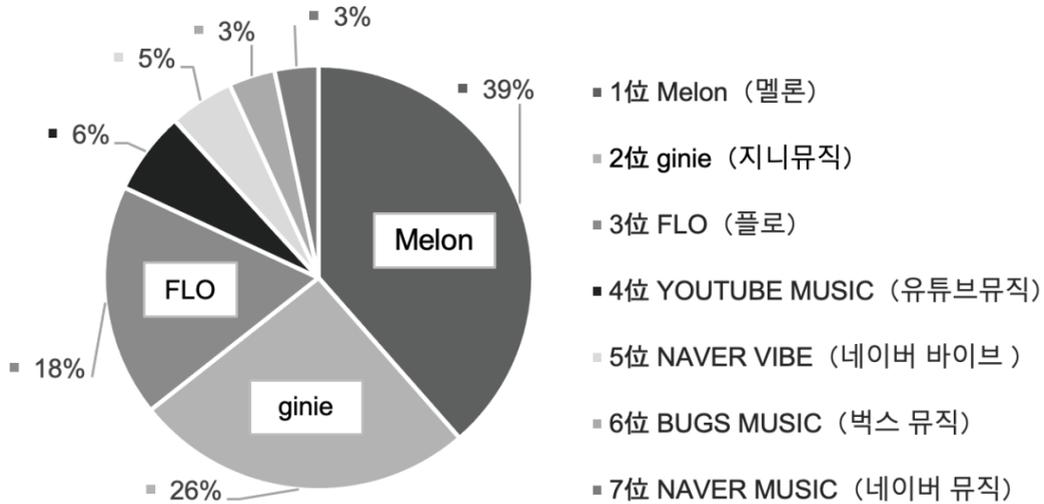


韓国国内ストリーミング音源市場シェアの現状



出典：コリアンクリック(2020/2) 小数点以下切り上げ

図1 コリアンクリック「2020年 韓国国内ストリーミング音源市場シェア」を元に筆者作成。

(2) 越境するネットワークと「スミン」

以上の音楽配信サービスを通じて遂行されるのがスミン行為である。紙幅の都合上、「語り」の多くを捨象せざるをえないが、インフォーマントが口を揃えるのは「音楽番組で一位を獲らせてあげたい」という動機である。

たとえば韓国在住でEXOとNCTのファンである韓国女性G氏は、自身のおもなファン活動として「アルバム購入とスミン回し(앨범사기, 스밍돌리기)」を挙げる。彼女が初めてスミンをしたのは2014年のEXO『中毒(중독)』で、現在までMelonを使い継続的にスミンしているという。実際にスミンをした楽曲すべてが一位を獲得していると言い、その光景に「胸がいっぱいになる」と述べた。ここから、韓国国内では2014年の時点ですでにスミンがファン活動の一環と認識され

ていたことがわかる。

では、これに対してMelonを利用できない日本のファンはどのようにスミンしているのか。アイドルグループ2PMの兵役を機にStray KidsのファンになったというC氏は、次のように語る(以下、[]は筆者による補足、[……]は中略を表す)。

「ストリーミング再生数ランキング上位にしてあげたい」、「音楽番組で1位に取って欲しい」って[いう気持ち]、スキズ[Stray Kidsの略称]にあげたいので。みんなで頑張るっていう。スキズは韓国でファンが少ないみたいで、海外のファンができることは「ginie」登録することしかできないから。CD売れててもストリーミングが少なくて一位取れないときもあるので、海外勢がんばろう！ っていう(笑い