

かわいい研究

現代女性の抱く“かわいさ”ってどんなこと？



女性の感じる“かわいい”色やデザインを探り、さらに6つの“かわいい”タイプを顕在化

現代における「かわいい」は、ひとつの形容詞であることには変わりはないですが、その奥に様々な意味を含む表現へと変化しています。

口にする頻度も増え、「きゃりーぱみゅぱみゅ」といったアイコン的存在の登場なども相まって、「かわいい」イメージの解釈が広がると共に非常に身近なものになってきています。

本研究では、女性がかawaiiと感じるデザインやイメージを分析すると共に、かわいいのタイプ分類を試み、そのタイプ毎にみたデザイン嗜好や意識項目を分析することで、「かわいい」について探ることを目的としています。

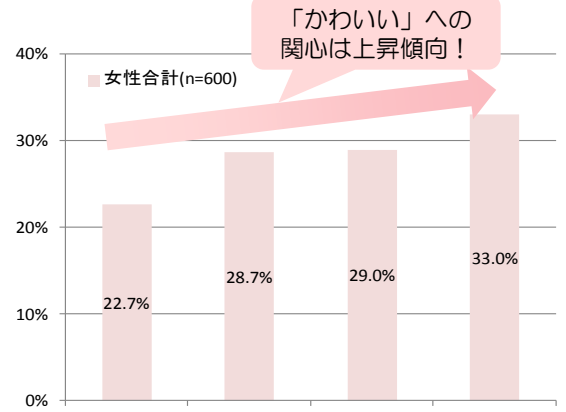
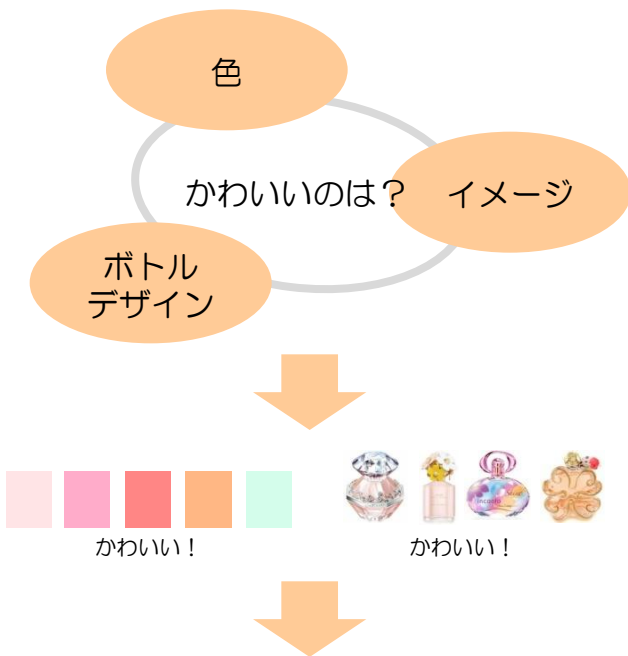


図 好きなイメージに「かわいい」と回答した割合の推移 (学生～50代の女性600名)

● 女性の感じる“かわいい”色やデザインは？



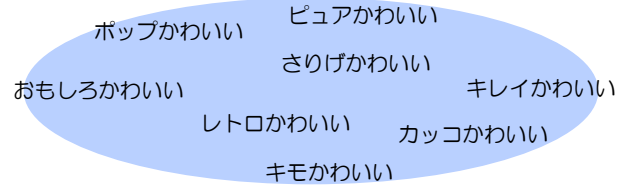
ライフステージ別では？

3.2 色からみた“かわいい”「かわいい」と感じる色

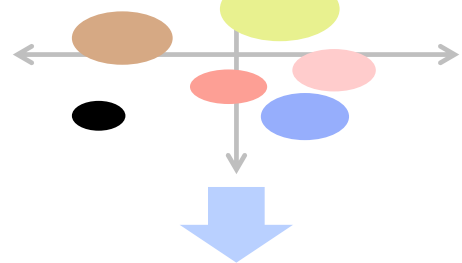
年齢	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50歳以上
色	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50歳以上
特徴的な項目	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50歳以上

● “かわいいタイプ”にはどんなものがあるの？

共感できるかわいさは？



かわいいタイプの抽出とマッピング



各タイプを表すデザイン嗜好性や反応しやすい人は？

4.5.5 タイプ5 「ポップかわいい」タイプ(63人、12.2%)

このクラスターにおけるデザイン嗜好の世界観

かわいい/楽しい/キュートな/ポップ/ロマンチック

このクラスターが共感するかわいさ

- ・ポップかわいい (多色使いや水玉模様などキラキラするようなかわいさ)
- ・萌えかわいい (かわいらしさや印象的なキュートなかわいさ)
- ・ロマンかわいい (1匹の動物や恋人の姿など、ロマンチックなかわいさ)

ライフステージ構成比

概要

女性540名を対象としたデザイン嗜好調査データより、女性の感じるかわいい「色」、「化粧品のボトルデザイン」、「共感できるかわいさ」について分析。また、ライフステージの切り口からも探る。

さらに、「共感できるかわいさ」のデータより、6つのかわいいタイプを抽出し、“かわいいマップ”を作成。それぞれのタイプのデザイン嗜好や価値観についても探る。

NCDのノウハウでイメージを網羅するよう選定したビジュアルパネルと、生活の中での関心事や価値観などの項目を併せて調査し、デザイン嗜好と意識の切り口から多角的な視点で“かわいい”について分析している。

コンテンツ

1.研究概要

2.総括

3.ライフステージ別にみた「かわいい」デザイン、イメージ分析

3.1.概要

3.2.色からみた“かわいい”

3.3.形状からみた“かわいい”

3.4.イメージ・ワードからみた“かわいい”

かわいいデザインやイメージは？
ライフステージによって違うの？

4.“かわいい”コンセプトのタイプ分類

4.1.概要と分析手順

4.2.分析データ（共感できるかわいさ）

4.3.かわいさ要因の解釈

4.4.クラスター分析によるかわいいタイプ分類結果概要

4.5.各かわいいタイプの詳細

4.6.イメージスケール上でみたかわいいタイプとイメージの関係

かわいいにはどんなタイプがあるの？
かわいいタイプ毎のデザイン嗜好や
価値観の特徴は？

調査概要

- ・研究対象 : 学生から50代前半の女性540名
- ・調査方法 : WEB調査
- ・調査時期 : 2012年2月
- ・分析計画 : ①ライフステージ別クロス集計
②かわいさの要因軸抽出
③かわいいタイプ抽出のためのクラスター分析
④かわいいタイプ別クロス集計
⑤かわいいと思うもののフリーアンサー

発行時期と価格

- ・発行 : 2012年11月末予定
- ・説明会セット価格 : ￥130,000（税込）
【内容】 報告書・PDFデータ・説明会（1h程度）
※上記の価格は基本料金です。
開催場所、参加人数等により追加料金が発生する場合がございます。
- ・資料価格 : ￥100,000（税込）
【内容】 報告書・PDFデータ



お問い合わせ

(株)日本カラーデザイン研究所 03-3818-0071 <http://www.ncd-ri.co.jp/> 開発部 清澤 (HPメールフォームよりお問い合わせください)