

研究班番号【21】 GIVE ME FAN SERVICE ~無敵のファンサうちわ~

国語班:菅生 瑛、廣原 明結花、山本 奈菜

Abstract

The purpose of this study was to examine the characteristics of the contents of *fansa-uchiwa* that are likely to service to their own fan by idols, and to create the "invisible *fansa-uchiwa*" using the results of this study. The results suggest that the most likely to be selected (=easiest to respond) for all personality types is a fan with royal load content, while abstract content should be avoided.

要約

本研究の目的は、アイドルにファンサービス(以下:ファンサ)を貰いやすいファンサうちわの内容の特徴を検討し、この結果を用いて「無敵のファンサうちわ」を作成することであり、今回はファンサする人物の性格を3種類に分類し、選択するうちわの内容を分析した。その結果、全ての性格タイプにおいて最も選ばれやすい(=ファンサしやすい)のは王道な内容のうちわで、逆に抽象的な内容は避けるべきであることが示唆された。

1. はじめに

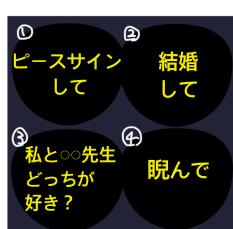
ファンサを貰いやすいファンサうちわについて調査をするために今回の研究を行った。

本研究においては、うちわのデザインや文字のフォント等によるうちわ選択への影響を無くすため完全に統一し、うちわの文章の内容のみに焦点を当てている。

また、選択するファンサうちわの違いは年齢や国籍、などにも起因すると考えられるが、本研究においてはそれらを一切ないものとし、ファンサを提供する人物の性格のみに焦点を当てている。

※本研究ではファンが応援するアイドルに対してアクションを求めるなどをファンサ(ファンサービス)、アイドルにしてほしいファンサを書くうちわのことをファンサうちわと定義している。

2. 研究手法



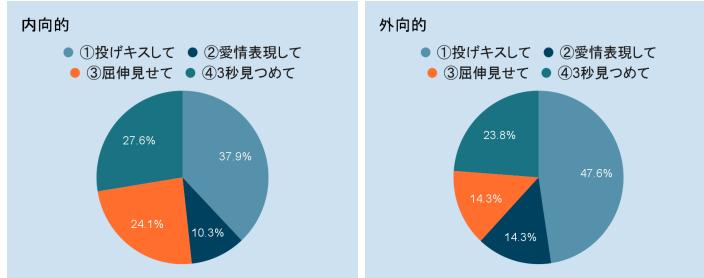
研究は高津高校77期生100名へのアンケートを利用して行った。
アンケートにおいて、性格をi)内向的or外向的,ii)直感的or計画的,iii)おっとりorせっかちに分類し、うちわの内容を①王道(投げキスして、ピースして等テンプレート化しているもの),②抽象的(具体的な行動についての記載がない),③ユニーク(完全にオリジナル、既存でないもの),④簡単(アクションに時間を要さないもの、読むのに時間がかかるないもの)に分類した。次に、4つの特徴に対応するうちわを実験i),実験ii),実験iii)それぞれに用意し、画像を作成した。画像はコンサート会場と同様に暗い背景を用意し、うちわの色は黒、文字の色は黄色で統一している《左図》。

アンケートでは、「あなたをアイドルであると仮定します。下の画像を見て、初めにファンサしたいと思ったうちわを1つ、3秒以内に直感で選択してください。」と表記した。

なお、性別、文理選択に関してもアンケートを取ったが、選択率の差がごく僅かであったことから詳細な結果を得るために更に大規模なアンケートが必要であると判断し、性別、文理選択による選択率の違いに関する調査を取りやめた。

3. 結果

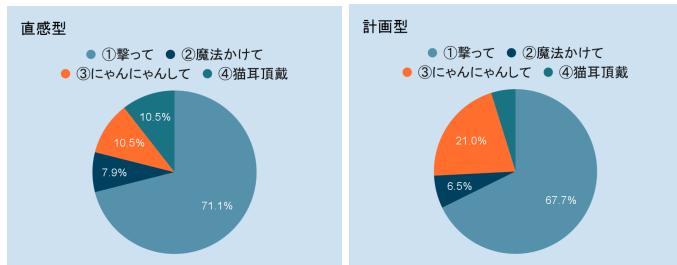
i)内向型/外向型



いずれの場合においても選択率は①王道、④簡単(その場でできる)、③ユニーク、②抽象的 の順に高くなった。

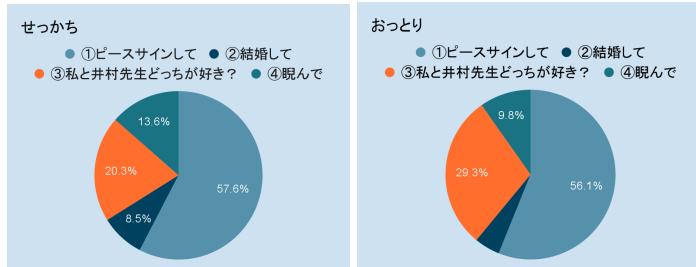
特に、内向型選択者による③ユニーク の選択率が外向型に比べ高くなかった。

ii)直感型/計画型



直感型においては③ユニーク④簡単 の選択率が同率となり、いずれの場合においても①王道 の選択率が大幅に高くなかった。計画型選択者による③ユニーク の選択率が直感型に比べ大きくなかった。

iii)せっかち/おっとり



いずれの場合においても選択率は①王道③ユニーク④簡単②抽象的 の順に高くなかった。いずれも①王道 の選択率が過半数を占め、おっとり選択者による③ユニーク 選択率がせっかち選択者に比べ高くなかった。

4. 考察

3つの分野全てにおいて、王道の投票率が高かったことから、どのような性格のアイドルからも

ファンサを貰いやすいと考え、抽象的には投票率が低かったことから、ファンサを貰いにくいと考える。また、大きな違いが見られたのはユニークのみで、内向型、計画型、おっとりに分類される者によるユニークを選択した割合が比較対象より大きかったことから、上記の性格のアイドルには個性的なファンサうちわが効果的だと考える。

しかし、「無敵のファンサうちわを作成する」という観点で見ると、ライブ会場では「王道」であるが故に王道のうちわが多く、埋もれてしまう可能性が十分に考えられるため、王道のうちわは「無敵のファンサうちわ」とは言えないのではないかと考察する。また、このことから、ユニークなうちわにファンサをもらえる確率は、本研究におけるアンケート結果より高いとも考えられる。

5. 結論

多くの人にとって王道のファンサうちわが好まれる傾向にあること、またユニークな内容のうちわは内向型、計画型、おっとりに該当するアイドルに対して特に効果的であることが今回の調査結果から結論づけられる。

しかし、うちわの選択率の違いは先述した通り性格ほか年齢、国籍によっても変動すると考えられるため、「無敵のファンサうちわ」を作成するには更なる研究を要すると考える。