

## アイドル論を読む

——主要な著作から見る、その研究動向と展望——

辻 泉\*

### **Reading Idol Studies: Research Trends and Prospects from Major Works in Japan**

TSUJI Izumi

The purpose of this article is to reveal characteristics and major currents of idol studies in Japan. In recent years, idols as cultural phenomena and as research subjects have attracted a lot of attention. To reveal that points, some important major works on this topic have been reviewed since the end of World War II. The main findings are as follows.

The first is that there have been three periods in this topic. These are the period of mass culture and stars: post-war to the 1960s, the period of youth culture and idols in the early days: from the 1970s to 1980s, and the period of fan culture and group idols: from the 1990s to the present.

The second is that there have been big changes in the main theme of this topic. That is to say, in the first and second periods, the main theme and focus have been the media representation of stars and idols. But, in the third period, the main theme and focus have been changed from that kind of representation to deeper realities of fan cultures about group idols.

At last, it is hoped that further idol studies will be accumulated in the future from the perspective of a multi-method approach.

キーワード：アイドル，メディア文化，集団文化，消費文化，大衆文化，若者文化，ファン文化，マルチメソッド・アプローチ，グローバル化，文化社会学

---

\* 中央大学文学部教授

## 【目次】

1. はじめに
2. アイドル論をいかに論じるか
3. 「第一期」のアイドル論を読む
4. 「第二期」のアイドル論を読む
5. 「第三期」のアイドル論を読む
6. まとめ——今後の課題

## 1. はじめに

今日では、日本社会や諸外国において、アイドルが文化現象として大きな隆盛を迎えていることは言を俟たない。このことと関連して、社会学やメディア論、あるいはマーケティング論などといった分野を中心に、アイドルに関する学術的な研究も大幅に増加してきた。最近出されたものとしては、『アイドル・スタディーズ』（田島編 2022）や『アイドルについて葛藤しながら考えてみた』（香月・上岡・中村編著 2022）などがその代表といえるだろう。後にも触れるように、こうした状況は、数十年前と比べると隔世の感すらある。

ここでは、これらの研究や、直接アイドルそのものを論じていなくても、それに関連する文化現象を論じた研究（たとえば、芸能人でいえばスターを論じた研究や、ファン層の実態及びその社会背景を論じた研究など）を、広く「アイドル論」と呼ぶことにして、代表的な著作を取り上げながら、その内容を検討してみたい。

というのも、文化現象あるいは研究対象として流行っているということと、実りがある議論がなされているかどうかは別のことだからである。むしろ問われるべきは、単に流行っていたり、注目されている文化現象だから注目すべきであるというよりは、その議論のアクチュアリティはどこにあるのかということであろう。関連する議論の広がりやその蓄積を検討しながら、その点を問うことがまさに求められているといえよう。

よって本論文では、「アイドル論」に関する代表的な著作を取り上げながら、その特徴や時代的な変遷を素描することを試みたい。関連する試みとして、田島悠来による上記編著作の冒頭の章における検討などがあげられるが（田島編 2022）、その中では、1970年代におけるアイドルの登場を経て、1980年代以降、今日に至るまでに本格化したアイドル論の検討が詳細になされている。ここではその検討を大いに参照しつつも、さらにその前後にも射程を広げ、アイドル以前のスターを中心とした大衆文化が隆盛であった時代や、逆に今後についても展望しながら、大きな時代的な変遷を素描的にとらえていくこととしたい。後追いの、日々増大しつつある昨今のアイドル論を微に入り細を穿って整理するのではなく、むしろその来る所以をた

どりながら、それと同時にアイドル論の今後の可能性を広く探るためにも、時代的な変遷を素描しながら、今後の課題についても触れていくこととする。

さて、文化現象としてのアイドルとは何か、と考えると、1つには日本社会に特徴的な現象であることも言を俟たないであろう。もちろん近年では、近隣のアジアの諸外国でも注目を集めているが、欧米圏においては、むしろ映画やスポーツ、ポップスやロックのスターに大きな人気が集まる傾向があり対照的である。もう1つには、その点とも関連して、今日の日本社会におけるポピュラー文化の特徴を併せ持った現象ともいえるだろう。これものに触れるように、今日のポピュラー文化について論じる上で、特に注目すべき3つの特徴を、「メディア文化」「集団文化」「消費文化」として整理すると、これらのいずれにおいても、アイドルは目立った特徴を有しており、それゆえにこそ、今日の日本社会におけるポピュラー文化を論じる上で、まさに象徴的な存在だといえるだろう。

では、本論文では代表的な著作を取り上げながら、アイドル論のアクチュアリティアはどこにあるのか、すなわちアイドル論は「何を明らかにしようとしてきたのか/明らかにすべきなのか」という点について、その時代的な変遷を追いつつ論じてみたい。

## 2. アイドル論をいかに論じるか

次に、どのような視座から、アイドル論の時代的な変遷を追うことにするのか、論じていこう。例えば図-1は、本論文において取り上げる代表的な著作たちである。

図-1 アイドル論とそれに関連する代表的な著作たち



これらの表紙を一瞥してもわかるように、代表的な著作に限っても、アイドル論とそれに関連する研究が、実に大きな広がりや蓄積を持っていることがうかがえよう。この点にも鑑みて、本論文では、筆者がポピュラー文化研究において提唱してきた「マルチメソッド・アプローチ」（辻 2008, 2012b など）の視点を参照していくこととしたい。

「マルチメソッド・アプローチ」とは、今日のポピュラー文化が単純な要因には帰属しがたい複雑な現象である以上、何がしかの原因だけに説明を特化させるのではなく、「複数の対象に対して複数の分析方法を用いながら、総合的にとらえようとする」学際的なアプローチのことをいう（辻 2012b : 34）。

かつて筆者は、ファン文化の実態を詳細に記述すべく、複数の調査方法を交えながら、「①メディア情報（のパターン）」「②担い手（のパターン）」「③集い方・関係性（のパターン）」という3つの視点からそれをとらえることを提案したことがあるが（辻 2008）、それが共時的なアプローチとでもいうべきものであるならば、むしろ本論文で参照するのは、通時的アプローチとでもいうべき、その応用編にあたるものである。

より具体的に言うならば、それはポピュラー文化の現象に対して、「メディア文化」「集団文化」「消費文化」という複数の視点から、その時代的変遷を記述しようとするものである（辻 2012b）。こうした発想の背景に存在しているのは、かつて井上俊が、「現代文化を大きな枠でとらえようとするなら、少なくとも都市、消費、情報という3つの要因に注目する必要がある」と述べたうえで、「現代文化は、都市文化であり、消費文化であり、情報文化である」とまとめた整理である（井上編, 1993 : 2）。だが、すでに多くの人々が都市的な生活様式を享受する今日においては、空間的な制約に基づいた都市文化の特徴を強調するよりは、かつてないほどのモビリティの高まりを享受しながら、そうした制約をあまり受けずに、人々が形成する集いに着目したほうが実態に即しているといえるのではないだろうか。

そこで、いわゆる組織だったものに限らず、オンライン上の緩やかなコミュニティやネットワークまでも含んで、これらを広く「集団文化」ととらえ、そうした人々が消費に代表されるコミュニケーションを織りなす諸々の特徴を「消費文化」として、またこれらの集団形成やコミュニケーション、あるいは各種のコンテンツが享受される場として「メディア文化」ととらえ、これらの複合的な視点から、ポピュラー文化の時代的な変遷を追うのが、「マルチメソッド・アプローチ」の応用編にあたる、通時的なアプローチであった（辻 2012b）。

筆者は、すでに2000年代初頭において、このアプローチに基づいて、日本社会におけるポピュラー文化現象の時代的な変遷を整理したことがあるが（辻 2004）、表-1はその要点をまとめたものである。

ここでまとめられているのは、第一次的な研究対象である文化現象そのもの（の時代的な変遷）であり、むしろ本論文が取り上げようとしているのは、第二次的な研究対象である文化現

表-1 戦後日本のポピュラー文化に関する三段階の変化（辻，2004：41 に若干の修正を加えた）

年代	担い手の変化	メディアの変化	消費の変化	代表的な存在
1950年代～ 60年代前半 (第一期)	少数エリートではない “大衆文化”	初期のマス・メディアの普及 (映画・ラジオ・雑誌など)	均質化のための消費	我々のスター (美空ひばりなど)
1960年代後半 ～80年代 (第二期)	大人ではない “若者文化” 他の若者ではない “若者文化”	高度なマス・メディアの普及 (カラーテレビなど)	差異化のための消費	僕／私のアイドル (松田聖子や 光 GENJI など)
1990年代～ (第三期)	細分化し並存する “ファン文化”	パーソナル・メディア，ソー シャル・メディアの普及 (携帯電話やインターネット など)	島宇宙？ データベース 消費？	ファンのためだけの アイドルなど (SMAP など)

象に関するもろもろの議論（アイドル論）ではあるが，ここでの整理にも大いに参照すべき点があるので，少し触れておきたい。

すなわちその要点は，第一に，戦後の日本社会におけるポピュラー文化が，大きく分けて三段階の時代的な変遷を遂げてきたのではないかと，ということである。表中では「担い手の変化」と記されている項目が「集団文化」にあたり，これに基づいて整理すれば，具体的には，1950年代～60年代前半の「大衆文化」の時代（これを，第一期と呼ぶ，以下同様），1960年代後半～80年代の「若者文化」の時代（第二期），1990年代以降の「ファン文化」の時代（第三期）に区分することができ，「メディア文化」「消費文化」の特徴もほぼそれと連動して変化してきたということである（辻2004）。

「マルチメソッド・アプローチ」の応用編にあたる通時的アプローチを適用したこの整理は，アイドル論の検討にも大いに役立つといえよう。結論を先取りすれば，この点についてもやはり同様に，三段階の時代的な変遷が浮かび上がってくるのではないかと，というのが本論文の趣旨である。この点を表したのが，次の表-2である。

表-2について，要点を先に記しておけば，第一に，アイドル論においても，文化現象と同時並行的に，三段階の時代的な変遷が見られるであろうということである（なお，ここでいう「集団文化」と「消費文化」はおおむね合わせて検討されることが多いため，表中ではまとめ

表-2 アイドル論の時代的な変遷

時代区分		代表的な存在	(1) メディア文化	(2) 集団文化	(3) 消費文化
第一期	～1960's	スター	①	②	
第二期	1970～80's	初期のアイドル	③		④
第三期	1990's～	現在のアイドル	⑤		⑥

て記されている)。第二には、その上で結論を先取りすれば、表中の第一期や第二期までは、①や③にあたる「メディア文化」についての研究が中心を占めていたのに対し、第三期以降今日へと至るに、むしろ⑥にあたる「集団文化」「消費文化」についての研究が中心を占めるようにシフトしてきているのではないかということ、さらにその上で、特定の時代において「メディア文化」「集団文化」「消費文化」を総合的に研究するような共時的なアプローチであったり、あるいはどれか1つの視点にフォーカスを当てて、その変遷を追うような通時的なアプローチであったりというような、視野の広い研究は決して多いとはいえず、今後はそうした総合的な研究の発展が待たれるということ、などを以降では論じていくこととしたい。基本的には、①～⑥の各セルについて、もっともあてはまる代表的な著作を中心に上げていくこととする。

### 3. 「第一期」のアイドル論を読む

ここでいう「第一期」とは、およそ1960年代までの、戦後から高度経済成長期までの期間にあたり、芸能人でいえば、いわゆる映画や歌謡曲のスターが、大衆と呼ばれる人々から画一的でカリスマ的な人気を博していた頃にあたる。厳密に言えば、今日におけるアイドルのような存在が登場する前の時期ではあるものの、時代的な変遷を捉えるためには、この時期の関連する研究についても触れておくことが肝要だろう。

#### 3.1. 「第一期」の「メディア文化」として(①)

この時期は「メディア文化」についていえば、戦前にその萌芽が見られた初期のマス・メディアが本格的に普及・定着した時期である。今日ほど複雑化せず、選択肢も多岐にわたっていたわけではないが、むしろ将来に向けての夢を体現するようなスターと呼ばれるカリスマ性を持った芸能人に対して、労働者階級を中心とする大衆層が、画一的な人気を向けていたのがこの頃であった。

よって、この時代の「メディア文化」については、スターに関して、その生い立ちや経歴などのエピソードを伝記的に綴った研究をあげることができ、中でも美空ひばりを取り上げた、竹中労の『美空ひばり 民衆の心をうたって二十年』（のちに『完本 美空ひばり』、1965=2005）などはその典型といってよいだろう。たとえば、「どんなに難しい節まわしでも、いっぺん聞けば憶えてしまう。しかも、独特の小ぶしをきかせて、彼女自身の歌にアレンジする不思議な能力がそのころからひらめいていた」（竹中1965=2005：18）とあるように、子役時代から注目を集めていたその天才的な歌唱力に触れつつ、のちに数々の流行歌を世に出し、映画においても活躍する様子が詳細にまとめられている。美空ひばりを扱った著作は他にも数多く存在するが、社会学的な論文としては、藤竹暁による「美空ひばり考 一つの戦後体験」（藤

竹 1973) などもあげることができるし、歌謡曲のスターに着目した歴史的研究としては、市川孝一の『流行の社会心理史』(市川 1993) などが、映画スターについては、北村匡平の『スター女優の文化社会学——戦後日本が欲望した聖女と魔女』(北村 2017) などがあげられよう。

### 3.2. 「第一期」の「集団文化」「消費文化」として(②)

一方で、この時期の「集団文化」「消費文化」の特徴としては、上記した通り、(一部のエリート層とは異なる)労働者階級を中心とする大衆層が、未来社会への希望を画一的に夢見るような内容が人気を博すような状況、すなわち「大衆文化」が隆盛を迎えていたという点が重要である。たとえば、美空ひばりは、その歌唱力の高さについてはカリスマ性を帯びつつも、むしろその出自においては大衆層と近い点とが相まって、スターとしての人気を確立したといわれている。この点は、南博がスターの人気の要素として、ファンたちが親近感を持つ場合と、尊敬、憧れを感じる場合とを指摘していたが(南 1957)、美空ひばりの場合はその両方にあてはまっていたわけであり、この点は、先に記した伝記的研究などからも明らかであった。

こうした大衆層の特徴に関しては、当時導入が進んでいた社会心理学的な実証調査の手法を用いて明らかにしようとしていたのが、南博のような社会心理学者であったり、彼も参加していた思想の科学研究会などである。中でも戦後間もなくの代表的な研究としては、思想の科学研究会編の『夢とおもかげ—大衆娯楽の研究』(思想の科学研究会編 1950)をあげることができよう。南博は、同著において、流行歌の内容分析や映画の観客に対する質問紙調査など、実証的な調査手法を用いながら、一部のエリートとは異なる大衆層について、「もっぱら中層とそれ以下の層に属する人々」としたうえで「社会において、人々の大部分を占める、多数者として、その社会におけるもっとも平均的な常人」として、いわば平均的なマジョリティの実態を明らかにするところに、「大衆娯楽調査の意義」があると述べていた(思想の科学研究会編 1950:5)。

## 4. 「第二期」のアイドル論を読む

次に、ここでいう「第二期」とは、低成長期に入って以降の1970～80年代にかけてであり、メディアとしてはカラーテレビがほとんどの世帯に普及し、芸能人でいえば、文字通りアイドルという存在が登場し始め、1980年代になると、一人で歌うアイドルが最初のピークを迎えつつあったところである。そしてそのファン層の中心となったのは、到来しつつあった消費社会を謳歌する若者たちであった。

### 4.1. 「第二期」の「メディア文化」として(③)

知られるように、日本社会における「アイドル元年」は『スター誕生』というテレビのオー

ディション番組の始まった 1971 年といわれており、同番組から有名になったアイドルの中でも、特に代表的な存在としては、1973 年にデビューした山口百恵をあげることができるだろう。さらには、山口百恵が引退した翌年の 1980 年にデビューした松田聖子が、1980 年代を代表するアイドルであった。

この時期のアイドルについても、その前のスターの時代と同様に、その経歴などに着目した伝記的な研究がいくつかなされている。だがそれらがスターの研究と違っている点として、より身近なメディアであるテレビにおいて活躍するがゆえに、カリスマ性を伴うような特殊能力の由来の探求というよりも、むしろごく一般的な存在に過ぎなかった人物が人気者のアイドルとなっていくプロセスについての、心理学・精神分析的な、あるいは人類学・記号論的な読解の試みであったという点があげられるだろう。

最も象徴的なのは、書名そのものが示しているように、平岡正明の『山口百恵は菩薩である』であろう。平岡は同書の冒頭において、まず前時代のスターである美空ひばりと対比させながら、山口百恵を「デビュー時、足が太く、沈む目をした、歌もかくべつうまくなかった少女歌手」と述べたうえで、「自分の煩惱を歌に昇華」しつつ、さらには「他人の煩惱にも敏感に反応」しうるまさに「菩薩」のような存在となっていたのだと解釈している。いわば当人の天賦の才能というよりは、社会状況の中でそのような存在に仕立て上げられていったプロセスを解釈したものといってもよいだろう（平岡 1979）。

同じような研究は、第二期のアイドルにおいても共通していたといえよう。1980 年代を代表する存在だった松田聖子については、小倉千加子の『松田聖子論』（1989）などが知られているが、小倉はその経歴についても紐解きつつ、同時に歌詞の内容についても分析しながら、山口百恵と対比することを通して、「百恵は農村、聖子は都市」と呼び表し、さらにいえば「ブリッ子聖子の芝居っけ」ともいうべき、都市において先端的な「消費文化」を象徴するような、むしろより虚構的な存在であるところに、その特徴があるものとして指摘していた（小倉 1989）。

さらにいえば、小川博司も『音楽する社会』において、同様の点について、アイドルは「生ける・キャラクター・商品」であるものと指摘し、松田聖子に加え、小泉今日子に至ると、むしろそうした虚構的な存在であることを、本人までもが自覚的に演じているということを指摘していたのである（小川 1988）。

#### 4.2. 「第二期」の「集団文化」「消費文化」として (④)

さて「第二期」の「集団文化」「消費文化」については、大衆が画一的に未来への夢を見ていた高度経済成長期が終わり、低成長期が到来する中で、価値観が多様化していったことが特徴的であった。



アイドルそのものを対象としたわけではないが、こうした状況を最も的確にいい表していたのが、博報堂生活総合研究所の『「分衆」の誕生——ニューピープルをつかむ市場戦略とは』(博報堂生活総合研究所 1985)であろう。そのタイトルが示すとおり、画一的に人並みであることを求めていたような「大衆文化」が姿を消していくのと同時に、「分衆」ともいうべき、他者との差異化を求めるような文化が登場してくることになるのである。

その象徴的な例が、この時代の消費文化を謳歌した若者文化の勃興であろう。大人とは違った若者であること、さらには他の若者とは違った若者であること、といったように、他者との記号的な差異化を図ることに重きが置かれたその実態を解釈した研究としては、同年に出された中野収『若者文化の記号論——感性時代のヒーローウォッチング』(中野 1985)などをあげることができるだろう。同書において中野は、「大衆」よりも「分衆」あるいは「小衆」といった表現の方がふさわしいと述べたうえで、そのように小規模化した「集団文化」を理解するためには、表層的にはなく、その内部における「コード」を記号論的に読解することが重要であるとし、カリスマ性を帯びたスターが「超越性・非日常性・不可触性」を持ち合わせていたのに対し、アイドルがメッセージ性を持たないことを一方的に批判したり嘆くよりも、むしろその「自然」「素朴」「幼児性」的な特徴に、「少年・少女の意識・無意識を含めたあるところねと共鳴するなにか」(中野 1985: 30-31)を読み取ることが重要であると指摘していた。

## 5. 「第三期」のアイドル論を読む

その次の「第三期」は今日に至る時代であり、1990年代においては、とりわけ女性アイドルについては「冬の時代」ともいわれていたが、男性アイドルでは、SMAPをはじめとしたいわゆるジャニーズ系が人気を博して、まさにそのことが示すように、2000年代以降になると、男女ともにグループアイドルが全盛期を迎えるに至る時期であった。加えてメディアについては、1990年代後半以降、携帯電話やスマートフォン、そしてインターネットの普及が急速に進み、コンテンツの享受だけでなく他者とのコミュニケーションも、より身近に、まさにいつでもどこでも行えるような時代へと推移してきた。

### 5.1. 「第三期」の「メディア文化」として(⑤)

グループアイドルの全盛期を迎えるに至るということは、結論を先取りすると、第一期や第二期に見られていたような、芸能人の生い立ちに注目するような伝記的な研究であったり、歌詞の内容分析などメディアテキストを中心的に分析するような研究が、中心的ではなくなってきたということである。すなわちそれは、特定のアイドル個人だけに注目する手法があまり有用ではなくなってきたということでもある。

たとえば、ジャニーズ系の男性アイドルについて、さまざまな著作を出している関修は、そ

の中でも依然としてメディアテキストの分析を多く扱っている研究者といえるが、それでも『隣の嵐くん——カリスマなき時代の偶像』（関 2014）といった書名などは、カリスマ性よりも身近さや親近感のほうが中心的に求められる時代であることを示している。

逆に、濱野智史の『前田敦子はキリストを超えた——〈宗教〉としてのAKB48』（濱野 2012）などは、一見書名だけからすると真逆の内容かのように感じられるが、むしろそれが注目していたのは、いわゆる「握手会商法」なども含んだグループ化戦略によって、ごく一般的な存在の人物がいかに注目されるアイドルグループの一員（この場合、いわゆる「センター」のポジションのアイドル）となりうるか、というプロセスの分析であり、フォーカスが当てられていたのは、そのように作動するシステム全体であった。この点でいえば、AKB48 がテレビなどのマスメディアに登場しつつも、積極的にインターネットを活用したことは象徴的であろう。特筆すべきは、ソーシャルメディアの利用法であって、楽曲のプロモーションビデオを YouTube で配信するだけでなく、Twitter 上では各メンバーのアカウントが登録され、メンバー間の関係性を容易に垣間見ながら、それと同時にファン同士も活発にコミュニケーションすることが可能になるなど、こうした点では他よりも先行していたのは記憶に新しく、今日では多くのアイドルがこれに追随している。

このように、アイドルそのものに着目した研究は中心的ではなくなっていくのだが、他にジャニーズ系アイドルを対象にしたものをあげると、太田省一が『中居正広という生き方』（太田 2015）など、一連のグループアイドルのメンバーに着目した著作を出しているものの、やはりそれ以前とは異なってこの時代においては、アイドル個人そのものに注目したというよりは、グループの一員としてのポジションをいかに確立し、いかにグループ化戦略に貢献したか、という点が分析の主眼であったといえるだろう。

## 5.2. 「第三期」の「集団文化」「消費文化」として (⑥)

よって「第三期」において、もっぱら注目を集めていくのは、アイドルそのものの研究というよりも、「集団文化」「消費文化」としての実態を掘り下げるべく、そのファンたちに着目した研究であるといえる。

たとえば筆者も何度かにわたって、日本社会におけるジャニーズ系アイドルについて、アイドルそのものよりもファンの文化に着目した論考を発表してきた（辻 2004, 2007, 2008, 2012a, 2018 など）。その要点は、アイドルそのものや関連するコンテンツのメッセージ性というよりも、ファン同士の、あるいはファンとアイドルとのコミュニケーションにおける、関係性の快楽とでも呼ぶべきものにこそ注目すべきではないかということであった。

ジャニーズ系アイドルは、基本的にグループを形成し、なおかつそうしたグループが数多くいるため、第二期のような一人であるアイドルと違って、ファン同士のコミュニケーションや

そのパターンも多岐に及ぶこととなる。そうした中で、象徴的なのは「同担拒否」と呼ばれるような、自分と同じアイドルのファン(同じアイドルの“担当”)とのつながりを避けるような振る舞いによってこそ、逆にジャニーズ系アイドルのファンコミュニティが、閉鎖的にならずに開放的に拡大しえたのではないかという指摘であった(辻 2004, 2007, 2008 など)。

この指摘は、スマートフォンやソーシャルメディアが登場する以前の、いわゆるガラケーと呼ばれた携帯電話や初期のインターネット普及時になされたものだが、筆者は引き続き、今日に至っても、こうした振る舞いが「拒否担」「禁止担」のようにマイナーチェンジしながらも継続されているのではないかと述べたことがある(辻 2018 など)。

形を変えども、こうした関係性の快楽とでも呼ぶべき、ファンコミュニティの楽しみに重きを置いたファン文化のありようは、陳怡禎による『台湾ジャニーズファン研究』(陳 2013)など、他の社会においても注目されている。さらには、ジャニーズ系のような男性アイドルの女性ファンのみならず、いわゆるAKB48系や坂道系と呼ばれるような女性アイドルグループの男性ファンについても、塚田修一と松田聡平による『アイドル論の教科書』(塚田・松田 2016)などでも論じられている。また本論文執筆時において、最新のアイドル論のアンソロジーといえる、『アイドル・スタディーズ——研究のための視点、問い、方法』(田島編 2022)や『アイドルについて葛藤しながら考えてみた』(香月・上岡・中村編著 2022)においても、中心となっているのは、やはりこうしたファン文化のありようであることは象徴的といえよう。

またこれと関連して、昨今では、「担当」よりも「推し」というような、ファンの側の接し方に重きを置いたアイドルのありようが注目を集めており、中山淳雄『推しエコノミー——「仮想一等地」が変えるエンタメの未来』(中山 2021)などの著作が出されているが、さらなる研究が待たれるところであるといえよう。

## 6. まとめ——今後の課題

### 6.1. アイドル論のアクチュアリティとは

ではここまでの議論をまとめるために、もう一度、かつての「大衆文化」の時代をも含めた、「第一期」から「第三期」に至るアイドル論を振り返ってみよう。まず、アイドルに先行するスターの時代(大衆文化の時代=第一期)があり、次に初期のアイドルが登場する時代があり(若者文化の時代=第二期)があり、そしてグループアイドル全盛の今日に至る時代(ファン文化の時代=第三期)があった。先の表-2を振り返りながらまとめると、「第一期」と「第二期」までは、メディアにおける表象を中心に扱った、メディアテキストについての分析や伝記的な研究が中心であったのに対し、「第三期」に至ると、むしろ特徴的な「集団文化」「消費文化」としてファン文化の実態にフォーカスを当て、そこから(グループ)アイドルのありようを浮かび上がらせるような研究が中心となってきたといえよう。

こうした知見については、それ自体も興味深い、むしろこのことはアイドル論の課題やそのアクチュアリティと関連付けて考えることが重要であろう。冒頭でも述べたように、アイドルは日本社会に特徴的な文化現象である一方で、今日のポピュラー文化はますます複雑な現象となっていくがゆえに、「マルチメソッド・アプローチ」と呼ばれるような、複数の視点を用いた総合的な研究を行うことが求められている。

すなわち、換言すれば特定のフォーカスだけに注目した研究では不十分な可能性が高いということであって、たとえば「第一期」のスターについて、生い立ちについての伝記的な研究をおろそかにし、その特殊な能力が来る所以を十分に掘り下げずに、もっぱらファン層だけを追うといった研究を行ったり、あるいは「第三期」のグループアイドルについて、ひたすら生い立ちについての伝記的な研究や歌詞の分析ばかりを行って、ファンたちのコミュニケーションに目を向けられないような研究を行ったりすると、おそらくは大きなミスリーディングを引き起こす危険性が高いということである。

もちろん、このことと表裏一体に、「第一期」のスターについての伝記的な研究にファン層の実態分析が加わったり、「第三期」のグループアイドルのファン文化研究に、アイドルの伝記的な研究や歌詞の分析が加わったりすると、さらなる深みが増すであろうことはいうまでもない。

すなわちアイドル論には、(日本社会についての)総合的な文化研究であることが求められているのであり、それこそがアイドル論のアクチュアリティなのだといえよう。一見、身近で容易そうな対象であるかのように思えて、実は本格的に腰を据えて取り掛からなければ、決してその深層にはたどり着けないような研究対象であることは、改めて大いに強調しておくべきだろう。

## 6.2. 今後の課題と展望

先行研究の中には、決して数は多くないが、そのような総合的な研究に取り組んだ例が存在している。それらを紹介しつつ、今後の課題と展望について記しておこう。

再び表-2に戻るならば、ここでは「第一期」～「第三期」における①～⑥の各セルに収まるような代表的な研究を取り上げて論じてきたが、これらのセルを横断ないし縦断するような、総合的な研究もいくつか存在してきたのである。

たとえば、「第一期」についていえば、①と②を、すなわち「メディア文化」「集団文化」「消費文化」という特徴を横断して、スターという文化の実態を掘り下げた総合的な研究として、エドガー・モランの『スター』(Morin1972=1976)などをあげることができよう。同様の点について、「第二期」についていえば、特におニャン子クラブに注目し、テレビにおいて表象される虚構性と、それを十分に理解したうえで享受するファン層との関連を総合的に論じた、稲

増龍夫の『アイドル工学』(稲増 1989)が著名である。今後は「第三期」についても、そうした横断的な研究が待たれるところである。

さらに、「メディア文化」にフォーカスを当てて、これらの時代を縦断的に記述するようなタイプの総合的な研究もいくつか存在してきた。たとえば、太田省一の『アイドル進化論——南沙織から初音ミク、AKB48まで』(太田 2011)などは、いわゆるアイドル元年からAKB48や初音ミクに至るまでの歴史的な変遷を女性アイドルを中心に手堅くまとめた著作である。あるいは境真良の『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』(境 2014)などもビジネス面を中心に扱いつつも、そうした歴史的に縦断的な記述を行っており、これらの著作と、同じく太田の『ニッポン男性アイドル史——一九六〇—二〇一〇年代』(太田 2021)などと合わせると、歴史的な理解を深めることが可能になる。

他には、アイドルが主に活躍してきた雑誌メディアを対象にした、田島悠来の『「アイドル」のメディア史——『明星』とヤングの70年代』(田島 2017)であったり、そのライバル誌に注目した阪本博志の『「平凡」の時代——1950年代の大衆娯楽雑誌と若者たち』(阪本 2008)なども好例といえる。

今後はさらにほかのメディアについての縦断的な研究であったり、「集団文化」「消費文化」としてのファン文化の歴史を縦断的にまとめる研究なども期待されよう。あるいはまた、これらの横断的・縦断的研究を合わせて検討していくことで、さらに立体的に文化現象としてのアイドルの理解が深まることも期待される。

そしてさらなる議論の展開の方向性を2つほど示唆して、本論文を締めくくりたいと思う。1つには、グローバル化するアイドルについての研究である。パトリック・ガルバレスとジェイソン・カーリンによる『Idols and Celebrity in Japanese Media Culture』(Galbraith and Karlin 2012)のように、日本のアイドルのグローバルな展開を英語で論じた著作も登場する一方で、文字通りグローバルに活躍するアイドルの代表例ともいえる、韓国のBTSについて、その魅力とともにARMYと呼ばれる強固なファン層の特徴を分析した、イ・ジヘン(이지행)による『BTS와 아미 킬러 (邦題名: BTSとARMY——わたしたちは連帯する)』(이지행 2019=2021)などがその好例としてあげられるだろう。

またもう1つの方向性として、アイドル論それ自体の内発的な発展や刷新も期待されよう。本論文でも取り上げてきたように、アイドル論については、社会学やメディア論、マーケティングなどを中心としつつも、たとえばノンフィクションライターや作家たちによる、秀逸な分析も展開されてきた。実は本論文の元になった科研費研究などをベースに、こうしたアイドル論を様々な立場から、広く活発に論じていくための「場」として、筆者も関わりながらアイドル学会(設立準備委員会)の活動が緩やかに開始されている(2023年3月現在)。今後は、こうした「場」を媒介にして、これまでのアイドル論をさらに広く狩猟した上で、後世に向けて

保存していくようなアーカイブの整備であったり、そこから発展する新たな議論の展開が期待されよう。

この点についてさらに具体的にいうならば、たとえば、こうした「場」においては、いわゆる研究者以上に、アイドルという文化現象に詳しい立場の人が活躍することがままあるが、『アイドルにつぼん』（中森 2007）などの著作で知られる作家の中森明夫などはその好例といえるだろう。特に注目すべきは、いわゆるアイドル論研究者の代表例ともいえる、稲増龍夫の『アイドル工学』（稲増 1989）を批判的に論じた、「ピンクレディーの 80 年代論」（中森 1991）という論文であり、中森が論じていた要点を記せば、「メディア文化」としてのアイドルの表象に注目した際に、その歴史を単線的にとらえるのではなく複線的にとらえるべきだという主張であった。

すなわち本論文でも整理してきたように、具体名でいえば、「美空ひばり→山口百恵→松田聖子→おニャン子クラブ→今日のグループアイドル」というような、スターからアイドル、そしてグループアイドルへというような単線的な歴史の変遷が常識的には思い浮かぶところだが、むしろそこには、かつてのスターから始まり、その後も決して消え去りはしないで、細々と続いてきたスターから始まる、実存性に重きを置いたような系譜と、その一方で、80年代のアイドル以降に目立ってきた、虚構性に重きを置いたような系譜とが併存していたのではないか、というのである。

同論文で中森が指摘していたのは、実は松田聖子に連なる系譜としてそれ以前に存在していたのがピンク・レディーであり（虚構性の系譜）、むしろ山口百恵に連なる系譜に先行して存在していたのはキャンディーズではないか（実存性の系譜）という点であった（中森 1991）。

本論文では紙幅の関係上、これ以上の検討を深めることは難しいが、実存性の系譜はさらに遡れば大衆文化のスターに、そして今日では、多くの若者が関心を寄せる各種のオーディション番組からデビューするようなアイドルであったり、あるいは先に取り上げた BTS のような身近なアイドルというよりはグローバルなスターに近い存在へと連なるものとして整理できるかもしれないし、虚構性の系譜については、松田聖子以降、おニャン子クラブを経て今日に至るに、むしろ初音ミクや Vtuber などに連なるものとして整理できるかもしれない（この点は、アイドル学会設立準備委員会などの議論で稲増自身も述べていたことである）。

本論文では、時代的な変遷を追うために、代表的な著作に絞って検討を進めてきたため、十分に扱いきれなかったアイドル論も数多存在しているであろうことは重々承知しており、それらを取り扱えなかったことは、ひとえに筆者の力量不足であるというほかはない。今後はそうしたアイドル論なども広く参照しながら、さらにこうした議論が発展していくことが期待されるところである。

付記：本論文は、2022～2024年度科学研究費基盤研究（C）「『限界芸術』化するアイドルの資料アーカイブ整備及び総合的なメディア文化史的研究（研究課題／領域番号 22K01884）」の助成を受けた研究成果の一部である。

### 参考文献

- 藤竹暁, 1973, 「美空ひばり考 一つの戦後体験」『講座・コミュニケーション4 大衆文化の創造』研究社：76-99.
- Galbraith, Patrick and Karlin, Jason, 2012, *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*, Palgrave Macmillan.
- 博報堂生活総合研究所, 1985 『「分衆」の誕生—ニューピープルをつかむ市場戦略とは』日本経済新聞社.
- 濱野智史, 2012, 『前田敦子はキリストを超えた—〈宗教〉としてのAKB48』ちくま新書.
- 平岡正明, 1979, 『山口百恵は菩薩である』講談社.
- 市川孝一, 1993, 『流行の社会心理史』学陽書房.
- 稲増龍夫, 1989, 『アイドル工学』ちくま書房.
- 井上俊編, 1993, 『現代文化を学ぶ人のために』世界思想社.
- 陳怡禎, 2013, 『台湾ジャニーズファン研究』青弓社.
- 加藤秀俊, 1976, 「芸能の社会学」『メディアの周辺』文芸春秋：93-114.
- 香月孝史・上岡磨奈・中村香住編著, 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.
- 北村匡平, 2017, 『スター女優の文化社会学—戦後日本が欲望した聖女と魔女』作品社.
- 이지행 (Lee Jeeheng), 2019, BTS와 아미 컬처, 커뮤니티 선택복스 (=2021, 桑畑優香訳『BTSとARMY—わたしたちは連帯する』イースト・プレス).
- 南博・社会心理研究所, 1990, 『続昭和 문화』勁草書房.
- 南博, 1957, 『体系社会心理学』光文社.
- Morin, Edger, 1972, *Les Stars*, Editions du Seuil. (=1976, 渡辺淳・山崎正巳訳『スター』法政大学出版局).
- 中森明夫, 1991, 「ピンクレディーの80年代論」大塚英志編『少女雑誌論』東京書籍：149-75.
- 中森明夫, 2007, 『アイドルにつぼん』新潮社.
- 中野収, 1985, 『若者文化の記号論—感性時代のヒーローウォッチング』PHP研究所.
- 中山淳雄, 2021, 『推しエコノミー—「仮想一等地」が変えるエンタメの未来』日経BP.
- 小川博司, 1988, 『音楽する社会』勁草書房.
- 小倉千加子, 1989, 『松田聖子論』飛鳥新社.
- 太田省一, 2011, 『アイドル進化論—南沙織から初音ミク, AKB48まで』筑摩書房.
- 太田省一, 2015, 『中居正広という生き方』青弓社.
- 太田省一, 2021, 『ニッポン男性アイドル史—一九六〇—二〇一〇年代』青弓社.
- 境真良, 2014, 『アイドル国富論—聖子・明葉の時代からAKB・ももクロ時代までを解く』東洋経済新報社.
- 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.
- 関修, 2014, 『隣の嵐くん—カリスマなき時代の偶像』サイゾー.
- 思想の科学研究会編, 1950, 『夢とおもかげ—大衆娯楽の研究』中央公論社.
- 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.
- 田島悠来編, 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.
- 竹中芳, 1965=2005, 『完本 美空ひばり』筑摩書房.

- 辻泉, 2004, 「ポピュラー文化の危機—ジャニーズ・ファンは“遊べているのか”」宮台真司・鈴木弘輝  
編著『21世紀の現実（リアリティ）—社会学の挑戦』ミネルヴァ書房：2-52.
- 辻泉, 2007, 「関係性の楽園／地獄—ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」  
玉川博章・名藤多香子・小林義寛・岡井崇之・東園子・辻泉『それぞれのファン—I am a fan』風  
塵社.
- 辻泉, 2008, 「メディアと集いの文化への視座—経験的／批判的アプローチからマルチメソッド・アプ  
ローチへ」南田勝也・辻泉編『文化社会学の視座—のめりこむメディア文化とそこにある日常の文  
化』ミネルヴァ書房：14-37.
- 辻泉, 2012a, 「「観察者化」するファン—流動化社会への適応形態として」『アド・スタディーズ』吉田  
秀雄記念事業財団, 40号：28-33.
- 辻泉, 2012b, 「ポピュラー文化研究と社会情報学」『社会情報学研究』16-2：31-40.
- 辻泉, 2018, 「「同担拒否」再考—アイドルとファンの関係, ファン・コミュニティ」『新社会学研究』  
新曜社, 3号：34-49.
- 塚田修一・松田聡平, 2016, 『アイドル論の教科書』青弓社.