

幸福度と「推し活」についての一考察

— 「推し活」人口の拡大に向けた仮説 —

宮 田 雅 之

東京保健医療専門職大学 教授

Well-being and “Oshikatsu”

— The Hypothesis for Expanding the “Oshikatsu” Population —

Miyata Masayuki

Professor, Tokyo Professional University of Health Sciences

要旨：前回の研究ノート（「敬心・研究ジャーナル」第8巻第1号、2024年6月）で、「幸福度（Well-being）」と「推し活」の関係を概観し、今後の研究課題や問題意識について述べた。本稿では、「推し活」をしている人ほど幸福度が高いことに加え、「推し活」がもたらす様々なメリットを紹介しつつ、「世代」を切り口に「推し活」人口を増やすための策に関する仮説を提唱する。特に、経済力が最も高い「50代」に注目し考察を行う。

キーワード：幸福度、Well-being、ウェルビーイング、推し活、オタク、50代

1. 「推し活」を牽引する若年層

前回（2024年6月）本ジャーナルに投稿した研究ノートにおいて、株式会社博報堂等が行った調査「OSHINOMICS REPORT」の中に注目すべきポイントがあることを指摘した。それは、「推し活」に時間（可処分時間に占める推し活時間）とお金（可処分所得に占める推し活支出）を最も費やしているのは若年層であるという点である。

同調査によると、可処分時間・可処分所得に占める割合が最も大きいのは「10代」であり、「50代」「60代」になるとその割合は約半分の水準である。

「推し活」について発信している SNS を観察していると「10代」「20代」の若者がアルバイト代や給与そして休日を「推し（推し活の対象）」のために惜しげもなく使っている様子がみてとれる。そこには悲壮感はなく「推し」との交流を楽しんでいる投稿で溢れている。

かつて明石家さんまが某女性アイドルに語った名言「『明日大阪で握手会、明後日仙台で握手会、来てね！』っ言って、飛んできてくれる男なんておらん。彼氏だって旦那だって、そんな男いない。ファンだけや、そんな我儘についてきてくれるのは。」が話題となった。この言葉は、「推し活」の実態をリアルに表現していよう。青春の全てをかけて「推し活」にエネルギーを注いでいる若者世代が、現在の「推し活」マーケットを支えている。

2. 「50代」の消費行動とは

（1）「50代」の経済力

一方、世代別の平均的な収入をみると「50代」が最も高い。

2023年の1世帯あたりの平均所得金額を世帯主の年齢階級別にみると、「50～59歳」が758万5,000円で最も高く、次いで「40～49歳」が696万円、「30

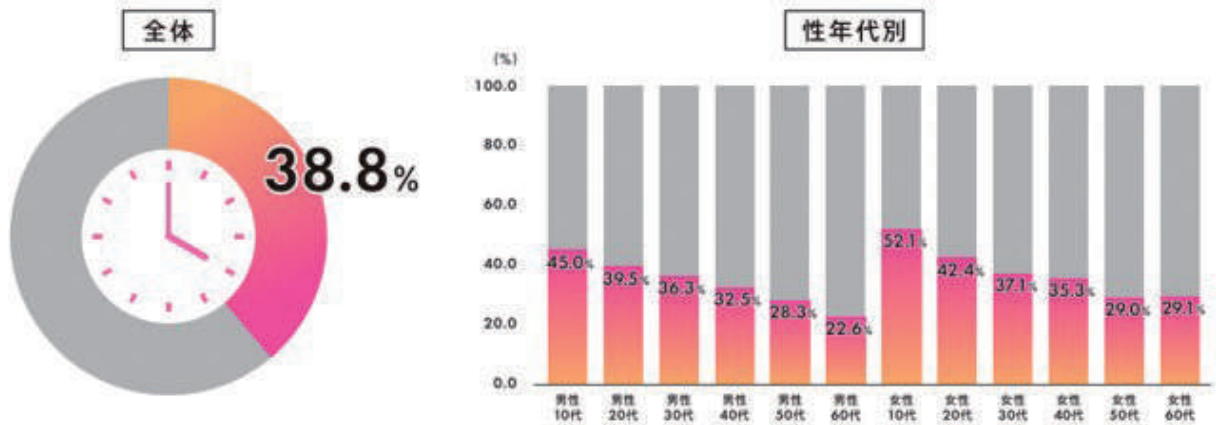


図1 可処分時間における押し活時間の割合

【出所】博報堂、株式会社サイニング「OSHINOMICS REPORT」2024年2月

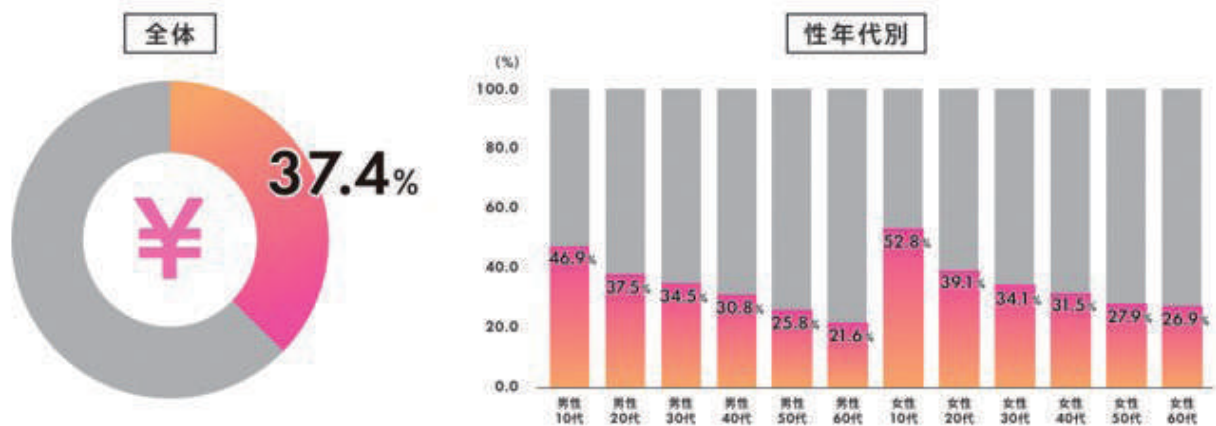


図2 可処分所得における押し活支出の割合

【出所】博報堂、株式会社サイニング「OSHINOMICS REPORT」2024年2月

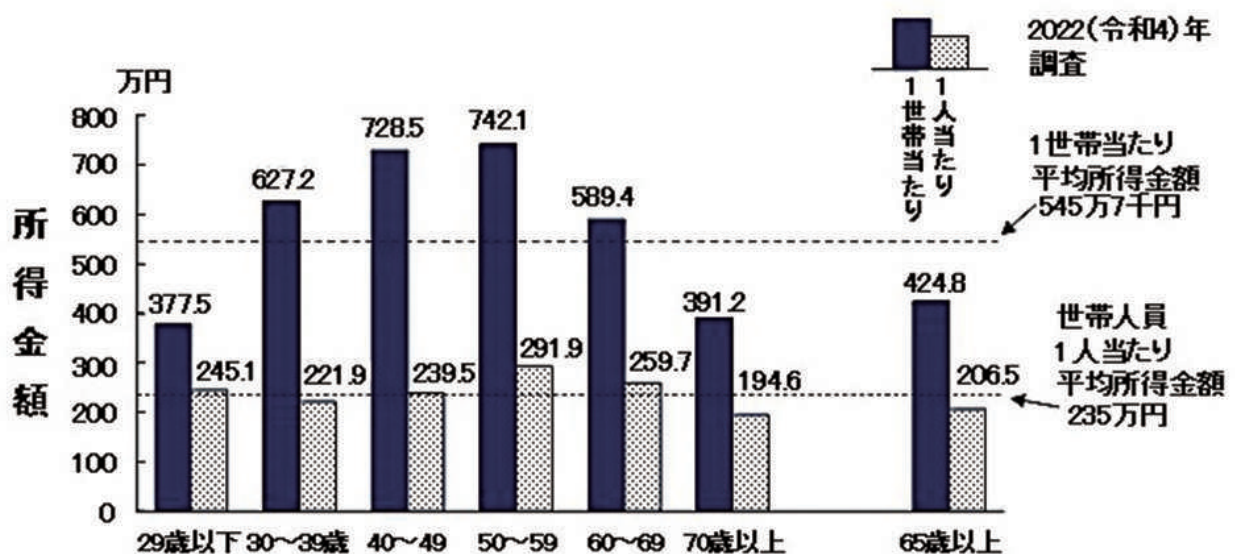


図3 1世帯当たり平均所得金額、世帯人員1人当たり平均所得金額

【出所】独立行政法人労働政策研究・研修機構「ビジネス・レーバー・トレンド」2024年8・9月号（厚労省公表データより作成）

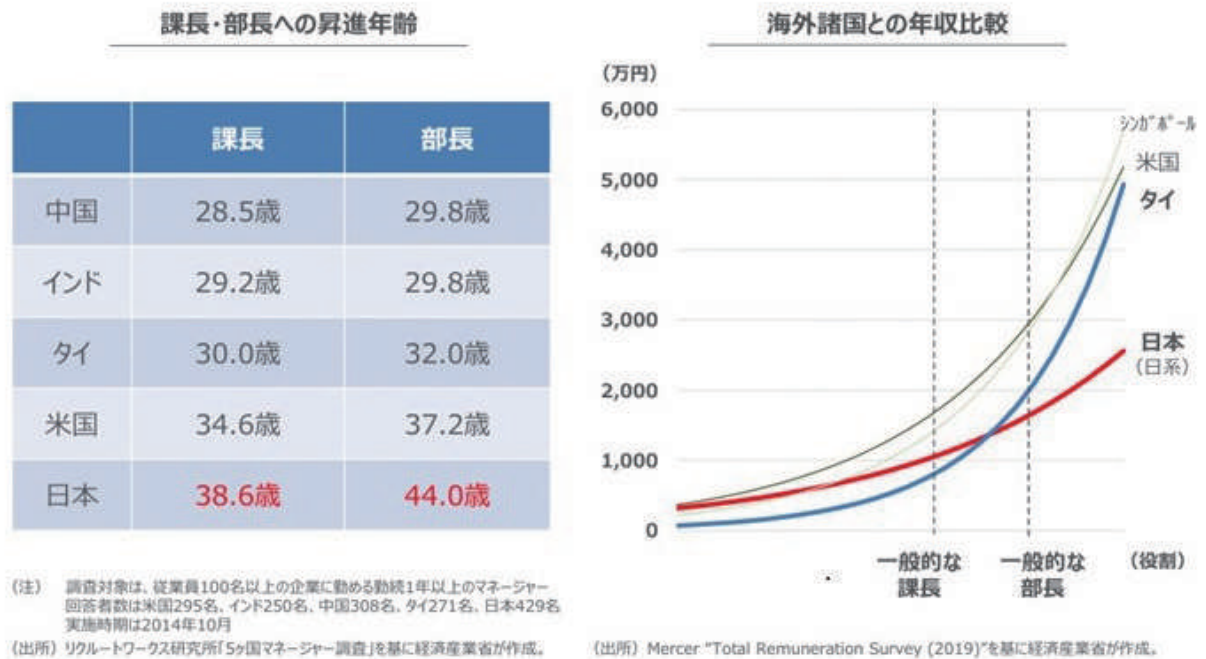


図4 海外諸国との課長・部長への昇進年齢と年収の比較

【出所】経済産業省「未来人材ビジョン」2022年5月

	非役職者	係長	課長	部長
平均	4,453,600	6,216,800	7,619,500	9,004,700
20～24歳	3,275,400	3,808,100	4,338,700	4,200,000
25～29歳	4,046,700	4,677,800	5,381,900	5,120,000
30～34歳	4,484,600	5,527,300	6,042,400	6,512,500
35～39歳	4,763,500	6,065,200	6,924,300	7,754,900
40～44歳	4,870,000	6,243,700	7,539,500	8,111,200
45～49歳	4,898,100	6,374,800	7,702,300	8,807,000
50～54歳	4,980,400	6,647,200	8,175,400	9,587,700
55～59歳	4,996,600	6,519,000	7,860,700	9,686,100
60～64歳	4,027,900	5,280,300	6,310,200	8,212,200

図5 役職別平均賃金

【出所】THE GOLD ONLINE「統計から紐解く日本の実情2022～2023」2022年4月（厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」より算出）

～39歳」が608万5,000円の順。最も低いのは「29歳以下」で339万5,000円となっている。

世帯人員1人あたりの平均所得金額を世帯主の年齢階級別にみても、「50～59歳」が309万4,000円で最も高い。

経済産業省の資料によると、従業員1,000人以上の日本企業において、課長への昇進年齢は平均38.6歳、部長への昇進年齢は平均44.0歳となっており、年齢的に50代が会社組織の要として活躍していることが推測される。マスコミ等で日本における年功序列は既に崩壊しているとの報道があるが、国際比

較の中で課長や部長へ昇進する年齢が高いことが見てとれる。大変興味深いデータであるが、本稿の目的と異なるので、別の機会に論じたい。

厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」から算出される役職別（非役職者、係長、課長、部長）平均給与をみると、役職が上がる程給与は増え、何れの役職も給与額のピークは「50代」となっている。

「50代」は、会社組織の中でマネジメント等重要な役割を担っている割合が他の年代と比較して相対的に高く、経済的に余裕があると推測される。

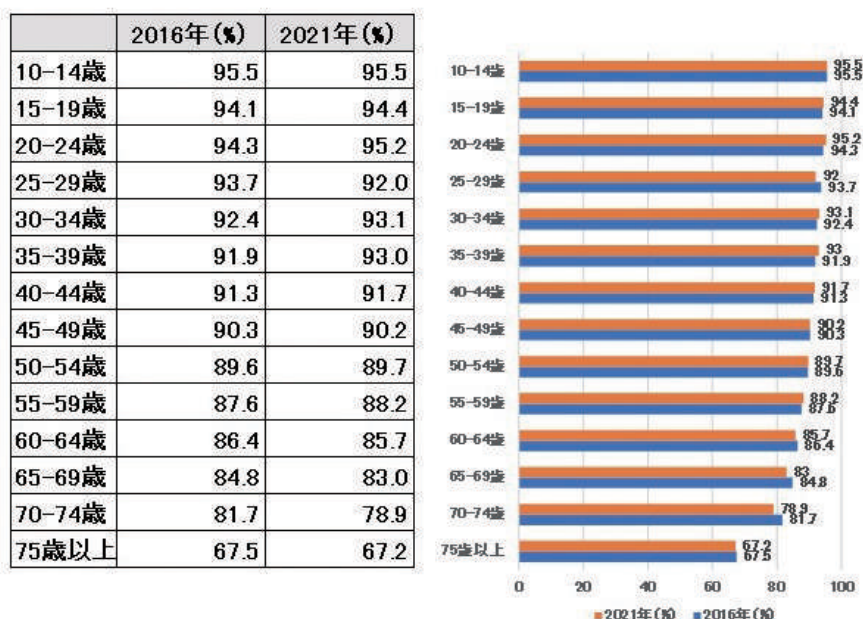


図6 「趣味・娯楽」の年齢階級別行動者率（2016年、2021年）

【出所】総務省統計局「令和3年社会生活基本調査」

男性	1位	2位	3位	女性	1位	2位	3位
全体	動画鑑賞	国内観光旅行	読書	全体	国内観光旅行	外食	読書
10歳代		SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	テレビゲーム	10歳代	カラオケ／SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション	動画鑑賞	映画
20歳代			映画／国内観光旅行	20歳代	SNS、ツイッターなどのデジタルコミュニケーション		動物園、植物園、水族館、博物館
30歳代		国内観光旅行	テレビゲーム	30歳代	国内観光旅行	読書	外食
40歳代	ドライブ／国内観光旅行	外食	国内観光旅行	40歳代		音楽鑑賞	動画鑑賞／外食
50歳代		動画鑑賞	外食	50歳代		園芸・庭いじり	読書
60歳代	国内観光旅行	ウォーキング	動画鑑賞	60歳代		国内観光旅行／ウォーキング	体操
70歳代	ウォーキング	国内観光旅行	読書	70歳代	園芸・庭いじり	国内観光旅行／ウォーキング	体操

注：「動画鑑賞」はレンタル、配信を含む。「読書」は仕事、勉強などを除く娯楽としてのもの。「音楽鑑賞」は配信、CD、レコード、テープ、FMなど。「外食」は日常のものではなく。「テレビゲーム」は家庭でのもの。「国内観光旅行」は避暑、遊楽、温泉など。「体操」は器具を使わないもの。

図7 性別・年代別余暇活動参加率（2022年）（複数回答、上位3項目）

【出所】公益社団法人生命保険文化センター「より豊かな人生に向けた生活設計 余暇はどのように過ごしている人が多い？」（公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2023」より作成）

また、「50代」は子供が成人し、子育てが一段落することから、時間的にもゆとりを享受でき始める年代とも言われている。

単純に1世帯当たりの平均所得金額をベースに試算すると、「50代」のファン1人を増やすことは、「20代」のファンを2人増やす程のポテンシャルがある。つまり、「50代」の動向こそが「ウェルビーイング（Well-being）」につながる「推し活」市場の活性化の鍵を握っている年代と言えるのではないだろうか。

（2）「50代」の余暇活動

「50代」の消費行動、特に余暇活動の実態はどのようなになっているのだろうか。

総務省の調査によると50代の「趣味・娯楽」の行動者率は約89%。20代の約94%と比較すると約5%少ないものの、大きな差にはなっていないとの見方もできよう。

日本生産性本部「レジャー白書2023」によると、「50代」の余暇活動で最も参加率が高いのは男女共に「国内観光旅行」であった。一方、「10代」「20代」

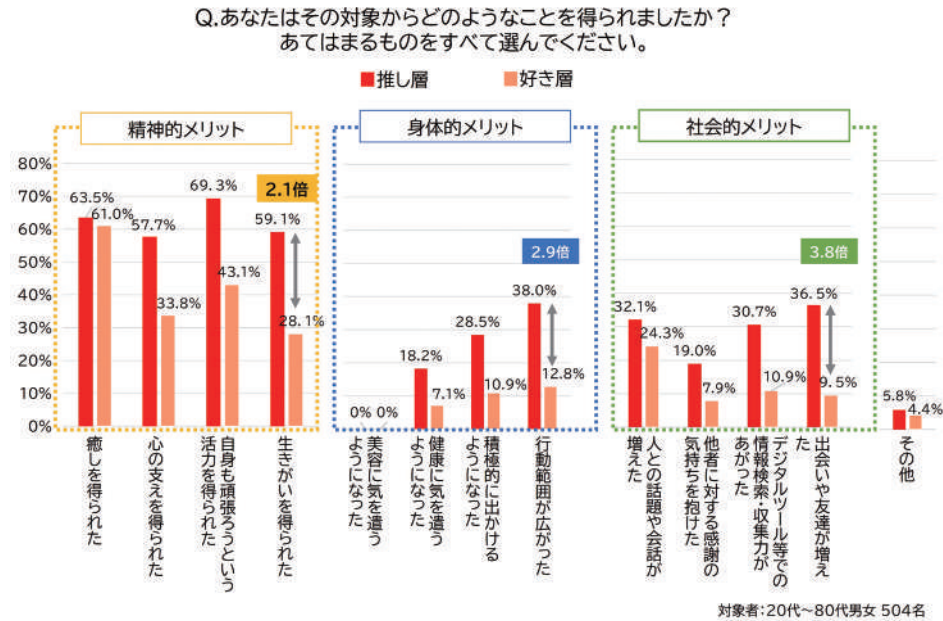


図8 「推し活」のメリット（精神的、身体的、社会的メリット）

【出所】100年生活者研究所「なぜなお『推し活』なのか！？人生100年時代のその意義とは」2023年7月

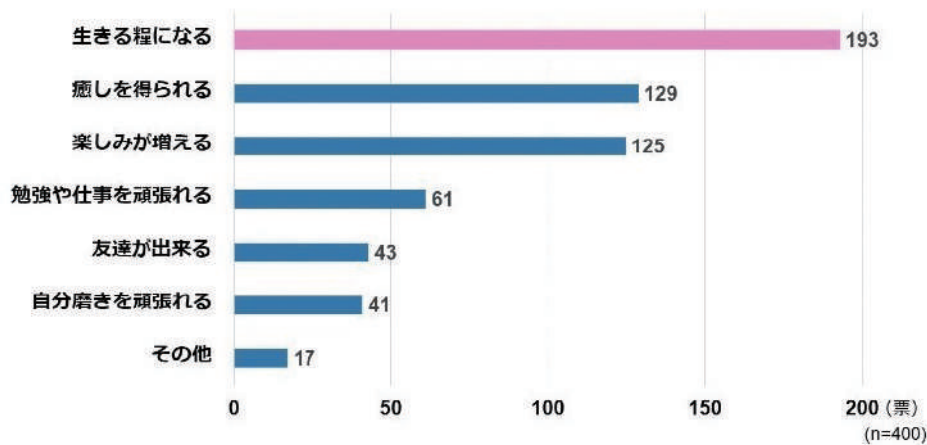


図9 「推し」を持つメリット

【出所】CanCam.jp「最新『推し活』事情」2021年9月（Trend Catch Project「推し活に関するアンケート」より作成）

は「動画鑑賞」「SNSなどのデジタルコミュニケーション」が上位を占めた。つまり、若年層よりも「50代」の方が外出しアクティブに余暇を楽しんでいることが伺える。

3. 「推し活」のメリットとは

(1) 「推し活」と幸福度

改めて、「推し活」の定義を実用日本語表現辞典で確認すると『「推し（自分にとってイチオシの、アイドルのメンバーやアニメのキャラクター）」に情熱を注ぐ活動の総称」と記載されている。そして、野

村総合研究所 未来創発センターがまとめた研究結果によると、「推し活」には幸福度を高める効果があることを、前回（2024年6月）本ジャーナルに投稿した研究ノートで紹介した。

100年生活者研究所（博報堂）が20~80代の男女861名に対して行った調査においても、推し活をしている人程、幸福度につながる様々なメリットを享受していることが伺える。

当調査は、「推し層（＝推し活をしている人）」と「好き層（＝推し活ではないが、好きな対象がいる）」に分け、両者を比較する方法で分析を行っている

が、「推し層」は「好き層」に比べ、精神的メリットが得られた（生きがいを得られた）と回答した人の割合が2.1倍、身体的メリットが得られた（行動範囲が広がった）と回答した人の割合が2.9倍、社会的メリットが得られた（出会いや友達が増えた）と回答した人の割合が3.8倍であった。

また、女子大生・女子高生マーケティング集団「Trend Catch Project」が10代後半から20代前半の現役女子高生・女子大生439名を対象に行った調査においても、「推し活」は精神的な支え（「生きる糧になる」）として、行動のモチベーション（「勉強や仕事を頑張れる」「自分磨きを頑張れる」）として役立っていると分析されている。

「推し活」は世代を超えてメリットがあると認識されていることが伺える。

（２）「推し活」と健康（脳科学からの考察）

株式会社産経デジタル（産経新聞グループ）が運営する情報サイト「健活手帖」に興味深いインタビューが掲載されている。東北大学医学部の瀧靖之教授（医師、脳科学者）に「推し活」と「健康」に関する質問を行っている。

瀧教授は、脳の健康のために必要な要素について、「運動、趣味・好奇心、コミュニケーション、睡眠、食事、そして主観的幸福感（日々、ささやかながら楽しいな、幸せだなと感じること）」とした上で、脳科学の視点から「推し活」はそれらを複数カバーできる効率的な行動だとみることができるのではないかとの見解を示している。

「医学的観点からいうと、主観的幸福感が高いとストレスレベルが下がる。それによって動脈硬化性の高血圧や糖尿病、高脂血症、いわゆる生活習慣病のリスクも下がります。結果的に健康寿命が伸びることにつながり、認知症リスクも下がる可能性があると考えられます。」「推しという存在がもたらしてくれる精神的な充実感、端的に言えばワクワクする、幸せを感じる。それがまさに主観的幸福感とダイレクトにつながり、これがまず推し活の大きなメリットであると考えられます。日々、淡々と生活するのでもいいのですが、生活の中に推しがいて、その情報を摂取することが、主観的幸福感を高めることにつながっていくのではないでしょう

か。」と解説している。

さらに、「推しによってもたらされるワクワク感、精神的幸福感。そして推しに会いにくために足を運んだり声を出したりする実際の行動、コミュニケーション…悪いところを見つけるのが難しいのではないのでしょうか。強いて（欠点を）あげるなら、お金がかかることがあるといったところでしょうか。」とライブ会場などの現場に足を運び、リアルなコミュニケーションを交わす「推し活」ライフを高く評価している。

4. 「50代」の幸福度

では、「50代」は人生に幸福をどれ位感じているのか。

ダートマス大学のデービッド・ブランチフラワー教授が幸福度について世界132か国を対象に行った研究によると、年齢とともにU字型カーブを描き、47～48歳で最も幸福度が下がる傾向があることがわかった。先進国で47.2歳。発展途上国で48.2歳。日本においては、幸福度が最も下がるのは49歳だった。

40代後半から「50代」にかけては、失業や別居などのライフイベントが起こりやすいことから幸福度が下がることが考えられると調査を行ったブランチフラワー教授は分析している。

逆説的に考えると「50代」こそ、幸福を感じられる策を意識的に講ずることの必要性が指摘できる。社会の要であるはずの「50代」の活性化なくして、社会に明るい未来は見えてこないのではないだろうか。

5. 「50代」×「推し活」から生まれる新たな可能性

これまでの考察を整理すると、下記のポイントが挙げられる。

- ・「推し活」は幸福度が高まり、脳の健康にも寄与する等メリットが大きい
- ・「50代」は経済力が高く時間的余裕が生まれつつあるにも関わらず「推し活」への参加度は低い
- ・「50代」は社会の要であるが幸福度は低い

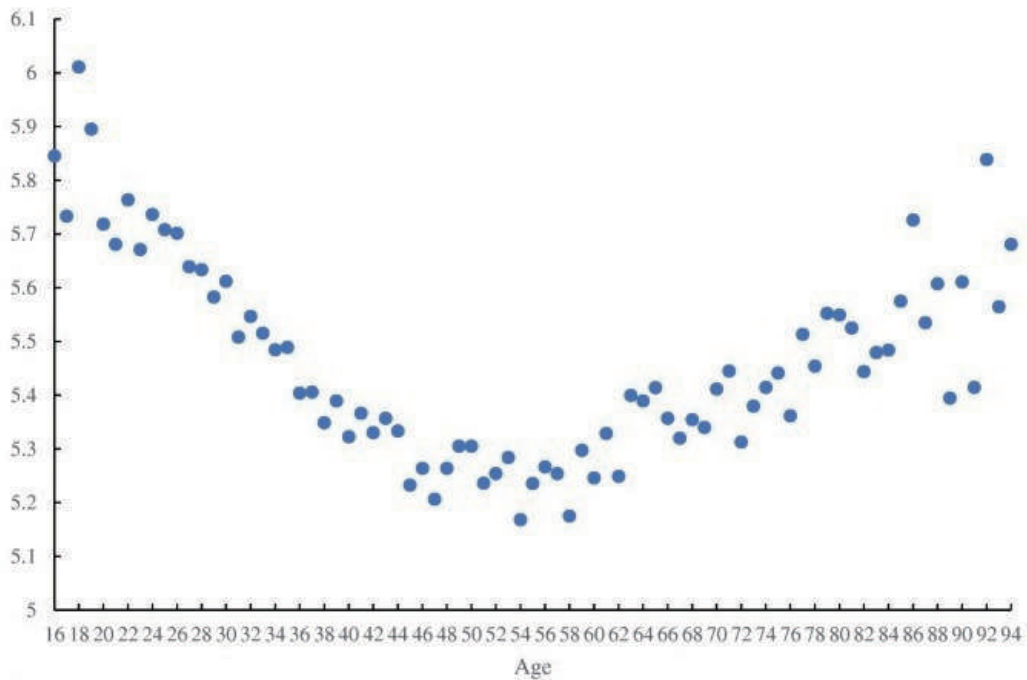


図10 人生の幸福度と年齢の関係

【出所】ISSP 2012 (米ダートマス大学デービッド・ブランチフラワー教授)

これらのポイントを踏まえると、人生を前向きな方向に導いてくれる可能性のある「推し活」を、過小評価することなく、「50代」が積極的に取り組む価値のある活動と言えないだろうか。「50代」の「推し活」は本人にとっても社会全体にとっても様々なメリットが享受できると考えられよう。

6. 「50代」の「推し活」を阻害する要因

本稿の冒頭で挙げた通り、現在の「推し活」市場をけん引しているのは若年層であり、「50代」の参加率は高くない。

「50代」は国内旅行などアクティブな余暇活動に興味を示しているが、「推し活」に興じていない原因は何なのか。

以下、筆者の考える仮説を列挙する。

【仮説1】「推し活」のメリット（魅力）を認識していない

【仮説2】推す対象がいない

【仮説3】「推し活」をしたいが始め方が分からない

【仮説4】お金がかかるイメージがあり二の足を踏んでいる

【仮説5】「推し活」に対する羞恥心がある

筆者が特に注目しているのは【仮説5】である。これは「50代」の特に「男性」にみられる傾向ではないだろうか。

マスコミが取り上げる「推し活」の定番映像の一つは、若い男性タレントのライブで熱狂する年配女性の姿である。自らの欲求に従ってストレートに楽しい人生を追求すべく行動している様子がみてとれる。

一方、年配の男性が若い女性タレントのライブで熱狂する映像を筆者は殆ど見たことがない。これは「部下にアイドルを応援している姿を見られたら立場上恥ずかしい」と言った年配男性特有の心理が働いていることが一因ではないだろうか。「羞恥心」を超える価値を提供できるか否かが「50代」市場でブレイクするためのハードルと考えられよう。

7. 「推し活」市場において「50代」をターゲットとしたマーケティングは未着手

株式会社翔泳社が運営する「MarkeZine」に「KPOP 人気を支えているのは若年層だけじゃない?! 40~50代のファンやコア層の推し活実態を分析」と題した記事が掲載されている。こちらの記事をみると、人気の女性 KPOP グループ (IVE、LESSERAFIM、NewJeans、TWICE) と日本の乃木坂46

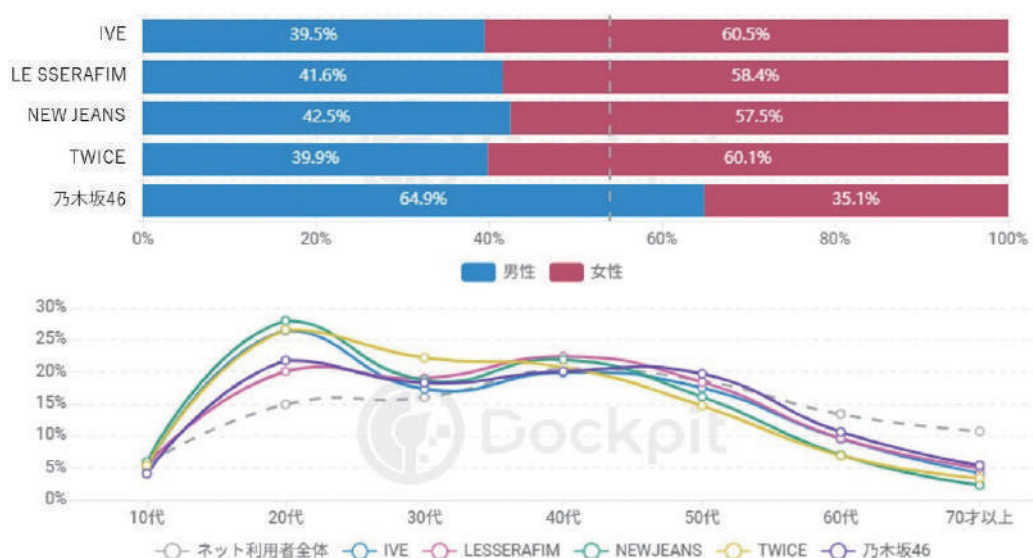


図11 2023年2月～2024年1月 検索ユーザーの属性別割合 (Dockpit / PC・スマホ合算)

【出所】MarkeZin (翔泳社)「KPOP 人気を支えているのは若年層だけじゃない?! 40～50代のファンやコア層の推し活実態を分析」2024年3月

の関心層の「年齢」に関するデータが掲載されている。

こちらのデータをみると、人気女性グループを支えているのは、KPOP が女性中心、乃木坂46が男性中心との違いがあるものの、20代に山があること（関心層の割合が高い）に加え、「40代（KPOP）」と「50代（乃木坂46）」にも山があることが分かる。

KPOP は韓国市場だけではなく世界市場を見据え国際水準の高いパフォーマンスを提供していると言われている。乃木坂46は日本のトップに君臨し、その認知度の高さから国民的アイドルグループと言っても過言ではない。これらのグループは、アーティストとしてのクオリティやカリスマ性で、「40代」「50代」に「羞恥心」を超える価値を提供している可能性が考えられる。

また、こんな事例もある。日本のアイドルシーンをリードする秋元康がプロデュースする「坂道グループ（乃木坂46、櫻坂46、日向坂46）」。「この3グループの中で「日向坂46」が「45歳以上に最も支持される」グループとして2021年2月7日放送のTBS「初耳学」で紹介された。

番組の中で、ファンと称する「50代」の男性俳優が日向坂46の魅力を熱弁するシーンがあったが、「櫻坂46（現・櫻坂46）の二軍からスタートし、一軍にのし上がるストーリー」が年配者に受けこと等が「45歳以上」の心を捉えたとの解説がされていた。

このように、KPOP、坂道グループ等、「50代」に支持されているアイドルはいるものの、意図して「50代」のファンを獲得できたわけではないと推測される。「50代」に向けた特別なマーケティングを行った形跡はみられず、あくまでも「結果」として「50代」の支持を得ていると考えられよう。

8. おわりに（「50代」の「推し活」市場はブルーオーシャン）

現在の「推し活」市場は、主に若年層をメインターゲットとしているが、購買力が高い「50代」にこそターゲティングを行うべきではないだろうか。

例えば、アイドルのライブへの「50代」の集客力を高める策を考えてみよう。

- ・値段が高くてもゆったりライブを鑑賞できる「50代」以上の身体に優しいシートを設ける
- ・「50代」以上のみが購入できる専用エリアを設け、若年層に気後れすることなく、観賞しやすい環境を整える
- ・「50代」以上のファンのみが参加できるコミュニティを企画する 等

このような特定のターゲットの顧客満足度を高める施策を地道に積み重ねることによって、市場を伸ばすことができる余地があるのではないだろうか。

実際にライブ会場に足を運ぶと、若いアーティストのライブに若年層だけではなく、多くのシニア世代の姿を目にする。今回フォーカスした「50代」においても「推し活」に対する意識が徐々に高まっていることを肌で感じる。

そこで、「50代」の参加を阻害する課題を一つ一つ克服し、「推し活」に興じやすい環境を作ることイベントの主催者等の運営サイドに提案したい。「50代」の「推し活」市場は、筆者には「ブルーオーシャン（未開拓かつ競合のいない市場を、青く輝く穏やかな海に例えた表現）」に見えてならない。

「推し活」により「ウェルビーイング（Well-being）」が高まり、「50代」を起点に「幸せな暮らし」「日々の生活に潤い」が広がる明るい社会の実現を願って止まない。

<参考文献>

- 1) 株式会社博報堂、株式会社サイニング「OSHINOMICS REPORT」2024年2月
- 2) 独立行政法人労働政策研究・研修機構「ビジネス・リーダー・トレンド」2024年8・9月号
- 3) 経済産業省「未来人材ビジョン」2022年5月31日
- 4) THE GOLD ONLINE（幻冬舎オンライン）「統計から紐解く日本の実情2022～2023」2022年4月13日
- 5) 総務省統計局「令和3年社会生活基本調査」
- 6) 公益社団法人生命保険文化センター「より豊かな人生に向けた生活設計 余暇はどのように過ごしている人が多い？」
- 7) 100年生活研究所（博報堂）「なぜなお「推し活」なのか！？人生100年時代のその意義とは」2023年9月14日
- 8) CanCam.jp（小学館）「最新『推し活』事情」2021年9月29日
- 9) FNN プライムオンライン「人生の幸福度を調査 47～48歳が最低（米・ダートマス大学 ブランチフラワー教授の調査）」2020年1月21日
- 10) MarkeZin（翔泳社）「KPOP 人気を支えているのは若年層だけじゃない？！40～50代のファンやコア層の推し活実態を分析」2024年3月6日

受付日：2024年11月10日