

2017年9月16日

調査レポート

実践女子大学 人間社会学部
実践「ペルソナ」研究会

実践『ペルソナ』通信 *Be* 面 (No. B-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

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会では、「腕時計」について「ベルト」や「種類」に着目し、写真観察法により、実践女子大生が使用する腕時計について、調査しました。

※実践『ペルソナ』通信 Be 面とは、写真観察により、実践女子大生像を具体的に考察した調査レポートです。

観察調査結果のポイント

(1) 革ベルトの腕時計が4割、茶系が人気、類似のデザインが多数。

革ベルトの時計を使っている人が最も多く全体の4割を占めた。その中でも茶系が人気であった。次に目立つのは黒の革ベルトの時計でその後に緑やグレー、白などが続く。革ベルトの腕時計はカジュアルなものが多く、ファッション性を重視している人が多いのではないかと考えられる。茶系のものが一番多かったが特に変わったものはなくどれも似たようなデザインだったのが印象的だった。似たようなデザインが目立ったが選ぶ基準はどこにあるのだろうか。

(2) 金属ベルトの腕時計が3割、銀色が7割、機能性重視の傾向も。

金属ベルトの時計を使用する人は、全体の3割ほどであり多くはなかったため、ベルト部分は機能性やデザイン性など何をもとに選んでいるのだろうか。また、ほとんどの時計にブランドロゴがついており、SEIKOのWIRED、Wicca、CITIZENのXCの順で多くなっていたため、選ぶ際の基準のひとつにブランドが関わっているのではないだろうか。

割合で見ると、ベルトの色が銀色のものが70%、文字盤の色が白色のものが61%、時計の形が腕時計タイプのもものが85%、時間を示すものが数字のものが48%、装飾がないものが79%と、シンプルなデザインを選ぶ人が多かったため、機能性を重視して時計を選んだり、使用したりしている人が多いのではないかと考える。そして、価格の平均が約31,504円

だったことから、手頃な価格で、日常的に使うことを考えて選択している人が多いのではないかと。

(3) スポーツウォッチは1割、色は白色が人気。

スポーツウォッチを使っている人は今回調査したうちの1割ほどに留まっている。そのうちの6割がアナログタイプであり、4割はデジタルタイプである。色は白が多く、黒がベースのものも比較的多かった。機能性に関しては防水であるので、雨の日も使える。

白や黒などが多いことから普段着にも合わせやすいものを選んでいると感じた。カジュアルな洋服の流行りもありスポーツ時以外にも使っている人がいるのだろう。さらにスポーツタイプにはストップウォッチ機能や日にちが書いてあるものが多いことから、時間を見るという目的のみの使用ではない可能性もあると考える。

Casioが全体の3分の2を占めていた。防水のスポーツウォッチはCasioに定評があると思われる。

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会

3年 川崎 なつ美

3年 梅澤 里奈

調査結果

(1) 革ベルトの腕時計

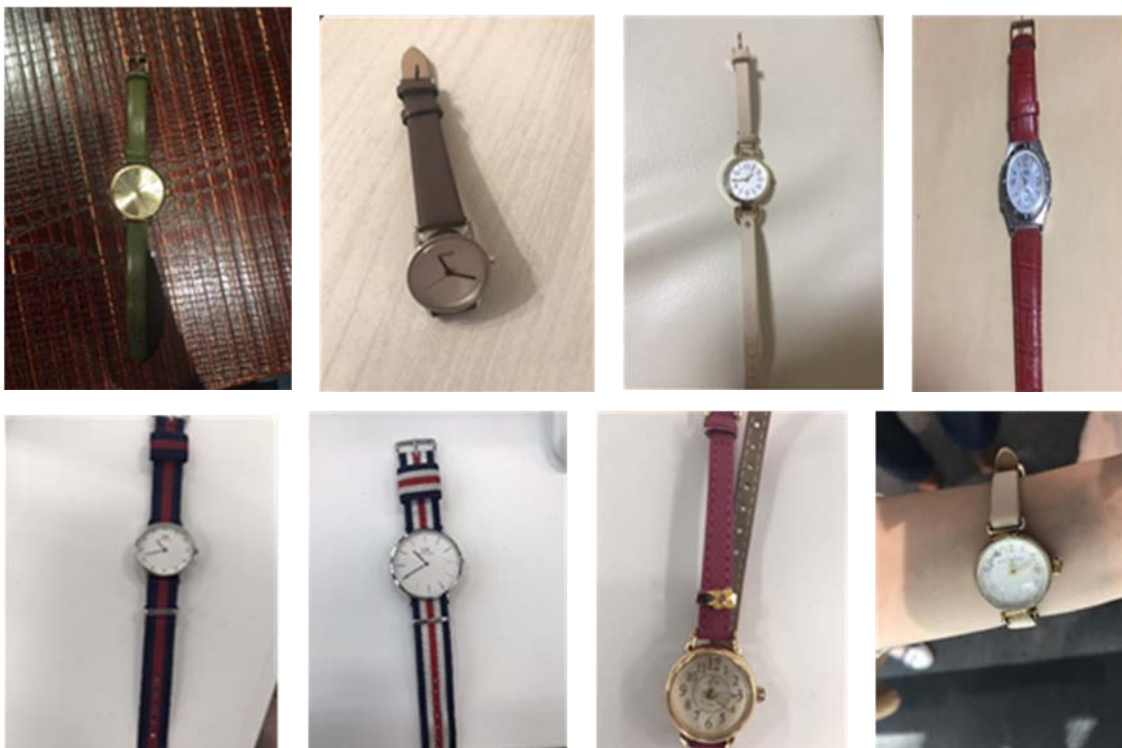
【茶色系】



【黒色系】



【その他色系】





(2) 金属ベルトの腕時計

【金色系】



【銀色系】





【アクセサリ系】



(2) スポーツウォッチ

【アナログ】





【デジタル】

