

グッズ収納の投稿が閲覧者へ与える影響

田嶋ゼミ グループC

太田瑛士 岡俊一郎

三羽奈緒子 鈴木はる菜 山崎楓

目次

- | | | | |
|----------|---|------------------|--|
| 1. 研究概要 | 本研究ではグッズ収納の投稿を見た人への影響を研究する。 | 8. 仮説導出② | 統一感のあるグッズ収納の投稿の方が自分のインテリアに取り入れやすい |
| 2. 現状分析① | 近年、推し活はSNSを中心に流行している。 | 9. 仮説② | 統一感がない収納の投稿より統一感がある収納の投稿のほうが、見た人のグッズ収納へのモチベーションが上がる。 |
| 3. 現状分析② | グッズ収納は、SNSを中心に活発に発信が行われている。 | 10. 検証 仮説① | 仮説①は棄却された。 |
| 4. 問題の所在 | グッズ収納の投稿が、見た人に与える影響は研究されていない。 | 11. 検証 仮説② | 仮説②は支持された。 |
| 5. 研究目的 | グッズ収納の投稿が、見た人に与える影響を明らかにする。 | 12. 学術的インプリケーション | |
| 6. 仮説導出① | グッズ収納はほかの推し活の投稿より目標・憧れをもちやすい | 13. 実務的インプリケーション | |
| 7. 仮説① | 他の推し活の投稿よりグッズ収納の投稿を見たほうが推し活に対するモチベーションが上がる。 | 14. 参考文献 | |

研究概要

近年、押し活が流行している。
中でもグッズ収納という押し活がSNSを中心に活発に発信されている。
本研究では、グッズ収納の投稿が閲覧者にどのような影響を与えるのか
を研究する。

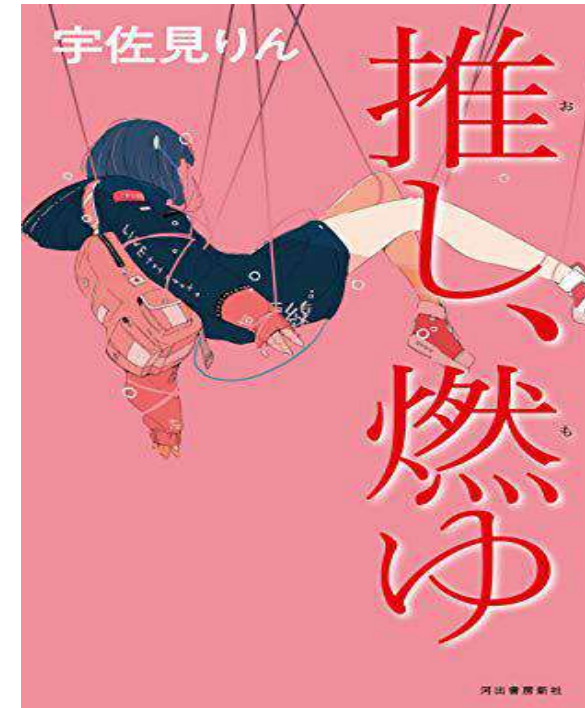
現状分析①: 推し活の流行

- ・「推し活」が2021年の新語・流行語大賞にノミネート
- ・宇佐見りんの長編小説『推し、燃ゆ』
第164回芥川龍之介賞を受賞

NHK

「新語・流行語大賞」ノミネート (50音順)

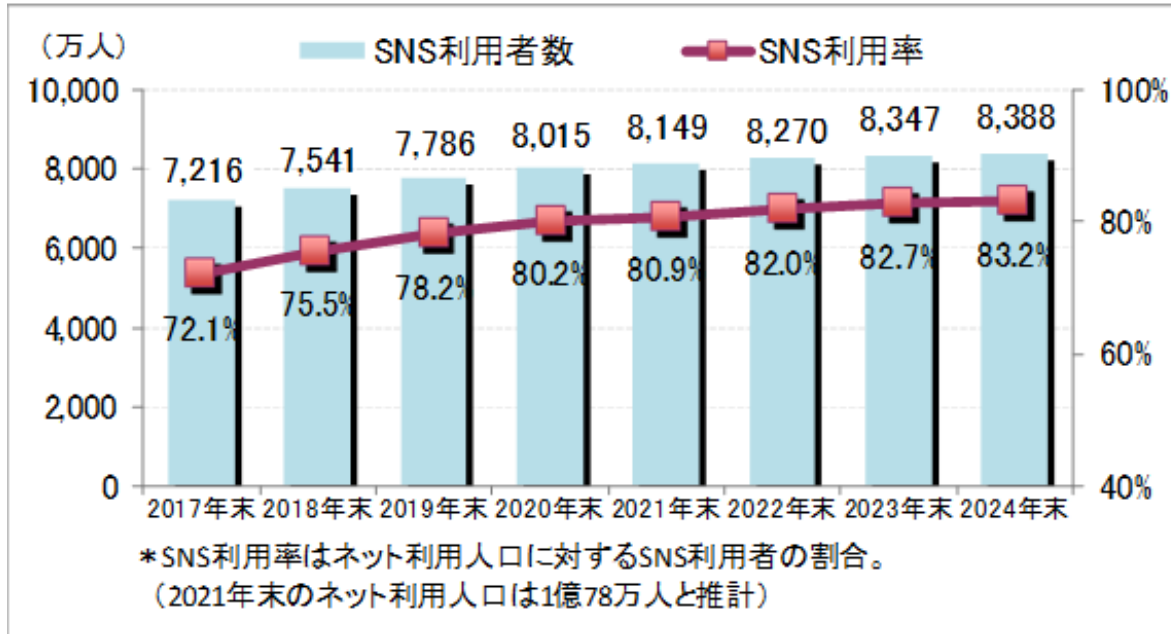
イカゲーム	ジェンダー平等	ピクトグラム
うっせえわ	自宅療養	フェムテック
ウマ娘	13歳、真夏の大量	副反応
SDGs	ショータイム	変異株
NFT	人流	ぼったくり男爵
エペジーン	スギムライジング	マリトッツォ
推し活	Z世代	黙食/マスク会食
親ガチャ	チキータ	ヤングケアラー
カエル愛	チャタンヤラクーサンクー	リアル二刀流
ゴン攻め/ビックビタ	ととのう	路上飲み



「推し活」が近年話題となっている

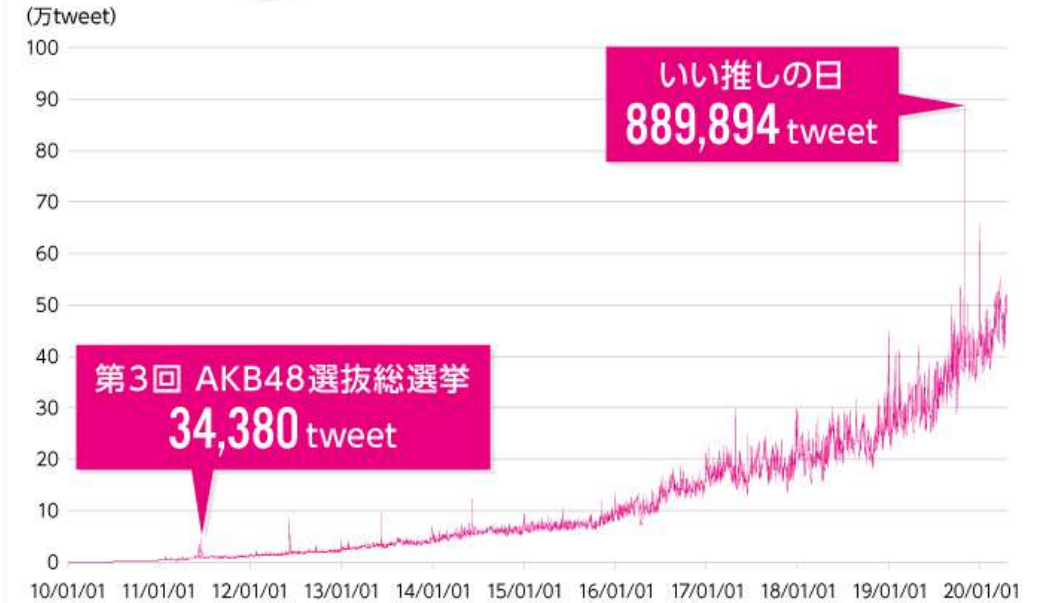
現状分析①: 推し活の流行(SNSへの投稿)

■表1. 日本におけるSNS利用者数



<https://ictr.co.jp/report/20220517-2.html/>

図1 「推し」ツイート数の推移



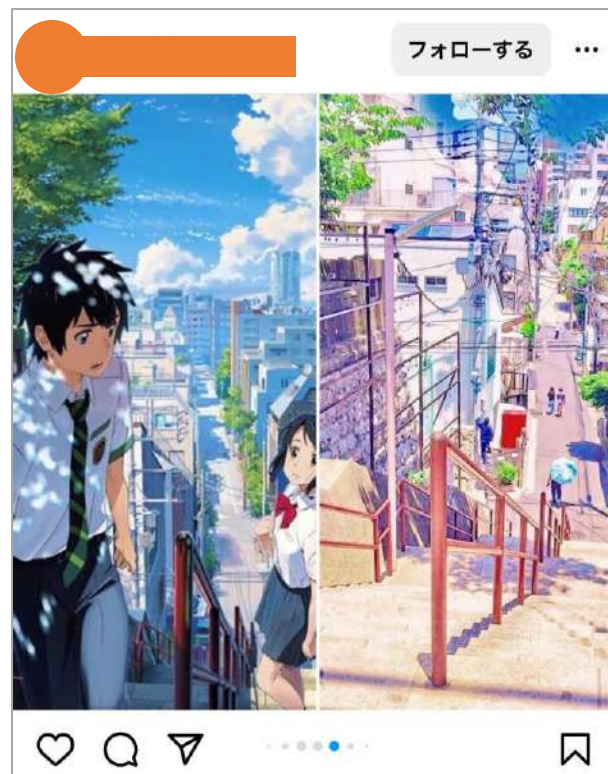
<https://dentsu-ho.com/articles/7489>

推し活の発信場所がSNS中心になった

現状分析①: 推し活の流行 (SNSへの投稿)



ライブ参戦
ライブに足を運んで
楽しむ



聖地巡礼
アニメやドラマで
使用されていた
場所に行く



コラボカフェ
アニメやアイドル等の
コンテンツとコラボした
カフェに行く

現状分析①: 推し活の重要性

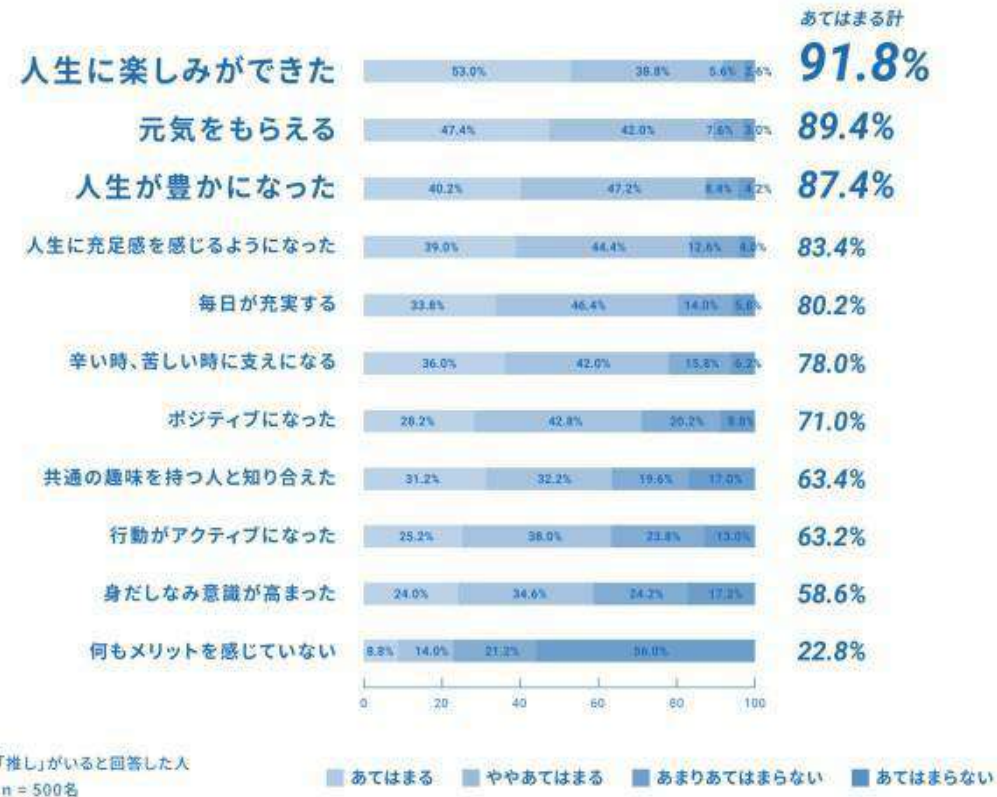
「推し」がある若者の96%が「推し」活動によって
気持ちが変化し、楽しさや幸福などを感じていることが
示された(森山、吉岡 2022)。



推し活は肯定的な感情を生み出す

現状分析①：推し活の重要性

Q. あなたにとって、「推し」がいて良かったと思うことは何ですか。



「推し」がいて良かった点として
人生に楽しみができた
元気をもらえる
などの声がある



※「推しのいる生活に関する実態調査」

調査概要

調査主体：ファイントゥデイ資生堂

実施時期：2022年4月28日(木)～2022年5月2日(月)

調査手法：インターネット調査

調査対象：①SC調査：全国の15歳～59歳の男女全国の3,364名 ②本調査：実在の人物の推しがいる15歳～59歳の男女500名（性年代別に50人ずつ）

推し活は人生をより良くするもの

現状分析②: グッズ収納に注目した理由1

コロナ禍
在宅時間
の増加



部屋を
綺麗に
したい



収納や
掃除に
こだわり
を持つ



グッズ収納
に及ぶ



コロナ禍により収納の需要が増加
その影響がグッズ収納にも及んでいる

現状分析②: グッズ収納に注目した理由2-1



SNSの普及により他者のグッズ収納が見られるようになった

現状分析②: グッズ収納に注目した理由2-2

【実際の投稿の事例】



グッズ収納に関する投稿数や動画の再生回数が増えている

現状分析②: グッズ収納に注目した理由3

【企業側の事例】

無印良品

既存商品を推し活で
取り入れてもらうよう
ブログで発信



マイコレ

DAISOなどの
100円均一ショップで
販売されているグッズ
収納のための商品



グッズ収納をする人に向けた商品を各企業が販売している

現状分析②：グッズ収納の定義



定義: グッズを収納したり
飾ったりすること

“**#グッズ収納**”がついた投稿を参照

【目的】

- ・グッズの品質維持
- ・グッズの管理の簡易化

#グッズ収納

現状分析②: 本研究の視点



グッズ収納をする人



グッズ収納の投稿を見た人



グッズ収納の投稿を見た人にも影響があるのではないか？

先行研究:「推し」・「推し活」に関する研究

	ジャンル	概要
植田 (2019)	推し	推しとはアイドルの直接コミュニケーションやヴァーチャル・コミュニケーションを強化し、「推し」としてファンダムを構築するマーケティング戦略の一つだと捉えている。
齋藤 (2019)	推し	「萌え」よりも「推し」のほうが若者の間で使われるようになってきており、さらに「萌え」と「推し」の間には何かしらの共通点がある。
大山、長田 (2020)	推し	集団に帰属しつつ、献身的に推しに対して浪費、布教をし、グッズを蒐集していくことでより対象にハマっていくという構造をみることができる。
宮崎 (2020)	推し	「推し」という言葉を使う個々人それぞれの「推し」に対する意識の違いと、その意識から生じる、「推し」にかかわる消費行動の合理化(行為の正当化のための意味付け)の仕組みについて。

「推し」・「推し活」に関する先行研究はあるものの、
「グッズ収納」と「推し活」に関する先行研究は見当たらなかった

先行研究:「投稿」に関する研究

	ジャンル	概要
渡辺 桐村(2018)	投稿	SNS の写真付き投稿データから、観光客の観光地に対する関心やイメージの時系列変化を分析・考察
滝本ら (2016)	投稿	提案手法より、客観的な情報により検索できるような地域その他、大勢の人の主観的体験に基づいて類似した地域を検出することができることを確認した
下田 笠置 (2021)	投稿	SNS上で非言語的・言語的メッセージの自己呈示内容が矛盾した投稿を見たとき、非言語的メッセージの方が相対的に重視されやすく、投稿者に抱く印象に影響を及ぼすだろうという予測は一部支持された。

「投稿」に関する先行研究はあるものの、
「グッズ収納の投稿」に関する先行研究は見当たらなかった

先行研究:「収納」に関する研究

	ジャンル	概要
Vohs, Redden, & Rahinel (2013)	収納	整頓された環境では, 人々が慣習的で健康的な選択をするように促し, 社会的規範に従うのを助け, 幸福を高めることによって生活が改善される可能性がある。
元井 (2021)	収納	片づけ行動が well-being を高めていることが示唆された。このことから片づけに満足しているかどうかに関わらず, 片づけ行動を行っていること, あるいは, その過程で well-being が高められているのではないかと考えられる。

「収納」に関する先行研究はあるものの、
「グッズ収納」に関する先行研究は見当たらなかった

先行研究：まとめ

推し活や収納、投稿に関する研究は多々見られたが、
「グッズ収納」に関する先行研究は見当たらなかった。
また、「グッズ収納の投稿」に関する先行研究は見当たらなかった。

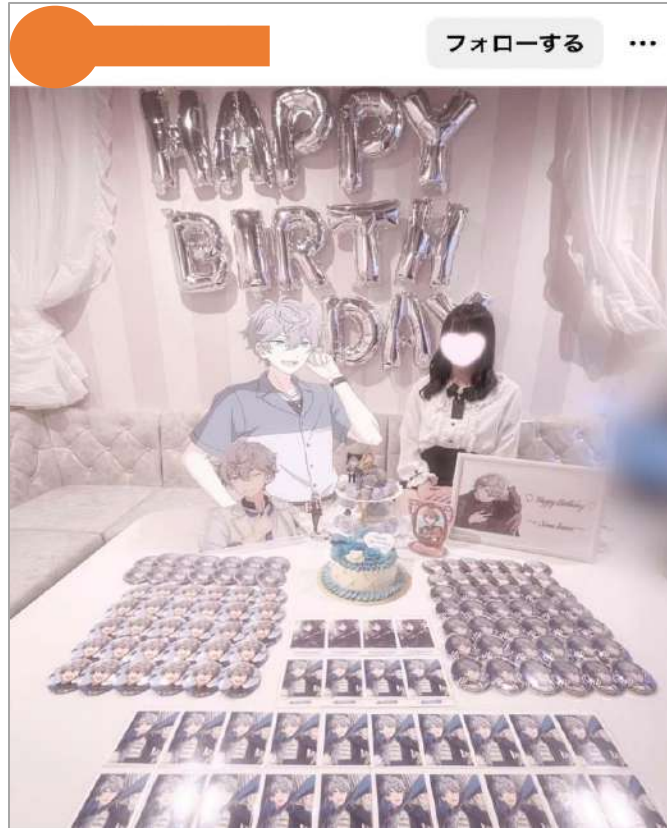
問題の所在

グッズ収納の投稿を閲覧した人への影響は
明らかになっていない

研究目的

グッズ収納の投稿を閲覧した人への影響を
明らかにする

仮説導出①: グッズを使用した投稿



グッズを使用した投稿にはいくつか種類がある

仮説導出①: グッズを使用した投稿(生誕祭)

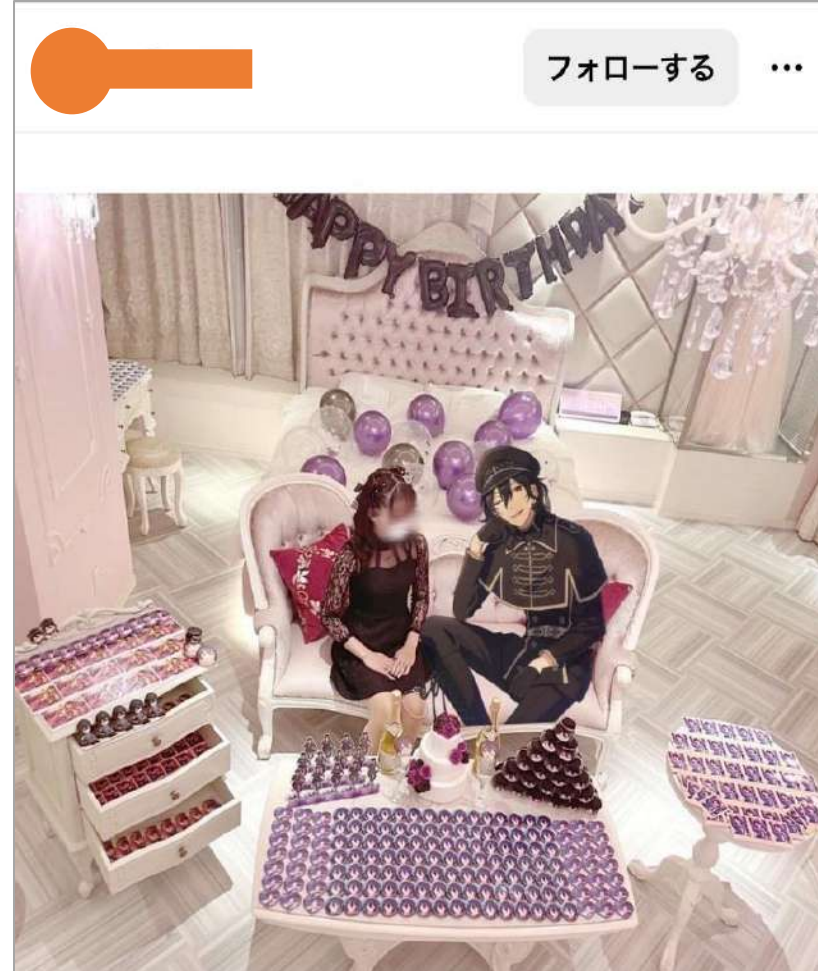
推し生誕祭

- ・推しのグッズを並べる
- ・ケーキやワインなどを
用意することもある

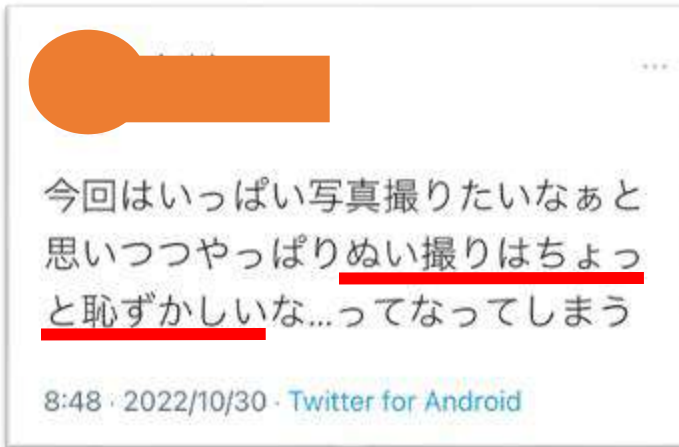
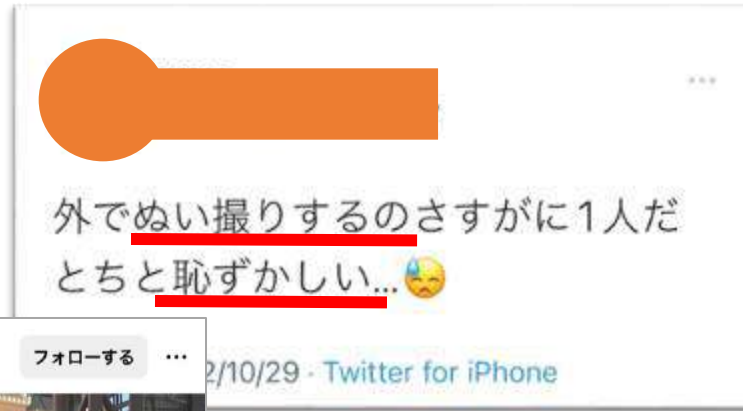
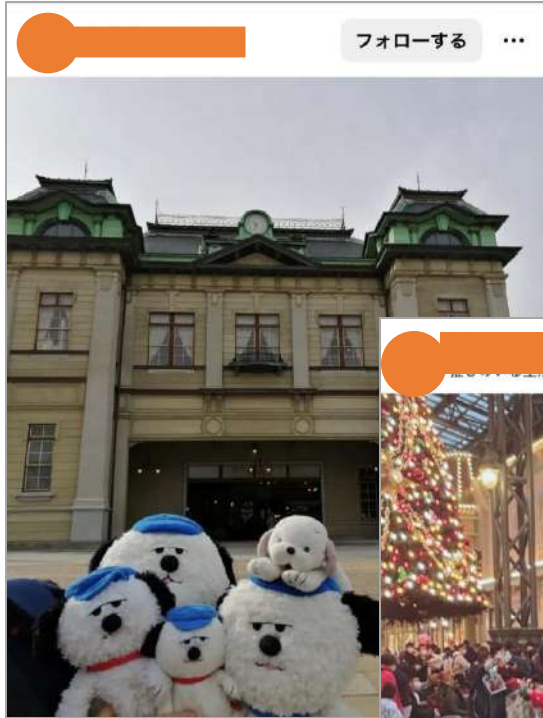
- ・お金がかかる
- ・推しケーキの用意が大変



手間やお金がかかる



仮説導出①: グッズを使用した投稿(ぬい活)



ぬい活

- ・推しのぬいぐるみを連れて出かける
- ・景色や料理と一緒に推しのぬいぐるみの写真を撮る

- ・持ち運ばなければ
ならない

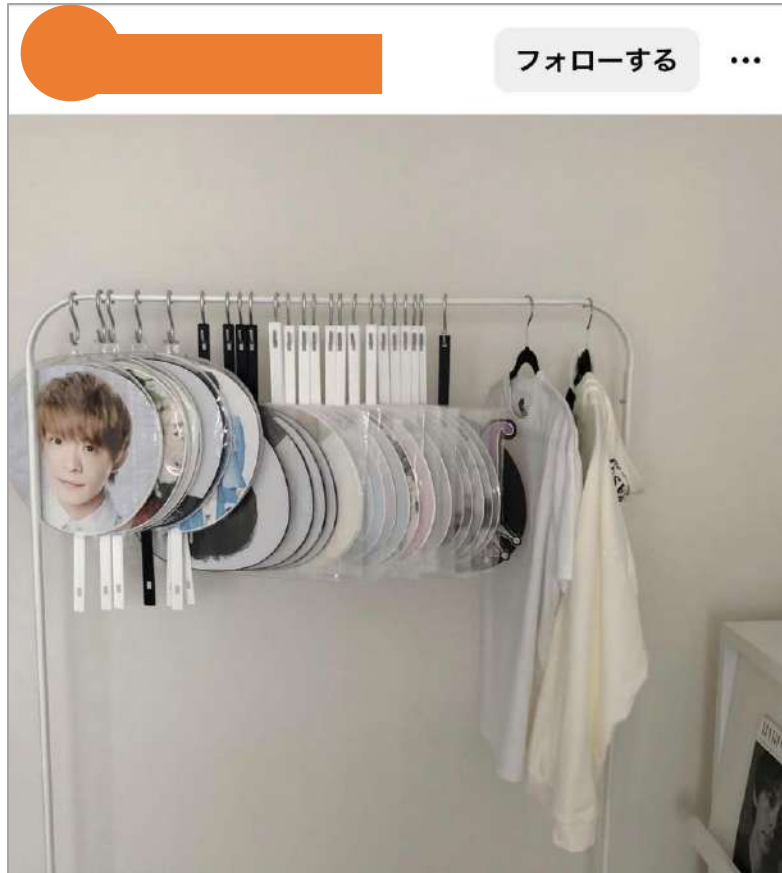
- ・人の目が気になる



労力だけでなく
心理的な障壁もある

外でぬいぐるみの写真を撮るのは
恥ずかしいという意見がみられる

仮説導出①: グッズを使用した投稿(グッズ収納)



グッズ収納

- ・自宅でできる
- ・少しずつ気軽にできる
- ・グッズの管理ができる
- ・人の目が気にならない



気軽にできる
心理的な障壁もない

仮説導出①: グッズを使用した投稿 まとめ

	グッズ収納	押し不在生誕祭	ぬい活
場所	自宅	自宅・ホテル	外出先
期間	継続的	限定的	限定的
手間	かかる	かかる	かかる
気軽さ	ある	ない	ない

グッズ収納は心理的な障壁が少ない！

仮説導出①:グッズを使用した投稿 まとめ

同じグッズ関連の投稿でも、生誕祭やぬい活などの投稿はハードルの高さを感じる

高すぎる目標は達成できず、むしろモチベーションが下がってしまう



目標が高すぎると自分には無理だと感じ、憧れの感情を抱かない



仮説導出①

グッズ収納は心理的障壁が低いから
目標・憧れにしやすい！！

仮説導出①グッズを使用した投稿 まとめ



【徹底解説】コレ見れば分かる！グッズ
収納完全保存版 無印良品, ダイソー, セ...

・ 6.6万 回視聴 ・ 3 日前

・ 2 週間前

ポストカードを購入したのをきっかけにグッズを集め始め、収納について調べていたらこの動画に出会いました **早速買いに行きました** ありがとうございます！

1 か月前（編集済み）

個人的にですが、11:28 へのリフィルにコンサートのチケットも入りそうだったの **試してみたい** と思います👏

・ 3 週間前

最近、推し様のかけもちが凄くてグッズの収納の仕方がめちゃくちゃ迷ってたのでめちゃくちゃ助かります！！ **！参考にさせていただきます！！**

投稿を見て、自分の推し活に取り入れようとする人が多い

仮説導出②



「社会的促進」とは、他者の存在によって個人の行動が促進される現象
(齊藤,1987)

他人の投稿を見て、人は影響を受ける

仮説導出①

憧れを持つことでそれに近づこうと努力する、
目標・参考にするなどのアクションに結びつく(木村 2018)



目標ができてモチベーションが
向上するのではないだろうか？



仮説①

他の推し活の投稿よりグッズ収納の投稿を見たほうが
それぞれの推し活に対するモチベーションが上がる

仮説導出②

グッズ収納のタイプによって
効果は異なるのだろうか？

仮説導出② 統一感に注目する理由

若者の部屋のこだわり



<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000270.000004729.html>

自分の部屋のインテリアを気に入っている人は6割。
その中でも、インテリアの色をなるべく統一することが最も
高いこだわりポイントである

調査概要

調査主体：株式会社クロス・マーケティング

調査手法：LINEリサーチプラットフォーム利用の調査

調査地域：全国

調査対象：15～25歳の男女

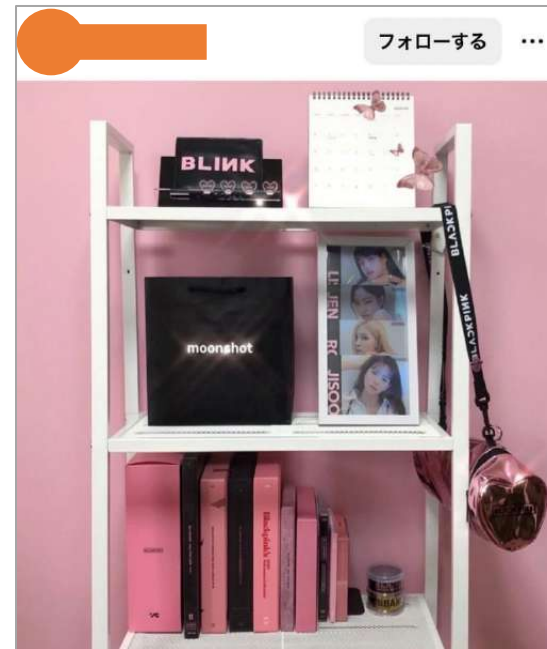
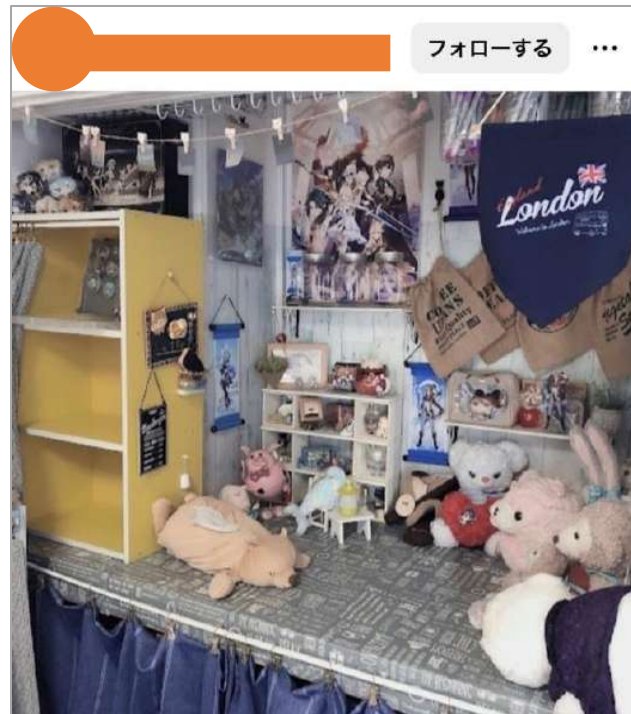
調査期間：2021年8月20日（金）～8月24日（火）

有効回答数：本調査100サンプル 【割付】男女が半数ずつになるように回収

近年のインテリアは統一感が重視されている

仮説導出② グッズ収納の方法の違い

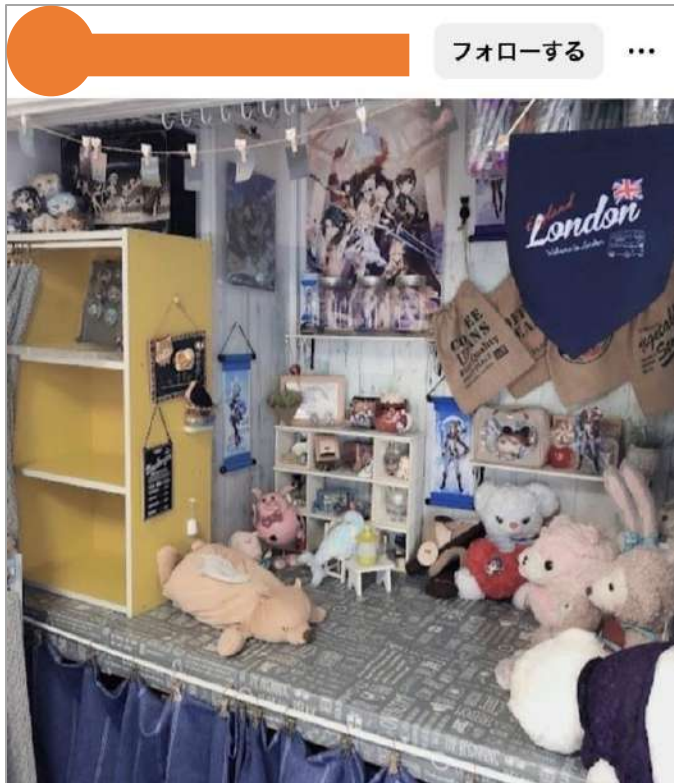
SNS上のグッズ収納の投稿を見ると・・・



グッズ収納の方法にも統一感の有無がある

仮説導出② 統一感の有無における違い

統一感ナシのグッズ収納の投稿



空間の一角にグッズが収納されている

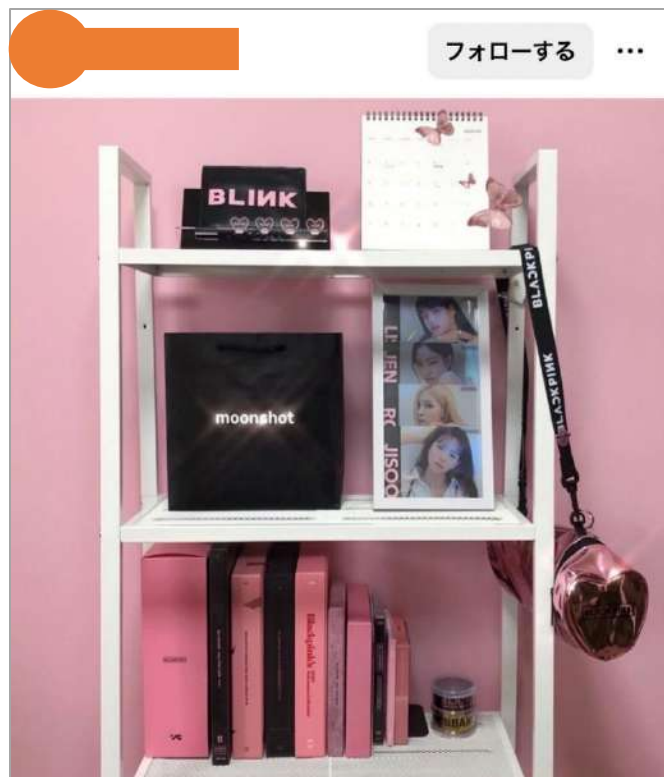
グッズを並べることで自体を重視している

余白をグッズで埋めている

グッズと空間の調和が見受けられない

仮説導出② 統一感の有無における違い

統一感アリのグッズ収納の投稿



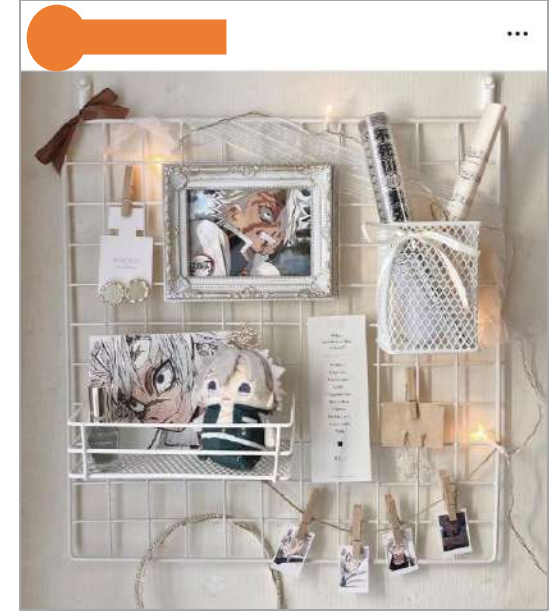
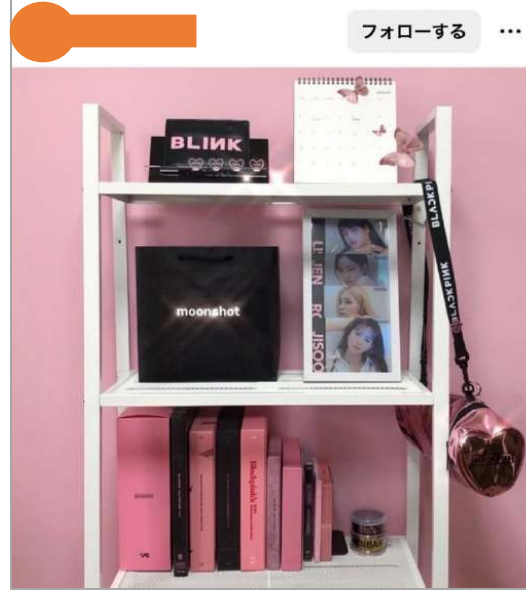
空間にグッズを溶け込ませている

余裕のある空間にグッズを配置している

同じ形態のグッズを複数個並べている

グッズと空間の調和が見受けられる

仮説導出②: グッズ収納の統一感とは？



統一感があるグッズ収納

グッズと空間との調和がとれている

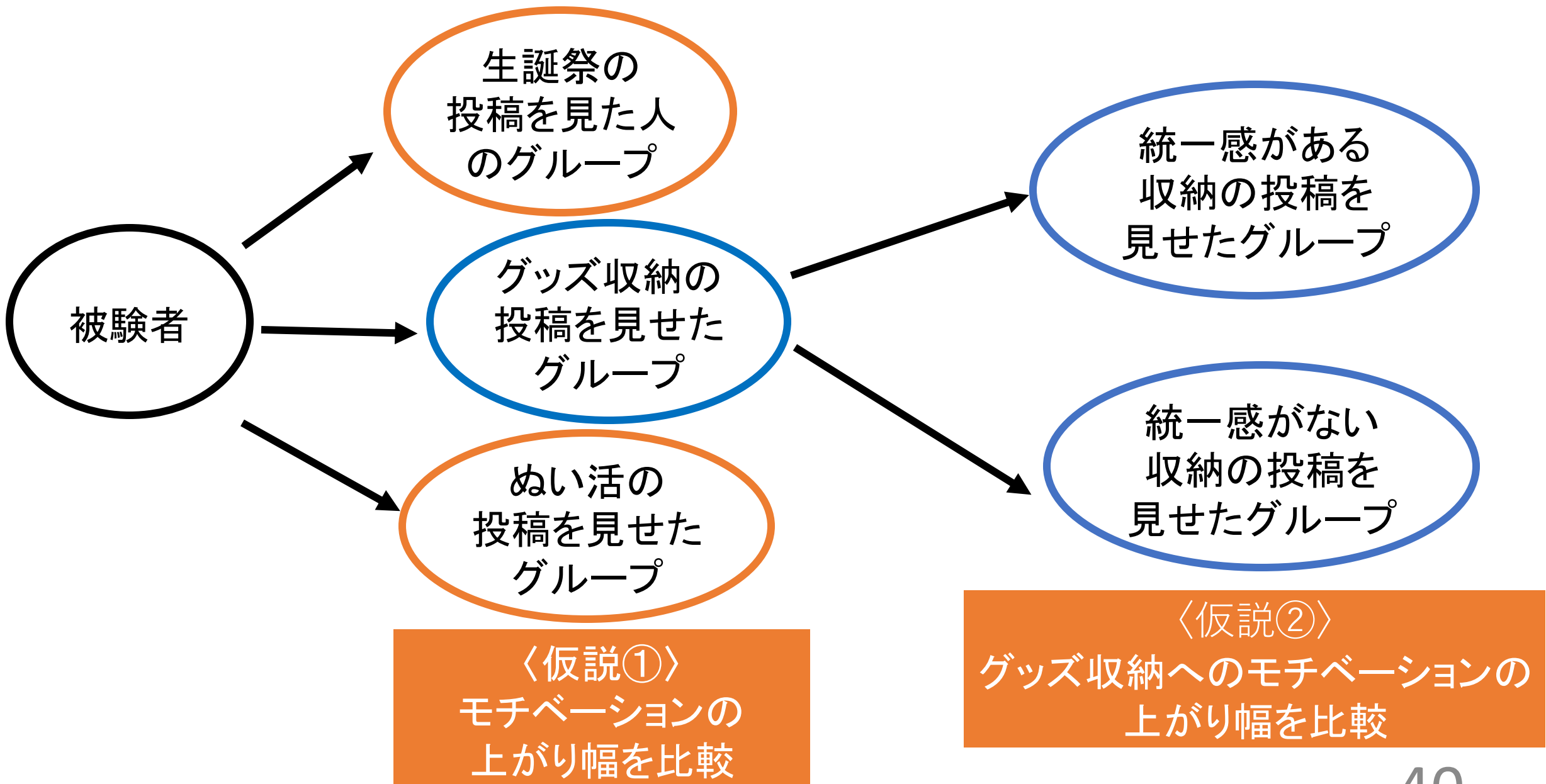
仮説導出②

統一感があるグッズ収納は、
統一感が重視されている近年のインテリアに
合わせやすい

仮説②

統一感がない収納の投稿より統一感がある収納の投稿のほうが、見た人のグッズ収納へのモチベーションが上がる

検証：検証の流れ



検証：仮説① 調査概要

調査目的：『鬼滅の刃』に関する「グッズ収納」、「生誕祭」、「ぬい活」に関する投稿を3グループに分けて見せ、それぞれの推し活に対するモチベーションの向上度合を調査

調査対象：Googleフォームのアンケート回答者
『鬼滅の刃』に対してある程度興味がある人

調査期間：2022年12月2日～12月3日

調査方法：Googleフォームを使用し、SNS・対面で収集

サンプルサイズ：206人(有効回答数171人)

分析方法：対応のあるt検定

独立変数：グッズ収納の投稿を見るかその他の投稿を見るか

従属変数：それぞれの推し活に対するモチベーションの向上度合

検証：仮説①：検証テーマの選定理由

- 近年、爆発的な人気を博したため
推し活の投稿が多く、検証画像を選定しやすかった
- 知名度が高く、作品を見たことはなくても
存在を認知している人が多い



[「鬼滅の刃」公式ポータルサイト \(kimetsu.com\)](https://kimetsu.com)

検証：仮説① 検証方法

グッズ収納



生誕祭



ぬい活



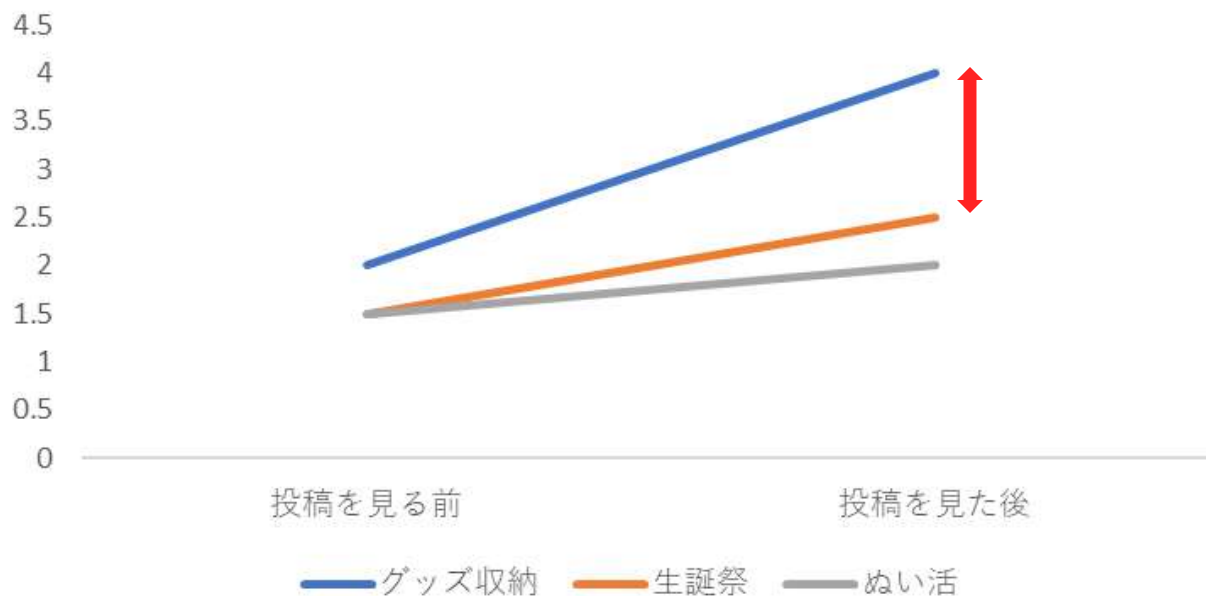
各グループにこれらの投稿を見る前と後で
「あなたは『鬼滅の刃』という作品に、どのくらい
時間、労力、お金をかけたいと思いますか？」と質問

検証：仮説① 結果予想

他の推し活の投稿よりグッズ収納の投稿を見たほうが
推し活に対するモチベーションが上がる

〈予想〉

推し活のモチベーション



検証：仮説① 検証結果

〈グッズ収納〉

	n 値	平均値
投稿を見る前	79	2.35
投稿を見た後	79	2.42

0.07

【有意確率】
.519

〈生誕祭〉

	n 値	平均値
投稿を見る前	46	2.48
投稿を見た後	46	2.72

0.24

【有意確率】
.026

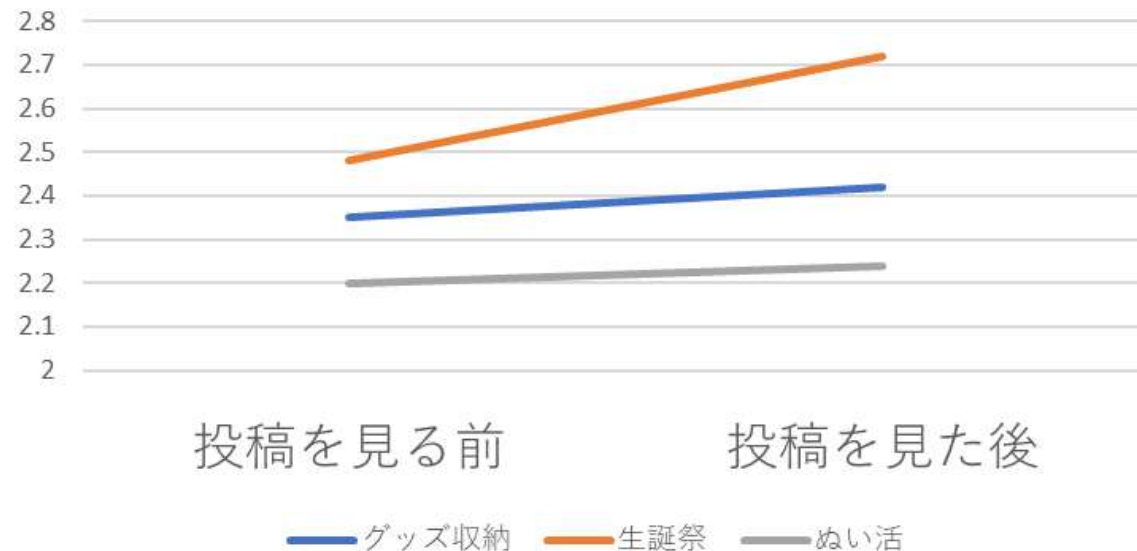
〈ぬい活〉

	n 値	平均値
投稿を見る前	46	2.2
投稿を見た後	46	2.24

0.04

【有意確率】
.622

モチベーションの推移



仮説①は棄却された

検証：仮説② 調査概要

調査目的：統一感がある収納と統一感がない収納を比較し、
グッズ収納に対するモチベーションの向上度合を調査

調査対象：Googleフォームのアンケート回答者
『鬼滅の刃』に対してある程度興味がある人

調査期間：2022年12月2日～12月3日

調査方法：Googleフォームを使用し、SNS・対面で収集

サンプルサイズ：104人(有効回答数79人)

分析方法：独立したサンプルのt検定

独立変数：統一感の有無

従属変数：グッズ収納に対するモチベーションの向上度合

検証：仮説② 検証方法

統一感なし



統一感あり



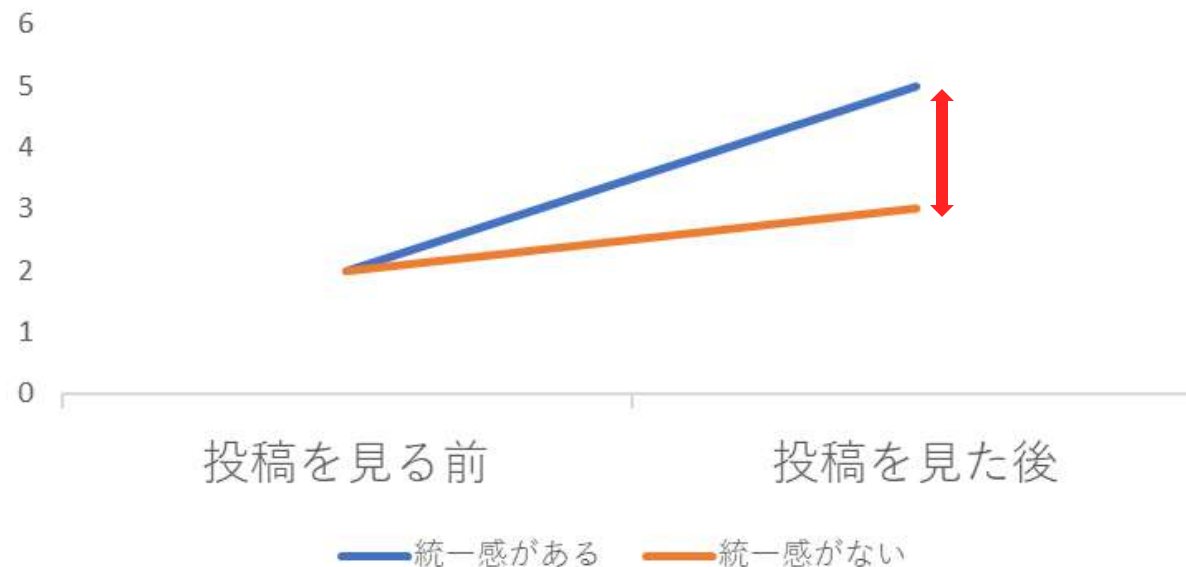
統一感がある収納の投稿を見せたグループと
統一感がない収納の投稿を見せたグループそれぞれに
「あなたは『鬼滅の刃』という作品に、どのくらい
時間、労力、お金をかけたいと思いますか？」と質問

検証：仮説② 結果予想

統一感がある収納の投稿の方が統一感がない収納の投稿より、グッズ収納へのモチベーションが上がる

〈予想〉

グッズ収納へのモチベーション



検証：仮説② 検証結果

〈統一感がある収納の投稿〉

	n 値	平均値
投稿を見る前	38	2.39
投稿を見た後	38	2.68

0.29

【有意確率】

.054

〈統一感がない収納の投稿〉

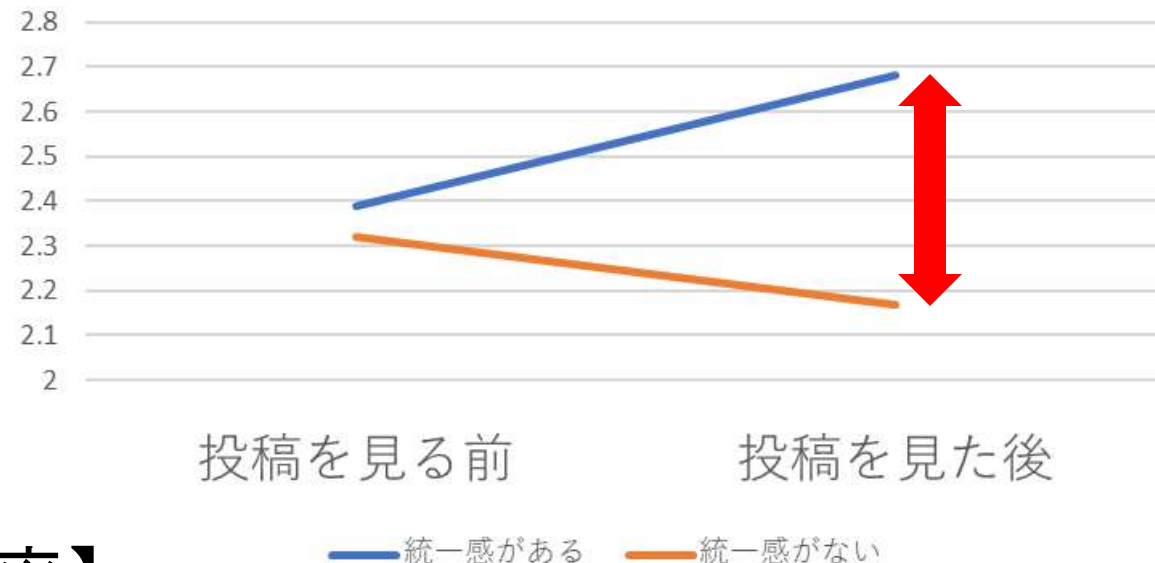
	n 値	平均値
投稿を見る前	41	2.32
投稿を見た後	41	2.17

0.15

【有意確率】

.244

グッズ収納へのモチベーション



仮説②は10%水準で
支持された

検証：結果のまとめ

仮説1

他の推し活の投稿よりグッズ収納の投稿を見たほうが
推し活に対するモチベーションが上がる
→53%の有意確率で**棄却**

仮説2

統一感がある収納の投稿の方が統一感がない収納の
投稿より、グッズ収納へのモチベーションが上がる
→有意確率5.4%、10%水準で**支持**

検証：仮説①の棄却理由

- ・グッズ収納の中でも、統一感がある投稿と統一感がない投稿が混ざっていたため、データがうまく抽出できなかった可能性がある。
- ・モチベーションの向上度合が投稿を見る前と後で変わらない人が多かった。
- ・対面とSNSで調査対象の回答の質に違いがあった可能性がある。

学術的インプリケーション

統一感があるグッズ収納の投稿の方が、統一感がない
グッズ収納の投稿よりもグッズ収納に対する
モチベーションを向上させることを明らかにした。

実務的インプリケーション

若者に対する調査によって、UGCは営利目的のECサイトに掲載されても、商業的意図を感じないことを明らかにしている。また、企業が新しい提案をするとき、ECサイトにUGCを活用すべきである。

(藏本・三枝・林・吉田,2021)

ECサイト



UGCを活用し、統一感があるグッズ収納を見る場を設ける

実務的インプリケーション

例>

- ・シンプルなロゴをワンポイントにする
- ・シリーズ化にする
- ・色を統一させる



統一感があるグッズ収納を増やすための収納グッズの販売

実務的インプリケーション

統一感があるグッズ収納を促すために、コンテンツ側がグッズ収納の商品を販売するべきである。

また、統一感があるグッズ収納の投稿をコンテンツ側が発信することで、統一感があるグッズ収納の閲覧者を増やすべきである。

参考文献・URL

総務省情報通信政策研究所 我が国のコンテンツ市場の規模 2018 図表5-1-9-1

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd251910.html>

CanCam 実は女子の98%に「推し」がいます。「推しがいる」メリット1位は「○○になる」【最新「推し活」事情】 2021.9.29

<https://cancam.jp/archives/1034030>

大谷和利(2021.6.30). 「5大動画SNSを徹底比較！拡散や動画マーケティングに適しているのは？」. WEBLIFE

<https://bindup.jp/camp/web/trend/29857> . (参照 2022-10-3)

浦林裕香(2022.1.31). 「今話題のSNS、TikTokとは？人気の理由と基礎を解説！」. PLAN-B

<https://service.plan-b.co.jp/blog/im/23712/> . (参照 2022-10-3)

乙川(2022.8.20). 「情報量5000倍！伝えるために動画が最適な理由」. cherrybee

<https://cherrybee.tv/blog/video-amount-of-information/> . (参照 2022-10-3)

市場調査・マーケティングリサーチならゼネラルリサーチ

<https://general-research.co.jp>

“推し疲れ”が増加中!マウントの取り合いはストレスの原因に…予備軍認定の5つの危険信号と対処法

<https://news.yahoo.co.jp/articles/cad8bccce41df5c50e382db81e29ce2acee69635>

Can★Do公式サイト

https://ec.cando-web.co.jp/special/oshikatsu_goods/

Z世代の部屋事情 「色の統一」「必要最低限」「シンプル」がキーワード 自分だけの空間づくりには、推しグッズ、小物、インテリアで工夫

ー「Z世代の部屋のおしゃれ感」に関する写真回収調査ー

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000270.000004729.html>

鬼滅の刃公式ポータルサイト

<https://kimetsu.com>

参考文献・URL

飯高悠太(2019). 『僕らはSNSでモノを買う』. 文字工房燦光. 全247ページ

出井甫(2021). 「UGC の創作及び利用に伴う課題と検討の方向性」『情報の科学と技術』72巻. 3号. pp95～100

原田悦子, 遠藤祐輝(2017). 「動画マニュアルはわかりやすいか? : 組立課題における動画優位性の検討」『日本認知心理学会大15回大会』

Vohs, Redden, & Rahinel(2013). 「Physical Order Produces Healthy Choices, Generosity, and Conventionality, Whereas Disorder Produces Creativity」『Psychological Science』24号. pp1860-1867

松井彩子(2020). 「SNSにおける大多数の他者の影響力の実証 —「いいね」や「閲覧」数はユーザー行動に影響を及ぼすのか? —」『日本マーケティング学会』2巻. 1号. pp30-37

「参加的な健康教育による生活習慣の認識とモチベーション形成のプロセス」

田中景子・牛島佳代・守山正樹・大島晶子・新川雅志

https://www.jstage.jst.go.jp/article/kenkokyoiku1993/12/1/12_1_19/_pdf/-char/ja

「ヲタ活」に見る若者の消費行動と心理 — 享楽志向と承認欲求が支える献身的消費 —

大山翔平・長田 麻衣

https://www.j-mac.or.jp/oral/fdwn.php?os_id=256

SNS における矛盾した自己呈示的メッセージが投稿者の印象に 及ぼす影響 下田麻衣・笠置遊

https://rissho.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=8306&item_no=1&attribute_id=20&file_no=1

SNS投稿写真の画像内容に基づく地域間の類似度算出に関する検討

滝本広樹・川西康友・井出一郎・平山高・道満恵介・井口大輔・村瀬洋

https://www.jstage.jst.go.jp/article/ajg/2018s/0/2018s_000198/_pdf/-char/ja

参考文献・URL

大学生における片づけ行動の促進要因と 心理的効果の検討

<https://mejiro.repo.nii.ac.jp/>

-オタクはなぜ貢ぐのか「推し」にかかわる消費行動の合理化に着目して-

宮崎恵美

http://www.slis.tsukuba.ac.jp/grad/assets/files/pub-2/2019/08.final_201821633_abstract.pdf

「あ！萌え」の構造(10) - 「萌え」から「推し」へ-

齋藤清二

<https://www.humanservices.jp/wp/wp-content/uploads/magazine/vol38/27.pdf>

動画サイトで付与された動画タグの階層化

村上直至・伊東栄典

「若者における「推し」の意義と心理的効果」

森山咲希・吉岡聖美

写真付き SNS 投稿データからみた観光地への関心の時系列変化 An analysis of temporal change of interest in a tourist spot; using SNS's Photograph data

渡辺隼矢・桐村喬

片づけ行動の心理学的研究 ―青年後期と成人初期を対象とした検討―

元井沙織

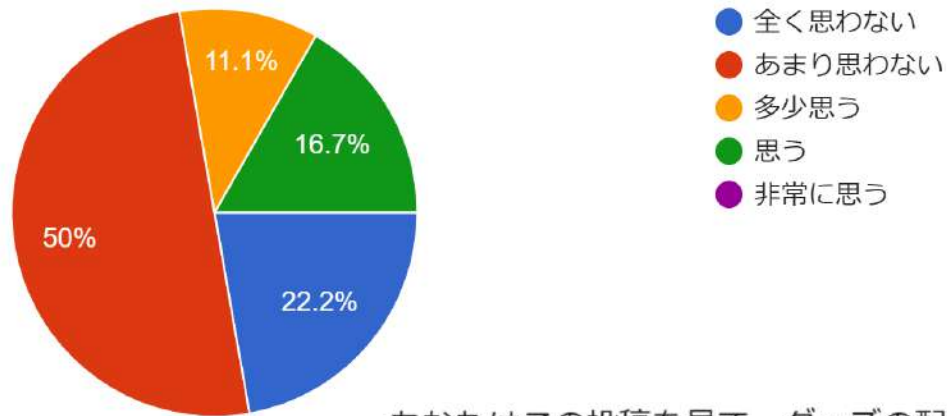
ご清聴ありがとうございました

補足スライド

統一感がないグッズ収納の投稿を見た人たちの意見

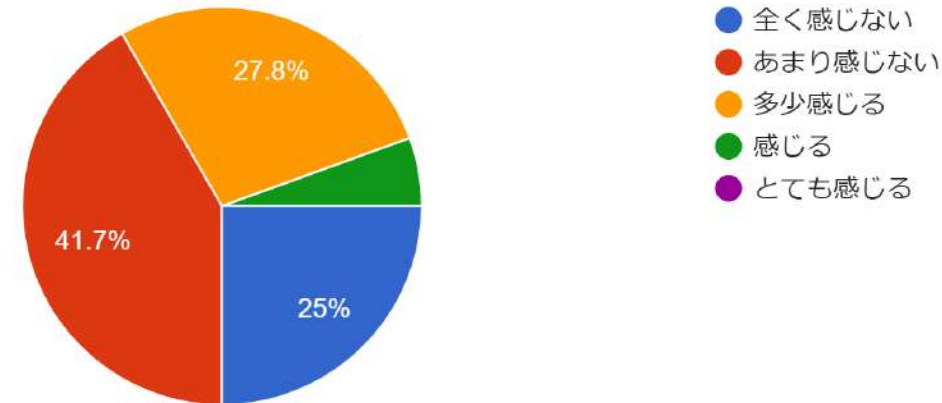
あなたはこの投稿を見て、部屋との調和が取れていると思いますか？

36 件の回答



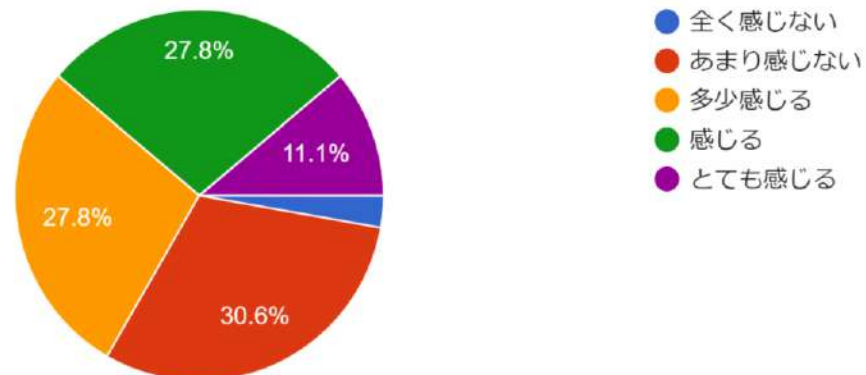
あなたはこの投稿を見て、センスを感じますか？

36 件の回答



あなたはこの投稿を見て、グッズの配置に統一感を感じますか？

36 件の回答



補足スライド

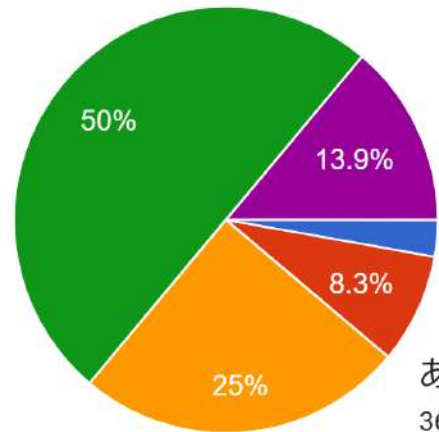
統一感があるグッズ収納の投稿を見た人たちの意見

あなたはこの投稿を見て、センスを感じますか？

36 件の回答

あなたはこの投稿を見て、部屋との調和が取れていると思いますか？

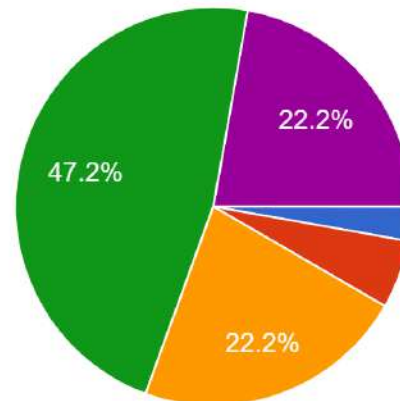
36 件の回答



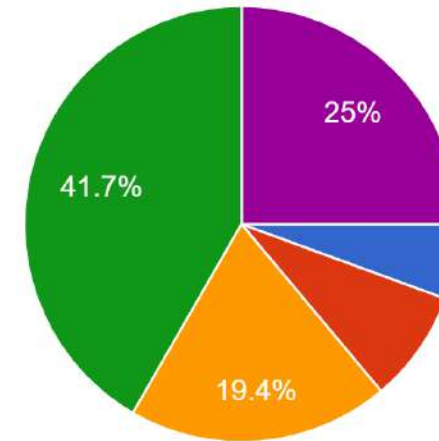
- 全く思わない
- あまり思わない
- 多少思う
- 感じる
- とても思う

あなたはこの投稿を見て、グッズの配置に統一感を感じますか？

36 件の回答



- 全く感じない
- あまり感じない
- 多少感じる
- 感じる
- とても感じる



- 全く感じない
- あまり感じない
- 多少感じる
- 感じる
- とても感じる