

<論壇>

アイドルはいかに生まれ、いかに終わるのか

—恋愛禁止と卒業後キャリア—

How are idols born, and how do they end?

—Dating bans and post-graduation careers—

天野健作* 田村菜月*

Amano Kensaku, Tamura Natsuki

I. はじめに

「アイドルは多様なメディアを通して私たちを魅了し、単なるエンターテインメントのジャンルを超え、社会や日常生活に深く根差している存在であり、その時代の文化や社会を映し出す『鏡』のような役割を果たしている」との論考¹⁾を本誌で 2025 年 7 月に発表したところ、意外に評判が良く、一定の反響を得ることができた。

筆者らの所属する大学では、筆者（田村）がプロデュースしたアイドルグループに続き、新たに複数のアイドルグループが誕生している（写真 1）。SNS 上では、「FRUITS ZIPPER」や「=LOVE」などのアイドルの楽曲がしばしばバズる（流行する）ようになり、若者を中心に近年、アイドルに対する関心や好感度がとみに高まっているように感じる。こうした状況の中で、アイドルを好きになり、憧れが生じれば、自らもその存在になりたいと願う人が増加するのは当然の流れであろう。

では、人はどのようにしてアイドルになるのだろうか。本稿ではまず、スカウトやオーディションといった観点からアイドルの誕生過程を整理し、あわせて SNS が普及した現代におけるその変化について述べる。続いて、アイドルの育成方法やその戦略、さらにはビジネス構造について概観する。その上で、デビュー後のアイドルが直面し、葛藤する典型的な課題を取り上げる。

具体的には、アイドルに恋愛が認められるか否かである。実際の裁判を題材にした映画『恋愛裁判』（監督：深田晃司）が 2026 年 1 月に公開され、話題になった。課題はアイドルを辞める原因や辞めた後にも生じる。それは女性特有の年齢差別が根底にあり、アイドルという職業の後に続くキャリア形成にも影響している。これらの課題を検討することで、アイドルとはそもそもどういう存在なのか、その本質が垣間見られる。

筆者らは現在、アイドルを多角的に考察し、その魅力や社会的意義・役割、歴史的変遷からアイドルのシステムやビジネスを説く著書『アイドル学入門』（仮称）の刊行を目指しており、本稿はその一端を示す。

* 大和大学社会学部

Ⅱ. オーディションとスカウト

アイドルになる方法は大きく分けて2つ、「スカウト」と「オーディション」がある。

スカウトとは、芸能事務所等の関係者が、対象者の可能性を見出し、勧誘する手法である。かつてスカウトと言えば、街中で直接声をかける方法が一般的だった。若者が多く集まり、ファッション文化を発信する東京・原宿の竹下通りは、「スカウトの聖地」とも言われている。

しかし、最近では SNS 上でのスカウトも増えてきている。TikTok やInstagram に投稿されている写真や動画から人材を発掘し、ダイレクトメール (DM) など連絡を取るという方法だ。スカウト型は、才能や魅力がその人に内に秘められているという「原石」としての価値が重視され、「努力したから成れた」というよりも、「見出されたから成れた」という物語が、アイドルを特別な存在として位置づける装置となっている。

一方、オーディションは、応募から審査を経て選ばれるという明確なプロセスを経てアイドルが誕生する方法である。1980 年代以降、テレビ番組を通じて拡大してきた手法で、プロジェクトとしても結びつきながら、選抜過程そのものを可視化することにより、ファンも同時に獲得する一石二鳥の方法として主要なアイドル発掘のプロセスとなってきた。

代表例として挙げられるのが、AKB48 や乃木坂 46 など、秋元康プロデュースのグループである。定期的にオーディションを実施し、「誰でも応募できる」ことを前提として、全国のアイドル志望の若者の心をつかんできた。オーディション型の特徴は、本人の「アイドルになりたい」という意志が明確であり、努力によって到達可能な存在として描かれることだ。

つまり、主体性がスカウト型では事務所にあったものが、オーディション型では本人にある。ファンとの関係性では、前者は憧れの対象に近かったものが、後者は成長をともにするアイドルの本質に近くなっている。

オーディションは、写真や志望動機など書類審査を経て、実際の歌唱やダンスなどのパフォーマンス、自己PRなどの面接を通して選考が行われることが一般的である。最終審査前にライブ配信で選考を行うグループもある。これは、決められた期間内で、応募者が YouTube などライブ配信を行い、ファンの目を通して、選考の参考にする。配信内容やファンからの獲得ポイント数、順位等が評価の対象となる。

2018 年に行われた坂道合同オーディション (乃木坂 46・欅坂 46・日向坂 46) や、2021 年に行われた「虹のコンキスタドール」の新メンバーオーディションなどがこの例として挙げられる。坂道合同オーディションは可否に関係はないと明言されていたが、虹のコンキスタドールの新メンバーオーディションでは、配信順位の上位 2 人が次の審査に進むことができるなど、配信結果が可否に大きく影響した。

近年、注目を集めているのが「オーディション番組」である。これは、アイドルを目指す応募者 (練習生) が、視聴者に見守られながら、主催者が課す課題 (ミッション) に挑戦し、デビューするメンバーを選ぶ内容である。

有名な番組としては、「PRODUCE 101」がある。この番組は、2016 年に韓国で始まり、101 人前後の練習生が参加し、視聴者が「プロデューサー」として最終メンバーを決定した。歌唱

やダンスなどを披露し、視聴者がネットやアプリを通じて投票し、順位を決定し、脱落者の感情表現も放映することで、視聴者の同情を誘う仕掛けも組み入れられていた。韓国の番組を模倣して、日本でも 2019 年に「PRODUCE 101 JAPAN」が制作されている。「日プ女子」と呼ばれたこの番組は大きな話題を呼び、デビューメンバーを決める投票では約 3400 万票以上が集まったという。

このほか、「NiziU（ニジュー）」を生み出した「Nizi Project」（日本テレビ）、「ラストアイドル」（テレビ朝日）を生み出した「ラストアイドル」、「HANA」を生み出した「NoNoGirls」（Hulu）など、多くのオーディション番組が放送されてきた。これら放送の形態や参加方法は番組によって異なり、オーディションの様子をただ見守るだけのものや、視聴者投票でメンバーが決定するものがある。

Ⅲ. レッスンとトレーニング：ダンス・歌・演技

オーディションやスカウトによって選ばれたアイドルは、ステージなどでお披露目されるまで、どのような活動をしているのか。多くの場合、①グループのメンバーとしてデビューに向けた準備を進める場合と、②事務所に所属し、練習生や研究生として活動する場合、の 2 つに分かれている。いずれの形態においても、行われる活動内容に大差はなく、その中心となるのが、実技レッスンや研修だ。

具体的には、ダンスや歌といった実技レッスンに加え、SNS の使い方に関する研修、マナーや語学の研修まである。事務所によっては SNS のための自撮りの練習や演技レッスンなど、多岐にわたる指導が行われる場合もあるという。

アイドルとは歌やダンスのパフォーマンスが主たる活動となるため、実技レッスンは必須である。その内容や期間はグループや事務所によって異なる。例えば、FRUITS ZIPPER のデビュー前に行われていたレッスンはかなり厳しかったようで、当時のことについて講師の Harris が「厳しくしすぎた」「反省」と自身の SNS に投稿したことがある。

事務所の練習生や研究生として活動する場合、具体的なデビュー予定がないままレッスンの日々を乗り越えなければならない。この場合、活動期間を経ても、デビューができる保証はない。ハロー！プロジェクトに所属する「ロージークロニクル」のメンバー、松原ユリヤは 2017 年にハロプロ研究生として活動を開始し、2024 年にメンバーとして正式にデビューした。約 7 年間という長期の研究生生活を送っており、松原はこの期間について、自身のブログで「デビューできるか不安でいっぱいでした」と語っている。

アイドルは大衆の目にさらされ、常に評価される存在である。このような環境に出るまでに、演者やグループ、事務所のイメージを守るための研修もある。礼儀作法だけでなく、薬物乱用防止セミナーなど、アイドルの教育には様々な研修が行われているのが実情だ。中高生の年代からアイドルを始める人も多いため、学校から離れて活動を行うことで本来学ぶべきマナーや常識が身につく機会が少なく、活動により得られる金銭面での知識も必要となる。

特に、アイドル活動の一環として SNS の利用が普通になっている現代では、SNS をめぐるト

ラブルも多くなっている。FRUITS ZIPPER のメンバーは、SNS の発言がきっかけで賛否両論の議論を呼び、多くの誹謗中傷を受ける事態となり、事務所が 2025 年 4 月、誹謗中傷に関する声明を出す事態へと発展したこともあった。

IV. デビューまでの道のりと試練

デビューへの試練はレッスンだけではない。特に地下アイドルなど小規模なグループに所属する場合、極めて多くの難題を乗り越えなければならない。例えば、「契約」と「周囲の理解」である。

小規模な活動であっても、給与や肖像権等に関して契約を結ぶ必要がある。ずさんな事務所の場合、契約等を交わさないまま口約束で活動が行われたり、契約を結んでも事務所に有利な内容で契約を結んでしまったりする場合もある。契約を結んでいないと、給与の未払い等でトラブルに発展することもあり、契約期間が曖昧であると、脱退時に違約金の支払いを求められるケースもある。

例えば、2024 年に違約金をきっかけに事務所と男性アイドルが争った裁判がある。男性は 2019 年 1 月に大阪市の事務所と「専属マネジメント契約」を締結した。契約書には「事務所の承諾なしに脱退できない」という規定があり、「違反 1 回で 200 万円」との違約金条項があった。2020 年 8 月に男性が契約解除を求めると、事務所側から違約金を求める訴訟を起こした。この裁判では事務所側が敗訴したが、このようなトラブルで悩むアイドルは少なくない。

では、地下アイドルの契約書にはどのような条文が書かれているのか。ある地下アイドルの契約書を見ると、「プロモーションのための活動（インスタ・ライブ等）については、原則として出演料は発生しないものとする」「特典会などのチェキバックを税抜価格の 30%をライブ出演料として支払うものとする」と記載されている。労働契約上の正当な対価が支払われていないのである。

さらにアイドル志望者を悩ますのが、「周囲の理解」だ。アイドルは偏見を持たれやすい職業であり、理解を得るのは困難である。一般的に、年齢が若いうちにしか活動ができないと言われていることや、アイドルを辞めた後の職業選択が限られていることが原因だろう。このため、家族や学校、友人などからの反対を理由に夢をあきらめてしまう人もいる。樺坂 46 の元メンバー、長濱ねるは最終審査前に親からアイドルとして活動を開始することを反対され、結果的に最終審査を受けることができなかった。

実際にアイドル活動を行うにあたっては、日々のレッスンやリハーサル、本番のステージなどにより長時間の拘束が求められることが多く、これがアイドル志望者にとって 1 つの大きなハードルとなっている。また、人気の動向に左右されやすく、活動の継続や評価が不安定になりがちな職業である点も見逃せない。さらに、顔や名前を広く公表することによって、将来の進学や就職、人間関係に影響を及ぼす可能性もあり、こうした側面を踏まえると、アイドルになるためのハードルは決して低いものではない。

このため、アイドル活動を始める際には、本人だけでなく保護者を含めて、これらの条件や

リスクを十分に理解し、乗り越えられるかどうかを慎重に検討する必要がある。特に未成年の場合、保護者の同意なしに活動を開始することは現実的に難しく、事前に十分な説明を行ったうえで理解と了承を得ることが不可欠である。活動と学業や将来設計との両立についても、あらかじめ具体的に考えておくことが重要である。

アイドルのデビューまでの道のりは、華やかな成功物語として語られることが多い。ところが、以上に見てきたように背後には、契約という制度的試練と、周囲からの理解を得られないという社会的試練が存在する。これらは、個人の努力や才能だけでは克服できない構造的問題である。

したがって、アイドルの成功や失敗を個人の資質に帰するのではなく、制度の透明性や社会的承認のあり方を含めて捉える視点が必要となる。つまり、アイドルになるという選択は、個人の夢であると同時に、社会や制度との関係性の中で成立する営みなのである。

V. メディア展開：テレビ、ラジオ、雑誌

アイドルの活動を考える上で、テレビや雑誌などのメディア出演は極めて重要な仕事となる。ライブ活動や SNS による情報発信が広がった現代においても、マスメディアへの出演は依然として大きな影響力を持ち、アイドルの知名度や人気を大きく左右する重要な要素となっている。

テレビ番組、雑誌、ラジオ、インターネットメディアなどへの出演は単なる宣伝活動ではない。アイドルという存在を社会に広く浸透させるための戦略的な活動として位置づけることができる。むしろ、メディアへの露出を通してアイドルは「歌手」や「ダンサー」であるだけでなく、「タレント」「俳優」「モデル」といった多面的な役割を獲得し、その活動領域を拡張する。

まずテレビ出演は、アイドルの知名度を拡大する最も強力な手段の 1 つとなっている。特に日本のアイドル文化においては、テレビ番組での活躍が人気になるために大きな影響を与えてきた。音楽番組では新曲のパフォーマンスを披露し、歌やダンスといったアイドルの基本的な魅力を視聴者に伝えることができる。音楽番組がヒット曲の普及にも大きな役割を果たしてきた。

1970 年代から 1980 年代にかけて活躍したアイドルは、テレビの歌番組を中心に人気を拡大した。例えば、1970 年代の代表的なアイドルである山口百恵は、数多くの歌番組に出演し、その歌唱力と存在感によって国民的な人気を獲得した。1980 年代には松田聖子や中森明菜などがテレビの音楽番組を通して広く知られるようになり、日本のアイドル文化を象徴する存在となっている。

テレビにおけるアイドルの役割は、音楽番組にとどまらない。バラエティ番組への出演は、アイドルの個性や人柄を視聴者に伝える重要な場となっており、トーク力やリアクション、個性的なキャラクターが求められている。ここでは「歌手」としてだけでなく、「タレント」としての能力が試される場となり、視聴者にとっては、アイドルの人柄や素顔を知る機会となるため、親近感を生み出す重要な役割を果たしている。

例えば、男性アイドルの中では、1990 年代から 2000 年代にかけて人気を集めた SMAP が、

自らの冠番組である『SMAP×SMAP』（フジテレビ系列）を通して、歌やダンスだけでなくコントやトークなど多彩な才能を発揮し、国民的な人気を博した。

2000年代後半以降、日本のアイドル文化を大きく変えた存在として挙げられる AKB48 は、劇場公演を中心とした活動でファンとの距離の近さを特徴としていたが、テレビ番組への出演によって一気に知名度を高めた。特に、『AKBINGO!』（日本テレビ系列）などのバラエティ番組では、メンバー同士のやり取りやゲーム企画を通して個々のキャラクターが紹介され、多くの視聴者がメンバーの個性を認識するきっかけとなった。これは「会いに行けるアイドル」というコンセプトを全国に広める上で大きな役割を果たしてきた。

テレビドラマへの出演も、アイドルの活動において重要な意味を持っている。ドラマに出演することで、アイドルは俳優としての側面を獲得し、活動の幅を広げることができる。例えば、男性アイドルの中では群を抜く存在感を放った SMAP の木村拓哉は、多くのテレビドラマで主演を務め、日本を代表する俳優の1人としての地位を確立した。

木村が出演した『ロングバケーション』『HERO』（いずれもフジテレビ系列）などの作品は社会現象ともいえる人気を集め、アイドルが俳優としても活躍できることを広く示した例となった。女性アイドルの中でも、乃木坂 46 や櫻坂 46 などのグループで、メンバーがドラマや映画に出演することで個人としての知名度を高め、グループ全体の人気向上に寄与した例もある。

一方、雑誌への掲載もアイドルの活動において重要な役割を担っている。雑誌はテレビとは異なり、視覚的なイメージを強く打ち出すことができるメディアである。グラビア写真やファッションページでは、アイドルのビジュアルや雰囲気美しく表現することができるため、イメージ戦略の中心的な媒体として長く活用されてきた。

特に女性アイドルの場合、ファッション雑誌との結びつきが強くなる。例えば乃木坂 46 の白石麻衣は、ファッション雑誌『Ray』（主婦の友社）の専属モデルとして活動し、アイドルファンだけでなくファッションに関心を持つ若い女性層からも支持を集めた。

雑誌のインタビュー記事は、アイドルの内面を伝える場としても機能している。テレビ番組では限られた時間の中で発言する必要があるが、雑誌のインタビューでは活動への思いや将来の目標、日常生活などについて比較的深く語ることができる。こうした記事は、ファンにとってアイドルの人間性を理解する重要な資料となる。

さらに雑誌は「記録メディア」としての側面も持っていることも特徴だ。テレビ番組は放送が終われば基本的にはその場限りのものとなるが、雑誌は紙媒体として手元に残り、ファンにとってはコレクションの対象にもなる。特定の号を保存したり切り抜きを集めたりする行為は、ファン文化の一部として長く続いてきた。

以上のような複数のメディアを組み合わせることで、アイドルの魅力は多角的に発信され、社会の中での存在感を高めていく。アイドルの成功は、歌やダンスといったパフォーマンス能力だけによって決まるものではない。どのメディアでどのような魅力を見せるのかという戦略こそが、アイドルの人気形成において重要な要素となっている。

VI. SNS 戦略の重要性

近年のアイドルの活動では、インターネットメディアや SNS が極めて隆盛だ。かつて、アイドルの知名度を広げる主要な媒体はテレビや雑誌などのマスメディアだった。しかしネットの普及、とりわけ SNS の発展によって、アイドルは自ら情報を発信し、ファンと直接つながることが可能になったのである。

こうした変化は、アイドルの活動スタイルやファンとの関係性に大きな影響を与えている。SNS は単なる宣伝手段ではなく、アイドルとファンを結びつけるコミュニケーションの場であり、人気を獲得する重要な戦略として位置づけられるようになった。

SNS の最大の特徴は、アイドル自身が主体となって情報を発信できる点にある。テレビや雑誌などの従来のメディアでは、アイドルが登場する機会や発言内容は制作側によって大きく制限されていた。しかし SNS では、日常生活の様子や活動の裏側、個人的な考えなどを比較的自由に発信することが可能である。その結果、ファンはアイドルのより身近な姿を感じることができ、心理的な距離が縮まると考えられている。

つまり、SNS はアイドルの「日常性」を可視化するメディアでもある。テレビ番組では完成されたパフォーマンスや企画の中での姿が中心となるが、SNS ではオフショットや舞台裏の様子など、より自然体の姿が公開されることが多い。

YouTube などの動画配信プラットフォームも、現代のアイドル活動において重要な位置を占めている。動画コンテンツはテレビ番組に近いエンターテインメント性を持ちながらも、より自由な企画や表現が可能となる。こうした動画はファンにとって特別なコンテンツとなり、アイドルの魅力をより深く理解するきっかけとなる。

さらに、SNS はファンコミュニティの形成に大きな役割を果たしてきた。ファンは SNS 上でアイドルの情報を共有したり、感想を語り合ったりすることで、互いに交流を深めている。こうしたオンライン上のコミュニティは、アイドル文化を拡大させる重要な要素となっている。

SNS はアイドルの自己プロデュースの場としても機能している。投稿内容や写真の雰囲気、発信する言葉の選び方によって、アイドルは自らのイメージを自ら作り上げる。例えば、ファッションや美容に関する投稿を積極的に行うことで、アイドルは「あこがれの存在」としての魅力を強調することができる。このような発信は、これまでの雑誌モデルと同様に、若い女性ファンからの支持を集める要因ともなる。

このように、ネットメディアや SNS は現代のアイドルの活動において不可欠な存在となった。テレビや雑誌といったこれまでのマスメディアが広い層への認知拡大を担う一方で、SNS はファンとの密接な関係を築くためのメディアとして機能している。アイドルが日常的に情報を発信し、ファンがそれに反応するという双方向的なコミュニケーションは、これまでのメディアでは実現しにくかったもので、SNS の利点はここにある。

結果、現代のアイドルにとって、人気の形成は単に楽曲のヒットやテレビ出演だけによって決まるものではなくなった。SNS や動画プラットフォームを通じてどのような情報を発信し、どのようにファンとの関係を築くかという戦略が重要となってきている。

VII. 「恋愛禁止」からみる清纯イメージ

推していたアイドルに恋人がいることが発覚した場合、ファンはどう対応するか。推しの幸せを喜ぶ人もいれば、ショックで寝込む人もいるかもしれない。後者の人たちは、そもそもアイドルはファン全員の「恋人」であるべきで、特定の恋人をつくってはならない「恋愛禁止」とすべきだと主張するだろう。

芸能ニュースでこうしたスキャンダルを目にするたびに、賛否両論が飛び交う。この論争は、アイドルの仕事は何か、アイドルの目的とは何か、というアイドル論の本質に直接結びつくため、避けて通ることはできない。

なぜアイドルの本質と「恋愛禁止」が結びつくのか。理由の1つには、「疑似恋愛」としてのビジネスの側面がある。アイドルは、ファンとの関係性によって成り立っており、例えば AKB48 は「会いに行けるアイドル」をコンセプトにし、ファンがアイドルをより身近に感じられる仕組みをつくり上げて成功を収めた。東京・秋葉原に常設の劇場をつくり、握手会や選抜総選挙などの参加型のイベントを仕掛け、アイドルがファン一人ひとりと接触することにより、「特別感」を与えてきた。一方で、こうした特別な関係性は恋愛スキャンダルが発覚することで、ファンが「裏切られた」と感じやすい構造になるという弊害を生み出している。

アイドルの本質と「恋愛禁止」が結びつくもう1つの理由は、アイドルの定義付けとして指摘される「未完成の一生懸命さ」と関わる。アイドルは、未完成な少女が努力を重ねて夢をつかむというストーリーが背景にある。そのプロセスの中に恋愛の要素が介入してしまうと、「一生懸命さ」が疑問視され、夢をつかむための努力が虚構とみなされかねない。

実際に「恋愛禁止」をめぐる、アイドルと運営事務所側が争った裁判例がある。2016年1月18日の東京地裁判決を取り上げる。事実経過は以下の通りである。

当時19歳の女性は2012年4月、原告の会社との間で、専属マネジメント契約を締結し、アイドルグループに所属した。契約には「ファンと性的な関係を持った場合、それにより会社が損害を受けた場合」に会社が女性に対し損害賠償をできる旨の条項を含んでいた。ところが女性は遅くとも2013年12月ごろから、男性ファンと交際を開始し、性的関係を持つに至った。女性は2014年7月11日、会社に対して「安定しない収入でこの年齢になってまで親に迷惑かけたくない」「今年中にはグループを辞めたい」などとメールを送信し、同じ趣旨の内容証明郵便も送った。

女性は同月20日に開かれたグループのライブに出席せず、会社からの連絡にも応じなかった。8月17日に開催されたライブでは、会社側が、女性がファンとの交際という重大な契約違反をしたためグループから脱退したことを観客に説明した。そして、女性に対し計約765万円の損害賠償を求めて東京地裁に提訴するに至った。

裁判では主に、①契約において「恋愛禁止条項」は有効か、②損害賠償を請求することが妥当か、の2つの論点に絞られた。東京地裁は次のように判示している。

「確かに、タレントと呼ばれる職業は、同人に対するイメージがそのまま同人の（タレント

としての) 価値に結びつく面があるといえる。その中でも殊にアイドルと呼ばれるタレントにおいては、それを支えるファンの側に当該アイドルに対する清廉さを求める傾向が強く、アイドルが異性と性的な関係を持ったことが発覚した場合に、アイドルには異性と性的な関係を持つてほしくないとするファンが離れ得ることは、世上知られていることである」

ここで裁判所は、アイドルのイメージを「清廉さ」と断言し、このためアイドルを性的な関係から遠ざけることは普通の考えだと認めた。さらにこう続く。

「それゆえ、アイドルをマネジメントする側が、その価値を維持するために、当該アイドルと異性と性的な関係ないしその事実の発覚を避けたいと考えるのは当然といえる。そのため、マネジメント契約等において異性と性的な関係を持つことを制限する規定を設けることも、マネジメントする側の立場に立てば、一定の合理性があるものと理解できないわけではない」

裁判所はこのように、事務所側がアイドルの商品価値を維持するために恋愛禁止規定を設けること自体には、一定の合理性を認めた。しかしその一方で、実際の損害賠償の適用については、以下のように述べて慎重な姿勢を示している。

「しかしながら、他人に対する感情は人としての本質の1つであり、恋愛感情もその重要な1つであるから、かかる感情の具体的現れとしての異性と性交際、さらには当該異性と性的な関係を持つことは、自分の人生を自分らしくより豊かに生きるために大切な自己決定権そのものであるといえ、異性と合意に基づく交際（性的な関係を持つことも含む）を妨げられることのない自由は、幸福を追求する自由の一内容をなすものと解される」

裁判所は結局、たとえ契約条項に反したとしても、憲法で認める「幸福追求権」を著しく制約するものであり、「損害賠償」という制裁を科すことは「行き過ぎ」であると認めた。加えて、異性と性的な関係を持ったか否かは、通常他人に知られたくない「私生活上の秘密」に当たるとみなした。このため、損害賠償請求という手段を用いて、秘密を公にすることについて裁判所は認めなかったのである。判決は、会社側の損害賠償請求を退け、女性側が勝訴するに至った。

VIII. 未成年の扱いと性的搾取

アイドルが活動していく中で、社会的課題となっているのが、未成年者をどう扱っていくかである。アイドルが清純や清楚といった幼少期特有の「未成熟な」性格を求める傾向にあり、成長の過程を見せることが本質にあることから、未成年がアイドルになる例が多いことが理由だ。

第1に、労働から生じる健康の問題がある。未成年アイドルの活動は見かけ上、芸能活動やそれに向けた育成として位置づけられる。しかし実態としては、レッスン、リハーサル、撮影、イベント出演、メディア対応など、継続的かつ拘束性の高い労働に近い性質を持つ。特に問題となるのは、こうした活動が未成年者の心身の発達段階を十分に考慮せずに行われる点だ。

未成年アイドルは、学業と並行して長時間の活動を求められることが多く、慢性的な睡眠不足や疲労を抱えやすくなる。成長期における睡眠や休息の不足は、身体的発達だけでなく、集

中力や感情の調整能力の低下を引き起こす可能性がある。また、学業がおろそかになることで、教育を受ける権利が事実上侵害されるケースも少なくない。

さらに、身体的・精神的健康への影響も深刻である。アイドル産業では、外見の管理が重要視されるため、体型維持を求められることがある。AKB48のあるメンバーは自身のSNS上で、「34.4 kg」と表示された体重計の写真を投稿し、批判の声や心配の声が相次いだ例がある。このメンバーは、食事することに強い不安を持つ摂食障害や、その一種として、大量に食べ物を食べた後、自ら吐いてしまう過食嘔吐も公表しており、異常なダイエットをするアイドルも少なくない。常に外部から評価され、比較される環境に置かれることで、強いストレスや不安、抑鬱状態を経験する可能性も高まる。

このような問題が生じる背景には、芸能活動が一般的な労働法制の枠外に置かれやすいという構造がある。未成年アイドルは「夢を追う存在」や「自己選択による活動主体」として語られがちであり、その結果、労働者としての保護や健康管理の責任が曖昧にされてきた。これは、未成年者を「守るべき子ども」と「商品価値を生む存在」として同時に扱うという矛盾を抱えていることが要因である。

未成年アイドルをめぐるもう1つの重大な課題は、性的搾取である。ここで言う性的搾取とは、必ずしも違法行為や直接的な性暴力に限定されるものではない。未成年者の身体やイメージが、性的な視線や欲望にさらされ、それが商品として消費される構造そのものを含むことである。

アイドル文化において、未成年者の「幼さ」や「純粋さ」はしばしば魅力として強調されてきた。しかし、それが過度に強調されると、結果として性的な意味づけを伴う消費へと転化する危険性がある。例えば、年齢にそぐわない衣装や振る舞い、恋愛感情を想起させる演出は、本人の同意能力が十分に成熟していない段階で行われる場合、倫理的に大きな問題をはらむ。

また、未成年アイドルは、事務所やプロデューサーといった大人との間に強い権力的格差を抱えている。このため、大人からの不適切な要求や扱いに対して拒否の意思を示すことが困難であり、「将来のため」「チャンス逃さないため」といった理由で沈黙を強いられることもある。この権力の非対称性こそが、性的利用を可能にする土壌となっている。

さらに現代では、SNSや動画配信サービスの普及により、未成年アイドルの画像や映像が容易に拡散され、意図しない形で性的消費の対象となるリスクが高まっている。一度ネット空間に流出した表現は、本人がコントロールすることが難しく、将来的なプライバシー侵害や二次被害につながる可能性もある。

社会全体において、未成年者が自ら決定することを過度に強調することで問題となる場合もある。確かに、本人の「やりたい」という気持ちは尊重されるべきだが、それは大人が保護する責任を放棄してよい理由にはならない。未成年者の選択は、周囲の期待や権力関係の影響を強く受けるため、形式的な同意だけでは人権侵害を正当化することはできない。

未成年アイドルの取り扱いをめぐる問題は、労働、健康、性的利用という複数の側面が重なり合う、極めて複雑な社会課題である。それは単に芸能業界内部の問題ではなく、子どもをど

のような存在として扱うのか、どこまでを「商品」として許容するのかという、社会全体の倫理観を映し出す鏡でもある。

IX. 年齢の偏見と卒業後のキャリア

アイドル活動の期間は短い。20代でアイドルグループを脱退する人も多く、30歳を超えると年齢への差別が浮き彫りになる。なぜなら、アイドル文化において「若さ」は中心的な価値として位置づけられてきたからだ。若いことは「かわいらしさ」「未熟さ」と結びつけられ、強力な商品価値を生み出す。一方で、この価値は年齢に対する偏見（エイジズム）を生み出し、アイドルの活動期間やキャリア形成に重大な影響を及ぼしている。

近年は、アイドルデビューの低年齢化が進んでおり、10代が理想とされている。アイドルビジネスが「成長過程」を物語として消費する構造と深く関係しており、ファンは、アイドルの成長を見守ることで擬似的な親密性を得るため、若い時期から長く続く消費が促されている。

この構造は一方で、年齢を重ねたアイドルに対して「劣化」「旬を過ぎた」といった否定的評価を生み出す。特に女性アイドルに対する年齢に対する見方は厳しく、20代後半以降の活動継続は、例外的なものとして扱われる場合が多く見られる。これは男性アイドルとは異なる年齢差別の典型例であり、女性の価値を若さに還元する社会的構造を反映したものといえる。

年齢に対する偏見は、事務所やメディアだけでなく、ファン文化によっても再生産されている。ファンはしばしば「新鮮さ」「若さ」を称賛し、「年を取ったアイドル」への支持を減少させる傾向がある。こうした消費行動が市場へのシグナルとなり、業界側は若年層中心の人材供給を継続していく。例えば、AKB48の人気メンバーであった柏木由紀は32歳でアイドルを卒業したが、30歳を超えた頃から、メンバーやファンから年齢をからかわれることが多くなっていた。

アイドル活動に期限を設けることでビジネス化されたのが、「卒業」である。日本のアイドル文化に特徴的な慣行ともいえる。これは、一定の年齢やキャリア段階に達したメンバーがグループを離脱する仕組みであり、しばしば「次のステージへの前向きな旅立ち」として物語化される。

しかし、卒業制度は単なる個人の進路選択ではなく、若年性を維持するための更新装置として機能してきた。新規メンバーの加入と既存メンバーの卒業を循環させることで、グループは常に「若さ」を保持し、市場価値を維持している。この点で、卒業制度は年齢による差別的構造を制度化したものと解釈できる。例えば、乃木坂46は2011年に結成されており、本稿執筆時点で15年の歴史がありながら、メンバーを交代させることによって新鮮さを保ち、人気を獲得してきた。

しかも女性アイドルの場合、結婚・出産といった人生におけるイベントがキャリア継続に大きな影響を与える。男性アイドルが長期活動を認められやすいのに対し、女性はこうしたライフイベントが市場価値を下落させる傾向がある。これは文化産業における男女不平等の顕著な事象であろう。例えば、男性アイドルのDOMOTO（旧 KinKi Kids）の堂本剛と堂本光一は40

歳を超えるものの今も歌って踊るアイドル活動を続けているだけでなく、剛は結婚をしてもその人気を維持してきた。

さらにアイドルを卒業した後のキャリア形成は、多くの元アイドルにとって大きな課題となっている。アイドル活動は高度に専門化された技能、例えば、パフォーマンス、ファンコミュニケーション、メディア露出などが要求されるが、これらは一般の労働市場で直接的に評価されにくい。

このため、俳優、タレントなど限られた職種に進むか、飲食業など全く異なる分野に転職する際に問題となる。若い時期に芸能活動に専念した結果、学歴や職業訓練が不足し、一般的なキャリアパスへの移行が困難になるからだ。この点で、アイドルのキャリアは早期に専門化することで、代わりになる職業がないというリスクを伴う労働形態と位置づけられる。

X. おわりに

本稿は、アイドルが「生まれる」方法をスカウトやオーディションから探り、アイドルの卵（志望者）をどう孵化させて社会へ羽ばたかせるか、レッスンを含む育成方法を見てきた。アイドルという存在は単なる職業ではなく、ファンとの関係性の中で成り立つ社会的役割がある。このため、恋愛禁止に象徴されるような制約が、個人の自由を制限する側面を持ちながらも、同時に「理想化された存在」としての価値を維持する機能を担うことを明らかにした。

一方で、アイドルの「終わり」は単なる引退や卒業ではなく、キャリアの再編成という新たな局面の始まりでもある。ところが、その移行は必ずしも円滑ではなく、アイドルとしてのイメージや経験が次のキャリアにおいて制約として働く場合も少なくない。

以上を踏まえると、アイドルとは生まれながらにして完成された存在ではなく、レッスンやルール、ファンとの関係性といった複数の要因によって生成されるプロセスそのものである。その終わりもまた、単なる消滅ではなく、新たな意味づけの中で再び位置づけられていく過程でもある。

したがって、「アイドルはいかに生まれ、いかに終わるのか」という本稿の問いに対する結論を導くにあたり、アイドルをあらかじめ固定化された対象として捉えることの限界が明らかとなった。むしろアイドルとは、特定の個人やグループに内在する本質的な属性として存在するのではなく、社会的文脈や文化的実践の中で生成され、変容し、さらには再編され続ける動的な存在として理解されるべきである。このような視点に立つことで、アイドルは単なるエンターテインメントの担い手ではなく、人々の欲望や価値観、コミュニケーションの在り方を映し出す社会的装置として位置づけられる。

さらに、この視点はアイドルという存在にとどまらず、現代社会における自己表現や他者との関係性を考察する上でも重要な示唆を与える。すなわち、私たちのアイデンティティや他者とのつながりもまた、固定的なものではなく、社会的相互作用やメディア環境の中で絶えず更新され続ける流動的なプロセスとして捉え直す必要がある。その意味で、アイドルの生成と終焉をめぐる問題は、現代社会に生きる私たち自身の在り方を問い直す契機ともなり得るだろう。



写真 1. 筆者らの大学で新たに誕生したアイドルグループ (筆者提供、二次利用許諾済)

文献

1. 天野健作・田村菜月. (2025). 「アイドル学のススメ : 『FRUITS ZIPPER』、『=LOVE』に見る現代社会の“鏡”」『地球・宇宙・未来』2 巻 1 号、61-72
2. 太田省一・塚田修一・辻泉. (2025). 『アイドル・オーディション研究 オーディションを知られば日本社会がわかる』青弓社
3. 香月孝史他. (2022). 『アイドルについて葛藤しながら考えてみた ジェンダー/パーソナリティ/<推し>』青弓社
4. 竹中夏海. (2021). 『アイドル保健体育』シーデージャーナル
5. 塚田修一・松田総平. (2016). 『アイドル論の教科書』青弓社
6. 田島悠来. (2022). 『アイドル・スタディーズ 研究のための視点、問い、方法』明石書店
7. 深田晃司. (2025). 『恋愛裁判』文藝春秋
8. 森貴史. (2020). 『＜現場＞のアイドル文化論』関西大学出版部

