

# 「推し」に関わる消費行動が自己呈示意識におよぼす影響

東良 紗里 (22011278sh@tama.ac.jp)

## 1. 問題と目的

現代社会においてアイドルや俳優、アニメやゲームのキャラクター等「推し」と呼ばれる存在に熱狂的な関心を持つ人たちが存在する。また、その「推し」に対して同じ CD を大量購入し、高価なプレゼントや差し入れを贈る等、貢ぎにも思える消費行動を行う人も見られる。このような「推し」に関わる意識や消費行動の動機には「推し」対自分だけではなく、自分対ファンや「推し」対他ファンの影響を受ける可能性がある。本研究では、「推し」がいる人といない人での感情の相違を明らかにするため、他者とのコミュニケーションの中で自身についての情報を他者に伝える自己呈示意識の違いに着目し、岩淵・田中・中里 (1982) によるシュナイダー (1974) のセルフ・モニタリング尺度の日本語版を引用した。シュナイダー (1974) によると、セルフ・モニタリングとは、状況や他者の行動に基づいて自己の表出行動や自己呈示が社会的に適切なのかを観察し、自己の行動を統制することであると定義される。さらに、個人の社会的行動は外的な状況や対人場面における他者の反応などの外的要因、あるいは自己の内的状態・先有傾向・態度などの内的要因、のどちらかの情報に基づいて決定されるとしている。この行動の決定因に関する個々人の重み付けの相違によりセルフ・モニターにおける個人差が明らかにされるとしている。

以上のことから仮設として、「推し」がいない人ほど自身に関心が向くため、自己の行動が社会的に適切なのかを観察し、他者とのコミュニケーションの取り方も自己の社会的行動の状況的適切さについての関心が高くなると考えられ、自己の行動を状況に応じて統制する傾向が強い (セルフ・モニターが高い) との結果が出ることを予測する。「推し」がいて「推し」に対する消費行動が高い人ほど自身より推しへの関心が増すため、他者とのコミュニケーションの取り方で「推し」への行動が自己の行動よりも優先され、社会的行動の状況的適切さについての関心がそれほど高くないと考えられ、自己の行動を状況に応じて統制する傾向は弱い (セルフ・モニターが低い) との結果が出ることを予測する。いずれも、セルフ・モニタリング尺度と他者とのコミュニケーションに関するアンケート調査で明らかになると考える。

## 2. 方法

多摩大学に在籍する 2~4 年生までの学生 64 名を調

査対象とし、2023 年 11 月 16~23 日までの 8 日間に Google フォームを用いて作成したアンケートへリンク、または QR コードの読み取りを依頼し、アンケートへの回答協力を求めた。質問構成は、回答者に「推し」がいる、いないの二者択一で選択してもらいそれぞれに回答を求めた。「推し」がいる回答者には、「推し」について (2 問)、5 つの選択肢から回答を求めた。次に、「推し」に関わる消費行動について (5 問)、4 つの選択肢から回答を求める 4 項目と、資金のうち何%を推しに費やすかについての 1 項目は、記述方式で回答を求めた。次に、他者とのコミュニケーションについて (4 問)、「非常にそう思う」を 5 点、「全くそう思わない」を 1 点とした 5 段階評価方式で回答を求める 2 項目と、あとの 2 項目は交流の有無を「交流がある」、「交流がない」の二者択一で選択する形式で回答を求めた。最後に、セルフ・モニタリング尺度 (25 問) について、岩淵・田中・中里 (1982) のセルフ・モニタリング尺度を使用した全 25 項目の質問に対し、「非常にそう思う」を 5 点、「全くそう思わない」を 1 点とした 5 段階評価方式で回答を求めた。「推し」がいない回答者には、「推し」について (1 問)、5 つの選択肢から回答を求めた。次に、「自分自身」について (2 問)、4 つの選択肢から回答を求めた。最後に、セルフ・モニタリング尺度 (25 問) を「推し」がいる回答者と同じ内容でアンケート調査を実施した。

## 3. 結果

「推し」がいる回答者と「推し」がいない回答者から得た回答の割合や平均値を算出した結果、「推し」がいる回答者では、「推し」について (2 問) から、日常生活で推しと自身に割く時間の割合は、両者とも一時間以下が最も多く、自身に割く時間の方が推しに割く時間の回答を若干上回った。次に「推し」に関わる消費行動 (5 問) から、推しへの活動資金として一ヶ月の使用金額は、一万円以下が全体の約 8 割を占め、資金の捻出先はアルバイトで稼ぐ回答者が全体の約 8 割を占めた。さらに収入のうち推しに消費する資金の割合の回答は、0~100%まで分布し、平均 20%、0~10%以下が全体の約 6 割を占め、50%以上の回答者は全体の 2 割に満たないことから、「推し」がいる回答者でも推しへの消費行動に関する割合は、かなり低い回答者が全体の半数を占めた。次に他者とのコミュニケーションについて (4 問) から、同担や同担の他ファンに勝ちたい

気持ちがある回答者は全体の約 10～20%と低い割合を示し、同じ推しを推す同担と同担以外の他ファンとの交流では「交流がある」が 6 割を占め、「交流がない」を若干上回った。「推し」がない回答者では「自分自身」について（2 問）から、日常生活で自身と自分以外に割く時間の割合は、両者とも一時間以下が最も多く、自身に割く時間が自分以外に割く時間の回答を若干上回った。以下の表 1 は、「推し」がいる回答者といない回答者の両者に回答を求めたセルフ・モニタリング尺度を使用した質問と 3 つの下位尺度に関する質問の回答結果である。「推し」がない（群 1）と「推し」がいる（群 2）に分け、それぞれにセルフ・モニタリング傾向および下位尺度それぞれの平均値を算出し、これら平均値について t 検定を行った結果、いずれも有意差は見られなかった。

表 1.セルフ・モニタリング尺度と下位尺度（3 因子）

		セルフモニタリング	外向性	他者思考性	演技性
「推し」がない (N=21)	平均値	75.95	2.9	3.21	2.77
	SD	7.99	0.37	0.47	0.75
「推し」がいる (N=43)	平均値	76.84	2.96	3.25	2.58
	SD	11.72	0.64	0.52	0.92

#### 4. 考察

結果から今回の調査において、「推し」がない人ほど自己呈示意識におよぼす影響が高く、「推し」がいて「推し」に対する消費行動が高い傾向にある人ほど自己呈示意識におよぼす影響が低いことを確認できなかった。仮設通りに作用したならば、セルフ・モニタリング尺度と下位尺度（表 1）において、「推し」がない人の方が「推し」がいる人より高い傾向を示す結果を得られたと考える。だが、セルフ・モニタリング傾向および下位尺度の 3 因子それぞれの平均値を算出し、これらの平均値について t 検定を行った結果、いずれも有意差は見られなかった。次に、「推し」がいる人といない人で感情の相違を他者とのコミュニケーションの中で自身についての情報を他者に伝える自己呈示意識の違いについて、「推し」がいる回答者では、日常生活で推しに割く時間と自身に割く時間の割合はともに 1 時間以下が最も多く、「推し」がない回答者でも、日常生活で自身と自分以外に割く時間の割合は両者とも一時間以下が最も多い結果から、「推し」がいる、いないに関係なく全体の約半数を占めた。「推し」を通じたコミュニケーションに関しては、約 8 割の回答者が同担や同担の他ファンに勝ちたい気持ちを感じていない結果となり、同じ「推し」を推す同担の他ファンおよび同担以外の他ファンとの交流はともに「交流がある」がないを

若干上回った。このことから「推し」がいる回答者では、推しを通して他ファンとの交流がある回答者が若干多く、交流がある、なしに関係なく推しに対する独占欲がない回答者が全体の大半を占めることを確認できた。仮設通りの結果が有意差として見られなかった原因として、「推し」がいる、いないの二者択一で分類したにもかかわらず、「推し」がいる回答者でも「推し」への消費行動に関する割合がかなり低い回答者が大半を占めることとなり、「推し」がいると回答した人でも、「推し」がないと回答した人と大差ない回答者が多く見られた。また「推し」への消費活動資金の捻出先で、アルバイトで稼ぐ回答者が全体の約 8 割を占めた結果を踏まえると、学生であるため学業の優先や、生活費にあてる割合が高いなど、「推し」に対する消費活動に高額を投資したくてもできない理由があると推測もできる。

#### 5. 引用文献

岩淵千明・田中國夫・中里浩明（1982）セルフ・モニタリング尺度に関する研究 心理学研究, 53, 54 - 57.  
Snyder,M.（1974）Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526-537.