

トキメキかがくLABO

五感軸と時間軸の実験レポート

2024.7



調査/実験の目的

トキメキカガクLABOでは、推し活をする人のトキメキが起こるメカニズムについて明らかにしようと、さまざまな推し活の行動パターン、ターゲットインサイトを議論してきました。

そこで着目したのは、

検証
1

推し活をする人にとって目にすること、
聴くこと、手に触れることなど、
どんな五感を使ったアクションが
トキメキ度を増大するきっかけに
つながっているのか。

検証
2

また、推しに会うイベントなど
時間やお金をたくさん使う人たちが、
事前、事後などどのタイミングで
トキメキ度を増大しているのか。

という2つの疑問です。

今回、我々のターゲット行動の疑問について、一定の仮説を検証する目的で、推し活に関するアンケートや心拍数の変化を測る調査・実験を実行しました。



なにを調査する？

Q. 五感の中でどの感覚がトキメキに繋がるのか？

① トキメキカガク五感実験

⇒ 推し活で使用する感覚の中でトキメキやすい適切な感覚とは？
推しへの五感とトキメキの関係について調査



Q. 時間軸／推しと会えるイベントで、受付から終了までどのタイミングで一番トキメいているか、
どういったことが推しへのトキメキに繋がるのか

② 時間軸／トキメキ度数調査

⇒ 推しと「会う前？」「会ってるとき？」どこでトキメくか、
推しとの適切な時間軸について確認



実験・調査方法

① トキメキカガク五感実験

「触れられる実験」「触れられない実験」2種類の実験を通して推し活で使用する五感の中で、最もトキメいている感覚を調査！

各実験の心拍数の変化を計測し被験者がどのように推し活を楽しむタイプか“推しタイプ”を診断

触れられる実験

普段は遠い存在、触れることのできない推しに触った時、見た時、
聴いた時、嗅いだ時でトキメキ度合いの変化を体験



- ✓ 等身大メモリを掲出背比べや写真撮影など自由に楽しんでもらう
- ✓ 推しの抱き枕をお渡し
- ✓ 香り付マスクを着用し、推しの抱き枕をお渡し
- ✓ 香り付マスクを着用し、推しの抱き枕をお渡し、さらに、推しの映像を視聴

触れられない実験

「目の前にいるのに触れられない」推しを見た時、聴いたとき、
嗅いだ時でトキメキ度合いの変化を計測



- ✓ テレビ画面に映る推しの画像を見る
※ヘッドホンにて聴覚を遮断
- ✓ 推しの声を聞く
※アイマスクを使用し視覚を遮断
- ✓ 推しの映像を視聴
- ✓ 香り付きマスクを着用し、推しの映像を視聴

実験・調査方法

②時間軸／トキメキ度数調査

人気俳優のファンイベントとコラボ!!

お渡し会イベントを通じて、ファンの皆様がどのタイミングで一番トキメキを感じているか調査!

トキメキカガクLABO presents

上田堪大 カレンダーお渡し会



2.5次元俳優上田寛大さんのファンイベントに潜入し、
その参加者へ実証実験に協力いただき、トキメキと
時間軸の関係を明らかにする実験・調査を実施!



体温の変化

による
トキメキ度数
の計測



心拍数の変化

による
トキメキ度数
の計測



時間経過による
感情変化の見える化

でトキメキ度の
パーソナル計測



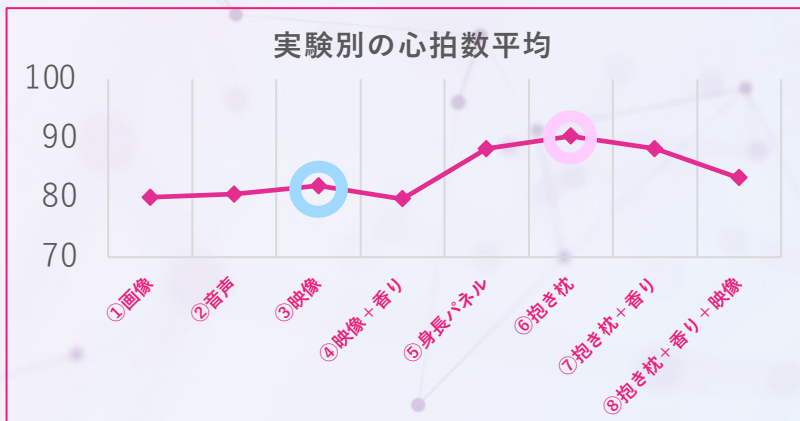
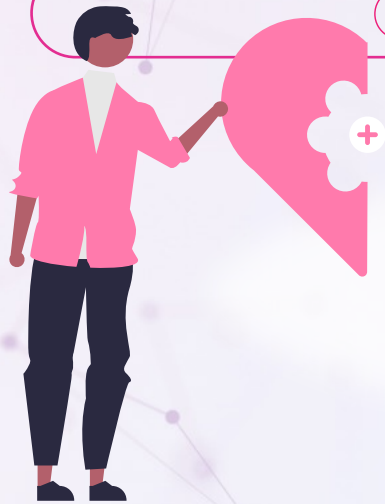
結論

① トキメキカガク五感実験でわかったこと I

「触覚」を使うと心拍上昇

トキメキに繋がりやすい感覚は触覚

推しをリアルに感じる、顕在することにトキメキを感じる人が多い触覚でリアル感を感じ取る



握手会やぬいぐるみ、身長パネルを使った推し活体験がトキメキに繋がしやすい

結論

① トキメキカガク五感実験でわかったこと II

／ 推し活でトキメキを感じる人には大きく分けて2タイプいることが判明 ／

推し活のスタイルとして
「共有型」と「ソロ活型」があるとみられた

共有型

実験案内人と実験IPの話で盛り上がる

～誰かと共有してトキメキを感じる～

- 推しの好きなところや湧きポイントを誰かと共有しているときにトキメキが上昇
- 人と話しながら推し活

SNSで推し活を発信したり、友人と一緒に推し活する。（女性に多くみられた）



ソロ活型

実験転換中にトキメキ上昇

～推し活は一人で楽しむ～

- 推し活は一人で楽しみたい
- 推し活を誰かに見られるのは恥ずかしいと感じる。

推し活は自宅派一人でじっくり楽しみたい（男性に多くみられた）



結論

②時間軸／トキメキ度数調査でわかったこと

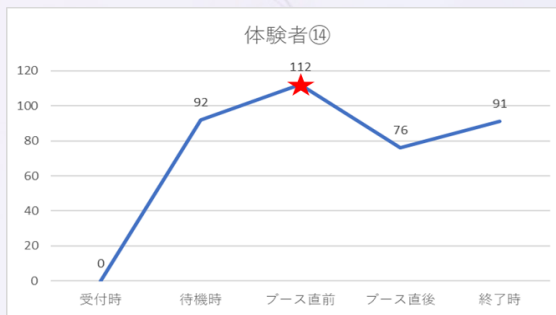
推しと会えるイベントで
トキメキのタイミングは大きく3タイプに分類

トキメキ
タイプ

内燃型

トキメキタイミングI▶会う前

- 自己の内側で増幅する＝内燃時が一番トキメク
- 自分の自覚するタイミングより手前でトキメいている



攻略
ポイント

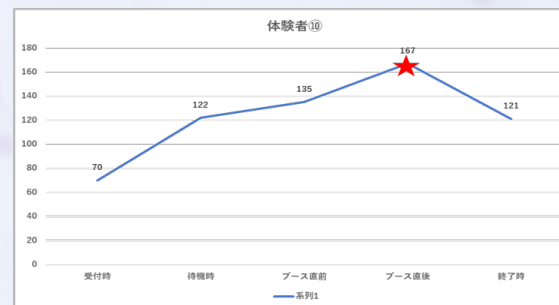
ひとりで完結するタイプ。現時点で優先的にプロモーションを仕掛ける層ではない。ただし推しに会うまで咀嚼を繰り返す特性から、会うまでの過程で高ぶらせる仕組みを解明することで新市場を開拓の余地アリ。

トキメキ
タイプ

現実型

トキメキタイミングII▶会ってる時 (会った直後)

- 圧倒的多数
- 会っているその現実で一番トキメク



攻略
ポイント

推しと対面できるプロモーションをしかけるのに適している。直後の高まりを無駄にしないために、SNS発信と掛け合わせたプロモーションで拡散も狙いたい。

トキメキ
タイプ

共感型

トキメキタイミングIII▶人に話す時

- 一人よりも複数人で楽しむ
- 買い物も一人より複数人



攻略
ポイント

推し活への費用と時間が比較的高め。他者へ共有するマインドと推し活への投資が高いため、拡散を狙ったプロモーションに期待できる層

まとめ



2つの実験を通して、推し活インサイトを
活用して生活者をどう攻略できるかを考察。

2つの実験で多く存在した生活者とは？

2つの実験で多く存在した「共有・共感型」を持つ生活者をターゲット
にすることで、推し活インサイトを活用してより多くの生活者を攻略
していくことが可能になる

／ その共有型・共感型の特徴 ／

二人以上の仲間で推す、そしてお金と時間をつかう

「楽しむために自ら発信してくれる」・「お金を沢山使う」・「仲間を連れて勝手に楽しむ」・・・という行動をとる。

この共有型・共感型の傾向の強い生活者のモチベーションを誘発するために…

ソリューションでは、「共有したくなる」「仲間と一緒に盛り上げられるしかけ」を盛り込んでいくことが
あらためて重要と、再認識しました。



トキメキカガクLABOでは、これからも推し活をする人のトキメキが起こるメカニズムについて、明らかにしようと、さまざまな推し活の行動パターン、ターゲットインサイトを議論し、そこから得た結果・ファクトを足掛かりに、今後の推し活インサイトを活用したプロモーション提案やソリューション開発に役立てていこうと考えております。