

ファン心理と主観的幸福感に関する検討 ー ジャニーズと坂道シリーズのファンを対象に ー

松本 彩花

1 緒言

1970年代初頭の山口百恵やピンクレディーなどの登場から、長期に渡りアイドルは日本の音楽業界において活躍を遂げてきた。過去5年のオリコントータルランキング（表1）では、特に毎年浮上しているのが嵐や King&Prince、乃木坂46などのジャニーズや坂道シリーズのアイドルグループである。

表1 アーティスト別セールス部門 トータルランキング（過去5年）

	1位	2位	3位	4位	5位
2020年	嵐 (145.2 億円)	BTS (107.4 億円)	米津玄師 (97.12 億円)	King&Prince (63.36 億円)	乃木坂46 (59.67 億円)
2019年	嵐 (203.32 億円)	乃木坂46 (82.14 億円)	King&Prince (58.74 億円)	TWICE (51.96 億円)	BTS (51.85 億円)
2018年	安室奈美恵 (189.99 億円)	乃木坂46 (103.29 億円)	AKB48 (77.95 億円)	嵐 (67.07 億円)	三代目 J Soul Brothers (58.27 億円)
2017年	嵐 (108.68 億円)	安室奈美恵 (94.28 億円)	SMAP (88.16 億円)	乃木坂46 (80.55 億円)	AKB48 (72.56 億円)
2016年	嵐 (121.83 億円)	三代目 J Soul Brothers (82.56 億円)	乃木坂46 (74.37 億円)	AKB48 (69.47 億円)	関ジャニ 00 (47.88 億円)

（オリコン公式サイトより自身が作成）

■…ジャニーズ ■…坂道シリーズ □…その他のアイドル

昭和から現代まで広く活躍するアイドルであるが、そんなアイドルに夢中になり、CD等の作品を購入・視聴し、コンサートや握手会に参加する人々がファンである。ファンである人々に共通して存在する心理がファン心理であるとされ、ファン心理が働く背景はさまざまである。2016年には日本のトップアイドルであった SMAP が解散を発表した。ファンは2004年に発売された SMAP の代表曲『世界に一つだけの花』を買い占め、2016年・年間オリコン CD シングルランキングで12位にランクインし、計300万枚の売り上げを更新した⁽¹⁾。2019年には、櫻坂46のメンバーに関わるネガティブな記事をきっかけにあるファンが Twitter でハッシュタグ「#いつもありがとう櫻坂46」で櫻坂46に感謝の想いをツイートした。そのハッシュタグはわずか3時間でトレンド1位を獲得し、総ツイート数は12万越えであった。これに櫻坂46公式 Twitter は「#いつも本当にありがとうございます」と反応した⁽²⁾。このようなファンによる行動は、アイドルを支えたいというファン心理が働いて起きた事実である。では、ファン心理の構造はどのようなものになっているのだろうか。

今井らはファン心理の構造を検討し、ファン対象に対する熱狂的な好意や応援の感情を表す「熱狂因子」、ファン対象をライフスタイルの手本としていることを表す「目標因子」、ファン

対象に親近感を持つことを表す「共感因子」の3つの因子からなることを明らかにした。ファン対象に対する共感と目標、尊敬の気持ちが熱狂的なファン心理を生み出し、熱狂的なファンほど自身の幸福やQOLに大きく影響することが示唆されている⁽³⁾。また、中林らは、ファン対象を持っている方が持たない場合よりも主観的幸福感の構成要素である人生に対する前向きな気持ちが高いことを明らかにした。生きていてよかったと思うことや、生きる希望となる存在がファン対象であるということが考えられ、そのような対象がいない場合には生きる張り合いも生まれなため、主観的幸福感が低くなってしまうと考えられた⁽⁴⁾。嵐は2018年11月から2019年12月まで1年以上に渡り、20周年のツアー「ARASHI Anniversary Tour 5×20」を開催した。このツアーは1ツアーとして日本史上最大の237万5千人の動員を記録した。メンバーであり嵐のコンサート演出をする松本潤は冒頭の挨拶で「今から俺らが5万2千人幸せにしてやるよ!」という言葉でファンを煽り、会場のボルテージを最大限にあげた。これは松本の定番の挨拶である。

“嵐の夏は終わんねえぞ。準備はいいか？今から俺ら5人で7万人幸せにしてやるよ。”
(ARAFES NATIONAL STADIUM／嵐公式 YouTube より)

人気アイドルのコンサートには必ずしもファン全員が行けるわけではなく、当選倍率も高いレアチケットなのである。コンサート参加者には不安・抗うつ因子などの精神的健康度の変化がみられ、特に参加直後は精神的健康度が改善されるという研究結果⁽⁵⁾もあるように、レアなコンサートに当選・参加したファンは生きていてよかったと感じ幸せに感じているのではないかと考えられる。また、アイデンティティの形成が十分にされているファンほど、ファンとしての活動の充実感が高く精神的健康や主観的幸福感を維持しているという研究結果⁽⁶⁾もあるように、ファン対象を持つ人は主観的幸福感が高い傾向にあると考えられる。

上記はファン心理がポジティブに作用した場合であり、ファン対象の行動がファン対象の自殺によって起こる後追い自殺のような病理的でネガティブな効果を持つことも示唆されているのも現状である⁽⁷⁾。ファン対象の中でも、アイドルは引退、卒業、活動休止が多く、移ろいゆく儚い存在とされている。昨今も、年々新しいアイドルがデビューし活躍をする一方で、嵐の活動休止やV6の解散、欅坂46の改名に伴う活動休止はアイドルファンにとって印象的な出来事であった。植田は、昨今の「SMAP ロス」「安室（奈美恵）ロス」「嵐ロス」などによる精神的な空洞現象が指摘され、行動経済学からも損は得をした場合より2倍の心理的な負担がかかることとされていることから、推しメン（応援しているアイドル）の卒業という損失が回避されなかった場合のファンにかかる心理的負担は極めて大きいと指摘する⁽⁸⁾。

先行研究において、ファン心理が主観的幸福感や精神的健康に影響を与えるということが示されてきたが、アイドルファンの心理に焦点をおいた研究は行われていない。アイドルを応援するには良くも悪くも様々な背景がつきものであるが、表1でも示したように現在の日本の音楽業界においてアイドルは欠かせない存在となっており、それだけアイドルを応援するファン

が多いということも示されている。“人を幸せにしたい”という想いを持つアイドルもいる中で、どのようにファン心理が働き、アイドルファンは幸せになっているのだろうか。本研究では、ジャニーズと坂道シリーズのファンを対象にアンケート調査を実施し、それぞれのファン心理の構造や属性別に見た主観的幸福感に及ぼす影響について検討することを目的とした。

2 方法

①調査対象者及び調査方法

ジャニーズと坂道シリーズのファン 492 名を対象に Google フォームを用いて匿名で調査を行った（所要時間は約 10 分）。そのうちの有効回答は、女性 414 名（14 歳～ 51 歳）、男性 68 名（13 歳～ 38 歳）、計 483 名であった。

②調査期間

2021 年 11 月 8 日から 2021 年 11 月 12 日の計 5 日間であった。

③調査内容（資料参照）

(1) 回答者の属性

年齢、職業、性別、応援しているアイドルグループ（ジャニーズ／坂道アイドル／両方）

(2) ジャニーズを対象にした質問 *

- ・対象アイドルが所属するグループ
- ・ファン心理尺度 33 項目 5 件法

(3) 坂道シリーズを対象にした質問 *

- ・対象アイドルが所属するグループ
- ・ファン心理尺度 33 項目 5 件法

(4) 主観的幸福感に関する質問

アイドルファンではなかった過去と比べて現在の生活はどのくらい幸せか。（1 項目 5 件法）

*最も好きなアイドルを“そのアイドル”とし、小城のファン心理尺度改訂版、今井らのファン心理尺度を参考に独自に作成したファン心理尺度 33 項目を 5 件法で尋ねた。ジャニーズのみを応援している人はジャニーズアイドルを対象にした質問に、坂道シリーズのみを応援している人は坂道シリーズを対象にした質問に回答してもらった。

④統計処理について

統計処理には IBM SPSS Statistics 22.0 を用いてファン心理尺度について因子分析及び信頼性分析、アイドルファンの主観的幸福感の独立性の検討についてカイ二乗検定を行った。また、ファン心理尺度と主観的幸福感の関係を見るために、2 変量の相関分析を行った。

3 結果

①アイドルファンのファン心理尺度の構造

(1) ジャニーズファンの心理尺度

好きなジャニーズアイドルについて尋ねた 33 項目について因子分析（主因子法、プロマツ

クス回転)を行い、9因子が抽出された。さらに、共通性が0.40以下、因子負荷量が0.40以下であった9項目を削除して再度分析を行い、6因子24項目を抽出した。第1因子は「そのアイドルの作品に感動した」、「そのアイドルの作品はレベルが高いと思う」など9項目から構成され『作品の評価』と命名した。第2因子は「そのアイドルのようにになりたい」など3項目から構成され『ロールモデル』と命名した。第3因子は「自分は、他の人から典型的な「○○ファン」だと思われる」など3項目から構成され『典型的ファン』と命名した。第4因子は「そのアイドルの体型が好きである」など4項目から構成され、『外見的魅力』と命名した。第5因子は「自分の予定を犠牲にしても、そのアイドルに関することを優先させたい」など3項目から構成され、『熱狂』と命名した。「そのアイドルには、共感できる要素が多い。」など2項目から構成され『共感』と命名した。この尺度の信頼性の検討のため、Cronbachの α 係数を算出したところ、全体の信頼性統計量は $\alpha=0.723$ であり、第1因子は $\alpha=0.662$ 、第2因子は $\alpha=0.67$ 、第3因子は $\alpha=0.697$ 、第4因子は $\alpha=0.709$ 、第5因子は $\alpha=0.654$ 、第6因子は $\alpha=0.713$ となり、いずれの因子も内的整合性が得られた(表2)。

表2 ジャニーズファン心理尺度 因子構造行列

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子
第1因子: 作品の評価 ($\alpha=0.662$)						
そのアイドルの作品に感動した。	0.784	0.211	0.126	0.236	0.311	0.151
そのアイドルの作品の世界に引き込まれる。	0.781	0.29	0.178	0.106	0.338	0.214
そのアイドルの作品はレベルが高いと思う。	0.747	0.211	0.164	0.31	0.221	0.154
そのアイドルの作品は心に残る。	0.736	0.252	0.105	0.144	0.259	0.28
そのアイドルの作品はプロの仕事だと思う。	0.719	0.254	0.214	0.254	0.245	0.106
そのアイドルの作品が好きである。	0.711	0.186	0.125	0.273	0.227	0.367
そのアイドルの作品は芸術だと思う。	0.704	0.281	0.243	0.28	0.242	0.033
そのアイドルの作品には飽きることがない。	0.686	0.292	0.139	0.253	0.343	0.14
そのアイドルの作品は私にパワーをくれる。	0.674	0.252	0.103	0.202	0.258	0.128
第2因子: ロールモデル ($\alpha=0.67$)						
そのアイドルのようにになりたい。	0.266	0.895	0.111	0.137	0.271	0.375
そのアイドルは自分の目標としたい人物である。	0.282	0.777	0.174	0.146	0.251	0.216
そのアイドルのような生き方をしたい。	0.26	0.689	0.135	0.171	0.215	0.287
第3因子: 典型的ファン ($\alpha=0.697$)						
自分は、他の人から典型的な「○○ファン」だと思われる。	0.18	0.091	0.768	0.185	0.331	0.049
「あなたは典型的なファンだね」と言われる。	0.076	0.153	0.763	0.177	0.317	0.081
自分は典型的な○○(そのアイドル)ファンだと思う。	0.242	0.212	0.763	0.236	0.392	0.058
第4因子: 外見的魅力 ($\alpha=0.709$)						
そのアイドルの体型が好きである。	0.196	0.096	0.137	0.796	0.131	0.029
そのアイドルはスタイルがいいと思う。	0.231	0.184	0.27	0.653	0.133	-0.04
そのアイドルのファッションが好きである。	0.234	0.16	0.131	0.522	0.179	0.208
そのアイドルは目鼻立ちが整っている。	0.135	0.074	0.126	0.469	0.017	0.05
第5因子: 熱狂 ($\alpha=0.654$)						
自分の予定を犠牲にしても、そのアイドルに関することを優先させたい。	0.243	0.161	0.316	0.104	0.766	0.04
そのアイドルのためなら、たいいことは我慢できる。	0.251	0.282	0.337	0.133	0.703	0.178
そのアイドルがいなくなったら、毎日が物足りなくなると思う。	0.398	0.263	0.352	0.174	0.55	0.042
第6因子: 共感 ($\alpha=0.713$)						
そのアイドルには、共感できる要素が多い。	0.23	0.416	0.106	0.158	0.181	0.654
そのアイドルには、なにか自分と共通のを感じる。	0.113	0.155	0.08	0.024	0.072	0.521
固有値	6.526	2.504	2.052	1.84	1.252	1.157

ジャニーズファン心理尺度間の相関を表3に示す。「作品の評価」「ロールモデル」「熱狂」はいずれの下位尺度とも強い相関関係が認められた。

表3 ジャニーズファン心理尺度 相関行列

	作品の評価	ロールモデル	典型的ファン	外見の魅力	熱狂	共感
作品の評価	1	0.372**	0.251**	0.358**	0.442**	0.305**
ロールモデル	0.372**	1	0.224**	0.231**	0.384**	0.470**
典型的ファン	0.251**	0.224**	1	0.307**	0.529**	0.8
外見の魅力	0.358**	0.231**	0.307**	1	0.231**	0.122
熱狂	0.442**	0.384**	0.529**	0.231**	1	0.209**
共感	0.305**	0.470**	0.8	0.122	0.209**	1

** $p < .01$

(2) 坂道シリーズファンのファン心理尺度

好きな坂道シリーズのアイドルについて尋ねた33項目について因子分析（主因子法，プロマックス回転）を行い，7因子が抽出された。さらに，共通性が0.40以下，因子負荷量が0.40以下であった7項目を削除して再度分析を行い，6因子25項目を抽出した。第1因子は「そのアイドルの作品は心に残る」，「そのアイドルの作品はレベルが高いと思う」など9項目から構成され『作品の評価』と命名した。第2因子は「そのアイドルは目鼻立ちが整っている」など5項目から構成され，『外見の魅力』と命名した。第3因子は「あなたは典型的なファンだね」と言われる。」など3項目から構成され『典型的ファン』と命名した。第4因子は「そのアイドルのようになりたい。」など3項目から構成され，『ロールモデル』と命名した。第5因子は「そのアイドルがいなくなったら，毎日が物足りなくなってしまう。」など4項目から構成され，『熱狂』と命名した。「そのアイドルには，親近感を感じる。」など3項目から構成され『共感』と命名した。この尺度の信頼性の検討のため，Cronbachの α 係数を算出したところ，全体的な信頼性統計量は $\alpha = 0.818$ であり，項目ごとに見ると，第1因子は $\alpha = 0.778$ ，第2因子は $\alpha = 0.805$ ，第3因子は $\alpha = 0.793$ ，第4因子は $\alpha = 0.795$ ，第5因子は $\alpha = 0.768$ ，第6因子は $\alpha = 0.792$ となり，いずれの因子も高い内的整合性が得られた（表4）。

表4 坂道シリーズファン心理尺度 因子構造行列

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子
第1因子: 作品の評価 ($\alpha = 0.662$)						
そのアイドルの作品は心に残る。	0.841	0.33	0.262	0.227	0.352	0.311
そのアイドルの作品の世界に引き込まれる。	0.936	0.372	0.207	0.285	0.355	0.28
そのアイドルの作品はレベルが高いと思う。	0.757	0.424	0.206	0.24	0.377	0.267
そのアイドルの作品に感動した。	0.743	0.329	0.301	0.243	0.393	0.276
そのアイドルの作品が好きである。	0.74	0.266	0.194	0.221	0.335	0.26
そのアイドルの作品は私にパワーをくれる。	0.729	0.381	0.255	0.362	0.515	0.271
そのアイドルの作品は芸術だと思う。	0.694	0.399	0.263	0.343	0.381	0.274
そのアイドルの作品はプロの仕事だと思う。	0.689	0.374	0.194	0.281	0.361	0.257
そのアイドルの作品には驚きがない。	0.661	0.344	0.272	0.31	0.493	0.259
第2因子: 外見の魅力 ($\alpha = 0.67$)						
そのアイドルは目鼻立ちが整っている。	0.319	0.738	0.128	0.267	0.276	0.099
そのアイドルの体形が好きである。	0.358	0.734	0.089	0.195	0.177	0.156
そのアイドルの顔が好きである。	0.341	0.673	0.224	0.29	0.331	0.13
そのアイドルはスタイルがいいと思う。	0.308	0.642	0.077	0.224	0.102	0.15
そのアイドルのファッションが好きである。	0.295	0.637	0.259	0.265	0.27	0.284
第3因子: 典型的ファン ($\alpha = 0.697$)						
「あなたは典型的なファンだね」と言われる。	0.241	0.191	0.791	0.257	0.353	0.333
自分は，他の人から典型的な「○○ファン」だと思われる。	0.237	0.202	0.786	0.262	0.424	0.376
自分は典型的な○○（そのアイドル）ファンだと思う。	0.269	0.108	0.679	0.101	0.468	0.348

第4因子: ロールモデル ($\alpha=0.709$) そのアイドルのようにになりたい。 そのアイドルのような生き方をしたい。 そのアイドルは自分の目標としたい人物である。	0.249 0.282 0.309	0.258 0.285 0.271	0.178 0.194 0.301	0.862 0.702 0.694	0.253 0.293 0.369	0.281 0.355 0.26
第5因子: 熱狂 ($\alpha=0.654$) そのアイドルがいなくなってしまったら、毎日が物足りなくなってしまう。 そのアイドルのいない人生は考えられない。 そのアイドルのためなら、たいていのことは我慢できる。 そのアイドルの仕事に対する姿勢が好きだ。	0.354 0.412 0.306 0.431	0.232 0.15 0.247 0.335	0.328 0.457 0.415 0.208	0.283 0.239 0.253 0.31	0.791 0.649 0.611 0.447	0.183 0.277 0.241 0.228
第6因子: 共感 ($\alpha=0.713$) そのアイドルには、親近感を感じる。 そのアイドルには、なにか自分と同じものを感じる。 そのアイドルには、共感できる要素が多い。	0.233 0.259 0.32	0.081 0.223 0.242	0.326 0.319 0.316	0.209 0.314 0.329	0.2 0.221 0.285	0.768 0.688 0.585
固有値	8.18	2.49	2.18	1.66	1.47	1.04

坂道シリーズファン心理尺度間の相関を表5に示す。いずれの下位尺度も有意な強い相関関係が認められた。

表5 坂道シリーズファン心理尺度 相関行列

	作品の評価	外見的魅力	典型的ファン	ロールモデル	熱狂	共感
作品の評価	1	0.522**	0.358**	0.402**	0.579**	0.429**
ロールモデル	0.522**	1	0.254**	0.426**	0.397**	0.285**
典型的ファン	0.358**	0.254**	1	0.326**	0.609**	0.542**
外見的魅力	0.402**	0.426**	0.326**	1	0.452**	0.442**
熱狂	0.579**	0.397**	0.609**	0.452**	1	0.397**
共感	0.429**	0.285**	0.542**	0.442**	0.397**	1

**p<.01

②アイドルファンの主観的幸福感

(1) アイドルファンを対象にした主観的幸福感の独立性

「アイドルファンではなかった過去と比べて現在の生活はどのくらい幸せですか。」という質問を、1 幸せではない、2 あまり幸せではない、3 やや幸せ、4 幸せ、5 とても幸せ の5つの変数に分け、カイ二乗検定を行った。その結果、有意差が認められた ($p=0.035$)。図1はアイドルファンを対象にした主観的幸福感に関するグラフである。有効回答者数482名のうち71% (342名) がとても幸せであると回答し、幸せであると回答した人が19% (41名)、やや幸せであると回答した人が9% (42名)であり、過半数が「幸せである」という回答をした。また、あまり幸せでないと回答した人は全



図1 アイドルファンの主観的幸福感

体の1%であり、幸せではないと回答した人はいなかった。

(2) ファン心理尺度と主観的幸福感の相関

ジャニーズファン心理と主観的幸福感の相関、坂道シリーズファン心理と主観的幸福感の相関を表6に示す。ジャニーズと坂道シリーズ共に、いずれの下位尺度も主観的幸福感と有意な正の相関が認められた。(ジャニーズファン心理尺度対象者262名)(坂道シリーズファン心理尺度対象者309名)

表6 ファン心理尺度と主観的幸福感の相関

ジャニーズファン心理尺度		坂道シリーズファン心理尺度	
	主観的幸福感		主観的幸福感
作品の評価	.215**	作品の評価	.396**
ロールモデル	.227**	外見の魅力	.205**
典型的ファン	.203**	典型的ファン	.283**
外見の魅力	.215**	ロールモデル	.284**
熱狂	.266**	熱狂	.362**
共感	.216**	共感	.251**

**p<.01

(3) ファン心理尺度と主観的幸福感の相関（男女別）

ジャニーズファン心理と主観的幸福感、坂道シリーズファン心理と主観的幸福感の男女別の相関を表7に示す。女性ジャニーズファンはいずれの下位尺度も主観的幸福感との有意な正の相関が認められた。男性ジャニーズファンは調査対象者数が少なく信頼性が得られる結果にはならなかった。女性坂道シリーズファンは、「外見の魅力」以外の下位尺度と有意な正の相関が認められた。また、男性坂道シリーズファンは「ロールモデル」以外の下位尺度と有意な正の相関が認められた。

表7 ファン心理尺度と主観的幸福感の相関（男女別）

ジャニーズファン心理尺度		坂道シリーズファン心理尺度		
	女性 248名		女性 224名	男性 62名
作品の評価	.208**	作品の評価	.326**	.567**
ロールモデル	.224**	外見の魅力	0.118	.409**
典型的ファン	.207**	典型的ファン	.219**	.483**
外見の魅力	.217**	ロールモデル	.276**	0.247
熱狂	.268**	熱狂	.322**	.446**
共感	.213**	共感	.172**	.506**

*p<.05 **p<.01

(4) ファン心理尺度と主観的幸福感の相関（年代と職業別）

ジャニーズファン心理と主観的幸福感の年代と職業別の相関を表8に示す。

表 8 ジャニーズファン心理尺度と主観的幸福感の相関（年代と職業別）

	10代 高校生 (23名)	10代 大学生 (29名)	20代 大学生 (109名)	20代 会社員 (61名)	20代 アルバイト (13名)	30代以上 会社員 (10名)
作品の評価	0.306	0.295	0.14	.277*	-0.189	0.013
ロールモデル	.507*	.390*	.280**	0.068	0.159	-0.236
典型的ファン	0.174	.419*	.231*	0.038	0.096	-0.056
外見的魅力	.636**	0.268	.250**	-0.092	0.521	-0.184
熱狂	.450*	.534**	0.155	.277*	0.217	0.479
共感	0.233	0.359	0.158	0.194	0.344	0.393

*p<.05 **p<.01

高校生は、「ロールモデル」「外見的魅力」「熱狂」と有意な正の相関が認められた。10代の大学生は「ロールモデル」「典型的ファン」「熱狂」と有意な正の相関が認められ、20代の大学生は「ロールモデル」「典型的ファン」「外見的魅力」と有意な正の相関が認められた。20代の会社員は「作品の評価」「熱狂」と有意な正の相関が認められ、「外見的魅力」とは負の相関であった。20代のアルバイト勤務はいずれの下位尺度とも有意な正の相関が認められず、「作品の評価」とは負の相関関係であった。30代以上の会社員もアルバイト同様、有意な正の相関が認められず、「ロールモデル」「典型的ファン」「外見的魅力」とは負の相関関係であった。

坂道シリーズファン心理と主観的幸福感の年代と職業別の相関関係を表9に示す。高校生は、有意な相関が認められた下位尺度が無かった。10代の大学生は「ロールモデル」以外の全ての下位尺度と有意な正の相関が認められた一方で、20代の大学生は「外見的魅力」以外の全ての下位尺度と有意な正の相関が認められた。20代の会社員は「共感」以外の全ての下位尺度と有意な正の相関が認められた。20代のアルバイト勤務はどの下位尺度とも有意な正の相関が認められず、「作品の評価」「熱狂」とは負の相関関係であった。30代以上の会社員もアルバイト同様、有意な正の相関が認められず、「熱狂」とは負の相関関係であった。

表 9 坂道シリーズファン心理尺度と主観的幸福感の相関（職業と年代別）

	10代 高校生 (44名)	10代 大学生 (54名)	20代 大学生 (90名)	20代 会社員 (68名)	20代 アルバイト (10名)	30代以上 会社員 (9名)
作品の評価	0.029	.406**	.451**	.479**	-0.188	0.193
外見的魅力	0.073	.318*	0.1	.259*	0.04	0.019
典型的ファン	0.2	.407**	.254*	.274*	0.113	0.274
ロールモデル	0.241	0.108	.284**	.330**	0.2	0.244
熱狂	0.262	.471**	.346**	.458**	-0.249	-0.016
共感	0.13	.333*	.308**	0.216	0.03	0.215

*p<.05 **p<.01

(5) ファン心理尺度と主観的幸福感の相関関係（グループ別）

ジャニーファン心理と主観的幸福感、坂道シリーズファン心理と主観的幸福感の応援しているグループごとの相関関係を表 10 に示す。なお、ジャニーズは調査対象者数が多かった上位 4 グループを表に示した。

ジャニーズファン心理尺度では、主観的幸福感と有意な正の相関関係が得られた下位尺度は応援しているグループにより違いがあった。Sexy Zone のファンは「作品の評価」「熱狂」と、ジャニーズ Jr. のファンは「ロールモデル」と、SixTONES のファンは「熱狂」とのみ有意な正の相関が認められ、嵐のファンは有意な正の相関が認められたものはなかった。

坂道シリーズファン心理尺度では、櫻坂 46 のファンは全ての下位尺度と有意な強い正の相関が認められた。日向坂 46 のファンは「作品の評価」「外見的魅力」と、乃木坂 46 は「作品の評価」「典型的ファン」「共感」と有意な正の相関関係が得られた。

表 10 ファン心理尺度と主観的幸福感の相関（グループ別）

ジャニーズファン心理尺度					坂道シリーズファン心理尺度			
	Sexy Zone 117名	ジャニーズJr. 43名	SixTONES 23名	嵐 15名		櫻坂46 219名	日向坂46 47名	乃木坂46 43名
作品の評価	.249**	0.076	0.203	0.165	作品の評価	.405**	.394**	.497**
ロールモデル	0.088	.402**	0.251	0.309	外見的魅力	.186**	.367*	0.102
典型的ファン	.202*	0.064	0.412	−0.316	典型的ファン	.276**	0.143	.452**
外見的魅力	0.139	0.21	.429*	−0.012	ロールモデル	.326**	0.238	0.118
熱狂	.286**	0.128	0.104	0.148	熱狂	.436**	0.128	0.269
共感	0.168	0.041	0.256	0.466	共感	.251**	0.072	.438**

*p<.05 **p<.01

4 考察

①アイドルファンのファン心理尺度の構造

ジャニーズファンと坂道シリーズファンのファン心理の因子分析の結果、アイドルファンのファン心理は「作品の評価」「ロールモデル」「典型的ファン」「外見的魅力」「熱狂」「共感」の 6 因子から構成されることが明らかになった。ジャニーズファン心理尺度は 24 項目、坂道シリーズファン心理尺度は 25 項目から構成された。

ジャニーズ、坂道シリーズ共に「作品の評価」の尺度得点が高く、どの下位尺度とも有意な相関関係であったことは、アイドルファン心理の主軸であると考えられる。ジャニーズではメンバーがコンサートを演出し、作詞・作曲・振付などで携わることがある。坂道シリーズはミュージックビデオや楽曲が注目を集めることが多く、櫻坂 46 のデビューシングル『サイレントマジョリティー』は、「声を上げないことは賛成しているのと同じ」といった歌詞の一部が、民主主義を考える特集の中で歴史総合の教科書に掲載されている。こういったアイドルが作品

を通して主張したことや表現した世界などがファンの心を動かし、アイドルファン心理における主軸になったのではないかと考えられる。

固有値からもわかるように、ジャニーズファン心理尺度の第2因子は「ロールモデル」、第4因子は「外見的魅力」であったが、坂道シリーズファン心理尺度の第2因子は「外見的魅力」、第4因子は「ロールモデル」であり、対照的な結果となった。ジャニーズファン心理における「ロールモデル」の固有値が高かったことは、ファンは“その人のような生き方をしたい”、“その人のようにになりたい”と、アイドルを自身のロールモデルとして応援しているファンが多いのではないかと考えられる。多くのジャニーズは10年、20年と同じメンバーと活動し、時にはメンバーの脱退や解散の危機を経験することもある。嬉しいことも悔しいこともグループ丸となって乗り越えていき、長く芸能界で活躍する彼らの姿を見ることで、ファン心理に強く影響があったのではないだろうか。坂道シリーズファンにおける心理尺度の第2因子が「外見的魅力」であったことは、女性アイドルは若さや「少女感」も売りの一つであり、“25歳卒業説”という言葉も存在するように、ライブやミュージックビデオにおけるパフォーマンスのみではなく、ファンがアイドルの外見的な可愛さや美しさに魅力を感じていることが、ファン心理に強く影響があるのではないかと考えられる。

第3因子は共通して「典型的ファン」であり、ファンであることの自覚に関する項目が選択された。これは、今井ら^③の「自覚因子」同様、ファンであることを自覚することで応援する役割を認識することとなり、アイデンティティの形成が十分にされているのではないかと考えられる。

第5因子「熱狂」は、ファン対象に対する好意感情、日常生活への重要性を示すものが選択された。この好意感情や重要性が趣味の範囲以上に悪く働くという可能性も否定できない。

第6因子「共感」は、ファン対象に対する親近感や、応援しているアイドルを同士だと感じていることを示す項目が選択された。昭和や平成初期のアイドルは、テレビやコンサートでしか見られない手が届かない存在であった。現代のアイドルは握手会やコンサートのファンサービスにおいてコミュニケーションを取るだけでなく、ブログやSNSで自由に発信することができる。本研究の質問項目の中にも「その対象は手の届かないところにいるスターだ。」という項目があったが、共通性や因子負荷量が低く削除された。アイドルが身近な存在となったことで、自分の姿と重ね合わせ、親近感を感じているのではないかと考えられる。

②アイドルファンの主観的幸福感

アイドルファンの主観的幸福感の独立性を検討した結果、幸福感を感じている群が全体の99%を占めており有意性も認められた。また、ジャニーズ・坂道シリーズどちらのファン心理尺度も全ての下位尺度が主観的幸福感と相関関係があることから、アイドルファンのファン心理は主観的幸福感の維持に寄与していると考えられる。

(1) アイドルファンのファン心理尺度と主観的幸福感の相関関係における性差

第一に、坂道シリーズファン心理尺度の「外見的魅力」と主観的幸福感の相関において、男性ファンは有意な正の相関が認められたのに対し、女性ファンは有意な相関が認められなかった。この結果から、男性ファンは異性のアイドルの顔や体型といった可愛らしく女性的な容姿に魅力を感じることで幸福感が高くなっていると考えられる。また、女性ジャニーズファンの「外見的魅力」と主観的幸福感にも有意な正の相関が認められているため、異性のアイドルの容姿に魅力を感じることで幸福感が高くなるという可能性も考えられる。

第二に、坂道シリーズファン心理尺度の「ロールモデル」と主観的幸福感の相関関係において、女性ファンは有意な正の相関が認められたのに対し、男性ファンは有意な相関が認められなかった。坂道シリーズのアイドルは他の女性アイドルグループに比べ、遠藤さくら（乃木坂46）、渡邊理佐（櫻坂46）、小坂菜緒（日向坂46）といったNON-NOやSeventeenを代表とした女性ファッション誌の専属モデルを多く輩出している。ファッションモデルというと、抜群のスタイルやカリスマ性を兼ね備えており、多くの女性にとって憧れの存在である。応援しているアイドルのようになりたいと感じ、服装やメイクを真似して自分に磨きをかけようとする女性ファンの心理が、幸福感に関係していると考えられる。

第三に、本研究では男性ジャニーズファンの調査対象者数が極端に少なかった。ジャニーズファン心理における性差を検討することができず、「外見的魅力」と「ロールモデル」における主観的幸福感との相関関係については坂道シリーズファン心理のみの結果から考察を行った。そのため、アイドルファン心理と主観的幸福感の相関における性差を明確に検討することができなかった。

(2) 対象アイドルと同世代であるファンのファン心理と主観的幸福感の関連性

同年代のアイドルが表現する作品に感動したり、世界観に引き込まれたりすることで日々の生活の幸福感を維持できているということが明らかになった。

ジャニーズファンにおいて、20代の会社員は「作品の評価」「熱狂」と主観的幸福感の間に有意な正の相関が認められた。これは、アイドルが表現する作品に共感し、世界観に引き込まれることで、主観的幸福感を維持できているのではないかと考えられる。今井らは、ファン対象に対する共感の気持ちが熱狂的なファン心理を生み出し、熱狂的なファンほど自身の幸福に強く影響を与えていると示唆している^③。今井らは作品への共感に指摘はしていなかったものの、アイドル自身が表現するものに共感したり、感動したりするファンは多いだろう。したがって、ファン心理には作品に共感する気持ちが熱狂的なファンを生み出し、そのファン心理が主観的幸福感の維持に繋がるというサイクルがあるのではないかと推測される。ジャニーズグループ別の相関からも検討すると、メジャーデビューをしているグループの調査対象者数が過半数を超えていたSexy Zoneの年齢は公式サイトのプロフィール^⑨から基づいた情報によると21歳～27歳と、「作品の評価」「熱狂」と主観的幸福感の間に有意な正の相関が認められた20代の会社員と同世代である。Sexy Zoneはデビュー当時、キラキラな衣装を身にまとっ

た『Lady ダイヤモンド (2012)』やクールなラブソングである『君に HITOMEBORE (2014)』など、典型的なアイドルソングが多かった。しかしながら、メンバー全員が二十歳を超えた現在は、「いつも頑張ってること 僕は分かっているからね」(『ぎゅっと (2017)』)、「太陽はきつと きつと この闇を照らすはずさ」(『RUN (2019)』)といった、歌詞で聴いている人の心を癒したり支えたりする楽曲が増えた。歌詞は多くの人にとって重要視されているという研究⁽¹⁰⁾もあり、Sexy Zone のファンにおける「作品の評価」「熱狂」と主観的幸福感の間にも有意な正の相関が認められたことから、同世代のアイドルが表現する作品が、社会での経験が浅く悩みも多い20代会社員のファンの心理を動かし、幸せに感じているのではないかと考えられる。

坂道シリーズのファンでも同様のことが言える。坂道シリーズのファンの10～20代の大学生、20代の会社員は、「作品の評価」「熱狂」と主観的幸福感の間に有意な正の相関関係が認められた。調査対象者数が過半数を超えていた櫻坂46は公式サイトに基づいた情報によると、16歳～26歳⁽¹¹⁾であり、同世代のファンが作品に魅了されることで日々の生活における幸福感が維持されているということが示唆される。

(3) 高校生におけるファン心理と主観的幸福感の関連性

坂道シリーズの高校生ファンはファン心理と主観的幸福感の間に有意な正の相関が認められなかった。一方で、高校生と同年代であり同じ学生である10代の大学生ファンは有意な正の相関が認められた。これは、他の群よりも高校生ファン自身の熱狂できるほどの収入や部活や勉強などによって応援しているアイドルに充てられる時間が少ないことで、ファン心理が日々の幸せに関係しなかったのではないかと考えられる。また、高校生の方が大学生よりもアイデンティティの達成度が低いという研究結果⁽¹²⁾や、ファン対象を持ちアイデンティティが形成されている人ほど主観的幸福感を維持しているという研究⁽⁶⁾もある。高校生ファン自身が「自分は典型的なファンである」と感じながら作品の世界に引き込まれたり、アイドルに魅了されたりすることがなく、アイデンティティの形成不十分だったことで、幸福感に関係しなかったのではないかと考えられる。

一方で、ジャニーズの高校生ファンは「ロールモデル」「外見の魅力」「熱狂」において主観的幸福感と有意な正の相関が認められた。坂道シリーズは誕生してから10年弱であるが、ジャニーズは設立から46年と歴史も長いため、それだけ昔から応援しているファンが多く、30～50代の主婦のファンが多いことも特徴である。そのため、親がジャニーズファンであると、親と共にコンサートに参加したりテレビを見たりして、親の影響でジャニーズのファンになる子どもも多い。Erikson が過去の出来事を振り返るという行為はアイデンティティの形成に対して重要な意味を持つと提唱しているように⁽¹³⁾、幼少期から長く応援していることで、自分はジャニーズのファンであるというアイデンティティを持ち、高校生ジャニーズファンのファン心理が主観的幸福感に影響を与え、幸せに感じているという背景もあるのではないかと推測される。

③まとめ

本研究の目的は、アイドルファンのファン心理の構造や属性別に見た主観的幸福感に及ぼす影響について検討することであり、以下のことが明らかになった。

- ジャニーズと坂道シリーズのファンを対象にしたファン心理尺度の因子分析の結果、アイドルファン心理尺度は「作品の評価」「ロールモデル」「典型的ファン」「外見的魅力」「熱狂」「共感」からなる6因子構造であった。
- アイドルが作品を通して主張したことや表現した世界がファン心理を動かし双方のアイドルファン心理における主軸になったこと、ジャニーズのファンは長期に渡り芸能界で活躍する彼らの姿を見ることがファン心理に強く影響し、アイドルを自身のロールモデルとして応援しているファンが多いこと、坂道シリーズファンはアイドルの容姿に魅力を感じる事がファン心理に強く影響していることが示唆された。
- 異性のアイドルの容姿に魅力を感じることで幸福感が高くなることや、同性のアイドルのようになりたいと自分に磨きをかけようとする心理が幸福感に関係していると推測された。
- 同世代のアイドルが表現する作品に感動したり、世界観に引き込まれたりすることで熱狂的なファン心理を動かし、日々の生活の幸福感を維持できているということが示唆された。
- 坂道シリーズの高校生ファンは熱狂できるほどの収入や時間がないということやアイデンティティの形成が不十分であったことが要因であると推測された一方で、ジャニーズの高校生ファンは親がジャニーズファンであるということが影響を及ぼし、幼少期からジャニーズを応援していることでアイデンティティが形成され、ファン心理が主観的幸福感に関係している可能性が考えられた。

⑥今後の課題

以上のまとめから、今後の課題は主に二つ考えられる。

第一に、調査対象者の比率を増やさなければならない群があるということである。本研究では男性ジャニーズファンの調査対象者数が極端に少なくアイドルファン心理と主観的幸福感の相関における性差を明確に測ることができなかった。ジャニーズのファンは女性の比率が高いというイメージもあった一方で、昨今では嵐のコンサートにおいては「男性陣調子はどうだ! (櫻井翔)」, 関ジャニ∞のコンサートにおいては「男 eighter (関ジャニ∞のファンの総称) 声は出てるかい! ? (村上信五)」というような男性を対象にしたコール&レスポンスがあり、男性ファンがそれに対して女性ファンとは雰囲気の違い覇気あふれた声援を送ることでコンサートはさらに盛り上がる。これは、男性にも同性のアイドルを応援したいというファン心理が働いており、男性ファンがそれだけ増えているという証拠でもある。男性ジャニーズファン心理の検討のためにも、男性ファンの比率を増やした調査が必要であった。

第二に、それぞれの属性に応じた質問項目の再考が必要であった。ジャニーズの高校生のフ

ファンは親の影響で幼少期からジャニーズを応援していることがアイデンティティ形成に繋がっていると考察をしたが、これは推測にすぎないことである。今後は、年齢が若い学生を対象にした「親もファンであるか」という質問や、ファン歴を問うような質問項目を入れた検討の実施をするべきである。

引用文献

- (1) オリコンニュース 2016.09.13 (閲覧日:2021.12.01) <https://www.oricon.co.jp/news/2078334/full/>
- (2) 櫻坂 46 (元櫻坂 46) 公式 Twitter 2019.11.17 (閲覧日:2021.12.01) <https://twitter.com/sakurazaka46/status/1196067138483544065?s=21>
- (3) 今井有里紗・砂田純子・大木桃代 — ファン心理と心理的健康に関する検討 — (2010) 文教大学紀要 第 32 巻 p67-79
- (4) 中林春海・水口崇 — ファン心理やその活動と大学生の心理的健康の関係 — 現代社会におけるファナティックの様態と異議 — (2020) 信州大学紀要 第 19 巻 p33-55
- (5) 西川千登世・渋谷昌三 — 音楽ファンのコンサート参加行動による精神的健康度への影響 — (2011) 目白大学紀要 第 7 巻 p45-53
- (6) 小城英子 — ファン心理尺度の再考 — (2018) 聖心女子大学紀要 第 132 巻 p182-224
- (7) 川上桜子 — ファン心理の構造: 思春期・青年期の発達課題との関連から — (2005) 東京女子心理学紀要 第 1 巻 p43-55
- (8) 植田康孝 — アイドル・エンタテインメント概説 (2) ~行動経済学から見るアイドルの「卒業」「引退」「活動休止」~ — (2019) 江戸川大学紀要 第 29 巻 p109-131
- (9) Profile (Sexy Zone) | Johnny's net (閲覧日: 2021.12.01) <https://www.johnnys-net.jp/page?id=profile&artist=24>
- (10) 森数馬 — 日常の音楽聴取における歌詞の役割についての研究 — (2010) 大阪大学 対人社会心理学研究第 10 巻 p131-137
- (11) メンバー | 櫻坂 46 公式サイト (閲覧日:2021.12.01) <https://sakurazaka46.com/s/s46/search/artist?ima=2854>
- (12) 山本晃輔 — 高校生と大学生におけるアイデンティティ達成度の個人差と自伝的記憶との関連性 — (2015) 大阪産業大学人間環境論集 第 14 巻 p1-10
- (13) Erikson, E. H. "Identity and the life cycle" International Universities Press. 1959, (小此木啓吾 訳編『自我同一性: アイデンティティとライフサイクル』誠信書房. 1973 年)

資料 (アンケート内容)

【ファンの属性に関する質問】

- ・職業 (中学生以下, 高校生, 大学生, アルバイト, 正社員, 主婦)
- ・年齢 (記入式)
- ・性別 (男性, 女性)
- ・応援しているアイドル (ジャニーズ, 坂道, 両方)

【ファン心理に関する質問】

- 33 項目 5 件法 (非常に当てはまる, 当てはまる, やや当てはまる. 当てはまらない, 全く当てはまらない)
- ・その対象のいない人生は考えられない。

- ・自分は典型的な〇〇ファンだと思う。
- ・「あなたは典型的なファンだね」と言われる。
- ・1日1回はその対象のことを考える。
- ・自分は、他の人から典型的な「〇〇ファン」だと思われている。
- ・自分の予定を犠牲にしても、その対象に関することを優先させたい。
- ・その対象がいなくなってしまうたら、毎日が物足りなくなってしまうと思う。
- ・その対象のためなら、たいていのことは我慢できる。
- ・その対象を、どんなことがあっても応援し続けたいと思う。
- ・その対象は自分の目標としたい人物である。
- ・その対象のようになりたい。
- ・その対象のような生き方をしたい。
- ・その対象を尊敬している。
- ・その対象には、共感できる要素が多い。
- ・その対象には、親近感を感じる。
- ・その対象には、なにか自分と同じものを感じる。
- ・その対象の作品が好きである。
- ・その対象の作品は心に残る。
- ・その対象の作品の世界に引き込まれる。
- ・その対象の作品はプロの仕事だと思う。
- ・その対象の作品はレベルが高いと思う。
- ・その対象の作品に感動した。
- ・その対象の作品には飽きることがない。
- ・その対象の作品は私にパワーをくれる。
- ・その対象の作品は芸術だと思う。
- ・その対象は手の届かないところにいるスターだ。
- ・その対象の作品は共感できる。
- ・その対象の仕事に対する姿勢が好きだ。
- ・その対象の顔が好きである。
- ・その対象は目鼻立ちが整っている。
- ・その対象はスタイルがいいと思う。
- ・その対象の体形が好きである。
- ・その対象のファッションが好きである。

【主観的幸福感に関する質問】

- 1項目5件法（とても幸せ、幸せ、やや幸せ、あまり幸せではない、幸せではない）
- ・アイドルファンではなかった過去と比べて、現在の生活はどのくらい幸せですか。

謝辞

論文の作成にあたり、まずはご指導いただいた河野寛先生に感謝申し上げます。更に、お忙しい中アンケート調査にご協力、拡散していただいた回答者の皆様にも感謝の意を表します。そして、卒業研究健康の皆様にも相談や意見交換をすることで支えていただきました。本研究においてこれまで関わってくださったすべての方々へ感謝の気持ちと御礼申し上げたく、謝辞に代えさせていただきます。