

注釈:

- [1] Aoyagi, Hiroshi. 2005. *Islands of Eight Million Smiles: Idol Performance and Symbolic Production in Contemporary Japan*. Cambridge, MA: Harvard University Asia Center.
- [2] 霜田明寛『ジャニーズは努力が9割』新潮新書, 2019年。
- [3] Yano, Christine R. 2004. “Letters from the Heart: Negotiating Fan-Star Relationships in Japanese Popular Music,” in *Fanning the Flames: Fans and Consumer Culture in Contemporary Japan*, ed. William W. Kelly (New York: State University of New York Press, 54.
- [4] Galbraith, Patrick W. 2016. “The labor of love: On the convergence of fan and corporate interests in contemporary idol culture in Japan. ” *Media Convergence in Japan*. Tokyo: Kinema Club: 232-264.
- [5] 「新型コロナウイルスによるライブ・エンタテインメント業界への影響を首相官邸での集中ヒアリングにおいて報告しました」 2020年3月27日 (https://corporate.pia.jp/news/detail_covid-19_damage200323.html)
- [6] デイリースポーツ「嵐の国立 鬼滅超え！1日で経済効果300億円『アラフェス2020』配信」11/4(水) 9:21 (<https://www.daily.co.jp/gossip/2020/11/04/0013837750.shtml>)
- [7] 音楽ナタリー「関ジャニ∞、WESTら関西ジャニーズ勢が大阪に集結！約1カ月の生配信ライブ『大好きなこの街から』」2020年6月27日 4:00 (<https://natalie.mu/music/news/385151>)
- [8] 共同通信「『大阪から元気を』村上さんら吉村知事表敬」2020年7月20日 (<https://www.47news.jp/5037704.html>)
- [9] 「でじわ」プロジェクト (https://online.johnnys-net.jp/s/jno/page/summer_paradise2020_dejiwa?ima=0000&link=ROB0004)
- [10] MICHE, PATRICK ST. “Ensuring live music survives the pandemic”, the Japan TIMES, 2020, Apr. 3. (<https://www.japantimes.co.jp/culture/2020/04/03/music/live-music-corona/>)
- [11] 김호영, 윤태진, 2012 「한국 대중문화의 아이돌(idol) 시스템 작동방식: 아이돌문화 생산·소비의 이중적 구조에 대한 탐색적 연구」 『방송과 커뮤니케이션』 제13권 4호: 5-32.
- [12] シン・ヒョンジュン 「韓流ポップの現状」 井上貴子 『アジアのポピュラー音楽—グローバルとローカルの相克』 勁草書房, 2010年。
- [13] 君塚太 『日韓音楽ビジネス比較—K-POPとJ-POP本当の違い』 アスペクト, 2012年。
- [14] 김수아, 2011 「남성 아이돌 스타의 남성성 재현과 성인 여성 팬덤의 소비 방식 구성: 샤이니와 2PM을 중심으로」 『미디어, 젠더 & 문화』 19호: 5-38.