

報道関係各位

2026年10月28日
株式会社クロス・マーケティング

平成の再流行、女性30代では半数以上が認知 関心が高いのは「平成のヒット音楽」「平成のテレビドラマ」

－平成レトロに関する調査（2026年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「平成レトロに関する調査（2026年）」を実施しました。近年、ファッションや音楽、キャラクターなど平成に流行したものが再び脚光を浴びています。今回は、「平成レトロの認知」「平成に流行したもので興味・関心のあるもの」「平成に流行したものの取り入れ状況」「平成という時代のイメージ」「平成を象徴するものやエピソード」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20261028heiseiretro>

■調査結果

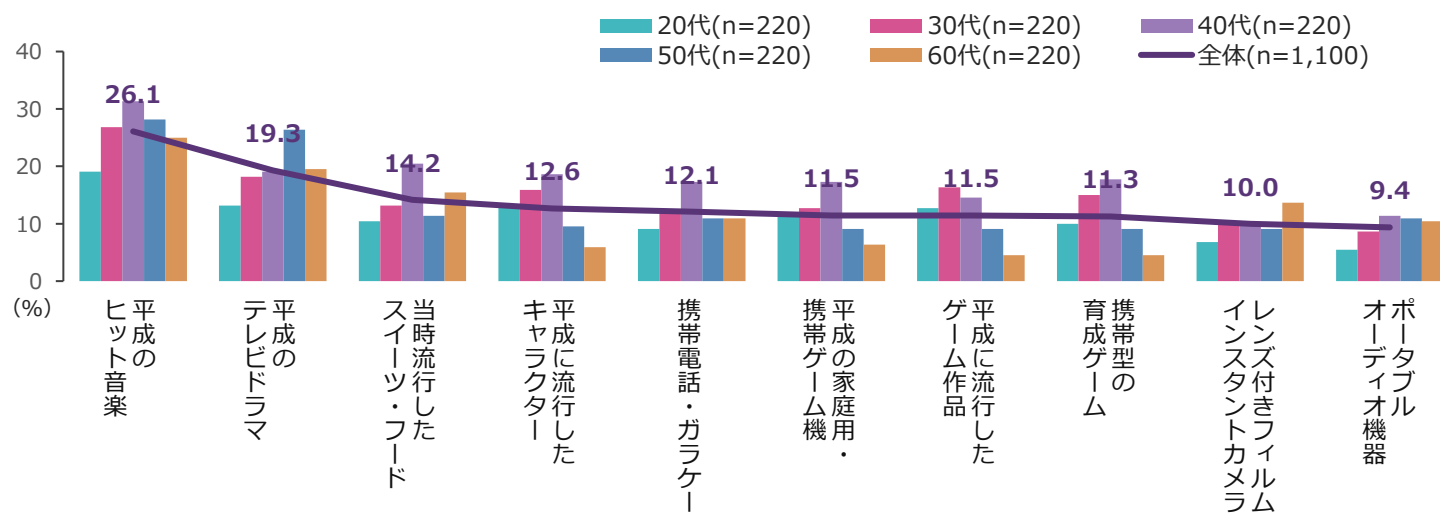
- ✓ 平成に流行したものが再び話題になっていることについて、「よく知っている」「ある程度知っている」を合わせた「知っている」人は31.6%。
女性で認知率が高く、特に女性30代は半数以上が認知している。＜図1＞
- ✓ 現在、興味・関心があるものは、「平成のヒット音楽」「平成のテレビドラマ」「当時流行したスイーツ・フード」が上位。
40代では「ヒット音楽」「スイーツ・フード」「キャラクター」など幅広い項目で、50代は「テレビドラマ」に関心を持っている。＜図2＞
- ✓ 実際に平成に流行したものを「すでに取り入れている」人は10.6%、「まだ取り入れていないが、これから取り入れてみたい」人は17.5%。
取り入れている＋取り入れたい意向は20～40代で3割を超えて、他年代と比べ高めである。＜図3＞
- ✓ 平成のイメージは「懐かしい」が29.5%で最も高く、「アナログからデジタルへの変化」「パワフル・活気がある」が続く。
平成に学生時代を過ごした40代は「懐かしい」、60代は「アナログからデジタルへの変化」、30代は「ポップでかわいい」「エモい」が高い。＜図4＞
- ✓ 平成を象徴するものとして、女性を中心にシール帳やルーズソックス、ガラケーのデコメールなどがあげられた。
一方、「就職氷河期」や「東日本大震災」など、社会的な出来事を思い浮かべる声もみられた。＜図5＞

＜図1＞ 平成レトロの認知（単一回答）

※「平成（1989年～2019年）に流行したファッション、雑貨、音楽などが、近年再び話題になっていること」として聴取

n=		よく知っている	ある程度知っている	聞いたことはあるが、あまり知らない	全く知らない	知っている計
全体 (1,100)		7.3	24.3	29.5	39.0	31.6
男性	20代 (110)	9.1	24.5	19.1	47.3	33.6
	30代 (110)	10.0	20.9	30.0	39.1	30.9
	40代 (110)	6.4	18.2	32.7	42.7	24.6
	50代 (110)	2.7	21.8	29.1	46.4	24.5
	60代 (110)	0.9	12.7	39.1	47.3	13.6
女性	20代 (110)	11.8	28.2	13.6	46.4	40.0
	30代 (110)	11.8	40.0	22.7	25.5	51.8
	40代 (110)	13.6	28.2	30.0	28.2	41.8
	50代 (110)	4.5	20.9	43.6	30.9	25.4
	60代 (110)	1.8	27.3	34.5	36.4	29.1 (%)

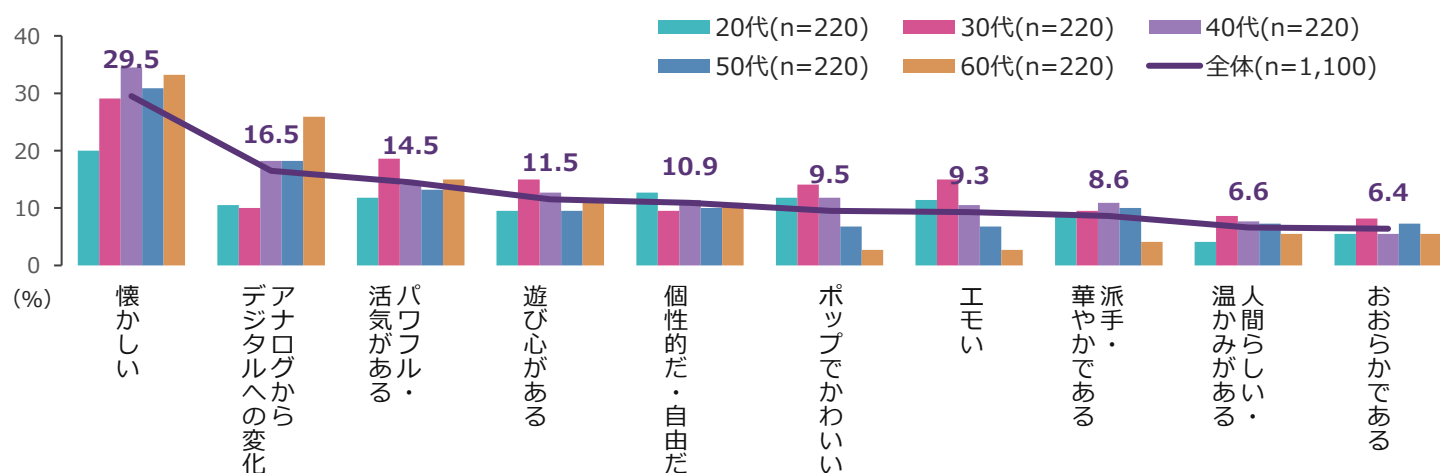
<図2> 平成に流行したもので興味・関心があるもの TOP10 (複数回答)



<図3> 平成に流行したもの・話題になったものの取り入れ状況 (単一回答)

		すでに取り入れている	まだ取り入っていないが、これから取り入れてみたい	自分では取り入れたいとは思わない	取り入れている+取り入れたい計
n=					
全体	(1,100)	10.6	17.5	71.8	28.1
20代	(220)	12.3	22.7	65.0	35.0
30代	(220)	13.6	19.5	66.8	33.1
40代	(220)	11.8	19.1	69.1	30.9
50代	(220)	6.8	14.5	78.6	21.3
60代	(220)	8.6	11.8	79.5	20.4 (%)

<図4> 平成という時代のイメージ TOP10 (複数回答)



<図5> 平成を象徴するものやエピソード（自由回答一部抜粋）

- ・ シールをたくさん集めていて、シール帳をたくさん持っていた（女性20代）
 - ・ プロフ帳やたまごっち、DSの「どうぶつの森」、カードゲームの「オシャレ魔女 ラブandベリー」（女性20代）
 - ・ ナルミヤブランドのファッション。デ이지ーラヴァーズとボンボネットが大好きで、ノベルティのためにたくさん買ってもらっていた（女性30代）
 - ・ ガラケーでデコメールを送りあってるのが楽しかった。ドコモの絵文字がドット絵のようで可愛かった（女性30代）
 - ・ 高校生の頃、ルーズソックスは長ければ長いほど、髪の毛も盛れば盛れるほど可愛いと、何でもやりすぎていた（女性40代）
 - ・ バブル景気で人生で一番キラキラして楽しかった時代。ディスコで踊りまくっていた（女性50代）
 - ・ 安室奈美恵さんが大ブームとなり、真似をするアムラーと呼ばれる女性たちが多くいた（女性60代）
 - ・ 小学生の頃にミニ四駆が大流行し、アニメとともに共通の話題になっていた（男性30代）
 - ・ 音楽のCDが売っていた全盛期で、GLAY、Mr.Childrenやモーニング娘。が流行していてハマっていた（男性30代）
 - ・ 携帯ゲーム機のゲームボーイ、TV接続のスーパーファミコン等が印象に残っている（男性40代）
-
- ・ バブル崩壊で就職氷河期の辛酸を味わった（男性50代）
 - ・ 東日本大震災（男性50代）

■ 調査項目

- | | |
|---|--|
| ☐ 属性設問 | ☐ 平成に流行したもの・話題になったものの取り入れ状況 |
| ☐ 平成レトロの認知 | ☐ 平成という時代のイメージ |
| ☐ 平成に流行したもので興味・関心があるもの | ☐ 平成を象徴するものやエピソード |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20261028heiseiretro>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～69歳の男女
調査期間 : 2026年10月23日（金）～25日（日）
有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」