

2015年12月15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 Side-*Be* (No.B-17)  
「実践女子大生におけるパッケージ買いの実態」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、「実践女子大生におけるパッケージ買いの実態」についてのアンケート調査（実践『ペルソナ』通信（No.17））の結果をもとに、好きなキャラクターがいる実践女子大生は74%で、60%はパッケージの見た目で商品を購入したことがあると回答しており実際の購入品について、調査しました。

※実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* とは、実践『ペルソナ』通信として公表された調査結果をもとに、写真観察を行い、さらに深く実態を考察した調査レポートです。

調査結果

パッケージ買いの実際の購入品

【フェイスパウダー】



【リップクリーム】



【ジップロック】



【洗濯ネット】



【ウェットティッシュ】



【かがみもち】



【汗ふきシート】



【タッチペン】



【キャンディ】



【洗剤】



【柔軟剤】



【芳香剤】



【クレンジングオイル】



【ペットボトル飲料】



ペットボトル飲料や、洗剤、柔軟剤など日常的に使用するものが期間限定でキャラクターとコラボレーションしているものが多いと感じられた。サンリオやディズニー、ご当地キャラクターなど様々なキャラクターとコラボレーションしていることが分かった。

調査担当

実践「ペルソナ」研究会

3年 神谷舞花

3年 貫井千尋

3年 八塩美緒