

<研究紹介>

K-POP という現象は何を変えたのか

—熱狂・ファンダム・グローバル文化の現在—

What Has the Phenomenon of K-Pop Transformed: Affect, Fandom, and the Contemporary Landscape of Global Culture

山本浄邦*

Joho Yamamoto

空港の到着ロビーに人が集まり始める。そこに K-POP アイドルが現れるとシャッター音と歓声が重なり、その様子を捉えた映像が即座に SNS へと流れ込む。数分後には別言語の字幕が付けられ、数時間後には解説や反応が追加される。そしてその一連の流れ自体が、再び別の場所で新たな関心を引き起こす。

K-POP の広がりや、単なる音楽の流行にとどまるものではない。そこでは、人々の感情の動き方、ファンの関わり方、そして文化が国境を越える仕組みそのものが組み替えられている。本稿では、筆者のこれまでの研究成果および現在進行中の研究をふまえて、この現象を構造的に捉え、その意味を考える。

I. なぜ K-POP はここまで熱狂を生むのか

筆者のこれまでの研究において検討してきたように、K-POP アイドルをめぐる熱狂は、「完成度の高いパフォーマンス」や「緻密なプロデュース」によって説明されることが多い。しかし、その説明は現象の一側面にとどまる。むしろ問われるべきは、なぜその人気が繰り返し立ち上がり、しかも国境を越えて拡張していくのかという点である。

筆者はこれまで、この問いを日本における受容という具体的な文脈に即して検討してきた¹⁻³⁾。その中で明らかになってきたのは、K-POP が単なるコンテンツではなく、制度・メディア・ファンダムが連動する「動的な構造」として成立しているという事実である。ここでは、作品単体の魅力よりも、それを取り巻く環境全体の設計が決定的な意味を持つ。

たとえば、BTS に対する支持の広がりを見れば、その特徴は明確である。楽曲やパフォーマンスは出発点にすぎない。その後が続くのは、ファンによる膨大な再解釈と再流通のプロセスである。ある映像が共有され、それに字幕が付けられ、さらに解説が加えられ、別の文脈で再び拡散される。この過程は一度きりではなく、繰り返し行われる。

特筆すべきは、この循環が単なる拡散ではなく「再帰的な強化過程」という点にある。つまり、ある段階で生まれた関心が、別の段階で再び強化され、その結果がさらに新たな関心を生み出す。この反復によって、熱狂は一時的な盛り上がりではなく、持続的な状態として維持される。

* 桃山学院大学国際教養学部

さらに、このプロセスは感情の動きと密接に結びついている。あるファンが感じた共感や感動は、そのまま他者に伝えられるわけではない。そこには必ず解釈が介在し、別の意味が付与される。その結果として、感情は単純に共有されるのではなく、変形しながら広がっていく。この動態こそが、K-POPにおける「熱狂」の特質である。

また、感情は行動へと転化される。ストリーミング再生の増加、投票行動、SNSでの拡散、さらにはファンによる独自のプロモーション活動。これらは単なる応援ではなく、人気の形成そのものに直接関与する実践である。ここでは、ファンは消費者であると同時に生産者でもある。

加えて、ファンダム内部には明確な分業が存在する。翻訳を担う者、情報を整理する者、拡散を主導する者、さらには分析や考察を行う者など、多様な役割が形成されている。この分業構造によって、ファンダム全体としての機能は高度に組織化される。興味深いのは、この組織化が中央集権的な指示によるものではなく、分散的な協働によって成立している点である。各々のファンは独立して行動しているようにみえるが、その結果は強い方向性を持って収束する。この「分散と統合の同時成立」は、従来のファン文化にはみられなかった特徴である。K-POPの熱狂とは、感情が単純に共有される現象ではない。感情が組織化され、動員される構造である。

さらに、日本におけるK-POPファンダムは、既存のナショナルな言説とは異なる語りの場を形成する。日韓関係をめぐる政治的な議論が緊張を帯びる場面においても、ファンはそれとは異なる価値基準に基づいてK-POPを語り続ける³⁾。このことは、K-POPが単なる娯楽にとどまらず、越境的な文化実践として機能していることを示しているといえるだろう。

ここで重要なのは、この言説空間が固定的なものではないという点である。ファンダム内部には多様な立場や解釈が存在し、それらが相互に影響し合いながら全体としての方向性を形成する。この動態性こそが、K-POPファンダムのもう一つの重要な特徴である。

II. K-POPは何を変えたのか—日本との比較から

ここまでみてきたように、K-POPの熱狂は単なる人気現象ではなく、制度・メディア・ファンダムが連動する構造の中で生成されている。このことをより明確にするためには、日本の音楽文化との比較が有効であろう。

まず注目すべきは、K-POPにおいて「越境」が後付けではなく前提として組み込まれている点である。たとえば、LESSERAFIMやILLITの活動をみると、デビューの段階から複数の市場を同時に視野に入れていることが分かる。楽曲の構成、ビジュアル表現、言語の選択、SNSでの発信戦略に至るまで、すべてが国境を越えた受容を前提として設計されている。

すなわち、「グローバルで成功したから広がった」のではなく、「広がる構造を最初から持っていたから成功した」という点である。すなわち、K-POPは成功の結果としてグローバルになるのではなく、グローバルであることを前提に成功が組み立てられている。

さらに、K-POPにおいては、コンテンツが単体で存在するのではなく、常に複数のレイヤーで展開される。音楽、パフォーマンス、ビジュアル、バラエティ、SNSでの発信などが相互に結びつき、一つの総合的な体験として提示される。この多層性が、ファンの関与の仕方を多様化させ

る。あるファンは音楽を契機とし、別のファンはビジュアルやストーリーに着目し、さらに別のファンはメンバー個々の語りに惹かれる。このように入口が複数存在することで、ファンダムは拡張し続ける。

これに対して、日本の音楽文化は長らく異なる構造を持ってきた。特に 2000 年代以降の日本のアイドル文化は、対面型の消費を中心に発展してきた。CD の購入、握手会への参加、ライブイベントへの動員といった仕組みが重視され、その結果として国内市場に強く依存する構造が形成された。

もちろん、日本の音楽界も変化している。YOASOBI や Ado は、ストリーミングや動画プラットフォームを通じて国境を越えた人気を獲得している。また、FRUITS ZIPPER のように、SNS を起点とした拡散によって急速に支持を広げる事例もあらわれている。

しかし、これらの事例は必ずしも日本の音楽産業全体の構造を変えたとは言いがたい。多くの場合、個別の成功例としてあらわれ、制度的に統合されているわけではない。グローバル展開もまた、戦略的に一貫したものというよりは、結果として生じた現象である場合が多い。

この差は音楽そのものの優劣にのみ還元されるものではなく、文化を「市場」として捉えるか、「構造」として設計するかの違いである。K-POP は制度・メディア・ファンダムが一体となった構造を持つのにに対し、日本の音楽文化は依然としてそれらが分離した形で存在している。この差は、文化の広がり方そのものに影響を与える。

さらに重要なのは、プラットフォームとの関係である。現在の音楽文化において、どのコンテンツが可視化されるかは、アルゴリズムによって大きく左右される。K-POP はこの点を前提として戦略を構築しているのにに対し、日本の音楽産業は必ずしもそうではない。つまり、K-POP はプラットフォーム環境と親和的な形で発展している。

このようにみると、K-POP は単なる一つのジャンルではなく、「文化がどのように設計され、どのように流通するか」という問題に対する一つの応答として理解することができる。

Ⅲ. 越境と再構築—これからの文化をどう捉えるか

K-POP をめぐる熱狂は、感情の循環、ファンダムの参与、そしてプラットフォーム上での可視性の調整が重なり合うことで成立している現象である。

ここで重要なのは、単に「広がる」のではなく、「変形しながら広がる」という点である。K-POP は各地域にそのまま移植されるわけではない。受容される過程で必ず再解釈され、再構築される。日本における K-POP 受容もまた、その典型である。

ファンは作品を受け取るだけでなく、それを自らの文化的文脈の中で読み替える。その結果として、同じコンテンツであっても、異なる意味を持つようになる。このプロセスは一方的ではなく、双方向的である。つまり、受容の側もまた、元の文化に影響を与えうる。

このような動きを捉えるためには、文化を固定的なものとしてではなく、流動的なプロセスとして理解する必要がある。同様のプロセスは他分野の文化でもみられるが、K-POP はその流動性を極めて可視的な形で示している。したがって、K-POP を分析することは、現代において文化

がどのように生成され、どのように流通し、どのように再構築されるのかを理解するための手がかりになるといえるだろう。

最後に

K-POP は何かを流行させたのではない。文化がどのように動くのか、その条件そのものを書き換えたのである。そしてこの変化は、いまなお進行している。

文献

1. 山本浄邦『K-POP 現代史：韓国大衆音楽の誕生から BTS まで』筑摩書房、2023 年
2. 山本浄邦『K-POP 現代史：韓国大衆音楽の誕生から Z 世代まで』（韓国語増補版：K-팝 현대사: 한국대중음악의 탄생에서 Z 세대까지) Marcopolo、2025 年
3. Yamamoto, Joho. “Fandom in Conflict: How Japanese K-pop Fans Countered Anti-Korean Sentiment in the 2010s.” *Kritika Kultura*, no. 49, 2026

[付記] 本稿は JSPS 科研費（課題番号 26K15308）による研究成果の一部である。