

日韓アイドル産業におけるオーディション番組の制作本数の比較研究

1240542 山本日菜子

指導教員 金東勲

研究背景

近年、韓国のオーディション番組がブームとなり、世界的な注目を集めている。これに対し、日本ではオーディション番組の制作本数が少ない。その背景には音楽産業やアイドル業界の環境・戦略の違いが考えられる。

研究目的

本研究の目的は、韓国と日本におけるオーディション番組の制作本数の差異について解明する。オーディション番組を分析して日本と韓国で比較することで、それぞれの国でオーディション番組が担っている不確実性を対処・吸収する戦略を明らかにすることができる。

研究方法

本研究では、事例を用いて日本と韓国それぞれのアイドル業界の差を分析し、先行研究や理論を参考にしながら、韓国と日本のアイドル業界の不確実性を対処・吸収する戦略を比較する。

分析結果

【アイドル競争率】【アイドル事務所競争率】【テレビ視聴環境】が影響して、不確実性を下げる戦略として韓国がオーディション番組を利用していることが分かった。

考察・結論

韓国でのオーディション番組の制作本数が多い一因は、アイドルの競争が激しいことである。認知を得るためサバイバルオーディション番組が有効であるとされている。また、アイドル事務所の競争率も高い。新人アイドル獲得のために、中小アイドル事務所は、マスメディアに依存せざるを得ない。そのため、オーディション番組というメディアコンテンツを利用して、将来得られる支持の確実性を増大させている。

比較的に日本ではアイドル・事務所ともに競争率が低く、数少ない事務所の力が大きいため、オーディション番組を制作することは競合を増やし、不確実性を上げる可能性があるため制作しない。さらに、日本のテレビ視聴環境が地上波主体であり、視聴者層を限定できないことも影響している可能性がある。

アイドル産業の不確実性への戦略や文化的背景がオーディション番組の制作に影響を与えることが示された。ただし、本研究の限界として、時間とともに戦略も変化するため、研究の対象時期によって異なる可能性があることや他の要因も考慮する必要があることが挙げられる。