

アイドルによるスポーツ振興の可能性 —ジャニーズタレントの社会的影響力に着目して— Possibility of sport promotion by the idols : Focusing on social effects of Johnny's members

1K09B076

指導教員 主査 作野 誠一 先生

古賀 あゆみ

副査 木村 和彦 先生

【目的】

筆者はジャニーズファンの一員であり、ファンになってからの8年間、数多くのジャニーズファンをみてきた。コンサートやテレビの番組協力、ドラマのエキストラなど直接出会ったファンもいれば、mixi、掲示板、ブログなどを通じて知り合ったファンもいる。ファンは好きなジャニーズタレントの影響で考え方が変わったり、今まで興味を持たなかったことに興味を持ち始めたり、人生の大きな決断を左右されることもある。筆者はこのジャニーズの影響力にとっても大きな魅力を感じる。テレビを見ていると、ジャニーズタレントが出演しない番組はないのではと思うくらい毎日のようにメディア露出しており、ジャニーズというものが存在していなければ、世の中の何かが変わっていたのではないだろうか、とさえ感じられるほどである。本研究では、ジャニーズの創生期から最近に至るまでの活動やジャニーズファンの実態を明らかにしつつ、ジャニーズが社会に与えている社会的、経済的また心理的な影響について分析する。そしてその社会的影響力から、スポーツ振興に結びつくものを検討する中で、アイドルによるスポーツ振興の可能性について明らかにすることを目的とする。

【方法】

ジャニーズの歴史をまとめ、ジャニーズがどのようなプロセスを経て現在のような大きな規模になったのかを明らかにする。そして、この世の中に社会面・経済面でどのような影響を与えてきたのかを、ジャニーズが行ってきた戦略的活動を分析し理解していく。その中で、ジャニーズとスポーツがどのような関わりをもってきたのか明らかにし、ジャニーズタレントがスポーツに起用される理由や理想的な関係性について検討していく。

さらにジャニーズファンを対象として独自のアンケート調査を行い、ファンになるきっかけ、投資費用、ジャニーズから受けている影響などを明らかにする。またそうした影響がスポーツ振興にも応用出来るものかを調査し、実際にスポーツに関する影響を受けた事例を分析することで、スポーツ振興への貢献可能性について明らかにする。調査方法は、ジャニーズタレントが出演するコンサート・舞台・イベントなどに足を運んだことがあり、なお且つ CD を購入した経験のあるファンを対象に、2012年10月～12月の期間内に新潟朱鷺メッセ、東京ドーム、ジャニーズショップ原宿店前で直接

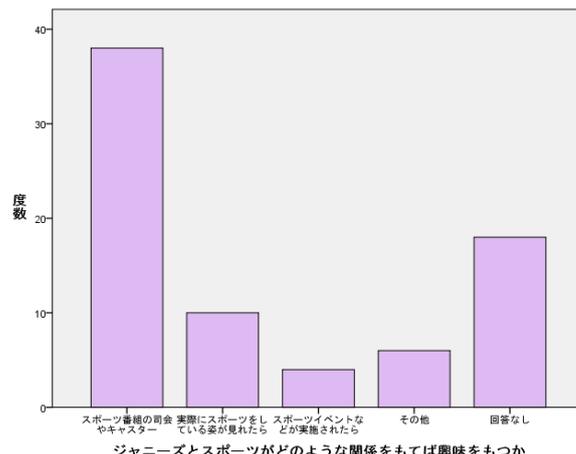
対面方式によるアンケート調査を行った。

【結果】

ジャニーズは今や、歌や踊りだけでなく、バラエティなどのお笑いの要素も高い。王子様であったアイドルからお笑い要素をもつアイドルへと変わり、ドラマやバラエティ、映画、CMなど多方面で活躍するようになって、送り手のジャニーズアイドルおよびジャニーズ事務所は、受け手のジャニーズファンのニーズや時代に応え続けている。そして、より多くのジャニーズファンを獲得するために、ジャニーズ商法や戦略を採用している。アンケート調査から、「ジャニーズタレントを好きという気持ち=ジャニーズタレントが好きなものを好きになりたい」というファン心理性向があるように思われた。それゆえジャニーズが影響でスポーツに興味を持つようになったファンが30%もいるのだろう。ジャニーズとのタイアップにより、バレーボールの視聴率が上がったことがこの一例として挙げられる。このことからジャニーズによるスポーツ振興の可能性が示唆される。

【考察】

ジャニーズタレント及びジャニーズ事務所は、スポーツ界に大きな影響力をもつ広告塔となっている。今、スポーツ人気を図るにはメディア強化の必要があるに違いない。ジャニーズタレントを、スポーツ番組のキャスターや司会に起用することや、スポーツ大会などのイベントを行うことは、きっとスポーツ界への注目を集める鍵となるだろう。そして、これからもジャニーズファンのニーズに応えていくことで、ジャニーズという組織がより大きい影響力をもつようになると考える。



図