

2021年度 卒業論文

ライブアイドルを支える女性マネージャーの主体形成
～自己エスノグラフィと半構造化インタビューから～

71704703

鈴木 まりこ

慶應義塾大学 総合政策学部

要約

本研究では、女性ライブアイドルの「マネージャー」が言説によってどのように構築され、主体を形成しているのかを研究する。今やサブカルチャーとも呼ばれなくなったアイドル文化だが、アイドルの裏方に関する研究はほとんど無い。また、裏方には女性の「マネージャー」も数多く存在し、彼女たちがタレントに対して「ケア労働」を行っているが、そういったことを取り上げている文献は無い。そのため、本研究を行うことにした。

調査の結果、「マネージャー」という言葉は日々の言説実践の中で構築され続け、その結果、ライブアイドル業界でケア労働や雑用業務を行う「マネージャー」が誕生したことがわかった。ライブアイドルはその活動に不安定な要素が多いため、「マネージャー」にはまずタレントに寄り添い、安心感を与えられることが求められる。ライブアイドルが能力そのものではなく成長過程や頑張る姿勢を評価される職業であるように、ライブアイドル業界全体にはそうした家族主義的な価値観が存在しているのだ。「マネージャー」という言葉がケア労働や雑用を指すようになった背景には、欧米から持ち込まれた「マネジメント」概念が日本社会に馴染まなかったため「マネージャー」という言葉が曖昧で流動的に使われるようになったこと、そしてスポーツ史において学校運動部の「マネージャー」に女子が定着し、ケア労働や雑用業務を行うようになったことが挙げられる。ライブアイドル業界という構造のなかで現場での立ち回りやタレントとのやり取りから「マネージャー」像が構築され続け、エイジェンシーはライブアイドルを支えることにやりがいを感じ、主体を形成するのだ。

キーワード: マネージャー、アイドル、ケア労働、主体形成

目次

序論

- 0.1 はじめに
- 0.2 先行研究
- 0.3 主題
- 0.4 方法と対象

本論

- 第1章 ライブアイドルの構造
- 第2章 ケア労働を行う「マネージャー」
 - 2.1 「マネジメント」の概念
 - 2.2 学校運動部の女子マネージャー
 - 2.3 第2章まとめ
- 第3章 女性マネージャーによる主体の形成
 - 3.1 自己エスノグラフィから
 - 3.2 インタビュー調査から
 - 3.3 第3章まとめ

結論

参考文献

序論

0.1 はじめに

アイドル文化は今や、サブカルチャーとは呼ばれなくなった。アイドル文化の市場規模はコロナ前まで拡大し続けており、2007年には505億円¹だった市場規模が2019年には2610億円²に膨らんだ。コロナの影響により2020年度は1400億円³に落ち込んだものの、長期的に見ると成長し続けていた。しかし、市場規模が数千億円となっても、そのアイドルの裏方に関する研究は行われておらず、ほとんど文献が無い。また、近年女性アイドルのマネージャーに同性である女性が就く例が見られるようになってきたが、この変化について取り上げられた文献も無い。さらに、中でも、ライブを行うことを主な活動とするライブアイドル⁴は、そもそも記録があまり残らない傾向にあり、アイドルがどのように運営されているのかを知れる機会が少ない。そのため、本研究では、女性のライブアイドルを対象を絞り、インタビューと文献調査、自己エスノグラフィを通して、近年見られるようになってきた女性マネージャーの実態と彼女たちのアイデンティティを明らかにする。

そもそも、日本においてアイドル文化がここまで大きくなったのは、江戸時代から存在している日本独特の「ヘタウマ」文化があるからだ⁵。姫乃(2017)曰く、「ヘタウマ」文化とは、「稚拙だが独特な個性があるためにそれを好む文化」である。技術的な未熟さが逆に魅力となり、その成長過程を見せることでビジネスが成立するのだ。この延長線上に女性ライブアイドルも存在する。まだ未完成な少女たちがお客さんの前に立ち、その成長過程をお客さんに見せることで応援をしてもらう。その裏で、一番距離の近いところでアイドルを支えているのがマネージャーだ。そんな大きな役割を持ったマネージャーの中でも、本論文では女性マネージャーを対象を絞って調査をする。

0.2 先行研究

女性が多く就く職業と言えば、「ケア労働」が挙げられる。山根(2010)は、なぜ女性がケア労働をするのかを調査した⁶。山根(2010)の定義によると、「ケア労働」とは、「子供、高齢者、障がい者など自分で自分のニーズを満たすことができない依存的存在に対して行われる「世話する労働」⁷である。代表的なケア労働としては、看護師、保育士、介護士などがある。看護師⁸、保育士⁹は9割以上を女性が占めるいわゆる「女性職」であり、介護士¹⁰も7割以上が女性である。

女性がケア労働に就く、といった性別分業のメカニズムは、これまで様々な説明がなされてきた。松山(2011)によると、1980年頃から女性のアイデンティティ研究が積極的に行われ始めた¹¹。この頃、性別

¹ ITmediaビジネスONLINE「2007年度のオタク市場、大きく拡大した分野は？」
<https://www.itmedia.co.jp/makoto/articles/0811/10/news039.html>(最終検索日:2022年1月4日)

² 株式会社矢野経済研究所「『オタク』市場に関する調査」
https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2836(最終検索日:2022年1月4日)

³ 同上。

⁴ 地上波テレビなどの出演はほとんどないことから、俗に「地下アイドル」と呼ばれる。

⁵ 姫乃たま『職業としての地下アイドル』(朝日新聞出版、2017年)第1章、7項、6段落。

⁶ 山根純佳『なぜ女性はケア労働をするのか』(勁草書房、2010年)

⁷ 同上、34-35ページ。

⁸ 2018年現在。厚生労働省「平成30年衛生行政報告例(就業医療関係者)の概況」
<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei/18/dl/gaikyo.pdf>(最終検索日:2022年1月16日)

⁹ 2020年現在。厚生労働省「保育士登録者数等」
<https://www.mhlw.go.jp/content/000656131.pdf>(最終検索日:2022年1月16日)

¹⁰ 2018年現在。公益財団法人 介護労働安定センター「平成30年度「介護労働実態調査」の結果」
http://www.kaigo-center.or.jp/report/pdf/2019_chousa_kekka.pdf(最終検索日:2022年1月28日)

¹¹ 松山有美「「母性愛」と役割分担」(『名古屋学芸大学 教養・学際編・研究紀要』第7号 2011年、131ページ)。

分業の再生産について「構造決定論¹²」と「主体選択論」という二つの説明が対立して併存していた¹³。「構造決定論」は、「男は仕事、女は家庭」といった家父長制という「構造」によって女性がケア労働を強いられている、という理論だ。家長である男性の権力によって女性はケア労働を強いられ、また、そのような男性の権力がつくり上げた家庭や労働市場の「物質的構造」が女性にケア労働をさせているのだ¹⁴。このように、二つの意味で女性が犠牲者となって性別分業が再生産されていると説明するのが「構造決定論」だ。一方、「主体選択論」とは、女性を主体とした理論である。これによると、女性は母子関係や幼少期の社会化の過程を通して、ケアを重視する価値を内面化し、自発的にケア労働を選択している¹⁵。「ケア労働」は選択に値する価値のある労働であり、性別分業は女性の望んだ選択の結果である¹⁶ということになる。近年までは、この二つの説明のどちらが正しいのか、すなわち、女性は男性が作り出した家父長制という構造の犠牲者なのか、または自発的な選択を行っているのか、が議論されてきた。

確かに、女性化された職業の中には、この二つの理論によって説明がつくものもある。例えば事務職は、「構造決定論」によって女性が多く就くようになった職業の一つである。高度成長期に女性の職場進出が進みつつも、当時まだ男性よりも女性の学歴が低かったことからサービス業である事務職に当てられた¹⁷。この典型であるのが銀行事務職だ。駒川(2014)は、性別職務分離について銀行事務職を対象に調査をした。調査の結果、銀行事務職は、女性は短い期間しか働かないという前提のもと、男性に融資・渉外業務に配置して能力育成を施し、女性は事務担当かつ低処遇に固定化されたことがわかった¹⁸。性別と学歴によって「期待度」が異なり(男性の方が女性よりも期待度が高い)、その期待度ごとに能力育成が行われていた。また、看護師に女性が多いことも「構造決定論」から説明がつく。佐藤(2020)によると、看護師は、18世紀に西洋で「女性が聖母マリアにつながる母性を持った存在」と見なされており、そうした西洋の医療を日本が輸入をしたので看護師が女性の仕事となった¹⁹。看護師がかつて看護婦と呼ばれていたように、母性的行動として女性のケアが求められていたのだ。一方、学校運動部のマネージャーに女性が定着した経緯については主体選択論で説明されることが多い。背景に構造的な変化もあるが、ドラマやマンガに登場する女子マネージャーに魅了され、女子マネージャーを自ら選択し、ケア労働をしたのだ²⁰。

しかし、この「構造決定論」と「主体選択論」は近年限界を露呈させている。山根(2010)はこの二つの理論の限界を、女性間の格差と女性間の価値の多様性という二つの点から指摘する²¹。女性間の格差とは、家庭で専業主婦として育児、介護を引き受ける女性、また、家計補助的賃金を稼ぐためにケア労働で働く既婚女性と、労働市場で高い地位に就き、経済資源を利用してケアサービスを買う女性との格差である。これらの女性たちを「構造の犠牲者」と一枚岩に位置付けることはできない。また、女性間の価値の多様性とは、専業主婦として育児などケア労働に満足している女性たちと、非婚化、少子化にみられるように子育てを自己実現としない女性たちのあいだの価値や解釈の多様化が顕在化していることだ。このことを「構造決定論」ではケア労働で満足をする女性たちを「騙されているだけ」と説明することしかできず、「主体選択論」ではなぜケア労働を好まない女性がいるのかを説明することができない。こ

¹² 山根純佳は「物質構造決定論」としている。これ以降、「物質構造決定論」を「構造決定論」とする。

¹³ 山根純佳、前掲書、4ページ。

¹⁴ 同上、5ページ。

¹⁵ 同上、5ページ。

¹⁶ 同上、6ページ。

¹⁷ 木本喜美子・中澤高志「女性労働の高度成長期：問題提起と調査事例の位置づけ」『大原社会問題研究所雑誌』第650巻(2012年)4ページ。

¹⁸ 駒川 智子「性別職務分離とキャリア形成における男女差—戦後から現代の銀行事務職を対象に」『日本労働研究雑誌』第648巻(2014年)52ページ。

¹⁹ 佐藤典子「超高齢社会におけるジェンダー化された職業としての看護職」『日本労働研究雑誌』第722巻(2020年)36ページ。

²⁰ 第2章で詳しくまとめる。高井 昌吏『女子マネージャーの誕生とメディア—スポーツ文化におけるジェンダー形成』(ミネルヴァ書房、2005年)109—120ページ。

²¹ 山根純佳、前掲書、6—7ページ。

のように、山根(2010)は従来の理論を再構築することで、分析のための汎用性を持った理論ではなく、フェミニズム理論全体のあり方を問い直した。

近年、ジェンダー研究において新たに提示されているのが「ジェンダー」を軸とした分析視角だ²²。山根(2010)によると、従来の理論では「家父長制」が軸にあったが、新しい分析視覚では「ジェンダー」が主要概念となる。ジェンダーは、「セックス」が「生物学的性差」であるのに対して「社会的性差」と定義される。このジェンダー概念に依拠した研究にも二つの潮流があり、これが「言説」と「資源配分」だ。「言説」とは「物を言うこと」を意味するが、ここでいう「言説」は、「おこなうこと」「もたらすこと」「なること」などを意味する。ジェンダーとは「女とは～である」といった属性ではなく、首尾一貫した主体を作り上げる実践、行為のことなのだ²³。こうした、言説によって主体が構築されていることを言説構築主義というが、「構造決定論」との決定的な違いは、言説によって「決定づけられる」のではなく「構築されている」点だ。主体は、呼びかけへの応答を通じて構築されていく。この理論を「言説構造還元論」という。もう一つの「資源配分」は、男女間の機会や資源の配分に焦点をあてるジェンダー分析だ²⁴。国家によるマクロな資源配分と人々の実践との関係を、実証データから分析する。この分析からは、国家が経済資源やケア資源を「いかに」「だれに」分配するかによって性別分業のあり方が水路づけられているかがわかる。この分析から、行為者の選択は資源の配分によって変わることがわかるので、「主体選択論」の限界がここに露呈するのだ。

女性職について、このような「構造決定論」と「主体選択論」の二項対立を乗り越えた議論がなされていることを前提に、本研究で対象とする女性マネージャーのアイデンティティについて分析をする。

0.3 主題

本論文の主題は、ライブアイドル業界の構造のなかで主体構築した女性マネージャーたちが、どのようなエイジェンシーをもっているのか、である。

この主題を調査する上で、以下の3つのサブエスチョンが派生する。

1つ目に、ライブアイドル業界の構造を明らかにすることだ。第1章ではライブアイドルの運営体制とライブアイドルの「マネージャー」の仕事を明らかにする。

2つ目に、言説の構造とそのなかでの主体構築を明らかにすることだ。第2章ではライブアイドルのマネージャーがなぜ「マネージャー」と呼ばれ、その「マネージャー」がなぜケア労働や雑用業務を行うのかを明らかにする。

3つ目に、構造のなかで主体構築したエイジェンシーについて分析することだ。第3章では「マネージャー」がどのような言説の構造に位置し、どのように主体を形成するのかを分析する。

0.4 方法と対象

本論文を通して調査の対象となるのは、収容人数150～300人程度の会場でライブをするライブアイドルの女性マネージャーである。そのような女性マネージャーを対象に、以下の3つの調査を組み合わせ、主題を問う。

第1章では、インタビュー調査からライブアイドルの運営体制を明らかにする。インタビューは、ライブアイドルのイベントを主催するイベントのAさんに行った。Aさんは3年以上の間、収容人数150～300人規模のライブハウスで女性アイドルのライブを月に約10本開催する。収容人数150～300人程度のライブハウスは、第3章でフィールドワークを行うアイドルグループおよびライブハウス、またインタビュー対象となる女性マネージャー3名がそれぞれ担当するアイドルグループ3組と同規模であるため、Aさんを選定した。数多くのライブアイドルを見ているAさんに、都内にて2021年1月18日16時に50分間インタビューを行った。その記録を録音とノートへのメモに残した。また、マネージャーの役割とマネージャーに求める資質についても聞き取りから明らかにする。同じく、収容人数150～300人程度のライブハウスで活動を行う異なる事務所やグループのプロデューサーとアイドル10名に聞き取りを行った。聞き取りは全て都内で行い、メモに記録を残した。インタビュー協力者について表1に示した。

²² 同上、9ページ。

²³ 同上、9～13ページ。

²⁴ 同上、19～27ページ。

(表1)インタビュー協力者およびインタビュー実施時期など

	プロデューサー/アイドル	インタビュー実施時期	時間
B	プロデューサー	2021年10月12日20時	1時間
C	プロデューサー	2021年10月14日18時	20分
D	プロデューサー	2021年10月16日14時	20分
E	プロデューサー	2022年1月20日14時	20分
F	プロデューサー	2022年1月21日19時	30分
G	アイドル	2021年10月15日19時	30分
H	アイドル	2021年10月16日18時	15分
I	アイドル	2022年1月9日18時	15分
J	アイドル	2022年1月10日18時30分	20分
K	アイドル	2022年1月21日22時	15分

第2章は、第1節でP.F.ドラッカー著『マネジメント[エッセンシャル版] - 基本と原則』(2001年)、小熊英二著『日本社会のしくみ』(2019年)からマネジメントの役割を明らかにする。また、第2節では高井 昌史著『女子マネージャーの誕生とメディアースポーツ文化におけるジェンダー形成』(2005年)から学校運動部におけるマネージャーが「ケア労働をする女子マネージャー」へと変化した歴史を追う。これらから、なぜケア労働を行う「マネージャー」が「マネージャー」と呼ばれるのかを明らかにする。

第3章は、第1節ではフィールドワークによる自己エスノグラフィを行い、マネージャーがなぜ「ケア労働」と雑用を行う位置に置かれるのか、またそんな構造のなかでどのように主体形成を行うのかを分析する。アイドルグループSにコンタクトを取り、2021年6月26日の9時30分から12時30分まで23区内にあるライブハウスにてフィールドワークを行った。そしてその記録を自己エスノグラフィの手法を用いて分析する。自己エスノグラフィの手法については沖潮(2013)を参考にした²⁵。また、自己エスノグラフィを行うにあたり客観性を担保するため、次の点に留意した。まず、出来るだけ対話を入れたことによって記録の信頼性を担保した。次に、他者の存在によって自己を客観視できるので、他者の言動によって気づかされる自己の矛盾、感情の動きを大事にした。アイドルグループSを選んだ基準は、本論文で分析の対象とする収容人数150～300人規模のライブハウスで月に15～20本ライブをしていること、また、結成から2年が経っているため、マネージャーが置かれる位置や構造が安定してあると考えられることだ。フィールドワークはノートに記録を取り、その記録をもとに分析する。

第2節では、女性ライブアイドルを支える女性マネージャー経験者3名(L～M)に半構造化インタビューを行う。この3名は共通して本論文で分析の対象とする規模のライブアイドルであること、また第1章で示すような構造で運営されているアイドルグループのマネージャーを経験していることだ。本論文では大手の事務所やグループでは無く、あえて情報がほとんど出ていない小規模なライブアイドルについて研究をする。インタビュー協力者について表2に示した。

(表2)インタビュー協力者及びインタビュー実施時期など

²⁵ 沖潮(原田)満里子「対話的な自己エスノグラフィー 語り合いを通じた新たな質的研究の試み」『質的心理学研究』(第12号 2013年、157-175ページ)。

	年齢	インタビュー実施時期	マネージャー経験年数	時間
L	25歳	2021年11月	2年	40分
M	26歳	2021年11月	1年	35分
N	30歳	2021年12月	3年半(継続中)	45分

また、インタビューは半構造化形式で行い、以下の項目に基づいて質問した。

- ①マネージャーを始めたきっかけについて
- ②自身の性格や過去の経験と、マネージャー業務との関わり
- ③やりがいを感じる点
- ④大変だと思うこと
- ⑤マネージャーという仕事をどう認識しているか
- ⑥マネージャーに求められる資質は何か

まず、言説の構造に入った経緯を①から明らかにし、②でエイジェンシーについて分析をする。次に、言説の構造に入ったエイジェンシーがどのように主体形成をし、その位置や構造に対してどのように感じているのかを③④で分析する。最後に、⑤⑥で形成された主体についてエイジェンシーとしてどう把握しているかを分析する。

ここで、本論における「アイドル」「タレント」「メンバー」という言葉の使い分けを説明する。「アイドル」と表記する際は、「アイドル」という抽象的な概念について述べる際、そして不特定または複数人のライブアイドルについて書く際に用いる。次に「タレント」という表記は、特定、不特定問わずライブアイドルの1人メンバーを指す際、または特定のアイドル個人を指す際に用いる。最後に「メンバー」はエイジェンシーとしてライブアイドルについて分析をする際に用いることとする。

第1章 ライブアイドルの構造

まず、ライブアイドルを定義する。ライブアイドルとは、地上波のテレビには出ることがなく、日々ライブ活動を行なっているアイドルのことをいう。ライブアイドルはメジャーデビューをしないでインディーズでアイドル活動を行っていることがほとんどである。このようなアイドルが誕生したのは1990年代である。テレビの歌番組が減少し、テレビに出演しないライブアイドルがたくさん存在した²⁶。テレビの歌番組への出演、という従来のアイドル活動の場が失われたアイドルが、ライブハウスでライブをすることを選んだのだ。このライブアイドルが急増したのは、AKB48が社会現象と言われるくらいにブレイクしたことがきっかけだ。「AKB48のようになりたい」と下克上を夢見て、たくさんアイドルがデビューした。同時期にSNSが広まったことでアピールの場が増えたので、テレビに出演をしなくてもお客さんに見つけてもらえるようになった。

イベンターであるAさんにライブアイドル業界について聞いたところ、ライブアイドルの特徴の一つに始める敷居が低いことが挙げられた。活動の実績が無い段階、集客ができないような段階であってもライブに出演し、収益を上げることが可能だ。というのも、ライブは対バン形式²⁷で行われることが多く、会場代はイベントを主催するイベンターが持つ。そのため、ノーリスクでライブに出演し、自身のグループの集客が少なくても他のアイドルグループを目当てに来たお客さんにライブを見てもらうことができる。そんな敷居の低さから、アイドルグループを無所属の個人がプロデュースし始めるケースが多いそうだ。また、Aさん曰く、プロデュースし始めのアイドルグループは、マネージャーがいないことがほとんどだという。マネージャーが登場するのはグループが大きくなり始めてからだ。活動規模が大きくなり、関係者が

²⁶ 姫乃たま「職業としての地下アイドル」(朝日新聞出版、2017年)

²⁷ 複数のアイドルグループが出演するライブのこと。

増えてくるとプロデューサーは忙しくなる。そうすると、プロデューサーが現場まですべて見切れなくなる。そうしたタイミングでマネージャーを雇い、現場はマネージャーに任せる、という形が理想的でグループが動きやすい形だという。しかし、グループが大きくなりつつもマネージャーを雇わないアイドルグループも目にするという。マネージャーにできるような信頼できるスタッフを見つけられないからである。こういったグループは話を聞く限り大変そうであるというが、信頼できるマネージャー候補が現れない限りはマネージャーはいない方が良いのだ。

このように、ライブアイドルの運営形態は様々な形をとる。マネージャーがいることは理想的だとされつつも、信頼関係が大事であるが故に、公に募集できるわけではなく、マネージャーがいないグループも存在する。また、デビューし始めの段階では、マネージャーを雇う余裕が無く、また一人のプロデューサーが現場まで見れる余裕があるので、マネージャーを雇わないのが現状だ。

次に、Aさんはライブアイドルに足を運ぶお客さんについても特徴を述べた。Aさんによると、ライブアイドルのイベントに足を運ぶお客さんには「お目当て」のグループが存在する。対バン形式のイベントであっても、チケットを購入する際に「お目当て」グループをひとつ決めなければいけない。会場に入る際も受付で「お目当て」グループを伝えてから入場する仕組みになっているそうだ。特定のアイドルグループを「お目当て」にイベントへ足を運んだお客さんは、「お目当て」以外のライブも鑑賞するが、ライブ後にグッズを買いに行くのは「お目当て」のアイドルグループであるという。中には、「推し以外とはチェキを撮らない」「時間の許す限り「お目当て」グループでグッズを購入し続ける」といったお客さんも存在する。その日に出演するアイドルグループのライブの良し悪しを見るのでは無く、「一番に応援しているアイドルグループ」が先に存在する。アイドルとそんなお客さんたちの中には家族のような小さな集団が出来上がっているのだ。

続いて、以上に見たような形態をとるライブアイドルをプロデュースするプロデューサー5人に対し、マネージャーの役割やマネージャーに求める資質について聞き取りを行った。聞き取りの結果、プロデューサーは「マネージャー」が以下の3つの役割を持つと考えていることがわかった。

- ・プロデューサーとマネージャーで補完し合う関係(Bさん)
- ・メンバーやお客さんへの指示、意見に問題やずれが無いかを確認してもらう役割(B,Dさん)
- ・プロデューサーよりも近い距離でメンバーを支える役割(Fさん)

また、プロデューサーが「マネージャー」に求めることとして挙げたのは以下の点だ。

- ・プロデューサーにはできないことができること
(プロデューサーにはない視点や意見を持っている(B,Dさん)/プロデューサーが鞭を打つので、その分飴を与える(Bさん)/車の運転、カメラ、映像制作、デザインなどのスキルを持っている(Fさん))
- ・メンバーのメンタルケアができること(B,D,Fさん)
- ・女性であること(E,Fさん)
- ・楽屋に入れること²⁸(B,Fさん)
- ・現場を回せること(重い荷物が持てる(Cさん)/終電が遅い(Bさん))
- ・メンバーに近い考え方ができること(女性やメンバーと同年代であること)(D,Fさん)
- ・色恋沙汰の心配が無いこと(E,Fさん)
- ・周りに気づけること(Fさん)、気配りができること(Dさん)
- ・マナーができていること(Dさん)
- ・メンバーに対してはっきり物を言えること(Dさん)
- ・メンバーを平等に扱えること(Dさん)
- ・仕事として向き合えること(Dさん)
- ・精神状態が安定していること(Fさん)
- ・人当たりが良いこと(Fさん)

²⁸ 第3章で述べるが、男性よりも女性の方が楽屋の出入りがしやすい。

続いて、Aさんに聞き取りを行ったような運営形態のもとでメンバーとして活動するアイドル5人にも聞き取りを行った。「マネージャー」に求めることとして以下の点が挙げられた。

- ・悩みを聞き入れてくれる態度や味方でいてくれる姿勢があること(G,I,Kさん)
- ・細かいところにも気づけること(I,Jさん)
- ・信頼できること(H,J,Kさん)
- ・グループやメンバーへの愛があること(Gさん)
- ・関係者やお客さんと良い関係が構築できること(Gさん)
- ・愛想が良いこと(Gさん)
- ・清潔であること(Gさん)
- ・仕事ができること(Iさん)
- ・メンバーを平等に扱えること(Iさん)
- ・色恋沙汰になる心配がないこと(Iさん)
- ・困っているメンバーを助けられる(さん)
- ・裏付けや根拠のない否定をしないこと(Jさん)
- ・根性があること(Jさん)
- ・感情と理性を切り離して動けること(Jさん)
- ・人の顔色を伺えること(Jさん)

以上より、次のことがわかる。「マネージャー」はアイドルグループの規模が大きくなるにつれて必要とされる役職である。また、プロデューサーが「マネージャー」に求めることとして多く挙げたのはプロデューサーにはできないことができること、メンバーのケアができること、またアイドルが挙げる「マネージャー」に求めることは悩みを聞き入れてくれる態度や味方でいてくれる姿勢であった。

第2章 ケア労働を行う「マネージャー」

2.1 「マネジメント」の概念

「マネジメント」という言葉に確立された定義はないが、本論文では日本において広く認識されているドラッカーによる定義を用いる。ドラッカー(2001)は、「マネジメント」について、組織に成果を上げさせるための道具、機能、機関と定義した²⁹。

そのマネジメントには3つの役割があり、

- ①自らの組織に特有の使命、すなわちそれぞれの目的を果たすこと
- ②仕事を通じて働く人たちを生かすこと
- ③自らが社会に与える影響を処理するとともに、社会の問題について貢献すること

である³⁰。

そして、そのマネジメントをする人を「マネージャー」と呼ぶ。「マネージャー」は「組織の成果に責任を持つ者」と定義される³¹。「マネージャー」は企業の規模拡大に伴って1910年以降欧米を中心に広まった。

しかし、日本では「マネージャー」はあまり馴染みがない。なぜなら、日本と欧米とでは、雇用形態とオフィス環境が異なっているからだ³²。小熊(2019)は、日本と欧米のこれらの違いについて次のように説明する。まず、雇用形態について、日本は基本的に「メンバーシップ型」をとっている。一方欧米は「ジョブ型」をとる。メンバーシップ型とジョブ型の大きな違いは、「職」が先か、「人」が先かという点である。「職」

²⁹ P.F.ドラッカー(上田惇生)「マネジメント[エッセンシャル版]-基本と原則」(ダイヤモンド社、2001年)、viiページ。日本国内で100万部以上の発行部数を誇り、「マネジメント」の入門書として知られている。

³⁰ 同上、9ページ。

³¹ 同上、viiページ。

³² 小熊英二「日本社会のしくみ」(講談社現代新書、2019年)、2章9項1-14段落。

が先に存在し、それに対して人を選定するのがジョブ型、「人」を先に決めて、人の強みに合わせて職が割り当てられるのがメンバーシップ型である。次に、オフィス環境について、日本は基本的に大部屋で仕切りのないオフィスで、上司や同僚と顔をつき合わせて仕事をする。一方欧米は、小部屋でそれぞれが別々に作業をする。そのため、別々の部屋にいる職を持った専門家たちを指揮するためにマネージャーが必要となる。欧米では、日本のように大部屋で作業をする場合には要らない「マネージャー」が存在するのだ。

このように、日本と欧米とでは雇用形態やオフィス環境が異なる。そのため、ドラッカーが言うようなマネジメントの概念は日本にあまり馴染まないのだ。「マネジメント」の概念が日本に馴染まなかった結果、「マネジメント」、「マネージャー」という言葉は様々な定義が当てられるようになり、様々な場面で使われるようになった。

2.2 学校運動部の女子マネージャー

ここでは、1節で見たような欧米の「マネージャー」じゃない意味で日本で使われてる「マネージャー」の学校運動部のマネージャーについてまとめる。

次の章に向けて、なぜマネジメントをしないマネージャーがマネージャーと呼ばれ、女性が就くようになったのかを記す。

高井(2005)は、学校運動部に女子マネージャーが誕生した歴史とマネージャーの仕事内容の変化をメディアとの関係から明らかにした。

学校運動部に女子マネージャーが誕生したのは1960年代頃である³³。

戦後から1960年代までは、男子運動部におけるマネージャーはほとんど男子だった³⁴。また、マネージャーの仕事内容や役割が現在のマネージャーと大きく異なっていた。仕事内容は、任される人によって様々だが、スコアラー、対外試合の交渉、部の予算に関する業務、飲料水の用意、グラウンド整備、ブルペン捕手、スケジュール管理、部費集めなどであつた³⁵。また、マネージャーの役割は、監督と選手の間での調整役で、男性集団が円滑にまとまるために機能していた。新聞記事には運動部の中心人物が主将とマネージャーであるとされる記述もあり³⁶、男子マネージャーは、男性集団の中で重要な役割を果たしていた。

1960年代以降、時代は高度成長期へと移り、女子マネージャーが徐々に増えた³⁷。この背景には、社会全般における性別役割分業の徹底³⁸、若者文化の変容³⁹、学校社会そのものの転換⁴⁰があった。それぞれの変化について詳しくまとめる。まず、性別役割分業については、この頃「賃労働を担う夫と家事労働を担う主婦」が顕著に見られた。「男は仕事、女は家庭」という一般サラリーマン家庭における構図が、男性スポーツ集団へと持ち込まれたのだ。また、若者文化の変容については、この時期に若者間で「性の解放」が進んだ。そうして、女性が男性集団に魅了され、スポーツに打ち込む男性集団を性的に意識するようになった。1947年からは学校が男女共学となり男女の関わりが増えたことと、また大量消費の時代が性に対しても人々の欲望を渦巻かせたことによってこのような変化が起きた。最後に、学校社会の転換についてだ。戦後、男女ともに進学率は上昇していたが、高度成長期以降さらにその傾向が強まった。1970年に男女の高校進学率がほぼ並び、「女子高校生」が増加した。また、学校社会におけるもう一つの変化が大学進学率だ。女子高校生が増加したのと同じ頃、男子の大学進学率が急上昇

³³ 高井 昌吏「女子マネージャーの誕生とメディア：スポーツ文化におけるジェンダー形成」(ミネルヴァ書房、2005年)、45ページ。

³⁴ 朝日新聞の調査によると、1968年に女子マネージャーが在籍している野球部は、東京都の高校野球連盟加盟校のうち約1割しかなかった。

³⁵ 高井 昌吏、前掲書、42ページ。

³⁶ 朝日新聞 1928年10月8日付朝刊 4面(大阪)

³⁷ 高井 昌吏、前掲書、59ページ。

³⁸ 同上、64-66ページ。

³⁹ 同上、66-67ページ。

⁴⁰ 同上、76-88ページ。

した。多くの男子高校生が受験戦争に巻き込まれたことで、男子運動部の部員は減少した。こうして、女子マネージャーの参入が始まった。

女子マネージャーは、1970年代になると定着しつつあった⁴¹。ドラマやマンガに女子マネージャーが登場し、そこで描かれる女子マネージャーが女子を魅了した。作品の中で女子マネージャーは、高度成長期に典型的に見られた世話役的、専業主婦的な「母性」が求められていた。監督が女子マネージャーに対して「日々練習に疲れたプレイヤーたちが君(女子マネージャー)の洗濯したユニフォームに腕を通すことでまた頑張るぞと思ってもらうような役割をやってほしい」という発言があり、女子マネージャーには母親的な役割が求められている描写もあった⁴²。

1980年代になると、運動部のマネージャーは女子がやるものとして定着した⁴³。この頃、日本は女性差別撤廃条約を批准し、また男女雇用機会均等法が改正され、社会全体で「女性の時代」と叫ばれた。それとともに「フェミニズム論争」も活発になり、女子マネージャーも論争的になった。女子マネージャーを否定する人々は、女子マネージャーの登場を女性差別と捉え、女子が男子に世話を焼くことに喜びを感じることに疑問であると主張した。議論は徐々に賑わい、1993年にはついに、「『マネージャーに女子が多い』という現象が、やがては『雑用は女子の仕事』という考えにつながるのではないか」「そういう社会で息苦しくなるのは女性たち自身だ」という発言があった⁴⁴。

しかし翌年、女子マネージャーに関する論争は新聞のオピニオン欄から消えた⁴⁵。高校野球人気の低迷から、ファン層の拡大のために女子マネージャーに対して門戸を開こうとしたのだ。女性にも開かれた高校野球というイメージを作るために、この論争は新聞から無くなった。

こうして、学校運動部のマネージャーに女子が定着し、高度成長期や大量消費という時代背景、そしてメディアによって作られたイメージによってマネージャーの仕事内容には雑用が定着した。

2.3 第2章まとめ

第1節からは「マネージャー」という言葉が日本社会に馴染みがなかったこと、それ故に幅広い意味を持った言葉として解釈されるようになったことがわかった。第2節では、そのように幅広い意味を持つ「マネージャー」が言説構築を繰り返し、学校運動部でケア労働や雑用を行う「女子マネージャー」として定着したことがわかった。

以上より、「マネージャー」という言葉は日本では曖昧な意味で捉えられ、流動的に意味合いが変わる言葉であることがわかった。また、欧米における本来の「マネージャー」が企業の規模拡大とともに必要になり、企業のなかで専門家たちを指揮してまとめ上げる役割を担っているように、組織の構造において後から現れた役職であった。初めから存在する社長と社員という絶対的な存在によって存在する相対的な立場であったことも、意味が流動化した背景にあると考えられる。実際に、学校運動部における「マネージャー」についても、監督とプレイヤーが絶対的な存在として存在し、「マネージャー」は学校文化や社会の変化に伴ってその中身が変化していった。アイドルにおいてもプロデューサーとアイドルが絶対的な要員として存在し、グループが大きくなったなどの理由であとからマネージャーが必要になる。そこで登場する「マネージャー」は、言説構築によって「作られる」という受け身的な変化をしやすいのである。

第3章 女性マネージャーによる主体の形成

3.1 自己エスノグラフィから

2021年6月26日土曜日の9時30分から12時30分、2人組女性アイドルグループSのマネージャーとして実際の業務を体験し、フィールドワークを行った。

まず、自己エスノグラフィに関するセッションの記録を以下に示す。

⁴¹ 同上、110-120ページ。

⁴² アニメ『初恋甲子園』より。ここでは監督=父、女子マネージャー=母という構図が提示されている。

⁴³ 高井 昌吏、前掲書、125ページ。

⁴⁴ 朝日新聞 1992年11月29日付朝刊 17面(東京)

⁴⁵ 高井 昌吏、前掲書、152ページ。

(表3) 自己エスノグラフィに関わるセッションの記録

時間	出来事や対話の内容
9:22	私が会場に到着する
9:31	メンバーA,Bが揃って会場に到着し、挨拶をする
9:45	メンバーAからセットリストの印刷を頼まれ、コンビニへ向かう
9:50	コンビニから会場へ戻る
9:52	楽屋にいることになる
10:00	メンバーA,Bから貴重品を預かる
10:15	雑談を振られる
10:25	男性スタッフから業務連絡を受ける
10:35	ライブ開始5分前になる
10:40 -11:00	ライブ本番
11:00 -12:00	特典会
12:20	解散

次に、その記録と分析を以下に記す。アイドルグループSのメンバーはそれぞれメンバーA、メンバーBと表記する。

2021/6/26(土)

場所:都内のライブハウスG

9:22 会場着。

入り口付近には既に何人かお客さんらしき人が開場待ちをしている。

メンバーはまだ到着していなかった。

入り口付近に会場のスタッフと思われる男性を見つけたので挨拶をする。

私「アイドルグループSスタッフの鈴木まりこです。今日はよろしく願いいたします。」

男性「よろしく願いします。楽屋がこちらになります。」

楽屋の場所を案内された。

男性「ステージに向かう時はここから行ってください。」

私「ありがとうございます。」

楽屋からステージ袖へと向かう導線を案内してもらえた。

9:31 メンバーが会場に到着した。会場の入り口付近でメンバーと合流する。

メンバーA,B「おはようございます！今日はよろしく願いします！」

私「おはようございます。こちらこそよろしく申し上げます。」
メンバーB「プロデューサーさんから、まりさんがスタッフで来てくれると聞いて嬉しかったです。ありがとうございます。」
私からもお礼をし、先ほどスタッフの方に案内された通りに楽屋へ案内する。

言われていた集合時間よりも8分早く会場に到着した私は、メンバーよりも先に会場に入った。メンバーと合流した会場入り口は、お客さんも利用する出入り口だった。あとから聞いたところ関係者専用の出入り口もあったようだったが、わかりにくい場所にあったため関係者出入り口を利用する演者やスタッフはほとんどいないようだった。私が会場に到着した時点ではまだイベントはまだ開場前だったが、会場付近には既に何人かのお客さんらしき人たちが待っていた。ライブアイドルの会場入りは大体ライブ時間の1時間前だそう⁴⁶。1時間前に会場に入り、髪型や着替えは会場に着いてから準備を始める。そのため私がメンバーと合流をした時点ではメンバーはまだ髪や化粧が完成しておらず、私服を着ている状態だった。メンバーA,Bはお客さんの方には目もくれず、また、あとから会場入りするアイドルを見てると眼鏡やサングラス、帽子を身につけている演者たちもいたので、身支度が終わるまではあまりお客さんとは交流をしたくないようだった。そのため、マネージャーとして会場に入るメンバーの姿をあまりお客さんの目に触れないように動くべきだと思い、楽屋へとスムーズに案内できて良かったと思った。先に楽屋の場所を把握し、スムーズに楽屋へと案内できたことが1つ仕事がこなせたような気持ちになった。1時間後にはもうライブが控えているので、そんなアイドルが良いコンディションでステージに臨めるようにマネージャーとして手助けをしたいと思った。

メンバーAから、今日の全体の流れや特典会⁴⁷の詳細、特典会用のトランクケースの中身について教えてもらう。その後、私は言われた通りに金庫の中の釣銭を数え、来場者に渡す特典を準備し、チェキフィルムの封を開けて特典会に備えた。

9:45 メンバーA「セットリストを印刷してPAさん⁴⁸に渡してきてほしいんですけど、LINEにファイルを送っておくのでお願いしたいです。」
セットリストを印刷するよう頼まれた。
私「了解です。コンビニで印刷してきます。」
印刷をしにコンビニへ行く。

9:50 コンビニから戻る。
会場に戻った其の足でPAさんに挨拶をし、セットリストと預かっていたCD音源を提出する。
私「出番1番目のグループSです。今日はよろしく申し上げます。」
PA「Sさんですね、よろしく申し上げます。」

グッズやお金の管理はマネージャーの仕事だった。毎回のライブにおいて約1時間の特典会のためにグッズやチェキカメラ、金庫、物販のメニューなどを持ち歩いているとのことで、移動式販売のようであった。

私がコンビニへ行っている間、メンバーは化粧や髪型を作っていた。丁寧に身支度を整えるアイドルを見ると、これ以降アイドルたちには無駄な動きをさせられないなと思った。代わりに買い出しや作業はマネージャーが行ってあげたい、と思った。また、一度会場に入ってしまうとマネージャーの仕事はそんな

⁴⁶ 同じイベントに何組もアイドルが出演する場合、早く会場に着くと迷惑になる場合もある。そのため、ライブ時間の1時間前に会場入りをするのがライブアイドル業界では暗黙の了解になっている。

⁴⁷ ライブ後に行われるグッズ販売やチェキ撮影、おしゃべりなどをまとめて特典会という。各グループ1時間～1時間半程度決められた時間が設けられており、その日のタイムテーブルに特典会の時間も組み込まれている。

⁴⁸ 「Public Address」の略で、マイクやスピーカーを調整する役割を持つ人のことをいう。ライブハウスには音響以外に照明をいじる担当者もいるが、音響担当と照明担当を合わせて「PAさん」と呼ぶことが多い。

にたくさんあるわけではない。だからこそ、現場におけるマネージャーメンバーの足や腕となって動くことになるのだとわかった。

また、PAさんははじめ無愛想そうにも見えたが、私から元気に挨拶をして微笑みかけると少し表情が明るくなった感じがした。会場入りした時に「アイドルたちが良いコンディションでステージに臨めるように動きたい」と感じた時と同じ気持ちになった。PAさんも人なので、私への印象が良ければライブ本番でも気合いを入れて音量や照明を調節してくれないかな、とまで期待してしまった。この時点ではまだ会場に着いてから30分しか経っていなかったが、会場スタッフ、アイドル本人、PAさんと挨拶をし、会話を交わしたので、マネージャーはイベントに関わる様々な人と直接接点を持つのだと思った。

9:52 楽屋へ戻る。

メンバーA「まりさん、楽屋にいて大丈夫ですよ！」

余っている椅子を私の方へ持ってきてくれた。

居場所に困っていた私に、メンバーが声をかけてくれた。周りにたくさんのアイドルがいるので楽屋にいることは緊張もするが、楽屋の外には狭い通路くらいしかスタッフが居られそうな場所はなかったので、楽屋にすることにした。楽屋にいる間はメンバーが時々話を振ってくれたので、メンバーの雑談に参加をした。メンバーは着替えをしながらであったが、その場に初対面の私がいることは気にせず着替えているようだった。

10:00

メンバーA,B「これ、お願いします！」

衣装に着替えたメンバーから財布を預かる。特典会が終わるまでの間、スタッフがメンバーの貴重品を管理するとのことだ。

ライブハウスでの盗難は珍しいことではないそうだ。そのため、特典会が終わるまで貴重品管理はマネージャーに任せるのだ。私が持ち歩いていて大丈夫なのかとむしろ不安でもあったが、以降、肌身離さずメンバーの貴重品を持っていた。財布を他人に託すことは気軽にできることではないと思うので、マネージャーがいかに信頼されている存在であるかを感じた。

10:15

メンバーA「まりさん、ピアスが開いているの素敵ですね」

私「え、ありがとうございます。今日も二人とも髪型が可愛いですね」

メンバーA,B「ありがとうございます！嬉しいです！」

このように、業務に関わらない話をすることも多かった。このような会話を重ねているうちに、少しずつ緊張がほぐれていくような気がした。アイドル本人たちも少しずつ表情が柔らかくなっていったような気がした。

10:25

トントン

楽屋の扉がノックされた。

「男性スタッフ入っても大丈夫ですか。」

楽屋に向かって声かけられた。

楽屋にいるアイドルたちは、お互いが着替えている最中ではないか確認し合う。

誰も着替え中ではなかった。

アイドル一同「大丈夫です！」」

イベント主催者であろう男性スタッフが楽屋に入ってくる。
男性「山手線が遅延しているので、お客さんが集まるまで少し開演を遅らせます。」「トップバッターのSさん、10分ほど遅れると思っていてください。」
私・メンバーA,B「畏まりました！」

ここで気づいたことは、アイドルや女性スタッフは「入ります」と言っただけで楽屋に入るが、男性スタッフは楽屋の扉をノックしたあと「入って大丈夫ですか」と楽屋に呼びかけていることだ。楽屋ではアイドルが着替えをするので、女性は楽屋に入りやすくても男性は楽屋に入りづらいようだった。タレントと同姓だと会場で動きやすく、居心地も良いように感じた。

10:35
私「メンバーさん、あと5分で出番なので袖に向かいましょう。」
メンバーA,B「はい！」
楽屋を出たところで、主催者の方がこちらへ向かってきた。
イベント主催者「お伝えした通り、10分押しでスタートします。」
私・シューレースメンバー「了解です！」

本番5分前になったが、メンバーはヘアセット、振り付けの確認、声出し練習などに夢中のような様子だった。本人たちはあまり時間を確認せず、各々準備に集中しているようだった。タレント自身が携帯などでタイマーをつけている様子は無かったので、こうした時間管理もマネージャーの仕事であるようだった。タイムキーパーという仕事は雑用業務のようでもあるが、やることが見つからず暇だったため、アイドルのためにできることは進んでマネージャーが行いたいと思った。

10:40-11:00 ライブ本番
フロアには座っているお客さんが15人、立ち見のお客さんが6人。会場の収容人数からすると、2割弱入っている様子だった。
お客さん21人と数人の関係者を前に、アイドルグループSは20分間ライブを行った。20分の内訳は、オリジナル曲が4曲とMCが2～3分であった。その間、私はライブの撮影をした。

手で携帯を支え、携帯のカメラでライブ映像を撮影した。ライブ映像は、あとから復習するために毎回マネージャーに撮ってもらうとのことだった。簡易的な三脚が渡されたものの、長さが足りず手持ちで撮影をすることになったが、機材さえあればライブ映像の撮影をマネージャーが行う必要は無いと思った。ただ、前述したようにライブアイドルは短いライブと特典会のために移動式販売のようにたくさんの荷物を運ぶので、荷物は最小限にまとめている方が総合的に考えると便利だった。自分の手で撮影した映像がそのままメンバーの手に渡り、復習に役立つと思うと嬉しい気持ちになった。

11:00-12:00 特典会
私は物販販売のレジ係とチェキ撮影を行った。
この日、グループSを目当てに来ているお客さんは2人だった。
また、特典会に来たお客さんは合計すると5人だった。(3人は、この日のライブに出演する他のアイドルグループをお目当てに足を運んだお客さん。)
売上は55000円だった。(内訳は2人×約2万円、3人×約3000円。)
隣のブースで特典会を行っていたアイドルグループはプロデューサーと思われる男性がチェキスタッフをしていた。

チェキは1枚1000円～2000円で撮れる。この料金には、印刷されて出てくるチェキ本体以外にもアイドルと数十秒交流をする時間の料金も含まれていた。私の手で撮影したチェキがそのままグッズとしてお客さんの手に渡るので、マネージャーとして綺麗にチェキを撮れる技術を持っていたいと思った。

また、隣で別のアイドルグループも特典会を行っていたが、スタッフはプロデューサーと思われる男性1名だった。初めは隣のグループの特典会に参加していたお客さんもグループSの特典会に来てくれたが、心なしか男性スタッフよりも私への当たりが優しくなったように思えた。

特典会終了後、楽屋に戻る。

タレントがSNSに投稿するための動画を撮影し、グッズで使うという写真も撮影した。動画も写真もiphoneで撮影した。

撮影が終わり、メンバーが私服に着替えている間は雑談をした。また距離が少し縮まった気がする。

撮影技術を持っているに越したことは無いと思った。グッズで使うという写真は、何度か撮り直しているうちにメンバーの気に入る写真があったようで、この写真からステッカーを作ると言っていた。私が撮影した写真がそのままグッズとなってお客さんの手に届くことは嬉しい。

メンバーが着替え終わり、楽屋に忘れ物がないことを確認して楽屋を出た。

会場の方にお礼を言い、会場を後にした。

12:20 会場を出たところで解散した。

まとめると、この日行った業務は買い出し、お金や貴重品の管理、タイムキープ、ライブ映像やグッズ用写真の撮影であった。一度会場に入ったアイドルは様々な理由から身動きが取りづらいため、代わりにマネージャーが動く。雑用だと感じられる業務も多かったが、こうした構造のため現場におけるマネージャーが雑用を行うことは理解できる。

また、フィールドワーク中、「マネージャー」は女性の方が有用性が高いと感じることが何度かあった。主な理由は楽屋に居ることができるからだ。楽屋に居られることで、メンバーから仕事を頼まれやすく、ちょっとした雑談から気づきを得られたりグループへの理解が深まりやすい。更にお客さんの迷惑にならないためには楽屋以外だと裏の通路に溜まるしかできない状況だったため、周りに迷惑をかけないという意味でも楽屋に居られることはメリットであった。また、特典会の時間に隣のブースでスタッフをしていた男性を見てみたが、お客さんはその男性スタッフよりも私に対して温かく接してくれているように感じた。特典会の雰囲気柔らかくなることも女性でいて有用性を感じられた点であった。

フィールドワークを通して得た気づきとして、ライブアイドルは不確実な要素が多いということだ。ライブ毎に異なる会場を利用し、ライブによってタイムテーブルやその日のライブ内容も異なる。そしてこの日のように電車の遅延を考慮して直前にタイムテーブルが変更になる場合もある。またお客さんとの距離も近く、ライブ後に直接お客さんから感想や意見を伝えられることもある。こうした要素から、ライブ毎に違った楽しさや経験があるのがライブアイドルの良さであり、その分「マネージャー」が安定した存在であることの意味が大きいと考えられる。

最後に、「マネージャー」の能力についてだが、ライブ映像やグッズ用写真を撮影する時には技術を持っているに越したことは無いと感じた。しかし、技術を持っていなくても「マネージャー」は務まる。ライブアイドルの存在自体が、序論で述べたように「ヘタだからこそ良い」「その成長過程が見たい」という価値観で評価されているように、「マネージャー」に対しても神経質に技術が要求されることはないのだ。

3.2 インタビュー調査から

①マネージャーを始めたきっかけについて

この項目から、言説に入った経緯を明らかにする。

3名に共通するのは、公募ではなく紹介がきっかけでマネージャーを始めたという点であった。また、いきなりマネージャーになったのではなく、プロデューサーや社長と一緒に仕事をした経験を経てからマネージャーに任命されたという点でも共通していた。

B: 担当グループができる前から(事務所の)社長と知り合いました。(撮影の)現場など、社長のお手伝いとしてお小遣い稼ぎをされていて、社長が新グループを作るタイミングでそのマネージャーになることになりました。

Bさんがライブアイドル業界に入ったのは、似たようにタレントの現場の手伝いをしていたことがきっかけだった。現場がスムーズに回るために補助をするような役割に慣れていたことが伺える。そして現場での仕事ぶりが社長に評価されたためマネージャーになった。

また、初めはマネージャーになることを考えていなかったという点で以下の2名の対象者は共通していた。

C: 音楽関係の仕事がしたくて札幌から上京して、いい仕事がなくてたどり着いたのが渋谷のライブハウスでした。そこで働いていて、(当時同じライブハウスで働いていた)今の(事務所の)社長と出会いました。マネージャーという括りではなくて、最初は「一緒にグループを作る」ということで参加して、結果としてやることになったのがマネージャーの仕事という感じです。

A: 友だちの紹介でアルバイトとして現場スタッフ(物販時のチェキ撮影係)を始めたんですけど、「これしてほしい」「あれしてほしい」が年齢も近いし女だから私が叶えられて、メンバーから頼られるようになって、プロデューサーとメンバーとの橋渡しができるようになったことがきっかけでマネージャーとして働くようになりました。もともとアイドルはオタクをするほど好きでした。

第2章で明らかになったように、「マネージャー」という立場は流動的である。この2名の話からも流れて「マネージャー」になっていったことがわかった。

以上より、もともとのライブアイドル業界との接点は現場スタッフの経験、音楽関係の仕事への興味、アイドルへの関心などそれぞれ異なる。しかし、ライブアイドルという言葉構造に入る段階で社長やプロデューサーとの間に信頼し合える関係性が構築されないと「マネージャー」になることができないことが分析できた。

②自身の性格や過去の経験と、マネージャー業務との関わり

この項目ではエイジェンシーを分析する。

まず、以前から裏方が好きだったという回答があった。

C: もともと音楽の専門学校に通っていたんですよ。1年生で楽器や音楽ビジネス、イベント制作みたいなことをする総合音楽専攻にいて、2年でコンサートイベント専攻にいきました。そこで照明と舞台づくりを学びました。学校卒業後は友だちから紹介してもらったライブハウスで働き始めました。その時から裏方をするのが好きでした。

音楽関係の学校を卒業し、裏方として影で表舞台を支えることにやりがいを感じていたCさんは、ライブアイドルの「マネージャー」という仕事にぴたりとはまった。

また、3名全員からメンバーへの対応についても触れられた。

B: もとから我慢強い性格なので、少し嫌な思いをすることもあるけど、(メンバーの言うことを)飲み込んで聞くことができました。メンバーが気持ちよく活動してほしいので。

A: バーテンダーをやっていたので、(人との)距離の詰め方は身につけてました。あと、高校生の時に出会った友だちが私にめちゃくちゃ自信をつけさせてくれて、何に挑戦するのもこわくなかったです。どんなことがあっても(メンバーから色々言われることがあっても)、ナルシストでいられます。

第1章より、「マネージャー」はメンバーを支える役割でありつつもプロデューサーを補う役割も持っている。そうした立場から我慢強いことや自信を持ち続けられるマインドが必要になることがわかる。

③ やりがいを感じること

ここからはエイジェンシーがどのように主体形成を行い、そしてどのように感じているのかを分析する。この項目からは大きく2つのやりがい挙げられた。まず、やりがいを感じるのはお客さんやメンバーから感謝をされた時だという。

A: 他の仕事と違って、お客さんの感謝とかがちゃんと伝わるんですよ。もちろんクレームも直接届くけど、なんか、確かにと思うことばかり。あと、メンバーもありがとうって言ってくれます。

1節の分析で明らかになったように、「マネージャー」は関係者との距離が近い。特にお客さんやメンバーからは気持ちが直接届く場面が多い。いくら小さな業務でも、その場でお礼を言われることにやりがいを感じるのだ。

2つ目に、自分が制作したライブが成功するとやりがいを感じるという回答があった。

C: やりがいを感じるのは、自分が作ったイベントが盛り上がった時です。メンバーがたくさんのお客さんの前でライブできて、その実績がメンバーの肯定感に繋がると思うからなんです。メンバーが健康的でいられるのは、いいライブがあるからだと思います。見てもらえるお客さんの数はメンバーのモチベになっているように見えます。

「マネージャー」としてイベントを制作することは、即ち「メンバーが気持ちよく活動できる場を用意する」という意味を持つ。そういった意味では現場でのケアなどと同じだが、主催するイベントが成功するとかけた時間や労力の分だけやりがいに変換することが分析できる。

④ 大変だと思うこと

この項目でも主体形成とその結果エイジェンシーが感じることにについて分析する。

まず、ライブ当日の荷物が重いこと、ライブで流す音源にミスがないかどうかを確認していても不安であること、多い時は3桁を超えるようなチェキ撮影券の売上枚数を手動で数えることなどが挙げられた。中でも語りながりに長きに渡ったのは、メンバーへの対応やケアに関する話だった。プライベートな時間を過ごしている時に突然連絡がくることもあるそうだ。

A: 大変だったことは、(仕事とプライベートの)時間の境がないこと。(映像の)編集も残っていたり、深夜3時くらいにメンバーから泣きながら電話が来たり。働く時間が何時から何時、と決まってないのはメリットでもあるんだけど、デメリットもある。

メンバーから夜遅くに連絡が来た経験は3人ともに共通していた。重要なのは、大変だという意見もあるが、いつでも相談してほしいという姿勢を持っている点だ。

C: メンバーから何か言われたら対応してます。マネージャーからは(「何かあった?」などと)あえて言わないようにして。24時間、「連絡しよう」って思ってもらいたくて、(夜中の)2時に電話がきて出ることとかあります。

また、異なる事務所の「マネージャー」同士でこういった経験について共有するそうだ。

A: 周りのマネージャーも深夜に相談が来るって言ってます。そういうものなんだな、と思うかな。

3名とも、深夜に突然連絡が来るようなことを受け入れて仕事をしている。そして他者との対話からそうした「マネージャー」像を自ら再構築している。「マネージャー」はメンバーから精神面で頼られる存在でありたいと考えており、そのためにはいつでも悩みを聞ける状態でいたいと考えているのだ。

⑤マネージャーという仕事をどう認識しているか

ここからは、形成された主体についてエイジェンシーとしてどう把握しているのかを分析する。まず、「ケア」という側面について語られた。

L: 完全にお母さんのような感じでした。自分たちの子ども、という感じで思っていました。衣装の修理や洗濯をして、買い出しして、あといやなことがあったら悩みを聞くのもお母さん。ずっとお母さんの気持ちでした。事務所が社長の借りてるマンションで、社長の家兼事務所だったので良くも悪くもアットホームな職場でした。

Lさんは、真っ先に「母親的役割」を挙げた。関係性と事務所の環境が、プロデューサー＝父、マネージャー＝母、タレント＝子、という図式をLさんの内側に成立させていたことが読み取れる。

また、Nさんは直接「家族」という言葉を用いてマネージャーの仕事について語った。

N: 私はマネージャーという括りにはこだわりがなくて、(タレントが)20代前半の貴重な時間をこんなに割いてくれて夢に向かって頑張ってくれているのを感じると、未来に向けて自信をつけてあげたい気持ちになります。永遠にこのグループにいるわけではないし、大きなステージに立たせられる保証も無いから、自信をつけさせて、内面の成長を味わわせてあげたいと思いますね。そのためにも側で支えて、(悩みなどを)「家族だから言える」とかそういう風に思ってもらえるグループにしたいです。(プロデューサーが)初めて作るグループだから、家族のようなグループにしたいです。

アイドルの寿命は3年、また20歳や25歳の節目で活動を辞める人が多いと言われている⁴⁹。Nさんの口調も決して悲観的では無かったことから、「永遠にこのグループにいるわけではない」ことを事実として受け止めていることが読み取れる。その事実を受け止めた上で、その先の未来にまで繋がるものをメンバーに身につけさせたいというまさに「母親的」な見方をしていた。

Mさんからは、「仕事」という目線でマネージャーの仕事について回答があった。

M: 仕事内容が(ライブイベントの)ブッキング、人とお金の管理、とかなので普通に会社の中間管理職みたいな感じだと思っています。売上の入金、メンバーの給与明細の作成とかも私がやっています。

Mさんは3名のインタビュー協力者の中でも担当している仕事幅が幅広い。地上波のテレビ局でADをしていた経験もあるようで、メンバーの「ケア」は仕事の一部分でしかないようだった。

また、Lさんからも、「仕事」という言葉を使って回答があった。

⁴⁹ エンタメ！エンタメウォッチング「卒業は20歳と25歳 女性アイドルグループ決断の時」

[<https://style.nikkei.com/article/DGXMZO44981880Y9A510C100000/>](最終検索日:2022年1月28日)

L: (お母さんのような仕事だ、という話の続きで)あとは、タレントが働きやすい環境を整える仕事、タレントが最高のパフォーマンスができるようにしてあげる仕事、という風にも思います。私がいないとグループが成り立たないとも思っていました。

「ケア」や雑用をこなす結果、働く環境を作ることが「マネージャー」の仕事であると構築されていることが分析できる。

⑥マネージャーに求められる資質は何か

この項目からは、言説によって構築された主体が、同じように構築された主体のことをどう捉えているかが伺えた。

まず、タレントへの気遣いに関する語りがあった。

L: 人に対して興味を持てること、周りが気になることかな。メンバー間のいざこざとかも気づけるし、個人個人(に対して)も「あれ、今悩んでる？」とかも、気づけるとフォローしやすいなと思います。逆に、そのタレントに興味が無くなったならそのチームはもう終わりだなと思います。私自身、性格上、全部把握しておきたいタイプで、見えないところで何か起きているのはいやなので、メンバーの悩みに気づいて話を聞くとかは楽しかったです。

Lさんからは、「マネージャー」として心からグループやタレントに対して気持ちを持てることが大事だと語られた。Lさんのように、身の回りで起きることを把握していようとする態度が、さらに言説構築の構造に入り込んでいくことに繋がる。

また、年齢や性別など属性について言及した回答もあった。

N: 今まさにスタッフを募集しているところなんですけど、女性だけを募集したいわけではないけど女性を取ろうとはしています。仕事仕事っぽくなく気遣いができることとか、衣装の具合がわかるとか、気づきやすい、メンバーも女の子だから話のきっかけは女同士の方が作れる、とかそういう理由です。年齢は、年が上すぎるとだめです。若い感性がほしくて、柔軟でありたいので若い方がいいかなと考えています。

Nさんが挙げたのは女性としてタレントに寄り添うことだった。1節からもわかるようにライブアイドルの現場は柔軟な対応が求められることが多々ある。そういった構造の中にいるから若い感性や柔軟な考え方が求められるのだろう。

3.3 第3章まとめ

この章では主にエイジェンシーについて分析をしたが、第1章では読み取れきれなかったライブアイドル業界の構造についても分析できたことがあった。それは、ライブアイドルの活動が不安定で、不確実な要素が多いことだ。ライブアイドルは、ライブ毎に異なるタイムスケジュールで動き、異なる会場や開催者のもとでライブを行う。また、フィールドワークで体験したように直前にタイムテーブルが変更されることもある。このような要素からライブアイドルは柔軟に考えて動かなければいけない不安定な環境で活動をしているのだ。

また、この章で明らかにしようと試みたエイジェンシーの分析については、エイジェンシーが様々な関係者と密に関わるなかで構築され続けていることがわかった。それぞれの接点からライブアイドル業界という言説の構造に入ったエイジェンシーは、各ステークホルダーと近い距離で関わり、またトップから現場、表と裏すべての側面でライブアイドルと向き合う。そうした環境に身を置き、お客さんやメンバーから直接気持ちを伝えられたり、他のエイジェンシーと対話をしたりすることを通して主体を構築する。仕事内容のなかには大変だと感じる業務もあるようだが、そういった構造における違和感に対してはタレントを思う気持ちや他のエイジェンシーの存在によって構築され直すことで「マネージャー」の仕事として受

け入れるようになる。そうしたエイジェンシーが辿り着いた位置がいわゆる「ケア労働」と呼ばれるポジションなのだ。この章を通して「マネージャー」に求められる資質を分析すると、第1章で挙げられたような態度やマインドへと返ってきた。なかでも特に、女性であることの有用性は高いことがわかった。

結論

ライブアイドルは様々な面で不安定な職業であるため、「マネージャー」には安心感、信頼関係が求められる。「マネージャー」に具体的なスキルが備わっていて仕事ぶりが優秀であることも勿論大事であるが、第一に求められるのはどんな時もタレントに寄り添い、味方である態度だ。この背景には、そもそもライブアイドルというものの自体が能力そのものを直接的に評価されるのではなく、頑張る姿勢や成長過程が評価される商品であることがあげられる。お客さんがライブアイドルの成長過程に価値を感じて対価を支払うように、プロデューサーやアイドル本人たちも「マネージャー」の味方でいてくれる姿勢、グループのことを想ってくれる態度を評価して良い「マネージャー」であると考え。必ずしも完璧を求めるわけではなく、未完成であること、未熟であることを受け入れるような価値観がライブアイドル業界には共有されている。さらに背景を辿ると、そこには日本の家族主義があるかもしれない。第1章にあるように、ライブアイドルのお客さんには「応援すると決めたグループを応援し続ける」という特徴がある。この場合、お客さんは娘を見守るようにアイドルの成長過程を応援しているのだろう。そして、お客さんとアイドルという父と娘のような構造に、すっぽり女性マネージャーが当てはまり、そうした構造のなかで「マネージャー」には母親的な安心感やケア労働が求められている。日本社会における家父長的な家族主義は年々弱まる代わりに、ライブアイドル業界にその文化が移り、アイドルグループ毎に家族のような集団を作っているのだろう。

ライブアイドルと「ケア」との関わりについては、第3章のまとめで前述したように「一度会場入りすると身動きが取りづらい」ことから現場においてライブアイドルはケア労働を受ける対象となっていることが明らかになった。一度セットした髪や衣装を崩さず、身支度の済んでいない姿をお客さんの前で見せないためにできる限りの手伝いを「マネージャー」が行う。そしてライブアイドルは現場での「マネージャー」によるケアに慣れ、また「マネージャー」自身もマネージャー同士の対話からケアすることが仕事であることを認識する。現場以外でのケアについても、ライブアイドルが「マネージャー」に電話で相談をすると「マネージャー」自身もそうした言説によって「マネージャー」が相談に乗る存在であることや味方であることが求められていることを認識していた。これらの過程を繰り返し、「マネージャー」はタレントをケアする仕事だという構造が構築される。

「マネージャー」と雑用との関係については、第2章で見たように、「マネージャー」は日本において広く解釈される言葉であり、また「マネージャー」が誕生したのが遅かったため、相対的で弱い存在であることが関係していた。マネージャーが現場において雑用をするのは、プロデューサーに雇われながら、ライブアイドルが気持ちよく活動できるようにケアを行うという位置にすることが前提にある。だから、プロデューサーとライブアイドルのどちらにも仕える立場となる。また、ライブアイドルの価値というのは、前述したように成長過程やこれまでの軌跡にある。そうなると、現場に入ってから「マネージャー」の働きかけによって作り上げる要素は少ない。そうした理由から現場における「マネージャー」の仕事は、トラブル無く、タレントに負荷をかけずに本番を迎えるための保守的な仕事になる。この構造が「マネージャー」の仕事に雑用業務にさせている。ただ、「雑用」という言葉から受けるネガティブな印象をエイジェンシーは感じていない。それは、構造から分かるようにライブアイドルの「マネージャー」になることが機会的に難しいからだ。ライブアイドルのプロデューサーとの接点やそのプロデューサーとの信頼関係が無ければ「マネージャー」になれない。それが、各ステークホルダーとの距離の近さや、様々な側面から構造と向き合うことなどと相まって、「マネージャー」としてライブアイドルを支えることにやりがいを得るのだろう。エイジェンシーは、その仕事内容を一聞するだけでは見えてこない価値にやりがいを感じて構造の中に存在し、主体を構築し続けているのだ。

参考文献

- 厚生労働省「平成30年衛生行政報告例(就業医療関係者)の概況」〔<https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei/18/dl/gaikyo.pdf>〕(最終検索日:2022年1月16日)
- 厚生労働省「保育士登録者数等」〔<https://www.mhlw.go.jp/content/000656131.pdf>〕(最終検索日:2022年1月16日)
- 小熊英二, 2019, 『日本社会のしくみ』[Kindle版], 検索元amazon.com 講談社現代新書.
- 高井 昌吏, 2005, 『女子マネージャーの誕生とメディアースポーツ文化におけるジェンダー形成』ミネルヴァ書房.
- P.F.ドラッカー, (上田惇生), 2001, 『マネジメント[エッセンシャル版] - 基本と原則』ダイヤモンド社.
- 姫乃たま, 2017, 『職業としての地下アイドル』[Kindle版], 検索元amazon.com 朝日新聞出版.
- 山根純佳, 2010, 『なぜ女性はケア労働をするのか』勁草書房.
- 沖潮(原田)満里子「対話的な自己エスノグラフィー 語り合いを通じた新たな質的研究の試み」『質的心理学研究』(第12号 2013年、157-175ページ)。
- 木本喜美子・中澤高志「女性労働の高度成長期:問題提起と調査事例の位置づけ」『大原社会問題研究所雑誌』第650巻(2012年)
- 駒川 智子, 2014, 「性別職務分離とキャリア形成における男女差—戦後から現代の銀行事務職を対象に」『日本労働研究雑誌』第648巻, 48-59.
- 佐藤典子, 2020, 「超高齢社会におけるジェンダー化された職業としての看護職」『日本労働研究雑誌』第722巻, 29-41.
- 松山有美「母性愛」と役割分担」(『名古屋学芸大学 教養・学際編・研究紀要』第7号 2011年、131ページ)。
- ITmediaビジネスONLINE「2007年度のオタク市場、大きく拡大した分野は？」〔<https://www.itmedia.co.jp/makoto/articles/0811/10/news039.html>〕(最終検索日:2022年1月4日)
- エンタメ! エンタメウォッチング「卒業は20歳と25歳 女性アイドルグループ決断の時」〔<https://style.nikkei.com/article/DGXMZO44981880Y9A510C1000000/>〕(最終検索日:2022年1月28日)
- 株式会社矢野経済研究所「『オタク』市場に関する調査」〔https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2836〕(最終検索日:2022年1月4日)
- 公益財団法人 介護労働安定センター「平成 30 年度「介護労働実態調査」の結果」〔http://www.kaigo-center.or.jp/report/pdf/2019_chousa_kekka.pdf〕(最終検索日:2022年1月28日)