

# なぜK-POPは成功したのか ープロモーション方法から考察する成功要因ー

中川ゼミ 担当教員：中川涼司

## 研究背景

- ・ K-POPの爆発的なヒットには、単に音楽的に優れているというだけではないような人気がある
- ・ その裏側にはその他の音楽とどのような違いがあるのか

## 研究意義

- ・ 国内展開だけでなく、海外展開にも長けたK-POPの市場的戦略に対する理解を深める
- ・ K-POPのメソッドが人気獲得に効果的であるのかを国外の事例から考える

## 分析方法

K-POPのメソッドを取り入れた日本グループを分析しつつ、何が人気獲得に効果的であるか、人気の裏側を考察する

K-POP

日本グループ

成功方法

## 具体例①

### 日本のグループ

**JO1** 日韓合同会社LAPONEエンタテインメント所属  
韓国発オーディション番組「Produce 101」出身

様々な媒体からの  
無料コンテンツ

各媒体の利用者層の違いに着目  
新規のファン獲得のために使い分け

SNS重視の  
プロモーション

ファンもSNSで反応・拡散  
積極的にSNSで情報を発信

SNSでの影響力拡大

活動の幅が広がる  
(例) 企業とのコラボ・アンバサダー就任

## NiziU

TWICEなどを輩出したJYP Entertainment所属  
JYPとSony Musicのオーディション「Nizi Project」出身

「Nizi Project」―― Hulu（有料動画配信サービス）にて配信

オーディション中にYouTubeでの公開を開始

全世界で無料で視聴可能

関心あまりなかった  
一般層の取り込み

課題曲「Make you happy」が国内音楽配信サイトで64冠達成  
韓国や台湾、シンガポールなどアジア各地のJ-POPチャートで1位を獲得

## 具体例②

### K-POPの著作権に対する考え方

著作物の保護

どっち  
なんだい

全世界への  
配信

ファンによる字幕作成  
→著作権の保護に関する法律的  
にはアウト

公式によるファンサブの容認  
→公式外での字幕の採用  
世界中への拡散  
「言語の壁」を取り払う

世界的人気  
を支える

ファンサブ  
OK

ファンによる字  
幕作成

## 分析結果・結論

- ・ SNSを利用してプロモーションを行い、ファンもSNS上で自ら情報を積極的に拡散・発信することで、情報が広まり、新規のファン獲得・人気上昇につながっている
- ・ コンテンツの視聴に関する制限を取り払い、オープンな視聴環境を整えたことで、新しいファンを取り込むことができ、更なる人気を得ることができた。

## 参考文献

田中絵里奈 (2021) 『K-POPはなぜ世界を熱くするのか』朝日出版社  
東洋経済オンライン「日本でファンによる「応援広告」が急増したワケ」<https://toyokeizai.net/articles/-/318995> (最終閲覧日：2022年10月30日)  
東洋経済オンライン「「PRODUCE 101」がコロナ禍でも熱量を保つ秘密」<https://toyokeizai.net/articles/-/433614> (最終閲覧日：2022年10月30日)  
ORICON MUSIC「Nizi Project 発「NiziU」国内音楽配信サイト64冠 初MVは異例の3日で2000万回突破」<https://www.oricon.co.jp/news/2166065/full/> (最終閲覧日：2022年10月30日)  
PRESIDENT Online「なぜK-POPは世界的ヒットを連発できるのか：韓流アイドルが熱狂を生む5つの理由」<https://president.jp/articles/-/47535?page=1> (最終閲覧日：2022年10月30日)  
Real Sound「JO1、なぜ多くの商品コラボに起用？：影響力、幅広い層への広がり、好感度の観点から考察」<https://realsound.jp/2020/10/post-645202.html> (最終閲覧日：2022年10月30日)