

「推し活」の男女差に関する研究

近年、「推し活」は社会現象として広がりを見せているが、その「推し活」において見られる男女間の明確な違いについて強い関心を抱いてきた。推す対象によってファン層に大きな違いが見られたり、推しあるいは自分に対する金銭的投資の違いが見られたり様々な部分で性別による違いが生じている。本論文では、「推し活」の始まりや定義を明らかにした上で、実際にアンケート調査を実施し、「推し活」という文化における性別による差異と共通性を明らかにすることを目的としている。

2025年10月1日（水）から10月22日（水）の期間に Google Form を用いてアンケート調査を行った。ゼミや授業合わせて3つの授業内と SNS でのアンケート回答依頼にて257名に回答を募った。回答は全て匿名で、個人が特定されることのない形で行った。調査項目は、3つで、1つ目に「推し」の対象の違い、2つ目に「推し」に使う金額の違い、3つ目に「推し活」をする際、自分に使う金額の違いであった。これら3つを比較するために、アンケートの初めに回答者の性別、年齢、「推し」の有無を回答してもらった。

アンケート調査の結果、「推し」の対象が性別によって違いが生じるのかという疑問に関して、割合に違いは見られたが、アイドル、アーティスト、二次元キャラクターのいずれかを推している人が多いという共通点を見つけることができた。しかし、男女間での明確な傾向の偏りはあり、女性は過半数の約51%がアイドルを推しておりアイドルが中心という偏りが見られたが、男性は約46%がアーティストを推しており、次いでアイドルと二次元キャラクターという票の分散が見られた。これにより、性別によって「推し」の対象が異なるということが明らかになった。また、「推し」と「自分自身」により多くのお金を使うのが男性よりも女性であるという結果も今回の調査から得ることができた。女性ファンは、遠征や複数グッズ購入など高額な消費をする比率が男性ファンよりも高いと推測することができ、また「推しに会うため」「推しに最高に可愛い自分を見てほしい」といった動機で、美容院やネイル、コスメなどの美容や、ファッションへの支出を積極的に行うという傾向が明らかになった。また、これは男女共通の結果であったが、「自分自身」に対する自己投資よりも「推し」により多くのお金を使い、「推し活」を楽しみ、「推し」を応援しているということが今回の調査から分かった。

今後は、この男女差の背景にある社会的・文化的要因についてさらに深く考察する必要がある、そうすることで「推し活」が個人や社会に与える影響の全体像をさらに詳細にすることが可能になると考えられる。