

Title

男性ジャニーズファンによる「非男性性」の承認実践について

支配／従属からの脱構築

Name

小埜功貴

抄録

本研究では、社会学およびジェンダーの観点からジャニーズアイドルを愛好する男性ファンの心理的作用について論じる。

主に年齢が20代のメンバーを占めるジャニーズのグループを愛好する3名のインフォーマントにインタビューを実施した結果、彼らは同性であるジャニーズアイドルに対して「かわいい」と評価していることがわかる。一般的に男性が同世代の男性を「かわいい」と評価する機会が希薄であるなかで、彼らがジャニーズアイドルから見出す「かわいい」を紐解くと、そこにはアイドル同士の「いちゃいちゃ」や「姫キャラ」といった規範的な男性性にあてはまらない言動や行動を愛でていることが確認された。以上の社会的背景について、本研究ではリキッド・モダンの理論的枠組みを引用し、現代における男性の被抑圧問題と関連づけて論じている。

同性としてのジャニーズアイドルを「かわいい」と評価する実践を分析対象として着目したとき、「非男性性」という規範的な男性性に該当しない、男性性における支配／従属のヘゲモニックな二元論から脱構築された男性アイデンティティを承認していることが判明する。この非男性性の承認実践は、自己に内在する女性的な視座から男性としてのジャニーズアイドルをまなざすという「女性性からのまなざしを介した非男性性の承認」と、男性としての視座からジャニーズアイドルに内在する女性性をまなざす「女性性へのまなざしを介した非男性性の承認」の2つに分類することができる。

以上の男性ジャニーズファンについてのジェンダー的考察から、社会構築主義的観点からの議論が捉え損なってきた男性の内にある女性性の存在や、レイウイン・コンネルの提唱するヘゲモニックな男性性における支配／従属の二元論から脱構築された非男性性の内実とその承認実践について指摘した。

キーワード：ジェンダー、男性学・男性性研究、ヘゲモニックな男性性、ファン研究、男性アイドル

Title

The approval practice of “out-of-masculinity” by Johnny’s male fans

deconstruction from dominance / subordination

Name

Koki Ono

Abstract

This paper discusses the fan inner practice by Johnny’s male fans from the perspective of sociology and gender.

Three informants who loved the male idols mainly in their 20s were interviewed. The results show that they considered the male idols as “cute.” In general, it is uncommon for men to rate other males as “cute,” but we found that the fans love the “flirty” relationships between idols, characters of “princesses,” and behaviors that do not fit into the normative masculinity. In this paper, these social backgrounds are discussed quoting liquid modern theory with related with difficulties to live of males.

When the practice of evaluating Johnny’s idols as “cute” by the male fans is focused on, it is turned out that through gazing at the idols, they approve their own “out-of-masculinity” as a male identity which is not located in normative masculinity and deconstructed from hierarchy of dominance/subordination in hegemonic masculinity. The approval practice of “out-of-masculinity” can be classified into two categories: “approval of out-of-masculinity through the gaze from femininity in oneself,” or looking at Johnny’s idols as male from an inherent feminine perspective, and “approval of out-of-masculinity through the gaze at femininity in others,” or looking at the femininity in Johnny’s idols from male perspective.

From the above research, this paper points out the existence of femininity in male which isn’t discussed within social constructionism and the detail and approval practice of “out-of-masculinity” which the Connell’s theory of hegemonic masculinity as a framework of dominance / subordination didn’t capture.

Keyword: Gender, Men and Masculinities Studies, Hegemonic Masculinity, Fan Studies, Male Idol

1. はじめに

1-1. 研究背景

“ジャニーズ”とは、戦後日本のエンターテインメント界を牽引する芸能プロダクションであるジャニーズ事務所に所属する男性アイドルのことを指す。男性のみで構成されるジャニーズアイドルたちは今日において数多くのメディアに登場しては歌って踊り、ドラマや映画、舞台などで役を演じ、バラエティ番組ではファンをはじめ視聴者に笑顔を与え、時に報道番組ではキャスターとして世の中の出来事を届ける。歌手やアーティスト、俳優といった一般名詞では包括できないほどに多方面で活躍する彼らは日本において理想的な男性像および「イケメン」の象徴とみなされているといっても過言ではない。今や日本の芸能界を語る上で欠かせない存在となったジャニーズ事務所は故・ジャニー喜多川によって1962年に設立された。これまで世に繰り出されたグループとしては、リリースされたシングルやアルバムCDのうち5作品がミリオンセラーを達成した5人組ユニットSMAP¹、1997年にデビューしてから2022年現在に至るまでリリースされたシングルCD全45作品がオリコンランキング1位を記録している2人組デュオKinKi Kids、新国立競技場での単独公演を7度行った5人組ユニット嵐²、そして2022年8月現在において当事務所からメジャーデビューしたなかで最新のユニットであるなにわ男子など、他にも絶大な記録や功績を誇るグループやタレントを数多く抱える。

美少年や美男子と形容される男性たちで構成されるジャニーズアイドルを愛好するファンの多くは女性であり、事務所の設立から今日までジャニーズアイドルたちは日本や世界中にいる多くの女性たちを魅了してきた。そのようなジャニーズアイドルの特徴は彼らの中性的な男性像にある。ジャニー喜多川が社長を務めていた生前までにCDデビューを果たしたアイドルたちの多くは、「男らしさ」におけるアイコンックな特徴として挙げられる低い声や髭、高身長とは離れたビジュアルを有していることが多い。ジャニーズアイドルを愛好する女性ジャニーズファンがアイドルの虚構性を承知しつつも応援する実践について研究した徳田（2010）はジャニーズアイドルを「いつまでも少年のような容姿を保っている」や「男性性の薄さ」（p.22）と説明している³。

若年女性層をターゲットにアイドルコンテンツを送り出しているジャニーズ事務所だが、最近では「男性ジャニーズファン」の存在がメディアなどで注目されている。近年ではテレビ番組のなかで彼らに注目した特集が放送⁴され、また、男性がジャニーズアイドルの魅力を発信するネット配信者の存在も増え、なかには登録者数が約10万人のYouTubeチャンネル⁵も存在していることから、彼らの存在を無視することはできない。しかしながら、これまでジャニーズアイドルについて調査された諸研究の対象は女性ファンというマジョリティ層のみであり、男性ジャニーズファンについて報告された論文は女性ファンについてのものほど多くはない⁶。また、女性向けコンテンツのなかで登場する男性を男性が愛好するという、いわば男が男を推すといった構図について取り上げた研究も数少ない⁷。

では、男性ジャニーズファンは同性のアイドルからどのような快楽を得ているのだろうか。言い換えるならば、男性が男性を“推す”というのはどういうことなのだろうか。本研究は男性ジャニーズファンを事例としたファン研究であり、同性としてのジャニーズアイドルを愛好する彼らの心理的作用を明らかにする⁸。彼らのファン実践やジャニーズアイドルを推すことの内実をジェンダー研究の観点から追うことによって、男性アイドルの女性ファンというマジョリティ領域に注目してきたファン研究にオルタナティブな視点の提供を目的としている。そして、彼らを取り巻く男性性に注目することでこれまでの男性学・男性性研究で引用されてきたヘゲモニックな男性性という支配／従属における二元論の脱構築を試みる。

彼らへのインタビュー調査とその分析の結果、彼らはジャニーズにおけるアイドル同士の「いちゃいちゃ」といっ

た関係性や「姫」に代表されるキャラクター性に自身の理想像を投影していることが判明した。そして、アイドルの規範的な男性性とは異なる言動や行動を「かわいい」とみなすことで、自身に内在する非男性性を承認するという実践が明らかとなった。筆者はこのような実践を「非男性性の承認実践」とし、本論文ではこの実践の成立過程と社会学的観点からの理論検証を行なっていく。

1-2. 先行研究

ジャニーズファンについて取り上げた研究は主に文化社会学の領域でいくつか報告されている。カキン（2018）や周東（2022）は、ジャニーズにみられるアイドルとしてのタレント性の「未熟さ」がファンの間でどのように受容されているのかについて報告している。その他にも、「同担拒否」といったファン同士の関係性とその間で生じる現象について論じた研究（辻，2018）や、台湾のジャニーズファンに注目した研究（陳，2014）など、様々な観点からの「ジャニーズ（ファン）研究」が今日まで存在する。しかしながら、いずれの研究も多数派を占める女性ファンに注目しているものであった。たしかに、ジャニーズファンの実態を当事者の視点から記述する松本美香氏の『ジャニヲタ 女のケモノ道』や、みきー氏の『ジャニヲタあるある』といったエッセイ本が書かれてきたものの、愛好家による考察やエッセイもまた多数派である女性ファンを対象としている⁹。

今日において、趣味を性別によって切り分けることはそう簡単ではなくなってきた。かつてのアイドル文化を振り返れば、1960年代に一世を風靡したザ・タイガーズのジュリーこと沢田研二を応援する女子高生たちをはじめとした「親衛隊」が存在しており、一方で「花の82年組」といわれる中森明菜や小泉今日子などといった女性アイドルを応援する「親衛隊」は主に男性たちによって構成されており、いずれも異性同士の構図であるといえる（難波，2020，pp.299-301）。しかしながら、今日では特に女性の趣味領域における越境現象は多くみられることとなった。従来では女性アイドルは男性が愛好するものだという社会通念が存在していたが、いまでは特にK-POPを中心に女性のアイドルグループを応援するファン層の過半数以上が女性を占めていることも珍しくない¹⁰。アイドル以外にも、たとえば社会学者の團康晃は、漫画というメディアにおける漫画読書経験とジェンダーの関わりに注目し、「女性の学年の変化とともに変化する購読雑誌のなかに週刊少年漫画雑誌がある」一方で、「男性の雑誌読書経験を見たとき、小学校から高校まで通して、少女漫画雑誌が読まれているということはない」と報告している（團，2017，p.185）。女性がかつての男性向け趣味やコンテンツを愛好しはじめたという現象も重要である一方で、團（2017）にもみられるように、男性が女性向けの趣味やコンテンツに従事する側の越境現象はあまり注目されていない。

たしかに、「オタク」をはじめとする、若い少女が登場する女性向けのコンテンツを愛好する男性たちを捉えた研究も存在する。しかしながら、あくまでそのようなアニメや漫画に登場する少女とそれをみる男性というのは異性同士であり、かつて男性向けとして発信されていた女性アイドルを愛でる女性といった同性同士の構成ではない。男性が登場し、それを男性がまなざすといった趣味実践はスポーツ観戦やロックなどのファン実践であり、これらのコンテンツそのものに「男らしさ」が付随している¹¹。つまり、女性向けとして発信されているコンテンツに登場する男性を愛好する男性ファンの存在は注目されてこなかったのだ。1-1.でも言及したように、今日ではこれに該当する男性ジャニーズファンは多くのメディアで注目され、実際にライブ会場へ行けば少数ながらライブ会場へ足繁く通う彼ら¹²を度外視することはできない。

男性ジャニーズファンによるファン実践を分析していく上で、彼らが「男性」であるということは彼らの特異、

およびマイノリティたらしめる要素であるといえる。そのため、本研究では社会学の視座から、特にジェンダーの観点から彼らのファン実践のありかたについて捉えていく。

今日までのジェンダー研究では、男性性や女性性という概念は社会によって構築されるものであり、これらは時代や文化、階級などによって異なる様相をみせるという見方がなされていた¹³。ポスト構造主義および社会構築主義の泰斗である哲学者のジュディス・バトラーは「ジェンダーの実態の効果は、ジェンダーの首尾一貫性を求める規範的な実践によってパフォーマティブに生み出され、強制されるものである」（バトラー、1990 / 2018, p.58）としており、これを所与のものではなくパフォーマティブに構築されるものであると論じている。男性中心主義を議論の前提とするバトラーの以上のような議論を引き継ぎ、男性支配において男性が有する特権とその代償について論じた社会学者のピエール・ブルデューは「『本当の男』である男性とは、公的な領域に栄光と自己卓越化〔おのれを際立たせる機会〕を求めることで、みずからの名誉を増大させる可能性が提供されたならば、自分にはそれに応える責任があると感じているものである」と言及し、男性性の実現を「不可能な理想」と位置付けている（ブルデュー、1998 / 2017, p.78）。つまり、「男らしさ」を叶えられる者と叶えられない者が存在していると同時に、たとえ一時的に叶えられるとしてもそれを永続化させることは不可能なのだ。

家父長制を批判し男性が生まれながらにして抑圧的な特権を有する存在であると一部のフェミニズムの主張がみられてきた一方で、男性性に内在する不安定さについてブルデュー（1998 / 2017）をはじめとした研究のなかで主張されてきた。とりわけ、この男性性に注目したのがオーストラリアの社会学者レイウィン・コンネルである。コンネルは男性性間に内在するヒエラルキーを指摘し、抑圧層に位置するヘゲモニックな男性性¹⁴と被抑圧層に位置する従属的な男性性を提唱した。なかでも後者の従属的な男性性は異性愛男性に代表されるヘゲモニックな男性性の劣位にある同性愛＝ゲイ男性を主として指し、彼らは異性愛男性からのホモフォビアによって「容易に女性性と同一視されることとなる」のである（p.102）。同性愛＝ゲイ男性以外にも異性愛男性ではあるものの「変わり者」や「女っぽいやつ」などといったラベリングがヘゲモニックな男性性という正当性から排除され従属的な男性性へと位置付けられてしまうこともあるとコンネルは言及する（p.103）。

日本の男性学研究では、コンネルをはじめとする欧米の理論を引用しながらその文脈を日本の歴史や文化に転換し、「ハゲ」（須永、1999）や「サラリーマン」（田中、2009）、「包茎」（澁谷、2021）、「非モテ」（西井、2022）といったラベリングの研究がなされてきた。これらの研究はコンネルの提唱する枠組みを具体的な事例に紐付け、より具体的な支配／抑圧の男性像を肉付けしていく上で大きな貢献をもたらしたのだが、理論を反覆させる事例研究は多く見当たらない¹⁵。

女性向けとして発信されることが主であり、女性が圧倒的多数を占めるジャニーズアイドルという男性たちをファンとして愛好する男性たちは「男のくせにジャニーズ好きなの？」といったジェンダーバイアスの言葉を多かれ少なかれ浴びせられる機会が多い¹⁶。田中（2009）は「コンネルは『同性愛』男性を近代社会での＜従属的男性性＞の主要な形態とみているが、現代の日本社会ではオタクもまたその典型の一つとして理解することができる」（p.129）と言及するのだが、それでも彼らはジャニーズアイドルをこよなく愛し、ファンとしての実践を続ける。このような背景を引き受けたとき、男性によるジャニーズアイドルへのファン実践から複数形の男性性の支配／従属という二項対立では収まらない、ジェンダー（男性学）研究や社会学の研究が捉えきれていなかった快楽を得られているのではないかと推測することができる。

1-3. 研究手法

次章以降では、男性ジャニーズファンという男性が男性を推すことのファン実践を紹介し、彼らが男性アイドルというコンテンツについてどのような快樂を得ているのかについて分析を行う。それにあたって、筆者による男性ジャニーズファンへのインタビューデータを使用する。ここで取り上げるインフォーマントは3名であり、新型コロナウイルスの影響を鑑みてインタビューはオンライン会議ツール Zoom にて実施した。インフォーマントの3名には事前に質問項目をアンケートツール：Google Form に記述した上で配布し、回答を求めた。事前解答は必須ではなくあくまで参考程度という位置付けで配布したのだが、Aさんのみ事前に回答を寄せてくれたので、Aさんのインタビューではその回答について詳細を掘り下げる形でインタビューを進行させた。インタビュー調査を実施する前に筆者が Google Form に記述した実際の質問項目を以下に挙げる。

1. お名前 (*Twitter で使用されているお名前をご記入頂けると嬉しいです。)
2. ご年齢
3. ご職業
4. 推しているグループやタレント (*複数グループ・タレントを挙げても構いません！)
5. ファンクラブ入会歴 (*もし入っていないければ、応援するようになってから今までの期間を「4年」といった形で「」に括弧でご記入ください。また、複数グループ・タレントを推している際には小分けに記入して頂いても構いません。)
6. 年間でライブやコンサート、舞台など現場へ行く回数 (*コロナ禍の現在においては配信ライブも含めて頂いて結構です。)
7. CD やコンサート代など、年間に費やす金額 (*参考：初回限定シングル・・・1枚 1,700円
初回限定アルバム・・・1枚 4,000円 コンサート代・・・1公演 7,500円)
8. 普段はどういったファン/オタク活動をしていますか? (*参考：番組視聴、ヒトカラへ行く、Twitter 上でオタク同士で実況しあったりしてる・・・など)
9. 男性ファンだからこその特権や利点といった良い点と、もしありましたらその詳細をご記入ください。
10. 一方で、男性ファンだからこその肩身の狭い点と、もしありましたらその詳細をご記入ください。
11. ご自身のなかで「男らしさ」について窮屈さや生きづらさなど、違和感を感じられたことはありますか? ご記入頂ける範囲で構いませんので、詳しく教えて頂けると幸いです。
12. 「ジャニーズが自分を助けてくれた」というエピソードや場面はありますか?
13. その他「これだけは言っておきたい!」といったようなジャニオタに関することや「男らしさ」について記入して頂けると幸いです!

表1 男性ジャニーズファンへインタビュー前に配布した質問状

カキン（2018）はジャニーズアイドルの未熟さの受容についてファンへのインタビューを実施する際に和田（2015）で提唱された、ある商品やコンテンツに対して「思い入れ」や「こだわり」をもつ消費者の定義づけを採用し、インフォーマントの選定にあっていた。このような消費者を「超高関与消費者」（和田，2015，p.62）と位置づけ、カキン（2018）はインフォーマントを採用する条件を「ジャニーズ系アイドルの超高関与消費者として、①好きなアイドルの公演鑑賞の回数が年に2回以上、②年間アイドル関連消費支出額が5万円以上、③ファンクラブ加入済みである、④ファン歴が3年以上」と定めた。カキン（2018）ではこれらの条件に当てはまるインフォーマントを「コアファン」として採用していた。本研究では、それぞれのインフォーマントがどれだけの時間および経済的資本をジャニーズに費やしているかといったファンとしての基本属性を把握する際の参考として、以上に挙げたカキン（2018）の定めた条件を用いることとした。

また、筆者もひとりの男性ジャニーズファンであるということから調査者に当事者性が含まれている。インタビューを実施する際、インフォーマントの回答を聴取し、あるときには筆者がそれに共感し、パラフレーズしたり自身の考えや経験を語ることでインフォーマントからまた新たな言葉が引き出され得ることも十分に予測できることから、インタビュー手法は半構造化インタビューのみならず、宮下（2014）が提唱するような「対話的還元」の要素も含まれているといえる。

「対話的還元」とは、「調査者が『私も当事者である』という言明」を提示することによってインタビュー内で発現した「ある特定の文脈やフレームのもとで構成された物語（ストーリー）を、インタビューにおける相互行為の中でひとつひとつのフレームを剥ぎ取っていき、出来事そのものへと立ち返る」アプローチ¹⁷のことを指す（宮下，2014，p.23）。筆者もまたインフォーマントの採用条件に該当する当事者であるということから、インタビューにおいてはファン活動の具体的な場面が双方に想起され「ゆるやかに共有」（p.24）することによって、よりリアルに彼らの言説を回収できることが「対話的還元」を採用することの利点として挙げることができる。

以下ではインフォーマントのインタビュー実施日当時の基本属性と主な回答をまとめる。紙幅の都合上、3名それぞれのインタビュー模様のすべてを紹介することはできないが、次章では3名の回答に共通する点を2点にまとめた上で、必要に応じて彼らの発言や回答を直接引用することとする。また、以下の概要はインタビューを実施した当時までのものであり、筆者の情報についても2021年8月時点のものを記載している。

	Aさん	Bさん	Cさん	小埜 [筆者]
インタビュー実施日	2021年8月11日	2021年8月11日	2021年8月15日	----
年齢	22歳	18歳	33歳	24歳
職業	会社員	大学生	システムエンジニア	大学院生
「推し」のグループやタレント	嵐 King & Prince Hey! Say! JUMP: 山田涼介 風間俊介	King & Prince: 岩橋玄樹 SixTONES: 京本大我 Travis Japan 少年忍者: 青木滉平	嵐: 二宮和也 関ジャニ∞: 大倉忠義 Hey! Say! JUMP: 山田涼介	基本的には全てのグループを満遍なく愛好しているが、特に木村拓哉とKinKi Kids: 堂本剛が推し
ファンクラブ 入会歴	嵐: 4年 King & Prince: 1年	最長でSixTONESの1年半	約10年	3年前から入会
ライブやコンサート、舞台 などへ行く年間の回数	ライブは年に1度。 コロナ禍では配信ライブを2公演視聴。 基本的にはDVD [Blu-ray]で視聴	1回。ちなみに、ジャニーズではない男性アイドルのライブは足繁く通っている	年にもよるが、ある年はひとつのコンサートに全会場赴いている。	年に1度
CDやコンサート代など、年 間に費やす金額	1万円。友人から誘われたり借りたりすることが多いことから、自身で支出する機会は少ない	約5万円	正確な数値は出せないが、ひとつのコンサートのチケット代やグッズ代などで5万円以上	CDやDVD [Blu-ray]、雑誌が主な支出項目であり、およそ年間10万円ほど

表2 男性ジャニーズファンと当事者である筆者の基本情報と回答のまとめ

2. インタビュー：男性ジャニーズファンによるファン実践の内実

2-1. 問題提起：同性としての男性アイドルから「かわいい」を見出す

先述の表1に即して男性ジャニーズファンへのインタビューを進めた結果、男性ファンがジャニーズという男性アイドルに対して見出す魅力が判明した。それは、「かわいい」という評価である。「かわいい」と褒められたりみなされる存在は往々にして女性や子ども、または小さい動物や植物であるということはいままでもない。「かわいい」という価値観が評価しているのはその対象に見出される「未成熟さ」や「幼さ」であるとされており（阿部 2015, 工藤 2015）、比較文学者である四方田犬彦は日本においてこの「かわいい」という評価が肯定的に受容されていることは「未成熟さ」を受容しているとも換言できると言及している（四方田, 2006）。このような「かわいい」という価値観の普及に関して美学研究者の増淵宗一は『『かわいい』という事態とは無縁の男性や中年層、熟年層の大人たちまでもが便利・無難な言葉として使うようになった』（増淵, 1994, p.12）といい、現在においては「かわいい」と評価をくだす主体は女性や子どもだけに限らず、老若男女問わず広く使われるようになった。

近年では「かわいい」と評価される男性の存在もメディアのなかで多く取り上げられるようになり、「かわいい」を表現するための手段のひとつであるコスメや美容は従来まで女性向けとされていたが、今では男性が利用することも珍しくない。これはジャニーズアイドルについても例外ではなく、最近ではアイドル自らがコスメについて積極的に発信し、自身の趣味として位置づける者もいる。「かわいい」を表現する主体として男性もかかわるようになってきたことに男性性の多様性を見出すことができるのだが、とはいえ、現代において男性が男性に対して「かわいい」と評価づけることはあまり見られない。

以上のような背景があるなかで、男性ジャニーズファンのいうジャニーズアイドルへの「かわいい」の内実は一体どのようなものなのか。そして、彼らはこの「かわいい」と愛でることによって何を見出し、承認しているのだろうか。以下ではインタビューを実施した際に見出された当事者3名からの発言を引用し、社会学やジェンダー研究の観点からそれらの言葉を紐解いていく。

2-2. 3名の男性ジャニーズファンへのインタビュー

男性ジャニーズファンをインタビューするなかで筆者の繰り出す質問事項では直接触れられていないのにもかかわらず、Zoomでのインタビューに応じてくれた3名の男性たち全員がジャニーズアイドルに対して「かわいい」という印象を持っており、そこに大きな魅力を見出している。たとえば、Aさんは韓国の男性アイドルとジャニーズアイドルを比較しながら以下のように言及する。

筆者

「(Aさんの) 周りには韓国のアイドルファンの友だちが多いみたいですが、Aさん自身は韓国アイドルはどうですか？」

Aさん

「全然知らなくて、本当に BTS (筆者注：韓国の7人組アイドルグループ) くらいなんですけど。結構、顔

の系統が違うじゃないですか。どちらかという、韓国は基本的にかっこいい・キレイって感じで。ジャニーズはかっこいいけど、可愛さがあるというか。なんで、やっぱり韓国はそんなに自分的にはハマらなくて。」

筆者

「なるほど。可愛さってというのはそれこそ BTS を想像して可愛さっていま言ったって感じですか？」

Aさん

「BTS はどちらかという、キレイよりって感じですね。」

筆者

「なるほど。だとすると、かわいってというのはジャニーズのほうが？」

Aさん

「そうですね。ビジュアル的な面で、ジャニーズとかのほうが可愛さがあるというか。僕はやっぱりそっこのほうが好きですね。」

Bさんは直接的に「かわいい」とは言及せずとも「かっこいい」を引き合いに自身の美的価値観とジャニーズアイドルの表象が合致していることを以下のように述べている。

Bさん

「自分の理想がかっこいい男のひととかじゃなくて、男も女もどっちにも見られるってひとなんですよね。だからもう『推し』の系統がわかりきってるんですよ。」

筆者

「なるほど。姫系¹⁸の感じかな？」

Bさん

「そうですね。自分もそういうのを目指してみようかなって思ってるんですよ。(筆者注：自分が「男らしさ」から) かけ離れてるんですね。」

最後にCさんは、「“かっこいい” ジャニーズアイドルは誰か」や「“かわいい” ジャニーズアイドルは誰か」という問いから、「かっこいい」という評価は一元的であり「かわいい」という評価は多元的ではないのかという予測を提示する。

Cさん

「たとえばジャニーズでかっこいいのって誰？って聞かれたら、まあ周りからジャニーズで誰がかっこいいって思う？って聞かれたら、今は違いますけど山Pとか、勝利くんと、山田くんだと思う。それはもう、た

たとえばどんだけ好きであってもニノが一番だとは思わないし、山Pとかキムタクはそうですけど、そこはめっちゃくちゃかっこいいし。あれを『かっこよくない』って誰が言えるの？ってのはありますけど、『かわいい』って思える部分が自分のなかでそんなに多くないのかなってのはある気がしますね。」

筆者

「なるほど、そうですね。『かっこいいジャニーズ誰？』って言われたら、割となんていうか最大公約数みたいなのが決まってる感じはありますよね。一方で、いまかっこいいとかわいいの話をしてたからかわいいという言葉が自動的に出てきましたが、『かわいいジャニーズ誰？』って聞かれたときに割と多様な答えがでてきそうですね。」

Cさん

「多分結構バラバラなんじゃないかなーってというのは思いますね。」

筆者

「結構そこで自分の『推し』が出てきたりだとかがあるんですかね？」

Cさん

「多分、割と今聞かれて『かわいいのだれ？』ってなったら、まあニノだったり山田くんだったり相葉ちゃんだったりとかがあって、そこでたとえばかっこいいとかわいいの両方に出てくるのが自分のなかで『推し』なのかなって気がしますね。」

筆者

「なるほど。」

Cさん

「かっこいいジャニーズ挙げてって、かわいいジャニーズ挙げてって、両方上位に入ってるのがボクの中だと今の3人（筆者注：嵐の二宮和也と相葉雅紀、Hey! Say! JUMPの山田涼介のことを指している）なんじゃないかなって気がしますね。」

以上の3名による発言からみられるジャニーズアイドルへの「かわいい」の見出し方を大別すると、AさんはK-POPアイドルのBTSを比較して見出されるジャニーズへのビジュアルといった外見的表象から、Bさんは「姫系」という規範的な男性性からは距離をとったアイドルの有するキャラクターへの解釈から、そしてCさんは外見や内面を超えた、「かっこいい」と「推し」というラベリングを独自の美学的観点から比較して見出していることがわかる。3名が見出している「かわいい」と評価する視座はそれぞれに異なるように見えるが、インタビューの結果、彼らが共通して「かわいい」とみなす対象が判明した。彼らが「かわいい」と評価しているのは、アイドル同士の関係性と彼らの「男らしくない」言動や行動のことである。次節からは、引き続き彼らの言葉を引用しながら、この「かわいい」という評価づけはジャニーズアイドルのどのような言動や行動を指しているのか、そしてその「かわいい」は男性ファンにどのような意味作用を与えているのかについて整理していく。

2-3. 論点整理①：男性アイドル同士の関係性

男性ジャニーズファンが男性アイドルに対して「かわいい」と評価する要素のひとつとして、アイドル同士の関係性が存在する。ここでいう関係性には、たとえば男兄弟を暗喩するグループのなかで最も年齢の若いメンバー2名を末っ子になぞって「末ズ」と呼び、その一方、メンバーで年齢が最も高いメンバー2名を「年長組」や「2TOP」と呼ぶといった例が挙げられる¹⁹。このようなアイドル間の関係性を「かわいい」と愛でる風潮はジャニーズアイドルのファン実践において往々にして見られる²⁰。筆者がインタビューしたAさんは嵐を最も好きなグループのひとつとして挙げており、その理由を「やっぱ・・・5人で仲良いってところですかね」と答え、彼らの間に築かれている良好な関係性について指摘していた。

以上のようなアイドル同士の関係性を愛好するファン実践はジャニーズファン文化のみならず多く存在しており、先行研究ではこういった愛で方を「関係性消費」と呼んでいる。3-1. で言及するように、ジャニーズファン文化にみられる関係性消費についての研究は女性ファンのみを対象としてきたのだが、男性ファンもまたアイドル同士の関係性に注目し、それを「かわいい」と評価している。筆者によるインタビューのなかで関係性について特に言及していたのがBさんであった。以下では、筆者との対話のなかで交わされたアイドル同士における「いちゃいちゃ」という親密度の高い関係性の応答についてみていく。

Bさん

「なんか、ねえ？ BL じゃないけど『推し』同士がなんか、いちゃいちゃしてるときがあるんですよ普通に。でなんか、たとえばケーキ持ってきてそのケーキを相手に『あーん』ってしてあげたりしたらそこで（筆者注：それを観ていたファンから）『きゃー』って一斉に出たり。あと、ペットボトルの水を飲んで、その水をちょっと過激に吐き出したりと浴びさしたりとか・・・まあよくあるやつです。」

筆者

「なるほどね。なんかさ、そこってなんか不思議だよね。別に、僕は BL は普段ぜんぜんみないんだけど、でも JUMP（筆者注：Hey! Say! JUMP のこと）とかそれこそキンプリ（筆者注：King & Prince のこと）とかがかさ、いちゃついたりわちゃわちゃしたりとかすると「うおおお」ってなんか「尊いなー」って思ったりするんだけど、これってどういう感情なんだろうね。」

Bさん

「男だからこそなんだろうな、友だち・・・メンバー同士が友だちだと仮定したら自分の友だち同士でそんなことしないから、違うんだなとは思って。そこが、『推し』ってこんなことしてるんだみたいな。」

筆者

「あーなるほどなるほど。それはさ、羨ましいなって思いながら見たりするの？」

Bさん

「羨ましいというよりなんか、なんだろうな、メンバー同士がわちゃわちゃしてるのを見たら羨ましいってほどではないですまだ。ただ、芸能人でもなんでもないアナウンサーとかがサービスももらってたりすると

『そこ代われ!』って思いますね。』

以上の応答における特徴的な点は、画面の向こう側で「推し」同士が「いちゃいちゃ」する姿をみて湧き上がるいささかの興奮をBさんと筆者が共感していることにある。そして、そのアイドル同士の「いちゃいちゃ」を目にして特段「羨ましい」という気持ちをこちら側が抱くことはなく、その当事者になりたいという願望はないという点も引き出された。

さらに、その後の応答のなかでこのような「いちゃいちゃ」に興奮をおぼえる理由として、「男らしさ」という社会通念的なジェンダー観へ抱く違和感があることを言及している。

Bさん

『『男らしさ』とかその『らしさ』ってのに良い感情は持ってないですよ。「男らしさ」って、力があったり筋肉を持っていたりってのがそのステータスみたいになるところがあるんで。そのなんだろうな、『男らしさ』があってしまうとその、力仕事だったりを強制的に男がやることになってしまいうんですよ、仮に自分より力のある女性がいたとしても。それはおかしいなって思ってるんでね。だからあまりいい感情は持ってないですよ。』

筆者

「なるほど。それは、なんだろうな。自分のなかでは叶えられないなあみたいなってところもあったりするの？なんかそういう一般問題とかじゃなくて、自分ごとの問題としても捉えてる感じなのか。」

Bさん

「自分ごとの問題としてはそのなんだろうな、その男らしさからかけ離れてきてるんで自分が。」

筆者

「ほうほう。たとえばどういうところが？」

Bさん

「そもその理想がなんだろうな、かっこいい男のひととかじゃなくて、男も女もどっちにも見られるってひとが本当だと思ってるんで自分の。」

筆者はBさんとの事前の交流のなかで彼自身の性自認は男性であり、シスヘテロと自認している。こういったセクシュアリティも踏まえると「男としての自分も保ちつつ、女らしさも兼ね揃えたひと」というのが彼のなかでの理想像であることがわかる。特に「男も女もどっちにも見られるってひとが本当だと思ってるんで自分の」という発言が示唆的である。

彼の最もお気に入りのアイドルの岩橋玄樹は、身長が165cmとやや小柄で、口数はあまり多くないがメンバーに対して隠さずものをいう。けれど、一見「女の子」と見違えてしまうほどの可愛いルックスがゆえに皆から愛されるキャラクターでメンバーをはじめファンを魅了する。このようなキャラクターをファンたちは「姫」と形容している²¹。京本や岩橋のような姫キャラと、「男らしさ」から離れた理想の姿をBさんは重ね合わせているのだ。

「姫」に位置付けられるアイドルを好む男性ファンの心性は以下のようにも表れている。男性アイドルを愛好する男性ファンの対談記事から引用する。

「個々の推し、たとえば HiHi Jets（筆者注：まだ CD デビューをしていないジャニーズ Jr. 内の 1 グループのこと）の井上瑞稀くんには興味がないと見せかけて、周りのメンバーとの対比から個を見ています。メンバーとのやりとりから推しの瑞稀くんが構成されている。そもそも僕が男性アイドルが好きな理由のひとつに、自分が同世代の男の子とあまり仲が良くなかったことの復讐というか、やりなおしたいな部分がとても強くあるんです。だから周りの男の子とうまく絡んでいるアイドルの男の子をみるのがすごく好きなんです。輪の中心にいる人でもなんでもいいのですが、基本的にはほかのメンバーからかわいがられている子が好きです。幼い頃の瑞稀くんもそうですし、Travis Japan の推しでもあるうみんちゅ（筆者注：中村海人）もそうですね。かわいがられる子というのはグループに何人もいるわけじゃないので、自然と推せる人も一人に絞られてくるのかなと。けっきょくいちばん自分が投影したい人を選んでるんですよ。」

（阿久津・足立，2019，p.76）

B さんと同様に「姫」の位置にいるアイドルを特に推す阿久津は、自身の負の体験と抱える理想の間隙を埋める存在として「姫」のアイドルをみている。B さんの場合は阿久津のいう交友関係の有無というよりも、交友関係のあり方における理想と現実の一体化にアイドルをみている様子がうかがえる。

2-4. 論点整理②：男性アイドルの「男らしくない」行動や言動

筆者が男性ジャニーズファンヘインタビューを実施した際に聴取した「かわいい」は、先述（2-3.）にある「いちゃいちゃ」や「姫」といった他者との関係性のなかで生まれるものもあれば、もうひとつ、アイドルとしてのパフォーマンスから表象される「男らしさ」と対称的な言動や行動を愛でるというあり方もみられた。C さんは自身の「男らしさ」に関する価値観について言及する際に、「推し」である Hey! Say! JUMP の山田涼介を引き合いに出しながら説明していた。

筆者

「C さんのなかで世間一般に言われる男らしさと自分を比べたときの何かギャップみたいなものってあったりしますか？」

C さん

「あーでもどうなんだろうなー。難しいなー。たとえばボクは虫とか嫌いだし、触れないし、本当に、小さいときからたとえば虫にとって遊んだりとか汚れたりするのが大嫌いな人間で。それが周りから見ると普通の男の子じゃなかったってのは思うんですけど・・・この前 YouTube で『ジャにのチャンネル』とか観てて山田くんが『カエルマジ無理、カエルマジ無理』って言ってるのを見て、なんか別にそれでも『かわいい』って済むし、全然『山田くんめっちゃかわいい』って女の子からもそうなると思うし、でもただ要するにまあひょろひょろじゃなくて鍛えてる部分もあるし、ただみんな、男らしさとは程遠い・・・」

Cさんは幼少の頃、他の多くの男の子たちとは違って、虫を獲るなどといった外での遊びは「汚れたりする」ためあまり好きではなく、自身の性格を「普通の男の子じゃなかった」という。虫を獲りに外へ出て汚れながら遊ぶという行為が「普通の男の子」のすることとCさんはみなしていることから、カエルに触れられないことは彼にとって「男らしくない」に判定される。このように、山田のカエルにふれることに対して「カエルマジ無理、カエルマジ無理」と叫ぶ姿というのは多かれ少なかれ自身と重ね合わさるところがあるのだろう。

ここで重要なのは、ただ単に山田がカエルを触ることができないという「男らしくない」要素が存在しているということではなく、普段はステージ上で女性ファンを魅了させる男性という事実である。また、Cさんのように、山田には鍛え上げられた筋肉がついているという「男らしい」要素も携えているという、この二面性が山田のなかに存在しているということである。男性的な面と非男性的な面を持ち合わせていることによって、非男性性の要素が「かわいい」という評価で前向きに捉えられる。偶然ながら、同じく山田涼介を推すAさんも彼の二面性に魅かれていることを以下のように述べていた。

Aさん

「JUMPはもともとそんなに興味がなくて。山田くんが好きなんですよ。山田くんはゲームが好きで・・・」

筆者

「うんうん、いま『Apex』（筆者注：銃撃戦を繰り広げるシューティングゲームの一種）とか・・・」

Aさん

「あ、そうなんです。僕も結構『Apex』とかやったりするんで、そういうところも好きですね。なんか、普段キラキラしてるのに根暗なところとかが。」

筆者

「ゲーム大好きなひとですもんね。なるほど、そういうギャップみたいなところが・・・。」

Aさん

「ギャップ！そうです！！」

Aさんが山田に抱く魅力は「キラキラして」女性からの黄色い声援を浴びるアイドルである一方で、他の成人男性と同じように家ではゲームに没頭するという彼の「根暗なところ」との間に存在する「ギャップ」である。Cさんも同様に山田に抱く「ギャップ」について以下のように述べる。

筆者

「（山田涼介はじめ、ジャニーズアイドルに対して）どういうときに『かわいい』って感情が起きるんでしょうかね？」

Cさん

「えええ！ギャップかなーやっぱり！コンサートでみせるかっこいい山田くんと、YouTubeとかで見せる山

田くん・・・まあでもどっちも山田くんだし、じゃあそれをコンサートのときをカッコいいっていうなら、普段はどうなのかってなったときに、カッコいいではないですよね？っていう。」

AさんとCさんによる山田涼介についての発言から「ギャップ」と「かわいさ」が強く連動していることがわかる。ライブや歌番組で披露する「男らしい」パフォーマンスと、バラエティ番組のなかで見せる「男らしくなさ」という二面性の差異について、彼らは「かわいい」と受容しているのである。

以上のインタビューをもとにした論点整理から、男性ジャニーズファンが捉える同性としての男性アイドルに見出す「かわいい」の対象は他者との関係性のなかで生まれるものと、男性規範的なパフォーマンスとの対称的な差異から生まれるものが存在するとわかった。では、それぞれの「かわいい」は男性ファンにどのような意味作用を与えているのだろうか。言い換えるならば、男性ファンにとって、このそれぞれから見出す「かわいい」が与える快楽とは何なのかについて分析を行なっていく。

3. 分析 [1/2]：男性アイドル同士の関係性

3-1. 「関係性消費」についての先行研究

2-3. でも言及したように、アイドルファン文化においてアイドル同士の関係性を愛でる文化は広く浸透しており、それはジャニーズアイドル文化においても例外ではない。以下では、アイドル同士の関係性をまなざすファン実践のひとつである「関係性消費」について概観していく²²。

関係性消費の歴史的変遷を調査した辻（2007）の研究では、90年代の女性を中心とするジャニーズファンは、彼女らのまなざしの向こう側に存在するアイドルと自身の間にある関係性を楽しんでおり、ファン同士の関係性はこのアイドルと自身の擬似恋愛関係性が阻害されないようにするため「同担拒否」という、同じアイドルが好きなファンとの関係性を拒絶する文化を紹介している。また、辻（2012）による後の調査では、社会の流動化が刻々と進行していくなかでそれまでファンは身近な存在としてアイドルと関係性を結んできた消費のあり方は「ひとつ引いたメタレベルの視線から『観察者』としてかかわる」（p.28）ように変化したと指摘する。この2つの関係性において、前者は1988年にCDデビューしたSMAPのファンにみられ、後者は1999年にCDデビューした嵐のファンにおけるアイドルとの関係性においてみられるという。同調査のなかで「自分の好きなアイドルを一言で表現すると？」とファンへ聴取した際、SMAPファンの女性たちは「理想のタイプ」や「カッコいい人」「願いがかなうなら付き合ってほしい相手」と回答するのに対して嵐ファンの女性たちは「かわいい男子」や「見離せないドジな同級生」と回答している。これを引き受け辻（2012）は「同じクラスの中で、数名の男子がじゃれ合っている様子を、これまた数名の女子が噂しながら眺めているような関係性こそ、嵐とファンとの関係性の特徴」であると同論文のなかで表現している（p.30）。

この関係性消費について台湾在住の女性ジャニーズファンの実践を調査した陳（2014）は、ジャニーズアイドルが売り出されるその形態ゆえにみられる「歴史的蓄積性」や「グループの普遍性」によって、ファンたちは目の前に存在するアイドルたちの公的な場でみられる関係性を見出すと同時に、私的な関係性をも見出している。陳によれば、これらの曖昧な境界線での関係性を長く観察し続けることでアイドル同士の関係性を「純粋な『友情』に似た関係」という形として解釈できると指摘する（p.166）。ジェンダーの観点から関係性消費について調査を行っ

た西原（2019）の研究では、彼らの関係性というのは女性を介在させない男同士の関係性というセジウィックの提唱する「ホモソーシャル」の構造と一見重なるのだが、そもそもジャニーズアイドルという産業が若年女性に向けてプロデュースされているコンテンツであるため、ホモソーシャルの構成要素にみられる女性嫌悪（ミソジニー）は存在していないという点に独自性があることを指摘している。

3-2. 「姫」への憧れ

アイドル同士の関係性を愛でるというファン実践は本研究が採用したインフォーマント3名からの発言にもみられてきた²³のだが、とりわけこの関係性消費に傾倒しているのがBさんである。2-3.にあるBさんの発言からもみられるように、推しのアイドル同士がケーキを食べさせてあげたりするなどといった「いちゃいちゃ」している様子をBさんは「観察者」（辻，2012, p.28）としての目線からまなざし、興奮をおぼえる。親密度の高い関係性が実現させるジャニーズアイドル同士の数ある相互行為のなかで、Bさんがとりわけ愛好するのが「姫」に位置付けられるキャラクターを有したアイドルである。

ここでいう姫キャラというのは、男性同士において他の男性たちから特にちやほやされたり、たとえ自己中心的な要求を与えたとしても周囲の男性たちにそれを受容させる力を持った女性的な外見および内面を有する男性のことを指す。2-3.でも言及したように、SixTONESの京本大我や元King & Princeの岩橋玄樹が姫キャラの具体例として挙げられる。女性性を帯びた姫キャラのアイドルを好むBさんは社会規範的な「男らしさ」に懐疑的であり「男らしさから離れてきてるんで」や「かっこいい男のひととかじゃなくて、男も女のどっちにも見られるってひとが本当だと思ってるんで自分が」と述べていた。このようなジェンダー観をもつ彼が姫キャラを有するアイドルにファンタジ的な憧憬を見出し、推しとして彼らをまなざすことは以下のように検討すると論理的に理解することができる。

まず、Bさんが最も推しているアイドルである岩橋玄樹の“姫性”がわかりやすく発揮されているエピソードについて紹介する。元King & Princeの岩橋玄樹は同グループでメジャーデビュー前のジャニーズ Jr.（以下、Jr.）に在籍していたとき、Jr.の番組「ガムシャラ！」にレギュラー出演していた。とある回にて「強運王」を決めるべく多くのJr.メンバーが参加し、座った途端に壊れる椅子に着席してしまったら敗退で、壊れず無事着席できたら勝利するというチーム対抗のゲームに岩橋の姿があった。ゲームが進行していき、それぞれのチームが次のゲームの挑戦者を決めている最中に、盛り上がっているJr.同士を後ろのほうで静かに見つめる岩橋の姿が映し出される。その姿に気づいたあるJr.が「ちょっと岩橋が退屈してるから早くして！」と盛り上がるJr.たちに声をかけ、またあるJr.は岩橋に「なに？ちょっと岩橋眠いの？」と声をかける。この問いかけに対して岩橋は「違う」と一度断りつつも、「眠そうだけど」と再び言われた際に「なんかつまらないなあって」と返す。その直後、周囲にいるJr.たちが爆笑する場面が映し出される。岩橋のこういった行動は、たとえば空気を読み、同調圧力が課されるたとえば学校の生徒同士のやりとりのなかでなされた際には不穏な空気が生まれたり、最悪の場合、そのコミュニティから排除されたりしてしまう可能性があることは容易に想像できる。しかしながら、岩橋が隠さず正直に怪訝な態度をとってもメンバーたちから嫌われたり排除されたりすることなく、彼のそのような発言がその場でむしろ受け入れられてしまうのは、彼には「姫」というキャラクターが内包されているからである。このシーンと同じように、岩橋が何か不平・不満を隠さず正直に発言して、周りのひとたちが岩橋の機嫌を直すよう必死に働きかけるといった場面はこの他にも多く見受けられる。

ジャニーズ含む男性アイドルを愛好する男性ファンであり YouTuber でもある阿久津慎太郎も、姫キャラに位置付けられるアイドルを推す。彼によると、その背景には「自分が同世代の男の子とあまり仲が良くなかったことの復讐というか、やりなおしたいな部分がとても強くある」としており、姫キャラを推すのは「けっきょくいちばん自分が投影したい人を選んでいる」からだと言及している（阿久津・足立，2019，p.76）。先述のように、以上の岩橋による言動や行動というのは現実における男性同士の関係性のなかで実現することは困難だ。しかしながら、Bさんも阿久津も、自身にとっては叶えられない、または叶えられなかった親密性を姫キャラを帯びるアイドルを中心としたファンタジ的な関係性に見出し、自身をそのフィクションへ投影させることによって快樂を得ているのである。

ジャニーズアイドルが見せる BL に近い行為には、男性性を被抑圧から解放する機能がある。Bさんは、姫キャラへの自己投影に触れて「なんか BL じゃないけど」と近い事例を引き合いに出している。たしかに、異性愛男性の BL ファンについて調査を行った長池（2019）は「日本の腐男子にとって BL は社会が強制した男性性を演じなければならないジレンマを克服するための要素を多大に含んでいる」（p.79）としている。

3-3. リキッド・モダンがもたらす男性の「生きづらさ」

3-1. のなかでファンとアイドルの関係性が当事者から観察者へと変化した流れとその背景について言及した。嵐のファンにみられる観察する女性ファンたちを取り巻く環境にはバウマン（2000 / 2001）のいうような社会の液状化が蔓延し、新自由主義による終身雇用制度の崩壊によって恋愛＝結婚を選択することの必要性が消失されていくという（辻，2002）。Bさんにせよ阿久津にせよ、アイドルと自身の立ち位置は対等に関わる「当事者」の目線というよりも、いずれも第三者目線からアイドル同士の関係性を見据える「観察者」の目線である。女性ファンをとりまくリキッド・モダンは男性ファンにとっても無関係ではなく、社会の液状化がもたらす男性への抑圧もまた無視することはできない。

女性ファンの観察者化について論じた辻（2012）が社会の流動化を背景として据えていたことは既に3-1. で指摘してきた。ここで、バウマンのリキッド・モダンについての理論を検証すると、これまでの男性学研究が目してきた論点について言及されていることがわかる。

まず、『リキッド・モダン』とは、そのメンバーの行為の仕方や習慣やルーティンへと凝固するよりも遠く、その行為の条件のほうが変化してしまうような社会のことである」（バウマン，2008 / 2005，p.7）と定義づけた上で、その特徴のひとつとして「不安格差」を挙げる。この「不安格差」をバウマンは「多くの者につきまとう不安は、それぞれ個別のケースできわめて類似したかたちで現れてくるかもしれないが、そうした不安に対しては、われわれ一人ひとりが、それぞれ自分たち自身の、多くの場合ははなはだしく不十分な資源を使って個人的に対処することが当然のことと考えられている」（バウマン，2006 / 2012，p.34）と説明する。この点は、日本の新自由主義論のなかで提示される社会的連帯の喪失やそれに伴う自己責任や自己決定の理念が優位な価値観として位置づけられるという特徴と大いに重なる（菊池，2019）。

バウマンのリキッド・モダンの特徴のひとつである「排除」についての問題というのはこれまでの男性学研究のなかで多く扱われてきた。たとえば、西井（2021）は「非モテ」を自認する男性たちは単に女性と親密な関係を結べないという悩みのみを集約されるのではなく、それまで浴びせられてきた男という同性からの否定的な言葉によって心に植え付けられた傷や、排除されてしまうことの恐怖心といった問題もまた苦悩として抱えられているこ

とを指摘する。彼らを取り巻くからかいによる排除は「男性集団内の力学」の結果として発生し、このような現象は個別的でなく「相当数」の男性たちが経験するものであるため、あくまでこれを「男性間の権力勾配によって普遍的に生じる社会問題」として捉え、一連の過程を「男性集団内の周縁化作用」と名付けた（西井, 2021, p.183）。普遍的に生じる周縁化作用は、リキッド・モダンにおける実存的不安を巡る議論と大いに重なる。その作用は、所属する集団の流動化が個人化を促進し、他者から見捨てられるのではという不安に根ざしているのである。

日本社会において社会の液状化が進んだのは、新自由主義が広がりはじめた主に1990年から2000年代のあたりを指す。バブル経済が崩壊し平成不況が訪れた1997年を境に男性の自殺者数は急激に増加している。日本においてそれまで当たり前とされてきた一家の大黒柱といった「男らしさ」について見直され、社会運動としての男性運動が巻き起こり、学術研究のなかで男性学が名乗られるようになってきたのもこの時期だ²⁴。こういった社会背景のなかで男性たちは実存的不安に苛まれ、社会規範的な男性性が剥奪されることによって「生きづらさ」を抱えることとなる。

Bさんの「『男らしさ』からかけ離れてきてるんで自分が」という言及にみられる「男らしさ」から逃避することの希望と、阿久津が言及する「自分が同世代の男の子とあまり仲が良くなかった」（阿久津・足立, 2019, p.76）ことをきっかけとした男性アイドルにおける姫キャラへの愛好の背景には、社会の液状化が引き起こした「不安格差」に内在する「男性集団内の周縁化作用」（西井, 2021, p.183）という排除への恐れが存在しているのだと指摘することができる。男性性をとりまくコミュニティや社会のなかでのこうした不安を抱える男性ジャニーズファンは、ジャニーズアイドル同士の関係性、とくに姫キャラをとりまく親密な関係性を外部からまなざすことによって、規範的な男性性から逃避することができるのである。

4. 分析 [2/2]：男性アイドルの「男らしくない」行動や言動

4-1. ジャニーズアイドルの「かわいい」についての先行研究

3. では主にBさんを事例に男性ジャニーズファンの抱える「生きづらさ」をバウマンのリキッド・モダンへ結びつけることによって一般化を行い、また、姫キャラに位置付けられるジャニーズアイドルを中心とする関係性を消費することによって規範的な男性性から逃避しているという実践についてふれてきた。この結論というのは、姫キャラを有する男性アイドルを愛好する男性を事例とした男性性による被抑圧の内実を社会的な観点から分析してきたといえる。これを引き受け本章では、男性ジャニーズファンだけに限らず男性問題として解釈することのできる「男らしさ」という社会規範によって引き起こされる「生きづらさ」の内実というよりも、そこからの脱却をもたらす男性ジャニーズファンの消費や実践について注目していく。

まず、マジョリティ層である女性ジャニーズファンが関係性消費をはじめとするファン実践を通じて何を見出しているのかについて先行研究を概観していく。

3-1. でも紹介した台湾在住の女性のジャニーズファンについての研究を行なった陳（2014）は、ファンたちがメディアに映るジャニーズアイドル同士の関係性を「仲良し」と頻繁に形容することから、彼らの親密性というものがコンテンツとしてのジャニーズアイドルにおいて重要な要素となっており、ファンたちはここから「本来は芸能活動場の公的な「オン」の関係の枠組みが、かなり曖昧な私たちで私的な「オフ」の関係性とも当然のように重ね合わせて理解されている」（p.126）と、親密性の向こう側にオンとオフの二項対立、およびその境界の溶解

を見出す。また、西原（2019）ではジャニーズアイドルが多くのページを占める雑誌『Myojo』にみられる彼らの間にみられる友愛（友情）と恋愛の表現に注目した内容分析を行った。インタビューページを紐解いてみると、そこにはアイドル同士の間柄にある親密さを互いに認め合う様子が見て取れるなど、あるアイドル同士の間には他のアイドルとは異なる代替不可能でかげがえのない間柄を示す言葉が見受けられる。ここから引き出せるのが「ジャニーズタレントが通常では見せない本音のようなものを語る、つまり、“素の発言”」（西原，2019，p.98）であり、ときにはそのアイドルが経験した苦難や苦労の経験をたとえば同じグループのもうひとりの仲間（アイドル）とともに乗り越えてきたということから「彼らが“素”で親しい関係である、という意味が浮かび上がるのである」（p.99）という。

これらの研究が指摘しているのは送り手としてのメディアが<見せ>、受け手としてのファンが<見て>いる、アイドルの「オン」／「オフ」という二項対立である。実際、陳は台湾の女性ジャニーズファンたちが、メディアに映るアイドルたちをまなざし、そこから「日常性」や「プライベート」を見出したときに「かわいい」という言葉を繰り出すことを指摘している（陳，2014）。女性ファンのみる男性アイドルへの「かわいい」は「オン」／「オフ」という対比構造が見出されたときに生起される評価であるといえる。

2-1. で述べているように、以上のような女性ファンと同様に男性ファンも「かわいい」と評価する。ただし、インタビューを実施していくなかで彼らが同性であるジャニーズアイドルに対して「かわいい」というのは、必ずしも先行研究が指摘するよう「オン」／「オフ」という二項対立およびギャップに対していうということではないことが判明した。彼らがアイドルのどのような側面を「かわいい」と愛でているのかどうか、また、その「かわいい」を見出すことがその男性ファンにとってどのような意味を与えるのかについて以下から言及していく。

4-2. 女性性を介して「男らしくない」を愛でる

本研究において男性のジャニーズファンへインタビューした際、たしかに同性である男性アイドルに対して「かわいい」という言葉で形容はしていた。それは先述でみた「オン」／「オフ」というよりも、「男らしい」／「男らしくない」という対比から見出されて生まれる評価であるということがインタビュー調査から見てとることができる。あくまで「かわいい」と評価しているので、この対比のなかにある「男らしくない」というのは決してネガティブな評価として捉えておらず、むしろ好意的にこの「男らしくない」を引き受けている。

ここで重要なのは、山田にはカエルを触ることができないという「男らしくない」要素が存在しているということではなく、普段はステージ上で女性ファンを魅了させる男性という事実や、Cさんのいうように山田には鍛え上げられた筋肉がついているという「男らしい」要素もまた共存しているということである。男性的な面と非男性的な面を持ち合わせていることによって、後者の要素が「かわいい」というポジティブな評価で捉えられる。偶然ながら同じ山田涼介を推すAさんもステージ上では「キラキラして」女性からの黄色い声援やまなざしを浴びるが、その一方で他の成人男性とおなじように家ではゲームに没頭するという彼の「根暗なところ」に魅力を感じるという。筆者の「なるほど、そういうギャップみたいなのが・・・。」という反応に対して「ギャップ・・・そうです！」と返したように「ギャップ」というのがCさんにとっても的確な要素なのだ。

2-4. で言及したように、Cさんの価値観にある「普通」＝マジョリティとしての男性的な側面と、虫を触ったり汚れたりするのが嫌いという自身の非男性的な側面といった二項対立を山田のそれと重ね合わせたときに、山田の非男性的な側面は「かわいい」という評価でポジティブに捉えられることから、自身の非男性的側面の存在も

また許され、相反する二つの要素は同時に維持される。「かわいい」の評価によって男性性と非男性性の往還が可能となるのである。

では、男性が男性に向けたこのような「かわいい」という印象はどのように生まれているのだろうか。というのも、男性は同年代の同性に対しては——幼い子どもでない限り——「かわいい」と評価することはなく「男らしくない」も良くない要素として解釈されることが多い。男性ジャニーズファンにとってアイドルのみせる「男らしくない」を「かわいい」とみなすまでどのような過程を経ているのかについて検討していく必要がある。

先述のように、Cさんはステージ上とYouTube上のそれぞれに映る山田涼介に対して異なる印象をもつ。ステージ上にいるときは「かっこいい」という印象を抱く一方でYouTubeに映る山田は同じ山田ではあるが「かっこいい」山田ではないという。そのような山田にまなざしを向けるCさんの視座について尋ねると「女の子とは思ってないですけど、言っちゃうとどちらかという「女の子」を見てる感じ」という。つまり、ステージ上では男性としての山田涼介を見ている一方で、ステージから降りたYouTubeといった親密性を表象するメディアのうえでは山田涼介に「女の子」を見出すのだ。山田涼介という男性アイドルにある「女の子」をみているため、たとえカエルが触れないなどといった非男性的な場面を見たとしてもネガティブな評価としてみなされず「かわいい」という評価に接続されるのである。ここには、男性アイドルのなかの女性を見出すといった擬似的な男女関係が存在する。このような擬似的な男女関係という構図はCさんだけが見出している現象ではない。

Bさんとのインタビューのなかで、女性ファンと男性アイドルの関係性について話し、それが擬似恋愛関係によって結ばれているのだろうという応答があった。一方で男性ファンと男性アイドルの間はどのような関係性なのかについてBさんの印象や価値観を尋ねてみると、回答にとまどいながらもBさんは「ちょっと遠い恋人」と表現していた。この「恋人」は同性愛関係ではなく異性愛関係にある恋人と言い、さらにBさんは「シンデレラ的なアレだと思いますよ。本当一夜だけみたいな」と続ける。筆者はここで「どっちがシンデレラ？自分がシンデレラ？」と尋ねると、自身が「シンデレラ」＝女性になって、「王子様」＝男性としてのアイドルをみているというのだ。世間一般的にいわれる「男らしさ」に良い印象を持たず自身とはかけ離れている価値観だとみなすBさんや、虫に触ることや外に出て汚れることが幼少の頃から嫌いで「普通の男の子」ではなかったと捉えるCさんという対照的な2人から引き出されるのは、推しのジャニーズアイドルを見るにあたって、Bさんは自分が「シンデレラ」になって女性視線で王子様のように男らしく振る舞う男性アイドルをまなざす一方で、Cさんは男性としてのまなざしを男性アイドルの男らしくない言動や行動に向けてそのアイドルのなかにある女性を見出す。

Bさんのように、女性的な視座から他者としての男性にある男性性をまなざすことで自己に内在する非男性性を承認する実践のあり方を「女性性からのまなざしを介した非男性性の承認」、Cさんのように、男性的な視座から他者としての男性にある女性性をまなざすことで自己に内在する非男性性を承認する実践のあり方を「女性性へのまなざしを介した非男性性の承認」と名付けることとする。以下の図1にあるように、「女性性のまなざしを介した非男性性の承認」と「女性性のまなざしを介した非男性性の承認」の構図は対照的ではあるが、どちらも——存在する場が自己であれ他者であれ——女性性を介在することによって規範的な男性性には当てはまらない自身の非男性性を承認しているという点で共通している。つまり、彼らは同性であるジャニーズという男性アイドルを推すことによって男性性を維持するとともに、規範的な男性性には当てはまらない非男性性を自在に往還しているのである。

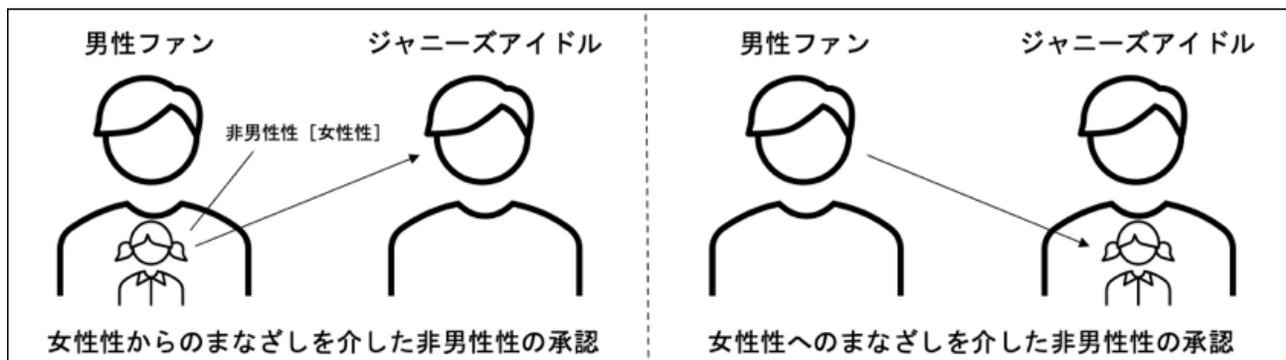


図1 男性ジャニーズファンによる女性性を介した非男性性の承認実践

4-3. 「非男性性の承認実践」によるコンネル理論への応答

「非男性性の承認実践」という男性に内在する非規範的な男性アイデンティティを肯定する実践は、他者である男性を自己の女性的な視座からまなざすことによって、または、その他者男性に内在する女性性を自己の男性的な視座からまなざすことによって、自身の非男性性を承認する。まさにこの実践を現実たらしめている重要な要素が「かわいい」という評価である。3名の男性ジャニーズファンが提示していた同性であるジャニーズアイドルへの「かわいい」には、外見や内面など観点は異なるが、そのどれもが規範的な男性性には該当しない側面をポジティブに評価するという意味合いが含まれていた。

Cさんは「かっこいいジャニーズ」と「かわいいジャニーズ」のちがいについて、「かっこいいジャニーズ」はある程度絞られた一木村拓哉や山下智久や松本潤など一アイドルが挙がると推測した。一方で、「かわいいジャニーズ」では自分が「かわいい」と思うアイドルを挙げるために多様な答えが出るのではないかと、自身の考えを述べていた。「かわいい」が多様性を受容するという考え方について「決して『本当の<私>』を探りあったりすることがないように永久に回避しながらコミュニケーションを継続するための、きわめて有効な対人処理のツール」として普及したという宮台ほかによる議論のなかで見出すことができる（宮台ほか，2007，p.128）。

また、春木（2015）では「カワイイは、つくれる」というキャッチフレーズを掲げる花王社のヘアケア製品「エッセンシャル」のテレビCMと「美しい」をテーマにした資生堂社のヘアケア製品「ツバキ」のテレビCMを対象にした映像分析を行い、そこから見られる「かわいい」のイデオロギーを見出す。「エッセンシャル」から見出されるその「かわいい」というのは、女性同士におけるいかに男性の目を惹くかといった競争を排除し、むしろ共生を志向するものだという。また、一般的に「かわいい」には未成熟や弱者といった従属的な位置付けが暗示されているのだが、そのような意味合いの含まれる「かわいい」を引き受けるということは従属地位を甘んじて受け入れているのではなく、共生関係にある自身とそして「かわいい」と承認しあう他者を弱者として認め合うことで特定のヒエラルキーや競争から距離を取るのである。重要なのは「かわいくあろうとする者は、弱者であること自体によって弱者ではなくなろうとする強さ、あるいは、より正確に言えば、かさをも」ち、「弱者を、特権化し、サポートし、単なる弱者の地位から解放しようとする」のである（春木，2015，pp.13-14）。

以上の議論からみられるように「かわいい」という評価には価値観の多様性を、競争を排除した共生関係を伴って、受容する力学が内包されているのだ。このような「かわいい」を媒介にファンが自身の非男性性を承認するという実践というのは、コンネルの提唱するヘゲモニックな男性性といった男性性に内在する支配／従属の階層関係についての議論に新たな知見を与えることができる。

男性性を複数形として捉え、それに内在する関係性について述べたコンネル（1996 / 2022）はアントニオ・グ

ラムシのヘゲモニー概念を引用し「男性の支配的位置と女性の従属性を保証している（あるいは保証していると考えられている）家父長制について、それが正当なのかという問題に対する、当面受け入れられている解答を体現し」（p.100）た男性性であると定義づける。一方で、従属的な男性性は同性愛男性と同等しており「抑圧を通じて、男性間のジェンダーのヒエラルキーの最下部」におかれ「ゲイであることは容易に女性性と同一視されることになる」と指摘する（p.102）。こうした男性性の類型化は「変化する関係構造の中でのある特定の状況下で生み出された実践の形態」（p.103）であるとコンネルは強調している²⁵。日本の男性学研究ではコンネルによる以上の理論を引用し分析枠組みとして用いる機会が多いのだが、この理論の問題点としてヘゲモニックな男性性に位置づけられる主体やヘゲモニーを保証する条件や具体的な実践への関心が弱いという実状が指摘されている（川口，2014）。

以上の男性性についての議論は支配／従属という枠組みの域を出ておらず、規範的な男性性には該当せず場合によっては従属とみなされる非男性性を承認する男性ジャニーズファンにみられるという実践を説明することができない。1-2. で引用したバトラー（1990 / 2018）やブルデュー（1998 / 2017）の議論においても、男性性が抱える脆弱性の存在についての指摘や——その否定についての実践はあれど——そのような弱さや不安定性を承認するという実践については言及がされていない。以上の議論を踏まえたとき、本研究で提示し、男性ジャニーズファンが承認するような非男性性というのは「規範的な男性性に該当しない脆弱性を承認する、男性性における支配／従属のヘゲモニー的な二元論から脱構築された男性アイデンティティ」と定義づけることができる²⁶。男性ジャニーズファンの実践からみられたように、彼らの提示する「かわいい」の主体／対象というのは男性としての自己／他者に内在する女性性であることから、男／女という二項を往還することで非男性性を認めている。このような思考形式はイタリアの哲学者ジャンニ・ヴァッティモの提唱する「弱い思考」と共振する。「弱い思考」は「形而上学が科学主義的で技術主義的な成果をあげるなかで起き忘れてしまった、根源的な真実の存在を再発見するための方法としてではなく、傷跡や記憶としての存在、あるいは使い古され弱体化してしまった（そしてこのためのみ注目に値する）存在に新たに出会うための方途」（ヴァッティモ，1983 / 2012, p.5）のことをさし、絶対的な真理を追い求めるなかで強者のみが評価され、弱者は排除されるという西欧近代および近代形而上学にみられる権威性や排他性を批判する²⁷。男／女という確固たるカテゴリー²⁸を往還し、その原動力を「かわいい」という脆弱性を受容し共生関係を構築する評価に置くことで、男性ジャニーズファンは支配／従属の二元論を超えた自身に内在する非男性性を承認するのである。

5. さいごに

本研究では、ジャニーズアイドルを愛好する男性ファンによる消費をジェンダーの観点から分析を行なった。男性ジャニーズファンは同性の男性アイドルをとりまくアイドル間の関係性や規範的な男性性にはあてはまらない言動や行動を「かわいい」と評価することで、ヘゲモニックな男性性にみられる支配／従属の階層に位置しない、「男らしさ」の脆弱性を受容した非男性性を承認する。この非男性性の承認実践から、自己に内在する女性的な視座から男性としてのジャニーズアイドルをまなざすという「女性性からのまなざしを介した非男性性の承認」と、男性としての視座からジャニーズアイドルに内在する女性性をまなざす「女性性へのまなざしを介した非男性性の承認」の2つを見出すことができた。

以上の男性ジャニーズファンについてのジェンダー的考察から、バトラーやブルデューによる社会構築物としての男性性の議論が捉え損なった男性による脆弱性の受容や、コンネルの提唱するヘゲモニックな男性性といった

支配／従属の枠組みでは捉えられない、非男性性の存在とその内実についての指摘を行なった。

今後の課題として、ファン研究の観点では、男性ジャニーズファンの有する経済資本や文化資本といった物質的な議論や、在住する場所に影響された地理的条件を加えたより緻密な検証が求められる。ジェンダー研究の観点では、本研究のなかで提出した非男性性という概念をジェンダー・セクシュアリティ研究から捉えたより詳細な理論検証が求められる。以上の課題を社会学、とりわけジェンダー・セクシュアリティに関わるカルチュラル・スタディーズの枠組みで明らかにするため、女性向けコンテンツに登場する男性を愛好する男性ファンという構図に該当するファンについての研究もまた実施していく²⁹。

¹ SMAP は 2016 年 12 月 31 日に解散し、現在はグループとしての活動を行っていない。また、SMAP のメンバーであった稲垣吾郎、草彅剛、香取慎吾は 2017 年 9 月 8 日にジャニーズ事務所を退所し、2020 年 3 月 31 日には中居正広も退所した。そのため、2022 年現在において元 SMAP のメンバーでジャニーズ事務所に在籍し続けているのは木村拓哉のみである。

² 嵐は 2020 年 12 月 31 日をもって活動を休止している。2022 年 8 月現在はメンバーの大野智を除く 4 名がそれぞれ俳優業を中心に活動を行なっている。

³ 千葉（2019）は戦後の日本人男性における男性像に大きな影響を与えた存在としてジャニーズアイドルを挙げ、戦後日本のなかで美德とされる男性像を重ねながら彼らから表象される男性性を「トランスジェンダー性を帯びたような男性」（p.20）と表現する。このような男性像が広くメディアを通じて普及することによって男性の「ルッキズムの基準を作り出し」と同時に「その対抗軸となるような男性イメージのプライドも意識化させることになった」（p.23）と批評している。

⁴ ここで言及している放送回は『ニノさん』（2019 年 6 月 9 日と 6 月 16 日）、『金曜プラチナナイト 新・日本男児と中居』（2019 年 10 月 5 日）『アメトーク！』（2020 年 10 月 23 日）のことを指す。

⁵ 具体的には「あくにゃんちゃんねる！」のことを指している。ちなみに、この配信者はジャニーズ事務所以外の男性アイドルの魅力についてもファンの視点から発信している。

⁶ 男性ジャニーズファンについて取り上げられた書籍のひとつに福（2014）が挙げられるが、その内容は自身のオタク経験を綴ったエッセイであることから学術論文としては位置付けていない。もちろん、男性視点からのジャニーズファンの経験についてふれる上では具体的に記述されており、有益な示唆を得られることは間違いない。

⁷ 男性同士の恋愛模様を描いたBL漫画を愛好する男性を指す「腐男子」のファン実践について研究した長池(2019)は、本研究が注目する、登場人物が男性であり女性向けとして発信されているコンテンツを愛好する男性ファンという構図に注目した点において共通している。とはいえ、このように女性向けコンテンツ内に登場する男性を推す男性ファンの研究は非常に少ないといっても過言ではない。

⁸ そのため、学生や社会人における経済的資本を用いた消費といった物質的条件の違いやその効果については特に重要視していない。

⁹ 男性ジャニーズファンが取り上げられた書籍のひとつに『Jヲタ男子☆朝比奈くん』というシリーズ漫画が挙げられる。作品のなかでは「ジャニーズ」という単語は——恐らく、著作権などの権利上の問題を鑑みて——記述されておらず、その代わりに「ジョーカーズ」と表現しており、そのファンのことを「Jヲタ」と表したりするなど、実際のグループやタレントを彷彿させるパロディの世界として男性ファンを捉える。当事者視点を持つ筆者にとって描写は少々誇張されている点も否めないが、男性ファンとしてのアイドルへのまなざしやその度に抱く心情がコミカルに描かれている。

¹⁰ 2020年に実施されたLINE株式会社の「アイドルグループ人気ランキング」調査によると、日本でも活動しているK-POPアイドルグループTWICEを愛好するファンの男女比率は男性が42.5%で女性は57.5%と、女性ファンのほうが多数を占めている。ちなみに、男性アイドルでは嵐と、男性声優ユニットのヒプシノスマイクが対象となっていたが、いずれも女性ファンのほうが多い結果となっている。

¹¹ スポーツ観戦やロックファンにおける男性性について詳しく論じた先行研究に河津(2009)や南田(2009)が挙げられる。

¹² ジャニーズ事務所はライブやコンサートの動員に関する具体的な情報を発表していないため正確な男女比の数値は判明していないが、筆者による参与観察や本論文にて登場するインフォーマント3名によるインタビューにおいて、会場へ訪れている男性ファンの数は女性のそれと比べて極めて少数であることは共通している。

¹³ たとえば、この後にも引用しているジュディス・バトラーは「ジェンダーは、文脈によって異なる変化する現象なので、実体的な存在を意味するものではなく、ある特定の文化や歴史のなかの種々のなかの関係が収束する相対的な点にすぎない」(バトラー, 1990 / 2018, p.34)と、ジェンダー概念の可変性について言及している。

¹⁴ コンネルはヘゲモニーについての説明を「アントニオ・グラムシによって見出された階級関係を分析するにあたって見出された概念であり、特定の階級が社会生活(social life)のなかで牽引的地位を主張および維持する文化的ダイナミックを意味する。いかなる時でさえも、男性性というひとつの形態は他の形態よりも文化的に称揚されるものだ。ヘゲモニックな男性性というのは家父長制の正当性という問題への現在受容される回答を体現するジェンダー実践の形態であると定義付けることができる。これによって男性の支配的地位および女性の従属化は保証(または保証されることが当然視)されるのである。」(コンネル, 1995 / 2005, p. 77)としている。

¹⁵ ヘゲモニックな男性性の理論への批判を申し立てた研究のひとつに、川口（2014）による「サラリーマン」というラベリングからヘゲモニーの保証性についての捉え返しを試みた研究が挙げられる。コンネルの理論における問題点を指摘する研究として非常に有意義ではあるものの、これを通じてコンネルが捉えきれていないオルタナティブな男性性を提示しているとはいえない。

¹⁶ 男性ジャニーズファンが男性アイドルを推す男性ファンという、今日においてマイノリティな構図であるがゆえに被るジェンダーバイアスについての研究結果は別稿に改めて発表する予定だ。

¹⁷ この手法は対話的構築主義アプローチという「ライフストーリーの語りが、かならずしも語り手があらかじめ保持していたものとしてインタビューの場に持ち出されたものではなく、語り手とインタビュアーとの相互行為を通して構築されるものである、という見方」（桜井，2002，p.28）に立脚している。

¹⁸ 「姫キャラ」とも呼ばれるアイドルにおけるキャラクターの一種。姫と形容されるアイドルは自身の持つ「かわいい」キャラクター性によって他のメンバーから頻繁に気をかけられたり心配されたりするなど、保護やケアを受けることが多い。

¹⁹ グループによって名前が異なったり、そもそも名前が与えられていない場合もある。「末ズ」と呼ばれるメンバーとして挙げられるのが嵐の松本潤と二宮和也の2人が具体的な例としてあげられる。「2TOP」という年長2人組のことを指すメンバーにはSMAPの中居正広と木村拓哉があげられる。ちなみに、「2TOP」以外にも「夫婦」という呼称が与えられている場合もあり、その具体例としては2021年に解散したV6の坂本昌行と長野博がこれに該当する。

²⁰ 詳しくは4-1. で紹介している。

²¹ 注釈18に詳しい。

²² ただし、注意すべき点は次段落から引用する先行研究の全てが女性ファンを研究対象にしたものである。2. にもあるように、男性ジャニーズファンによるファン心理や活動についてのインタビューを実施したところ、女性ファンと同様に関係性消費を実践していることがわかる。そのため、この関係性消費を研究枠組みとして本節では据えている。

²³ 本文では言及できていないが、アイドル同士の関係性についてCさんはHey! Say! JUMPの山田涼介を例にとりながら「恋愛対象とかではないけど、女の子がなんかしててかわいいっていうのと別にそんな変わらないかな」と言及している。

²⁴ 男性運動の発展は主に1990年代であり、その象徴として挙げられるのが1991年4月に発足した「メンズリブ研究会」である。このメンズリブ研究会というのは「プロ・フェミニズム（pro-feminism）の立場を取りつつも、男らしさによって抑圧され、傷付けられてきた自分自身の経験や実感、すなわち男性の被抑圧（被害）者性に着目した運動を展開して」（大山・大東、2009、p.251）いる。学術研究のなかの男性学はこのような男性運動によって展開された学問領域であるといえる（大山，2018，p.32）。

²⁵ コンネルがここで提示している「特定の状況下」のひとつの例として、3-3. で引用したパウマンの提唱するリキッド・モダンという新自由主義にみられるような流動性の高い社会的特徴が該当する。

²⁶ 脆弱性の隠蔽による規範的な男性性の成立について、ブルデュー（1998 / 2017）は男性性の実現というのがそもそも「不可能な理想」であり、これが「傷つきやすさの原理」となっていることを指摘している。また、脆弱性とも換言できるこの性質を——たとえば「スポーツのような、男性向けのあらゆる暴力ゲーム」のなかで——利用することで、男性性の獲得を目指すのである（pp.78-79）。ヘゲモニックな男性性と規範的な男性性の議論についてコンネル（1996 / 2022）は、規範的な男性性を顕示する上で、男性的であるというその基準の設定と、一般によるその線引きへの同意、およびそれに該当しない男性を男性的でないとみなすことが必要であるという。このように、規範的な男性性を示すことが「ヘゲモニックな男性性のポリティックスにとって絶対に必要」であると指摘する（p.293）。

²⁷ フランス宗教哲学を研究する佐藤啓介は「弱い思考」を「自らの置かれた歴史的状況の偶然性を自覚し、それに制約されることを受け入れる思想」と説明する（佐藤, 2012, p.58）。男性ジャニーズファンがあくまで男／女という二元論の「制約」を通じて自身の非男性性を認めているという点でヴァッティモの「弱い思考」と対応するのである。

²⁸ 男／女というカテゴリーや名前に包摂されることで生じる帰属意識についても検討するに値する。たとえば、タイにおける霊媒という占い師とそこへやってくる患者の事例をみると、心身における様々な苦しみや痛みを抱える患者たちが霊媒を訪れその原因究明を乞い、当初はその原因となる憑依された精霊が未知であるため自身が何者であるのかとしばしばアイデンティティの混乱に陥る。しかしながら、霊媒がその精霊を同定し名前を与えることによって徐々にその患者はその名前に見合った自身のあり方を策定し構築することができ、安定した心身関係を取り戻すことができる。このように、帰属意識や名前の持つ力は強力であり、これらがあることによって人々は安心感を持つことができ、ときにはこれが苦しみからの解放や癒しの効果を持つことさえあるという（田辺 2003）。

²⁹ 本研究では同世代に位置付けられるジャニーズのグループおよびアイドルを愛好する男性ファンに焦点をあてたが、筆者がこれまで実施してきたインタビューのなかには、50代の男性が年下のジャニーズを愛好するというファン実践の事例もあり、本研究とは異なる消費のあり方を見とることができる。また、男性が男性を推すという今日においてそう多くは見られないマイノリティな構図であるなかで、彼らの被る男性差別言説についても注目していく必要がある。後者について、筆者はすでに調査および執筆・論文投稿を完了しているため、別稿として改めて発表することとする。

付記

本稿は2021年度に東京工業大学大学院へ提出した修士論文を大幅に修正したものである。また、本稿は「JST 次世代研究者挑戦的研究プログラム」の助成による成果の一部である。

文献・学術論文

- 阿久津慎太郎・足立伊織 (2019) 「普通の男の子と王子様——アイドルというコンセプトをめぐって [対談]」『ユリイカ 11 月臨時増刊号 総特集 * 日本の男性アイドル』51(18): 74-88
- 阿部公彦 (2015) 『幼さという戦略<かわいい>と成熟の物語作法』朝日新聞出版
- 伊藤公雄 (1996) 『男性学入門』作品社
- ヴァッティモ、ジャンニ (1983 / 2012) 『弱い思考』上村忠男ほか訳、法政大学出版局
- 大山治彦・大束貢生 (2009) 「日本の男性運動のあゆみ I ——<メンズリブ>の誕生」天野正子ら編『新編 日本のフェミニズム 12 男性学』岩波書店、245-258
- 大山治彦 (2018) 「男性相談とメンズリブ」濱田智崇・『男』悩みのホットライン編『男性は何をどう悩むのか—男性専用相談窓口から見る心理と支援—』ミネルヴァ書房、21-44
- オクサナ、カキン (2018) 『『未熟さ』を磨き、愛でる—ファン行動に見るアイドル育成の文化的側面—』『人間文化創成科学論叢』、21: 223-230
- 川口遼 (2014) 「R.W. コンネルの男性性理論の批判的検討—ジェンダー構造の多元性に配慮した男性性ヘゲモニー闘争の分析へ—」『一橋社会学』6: 65-78
- 河津孝宏 (2009) 「一人ぼっちでラグビーを——グローバル化とラグビー文化の実践」宮台真司・辻泉・岡井崇之『『男らしさ』の快樂 ポピュラー文化からみたその実態』勁草書房、107-136
- 菊池夏野 (2019) 『日本のポストフェミニズム——「女子力」とネオリベラリズム』大月書店
- 工藤保則 (2015) 『カワイイ社会・学：成熟の先をデザインする』関西学院大学出版会
- コンネル、レイウィン (2005 / 2022) 『マスキュリニティーズ—男性性の社会科学』伊藤公雄訳、新曜社
- 桜井厚 (2002) 『インタビューの社会学』せりか書房
- 佐藤啓介 (2012) 「ジャンニ・ヴァッティモの宗教論 神の死以降の愛論の可能性」『宗教哲学研究』29: 57-69
- 澁谷知美 (2021) 『日本の包茎——男の体の 200 年史』筑摩選書
- 周東美材 (2022) 『『未熟さ』の系譜 宝塚からジャニーズまで』新潮選書
- 須長史生 (1999) 『ハゲを生きる—外見と男らしさの社会学』勁草書房
- セジウィック、イヴ (1985 / 2001) 『男同士の絆——イギリス文学とホモソーシャルな欲望——』名古屋大学出版会
- 田中俊之 (2009) 『男性学の新展開』青弓社
- 田辺繁治 (2003) 『生き方の人類学』講談社現代新書
- 團康晃 (2017) 「マンガ読書経験とジェンダー」北田暁大+解体研編著『社会にとって趣味とは何か——文化社会学の方法規準』河出ブックス
- 千葉雅也 (2019) 「戦後日本のかっこかわいさを讀んで——ジャンニ系と時代」『ユリイカ 11 月臨時増刊号 総特集 * 日本の男性アイドル』51(18): 19-24
- 陳怡禎 (2014) 「台湾ジャニーズファン研究」青弓社
- 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・辻泉編『それぞれのファン研究—I am a fan』風塵社、243-289
- (2012) 『『観察化』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』40、公益財団法人吉田秀雄記念事業財団、28-33
- (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』3: 34-39
- 徳田真帆 (2010) 「ジャニーズファンの思考」『くにたち人類学研究』5: 21-46
- 長池一美 (2020) 『『腐男子になる』欲望—東アジアにおける異性愛男性 BL ファン比較研究』ジェームズ・ウェルカー編『BL が開く扉—変容するアジアのセクシュアリティとジェンダー—』青土社、77-96
- 難波功士 (2020) 「アイドルを声援することの系譜学—親衛隊からヲタ芸まで」丹羽典生編『応援の人類学』青弓社、297-324
- 西原麻里 (2019) 「ジャニーズの関係性はホモソーシャルか——<絆>の表現が揺るがすもの」『ユリイカ 11 月臨時増刊号 総特集 * 日本の男性アイドル』51(18): 74-88 95-104
- 春木有亮 (2015) 「『カワイイは、つくれる』か：現代日本の美のイデオロギー」『北海道芸術論評』7: 3-20
- 西井開 (2021) 『『非モテ』からはじめる男性学』集英社新書
- パウマン、ジグムント (2004 / 2007) 『アイデンティティ』伊藤茂訳、日本経済評論社
- 、(2005 / 2008) 『液状不安』澤井敦訳、青弓社
- 、(2006 / 2012) 『幸福論—“生きづらい”時代の社会学』高橋良輔・関内文乃訳、作品社
- バトラー、ジュディス (1990 / 2018) 『ジェンダートラブル フェミニズムとアイデンティティの攪乱』竹村和子訳、青土社
- ブルデュー、ピエール (1998 / 2017) 『男性支配』坂本さやか・坂本浩也訳、藤原書店
- 増淵宗一 (1994) 『かわいい症候群』日本放送出版協会
- 南田勝也 (2009) 『ロック音楽の超越性と男性性——ピエール・ブルデューの同性理論を基に』宮台真司・辻泉・岡井崇之『『男らしさ』の快樂 ポピュラー文化からみたその実態』勁草書房、247-276
- 宮下阿子 (2014) 「対話的構築から対話的還元へ—研究者が『当事者でもあること』を問いなおす—」『三田社会学』19: 20-33
- 宮台真司・石原英樹・大塚明子 (2007) 『増補 サブカルチャー神話解体—少女・音楽・マンガ・性の変容と現在』ちくま文庫

四方田犬彦 (2006) 『<かわいい>論』 ちくま書房

映像・エッセイ・コミック・サイト

「あくにゃんちゃんねる！」 <https://www.youtube.com/c/%E3%81%82%E3%81%8F%E3%81%AB%E3%82%83%E3%82%93%E3%81%A1%E3%82%83%E3%82%93%E3%81%AD%E3%82%8B> (2022年10月20日最終閲覧)

「アメトーーク！」 テレビ朝日、2020年10月23日放送

「ガムシャラ！」 テレビ朝日、2015年4月12日放送

「金曜プラチナナイト 新・日本男児と中居」 日本テレビ、2019年10月5日放送

「#31【夏休み SP】日本の夏、ジャにのちゃんねるの夏 ~3/10~」 ジャにのちゃんねる、2021年8月11日公開、<https://www.youtube.com/watch?v=Vfpj55hCv1l&t=291s> (2022年10月20日最終閲覧)

七海慎吾、2017、『Jヲタ男子☆朝比奈くん(1)』スクウェア・エニックス

「ニノさん」 日本テレビ、2019年6月9日・2019年6月16日放送

福博充、2014、『東大院生。僕、ジャニ男(ヲ)タです。』アールズ出版

松本美香、2007、『ジャニヲタ 女のケモノ道』双葉社

みきーる、2012、『ジャニヲタあるある』アスペクト

リサーチノート powered by LINE、2020.10.15、「【最新】男性アイドルグループ総合ランキング2020!」 <https://research-platform.line.me/archives/36234258.html> (2022年10月25日最終閲覧)

—、2020.10.28、「【最新】女性アイドルグループ総合ランキング2020！」 <https://research-platform.line.me/archives/36300584.html#2> (2022年10月25日最終閲覧) 非配偶者間人工授精(AID)で生まれた人の自助グループ会員・長沖暁子編著(2014)『AIDで生まれるということ』萬書房