

2023年12月13日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

推し活消費に関する調査

推し活によって、生活費への影響を感じる人は約半数
推しへの支出に「後悔した経験はない」が約9割を占める

共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング(本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」)は、10～60代の推し活経験者を対象に調査した「推し活消費に関する調査」(実施期間：2023年11月6日～11月10日)について、結果をご報告いたします。

【調査結果】

- ・ TOPICS 1
約半数が、推し活をすることで「生活費への影響を感じている」
- ・ TOPICS 2
推し活に関する支出で、後悔した経験は「ない」が約9割を占める
- ・ TOPICS 3
推しが広告に関わっている製品への興味は「高まる」が約3割
- ・ TOPICS 4
推しを連想できる「推し色グッズ」を購入したことがある人は24.2%
- ・ TOPICS 5
20代～40代の約4割が月額5,000円以上を推し活に使う

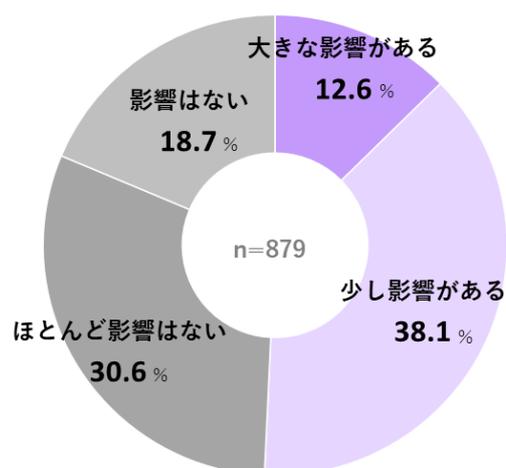
【調査結果詳細】

■TOPICS 1

約半数が、推し活をすることで「生活費への影響を感じている」

推し活をすることで、生活費に影響が出ているかを聴取した。「大きな影響がある」(12.6%)、「少し影響がある」(38.1%)を合わせると、50.7%が生活費への影響を感じていることが分かった。

▼推し活をすることで、生活費に影響が出ていますか？

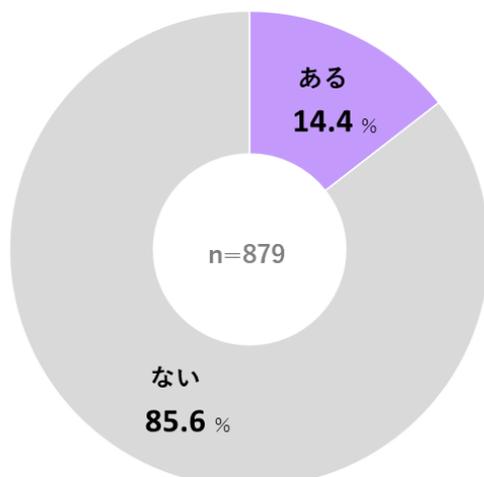


■TOPICS 2

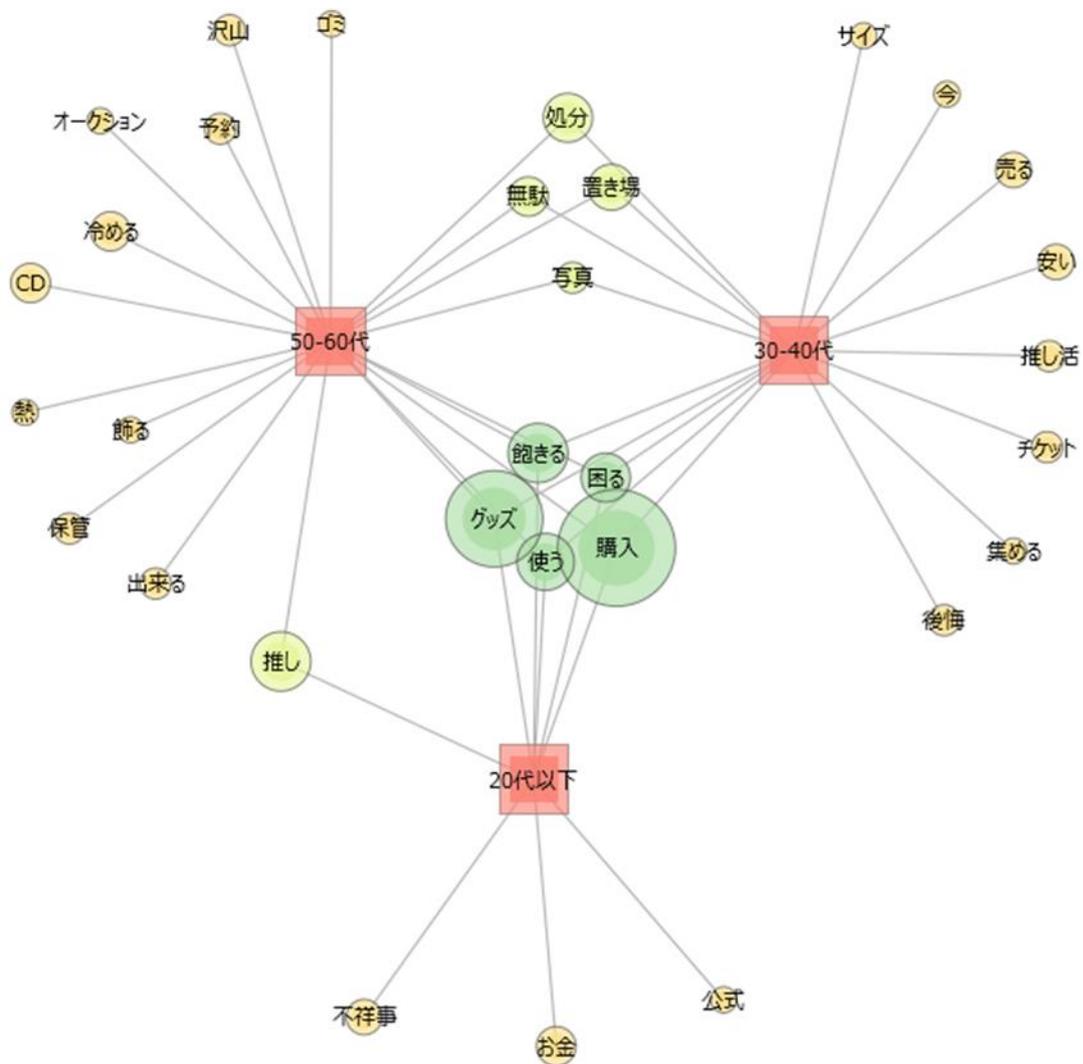
推し活に関する支出で、後悔した経験は「ない」が約9割を占める

推し活に関する支出で、後悔した経験は「ない」が85.6%だった。少数派の「ある」(14.4%)の自由回答をテキストマイニングしたところ、全年代で「グッズを購入し過ぎた」や「飽きた」とのコメントが確認された。特徴として、若年層はお金の使い過ぎに関するコメントがあった一方、高年層は購入したグッズの置き場所や処分方法に関するコメントが多く見られた。

▼推し活に関する支出で、後悔した経験はありますか？



▼推し活に関する支出で、後悔した理由 | 年代別 (自由回答 : n=127)



*UserLocal テキストマイニングで分析

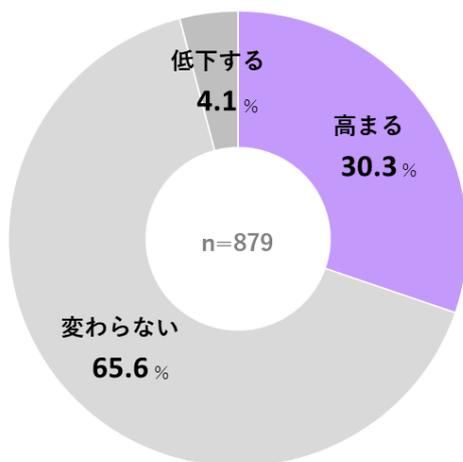
*共起ネットワークにて表示 (頻出単語の把握に加え、回答傾向が分類可能)。円の大きさは出現頻度の高さ、よく一緒に用いられる単語は同色、線の太さは単語同士の関連性の強さを示す

■TOPICS 3

推しが広告に関わっている製品への興味は「高まる」が約3割

推しと直接関係のない製品に、推しが広告出演している場合や、CM ソングなど何らかの形で関わっている場合、その製品に対する興味は高まるかを聴取した。約3割が「高まる」と回答した。

▼推しと直接関係ない製品の広告に推しが出演していた場合や、CM ソングなど何らかの形で推しが関わっている場合、その製品に対する興味は高まりますか？

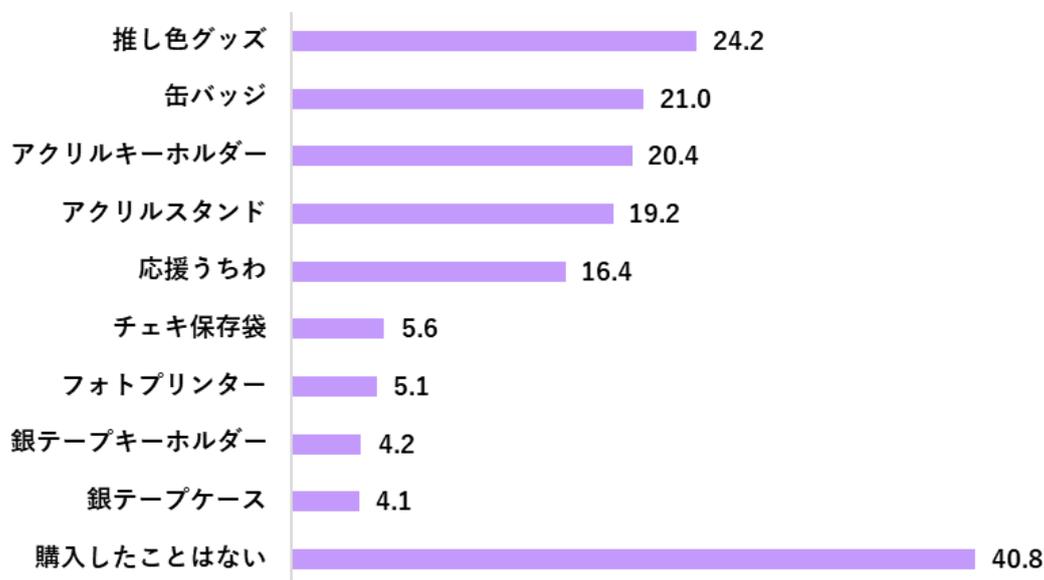


■TOPICS 4

推しを連想できる「推し色グッズ」を購入したことがある人は24.2%

公式グッズを除いて、購入したことがある応援用のグッズや推し活グッズを複数回答で聴取した。「推し」を連想できるカラーを使った「推し色グッズ」(24.2%)の人气が最も高い。次いで「缶バッジ」(21.0%)、「アクリルキーホルダー」(20.4%)、「アクリルスタンド」(19.2%)が続いた。また「購入したことはない」が40.8%となり、半数以上が推し活グッズを購入していることが分かった。

▼公式グッズを除いて、購入したことがある応援用のグッズや推し活グッズ（上位10位まで表示） ※複数回答（%）(n=879)



■TOPICS 5

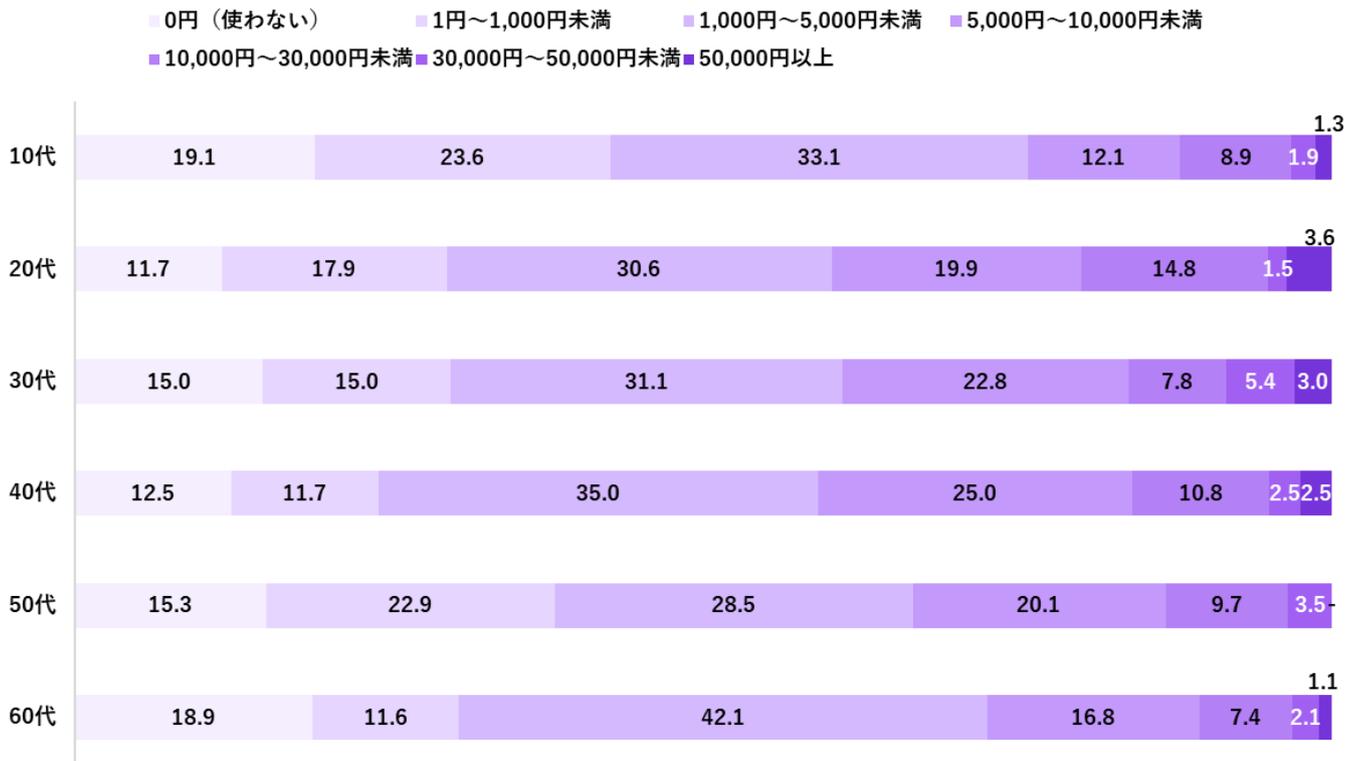
20代～40代の約4割が月額5,000円以上を推し活に使う

推し活に使う平均月額額は、「1,000円～5,000円未満」が全体の32.7%で最も高い。年代別で見ると、20代～40代では支出額が上がり、約4割が月額5,000円以上使うことが確認された。

▼推し活に使う平均月額 (%) (n=879)



▼推し活に使う平均月額 | 年代別 (%) (n=879)



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2023年11月6日～11月10日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 10～60 代の推し活経験者

有効回答数 : 879 名

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

※「推し活」とは、特定のキャラクター・アーティスト・アイドル・スポーツ選手などをファンとして応援する行動を指します

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載） : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。