

### III やっらゃば閑話

#### 「推し活」

最近よくメディアで見聞きする「推し活」。アイドルや俳優、声優、アニメやゲームのキャラクターをはじめ、歴史や刀剣、建築、仏像、動物など様々な事象が「推し」の対象となり、これに対する活動全般が「推し活」とされる。一般的には、コンサートや展示会などのイベントに参加する、グッズを集める・作る、SNSで情報交換を行うといった目に見える行動のほか、「推し」について考える、存在そのものを感謝する、といった概念的なものも含まれる。

これら「推し活」とされる行動の多くは、100年以上の歴史がある宝塚や江戸時代から続く歌舞伎などでも行われているのだが、それでもメディアに取り上げられる理由の一つは、経済効果がより広範囲に及ぶようになったためと思う。

その根拠を示す一例として、筆者が「推し活」に参加した経験を紹介したい。あるゲームを原作とするイベントのコラボ企画として、幕張新都心のホテルでランチbuffetが開催された。基本料金 8,800 円 (120 分) に加え、「推し」が印刷されているアクリル製のコースターがもらえる 1 杯 1,900 円のノンアルコールカクテルがあった。コースターは全 10 種類、中身が見えないランダム設定であり、筆者は「推し」が出ることを祈りつつ 5 杯まで注文を続けた。結果として合計 18,300 円をランチbuffetに投入した。期間中は予約でほぼ満席だったので、ホテルとしてはかなりの優良企画だったと思う。なお、ノンアルコールカクテルは同行者 2 名と合わせて計 13 杯注文したが、各「推し」のコースターは 1 枚も出なかったことを補足しておく。

この原作及び関連コンテンツは、他にも様々なイベントや商品がコラボ企画として提供されており、飲料やぬいぐるみなど気軽に買えるものから、衣料品や生活雑貨、高級食器、更には災害時の避難グッズまであるのだが、実は、青果物とのコラボはまだない。これを読んだ業界関係の皆様、ぜひ検討してはいかが。

ただし、注意すべき点は、「推し活」を単なるビジネスの対象として扱ってはならないこと。その対象コンテンツの世界観や「推し」の魅力を理解し、敬意を持つことが成功の秘訣である。これを弁えないと「解釈違い」と言われ、炎上案件となるので気を付けていただきたい。もちろん、相談に乗りますよ！

(帰ってきたクリスチーネ剛田)