

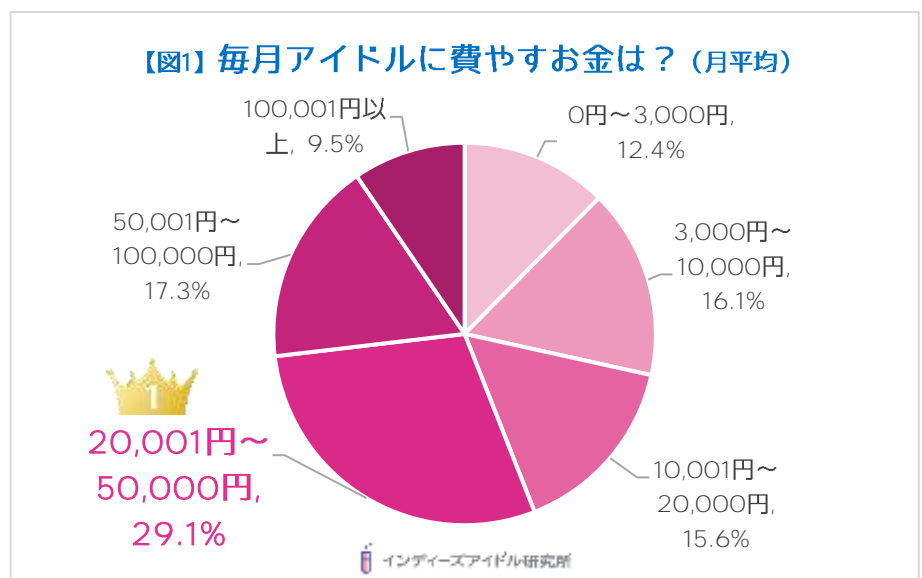
報道関係各位

## 「アイドルヲタクとお金に関する調査」

1か月間でアイドルに使うお金は「**月額2万～5万円・月収10%未満**」が最多！**“堅実ヲタ”**増加中  
 コロナ禍でアイドルに使うお金が減った人は「約50%」も！**“ライブ現場主義ヲタ”**が影響  
 お金を使う**推し活調査**！No.1「ライブチケット」、No.2「チェキ」、No.3「特典券付きCD」

インディーズで活躍するアイドル（地下アイドル）業界を調査・分析し、発信するマーケティング機関「**インディーズアイドル研究所**」（所長・遠藤舞）は、「アイドルヲタクのお金事情」に関する調査を行いましたので、発表いたします。（調査人数=629名）

【インディーズアイドル研究所】<https://www.idollab.net/>



### 《「アイドルヲタクとお金に関する調査」ダイジェスト》

【1】1か月間でアイドルに使うお金は「**月額2万～5万円・月収10%未満**」が最多！**“堅実ヲタ”**増加中

「アイドルヲタク=月収の大半をアイドル活動に費やす」というイメージをもっている人も多いのではないかと思います。意外にもヲタ活動の大半は「30%未満」の支出でおさまっていることがわかり、“**堅実ヲタ**”が多いことが分かりました。

【2】コロナ禍で**アイドルに使うお金が減った人は「約50%」**も！**“ライブ現場主義ヲタ”**が影響

コロナ禍でアイドルに使うお金が減った人は「約50%」で、減った金額は「1万円以内」が約53%と半数を占めました。単純にコロナ禍におけるアイドルの「ライブ機会の減少」が影響。ライブ配信などの新たな応援サービスが登場するものの、“**ライブ現場主義ヲタ**”たちの出費が減ったためと考えます。

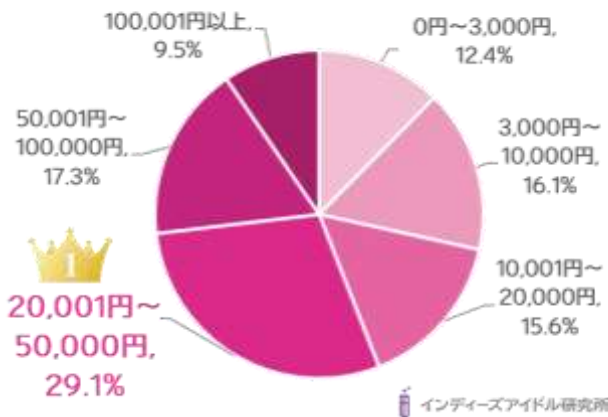
【3】お金を使っているヲタ 活ランキング！「ライブチケット」「チェキ」「特典券付きCD」という**“ライブ関連項目”**が多い結果に

お金を使っているヲタ 活の項目を調査したところ、最も多くの人を選択したのは「ライブチケット」で約84%でした。次いで「チェキ(撮影/購入)」で約60%、「CD/DVD(特典券付き含む)」で約58%という結果となりました。上位3項目は、基本的には「ライブ現場」での出費となっており、アイドルにおける「ライブ」は非常に重要なものということが再確認できる結果となりました。

《調査データ・詳細解説》

## 【1】 1か月間でアイドルに使うお金は 「月額 2 万～5 万円・月収 10%未満」が最多！"堅実ヲタ"増加中

【図1】 毎月アイドルに費やすお金は？（月平均）



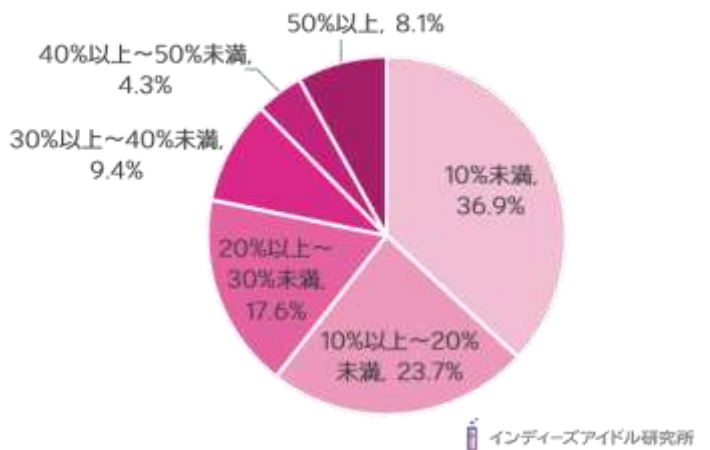
アイドルヲタクが「1か月間でアイドルに使う金額」を調査したところ、**「2万円以上～5万円未満」が最も多く約30%**でした。次いで多いのが「5万円以上～10万円未満」で、さらには「10万円以上」という人が約10%おり、毎月、高額をアイドルに使っている人が多いということがわかりました。《図1》

また、「アイドルに使うお金の『月収』に対する割合」を調査したところ、**「月収の10%未満」が約37%と最も多い結果**となりました。次いで「10%以上～20%未満」が約24%、「20%以上～30%未満」が約18%という結果となりました。このことから、全体の大半である約78%が「自身の月収の30%未満の支出」であることがわかりました。《図2》

「アイドルヲタク＝月収の大半をアイドル活動に費やす」というイメージをもっている人も多いのではないかと思います。意外にも推し活動は「30%未満」の支出でおさまっていることがわかり、「堅実ヲタ」が多いことがわかりました。中には、推しアイドルのCDリリース時や遠征ライブなど“突発的に大きい支出”が必要となる際に捻出できるよう、毎月のヲタ活は支出を計画的に考えている人もいます。

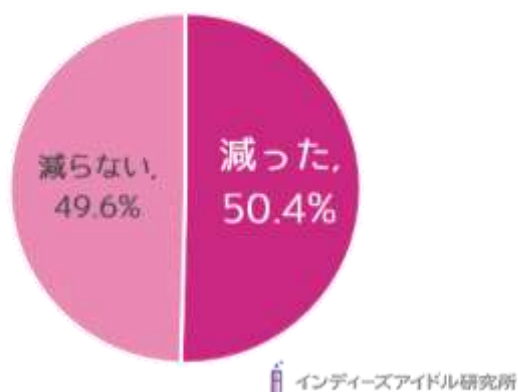
月収(生活)の半分以上をかけて、アイドルを全力で応援している人も一定数はいるものの、極少数派であり、毎月、月収の10%や20%などと、無理のない範囲で推し活を行う“堅実ヲタ”が大半であることがわかりました。

【図2】 図1の回答は、自分の収入の約何%程度？



## 【2】 コロナ禍でアイドルに使うお金が減った人は「約50%」も！ “ライブ現場主義ヲタ”が影響

【図3】 コロナ禍になって  
アイドルに使うお金は減りましたか？



コロナ禍でアイドルに使うお金が減った人は「約50%」と、半数がコロナ前より減っていることがわかりました。《図3》

「減った」と回答した人を対象に、どの程度の金額が減ったか尋ねたところ、「1万円以内」が約53%と半数を占めています。《図4》

これは、コロナ禍におけるアイドルの「ライブ機会の減少」が影響していると考えます。インディーズアイドルのライブを観に行く場合、1公演あたりチケット代が約3000円程度です。しかしながら、ライブに行くと、「アイドルとのチェキ」や「グッズ購入」など、ライブに付随する出費があります。そこで、純粋にライブの機会が減ると、ライブチケットだけでなく、その他の出費も減るといった現象が起こります。

コロナ禍になり、アイドル応援の形は多様化してきました。例えば、ライブ配信サービス（「Showroom」や「17（イチナナ）LIVE」など）における有料アイテムを購入しての応援、デジタルコンテンツ販売サイト（「ONLY FIVE」「marche」など）にてアイドル自身の写真や動画などを購入しての応援などが挙げられ、ライブハウスに行かなくてもアイドル達とオンラインで交流でき、また応援できる手段も増えてきました。そのため、約半数は「コロナ禍だけアイドルに使うお金が減っていない」という回答になったのだと考えます。

一方で、“ライブ現場主義ヲタ”が一定数いることも事実です。ライブに行き、アイドル達のパフォーマンスを生で見て、その後の物販での「チェキ撮影」や「握手会」などで、アイドル達と会話をしたり触れ合うことを「ヲタ活」の楽しみと感じている人はいます。今後もオンラインでアイドルを応援できるコンテンツは増えていくことが予想されますが、一方で、「ライブ」という“現場”“リアル”を大事にしているファンが一定数いるため、アフターコロナのアイドル活動も「ライブ」は重要であると考えます。

【図4】 図3で「減った」と回答した方はどの程度減りましたか？

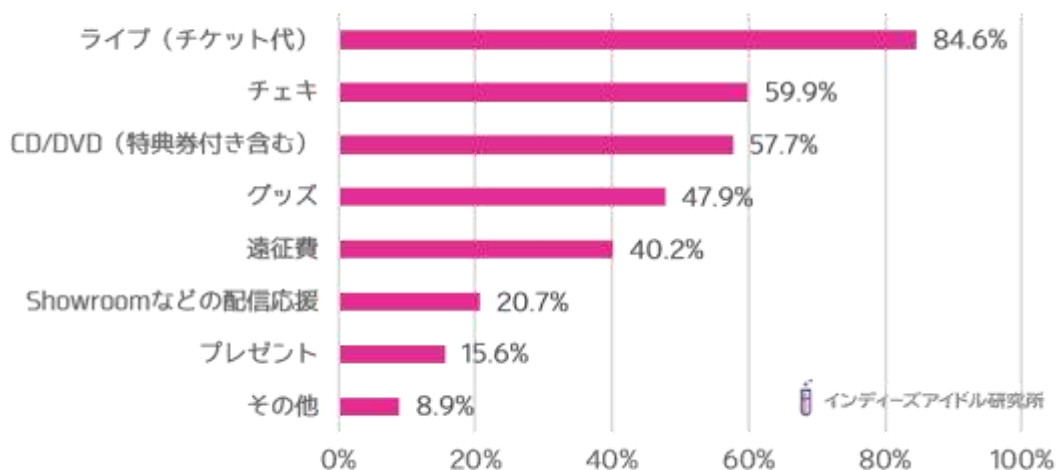


### 【3】 お金を使っている推し活ランキング！ 最多は「ライブチケット」、次いで「チェキ」「特典券付き CD」という"ライブ関連項目"が多い結果に

お金を使っている推し活の項目を調査したところ、最も多くの人を選択したのは「ライブチケット」で約84%でした。次いで「チェキ(撮影/購入)」で約60%、「CD/DVD（特典券付き含む）」で約58%という結果となりました。《図5》

これら上位3項目は、**基本的には「ライブ現場」での出費**です。「ライブチケット」を買ってライブを見に行き、そこで「チェキ」を撮影したり、「特典付き CD・DVD」を買って特典を楽しむ、という一連の流れで発生するお金が上位を占めています。

【図5】 お金を費やしているアイドル活動は？ (複数選択可)



また、「各項目の出費割合」を自由回答として尋ねたところ、「ライブチケット」が出費の半分を占めており、「チェキ」「CD/DVD（特典券付き含む）」が各 3 分の 1 程度ずつという回答が目立ちました。やはり、「ライブ」関連でお金を使うヲタクが多いことがこの結果から分かりました。

意外にも「Showroom」などの配信応援でお金を使っているという人は約 21%と、ヲタク全体の「約 5 分の 1」に留まっているということがわかります。

やはり【2】でも触れたように、「ライブ」という現場が、**最もお金を使った応援がなされている場**であるということがわかります。アイドルのパフォーマンスや熱量、想いを肌で感じることができ、物理的に近い距離で話したり触れ合うことができると、ヲタク側も応援熱が高まる、ということが要因の 1 つであると考えます。

## 所長：遠藤舞より考察

今回は、初回調査ということで「アイドルヲタクとお金」に関する調査を行いました。私の予想では、多くのヲタクが自分の生活費を削って推し活をしていると想像していたのですが、結果は**月収の 20%未満で推し活をしている"堅実ヲタ"**が多いことがわかり、意外な結果となりました。これは**時の流れとともに、ヲタク活動が健全化・堅実化へと変化してきたのでは**と考察しています。

また、毎月高額を使っている人が一定数いるにもかかわらず、使用金額が月収に占める割合が低い結果が多かったことから、**"高収入ヲタ"が一定数おり、アイドルたちを支えていること**もみえてきました。これは今回の調査回答者のうち「40 歳以上」が約 57%おり、会社で出世して管理職などになり、30 代までと比較して収入が増えている人が多いことが要因となっているのでは、と考えます。アイドルを推すという活動は、可処分所得が増え経済的に余裕ができてから無理のない範囲で楽しむ趣味という認識に近いのではないかと感じました。



「アイドルに使うお金の項目」では、やはり「ライブ」現場での項目が上位を占めるなど、**「ライブ需要」は根強い**と感じました。コロナ禍で、ライブ配信やコンテンツ販売など、アイドルたち自身も活動方法の選択肢が増えていますが、「ライブ需要」が根強くあることをしっかり認識し、ライブでのパフォーマンス（歌やダンス、トークなど）を磨いてファンを増やし、「応援したい」と思ってもらうことがこれからも非常に重要であると考えています。アフターコロナでは、再びライブの機会が増えていくと思いますが、アイドル達は今こそ、パフォーマンスを磨くことを怠らずに過ごすことが重要ではないかと思えます。

## ■ 調査方法

### ①WEB アンケート調査

調査期間：2021 年 8 月 10 日～8 月 13 日

調査対象：WEB 調査（Twitter 調査）

有効回答数：N=629

調査実施・分析：インディーズアイドル研究所

## ■ インディーズアイドル研究所

「インディーズアイドル（地下アイドル）」、そのアイドルを支える「ファン（ヲタク）」を中心に構成されている「インディーズアイドル業界」について、独自の調査を行い、定量的・定性的に分析していきます。元「アイドルリング!!!」・遠藤舞が所長となり、生の「アイドル」「ヲタク」の声を発信していきます。

## ■ インディーズアイドルとは

本研究所においては、「インディーズアイドル」とは、「メジャーレーベルから CD デビューしていないアイドル」と定義いたします。世間では「地下アイドル」「ライブアイドル」と呼ばれる場合もあります。本研究所では「インディーズアイドル業界」について調査・分析を行っていきます。

※ 公開データの引用・転載の際は、『インディーズアイドル研究所調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

【インディーズアイドル研究所】<https://www.idollab.net/>

## ■「インディーズアイドル研究所」活動予定

- インディーズアイドル業界の調査分析・発信（マーケティングリリース配信）
- インディーズアイドルのブックイング／紹介
- インディーズアイドルのトレーニング（ボイストレーニング／パフォーマンス指導／メンタルトレーニングなど）
- インディーズアイドル、運営企業へのサポート（マーケティング調査支援、調査データ支援など）



## ■「インディーズアイドル研究所」メンバー

### 《インディーズアイドル研究所 所長：遠藤舞》

アイドルグループ「アイドリング!!!」のリーダーとして活躍、後にエイベックスよりソロデビュー。現在はボイストレーナーとして多くのアイドルグループや歌手に歌唱指導を行う。「インディーズアイドル研究所」所長に就任。「アイドルの現場に携わる人々」がより良い活動を行うために役立つ情報を調査・分析し「アイドル業界のリアル」を発信している。

- Twitter [https://twitter.com/endo\\_mai2](https://twitter.com/endo_mai2)



### 《ブランド PR プロデューサー：福地セイカ》

ポップスバンド「Neontetra（ネオンテトラ）」ボーカル、作編曲家。2020年に「時の旅人 ～令和ゆかりの地・太宰府のうた～」でメジャーデビュー。会社員経験があり、担当した企業は、上場、M&A、ビジネスの収益化を達成させ成功に導く。2021年には「日経 xwoman」アンバサダーにも就任。

- Twitter [https://twitter.com/seika\\_letter](https://twitter.com/seika_letter)



## ■「インディーズアイドル研究所」概要

- ・名称：インディーズアイドル研究所
- ・URL：<https://www.idollab.net/>
- ・所長：遠藤 舞
- ・活動内容：インディーズアイドル業界の「アイドル」「ヲタク」に関する調査・分析・情報発信 など



※ 公開データの引用・転載の際は、『インディーズアイドル研究所調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。  
【インディーズアイドル研究所】<https://www.idollab.net/>

### 【報道関係者の方からのお問い合わせ】

音楽事務所Office La Mer内「インディーズアイドル研究所」広報担当  
MAIL [contact@idollab.net](mailto:contact@idollab.net)