

Z世代が“印象に残ったエピソード”3か月連続の第1位は「推し活」

“複数推し”は当たり前!? 「推し活」は友人たちとの大切な思い出づくり活動に進化?

フリー・Z世代のトレンド調査 2022

プリントシール(以下、プリ)機業界シェア No.1*を誇るフリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:三嶋隆、以下 フリー)は、プリ機を利用するZ世代(女子高校生・女子大学生)を対象に「今月印象に残ったエピソード」をフリー内の調査機関である『ガールズ総合研究所』が定点調査しました。その結果6月から8月にかけて3か月連続で第1位に「推し活」がランクイン。そこで、Z世代にとって「推し活」とはどのような存在なのか、自社の独自ネットワークによる定量アンケートおよびインタビューから「Z世代の推し活に関する意識調査」を行いました。結果と考察を以下の通りお知らせいたします。 *...約94% 2021年夏 自社調べ



ガールズ総合研究所 by FuRyu

本調査レポートではZ世代を対象に毎月実施している定点調査をもとに、「印象に残ったエピソード」について注目しました。その結果、2022年6月～8月の3ヶ月にわたり「推し活」が1位にランクイン。さらに「推し活」について調査を進めると、約73%が2種類以上の“推し”を持っており、芸能人だけに限らずアニメや漫画作品などのジャンルにも対象が広がっていました。また、近年話題となっている“タイムパフォーマンス(以下、タイパ)行動”が「推し活」においても確認でき、「倍速視聴」など“推し”の数に関わらず一定の“タイパ行動”をとっていることがみられました。

「印象に残ったエピソード」で「推し活」を挙げた人の中から、「推し活中に過ごした相手」として約26%が「友人」と回答し、「ひとりで過ごした」とした約68%について2位となりました。この事からも「推し活」を単独ではなく、複数人で楽しんでいることがうかがえます。また、過去のヒアリングによりSNSに投稿する内容は日常生活をアップするアカウントと、「推し活」や趣味についてアップするアカウントを分けて運用している事が確認されていたものの、今回の調査では「推し活」の内容を趣味専用アカウント(以下、裏アカ)だけでなく、日常の投稿をしているアカウント(以下、表アカ)へも投稿していることが分かりました。「推し活」は“推し”との時間に浸る個人的な満足だけにとどまらず、共通の“推し”を通して生まれる体験を友人たちと共有し、貴重な思い出づくり活動として捉えていることが考察できました。

《フリー・Z世代トレンド調査 トピックス》

- 「印象に残ったエピソード」として「学生イベント」を抜いて3ヶ月にわたり「推し活」が1位にランクイン。
- 約72%が複数の“推し”を持っており、“推し”は多ジャンルにまたがりを見せている。
- 「推し活」においても“推し”の数に関わらず一定の“タイパ行動”がみられた。
- 「推し活中に過ごした相手」を挙げた約26%が「友人」としている。
- 「推し活」はSNSの裏アカだけでなく、表アカにも投稿している。
- 「推し活」は友人等との貴重な思い出づくり活動としても捉えられている。

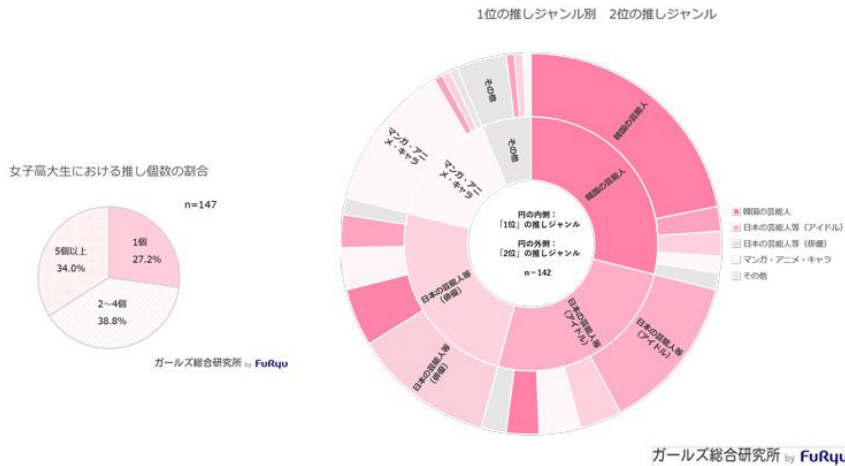
■「印象に残ったエピソード」:「推し活」が各種学校生活イベントを抜いて3か月連続1位にランクイン！

★ 印象に残ったエピソード (JK&JD) ★							
6月		7月		8月		9月	
★ 1位	推し活 37.9%	★ 1位	推し活 29.4%	★ 1位	推し活 26.9%	1位	文化祭 31.8%
2位	恋愛 18.5%	2位	学校 20.6%	2位	夏休み 21.0%	2位	学校 23.6%
3位	テスト 8.9%	3位	恋愛 17.6%	3位	旅行 15.1%	★ 3位	推し活 16.4%
4位	部活 7.3%	4位	お祭り 9.8%	4位	恋愛 14.3%	4位	恋愛 13.6%
5位	体育祭 6.5%	5位	夏休み 8.8%	5位	花火 13.4%	5位	体育祭 4.5%
(n=124)		(n=102)		(n=119)		(n=110)	

ガールズ総合研究所 by FuRyu

昨年度、フリーが実施した「Z世代トレンドランキング」(<https://www.furyu.jp/2022/03/Research02/>)において「流行ったこと」の4位にランクインしていた「推し活」が、定点調査を実施していた中で2022年6月～8月では「印象に残ったエピソード」として、各種学校生活イベントをぬいて3か月連続で1位にランクイン。Z世代において日常行動化してきつつあった「推し活」が、より一層彼女たち生活の中で影響度を増してきている事がうかがえます。

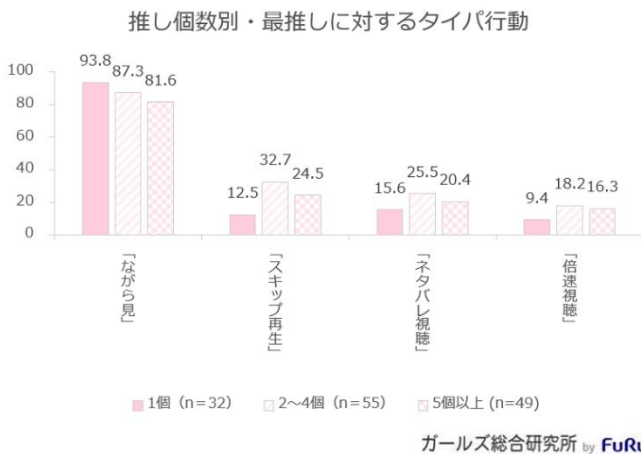
■推しの個数と対象:2つ以上の推しを持っている方が全体の約73%！“複数推し”×“多ジャンル推し”も？



“推し”の対象について調査した結果、全体の約72%が2種類以上の“推し”対象があり、“複数推し”が一般的であることが見えてきました。また、複数“推し”がいるとした方で1番目に「韓国の芸能人」「マンガ・アニメキャラクター」を推しているとした方は、2番目に推しているコンテンツも大半が同ジャンルに留まることに対し、「日本の芸能人(アイドル/俳優)」を1番目に推しているとした方は、他対象にも“推し”の広がりが確認できました。

2番目に推しているコンテンツは、1番目に推しているコンテンツと概ね同ジャンルになる傾向が見られるものの、他ジャンルへの広がりを見せており、Z世代における「推し活」は、特定の対象やジャンルへ集中的に活動するという事ではないことが考察できます。

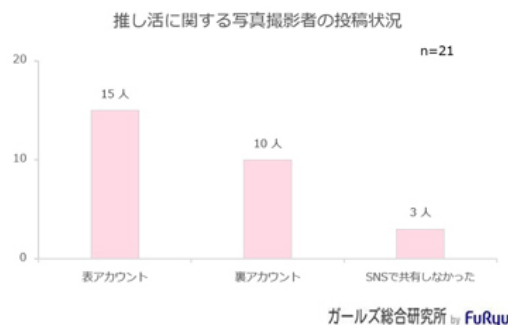
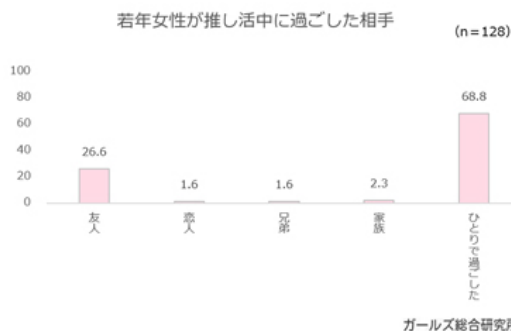
■“推し”の個数別タイプ行動:“推し”との大切な時間であるはずの「推し活」においてもタイプ行動あり！



“推し”の数別に、自身が最も推している“推し”に対してとっているタイプ行動を調査したところ、数に関わらず80%以上が「ながら見」を実施。また、他のタイプ行動においても数によるタイプ行動での大きな差は見られず、“推し”の数と“タイプ行動”には比例関係は見られませんでした。「印象に残ったエピソード」とする“大切な時間”であるはずの「推し活」においても一定のタイプ行動をとっていることが見られました。

“好きなものには時間は惜しまない”ゆえにタイプ行動はとらないという事ではなく、タイプ行動自体がZ世代にはしごく当たり前の選択肢の一つとなっているのではないかと考えます。

■「推し活」で過ごした相手:「推し」に次ぐ2位は「友人」!「推し活」は友人との思い出づくり活動に進化?



「推し活」を「印象に残ったエピソード」とした方に「推し活中に過ごした相手」を調査した所、「ひとりで過ごした」について約26%が「友人」と回答。また、アンケートに画像を提供してくださった方のSNSへの投稿状況を見ると、“推し”のライブやイベントはもちろん、コラボカフェ等に友人と一緒にいくことを「思い出づくり」と捉えているようで、投稿先としても趣味専用の裏アカだけではなく、日常生活風景を投稿する表アカへも投稿している様子が見えてきました。

「推し活」は“推し”と自分自身だけの大切な時間を過ごす楽しみ方だけにとどまらず、友人等と共有・共感しあえる思い出づくり活動へと進化を遂げているといえるのではないのでしょうか。

今後もフリーでは、プリ機が“大切な思い出づくり”をサポートしていることや、当社マーチャンダイジング事業におけるコンテンツの持つ世界観の体験などの観点からも、引き続きZ世代の動向を追いかけてまいります。

<フリー「Girls総合研究所」概要>

約25年間のプリントシール機開発で培ってきた女の子との信頼関係やコネクションを活かし、Girlsに寄り添った調査を今後も実施してまいります。その他の調査結果はフリー「Girls総合研究所」サイトからご覧いただけます。

公式サイト <https://gri.furyu.jp/>

※公開データの引用・転載の際は、“フリー株式会社調べ”と明記いただけますようお願い申し上げます。

<調査概要>

■「推し活」に関する調査

調査対象者 : 女子高校生・女子大学生 157名
 調査方法 : インターネットリサーチ
 調査時期 : 2022年10月20日(木)～2022年10月25日(金)

■「前月の印象的なエピソード」に関する定点調査

調査対象者 : 女子高校生・女子大学生 のべ455名
 調査方法 : インターネットリサーチ
 引用時期 : 2022年7月5日(火)～2022年10月31日(月)

※『Girls総合研究所』は、フリー株式会社の商標または登録商標です。
 ※その他、各社の会社名、サービス・製品名は各社の商標または登録商標です。

【報道関係者の方からのお問い合わせ】

フリー株式会社 広報部
 TEL: 03-5728-1765 / FAX: 03-6842-1878 / メールアドレス: furyu-press@furyu.jp
 コーポレートサイト <https://www.furyu.jp/>