

＜研究紹介＞

アイドル文化研究に携わって社会を見つめること Examining Society Through Research on Idol Culture

田島悠来*

Yuki Tajima

I. はじめに

日本の社会において「アイドル」はどのように生まれ変容してきたのか。私の研究の出発点となる問いはここにある。「アイドル」について人文社会科学の領域から学術的な関心が向けられるようになったのは、1980年代の終わり頃である¹⁻³⁾。1980年代に続々と登場し若者たちから支持されたアイドル歌手の人气が落ち着き「アイドル冬の時代」が到来したという言説が広まり、またメディアとしてもレコードからCDへと移行していく変わり目の時期にあたる。よりマクロには本格的な消費社会に突入するなかで、「アイドル」のメディアイメージや「アイドル」の楽曲がいかに消費されるようになっているのかが論じられていった。過渡的な社会状況のなかで一つの現象としての「アイドル」が問い直されたと言える。こうした先行議論を踏まえながら、より通時的なものの見方を意識し、メディア史的な観点から、人びとの生活やそこでのコミュニケーションの様態をつくりだした映し出す/し続ける文化として、「アイドル」やそのファンのあり方を見つめていこう、そこから社会やその移り変わりが浮かび上がるのではないか。これがこれまでの研究において一貫して有してきた視座である。以下では、第一に、「アイドル」やファンの文化の形成に深く関わったメディアとしてアイドル雑誌についての研究を、第二に、「アイドル」のパフォーマンスが社会においてどのような機能を持っているのかを探究した「ご当地アイドル」についての研究を、第三に、現在進行形の「推し」文化についての研究を紹介する。

II. 「アイドル」の萌芽期としての1970年代

現在に続く「アイドル」的な存在が生まれはじめたのは1970年代であると目されることが多い。そこには社会の変化やメディアの発展など複合的な要因が絡んでいる。この時期は、高度経済成長期を経て日本社会にある程度の豊かさが所与のものとなり、また、進学率の上昇、「大きな物語」（参照可能な価値観を設定し多くの人たちを同じような生き方へと導く社会観）の浸透と解体を背景に、文化の担い手が「働く青年」から「消費する若者」に転換する時期にあたる。一般家庭にカラーテレビが普及する1970年代初頭、そうした若年層を惹きつけたメディアコンテンツの一つとして音楽番組が挙げられるが、なかでも、1971年に放送を開始した『スター誕生!』（日本テレビ系列）は、歌手を目指す若い素人の男女を審査する/デビューを決するオーディション番組として人気を博した。同番組からは花の中三トリオやピンクレディーなど、多くの歌手が輩出された。

* 帝京大学文学部社会学科

こうした中高生程の年齢の歌手の等身大性に焦点を当てた誌面作りで躍進するのが雑誌『明星』（1952年創刊、集英社）であり、1970年代には先行する競合誌『平凡』（平凡出版、『平凡』については阪本 2008 が詳しい⁴⁾）を凌駕するほどの「アイドル誌 No.1」の位置づけとなる。『明星』に描かれた「アイドル」は、一方で、学校生活を連想させる図像や記事内容によりここに登場する歌手と同年代（学校に通う年代）の読者に親しみと共感を抱かせるような表象であり、他方で、家族や地域と結びつき親孝行や衣錦還郷のナラティブを生成することでより上の世代の描く若者像の幻影や親世代にとっての「理想的な子ども」というロール・モデルとしても受容されるものであった。つまり、社会の転換期にあって、同世代的な部分と旧世代的な部分の双方においてみる側に「近さ」を感じさせることで、「アイドル＝歌手＝親しみを覚える日常性を持った存在」というイメージをつくり上げることに雑誌メディアが寄与した。これは、映画というメディアがつくったとされる雲の上にいるような憧れの対象であり、非日常な世界観をまとった「スター」のイメージとは異なるものであった⁷⁾。

Ⅲ. 地域社会と接続するアイドル文化

以上のような萌芽期における「アイドル」のメディアイメージは、2010年代になって「アイドル戦国時代」（多くの女性アイドルグループが生まれてしのぎを削るような状態）という文脈においても連続性をもって受けとられていく。ただし、インターネットを介して情報にアクセスするためのツールとしてのソーシャルメディア、SNS、スマートフォンの普及を受けて、また、AKB48グループ（関連グループ等も含んで以下AKBG）が提示した型によって、従来とは異なる「アイドル」のあり方も広がる。それは、東京で大手の芸能プロダクションに所属しマスメディアに登場しなくても「アイドル」であることが成立するような「アイドル」への参入障壁が下がるとともに「アイドル」というジャンルが確立した状況を指す（この点については香月 2014⁵⁾）。同時に、AKBGの握手会といったイベントが象徴するように、「アイドル」とファンとがメディアを介さず直接的に、場合によっては身体的な接触も含むコミュニケーションを行う場所である「現場」という空間が重視されるようになる。ここに至って、マスメディア、ソーシャルメディア、現場という三つの空間のなかで「アイドル」がパフォーマンスし、ファンもそこに加わり、相互作用のもとにつくられるアイドル文化という様相が強まっていく⁹⁾。

こうしたコンテクストを端的に捉えているのは、「ご当地アイドル」である。「ご当地アイドル」とは、日本全国の様々な都道府県市町村を拠点に、そこに密着した活動を行うことで、当該地域をPRしたり、活気づけたりすることを主たる目的として結成されたアイドル（その多くが女性アイドルグループ）である（ローカルアイドル、ロコドル、地方アイドルなど様々な呼称がある）。AKBGを筆頭に女性アイドルグループが活況を呈する上記のような状況のなかで、2010年代には「ご当地アイドルブーム」となり、またNHK朝の連続テレビ小説『あまちゃん』（2013年）において「ご当地アイドル」の姿が可視化されたことで、メディア表象を参照軸として多くの「ご当地アイドル」が生まれ、ファンのみならず社会的な広がりをもって認知されるに至った。折りしも、2011年に発生した東日本大震災を契機として、また東京五輪を前にして意識され始めた

「地方創生」という国家政策の文脈からも、地域ブランド力の向上に果たすポピュラーカルチャーやメディアコンテンツへの期待値が高まっていた。

2014年から2016年にかけて「ご当地アイドル」の活動拠点のいくつかで実施したフィールドワーク（アイドルのメンバーや運営に携わるものへの聞き取り調査及びイベント時の参与観察）からは、拠点となる地域（「地元」）へのメンバーの愛着が増強すること、その地域について世代を超えて地域住民同士で共に考え、課題を解決していこうという地域参加が促されること、自己の主体の形成に関わる諸問題を他のメンバーや運営側とのコミュニケーションにより克服していくことという効果が顕出された。「ご当地アイドル」は、1970年代の黎明期から「アイドル」が持っていた地域性や土着性がより前景化したパフォーマンスを体現することで、地域社会との接続を意識させ、若い年代が主体となる地域振興の実現の可能性を示していた⁹⁾。

IV. 参加するファンと「推し活」

2026年現在、好きな対象のことを「推し」、応援する行為、活動全般を指して「推し活」と捉えることが定着している。新聞や雑誌の記事を中心に「推し/推し活」についてのメディア言説を分析すると、2020年前後に関連の記事が見られはじめ、コロナ禍を経て、2022年頃から報道量が増加していく様子が窺える。また、「推し」として応援する対象は日本の「アイドル」に限らず、K-POP、俳優、アーティスト、スポーツ選手、声優、漫画やアニメのキャラクター、VTuberと2次元の存在にまで広がりを見せている。

同時に、メディアプラットフォームの拡大によって供給されるコンテンツの量は増大し、「推し活」という文脈においては、実践者であるファンは単にこれらを受容・消費するだけではなく、情報の発信者、コンテンツの生成、「アイドル」の創造に自ら関わる‘参加するファン’としての側面が強調されるようになっている。特に、メディアのなかで「推し活」を行うファンとして焦点化されるのは、女性たちであり、個々の実践が持つ意味に加え、女性たちによる集団（ファンダム）における連帯を通じて、「推し活」が社会貢献へとつながるという意味付けが行われている。

これは、「オタク」というカテゴリーにおいて不可視化されるか周縁に置かれてきた女性を「推し活」においては中心的な存在として浮かび上がらせるとともに、「オタク」のメディアイメージをネガティブなものから更新していく啓発的なメディア実践であるとも言え、また、従来趣味的なもの＝私的な領域にあったファンの活動を社会的なコンテクストのもと位置づけ直し女性の実践者を主体化していくエンパワメントともなり得る⁸⁾¹⁰⁾。

V. おわりに

以上、私がこれまで携わってきたアイドル文化研究について、三つに分けて紹介した。それは、「アイドル」のイメージをつくり再生産するメディアテクストへの関心から、それらを生み出す社会についての関心へ、そして、「アイドル/推し」をそうたらしめるファンやファン同士の関係性についての関心へと移り変わっていく道筋としても捉えることができよう。

2025年にアイドル誌が相次いで休刊となり雑誌メディアは岐路を迎えている。「ご当地アイド

ル」はローカルな問題を直截に受けその継続性に課題を残しているが、ローカルな存在であるがゆえにマスのな存在のオルタナティブとしても機能する可能性を有している(「ご当地アイドル」については堀井 2015 も詳しい¹¹⁾)。「推し活」の浸透とともにファンの実践がはらむ搾取といった影の部分へも注意が払われるようになってきている。

アイドル文化という窓を通して、社会の何が見えるのか。今後も探究していきたい。

文献

1. 稲増龍夫 (1989) 『アイドル工学』 筑摩書房
2. 小川博司 (1988) 『音楽する社会』 勁草書房
3. 小倉千加子 (1989) 『松田聖子論』 飛鳥新社
4. 阪本博志 (2008) 『『平凡』の時代—1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』 昭和堂
5. 香月孝史 (2014) 『「アイドル」の読み方—混乱する「語り」を問う』 青弓社
6. 田島悠来 (2016) 「アイドル」文化を活用した地域振興に関する一考察—「ご当地アイドル」のパフォーマンスを事例に—『評論・社会科学』 119、pp.19-40
7. 田島悠来 (2017) 『「アイドル」のメディア史—『明星』とヤングの70年代』 森話社
8. 田島悠来 (2022) 「メディアが描く「推し活」—メディア報道と表象の分析から—」『帝京社会学』 35、pp.87-115
9. 田島悠来 (2023) 「アイドル研究と観光研究の接続へ向けた探究—空間の「移動」に着目して」 11(2)pp.115-130
10. 田島悠来 (2024) 「「推し活」が変える? 「女性オタク」のメディアイメージ」『中央公論』 138 (2)、pp.142-149
11. 堀井聡子 (2025) 『ゼロからのアイドル学—聖地 (ナゴヤ) で見る推し文化の現在地』 中日新聞社