

関西経済

好きな人やモノを応援する「推し活」が生み出す消費に企業が沸いている。推しの対象はアニメや漫画、アイドル以外にも広がり、今や、3人に1人が「推しがいる」との調査結果もあるほどだ。関連する市場規模は2030年に1兆円に届く勢いで、新たなビジネスを切り開く起点となっている。
(松本裕平)

「推し活」消費押し上げ

多彩なグッズ 1兆円市場へ

9月下旬、インテックス大阪（大阪市）で展示会「推し活グッズEXPO」が開かれた。関西では初の開催で、約20のブースが出展し、3日間で約1万2000人が訪れた。

推しを応援し、一緒にいたい気持ちを支援するのが推し活グッズ。会場には、推しの名前を刻める装飾品やぬいぐるみを見せながら運ぶ半透明バッグ、テーマカラーに合わせた造花といった様々な商品が並んだ。

専門企業だけでなく、既存技術や商品を改良・刷新し、参入する企業もある。靴下製造のスクウェア（同）は、縫製技術を用い、キャラクターをデザインできる靴下やペットボトルカバーなどを売って込んだ。担当者は「キャラ関連の受注が増え、推し活の勢いを感じている」とし、需要の取り込みに向け、開発を



企画開催でにぎわう推し活グッズの展示会（大阪市住之江区のインテックス大阪）

進めたいと意気込む。開業2年をかけた製品を手がけるのが雑貨製造のピーナッツ・クラブ（大阪府東大阪市）。アイドルのライブでは一般的に、ファンがメッセージを書いたうちわやペンライトを持って応援する。同社は今年7月、二つを合体し、好きな文字を貼

り付け、全10色に光らせる「うちわ型推しライト」（税込み3000円）を売り出した。「他のファンより目立ち、推しにメッセージを届けられる」と話題で、全国から引き合いがあるという。「ニーズに寄り添った」ことが評価された。今後も、推し活関連の商品開発に積極的



「推し活 熱心なアイドルファンがお気に入りのアイドルを「推し」と呼んでいたことなどに由来。推しと呼ぶのは、2021年の流行語大賞にノミネートされ、一般化した。推しの対象の広がりとともに、推しのイメージカラーや好物、象徴的なアイテムなど、推しを連想させる要素を取り入れる「概念推し」など、推し活方法も多様化している。

世代超え

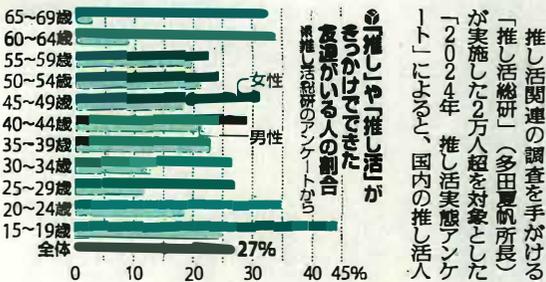
全国大学生生活協同組合連合会の学生生活実態調査（23年）によると、一人暮らしをする学生の「教養娯楽費」は月額1万2840円と、パルル期と同水準に達した。物価高騰などで食費は前年比1万5000円増の2万5880円と負担が増すが、時給が上昇しているアルバイト（5万6100円）で面を上回っている。趣味を余り消費傾向が浮かぶ。その一方で、若者世代は「オアシス・リゾート」によると、10代・60歳の3人に1人が「推しがいる」と回答。最も低い60歳の男性でも1割強が推しがいると自認し、活動内容も公式グッズや商品を購入し、「同じ推しを持つ人と交流」や「自分オリジナルのアイテムを作る」といった体験や自己表現の活動へと多様化している。

コラボカフェ

アニメや漫画、ゲームといったポップカルチャーの聖地として有名な大阪・日本橋。9月下旬、期間限定で開店したスマートフォン向けゲームがテーマの「コラボカフェ」は若い女性や親子連れでにぎわっていた。登場キャラクターをイメージしたパンケーキ（同1000円）やドリンク（同800円）は決して安くはないが、「限定感が味わえない」という限定感が引きつける。推しキャラのぬいぐるみや「推し活」写真撮影などを楽しんだ小学5年生の女子（10）は情報誌のSNSで集めていて、



「推し活」消費を取り込もうと企業は工夫している。日用品を推しのテーマカラーでそろえたり、造花で部屋を装飾したりする。ライブなどで持って応援メッセージを書き、推しからの反応「レス」を狙う。推しをかたどったぬいぐるみ、バッグに入れて持ち歩いたり、旅行に連れて行ったりする。



アイデア次第 新たな商機

口は約1100万人と推定された。「推し」推し活がきっかけでできた友達がいる（27%）、推し活の話ができて友達がいる（32%）と、3人に1人は「推し」が現在の世の中になつていくのが現状で、推しをきっかけとした購買活動を行う「推し活消費」は、新たな消費行動の分野として確立している。その波及効果も様々だ。無料語学アプリを提供する「Duo Linggo」の調査では、日本の語学学習者のうち、英語を学ぶ理由は「キャリアアップにつながる」（46.1%）がトップだった一方、K-POPなどが世界で人気となっていることを背景に、韓国語は「好きなアーティストや芸能人が話す言葉」をその主

ま理解したい（57.6%）や「映画やドラマをそのまま理解したい」（45.1%）など、学習意欲を高めるための需要も浮かぶ。推し活ビジネスを検討する企業や団体、自治体にとっては新たな商機となっており、工夫やアイデア次第で、大きな成果が見込める市場といえる。

愛知県豊田市の久保南海子教授（心理学者）は「推し活は自己表現や他者のつながりといった人間的活動で、愛や喜びを得たり、交友関係が広がったりとメリットも多い。人生100年時代の中で年齢を問わず、誰もが自分の好きを大切に生きる社会になっていくだろう」と指摘。推し活は生活に慣れた人から年齢を重ねていくことで、推し活は世代を超えた消費のキーワードとも想定される。