

2025年3月3日  
株式会社ブックリスタ

## 【押し活ユーザーのバレンタイン事情】

チョコを渡す人1位「友達」53.1%、2位「押し」が52.7%と僅差！ 押しへのチョコは「ぬいやアクスタに供える」が最多に

株式会社ブックリスタ(本社:東京都港区、代表取締役社長:村田茂、以下「ブックリスタ」)が運営する「押し活研究部(おしけん!)」(以下文中「おしけん!」)にて、推しのいるユーザーに対して、バレンタイン事情に関する調査を行いました。



ブックリスタでは、押し活に特化したサービス「オシバナ」を運営しています。ユーザーは、“押し活をしている人”が中心。「オシバナ」が設立した「おしけん!」は、ユーザーの皆様の押し活をより楽しく、サポートすることを目的とした部活動です。

今回は、押し活をしている10代～60代のユーザー265人に「バレンタイン」に関するアンケートを行いました。

## ◆推し活ユーザーの決済についての調査レポート

### 【推し活調査の概要】

調査対象: 推し活をしている全国のユーザー

回答人数: 265人

調査時期: 2025年1月17日 ~ 2月6日

調査方法: 「オシバナ」にてオンラインアンケートを実施

※本レポートのデータは、小数点以下第2位を四捨五入しています(合計しても100%にならない場合があります)。

※調査は報酬無しで実施しています。

### ■チョコを渡す人1位「友達」53.1%、2位「推し」が52.7%と僅差

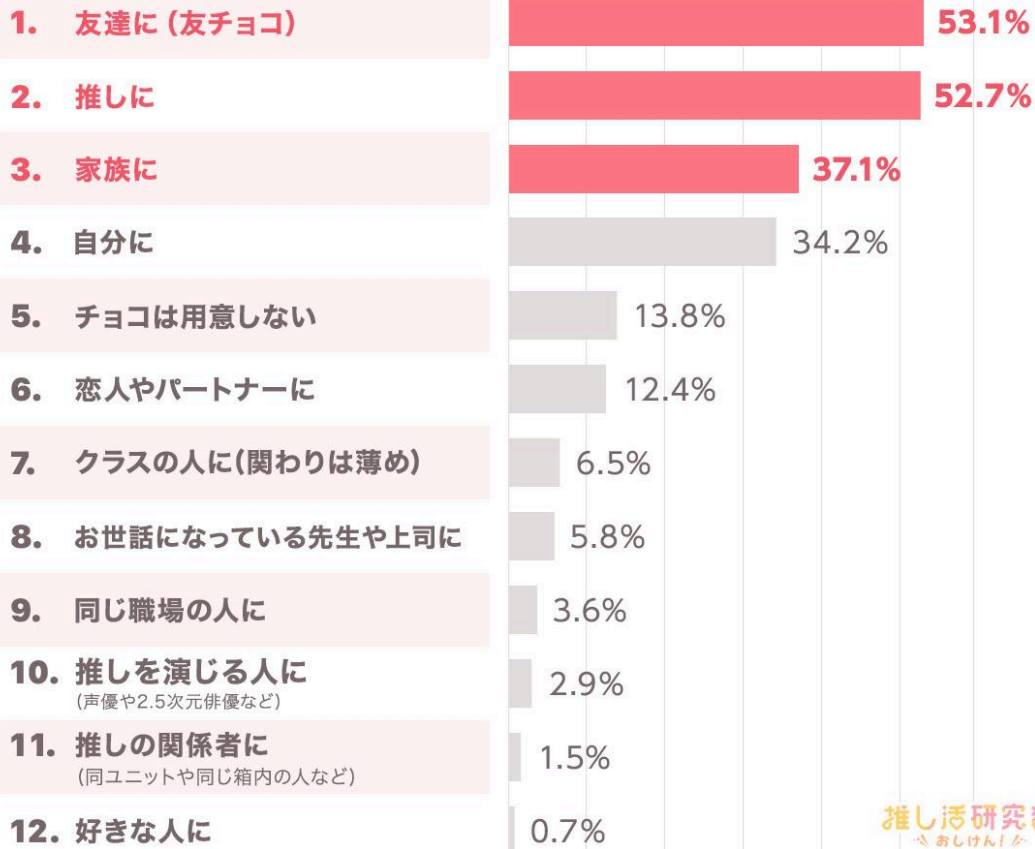
本調査では、ユーザーのバレンタイン事情を調査するため、チョコを渡す相手について以下の項目から複数選択形式で回答をいただきました。

- ・推しに
- ・推しを演じる人に(声優や2.5次元俳優など)
- ・推しの関係者に(同ユニットや同じ箱内の人など)
- ・家族に
- ・恋人やパートナーに
- ・友達に(友チョコ)
- ・クラスの人に(関わりは薄め)
- ・同じ職場の人に
- ・お世話になっている先生や上司に
- ・自分に
- ・チョコは用意しない
- ・好きな人に
- ・その他

今回の結果では、「友達にチョコを渡す」(友チョコ)が最も多く選ばれる結果となり、続いて僅差で「推しにチョコをあげる」が2位、「家族に」が3位という順位になりました。他の結果は以下の通りです。

## バレンタインにチョコは用意する？

※複数選択形式



推し活研究部  
おしけん! 企

最も多く選ばれた「友チョコ」について、ユーザーから寄せられたエピソードをご紹介します。

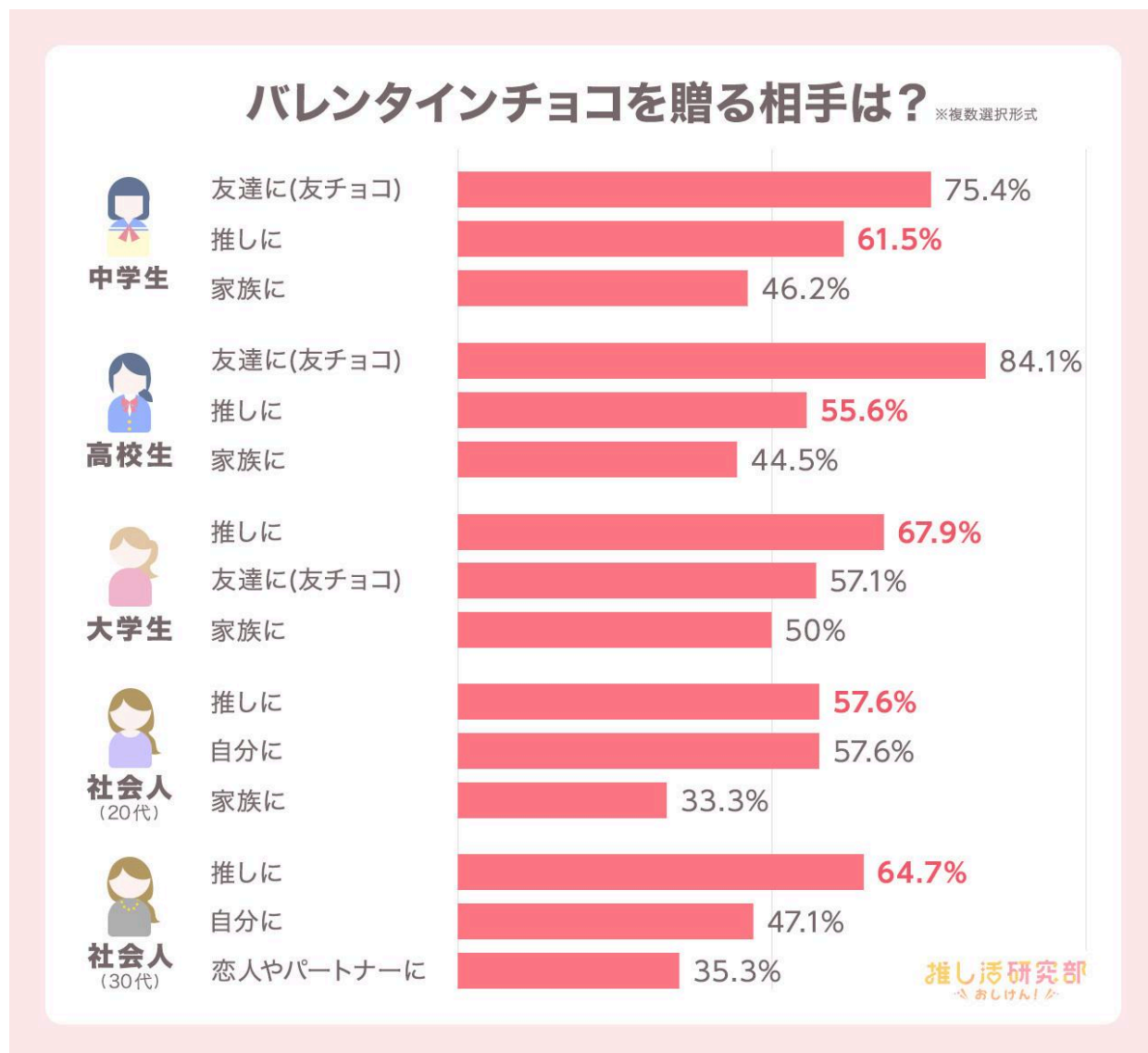
### 【友チョコ関連のコメントの紹介】

- ・友達に渡そうと思ってたチョコをちょうど友達も食べてて、渡したチョコを少し貰えた(10代女性)
- ・同じクラスの人が色々な人に大容量の袋入りのチョコを配っていた(10代女性)
- ・友達にチョコを作った後の失敗作や余りを家族で食べてます(10代女性)

ちなみに調査対象となる「オシバナ」のユーザー層は若年層に偏っており、実際に今回の調査では、小中学生・高校生で52.6%と、半数以上を占めています。

今回の調査では、友チョコ文化が友情の象徴として広がり、友達同士で気軽にチョコを渡し合うスタイルが定着している様子がうかがえました。

## ■年代別に見るバレンタインチョコの贈り先は「推し」「友達」、そして「自分」



こちらではバレンタインチョコの贈り先を、中学生、高校生、大学生、20代・30代の社会人と年代別に分析しました。

本調査は推し活ユーザーを対象としているため、すべての年代で「推し」が上位にランクイン。その一方で、高校生までは「友達」へのチョコが「推し」を上回り、特に「チョコを用意する高校生の84.1%が友達に渡す」という結果が明らかになりました。

また、年代が上がるにつれて「自分用」にチョコを用意する人が増加します。この傾向から、バレンタインが「特別な誰かのため」だけでなく、「頑張る自分へのご褒美イベント」としての側面も持つことがうかがえます。

今回の調査結果を通じて、バレンタインが多様な人間関係を祝うイベントとして広く受け入れられていることが改めて確認されました。

## ■推しへのチョコの渡し方、一番多かった回答は「ぬいやアクスタに供える」！

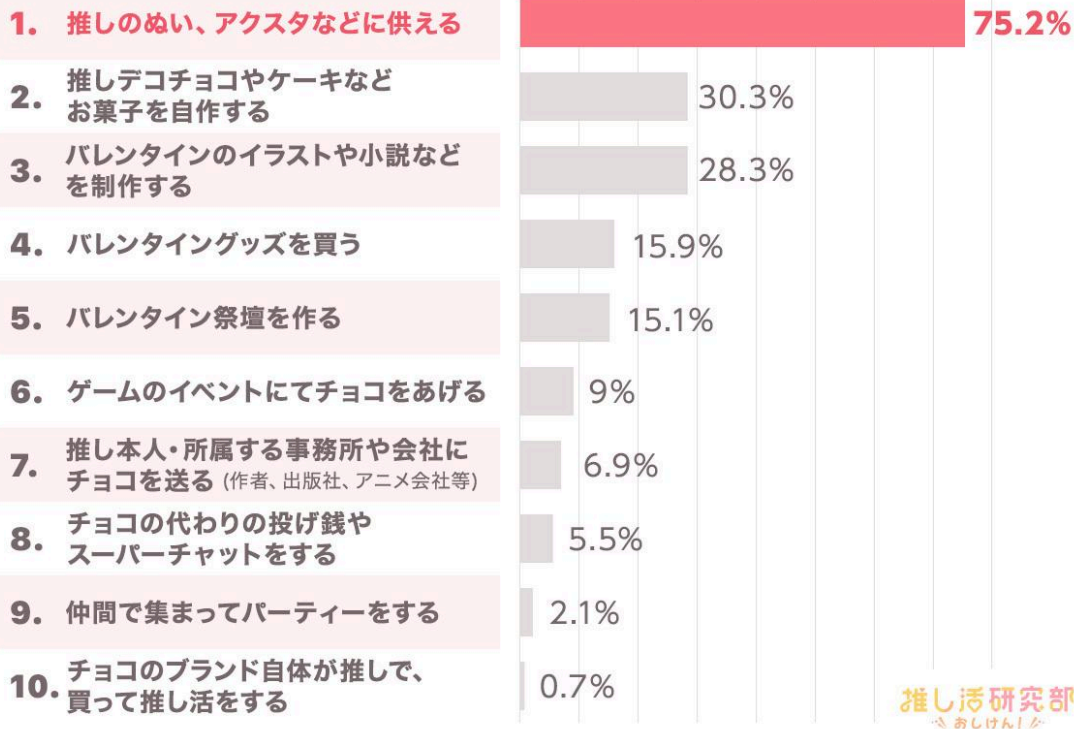
次に、「推しにチョコをあげる」と答えた方を対象に、「推しへのチョコはどのような形で用意するのか」という具体的な方法について深掘りしました。以下の項目を対象に、複数選択形式で回答をいただきました。

- ・推し本人・所属する事務所や会社へチョコを送る（作者、出版社、アニメ会社など）
- ・推しデコチョコやケーキなどお菓子を自作する
- ・バレンタイン祭壇を作る
- ・推しのぬい、アクスタなどに供える
- ・バレンタインのイラストや小説などを制作する
- ・バレンタイングッズを買う
- ・チョコの代わりに投げ銭やスーパーチャットをする
- ・ゲームのイベントにてチョコをあげる
- ・仲間で集まってパーティーをする
- ・チョコのブランド自体が推しで、買って推し活をする
- ・その他（自由記入）

調査結果は以下の通りです。

## 推しへのチョコ、どうやって用意する？

※複数選択形式



推し活研究部  
おしけん!が

最も多くの人気を集めたのは「推しのぬい、アクスタなどに供える」でした。

### 【推しのぬい、アクスタなどに供える 75.2%】

現実にチョコを直接渡すことは難しい推しでも、推しのぬい(ぬいぐるみ)やアクスタ(アクリルスタンド)と一緒に写真を撮ることで視覚的に楽しめる上、SNSを通じて同士と一緒に盛り上げられる点が人気を集めました。「推しへの思いを見える形にしたい」といった、真摯な気持ちが現れる行動ともいえるでしょう。寄せられた一部コメントを紹介します。

・推しにあげる文化というのがよくわからなかったけど推しに似合いそうな色合いのチョコレートのカンカンを見つけて欲しくなり、お店に買いに行きました。推しぬいと初めて並べて写真撮ると、まるでプレゼントした気分になってそれ以来推しの為にバレンタインチョコ買ってます(20代女性)

・どちらかと言うと「バレンタインだし折角だから簡単なチョコでも作ろうかな。ついでに恐縮ながら推しに捧げさせていただこう」という気持ちです(10代女性)

## 【バレンタインに何かを作る 57.9%】

バレンタインに伴い、「推しデコチョコやケーキなどお菓子を自作する」「バレンタインのイラストや小説などを制作する」といった、何かを制作する行為も多く回答を集め、合計では57.9%と半数を超えました。

こうした行為には、SNSを通じて作品を発信することで、同じ界隈のファンと共感し合い、推し活の場をさらに盛り上げる役割も果たしています。

なお、現物のチョコを用意する人への調査では、「手作りする」と回答した人が42.8%、「既製品を購入する」と回答した人が41.9%でした。また、「手作りキットを使用するなど、一部手作りする」という人は17.9%にのびりました。

これにより、チョコを贈る人の中でも、6割の人は何らかの形で“自作”のチョコを用意していることがわかりました。

## 【バレンタイングッズを買う 15.9%】【バレンタイン祭壇を作る 15.1%】

「バレンタイングッズを買う」という設問では、色々なジャンルを好むユーザーが、自分が好きなジャンルのバレンタイングッズについて回答してくれました。公式からのアイテムは、推し活を盛り上げる重要な要素の一つです。また、バレンタイングッズや持っている推しグッズを活用して、「バレンタイン祭壇」を作って楽しむ様子もSNS上では多く見られます。

・去年公式がバレンタイングッズを発売してくれたのですが、なんと購入＝推しにチョコをあげるということになっていて、お返しにはお礼のお手紙とそのあげたチョコを食べている写真とプレスレットが届くという商品だったんです！！神すぎて横転しました(10代女性)

・バレンタインコラボのカフェに推しのグッズとメニューが出てるけど、遠くて行けずに歯噛みする(10代女性)

・推しのバレンタインデーセット(チョコ、メッセージカード、プレート)を購入した(20代女性)

## 【推し本人、所属する事務所や会社にチョコを送る 6.9%】

推しに直接チョコを送る方は6.9%となりました。特に、実在のアイドルや俳優などを推す人々にとっては、直接的なアクションが推し活の醍醐味といえるでしょう。

・推しと初めて撮影会で話せたのがバレンタインライブの時だったので、その思い出のお陰で今もなんとなくバレンタインは特別な日という感覚があります(40代女性)

- ・バレンタイン限定の企画で推しから、その場で告白セリフと後日、直筆ラブレターを頂きました……！（20代男性）

## ■特別な日に推しへの想いを形に

調査の結果、それぞれ独自のスタイルでバレンタインを楽しんでいることが明らかになり、季節イベントを通じて推し活の楽しみ方がますます広がっている様子が伺えました。

こうした季節のイベントは、個人の満足感を高めるだけでなく、推しを取り巻くコミュニティ全体をも盛り上げる重要な役割を果たしています。特にバレンタインデーは、ファンにとって推しへの想いを形にする絶好の機会。普段は見られない推しの姿に触れたり、特別な企画を通じてファン同士の絆を深めたりする貴重な機会でもあるのです。

## 本レポートの使用について

- ・本レポートを引用や転載される際は、必ず「「推し活研究部（おしけん！）」調べ」と明記してください。
- ・データの加工や改変は行わないでください。
- ・本レポートは、株式会社ブックリスタが著作権を保有しています。
- ・掲載がふさわしくないと当社が判断した際は、その掲載を中止できるものとします。
- ・本レポートの使用により発生した問題に、当社は一切責任を負いかねます。



## 【関連】「おしけん！」調査記事

推し活って何してる？

推し活 推しに夢中な500人に聞いた  
**アンケート結果**

推しに費やす時間は？

1週間の推し活時間は平均36.2時間 中学生の推し活は「推しの動画・配信を見る」が一番に  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000502.000006388.html>

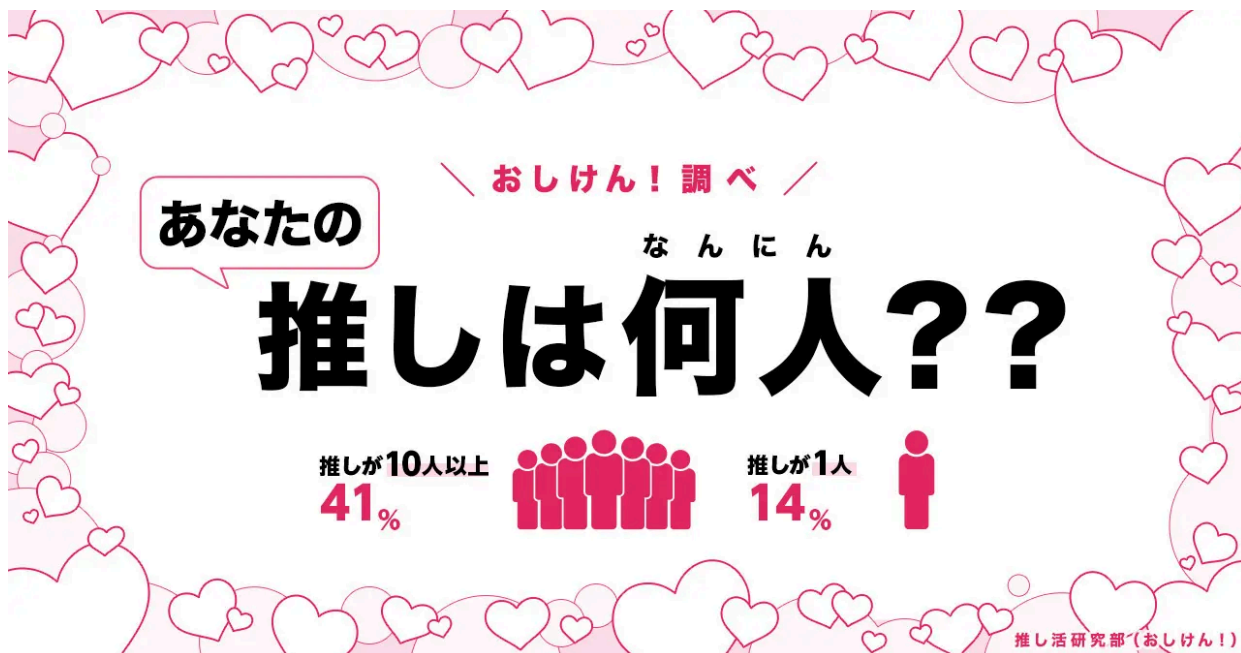
おしけん！調べ

世代で異なる  
**「SNS」認識の差**

Q. YouTubeってSNS??

世代	YES
30代	25.8%
10代	77.1%

10代は77.1%が「YouTubeはSNS」と回答、30代は25.8% 世代で異なる「SNS」の認識の差  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000504.000006388.html>



あなたの推しは何人？ 推しが10人以上いる人は全体の41%！ 14%は「推しはひとりだけ」

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000508.000006388.html>



推し活中の318人から聞いた『推しを好きになった瞬間』とは？

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000510.000006388.html>

／ おしけん！ 調べ ／

高校生の37.7%が家族と推しのお話をする？

# みんなの「推し友」事情を調査！



学校関係の人	66.7%
SNSで知り合った人	39.1%
家族や親戚	37.7%
自分だけで楽しむ	20.3%
ゲームのフレンド	14.5%

他の年代の結果は記事へ！

推し活研究部 (おしけん!)@推し活アプリOshibana

高校生の37.7%が家族と推しについて語り合う！ みんなの「推し友」事情を調査  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000513.000006388.html>

## 推し活アプリ「オシバナ」の目指すところ



Oshibana

# 推しができたら 推し活アプリ オシバナ

「おしけん！」を運営する「オシバナ」は、推し活を通して「今日も生きてて幸せ」を提供するサービスです。推し活やクリエイターエコノミー市場に関わるほとんどのサービスとの違いは、推す側の立場のユーザーを起点にサービス開発をしている点です。推す側のユーザーファーストを考え、ユーザー



と一緒にプロダクト開発を行っています。今後もユーザーのフィードバックを最大化し、サービスに活かす方法について日々検討していきます。

「オシバナ」では、アプリ内で推し活ユーザーに向けたアンケートを定期的に行っています。いただいた意見はアプリ開発に反映されるほか、ニュースに取り上げられる可能性も！？気になる方はアプリをダウンロードしてみてください(対応端末は現在はiOSのみ)。

公式サイト: <https://oshibana.fun/>

App Store URL: <https://apps.apple.com/jp/app/id1581399897>

対応端末: iOS ※iOS14.0以降

公式X: <https://x.com/Oshibana0487>

イラスト:

三浦ポパ(<https://x.com/miurapopa>)

藍川蓮(<https://x.com/aikwarendbiryut>)

サービスのアイデアや開発中の機能については、Trello(<https://trello.com/b/E9C5Ac1M>)にて公開しています。

## 本リリースに関するお問い合わせ

[お問い合わせ先]

ブックリスタ 新規事業開発室 本澤友行

[nbo@booklista.co.jp](mailto:nbo@booklista.co.jp)

[推し活アプリ「オシバナ」に関するお問い合わせ]

アプリ内の連絡フォーム、公式X、またはメールアドレスへお願いいたします。

公式X: <https://x.com/Oshibana0487>

[support@oshibana.fun](mailto:support@oshibana.fun)

## ブックリスタについて

ブックリスタは、「エンタメ×テック(知的好奇心×感動体験)」のビジョンのもと、推し活アプリ「オシバナ」やショートマンガ創作支援サービス「YOMcoma」、ポートフォリオEC「ENRAI」など、新規事業の創造に取り組んでいます。また、電子書籍に関する各種事業を基幹事業として展開し、電子書籍ストアの総合的な運営をトータルにサポートしています。あらゆるエンタテインメントに対象を広げ、デジタルテクノロジーを駆使しながら、新しい価値の創出を実現していきます。

<https://www.booklista.co.jp>

※「- 推し活アプリ Oshibana -」は、株式会社ブックリスタの登録商標です。