

実践『ペルソナ』通信 (No. 103)

「モチベーション」に関する調査 Side-*Be*

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、女子大学生の「モチベーション」についてアンケート調査を実施しました。

※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「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

※実践『ペルソナ』通信 Side-*Be*とは、写真観察を行い、実態を考察した調査レポートです。

総括

今回の調査結果から、実用的アイテムと趣味的アイテムをあげている人の数はほぼ同じで、タイプが大きく二つに分かれていることがわかりました。実用的アイテムはブランド品が多く、趣味的アイテムもカメラやゲーム機が見られ、全体的に値段が高い傾向にありました。値段が高いと使うのが勿体ないと気後れしてしまいがちですが、そんなことはなく普段から使われている跡が見られました。また、女子大学生を対象にしたもののメイク用品は意外にも少数であり、カメラやぬいぐるみ、花などバラエティに富んだアイテムが見られました。

調査結果のポイント

(1) 実用的アイテムと趣味的アイテムは約半々

財布や時計など、日常的に身に着けたり使用したりする実用的なアイテムが多かった一方で、同じようにCDやゲーム機など趣味に使うアイテムも多く見られました。

(2) 値段は高め

実用的アイテムの多くはブランド品であり、値段が高い傾向にあることがわかりました。趣味的アイテムも、カメラやゲーム機など値段が高い商品が多い傾向にありました。

(3) しまい込むのではなく使い込む

買ったまま使わないのではなく、アイテムの多くは普段から使用されている跡がありました。値段が高めだと使うのを気後れしてしまうこともありますが、「自分へのご褒美」の場合は普段から自分が欲しいと思っているアイテムのため、使ってみたい気持ちが勝っているのではないかと考えられます。また、衝動買いがないことも理由の一つだと考えられます。

(4) メイク用品は意外と少数

女子大学生を対象としたため、メイク用品が多いのではないかと想定していましたが、意外に

もメイク用品を挙げたのは少数でした。これは、女子大学生にとってメイク用品は消耗品であり、「自分へのご褒美」というよりもハードルが低く設定されているためだと考えられます。

調査概要

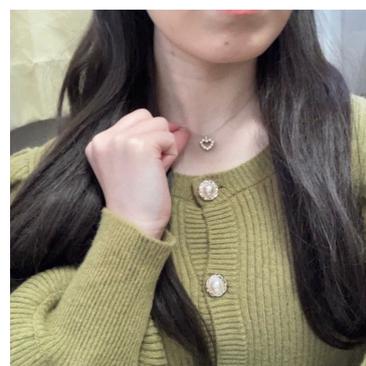
- 調査対象：実践女子大生（全学年、全学部）
- 調査方法：フィールドワークによる写真撮影および対象者観察
- 調査期間：2022年1月
- 調査場所：実践女子大学

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 亀井栞・西口実侑・村上菜穂

写真

【身につけるアイテム】



【ぬいぐるみ】



【娯楽品】





【持ち歩く物】



【その他】



調査後記

今回の調査を通じて、実用的なものから趣味の好きなものまで幅広いものを値段に関わらず自身のご褒美のために購入していることがわかりました。また、これらをしまい込むのではなく日常的に使用することで、モチベーションの維持につながっているのではないかとわかりました。そして、今回は対面授業がメインとなったこともあり、直接調査を依頼することもでき多くの方に調査に協力していただくことができました。今回の調査で学んだこと、反省点を生かし、これから様々な分野の調査・分析に挑戦し続けていきます。

改めて調査に協力していただいた方々に感謝申し上げます。