

# 「推し」文化を語る

— 将来の学術研究に向けて —

2001年にモーニング娘。ファンの中で生まれた「推し」という語は、AKB48の人気とともに知られ、あらゆる消費を肯定する言葉に変わり、「好き」の類義語となるほど広がりました。YOASOBI「アイドル」で頂点を迎えたとされる、「推し」文化とは何なのか。

この古くて新しい文化資源を記録し、多様な視点・論点を探った対話録です。

# 目次

はじめに	3
<b>第Ⅰ章 企画概要</b>	<b>4</b>
「推し」文化の研究に向けた試論—3種類の時系列データをもとに	
<b>第Ⅱ章 紙上座談会</b>	<b>15</b>
A. 「推し」文化のターニングポイント—21世紀のアイドルが果たす役割の変化をめぐって	16
B. 「聖地巡礼」が地域振興にもたらす効果—埼玉県秩父市の取り組みを中心に	24
C. 「推し手」と「推し」が共存できる距離感とは—perfumen「踊ってみた」動画を例に	32
D. 人はなぜ「推し活」にはまるのか—オタク・浪費・推し疲れ	41
<b>第Ⅲ章 文化資源学フォーラムについて</b>	<b>49</b>
授業の位置づけ／準備・実施の流れ／全体のふり返り	
<b>付録 「推し」に関する情報源リスト</b>	<b>55</b>

# はじめに

これまで文化資源学フォーラムは、春の段階では何をテーマにどのように開催するのか、まったく決まらない状態から始めてきました。学部プログラムを持たず、社会人院生も含めてメンバー全員が「初めまして」状態からスタートする以上、当然のことですが、試行錯誤にかなりの時間がかかります。しかし、議論を繰り返しテーマが絞られ調査が進むにつれて加速度的に企画が具体化し、毎回、冬には魅力的なゲストをお招きした実に濃密なフォーラムが立ち現れてきました。なかなか大変なプロセスですが、実は大学に限らず新しい試みに取り組む誰もが経験する展開で、常にフロンティアにチャレンジする文化資源学研究室らしい取り組みだと思っています。

今回は、ちょうど世間でも注目を浴びる「推し」文化が早い段階から候補に上がりましたが、テーマの絞り込みはもちろんのこととして、どのように実現するのかの検討にも時間がかかりました。その要因と実際の展開は、報告書に詳しく述べられている通りですが、サポートする教員として強く印象に残ったのは、あえて「半匿名・非同期の『紙上座談会』をオンラインで公開する」という方法が選ばれたこと、そして、報告書のサブタイトルが「将来の学術研究に向けて」となっていることです。

「何を論じるか」を「いかに論じ、伝えるか」とセットで考えることは、公共政策、民間ビジネス、市民運動でも常に問われる重要な課題であり、それらと相互に刺激し合いながら学術研究も進んでいきます。実際、「推し」文化は、オーソドックスな学術研究の枠組みにはとうてい収まり切りません。今回のフォーラムのように、多様な視点を交錯させてこそようやくその全体像が朧げながら浮かび上がってくる、実に繊細な、それゆえに挑戦しがたいのある研究テーマです。報告書のタイトルには、フォーラム・メンバーのそんな思いが込められています。

「推し」文化という、難しくも魅力あふれるテーマに今回の文化資源学フォーラムがいかに取り組み、紙上座談会登壇者との対話からどんな言葉が紡ぎだされたのか。本報告書を読んでもくださる皆さんそれぞれの「推し」をより豊かにするためのヒントになれば幸いです。

中村雄祐（文化資源学研究専攻 教授）

# 「推し」文化の研究に向けた試論 ——3種類の時系列データをもとに

## はじめに

「推し」という語は、推挙の動詞「推す」がアイドル用語に転じたのち、特定の人物・団体へ金銭・労力・時間などを投じるという意味を超えて、文化芸術の消費生活を幅広く名指すようになった。

用語が広がるにつれて含意も広がり、従来の用語（メセナ、パトロン、スポンサー、ファン、オタクなど）と関連づけ、比較されている。一方で、「推し飯」「推しび」「旦那推し」など、動詞「好き」と同程度の弱い意味しか持たない用法も現れる。「推し活」は、精神的な豊かさを享受できる生活様式だと評価されるが、搾取や依存、自傷、隠蔽の温床だと非難されることもある。

この文化はすでに複雑かつ多様で、単一の立場から論じることは難しい。現に、「推し」概念を主題とした学術研究はまだ多くない。文化批評や時事報道、個人の発言が盛んで、当事者間でしばしばトラブルが起きることとは対照的だ。

これらの背景を踏まえて、2023年度の文化資源学フォーラムは、例年のような公開の講演会を行わない代わりに、「推し」文化に関わる当事者を招き、半匿名・非同期のグループインタビューを行った。私たちはその取材記録を、将来の学術研究に資する文化資源（文化資料体）となるよう、関連する文献目録と合わせて本書に収めた。本章ではその狙いを「推し」の語源に立ち返って述べるとともに、今回採用した開催手法について解説する。

## 1. 背景

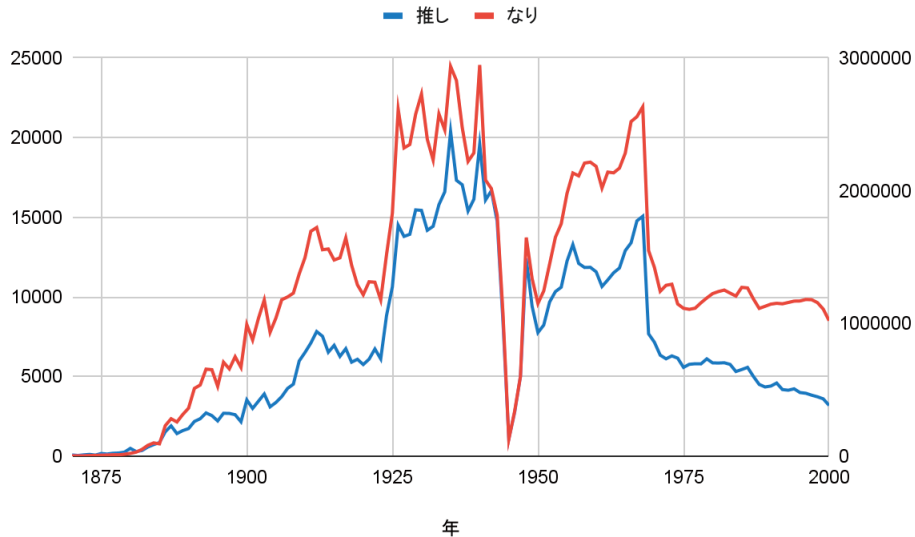
### 1.1. 古くからある動詞が新しい名詞に

2010年代に流行した「推し」は、動詞「推す」の連用形が名詞化した新語である。もともとこの動詞には、1.おしだす、2.すすめる、3.おしはかるという3つの用法がある。どれも1880年代には見られ（**図1**）、例えば芥川龍之介賞の選考会で、選者が候補者を「諸家がこれを推すのを見て一票を入れる気になった」（1935年）<sup>1</sup>「格別これを推したいと思われるものはなかった」（1955年）<sup>2</sup>などと評している。どの時代にも使われうる一般的な単語「なり」と比べても、特定の時代に「推し」の出現数が際立って増えたとは言いがたい。

1 出所：第1回芥川龍之介賞(1935年上半年)選評で、佐藤春夫が石川達三について。

2 出所：第33回芥川龍之介賞(1955年上半年)選評で、瀧井孝作が全体について。

図1：日本語書籍・雑誌に含まれる「推し」出現語数の推移（単語「なり」と比較）



(出所：NDL Ngram Viewerをもとに筆者作成)

## 1.2. 主体の行為から客体の代名詞へ

現代語としての「推し」の用法は、2000年代に匿名掲示板「2ちゃんねる」の「モーニング娘。」専用スレッド（いわゆる「狼板」）に出自があるとされる。2001年には件名に「推し」を含む17件のスレッド<sup>4</sup>が立てられ、「事務所推し」「(メンバー名) 推し」といった用例が確認できる（出所：かころぐβ）。もっとも、この時点では語単体で名詞化しておらず、動詞連用形名詞の複合語として用いられた。

その後、遅くとも2002年には「一推しのメンバー」を略した「推しメン」<sup>5</sup>が生まれ、2005年には「推しメン」をさらに略して「推し」と呼ぶ用法が現れる。この頃には応援主体の行為を指す動詞から、応援される客体の代名詞に転じたと考えられる。俗説では「AKB48」（2005年結成）が「推し」の発祥とされるが、用例はそれ以前からあり、「モーニング娘。」（1997年結成）のファンダムを介して伝播したと見たほうがよいだろう。

## 1.3. 情報技術の進歩が生んだ新興の地下文化に

2005年以降も「推し」を含むスレッド件数は漸増するが、サービス全体の傾向を示す「スレ」と比べて件数は多くない。2006年に増加した「萌え」や、2016年に頂点を迎える「オタ（ク）」と比べても、一貫して出現件数が少ない（図2）。

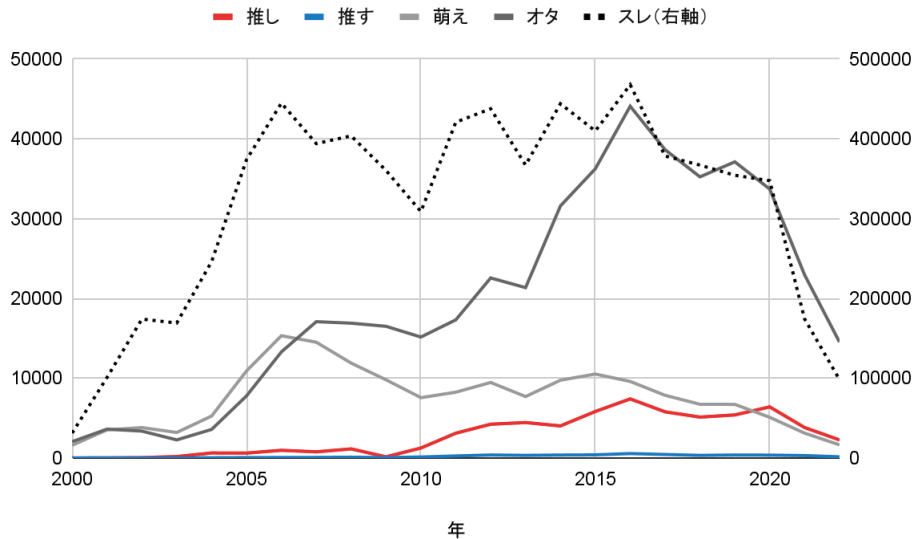
3 ただし、2000年にはすでに「あなたの推し協奏曲は？」と題したスレッドが立てられている（出所：かころぐβ）。動詞連用形の名詞化はそれ以前から起きていたと示唆される。

4 例えば「なんで、モーたいは石川推し激しいの??」「自分の推し娘。の良いところは??」「もし、一推しのメンバーが道端で・・・」など。

5 なお、「推しメン」は「推し」と比べて低頻度で、2012年のピーク時でも914件/年に留まる。

6 「推しが同じヲタ仲間でもウザイ」「推しが一流女優に似てると言い張るのは雑魚ヲタだけ」など。

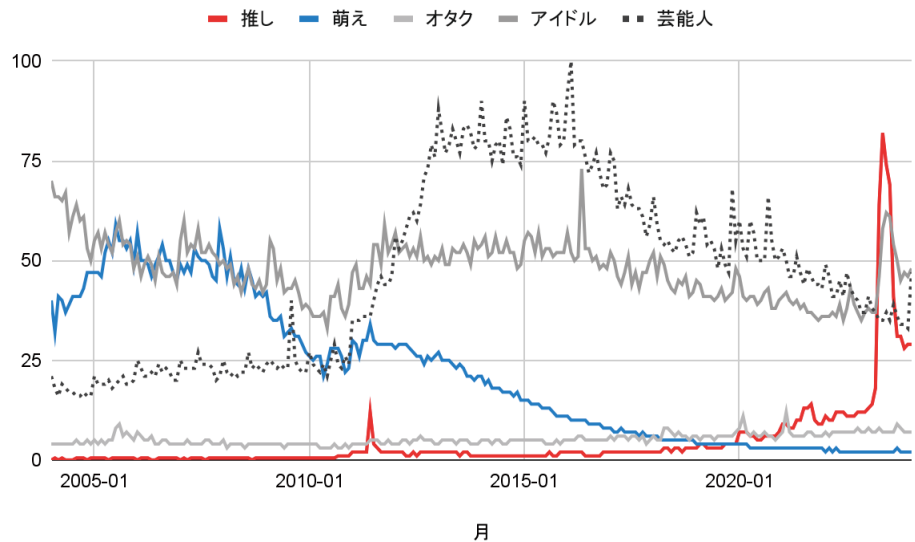
図2：指定語を含む「2ちゃんねる」のスレド件数



(出所：かころぐβの検索結果をもとに筆者作成)

Google 検索スコアも同傾向である (図3)。「推し」は2011年に急騰<sup>7</sup>したが、「アイドル」「芸能人」と比べて検索意図は低かった。2021年頃まで「オタク」の検索数を上回らない。当時の「推し」文化は、全国的に知名度のある大衆文化でも、主流文化を否定する対抗文化でもなく、限られた愛好者が楽しむ地下文化<sup>8</sup>だったのではないかな。

図3：「推し」関連キーワードの検索スコア推移



(出所：Google Trendsをもとに筆者作成)

この間に何が起きていたのか。量的変化は指摘しづらいものの、質的变化として、1. ライブエンタテイン

7 AKB48劇場公演『チームB 5th Stage「シアターの女神」』(2010年初演)の劇中曲「チームB推し」発売と、その後の反響によると見られる。この楽曲は、管理者がファン用語(推し)を作品名に用いたとして注目される。同年には「推しメン」が「新語・流行語大賞」にノミネートされた。

8 本書が扱う「推し」文化と、いわゆる「ネット文化」「オタク文化」との異同を議論するには、より詳しい分析が必要である。関連書に『僕たちのインターネット史』『平成ネット史 永遠のベータ版』『平成オタク30年史』などがある。

メント市場の成長に伴うアイドルグループ人気<sup>9</sup>、2. キャラクタービジネスの市場拡大と複合芸術化<sup>10</sup>、3. 複合型アイドル育成ゲームの登場（「推す」行為の作品化<sup>11</sup>）、4. 動画投稿アプリとライブ配信文化の隆盛<sup>12</sup>などが起きていたといえるだろう。

これらの背景に、スマートフォンの普及と無線通信ネットワークの整備、大規模データ処理技術の進歩があることは言うまでもない。ソーシャルメディアや動画配信サービス、ゲームエンジンなどの利用者が増えるにつれて、それらを用いた著作者、著作行為、著作物、受容者が相互作用的に増えている<sup>13</sup>。こうした変化は、支配的なメディアの変遷につれて「Web2.0」「UGC: User Generated Content」「ネット文化」などと呼ばれ、20世紀以前のアマチュア文化や同人文化、庶民文化などと関連づけ・比較されている。

受容者による消費遍歴の話題化も進み、「沼（る）」「沼落ち」「推し語り」「他界」などの隠語も生まれる。また、さまざまな派生語が生まれたことも論を俟たない。ファンダム内の行為・心理を表す語（例：箱推し、推しカブ、最推し、推し変、推ししか勝たん）のほか、従来語の当て字や複合語（例：推し事、推し活、推し疲れ）、友愛関係の婉曲表現（例：推し友、推しび）もある。原義への回帰<sup>14</sup>や新旧の用例を混交したレトリックも生まれた。宗教用語を諧謔的に取り入れた隠語（布教、お布施、尊い）と併用されてもいる。

#### 1.4. 「推し」文化をモチーフにした作品の登場

2015年以降になると、「推し」文化をモチーフにした作品が諸分野で現れる。「推し」という文字列を題名に含む話題作だけみても、『推しが武道館いってくれたら死ぬ』（2015）「だから私は推しました」（2019）『推し、燃ゆ』（2020）『【推しの子】』（漫画：2020年、アニメ：2023年）などがある。

名詞「推し」の指示対象も広がり、実在する実演家・接客員や架空のキャラクターは言わずもがな、幅広い著作物・実演に用いられるようになった。書誌データベース<sup>17</sup>の検索結果からいくつか例示すると、「推し」文化のモチーフは成年コミック、ロマンス小説、ライト文芸、ライトノベル、ヤングアダルトにも転用されたほか、趣味・実用書や語学書・辞書などの書籍カテゴリーにも浸透<sup>18</sup>。2023年には伝統文化・古典芸能史の再解釈<sup>19</sup>や、20世紀アイドル文化の再論<sup>20</sup>、観光旅行や政治選挙の広告コピーにも流用される<sup>21</sup>。交友関係、親近者・血縁者を指す用法も生まれ（旦那推し、彼氏推し、推し友など）、幅広い世代の認知率も高まった（文化庁調べ<sup>22</sup>）。この時期には「推し」が一般名詞になったといえるだろう。

9 第1回AKB48選抜選挙(2009)の翌年以降は、後年に注目される女性アイドルグループが相次いで結成・デビューしたことから、いわゆる「アイドル戦国時代」(2010-)と呼ばれる。また、韓国では大手芸能事務所4社(いわゆる「エンタービッグ4」)が日本・中国を中心に海外市場への積極進出を始め、2012年にはK-POPの輸出総額が国内の音楽市場規模を上回った。

10 大手出版社がIP・ライツビジネスを強化し、イラスト・漫画・アニメを原作とした演劇・音楽・映画などの作品数が増えた(注釈28を参照)。

11 複数の芸術分野をまたいだ／組み合わせた物語消費を所与とする作品群で、「刀剣乱舞」「うたの☆プリンスさまっ♪」「アイドルマスター」「ラブライブ!」「あんさんぶるスターズ!」「アイドリッシュセブン」などが挙げられる。「ウマ娘」「ブルーアーカイブ」など2020年代の人気作も、これらの類縁にある。

12 情報発信力のある個人が主要な投稿プラットフォームごとに生まれ、アルファブロガー(ブログ)、ポカロP(ニコニコ動画)、ニコ生主(同)、YouTuber(YouTube)、VTuber(同)、インフルエンサー(Twitter, Instagram)などと呼ばれた。

13 これらの変化を新興文化資本の勃興と見て、伝統芸術とデジタル映像文化の「形式の融合」や「異種コンテンツ」の協働が進んだとし、「文化的オムニボア(文化的雑食)」と呼ぶ論がある[片岡, 2022]。

14 「推しは推せるときに推せ」(初出不明)

15 例えば、『推しを推せるときに推したいように推すオフ』(書名)など。

16 アイドル(国籍・ジェンダー問わず)、芸能人・テレビタレント、舞台役者、お笑い芸人、コンセプトカフェの店員、ホストクラブ・キャバクラの接客員など

17 調査には「紀伊國屋書店ウェブストア」の検索機能を用いた。検索結果の機械的なフィルタリングが行われない一方で、ISBNを取得していない書籍・冊子は検索結果に含まれないことに注意。

18 例えば、『推し短歌入門』『推し着物』『推しのぬい服を作ろう』『推しが尊すぎてしんどいのに語彙力がなさすぎてしんどい—腐女子の感情類語辞典—』『推しの素晴らしさを語りたいのに「やばい!」しかでてこない—自分の言葉でつくるオタク文章術。』など。

19 「推し活!展」

20 『推す力 人生をかけたアイドル論』『JUNON 創刊50周年記念展「推し」に恋して半世紀!』など。

21 JR東海「推し旅」「雪よ、推してくれ」、京都市長選「推し選」など。

22 令和4年度「国語に関する世論調査」(文化庁国語課)

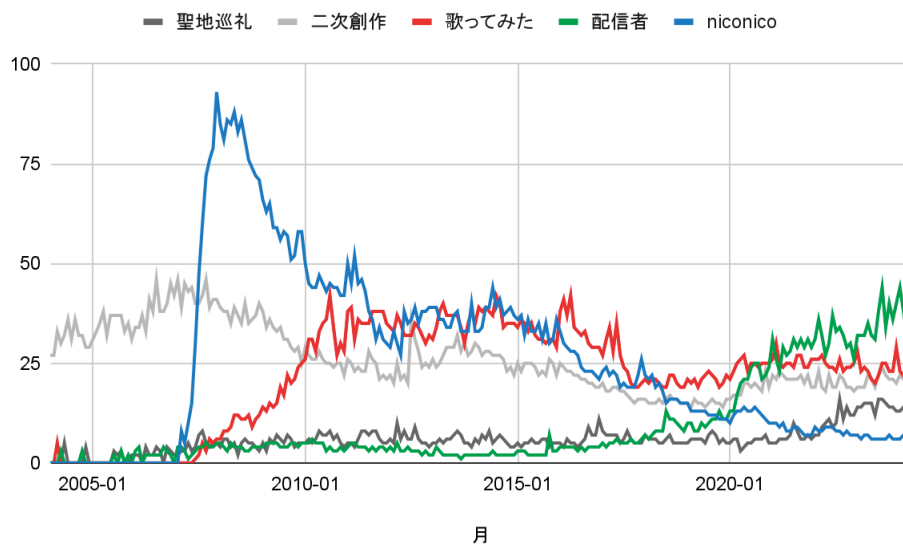
## 1.5. 「オタク文化」「ネット文化」や観光政策との混淆

本論では詳述に至らないものの、「推し」文化に特徴的とされる消費行動は、中森明夫「「おたく」の研究」(1983)以来、さまざまな変遷を経てきた「オタク文化」との混淆を指摘できるかもしれない。

物語作品の派生著作物を楽しむ文化は、遅くとも王朝文学の写本流通に端を発する。しかし近年のファンフィクション(二次創作)文化は、オフセット印刷技術の価格低下とともに隆盛した同人印刷文化<sup>23</sup>に源流がある。1990年代後半頃からテキストサイト、画像投稿サービス、動画配信サイトなどが普及するにつれて、<sup>24</sup>諸ジャンルごとに独特の規範と行動様式を形成するに至った。こうした文化圏にも「推し」文化は見られ、<sup>25</sup>さまざまな造語(例:推しキャラ、推しかぷ、推しCP)を生み出すだけでなく、この文化圏それ自体の社会風俗を記述する試みも現れている。

いわゆる「ネット文化」との接続も、「推し」概念の広がりを知るうえで捨象できない。「2.5次元」文化<sup>26</sup>や動画投稿・ライブ配信文化、バーチャル文化など、さまざまなWebサービスに根ざしたユーザー文化が存在し、サービス内の人気ユーザーなどに名詞「推し」が用いられている(例:推し生主、推し配信者、推しの歌い手、推しダンス)。検索スコアを見ると、ニコニコ動画(単語:niconico)の検索意向が2007年を頂点に下がった一方で、同サービスから発祥した「歌い手」文化(単語:歌ってみた)は漸減から横ばいで推移する(図4)。一般名詞「配信者」は2018年頃から増加し、2020年には「二次創作」を上回った。

図4: 派生・関連キーワードの検索スコア推移



(出所: Google Trends をもとに筆者作成)

また、映像作品の舞台や撮影地、著作者の故郷が「聖地」と呼ばれ、新たな名所・観光地となる現象は、遅くとも1990年代に生まれ、2000年代以降に普及したとされる。名詞「推し」の指示対象が広がるにつれ、<sup>27</sup>地方自治体や観光事業者が「推し活」と積極的に結びつけ、地域の文化資源(特産品や文化財、文化施設、伝統行事など)と組み合わせて活用する政策も増えつつある。名詞「聖地巡礼」それ自体の検索スコアが急

23 参考例として、第1回「コミックマーケット」は1975年に、第1回「Wingマーケット」は1986年に開催されている。

24 飯塚邦彦「コミック同人誌印刷所の成立——創作漫画文化の側から」(2016)

25 例えば、真田つづる「同人女の感情(私のジャンルに「神」がいます)」(2020)

26 漫画やアニメ、ゲームを原作とした舞台演劇は「2.5次元ミュージカル」と総称され、『ミュージカル「聖闘士星矢」(1991年)や『サクラ大戦歌謡ショウ』(1997年)、『劇団四季「ライオンキング」』などを源流とし、『ミュージカル「テニスの王子様」(テニミュ)や『ミュージカル「刀乱舞」』(刀ミュ)を経て普及し、近年では近世演劇の新作演目にも取り入れられる。

27 参考:大石玄「アニメ《舞台探訪》成立史・新訂版:いわゆる《聖地巡礼》の起源と紀元」(2020)



増したわけではないが、観光需要の開拓が期待されている。

## 2. 問題の所在

### 2.1. 小括：「推し」文化は普及期から反省期へ

ここまでの論旨をまとめると、2001年から2005年頃には推挙の動詞がファンダムの隠語に転用され、省略による名詞化が進んだ。2005年から2015年頃には、名詞「推し」の指示対象が広がるとともに、選択と推薦の意味が薄れ、動詞「推す」の語義も汎化したと見られる。2015年以降になると、単語「推す(し)」は注目、支援、購入、尊重、崇拜、思慕まで含む抽象語となり、その指示対象は人物・団体や商品・サービスだけでなく、視聴体験、行事参加、寄付・贈与など定期的なコミュニティ活動や生活習慣全般にも広がった。

そして2015年から2020年にかけて、「推し」の検索スコアは「萌え」「オタク」を上回った。2023年には前年比7倍にまで急騰<sup>29</sup>し、ピーク後も前年比2.2倍で下げ止まった。調査時点では「アイドル」「芸能人」と同水準の検索量がある。

折りしも2023年には、大手芸能事務所・劇団が関わる人権侵害や暴力事件、死亡事故<sup>30</sup>が相次いで報道され、テレビ芸能・舞台芸術・配信文化の産業構造そのものに厳しい非難が集まった。「推し」文化そのものをメタレビューする趣向の著作物<sup>31</sup>も現れている。社会的注目のピークを過ぎた「推し」文化は、反省期を迎えたのではないか。

そうしたなかで、「推し」文化を学術研究の対象とするにあたって、何が注目すべき論点でありうるだろうか。当研究室が主眼とする学術領域を念頭に、3つの論点を指摘したい。

### 2.2. (論点1) 従来の愛好者文化との違いは何か

「推し」文化の産業構造は複雑化し、当事者が担う役割も流動的である。推される対象である著作者・実演家(推し)と、推す主体となる受容者(推し手)の関係には、両者を媒介する「メディア」と、その製作・運営を担う「管理者」が介在する。出資・寄付その他の支援を担う「協力者」も、適切な距離を保つための「制度」も存在する。また、「推し」が「推し手」となったり、「管理者」と「推し」が不可分となるなど、各アクターが別の役割を兼ねることも珍しくない。

文化芸術史において、著作者・管理者がファン用語を使ったり、受容者心理に自己言及する作品を発表する例は極めてありふれている。社会的影響力を持つ著作者や興行主が、コミュニティやテーマパーク、メディア・コングロマリットの形成に挑んだ例もある。そのため、直接の語源である女性アイドルグループのファンダムを経由せずに、群衆的な愛好家の共同体が成立したことを以って「推し」文化の祖型とする見方も当然にありうる。その反対に、「推し」文化の生活様式を伝統的な宗教教団のそれになぞらえる言説も現れている。この文化に固有の特徴は十分に識別されておらず、用語の一般化に伴って、先行する／後続する隣接文化との差異も薄れていくのかもしれない。それでもなお、「推し」文化が従来文化とは異なる性質があると主張できるだろうか。

ひとつの仮説として、21世紀における「推し」文化は、その文化圏の当事者が、ファンダムの制度設計や環境整備にまで自ら取り組むようになったとはいえないか。新作発表が先進国経済に影響を与える著作者・

28 独占欲やロイヤリティ(忠誠心)の遊戯的な表現だとする指摘もある[廣瀬, 2020]

29 増加時期は『【推しの子】』アニメ化発表と重なっており、大規模なデジタルマーケティングの影響が示唆される。もっとも、単独作品の検索スコアが一般名詞(アイドル、芸能人)に比肩するのは異例である。

30 ジャニー喜多川の性加害報道を発端とする被害救済とジャニーズ事務所の消滅、宝塚歌劇団の死亡事故(組織内の暴力・いじめ)、ryuchellの死亡事故(ネット上の誹謗中傷が影響か)、ダウンタウン松本人志の性加害報道など。

31 例えば、WSS playground『NEEDY GIRL OVERDOSE』(ゲーム)、YOASOBI『アイドル』(音楽)、日本放送協会「第74回NHK紅白歌合戦」(テレビ番組)など。

著作物は枚挙にいとまがなく、国際的な人気を持つファンダムの運営は、もはや文化政策の域に達しているからだ。

「推し」文化の考察・論評は盛んである。文化批評・在野研究に一定の蓄積<sup>33</sup>があるほか、広告・マーケティング調査や、産業分析も散見される。回想録や体験記、現場の撮影記録も行われ、いわゆる商業メディア<sup>34</sup>だけでなく、インディーメディアやSNS、個人サイトにも蓄積がある。いずれも有益な示唆が得られる文化資源（文化資料体）であり、今後の研究利用が期待される。

### 2.3. (論点2) 文化摩擦・研究不正リスク

「推し」文化を主題とした学術研究は多くない。2000年代からファン研究を主軸とした若者心理や文化産業の研究があるものの、「推し」文化を主題に明記した論文・学術書が発表されるのは、2019年以降のことである。

その要因は諸説ありうるが、「推し」文化の研究は、あらゆる当事者研究の例に漏れず、当事者コミュニティにおける文化摩擦や研究倫理上の問題が起きやすいことは指摘すべきだろう。諸文化のファンダムは固有の慣習と暗黙の了解に基づいて営まれ、指示対象（推し）について語るナラティブにも有形無形の規範がある。そもそも「推し」文化は、ときには本人にも説明のつかない感情に根ざしており、論評・考察それ自体が、当事者の心理的抵抗や侵襲、不信を招きやすい。

例えば、2023年には学生主体の研究プロジェクトで2件のトラブルが生じた。倫理的配慮の欠如、利益相反の発生、（プライバシー侵害を含む）情報の搾取・盗用、社会的差別の助長がある（もしくはそのおそれがある）と非難され、指導教員や所属大学の責任を問う声も挙がった。

### 2.4. (論点3) システマティックレビューの必要性

「推し」文化の構成要素が流動的であり、隣接文化<sup>36</sup>や既存の概念枠組み<sup>37</sup>との差異を示しづらいことから、研究戦略が細分化され、全体を見通しづらい事情もある。先行文献を概観すると、「推し」文化の考察・論評には、大別して5つのアプローチがあった。

1. 私的な思い出や生活行動、風俗慣習などの伝承として扱う
2. 消費者心理や作品構造、ビジネスモデルなどを理論的に考察する
3. 参与観察や当事者研究、アクションリサーチとする
4. 「推し」概念から離れ、領域画定がより明確な個別文化を対象とする
5. 研究規範から離れ、文化批評やビジネス論、生活調査のナラティブを採用する

これらは産学官それぞれの目的と制約のなかで行われており、研究成果の再利用や横断的な比較、データの標準化が十分に進んでいない。体系的な概念枠組みによる持続的な記録の試みと、それらを共通の文化資源とした分析手法の確立が待たれる。重要な文化資源（文化資料体）の収集・保存や、基本概念の精緻化、調査手法の刷新も期待されるだろう。

32 「ハリー・ポッター」シリーズ(小説)、テイラー・スウィフト(音楽)、防弾少年団(音楽・ダンス)、「ポケットモンスター」シリーズ(ゲーム)など。

33 同人グループ「劇団雌猫」の諸作、批評誌『ユリイカ 2020年9月号 特集=女オタクの現在』など。

34 テレビドキュメンタリー、新聞・雑誌、書籍、Webメディア

35 明治大学国際日本学部「BLコンテンツに親しんでいる女性に対するアンケート」(2023)、名古屋短期大学『大眼界』(2023)

36 ネット文化、オタク文化

37 ポップカルチャー、サブカルチャー、オルタナティブカルチャー

### 3. 企画趣旨

#### 3.1. 狙い

前述した背景を踏まえて、私たちは「推し」文化に関わりのある当事者が、現場から離れた立場から、個人的な体験を起点に近過去をふり返る「対話の場」を設けることにした。諸手法を検討のうえ、次の4要件を基本的な枠組みとするフォーカスグループ・インタビューを行った。その狙いは、取材記録それ自体を「資源化」することで、いわゆる「推し」文化にとどまらず、将来の文化研究に期待される役割や、解決すべき研究課題を特定することにある。

要件	狙い
(1) 複数人の対話で	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多視点の語りを、安易な両論併記ではない配置で示す</li> <li>・シングルストーリー(単一の物語)の危険性を抑える</li> </ul>
(2) 半匿名で	<ul style="list-style-type: none"> <li>・所属・肩書に由来する権威バイアスを避ける</li> <li>・発言者のプライバシー・営業秘密を守りやすくする</li> </ul>
(3) 非同期に	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バンドワゴン効果や内集団バイアスを防ぐ</li> <li>・客前意識やライブの緊張感を持ちすぎない</li> </ul>
(4) 書面で(紙上)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファクトチェックや補足・訂正の機会を保つ</li> <li>・音声・映像による偏見を抑え、保存・引用しやすい</li> </ul>

#### 3.2. 採用手法

フォーカスグループ・インタビューとは、少人数のグループで指定トピックについて話し合う質的調査法である。典型的には6~12人の参加者を集め、進行役がガイドラインに沿って質問し、参加者の対話を促す。統計可能な情報の収集ではなく、参加者の感情、態度、考えなどを引き出すことに向く手法である。<sup>38</sup>

この手法の難点として、対象者の代表性は必ずしも期待できず、対話の展開と結果は進行役のふるまいに依存しやすい<sup>39</sup>うえ、調査者の主観をコントロールしづらい。今回は見送ったが、難点を補うために別の手法と組み合わせることもある。

名称	組み合わせる手法	狙い	利点
デルファイ法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前アンケート</li> <li>・メールインタビュー</li> </ul>	研究課題の優先度づけや特定イシューへのコンセンサス形成に用いる	専門分野の有識者が細分化された特定の論点に結論を見出すことに向く
ソーシャルリスニング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャットインタビュー(SNS・メッセージアプリなど)</li> </ul>	参加者の母集団を広げ、論調のばらつきや希少な意見の発掘を目指す	テキストデータを作成しやすく、自然言語処理を用いたテキストマイニングと相性がよい

#### 3.3. 実施方法

多様な論点を抽出するために、あえて共通の質問票は設けず、フォーカスグループごとに属性の異なる候補者の参加を呼びかけた。具体的には、全4グループで次のようなリクルート方法、データ整理方針のもとにインタビューを実施した。

38 参考: 千年・阿部, 2020

39 参考: 福田, 2007

### 3.3.1. グループ構成

	観 点	質問例
A	「推し文化」の変遷と情報メディアの影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なぜ「推し」文化が注目されていると思うか</li> <li>・現在の「推し」文化をどう見ているか</li> <li>・将来の「推し」文化はどう変化するか</li> </ul>
B	「推し活」に着目した地域振興の可能性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「推し活」を活用した社会活動の効果は何か</li> <li>・「推し活」の活用法と、期待効果は何か</li> <li>・「推し活」は地域振興になぜ・どう寄与するか</li> </ul>
C	「推される立場」になった「推し手」の心理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なぜ、推し手から「推し」になったのか</li> <li>・「推し」であることで、どんな感情を持つか</li> <li>・「推し」とはどのような存在だと思うか</li> </ul>
D	「推し活」当事者が得た経験	<ul style="list-style-type: none"> <li>・なぜ、人は「推す」のか</li> <li>・人はなぜ「推し」にはまるのか</li> <li>・「推し活」を通じて何を体験したか</li> </ul>

### 3.3.2. リクルート方法

あらかじめ作成した「情報源リスト」（本書「参考資料」に収録）をもとに、学生（社会人）の交友関係やウェブサイト・SNSの検索結果から候補選定し、必要に応じて、所属先の問い合わせ窓口などから出演を打診した。

### 3.3.3. 匿名化ポリシー

権威バイアスをはじめとする各種バイアスを抑制し、参加者のプライバシー・営業秘密を保護するために、出席者には半匿名を原則とした参加を求め、個人情報の開示は本人の任意とした。具体的には、「取材時に、同席者へ情報開示するか」「報告書に氏名・所属を表示するか」「掲載後に本企画への参加を開示するか」という3場面について、事前説明のうえで本人希望を確認することにした。

### 3.3.4. データ整理の方針

語られた話題を大まかな単位で記録することを主眼とし、参加者の営業秘密・プライバシー保護を兼ねて、以下の方針で行った。

No.	方針	留意点
1	音源・逐語録は公表しない	記録の真実性は、厳密には担保されない
2	話題のまとまり別に構成・編集を施す	発話の時系列が必ずしも考慮されない
3	機微情報を削除し、文法・構文を整える	発話のテンポ、息継ぎ、フィラーなどはそのまま残らない
4	発言者による事後の加筆・修正を許容する	記録の正確性は高まるが、即時性は失われる
5	発言単位の詳細分析は行わない	データのコーディング、カテゴリー分け、ラベル・タイトル付けなどは行われない

### 3.3.5. 免責事項

最後に、投下労力と合理的配慮の限度について述べたい。本プロジェクトは、大学院生が研究・発表の知識・ノウハウを習得するために、隔週授業の一環で行われた。企画予算以外に調査研究費は得ておらず、課外活動の時間・労力は、学生・教員の持ち出しで行われている。また、担当教員・学生は文化資源学・文化経営学を専門としており、大衆文化研究や文化人類学、情報社会学などの専門家は参加していない。なお、出演者には大学規定の謝金を支払っており、観察・取材の厳密な中立性は保証されない。

## 4. 用語

### 4.1. 基本用語

#### 推す（動詞）

特定の対象に金銭、労力、時間などを投じること。元来は指名や選抜の意味で使われたが、注目、応援、尊重などの表現に転じた。さらに好意、愛着、欲望などの表明にも使われるようになった。

#### 推し（名詞）

推挙の動詞「推す」が名詞化した語。芸能事務所が特定の女性アイドルを積極的に売り出す様子（事務所推し）から転じて、ファンがお気に入りのメンバーを選び、応援することを意味するようになった。特定の人物・団体のほか、文化現象や地域、抽象概念なども「推し」と呼ばれる。さらに転じて、恋愛対象や交友関係といった好意の対象全般を指す用例も生まれた。2001年頃から用例が見られる。

#### 推しメン

「一推しのメンバー」の略語。2002年頃から用例が見られる。

#### 推し活

（就活、婚活など）ライフイベントに関する活動の略語「〇活」に、広義の「推し」が結びついた造語。遅くとも2019年の新聞報道には用例がある。

### 4.2. 「推し」文化の構成要素（本論の独自定義）

#### 推し文化

名詞「推し」の指示対象にまつわる諸文化を大まかに指す。狭義には、任意の実演者を中心とした諸種の文化現象を指す。中程度の意味では、任意のファンダムにおける慣習的理解を大まかに意味する。実質的に文化芸術支援一般を指す広義の用法も見られる。

#### 推し

文化芸術の受容者が、金銭・労力・時間などを投じる対象を指す。

#### 推し手

文化芸術の受容者一般を指す。「推し」との直接的な接点を持たず、「管理者」「メディア」を介して何らかの財産的利益を提供し、その対価として著作物・実演などを享受する。

#### 管理者

「推し」の著作物・実演の生産、流通、消費といったライフサイクルに一貫して関与する主体を指す。運営、事務所、マネージャー、プロデューサーなどと呼ばれ、法人／個人の区別が明確でないこともある。

#### 協力者

「推し」や「管理者」と何らかの取引関係を持ち、その意志決定に影響力を持つ主体。パトロン、タニマチ、スポンサー、サポーター、支援者などとも呼ばれる。「推し手」が集団で資金集め・PR活動などを行い、事実上の「協力者」となることもある。

#### メディア

当事者が財・サービスの提供・受容に用いる施設や催事、情報サービス、記録媒体などを「メディア」と総称する。「推し」の身体や著作物・実演それ自体と不可分にもなる。

#### 制度

「推し」文化の構成要素に影響を与える明示又は黙示のきまり一般を指す。法律・規則などのほか、生活慣習や道徳規範、組織内の慣例、価値体系、言語などを含む。





## 第II章 紙上座談会

- A. 「推し」文化のターニングポイント—21世紀のアイドルが果たす役割の変化をめぐって …… **16**
- B. 「聖地巡礼」が地域振興にもたらす効果—埼玉県秩父市の取り組みを中心に …… **24**
- C. 「推し手」と「推し」が共存できる距離感とは—perfumen「踊ってみた」動画を例に …… **32**
- D. 人はなぜ「推し活」にはまるのか—オタク・浪費・推し疲れ …… **41**

# 「推し」文化のターニングポイント 21世紀のアイドルが果たす役割の変化をめぐって

## テーマ

「推し」文化に関わる職業専門家であり、それぞれの「現場」の当事者でもあるお二方をお招きした対談です。「推し」の語源であるアイドルにまつわる言葉とその背景をふり返りながら、この文化に影響を与えた社会情勢、技術変化などを掘り下げ、同時代の「声」として記録しました。「推し」文化は誰が担い、どう広がったのか。推し文化の特徴は何か。将来の「推し」文化に期待される役割は？

## 開催概要

日時	2024/03/01（金）14:00-16:00
場所	東京大学本郷キャンパス法文1号館 2階 213教室
取材・編集	星野、柳、笠井
備考	収録音源の自動書き起こしをもとに発言の抜粋、要約および再構成を行っています。

## プロフィール

高橋優香子：1991年生まれ。NHKよるドラマ「だから私は推しました」プロデューサー。担当作に「光る君へ」（2024）など。

中村香住：1991年生まれ。社会学者。共編著書に『アイドルについて葛藤しながら考えてみた——ジェンダー／パーソナリティ／〈推し〉』（2022）など。

## 「推し」という言葉をいつ知りましたか？

高橋 たしか大学3、4年のとき、2013年頃ですね。友人が「モー娘。<sup>1</sup>の〇〇推し」と言っていて、そんな言い方するんだ、と思った覚えがあります。

中村 私は2010年、大学1年のときに知りました。周囲で「AKB48」<sup>2</sup>があまりに盛り上がっていたので、勉強しようと思って、動画視聴したりするなかで耳にしました。

ちなみに通説では、「モーニング娘。」<sup>3</sup>のファンが——当時は「ハロヲタ」<sup>4</sup>ではなく「モーヲタ」と呼ばれていましたが——2ちゃんねるの「モ娘（狼）板」<sup>5</sup>で使ったことが起源であるとされているようです。その後に「AKB48」が社会現象となるなかで、一般に知られるようになって、当時の「AKB48」ファンは「推しメン」と言っていましたね。

1 「モーニング娘。」の略称。

2 秋元康がプロデュースし、2005年に東京・秋葉原を拠点として活動を開始した女性アイドルグループ。

3 ハロー！プロジェクト（略称：ハロプロ）所属のアイドルグループ。1997年結成。「ハロー！プロジェクト」は、アップフロントグループ系列の芸能事務所に所属する、日本の女性アイドルグループ・女性タレントの総称。

4 ハロー！プロジェクトの熱烈なファン。

5 西村博之が1999年に開設した個人サイトを出自とする匿名掲示板（現：5ちゃんねる）。

6 匿名掲示板のスレッド名。「モー娘。」の略称「モ娘」が「狼」の字体に似ていることから生まれた。



## 当時は、何を推していましたか？

中村 2011～2014年頃にはSKE48<sup>7</sup>を応援していました。2011年は「パレオはエメラルド」<sup>8</sup>が出た年ですね。地下アイドルを応援していた時期もあったのですが、推していたグループがわりとすぐ解散してしまい、その後はメイドカフェにはまりました。「あっとほおむカフェ」<sup>9</sup>に2年で500回は来店して、お嬢様認定証のランクはプラチナになりました。いまは女性声優のオタクをしています。『ラブライブ!』<sup>11</sup>『少女☆歌劇レヴュースタァライト』<sup>12</sup>『BanG Dream! (バンドリ)』<sup>13</sup>などが特に好きでいわゆる「2.5次元アイドル」<sup>14</sup>全般に関心があります。テーマパークにも関心があって、東京ディズニーリゾートには小学生の頃から毎月通っています。海外のディズニーパークも踏破しました。サンリオピューロランドにもよく行きますし、USJ(ユニバーサル・スタジオ・ジャパン)の年間パス(年間パスポート)も持っていますね。

高橋 ヤバい、めっちゃめっちゃ推してますね。私が小学生の頃は「モーニング娘。」が流行っていて、文房具を「モー娘。」で揃える子もいたし、トレカ(トレーディング・カード)も流行っていました。男の子も女の子も「モー娘。」が好きで、みんなで「誰派?」みたいな会話をして、「ミュージックステーション」や「うたばん」を話題にして。中学時代は滝沢秀明さんが好きで、大河ドラマ「義経」<sup>15</sup>がきっかけで、いまの仕事を志望したところもあるくらいです。それからしばらく、特定の誰かを熱心に追うことはなかったのですが、大学4年の頃に友人が「モーニング娘。」が好きで、一緒にオーディション映像をみたり、無銭ライブに行くうちに、またアイドル熱がむくむくと起こってきて。入社後の赴任先が大阪だったこともあって、山本彩さんが在籍していた頃の「NMB48」<sup>16</sup>の握手会に何回か行きました。地下アイドルの「26時のマスカレイド」<sup>17</sup>を追いかけていた時期もありました。

## 「推し」という言葉のイメージは？

中村 2021年に「推し活」がユーキャン新語・流行語大賞にノミネートされましたが、それ以降は言葉から入る方も増えているのかもしれませんが。「『推し活』が流行りだから、私も『推し』が欲しい!」みたいに、目的と手段が逆転しているというか。それ以前はもっと、「犬も歩けば棒に当たる」というか……。

### —— 予期せぬ出会いだった？

高橋 何をすれば「推す」ことになるんだろう、と思うこともありましたが。「〇〇推し」を自称するには、お金も時間もめっちゃ使って、自分の生活の中心に「推し」がいるくらいでないと……と。いまは、英語でいうfavoriteのように、軽いニュアンスで使えるようになりましたね。「使える/使えない」を誰が決めるわけでもないですけど。

### —— 「だから私は推しました」第1話の冒頭も、「推し」という言葉をしっかり解説するシーンでした。

高橋 当時は、といってもほんの5年くらい前のことですけど、アイドルファンのなかでよく使われる言葉で

7 AKB48グループの1つで、2008年に結成した女性アイドルグループ。名古屋市・栄(愛知県)を拠点に活動。

8 2011年に発表されたSKE48の楽曲。

9 2004年に1号店が開店。当時の店名は@home cafe。

10 同店の会員証で、ブロンズからスーパーブラックまで7段階のランクがある。

11 女子高生のスクールアイドルグループ「μ's(ミューズ)」を根幹とする、ユーザー参加型のアニメ作品や関連企画。

12 2017年からブシロードとネルケプランニングが展開する、舞台を原作とした、漫画・ゲームなどの諸作品。

13 2015年に発表された漫画・小説を原作としてブシロードが展開するアニメ・楽曲などの諸作品。

14 2次元(アニメなどのキャラクター)と3次元(実在する人物)の間に存在するアイドルのこと。文脈によって、キャラクターと演技者(声優)のいずれか/両方を指すことがある。

15 2005年に放送されたNHK大河ドラマ第44作。主演は滝沢秀明。

16 AKBグループのひとつで、2010年に誕生した女性アイドルグループ。大阪市・難波(大阪府)を拠点に活動。

17 2016年9月23日結成した日本の女性アイドルグループ。2022年10月30日に解散。

も、まだ市民権を得ていませんでしたね。それこそ「オタク」の用法に近くて、何かをすごく深く知っているからこそ「オタク」を名乗れるというような、ちょっと特別なワードだと感じていました。

——いまでは「推し」という言葉が定義しづらくもなりました。

**高橋** あえて言語化するなら、「自分のエネルギーを他者に向ける行為」で、「その結果として自分が潤う」ことでしょうか。何かにお金や時間を投じるのは面倒なことで、エネルギーが必要じゃないですか。チケット購入に手間もかかるし、ライブ当日も立ちっぱなしだし（笑）。でも、自分がエネルギーを投じると、相手からもエネルギーをもらえる。そういう循環があるのは面白いです。もちろん「100%奉仕」の精神で応援する方もいるでしょうし、軽い言葉にもなりましたが、そのどちらでもない意味合いがあるとしたら、そこに良さがある気がします。

**中村** 「推す」が使われ始めた当初は、近年のK-POP文化圏でいう「1 pick」<sup>18</sup>のように、複数の選択肢から1人を「選ぶ」意味合いが強かったように思います。それが徐々に「応援する」ニュアンスが強まって、そこからさらに意味がカジュアルになったのでしょうか。たとえば、Twitter (X) で「お気に入り」するだけでも、「選ぶ」という意味で「推し」でしょう。推せる範囲で推せばよくて、お金や時間を費やせないことに罪悪感を持つ必要もないでしょうし。

ただ、私自身の個人的な言葉づかいだと、何かに「コミットする」というか、ガチめな意味をつけ加えたいくなる気持ちもあるんですね。私は『『好き』な声優』がたくさんいて、伊藤彩沙さんも相羽あいなさんも、久保田未夢さんも小泉萌香さんも好きなんですけど、例えば伊藤彩沙さんなら『『バンドリ』のライブ行けてないし、『ウマ娘』<sup>19</sup>のライブは配信ですら見てないし、彼女が出演するコンテンツを追い切れてない。これでは『推し』とは言えないかもしれないな』と感じちゃうこともあります。『『推し』の声優は?』と聞かれたら、『『推し』とまで言えるのは相良茉優さんと夏川椎菜さんかなあ』と今なら答えるかもしれません。

**高橋** 人によってこんなに解釈がバラバラなのは、面白いことですね。本当に大きな主語になりました。

## 「推し」という言葉が広がる前は、どんな時代でしたか？

### オタク文化における「萌え」と「推し」

——『電車男』<sup>20</sup>は、当時どのように受容されていましたか？

**中村** 研究者目線でいうと、「2ちゃんねる」の書き込みをもとにした「小説」で、いわゆる「オタク男性」が「一般女性」との恋愛を成就させる物語でした。書籍よりも映像作品が人気で、テレビドラマは平均視聴率が20%近くまで行っていたようです。「オタクの街」としての「秋葉原文化」を一般の方に印象づけた作品でした。

**高橋** 誰もが知っているようで知らない「オタク」の生態系を明らかにしながら、「ぼっとしない男性」が「キラキラした女性」と結ばれる、その過程を楽しむラブコメでしたよね。

**中村** ちなみにテレビドラマが放送された2005年は、「あっとほおむカフェ」発のメイドユニット「完全メイド宣言」<sup>21</sup>が「萌え〜」で流行語大賞に選ばれて、「AKB48」が結成された年でもあります。いまでいう「推し」とは位相も用法もちがうのですが、近い言葉といえば「萌え」だったんですよ。

——「萌え」というのは、どういう言葉だったんですか。

18 もっとも推したい練習生のこと。公開オーディション番組ではデビュー前の練習生に視聴者が投票するシステムをしばしば取り入れている。

19 2016年からCygamesが展開する漫画・ゲームなどの諸作品。

20 「2ちゃんねる」の書き込みを基にしたラブストーリー。2004年に「中野独人」名義で書籍化された。

21 2005年にデビュー。作詞・作曲の呉野涼一郎のちにつんく♫の別名義と判明。

中村 本田透『萌える男』<sup>22</sup>や東浩紀『動物化するポストモダン』<sup>23</sup>などで、盛んに解説されていました。東浩紀は当時、「猫耳」「メイド」といった「要素の組み合わせ」を楽しむ姿勢は、「大きな物語」が瓦解した以降の「データベース消費」なのだと論じていましたね。

ふり返ると、ゼロ年代のオタク文化は「男性が女性を眼差す」という構図が主流だったと見ています。「オタク」という言葉でイメージされるのは男性で、「オタク文化」といえば美少女コンテンツが想起されて。もちろん美男子コンテンツもすでに一定の市場規模がありましたけど、「オタク」という言葉で一般には語られていなかったような。

——記号の組み合わせに「動物」的に反応すると言われた「データベース消費」と、登場人物の関わりを重視する「関係性消費」は、当時からあまり交わっていなかった？

中村 交わっていなかったんでしょうね。例えば、『薄桜鬼』<sup>24</sup>や『アンジェリーク』<sup>25</sup>が（関係性消費的に）男性から支持されていたとは言いがたいでしょうし。いまでこそ『アイドルマスター SideM』<sup>26</sup>のように、女性のみならず男性からも支持される美男子コンテンツも現れていますが。

——素朴な質問ですが、「モーニング娘。」が好きな女の子たちの間では、どんな会話がなされていたんでしょう？

高橋 「誰が好き？」「なっち」「ゴマキ」「加護ちゃん」「え、辻ちゃんのほうがいいよ～」みたいな会話でしたね。そのアイドルのトータルとして「かわいい感じ」「クールな感じ」が好きとか、加護ちゃん・辻ちゃんは「友達っぽい」けど、なっちは「お姉さんっぽい」とか。

## 非日常のインタラクションが生まれる「居場所」

高橋 ドラマ製作中には、ライブ会場やアイドルグループの運営会社にも取材したんですけど、「現場」によってお客さんの雰囲気もちがいましたね。国民的アイドルと呼ばれるような大きなグループの場合は、応援しているファンの方の趣味もアイドル一択ではない場合が多かった気がします。「趣味は登山です」「会社でフットサルをしていて」なんて答えてくれるんです。「でも、推しは〇〇さんです」と。かたや地下アイドルのライブ会場では、日常にしんどさを抱えていて、癒やしや息抜きを求めてアイドルに情熱を傾ける方の姿が印象に残っています。「仕事帰りにここへ来るのが人生の楽しみなんです」という声も聞きました。

中村（現場が）サードプレイス化していくんですね。博士論文でまとめたメイドカフェの当事者インタビューから見てきたのは、店員と常連客のどちらにとっても、メイドカフェが日常生活では得られない「居場所」になっていることでした。なんとなく通って、なんとなく会話しているうちに、だんだん所属意識が湧いてくる。常連客のなかには、プライベートで女性と1対1で話す機会がほとんどなくて、お金を払って会話を楽しみたいという考えの方もいます。メイドさんのなかには、そうした方との会話のキャッチボールの難しさを「ケア労働」だと話す方もいました。

その一方で、私自身の体験をふり返ると、私の「推し方」にちがいが生じるのは、接触（インタラクション）の頻度——会える機会がほぼないか、会える機会が多いか——によるのではないかと見ています。会える機会が多い「推し」の場合は、たとえお金を介した虚構の関係性だったとしても、その人と毎週のように会って話すことである種の「関係性」が積み上がっていくので、そのことに感謝したくなるというか。

22 『萌える男』(2005、ちくま新書)

23 『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』(2001、講談社現代新書)

24 2008年にアイディアファクトリーが発売した、女性向け恋愛アドベンチャーゲームを原作とするアニメ・ゲームなどの諸作品。

25 1994年に光栄(現・コーエーテクモゲームス)が発売した、女性向け恋愛シミュレーションゲームを原作とする諸作品。

26 『THE IDOLM@STER』の世界をモチーフとし、バンダイナムコエンターテインメントが展開するメディアミックス。2014年に初リリース。

——「だから私は推しました。」のなかでも、グループの端にいる不器用なメンバー（ハナちゃん）に、主役が自分の姿を重ね合わせて嫌悪感を抱く場面がありますよね。アイドルに「憧れる」気持ちと「推す」気持ちのちがいが描かれていたように思います。

高橋 台本づくりや撮影現場ですごく苦労したところです。「推し」は「見つける」ものではなくて、ふとしたときに「見つかる」もので、理屈で説明できない。けれども、ドラマにするにはそれを見る人に理屈でも伝わるようにしたい。だから主役が「突然なんとなく好きになる」のではなくて、「嫌いになるできごと」が関心を持つきっかけになって、さらに、自分が蔑んだアイドルが自分のために行動してくれる。その健気さに胸を打たれて「推し」になるという展開を入れたんです。あとは主役が「推し」に依存したまま、その人なしで生きられなくなるという、「他人軸」の物語にはしたくなかった。「推し」と「推す」側の対等な関係が築かれて、その相互作用の果てに「自分軸」で応援する。そのエネルギーがドラマを動かす。そんな物語を作ろうとしていた覚えがあります。

——製作現場で注意したことはありますか。

高橋 いちばんは、「アイドルやオタクたち、その題材にまつわる方々に納得してもらえる描き方」にすることですね。とくにドラマはフィクションなので、ある意味どうとでも物語を作れてしまう。だからといって調査で分かった闇の部分のカットして、良い面だけを取り上げて作るなんてことがないように、立体的に描こうと心がけていました。

## 理解されづらかった「恋愛ではない気持ち」

高橋 取材当時の女性アイドルの「現場」は、やっぱり大人の男性が多くて。彼らは開場するや否や待機列から全力ダッシュしたり、ライブで飛んだり跳ねたりする。人目がある場所で、大人の男性がなりふり構わず情熱を解放する場面って、日常生活ではまずないじゃないですか。その光景を目撃したことが、ドラマ製作のきっかけでした。完成作の世界観とはギャップがあるのですけど。

——社内ではどんな意見が出ていましたか？

高橋 「（この題材が）ドラマになるの？」とはよく言われました。「女性が女性を推す」物語だったからでもありますね。「男性が女性を推す」「女性が男性を推す」なら理解しやすくても、「女性が女性のためにお金や時間を使うの？ しかも売れてないアイドルなんでしょ？」と言われてたり。「恋愛とはちがうけど、その人のために何かしたい、その気持ちが自分の人生を豊かにするんだ」という感覚は、なかなか伝えづらかったのです。

中村 どうして「女性が女性を推す」物語を目指したんですか？

高橋 男性と女性の間接関係を描こうとすると、作り手がそのつもりでなくても、どうしても異性愛の物語だと受け止められやすいとは思っていました。作り手も「恋愛」を（ストーリーに）絡めたくなるし、見る側もそういうものだと理解しなくなっちゃう。そうじゃなくて、もっと純粋な心の動き、「推す」ことによって人生が変わっていく「現象」を描きたかったんです。キャッチーだったからでもあるんですけどね。当時はBL（ボーイズラブ）や百合といったジャンルも、いまほど広く知られていなかった気がします。

——先日、「Kiss of Life」<sup>27</sup>のファンミーティングに初めて行きまして。うまく言えないんですが、「落ちついて推せた」感じがありました。純粋に「好き」な気持ちと向き合えたような。男性アイドルと女性ファンの関係だと、いかにもファンサービスをされている感覚になるというか……。

## 「推し」文化におけるキャラづくり、ジェンダー表象

27 2023年7月に韓国でデビューした4人組アイドルグループ。

——「推し」文化におけるジェンダー表象は、どう変わっていくと思いますか？

中村 多くの論点がありますが、まず重要なのは、(異性愛の)男性が(異性愛の)女性を「推す」という感覚からして理解されづらいことでしょうか。「推す」という言葉に含まれる様々な心の動きや価値観をエスノグラフィックに掘り下げることは、異性愛中心主義(ヘテロセクシズム)<sup>28</sup>に抵抗する試みだと思います。でも、(異性愛の)男性向け/女性向けをはっきりと区別する、バイナリーな市場の在り方は大きくは変わらない気もしています。

——VTuberのように、演者の身体に「フィルター」をかける在り方も現れてはいますが。

中村 バーチャルYouTuberには詳しくないのですが、ノンバイナリー自認のVTuberは、まだ多いとは言えないように思います。バーチャルな存在であるがゆえに、ガワ(アバター)の表現にも作り手のジェンダー観がはっきり出やすいのかなと。

——日本の声優文化では、キャラ(登場人物)と中身(演者)が共存/乖離することはよく知られています。そのような「ずれ」をどう見ていますか。

中村 例えば「少年役を女性が演じる」という歴史は長くありましたが、男性声優の人气が広がったことも受けて、徐々に変わりつつあると聞いています。キャラクターと声優に「ずれ」があることを前提とした表現も見られますね。「ラブライブ!」シリーズの声優ライブでは、場内でMV(ミュージックビデオ)を上映しながら、そのキャラクターを演じた声優自身もまったく同じ振付をする演出があります。そのパフォーマンス自体がすごいことですし、それでも生じる「ずれ」を楽しむファンもいます。

キャラを演じる姿と、素に戻るギャップを楽しむ。そうした「2.5次元」文化の特色は、まだまだ広く語られていませんね。すぐに思いつくのは、2016年に「ユリイカ」で川村覚文氏が論じていたことかな。<sup>29</sup>VTuberのライブ配信でも「ガワ」と「配信者の素」のずれを面白い文化があるようですから、バーチャル文化の研究者たちとも連携していきたいです。

——「だから私は推しました。」放送中には、作中に登場する「サニーサイドアップ」が、実際に期間限定のアイドルグループとして活動する展開もありました。

高橋 メンバーそれぞれにどんな役割を演じてもらうかも、実際のアイドルグループを参考に決めていきました。改めて考えると、テレビドラマは「登場人物全員」をプロデュースする表現ですね。主役の「愛ちゃん」は「みんなが応援したくなる」キャラクターづくりを目指しましたし、サブキャラもどうすれば人気が出るか考えました。

## いまは、何が起きていると思いますか？

### カジュアルな日常語になったが、バイアス/問題はある

——2020年代に入って、ファンダムの在り方が変わったと感じることはありますか。「推し活」は新聞報道から広まって、ここ数年は自治体の観光政策などにも使われています。

中村 「推し活」という言葉がジェンダー化されている側面はあると感じます。女性声優ファンのマジョリティは男性オタクですが、その界限では「推し活」という言葉はほとんど聞いたことがありません。かたや女性オタクの世界では、応援うちわやブロマイドを入れるかわいいケースなど、パッケージ化された「推し活」

28 「異性愛者以外のアイデンティティ、行動、関係、コミュニティを拒否し、軽蔑し、レッテルを貼るイデオロギー体系」(Gregory M. Herek 1995) <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195082319.003.0013>

29 「声優-キャラ-ライブという例外状態:その条件としてのオーディエンスの情動と主体」(『ユリイカ 2016年9月臨時増刊号 総特集:アイドルアニメ』)

向け商品が発売されています。折しも今日、サンリオ「エンジョイアイドルシリーズ」から、推し活応援アプリ「おしきゅん」<sup>30</sup>がリリースされましたね。

——言葉が生まれた頃とは打って変わって、オタク文化からも離れていった？

中村 2020年にNHK「あさいち」<sup>31</sup>で「推し活」が特集されたとき、「人生が輝くヒケツ！“推しのいる生活”のススメ」と題されたことが象徴的です。どちらかといえばマイノリティだった文化が、よりカジュアルなライフスタイルに変わったのでしょうか。

高橋 「あさいち」の推し活特集は、私にとっても衝撃的でした。視聴者から寄せられたキーワードで、食生活にまで「推し」が使われているのを見て、誰でもなんでも「推せる」ようになったのだなと感じましたね。日常味が増したというか。

——「推し」との関係をめぐる葛藤や対立は、起きにくくなっていくのでしょうか。

高橋 どうなのでしょうね。多様化しているとは思いますが、ともすれば対象に依存してしまう、ディープな消費行為がなくなったわけではないです。

中村 特にメンズ地下アイドル文化における精神的依存や過剰な浪費、ホストクラブの売掛金といった問題も注目されるようになりました。借金苦で女性客が違法な売春行為に追い込まれる事件も起きています。

## 「推し」文化の担い手に期待することは？

——「推し」文化が広がったからこそ、両極端が見えやすくなっている。

中村 異性愛男性向けのオタク文化の一部に、ミソジニー（女性蔑視）を感じることは今でもあります。匿名掲示板のようにむき出しの欲望が書かれうるメディアで、美醜や性的欲望を語るならまだしも、公の場でアイドル本人に失礼な言葉をぶつけてしまったり。「女オタオタ」<sup>32</sup>といわれる迷惑行為も起きています。その一方で、「萌え絵批判」と呼ばれますが、オタク文化の文脈で描かれた女性キャラクターのイラストが公的機関の広報に使われて、フェミニストから問題視されることは多々あるものの、ゾーニングの必要性や、「わいせつかどうか」よりも「性的客体化」こそが問題だという議論がしばらく状況もあります。本質的には、オタク文化とフェミニズムがまったく交わらないことはないと思うのですが……。

高橋 「推し」を尊ぶあまりに、それ以外を見下すような話法も目にします。「〇〇が尊い」だけでいいのに、「(推し以外の)△△はつまらない」とまで言ってしまう。周りを傷つけたり、蔑むことを促すようなマーケティング手法に煽られないでほしいと思います。「推し」文化には、社会が向き合うべき様々な問題があるとはいえ、全体としては優しく、軽やかで、いい空気がつくれていると思うのです。それぞれが好きなのをお互いに尊重できるといいですね。

## 「作品」は増えた。「研究」も増えてほしい

——「推し」にまつわる言葉が多様化したいま、「推し」文化について何かを語るとしたら、どういう切り口が考えられるでしょう。

高橋 いまから「推し文化」を取り上げる作品を作っても、世に出る頃には古びた印象になってしまうかもしれませんね。関連作も数多くありますし。テレビドラマ製作は、「今日、思いついたこと」が世に出るのは1年くらい後なんです。「いま流行っているもの」を取り上げるのでは遅い。「流行りかけているもの」を掘り取るようにすると、ちょうど世の中の波が来たときに放送できたりします。だから製作現場では、「世の中に伝えるべきことで、私たちが面白いと感じることは何か」を考えるように気をつけています。むしろ「この

30 2024年2月にサンリオが発表したスマートフォン向けアプリ。カレンダー共有、タイムライン、ポイント機能などがある。

31 40代女性向けの朝の生活情報番組。2010年放送開始。

32 (同じジャンルの)女性オタクに異性愛的な視線を向ける男性オタクのこと。

ドラマをきっかけに流行が生まれるといい」とも。

**中村** 「同性が同性を推すこと」を扱った「作品」が増えてきた一方で、それらをめぐる調査・資料といった学術的な「言説」はまだまだ少ないんです。オタク文化／推し文化をめぐる語りもジェンダー化されがちで、「オタク文化におけるクィア」を扱った研究はいまだに少ないので、そこを取り上げていく必要も感じます。博士論文に盛り込めなかったことは次の論文にするつもりですし、フィールドワークやインタビュー調査も続けたいですね。(了)

## 座談会を終えて

おふたりには、「推し」という語が広く知られる前の思い出を語っていただきました。2010年代にこの語はどのように語られていたのか。製作秘話や研究潮流を交えながら、当時の実感とともにふり返ってくださいました。「推し」は、さまざまな価値観を内包する多義語となりました。それでも、選んだ／選ばれた相手と関係を築き、エネルギーを投じるニュアンスは、いまだに変わらないのかもしれませんが。ファンダムの人気に違いはあれど、ピュアな気持ちを安心して表現できる、非日常の「居場所」が求められています。

1983年に中森明夫が『『おたく』の研究』を連載した時から40年が経ち、もはや「オタク」は蔑称ではなくなりました。「サブカルチャー (サブカル)」が死語と見なされ、諸文化の序列が意識されなくなったとも言われます。かたや、コンテンツ消費と接客サービスの境界が揺らぎ、ジェンダー規範のずれを背景とした棲み分け／対立が目立つように。「萌え」から「推し」へ、さらに「推し活」へと流行語が移り変わるにつれて、何が同時代に発見され、見過ごされていたのか。そんな問いが思い浮かぶ座談会でした。

# 「推し活としての聖地巡礼」が地域振興にもたらす効果——埼玉県秩父市の取り組みを中心に

## テーマ

「推す」「推される」の関係から一歩引いて、「推し活」という現象を活用して利益・効果を得ようとするステークホルダーがいる。本企画では、特に公共領域における『推し活』の活用」として、地方公共団体における地域振興を対象とし、「推し」文化の可能性について公共の観点から討議する。

## 開催概要

日時	2024/02/14（水）15:30-17:30
場所	東京大学本郷キャンパス法文1号館 1階 116教室
取材・編集	藤井、溝上
備考	収録音源の自動書き起こしをもとに発言の抜粋、要約および再構成を行っています。

## プロフィール

岩崎達也：関東学院大学経営学部経営学科 教授。専門はコンテンツツーリズム、アニメ聖地巡礼など。

中島学：秩父市役所産業観光部 観光課 課長

## 秩父市事例紹介

——今回のインタビューでは、「推しを活用した地域振興」をテーマに、「推し文化を地域振興に活用する際の課題は何か、またどういうことを実施すべきか」について議論したいと考えています。まずは中島様から、秩父市の事例をご紹介いただけますか。

**中島** 秩父市には、秩父アニメツーリズム実行委員会という組織が存在しており、その事務局を我々観光課が担うことで、官民連携した活動を行っています。活動の対象は、「あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない。」（以下、「あの花」）、「心が叫びたがってるんだ。」（以下、「ここさけ」）、「空の青さを知る人よ」（以下、「空青」）の秩父が舞台になった3作品です。

秩父地域は埼玉県内では川越に次ぐ代表的な観光地となっていますが、若い方々に来ていただけない点が課題でした。昔から寺巡りなどが盛んで、2010年ごろまでは観光客の年齢層が高く40代以上が多くを占めていた中で、どうにか若い方々に来ていただけないか、と考え、2010年8月に、「銀河鉄道999」とコラボした西武鉄道のラッピング電車と秩父鉄道のSLに999のヘッドマーク付けて走らせるイベントを行いました。そのイベントを行うために結成されたのが、実行委員会ということになります。

ですので、実行委員会が設立された時点では、まだ我々は「あの花」の情報は知りませんでした。11月ごろに制作会社アニプレックスから連絡をもらったことで「あの花」の情報を初めて知り、そこから徐々につながりができたこととなります。2015年には二部作目「ここさけ」、2019年には三部作目「空青」とつながりました。

具体的に行っている活動は種々ありますが、例えば三部作を舞台とした探訪マップの作成などがあります。これはいわゆる通常の観光マップとは異なり、観光スポットやグルメ情報等は一切載せずアニメファンの方々



に特化したマップで、通常の観光マップには、アニメ情報はほとんど載せていません。アニメファンにとって探訪マップへの観光情報は必要としないだろうと考えていて、「聖地巡礼の『推し活』を邪魔しない」というコンセプトに基づくものです。さらに、マップの中に記載された「聖地」は主要な物のみであり、全ての聖地を記載しているわけではない点も特徴です。ファンの心をくすぐるという目的で、実際にファンの方に聖地を探す楽しさを味わってもらいたく、このようなコンセプトとしています。

また、秩父市は観光地ですので街中にはお土産屋さんも多く、実行委員会の書き下ろしイラストを使用したオリジナルグッズなども販売しています。アニメファンの皆さんには聖地巡礼を楽しんでいただき、イベントのノベルティを配布したり、秩父限定のグッズを購入いただいたりしています。

#### ——聖地巡礼による秩父市への効果はどのくらいの規模なのでしょう？

**中島** 効果の一つの目標数値として「観光客数」が挙げられます。当初より若い人に秩父を知ってもらうことで、観光客500万人を目指しています。そもそも秩父市は春の芝桜、夏・冬のお祭りなど、観光の柱は変わっていません。ただ苦手としている我々からの情報発信ができておらず、メディア効果による500万人達成が目安、ということになっています。コロナ禍で観光客数が減少していましたが、お祭りなど復活しておりまして令和5年度には目標を達成できるかなと思います。

現状の聖地巡礼者の内訳として、秩父の場合は男性が大体6割7割程度、女性が3割程度となっています。観光地としては、男女比のバランスが取れていた方が良いというところがあります。またリピート率については、聖地巡礼が始まった当初は半数以上の方が初めて秩父へ訪れ、現在は多くのファンがリピーターとなっていますが、昨年のアンケートでも約20%は初来訪の方でした。中には「アニメ作品公開から10年経ってようやく秩父に来れました」と言う方もいます。

**岩崎** 秩父はもともと高齢の人たちが主な観光客の対象となっていて、若年の人たちからはあまり関心を獲得できていない場所でした。それがアニメ作品の公開によって、ターゲットが逆転したという点が印象に残りました。またリピートの高さも他の自治体と比較して特徴的です。これは地域との関わりを語る上ではすごく重要なケースだというふうに考えます。

#### ——グッズの販売による効果もあるのでしょうか？ また活動のための予算は秩父市観光課に計上されているのでしょうか？ 一部の自治体では、「文化芸術よりも福祉などの他分野に予算を回すべき」といった声が市民から上がるケースもあると理解しています。

**中島** グッズの販売という観点では、実行委員会によるグッズ販売の他、秩父市内にファンが起業した会社も1社あります。その会社の分も含めると、およそ300種類程度、計3億円程度の規模となっています。アニメが始まった10年前時点にはゼロだったと言うこと、またグッズを目当てで秩父に来ると言う人も一定数いるということを考えると、秩父市に対する効果は本当に大きいなと私自身考えております。

予算については、委員会立ち上げ当初は10万円ぐらいだったんですが、ここ6、7年は100万円超が市からの負担となっています。また、鉄道会社や観光協会といった関係者からの負担金がありますので、固定予算は180万円程度が基本です。グッズ販売時は、イラストの作成料や制作会社へのライセンス費用などが必要ですが、それなりの数を売りますので、活動費の足しにして毎年継続的に活動を行うことができます。

それほど市の予算は大きくなく、実績としてはそれなりの形を継続しているところなので、予算に対する非難等は特にはないです。むしろ応援してくれる方で、「もう少し予算をつけてもよいのでは」と言ってくれる方はいますけれども、あくまで作品の力があっての活動ですので、そこまで大幅な増額はできないと考えています。

**岩崎** 他の自治体で、税金の使い道として市民から指摘されたケースは聞いたことがあります。その場合は作品をとにかくいいものと理解してもらおうと、街の人たちに対する啓蒙活動を実施したそうです。その自治体も予算は20万程度しかないんですが、やはりしっかり理解してもらうことが重要だという話でした。

今の日本の状況って、結構コンテンツビジネスとか、アニメがメインカルチャーになっているわけで、そういう意味では今やっていることは何年前とは全然違います。今年齢の高い人たちも結局はサンデー、マガ

ジンや、ジャンプで育っているから、実はシニアの人もマンガ世代になっています。もう昔の「高齢者」とは違うんです。団塊の世代の人たちにしたって、全然そういうカルチャーはわかっているから、そこに理解がない人って、実はあんまりいないんですよね。

地域に文化財やいろんな歴史があるのに、税金でアニメみたいなものを使って活性化するのはいかがなものかということを言われたケースがあるんですけど、秩父はないですか？

**中島** ないですね。

**岩崎** いいですね。なので地域の文化財は進められるけれど、アニメは説得するのに時間がかかったと言っていました。

**中島** 昔からある文化財を活用してPRしたらどうかという提案をもらったことはあるんですけども、私があんまり強引にこっち（アニメツーリズム）に持ってくることはないので、あまりそういう対応はしなかったです。

## ファン・制作会社・地域との関係性

——秩父を舞台とした作品が、コンスタントに3部作続いたことも、秩父市へ良い影響をもたらしたように感じます。制作会社へ何か働きかけなどしたのでしょうか？

**中島** まず我々実行委員会は作品の権利を持っていません。だから制作会社に「活動をやめろ」と言われてしまったら、何もできないんです。「しがみついても何かやらしてくれ」と苦しんでいる自治体はたくさんあると思いますが、我々はそこまでせずに本当に良い形で関係を持たせていただいています。アニプレックスも、ここまですっかり自治体と地域に根付いた活動をやっているのは初めてだと言っていました。そもそも秩父が舞台となったことも、脚本の方が秩父市出身だという偶然だったので、つながることができて本当に感謝しかありません。

そういった意味で、我々は「作品自体には一切口を出さない」というスタンスに立っています。ロケハンに帯同するとか、出送り程度で協力することはありますけれども、作品は出来上がったものをファンと同じタイミングで見て、そこから市での活動を始めるという流れです。「作品に口出ししたら絶対にヒットしない」という自覚がありますので、制作会社側が作りたい作品を作り、その作品をファンが楽しんで、そのうえで「聖地」としての秩父側が受け入れるという関係が、信頼を保つ上で大事だと思います。

「作品の関係者」「ファン」「地域市民や商店街」の三者全体が、バランスを持って活動すべきと考えており、このトライアングルの間に実行委員会が入って良い関係を保つ。どこかが偏るいびつな関係になってもダメで、じっくりと三者が密につながっていくことの大切さを、自治体担当者として頭に入れつつ信頼関係を作っています。

私が担当になった時は前任から引き継いだんですが、自治体とか行政はアニメには関わるなと言われてました。「行政は何もわかってないから関わっちゃダメだ」というファンのコメントを私も聞きました。逆にそういうところもあって、聖地巡礼マップの発想にも至りましたが、観光情報とか自分の情報を入れるとファンに引かれちゃう可能性がある。だからやっぱり、自治体に関わりすぎない方が正解なのかなと思います。

——秩父市として、ファンとの交流を積極的に図っているようなことはありますか？

**中島** 秩父市としてSNS、特にTwitter（現 X）で情報を発信した効果は大きいと感じます。当初、市役所という立場から要望や苦情が来やすいということもあり、ファンとの距離は1歩引いていました。ただ、ファンとつながらない限り聖地巡礼は継続しないと思い直し、私もTwitterのアカウントを作ってプライベートの情報はほとんど出さない形でファンとつながり、行動の記録を得ることにしました。担当として関わっている私の情報を発信することで、ファンの信頼を獲得できますし、何より直接ファンとつながりを持つことができました。「あの花」の頃に開設したアカウントですが、今でもファンとは仲良くさせていただいています。

そもその背景は、「この先聖地としてどうなるかわからない」という怖さから、どうしたら聖地巡礼の継続につながるのかを模索していたことにあります。実行委員会の中でも、「ファンが来年来なくなったら実行委員会の活動はどうしようか」という話はしていました。結果的にはファンと繋がり盛り上がったことでその後の作品へととなりました。

以前の秩父市は高齢の方の観光客が多く、街中で「観光地だ」と言う意識は乏しかったわけです。そもそも街歩き向きの観光地ではなかったんです。それが、東日本大震災の1ヶ月後に「あの花」が公開になって、観光客が激減しているなかで、これまで見たことがなかった若い人たちが街を歩いていく。地域の方たちが「これはいったいなんだ」と思う一方、観光地としてお客さんが来ていることが嬉しくなって、それが「あの花」のファンだったということが1年続いて、徐々に街が変わったんですね。

実際秩父の中にファンのグループがいくつも出来始めて、いろんなイベントを自主的に実施したりしている。そういった現場を見るなかで、ファンの活動とつながったほうが良いだろうと言う感覚がありました。

——地域の方もファンに好意的だったんですね。

**中島** 正直なところ、秩父は観光地ではあるんですが商売が下手だという認識がありました。例えば他県にドライブに行くとお店で「よくきたね」と声をかけてもらえたりしますが、秩父市は「来たければどうぞ」という感じがすごい強くて。お祭りも「観光客ではなく自分たちのため」といった意識が強いんです。そんな中でアニメが公開されて、コスプレした人が来て、痛車が来て、果たしてどうなるのか、という不安はありました。

それが蓋を開けてみたら、震災のあとでお客様が少ない時に、求めていた若い人たちがどっと来てくれた。聖地マップも無いなかで、ファンはみんな携帯電話片手に現地の人に道案内してもらっている。そのうえ、聖地巡礼にくるようなコアなファンは、作品が好きで聖地を大切に、迷惑をかけたくないと考えているので、本当に礼儀正しいんです。そうすると地域の人たちも、良い若者がたくさん来てくれて良い印象を持ったわけです。

また、秩父はお祭りが多い地域でイベント好きな血の人が多いため、コスプレしてやってくるファンもどんどん出始めると、それを一緒に喜んでくれたんですね。ファンの人たちが聖地についてコスプレするというのは一大イベントで、もう何ヶ月も前から衣装も整えてきてくれるというイベント性も、地域の人は感じてくれたのかなと思います。

ですので、我々が「今度秩父を舞台にしたアニメが始まるので、ファンの人が来たら対応してくださいね」などとアナウンスしたことは一切ありません。自然と道案内からコミュニケーションが始まって、今秩父のアニメやってるんだってことに地域の人が気付く。そこで、委員会がポスターを街頭に貼ったり、グッズを作ったりし始めて、市民にもだんだん浸透していきました。

聖地巡礼のイベントとして、地域のスタンプラリーを企画したことがあります。我々のやり方としては、あくまでも聖地から出さない。ファンは聖地巡礼に来ているわけで、観光地に引っ張ったら駄目だと考えています。若い人たちは時間があれば、マップに情報を載せなくても、その場で検索して「おいしい蕎麦屋があるんだ」、「あそこにゆるキャラがいるぞ」とか、「時間があるからちょっと秩父神社に行ってみよう」とか自発的に活動を広げてくれます。聖地もそれなりに広さがあるなかで、彼らも街歩きを楽しんでもらうことによって秩父に良いイメージを持ってくれました。

商店街に対しても、「スタンプだけ置いてくれればいいよ」と声を掛けただけですが、どんどん交流を進めてくれました。スタンプラリーのゴールで商店街のおばちゃんたちが、1年間で数千人のファンと交流するわけです。常連のファンとなると、ちょっと来なかったら「最近来なかったなあ」「どこ行ってたんだ」という感じでコミュニケーションをとってくれる。するとファンもわざわざ家族旅行のお土産を届けにきたりするんです。そういう関係性を自然とファンが作ったんですね。だから本当にファンが作ってくれた形が秩父の聖地の形として成立している現状です。

そしていまだに苦情がないんですよ。アニメの活動に関しては苦情がないのは市役所にとって一番の活動しやすさとなります。秩父夜祭という200年300年やっているお祭りがあって、花火が上がると結構苦情が来

るんですが、聖地巡礼に関しては全然平気なんです。アニメのイベントで花火が上がっても全然苦情が来ないので、不思議ですが助けられています。

——コンテンツとファンが触れ合う瞬間が、作品の公開時期が決まっている以上限られている中で、ファンとコンテンツの接点以外にも、ファンと地域の人たちや、ファンと自治体といった接点を増やすだけで、公開終了後も聖地巡礼につながっていくんですね。

**中島** 街中の聖地に古民家を活用した商店街が管理している施設があり、そこにコミュニティスペースを作り作品のサインを飾ったりして、ファンの聖地になっています。通常の観光ですと、観光地を楽しんでそのまま帰ってしまいますが、アニメファンはそこで終わらず、やはり「一步踏み込んで、好きな作品や聖地を楽しみたい」という気持ちがあって、このスペースでいろいろな関係が生まれています。「今日聖地巡礼にきましたよ」といったコメントがあった時に、他の人が様子を見に来たりだとか、あるいは楽器を気ままに弾いていたりだとか、ファン同士の交流もある。秩父に来れば「ただいま」と言って休める場所があるのも、聖地の継続という意味では大きいんじゃないかなと私自身は思います。そういうところから作品を超えて地域住民との人と人がつながっているということと、我々行政によって意図して作ったものではなくて、自然としてできているというのが良かったかなと思います。

## 聖地巡礼のファン心理

——ファンと地域との交流について他の自治体はどのような事例があるのでしょうか。

**岩崎** いろいろな地域取材してみると、まさに「地域の人たちとつながりを持ちたい」と言うファン心理はかなり大きいです。そういった意味で、中島さんが仰ったような「場」がある地域とない地域とでは、ファンの継続性が異なります。「同じファン、同じコンテンツが好きな人たちとつながりたい」と言う人たちと、「地域の人たちとつながりたい」と言う要望が両方あるんですけれども、コミュニティスペースがある地域では、同じ作品が好きなファン達と会えるし、そこに地域の人たちがいることで交流することができる。これはものすごく効果的だと思います。

またファンの人たちが、そういった場にグッズを持って行って置いて帰ったりもしています。例えば「ラブライブ！サンシャイン!!」の沼津市の場合ですと、商店街の聖地となっている写真屋さんでファンが持ってきたグッズがいっぱい山積みになっていたりして、そこが交流の場になっています。

継続性のある地域として他の事例を振り返ってみると、やはり「らき☆すた」と鷲宮神社、こちらはファンが主体となって地域の人と一緒に展開しています。あとは秩父市、沼津市、「ゆるキャン△」の身延町などがありますが、こういった地域は共通して、ファンと地域住民の対話の場を作ったりして、常にファンと商店街を含めた自治体が一体になって取り組みを行っています。

こういったファン心理の定量的な調査を何件か実施してまして、その中で主要な欲求として挙げられるのが、「自己承認欲求」、「地域探索欲求」、「地域の人とのつながり欲求」などです。他人から認められたい、地域をもっと自己探索したい、地域の人とコミュニケーションしたいといった欲求のことですが、今の中島さんの話を聞くと、すべてドンピシャでハマっているんですね。

——自治体が「仕掛ける」よりも、むしろファンの能動性を「引き出す」ことが効果的なんですね。

**岩崎** 地域がいかに「来てください」「買ってください」ということをやってしまうと、ファンは引くんですね。なのでファンに「寄り添う」ことが一番重要です。あとは作品至上主義ですね。中島さんがおっしゃったように、作品に一切口を出さない。やはり最終的には作品愛です。自治体の担当者が、その作品を愛していなかったり間違ったことをやってしまうと、すごく怒られたりするんです。ある市の例で、一度スタンプラリーに聖地でないところを入れたら、ものすごいファンからバッシングがあったと。たくさん苦情が来て、それ以来一切そういう形でやってないそうです。

また、たとえば唐津だと、マップを持って道に迷っている人に必ず声をかけることを市でやっています。「どちらから来たんですか」と聞かれると、ファンの人たちは声をかけてもらえて嬉しいと感じてリピートするそうです。甲府も全く一緒に、そこではあえて「『ゆるキャン△』ですか?」と作品名を出して声をかけているそうです。そうすると、ファンも地域の人から作品名が出てくるのが嬉しくて、また来てくれる。そういう試みをしているところってすごいと思いますね。

**中島** 私自身は、もともとアニメをたくさん見ることはなかったんです。そこからアニメ担当になって、ある程度客観的にというか、半分仕事、半分楽しみというスタンスで活動できたのが良かったのかなと思います。

## 実行委員会という形式について

**岩崎** 「推し活」で必須の要素の一つが「グッズ」です。ファンの人たちは常に新しい何かがあるとまた買いに来ますよね。アイドルグループとか、ものすごい数のグッズがあって、ファンは全部の公演に行くじゃないですか。ただグッズ販売のときに、権利関係が非常に重要で、なかなか交渉が進まない。でも秩父の場合すごいのは、アニプレックスと組んでいるから、そこで交渉すればいいんですよ。

他の地域でそれをやるとライセンス関係のところでもみんなつまずいちゃう。もうこれ以上話しても無理だとか、年に1回だけ花火大会の日にポスターを掲示させてもらっているんですよとか。でも大体うまくいっているところは権利関係の処理がとても上手いです。

——他の地域でうまくいかないのはどうしてなのでしょう。制作会社とやり取りができないからうまくいかないのでしょうか？

**岩崎** それもあるし、ライセンスの専門、つまりプロデューサーがいないんですね。それに、あとで作品関係者に交渉しようとするのが複雑なんです、権利関係者が多数になるから。だけど秩父市の場合は、アニプレックスと交渉すればそこで通る。そこがやっぱり秩父のすごいところじゃないかと思います。

**中島** グッズに関しては商工会議所がアニプレックスと当初から契約を結んでいます。商店街が個々にアニプレックスに交渉していくととても相手にできない。商工会議所が全部取りまとめて、グッズもそこを經由して窓口一本で販売するとか、このデザインは交渉前に修正した方がいいというのも、ある程度商工会議所でノウハウができています。なので、制作会社もあまり苦にならず、十数年経った作品でも窓口が一つになっているから動きやすいのではないかと思います。

**岩崎** その関係性がいいんだなと思います。例えば「鬼滅の刃」では集英社とかアニプレックスとかいろんな関係会社があるので、一つだけでも大変だと思います。でもこの方法だと一気にできるからすごいなど。他の地域では広告会社が入って投資して交渉してる間に半年ぐらい経っちゃうこともあると聞きました。

久喜市は例えばファンが主体になっています。また、秩父ほど組織的にはなってないんですけども、例えば「ガールズ&パンツァー」の大洗では地域、商店街が協力しています。あと「ゆるキャン△」なんかは、フィルムコミッションの武川さんという方が中心となって街の人たちと組んで、商店街に代表を作って組織化して、自分がいなくなっても次に回るようにしています。

うまく行っているところはそういうふうにして、徐々に市は後ろに回るという形をとっています。また地域ではどうしても3年ぐらいで人事異動があるので、急に対応が変わってしまうことがありますよね。そうすると今度は続かなくなる。担当の方が話すのはその後自分の次にどう繋げていくかで、地域に語り部を作ろうとか色々努力していたり、商店街とかお寺の住職にリーダーになってもらおうとしていたりします。

地域振興をどうしていくかというのは、官と民と、そこに住んでいる住民の人たち。そうすると地域の人に作品の良さを分かってもらおうとか、来る人たち（アニメファンたち）はいい奴なんだって気づかせることが大切だと思います。最初はどんな人たちが来るんだってみんな恐れ慄いているらしいんですけど、来る人がみんな礼儀正

1 佐賀県唐津市。「ユ-uri!!! on ICE」の主人公の出身地「長谷津市」のモデルとなった。

しいので「俺たちの街にこんな若い人が来るんだ」とありがたがる。そして街に空いている家があるからそこに集まってもらう。これが身延町のパターンです。人口の半分が高齢者というところに多くの他地域の人があると、最初ちょっと恐怖心があるけれど、地元の人を説得し理解してもらうことが必要だといいます。住民の内発的な動機づけを行い、そこからファンへの対応の受け皿を作ることが重要だと、これまでの取材からも解っています。

でもアニメだけじゃないですね。コンテンツにおける地域関係人口を作る内部の人、彼らがいかに自分たちの土地がいいと自覚して外から来てくれる人と繋がっていくかがすごく重要だと思っています。

## 今後の課題

——秩父市として、今後活動を続けていくうえでリスクや課題はありますか？

**中島** 4部作目はもうないと思っていますので、今の力でどこまでいけるのかですかね。今年同じ関係者で違う作品が出るのでそこでまたちょっと上がるとは思いますが、それがまた落ちた時に継続するのはやっぱり難しいですね。作品の力でどこまで継続できるのかということはありません。実際今の三部作は秩父市として今まで通り活動しているんですけど、実は我々以外の企業等で秩父三部作を使って活動することはできないと言われていました。要はあの花制作委員会が解散しているので、動きがあると制作会社もその都度全ての人に許可取りしなくてはならないんですが、さすがにもう難しい。その中で秩父が求めている活動がどこまで許されるのか。あとは自治体、市の職員が担当になって動く以上、異動が少なからず関わってきます。そのバランスですよね。トライアングルがどう変わるのかっていうところがいちばんの課題ですね。

**岩崎** アニメやドラマもそうですけど、コンテンツツーリズムによる地域創生で難しいのは、仕掛けてどうにかなるものでもなく、突然来たりすること。そのときに地域がどう対応するかや終わり方が難しいですよね。急に終わる場合もあるし、秩父みたいにくつも頑張っけて繋げていく場合もある。深夜アニメーションからこういうのは始まっているんだけど、「SPY×FAMILY」は今すごいですし、「ゆるキャン△」みたいに第1期2期3期とテレビ局に働きかけたりしてオンエアを続けるっていうこともあります。そういうことで続けていってもやっぱり最後には終わりますが、その後また新しく何かできるかといったらそんな簡単ではない。結局作り手の都合になるんで、そこがやっぱりコンテンツを活用して地域関係人口を作ることににおいては一番難しい部分です。

ただ、自分の地域が舞台になるコンテンツがあるときにそれに気付かないっていうのはちょっとまずいですね。その地域の人への働きかけやアンテナみたいなものとか、ノウハウとかやっぱりプロデュース感覚っていうのはこれからますます重要だと思います。そういう意味では面白いんだけどマネジメントが難しいですね。

あと継続性も重要です。地域で一番問題なのはリピートじゃないですかね。結局普通の観光だとトライアルはするけどリピートはしないわけです。関係性マーケティングでは持続が重要っていうけれど、そこをやっていくためにはコンテンツ愛がすごく重要で、そこをどうマネジメントするかがすごく大切です。中島さんみたいにできる人はそんなに多くないですよ、今地域回っていますけど。そういった意味では研究対象としては面白いです。まだまだこうすればいいという決定的なものがないので。

——アニメコンテンツに限った話ではないなと伺って思いました。「文化資源」という文脈でも、作品の栄枯盛衰や、流行り廃りがある中で、それをどう次の世代につないでいくのか、というのは、文化共通の課題だと感じました。

**中島** まさに文化資源の重要性ですね。そこがどう掘り起こして新たな意味を作るところなんじゃないかなと思います。

## 地域活性化を一過性のもので終わらせないために

——活動を一過性のもので終わらないためには何をしなければいけないのか、また他の自治体にはどうそれを広げていけるのかといった観点でコメントいただけますか。

**中島** 我々もそれは常に課題と思って活動しているので、なかなか正解はないんですけど。関係者、地域の方々と話しているときに、どこに出会いがあって、どう繋がるかわからないので、まずはチャンスが来たときにそこで動けるといところがやっぱり必要なのかなど。アニメっていうのも勇気がいると思いますが、そこで動いて最終的に人とつながることが一過性で終わらないポイントだと思います。どんな作品でも推してくれている人はいて、それが数人だけでも動く価値はあるので、一つのことから色々広がってる可能性を掴んで動くしかないのかなど。

コンテンツの権利関係を全く持っていない中で動くので微妙なことも多いですが、とりあえず動くしかないし、動いたもん勝ちになるのではと思います。私が話しているのはあくまで秩父版で、秩父の土壌があって、秩父に住んでる人がいて、作品が来た結果なので、土地柄や、制作会社によっても変わるでしょう。でも動く応援という形で推してくれるファンや地元の人がいると思うので、まずは動いてくださいというところ。それで継続してほしいというのは、自分の今の状況にも言えることです。

**岩崎** たくさんの要素がある中でも、重要なのは「人」だと思っています。いつコンテンツが来るかは分からないですがそこは置いておいて。ライツがわかり、来たものを一つの資源とできるかどうか、コンテンツを観光資源とする物語に昇華できるかどうか。資源をファンが来る意味に転換できる人があるかどうか。いろんな要素があってそれぞれにやっっていかなければいけないですが、それを統括できる地域のプロデューサーの存在はますます大きくなって来ると思います。

今までもいくつか話を頼まれたりして、地域のセールスとかをやりましたが、やっぱりキーマンがいるかどうかによって広がり違ってきます。そういうのってすごく重要なんです。多分一回は人を呼べるんですよ、大きなイベントやればいいから。元々テレビや代理店がイベントを開いて、大騒ぎして終わるという流れがあって、それでよかったんだけど、これから人口減少していく中で継続性というのがすごく必要になるので、やっぱり人材って重要だと思うんですね。だからそのマネジメント要素を整理して、そこから一般化していくというのが研究者の一つの役割なんじゃないかなと思います。

——本日はお時間いただきありがとうございました。(了)

### 座談会を終えて

冒頭で述べたように、今回のインタビューテーマは、「『推し』を活用した地域振興」とした。ただ、話を伺って感じたのは、上から目線の「活用」でなく、関係者の熱意を「引き出す」姿勢が大切だということだった。(コミュニティの外側から)積極的に仕掛けるというよりも、まずは、作品・コンテンツがあって、それを「推し」として楽しんでいるファンの人たちがいる。この関係性を邪魔しないようにしつつ、求められるものを提供することで、一体となって作品を盛り上げていくことが必要だと気づかされた。

# 「推し手」と「推し」が共存できる距離感とは ——perfumen「踊ってみた」動画を例に

## テーマ

「推す」という活動の一環で、自身が表現者となる場合がある。自身が表現者となる時、自身も誰かから「推される」対象となり、「推す」と「推される」が共存する活動となる。今回はPerfume<sup>1</sup>専門のコピーダンスユニットとして、ニコニコ動画黎明期から活動されてきたperfumenに、その活動内容や当時の心境を振り返りながら、「推し活」とは何なのか、何の為に・誰の為にやるものなのか、実体験を踏まえて考えを伺う。

## 開催概要

日時	2024/3/19（水）10:45-12:45
場所	東京大学本郷キャンパス法文1号館 2階 213教室
取材・編集	佐藤、西村、安井
備考	収録音源の自動書き起こしをもとに発言の抜粋、要約および再構成を行っています。

## プロフィール

### perfumen

白服・眼鏡・仮面2の男性3人からなるPerfumeのコピーダンスユニット。ニコニコ動画がサービス開始して間もない2008年から動画投稿を開始し、「踊ってみた」<sup>3</sup>文化を牽引する存在となる。男性3人が狭い部屋で完成度の高いPerfumeのダンスを踊る様子がニコニコ動画で人気を博すだけでなく、Perfumeが主催するダンスコンテストでも優勝するなど、本家のPerfumeファンからも広く愛されている。

※今回、眼鏡様・仮面2様の2名にお話を伺いました。

1 広島県出身の女性3人組(あ～ちゃん:西脇綾香、かしゆか:櫻野有香、のっち:大本彩乃)テクノポップユニット。2005年メジャーデビュー。

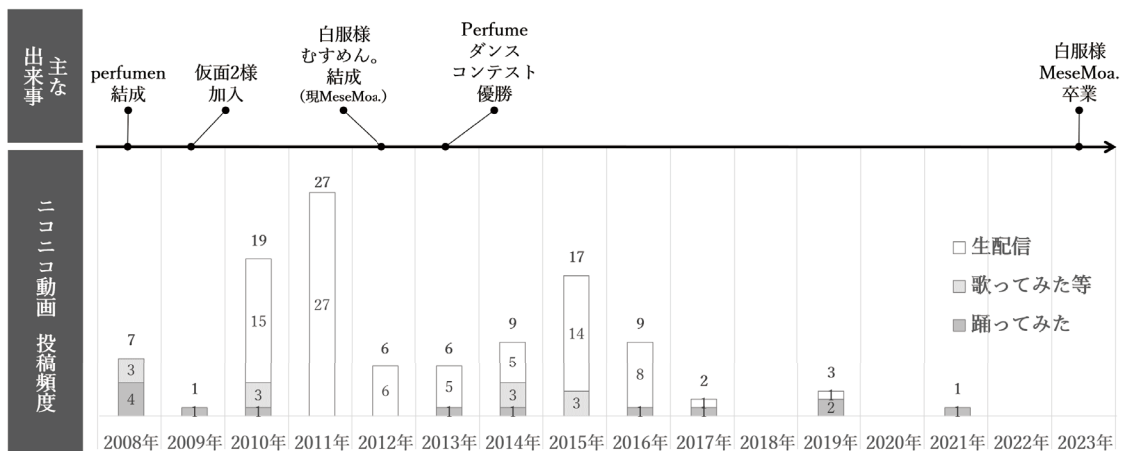
2 株式会社ドワンゴが運営する動画配信サービス。2006年にサービス開始。

3 ニコニコ動画におけるカテゴリーの一つ。アイドルなどの曲に合わせて踊りを披露する動画。



## 活動を始めたきっかけ

図5：perfumenの活動歴



出所：ニコニコ動画、各種Web記事

※投稿回数は2024年3月に集計したため、過去削除された動画の投稿数は含まない

※生配信は、同日に連続投稿されたものは1つとしてカウント。また、一部「テスト」等のタイトルの動画はカウントしていない。

—2008年からperfumenとして活動を始められています。きっかけは何だったのでしょうか。

**眼鏡** 白服ともう一人の友達とお昼ご飯を食べてるときに、白服に「ちょっと見て欲しいものがある」と言われまして。何だろうと思っていたら、Perfumeの「シークレットシークレット」<sup>4</sup>の冒頭部分を踊り出して。動きが凄い面白くて、その場で「教えて！」となり、だんだん揃ってきたので、家でちゃんと撮ってみようとなったのがきっかけです。

**仮面2** 私は2009年に初期メンバーの仮面さんが卒業したタイミングで加入したのですが、白服さんと眼鏡さんとはとても仲の良い友達だったのと、彼らがやってることは何となく肌で感じていて。私もニコ厨だったので、ニコニコ動画のトップページでperfumenの「Dream Fighter」<sup>6</sup>が掲載され、爆発的に再生されたときに知って楽しそうだと思ってたので、誘われたときに「やるやる！」というようなとても軽いノリでしたね。

—元々、Perfumeのファンではあった？

**眼鏡** 曲はすごい好きでした。踊りもかっこいいと思い繰り返し見ていました。ただ、踊りの経験も無かったですし、自分で踊るといことは全く考えていなかったです。

**仮面2** 入る前からずっとPerfume大好きだったのと、中田ヤスタカさん<sup>7</sup>も大好きで、狂ったようにCAPSULE<sup>8</sup>を聞いてましたね。

—撮った動画をニコニコ動画に投稿しようと思ったのはなぜだったのでしょうか。

**眼鏡** 撮れたものが意外とよくできていて、人に見てもらいたいなって。純粋にどんな反応なんだろうって思ったという感じです。そしたら想像していた100倍ぐらいの反応がありました。初めに「シークレットシークレット」を投稿してるんですけど、実はその前にもっと雑なバージョンを投稿してて、それでもすごい反響があつて。これはもうちょっとちゃんと撮らなきゃなっていうのと、仮面さんはこんな反響あるなら顔

4 Perfumeの楽曲。2008年4月リリースのアルバム「GAME」に収録。

5 ニコニコ動画のヘビーユーザーを指すインターネットスラング。

6 Perfumeの楽曲。2008年11月リリース。

7 音楽プロデューサー。Perfumeのほぼ全ての曲を提供。

8 中田ヤスタカがこじしまとしこと結成した音楽ユニット。2001年メジャーデビュー。

出ししないというので、仮面をつけて撮り直しました。

—反響が大きかったのは嬉しかった？

**眼鏡** そうですね。嬉しいのとドキドキしたのとちょっと怖い気持ちもあったのと。最初は「キモい」という反応が多かったですね。「上手い」というのもちょこちょこありましたが、6割くらいが「キモい」系のコメントの記憶です。

たぶんですが、当時は顔出しするのが全然メジャーじゃなくて、かつ男性で女性の曲を踊る人がほとんどいないというような状況で、いきなり男で顔出して女性的な曲を踊ってたんでということなんだと思います。

## ファンの出現と活動の目標

—その後perfumen自体にもたくさんのファンがついてきたと思いますが、そもそも自分たちにファンができることは想定していましたか。

**眼鏡** 全然想定していなくて、気がついたらという感じですね。最初にファンというのを明確に認識したのは、仮面さんが卒業したときに、秋葉原でライブをさせていただいて絶対誰も来ないだろうと思ってたら、後ろの方とか見えにくいくらいすごい人がいらっやって、そんな好きでいてくれる方がいるんだと。動画でコメントするだけでなく、実際に見たいとまで思ってくれる人がいるんだなど分かって、そこでファンっていうのがあるんだなと思いましたね。

—ファンはどのような人が多かったのでしょうか。

**眼鏡** Perfume好きな人が結構多いっていう印象ですね。他の私たち以外の「踊ってみた」の人たちは「踊ってみた」というカテゴリが好きな人が多いんですけど、perfumenについてはPerfumeが好きで、他の踊り手の人はあまり知らないという方がかなり多かったかなと。

**仮面2** 言い方が難しいのですが、かわいい男の子が好き、みたいな。当時、男性のグループというとジャニーズみたいなカッコいい男性の方がフィーチャーされていた印象があるんですけど、最近ではカッコいい男性じゃなくてかわいい男の子をフィーチャーしてグループを組むことがよくあると思うんですね。その走りじゃないですけど、顔を出している人がほとんどいなかったことも相まって、そういう感じのファンの方多かったかもしれないですね。

—最初の頃は「キモい」というコメントもあった中、それはどのように変わっていったと思いますか。

**眼鏡** 初めは「キモい」というコメントが多かったんですが、だんだんキモいとうまいを組み合わせて、「キマイ」「うまい」とかが増えてきて。そういったコメントの面白さも含めてのコンテンツの面白さに繋がって、固定で見てくれる方が増えて、さらに固定の方による好意的なコメントが増えていったかなと思います。あとは、やはり社会的な変化というか、当時は男性で顔出しして女性の曲を踊る人がほとんどいなかったと思うんですけど、10年くらいでそこについては普通になってきた感じがするので、そこも「キモい」というコメントが少なくなった理由かなと思います。

**仮面2** 個人的にはやはり「Dream Fighter」がニコニコ動画のトップページに掲載されたことが一つのきっかけだったと思っていて、視聴者が一気に増えたことによって、市民権を得たっていうのが肯定的な流れを作ったのかなっていう気がします。

—Twitterを2013年頃に始められましたが、ファンとの交流を増やす意味もあったのでしょうか。

**仮面2** イベントの出演とかもいろいろ増えてきて、情報をまとめてお知らせしたい気持ちもあったかも知れないですね。あとその時既に100万回再生を取ってしまったので、それ以降も大きい再生回数を取り

たいという欲が出て。初速がめちゃくちゃ大事で、「この日のこの時間に上がる」というのをTwitterで予告すると再生回数上がるので、そういう意味もあった気がします。

**眼鏡** 当時のニコ動はトップページにランキングが載っていて、そこから流れてくる人が多かったので、ランキングに載せなきゃっていう思いはありましたね。

**仮面2** 現在のYouTubeって視聴者の好みを分析しておすすめの動画を持ってきてくれるじゃないですか。当時のニコ動はランキングが全てで、みんなランキングから動画を見るので、とにかくその上位を狙ってという。

——再生数の目標などもあったのでしょうか。

**眼鏡** 具体的な目標というよりは、伸ばせるだけ伸ばしたいという感じではあったんですが、「踊ってみた」カテゴリーのデイリーランキング・ウィークリーランキングで1位っていうのは、目標だったと思います。

**仮面2** トータルの数字が目標というよりは、アップロードしてから1週間くらいの1日1日の再生回数を見るのがすごく楽しいみたいな、そんな感じでしたね。

## 活動スタンスの変化と表現へのこだわり

——2012年に白服さんが他の人たちと「むすめん。」<sup>9</sup>(現 MeseMoa.) を立ち上げられましたが、それは perfumen としては大きなタイミングだったのでしょうか。

**仮面2** すごく鮮明に覚えてて、白服さんと眼鏡さんと3人有的时候に、「これから白服個人としても頑張っていきたい」みたいな宣言をしてくれた日があったんですよ。許可なんて必要ないかもしれないのに、丁寧に話してくれました。そのときは若干懐疑的な目で見ている、当時ニコニコ動画で活躍している人が表に出てくるのが叩かれてた時期があったんですよ。踊り手とか歌い手が揶揄されるというか、動画サイトで人気になっただけの人でしょみたいな風潮があって。白服さんの頑張りはずごく応援してるんだけど、どうなっていくんだろうみたいな感じでそれを聞いていたのをすごく覚えてますね。

**眼鏡** 2010年に perfumen が活動休止したときがあって、理由としては私が資格試験を受けるのに専念したかったというのがあって。なので白服さんが1人で頑張るのは当然と思う気持ちもある一方で、一緒に動画を頑張ってきたのでちょっと寂しいという気持ちもありました。その後私が試験が終わってまたこれから踊れるっていう風になったときも、やっぱりそっちの活動がかなり忙しくてなかなか perfumen としての活動がしにくい部分があって、寂しいなっていうところはありましたね。

——perfumen として終息させようかということにはならず、できる範囲でという思いはあった。

**眼鏡** 白服さんも忙しい中で時間を割いてくれようとしてるってのはすごく伝わってきたので、嫌な感情とかも全然なく続けられるという感じでした。

**仮面2** あと、単純に復活した以降は、とにかく3人で集まって練習するのが楽しいっていう風が変わっていったというのがあって。再生回数というよりも、みんなで集まって2泊3日の合宿するんですけど、それがすごい青春っていうかめちゃくちゃ楽しくて。ずっと笑いながら練習してるんですけど、揃えるときはめっちゃ真剣で、本当に角度がちょっと違うだけで「違う！」って指摘し合うみたいな。ずっと3人で過ごしているその時間がすごく大切というか楽しく、それが一番モチベーションになってた気がします。

——撮影される場所にもこだわりがあったのでしょうか。

**仮面2** 眼鏡さんの実家で、金曜日の夕方ぐらいに行って土日で撮影してました。動画を撮ってる部屋は目線の先が窓になってるんですけど、夜になると反射するので、反射を利用して練習して。あの部屋に帰るの

9 白服がニコニコ動画の「踊ってみた」の踊り手たちと2012年に結成。2017年に MeseMoa. に改名。

はこだわりがあって、今後もしやるとしたらそこに帰りたいなと思います。

——スタジオではなく部屋で撮るからこそ親しみが出ますよね。プロの人ではないというか本当に好きでや  
ってるんだなという。

**眼鏡** 広い空間で踊ると一気にプロっぽさが出ちゃうので、素人感みたいなものは出ますよね。ダンスはプロ  
ではないので、素人が一生懸命やってる感を大事にしようという思いもありました。

**仮面2** 2013年にPerfume主催のダンスコンテストがあって優勝しているんですけど、こだわりがあって絶  
対いつもの距離でやった方がいいって話を白服さんと眼鏡さんにさせてもらって。せっかく広いステージな  
のに、いつも通りの六畳一間の空間しか使ってないんですよ。

——3人で踊りを分担するとき、誰がのっち、かしゆか、あ〜ちゃんっぽいかな等の特徴で決められたんです  
か。

**眼鏡** それぞれ好きな人をもってことで、白服はすごいのっちが好きで、仮面さんはかしゆかが好きだったの  
で、私もあ〜ちゃんすごい好きだったんで、好きベースです。

自分があ〜ちゃんのパートをやっているせいか、新しい曲が出るといつもあ〜ちゃんの踊りを見てしまう。

——踊りの特徴もそれぞれこだわりが。

**仮面2** よく言われるのは、のっちはキレがあってスター感がある。あ〜ちゃんはグルーブがすごい。かし  
ゆかは正確さがすごいとか。

**眼鏡** ある振りについて、腕を伸ばしきっているか少し曲げているかみたいな議論になって、みんな自分の  
対応するパートの人しか見ていないのでしばらく議論が噛み合わないのですが、落ち着いて別のパートの人の  
動きも見ると、「あれ、本人たちも揃ってないよね」ってこともあって。

**仮面2** え、こっちじゃない？ みたいにいろんな音楽番組を見比べるんですけど、かしゆかとのっちはこう  
だね、あ〜ちゃんはこうだね、じゃあそれでいこうみたいな。

——これだけ人気が出た理由はこの研究の細かさにある気がします。

**眼鏡** 自分で言うのも何なんですけどそこは本当に思っていて（笑）、仮面2さんがすごい細かいところをチ  
ェックする方なんです。でもそれが俯瞰したときに揃って見えることに繋がってると思って、やっぱり大  
きい部分なんじゃないかと思ってます。

——見ている人もそこからきっと愛を感じるんでしょうね。本当にPerfumeのことが好きでやってるんだな  
ってというのが細部に現れていて。

**眼鏡** それは本当にあると思って、正直直近の二つくらいの動画は、合宿の時間切れで納得いくテイクが  
取れてないんですね。もっと時間あったら詰めてやりたいという思いがありつつも。実際に、自分たちでも  
1番ちゃんと撮れたと思っている「Spending all my time」<sup>10</sup>がやっぱり一番伸びてるので、視聴者の方も、細  
部の違いも含めて完成度の高さ・低さを感じてくださって、完成度が高いものは何度も見たいって思っ  
てくださるのだと思います。

## 「踊ってみた文化」と本家への想い

——Perfumeが主催したダンスコンテストについても伺いたいのですが、この企画は「踊ってみた」の  
文化が形成されていたからこそ、Perfume側がそれを集めたら面白いんじゃないかということで作られた企  
画だと思うのですが、自分たちがPerfumeの踊ってきた文化を牽引してきたという気持ちもありますか。

10 Perfumeの楽曲。2012年リリース。

**眼鏡** ないわけではないです（笑）。ただ、踊り始めた当時は「マフラーさん」という方や「セラミクロニ」さんというグループがいて、どちらもすごい踊りが上手だったので、当時はもう「牽引」というかライバル意識でした。

**仮面2** みんながPerfumeの振りを踊ってる文化があることを本人たちもすごい喜んだりしてくれてるっていうのは聞いたことがあって。

**眼鏡** 自分たちも「あ、見てもらえてるんだな」とは思いましたね。

**仮面2** 白服さんの「むすめん。」を通じて、男性の踊り手の子ともたくさん仲良くなったんですけど、僕たちがきっかけだと言ってくくださる方もいらっちゃって、男性踊り手が増えたのはperfumenが少しかっけになっているのかもしれないと思います。

——当時の「踊ってみた」文化でPerfumeを踊ってる人は、Perfumeだけを踊ってる方が多かったのか、レポーターとしてPerfumeがあったという方が多かったのでしょうか。

**仮面2** 僕たちはPerfumeしか踊ってないけどそれはすごく少数派だったかも。逆にニコニコ動画のイベントに出ると、全員で踊る曲がオープニングとかにあるんですけど、踊り手なら誰もが踊れるような曲が踊れなくて困ることがありました。

ただ、Perfumeのコンテストに出てた人たちは、Perfumeの楽曲を中心に動画投稿してる人たちがいっぱいいましたね。

——Perfumeだけを踊ってるということもperfumenのアイデンティティになっていた部分があるんですね。コンテストに出場した方々もPerfumeが好き人が多いと思うので、オフ会みたいな側面もあったのでしょうか。

**眼鏡** そうですね。Perfumeを踊ってる人は他のPerfumeを踊ってる人もよく見てるので、「あ、会えた」というお互いに生で会えて嬉しいみたいな感じでした。

——男性の踊り手も多かったですか？

**眼鏡** 女性の方がやっぱり多いんですけど、男性も2~3割くらいはいたと思います。男女混合もありました。動画投稿を始めた当時は特徴が出るのでperfu“men”っていう名前にしたんですけど、今は男性の踊り手も増えたので、もしいま新しく始めたらそれは全く特徴ではないので、そういう名前をつけられなかったなと思います。

——Perfume本人に会えるということもモチベーションにはなった？

**眼鏡** 日常的には遠すぎて、それが日常のモチベーションになるとかは無かったですけど、やっぱりダンスコンテストでは、自分たちでもすごい練習して、かなり揃ってたよなって自覚はあって、その披露した直後にあ〜ちゃんに「いやもう、超極み」というコメントを貰って。それはもう本当にやってきて良かったなっていう。

優勝したのが2回目のダンスコンテストだったんですけど、1回目のダンスコンテストで、あ〜ちゃんが「やっと会えましたね」と言ってくれて、それも見てくれてるんだなって思って、その後も頑張ろうという気持ちになりました。

**仮面2** 自分としてはPerfumeに限らず憧れの人を見るのは画面の中の方がいいのかなっていうのがあって。もしかしたら少数派意見かもしれないんですけど、握手会だったりチェキ会だったりっていうことを求めてらっしゃる方は、人間的な繋がりを求めていらっしゃるのかなと思うんですけど、個人的にはそういうことじゃなくて、アーティストのパフォーマンスに憧れてるんだらうなって思いました。

——Perfumeと直接的な繋がりを求めてはいないが、認知されて嬉しいというのは両立してる？

**仮面2** 活動を認知してもらってることはとても嬉しいのですが、どっちかという「踊ってみた」の文化

が盛り上がっているとPerfume本人が認識してくれてるのが嬉しいみたいな感じで。本人たちとお会いしたときに思ったのは、皆さんとても優しく、憧れの人が目の前にいて、めちゃくちゃ嬉しかったんだけど、だからといって自分が天にも昇るような気持ちだったかと言われるとそうではなかったんですね。自分でもそれはよく分からなくて。

——二次創作は黙認という側面が強いので、権利者次第で動画等が消されてしまう難しさはあります。

**仮面2** 結構今はアーティスト側がその音源を使っているよという形で、例えばMrs. GREEN APPLE<sup>11</sup>さんやYOASOBI<sup>12</sup>さんとかは本家のインストゥルメンタル音源にアクセスしやすかったりしますよね。アーティスト側が音源利用に関するレギュレーションみたいなものを提示してくれたら、ルールに則って動画投稿ができたり、二次創作が促進されたりするのかなと思います。

——perfumenが活動された15年の期間はちょうど著作権の意識が変遷した期間で、そもそもニコ動やYouTubeのようなプラットフォームが生まれ、最初は初めての事なので権利者が介入しなかった時代から、問題視された時代を経て、今ではそれも一つの文化という風な捉え方もされてきた、そういう期間だった感じがしました。

## 当時と今の「推し活」の違い

——当時の「推し」文化的なものと今の「推し活」の違いは何か感じるころはありますか？

**仮面2** 距離の近さが全然違うと思って、今はもう多くの芸能人にDMできる時代じゃないですか。昔は芸能人と一般の方って明確に分かれていたと思うんですけど、この15年で一番変わったのはその距離感だと思います。「推し」の方に会えるかどうかというところに魅力を感じるかどうか、すごく大きいと思っています。今は推してる人に簡単に会える時代だから、そこにすごい価値を感じているか、魅力を感じているかっていうことが一番大きいし、ツールがたくさんあって面白い時代だなと。

**眼鏡** そうですね、確かに昔の方がやっぱり芸能人が神格化されてたなって。昔は全く露出しない俳優とか歌手とかいっぱいいたり、そうでなくとも、テレビを通じてしか芸能人にアクセスできなかったのも、ミステリアスな雰囲気があったと思うのですが、今はソーシャルネットワークを通じてその人自身が作った文章を見れたり、その人による配信を見れたり、親しみやすくなったというのはありますよね。

**仮面2** 自身のバンド活動で、握手会などファンの方とコミュニケーションが取れることをたくさんやっているんですけど、最初はかなり戸惑って、こんなに近くにいるのかなって思った時期もすごくあって。やっぱり距離感があった方が、僕の人格を知らない方が、恰好いいと思ってもらえる部分もあるんじゃないかなって。ただ、会えると親しみやすさが出るからこそ、また話に来たいとか写真を撮りたいと思ってくださるところもあって。そもそもその価値観が僕の元々の価値観と全然違う感じで形成されてるといえるか、成り立ちがそもそも違うのを感じる時があって、どっちの価値観も素敵だなと思えるようになりました。

**眼鏡** 白服さんがアイドル活動を始めてからは、そこにperfumenも出させてもらって、そこでファンの方々たちと至近距離でお話させていただいたのは、自分では思っていた感想等を直接聞かせていただけて嬉しかったし楽しかったです。一方で、動画メインで活動しているので、わざわざ会いに来ていただいているのに、話したらなんか違うなって思わせてしまったらどうしようって不安もありました。

私自身は、誰かを推してその人に会いに行くみたいなことがあまりないので、来てくださった方も、遠方の方もいたりしてきっと気軽な思いではなかった方も多いのではないかなと思っているのですが、だからこそ余計にありがたいと思う一方で、プレッシャーを感じる部分も少しありました。

11 日本のロックバンド。2013年結成。

12 日本の音楽ユニット。2019年結成。

—今の「推し活」は経済活動という側面が強くなっていて、当時ではなく今あの活動をやってたら収益化できた可能性もあると思いますが、その点はどう考えますか。

**眼鏡** 「YouTubeにアップしてればお金になったのに」ってけっこう周りに言われます。好奇心で、「どれくらいの収益になっていたんだろう」って思う気持ちはあるんですけど、それが貰えなかったことで悔しいというのではないですね。

**仮面2** そもそも人様のコンテンツに間借りしてやっているので、そこに対して金銭的なことは求めておらず、むしろ支払わなきゃいけないんじゃないかという感覚がすごく強いのと、すごくキザな言い方をすると、やはり思い出に価値を感じてるので、それ以外のことに何も未練はありません。それよりも白服さんと眼鏡さんとの時間が過ごしてきたことに大きな価値を感じています。

ただ、経済活動的な意味で言うと、今の方がすごく多様化してるというか、箱が小さくても大きくても（ファン数の規模に関わらず）応援できて採算がとれるかもしれないってところが、めちゃくちゃいい時代だなと思って。昔からそういう仕組みがあったら、閉業するミュージシャンが少なかっただろうなと思います。

**眼鏡** お金があったらできたんだろうってことはあります。何かもっと大がかりな仕掛けを使ってとか。始めた当時は学生だったので、お金がないことで、それが素人臭さに繋がったのかもしれないんですけど、お金があったらなって思うことはありました。

**仮面2** 個人的には、戦略性とかビジネス性がなくてよかったなって思って、わかんないけど、なんかもしここに金が入ってきちゃってビジネスの関係になっちゃったら、「自分たちの中であのメンバーが一番人気なんだ。」とか余計な気持ちを持ってしまっていたかも。

**眼鏡** 何か仕事の関係になっちゃいそう。

**仮面2** そう。友達から始まるからそのまますごく楽しい趣味みたいな感じでいってるのが、画面に出てるんじゃないかな。この人たち仲良さそうだなとか、別にダンスは上手くないけど、揃ってるとか、よく研究しているなっていうのが伝わるとか、そういうのはビジネスではないからできると思って、もしビジネスだったら三日間の合宿のために予定を空けることもできないと思う。

## 活動を改めて振り返って、そして今後

—今当時の動画をご覧になるとき、どんな感想を持ちますか。

**仮面2** ちょっと恥ずかしいみたいな気持ちもあるんですが、全部の動きに思い入れがあります。本当に1個1個解説できるぐらいすごく話し合ったのを覚えていて、思い出がすごい詰まってるなっていうのが一番ですね。

**眼鏡** 私も思い入れがすごい形になって、大切なものを見る感じですね。

—活動をして良かったと思うことは。

**眼鏡** 努力することに対する自信が付きました。ダンスが元々下手だったので。白服に後から「眼鏡さんは駄目だと思ってた」って辛辣なことを言われたくらいでした。初めの4つの動画くらいは本当に下手だったのですが、続けているうちになんとか形になってきて、努力すればそれなりにはできるようになるっていうことで、自信がついたっていうのはあります。

**仮面2** 個人的にはそれが仕事に繋がって今働いているので、人生に直結していると言えるかもしれません。

あとは、自分の情熱をガッて出しても、ちゃんと受け止めてくれる仲間がいることの素晴らしさみたいな。僕が細かくここ揃えたいとか、そういうふうにやりたいっていう時にいつでも受け止めてくれるし、それ以上の熱量で何かもうちょっとこうしようああしようとかを返してくれる関係だっただけに思い出があって。そういうのが自分の人格形成に影響してる気はします。

—今後のperfumenの活動はどうなりそうでしょうか。

仮面2 去年の白服さんのMeseMoa. 卒業っていうのは多分すごく大きいですね。

眼鏡 そこは白服の意向もあるので、しばらくは活動がないと思うんですけど、改めてということがあれば。

仮面2 ただ、卒業の日にLINEしてまたperfumenしようねみたいなことを言ってくれて。

—お二人としてはやりたいという気持ち？

眼鏡 そうですね。

仮面2 なんかちょっと恥ずかしくない？

眼鏡 perfumen？ この年になってってこと？ でもなんか、おじいさんになってやってもそれはそれでいいかなって思ってる。

仮面2 Perfume本人たちが走り続ける限りね。(了)

## 座談会を終えて

ニコニコ動画にてperfume専門の踊ってみた動画配信者として活躍するperfumenのメンバーのうちお二人にお話を伺った。今回の座談会が今後の推し活研究において意義深いものになったと考える点は主に二点ある。

一点目は、時代の変化も踏まえながら、ご自身たちの活動と心情の移り変わりを伺うことができたことである。推しという言葉の誕生と同時期に活動を開始され、今に至る推し活文化の開始と発展、成熟の過程をまさしく牽引してこられた方々のお話を記録したこの文章は、今後資料として高い価値を持っていくと確信している。

二点目は、推す側と推される側の関係性の変化を目の当たりにしてこられた当事者の方々と、推されることに「なってしまった」経緯とその時々感情を整理することができた点である。現在の感覚では、推される側になること、すなわち表舞台に立つ活動をするとは能動的で積極的な選択だと暗黙の内に理解される。しかしperfumenの皆さんは、自分たちなりの推し活をしていた結果、本家Perfumeに認知されるほどまでパフォーマーとして知名度を獲得し自らも推される立場になった、という経緯を辿った。このような現象は、インターネットが普及し動画配信等の新しいプラットフォームが確立していくなかで推し活的なものが大きく変化し、今の推し活の形が徐々に固まっていく途中の時代にしか起こり得なかったことなのではないかと感じた。

現在、推す側と推される側は単純な対立構造で語れるものではないことは明白だが、今回の座談会にて、現状に至るまでの推し活の変化の過程をperfumenという一事例を通して明らかにすることができたと考えている。



# 人はなぜ「推し活」にはまるのか ——オタク・浪費・推し疲れ

## テーマ

そもそもなぜ人は「推す」のか、なぜ「推し活」にはまるのか。その理由を考える端緒とするべく、当事者が推し活を通じて何を感じ、何を体験したのかについて、具体的な事例を集めたい。そこで、オタク女性を対象として様々なアンケート調査や書籍編纂を行ってきた「劇団雌猫」の皆様にご知見を伺う。

## 開催概要

日時	2024/2/18（日）10:00-12:00
場所	オンライン（Zoom）
取材・編集	阿達、宮本、安井
備考	収録音源の自動書き起こしをもとに発言の抜粋、要約および再構成を行っています。

## プロフィール

### 劇団雌猫

平成元年生まれのオタク女4人組（もぐもぐ、ひらりさ、かん、ユッケ）。2016年に発行した同人誌『悪友 vol.1』が話題に。のちに『浪費図鑑』（小学館）として書籍化。オタク女子のインタビュー・寄稿・アンケートをもとに、『だから私はメイクする』（柏書房）『一生楽しく浪費するためのお金の話』（イースト・プレス）『世界が広がる推し活英語』（Gakken）など、数々の編著・監修書を世に送り出す。

**もぐもぐ**：大人になってからオタクになった後天的なタイプ。大学時代にAKB48はじめ女子アイドルにハマり、そこから二次元や舞台も楽しむように。2024年現在は男女アイドルと舞台、宝塚歌劇を主に楽しんでいる。

**ひらりさ**：幼稚園で「美少女戦士セーラームーン」のアニメにハマったのをきっかけに、少女マンガ誌を読みあさる。その流れでBL漫画に出会い、腐女子の道へ。劇団雌猫として「オタクのオタク」をやりすぎたせいで、最近オタク活動は卒業済み。

**かん**：小学生からモーニング娘。とジャンプ漫画（『ヒカルの碁』）をきっかけにオタクの道へ。社会人になってからは、女子アイドル、K-POP、舞台、宝塚歌劇など現場があるジャンルにハマることが多め。

**ユッケ**：小学校高学年の頃モーニング娘。や「デジモンアドベンチャー」にハマったのをきっかけにオタクに。中高生の頃は旧ジャニーズや女子アイドル、大学生～社会人になってからは2.5次元舞台など常に何かしらの芸能のオタクをしている。

## オタクの金遣いと継続性

——本日はどうぞよろしくお願いいたします。私達のグループでは、「推し」文化に当事者として関わっている人たちの声を集めています。「推し活」にハマっている人たちの声が集まっている場を調べていたところ、劇団雌猫さんのことを知りまして。オタク仲間を「悪友」と称してアンケートやインタビューを行っていますよね。そもそも悪友さんたちに話を聞こうと思ったきっかけがもしあったら教えていただけないですか。

**もぐもぐ** そもそものきっかけは私たち4人、つまり友達同士の飲み会の席での話でした。私が2016年に転職することになった時で「まじ貯金がないわ〜」って話をしたら、ユッケさんとかんさんが信じられないぐらい貯金がなくて……。

**かん** 貯金がない、という少しはありそうだけど、0円で……。

**ユッケ** 当時は、貯金という概念がなかったり……。

**もぐもぐ** 逆に、ひらりさんは堅実に貯金してたタイプだね。仲良くても意外にお金の話って酔っぱらって深夜にならないとしないし、いざすると、お金の使い方に人生観でるなって盛り上がったんですよ。思えば、SNSで見かけているオタクたちも、普通に働いてそうだけどライブや舞台で全国を飛び回っている人とか、ソシャゲ（ソーシャルゲーム）のガチャかなり回してそうな人とか、気づけば韓国にいる人とか、謎の生態の人がいたので「みんなどうしてるんだろうね？」という話になったんです。匿名でお金の使い方＝人生観を書いてもらって集めたら楽しいかも、せっかくやるなら同人誌にするか！みたいな軽いノリで始めたんですよ。コンセプトは「インターネットで言えない話」で、「SNSの方が本当の自分という空気あるけど、今やネットで言えないことはむしろいっぱいあるよね？」という感じでした。

**ひらりさ** もぐもぐさんは文学フリマで『インターネットひそひそ』っていう同人誌を出してたよね？ もぐもぐさんはインターネットと女子の関係をアーカイブにしていくことに熱意を注いでいたから、その延長もあるかなとは。

**もぐもぐ** そうだね！ 全然違うアプローチで友達と大学時代に2回ぐらい出してました。

——悪友さんたちとはSNSで最初、知り合ったとかでしたっけ。

**ユッケ** 誰かの知り合いとか、知り合いの知り合いとかそのレベルがほとんどだと思います。

**もぐもぐ** ほとんどTwitter経由で声をかけているので、対面で会ったことのない人も結構います。原稿の多くはインタビューではなく本人に書いてもらっているんで、テキストのやり取りができればいい、という。その頃って「推し活」って言葉もなかったですし、オタクカルチャーの周りも全然空気が違ったというか……むしろ「ガチャで生活を破綻させるヤバイオタク自慢」みたいなチキンレースが結構あったんですよ。

**ユッケ** あった。

**もぐもぐ** そこへのアンチテーゼじゃないけど、「破滅型の楽しみ方してる人たちだけじゃないよね」っていうのを、アイドルや宝塚歌劇の現場で出会った友人たちを通して実際知っているじゃないですか。有閑マダム的な楽しみ方も、お金を切り詰めて生活費を全部ガチャに使ってるみたいな楽しみ方もあるけど、その中間のまあまあ働きながら無理ない範囲で、ちゃんと実生活の自分とバランスをとってやってる人が本当は大多数ですよ。オタクカルチャーの中だと、透明化されてる……と言うと言い過ぎですけど、いっぱいいるはずなのになかなか出てこないよね、という。例えばささやかに「推し」の誕生日のガチャを回すために、1年かけて貯金していたお金から10万円を使うとか……それがささやかと感ずるかは人によるとは思うんですけど。そのバランス、みんなが働きながら、社会生活をしながらオタクとしてもやってるよというところを取りあげたい気持ちはあったかもしれないです。

——継続性を念頭に置いてるっていうのがご著書から受けた印象で、例えば『一生楽しく浪費するためのお金の話』や『一生推したい！私たち、ゆる健康はじめてみた』ではタイトルに「一生」という言葉が入って

1 ゲーム内の有料アイテムを消費して、アイテムやキャラクターを入手すること。

います。(オタ活／推し活を)一瞬のことではなく、人生や生活の中で続けていくにはどうしたらいいかっていうのを意識されてるなと思いました。おっしゃっていたバランスというのは、2016年ぐらいから今までずっと持ち続けてきたお考えなんですか。

もぐもぐ 難しいな。シンプルに私たちが年をとって、今日楽しければいい！ って感じじゃなくなってきたのも大きいです。

——今振り返ってみれば……ですか。

かん もぐもぐさんが言ってたアンチテーゼみたいところが今振り返ってわかりにくい理由は、私たちは浪費という言葉をあえて鍵括弧付きで使っていたんです。浪費というのは浪費賛美というか、浪費を煽っているという意味ではなくて、あえてこの行為に浪費という名前をつけてますってということを同人誌では明示して。「浪費、という言葉を選んだのは、わざとです。外からは浪費に見えたとしてもそれが無駄なもの、必要のないものかは本人にはわかりません。」(出所:『悪友 vol.1 浪費』1頁)って。けど、これを今読み返している人もほとんどいないと思うので……(笑)。だからわかりにくくなってるんだと思います。

ひらりさ オタク界に「実質無料」というミームがあって。もぐもぐさんが「(そのミームが)すごく嫌い」って言うから、私もあんまり言わないようにしてた……(笑)。たしかに、無料じゃなくて金は払ってるわけですよ。目の前で払ってるものを無効化するのはいらない、普通に自分たちが払っているお金の価値を貶める必要はない、みたいな気持ちはあったと思う。

ユッケ 「オタ活」を継続するためにとか、最初から定義していたわけではないんです。私は中高生の頃からジャニーズが好きで。大学生でジャニーズファンとしてブログを書いていた時にインターネット上で知り合う女性のオタクって、30代とか40代とか結婚して子供産んでもジャニオタ、仕事と両立しながらジャニオタやってる人もたくさんいらっちゃって。そういう年上の先輩たちを見ると、ジャニーズオタクとしての気持ちって大人になったら自然と薄れていくのかなって思ってたんですけど、いやそんなことないな、多分私、一生何かにハマって一生オタクだな、みたいな気持ちはずっと持ってた。その人たちって、ソシャゲに月収全部費やしてるとかコンサートでいい席に入るためにお金を積みたい極端なお金の使い方をしていないからこそ、ゆるゆる続けられている人たちなんだろうな。自分がそういう考えだから、多分、いろんなオタク友達がいる中でこの劇団雌猫の四人で自然と仲良くなってやっているんですけど。一瞬ガーってやるっていうよりは、ゆるゆる何かしらずと好きでいたいよねみたいなスタンスが合うので。我々の知り合いとか、知り合いの知り合いとかに寄稿してもらおうと、価値観が似ている人を集めやすかったりもするし……というので、最初から決めていたわけではないんですけど自然とそういう方向になっていったというのはあるかもしれないですね。

ひらりさ 同人誌なんだから、元々内輪ネタなんですよ。でも悪ノリになりすぎないように……というブレーキはかけていましたね。『悪友 vol.1 浪費』の寄稿者を集めてるときに、婚約者のクレジットカードをこっそり使ってた婚約破棄になった人とかも名乗りを上げてくれたんですが、それは違うかな、みたいなラインはあった。

もぐもぐ そうそう、エキセントリックなほうをやりたかったわけじゃないんだよね。その肌感覚は4人で共通していたと思います。

## オタクと推し活の違い

——ご著書には「オタク」とか「オタク女子」「オタ活」という言葉が出てきますが、今の「推し活」という言葉が広まった状態を見て、どう思いますか。違いを感じるどころとか。

もぐもぐ むずいやつだ、これ。

ユッケ むずいやつだ。でも、1個具体的な話をすると、仕事をしていて「オタク」とか「オタ活」みたいな言葉を使うことがあるんですけど、非オタクの仕事関係の方に、『オタク』はネガティブなイメージがあるの

で『推し活』って言ってください」と言われて……私はそれに無性に腹が立ち、まあ仕事なんで心を殺してやりましたけど……オタク、「推し活」文化を外から見てる人からはそう見えるかもしれないけど、中にいるオタクって別にそんなオタクにネガティブなイメージを持って使ってるわけじゃないんだよなみたいな、もやっとした気持ちは常にありますね。

**もぐもぐ** 「推し活」ウォッシングが。

**ユッケ** そう、「推し活」ウォッシングされてしまって。

**かん** 『悪友 vol.1 浪費』が10年弱前じゃないですか。そのさらに10年前とかだと私達もこういうノリの同人誌は出せなかったと思うんですよ。さらにフェーズが変わった現在にこれを出すかっていうと絶対出さないとと思うので、「市民権を得た」以上のところでマーケティング的に消費されてるっていうのが今なんじゃないですかね。「オタ活」だとオタクが主体の言葉ですけど、「推し活」だとその対象が主体の言葉なので、マーケティングで使いやすいというか、あんまり推す側の当事者が関係ない。

**ひらりさ** 私達が「推し活の先鋒」として批判されるようになったのが2019年に『日経MJ』でインタビューを受けてからなのですが……。

**もぐもぐ** そうだったんだ（笑）

**ひらりさ** マーケティングの文脈でマスメディアにインタビューを受けたのは事実ですね。マーケティング文脈に「オタク女子」を括弧として乗せたと言えばその通りなんですけど……今、話しながら手元で記事を検索したんですけど、この記事ですらまだ「推し活」が使われてないということに今気づいた。「オタク女子」って言葉になってる。まだ2019年はそんなに「推し活」って言葉を使ってなかったんだと思う。

**ユッケ** 2020年ぐらいにコロナの影響でお家にこもる時間が多くなってみんなが趣味を求める中で、「推し活」ブームって加速していったような印象があるんですけど、どうなんですかね。

**ひらりさ** ライターの藤谷千明さんが、先日『推し問答！あなたにとって「推し活」ってなんですか？』<sup>2</sup>という本を出したんです。いろいろなジャンルの女性オタク当事者に「推し」について聞くという本で私も参加しています。そこに、女性誌で多数執筆をされているライターの野田春香さんがコロナ禍で家にこもるようになって女性誌がファッションを特集できなくなっちゃって、「推し活」を特集せざるを得なくなったという背景もありそう、という説を話されていたのが面白かったです。

**かん** 「オタ活」「オタ活」って劇団雌猫がやんやんやんや言ってたのを経て、カルチャー誌やファッション誌などの「オタ活」って言いにくい媒体は「偏愛」っていう言葉を使うように……。

**一同** （笑）

**もぐもぐ** 確かに、あらゆる雑誌で「偏愛」特集ばかりだった時期、ある！

**かん** 今は、「推し活」と同じぐらい様々な媒体でまた「偏愛」って普通に使うようになって、大体1周したって思う。マーケティング的に「偏愛」って言葉を使うようになってる。

**ひらりさ** レッツエンジョイ東京が「偏愛東京」っていうプロジェクトをやってるんですよ。電車で中吊り広告を見るたびに「偏愛偏愛言いおって……」と思ってたんですけど（笑）、これも2023年1月に始動してるな。

**もぐもぐ** NHKの「あさいち」という番組で「#教えて推しライフ」のコーナーが始まったのが、それこそコロナ禍前後なのかな、2020年ぐらいだったと思うんですけど<sup>3</sup>。私はその時に「NHKが『推し』って言い出した！」と思った記憶があります。初回放送にあったエピソードの一つが、韓国のある俳優さんのファンが、世界のファンダムと共同ドネーションをして、彼の誕生日に毎年カンボジアに井戸を寄贈しているという話で、「推し活」を通して人生や社会をよくするという切り口だったんですよ。あさいちのメインターゲットは40～60代の女性だそうですが、子育てが一段落している方も多いので、「なるほど、こういうライフステージの方にも刺さるんだ」と印象に残りました。宇佐美りんさんの『推し、燃ゆ』（2020年9月発売、

2 『推し問答！あなたにとって「推し活」ってなんですか？』（2024、東京ニュース通信社）

3 「#教えて推しライフ」の初回放送は2021年だが、前身となる企画は「人生が輝くヒケツ！“推しのいる生活”のススメ」という名前で2020年10月に放送された。（参考：WEBザテレビジョン「『あさいち』話題の“推し活”コーナースタッフが語る 推し活隆盛の理由は、SNSの発達と社会の成熟」<<https://thetv.jp/news/detail/1093850/>> 2024/3/2訪問。）

2021年1月芥川賞受賞)も同じ頃ですし、そのあたりからネットミーム的なところから、世間が使う言葉になった気はしますね。

——活動を何と呼ぶかはともかくとして、好意的に捉えるような構成が多いんですかね。以前のような、ガチャの問題性だとか批判的な捉え方ではなくて、こういう人たちがこういうことを楽しんでるよっていう文脈が今は多いという印象ですか。

**かん** 企業発信の「推し活」文脈は、PR目的でやってるので当然ポジティブに表現する方向性なんだとは思いますがね。光と影がより濃くなっちゃって、逆に自分のキャパシティを超えてお金を使っちゃう人の話とかが出てきていますよね。なので、いいところばかりになったよねみたいな感じでもないと思います。

**ひらりさ** オタクって言葉を私達が使うのはそこで育まれてきたアイデンティティとか、学校でちょっとキモがられたところとかを忘れたくない気持ちもあるじゃないですか、自虐であると同時に選民意識がある言葉だと思って。オタクって、名乗るには歴史が必要なんです。でも、「推し活」っていうのは帰依した途端に特別になれる宗教だと思うんです。今、『推し活』をしている」ことが大事になる宗教だと思っています。

**もぐもぐ** 大乘仏教!? (笑)。個人のアイデンティティってよりは、今の状況や行動にフォーカスしていると。

**ひらりさ** そっちの方がマーケティング的にも得だし、これまで別にそういうのを自分の意思で積み重ねてきてなくても今入れますとした方が、参加する人も入りやすいみたいな気持ちはあるのかなって思うんです。みんな自分がそんなに特別じゃないとっていて、「推し」の特別さだけによってアイデンティティを確立したいのかな。うまく言いづらいんですけど。

**かん** オタクじゃなくても推し活はするってことですよ。

**ひらりさ** そうそう。自分自身にフォーカスされる言葉よりも何かしっくりくるんでしょうね。属性で呼ぶのって、ある種のスティグマを付けたりもあるわけだし。私は「腐女子」を長年アイデンティティとしてきたんですが、2021年に、日本マンガ学会が「BLとメディア」というテーマでシンポジウムを開催していたんです。そこでは、みんなあんまり「腐女子」ってもう言わなくなってるという話が出ていました。元々、腐女子って言葉には、自身の自虐だけでなくゲイ差別が含まれるので使用すべきではないという話があって、私もそれは意識していたんです。でも、そもそもBLを単に好きで読んでることに何か名前を付ける必要ある？ みたいな人たちが現れていて、特に若い世代がそうなんだ。「ちるちる」<sup>4</sup>の人がそのように言っていて、なるほどと思いました。

**もぐもぐ** 自分が「推し」って言葉を使い始めたのはAKB48グループを応援する時の「〇〇推し」「神推し」「単推し」という言い方からだと思うんですが、私はそもそもこの「推し」って言葉をいい発明だと思っています。というのは、我々が誰かをファンとして好きであること、特に3次元の対象を好きであることは、恋とみなされがちだったところを、それと別の感情として名付けてくれたんですよ。例えば、私がAKBを好きだった大学時代は女なのに女の子を好きっていうことがまだあまり理解されなかった覚えがあるんですよ。女性が女性アイドルを好きっていうのがまだ市民権を得てなかったときに、「推し」っていうのは応援したい対象であって、恋愛感情とはまた別で……ということを説明しやすくなったのはあると思います。転じて、男性アイドルを推すときに、「これは恋愛ではなくて『推し』です」というエクスキューズがつけやすくなって「推し活」しやすさにつながっているのはあるのかなと思いました。

## お金を使わない「推し活」と推し疲れ

——マーケティングとの繋がりで言うと、お金を使わない「推し活」あるいは「オタ活」ってあり得ると思いますか。

**ひらりさ** それは全然ありますよね。ストーリーリング動画を回して再生回数を伸ばすとか、宣伝のツイート

4 日本最大級のBLレビュー&コミュニティサイト。

をすとか、TikTokの動画を作るとかって、お金は使わないけど、時間や労力は使う「推し活」ですよ。 「推し活」という言葉自体、あんまり金銭にフォーカスされてないのでは。例えば、「推し」のアクスタ（アクリルスタンド）を買うことが「推し活」なんじゃなくて、アクスタを持ってどこかに行って宣伝に協力することが「推し活」で、基本的には労働の概念だと思っています。

**ユッケ** なるほど。でもオタクじゃない会社の先輩が、近所のタリーズのかっこいい店員を「推し店員」、タリーズにコーヒーを買いに行くことを「推し活」って言ってて。それは違うだろうって個人的には思うんですけど、身近に「推し」を作ったら人生が生き生きするという風に言われることもあるじゃないですか。だから「推し」を作りましょうって。

**ひらりさ** そうすると宣伝だけじゃないか。でも、「推し」のために時間を使うことは定義に含まれてるよね？

**もぐもぐ** 己が労力を使ってることが重要なんだね。

**ひらりさ** だから「推し疲れ」って言葉があるんだと思うんですよ。

**ユッケ** 労力を使った結果疲れちゃうってこと。

**もぐもぐ** なるほど。確かに二次創作を描いたり書いたりするのが「推し活」か？ っていうと違う気がしますね。もちろん原稿を書く労力はあるけど、本来的には労働というより探求というか。

**ひらりさ** 「推し疲れ」には、望んだ成果や効能が得られなかったことへの疲れが含まれている気がする。

——「推し活」で期待する効能にはどんなものがあると思いますか。

**ひらりさ** こんなに私は頑張ってるのに「推し」はこの間のCD大して宣伝してなくてイラッとするみたいな話とか、宣伝チャンスなのに「推し」は思ってるほど頑張っていないのを見て疲れちゃいましたとかを聞きますね。

——推しへのフラストレーションもあるんですね。

**ひらりさ** 自分の思っているような、「推し」と自分の「推し活」の理想の回り方をしていないことへの疲れ。これもぜひ『推し問答！』を読んでいただきたいのですが、メンズ地下アイドルを追いかけてる人が、推しがもうちょっと頑張ってメジャーになってくれない限り、タワレコとHMVと握手会を延々回り続ける地獄のトライアングルから抜け出せないかもって思った瞬間疲れたと語っていました。

**もぐもぐ** そう思うと自己啓発っばいね、「推し活」って。

**ユッケ** 自分が推してたのに、こっちが望む行動をしてくれないから、むかついて降りるみたいなのって、「推し活」っていう言葉が生まれる以前からオタクの行動ではあるよね。

**かん** オタクによって自分が何に対して金銭とか時間をかけているのかが、かなり様々なので。例えば同人誌とかだと、作り上げたらもうそれで自力で得られる達成ですけど、そうじゃなくて見返りが自分発のものじゃないとか、他者に依存するようなものを目的に活動するとコントロールできないので、しんどいことが多い。

**ユッケ** SNSが発達して承認欲求とも絡んでくるのかなって。二次創作をやっているオタクだと元々は同人誌を作ったり、自分の萌える絵を書くことが目的だったはずなのにそれをネットに上げてしまうと、どれだけいいねがついたとか、どれだけリツイートされたとかを気にし始めて。それはアイドルオタクも一緒に、カフェにアクスタ持ってって、その画像がどれだけ可愛く撮れたとか、他者からその自分の行動をどう見られるかというところに生きがいを感じ始めてしまうと、どっかで苦しくなるタイミングがあって。それはオタク関係なくSNSが産んだ承認欲求のつらさかなって思いました。

## 「推し活」は「合法ドラッグ」？

——「推し活」って何のためにやってるんだろうって、部外者は素朴な疑問を持つと思うんですが、何かお考えがありますか？

**ユッケ** 私はこれずっと言っていて、あまりにも汚い言葉だからもっといい言葉を探したいって思っているんですけど、「推し活」「オタ活」って、合法ドラッグだと思っているんです（苦笑）。例えばアイドルとか俳優さんが好きだったとして、私自身はこの先帝国劇場に立てることもないし、月9に出られるような飛躍ってないじゃないですか。でもその「推し」を応援することで、「推し」がステップアップしていくと、自分の人生では味わえないぐらいの感情の上がり下がりがあるというか。この年齢になってくると恋愛でも、この人めっちゃ好きみたいな激しい気持ちよりは一緒にいて楽とか、仕事でも難しい課題に取り組むぞっていうよりは、自分のできるスキルでできることをやってくぞとなっている中で、めっちゃめっちゃ好きな「推し」に一瞬でもファンサ（ファンサービス）されて、めっちゃ嬉しいみたいな気持ちとあって、「オタ活」をすることでしか味わえないから。そういうテンションの上がり下がりを経験すると、それが無い人生ってつまんないなって思っちゃうんですね。ドラッグとかやったことないですけど、その感覚に近いのかなと思って。テンションの急な上げ下げ、毎日ジェットコースターに乗ってる感覚みたいなスリルが体験できるのが「オタ活」なので、抜け出せないっていうのはあります。

——「合法ドラッグ説」に他の方々は、違和感ありませんか。

**かん** 違和感というより、そういう人は当然いると思うし、わかるわかるっていう感じ。

**ひらりさ** 私はやっぱりBLで育ったところがあるので特に感じるのは、オタクである種のジェンダーとか、マイノリティ的属性の一つだと思っているんで、それについてやる意味とか、継続する意味みたいなことを問うのはちょっと違うかなっていう感情が強いかもしれないですね。ただその集団特有の習俗として現場に行くとか、オフ会をすることがあったりするから、その集団に属してたい感覚でそういう活動に精を出す部分が私は強くなっている。昔「隠れ腐女子」ってすぐわかるよね、というのはあった。人に対する目線とか言葉使いとかですかね。帰国子女を見分けられるとかに近いんじゃないかな。それは本当の意味の言葉づかいていう話だけじゃなくて、思考様式とかコミュニケーション様式みたいなことですね。

## これからの劇団雌猫としての活動

——劇団雌猫としては今後もゆるゆると続けていきたいイメージですか。

**もぐもぐ** みんながそれぞれ、興味あるときに興味あることやるぐらいの感じがちょうどいいかな……。コメントや取材を求められても断っていることもありまして、私の体感で一番断ったことが多かった依頼は、「まだ『推し』を見つけられてない弊誌の編集者に『推し活』の始め方を教えてください」というやつ。私達は「別にそんなに無理して『推し活』しなくてもいいですよ！」っていうスタンスだから……。

**ユッケ** ないならない方がいい（笑）

**ひらりさ** 合法ドラッグだから（笑）

**もぐもぐ** 好きな対象が見つかったらもちろん応援するのは楽しいけど、無理やり見つけなくても劣等感を持つ必要はないですね。そが今、同調圧力が少なくなっているのかなあ、とはオタクサイドからの「推し活」ブーム批判への言葉を見ても感じます。

**ひらりさ** 「推し活」ブームがあったから、私たちも書籍がたくさん出せたのはあると思うんですね。同人活動が元々の始まりなので、同人誌をまた出したりしても楽しいだろうなあ。

**ユッケ** 「推し活」ブームが終わった頃に再開するかもしれない、活発な活動。

——本日はどうもありがとうございました。（了）

### 座談会を終えて

このインタビューでは、「推し」文化が、従来のオタクカルチャーの延長線上で生まれつつも、コロナ禍やマーケティング戦略などの影響を受け、それとは性質の異なるものとして発展してきたという見解が表され

た。類似の事象をメディアによって各々違う言葉（オタ活／推し活／偏愛……）で表現しているという話や、オタクはアイデンティティを示す言葉であるのに対し「推し活」は行為を示す言葉であるという話など、興味深い内容を色々と伺うことができた。これらは直近約20年間の変遷をオタクとして観測してきた劇団雌猫様ならではの視点によるものだろう。特に印象に残った言葉は、「推し活」は金銭よりも労働に紐づいた概念かもしれない、ということである。これは、当初お金を切り口にして「推し活」を調べようとした我々グループメンバーに気づきをもたらした。オンラインメディアや商業誌とは別に存在している同人誌の文化およびコミュニティについてわずかながら知れたことも大きな収穫であった。実際には多数の人々が生活と両立できる範囲で趣味にお金と労力を投じているとしても、そういった様子が目立ちにくくなっている状況は、ネット上の「バズる」「いいね」がとかく注目を集めやすい現代社会の構造を反映しているかもしれない。

インタビュアーが不慣れな中、積極的に話を展開してくださった劇団雌猫の皆様には心から感謝を申し上げたい。4人で親しくお話されている様子から、しっかりとした信頼関係が築かれていて、お互いの価値観や体験を普段からよく共有されているのであろうことが汲み取れた。このように貴重なお話の機会をくださったことにお礼を申し上げる。



# 文化資源学フォーラムについて

## 1. 授業の位置づけ

### (1) 文化資源学研究専攻とは

文化資源学研究専攻は、東京大学大学院人文社会系研究科に属する研究専攻として2000年に発足した。文化資源学（Cultural Resources Studies）とは何か。当研究室のホームページでは次のように説明されている。

文化資源学は、人間が生み出すさまざまな文化を、既成の概念や制度にとらわれず、「ことば」と「かたち」と「おと」を手掛りに、根元に立ち返って見直そうという姿勢から生まれた。そして、多様な観点から文化をとらえ直し、新たな価値を発見・再評価し、それらを活かしたよりよい社会の実現をめざす方法を研究・開発しようとするものである。

文化資源学研究専攻は、学部に対応する専修課程を持たず、修士・博士課程のみで構成される。当初は文化経営学、形態資料学、文字資料学（文書学・文献学）で構成されたが、2015年度より文化資源学と文化経営学の2コースに再編された。文化資源学は領域横断的な性格を持つことから、人文社会系研究科の他の研究室（美学芸術学、美術史学、宗教学）や学内機関（史料編纂所、総合研究博物館）、学外機関（国立西洋美術館、国立国文学研究資料館）と協力関係にある。

この研究専攻は、社会人・外国人に大きく門戸を開いている点にも特色がある。入学募集枠の半数が社会人で、国籍・年齢・キャリアなどの多種多様な学生が在籍している。社会人学生の職場は、官公庁・自治体、学術機関、民間企業、個人事業主など多岐にわたる。

### (2) 文化資源学フォーラムとは

文化資源学フォーラムは、文化資源学研究専攻の修士課程1年生が、必修科目「文化資源学フォーラムの企画と実践」の授業として行う公開討論会である。(a) 公開であること、(b) 実施報告書を作成すること、(c) 学生自身で予算管理を行うことを条件とし、開催内容・スタイル・規模などは学生に任される。例年、4月から企画立案、テーマ・運営方針の検討、文献調査・勉強会などを重ね、年度末までに開催する。研究専攻に様々なバックグラウンドを持つ学生が集まることを活かして、複数のゲストを招待し、多彩なテーマを扱ってきた。過去の開催テーマは次の通り。

開催回	年度	名称
1	2001	文化をつくる、人をつくる：インターンシップとリカレント教育の現在
2	2002	記憶の再生：遺跡・史跡のマネジメント
3	2003	関東大震災と記録映画：都市の死と再生
4	2004	文化経営を考える：オーケストラの改革・ミュージアムの未来
5	2005	廃校の可能性—芸術創造の拠点として—
6	2006	社会と芸術の結び目—アウトリーチ活動のこれから—
7	2007	1000円パトロン時代—ファンドによる芸術支援の現状と課題—
8	2008	つくる、えらぶ、のこす、こわす—高度経済成長期の東京景観考—
9	2009	めぐりゆくまなざし—発見され続ける銭湯—
10	2010	「書棚再考」—本の集積から生まれるもの—
11	2011	#寺カルチャー—仏教趣味のいまを視る—
12	2012	地図×社会×未来—わたしたちの地図を探しにいこう—
13	2013	酒食饗宴—うたげにつどう人と人—
14	2014	らくがき—そこにかくということ—
15	2015	キャラクター考—「刀剣男士」の魅せるもの
16	2016	2017年のホンモノ／ニセモノ—体験を揺さぶる技術にふれてみませんか
17	2017	周年の祝祭—皇紀2600年・明治100年・明治150年—
18	2018	コレクションを手放す—譲渡・売却・廃棄
19	2019	富士と旅—旅メディアのこれまでこれから—
20	2020	アマビエ現象2020—よみがえり妖怪の変容と拡散が映す現代
21	2021	顔を隠す—日本中世の絵巻と現代の映え写真から見る、表現と社会
22	2022	伝統芸能を未来に継承するには—国立劇場おきなわの事例を通して—
23	2023	「推し」文化を語る—将来の学術研究に向けて

## 2. 準備・実施の流れ

### (1) 全体の流れ

授業の前半はテーマ選定を行った。各人の興味関心をもとに意見を持ち寄り、マインドマップなどを作成したところ、「文化の破壊と創造」というキーワードに辿り着いた。これを軸とするアイデアを1人1つ持ち寄り、関連書籍を紹介した。しかし、学生はそれぞれのアイデアに強い思い入れがあるわけではなく、テーマの掘り下げに時間を要したことから、投票で企画案を選抜することになった。「アイヌ」「文化財返還」「推し活」の3つが抽出されたため、3グループに分かれて簡易調査を行い、実現難易度などを比較した。学生の関心の高さや、扱える話題の間口の広さから、2023年度のテーマは「推し活」に決まった。

夏季休業の前後にかけて、関連書籍や先行研究を共有しながら、フォーラムで扱う対象を絞り込んだ。「推し活」が近年の新語であることもあり、用語の定義や概念構造といった基本的な考え方を学生間で擦り合わせた上で、開催目的を「『推し』文化の俯瞰的な理解」と「当事者の実態把握」に資する「同時代のスナップショットを撮る」ことで一致した。

並行して開催方式も議論した。現在進行形で変化する文化現象を対象とし、当事者の心理・行動も含めた内実を明らかにするために、従来の講演・討論形式ではなく、多様な立場の人々から意見を聞く座談会形式を考案した。

検討当初は、十数人が3～4卓に分かれるラウンドテーブル形式のディスカッションを同日開催しようと考えていた。開催方式を議論するなかで、当日の合意形成や情報共有よりも、当事者との対話を通じて様々な視点・論点を引き出すことに注力することにした。そのためには、集団討議の録画・録音ではなく、非公開の取材をもとに編集記事を作成し、ファクトチェックを行う形式が適当だと考えた。本名・素顔を明かせない方も招待できるよう、トークバラエティ番組「ねほりんぱほりん」(NHK Eテレ)から着想を得て、ゲストは半匿名で参加できることとした。実施報告書それ自体を「推し」文化のアーカイブ(記録文書)とするこの形式を、学生たちは「紙上座談会」と呼ぶようになった。

授業の後半には、「推し」文化に対する個々人の興味を企画書にまとめ、それらを分類し、「表象」「政策」「心理」「経済」の4グループを作った。それ以降はグループごとに準備を進めた。企画書のブラッシュアップ、トークテーマの設定、候補者探し、出演打診を行い、非同期のグループインタビューを実施した。取材内容は文字起こしをもとに編集し、ゲスト出演者のチェックを経たうえで、すべての内容をまとめて本書に掲載した。

## (2) 各グループの準備・実施

### Aグループ

直近5年間で「推し文化」を扱う作品が増えていることを受け、1.「推し」文化をモチーフにした作品を制作した方と、2.「推し」文化を俯瞰的な立場で語れる方に、出演を打診する方針とした。「推し」という語の出自であるアイドル文化は、社交界・演劇界に起源を持ち、20世紀後半の芸能史・サブカルチャー史とも深く関わる。それらにはすでに一定の先行研究・文化評論があるため、今回は21世紀以降のアイドル文化に注目した。

幸いにもお二人にご出演いただいた。担当学生たちは座談会に向けて、簡易年表・時系列推移グラフを作成し、質問案をもとにデモンストレーションを行った。取材当日は、21世紀以降の「推し」文化について、情報メディアの変遷を考慮しながら、おおまかな年代順にお話しを伺った。ゲストのお二人は専門家然とせず、パーソナルな語りで当時はふり返りつつ、「萌え」「オタク」「推し」といった言葉のニュアンスを繊細に語ってくださった。

### Bグループ

Bグループの2名は推し活を活用しているステークホルダーから見た推し活のあり方や、活用の手法に関心を持っていたことから、当初のテーマを「推し文化の経営論」としていた。しかしゲストの候補に関して、ビジネス戦略や機密事項から一般企業の社員の方に具体的な手法を聞くことが難しそうだったこと、メンバーの興味がコンテンツツーリズムに傾いていたことを理由として、地方自治体の職員の方と研究者の方に絞ることにした。これに伴い正式なテーマを「推し文化の政策論」と変更した。

ゲストの打診について、研究者の方には日本コンテンツツーリズム学会において副会長を務め、アニメ聖地巡礼についても研究を行っている関東学院大学経営学部経営学科の岩崎達也教授に打診し、ご出席いただいた。またインターネット上で「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない」などのアニメ作品による地域振興を主導しておられた秩父市の中島学様の記事を見つけ、これを踏まえて中島様に打診したところ、こちらも快諾いただけた。

座談会の進め方として、ゲスト決定以前には独自の地図やキャラクターを用いたケーススタディを行う案も出ていたが、具体的な施策をお聞きすることによって秩父市のケースを深掘りすることに方針転換した。ゲスト同士の会話から生まれる話題もあり学びも多かったが、本報告書では文字数の関係から全てを書き起こすことができなかった。

### Cグループ

ここ数十年間で、「推し」「推し活」という言葉が身近になり、その「推し活」をとりまく環境は大きく変わっていった。今回、「推される」立場にある者が、今の「推し活」の文化や環境変化をどう捉えているか、リアルなエピソードや感情とともに知りたいと考えた。

しかし、近年「推される」活動の敷居が下がり、裾野が急激に広がったことにより、対象はアイドルから YouTuber・VTuberまで多岐に渡る。そのため、①「推される」活動とともに「推す活動」をしていること ②活動期間が長期間に渡ること ③グループでの活動をしていること等の条件で対象を絞り込み、できるだけ客観的に自身の活動を語っていただける方として、ニコニコ動画黎明期から Perfumeの男性コピーダンスユニットして活動を始め、動画投稿サイトの「踊ってみた」文化を牽引された perfumen様にお話をお伺いした。

インタビューでは perfumen様の活動歴を整理した上で、各時期でのモチベーションや心情の変化とともに、「ファンとの関係性」「踊ってみた文化」「二次創作」「昔と今の推し活の違い」等のテーマに対してお話をお伺い、ゲストには当時の実体験をともなったエピソードを交えながら活動者目線での解像度の高い「推し活」への考えを語っていただいた。

#### Dグループ

Dグループの3名は、お金の使いすぎや「推し疲れ」といった、推し活の負の側面に関心を持っていた。それらの問題は推し手の心理に関わることから、何かしらの推し活を行っている個人に話を聞こうと考えた。しかし金銭的・心理的な事情は非常にデリケートな話題であり、ゲスト探しは難航した。さらに、ゲストの属性や推しに関する情報を掲載することによって個人が特定できる状態になり、匿名性が守れなくなるリスクもあった。そのため、話し合いの結果、推し手本人ではなく、推し手の話を聞いた経験のある個人・団体にインタビューを行う方針を決めた。

熱心に推し活を行っている若年層には学生も多いことから、始めは教育関係者にインタビュー協力を打診したが、実現は叶わなかった。そんな中、Web検索を通して劇団雌猫著『浪費図鑑』が見つかった。その書籍にはオタク女性の「浪費」に関するアンケートや寄稿エッセイが掲載されていることがわかり、そのテーマは我々の問題関心と近かった。そこで劇団雌猫様にコンタクトを取り企画内容を説明したところ、幸いにもインタビュー参加をご快諾いただいた。

劇団雌猫様の著書を読み質問リストを作ってインタビューに臨んだが、本番では想定以上に興味深い話題や、著書からは知り得なかった情報が出てきたため、司会進行のほとんどはアドリブとなった。書き起こした文章の半分はカットとなってしまい、面白い話を載せきれなかったのが残念である。

### (3) スケジュール

年	月	大区分	中区分
2023年	4-7月	企画・予備調査	自由討議、マインドマップ作成、仮案の持ち寄り
	8-9月	夏季休暇	関連書籍・先行研究の共有
	10月	開催内容の検討	「推し」文化を扱う方針の決定
	11月	開催内容の決定	11/9-:開催内容の検討 ○企画内容、PR方針 11/16-:開催内容の検討 ○出演者方針、文案のドラフト 11/23-:依頼準備 ○依頼文案の関係者チェック ○会場・日程候補、予算・スケジュール 11/30-:開催内容の決定 ○企画内容、依頼文案、会場・日時、予算・スケジュール
	12月	企画準備	12/7-:各グループの企画検討 12/14-:実施準備 ○各グループの依頼メール案(送付用)、各グループの企画案(送付用)、研究室HP掲載テキスト(公開用) 12/21:(続)実施準備 ○依頼メール案、企画案、掲載テキストのチェック、研究室HP掲載準備、出演依頼 12/28:年末年始休み

2024年	1月	取材準備	1/4:研究室HPに情報掲載 1/11:(続)出演依頼 1/18:(続)出演依頼 1/25:出演依頼の回答期限(目安、グループ毎に異なる。以下同じ)
	2月	開催準備	2/1:日程調整・会場確保 2/8:取材前調査、メインビジュアル完成 2/15:事前打合せ、メインビジュアル掲載 2/22:前週準備
	3月	開催・記録作成	3/7:取材本番(目標)+録音データ文字起こし 3/14:本文構成・執筆 3/21:(続)本文構成・執筆 3/28:(続)出演者チェック
	4月	編集・校正	4/4:(続)出演者チェック 4/11:(各記事)最終稿の完成 4/18:(全記事)決定稿マージ、研究室報告 4/25:校正・補筆・組版
	5月	掲載	5/2:本文校了 5/9:研究室HPに掲載、掲載連絡等

### 3. 全体の振り返り

(阿達) これまでのようなイベントの開催とは異なる新たな手法への挑戦は必ずしも簡単なものではありませんでしたが、運営を通して得られた教訓は非常に有意義なものでした。この挑戦が今後の「推し」文化研究の発展に寄与することを心から期待しています。

(笠井) 偶然にも今年はディズニーランド(日本)の開業40年、「電撃文庫」創刊30周年、「テニミュ」初演から20年、BTS(防弾少年団)デビュー10周年となる節目の年。旧ジャニーズ事務所の社名が消え、「第74回紅白歌合戦」で披露されたYOASOBI「アイドル」に日韓の人気アイドルが一堂に会するなど、まるでひとつの文化潮流が集大成を迎えるような空気でした。一時はどうなるかと思いました。

(佐藤) 研究室の名前である「文化資源」のように「推し活」という言葉・現象も、一様に定義づけが難しいものであると思います。容易に定義・言語化ができないものに対するアプローチの手法や理論は多々あると思いますが、小難しく考え過ぎずに「まず現場のプレーヤーに話を聞く」という姿勢は一つの有意義なスタンスであると感じました。ご協力いただいたゲストの皆様には感謝申し上げます。

(西村) 今までになく「推し活」のキーワードに敏感に過ごした時期となりました。一つの名詞にしてはあまりにも多様で複雑な行為・心情・現象を含んでいることを実感し、改めて昨今のある種安直な使われ方に疑問と懸念を感じました。だからこそ、あくまでいくつかの事例だということに留意してその記録に徹した今回のフォーラムの開催方法は、この「推し活」というテーマには最も適していたと感じています。

(藤井) 「推し活」はその当事者でさえ定義することができない言葉だと思います。一人の持つ推し活観が必ずしも他人に受け入れられない中、今回のグループごとによる座談会形式は「推し文化」に対する考え方を示す方法としてとても有効だと感じました。今後さらに形を変えて広がるだろう「推し文化」を考える上で、この報告書が一つのヒントになれば嬉しく思います。

(星野) 2023年度の文化資源学フォーラムでは過去の形式とは異なり、各グループでインタビューを進めていったものを報告書にまとめました。4つのグループに分かれたことで、俯瞰的な立場からの議論、「推し文

化の政策論」、推される立場の意見、押し文化の「浪費」など多様なテーマで押し文化を取り扱うことが可能となりました。押し文化が持つ複雑な側面を分析することは容易なことではありませんでしたが、今回のフォーラムが後の「押し文化」への研究の一助になることを願っています。

**(溝上)** 「押し活」というテーマは、その対象や語の変遷など多面的な広がりを持っていると思います。その中で、あえて対象を限定することなく、チームを分けて複数のインタビューを行う手法を選択したことで、「2023年の『押し活』現象」のスナップショットを撮ることができたと感じています。表現の方法は変われど、人が何かを偏愛する活動は今後も続いていくと考えますので、この報告書それ自体が文化資源となることを、単純に嬉しく感じています。

**(宮本)** 10名という大所帯で、興味も関心もバラバラな中、テーマ選定や相応しい方法等を話し合っていくことは思っていたより大変でした。ですが同時に、様々な議論や作業を通じて、学ばせていただくことが多い1年となりました。ご協力をいただいた方々、先生方、そして同期の皆様へ感謝申し上げます。

**(安井)** 企画前半で「文化の破壊と創造」という軸で議論をした際に、「大切な文化が消えないように守ろうとする行為」として「押し活」というテーマを思いつきました。調査を進めるうち、押し活は何か明確に定義づけられるものではないことがわかってきました。4本のインタビューを通読すると、グループどうして打ち合わせした訳でもないのに、いくつかのキーワードが共通して登場するのが印象的でした。

**(柳)** 文化の受け手であり、文化を発信する立場でもある大衆が主体となる「押し活」についての議論で、現場に密接する方々の言葉は、本フォーラム全体を通して様々な示唆を与えるものだったと感じます。今回、フォーラムの挑戦的な試みの一部分を担えたことを嬉しく思います。個人的には、担当したポスター制作で、フォーラムに対する各メンバーのイメージをすり合わせて確認し、それを形に落とし込むことが難しかったと同時に大変重要な過程であったと感じました。

# 付録 「推し」に関する情報源リスト

この情報源リストは、本フォーラムの企画・準備のために学生が調査し集めたものである。探索対象には「推し」という言葉が生まれる前の概念（タニマチ、パトロン、ファン、オタクなど）も含み、学术论文に限らず、書籍・雑誌、漫画・テレビドラマ・ゲームなども収録した。2024年2月までに公表されたものを収録しており、「推し」文化に関する文献・作品すべてを網羅できていないものの、将来の研究にお役立ていただけたら幸いである。

## 論文

Kodaka, Maiko. Embrace me as I am: Japanese Pornography for Women and the Fan Community surrounding Male Porn Stars. SOAS University of London, 2023, PhD thesis. doi: 10.25501/SOAS.00039267.

Kodaka, Maiko. "Restoring Femininity through Consumption: Female Fans of Male Porn Actors in Japanese Jōsei-muke AVs". Asian Studies, The Twelfth International Convention of Asia Scholars (ICAS 12). Amsterdam University Press, 2022, p.283-289. <https://www.aup-online.com/content/papers/10.5117/9789048557820/ICAS.2022.035>, (参照 2024-01-29).

浅川重俊. ネットワークから読み解く相撲社会 拡張する「タニマチ」のネットワーク. スポーツ社会学研究. 1997, 5, p.59-70, doi: 10.5987/jjsss.5.59. [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjsss1993/5/0/5\\_0\\_59/\\_article/-char/ja/](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjsss1993/5/0/5_0_59/_article/-char/ja/), (参照 2024-01-29).

谷口重徳. 芸術家と支援者の関係性に関する一考察——ハワード・S・ベッカーの「芸術の世界」の視点から. 現代社会学. 2007, (8), p.3-19.

坂口幸弘, 後藤康恵. 宝塚ファンにおける轟嵐と悲嘆に関する探索的検討. Human Welfare : HW. 2016, 8(1), p.37-46. <https://kwansei.repo.nii.ac.jp/records/27410>, (参照 2024-01-29).

西田隆政. 刀剣女子推して参る!: ゲーム『刀剣乱舞』から広がる世界とは. 女子学研究. 2019, (9), p.6-16.

植田康孝. アイドル・エンタテインメント概説(3)～アイドルを「推す」「担」行為に見る「ファンダム」～. 江戸川大学紀要. 2019, (29), p.133-153. <https://edo.repo.nii.ac.jp/records/850>, (参照 2024-01-29).

坂本歌奈子. 「推し消費」にみる大人女子の消費意識: インタビュー調査からみえてきた3つの特徴. 女子学研究. 2021, (11), p.7-21.

若本純子, 増坪玖美. 青年のTwitter 利用時の相手への好意と自己開示はオタクジャンルにより異なるか? 推しの類似性と居住地の近接性との交互作用の検討. 日本心理学会大会発表論文集. 2021, (85), p.37, doi: 10.4992/pacjpa.85.0\_pc-080. [https://www.jstage.jst.go.jp/article/pacjpa/85/0/85\\_PC-080/\\_article/-char/ja/](https://www.jstage.jst.go.jp/article/pacjpa/85/0/85_PC-080/_article/-char/ja/), (参照 2024-01-29).

笹田有紗香, 大淵裕美. コロナ禍前後における女子大生の「推し活」: 支持対象者・居住地・居住形態に着目して. 女子学研究. 2022, (12), p.23-31.

柳瀬文乃. 「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. 2022, (21), p.106-127. <https://tohoku.repo.nii.ac.jp/records/139117>, (参照 2024-01-29).

「推しのいる生」の倫理的可能性: 推し文化における「主体-世界」の位置. 近代教育フォーラム. 2022, (31), p.133-135.

田島悠来. メディアが描く「推し活」—メディア報道と表象の分析から—. 帝京社会学. 2022, (35), p.87-115. <http://hdl.handle.net/10682/5293>, (参照 2024-01-29).

大方優子, 乾弘幸. ファンツーリズムの行動実態に関する基礎的研究: 推し消費と観光行動に関する一考察. 産業経営研究所報. 2022, (54), p.49-62. <http://hdl.handle.net/11178/8203>, (参照 2024-01-29).

森山咲希, 吉岡聖美. "若者における「推し」の意義と心理的効果". 明星大学. [https://www.meisei-u.ac.jp/2022/s3lks4000007odc-att/220530\\_kanseikougakukai2022moriyama\\_web.pdf](https://www.meisei-u.ac.jp/2022/s3lks4000007odc-att/220530_kanseikougakukai2022moriyama_web.pdf), (参照 2024-01-29).

上田泰, 井上淳子. 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. 2023, 54(1), p.47-64, doi: 10.15018/00001384. <http://hdl.handle.net/10928/1612>, (参照 2024-01-29).

神野雄. 「推し」に関する基礎的調査: 「好き」と「推し」の違い. 東京経営短期大学紀要. 2023, (31), p.91-98.

助川幸逸郎. 「人形愛」から「推しを語るわたし」へ: 現代文学にみる新しい性愛のかたち. 東海大学紀要文化社会学部. 2023, (9), p.191-205, doi: 10.18995/24344710.9.191. <https://opac.time.u-tokai.ac.jp/webopac/TC10003349>, (参照 2024-01-29).

原田祐理花, 小松優衣, 加納里梨, 吉村耕一. 『推し』活動が人の健康に及ぼす影響. 山口県立大学学術情報, 看護栄養学部紀要. 2023, (16), p.1-6.

正木大貴. 「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科紀要. 2023, (17), p.53-62.

## 単記事

Karin. "Japanese Idols, The J-idol Culture, and Who You Should Know". WeXpats Guide. 2022. <https://wexpats.com/en/guide/as/jp/detail/10723/>, (参照 2024-01-29).

森永卓郎. 特集, ZOOM 秋元康が案内する日本最強のビジネスモデル AKB48の世界へようこそ, グラビア図解「チーム分け」「選抜総選挙」「推しメン」…AKB48を知るための必要十分基礎知識. Sapio. 2011, 23(2), p.106-109.

岩宮恵子. 近頃のシジュンキ(8)推しメンができるという社会性の獲得: AKB48の枠組と臨床的效果. 子どもの心と学校臨床. 2013, (8), p.128-133.

渡辺ペコ. 特集, 韓国・フェミニズム・日本, 推しとフェミニズムと私. 文芸. 2019, 58(3), p.116-118.

伊藤久仁子. 高校生との対話「推し」のいる日々. 月刊学校教育相談. 2019, 33(12), p.60-62.

上田恵子. K-POP、2.5次元、特撮の"沼"に落ち……"推し"の彼がいるから私たちは毎日幸せです!. 婦人公論. 2019, 104(18), p.132-135.

武田篤史. よるドラ「だから私は推しました」制作報告. 映画テレビ技術. 2019, (808), p.40-43.

辰野アンナ. "令和女子の「推し」を因数分解してみた。～令和女子をファンにする五つのポイントとは～". ウェブ電通報. 2020. <https://dentsu-ho.com/articles/7144>, (参照 2024-01-29).

中塚千恵. 特集, コロナの炙り絵@LIFE: 「不都合な真実」と「思わぬ好都合」, 「推し」への愛は未来を先取りしながら繁栄する. マーケティングホライズン. 2020, (748), p.25-27.

木村実希子. 「泰流」が熱い: タイの「推し活」経済. バンコク日本人商工会議所所報. 2021, (712), p.24-29.

熱狂の推しマーケティング. 日経X trend: 新市場を創る人のデジタル戦略メディア. 2021, (42), p.36-41.

佐々木チワワ. 「推し活女子」たちが支える歌舞伎町ホストバブル最前線. 週刊ポスト. 2022, 54(9), p.120-123.

佐々木チワワ. "歌舞伎町ホストバブルを支える「推し文化」"1000万使って貯金ゼロでもいいんです". マネーポスト Web. 2022. <https://www.moneypost.jp/885465>, (参照 2024-01-29).

恩田泰子. 「推し活」高じて自ら配給…小さなインド料理店がほれこんだ情熱のインド映画、公開実現. 読売新聞, 2022-09-22. 読売新聞オンライン, <https://www.yomiuri.co.jp/culture/cinema/20220921-OYT1T50214/>, (参照 2024-01-29).

安宅直子. マサラシステムから推し活まで 日本におけるインド映画のパフォーマティブなファンダム. キネマ旬報. 2023, (1921), p.74-77.

うつみ宮土理, 太田裕美. 特集, 脳と体を整えて、100歳時代を健康に、ラジオ体操と推し活が元気の源です. 婦人公論. 2023, 108(6), p.10-15.

令子. "推しの指にマネーリング!? タイ BL オタク“貢ぎの流儀”にせまる". カレラ. 2023. <https://karela.chil-chil.net/newsDetail/32918/>, (参照 2024-01-29).

鶉野珠子. "推し活ブームの裏でトラブル続出の実態…中高生の親が読むべき「推し活の教科書」". ビジネスジャーナル. 2022. [https://biz-journal.jp/2022/09/post\\_313896.html](https://biz-journal.jp/2022/09/post_313896.html), (参照 2024-01-29).



## 書籍・ムック・雑誌

- 田中日佐夫. 美術品移動史：近代日本のコレクターたち. 日本経済新聞社, 1981, 445p.
- 田中日佐夫. 日本美術の演出者：パトロンの系譜. 駸々堂出版, 1990, 445p.
- 高階秀爾. 芸術のパロンたち. 岩波書店, 1997, 232p., (岩波新書, 新赤版 490).
- 河原啓子. 芸術受容の近代的パラダイム：日本における見る欲望と価値観の形成. 美術年鑑社, 2001, 270p., (AA叢書, 9).
- ニューマン, ダニー. 予約会員獲得のすすめ：奇跡をよぶ財政安定化マニュアル. 松居弘道訳. 芸団協出版部, 2001, 318p.
- 東浩紀. 動物化するポストモダン. 講談社, 2001, 200p., (講談社現代新書, 1575)
- 安村敏信. 美術館商売：美術なんて…と思う前に. 勉誠出版, 2004, 156p.
- 本田透. 萌える男. 筑摩書房, 2005, 224p.
- 東園子ほか. それぞれのファン研究：I am a fan. 風塵社, 2007, 317p., (ポップカルチャー選書「レッサーの荒野」).
- 植木朝子ほか. 江藤茂博編. 宝塚歌劇団スタディーズ：舞台を100倍楽しむ知的な15講座. 戎光祥出版, 2007, 416p.
- 志村和次郎. 富豪への道と美術コレクション：維新後の事業家・文化人の軌跡. ゆまに書房, 2011, 234p., (ゆまに学芸選書 ULULA, 4).
- 宮本直美. 宝塚ファンの社会学：スターは劇場の外で作られる. 青弓社, 2011, 191p., (青弓社ライブラリー, 68).
- 菱田正和ほか. ユリイカ 2016年9月号臨時増刊号 総特集＝アイドルアニメ. 青土社. 2016, 261p
- 丹後俊郎. メタ・アナリシス入門：エビデンスの統合をめざす統計手法. 朝倉書店, 2016, 264p., (医学統計学シリーズ, 4).
- 劇団雌猫. 悪友 vol.1 浪費. 2016.
- 劇団雌猫. 浪費図鑑 —悪友たちのないしょ話—. 小学館, 2017, 152p.
- ネイルサロン VenusRico. セルフアニメネイル—自分でできる推しキャラネイル. イマジカインフォス, 2017. 109p.
- 西兼志. アイドル/メディア論講義. 東京大学出版会, 2017, 228p.
- 劇団雌猫. だから私はメイクする悪友たちの美意識調査. 柏書房, 2018, 144p.
- 劇団雌猫. シン・浪費図鑑. 小学館, 2018, 128p.
- 劇団雌猫. 誰になんと言われようと、これが私の恋愛です. 双葉社, 2019, 123p.
- 推しやし委員会. オタクだけど、オトナなので. 光文社, 2018, 128p.
- 七瀬さくら. <推し>が最高に尊くなるツーショットチェキポーズ HANDBOOK. パブセンス, 2018. 129p.
- ブース, ウェイン C. ほか. リサーチの技法. 川又政治訳. ソシム, 2018, 456p.
- 李知映ほか. 小林真理編. 拡張する文化政策. 東京大学出版会, 2018, 256p., (文化政策の現在, 2).
- ポストメディア編集部編. 推しが尊すぎてしんどいのに語彙力がなさすぎてしんどい：腐女子の感情類語辞典. 一迅社, 2018, 119p.
- 劇団雌猫, 篠田尚子. 一生楽しく浪費するためのお金の話. イースト・プレス, 2019, 188p.
- 七瀬さくら. #チェキの本～推しと撮るツーショットチェキポーズ HANDBOOK. マイウェイ出版, 2019. 130p.
- クックパッド. クックパッド総決算みんなの推しレシピ <2020> 発表！319万品から選ばれたベストおかずランキング. 扶桑社, 2019. 95p.
- 矢代幸雄. 芸術のパロン：松方幸次郎、原三溪、大原二代、福島コレクション. 中央公論新社, 2019, 264p., (中公文庫, [や-69-1]).
- Jini. 好きなものを「推す」だけ. 共感される文章術. KADOKAWA, 2020, 224p.
- Veia. 超充実！推し活手帳. 星海社, 2020, 80p.

森貴史。「現場」のアイドル文化論：大学教授、ハロプロアイドルに逢いにゆく。関西大学出版部，2020，302p.

つづ井ほか。ユリイカ2020年9月号 特集＝女オタクの現在。青土社，2020，360p

入矢玲子。プロ司書の検索術：「本当に欲しかった情報」のを見つけ方。日外アソシエーツ，2020，241p.

近内悠太。世界は贈与でできている：資本主義の「すきま」を埋める倫理学。ニュースピックス，2020，251p.

劇団雌猫，石原新菜監修。一生推したい！私たち、ゆる健康はじめてみた。主婦の友社，2021，191p.

17LIVE公式2021カレンダー 今年のイケ男2021『毎日、推しメン』。17LIVE公式カレンダー制作委員会，2021，18p.

17LIVE公式2021カレンダー 貴方の推しメン2021『君が好き！365』。17LIVE公式カレンダー制作委員会，2021，18p.

山口諒司監修。じじい画。巧みな単語で「好き」を拡散！推しことば類語辞典。笠倉出版社，2021，159p.

横川良明。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，2021，255p.

メリリル。推しにささげるスイーツレシピ。推しにささげるスイーツレシピ。グラフィック社，2021，96p.

マニアックラブ研究会。推しに好かれる！カメラマン入門。三和出版，2021，130p.

岡部大介。ファンカルチャーのデザイン：彼女らはいかに学び、創り、「推す」のか。共立出版，2021，200p.，(越境する認知科学，8).

千野帽子ほか。東京マッハー俳句を選んで、推して、語り合う。晶文社，2021，412p.

中山淳雄。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，2021，277p.

LUA。今日の推しの運勢一史上初！キャラクター／実在問わず「推し」の運命を占える！。ホビージャパン，2021，175p.

渥美志保。大人もハマる！韓国ドラマ推しの50本。大月書店，2021，256p.

学研プラス編。劇団雌猫監修。世界が広がる 推し活英語。Gakken，2022，176p.

河西邦剛，松下真由美。清く美しく美しい推し活：推しから愛される術。東京法令出版，2022，191p.

久保（川合）南海子。「推し」の科学：プロジェクト・サイエンスとは何か。集英社，2022，251p.，(集英社新書，1127G).

香月孝史ほか編著。アイドルについて葛藤しながら考えてみた：ジェンダー/パーソナリティ/「推し」。青弓社，2022，223p.

康熙奉。韓国ドラマ！推しが見つかる究極100本。星海社，2022，240p.

Jpp。韓国語で推しを語りたい！—“好き”から始める最高の韓国語入門。大和書房，2022，208p.

コクヨ野外学習センター編。ファンダムエコノミー入門：BTSから、クリエイターエコノミー、メタバースまで。黒鳥社，2022，204p.，(blkswn paper, vol.5).

小林昌樹。調べる技術：国会図書館秘伝のレファレンス・チップス。皓星社，2022，183p.

田島悠来編。アイドル・スタディーズ：研究のための視点、問い、方法。明石書店，2022，216p.

紫垣佳予子。推し曲#トレンドJ-POPリスト。シンコーミュージック・エンタテイメント，2022，191p.

劇団雌猫監修。学研プラス編。世界が広がる 推し活英語。Gakken，2022，176p.

イ・ダヒ。推したい私の韓国語—K-POP、ドラマ、映画から沼落ちした人のための韓国語入門。ワニブックス，2022，320p.

平栗あずさ。きせかえできるぬいぐるみ てづくり推しぬいBOOK。グラフィック社，2022，128p.

藤代あゆみ。推し英語入門。アルク，2022，200p.

クラフトーン。推しのネット発ソング feat.ピアノ・ソロ。シンコーミュージック・エンタテイメント，2022，162p.

家庭画報特選 きものSalon<2022-23秋冬号>私の“推し”きもの。世界文化社，2022，170p.

推しとの思い出を楽しくキロクする推し活ライフ手帳<2023>。インプレス，2022，160p.

魚住誠一/高田メタル。推しが輝く瞬間が撮れる！アイドル撮影テクニックガイドーON STAGE&OFF。インプレス，2022，144p.

MASTERS 2022.11(No.493) 特集:盛り上がりをもせる「推し活」 変遷するカルチャーの今とは. 国際通信社, 2022, 172p.

ザ・水族館編集部編. 感動と感激を呼ぶ推しスポット! ザ・水族館 改訂版. 八重洲出版, 2023, 100p., (ヤエスメディアムック, 858).

寺西恵里子. とびきりかわいく作れる! 私だけの推しぬい&もちぬい. 主婦と生活社, 2023, 112p.

はちこ. SNSで学ぶ 推し活はかどる中国語. 朝日出版社, 2023, 232p.

鳥羽和久. 「推し」の文化論: BTSから世界とつながる. 晶文社, 2023, 167p.

柳志英/南嘉英, 幡野泉/劇団雌猫監修. 世界が広がる 推し活韓国語. Gakken, 2023. 200p.

永田大輔ほか編著. 消費と労働の文化社会学: やりがい搾取以降の「批判」を考える. ナカニシヤ出版, 2023, 283p.

グッズプロ, まろまゆ/たきゅーと監修. はじめてでも絶対作れる! かわいい推しぬい&ぬい服. 西東社, 2023, 128p.

なると. #あみむす 理想の推しむすBOOK. 日東書院本社, 2023. 88p.

名古屋短期大学小出ゼミ (2022・2023年度生). 小出祥子編. 大限界: オタク用語辞典. 三省堂, 2023, 287p.

牧和生. オタクと推しの経済学. カンゼン, 2023, 175p.

松下りせ. 恋と推し活とショッピングに学ぶ知識ゼロからの女子株. ダイアモンド社, 2023, 310p.

paku☆chan. 劇団雌猫監修. #推し活メーカー推し色に染まる. インプレス, 2023. 144p.

石川侑輝. インスタで“推し”になる方法—400万フォロワーを分析したプロのノウハウ. クロスメディア・パブリッシング, 2023, 173p.

三宅香帆. 推しの素晴らしさを語りたいのに「やばい!」しかでてこない: 自分の言葉でつくるオタク文章術. ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2023, 252p.

週刊文春WOMAN<vol.19> 特集:推し活のない人生なんて. 文藝春秋, 2023, 171p.

榊原紘. 推し短歌入門—How to Compose Oshi-Tanka. 左右社, 2023. 270p.

森貴史. 推しが卒業するとき: 大学教授、ハロプロアイドルを「他界」する. 図書出版みぎわ, 2023, 319p.

三浦展. 孤独とつながりの消費論—推し活・レトロ・古着・移住. 平凡社, 2023. 232p.

瀬町奈々美. 推し活経済—新しいマーケティングのかたち. リチェンジ, 2023. 240p.

水越康介, 田嶋規雄. 推しからエシカルまで応援消費がよくわかる本. 秀和システム, 2023, 164p.

中森明夫. 推す力—人生をかけたアイドル論. 集英社, 2023. 256p.

穴戸奈美. 推し活に必ず役立つぴったり韓国語. KADOKAWA, 2024, 224p.

藤谷千明. 推し問答! あなたにとって推し活ってなんですか?. 東京ニュース通信社, 2024, 253p.

熊代亨. 「推し」で心はみたされる?. 21世紀の心理的充足のトレンド. 大和書房, 2024, 208p.

田口和裕, 森嶋良子, いしたにまさき. 生成AI推し技大全—ChatGPT+主要AI活用アイデア100選. インプレス, 2024. 264p.

## 詩歌・小説・児童書・エッセイ

中野独人. 電車男. 新潮社, 2004.

宮木あや子. 婚外恋愛に似たもの. 光文社, 2012.

鈴木拓樹ほか. 「2.5次元男子推しTV」公式本 鈴木拓樹、MCはじめました. KADOKAWA, 2017.

時田とおる. 悪役令嬢らしく、攻略対象を服従させます—推しがダメになっていて解釈違いなんですけど!?. KADOKAWA, 2019.

水嶋凜. 乙女ゲームのモブに転生したので全力で推しを応援します!—蕩けるキスは誰のもの?. 竹書房, 2019.

藍上イオタ. 転生悪役令嬢は推しのハビエンを所望す!. 一迅社, 2019.

藍井恵. 異世界で推しの溺愛が止まりません！—転移したらめっちゃ愛されヒロインでした. 竹書房, 2020.

和泉杏花. パソコン持ち転生令嬢ですが、推しキャラと永遠の独房生活を満喫中です. 一迅社, 2020.

KAI. モブだけど推しが生きてるから毎日が楽しい. 一迅社, 2020.

クレイン. 私の推しは当て馬です！—転生して義弟を可愛がったらめっちゃ執着されました. メディアソフト, 2020.

御影りさ. ヤンデレ系乙女ゲームの悪役令嬢に転生したので、推しを監禁しています. 竹書房, 2020.

道草家守. 悪役令嬢は今日も華麗に暗躍する—追放後も推しのために悪党として支援します！. KADOKAWA, 2020.

宇佐美りん. 推し、燃ゆ. 河出書房新社, 2020.

ぶにちゃん. 悪役令嬢は推しが尊すぎて今日も幸せ. KADOKAWA, 2021.

りんごかげき. 俺とコイツの推しはサイコーにカワイイ. SBクリエイティブ, 2021.

越前リョーマ. 成功したいなら誰かの「推し」になれ—自分の最高値をたたき出すナンバー1ホスト思考. 光文社, 2021.

栗原ちひろ. 死んでも推します!!—人生二度目の公爵令嬢、今度は男装騎士になって最推し婚約者をお救いします. 講談社, 2021.

小桜けい. 軍服萌えの新妻は最推しの騎士団長サマに溺愛される. 竹書房, 2021.

秋杜フユ. 推し飯研究会. 集英社, 2021.

あくにゃん(阿久津慎太郎). 推しがいなくなっても、ぼくはずっと現場(ここ)にいる. 主婦の友社, 2021.

猫屋ちゃき. 推しさえいればよかった私が憑いてるスパダリ御曹司と結婚した件. メディアソフト, 2021.

川田戯曲. 推しが俺を好きかもしれない. KADOKAWA, 2021.

道草家守/高松翼. 悪役令嬢は今日も華麗に暗躍する—追放後も推しのために悪党として支援します！. スクウェア・エニックス, 2021.

明, 坂本昌彦監修. 漫画家しながらツアーナースしています. —現役ナース・先生・ママの“推し”セレクション. 集英社, 2021.

描き子. 推しにも石油王にも出会えない私たちの幸福論—「嫌い」だらけの毎日を「好き」で埋め尽くす方法. ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2021.

姫乃桂. 生きづらさにまみれて. 晶文社, 2021.

ひらりさ. 沼で溺れてみたけれど. 講談社, 2021.

槇原まき. 推し婚—婚姻届は、提出用、観賞用、保管用の3枚をお願いします！. ハーパーコリンズ・ジャパン, 2021.

風見くのえ. 推しに婚約破棄されたので神への復讐に目覚めようと思います. アルファポリス, 2021.

百門一新. 悪役令嬢ですが推し事に忙しいので溺愛はご遠慮ください！—俺様王子と婚約破棄したいわたしの奮闘記. スターツ出版, 2021.

糸原沙也加. #アイドルあるある推しごと図鑑. 宝島社, 2021.

飴月. 私の推しが今日も最高に尊いので、全力で幸せにする！. 一迅社, 2022.

shiryu. ラブコメ漫画に入ってしまったので、推しの負けヒロインを全力で幸せにする. KADOKAWA, 2022.

琴子. 推し(嘘)の筆頭魔術師様が「俺たち、両思いだったんだね」と溺愛してくるんですが!?. 主婦と生活社, 2022.

吉田桃子. 推しトモ!. PHP研究所, 2022.

虎虎. 推しの認知欲しいの?←あげない. KADOKAWA, 2022.

十帖. 腐女子ですが、このたび推しの元に嫁がされそうです. Jパブリッシング, 2022.

風見くのえ. モブ推し同士で悪役令嬢がヒロインと争っていたら、婚約者に外堀を埋められていた件. Jパブリッシング, 2022.

夏目みや. 転生したら悪役令嬢、推しの幸せ全力応援いたします. Jパブリッシング, 2022.

茜たま。最推しの王太子殿下は、閨レッスンに転生令嬢をご指名です—これ以上溺愛されたらR指定なゲームになっちゃいます！。メディアソフト, 2022.

きたざわ尋子。推しの溺愛が限度を超えています。幻冬舎コミックス, 2022.

小路燦。VTuberのマイクに転身したら、推しが借金まみれのクズだった。KADOKAWA, 2022.

辻本ユウ/栗原ちひろ。死んでも推します!!～人生二度目の公爵令嬢、今度は男装騎士になって最推し婚約者を。講談社, 2022.

三沢ケイ。康和国花宮伝—悪役姫に転生したようですが、推し活に忙しいのでお役御免させていただきます。主婦と生活社, 2022.

森崎結月。推しと子育て結婚することになりました。コスミック出版, 2022.

むらさき ゆきや/春日秋人。推しの清楚アイドルが実は隣のナメガキで俺の嫁。講談社, 2022.

ユーナ。推しのためなら運命だって変えてみせる。リブレ, 2022.

令丈ヒロ子/淡海音々葉。推しになりたい!! エンタメ人育成学園小学部Cコース。ポプラ社, 2022.

常世かくり。#推しが幸せならOKです。KADOKAWA, 2022.

葉月クロル。政略結婚の相手は推しの魔王様—このままでは萌え死してしまいます！。Jパブリッシング, 2022.

朝陽天満。最推しの義兄を愛でるため、長生きします！。アルファポリス, 2022.

カネコ撫子。推しに熱愛疑惑出たから会社休んだ。KADOKAWA, 2022.

麻生ミカリ。転生先で推しのイケオジ陛下に婚活指南をしたら子作りすることになりました！。メディアソフト, 2022.

小山内慧夢。転生悪役令嬢がモブの推しに嫁いだら、実は完璧スパダリキャラで溺愛されています！！。メディアソフト, 2022.

日野うめこ。推しアイドルのマネージャーになりました。ぼん出版, 2023

宮本れん。異世界召喚されましたが、推しの愛が重すぎます！。アルファポリス, 2023.

碧水雪乃。後宮の嫌われ白蛇妃—推し活をしていたら愛されちゃいました。スターツ出版, 2023.

あじ。悪役王子に転生したので推しを幸せにします。アルファポリス, 2023.

すずね凜。異世界転生したら、推しの女嫌いなハズの王子様がグイグイ迫ってきます！。メディアソフト, 2023.

やきいもほくほく。推しを味方に付けたら最強だって知ってましたか？。アルファポリス, 2023.

彩戸ゆめ。グランアヴェール お守りの魔導師は最推しラスボスお兄様を救いたい。ホビージャパン, 2023.

玄野クロ。私の最推しとの甘い結婚生活。アルファポリス, 2023.

遥透子。ネットの『推し』とリアルの『推し』が隣に引っ越してきた。オーバーラップ, 2023.

猫屋ちゃき。推し活がしたい転生令嬢ですが最推しの公爵様に囲い込まれました！。ハーバーコリンズ・ジャパン, 2023.

華藤えれな。推しと運命のロマンス—双子のマルシェワゴンへようこそ。笠倉出版社, 2023.

夏まつり。私の推しは魔王パパく1—乙女ゲームのラスボス娘に転生したけど、平和的解決を望みます。インプレス NextPublishing, 2023.

羽央えり/三月リヒト。Pの推しゴト—アイドルのプロデュース、はじめます！。講談社, 2023.

羽央えり/三月リヒト。Pの推しゴト—真夏のアイドルコンテスト！。講談社, 2023.

羽央えり/三月リヒト。Pの推しゴト—オーディションへの戦い！。講談社, 2023.

恵比須清司。あなたの事が好きなわたしを推してくれますか？。KADOKAWA, 2023.

かげはら史帆。ニジンスキーは銀橋で踊らない。河出書房新社, 2023.

ミキ・亜生。保護ネコに幸せにしてもらった僕の推しネコ活。主婦の友社, 2023.

関ソラあんざい由紀恵。韓国スターが推せる！かわいい韓国語BOOK—めっちゃカワMAX!!。新星出版社, 2023.

高月まつり。夏屋は、お屋敷の推し作家に執着されました。オークラ出版, 2023.

初瀬叶。婚約解消された私はお飾り王妃になりました。一でも推しに癒されているので大丈夫です！。アルファポリス, 2023.

大江戸ウメコ。乙女ゲー転生に失敗して推しに取り憑いたら、溺愛されちゃいました！。アルファポリス, 2023.

カズヨシ。推しの母(予定)に転生したので、子作りしたいと思います。一迅社, 2023.

凧。異世界転生したら辺境伯令嬢だった一推しと共に生きる辺境生活。TOブックス, 2023.

沙川りさ。お衣装係の推し事浪漫。TOブックス, 2023.

綾束乙。転生聖女は推し活がしたい！一虐げられ令嬢ですが推しの王子様から溺愛されています!?. KADOKAWA, 2023.

モノクロウサギ/クロがねや。推しにささげるダンジョングルメー最強探索者VTuberになる。KADOKAWA, 2023.

月神サキ。契約結婚した途端夫が甘々になりましたが、推し活がしたいので要りません！。Jパブリッシング, 2023.

東万里央。転生悪役王太子妃は推しの幸せのため離婚したい！一なのに旦那様の溺愛が止まりません!?. 竹書房, 2023.

八木羊。本能寺に萌ゆ一戦国一の姫君に転生した一般モブ子は、推し武将の寵愛を喜べない。KADOKAWA, 2023.

染椀あやる。死に戻りバグ令嬢一5周目で知らない男が最推しと入れ替わっていました。一迅社, 2023.

雨月夜道。悪役転生なのに推しに籠絡されてます。幻冬舎コミックス, 2023.

もふ緒。モブ推しJKの悪役令嬢異世界転生～悲惨～。viviON, 2023.

山夜みい。悪役聖女のやり直し一冤罪で処刑された聖女は推しの英雄を救うために我慢をやめます。講談社, 2023.

冬見六花。異世界転移したら、推しのガチムチ騎士団長様の性癖が止まりません。アルファポリス, 2023.

蒼井杏。推しとショボンヌ一歌集。書肆侃侃房, 2023.

水トみう。バンドをクビにされた僕と推しJKの青春ライト。KADOKAWA, 2024.

土岐丘しゅろ/しんいし智歩。推しの敵になったので。TOブックス, 2024.

いのうええい。「泣ける話」をひとつください。一あきらめの悪い編集者と忘れ去られた推し作家。マイクロマガジン社, 2024.

櫻井千姫。私が推しを殺すまで。実業之日本社, 2024.

遠藤かたる。推しの殺人。宝島社, 2024.

瀬川月菜。騎士団食堂の推し活令嬢一最推し騎士団長の神対応が甘すぎます。一迅社, 2024.

有允ひろみ。姉の代わりに推しの極上御曹司に娶られたら、寵愛を注がれて懐妊しました。ハーパーコリンズ・ジャパン, 2024.

## 漫画・絵本

平尾アウリ。推しが武道館いってくれたら死ぬ。徳間書店, 2015-, 既刊10巻。

蒼井ひな太。白丸くん、誰推し？。小学館, 2017-, 既刊2巻。

吉田ばな。矢野くんに推し変はできない！。講談社, 2017-, 既刊2巻。

小城徹也。堂々とアイドル推してもいいですか？。KADOKAWA, 2017, 既刊1巻。

缶爪さわ。俺の推しが世界一輝いている一2.5次元舞台おっかけ男子の活動記録。KADOKAWA, 2017-, 既刊4巻。

しまだ。ママの推しは教祖様 - 家族が新興宗教にハマってハチャメチャになったお話。KADOKAWA, 2018, 既刊1巻。

伊藤りかばり。 그레이のグ्रेसさんは推しが尊い。集英社, 2018, 既刊2巻。

徳井青空。パンダの推しごと！。クラークン, 2018, 既刊1巻。

千岡ななえ。その推し、××につき！。三交社, 2018, 既刊4巻。

畑ヶ中あいこ。舞台追っかけ女子—推しが元気でごはんがおいしい。双葉社, 2018, 既刊1巻

悦若えつこ。究極のコミュ障オタク女子の私がソシャゲの世界にきたけど、推しが尊すぎてつらい。宙出版, 2018, 既刊6巻。

浅田京麻。キミは俺の推しじゃない。秋田書店, 2019, 既刊2巻。

慎本真。推しが我が家にやってきた！, フレックスコミックス, 2019, 既刊9巻。

さくらももこ。永沢君、推し!!。集英社, 2019。

ぢゅん子。ヲタドル推しが私で私が推しで。2019, 既刊4巻。

あああ。推しとは絶対付き合える—トリップした先がクリア済み乙女ゲームだったから。一迅社, 2019, 既刊7巻。

ゆちば, 藤松盟。「職業:事務」の異世界転職！～冴えない推しキャラを最強にします。小学館, 2019, 既刊2巻。

やまもとりえ。お母さんは息子推し—ヒヨくんあっくん成長日記。祥伝社, 2019, 既刊1巻。

瀬尾みいのすけ。推しが公認ストーカーになりました。竹書房, 2020, 既刊6巻。

脊髄引き抜きの刑。推しのアイドルが隣の部屋に引っ越してきた。一迅社。2020, 既刊6巻。

真籠縁/流星ハニー。親友王子と腰巾着—推しの王子に求婚されて困ってます。フレックスコミックス, 2020, 既刊2巻。

木村琴々。カンゲキさん—推しがいるから現場は天国！。KADOKAWA, 2020, 既刊1巻。

赤坂アカ, 横槍メンゴ。【推しの子】。集英社, 2020-, 既刊13巻。

青乃下/いのり。私の推しは悪役令嬢。一迅社, 2020, 既刊8巻。

寝路。九頭竜さんの推しは小さい。KADOKAWA, 2021, 既刊1巻。

くま。太っちょ悪役令嬢に転生しちゃったけど今日も推しを見守っています！。アルファポリス, 2021, 既刊1巻。

のんべんだらり/山悠希。異世界で聖騎士の箱推ししてたら尊みが過ぎて聖女になってた。小学館, 2021-, 既刊4巻。

紺色3号。同級生の推し作家に百合妄想がバレた結果。星海社, 2021-, 既刊4巻。

せりん。最推しはお嬢様。実業之日本社, 2021-, 既刊2巻。

筒井テツ/菅原こゆび。推しが隣で授業に集中できない！。講談社, 2021-, 既刊7巻。

tapon。お酒と推しが生きがいです。リブレ, 2021, 既刊1巻。

はづき。推しごとびより。芳文社, 2021, 既刊2巻。

有村唯。推しに嘘をついて近づいてしまいました。KADOKAWA, 2021, 既刊1巻。

そら。推しは目覚めないダンナ様です—低酸素脳症になってからの病院生活。幻冬舎コミックス, 2021-, 既刊3巻。

丸イノ/ぶにちゃん。悪役令嬢は推しが尊すぎて今日も幸せ。KADOKAWA, 2021, 既刊3巻。

ミヤケ円。異世界の神推し軍人と溺愛性活はじめました。秋田書店, 2021, 既刊1巻。

奈院ゆりえ/時田とおる。悪役令嬢らしく、攻略対象を服従させます—推しがダメになっていて解釈違いなんですけど!?. フレックスコミックス, 2021. 既刊3巻。

金坂理衣子。推しと同居で恋は始まりますか?。幻冬舎コミックス, 2021. 既刊1巻。

まつもと。推しに認知してもらうためにアイドル始めました。キルタイムコミュニケーション, 2021. 既刊1巻。

なつき凜。推しのご飯担になりました!?. 双葉社, 2021. 既刊2巻。

オガワサラ。推しが辞めた。講談社, 2021. 既刊5巻。

ななお。フォロワーの中に推しがいます。リブレ, 2021. 既刊2巻。

八田てき。やくざの推しごと。一迅社, 2021. 既刊2巻。

晩野。推しVが教え子で私がママで!?. 芳文社, 2021. 既刊3巻。

隈浪さえ。推しが兄になりました。スクウェア・エニックス, 2022. 既刊6巻。

碧くるみ。椎奈さんの推し事情。スクウェア・エニックス, 2022. 既刊4巻。

まめ。まめの推しごと。集英社, 2022. 既刊1巻。

鉢谷くじら. 推しと出会いたくない女子大生. フロンティアワークス, 2022, 既刊1巻.  
もぐこん. 推しの肌が荒れた もぐこん作品集, 2022, 既刊1巻.  
優風. 推しは推せるときに推せ!. スクウェア・エニックス, 2022-, 既刊4巻.  
つくしろ夕莉. 2.5次元の推しがクラスメイトになりました!?. KADOKAWA, 2022-, 既刊2巻.  
キシダチカ. オタクOLと年下男子〜私の推しはキミじゃないのに!〜. 大誠社, 2022, 既刊1巻.  
佐木郁, チョ・ヒ Chol 監修. マンガでわかるはじめての韓国語—推しが韓国でデビューすることになりました!. 西東社, 2022, 既刊1巻.  
三浦ひらく. 推しとは恋に落ちません。(たぶん). 竹書房, 2022, 既刊2巻.  
稲葉白. 妹が推しすぎる!. KADOKAWA, 2022, 既刊3巻.  
岡野く仔. 推し着物. 竹書房, 2022, 既刊1巻.  
神田ちな. 推しと青春しちゃっていいですか!?. 集英社, 2023, 既刊1巻.  
山口八三. ただ推しのスケベが見たいだけ. ジーオーティー, 2023, 既刊1巻.  
花田. 彼氏じゃなくて推しがいい!. ふゆ〜じょんぶろだくと, 2023, 既刊1巻.  
丹羽庭. 生きてるうちに推してくれ. 小学館, 2023-, 既刊4巻.  
桜琴/立花実咲. どうしたら推しと結婚できますか!?. プランタン出版, 2023-, 既刊2巻.  
ウラモトユウコ. 天沢さんを推しています. 日本文芸社, 2023, 既刊1巻.  
ズミクニ. 統合失調症になった話(※理解ある彼君はいません)—推しと福祉に救われて社会復帰するまでの劇的1400日. KADOKAWA, 2023.  
鈴木ジュリエッタ. 推しに甘噛み. 白泉社, 2023- 既刊5巻.  
ミリグラム. 転校生が推し声優だった話. フロンティアワークス, 2023-, 既刊1巻.  
鈴木二三江. 推しが死んだのでタイムリープして生存ルート確保します!. 講談社, 2023-, 既刊3巻.  
貫井なお. 俺が創造主になった世界で俺の推しかぶだけがくっつかない. KADOKAWA, 2023-, 既刊1巻.  
広瀬りさ. ヤンキー、推しと運命と出会う. 小学館, 2023-, 既刊1巻.  
ブル子. 私の鬱を治したのは2.5次元の推しゴト. 竹書房, 2023-, 既刊1巻.  
山本まくや. アイドルの推しおさめ. 2023-, 既刊2巻.  
しのぎあさ. OL VTuberと推しJKちゃん. 竹書房, 2023-, 既刊1巻.  
粒乃あずき. 推し変しやがれ!!!. マッグガーデン, 2023-, 既刊1巻.  
バラマツヒトミ #推しのとりのいる生活. スクウェア・エニックス, 2023-, 既刊1巻.  
森永いと/東ゆき. 推しが上司になりまして. ハーパーコリンズ・ジャパン, 2023-, 既刊2巻.  
小林ユキ. 推しび症候群. 集英社, 2023-, 既刊2巻.  
佐木かやの. 推し活サバイバル. 竹書房, 2023-, 既刊1巻.  
茅原ミハシ. 最高の推しの見つけ方. スクウェア・エニックス, 2023-, 既刊2巻.  
丹羽庭. 生きてるうちに推してくれ. 小学館, 2023, 既4巻.  
裏ロジ. SAWA 一元殺し屋の推し活—. KADOKAWA, 2023- 既刊1巻.  
大島琳太郎. 殺し屋の推し. KADOKAWA, 2023-, 既刊2巻.  
水島ライカ. 推し彼 志摩崎くん. スクウェア・エニックス, 2023- 既刊1巻.  
白川すみれ. 阿久津さんは推しに似ている. 講談社, 2023-, 既刊2巻.  
なしのありこ. ササダはオカネで推しを抱く. ジーオーティー, 2023-, 既刊1巻.  
麦崎旬/琴子. 推し(嘘)の筆頭魔術師様が「俺たち、両思いだったんだね」と溺愛してくるんですが!. キルタイムコミュニケーション, 2024, 既刊1巻.



あめみくろ. もちろん推してね!?. KADOKAWA, 2024, 既刊1巻.  
春江ひかる. 推しにガチ恋しちゃったら. 集英社, 2024, 既刊1巻.

## テレビドラマ

電車男. フジテレビ, 2005  
だから私は推しました. NHK, 2019.  
推しの王子様. フジテレビ, 2021.

## ゲーム

WSS playground. NEEDY GIRL OVERDOSE. 2022.

## 第23回文化資源学フォーラム実施報告書 「推し」文化を語る——将来の学術研究に向けて

2024年 5月 9日

**発行者** 東京大学人文社会系研究科文化資源学研究室  
**企画・制作** 2023年度「文化資源学フォーラムの企画と実践」履修生  
**協力** パナソニック株式会社

© 2024 The University of Tokyo Faculty of Letters The Department of Cultural Resources Studies  
CC-BY 4.0 国際 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ja>)



※本書はCCライセンス(表示 4.0 国際)で提供され、同ライセンス及び著作権法(日本)で認められる限りで自由に二次利用できます。本書の引用、複写・複製、再配布などを行うときは、必要な出所の表示をお願い申し上げます(例:「出所:第23回文化資源学フォーラム実施報告書」)。また、本書の内容を変更(翻訳、翻案、要約、改変などを含みますがこれらに限りません)するときは、変更が行われた旨を明示してください。