

【シニアの『推し』に関する実態調査】

「推し」がいるシニア女性は35.2%。「一目惚れ推し」「異才惚れ推し」

タイプが多く、1年間で推しに使う平均金額は約9万円。

推しができたことで変化したことは

「動画サイトを見るようになった」「新しい目標・夢ができた」

女性誌部数 No.1 (※1) の雑誌「ハルメク」をグループで発行する株式会社ハルメクホールディングス (本社：東京都新宿区、代表取締役社長：宮澤 孝夫) ハルメク 生きかた上手研究所は、50～84歳の女性559名を対象に「シニアの『推し』に関する実態調査」をWEBアンケートにて実施いたしました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート 36.8万部(2021年7月～12月)

【 調査サマリ 】

■シニア女性の「推し」の認知度は、83.3%。現在「推し」がいるシニア女性は35.2%。

⇒現在、「推し」がいるのは全体(559人)の35.2%(197人)、いないのは48.1%(269人)、合わせて83.3%(466人)が、「推し」を認知している。

■自分の「推し」タイプは、「一目惚れ推し」と「異才惚れ推し」が多く、この2つで全体の6割を占める。「ロング推し」の人も多い。

⇒現在「推し」がいる197人に、自分の推しタイプをたずねたところ、「一目惚れ推し」タイプが29.4%(58人)、「異才惚れ推し」が26.4%(52人)で、この両方で55.8%を占めている。

⇒3位は、「ロング推し」が10.2%(20人)、4位はシニアならではの推しパターン「親視線推し」が7.1%(14人)が続く結果に。

■推しにお金を使っているのは約7割で、年間利用額平均は年間約9万円。チケット、遠征への利用金額が高い。

⇒現在「推し」がいる197人中、「推しにお金を使っている」のは69.5%(137人)。

1年に使う金額の平均値は¥90,352。

⇒その内訳を見ると、「遠征費(宿泊、交通費など)」に費やしている30人の平均値が¥87,167で最も高い。

次に「コンサート、ステージ、試合、などのチケット費」に費やしている77人の平均値が¥55,699、

「本・雑誌・関連書籍など」に費やしている65人の平均値が¥34,892と続く。

■推し活で悩んでいるのは「お金がかかる」と「チケット争奪戦」。

⇒推し活動におけるお悩みは「お金がかかる」が17.8%(35人)、「チケット争奪戦」が15.7%(31人)、「『推す』ための時間の確保」が、9.6%(19人)と続く。

■推し活での日常の変化は、「動画サイトの閲覧」、「新しい目標・夢ができた」、「笑いが増えた」がトップ3。

⇒「動画サイトを見るようになった」「新しい目標・夢ができた」がそれぞれ29.9%(59人)で最多。「笑いが増えた」も28.9%(57人)と多い。推しができてよかった、うれしかったことは「健康になった」、「仲間が増えた」などの声も。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。今や一般的な言葉となった「推し」。若年層の話はよく聞きますが、果たしてシニア女性はどうでしょうか？推しがいるのか、自分はどんなタイプの推しなのか、お金はいくらくらい使っているのかなど、その実態を探るべく、本調査を実施しました。

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入しているため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

※調査主体の株式会社ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所 所長への取材、コメント提供も可能です。

【調査概要】

調査の方法：WEBアンケート

調査の対象：50～84歳の全国の女性

有効回答数：559名

調査実施日：2022年6月21日(火)～6月24日(金)

調査主体：株式会社ハルメクホールディングス ハルメク 生きかた上手研究所

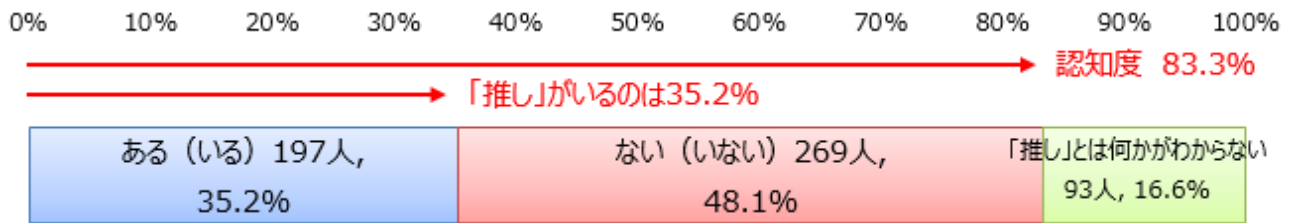
※本リリース内容を掲載いただく際は、出典「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

シニア女性の「推し」の認知度は、83.3%。現在「推し」がいるシニア女性は35.2%。

- ・現在、「推し」がいる人は全体（559人）の35.2%（197人）、いない人は48.1%（269人）、合わせて83.3%（466人）が、「推し」を認知している。
- ・「推し」とは何かがわからない人は16.6%（93人）になり、シニア女性の間でも「推し」の認知は進んでいるという結果に。

■あなたには、現在「推し」ている人・もの・ことがありますか？

（n=559 単一回答）



シニア女性の「推し」タイプは、「一目惚れ推し」が29.4%、「異才惚れ推し」が26.4%で、この2タイプでおよそ6割を占めている。「ロング推し」などのパターンも多い。

- ・この2タイプに続いて、「ロング推し」が10.2%（20人）、シニアならではの「親目線推し」が7.1%（14人）と続く結果に。
- ・他にも、「未広がり推し」、「憧れ推し」、「崇拜推し」がある。 ※10名未満のタイプは略

■あなたの「推し」パターンで、最も近いものを一つ

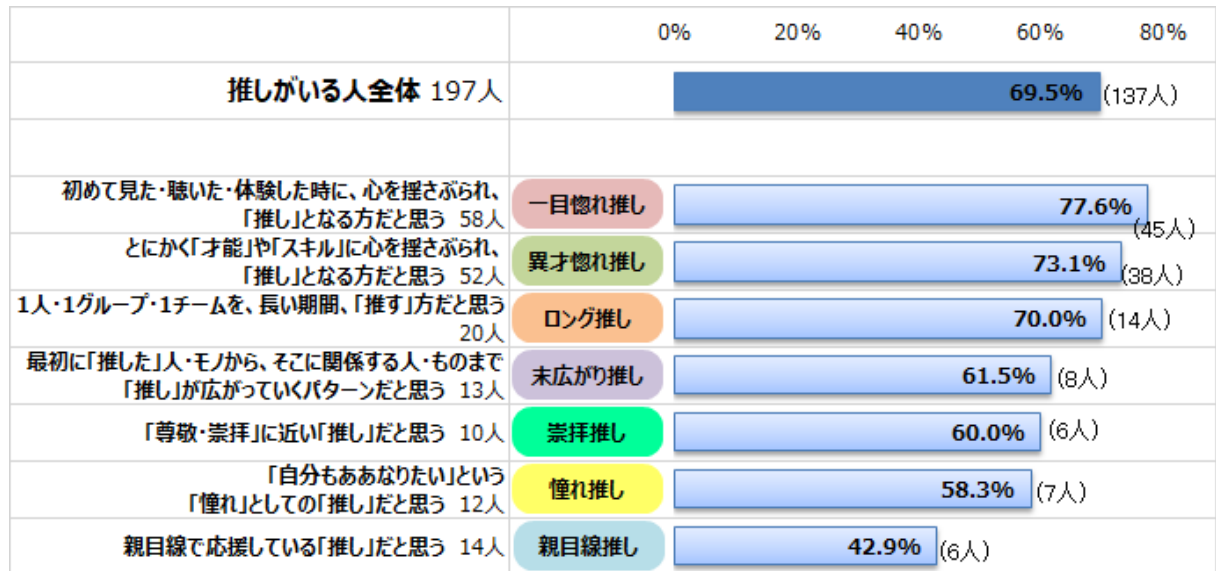
（n=197「推し」がいる・ある人 単一回答）

	タイプ名	0%	10%	20%	30%
初めて見た・聴いた・体験した時に、心を揺さぶられ、「推し」となる方だと思う	一目惚れ推し			29.4%	(58人)
とにかく「才能」や「スキル」に心を揺さぶられ、「推し」となる方だと思う	異才惚れ推し			26.4%	(52人)
1人・1グループ・1チームを、長い期間、「推す」方だと思う	ロング推し		10.2%		(20人)
親目線で応援している「推し」だと思う	親目線推し		7.1%		(14人)
最初に「推した」人・モノから、そこに関係する人・ものまで「推し」が広がっていくパターンだと思う	未広がり推し		6.6%		(13人)
「自分もあなりたい」という「憧れ」としての「推し」だと思う	憧れ推し		6.1%		(12人)
「尊敬・崇拜」に近い「推し」だと思う	崇拜推し		5.1%		(10人)
「推し」のサイクルが短く、短期間で「推し」がよく変わる方だと思う	10人未満は略		2.0%		(4人)
「弱い、カッコ悪い、下手」と一般的には思われているが、それも含めて応援したくなる方だと思う			1.5%		(3人)
恋愛に近い感情をもった「推し」だと思う			1.0%		(2人)
その他			3.6%		(7人)
無回答			1.0%		(2人)

**「推し」にお金を使っているのは69.5%。
「一目惚れ推し」「異才惚れ推し」「ロング推し」タイプはお金を使っている人が
多い一方で、「親目線推し」タイプはお金を使っている人が少ない。**

- ・推しがいる人 197 人中、およそ 7 割となる 69.5% (137 人) が「推し」にお金を使っていると回答。
- ・「一目惚れ推し」は 77.6%、「異才惚れ推し」は 73.1%、「ロング推し」は 70.0%が「推し」にお金を使っているが、「親目線推し」タイプは、42.9%と少ない結果に。

■「推し」にお金を使っている人の割合
(n=197「推し」がいる・ある人) ※n=10 人未満のタイプは略



**「推し」にお金を使っている 137 人の年間利用額平均は ¥90,352。
特に遠征費、チケット費が高いが、本などの紙メディアにもお金を使う傾向に。**

- ・「推し」にお金をかけているシニア女性は、年間およそ 9 万円を「推し」に使っている。
- ・特に、遠征費、チケット費が高い。また、本・雑誌、関連書籍などの「紙メディア」へも、年間 ¥34,892 利用している。

■1 年で利用しているお金の平均金額
(n=137「推し」にお金をかけている人 複数回答)

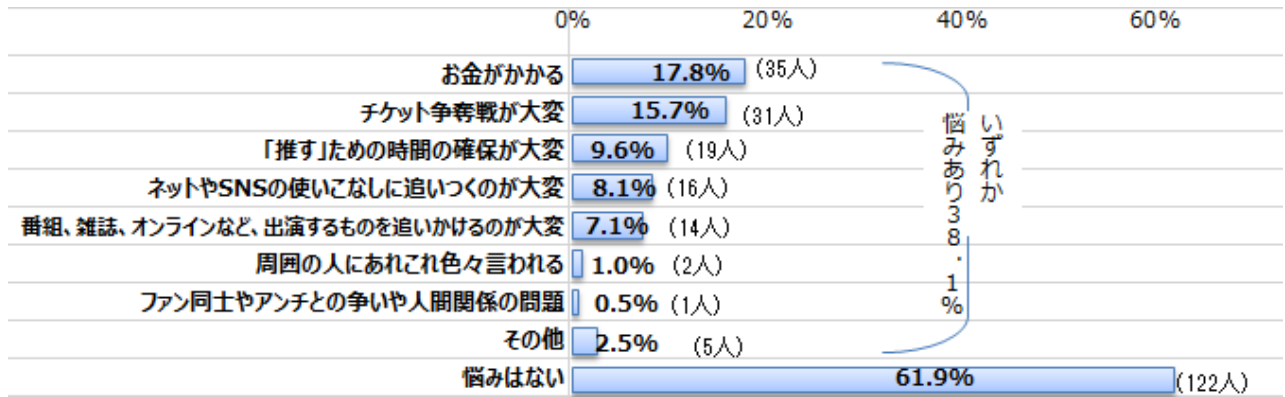
	有効回答者数	平均金額
推しにお金を使っている人全体	137	¥90,352
<その内訳>		
遠征費 (宿泊、交通費など)	30	¥87,167
コンサート、ステージ、試合、などのチケット費	77	¥55,699
本・雑誌・関連書籍など	65	¥34,892
有料のファンクラブ・友の会・オンラインサロンなどの年間料金	42	¥21,181
有料の動画サービス費 (アマゾンプライム、ネットフリックス、DAZN、宝塚、など)	29	¥19,776
「日常で使うグッズ (アパレル、雑貨、アクリルスタンド、ポスター、写真など) の購入費	23	¥14,587
DVD (BR)、CD、配信などの映像・音楽の購入費	60	¥12,367
「現場で応援するグッズ (ペンライト、パンフレット、うちわ、タオルマフラー、メガホンなど) の購入費	29	¥8,372
その他	10	¥42,301

**推し活動における「悩みがない」のは61.9%で、半数は悩みがない。
悩みがある人の中では「お金がかかる」ことと「チケット争奪戦」が悩みの種。**

- ・推し活動における悩みについては、「お金がかかる」が17.8%（35人）、「チケット争奪戦」が15.7%（31人）、という具体的な悩みがトップ2に。続いて3位が『「推す」ための時間の確保』が、9.6%（19人）という結果に。

■推し活動をしていて困ること

（n=197 「推し」がいる・ある人 「悩みはない」以外は複数回答）

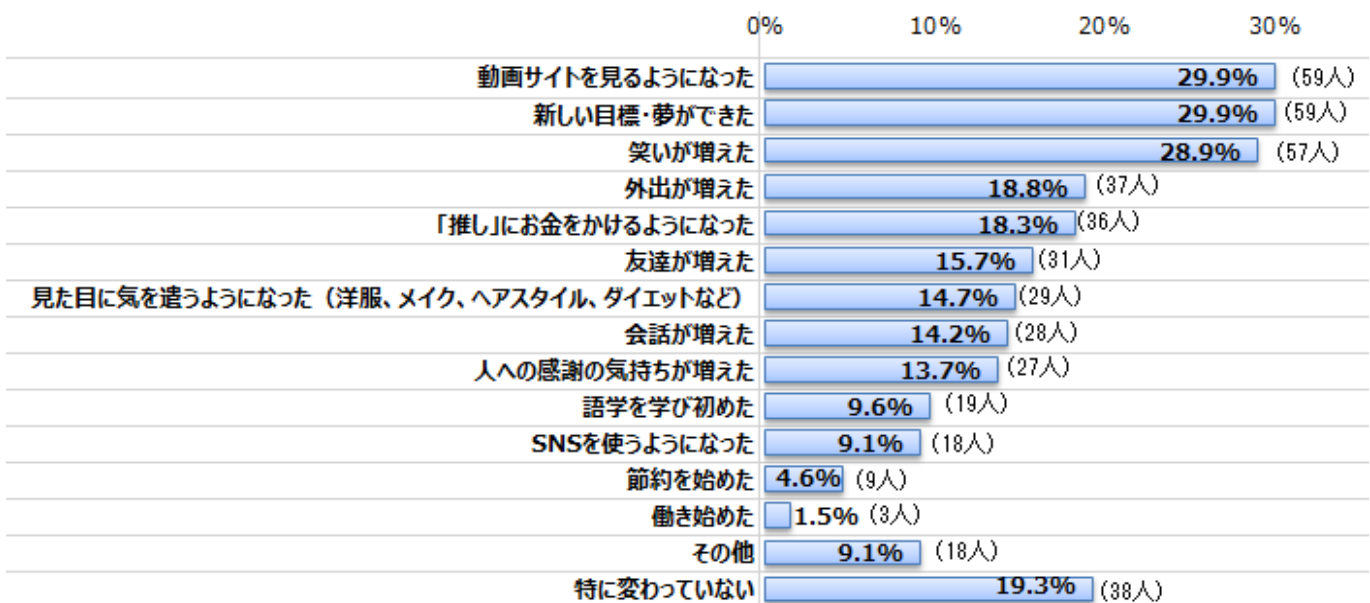


推しができて変わったこと上位3つは、「動画サイトを見るようになった」「新しい目標・夢ができた」「笑いが増えた」で、いずれもおよそ3割が回答している。

- ・推しができたことにより、動画サイトを楽しむようになったシニアが多くいる結果に。また、目標、夢、笑いなど、内面への影響も大きくあることが明らかに。
- ・「推し」ていてよかったと思うことや嬉しかったことは、多岐に渡り、美容や健康、ほかの人との会話につながったなどの意見が見られた。

■推しができて変わったこと

（n=197 「推し」がいる・ある人「特に変わっていない」以外は複数回答）



■推しができてよかった、嬉しかったこと

(自由回答)

生きる気力を与えてくれて今こうして生きている。ただそれがうれしい。(60代)
旦那と会話の種類が増えて仲良くなった。(60代)
孫ほどの年代の青年に(一般的にも)きれいなおばあさんですね!笑 と思ってもらいたいので美容には力を入れている。(60代)
自然に触れることができ、仲間が増え、健康的だと思う。(70代)

【専門家の見解】

ハルメク 生きかた上手研究所 所長 梅津 順江 (うめづ ゆきえ)

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを実施



シニアの「推し活」マーケットは有望

意外と多い…。「推しがいるシニア女性は35.2%」という結果から受けた所感です。「推し活」は、昨年の流行語大賞にノミネートされた新語ですが、50歳以上にも広がっていることが分かります。

パターン分類や活動費用、推しができてからの変化を読み解いていくと、巨大マーケットの可能性が伺えます。推しパターンは「一目惚れ」「異才惚れ」タイプで6割近くを占めました。当該世代の女性は心を揺さぶられやすく、惚れっぽいということです。また、推しにお金を使っているシニア女性は7割で、年間9万円を費やしていました。推しができてからの変化トップ3は、「動画サイトを見るようになった」「新しい目標や夢が出来た」「笑いが増えた」でした。自由記述には、「ボケ防止」「アンチエイジング・若返り」「安眠・癒し」「生きがい・生きる希望」「心の栄養」「元気の源」「幸せや感動」「愛」「気分転換」「ストレス発散」など多くの効用が挙がりました。推しの対象は、身近な孫・ペットからスポーツ・芸能・ミュージシャンまで多様でしたが、具体的なコメントをいくつか抜粋して紹介します。

「official 髭男dism。以前から患っている病が快方に向かい、支えになっています」(51歳)

「韓流ドラマ、BTS、今井翼。若さを保つひとつ。推し友が増えた」(60歳)

「楽天ゴールデンイーグルス。知らない世界が広がり、旦那と会話が増えて仲良くなった」(61歳)

「イケメン庭師の村雨君の動画を見て寝ると癒されて心が落ち着くのでよく眠れます」(66歳)

「歌を聴くと心が休まる。70代で、山崎まさよしが好きという自分が好きです」(72歳)

トキメキが行動や生活を変え、心身や家族関係までにポジティブな変化をもたらしています。対象も行動も効用も彩り豊かなシニアの「推し活」市場に金脈ありといえそうです。

■女性誌部数 No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康、料理、おしゃれ、お金、著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。



誌面情報

ハルメク 8月号 (7月10日発売) は「スマホを簡単・安全・便利についこなす！」の特集です。LINEでの会話やネット通販、オンライン予約など、使う場面が増えたスマホの、「あれ？ これってどうするんだっけ」「これで大丈夫かな……」というハルメク世代の疑問や不安にお応えします。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、「[ハルメク シニアマーケティング LAB](#)」で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。