

2022 年度 中野香織ゼミ卒業論文

積極的参加を促すライブ・エンタテインメント要素の検討

－フロー理論に着目して－

Examination of Live Entertainment Elements that

Encourage Active Participation

－Focusing on Flow Theory－

駒澤大学 経営学部 市場戦略学科
4 年 秀岳卓哉

積極的参加を促すライブ・エンタテインメント要素の検討

ーフロー理論に着目してー

Examination of Live Entertainment Elements that

Encourage Active Participation

ーFocusing on Flow Theoryー

キーワード

ライブ・エンタテインメント、娯楽、フロー理論、内発的報酬、オタク、アイドル

要旨

本研究では、ライブ・エンタテインメントの参加者の積極的参加を促す要素を、フロー理論を用いりながら明らかにすることで、ライブ・エンタテインメントの社会的意義について解明することを目的に研究を行った。本調査は先行研究を参考に面接と質問紙による定性調査を行った。その結果、ライブ・エンタテインメントの参加者にフローの強弱が生じていることが判明し、ライブ・エンタテインメントの種類や性質によってフロー要素が異なっていることが示された。また、データをもとにフローが起きている被験者と起きていない被験者を比較することで、何をすべきかの明瞭な認識の有無や環境との調和に違いがあることや、参加者の積極的参加を促すためにアーティストへの興味を誘発することの重要性を論じた。

【目次】

I. はじめに

1. 研究背景
2. 問題意識・研究目的

II. フロー理論について

1. フローの起こる条件
2. フローの特徴/効果

III. オタクについて

IV. ライブ・エンタテインメントについて

1. ライブ・エンタテインメントへの没入
2. ライブ・エンタテインメントとフロー理論
3. 非構造的な娯楽におけるフロー活動

V. 調査・分析

1. 本調査概要
2. フロー測定
3. 結果まとめ

VI. 考察

1. 考察
2. まとめ
3. 学術的インプリケーション
4. 実務的インプリケーション
5. 本研究の限界と今後の課題

〈謝辞〉

〈参考文献・サイト〉

I. はじめに

1. 研究背景

従来から代表されるアニメや漫画、映画やゲームに加え、スマートフォンの普及による YouTube や TikTok を始めとした SNS の流行や、サブスクリプションサービスなどの普及により、流行に追い付くのでさえ難しいほどに、多くのコンテンツが世の中に溢れかえっている。情報をより多く処理するべく、多くの若者はタイムパフォーマンス（タイパ）を重視するようになっており、15 秒ほどの短い動画や生放送の切り抜きを「ながら見」し、映画やアニメコンテンツも倍速視聴、テレビ番組もスマートフォンでいつでもどこでも視聴できるような時代へと変化した。若者マーケティング研究機関

「SHIBUYA109.lab」によると、Z 世代の 85%が、映像コンテンツにおいてタイムパフォーマンスを意識した行動を取っているという。現代において、多くの娯楽は我々生活者にとって切っても切り離すことのできないものになりつつある。

しかしその一方で、娯楽を悪いものであるとみなす傾向があることも事実である。その一例として話題となった香川県のネット・ゲーム依存症対策条例においては、18 歳以下の子どもを対象に、平日の利用時間は 1 日 60 分（休日は 90 分）を上限とし、義務教育終了前の子どもについては午後 9 時まで、それ以外については午後 10 時までに使用をやめることを順守させるように努めるようにと定め、ネットやゲームに過度に依存することの危険性を訴えている。さらに私たちにとって身近なのは、コロナ禍による音楽ライブ・イベントなどを始めとした娯楽の自粛傾向である。総務省によると、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う外出自粛を受けて影響を受けたのが、スポーツやエンタテインメント業界であるとしている。観客・来場者を集めてのリアルイベントの実施は中止や延期がなされ、娯楽が不要不急のものであるかのような風潮や、果たして本当にそうなのかという疑問を起こす一要因ともなったといえる。

2. 問題意識・研究目的

娯楽は果たして、人間が社会的生活を営む上で悪なのだろうか。確かに、依存症によってやるべきことがおろそかになってしまうことは避けなければならないし、人類すべてが自由に、自らの娯楽のみに耽ることによって社会が成り立たなくなってしまうようであればそれは危機である。しかし、ストレスがかかっている状態や、精神的に辛いとき、アニメや漫画、音楽やイベントなどのエンタテインメントコンテンツに救われたという経験はないだろうか。エンタテインメントコンテンツがあるからこそ、自らを支えられているような

感覚はないだろうか。今やエンタテインメントコンテンツは単なる娯楽という枠に留まらず、消費者に様々な影響を与えているように感じる。私自身、コロナ禍での憂鬱さを「推し活」を通して乗り越えた経験や、日常生活での困難に、エンタメコンテンツを消費することで立ち向かうことができた経験からこれを実感している。東京新聞によるインタビューによれば、大手芸能事務所「ホリプロ」の堀義貴社長は、「社会ににいるうちに抑圧されるが、そこを埋めているのがエンタメだ」と発言し、コロナ禍において不要不急であると分類されがちであったエンタメテインメントは決して不要ではないと主張する。これは個人での主観や、一経営者の発言のみで支持される主張ではないはずである。実際、株式会社野村総合研究所（2020）の調査によると、コロナ禍直後、「試合やライブ・イベント等の中止延期により各種団体・事業者に大きな損失が発生している状況下において、年1回以上参加している層の半数以上が金銭的支援の意向を持っている」といい、多くの人がエンタテインメントコンテンツを必要であると認識していることがわかる。このように、エンタテインメントコンテンツの重要性が多くの人々の暗黙の了解として認知されているにもかかわらず、その意義が見えにくいことを理由として、時に重要性を軽視される、さらには規制されてしまうこともあるこの現状は、コンテンツに溢れている現代において、提供する側も、受け取る側にも悪影響であるといえる。どのようにすれば、娯楽に抱く悪いイメージや効果を払拭することができるのだろうか。

そこで本研究では、M. チクセントミハイのフロー理論に着目しながら、コロナ禍において規制を受けた「ライブ・エンタテインメント」について、社会的意義のある活動としての一般的な認知を目指して、ライブ・エンタテインメントの参加者の能動的参加を促す方法について考察していく。したがって、以下のリサーチクエスション（RQ）を提示する。

RQ1 ライブ・エンタテインメントにおいて、参加者にフロー経験は起こっているのか

RQ2 ライブ・エンタテインメントにおいて、参加者の積極的参加を促す要素は一体何か

Ⅱ. フロー理論について

仕事やスポーツに熱中しているとき、または、ゲームや漫画、アニメを鑑賞しているとき、数時間が数秒に思えるほどに没頭したり、驚くほどの力を発揮できたりしたことはないだろうか。このように、金銭や社会的地位などといった外発的報酬によってではなく、行為それ自体を楽しむ、内発的報酬によって動機づけられるような人間の特徴に疑問

を持ち、M. チクセントミハイは新たにフロー理論を提唱した。フローとは、「全人的に行為に没入しているときに人が感じる包括的感觉」のことを指しており、その経験を「フロー経験」と呼ぶという（Csikszentmihalyi,1975=2000,p66）。仕事と遊びが完全に二分化されていると考えられていた当時、人間が物事を経験する時「何を経験するか」ではなく「どのように経験するか」に着目したこの指摘は新しいものだった。フロー理論の条件と特徴には以下のようなものがある。

図表 1 フロー経験の条件とその特徴

	項目	詳細
条件	明確な目標	自分のなすべき活動には明確な目標があるという感覚
	適切なフィードバック	自分の行為がどの程度うまく進んでいるかが分かるような即時のフィードバックが与えられる感覚
	挑戦と技能のバランス	個人のスキルが活動の挑戦レベルにあっているという感覚
特徴	活動の自己目的化	活動から得られる経験自体に楽しさを感じる。 それ自体が内発的な報酬となる感覚
	集中感	気を散らすものが意識から薄れ、取り組んでいるものに集中する感覚
	時間感覚の歪み	数時間がまるで数分（数分が数時間）に感じられるような感覚、
	行為と意識の融合	行為に集中することで、行為と意識が融合し、 考えなくても無意識に行為が流れるように進む感覚
	支配感	失敗について考えることがなく、 自分の力で統制できている感覚
	自意識の消失	不安や心配から解放され、内省的自意識が消失する感覚

Csikszentmihalyi (1996=2016) と内山（2015）を参考に筆者作成

M. チクセントミハイは、ロック・クライミング、ダンス、チェス、バスケットボールなどといった、自己目的的（自分のしていることが本質的に重要で価値のあるものと感じ、それ自体のために物事を行おうとすること（Csikszentmihalyi,1998=2010、p167））活動をしていると思われる人物たちに、面接や質問紙によるアンケートを行うことによって「楽しさ」に関するモデルであるフローモデルを作成した。その結果、内発的報酬が獲得されフローが起きていることは確認できたものの、その活動の特徴や経験の特徴、活動を行う人物の属性、つまりはその人の主観によって、程度の差はあれど内発的報酬の獲得の仕方や程度が異なっていることが明らかになった。以下、図表 1 と Csikszentmihalyi（1998=2010,1975=2000）をもとに、フロー理論の条件と特徴についての詳細を確認する。

1. フローの起こる条件

(1) 明確な目標がある

一つ目の条件は、明確な目標がある場合に起こりやすいということである。チェスやテニス、テレビゲームなどといったゲーム形式の活動には、決められたルールと目標（相手に勝利する、大会で優勝する、練習の成果を発揮するなど）があり、プレイヤーのすべきことや向かうべき方向性を容易に位置づけることができるため、他の活動と比べるとフローが起こりやすい傾向にある。その一方で、ゲーム形式の活動から得られる「競争」、ギャンブルや競馬から得られる「賭け」、ロック・クライミングなどから得られる「危険（スリル）」の三つの動機は、みせかけの動機づけ要素

（Csikszentmihalyi,1975=2000,p74）であるとされ、金銭や勝利、名声などといった外発的報酬への意識のちらつきを起こし、フローを起こしやすいと同時に活動外の現実の侵入を容易にしてしまうという。ただし、活動に競争や賭け、危険の要素が強いとしても、その活動が創造的であると感じている人は内発的報酬を多く受け取りやすく、持続的なフローを生じさせやすい（Csikszentmihalyi,1975=2000,p59）。

(2) 適切なフィードバックがある

二つ目の条件は、即時的にフィードバックを与えることである。これは、ボタンを押すことで適切な反応が返ってくるテレビゲームや、自分の動きに合わせて瞬時に状況が変わるスポーツなどで顕著に表れる。競争を伴うゲームでなくとも、登山家であれば自分の足を進めるごとに上に登ること、音楽家であれば一小節ごとに自分が歌った音程が楽譜とあっていることで確認できる（Csikszentmihalyi,1998=2010,p41）。これは、自分が活動を行っている時に矛盾が生じているのではないかと立ち止まることで集中が途切れることを回避するために重要である。ゲームであっても、ビデオゲームにおける「バグ」が生じた場合、自分の行動の結果として矛盾が生じるため、集中は途切れやすくなってしまうだろう。

(3) 挑戦と技能のバランスが適切である

三つ目の条件は、個人のスキルが、克服するチャレンジをちょうど達成できる難易度にあるという感覚である。これについては、Mチクセントミハイが明解な図を用いて説明をしている（図表2）。

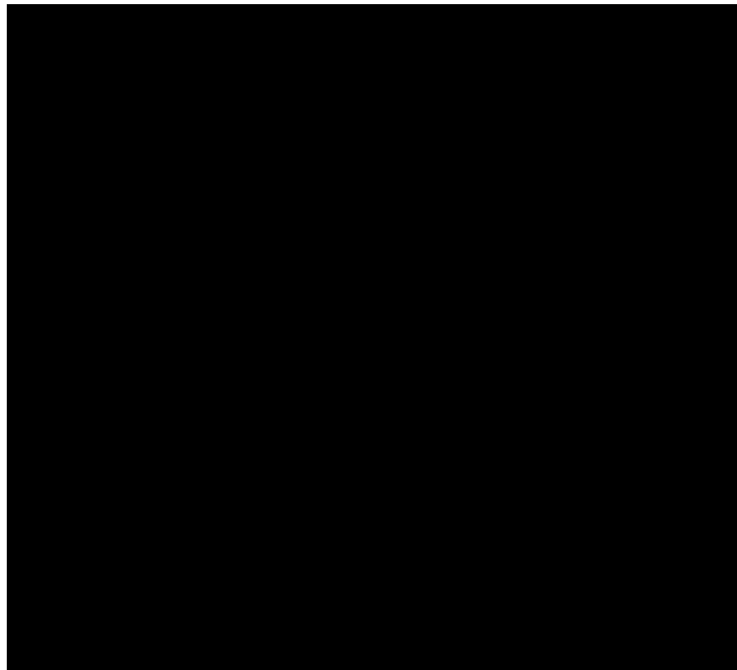
もし、チャレンジが高すぎて失望すると、心配し、徐々に不安に移行する。もしチャレンジがスキルに比べて低すぎて、くつろぐと、退屈に移行してしまう。もしチャレンジもスキルも低いとわかったら、その活動に対して人は無気力になるだろう。しかし、チャ

レンジとスキルが高いところで一致したら、ふつうの生活から離れたフローを提示してくれる深い没頭が起こるだろう (Csikszentmihalyi,1998=2010,p42)。

1対1の対戦形式をとるテレビゲームを例に考えてみる。対戦ゲームでは、自分の技術（スキル）を用いて、対戦相手に勝利することを目的に勝負に挑戦（チャレンジ）する。自身の技術が高く対戦相手が著しく弱い場合、それはくつろぎや退屈を想起させる。次は強い相手に挑戦しようと考え、その見積もりを間違えて自分よりも著しく強い相手に挑戦した場合、心配や不安を想起する。次は勝ちたいと思い練習を続けて技術を磨いたり、相手のレベルを適切に設定したりすることで技術と挑戦の比率が1対1になれば、覚醒やコントロールを経てフローが起こり、普段よりも大きな力を発揮することができる。この他にも挑戦と能力の均衡は、登山家がすべての力を使って山を登る時や、歌手が歌唱力いっぱい音域を要求する時、また、織り手がこれまでにないほど複雑な織物を創る際や、外科医が新しい処置を含む手術を経験する時を例として挙げられる。

図表 2

挑戦（チャレンジ）と技能（スキル）の比率による体験の質の変化



Csikszentmihalyi, M. (1998) Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life

(大森弘監訳 (2010) 『フロー体験入門-楽しみと創造の心理学-』 世界思想社, p43)

2. フローの特徴/効果

3つの条件が揃いフローが起きることによって、様々な効果が生じる（図表1）。

(1) 活動の自己目的化

活動それ自体に意味を見出し、楽しいとを感じるようになることである。ここで注意すべきなのは、外発的報酬を完全に排除されることがフローにおいて絶対条件ではないということである。例えば、仕事に没頭し仕事を楽しんでいる人は、金銭や社会的地位などの外発的報酬を受け取っているものの、決してそのためだけに仕事を行っているのではなく、楽しさという内発的報酬のために没頭しているのである。

(Csikszentmihalyi,1975=2000,p66)

(2) 集中感

目標が設定され、注意の向く先が限定する状況下では注意を維持することがそうでないときと比べて容易になる。ただしこれは目標設定のみでは不十分であり、他の二つのフロー条件があることで初めて達成されるものである

(Csikszentmihalyi,1975=2000,p73)。要素はそれ一つでフローを引き起こすわけではなく、多くの要素が絡み合って初めてフローを引き起こす要因となる。

(3) 時間間隔の歪み

フローではよく、時間が経つのを忘れて数時間が数分や数秒に感じられたりすることがある。ただしそれにとどまらず、逆に数秒が数分、数時間に思えるほどにゆっくり感じられることもある(Csikszentmihalyi,1996=2016,p127)。

(4) 行為と意識の融合

M. チクセントミハイは、最もフローの最も明瞭な特徴として行為と意識の融合を上げている。自分の意識は他の物事に向かわずに、今行っている行為へと注目する。例えば、テニスプレイヤーはフローにあるときボールと相手に対して注意を向けているが、「自分はここで何をやっているのだろう」「これを続けていていいのだろうか」といった他の意識を想起したりはしない。フローというエピソードの間、つまり、活動の間ではなく活動を実際に行っている時には、このような他の意識は生じにくいとされている

(Csikszentmihalyi,1975=2000,p69)。

(5) 支配感

余計なことを考える必要がなく、注意が集中しているからこそ、自分の行為や周りの環境が他に脅かされることを考える心配がなく、あたかも支配しているかのような感覚になる。しかし、「自分は今自身の環境や自分自身を完全に支配している」というような明確な支配の意識をもっているわけではなく、支配を失う可能性をに脅かされることがないということに近い(Csikszentmihalyi,1975=2000,p78)。

(6) 自意識の消失

フロー状態にある時、自分が自分であるという認識が薄れ、環境に溶け込んだような感覚に陥る。この時注意すべきなのは、自分が今行っていることに対する意識がなくなった

かというとはそうではなく、むしろそれを強く意識するようになるということである。M. チクセントミハイはロック・クライマーの記述を事例にあげ、運動感覚の大幅な増加や、通常は意識しないような筋肉の動きに対する意識の急激な増加を指摘した (Csikszentmihalyi, 1975=2000, p76)。これは、それまでの練習の積み重ねや多くの経験から、次の行動について考える必要がないいわゆる「行動の自動化」が起きることで、意識がより行為にのめりこんでいき、それまでにはできなかったような新しいスキルや挑戦の機会に繋がるということが原因であると考えられるという。

以上の条件の下で様々な効果をもたらす経験がフロー経験であり、そのモデルがフロー理論であるといえる。浅川 (2009) は、「フロー理論は、人間がフローという経験を通してより複雑な能力や技能を持った人間へと成長していく過程を理論化した『人間発達モデル』であり、『モチベーションの理論』である。」と表現している。繰り返し行為への没入を行うことで、新たな刺激としての挑戦を達成するための技術が磨かれ再びフローを引き起こす、という形で、比率の均衡によるフロー経験のサイクルが創出され、それが成長へとつながっていくのである。成長という観点に加え、人生での充実感という点においてもフローは効果を発揮する。人生に素晴らしさをもたらすのは、幸福ではなくフローに完全に熱中することであるという (Csikszentmihalyi, 1998=2010, p44)。フローを体験している時には、自分たちの内面に着目していて幸福を感じることはないが、全てを達成しそれを振り返る時に初めて、体験の素晴らしさへの感謝でいっぱいになり、幸福を強く感じる。幸福は、例えば受け身にテレビを見る、何も考えずにスマートフォンに没頭するなどといった受動的な喜びからも受けることはできるが、非常に壊れやすくなっている。フローから幸福は内発的に獲得されるものであるからこそ、自分たちの中で成長を繰り返し、さらに強固で持続的なものになっていくのである

(Csikszentmihalyi, 1998=2010, p44)。前述したように、この受け取り方の違いは、その経験自体の性質というよりは、どのように経験するかによって変化する。M. チクセントミハイはそれを、積極的、受身的の違いであるとした。積極的レジャーは受身的レジャーと比較して半分以上もの楽しみの状態を生み出しやすいにもかかわらず、練習や準備などといった「活性化エネルギー」を必要とするため、より選択しやすいいわば快樂ともいえる受身的レジャーを選択する傾向にある。受身的レジャーも適量を選択すれば人生にとって必要となるものの、そうはならない可能性も十分に引き起こされる

(Csikszentmihalyi, 1998=2010, p94-96)。

このような指摘がありながらも、受身的側面の強いレジャーも、積極的レジャーとなり得る側面を持っているように感じる。例えば受け身のレジャーの代表例であるテレビに関しても、従来は固定された場所のみで、一方的に情報を受信する使用法のみだったもの

が、TVerを始めとしたインターネット放送の開始に伴い、自分で見る番組を選択したり、倍速視聴を始めとして時間配分を変えられるようになったりなど、能動的に働きかける余地が増えた。この変化によって視聴者は、積極的レジャーとしての消費が可能になったと考えられる。受身的レジャーも、提供する側の新たな価値提案と、受け取る側の消費の仕方によっては、積極的レジャーへと変化し得る可能性を所持しているのではないだろうか。

Ⅲ. オタクについて

積極的にレジャー（趣味）を楽しんでいる人として思い浮かぶものに、オタクがあげられる。山上（2021）はオタクを「主にアニメ作品・漫画・ゲームなどを愛好する人々を指す」とし、オタク研究を概観しながら、その定義が主に消費行動量によるオタク的傾向と、心理社会的なオタク的特性の二軸から提案されていることを論じている。

原田（2015）は、オタクを第一世代から第四世代に分けてオタクを分類し、その変遷について整理している。1970年代中期から1980年代前半にかけて起きたアニメブームの時代に青年期であった人たちが、第一世代と言われる人たちである。岡田（1996）はこの世代のオタクを「アニメの作画監督までも深く味わえる姿勢と能力を持ち、映像に対する感受性を極端に進化させた『眼』を持つ人物、かつ高度なリファレンス能力を持つ人物」と表現しており、その没入度やオタク的能力の高さについて指摘している。第二世代である1980年代から1990年代にかけて、東京・埼玉連続誘拐殺人事件の犯人の特徴によるイメージを始めとした、身なりに気を使わない外見的特徴、根暗で社交性に欠ける内面的特徴などのマイナスイメージが付与されたものの、第三世代である2000年代に登場したネットの影響によって、2010年から現代にいたるオタク第四世代では、そのイメージは払拭され、オタクを会話のネタとして利用するような人も現れるほどに多様化した。

時代の変遷とともに広義化し、対象がアニメや漫画のみならず、アイドルや声優、ゲームなど、多様化したオタクは、現代においてはアイデンティティとして用いられることもある。その意味は広義化し、人物によってオタク的行動の度合いに差はあれども、没入を伴うオタク的行動にはフロー理論との関連性があるように感じる。オタク的文化が存在しているレジャーには、積極性を伴いやすい要素がある可能性がある。

Ⅳ. ライブ・エンタテインメントについて

1. ライブ・エンタテインメントへの没入

前述のとおり、コロナ禍による自粛でライブ・エンタテインメントは大きなダメージを受けたと同時に、多くの人が金銭的支援の意向を示すようにその重要性を改めて再確認された。対面での開催が困難になったことにより、新しく主流となったのが配信やオンデマンドなどを前提としたオンラインライブである。PRTIMES（2021）によると、約9割の人がコロナ禍をきっかけにライブ配信を視聴するようになったとし、コロナ禍による意識の変化を示している。しかしその一方で、マーケティング・リサーチ会社であるクロスマーケティング（2020）によると、有料オンラインライブを視聴した参加者は、オンラインライブでの一体感や臨場感を感じることも生のライブへの参加意欲を示し、生のライブのような臨場感がなかったことをネガティブなものとして捉えていて、リアルなライブ・エンタテインメントにしかない没入要素の存在を明らかにしたといえる。J-POPやロック、洋楽やアイドルなど、音楽ライブは様々なジャンルのファンが楽しむことのできるコンテンツである。矢野経済研究所（2022）によると、国内のオタク人口で、「1週間におけるオタク活時間」と「年間消費金額」の関係性を分析したところ、時間もお金もかける人が最も多い分野は「アイドル」であったという。最も多いオタク人口であるアニメ分野への消費を抜いて、人口数で劣っているアイドル分野が上回るのは、それだけ没入している人が多いからなのではないかと推測する。消費金額が多いということは、グッズを始めとした消費金額をかける対象が多いことを示唆していて、ライブ・エンタテインメントの存在もその一要因である。

コロナ禍によって改めて明らかとなった、リアルでのライブ・エンタテインメントは、多くの人の心を惹きつけ、必要とされている対象である。そんなライブ・エンタテインメントにおけるフローが起きる要素について考察し、創り手から消費者（参加者）への積極的参加を促す方法を検討することで、その社会的意義について考察することができるのではないかと推測する。

2. ライブ・エンタテインメントとフロー理論

これまでのフロー経験に関する研究においては、M. チクセントミハイのように、スポーツやゲームなど、フロー経験が生じやすい活動からその実態を明らかにするもの、効果的な e-Learning システムにフロー理論を応用した浅川（2009）や、大学生のダンス授業にフローを応用した内山（2015）などのように、学習にフローを応用し楽しく学ぶことの検討をしているものなどがある。中川（2012a）は、「ライブ・エンタテインメントとフローの関係」において、ライブ・エンタテインメントは単純化すると、「ライブ・エンタテインメント産業」や「広告主」といった「創り手」と、観衆・観客といった「参加者」に分けられるとし、自己の成長という視点において、参加者の能動的関与が重要であ

ることを指摘した。また、中川（2012b）は、フロー理論に着目しながら、ライブ・エンタテインメントが参加者の受身ではない積極的参加を促し「楽しさを醸成する場」であるならば、ソーシャルメディアの活用による拡散効果により、広告コミュニケーションの場としての可能性があるとし、メディアとしてのライブ・エンタテインメントの効果を示した。それと同時に、創り手がいかに参加者にコミュニケーションすれば効果的なのかについては明らかになっておらず、課題が残っているとした。

3. 非構造的な娯楽におけるフロー活動

(1) ロック・ダンスとライブ・エンタテインメントに見られる共通項

M. チクセントミハイ（1975=2000）は、楽しさの理論モデルであるフロー理論のモデルを作成したあと、4章に渡ってそれぞれ違う要素を持った自己目的的活動に焦点を当てていった。焦点の当てられた4つのフロー活動の中で、特にライブ・エンタテインメントに近いと思われるものは、ロック・ダンスに関する記述であった。

ロック・ダンスとは、1960年代以降に、パーティーやバーなどの社交的な集まりで人々が行っていたダンスで、個有の呼称はなく、ロック音楽に合わせて踊るといったものである。定義はなく、M. チクセントミハイは定義づけのためにその特徴をいくつか列挙するが、そのうち多くの特徴で、ライブ・エンタテインメントとの共通項が見られ、調査の応用可能性が見られた。第一にロック・ダンスは演技ダンスとは異なり、趣旨からして参加的なものであり、目的が「ダンスを見せること」にはない。これは、ライブ・エンタテインメントへの参加者が、程度の差はあれども参加の意思をもってライブに望むことと一致している。第二に、集団としてではなく2人で踊ることである。これはコミュニケーションの対象が明確であるという点においては、（アーティストなどといった）創り手と参加者というより広い枠組みでのコミュニケーションと解釈した場合に一致する。第三に、ダンスが即興的で比較的自由に選ばれることにある。これは、ライブ・エンタテインメント内での「ノる」行為の自由度が高く、即興的な面を持ち合わせている点で近似している。第四に、ロック・ダンスは構造的というよりも非構造的だということである。これはライブ・エンタテインメントとロック・ダンスの特徴の中でも特に一致する部分であるといえる。どちらも、チェスやテニスを始めとしたゲームのように、楽しむための明確なルールが存在しているわけではなく、参加者によって感じることに大きな差が生じる活動である。このように、特に非構造的な特徴にみられる通り、ロック・ダンスに関する研究はライブ・エンタテインメントに応用可能な部分があるといえるのではない。

(2) ロック・ダンスの調査・研究について

M. チクセントミハイによると、「活動におけるフロー理論の確認は、明確に操作されたデータによるよりも、むしろ印象による被験者の報告に基づくものだった」

(1975=2000、p157) という。彼は、ロック・ダンスに関する研究方法で、一つの活動の中に潜在しているフローや、その活動に没入している人の技能を明らかにする方法の一例を提示した。以下、ロック・ダンスにおけるフローが起きているか、そして、ロック・ダンスの持つ挑戦や技能は何かを分析する手法についてである。

調査は大きく分けて、面接による調査と質問紙に記入してもらう調査の二つに分けられた。被験者は12名で、フローを経験していると思われる層6名と経験していないと思われる層6名を選出し、男女の数は同じとした。なおこの時、フローを経験していないと思われる層に関しても、一度もフローをしたことがないとは断言できない。この選出には、実際にロック・ダンスの場での観察と対話から選出している。これは主観的な判断であるものの、バランスの取れた標本を集める予備的な道具として有用であると証明されているという(Csikszentmihalyi,1975=2000、p165-167)。面接では、重点をロック・ダンスが参加者にどのように経験されるかというところに置かれた。質問紙では、挑戦と技能のリストへの記入を求めた。図表2で説明したように、挑戦と技能の割合が1対1で釣り合っている場合に、フローは起きているとされている。

この二つの資料から、M. チクセントミハイはどの踊り手がフローに入り、どの踊り手がフローに入らないかを決定した。その判断基準は2通りある。(1) フローモデルから引き出されたチェックリストとフロー要素の強さを表すリストを作成し、面接での発言をもとに、それぞれの被験者を評定する。(2) ロック・ダンスに含まれる挑戦と技能に対する、自分の知覚の評定を被験者に求めた質問紙をもとに、その比率を計算し、釣り合っているかどうかを判断することで評定した。(Csikszentmihalyi,1975=2000、p170)

この分析方法を参考として、ライブ・エンタテインメントにおけるフローが起きているものと起きていないものの差異を明らかにし、その特徴を解明していく。

V. 調査・分析

1. 本調査概要

(1) 目的

(i) ライブ・エンタテインメントにおいて、フローが起きている参加者と起きていない参加者の差異を明らかにする。

(ii) 面接と質問紙による結果から、フローを引き起こしやすい要因と引き起こしにくい要因について考察する。

(2) 調査方法

(i) 一人一時間の ZOOM による面接を行った。面接時には、ライブ・エンタテインメントを経験している時の動作や感情について詳細に聞くことを目的に、思考プロセスを声に出して思考するように促した。M. チクセントミハイ (1975=2000,p172) のロック・ダンスにおけるフロー要素に変更を加えて作成した「ライブ・エンタテインメントにおけるフロー要素 (図表 4)」を用いて、面接での被験者の発言をもとにライブ・エンタテインメント中におけるそれぞれの被験者のフローの強さを評定した。

(ii) 面接をもとに M. チクセントミハイ (1975=2000,p169) が使用したロック・ダンスの挑戦・技能に関する質問項目を修正する形で作成し、ライブ・エンタテインメントの挑戦と技能のリストからなる質問紙 (図表 5) への記入を、Google form を用いて行った。挑戦と技能に関する質問項目は、どちらにおいても同じ質問項目を用いることで、挑戦と技能の項目が完全に対応するようにし、比率の算出が正確にできるような形に変更した。

(3) 調査期間

(i) 面接調査:2022 年 12 月 17 日 (土) ~2022 年 12 月 20 日 (火)

(ii) 質問紙調査:2022 年 12 月 21 日 (水) ~2022 年 12 月 22 日 (木)

(4) 調査対象

調査対象の選定は 2 段階で行った。1 段階目にまず、Instagram の投票機能を用いて、没入していると思われる群 (ライブによくいく、ファンだ、感動した経験がある) と没入していないと思われる群 (ライブでハマらなかった経験がある、熱中しなかったことがある、退屈だったことがある) にスクリーニングした。その後 2 段階目として、具体的なアーティスト名や、没入している (していない) と感じた理由について個人チャットで回答してもらった。好きな理由について文章量が多かった者や、アーティストに関する投稿の多い者、フロー経験に関連する記述のあった者などを判断基準に、男女 3 名ずつ、計 6 名を没入している群、長く感じた、盛り上がれなかったなど、フロー経験に関連しない記述を判断基準に、男女 3 名ずつ、計 6 名を没入していない群とし、合わせて 20 代の男女 12 名に調査を行った。詳細は図表 3 に示す。

尚、今回の調査の目的は、対象者が現在フロー経験を起こしやすいパーソナリティか否かを明らかにすることではなく、フロー経験が起きやすい (起きにくい) ライブ・エンタテインメントと、その時の参加者の状況を知ることにあるため、全員がこれまでに一度もフローを経験していないとは言い切れない。あくまでも、没入したまたは没入しなかった「経験」に着目する。

図表 3 被験者の性別と職業

没入している参加者			没入していない参加者		
被験者 1	男性	大学生	被験者 7	男性	大学生
被験者 2	男性	大学生	被験者 8	男性	大学生
被験者 3	男性	大学生	被験者 9	男性	大学生
被験者 4	女性	サービス業	被験者 10	女性	大学生
被験者 5	女性	大学生	被験者 11	女性	大学生
被験者 6	女性	大学生	被験者 12	女性	大学生

筆者作成

2. フロー測定

面接と質問紙による調査を終えた後、M. チクセントミハイ（1975=2000）による先行研究に基づき、フローの測定を二通りの方法で決定した。

（1）被験者がフローを経験している場合、ライブ・エンタテインメントに関するフロー要素をより多く経験していると思われる。そのため、フローモデルから引き出されたフロー要素のチェックリストとフロー要素の強さを表すリストを作成し、面接での発言をもとに、それぞれの被験者を評定する。

（2）図表 2 に示されるように、ある活動に対しての参加者の技能（スキル）が高く、かつそれと同じくらい挑戦（チャレンジ）が高い場合、つまり挑戦と技能の比率がより高い場所で釣り合っている場合に、被験者はフローを経験しているといえる。例えば、ゲームにおいても、自分に見合わない難易度の挑戦よりも、自分がクリア可能な難易度の挑戦の方が楽しさを感じやすく没入しやすい。さらに、挑戦と技能の比率がより高い場所で釣り合っているほど、無気力からかけ離れた強いフロー経験となると考えられる。図表 5 に示した挑戦と技能のリストからなる質問紙の回答結果をもとに、挑戦と技能の比率が最適である 1（挑戦：技能=1:1）からどれだけ離れているかを明らかにすることで、それぞれの被験者を評定する。

3. 結果

（1）フローの強さ

面接の結果からフローの強さが検討された。フローの要素に関しては、ロック・ダンスから変更を加える形で図表 4 に示してある。尚、「パートナーとの関係の支配」という項目に関しては、ロック・ダンス特有の要素であるため、「創り手/参加者との関係の支配」というライブ・エンタテインメント特有の要素に変更を加えた。フローの各要素の強

さに関しては5段階で評価し、被験者の答えがフロー経験に近いほど高い数字を与えた。

図表 4

ライブ・エンタテインメントに没入している者と、していない者のフロー要素の程度

経験の要素 (面接結果より判定)	<u>没入している</u> <u>参加者(6人)</u>		<u>没入していない</u> <u>参加者(6人)</u>	
	平 均	標準偏差	平 均	標準偏差
周囲の物事に対する知覚 (より少ない)	4.50	0.50	3.00	1.00
ライブ・エンタテインメント 以外の物事に対する志向 (より少ない)	4.50	0.50	2.50	1.26
ライブ・エンタテインメントに 集中するための努力の必要 (より少ない)	4.50	0.50	2.50	0.76
注意の分散(より少ない)	4.17	0.37	2.33	1.25
アーティストに対する意識 (より多い)	4.50	0.76	2.50	1.26
課題に対する意識(より少ない)	4.67	0.47	2.17	0.90
自我意識(より少ない)	4.17	0.90	2.83	1.21
時間の経過(より早い)	4.17	0.69	2.50	1.38
何をなすべきかについての 明瞭な認識(より多い)	4.50	0.76	1.83	0.69
直接的フィードバックの獲得 (より多い)	4.50	0.50	2.50	0.76
自我の統制(より多い)	4.50	0.50	2.67	0.75
創り手/参加者との関係の支配 (より多い)	4.33	0.47	2.83	1.34
社交的状況の支配(より多い)	4.17	0.37	3.17	0.90
環境との調和(より多い)	4.50	0.50	1.83	1.07

筆者作成

図表 4 は平均値を見比べることによって、被験者 12 名の面接結果の分析に基づく平均値を示したものである。

(2) 挑戦と技能の比率

先述したとおり、図表 2 のように挑戦と技能の比率が 1 対 1 で釣り合っているときにフローは起きているといえる。項目全体における領域は、全部で 7 領域とし、1 領域につき 3 つの質問項目が用意され、全部で 21 項目である。領域と項目については以下の通りである。

図表 5 質問紙の質問項目とその領域

領域	質問項目
創り手との関係	曲を覚えること
	ファンサービスを貰うこと
	アーティストのことをよく知ること
参加者との関係	自分と観客との一体感を感じることに
	盛り上がることに
	観客への安心感を感じることに
ライブ全体	ライブで使うグッズを会場で買うこと (タオル、ペンライト、T シャツなど)
	ライブで使う道具を自作すること (スケッチブック、うちわなど)
	非日常感を感じることに
自我	自我意識を払拭すること
	エネルギーに満たされるような感覚になることに
	自分の気持ちや想いを発散すること
音楽	(ダンスなど動作に関する)パフォーマンスへ没入すること
	音楽へ没入、注意集中すること
	演出へ没入、注意集中すること(照明、エフェクトなど)
自身の動作	振付を覚えることに
	音楽に合わせて適切に動作を行うこと (ペンライトを振る、腕を動かす、ジャンプをするなど)
	合いの手(コール)をすること
社交的場面	人々と会うことに
	会場に行くことに
	ライブで安心感を感じることに

筆者作成

挑戦の項目数と技能の項目数は同数であるため、7領域のそれぞれについて各被験者の技能に対する挑戦の率を計算し、1との隔たりを計算した。最適率（挑戦と技能との釣り合いを示す率）である1に最も近い被験ほど、ライブ・エンタテインメントにおけるフローをより多く経験するといえる。

図表 6 被験者の技能に対する挑戦の比率の最適率からの隔たり

被験者番号	ライブ・エンタテインメントへの没入領域						
	創り手との関係	参加者との関係	ライブ全体	自我	音楽	自身の動作	社交的場面
没入している者：							
被験者 1	0.25	0.13	0.11	0.00	0.12	1.57	0.13
被験者 2	0.09	0.06	0.31	0.06	0.05	0.00	0.20
被験者 3	0.07	0.05	0.27	0.12	0.00	0.06	0.00
被験者 4	0.24	0.05	0.08	0.00	0.00	0.00	0.06
被験者 5	0.07	0.18	0.00	0.24	0.31	0.13	0.08
被験者 6	0.00	0.14	0.15	0.43	0.24	0.06	0.00
平 均	0.12	0.10	0.15	0.14	0.12	0.30	0.08
標準偏差	0.09	0.05	0.11	0.15	0.12	0.57	0.07
没入していない者：							
被験者 7	0.44	0.00	1.75	0.33	0.50	0.86	0.29
被験者 8	0.58	0.38	0.08	0.17	0.14	0.15	0.17
被験者 9	0.33	0.22	0.00	0.57	1.57	0.13	0.00
被験者 10	0.33	0.50	1.50	1.71	1.00	0.73	0.50
被験者 11	0.06	0.67	1.00	1.14	0.70	0.00	0.20
被験者 12	0.22	0.20	0.17	0.15	0.00	0.33	0.45
平 均	0.33	0.33	0.75	0.68	0.65	0.37	0.27
標準偏差	0.16	0.22	0.70	0.57	0.53	0.32	0.17

筆者作成

図表 6 は、各被験者の技能に対する挑戦の比率の、最適率からの距離を上述の 7 領域について示したものである。

図表 7 ライブ・エンタテインメントに没入している者と
没入していない者による挑戦と技能に対する平均評定

		没入している参加者 (6人)		没入していない 参加者(6人)	
		挑戦	技能	挑戦	技能
創り手との 関係	平 均	14.50	15.50	12.67	9.67
	標準偏差	1.80	2.99	4.78	3.90
参加者との 関係	平 均	17.17	17.50	14.50	11.00
	標準偏差	1.86	2.22	2.75	1.73
ライブ全体	平 均	14.17	13.67	11.67	8.17
	標準偏差	4.63	2.98	2.36	3.29
自我	平 均	17.00	16.17	13.67	8.67
	標準偏差	2.65	1.57	3.45	2.75
音楽	平 均	18.17	17.00	17.50	11.33
	標準偏差	2.03	2.00	2.63	2.56
自身の動作	平 均	16.67	14.50	14.50	11.17
	標準偏差	2.05	3.77	3.59	3.62
社交的場面	平 均	14.50	14.67	11.17	11.17
	標準偏差	2.87	2.21	5.27	2.27

筆者作成

図表 7 は、ライブ・エンタテインメントの 7 領域について、没入している者、没入していない者の二つの集団が近くした挑戦と技能の平均数を示している。

(3) 結果まとめ

(i) 図表 4 より、平均値を見比べると、フローを経験していると予測された 6 名の参加者の方がフロー要素を強く感じているということが分かる。

(ii) 図表 6 より、ライブ・エンタテインメントでより強く没入すると思われた被験者たちの最適率からの平均距離は、没入していない被験者たちに比べて「自身の動作」項目

を除き全て小さく、挑戦と技能の隔たりが少ないためフロー要素を強く感じていることが分かる。

(iii) 図表 7 より、挑戦、技能どちらにおいても、没入している者の方が高い平均値を示しているため、フローを経験していると考えられていた 6 人は、そうでない 6 人とくらべてより強いフロー経験をしているといえる。

(i) (ii) (iii) より、被験者が証言したライブ・エンタテインメントにおいて、フローを経験していると思われた被験者は、そうでない被験者と比べ、より強いフロー経験を体験しているといえる。

VI. 考察・まとめ

1. 考察

図表 4 より、没入していない参加者でフロー要素が特に弱く感じられたのは、「何をなすべきかについての明瞭な認識」と、「環境との調和」であった。

(1) 何をすべきかの明瞭な認識の違いにより参加者に起こるフローの強さの違い

何をなすべきかについての明瞭な認識については、被験者の多くがライブ・エンタテインメントにおいてやらなければならないルールは存在しておらず、もし上げるならば他の人の迷惑になることをしない、コロナ禍においては距離を保つなど、誰もが守るだろうマナー的要素であると供述した。それにも関わらずこのような違いが表れたのは、「ライブ・エンタテインメントにおいて行ったほうがより楽しいこと」に関連する供述の有無であった。没入している参加者は、曲を予習すること、グッズを買うことなど、全ての音楽ライブのジャンルに共通する項目に加え、K-pop アーティストのライブに没入する被験者 3,4 は、アーティストを応援するためのうちわを事前に作ること、アイドルのライブに没入する被験者 1,5 は曲に合わせてペンライトを振ることをあげるなど、自身が参加するライブジャンルやアーティスト特有の行動を多く認識し積極的に参加していた。一方没入していない参加者の供述は、全てのジャンルに共通する項目を供述していたり、特に思いつかないと回答ができなかったりした。さらに、認識していたとしても行動に移す労力を大きく感じ、行動していない場合もあり、被験者 10 はライブへ参加する際に、曲を予習しようと思っていたもののやる気が出ずに、当日は数曲しかわからなかったと回答した。また、被験者 8 は、ライブにおけるやるべきことを認識したうえで、それについての知識や努力量（ペンライトを購入する、手拍子に乗る、曲を覚える）は十分だったものの、没入できなかった。これは、被験者 8 が体験したライブ・エンタテインメントの特殊性に原因があると推測できる。被験者 8 は、生身の人間ではなく、ゲームキャラクターがスクリーンに映し出される形での音楽ライブ・エンタテインメントに参加していた。これは、創

り手と参加者がいて、かつ創り手が音楽を提供するという点ではライブ・エンタテインメントに近い側面を持つが、被験者 8 の発言から、積極的参加を促しづらいものであったと推測できる。そのライブは初開催で、誰しもがペンライトの振り方やコールを理解していない状況下だったが、アーティストとなるゲームキャラクターや運営側からの指示、演出は少なく、どのタイミングでペンライトをつけるべきか、いつ盛り上がるべきかが分かりづらかったという。新規のライブ・エンタテインメントにおいて、創り手からの指示がなく、参加者の積極的参加が阻まれてしまう時、没入体験はほとんど起こらない。被験者 8 は唯一、アーティストが登場するタイミングでの演出が素晴らしく、その瞬間は強く没頭したと話したが、そこにフロー経験が起こるためには、演出それ自体が参加型であったり、参加者が演出に関する知識を所有したりしていて積極的に没入することでは得られないであろう。実際に被験者 8 は、ライブ中に会場の盛り上がっていない様子を眺めたり、盛り上がれていない自分に焦りを感じたりと、図表 2 でいうスキル高チャレンジ中の状態、不安や心配の状態を感じている。

(2) 環境との調和の違いにより参加者に起こるフロー経験の強さの違い

環境との調和もフローの強さに大きな違いがあった部分である。自分が行きなれているライブ・エンタテインメントにおいては、コールや腕の動かし方といったノリ方を熟知している場合が多く、ライブ・エンタテインメントへ集中するための努力の必要が少ないため、比較的容易にフローに入ることができる。一方で、ノリ方を理解していない場合には、周りに合わせるという努力の必要性があるため、注意が比較的そらされやすくなってしまう。さらに、自分がこれまでに体験したことのないようなライブに参加する場合、その傾向が起こりやすい。被験者 11 は、ライブ DVD を借りたり、メンバーの情報を集めたりする程好きだったロックバンドのライブに初めて参加したときに、没入できなかったところか、不快感を生じたという。それは、被験者のロックバンドライブに対する認識の違いがあったからである。被験者は、より多くの生歌を体験するためにライブに向かったが、アーティストは MC を重要視する形式をとっていて、内容もコアなファン向けられたものであり、自分に向けられている感覚がなかったと話す。さらに、頭を激しく揺らすヘッドバンギングや、体を互いにぶつけ合うモッシュといったロックバンド特有のイベントは、被験者の安心感を排除し、不安を想起させてしまった。その一方で、被験者 11 と同じアーティストのライブに初めて行った経験でフローを経験した被験者 6 もいた。被験者 6 は、曲を全て聞いていたり、グッズを事前購入していたり、アルバムに関しても発売日より早く手に入れる（フラゲする）程であり、客観的にみると被験者 8 よりも関与が高いように見られた。被験者 6 も、モッシュやサークルに関して「曲に集中ができない」と評価しているものの、最終的には没入した経験として処理されている。両者

にある違いは、安心感に対する参加前と参加後とのギャップであると考えられる。被験者 11 は、ライブ DVD を視聴していたものの、その中にはライブ MC などではなく、事前の知識を入れられなかった可能性がある。その一方で被験者 6 は、情報収集が適切に行われ、ギャップがなかったからこそ没入体験として処理されたのではないか。ロックバンドのライブは、激しい動作や他とは違う演出がある点で、一点に集中を向けるハードルは高く、初参加者にとってフローが起りにくい可能性がある。しかしその一方で、努力量が大きいからこそ、そこから得られるフローが大きくなる可能性も示唆している。しかし、これについては、ロックバンドのファン層に対する調査数が少なく、断言することはできない。

(3) ライブ・エンタテインメントにおける挑戦項目とオタクとの関係性

図表 6 で着目すべきは、被験者 1 の自信の動作に関する評価である。彼は、振付を覚えること、音楽に合わせて適切に動作を行うこと、合いの手をすることを重要な挑戦であると評価しながらも、今の自分にはそのスキルがないと評価したが、ライブ全体としては没入しているとした。これは、被験者 1 の目標設定と、アイドルのライブ・エンタテインメントによる特殊性が関連しているように感じる。被験者 1 はアイドルというオタク的文化を継承する分野への参加を継続的に行っている。被験者 1 は面接の中で、「自分のライブにおける目的は、推し（アーティスト）を見ることにあって、自分だけが振りなどをできなかったとしてもそんなに疎外感を感じない。自分がやることではないから大丈夫」だと述べた。このような目標設定が、動作を完璧に行っているという感覚を持たなくとも没入を引き起こす要因になっているのだろう。ここで、被験者 1 が自身の動作への挑戦に高い評価を付けたのには、オタクの熱中度の高さによるステレオタイプや先入観が付与されたのではないかと感じる。「世間的には挑戦すべきである自身の動作項目であるが、自分は未だできていないし、急務でもない」という評価をしているということではないだろうか。

(4) ライブ・エンタテインメントにおける目的設定による違いからおこるフローの違い

図表 6 において、没入している者と没入していない者の隔たりの平均値の差はほとんどにおいてでているものの、あまり大きな差異ではないことに疑問が生じる。これは、図表 2 と図表 7 を合わせて参照することによってその実態が明らかとなる。フローは、挑戦と技術が釣り合っていてかつ、それが高い位置で釣り合っていればいるほど強く生じる。図表 6 よりも、図表 7 における平均値の差異は大きく出ていることがわかる。これは、一つのライブ・エンタテインメントにおける特徴であるともいえる。ライブ・エンタテインメントにおいては、挑戦と技術が明確に提示されていないが、音響による大きな音や照明などがかわかって、非日常感を演出することによってある程度の楽しさを誰でも享

受しやすいようである。しかし、フローをより経験しやすい人たちは、自分たちが何をすべきなのかについての明瞭な認識を所有しており、より楽しいという内発的動機を誘発するために、挑戦と技術の向上を繰り返していく。その結果、フローの経験の有無にかかわらず、退屈や不安は生じづらく挑戦と技術の均衡が保たれる一方で、没入していない者は新しい刺激を感じられず、没入している者はより没入するというように、差異を生んでいくのだ。実際に、没入していない被験者は、ライブ・エンタテインメントにおいて注意が向く先をアーティスト自身のパーソナリティや音楽性、歌詞などではなく、音響や照明、モッシュやヘッドバンギングなどのイベント性といった珍しさを中心とした演出方面に着目する傾向にある。例えば被験者 9 は、ロックバンドのライブに行った目的を「これまでに経験したことのない演出などを始めとした環境を楽しみたい」と設定し、アーティストに関連する事前の能動的予習（曲を覚える、グッズを買うなど）はせずに行った結果、音響や周りの雰囲気、照明などといった面には感動を覚えたものの、「ライブ全体として没入していたか」というとそうではない」という自己評価をした。これは、ライブ・エンタテインメントにおいてより強い没入を参加者に想起させるためには、技術面やイベントとしての特殊性というよりも、アーティスト自身への興味を誘発させることが重要であることを示唆している。ただし、照明や音響への興味を誘発させることが無意味であるというわけではなく、その照明や音響といった、技術面、イベントとしての特殊性を、アーティストのパーソナリティとうまく結びつけることが重要なのだろう。

2. まとめ

本研究では、ライブ・エンタテインメントにおける社会的意義についての考察を、M.チクセントミハイのフロー理論に着目しながら、参加者の積極的参加を促すライブ・エンタテインメントのフロー要素を明らかにするという形で研究した。

面接と質問紙による調査を、ライブ・エンタテインメントにおいて没入していると思われる参加者と没入していないと思われる参加者の 2 グループに分けた 20 代の男女 12 名（男性 6 名、女性 6 名）に行い、フロー経験の有無について M.チクセントミハイによる分析方法を参考に明らかにした。その結果、ライブ・エンタテインメントにおいて参加者にフロー経験が起こっていることが明らかとなり、それと同時に弱いフロー経験しか起こらないライブ・エンタテインメントもあることが明らかとなった。面接と質問紙より算出されたデータをもとにフローが起きている被験者と起きていない被験者を比較することで、何をすべきかの明瞭な認識の有無や環境との調和に違いがあることや、参加者の積極的参加を促すためにアーティストへの興味を誘発することの重要性を論じた。

3.学術的インプリケーション

以上の研究から本研究の学術的な貢献を述べる。

第一に、フロー理論についての理解を深めながら、非構造的な娯楽であるライブ・エンタテインメントにおいて、面接と質問紙を用いながらフロー経験を確認することができたという点をあげたい。参加者によって異なる経験をするライブ・エンタテインメントを定量的に測定するのは困難であるが、先行研究を概観しながら定性的な調査によるフロー経験の測定を行うことができた。

第二に、面接という形で直接ライブ・エンタテインメントという非構造的な娯楽を紐解くための一つの手がかりを残せた点を挙げたい。データから読み解かれたいくつかの疑問を、面接での被験者の発言から推察することができた。

以上の点から本研究には意義があると言える。

4.実務的インプリケーション

続いて、実務的インプリケーションを述べる。

第一に、フロー経験が社会貢献的意義を持つという前提のもと、ライブ・エンタテインメントを始めとするエンタテインメントコンテンツが社会貢献的意義を持つ活動であるということを一部提唱できたことである。今後、企業がエンタテインメントコンテンツを創出する際に、ライブ・エンタテインメントでのフローを想起させる方法、消費者が能動的に働きかけられるようなコンテンツの創造という観点から創出することで、社会的意義のあるコンテンツを作ることができるだろう。

第二に、積極的消費を促すことのできるライブ・エンタテインメントづくりという観点について指摘したことである。ジャンルによってライブ・エンタテインメントから提供されている物や目的が変化していることを面接調査から確認したことにより、積極的消費を創り手が意図して促せる可能性を示唆している。

5.本研究の限界・今後の課題

最後に本研究の限界と今後の課題について述べる

第一に、調査素材についてである。今回の調査は M.チクセントミハイを参考に、面接と質問紙による調査を行ったが、面接は一人ですべて対応したため、没入経験のありなしで分けて多人数を集めることや、時間的制約により多くの人に調査をとることができなかった。これはグループでの調査にすることや、協力者を集めることで解決する必要がある。

第二に、調査対象についてである。今回の調査対象は、ライブ・エンタテインメントに行ったことがある人物という広い枠組みからフロー経験のあるなしに分けていった。今回は音楽ライブ・エンタテインメント全体についての調査を取ることができたものの、アイドル・K-POP・邦楽・声優など、様々なジャンルに特定して調査を取ることで、そのジャンルにしかない特性をより詳細に知ることができた可能性がある。

〈謝辞〉

本論文の執筆にあたり、数多くのご協力をいただいた。親身にご指導いただいた中野香織教授、面接・調査にご協力いただいた友人、先輩・後輩の皆様、そしてともに切磋琢磨しあった同期の皆に、この場をお借りし心から感謝申し上げます。

〈参考文献〉

- ・ Csikszentmihalyi, M. (1975) *Beyond Boredom and Anxiety: Experiencing Flow in Work and Play*, San Francisco: Jossey-Bass Inc Publishers. (今村浩明訳 (2000) 『楽しみの社会学』新思泉社)。
- ・ Csikszentmihalyi, M. (1996) *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention* (浅川希洋志監訳, 須藤裕二・石村郁夫訳 (2016) 『クリエイティビティ・フロー体験と創造性の心理学』世界思想社)。
- ・ Csikszentmihalyi, M. (1998) *Finding Flow: The Psychology of Engagement with Everyday Life* (大森弘監訳 (2010) 『フロー体験入門-楽しみと創造の心理学-』世界思想社)。
- ・ 内山須美子 (2015) 「大学生のダンス参加・継続意識を規定する要因-『現代的なリズムのダンス』を対象として-」 白鷗大学教育学部論集 (1)、201-226。
- ・ 山上尚彦 (2021) 「オタク研究の方法論と留意点」『江戸川大学紀要』第 31 号、219-225。
- ・ 原田曜平 (2015) 『新・オタク経済 3 兆円市場の地殻変動』朝日新聞出版。
- ・ 岡田斗司夫 (1996) 『オタク学入門』太田出版。
- ・ 浅川希洋志、Csikszentmihalyi, M. (2009) 「効果的 e-Learning のためのフロー理論の応用」『JELA』9 巻、p4-9。
- ・ 中川和亮 (2012a) 「ライブ・エンタテインメントとフロー理論の関係」『関西学院大学社会学部紀要』114 号、p267-274。
- ・ 中川和亮 (2012b) 「ライブ・エンタテインメントの可能性：媒体としての考察」『広告科学/日本広告学会編』55・56 巻、p38-49。

〈参考サイト〉

・PRTIMES「タイムパフォーマンス（タイパ）を意識する学生が半数を超える」2022年12月8日閲覧。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000946.000013485.html#:~:text=%E4%BB%A4%E5%92%8C%E3%81%AE%E6%96%B0%E8%AA%9E%E3%81%A8%E3%81%97%E3%81%A6,%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%A8%E8%A8%80%E3%82%8F%E3%82%8C%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82>

・SHIBUYA109lab「Z世代の映像コンテンツの楽しみ方に関する意識調査」2022年12月8日閲覧。

<https://shibuya109lab.jp/article/220818.html>

・香川県「香川県ネット・ゲーム依存症対策条例」2022年12月23日閲覧。

https://www.pref.kagawa.lg.jp/documents/1150/wvl90x200716114340_f01_1.pdf

・総務省「令和2年 情報通信白書」2022年12月23日閲覧。

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd123240.html>

・株式会社野村総合研究所「ライブ・イベントのオンライン化加速：約半数を占める金銭的支援意向者の期待に応えるオンラインサービスの早期拡大が有望～新型コロナウイルス感染拡大による消費者の行動変容がICTメディア・サービス産業に及ぼすインパクトと対応策（4）ライブ・イベント～」2022年12月22日閲覧。

<https://www.nri.com/jp/keyword/proposal/20200519/04>

・株式会社矢野経済研究所「『オタク』に関する消費者アンケート調査を実施（2022年）」2022年12月23日閲覧。

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3100

・PRTIMES「コロナ禍をきっかけに約9割がライブ配信を視聴するようになったと回答 株主発表会、音楽ライブ、商品発表など、幅広いジャンルで視聴される傾向」2022年12月23日閲覧。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000201.000016642.html>