

# アイドルファンと野球ファンの比較

—魅力とコミュニティの KJ 法による分析—

今野 ひかる (秋吉ゼミ)  
HS21-1109B

## 論文の目次

### 目次

- 第1章 問題の背景
- 第2章 先行研究
- 第3章 仮説の設定と調査の概要
- 第4章 仮説 1 の分析と考察
- 第5章 仮説 2 の分析と考察
- 第6章 結論
- 付録 A 調査の内容と対象者の詳細
- 参考文献

## 論文の要旨

### 1 研究の背景・目的

プロ野球のファンサービスの多様化やファン層の拡大、アイドル文化とファンの歴史を受け、両娯楽のファンに向けたファンサービスに類似性があると考え、ファン行動・心理にどのような共通点・相違点があるのか疑問を抱いた。Well-being (どんな要素に魅力を感じているのか) をキーワードとして、ファン・コミュニティに関する研究に注目したところ、「娯楽」という広い枠組みでの研究は存在したが、特定分野の娯楽のファンに限定し、対照比較している研究はなかった。また 2000 年代の現在においても特定の事物について人々が楽しさを感じたり、つながりを作ったりすることに関する研究が行われてきているが、一般化や比較は十分に行われていない。

ベネディクトの『Imagined communities』(1983) の、メディアが国民という集団的なアイデンティティの形成において大きな役割を果た

している (Japan Knowledge Lib (日本大百科全書) 2024) という知見から、筆者はファン行動・心理の分類に加え、メディアが作る娯楽やファン・コミュニティにおけるつながりの一般的な形を、比較を通じて理解することに社会学的意義があると考えた。

以上のことから「アイドルファンが感じるアイドルへの魅力と、野球ファンが感じる野球 (観戦) への魅力には、どのような類似点があるか」を研究課題として設定した。そして、ファンを通じた娯楽文化の広がりや、娯楽を通じた人々のつながりを、社会学的な視点から明らかにすることを本研究の目的とした。この目的を達成するために、ファンの誕生から継続までの過程や、ファン・コミュニティの実態を通時的な視点で観察し、「マスメディアの普及」や「ファン同士のつながり」など、新たな因子として「周囲からの影響」にも注目した比較、類型化を行った。

### 2 仮説の設定と調査の概要

#### 仮説 1

「①はじめに愛好対象に魅力を感じるきっかけは外 (他者・モノ) からの影響で、②そこからファンになることを後押しする可能性が高いのは、「身近にいる誰か」「愛好対象 (人)」「娯楽自体」である。」

#### 仮説 2

「ファン活動を継続するにあたり、アイドルファンよりも野球ファンの方が、ファン同士の交流や仲間意識、団結感が大切であると考えている。」

大学生と 20 代から 50 代の社会人の合計 30 人(男性13人・女性17人)を調査対象者とした。対面あるいは Google Meet での半構造化インタビューを実施し、分析には KJ 法を用いた。

### 3 仮説 1 の検証

#### 3.1 仮説 1-①の検証

どちらのファンにおいても「メディア」と「周囲の人」の 2 つの外部からの影響によって愛好対象を知り、魅力を感じたことが確認でき、両方の娯楽のファンにおいて仮説が支持された。

#### 3.2 仮説 1-②の検証

アイドルファンがファンになることを後押しし継続を促した要因には、特に「身近に愛好対象の魅力伝える人がいること」、そしてファン自身が「愛好対象や愛好対象の作品に魅力を感じる」と確認できた。「娯楽自体が好きになる」に関しては、ファンによる直接的な回答例がなかったが、ファンがファンサービスや運営の仕方に魅力を感じたり満足したりしていることから娯楽自体に魅力を感じていると判断し、仮説の立証とした。

野球ファンが持つ要因としては「周囲の人からの影響・環境」において、家族による影響を受けている場合が多いことが確認できた。また実際に球場に訪れ試合を観戦(生体験)したことで「選手のプレー・外見」や「観戦中のファンの応援・球場の雰囲気・一体感」に魅力を感じファンの継続に至っていることも確認できた。これらの要因は、仮説で立てた要因と重なるため、野球ファンにおいても仮説が支持された。

### 4 仮説 2 の検証

検証結果より「同志の存在・ファン同士での交流や仲間意識はファン活動の継続にとって大事か」という質問に関して、アイドルファンはファン歴によって考え方に違いが見られることが確認でき、それに加えて「大事である派」と

「大事ではあるが注意が必要派」に意見が大きく分けられることが確認できた。野球ファンは、稀なグループもいくつか見られたが、年齢・性別・ファン歴に大きな偏りがなくおおむね大多数の人が「大事である派」のグループに属することが確認できた。よって、仮説 2 も支持された。

### 5 考察・結論

どちらのファンにも「愛好対象に魅力を感じるきっかけはメディアや身近にいる人、周囲の環境などの外部からの影響である」という共通点があること、さらに「ファンになることを後押しするのは「身近にいる誰か」「愛好対象(人)」「娯楽自体」である」という共通点もあることが明らかになった。

ファン活動を継続する中で苦楽を共にする同志の存在や交流・仲間意識に関しては、アイドルファンと野球ファンで、ファン歴やファン・コミュニティでの経験を経た上での考え方に相違があり、それぞれの娯楽特有の特徴が明らかになった。野球ファンは、特定のファンに固執せず深いかかわりは持たないが、「勝利」という全員共通の目標に向かって交流し、仲間意識をもって応援するスタイルを好んだ。その一方でアイドルファンにおいては、適度な交流や仲間意識を持ちながら、無理なく自分のペースで、あるいは自分のペースを乱さないファンを見つけて応援するスタイルを好む傾向が確認できた。

#### 主要参考文献

- 井上義和・岩井洋・広沢俊宗, 2006, 「プロ野球ファンに関する研究(V) ——ファン心理、応援行動、および集団所属意識の構造(第二部 スポーツファンへの多面的アプローチ, 創造性の視点)」『関西国際大学地域研究所叢書』関西国際大学地域研究所, 3(3): 29-40.
- 小城英子, 2004, 「ファン心理の構造(1) ファン心理とファン行動の分類」『人間科学』, 関西大学大学院, (61): 191-205.