

韓国アイドルの外国に向けた戦略

23c1168 コミュニケーション学部メディア社会学科 2年 小田倫斗

1. 研究背景

私がKPOPのアイドルを推している中で疑問に思ったことを調査したいと思い、論文にすることにした。韓国のアイドルは、自国のファンに売り込むだけでなく、日本やアメリカ、ヨーロッパ諸国など世界中のあらゆる地域でコンサートを開いたり、日本語中心の曲やすべてが英語の歌詞の曲があったり、自国の言語にとらわれることなく活動している。いったいどのような戦略をとり、現在のような活躍を成しているのか私は疑問に思った。そこで、韓国アイドルと日本のアイドルはどのような違いがあるのか、また日本と韓国の違いは何なのかを比較した結果から、韓国がどのような戦略を外国に向けてしているのかを調査し、考察していく。

2. アイドルの定義

そもそもアイドルとは何をもってしてアイドルなのかという疑問がある。「Idol」という言葉には偶像、崇拜物といった意味がある。ここから、誰かに作られたもの、上位的な存在、憧れの対象などのイメージが連想される。また、アイドルと想像すると歌って踊っているという画が思い浮かぶ。アイドルは一種のアーティストだ。だから。崇拜されるほど人気があるアーティストというのがアイドルの定義だとこの論文です。

しかし、どのような状態であれば、崇拜されているのかという疑問が残る。崇拜とは、イエス・キリストやアッラー、釈迦など神、もしくは神に近い我々人類の上位的存在に使われる言葉ではないだろうか。(ここでは、三位一体説や神はアッラーのみと言った宗教的な観点を無視している。)キリスト教では、日曜日に教会へ行き両手を組み、目を閉じて祈るという方法で神を崇拜する。イスラム教では、決まった時間に聖地に向かってモスクというドームで座礼をするという祈り方をしている。これはアイドル文化に通ずるものがある。例えば、教会やモスクをコンサート会場とする。そうするとお祈りは応援という形で表現できる。ここでいう応援は掛け声やペンライトを振るといった行為などである。お祈りにもさまざまな方法があり、仏教でいうならばお経がその例である。つまり、アイドルたちはファンという信者にお祈りを受けているようなものだ。違う点は、神は偶像にすることができないという点である。キリスト教やイスラム教では神を偶像化することはできない。アイドルは人間であるからこそ偶像としてコンサート会場で応援という形で崇拜されていると言うことができる。

3. 研究対象のアイドルの設定

日本と韓国のアイドル、比較するにあたり各国を代表するアイドルを決める。条件は以下のようにする。

●韓国

- ① 女性アイドルグループである。
- ② 日本のコンサート会場、特に東京ドームで公演したことがある。
- ③ 複数人で活動している、グループである。
- ④ 7年以上10年以下ほどの活動している。

●各条件を設定した理由

女性アイドルグループであることを条件としたのは、女性アイドルグループは男性アイドルグループとは違い、兵役制度でグループ活動が途絶えることが無いからである。また私の関心が女性アイドルであることも理由の一つである。

東京ドームを条件にした理由として、日本の首都にありもっともポピュラーでコンサート会場として国内外から一つの目標とされているのが東京ドームであるからだ。その根拠として東京ドームの収容人数は最大55000人と規模が国内でもトップクラスであることが挙げられる。(参考1) また、海外のアーティストが今年、東京ドームで複数組公演していることもその根拠である。(参考2)

複数人である理由は、アイドルはグループであることが多いからである。ソロアーティストとしてのアイドルも存在するがグループになっているアイドルの方が大きな成果を出していることが多い。①の条件から調べると確かにアイドルグループが多いことが分かった。(参考2)

7年以上10年以下の活動していることを条件としたのは、まず韓国のアイドルは大手であれば契約期間が7年間であることが理由に挙げられる。例えば、韓国の人気女性アイドルグループのTWICEは2022年に7年間の専属契約を満了する前に、同年7月12日に再契約が発表された。この契約年数7年は他のアイドルグループにも見られる。次に例に挙げるのがfromis_9というグループである。fromis_9は今年に所属会社PLEDISエンターテインメントと契約終了することがわかっている。こちらのグループも約7年の契約期間であった。なぜ、前者は再契約し、後者は契約終了してしまったのか。それは単純に人気があるかそうでないかの違いである。契約終了するか、再契約をするのか、アイドルグループのファンにとって7年という数字は大事な数字なのである。このいわゆる「魔の

7年」が基準になることで、グループとして安定した収入を得ていて、一定の人気を維持していることの証明になる。(参考3, 4)しかし、7年以上となると範囲が広がってしまい、引退や解散したアイドルが含まれてしまうため、直近で10年以内にデビューしたアイドルグループに焦点を当てていく。

●日本

- ①女性アイドルグループである。
- ②日本のコンサート会場、特に東京ドームで公演したことがある。
- ③複数人で活動している、グループである。
- ④グループが5年以上、活動が続いている。

●各条件を設定した理由

- ①、②、③に関しては韓国アイドルと条件を設定した理由が一緒である。

グループの活動期間を韓国の物と若干変えているのは理由がある。一つは、日本のアイドルは韓国とは違い契約期間が異なるという理由である。まず日本では、契約期間が原則として3年以内とされている。先ほど韓国でのアイドルの契約年数が7年であることを出したが2倍以上も差がある。また、労働基準法137条により1年以上働けば、自由に退職ができると言う。(参考5)これはつまり、アイドルの平均寿命が1～3年であるともいえる。韓国での言葉を借りるなら「魔の1年」もしくは「魔の3年」と表現できるかもしれない。

2つ目の理由として、日本の女性アイドルの平均活動期間が7年より短いことが挙げられる。実際にある調査によると日本の女性アイドルは、アイドルグループに所属しているメンバーの平均活動期間が5年7か月であることがわかった。これは、メジャーデビューをしているあるいはオリコン週刊シングルチャートでトップ10入りの経験があるグループから108人を対象に2019年に行われた調査をもとに出された結果である。(参考6)この結果から考えると、人気なグループであればグループとしてこれ以上長い期間活動できているはずである。特にAKB48や乃木坂46など比較的大人数で活動しているアイドルグループにおいては、個人が卒業、脱退という形をとったとしてもグループ自体の人気は落ちるとは限らない。なぜなら、大人数のグループはメンバーに流動性があり、人気なメンバーがいなくなっても、また新たに人気になる可能性があるメンバーを募集し、探すことができる。また、1番人気なメンバーがいなくなったとしても、2, 3番目のメンバーが繰り上げで1番人気のメンバーとして扱われることもある。ここが韓国のアイド

ルグループとの違いだと考える。例えば、AKB48 でかつて人気メンバーであった前田敦子さんが2012年にグループを抜けることになってもその人気は衰えることはなかった。人気である証明として、AKB48 の選抜総選挙では、1位二回、2位一回という成績を残し、AKB48 を象徴するグループのセンターとして活動していたそうだ。その他、ソロ活動でドラマの主演を張るなど活発に活動していたようだ。(参考7)しかし、このような人気メンバーが抜けていても人気を保っていたみたいである。前田敦子さんが抜けた後に出た楽曲である「恋するフォーチュンクッキー」は2013年にYouTubeに公開され、今現在2.5億再生されている。(参考8)また、CD売り上げも初週で133万枚を売り上げるなど当時いかに人気であったかがわかる。ちなみにこの時センターを務めていたのは、指原莉乃さんであった。(参考9)

●アイドルグループ

以上の設定から各国を代表するアイドルグループを選んだ。まずは韓国のアイドルグループである。

- ・ TWICE
- ・ BLACK PINK

次に日本のアイドルである。

- ・ AKB48
- ・ 乃木坂46
- ・ 日向坂46
- ・ 櫻坂46

この6グループの中から、ランダムに選考し比較していく。

4. 各国の比較

●曲の長さの違い

今回は TWICE と日向坂46の曲の長さについて調べていく。2020年から2023年までに出了る2グループの楽曲の分数の平均を見ていく。

日向坂 4 6	楽曲名	曲の長さ (分)
2020年	日向坂	4:00
	ソナコトナイヨ	4:46
	アザトカワイイ	3:58
	青春の馬	5:06
	この夏をジャムにしよう	4:22
2021年	君しか勝たん	4:37
	ってか	3:58
	声の足跡	4:47
	何度でも何度でも	4:15
	嘆きの Delete	3:38
2022年	僕なんか	4:29
	月と星が躍る Midnight	4:36
	飛行機雲ができる理由	4:30
	HEY!OHISAWA!	4:33
	もうこんなに好きになれない	4:13
2023年	One choice	4:44
	Am I ready?	4:16
	君は0から1になれ	5:00
	恋は逃げ足が早い	4:04
	見たことない魔物	4:12
	平均時間 (分)	4:24

TWICE	楽曲名	曲の長さ
2020年	MORE&MORE	3:19
	I CAN'T STOP ME	3:25
	Fanfare	3:40
	BETTER	3:43
	HELL IN HEAVEN	2:59
2021年	Kura Kura	3:47
	Alcohol-Free	3:02

	Perfect World	3:02
	SCIENTIST	3:14
	The Feels	3:18
2022年	Celebrate	3:08
	Talk that Talk	2:57
	Voices of Delight	3:04
	Queen of Hearts	3:06
	TICK TOCK	3:03
2023年	MOONLIGHT SUNRSE	3:00
	SET ME FREE	3:01
	HARE HARE	3:23
	Catch a Wave	3:33
	GOT THE THRILLS	2:53
	平均時間 (分)	3:13

(参考10、11)

独自で調べたところ、このような結果が出た。平均せずとも TWICE の楽曲の方が短く、その差は1分もの差がある。この差はどのようにして生まれたのか。

まず、2グループの曲のテンポがどのように違うのかを調べる。それぞれ一番平均時間に近いものを選ぶと、「この夏をジャムにしよう」と「SCIENTIST」が適切である。

調査したところ、「この夏をジャムにしよう」のBPMは143BPMであり、一方で「SCIENTIST」は前者に比べてBPMが低く113BPMであった。単純に曲のテンポが速いからと言って曲が早く終わるといえることはないことがわかる。そのため、曲のテンポ以外にそれぞれの曲の違いがあると考えた。

実際に2つの曲を聞いてみたところ、曲を歌っていないところに違いがあることが分かった。まずは曲の導入部分であるイントロの違いである。日向坂46の「この夏をジャムにしよう」では、イントロが約23秒であるのに対して、TWICEの「SCIENTIST」は約5秒と大きな差がある。次は、サビ後の間奏である。日向坂46側は11秒であるのに対して、TWICE側の楽曲はそもそも間奏すらない。また、2番の歌も1番とは全く異なったメロディーで歌われている。最後に、アウトロであるが日向坂46は23秒なのに対して、TWICEは13秒ほどと今までに比べると大きな差ではないが、これらを合計すると、約40秒にもなる。

このようにKPOPの曲全てがイントロも間奏も短くなってしまっているのだろうか。どういった戦略によるものなのかを考える。

もっとも考えられる理由は、ショート動画によった「バズり」を狙っていることが挙げ

られる。そのため、KPOP と TikTok の関連性について調べた。

TikTok で再生されている回数が多い順位の中で上位にランキングしている楽曲は週間で数億回再生されるという。TikTok で流行ると、YouTube shorts や Instagram のリール動画などの他のソーシャルメディアのショート動画コンテンツにも波及していく。そのため、短いフレーズや曲で多くの人から関心を得る必要がある。また、曲全体を短くすることで、歌やダンスなどのパフォーマンスを高い水準ですることができるようだ。また、曲が短いため、Apple Music や Spotify などの音楽配信サービスにおいて 1 回に聞く時間が短いため、何回も繰り返し聞きやすいという意見もある。(参考 1 2, 1 3)

日向坂 4 6 の TikTok アカウントを見ていると、あまりそれらしい宣伝活動が見られなかった。理由としては、大人数でとることをまず想定としていないので、曲の宣伝を上手くやれない可能性がある。日向坂などのいわゆる坂道系グループは多い時で 20 人ほどが歌う曲もあるため、難しいのかもしれない。一方、TWICE は 2024 年 12 月現在新曲を出しているため、積極的に宣伝活動をしている。多くのアイドルやアーティストと動画を撮っていることがわかった。このような SNS の積極的な活動により、自分たちのイメージも作り上げることができ、なおかつ曲を上手くいけば一週間で数億回聞かれることになる。これが、韓国アイドルが取った戦略の一つだと考える。

●コンサート会場の比較

日本の代表的なコンサート会場と言えば、東京ドームである。東京ドームは厳密に言えば、コンサート会場ではなく、東京読売ジャイアンツという野球球団のホーム球場である。しかし、野球場として使われない 11 月からのオフシーズンからはしばしばコンサート会場としての役割を担っている。プロ野球のシーズン中も貸し出されていることもある。屋内球場のメリットである空調設備や音の反響を活かし、夏であっても快適にライブを楽しむことができる。また、収容人数が最大 5 万 5 千人であるのも魅力の一つである。(参考 1) 韓国にはこの規模のコンサート会場が存在するのだろうか。

日本と韓国それぞれのコンサート会場を比較していく。ここでは、屋内スタジアムを対象に見ていく。

以下がグラフである。

日本		
順位	建物名（地名）	収容人数
1	東京ドーム（東京）	55000
2	札幌ドーム（北海道）	53845
3	福岡ドーム（福岡）	52500
4	ナゴヤドーム（名古屋）	50667
5	大阪ドーム（大阪）	45000
韓国		
順位	建物名（地名）	収容人数
1	高尺スカイドーム（ソウル）	22000
2	KINTEX（京畿道）	16000
3	KSPO DOME（ソウル）	15000
4	仁川インスパイアアリーナ（仁川）	15000
5	蚕室室内体育館（ソウル）	11069

（参考14、15）

このように室内のコンサート会場においては2倍以上の収容人数の差がある。オリンピック主競技場やソウルワールドカップ競技場など屋外のスタジアムにおいては、日本と変わらないほどの規模ではあるのだが、屋外スタジアムだと屋内スタジアムの2倍の出力が必要になるようだ。また、屋外であるため空調設備なども無くスタジアムのフィールドには屋根が無いため、雨の対策をしなければならない。そのため、コンサートは屋内のほうが好まれる印象がある。（参考16）

コンサート会場のキャパ数がこれほどまで違うため、大規模な授賞式を日本のドームで行うことがある。例えば、先月行われたMAMA AWARDという授賞式は大阪の京セラドーム（大阪ドーム）で行われた。日本のように大きなドーム型球場を作れない理由があるのだろうか？

一つは人口の問題であるようだ。韓国の総人口は約5000万人と日本の人口の半分以下である。また出生率も年々低下傾向にあり、若者の数が減っている。韓国でも、アイドルの動員数が最も多いようだが、若年層の低下もあり、集客が日本よりもできないという弱点がある。また、観客の動員を見込めるのがアイドルだけであるため、採算が取れないという意見もあるようだ。（参考17）また、人口の問題だけでなくソウルに一極集中して

いるため、北海道、福岡、名古屋、大阪といった都市で大規模な施設がある日本のように集客するのは難しいと言う。ソウルは地理的に韓国の北に位置し、加えて北朝鮮との軍事境界線に近いほど韓国内の端っこに位置しているため、第二の都市である釜山の住民にとってアクセスが悪いと言える。

現在、韓国では大規模なアリーナの建設予定が複数あるようだ。例えば、京畿道という都市ではCJライブシティという複合施設の計画が立っている。2万人を収容できる室内公演場と4万人以上収容可能な野外空間があり、6万人以上が同時に鑑賞することができるようだ。規模でいえば、東京ドームよりも大きな会場になる。しかし、屋内に6万人を入れることができないため、屋内公演場としては、東京ドームを上回ることができない。この施設はホテルや商業施設も一体化した計画であるため、その点においては東京ドームシティを思い起こされる計画である。

このようにホテルと商業施設を一体化させる理由で挙げられるのが、インバウンドといわゆる推し活を合わせたビジネスであることである。国内で集客が見込めないのなら海外のファンにチケットを売ることによって韓国を観光しつつ、ライブにも来てもらうといった戦略である。CJライブシティと同じように仁川インスパイアアリーナの周辺はリゾート施設として計画が進んでおり、外国人専用カジノやショッピングモールなどの施設もあるようだ。CDを輸出することや海外でコンサートをすることで外貨を取り入れるのではなく、国内でも外国人向けのビジネスをするという戦略が目に見える。

5. 考察とまとめ

今回は、曲の短さと会場規模の違いから韓国アイドルがとっている戦略を調査し、自分なりの考察も踏まえて論じた。曲のながさの違いを知ったとき、1分もの差があったことに正直驚いてしまった。なぜこのように日本の曲は長くてもいいのかを考えたときに、コンサート会場の例から日本を見ると、日本は世界的に見ても大きな国であることが改めて理解できた。人口に2倍以上の差があるのだから、市場規模も全く大きさが異なるのも納得ができる。韓国で1万人から2万人集めることができるアーティストがいて、日本でも人気を獲得することができればその2倍の集客を見込める可能性がある。

また、日本はドーム球場やコンサート会場が地方に散らばっていて収容人数も多いため、相対的に見て人気が平均的なアーティストであっても、東京ドームなどの大きな会場ではなく地方の屋内スポーツスタジアムなどで、韓国で公演するより多いファンが集まる。また私は、韓国のアイドルを運営する会社は日本のアイドルビジネスを参考に行っているのだと考えた。ライブシティの構想を考えたのは日本での公演の際学んだ結果を活かしているように思われる。男性アイドルになってしまうが、BIG BANGや東方神起などのアーティストが過去に東京ドームで公演しているため、日本が海外アーティストのファンに向けたビジネスをその時に学び、現在の人気と合わせた戦略であると考えられる。

私が、調査した視点以外にも外国に向けた戦略は多くあると思われる。機会があったら、また別の視点で調査したい。特に CD 販売の仕方や、グッズ販売などファン向けの戦略について詳しく調べたいため、これからも様々なグッズを買う予定である。また、言語や曲調からも KPOP が外国から受け入れられるような音楽である理由を調査、考察を検討している。さらに、今回は女性アイドルのみであったが、男性アイドルについても調べ、両性のアイドルにどのようなファンが集まりやすいのか、何を求めているのかについても研究したい。

6. 参考文献

参考 1

東京ドームシティ「東京ドームとは」(<https://www.tokyo-dome.co.jp/dome/about/>)

参考 2

東京ドームシティ「東京ドーム公演アーティスト一覧」(<https://www.tokyo-dome.co.jp/dome/event/artist/>)

参考 3

KBS World「TWICE、“魔の7年”を乗り越え JYP と再契約…「信頼によって未来を確信」」(<https://www.kbsworld.ne.jp/entertainment/view?blcSn=61498&rowNum=1>)

参考 4

ナタリー「fromis_9、メンバー全員が専属契約終了 HYBE 傘下レーベル PLEDIS を退所」(<https://natalie.mu/music/news/601597>)

参考 5

弁護士ブログ「タレントと芸能事務所の契約関係に適用される法規制について」(<https://www.tmllo.jp/weblog/2023/10/19/tm8/#:~:text=%E4%B8%8A%E8%A8%98%E3%81%AE%E9%80%9A%E3%82%8A%E3%80%81%E3%82%BF%E3%83%AC%E3%83%B3%E3%83%88%E3%81%A8,%E3%81%AE%E3%81%8C%E5%8E%9F%E5%89%87%E3%81%A7%E3%81%82%E3%82%8B%E3%80%82>)

参考 6

日本経済新聞「女子アイドルのグループ卒業 21 歳が決断の分かれ目」(<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO57987700T10C20A4000000/>)

参考 7

時事ドットコム「OG】前田敦子（まえだ・あつこ） - AKB48 メンバーファイル」(https://www.jiji.com/jc/v2?id=akb48_profile_28)

参考 8

YouTube「【MV full】恋するフォーチュンクッキー / AKB48[公式]」

(<https://www.youtube.com/watch?v=dFf4AgBNR1E>)

参考 9

ORICON 「【オリコン】指原初センター曲 初動 133 万枚 AKB48 が 13 作連続ミリオン達成」 (<https://www.oricon.co.jp/news/2028001/full/>)

参考 1 0

レコチョク 「日向坂 46 の楽曲一覧」 (<https://recochoku.jp/artist/2001131853/>)

参考 1 1

レコチョク 「TWICE の楽曲一覧」

(<https://recochoku.jp/artist/2000730469/album?sort=salesDate>)

参考 1 2

Billboard JAPAN 「TikTok が音楽業界に与える影響ー ビルボードジャパン・チャートのケーススタディー」 (<https://www.billboard-japan.com/special/detail/3791>)

参考 1 3

KBS World 「「3 分も長い」…短くなっていく K-POP の楽曲の長さ」

(<https://kbsworld.ne.jp/entertainment/view?blcSn=64556&rowNum=2>)

参考 1 4 屋外イベントの音響が屋内と異なる点は？必要な対策も紹介

フェスギーク 「【日本】ドームのキャパランキング！最も大きい会場はどこ？」

(<https://fesgeek.com/dome-capacity-ranking/>)

参考 1 5

Ray Web 「【ソウルコン】K-POP アイドルのコンサート会場のキャパまとめ！」

(<https://ray-web.jp/507464>)

参考 1 6

レンタルビジョン 「屋外イベントの音響が屋内と異なる点は？必要な対策も紹介」

(<https://www.rental->

[vision.com/blog/archives/1177#:~:text=%E5%B1%8B%E5%86%85%E3%81%A7%E3%81%AF%E5%A3%81%E3%82%84%E5%BA%8A,%E9%9F%B3%E3%81%8C%E5%B1%8A%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%9B%E3%82%93%E3%80%82](https://www.rental-vision.com/blog/archives/1177#:~:text=%E5%B1%8B%E5%86%85%E3%81%A7%E3%81%AF%E5%A3%81%E3%82%84%E5%BA%8A,%E9%9F%B3%E3%81%8C%E5%B1%8A%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%9B%E3%82%93%E3%80%82)

[1%AF%E5%A3%81%E3%82%84%E5%BA%8A,%E9%9F%B3%E3%81%8C%E5%B1%8A%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%9B%E3%82%93%E3%80%82](https://www.rental-vision.com/blog/archives/1177#:~:text=%E5%B1%8B%E5%86%85%E3%81%A7%E3%81%AF%E5%A3%81%E3%82%84%E5%BA%8A,%E9%9F%B3%E3%81%8C%E5%B1%8A%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%9B%E3%82%93%E3%80%82))

参考 1 7

Real Sound 「世界的な K-POP 人気の背景で指摘される韓国の大規模会場不足 “K-POP 観光”を見込んだ新施設建設も進む」 (<https://realsound.jp/2023/10/post-1452085.html>)