

実践『ペルソナ』通信 (No. 94)

「ペンケース」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「ペンケース」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。

はじめに

女子大生が勉強する際に欠かせない必需品として「ペンケース」があります。ペンケースには様々なデザインや形、素材があり、その人の個性を表しているものだと考えられます。そこで今回の調査では、イマドキの女子大生の「ペンケース」について、調べていきます。

総括

今回の調査を通して、実践女子大学生のペンケースは自分で選んだ人が多く、中でも「雑貨屋」で選んでいる傾向が見られました。ペンケースの気に入っている点として、「デザイン」や「形」、「色」などの見た目が重視されており、デザインは「無地」が多く、形状は「布」が多いことがわかりました。ペンケースを選ぶタイミングとしては、「気分」や「壊れたから」という理由が挙げられました。また、ペンケースや文房具を変えることと、勉強のモチベーションには関係があることがわかりました。

Topics

- (1) ペンケースを所持している人は約9割
- (2) 自分でペンケースを選んだ人が多い
- (3) ペンケースは雑貨屋で購入する人が多い
- (4) ペンケースのデザインは無地が半数
- (5) ペンケースの素材は「布」が半数
- (6) ペンケースの中身に余裕を持たせている割合が多い
- (7) ペン以外にペンケースに入っているものは大学生らしいもの
- (8) 自分のペンケースに愛着がある人は約6割
- (9) どの価格帯もデザインを挙げている人が最も多い
- (10) ペンケースをプレゼントする際、最も重視されるのは「デザイン」
- (11) プレゼントとして出せる金額は、「1,000円以上～2,000円未満」が約半数
- (12) ペンケースに関して情報収集のためにSNSを使用する割合は少ない
- (13) ペンケースの使用年数は、大体1～3年が多い
- (14) ペンケースを変えるタイミングはそれぞれ
- (15) 文房具を変えると勉強のモチベーションが上がる

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 原知奈美 伊藤万由子 瀧本美結 伊藤佑夏

調査概要

- 調査対象：実践女子大生1～4年生
- 調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- 調査期間：2020年6月18日（木）～ 6月20日（土）
- 有効回答者数：110名
- 回答者の属性：1年生（3.6%）、2年生（20%）、3年生（72.7%）、4年生（3.6%）

調査結果

（1）ペンケースを所持している人は約9割

ペンケースを所持していると回答した人は96%、所持していない人と回答した人は4%であり、約9割の人がペンケースを所持していることがわかりました（図1）。

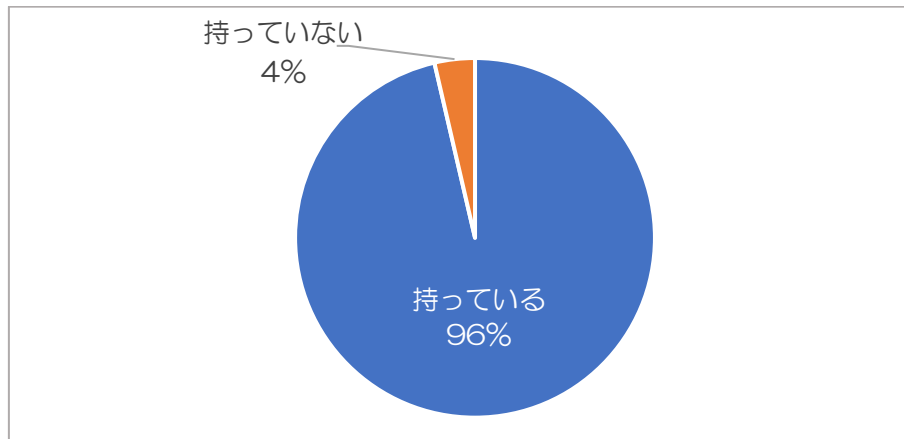


図1. ペンケースの所持状況（N=110）

（2）自分でペンケースを選んだ人が多い

ペンケースをどのように手に入れたかについて、自分で選んだという割合が81.1%と最も高く、次に自分以外からもらった（プレゼント含む）の16%でした（図2）。この結果から、ペンケースを購入する際、自分で選んでいる人が多いということがわかりました。

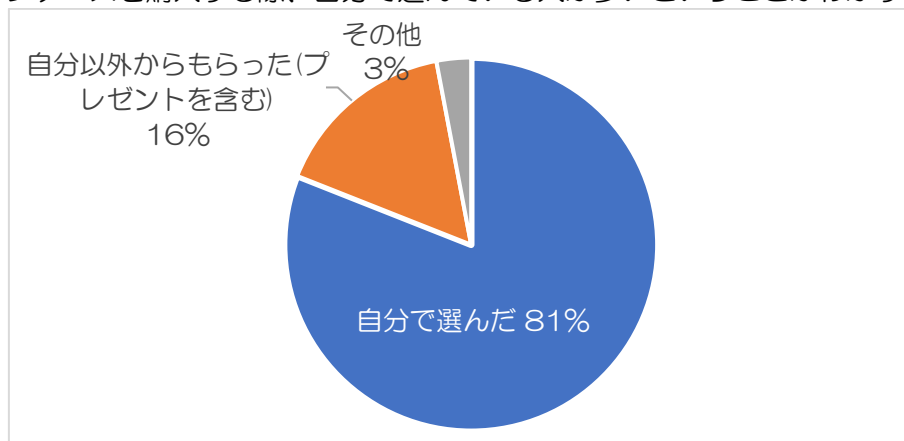


図2. ペンケースの購入手段（N=106）

(3) ペンケースは雑貨屋で購入する人が多い

ペンケースの購入場所について、「雑貨屋」と回答した割合が75%と最も多く、次に「ネットショッピング」が8%、「ブランドショップ」が5%でした（図3）。この結果から、雑貨屋で購入する人が全体の2/3を占めていることがわかりました。また、商品を直接確認できる実店舗の他に時間や場所に縛られず、いつでも買い物ができるネットショッピングを活用している人も見られました。その他の意見として、雑誌の付録や自分で記事を選んで作れるアプリを利用したペンケースを使っているなど様々な意見がありました。

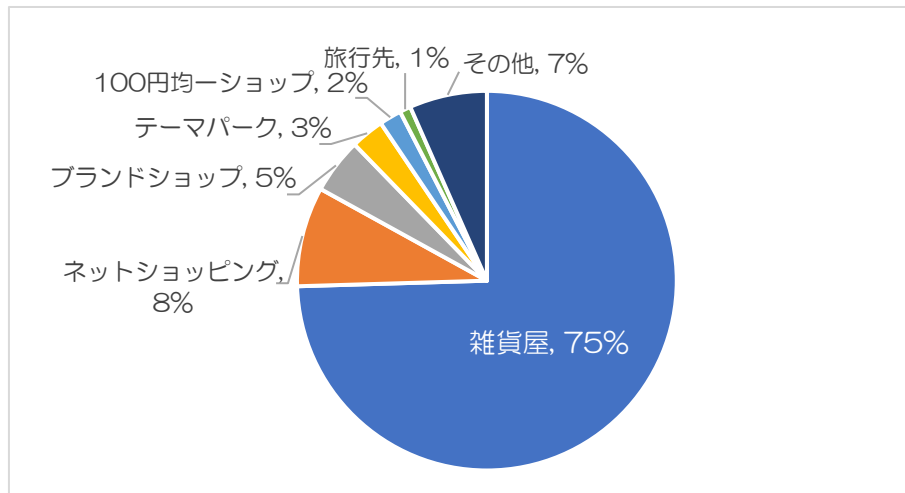


図3. どこでペンケースを購入することが多いか (N=106)

(4) ペンケースのデザインは無地が半数

ペンケースのデザインについて、「無地」と回答した割合が53%と最も多く、次に「柄物」が23%、「キャラクター」が14%でした（図4）。この結果からペンケースのデザインは「無地」が半数を占めており、シンプル型が好まれることがわかりました。加えて、「柄物」や「キャラクター」などのデザインより飽きることなく、長期間使用し続けられるものを購入している傾向があると考えられます。

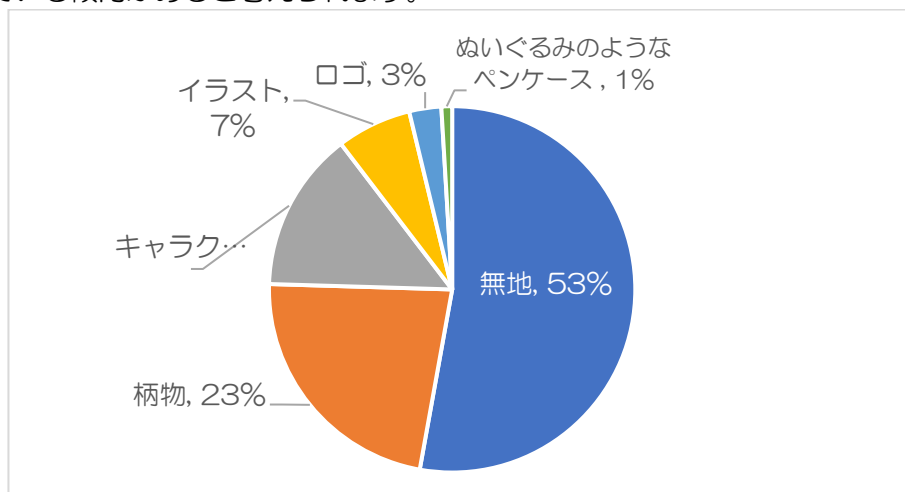


図4. ペンケースのデザイン (N=106)

(5) ペンケースの素材は「布」が半数

ペンケースの素材で最も多かったのが「布」で49.1%でした。次に多い素材は、「プラスチック」が16.0%、「革」が15.1%、「ビニール」が14.2%と並ぶ結果でした（図5）。ペンケースの素材として、「布」を好んでいる人が多い傾向にあるということがわかりました。

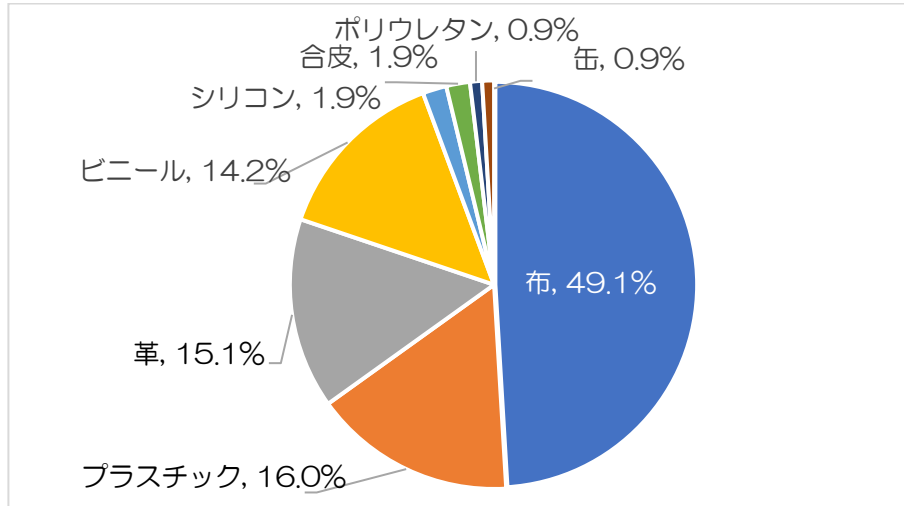


図5. ペンケースの素材 (N=106)

(6) ペンケースの中身に余裕を持たせている割合が多い

ペンケースに入るペンの本数は「5本以上～10本未満」と「10本以上～15本未満」が多い中、実際にペンケースに入れているペンの本数は「5本未満」が最も多い結果でした（図6、図7）。この結果からペンケースの容量に対して、ペンの数には余裕を持たせている傾向にありました。

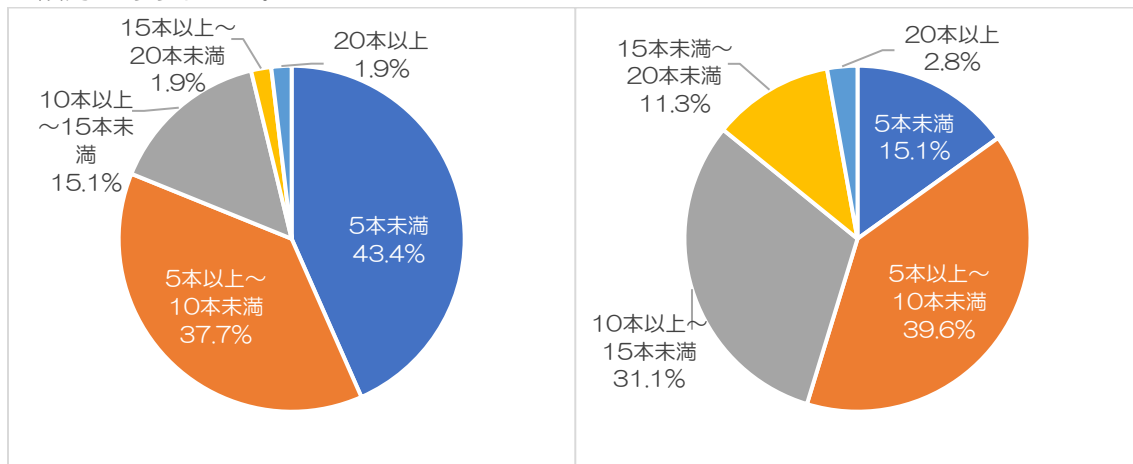


図6. ペンケースに入るペンの本数 (N=106)

図7. ペンケースに入っているペンの本数 (N=106)

(7) ペン以外にペンケースに入っているものは大学生らしいもの

ペン以外にペンケースの中に入っているものとして、最も多かったのは「消しゴム」で105人、続いて「USB」66人ということがわかりました（図8）。「USB」は、大学生らしいものだと考えられ、大学生にとって「USB」を落としたり、なくしたりすると困るためペンケースに収納する傾向があると考えられます。

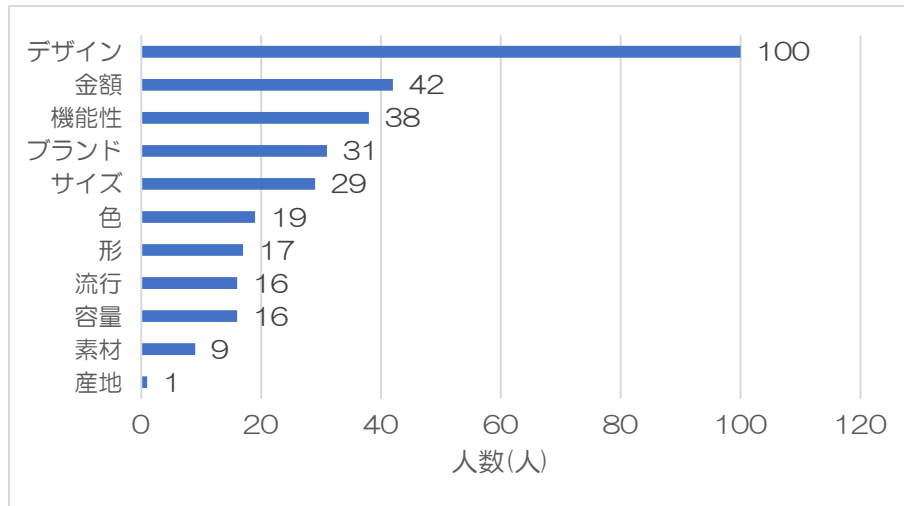


図8. ペン以外でペンケースに入っているもの (N=384)

(8) 自分のペンケースに愛着がある人は約6割

自分のペンケースに愛着があるかについて、「ややある」と回答した割合が36%と最も多く、次に「普通」が26%、「とてもある」が23%でした（図9）。この結果から、約6割の人が自分のペンケースに愛着を持っていることがわかりました。一方、自分のペンケースに愛着を持っていないが使用している割合が15%いることが判明しました。

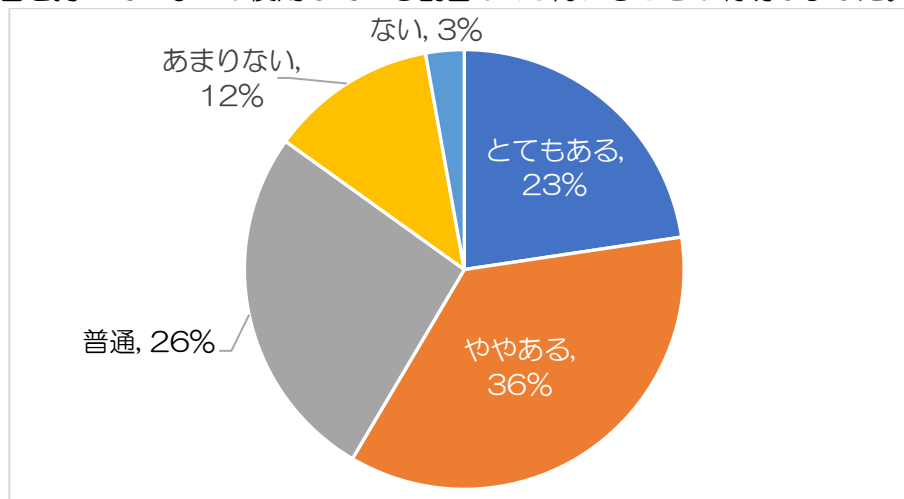


図9. ペンケースに愛着があるか (N=106)

(9) どの価格帯もデザインを挙げている人が最も多い

以上のことから、気に入っている点としてどの価格帯もデザインを挙げている人が最も多いことがわかりました。次に比較的どの価格帯もペンケースの色や形を気に入っている傾向がありました。3,000円以上～4,000円未満の高価格帯のみ、色や形より容量やブランドを重視しているといえます。つまり、女子大生のペンケースは容量・機能性・素材よりも見た目のデザイン・色・形を気に入って購入していることが考えられます（表1）。

表1. ペンケースの気に入っている点と価格帯のクロス集計表

ペンケースの気に入っている点(3つ)	デザイン	金額	色	形	素材	容量	機能性	流行	ブランド	真い物	合計
500円未満	11	4	6	8	3	7	1	1	1	0	42
500円以上～1,000円未満	18	8	13	11	6	12	10	0	1	2	81
1,000円以上～2,000円未満	31	6	19	21	13	19	13	1	5	1	129
2,000円以上～3,000円未満	5	1	4	3	1	0	2	0	2	0	18
3,000円以上～4,000円未満	4	1	1	2	0	3	1	0	3	0	15
真い物であるため、値段は分からない	5	2	4	3	3	8	3	0	1	4	33
合計	74	22	47	48	26	49	30	2	13	7	318

(10) ペンケースをプレゼントする際、最も重視されるのは「デザイン」

ペンケースをプレゼントする際に重視されるのは「デザイン」で100人、次に重視されるのが「金額」が42人、「機能性」が38人、「ブランド」が31人という結果でした（図10）。この結果から、ペンケースを選ぶ際には、どの項目よりも「デザイン」を最も重視している人が多いことがわかりました。

プレゼントという事もあり、「流行」や「容量」にも気を配る傾向にあります。相手がどのようなペンケースが欲しいのか、できるだけ全ての項目を網羅しようという傾向も読み取れます。

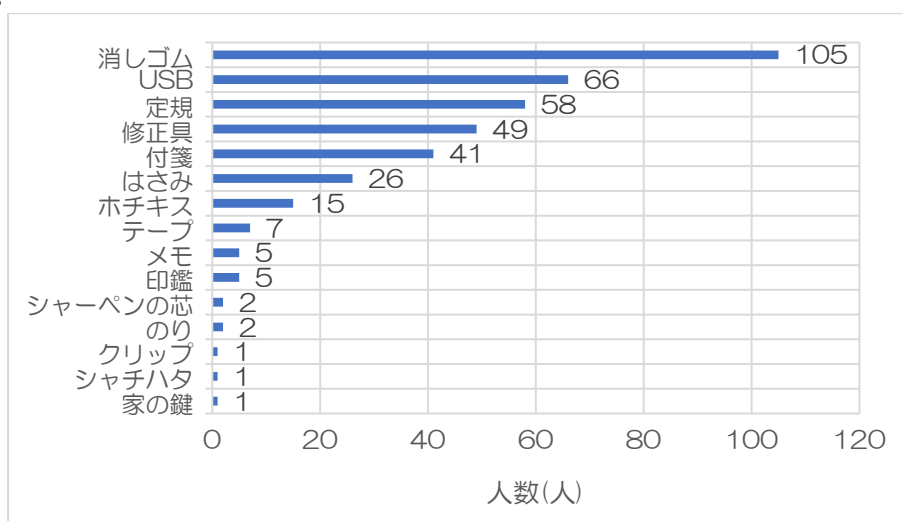


図10. プレゼントをするとしたら何を重視して購入するか (N=318)

(11) プレゼントとして出せる金額は「1,000円以上～2,000円未満」が約半数

パンケースをプレゼントする際、出せる金額として「1,000円以上～2,000円未満」が47.2%と約半数、次に多かったのが「2,000円～3,000円未満」が31.1%という結果でした(図11)。プレゼントという事もあり値段が張りすぎず、パンケースとしては、少し高価なものをプレゼントしたいと考える人が多いと考えられます。

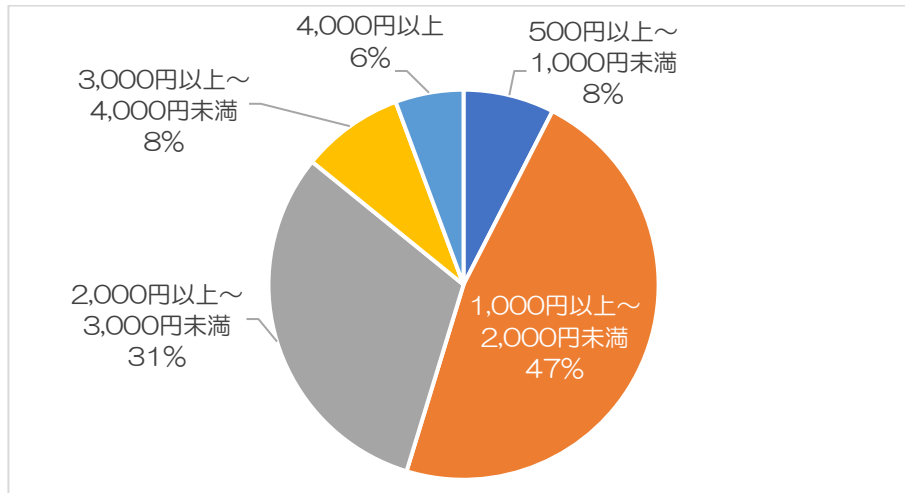


図11. パンケースをプレゼントするとしていくら出せるか (N=106)

(12) パンケースに関して情報収集のために SNS を使用する割合は少ない

パンケースに関して、情報収集の手段に SNS を使用する「いいえ」が73.6%、情報を発信するために SNS を活用するで「いいえ」は94.3%という結果でした(図12、13)。パンケースと SNS との関係性は低いことがわかります。

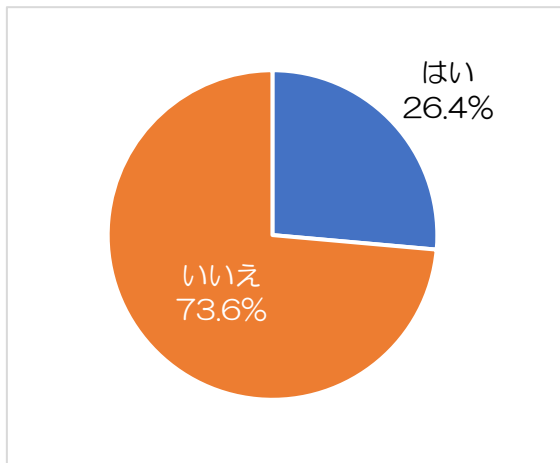


図12. パンケースの情報収集に SNS を使ったことがある (N=106)

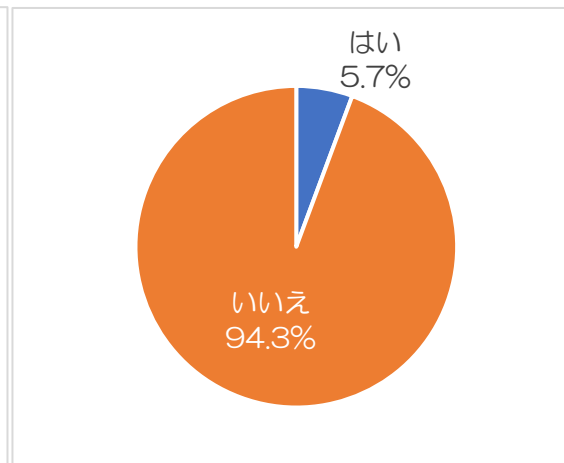


図13. パンケースを SNS に投稿した経験がある (N=106)

(13) ペンケースの使用年数は、大体 1～3 年が多い

ペンケースの使用年数の使用年数については、「2年」と回答した割合は26%と最も高く、次に「1年」が23%、「3年」が22%でした(図14)。この分析結果から、ペンケースの使用年数は1～3年の間が多く、その中で比較的使用年数に大きな差はないことがわかりました。

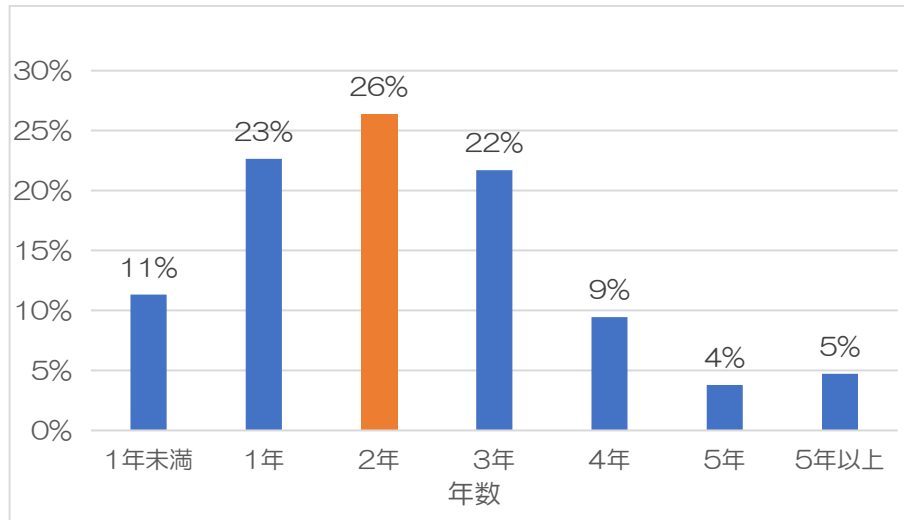


図14. ペンケースの使用年数 (N=106)

(14) ペンケースを変えるタイミングはそれぞれ

ペンケースを変えるタイミングについては、特に決まったタイミングはなく、「気分」で変えるという人が、36人と最も多い結果になりました。次に「壊れてから」が30人と多くなりました。その他にも様々な理由に分かれました(図15)。また、新学期にペンケースを買い替えた経験が「ある」と答えた人が85%でした(図16)。

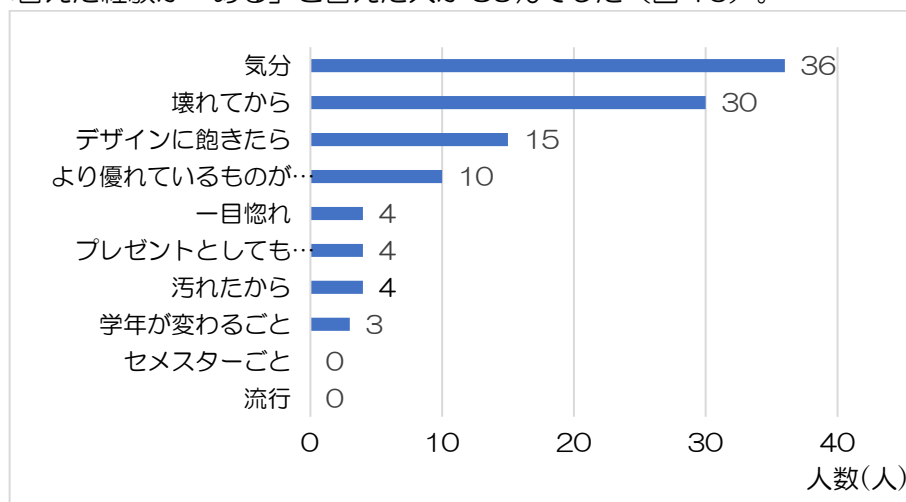


図15. ペンケースを変えるタイミング (N=106)

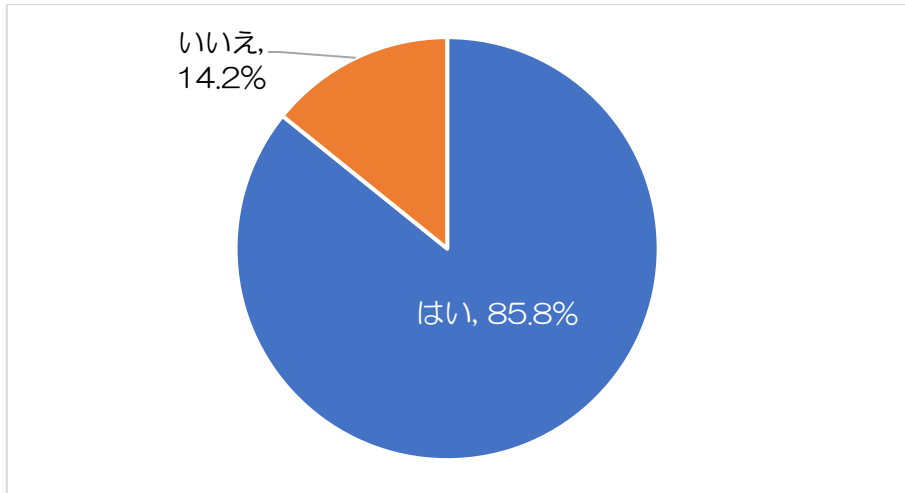


図 16. 新学期にペンケースを買い替えた経験があるか (N=106)

(15) 文房具を変えると勉強のモチベーションが上がる

「ペンケース」・「ノート」・「シャープペン」・「カラーペン」を変えた時に、勉強のモチベーションに繋がると回答した人が、それぞれ多い傾向が見られました。特に「ノート」と「シャープペン」がモチベーションに繋がる傾向が高いことがわかりました(図 17)。また、モチベーションが上がるペンケースについて自由回答を求めたところ、主に「デザイン」が約 23%、「機能性」や「使いやすさ」が約 22%、「自分の好きなキャラクター」など好きなものと関連しているものが約 19%という結果でした。

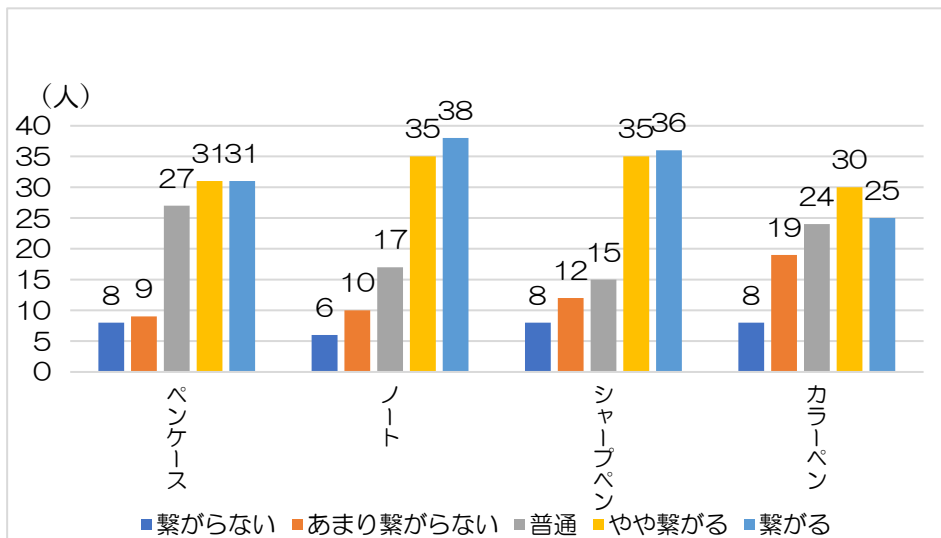


図 17. 文房具と勉強のモチベーションの関係 (N=106)

考察

今回の調査から、女子大生は自分でペンケースを選んだ人が多く、中でも「雑貨屋」で購入している人が多いことがわかりました。ペンケースの素材は「布」が多く、デザインは「無地」が多い傾向に見られました。容量については、ペンケースに入るペンの本数は「5本以上～10本未満」と「10本以上～15本未満」が多い中、実際にペンケースに入れている

ペンの本数は「5本未満」が最も多く、その次に「5本以上～10本未満」が多いことから、ペンケースの容量に対してペンの本数は余裕を持たせていることがわかりました。この結果から、女子大生はシンプルなデザイン、そして容量は少ないコンパクトなペンケースを好む人が多いといえます。加えて、ペン以外でペンケースに入っているもので、「消しゴム」が最も多く、その次に「USB」と大学生らしいものが入っていました。大学生にとって「USB」は、落としたり、なくしたりすることは厳禁であるため、ペンケースに収納する傾向があるのではないかと考えられます。

また、気に入っている点として価格帯ごとに大きな差はなく、「デザイン」を挙げている人が最も多いという結果になりました。ペンケースは「容量」・「機能性」・「素材」よりも見た目の「デザイン」・「色」・「形」を気に入って購入している傾向があるといえます。一方、ペンケースをプレゼントする際に重視する点は「デザイン」で、次に「金額」、「機能性」でした。この結果から、自分のペンケースはデザインの他に色や形を重視する傾向がある一方、プレゼントのペンケースは金額や機能性を重視して購入する違いが見られました。値段を比較すると、どちらも「1,000円以上～2,000円未満」の割合が最も高いことがわかりました。しかし、2,000円以上で比較すると自分のペンケースは約1割、プレゼントは約4割であることから、自分のペンケースにはあまり値段をかけずプレゼントに金額を重視しているといえます。

ペンケースを変えるタイミングとして、「気分」や「壊れてから変える」という人が多く見られましたが、理由は様々でした。また、新学期にペンケースを買い替えた経験が「ある」と回答した人が多いことから、新学期にペンケースを変えたいという気分になるのではないかと推測できます。一方でSNSがペンケースに与える影響は少なく、「情報収集にSNSを利用したことがある」、「実際にSNSに投稿したことがある」人は少ない結果になりました。

最後に文房具と勉強のモチベーションに関しては、全体的に文房具を変えるとモチベーションが上がる傾向があり、文房具ごとにやや差がありますが、文房具を変えるとモチベーションに繋がる人と、どの文房具を変えてもモチベーションに繋がらない人の2パターン存在することがわかりました。また、モチベーションに繋がるペンケースについての自由回答結果から、使いやすさに加えて、自分好みの見た目と好きなものは関係性があり、勉強のモチベーションに繋がると考えられます。

これらのことから、女子大生は自分のタイミングでペンケースを購入する機会が多く、デザインや形などの見た目を重視して購入していることがわかりました。現在、SNSが普及しているにも関わらず、SNSを活用した情報収集をしている人は少ないため、ペンケースは流行に左右されないと予測できます。そして、ペンケースや文房具を新しくすることで勉強のモチベーションに繋がることから、定期的に購入することでモチベーションを維持できるのではないかと思います。