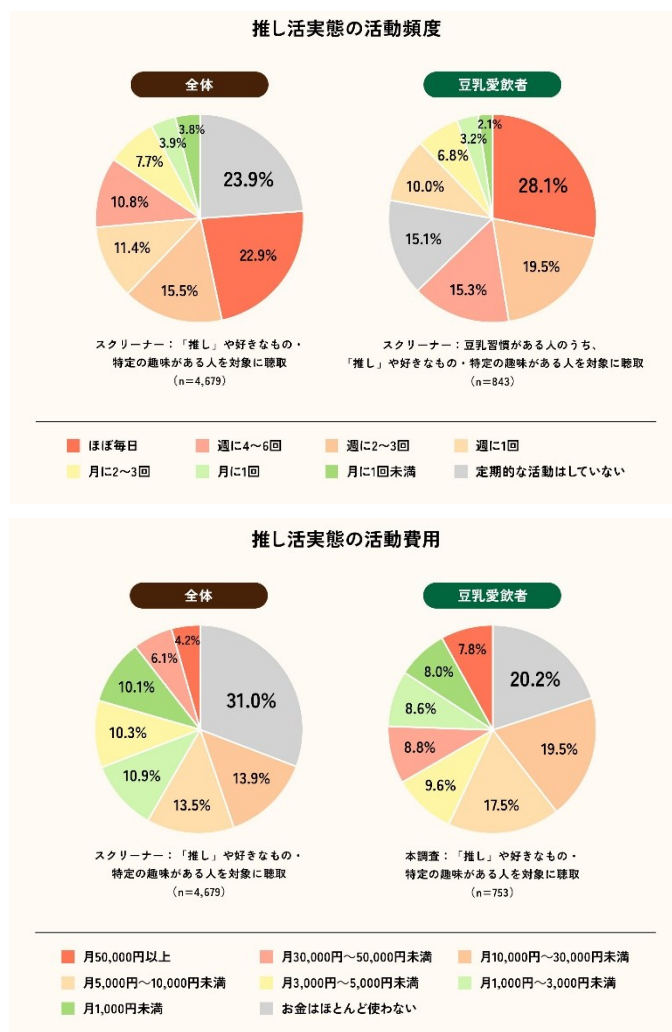


<11 月 04 日は“いい推しの日”> 豆乳好きは“推し活ガチ勢”!? 推し活を楽しむ頻度も活動費も高い傾向に！ 見えてきた意外な共通点とは

マルサンアイ株式会社(本社:愛知県岡崎市、代表取締役社長:稲垣 宏之)は、11 月 4 日の“いい推しの日”に先立ち、「豆乳」と「推し活」の関係性に着目した「豆乳×推し活調査」を実施し、公式ホームページ内WEBマガジン マルサンジャーナル「Soyana」(<https://www.marusanai.co.jp/soyana/>)にて調査結果を公開いたしました。

近年、健康志向の高まりや利用シーンの広がりを背景に、日常的に取り入れられる食品として存在感を高めている豆乳。2025 年の国内豆乳生産量は 44 万kLと過去最高を記録しましたが、2026 年上半期も 23 万kL(前年同期比 110.9%)と前年を上回るペースで推移しており、豆乳需要は 2026 年もなお拡大傾向にあります※¹。一方、好きなアイドルやキャラクター、作品などを応援する「推し活」も、近年その楽しみ方が多様化し、日常生活の中で気軽に楽しめる活動として、幅広い世代に浸透しています。

そこで今回は、日常生活に取り入れられている「豆乳」と、多くの人の毎日に彩りを与えている「推し活」の関係性に着目し、調査を実施しました。



推し活や趣味に取り組む頻度について、推し活民全体では「定期的な活動はしていない」(23.9%)が最多の一方、推し活をしている豆乳愛飲者※2では「ほぼ毎日」(28.1%)が最多となりました。また、活動費についても、推し活民全体と比べて多くかける傾向がみられ、豆乳愛飲者の推し活への熱量の高さがうかがえます。これらの結果から、豆乳を日々の生活に取り入れている人は、推し活についても日常の中で継続的に楽しむ傾向があることがわかりました。豆乳と推し活は、一見すると接点の少ないテーマですが、今回の調査からは両者の意外な関係性がうかがえる結果となりました。

そのほか、豆乳愛飲者の推しジャンル傾向や推し活による意識・行動変化など、詳しい調査結果につきましては、マルサンジャーナル「Soyana」にてご確認ください。

50年以上にわたり豆乳を作り続けてきたマルサンアイは、これからも「健康で明るい生活へのお手伝い」の企業理念のもと、おいしい豆乳の提供や、豆乳の楽しみ方が広がる情報発信・提案を行うことで、“豆乳LOVER”を増やす活動を積極的に展開してまいります。

※1 日本豆乳協会 豆乳等生産量等調査より

※2 本調査における「豆乳愛飲者」とは、週1回以上豆乳を飲んでいる方を指します。

【豆乳×推し活調査①主なトピックス】

- ・みんなの推し活ジャンルランキング
- ・推し活事情①:活動期間ランキング
- ・推し活事情②:活動費用ランキング
- ・推し活事情③:活動頻度ランキング
- ・推し活事情④:推し活による意識・行動変化
- ・豆乳愛飲者と推し活の関係性

<調査概要>

調査日程：2026年6月25日～7月2日

調査対象：全国 /男女 /20歳～59歳

有効回答者数：8,152名(本調査1,000サンプル:性年代 各125サンプル)

※本調査回答者=週1回以上豆乳を摂取している人

調査方法：インターネットリサーチ

調査機関：株式会社オノフ

■マルサンアイ株式会社について

本社所在地：〒444-2193 愛知県岡崎市仁木町字荒下1番地

代表者：代表取締役社長 稲垣 宏之

資本金：8億65百万円

設立：1952年3月

URL：<https://www.marusanai.co.jp/>

事業内容：豆乳を主とする植物性ミルク、および植物由来原料を使用したプラントベースフード等の製造販売。

2025年9月期の売上は、328億円。

当社では豆乳を中心とした様々な製品の製造販売を通じて、企業理念である「健康で明るい生活へのお手伝い」の実現に向け、今後もより多くの方に植物性素材の可能性や魅力を感じていただけるよう、新商品開発や生活者との接点強化を図っていきます。