

2026年1月26日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

推し活と幸福度・ウェルビーイングに関する調査結果

「推し活をしている」人は全年代の36.1%。

推し活で実感するポジティブなことは「癒し・安心」で、
ネガティブなことは「お金の浪費」が1位

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: 勝 文彦、以下「LM」)は、2025年7月に提供を開始したウェルビーイング発想のマーケティング指標「TOTONOID(ととのいど)」を用いて、Ponta会員を対象に、「推し活と幸福度に関する調査」(実施期間: 2025年8月1日~8月11日、回答者数9,904人)を行いました。調査結果を基にした推し活を通じた幸福度(ととのい度)についてご報告します。

【主な調査結果】

・推し活の状況

推し活をしていると回答した人は全体の36.1%。男女とも30代以下の約半数は推し活をしている。

・推し活のジャンル

推しのジャンルは、「日本のアイドル」の回答が24.4%と最も多く、次いで、「歌手・ミュージシャン」が23.6%、「スポーツ選手」が22.3%だった。

・推し活を通じて実感したポジティブなこと

推し活で感じたポジティブなことは「癒される・安心」の回答が35.6%と最も多く、幸福度を高める出来事として最も重視されているのは「毎日が楽しい」。

・推し活を通じて実感したネガティブなこと

推し活で感じたネガティブな出来事は「お金の浪費」の回答が17.1%と最も多く、幸福度が下がる出来事として「推しの言動に対する不満」が最も重視されている。

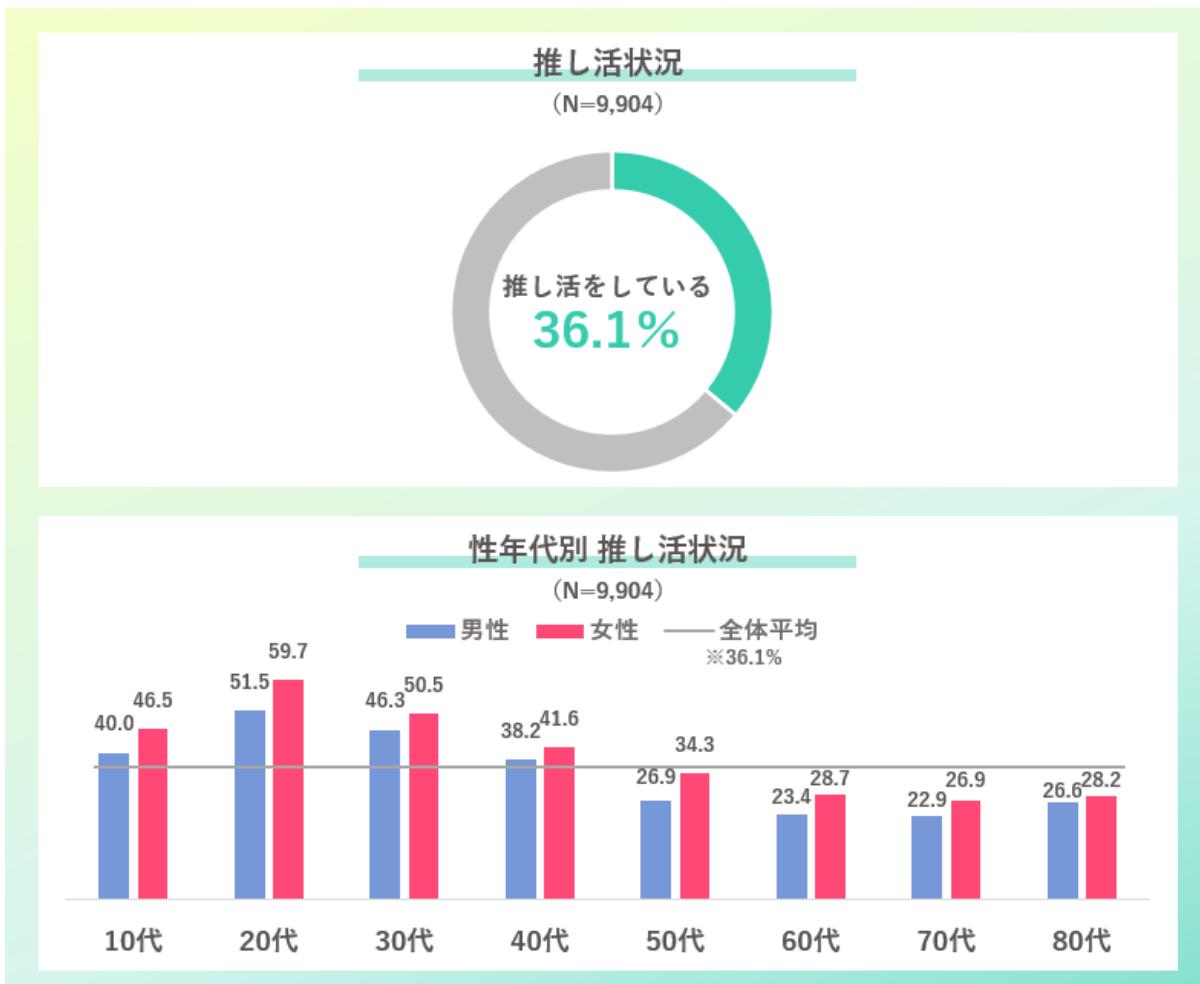
・幸福度が高い推しのジャンル

「テーマパーク・エンタメ施設」推しが最も幸福度の指数が高く、51.5点となった。「スポーツ選手」「乗り物」推しは身体的な幸福度の指数が高い傾向が見られた。

■推し活の状況

「推し活をしているか」という質問に対し、「推し活をしている」と回答した人は全体で36.1%となった。性年代別で結果を比較すると、男女とも30代以下は約半数が推し活をしている。特に、20代女性の推し活実施率は59.7%と最も高かった。また、60代以降の高年層でも、約4人に1人が推し活をしている。

▼推し活の状況 | 全体・性年代別 | 単一回答

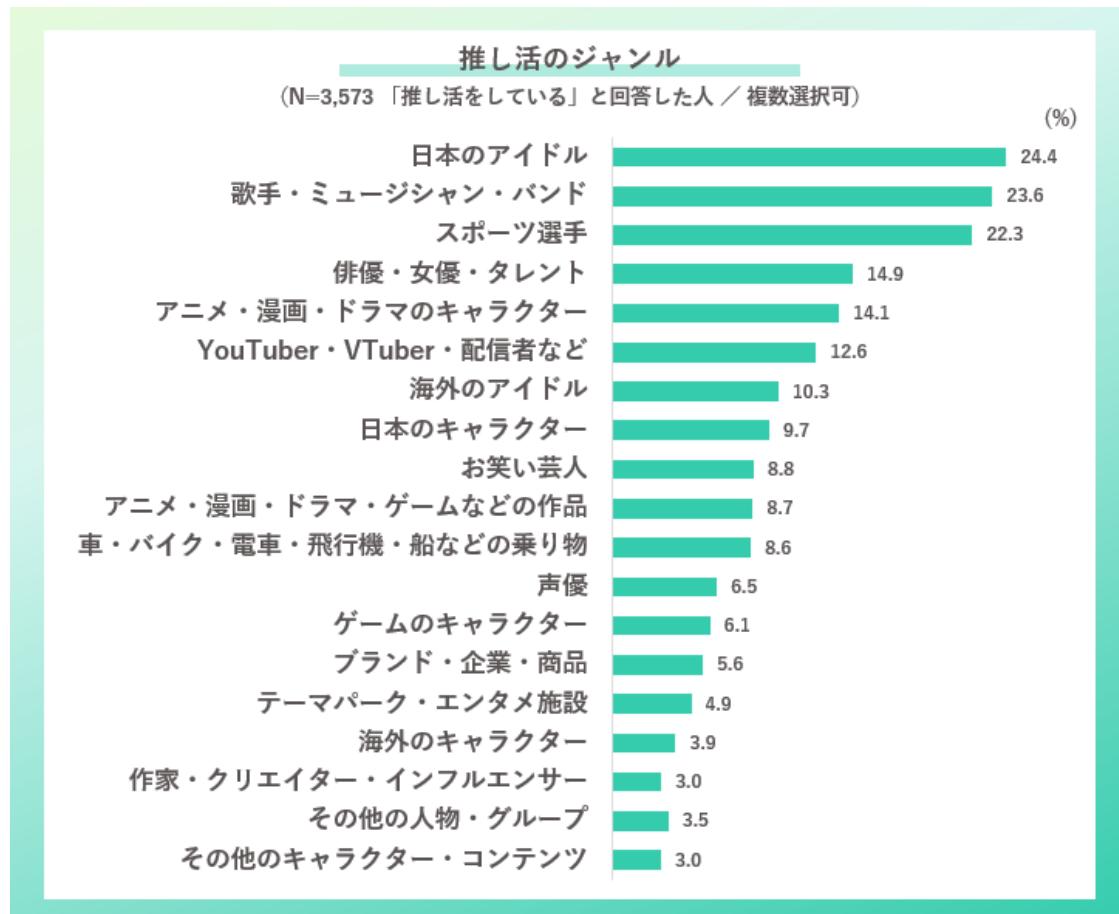


■推し活のジャンル

推し活をしていると回答した人に、推し活のジャンルを聴取した。「日本のアイドル」が24.4%と最も多く、次いで、「歌手・ミュージシャン」が23.6%、「スポーツ選手」が22.3%だった。

自由記述形式で推している人や物の名前を聴取したところ、「大谷翔平選手」をはじめとする野球選手やプロ野球、メジャーリーグの球団の他、「SnowMan」「SixTONES」といった日本のアイドルも多く見られた。

▼推し活のジャンル



▼推している人や物（自由記述の結果をまとめたワードクラウド）



■推し活を通じて実感したポジティブなこと

推し活をしている人に、直近1カ月以内に推し活を通じて実感したポジティブなことを聴取した。1位は「癒される・安心」で35.6%、次いで「励まし・元気が出る」が33.5%となった。

各項目について、回答者の幸福感にとってどれくらい重要であるかを4段階で聴取したところ、「毎日が楽しい」が最も高く、3.41点（1段階につき1点、4点満点）だった。

▼推し活で感じたポジティブなこと

実感度上位項目

(N=3,573 推し活をしていると回答した人／複数選択可)

順位	項目	実感度 (%)
1	癒される・安心	35.6
2	励まし・元気が出る	33.5
3	毎日が楽しい	27.7
4	日常の辛さ・寂しさを忘れる	20.0
5	推し活きっかけの商品・サービスの購入	13.0
6	推し活きっかけの外出	12.5
7	挑戦する勇気が貰える	12.3
8	語り合える楽しみ	11.2
9	新しい知識・視点の獲得	11.1
10	時間・お金の消費による充足感	10.6
11	人とのつながりの獲得	7.9
12	ファンコミュニティへの誇り	4.4

重視度上位項目

(N=3,573 推し活をしていると回答した人)

順位	項目	重視度(点)
1	毎日が楽しい	3.41
2	ファンコミュニティへの誇り	3.29
3	癒される・安心	3.29
4	新しい知識・視点の獲得	3.28
5	励まし・元気が出る	3.28
6	日常の辛さ・寂しさを忘れる	3.27
7	人とのつながりの獲得	3.25
8	挑戦する勇気が貰える	3.24
9	語り合える楽しみ	3.21
10	推し活きっかけの外出	3.14
11	時間・お金の消費による充足感	3.12
12	推し活きっかけの商品・サービスの購入	3.06

■推し活を通じて実感したネガティブなこと

推し活をしている人に、直近1カ月以内に推し活を通じて実感したネガティブなことを聴取した。1位は「お金の浪費」(17.1%)、次いで「時間の浪費」(13.5%) となった。

各項目について、それが解消されることが回答者の幸福感にとってどれくらい重要であるかを4段階で聴取したところ、「推しの言動に対する不満」の点数が3.17点（1段階につき1点、4点満点）で最も高く、推し活をする人のウェルビーイングにおいて、推しの言動が重視されていることが分かった。

▼推し活で感じたネガティブな出来事

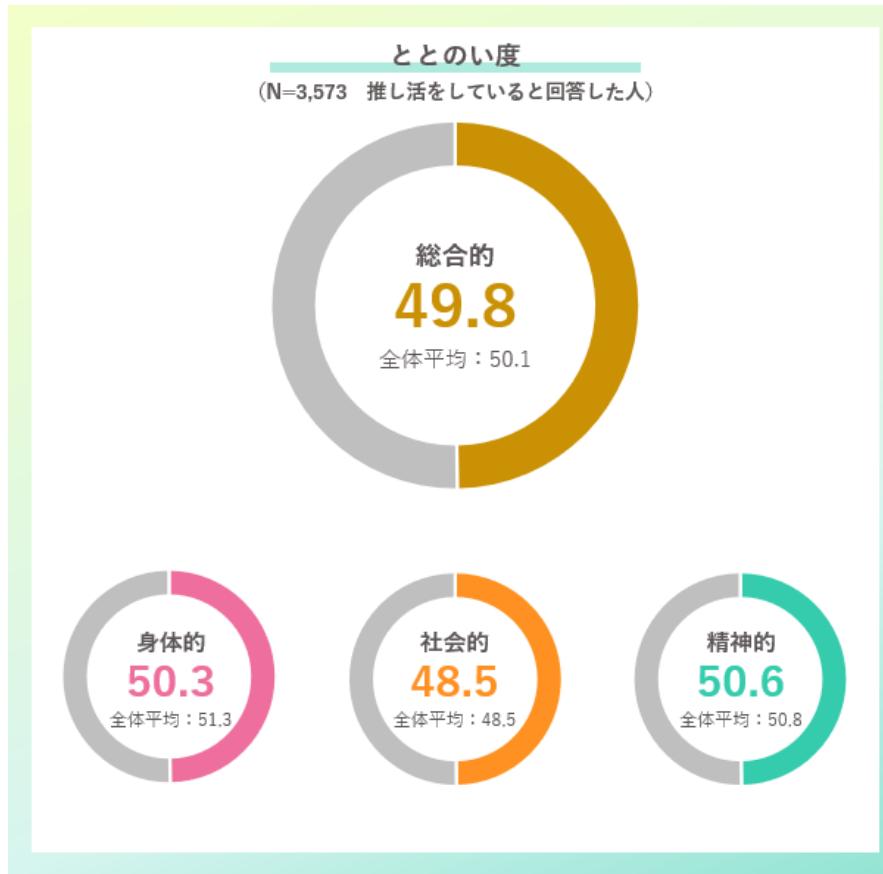
実感度上位項目			重視度上位項目		
(N=3,573 推し活をしていると回答した人／複数回答可)			(N=3,573 推し活をしていると回答した人)		
順位	項目	実感度(%)	順位	項目	重視度(点)
1	お金の浪費	17.1	1	推しの言動に対する不満	3.17
2	時間の浪費	13.5	2	お金の浪費	3.13
3	推しの活動量が少ない	11.1	3	生活リズム・体調の乱れ	3.08
4	情報・供給を追うことの大変さ	11.0	4	推しとの距離の遠さ	3.07
5	生活リズム・体調の乱れ	8.5	5	炎上・引退等による辛さ	3.05
6	周囲の人と語り合えない	5.9	6	ファンコミュニティが自分と合わない	3.02
7	炎上・引退等による辛さ	5.1	7	SNS・ファン同士のやり取りでの疲労	3.00
8	推しとの距離の遠さ	3.5	8	家族・友人から理解が得られない	2.95
9	SNS・ファン同士のやり取りでの疲労	3.3	9	情報・供給を追うことの大変さ	2.90
10	ファンコミュニティが自分と合わない	2.9	10	推しの活動量が少ない	2.90
11	推しの言動に対する不満	2.8	11	時間の浪費	2.84
12	家族・友人から理解が得られない	2.2	12	周囲の人と語り合えない	2.55

■ 幸福度が高い推しのジャンル

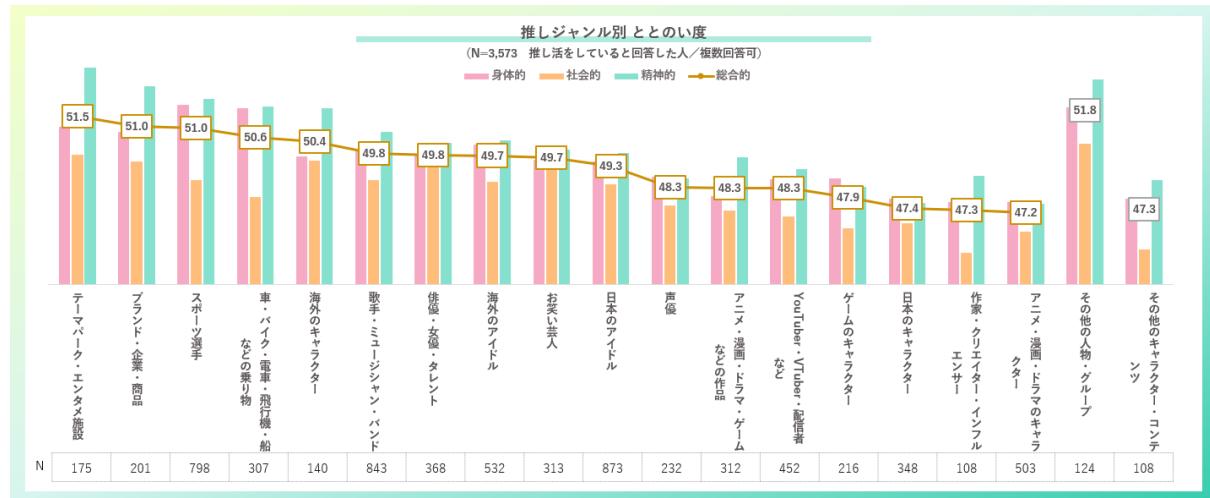
推し活をしている人を対象に、幸福度を表す「ととのい度*」を算出し、全体との比較を行った。精神的ととのい度、身体的ととのい度、社会的ととのい度、さらに3つの総合的ととのい度をそれぞれ算出した。推し活をしている人の総合的ととのい度は49.8点で、推し活をしていない人を含む全体平均の50.1点に近い点数となった。要素別の3つのととのい度を見ると、精神的ととのい度が最も高く50.6点だった。次いで、身体的ととのい度が50.3点、社会的ととのい度が48.5点だった。精神的・身体的ととのい度は全体平均よりも低く、社会的ととのい度は全体平均と同じ点数となった。

推しているジャンル別に総合的ととのい度を比較すると、「テーマパーク・エンタメ施設」を推している人が最も高く、51.5点となった。「スポーツ選手」推しと「乗り物」推しは、他のジャンルと比較し、身体的ととのい度が高くなる傾向が見られ、それぞれ52.0点、51.8点となった。

▼推し活をしている人の「ととのい度」

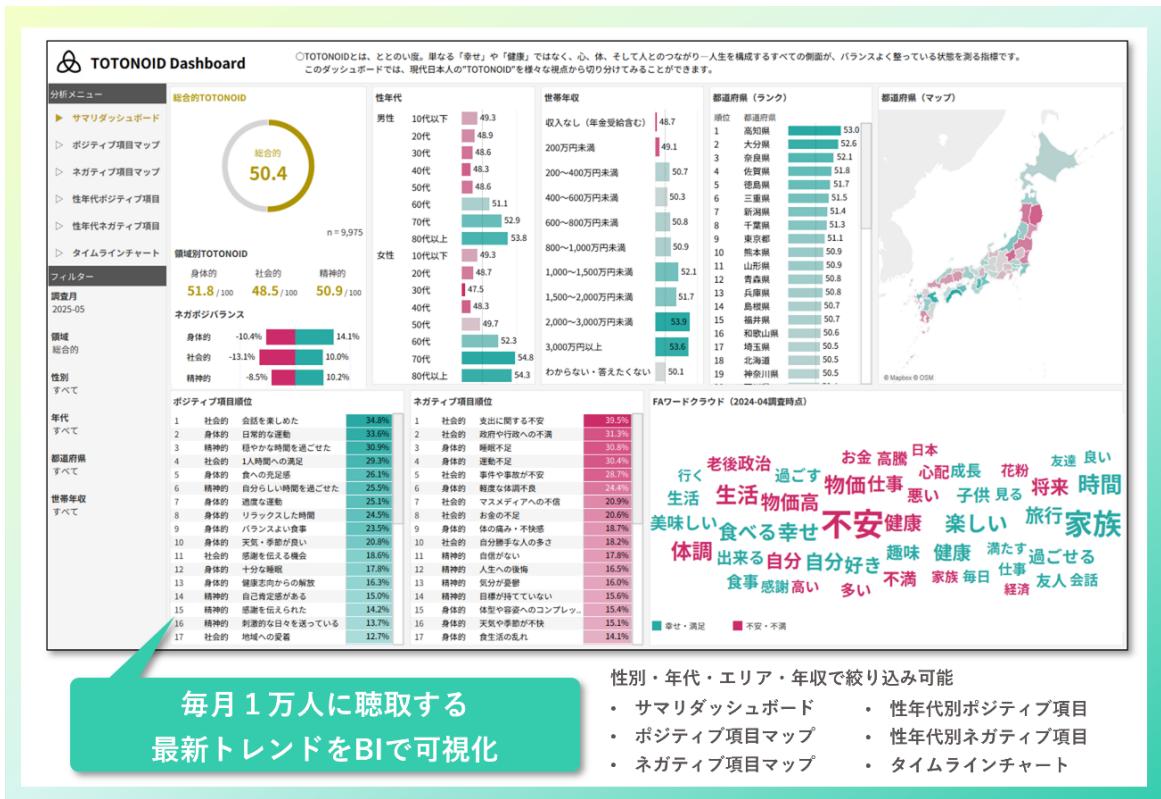


▼推し活ジャンル別のととのい度



※ ととのい度とは：

全72項目の実感度と重視度から回答者自身のウェルビーイング状況を把握するLM独自の指標。ウェルビーイング発想のマーケティングサービス『TOTONOID（ととのい度）』として2025年7月31日に提供を開始した。毎月1万人にアンケートを聴取し、日々移り変わる生活者ウェルビーイングのトレンドを調査。調査結果はBIツールで可視化し、[無料で公開](#)している。



【関連 URL】

・本調査のレポート

<https://biz.loyalty.co.jp/report/181/>

・ととのい度 (Well-being 指標) の詳細

<https://biz.loyalty.co.jp/column/105/>

・ととのい度 (Well-being 指標) ダッシュボード

https://public.tableau.com/app/profile/loyaltymarketing/viz/TOTONOID_Dashboard/sheet0

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2025年8月1日～8月11日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をしていただいている方)

集計対象 : 国内在住 15～89 歳の方

回答数 : 9,904 件 (うち、推し活をしている 3,573 件)

※人口構成比に合わせウェイトバックした数値

【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、“「Ponta リサーチ」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。

以上