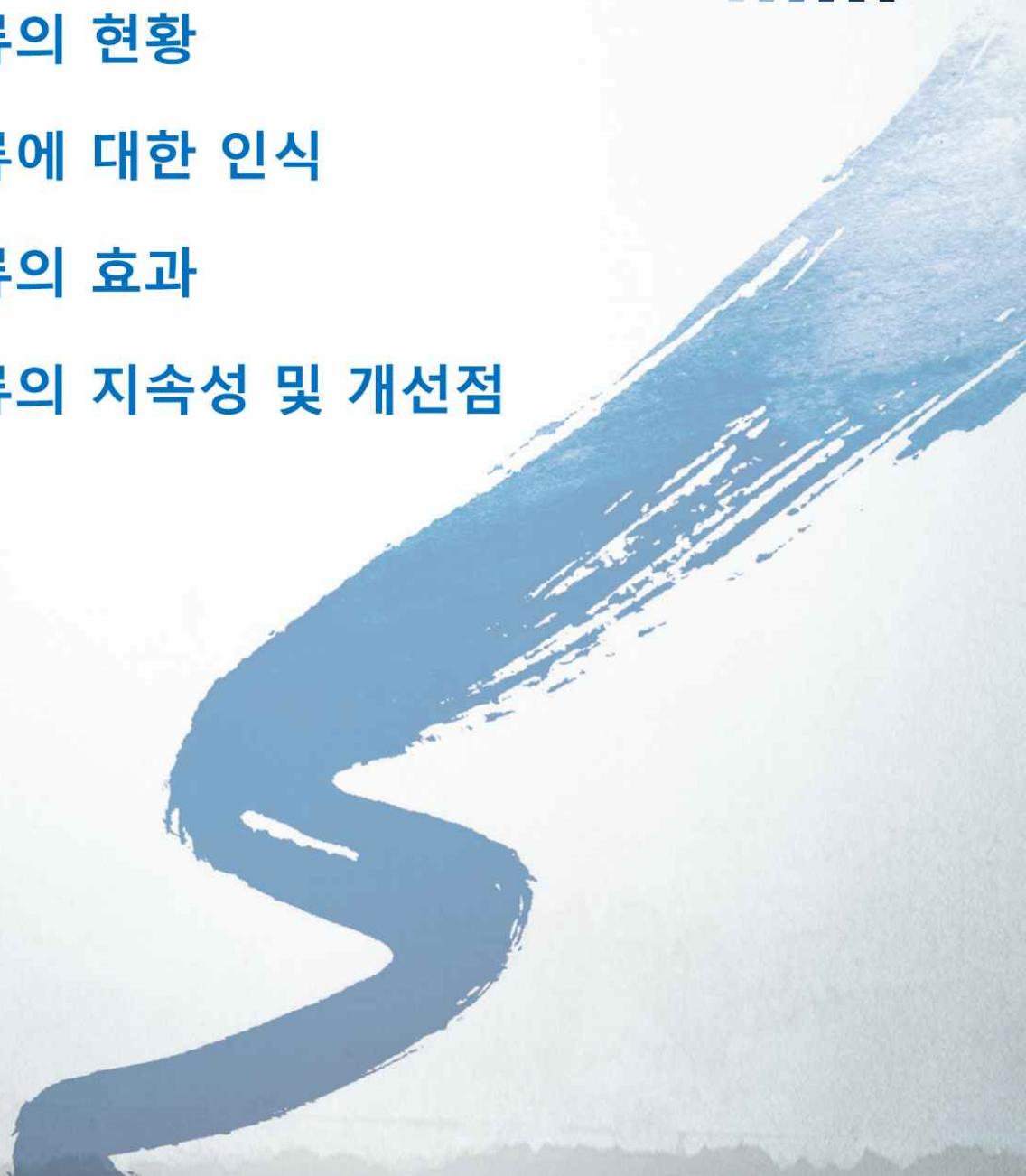


제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아



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



목 차

제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아	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	6
II. 한류에 대한 인식	7
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	7
2. 한류 대표 콘텐츠	8
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	9
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	9
(2) 한국 영화	10
(3) 한국 음악(K-POP)	11
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	12
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	13
(6) 한국 패션, 뷰티	14
(7) 한국 음식	15
(8) 한국 도서(출판물)	16
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	17
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	18
(1) 한국 드라마	18
(2) 한국 영화	19
(3) 한국 음악(K-POP)	20
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	21
III. 한류의 효과	22
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	22
(1) 생활용품 및 서비스	22
(2) 고가용품 및 서비스	23
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	24
IV. 한류의 지속성 및 개선점	25
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	25
2. 한류 지속 여부	27
3. 반한류 공감도	28
4. 요약 및 결론	29

<표 차례>

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

<그림 차례>

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

제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아

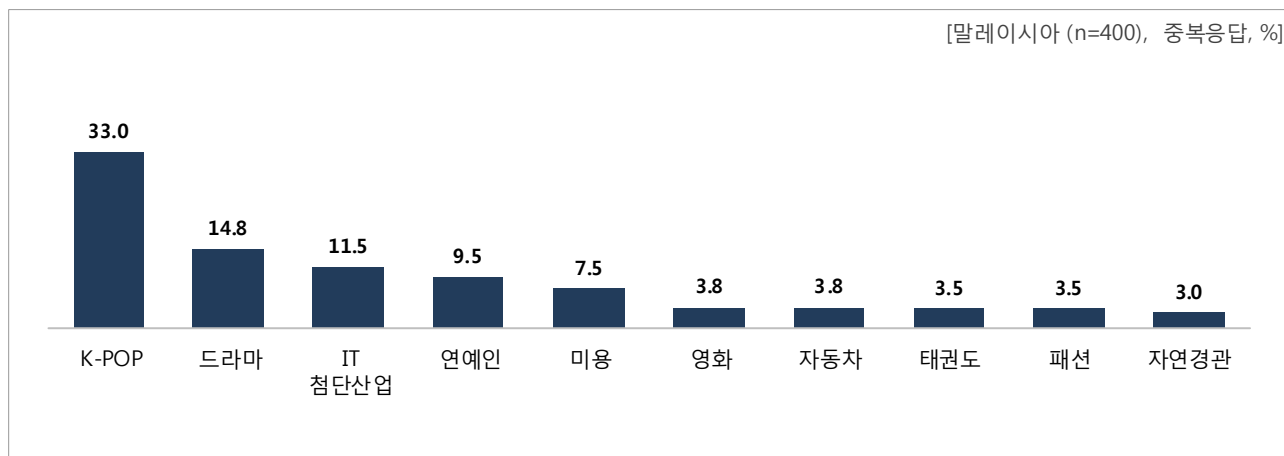
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국에 대한 연상이미지는 'K-POP'가 33.0%(132명)로 가장 높았으며, 그 외 드라마, IT 첨단산업, 연예인 순으로 나타남
- K-POP은 10~20대 미혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 높게 연상되며, 드라마는 20대 이상 기혼 여성층에서 상대적으로 높게 연상됨
- 한편, IT 첨단산업은 30~50대 기혼 남성을 중심으로 높음

[그림 8-1. 한국 최초 이미지]



[표 8-1. 한국 최초 이미지]

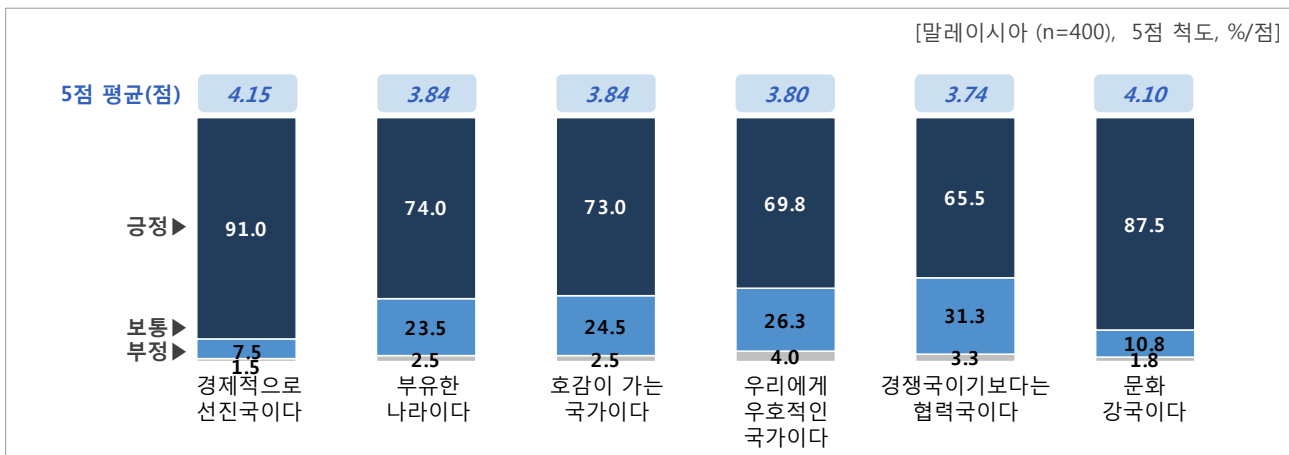
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
K-POP	<u>36.5</u>	29.5	<u>40.0</u>	<u>42.0</u>	28.0	22.0	22.2	24.8	<u>41.4</u>	<u>43.1</u>	29.0	31.6	<u>41.9</u>	27.5	30.4
드라마	10.5	<u>19.0</u>	11.0	15.0	16.0	17.1	16.7	<u>19.3</u>	10.1	15.4	<u>24.6</u>	12.0	18.2	12.7	13.0
IT 첨단산업	<u>16.0</u>	7.0	6.0	6.0	<u>18.0</u>	<u>15.9</u>	<u>16.7</u>	<u>14.4</u>	8.6	6.2	11.6	12.8	7.4	14.8	4.3
연예인	9.0	10.0	13.0	10.0	8.0	8.5	-	6.4	12.6	9.2	4.3	10.9	5.4	12.2	8.7
미용	4.0	11.0	6.0	8.0	8.0	9.8	-	7.9	7.1	7.7	4.3	8.3	4.7	9.2	8.7
영화	3.5	4.0	3.0	3.0	4.0	4.9	5.6	4.0	3.5	1.5	8.7	3.0	3.4	3.5	8.7
자동차	4.5	3.0	-	1.0	5.0	4.9	27.8	6.4	1.0	3.1	2.9	4.1	1.4	4.8	8.7
태권도	4.5	2.5	2.0	1.0	3.0	9.8	-	5.0	2.0	-	4.3	4.1	2.7	3.9	4.3
패션	3.5	3.5	7.0	4.0	3.0	-	-	3.0	4.0	3.1	4.3	3.4	3.4	3.5	4.3
자연경관	1.0	5.0	5.0	3.0	3.0	1.2	-	2.0	4.0	4.6	1.4	3.0	3.4	2.6	4.3

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 말레이시아에서의 한국에 대한 인식은 전반적으로 매우 긍정적이며, 특히 '경제적으로 선진국', '문화 강국'이라는 인식 강함
- 전반적으로 한국에 대한 인식은 한류태도 호감층에서 긍정적으로 나타나고 있으며, 특히, 한국이 경제적으로 선진국, 문화강국이라는 인식은 성별과 무관하게 40~50대 층을 중심으로 높게 나타남

[그림 8-2. 한국에 대한 인식]



[표 8-2. 한국에 대한 인식]

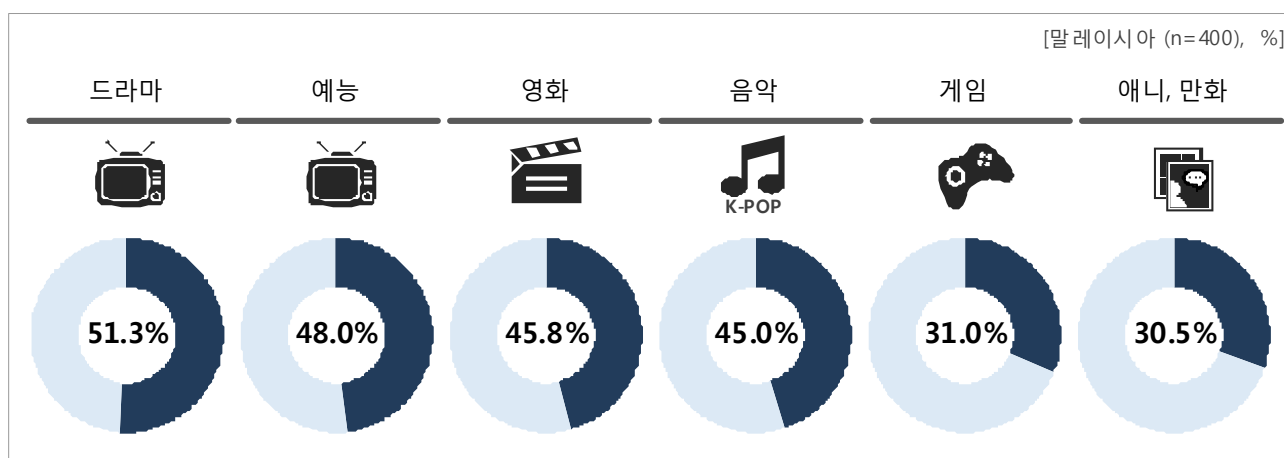
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
경제적으로 선진국이다	91.0	91.0	91.0	86.0	91.0	<u>95.1</u>	<u>100.0</u>	<u>92.1</u>	89.9	90.8	92.8	90.6	<u>95.3</u>	89.5	78.3
부유한 나라이다	<u>77.0</u>	71.0	79.0	66.0	77.0	72.0	83.3	73.8	74.2	69.2	72.5	<u>75.6</u>	<u>82.4</u>	71.2	47.8
호감이 가는 국가이다	71.5	74.5	73.0	71.0	78.0	67.1	83.3	71.3	74.7	70.8	78.3	72.2	87.2	65.5	56.5
우리에게 우호적인 국가이다	76.0	63.5	74.0	58.0	73.0	72.0	83.3	72.8	66.7	64.6	72.5	70.3	79.7	64.6	56.5
경쟁국이기는 협력국이다	68.0	63.0	66.0	60.0	68.0	68.3	66.7	68.8	62.1	61.5	72.5	64.7	81.1	55.9	60.9
문화 강국이다	87.5	87.5	86.0	84.0	89.0	<u>90.2</u>	<u>94.4</u>	86.1	88.9	87.7	91.3	86.5	<u>95.3</u>	83.4	78.3

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 말레이시아에서 한국 콘텐츠 소비 비중은 전반적으로 30%대 이상의 높은 수준이며, 특히 '드라마'는 51.3%(205명), '예능', '영화', 'K-POP'도 45~50%대의 높은 소비량을 보임
- 드라마는 10대 미혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 소비량이 높음
- 예능은 성별과 무관하게 10~20대 미혼, 한류에 호감도가 높은 층에서 소비량이 높음

[그림 8-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 8-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

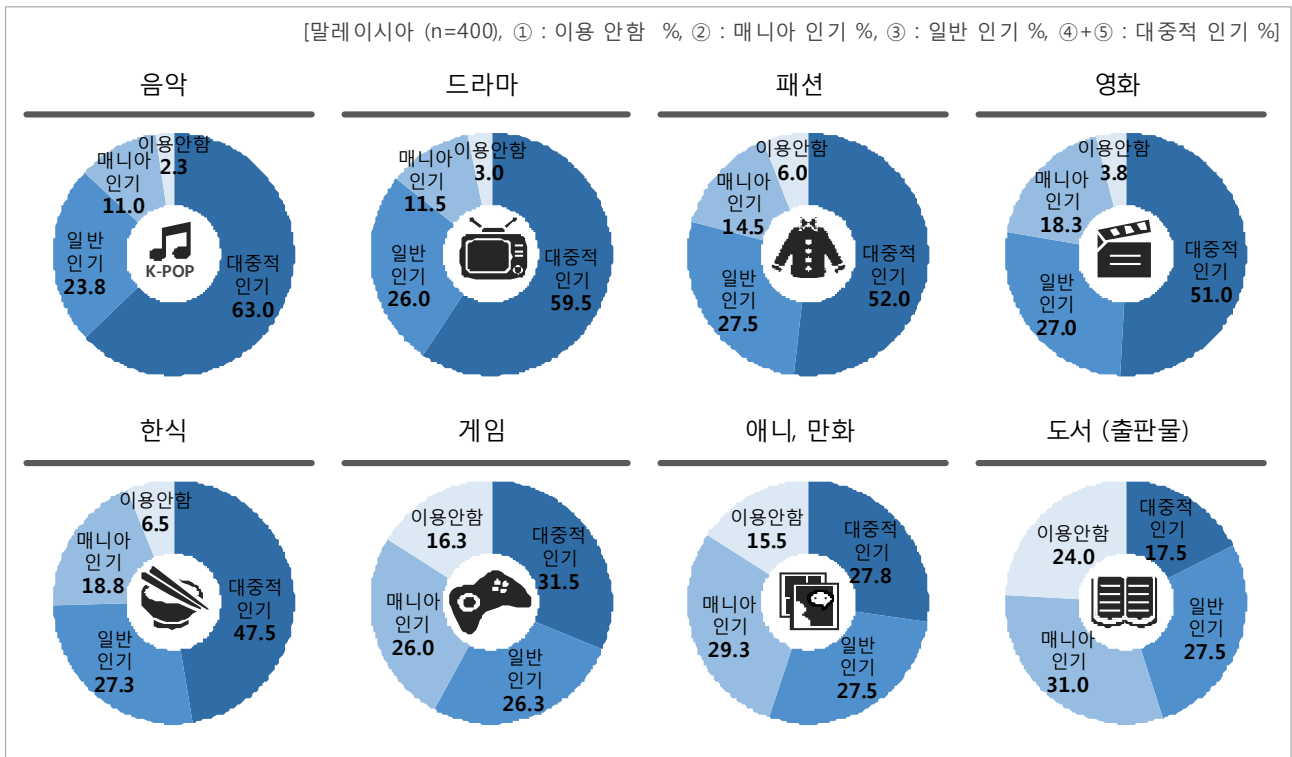
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
드라마	48.3	<u>54.4</u>	<u>54.2</u>	49.9	50.6	48.4	60.6	49.7	<u>53.0</u>	51.5	<u>57.9</u>	49.6	<u>64.3</u>	45.2	28.5
예능	46.8	49.3	<u>52.4</u>	<u>52.2</u>	45.8	39.8	50.6	44.0	<u>52.2</u>	46.2	<u>53.8</u>	47.0	<u>61.3</u>	41.7	25.9
영화	45.5	46.1	47.1	47.3	46.6	40.6	49.4	44.2	47.5	42.7	50.2	45.4	58.5	39.4	27.6
음악	44.8	45.2	<u>51.1</u>	47.3	42.7	37.3	45.0	40.8	<u>49.1</u>	44.5	52.0	43.2	<u>57.6</u>	38.7	25.9
게임	33.9	28.1	35.2	31.5	32.2	24.5	27.2	30.5	31.5	28.5	35.9	30.3	40.6	26.3	15.9
애니, 만화	33.0	28.0	32.3	31.2	33.7	25.4	22.2	30.6	30.4	26.5	32.8	30.9	40.4	25.5	16.3

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 'K-POP'의 대중적 인기는 63.0%(252명)로 매우 높은 수준이며,
그 외 '드라마', '패션', '영화' 역시 50%대 이상의 높은 대중적 인기를 보임
- 특히 K-POP은 30대, 미혼, 한류 호감층을 중심으로 대중적 인기가 높음
- 드라마는 20~30대 미혼 여성, 한류 호감층에서 대중적 인기가 높음
- 패션과 영화는 30대 미혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 상대적으로 인기가 높음

[그림 8-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 8-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

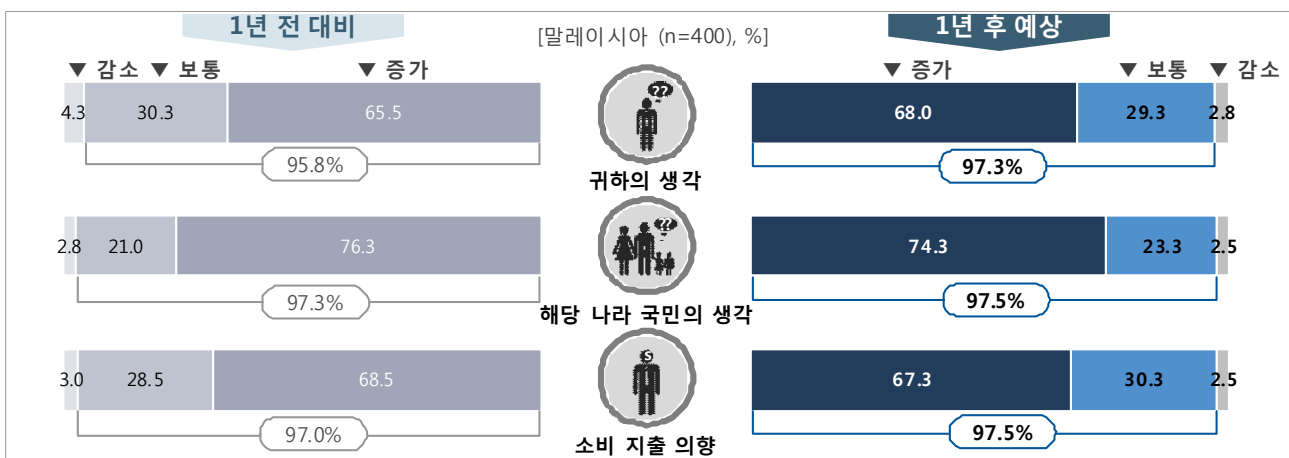
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		중졸 이하	학력		한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)		고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
한국 음악(K-POP)	63.5	62.5	59.0	59.0	<u>71.0</u>	64.6	55.6	60.4	<u>65.7</u>	52.3	<u>66.7</u>	<u>64.7</u>	<u>77.0</u>	57.6	26.1
한국 드라마	56.5	<u>62.5</u>	58.0	<u>62.0</u>	<u>60.0</u>	57.3	61.1	56.9	62.1	46.2	<u>63.8</u>	<u>61.7</u>	<u>77.7</u>	51.5	21.7
한국 패션	48.5	<u>55.5</u>	51.0	54.0	<u>60.0</u>	43.9	38.9	50.5	53.5	36.9	<u>66.7</u>	<u>51.9</u>	<u>66.9</u>	45.4	21.7
한국 영화	48.0	<u>54.0</u>	43.0	51.0	<u>60.0</u>	48.8	55.6	49.5	52.5	32.3	52.2	<u>55.3</u>	<u>65.5</u>	44.5	21.7
한국 음식	43.5	51.5	50.0	47.0	50.0	40.2	55.6	46.0	49.0	38.5	55.1	47.7	63.5	40.6	13.0
한국 게임	33.0	30.0	33.0	22.0	39.0	30.5	38.9	34.7	28.3	24.6	37.7	31.6	39.9	27.5	17.4
한국 애니, 만화	28.0	27.5	25.0	23.0	34.0	31.7	16.7	30.7	24.7	23.1	26.1	29.3	35.8	24.9	4.3
한국도서 (출판물)	20.0	15.0	19.0	14.0	23.0	13.4	16.7	20.8	14.1	9.2	17.4	19.5	29.7	11.4	-

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 1년 전 대비 현재의 한국문화상품에 대한 관심도는 본인 및 말레이시아 국민 모두 비슷하거나 증가했다는 의견이 90%대 이상, 소비지출의향도 증가했다는 의견이 압도적임
- 1년 후에도 본인 및 말레이시아 국민의 관심도와 소비지출의향이 현재와 유사하거나 증가할 것이라는 예상이 90%대 이상으로 압도적으로 우세하여 한국문화상품에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 파악됨

[그림 8-5. 한국문화상품 관심도]



[표 8-5. 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)	5.0	34.0	61.0	3.5	33.0	63.5	3.0	22.0	75.0	2.5	23.0	74.5	3.5	30.5	66.0	2.5	33.0	64.5
	여성 (200)	3.5	26.5	<u>70.0</u>	2.0	25.5	<u>72.5</u>	2.5	20.0	77.5	2.5	23.5	74.0	2.5	26.5	<u>71.0</u>	2.5	27.5	<u>70.0</u>
연령	15~19세 (100)	7.0	25.0	68.0	4.0	25.0	71.0	3.0	16.0	<u>81.0</u>	2.0	23.0	75.0	5.0	19.0	<u>76.0</u>	3.0	21.0	<u>76.0</u>
	20대 (100)	4.0	31.0	65.0	3.0	29.0	68.0	3.0	23.0	74.0	3.0	23.0	74.0	3.0	32.0	65.0	2.0	34.0	64.0
	30대 (100)	2.0	31.0	67.0	2.0	34.0	64.0	2.0	25.0	73.0	2.0	27.0	71.0	2.0	34.0	64.0	2.0	31.0	67.0
	40대 (82)	4.9	36.6	58.5	2.4	34.1	63.4	3.7	24.4	72.0	3.7	24.4	72.0	2.4	31.7	65.9	3.7	35.4	61.0
	50대 (18)	-	22.2	77.8	-	5.6	94.4	-	-	100.0	-	-	100.0	-	16.7	83.3	-	33.3	66.7
결혼 여부	기혼 (202)	4.0	33.2	62.9	2.0	30.7	67.3	2.5	21.8	75.7	2.5	22.8	74.8	2.0	29.2	68.8	2.5	31.7	65.8
	미혼 (198)	4.5	27.3	<u>68.2</u>	3.5	27.8	68.7	3.0	20.2	76.8	2.5	23.7	73.7	4.0	27.8	68.2	2.5	28.8	68.7
학력	중졸이하 (65)	6.2	27.7	66.2	3.1	33.8	63.1	4.6	24.6	70.8	4.6	27.7	67.7	3.1	27.7	69.2	3.1	30.8	66.2
	고졸 (69)	5.8	31.9	62.3	4.3	26.1	69.6	2.9	20.3	<u>76.8</u>	-	26.1	<u>73.9</u>	4.3	29.0	66.7	-	33.3	66.7
	대졸이상 (266)	3.4	30.5	66.2	2.3	28.9	68.8	2.3	20.3	<u>77.4</u>	2.6	21.4	<u>75.9</u>	2.6	28.6	68.8	3.0	29.3	67.7
한류 태도	호감 (148)	3.4	9.5	<u>87.2</u>	1.4	10.8	<u>87.8</u>	2.7	5.4	<u>91.9</u>	2.0	6.8	<u>91.2</u>	2.0	10.1	<u>87.8</u>	1.4	8.8	<u>89.9</u>
	보통 (229)	3.1	42.8	54.1	3.1	39.7	57.2	2.2	30.1	67.7	2.2	32.3	65.5	3.1	38.9	58.1	2.2	42.4	55.5
	비호감 (23)	21.7	39.1	39.1	8.7	43.5	47.8	8.7	30.4	60.9	8.7	39.1	52.2	8.7	43.5	47.8	13.0	47.8	39.1

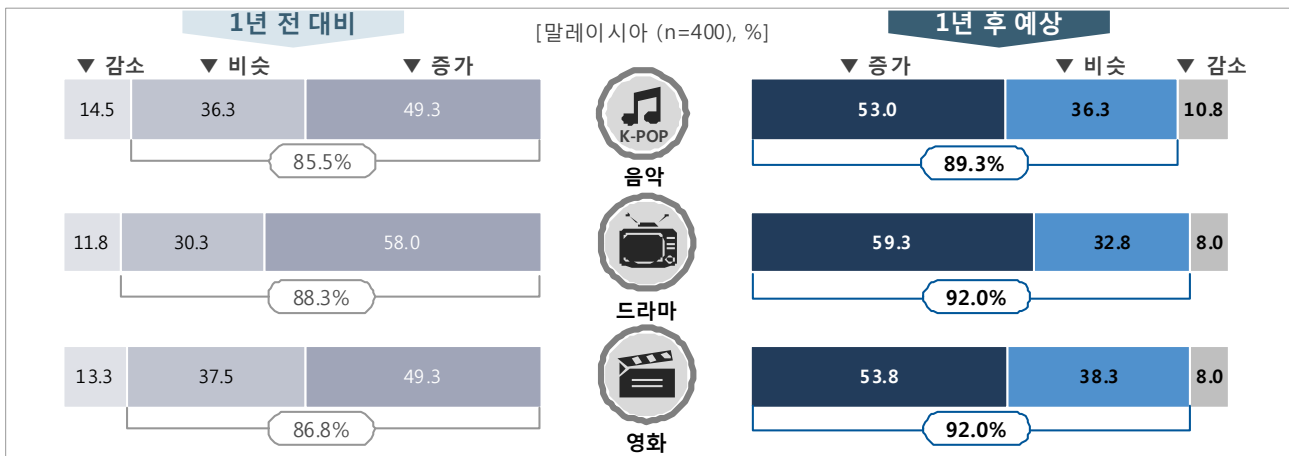
6. 한국문화 이용량 변화

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

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

- 1년 전 대비 현 한국문화상품 이용량은 전반적으로 비슷/증가했다는 의견이 80%대 이상임
- 1년 후에도 현재와 유사/증가할 것이라는 예상이 약 90%대로 현 수준보다도 높게 예상되고 있어 향후 한국문화상품 이용은 긍정적임
- K-POP은 10대와 30대 미혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 향후 이용량 증가를 높게 예상함
- 드라마는 10대 및 30대, 한류 호감층에서, 영화는 10대 및 30대 남성, 한류 호감층에서 향후 이용량 증가를 높게 예상함

[그림 8-6. 한국문화 이용량 변화]



[표 8-6. 한국문화 이용량 변화]

한국문화 이용량 변화 %			음악			드라마			영화		
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		14.5	38.5	47.0	11.5	37.0	51.5	13.0	33.0	54.0
	여성 (200)		14.5	34.0	<u>51.5</u>	10.0	35.5	<u>54.5</u>	10.5	27.5	<u>62.0</u>
연령	15~19세 (100)		18.0	27.0	<u>55.0</u>	12.0	30.0	58.0	15.0	20.0	<u>65.0</u>
	20대 (100)		13.0	42.0	45.0	10.0	42.0	48.0	11.0	39.0	50.0
	30대 (100)		10.0	37.0	53.0	7.0	33.0	<u>60.0</u>	8.0	36.0	56.0
	40대 (82)		15.9	39.0	45.1	13.4	39.0	47.6	13.4	28.0	58.5
	50대 (18)		22.2	38.9	38.9	16.7	44.4	38.9	11.1	16.7	72.2
결혼 여부	기혼 (202)		14.4	39.6	46.0	8.4	40.6	51.0	9.4	32.2	58.4
	미혼 (198)		14.6	32.8	<u>52.5</u>	13.1	31.8	<u>55.1</u>	14.1	28.3	57.6
학력	중졸이하 (65)		13.8	32.3	<u>53.8</u>	12.3	29.2	<u>58.5</u>	12.3	26.2	<u>61.5</u>
	고졸 (69)		15.9	30.4	<u>53.6</u>	10.1	30.4	<u>59.4</u>	10.1	24.6	<u>65.2</u>
	대졸이상 (266)		14.3	38.7	47.0	10.5	39.5	50.0	12.0	32.7	55.3
한류 태도	호감 (148)		5.4	23.0	<u>71.6</u>	5.4	18.2	<u>76.4</u>	4.7	15.5	<u>79.7</u>
	보통 (229)		19.2	44.5	36.2	13.1	47.6	39.3	14.8	39.3	45.9
	비호감 (23)		26.1	39.1	34.8	21.7	39.1	39.1	26.1	34.8	39.1

제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

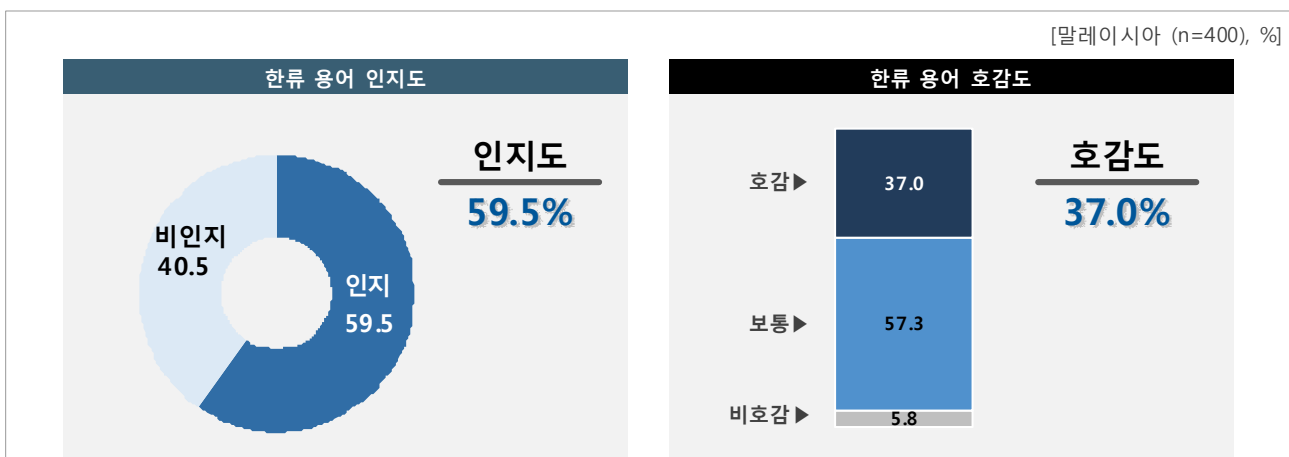
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류 용어의 인지도는 59.5%(238명), 한류 호감도는 37.0%(148명)로 나타남
- 한류 인지도는 여성, 연령이 낮을수록, 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높음
- 한편, 한류에 대한 호감도는 연령이 낮을수록, 미혼 집단에서 상대적으로 높은 호감도를 보임

[그림 8-7. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 8-7. 한류 용어 인지도 및 호감도]

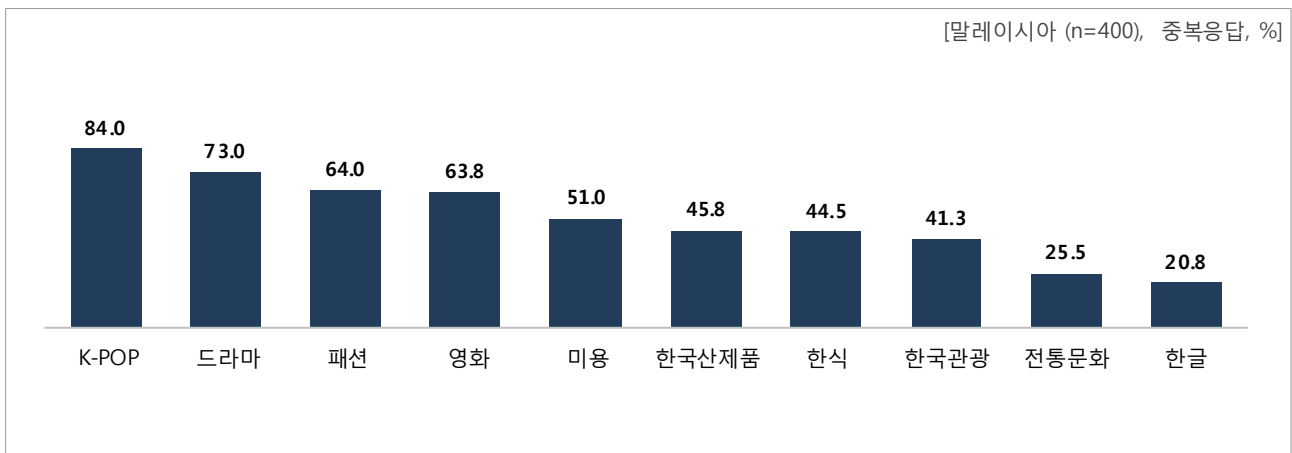
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
한류 인지도	56.0	<u>63.0</u>	<u>70.0</u>	61.0	57.0	48.8	55.6	54.0	<u>65.2</u>	52.3	<u>72.5</u>	57.9	<u>81.1</u>	48.0	34.8
한류 호감도 - 호감	37.0	37.0	<u>48.0</u>	38.0	36.0	26.8	22.2	31.2	<u>42.9</u>	36.9	<u>42.0</u>	35.7	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	57.5	57.0	43.0	57.0	62.0	65.9	72.2	63.9	50.5	53.8	56.5	58.3	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	5.5	6.0	9.0	5.0	2.0	7.3	5.6	5.0	6.6	9.2	1.4	6.0	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류의 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 84.0%(336명)로 가장 높았으며, 그 외 '드라마', '패션', '영화' 순으로 나타남
- K-POP은 20대와 40대 미혼 집단에서 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높았으며, 드라마는 여성층에서 패션은 미혼 여성층에서 대표 콘텐츠로 상대적으로 높게 인식함

[그림 8-8. 한류 대표 콘텐츠]



[표 8-8. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
K-POP	83.0	85.0	82.0	<u>86.0</u>	81.0	<u>87.8</u>	83.3	81.2	<u>86.9</u>	80.0	<u>85.5</u>	<u>84.6</u>	84.5	84.3	78.3
드라마	68.0	<u>78.0</u>	72.0	73.0	72.0	73.2	83.3	74.3	71.7	72.3	75.4	72.6	<u>79.1</u>	69.4	69.6
패션	58.5	<u>69.5</u>	63.0	66.0	64.0	64.6	55.6	61.9	<u>66.2</u>	66.2	71.0	61.7	<u>68.2</u>	62.9	47.8
영화	66.0	61.5	69.0	64.0	60.0	63.4	55.6	60.4	67.2	69.2	62.3	62.8	75.7	57.6	47.8
미용	43.0	59.0	48.0	46.0	60.0	48.8	55.6	52.0	50.0	49.2	56.5	50.0	50.7	50.7	56.5
한국산 제품	44.5	47.0	41.0	39.0	54.0	48.8	50.0	49.0	42.4	38.5	53.6	45.5	46.6	46.3	34.8
한식	40.0	49.0	46.0	43.0	48.0	40.2	44.4	43.1	46.0	41.5	43.5	45.5	58.8	37.1	26.1
한국관광	39.5	43.0	37.0	34.0	46.0	46.3	55.6	45.0	37.4	32.3	42.0	43.2	53.4	35.8	17.4
전통문화	24.5	26.5	24.0	27.0	24.0	28.0	22.2	25.7	25.3	26.2	27.5	24.8	39.9	16.2	26.1
한글	18.0	23.5	27.0	19.0	17.0	19.5	22.2	17.3	24.2	24.6	21.7	19.5	30.4	15.7	8.7

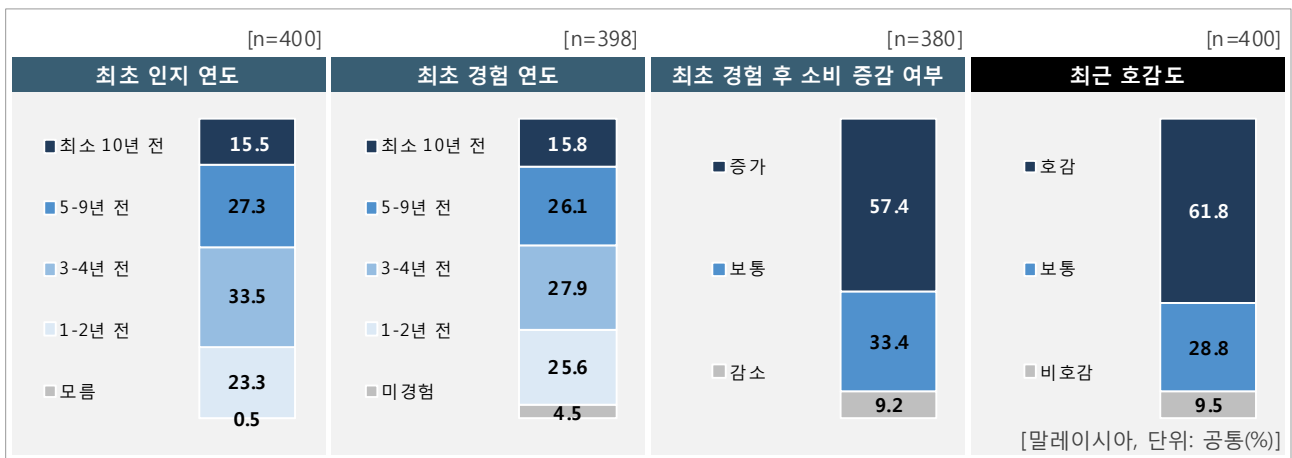
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 한국 드라마의 인지율은 99.5%(398명)이며, 그 중 15.5%(62명)는 최소 10년 전에 인지함
- 한국 드라마 경험률도 95.5%(380명)로 높았으며, 그 중 최소 10년 전 경험률은 15.8%(63명)임
- 특히, 30대 여성 집단에서 10년 전부터 인지/경험한 비중이 높음
- 최초 경험 후 소비 증가율은 57.4%(218명), 최근 호감도는 61.8%(247명)로 높은 수준임

[그림 8-9. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 8-9. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

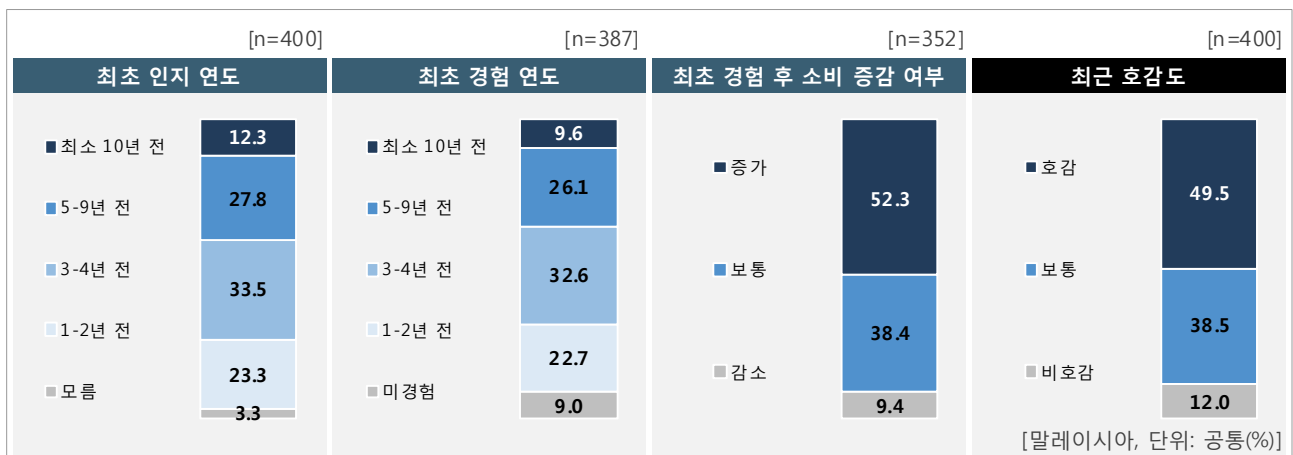
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	1.0	27.5	38.0	25.5	8.0	7.1	29.8	31.8	23.7	7.6	7.1	35.3	57.6	9.5	29.5	61.0
	여성	(200)	-	19.0	29.0	29.0	<u>23.0</u>	2.0	21.5	24.0	28.5	<u>24.0</u>	11.2	31.6	57.1	9.5	28.0	62.5
연령	15~19세	(100)	-	33.0	34.0	21.0	12.0	3.0	33.0	36.0	16.0	12.0	15.5	24.7	59.8	13.0	20.0	67.0
	20대	(100)	1.0	21.0	31.0	33.0	14.0	4.0	25.3	27.3	30.3	13.1	9.5	37.9	52.6	12.0	30.0	58.0
	30대	(100)	1.0	17.0	34.0	28.0	<u>20.0</u>	4.0	23.2	20.2	32.3	<u>20.2</u>	5.3	31.6	<u>63.2</u>	2.0	32.0	66.0
	40대	(82)	-	22.0	36.6	24.4	17.1	6.1	23.2	28.0	24.4	18.3	6.5	41.6	51.9	11.0	35.4	53.7
	50대	(18)	-	22.2	27.8	38.9	11.1	11.1	11.1	27.8	33.3	16.7	6.3	31.3	62.5	11.1	22.2	66.7
결혼 여부	기혼	(202)	0.5	21.8	34.7	25.2	17.8	5.0	25.9	22.9	25.9	<u>20.4</u>	7.3	34.6	58.1	8.9	31.2	59.9
	미혼	(198)	0.5	24.7	32.3	29.3	13.1	4.1	25.4	33.0	26.4	11.2	11.1	32.3	56.6	10.1	26.3	63.6
학력	중졸이하	(65)	-	29.2	40.0	24.6	6.2	4.6	27.7	44.6	16.9	6.2	4.8	38.7	56.5	10.8	30.8	58.5
	고졸	(69)	1.4	14.5	36.2	27.5	<u>20.3</u>	5.9	20.6	26.5	25.0	<u>22.1</u>	14.1	20.3	<u>65.6</u>	8.7	23.2	<u>68.1</u>
	대졸이상	(266)	0.4	24.1	31.2	27.8	16.5	4.2	26.4	24.2	28.7	16.6	9.1	35.4	55.5	9.4	29.7	60.9
한류 태도	호감	(148)	-	16.9	35.1	29.7	18.2	0.7	19.6	33.1	27.0	19.6	4.8	18.4	<u>76.9</u>	2.7	14.2	<u>83.1</u>
	보통	(229)	0.9	24.5	34.1	27.1	13.5	6.6	27.8	25.6	26.9	13.2	10.8	42.0	47.2	10.5	37.1	52.4
	비호감	(23)	-	52.2	17.4	13.0	17.4	8.7	43.5	17.4	13.0	17.4	23.8	52.4	23.8	43.5	39.1	17.4

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화의 인지 및 경험률은 90%대 이상이며, 최소 10년 전부터 한국영화를 인지/경험한 비율도 10%대 수준으로 나타남
- 특히, 30대 여성, 한류 호감층에서 10년 전부터 인지한 비중이 높음
- 한국 영화 최초 경험 후 절반 이상인 52.3%(184명)가 소비 증가했으며, 최근 호감도도 49.5%(198명)로 높은 수준임
- 30대 여성, 한류 호감층에서 영화 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 8-10. 한국 영화]



[표 8-10. 한국 영화]

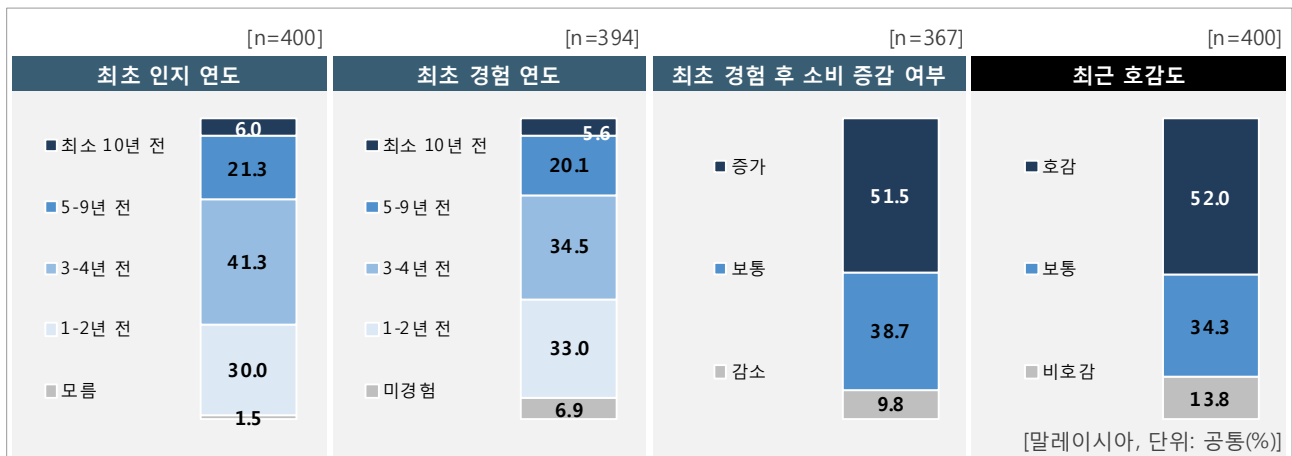
%			1					2					3			4		
			최초 인지 연도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	2.5	26.5	37.0	27.0	7.0	9.2	24.1	38.5	23.1	5.1	6.8	42.9	50.3	10.5	40.5	49.0
	여성	(200)	4.0	20.0	30.0	28.5	<u>17.5</u>	8.9	21.4	26.6	29.2	<u>14.1</u>	12.0	33.7	54.3	13.5	36.5	50.0
연령	15~19세	(100)	1.0	38.0	28.0	22.0	11.0	4.0	35.4	33.3	19.2	8.1	14.7	36.8	48.4	17.0	34.0	49.0
	20대	(100)	4.0	19.0	37.0	32.0	8.0	3.1	22.9	35.4	29.2	9.4	9.7	43.0	47.3	13.0	39.0	48.0
	30대	(100)	3.0	14.0	36.0	28.0	<u>19.0</u>	13.4	16.5	27.8	30.9	11.3	6.0	32.1	<u>61.9</u>	3.0	43.0	<u>54.0</u>
	40대	(82)	3.7	23.2	32.9	28.0	12.2	19.0	15.2	32.9	24.1	8.9	7.8	42.2	50.0	14.6	42.7	42.7
	50대	(18)	11.1	16.7	33.3	33.3	5.6	-	18.8	37.5	31.3	12.5	-	37.5	62.5	16.7	16.7	66.7
결혼 여부	기혼	(202)	4.0	22.3	32.7	27.2	13.9	13.9	19.6	27.8	26.3	<u>12.4</u>	7.8	37.7	54.5	11.9	39.1	49.0
	미혼	(198)	2.5	24.2	34.3	28.3	10.6	4.1	25.9	37.3	25.9	6.7	10.8	38.9	50.3	12.1	37.9	50.0
학력	중졸이하	(65)	3.1	29.2	41.5	20.0	6.2	11.1	27.0	42.9	14.3	4.8	7.1	44.6	48.2	15.4	40.0	44.6
	고졸	(69)	1.4	21.7	30.4	30.4	<u>15.9</u>	4.4	23.5	27.9	30.9	<u>13.2</u>	9.2	40.0	50.8	14.5	34.8	<u>50.7</u>
	대졸이상	(266)	3.8	22.2	32.3	28.9	<u>12.8</u>	9.8	21.5	31.3	27.7	9.8	10.0	36.4	53.7	10.5	39.1	<u>50.4</u>
한류 태도	호감	(148)	0.7	18.9	32.4	32.4	<u>15.5</u>	4.1	17.0	36.1	30.6	<u>12.2</u>	5.0	27.7	<u>67.4</u>	2.7	23.6	<u>73.6</u>
	보통	(229)	4.4	24.0	34.5	26.2	<u>10.9</u>	11.0	24.7	32.0	24.2	8.2	10.3	46.7	43.1	15.3	48.0	36.7
	비호감	(23)	8.7	43.5	30.4	13.0	4.3	23.8	42.9	14.3	14.3	4.8	37.5	31.3	31.3	39.1	39.1	21.7

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- 말레이시아에서의 K-POP 인지율은 98.5%(394명)이며, 그 중 6.0%(24명)는 최소 10년 전에 인지함
 - K-POP 경험률도 93.1%(367명)로 높았으며, 그 중 최소 10년 전 경험률은 5.6%(22명)임
 - 최초 경험 후 절반 이상이 소비가 증가했으며, 최근 호감도도 52.0%(208명)로 높은 수준임
- 특히, 성별과 무관하게 10~30대 미혼, 한류 호감층에서 K-POP 최초 경험 후 소비 증가와 호감도가 상대적으로 높음

[그림 8-11. 한국 음악(K-POP)]



[표 8-11. 한국 음악(K-POP)]

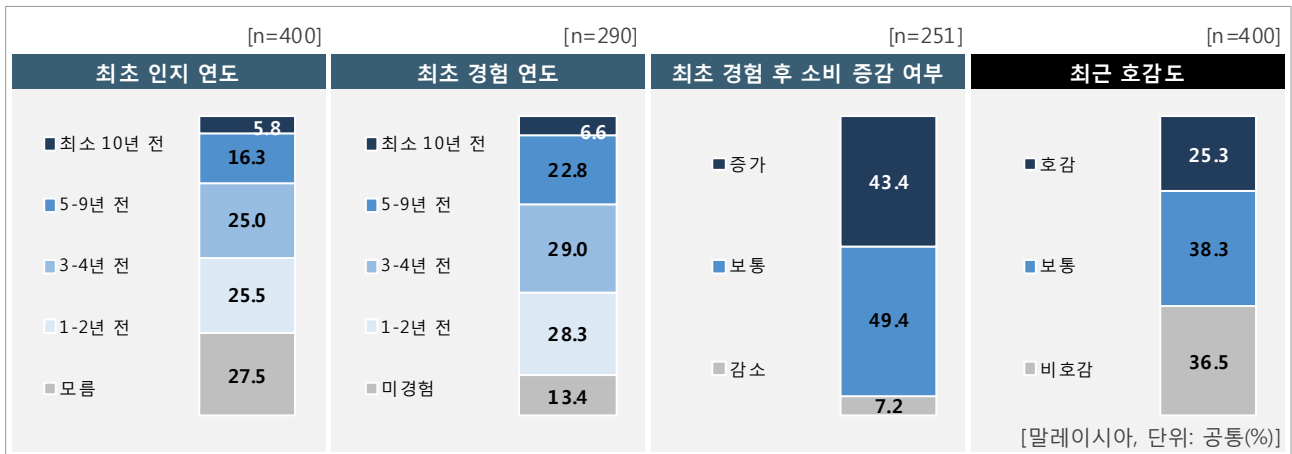
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	0.5	34.5	42.5	19.0	3.5	6.0	37.2	36.7	18.1	2.0	10.7	38.5	50.8	13.0	35.0	52.0
	여성	(200)	2.5	25.5	40.0	23.5	8.5	7.7	28.7	32.3	22.1	9.2	8.9	38.9	52.2	14.5	33.5	52.0
연령	15~19세	(100)	-	28.0	40.0	23.0	9.0	4.0	26.0	37.0	27.0	6.0	11.5	32.3	56.3	10.0	28.0	62.0
	20대	(100)	2.0	30.0	40.0	24.0	4.0	5.1	36.7	36.7	18.4	3.1	8.6	38.7	52.7	16.0	32.0	52.0
	30대	(100)	3.0	31.0	40.0	19.0	7.0	6.2	35.1	32.0	20.6	6.2	9.9	33.0	57.1	10.0	35.0	55.0
	40대	(82)	-	30.5	45.1	20.7	3.7	12.2	36.6	30.5	13.4	7.3	9.7	51.4	38.9	17.1	45.1	37.8
	50대	(18)	5.6	33.3	44.4	11.1	5.6	11.8	23.5	41.2	17.6	5.9	6.7	53.3	40.0	27.8	27.8	44.4
결혼 여부	기혼	(202)	2.0	34.7	41.6	16.3	5.4	10.1	35.4	32.3	16.2	6.1	9.0	43.3	47.8	15.3	38.6	46.0
	미혼	(198)	1.0	25.3	40.9	26.3	6.6	3.6	30.6	36.7	24.0	5.1	10.6	34.4	55.0	12.1	29.8	58.1
학력	중졸이하	(65)	-	40.0	40.0	16.9	3.1	7.7	38.5	38.5	13.8	1.5	10.0	40.0	50.0	13.8	29.2	56.9
	고졸	(69)	-	17.4	46.4	27.5	8.7	5.8	21.7	33.3	29.0	10.1	9.2	29.2	61.5	13.0	31.9	55.1
	대졸이상	(266)	2.3	30.8	40.2	20.7	6.0	6.9	34.6	33.8	19.2	5.4	9.9	40.9	49.2	13.9	36.1	50.0
한류 태도	호감	(148)	-	22.3	38.5	29.7	9.5	3.4	24.3	36.5	29.7	6.1	4.2	23.1	72.7	2.7	20.3	77.0
	보통	(229)	2.6	31.4	45.0	17.0	3.9	8.5	35.9	35.0	15.7	4.9	12.7	47.5	39.7	18.3	42.8	38.9
	비호감	(23)	-	65.2	21.7	8.7	4.3	13.0	60.9	17.4	-	8.7	20.0	60.0	20.0	39.1	39.1	21.7

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션의 인지도는 72.5%(290명)로 다른 콘텐츠 대비 낮은 편이며, 10대 및 40~50대 여성, 한류 호감이 낮은 집단에서 인지도가 상대적으로 낮음
- 최초 경험 후 소비증가율은 43.4%(109명)로 낮지 않으나, 최근 호감도는 상대적으로 낮은 25.3%(101명)임
- 특히, 10대 및 30대 여성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가와 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 8-12. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 8-12. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

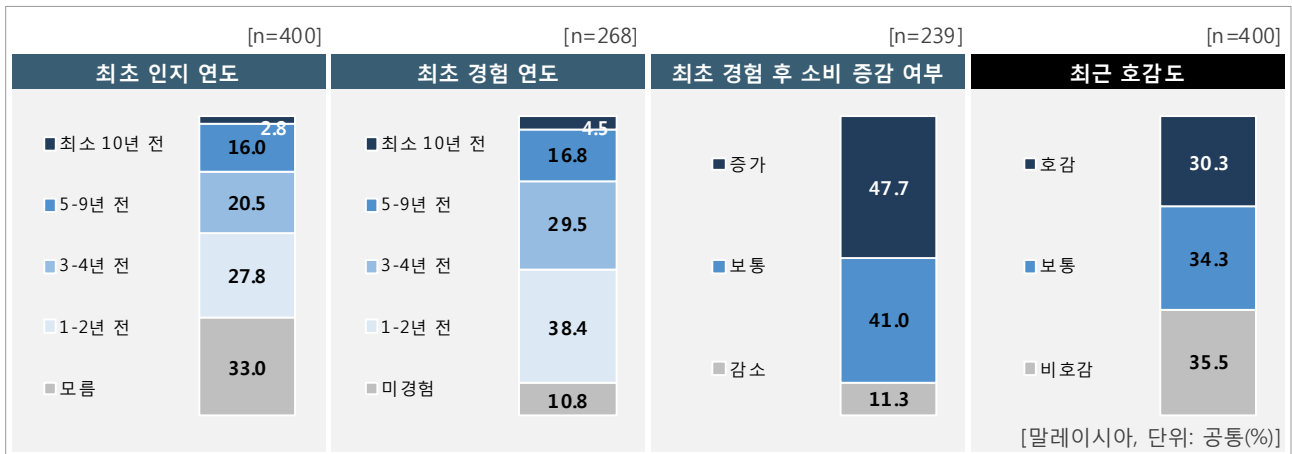
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	24.0	27.0	26.0	18.5	4.5	11.8	32.2	28.3	22.4	5.3	7.5	45.5	47.0	33.5	35.5	31.0
	여성	(200)	31.0	24.0	24.0	14.0	7.0	15.2	23.9	29.7	23.2	8.0	6.8	53.8	39.3	39.5	41.0	19.5
연령	15~19세	(100)	33.0	27.0	23.0	10.0	7.0	10.4	28.4	31.3	22.4	7.5	5.0	43.3	51.7	39.0	35.0	26.0
	20대	(100)	23.0	24.0	28.0	20.0	5.0	13.0	26.0	32.5	19.5	9.1	4.5	61.2	34.3	38.0	40.0	22.0
	30대	(100)	21.0	27.0	25.0	21.0	6.0	12.7	27.8	29.1	25.3	5.1	11.6	37.7	50.7	26.0	41.0	33.0
	40대	(82)	32.9	20.7	25.6	14.6	6.1	18.2	27.3	23.6	25.5	5.5	6.7	55.6	37.8	39.0	41.5	19.5
	50대	(18)	33.3	38.9	16.7	11.1	-	16.7	50.0	16.7	16.7	-	10.0	60.0	30.0	61.1	16.7	22.2
결혼 여부	기혼	(202)	26.2	24.8	25.2	18.3	5.4	13.4	28.2	23.5	29.5	5.4	6.2	48.8	45.0	34.2	37.1	28.7
	미혼	(198)	28.8	26.3	24.7	14.1	6.1	13.5	28.4	34.8	15.6	7.8	8.2	50.0	41.8	38.9	39.4	21.7
학력	중졸이하	(65)	32.3	29.2	26.2	7.7	4.6	11.4	38.6	36.4	11.4	2.3	5.1	46.2	48.7	38.5	40.0	21.5
	고졸	(69)	31.9	17.4	24.6	21.7	4.3	12.8	21.3	34.0	27.7	4.3	12.2	46.3	41.5	43.5	33.3	23.2
	대졸이상	(266)	25.2	26.7	24.8	16.9	6.4	14.1	27.6	26.1	24.1	8.0	6.4	50.9	42.7	34.2	39.1	26.7
한류 태도	호감	(148)	20.3	25.7	22.3	20.9	10.8	5.9	24.6	30.5	26.3	12.7	4.5	43.2	52.3	28.4	33.8	37.8
	보통	(229)	31.4	24.5	27.1	14.4	2.6	17.8	29.9	28.0	21.7	2.5	8.5	55.0	36.4	41.0	41.5	17.5
	비호감	(23)	34.8	34.8	21.7	4.3	4.3	26.7	40.0	26.7	6.7	-	18.2	45.5	36.4	43.5	34.8	21.7

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 67.0%(268명)로 높지 않으며, 경험률은 89.2%(239명)로 나타남
- 특히, 40대 여성, 한류에 대한 호감도가 낮은 집단에서 인지도가 상대적으로 낮음
- 게임을 10년 전부터 인지/경험한 비율은 5% 미만으로 낮은 편임
- 한편, 게임 경험 후 47.7%(114명)가 소비가 증가했다고 응답했으며, 최근 호감도는 30.3%(121명)임
- 10대 및 30대 남성, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비 증가와 호감도가 높게 나타남

[그림 8-13. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 8-13. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

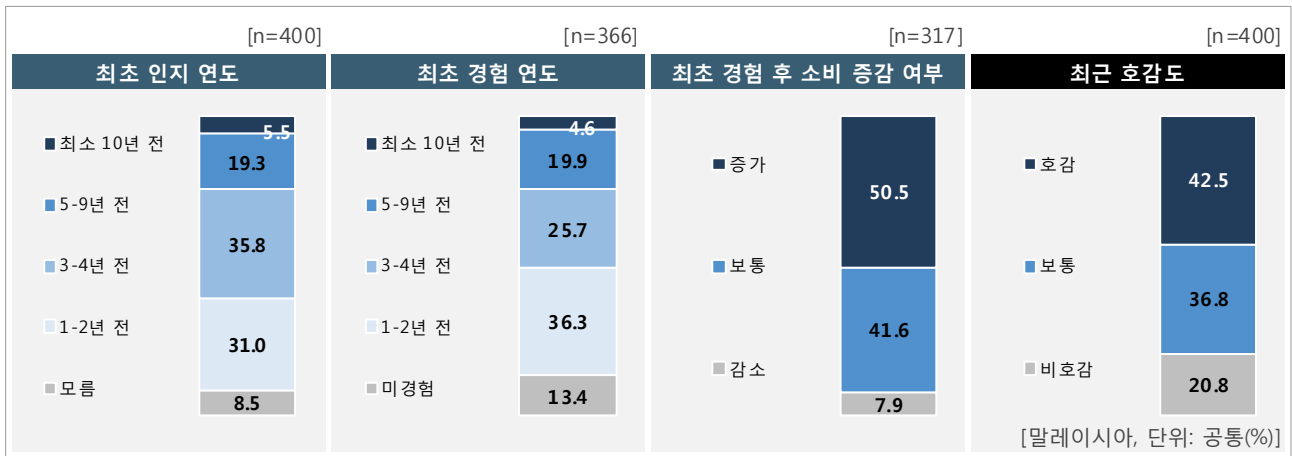
%			1					2					3			4		
			초기 인지도					초기 경험 연도					초기 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
성별			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	31.0	26.0	20.5	19.5	3.0	6.5	37.0	31.9	19.6	5.1	10.1	40.3	49.6	28.5	36.0	35.5
	여성	(200)	35.0	29.5	20.5	12.5	2.5	15.4	40.0	26.9	13.8	3.8	12.7	41.8	45.5	42.5	32.5	25.0
연령	15~19세	(100)	26.0	34.0	21.0	14.0	5.0	8.1	44.6	28.4	10.8	8.1	13.2	41.2	45.6	35.0	32.0	33.0
	20대	(100)	34.0	33.0	19.0	13.0	1.0	10.6	43.9	28.8	16.7	-	18.6	40.7	40.7	41.0	32.0	27.0
	30대	(100)	32.0	22.0	19.0	23.0	4.0	11.8	32.4	25.0	25.0	5.9	6.7	33.3	60.0	24.0	39.0	37.0
	40대	(82)	41.5	20.7	23.2	13.4	1.2	14.6	31.3	37.5	14.6	2.1	7.3	51.2	41.5	41.5	36.6	22.0
	50대	(18)	33.3	27.8	22.2	16.7	-	8.3	33.3	33.3	16.7	8.3	-	45.5	54.5	44.4	22.2	33.3
결혼 여부	기혼	(202)	33.2	24.8	20.8	18.3	3.0	10.4	37.0	28.1	17.8	6.7	7.4	44.6	47.9	32.7	36.1	31.2
	미혼	(198)	32.8	30.8	20.2	13.6	2.5	11.3	39.8	30.8	15.8	2.3	15.3	37.3	47.5	38.4	32.3	29.3
학력	중졸이하	(65)	38.5	33.8	18.5	9.2	-	10.0	50.0	35.0	2.5	2.5	19.4	38.9	41.7	38.5	38.5	23.1
	고졸	(69)	23.2	29.0	26.1	17.4	4.3	15.1	30.2	34.0	15.1	5.7	8.9	42.2	48.9	33.3	29.0	37.7
	대졸이상	(266)	34.2	25.9	19.5	17.3	3.0	9.7	38.3	26.9	20.6	4.6	10.1	41.1	48.7	35.3	34.6	30.1
한류 태도	호감	(148)	21.6	31.8	23.6	18.2	4.7	9.5	36.2	28.4	19.8	6.0	6.7	36.2	57.1	26.4	28.4	45.3
	보통	(229)	39.7	24.5	18.3	15.7	1.7	11.6	37.7	31.2	15.9	3.6	12.3	44.3	43.4	39.3	38.0	22.7
	비호감	(23)	39.1	34.8	21.7	4.3	-	14.3	64.3	21.4	-	-	41.7	50.0	8.3	56.5	34.8	8.7

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션은 91.5%(366명)의 높은 인지도를 보이며, 경험률은 86.6%(317명)임
최소 10년 전부터 인지/경험한 비중은 5% 수준으로 높지 않음
- 패션 경험 후 절반인 50.5%(160명)가 소비증가, 최근 호감도는 42.5%(170명)로 나타남에 따라 한국 패션에 대한 인식이 긍정적임
- 특히 30대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 패션 경험 후 소비량 증가가 높았으며, 10~30대 여성, 한류 호감층에서 패션에 대한 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 8-14. 한국 패션, 뷰티]



[표 8-14. 한국 패션, 뷰티]

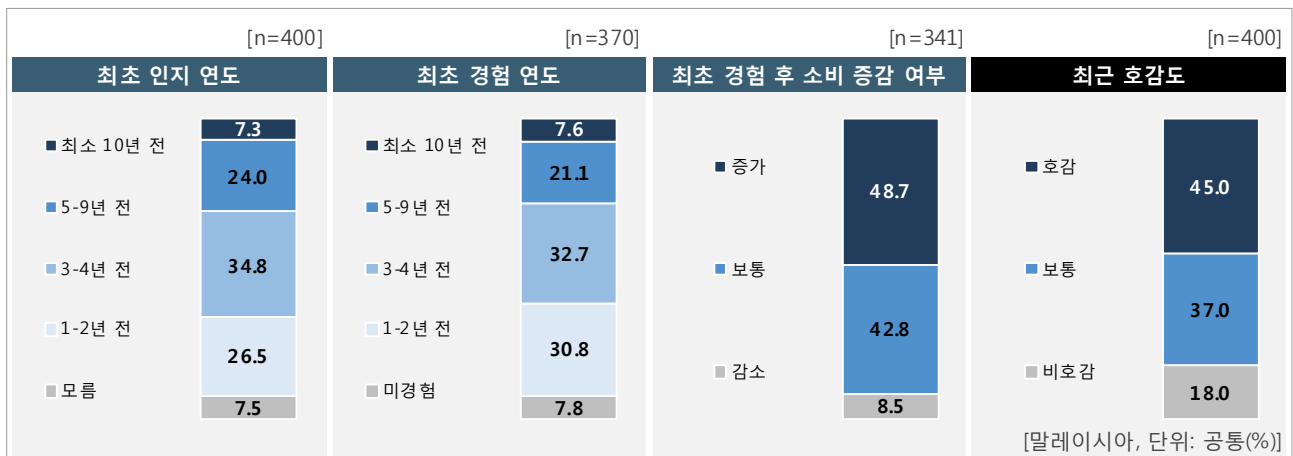
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	11.5	35.0	34.5	14.0	5.0	12.4	39.0	28.2	16.9	3.4	9.0	49.7	41.3	23.5	42.5	34.0
	여성	(200)	5.5	27.0	37.0	24.5	6.0	14.3	33.9	23.3	22.8	5.8	6.8	34.0	<u>59.3</u>	18.0	31.0	<u>51.0</u>
연령	15~19세	(100)	3.0	34.0	41.0	14.0	8.0	14.4	39.2	23.7	17.5	5.2	7.2	44.6	48.2	19.0	32.0	<u>49.0</u>
	20대	(100)	6.0	35.0	35.0	20.0	4.0	11.7	43.6	26.6	16.0	2.1	12.0	39.8	48.2	21.0	34.0	<u>45.0</u>
	30대	(100)	10.0	30.0	33.0	20.0	7.0	16.7	27.8	24.4	24.4	6.7	5.3	29.3	<u>65.3</u>	17.0	36.0	<u>47.0</u>
	40대	(82)	14.6	24.4	35.4	23.2	2.4	8.6	34.3	30.0	22.9	4.3	7.8	53.1	39.1	26.8	45.1	28.0
	50대	(18)	16.7	27.8	27.8	22.2	5.6	20.0	33.3	20.0	20.0	6.7	-	50.0	50.0	22.2	44.4	33.3
결혼 여부	기혼	(202)	11.9	30.2	31.7	20.8	5.4	13.5	33.7	23.0	24.7	5.1	4.5	39.0	<u>56.5</u>	20.3	38.6	41.1
	미혼	(198)	5.1	31.8	39.9	17.7	5.6	13.3	38.8	28.2	15.4	4.3	11.0	44.2	44.8	21.2	34.8	43.9
학력	중졸이하	(65)	12.3	36.9	38.5	9.2	3.1	17.5	47.4	24.6	7.0	3.5	10.6	34.0	<u>55.3</u>	26.2	35.4	38.5
	고졸	(69)	2.9	29.0	37.7	23.2	7.2	10.4	31.3	26.9	26.9	4.5	10.0	41.7	48.3	13.0	30.4	<u>56.5</u>
	대졸이상	(266)	9.0	30.1	34.6	20.7	5.6	13.2	35.1	25.6	21.1	5.0	6.7	43.3	50.0	21.4	38.7	39.8
한류 태도	호감	(148)	2.0	25.0	40.5	25.0	7.4	8.3	31.0	26.2	27.6	6.9	4.5	31.6	<u>63.9</u>	10.1	24.3	<u>65.5</u>
	보통	(229)	11.8	34.9	31.4	17.5	4.4	14.4	41.1	24.8	16.3	3.5	9.8	49.1	41.0	24.9	44.5	30.6
	비호감	(23)	17.4	30.4	47.8	-	4.3	42.1	26.3	31.6	-	-	18.2	45.5	36.4	47.8	39.1	13.0

(7) 한국 음식

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

- 한식의 인지도는 92.5%(370명), 경험률은 92.2%(341명)로 높은 수준이며, 10년 전부터 한식을 인지/경험한 비중도 7%대 수준임
- 한식 경험 이후 48.7%(166명)가 소비 증가, 최근 호감도는 45.0%(180명)로 나타남에 따라 한식에 대한 인식은 긍정적임

[그림 8-15. 한국 음식]



[표 8-15. 한국 음식]

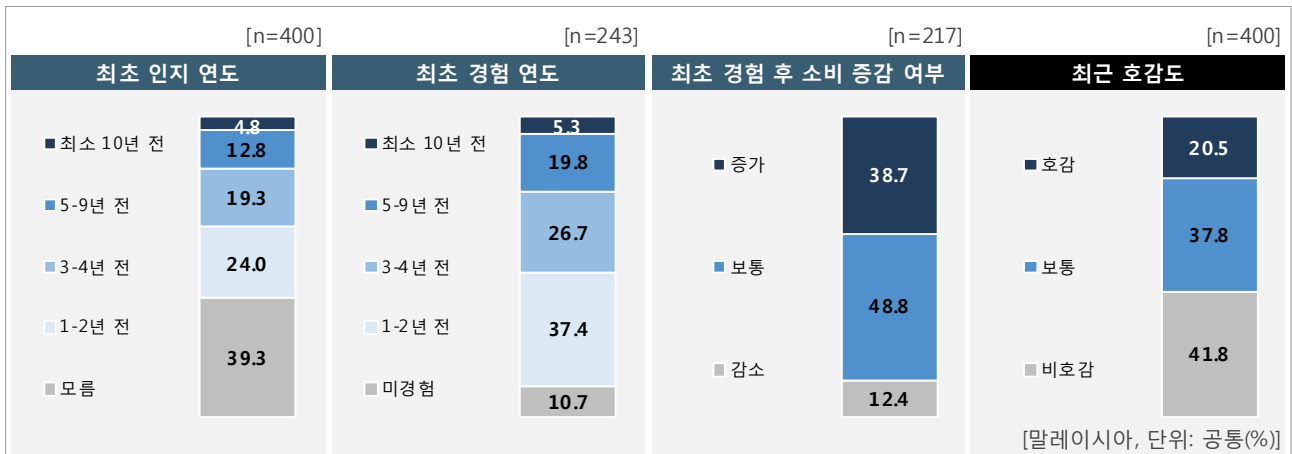
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	9.5	33.0	33.0	19.5	5.0	6.6	35.9	33.1	17.1	7.2	9.5	47.9	42.6	19.0	41.0	40.0
	여성	(200)	5.5	20.0	36.5	28.5	<u>9.5</u>	9.0	25.9	32.3	24.9	7.9	7.6	37.8	<u>54.7</u>	17.0	33.0	<u>50.0</u>
연령	15~19세	(100)	3.0	35.0	31.0	24.0	7.0	7.2	34.0	32.0	17.5	9.3	7.8	44.4	47.8	16.0	33.0	<u>51.0</u>
	20대	(100)	7.0	28.0	41.0	22.0	2.0	4.3	37.6	38.7	17.2	2.2	7.9	48.3	43.8	23.0	36.0	41.0
	30대	(100)	7.0	28.0	33.0	22.0	<u>10.0</u>	12.9	29.0	23.7	23.7	<u>10.8</u>	6.2	38.3	<u>55.6</u>	13.0	40.0	47.0
	40대	(82)	12.2	18.3	32.9	25.6	<u>11.0</u>	8.3	25.0	33.3	26.4	6.9	13.6	42.4	43.9	19.5	43.9	36.6
	50대	(18)	16.7	-	38.9	38.9	5.6	-	6.7	53.3	26.7	13.3	6.7	26.7	66.7	22.2	16.7	61.1
결혼 여부	기혼	(202)	8.9	23.3	35.1	23.8	8.9	10.9	25.5	30.4	23.9	9.2	7.3	42.1	<u>50.6</u>	16.8	40.1	43.1
	미혼	(198)	6.1	29.8	34.3	24.2	5.6	4.8	36.0	34.9	18.3	5.9	9.6	43.5	46.9	19.2	33.8	47.0
학력	중졸이하	(65)	10.8	36.9	32.3	16.9	3.1	12.1	36.2	34.5	12.1	5.2	9.8	43.1	47.1	20.0	40.0	40.0
	고졸	(69)	2.9	24.6	33.3	27.5	<u>11.6</u>	7.5	26.9	29.9	28.4	7.5	9.7	45.2	45.2	14.5	36.2	<u>49.3</u>
	대졸이상	(266)	7.9	24.4	35.7	24.8	7.1	6.9	30.6	33.1	21.2	8.2	7.9	42.1	<u>50.0</u>	18.4	36.5	<u>45.1</u>
한류 태도	호감	(148)	2.0	22.3	33.1	31.8	<u>10.8</u>	5.5	25.5	30.3	26.2	<u>12.4</u>	3.6	34.3	<u>62.0</u>	6.8	24.3	<u>68.9</u>
	보통	(229)	10.5	28.4	34.9	20.5	5.7	8.8	33.7	33.7	19.0	4.9	10.2	49.2	40.6	21.8	45.4	32.8
	비호감	(23)	13.0	34.8	43.5	8.7	-	15.0	40.0	40.0	5.0	-	29.4	41.2	29.4	52.2	34.8	13.0

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서의 인지도는 60.7%(243명)로 다른 한류 콘텐츠 대비 낮은 편임
특히, 20대 이상 남성, 한류 비호감층을 중심으로 인지도가 낮음
- 도서 경험 이후 소비 증가율은 38.7%(84명)이나, 호감도는 20.5%(82명)로 다소 낮음
30대 남성, 한류 호감층을 중심으로 한국 도서에 대한 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 8-16. 한국 도서(출판물)]



[표 8-16. 한국 도서(출판물)]

%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 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)		37.0	26.5	19.0	11.5	6.0	7.9	40.5	26.2	19.8	5.6	9.5	54.3	36.2	35.0	41.5	<u>23.5</u>
	여성 (200)		<u>41.5</u>	21.5	19.5	14.0	3.5	13.7	34.2	27.4	19.7	5.1	15.8	42.6	<u>41.6</u>	48.5	34.0	17.5
연령	15~19세 (100)		33.0	29.0	16.0	17.0	5.0	6.0	44.8	23.9	17.9	7.5	11.1	50.8	38.1	43.0	34.0	23.0
	20대 (100)		<u>40.0</u>	29.0	19.0	8.0	4.0	11.7	41.7	26.7	20.0	-	17.0	47.2	35.8	45.0	37.0	18.0
	30대 (100)		<u>42.0</u>	21.0	17.0	15.0	5.0	15.5	31.0	22.4	24.1	6.9	12.2	40.8	<u>46.9</u>	35.0	40.0	<u>25.0</u>
	40대 (82)		<u>40.2</u>	14.6	28.0	12.2	4.9	12.2	26.5	36.7	16.3	8.2	9.3	58.1	32.6	42.7	42.7	14.6
	50대 (18)		<u>50.0</u>	27.8	11.1	5.6	5.6	-	55.6	22.2	22.2	-	11.1	44.4	44.4	50.0	27.8	22.2
결혼 여부	기혼 (202)		38.6	22.8	17.8	15.3	5.4	12.1	32.3	26.6	22.6	6.5	10.1	50.5	39.4	40.6	36.6	22.8
	미혼 (198)		39.9	25.3	20.7	10.1	4.0	9.2	42.9	26.9	16.8	4.2	14.8	47.2	38.0	42.9	38.9	18.2
학력	중졸이하 (65)		<u>49.2</u>	29.2	12.3	6.2	3.1	9.1	57.6	24.2	3.0	6.1	16.7	43.3	40.0	50.8	33.8	15.4
	고졸 (69)		29.0	23.2	26.1	17.4	4.3	8.2	34.7	30.6	18.4	8.2	13.3	64.4	22.2	37.7	40.6	<u>21.7</u>
	대졸이상 (266)		39.5	22.9	19.2	13.2	5.3	11.8	34.2	26.1	23.6	4.3	11.3	45.1	43.7	40.6	38.0	<u>21.4</u>
한류 태도	호감 (148)		27.0	25.7	21.6	16.9	8.8	8.3	37.0	21.3	23.1	10.2	11.1	38.4	<u>50.5</u>	32.4	32.4	<u>35.1</u>
	보통 (229)		45.0	23.1	17.9	11.4	2.6	12.7	37.3	31.0	17.5	1.6	12.7	58.2	29.1	45.9	41.5	12.7
	비호감 (23)		<u>60.9</u>	21.7	17.4	-	-	11.1	44.4	33.3	11.1	-	25.0	50.0	25.0	60.9	34.8	4.3

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 말레이시아는 주로 'TV'와 'YouTube 등 무료이용'을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 조사됨
- 전반적으로 TV와 YouTube의 이용비중이 유사한 수준이나, K-POP의 경우 TV 대비 YouTube 등 무료채널의 이용 비중이 상대적으로 높음

[표 8-17. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마		영화		K-POP			
			1순위	2순위	1순위	2순위	1순위	2순위		
전체		(380)	TV (80.4%)	YouTube 등 무료이용 (74.5%)	(352)	YouTube 등 무료이용 (78.1%)	TV (77.3%)	(367)	YouTube 등 무료이용 (81.2%)	TV (67.0%)
성별	남성	(184)	TV (80.4%)	YouTube 등 무료이용 (73.9%)	(177)	YouTube 등 무료이용 (78.5%)	TV (72.9%)	(187)	YouTube 등 무료이용 (80.2%)	TV (64.7%)
	여성	(196)	TV (84.2%)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	(175)	TV (81.7%)	YouTube 등 무료이용 (77.7%)	(180)	YouTube 등 무료이용 (82.2%)	TV (69.4%)
연령	15~19세	(97)	YouTube 등 무료이용 (77.3%)	TV (76.3%)	(95)	YouTube 등 무료이용 (81.1%)	TV (74.7%)	(96)	YouTube 등 무료이용 (84.4%)	TV (62.5%)
	20대	(95)	TV (84.2%)	YouTube 등 무료이용 (76.8%)	(93)	YouTube 등 무료이용 (77.4%)	TV (74.2%)	(93)	YouTube 등 무료이용 (81.7%)	TV (64.5%)
	30대	(95)	TV (82.1%)	YouTube 등 무료이용 (71.6%)	(84)	YouTube 등 무료이용 (77.4%)	TV (77.4%)	(91)	YouTube 등 무료이용 (83.5%)	TV (64.8%)
	40대	(77)	TV (88.3%)	YouTube 등 무료이용 (71.4%)	(64)	TV (85.9%)	YouTube 등 무료이용 (78.1%)	(72)	TV (77.8%)	YouTube 등 무료이용 (73.6%)
	50대	(16)	TV (81.3%)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	(16)	TV (75.0%)	YouTube 등 무료이용 (68.8%)	(15)	YouTube 등 무료이용 (80.0%)	TV (73.3%)
결혼 여부	기혼	(191)	TV (83.8%)	YouTube 등 무료이용 (70.7%)	(167)	TV (81.4%)	YouTube 등 무료이용 (76.6%)	(178)	YouTube 등 무료이용 (78.7%)	TV (69.7%)
	미혼	(189)	TV (81.0%)	YouTube 등 무료이용 (78.3%)	(185)	YouTube 등 무료이용 (79.5%)	TV (73.5%)	(189)	YouTube 등 무료이용 (83.6%)	TV (64.6%)
학력	중졸이하	(62)	TV (79.0%)	YouTube 등 무료이용 (71.0%)	(56)	TV (78.6%)	YouTube 등 무료이용 (78.6%)	(60)	YouTube 등 무료이용 (81.7%)	TV (65.0%)
	고졸	(64)	TV (84.4%)	YouTube 등 무료이용 (78.1%)	(65)	TV (81.5%)	YouTube 등 무료이용 (80.0%)	(65)	YouTube 등 무료이용 (76.9%)	TV (66.2%)
	대졸이상	(254)	TV (82.7%)	YouTube 등 무료이용 (74.4%)	(231)	YouTube 등 무료이용 (77.5%)	TV (75.8%)	(242)	YouTube 등 무료이용 (82.2%)	TV (67.8%)
한류 태도	호감	(147)	TV (84.4%)	YouTube 등 무료이용 (83.0%)	(141)	YouTube 등 무료이용 (82.3%)	TV (78.0%)	(143)	YouTube 등 무료이용 (85.3%)	TV (69.2%)
	보통	(212)	TV (81.1%)	YouTube 등 무료이용 (70.8%)	(195)	TV (76.9%)	YouTube 등 무료이용 (76.4%)	(204)	YouTube 등 무료이용 (78.9%)	TV (64.7%)
	비호감	(21)	TV (81.0%)	YouTube 등 무료이용 (52.4%)	(16)	TV (75.0%)	YouTube 등 무료이용 (62.5%)	(20)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	TV (75.0%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

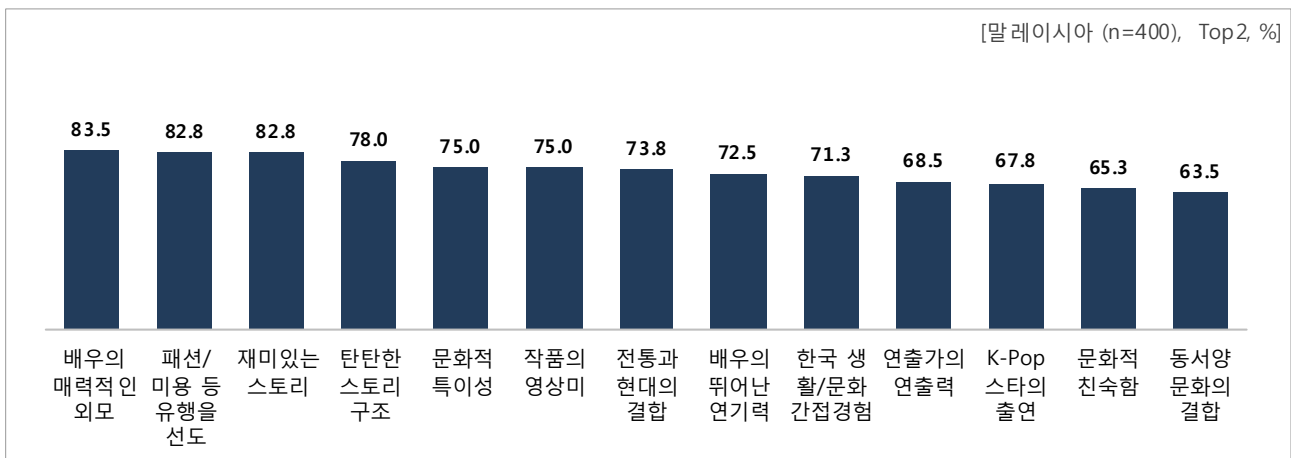
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '배우의 매력적인 외모'가 83.5%(334명)로 가장 높았으며, 그 외 '패션/미용 등 유행선도', '재미있는 스토리' 순으로 나타남
- 배우의 매력적인 외모와 패션, 미용 등 유행 선도는 성별과 무관하게 전 연령층에서 고루 선호하고 있는 것으로 조사됨

[그림 8-17. 한국 드라마 인기 요인]



[표 8-18. 한국 드라마 인기 요인]

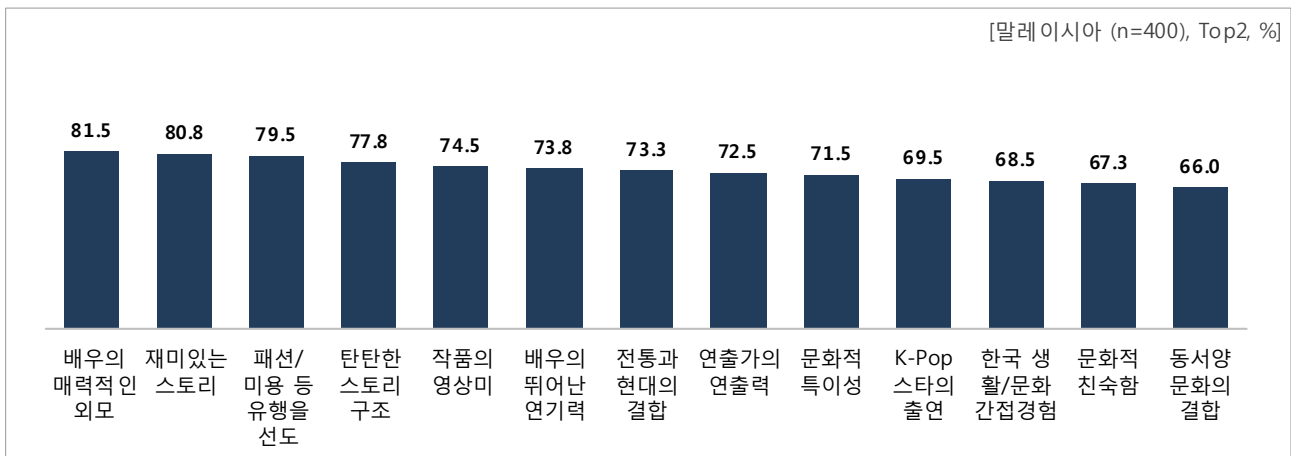
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸이하 (65)	고졸 (69)	대졸이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
배우의 매력적인 외모	82.5	84.5	85.0	80.0	84.0	84.1	88.9	82.7	84.3	86.2	85.5	82.3	<u>91.2</u>	81.2	56.5
패션, 미용 등 유행을 선도	82.0	83.5	82.0	83.0	85.0	80.5	83.3	82.2	83.3	73.8	<u>82.6</u>	<u>85.0</u>	<u>93.9</u>	77.7	60.9
재미있는 스토리	81.0	84.5	85.0	77.0	83.0	82.9	100.0	82.7	82.8	78.5	<u>85.5</u>	<u>83.1</u>	<u>95.3</u>	77.3	56.5
탄탄한 스토리 구조	75.5	80.5	80.0	70.0	81.0	78.0	94.4	77.7	78.3	72.3	81.2	78.6	93.2	70.7	52.2
문화적 특이성	74.5	75.5	74.0	73.0	76.0	76.8	77.8	74.8	75.3	69.2	72.5	77.1	89.2	69.0	43.5
작품의 영상미	73.0	77.0	75.0	70.0	75.0	79.3	83.3	75.7	74.2	72.3	73.9	75.9	88.5	68.6	52.2
전통과 현대의 결합	71.5	76.0	67.0	67.0	76.0	86.6	77.8	78.2	69.2	66.2	72.5	75.9	86.5	67.7	52.2
배우의 뛰어난 연기력	72.0	73.0	78.0	69.0	70.0	72.0	77.8	69.8	75.3	73.8	73.9	71.8	88.5	64.6	47.8
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	70.0	72.5	70.0	70.0	72.0	74.4	66.7	72.8	69.7	72.3	65.2	72.6	84.5	64.2	56.5
연출가의 연출력	66.5	70.5	65.0	62.0	73.0	70.7	88.9	71.3	65.7	64.6	71.0	68.8	84.5	59.8	52.2
K-Pop 스타의 출연	68.5	67.0	68.0	65.0	76.0	63.4	55.6	67.8	67.7	64.6	72.5	67.3	81.1	60.3	56.5
문화적 친숙함	68.5	62.0	64.0	65.0	66.0	65.9	66.7	64.4	66.2	61.5	65.2	66.2	83.1	56.8	34.8
서양문화와 동양문화의 결합	64.0	63.0	59.0	62.0	62.0	70.7	72.2	64.9	62.1	52.3	58.0	67.7	74.3	57.6	52.2

(2) 한국 영화

Q9_2. 귀하께서는 한국 영화의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '배우의 매력적인 외모'가 81.5%(326명)로 가장 높았으며, 그 외 '재미있는 스토리', '패션/미용 등 유행 선도' 순으로 높게 나타남
- 40~50대 여성, 한류 호감층을 중심으로 배우의 매력적인 외모를 인기요인으로 높게 인식함
- 한편, 재미있는 스토리와 패션/미용 등 유행선도는 한류 호감층에서 인기요인으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 8-18. 한국 영화 인기 요인]



[표 8-19. 한국 영화 인기 요인]

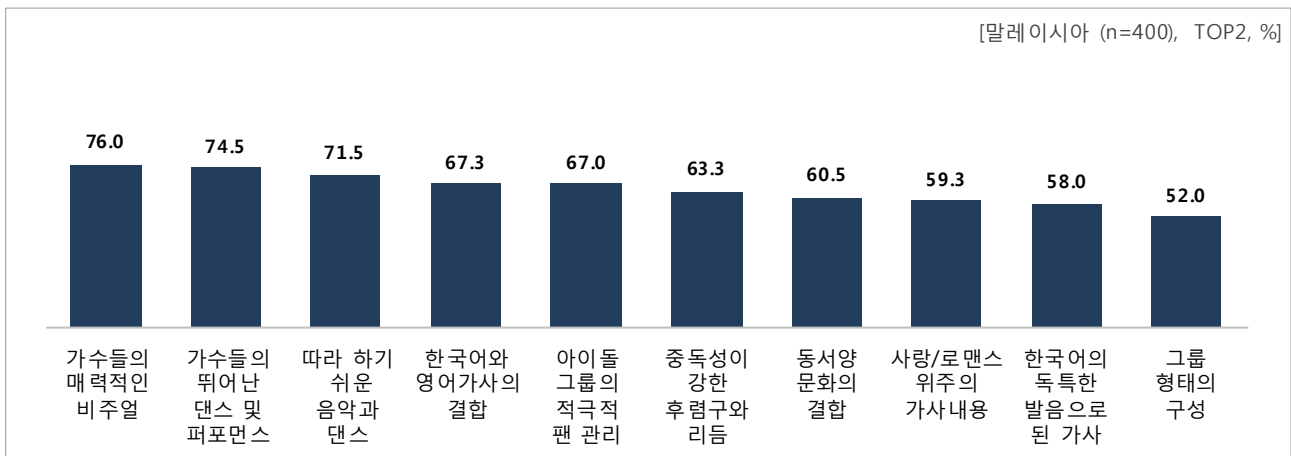
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
배우의 매력적인 외모	79.5	83.5	82.0	78.0	80.0	84.1	94.4	79.7	83.3	84.6	79.7	81.2	92.6	76.4	60.9
재미있는 스토리	82.0	79.5	84.0	74.0	80.0	82.9	94.4	79.7	81.8	84.6	79.7	80.1	94.6	73.4	65.2
패션, 미용 등 유행을 선도	81.0	78.0	80.0	76.0	79.0	80.5	94.4	79.7	79.3	83.1	78.3	78.9	88.5	74.7	69.6
탄탄한 스토리 구조	77.0	78.5	81.0	71.0	77.0	80.5	88.9	76.7	78.8	78.5	78.3	77.4	91.2	70.7	60.9
작품의 영상미	75.0	74.0	80.0	66.0	75.0	75.6	83.3	73.8	75.3	78.5	71.0	74.4	89.2	65.9	65.2
배우의 뛰어난 연기력	76.0	71.5	80.0	71.0	71.0	70.7	83.3	71.8	75.8	78.5	69.6	73.7	88.5	65.9	56.5
전통과 현대의 결합	72.5	74.0	74.0	64.0	72.0	81.7	88.9	74.3	72.2	75.4	71.0	73.3	87.2	65.5	60.9
연출가의 연출력	72.0	73.0	73.0	69.0	69.0	78.0	83.3	73.8	71.2	70.8	72.5	72.9	86.5	64.6	60.9
문화적 특이성	71.0	72.0	75.0	67.0	69.0	74.4	77.8	69.8	73.2	72.3	68.1	72.2	85.8	63.3	60.9
K-Pop 스타의 출연	70.0	69.0	74.0	61.0	74.0	69.5	66.7	68.3	70.7	69.2	72.5	68.8	85.8	59.8	60.9
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	68.5	68.5	68.0	66.0	66.0	73.2	77.8	67.8	69.2	75.4	65.2	67.7	82.4	61.1	52.2
문화적 친숙함	70.0	64.5	70.0	64.0	61.0	73.2	77.8	65.8	68.7	64.6	68.1	67.7	86.5	56.3	52.2
서양문화와 동양문화의 결합	66.0	66.0	66.0	55.0	65.0	78.0	77.8	68.3	63.6	67.7	65.2	65.8	77.0	60.3	52.2

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기요인은 '가수들의 매력적인 비주얼'이 76.0%(304명)로 가장 높았으며,
그 외 '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스', '따라 하기 쉬운 음악과 댄스' 순으로 조사됨
- 가수들의 매력적인 비주얼은 30대, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 높게 인식함
- 따라하기 쉬운 음악과 댄스는 30대 이상 여성, 한류 호감층에서 인기요인으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 8-19. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 8-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

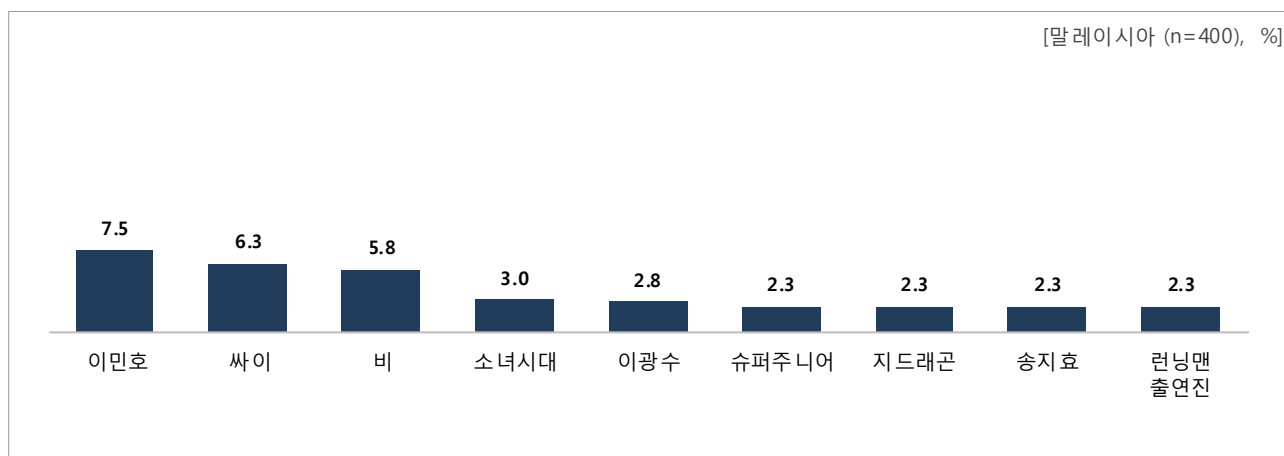
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸이하 (65)	고졸 (69)	대졸이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
가수들의 매력적인 비주얼	76.5	75.5	72.0	75.0	<u>80.0</u>	75.6	83.3	76.7	75.3	76.9	73.9	76.3	<u>88.5</u>	70.3	52.2
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	74.5	74.5	76.0	72.0	77.0	73.2	72.2	74.3	74.7	73.8	73.9	74.8	91.2	65.5	56.5
따라하기 쉬운 음악과 댄스	70.0	73.0	69.0	64.0	<u>78.0</u>	<u>74.4</u>	<u>77.8</u>	73.3	69.7	73.8	72.5	70.7	<u>84.5</u>	65.1	52.2
한국어와 영어 가사의 결합	68.5	66.0	73.0	58.0	71.0	63.4	83.3	67.8	66.7	67.7	69.6	66.5	84.5	57.6	52.2
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	66.0	68.0	68.0	63.0	68.0	69.5	66.7	64.9	69.2	70.8	63.8	66.9	82.4	58.5	52.2
중독성이 강한 후렴구와 리듬	64.0	62.5	64.0	64.0	65.0	58.5	66.7	60.9	65.7	64.6	59.4	63.9	82.4	52.8	43.5
서양문화와 동양문화의 결합	62.5	58.5	63.0	50.0	64.0	64.6	66.7	59.9	61.1	63.1	59.4	60.2	75.7	51.5	52.2
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	58.5	60.0	59.0	51.0	68.0	58.5	61.1	61.4	57.1	61.5	62.3	57.9	77.7	48.5	47.8
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	58.5	57.5	67.0	52.0	60.0	53.7	50.0	55.9	60.1	60.0	59.4	57.1	77.7	46.7	43.5
그룹 형태의 구성	50.5	53.5	58.0	46.0	56.0	50.0	38.9	47.5	56.6	53.8	53.6	51.1	73.6	39.3	39.1

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 말레이시아에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '이민호'가 7.5%(30명)로 가장 높았으며, 그 외 '싸이', '비', '소녀시대' 순으로 높게 나타남
- '이민호'는 여성 집단에서, '싸이'는 남성 집단에서 상대적으로 선호가 높음

[그림 8-20. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 8-21. 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 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
이민호	3.0	<u>12.0</u>	7.0	6.0	9.0	7.3	11.1	7.4	7.6	10.8	7.2	6.8	8.8	7.0	4.3
싸이	<u>10.0</u>	2.5	4.0	5.0	8.0	8.5	5.6	7.9	4.5	6.2	2.9	7.1	10.1	4.4	-
비	5.5	6.0	2.0	9.0	8.0	3.7	5.6	4.5	7.1	3.1	10.1	5.3	3.4	7.4	4.3
소녀시대	5.5	0.5	2.0	2.0	5.0	3.7	-	4.0	2.0	3.1	2.9	3.0	3.4	3.1	-
이광수	3.5	2.0	3.0	2.0	4.0	2.4	-	3.5	2.0	1.5	1.4	3.4	3.4	2.2	4.3
슈퍼주니어	1.5	3.0	4.0	-	5.0	-	-	2.0	2.5	3.1	1.4	2.3	3.4	1.7	-
지드래곤	1.5	3.0	2.0	4.0	1.0	2.4	-	1.5	3.0	1.5	2.9	2.3	2.7	2.2	-
송지효	3.0	1.5	4.0	3.0	-	2.4	-	1.0	3.5	7.7	-	1.5	1.4	3.1	-
런닝맨 출연진	2.0	2.5	1.0	2.0	5.0	1.2	-	2.0	2.5	-	-	3.4	2.7	1.7	4.3

제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아

Ⅲ. 한류의 효과

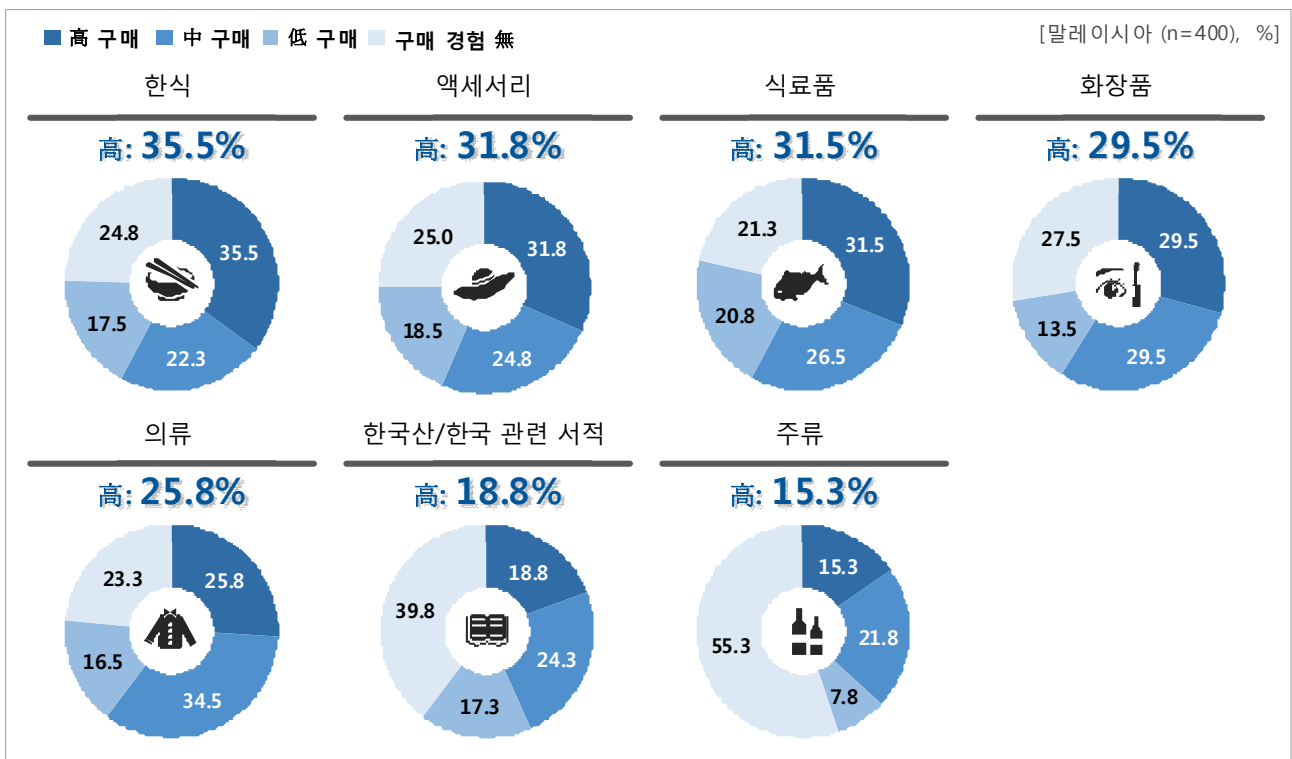
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 말레이시아에서는 '한식'의 고구매율이 35.5%(142명)로 가장 높으며, 그 외 '액세서리', '식료품' 순임
- '주류'와 '서적'을 제외하고는 전반적으로 25%대의 고구매율을 보이고 있어 다양한 품목의 한국제품이 긍정적인 평가를 받는 것으로 판단됨
- 특히, 한식은 10대 여성, 한류 호감층에서, 액세서리는 10대, 한류 호감층에서 고구매율이 높음

[그림 8-21. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 8-22. 생활용품 및 서비스 경험]

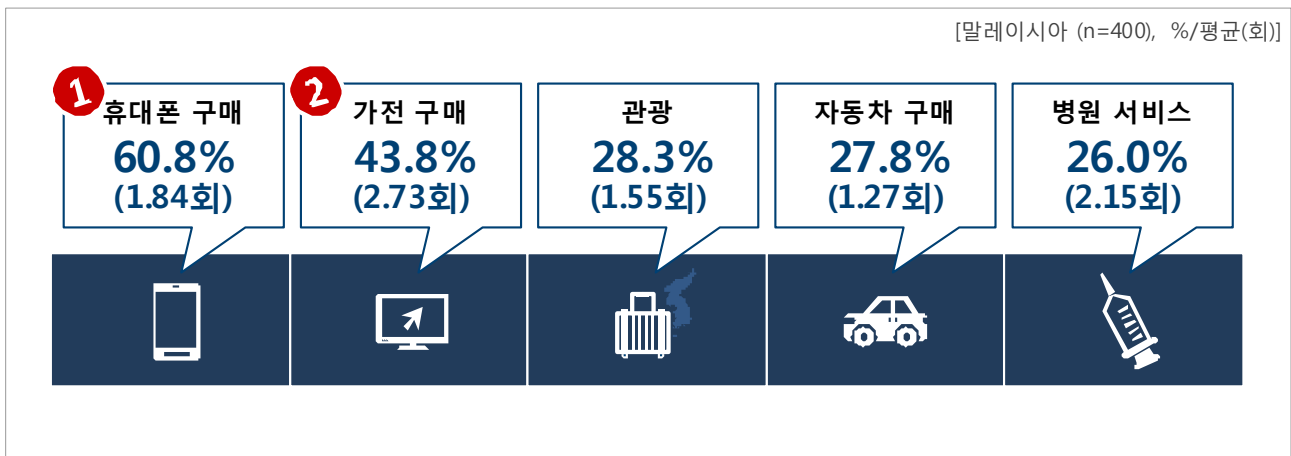
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
한국 음식점에서 식사	33.0	<u>38.0</u>	<u>45.0</u>	29.0	37.0	30.5	33.3	34.7	36.4	20.0	<u>43.5</u>	<u>37.2</u>	<u>53.4</u>	24.9	26.1
한국 액세서리를 구매	32.0	31.5	<u>42.0</u>	25.0	32.0	25.6	38.9	32.2	31.3	26.2	<u>39.1</u>	31.2	<u>48.6</u>	22.3	17.4
한국 식료품을 구매	29.0	34.0	39.0	23.0	33.0	29.3	38.9	31.7	31.3	18.5	39.1	32.7	44.6	24.9	13.0
한국 화장품을 구매	24.5	34.5	41.0	22.0	34.0	18.3	33.3	28.7	30.3	27.7	36.2	28.2	45.3	21.0	13.0
한국 의류를 구매	23.0	28.5	36.0	25.0	26.0	17.1	11.1	23.8	27.8	21.5	30.4	25.6	43.2	15.7	13.0
한국산 또는 한국 관련 서적을 구매	24.0	13.5	27.0	15.0	18.0	14.6	16.7	19.8	17.7	10.8	26.1	18.8	32.4	10.5	13.0
한국 주류(술)를 구매	18.5	12.0	23.0	13.0	17.0	4.9	22.2	13.4	17.2	10.8	21.7	14.7	24.3	9.2	17.4

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가 제품은 '휴대폰' 구매가 60.8%(243명)로 가장 높으며, '가전'도 43.8%(175명)의 높은 구매 경험률을 보임
- 그 외, 관광, 자동차, 병원 서비스 구매 경험도 25%대 이상으로 낮지 않은 수준임
- 휴대폰은 남성, 40대 이상, 기혼, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음
- 가전은 남성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음

[그림 8-22. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 8-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

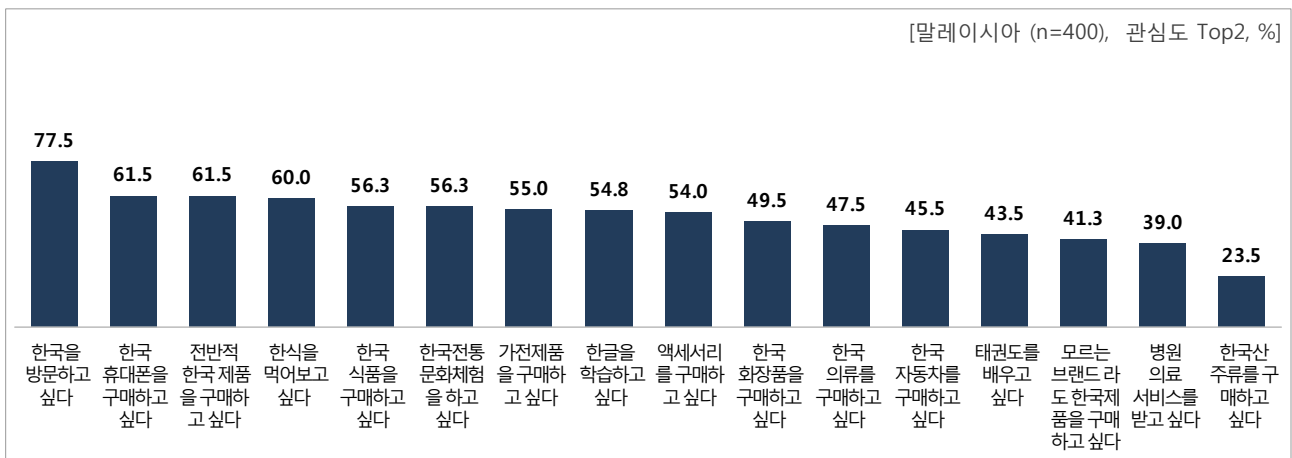
구매 및 경험정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
구매 경험률	휴대폰 구매	<u>69.0</u>	52.5	62.0	48.0	63.0	<u>67.1</u>	<u>83.3</u>	<u>63.9</u>	57.6	58.5	<u>71.0</u>	58.6	<u>67.6</u>	59.0	34.8
	<구매횟수 평균-회>	1.93	1.71	2.00	1.56	1.84	1.85	2.00	1.95	1.71	1.66	1.96	1.85	1.94	1.77	1.75
	가전 구매	<u>49.0</u>	38.5	44.0	31.0	<u>51.0</u>	46.3	61.1	<u>48.5</u>	38.9	32.3	<u>52.2</u>	44.4	<u>57.4</u>	36.7	26.1
	<구매횟수 평균-회>	3.09	2.26	3.00	3.10	2.37	2.61	2.64	2.74	2.70	2.52	2.69	2.77	2.78	2.77	1.33
	관광	28.5	28.0	33.0	21.0	31.0	24.4	44.4	30.2	26.3	18.5	44.9	26.3	39.9	22.7	8.7
구매 경험률	<구매횟수 평균-회>	1.61	1.48	1.76	1.33	1.45	1.40	2.00	1.51	1.60	2.00	1.42	1.53	1.58	1.52	1.50
	자동차 구매	35.0	20.5	30.0	21.0	28.0	29.3	44.4	33.2	22.2	21.5	24.6	30.1	39.2	21.8	13.0
	<구매횟수 평균-회>	1.29	1.24	1.27	1.19	1.39	1.17	1.38	1.39	1.09	1.21	1.18	1.30	1.43	1.08	1.33
	병원 서비스	27.0	25.0	29.0	25.0	28.0	22.0	22.2	26.7	25.3	20.0	29.0	26.7	35.1	21.4	13.0
	<구매횟수 평균-회>	1.96	2.36	2.59	1.52	2.07	2.50	2.00	2.17	2.14	3.08	2.15	1.99	2.38	1.98	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.

- 향후 '한국방문의도'가 77.5%(310명)로 가장 높았으며, 그 외 '한국 휴대폰 구매의도'와 '전반적인 한국제품 구매의도'도 61.5%(246명)로 높은 편임
- 한국 방문의도는 여성, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높음
- 휴대폰 구매의도는 남성, 15~19세, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높음

[그림 8-23. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 8-24. 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 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (65)	고졸 (69)	대졸 이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
한국을 방문하고 싶다	71.0	84.0	79.0	70.0	82.0	75.6	94.4	80.2	74.7	73.8	76.8	78.6	93.2	71.2	39.1
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	63.5	59.5	69.0	46.0	63.0	61.0	100.0	65.3	57.6	55.4	65.2	62.0	80.4	52.0	34.8
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	58.5	64.5	63.0	53.0	65.0	61.0	83.3	62.9	60.1	53.8	63.8	62.8	85.1	50.7	17.4
한식을 먹어보고 싶다	54.5	65.5	68.0	60.0	60.0	48.8	66.7	56.4	63.6	50.8	56.5	63.2	79.1	50.7	30.4
한국 식품을 구매하고 싶다	49.5	63.0	62.0	59.0	56.0	45.1	61.1	50.5	62.1	49.2	56.5	57.9	75.0	47.6	21.7
한국 전통 문화 체험을 하고 싶다	51.5	61.0	66.0	60.0	55.0	43.9	44.4	49.5	63.1	43.1	60.9	58.3	77.7	45.4	26.1
가전제품을 구매하고 싶다	53.5	56.5	66.0	43.0	56.0	50.0	77.8	55.9	54.0	50.8	56.5	55.6	75.7	43.2	39.1
한글을 학습하고 싶다	50.5	59.0	61.0	60.0	52.0	48.8	33.3	50.5	59.1	56.9	58.0	53.4	74.3	44.1	34.8
액세서리를 구매하고 싶다	51.5	56.5	61.0	41.0	55.0	54.9	77.8	57.4	50.5	53.8	49.3	55.3	76.4	41.9	30.4
한국 화장품을 구매하고 싶다	37.0	62.0	55.0	44.0	56.0	40.2	55.6	50.0	49.0	52.3	50.7	48.5	70.3	38.4	26.1
한국 의류를 구매하고 싶다	52.0	43.0	58.0	38.0	44.0	47.6	61.1	47.5	47.5	49.2	49.3	46.6	68.9	36.2	21.7
한국 자동차를 구매하고 싶다	49.5	41.5	52.0	38.0	46.0	39.0	77.8	48.5	42.4	40.0	39.1	48.5	63.5	36.2	21.7
태권도를 배우고 싶다	49.0	38.0	48.0	50.0	41.0	32.9	44.4	41.1	46.0	36.9	46.4	44.4	61.5	34.1	21.7
모르는 브랜드 라도 한국 제품을 구매하고 싶다	41.5	41.0	48.0	34.0	45.0	35.4	50.0	45.5	36.9	41.5	40.6	41.4	61.5	31.0	13.0
병원 의료 서비스를 받고 싶다	35.0	43.0	47.0	31.0	43.0	30.5	55.6	37.6	40.4	35.4	40.6	39.5	56.1	30.1	17.4
한국산 주류를 구매하고 싶다	28.0	19.0	31.0	23.0	24.0	14.6	22.2	21.3	25.8	18.5	23.2	24.8	37.8	14.8	17.4

제8장 국가별 결과 분석 : 말레이시아

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

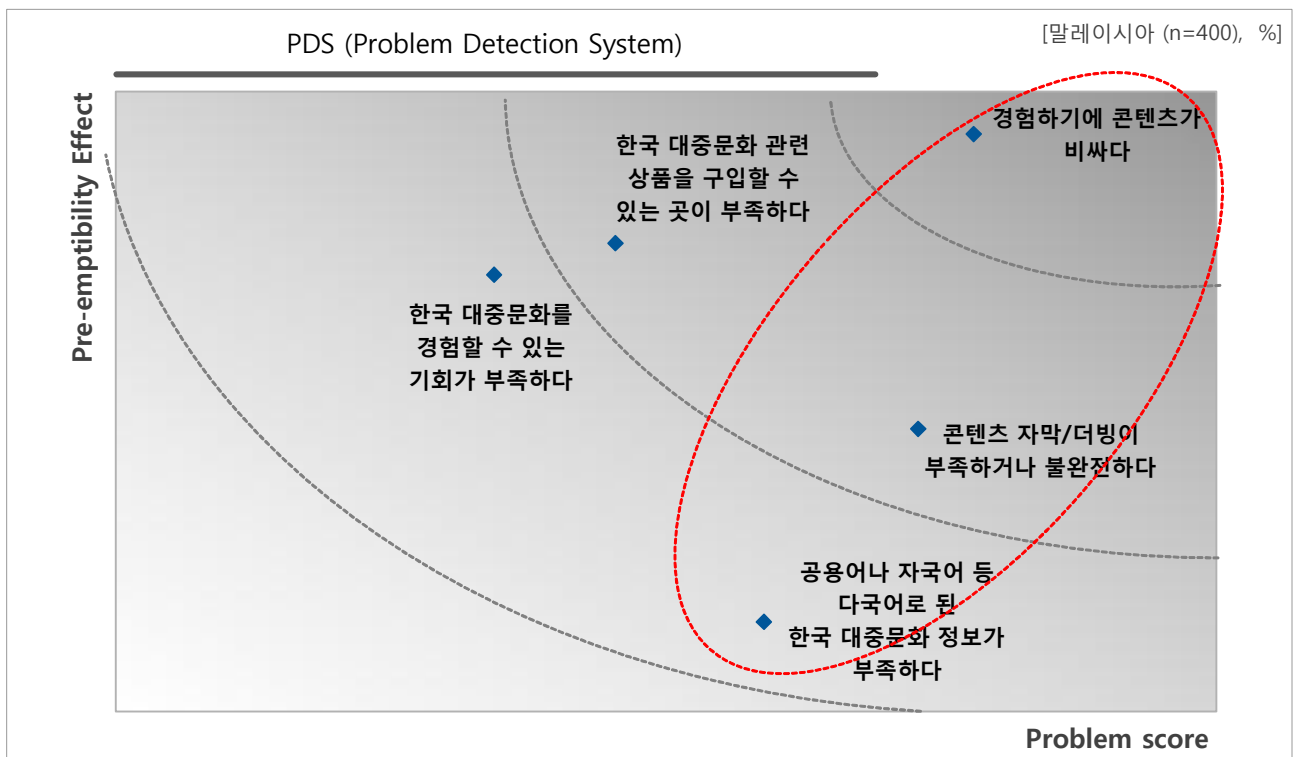
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 말레이시아에서는 '한류체험기회 부족'과 '한국대중문화 상품 구입처 부족'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 말레이시아에서는 비싼 콘텐츠 가격, 콘텐츠 자막/더빙이 불완전하다는 점, 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 8-24. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 8-25. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

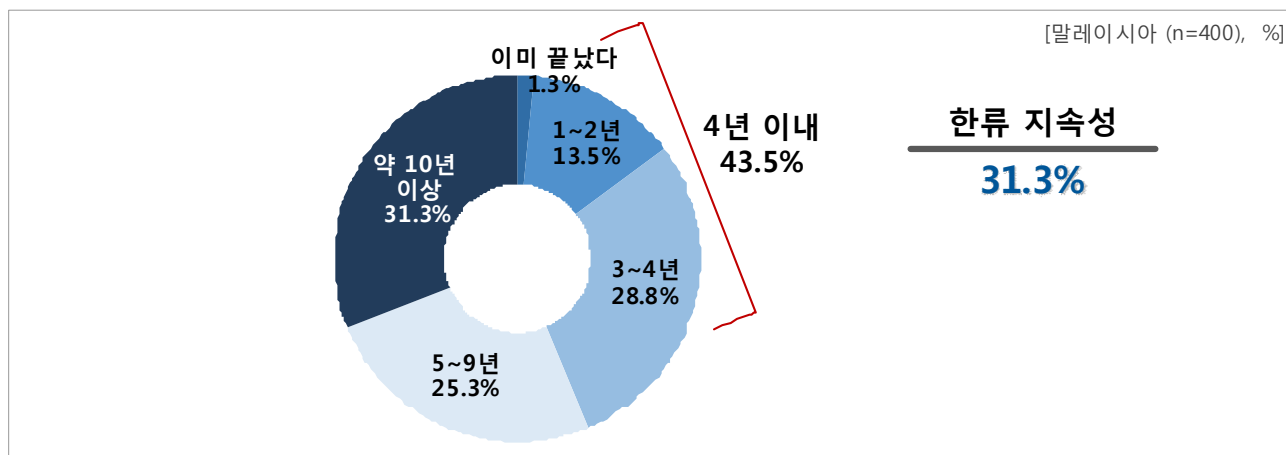
불편사항 Top2%	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
		남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
		(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(82)	(18)	(202)	(198)	(65)	(69)	(266)	(148)	(229)	(23)
한류 체험 기회 부족	57.8	<u>63.5</u>	52.0	54.0	<u>70.0</u>	54.0	54.9	44.4	55.4	<u>60.1</u>	50.8	<u>56.5</u>	<u>59.8</u>	54.7	<u>60.7</u>	47.8
한국대중문화 상품 구입처부족	55.0	<u>59.5</u>	50.5	54.0	<u>61.0</u>	53.0	52.4	50.0	55.4	54.5	50.8	<u>58.0</u>	<u>55.3</u>	50.7	<u>59.4</u>	39.1
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	54.5	<u>56.5</u>	52.5	53.0	<u>64.0</u>	50.0	52.4	44.4	51.0	<u>58.1</u>	46.2	<u>55.1</u>	<u>56.4</u>	<u>54.1</u>	<u>57.2</u>	30.4
한국대중문화 상품 구입처부족	55.0	<u>59.5</u>	50.5	54.0	<u>61.0</u>	53.0	52.4	50.0	55.4	54.5	50.8	<u>58.0</u>	<u>55.3</u>	50.7	<u>59.4</u>	39.1
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	48.3	<u>56.0</u>	40.5	46.0	<u>51.0</u>	<u>49.0</u>	45.1	55.6	48.0	48.5	41.5	<u>56.5</u>	47.7	<u>48.0</u>	<u>50.2</u>	30.4

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 43.5%(174명)로, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 31.3%(125명)로 나타남
- 여성, 15~19세, 미혼, 한류 호감층에서 한류 인기의 지속성을 상대적으로 높게 인식함
- 반면, 남성, 20대, 한류에 호감도가 낮을수록 한류 인기를 4년 이내에 끝날 것으로 예상하는 비중이 높음

[그림 8-25. 한류 지속 여부]



[표 8-26. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸이하 (65)	고졸 (69)	대졸이상 (266)	호감 (148)	보통 (229)	비호감 (23)
4년 이내	49.5	37.5	42.0	50.0	45.0	37.8	33.3	44.1	42.9	43.1	31.9	46.6	29.7	51.5	52.2
5~9년	24.5	26.0	19.0	21.0	28.0	31.7	38.9	29.2	21.2	18.5	33.3	24.8	26.4	24.0	30.4
10년 이상	26.0	36.5	39.0	29.0	27.0	30.5	27.8	26.7	35.9	38.5	34.8	28.6	43.9	24.5	17.4

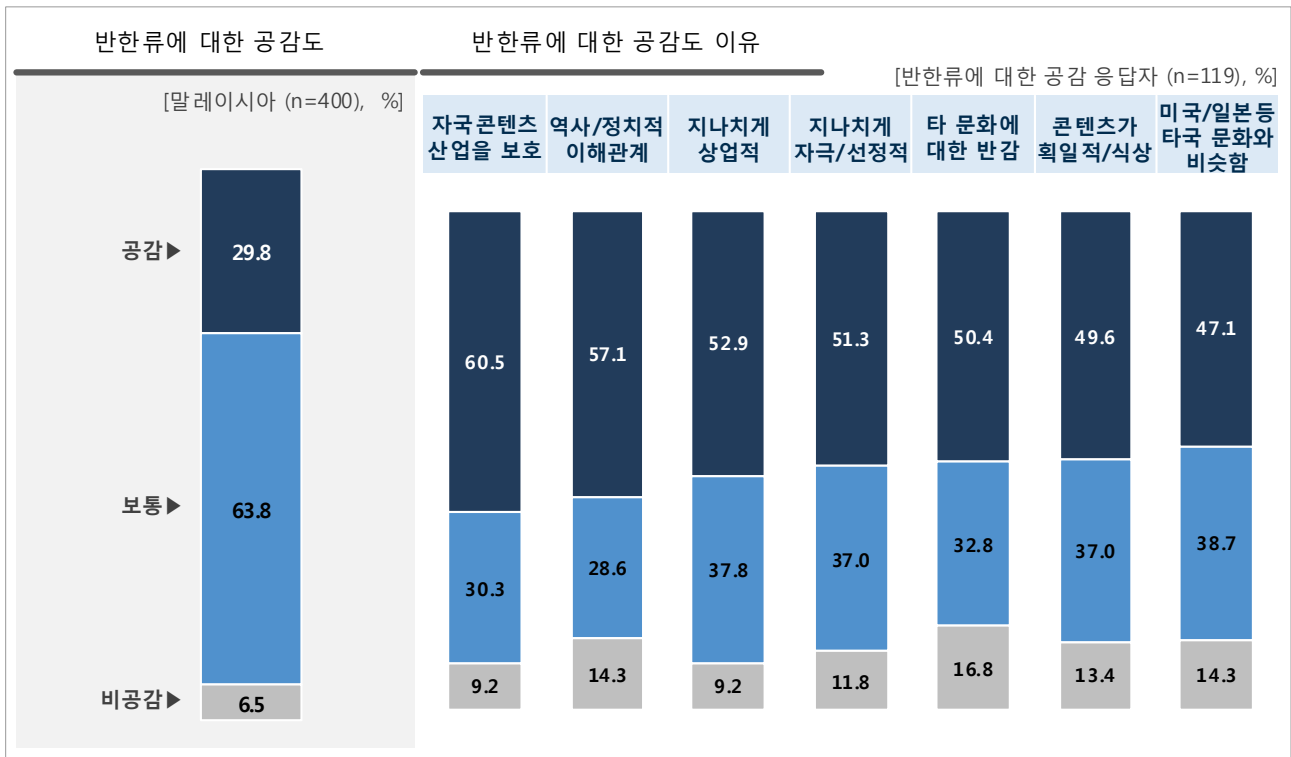
3. 반한류 공감도

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?

- 말레이시아의 반한류 공감율은 29.8%(119명)임
- 반한류 공감이유는 '자국의 콘텐츠 산업 보호'때문이라는 점이 가장 높았으며, 그 외 '역사/정치적 이해관계', '지나치게 상업적임' 순으로 높게 나타남
- 10~20대, 미혼, 한류 호감이 높을수록 반한류 공감율이 높음

[그림 8-26. 반 한류 공감도와 이유]



[표 8-27. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				자국 콘텐츠 산업을 보호	역사적 정치적 이해관계	지나치게 상업적	지나치게 자극적 선정적	타문화에 대한 반감	콘텐츠가 획일적 식상함	미국/일본 등 타국 문화와 비슷함	
전체 (400) 29.8				(119) 60.5	57.1	52.9	51.3	50.4	49.6	47.1	
성별	남성	(200)	29.5	(59)	62.7	59.3	54.2	52.5	52.5	50.8	47.5
	여성	(200)	30.0	(60)	58.3	55.0	51.7	50.0	48.3	48.3	46.7
연령	15~19세	(100)	38.0	(38)	55.3	57.9	47.4	52.6	47.4	52.6	47.4
	20대	(100)	32.0	(32)	59.4	62.5	59.4	50.0	56.3	53.1	40.6
	30대	(100)	28.0	(28)	67.9	57.1	53.6	53.6	50.0	53.6	53.6
	40대	(82)	20.7	(17)	64.7	41.2	52.9	47.1	41.2	35.3	41.2
	50대	(18)	22.2	(4)	50.0	75.0	50.0	50.0	75.0	25.0	75.0
결혼 여부	기혼	(202)	26.7	(54)	70.4	66.7	59.3	57.4	57.4	57.4	55.6
	미혼	(198)	32.8	(65)	52.3	49.2	47.7	46.2	44.6	43.1	40.0
학력	중졸이하	(65)	36.9	(24)	54.2	50.0	41.7	33.3	41.7	45.8	41.7
	고졸	(69)	33.3	(23)	52.2	52.2	56.5	60.9	34.8	43.5	47.8
	대졸이상	(266)	27.1	(72)	65.3	61.1	55.6	54.2	58.3	52.8	48.6
한류 태도	호감	(148)	46.6	(69)	75.4	65.2	60.9	60.9	60.9	59.4	56.5
	보통	(229)	19.7	(45)	37.8	44.4	44.4	37.8	33.3	37.8	31.1
	비호감	(23)	21.7	(5)	60.0	60.0	20.0	40.0	60.0	20.0	60.0

4. 요약 및 결론

- 말레이시아에서의 한국 대표이미지는 K-POP이 33.0%(132명)로 1위, 그 외 드라마, IT 첨단산업 순임
- 한국에 대해 전반적으로 긍정적인 인식을 가지고 있으며, 특히 경제적으로 선진국, 문화 강국, 부유한 나라라는 인식이 강함
- 드라마의 소비량이 51.3%(205명)로 1위, 그 외 예능, 영화, K-POP의 소비량도 45%대 이상으로 높은 수준임
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 K-POP이 63.0%(252명)로 1위, 드라마, 패션, 영화의 대중적 인기가 50%대 이상으로 높음
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 90%대 이상이며, 1년 후 관심도/소비지출의향 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 90%대 이상으로 긍정적임
- 한류 인지도는 59.5%(238명), 용어 호감도는 37.0%(148명)로 낮지 않은 수준임
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 84.0%(336명)로 1위, 그 외 드라마, 패션, 영화 순임
- 일부 콘텐츠를 제외한 한류는 전반적으로 90%대 수준의 높은 인지도 및 경험률을 보이고 있으며, 특히 콘텐츠 경험 후 대부분이 50%대 이상의 소비 증감률과 약 40%대의 높은 호감도를 보이고 있어 한류 콘텐츠에 매우 긍정적인 태도를 보임 반면, 애니메이션, 게임, 도서는 상대적으로 인지도 및 호감도가 떨어짐
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 TV와 YouTube 무료채널 임
- 드라마와 영화는 배우의 매력적인 외모가 주 인기요인이며, K-POP은 가수들의 매력적인 비주얼과 가수들의 뛰어난 퍼포먼스가 주 인기요인으로 인식됨
- 한국 제품은 주류와 서적을 제외하고 다양한 제품군에서 높은 구매빈도가 나타나며, 휴대폰 및 가전제품 이외의 고가용품에서도 낮지 않은 수준의 구매가 이루어지고 있어 전반적으로 한국 제품에 대한 태도 및 소비가 긍정적임
- 한류 이용시 콘텐츠 자막/더빙이 부족하다는 점, 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 한류의 인기가 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 31.3%(125명)인 반면, 4년 이내 끝날 것이라는 의견이 43.5%(174명)로 나타나 한류 인기의 지속성에 대해 다소 보수적임
- 반 한류 공감도가 29.8%(119명)로 낮지 않은 수준이고, 그 이유로 자국의 콘텐츠 산업보호와 역사/정치적 관계, 상업적인 측면에 대한 문제제기가 주로 언급됨 특히 10~20대의 젊은 층에서 반 한류 인식이 상대적으로 높게 나타남에 따라 향후 한류의 인기를 유지/강화하기 위해 반 한류 분위기를 상쇄시키기 위한 적극적인 노력이 필요할 것으로 사료됨