

本研究は、現代日本および韓国のアイドルに着目し、代表的な事例として韓国の女性アイドルグループ TWICE と日本の女性アイドルグループ乃木坂 46 を取り上げ、両者の活動形態、メディア戦略、ファンとの関係性の違いを比較・分析を通じて経済やマーケティングにおける影響力や『アイドル』にもとめられる表象の変化について考察することを目的とする。グローバル化が進展する音楽産業において、K-POP と J-POP のアイドルはそれぞれ異なる文化的背景と産業構造のもとで発展してきたが、近年では相互に影響を与え合いながら展開している。

分析の結果、TWICE は完成度の高いパフォーマンスや国際市場を意識した戦略を特徴とし、デジタルメディアや SNS を積極的に活用することで、国境を越えたファンダムを形成していることが明らかになった。一方、乃木坂 46 は「成長過程を共有する存在」としてのアイドル像を重視し、握手会やライブといった直接的な交流を通じて、ファンとの親密な関係性を築いている点に特徴が見られる。

これらの比較から、アイドル文化は単なる音楽・娯楽にとどまらず、ファンの価値観や自己認識、コミュニティ形成に大きな影響を与える社会的現象であることが示された。本研究は、日韓アイドルの差異と共通点を明らかにすることで、現代大衆文化におけるアイドルの表象を再考する一助となることを目指す。