

【50 代以上女性の「推し」に関する意識・実態調査 2025】
推し活費用は平均 11 万円に増加、チケット代高騰・インバウンドで遠征費圧迫も
“古参ファン”が再び存在感を強める結果に

販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて 50 代以上のインサイトを日々探求するハルメク 生きかた上手研究所は、50～88 歳のハルトモの女性 529 名を対象に「『推し』に関する意識・実態調査」を WEB アンケートにて実施しました。

(※1) 日本 ABC 協会発行社レポート(2024 年 7 月～12 月)

調査結果のポイント

- 「推し」がある（いる）のは 46.3%で、昨年・一昨年とほぼ変わらず。「推し」がない（いない）人の「以前はいたが現在はいない」が昨年より 8.4%増加。
- 「推し」ありの人のうち「推し」にお金をかけている人の割合は 69.8%で横ばい、年間平均額は 114,039 円で昨年より増加。活動内容別に費用をみると「遠征費」「聖地巡礼費」は減、「チケット代」「映像・音楽の購入費」「応援グッズ」などが昨年より増加した。
- 推しのパターンとしては「異才惚れ推し」「一目惚れ推し」がこの 4 年間上位をキープ。減少傾向だった「ロング推し」は、今年は増加して 1 割を超えた。

【調査背景】

ハルメク 生きかた上手研究所は、50 代以上女性のインサイトについて調査・分析を行っています。「推し活」に関しては 4 年前から研究を続けており、若者と比較した特徴やこの世代ならではのキーワードを発表してきました。今年の調査では、長引く物価高などの環境変化の中で、50 代以上の女性における推し活の実態や意識がどのように変化しているのかを探りました。

【調査概要】

調査方法：WEB アンケート

調査対象・有効回答者数：50～88 歳の全国のハルトモ（ハルメクのモニター組織）の女性、529 名

調査実施日：2025 年 6 月 10 日（火）～6 月 16 日（月）

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク 生きかた上手研究所

※ 調査結果のパーセンテージは、小数第 2 位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

※ 2022 年調査：6 月、50～84 歳 559 名 / 2023 年調査：6 月、50～81 歳 461 名 /
2024 年調査：6 月、50～89 歳 571 名

いずれも全国のハルトモ（ハルメクのモニター組織）の女性対象

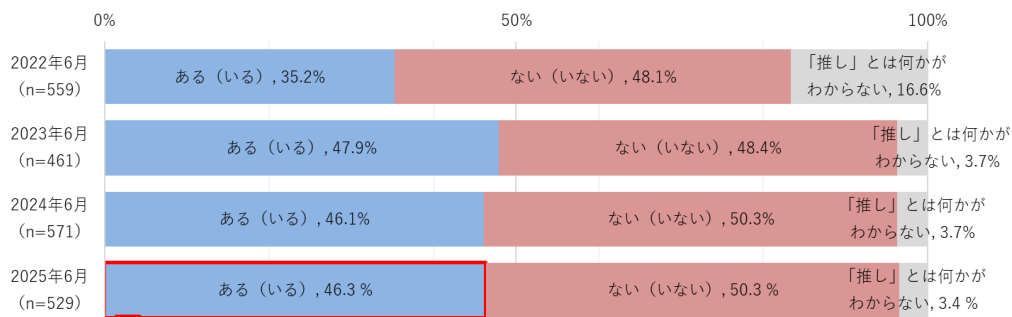
※ 本リリースの内容を掲載いただく際は、出典として「ハルメク 生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※ 調査主体の「ハルメク 生きかた上手研究所」 所長への取材、コメント提供も可能です。

「推し」がある（いる）のは 46.3%で、昨年・一昨年とほぼ変わらず。
「推し」がない（いない）人の「以前はいたが現在はいない」が昨年より 8.4%増加。

- ・ 「推し」がある（いる）は、2022 年から 2023 年にかけては 10 ポイント以上増えたが、その後、ほぼ横ばいとなった。
- ・ 現在「推し」がない（いない）人のうち、「以前はあった（いた）」割合は、昨年から約 8 ポイント増加した。
- ・ 「推し」がある（いる）人に、「推し」を自分 1 人で推しているか、誰かと一緒に推しているかを聞いたところ、「自分 1 人」が 54.3%を占めた。
- ・ 一緒に推す人がいる人の上位は、「推し友（推しを通じて知り合った人）」33.0%、「推し活を始める前からの知人」28.6%であった。

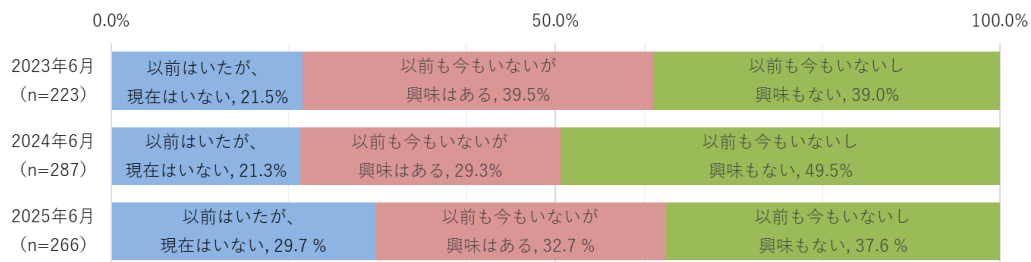
■ **現在の「推し」の有無（各年全体）**



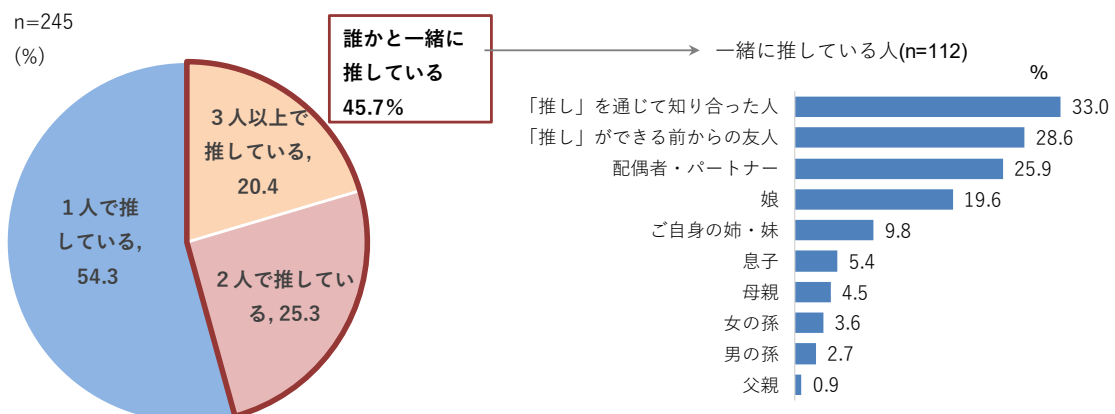
「推し」がある（いる）人の年代別内訳

	全体	ある（いる）	ない（いない）	「推し」とは何か？わからない
全体	n=(529)	46.3%	50.3%	3.4%
50歳～59歳	(99)	48.5%	50.5%	1.0%
60歳～69歳	(286)	46.2%	51.7%	2.1%
70歳～	(144)	45.1%	47.2%	7.6%

■ **「推し」の経験×興味の有無：「推し」がない（いない）人ベース（2023 年 223 名、2024 年 287 名、2025 年 266 名）※2022 年は非聴取**



■ **一緒に推している人の有無：「推し」がある（いる）人ベース（2025 年 245 名）**



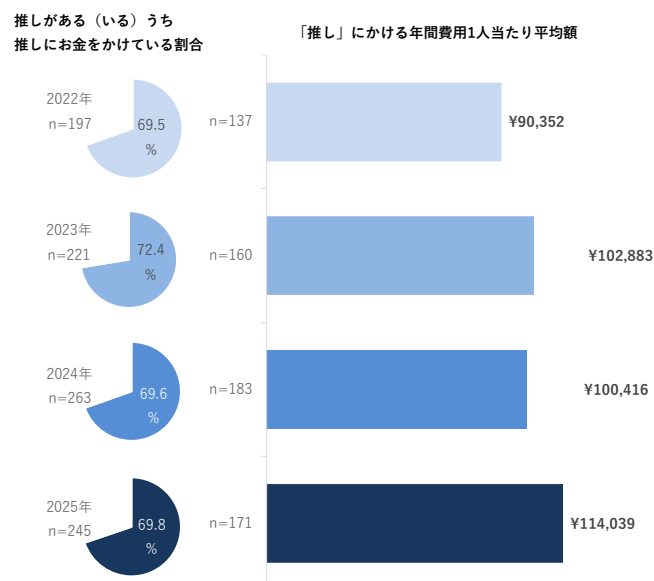
**「推し」 ありの人のうち「推し」にお金をかけている人の割合は 69.8%で横ばい、
かけている年間平均額は 114,039 円で昨年より増加。
活動内容別に費用をみると「遠征費」「聖地巡礼費」は減、
「チケット代」「映像・音楽の購入費」「応援グッズ」などが昨年より増加した。**

- ・ 「推し」 あり（いる）の人のうち、「推し」に関してお金をかけている人は 69.8%。
- ・ お金をかけている人の 1 人当たり年間費用の平均は、114,039 円と昨年より 1 万円以上増加。
項目別では「チケット代」「映像・音楽の購入費」「応援グッズ」などが増加。「遠征費」「聖地巡礼費」は減少した。
- ・

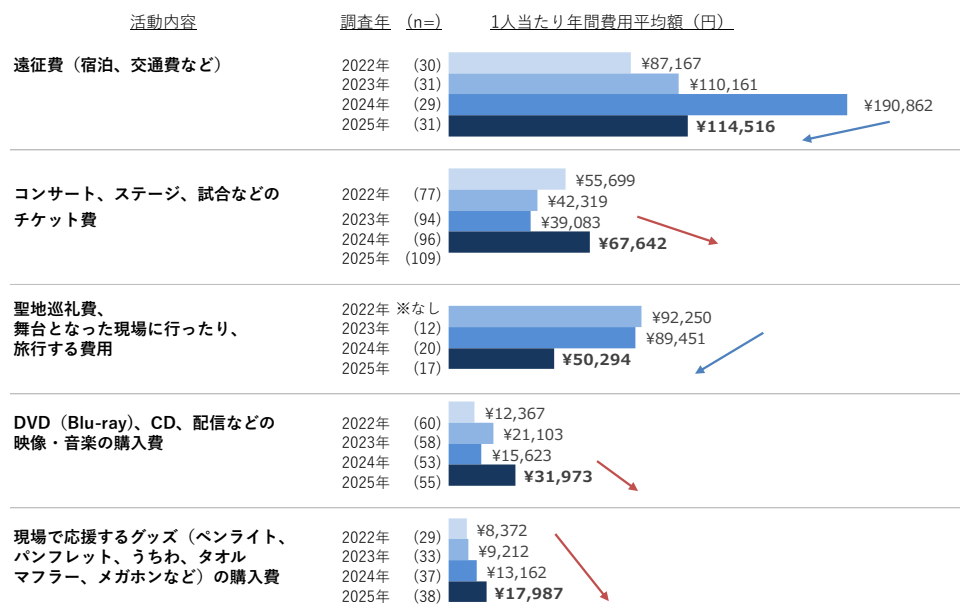
■ 「推し」に関してお金をかけている割合と一人当たり年間平均額

（各年「推し」がある（いる）人ベース→「推し」にお金をかけている人ベース）

※年間費用一人当たり平均額は、項目別費用を加算しお金をかけている人数で割って算出。0 円は除く



■ 活動内容別 1 人当たり年間平均額の推移：各活動にお金をかけている人ベース

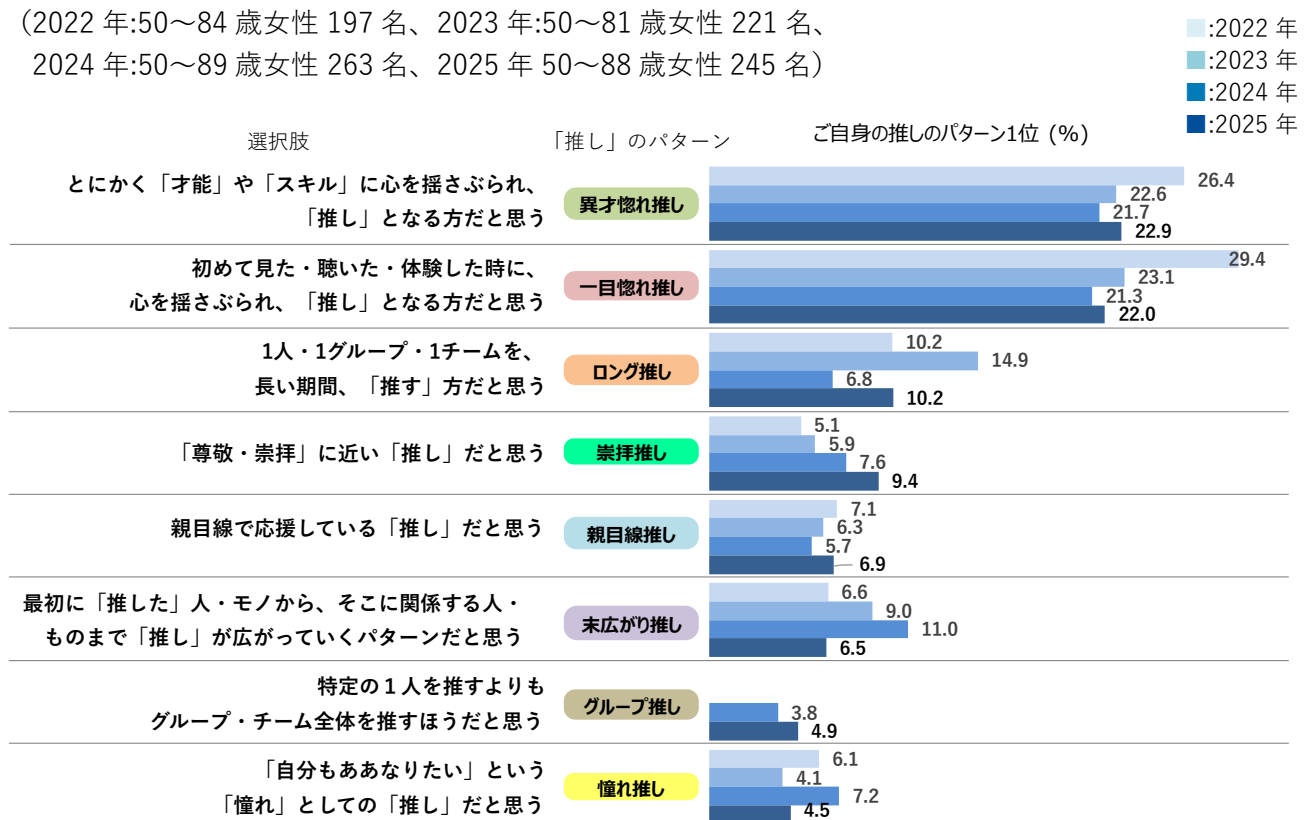


*n=30 未満は参考値

推しのパターンとしては「異才惚れ推し」「一目惚れ推し」がこの4年間上位をキープ。 減少傾向だった「ロング推し」は、今年は増加して1割を超えた。

- ・ 「推し」あり（いる）の人に、ご自身の推しのパターンを選んでもらったところ、「異才惚れ推し」22.9%と「一目惚れ推し」22.0%が2割強で多数を占めた。この2つのパターンは、この3年間多数派でありつつも昨年・一昨年は減少傾向であったが、今年は下げ止まっている。
- ・ 一方増えているのが「ロング推し」「崇拜推し」。「ロング推し」は昨年一度低下したものの今年は増加した。また「崇拜推し」はこの4年間で徐々に増えている。
- ・ 昨年増加した「末広がり推し」は今年減少した。
- ・ なお、推し活歴は、平均すると14.0年で伸長傾向。（2024年：12.7年、2023年：12.2年、2022年：11.4年）

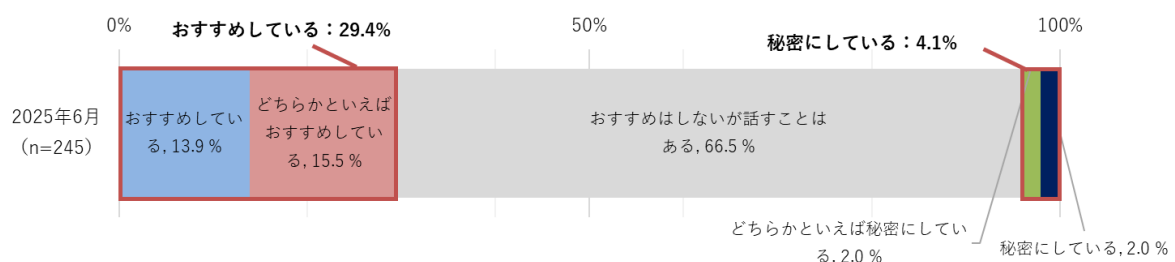
■ 「推し」のパターンの推移：「推し」あり（いる）人ベース、2025年4%以上で降順ソート (2022年:50～84歳女性197名、2023年:50～81歳女性221名、 2024年:50～89歳女性263名、2025年50～88歳女性245名)



*「グループ推し」は2022年、2023年なし

■ 「推し」を誰かにおすすめしているか

- ・ 「おすすめはしないが話すことはある」が66.5%と3分の2を占めた。おすすめしている（おすすめしている＋どちらかといえばおすすめしている）が29.4%、秘密にしている（秘密にしている＋どちらかといえば秘密にしている）は4.1%だった。



■どのような方法で「推し」をおすすめしたり話したりしているか（複数回答）

- ・ おすすめする方法としては「直接話をして（電話含む）」が最も多く 9 割近くを占めた。SNS は 50 代では 2 割が使用していた。

※（推しを誰かに）おすすめしている＋どちらかといえばおすすめしている＋おすすめはしないが話すことはある人

	全体	直接話をして （電話含む）	メールやLINEなどで	SNS（Facebook、 X(旧Twitter)、 Instagramなど）で	駅や街頭ビジョンな どに広告を出して	その他
全体	n=(235)	86.4%	32.3%	11.9%	0.4%	4.7%
50歳～59歳	(42)	69.0%	28.6%	21.4%	2.4%	9.5%
60歳～69歳	(130)	94.6%	33.1%	11.5%	0.0%	2.3%
70歳～	(63)	81.0%	33.3%	6.3%	0.0%	6.3%

■自由回答の抜粋

「推し」への想い

- ・ 私が中島みゆきのファンだと言うと「ああ、良いわね」と私の周りの殆どの人は言いますが、それ以上はのってきません。なので私は普段は一人で中島みゆきを楽しんでいます。でもコンサートに行った時は違います！ 周りの席の人達とか会場近くの道で会った人などと意気投合して思い切りお喋りします。短い時間ですがその時に話したことなどを後から思い出して日々の癒しにしています。もう歳ですから、次回は行けないかもっていつも思っています（87 歳）

「推し」がいなくなった理由、「推し」への想いが変化した理由

- ・ 韓国の俳優さんが好きでドラマをよく見ていた。だんだんと飽きてきたのだと思う。好きではなくなった（58 歳）
- ・ 以前は、とある俳優推しだったが今はそうでもない。飽きた（61 歳）
- ・ YouTuber のピアニスト。コロナ期に YouTube で見つけ笑顔で弾く彼女のピアノ演奏が好きでした。今はリアルも忙しくなりちょっと熱が冷め気味です（62 歳）
- ・ 20 年前の韓流ブームに、ハマってしまった。今も好きだが、以前ほどワクワクしなくなってしまった。何でかな？飽きたかな？（69 歳）

「推し」をきっかけとする新たな取り組み

- ・ ジェーン・スーと堀井美香のポッドキャストを聴いていて、楽しさが増した。面白い言葉を生み出す 2 人。普段の生活の中で、心の中で使うことがある（59 歳）
- ・ 年を取ってから友達ができた。次にどこのライブに行こうかなど主人との会話が楽しくなった（71 歳）
- ・ BS を契約して歌番組ばかり見るようになった。母と好みが似ているので話題の共通点が増え会話も多くなった（63 歳）

専門家の見解

ハルメク 生きかた上手研究所 所長

梅津 順江（うめづ ゆきえ）

2016年3月から現職。主に年間約900人のシニアを対象にインタビューや取材、ワークショップを行い、誌面づくり・商品開発・広告制作の糧になるインサイトを探り、アンケートを介して半歩先の未来を予測している。



50代以上女性の推し活、日常の一部に

「推し」に関する意識・実態調査は、今年で4年目となります。50代以上女性で「推しがいる」と答えた人は46.3%と前年並みでしたが、年代による差は縮小。50代が48.5%、60代が46.2%、70代が45.1%とほぼ横並びになりました。推し活が一部の若い世代の流行ではなく、世代横断の日常的なかに定着しつつある、ということを示しています。

今回の特徴は、「長く推している」「ロング推し」が復調し、「異才惚れ推し」「一目惚れ推し」に次いで3位に浮上した点です。推し歴は平均14年と過去最長になり、文化として定着した様子が伺えます。推しが人生の一部となったといってもよいかもしれません。一方で、「飽きた」「以前ほどワクワクしない」といった声もあり、感動のルーティン化やマンネリ感も垣間見られました。

経済面では、推し活への年間支出額は平均114,039円と、前年より1万円以上アップ。物価高によるチケット代や応援グッズの高騰も一因とみられますが、それでも約7割が「お金をかけている」と回答。「推しには惜しまない」姿勢は変わりません。

注目すべきは、推しを語ることがごく自然になっていることです。「秘密にしている」人はわずか4.1%で、9割以上が推しについて誰かに話していました。SNSでの発信も、50代で2割を超えています。「母と話題の共通点が増え、会話がなくなった」「主人との会話が楽しくなった」など、推しを介して人間関係が豊かに潤っている様子も伺えました。

推し活は、日々の内面を満たすだけでなく、周囲との会話やつながりを生み出す力も持っています。今や推しは“心の栄養”であり、“コミュニケーションの潤滑油”ともいえる存在なのです。

■販売部数 No.1！ 50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康・料理・おしゃれ・お金・著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。

また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、「[ハルメク シニアマーケティング LAB](#)」で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。

【お問い合わせ先】

ハルメク PR 事務局（株式会社プラチナム内） 平野・根本・名取・安部

TEL：03-5572-6072 ／ E-MAIL：halmek_pr@vectorinc.co.jp

株式会社ハルメクホールディングス 広報・IR 室 入山・武曽・荒木

TEL：03-6272-8222 E-MAIL：pr@halmek.co.jp