

「オタク」と「ファン」の意味変容からみる「推し」概念の拡張：尺度研究における構成概念の異同と変遷に着目した考察

大石, 百華
九州大学教育学部

<https://doi.org/10.15017/7162254>

出版情報：九州大学教育社会学研究集録. 26, pp.37-61, 2023-09-30. 九州大学大学院人間環境学府教育社会学研究室
バージョン：
権利関係：

「オタク」と「ファン」の意味変容からみる「推し」概念の拡張

—尺度研究における構成概念の異同と変遷に着目した考察—

Expansion of the Concept of "Oshi" in Terms of Semantic Transformation of "Otaku" and "Fan: A Study Focusing on the Differences and Transitions of Constructs in Scale Research

大石 百華

1. はじめに—多様化する「推し」と推す主体の「ファン」と「オタク」—

「推し」という言葉が世間一般的に浸透している。NHKの「あさいち」では2020年に初めて「推し」を取り上げた特集をしており、番組の事前アンケートでは4万3千人以上の回答数が集められ、その認知度の高さが窺える(NHK2020)。また、消費者庁の「消費者意識基本調査」において「推し活」^①への意欲に関する質問の「有名人やキャラクター等を応援する活動にお金を使う」では「とても当てはまる」、「ある程度当てはまる」と回答した人の割合は、10代後半で42.1%、20代で35.1%であり、30代は17.5%、40代以上は10%にも満たないことから、「推し活」は主に20代以下の若年層において行われていることも分かる(消費者庁2022)。このように最近では若年層を中心に生活の中であたりまえに使用されているが、「推し」は元来アイドルグループなどで一番好きなメンバーを指して「推しメン」と言っていたことが由来となっており、古くはモーニング娘。の頃から使用されていたという説もあるが、一般的に広まったのは2000年代中盤から後半にかけてのAKB48がきっかけとされている(横川2021、p.14)。しかし、現在において「推し」は果たしてグループの中で一番好きなメンバーという枠組みに収まっているのだろうか。「推し」につい

ては多くの人が語っており、『ユリイカ9月号 特集：女オタクの現状—推しとわたし』において、綾奈(2020)は「空気ほど差し迫ってはいないが、水くらい、無いと生きられないという感覚だった」(綾奈2020、p.59)、吉怒田(2020)は『『推し』は尊いものであり、自己に近しい存在というよりも別の次元の存在と言われる』(吉怒田2020、p.136)、隠岐(2020)は「突然『現れ』で、自分を夢中にさせる存在が『推し』であると私は考える」(隠岐2020、p.62)と語っている。他の文献においても久保(2022)は一般論として『『推し』とは、簡単にいえば、とても好きで熱心に応援している対象(人や事物など)のことで、「この世のあらゆるものすべてが『推し』になりえます」(久保2022、pp.14-15)としており、著書における定義は「対象をただ受身的に愛好するだけでは、飽き足らず、能動的になにか行動してしまう対象が『推し』である」(久保2022、p.16)としている。また、横川(2021)は「当初はアイドル界限のみで使われるスラング的な意味合いだったものが、その使いやすさ呼びやすさから、多ジャンルへ爆発的に浸透。今や「推し」は現代用語としてすっかり定着した感があります」(横川2021、p.14)、「オタクの数だけ、推しとは何なのかの答えがある」(横川2021、p.254)と語っている。これらを踏まえて現在語られている「推し」についてまとめると以下の3点があげられる。

①「推し」に対して「好意」があるが、その好意の形

に一貫性が見られない

②「推し」のジャンルの制限はない

③「推し」の捉え方は人それぞれである

このことから、元来の「推し」の意味より多様化していることが示唆される。

しかし、言葉が勝手に多様化することは決してない。この多様化の要因となってきた主体が存在するはずである。この「推し」を持つ人として一般的に挙げられるのが「ファン」と「オタク」である。久保(2022)では「ただのファンではなく、「推し」を推すファンのありようが少し見えてきましたか？」(久保2022、p.19)と述べられており、また、「推し」を持つ人はただのファンとは異なり、能動的に「なにかをする」という違いがあると述べている(久保2020、pp.18-20)。一方で、横川(2020)は『『推し』と出会ったことで人生が変わった『オタク』たちがたくさんいます』(横川2020、p.5)と述べており、自身の著書のタイトルを『人類にとって「推し」とは何なのか、イケメン俳優オタクの僕が本気で考えてみた』としているように、「推し」を持つ人は「オタク」としていることが分かる。『ユリイカ9月号 特集：女オタクの現状—推しと私』においても悠木(2020)が「推しがいたらオタク」(悠木2020、p.50)としていることや女オタクの現状として「推し」に着目した特集が組まれていることから「推し」がいる人のことを「オタク」としていることが分かる。他にも柳瀬(2022)は「推し」を人類学的に研究するにあたって「オタク」を対象としている。これらだけを見ると、「推し」の推す主体は「ファン」か「オタク」のどちらかであり、傾向としては「オタク」が推す主体として捉えられる方が多いと考えられる。しかし、正木(2023)は「推し」のことを「ファン対象」としているが、「推し」を語るにあたって「オタク」に触れる必要があるとしており、このことも踏まえると、一概に「ファン」と「オタク」のどちらか一方だけが「推し」の推す主体であるとは言えないのではないかと考えられる。

そこで本論では「推し」の推す主体について「ファン」と「オタク」に着目して検討していく。また、「ファン」と「オタク」の比較が本論の課題であるため、

「おたく」と「オタク」の違い今回は特記せず、本論では、引用を除き、「オタク」と記す。「推し」の推す主体を議論していく上で1点疑問が生じる。それは、「推し」の推す主体を「ファン」と「オタク」とするならば、そもそも「ファン」と「オタク」の違いとは一体何であるのかということである。これらはサブカルチャーの主体であり、似た概念でありながら、両者の違いについて検討している研究は見られない。「推し」が多様化しているように、他のサブカルチャーの概念も拡大していく可能性がある中で、その主体である「ファン」と「オタク」が同一化してしまうと今後の研究において、研究対象としての主体を定めることができない。そこで、本論では、これまで語られていない、「ファン」と「オタク」についてその違いを明らかにすることを目的とする。この両者を比較することによって、「推し」ないしサブカルチャーを推す主体について考察していく。このようなサブカルチャーにおける概念についての研究としては、西(2017)のアイドルについての枠組みを用いて検討しているものが挙げられる。西(2017)は、アイドルそのものについての議論に加え、アイドルと推す側の媒介を担うメディアについても各年代の象徴的なアイドルを取り上げ、それぞれの社会的な機能について議論している。このような歴史や社会学的な枠組みを用いた議論においては、具体的な対象について検討することはできるが、対象を網羅的に捉えようとすることは不可能である。特に今回取り上げる「ファン」や「オタク」の数は膨大であり、且つ抽象的であるため、特定の枠組みにあてはめるのは困難である。そこで、「ファン」と「オタク」という抽象的な概念がいかに操作化されてきたかを見ていくことで、両者の違いについて検討していく。そのために、本論では抽象的な事物の構成概念を捉える尺度研究を中心に先行研究を取り上げていく。加えて、「ファン」と「オタク」のそれぞれの変遷についてもその歴史的背景を含めながら検討していく。これらを踏まえ、以下では、「ファン」と「オタク」のそれぞれの研究の知見を整理する。2節では「ファン」を中心とした研究、3節では「オタク」を中心とした研究を取り上げる。それを踏まえ、4節では総合的に

「ファン」と「オタク」を捉えた上で「押し」の推す主体について改めてまとめ、今後の「押し」研究の展望について検討する。

2. 尺度構成から見る「ファン心理」の諸相

「ファン」とは「熱心な愛好者。実際に自分がするのではなく、それらを見たり聞いたりすることが好きな人。また、ある特定の人物を熱列に指示する人」(『日本国語大辞典』)と定義されている。このようなファンについての研究は、ファン対象を個人や特定のグループに限定した事例研究として2000年代より前からされているが、ファン対象のジャンルを問わず網羅的に扱い、ファンの内面の研究を行った人物としては小城(2002)が挙げられる。小城

(2002)はファン対象を「直接的なコミュニケーションを持たず、主にマス・メディアを介して知り得るタレント・アーティスト」と定義したうえでファン心理の構造をファン対象の職業との関連において探索的に解明することを目的とした研究を行っている。ファン対象とそのファン対象を好きになったきっかけ、好きな理由を自由記述形式で回答を求め、質的に分析を行ったことによってファン心理の一般的な構造を明らかにした。その後小城(2004)は小城(2002)で得られた結果をもとにファン心理とファン行動に関する尺度を開発した。小城(2004)によって開発された尺度はファン心理が「作品の評価」、「疑似恋愛感情」、「外見的魅力」、「同一視・類似性」、「流行への同調」、「ファン・コミュニケーション」、「尊敬・憧れ」、「流行への反発・独占」の8因子構造であること、そして「作品の評価」、「尊敬・憧れ」の2因子がファン心理の主軸であることを明らかにした。表1はファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表1における「A」とはファン対象のことを指している。また、ファン行動は「情報収集」、「熱狂行動」、「作品の収集・鑑賞」、「模倣行動」、「宣伝行動」の5因子構造であること、そして「情報収集」と「作品の収集・鑑賞」が主要なファン行動であることを明らかにし

た。表2はファン行動の各因子の負荷量が高い3項目を挙げている。但し、「宣伝行動」は項目が2つのため、2項目のみ挙げている。表2における「A」とは表1と同様にファン対象である。この調査が行われた2000年代初期の有名人と接触できる手段はテレビや雑誌などのメディアが主流であり、ファンクラブに入ることでより多くの情報を得ることができたことを踏まえると「情報収集」が主なファン行動の1つとなることも頷ける。

表1 小城(2004)より ファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
作品の評価	Aの作品(音楽・本・演技・プレーなど)は心に残る。	.766
	Aの作品(音楽・本・演技・プレーなど)はレベルが高いと思う。	.710
	Aの作品(音楽・本・演技・プレーなど)の世界に引き込まれる	.687
疑似恋愛感情	気がつくとも、いつもAのことを考えている。	.803
	Aに対する気持ちは、恋愛感情に近い。	.697
	Aのためなら、どんなことも我慢できる。	.671
外見的魅力	Aはスタイルがいいと思う。	.815
	Aの容姿はバランスがとれていると思う。	.812
	Aの外見は、私にとってとても魅力的だ。	.804
同一視・類似性	Aとは価値観が似ていると思う。	.670
	Aは私の気持ちを代弁してくれている。	.612
	Aに自分の姿を重ね合わせてみている。	.568
流行への同調	Aが流行するようになってから、好きになった。	.742
	Aはメジャーだから好きだ。	.594
	Aは世間一般的に人気があるから好きだ。	.586
ファンコミュニケーション	Aのファンに会おうとうれしくなる。	.621
	Aのファン同士で盛り上がるのが楽しい。	.593
	Aの話題で友人と話を合わせるができる。	.539
尊敬・憧れ	将来、Aのようにになりたい。	.637
	Aのような生き方をしたい。	.588
	Aは、私にはとてもできないようなことをしているから、好きだ。	.547
流行への反発・独占	Aが売れてしまったら、寂しい。	.722
	Aが有名になってしまうと、嫌だと思う。	.718
	他にAのことを好きなファンがいると不愉快になる。	.467

表2 小城(2004)より ファン行動の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
情報収集	Aに関する情報は、まめにチェックしている。	.846
	Aが出演するテレビ番組を必ず見る。	.750
	Aが掲載されている雑誌は必ず買う。	.744
熱狂行動	文具や小物など、Aのグッズを持ち歩いている。	.848
	Aにファンレターを書いたり、プレゼントを贈ったりする。	.783
	Aの「追っかけ」をしている。	.684
作品の収集・鑑賞	Aの作品(CD・本・ビデオなど)は必ず買う。	.784
	Aの作品(CD・本・ビデオオセットなど)を友達にあげたり、貸したりする。	.688
	暇さえあればAの作品(音楽・本・演技・プレーなど)を見たり聴いたり読んだりしている。	.671
模倣行動	Aのファッションや作風を真似している。	.846
	Aの作品(音楽・本・プレーなど)を手本に、真似たり、練習したりしている。	.706
	Aと同じような言葉遣いや話し方になってきた。	.549
宣伝行動	友達や家族に、AやAの作品のことを積極的に宣伝している。	.547
	お店にAに関するものがあれば、目立つように置きたくなる。	.369

そして、「作品の評価」がファン心理の軸の1つであること、「作品の収集・鑑賞」がもう1つの主なファン行動であることから当時は作品が評価される傾向にあったことが推測される。また、この調査で得られたデータはその後も小城の研究で使用されている。小城(2005)はファン対象の職業別のファン心理、ファン行動について分析を行っている。ファン心理の職業別比較において有意差が認められたのは、「作品の評価」($F(4,523)=16.8$)、「疑似恋愛感情」($F(4,521)=9.26$)、「外見的魅力」($F(4,519)=24.8$)、「同一視・類似性」($F(4,521)=3.83$)、「ファン・コミュニケーション」($F(4,521)=6.58$)、「尊敬・憧れ」($F(4,523)=8.25$)、「流行への反発・嫉妬」($F(4,528)=8.21$)であった。また、ファン行動の職業別比較で有意差が認められたのは「情報収集」($F(4,527)=3.64$)、「鑑賞行動」($F(4,526)=55.2$)、「模倣行動」($F(4,528)=5.02$)、「宣伝行動」($F(4,525)=9.51$)であった³⁾。「ミュージシャン」、「スポーツ選手」は「作品の評価」の平均値がそれぞれ4.40、4.25で「俳優」の3.83、「アイドル」の3.75と比較すると高く、「模倣行動」の平均値もそれぞれ1.88、1.75と「俳優」の1.39、「アイドル」の1.52よりも高かったことから「ミュージシャン」と「スポーツ選手」はファンの人生の手本となっていることが分かる。特に、「ミュージシャン」ファンは「作品の鑑賞」の平均値が3.12と「スポーツ選手」の1.80、「俳優」の1.73、「アイドル」の2.05と比較すると高いことが明らかにされている。また、この調査において「ミュージシャン」は全体の過半数を占めており、多くのファンがこのような傾向にあることが考えられる。「俳優」、「アイドル」は「外見的魅力」の平均値がそれぞれ3.60、3.95と「ミュージシャン」の2.91、「スポーツ選手」の2.90と比較すると高く評価されている。特に「アイドル」ファンは「情報収集」の平均値が3.05と「ミュージシャン」の3.00、「スポーツ選手」の2.87、「俳優」の2.72と比較すると高く、「疑似恋愛感情」の平均値も3.02と「ミュージシャン」の2.10、「スポーツ選手」の2.23、「俳優」の2.19と比較すると高い。それにも関わらず、「ファン・コミュニケーション」の平均値も3.08と「スポーツ選手」の3.14よ

りは低い「ミュージシャン」の2.92や「俳優」の2.63と比較すると高い。このことから「アイドル」は「疑似恋愛感情」を向ける対象でありながら他のファンと共有される存在であると考えられるとされている。

「ミュージシャン」や「アイドル」は同様に楽曲を出しているにも関わらず、「ミュージシャン」の方は作品を重視されているのに対して、「アイドル」は外見が重視されており、「疑似恋愛感情」を向ける対象としての役割も担っていることが分かる。また、小城(2006)は同データを用いてファンとファン対象の性別の組み合わせやファン層の分類を行うことでよりファン心理とファン行動を多角的に捉えている。この結果から「アイドル」や「俳優」で重視されていた「疑似恋愛感情」や「外見的魅力」は異性同士の組み合わせが中心であり、特に男性ファンから女性に対してこの傾向があった。「作品の評価」、「尊敬・憧れ」はファン心理の軸であることから、どの組み合わせにおいても高いが同性同士においてより高い傾向にあり、特に男性ファンから男性に対して顕著であった。このことから男性ファンは女性ファンよりも対象の性別によってファン心理に違いが見られると考えられる。また、クラスター分析によってファン層は「疑似恋愛感情」、「外見的魅力」、「流行への反発・嫉妬」の得点が高い「アイドルファン層」、ほとんどの側面において他のクラスターよりも得点が高い「ライトファン層」、多くのファン心理、行動の得点が高い「熱狂的ファン層」、「作品の評価」、「同一視・類似性」、「尊敬・憧れ」、「作品の鑑賞」の得点が「熱狂的ファン層」に次いで高い「信奉層」の4つに分類されることを明らかにした。この小城(2002、2004)によって一般的なファン心理の構造は明らかにされ、小城(2005、2006)によってより多角的に捉えることを可能とした。これらの小城の研究はその後の「ファン」を対象とする研究における基盤となった。小城の研究を受け、その後のファン研究は大きく分けてジャンル別の特色を顕わにする研究とよりファンの精神面に着目した研究に2分化されていく。

まず、ジャンル別の特色を顕わにした研究として挙げられるのは小城・広沢(2005)の研究である。

この研究ではプロ野球ファンに着目して調査を行った。野球ファンの研究は以前から行われており、例えば、藤善（1994）は行動観察によってプロ野球ファンの心理を行動の面から分析しているが、実証的であるとは言い難い。対して、小城・広沢（2005）の研究ではファン心理を中心としてプロ野球の魅力について全体像の把握を実証的に行っている。但し、この調査対象は大学生であり、プロ野球ファンを網羅的に把握できていないこと、野球に興味を持っていない人が回答者に含まれることを踏まえて広沢・井上・岩井（2006）は20代から50代の野球ファンを対象とした調査を行った。その結果、プロ野球ファンのファン心理は「尊敬・憧れ」、「共依存的感情」、「ファン・コミュニケーション」、「熱狂的ファンの弱さへの両価感情」、「疑似恋愛感情」、「不安定性への魅力」、「メジャー志向」、「Bクラスの戦力への魅力」、「強さへの魅力」の9因子構造であることが明らかとなった。表3はプロ野球ファンのファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。但し、「Bクラスの戦力への魅力」は項目が2つのため、2項目のみ挙げている。表3において「××」とはファン対象を指している。これらの因子のうち、小城（2004）で明らかにしたファン構造と共通するものは「尊敬・憧れ」、「ファン・コミュニケーション」、「疑似恋愛感情」、「流行への同調」と項目が類似する「メジャー志向」のみであった。

また、ファン行動については応援行動、集団所属意識に分けて調査しており、応援行動は「直接的応援行動」、「メディア接触型応援行動」、「批判的・分析的応援行動」の3因子構造であり、集団所属意識は「準拠集团的意識」、「独自意識」、「親近感愛着意識」の3因子構造であった。表4はプロ野球ファンのファン行動の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表4において「××」とはファン対象を指す。但し、「批判的・分析的応援行動」の項目は2つのため、2項目のみ挙げている。これらは小城（2004）のファン行動で主要な行動とされていた「情報収集」、「作品の収集・鑑賞」とは異なった結果となった。これらのファン心理とファン行動の構

表3 広沢ほか（2006）より プロ野球ファンのファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
尊敬・憧れ	××をととても尊敬している。	.670
	××の選手の姿には惚れ惚れする。	.654
	××は正義感が強いと思う。	.615
共依存的感情	××を理解してやれるのは自分しかいない。	.773
	自分だけの××にしておきたい。	.667
	××は、勝つためなら手段を選ばないチームだ。	.602
ファン・コミュニケーション	××のファン同士で盛り上がるのが楽しい。	.602
	××の話題で友人と話を合わせることができる。	.598
	××のファンに出会うと、うれしくなる。	.517
熱狂的ファンの弱さへの両価感情	××の試合やプレーが悪くても××が好きだ。	.676
	××が弱くても好きだ。	.586
	××が弱くなったら、ファンをやめる。	.584
疑似恋愛感情	自分が見ていてやらないと、××が負けるような気がする。	.642
	××に関して自分が他のファンより詳しいと、優越感を感じる。	.600
	いつも××のことを考えている。	.600
不安定性への魅力	××にはハラハラさせられる。	.624
	××の試合は安心して見ていられる。	.622
	××が連勝していても、安心できない。	.603
メジャー志向	××は世間一般的に人気があるから好きだ。	.654
	××はメジャーだから好きだ。	.601
	××は強いから好きだ。	.463
Bクラスの戦力への魅力	××は、チームとして安定した戦力を持っている。	.666
	実は、××の試合やプレーは下手だと思っている。	.447
強さへの魅力	にわかファンでも、××のファンが増えるのはうれしい。	.685
	もし、××が負けていても、必ず逆転してくれると信じている。	.685
	××の強いところが好きだ。	.409

表4 広沢ほか（2006）よりプロ野球ファンのファン行動の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
直接的応援行動	友達や家族に、××のことを積極的に宣伝している。	.663
	××の試合があれば、よく球場まで観戦に行く。	.653
	××の試合が始まったら、他のことが手につかなくなる。	.651
メディア接触型応援行動	××の試合のテレビ中継をよく見る。	.742
	××が優勝したら、優勝セールに行く。	.541
	××に関する情報は、まめにチェックしている。	.507
批判的・分析的応援行動	自分は、××に対して、批判的な目を持っていると思う。	.785
	自分は××を客観的に分析している。	.742
準拠集团的意識	「あなたは典型的な××ファンだね」といわれる。	.807
	自分は他の人から典型的な「××ファン」だと思われている。	.786
集団所属意識	××ファン集団への所属意識が強い。	.734
	××ファンであることは、あまり大げらにしたい。	.741
	××ファンだというと、変な目で見られる。	.738
親近感愛着意識	××ファンの中にも、ファンとは思えない人がいる。	.711
	他の××ファンがとても好きである。	.826
	他の××ファンに親近感を感じる。	.802
	××ファンに愛着を感じている。	.750

造因子の違いについては野球という勝敗の読めない競技故のスリルを味わえるところや、球団というチームが地域に根差しているなどの特色によって生じたものであろう。また、他のジャンルとしては坂口・後藤（2016）による宝塚ファンのファン心理研

究が挙げられる。宝塚ファンの研究もプロ野球ファン同様に小城（2002）以前より研究自体はあった。例えば、上瀬（2002）は1991年に男役⁽²⁾のファンを中心とした調査を行っており、タカラヅカの魅力や回答者の男性観について尋ねている。しかし、この調査は男役のファンを中心としているため、タカラヅカファン全体については考察できない。対して、坂口・後藤(2016)の研究はファン対象の役を指定していないため、タカラヅカファンについて網羅的に調査が行われている、坂口・後藤（2016）の調査の結果、ファン心理は「魅了」、「依存」、「独占」、「尊敬」の4因子構造であることが明らかとなった。表5はタカラヅカファンのファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表5において「○」とはファン対象を指している。「尊敬」は小城（2004）でもファン心理の主軸の一つであった「尊敬・憧れ」と共通しており、「魅了」も作品への魅了だったり、ファン同士でのコミュニケーションを楽

表5 坂口・後藤（2016）より タカラヅカファンのファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
魅了	○○のファン同士で盛り上がるのが楽しい	.777
	○○のファンにであると嬉しくなる	.739
	○○には宝塚の美学を感じる	.674
依存	○○なしの生活は考えられない	.944
	いつも○○のことを考えている	.799
	私にとって、○○の存在はとても大きい	.491
独占	誰よりも、○○を思う気持ちは強い	.706
	自分が応援してやらないと○○がダメになる	.636
	○○に関して自分が他のファンより詳しいと、優越感を感じる	.628
尊敬	○○をととても尊敬している	.728
	○○の演技やダンス、歌は超一流だと思う	.666
	○○に憧れている	.618

しんでいたりと「作品の評価」、「ファン・コミュニケーション」に通じるものがある。「依存」、「独占」に関しては小城（2004）の「疑似恋愛感情」の一部とも捉えられる項目で構成されており、回答者のほとんどが女性であることから恋愛感情とはならないが、依存対象や独占欲の生じる対象としては捉えられていることが分かる。ここで男役もいながら「疑似恋愛感情」とならないのは小城（2006）において「疑似恋愛感情」は主にファンとファン対象が異性の時に強く、特に男性ファンから女性に対して顕著であったことも考慮すると妥当な結果であろう。この宝塚に関する研究は性別の組み合わせが女性ファ

ンから女性に対しての場合が占める割合が多く、また、「男役」というファン対象が女性でありながら男性な魅力も兼ね備えているというケースにおけるファン心理の構造も明らかにした。

最近ではジャニーズと坂道シリーズのファンに焦点を当てた研究が松本（2023）によって行われた。ジャニーズファン、坂道シリーズのファンのいずれもファン心理尺度は「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」の6因子構造であった。ただし、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項目から構成されており、多少の違いが見られた。表6はジャニーズファンのファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。但し、「共感」は2項目のため、2つ挙げている。また、表7は坂道シリーズのファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。小城（2004）のファン心理尺度と比較すると、「ロールモデル」は「尊敬・憧れ」と「共感」は「類似性・同一視」と項目が類似しているため、構成はほとんど同じであるが、ジャニーズファン、坂道シリーズファンの特徴として「ファン・コミュニケーション」、「流行への同調」、「流行への反発・独占」が見られない一方で「典型的ファン」はジャニーズファン、坂道シリーズファンにのみ見られる。また、ジャニーズファン、坂道シリーズファンともに「作品の評価」が高いことから、小城（2005）では「アイドル」に対して「外見的魅力」、「疑似恋愛感情」が高かったのに対し、現在では「ミュージシャン」、「スポーツ選手」に対して高かった「作品の評価」が高いことから、アイドル自体のあり方と求められていることの変化が示唆される。このようなファン対象のジャンル別に行われた研究によって、各ジャンルの特色を顕わにされている。また、ここで取り扱われているジャンルは野球というメインカルチャーから宝塚歌劇団といった世間一般的に認知されている文化、そして近年ではアイドルというサブカルチャーの主軸とも言えるものが対象となってきた。次にファンの精神面に着目した研究として挙げられるのは川上（2004）の研究である。川上（2004）は

思春期・青年期のファン心理と発達課題について中学生と高校生を対象とした調査を行った。この際、「ファン対象」ではなく「好きな対象」としており、尺度は「なりたい対象への気持ち」、「人生、生活への被影響感・生きがい犠牲的行為」、「作品への評価/恒常的な好意」、「恋愛感情様相」、「外見への好意」、「同対象への好意を持つもの同士がコミュニケーションを楽しむ気持ち」、「類似性・同一視/人間性への関心」、「私生活への関心」、「流行への同調心」、「流行への反発心/独占願望」の10因子構造である。表8は好きな対象への心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。「流行への同調心」は2項目のため、2つ挙げている。小城(2004)で得られたファン心理と比較すると「なりたい対象への気持ち」を「尊敬・憧れ」、「恋愛感情様相」を「疑似恋愛感情」、「同対象への好意を持つもの同士がコミュニケーションを楽しむ気持ち」を「ファン・コミュニケーション」とするのであれば小城(2004)で挙げられていた因子は網羅しており、川上(2004)の特徴として「人生、生活への被影響感・生きがい犠牲的好意」、「私生活への関心」が挙げられる。このことから、大学生のファンとは異なり、中学生、高校生のファンにおいてはファン対象が生きがいであり、私生活も知りたいと思わせるような対象ともなり得ることが分かる。また、主軸となっているのが「なりたい対象への気持ち」と「恋愛感情様相」であり、これも小城(2004)のファン心理の主軸が「作品の評価」と「尊敬・憧れ」であったことと比較すると中学生、高校生はファン対象を恋愛対象として見る傾向にあるのに対して、大学生になると作品の評価を行うようになるという違いが見られる。加えて、「なりたい気持ち」に関してはファン対象が青年期を支える移行対象⁽⁴⁾としての側面を担っている可能性について提示している。川上(2004)と同様に移行対象としてのファン対象の役割について戸田(2013)は検討しており、特に imaginary companion⁽⁵⁾(以下IC)的性質があるとして調査しており、調査対象は大学生と中学生であった。結果から移行対象であるICかファン対象を持ったことの無い人の方が

客観的な自分と主観的な自分が一致しているという感覚を持っており、ICを持つ人は自我同一性が未確立であるが故の寂しさを埋める存在としてファン対象を利用していると考えられている。また、質的調査からICが代弁者としての機能も持っていることも分かり、「ファンはファン対象の発するメッセージの中から自分に通じる言葉を見付け、そこから彼らを‘代弁者’とみなすように」(戸田2013、p.89)なっている。このような川上(2004)、戸田(2013)の研究から、大学生と中学生、高校生のファン心理の違いや思春期、青年期におけるファン対象の機能についても明らかにすることを可能とした。

小城の研究を筆頭にジャンル別の研究やファンの精神面に着目した研究によってファン心理の研究が紡がれてきたが、会いに行けるアイドルの定着や

表6 松本(2023)より ジャニーズファンのファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
作品の評価	そのアイドルの作品に感動した。	.784
	そのアイドルの作品の世界に引き込まれる。	.781
	そのアイドルの作品はレベルが高いと思う。	.747
ロールモデル	そのアイドルのようになりたい。	.895
	そのアイドルは自分の目標としたい人物である。	.777
	そのアイドルのような生き方をしたい。	.689
典型的ファン	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。	.768
	「あなたは典型的なファンだね」と言われる。	.653
	自分は典型的な〇〇(そのアイドル)ファンだと思う。	.522
外見的魅力	そのアイドルの体形が好きである。	.796
	そのアイドルはスタイルがいいと思う。	.653
	そのアイドルのファッションが好きである。	.522
熱狂	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。	.766
	そのアイドルのためなら、たいていのことは我慢できる。	.703
	そのアイドルがいなくなってしまうたら、毎日が物足りなくなると思う。	.550
共感	そのアイドルには、共感できる要素が多い。	.654
	そのアイドルは、なにか自分と同じものを感じる。	.521

表7 松本(2023)より 坂道シリーズファンのファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
作品の評価	そのアイドルの作品は心に残る。	.841
	そのアイドルの作品の世界に引き込まれる。	.836
	そのアイドルの作品はレベルが高いと思う。	.757
外見的魅力	そのアイドルは目鼻立ちが整っている。	.738
	そのアイドルの体形が好きである。	.734
	そのアイドルの顔が好きである。	.673
典型的ファン	「あなたは典型的なファンだね」と言われる。	.791
	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。	.786
	自分は典型的な〇〇(そのアイドル)ファンだと思う。	.679
ロールモデル	そのアイドルのようになりたい。	.862
	そのアイドルのような生き方をしたい。	.792
	そのアイドルは自分の目標としたい人物である。	.694
熱狂	そのアイドルがいなくなってしまうたら、毎日が物足りなくなると思う。	.791
	そのアイドルのいない人生は考えられない。	.649
	そのアイドルのためなら、たいていのことは我慢できる。	.611
共感	そのアイドルには、親近感を感じる。	.768
	そのアイドルには、なにか自分と同じものを感じる。	.688
	そのアイドルには、共感できる要素が多い。	.585

表8 川上 (2004) より 好きな対象への心理 因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
なりたい対象への気持ち	その人 (たち) のようになりたい。	.97
	その人 (たち) は自分の目標としたい人物である。	.92
	その人 (たち) にあこがれている。	.85
人生、生活への被影響感・生きがい/犠牲的好意	その人 (たち) のいない人生は考えられない。	.87
	その人 (たち) のためなら、たいいていことは我慢できる。	.74
	その人 (たち) がいることで、生きている実感が得られるように思う。	.66
作品への評価/巨常的な好意	その人 (たち) の作品(歌・演技・プレーなど)が好きである。	.67
	その人 (たち) の作品 (歌・演技・プレーなど) には、あまり関心がない。(逆転)	.63
	その人 (たち) を、どんなことがあっても応援し続けたいと思う。	.62
	自分のその人 (たち) に対する気持ちは、恋愛感情に近い。	.80
恋愛感情様相	その人 (たち) は彼氏 (または彼女) にしたいタイプである。	.76
	その人 (たち) には結婚しないでほしい、(すでに結婚しているならば) しないで欲しかった。	.63
	その人 (たち) の顔が好きである。	.90
外見への好意	その人 (たち) の見た目が好きである。	.82
	その人 (たち) のファッションが好きである。	.56
	同じその人 (たち) を好きな人たち同士で気持ちが共有できるとうれしい。	.66
同対象への好意を持つもの同士がコミュニケーションを楽しむ気持ち	同じその人 (たち) を好きな人を見つけるとうれしくなる。	.60
	その人 (たち) を好きになったことで、友達が増えた。	.50
	その人 (たち) が自分の気持ちを代弁してくれていると思うことがある。	.67
類似性・同一視/人間性への関心	その人 (たち) には、なにか自分と同じものを感じる。	.61
	その人 (たち) には、親近感を感じる。	.59
	その人 (たち) の私生活には興味がない。(逆転)	1.00
私生活への関心	その人 (たち) が普段どのような生活をしているのか興味がある。	.56
	その人 (たち) 自身の人柄には、あまり関心がない (逆転)	.38
	その人 (たち) の人気が今ほどでなかったら、それほど好きではなかったと思う。	-.69
流行への同調心	テレビなどでよく見るようになって、だんだんと好きになった。	.63
	その人 (たち) が有名でないころから応援している。	.53
流行への反発心/独占願望	その人 (たち) には、あまり有名になって欲しくない。	.49
	ほかのその人 (たち) を好きな人と、自分を一緒にして欲しくない。	.34

SNS の発達により、ファン心理の構造の変化、そして何よりもファン対象の変化が生じていると考えられるようになった。そこで向居・竹谷・川原・川口 (2016) は調査対象とファン対象を明記し、時代に即したファン態度尺度とファン行動尺度の作成を目的に調査を行った。この研究において留意すべきは多メディア化したことによるファン対象の多様化を指摘しこと、「熱狂的ファン=オタク」として扱ったことだろう。先に触れたように、会いに行けるアイドルの出現や SNS 等の発展によって、ファン対象は必ずしもメディアを介さないと会えない人物ではなくなった。しかし、そのことに気づいていながらもそれを踏まえた実証研究はされてこなかったため、

向居ほか (2016) の研究は後のファン研究に影響を与えることになり、ファン研究にとって1つの転換となった研究になったと考えられる。また、「熱狂的ファン=オタク」とすることに関して、向居ほか (2016) は「ファン」が本来含意していた熱狂性が消失してしまったことに加え、オタクの語意が、拡大、変容し、一般化しながら定着したことによって『熱狂的な、熱心な愛好者』としてのファンに対して『オタク』という言葉が用いられるように (向居ほか 2016, p.238) なったとしている。この「ファン」と「オタク」に関しては後述する。さて、本題であるファン態度とファン行動についてだが、ファン態度は「熱狂・熱愛」、「作品への評価」、「外見への好意」、「目標・共感・同一視」、「ファン・コミュニケーション」、「流行への同調」の6因子構造であった。表9はファン態度の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表9において「A」はファン対象を指している。小城 (2004) と比較すると「熱狂・熱愛」を「疑似恋愛感情」、「目標・共感・同一視」を「同一視・類似性」と「尊敬・憧れ」と捉えるのであれば、基本的に因子は共通しているが、向居ほか (2016) においては「流行への反発・独占」は見られなかった。ファン行動については「一般ファン行動」、「積極的ファン行動」の2因子構造である。表10はファン行動の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。小城 (2004) と比較すると「一般ファン行動」に「情報収集」と「作品の収集・鑑賞」、軽度な「宣伝活動」が含まれ、「積極的ファン行動」に「熱狂行動」、「模倣行動」、「一般ファン行動」に含まれなかった「宣伝行動」が含まれ、この「宣伝行動」の項目には SNS を通じた行動が多く含まれた。また、ファン対象の職業として「ミュージシャン」が約半数をしめていることや小城 (2004) の時よりも「アイドル」が増えており、アイドルも楽曲を出していることから、小城 (2004) の調査から10年以上たっても音楽が大学生という若者にとって身近な文化であることが分かる。特にこのことは音楽ツールの発展も相まって現代まで続いているのだろう。また、ファン心理 (態度) やファン行動に

関しても小城（2004）の構造と一致しており、この構造は安定していると考えられる。

表9 向居ほか（2016）より ファン態度の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
熱量・熱愛	Aの為なら、どんなことでも我慢できる。	.87
	Aが誰かと付き合っているのではと疑うと落ち着いていられない。	.81
	他のファンよりも、Aを思う気持ちは強い。	.77
作品への評価	Aの作品（音楽・本・演技・プレーなど）は心に残る。	.90
	その人（たち）の作品（歌・演技・プレーなど）が好きである。	.85
	Aの作品（音楽・本・演技・プレーなど）はレベルが高いと思う。	.84
外見への好意	Aの顔が好きである。	.85
	Aの外見は、私にとって、とても魅力的だ。	.85
	Aは目鼻立ちが整っている。	.84
目標・共感・同一視	Aは自分の目標としたい人物である。	.83
	Aには、共感できる要素が多い。	.77
	Aのような生き方をしたい。	.67
ファンコミュニケーション	Aのファンと実際に出会うと、うれしくなる。	.88
	他のAのファンに親近感を感じる。	.85
	Aのファン同士で実際に集まって盛り上がることは楽しい。	.85
流行への同調	Aは世間一般的に人気があるから好きだ。	.81
	Aは、その世界の主流で知名度が高いから好きだ。	.68
	マス・メディアなどでよく取り上げられているので、Aに興味を持った。	.49

表10 向居ほか（2016）より ファン行動の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
一般的ファン行動	Aに関する情報は、テレビ、雑誌、SNSでまめにチェックしている。	.98
	Aが出ているテレビ番組（ドラマ・映画・音楽番組・バラエティ・試合中継等）は必ず見る。	.95
	Aの作品（CD・本・ビデオなど）は必ず買う。	.74
積極的ファン行動	A自身のSNS、ホームページ、ブログなどにコメントを書き込む。	.86
	SNSで知り合ったAのファンと一緒にイベント、コンサート、試合、映画などに行く。	.80
	Aにファンレターを書いたり、プレゼントを贈ったりする。	.74

このファン心理尺度の再考は小城自身も行っており、小城（2018）はファン心理尺度は楽曲、演技、プレーなどの結果として作品に対する好意へと繋がる「仕事」、外見、内面などの魅力としての「本人」、流行やファン同士の交流からなる「社会的共有」の3側面から構成されており、このことは基本、普遍的であるとしている。調査の結果としては「ファンアイデンティティ」、「育成の使命感」、「作品の評価」、「流行への反発」、「人間性の評価」、「ファン・コミュニケーション」、「外見的魅力」、「隠れファン」、「疑似友人」、「流行への同調」の9因子構造⁶⁾であることを示した。表11はファン心理の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表10において「A」はファン対象を指している。また、主軸

は「作品の評価」、「外見的魅力」、「疑似友人」であった。小城（2004）と比較すると「ファンアイデンティティ」が「育成の使命感」、「疑似恋愛感情」、「人間性の評価」が「同一視・類似性」と「尊敬・憧れ」に対応している。その他の因子においては基本的に共通しており、「隠れファン」だけが小城（2018）において追加された。ファン行動は向居ほか（2016）での「積極的ファン行動」、「一般的ファン行動」と類似しており、小城（2004）でのファン行動が2因子に集約された構造となっている。表12はファン行動の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。表12において「A」はファン対象を指している。この結果から、小城（2018）はファン心理が普遍的に「仕事」、「本人」、「社会的共有」の3側面から構造されることが明らかにしたが、ファン対象の多様化、メディアの発達などによって具体的な項目や下位尺度には多少の違いが生じるため、時代に合わせて適宜作成していく必要性を述べている。このような向居ほか（2016）、小城（2018）によってファン心理の構造の解釈はより普遍的なものとなった。

また、このファン研究の全体の流れから、2000年代初期はファンを一般的に捉え、その後、社会的にファン対象が青年期の若者に影響があることが示唆されてからは精神面に関する研究がなされた。同時進行として2000年代以前から事例研究として行われていたジャンル別の研究が実証的に行われ、その対象はメインカルチャーのものから一般的に認知されている文化、そしてサブカルチャーへと変化していき、ファン対象の多様化もこの辺りから見られる。そして、メディアの変化やファン対象の変化に気づいたことからファン心理についての再考が行われるようになった。これらの研究を通し、小城（2018）の言葉を借りるのであれば、ファン心理は普遍的に「仕事」、「本人」、「社会的共有」の3要素から構成されていること、そして、ファン対象の拡大が明らかになった。勿論、ファン研究は今回取り上げたものが全てではないが、代表的なものは取り上げており、ファン心理に着目したファン研究の大まかな流れとしては以上のようなことになる。

表11 小城 (2018) より ファン心理の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
ファンアイデンティティ	Aは、自分の人生に強い影響を与えていると思う	.933
	Aは、私の生活の一部になっている	.896
	Aのいない人生は考えられない。	.851
育成の使命感	Aを大きく成長させることが自分の務めだと思っている	.823
	Aのことを本当に理解しているのは自分だけだ	.817
	Aを自分が育てているような気持ちで応援している	.537
作品の評価	Aの作品（歌・演技・プレーなど）が好きである	.871
	Aの作品（音楽・本・演技・プレーなど）は心に残る。	.860
	Aの作品（音楽・本・演技・プレーなど）の世界に引き込まれる	.844
流行への反応	AIは有名になってほしくない	.887
	Aが流行することが嫌だ	.870
	Aが今以上に有名になってしまったら、よい気分がしない	.858
人間性の評価	AIは自分の目標とした人物である	.749
	Aのような生き方をしたい	.733
	AIには、共感できる要素が多い	.679
ファン・コミュニケーション	私は、他のAのファンがとても好きである	.810
	他のAのファンに親近感を感じる	.760
	Aのファンに愛着を感じている	.732
外見的魅力	Aの顔が好きである	.831
	Aは目鼻立ちが整っている	.773
	Aはスタイルがよいと思う	.741
隠れファン	Aのファンであることは、あまり大っぴらにしたいくない	.849
	Aのことは心の中にひそかに応援しているだけで、他人には言いたくない	.797
	Aのファンだということを周囲には隠している	.774
疑似友人	友だちとしてAと遊びたい	.816
	Aと友だちになりたい	.814
	友人として、AIに身近にいてほしいと思う	.748
流行への同調	AIは、知名度が高いから好きだ	.737
	Aは世間一般的に人気があるから好きだ	.639
	Aの人気がなくなったら興味がなくなると思う	.477

表12 小城 (2018) より ファン行動の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
積極的ファン行動	Aの「追っかけ」をしている	.790
	AIにファンレターを書いたり、プレゼントを贈ったりする	.781
	Aの作品（CD・本など）を持ち歩いている	.758
一般的ファン行動	AIに関する情報は、テレビ、雑誌、SNSなどでためにチェックしている	.896
	Aが出ているテレビ番組（ドラマ・映画・音楽番組・バラエティ・試合中継等）は必ず見る	.812
	Aの作品（CD・本・ビデオなど）は、必ず買う	.688

3. 尺度構成から見る「オタク」の諸相

まず、「オタク」とは中森が1983年に『マンガブリッコ』で『「おたく」の研究』というコラムで初めて扱った言葉である。(山岡2016, p.5) 中森はコラムにて「アニメファンとかコミケに限らずいるよね、アニメ映画の公開前日に並んで待つ奴、ブルートレインをご自慢のカメラに収めようとして線路で轢き殺されそうになる奴、本棚にビシーッとSFマガジンのバックナンバーと早川の金背銀背のSFシリーズが並んでる奴とか、マイコンショップでたむろってる牛乳ビン底

メガネの理系少年、アイドルタレントのサイン会に朝早くから行って場所を確保している奴、有名進学塾に通って勉強取っちゃったら単にイワシ目の愚者になっちゃおうどおどした態度のボクちゃん、オーディオにかけちやちよつとうるさいお兄さんとかね。こういった人たちを、まあ、普通、マニアとか熱狂的なファンだとか、せーぜーネクラ族だとかなんとか呼んでるわけだけど、どうもしっくりこない。なにかこういった人々が、あるいはこういった現象総体を統合する確かな呼び名がまだ確立していないのではないかなんて思うのだけれど、それでまあチョイわけあって我々は彼らを『おたく』と命名し、以後そう呼び伝えることにしたのだ(中森1998, pp.92-93)と述べている。この「オタク」としたのは該当者がお互いのことを「お宅」と呼んでいたことを中森が見かけたことがきっかけである(山岡2020, p.35)。このことから、「オタク」の起源はファンやマニアといった人と分類するには違和感のある人であることが分かり、ファンやマニアとの違いは自分の興味あるもの以外、例えば、服装や髪形、体型といった見た目などには興味がないこととされている。また、「オタク」はコミュニケーションが苦手とされており、黎明期の「おたく」は「外見にまったく魅力がなく、コミュニケーション能力にも難がある社会的に価値の低い存在」(山岡2016, p.8)という否定的なイメージが持たれていた。そして、その後、1989年に発生した少女連続誘拐殺人事件は「オタク」が一般的に広まるきっかけとなり、且つ、「オタク」のイメージを悪化させる要因となった。当時の毎日新聞の記事では、この少女連続誘拐殺人事件の犯人である宮崎氏の逮捕後、宮崎氏が同人誌販売会に参加していたこと(毎日新聞1989.8.16朝刊)や宮崎氏の部屋から大量のビデオテープやアニメやロリコン雑誌が発見されたことが報じられた(毎日新聞1989.08.16朝刊)。この事件が報道されるにあたって「オタク」という言葉が使用され、このことをきっかけに「オタクは異常者」というイメージが創り上げられていった。そして、オタクは「気持ち悪い危ない奴ら」とされてしまった(山岡2016, p.8)。

このようにして創り上げられた「オタク」のステ

レオタイプについて調査を行ったのが菊池（2000）である。菊池（2000）はおたくステレオタイプを具体的に調査するために「おたく」態度と「おたく」ステレオタイプの特徴とされている社会的スキルの欠如を検討するために Kiss18⁽⁷⁾を用いた。その結果、「おたく」態度尺度は内的一貫性が低いものも見られるが、「趣味への没入」、「社会的内向」、「自己流の価値観」、「孤独指向」の4因子構造であることが明らかにされた。表13は「おたく」態度尺度の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。また、Kiss18との相関分析の結果、「趣味への没入」は.18であり、ごくわずかであるが正の相関を示したことが分かり、相手によっては上手くコミュニケーションが取れるのではないかとということが示唆された。

表13 菊池（2002）より 「おたく」態度尺度の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
趣味への没入	趣味に対して何らかのこだわりがある。	.74
	趣味に対してかなり深い知識を持っている	.73
	自分の得意な分野について話し始めると止まらない	.60
社会的内向	他人と話すことは苦手である	.75
	明るいとよく言われる	-.59
	集団で行動するのは苦手である	.58
自己流の価値観	身だしなみに気をつかわない方である	.71
	流行のファッションはくだらない	.70
	おしゃれだとよく言われる	-.66
孤独指向	マンガが好きである	.64
	ゲームが好きである	.59
	異性の友人が多い	-.58

一方で、「社会的内向」は-.59、「自己流の価値観」は-.32、「孤独指向」は-.34と負の相関を示しており、基本的には社会的スキルが低いと考えられる。また、「おたく」自認のある人が3、4割ほどいる一方で7割以上の人「おたく」と言われることに対して不快感を覚えていることも明らかになった。このことから、調査が実施された当時のオタクには社会的スキルが乏しく、自身がオタクと思われることへの嫌悪感があることが明らかになった。しかし、菊池・金田・守（2007）の研究では「おたく」と言われることへ不快感を覚える人の割合は4割を切り、オタクへのイメージの変容が見られる。このような背景を踏まえて五十嵐・小山（2016）は菊池（2000）による「おたく」尺度の内的一貫性の問題や、「おたく」の変容による「おたく論」からの脱却を目指した調査を行っている。その結果、「おたく」

の自認率は5割以上であり、「おたく」と呼ばれることへの不快感を覚える人は3割弱となった。そして、「おたく」尺度⁽⁸⁾は「自己肯定的な趣味への熱中」、「蒐集家」、「趣味を通じた共感」、「服装への意識のなさ」の4因子構造であることが明らかになり、これらは「おたく」自認者において有意であった。表14は「おたく」尺度の各因子の因子負荷量が高い3項目を挙げている。また、Kiss18の心理尺度を使用して社会的スキルについても検証しているが、「おたく」自認者と非自認者間に有意な差は見られなかった。このことから五十嵐・小山（2016）の「おたく尺度」が「おたく」的態度を測れていること、「おたく」自認と社会的スキルは無関係であることが分かる。このことから、社会的スキルの観点においてオタクのあり方の変容が顕わになった。また、梶原・高木（2011）によるオタク趣味の研究によって、「オタクの趣味」として「2ちゃんねる」、「美少女ゲーム」、「ニコニコ動画」、「アニメソング」、「コスプレ」、「同人誌作成」、「深夜帯のアニメ」などを挙げていたことを踏まえ、太田（2022）はマンガ・アニメ・キャラクターに関するそれぞれのオタク尺度を開発することで、どんな「オタク」かによってファンシップやファンダムに対して違いがある可能性を示唆している。

表14 五十嵐・小山（2016）より 「おたく」尺度の因子分析の結果

因子	項目	因子負荷量
自己肯定的な趣味への熱中	趣味に対してかなり深い知識を持っている	.78
	趣味に対して何らかのこだわりがある	.76
	特定の分野・物事に熱中している	.69
蒐集家	こだわりのある対象に関するモノはすべて集めないと気がすまない	.83
	他の人のコレクションを見て対抗心が湧いたことがある	.73
	現在、強いこだわりを持って蒐集しているものがある	.69
趣味を通じた共感	こだわりのある対象の良さを他の人に知ってもらいたい	.95
	自分の気に入った作品、モノを他人に勧めたことがある	.60
	趣味の話題で盛り上げられる友人を欲しいと思ったことがある	.42
服装への意識のなさ	ファッションにはあまり関心がない	.78
	おしゃれだとよく言われる（反転項目）	-.68
	流行のファッションはくだらない	.42

今回取り上げるオタクに関する尺度としては以上となるが、全体の流れを見るに、「オタク」については不快感が継続的に減少していることやオタクの社会的スキルがオタク非自認者と差が見られなくなったことから、「オタク」のイメージが従来の「オタク」とと比較すると回復してきていると考えられる。

4. ファン対象の拡大、オタクのイメージ回復の要因とファンとオタクの比較

以上の議論より、ファン心理の構造並びにファン対象の拡大、オタクのイメージの回復が見られる。まず、前項におけるオタクイメージの回復の要因としては3つ挙げられる。1点目は日本国内においてオタク文化に含まれるアニメやマンガが認められたことである。2000年に上梓された教育白書である『我が国の文教施策 文化立国に向けて』ではメディア芸術の振興をしており、その中で「映画やアニメーション、マンガは、これらの新しいメディア芸術の基盤」（文部省 2000、p.269）としていることや、2002年の「知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画」において「『知的財産立国』を目指す我が国にとって、世界的にも優位にあるコンテンツ（映画、アニメ、ゲームソフトの著作物等）を活用したビジネスを飛躍的に拡大することが必要不可欠である」とされていることから、2000年初期において、国からアニメやマンガが日本の文化の一つとして認められていることが分かる。2点目は海外において日本のアニメが評価された点である。海外において日本のアニメは「anime」とされ、「animation」とは区別して使用されており、1991年にはアメリカのカリフォルニア州サンノゼで本格的なアニメ専門イベントとして「Anime Convention 91」、翌年には「Anime Expo」と名前を変えて開催している（津堅 2022、pp.234-236）。当時は少数のファンによって「anime」は担われていたが、1996年には『GHOST IN THE SHELL/攻殻機動隊』が全米ビデオ売上第一位を記録したという話やハリウッドの映画人が日本のアニメにおおいい入れ込んでいるという話もされた（菊池 2020、p.44）。このような背景から海外ファンによる日本製のアニメの評価が窺われる。また、2010年から経済産業省が取り組んでいるクールジャパン政策におけるCJ（クールジャパン）は「世界から『クール（かっこいい）』と捉えられる（その可能性のあるものを含む）日本の『魅力』である。」（知的財産戦略本部 2019、p.1）とされており、その要素として「アニメ」、「ポップカルチャー」

は含まれている。このことから海外で日本の魅力として「アニメ」が認知されており、日本政府もそのことを認めていることが示唆される。加えて『オタク』など、これまで日本人が必ずしもポジティブに捉えてきたとは言えないものが外国においてクールなものとして発見され、市民権を得て日本に逆輸入されるケースなども出てきている」（知的財産戦略本部 2019、p.1）とされており、オタク対象としてのイメージの強い「アニメ」にとどまらず、「オタク」のイメージ回復もされていることが分かり、海外からの日本アニメの評価が「オタク」に対して大きな影響を与えていたことが分かる。3点目は「オタク」が一般化したことである。その皮切りとなった「萌え」⁹⁾は1990年代前半にインターネットで広がり、2005年には新語流行語大賞にノミネートされて社会に知られるようになり、「萌え」を中心としたオタク文化となっていく。（菊池 2020、p.49）。その中で「萌えていればオタクなんだ」という認識が生まれ、2005年にヒットした『電車男』などによって一般的に浸透し、黎明期のオタクよりも軽度なオタクがオタク文化の主流となっていく（菊池 2020、p.49-50）。このような変化により、オタクは特別なものではなくなっていく。以上の3点はオタクをマイナスのイメージから回復させる機能として働いたと考えられる。

そしてファン対象の拡大については向居ら（2016）が指摘しているように SNS 等のメディアの発展なども相まって、その対象は必ずしも「有名人」ではなくなった。また、小城（2018）はファン心理が対象別で異なる可能性を示唆する上で例として「アニメやマンガやゲームなどのフィクション作品とそのキャラクターのファン、2.5次元とされる声優のファン、俳優と役柄のファン」を挙げている。このことから、かつては「有名人」がファン対象であったが、その範囲はセミプロや配信者、そしてアニメやマンガなどのキャラクターも対象とするように変化していることが考えられる。このオタク文化までもがファン対象とされていった要因としては先述したオタクの一般化も関係しているだろう。

では、結局のところ「ファン」と「オタク」の違い

とは何であろうか。まずは、両者の構成概念の面から比較するにあたって、ファン心理に関する尺度とオタクステレオタイプに関する尺度をファン行動やオタク態度の観点から比較する。ここではファン行動について因子が分けられている小城（2004）で得られたファン行動因子と菊池（2000）よりも内部一貫性を確保している五十嵐・小山（2016）で得られた「おたく」尺度因子を挙げる。各因子の比較をまとめたものが表15である。ファン行動の「情報収集」、「作品の収集・鑑賞」と「おたく」尺度の「蒐集家」、ファン行動の「熱狂行動」と「おたく」尺度の「自己肯定的な趣味への熱中」、ファン行動の「宣伝行動」と「おたく」尺度の「趣味を通じた共感」の項目が類似している。一方で、両者の因子で類似していないのはファン行動の「模倣行動」と「おたく」尺度の「服装への意識のなさ」のみである。このことから、「ファン」と「オタク」の構成概念の大部分が共通していると考えられる。また、違いを挙げるとしたら「ファン」の方が対象にたいして「なりたい自分」、つまり憧れの念が強く、「オタク」は対象に対して熱中することで見た目などの他のことに対する意識が低いと考えられる。

これらを踏まえて、恐らく違いとしては大きく分けて2つが考えられる。「対象」と「熱量」である。まず「対象」については、もともと「ファン」はスポーツや俳優、ミュージシャンといった世間的に受け入れられている人を好んでおり、「オタク」は本来子供向けであるアニメなどを好んでいた。この両者の対象に着目すると、ファンは『スポーツファンの社会学』（杉本1997）など、1990年代にはスポーツファンの研究が行われていることや、その後のジャンル別の研究もプロ野球や宝塚歌劇団といった世間一般的に認知されているものを対象としており、比較的メインカルチャーに近いものを対象としてきた。しかし、オタクは最初からアニメやマンガといったサブカルチャーを対象としていた。サブカルチャーは「子供から若者向けの娯楽という出自を持ち、普及過程では幼稚で低級な遊び、あるいは公序良俗に反する俗悪な遊びとして『良識ある大人たち』から白眼視されてきた」（山岡2020、p.11）とあり、サブカルチャーを主な対象とし

てきたオタクがマイナスのイメージを持たれてしまったのは仕方のないことだったのかもしれない。しかし、日本国内において文化の一要因としてアニメやマンガは地位を獲得していき、もはや何がメインカルチャーで何がサブカルチャーかさえも分からなくなっている。このサブカルチャーとメインカルチャーの境界については、片岡（2019）も日本ではエリート層が大衆文化に対して寛容になることを社会的に求められており、大衆文化が「共通文化」、「つきあい文化」となったことで文化の象徴的境界の存在を隠蔽したと述べている（片岡2019、p.145）。このメインカルチャーとサブカルチャーの境界の曖昧化、それに伴ったファン対象の拡大化、オタクのイメージ回復によって、ファンとオタクの対象の境界線も明確に示すことが困難になっている。つまり、元来別物であったファンとオタクの対象は混同してしまっている可能性がある。

図1はファン対象とオタク対象の変容についてまとめたものである。次に「熱量」について、向居ら（2016）は「ファン」がかつて含意していた「熱狂性」や「熱心さ」を必ずしも含まなくなったが、オタクは対象に対して「熱狂性」を持つことを受け、「熱狂的なファン」のことを「オタク」

と称した。また、久保（2022）は「推し」の推す主体のことを能動的に何かをするファンとしており、ただのファンとの違いを示していた。受身的にファンから享受するだけでなく、自身も動くことはただのファンよりも熱狂性はあると考えられる。加えて、構成概念の比較においても、オタクの方が熱中するが故に『服装への意識のなさ』が挙げられていることからオタクの熱狂さが示唆される。以上のことから、「ファン」と「オタク」の違いとしてはその「対象」と「熱量」が挙げられるが、対象の違いについては曖昧になってきており、それに伴って、対象が定まらないため、熱量についても比較がしづらくなっている。加えて、構成概念に関しては共通点が多いため、「ファン」と「オタク」は混同しやすい。以上のことを踏まえると、「ファン」と「オタク」の違いを明確に示すのは困難になってきている。

表15 小城 (2004) ファン心理尺度、五十嵐・小山 (2016) 「おたく」尺度より

ファン行動		「おたく」尺度	
因子	項目	因子	項目
情報収集	Aに関する情報は、まめにチェックしている。	蒐集家	こだわりのある対象に関するモノはすべて集めない気がすまない
	Aが出演するテレビ番組を必ず見る。 Aが掲載されている雑誌を必ず買う。 Aのファンクラブがあれば入会したい(または、入会している)。 コンサート、試合、サイン会など、Aに会える機会があれば、ぜひ、行きたい。 Aが推薦したものは、すべて買う。		他の人のコレクションを見て対抗心が湧いたことがある 現在、強いこだわりを持って蒐集しているものがある 気に入ったものをつい集めてしまう 今までつぎ込んできたお金や時間を考えると趣味をやめられない 蒐集したコレクションを眺めるのが好きだ
作品の収集・鑑賞	Aの作品 (CD・本・ビデオなどは、必ず買う。 Aの作品 (CD・本・ビデオ・カセットなど) を友達にあげたり、貸したりする。 暇さえあれば、Aの作品 (音楽・本・演技・プレーなど) を見たり聴いたり読んだりしている。 Aの作品 (CD・本など) を持ち歩いている。	自己肯定的な趣味への熱中	趣味に対してかなり深い知識を持っている 趣味に対して何かしらのこだわりがある 特定の分野・物事に熱中している 自分の得意な分野について話し始めると止まらない 趣味に熱中する自分が好きだ 他人に自信をもって自分の趣味を話すことができる
	熱狂行動		文具や小物など、Aのグッズを持ち歩いている。 Aにファンレターを書いたり、プレゼントを贈ったりする。 Aの「追っかけ」をしている。 ポスター、文具、小物など、Aのグッズを買っている。
宣伝行動	友達や家族に、AやAの作品のことを積極的に宣伝している。 お店にAに関するものがあれば、目立つように置きたくなる。	趣味を通じた共感	
模倣行動	Aのファッションや作風を真似している。 Aの作品 (音楽・本・プレーなど) を手本に真似たり、練習したりしている。 Aと同じような言葉遣いや話し方になってきた。 Aと同じものを持っている。	服装への意識のなさ	ファッションにはあまり関心がない おしゃれだとよく言われる 流行のファッションはくだらない

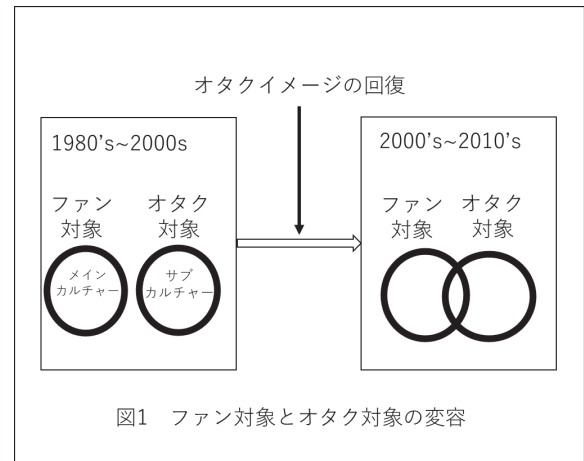


図1 ファン対象とオタク対象の変容

5. まとめ

本論では「ファン」と「オタク」を構成概念から検討するために尺度研究を中心に比較した。その中でこの2つの概念と関連する社会情勢にも触れることによって、心理学的にも社会的にも両者について検討することとなった。一連の議論を踏まえると「ファン」と「オタク」は構成概念が類似しており、近年、その対象の境界線も曖昧になり、それ故に混同されてきている可能性があるため、「推し」の推す主体として両者が挙げられていることは当然であると考えられる。そのため、「推し」を推す主体は「ファン」および「オタク」であると言えるだろう。この2つの概念の違いについて、本論では「対象」と「熱量」が鍵であるとともに、その境界が曖昧になっていることを示すのみにとどまった。「対象」が定まらなないと「熱量」についての検討はできないため、まずは「対象」に着目した両者の比較を行うことが今後の課題となろう。方法としては、質問紙調査で対象の職業と回答者のオタク度を測ることによって、職業別に推す主体のオタク度に違いが生じているのかを検討することが考えられる。従来のオタクイメージが強かったアイドルやキャラクターが対象である人ほどオタク度が高いなど、対象の職業によってオタク度に有意差が生じていれば推す「対象」に違いが残っていると考えられる。逆に、対象の職業の違いによるオタク度に有意差が生じていなければ、本論で述べたように「対象」の境界が曖昧に

なっていると考えられる。このような方法によって、本論で取り上げた「ファン」と「オタク」の違いを実証的に検討していくことが求められる。また、「オタク」のイメージ回復に関しては、イメージが回復したのではなく、「オタク」と称される対象そのものが変化している可能性がある。それ故なのか、一部の熱狂的な「オタク」の中には「限界オタク」など、あえて自分たちのことを軽度のオタクと差別化する人々もいる。4節では「オタク」のイメージ回復としているが、この議論に関しては「オタク」という言葉が指す対象の移行にも留意すべきである。このことについても今後議論が必要となるだろう。

〈注〉

- (1)有名人やアニメ、ゲーム等のキャラクターや鉄道等、応援する対象にお金を使う消費形態のこと（消費者庁2022）
- (2)宝塚歌劇団では男性役も女性が務めており、男性役を「男役」、女性役を「娘役」としている。
- (3)小城（2005）では有意差のあった項目のうち「流行への同調」と「情報収集」は「**」、それ以外の項目は「***」とされていたが、その有意水準に関しては記述されていない。
- (4)母親のある部分や敷布や毛布や毛糸の端など幼児が愛着を抱く対象。幼児にとって、母親と一体化していた状態から、母親は自分の外側にあって自分とは別の何かであるという状態に移行していることを示しており、幼児が自分の想像によって作り出している。（D. W. Winnicott1964=1986、pp.114-117）
- (5)想像の仲間のことを指し、幼児期によく見られ、実態のあるものが何もないにもかかわらず、子どもが本当にそこに誰かがいるかのように振舞うこと。（石谷2005、p105）
- (6)『ファンアイデンティティ』と『育成の使命感』はともに第1因子であるが、更に下位因子分析を行ったことで2つに分かれたため、2つで1因子扱いとする。
- (7)菊池（1988）が Goldstein, Sprafkin, Gershaw & Klein のリストアップをもとに開発した社会的スキル尺度。（菊池1988、p.200）

(8)ここでの結果は男性回答者のもののみとなっている。

(9)「萌え」：ある人や者に対して抱く、強い愛着心・情熱・欲望などの気持ちをいう俗語、必ずしも恋愛感情を意味するものではない（『デジタル大辞泉』）

〈参考文献〉

- 綾奈ゆにこ（2020）「押し依存症」『ユリイカ 9月号』第52巻、第11号、pp.58-60.
- D.W. Winnicott,1964,The Child, the Family, and the Outside World, Penguin Books, (=1986、猪股丈二訳『子どもと家族とまわりの世界（下）子どもはなぜあそぶの』星和書店）
- 広沢俊宗、小城英子（2005）「プロ野球ファンに関する研究（Ⅰ）：阪神ファンと巨人ファンの比較（第一部 地域と生活）」『関西国際大学地域研究所叢書』2巻、pp.3-18.
- 広沢俊宗、井上義和、岩井洋「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』3巻、pp.19-40.
- 藤善尚憲（1994）「スポーツファンに関する心理学的研究：プロ野球スペクテイターの行動分析」『天理大学学报』、45巻、3号、pp1-12.
- 石谷真一（2005）「想像の仲間についての深層心理学的考察」『神戸女学院大学論集』、52巻、2号、pp.103-123.
- 五十嵐、小山（2016）「おたく」的因子の抽出と「おたくステレオタイプ」の構造の検証—現代の『おたく』と『非おたく』—」『社会・経済システム』、37巻、pp.67-75.
- 井上果子、松井豊（1998）『境界例と自己愛の障害—利害と治療に向けて—』サイエンス社
- 梶原健太郎、高木秀明（2011）「『おたく』の趣味についての一研究」『横浜国立大学教育人間科学部紀要』、13巻、pp.75-92.
- 片岡栄美（2019）『趣味の社会学 文化・階層・ジェンダー』青弓社

- 上瀬由美子 (2002) 「タカラヅカファンの心理」『Psiko : こころの健康と現代社会を考える』、3 巻、12 号、pp.40-45.
- 川上桜子 (2005) 「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」『東京女子大学心理学紀要』第 1 巻、pp.43-55.
- 菊池章夫 (1988) 『思いやりを科学する』川島書店
- 菊池聡 (2000) 「『おたく』ステレオタイプと社会的スキルに関する分析」『人文科学論集 人間情報学科編』、34 巻、pp.63-78.
- (2020) 「オタクの系譜学」『サブカルチャーの心理学 カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで』、pp.29-56.
- 久保南海子 (2022) 『推しの科学 プロジェクション・サイエンスとは何か』集英社新書
- 小城英子 (2002) 「ファン心理の探索的研究」『関西大学大学院人間科学 : 社会学・心理学研究』第 57 巻、pp.41-59.
- (2004) 「ファン心理の構造 (1) ファン心理とファン行動の分類」『関西大学大学院人間科学 : 社会学・心理学』第 61 巻、pp.191-205.
- (2005) 「ファン心理の構造 (2) ファン対象の職業によるファン心理・ファン行動の比較」『関西大学大学院人間科学 : 社会学・心理学研究』第 62 巻、pp.139-151.
- (2006) 「ファン心理の構造 (3) 性別によるファン心理・ファン行動の比較と、ファン層の分類」『関西大学大学院人間科学 : 社会学・心理学研究』第 64 巻、pp.177-195.
- 小城英子 (2018) 「ファン心理尺度の再考」『聖心女子大学論叢』132 巻、pp.182-224.
- 小城英子、広沢俊宗 (2005) 「プロ野球ファンに関する研究 (II) : ファン心理の球団別比較 (第一部 地域と生活)」『関西国際大学地域研究所叢書』2 巻、pp.19-26.
- 小城英子、薊理津子、小野茜 (2010) 「スキャンダルとファン心理」『聖心女子大学論叢』114 巻、pp.200-166
- 正木大貴 (2023) 「『推し』の心理 : 推しと私の関係」『現代社会研究科論集 : 京都女子大学大学院現代社会研究紀要』第 17 巻、pp.53-62.
- 松本彩花 (2022) 「ファン心理と主観的幸福感に関する検討 : ジャニーズと坂道シリーズのファンを対象に」『国士舘大学初等教育学会』23 巻、pp.125-139.
- 向居暁、竹谷真詞、川原明美、川口あかね (2016) 「ファン態度とファン行動の関連性」『高松大学・方待つ短期大学研究室紀要』64・65 巻、pp.233-257.
- 文部省編 (2000) 『我が国の文教施策 (平成 12 年度)』大蔵省印刷局
- NHK (2020) 「人生が輝くヒケツ! “推しのいる生活” のススメ」
<https://www.nhk.jp/p/asaichi/ts/KV93JMQR8/episode/te/JZ459JY4G8/> (最終閲覧日 : 2023.08.04)
- 中林春海、水口崇 (2020) 「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意義」『信州心理臨床紀要』19 巻、pp.33-55.
- 太田碧 (2022) 「マンガ・アニメ・キャラクターに関するオタク尺度」『法政大学大学院紀要』、88 巻、pp.14-22.
- 岡田努 (2021) 「鉄道オタク青年の対人行動と事故に関する探索的検討」『金沢大学人間科学系研究紀要』、13 巻、pp.27-44.
- 隠岐さや香 (2020) 「推しと二次創作をめぐる断想」『ユリイカ 9 月号』第 52 巻、第 11 号、pp.61-65.
- 消費者庁 (2022) 『令和 4 年度消費者白書』
- 坂口幸弘、後藤康恵 (2016) 「宝塚ファンにおける鼻唄と悲嘆に関する探索的検討」『Human Welfare』第 8 巻、第 11 号、pp.37-46.
- 杉本厚夫 (1997) 『スポーツファンの社会学』世界思想社
- 高田治樹、菊池学、尹成秀 (2020) 「オタクはどのような印象をもたれているのか? —オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討—」『目白大学心理学研究』、16 号、pp.1-13.
- 知的財産戦略本部 (2019) “クーリャパン戦略” 首相官邸ホームページ、2019-09-03、
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/cj190903.pdf> (最終閲覧日 : 2023-07-31)

知的財産戦略本部 “知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画” 首相官邸ホームページ、

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/030708f.htm>

↓ (最終閲覧日：2023-08-01)

戸田成美 (2013) 「ファン対象が自我同一性の発達に及ぼす影響: ファン対象の *imaginary companion* 的性質に着目して」『花園大学心理カウンセリングセンター』7 巻、pp.79-90.

山岡重行 (2020) 「サブカルチャーと若者文化」『サブカルチャーの心理学 カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで』、pp.10-28.

柳瀬文乃 (2022) 「「推し」の人類学的研究—「オタク」のインタビュー調査から」『東北人類学論壇』第 21 巻、pp.106-127.

悠木碧 (2020) 「推しと俺」『ユリイカ 9 月号』第 52 巻、第 11 号、pp.50-53.

横川良明 (2020) 『人類にとって「推し」とは何なのか、イケメン俳優オタクの僕が本気出して考えてみた』サンマーク出版

吉怒田望人 (2020) 「女オタク*『オタク』をクィアの実存から読み解く」『ユリイカ 9 月号』第 52 巻、第 11 号、pp.134-141.

付録：サブカルチャー年表

Appendix: Subculture Chronological Table

大石 百華

戦後サブカルチャー年表

年	アニメ	マンガ	アイドル	ゲーム
1946		「サザエさん」 「ふしぎな国のプッチャー」		
1947		『新宝島』 『漫画少年』		
1948		『じゃんがら先生の怪奇集』		
1949		「あんみつ姫」		
1950		「ジャングル大帝」		
1951		「轟先生」		
1952		「鉄腕アトム」		
1953		「リボンの騎士」		
1954		『漫画読本』 「火の鳥」		
1955				
1956		『週刊漫画TIMES』 「鉄人28号」		
1957		「フィチンさん」		
1958				
1959		『少年マガジン』 『少年サンデー』 「者武芸帳」 「スポーツマン金太郎」 「Oマン」		
1960				
1961				
1962		「おそ松くん」 「小さな恋の物語」	ジャニーズ	
1963	「鉄腕アトム」 「鉄人28号」	『週刊少女フレンド』 『週刊マーガレット』		
1964	「ひょっこりひょうたん島」	「オバケのQ太郎」		
1965		「フジ三太郎」 「マリイ♡ルウ」		
1966	「魔法使いサリー」	「巨人の星」 「サイボーグ009」 「巨人の星」 「レモンとサ克蘭ボ」		
1967		『漫画アクション』 「天才バカボン」 「ショージ君」 「ゲゲゲの鬼太郎」	フォーリーブス	
1968	「太陽の王子」 「巨人の星」	『ビッグコミック』 「ハレンチ学園」 「あしたのジョー」 「アタックNo.1」 「サインはV!」		
1969	「千夜一夜物語」 「サザエさん」 「ムーミン」 「ひみつのアッコちゃん」	『少年ジャンプ』 「花の係長」 「ガラスの城」		
1970		「ダメおやじ」 「ドラえもん」		
1971	「ルパン三世」	「おいどん」 「アラベスク」 「三国志」	南沙織 小柳ルミ子 天地真理 野口五郎	

1972	「マジンガーZ」	「野球狂の詩」 「漂流教室」 「ドカベン」 「ベルサイユのばら」	麻丘めぐみ アグネス・チャン 西城秀樹 郷ひろみ 伊丹幸雄	
1973		「ポーの一族」 「はだしのゲン」 「釣りキチ三平」 「つる姫じゃ〜っ」	森明子 桜田涼子 山口百恵 キャンディーズ 城みちる	
1974	「宇宙戦艦ヤマト」 「ハイジ」	「がきデカ」 「とーまの心臓」	あいざき進也	
1975	「タイムボカン」	「はいからさんが通る」 「キャンディ・キャンディ」 「11人いる！」	JOHNNYS'ジュニア・ス ペシャル 井上純一	
1976		「こちら葛飾区亀有公園前派出所」 「ガラスの仮面」 「風と木の詩」	ピンクレディ	
1977	劇場版「宇宙戦艦ヤマト」	『OUT』 「銀河鉄道999」		カラーテレビゲーム15 カラーテレビゲーム6
1978	「さらば宇宙戦艦ヤマト」	『アニメージュ』 「1・2の三四郎」 「翔んだカップル」 「パタリロ！」 「綿の国星」 「うる星やつら」 「キン肉マン」	薬師丸ひろ子	「インベーダーゲーム」 「スペースインベーダー」
1979	「機動戦士ガンダム」 劇場版「銀河鉄道999」 「ルパン三世カリオストロの城」 劇場版「エースをねらえ！」			
1980		『ヤングマガジン』 『月間コミックトム』 「Dr.スランプ」 「かりあげクン」 「日出処天子」 「めぞん一刻」 「みゆき」	松田聖子 田原俊彦 梅原芳恵 河合奈保子 たのきんトリオ	ゲーム&ウォッチ 「ギャラクシアン」 「バックマン」
1981	「うる星やつら」	『週刊ヤングジャンプ』 「タッチ」 「キャプテン翼」 「ストップ!! ひばりくん！」 「キャッツ♥アイ」	松本伊代	「ドンキーコング」 「ウィザードリィ」 「ウルティマ」
1982	「超時空要塞マクロス」 「対馬丸」	「AKIRA」 「ハイスクール! 奇面組」	小泉今日子 中森明菜 堀ちえみ 早見優 石川秀美 シブがき隊	「ディグ・ダグ」
1983	「魔法少女クリィミーマミ」 「はだしのゲン」 「キャプテン翼」 「ダロス」 (OVA)	「銀牙一流れ星 銀一」 「北斗の拳」 「美味しんぼ」		ファミリーコンピュータ 「ゼビウス」 「信長の野望」
1984	「風の谷のナウシカ」 劇場版「うる星やつら2 ビューティフル・ドリーマー」 劇場版「超時空要塞マクロス 愛・おぼえていますか」	「ドラゴンボール」	菊池桃子	
1985		「シティーハンター」 「BANANA FISH」 「アップルシード」	南野陽子 中山美穂 おニャン子クラブ 男闘呼組 少年隊 森高千里	「スーパーマリオ」 「ハンクオン」 「スペースハリアー」 「リトル・コンピューター・ピープル」
1986	「天空の城ラピュタ」	「ミスター味っ子」 「聖闘士星矢」 「ちびまる子ちゃん」 「YAWARA!」 「ドラゴンボール」		「熱血硬派におくん」 「ゼルダの伝説」

1987		「らんま1/2」 「ジョジョの奇妙な冒険」	宮沢りえ 光GENJI	「双截龍」 「ストリートファイター」 「アフターバーナー」 「ロックマン」 「メタルギア」 「テトリス」 「ウイニングラン」 「桃太郎電鉄」 「熱血高校ドッジボール部」 ゲームボーイ 「ストリートファイター89」 「魔導物語」 「MOTHER」
1988	「となりのトトロ」 「火垂るの墓」	「ろくでなしBLUES」 「動物のお医者さん」 「MASTER キートン」		スーパーファミコン 「ドラクエIV 導かれし者たち」 「信長の野望・武将風雲録」 「F-ZERO」 「Sega R-360」
1989	「魔女の宅急便」 「機動警察パトレイバー 劇場版」	「はじめの一步」 「DRAGON QUESTーダイの大冒険ー」 「ベルセルク」 「寄生獣」 「攻殻機動隊」		
1990	「ふしぎの海のナディア」 「ちびまる子ちゃん」	「うしおととら」 「幽☆遊☆白書」 「SLAM DUNK」 「東周英雄伝」 「クレヨンしんちゃん」 「代紋TAKE2」 「ナニワ金融道」 「シュート」 「クロース」		
1991	「おもひでぼろぼろ」	「疾風伝説特攻の拓」 「犬を飼う」 「グラップラー刃牙」 「P.A.」 「ドラゴンクエスト列伝 ロトの紋章」	SM AP	Nintendo PlayStation 「ストリートファイターII」 「ぷよぷよ」 「スーパーロボット大戦」 「ベスト競馬・ダービースタリオン」 「プリンセスメーカー」 「弟切草」 「卒業～Graduation～」 「バーチャレーシング」 「マリオカート」 「ロマンシングサ・ガ」
1992	「幽☆遊☆白書」 「クレヨンしんちゃん」 「美少女戦士セーラームーン」 「スーパージャン」	「金田一少年の事件簿」 「湾岸MIDNIGHT」 「花より男子」 「残酷な神が支配する」 「史記」 「ミナミの帝王」 「美少女戦士セーラームーン」		
1993	「SLAM DUNK」 「獣兵衛忍風帖」 「美少女戦士セーラームーンR」 「機動警察パトレイバー2 the Movie」	「行け！稲中卓球部」 「地獄先生ぬ〜べ〜」 「NINKUー忍空ー」 「ワン・モア・ジャンプ」 「座敷女」 「リバース・エッジ」 「陰陽師」	中山美穂	「第3次スーパーロボット大戦」 「バーチャファイター」 「バイオハザード」 「トルネコの大冒険 不思議のダンジョン」
1994	「魔法騎士レイアース」	「名探偵コナン」 「るろうに剣心」 「サラリーマン金太郎」 「ドラゴンヘッド」 「蒼天航路」 「MONSTER」 「みどりのマキバオー」 「MAJOR」	西田ひかる 広末涼子 TOKIO	初代PlayStation 「実況パワフルプロ野球」 「ときめきメモリアル」 「実況ワールドサッカー」 「鉄拳」
1995	「新世紀エヴァンゲリオン」 「GHOST IN THE SHELL/攻殻機動隊」	「頭文字D」 「新世紀エヴァンゲリオン」 「め組の大吾」	MAX V6	「Jリーグ実況ウイニングイレブン」
1996	「るろうに剣心」 「名探偵コナン」	「遊☆戯☆王」 「ポケットモンスター」 「賭博黙示録カイジ」 「カードキャプターさくら」	PUFFY SPEED	「ポケットモンスター赤・緑」 「スーパーマリオ64」 「たまごっち」 「サクラ大戦」 「デジタルモンスター」

1997	「ポケットモンスター」 「剣風伝奇ベルセルク」 「少女革命ウテナ」 「新世紀エヴァンゲリオン劇場版 Air/まごころを、君に」 「もののけ姫」	「GTO」 「ONE PIECE」 「EDEN〜It's an Endless World!〜」 「HELLSING」 「神童」	DA PUMP KinKi Kids	「ファイナルファンタジーVII」 「電車でGO!」 「beatmania」 「アーマードコア」 「ウルティマオンライン」 「グランツーリスモ」 「ToHeart」 「METAL GEAR SOLID」 「Dance Dance Revolution」
1998	「頭文字D」 「カードキャプターさくら」 「青の6号」 (OVA) 「劇場版ポケットモンスター ミュウツーの逆襲」	「HUNTER×HUNTER」 「フルーツバスケット」 「バガボンド」 「ピアノの森」 「ゴリラーマン」 「ROOKIES」	モーニング娘。	
1999	「ONE PIECE」 「ゾイド-ZOIDS-」	「ヒカルの碁」 「テニスの王子様」 「NARUTO-ナルト-」 「海猿」 「BECK」 「おせん」 「リアル」 「NANA」 「二十世紀少年」 「最終兵器彼女」	嵐	「どこでもいっしょ」 「シーマン〜禁断のペット〜」 「ニンテンドウオールスター! 大乱闘スマッシュブラザーズ」
2000	「はじめの一步」 「遊☆戯☆王 デュエルモンスターズ」 「人狼 JIN-ROH」 「デジモンアドベンチャー 僕らのウォーゲーム!」 「BLOOD THE LAST VAMPIRE」	「Jin-仁」 「ハチミツとクローバー」 「AMAKUSA1637」 「茄子」 「一騎当千」 「GANTZ」 「金色のガッシュ!!」 「BLEACH」 「鋼の錬金術師」 「さくらん」 「WORST」 「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」 「のだめカンタービレ」		PlayStation2 PS one 「AIR」 「月姫」 「シムピーブル」
2001	「テニスの王子様」 「千と千尋の神隠し」 「メトロポリス」	「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」 「のだめカンタービレ」 「ブラックジャックによろしく」 「バルバラ異世界」 「アイシールド21」 「エマ」 「リトル・フォレスト」		「太鼓の達人」 「どうぶつ森」 「逆転裁判」
2002	「NARUTO」 「ガンダムSEED」 「ほしのこえ-The voices of a distant star」 「WXIII 機動警察パトレイバー」 「おねがい☆ティーチャー」 「あずまんが大王」	「魔法先生ネギま」 「よつぱと!」 「王様の仕立て屋」 「SOIL」 「きょうの猫村さん」 「PLUTO」 「マエストロ」 「ダブルフェイス」 「フラワー・オブ・ライフ」 「DEATH NOTE」 「ドラゴン桜」 「夕風の街 桜の国」 「夏目友人帳」 「おおきく振りかぶって」	perfume タッキー&翼	「鉄騎」 「ファイナルファンタジーXI」 「ラグナロクオンライン」 「東方紅魔郷〜the Embodiment of Scarlet Devil.」 「ひぐらしのなく頃に」
2003	「鋼の錬金術師」 「アンダルシアの夏」	「夏目友人帳」 「おおきく振りかぶって」 「デスノート」 「らき☆すた」 「ハヤテのごとく!」 「NHKによろこそ!」 「大奥」 「トッキュー!!」 「魔女」 「闇金ウシジマくん」 「銀魂」 「家庭教師ヒットマンREBORN!」 「D.Gray-man」	NEWS	PSX 「コロニーな生活」 「甲虫王者ムシキング」
2004	「雲のむこう」 「ハウルの動く城」 「マインドゲーム」 「イノセンス」 「APPLESEED」 「ふたりはプリキュア」 「イノセンス」 「遊☆戯☆王 デュエルモンスターズ GX」		関ジャニ∞	ニンテンドーDS 「洞窟物語」 「CRIMSON ROOM」 「Fate/stay night」 「モンスターハンター」 「鉄騎犬戦」

2005	「ハチミツとクローバー」 「ふたりはプリキュア Max Heart」 「AIR」	「ナンバMG5」 「へうげる」 「ヴィランド・サガ」 「鈴木先生」 「べしやり暮らし」	°Cu-te AKB48	「戦国BASARA」 「nintendogs」 「龍が如く」 「THE IDOLM@STER」 「東北大学未来科学技術共同研究センター川島隆太教授監修脳を鍛える大人のDSトレーニング」 「アイドルマスター」 「おいでよ どうぶつの森」
2006	「ゲド戦記」 「時をかける少女」 「涼宮ハルヒの憂鬱」 「秘密結社鷹の爪」 「ふたりはプリキュア Splash Star」 「鉄筋コンクリート」 「ひぐらしのなく頃に」 「パプリカ」	「黒執事」 「君に届け」 「海街diary」 「め～てるの気持ち」 「彼女を守る51の方法」 「僕の小規模な生活」 「虫と歌」 「同級生」 「ディエンビエンフー」 「海獣の子供」 「竹光侍」 「FAIRY TAIL」 「ダイヤのA」 「キングダム」 「聖☆おにいさん」	KAT-TUN	Wii PlayStation3 「ペルソナ4」 「Wii Sports」
2007	「秒速5センチメートル」 「らき☆すた」 「エヴァンゲリオン新劇場版:序」 「電脳コイル」 「劇場版 空の境界」 「ひだまりスケッチ」 「天元突破グレンラガン」	「けいおん！」 「ANGEL VOICE」 「宇宙兄弟」 「俺はまだ本気出してないだけ」 「きのう何食べた？」 「ちはやふる」 「おやすみプンプン」 「この世界の片隅に」 「3月のライオン」	Hey! Say! JUNP	「Wii Fit」 「モンスターハンターポータブル2nd」 「シーマン2」
2008	「イヴの時間」 「崖の上のポニョ」 「遊☆戯☆王 デュエルモンスターズ 5D's」 「夏目友人帳」 「とらドラ！」 「イヴの時間」 「スカイ・クロラ The Sky Crawlers」	「弱虫ペダル」 「バクマン。」 「トリコ」 「ローゼンメイデン」 「乙嫁語り」 「ぬらりひよんの孫」 「神様はじめました」 「好きっていいなよ。」		ニンテンドーDSi 「街へ行こうよ どうぶつの森」 「薄桜鬼」
2009	「けいおん！」 「エヴァンゲリオン新劇場版:破」 「サマーウォーズ」	「進撃の巨人」 「べるぜバブ」 「青の祓魔師」 「東京マグニチュード8.0」 「ヒーシーイットアクア」 「どうぶつの国」 「ワンパンマン」 「黒子のバスケ」 「マギ」 「青き鋼のアルペジオ」	SUPER☆GIRLS	「初音ミク-Project DIVA」 「ラブプラス」 「ドラゴンクエストIX 星空の守り人」 「Wii Sports Resort」
2010	「四畳半神話大系」 「イヴの時間 劇場版」 「最終兵器彼女」	「となりの関くん」	東京女子流 ももいろクローバー	「うたのプリンスさまっ♪」 「Dance Evolution」 「ドラゴンコレクション」 「ダンガンロンパ 希望の学園と絶望の高校生」 「ゴッドイーター」 「ラブプラス+」

2011	「星を追う子ども」 「Fate/ZERO」 「輪るピンタグラム」 「TIGER & BUNNY」 「花咲くいろは」 「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」 「魔法少女まどかマギカ」 「遊☆戯☆王 デュエルモンスターズ ZEXAL」 「へうげる」 「青の祓魔師」	「銀の匙 Silver Spoon」 「鬼灯の冷徹」 「テラフォーマーズ」 「あの日からのマンガ」 「Golondrina〜ゴロンドリーナ〜」 「繕い裁つ人」 「ハイキュー!!」 「アオハライド」 「ホリミヤ」 「ニセコイ」 「東京喰種」 「ワカコ酒」	K is-M y-F t2 Sexy Zone	ニンテンドー 3DS 「#denkimeter」 「nintendogs+ cats」 「Minecraft 1.0」 「NEWラブプラス」
2012	「エヴァンゲリオン新劇場版:Q」 「屍者の帝国」 「マギ」 「ガールズ&パンツァー」 「ブラック★ロックシューター」 「おおかみこどもの雨と雪」 「好きっていいなよ。」	「暗殺教室」 「俺物語!!」 「進撃！巨人中学校」 「Sunny Sunny Ann!」 「世界鬼」 「重版出来！」 「IPPO」 「カゲロウデイズ」 「亜人」 「七つの大罪」 「コウノドリ」 「逃げるは恥だが役に立つ」 「フィチン再見！」	A.B.C-Z	W iU 「パズル&ドラゴンズ」 「重鉄騎」 「にゃんこ大戦争」 「クラッシュ・オブ・クラン」 「Dance Evolution ARCADE」 「とびだせどうぶつの森」 「ぐんまのやぼう」
2013	「言の葉の庭」 「Free！」 「進撃の巨人」 「ラブライブ!」 「青き鋼のアルペジオーアルス・ノヴァー」 「きんいろモザイク」 「青き鋼のアルペジオ」 「たまこまーけっと」	「ReLIFE」 「陽のあたる家」 「青夏 きみに恋した30日」 「BLUE GIANT」		P layStation4 「グランツーリスモ6」 「艦隊これくしょんー艦これー」 「妖怪ウォッチ」 「Wii Sports Club」 「ソウルサクリファイス」 「モンスターストライク」
2014	「SIROBAKO」 「メカクシティアクターズ」 「ハイキュー!!」 「東京喰種トーキョーグール」 「山賊の娘ローニャ」 「シドニアの騎士」 「聖闘士星矢 LEGEND of SANCTUARY」 「マジンボーン」 「遊☆戯☆王 デュエルモンスターズ ARC-V」 「ニセコイ」 「となりの関くん」 「ログ・ホライズン」	「奴隷区 僕と23人の奴隷」 「聲の形」 「ダンジョン飯」 「東京タラレバ娘」 「あたりまえのぜひたく」 「アップルシードα」 「ヲタクに恋は難しい」 「僕のヒーローアカデミア」 「ゴールデンカムイ」	ジャニーズWEST	「ダービースタリオンGOLD」 「Ingress」
2015	「響け！ユーフォニアム」 「ハーモニー」 「ユリ熊嵐」 「美少女戦士セーラームーン Crystal」	「はたらく細胞」 「かぐや様は告らせたい」 「のぼる小寺さん」 「灼熱カバディ」		「刀剣乱舞ーONLINEー」 「どうぶつの森 ハッピーホームデザイナー」 「スプラトゥーン」 「ポケモン GO」 「Super Mario Run」 「文豪とアルケミスト」
2016	「君の名は」 「映画 聲の形」 「この世界の片隅に」 「弱虫ペダル」 「僕のヒーローアカデミア」	「約束のネバーランド」 「凧のお暇」 「金魚妻」 「BEASTERS」 「大家さんと僕」 「鬼滅の刃」		
2017	「けものフレンズ」	「MFゴースト」 「漫画 君たちはどう生きるか」 「五分の花嫁」 「放課後ていぼう日誌」		Nintendo Sw itch 「フォートナイト」

2018	「ゴブリンスレイヤー」 「転生したらスライムだった件」 「ゆるキャン△」	「呪術廻戦」 「白い巨塔」 「三日月とネコ」 「極主夫道」	King&Prince	
2019	「鬼滅の刃」 「五分の花嫁」 「かぐや様は告らせたい〜天才たちの恋愛頭脳戦」	「SPY×FAMILY」 「広島からヒロシマへ」 「100日後に死ぬワニ」		Nintendo Switch Lite
2020	「呪術廻戦」	「チ。ー地球の運動についてー」 「スイングンドラゴンタイガーブリギ」	SixTONES Snow Man JO1	PlayStation5
2021	「シン・エヴァンゲリオン劇場版: 」 「PUI PUI モルカー」 「東京リベンジャーズ」 「ゾンビランドサガ」 「2・43 清陰高校男子バレー部」 「竜とそばかすの姫」 「シキザクラ」	「ひらやすみ」 「タコピの原罪」		「ウマ娘 プリティーダービー」
2022	「SPY×FAMILY」 「チェンソーマン」 「サマータイムレンダ」 「リコリス・リコイル」		Travis Japan	
2023				「ポケモンスリープ」

〈注〉

本年表は参考文献で扱われているものを挙げている。また、参考文献がない年代に関しては各ジャンル名を用いて『朝日新聞』のデータベースにて扱われているものを挙げている。

〈参考文献〉

アクロス編集室編 (1992) 『ポップコミュニケーション全書 カルトからカラオケまでニッポン「新」現象を解明する』 PARCO 出版

円堂都司昭 (2015) 『戦後サブカル年代記 日本人が愛した「終末」と「再生」』 青土社

宮台真司、石原英樹、大塚明子 (1993) 『サブカルチャー神話解体 少女・音楽・マンガ・性の30年とコミュニケーションの現在』 PARCO 出版

メディア・アート国際化推進委員会編 (2015) 『ニッポンのマンガ*アニメ*ゲーム from 1989』

中尾明夫(2007) 『アイドルニッポン』 新潮社

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マーケティング

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

—— (2021) 『ニッポン男性アイドル史 一九六〇—二〇

〇一年代』 青弓社

岡島紳士、岡田康宏 (2011) 『グループアイドル進化論:「アイドル戦国時代」がやってきた!』 毎日コミュニケーションズ

境真良 (2014) 『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』 東洋経済

澤村修治 (2020) 『日本マンガ全史 「鳥獣戯画」から「鬼滅の刃」まで』 平凡社

清水勲 (2007) 『年表 日本漫画史』 臨川書店

津堅信之 (2022) 『日本アニメ史』 中央公論新社