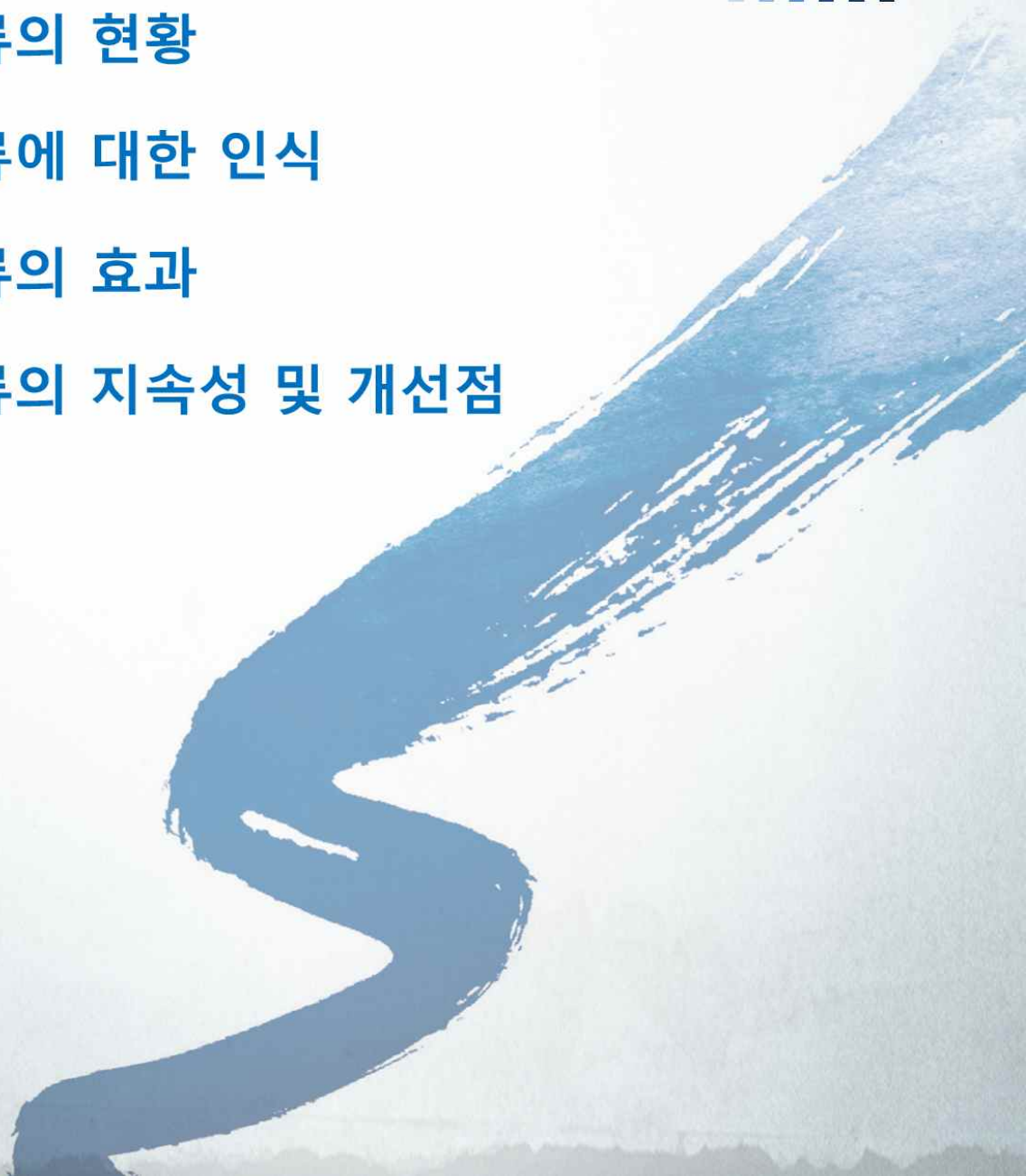


제5장 국가별 결과 분석 : 일본



- I. 한류의 현황
- II. 한류에 대한 인식
- III. 한류의 효과
- IV. 한류의 지속성 및 개선점



목 차

제5장 국가별 결과 분석 : 일본	1
I. 한류의 현황	1
1. 한국 연상 이미지	1
2. 한국에 대한 인식	2
3. 한국문화 콘텐츠 소비량	3
4. 한국문화 콘텐츠 인기도	4
5. 한국문화 관심도	5
6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)	6
7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)	7
II. 한류에 대한 인식	8
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	8
2. 한류 대표 콘텐츠	9
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	10
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	10
(2) 한국 영화	11
(3) 한국 음악(K-POP)	12
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	13
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	14
(6) 한국 패션, 뷰티	15
(7) 한국 음식	16
(8) 한국 도서(출판물)	17
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	18
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	19
(1) 한국 드라마	19
(2) 한국 영화	20
(3) 한국 음악(K-POP)	21
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	22
III. 한류의 효과	23
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	23
(1) 생활용품 및 서비스	23
(2) 고가용품 및 서비스	24
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	25
IV. 한류의 지속성 및 개선점	26
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	26
2. 한류 지속 여부	28
3. 반한류 공감도	29
4. 요약 및 결론	30

<표 차례>

[표 5-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 5-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 5-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 5-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 5-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 5-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 5-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 5-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 5-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 5-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 5-11. 한국 영화]	11
[표 5-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 5-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 5-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 5-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 5-16. 한국 음식]	16
[표 5-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 5-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 5-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 5-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 5-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 5-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 5-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 5-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 5-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 5-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 5-27. 한류 지속 여부]	28
[표 5-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

[그림 5-1. 한국 연상 이미지]	1
[그림 5-2. 한국에 대한 인식]	2
[그림 5-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[그림 5-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[그림 5-5. 한국문화상품 관심도]	5
[그림 5-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[그림 5-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[그림 5-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[그림 5-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[그림 5-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[그림 5-11. 한국 영화]	11
[그림 5-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[그림 5-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[그림 5-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[그림 5-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[그림 5-16. 한국 음식]	16
[그림 5-17. 한국 도서(출판물)]	17
[그림 5-18. 한국 드라마 인기 요인]	19
[그림 5-19. 한국 영화 인기 요인]	20
[그림 5-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[그림 5-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[그림 5-22. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[그림 5-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[그림 5-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[그림 5-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]	26
[그림 5-26. 한류 지속 여부]	28
[그림 5-27. 반 한류 공감도와 이유]	29

제5장 국가별 결과 분석 : 일본

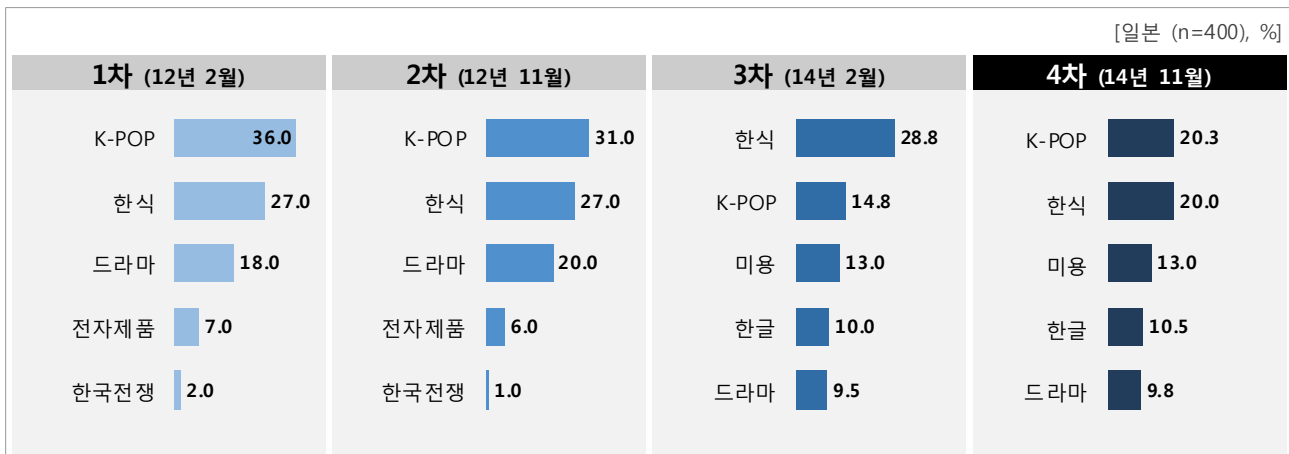
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

Q2. 만약 한국에 대해 알고 있다면, 가장 먼저 떠오르는 것은 무엇입니까?

- 한국에 대한 연상이미지는 'K-POP'이 20.3%(81명)로 가장 높았으며, 그 외 한식, 미용, 한글 순으로 나타남
- K-POP은 10대, 한류 호감층을 중심으로 높게 나타나고 있으며, 한식은 50대 남성층에서 연상하는 비율이 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남
드라마의 경우 40대 여성, 한류 호감층을 중심으로 높음

[그림 5-1. 한국 연상 이미지]



[표 5-1. 한국 연상 이미지]

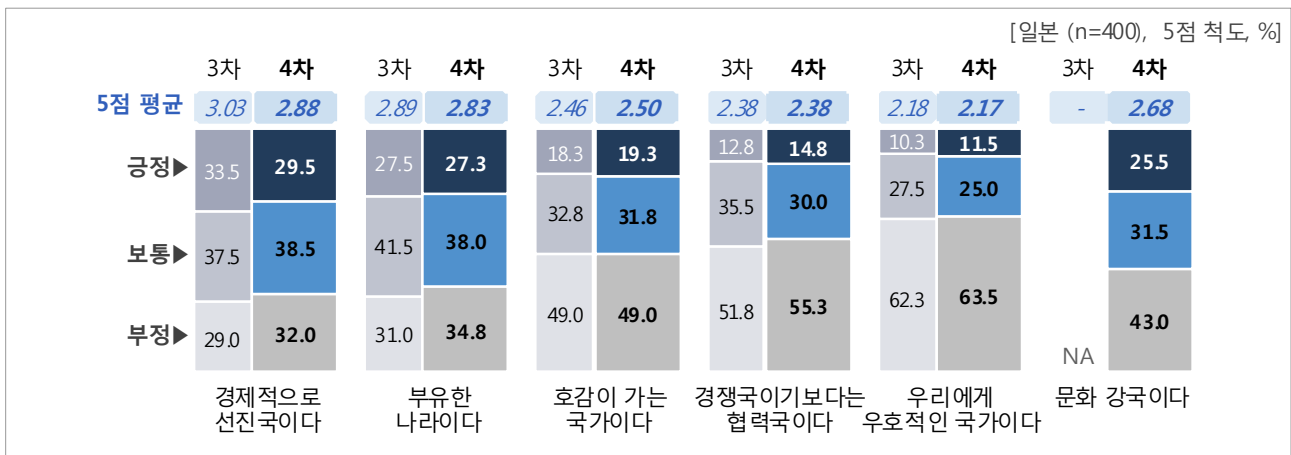
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
K-POP	19.5	21.0	<u>30.0</u>	14.0	22.0	16.3	10.0	18.5	21.3	<u>37.8</u>	19.5	17.9	<u>27.6</u>	19.1	7.7
한식	<u>22.5</u>	17.5	13.0	26.0	18.0	18.8	<u>40.0</u>	19.9	20.1	21.6	18.7	20.4	20.3	19.1	23.1
미용	6.0	<u>20.0</u>	13.0	14.0	13.0	15.0	-	13.7	12.6	2.7	13.8	14.2	11.4	12.4	<u>19.2</u>
한글	10.0	11.0	14.0	9.0	11.0	7.5	10.0	11.0	10.2	13.5	10.6	10.0	6.5	12.9	9.6
드라마	6.5	<u>13.0</u>	10.0	7.0	10.0	<u>13.8</u>	5.0	8.9	10.2	5.4	11.4	9.6	<u>14.6</u>	8.9	1.9

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 일본에서의 한국에 대한 인식은 '경제적으로 선진국이다'가 29.5%(118명)로 가장 높고, 그 외 '부유한 나라이다', '문화 강국이다' 순으로 나타났으나, 전반적으로 다소 부정적인 양상임
- 특히 '호감이 가는 국가', '경쟁국이기 보다는 협력국', '우리에게 우호적인 국가'라는 인식은 부정적 인식이 50% 이상으로 부정적인 이미지가 강함
- 한국이 경제적으로 선진국이고 부유한 나라라는 인식은 남성, 20대 및 50대, 한류 호감층을 중심으로 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-2. 한국에 대한 인식]



[표 5-2. 한국에 대한 인식]

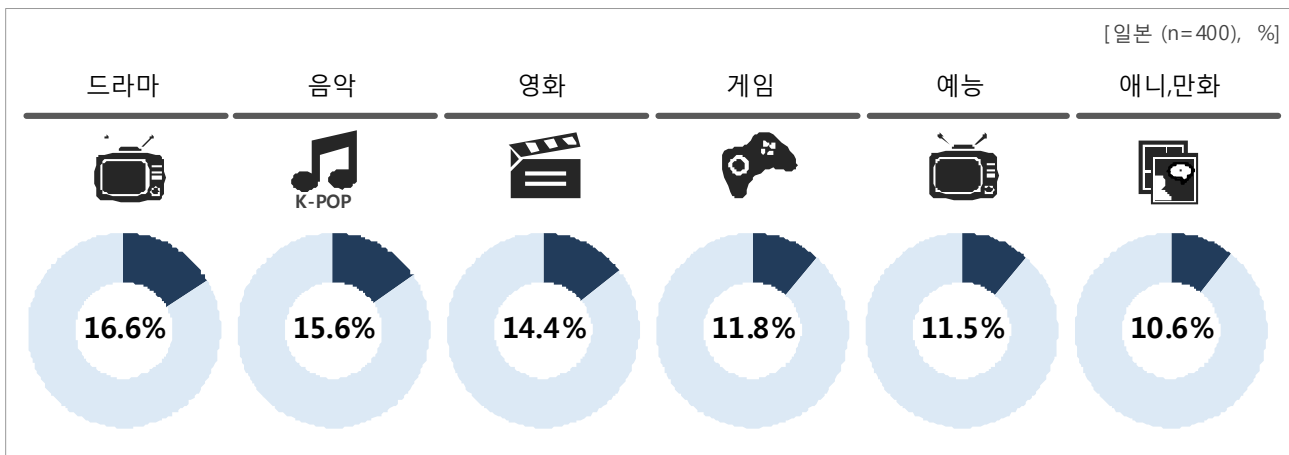
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸이하 (37)	고졸 (123)	대졸이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
경제적으로 선진국이다	<u>31.5</u>	27.5	23.0	<u>33.0</u>	30.0	28.8	<u>45.0</u>	30.8	28.7	21.6	28.5	<u>31.3</u>	<u>56.1</u>	20.0	7.7
부유한 나라이다	<u>29.5</u>	25.0	21.0	<u>36.0</u>	26.0	25.0	<u>30.0</u>	26.7	27.6	24.3	24.4	<u>29.2</u>	<u>52.0</u>	18.2	7.7
호감이 가는 국가이다	20.0	18.5	18.0	22.0	23.0	11.3	25.0	20.5	18.5	13.5	20.3	19.6	<u>46.3</u>	7.1	7.7
경쟁국이기보다는 협력국이다	17.0	12.5	15.0	17.0	13.0	12.5	20.0	15.1	14.6	16.2	12.2	15.8	<u>33.3</u>	6.2	7.7
우리에게 우호적인 국가이다	13.0	10.0	9.0	16.0	8.0	12.5	15.0	11.0	11.8	5.4	13.8	11.3	<u>22.8</u>	6.7	5.8
문화 강국이다	26.0	25.0	23.0	<u>31.0</u>	24.0	22.5	<u>30.0</u>	26.0	25.2	24.3	21.1	27.9	<u>51.2</u>	16.0	5.8

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

Q7_1. 최근 1년간 귀하가 다음 각 문화 콘텐츠를 소비하는데 있어서 한국 콘텐츠의 비중이 몇 % 정도라고 생각하십니까?

- 일본인의 한국 콘텐츠 소비 비중은 전반적으로 10~15%로 높지 않은 수준임
- '드라마'가 16.6%(66명)로 가장 높았으며, 그 외 'K-POP', '영화', '게임' 순으로 나타남
- 전반적으로 한류 호감층에서 한류 콘텐츠의 소비량이 높게 나타나고 있는 가운데, 드라마는 10대 및 30~40대 여성층에서 소비량이 상대적으로 높으며, K-POP은 10대를 중심으로, 영화와 게임은 남성층을 중심으로 소비량이 높음

[그림 5-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 5-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

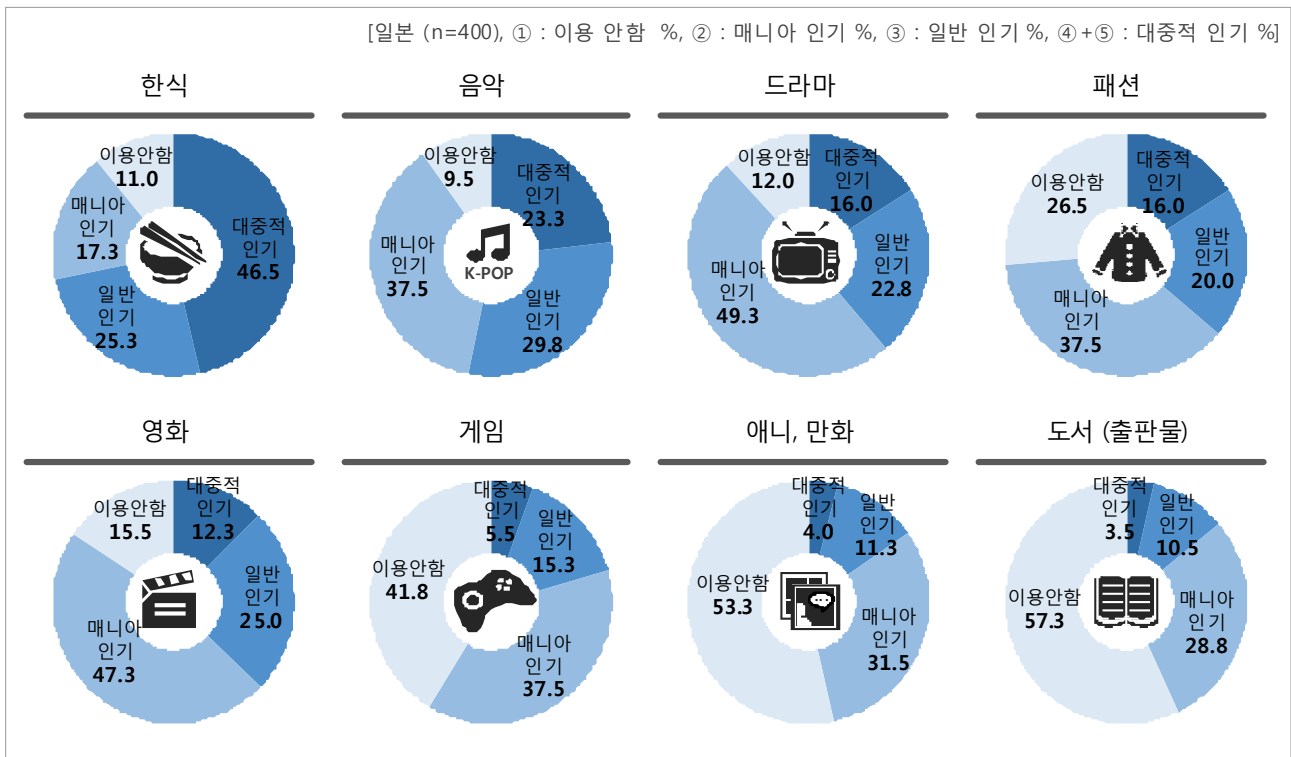
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
드라마	15.5	17.6	<u>17.4</u>	15.5	<u>17.0</u>	<u>17.4</u>	12.0	16.8	16.4	<u>20.9</u>	16.7	15.8	<u>27.1</u>	12.3	9.8
음악	15.8	15.4	<u>18.6</u>	15.3	14.7	14.8	9.5	15.5	15.6	<u>20.1</u>	15.3	15.0	<u>24.9</u>	11.7	10.4
영화	<u>16.0</u>	12.8	14.1	13.5	15.3	14.8	13.5	14.0	14.6	17.2	12.5	14.9	<u>23.1</u>	10.7	9.4
게임	<u>14.0</u>	9.5	12.1	14.0	11.2	9.3	11.5	12.6	11.3	<u>15.0</u>	11.0	11.6	<u>17.7</u>	9.2	8.7
예능	12.8	10.3	12.5	13.1	10.9	9.6	9.0	11.0	11.8	<u>14.5</u>	11.3	11.2	<u>17.8</u>	8.6	9.0
애니, 만화	<u>12.5</u>	8.7	10.7	12.6	10.4	8.8	8.5	11.1	10.3	13.4	9.8	10.6	15.3	8.6	8.3

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

Q6_2. 현재 귀하가 속한 나라에서 다음의 한국 대중문화상품의 인기가 어느 정도라고 생각하시는지 응답하여 주십시오.

- 일본은 '한식'의 대중적 인기가 46.5%(186명)로 가장 높게 나타남
- 일본의 경우 한국문화 콘텐츠가 대중적 인기 보다는 매니아들의 인기가 높은 경향을 보이며, 특히 '드라마', '영화'의 매니아 인기가 약 50%대로 상당한 수준임
- 그러나, 애니/만화, 도서는 이용안함의 비중이 50%대 이상 되고 있어 콘텐츠 별 선호 비선호가 명확하게 나타나고 있음
- 한식과 K-POP은 20대 여성, 한류 호감층에서 대중적 인기가 높음

[그림 5-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 5-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

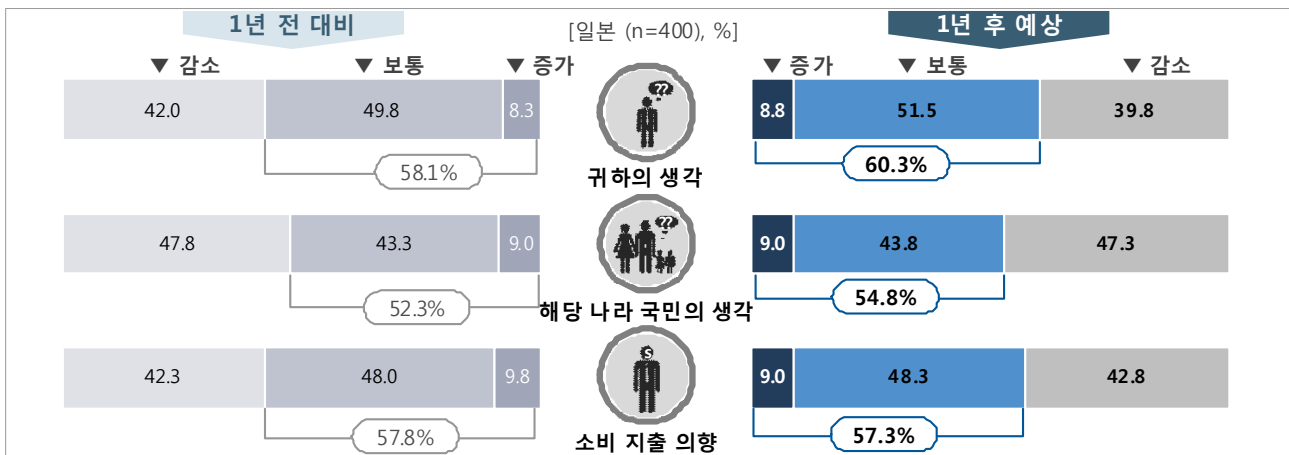
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
한국 음식	41.0	<u>52.0</u>	41.0	<u>51.0</u>	46.0	48.8	45.0	45.9	46.9	45.9	48.8	45.4	<u>61.8</u>	44.0	21.2
한국 음악(K-POP)	19.5	<u>27.0</u>	17.0	<u>30.0</u>	20.0	27.5	20.0	24.0	22.8	21.6	27.6	21.3	<u>39.0</u>	19.1	3.8
한국 드라마	13.0	19.0	11.0	18.0	15.0	<u>20.0</u>	<u>20.0</u>	16.4	15.7	16.2	17.1	15.4	<u>29.3</u>	11.6	3.8
한국 패션	8.0	<u>24.0</u>	15.0	<u>22.0</u>	10.0	18.8	10.0	14.4	16.9	5.4	<u>23.6</u>	13.8	<u>25.2</u>	13.8	3.8
한국 영화	10.0	14.5	7.0	<u>18.0</u>	10.0	15.0	10.0	10.3	13.4	8.1	15.4	11.3	<u>22.0</u>	8.9	3.8
한국 게임	6.5	4.5	5.0	7.0	5.0	3.8	10.0	6.8	4.7	5.4	7.3	4.6	10.6	4.0	-
한국 애니, 만화	4.0	4.0	5.0	8.0	-	3.8	-	2.7	4.7	8.1	3.3	3.8	7.3	3.1	-
한국도서 (출판물)	2.5	4.5	5.0	4.0	-	5.0	5.0	3.4	3.5	5.4	4.1	2.9	8.1	1.3	1.9

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 1년 전 대비 현재의 한국문화상품에 대한 본인 및 국민의 관심도와 소비지출의향이 증가했다는 의견은 10% 미만인 반면, 감소했다는 의견이 40% 이상으로 부정적임
- 1년 후에도 본인 및 국민의 관심도와 소비지출의향이 감소할 것이라는 예상이 40% 이상으로 높게 나타나고 있어 한국문화상품에 대해 부정적인 인식이 지속될 것으로 보임
- 특히, 전반적으로 10~30대 젊은 층을 중심으로 1년 전 대비, 그리고 향후 1년 후 관심도 및 소비지출의향이 감소할 것이라는 인식이 강하게 나타남

[그림 5-5. 한국문화상품 관심도]



[표 5-5. 한국문화상품 관심도]

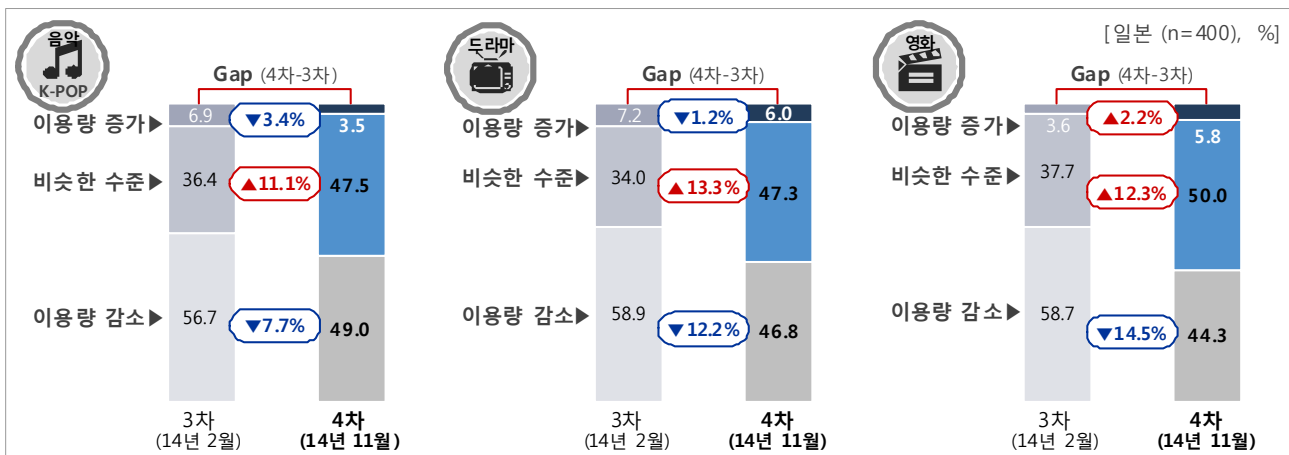
한국 문화 상품 관심도 %		귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
		1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	42.5	49.0	8.5	40.5	50.0	9.5	46.0	44.0	10.0	45.5	45.5	9.0	42.5	47.5	10.0	43.0	47.5	9.5
	여성 (200)	41.5	50.5	8.0	39.0	53.0	8.0	49.5	42.5	8.0	49.0	42.0	9.0	42.0	48.5	9.5	42.5	49.0	8.5
연령	15~19세 (100)	<u>47.0</u>	45.0	8.0	<u>46.0</u>	47.0	7.0	<u>54.0</u>	39.0	7.0	<u>49.0</u>	45.0	6.0	<u>47.0</u>	43.0	10.0	<u>48.0</u>	46.0	6.0
	20대 (100)	<u>45.0</u>	48.0	7.0	<u>42.0</u>	50.0	8.0	<u>45.0</u>	44.0	11.0	<u>47.0</u>	40.0	13.0	<u>43.0</u>	46.0	11.0	<u>43.0</u>	45.0	12.0
	30대 (100)	<u>42.0</u>	53.0	5.0	<u>39.0</u>	53.0	8.0	<u>51.0</u>	40.0	9.0	<u>50.0</u>	43.0	7.0	40.0	51.0	9.0	41.0	49.0	10.0
	40대 (80)	33.8	52.5	13.8	31.3	57.5	11.3	40.0	50.0	10.0	45.0	43.8	11.3	41.3	50.0	8.8	41.3	51.3	7.5
	50대 (20)	35.0	55.0	10.0	35.0	50.0	15.0	45.0	50.0	5.0	35.0	60.0	5.0	30.0	60.0	10.0	30.0	60.0	10.0
결혼 여부	기혼 (146)	<u>45.2</u>	46.6	8.2	41.8	47.9	10.3	47.3	41.8	11.0	47.3	39.7	13.0	39.7	49.3	11.0	40.4	47.3	12.3
	미혼 (254)	40.2	51.6	8.3	38.6	53.5	7.9	48.0	44.1	7.9	47.2	46.1	6.7	43.7	47.2	9.1	44.1	48.8	7.1
학력	중졸이하 (37)	37.8	54.1	8.1	37.8	56.8	5.4	43.2	51.4	5.4	40.5	54.1	5.4	40.5	45.9	13.5	37.8	54.1	8.1
	고졸 (123)	<u>48.8</u>	41.5	9.8	<u>45.5</u>	46.3	8.1	<u>55.3</u>	35.0	9.8	<u>51.2</u>	41.5	7.3	<u>45.5</u>	47.2	7.3	<u>48.8</u>	41.5	9.8
	대졸이상 (240)	39.2	53.3	7.5	37.1	53.3	9.6	44.6	46.3	9.2	46.3	43.3	10.4	40.8	48.8	10.4	40.4	50.8	8.8
한류 태도	호감 (123)	22.0	56.1	22.0	22.0	56.1	22.0	35.0	43.1	22.0	30.9	47.2	22.0	22.0	55.3	22.8	26.8	52.8	20.3
	보통 (225)	43.1	54.7	2.2	39.6	57.3	3.1	46.7	49.3	4.0	48.9	47.1	4.0	44.0	51.6	4.4	43.6	52.0	4.4
	비호감 (52)	<u>84.6</u>	13.5	1.9	<u>82.7</u>	15.4	1.9	<u>82.7</u>	17.3	-	<u>78.8</u>	21.2	-	<u>82.7</u>	15.4	1.9	<u>76.9</u>	21.2	1.9

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

Q7_2. 귀하께서는 현재 한국 대중문화의 평균 이용량이 1년 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- 한국문화상품 이용량이 전년과 유사/증가했다는 비율은 영화가 55.7%(223명), 드라마가 53.2%(213명), K-POP이 51.0%(204명)로 나타났으며, 이는 지난 조사 대비 소폭 증가한 수치임
- K-POP은 30~40대 남성, 한류 호감층을 중심으로 이용량 유지/증가를 높게 인식함
- 드라마는 30대, 한류 호감층에서, 영화는 30대 남성, 한류 호감층을 중심으로 이용량 유지/증가를 상대적으로 높게 인식함

[그림 5-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 5-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

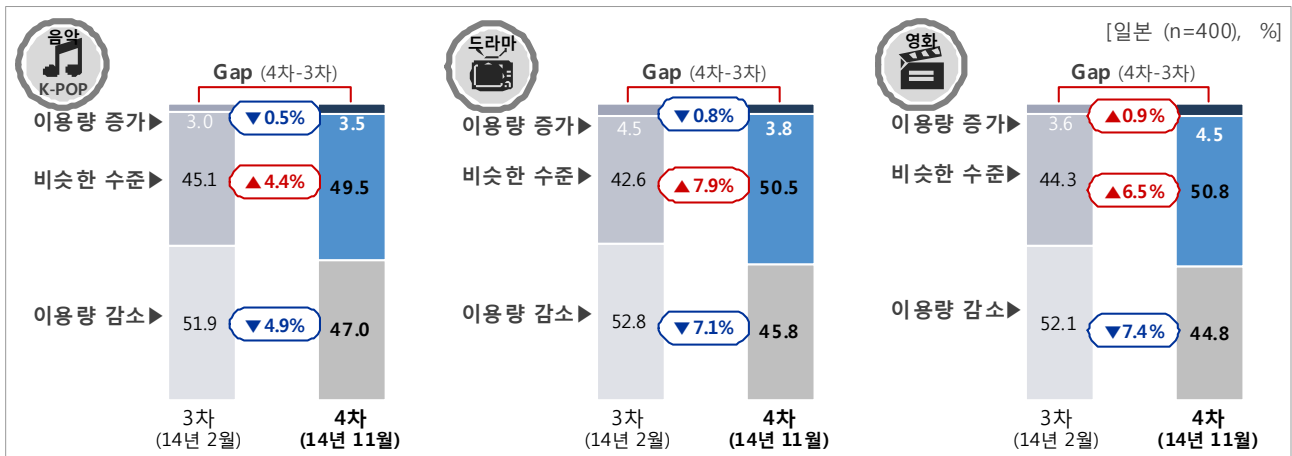
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %		음악						드라마						영화					
		3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	55.6	38.6	5.8	<u>46.5</u>	50.5	3.0	60.2	34.5	5.3	46.0	49.0	5.0	57.1	38.1	4.8	<u>41.5</u>	51.0	7.5
	여성 (200)	57.9	34.1	7.9	51.5	44.5	4.0	57.9	33.6	8.6	47.5	45.5	7.0	60.2	37.3	2.4	47.0	49.0	4.0
연령	15~19세 (100)	54.7	35.8	9.5	53.0	41.0	6.0	59.0	39.3	1.6	51.0	40.0	9.0	74.1	22.2	3.7	46.0	46.0	8.0
	20대 (100)	57.6	31.5	10.9	51.0	46.0	3.0	64.6	24.6	10.8	48.0	47.0	5.0	50.0	42.5	7.5	46.0	48.0	6.0
	30대 (100)	64.8	31.0	4.2	<u>42.0</u>	56.0	2.0	52.9	37.1	10.0	<u>38.0</u>	60.0	2.0	63.0	35.2	1.9	<u>39.0</u>	59.0	2.0
	40대 (80)	50.0	50.0	-	<u>48.8</u>	47.5	3.8	55.6	36.1	8.3	47.5	43.8	8.8	50.0	46.2	3.8	45.0	46.3	8.8
	50대 (20)	51.5	45.5	3.0	55.0	45.0	-	63.6	33.3	3.0	60.0	35.0	5.0	55.0	45.0	-	50.0	50.0	-
결혼 여부	기혼 (146)	51.2	43.0	5.8	50.7	45.9	3.4	53.6	32.7	13.6	47.9	44.5	7.5	56.6	39.5	3.9	45.2	47.3	7.5
	미혼 (254)	59.8	32.7	7.5	48.0	48.4	3.5	62.6	34.8	2.6	46.1	48.8	5.1	60.4	36.3	3.3	43.7	51.6	4.7
학력	중졸이하 (37)	45.2	42.9	11.9	<u>45.9</u>	48.6	5.4	48.1	48.1	3.7	<u>43.2</u>	43.2	13.5	63.6	36.4	-	<u>40.5</u>	51.4	8.1
	고졸 (123)	59.7	34.7	5.6	53.7	39.8	6.5	59.6	31.9	8.5	51.2	43.1	5.7	58.2	36.4	5.5	49.6	45.5	4.9
	대졸이상 (240)	57.4	36.1	6.5	47.1	51.3	1.7	60.4	32.6	6.9	45.0	50.0	5.0	58.4	38.6	3.0	42.1	52.1	5.8
한류 태도	호감 (123)	43.5	42.7	13.7	<u>39.8</u>	50.4	9.8	50.5	36.0	13.5	<u>37.4</u>	49.6	13.0	56.9	38.5	4.6	<u>36.6</u>	49.6	13.8
	보통 (225)	62.7	34.3	3.0	48.9	50.7	0.4	61.7	35.0	3.3	46.7	50.2	3.1	56.3	41.3	2.5	43.6	54.2	2.2
	비호감 (52)	71.4	26.2	2.4	71.2	26.9	1.9	76.5	23.5	-	69.2	28.8	1.9	72.7	22.7	4.5	65.4	32.7	1.9

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

Q7_3. 귀하께서는 1년 후 한국 대중문화의 평균 이용량이 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

- 향후 한국문화 이용량이 현재와 유사하거나 증가할 것으로 예상하는 비중은 55% 수준이며, 이는 전 조사 대비 소폭 증가한 수치임
특히, 드라마와 영화분야에서 이용량이 유지/증가할 것이라는 예상은 전 조사 대비 상대적으로 높게 상승함
- 특성별로는 전반적으로 30대, 한류 호감층에서 향후 한류 이용량이 유지/증가할 것으로 예상하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 5-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		57.3	39.8	2.9	48.0	47.5	4.5	60.2	37.2	2.7	44.5	51.0	4.5	56.0	40.5	3.6	44.0	49.5	6.5
	여성 (200)		46.3	50.6	3.0	46.0	51.5	2.5	47.4	46.7	5.9	47.0	50.0	3.0	48.2	48.2	3.6	45.5	52.0	2.5
연령	15~19세 (100)		50.5	45.3	4.2	52.0	44.0	4.0	54.1	44.3	1.6	52.0	44.0	4.0	63.0	37.0	-	51.0	45.0	4.0
	20대 (100)		46.7	47.8	5.4	47.0	47.0	6.0	55.4	36.9	7.7	45.0	49.0	6.0	45.0	47.5	7.5	44.0	50.0	6.0
	30대 (100)		66.2	32.4	1.4	43.0	56.0	1.0	52.9	40.0	7.1	42.0	57.0	1.0	57.4	38.9	3.7	41.0	57.0	2.0
	40대 (80)		50.0	50.0	-	47.5	50.0	2.5	50.0	47.2	2.8	45.0	51.3	3.8	46.2	50.0	3.8	42.5	52.5	5.0
	50대 (20)		42.4	57.6	-	40.0	55.0	5.0	48.5	51.5	-	40.0	55.0	5.0	45.0	55.0	-	45.0	45.0	10.0
결혼여부	기혼 (146)		47.9	48.8	3.3	47.9	48.6	3.4	49.1	43.6	7.3	45.2	50.0	4.8	50.0	44.7	5.3	45.9	47.3	6.8
	미혼 (254)		54.2	43.0	2.8	46.5	50.0	3.5	55.5	41.9	2.6	46.1	50.8	3.1	53.8	44.0	2.2	44.1	52.8	3.1
학력	중졸이하 (37)		40.5	52.4	7.1	43.2	54.1	2.7	44.4	55.6	-	43.2	51.4	5.4	54.5	45.5	-	43.2	51.4	5.4
	고졸 (123)		50.8	46.8	2.4	48.8	45.5	5.7	51.1	42.6	6.4	47.2	48.8	4.1	47.3	47.3	5.5	46.3	48.8	4.9
	대졸이상 (240)		55.6	42.0	2.4	46.7	50.8	2.5	55.6	40.3	4.2	45.4	51.3	3.3	54.5	42.6	3.0	44.2	51.7	4.2
한류태도	호감 (123)		37.1	57.3	5.6	39.0	51.2	9.8	38.7	54.1	7.2	37.4	52.8	9.8	41.5	52.3	6.2	35.8	52.0	12.2
	보통 (225)		58.0	40.8	1.2	45.8	53.3	0.9	59.2	38.3	2.5	44.4	54.2	1.3	53.8	46.3	-	44.0	54.7	1.3
	비호감 (52)		71.4	26.2	2.4	71.2	28.8	-	76.5	20.6	2.9	71.2	28.8	-	77.3	13.6	9.1	69.2	30.8	-

제5장 국가별 결과 분석 : 일본

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

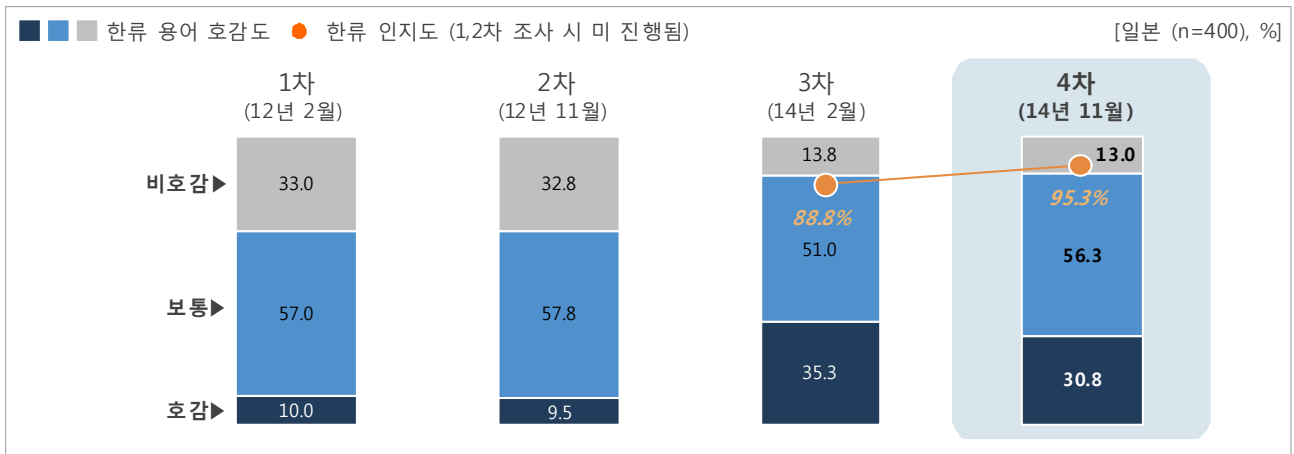
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 일본에서의 한류 인지도는 지난 조사 대비 소폭 상승한 95.3%(381명)로 매우 높은 수준이나, 한류 용어의 호감도는 30.8%(123명)로 인지도 대비 낮은 편임
- 한류 인지도는 40대 기혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 높게 나타남
- 한편, 한류에 대한 호감도는 10대 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높은 반면, 20~30대, 남성, 미혼층은 한류에 대해 상대적으로 호감도가 낮은 것으로 나타남

[그림 5-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 5-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

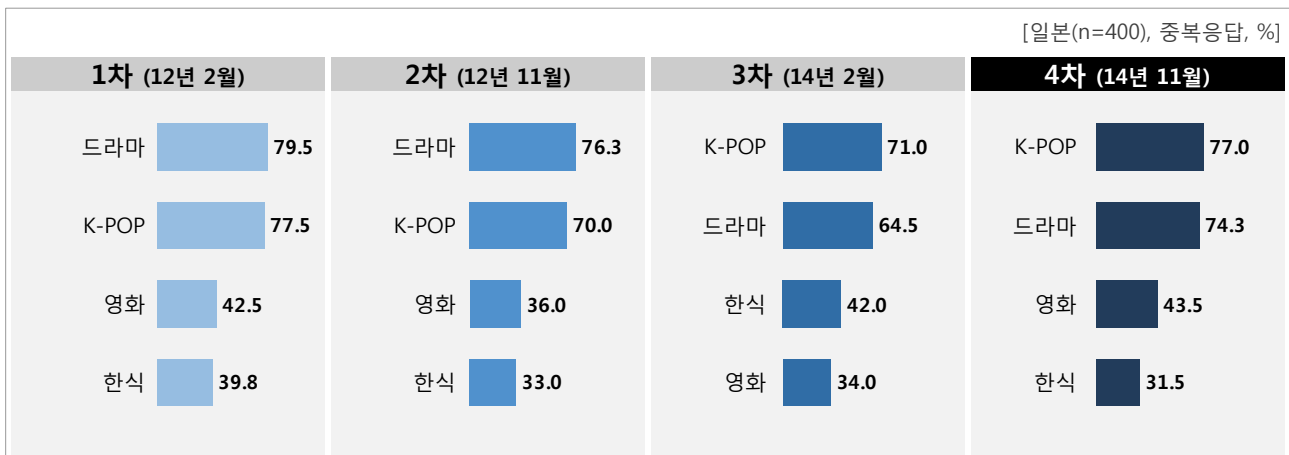
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
한류 인지도	<u>97.5</u>	93.0	94.0	95.0	94.0	<u>98.8</u>	95.0	95.2	95.3	97.3	91.9	96.7	<u>97.6</u>	94.7	92.3
한류 호감도 - 호감	28.0	<u>33.5</u>	<u>35.0</u>	31.0	30.0	26.3	30.0	30.8	30.7	27.0	<u>34.1</u>	29.6	<u>100.0</u>	-	-
한류 호감도 - 보통	57.0	55.5	53.0	53.0	54.0	63.8	70.0	58.2	55.1	62.2	54.5	56.3	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	<u>15.0</u>	11.0	12.0	<u>16.0</u>	<u>16.0</u>	10.0	-	11.0	<u>14.2</u>	10.8	11.4	14.2	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

Q5. 다음 보기 중 '한류'라고 생각하는 것을 모두 선택해 주십시오.

- 한류의 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 77.0%(308명)로 가장 높았으며, 그 외 '드라마', '영화', '한식' 순으로 나타남
- K-POP은 20~40대 여성, 미혼, 한류 호감층에서 한류 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높음
- 드라마는 40~50대 여성, 한류 호감층에서, 영화는 30대 여성, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 상대적으로 높게 인식함

[그림 5-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 5-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
K-POP	74.5	<u>79.5</u>	71.0	<u>79.0</u>	<u>81.0</u>	<u>80.0</u>	65.0	71.2	<u>80.3</u>	<u>83.8</u>	74.8	77.1	<u>82.9</u>	74.2	75.0
드라마	71.0	<u>77.5</u>	68.0	73.0	72.0	<u>83.8</u>	<u>85.0</u>	76.7	72.8	64.9	<u>74.8</u>	<u>75.4</u>	<u>81.3</u>	72.9	63.5
영화	40.5	<u>46.5</u>	36.0	42.0	<u>52.0</u>	43.8	45.0	43.8	43.3	40.5	46.3	42.5	<u>52.8</u>	42.2	26.9
한식	32.5	30.5	34.0	<u>37.0</u>	31.0	25.0	20.0	27.4	<u>33.9</u>	32.4	34.1	30.0	<u>45.5</u>	26.7	19.2

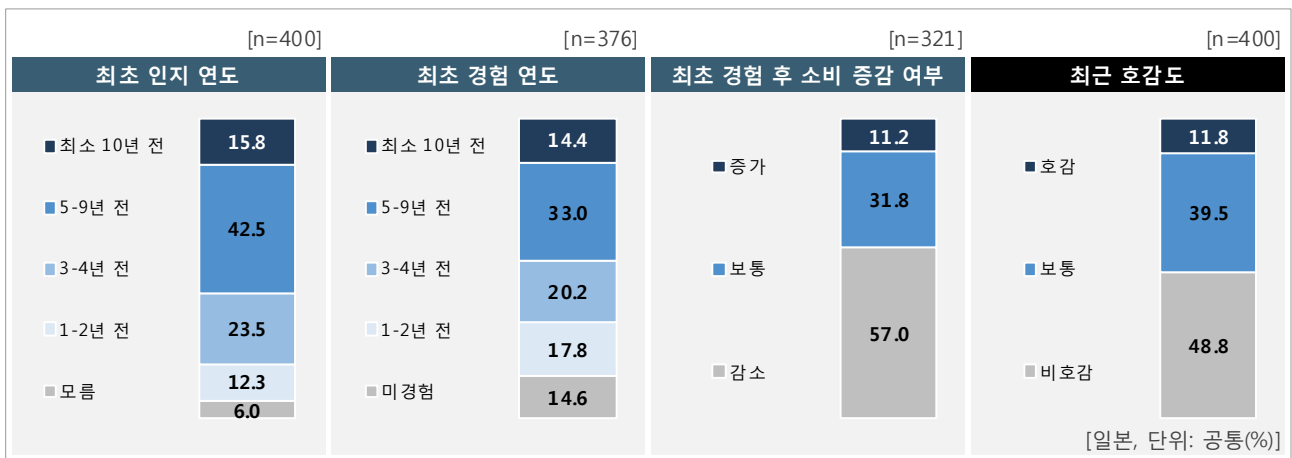
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 일본에서 한국 드라마 인지율은 94.0%(376명), 10년 전부터 인지 비중은 15.8%(63명)임
- 한국 드라마 경험률은 85.4%(321명) 수준이며, 10년 전 경험률은 14.4%(54명)임
특히 40대 여성층에서 10년 전부터 인지/경험한 비중 높음
- 그러나, 최초 경험 후 11.2%(36명)만이 소비가 증가했으며, 호감도는 11.8%(47명)로 낮음
40대 여성, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비 증가가 높게 나타남

[그림 5-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 5-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

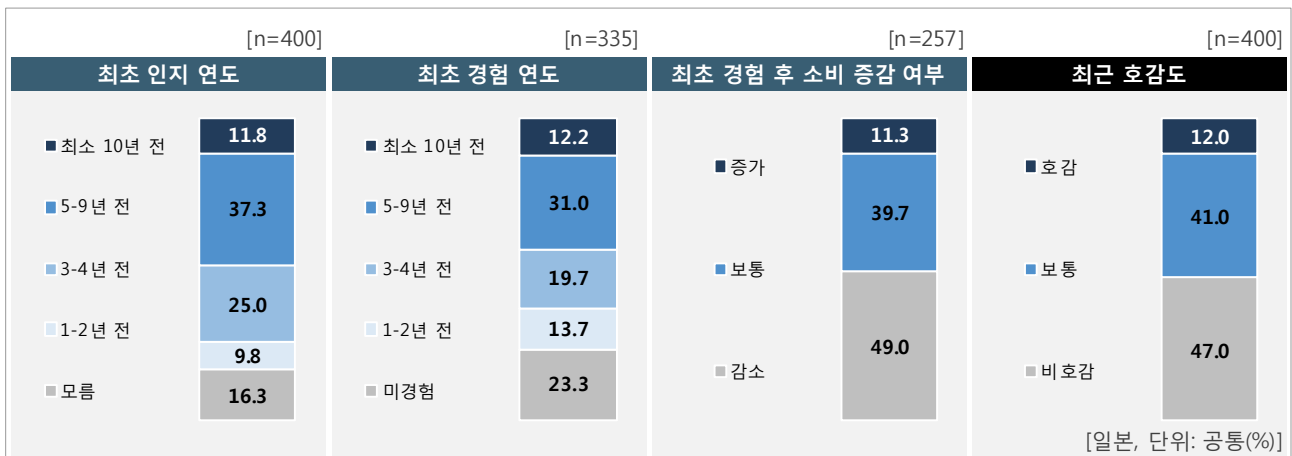
%			1 초초 인지도					2 초초 경험 연도					3 초초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		8.0	14.0	23.0	41.5	13.5	13.6	18.5	21.2	34.2	12.5	51.6	39.0	9.4	49.0	39.5	11.5
	여성 (200)		4.0	10.5	24.0	43.5	<u>18.0</u>	15.6	17.2	19.3	31.8	<u>16.1</u>	62.3	24.7	<u>13.0</u>	48.5	39.5	12.0
연령	15~19세 (100)		11.0	17.0	40.0	29.0	3.0	14.6	31.5	28.1	22.5	3.4	57.9	32.9	9.2	54.0	36.0	10.0
	20대 (100)		5.0	15.0	22.0	45.0	13.0	18.9	18.9	17.9	34.7	9.5	58.4	29.9	11.7	47.0	41.0	12.0
	30대 (100)		8.0	6.0	18.0	51.0	17.0	10.9	14.1	21.7	39.1	14.1	51.2	39.0	9.8	44.0	46.0	10.0
	40대 (80)		-	10.0	16.3	41.3	<u>32.5</u>	13.8	10.0	16.3	27.5	<u>32.5</u>	58.0	24.6	<u>17.4</u>	48.8	36.3	15.0
	50대 (20)		-	15.0	5.0	60.0	20.0	15.0	-	5.0	65.0	15.0	70.6	29.4	-	55.0	30.0	15.0
결혼 여부	기혼 (146)		5.5	13.7	22.6	45.2	13.0	10.1	15.2	25.4	36.2	13.0	62.1	25.8	12.1	52.7	36.3	11.0
	미혼 (254)		6.3	11.4	24.0	40.9	17.3	17.2	19.3	17.2	31.1	15.1	53.8	35.5	10.7	46.5	41.3	12.2
학력	중졸이하 (37)		5.4	16.2	32.4	43.2	2.7	14.3	22.9	22.9	34.3	5.7	56.7	30.0	<u>13.3</u>	45.9	40.5	<u>13.5</u>
	고졸 (123)		12.2	12.2	25.2	34.1	<u>16.3</u>	13.0	21.3	21.3	28.7	<u>15.7</u>	56.4	28.7	<u>14.9</u>	53.7	30.9	<u>15.4</u>
	대졸이상 (240)		2.9	11.7	21.3	46.7	<u>17.5</u>	15.5	15.5	19.3	34.8	<u>15.0</u>	57.4	33.5	9.1	46.7	43.8	9.6
한류 태도	호감 (123)		2.4	9.8	29.3	43.1	15.4	5.8	17.5	24.2	39.2	13.3	41.6	36.3	<u>22.1</u>	30.9	37.4	<u>31.7</u>
	보통 (225)		6.7	12.9	23.1	42.2	15.1	18.6	16.7	19.0	31.0	14.8	62.0	32.2	5.8	50.2	47.1	2.7
	비호감 (52)		11.5	15.4	11.5	42.3	<u>19.2</u>	19.6	23.9	15.2	26.1	15.2	81.1	16.2	2.7	84.6	11.5	3.8

(2) 한국 영화

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 영화 인지율은 83.7%(335명)이며, 10년 전부터 인지한 비중은 11.8%(47명)임
- 경험률은 76.7%(257명)며, 10년 전 경험률은 12.2%(41명)로 낮지 않은 수준
특히 40대, 미혼 집단에서 10년 전부터 인지/경험한 비중 높음
- 그러나, 최초 경험 후 11.3%(29명)만이 소비가 증가했으며, 최근 호감도는 12.0%(48명)로 낮음
40대, 한류 호감층을 중심으로 최초 경험 후 소비 증가가 높게 나타남

[그림 5-11. 한국 영화]



[표 5-11. 한국 영화]

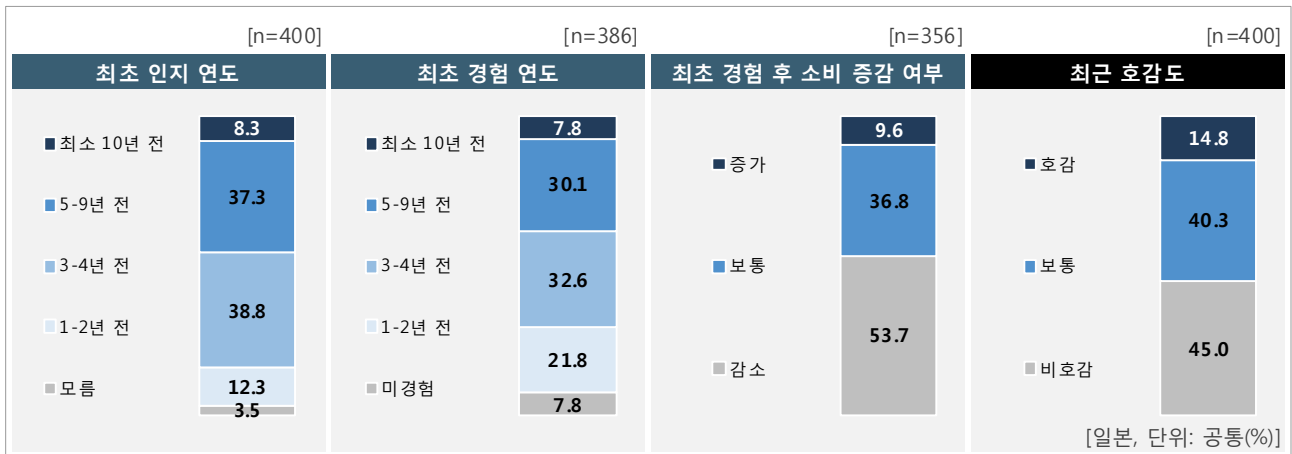
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	15.5	11.0	24.5	37.5	11.5	21.3	14.8	22.5	28.4	13.0	39.1	49.6	11.3	44.5	42.5	13.0
	여성	(200)	17.0	8.5	25.5	37.0	12.0	25.3	12.7	16.9	33.7	11.4	59.7	29.0	11.3	49.5	39.5	11.0
연령	15~19세	(100)	<u>27.0</u>	11.0	35.0	24.0	3.0	<u>42.5</u>	17.8	17.8	19.2	2.7	45.2	42.9	11.9	59.0	31.0	10.0
	20대	(100)	12.0	15.0	31.0	35.0	7.0	27.3	17.0	22.7	27.3	5.7	48.4	40.6	10.9	41.0	47.0	12.0
	30대	(100)	13.0	5.0	18.0	53.0	11.0	10.3	12.6	25.3	42.5	9.2	46.2	47.4	6.4	39.0	47.0	14.0
	40대	(80)	10.0	8.8	18.8	33.8	<u>28.8</u>	15.3	9.7	13.9	27.8	<u>33.3</u>	52.5	29.5	<u>18.0</u>	47.5	41.3	11.3
	50대	(20)	<u>25.0</u>	5.0	5.0	50.0	15.0	20.0	-	6.7	60.0	13.3	66.7	25.0	8.3	55.0	30.0	15.0
결혼 여부	기혼	(146)	16.4	9.6	28.1	37.0	8.9	25.4	9.0	27.0	30.3	8.2	49.5	38.5	12.1	49.3	39.0	11.6
	미혼	(254)	16.1	9.8	23.2	37.4	<u>13.4</u>	22.1	16.4	15.5	31.5	<u>14.6</u>	48.8	40.4	10.8	45.7	42.1	12.2
학력	중졸이하	(37)	<u>21.6</u>	10.8	29.7	37.8	-	<u>27.6</u>	24.1	13.8	34.5	-	47.6	42.9	9.5	48.6	40.5	10.8
	고졸	(123)	<u>23.6</u>	7.3	30.1	27.6	11.4	<u>33.0</u>	11.7	19.1	26.6	9.6	46.0	38.1	<u>15.9</u>	53.7	31.7	14.6
	대졸이상	(240)	11.7	10.8	21.7	42.1	13.8	18.4	13.2	20.8	32.5	<u>15.1</u>	50.3	39.9	9.8	43.3	45.8	10.8
한류 태도	호감	(123)	9.8	12.2	27.6	38.2	12.2	21.6	14.4	21.6	31.5	10.8	29.9	51.7	<u>18.4</u>	31.7	41.5	<u>26.8</u>
	보통	(225)	19.6	8.4	25.8	35.6	10.7	25.4	11.6	18.8	32.0	12.2	56.3	35.6	8.1	48.0	46.7	5.3
	비호감	(52)	17.3	9.6	15.4	42.3	15.4	18.6	20.9	18.6	25.6	16.3	68.6	25.7	5.7	78.8	15.4	5.8

(3) 한국 음악(K-POP)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- K-POP 인지율은 96.5%(386명)로 높으며, 그 중 8.3%(33명)는 최소 10년 전에 인지함
- 경험률도 92.2%(356명)로 높으며, 그 중 10년 전 부터 경험률은 7.8%(30명)로 조사됨
특히 40대 집단에서 10년 전부터 인지/경험한 비중 높음
- 그러나, 최초 경험 후 9.6%(34명)만이 소비가 증가했으며, 최근 호감도는 14.8%(59명)로 낮은 수준임

[그림 5-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 5-12. 한국 음악(K-POP)]

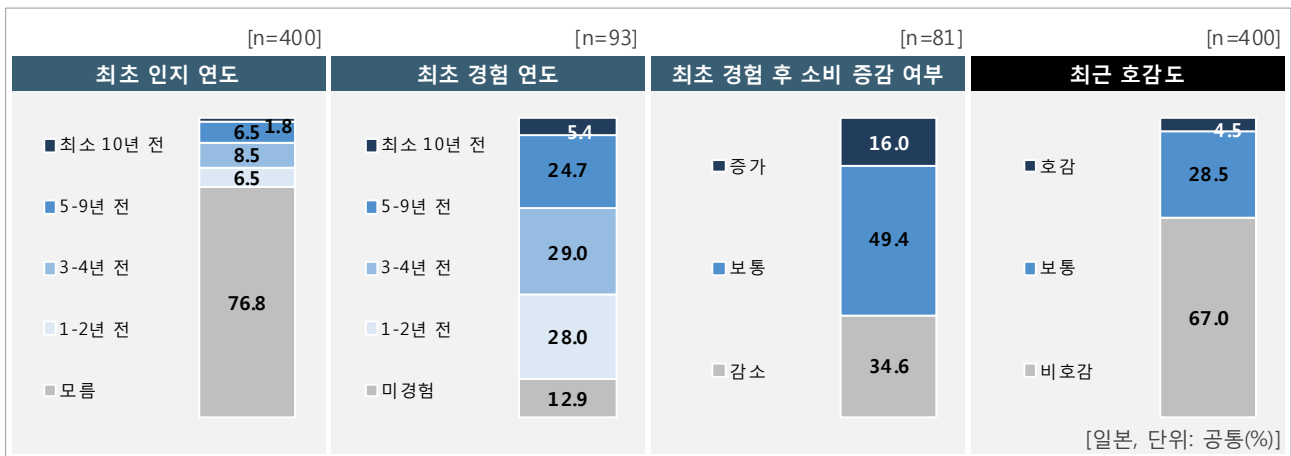
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		3.0	13.5	38.0	36.0	9.5	7.7	20.1	33.5	28.9	9.8	51.4	40.8	7.8	43.5	41.5	15.0
	여성 (200)		4.0	11.0	39.5	38.5	7.0	7.8	23.4	31.8	31.3	5.7	55.9	32.8	<u>11.3</u>	46.5	39.0	14.5
연령	15~19세 (100)		1.0	19.0	49.0	29.0	2.0	8.1	29.3	38.4	22.2	2.0	52.7	38.5	8.8	47.0	37.0	16.0
	20대 (100)		1.0	14.0	45.0	35.0	5.0	7.1	25.3	30.3	32.3	5.1	55.4	30.4	<u>14.1</u>	40.0	41.0	<u>19.0</u>
	30대 (100)		6.0	7.0	36.0	45.0	6.0	5.3	16.0	39.4	35.1	4.3	49.4	44.9	5.6	40.0	45.0	15.0
	40대 (80)		3.8	7.5	27.5	37.5	<u>23.8</u>	9.1	16.9	24.7	26.0	<u>23.4</u>	54.3	34.3	11.4	52.5	40.0	7.5
	50대 (20)		15.0	15.0	15.0	50.0	5.0	17.6	11.8	11.8	52.9	5.9	71.4	28.6	-	55.0	30.0	15.0
결혼 여부	기혼 (146)		5.5	11.0	41.1	37.0	5.5	10.9	22.5	36.2	24.6	5.8	54.5	34.1	<u>11.4</u>	48.6	34.9	16.4
	미혼 (254)		2.4	13.0	37.4	37.4	9.8	6.0	21.4	30.6	33.1	8.9	53.2	38.2	8.6	42.9	43.3	13.8
학력	중졸이하 (37)		5.4	8.1	37.8	48.6	-	11.4	22.9	34.3	31.4	-	54.8	35.5	9.7	37.8	45.9	16.2
	고졸 (123)		2.4	15.4	42.3	33.3	6.5	8.3	25.8	32.5	27.5	5.8	52.7	34.5	<u>12.7</u>	46.3	37.4	16.3
	대졸이상 (240)		3.8	11.3	37.1	37.5	<u>10.4</u>	6.9	19.5	32.5	31.2	<u>10.0</u>	54.0	38.1	7.9	45.4	40.8	13.8
한류 태도	호감 (123)		-	12.2	39.8	40.7	7.3	4.9	16.3	39.0	33.3	6.5	35.9	43.6	<u>20.5</u>	26.8	39.8	<u>33.3</u>
	보통 (225)		5.8	11.6	40.4	34.2	8.0	9.4	24.1	30.7	28.3	7.5	57.3	38.0	4.7	47.6	45.3	7.1
	비호감 (52)		1.9	15.4	28.8	42.3	11.5	7.8	25.5	25.5	29.4	11.8	83.0	14.9	2.1	76.9	19.2	3.8

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 애니메이션의 인지도는 23.2%(93명)로 다른 한류 콘텐츠 대비 매우 낮음
특히, 40~50대 여성, 한류태도 보통 및 비호감 집단에서 인지도가 상대적으로 낮게 나타남
- 애니메이션 경험률은 87.1%(81명)이며, 그 중 5.4%(5명)는 10년 전부터 경험한 것으로 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 16.0%(13명)로 낮은 편이며, 최근 호감도 역시 4.5%(18명)로 매우 낮음

[그림 5-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 5-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

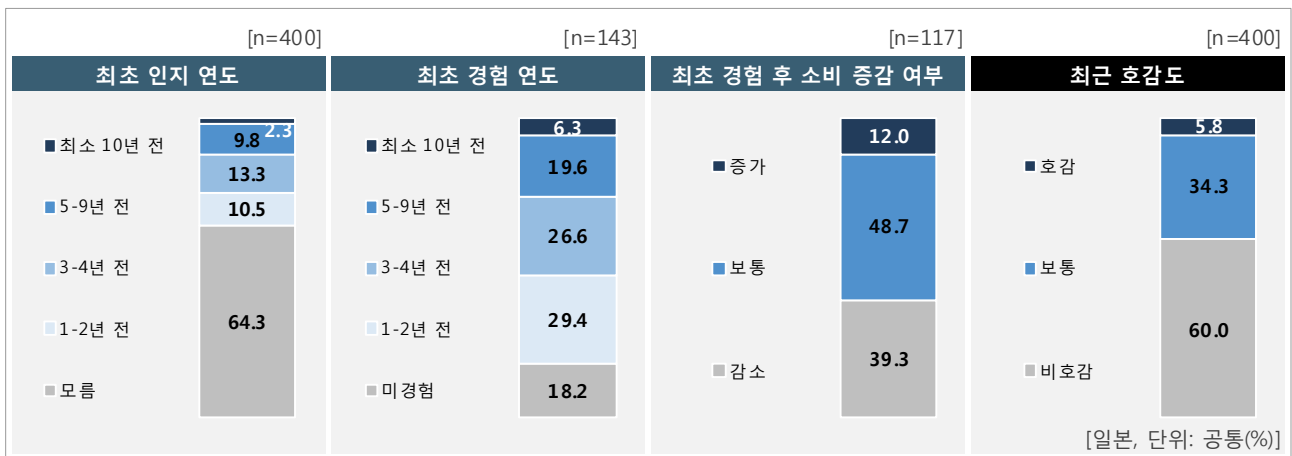
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		68.0	9.0	10.5	9.5	3.0	15.6	31.3	18.8	26.6	7.8	31.5	50.0	18.5	64.0	30.0	6.0
	여성 (200)		85.5	4.0	6.5	3.5	0.5	6.9	20.7	51.7	20.7	-	40.7	48.1	11.1	70.0	27.0	3.0
연령	15~19세 (100)		79.0	2.0	10.0	8.0	1.0	14.3	19.0	38.1	23.8	4.8	38.9	44.4	16.7	70.0	24.0	6.0
	20대 (100)		70.0	13.0	10.0	6.0	1.0	6.7	43.3	23.3	23.3	3.3	39.3	46.4	14.3	61.0	34.0	5.0
	30대 (100)		73.0	7.0	10.0	7.0	3.0	14.8	22.2	33.3	25.9	3.7	26.1	60.9	13.0	65.0	31.0	4.0
	40대 (80)		83.8	5.0	5.0	5.0	1.3	23.1	23.1	23.1	23.1	7.7	30.0	40.0	30.0	72.5	23.8	3.8
	50대 (20)		90.0	-	-	5.0	5.0	-	-	-	50.0	50.0	50.0	50.0	-	70.0	30.0	-
결혼 여부	기혼 (146)		80.8	4.1	8.2	4.1	2.7	10.7	21.4	39.3	14.3	14.3	40.0	40.0	20.0	68.5	28.1	3.4
	미혼 (254)		74.4	7.9	8.7	7.9	1.2	13.8	30.8	24.6	29.2	1.5	32.1	53.6	14.3	66.1	28.7	5.1
학력	중졸이하 (37)		70.3	2.7	10.8	16.2	-	18.2	9.1	36.4	36.4	-	33.3	44.4	22.2	62.2	27.0	10.8
	고졸 (123)		84.6	3.3	5.7	4.1	2.4	10.5	26.3	26.3	26.3	10.5	23.5	64.7	11.8	72.4	24.4	3.3
	대졸이상 (240)		73.8	8.8	9.6	6.3	1.7	12.7	31.7	28.6	22.2	4.8	38.2	45.5	16.4	65.0	30.8	4.2
한류 태도	호감 (123)		67.5	8.1	14.6	5.7	4.1	10.0	25.0	40.0	15.0	10.0	25.0	50.0	25.0	61.0	30.1	8.9
	보통 (225)		81.3	5.3	6.2	6.2	0.9	16.7	28.6	21.4	31.0	2.4	37.1	51.4	11.4	66.7	31.1	2.2
	비호감 (52)		78.8	7.7	3.8	9.6	-	9.1	36.4	18.2	36.4	-	60.0	40.0	-	82.7	13.5	3.8

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 게임의 인지도는 35.7%(143명)로 낮은 편이며, 그 중 2.3%(9명)가 10년 전부터 인지함
- 경험률은 81.8%(117명)며, 최소 10년 전부터 경험한 비율은 6.3%(9명)임
- 최초 경험 후 12.0%(14명)만이 소비가 증가했다고 응답했으며, 최근 호감도는 5.8%(23명)로 낮은 수준임
- 20~30대 남성, 한류 호감층에서 경험 후 소비 증가 비중이 상대적으로 높음

[그림 5-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 5-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

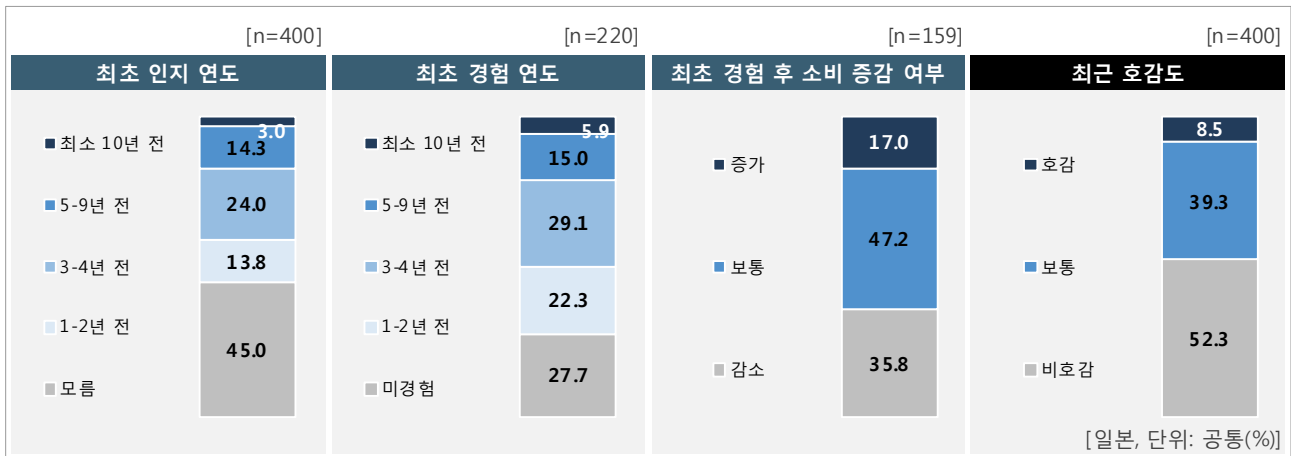
% (성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 한류 태도)			1 초초 인지도					2 초초 경험 연도					3 초초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		58.0	12.0	14.5	12.5	3.0	17.9	29.8	23.8	21.4	7.1	37.7	47.8	14.5	54.5	38.0	7.5
	여성 (200)		70.5	9.0	12.0	7.0	1.5	18.6	28.8	30.5	16.9	5.1	41.7	50.0	8.3	65.5	30.5	4.0
연령	15~19세 (100)		74.0	5.0	14.0	6.0	1.0	7.7	38.5	30.8	19.2	3.8	20.8	70.8	8.3	64.0	31.0	5.0
	20대 (100)		53.0	21.0	12.0	10.0	4.0	21.3	36.2	19.1	19.1	4.3	35.1	51.4	13.5	56.0	36.0	8.0
	30대 (100)		58.0	10.0	16.0	14.0	2.0	21.4	19.0	35.7	16.7	7.1	39.4	48.5	12.1	57.0	36.0	7.0
	40대 (80)		68.8	7.5	12.5	10.0	1.3	16.0	28.0	24.0	24.0	8.0	71.4	19.0	9.5	62.5	35.0	2.5
	50대 (20)		85.0	-	5.0	5.0	5.0	33.3	-	-	33.3	33.3	-	50.0	50.0	65.0	30.0	5.0
결혼 여부	기혼 (146)		65.1	11.6	12.3	7.5	3.4	17.6	29.4	27.5	15.7	9.8	47.6	38.1	14.3	61.0	33.6	5.5
	미혼 (254)		63.8	9.8	13.8	11.0	1.6	18.5	29.3	26.1	21.7	4.3	34.7	54.7	10.7	59.4	34.6	5.9
학력	중졸이하 (37)		73.0	2.7	16.2	8.1	-	10.0	30.0	30.0	30.0	-	33.3	55.6	11.1	54.1	40.5	5.4
	고졸 (123)		69.9	4.9	9.8	11.4	4.1	10.8	24.3	18.9	35.1	10.8	39.4	42.4	18.2	65.9	26.8	7.3
	대졸이상 (240)		60.0	14.6	14.6	9.2	1.7	21.9	31.3	29.2	12.5	5.2	40.0	50.7	9.3	57.9	37.1	5.0
한류 태도	호감 (123)		56.9	14.6	13.0	11.4	4.1	13.2	26.4	39.6	11.3	9.4	21.7	60.9	17.4	49.6	39.8	10.6
	보통 (225)		69.8	7.1	13.8	8.4	.9	19.1	29.4	22.1	26.5	2.9	49.1	41.8	9.1	59.6	36.4	4.0
	비호감 (52)		57.7	15.4	11.5	11.5	3.8	27.3	36.4	9.1	18.2	9.1	56.3	37.5	6.3	86.5	11.5	1.9

(6) 한국 패션, 뷰티

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 패션은 55.0%(220명) 인지도를 보이며, 최소 10년 전부터 인지한 비중은 3.0%(12명)로 낮은 편임
- 경험률은 72.3%(159명)이며, 10년 전부터 경험한 비중은 5.9%(13명)임
- 경험 후 소비증가율은 17.0%(27명)로 낮은 편이며, 최근 호감도 역시 8.5%(34명)로 낮음
- 20~30대 기혼 여성, 한류 호감층은 패션에 대한 최근 호감도가 타 집단대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 5-15. 한국 패션, 뷰티]

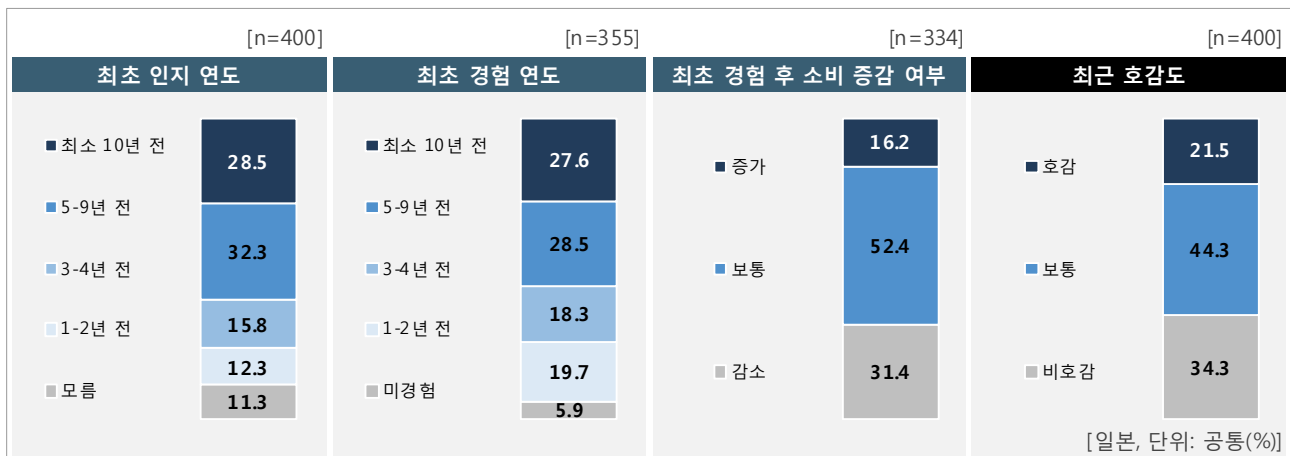
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	<u>54.5</u>	12.0	19.0	10.5	4.0	25.3	27.5	30.8	11.0	5.5	38.2	47.1	14.7	54.5	40.0	5.5
	여성	(200)	35.5	15.5	29.0	18.0	2.0	29.5	18.6	27.9	17.8	6.2	34.1	47.3	18.7	50.0	38.5	<u>11.5</u>
연령	15~19세	(100)	<u>57.0</u>	15.0	23.0	4.0	1.0	<u>30.2</u>	27.9	32.6	7.0	2.3	26.7	50.0	23.3	62.0	30.0	8.0
	20대	(100)	32.0	22.0	32.0	8.0	6.0	29.4	29.4	29.4	10.3	1.5	33.3	45.8	20.8	44.0	46.0	<u>10.0</u>
	30대	(100)	46.0	8.0	22.0	22.0	2.0	25.9	11.1	38.9	18.5	5.6	32.5	55.0	12.5	49.0	41.0	<u>10.0</u>
	40대	(80)	43.8	11.3	20.0	21.3	3.8	22.2	24.4	20.0	20.0	13.3	51.4	37.1	11.4	50.0	45.0	5.0
	50대	(20)	50.0	5.0	15.0	30.0	-	40.0	-	-	40.0	20.0	33.3	50.0	16.7	70.0	20.0	10.0
결혼 여부	기혼	(146)	47.3	14.4	21.2	13.7	3.4	27.3	20.8	26.0	16.9	9.1	41.1	37.5	21.4	53.4	35.6	<u>11.0</u>
	미혼	(254)	43.7	13.4	25.6	14.6	2.8	28.0	23.1	30.8	14.0	4.2	33.0	52.4	14.6	51.6	41.3	7.1
학력	중졸이하	(37)	<u>56.8</u>	16.2	21.6	5.4	-	18.8	31.3	37.5	6.3	6.3	30.8	61.5	7.7	56.8	37.8	5.4
	고졸	(123)	48.8	10.6	26.0	11.4	3.3	<u>36.5</u>	20.6	27.0	12.7	3.2	30.0	45.0	25.0	56.1	35.0	8.9
	대졸이상	(240)	41.3	15.0	23.3	17.1	3.3	24.8	22.0	29.1	17.0	7.1	38.7	46.2	15.1	49.6	41.7	8.8
한류 태도	호감	(123)	31.7	13.0	30.9	19.5	4.9	21.4	17.9	36.9	16.7	7.1	24.2	50.0	25.8	39.0	42.3	<u>18.7</u>
	보통	(225)	49.8	13.3	21.8	13.3	1.8	<u>33.6</u>	23.9	22.1	15.0	5.3	40.0	48.0	12.0	52.0	43.6	4.4
	비호감	(52)	<u>55.8</u>	17.3	17.3	5.8	3.8	21.7	30.4	34.8	8.7	4.3	61.1	33.3	5.6	84.6	13.5	1.9

(7) 한국 음식

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 음식의 인지도는 88.7%(355명)이며, 최소 10년 전 인지비중도 28.5%(114명)로 높은 편임
- 경험률은 94.1%(334명)이며, 10년 전부터 경험한 비중은 27.6%(98명)임
특히 40대, 기혼층을 중심으로 10년 전부터 인지/경험한 비중이 상대적으로 높게 나타남
- 한식 경험 이후 16.2%(54명)가 소비가 증가한 것으로 나타났으며, 최근 호감도는 21.5%(86명)임

[그림 5-16. 한국 음식]



[표 5-16. 한국 음식]

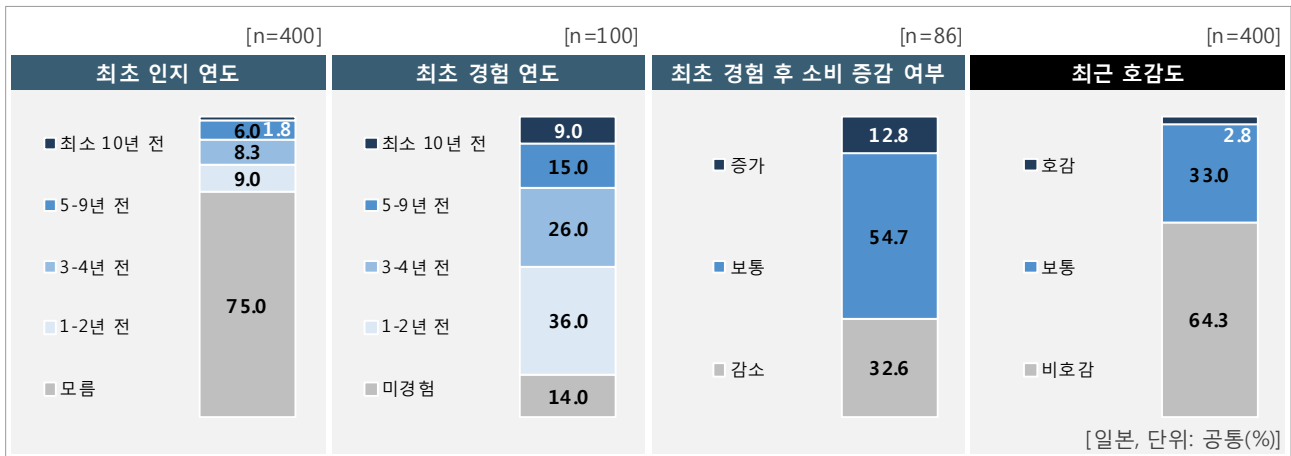
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	12.5	11.5	15.5	31.0	29.5	2.3	19.4	17.7	28.0	32.6	28.1	56.7	15.2	34.0	47.0	19.0
	여성	(200)	10.0	13.0	16.0	33.5	27.5	9.4	20.0	18.9	28.9	22.8	35.0	47.9	17.2	34.5	41.5	24.0
연령	15~19세	(100)	15.0	23.0	23.0	27.0	12.0	7.1	32.9	23.5	25.9	10.6	29.1	57.0	13.9	41.0	41.0	18.0
	20대	(100)	11.0	14.0	16.0	40.0	19.0	6.7	23.6	18.0	37.1	14.6	27.7	45.8	26.5	33.0	40.0	27.0
	30대	(100)	8.0	4.0	17.0	34.0	37.0	7.6	9.8	23.9	26.1	32.6	29.4	57.6	12.9	27.0	49.0	24.0
	40대	(80)	10.0	8.8	7.5	25.0	48.8	2.8	15.3	8.3	25.0	48.6	38.6	51.4	10.0	36.3	50.0	13.8
	50대	(20)	15.0	5.0	5.0	40.0	35.0	-	5.9	5.9	23.5	64.7	41.2	41.2	17.6	35.0	35.0	30.0
결혼 여부	기혼	(146)	12.3	12.3	12.3	28.8	34.2	5.5	18.0	17.2	25.8	33.6	33.9	52.1	14.0	32.9	45.9	21.2
	미혼	(254)	10.6	12.2	17.7	34.3	25.2	6.2	20.7	18.9	30.0	24.2	30.0	52.6	17.4	35.0	43.3	21.7
학력	중졸이하	(37)	13.5	18.9	27.0	21.6	18.9	3.1	28.1	21.9	25.0	21.9	35.5	54.8	9.7	35.1	51.4	13.5
	고졸	(123)	13.8	11.4	12.2	36.6	26.0	10.4	22.6	17.0	28.3	21.7	26.3	53.7	20.0	41.5	38.2	20.3
	대졸이상	(240)	9.6	11.7	15.8	31.7	31.3	4.1	17.1	18.4	29.0	31.3	33.2	51.4	15.4	30.4	46.3	23.3
한류 태도	호감	(123)	5.7	12.2	17.9	37.4	26.8	4.3	17.2	17.2	36.2	25.0	19.8	52.3	27.9	21.1	39.8	39.0
	보통	(225)	12.0	11.1	16.4	32.4	28.0	7.6	19.2	18.2	27.3	27.8	30.6	57.4	12.0	32.9	51.1	16.0
	비호감	(52)	21.2	17.3	7.7	19.2	34.6	2.4	29.3	22.0	12.2	34.1	67.5	30.0	2.5	71.2	25.0	3.8

(8) 한국 도서(출판물)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 도서 인지도는 25.0%(100명)로 낮은 수준이며,
특히 40대 여성, 한류태도 보통층에서 한국 도서에 대한 인지도가 상대적으로 낮음
- 경험률은 86.0%(86명)이며, 그 중 9.0%(9명)는 최소 10년 전에 한국 도서를 경험함
- 최초 경험 이후 소비 증가율은 12.8%(11명)이며, 최근 호감도는 2.8%(11명)로 매우 낮음

[그림 5-17. 한국 도서(출판물)]



[표 5-17. 한국 도서(출판물)]

%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	69.5	10.0	9.5	9.0	2.0	13.1	34.4	26.2	16.4	9.8	26.4	60.4	13.2	58.5	38.5	3.0
	여성	(200)	80.5	8.0	7.0	3.0	1.5	15.4	38.5	25.6	12.8	7.7	42.4	45.5	12.1	70.0	27.5	2.5
연령	15~19세	(100)	79.0	8.0	8.0	4.0	1.0	14.3	47.6	23.8	9.5	4.8	38.9	44.4	16.7	73.0	23.0	4.0
	20대	(100)	67.0	16.0	10.0	6.0	1.0	18.2	36.4	27.3	15.2	3.0	25.9	63.0	11.1	55.0	41.0	4.0
	30대	(100)	73.0	6.0	11.0	8.0	2.0	11.1	33.3	37.0	11.1	7.4	25.0	66.7	8.3	61.0	38.0	1.0
	40대	(80)	82.5	6.3	2.5	5.0	3.8	14.3	28.6	7.1	28.6	21.4	50.0	25.0	25.0	66.3	31.3	2.5
	50대	(20)	75.0	5.0	10.0	10.0	-	-	20.0	20.0	20.0	40.0	40.0	60.0	-	75.0	25.0	-
결혼 여부	기혼	(146)	74.7	9.6	11.0	2.7	2.1	13.5	35.1	29.7	8.1	13.5	31.3	56.3	12.5	69.9	27.4	2.7
	미혼	(254)	75.2	8.7	6.7	7.9	1.6	14.3	36.5	23.8	19.0	6.3	33.3	53.7	13.0	61.0	36.2	2.8
학력	중졸이하	(37)	73.0	8.1	10.8	8.1	-	10.0	30.0	50.0	10.0	-	33.3	33.3	33.3	56.8	37.8	5.4
	고졸	(123)	82.9	6.5	3.3	5.7	1.6	14.3	33.3	19.0	28.6	4.8	16.7	72.2	11.1	70.7	26.0	3.3
	대졸이상	(240)	71.3	10.4	10.4	5.8	2.1	14.5	37.7	24.6	11.6	11.6	37.3	52.5	10.2	62.1	35.8	2.1
한류 태도	호감	(123)	65.9	13.0	9.8	8.1	3.3	7.1	35.7	28.6	21.4	7.1	23.1	61.5	15.4	57.7	35.0	7.3
	보통	(225)	81.3	5.8	7.1	4.9	0.9	19.0	35.7	21.4	11.9	11.9	35.3	52.9	11.8	63.1	36.4	0.4
	비호감	(52)	69.2	13.5	9.6	5.8	1.9	18.8	37.5	31.3	6.3	6.3	53.8	38.5	7.7	84.6	13.5	1.9

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

Q3_1~Q3_3. 귀하께서 한국 대중문화 중 한국드라마/한국 영화/ 한국 음악 를 접하는 경로를 모두 선택해 주십시오.

- 일본은 주로 'TV'와 'YouTube 등 무료이용'을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 조사됨
- 전반적으로 TV의 비중이 60~70%대로 절대적으로 높았으며, YouTube 이용은 30~40% 수준임
- 한편, K-POP의 경우 YouTube 등 무료 채널의 이용비중이 타 콘텐츠 대비 상대적으로 높게 나타남(48.9%, 174명)

[표 5-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마			영화			K-POP	
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위
전체	(321)		TV (77.9%)	YouTube 등 무료이용(34.9%)	(257)	TV (63.4%)	YouTube 등 무료이용(35.0%)	(356)	TV (66.6%)	YouTube 등 무료이용(48.9%)
성별	남성	(159)	TV (74.2%)	YouTube 등 무료이용(37.7%)	(133)	TV (62.4%)	YouTube 등 무료이용(36.8%)	(179)	TV (64.8%)	YouTube 등 무료이용(50.3%)
	여성	(162)	TV (81.5%)	YouTube 등 무료이용(32.1%)	(124)	TV (64.5%)	YouTube 등 무료이용(33.1%)	(177)	TV (68.4%)	YouTube 등 무료이용(47.5%)
연령	15~19세	(76)	TV (76.3%)	YouTube 등 무료이용(35.5%)	(42)	TV (64.3%)	YouTube 등 무료이용(42.9%)	(91)	TV (64.8%)	YouTube 등 무료이용(56.0%)
	20대	(77)	TV (72.7%)	YouTube 등 무료이용(42.9%)	(64)	TV (59.4%)	YouTube 등 무료이용(39.1%)	(92)	TV (59.8%)	YouTube 등 무료이용(52.2%)
	30대	(82)	TV (76.8%)	YouTube 등 무료이용(35.4%)	(78)	TV (61.5%)	YouTube 등 무료이용(34.6%)	(89)	TV (69.7%)	YouTube 등 무료이용(49.4%)
	40대	(69)	TV (84.1%)	YouTube 등 무료이용(27.5%)	(61)	TV (72.1%)	YouTube 등 무료이용(29.5%)	(70)	TV (68.6%)	YouTube 등 무료이용(44.3%)
	50대	(17)	TV (88.2%)	YouTube 등 무료이용(23.5%)	(12)	TV (50.0%)	CD/DVD/블루레이/비디오테이프 (50.0%)	(14)	TV (92.9%)	CD/DVD/블루레이/비디오테이프 (21.4%)
결혼여부	기혼	(124)	TV (77.4%)	YouTube 등 무료이용(34.7%)	(91)	TV (58.2%)	YouTube 등 무료이용(37.4%)	(123)	TV (71.5%)	YouTube 등 무료이용(42.3%)
	미혼	(197)	TV (78.2%)	YouTube 등 무료이용(35.0%)	(166)	TV (66.3%)	YouTube 등 무료이용(33.7%)	(233)	TV (63.9%)	YouTube 등 무료이용(52.4%)
학력	중졸이하	(30)	TV (80.0%)	YouTube 등 무료이용(46.7%)	(21)	TV (76.2%)	YouTube 등 무료이용(52.4%)	(31)	TV (64.5%)	YouTube 등 무료이용(54.8%)
	고졸	(94)	TV (84.0%)	YouTube 등 무료이용(29.8%)	(63)	TV (66.7%)	CD/DVD/블루레이/비디오테이프 (38.1%)	(110)	TV (66.4%)	YouTube 등 무료이용(51.8%)
	대졸이상	(197)	TV (74.6%)	YouTube 등 무료이용(35.5%)	(173)	TV (60.7%)	YouTube 등 무료이용(32.9%)	(215)	TV (67.0%)	YouTube 등 무료이용(46.5%)
한류 태도	호감	(113)	TV (77.0%)	YouTube 등 무료이용(48.7%)	(87)	TV (67.8%)	YouTube 등 무료이용(46.0%)	(117)	TV (65.8%)	YouTube 등 무료이용(63.2%)
	보통	(171)	TV (79.5%)	YouTube 등 무료이용(26.3%)	(135)	TV (62.2%)	YouTube 등 무료이용(29.6%)	(192)	TV (67.7%)	YouTube 등 무료이용(40.1%)
	비호감	(37)	TV (73.0%)	YouTube 등 무료이용(32.4%)	(35)	TV (57.1%)	YouTube 등 무료이용(28.6%)	(47)	TV (63.8%)	YouTube 등 무료이용(48.9%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

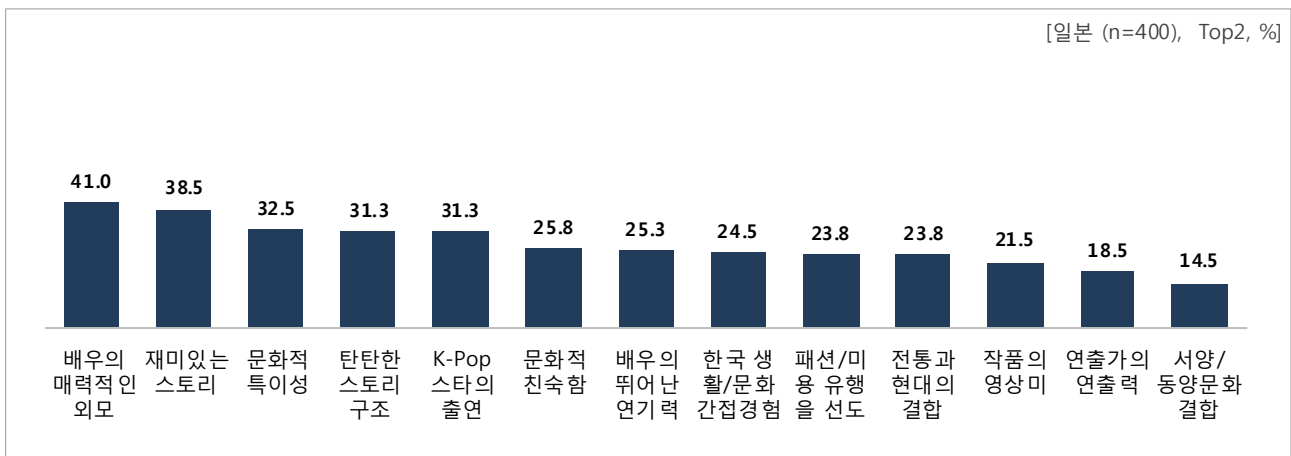
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '배우의 매력적인 외모'가 41.0%(164명)로 가장 높았으며, 그 외 '재미있는 스토리', '문화적 특이성' 순으로 나타남
- 배우의 매력적인 외모와 재미있는 스토리, 문화적 특이성은 40대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 높게 인식함

[그림 5-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 5-19. 한국 드라마 인기 요인]

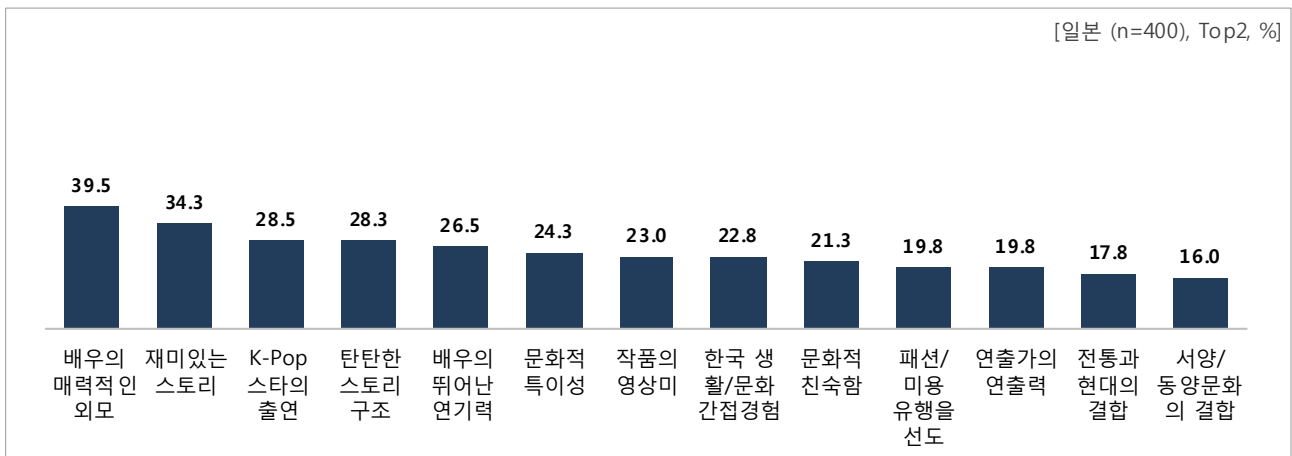
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸이하 (37)	고졸 (123)	대졸이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
배우의 매력적인 외모	35.0	<u>47.0</u>	36.0	39.0	39.0	<u>48.8</u>	<u>55.0</u>	<u>44.5</u>	39.0	27.0	<u>43.1</u>	<u>42.1</u>	<u>65.0</u>	33.8	15.4
재미있는 스토리	33.5	<u>43.5</u>	33.0	34.0	42.0	<u>46.3</u>	40.0	<u>41.1</u>	37.0	37.8	39.0	38.3	<u>64.2</u>	29.8	15.4
문화적 특이성	28.5	<u>36.5</u>	31.0	30.0	33.0	<u>37.5</u>	30.0	<u>36.3</u>	30.3	29.7	<u>36.6</u>	30.8	<u>54.5</u>	24.9	13.5
탄탄한 스토리 구조	28.5	34.0	29.0	29.0	32.0	33.8	40.0	37.7	27.6	27.0	35.8	29.6	55.3	22.7	11.5
K-Pop 스타의 출연	25.0	37.5	41.0	29.0	25.0	28.8	35.0	31.5	31.1	32.4	36.6	28.3	51.2	25.3	9.6
문화적 친숙함	19.0	32.5	27.0	21.0	25.0	28.8	35.0	26.0	25.6	24.3	27.6	25.0	46.3	17.8	11.5
배우의 뛰어난 연기력	22.5	28.0	23.0	20.0	33.0	22.5	35.0	25.3	25.2	18.9	27.6	25.0	52.8	14.7	5.8
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	17.0	32.0	23.0	26.0	26.0	23.8	20.0	26.0	23.6	18.9	26.0	24.6	46.3	16.9	5.8
패션, 미용 등 유행을 선도	19.0	28.5	24.0	27.0	21.0	23.8	20.0	24.7	23.2	16.2	27.6	22.9	46.3	16.0	3.8
전통과 현대의 결합	20.0	27.5	25.0	26.0	18.0	27.5	20.0	25.3	22.8	21.6	25.2	23.3	47.2	15.6	3.8
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	21.0	22.0	25.0	21.0	16.0	22.5	30.0	24.7	19.7	29.7	17.9	22.1	43.9	12.4	7.7
연출가의 연출력	19.0	18.0	16.0	13.0	24.0	21.3	20.0	22.6	16.1	13.5	17.1	20.0	38.2	9.8	9.6
서양문화와 동양문화의 결합	15.0	14.0	15.0	15.0	10.0	17.5	20.0	17.1	13.0	10.8	13.8	15.4	30.9	8.0	3.8

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '배우의 매력적인 외모'가 39.5%(158명)로 가장 높았으며, 그 외 '재미있는 스토리', 'K-POP 스타의 출연' 순으로 나타남
- 배우의 매력적인 외모는 30~50대 기혼 여성, 한류 호감층에서 인기요인으로 높게 인식함
- 한편, 재미있는 스토리는 30~40대 기혼 여성, 한류 호감층에서, K-POP 스타의 출연은 50대 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 인식함

[그림 5-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 5-20. 한국 영화 인기 요인]

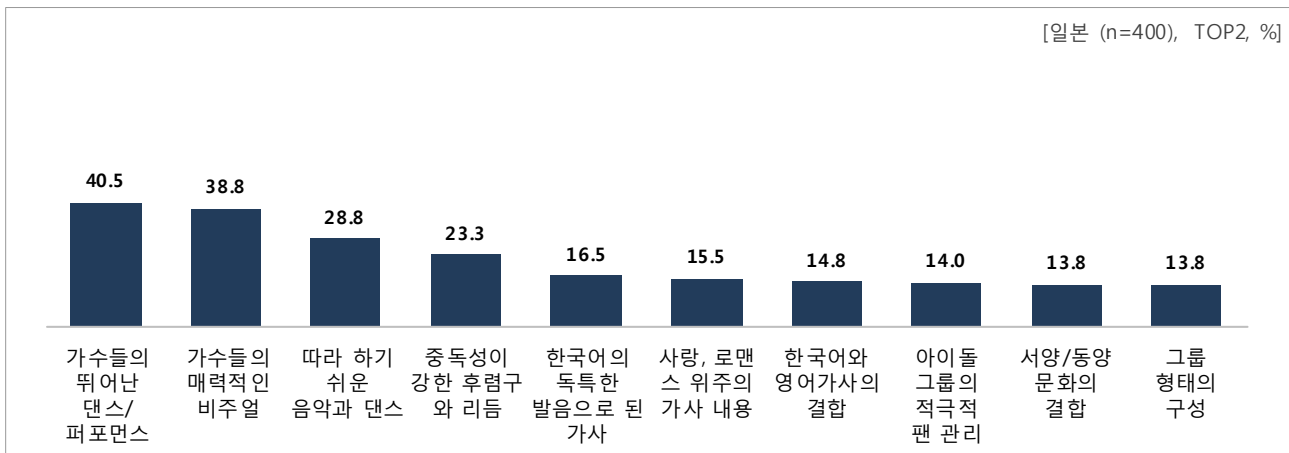
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(80)	(20)	(146)	(254)	(37)	(123)	(240)	(123)	(225)	(52)
배우의 매력적인 외모	33.5	45.5	36.0	38.0	43.0	41.3	40.0	42.5	37.8	35.1	41.5	39.2	62.6	32.0	17.3
재미있는 스토리	28.5	40.0	26.0	32.0	39.0	41.3	35.0	37.0	32.7	24.3	39.0	33.3	59.3	25.8	11.5
K-Pop 스타의 출연	27.0	30.0	30.0	25.0	26.0	31.3	40.0	29.5	28.0	32.4	34.1	25.0	47.2	22.7	9.6
탄탄한 스토리 구조	26.0	30.5	21.0	28.0	27.0	37.5	35.0	28.8	28.0	21.6	28.5	29.2	49.6	20.9	9.6
배우의 뛰어난 연기력	23.0	30.0	20.0	25.0	35.0	23.8	35.0	27.4	26.0	16.2	33.3	24.6	55.3	16.0	3.8
문화적 특이성	20.5	28.0	23.0	23.0	24.0	28.8	20.0	30.1	20.9	27.0	20.3	25.8	44.7	16.0	11.5
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	19.0	27.0	20.0	24.0	26.0	22.5	20.0	25.3	21.7	18.9	22.0	24.2	46.3	14.7	3.8
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	19.0	26.5	19.0	21.0	23.0	26.3	35.0	24.7	21.7	21.6	17.9	25.4	47.2	13.8	3.8
문화적 친숙함	16.0	26.5	17.0	19.0	24.0	22.5	35.0	24.0	19.7	13.5	25.2	20.4	40.7	14.2	5.8
패션, 미용 등 유행을 선도	15.5	24.0	18.0	24.0	14.0	23.8	20.0	21.2	18.9	18.9	18.7	20.4	41.5	10.2	9.6
연출가의 연출력	18.0	21.5	16.0	16.0	24.0	21.3	30.0	20.5	19.3	10.8	17.1	22.5	38.2	12.4	7.7
전통과 현대의 결합	15.5	20.0	17.0	20.0	15.0	20.0	15.0	15.8	18.9	21.6	20.3	15.8	39.0	8.9	5.8
서양문화와 동양문화의 결합	15.5	16.5	16.0	16.0	11.0	22.5	15.0	17.1	15.4	13.5	12.2	18.3	37.4	7.1	3.8

(3) 한국 음악(K-POP)

Q9_3. 한국 음악(K-pop)의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- K-POP의 인기요인은 '가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스'가 40.5%(162명)로 가장 높았으며, 그 외 '가수들의 매력적인 비주얼', '따라하기 쉬운 음악과 춤' 순으로 나타남
- 가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스는 50대 여성, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 높게 인식함

[그림 5-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 5-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

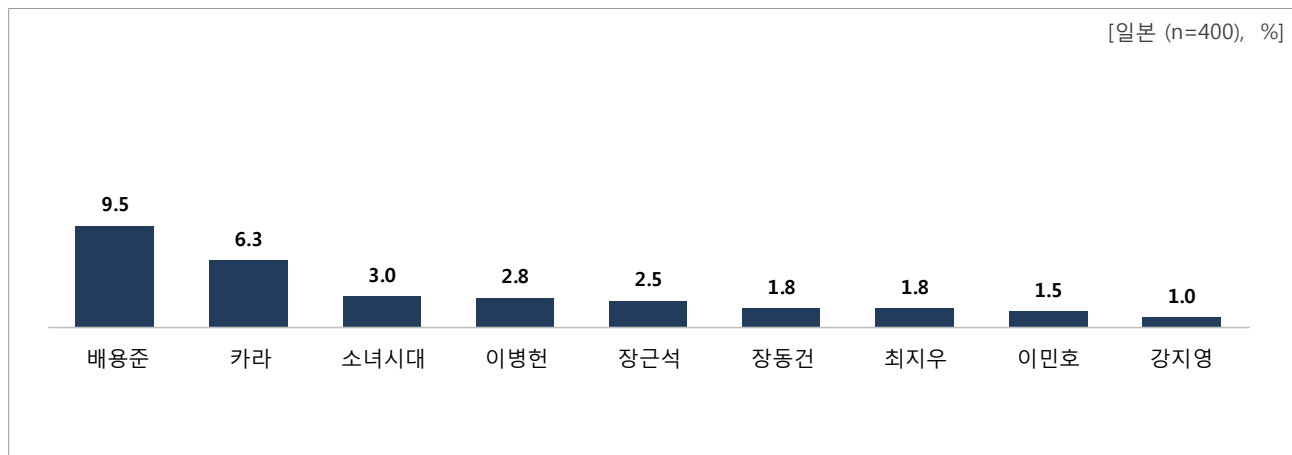
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸이하 (37)	고졸 (123)	대졸이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스	36.5	<u>44.5</u>	41.0	37.0	41.0	40.0	<u>55.0</u>	43.2	39.0	35.1	<u>45.5</u>	38.8	<u>65.9</u>	32.4	15.4
가수들의 매력적인 비주얼	36.0	<u>41.5</u>	39.0	41.0	39.0	32.5	50.0	40.4	37.8	37.8	39.0	38.8	<u>60.2</u>	32.0	17.3
따라하기 쉬운 음악과 춤	26.5	<u>31.0</u>	22.0	30.0	32.0	27.5	45.0	<u>34.2</u>	25.6	27.0	27.6	29.6	<u>48.8</u>	20.9	15.4
중독성이 강한 후렴구와 리듬	19.0	27.5	19.0	29.0	24.0	21.3	20.0	26.7	21.3	8.1	30.9	21.7	39.8	17.8	7.7
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	15.5	17.5	16.0	20.0	16.0	13.8	15.0	15.8	16.9	10.8	20.3	15.4	30.1	11.6	5.8
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	17.5	13.5	18.0	16.0	15.0	12.5	15.0	14.4	16.1	16.2	17.9	14.2	31.7	8.9	5.8
한국어와 영어 가사의 결합	13.0	16.5	14.0	18.0	15.0	12.5	10.0	13.7	15.4	13.5	15.4	14.6	26.8	9.8	7.7
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	12.5	15.5	18.0	11.0	15.0	12.5	10.0	14.4	13.8	13.5	17.9	12.1	30.9	6.7	5.8
서양문화와 동양문화의 결합	14.5	13.0	13.0	14.0	13.0	16.3	10.0	15.1	13.0	10.8	14.6	13.8	31.7	6.2	3.8
그룹 형태의 구성	17.0	10.5	17.0	10.0	12.0	16.3	15.0	14.4	13.4	16.2	13.8	13.3	30.1	6.7	5.8

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 일본에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '배용준'이 9.5%(38명)로 가장 높았으며, 그 외 '카라', '소녀시대', '이병헌' 순으로 높게 나타남

[그림 5-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 5-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
배용준	10.0	9.0	7.0	12.0	12.0	7.5	5.0	10.3	9.1	8.1	9.8	9.6	13.8	7.1	9.6
카라	8.0	4.5	8.0	1.0	10.0	6.3	5.0	8.9	4.7	10.8	3.3	7.1	11.4	4.9	-
소녀시대	4.5	1.5	6.0	2.0	3.0	-	5.0	2.1	3.5	2.7	3.3	2.9	6.5	1.3	1.9
이병헌	2.5	3.0	2.0	4.0	3.0	1.3	5.0	2.7	2.8	-	2.4	3.3	3.3	3.1	-
장근석	1.5	3.5	2.0	4.0	3.0	-	5.0	2.1	2.8	2.7	4.1	1.7	2.4	2.2	3.8
장동건	2.5	1.0	-	2.0	2.0	3.8	-	2.7	1.2	-	0.8	2.5	2.4	1.8	-
최지우	1.5	2.0	1.0	2.0	1.0	2.5	5.0	1.4	2.0	2.7	1.6	1.7	2.4	1.8	-
이민호	-	3.0	2.0	-	1.0	3.8	-	1.4	1.6	-	0.8	2.1	2.4	1.3	-
강지영	1.5	0.5	1.0	2.0	1.0	-	-	1.4	0.8	-	2.4	0.4	0.8	0.9	1.9

제5장 국가별 결과 분석 : 일본

Ⅲ. 한류의 효과

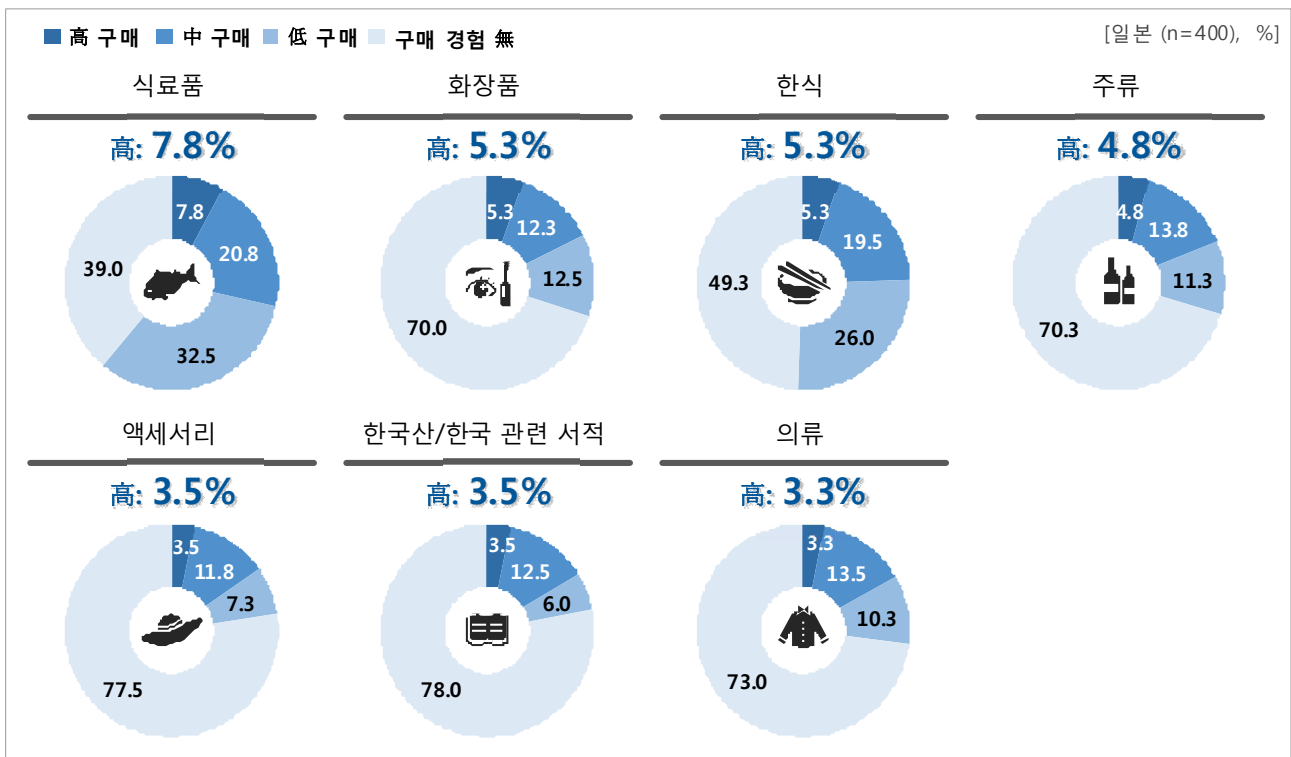
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

Q11. 귀하는 최근 4년간 한국산 제품을 얼마나 구매하였는지 다음 항목별로 응답해 주십시오.

- 전반적으로 구매경험이 없다는 비율이 높으며, '화장품', '주류', '액세서리', '서적', '의류'는 구입한 경험이 없다는 응답이 70% 이상으로 나타나 상품별로 매우 한정적인 구매 경험률을 보임

[그림 5-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 5-23. 생활용품 및 서비스 경험]

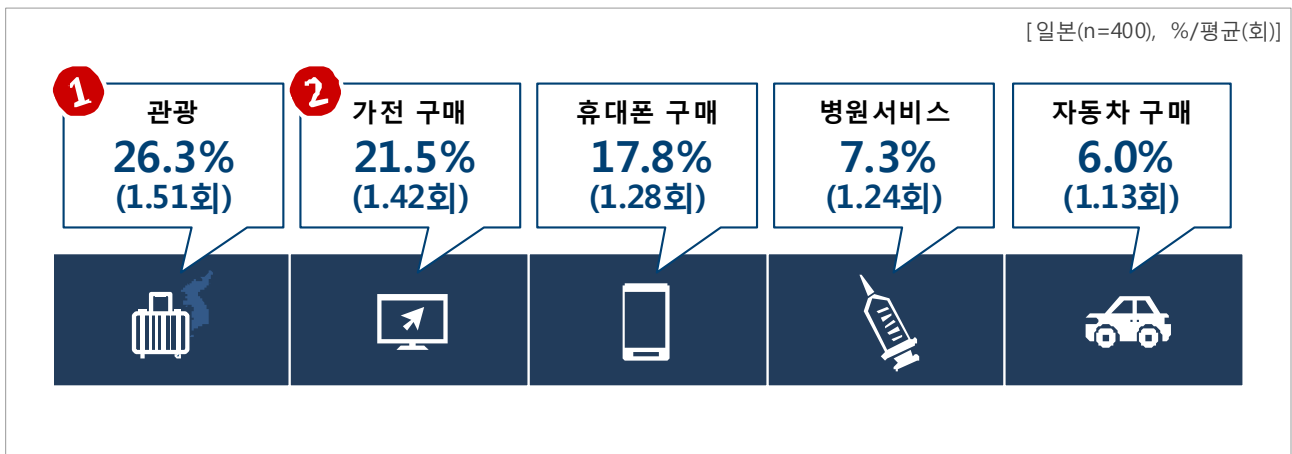
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
한국 식료품 구매	8.0	7.5	6.0	10.0	9.0	7.5	-	6.8	8.3	10.8	5.7	8.3	16.3	4.0	3.8
한국 화장품 구매	5.5	5.0	5.0	9.0	3.0	5.0	-	6.2	4.7	5.4	2.4	6.7	12.2	1.8	3.8
한국 음식점에서 식사	6.5	4.0	4.0	8.0	4.0	5.0	5.0	4.1	5.9	2.7	4.1	6.3	10.6	3.1	1.9
한국 주류(술) 구매	6.5	3.0	5.0	6.0	2.0	6.3	5.0	5.5	4.3	8.1	1.6	5.8	10.6	1.8	3.8
한국산 액세서리 구매	5.5	1.5	6.0	5.0	-	3.8	-	4.1	3.1	8.1	2.4	3.3	7.3	1.3	3.8
한국산/한국 관련 서적 구매	5.5	1.5	2.0	9.0	1.0	1.3	5.0	4.1	3.1	2.7	0.8	5.0	9.8	0.4	1.9
한국 의류 구매	4.0	2.5	3.0	6.0	1.0	3.8	-	4.1	2.8	5.4	-	4.6	6.5	1.3	3.8

(2) 고가용품 및 서비스

Q12. 귀하는 과거 아래와 같은 한국산 제품을 구매 또는 한국을 방문한 경험이 있으십니까?

- 전반적으로 고가 제품의 구매/경험률도 타 아시아 국가 대비 낮은 수준인 가운데, '관광'이 26.3%(105명), '가전 구매'가 21.5%(86명)로 다른 제품 대비 상대적으로 높음 반면, '병원 서비스', '자동차 구매' 경험은 낮은 수준임
- 관광은 20~30대, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음
- 가전은 20~30대 기혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 구매 경험률 높음

[그림 5-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 5-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

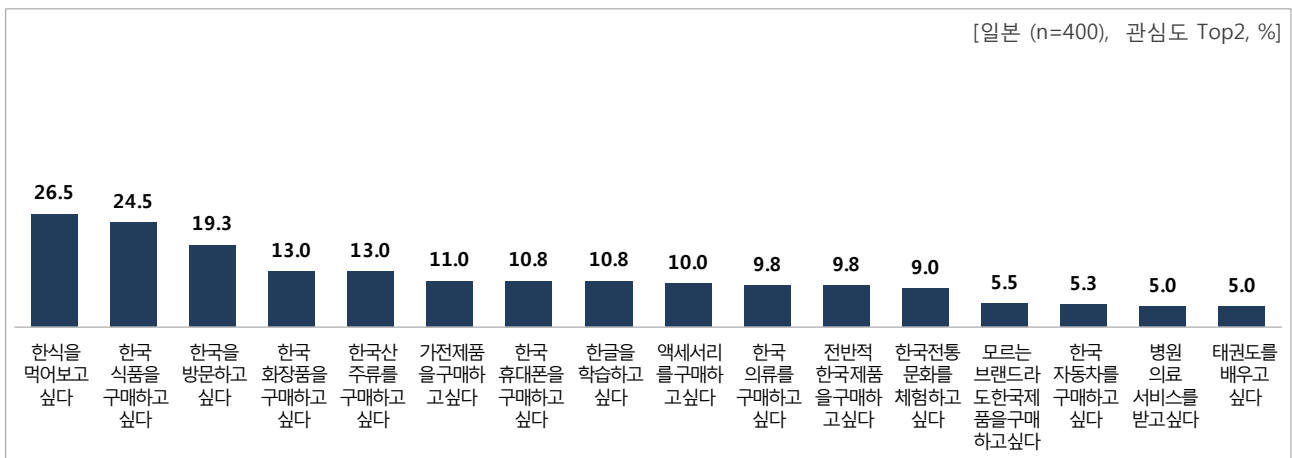
구매 및 경험 정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
		(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(80)	(20)	(146)	(254)	(37)	(123)	(240)	(123)	(225)	(52)
구매경험률	관광	26.0	26.5	19.0	<u>29.0</u>	<u>29.0</u>	26.3	35.0	28.1	25.2	18.9	21.1	<u>30.0</u>	<u>41.5</u>	20.0	17.3
	<구매횟수 평균-회>	1.54	1.49	1.42	1.55	1.62	1.57	1.00	1.20	1.72	2.00	1.46	1.49	1.57	1.47	1.44
	가전 구매	<u>28.0</u>	15.0	13.0	<u>26.0</u>	<u>27.0</u>	17.5	30.0	<u>24.7</u>	19.7	10.8	21.1	23.3	<u>31.7</u>	17.3	15.4
	<구매횟수 평균-회>	1.52	1.23	1.23	1.38	1.48	1.21	2.17	1.36	1.46	1.50	1.31	1.46	1.51	1.41	1.00
	휴대폰 구매	<u>21.0</u>	14.5	16.0	26.0	16.0	13.8	10.0	19.9	16.5	16.2	11.4	21.3	<u>24.4</u>	14.2	17.3
	<구매횟수 평균-회>	1.33	1.21	1.31	1.19	1.38	1.27	1.50	1.21	1.33	1.33	1.43	1.24	1.27	1.28	1.33
병원서비스	9.0	5.5	7.0	14.0	2.0	7.5	-	7.5	7.1	10.8	5.7	7.5	9.8	4.9	11.5	
<구매횟수 평균-회>	1.39	1.00	1.14	1.29	1.00	1.33	1.18	1.28	1.25	1.29	1.22	1.50	1.27	1.33	1.17	
자동차 구매	9.0	3.0	6.0	13.0	1.0	5.0	-	6.8	5.5	10.8	5.7	5.4	8.9	3.1	11.5	
<구매횟수 평균-회>	1.17	1.00	1.00	1.08	1.00	1.50	1.20	1.07	1.00	1.14	1.15	1.00	1.29	1.17	1.00	

2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용

Q13. 귀하가 한국 대중문화(TV드라마, 영화, 음악(K-Pop) 등)를 접한 후, 한국 상품, 서비스에 대한 관심이 얼마나 증가하였는지 다음 각 항목별로 응답해 주십시오.

- 전반적으로 한국산 제품에 대한 관심도가 낮은 수준이나, '한식을 먹어보고 싶다'와 '한국 식품을 구매하고 싶다'는 타 제품 및 서비스 대비 높은 관심도를 보임
- 한식 체험의도는 성별과 무관하게 20~30대, 한류 호감층에서 상대적으로 높은 관심도를 보임
- 식품 구매의도는 30대, 한류 호감층에서 상대적으로 높은 관심도를 보임

[그림 5-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 5-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (80)	50대 (20)	기혼 (146)	미혼 (254)	중졸 이하 (37)	고졸 (123)	대졸 이상 (240)	호감 (123)	보통 (225)	비호감 (52)
한식을 먹어보고 싶다	26.0	27.0	18.0	<u>31.0</u>	<u>32.0</u>	26.3	20.0	25.3	27.2	16.2	<u>26.8</u>	<u>27.9</u>	<u>49.6</u>	18.2	7.7
한국식품을 구매하고 싶다	23.5	25.5	23.0	21.0	<u>33.0</u>	18.8	30.0	25.3	24.0	18.9	23.6	25.8	<u>45.5</u>	17.3	5.8
한국을 방문하고 싶다	19.5	19.0	15.0	22.0	17.0	22.5	25.0	17.8	20.1	10.8	17.1	21.7	<u>38.2</u>	12.9	1.9
한국 화장품을 구매하고 싶다	7.5	18.5	13.0	16.0	11.0	13.8	5.0	14.4	12.2	8.1	12.2	14.2	26.0	8.0	3.8
한국산 주류를 구매하고 싶다	14.0	12.0	11.0	12.0	15.0	12.5	20.0	12.3	13.4	10.8	11.4	14.2	26.0	8.0	3.8
가전제품을 구매하고 싶다	16.5	5.5	7.0	13.0	14.0	10.0	10.0	12.3	10.2	10.8	6.5	13.3	22.8	6.7	1.9
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	14.0	7.5	8.0	15.0	12.0	8.8	5.0	9.6	11.4	8.1	9.8	11.7	22.8	5.8	3.8
한글을 학습하고 싶다	11.5	10.0	11.0	13.0	6.0	11.3	20.0	10.3	11.0	10.8	13.0	9.6	21.1	7.1	1.9
액세서리를 구매하고 싶다	11.0	9.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	9.6	10.2	13.5	8.9	10.0	22.0	5.3	1.9
한국 의류를 구매하고 싶다	9.5	10.0	9.0	11.0	8.0	11.3	10.0	8.2	10.6	10.8	11.4	8.8	19.5	6.2	1.9
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	9.0	10.5	9.0	13.0	5.0	12.5	10.0	10.3	9.4	8.1	11.4	9.2	23.6	3.6	3.8
한국전통문화를 체험 하고 싶다	8.5	9.5	10.0	9.0	7.0	10.0	10.0	9.6	8.7	10.8	8.9	8.8	21.1	4.0	1.9
모던 브랜드 라도 한국제품이면 구매 하고 싶다	7.5	3.5	5.0	11.0	1.0	5.0	5.0	6.8	4.7	8.1	6.5	4.6	12.2	2.7	1.9
한국자동차를 구매하고 싶다	7.0	3.5	4.0	8.0	2.0	8.8	-	4.8	5.5	5.4	4.1	5.8	10.6	3.6	-
병원 의료서비스를 받고 싶다	7.0	3.0	3.0	8.0	3.0	7.5	-	4.1	5.5	5.4	3.3	5.8	8.1	3.6	3.8
태권도를 배우고 싶다	6.5	3.5	3.0	8.0	1.0	10.0	-	6.2	4.3	2.7	2.4	6.7	8.1	4.0	1.9

제5장 국가별 결과 분석 : 일본

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

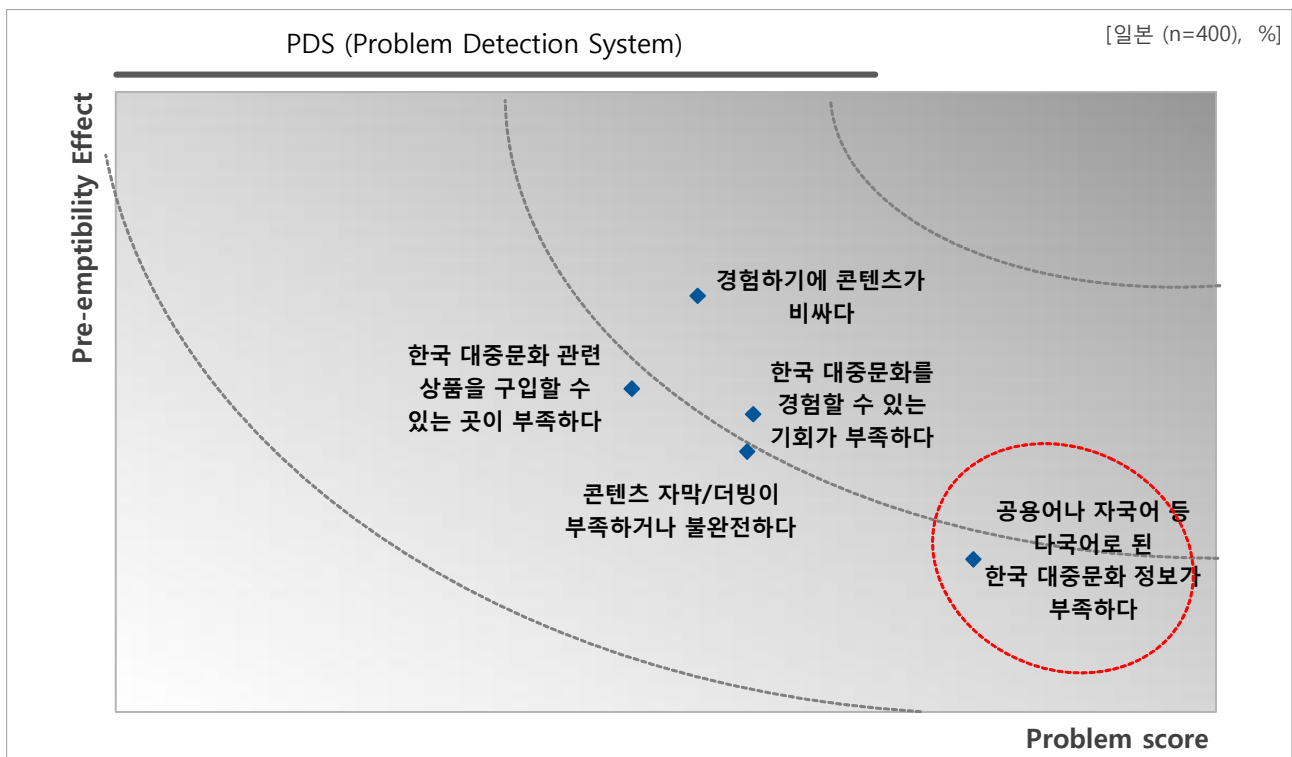
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

Q7_5. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들의 불편함을 얼마나 자주 경험 하셨습니까?

Q7_6. 한국 대중문화를 이용하는 데 이러한 문제점을 해결할 수 있다고 생각 하십니까?

- 일본에서는 '한국대중문화 상품 구입처 부족'과 '한류체험기회 부족'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생 빈도 및 향후 개선 가능성을 고려한 분석 결과 일본에서는 영어 및 일본어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 5-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 5-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

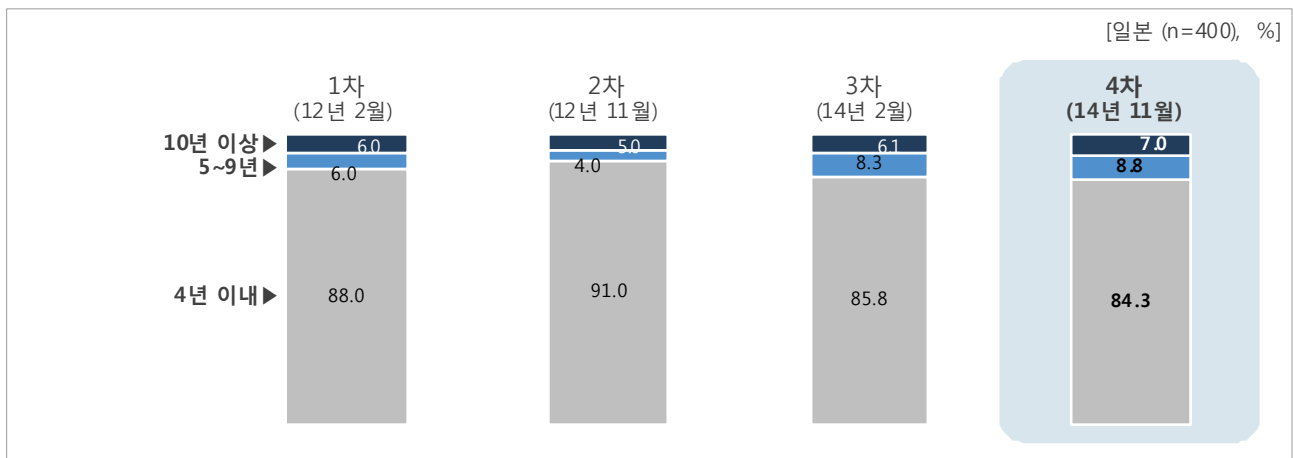
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(80)	(20)	(146)	(254)	(37)	(123)	(240)	(123)	(225)	(52)
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	13.3	12.5	14.0	16.0	12.0	14.0	13.5	8.3	13.3	13.2	14.0	13.5	12.9	23.4	8.8	3.6
	4차	54.8	53.5	56.0	47.0	57.0	61.0	58.8	35.0	54.1	55.1	48.6	49.6	58.3	64.2	49.8	53.8
한류 체험 기회 부족	3차	24.3	23.5	25.0	28.0	24.0	21.0	21.2	27.1	27.8	21.9	25.6	23.6	24.4	40.4	16.7	10.9
	4차	51.8	55.0	48.5	42.0	56.0	58.0	56.3	30.0	52.1	51.6	45.9	41.5	57.9	53.7	49.8	55.8
비싼 콘텐츠 가격	3차	11.3	11.5	11.0	15.0	11.0	12.0	7.7	6.3	9.5	12.4	14.0	10.8	11.0	18.4	6.9	9.1
	4차	48.5	51.0	46.0	45.0	51.0	54.0	50.0	20.0	49.3	48.0	43.2	43.1	52.1	57.7	45.8	38.5
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	16.5	15.5	17.5	13.0	22.0	14.0	9.6	25.0	20.3	14.0	9.3	16.9	17.7	23.4	13.7	9.1
	4차	48.3	50.0	46.5	43.0	47.0	57.0	52.5	20.0	47.3	48.8	45.9	37.4	54.2	56.1	44.4	46.2
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	20.5	23.0	18.0	25.0	22.0	16.0	23.1	14.6	19.0	21.5	18.6	22.3	19.6	29.8	13.7	21.8
	4차	43.0	45.5	40.5	39.0	42.0	47.0	51.3	15.0	41.8	43.7	45.9	36.6	45.8	49.6	40.0	40.4

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- '4년 이내에 끝날 것'이라는 응답이 3차 조사 대비 1.5% 감소한 84.3%(337명)로 나타남
- 하지만, 이러한 경향은 여전히 높은 반한감정이 지속되고 있음을 확인

[그림 5-26. 한류 지속 여부]



[표 5-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성	(200)	86.5	82.5	7.0	8.5	6.5	9.0
	여성	(200)	85.0	86.0	9.5	9.0	5.5	5.0
연령	15~19세	(100)	90.0	79.0	7.0	12.0	3.0	9.0
	20대	(100)	91.0	90.0	5.0	4.0	4.0	6.0
	30대	(100)	83.0	86.0	10.0	10.0	7.0	4.0
	40대	(80)	71.1	86.3	11.5	6.3	17.2	7.5
	50대	(20)	87.5	65.0	10.4	20.0	2.1	15.0
결혼 여부	기혼	(146)	81.7	84.2	10.1	8.9	8.2	6.8
	미혼	(254)	88.4	84.3	7.0	8.7	4.5	7.1
학력	중졸이하	(37)	86.1	67.6	9.3	16.2	4.6	16.2
	고졸	(123)	87.2	90.2	8.1	4.1	4.8	5.7
	대졸이상	(240)	84.7	83.8	8.1	10.0	7.2	6.3
한류 태도	호감	(123)	73.8	67.5	15.6	17.1	10.7	15.4
	보통	(225)	92.6	90.7	3.9	5.3	3.5	4.0
	비호감	(52)	91.0	96.2	5.5	3.8	3.6	-

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

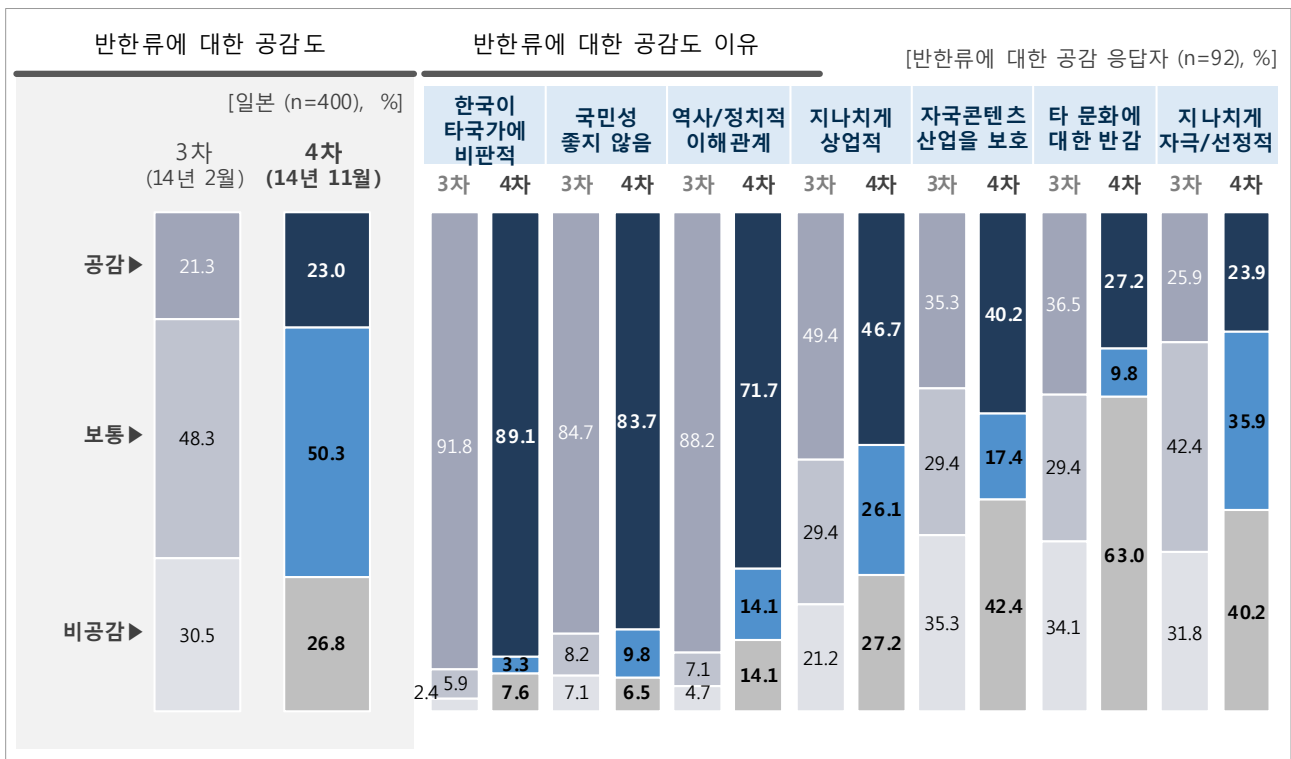
3. 반한류 공감도

Q16. 최근 일부 지역에서 반한류 시위도 나타나고 있습니다 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

Q17_1. (Q16=4, 5 응답자만) 반한류 시위에 대해서 공감한다라고 하셨는데 왜 그렇게 생각하십니까?

- 일본의 반한류 공감율은 23.0%(92명)로 3차 조사 대비 소폭 상승함
- 반한류에 대한 공감이유는 전반적으로 지난 3차 조사와 유사한 패턴을 보이며, '한국이 타 국가에 비판적'이라는 점과, '국민성이 좋지 않다'는 점이 높게 나타남
- 40대, 기혼, 한류 비호감 층에서 반한류에 대한 공감율이 상대적으로 높게 나타남

[그림 5-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 5-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				한국이 타 국가에 비판적		국민성 좋지 않음		역사/정치적 이해관계		지나치게 상업적		자국콘텐츠 산업을 보호		타 문화에 대한 반감		지나치게 자국/선정적	
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400) 23.0				(92)	91.8	89.1	84.7	83.7	88.2	71.7	49.4	46.7	35.3	40.2	36.5	27.2	25.9
성별	남성 (200)	24.0	(48)	98.0	89.6	84.0	79.2	90.0	64.6	48.0	47.9	28.0	39.6	40.0	25.0	24.0	27.1
	여성 (200)	22.0	(44)	82.9	88.6	85.7	88.6	85.7	79.5	51.4	45.5	45.7	40.9	31.4	29.5	28.6	20.5
연령	15~19세 (100)	23.0	(23)	95.0	82.6	90.0	69.6	85.0	56.5	55.0	43.5	30.0	39.1	35.0	26.1	30.0	17.4
	20대 (100)	23.0	(23)	83.3	87.0	83.3	91.3	88.9	60.9	61.1	30.4	55.6	47.8	44.4	30.4	22.2	30.4
	30대 (100)	22.0	(22)	96.2	95.5	84.6	90.9	88.5	86.4	46.2	63.6	23.1	36.4	34.6	31.8	26.9	27.3
	40대 (80)	26.3	(21)	91.7	90.5	75.0	81.0	83.3	85.7	41.7	47.6	41.7	38.1	33.3	23.8	16.7	14.3
	50대 (20)	15.0	(3)	88.9	100.0	88.9	100.0	100.0	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	33.3	-	33.3	66.7
결혼여부	기혼 (146)	26.0	(38)	93.8	89.5	93.8	86.8	90.6	78.9	37.5	52.6	34.4	42.1	28.1	34.2	21.9	36.8
	미혼 (254)	21.3	(54)	90.6	88.9	79.2	81.5	86.8	66.7	56.6	42.6	35.8	38.9	41.5	22.2	28.3	14.8
학력	중졸이하 (37)	16.2	(6)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	33.3	33.3	33.3	50.0	-
	고졸 (123)	29.3	(36)	93.1	86.1	82.8	77.8	79.3	75.0	55.2	44.4	31.0	38.9	34.5	22.2	24.1	22.2
	대졸이상 (240)	20.8	(50)	90.0	90.0	84.0	86.0	92.0	72.0	46.0	48.0	36.0	42.0	38.0	30.0	24.0	28.0
한류태도	호감 (123)	11.4	(14)	73.7	78.6	73.7	92.9	84.2	78.6	52.6	28.6	52.6	50.0	31.6	28.6	26.3	35.7
	보통 (225)	22.2	(50)	94.7	92.0	86.8	76.0	86.8	68.0	52.6	44.0	23.7	34.0	34.2	22.0	26.3	20.0
	비호감 (52)	53.8	(28)	100.0	89.3	89.3	92.9	92.9	75.0	42.9	60.7	39.3	46.4	42.9	35.7	25.0	25.0

4. 요약 및 결론

- 일본에서의 한국 대표이미지는 K-POP이 20.3%(81명)로 1위, 그 외 한식, 미용 순임
- 한국이 경제적으로 선진국, 부유한 나라라는 인식은 상대적으로 높음
- 한국 콘텐츠 소비량이 10%대로 전반적으로 낮은 수준이며, 그 중 드라마는 16.6%(66명), K-POP은 15.6%(62명)의 소비량을 보여 타 콘텐츠 대비 상대적으로 높음
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 한식이 46.5%(186명)로 1위, 영화와 드라마는 50%대의 높은 매니아층의 인기를 받음
- 한국 문화 관심도는 본인 및 일본국민 모두 감소율 40%, 보통 40% 대로 보통수준의 관심도를 보이고 있으며, 콘텐츠별 1년 전 대비 이용량 증가율은 낮으나 감소율의 하락(약 10% 수준)과 비슷한 비율의 증가(지난 3차 조사 대비 10% 이상 상승)로 전반적인 이용량은 유지되고 있는 것으로 파악됨
- 한류 인지도는 95.3%(381명)로 높으나, 호감도는 30.8%(123명)로 낮은 수준임
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 77.0%(308명)로 1위, 그 외 드라마, 영화, 한식 순임
- 한류 콘텐츠 중 드라마, 영화, K-POP, 한식은 80% 이상의 높은 인지도와 경험률을 보이는 반면, 애니/만화, 게임, 도서는 30% 가량의 낮은 인지율을 보임
또한 전반적으로 한류 최초 경험 후 소비증가 및 호감도가 10%대의 낮은 수치를 보이고 있어 한류 콘텐츠 경험이 소비촉진으로 연결되지 못하는 양상을 보임
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 TV와 YouTube등의 무료채널임
- 드라마와 영화는 배우의 매력적인 외모, 재미있는 스토리가 주 인기요인이며, K-POP은 가수들의 뛰어난 퍼포먼스, 가수들의 매력적인 비주얼이 주 인기요인으로 인식됨
- 전반적으로 한국 제품의 구매 경험은 그리 높지 않으며, 특히 화장품, 주류, 액세서리, 서적, 의류는 구매경험이 없다는 비율이 70% 이상임
반면, 관광, 가전구매 경험은 20% 대로 특정 품목에 있어서만 한정적인 경험률을 보임
- 향후 한국제품에 대한 관심도 역시 한식 체험 및 식품구매 의도를 제외하고는 전반적으로 10% 대의 낮은 관심도를 보이고 있어 한국에 대한 부정적 인식이 전반적인 한국 제품 소비 영향을 미치는 것으로 판단됨
- 한류 이용시 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점(43.0%, 172명)이 불편사항으로 인식됨
- 한류의 인기도는 '4년 이내에 끝날 것'이라는 응답이 3차 조사 대비 1.5% 감소하였지만, 이는 지난 1차 조사 이후 여전히 높은 반한 감정이 지속적으로 유지됨
- 반 한류 공감도는 23.0%(92명)로 한국이 타 국가에 비판적이라는 점과 한국의 국민성이 좋지 않음, 역사적 정치적 이해관계 등이 공감이유로 나타남
- 일본은 전반적으로 반한감정이 한류콘텐츠 이용 및 구매에 지속적으로 영향을 미치는 것으로 판단되며, 향후 이러한 감정해소를 위한 지속적인 교류 및 대응이 필요할 것으로 보임