

声)。呼びかけが結構ありましたね。Twitterで呼びかけてる人も、もう頑張るしかない！ みたいな。それに乗っちゃいましたね。(C氏 2020/10/29)

つまり、Cは音楽番組での一位獲得のためには、フィジカルCDの売り上げだけではなくストリーミング再生数が重要な指標となること、そのため海外のファンがSNSで呼びかけ合い、「みんなで頑張ってる」スミンをしたという。

現在放映されている音楽番組は、『THE SHOW』(火)、『SHOW CHAMPION』(水)、『M COUNTDOWN』(木)のケーブル放送3番組と、『MUSIC BANK』(金)、『音楽中心(ショー! K-POPの中心)』(土)、『SBS人気歌謡』(日)の地上波3番組、計6番組である。各番組の楽曲ランキングについて、たとえば『THE SHOW』はデジタル音源(GAONチャートのデータを反映し、数値化)(40%)、音盤=フィジカルCD売り上げ(10%)、YouTubeの公式動画の再生数のスコア(20%)、専門家評価(15%)、スターパスというアプリによる事前投票(5%)、生放送投票(10%)という独自の指標を設けて集計している。スミンによってファンが貢献できるのは、「音源=デジタル音源」のスコアの向上である。

このほかMnetで放送されている『M COUNTDOWN』はデジタル音源(45%)、フィジカルCD販売量(15%)、YouTube公式MV(20%)、放送出演回数スコア(10%)、事前投票(10%)、リアルタイム投票(10%)、音源スコアについてはMelon、Bugs、ginieにおける週間チャートの合計を反映している。このように番

組ごとに細かい配分は異なるものの、音楽ストリーミング再生数が「一位を獲得する」ために不可欠であることは共通している。ファンはTwitterを中心とするSNSを使い国内外でこうしたルールや、アイドルの出演スケジュールをシェアしあい、ハングルを英語や日本語に翻訳するプロモーター的なファン(「マスター」と呼ばれるファンがこれを行う場合もある)の存在を媒介としてカムバ期間のスミンを促し合う。

BTSとともにStray KidsのファンであるA氏も、カムバ期間中に四六時中、ginieを使ってスミンをしている一人である。その理由として、「バンタン[BTS]は、スミンしなくても、放っておいても一位取れちゃう」ためにスミンをしないが、「スキズはみんなで回す。自作ドルだから、番組で一位を取らせてあげたい」と語った。自作ドルとは、メンバーが作詞作曲を手がけるアイドルのことで、彼らが作った楽曲だからこそ“一位”にはより価値があるという。

とはいえ、たとえ韓国国外から利用できるアプリの場合であっても、スミンには少なくない手間がかかる。C氏は、ginieでスミンをした経緯をこう振り返る。

韓国のApple IDを作って、ストリーミングをしたんです。ginieのアカウントを作って、一ヶ月間、一生流してました(笑い声)。これルールがあって、その曲だけ連続再生してもカウントされないみたいで、1時間で更新されるみたいなんです。だから「スミンリスト」っていうのを[一部のファンがSNS上で]59分何秒みたいな感じで作っ