

# 押し活に関する調査データ

## ～押しの実態 編～

2024年10月

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2024年10月7日(月) ~ 10月12日(土)
- 調査対象 : 全国在住の男女 18歳~59歳
- 有効回答 : 480名

## 【内訳】

	男性	女性
18~29歳	60名	60名
30~39歳	60名	60名
40~49歳	60名	60名
50~59歳	60名	60名
合計	240名	240名

## ※調査にあたり以下の定義づけを行った

## 「推し」とは

- ①実在する人物（アイドル、ミュージシャン、俳優、芸人、タレント、モデル、声優、スポーツ選手、作家、漫画家、芸術家、文化人、インフルエンサーなど）
  - ②架空のキャラクター（アニメ・マンガ・小説のキャラクター・作品、ゲームのキャラクター・作品、キャラクター、Vtuberなど）
  - ③団体（アイドルグループ、スポーツチーム、劇団など）
- ①~③のいずれかに掲げた対象を特に応援したり、ファンであったり、お気に入りであったりすることを言います。

## 「推し活」とは

「推し」を積極的に意識しながら採る行動のことを指します。

- “推し”に関して全体では、「いる」が37.5%、「過去はいたが、今はいない」が14.4%。現在または過去に“推し”がいる（いた）人が半数以上。
- 「いる」を性別で見ると、男性(29.2%)より女性(45.8%)のほうが16.6ポイント高い。
- 女性を年代別で見ると、低い年代で「いる」の割合が高く、高い年代で「過去はいたが、今はいない」が高い。

## Q1.現在、あなたには「推し」がいますか。(SA)

N=全員

単位：%

				TOP2
全体(480名)	37.5	14.4	48.1	51.9%
男性(240名)	29.2	15.8	55.0	45.0%
女性(240名)	45.8	12.9	41.3	58.7%
男18～29歳(60名)	31.7	18.3	50.0	50.0%
男30～39歳(60名)	21.7	13.3	65.0	35.0%
男40～49歳(60名)	35.0	10.0	55.0	45.0%
男50～59歳(60名)	28.3	21.7	50.0	50.0%
女18～29歳(60名)	55.0	8.3	36.7	63.3%
女30～39歳(60名)	50.0	10.0	40.0	60.0%
女40～49歳(60名)	41.7	11.7	46.7	53.4%
女50～59歳(60名)	36.7	21.7	41.7	58.4%

TOP2:いる+過去はいたが、今はいない

■ いる
 ■ 過去はいたが、今はいない
 ■ 今も過去もない

- “推し”対象として最も割合が高いのは「日本のミュージシャン、バンド、歌手」(31.7%)。「J-POPアイドル」(26.9%)、「日本の俳優」(19.3%)、「アニメ・漫画・小説のキャラクター」(16.5%)、「スポーツ選手」(14.9%)が続く。
- 男性と女性で“推し”対象の割合差が5%以上のジャンルは以下のとおり。
  - ・男性が高い → 「アニメ・漫画・小説のキャラクター」「スポーツチーム」「アニメ・漫画・小説の作品」
  - ・女性が高い → 「日本のミュージシャン、バンド、歌手」「日本の俳優」「キャラクター（ディズニー、サンリオなど）」  
「アイドルグループ（グループ全体の推し）」「インフルエンサー（YouTuber、ブロガーなど）」

### Q2\_1.現在または過去の「推し」に該当する対象をすべて選んでください。(MA)

n=「推し」がいる、いた人（Q1=「いる」「過去はいたが、今はいない」）

単位：%		男性 (108名)	女性 (141名)
	日本のミュージシャン、バンド、歌手	25.0%	36.9%
	J-POPアイドル	25.9%	27.7%
	日本の俳優	13.9%	23.4%
	アニメ・漫画・小説のキャラクター	20.4%	13.5%
	スポーツ選手	16.7%	13.5%
	芸人、タレント	12.0%	10.6%
	ゲームキャラクター	11.1%	10.6%
	K-POPアイドル	7.4%	12.1%
	キャラクター（ディズニー、サンリオなど）	3.7%	14.9%
	スポーツチーム	13.9%	7.1%
	アニメ・漫画・小説の作品	12.0%	6.4%
	アイドルグループ（グループ全体の推し）	5.6%	11.3%
	声優	9.3%	7.8%
	作家、漫画家	5.6%	6.4%
	ゲーム作品	4.6%	6.4%
	インフルエンサー（YouTuber、ブロガーなど）	1.9%	7.1%
	その他の海外のミュージシャン、バンド、歌手	3.7%	3.5%
	芸術家、文化人	3.7%	2.8%
	劇団	0.9%	5.0%
	韓国の俳優	0.9%	3.5%
	モデル	3.7%	1.4%
	Vtuber	2.8%	2.1%
	その他の海外の俳優	0.9%	2.1%
	その他の海外アイドル	0.0%	1.4%
	韓国のミュージシャン、バンド、歌手	0.0%	1.4%
	その他	3.7%	1.4%

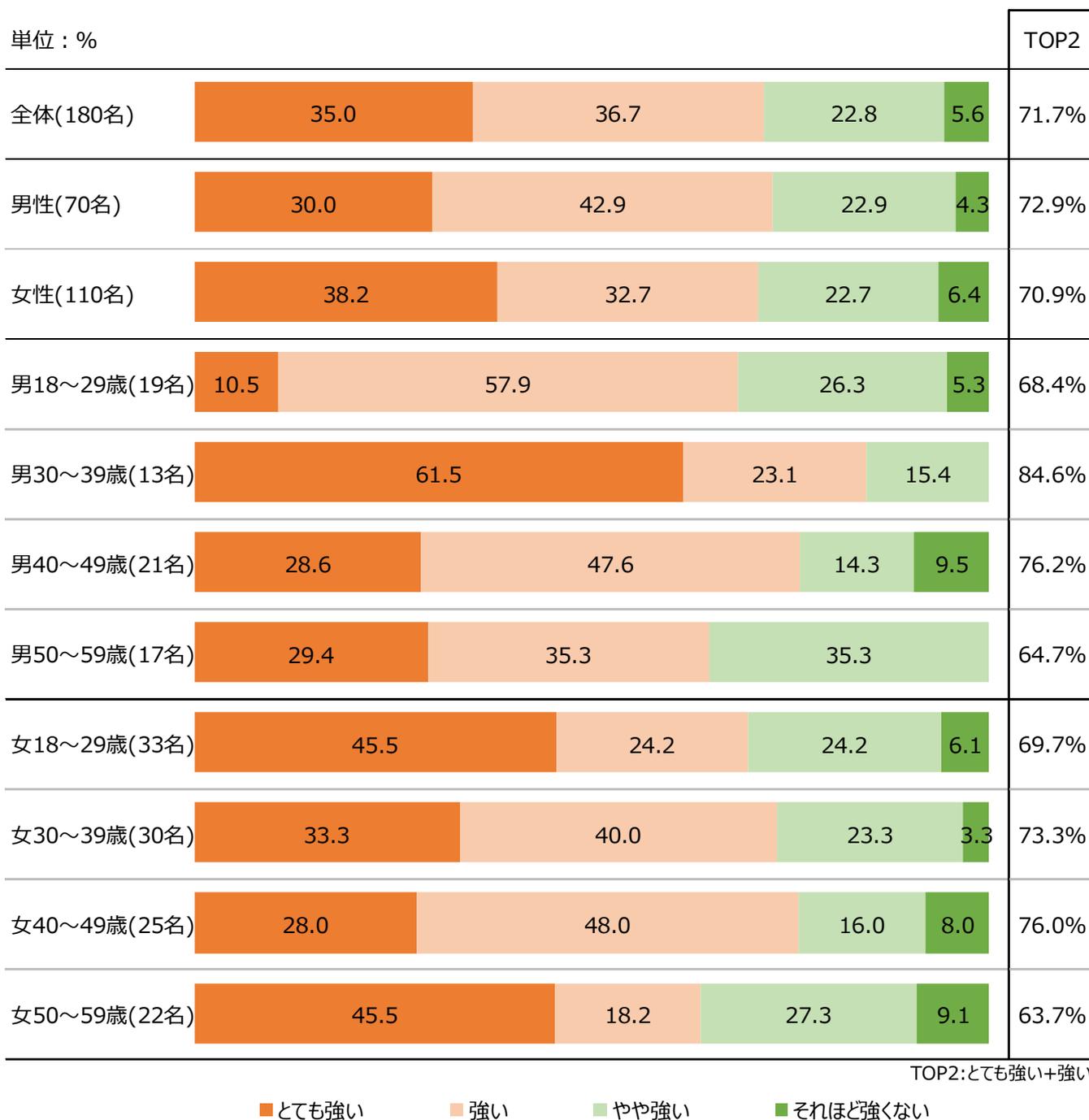
※その他の具体的記述：政治活動家、動物園動物、力士、フリーアナ

※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- 現在「推し」がいる人の対象への思いの程度をTOP2（「とても強い」「強い」の合計）でみると、全体では71.7%であり、性別でみても男女とも約7割でほぼ同レベルである。
- TOP2を性年代別でみると各層とも6割を超えるが、最も高い男30～39歳(84.6%)と最も低い女50～59歳(63.7%)では19.7ポイントの差がみられる。

#### Q4.対象の「推し」に対して、どの程度の思いをお持ちですか。(SA)

n=「推し」がいる人 (Q1=「いる」)

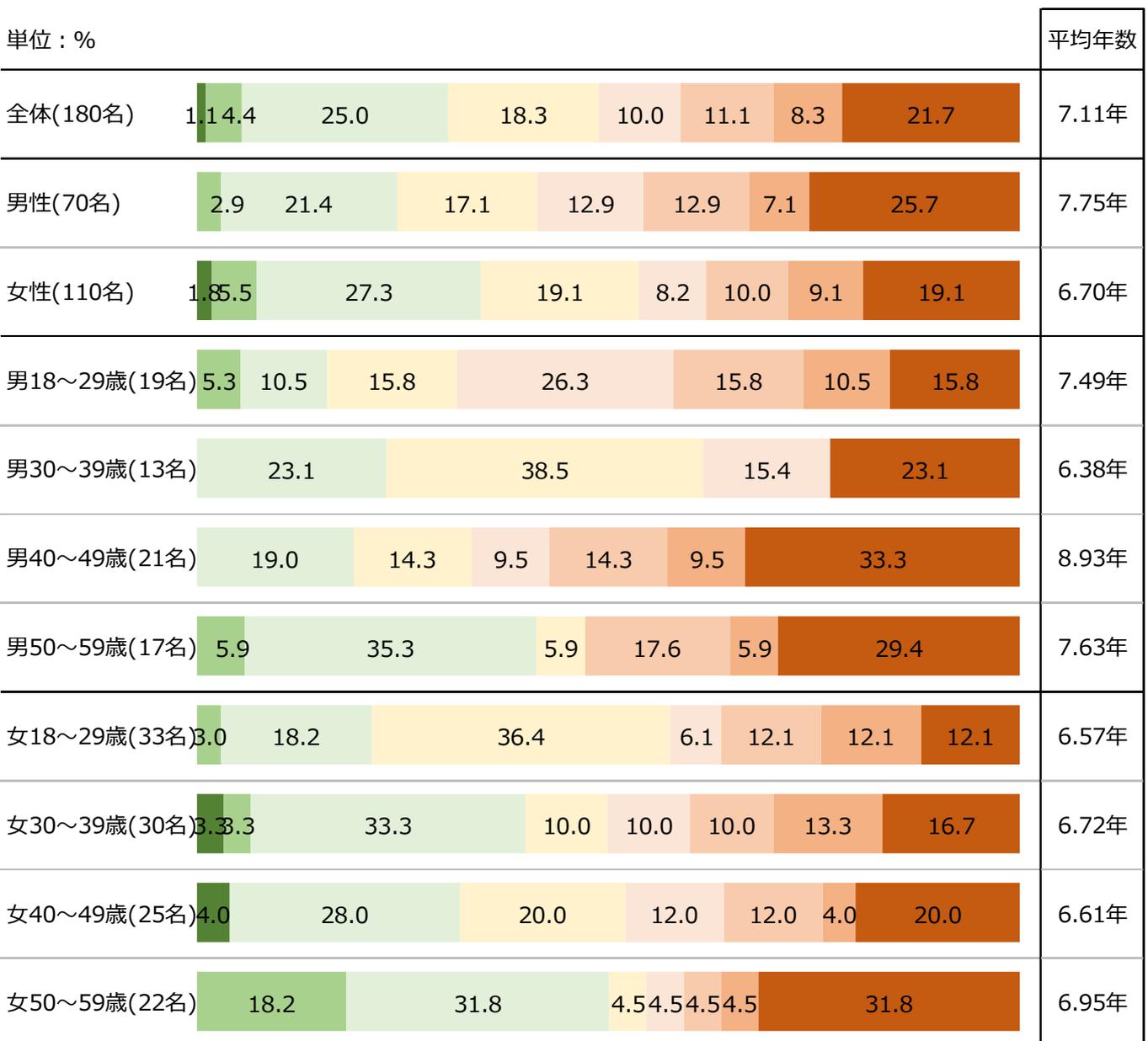


- “推し”のファン歴を平均年数（※算出方法はグラフ下部をご参照）でみると、全体では7.11年であり、具体的な期間としては「1年以上～3年未満」(25.0%)、「15年以上」(21.7%)、「3年以上～5年未満」(18.3%)の割合が高い。
- 性年代別でみると、「15年以上」は男女とも高い年代で割合が高いが、平均年数には極端な差はみられない。

## Q5.「推し」に対するファン歴はどれくらいですか。(SA)

n=「推し」がいる人 (Q1=「いる」)

単位：%



- 半年未満(0.5)
- 半年以上～1年未満(0.75)
- 1年以上～3年未満(2)
- 3年以上～5年未満(4)
- 5年以上～7年未満(6)
- 7年以上～10年未満(8.5)

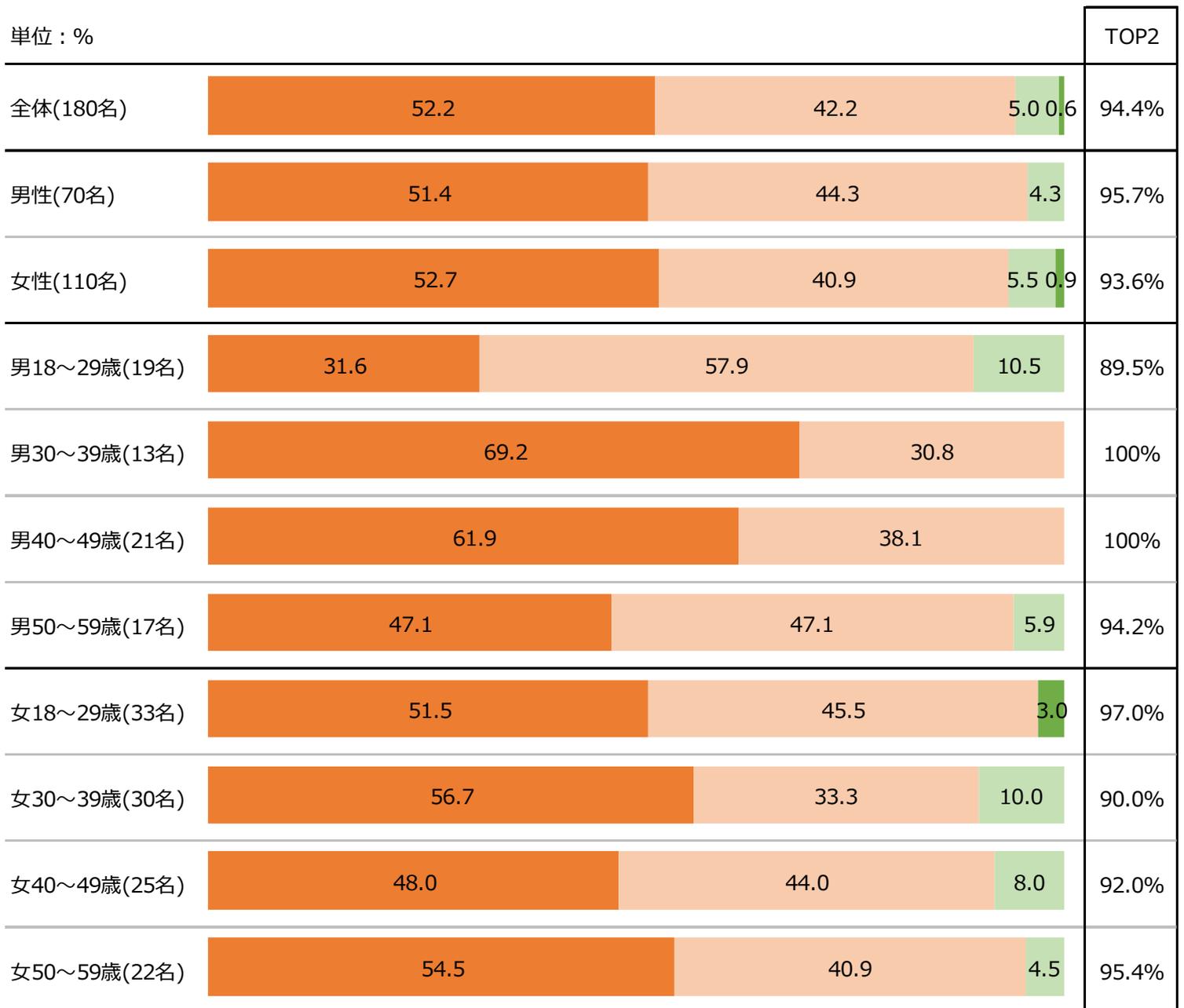
※平均年数はグラフ凡例の ( ) 内の換算値で算出した加重平均値

- “推し”を長く続ける割合をTOP2（「同じ『推し』が長く続くタイプ」「どちらかというと同じ『推し』が長く続くタイプ」の合計）でみると、全体では94.4%を占める。
- 性別、性年代別でも、僅かに下回る男18～29歳(89.5%)を除き、各グループで9割以上。

## Q6.あなたは「推し」の対象が変化するほうですか。(SA)

n=「推し」がいる人 (Q1=「いる」)

単位：%



TOP2:同じ「推し」が長く続くタイプ+どちらかというと同じ「推し」が長く続くタイプ

■ 同じ「推し」が長く続くタイプ

■ どちらかというと同じ「推し」が長く続くタイプ

■ どちらかという飽きやすく「推し」が変わりやすいタイプ

■ 飽きやすく「推し」が変わりやすいタイプ

## ● 半数以上が現在または過去に“推し”がいる（いた）経験を持つ

“推し”に関して、現在「いる」は37.5%、「過去はいたが、今はいない」は14.4%で、合計で半数を超える。「いる」を性別でみると、男性（29.2%）よりも女性（45.8%）のほうが、16.6ポイント高い。女性のほうが多いが、年代別に低い年代ほど「いる」が高く、高い年代ほど「過去はいたが、今はいない」が高い傾向がみられる。経年で“推し”が過去のものとなり、離れてしまう人が少なくない。

対して男性は「いる」がいずれも3割前後で年代による傾向は明確にはみられない。簡単に“推し”から離れず、長く続ける人が多いためと思われる。

若い時に“推し”がいても年代上昇とともに離れがちな女性、“推し”がいる人は少ないが長く続ける人が多い男性、という特性がみられた。

## ● 男性は「アニメ・漫画・小説」、女性は「日本の有名人」が主な“推し”対象

“推し”の対象ジャンルとしては「日本のミュージシャン、バンド、歌手」（31.7%）の割合が最も高い。他に「J-POPアイドル」（26.9%）、「日本の俳優」（19.3%）、「アニメ・漫画・小説のキャラクター」（16.5%）、「スポーツ選手」（14.9%）が高い。最近では韓国を中心に海外のアイドルや俳優を推す人も多いが、上位には日本の有名人が並んだ。このうち「J-POPアイドル」は性別を問わず、有力な“推し”の対象。上位のうち「日本のミュージシャン、バンド、歌手」と「日本の俳優」は女性からの人気が高く、「アニメ・漫画・小説のキャラクター」は男性からの人気が高い。

女性では現実世界が“推し”の対象だが、男性では仮想世界が対象となっている。男性は“推し”を長く続け、女性は経年で離れる傾向がみられたが、これはそれぞれの対象が仮想、現実であることが影響する。現実の人物は歳をとって変化（結婚、出産、老化、引退など）するため“推し”の継続が難しい。

## ● “推し”がいる人のうち7割以上が強い思いを持っている

現在の“推し”に対する思いについて71.7%が「とても強い」または「強い」と回答。年代別でみると男女とも30～39歳と40～49歳で割合が相対的に高い。一時的な気分の盛り上がりで“推し”となるのではなく、強い思いを持って応援する人が多数を占める。

それだけ“推し”の動向が日常生活に与える影響も小さくないものと思われる。

## ● “推し”の平均ファン歴は7.11年、女性より男性のほうが長い

“推し”の平均的なファン歴は7.11年だが、性別でみると男性（7.75年）が女性（6.70年）よりも長い。男性は仮想世界が“推し”対象であり長い。女性は現実が“推し”の対象であり、ファンをいかに長く続けてもらうかが課題となる。

また男女とも高い年代でファン歴が長い傾向は見られず、18～29歳でも「15年以上」の割合が男女とも1割以上（15.8%と12.1%）を占める。50～59歳でも3年未満の割合が男女とも相当数（41.2%と50.0%）いる。年代に関わらず、ファン歴が短い層も長い層も相応におり、推し始める年齢には制限がない。

## ● 9割以上が“推し”が長く続くと回答

「同じ“推し”が長く続くタイプ」（52.2%）または「どちらかというと同じ“推し”が長く続くタイプ」（42.2%）の合計割合が9割以上（94.4%）を占める。“推し”が変わりやすいタイプは1割未満と少数派であり、大半は長く続く。思いが強く、長く続ける意思も強いので、ひとりでも多くのファンを獲得するメリットは非常に大きい。

企業やブランドを含めて、いかに多くのファンを獲得していくか、優れたファンマーケティングが求められる。

## トピックスリサーチ

### 押し活に関する調査データ ～押しの実態 編～

発行日 2024年 10月 31日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ [marketing@alice.asahi-u.ac.jp](mailto:marketing@alice.asahi-u.ac.jp)