

日本におけるK-POPのカテゴリー化 — 「日本ゴールドディスク大賞」を事例に —

金成 玫*
kim@imc.hokudai.ac.jp

<요 지>

본 연구에서는 일본의 권위 있는 대중음악상 중 하나인 ‘일본 골드 디스크 대상’에서 드러난 케이팝의 범주화(Categorization) 과정을 통해, 1990년대 이후 재구축된 한일 간의 문화적 관계를 고찰한다.

일본의 음반시장 및 음악산업에서 한국 대중음악의 범주가 가시화된 것은 ‘65년 체제’와 함께 음악적, 산업적, 사회적 관계가 구축되기 시작한 1970-80년대였다. 일본의 ‘가요곡’ 시장이 동아시아의 대중음악 산업을 주도하던 이 시기 한일의 대중음악 범주는 포스트식민주의적인 시선과 위계적인 음악시장의 불균형한 구조, 정치적 불안정성 등이 반영된 제한적이고 편협한 수준에 머물러 있었다. 본 연구는 일본의 음반시장 및 음악산업의 한국 대중음악 범주가 1990년대 이후의 전지구화 흐름과 함께 재편되는 과정에 초점을 맞추고, 새로운 생산 및 소비 주체에 의해 활발해진 제이팝과 케이팝의 혼종 및 상호작용이 기존의 범주에 어떠한 균열을 가하면서 ‘한국적인 것’과 ‘일본적인 것’의 재정의 및 사회적 관계의 재구축을 촉진했는지를 살핀다. 특히 일본 음반산업의 ‘제이팝’ 시장으로의 재편과 디지털 미디어를 통한 글로벌 음악시장의 재편이 연동하는 과정에서 가속화된 케이팝 시장의 형성과 확장이 한국 대중음악의 문화적 위상 뿐만 아니라 일본 음반산업의 생산 및 소비 구조와 양상, 나아가 ‘일본-서구-아시아’의 인식 틀을 구성하는 일본사회의 시선과 감정에 적지 않은 영향을 미쳤다고 주장한다.

이러한 분석을 통해 본 연구는 케이팝을 둘러싼 다양한 음악적, 산업적, 사회적 현상들이, ‘한류’의 문제들 만으로는 파악할 수 없는, 글로벌/로컬한 대중음악산업의 역사적 맥락 속에서 제이팝과 케이팝이 혼종하고 상호작용한 산물이자 공통의 경험이라는 관점을 제시한다.

주제어 : 케이팝, 제이팝, 범주화, 일본 골드 디스크 대상, 음반산업

* 北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 教授、メディア・文化研究、音楽社会学

1. はじめに

日本におけるK-POPの受容と交流は、韓国のナショナル・イメージをめぐる日本社会のまなざしや欲望の変容とともに、日本のポピュラー音楽の音楽的・産業的スタンダードの変化を導いてきたグローバルかつローカルな文化現象である。2010年代後半以降急速に拡大したその文化的・経済的・社会的インパクトは、日本の出版・放送業界やジャーナリズムからも大きく注目されている(金 2018;キム 2020;田中 2021など)。しかし一方で、学会アカデミズムにおける十分な議論がなされているとはいえず、とくに日韓の音楽的関係とグローバルな音楽産業におけるK-POP現象の意味を、日本研究の観点から探った研究はほとんどなされていないのが現状である。

本論文は、1990年代以降日本のレコード市場と音楽産業におけるK-POPの市場規模とジャンルの位置づけの変化を通じて、日本における韓国ポピュラー音楽をめぐる音楽的・産業的・社会的関係の再構築過程について考えることを目的とする。そのために、日本のレコード産業においてもっとも権威ある音楽賞の一つである「日本ゴールドディスク大賞」における韓国ポピュラー音楽のカテゴリー化過程に注目する。日本で「J-POP」という名称が生まれる前の年である1987年に制定されたこの音楽賞の記録は、「歌謡曲」から「J-POP」へと急速に再編されていった日本の音楽市場と、同じく「歌謡」から「K-POP」に転換していった韓国のポピュラー音楽がどのように絡み合ってきたのかを、レコード市場の変動による量的側面とカテゴリー化による質的側面両方から示す重要な資料である。

2. ジャンルのカテゴリーからみえる社会的関係と音楽的・産業的スタンダード

全世界で毎年開催されるさまざまな音楽賞は、音楽市場で消費される音楽ジャンルのカテゴリーによって構成される。その構成過程、すなわちどのようなカテゴリーを設置し、廃止し、残し、また新設するのかは、その音楽賞の性格と権威を左右するとともに、それ自体、音楽産業やメディア、社会の構成員による闘争の場となる。カテゴリーの構成を通じて、音楽の区分のみならず、社会的関係が構築され、「我々らしさ」(us-ness)と「他者性」(otherness)をめぐる交渉が行われるからである(DiMaggio 1987;Roy & Dowd 2010)。このカテゴリー化(categorization)の重要性は、米「グラミー賞」のように権威と影響力の高い音楽賞のカテゴリーが更新される過程から顕著に表れる。レコード産業とマスメディア、オーディエン

スなどの影響力が複雑にせめぎ合う場として機能する音楽賞のカテゴリー化を通じて、音楽ジャンル間の境界は固定されたり、弱化される。その境界を整理、転覆する自己意識的な「文化的プロジェクト」を行うのは、音楽的要素や規範のみならず、その独特な雰囲気や認識し、感じ取る集団意識である(van der Merwe 1992; Roy 2002)。

したがって音楽産業のカテゴリー化からは、特定の時代と空間における音楽的・産業的スタンダードが示される。特定の社会集団の内側で共有される美的規範とコミュニケーション形式、音楽的組織のあり方であるスタンダード(Etzkorn 1982)は、たんにその時代の支配的な音楽スタイルを表すだけではなく、それ自体が共同体を統合する力を持ち、支配的な認識/ナラティブとして作用する(Leyshon & Matless & Revill 1995; Botstein 2004)。音楽のカテゴリーは、ナショナル・ローカル・グローバルの力が複雑に交錯・葛藤する重要なアイデンティティ戦略の場なのである。

「日本ゴールドディスク大賞」は、バブル景気の最盛期であり、日本の音楽的・産業的スタンダードの劇的な転換がなされていた1987年に制定された日本を代表する音楽賞の一つである。日本レコード協会が主催するこの賞の特徴は、それまで公式に発表されることなかった「売り上げの実数をあげて表彰する音楽賞」¹⁾ということである。「1986年1月21日から1987年1月20日のあいだで、もっともレコードセールスに貢献したアーティストと作品」²⁾を対象にした第1回の受賞者発表のさい、主催者側はこの賞の制定趣旨について次のように述べている。

そこで音楽が日常の生活に欠くことのできない必須品となった今こそ、この音楽が個人にもたらしている大きな価値を正しく評価し、知的財産としてレコード(音楽ソフト)の存在意識をさらに皆さまにご理解いただくことが必要であります。このことは21世紀の新たな世代に対しても、音楽産業が先駆的に果たしてゆくべきであると思います。³⁾

実際のカテゴリーと受賞結果も、この趣旨に述べられている日本のレコード市場の変化を顕著に表していた。表1でわかるように、「アーティスト賞」と「作品賞」、さらに「邦楽部門」と「洋楽部門」に区分された各賞を、「ポップス」「ロック・フォーク」「ヤングアイドル」ジャンルのミュージシャンが占めていたのである。

1) 『毎日新聞』1991.01.12「今年から、NHKで放送——日本ゴールドディスク大賞」。

2) 『読売新聞』1987年3月25日[広告]第1回日本ゴールドディスク大賞/日本レコード協会。

3) 『読売新聞』1987年3月25日[広告]第1回日本ゴールドディスク大賞/日本レコード協会。

<表 1> 第一回「日本ゴールドディスク大賞」受賞リスト⁴⁾

アーティスト賞				作品賞	
邦楽		洋楽		邦楽	洋楽
<大賞部門: The Grand Pix Artist of the Year賞>中森明菜	<大賞部門: The Best Artist of the Year賞>KUWATA BAND、渡辺美里、チェッカーズ、中森明菜、安全地帯	<大賞部門: The Grand Pix Artist of the Year賞>マドンナ	該当無し	<The Grand Pix Artist of the Year賞>『BEST』中森明菜	<The Grand Pix Artist of the Year賞>『トゥルー・ブルー』マドンナ
<新人部門: The Grand Pix Artist of the Year賞>少年隊	<新人部門: The Best Artist of the Year賞>石井明美、国生さゆり、渡辺美奈代、新田恵利、少年隊	該当無し		<The Best Single of the Year>『BAN BAN BAN』KUWATA BAND、「CHA-CHA-CHA」石井明美、「バレンタインキッス」国生さゆり、「My Revolution」渡辺美里、「DESIRE」中森明菜	該当無し

売上・返品台帳の調査結果に基づいた「日本ゴールドディスク大賞」の特徴は、ほかの音楽賞とは明らかに区別されるものであった。たとえば、1970年に制定され、1993年まで開催された「日本歌謡大賞」の場合、<最優秀放送音楽賞><放送音楽プロデューサー連盟賞>などの部門を設けて「演歌」を配慮するなど、以前の時代からつづく音楽ジャンルのバランスを重視するかたちで構成されていた。しかし1980年代後半における日本のポピュラー音楽の産業と文化は、そうしたバランスを急速に解体するかたちで転換されていった。新たな生産・消費主体の登場やメディア環境の変化とともに、ポピュラー音楽をめぐる美的規範とコミュニケーション形式、音楽的組織が再構造化されることで、戦後日本のレコード産業を主導していた「歌謡曲」の時代が幕を閉じ、新たな時代がすでにはじまっていたのである。翌年である1988年に開局した東京の民放FM「J-WAVE」から「J-POP」という名称が誕生したのは、その転換を象徴する出来事であった(鳥賀陽 2005)。「J-POP」の誕生は、たんなる名称の宣言ではなく、現代日本のサウンドとスタイルを再定義するカテゴリーの転換でもあった。

4) 日本ゴールドディスク大賞「歴代のゴールドディスク大賞」<http://www.golddisc.jp>(2022-07-05参照)。ほかに、<The Best Album of the Year賞>部門が「クラシック」(区分なし)「ジャズ・フュージョン」(邦洋)「インストルメンタル」(区分なし)「ポップス」(邦洋)「ヤングアイドル」(邦)「ロック・フォーク」(邦洋)「演歌」「アニメ」「学芸」「純邦楽」「企画」のカテゴリーで選出されていた。

3. 「日本ゴールドディスク大賞」におけるK-POPの 카테고리化

3.1. 1987-2002年: 韓国歌謡とK-POPのあいだ

「日本ゴールドディスク大賞」が制定された1987年から1990年代を通して、日本の音楽産業のスタンダードは、「歌謡曲体制」から「J-POP体制」へと完全に移行していった。「日本ゴールドディスク大賞」の 카테고리においても、1987年に「クラシック」(区分なし)「ジャズ・フュージョン」(邦/洋)「インストルメンタル」(区分なし)「ポップス」(邦/洋)「ヤングアイドル」(邦)「ロック・フォーク」(邦/洋)「演歌」「アニメ」「学芸」「純邦楽」「企画」の各ジャンルに区分されていた<The Best Album of the Year>部門は、1998年には、<Best Rock Album of the Year>と<Best Pop Album of the Year>の二つのジャンルに単純化された。

1998年は、音楽ソフト種類別生産数量が4億8017万枚・巻に達し、史上最高の数字を記録した年であった(日本レコード協会 2003:7)。「ロック」と「ポップ」に単純化された「日本ゴールドディスク大賞」の 카테고리は、1987年の2億2138万枚から2倍以上拡大したJ-POP市場の規模と影響力を如実に反映した結果だったのである。しかし一方で、この「ロック」と「ポップ」の 카테고리は、「長引く景気低迷により、消費者の買い控えが音楽業界にも大きな影響を与え、CD 市場において『売れるもの』と『売れないもの』の二極分化がさらに進んだ」(日本レコード協会 1999:2)産業的文脈を反映したものであった。

この二つの文脈は、韓国のポピュラー音楽/歌手の受容にも反映されていた。1987年の制定から1990年代にかけて、「日本ゴールドディスク大賞」を受賞した韓国人歌手は、1992年(第6回)にアルバム『桂銀淑全曲集』で「歌謡曲・演歌(女性ソロ)」部門の<アルバム賞>に選ばれた桂銀淑が唯一である。桂銀淑のアルバムが「邦楽」、しかも「演歌」部門で受賞していたことは、日本におけるいわゆる「韓国演歌」市場の文脈から理解することができる。1969年に世界第二位の規模に急成長した日本のレコード産業と「歌謡曲」のシステムが東アジアの中心的な役割を担っていた1970-80年代を通して、韓国のポピュラー音楽は「韓国音楽=演歌」という日本社会・産業の認識/ナラティブによって消費されていた。1977年に李成愛が発表した『熱唱/李成愛一演歌の源流を探る』が韓国歌謡ブームを巻き起し、1982年に日本デビューしたチョー・ヨンピルが「釜山港へ帰れ」のヒットとともに演歌歌手として大きな成功を収めるなか、この認識/ナラティブは「韓国は演歌という常識」⁵⁾とまでいわれるほど強固に作用していた。韓国の「トロット」ジャンルが「韓国演歌」と称され、「邦楽」のカ

5) 『朝日新聞』1988年05月23日夕刊「韓国ポップス 関海景(フラッシュ)」。

テグリーで消費されていたプロセスは、ポストコロニアルなまなざしと欲望、両国市場の不均衡に基づいた利益構造などが複雑に絡み合っていた戦後日韓の音楽的關係による構造的産物でもあった。

一方で、桂銀淑^{ケイ・ウンスク}による唯一の受賞が示していたのは、1990年の「NHK紅白歌合戦」にチョー・ヨンピルを含む4人の韓国人歌手が出場するほど拡大していた1980年代の韓国歌謡市場が日本の歌謡曲市場の低迷とともに萎縮したこと、また、同時代の韓国ポピュラー音楽を消費するための他のカテゴリーがこの時期不在していたことであった。この期間は、「K-POP」の歴史からすれば、ブラック・ミュージックのサウンドやスタイル、日本のアイドル・システムなどを積極的に受け入れた新しい生産・消費主体が、韓国歌謡のスタンダードを解体し、韓国ポップをつくり出した時期であった(金 2018を参照)。その中心的存在であったソテジワアイドル、キム・ゴンモ、S.E.Sなどによる日本進出は、韓国のポピュラー音楽をめぐる認識/ナラティブを解体し、新たなカテゴリーを設けさせるまでは至らなかったのである。

しかしながら、桂銀淑の演歌アルバムとその受賞を、たんなる歌謡曲時代と「韓国演歌」市場の遺産のようにとらえることはできない。戦後日本において韓国人歌手による日本語歌の市場が形成し、「邦楽」のカテゴリーで消費されていく過程は、在日韓国・朝鮮人の市場や文化を含むさまざまな文脈とも絡み合っているもので(朴 2018; 宋 2009)、そこで作用しているポストコロニアルなまなざしと欲望は、文化ナショナリズムだけで単純にとらえられない、きわめて複雑なものだったからである。しかも1965年の日韓国交正常化後の韓国において、日本語で歌われるすべての流行歌が禁止されていた歴史的な文脈を考えれば(金 2014を参照)、1966年に「トンベクアガシ」の日本語版歌「恋の赤い灯」を発表した李美子^{イ・ミジャ}をはじめ、韓国を代表する歌手たちが次つぎと日本語の歌を発表し、「邦楽」のカテゴリーで消費されつづけた日韓の音楽的關係の構造は、日本のみならず韓国からのポストコロニアルなまなざしと欲望、戦略を除いては把握しきれないものである。

したがって、桂銀淑の受賞から浮かび上がる「邦楽」というカテゴリーは、1980年代までの「韓国演歌」の消費構造の衰退だけではなく、グローバルな音楽市場とリンクしながら急速に拡大していく2000年代以降日本における「K-POP」市場につながる問いの土台を提供する。K-POPアーティストによる日本語歌詞による活動は、グローバル戦略が本格化するなかでむしろより活発に展開されていったからである。

3.2. 2003-2009年:「J-POP」からの脱却

2000年代は、二つの流れから日韓の音楽的關係がまったく新しい方向へと転換した時

期であった。一つは、2001年に日本デビューしたBoAのアルバム『Listen To My Heart』と『Valenti』が、2003年の第17回「日本ゴールドディスク大賞」邦楽部門の<Rock & Pop album of the year>を同時に受賞したことである。1992年の桂銀淑以降11年ぶりであるということ以上に注目すべき点は、そのジャンルが「ロック/ポップ」であったことである。1980年代にチャイ・ヨンピルの日本進出が収めた成功が、多様なジャンルにわたる彼の音楽から「ロック/ポップ」を排除する戦略によるものであったとは対照的に、BoAが一年先にデビューした韓国と同様のスタイルで、しかもJ-POPの主流ジャンルであったロック/ポップ部門を受賞したことは、「韓国＝演歌」というスタンダードな認識/ナラティブを転覆させると同時に、韓国の「ポップ」が日本のレコード産業のカテゴリーにはじめて進入する画期的な出来事であったといえよう。

もう一つは、2004年(第17回)に<Soundtrack album of the year>を受賞した『冬ソナタ』をはじめ、日本における「韓流ブーム」を巻き起こしたテレビドラマからヒット曲とスター歌手が生まれる動きであった。前者が、既存の韓国歌謡から脱却して新たに誕生した韓国の「ポップ」が90年代における様々な日本進出の失敗を経て、「J-POP」との相対的な音楽としての「K-POP」のカテゴリーを獲得する出発点となる現象であったとするならば、後者は、中国語圏の国・地域から巻き起こった「韓流ブーム」と連続していながらも、その動きと必ずしも一致しない日本の文脈で「韓流スター」を発見・受容した現象であった。表2のリストが示しているように、この二つの流れは東アジアの「韓流」の文脈では把握しきれない日本の文脈を鮮明に表しながら交錯していた。

<表 2> 2000年代K-POPアーティストの受賞リスト6)

	邦楽部門	洋楽部門
2003年(第17回)	<Rock & Pop album of the year> BoA 『Listen To My Heart』、BoA『Valenti』	
2004年(第18回)	<Soundtrack album of the year>(邦楽洋楽区分なし)リュウソフ『冬の恋歌(ソナタ)ドラマ・オリジナル・サウンドトラック』	
2005年(第19回)	<Rock & Pop album of the year> BoA 『Love & Honesty』 <New artist of the year> リュ・シウオン	<New artist of the year> パク・ヨンハ
2006年(第20回)	<Rock & Pop album of the year> BoA 『Best of Soul』	<Song of the year> パク・ヨンハ「Truth/まよえみをあげよう」
	<New artist of the year> K <日韓友情年2005特別賞> K、SE7EN、パク・ヨンハ	
2007年(第21回)		<Song of the year> パク・ヨンハ「君が最高！」
	<Best asian artists 部門>(新設) 神話(SHINHWA)、パク・ヨンハ	
2008年(第22回)	<The best 10 new artists> SS501	<Single of the year> パク・ヨンハ「永遠」
	<The best asian artist> パク・ヨンハ	
2009年(第23回)	<The best asian artist> イ・ビョンホン	

6) 日本ゴールドディスク大賞「歴代のゴールドディスク大賞」<http://www.golddisc.jp>(2022-07-05参照)。

こうした日本の文脈におけるK-POPの発見と受容が促したのは、「韓国的なもの」を想像する他者性の再構築であった。その再構築の過程は、「日本ゴールドディスク大賞」においては、既存のカテゴリーが変容しはじめることから表れていた。一つは、「邦楽」と「洋楽」の区分が、K-POPをめぐる揺れはじめたことである。2005年、リュ・シウォンが「邦楽部門」で、パク・ヨンハが「洋楽部門」で〈New artist of the year〉を同時に受賞して以来、毎年「邦楽」と「洋楽」両部門でK-POPアーティストによる受賞がつついたのがその事例である。こうしたカテゴリー間の横断は、それまで韓国の音楽をめぐる築かれていた強固な境界が解体されはじめていることを示すものであった。先述した「韓国＝演歌」という伝統的な認識から、ブラック・ミュージックの影響を強く受けながら誕生した1990年代の韓国の「ポップ」を積極的に受容しなかったJ-POPのスタンダードまで、韓国のポピュラー音楽を「邦楽」のカテゴリーの内側で消費していたシステムの転換が、こうした「邦楽」と「洋楽」のあいだにある境界の揺れを通じて顕著に表れたのである。

もう一つは、2007年に〈The best asian artists〉が単独の賞として新設され、「アジア」というカテゴリーが新たに登場したことで、「邦楽」と「洋楽」を中心とした既存のカテゴリーの構造そのものが揺れはじめたことである。「邦楽部門」と「洋楽部門」どちらにも含まれないもう一つのカテゴリーが設けられることによって、2009年にはK-POPアーティストが「邦楽」「洋楽」「アジア」の三つのカテゴリーで受賞するなど、K-POP市場は、それまでレコード市場の中心であった「邦楽」と「洋楽」以外のもう一つの中心として可視化されはじめたのである。こうした動きは、パク・ヨンハが2008年と2009年連続で「洋楽部門」の〈Song of the year〉と〈The best asian artists〉を同時に受賞した事例からもわかるように、他者としてのK-POPの定義と位置づけに関わるものであった。しかし同時に、日本におけるK-POPの定義と位置づけがJ-POPとの関係を中心に行われ、海外におけるK-POPの認識と消費がJ-POPの市場を通じてなされはじめた2000年代初頭からの文脈からすれば(金 2018:80)、K-POPがJ-POPのカテゴリーから脱却しはじめたということは、それまでK-POPを内側に位置づけていたJ-POPの「我々らしさ」そのものが再構築されはじめたことを意味していた。K-POPが「邦楽」と「洋楽」とは異なるもう一つのカテゴリーとして定着しはじめることで、J-POPとK-POPの類似性ではなく、差異をめぐる認識/ナラティブが築かれはじめたのである。

3.3. 2010-2015年:「アジア」をめぐるアンビバレンス

BoAが「日本ゴールドディスク大賞」を受賞することでK-POPが日本のレコード産業のカテ

ゴリーに進入した2003年、日本の音楽ソフト売上は世界第2位の49億970万ドルで、世界第21位であった韓国の1億6240万ドルの約31倍の規模に達していた(日本レコード協会 2005: 22)。そして10年後の2013年、日本のレコード産業は世界第2位の規模は維持したものの、売上が30億1200万ドルまで減少したのに対し、韓国の売上は2億1130万ドルに増加し、世界第10位までその順位を上げていた(日本レコード協会 2014: 24)。音楽市場のデジタル化が進んだ2000年代が、日本のみならずグローバル規模の急速な衰退が進んだ時期であることを考えれば、韓国レコード産業は売上増加額以上の成長をつづけていたといえよう。

日本のレコード市場におけるK-POPの位相も、この10年間で大きく変化していた。それは量的にも顕著に表れており、たとえば2002年に日本レコード協会によってミリオン認定(百万枚以上の売上認定)を受けたBoAの『LISTEN TO MY HEART』が、20のミリオン認定アルバムの一つであったことに対し⁷⁾、少女時代の『GIRLS' GENERATION 少女時代』の売り上げが百万枚を超えた2012年には、ミリオン認定アルバムは5作品に過ぎなかった(日本レコード協会 2013: 21)。

<表 3> 2000年代K-POPアーティストの受賞リスト⁸⁾

	邦楽部門	洋楽部門
2010年(第24回)	<The best 5 new artists> BIGBANG	
	<The best music videos> 東方神起「All About 東方神起season 3」	
2011年(第25回)	<New artist of the year> 少女時代 <The best 5 new artist> 少女時代 <The best 5 albums> 東方神起『Best Selection 2010』	<The best 3 new artist> KARA
	<Best Enka/Kayokyoku new artist> ハク・ヒョンビン	
2012年(第26回)	<The best asian artist> KARA	
	「アジア部門」(新設)	
	<New artist of the year> 2PM <Best 3 new artist> チャン・ゲンソク、2PM、BEAST <Album of the year> 少女時代『Girl's Generation』 <Best 3 album> KARA『ガールズトーク』、少女時代『Girl's Generation』東方神起『TONE』	
2013年(第27回)	<The best asian artist> KARA	
	アジア部門	
	<New artist of the year> B1A4 <Best 3 new artist> IU、B1A4、BOYFRIEND	

7) 日本レコード協会「ゴールドディスク認定」 <https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html#01>(2022-08-30参照).

8) 日本ゴールドディスク大賞「歴代のゴールドディスク大賞」<http://www.golddisc.jp>(2022-07-05参照).

	<Album of the year> KARA『スーパーガール』 <Best 3 albums> KARA『スーパーガール』、チャン・グンソク『Just Crazy』、BIGBANG『ALIVE』 <Song of the year by download> 少女時代「PAPARAZZI」 <Best Music Videos> 少女時代「JAPAN FIRST TOUR GIRL'S GENERATION」
2014年(第28回)	<The best asian artist> 東方神起 アジア部門 <New artist of the year> B.I.P <Best 3 new artist> ソ・イングク、B.A.P <Album of the year> 東方神起『TIME』 <Best 3 albums> 少女時代『Girl's Generation II ~Girls & Peace』、少女時代『Love & Peace』、東方神起『TIME』 <Song of the year by download> 東方神起「Catch Me -If you wanna-」 <Best Music Videos> 東方神起『東方神起LIVE TOUR 2013~TIME~』
2015年(第29回)	<The best asian artist> 東方神起 アジア部門 <New artist of the year> 防弾少年団 <Best 3 new artist> Apink、VIXX、防弾少年団 <Album of the year> 東方神起『TREE』 <Best 3 albums> 少女時代『THE BEST』、東方神起『WITH』、東方神起『TREE』 <Song of the year by download> 少女時代「Indestructible」 <Best Music Videos> 東方神起『東方神起LIVE TOUR 2014 TREE』

しかしながら、K-POPが日本のレコード産業や社会に与えたインパクトは、量的な規模だけでは把握しきれないものであった。少女時代やKARAなどの成功を日本のメディアが「第二次韓流」と呼んだ2010年前後になると、K-POPのサウンドやスタイルのみならず、その身体やパフォーマンスをJ-POPアイドルとはまったく異なるものとしてとらえ、その人気を一つの「社会現象」として注目する動きが広がっていった。それは、「未熟さ」がアイドルを構成する一要素でもある日本の音楽文化(周東 2022)からすれば、1950年代のエルヴィス・プレスリー以来、これまで主に英米のロック/ポップ・スターから与えられてきたカルチャーショックの連続線のうえにあるものであった。とくにそのインパクトは、1965年の日韓国交正常化以降、一般的に使われてきた「日韓関係」のフレームからも脱却したかたちで作用していた。日韓の政治的関係の急速な悪化に伴い、2012年頃から「NHK紅白歌合戦」などのテレビ番組を含むマスメディアからK-POPは姿を消していたが、SNSやコンサート会場、新大久保と渋谷の街やCDショップなど、その文化的かつ産業的影響力はすでに既存のマスメディアやレコード市場からは察知できないメディア・都市・観光空間にまで拡張していたのである(金 2018:70-72)。

日本と世界市場を横断しながら拡大していくK-POPの影響力は、「日本ゴールドディスク大賞」においては、1987年の制定以来維持されていた「邦楽」と「洋楽」を中心としたカテゴ

リーが大きく再編されることで表れた。2011年の「邦楽」部門で少女時代の〈New artist of the year〉、「洋楽部門」でKARAの〈The best 3 new artist〉、東方神起の〈The best 5 albums〉が選ばれるなど、「邦楽」と「洋楽」のカテゴリーでK-POPアーティストの割合が高まっていくなか、2012年には新人、アルバム、シングル、ミュージックビデオなどに贈られる主な賞に「アジア部門」が新たに設置されたのである。2007年の〈The best asian artist〉の新設が、急成長したK-POPの市場を全体のカテゴリーのなかに固定させるものだったとするならば、2012年の「アジア部門」の新設が示すのは、「アジア」が一つの「部門」として設定されることで、それまで「邦楽部門」と「洋楽部門」の2大カテゴリーが中心になっていた「日本ゴールドディスク大賞」のカテゴリーそのものが、事実上三つの部門を軸にするかたちで再編されたことであった。

表3が示しているように、2013年の〈Best 3 new artist〉に台湾出身のリン・ユーチュンが含まれていることを除けば、この期間「アジア部門」の賞は全てK-POPアーティストに贈られている。K-POPが「邦楽」「洋楽」につづく第三の中心として機能している動きをあえて「アジア」としてカテゴリー化したことから読み取れるのは何か。無論、アメリカとイギリスの音楽が「西洋」に含まれているカテゴリーの構成からすれば、一国の音楽(K-POP)が独自のカテゴリーを持つことを避けるという意図を推測するのは難しくないだろう。しかし、事実上K-POPを指すカテゴリーを「アジア」と称することによって浮き彫りになる認識/ナラティブはいかなるものなのかという問いもまた避けられないからである。

一つは、1969年に世界第2位の音楽市場に成長して以来、日本のレコード・音楽産業が東アジアのなかで圧倒的な影響力を維持していた時代とのギャップからなるアンビバレンスである。1990年代以降、アジア経済の主役が日本から中国に移行していったように(吉見2019:241)、「東アジアのなかで文化的発信力をもっとも強く持つ国は韓国に変わっていった」(輪島2020:311)ことに対するアンビバレントな感情が、事実上「K-POP」を指す「アジア」というカテゴリー名の不正確な使い方から表れているのである。その一方にあるのは、アジアと西洋のあいだにおける日本の位置づけをめぐる認識の枠組みである。1980年代後半、J-POPという言葉が「世界に肩を並べられる音楽」(鳥賀陽2005:11)という自己認識から生まれたさい、そこで作用していたのは日本の音楽を「アジアと西洋のあいだ」に位置づけ、J-POPを欧米のポップにもっとも近いものとして想像する認識だった。しかしK-POPへのまなざしを通じてみえてくるのは、そうした認識の枠組みの変容である。いわゆる「BTS現象」をビートルズによる「ブリティッシュ・インヴェイジョン」とつながる「エイジアン・インヴェイジョン」としてとらえる観点を受け入れ、アメリカ音楽史の文脈でK-POPを論じる観点が共有されるよ

うになるほど(大和田 2021)、いまの日本における日本とアジア、西洋をめぐる認識は大きく変化しているのである。したがって、この「アジア」というカテゴリーから読み取れるのは、「アジアと西洋のあいだ」で日本を想像する枠組みから、K-POP=アジアを「日本と西洋のあいだ」に位置づける枠組みへの転換であり、そこで作用しているのは、グローバル化していく、すなわち欧米のポップにより近づいていくK-POPへのまなざしと、J-POPが「勃興するアジアから取り残されること」(吉見 2019:236)への感情にはかならない。こうしたまなざしと感情は、2010年代後半以降、英米のポップを相対化していたJ-POPそのもののあり方について問い直す議論(柴 2016; 鳥賀陽 2017)にもつながるものであるといえよう。

3.4. 2016-2021年:「グローバルなもの」としてのK-POP

2000年代から日本の文脈で受容されつづけたK-POPは、2010年代後半には、流動する日韓関係や「嫌韓」という名で流行したヘイトスピーチなど、さまざまなリスクに影響されない強固な空間を築いていた。たとえば、2016年のBIGBANG(185万人、日本全体の1位)⁹⁾、2017年のBIGBANG(102.2万人、2位)¹⁰⁾、2018年の東方神起(128万人、1位)¹¹⁾など、K-POPによるコンサート動員記録は、「約3万-5万人が動員できるドーム公演で10公演以上行えるクラス」のみがトップ10に入るといわれる日本で¹²⁾、K-POPファンダムがいかに大きな影響力を持っているのかを示すものであった(詳しくは金 2018: 71-72を参照)。この強固なK-POPの空間は、同時に韓国やグローバルなファンダムの動きとも密接に絡んでいった。2016年(第30回)にBIGBANGが韓国語歌詞の歌で<Song of the year by download>を受賞し、2019年(第33回)にBTSが日本語版アルバムと韓国語版両方でアジア部門の<Best 3 albums>を受賞したのも、「日本のオーディエンス=日本語歌詞」という2000年代に築かれた日本におけるK-POP市場のスタンダードから脱却した、K-POPのグローバル・スタンダードに親和性を感じる日本のファンダムの動きが反映された結果であった。

9) 「コンサート動員力 BIGBANGが1位、続く嵐、関ジャニ」『NIKKEI STYLE』2016年12月6日[https://style.nikkei.com/article/DGXMZO09498620U6A111C1000000/\(2022-09-15参照\)](https://style.nikkei.com/article/DGXMZO09498620U6A111C1000000/(2022-09-15参照))。

10) 「コンサート動員力 三代目が1位、嵐や関ジャニ∞は？」『NIKKEI STYLE』2017年12月19日[https://style.nikkei.com/article/DGXMZO23540530W7A111C1000000/\(2022-09-15参照\)](https://style.nikkei.com/article/DGXMZO23540530W7A111C1000000/(2022-09-15参照))。

11) 「コンサート動員力 1位は東方神起、女性は安室奈美恵」『NIKKEI STYLE』2018年12月11日[https://style.nikkei.com/article/DGXMZO38332660Z21C18A1000000/\(2022-09-15参照\)](https://style.nikkei.com/article/DGXMZO38332660Z21C18A1000000/(2022-09-15参照))。

12) 「コンサート動員力 BIGBANGが1位、続く嵐、関ジャニ」『NIKKEI STYLE』2016年12月6日[https://style.nikkei.com/article/DGXMZO09498620U6A111C1000000/\(2022-09-15参照\)](https://style.nikkei.com/article/DGXMZO09498620U6A111C1000000/(2022-09-15参照))。

<表 4> 2000年代K-POPアーティストの受賞リスト¹³⁾

2016年(第30回)	<The best asian artist> 東方神起
	アジア部門
	<New artist of the year> EXO <Best 3 new artist> EXO, Dal★Shabet, Block B <Album of the year> Super Junior-D&E 『Present.』 <Best 3 albums> JUNHO(From 2PM) 『SO GOOD』、Super Junior-D&E 『Present.』、2PM 『2PM OF 2PM』 <Song of the year by download> BIGBANG 「BANG BANG BANG-KR Ver.」 <Best Music Videos> 東方神起『東方神起LIVE TOUR 2015 WITH』
2017年(第31回)	<The best asian artist> BIGBANG
	アジア部門
	<New artist of the year> iKON <Best 3 new artist> iKON, N.Flying <Album of the year> BIGBANG 『MADE SERIES』 <Best 3 albums> 2PM 『GALAXY OF 2PM』、BIGBANG 『MADE SERIES』、防弾少年団 『YOUTH』 <Song of the year by download> BIGBANG 「BANG BANG BANG」 <Best Music Videos> BIGBANG 『BIGBANG WORLD TOUR 2015~2016[MADE]IN JAPAN』
2018年(第32回)	<The best asian artist> BIGBANG
	アジア部門
	<New artist of the year> TWICE <Best 3 new artist> TWICE, BTOB, BLACKPINK <Album of the year> TWICE 『#TWICE』 <Best 3 albums> SHINee 『FIVE』、TWICE 『#TWICE』、BIGBANG 『MADE』 <Song of the year by download> TWICE 「TT-Japanese Ver.-」 <Best Music Videos> BIGBANG 『BIGBANG WORLD TOUR 2015~2016[MADE]IN JAPAN』
2019年(第33回)	<The best asian artist> BTS(防弾少年団)
	アジア部門
	<New artist of the year> SEVENTEEN <Best 3 new artist> GFRIEND, SEVENTEEN, MOMOLAND <Album of the year> BTS(防弾少年団) 『FACE YOURSELF』 <Best 3 albums> TWICE 『BDZ』、BTS(防弾少年団) 『FACE YOURSELF』、BTS(防弾少年団) 『LOVE YOURSELF 結 'Answer』 <Song of the year by download> TWICE 「Candy Pop」 <Best Music Videos> BTS(防弾少年団) 『2017 BTS LIVE TRILOGY EPISODE III THE WINGS TOUR IN JAPAN ~SPECIAL EDITION~ at KYOCERA DOME』
2020年(第34回)	アジア部門
	<Best artist> BTS <New artist of the year> IZ*ONE <Best 3 new artist> IZ*ONE, THE BOYZ, (G)I-DLE <Album of the year> TWICE 『#TWICE2』 <Best 3 albums> ジェジュン 『Love Covers』、TWICE 『&TWICE』、TWICE 『#TWICE2』 Song of the year by download アジア部門 BTS 「Lights」 <Song of the year by download> TWICE 「Candy Pop」 <Best Music Videos> BTS(防弾少年団) 『BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF' ~ JAPAN EDITION ~』

13) 日本ゴールドディスク大賞「歴代のゴールドディスク大賞」<http://www.golddisc.jp>(2022-07-05参照).

2021年(第35回)	邦楽部門	洋楽部門
	<Best 5 new artists> JO1、NiziU	
	アジア部門	
	<Best artist> BTS <New artist of the year> TOMORROW X TOGETHER <Best 3 new artist> Stray Kids, TOMORROW X TOGETHER <Album of the year> BTS『MAP OF THE SOUL : 7 ~ THE JOURNEY ~』 <Best 3 albums> SEVENTEEN『24H』、BTS『MAP OF THE SOUL : 7』、BTS『MAP OF THE SOUL : 7 ~ THE JOURNEY ~』 Song of the year by download アジア部門 BTS「Lights」 <Song of the year by download> TWICE「Candy Pop」 <Best Music Videos> BTS(防弾少年団)『BTS WORLD TOUR 'LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF' - JAPAN EDITION』	

2010年代後半から加速したK-POPのグローバルな展開も、日本におけるK-POPをめぐる認識を変える重要な要因であった。「日本ゴールドディスク大賞」においては、2019年(第33回)からアメリカで巻き起こった「BTS現象」の影響が直接的に及んでいた。同時にK-POPが英米を中心とした伝統的な音楽・メディア業界で収めた成功は、日本の音楽・メディア業界に大きな刺激を与え、K-POPのシステムが持つJ-POPとの差異に対する関心を促した。2011年、「グローバルに通用する<クールジャパン>を日本の新たな発展の原動力としていく」(知的財産戦略本部 2011:6)ことを目的に、日本の知的財産戦略の一つとして掲げられた「クールジャパン戦略」においても、K-POPは、J-POPのグローバル化を促進するための主な比較対象及び参照対象として注目されている。

他国との比較では、世界の音楽シーンで急速に浸透してきているK-POPと比較してJ-POPは、世界への発信に関し、強化する余地があるとの指摘もある。今やグローバルなプラットフォームを中心にデジタル配信が主流となった音楽の領域で、我が国の場合は、書誌的事項(メタデータ)が英語化されていないこと等の理由で、世界で聴かれるチャンスを逸しているという面もある。(知的財産戦略本部 2019:5-6)

そのなかでも、K-POPの生産・消費システムを通じてグローバルな展開への進入を試みる日本の音楽・メディア業界の動きが活発化したのは、J-POPの構造に直接的な影響を及ぼした大きな変化だった。2010年代前半までの日本の音楽・メディア業界が、主に日本のレコード産業の基盤とJ-POPのスタンダードに基づいてK-POPを消費することに重点をおいていたのに対し、2010年代後半からは、K-POPのサウンドとスタイルはもちろん、その育成システムやメディア戦略などを積極的に受け入れていったのである。とくに日本人メンバーが活躍するグループTWICEやIZ*ONEなどの成功に刺激され、K-POPアイドルを目

指す若者が急増したことで、東京、大阪、名古屋、福岡など、日本各地で「K-POPアイドル育成」のためのシステムが拡大し¹⁴⁾、日韓のエンターテインメント業界による協業が急速に進んでいった。

2021年(第35回)の「日本ゴールドディスク大賞」に登場したNiziUとJO1の成功は、その動きの産物であり、さらなる転換点であった。K-POPスタイルのオーディションから育成とプロデュース、パフォーマンスまでの全ての過程を韓国企業との協業を通じて行なっていくその過程は、K-POPを通じてグローバル化を目指すという日本の若者たちの語りと実践を、現実的な感覚として日本の社会全体に実感させるものだった。注目すべき点は、NiziUとJO1が「アジア部門」ではなく、「邦楽部門」で<Best 5 new artists>を受賞したことである。つまりこのカテゴリーは、これらのグループをK-POPのシステムによってプロデュースされたJ-POPの新人アイドル・グループとして定義しているのである。ソニーミュージックとJYPによる合同グローバル・オーディション「Nizi Project」を通じて、10,231人の応募者から選ばれた9人組のグループNiziUの場合、ウィキペディアでは、「J-POP」と「K-POP」両方のジャンルに分類される「JYPエンターテインメント所属の日本の9人組ガールグループ」と定義されている¹⁵⁾。

この曖昧な定義と位置付けが表す意味については、二つの文脈から考えることができる。まず日韓の音楽的関係の文脈からすれば、この現象は、NiziUのデビューから20年前の2000年にデビューしたBoAが、日韓の合同プロジェクトによって日本での成功を果たし、2004年の「MTVアジア・アワード」で「日韓代表」とまで呼ばれていたことの連続線のうえで(金 2018:64-67)、日韓の音楽的・産業的融合と相互作用が新たな次元に突入したということの意味する。BoAの方向性と方法が、日本の市場を世界市場の一中心とし、J-POPの内側に侵入していくことだったとするならば、NiziUの方向性と方法は、J-POPから脱却し、K-POPの内側に進入することで、日本以外の世界市場への進出を模索するものである。この差異こそ、ここ20年間の日韓の音楽的・産業的関係の変容による産物なのである。これは同時に、K-POPのグローバル化というもう一つの文脈につながるともいえる。K-POPのグローバルな成功が世界各地からの「韓国人のいないK-POPグループ」の登場を促している2010年代後半の動きからすれば、NiziUを、SB19(フィリピン)、WayV(中国)、Boy Story(中国)などのアイドルグループの連続線のうえに位置づけることも可能であろう。つまり、「J-

14) NHK総合「ナビゲーション」「K-POPドリーム～地方からスターを目指せ！～」2020年12月28日放送;『朝日新聞』関西版2021年4月22日夕刊「K-POPスター夢見る日本人」;『日本経済新聞』2022年1月4日朝刊「国境を超越するK-POP空間 NCTユウタが見た世界」などを参照。

15) 「NiziU」『ウィキペディア日本語版』<https://ja.wikipedia.org/wiki/NiziU>(2022-11-17参照)。

POPスタンダード」として維持されていた美的規範とコミュニケーション形式、音楽的組織が、グローバルなものとしてのK-POPとの融合と相互作用をつづいていかに変容しているのかを、「日本ゴールドディスク大賞」の категорияは示しているのである。

4. おわりに

本論文では、1987年に制定された「日本ゴールドディスク大賞」の категория化を通じて、日本におけるK-POPの市場規模とジャンルの位置づけの変化、K-POPの受容と交流が日本のレコード産業とJ-POPのスタンダードに与えた影響、そしてグローバル化のなかでなされた我々らしさと他者性の再構築過程について考察した。

その過程から表れたのは、「韓流」、すなわち一方的な文化的フローのフレームからは把握しきれない、グローバルとローカルが複雑に交錯する日韓ポピュラー音楽共通の歴史的経験である。韓国のレコード・音楽産業がアメリカと日本の多大な影響を受けながら形成、変容してきたように、「日本ゴールドディスク大賞」の categoria化からみえてくるのは、ポピュラー音楽のグローバルな展開と絡み合いながら融合・相互作用してきた日韓の文化的関係の変容過程であり、その産物にはかならない。したがって、 categoria化をめぐるさまざまな現象が浮き彫りにした新たな問いに関しても、ポピュラー音楽のグローバル・ヒストリーの視座からより深く探っていく必要があるだろう。

30年以上の長い期間の categoria化からみえてくる歴史的経験を俯瞰することを目指した本論文は、しかしより深い議論が必要な重要な問いをいくつか残している。日韓と東アジア、グローバルな次元におけるさまざまな地政学的かつ政治的・経済的・社会的条件の変化とともに検討する必要があるそれらの問いについては、稿を改めて詳しく論じることとしたい。

【ウェブサイト】

日本ゴールドディスク大賞「歴代のゴールドディスク大賞」<http://www.golddisc.jp>(2022-08-30参照).

日本レコード協会「ゴールドディスク認定」<https://www.riaj.or.jp/f/data/cert/gd.html#01>(2022-08-30参照).

◀ 参考文献(Reference) ▶

- 鳥賀陽弘道(2005), 『Jポップとは何か: 巨大化する音楽産業』, 岩波書店, pp.1-235.
- _____ (2017), 『Jポップは死んだ』, 扶桑社, pp.1-229.
- 大和田俊之(2021), 『アメリカ音楽の新しい地図』, 筑摩書房, pp.1-248.
- 金成玖(2014), 『戦後韓国と日本文化—「倭色」禁止から「韓流」まで』, 岩波書店, pp.1-239.
- _____ (2018), 『K-POP 新感覚のメディア』, 岩波書店, pp.1-256.
- キム・ヨンデ(2020), 『BTSを読む なぜ世界を夢中にさせるのか』, 桑畑優香訳, 柏書房, pp.1-300.
- 柴那典(2016), 『ヒットの崩壊』, 講談社, pp.1-240.
- 周東美材(2022), 『「未熟さ」の系譜 宝塚からジャニーズまで』, 新潮社, pp.1-288.
- 宋安鍾(2009), 『在日音楽の100年』, 青土社, pp.1-403.
- 田中絵里菜(Erinam)(2021), 『K-POPはなぜ世界を熱くするのか』, 朝日出版社, pp.1-240.
- 知的財産戦略本部(2011), 『知的財産推進計画2011』, 2011年6月3日, p.6.
- _____ (2019), 『クールジャパン戦略』, 2019年9月3日, pp.5-6.
- 日本レコード協会(1999), 『日本のレコード産業1999年版』, p.2.
- _____ (2005), 『日本のレコード産業2005年版』, p.22.
- _____ (2013), 『日本のレコード産業2013年版』, p.21.
- _____ (2014), 『日本のレコード産業2014年版』, p.24.
- 朴燦鎬(2018), 『韓国歌謡史II 1945-1980』, 邑楽舎, pp.1-430.
- 吉見俊哉(2019), 『平成時代』, 岩波書店, pp.236-241.
- 輪島裕介(2020), 「環太平洋・アジアから日本ポピュラー音楽史を見る—演歌、カクコト歌謡、ドドンパからくプラスティック・ラヴまで」(大和田俊之編), 『ポップ・ミュージックを語る10の視点』, アルテスマブリッシング, pp.305-339.
- Botstein, Leon (2004), 'Why Music Matters', *The Musical Quarterly*, Vol. 87, No. 2 (Summer), Oxford University Press, pp.177-187.
- DiMaggio, Paul J. (1987), 'Classification in art', *American Sociological Review*, 52, Sage Publishing, pp. 440-455.
- Etzkorn, Peter K. (1982), 'On the sociology of musical practice and social groups', *Makings of Music 94 International Social Science Journal* Vol. XXXIV, No. 4, John Wiley & Sons, pp.555-569.
- Leyshon, Andrew, Matless, David and Reville, George (1995), 'The Place of Music', *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol. 20, No. 4, Wiley, pp. 423-433.
- Roy, William G. and Dowd, Timothy J. (2010), 'What is sociological about music?', *Annual Review of Sociology*, 36, Annual Reviews, pp. 183-203.
- Roy, William G. (2002), 'Aesthetic identity, race, and American folk music', *Qualitative Sociology*, 25, Springer, pp. 459-469.
- van der Merwe, Peter (1992), *Origins of the popular style: The antecedents of twentieth-century popular music*, Toronto: Oxford University Press, pp.1-368.

<ABSTRACT>

Categorizing K-Pop in Japan : A Case Study of the Japan Gold Disc Award

Kim, Sungmin (Hokkaido Univ.)

This study focused on the categorization of Korean popular (K-pop) music in the Japan Gold Disc Award, a prestigious award in music, and considered the cultural relationship between Korea and Japan that has been restructured in the 1990s.

In postwar Japan and South Korea, music market and media categories emerged during the period from 1970s to 1980s with the establishment of the music and media industries after the “1965 Treaty.” The reciprocal categories of both Japanese and Korean popular music was limited and parochial, reflecting a postcolonial perspective, a hierarchical unbalanced structure of the market, and political instability. These categories were re-examined after the 1990s with restructuring of the music industry along with expansion of the East Asian economic bloc, globalization of media and urban culture, liberalization of travel, and cultural diversification. Hybridization and interactions of J-pop and K-pop with new production and consumption agents were activated, leading to redefinition of Japanese-ness and Korean-ness and restructuring of social relationships, while revealing deficiencies in the existing categories. The transformation of the K-pop music category in Japan, as represented by the Japan Gold Disc Award, is the product of the hybridization and interactions between Korea and Japan in the music industry and market.

Keywords : K-Pop, J-Pop, The Japan Gold Disc Award, categorization, record industry

■ 투 고 : 2022. 09. 30.

■ 심 사 : 2022. 10. 15.

■ 심사완료 : 2022. 10. 30.