

実践『ペルソナ』通信 (No. 42)  
「実践女子大生における腕時計の実態」に関する調査結果  
～よく使う時計を選ぶ基準はブランドと思い入れ～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、18歳以上の学生を対象に、「腕時計の実態」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は111サンプルでした。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、「マーケティング（担当：斎藤明）」の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

#### 総括

今回の調査を通して、腕時計を複数所持している学生は半数以上であり、複数所持している学生全員が日常的に腕時計を使用しているということが分かった。そして腕時計を複数所持していると回答した人の過半数が2本所持しており、平均所持数は2.7本である。

また、腕時計を購入する際の予算は10,000円以下が最も多く34人、続いて10,001円から20,000円と答えた人が28人、20,001円から30,000円と答えた人が27人となり、30,000円以下と答えた人が半数以上を占めたことから、学生は腕時計に多額の予算を立てないことが分かった。

そして、「使用頻度の高い腕時計の基準は機能性である」という仮説を立て、回答者全体、女性、男性、実践女子大学の学生、実践女子大学以外の大学生、それ以外の学生（専門学校生など）に分けて重回帰分析を行ったところ、どの項目も共通して「思い入れ」と「ブランド」を重視していることがわかり、仮説は成り立たないことがわかった。しかし、P値が0.05を超えてしまっているため、統計的な有意性が証明することができなかった。

私たちは、統計的な有意性が証明できなかった理由のひとつとして、腕時計が頂きものだった場合のことを配慮せず、質問票に「安価」、「高価」といった項目を設けてしまったことが挙げられると考えた。なぜなら、腕時計を手にするときは、必ずしも自分で購入するとは限らないからである。そのため、自分で購入しなかった場合は価格で選ぶことはできないことから、正確な回答を得られなかったのではないかと考えられるからである。また、他の理由として「よく使う時計」の定義が曖昧であったことが挙げられると考える。なぜなら、1週間の使用頻度についての回答で、6日以上と答えた人が47%、5日と答えた人が19%と続いて、2日以上と答えた人が16%という結果になったことから「よく使う時計」の定義が人によって様々だったということがわかったからである。

最後に、日常的によく使う時計は、思い入れとブランドで選ぶと答えた人が多かったため、どのような思い入れがあるのかといった質問や、ブランドにこだわる理由などの質問があれば、よく使う時計の「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイルに対してさらに理解が深められたのではないかと考えた。

## 調査結果のポイント

### (1) 大学生の半数以上は腕時計を複数所持している。(図1、図2、図3)

腕時計を複数所持しているか尋ねたところ、全体の半数以上である55%が腕時計を複数持っていると回答した。また、複数所持していると回答した学生61人に何本所持しているか尋ねたところ、過半数である33名が2本と回答した人が最も多い。所持数の平均は2.7本であり3本以上持っている人は28人いることが分かった。また、腕時計を複数所持している人は全員「よく使用する時計がある」と回答していることから、腕時計を複数所持している人は日常的に使用していることが分かる。

### (2) 腕時計を購入する予算は10,000円以下が多数。(図4)

腕時計を購入する予算を尋ねたところ、10,000円以下が最も多く107人中34人が回答した。次に多いのが10,001円～20,000円、そして20,001円～30,000円と回答した人が多く、この2つは僅差であった。また、10,000円以下と回答した人とも大きな差はなく学生は腕時計の予算を30,000円以下に収めていることが分かった。

### (3) 約半数の人はよく使う腕時計を週の半分以上使用している。(図5)

よく使う時計の1週間の使用頻度を尋ねたところ、2日と答えた人が16%、3日と答えた人が9%、4日と答えた人が9%、5日と答えた人が19%、6日と答えた人が47%で、約半数の人が週の半分以上使用していることがわかった。

### (4) よく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである。(図6、図7)

よく使う時計を選択する基準を尋ねたところ、図6の結果となった。また、この結果を利用して「日常によく使う時計を選ぶ基準は機能性である」という仮説のもと、重回帰分析を行ったところ、日常によく使う時計は、ブランド、思い入れ、高価、機能性の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった(図7)。しかし、P値が0.05をこえているため統計的な有意性は証明できなかった。

### (5) 女性がよく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである。(図8)

女性が日常によく使う時計は、ブランド、思い入れ、高価、機能性の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった。しかし、P値が0.05をこえているため統計的な有意性は証明できなかった。

### (6) 男性がよく使う時計を選択する基準は思い入れとブランドである。(図9)

男性が日常によく使う時計は、思い入れ、ブランド、機能性、高価の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった。しかし、P値が0.05をこえているため統計的な有意性は証明できなかった。

**(7) 実践女子大学の学生がよく使う時計を選択する基準は思い入れと機能性である。(図 10)**

実践女子大学の学生が日常的によく使う時計は、思い入れ、機能性、ブランドの順で選んでいることが分かった。また、高価、安価、デザイン性では選んでないということが分かった。しかし、思い入れを除く P 値が 0.05 を超えてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

**(8) 実践女子大学以外の大学生がよく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである。(図 11)**

実践女子大学以外の大学生が日常的によく使う時計は、ブランド、思い入れ、機能性、高価の順で選んでいることが分かった。また、安価、デザイン性では選んでないということが分かった。しかし、P 値が 0.05 を超えてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

**(9) それ以外の学生がよく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである。(図 12)**

上記以外の学生が日常的によく使う時計は、日常的によく使う時計は、ブランド、思い入れ、高価、機能性の順で選んでいることが分かった。また、デザイン性、安価では選んでいることが分かった。しかし、P 値が 0.05 を超えてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象： 実践女子大生を含む 18 歳以上の学生
2. 調査方法： 調査法調査
3. 調査期間： 2017 年 7 月 28 日
4. 有効回答者数： 111 人
5. 回答者の属性： 実践女子大学生： 26.1%、実践女子大学以外の大学生： 53.2%、それ以外の学生（専門学校生など）： 20.7%

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会

3 年 梅澤里奈

3 年 川崎なつ美

(1) 大学生の半数以上は腕時計を複数所持している

腕時計を複数所持しているか尋ねたところ、全体の半数以上である 55%が腕時計を複数持っている  
と回答した（図 1）。また、複数所持していると回答した学生 61 人に何本所持しているか尋ねたところ、過半数である 33 名が 2 本と回答した。所持数の平均は 2.7 本であり 3 本以上持っている人は 28 人  
いることが分かった。（図 2）また、腕時計を複数所持している人は全員「よく使用する時計がある」と回答していることから、腕時計を複数所持している人は日常的に使用していることが分かる（図 3）。

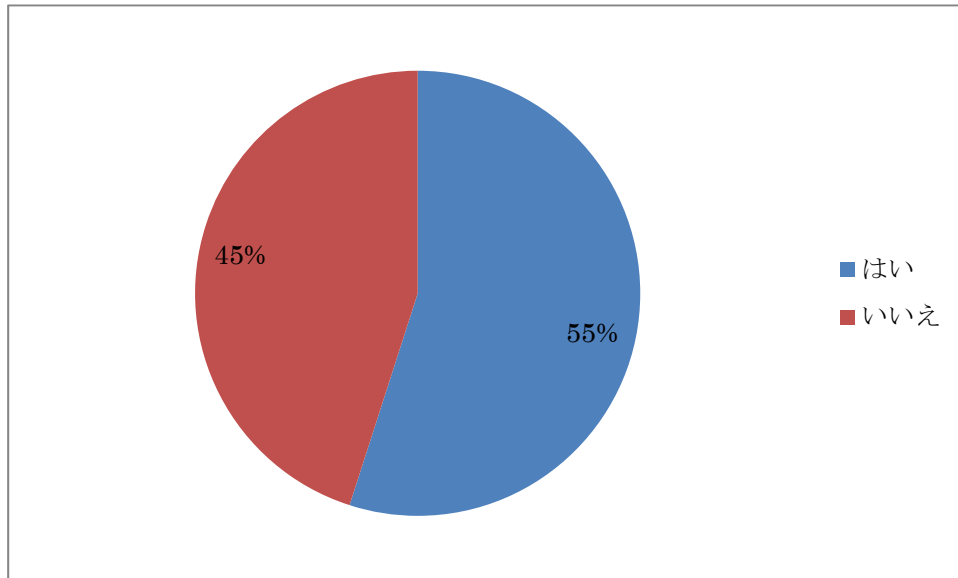


図 1.腕時計の複数所持率(n=111)

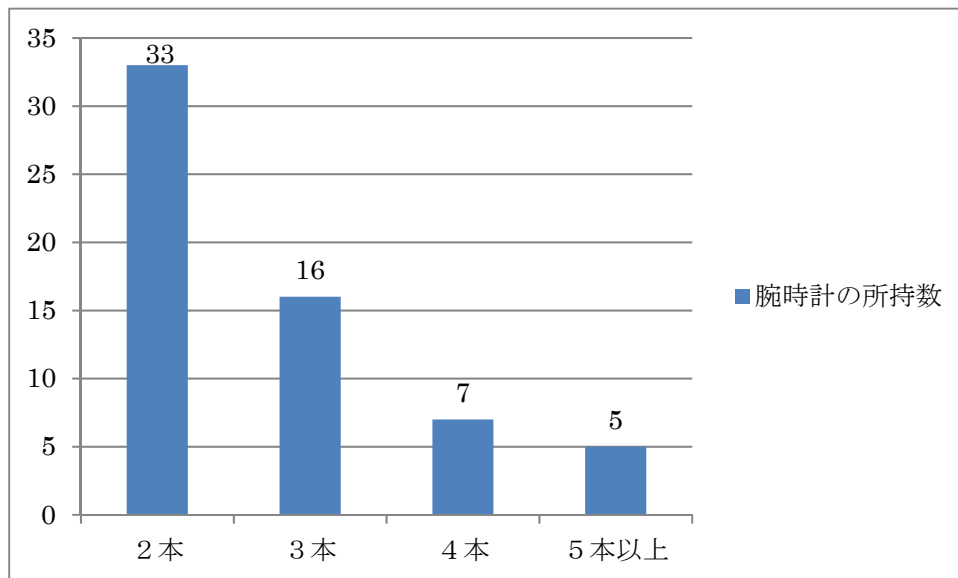


図 2.腕時計の所持数(n=61)

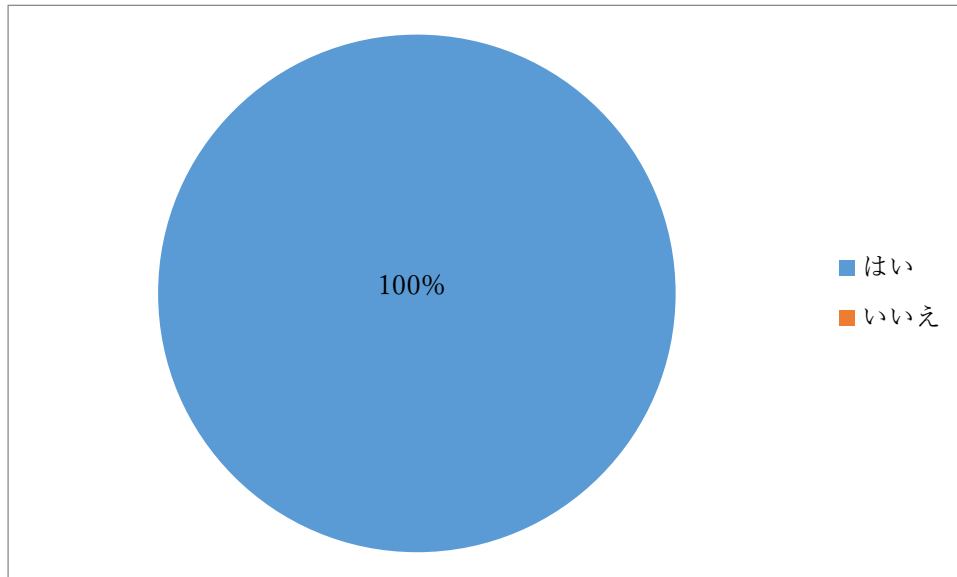


図 3.複数所持している中でよく使用するものがあるか(n=62)

**(2) 腕時計を購入する予算は 10,000 円以下が多数**

腕時計を自分で購入する際の予算を尋ねたところ、10,000 円以下という回答が最も多かった。次に多いのが 10,001 円～20,000 円、そして 20,001 円～30,000 円である。この 2 つは僅差であり 10,000 円以下と回答した人数とも大きな差はない。また、予算が 30,001 円以上と回答した人は合計で 18 人であり、腕時計の予算はそのため腕時計を購入する際の予算は 30,000 円以内に収める人が多いことが分かった。(図 4)

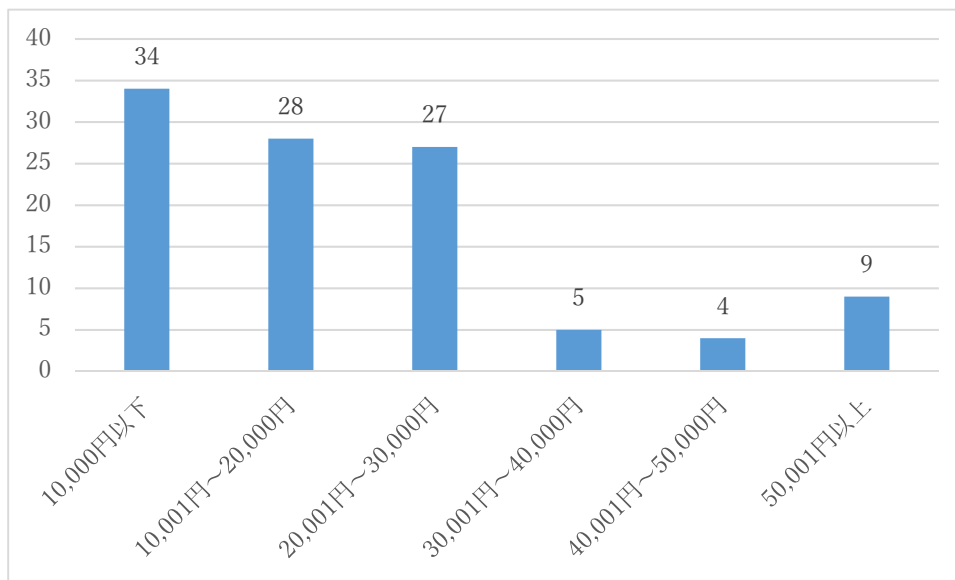


図 4.腕時計を購入する際の予算(n=107)

**(3) 約半数の人はよく使う腕時計を週の半分以上使用している**

よく使う腕時計の 1 週間の使用頻度を尋ねたところ、2 日と答えた人が 16%、3 日と答えた人が 9%、4 日と答えた人が 9%、5 日と答えた人が 19%、6 日と答えた人が 47%で、約半数の人が週の半

分以上使用していることがわかった。また、週のうちの2日使うと答えた人が16%いたことから、よく使う時計の捉え方が人によって様々だということが推測される。

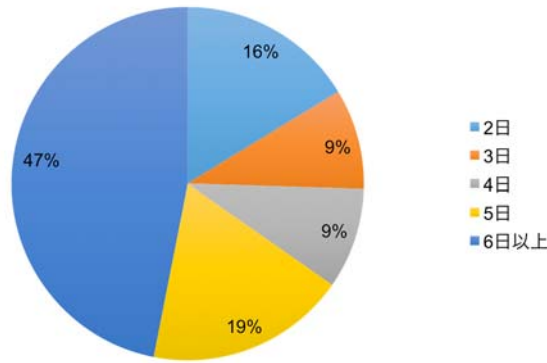


図 5.1 週間の使用頻度 (n=99)

#### (4) よく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである

よく使う時計を選択する基準を尋ねたところ、以下の結果となった(図6)。

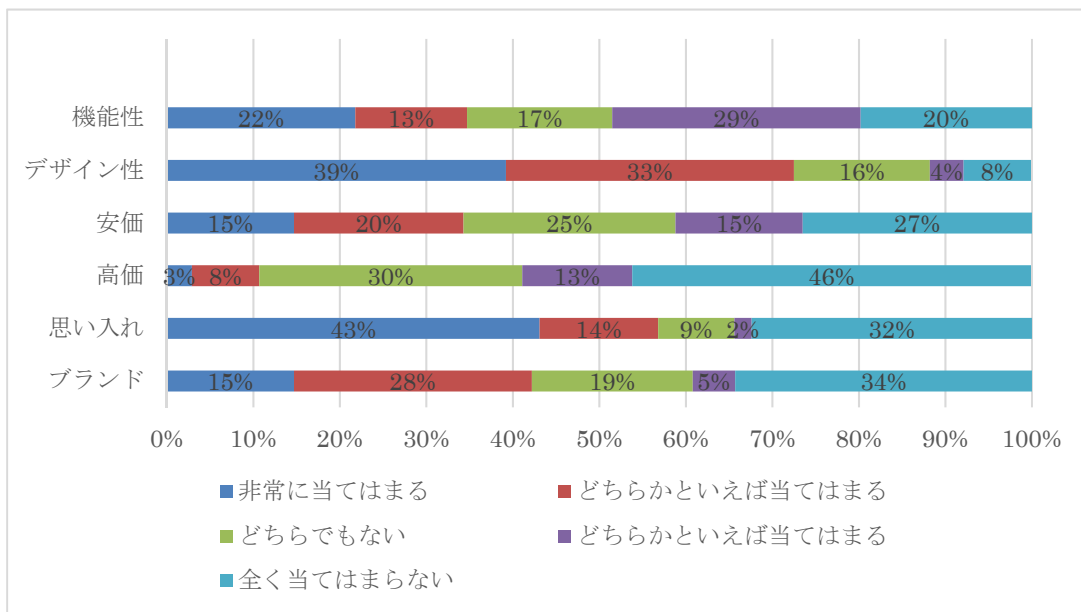


図 6. 頻度の高い時計を選ぶ基準 (n=99)

また、この結果を利用して「日常的によく使う時計を選ぶ基準は機能性である」という仮説のもと、使用頻度を目的変数とした重回帰分析を行った。質問項目は、機能性(x<sub>1</sub>)、デザイン性(x<sub>2</sub>)、安価(x<sub>3</sub>)、高価(x<sub>4</sub>)、思い入れ(x<sub>5</sub>)、ブランド(x<sub>6</sub>)の6つで、選択肢は、非常に当てはまる、どちらかといえば当てはまる、どちらでもない、どちらかといえば当てはまらない、全く当てはまらないの5つを設けた。

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.32+0.03x_1-0.14x_2-0.03x_3+0.04x_4+0.13x_5+0.15x_6$  となり、日常的によく使う時計は、ブランド、思い入れ、高価、機能性の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった(図7)。しかし、それぞれの偏回帰係数についてのP値は、0.05をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

調査結果から決定的な差が見られなかったため、様々な観点から見て時計を選択していることが分かった。そして、男性と女性といった性別や、実践女子大学の学生と実践女子大学以外の大学生とそれ以外の学生（専門学校生など）といった身分にわけて、同様に重回帰分析を行った。

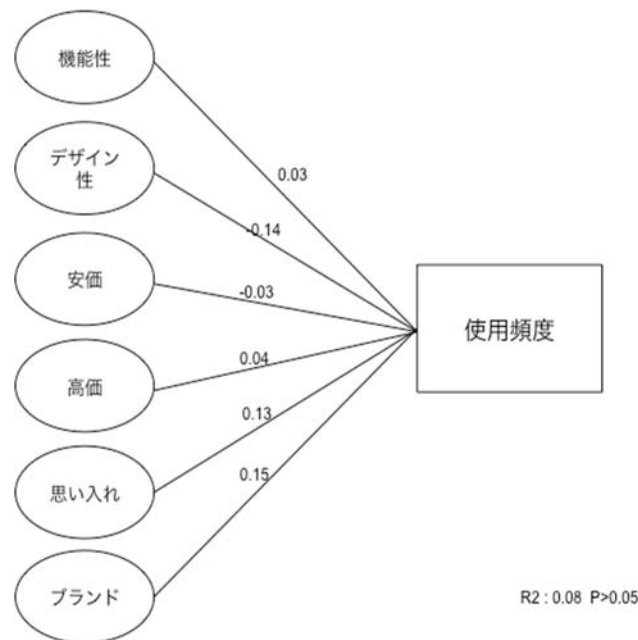


図 7. 使用頻度との関係性（全体）

#### (5) 女性がよく使う時計を選択する基準はブランドと思い出である

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.32+0.03x_1-0.14x_2-0.03x_3+0.04x_4+0.13x_5+0.15x_6$  となり、日常的によく使う時計は、ブランド、思い出、高価、機能性の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった(図 8)。しかし、それぞれの偏回帰係数についての P 値は、0.05 をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

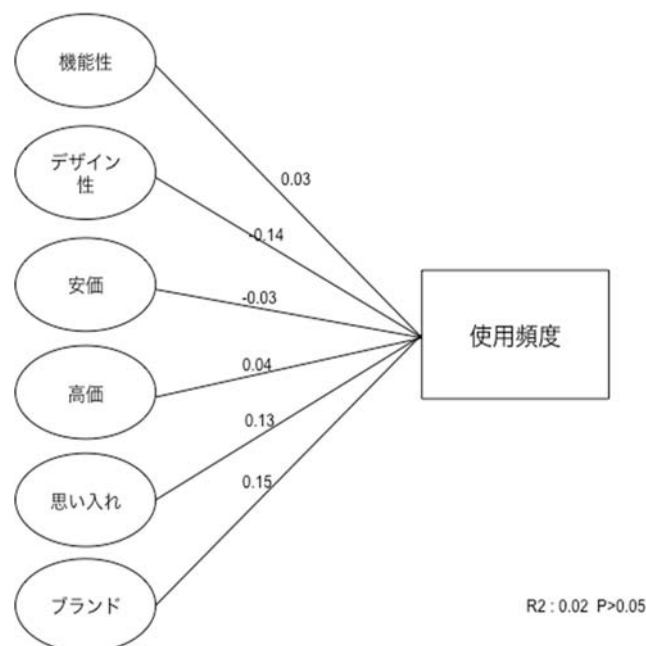


図 8. 使用頻度との関係性（女性）

(6) 男性がよく使う時計を選択する基準は思い入れとブランドである

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.39+0.04x_1-0.12x_2-0.08x_3+0.01x_4+0.21x_5+0.08x_6$  となり、日常的によく使う時計は、思い入れ、ブランド、機能性、高価の順で選んでいることがわかった。また、安価、デザイン性では選んでいないということがわかった（図 9）。しかし、それぞれの偏回帰係数についての P 値は、0.05 をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

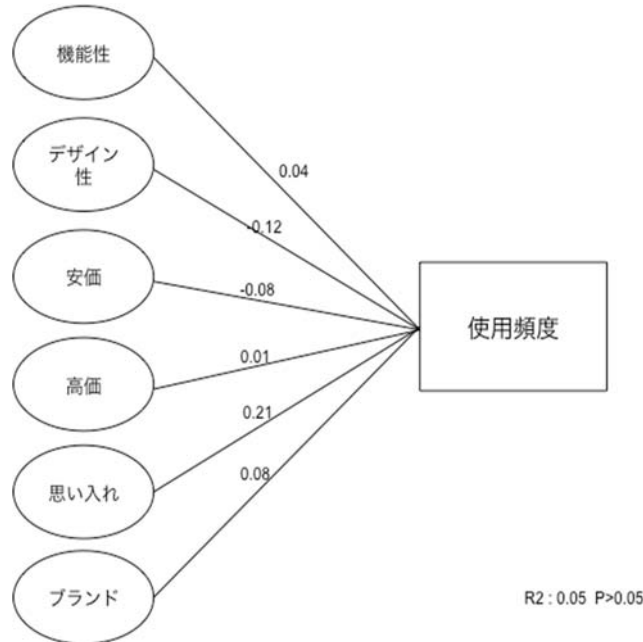


図 9. 使用頻度との関係性（男性）

(7) 実践女子大学の学生がよく使う時計を選択する基準は思い入れと機能性である

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.39+0.04x_1-0.12x_2-0.08x_3+0.01x_4+0.21x_5+0.08x_6$  となり、日常的によく使う時計は、思い入れ、機能性、ブランドの順で選んでいることが分かった。また、高価、安価、デザイン性では選んでないということが分かった（図 10）。

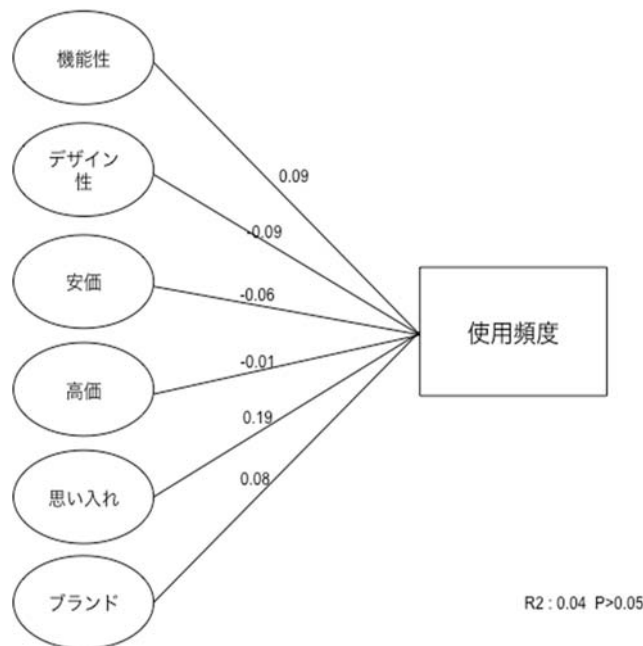


図 10. 使用頻度との関係性（実践女子大生）



しかし思い入れを除く、それぞれの偏回帰係数についてのP値は、0.05をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

**(8) 実践女子大学以外の大学生はよく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである**

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.19+0.09x_1-0.09x_2-0.06x_3-0.01x_4+0.19x_5+0.08x_6$ となり、日常的によく使う時計は、ブランド、思い入れ、機能性、高価の順で選んでいることが分かった。また、安価、デザイン性では選んでないということが分かった（図11）。しかし、それぞれの偏回帰係数についてのP値は、0.05をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

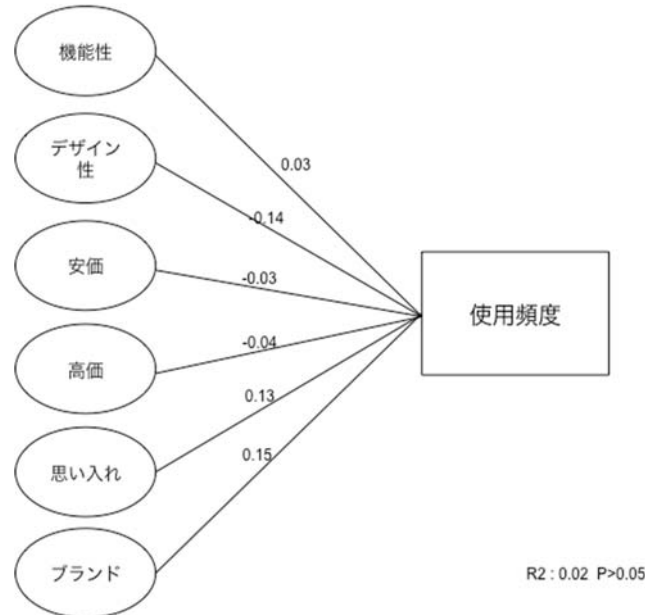


図 11. 使用頻度との関係性（他大生）

**(9) それ以外の学生はよく使う時計を選択する基準はブランドと思い入れである**

使用頻度を目的変数とした回帰式は、 $y=3.27+0.04x_1-0.16x_2-0.03x_3+0.06x_4+0.14x_5+0.15x_6$ となり、日常的によく使う時計は、ブランド、思い入れ、高価、機能性の順で選んでいることが分かった。また、デザイン性、安価では選んでいることが分かった（図12）。しかし、それぞれの偏回帰係数についてのP値は、0.05をこえてしまっているため統計的な有意性は証明できなかった。

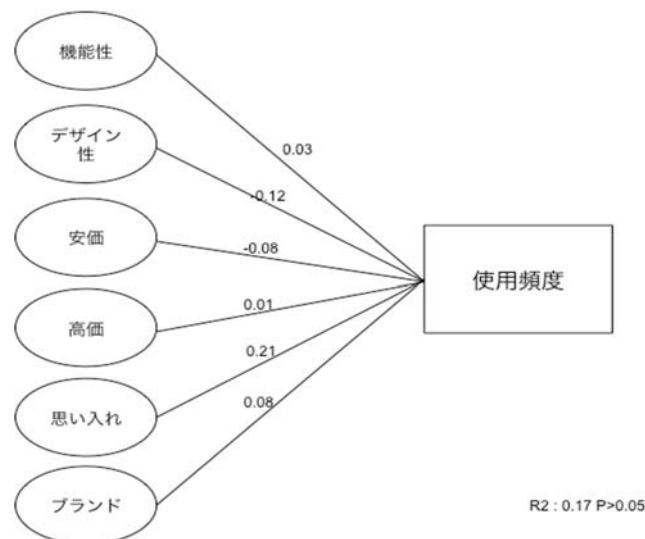


図 12. 使用頻度との関係性（大学生以外の学生）