

日本と韓国アイドルのファン行動と

コロナ禍での変化

—King&Prince と SEVENTEEN を事例として—

アイドルのファンは音楽を聴くだけでなく、グッズを集めるファン、CD を買うファン、ライブへ行くファンなどさまざまな形でアイドルを応援している人がいる。アイドルのファンはどのような行動をするのか、応援する上でどのような心的影響があるのだろうか。

本研究では主にファンの行動やグッズ購入、収集に関して調査・考察していく。またアイドルのファンをする上で、新型コロナウイルスの流行がファン行動に及ぼした影響や、心的影響についても考察する。

具体的にはアンケート調査とインタビュー調査を行った。アンケート調査の項目は、①アイドルファンがアイドルを好きになったきっかけ、②ファンの年齢層、③ファン歴、④グッズ購入の有無、⑤グッズは何を購入したか、⑥グッズの年間消費金額、⑦コロナウイルス流行前のライブ参加有無、⑧コロナ禍でのライブ参加有無、⑨コロナ禍でのライブを経験した人の心境、⑩同担・同ペンの存在についてである。アンケート調査の対象は、「King&Prince」のファン 48 人、「SEVENTEEN」のファン 56 人を対象に Twitter、LINE を介して行った。

インタビュー調査の項目は、ファンになったきっかけとグッズ購入についてである。調査対象はアンケート調査をした中の「King&Prince」のファンの A さん、「SEVENTEEN」のファン B さん、C さんにインタビューを行った。

その結果、「King&Prince」と「SEVENTEEN」のファンになったきっかけに違いがあるのは、バラエティ番組やニュース番組や音楽番組の出演量の違いが考えられる。

グッズ購入量について、インタビュー結果からは「King&Prince」のファンよりも「SEVENTEEN」のファンのほうが圧倒的にグッズを購入していることがわかる。「King&Prince」のグッズのメインはうちわやアクリルスタンド、ブロマイドだが、「SEVENTEEN」のグッズのメインは CD のおまけとしてついているシリアル番号や、トレーディングカードである。韓国のアイドルの CD にはシリアル番号だけでなく、トレーディングカードも付属されているため、トレーディングカードが欲しい場合でも CD を購入しなくてはならず、グッズでの年間消費金額が高くなっていると考えられる。

アイドルファンの消費行動については、アイドルのグッズを 8 割以上の人が購入している。「King&Prince」のファンは「DVD」「ブロマイド」「アクリルスタンド」、「SEVENTEEN」

のファンは「CD」「トレーディングカード」の購入人数が圧倒的に多い。また年齢層とグッズの年間消費金額についても、大学生（専門学生）、社会人 20 代がグッズの年間消費金額が多いことが分かった。

新型コロナウイルスの流行がファン行動に及ぼした影響について、「King&Prince」の場合には、コンサートへ参加できる回数が減ることや、コンサート参加中に声を出せないこと、またコロナ感染への心配で心から楽しめなかったなどの影響が見られる。「SEVENTEEN」の場合には、オンラインコンサートしか開催していないため、直接会えるコンサートにまだ行けていないなどの影響を及ぼしている。