

K-POP がなぜ世界で成功するようになったのかに関する研究

小西 アレシヤンドレ雄也

指導教員 金 東勲

研究背景

近年、K-POP は YouTube や SNS の普及を背景に世界的な文化現象となっている。「見えるラジオ」に始まる日常の可視化とファンとの親密性は、現在の SNS を基盤としたファン文化へと継承され、SNS 戦略や継続的なコンテンツ発信が人気の要因とされている。一方で、個別アーティストの具体的な SNS 活用に関する分析は十分ではないため、本研究では Aespa を事例に、SNS を通じた K-POP の国際的拡散の仕組みを明らかにする。

研究目的

本研究の目的は、K-POP アーティストが YouTube や TikTok などの SNS をどのように活用し、世界的な人気を獲得しているのかを明らかにすることである。

研究方法

本研究では、Aespa を分析対象とした事例研究を行う。そのために Chartmetric という分析ツールアプリを用いて、2020 年から 2024 年までの主要楽曲に関する YouTube・TikTok の再生数推移および各 SNS のフォロワー数の変化を分析した。加えて、楽曲発売前の YouTube や TikTok の投稿数やプロモーション内容を調査し、SNS 戦略と楽曲人気の関連性を分析した。

分析結果

分析結果では、Aespa は YouTube と TikTok の特性を使い分けることで、楽曲の話題性と再生数を効果的に維持していることが明らかになった。TikTok ではダンスチャレンジなどの短尺動画を多く投稿し、既存曲や発売間隔が空いた期間でも話題を継続させている。一方、YouTube ではミュージックビデオやパフォーマンス映像を中心に新曲の発売前に集中的なプロモーションを行い、高い再生数を獲得している。

また、投稿数を重視する戦略と高い再生数を狙う戦略の違いはあるものの、いずれの場合も SNS プロモーションが新曲の再生数に大きく寄与していることが示唆された。

考察・結論

本研究では、Aespa の事例分析を通して、K-POP の世界進出における SNS 活用の重要性を明らかにした。分析の結果、TikTok による新規ファン獲得と YouTube の長尺コンテンツによるファン維持という役割分担が効果的に機能していることが確認された。加えて、プロモーションでは、高いインパクトを与える戦略と量を重視して拡散する戦略を使い分けることで、安定的かつ爆発的な再生数獲得を可能にしていることが示された。これらの結果から、SNS は K-POP が国際市場への進出において重要な要因であると言える。一方で、今後は K-POP アーティストの事例数を増やし、さらなる研究が求められる。