

0123

アート引越センター

0123引越文化研究所

推し活にハマっている人の熱量と引越スタイルを調査

推し活×引越し 実態調査レポート



1. 推し活をしている人が費やすお金と時間

推し活に月1万円より多く費やす人は51.6%

週30時間以上費やす人は9.4%

直近10年間で引越経験のある20歳から40歳の男女のうち「推し活をしている」400名が「推し活にかける金額」は、月額「5千円まで(27.7%)」が最多でした。一方「1万円より多く費やす」という人を合計すると51.6%にのびりました。また、費やす時間は「1時間以上～7時間未満(31.5%)」が一番多い一方で「30時間以上」という人が10%近くいることから、「お金」と「時間」の両面から推し活への高い熱量が明らかになりました。

2. 推し活をする人と推し活グッズの関係

約30%の人が段ボール2～5個程度の推し活グッズを所有

約25%の人は「生活スペースより多い」という結果に

推し活グッズの量は「引越用段ボール2～5個程度」が33.3%と一番多い結果となりましたが、クローゼットの一角を占領するような「かなり多い」「非常に多い」という回答が合計25%と、全体の約1/4を占めており、推し活グッズの大切さがうかがえます。

3. 推し活グッズと引越しの関係<運び方>

推し活グッズは「全て自分で運んだ」と回答した人が48.5%

クローゼットの一角を占領する量でも4割近くが「自分で」と回答

引越の際に推し活グッズを「全て引越会社に依頼した」と回答した人は15.3%、48.5%は「全て自身で持って行った」と回答しました。推し活の熱量は、引越のスタイルにも影響を与えているようです。

4. 推し活グッズと引越しの関係<現状と希望>

46.3%が「推し活グッズ専用補償(保険)」を利用したいと回答

推し活グッズについて「引越する際に困った経験や大変だったこと」を聞いたところ、推し活グッズの量や形状による不具合を気遣う回答や、破損や汚損に対する心配が上位に挙げられました。また、あれば利用したい引越サービスとして「大切なグッズを守る「推し活グッズ専用補償(保険)」」を利用したいとの回答が46.3%にのびりました。

2010年代後半から広がりを見せたといわれる「推し活」。「アイドルやアニメ、スポーツ選手などを応援する(=推す)」活動を指し、近年では広く一般に受け入れられています。2021年に消費者庁の「令和4年版消費者白書」で若者の新たな消費行動として紹介され、流行語大賞にノミネートされたことでも、市場での認知がうかがえます。民間調査機関である推し活総研によると2025年の推し活人口は、15歳～19歳の女性を筆頭に20歳代、30歳代前半の女性まで広く、前年比250万人増の約1,384万人と推計されています。またその市場は数兆円にのび「物価高にも負けない消費」と推論するエコノミストもいるほどです。

推し活では「推しを応援する」ために推し活グッズも注目されており、前出の推し活総研でも「推し活にお金をかけたもの」の筆頭に「推しの公式グッズ」が挙げられたとの調査結果を発表しています。そこでアート引越センター株式会社のシンクタンクである「0123引越文化研究所」では、直近10年間で引越をした20歳～40歳の男女の中で推し活をしている人が、引越をする際に推し活グッズをどのように扱ったかを調査しました。

当該者の推し活への熱量とともに調査結果をご報告いたします。

■ 本件に関するお問合せ先 ■

0123引越文化研究所 事務局 小林・中川・畠山 電話 06-6946-0143

■ リリース配信に関するお問合せ先 ■

共同ピーアール株式会社 広報事務局 杉浦 電話 03-6260-4860

1. 推し活をしている人が費やすお金と時間

推し活に月1万円より多く費やす人は51.6%
週30時間以上費やす人は9.4%

推し活にかかる金額を聞いたところ、最も多い回答は月額「5千円まで (27.7%)」でした。次に多いのが「1万円より多く3万円まで (27.3%)」ですが、全体を俯瞰すると「月に1万円より多く費やす人」が51.6%にのぼることが分かります。1人暮らしの月平均光熱費が約12,000円(※1)であることを鑑みると、推し活をする人の生活の中で推し活が重要な位置づけにあることがうかがえます。

また推し活にかかる時間は、1週間に「1時間以上～7時間未満 (31.5%)」が最多で「7時間以上～14時間未満 (28.5%)」の回答が続きます。注目すべきは30時間以上かけている人が10%近くいることです。1年間で52週として計算すると、週30時間の推し活とは「年間1,560時間を推し活に費やす」ことであり、中学生の年間標準授業数1,015時間(※2)を大幅に超えていることが分かります。

さらに、推し活のための「部屋を作っている人」「部屋作りをやってみたい(検討している)人」は合計で76.7%でした。推し活が生活の一部として深く根付いている実態が垣間見えました。

※1: 総務省「家計調査 家計収支編 単身世帯 用途分類」の2024年統計参照

※2: 文部科学省、令和3年6月28日第124回教育課程部会資料4「(参考)学校教育法施行規則に定める標準授業時数」参照

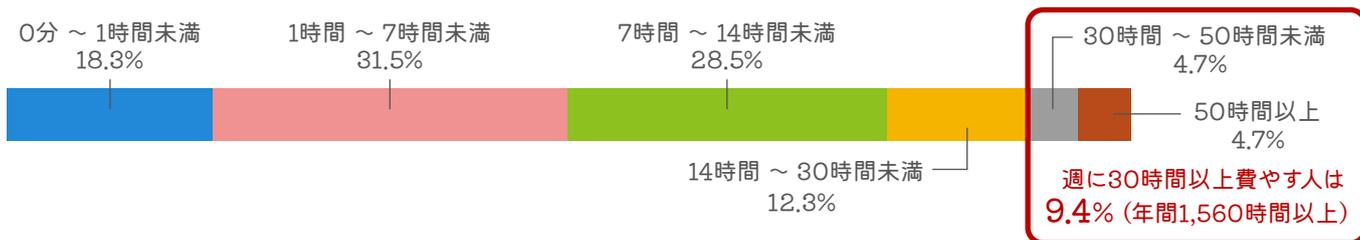
質問 推し活に月どのくらいの金額を使いますか？

(N=400) < 単位: % >



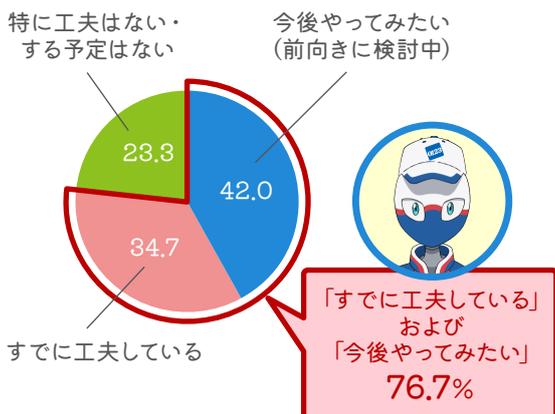
質問 推し活に週どのくらいの時間を使っていますか？

(N=400) < 単位: % >

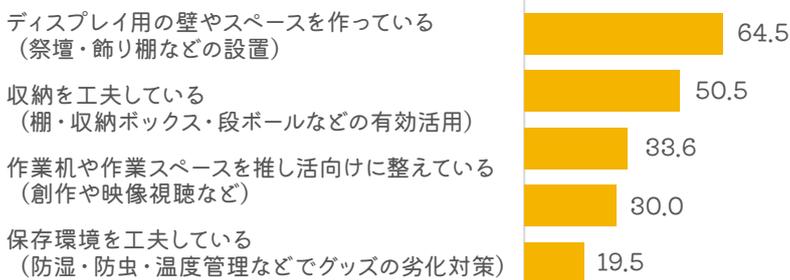


質問 推し活のために部屋作りの工夫はありますか？

(N=400) < 単位: % >



「すでに工夫している」および「今後やってみたい」人に聞いた
■どのような工夫をしていますか？(考えていますか？) (複数回答)



2. 推し活をする人と推し活グッズの関係

約30%の人が段ボール2～5個程度の推し活グッズを所有

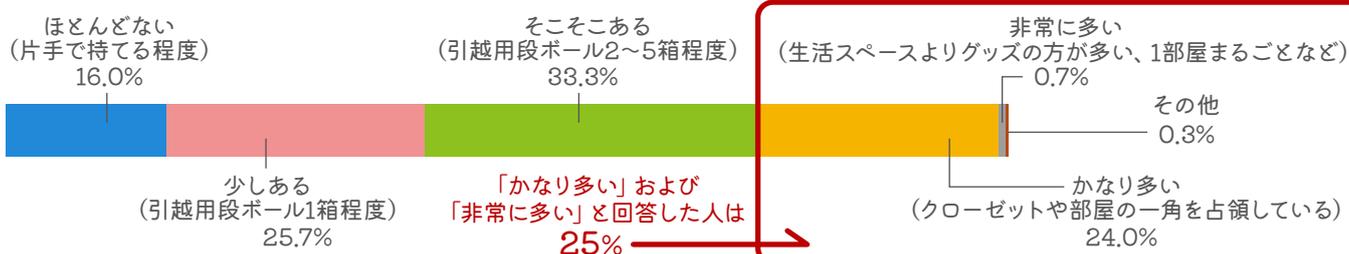
約25%の人は推し活グッズが「生活スペースより多い」という結果に

推し活グッズの量を聞いたところ「そこそこある（引越用段ボール2～5個程度）」と回答した人が33.3%と一番多い結果となりました。続いて「少しある（引越用段ボール1個程度）（25.7%）」が次に多い回答でした。「かなり多い」と「非常に多い」の回答を合わせると25%となり、約1/4が相当量の推し活グッズを所有していることが分かりました。

推し活グッズは、収納ケースで保管したり、飾り棚に並べたりと、半数近くが専用の管理方法を取っており、単なる「物」ではなく、大切な存在として扱われていることがうかがえます。

質問 推し活グッズの量はどのくらいありますか？

(N=400) <単位：％>



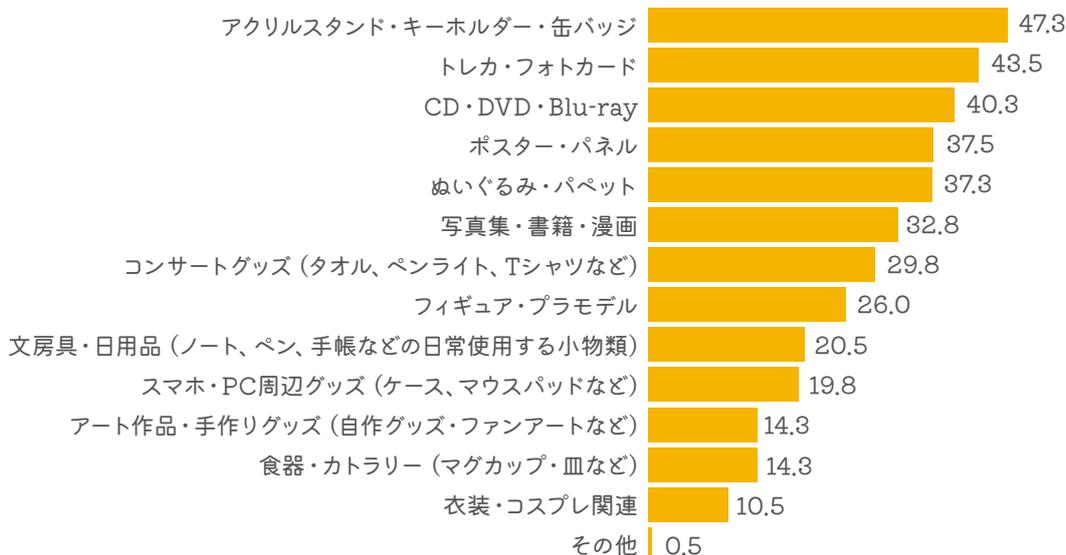
質問 推し活グッズをどのように管理していますか？（複数回答）

(N=400) <単位：％>



質問 所有している推し活グッズはどのような物ですか？（複数回答）

(N=400) <単位：％>



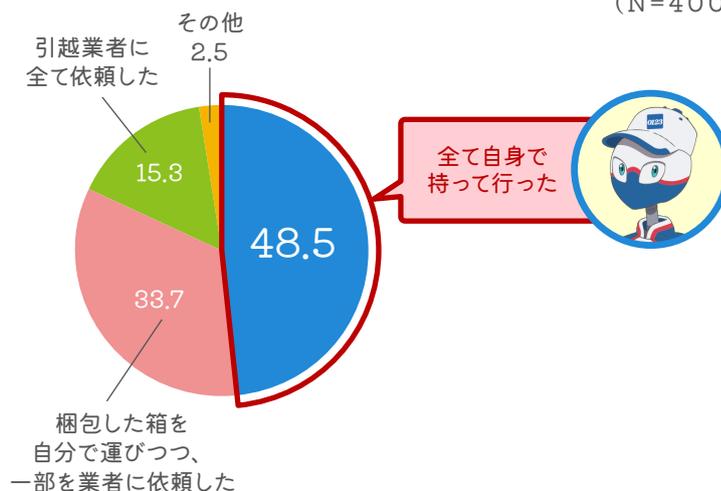
3. 推し活グッズと引越しの関係<運び方>

推し活グッズは「全て自分で運んだ」人が48.5%
クローゼットの一角を占領する量でも4割近くが「自分で」

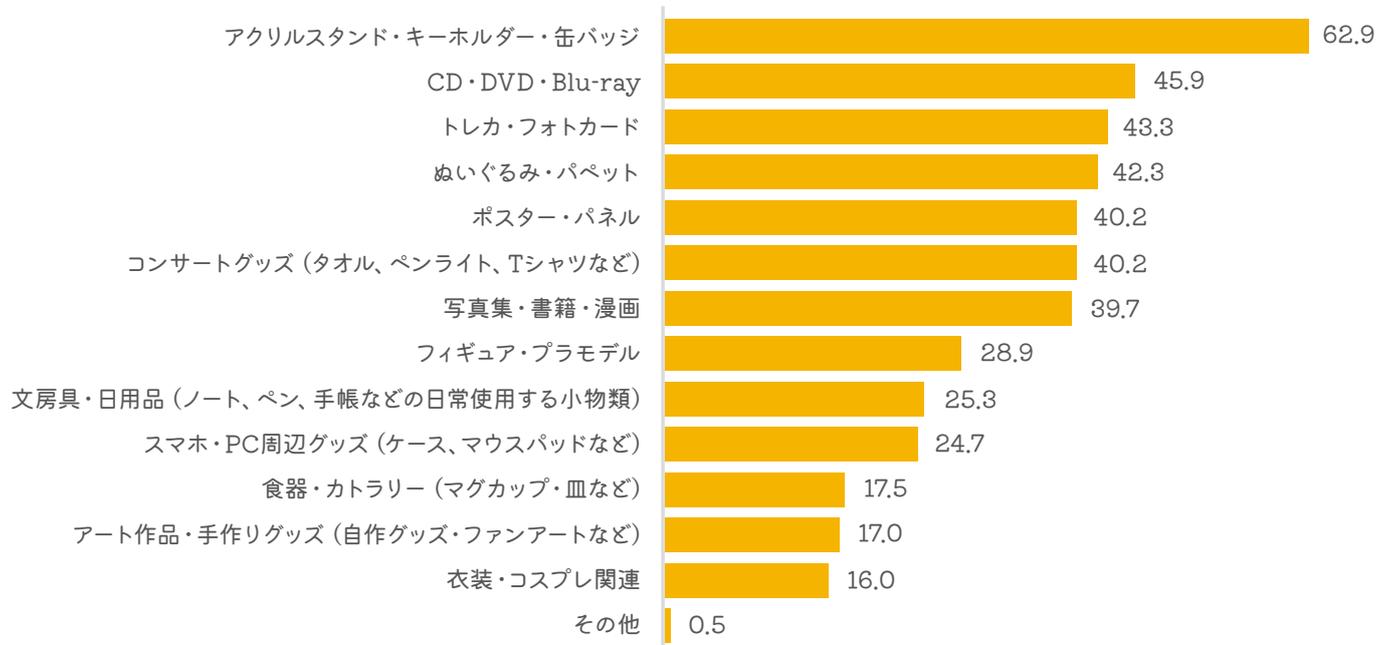
大切な推し活グッズは、48.5%が「全て自身で持って行った」と回答しました。一方で、引越会社に全てを依頼した人は15.3%。つまり約85%の人が、推し活グッズについては何らかの形で必ず「自分が運ぶ」スタイルをとったことが分かりました。推し活グッズへの強い愛着が、引越行動にも表れている結果といえます。

質問 推しグッズを引越しの時にどのように搬送しましたか？

(N=400) <単位：%>



■ 自身で持って行った推し活グッズは？ (複数回答)



4. 推し活グッズと引越しの関係<現状と希望>

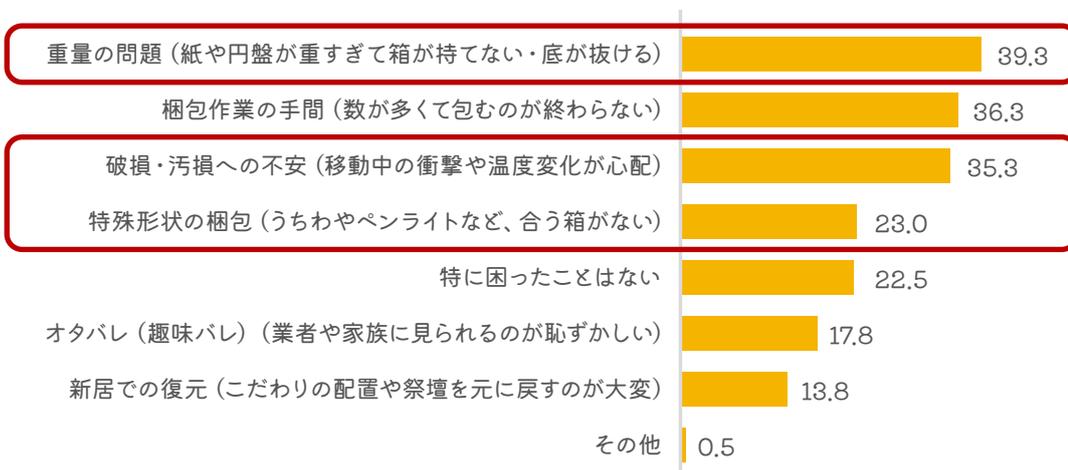
46.3%が「推し活グッズ専用補償（保険）」を利用したいと回答

最後に、推し活グッズを「引越しする際に困った経験や大変だったこと」をたずねたところ、推し活グッズの量や形状による不具合を気遣う回答や、破損や汚損に対する心配が挙げられ、推し活をする人の“推し活グッズ愛”がうかがえました。

また、これからの引越サービスへの期待として「大切なグッズを守る「推し活グッズ専用補償（保険）」を利用したいとの回答が46.3%。次いで33.5%が「面倒な梱包・開梱をプロが行う「グッズ取り扱いコンシェルジュ」」を希望するなど、引越時での推し活グッズの梱包・運搬での課題が明確になりました。推し活を行う人にとって引越は「荷物を運ぶ作業」ではなく、大切な存在をいかに安全に守るかが重要なイベントであることがうかがえます。

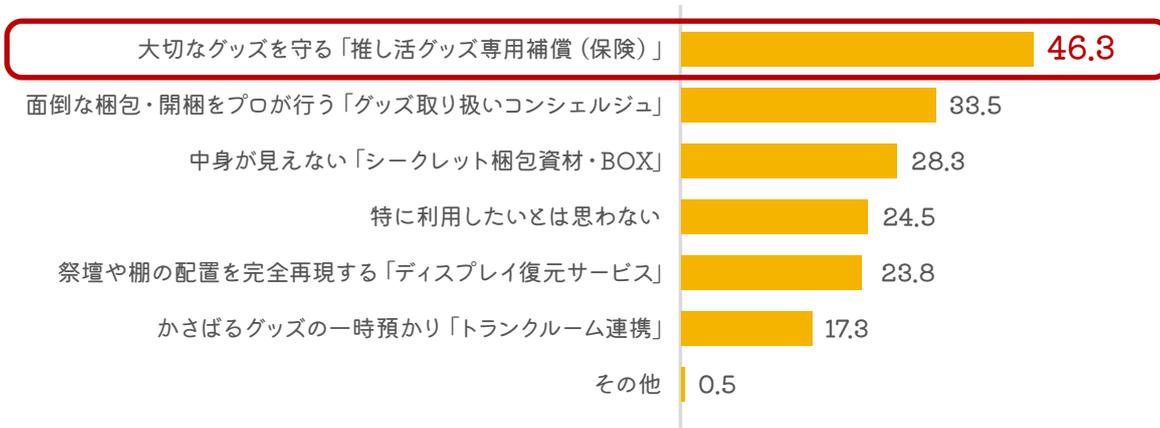
質問 引越の際に困った経験や大変だったことはありますか？（複数回答）

(N=400) <単位：%>



質問 推し活をサポートする引越サービスでどのようなものがあったら利用したいですか？（複数回答）

(N=400) <単位：%>



<調査概要>

【調査方法】 インターネット調査

【調査対象者】 直近10年間で引越をした20歳~40歳で、推し活をしている男女(日本全国が対象)

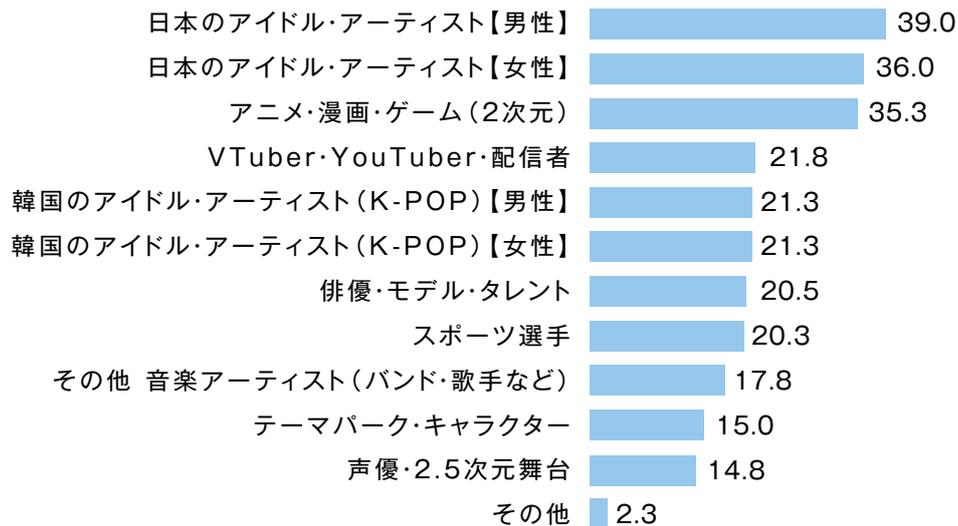
【調査人数】 計400名

【調査時期】 2025年12月上旬

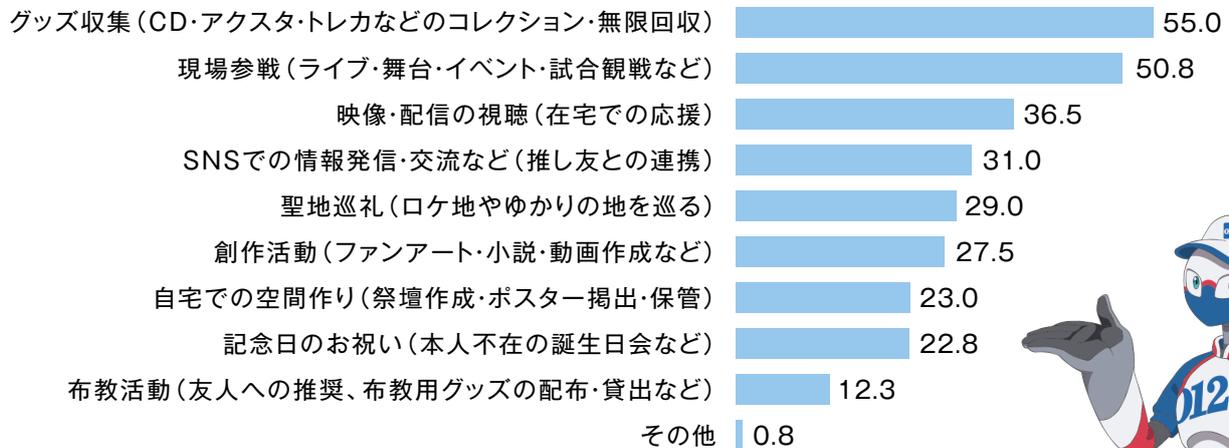
<調査対象者プロフィール>

<単位:%>

■ 調査対象者の「推し活ジャンル」 (複数回答)



■ 調査対象者の「推し活で主に行うこと」 (複数回答)



「0123引越文化研究所」とは

アート引越センター株式会社(本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:寺田 政登)のシンクタンクである0123引越文化研究所は、「引越」を生活文化の側面からとらえたさまざまな研究活動を推進するとともに、「引越」に限らず、さらに幅広い分野において「人・夢・暮らし」についての情報収集、研究分析活動などを多様な角度からおこなっていきます。具体的には、アンケート活動を主体とした実態調査、消費傾向や関心事、現状の問題点などの把握と分析などに幅広く取り組んでいきます。調査・研究結果については、アートグループの取り組む多様な生活サービスの質的向上に活かされるだけでなく、みなさんに有意義に役立てていただけるよう、広く社会還元を図ってまいります。