

実践『ペルソナ』通信 (No. 130)

「カバンのチャーム」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、女子大生の「カバンについているチャーム」について、観察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。

※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

今回の調査を通して、実践女子大学生はカバンにチャームを付けている人の割合が高く（56.1%）、その中でもキャラクターなどの自分の趣味や好みに応じたものを付けている人が多く見受けられました。また、チャームを付けている人の半数が 1 つのみ付けていることも分かりました。チャームにより自分の個性や好みを表現することが分かりました。また、観察時に話を聞いたところ、チャームは「気分や服装に合わせて付け替えている」という学生も見られました。好きなキャラクターや推しのグッズ、季節に合わせたデザインなど、その時々的好みに応じてチャームを付け替えることで、自分らしさや個性を表現していることが分かりました。

調査結果のポイント

（1）チャームを付けている学生が過半数を占める

観察調査では、カバンにチャームを付けている学生が半数以上見られました。チャームは多くの女子大学生にとって身近なアイテムであり、日常的なファッションの一部として取り入れられていることが考えられます。

（2）キャラクターやぬいぐるみ素材のチャームが多い

観察では、キャラクターやぬいぐるみ素材のチャームを付けている学生が多く見られました。好きなキャラクターや趣味を取り入れることで、自分らしさや個性を表現していることが考えられます。

（3）チャームは 1 個のみ付けている人が多い

チャームを付けている学生の多くは、1 個のみ付けていました。必要以上に装飾するのではなく、シンプルなデザインを保ちながらワンポイントとしてチャームを取り入れる傾向があると考えられます。

(4) シンプルなカバンにチャームでアクセントを加えている

観察したカバンは黒やベージュなど落ち着いた色合いのものが多く見られました。そのため、チャームはシンプルなカバンに彩りや個性を加えるアクセントとして活用されていることが考えられます。

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：2026年6月～2026年7月
- ・調査場所：実践女子大学渋谷キャンパス・調査協力者の居住内スペース

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 磯邊杏咲・鈴木歩未・馬場麻優菜・森口花利南

写真

【キャラクター】





【動物系】



【プラスチック製】





【お守り】



調査後記

今回の調査を通じて、女子大学生の多くがカバンにチャームを付けていることが分かりました。観察調査ではチャームを付けている学生を半数以上見られ、A面の調査結果と同様に、チャームは女子大学生にとって身近なファッションアイテムであることが確認できました。また、キャラクターやぬいぐるみ素材のチャームが多く見られ、シンプルなバッグにアクセントとして取り入れられている様子が見られました。

さらに、観察時に話を聞いたところ、チャームは気分や服装、その日の予定に合わせて付け替えているという学生も見られました。同じバッグでもチャームを変えることで印象を手軽に変えられるため、自分らしさや個性を表現するアイテムとして活用されていることが分かりました。全体を通して、同じチャームの付け方をしている学生はほとんどおらず、それぞれが自分の好みや趣味を反映した組み合わせを楽しんでいることが印象的でした。

今回調査において、多くの学生の皆様に快く調査への協力や写真撮影の承諾をいただいたことで本報告書を作成することができました。ご協力いただいた皆様に、この場をお借り心より感謝申し上げます。今回調査得られた経験を今後の調査・析にも生せるよう、メンバー一同さらに努力してまいります。