

チャートの上位に名を連ねることで注目が集まれば、アーティストにとって大きなプロモーションの替わりになり、副次的に人気や収益が付いてくるという狙いだ。

韓国の音楽配信サービスは、基本的に音源使用料を比例配分で精算しており、再生された音源全体のうち特定の音源が占める割合を計算したうえで創作者サイドに音楽使用料が支払われる。そのため音楽使用料の側面に照らしても、事務所とアーティストだけでなく、“応援しているアイドルにお金を落としたい”ファンにとってもチャートは重要な意味を持つ。実際にこうしたニーズを受けて、韓国の音楽サービス「VIBE」は2020年、業界で初となるユーザーの視聴数に基づく音源使用料システムを策定し、チャート依存型の他社サブスクとの差別化を図った。このPR広告には“私のお金は私が聴く音楽に支払われるといいな”というキャッチコピーが掲げられた。

一方で、組織的不正行為である「買占め」とは異なり、先述のとおりK-POPファンはアイドルの新曲リリース時期になると一斉にストリーミング再生（スミン）を行い、「推し」をチャート上位に食い込ませようと奮闘する。ファンによる善意の献身的振る舞いであれば、ビジネス上、問題はないようにも思えるが、音楽業界はアイドルファンだけのものではない。世間での認知度がかならずしも高くないアイドルの楽曲が突如、音楽チャートトップに躍り出るとは、ファンダム外部にいる多くの人間にとって奇異に映ること

は間違いない。こうして「回し」行為はチャートを攪乱する「スミンチョンゴン（スミン+総攻撃 총공격の意味）」と呼ばれ、しばしば問題視されてきた。

このような音楽チャートを生み出しているのは、韓国国内のドメスティックな音楽ストリーミングサービスである。コリアンクリックによる「ストリーミング音源市場シェアの現状」（2020年2月）によれば、「図1」のとおり「Melon（멜론）」、「genie（지니）」、「Flo（플로）」といったサービスがトップを走る。最大シェア（38.6%）を誇るMelonは、2009年ローンチされて以降、過去には60%以上のシェアを誇ったが、2019年には40%、2020年には38.6%へと、他のサービスにその座を奪われつつある。Melonの登録には韓国国内の電話番号による本人認証が必要であることから、国内のリアルなトレンドを直接的に反映しやすい特徴がある。くわえて、同社が国内最大級の音楽授賞式MMA（Melon Music Awards）を主催していることも、支持を得ている要因だろう。

他方で、Melonは既述のチャート操作疑惑によって企業の社会的信頼が低下した経緯もある。これに対して「買占め/チャート操作」を誘発する原因とみなされるリアルタイムチャート（刻一刻と変化するストリーミング再生数が可視化されるシステム）を2020年に廃止し、利用者につき一日一回再生とカウントされるよう仕様変更するなどして対応してきた^[9]。