

押し活に関する調査データ

～押し活の内容 編～

2024年11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 20歳~59歳
- 有効回答 : 480名

【内訳】

	男性	女性
20~29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

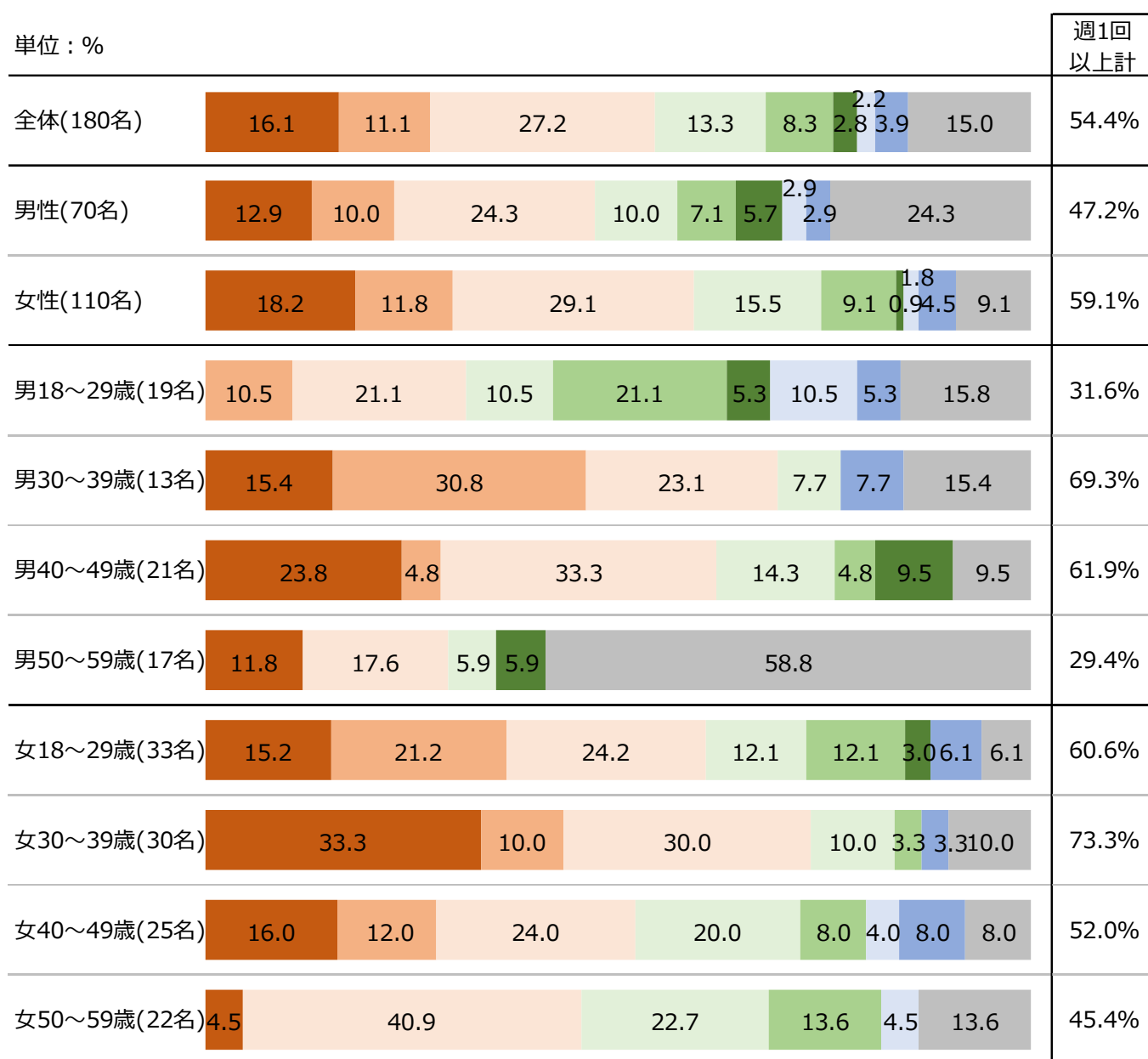
「推し」を積極的に意識しながら採る行動のことを指します。

- 週1回以上の頻度で“推し活”を行う割合は全体(54.4%)では半数以上。
- 同じ割合を性別で見ると、女性(59.1%)が男性(47.2%)を11.9ポイント上回る。
性年代別で見ると、男女とも30～39歳(69.3%と73.3%)で最も高く、50～59歳(29.4%と45.4%)で最も低い。
- 男50～59歳では『推し』はいるが『推し活』は行っていない(58.8%)が唯一、半数を超えている。

Q7.あなたが「推し」を積極的に意識して「推し活」を行う頻度を選んでください。(SA)

n=「推し」がいる人 (Q1=「いる」)

単位：%



- 週に5回以上
- 週に3～4回くらい
- 週に1～2回くらい
- 月に1～2回くらい
- 半年に1～3回くらい
- 年に1回くらい
- それ未満
- 思い出したときだけ
- 「推し」はいるが「推し活」は行っていない

- ひとりでの“推し活”の割合をTOP2（「ひとりで行動するタイプ」「どちらかというひとりで行動するタイプ」の合計）でみると全体では83.0%と多数を占める。
- TOP2を性別でみると、男性(94.3%)が女性(77.0%)を17.3ポイント上回っている。
- 多くの層でTOP2が8割を超えるが、女18～29歳(64.5%)と女40～49歳(69.6%)は6割台と低め。誰かと一緒に行動割合が相対的に高い。

Q8.あなたの「推し活」はどのタイプにあてはまりますか。(SA)

n=「推し活」を行っている人（Q7=「『推し』はいるが『推し活』は行っていない」以外の選択肢）

単位：%				TOP2
全体(153名)	43.8	39.2	13.1 3.9	83.0%
男性(53名)	43.4	50.9	5.7	94.3%
女性(100名)	44.0	33.0	17.0 6.0	77.0%
男18～29歳(16名)	43.8	50.0	6.3	93.8%
男30～39歳(11名)	36.4	63.6		####
男40～49歳(19名)	52.6	36.8	10.5	89.4%
男50～59歳(7名)	28.6	71.4		####
女18～29歳(31名)	22.6	41.9	32.3 3.2	64.5%
女30～39歳(27名)	66.7	25.9	3.7 3.7	92.6%
女40～49歳(23名)	43.5	26.1	17.4 13.0	69.6%
女50～59歳(19名)	47.4	36.8	10.5 5.3	84.2%

TOP2:ひとりで行動するタイプ+どちらかというひとりで行動するタイプ

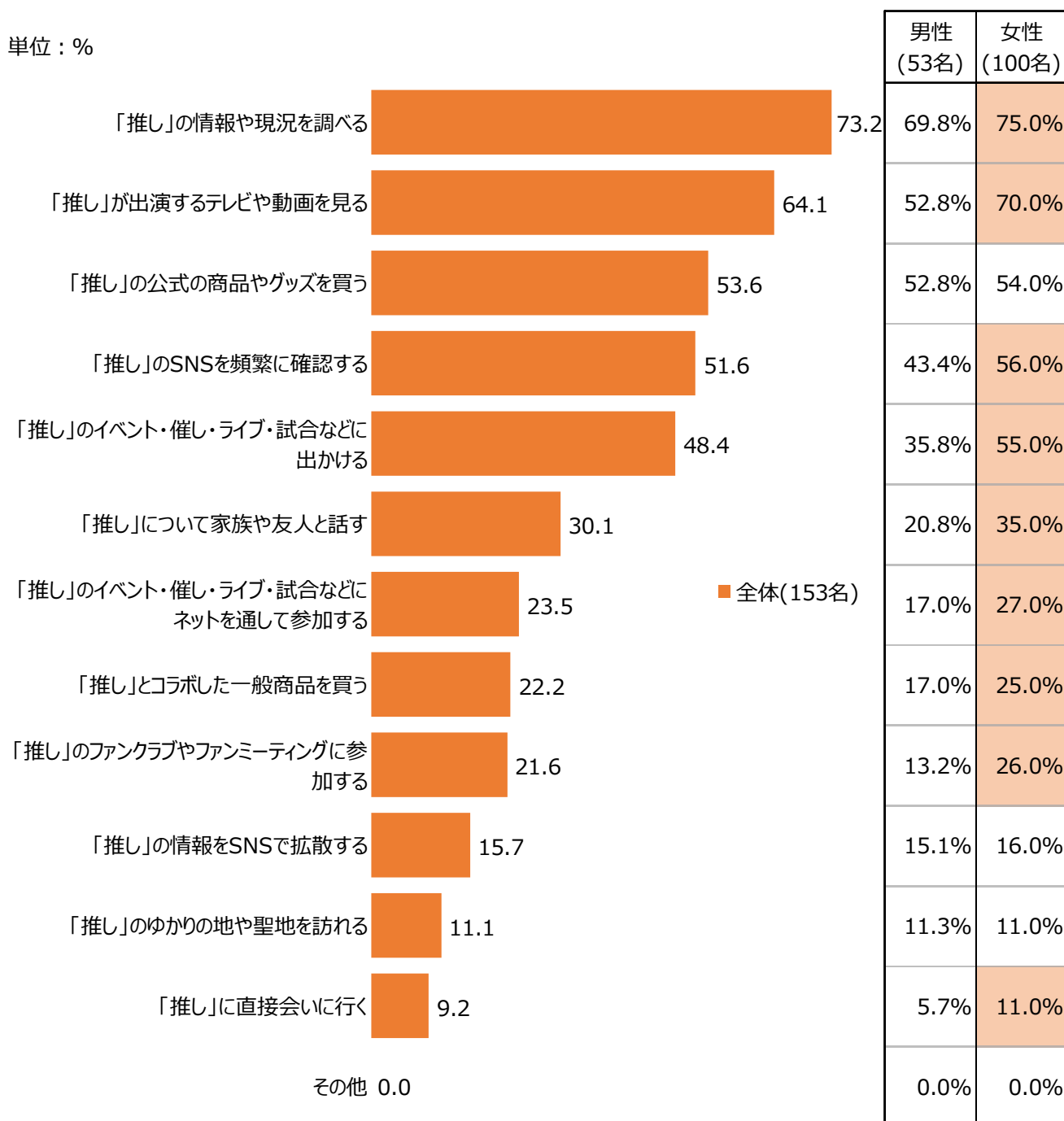
- ひとりで行動するタイプ
- どちらかというひとりで行動するタイプ
- どちらかという誰かと一緒に行動するタイプ
- 誰かと一緒に行動するタイプ

- “推し活”の具体行動としては「『推し』の情報や現況を調べる」(73.2%)の割合が最も高く、他に「『推し』が出演するテレビや動画を見る」(64.1%)、「『推し』の公式の商品やグッズを買う」(53.6%)、「『推し』のSNSを頻繁に確認する」(51.6%)、「『推し』のイベント・催し・ライブ・試合などに出かける」(48.4%)が高い。
- 男性より女性のほうが割合の高い行動が多く、逆はひとつもない。
- 男女差が大きい行動としては、「『推し』のイベント・催し・ライブ・試合などに出かける」(19.2ポイント差)、「『推し』が出演するテレビや動画を見る」(17.2ポイント差)、「『推し』について家族や友人と話す」(14.2ポイント差)があてはまる。

Q9.あなたの「推し活」にあてはまる行動をすべて選んでください。(MA)

n=「推し活」を行っている人 (Q7=「『推し』はいるが『推し活』は行っていない」以外の選択肢)

単位：%

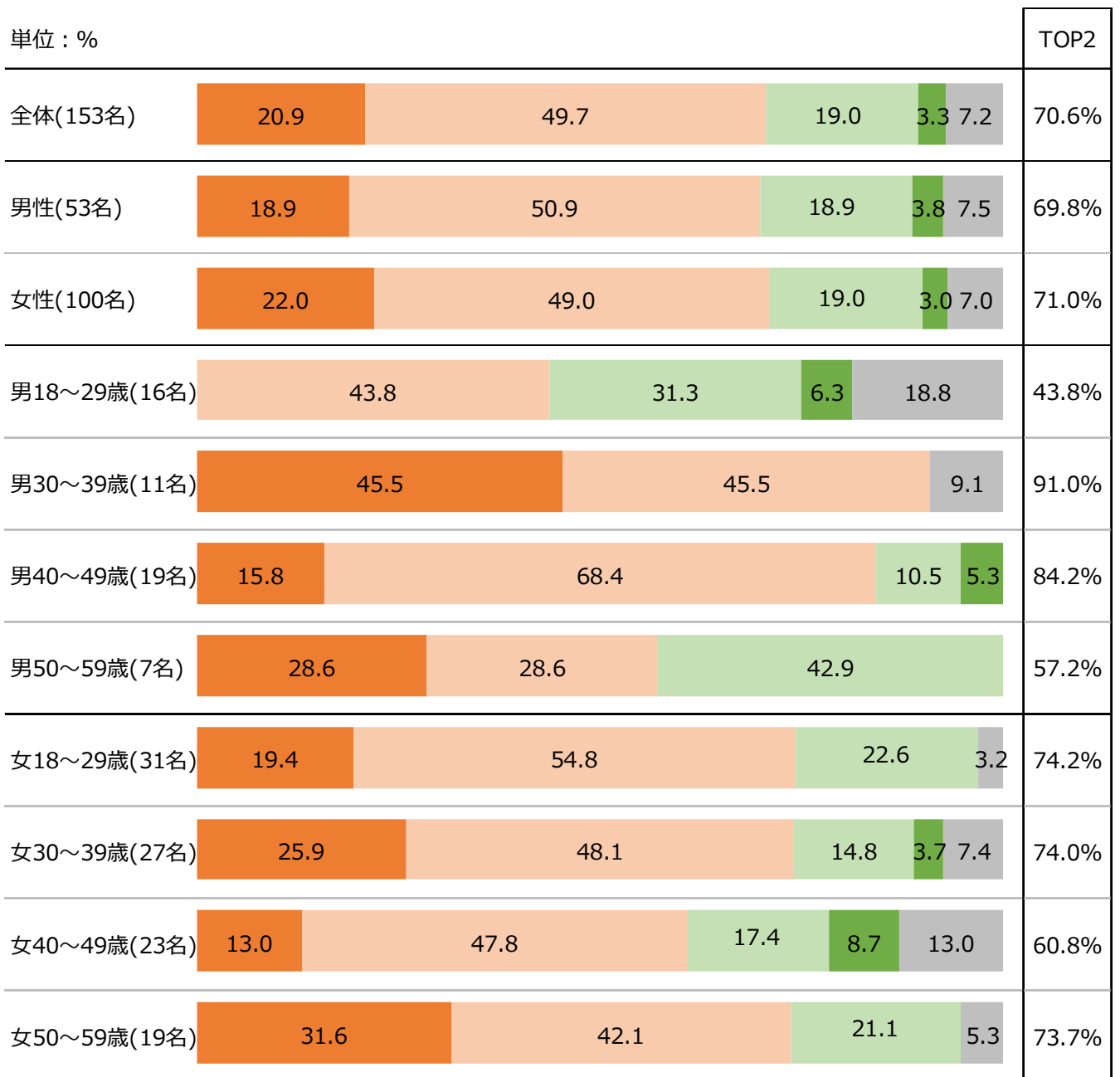


※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- “推し活”費用の優先度をTOP2（「優先度はとても高い」「優先度はやや高い」の合計）でみると全体では70.6%と多数を占め、「お金はほとんど掛けない」(7.2%)は1割未満に留まる。
- 男女ともTOP2は約7割でほぼ同じだが、男性は年代差が大きく30～39歳(91.0%)と40～49歳(84.2%)で高く、18～29歳(43.8%)と50～59歳(57.2%)で低い。
- 女性は40～49歳(60.8%)を除く各層で7割台。

Q10.「推し活」に掛かる費用は、あなたの生活の中でどの程度の優先度がある支出費目ですか。(SA)

n=「推し活」を行っている人（Q7=「『推し』はいるが『推し活』は行っていない」以外の選択肢）



TOP2: 優先度はとても高い+優先度はやや高い

- 優先度はとても高い
- 優先度はやや高い
- 優先度はやや低い
- 優先度はとても低い
- お金はほとんど掛けていない

- “推し活”に掛かる費用の平均金額（※算出方法はグラフ下部をご参照）は全体では7.8万円。男性(7.9万円)と女性(7.7万円)の差は僅か。
- 男女とも平均金額が最も高いのは30～39歳(11.5万円と9.4万円)。
- 男性は年代別の平均金額の差が大きく、最も低い50～59歳(2.4万円)と最も高い30～39歳(11.5万円)の差が9万円以上。 ※男50～59歳はサンプル数が7名と少なく注意が必要

Q11.「推し活」に掛かる費用は、年間でいくらくらいですか。(SA)

n=「推し活」にお金を掛けている人（Q10=「お金はほとんど掛けていない」以外の選択肢）

単位：%

	費用別割合 (%)									平均金額	
全体(142名)	14.1	21.1	19.0	9.9	9.9	12.7	2.8	1.4	8.5	7.8万円	
男性(49名)	12.2	18.4	24.5	10.2	10.2	10.2	2.0	2.0	8.2	7.9万円	
女性(93名)	15.1	22.6	16.1	9.7	9.7	14.0	3.2	1.1	8.6	7.7万円	
男18～29歳(13名)	7.7	23.1	15.4	15.4	30.8		7.7			6.6万円	
男30～39歳(10名)	10.0	20.0	20.0	10.0	10.0	10.0	20.0			11.5万円	
男40～49歳(19名)	10.5	10.5	36.8	5.3	21.1		5.3	10.5		9.0万円	
男50～59歳(7名)	28.6		28.6		42.9					2.4万円	
女18～29歳(30名)	10.0	16.7	23.3	10.0	16.7	16.7		3.3	3.3	6.9万円	
女30～39歳(25名)	8.0	20.0	20.0	8.0	12.0	12.0	4.0	4.0	12.0	9.4万円	
女40～49歳(20名)	20.0		30.0		10.0	15.0	10.0	5.0	10.0	7.1万円	
女50～59歳(18名)	27.8		27.8		5.6	5.6	5.6	16.7		11.1	7.1万円

- 1万円未満(1)
- 1～3万円未満(2)
- 3～5万円未満(4)
- 5～7万円未満(6)
- 7～9万円未満(8)
- 10～15万円未満(12.5)
- 15～20万円未満(17.5)
- 20～25万円未満(22.5)
- 25～30万円未満(27.5)
- 30万円以上(30)

※平均金額はグラフ凡例の () 内の換算値で算出した加重平均値

● 週1回以上の“推し活”が半数以上

週1回以上の頻度で“推し活”を行う割合(54.4%)は半数以上であり、性別では男性(47.2%)より女性(59.1%)のほうが高い。

男性より女性のほうが盛んに思えるが、年代別でみると実態は異なる。男性では30～39歳(69.3%)と40～49歳(61.9%)は6割以上、対して18～29歳(31.6%)と50～59歳(29.4%)は約3割と差が大きい。女性では30～39歳(73.3%)と18～29歳(60.6%)で高く、40～49歳(52.0%)と50～59歳(45.4%)で低い。男女とも30～39歳で“推し活”が盛んに行われている。

“推し活”に関しては年代によって頻度が大きく異なるため、各層に見合ったきめ細かい対応が求められる。

● 女18～29歳と女40～49歳は誰かと一緒に“推し活”が多い

“推し活”については、ひとりで活動する人が多数を占める。「ひとりで行動するタイプ」または「どちらかというひとりで行動するタイプ」とする人が全体では83.0%を占め、特に男性(94.3%)で高い。女性でもひとりで活動する人が多数派だが、18～29歳(64.5%)と40～49歳(69.6%)は相対的に低く、誰かと一緒に行動するタイプの人相対的に多い。基本的に“推し活”はひとり行動だが、女性は18～29歳と40～49歳を中心に誰かと一緒に行動も少なくない。

女性においては、“推し活”が同一趣味嗜好を持つ誰かとのコミュニティとなっている可能性がある。

● 「情報を調べる」「テレビや動画を見る」「グッズを買う」が主な“推し活”行動

“推し活”行動で割合が高いのは、「情報や現況を調べる」(73.2%)、「テレビや動画を見る」(64.1%)、「公式の商品やグッズを買う」(53.6%)、「SNSを頻繁に確認する」(51.6%)、「イベント・催し、ライブ・試合などに出かける」(48.4%)である。

このうち「公式の商品やグッズを買う」を除く行動は、女性が男性を5%以上上回っている。これは女性の“推し”が現実世界が多いのに対して、男性は仮想世界が多く、取り得る行動が少ないことが影響する。

消費行動では「公式の商品やグッズを買う」(53.6%)がメイン。「コラボした一般商品を買う」(22.2%)はその半分以下の割合に留まる。

● 男30～40代の大多数は“推し活”費用の優先度を高く考えている

男30～39歳と男40～49歳は“推し活”の行動頻度が高くそれなりの費用も掛かるが、それを「優先度の高い費用」と考える人が大多数を占める。“推し活”に相応の時間と費用を投下する彼らにとって、“推し活”は重要な日常生活の一部である。

女性では40～49歳を除く各層で7割以上が「優先度の高い費用」と考えており、女性にとっても“推し活”は欠かせない日常行動のひとつである。女性は男性に比べて“推し活”が誰かと一緒に行動である割合が高く、コミュニティ活動であることも、優先度が高く評価される一因である。

強い思いを持つ“推し”に対して、時間とお金を惜しまない意思が表れている。

● 30～39歳で“推し活”に掛ける費用が最も高い

“推し活”に掛ける費用の平均金額は、男女とも30～39歳(男11.5万円、女9.4万円)で最も高い。30～39歳は“推し活”の行動頻度が高く、「優先度の高い費用」と考える人も多く、当然の結果である。

30～39歳は「ひとりで行動するタイプ」が多い層であり、周囲に気兼ねなく費用を投下できる。好きなように“推し活”を実施する世代である。

トピックスリサーチ

押し活に関する調査データ ～押し活の内容 編～

発行日 2024年 11月 30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