

大衆化し多義化した「推し」の計量社会学：「推し」の有無から生じる認識の齟齬に着目した多変量解析

大石, 百華
九州大学教育学部

<https://doi.org/10.15017/7178869>

出版情報：九州大学教育社会学研究集録. 27, pp.47-65, 2024-03-15. Seminar of Educational Sociology Department of Education, Graduate School of Human-Environment Studies Kyushu University

バージョン：

権利関係：



大衆化し多義化した「推し」の計量社会学

—「推し」の有無から生じる認識の齟齬に着目した多変量解析—

Econometric Sociology of "Oshi" that have become Popularized and Polysemous.

-Multivariate Analysis Focusing on Discrepancies in Perceptions Caused by the Presence or Absence of "Oshi"

大石百華

1. 問題の所在：元来の「推し」と現在の「推し」の検討から見る「推し」の多義化

「推し」とは一体何であろうか。「推し」は近年、日常生活の中で当たり前のように耳にすることが増えた言葉である。NHK の情報番組である「あさイチ」では、2020 年に初めて「推し」を取り上げた特集を組み、番組の事前アンケートでは 4 万 3 千以上の回答数が集まったことから、その認知度ならびに関心の高さが窺える (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当たり前使用されている「推し」であるが、元来は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。だが、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」という枠組みの中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いる。「推し」を取り上げた雑誌としては、『ユリイカ 9 月号 特集：女オタクの現状—推しとわたし』がある。その中で、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』て、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) としている。また久保 (2022) は自身の経験を踏まえ、著書においての定義は「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。横川 (2021) は「当初はアイドル界隈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。以上の現在の「推し」についての語りから 3 つの特徴が挙げられる。1 つ目は「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こと、2 つ目は「推し」にジャンルの制限はないこと、3 つ目は「推し」の捉え方は人それぞれであることである。これは「グループの中で一番好きなメンバー」という枠組みからはみ出しており、現在の「推し」は元来の「推し」の意味より多義化していることが示唆される。しかし、この「推し」の多義化について果たしてどれだけの人が意識して使用しているのだろうか。「推し」という言葉が一般的にも浸透し、使用される場面が増加してきている今、この「推し」そのものについて検討することは「推し」研究の発展のためにも意義があると考えられる。

2. 先行研究の整理：「推し」の時代に合わせた定義の拡張と変遷

(1) 「推し」に纏わる周辺研究

横川 (2021) が述べるように「推し」の発祥はアイドルグループの中で一番好きなメンバーである「推しメン」であり、アイドルはオタク文化において代表的なものの

一つである。そのため、「推し」について語る際に避けては通れないのが「オタク」である。この「推し」発祥の一端を担っている「オタク」は中森明夫が1983年に『漫画ブリッコ』で『「おたく」の研究』というコラムで初めて扱った言葉であり（山岡2016、p.5）、コラムにて中森はアニメファンやコミックマーケット²⁾に限らずいる、マニアや熱狂的なファンとも分類できない人びとのことを「おたく」と命名した（中森1998、pp.92-93）。この「オタク」の代表的な研究としては菊池（2000）が挙げられる。菊池（2000）は「オタク態度尺度」を開発することによって、「オタク」を構成する概念を抽出した。また、オタクの社会的スキルを見るために菊池章夫（1988）が作成した日本語版社会的スキル尺度である Kiss18 を用いることで、オタクの社会的スキルが低いことを明らかにした。このオタク研究はあくまで推す主体側の研究であるが、「推し」と同様に、推される対象の研究として「ファン対象」を研究対象としたファン心理の研究がある。代表的な研究としては小城（2002、2004）が挙げられる。小城（2002）は「ファン対象」に関する自由記述形式の質問紙によってファン対象がファンから向けられている好意の理由を明らかにしている。そして、小城（2004）では小城（2002）で得られた結果をもとに「ファン心理尺度」を作成し、ファンが対象に向ける感情や考えを捉えることによって「ファン対象」は何が重要視されているのかを検討することを可能にした。その後も小城（2005、2006）においてファン対象の職業別のファン心理の検討やファンとファン対象の性別の組み合わせ別のファン心理の検討を行うことによって、抽象的であったファン心理の解像度を上げている。また、小城（2018）では自身の「ファン心理尺度」の再考を行っており、ファン心理はファン対象の作品に対する好意である「仕事」、ファン対象の本人の魅力である「本人」、ファンの流行意識やファン同士の交流である「社会的共有」の3側面に分類されるが、その下位尺度や具体的な項目については時代や目的に合わせて適宜作成していくのが妥当であると論じている（小城2018、p.61、p.93）。このような「推し」に纏わる概念をまとめた研究として大石（2023）がある。大石（2023）では、「推し」を推す主体として挙げられる「ファン」と「オタク」についてその構成概念から議論するためにファン心理とオタクについての尺度研究をまとめている。その中で、「オタク」がマイナスのイメージから回復した変遷や、ファン対象の多様化について論じている。

（2）現状の「推し」研究と「推し」の定義

「推し」を対象とした研究は近年始まったため、まだその数は少なく、対象も「推し」そのものに纏わるものではなく、「推し活」に着目した研究が多い。吉光（2021）はコロナ禍による制限下で行うファンの「推し活」やSNSでの動きについて研究を行っており、柳瀬（2022）はオタク同士のグッズ交換に着目して「推し」を人類学的に研究した。このような傾向がある中で、井上、上田（2023）はアイドルを「推し」とするファン心理を対象とした研究を行っている。上田、井上（2023）はアイドルファンの心理的所有感³⁾と同じ「推し」を推す他者である「同担」への意識に着目した「推し心理的尺度」を作成することによって、心理的所有感が同担への態度に与える影響とそれを媒介とした推し活の継続とファンのウェルビーイングへの影響のモデルを作成している。これらの「推し」研究において「推し」の定義は次の様である。吉光（2021）は猿渡（2020）において引用されていた『実用日本語表現辞典』での「推し」の定義を引用している。柳瀬は「全く視点が異なる十人十色の定義があることが『推し』を巡る言説の一番の特徴だ。『推し』は多義的であることを『許された』存在」（柳瀬2022、p.108）としており、井上、上田（2023）では「アイドルファンがアイドルを応援することを一般に『推す』といい、応援するアイドルを『推し』という。」（井上、上田2023、p.20）としている。

3. 本研究の課題：「推し」の多義化と認識の調査

これまでの「推し」研究における「推し」の定義は一般論や辞書の意味を引用しているものが多い。柳瀬（2022）のように「推し」が多義的であることを記している研究もあるが、研究対象が「推し活」であるが故に「推し」そのものについての深い言及はされていない。井上、上田（2023）はアイドルファンの心理的所有感を通じて、「推し」に対するアイドルファンの捉え方について検討していたが、それがどのように「推し活」の継続やアイドルファンの幸福感に繋がるかに着目していたため、「推し」そのものへの追及はされなかった。この「推し」そのものに着目するにはどのような手法が適当であるだろうか。「オタク」や「ファン心理」の先行研究から見られるようにこれまでサブカルチャーの抽象的な概念を研究する際には尺度研究が行われてきた。尺度は抽象的な概念の構成要素を抽出することを可能とする。そのため、本研究においてもこれまで着目されてこなかった「推し」という抽象的な概念の構成要素を明らかにするために「推し」尺度の作成を行う。また、これまでの「推し」

研究において調査対象は「推し」がいる人であり、「推し」がいない人は含まれていない。問題の所在で触れたように「推し」の一般的な認知も拡大している中で、「推し」がいない人は果たして、「推し」がいる人と同様の認識を行っているのだろうか。これらを踏まえ、本研究の課題は、「推し」尺度の作成を通して、「推し」が多義化をされているのか、そして、どのような人々が「推し」をどのように認知しているのかについて明らかにすることである。

4. 本研究の仮説

以上から、本研究では2つの仮説を立てる。1つ目は、「『推し』は多義化している。」である。これは、「推し」尺度の作成にあたって、「推し」に関する認識に一貫性があるのか、多様であるのかを見ることで検討する。2つ目は、「『推し』の有無によって認識が異なる。」である。これは、調査において「推し」がいる人（以下「推しあり」）、「推し」がいない人（以下「推しなし」）で「推し」の認識が同一であるのかを見ることで検討する。本研究ではこの2つの仮説の検証を軸に、「推し」の構成概念と認識について検討していく。

5. 本研究の分析視角と論証方法：多変量解析による「推し」の多義化と認識の洞察

以上の研究課題と仮説を踏まえ、本研究の分析視角とその論証方法をより具体的にすると以下の通りである。

第一に、「推し」がどのように認識されているのかについて検討する。因子分析では、「推し」尺度を「推し」がいる人、「推し」がいない人に分けて分析する。それによって、「推しあり」、「推しなし」において「推し」の構成概念に差が生じるのかを検討する。

第二に、「推し」のタイプによって求められているもの、捉えられ方が異なるのかを検討する。まず、「推し」の属性を基に「推し」をクラスター分析することによって、「推し」のタイプを分ける。そして、各クラスターを従属変数に多項ロジスティック回帰分析を行うことによって、「推し」のタイプ別に推す主体が重視するものを検討する。

第三に、「推し」の多義化による推す主体への影響を検討する。「推し」がいたことのメリット、デメリットについての自由記述を KJ 法によって分析することによって「推し」が多義化したことによって起きた影響の有無について検討する。

6. 予備調査：「推し」尺度作成のための予備的考察

本研究では質問紙作成にあたって、「推し」について大学生がどのように捉えているのか、どこに魅力を感じているのかを探索的に概観し、質問紙作成の参考とするための予備調査を行った。

調査対象：

大学生 140 名（男性 61 名、女性 79 名、平均年齢 20.7 歳）

質問項目：

質問項目は、4 つのフェイス項目と「推し」のイメージに関する 2 項目を自由記述、「推し」の認知に関する 3 項目を 5 件法、「推し」がいる人に対しては、「推し」と推す主体との性別関係、推し始めた時と現在のそれぞれの年齢関係、「推し」の職業⁶⁾について選択式、「推し」を推すようになったきっかけ、推す理由、「推し」の存在について自由記述で回答を求めた。

得られたデータの概説：

質問紙調査において得られた「推し」の認知に関する結果はそれぞれ表 1、表 2、表 3 のようになっている。また、KJ 法によって、「推し」を推すようになったきっかけ、推す理由、「推し」の存在についての自由記述形式の回答から、「推し」についてカテゴリーに分けた。

表1 「推し」という言葉を知っていますか。

	度数	%	累積%
はい	140	100.0	100.0

表2 推しに対して肯定的ですか。

	度数	%	累積%
全く肯定的で ¹⁾	1	0.7	0.7
²⁾	6	4.3	5.0
³⁾	20	14.3	19.3
⁴⁾	39	27.9	47.1
非常に肯定的 ⁵⁾	74	52.9	100.0
合計	140	100.0	

表3 あなたに「推し」はいますか。

	度数	%	累積%
はい	96	68.6	68.6
いいえ	44	31.4	100.0
合計	140	100.0	

表1から、「推し」という言葉を知っている人の割合は100%、表2から「推し」への肯定的であるかに関する質問では、「全く肯定感的でない」を1、「非常に肯定的である」を5とした時に1が0.7%、2が4.3%、3が14.3%、4が27.9%、5が52.9%であった。このことから、大学生に関しては「推し」という言葉が一般的に認知されており、肯定的である人の割合が高いことが分かる。また、表3から「推し」がいる人の割合は68.6%、いない人の割合は31.4%であった。つまり、大学生において「推し」がいる人が過半数を超えている。

自由記述の回答をKJ法でカテゴライズした結果、「推し」の特徴として、大カテゴリーとして「推しの外面魅力」、「推しの内面魅力」、「その他の魅力」、「推す人への影響」、「推しの捉え方」の5つに分けた。さらに、小カテゴリーとして、「推しの外面魅力」は「後天的」、「先天的」の2つ、「推しの内面魅力」は「性格」、「思考」の2つ、「その他の魅力」は「作品」、「共通点」の2つ、「推す人への影響」は「気分を高める」、「心を癒す」の2つ、「推しの捉え方」は「恋愛」、「見守り」、「憧憬」の3つに分けた。このことから、「推し」に関する要素として、大きく5要素があることが分かり、更に、細かくみると、11の要素に分けられることが分かった。

以上の予備調査の結果から、「推し」を知っている人が100%、「推し」がいる人が68.6%、「推し」に対して、「全く肯定感的でない」を1、「非常に肯定感がある」を5とした5件法において4または5と回答した割合は80.8%と非常に高いことが明らかになった。このことから、大学生における「推し」の認知度の高さ、「推し」が実際にいる人の多さ、「推し」という言葉に対する肯定感の高さが示唆される。ただし、「推し」を知っている人が100%であることに対して、「推し」がいない人が31.4%であることから「推し」がいない人でも「推し」という言葉を知っていることが分かる。そして、「推し」がいる人が68.6%であることに対して、「推し」への肯定感で4または5と回答している人が80.8%であることから、一部の人は、「推し」がいないにも関わらず、「推し」を肯定的に捉えていることが示唆された。また、「推し」を推し始めたきっかけ、推す理由、「推し」の存在についての自由記述の

KJ法の結果から、「推し」に関する要素として大きく5つの要素に分けることができたが、これらはさらに、「推し」そのものの魅力に関連する「推しの外面魅力」、「推しの内面魅力」、「その他の魅力」と、推す主体の捉え方が関わる「推す人への影響」、「推しの捉え方」に分けられると考えられる。そのため、「推し」尺度の開発においては、「推し」魅力と「推し」捉え方の2つに分けた尺度開発が必要であると考えられる。

7. 本調査・方法

調査対象：

大学生437名（男性228名、女性209名、平均年齢19.9歳）

質問項目：

質問項目はフェイス項目が4項目、「推し」の有無に関する1項目、自作の「推し」魅力尺度36項目と「推し」捉え方尺度25項目を9件法、山岡（2016）の「オタク度尺度」19項目を5件法、藤原ら（1983）の「日本版 Love Liking 尺度」26項目を9件法で回答を求めた。「推し」がいる人に対しては、「推し」と推す主体との性別関係、推し始めた時と現在のそれぞれの年齢関係、「推し」の職業⁹⁾について選択式、「推し」がいることによるメリットとデメリットをそれぞれ自由記述で回答を求めた。

8. 結果

8-1. 因子分析：「推し」の構成概念の抽出

「推し」の有無で認識に違いがあるのかを見るために「推しあり」、「推しなし」に分けて「推し」魅力尺度と「推し」捉え方尺度の探索的因子分析を行う。

（1）「推しあり」における「推し」尺度の探索的因子分析結果

① 「推しあり」の「推し」魅力尺度（問9）の探索的因子分析

まず、「推しあり」の「推し」に感じる魅力の因子分析の結果を示す。「推し」魅力尺度の各項目について項目分析を行った。なお、今回の因子分析においては、各因子間にはある程度の相関関係があることを想定し、プロマックス回転を選択している。36項目すべてを用い、因子分析を行った（主因子法・プロマックス回転）。共通性が.35未満である項目がなくなるまで削除し、因子分析を繰り返した結果、「推しのクズなところに魅力を感じる」、「推しにギャップがあるところに魅力を感じる」、「推

しが関係する事物に魅力を感じる」の計3項目を削除した。回転後の結果は表4に示す通りである。

その結果、固有値1以上の因子が6つあると認められた。固有値は、13.482、2.417、1.842、1.681、1.323、1.035、0.938...と推移している。「推し」の魅力としては、第1因子に「内面」因子、第2因子に「パフォーマンス」因子、第3因子に「努力・ハイスpek」因子、第4因子に「愛らしさ」因子、第5因子に「外見」因子、第6因子に「共通点」因子を抽出した。 α 係数を用いて下位尺度の内部一貫性を検討したところ、「内面」は.915、「パフォーマンス」は.890、「努力・ハイスpek」は.841、「愛らしさ」は.813、「外見」は.851、「共通点」は.710となっており、内部一貫性を有したものといえる。

② 「推しあり」の「推し」捉え方尺度(問10)の探索的因子分析

次に、「推しあり」の「推し」の捉え方についての探索的因子分析の結果を示す。なお、今回の因子分析においては、各因子間にはある程度の相関関係があることを想定し、プロマックス回転を選択している。25項目すべてを用い、因子分析を行った(主因子法・プロマックス回転)。共通性が.35未満である項目がなくなるまで削除し、因子分析を繰り返した結果、「推しに直接会いたいとは思わない」、「推しは自分の嫁/旦那である」「推しは自分を癒してくれる」、さらに、因子を1つの項目で構成していた「推しは遠くから見守ってほしい」の計4項目を削除した。回転の結果は表5に示す通りである。

その結果、固有値1以上の因子が4つあると認められた。固有値は、9.839、2.121、1.444、1.207、0.716...と推移している。「推し」の捉え方としては、第1因子に「心のよりどころ」因子、第2因子に「高揚」因子、第3因子に「憧憬」因子、第4因子に「恋愛」因子を抽出した。 α 係数を用いて、下位尺度の内部一貫性を検討したところ、「心のよりどころ」は.929、「高揚」は.903、「憧憬」は.796、「恋愛」は.676となっており、「恋愛」を除く3因子は内部一貫性を有したものといえる。「恋愛」は α 係数が十分であるとはいえないが、予備調査の結果から得られた「推し」要素として無視できないため、残りの分析でも検討する。

(2)「推しなし」における「推し」尺度の探索的因子分析結果

① 「推しなし」の「推し」魅力尺度(問9)の探索的因子分析

まず、「推しなし」の「推し」に感じる魅力の探索的因子分析の結果を示す。「推し」魅力尺度の各項目について

項目分析を行った。なお、今回の因子分析においては、各因子間にはある程度の相関関係があることを想定し、プロマックス回転を選択している。36項目すべてを用い、因子分析を行った(主因子法・プロマックス回転)。共通性が.35未満である項目がなくなるまで削除し、因子分析を繰り返した結果、「推しのクズなところに魅力を感じる」、「推しの歌声に魅力を感じる」、「推しが物事に対して真摯に取り組む姿に魅力を感じる」の計3項目を削除した。回転の結果は表6に示す通りである。

その結果、固有値1以上の因子が6つあると認められた。固有値は、17.795、1.989、1.644、1.321、1.114、1.091、0.824...と推移している。「推し」の魅力としては、第1因子に「一般的魅力」因子、第2因子に「思想・創造」因子、第3因子に「優等生」因子、第4因子に「パフォーマンス」因子、第5因子に「ハイスpek」因子、第6因子に「共通点」因子を抽出した。 α 係数を用いて、下位尺度の内部一貫性を検討したところ、「一般的魅力」は.959、「思想・創造」は.909、「優等生」は.902、「パフォーマンス」は.895、「ハイスpek」は.673、「共通点」は.719となっており、「ハイスpek」を除く5因子は内部一貫性を有したものといえる。「ハイスpek」は α 係数が十分であるとはいえないが、予備調査の結果から得られた「推し」要素として無視できないため、残りの分析でも検討する。また、「一般的魅力」は「推し」の内面や外面関係なく、多くの要素を含んでいるため、「推しなし」にとって、「推し」の魅力が一定のものに定まっていないことが示唆される。今後の分析では、「一般的魅力」が多く要素を含んでいることを念頭において検討すべきであると考えられる。

② 「推しなし」の「推し」捉え方尺度(問10)の探索的因子分析

次に、「推しなし」の「推し」の捉え方の探索的因子分析の結果を示す。「推し」捉え方尺度の各項目について項目分析を行った。なお、今回の因子分析においては、各因子間にはある程度の相関関係があることを想定し、プロマックス回転を選択している。25項目すべてを用い、因子分析を行った(主因子法・プロマックス回転)。因子を1つの項目で構成していた「推しに直接会いたいとは思わない」、を削除し、さらに共通性が.35未満である項目がなくなるまで削除し、因子分析を繰り返した結果、「推しは遠くから見守ってほしい」の計2項目を削除した。回転の結果は表7に示す通りである。

その結果、固有値1以上の因子が3つあると認められた。13.489、2.314、1.157、0.757...と推移している。「推し」の捉え方としては、第1因子に「モチベーション・

癒し・応援」因子、第2因子に「憧れ・恋愛」因子、第3因子に「オンリーワン」因子を抽出した。 α 係数を用いて、下位尺度の内部一貫性を検討したところ、「モチベーション・癒し・応援」は .975、「憧れ・恋愛」は .813、「オンリーワン」は .674 となっており、「オンリーワン」を除く2因子は内部一貫性を有したものだといえる。「オンリーワン」は α 係数が十分であるとはいえないが、予備調査の結果から得られた「推し」要素として無視できないため、残りの分析でも検討する。「モチベーション・癒し・応援」は因子内に多くの要素を含んでいるため、「推しなし」の「推し」の捉え方が一定でないことが示唆される。今後の分析では、「モチベーション・癒し・応援」が多くの要素を含んでいることを念頭において検討すべきであると考えられる。

「推し」魅力尺度、「推し」捉え方尺度をそれぞれ「推しあり」、「推しなし」に分けて因子分析を行ったが、どちらの尺度においても、異なる因子が抽出されており、「パフォーマンス」と「共通点」のように、同じ名前を付けているものでも、因子を構成する項目は異なる。つまり、「推しあり」と「推しなし」では因子構造が異なるのである。このことから、「推しあり」と「推しなし」は「推し」に感じる魅力や「推し」の捉え方が異なると考えられる。また、「推しあり」は1つの因子の中に多くても2つの要素しか含んでいないにも関わらず、「推しなし」においては、「推し」魅力尺度、「推し」捉え方尺度の両方において多くの要素を含んだ因子が抽出されている。また、捉え方尺度において「推しあり」では4因子が抽出されたのに対して、「推しなし」では3因子が抽出されていることから、「推しなし」の方が単純構造となっていることが分かる。このことから、「推しあり」は実際に「推し」がいるために明確な考えがあるが、「推しなし」はあくまで想定で回答しているため、考えが定まっておらず、多くの要素を含んだ因子が抽出され、単純構造にならざるを得ないことが示唆される。

8-2. クラスタ分析・多項ロジスティック回帰分析：どのような「推し」に対してどのような推す主体がいるのか

まず、どのような「推し」がいるかを検討するために「推しあり」の実際の「推し」の属性を基にクラスタ分析を行い、次に、どのような「推し」に対してどのような推す主体がいるのかを検討するクラスタを従属変数とした多項ロジスティック回帰分析を行う。

(1) クラスタ分析による「推し」の分類

はじめに、どのような「推し」がいるかについて「推し」の属性と「推し」と推す主体との関係性によって分類するためにクラスタ分析を行った。「推し」の属性や「推し」と推す主体との関係性に関する多様な類型を明らかにすることが出来る。クラスタ分析に用いた変数としては、推す主体と「推し」の性別関係、推し始めた当初の年齢関係、現在の年齢関係、「推し」の属性⁶⁾である。クラスタ化の方法としては、Ward法を、各データの距離の算出は平方ユークリッド距離を用いた。また、クラスタ分析を行うにあたって、2から7まで順に増やしながら、①3つ以上の属性が異なる「推し」群がないように分けることができ、かつ②最大のクラスタ数となるまで分析を行った。その結果①と②の条件を満たすクラスタ数は5であった。そのため、以下では、クラスタ数を5とした際の「推し」のクラスタ分析の結果を記す。

表4 「推しあり」の「推し」魅力尺度 因子分析結果

	第1因子 ($\alpha = .915$)	第2因子 ($\alpha = .890$)	第3因子 ($\alpha = .841$)	第4因子 ($\alpha = .813$)	第5因子 ($\alpha = .851$)	第6因子 ($\alpha = .710$)	共通性
9. [推しの生き様に魅力を感じる]	0.756	-0.048	0.157	-0.178	0.072	-0.004	0.617
9. [推しのこれまでの過去に魅力を感じる]	0.743	-0.041	-0.030	-0.154	0.114	0.094	0.513
9. [推しの人生観に魅力を感じる]	0.700	0.067	0.222	-0.125	-0.133	-0.002	0.648
9. [推しの謙虚なところに魅力を感じる]	0.671	-0.039	-0.135	0.139	0.098	-0.019	0.479
9. [推しの優しいところに魅力を感じる]	0.598	-0.016	-0.117	0.380	0.065	-0.024	0.665
9. [推しの人のよさに魅力を感じる]	0.598	0.121	-0.057	0.354	-0.011	-0.114	0.728
9. [推しの考え方に魅力を感じる]	0.566	-0.022	0.415	0.034	-0.232	-0.007	0.676
9. [推しの仲間想いなところに魅力を感じる]	0.553	0.017	0.066	0.091	0.223	-0.167	0.568
9. [推しの話し方に魅力を感じる]	0.493	-0.115	0.162	0.332	-0.111	-0.015	0.512
9. [推しの家族想いなところに魅力を感じる]	0.455	-0.026	0.093	0.077	0.114	0.070	0.407
9. [推しの飾ってないところに魅力を感じる]	0.441	0.054	0.050	0.045	0.139	0.051	0.404
9. [推しのパフォーマンスが楽しいところに魅力を感じる]	0.039	0.899	-0.066	0.060	0.011	-0.100	0.796
9. [推しのパフォーマンスが面白いところに魅力を感じる]	0.023	0.789	0.049	0.006	-0.108	0.060	0.678
9. [推しの歌声に魅力を感じる]	-0.286	0.784	0.085	0.112	0.090	0.013	0.572
9. [推しの創作する事物に魅力を感じる]	0.159	0.537	0.231	-0.227	-0.005	0.076	0.582
9. [推しの声に魅力を感じる]	0.056	0.461	0.047	0.100	0.262	-0.034	0.525
9. [推しの面白いところに魅力を感じる]	0.317	0.445	-0.048	0.200	-0.195	0.123	0.600
9. [推しのセンスに魅力を感じる]	0.109	0.396	0.367	-0.056	0.005	0.070	0.586
9. [推しが物事に対して真摯に取り組む姿に魅力を感じる]	-0.117	0.101	0.739	0.289	-0.168	0.020	0.645
9. [推しのストイックなところに魅力を感じる]	0.102	-0.051	0.694	0.030	0.217	-0.068	0.715
9. [推しのスキルが高いところに魅力を感じる]	-0.052	0.165	0.649	-0.148	0.101	-0.015	0.509
9. [推しの努力を怠らないところに魅力を感じる]	0.111	-0.015	0.630	0.224	0.072	-0.136	0.679
9. [推しのかっこよさに魅力を感じる]	0.084	0.101	0.449	-0.165	0.335	-0.011	0.499
9. [推しの知識量が多いところに魅力を感じる]	0.367	-0.214	0.395	-0.132	-0.083	0.236	0.389
9. [推しの可愛さに魅力を感じる]	-0.154	0.061	-0.025	0.805	0.115	0.025	0.649
9. [推しのふとした仕草に魅力を感じる]	-0.015	0.077	0.105	0.570	0.160	0.094	0.579
9. [推しの笑顔に魅力を感じる]	0.293	0.095	-0.090	0.488	0.126	0.011	0.606
9. [推しの美しさに魅力を感じる]	-0.032	0.019	0.079	0.144	0.755	0.023	0.738
9. [推しのスタイルの良さに魅力を感じる]	0.221	0.103	-0.122	0.093	0.648	0.065	0.689
9. [推しの顔が整っているところに魅力を感じる]	-0.035	-0.252	0.172	0.423	0.556	0.086	0.660
9. [推しと自分に出身などの属性に共通点があるところに魅力を感じる]	-0.120	-0.041	0.027	0.190	0.016	0.752	0.557
9. [推しと自分に性格的な共通点があるところに魅力を感じる]	0.169	0.053	-0.091	0.103	-0.020	0.609	0.515
9. [推しと自分に外見的な共通点があるところに魅力を感じる]	0.043	0.063	-0.018	-0.162	0.167	0.552	0.353
固有値	13.481	2.417	1.842	1.681	1.323	1.053	
寄与率(%)	20.851	7.326	5.582	5.095	4.009	3.136	
累積寄与率(%)	20.851	48.176	53.759	58.854	62.863	65.999	
因子間相関	第1因子	1.000	0.648	0.673	0.550	0.422	0.397
	第2因子		1.000	0.571	0.430	0.353	0.321
	第3因子			1.000	0.342	0.381	0.238
	第4因子				1.000	0.451	0.157
	第5因子					1.000	0.036
	第6因子						1.000

因子抽出法：主因子法、プロマックス回転

第1因子：内面、第2因子：パフォーマンス、第3因子：努力・ハイスベック、第4因子：愛らしさ、第5因子：外見、第6因子：共通点

表5 「推しあり」の「推し」捉え方尺度

	第1因子 ($\alpha = .929$)	第2因子 ($\alpha = .903$)	第3因子 ($\alpha = .796$)	第4因子 ($\alpha = .676$)	共通性
10. [推しは自分の生きがいである]	0.976	-0.191	-0.015	0.040	0.731
10. [推しは心のよりどころである]	0.822	0.033	-0.024	0.055	0.735
10. [推しは自分の心を軽くしてくれる]	0.737	0.139	0.004	-0.057	0.685
10. [推しは自分にとって神様である]	0.689	-0.319	0.286	0.070	0.490
10. [推しは自分の精神を安定させてくれる]	0.675	0.223	-0.101	0.024	0.682
10. [推しは生活を豊かにしてくれる]	0.668	0.265	-0.064	-0.127	0.682
10. [推しは自分を頑張ろうと思わせてくれる]	0.595	0.211	-0.006	0.058	0.612
10. [推しがモチベーションになる]	0.584	0.338	-0.056	0.020	0.721
10. [推しは毎日の楽しみである]	0.579	0.269	0.006	-0.097	0.594
10. [推しは自分のストレスを発散させてくれる]	0.505	0.177	0.113	0.001	0.484
10. [推しは自分の気分を高めてくれる]	-0.018	0.867	0.078	-0.062	0.739
10. [推しのことを応援したい]	-0.100	0.840	-0.022	0.011	0.591
10. [推しは幸せな気持ちにしてくれる]	0.012	0.784	0.034	0.064	0.679
10. [推しの活躍している姿を見ていたい]	0.035	0.731	0.067	0.034	0.622
10. [推しは自分を元気づけてくれる]	0.199	0.678	-0.039	-0.038	0.661
10. [推しのようにになりたい]	-0.107	-0.002	0.902	-0.005	0.745
10. [推しは自分の理想像である]	0.013	0.027	0.677	0.137	0.566
10. [推しは憧れの対象である]	0.139	0.149	0.664	-0.184	0.547
10. [推しは自分の理想のタイプである]	0.010	0.045	0.057	0.870	0.547
10. [推しを自分の恋人にしたい]	-0.008	-0.049	-0.057	0.589	0.547
10. [推しは目の保養である]	0.093	0.346	-0.033	0.400	0.421
固有値	9.839	2.121	1.444	1.207	
寄与率(%)	46.854	10.099	6.876	5.748	
寄与率 累積寄与率(%)	46.854	56.953	63.829	69.577	
因子間相関	第1因子 第2因子 第3因子 第4因子	1.000 0.727 1.000 0.251	0.400 0.251 1.000 0.369	0.337 0.283 0.369 1.000	

因子抽出法：主因子法、プロマックス回転

第1因子：心のよりどころ、第2因子：高揚、第3因子：憧憬、第4因子：恋愛

表6 「推しなし」の「推し」魅力尺度 因子分析結果

	第1因子 ($\alpha = .959$)	第2因子 ($\alpha = .909$)	第3因子 ($\alpha = .902$)	第4因子 ($\alpha = .895$)	第5因子 ($\alpha = .673$)	第6因子 ($\alpha = .719$)	共通性
9. [推しの可愛さに魅力を感じる]	0.994	-0.165	-0.124	-0.009	0.074	0.094	0.793
9. [推しの顔が整っているところに魅力を感じる]	0.993	-0.071	0.065	-0.289	0.074	-0.044	0.697
9. [推しのふとした仕草に魅力を感じる]	0.805	0.128	-0.149	0.020	0.009	0.061	0.717
9. [推しの美しさに魅力を感じる]	0.702	-0.177	0.176	0.279	-0.025	-0.065	0.809
9. [推しの優しいところに魅力を感じる]	0.700	-0.163	0.293	-0.048	0.031	0.196	0.760
9. [推しのスタイルの良さに魅力を感じる]	0.620	-0.079	0.419	-0.054	0.048	-0.140	0.700
9. [推しの人のよさに魅力を感じる]	0.616	0.178	0.079	-0.004	-0.077	0.214	0.740
9. [推しにギャップがあるところに魅力を感じる]	0.592	0.179	0.207	0.008	-0.087	-0.093	0.666
9. [推しの笑顔に魅力を感じる]	0.559	0.031	0.084	0.386	-0.123	-0.024	0.813
9. [推しの話し方に魅力を感じる]	0.497	0.082	-0.169	-0.005	0.494	0.019	0.679
9. [推しの飾っていないところに魅力を感じる]	0.469	-0.032	0.413	0.115	-0.147	0.147	0.747
9. [推しの声に魅力を感じる]	0.458	0.257	0.171	0.117	0.093	-0.294	0.720
9. [推しのかっこよさに魅力を感じる]	0.442	0.302	0.259	0.056	0.042	-0.254	0.765
9. [推しの人生観に魅力を感じる]	-0.126	0.844	0.174	-0.002	-0.087	0.023	0.715
9. [推しの生き様に魅力を感じる]	-0.048	0.834	0.182	-0.002	-0.100	0.025	0.784
9. [推しの考え方に魅力を感じる]	-0.001	0.795	0.015	0.008	0.027	0.062	0.715
9. [推しのこれまでの過去に魅力を感じる]	-0.069	0.751	0.188	-0.143	-0.038	0.078	0.578
9. [推しの創作する事物に魅力を感じる]	-0.044	0.594	-0.094	0.286	0.034	0.090	0.585
9. [推しが関係する事物に魅力を感じる]	0.332	0.412	-0.102	-0.079	0.130	0.207	0.562
9. [推しのセンスに魅力を感じる]	0.333	0.381	-0.337	0.331	0.137	0.086	0.704
9. [推しの仲間思いなところに魅力を感じる]	0.126	0.037	0.706	0.087	-0.025	0.056	0.775
9. [推しの謙虚なところに魅力を感じる]	0.152	0.031	0.702	-0.069	0.045	0.155	0.730
9. [推しのストイックなところに魅力を感じる]	-0.144	0.214	0.669	0.158	0.064	0.043	0.735
9. [推しと自分に外見的な共通点があるところに魅力を感じる]	-0.110	0.106	0.538	-0.092	0.251	0.168	0.459
9. [推しの努力を怠らないところに魅力を感じる]	0.190	0.111	0.516	0.254	-0.104	0.016	0.796
9. [推しの家族思いなところに魅力を感じる]	0.086	0.109	0.509	-0.234	0.389	0.118	0.796
9. [推しのパフォーマンスが面白いところに魅力を感じる]	-0.056	-0.034	0.044	0.835	0.184	0.123	0.832
9. [推しのパフォーマンスが楽しいところに魅力を感じる]	-0.085	0.064	0.067	0.787	0.239	-0.011	0.832
9. [推しの面白いところに魅力を感じる]	0.417	-0.100	0.017	0.456	-0.073	0.309	0.751
9. [推しのスキルが高いところに魅力を感じる]	0.027	-0.121	0.104	0.356	0.691	-0.179	0.634
9. [推しの知識量が多いところに魅力を感じる]	-0.135	-0.095	0.165	0.223	0.598	0.177	0.520
9. [推しと自分に出身などの属性に共通点があるところに魅力を感じる]	0.010	0.207	0.115	0.060	-0.001	0.582	0.520
9. [推しと自分に性格的な共通点があるところに魅力を感じる]	-0.006	0.006	0.346	0.150	0.047	0.493	0.586
固有値	17.795	1.989	1.644	1.321	1.114	1.091	
寄与率	53.923	6.028	4.983	4.002	3.377	3.306	
累積寄与率 (%)	53.923	59.951	64.933	68.935	68.935	72.312	
因子間相関	第1因子	1.000	0.652	0.629	0.696	0.437	0.351
	第2因子		1.000	0.598	0.606	0.489	0.341
	第3因子			1.000	0.561	0.256	0.215
	第4因子				1.000	0.278	0.255
	第5因子					1.000	0.380
	第6因子						1.000

因子抽出法：主因子法、プロマックス回転

第1因子：一般的魅力、第2因子：思想・創造、第3因子：優等生、第4因子：パフォーマンス、第5因子：ハイスペック、第6因子：共通点

表7 「推しなし」の「推し」捉え方因子 因子分析結果

	第1因子 ($\alpha = .975$)	第2因子 ($\alpha = .813$)	第3因子 ($\alpha = .674$)	共通性
10. [推しは自分の気分を高めてくれる]	0.988	0.039	-0.202	0.829
10. [推しは自分を元気づけてくれる]	0.975	-0.026	-0.150	0.802
10. [推しは幸せな気持ちにしてくれる]	0.967	0.065	-0.156	0.842
10. [推しのことを応援したい]	0.915	0.102	-0.130	0.797
10. [推しの活躍している姿を見たい]	0.893	-0.055	0.012	0.775
10. [推しは自分を頑張ろうと思わせてくれる]	0.883	0.013	-0.020	0.769
10. [推しは自分を癒してくれる]	0.870	0.013	0.009	0.769
10. [推しは自分の心を軽くしてくれる]	0.854	-0.007	0.076	0.800
10. [推しがモチベーションになる]	0.843	-0.137	0.147	0.786
10. [推しは心のよりどころである]	0.823	-0.062	0.169	0.813
10. [推しは生活を豊かにしてくれる]	0.784	-0.018	0.110	0.708
10. [推しは自分の精神を安定させてくれる]	0.757	0.100	-0.040	0.604
10. [推しは毎日の楽しみである]	0.744	-0.033	0.197	0.728
10. [推しは自分のストレスを発散させてくれる]	0.689	-0.102	0.254	0.668
10. [推しは憧れの対象である]	0.680	0.349	-0.138	0.643
10. [推しは目の保養である]	0.547	0.029	0.368	0.668
10. [推しは自分の理想像である]	-0.044	0.753	0.061	0.576
10. [推しのようにになりたい]	0.141	0.632	0.077	0.534
10. [推しを自分の恋人にしたい]	-0.114	0.530	0.484	0.593
10. [推しは自分の理想のタイプである]	0.127	0.478	0.380	0.603
10. [推しは自分の嫁/旦那である]	-0.290	0.260	0.563	0.337
10. [推しは自分にとって神様である]	0.177	0.114	0.562	0.522
10. [推しは自分の生きがいである]	0.474	-0.119	0.526	0.698
固有値	13.489	2.314	1.157	
寄与率	寄与率(%)	58.649	10.059	5.029
	累積寄与率(%)	58.649	68.708	73.738
因子間相関	第1因子	1.000	0.362	0.531
	第2因子		1.000	0.328
	第3因子			1.000

因子抽出法：主因子法、プロマックス回転

第1因子：モチベーション・癒し・応援、第2因子：憧れ・恋愛、第3因子：オンリーワン

「推し」のクラスター分析の結果は表8の通りである。表8は、クラスターごとの推す主体と「推し」の性別の関係、推し始めた当初の年齢関係、現在の年齢関係、「推し」の属性のクラスター内の度数と割合とを記したものである。

各割合からそれぞれのクラスターの特徴を検討し、クラスター1を「年上/芸能人群」、クラスター2を「年下/芸能人群」、クラスター3を「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」、クラスター4を「一般人群」、クラスター5を「年齢不明/2次元群」と命名した。これらのクラスターにおける属性の特徴を見るために、性別、文理、オタク度尺度得点を表9に示した。また、分析のために「女性ダミー」と「理系ダミー」の2つのダミー変数を作成する。表9のクラスターの属性から特徴的であるのは、「年齢不明/2次元群」において、オタク度尺度得点が高他の類型と比較して高いことである。また、「年齢不明/2次元群」は男性の割合と理系の割合も他の類型と比較して高く、性別、文理の割合の差が一番大きい、このことから、「年齢不明/2次元群」を推す主体は男性や理系において多く見られ、オタク的な思考であることが分かる。

クラスター分析によって、年齢関係や「推し」の属性によって「推し」に多様な種類があることが明らかとなった。このことから、「推し」はすでに、「アイドル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らず、多様化していることが示唆される。

(2) 多項ロジスティック回帰分析

次に、クラスター分析の結果を用いて、多項ロジスティック回帰分析を行う。これにより、クラスター分析によって明らかになった、多様な「推し」に対してどのような推す主体がいるのかを明らかにすることができる。従属変数には、クラスター分析により分類された「推し」に関する類型を用いた。独立変数には、「女性ダミー」、「理系ダミー」、「オタク度尺度得点」、「推しあり」の因子分析の結果から得られた「推し」魅力尺度と「推し」捉え方尺度に含まれる10の変数を用いた。すべてのクラスターにおいて使用する変数間の相関分析を行ったところ相関係数がすべて.9未満であったため、多重共線性は見られない。

「推し」に関する多項ロジスティック回帰分析の結果は、表10の通りである。尤度比検定の結果、式全体として1%水準で有意であることが確認された。また、CoxとShellの疑似決定係数は.535、McFaddenの疑似決定係数は.272であった。

その結果、「年齢不明/2次元群」ではなく、「年上/芸能

人群」となる確率に対して、「女性ダミー」($B = 1.307$, $p = .054$, オッズ比 = 3.694)、「パフォーマンス」($B = 2.156$, $p < .001$, オッズ比 = 8.635)、「心のよりどころ」($B = .825$, $p = .096$, オッズ比 = 2.281)、「憧憬」($B = .724$, $p = .068$, オッズ比 = 2.062)が正に有意な効果を、「オタク度尺度得点」($B = -.174$, $p < .001$, オッズ比 = .841)、「高揚」($B = -.1074$, $p = .040$, オッズ比 = .342)が負に有意な効果を示した。この結果から「年齢不明/2次元群」ではなく「年上/芸能人群」となる推す主体には、女性が多く、「推し」のパフォーマンスに魅力を感じており、心のよりどころや憧れの対象とする一方で、オタク度は低く、自身の気持ちを高める対象としては捉えていないと考えられる。「年齢不明/2次元群」ではなく「年下/芸能人群」となる確率に対して、「パフォーマンス」($B = 2.610$, $p < .001$, オッズ比 = 13.602)、「愛らしさ」($B = 1.149$, $p = .077$, オッズ比 = 3.154)が正に有意な効果を、「オタク度尺度得点」($B = -.164$, $p < .001$, オッズ比 = .848)、「内面」($B = -1.473$, $p = .032$, オッズ比 = .229)が負に有意な効果を示した。この結果から「年齢不明/2次元群」ではなく「年下・芸能人群」となる推す主体には、「推し」のパフォーマンスや愛らしさに魅力を感じている一方で、オタク度が低く、「推し」の内面には魅力を求めていると考えられる。「年齢不明/2次元群」ではなく「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」となる確率に対して、「女性ダミー」($B = 1.241$, $p = .054$, オッズ比 = 3.461)が正に有意な効果を、「オタク度尺度得点」($B = -.075$, $p = .024$, オッズ比 = .928)が負に有意な効果を示した。この結果から「年齢不明/2次元群」ではなく、「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」となる推す主体には、女性が多く、オタク度が低いと考えられる。「年齢不明/2次元群」ではなく「一般人群」となる確率に対して、「オタク度尺度得点」($B = -.127$, $p = .001$, オッズ比 = .881)が負に有意な効果を示した。この結果から「年齢不明/2次元群」ではなく、「一般人群」となる推す主体はオタク度が低いことが考えられる。

表8 「推し」のクラスター分析結果

		性別			推しはじめた当初の「推し」の年齢				
		異性	同性	その他	推しが年上	推しが年下	推しと同年	推しの年齢が不明	その他
クラスター1 年上/芸能人群	割合	67.7	29.1	3.1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	度数	86	37	4	127	0	0	0	0
クラスター2 年下/芸能人	割合	72.7	27.3	0.0	6.1	42.4	27.3	12.1	12.1
	度数	24	9	0	2	14	9	4	4
クラスター3 2次元/クリエイター・インフルエンサー群	割合	69.7	27.3	3.0	74.2	22.7	3.0	0.0	0.0
	度数	46	18	2	49	15	2	0	0
クラスター4 一般人群	割合	59.4	31.3	9.4	50.0	21.9	18.8	0.0	9.4
	度数	19	10	3	16	7	6	0	3
クラスター5 年齢不明/2次元群	割合	52.0	24.0	24.0	0.0	0.0	0.0	80.0	20.0
	度数	13	6	6	0	0	0	20	5

現在の「推し」の年齢					「推し」の属性				
推しが年上	推しが年下	推しと同年	推しの年齢が不明	その他	芸能人	クリエイター・インフルエンサー	2次元	一般人	その他
100.0 127	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	99.2 126	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.8 1
9.1 3	36.4 12	30.3 10	6.1 2	18.2 6	100.0 33	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
63.6 42	34.8 23	1.5 1	0.0 0	0.0 0	15.2 10	36.4 24	48.5 32	0.0 0	0.0 0
50.0 16	18.8 6	18.8 6	0.0 0	12.5 4	0.0 0	0.0 0	0.0 0	81.3 26	18.8 6
0.0 0	4.0 1	0.0 0	80.0 20	16.0 4	4.0 1	12.0 3	84.0 21	0.0 0	0.0 0

表9 各クラスターの属性

		クラスター 1	クラスター 2	クラスター 3	クラスター 4	クラスター 5	合計
		年上/芸能人群	年下/芸能人群	2次元/インフルエンサー群	一般人群	年齢不明/2次元	
女性ダミー	男性	41 (32.2%)	17 (51.5%)	32 (49.2%)	22 (68.7%)	20 (80.0%)	132 (46.8%)
	女性	86 (67.7%)	16 (48.4%)	33 (50.7%)	10 (31.2%)	5 (20.0%)	150 (53.1%)
理系ダミー	文系	70 (55.1%)	20 (60.6%)	36 (54.5%)	20 (62.5%)	7 (28.0%)	153 (54.0%)
	理系	57 (44.8%)	13 (39.3%)	30 (45.4%)	12 (37.5%)	18 (72.0%)	130 (45.9%)
平均値	オタク度 尺度得点	63.638	64.212	69.439	65.938	75.560	67.757

表10 多項ロジスティクス回帰分析結果

	1：年上・芸能人群			2：年下・芸能人群			3：2次元/クリエーター・			4：一般人群		
	B	有意確率	オッズ比	B	有意確率	オッズ比	B	有意確率	オッズ比	B	有意確率	オッズ比
切片	13.774	0.000		11.883	0.000		6.571	0.008		10.137	0.000	
女性ダミー	1.307	0.054	3.694	0.760	0.338	2.138	1.241	0.054	*	0.218	0.771	1.244
理系ダミー	-0.528	0.398	0.590	-0.886	0.216	0.412	-0.457	0.451		-1.088	0.113	0.337
オタク度尺度得点	-0.174	<.001	0.841	-0.164	<.001	0.848	-0.075	0.024	**	-0.127	0.001	0.881
内面	-0.391	0.487	0.677	-1.473	0.032	0.229	0.638	0.221		-0.250	0.676	0.779
バフオーマンス	2.156	<.001	8.635	2.610	<.001	13.602	-0.208	0.603		0.045	0.925	1.046
努力・ハイスベックスベックス	0.523	0.251	1.686	0.560	0.323	1.750	0.376	0.356		0.686	0.131	1.985
変らしさ	0.005	0.992	1.005	1.149	0.077	3.154	0.363	0.333		0.598	0.204	1.819
外見	0.105	0.787	1.111	0.324	0.548	1.383	-0.502	0.153		-0.529	0.176	0.589
共通点	-0.556	0.192	0.573	0.093	0.848	1.098	-0.559	0.177		0.357	0.438	1.429
心のよりどころ	0.825	0.096	2.281	0.733	0.230	2.081	0.077	0.860		0.839	0.114	2.315
高橋	-1.074	0.040	0.342	-0.991	0.142	0.371	-0.439	0.344		-0.801	0.143	0.449
権様	0.724	0.068	2.062	0.091	0.840	1.095	0.443	0.219		0.360	0.392	1.434
恋愛	0.288	0.445	1.334	0.539	0.234	1.715	0.191	0.570		0.327	0.447	1.387
CoxとShelの類似決定係数						0.535						
McFaddenの類似決定係数						0.272						

基準カテゴリーは、「5：年齢不明/2次元群」。*： $p > .10$ 、**： $p > .05$ 、***： $p > .01$

以上の結果から特徴的であったのは、「オタク度尺度得点」については「年齢不明/2次元群」に対して、他の群は低かったこと、「年齢不明/2次元群」に対して「年上/芸能人群」では6つの変数、「年上/芸能人群」では4つの変数、「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」では2つの変数、「一般人群」では1つの変数と有意差が示されており、かつ、その変数の組み合わせは類型ごとに異なることである。このことから、「推し」の類型ごとに異なる推す主体の特徴があることが明らかとなった。そのため、「推し」が多義化しているその裏で推す主体にも多様なタイプがいると考えられる。加えて、「年齢不明/2次元群」に対して、「年上/芸能人群」、「年下/芸能人群」、「2次元・クリエイター・インフルエンサー群」、「一般人群」においてオタク尺度が負に有意な結果が得られた。このことは、「年齢不明/2次元群」を推す主体においてはオタク度が高く、他のクラスターを推す主体においては、オタク度が低いことを示す。このことから、推す主体について必ずしもオタク度が高いとは言えないことが分かる。従来の「推し」は「オタク」文化の1種であるアイドルが発祥であったが、既に推す主体の「オタク」度は関係なくなっていると考えられる。これについては、大石(2023)のオタクが一般的に布教したことによって、軽度のオタクが主流となったことが影響していると考えられる。つまり、推すという行為はもともとオタク文化特有のものであったが、オタクと「推し」の一般化によって、何かを推すにあたって、「オタク」でなくていい、もしくは、軽度の「オタク」でいいという風潮が広まったことが示唆される。以上より、「推し」が多義化するに伴って、推す主体も多義化しており、「推し」がオタク文化特有のものではなくなったと考えられる。

8-3. KJ法：「推し」がいることのメリットとデメリット

「推し」に関する類型別の推す主体が感じるメリットとデメリットについて明らかにするためにKJ法を行う。

(1) 「推し」がいることのメリット

「推しあり」に対する「推し」がいることへのメリットについての自由記述の回答について「推し」に関する類型別にKJ法によって分析を行った。結果は表11に示す通りである。

「年上/芸能人群」のメリットとしては大カテゴリーとして「精神面」、「興味の拡大」、「人間関係」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「精神面」は「モチベーション」、「豊かさ」、「癒し・励み」、「充実」、「目標」、

「思考の変化」の7つ、「人間関係」では「会話の話題」、「コミュニティの拡大」の2つに分けた。「年下/芸能人群」のメリットとしては大カテゴリーとして「精神面」、「人間関係」、「興味の拡大」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「精神面」は「モチベーション」、「癒し・励み」の2つ、「人間関係」は「会話の話題」、「コミュニティ」の拡大の2つに分けた。「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」のメリットとしては大カテゴリーとして「精神面」、「人間関係」、「興味の拡大」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「精神面」は「楽しみ・モチベーション」、「癒し・励み」、「思考の変化」の3つ、「人間関係」は「会話の話題」、「コミュニティの拡大」の2つに分けた。「一般人群」のメリットとしては大カテゴリーとして「精神面」、「人間関係」、「興味の拡大」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「精神面」は「モチベーション」、「癒し」、「思考の変化」の3つに分けた。「年齢不明/2次元群」のメリットとしては大カテゴリーとして「精神面」、「人間関係」、「興味の拡大」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「精神面」は「モチベーション」、「癒し」の2つ、「人間関係」は「会話の話題」、「コミュニティの拡大」の2つに分けた。

以上の結果から、「推し」の影響として、「精神面」、「人間関係」、「興味の拡大」の3つの大カテゴリーが全てのタイプのメリットとして挙げられたことから「推し」のメリットとしてこの3要素が共通して重要であることが示唆される。また、小カテゴリーでは「精神面」の「モチベーション」、「癒し」、「人間関係」の「コミュニティの拡大」は全ての類型に見られるため、すべての類型に共通するメリットであると考えられる。他の類型に共通している「会話の話題」が「一般人群」でのみ見られなかった要因としては「推し」が世間一般的に認知されているような対象でないため、「会話の話題」となり得なかったと考えられる。また、「年上/芸能人群」で「思考の変化」、「目標」が「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」で「思考の変化」が見られたことから、このタイプの「推し」に対して憧れの想いがあると示唆される。実際に、「年上/芸能人群」においては多項ロジスティック回帰分析において「年齢不明/2次元群」よりも「憧憬」が正に有意を示していることは明らかとなっている。

(2) 「推し」がいることのデメリット

「推しあり」に対する「推し」がいることへのデメリットについての自由記述形式の回答について「推し」に関する類型別にKJ法によって分析を行った。結果は表

12の通りである。

「年上/芸能人群」のデメリットとしては大カテゴリーとして「消費」、「人間関係」、「他への興味の減少」、「精神面」の4つに分けた。さらに小カテゴリーとして「消費」は「お金」、「時間」の2つ、「人間関係」は「トラブル」、「予定」、「偏見」の3つに分けた。「年下/芸能人群」のデメリットとしては大カテゴリーとして「消費」、「精神面」に分けた。さらに、小カテゴリーとして「消費」は「お金」、「時間」の2つに分けた。「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」のデメリットとしては大カテゴリーとして「消費」、「人間関係」、「精神面」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「消費」は「お金」、「時間」の2つ、「人間関係」は「トラブル」、「偏見」の2つに分けた。「一般人群」のデメリットとしては大カテゴリーとして「消費」、「人間関係」、「精神面」の3つに分けた。「年齢不明/2次元群」のデメリットとしては大カテゴリーとして「消費」、「人間関係」、「精神面」の3つに分けた。さらに、小カテゴリーとして「消費」は「お金」、「時間」の2つに分けた。

以上の結果から、「推し」の影響として、「消費」、「精神面」の2つの大カテゴリーが全てのタイプのメリットとして挙げられたことから「推し」のデメリットとしてこの2要素が共通して重要であることが示唆される。また、小カテゴリーでは「消費」の「お金」、「精神面」の「推し」が中心の情緒は全てのタイプに見られるため、すべてのタイプに共通するデメリットであると考えられる。他のタイプに共通していた「時間」が「一般人群」でのみ見られなかった要因としては「推し」が何かしらのコンテンツではないため、時間を消費するものがないと考えられる。また、「年上/芸能人群」、「2次元/クリエイター・インフルエンサー群」、「年齢不明/2次元群」において「偏見」が見られたことから、「推し」のタイプによって、偏見を持たれやすいものがあると考えられる。実際、「芸能人」に含まれる「アイドル」、「2次元」に含まれる「アニメ・マンガ・ゲームキャラクター」は偏見を持たれてきたオタク文化（大石 2023）の代表的な存在である。また、この「偏見」の具体的な内容についてはこれまでのオタク的な扱いのものだけでなく、「理想が高そう」などの「推し」対象と「恋愛」対象に求めるものを同一視されている記述も見られた。

以上を踏まえると、メリット、デメリットそれぞれにおいて、他のカテゴリーについて類似しているものもある一方で、すべてのタイプにおいて、すべてのカテゴリーが同一であるタイプはない。このことから「推し」のタイプによって感じられるメリットとデメリットには違いも

あることが分かる。そのため、「推し」が多義化したことによって、推す主体にもこれまではなかった新たな影響が及ぼされていることが示唆される。特に、「一般人群」には他のタイプで共通しているものがメリット、デメリットそれぞれで見られないものがあつたことから、「推し」が身近故に感じるメリット、デメリットに差異があるのではないかと考えられる。

9. 考察・まとめ：現在の「推し」と「推し」が置かれている現状

以上の結果を踏まえて、本研究の結論を述べる。本研究の仮説としては『「推し」は多義化している』、『「推し」の有無によって認識が異なる』というものを立てていた。これに対して、クラスター分析の結果から、現在の「推し」は特徴の異なる5つのタイプに分けられており、「アイドル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らないことから1つ目の仮説である『「推し」は多義化している』は支持されたとと言えるだろう。次に、因子分析の結果から、「推しあり」と「推しなし」によって、異なる因子が抽出されたこと、「推しなし」では1つの因子に対して多くの要素が含まれている因子が抽出されていた。このことから「推しあり」と「推しなし」の認識の差異と「推しなし」にのっての「推し」が定まっていなかったことが明らかとなった。つまり、「推しあり」と「推しなし」で因子構造が異なることから、2つ目の仮説である『「推し」の有無によって認識が異なる』も支持されたとと言えるだろう。このような議論を可能としたのは、「推し」の多義性を分析するために、本研究ではこれまで比較されていなかった、「推しあり」と「推しなし」に分けて分析を行ったことであり、それはこれまでの推し研究はもちろん、サブカルチャー研究においても画期的な方法であったと言えるだろう。

表11 メリット KJ法結果

類型	大カテゴリー	小カテゴリー	記述例
年上/芸能人群	精神面	モチベーション	生活のモチベーションになった
		豊かさ	人生が豊かになった
		癒し・励み	元気になった
		充実	1人でいても寂しくない
	人間関係	目標	人生に目標ができる
		思考の変化	推しに今の自分を見られたらと考えることで正しい行動を選べた
		会話の話題	初対面の人との会話のネタになった
		コミュニティの拡大	推しを通して友達ができ 知見が豊かになった
年下/芸能人群	精神面	モチベーション	勉強に対するモチベーションが上がった
		癒し・励み	落ち込んだ時に元気になる
		会話の話題	人と出会った時に共通の話題ができた
		コミュニティの拡大	趣味の合う友達ができる 興味の幅が広がる
2次元/インフルエンサー群	精神面	楽しみ・モチベーション	日常生活が楽しくなる
		癒し・励み	気分が沈んでも、推しを見ると、回復する
		思考の変化	市政移管が変わって、少しポジティブになった
		会話の話題	会話の話題が広がる
	人間関係	コミュニティの拡大	共通の友人と出会えた
		趣味の拡大	趣味が増えた
一般人群	精神面	モチベーション	学校に来る気になりました
		癒し	推しの笑顔を見ることで癒されている
		思考の変化	推しと話す機会があっのおかげで人と話すのが苦じゃなくなった
		コミュニティの拡大	同じ推しを推すオタク仲間ができた
	人間関係	趣味の拡大	推しのおかげで自分が知らなかったアニメや音楽に出会うことができた
		モチベーション	日々の生活がより楽しくなる
		癒し	見ていると癒される
		会話の話題	推しのチームの話で盛り上げられる
年齢不明/2次元群	人間関係	コミュニティの拡大	同じ趣味として知らない人とつながれる 趣味も増えて、出会って良かったと常々思っている限りです

表12 デメリット KJ法結果

類型	大カテゴリー	小カテゴリー	記述例
年上/芸能人群	消費	お金	グッズを買うためにお金がかかる
		時間	時間が足りない
		トラブル	ツイッターをしているが、思わぬトラブルに巻き込まれた
		予定	バイトや友人との集まりの予定が入れづらくなった
	他への興味の減少	偏見	ネットカルチャーに詳しくということ根暗のレッテルが貼られた
		精神面	あまり他のことに興味を持てなくなる
		「推し」が中心の情緒	推しへの誹謗中傷を見て、辛い気持ちになった
年下/芸能人群	消費	お金	ライブとかがあると出費が痛い
		時間	動画などを見るのに割と時間を取られてしまう
		精神面	活動休止中は推しのことが気がかりだった
		「推し」が中心の情緒	
2次元/インフルエンサー群	消費	お金	お金が飛んでいく
		時間	時間が消えていく
		トラブル	友だちの地雷を踏むこと
		偏見	キーホルダーや壁紙などを身の回りにつけることで、知人から白い目で見られます
	精神面	「推し」が中心の情緒	ガチャで「推し」が出ないと気分がかなり沈む
一般人群	消費	お金	つい奢りすぎる
		恋愛	ヒトの異性に対して、全くれない感情を抱かなくなった
		精神面	推しとなかなか会えないのでモチベーションが下がる
		「推し」が中心の情緒	
年齢不明/2次元群	消費	お金	気付いた時にはグッズを購入しており常に金欠である
		時間	やらなくてはいけないことからの逃避に使ってしまった
		偏見	「オタク」に対する批判的な目を持つ人に避けられたことがある
		精神面	推しのチームが負けると腹が立つ

「推し」が多義化している中で、「推し」の扱いも複雑になっている。そのため、誤解が生じることを避けるためには、「推し」を実際に持つ「推しあり」が「推し」を扱う方が安全だと思われるが、実際には、各種メディアでその言葉を聞かない日は少なく、メディア上で、「推し」が何であるかを的確に捉えているものはほとんど見られない。何故、このような事態が生じたのだろうか。この現象を説明するにあたって、オルテガの「大衆」を用いる。オルテガによると大衆とは「特別な理由から自分に価値を見出すことなく、自分を『すべての人』同じだと感じ、しかもそのことに苦痛を感じないで、自分が他人と同じであることに喜びを感じるすべての人びとのこと」

(Ortega 訳書 1998、p.58) と称している。また、当時の大衆に対して「凡俗な人間が、自分が凡俗であることを知りながら、敢然と凡俗であることの権利を主張し、それをあらゆる所で押し通そうとするところにある」(Ortega 訳書 1998、p.62) と述べている。このことを考慮し、本研究の結果を俯瞰すると、「推し」という一般的に認知されているものに対して、例え自身に「推し」であると思える対象がいなくても周囲と合わせるために、「推し」に対して、知っている「ふり」をすることに加え、自身の想定した「推し」があたかも実際の「推し」と一致しているものとして意見を主張しているのではないかと考えられる。実際、因子分析の結果は「推しあり」と「推しなし」で異なっているにも関わらず、KJ 法の結果に「偏見」が見られていることから、推す主体に対する意見の押し付けが見られる。また、このような事態が起きている背景として、バウマンの「クローク型共同体」を用いる。このクローク型共同は社会が流動的であることが前提となるが、SNS を中心に日々、情報の移り変わりが激しい現代は、流動的社会として扱うには十分であろう。バウマンはクローク型共同のことを昼間の関心や趣味が異なる人々が、それなりの決まりに従った服装を来て劇場に出かけ、着ていたコートを預け、同じ場所で同じものを見て、公演中は同じ反応をし、終わったら、コートを受け取ってもとの日常に戻る共同体と述べた (Bauman 訳書 2001、pp.257-258) つまり、本来はバラバラな個人が 1 つの話題に対して表面上は同じ反応を示すが、終わった後は再度バラバラになる一時的で一面的な共同体ということだ。このことを考慮すると、予備調査における表 1 から「推し」の認知度が高いことは明らかであり、メディアで多く取り上げられていることから、沢山の人が着目する話題である。そのため、表面的でも周囲と反応を合わせようとした結果、表 2 と表 3 から見られるように、実際に「推し」がいなくても関わらず、肯定的で

あると捉える人が現れたと考えられる。そして、表面上は肯定的であるにも関わらず、「推しあり」と「推しなし」で「推し」に関する考え方に違いが生じてしまった。

このオルテガの「大衆」とバウマンの「クローク型共同」から「推し」の現状を整理すると、「推し」という注目される話題に対して、皆が同じ反応をしており、周囲と同じでありたい「大衆」は皆が反応しているように「推し」を肯定し、「推し」がいなくても自身の知見から想定した「推し」を作り上げ、その考えを正しいものとして押し付けているのではないかと考えられる。この知見がないにもかかわらず自身の想定が正しいと思い込み、実際を顧みず、押し付ける行為によって、偏見などの問題は生じているのだろう。単純に考えると、「あるもの」が普及すれば、それに対する理解が広まるように思えるが、今回の「推し」については、大衆化し過ぎたために、「推し」とは何かということの検証に基づかない偏見が生じ、それによって誤解が生まれるという事態となった。この知っている「つもり」で知ら「ない」一定数の存在は「推し」が何であるのかを真に理解することを阻害する一要因であろう。しかし、そのことは日常生活において意識されず、また、これまで指摘されてこなかった。それ故に、「推し」というものの理解は困難となっており、これまでの研究では「推し」が何であるかについて言及することができなかったのだろう。この「推し」に関して、言葉を理解しきれていないにも関わらず、見せかけの「共通」認識が成立しているような錯覚に陥り、実際には「個人」の意見を押しているというパラドキシカルな状況が多義化した「推し」論の根底にあるということを示したことが本論における一番の収穫だと考えられる。本研究では「推し」に着目して、このような結論を導き出したが、流動的な社会である現代では、恐らくこのような現象は「推し」以外でも生じているのではないかと考えられる。

10. 今後の課題

今後の「推し」研究の課題としては、「推し」尺度の再考が必要である。抽出された因子には α 係数の値が十分なものが含まれていたため、質問項目の検討が必要であろう。また、本研究で「推し」の多義化について実証的に検証できたため、今後、「推し」を扱う研究を行う際には、「推し」が多義的であることは十分に注意して扱うべきである。他にも、本研究では、「推し」の類型ごとに推す主体の特徴も異なることを論じたが、本研究では、「推し」そのものに着目した調査を行ったため、推す主

体の側面については深い考察ができない。そのため、今後は「推し」主体の社会的背景や「推し」に対する熱量にも着目することでさらに理解を深めることができるだろう。

本研究では、今後の「推し」研究の為に、「推し」尺度の作成、「推しあり」、「推しなし」に分けた分析、「推し」に関する多変量解析を行うことによって、これまで着目されてこなかった「推し」そのものについて検討してきた。しかし、先述したように、現在は世間一般的に「推し」に注目が集まっているために、近年始まった「推し」研究は増加の一途を辿っているが、研究においてもクローク型共同体のような一時的な着目であるならば、近く「推し」研究は廃れてしまうだろう。しかし、サブカルチャーにおいても、お薦めしたい対象、好きな対象、追っている対象などを指す言葉としてこれほど汎用性の高い言葉は他に見られない。そのため、今後も長く研究されていくことを祈る。そして、本研究がその先駆けとなれば幸いである。

付記

本調査に関しては九州大学院人間環境学研究院教育学部研究倫理審査委員会に「倫理審査研究計画書」を提出し、承認を受けた（23-05）。

注釈

- (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) 現在では東京ビッグサイトで夏と冬の年 2 回開催される大規模な同人誌フリーマーケットの正式名称であり、同人誌即売会の代名詞ともされている。（別冊宝島編集部 1998、p.2）
- (3) 心理的所有権とは、所有の対象やその一部が「自分のもの」であるかのように感じる状態のことである。（Pierce et al. 1991 p.299）
- (4) 具体的な選択肢としては「推し」と推す主体との性別関係では、「同性」、「異性」、「その他」、年齢関係では、「推しが年上」、「推しが年下」、「推しと同年」、「推しの年齢が不明」、「その他」である。「推し」の職業は「歌手」、「アイドル」、「俳優」、「声優」、「お笑い芸人」、「スポーツ選手」、「作家・漫画家」、「SNS を中心に活動するクリエイター・インフルエンサー（ユーチューバーやインスタグラマーなど）」、「アニメ・漫画キャラ」、「キャラクター（サンリオなど）」、「親戚」、「学生」、「社会人」「その他」である。

- (5) 具体的な選択肢としては、性別関係と年齢関係は予備調査と同様であるが、「推し」の職業は予備調査を踏まえ、「歌手」、「アイドル」、「俳優」、「声優」、「お笑い芸人」、「スポーツ選手」、「作家・漫画家」、「SNS を中心に活動するクリエイター・インフルエンサー（ユーチューバーやインスタグラマーなど）」、「アニメ・マンガ・ゲームキャラ」、「キャラクター（サンリオなど）」、「親戚」、「学生」、「社会人」「その他」とした。
- (6) 「推し」の属性とは、「推し」の職業を「推し」と推す主体との距離感から、「歌手」、「アイドル」、「俳優」、「声優」、「お笑い芸人」、「スポーツ選手」、「作家・漫画家」を「芸能人」、「SNS を中心に活動するクリエイター・インフルエンサー（ユーチューバーやインスタグラマーなど）」を「インフルエンサー」、「アニメ・マンガ・ゲームキャラ」、「キャラクター（サンリオなど）」を「2 次元」、「親戚」、「学生」、「社会人」を「一般人」、「その他」を「その他」としたものである。

引用・参考文献

- 綾奈ゆにこ（2020）「推し依存症」『ユリイカ 9 月号』第 52 巻、第 11 号、pp.58-60
- 藤原武弘、黒川正流、秋月左都士（1983）「日本版 Love-Liking 尺度の検討」『広島大学総合科学部紀要Ⅲ』、第 7 巻、pp.39-46
- 井上淳子、上田泰（2023）「アイドルに対するファンの心理的所有感とその影響について—他のファンへの意識とウェルビーイングへの効果—」『マーケティングジャーナル』第 43 巻、第 1 号、pp.18-28
- Jon L. Pierce, Tatiana Kostova, Kurt T. Dirks, 2001, “TOWARD A THEORY OF PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP IN ORGANIZATION”, *Academy of Management Review*, Vol. 26, No. 2, 298-310.
- Jose Ortega y Gasset, 1930, *La rebelion de las mass*, Revista de Occidente（＝1998、桑名一博訳『オルテガ著作集』白水社）
- 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
- 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
- (2018)「ファン心理尺度の再考」『聖心女子大学論叢』132 巻、pp.182-224
- 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
- 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/KV93JMQRY8/episode/te/JZ459JY4G8/> (最終閲覧日: 2023.08.04)
- 中森明夫 (1989)「僕が『おたく』の名付け親になった事情 『おたく』命名第一号の原稿を全文採録!」『別冊宝島 104 号 おたくの本』pp.89-100
- 大石百華 (2023)「『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」『九州大学教育社会学研究集録』、第 26 号、pp.37-53
- 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
- 猿渡輝也 (2020)「新しいアイドルとファンの応援の形〜若者に広がる『推し活』とは何か」電通報.2020.09.08
<https://dentsu-ho.com/articles/7489>、(最終閲覧日: 2023.12.21)
- 消費者庁 (2022)『令和 4 年度消費者白書』
- 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
- 山岡重行 (2016)『腐女子の心理学 彼女たちはなぜ BL (男性同性愛) を好むのか?』福村出版
- 悠木碧 (2020)「推しと俺」『ユリイカ 9 月号』第 52 巻、第 11 号、pp.50-53
- 上田泰、井上淳子 (2023)「推し活意識が幸福感に及ぼす影響: 推しの心理的所有感の媒介的作用」、『成蹊大学経済経営論集』第 54 巻、第 1 号、pp.47-64
- 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
- 吉光正絵 (2021)「ライブ・エンターテインメントとファン活動 COVID-19 自粛期間の『推し活』」『東アジア評論』第 13 号 pp.51-62
- Zygmunt Bauman ,2000 , LIQUIDMODERNITY ,Polity (=2001、森田典正訳『リキッドモダリティ 液状化する社会』大月書店)