

実践『ペルソナ』通信 (No. 67)
「女子大生における TDL でのカチューシャ購買行動」に関する調査結果
～女子大生 100 人に聞いた「写真を撮りたい場所」 *Ranking*～

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、女子大生を対象に、「カチューシャを購入した際、写真を撮りたい場所」についてアンケート調査を実施しました。有効回答者数は 100 サンプルでした。

その結果をランキング形式で、1位から10位までを発表します。

※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「マーケティング（担当：斎藤明）」、「統計科学（担当：竹内光悦）」、「経営学（担当：篠崎香織）」、の3つの分野のゼミ生を中心に組織され、実践女子大生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を科学する研究会です。

女子大生 100 人に聞いた「写真を撮りたい場所」ランキング

1	フォトスポットとされているところ	47票
2	シンデレラ城の前	16票
3	カラフルな壁	7票
4	アトラクション	6票
5	トゥーンタウン	4票
5	ディズニーだと分かる場所ならどこでも	4票
7	キャラクターグリーティング	2票
8	季節限定のオブジェの前	1票
8	トイレの鏡越しに	1票
8	ライトアップが綺麗なところ	1票
8	レストラン	1票
	特になし	11票

今回の調査結果で、半数近い女子大生が「フォトスポットとされているところ」と回答している。TDLでフォトスポットとされている場所は多数あるが、どの場所もディズニーの世界に入り込んだかのような写真を撮影することができる。また、「シンデレラ城の前」も次いでかなりの人気である。カチューシャを購入したことで、夢の世界の仲間入りをしたという隠された意識が、ディズニーの世界を感じることでできる場所を求めているのだろうという仮説を立てた。

また、女子大生の多くが利用する SNS の影響も大きいと考えられる。今回の調査においても SNS の影響があるだろう回答が見られた。

(1) 1 位：「フォトスポット」。

パーク内のフォトスポットは、世界観が分かりやすい（または伝わりやすい）ことが多い。専用のカメラマンがいるフォトスポットもあれば、より魅力的な写真を撮ることができるようにパーク内には「フォトスポット」マークが設置されている。ここぞ TDL という、とっておきのフォトスポットを目に見える形で示している。そこに立ち、矢印の方向を向いて写真を撮ると極めて素晴らしい構図となる。両パーク合わせると実に 39 か所もある。この素晴らしい構図が共感され、堂々の 1 位となったのではなかろうか。

(2) 2 位：「シンデレラ城の前」。

TDL といえば、シンデレラ城を思い浮かべる人が多いだろう。シンボルといっても過言ではないシンデレラ城は、昔も今も変わることがない人々の思い出の場所として人気が続くと推測できる。女子大生にとっても、シンボルであるシンデレラ城は欠かすことができない写真スポットであると言える。

(3) 3 位：「カラフルな壁」。

カラフルな壁は近年、SNS 等での投稿が目立ったことから、上位にランキングするのは納得の結果と言えるだろう。SNS に投稿するだけでなく、SNS のアイコンに使用している例も非常によく見かける。

(4) 4 位：「アトラクション」。

各アトラクションには様々な仕掛けがあるため、写真を撮っている人を良く見かける。例えば、「空飛ぶダンボ」の横にはアトラクション同様ダンボに乗っているような写真が撮ることができる写真用のダンボがある。「バズ・ライトイヤーのアストロブラスター」のすぐ横には、トイ・ストーリーでおなじみのキャラクターのオブジェがある。また、アトラクションの待ち時間に友人と写真を撮って遊んで待っているというケースもよくある例と言えるだろう。

(5) 5 位：「トゥーンタウン」。

ミッキーマウスやミニーマウスなど人気キャラクターの家が集まるトゥーンタウンは、ポップな街並みが人気のヒミツではなかろうか。映画の世界に入り込んだかのような写真や、ミッキーの家でおなじみの「ミッキーの家とミート・ミッキー」でミッキーとともに写真撮影ができることも人気を集める要因だと考えられる。

(6) 5 位：「ディズニーと分かる写真ならどこでも」。

トゥーンタウンと並んでこの回答が多かったことから、女子大生の「ディズニーの世界」で写真撮影がしたいという心理が読み取れる。

(7) 7 位：「キャラクターグリーティング」。

ディズニーキャラクターと写真撮影ができるキャラクターグリーティングは連日人々が列をつくるほどの人気だ。しかし、今回の調査ではあまり票が集まらなかった。キャラクターグリーティングの列に並ぶ行為は、女子大生にはそこまで魅力があるものではないのだろうか。

(8) 8位：「季節限定のオブジェの前」

近年、季節絡みの期間限定のイベントを多く行っている。その際も毎回人気となる写真スポットができる。限定のものに敏感な女子大生は、季節限定のオブジェの前での撮影は欠かせないのだろう。

(9) 8位：「トイレの鏡越しに」。

背景に何も映らないこと、皆が写真に入ることができることが良いのだろう。

(10) 8位：「ライトアップが綺麗なところ」。

パーク内はライトアップに非常に力を入れているのではないかと感じている。しかし、ライトアップを求めて写真を撮る女子大生は少ない。(11)の項目にもあるが、自然光を求めて自分たちを綺麗に映したいという心理が働き、女子大生にとってライトアップは見るものであり、一緒に撮るものではないのだろうか。

(11) 8位：「レストラン」。

パーク内のレストランは内装のこだわっているお店が多い。また、ミッキーの形の食べ物もあちらこちらにある。思わず写真を撮りたくなってしまいうこともランクインした要因だろう。

(12) 特になしの内訳

「自然光があるところならどこでも良い。特にこだわりはない。」「自分たちの写真はあまり撮らない。」等の意見もあった。

調査結果について

<調査概要>

1. 調査対象：女子大生 1-4 年生
2. 調査方法：調査票調査
3. 調査期間：2017 年 12 月 ~2017 年 1 月
4. 有効回答者数：100 人

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会
3 年 菅野 千文美