慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	アイドル文化における「チェキ」： 撮影による関係性の強化と可視化
Sub Title	"Cheki" studies in idol culture : relationships reinforced and visualized through photo shooting/photography
Author	上岡, 磨奈(Kamioka, Mana)
Publisher	三田哲學會
Publication year	2021
Jtitle	哲學 (Philosophy). No.147 (2021. 3) ,p.135- 159
JaLC DOI	
Abstract	This study examines the tools of communication between fans and young pop singers, also known as idols, focusing on the “Cheki” — a type of photography taken by small polaroid camera. It has been proposed that the figure of idol culture is in the relationship between idols and fans, and it is not vertical but horizontal. “Cheki” notably symbolize this relationship. In this paper, I will clarify the meaning of this phenomenon in the context of the Japanese idol culture. I demonstrate that the concept and process of taking “Cheki” photography has not been described in previous studies. Although “Cheki” can be considered a similar to Handshake events, there are many differences between these activities. To observe the rules and behavior during the “Cheki” shootings, I have conducted web survey and interview with participants, including both fans and idols. As a result, it became clear that “Cheki” photography has strong connection with and within the idol culture. I argue that intimacy between fans and idols tha t appears during the photo shooting is a symbol of idol culture. Moreover, the materialness of “Cheki” also visualizes accumulation and such connection.
Notes	投稿論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000147-0135

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese

Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

アイドル文化における「チェキ」

――撮影による関係性の強化と可視化――

上　岡　磨　奈*

"Cheki" Studies in Idol Culture: Relationships Reinforced and Visualized Through Photo Shooting/Photography

Mana Kamioka

This study examines the tools of communication between fans and young pop singers, also known as idols, focusing on the "Cheki" — a type of photography taken by small polaroid camera. It has been proposed that the figure of idol culture is in the relationship between idols and fans, and it is not vertical but horizontal. "Cheki" notably symbolize this relationship. In this paper, I will clarify the meaning of this phenomenon in the context of the Japanese idol culture.

I demonstrate that the concept and process of taking "Cheki" photography has not been described in previous studies. Although "Cheki" can be considered a similar to Handshake events, there are many differences between these activities. To observe the rules and behavior during the "Cheki" shootings, I have conducted web survey and interview with participants, including both fans and idols. As a result, it became clear that "Cheki" photography has strong connection with and within the idol culture. I argue that intimacy between fans and idols that appears during the photo shooting is a symbol of idol culture. Moreover, the materialness of "Cheki" also visualizes accumulation and such connection.

* 慶應義塾大学大学院社会学研究科社会学専攻後期博士課程

1. はじめに

1970年代以降「アイドル」と呼ばれる歌手，タレント，またそれを取り巻く文化は日本社会に根付き，国内外の文化芸能に影響を与えてきた．小川博司によれば，観客とパフォーマーの関係性は映画スターのような憧れの存在としての垂直的関係（タテ）から徐々に水平へと傾いていき（小川1993：78–82），水平的関係（ヨコ）にある親しみやすいアイドル像が出来上がっていった．そうした現在のアイドルを象徴する文化の一つに「チェキ」と呼ばれるアイドルとファンの写真撮影がある．富士フイルム株式会社のインスタントカメラ「チェキ（instax）」は「コンパクトカメラ感覚，誰でも，どこでも，写したその場で，すぐに見せたい，残したい．そして，あげたい写真が得られる．」をコンセプトに1998年発売された（福田他1999：2）．このチェキを用いて撮影したアイドルとファンが2人で写った写真（ツーショット写真）は，アイドルを主題としたテレビドラマのメインビジュアルに用いられ[1)]，また人気キャラクターグッズのアイドル応援シリーズで関連商品が発売される[2)]などアイドルと密接な関わりを持つ品として認識されている．本稿では，チェキがアイドル文化，アイドルファン文化において定着している背景を探り，現在のアイドル文化に特徴的なファンとアイドルの間に醸成される関係性を論じることで，現代社会の文化的特徴を社会学的に検討し提示することが可能ではないかと考える．音楽，芸能の一分野として日本特有の発展を遂げたアイドルとそのファンの姿は社会の一側面を表象する役割を持つといえる（太田2014：8；竹田2017：118）．撮影行為によって強化されるコミュニティの事例として，いかに写真を用いたコミュニケーションがコミュニティ形成に機能しているのかを文化社会学の立場から明らかにする．

本稿の構成は以下である．まず先行研究からアイドルが観客にとってどのような存在であると示され，検討されてきたか，特に2010年代に見られるアイドルを取り巻く共同体の存在について整理する．そこで示されて

きた握手会の機能を概観した上でチェキとの差異から今のアイドル世界に見られるファンとアイドルの関係性の特徴について再検討するため，アイドルファンおよびアイドルを対象としたウェブ調査およびインタビュー調査の報告を行う．同調査の結果から分析を行い，現在のアイドル文化を特徴付けるファンとアイドルの関係性，チェキがアイドルとファンの間で果たす機能，コミュニケーションとチェキを結ぶ図式を明らかにする．

2. 先行研究と課題

先行研究から社会の中でアイドルとはどのような存在であったか，提示されてきたイメージはどのように変容してきたかを整理する．アイドル文化についての研究は，音楽社会学，文化社会学，メディア論，カルチュラルスタディーズなどの分野で幅広く，時に学際的に進められてきた．横断的にそれぞれの成果を参照することで現状を把握し，本研究の課題を述べる．またアイドルに関するまとまった記述は学術研究以外の場にも多く存在しており，それらを参照することはアイドル文化研究にとって必要不可欠である．本稿ではこれらの蓄積からもいくつかのテキストを適宜参照しつつ議論を進める．

2-1. スターからアイドルへの変容

アイドルという言葉で表される歌手やタレントの登場は1970年代と言われている（小川1993：80；中森2007：10；太田2011：23）．小川は60年代にも同様の位置付けにあるパフォーマーは存在していたが彼らが「アイドル」とは名付けられていなかったこと，またファン（観客）との関係性が「タテ」にあったことからこの時代を「プレ・アイドル期」としている（小川1993：77–79）．また同時期，多くのアイドル歌手誕生に携わった作詞家の阿久悠は，70年代には「大きく感じられる存在」であることがアイドルの条件であり「尊敬と崇拝」の対象にあったが，90年代には

「小さいということが条件」となったと語っている（阿久 2007［1993］: 134–135）．スターが登場する映画からアイドルが登場するテレビへとメディアが移り変わるに従って，アイドルという言葉の持つイメージや意味が変化した時期が 60 年代から 70 年代にあったと考えられる．さらに稲増は，「アイドルがより日常化するにつれ，ファンたちもアイドルとの限定的つきあい方（まま）を学び，かつてのような，盲目的崇拝が減少しだした」と芸能プロダクションへの取材を経て結論づけている（稲増 1989: 81）．つまりアイドルという言葉が出現して以降，そう呼ばれるパフォーマーへの観客からの視線は見上げるものから同じ目線へと変化していったといえる．

その後の社会的な変遷とその詳細について論じることは別稿に譲るが，こうしたアイドルとファンの水平な関係性はアイドルを象徴する図式として日本社会に根付き，それをシンボリックに示す現象に着目することでアイドルというコンテンツの文化的特徴は論じられてきた．次に 2000 年代以降，アイドルとファンの関係性を明示するとともに再構築する場として捉えられてきた握手会についての議論を整理する．

2-2. 握手会によって生じる連帯感

握手会については太田省一や板倉昇平などによって，「AKB 商法」という言葉とセットで取り上げられ，AKB48（とその姉妹グループ）の握手会について議論されることが多い（太田 2011: 278; 板倉 2014: 30; さやわか 2015: 6）．それ以前にも握手会はアイドルのイベントとして存在していたが，象徴的に語られるようになったのは 2010 年代である．握手会がもたらす利益は経済的な収益だけではなく，そこで構築されるファンとアイドルの関係性にも大きな影響を与えたという．前節で述べたような水平の関係性はより親密で強固なものとして強調された．

太田は握手会での個々のメンバーの人気が「新曲を歌うときに誰がフロ

ントに立つかという，選抜の一環にもなっている」（太田 2011: 278–279）と示し，CD つまり握手券の購入が対象のメンバーのステップアップを応援することに直接つながっているという点から，握手会は「メンバーとファンとの間に強い連帯感」を醸成し「運命共同体」の形成へ導いていると指摘した（太田 2011: 278–279）．つまりこれらの議論によって提示されるのは，握手会による体験の商品化とファンとアイドルの関係性の構築である．評論家の宇野常寛は「AKB48 は半ば楽曲それ自体を販売しようとはしていない」として，複製不可能な「コミュニケーション（体験）」の価値の上昇とともに握手会を含むライブイベントで得た複製不可能な体験がアイドルを消費する上で独自の文脈を与えることを指摘している（宇野 2013：131）．

2-3. 地下アイドルを発端とする共同体形成

以上のような握手会を契機とするアイドルとファンの間の距離の近さは，2010 年代以降のアイドルを語る上でのキーワードといえる．しかしこうしたアイドル文化におけるコミュニケーションの有り様は決して突如出現した新しいものではなく，90 年代より地下アイドルと呼ばれる分野に見られていた少人数のファンとアイドルとの関係性をビジネスモデルに定着していったという背景がある．

太田や塚田修一らは，水野あおいや制服向上委員会を例に挙げ，90 年代の地下アイドルについて述べている（太田 2011: 190–196; 塚田・松田 2016: 71–72）．活躍の場をテレビなどのメディアからその外であるライブハウスや劇場に移すことによって，ファンとアイドルとの距離は物理的に近くなる．さやわかは，ファンとの友人のような距離感を地下アイドルの大きな特徴としている（さやわか：145–146）．地下アイドルはマスメディア（地上）で広く知られることがない，それゆえにファンの数は小規模に止まり，地下アイドル世界に特有の「共同体」が形成されるという．濱野

智史は「地下アイドルの現場は実に規模の小さい世界であり，ファンも皆顔見知りの常連ばかりで，メンバーとファンの関係もほとんど友人や家族の関係に近い」と述べながら，「関係性の質だけ見ればそこは「共同体（コミュニティ）」に近い」と地下アイドル世界を評した（濱野 2013: 217）[3)]．

太田は，こうしたコミュニティが日本社会において喪失されつつあることを指摘している．その状況の中で「今のアイドルとファンが形作っている関係性は，コミュニティのあるべき姿のように見えてもおかしくない」とし，このコミュニティを維持するには「安定したコミュニケーション」が不可欠であると述べている（太田 2014: 8）．竹田恵子も太田の論考を示しながら，「人口の流動性が高い都市部を中心にライブアイドルは存在し，都市に生活する単身男性にとって重要なインフラになりつつある」とした．毎日のように開催されるライブには会社帰りに立ち寄りが可能で，そこに行けばアイドルや友達に会えるという「ライブアイドルを中心にしたファンたちのコミュニティがそこに存在するのではないかと考えた」（竹田 2017: 118–119）．竹田は，このコミュニティは身体的な関係性をもっており，ジェラード・デランティのポストモダン・コミュニティ概念を参照しながら，「身体」を介し空間としてのリアルな「場所」を必要とする点において，インターネット空間を中心としたコミュニティとは異なる別のコミュニティであるとして「＜ライブアイドル共同体＞」と名付けた．ここで竹田はライブ空間における発声や身体を動かすことによる一体感について述べ，こうしたライブ体験がコミュニティへの帰属意識を高めるとしている（ibid: 122–124）．

以上のような地下アイドルのライブイベントのあり方は，アイドルとファンのヨコの関係性を強調し，それを取り入れたマスなアイドルによって広く認知されてきたといえるだろう．地下アイドルと称するか否かを問わず，これまで地下アイドル的だと捉えられてきたアイドルとファンの親

密さは，現在，経済的成功や規模，また芸への評価を問わずアイドル文化全般に見られる特徴となっている．

2-4. 本研究の課題と意義

ここまでアイドル文化におけるファンとアイドルの関係性をめぐる先行研究を検討してきたが，まずこれらにおいて「チェキ」に関する記述はその知名度，普及度に反して非常に少ない．チェキという言葉が握手会や撮影会と並列して書き綴られている場合もあるが，解説はなく何が行われているのかを外部から把握することは困難である．チェキは決して新しい文化ではなく，長年アイドルを支えてきた．既に2000年にはグラビアアイドルのイベント特典に導入されており（七瀬2019b: 124），筆者の観察では2009年には特に地下アイドルの物品販売で定番化していた．よって本稿でそれについて報告することにはまず一定の意義があるだろうと考える．

そして，チェキの機能を既存の握手会の文脈で論じることが可能であるかを検討すると，体験の商品化という点については同様であるが，現在のアイドル文化を象徴するメディアとしての機能に関する議論は不十分である．写真撮影と交流という体験をモノの形式で持ち帰ることができるチェキは商品として有用であり，チェキが長期にわたってアイドル文化に定着している背景にはこうした実用的な理由も大きいと推測される．これに加えて本稿では，チェキの機能的側面であるメディアとしての特性とアイドル文化の特徴である関係性がどのように結びつくのかに着目し，文化的コミュニティにおける写真コミュニケーションの役割を検討する．チェキの写真としての特性を踏まえることで，より明確に，握手会とは異なるチェキの機能を素描し，既存のアイドル文化研究では言及されてこなかったチェキの役割，それによって構築されるファンとアイドルの関係性を明示する．

3. 調査概要

2009年11月から断続的に行ってきた筆者自身によるアイドル及びスタッフ活動，そして2013年8月から続けているファンとしての観察を元に調査項目を設定し，以下の調査を実施した．まず2019年10月31日から11月5日の期間，Twitterでの不特定多数への調査依頼および調査協力者への調査依頼を行い，「ライブイベント等における『チェキ』撮影に関する調査」（以下，調査1）としてウェブ調査を行い，全体で103件の回答を得た．調査の目的は厳密な計量調査ではなく問題発見的に知見を得ることであり，回答の割合や傾向よりも，その質的な特徴を掘り下げることに重きを置いている．これを予備調査として，追加調査依頼について協力を申し出た協力者31名の中から19名を対象に「ライブイベント等における『チェキ』撮影に関する調査②」（以下，調査2）を実施し，18名19件の回答を得た．

いずれの調査も対象は，「日常的に有料の『チェキ』撮影会が開催されているライブやイベントに参加したことがある」人で，イベントのジャンルは不問とした[4)]．ただし1回答につき1人または1グループ（応援している対象）を想定して回答（対象を変えての複数回答は可）するものとした[5)]．また「チェキ」は富士フィルム社のインスタントカメラ「チェキ(instax)」を用いたツーショットまたはグループショット撮影のみを指すこととし，回答者を含まないアイドルのみのショットや，手持ちのカメラや携帯電話，スマートフォンでの撮影は「チェキ」としないことを明記した[6)]．

調査1では，年齢，性別の個人属性とチェキ撮影頻度と動機について訊ねる11項目を設定した．性別ごとの回答件数は「男性」57件，「女性」45件，「その他」1件で，回答者の名前と応援する対象は自由記述とした．調査2では，握手について，チェキ撮影について，チェキ撮影後について（撮影したチェキの取り扱いについて），および最近撮影したチェキについ

て訊ねる24項目を設定し，調査1と同様の名前を記入することを必須とし同一の回答者による回答であることを確認した．ここではチェキ撮影の機会が頻繁で日常的であり，筆者が主として観察を行ってきた女性アイドルを応援の対象として記入した協力者を中心に依頼を行った．回答の分布は「男性」15件，「女性」4件，20代，30代がともに8件，40代が2件，50代が1件であった．他に両調査の回答者であるAからチェキ撮影の内容についてレポートの提供を受けた．

また併せて2019年11月5日，アイドルである調査協力者B[7]を対象に，チェキを撮る際に意識していることなどについて約1時間の非構造化インタビューを行った[8]．

4. 調査報告

調査結果について，まずチェキ撮影の概要を示し，具体的に「チェキ」とは何かを記述する．そして次にチェキを撮影する行為はファンにとってどのようなものなのか，頻度と動機からその内実を示す．その行為の核は撮影や写真そのものよりもそこに至るまで，またはそれ以降のコミュニケーションにあることが判明した．

4-1. チェキ撮影の概要

チェキは，撮影機器である「チェキ」に準じて，撮影された写真も撮影行為もそのまま「チェキ」，「チェキを撮る」と称される．チェキはどのような場で，どのように撮影されているのか．

アイドルの仕事内容は多岐にわたるが，中心となるのは歌やダンスなどのライブパフォーマンスである．多くの場合，ライブを行うイベント会場に付随する物品販売用の区画（以下，物販）で，特典会などと呼ばれる時間にチェキ撮影が行われる[9]．撮影までの手順は以下の通りである．

チェキ券の購入→撮影列に並ぶ→撮影→サインやトーク→チェキを受け取る.

物販・特典会はライブ会場付近，ライブハウス内であればロビー，ラウンジ，終演後であればフロア，ステージ上，他に駐車場や公園など様々なところで行われる．設営は机が1つあれば基本的には十分で，仕切りなどは特に設置されない[10]．CDやグッズの購入額に応じ特典として，または撮影権（チェキ券）そのものを購入することでチェキが撮影でき，現在ほとんどのアイドルがチェキ撮影のための特典券またはチェキ券を物販に用意している[11]．それぞれのイベント入場料は別に発生し，別途物販でチェキ券などを入手して特典会に参加することになる．以下は調査1から得られたツーショットチェキ撮影1回（1枚）にかかる料金の例である（質問6（自由記述式・回答自由）「「チェキ」撮影のレギュレーション（料金など）」）．料金，サービスは各アイドルによって違いがあるため，初めて参加する場合にはスタッフ等への確認が必要である.

料金例A：特典券2枚（サイン，日付，一言メッセージあり）
特典券はCD, DVDの購入1000円ごとに1枚配布.

料金例B：特典券2枚（サインなし）
特典券は物販での商品購入（指定なし）1000円ごとに1枚配布.

料金例C：1500円（サインあり），1000円（サインなし）
チェキへの書き込みは原則としてサイン，宛名，日付のみ.

料金例D：3000円（サインなし）

特典会ではチェキ撮影希望者を集めてスタッフが整列をし，最後尾の希望者（ファン）がそれを示す札を持って並んでいることが多い．こうした慣習に慣れたファンはそうした手順を暗黙のうちに了解し，最後尾に並んで撮影の順番が回ってくるのを待つ．列の先頭から数歩進んだところにアイドルが待機しており，その場で撮影が行われる．つまり撮影は列に並んでいる他のファンからも見えるところで行われる．撮影に伴うサインやトークの時間の有無は，各アイドルによって設定が異なるが時間内にアイドルと短い会話を交わすことが，ほとんどの場合可能である．

4-2. チェキ撮影の動機：コミュニケーションと記録

調査1の質問4（選択式・回答必須）「ライブやイベントへの参加頻度」によれば，全回答のうち91件は月に1回以上，うち60件は月に3回以上ライブやイベントに参加し，基本的に毎回チェキ撮影を行うと回答した．この回答結果によって本調査の回答者の多くは，週1回前後の頻度で応援する対象と顔を合わせ，「チェキを撮って」いることを確認した．なかなか会うことが叶わないスター的存在ではなく，毎週顔を合わせる友人のような距離感の相手と会うたびにチェキを撮影していることになる．また調査2の質問13（選択式・回答必須）「ライブやイベント1回での平均チェキ撮影枚数」の結果によれば1回の撮影枚数は多くない．ほとんどの人が「1枚」で最大でも「3〜5枚」であった．撮影の機会は頻度から考えればさほど貴重ではなく，日常的だからこそ枚数を多く撮る必要もないということが窺い知れる．ではなぜファンは毎回チェキを撮るのか．

チェキを撮る理由は，撮影相手や機会によって多少の違いが生じると考えられる[12]が，本調査では主に①ライブ鑑賞の記念，記録のため②演者との会話のため③応援の気持ちを表すため，の三項目と仮定し，以下の選択肢を設定した（調査1の質問8（選択式・自由回答あり・回答必須）「「チェキ」を撮る時の理由（複数回答可）」）[13]．

応援している相手と話すため
応援している相手に近い距離で会う，接近するため
記録や思い出のため
応援している気持ちを表すため
応援している相手の生活を経済的に支えるため
自分がライブに来ていることを伝えるため
自分だけが持っている写真を撮るため
応援している相手に待機時間を作らないため
サインやメッセージをもらうため
コレクションとして収集するため

その結果，以上全ての選択肢が 11 回以上選択されたが，中でも「応援している相手と話すため」という回答が多く，次いで「記録や思い出のため」,「応援している気持ちを表すため」とおおよそ推察した通りの結果となった．アイドルと直接言葉を交わしたいという調査協力者が多く，ここでは握手会との差異が明確ではないともいえる．調査 2 で訊いた質問 5-12 握手に関する項目への回答によれば，半数以上はそもそも「握手（握手会）がない」と回答しており，握手に類するアイドルへの接近方法としてチェキ撮影が選ばれているとも考えられる．ただ一方で，握手会との差異の一つである記録の側面も撮影動機として明らかになったことから，会話を求めるファンと記録を求めるファンの両方を受け止める場としてチェキ会が機能しているともいえる．

4-3. 限定的なコミュニケーション

しかしチェキ撮影の時間はあまり長くなく，ファンは限られた時間の中でアイドルとコミュニケーションをとり，撮影を終えなければならない[14)]．調査 2 の質問 15（選択式・回答必須）「ライブやイベントでの 1 回

の「チェキ」にかかる時間」によれば，時間については「決められておらずメンバーやスタッフ，ファンの数によって流動的である」という回答が9件，「決められておりタイマーやストップウォッチで計測されている」が7件，「決められていないがスタッフの判断でその場を離れることを促される」が3件であったが，質問16（選択式・回答必須）「ライブやイベントでの1回の「チェキ」にかかる時間の平均」によると撮影時間は「1～2分」が多く13件で，「1分未満」と「2～3分」が3件ずつとなり，大体の時間は1分前後，長い場合でも3分以内であるとわかった．また会話の中ではどのようなポーズで撮影するかということをアイドルから聞かれる，またはファンから指定することがある[15]．ポーズを決める時間も制限時間に含まれており，ファンとアイドルは1～3分の間にポーズを決めて撮影することになる．

つまりアイドルとファンは限られた時間の中で十分な前置きもなく，会話を始め会話を終えなければならない．握手会と違い，会話以外にも撮影，場合によってはサインなどの工程があるため会話に集中することは難しくなる．そうした環境下で両者はどのような会話を交わしているのか．以下，Aによるチェキレポートから具体的な会話の内容を示す[16]．

> 一回目．○○さん（筆者註：Aの応援するアイドル）と撮る．話すのは○○遠征（筆者註：地方や海外でのライブへ行くこと）以来，およそ3週間ぶり．○○さん単推し（筆者註：一人のアイドルだけを応援すること）になって半年になるが，少し間が空くとやはり少し緊張する．とはいえ，だいぶ慣れているし，そこまで話す内容も考えておかなくて大丈夫だろうとおもっていたら，見事に会話が弾まなかった．とりあえず，その日オタク人生で初めてリフト上がった（筆者註：他のファンに体を持ち上げられること）話などをした気がする．

A は数週間ぶりに会う○○に緊張しながらも会話を交わすことに慣れを感じており，話す内容は特に準備していなかった．しかし，会話は弾まず，その場で思いついたことなどを話した．そこでの会話の内容はあまり記憶に残っていないことがわかる．この後 A は続けて○○と 6 回チェキを撮る．

> 五回目．○○さんと撮る．自分も「○○さん」や「○○ちゃん」といったワードでエゴサーチ（まま）をしているという話題に．そこから，最近××というグループ全体のみならず，○○さん個人に言及したツイートが増えてきたよね，という話になった．これは世の中が○○さんにようやく追いついてきたということで自分はこうなると信じていた，みたいなことを伝えた．この日唯一の真面目な会話をした．

この日，5 回目の撮影は「唯一の真面目な会話」が交わされたといい，A の中では同日の他の回とは違い，意味や内容のある会話であったと認識されている．2 回目から 4 回目も用意してきた話題を A から提供しているが，1 回ごとにその話題は終わっており，この日撮影した 6 回の○○との会話に連続性はなかった．前節で主なチェキ撮影の動機とされたコミュニケーションだが，実際にはあまり十分な会話の時間とはなっていないことがレポートから明らかになった．時間的にも状況からも非常に限定的なコミュニケーションであり，調査 1 の質問 8 にある「自分がライブに来ていることを伝えるため」のような目的を果たす挨拶的なコミュニケーションにしかすぎないともいえる．

しかし一方では，この時撮影したチェキのポーズや○○による直筆メッセージを参照すると，それぞれこれらの会話に関連したものとなっており，撮影前後の行為を含め全体が一つのコミュニケーションとなっていることも確認できた[17]．チェキに伴って求められるコミュニケーションは

会話だけによらず，ポーズをとることも含め「チェキを撮る」という共同作業全体において，非言語的なコミュニケーションを多分に含んでいるという点で握手会とは異なるコミュニケーションの時間を作り上げているといえる．

5. 分析

以下，調査によって判明したチェキ撮影に期待され，発生するコミュニケーションについて，商品としてのチェキ，および写真メディアとしてのチェキの特性を照らし合わせながら，1）パーソナリティ享受の場，2）コミュニティを強化する手段，3）1）と2）の関係性を可視化するメディア，の3点から論じる．それぞれアイドルの商品性，アイドルとファンの関係性の維持，そして商品性と関係性というアイドルの特徴的な部分の可視化，という点においてチェキの機能的側面を明らかにすると考える．これらは先述したチェキ撮影の動機である「応援している相手と話すため」，「記録や思い出のため」，「応援している気持ちを表すため」にも対応する．

5-1. パーソナリティ享受の場として

調査結果からチェキにおいて求められているのは非常に短い時間ではあるが，言葉を交わすコミュニケーション，「話す」ことであることが明らかになった．これは先に太田が指摘したコミュニティの前提となる安定したコミュニケーションにもそのまま当てはまる．実際にアイドルとファンとの交流の機会は日常的に数多く設けられている．香月孝史は「アイドルの自意識，より広く表現すればアイドルのパーソナリティが享受対象となること」が今日的なアイドルの「共通項」であると提言した（香月 2014: 103）．岡島紳士・岡田康宏も「アイドルは最終的に人に価値があるのが強みであり，それはライブやコミュニケーションの体験と同様に現代の技術では複製ができない」と指摘している（岡島・岡田 2011: 99）．現在のア

イドルの「価値」がパーソナリティに求められるのであれば，双方向のコミュニケーションが発生するイベントはファンにとって必要不可欠であり，握手会やチェキはアイドルのパーソナリティを享受する直接的な場といえる．

しかし，アイドルがパーソナリティを商品化しているのだとすれば，チェキ撮影はアイドルにとっても重要な自己をアピールする場である．筆者の調査によればアイドルの多くがチェキ撮影の枚数に伴って歩合性の報酬を得ており[18]，コミュニケーションそのものがアイドル自身の評価に直結するともいえる．これは参加するファンの数がアイドル自身のキャリアに影響するAKB48の握手会と同様の図式である．つまりコミュニケーションの質はアイドル自身の技能と見做され，商品価値として評価の対象となる．

元歌手で現在もグラビアを中心に活動を行うBは，チェキ撮影時に必ず握手をする独自の「特典」をつけており，それを含めてチェキと考えているという．また撮影したチェキをファンに直接手渡すことにもこだわっており，撮影スタッフが直接渡してしまった場合にもそれを取り返して自らの手で再度渡している．チェキは必ずしも身体的な接触を必要としないが，Bはそれを必須と考えている．ファンの方から許可なくアイドルに触れることを禁止するルールはあるが，アイドルからファンに触れることにはある程度自由がある．ファンが緊張しながらも不完全な会話でコミュニケーションを試みる一方で，アイドルは身体を伴うコミュニケーションでそれを補っているとも考えられる．こうしたチェキ撮影時にBが意識していることは，「ターゲット」つまりファンを分析することだと語る．

「相手のキャラを見抜いて分析して接する．ふざけるのが好きな人だったらそうしたり，お尻が好きな人だったら後ろ向きのポースを提案したり．おとなしくてあまり言えない人もいるから撮影会の様子とかでどんな感じが反応良

かったかなとか思い出して」

今ファンが求めているチェキが何かを考え，ひいては自分自身を再帰的に振り返ることで即座に目の前のファンが求めるアイドル像を実践する．それはファンの満足度を高めることで次回も自分のイベントに来場し，チェキを撮りたいと思わせる工夫であるという．またBはポージングにオリジナリティを出すことで「次どんなポーズができるか」と考えさせ，次回のイメージをより具体的にするとも語った[19]．

チェキ撮影では会話に集中することの困難さが生じるが，それを撮影という共同作業で乗り越えることはかえってチェキならではの魅力ともなる．握手とは異なり，立ち位置を固定せず，より多角的，多層的にコミュニケーションをとることでファンにもアイドルにも，それぞれの目的に応じたコミュニケーション機会を与えるのがチェキである．ファンがアイドルのパーソナリティを享受し，アイドルがファンの期待に応えることで自身の評価をあげる場としてチェキは機能するのである．

5-2. コミュニティを強化する手段として

こうした共同作業には親密さが生じる．写真家の荒木経惟は「ポラエヴァシー」という造語の元に同じインスタント写真である，ポラロイドの中に含まれるプライバシー性を語っている．現像の必要がなく，また複製不可能なポラロイドは「秘密」と相性が良いといい，聞き手である飯沢耕太郎は荒木との対談の中でそうした「秘密」を「共同作業」と表現している（荒木 2000: 102）[20]．ここで指摘されるのはチェキの共同性とそれが生み出す親密性である．アイドルとファンがポーズを決めて撮影をする行為，またそこに発生するコミュニケーションを含めてチェキ撮影の数分は2人の共同作業の元に成り立つのだということは前節で確認したとおりである．この撮影によって生じる親密さはアイドルとファンの1対1の関係

のみならず，両者を取り巻く共同体にも影響を与え，アイドルファンコミュニティのつながりそのものを強化するのではないか．「記録や思い出のため」にチェキを撮影するファンの存在から，チェキで撮影された写真を家族写真や結婚式などの記念写真に例えることは可能であろう．

ブルデューは，カメラ（「写真機」）が「多くの場合家族集団の共有財産である」ことから出発し，家族写真の撮影は家族が家族であることを認識しその一体感を強め，「一体化を強化する」儀式であると指摘した（Bourdieu 1990［1965］: 24–25）．地域の共同体における写真も同じく「強烈な瞬間を荘厳に祝福し，不朽のものにする」機能を持っているとしているが，このような集団とカメラの結びつき，その機能と儀式的な性格は，アイドルライブでのチェキ撮影の中にも認められないだろうか．アイドルとファンの共同体は家族や地域の共同体とは異なり，構成員が定まっていない．しかしそれ故に各々が共同体に繋がる人員であることを意識することが共同体維持のために必要不可欠となる．また一つのイベントに全てのファンが参加することは物理的に困難であり，実際にアイドルとファンが1枚の集合写真におさまることはそれほど容易ではない[21]．だが，各ライブイベントに参加したその瞬間を写真（チェキ）に残すことでアイドルを中心とした集合写真の断片となりうる．写真撮影を行うことによって祝祭的な場が形成され，その気分を強化することで撮影された集団の一体感を強固にする，という理論は，既に竹田がライブ体験において指摘した「帰属意識」にも共通する．つまり，このアイドルのファンである，という意識がチェキ撮影によって再確認され，アイドルとファンとの共同体を強化すると考える．コミュニティの一員としての意識はアイドルとの親密さのうちに強められ，アイドルとファンとの関係性を強固にするのである．

5-3. パーソナリティ享受の場とコミュニティ強化の手段を可視化するメディアとして

この関係性は繰り返す，つまり積み重ねることによってより強固になっていくのだが，アイドルのコミュニケーション技術によって反復が奨励されていることは上述の通りである．さらにチェキにはモノの形でコミュニケーションが記録され，この積み重ねを視認することができるという特徴がある．

アイドルのゑりかちゃんべいびーは，「たまに自分が誰かを推すことについて考えてみると，チェキがたまっていくと嬉しいんです．『あっ，こんなに自分はこの子のことを好きなんだ』って」と撮影したチェキが物理的に嵩んでいく様を見ることで自分の「好き」を確認できると話した（七瀬 2019b: 13）[22]．チェキは可視化によって撮影のプロセスのみならずその積み重ねのプロセスの確認を容易にし，ファンに結びつきの強化を意識させる．固定ファンの存在が不可欠であり，共同体の中にあるアイドルにとって，その繋がりの強化はアイドル生命の存続にも関わる．チェキを通じた共同体の強化と「好き」の確認は，アイドルにとって重要な作業であるといえる．そこで示されるのはまさしく「応援している気持ち」である．アイドルの生活を主に支えるのはファンの経済活動であり，固定ファンの継続した応援行為によってアイドル活動が持続されるという構造は先述の通りである．いわば応援の積み重ねによってアイドルは存在が可能であり，その積み重なる時間をモノとして空間の中に可視化するのがチェキなのである．

またチェキに写る映像にもその関係性は痕跡として残る．チェキにおける短時間での撮影やポージングなどのルールや条件は「プリクラ」に類似するともいえる[23]．しかし最たる違いは被写体の関係性にある．七瀬さくらは，チェキが「プリクラと違うのは，「二人」が恋人や友達の関係ではないことです．二人の関係は「推し（＝アイドル等）」と「ヲタク（＝

ファン)」です」(七瀬 2019b: 5) と強調した．ファンとアイドルによる家族や友人のような関係性はこうした規範に基づく明確な線引きによって成立する．それは稲増が「アイドルシステム」と名付けて指摘する「限定的つきあい方」が背景とするメディアをテレビからツーショット写真に変えながら今に続いているともいえる．七瀬は「だからこそ，当然ながら」としてアイドルとファンが触れ合う時にはルールがあると続けている．プリクラについて角田隆一は，90 年代のプリクラが知らない人同士でも撮影され，友人も家族も他人もプリクラ帳に並列に貼られていくような「再帰的な人間関係の構築」に適したメディアであったと論じているが（角田 2016: 106–107），チェキは人間関係を「推し」と「ファン」に固定するメディアなのである．観察の中でアイドル本人の家族や友人がライブを鑑賞し，チェキ撮影にも参加する場面に何度か立ち会ったが彼らはファンと同様にチェキに参加する代金を支払い，列に並び，ルールのもとで撮影していた．実際の人間関係が変化することは当然ないが，家族や友人であってもチェキ撮影の時間はファンとアイドルの立場を守っているといえる．チェキに写る両者の姿は親密な共同作業の末にあるヨコ並びの関係性でありながら，同時にファンがアイドルを見上げるタテの関係性にも固定されているのではないか．チェキというメディアによって可視化されているのはまさに現在のアイドルとファンの関係性であり，チェキによって現在のアイドルの有り様を示すことが可能だと考えられるのである．

6. おわりに

本稿では，現在のアイドルとファンの関係性についてチェキを媒介に論じてきた．アイドルファンコミュニティのような親密なコミュニティの維持にはコミュニケーションが不可欠であり，それを象徴する写真コミュニケーションとしてのチェキはこれまで見過ごされてきた文化現象の一つである．そして既存のアイドル文化研究では，主としてマスメディアに登場

するアイドルを切り口とした社会分析が営まれてきたが，彼ら（主としてマスメディアに登場するアイドル）のビジネスモデルはメディアを介さずファンと直接対峙することでコンテンツを作り上げる地下アイドル文化にあった．またそこで重視されるアイドルとファンの親密さは現在のアイドル文化を象徴するものでありながら，既にアイドル誕生の70年代から指摘されていた水平の関係の延長にあることを確認した．ライブをはじめ「体験」の価値が強調される現在にあって，握手会やチェキに見られるような体験とコミュニケーションの商品化は合理的でもあるが，実用性のみならず撮影を通じた共同作業によって関係性を強化する，メディアによって関係性を可視化することこそがチェキの機能的側面である．チェキを通じてアイドル世界の特徴を描き出すことはそこに集う人々の関係性を明らかにすることであり，そこに生じる共同体の強化と可視化は文化研究の中で重要であると考えられる．

注

1) ドラマ『だから私は推しました』（NHK, 2019年7月27日–9月14日放映）．

2) 2019年12月11日発売「サンリオキャラクターエンジョイアイドルシリーズ第2弾」プレスリリースによれば「チェキを撮影することの多いアイドルのファンに向けて，お気に入りのチェキをセットして持ち運べる『チェキ用ホルダー』や，たくさん集まったチェキを保存する『チェキ用ポケットアルバム』も発売」（サンリオ 2019）．

3) このようなアイドルとファンの関係性は，地下アイドルに特有ではないともいえる．太田は1970年代の「おっかけ」行為を取り上げ，あるおっかけファンがアイドルに対して「神様」という別次元の存在であるという感情を抱いた瞬間におっかけをやめた事例からおっかけファンのあり方が「同年代的」であり，アイドルを身近な存在に置く立場であると論じた（太田 2011: 49）．また「全キャン連」（「全国キャンディーズ連盟」）についてはアイドルとファンというよりも「仲間」のような関係性が築かれており（ibid: 74），同じく「親衛隊」には「大げさにいえば一種の“同志”的な関係」がうかがえると言及している（ibid: 122）．

[4] 主に女性アイドルであったが，男性アイドル，男装アイドル，男性俳優，ヴィジュアル系バンド，メイド，声優の名前を挙げての回答もあった.

[5] これは対象によって撮影手順やルール，関係性や距離感，個人のこだわりなどが異なることを想定し，複数の事例が同時に語られることを避け，回答が円滑に行われるためである.

[6]「チェキ」を撮らず，手持ちのカメラなどで撮影を行なっている人を排除する目的はないことも併記した.

[7] 2010 年頃よりグループアイドルの一員としてメジャーデビューし活動，国内外でのライブツアーなどに出演．グループ卒業後は大手プロダクションに移籍，グラビア，テレビなどを中心に活動を行う．SNS のフォロワーは 10 数万人.

[8] 2019 年 11 月 5 日，東京都新宿区にてインタビュー.

[9] ライブなどがなく，特典会のみを行うイベントも存在する.

[10] 調査協力者によればヴィジュアル系バンドの場合，ツーショットチェキ撮影の際には必ず仕切りが用意され，外からはその様子が見られないようになっているという．また仕切りの機能としては異なるが，新型コロナウイルス感染症の影響により 2020 年 4 月以降に開催されているイベントでは，ファンとアイドルの間に透明の仕切りが設置されることが多い.

[11] ここでは言及しないが，他にチェキ機であらかじめ撮影したアイドルの写ったチェキをファンが購入する「ランダムチェキ」なども商品として存在する.

[12] 調査 2 より，特別に応援する対象を指す，「推し」ではないアイドルと誕生日や卒業ライブなど特別な場面に撮影することもあることが明らかになった.

[13] 他に「撮影しない」「その他」.

[14] ルールとして撮影時間が決まっている場合はタイマーなどで撮影時間が管理され，スタッフやアイドル自身から声をかけられて終了時間を知らされる.

[15] ポーズ指定についてのルールはアイドルごとに定められている．チェキ撮影時のポーズをまとめたポーズ集『〈推し〉が最高に尊くなるツーショットチェキポーズ HANDBOOK』及び『＃チェキの本～推しと撮るツーショットチェキポーズ HANDBOOK ～』には，注意書きとして「それぞれのツーショットチェキ撮影ができる現場（特典会，終演後物販，撮影会など）においては，独自に定められたレギュレーションがあり，『接触可，接触 NG，指定ポーズのみ』など，その対象や場所に応じて流動的かつ千差万別です．必ず事前にレギュレーションを確認した上で，現場でもルールとマナーを遵守しましょう.」（七瀬 2019a：8；七瀬 2019b：8）と書かれている.

[16] 2019 年 11 月 9 日，渋谷区内で開催のライブについての報告.

[17] 例えば5回目に撮影したチェキには「エゴサ」というコメント共にスマートフォンを指差すAと○○が写っている.

[18] 上岡磨奈,「『仕事』とは何か―アイドルの労働事例からの検討―」,日本社会学理論学会第14回大会,2019年9月8日ほか.それを知るファンは調査1の質問8で「応援している相手の生活を経済的に支えるため」にチェキを撮影すると回答していると推測される.

[19] 身体的なコミュニケーションやポーズと次回以降の撮影に対する見通しには,ポーズ集『#チェキの本』に登場するアイドルにも同様の語りがある.アイドルのせいあ(手塚星明)は過去のグループアイドル時代に「また撮りたいと思ってくれるんじゃないかなと思って」行う定番のポーズがあったという.また「ポイントとしては,しっかり寄り添ってなるべくボディタッチをするようにしてました(笑)」(七瀬2019b: 25)としてBと同様に身体的な接近も工夫している.

[20] ポラロイドが持つプライバシー性は,小林美香もThe Chainsmokersの「Closer(Featuring Halsey)」Lyricバージョン MVの中に見出している.作中に登場するインスタントカメラで撮影された恋人同士の写真はSNSに公開されることのない「二人だけが共有する記憶の縁」だと小林は綴っている(小林2018).

[21] 但し,多くのアイドルが単独出演のコンサートに際し,ステージ上から観客を含めた集合写真撮影を行っている.

[22] 2020年2月23日開催「あんたんしゅきしゅきクラブ決起集」(東京都渋谷区・LOFT9)で「あんたんしゅきしゅきバンド」を名乗るファン3名がOfficial髭男dism「犬かキャットかで死ぬまで喧嘩しよう!」の替え歌を楽器演奏とともに披露した際のパフォーマンスにも顕著であった.同イベントはアイドルへの愛をファンが様々な形式で発表する内容で,同ファンらはチェキの積み重なった写真をスライドに映しながら「愛(チェキ)を積み上げるよ」と替え歌を歌った.

[23] チェキ初代機の発売当時『写真工業』に掲載された「試用レポート」では,「写真をいつも持ち歩き,見せたり,あげたりするプリクラ世代のユーザーを意識したに違いないが,小さくなって値段も安くなったのはうれしいかぎり.このカメラによって,インスタント写真のお手軽さはアップしたといえそうである.」(北原1998: 12)と書かれており,もともとプリクラとの親和性は高いとも言える.しかしプリクラ交換のような共有文化はチェキに適さず,撮影したチェキはあくまで撮影者,本稿で扱うチェキの場合,購入した「ファン」にのみ帰属する.チェキを取り巻くコミュニケーションは,プリクラを

通じたコミュニケーションと異なり「推し」と「ファン」の中だけで完結するが，プリクラがポケットベルや携帯電話に貼られたようにチェキをスマートフォンケースの中に入れて持ち歩く人もいる．こうした撮影後のチェキの扱いについての調査結果は別稿にて報告予定．

参考文献

荒木経惟，2000,『ポラエヴァシー』，晶文社.

Bourdieu, Pierre et Boltanski, Luc, Castel, Robert, Chamboredon, Jean-Claude, 1965, *Un art moyen-Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris: Les Éditions de Minuit.（＝1990, 山縣熙・山縣直子訳，『写真論―その社会的効用』，法政大学出版局）

富士フィルム，2019,「歴代チェキの歩み―チェキ 20 周年― ¦ FUJIFILM」『インスタントカメラ【instax〈チェキ〉】公式サイト』，https://instax.jp/, 2020/10/31 アクセス.

福田弘，大井央雄，片岡英明，青崎耕，竹内和彦，御林慶司，石丸信吾，1999,「新しいインスタント写真システムインスタックスの開発」，『富士フイルム研究報告』，No. 44, 富士写真フィルム株式会社，1–6.

濱野智史，2013,「地下アイドル潜入記　デフレ社会のなれのはて」，『新潮 45』，2013 年 8 月号，新潮社，212–219.

稲増龍夫，1989,『アイドル工学』，筑摩書房.

板倉昇平，2014,『AKB48 とブラック企業』，イースト・プレス.

上岡磨奈，2019,「『仕事』とは何か―アイドルの労働事例からの検討―」，日本社会学理論学会第 14 回大会，2019 年 9 月 8 日.

香月孝史，2014,『「アイドル」の読み方混乱する「語り」を問う』，青弓社.

北原美子，1998,「試用レポート　フジインスタントカメラ　instax mini チェキ」『写真工業』1999 年 1 月号，写真工業出版，12–13.

小林美香，2018,「写真歌謡論　The Chainsmokers の「Closer」（2016）と「#SELFIE」（2014）」，『ときの忘れもの』，2018 年 10 月 25 日，http://blog.livedoor.jp/tokinowasuremono/archives/53357350.html, 2020/10/31 アクセス.

中森明夫，2007,『アイドルにっぽん』，新潮社.

七瀬さくら，2019a,『〈推し〉が最高に尊くなるツーショットチェキポーズ HANDBOOK』，マイウェイ出版.

———, 2019b,『#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.
岡島紳士，岡田康宏，2011,『グループアイドル進化論「アイドル戦国時代」がやってきた!』，毎日コミュニケーションズ.
小川博司，1993,『メディア時代の音楽と社会』，音楽之友社.
太田省一，2011,『アイドル進化論　南沙織から初音ミク，AKB48まで』，筑摩書房.
———, 2014,「職業になったアイドル——テレビ，現場，そしてコミュニティ」，『月刊民放』2014年9月号，日本民間放送連盟，4–8.
大坪ケムタ，田家大知，2016,『ゼロからでも始められるアイドル運営　楽曲制作からライブ物販まで素人でもできる！』，コアマガジン.
サンリオ，2019,「サンリオキャラクター　エンジョイアイドルシリーズ第2弾」，2019年12月3日，https://www.sanrio.co.jp/wp-content/uploads/2019/12/20191203.pdf, 2020/10/31アクセス.
さやわか，2015,『僕たちとアイドルの時代』，講談社.
竹田恵子，2017,「ライブアイドル，共同体，ファン文化　アイドルの労働とファン・コミュニティ」田中東子，山本敦久，安藤丈将編著『出来事から学ぶカルチュラル・スタディーズ』，ナカニシヤ出版，117–133.
角田隆一，2016,「コミュニケーションをつくる映像文化」，長谷正人（編），『映像文化の社会学』，有斐閣，99–117.
宇野常寛，2013,『日本文化の論点』，筑摩書房 .