

実践『ペルソナ』通信 (No. 130)

「カバンのチャーム」に関する調査

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「カバンのチャーム」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「統計科学（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。

はじめに

近年、女子大学生の間では、カバンにチャームをつけることで個性や気分を表現する傾向が見られます。しかし、どのようなチャームを選び、どんな意味やこだわりを持っているかについての調査は少ないです。そこで本調査では、女子大学生が使用するカバンのチャームの種類・選択理由・使用状況を把握し、チャームが女子大学生の自己表現やライフスタイルにどのように関わっているかを明らかにすることを目的としました。

総括

今回の調査から、実践女子大生の半数以上がカバンにチャームを付けており、チャームはファッションや装飾としてだけでなく、推し活や自己表現、気分を高めるアイテムとしても利用されていることがわかりました。特にぬいぐるみ素材が多く、情報収集には SNS、なかでも Instagram が多く利用されていました。また、普段使用するカバンは黒色などの落ち着いたものが多く、そこに 1～2 個のチャームを付けることで、自分らしさやアクセントを加えている様子がうかがえました。さらに、使わなくなったチャームも自宅で保管する人が多く、チャームは単なる装飾品ではなく、思い出や愛着を伴いながら、女子大学生の日常における自己表現や気分を豊かにする存在であると考えられます。

Topics

- (1) チャームを付けている人が半数
- (2) チャームを付けない理由に「なくしたり壊したりしそう」が 33%
- (3) チャームはファッションアイテムのひとつ
- (4) 特定のキャラクターやブランドを公式で購入する人が約 3 割
- (5) チャームの素材はぬいぐるみ素材が過半数を占める
- (6) チャームの情報源で最も多いのは SNS
- (7) チャームを所持していない人も所持している人に対しては好印象
- (8) チャームは気分を高めるアイテム
- (9) チャームの魅力は装飾だけではなく、ひとそれぞれ

- (10) 普段使いのカバンには、落ち着いたカバンに個性やアクセントの役割
- (11) チャームの保存の仕方でも多いのは家の引き出しや小物入れ
- (12) チャームの平均価格は 1,000 円以上が約半数
- (13) カバンのチャックの数とチャームの数には傾向あり

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 礒邊杏咲・鈴木歩未・馬場麻優菜・森口花利南

調査概要

- ・調査名：「カバンのチャーム」に関する調査
- ・調査目的：いまどきの女子大生（実践女子大学生）の「カバンのチャーム」に関する実態把握
- ・調査期間：2026 年 6 月 25 日（木）
- ・調査場所：オンライン
- ・調査方法：Google フォームを調査票として用いたウェブ調査および特定の授業での集合調査
- ・母集団：実践女子大学の学生
- ・抽出方法：実践女子大生を対象としたスノーボールサンプリング法
- ・調査票：付録の調査票を参照
- ・有効回答者数：144 名
- ・回答者の属性：1 年生（100%）

調査結果

（1）チャームを付けている人が半数

現在、カバンにチャームを付けているかについて尋ねました（図 1）。その結果、「はい」（付けている）が 81 名（56%）、「いいえ」（付けていない）が 63 名（44%）となり、半数以上の学生がカバンにチャームを付けていました。カバンにチャームを付けている学生は過半数を占めており、チャームは単なる装飾品ではなく、自己表現や個性を演出するアイテムとして定着していることがうかがえます。

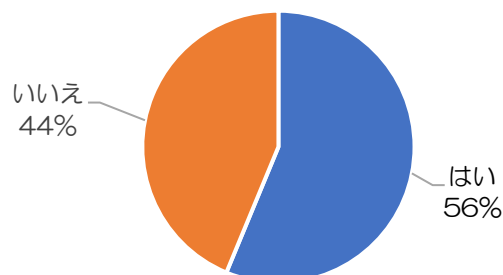


図 1. バッグのチャームの有無（N=144）

(2) チャームを付けない理由に「なくしたり壊したりしそう」が 33%

カバンにチャームを付けていない理由（複数回答）において最も多かった回答は「なくしたり壊したりしそうだから」21 人（33%）でした。次いで、「特に理由はない」16 人（25%）、「興味がないから」14 人（22%）、「持ち物をシンプルにしたいから」11 人（17%）という結果となりました（図 2）。このことから、デザインよりも実用性や管理のしやすさを重視する学生が一定数いることがうかがえます。また、「特に理由はない」という回答も多く、チャームを付けないことが強いこだわりではなく、習慣や機会の有無による可能性も考えられます。

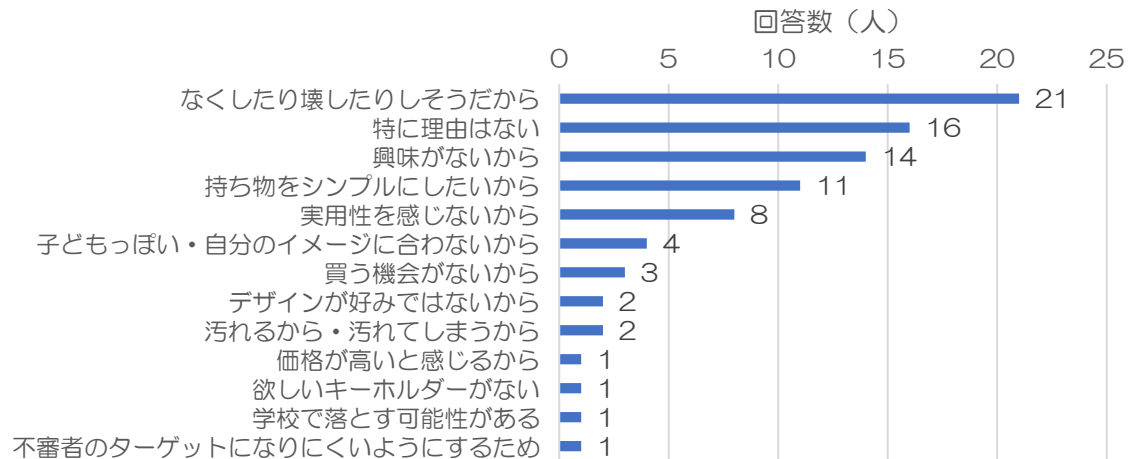


図 2. カバンにチャームを付けない理由 (N=63、複数回答)

(3) チャームはファッションアイテムのひとつ

チャームを身につける理由を聞いたところ、「ファッション・装飾」であり、チャームはカバンを飾るファッションアイテムとして最も重要であることがわかりました。一方で、約 2 割は「推し活・自己表現」や「目印と識別」を選択しており、チャームは個性の表現やバッグの識別などの機能も果たしていることを示しています。近年では、自分の持ち物を明確に示す「目印アクセサリー」の需要も高まっており、実用性とデザインの両方を求める学生の増加がこの結果に寄与したと考えられます。

(4) 特定のキャラクターやブランドを公式で購入する人が約 3 割

カバンにチャームを付けている人に購入場所を複数回答形式で聞いたところ、最も多い場所は「公式ストア」29 人（36%）という結果になりました。約 3 割が「公式ストア」を利用していることから、女子大生は単にチャームを購入するだけでなく、お気に入りのキャラクターやブランドへの愛着を反映した商品を選ぶ傾向があると考えられます。次に「キャラクターショップ」19 人（23%）や「ガチャガチャ」12 人（15%）があり、日常生活で簡単にアイテムを購入できる場所も利用していることがわかりました。さらに、一定数の学生がオンラインショッピングを利用しており、チャームの購入選択肢が店舗だけでなくオンラインでも拡大していることを示唆しています。その他にはアミューズメント施設や出かけ先の思い出、貰い物などがありました（図 4）。

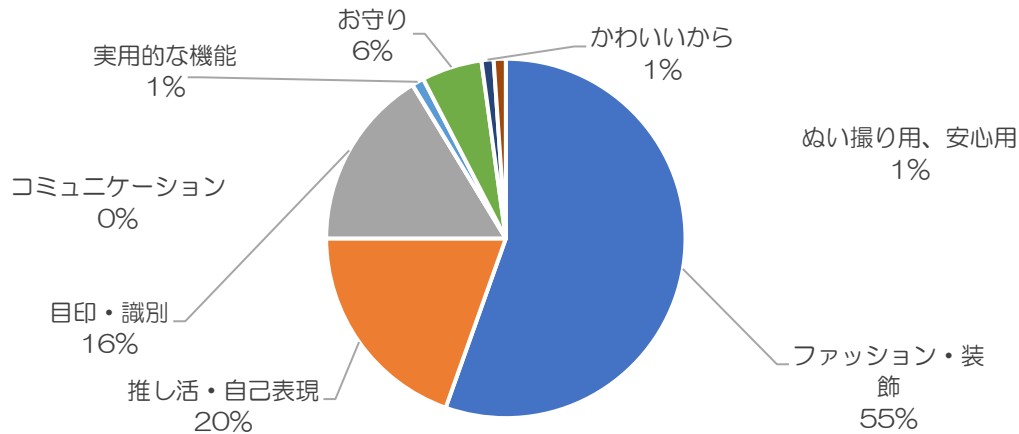


図3. チャームのつける目的 (N=81)

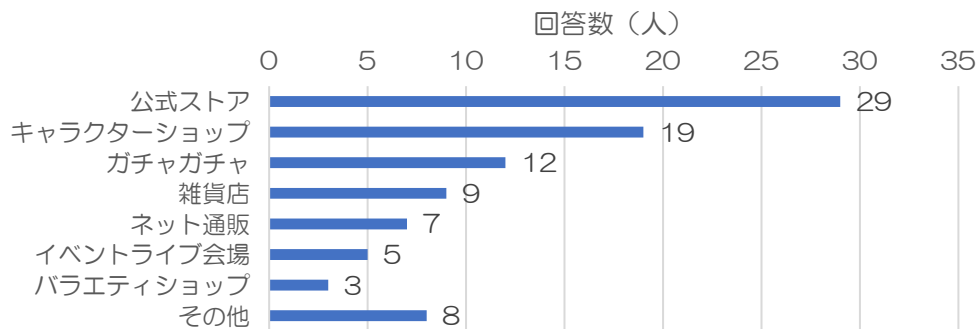


図4. チャームの購入場所 (N=81、複数回答)

(5) チャームの素材はぬいぐるみ素材が過半数を占める

現在使用しているチャームの素材について調査したところ、「ぬいぐるみ素材」が53人(65%)と最も多い結果となりました。服の系統別に見ても、どの系統においてもぬいぐるみ素材が多く選ばれていました。このことから、ぬいぐるみ素材は服装の系統を問わず幅広く受け入れられている素材であることが分かります。

また、「プラスチック系」は11人(14%)、「金属系」は7人(9%)という結果でした。プラスチック系は主にカジュアル系やガーリー系で多く見られ、金属系はぬいぐるみ素材ほどではないものの、複数の服装系統で使用されていました。一方で、韓国系ではぬいぐるみ素材に加え、金属系やプラスチック系など様々な素材が見られ、他の系統と比較して素材の選択が分散する傾向がありました。これは、韓国系ファッションでは特定の素材に偏らず、個人の好みに合わせてチャームを選択している可能性を示しています。

「布」は2人(2%)、レザーやファー、ビーズ系、スクイーズ、シリコン、ゴム、コットン系、キラキラ系はそれぞれ1人程度にとどまりました。以上のことから、女子大学生の間では、かわいらしさや親しみやすさを感じられる素材が好まれる傾向があることが示唆されました(図5)。

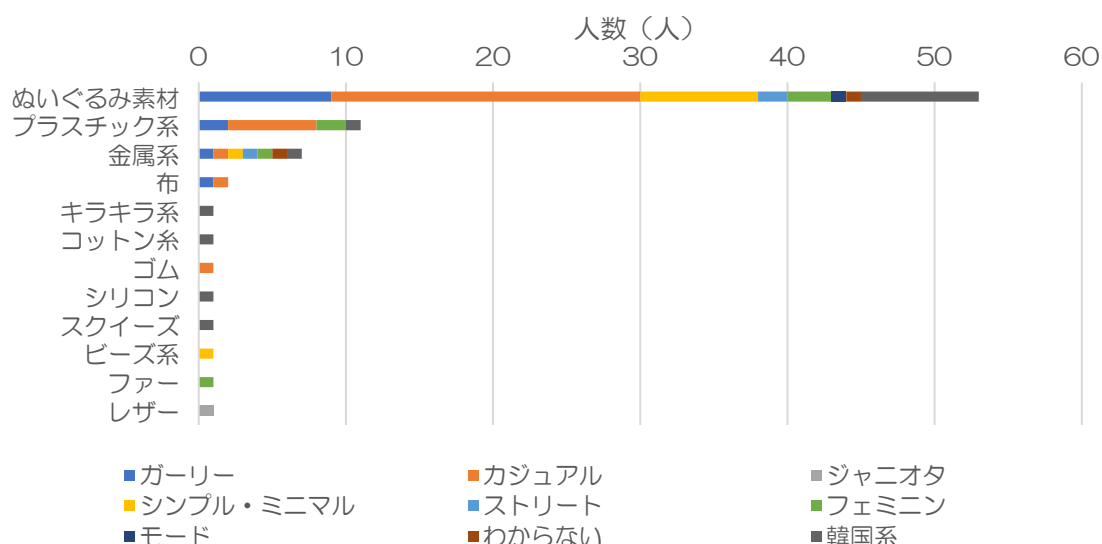


図5. チャームの素材 (N=81)

(6) チャームの情報源で最も多いのはSNS

チャームに関する情報源について尋ねたところ、最も多かった情報源は「SNS」で 56 人 (69%) と約 7 割の学生が SNS を通じて情報を得ていました。次いで「店頭」が 40 人 (49%)、「友人・知人の持ち物」が 14 人 (17%) となりました。一方、「ディスプレイ」は 5 人 (6%)、「Web メディア・雑誌」は 4 人 (5%) でした。このことから、SNS は学生にとって流行や新商品の情報を得る重要な手段となっていることがうかがえます(図 6)。また、図 7 は SNS を情報源として利用している学生 56 人を対象に、利用している SNS について尋ねた結果です。最も多かったのは「Instagram」で 29 人 (52%) と半数以上を占めていました。次いで、「X (旧 Twitter)」の 19 人 (34%)、「TikTok」の 6 人 (10%) となりました。一方、「YouTube」と「Ameba」はそれぞれ 1 人 (2%) でした。Instagram の利用が最も多く、半数以上の学生が情報収集に活用していることがわかりました。写真や動画を中心とした投稿が多く、チャームのデザインやカバンとの組み合わせを視覚的に確認しやすいことが、その理由の一つと考えられます。また、X (旧 Twitter) の利用も 3 割を超えており、新商品の発売情報や話題の商品に関する情報を得るための手段として活用しているようでした。入手場所の問いに対して「SNS と店頭」選択する人も多く見られ、SNS でチャームに関する情報を得た後、実際に店頭へ足を運んで商品を確認し、購入を検討している可能性が考えられます。

(7) チャームを所持していない人も所持している人に対しては好印象

チャームを所持していない人に、所持している人への印象について調査したところ、「かわいい」が 32 人 (51%) と最も多く、次いで「何が好きなのかわかりやすい」が 12 人 (19%)、「おしゃれ」が 8 人 (13%) という結果となりました(図 8)。このことから、チャームを所持していない人も、チャームを身に付けている人に対して肯定的な印象を持つ傾向があることがわかります。特に「かわいい」や「おしゃれ」という回答が多かったことから、女子大学生

はチャームをファッションの一部として捉えている可能性が考えられます。また、「何が好きなかわかりやすい」という回答が一定数あったことから、チャームは持ち主の趣味や好みを周囲に伝える自己表現の手段として認識されていることが示唆されます。

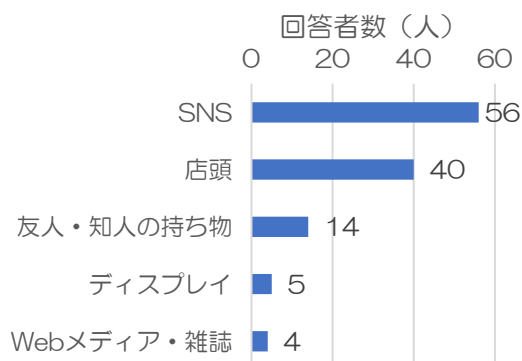


図 6. チャームの情報の入手場所 (N=81)

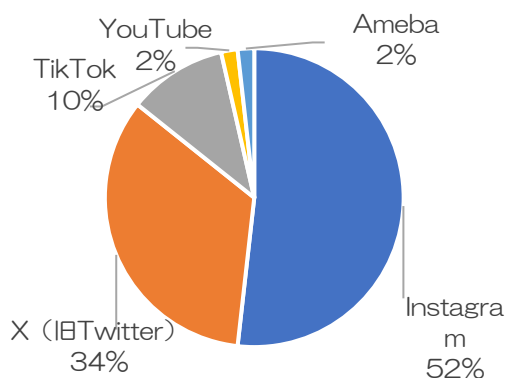


図 7. 最もよく見る SNS (N=56)

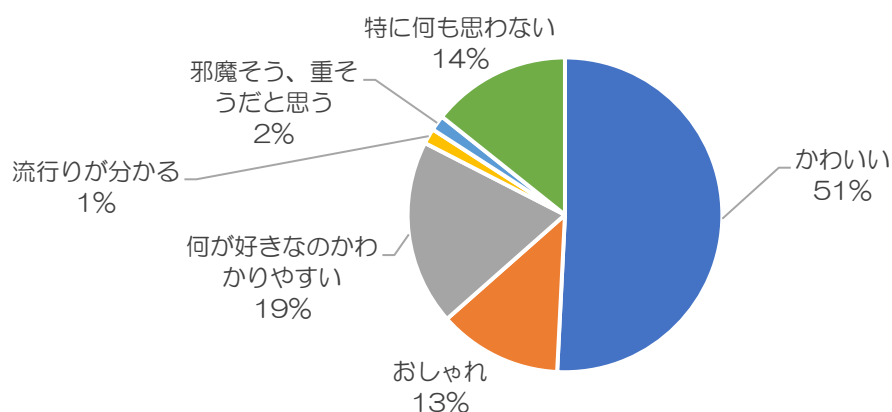


図 8. チャームへの印象 (N=63)

(8) チャームは気分を高めるアイテム

チャームを付けるメリットについて尋ねたところ、最も多かった回答は「気分が上がる・モチベーションになる」で 33 人 (41%) でした。次いで、「バッグが華やか・おしゃれに見える」が 21 人 (26%)、「自分らしさや個性を表現できる」が 10 人 (12%) となりました。一方、「特にメリットは感じない」は 6 人 (8%) でした (図 9)。また、チャームを付けることで気分がどの程度上がるかを 5 段階で尋ねたところ、「4」が 34 人 (42%)、「5 (すごく気分が上がる)」が 29 人 (36%) となり、「4」と「5」を合わせると 63 人 (78%) でした (図 10)。これらの結果から、多くの学生はチャームをファッションアイテムとして楽しむだけでなく、気分を高めたり、自分らしさを表現したりする存在として捉えていることがわかりました。特に、メリットとして最も多かった「気分が上がる・モチベーションになる」という回答は、5 段階評価でも約 8 割の学生が気分の向上を実感していることから、チャームが心理的な満足感や日常生活の楽しさにつながるアイテムであることが示唆されます。

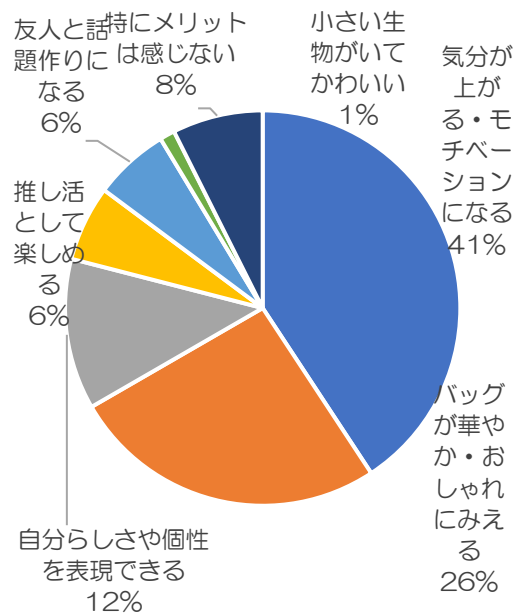


図 9. チャームを付けて得られる
メリット (N=81)

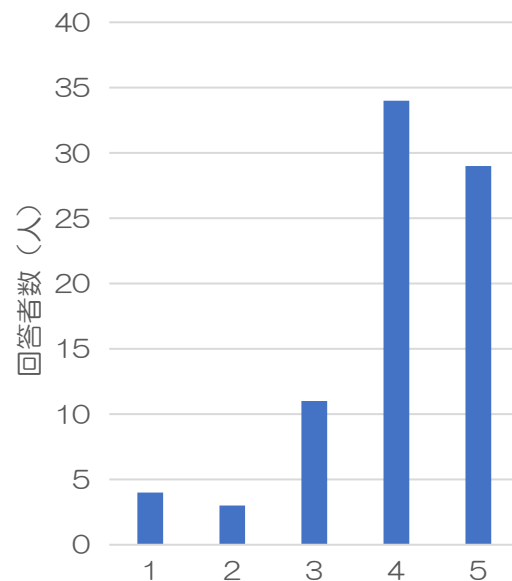


図 10. チャームを付けて気分が上がる度合い
5 段階 (N=81)

(9) チャームの魅力は装飾だけではなく、ひとそれぞれ

チャームの付随機能について尋ねたところ、「ポーチ」や「小物入れ」、「イヤホンを入れられる」などの収納機能に関する回答が最も多くみられました。また、「カードケース」や「定期入れ」といった持ち運びに便利な機能や、「エコバッグ」「クリップ」「ミニ鏡」など、日常生活で役立つ機能もあげられました。学生はチャームを装飾品としてだけではなく、収納や持ち運びを便利にする実用的なアイテムとしても活用していることがわかりました。特にポーチや小物入れなどの収納機能に関する回答が多く、デザイン性に加えて実用性も求められていることがうかがえます。一方で、付随機能がないチャームを使用している学生もあり、チャームに求める価値は人によって異なることが示されました（表 1）。

表 1 チャームの付随機能に関する自由記述の分類 (N=14)

分類	回答内容	件数
収納機能	ポーチ、ポーチになっている、ポーチになっている、小物入れになっている、ものが入れられる、中にイヤホンを入れられる	6
カード・定期 収納	カードケースになっている、定期入れになっている	2
日常生活で便 利な機能	エコバッグになる、クリップになっている、タオルなどを挟むことができる	3
身だしなみ・ その他	ミニ鏡、香水になっている、暗闇で光る	3

（１０）普段使いのカバンには、落ち着いたカバンに個性やアクセントの役割

登校時に使用しているカバンについて調査した結果、形状はトートバッグが最も多く、次いでリュックサック、ショルダーバッグという順でした。一方、ハンドバッグを使用している人は少数でした（図 20）。カバンの素材は、レザー（31%）が最も多く、次いでナイロン（27%）、キャンバス（布）（24%）、ポリエステル（18%）となり、多くの人が耐久性や実用性を重視した素材を選んでいることがわかります（図 21）。また、色はブラックが45%と最も多く、ベージュ・ブラウン（21%）、ホワイト（16%）が続いたことから、落ち着いた色味のカバンが好まれる傾向がみられました（図 22）。さらに、チャック数は2個（34%）と1個（32%）で全体の約7割を占め、収納力や使いやすさを重視したシンプルなデザインのカバンが多いことがわかりました（図 23）。以上の結果から、学生が普段使用するかばんは、シンプルで実用性を重視したものが多く、そのためチャームは落ち着いたカバンに個性やアクセントを加える役割を果たしている可能性が考えられます。

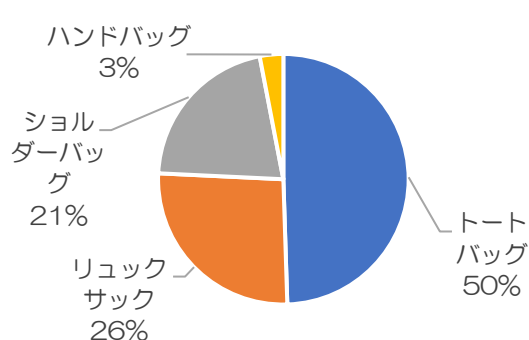


図 20. 登校時に使用しているカバンの形状 (N=81)

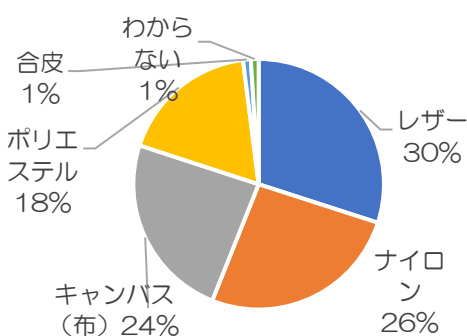


図 21. 登校時に使用しているカバンの素材 (N=81)

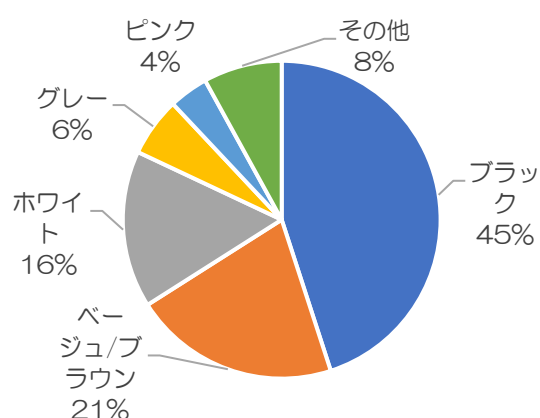


図 22. 登校時に使用しているカバンの色 (N=81)

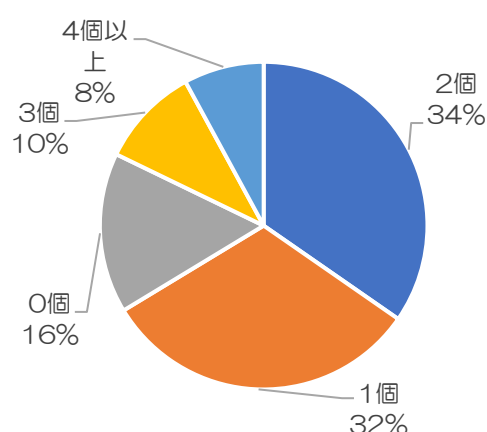


図 23. 登校時に使用しているカバンのチャック数 (N=81)

（１１）チャームの保存の仕方でも多いのは家の引き出しや小物入れ

チャームの保存方法を調査したところ、「家の引き出しや小物入れにしまっている」が最も多く 64 人（70%）、次いで「思い出に箱やケースに保管」が 16 人（18%）、「使わなくなったチャームはない」が 4 人（4%）、「カバンにつけたまま」が 3 人（3%）、「部屋に飾る」が 3 人（3%）、「売る」が 2 人（2%）となり、使わなくなったチャームは売ったり手放したりせず、家の中で保管している人が約 9 割にのぼり自宅で大切に保管している人が多いということがわかりました（図 24）。売る（2%）という選択肢を取る人はごく少数にとどまり、チャームには思い出やコレクションとしての価値が強く、実用品というよりは「手放しにくいもの」として扱われる傾向がうかがえます。

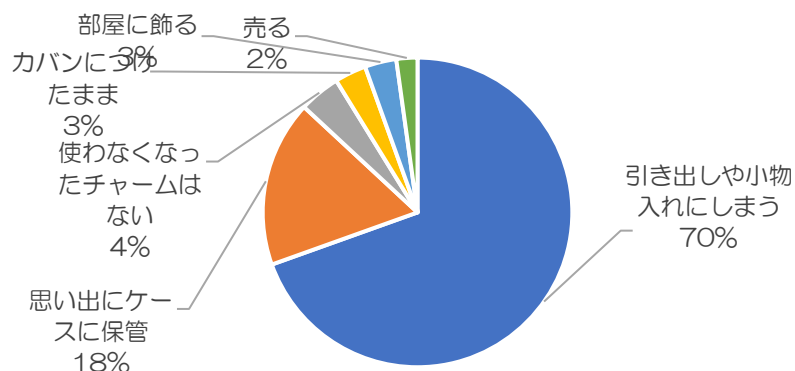


図 24. 使わなくなったチャームの保存方法（N=92）

（１２）チャームの平均価格は 1,000 円以上が約半数

チャームの購入価格について尋ねたところ、「1,000 円以上」が 41 名（50%）と最も多く、全体の約半数を占めました。次いで、「500 円以上 1,000 円未満」が 24 名（30%）、「500 円未満」と「価格が分からない（もらいもの等）」はいずれも 8 名（10%）でした（図 25）。

このことから、多くの学生は 1,000 円以上のチャームを購入しており、チャームを単なる安価なアクセサリではなく、自分の好みや趣味に合わせて選ぶファッションアイテムとして捉えていることがうかがえます。また、「価格が分からない（もらいもの等）」という回答もみられたことから、プレゼントなどを通じてチャームを所有している学生も一定数存在することがわかりました。

また、アルバイトの有無と購入価格の関係を確認したところ、アルバイトをしていない学生では 54%、アルバイトをしている学生では 50%が「1,000 円以上」のチャームを購入しており、大きな差はみられませんでした。このことから、チャームの購入価格はアルバイトの有無だけでは説明できず、個人の趣味や価値観、好きなキャラクターやブランドなど、他の要因も影響している可能性が考えられます。

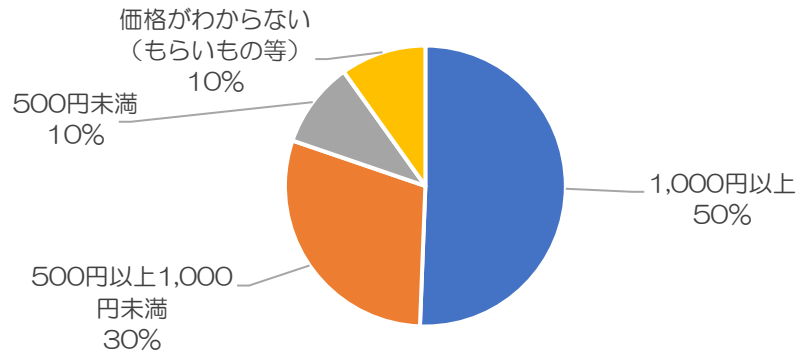


図 25. チャームの平均価格 (N=81)

(13) カバンのチャックの数とチャームの数には傾向あり

カバンについているチャームの数を尋ねたところ、「1 個」と回答した人が 40 人と最も多い結果となりました。カバンのチャック数別の特徴として、チャック 1 個・なしの群ではチャームは 1 個が圧倒的多数で、2 個以降は急激に減っていて、分布が「1 個に強く偏る」形になっています。チャック 2 個の群では、唯一「2 個」が最多 (13 人) になっており、1 個 (10 人)・3 個 (7 人) も多く、全体的にチャーム数が多い傾向があります。チャックが 2 つあることで、それぞれに 1 個ずつ、チャックの数に応じて付けているのかもしれません。チャック 3 個の群では、チャーム数が 1 個と回答した人が多く、シンプルに抑える傾向がありました。チャック 4 個以上の群では、チャーム数にばらつきがあり (1~4 個)、突出した傾向は見えませんでした。以上より、チャームを 1~2 個付けている学生が多いことがわかりました。多くの学生にとって、チャーム 1~2 個が「盛りすぎず、寂しくない」バランスの良い数と考えられている可能性があります (図 26)。

チャックの数と用途の関係として、チャックが 2 個あるカバンは、区画分けがしやすい分、チャームも複数付けやすい (= 装飾する余地がある) のかもしれません。チャームを付けすぎる学生は全体的に少なく、女子大学生の間では「シンプル志向」がやや優勢である可能性があります。

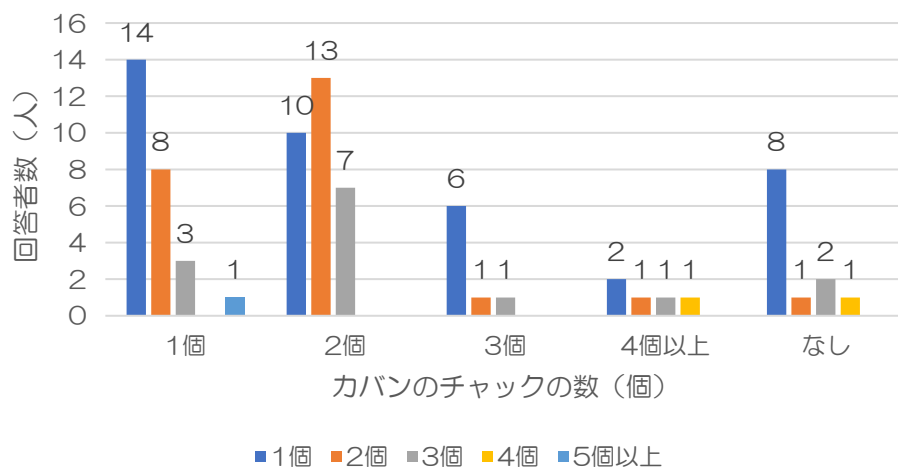


図 26. カバンのチャック数別のチャームの数 (N=81)

考察

今回の調査では、チャームを付けている学生が 56%と過半数を占めていました。その目的として「ファッション・装飾」が最多であった一方、約 2 割が「推し活・自己表現」「目印と識別」を理由にあげていました。さらにチャームの付随機能としてポーチやカードケースといった収納機能を備えたチャームも一定数存在することがわかりました。これらを合わせると、チャームは単なる見た目の飾りではなく、「自分らしさを可視化する手段」と「日常の実用性を高める道具」という二つの役割を同時に担うアイテムとして受け入れられていると考えられます。

一方でチャームを付けない理由の 1 位が「なくしたり壊したりしそう」、2 位が「特に理由はない」であったこと、そしてカバンの色は黒（45%）、素材はレザー（31%）が最多であったことから、女子大学生は派手さよりも管理のしやすさや落ち着いたデザインを好む傾向がうかがえます。チャック数とチャーム数の関係では、チャーム数は「1 個」が最多であり、4 個以上の突出した「盛り付け」はごく少数でした。これは、チャームを通じた自己表現が「主張しすぎない範囲での個性づけ」という、控えめな自己表現の形をとっていることを示していると考えられます。

情報源の 7 割が SNS（特に Instagram）であったこと、そして購入場所として公式ストアやキャラクターショップが多かったことから、「SNS で発見→店頭やオンラインで実物を確認・購入」という購買導線が定着しつつあるとも思います。これは近年の「見て終わり」ではなく「見た上で行動につなげる」消費スタイルの一端を示しており、SNS が単なる娯楽ではなく購買意思決定の重要な情報基盤になっていることを裏付けています。

購入価格に関しては 1,000 円以上が半数を占め、チャームの素材はぬいぐるみが過半数でした。また、使わなくなったチャームも「売る」を選ぶ人はわずか 2%で、9 割が自宅で保管していました。これらの結果から、チャームは消費財というよりも、思い出やキャラクター・ブランドへの愛着を体現する「小さなコレクション」として扱われている可能性が高いです。安価に買い替えられるアクセサリというより、思入れのある「手放しにくいもの」として位置づけられている点が特徴的でした。

チャームを付けていない学生であっても、付けている人への印象は「かわいい」「おしゃれ」「何が好きかわかりやすい」といった好意的なものが大半を占めていました。つまり、チャームを「付ける・付けない」は個人の好みの問題であり、社会的な優劣や対立を生む要素とは関係ないことが言えそうです。これは、チャームという文化が女子大学生の間で広く許容され、多様な選択肢の一つとして共存していることを意味していると考えられます。

通学カバンとチャームの関連の結果を統合すると、学生が使うカバン自体はトートバッグ・レザー・黒色といった実用的でシンプルなものが主流でした。“控えめな土台”に対してチャームが少数（1～2 個）加えられることで、カバン全体としての個性やアクセントが生まれていると解釈できます。チャックの数が多い（区画化された）カバンほどチャーム数にもばらつきが出た点は、収納構造という機能面の違いが装飾行動にも波及することを示唆しています。

以上を総合すると、今回の調査から浮かび上がる女子大学生像は、カバン選びにおいて実用性を土台としながら、情報は SNS を介して収集し、控えめながらも確かな自己表現をチャームというアイテムに託していると言えます。そして、そのチャームに思い出や愛着を重ねなが

ら、長く大切に扱っていく傾向があることが明らかになりました。このように、チャームは単なる流行アイテムにとどまらず、実用性・自己表現・情緒的価値という3つの機能を併せ持つ、現代の女子大学生の消費行動を象徴する存在であると考えられます。

下図は上述の11つのポイントを踏まえ、生成AI(ChatGPT。2026年7月18日(土) 22:38)で作成したペルソナのイメージ図です。



付録：調査票

女子大生の「カバンのチャーム」に関する調査

このたび、女子大生の「カバンのチャーム」の実態を把握し、日常生活における価値観や自己表現の傾向を探ることを目的として、調査を実施することになりました。

お忙しいところ恐縮ですが、本調査へのご協力をお願いいたします。なお回答にかかる時間は5～10分程度です。

調査結果は統計的に処理し、公共の場で公表する場合も、個人が特定されることはありません。

ご不明な点がございましたら、下記の調査主体までお問い合わせください。よろしくお願いたします。

調査主体及びお問い合わせ先：

実践女子大学人間社会学部実践『ベルソナ』研究会2026チームA

E-mail：takeuchi-akinobu@jissen.ac.jp

1.チャームの所持について

Q01. あなたは現在、カバンにチャームをつけていますか。（1つ選択）＊

- ☐ はい
☐ いいえ

2.チャームについて

Q02. 現在、あなたのカバンについているチャームの数は何個ですか。（1つ選択）＊

- ☐ 1個
☐ 2個
☐ 3個
☐ 4個
☐ 5個以上

Q03. あなたが現在つけているチャームのモチーフは何ですか。（複数選択可）＊

- ☐ アニメ・漫画・ゲームのキャラクター
☐ ディズニーキャラクター
☐ サンリオキャラクター
☐ ブランドのロゴ・モノグラム
☐ 特定の作品ではない動物・生き物
☐ 植物・自然のモチーフ（花・月・星・ハートなど）
☐ イニシャル・アルファベット・数字
☐ その他：_____

Q04. あなたが現在つけているチャームの色は何色ですか。（1つ選択）＊

- ☐ ブラック
☐ ホワイト
☐ ピンク
☐ ベージュ/ブラウン系
☐ その他：_____

Q05. あなたがつけているチャームの素材は何ですか。（1つ選択）＊

- ☐ 金属系
☐ プラスチック系
☐ ビーズ系
☐ めいぐるみ素材
☐ ファー
☐ その他：_____

Q06. あなたがつけているチャームの平均価格はいくらですか。（1つ選択）＊

- ☐ 500円未満
☐ 500円以上1,000円未満
☐ 1,000円以上
☐ 価格がわからない（もらいもの等）

Q07. あなたがカバンに着けているチャームの購入者は誰ですか。（1つ選択）＊

- ☐ 自分
☐ 友達
☐ 家族
☐ その他：_____

Q08. あなたのチャームの購入場所はどこですか。（1つ選択）＊

- ☐ キャラクターショップ
☐ 公式ストア
☐ 雑貨店
☐ パラエティショップ
☐ ネット通販
☐ イベントライブ会場
☐ ガチャガチャ
☐ その他：_____

Q09. あなたがチャームを購入するとき最も重視する点は何ですか。（1つ選択）＊

- ☐ デザインの可愛さ
☐ 推しとの関連性
☐ カバンと合わせやすさ
☐ 価格の安さ
☐ 壊れにくさ
☐ 限定感
☐ 友達とお揃いできる
☐ 流行っている

Q10. あなたのチャームに特定のブランドの有無はありますか。（1つ選択）＊

- ☐ あり（特定のブランドやキャラクターのものと決めている）
☐ なし（その時のデザインや直感で選ぶ）
☐ わからない・どちらともいえない

Q11. あなたがつけているチャームの使用期間はどれくらいですか。（1つ選択）＊

- ☐ 1カ月未満
☐ 1カ月以上3カ月未満
☐ 3カ月以上6カ月未満
☐ 6カ月以上1年未満
☐ 1年以上2年未満
☐ 2年以上

Q12. あなたはチャームをつけかえる頻度はどの程度ですか。（1つ選択）＊

- ☐ ほぼ毎日
☐ 週に数回程度
☐ 月に1回程度
☐ 半年に1回～それ以下
☐ 全く付け替えない

Q13. あなたが使わなくなったチャームはどのように保存していますか。（1つ選択）＊

- ☐ 家の引き出しや小物入れにしまっている
☐ 思い出に箱やケースに保管
☐ バックに着けたまま放置
☐ メルカリなどで売った
☐ 友人や身内にあげた
☐ 使わなくなったチャームはない
☐ その他：_____

3.使用しているカバンについて

Q14.あなたが普段、登校時に使用しているカバンの形状は何ですか。（1つ選択）

☐ トートバッグ

☐ リュックサック

☐ ショルダーバッグ

☐ ハンドバッグ

☐ その他:

Q15.あなたが普段、登校時に使用しているカバンの色は何色ですか。（1つ選択）

☐ ブラック

☐ ホワイト

☐ ページュ/ブラウン

☐ グレー

☐ その他:

Q16.あなたが普段、登校時に使用しているカバンの素材は何ですか。（1つ選択）

☐ キャンバス（布）

☐ ナイロン

☐ レザー

☐ ポリエステル

☐ クリア素材

☐ その他:

Q17.あなたが普段、登校時に使用しているカバンのチャックの数は何個ですか。（1つ選択）

☐ なし

☐ 1個

☐ 2個

☐ 3個

☐ 4個以上

4.チャームの役割について

Q18.あなたがチャームを付ける目的は何ですか。（1つ選択）

☐ ファッション・装飾

☐ 推し活・自己表現

☐ 目印・識別

☐ コミュニケーション

☐ 実用的な機能

☐ お守り・思い出

☐ その他:

Q19.あなたがつけているチャームに付随する機能があれば教えてください。
例）ミニ鏡になっている、コームになっている

回答を入力

Q20.チャームをつけることで、あなたの気分はどの程度上がると感じますか。（1つ選択）

12345

全く上がらない

☐

☐

☐

☐

☐

すごく気分が上がる

Q21.あなたがチャームをつけることで得られるメリットは何ですか。（1つ選択）

☐ 気分が上がる・モチベーションになる

☐ バッグが華やか・おしゃれに見える

☐ 自分らしさや個性を表現できる

☐ 推し活として楽しめる

☐ 友人と話題作りになる

☐ 特にメリットは感じない

☐ その他:

5.情報源について

Q22.あなたはチャームの情報をどこで手に入れますか？（複数選択可）

☐ SNS

☐ 店頭

☐ ディスプレイ

☐ 友人・知人の持ち物

☐ Webメディア・雑誌

☐ その他:

Q22s.（Q22で「SNS」を選択した方に質問です）あなたが情報を探すときに最もよく見るSNSは何ですか？（1つ選択）

☐ Instagram

☐ X（旧Twitter）

☐ TikTok

☐ YouTube

☐ その他:

6.チャームの所持について

Q23.あなたがチャームをつけない理由は何ですか。（複数回答可）

☐ 興味がないから

☐ デザインが好きではないから

☐ 子どもっぽい・自分のイメージに合わないから

☐ 持ち物をシンプルにしたいから

☐ 価格が高いと感じるから

☐ 買う機会がないから

☐ どこで購入できるかわからないから

☐ 実用性を感じないから

☐ なくしたり壊したりしそうだから

☐ 特に理由はない

☐ その他:

Q24.あなたは過去、カバンにチャームをつけていましたか。（1つ選択）

☐ はい

☐ いいえ

Q25.あなたは今後カバンにチャームを付けたいですか？（1つ選択）

☐ はい

☐ いいえ

Q26.あなたはチャームを装着している人に対してどのような印象ですか。（1つ選択）

☐ かわいい

☐ おしゃれ

☐ 何が好きなのかわかりやすい

☐ 流行りがわかる

☐ 邪魔そう、重そうだと思う

☐ 特に何も思わない

☐ その他:

7.あなた自身について

F1.あなたは何年生ですか？

☐ 1年

☐ 2年

☐ 3年

☐ 4年

☐ その他:

F2.あなたはアルバイトをしていますか？

☐ はい

☐ いいえ

F3.あなたのファッション系統は何ですか？（1つ選択）

☐ カジュアル

☐ フェミニン

☐ ガーリー

☐ ストリート

☐ シンプル・ミニマル

☐ 韓国系

☐ その他:

14