

「未熟さ」を磨き、愛でる
—ファン行動に見るアイドル育成の文化的側面—

KAKIN Oksana*

Polishing and Admiring “Immaturity”
—Cultural Aspect of Idols Development as Observed in Fans Behavior—

KAKIN Oksana

Abstract

Admiring of “immaturity” is a unique aspect of fan culture that can be observed in Japan. Since long ago Japanese people found enjoyment in observing the process of learning, growing, and maturing by performers of traditional Japanese arts. Currently, a similar process can be observed in contemporary Japanese idols fan culture, with the training system of Jonny’s Jr. as one of the examples. However, very little work has been undertaken on this phenomenon.

The purpose of this paper is to examine the cultural aspect of idols training observed in the behavior of core fans of Japanese idols. Semi-structured interview survey was conducted among 13 informants in the period from May to September 2017. The informants were recruited among female Japanese core fans of young male idols under talent agency Johnny & Associates.

The survey uncovered several findings. First, fans are active and creative participants of the idol training who see idols “immaturity” as an object to admire and polish. Second, I found that the process has several stages: measuring, evaluating, approving, polishing and admiring. Finally, the process ends with fans moving on to the next young and “immature” idols as their previous idols grew mature.

Key words : Japanese idols, fan culture, participatory culture, immaturity, idols training

1. はじめに

日本で「未熟さ」という語は間々ネガティブな意味で用いられるが、同時に、「未熟」であることをプラスの特性として受け取れ、「未熟さ」を評価し愛でる日本の文化的実践が着目される。それは、現在の日本のコンテンツ産業におけるアイドルのファンの間に顕在している実践であり、日本「独自」の現象であるとも言われている。しかし、この現象に関する学術的検討はこれまで数少ない。本論は、そうした「未熟さ」を愛でるアイドル・ファンの実践とファン文化のあり方に焦点を当て、その特徴の解明を目的としている。

2. 研究背景と目的

「未熟さ」を愛でる文化は昨日今日できたものではない。日本の伝統芸道を見れば、日本文化には以前から、未熟で未完成な者が訓練や育成を経て熟練し完成度が高い演者となっていく過程そのものを愛でる文化があった

キーワード：日本のアイドル、ファン文化、参加型文化、未熟さ、アイドル育成

*平成30年度生 ジェンダー学際研究専攻

と言えるだろう（安部, 1997）。例えば、歌舞伎の若手俳優の公演を鑑賞し、才能のある新人を見抜き、立派な達人になるまで応援することである。

現在の日本にも、同じように芸能タレントの「未熟さ」を愛でるファンがいる。それは、練習生や新人時代からアイドルの育成に積極的に関わる日本アイドルのコアファンの存在である。同時に、ファンがアイドル育成に関わることを可能とするような制度も芸能プロダクションによって提供されている。例えば、ジャニーズ事務所所属アイドルには、そのファンがアイドルの育成過程を観察し、それに参加することができるジャニーズJr.という制度が整えられている。ジャニーズJr.とは、1980年代以降、同事務所に所属するがCDデビュー以前の公式ファンクラブをまだ持たないタレントに付与された総称である。彼らはダンスやボーカル等のレッスンを受けながら、先輩グループのバックダンサーとして実践で経験を積み、ジャニーズJr.のために用意されたテレビ番組にも出演するという育成制度とセットになっており、ここで人気が出たものからデビュー組が結成される（大谷, 速水, 矢野, 2012）。つまり、ファンは一人のタレントがジャニーズ事務所に入所してから公式のアイドルとしてデビューするまでの成長の一部始終を見て、彼の「未熟さ」と成長の過程を存分に愛でる機会が提供されている。

さらに、ファンはアイドルの成長を外から傍観するだけではなく、ライブ観賞、雑誌投票、ファンレターなど様々なかたちの行動を通してそうした成長過程に携わっていると実感することができる。ファンはまず、「青田買い」したJr.のメンバーを自分の「担当」にすると決める。「担当」とは、ジャニーズ事務所所属アイドルのファンの間用いられる用語であり、一番好きで応援し「推し」ているアイドルのことを指す。そうした担当のメンバーを決め、担当のアイドルとしての成長過程を観察し、それに親密に関って自らの手で彼らの能力を育て、その「未熟さ」を磨いていくと実感する。

ファンは積極的にアイドル育成に参加することができる背景には「参加型文化」の発展がある。従来、メディアの受け手（ファン）は単に消極的に消費し影響を受けるオーディエンスとして捉えられてきたが、Jenkins (1992, 2008, 2016) は現代文化におけるファンが積極的かつ創造的な参加者であると主張した。このような、ファンが創造に加担する文化を「参加型文化」と呼び、ファン研究の基礎的な概念とした。

以下本論では、その概念も援用しながら、現代日本におけるアイドルのファンの行動を具体的にみることにしたい。そうした「参加型文化」の枠組みの中で、日本アイドルのファンはどのような意識を持ち、具体的にどのような「未熟さ」をどのように磨き愛でようとするのか、そのためにどのようなファン行動を起こすのかを調査し、ファン行動に見るアイドル育成の文化的側面を詳細に記述し解明したい。

これまでの日本のアイドル研究では十分に理論的に検討されてこなかった日本のアイドルの「未熟さ」にまつわる文化を明らかにすることで、既存研究の空白を埋めるとともに、筆者の外国人の視点を生かし、「未熟さ」の概念を通じた日本文化研究の可能性を模索することもできると考えている。

3. 先行研究

日本のアイドル研究史全般については拙稿（Kakin, 2018）を参照して頂くとして、ここでは、既存研究におけるアイドルの「未熟さ」の扱い方に絞って簡潔にレビューしたい。

小川（1988）は、アイドルの歌手としての能力が未完成であることを指摘しつつも、アイドルにとって能力は重要ではないと主張している。なぜなら、アイドルは「生けるキャラクター」であり、「音楽的側面、言語的側面、パフォーマンスは、キャラクターを提示する手段」に過ぎないからである。キャラクターが大衆に受け入れられたら、アイドルは成功するという。つまり、完成品であるか否かは成功するためには重要ではないというのである。

稲増（1989）は、アイドルが盛んになっていた80年代のアイドル現象を論じた。稲増によると、アイドルとは疑似恋愛対象であり、テレビメディアの特性によって作り上げられる「虚構」的な存在である。ファンはアイドルを「虚構」として認識しているが、「虚構」であるがゆえに、かえって安心して関わるができるとする。また、アイドルの人気を支えるのはテレビであるため、成功するにはテレビで高い露出を確保する必要がある。そのため、アイドルは数多くの音楽番組に歌手として出演する。歌手として能力とは関係なく、アイドルが歌手を「本業」でやっている理由がそこにある。テレビの影響力は大きく、音楽番組が人気で数多くあった80年代と

いう時代の背景が伺われる。つまり、80年代のアイドルの「未熟さ」は構造的な理由から必然的に発生し、「未熟さ」がアイドルを成功に導くことには関係していないといえる。

以上の研究は、未完成な歌手としてのアイドルに触れ、「未熟さ」を欠陥として捉えるものの、その欠陥はアイドルとしての成功に影響を与えないとしている。一方、本論では、「未熟さ」を、欠陥でも、成功に影響を与えない要因でもなく、アイドルがコアファンの心を掴むための重要な要素として捉える必要性を主張したい。

翻って、「未熟さ」を「欠けていること」としながらも、プラスの要因として捉える研究もある。境（2014）は、日本社会に存在する「より完全に近いものがよいものだ」という近代的価値観に対する疑義が、逆に、「欠けていること」を日本人にとって魅力的なものに仕立てていると言う。そのため、日本人ファンはアイドルに対して歌手としての完璧さを求めないのだと。しかし、この研究は「欠けていること」を静態的に捉えており、「欠けていること」がファンとアイドルとの間に生み出す「磨く／磨かれる」という動的で相補的な過程を視野に収めてはいない。

以上の先行研究の批判的検討から導かれる視点を踏まえて、以下の節では具体的な事例からの検討に駒を進めたい。

4. 研究方法

以下の分析は、ジャニーズ事務所所属アイドルの女性コアファンを中心に13名（スノーボール・サンプリング、調査期間：2017年6月～9月）を対象に実施した主に半構造化インタビューによる質的調査の結果に基づいている（表1参照）。ジャニーズ事務所のアイドルを今回の事例検討の対象に据えた理由は、先に述べたように育成過程を観察できるJr.制度を持ち、日本のアイドル産業の主流の一つといえる位置を占めていることによる。

調査対象者となるファンに関しては、まず、熱狂的なファンである「コアファン」を設定した。コアファンの特定のためには、コアファンを超高関与消費者の一形態と捉えたうえで、和田（2015）が宝塚ファン研究において提示した超高関与消費者の特徴を援用して4つの基準を設け（①公演鑑賞の年間回数が2回以上、②年間アイドル関連消費支出額が5万円以上、③ファンクラブへ加入済みである、④ファン歴が3年以上）、まず、この基準に合致した人々を調査対象者とした。次に、分析がある程度進行したら、細かい事例比較をするため、理論的サンプリングも並行して行ない、年齢やファン歴などが異なる対象者も含めてみた。例えば、まだ新鮮な気持ちでいる「ハマり立て」のファン歴の1年の方（表1のHさん）や、応援を辞めた2名の方（表1のAさん、Kさん）も含め、それぞれのファンの行動の違いを連関させて分析した。

表1 調査対象者の属性

事例	ファン歴	年間公演鑑賞回数	年間アイドル関連支出額	年齢	職業	担当
Oさん	31年	5回	10-15万円	47歳	自営業	Q
Jさん	15年	1回	1-5万円	24歳	正社員	Z, Q
Gさん	15年	12回	5-10万円	20歳	大学生	B
Fさん	11年	18回	50-55万円	20歳	大学生	I, V
Kさん	10年	10回	25-30万円	18歳	大学生	X
Lさん	10年	40-50回	100万円	20歳	大学生	B
Nさん	8年	3回	5-10万円	18歳	大学生	T
Aさん	6年	2回	15-20万円	29歳	大学院生	R, Z
Cさん	4年	8-10回	55-60万円	19歳	大学生	Z
Dさん	3年	0回	5-10万円	15歳	中学生	Q
Eさん	3年	1回	5-10万円	17歳	高校生	X
Pさん	3年	2回	10-15万円	30歳	自営業	Y
Hさん	1年	0回	1万円	20歳	大学生	W

- (註) 1 ファン歴の長い順で対象者を並べた。
2 対象者の特定を防ぐよう、アイドルの名は匿名化した。

また、対象者の性別の選定に関しては、ファンの行動には男女差があると予測されるが、男女差の検討は次のステップの課題とし、今回の調査では女性ファンのみを対象とした。

データの分析にはグラウンデッド・セオリー・アプローチ (grounded theory approach) の主な手順を用いた (Strauss & Corbin, 1998)。つまり、データ収集と同時に分析を始め、定性的コーディングをし、事例や概念のカテゴリーなどの継続的比較を行い、あるパターンがなぜ見られるのかを説明することを目指した。「未熟さ」にまつわる現象の全体像を説明づける理論の構築にはアイドルを生産する企業側の分析も併せて行うことは必須であると考え。他方、今回の調査はアイドル・ファンを対象に限定したものである。それゆえ、今回の調査ではアイドルの「未熟さ」をめぐる性急な全体理論の構築は敢えて避けることとした。

5. 調査結果と考察

本調査の結果からは、ファンがアイドル育成に自発的かつ積極的に参加し、「未熟さ」を愛でる対象として受け取り、それ以上に磨き、うまく磨ければまた愛でるという過程があることが分かった。この過程にはいくつかのステップがある。ファンは、まず、アイドルが「未熟」であるかどうかを測り (測定)、その「未熟さ」が良い「未熟さ」なのか悪い「未熟さ」なのかを見極め (評価)、良い「未熟さ」だと確認できたら (承認)、次にその「未熟さ」をより優れたものにするよう磨く (育成)。うまく磨けたら母目線で愛でる (享受)。のちにアイドルが「成熟」してしまったら、ファンはそのアイドルの応援をやめ、より若く「未熟な」アイドルの応援に乗り換え、育成の過程が一から繰り返されるのである。このように「未熟さ」を愛でるファン文化が結成されていく。では、具体的な例を挙げ、そうした過程を説明したい。

測定：「未熟さ」を測る

ファンはまず、まだ有名ではない新人アイドルやJr.たちの中から可能性のあるアイドルに目星をつけておき、「青田買い」をする。ジャニーズ事務所所属アイドルの専用雑誌やJr.の専用番組⁽¹⁾などで新しく入ったJr.たちをチェックし、スターになりそうな人を見抜こうとすることはJr.を応援する魅力の一つであるという語りが多かった。例えば、Nさんはこう語る。

「楽しい。色々下の子も増えているじゃないですか、そういうのも見るのも楽しい。(こんな子が) 入って来たんだな。」

また、Jさんはこう説明する。

「(Jr.たちが) 後ろで踊っていることを見るのが好き。その子達はどんどん前に出てきているというのが好き。この子なんか売れそうだなって自分で目星をつけて応援するのは好き。」

ファンは可能性のあるアイドルを見つけたら、アイドルが「未熟」なのかどうか測定する。「未熟さ」の項目と尺度に関しては個人差が大きかったが、大半の対象者が特に意識していた項目は、バラエティー番組でのトークの上手さ、キャラの演技方、ファンサービスの上手さという、アイドルにとって必要な能力を示す項目だった。一つの例を挙げよう。Jさんはトークの能力の未熟さを以下のように指摘している。

「コンサートのMCとか、おしゃべりする時って、やっぱりすごくグタグタしている。またテレビとかでも、すごい内輪ネタで盛り上がっているな…それじゃ番組は人気にならないと思う。」

つまり、Jさんは担当組のアイドルのトークの能力は「未熟」であると認識している。そして、上手いトークで番組を盛り上がる先輩グループと比較することで、その「未熟さ」の程度を測定している。

このように測った「未熟さ」の中には、望ましくない、悪い「未熟さ」と、可愛いと思わせる良い「未熟さ」があることが分かった。ファンはどのように良し悪しを区別するのか見よう。

評価と承認：いい「未熟さ」を見極める

ファンは、アイドルが有する「未熟さ」は良いものなのかどうか見極め、良い「未熟さ」だと評価したら、そのアイドルを承認して応援するようになる。可愛がれる、応援したくなる「未熟さ」とは、怠けて努力していないから発生する「未熟さ」ではなく、上手くなるように一所懸命に頑張っているが、幼くて経験が足りないから

まだ上手くできないような「未熟さ」であることが分かった。例えば、Gさんは、以下のように語る。

「最初全然喋れないし、踊れないし、歌も下手だして感じ。それもかわいいんですけど。かわいくて、一所懸命なのだから、応援しようって最初は応援するきっかけになったのです。」

つまり、一所懸命なところを確認したら、良い「未熟さ」と承認し、応援に移る。

一方で、悪い「未熟さ」とは、仕事に対する責任感がなさそうで、努力していないことから生まれる「未熟さ」であることが明らかになった。また、舞台の裏のドロドロ感や、表のキャラと違う裏顔を見せるなど、アイドルのイメージを悪くするようなことも悪い「未熟さ」とされている。例えば、Lさんはこう語る。

「やる気がない人は好きじゃないので。なんか別に顔が好きだけで、応援している人もいないじゃないですか…全体を見たいタイプなので…私生活が荒れているけど、仕事はするからオクケーみたいな（態度のアイドルは好きじゃない）。」

このように、様々な項目においてアイドルの「未熟さ」を窺うことができるが、ファンはそうした項目を組み合わせて、良い「未熟さ」を評価し、悪い「未熟さ」を批判する。そして、良いとされた「未熟さ」は愛すべき対象になる。さらに、ファンはより優れた「未熟さ」を求め、それを磨いていく。

育成：「未熟さ」を磨く

ファンにとっては、「未熟さ」が磨かれていく過程、アイドルが育成され成長していく過程は非常に魅力的である。本研究の対象者の全員が、アイドルが成長していく過程を見るのが好きだと語った。例えば、Gさんは成長する姿の魅力について語る。

「ダンスとか、歌とかも、もっと練習しているみたいで、もっともって思いますね。歌もよく練習しているみたいで。磨きがかかるんだなって感じ。」

Nさんも同感である。

「仲間として成長していく感じがやっぱ魅力的だなと思います。」

では、ファンは「未熟さ」の磨きにどのように関わるだろうか。実際、アイドルの成長を応援し、促すため様々な活動に参加している。

例えば、手紙やうちわ、ツイッターといったコミュニケーション・ツールの利用を通して、ファンはアイドルに感想やメッセージを送ったり改善してほしいところを指摘したりすることで、アイドルの能力の成長に関わる。

手紙とは、ファンレターとも呼ばれ、ファンがアイドル宛にジャニーズ事務所の公式ファンクラブである「ジャニーズファミリークラブ」を通して送る手紙・葉書のことである。ファンはそうした手紙をコミュニケーション・ツールとして用い、アイドルの活動などについてコメントや感想を伝えることができる。例えば、Lさんは月2回程度ファンレターを送るようにしていると語る。

「例えば、〇〇舞台を毎日やるじゃないですか。その時は見に行ったら絶対出す。だからその時はすごい頻度が高いし。そうじゃない、何もない時も絶対に1ヶ月2回送ろうと決めていて、月末にその月にあった雑誌なりの感想を書きます」

Kさんも手紙で頑張ったところや成長したところを褒めると語る。

「それこそ上手くなったところを、手紙に書いて送りたいなという。」

もう一つのコミュニケーション方法は、うちわである。うちわは、コンサートの公式グッズとして購入できるが、自分でうちわを作り、アイドルに対してメッセージを伝えることができる。多くの場合は、それはアイドルから自分へのサービスが得られるように「指さして」のようなメッセージではあるが、ダメ出しするメッセージもある。例えば、Cさんが語ったエピソードの一つでは、あるメンバーの熱愛報道の直後のコンサートでは、多くのファンがうちわに裏切れた気持ちなどを書いたという。

このようなコミュニケーションを通じて、ファンはアイドルの能力の成長に関わっているという充実の感覚を得ている。さらに、近年はtwitterなどのSNSを通じて、ファン同士で情報交換やコミュニティ形成が行われ、他のファンと一体になり戦略的に応援することができるようになった。例えば、デビューがまだ決まっていないJr.をサポートするため、そのJr.の名前をtwitterのトレンド入りさせ、話題性を上げることを狙う。

このように、ファンはアイドルの「未熟さ」を磨き、成長を応援する。また、長年かけてアイドルの成長を見

ており、応援に参加し、自分がアイドルを育てきたと感じる。例えば、Hさんは育てる感覚についてこう語る。

「なんとなくこう～まだ有名じゃない時って自分が育ててあげているみたいな感覚はありますよね、きっと…私はずっと応援してあげたから、最近大きなライブハウスに出るようになったんだな、その育てる感がすごくある。」

以上のことをまとめると、ファンは、アイドルの成長を応援する活動に参加することで、育てる感覚を持ち、その「未熟さ」を磨く過程そのものを楽しむのである。

享受：母目線で「未熟さ」を愛でる

よく磨いたら、その磨きがかかった「未熟さ」をまた愛でる。ファンは、応援するアイドルの「未熟さ」をどのような目線で愛でるのだろうか。ファン目線に関して、アイドルは、ファンにとって疑似恋愛の対象であり、恋愛妄想をしているファンに夢を売っているという一般的なイメージがある。すなわち、女性ファンは男性アイドルを「彼女目線」で見るといえる。しかし、本調査で明らかになったことは、女性ファンは、そうした一般的な「彼女目線」と同時に「母目線」を持っていることである。特に「未熟さ」を愛でる時は母目線で愛でるのである。では、まず広い意味での「母目線」はどういったものか、次に具体的に見ていこう。

本研究の多くの対象者は、好きなアイドルを理想の彼氏・男性として見る一方で、それと同時に母目線で見るといえる。そうした母目線は、自分を「お客様」として見ずに、ファンとしての自分の利益を考えずに、アイドル本人のことを第一に考え、息子かのように温かく優しい目でアイドルの成長を見守る目線である。例えば、Lさんは担当組ジャニーズ・アイドルのデビューに関してこう語る。

「必ずしもデビューしなくてもいいじゃないと思います。本人が望むようになればいいと…メンバーの中にはデビューしたいと言う子もいるんですけど…好きにやっってくださいみたいに思います。」

さらに、普通はアイドルの気を引いて指さしや目線などのファンサービス⁽²⁾をもらうために作るうちわも、Lさんはアイドル本人に「あなたのファンがここにいるよ」と伝えるために作るのである。

「一応いるよって言うことを伝えればいいの。別にこっちにファンサービスを送れなくても、あなたのファンいるからねと言うので…そういう気持ちです。」

また、Aさんは、Jr.に遠く離れてほしくはないが、Jr.が売れないと、将来が心配になるため、本人のためになるべくデビューしてほしいと語る。

「Jr.だと結構なんか売れないとその後かわいそうな結果になっちゃう、人生的にも何もできないというか。仕事が無くなっちゃうというのは知っていたから、なんとかして売ってほしいというか、なんとかしてグループ⁽³⁾になってほしいなと思っていた。なんかグループになってほしいと思って、ずっと頑張って応援していたかもしれないですね。」

以上は広い意味での母目線の例だが、「未熟さ」を愛でる時の母目線は、自分の子供かのようにかわいがるような目線である。それは、ステージ裏のメンバー同士の掛け合いや、バラエティー番組などでのメンバーがしゃべり姿を見る時に現れる。例えば、Hさんはこう語る。

「ひたすらワチャワチャして、富士急とかで遊んでいるのを見てみると、息子みたいにも思えて、息子いないんですけど（笑）。いないのに、なんか母性本能を置くすかれるところがあって…息子みたいな感じで。」

Kさんはそれを「親目線」と呼ぶ。

「成長してくれるというか、見るたびに歌も上手くなっていたり、ダンス上手くなっていたりして。それが嬉しい。親目線って感じだけど（笑）…目線的には親目線になったりはする。」

母目線でアイドルの成長を見て「未熟さ」を愛でると、そのアイドルはいずれ成熟していき、旅立っていくだろう。その時は、実際の母親のように寂しさがあるだろうと、Hさんは語る。

（Jr.がデビューして売れていくと）「だんだん大きくなって行って旅立ちしていくみたいになると、ちょっと親子みたいなの、多分寂しさがあるのですね。」

このようにファンはアイドルの「未熟さ」と育成過程を母目線で愛で、最後には離別と寂しさが訪れることも承知で、その時を享受するのである。

「成熟」させたら、ファンを「降りる」

しかし、「未熟さ」は永遠に維持できるものではないだろう。アイドルが「成熟」し、「未熟さ」を失ったら、ファンはどのように反応するのか。実際は、本調査の対象者の多くはその時に「降りる」ことにする。「降りる」とは、ジャニーズ系アイドルのファン用語であり、ファンが今まで好きで、応援してきたアイドルからより若く、「未熟」で、有名ではないアイドルに切り替えることを指す。階段を降りるように、下にある段（後輩グループ）に降りる。

なぜファンであることをやめるのだろうか。その理由について、降りた経験があり、または、完全にジャニーズ系アイドルから離れ、応援活動を辞めた調査対象者に尋ねた。そうすることで分かった主な原因とは、アイドルとファンの間の距離感の変化である。

長年、未熟な状態から育てあげるような、母目線で成長を見守るようなアイドルは、ファンにとっては非常に近くにいる親しい存在である。しかし、そうした距離感は、人気が出れば出るほど遠くなる。今まで長年応援してきたアイドルがデビューをし、人気になると、ファンから遠ざかってしまい、ファンにとっては遠い存在になってしまう。そのため、ファンは、応援してきたアイドルから「降りて」、より若い、「未熟」で、まだ売れていないアイドルの応援をするようになる。例えば、Cさんが応援してきたアイドルが人気になった後、周りの多くのファンが降りたと語る。

「結構周りにも（降りたファンが）多かったです。あまりにも人気が出て、人もファンも多すぎるし、会場もでかいから、もっと小さいグループのファンになって、もう少し小さめの会場…それぐらいの規模で会える…そういう気持ちで〇〇をやめた人がすごく多かったです、周りに。もうこれ以上が疲れるみたいな感じで。」

何回か降りたことがあるFさんはこう語る。

「デビューしたてのグループにどんどん降りていたので、〇〇から△△に降りて、△△から▲▲に降りたという感じで。なんかどんどん近い存在に、デビューが若い方に、なんか好みが…好みというか、興味が移動していたので。近い方がいいし、会場も狭い方がいいし。」

長年応援すると、段々より若く、「未熟な」アイドルを応援するようになる」とJさんが説明する。

「デビューすると、どんどん降りて行くというか、有名になると、もっとちっちゃい、有名じゃないJr.に（降りる）という人は多分結構多いです。〇〇はあまりチケット取れなくなって、会えなくなったから、もうちょっとチケット取りやすい、まだまだこう成長途中のグループが好きになったみたいな人もいます。」

「現在応援しているアイドルから、これから降りることがあると思いますか」と尋ねると、Lさんはこう答える。

「とりあえず今は〇〇くんだけど、まあ今までも△△くんまで終わらだとか言っていて、すぐに、思っていたより早く降りちゃったので。もし降りることがあったとしても、それは自然なこととして受け入れようかなと思います。」

このように、人気が出たことやファンが増えたことによって、応援してきたアイドルとの間の距離が離れていくと、降りてしまうファンが多いことが分かった。降りて、より若く、「未熟」であるアイドルの応援をするようになる。つまり、コアファンは、「未熟さ」を磨くことができるような、成長過程を愛でることができるようなアイドルに切り替えるのである。

6. おわりに

以上のジャニーズ事務所所属アイドルをめぐるファンの実践の検討から、改めて、日本のアイドル・ファン文化のあり方をめぐる本論の結論を以下のようにまとめることができる。アイドル・ファンはアイドルの成長の応援に関わる積極的な参加者であり、アイドルの「未熟さ」を測定し、評価し、承認し、育成し、母目線で愛でること、そして「成熟」したアイドルから「降りる」ことというファンの一連の行為が、アイドルの「未熟さ」を磨き、愛でる日本のファン文化実践の核を構成している。今回得たこの結論を次のステップに進むための作業仮説として、アイドルの「未熟さ」をめぐる全体理論の構築を目指したいと考えている。

【謝辞】

個人情報保護の観点から匿名にて失礼いたしますが、快く調査にご協力くださった13名の皆さま、調査協力者をご紹介くださった6名の皆さま、不慣れなインタビューの練習にご協力くださった2名の皆さま、常日頃から著者の研究に様々な形でお力添えを頂いている皆さまに、ここに心より感謝を申し上げます。

【註】

1. ジャニーズ事務所所属アイドルの専用雑誌は、duet（毎月7日発売、ホーム社/集英社）、Myojo（毎月23日発売、集英社）、Wink Up（毎月7日発売、ワニブックス）などである。ジャニーズJr.のメンバーがレギュラー出演する番組は、NHK-BSプレミアム系『ザ少年倶楽部』、BSフジ系の『まいど！ジャーニー〜』などである。
2. ファンサービス（略：ファンサ）とは、コンサートなどでは、アイドルがファンに向けて手を振ったり、ピースサインをしたり、投げキスをしたりするなどの個別の対応のことを指す。
3. ジャニーズ事務所では一人のアイドル単独での公式デビューは例外的で、通常は数名で構成されるグループとしてデビューする。

【引用文献】

- 安部崇慶（1997）『芸道の教育』ナカニシヤ出版
- 稲増龍夫（1989）『アイドル工学』筑摩書房
- 大谷能生、速水健郎、矢野利裕（2012）『ジャニ研！ジャニーズ文化論』原書房
- 小川博司（1988）『音楽する社会』勁草書房
- Kakin, O. (2018) 「日本社会における「未熟さ」の商品化 —ジャニーズタレントのファン行動を読み解く—」『生活社会科学研究』第25号（掲載予定）
- 境真良（2014）『アイドル国富論：聖子・明菜の時代からAKB・ももクロ時代までを解く』東洋経済新報社
- 和田允夫（編）（2015）『宝塚ファンから読み解く 超高関与消費者へのマーケティング』有斐閣
- Jenkins H. (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge.
- Jenkins, H. (2008) *Convergence culture: where old and new media collide*, New York University Press.
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016) *Participatory culture in a networked era: a conversation on youth, learning, commerce, and politics*, Polity Press.
- Strauss, A.L. & Corbin, J.M. eds. (1998) *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*, Sage Publications.