

2020 年度 優秀論文（メディアコミュニケーション学部マス・コミュニケーション学科）

菅原栞那さん

「K-POP の日本プロモーション戦略 ～ 韓流ブームの歴史と韓国 3 大芸能事務所に対する考察を通して ～」

1731068 菅原栞那（江間ゼミ）

K-POP アイドルは、ドラマや映画などを含めた韓流ブームを契機に、現在も日本を含む世界で高い人気を維持している。本稿では、韓流ブームが日本に与えた影響や韓国 3 大芸能事務所のプロモーション戦略の研究を通して、K-POP アイドルが海外で活躍し続ける要因を考察した。

その結果、K-POP アイドルが世界で活躍できる理由は、インターネット社会を背景に、韓国芸能事務所が、常に海外進出を視野に入れ、進出国で対応できる多面的な能力を高め、日本版ミュージックビデオの制作や、ダンスやメロディーなどの楽曲の工夫など、卓越したプロモーション戦略を取っていることが分かった。

日本では現在も、K-POP アイドルやドラマ、映画などの韓国大衆文化の人気が高いが、K-POP アイドルがここまで日本で愛され、日本で成功できる要因は、韓流ブームを背景に、緻密に計画された韓国独自の海外進出戦略やプロモーション戦略そのものと言える。

○要旨

韓流ブームを代表する K-POP アイドルが、なぜ日本で愛され成功を収めているのか、その要因を韓国芸能事務所が推し進めているプロモーション戦略の観点から考察した。K-POP アイドルは、常に海外戦略を視野に入れ、歌詞やメロディーなどの楽曲を巧みに計算するだけでなく、アイドル自身が、進出国の言語や文化習慣などを熟知するなど、多面的な対応能力を有していることが成功の大きな要因であることが明らかとなった。（199 字）

○評価ポイント

単に専門書を通読したに留まらず、研究者の学術論文にまで文献調査の範囲を広げ、膨大な情報に目を通した上で緻密な分析を行った点は高く評価できる。論文構成のルールを忠実に守り情報を体系化したことで仮説に対する検証結果も明確となっている。J-POP のプロモーション戦略に対する示唆を含めた点も評価できる。（148 字）