

【購入理由は「推し」】

身の回りを「推し」で固めて日々を楽しく過ごす「概念グッズ」の最新事情

株式会社ブックリスタ(本社:東京都港区、代表取締役社長:村田茂、以下「ブックリスタ」)が運営する「推し活研究部(おしけん!)」(以下文中「おしけん!」)にて、推しのいるユーザーに対して、推し活ユーザーの概念グッズ事情に関する調査を行いました。



ブックリスタでは、推し活に特化したサービス「オシバナ」を運営しています。ユーザーは、「推し活をしている人」が中心。「オシバナ」が設立した「おしけん!」は、ユーザーの皆様の推し活をより楽しく、サポートすることを目的とした部活動です。

今回は、推し活をしている10代～60代のユーザー340人に推しの概念グッズに関するアンケートを行いました。

◆推し活ユーザーの推しの概念グッズについての調査レポート

【推し活調査の概要】

調査対象: 推し活をしている全国のユーザー

回答人数: 340人

調査時期: 2025年3月3日 ~ 4月7日

調査方法:「オシバナ」にてオンラインアンケートを実施

※本レポートのデータは、小数点以下第2位を四捨五入しています(合計しても100%にならない場合があります)。

※調査は報酬無しで実施しています。

■ 香水にネイルポリッシュなど ユーザーの推しを感じて買ったアイテムを大調査！

概念グッズとは、推しが好きなものをモチーフにしたアイテムや、推しのイメージカラーを取り入れたもの、そのアイテムを見るだけで推しを想起させるようなものを指します。

そんな概念グッズの実態を明らかにすることを目的に、推し活ユーザーを対象として、推しを感じて購入したアイテムの購入経験の有無について調査を行いました。調査の結果、推し活ユーザーが購入するアイテムの傾向が明らかになりました。



1位アクセサリー(58.7%)2位文具類(49.2%) 3位洋服(47.3%)4位お菓子や食品(33.3%)5位ポーチ(32.1%)6位バッグ(27.3%)7位ハンカチ・タオル類(26.7%)8位飲食店の食べもの(26.3%)9位 服飾小物・フィギュア類(同率24.4%)11位ぬいぐるみ(21.9%)12位化粧品(21.3%)13位インテリア・書籍(同率9.5%)15位鉱石/宝石(7.9%)16位食器(6.3%)17位家電製品(2.9%)18位乗り物(1.0%)

その他:めがね、水筒、お守り、時計、かわらけ(推しの家紋入り)、手鏡、スマホケース、押しグッズのロゼッタ、髪色など

あわせて、ユーザーが特にお気に入りとして挙げた推しの概念グッズについて、その理由や思い入れをコメントとともにご紹介します。

- ・オシャレな前髪クリップです！ 宝石部分が押し色で、付けるとキラキラして可愛いです(10代女性)
- ・シトリンのプレスレット。元々天然石は好きだったけど、推しの影響でシトリンをよく探すようになった(30代女性)
- ・推しの髪メッシュ(赤、薄い黄色)のストーンが付いたイヤークフ。概念なのに完璧すぎて家宝(10代女性)
- ・猫の刺繍が入ったピンク色のトートバッグ。推しのメンカラがピンク、似ている動物が猫なので(20代女性)
- ・推しがつけてそうな香りと名前の香水(30代女性)
- ・推し概念のお洋服たちです。クローゼットいっぱい様々な推しの概念服を詰め込んでます(10代女性)
- ・推しが被っている王冠に似ているボールペン(20代女性)
- ・推しの愛車のミニカー(10代女性)
- ・去年の周年記念展に気合いを入れるために買った押し色のマニキュア達が特に思い出深いです...！ ネイル塗るの下手くそながらも頭の中のイメージと格闘しながら概念ネイルをして、楽しくイベントに参加できました(20代女性)

ひとくちに概念グッズといっても、人それぞれの多様な概念グッズが存在し、アイテムを通じて推しに囲まれた日常を楽しんでいる様子がうかがえました。

また、形として残るアイテムだけでなく、推しが好んでいる食べものや、推しがよく食べているとされるコンビニ弁当なども概念アイテムとして取り入れられている点が印象的でした。

■「推し」が選ぶ基準！？モノ選びに潜む推しの力

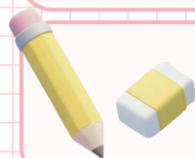
また、推しの存在が物を選ぶ際にどのように影響しているのかも調査しました。

モノ選びに潜む推しの力



推しカラーやモチーフが選ぶ際の指針に

昔より更に宇宙、夜モチーフのグッズが好きになった (30代女性)



目に付きやすいものを概念グッズに

文房具がほぼ全部推し色になった (20代女性)



食べものも立派な概念アイテムに

抹茶味のものが好きになった (10代女性)



【推しカラーやモチーフが選ぶ際の指針に】

- ・青が好きだけど緑色のものを選ぶようになりました (40代女性)
- ・物を買おうとする時には、まず推し色を探すようになった (20代女性)
- ・お守りとか神社とかご利益あるもので推し色を選ぶ (30代女性)
- ・昔より更に宇宙、夜モチーフのグッズが好きになった (30代女性)
- ・緑のものなら何でも！ (40代女性)

まず、「自分の好きな色よりも推しのカラーを優先して購入する」といった声が多く見受けられました。特に、カラーバリエーションのある商品の中からひとつを選ぶ際にも、推し色が選択の指標となっているようです。

【目に付きやすいものを概念グッズに】

・クローゼットは推しカラーの青で統一されています。毎日青い服を着ているので職場では青い人と言うことで認識されています(60代女性)

・色を見ただけで推しを思い出しちゃいます！それが推しが付けているものに似ているアクセや装飾品で、実用的な物ならすぐにも買うようになりました(10代女性)

・目に入った推しカラーの物は手当たり次第買う(10代女性)

・文房具がほぼ全部推し色になった(20代女性)

服や文房具といった普段よく目にするもの、身につける物などを推しカラーやモチーフで固め、推しを感じながら日々を楽しく過ごしているという声も寄せられました。

【食べものも立派な概念アイテムに】

・抹茶味のものが好きになった(10代女性)

・緑色の飲食物(特に抹茶系)をよく買うようになった(20代女性)

・推しが配信で美味しかったとかおすすめって言っていた商品を買ってしまう(20代女性)

また、食べものも概念アイテムとして取り入れられるケースが見受けられました。推しのイメージカラーにちなんだ食べものや、推しが好んでいる食べもの、配信などで「おいしい」と言っていたメニューを実際に食べることが、推し活の一環として楽しまれています。

繰り返し口にするうちにその食べもの自体が好きになることもあり、推しと同じものを味わうことで、感覚を共有し、より深く推しとつながっている感覚を得ているようです。

■暮らしを彩るのは推し 日常に溶け込む概念グッズの存在

推し活が生活のあらゆる場面に浸透していくなか、推しの存在は日常における選択や、その人自身の価値観にも影響を与えていることが明らかになりました。推しカラーやモチーフに限らず、食べものにまで広がる概念グッズ・アイテムは、推しを身近に感じたい、推しと感覚を共有したいといったユーザーの深い思いの表れとも言えるでしょう。

ふとしたきっかけで手に取ったアイテムも、推しカラーだったり、推しを連想させるモチーフだったりするだけで、特別な意味を持つものになる...そんな、推しの力を改めて感じる調査結果となりました。

本レポートの使用について

- ・本レポートを引用や転載される際は、必ず「「推し活研究部(おしけん!)」調べ」と明記してください。
- ・データの加工や改変は行わないでください。
- ・本レポートは、株式会社ブックリスタが著作権を保有しています。
- ・掲載がふさわしくないと当社が判断した際は、その掲載を中止できるものとします。
- ・本レポートの使用により発生した問題に、当社は一切責任を負いかねます。

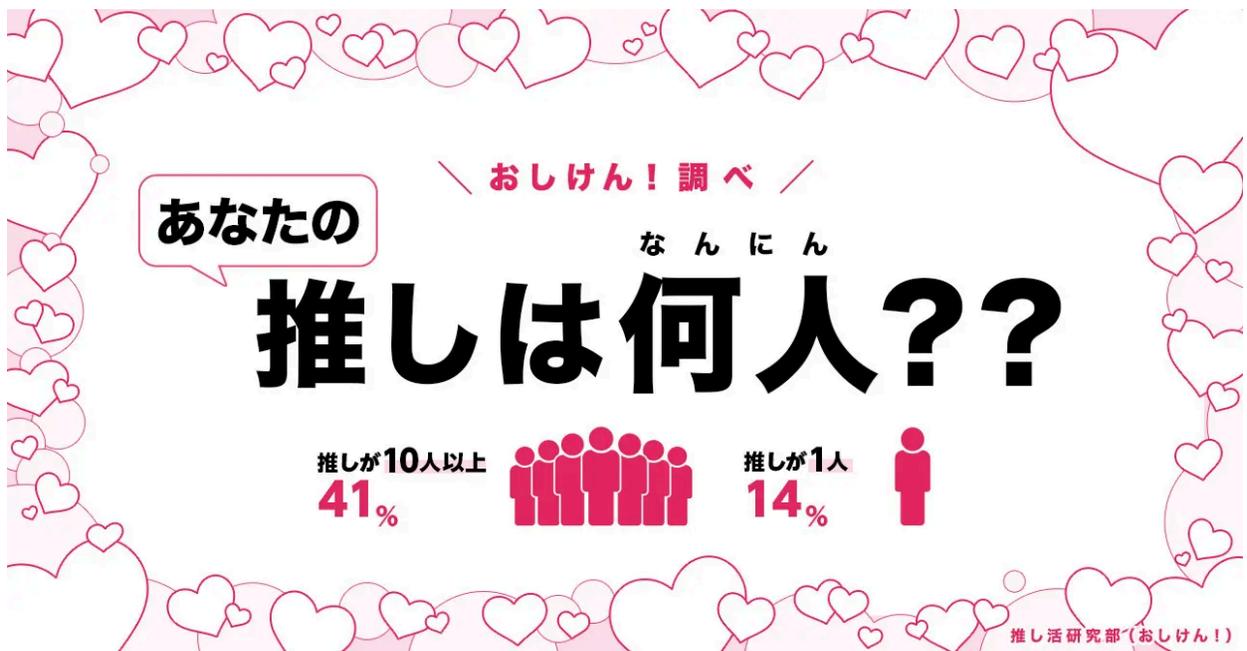
【関連】「おしけん！」調査記事



1週間の推し活時間は平均36.2時間 中学生の推し活は「推しの動画・配信を見る」が一番に
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000502.000006388.html>



10代は77.1%が「YouTubeはSNS」と回答、30代は25.8% 世代で異なる「SNS」の認識の差
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000504.000006388.html>



あなたの推しは何人？ 推しが10人以上いる人は全体の41%！ 14%は「推しはひとりだけ」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000508.000006388.html>



推し活中の318人から聞いた『推しを好きになった瞬間』とは？
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000510.000006388.html>

おしけん！調べ

高校生の37.7%が家族と推しの話をする？

みんなの「推し友」事情を調査!

高校生の推し友事情

学校関係の人	66.7%
SNSで知り合った人	39.1%
家族や親戚	37.7%
自分だけで楽しむ	20.3%
ゲームのフレンド	14.5%

他の年代の結果は記事へ!

推し活研究部(おしけん!)@推し活アプリOshibana

高校生の37.7%が家族と推しについて語り合う！ みんなの「推し友」事情を調査
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000513.000006388.html>

推し活アプリ「オシバナ」の目指すところ



「おしけん！」を運営する「オシバナ」は、推し活を通して「今日も生きてて幸せ」を提供するサービスです。推し活やクリエイターエコノミー市場に関わるほとんどのサービスとの違いは、推す側の立場のユーザーを起点にサービス開発をしている点です。推す側のユーザーファーストを考え、ユーザーと一緒にプロダクト開発を行っています。今後もユーザーのフィードバックを最大化し、サービスに活かす方法について日々検討していきます。

「オシバナ」では、アプリ内で推し活ユーザーに向けたアンケートを定期的に行っています。いただいた意見はアプリ開発に反映されるほか、ニュースに取り上げられる可能性も！？ 気になる方はアプリをダウンロードしてみてください(対応端末は現在はiOSのみ)。

公式サイト: <https://oshibana.fun/>

App Store URL: <https://apps.apple.com/jp/app/id1581399897>

対応端末: iOS ※iOS14.0以降

公式X: <https://x.com/Oshibana0487>

イラスト:

三浦ポパ (<https://x.com/miurapopa>)

藍川蓮 (<https://x.com/aikwarendbiryut>)

サービスのアイデアや開発中の機能については、Trello (<https://trello.com/b/E9C5Ac1M>)にて公開しています。

本リリースに関するお問い合わせ

[お問い合わせ先]

ブックリスタ 新規事業開発室 本澤友行

nbo@booklista.co.jp

[推し活アプリ「オシバナ」に関するお問い合わせ]

アプリ内の連絡フォーム、公式X、またはメールアドレスへお願いいたします。

公式X: <https://x.com/Oshibana0487>

support@oshibana.fun

ブックリスタについて

ブックリスタは、「エンタメ×テック(知的好奇心×感動体験)」のビジョンのもと、推し活アプリ「オシバナ」やショートマンガ創作支援サービス「YOMcoma」、ポートフォリオEC「ENRAI」など、新規事業の創造に取り組んでいます。また、電子書籍に関する各種事業を基幹事業として展開し、電子書籍ストアの総合的な運営をトータルにサポートしています。あらゆるエンタテインメントに対象を広げ、デジタルテクノロジーを駆使しながら、新しい価値の創出を実現していきます。

<https://www.booklista.co.jp>

※「- 推し活アプリ Oshibana -」は、株式会社ブックリスタの登録商標です。