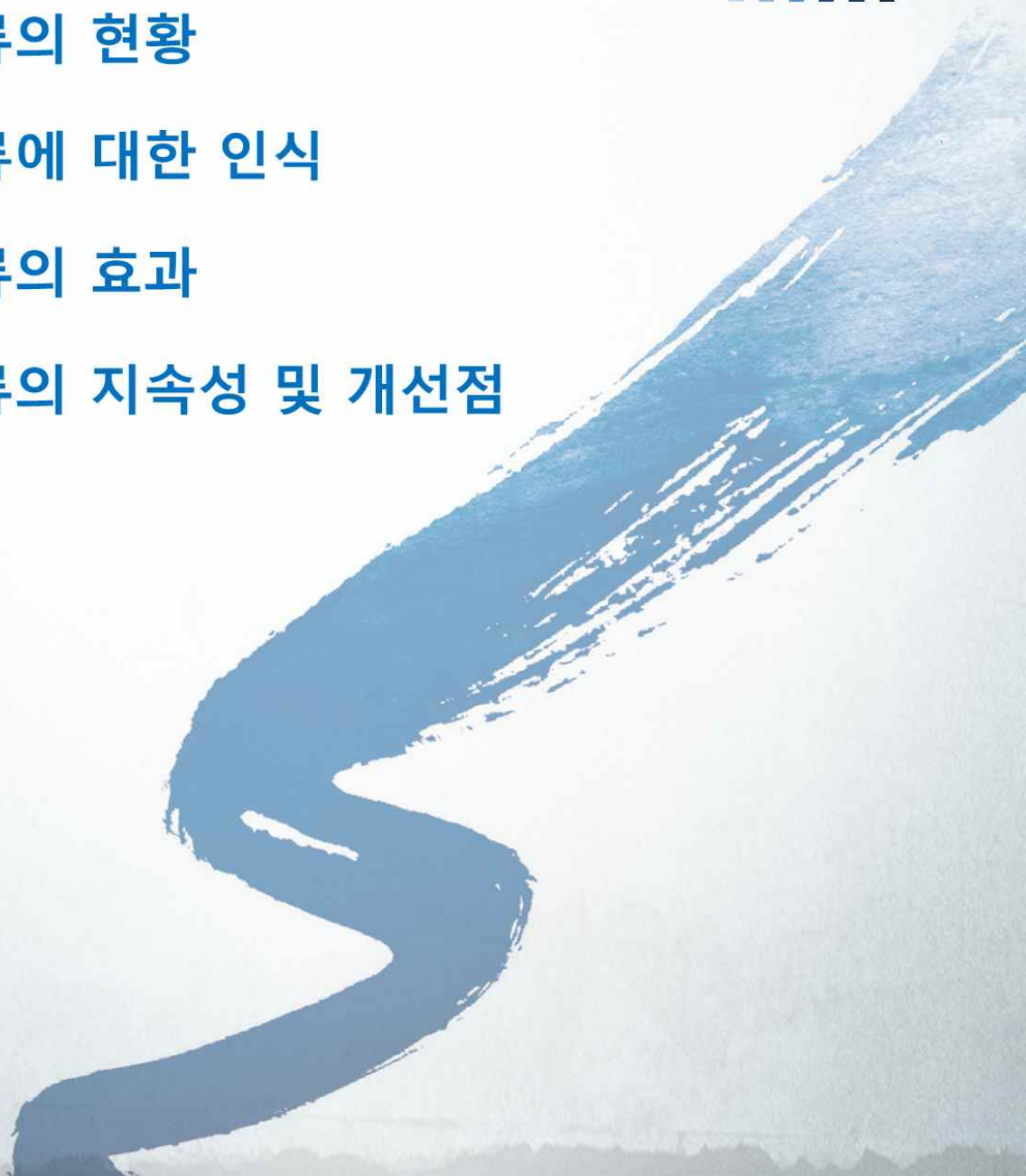


제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아



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



목 차

제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아	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 9-1. 한국 최초 이미지]	1
[표 9-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 9-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 9-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 9-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 9-6. 한국문화 이용량 변화]	6
[표 9-7. 한류 용어 인지도 및 호감도]	7
[표 9-8. 한류 대표 콘텐츠]	8
[표 9-9. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	9
[표 9-10. 한국 영화]	10
[표 9-11. 한국 음악(K-POP)]	11
[표 9-12. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	12
[표 9-13. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	13
[표 9-14. 한국 패션, 뷰티]	14
[표 9-15. 한국 음식]	15
[표 9-16. 한국 도서(출판물)]	16
[표 9-17. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	17
[표 9-18. 한국 드라마 인기 요인]	18
[표 9-19. 한국 영화 인기 요인]	19
[표 9-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	20
[표 9-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	21
[표 9-22. 생활용품 및 서비스 경험]	22
[표 9-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	23
[표 9-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	24
[표 9-25. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	26
[표 9-26. 한류 지속 여부]	27
[표 9-27. 반 한류 공감도와 이유]	28

<그림 차례>

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

제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아

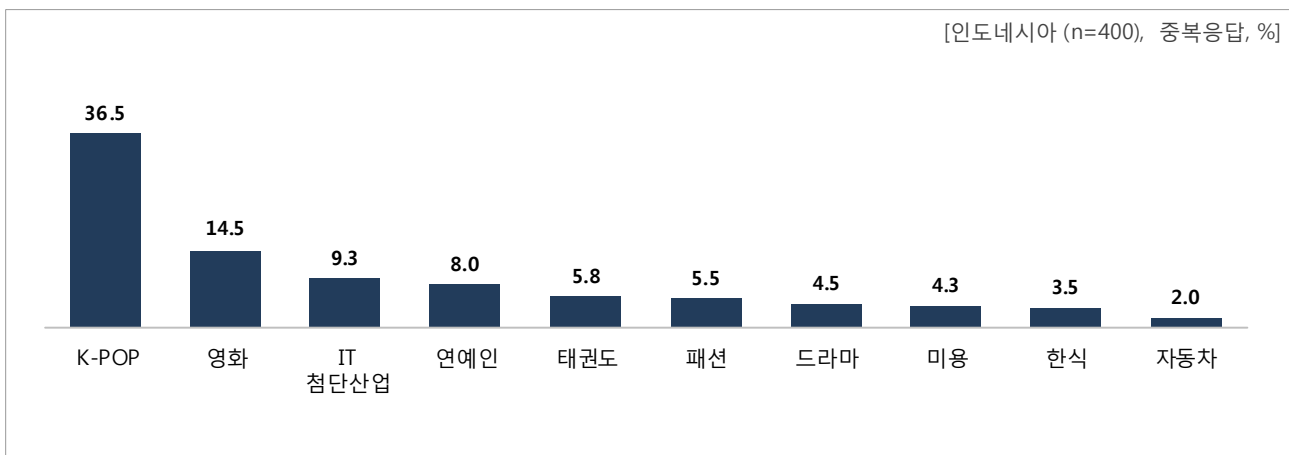
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국에 대한 연상이미지는 'K-POP'이 36.5%(146명)로 가장 높았으며, 그 외 영화, IT 첨단산업, 연예인 순으로 나타남
- K-POP은 10~20대 미혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 높게 연상됨
- 영화는 10~30대 여성, IT 첨단산업은 30대 이상 기혼 남성을 중심으로 상대적으로 높게 연상됨

[그림 9-1. 한국 최초 이미지]



[표 9-1. 한국 최초 이미지]

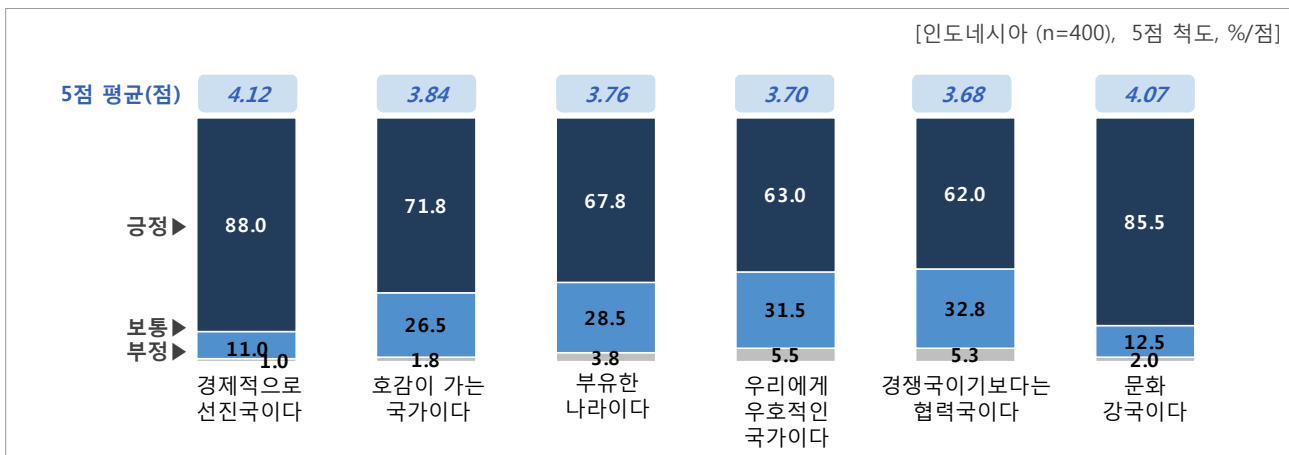
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸이하 (69)	고졸 (85)	대졸이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
K-POP	33.0	<u>40.0</u>	<u>44.0</u>	<u>41.0</u>	32.0	33.3	6.3	33.7	<u>39.4</u>	31.9	<u>42.4</u>	35.8	<u>39.0</u>	36.3	28.1
영화	11.5	<u>17.5</u>	<u>14.0</u>	<u>15.0</u>	<u>17.0</u>	11.9	12.5	14.4	14.6	13.0	15.3	14.6	14.6	13.9	18.8
IT 첨단산업	<u>13.5</u>	5.0	5.0	7.0	11.0	11.9	25.0	<u>12.4</u>	6.1	10.1	7.1	9.8	8.1	8.6	18.8
연예인	7.5	8.5	8.0	14.0	5.0	4.8	6.3	6.4	9.6	10.1	5.9	8.1	8.1	8.2	6.3
태권도	9.5	2.0	6.0	1.0	4.0	11.9	12.5	7.9	3.5	2.9	5.9	6.5	4.1	6.9	3.1
패션	5.0	6.0	7.0	8.0	7.0	-	-	3.0	8.1	7.2	7.1	4.5	4.9	6.1	3.1
드라마	2.0	7.0	2.0	2.0	7.0	6.0	12.5	5.9	3.0	4.3	1.2	5.7	8.1	3.3	-
미용	2.5	6.0	5.0	6.0	1.0	4.8	6.3	2.5	6.1	7.2	5.9	2.8	1.6	4.5	12.5
한식	2.0	5.0	1.0	2.0	6.0	4.8	6.3	4.0	3.0	1.4	3.5	4.1	3.3	3.7	3.1
자동차	3.5	.5	-	1.0	2.0	4.8	6.3	3.5	.5	2.9	-	2.4	1.6	2.4	-

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 인도네시아에서의 한국에 대한 인식은 전반적으로 매우 긍정적임
- '경제적으로 선진국이다'가 88.0%(352명)로 가장 높고, 그 외 '문화 강국이다', '호감이 가는 나라이다' 순으로 높게 나타남
- 전반적으로 한국에 대한 인식은 한류태도 호감층에서 긍정적으로 나타나고 있으며, 특히, 경제적으로 선진국, 문화 강국이라는 인식은 40~50대 기혼 층에서 높음
- 호감이 가는 국가라는 인식은 30~50대 기혼 남성을 중심으로 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-2. 한국에 대한 인식]



[표 9-2. 한국에 대한 인식]

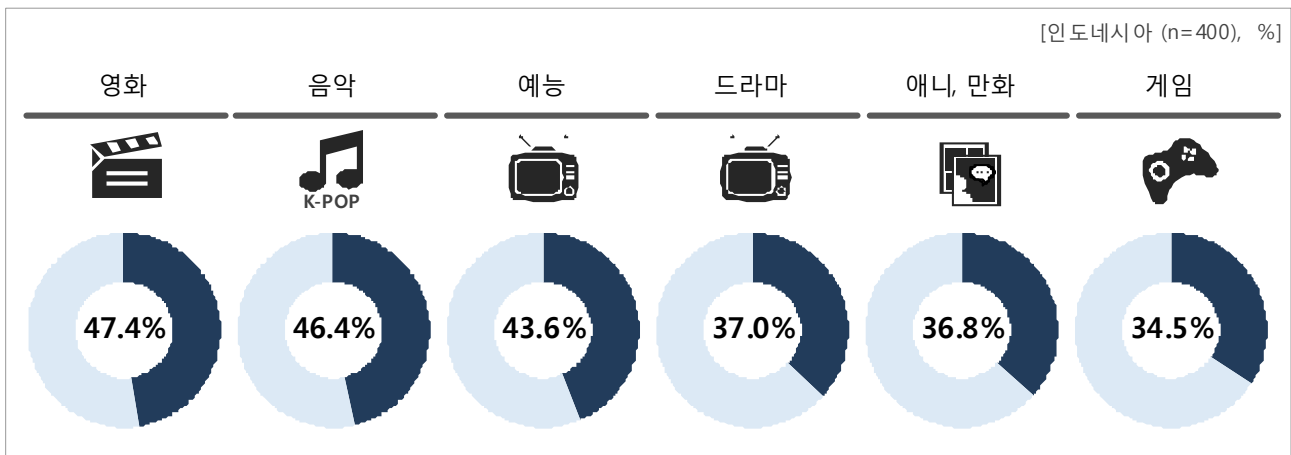
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
경제적으로 선진국이다	88.5	87.5	87.0	85.0	86.0	<u>92.9</u>	<u>100.0</u>	<u>91.6</u>	84.3	87.0	83.5	89.8	<u>95.9</u>	86.5	68.8
호감이 가는 국가이다	<u>74.0</u>	69.5	63.0	63.0	<u>78.0</u>	<u>82.1</u>	<u>87.5</u>	<u>80.2</u>	63.1	60.9	67.1	<u>76.4</u>	<u>81.3</u>	69.8	50.0
부유한 나라이다	67.5	68.0	67.0	66.0	62.0	75.0	81.3	68.3	67.2	71.0	61.2	69.1	<u>81.3</u>	62.0	59.4
우리에게 우호적인 국가이다	65.0	61.0	51.0	63.0	64.0	72.6	81.3	71.8	54.0	53.6	52.9	69.1	<u>76.4</u>	59.2	40.6
경쟁국이기는 협력국이다	66.5	57.5	51.0	53.0	72.0	71.4	75.0	72.3	51.5	55.1	49.4	68.3	<u>77.2</u>	57.6	37.5
문화 강국이다	84.0	87.0	81.0	82.0	83.0	<u>95.2</u>	<u>100.0</u>	<u>90.1</u>	80.8	76.8	<u>85.9</u>	<u>87.8</u>	<u>93.5</u>	85.3	56.3

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 인도네시아에서 한국 콘텐츠 소비 비중은 전반적으로 30%대 이상으로 높은 수준이며, 특히 '영화'는 47.4%(190명), 'K-POP'은 46.4%(186명), '예능'은 43.6%(174명)의 높은 소비량을 보임
- 전반적으로 한류 호감층에서 한류 콘텐츠 소비량이 높은 가운데, 영화와 K-POP, 예능은 10~20대 여성을 중심으로, 드라마는 20~30대 여성을 중심으로 소비량이 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 9-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

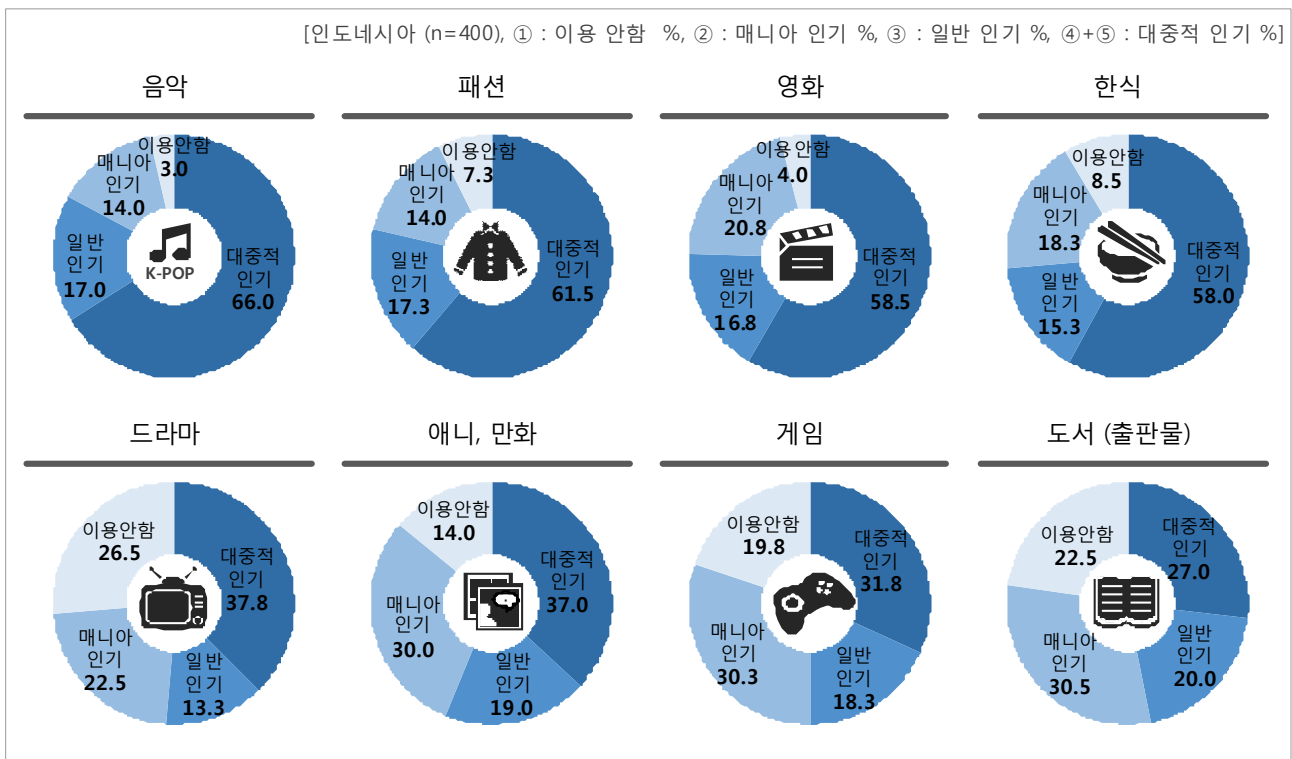
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
영화	43.6	<u>51.2</u>	<u>48.8</u>	<u>53.2</u>	44.8	41.5	48.8	46.1	48.6	40.7	43.7	<u>50.5</u>	<u>63.2</u>	41.9	28.4
음악	42.7	<u>50.2</u>	<u>50.0</u>	<u>51.8</u>	42.2	39.3	53.8	44.8	48.0	42.2	45.1	<u>48.0</u>	<u>62.2</u>	41.1	26.3
예능	39.6	<u>47.6</u>	<u>43.4</u>	<u>52.8</u>	40.1	35.2	52.5	41.4	45.8	37.8	39.4	<u>46.7</u>	<u>59.6</u>	37.8	25.9
드라마	32.2	<u>41.8</u>	31.9	<u>40.1</u>	<u>38.9</u>	34.8	48.8	38.3	35.7	25.0	32.2	<u>42.0</u>	<u>55.2</u>	29.7	23.1
애니, 만화	37.2	36.4	35.1	<u>42.6</u>	35.9	31.3	45.6	35.7	37.9	30.7	33.2	<u>39.8</u>	<u>49.0</u>	32.0	26.9
게임	35.8	33.2	33.5	40.2	33.1	28.7	44.4	33.2	35.9	26.2	32.8	<u>37.4</u>	<u>47.1</u>	29.6	23.4

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 'K-POP'의 대중적 인기는 66.0%(264명), '패션'의 대중적 인기는 61.5%(246명)로 매우 높은 수준이며, 그 외 '영화', '한식' 역시 50%대 이상의 높은 대중적 인기를 보임
- 한국문화 콘텐츠는 전반적으로 30대 여성, 한류 호감층을 중심으로 대중적 인기가 높게 나타남

[그림 9-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 9-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

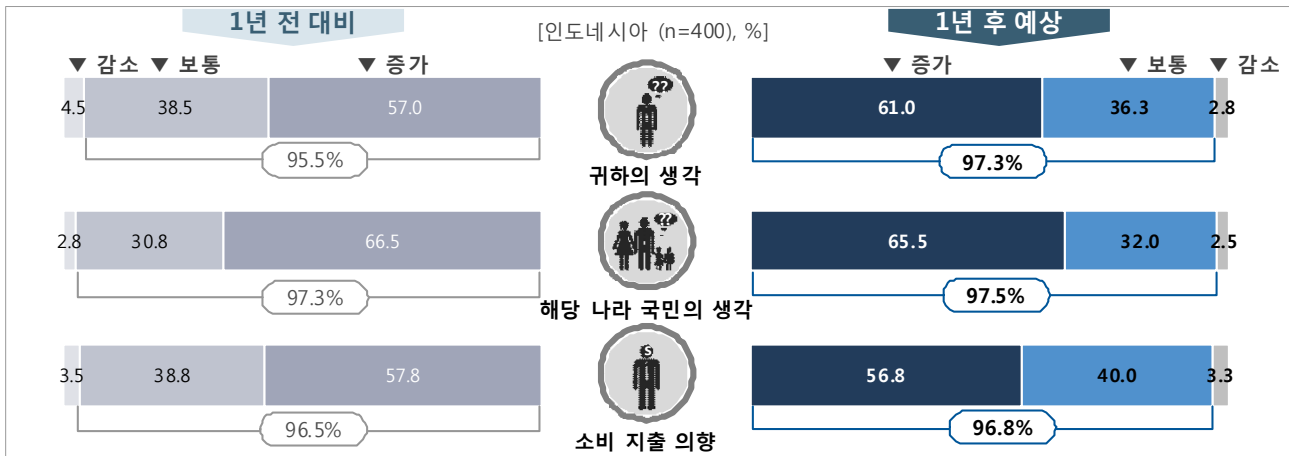
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
한국 음악(K-POP)	60.0	<u>72.0</u>	65.0	63.0	<u>68.0</u>	<u>67.9</u>	<u>68.8</u>	67.3	64.6	59.4	54.1	<u>72.0</u>	<u>86.2</u>	60.8	28.1
한국 패션	52.5	<u>70.5</u>	64.0	55.0	<u>68.0</u>	57.1	68.8	60.4	62.6	53.6	52.9	<u>66.7</u>	<u>79.7</u>	55.5	37.5
한국 영화	53.0	<u>64.0</u>	52.0	59.0	<u>68.0</u>	51.2	75.0	<u>62.4</u>	54.5	49.3	43.5	<u>66.3</u>	<u>82.9</u>	51.0	21.9
한국 음식	54.0	<u>62.0</u>	58.0	51.0	58.0	<u>64.3</u>	<u>68.8</u>	59.9	56.1	40.6	49.4	<u>65.9</u>	<u>75.6</u>	53.5	25.0
한국 드라마	29.0	<u>46.5</u>	26.0	29.0	<u>50.0</u>	<u>40.5</u>	<u>75.0</u>	<u>44.6</u>	30.8	18.8	22.4	<u>48.4</u>	<u>59.3</u>	29.4	18.8
한국 애니, 만화	31.0	<u>43.0</u>	34.0	35.0	<u>41.0</u>	34.5	56.3	<u>40.1</u>	33.8	29.0	24.7	<u>43.5</u>	<u>54.5</u>	31.0	15.6
한국 게임	30.0	<u>33.5</u>	30.0	27.0	<u>36.0</u>	31.0	50.0	31.7	31.8	26.1	23.5	<u>36.2</u>	<u>48.8</u>	25.3	15.6
한국도서 (출판물)	24.5	<u>29.5</u>	21.0	23.0	<u>30.0</u>	<u>31.0</u>	<u>50.0</u>	<u>29.7</u>	24.2	21.7	15.3	<u>32.5</u>	<u>39.8</u>	21.6	18.8

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 1년 전 대비 현재의 한국문화상품에 대한 관심도는 본인 및 국민 모두 비슷하거나 증가했다는 의견이 95%대 이상, 소비지출의향도 증가했다는 의견이 압도적임
- 1년 후에도 관심도와 소비지출의향이 현재와 유사/증가할 것이라는 예상이 95%대 이상으로 현재와 유사한 높은 수준으로 예상됨에 따라 인도네시아에서는 한국문화상품에 대해 매우 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 판단됨
- 특히, 30대 이상 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 관심도 및 소비지출 의향이 긍정적임

[그림 9-5. 한국문화상품 관심도]



[표 9-5. 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↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	6.5	42.0	51.5	2.5	42.0	55.5	4.0	33.5	62.5	3.0	38.0	59.0	4.0	42.0	54.0	4.0	42.0	54.0	4.0	42.0	54.0	4.0	42.5	53.5	4.0	42.5	53.5
	여성 (200)	2.5	35.0	62.5	3.0	30.5	66.5	1.5	28.0	70.5	2.0	26.0	72.0	3.0	35.5	61.5	2.5	37.5	60.0	2.5	37.5	60.0	2.5	37.5	60.0	2.5	37.5	60.0
연령	15~19세 (100)	11.0	49.0	40.0	8.0	46.0	46.0	5.0	40.0	55.0	5.0	41.0	54.0	7.0	50.0	43.0	6.0	53.0	41.0	6.0	53.0	41.0	6.0	53.0	41.0	6.0	53.0	41.0
	20대 (100)	5.0	38.0	57.0	2.0	37.0	61.0	4.0	32.0	64.0	3.0	33.0	64.0	4.0	41.0	55.0	3.0	41.0	56.0	3.0	41.0	56.0	3.0	41.0	56.0	3.0	41.0	56.0
	30대 (100)	1.0	36.0	63.0	1.0	33.0	66.0	1.0	28.0	71.0	1.0	33.0	66.0	1.0	39.0	60.0	1.0	40.0	59.0	1.0	40.0	59.0	1.0	40.0	59.0	1.0	40.0	59.0
	40대 (84)	1.2	32.1	66.7	-	28.6	71.4	1.2	21.4	77.4	1.2	20.2	78.6	2.4	23.8	73.8	3.6	25.0	71.4	3.6	25.0	71.4	3.6	25.0	71.4	3.6	25.0	71.4
	50대 (16)	-	25.0	75.0	-	31.3	68.8	-	31.3	68.8	-	25.0	75.0	-	31.3	68.8	-	31.3	68.8	-	31.3	68.8	-	31.3	68.8	-	31.3	68.8
결혼 여부	기혼 (202)	0.5	35.1	64.4	-	30.2	69.8	1.0	26.2	72.8	0.5	27.2	72.3	1.0	32.7	66.3	1.5	31.7	66.8	1.5	31.7	66.8	1.5	31.7	66.8	1.5	31.7	66.8
	미혼 (198)	8.6	41.9	49.5	5.6	42.4	52.0	4.5	35.4	60.1	4.5	36.9	58.6	6.1	44.9	49.0	5.1	48.5	46.5	5.1	48.5	46.5	5.1	48.5	46.5	5.1	48.5	46.5
학력	중졸이하 (69)	11.6	55.1	33.3	10.1	43.5	46.4	7.2	39.1	53.6	7.2	47.8	44.9	8.7	50.7	40.6	10.1	52.2	37.7	10.1	52.2	37.7	10.1	52.2	37.7	10.1	52.2	37.7
	고졸 (85)	5.9	45.9	48.2	2.4	43.5	54.1	2.4	36.5	61.2	2.4	35.3	62.4	3.5	48.2	48.2	3.5	45.9	50.6	3.5	45.9	50.6	3.5	45.9	50.6	3.5	45.9	50.6
	대졸이상 (246)	2.0	31.3	66.7	0.8	31.7	67.5	1.6	26.4	72.0	1.2	26.4	72.4	2.0	32.1	65.9	1.2	34.6	64.2	1.2	34.6	64.2	1.2	34.6	64.2	1.2	34.6	64.2
한류 태도	호감 (123)	0.8	15.4	83.7	0.8	15.4	83.7	1.6	12.2	86.2	-	13.8	86.2	-	20.3	79.7	-	22.8	77.2	-	22.8	77.2	-	22.8	77.2	-	22.8	77.2
	보통 (245)	3.3	48.6	48.2	2.0	43.7	54.3	2.0	38.4	59.6	2.4	38.4	59.2	2.4	46.5	51.0	2.4	47.3	50.2	2.4	47.3	50.2	2.4	47.3	50.2	2.4	47.3	50.2
	비호감 (32)	28.1	50.0	21.9	15.6	59.4	25.0	12.5	43.8	43.8	12.5	53.1	34.4	25.0	50.0	25.0	21.9	50.0	28.1	21.9	50.0	28.1	21.9	50.0	28.1	21.9	50.0	28.1

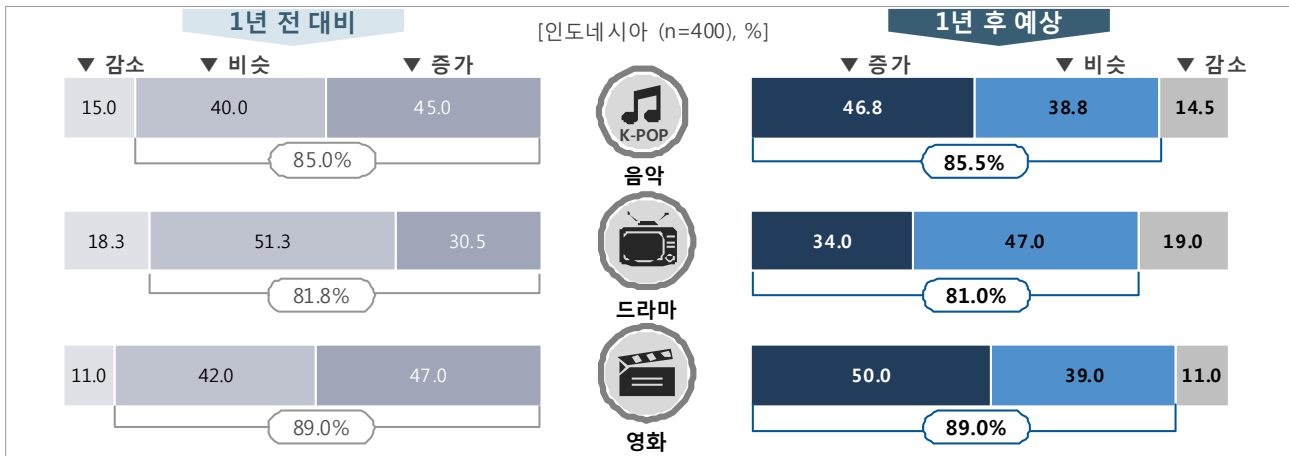
6. 한국문화 이용량 변화

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 이용량이 현재와 비슷/증가할 것이라는 예상이 80%대 이상으로 현 수준과 유사할 것으로 나타남에 따라 향후 인도네시아 내 한국문화상품의 이용은 긍정적임
- 특히, 20~30대 기혼 여성, 한류 호감층에서 한국문화상품의 이용량 증가를 높게 예상함

[그림 9-6. 한국문화 이용량 변화]



[표 9-6. 한국문화 이용량 변화]

한국문화 이용량 변화 %			음악									드라마									영화								
			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↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성	(200)	14.5	46.5	39.0	15.5	43.0	41.5	22.0	58.0	20.0	22.0	53.5	24.5	12.0	46.5	41.5	12.0	42.5	45.5									
	여성	(200)	15.5	33.5	<u>51.0</u>	13.5	34.5	<u>52.0</u>	14.5	44.5	<u>41.0</u>	16.0	40.5	<u>43.5</u>	10.0	37.5	<u>52.5</u>	10.0	35.5	<u>54.5</u>									
연령	15~19세	(100)	23.0	39.0	38.0	21.0	41.0	38.0	30.0	51.0	19.0	29.0	55.0	16.0	17.0	44.0	39.0	15.0	43.0	42.0									
	20대	(100)	16.0	36.0	<u>48.0</u>	11.0	39.0	<u>50.0</u>	17.0	51.0	32.0	19.0	43.0	38.0	9.0	37.0	<u>54.0</u>	9.0	37.0	<u>54.0</u>									
	30대	(100)	12.0	37.0	<u>51.0</u>	16.0	35.0	<u>49.0</u>	10.0	53.0	<u>37.0</u>	14.0	44.0	<u>42.0</u>	10.0	41.0	49.0	12.0	37.0	51.0									
	40대	(84)	9.5	50.0	40.5	10.7	42.9	46.4	17.9	51.2	31.0	15.5	48.8	35.7	7.1	47.6	45.2	8.3	40.5	51.2									
	50대	(16)	6.3	37.5	56.3	6.3	25.0	68.8	6.3	43.8	50.0	6.3	31.3	62.5	12.5	37.5	50.0	6.3	31.3	62.5									
결혼 여부	기혼	(202)	8.4	42.6	<u>49.0</u>	9.4	37.1	<u>53.5</u>	11.4	54.5	<u>34.2</u>	11.9	45.5	<u>42.6</u>	5.9	44.1	<u>50.0</u>	6.4	37.1	<u>56.4</u>									
	미혼	(198)	21.7	37.4	40.9	19.7	40.4	39.9	25.3	48.0	26.8	26.3	48.5	25.3	16.2	39.9	43.9	15.7	40.9	43.4									
학력	중졸이하	(69)	23.2	44.9	31.9	27.5	40.6	31.9	33.3	55.1	11.6	34.8	53.6	11.6	26.1	44.9	29.0	21.7	40.6	37.7									
	고졸	(85)	14.1	48.2	37.6	11.8	47.1	41.2	18.8	60.0	21.2	17.6	58.8	23.5	10.6	48.2	41.2	9.4	47.1	43.5									
	대졸이상	(246)	13.0	35.8	<u>51.2</u>	11.8	35.4	<u>52.8</u>	13.8	47.2	<u>39.0</u>	15.0	41.1	<u>43.9</u>	6.9	39.0	<u>54.1</u>	8.5	35.8	<u>55.7</u>									
한류 태도	호감	(123)	7.3	23.6	<u>69.1</u>	8.1	22.8	<u>69.1</u>	8.1	35.0	<u>56.9</u>	8.9	29.3	<u>61.8</u>	.8	28.5	<u>70.7</u>	1.6	24.4	<u>74.0</u>									
	보통	(245)	16.3	47.3	36.3	14.7	46.1	39.2	21.6	58.8	19.6	22.0	54.7	23.3	13.9	47.3	38.8	13.5	44.9	41.6									
	비호감	(32)	34.4	46.9	18.8	37.5	43.8	18.8	31.3	56.3	12.5	34.4	56.3	9.4	28.1	53.1	18.8	28.1	50.0	21.9									

제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

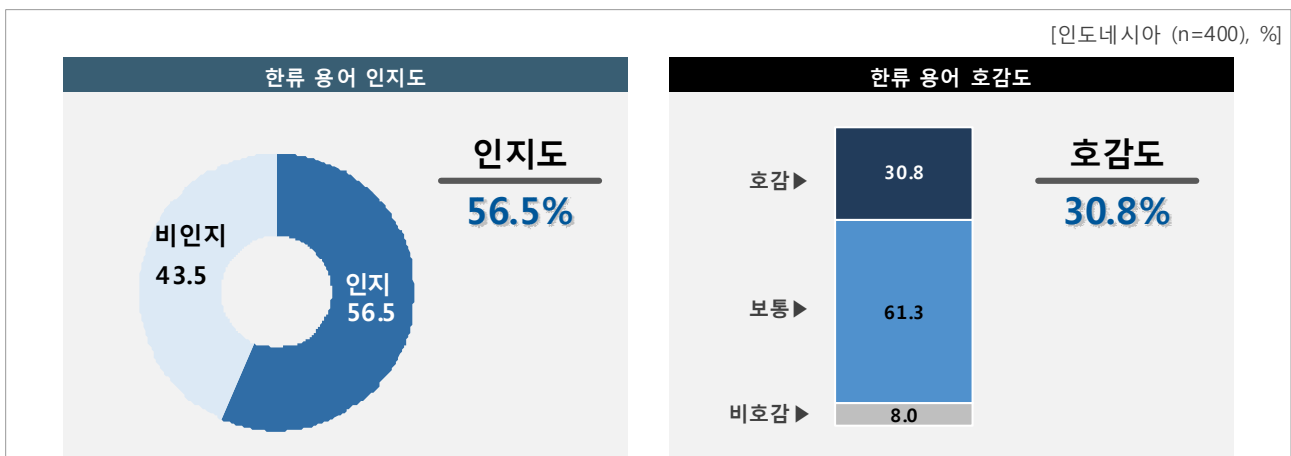
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류 용어의 인지도는 56.5%(226명), 한류 호감도는 30.8%(123명)로 나타남
- 특히, 20대 기혼 여성을 중심으로 한류에 대한 인지 및 호감이 높게 나타남
- 반면, 30대 남성은 상대적으로 한류에 대한 호감도가 낮은 것으로 조사됨

[그림 9-7. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 9-7. 한류 용어 인지도 및 호감도]

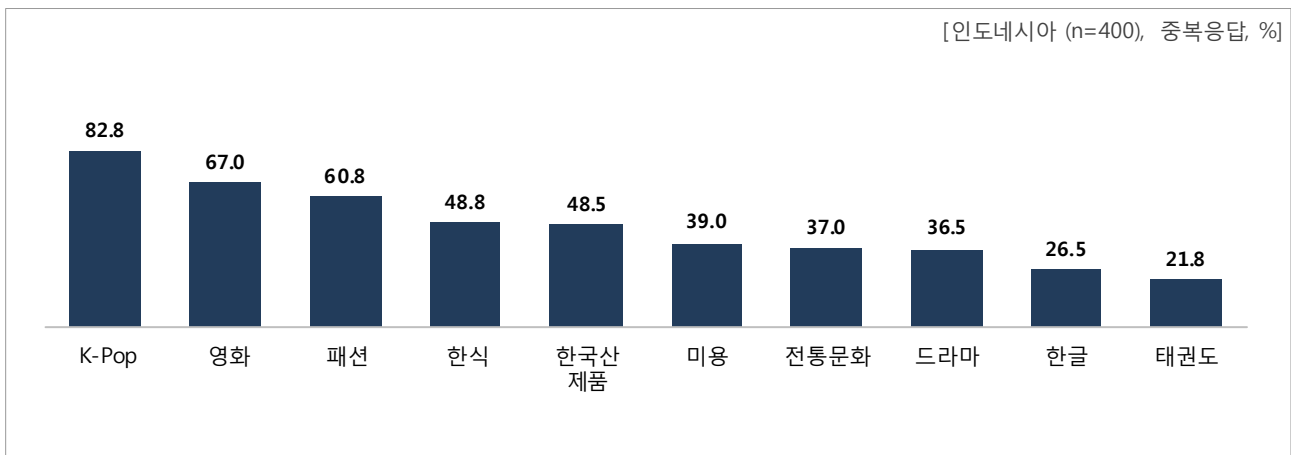
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
한류 인지도	50.0	<u>63.0</u>	48.0	<u>69.0</u>	55.0	53.6	56.3	<u>58.4</u>	54.5	36.2	44.7	<u>66.3</u>	<u>79.7</u>	47.8	34.4
한류 호감도 - 호감	24.5	<u>37.0</u>	30.0	<u>36.0</u>	31.0	22.6	43.8	<u>32.7</u>	28.8	26.1	25.9	<u>33.7</u>	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	64.5	58.0	62.0	56.0	58.0	71.4	56.3	59.9	62.6	59.4	65.9	60.2	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	<u>11.0</u>	5.0	8.0	8.0	<u>11.0</u>	6.0	-	7.4	8.6	<u>14.5</u>	8.2	6.1	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류의 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 82.8%(331명)로 가장 높았으며,
그 외 '영화', '패션', '한식' 순으로 높게 나타남
- 특히, K-POP은 20대 및 40대 기혼 여성, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높았으며,
영화는 10대 여성, 한류 호감층에서, 패션은 20~30대 여성, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 높게 인식함

[그림 9-8. 한류 대표 콘텐츠]



[표 9-8. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
K-POP	80.5	<u>85.0</u>	79.0	<u>87.0</u>	79.0	<u>88.1</u>	75.0	<u>84.7</u>	80.8	73.9	<u>84.7</u>	<u>84.6</u>	<u>91.1</u>	80.4	68.8
영화	65.0	<u>69.0</u>	<u>72.0</u>	64.0	68.0	67.9	43.8	66.8	67.2	65.2	64.7	68.3	<u>80.5</u>	62.4	50.0
패션	55.5	<u>66.0</u>	55.0	<u>66.0</u>	<u>66.0</u>	57.1	50.0	60.9	60.6	59.4	60.0	61.4	<u>71.5</u>	56.7	50.0
한식	44.0	53.5	42.0	48.0	53.0	52.4	50.0	53.5	43.9	36.2	42.4	54.5	61.8	44.5	31.3
한국산 제품	47.5	49.5	42.0	41.0	50.0	59.5	68.8	53.0	43.9	50.7	38.8	51.2	57.7	46.1	31.3
미용	27.0	51.0	37.0	38.0	37.0	44.0	43.8	38.1	39.9	31.9	38.8	41.1	48.0	35.1	34.4
전통문화	37.0	37.0	42.0	30.0	42.0	31.0	50.0	35.6	38.4	33.3	38.8	37.4	54.5	30.6	18.8
드라마	30.0	43.0	23.0	28.0	45.0	45.2	75.0	45.0	27.8	20.3	27.1	44.3	58.5	27.8	18.8
한글	23.0	30.0	35.0	29.0	21.0	20.2	25.0	18.8	34.3	29.0	30.6	24.4	39.8	21.2	15.6
태권도	25.5	18.0	20.0	14.0	21.0	29.8	43.8	28.2	15.2	18.8	20.0	23.2	26.0	21.2	9.4

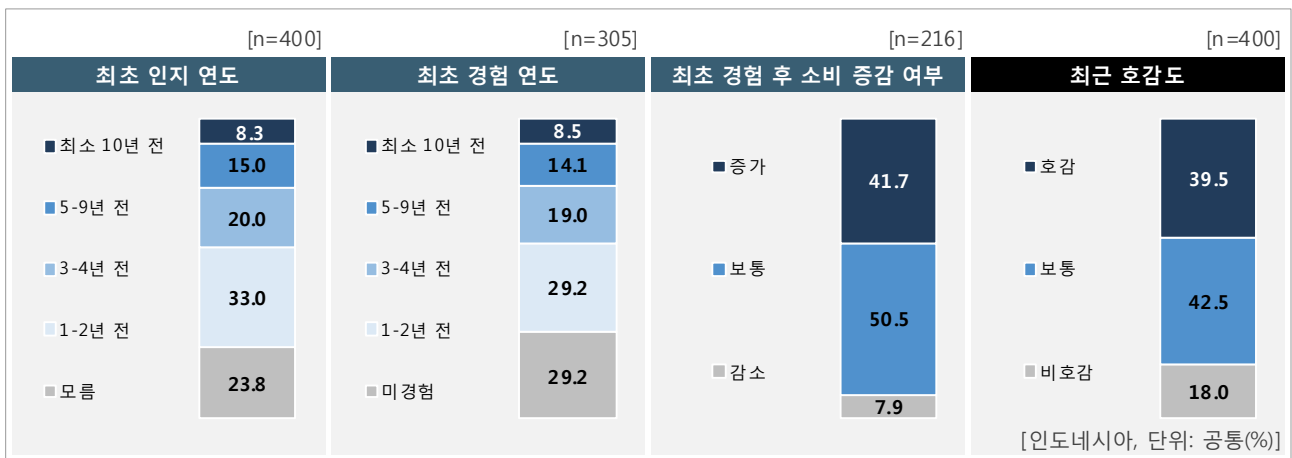
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 한국 드라마의 인지도는 76.2%(305명), 경험률은 70.8%(216명)이며, 그 중 약 8%대가 10년 전부터 한국 드라마를 인지/경험한 것으로 나타남
- 드라마 경험 후 소비 증가율은 41.7%(90명), 최근 호감도는 39.5%(158명)로 높음
- 특히 30~50대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 드라마 경험 후 소비증가 및 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-9. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 9-9. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

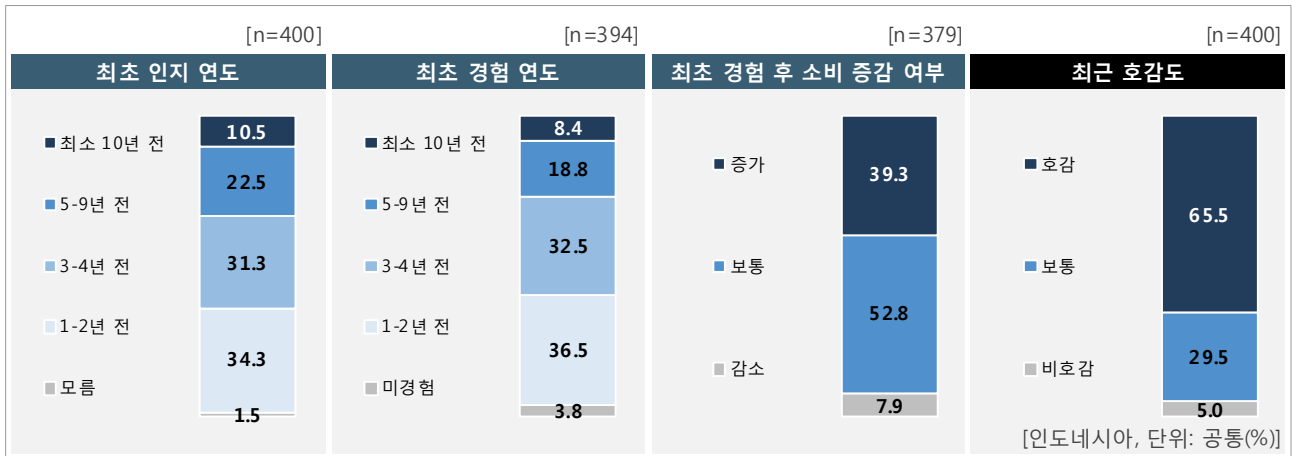
%		1						2						3			4		
		최초 인지도						최초 경험 연도						최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감		
성별	남성 (200)	28.0	40.5	16.0	8.5	7.0	38.2	31.9	15.3	8.3	6.3	9.0	52.8	38.2	23.5	46.5	30.0		
	여성 (200)	19.5	25.5	24.0	21.5	9.5	21.1	26.7	22.4	19.3	10.6	7.1	48.8	44.1	12.5	38.5	49.0		
연령	15~19세 (100)	41.0	30.0	15.0	14.0	-	39.0	28.8	11.9	20.3	-	16.7	47.2	36.1	28.0	44.0	28.0		
	20대 (100)	23.0	35.0	18.0	17.0	7.0	28.6	31.2	16.9	16.9	6.5	14.5	50.9	34.5	19.0	41.0	40.0		
	30대 (100)	17.0	33.0	20.0	17.0	13.0	25.3	28.9	21.7	12.0	12.0	3.2	54.8	41.9	12.0	45.0	43.0		
	40대 (84)	13.1	34.5	26.2	13.1	13.1	30.1	26.0	21.9	9.6	12.3	-	54.9	45.1	15.5	42.9	41.7		
	50대 (16)	18.8	31.3	31.3	6.3	12.5	7.7	38.5	30.8	7.7	15.4	8.3	16.7	75.0	-	25.0	75.0		
결혼여부	기혼 (202)	15.8	35.6	23.8	13.9	10.9	27.1	30.6	21.8	10.6	10.0	4.0	50.0	46.0	13.4	42.1	44.6		
	미혼 (198)	31.8	30.3	16.2	16.2	5.6	31.9	27.4	15.6	18.5	6.7	13.0	51.1	35.9	22.7	42.9	34.3		
학력	중졸이하 (69)	44.9	30.4	13.0	7.2	4.3	47.4	26.3	15.8	10.5	-	10.0	65.0	25.0	27.5	53.6	18.8		
	고졸 (85)	35.3	31.8	15.3	12.9	4.7	36.4	34.5	9.1	14.5	5.5	14.3	60.0	25.7	18.8	45.9	35.3		
	대졸이상 (246)	13.8	34.1	23.6	17.9	10.6	24.1	28.3	22.2	14.6	10.8	6.2	46.6	47.2	15.0	38.2	46.7		
한류태도	호감 (123)	8.9	29.3	30.1	19.5	12.2	14.3	30.4	25.0	18.8	11.6	5.2	33.3	61.5	4.9	24.4	70.7		
	보통 (245)	28.6	35.9	17.1	11.8	6.5	38.3	28.6	17.1	9.7	6.3	9.3	64.8	25.9	21.6	50.6	27.8		
	비호감 (32)	43.8	25.0	3.1	21.9	6.3	33.3	27.8	-	27.8	11.1	16.7	58.3	25.0	40.6	50.0	9.4		

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화의 인지율은 98.5%(394명), 경험률은 96.2%(379명)로 매우 높으며, 그 중 약 10.0%대가 10년 전부터 한국영화를 인지/경험한 것으로 나타남
특히 20~30대 여성, 한류 호감층을 중심으로 10년 전부터 인지/경험한 비중이 높음
- 한국 영화 경험 후 39.3%(149명)가 소비가 증가했으며, 최근 호감도는 65.5%(262명)로 높은 수준임
특히 20대 기혼 여성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가와 호감도가 높음

[그림 9-10. 한국 영화]



[표 9-10. 한국 영화]

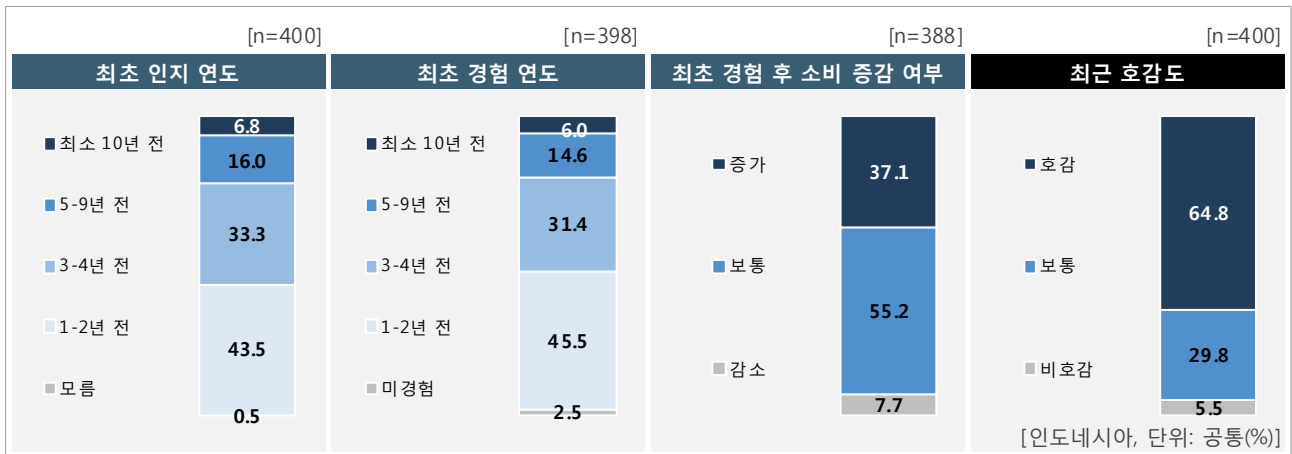
%		1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	1.5	40.5	33.5	16.0	8.5	5.1	42.6	29.9	16.8	5.6	10.2	53.5	36.4	5.5	38.0	56.5
	여성 (200)	1.5	28.0	29.0	29.0	<u>12.5</u>	2.5	30.5	35.0	20.8	<u>11.2</u>	5.7	52.1	<u>42.2</u>	4.5	21.0	<u>74.5</u>
연령	15~19세 (100)	2.0	37.0	34.0	23.0	4.0	4.1	38.8	33.7	19.4	4.1	12.8	57.4	29.8	6.0	32.0	62.0
	20대 (100)	1.0	30.0	31.0	25.0	<u>13.0</u>	2.0	32.3	33.3	22.2	<u>10.1</u>	8.2	45.4	<u>46.4</u>	4.0	29.0	<u>67.0</u>
	30대 (100)	-	33.0	30.0	22.0	<u>15.0</u>	4.0	34.0	32.0	18.0	<u>12.0</u>	6.3	51.0	42.7	2.0	34.0	64.0
	40대 (84)	2.4	38.1	27.4	23.8	8.3	6.1	40.2	31.7	17.1	4.9	5.2	59.7	35.1	9.5	23.8	66.7
	50대 (16)	6.3	31.3	43.8	-	18.8	-	46.7	26.7	6.7	20.0	-	46.7	53.3	-	18.8	81.3
결혼 여부	기혼 (202)	1.0	34.2	30.7	22.8	11.4	4.5	36.0	33.0	18.5	8.0	6.3	51.8	<u>41.9</u>	3.5	26.2	<u>70.3</u>
	미혼 (198)	2.0	34.3	31.8	22.2	9.6	3.1	37.1	32.0	19.1	8.8	9.6	53.7	36.7	6.6	32.8	60.6
학력	중졸이하 (69)	1.4	42.0	30.4	14.5	<u>11.6</u>	7.4	41.2	33.8	10.3	7.4	9.5	68.3	22.2	7.2	39.1	53.6
	고졸 (85)	3.5	41.2	29.4	20.0	5.9	3.7	43.9	28.0	22.0	2.4	11.4	54.4	34.2	2.4	31.8	65.9
	대졸이상 (246)	.8	29.7	32.1	25.6	<u>11.8</u>	2.9	32.8	33.6	20.1	<u>10.7</u>	6.3	48.1	<u>45.6</u>	5.3	26.0	<u>68.7</u>
한류 태도	호감 (123)	-	22.0	35.8	28.5	<u>13.8</u>	-	25.2	35.0	26.0	<u>13.8</u>	3.3	32.5	<u>64.2</u>	-	8.9	<u>91.1</u>
	보통 (245)	1.6	38.8	30.6	20.0	9.0	5.0	41.5	31.5	16.2	5.8	9.2	62.9	27.9	5.7	36.7	57.6
	비호감 (32)	6.3	46.9	18.8	18.8	9.4	10.0	43.3	30.0	10.0	6.7	18.5	59.3	22.2	18.8	53.1	28.1

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- 인도네시아에서의 K-POP 인지율은 99.5%(398명)이며, 그 중 6.8%(27명)는 10년 전 부터 인지함
- K-POP 경험률도 97.5%(388명)로 매우 높으며, 그 중 10년 전 경험률은 6.0%(24명)임
- K-POP 경험 후 37.1%(144명)가 소비가 증가했으며, 호감도는 64.8%(259명)로 높음
- 특히, 20대 여성, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비증가가 높았으며, 10~20대 여성, 한류 호감층에서 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-11. 한국 음악(K-POP)]



[표 9-11. 한국 음악(K-POP)]

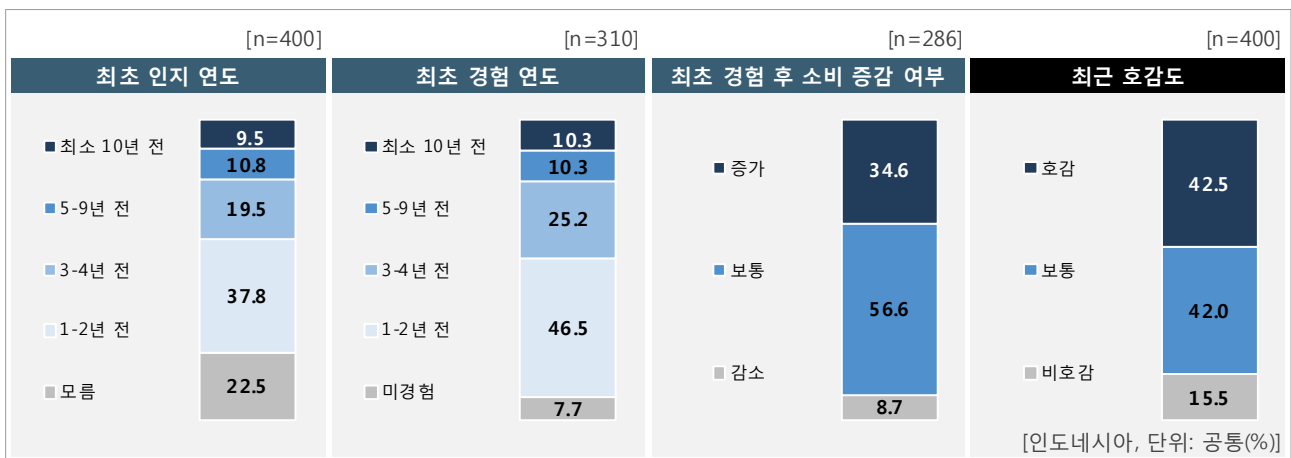
%		1						2						3			4		
		최초 인지도						최초 경험 연도						최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감		
성별	남성 (200)	1.0	49.5	29.5	13.5	6.5	3.5	52.0	26.3	13.1	5.1	8.9	55.5	35.6	5.0	36.0	59.0		
	여성 (200)	-	37.5	37.0	18.5	7.0	1.5	39.0	36.5	16.0	7.0	6.6	54.8	<u>38.6</u>	6.0	23.5	<u>70.5</u>		
연령	15~19세 (100)	-	37.0	40.0	21.0	2.0	2.0	41.0	36.0	18.0	3.0	9.2	57.1	33.7	4.0	26.0	<u>70.0</u>		
	20대 (100)	-	33.0	41.0	17.0	9.0	-	42.0	35.0	16.0	7.0	10.0	48.0	<u>42.0</u>	4.0	32.0	<u>64.0</u>		
	30대 (100)	2.0	52.0	23.0	14.0	9.0	3.1	50.0	23.5	14.3	9.2	7.4	54.7	37.9	5.0	36.0	59.0		
	40대 (84)	-	52.4	29.8	11.9	6.0	6.0	47.6	32.1	9.5	4.8	5.1	64.6	30.4	10.7	27.4	61.9		
	50대 (16)	-	50.0	25.0	12.5	12.5	-	56.3	25.0	12.5	6.3	-	43.8	56.3	-	12.5	87.5		
결혼 여부	기혼 (202)	0.5	49.5	30.2	12.4	7.4	3.5	47.3	30.3	13.4	5.5	4.1	58.2	37.6	5.4	28.7	65.8		
	미혼 (198)	0.5	37.4	36.4	19.7	6.1	1.5	43.7	32.5	15.7	6.6	11.3	52.1	36.6	5.6	30.8	63.6		
학력	중졸이하 (69)	1.4	43.5	27.5	18.8	8.7	2.9	47.1	30.9	11.8	7.4	7.6	60.6	31.8	2.9	37.7	59.4		
	고졸 (85)	1.2	48.2	37.6	10.6	2.4	2.4	54.8	28.6	13.1	1.2	12.2	62.2	25.6	3.5	25.9	<u>70.6</u>		
	대졸이상 (246)	-	41.9	33.3	17.1	7.7	2.4	41.9	32.5	15.9	7.3	6.3	51.3	<u>42.5</u>	6.9	28.9	64.2		
한류 태도	호감 (123)	-	31.7	36.6	23.6	8.1	-	30.9	37.4	23.6	8.1	2.4	35.0	<u>62.6</u>	0.8	8.9	<u>90.2</u>		
	보통 (245)	0.8	47.8	33.5	12.2	5.7	3.3	51.0	30.5	10.7	4.5	9.4	64.3	26.4	4.9	38.4	56.7		
	비호감 (32)	-	56.3	18.8	15.6	9.4	6.3	59.4	15.6	9.4	9.4	16.7	66.7	16.7	28.1	43.8	28.1		

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 애니메이션의 인지도는 77.5%(310명)로 다른 콘텐츠 대비 낮은 편이며, 10대 및 40~50대 여성, 한류 비호감층을 중심으로 인지도가 상대적으로 낮음
- 애니메이션 경험 후 34.6%(99명)가 소비가 증가한 것으로 나타났으며, 호감도는 42.5%(170명)임
- 특히, 30대 기혼 남성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가가 높으며, 20대 및 40대 기혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 애니메이션에 대한 호감도가 상대적으로 높음

[그림 9-12. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 9-12. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

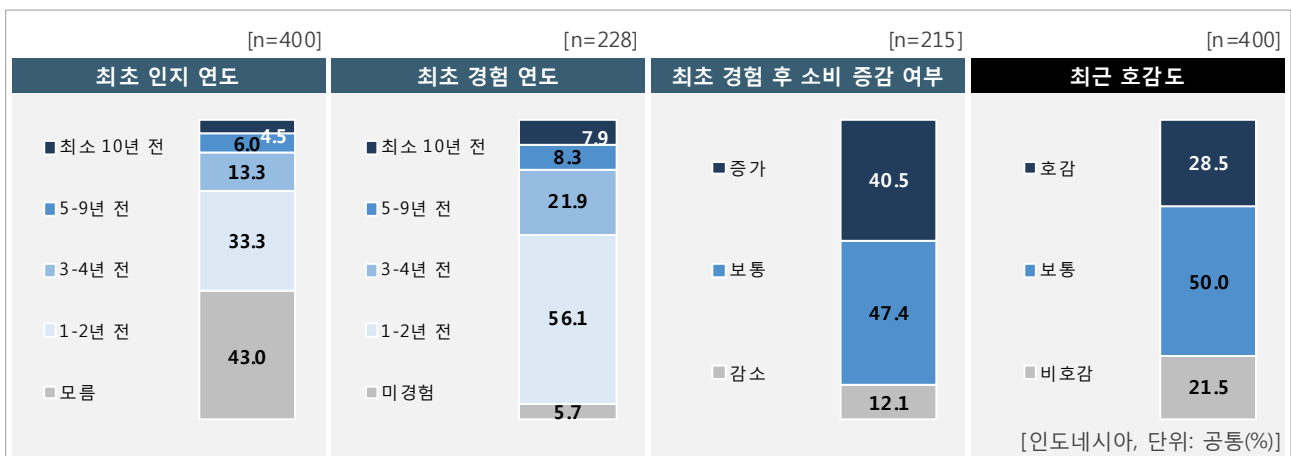
%		1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	19.5	39.5	19.5	11.0	10.5	7.5	46.0	23.6	12.4	10.6	8.7	54.4	36.9	13.5	42.5	44.0
	여성 (200)	25.5	36.0	19.5	10.5	8.5	8.1	47.0	26.8	8.1	10.1	8.8	59.1	32.1	17.5	41.5	41.0
연령	15~19세 (100)	26.0	39.0	18.0	8.0	9.0	13.5	44.6	23.0	9.5	9.5	14.1	54.7	31.3	16.0	45.0	39.0
	20대 (100)	18.0	35.0	17.0	18.0	12.0	3.7	50.0	20.7	15.9	9.8	7.6	63.3	29.1	17.0	37.0	46.0
	30대 (100)	20.0	37.0	23.0	8.0	12.0	5.0	42.5	27.5	10.0	15.0	7.9	52.6	39.5	15.0	46.0	39.0
	40대 (84)	26.2	40.5	21.4	8.3	3.6	11.3	48.4	30.6	4.8	4.8	5.5	61.8	32.7	15.5	40.5	44.0
	50대 (16)	25.0	37.5	12.5	12.5	12.5	-	50.0	25.0	8.3	16.7	8.3	25.0	66.7	6.3	37.5	56.3
결혼 여부	기혼 (202)	21.8	39.1	20.3	10.4	8.4	6.3	45.6	29.1	9.5	9.5	4.7	55.4	39.9	15.3	39.1	45.5
	미혼 (198)	23.2	36.4	18.7	11.1	10.6	9.2	47.4	21.1	11.2	11.2	13.0	58.0	29.0	15.7	44.9	39.4
학력	중졸이하 (69)	24.6	42.0	13.0	7.2	13.0	11.5	51.9	17.3	5.8	13.5	8.7	71.7	19.6	13.0	47.8	39.1
	고졸 (85)	27.1	38.8	18.8	8.2	7.1	9.7	50.0	22.6	12.9	4.8	12.5	60.7	26.8	12.9	48.2	38.8
	대졸이상 (246)	20.3	36.2	21.5	12.6	9.3	6.1	43.9	28.1	10.7	11.2	7.6	51.6	40.8	17.1	38.2	44.7
한류 태도	호감 (123)	13.0	39.0	21.1	12.2	14.6	1.9	43.9	24.3	15.9	14.0	3.8	42.9	53.3	9.8	26.8	63.4
	보통 (245)	26.1	37.6	19.2	10.2	6.9	11.0	48.1	26.5	7.2	7.2	11.2	65.2	23.6	16.3	49.4	34.3
	비호감 (32)	31.3	34.4	15.6	9.4	9.4	9.1	45.5	18.2	9.1	18.2	15.0	60.0	25.0	31.3	43.8	25.0

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 57.0%(228명)로 낮은 편이며, 경험률은 94.3%(215명)로 나타남
10년 전부터 게임을 인지한 비율은 4.5%(18명)로 낮음
특히, 10대 및 30대 미혼 여성, 한류 비호감층에서 인지도가 상대적으로 낮음
- 한편, 게임 경험 후 40.5%(87명)가 소비가 증가했다고 응답했으며, 최근 호감도는 28.5%(114명)임
20~30대 남성, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비 증가 및 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 9-13. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 9-13. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

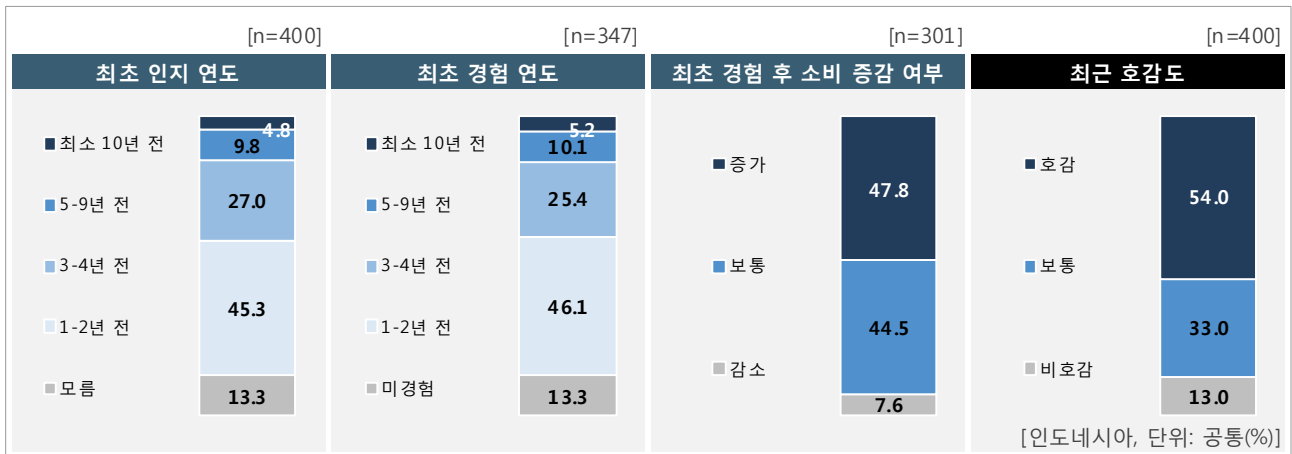
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		37.5	35.5	14.0	7.0	6.0	4.8	57.6	19.2	10.4	8.0	16.8	42.0	41.2	22.0	46.5	31.5
	여성 (200)		48.5	31.0	12.5	5.0	3.0	6.8	54.4	25.2	5.8	7.8	6.3	54.2	39.6	21.0	53.5	25.5
연령	15~19세 (100)		48.0	28.0	15.0	6.0	3.0	3.8	55.8	25.0	11.5	3.8	22.0	42.0	36.0	22.0	54.0	24.0
	20대 (100)		39.0	32.0	16.0	8.0	5.0	8.2	44.3	29.5	9.8	8.2	8.9	44.6	46.4	19.0	51.0	30.0
	30대 (100)		46.0	28.0	13.0	6.0	7.0	1.9	59.3	16.7	7.4	14.8	11.3	45.3	43.4	28.0	42.0	30.0
	40대 (84)		40.5	45.2	9.5	1.2	3.6	8.0	68.0	16.0	2.0	6.0	8.7	60.9	30.4	19.0	52.4	28.6
	50대 (16)		31.3	43.8	6.3	18.8	-	9.1	54.5	18.2	18.2	-	-	40.0	60.0	6.3	56.3	37.5
결혼 여부	기혼 (202)		40.6	36.6	14.4	3.5	5.0	6.7	60.0	19.2	5.0	9.2	8.0	51.8	40.2	21.3	47.5	31.2
	미혼 (198)		45.5	29.8	12.1	8.6	4.0	4.6	51.9	25.0	12.0	6.5	16.5	42.7	40.8	21.7	52.5	25.8
학력	중졸이하 (69)		56.5	26.1	14.5	1.4	1.4	13.3	50.0	30.0	-	6.7	19.2	53.8	26.9	20.3	62.3	17.4
	고졸 (85)		47.1	34.1	11.8	4.7	2.4	8.9	60.0	20.0	8.9	2.2	17.1	46.3	36.6	23.5	50.6	25.9
	대졸이상 (246)		37.8	35.0	13.4	7.7	6.1	3.3	56.2	20.9	9.8	9.8	9.5	46.6	43.9	21.1	46.3	32.5
한류 태도	호감 (123)		29.3	30.1	21.1	12.2	7.3	3.4	48.3	24.1	13.8	10.3	4.8	39.3	56.0	10.6	38.2	51.2
	보통 (245)		46.9	35.9	11.0	3.3	2.9	6.9	60.8	22.3	4.6	5.4	16.5	52.9	30.6	23.3	57.1	19.6
	비호감 (32)		65.6	25.0	-	3.1	6.3	9.1	63.6	-	9.1	18.2	20.0	50.0	30.0	50.0	40.6	9.4

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션의 인지도는 86.7%(347명)며, 그 중 4.8%(19명)가 최소 10년 전부터 인지함
- 한국 패션의 경험률은 86.7%(301명)며, 그 중 5.2%(18명)가 최소 10년 전부터 경험함
- 패션 경험 후 47.8%(144명)의 소비증가율을 보이며, 최근 호감도는 54.0%(216명)로 높은 수준임
- 20~30대 기혼 여성, 기혼, 한류 호감층에서 경험 후 소비량 증가가 많으며, 10대 및 30대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-14. 한국 패션, 뷰티]



[표 9-14. 한국 패션, 뷰티]

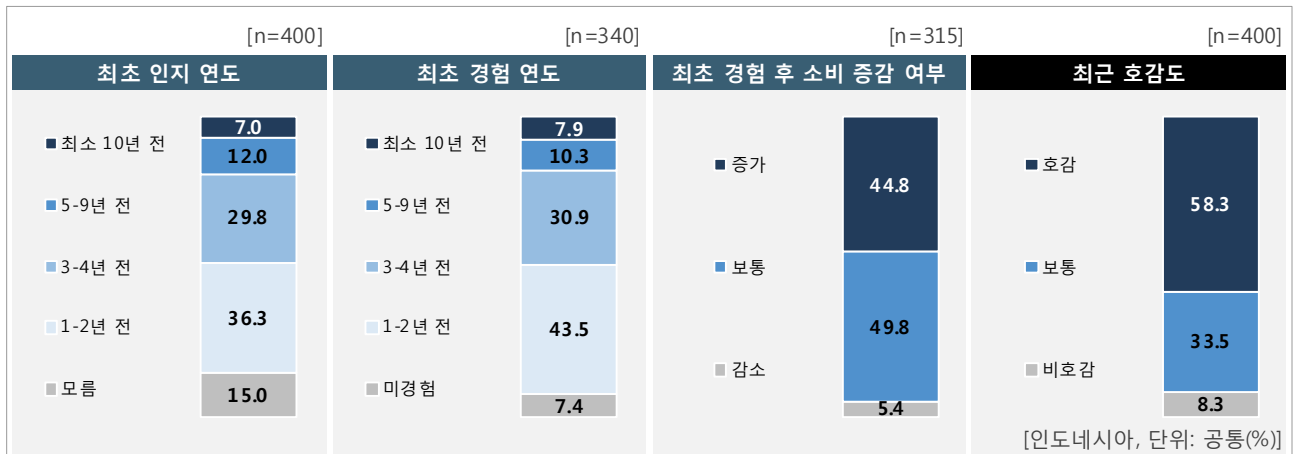
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	20.0	43.5	21.0	10.5	5.0	18.1	46.3	20.0	10.0	5.6	7.6	51.1	41.2	19.0	39.5	41.5
	여성	(200)	6.5	47.0	33.0	9.0	4.5	9.1	46.0	29.9	10.2	4.8	7.6	39.4	<u>52.9</u>	7.0	26.5	<u>66.5</u>
연령	15~19세	(100)	14.0	43.0	34.0	7.0	2.0	17.4	40.7	33.7	8.1	-	16.9	38.0	45.1	15.0	29.0	<u>56.0</u>
	20대	(100)	10.0	51.0	24.0	11.0	4.0	14.4	47.8	21.1	11.1	5.6	6.5	42.9	<u>50.6</u>	15.0	32.0	53.0
	30대	(100)	14.0	42.0	27.0	9.0	8.0	9.3	50.0	23.3	7.0	10.5	3.8	46.2	<u>50.0</u>	13.0	30.0	<u>57.0</u>
	40대	(84)	15.5	44.0	25.0	10.7	4.8	11.3	46.5	25.4	12.7	4.2	4.8	54.0	41.3	10.7	40.5	48.8
	50대	(16)	12.5	50.0	12.5	18.8	6.3	14.3	42.9	14.3	21.4	7.1	-	33.3	66.7	-	43.8	56.3
결혼 여부	기혼	(202)	14.4	44.6	25.7	9.9	5.4	9.2	51.4	22.5	9.8	6.9	5.1	45.9	<u>49.0</u>	10.4	31.7	<u>57.9</u>
	미혼	(198)	12.1	46.0	28.3	9.6	4.0	17.2	40.8	28.2	10.3	3.4	10.4	43.1	46.5	15.7	34.3	50.0
학력	중졸이하	(69)	17.4	42.0	33.3	5.8	1.4	24.6	40.4	29.8	3.5	1.8	14.0	44.2	41.9	15.9	31.9	52.2
	고졸	(85)	15.3	51.8	22.4	8.2	2.4	18.1	52.8	19.4	8.3	1.4	8.5	44.1	47.5	14.1	35.3	50.6
	대졸이상	(246)	11.4	43.9	26.8	11.4	6.5	8.7	45.4	26.1	12.4	7.3	6.0	44.7	<u>49.2</u>	11.8	32.5	<u>55.7</u>
한류 태도	호감	(123)	4.9	39.8	33.3	15.4	6.5	6.0	38.5	32.5	16.2	6.8	3.6	30.0	<u>66.4</u>	4.1	17.1	<u>78.9</u>
	보통	(245)	14.3	50.2	24.9	7.3	3.3	16.2	51.0	22.4	7.1	3.3	9.1	54.0	36.9	14.3	41.2	44.5
	비호감	(32)	37.5	28.1	18.8	6.3	9.4	25.0	40.0	15.0	5.0	15.0	20.0	40.0	40.0	37.5	31.3	31.3

(7) 한국 음식

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

- 한식의 인지도는 85.0%(340명), 경험률은 92.6%(315명)이며, 그 중 7~8%대가 10년 전부터 인지/경험함
- 한식 경험 이후 44.8%(141명)의 소비 증가를 보이며, 최근 호감도는 58.3%(233명)로 높은 수준임
- 특히 20대 이상 기혼 여성, 한류 호감층에서 한식 경험 후 소비 증가가 상대적으로 높았으며, 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 한식에 대한 호감도가 높게 나타남

[그림 9-15. 한국 음식]



[표 9-15. 한국 음식]

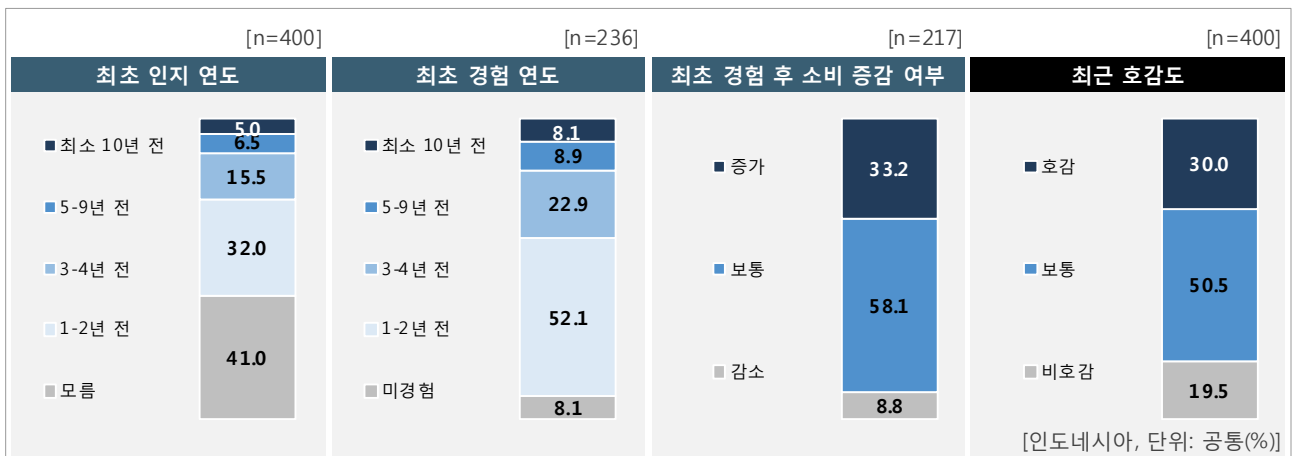
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	19.0	38.0	23.5	14.0	5.5	4.9	49.4	28.4	9.9	7.4	6.5	53.9	39.6	9.0	37.0	54.0
	여성	(200)	11.0	34.5	36.0	10.0	8.5	9.6	38.2	33.1	10.7	8.4	4.3	46.0	<u>49.7</u>	7.5	30.0	<u>62.5</u>
연령	15~19세	(100)	19.0	37.0	32.0	10.0	2.0	7.4	46.9	34.6	8.6	2.5	13.3	52.0	34.7	9.0	31.0	60.0
	20대	(100)	13.0	41.0	29.0	13.0	4.0	11.5	47.1	27.6	9.2	4.6	2.6	48.1	<u>49.4</u>	10.0	36.0	54.0
	30대	(100)	14.0	38.0	27.0	10.0	11.0	5.8	44.2	31.4	7.0	11.6	2.5	50.6	<u>46.9</u>	8.0	34.0	58.0
	40대	(84)	14.3	28.6	33.3	14.3	9.5	5.6	34.7	31.9	16.7	11.1	4.4	51.5	<u>44.1</u>	7.1	33.3	59.5
	50대	(16)	12.5	31.3	18.8	18.8	18.8	-	42.9	21.4	14.3	21.4	-	35.7	<u>64.3</u>	-	31.3	68.8
결혼 여부	기혼	(202)	13.9	33.7	31.7	11.4	9.4	5.2	42.5	31.6	10.3	10.3	2.4	49.7	<u>47.9</u>	6.4	32.7	<u>60.9</u>
	미혼	(198)	16.2	38.9	27.8	12.6	4.5	9.6	44.6	30.1	10.2	5.4	8.7	50.0	41.3	10.1	34.3	55.6
학력	중졸이하	(69)	33.3	26.1	27.5	8.7	4.3	21.7	37.0	30.4	6.5	4.3	11.1	44.4	44.4	11.6	42.0	46.4
	고졸	(85)	15.3	50.6	21.2	10.6	2.4	4.2	59.7	26.4	5.6	4.2	7.2	63.8	29.0	7.1	36.5	56.5
	대졸이상	(246)	9.8	34.1	33.3	13.4	9.3	5.4	39.6	32.4	12.6	9.9	3.8	46.2	<u>50.0</u>	7.7	30.1	<u>62.2</u>
한류 태도	호감	(123)	5.7	32.5	36.6	16.3	8.9	1.7	37.9	36.2	13.8	10.3	2.6	34.2	<u>63.2</u>	.8	18.7	<u>80.5</u>
	보통	(245)	16.3	38.8	28.6	10.6	5.7	9.3	46.8	29.3	8.8	5.9	7.0	58.6	34.4	9.4	40.0	50.6
	비호감	(32)	40.6	31.3	12.5	6.3	9.4	21.1	42.1	15.8	5.3	15.8	6.7	60.0	33.3	28.1	40.6	31.3

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서 인지율은 59.0%(236명)로 다른 한류 콘텐츠 대비 낮은 편임
- 경험률은 91.9%(217명)이며, 10년 전부터 한국 도서를 인지/경험한 비율은 10%대 미만임
- 한국 도서 경험이후 소비 증가율은 33.2%(72명)이며, 호감도는 30.0%(120명)임
- 10~20대 여성, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 한국 도서에 대한 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 9-16. 한국 도서(출판물)]



[표 9-16. 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)	41.0	31.5	15.0	6.5	6.0	7.6	50.8	23.7	9.3	8.5	11.9	54.1	33.9	20.0	51.5	28.5
	여성	(200)	41.0	32.5	16.0	6.5	4.0	8.5	53.4	22.0	8.5	7.6	5.6	62.0	32.4	19.0	49.5	<u>31.5</u>
연령	15~19세	(100)	45.0	31.0	16.0	6.0	2.0	3.6	60.0	23.6	9.1	3.6	17.0	50.9	32.1	20.0	48.0	<u>32.0</u>
	20대	(100)	42.0	29.0	16.0	10.0	3.0	8.6	50.0	24.1	10.3	6.9	5.7	56.6	<u>37.7</u>	21.0	49.0	<u>30.0</u>
	30대	(100)	43.0	28.0	19.0	4.0	6.0	12.3	43.9	26.3	7.0	10.5	8.0	58.0	34.0	24.0	49.0	27.0
	40대	(84)	34.5	41.7	11.9	4.8	7.1	9.1	56.4	18.2	5.5	10.9	6.0	70.0	24.0	15.5	57.1	27.4
	50대	(16)	31.3	31.3	6.3	12.5	18.8	-	45.5	18.2	27.3	9.1	-	45.5	54.5	-	50.0	50.0
결혼 여부	기혼	(202)	39.1	32.2	15.8	5.4	7.4	7.3	51.2	23.6	7.3	10.6	6.1	57.9	<u>36.0</u>	16.8	51.0	<u>32.2</u>
	미혼	(198)	42.9	31.8	15.2	7.6	2.5	8.8	53.1	22.1	10.6	5.3	11.7	58.3	30.1	22.2	50.0	27.8
학력	중졸이하	(69)	<u>56.5</u>	26.1	11.6	2.9	2.9	10.0	63.3	16.7	-	10.0	14.8	48.1	37.0	15.9	53.6	30.4
	고졸	(85)	44.7	41.2	10.6	3.5	-	10.6	66.0	19.1	4.3	-	9.5	71.4	19.0	20.0	58.8	21.2
	대졸이상	(246)	35.4	30.5	18.3	8.5	7.3	6.9	45.9	25.2	11.9	10.1	7.4	56.1	36.5	20.3	46.7	32.9
한류 태도	호감	(123)	22.8	35.0	22.0	13.0	7.3	4.2	44.2	28.4	13.7	9.5	2.2	52.7	<u>45.1</u>	8.9	40.7	<u>50.4</u>
	보통	(245)	47.8	31.4	13.5	3.7	3.7	10.9	56.3	21.1	5.5	6.3	14.0	61.4	24.6	22.4	55.5	22.0
	비호감	(32)	<u>59.4</u>	25.0	6.3	3.1	6.3	7.7	69.2	-	7.7	15.4	8.3	66.7	25.0	37.5	50.0	12.5

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 전반적으로 한류 콘텐츠는 주로 'TV'와 'YouTube 등 무료채널'을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 조사됨
- 콘텐츠별로는 TV와 YouTube의 이용비중이 유사한 수준이나, K-POP의 경우 YouTube 등 무료채널의 이용 비중(84.0%, 326명)이 상대적으로 높음

[표 9-17. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마			영화			K-POP	
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위
전체 (216)			TV (78.7%)	YouTube 등 무료이용 (78.2%)	(379)	TV (78.4%)	YouTube 등 무료이용 (75.2%)	(388)	YouTube 등 무료이용 (84.0%)	TV (72.9%)
성별	남성	(89)	YouTube 등 무료이용 (77.5%)	TV (76.4%)	(187)	YouTube 등 무료이용 (77.5%)	TV (77.0%)	(191)	YouTube 등 무료이용 (83.8%)	TV (71.2%)
	여성	(127)	TV (80.3%)	YouTube 등 무료이용 (78.7%)	(192)	TV (79.7%)	YouTube 등 무료이용 (72.9%)	(197)	YouTube 등 무료이용 (84.3%)	TV (74.6%)
연령	15~19세	(36)	YouTube 등 무료이용 (77.8%)	TV (72.2%)	(94)	YouTube 등 무료이용 (72.3%)	TV (68.1%)	(98)	YouTube 등 무료이용 (81.6%)	TV (64.3%)
	20대	(55)	YouTube 등 무료이용 (81.8%)	TV (76.4%)	(97)	YouTube 등 무료이용 (83.5%)	TV (81.4%)	(100)	YouTube 등 무료이용 (88.0%)	TV (66.0%)
	30대	(62)	YouTube 등 무료이용 (85.5%)	TV (75.8%)	(96)	TV (81.3%)	YouTube 등 무료이용 (72.9%)	(95)	TV (83.2%)	YouTube 등 무료이용 (82.1%)
	40대	(51)	TV (84.3%)	YouTube 등 무료이용 (64.7%)	(77)	TV (80.5%)	YouTube 등 무료이용 (71.4%)	(79)	YouTube 등 무료이용 (84.8%)	TV (78.5%)
	50대	(12)	TV (100.0%)	YouTube 등 무료이용 (83.3%)	(15)	TV (93.3%)	CD/DVD/블루레이/비디오테이프 (80.0%)	(16)	YouTube 등 무료이용 (81.3%)	TV (81.3%)
결혼여부	기혼	(124)	TV (79.0%)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	(191)	TV (82.2%)	YouTube 등 무료이용 (73.8%)	(194)	YouTube 등 무료이용 (82.5%)	TV (77.8%)
	미혼	(92)	YouTube 등 무료이용 (82.6%)	TV (78.3%)	(188)	YouTube 등 무료이용 (76.6%)	TV (74.5%)	(194)	YouTube 등 무료이용 (85.6%)	TV (68.0%)
학력	중졸이하	(20)	TV (85.0%)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	(63)	TV (76.2%)	YouTube 등 무료이용 (73.0%)	(66)	YouTube 등 무료이용 (78.8%)	TV (66.7%)
	고졸	(35)	TV (82.9%)	YouTube 등 무료이용 (82.9%)	(79)	TV (74.7%)	YouTube 등 무료이용 (70.9%)	(82)	YouTube 등 무료이용 (80.5%)	TV (68.3%)
	대졸이상	(161)	YouTube 등 무료이용 (77.6%)	TV (77.0%)	(237)	TV (80.2%)	YouTube 등 무료이용 (77.2%)	(240)	YouTube 등 무료이용 (86.7%)	TV (76.3%)
한류 태도	호감	(96)	YouTube 등 무료이용 (85.4%)	TV (76.0%)	(123)	YouTube 등 무료이용 (83.7%)	TV (78.9%)	(123)	YouTube 등 무료이용 (87.8%)	TV (77.2%)
	보통	(108)	TV (82.4%)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	(229)	TV (79.5%)	YouTube 등 무료이용 (70.3%)	(235)	YouTube 등 무료이용 (83.4%)	TV (73.6%)
	비호감	(12)	TV (66.7%)	인터넷 무료 다운로드 (58.3%)	(27)	YouTube 등 무료이용 (77.8%)	TV (66.7%)	(30)	YouTube 등 무료이용 (73.3%)	TV (50.0%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

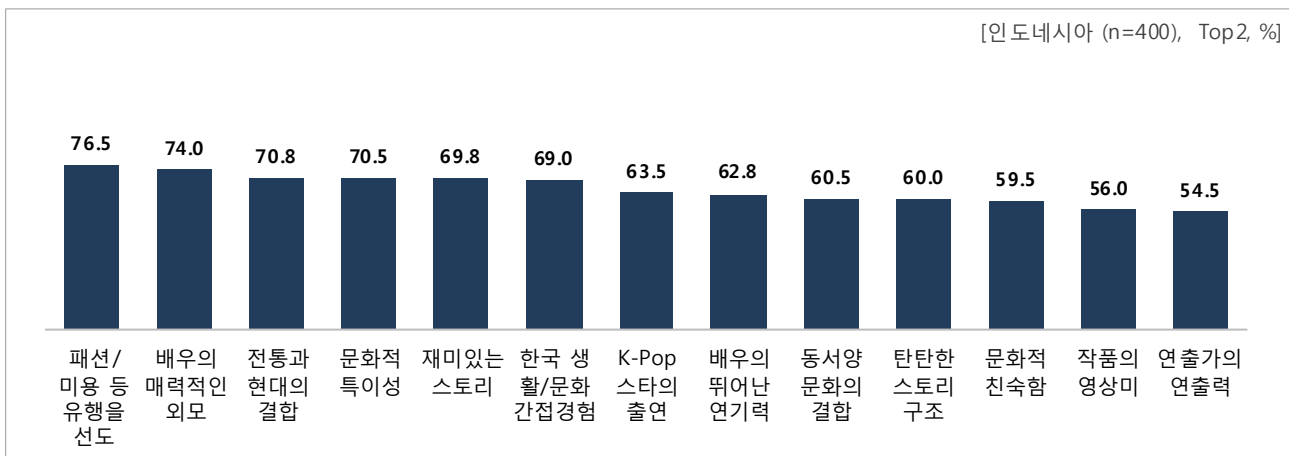
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '패션, 미용 등 유행 선도'가 76.5%(306명)로 가장 높았으며, 그 외 '배우의 매력적인 외모', '전통과 현대의 결합' 순으로 높게 나타남
- 패션, 미용 등 유행 선도과 배우의 매력적인 외모는 40~50대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 높게 인식함

[그림 9-17. 한국 드라마 인기 요인]



[표 9-18. 한국 드라마 인기 요인]

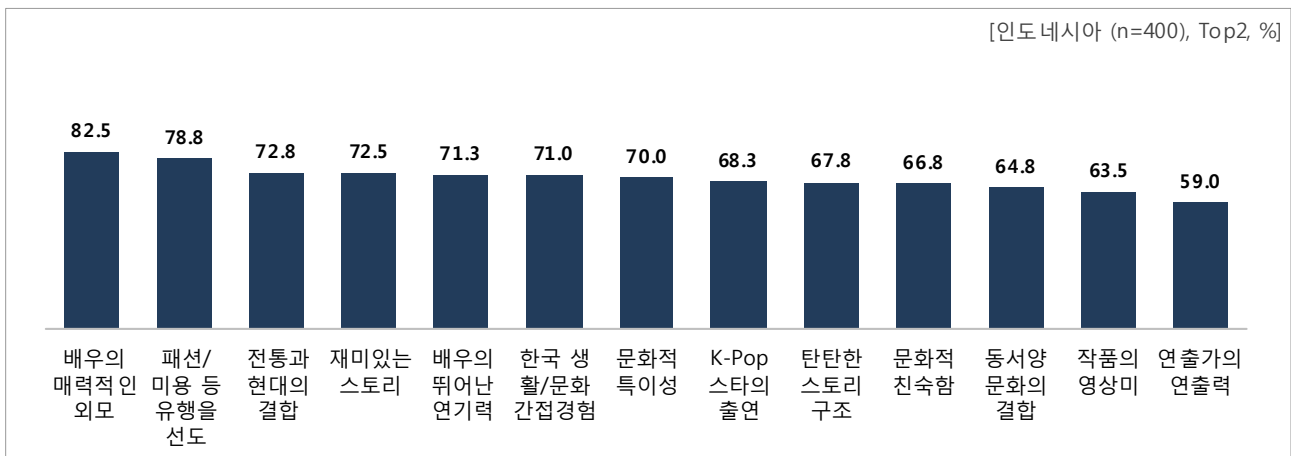
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸이하 (69)	고졸 (85)	대졸이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
패션, 미용 등 유행을 선도	67.5	<u>85.5</u>	77.0	71.0	75.0	<u>82.1</u>	<u>87.5</u>	<u>80.2</u>	72.7	69.6	76.5	<u>78.5</u>	<u>91.1</u>	72.7	50.0
배우의 매력적인 외모	64.5	<u>83.5</u>	74.0	66.0	75.0	<u>82.1</u>	<u>75.0</u>	74.8	73.2	62.3	71.8	<u>78.0</u>	<u>87.8</u>	69.0	59.4
전통과 현대의 결합	66.0	<u>75.5</u>	66.0	62.0	74.0	<u>82.1</u>	<u>75.0</u>	<u>74.8</u>	66.7	60.9	69.4	<u>74.0</u>	<u>90.2</u>	64.1	46.9
문화적 특이성	66.5	74.5	70.0	69.0	68.0	72.6	87.5	72.8	68.2	65.2	67.1	73.2	91.1	64.5	37.5
재미있는 스토리	59.5	80.0	65.0	65.0	71.0	76.2	87.5	74.8	64.6	53.6	61.2	77.2	85.4	65.3	43.8
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	61.5	76.5	69.0	61.0	68.0	77.4	81.3	71.3	66.7	62.3	62.4	73.2	87.0	63.7	40.6
K-Pop 스타의 출연	60.5	66.5	65.0	60.0	59.0	67.9	81.3	67.3	59.6	56.5	55.3	68.3	78.0	59.2	40.6
배우의 뛰어난 연기력	56.0	69.5	62.0	63.0	64.0	61.9	62.5	63.9	61.6	47.8	57.6	68.7	82.9	55.9	37.5
서양문화와 동양문화의 결합	52.5	68.5	53.0	50.0	70.0	65.5	87.5	68.8	52.0	52.2	48.2	67.1	78.0	55.1	34.4
탄탄한 스토리 구조	51.5	68.5	53.0	54.0	65.0	65.5	81.3	66.3	53.5	49.3	44.7	68.3	78.9	54.3	31.3
문화적 친숙함	59.5	59.5	55.0	53.0	62.0	66.7	75.0	65.3	53.5	46.4	54.1	65.0	78.0	53.9	31.3
작품의 영상미	47.5	64.5	62.0	50.0	57.0	52.4	68.8	56.4	55.6	44.9	55.3	59.3	74.8	49.0	37.5
연출가의 연출력	47.0	62.0	53.0	47.0	60.0	54.8	75.0	57.9	51.0	44.9	45.9	60.2	77.2	46.5	28.1

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '배우의 매력적인 외모'가 82.5%(330명)로 가장 높았으며, 그 외 '패션/미용 등 유행 선도', '전통과 현대의 결합' 순으로 나타남
- 40~50대 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 배우의 매력적인 외모와 패션, 미용 등 유행 선도를 인기요인으로 높게 인식함

[그림 9-18. 한국 영화 인기 요인]



[표 9-19. 한국 영화 인기 요인]

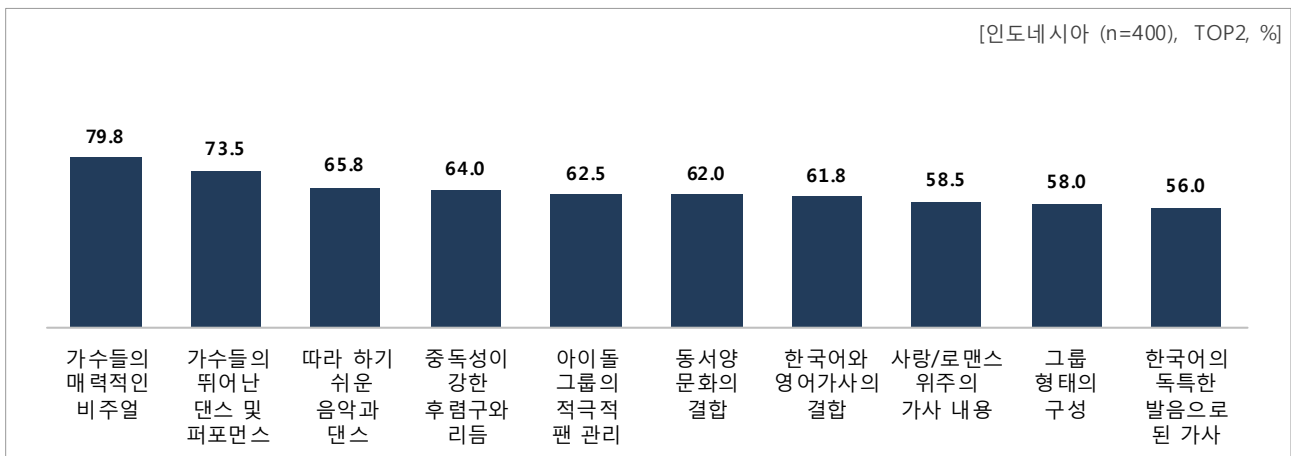
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(84)	(16)	(202)	(198)	(69)	(85)	(246)	(123)	(245)	(32)
배우의 매력적인 외모	77.0	<u>88.0</u>	84.0	75.0	83.0	<u>88.1</u>	<u>87.5</u>	<u>85.1</u>	79.8	79.7	<u>81.2</u>	<u>83.7</u>	<u>92.7</u>	80.0	62.5
패션, 미용 등 유행을 선도	71.0	<u>86.5</u>	80.0	75.0	79.0	<u>82.1</u>	75.0	<u>80.7</u>	76.8	71.0	<u>81.2</u>	<u>80.1</u>	<u>92.7</u>	74.7	56.3
전통과 현대의 결합	69.0	<u>76.5</u>	69.0	69.0	73.0	<u>78.6</u>	<u>87.5</u>	<u>77.2</u>	68.2	71.0	63.5	<u>76.4</u>	<u>91.9</u>	66.1	50.0
재미있는 스토리	64.5	80.5	69.0	71.0	70.0	78.6	87.5	76.7	68.2	65.2	67.1	76.4	88.6	67.8	46.9
배우의 뛰어난 연기력	66.5	76.0	71.0	72.0	73.0	66.7	81.3	73.3	69.2	63.8	70.6	73.6	91.1	65.7	37.5
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	65.0	77.0	70.0	66.0	72.0	75.0	81.3	74.3	67.7	63.8	68.2	74.0	90.2	65.3	40.6
문화적 특이성	62.0	78.0	69.0	69.0	64.0	77.4	81.3	72.3	67.7	66.7	64.7	72.8	90.2	63.7	40.6
K-Pop 스타의 출연	65.5	71.0	71.0	68.0	65.0	67.9	75.0	71.8	64.6	63.8	67.1	69.9	81.3	64.5	46.9
탄탄한 스토리 구조	58.5	77.0	65.0	62.0	69.0	72.6	87.5	71.8	63.6	59.4	62.4	72.0	87.0	62.0	37.5
문화적 친숙함	60.0	73.5	63.0	60.0	67.0	76.2	81.3	71.3	62.1	60.9	61.2	70.3	88.6	59.6	37.5
서양문화와 동양문화의 결합	59.0	70.5	62.0	55.0	67.0	73.8	81.3	71.8	57.6	59.4	52.9	70.3	87.0	57.6	34.4
작품의 영상미	56.0	71.0	65.0	61.0	60.0	66.7	75.0	66.3	60.6	53.6	54.1	69.5	84.6	56.3	37.5
연출가의 연출력	53.5	64.5	56.0	53.0	63.0	61.9	75.0	64.4	53.5	50.7	48.2	65.0	82.9	50.6	31.3

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기요인은 '가수들의 매력적인 비주얼'이 79.8%(319명)로 가장 높았으며, 그 외 '가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스', '따라 하기 쉬운 음악과 춤' 순으로 나타남
- 가수들의 매력적인 비주얼과 뛰어난 춤 및 퍼포먼스는 40~50대 기혼 여성, 한류 호감층에서 높게 인식함

[그림 9-19. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 9-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

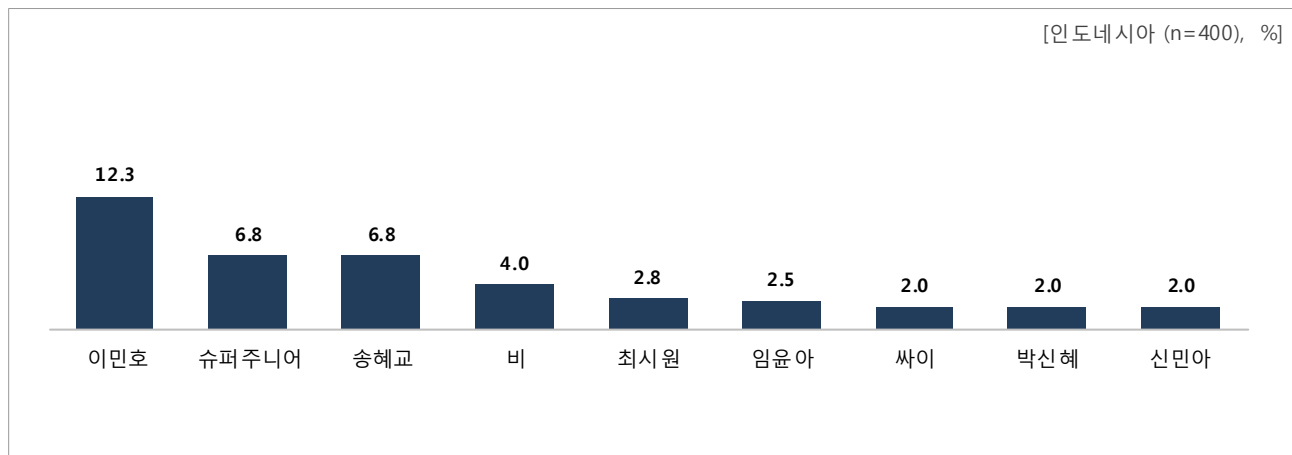
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(84)	(16)	(202)	(198)	(69)	(85)	(246)	(123)	(245)	(32)
가수들의 매력적인 비주얼	75.0	<u>84.5</u>	79.0	77.0	78.0	<u>83.3</u>	<u>93.8</u>	<u>83.2</u>	76.3	69.6	78.8	<u>82.9</u>	<u>91.9</u>	78.0	46.9
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	68.0	<u>79.0</u>	70.0	73.0	72.0	<u>77.4</u>	<u>87.5</u>	<u>78.2</u>	68.7	62.3	74.1	<u>76.4</u>	<u>88.6</u>	70.6	37.5
따라하기 쉬운 음악과 댄스	62.0	<u>69.5</u>	62.0	64.0	64.0	<u>70.2</u>	<u>87.5</u>	<u>72.3</u>	59.1	58.0	56.5	<u>71.1</u>	<u>78.9</u>	63.3	34.4
중독성이 강한 후렴구와 리듬	57.5	70.5	59.0	66.0	61.0	69.0	75.0	69.8	58.1	49.3	57.6	70.3	83.7	58.0	34.4
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	56.0	69.0	61.0	59.0	59.0	69.0	81.3	66.3	58.6	53.6	55.3	67.5	82.9	55.5	37.5
서양문화와 동양문화의 결합	56.5	67.5	53.0	59.0	62.0	72.6	81.3	71.8	52.0	44.9	50.6	70.7	85.4	53.9	34.4
한국어와 영어 가사의 결합	57.5	66.0	55.0	63.0	63.0	65.5	68.8	69.3	54.0	44.9	52.9	69.5	81.3	57.6	18.8
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	57.0	60.0	52.0	57.0	61.0	61.9	75.0	66.8	50.0	47.8	48.2	65.0	80.5	51.0	31.3
그룹 형태의 구성	53.0	63.0	53.0	54.0	57.0	65.5	81.3	64.9	51.0	50.7	43.5	65.0	76.4	52.2	31.3
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	55.0	57.0	56.0	58.0	53.0	53.6	75.0	60.9	51.0	43.5	50.6	61.4	78.0	49.8	18.8

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 인도네시아에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '이민호'가 12.3%(49명)로 가장 높았으며, 그 외 '슈퍼주니어', '송혜교', '비' 순으로 높게 나타남
- '이민호'는 여성층에서 상대적으로 선호가 높음

[그림 9-20. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 9-21. 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 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
이민호	7.5	<u>17.0</u>	11.0	13.0	13.0	13.1	6.3	12.4	12.1	11.6	4.7	15.0	9.8	14.3	6.3
슈퍼주니어	7.5	6.0	7.0	7.0	7.0	4.8	12.5	7.9	5.6	4.3	8.2	6.9	8.9	6.5	-
송혜교	8.0	5.5	1.0	4.0	11.0	8.3	25.0	11.4	2.0	4.3	3.5	8.5	6.5	7.8	-
비	1.5	6.5	1.0	3.0	5.0	7.1	6.3	5.9	2.0	-	7.1	4.1	2.4	5.3	-
최시원	1.0	4.5	2.0	5.0	2.0	2.4	-	3.0	2.5	1.4	2.4	3.3	2.4	2.4	6.3
임윤아	3.0	2.0	3.0	1.0	5.0	1.2	-	2.0	3.0	1.4	3.5	2.4	1.6	2.9	3.1
싸이	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	2.4	-	1.0	3.0	1.4	2.4	2.0	-	3.3	-
박신혜	3.0	1.0	2.0	2.0	2.0	2.4	-	2.0	2.0	1.4	2.4	2.0	4.9	0.8	-
신민아	3.0	1.0	2.0	4.0	-	2.4	-	1.5	2.5	-	2.4	2.4	3.3	1.6	-

제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아

Ⅲ. 한류의 효과

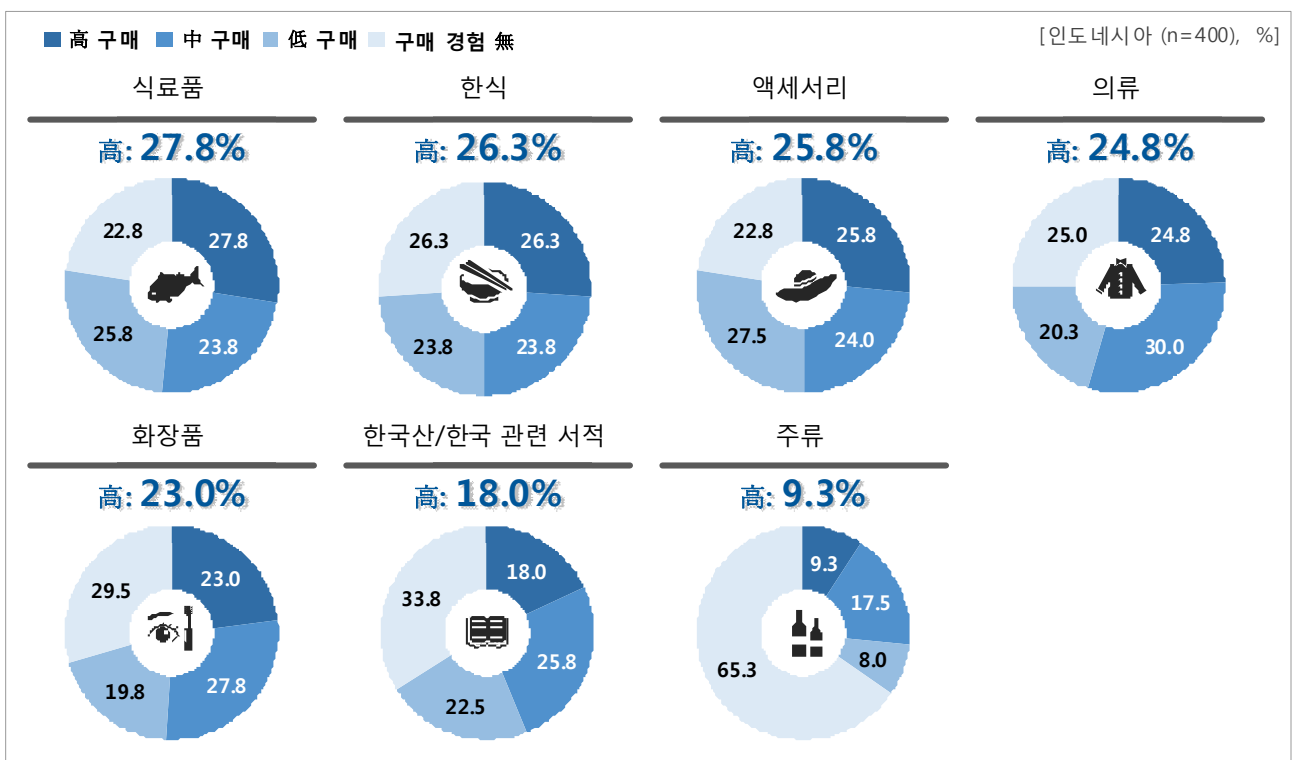
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 인도네시아에서는 '식료품'의 고구매율이 27.8%(111명)로 가장 높으며, 그 외 '한식', '액세서리', '의류'순으로 고구매율이 높게 나타남
- '주류'와 '서적'을 제외하고는 전반적으로 20%대 이상의 고구매율을 보이고 있어 다양한 제품군에서 한국제품이 긍정적인 평가를 받는 것으로 판단됨
- 전반적으로 20대, 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 고구매율이 높음

[그림 9-21. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 9-22. 생활용품 및 서비스 경험]

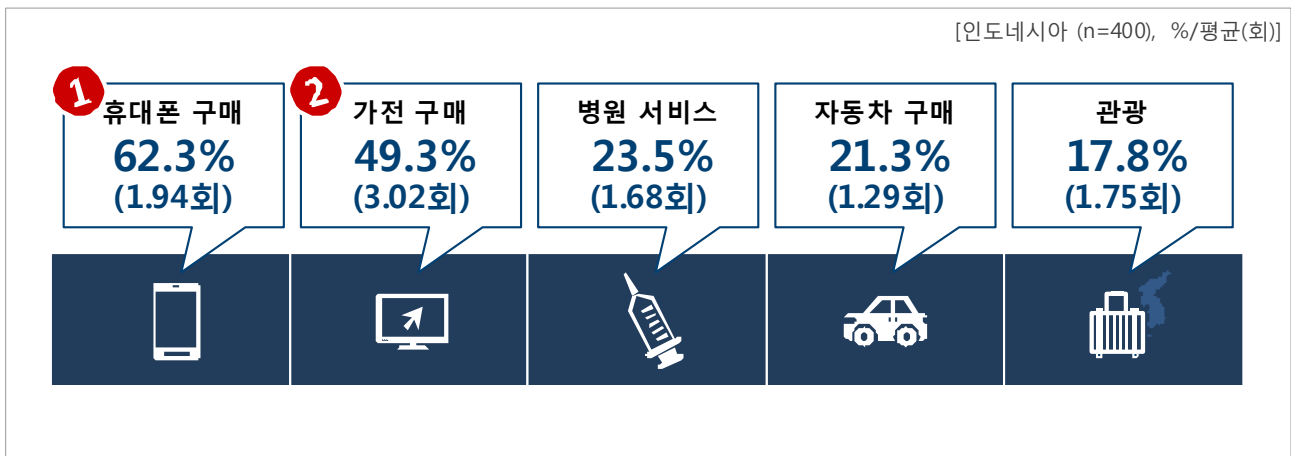
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		중·중 이하	학력	한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (98)			호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
한국 식료품을 구매	25.5	<u>30.0</u>	19.0	<u>34.0</u>	29.0	26.2	43.8	<u>29.7</u>	25.8	7.2	20.0	<u>36.2</u>	<u>49.6</u>	19.2
한국 음식점에서 식사	24.5	<u>28.0</u>	18.0	<u>30.0</u>	27.0	27.4	43.8	<u>31.2</u>	21.2	7.2	14.1	<u>35.8</u>	<u>48.8</u>	17.1
한국 액세서를 구매	21.0	<u>30.5</u>	23.0	<u>31.0</u>	24.0	23.8	31.3	<u>28.7</u>	22.7	10.1	18.8	<u>32.5</u>	<u>52.0</u>	14.7
한국 의류를 구매	19.0	<u>30.5</u>	22.0	<u>26.0</u>	<u>25.0</u>	23.8	37.5	<u>28.7</u>	20.7	7.2	21.2	<u>30.9</u>	<u>51.2</u>	13.9
한국 화장품을 구매	15.0	<u>31.0</u>	19.0	21.0	23.0	<u>28.6</u>	31.3	<u>28.2</u>	17.7	10.1	17.6	<u>28.5</u>	<u>47.2</u>	13.1
한국산 또는 한국 관련 서적을 구매	16.5	<u>19.5</u>	17.0	<u>20.0</u>	17.0	16.7	25.0	<u>19.3</u>	16.7	7.2	12.9	<u>22.8</u>	<u>39.0</u>	9.0
한국 주류(술)를 구매	12.0	<u>6.5</u>	7.0	<u>10.0</u>	<u>12.0</u>	7.1	12.5	<u>11.9</u>	6.6	4.3	4.7	<u>12.2</u>	<u>17.9</u>	4.9

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가 제품은 '휴대폰' 구매가 62.3%(249명)로 가장 높으며, '가전'도 49.3%(197명)의 높은 구매 경험률을 보임
- 그 외, 병원 서비스와 자동차 구매, 관광 경험도 20% 수준으로 낮지 않음
- 휴대폰은 30대 이상 기혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 구매 경험률 높음
- 가전은 30~40대 기혼 여성, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음

[그림 9-22. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 9-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

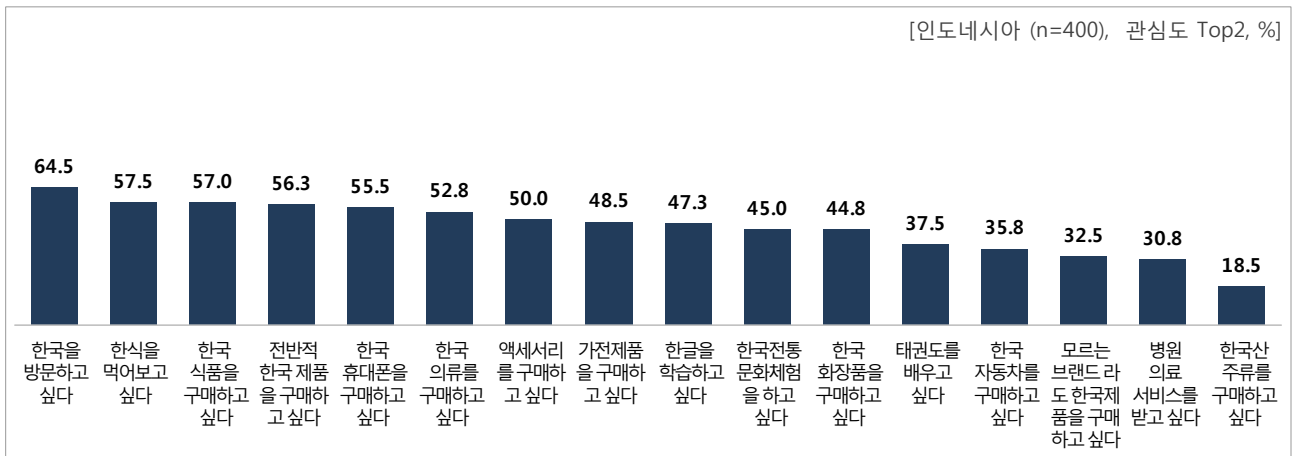
구매 및 경험정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
구매경험률	휴대폰 구매	<u>70.5</u>	54.0	48.0	53.0	<u>74.0</u>	<u>70.2</u>	<u>93.8</u>	<u>73.8</u>	50.5	50.7	51.8	<u>69.1</u>	<u>71.5</u>	59.6	46.9
	<구매횟수 평균-회>	<u>2.00</u>	<u>1.87</u>	<u>1.67</u>	<u>1.87</u>	<u>1.88</u>	<u>2.19</u>	<u>2.47</u>	<u>2.04</u>	<u>1.80</u>	<u>1.46</u>	<u>1.75</u>	<u>2.09</u>	<u>2.05</u>	<u>1.92</u>	<u>1.60</u>
	가전 구매	46.0	<u>52.5</u>	36.0	44.0	<u>59.0</u>	<u>52.4</u>	87.5	<u>60.4</u>	37.9	27.5	38.8	<u>58.9</u>	<u>68.3</u>	42.4	28.1
	<구매횟수 평균-회>	<u>3.35</u>	<u>2.72</u>	<u>2.92</u>	<u>3.52</u>	<u>2.69</u>	<u>3.23</u>	<u>2.36</u>	<u>2.93</u>	<u>3.16</u>	<u>1.74</u>	<u>3.27</u>	<u>3.12</u>	<u>3.52</u>	<u>2.63</u>	<u>2.78</u>
	병원 서비스	20.0	27.0	16.0	29.0	25.0	20.2	43.8	29.7	17.2	7.2	16.5	30.5	38.2	18.0	9.4
	<구매횟수 평균-회>	<u>1.70</u>	<u>1.67</u>	<u>1.56</u>	<u>1.90</u>	<u>1.64</u>	<u>1.47</u>	<u>1.71</u>	<u>1.57</u>	<u>1.88</u>	<u>1.20</u>	<u>1.50</u>	<u>1.75</u>	<u>1.89</u>	<u>1.36</u>	<u>3.00</u>
구매경험률	자동차 구매	22.5	20.0	13.0	20.0	29.0	21.4	31.3	29.2	13.1	13.0	12.9	26.4	39.8	13.5	9.4
	<구매횟수 평균-회>	<u>1.42</u>	<u>1.15</u>	<u>1.08</u>	<u>1.55</u>	<u>1.41</u>	<u>1.06</u>	<u>1.00</u>	<u>1.27</u>	<u>1.35</u>	<u>1.11</u>	<u>1.00</u>	<u>1.37</u>	<u>1.29</u>	<u>1.12</u>	<u>3.33</u>
	관광	19.5	16.0	10.0	22.0	23.0	15.5	18.8	23.8	11.6	4.3	11.8	23.6	30.9	12.2	9.4
구매경험률	<구매횟수 평균-회>	<u>1.92</u>	<u>1.53</u>	<u>1.40</u>	<u>1.95</u>	<u>1.96</u>	<u>1.46</u>	<u>1.00</u>	<u>1.71</u>	<u>1.83</u>	<u>1.00</u>	<u>1.60</u>	<u>1.81</u>	<u>1.84</u>	<u>1.53</u>	<u>2.67</u>

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 가장 높았으며, 그 외 '한식 체험의도'와 '한국 식품 구매의도'도 높은 편임
- 한국 방문의도는 20대 이상 기혼 여성, 한류 호감층을 중심으로 높게 나타났으며, 한식 체험의도는 40~50대 기혼 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높음

[그림 9-23. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 9-24. 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 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
한국을 방문하고 싶다	57.0	<u>72.0</u>	59.0	<u>65.0</u>	<u>65.0</u>	<u>66.7</u>	<u>81.3</u>	<u>67.8</u>	61.1	52.2	56.5	<u>70.7</u>	<u>81.3</u>	58.8	43.8
한식을 먹어보고 싶다	52.0	<u>63.0</u>	56.0	53.0	58.0	<u>60.7</u>	<u>75.0</u>	<u>60.4</u>	54.5	37.7	57.6	<u>63.0</u>	<u>80.5</u>	50.2	25.0
한국 식품을 구매하고 싶다	49.5	<u>64.5</u>	56.0	53.0	57.0	59.5	75.0	58.9	55.1	39.1	52.9	63.4	80.5	49.8	21.9
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	52.0	<u>60.5</u>	45.0	55.0	64.0	56.0	87.5	62.9	49.5	33.3	49.4	65.0	78.9	49.0	25.0
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	<u>58.5</u>	52.5	44.0	51.0	60.0	64.3	81.3	63.4	47.5	40.6	48.2	62.2	74.0	48.6	37.5
한국 의류를 구매하고 싶다	42.0	<u>63.5</u>	49.0	54.0	53.0	51.2	75.0	56.4	49.0	36.2	49.4	58.5	82.1	41.6	25.0
액세서리를 구매하고 싶다	42.0	<u>58.0</u>	41.0	49.0	57.0	51.2	62.5	55.9	43.9	36.2	42.4	56.5	77.2	40.0	21.9
가전제품을 구매하고 싶다	44.5	<u>52.5</u>	36.0	41.0	56.0	56.0	87.5	58.9	37.9	21.7	42.4	58.1	69.9	42.0	15.6
한글을 학습하고 싶다	41.5	<u>53.0</u>	51.0	51.0	45.0	39.3	56.3	48.5	46.0	39.1	42.4	51.2	72.4	37.6	25.0
한국전통문화체험을 하고 싶다	40.5	<u>49.5</u>	42.0	47.0	44.0	45.2	56.3	48.5	41.4	27.5	41.2	51.2	69.9	36.3	15.6
한국 화장품을 구매하고 싶다	29.5	<u>60.0</u>	38.0	41.0	47.0	51.2	62.5	50.5	38.9	33.3	35.3	51.2	71.5	35.1	15.6
태권도를 배우고 싶다	38.5	36.5	40.0	40.0	34.0	34.5	43.8	40.6	34.3	24.6	37.6	41.1	55.3	31.0	18.8
한국 자동차를 구매하고 싶다	37.5	34.0	30.0	29.0	43.0	34.5	75.0	44.1	27.3	18.8	29.4	42.7	56.1	27.8	18.8
모르는 브랜드라도 한국제품을 구매하고 싶다	31.0	34.0	26.0	31.0	38.0	29.8	62.5	36.6	28.3	14.5	28.2	39.0	52.0	24.5	18.8
병원 의료서비스를 받고 싶다	28.0	33.5	28.0	28.0	32.0	29.8	62.5	35.1	26.3	17.4	21.2	37.8	50.4	23.3	12.5
한국산 주류를 구매하고 싶다	21.5	15.5	17.0	20.0	21.0	13.1	31.3	19.8	17.2	11.6	15.3	21.5	30.1	13.1	15.6

제9장 국가별 결과 분석 : 인도네시아

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

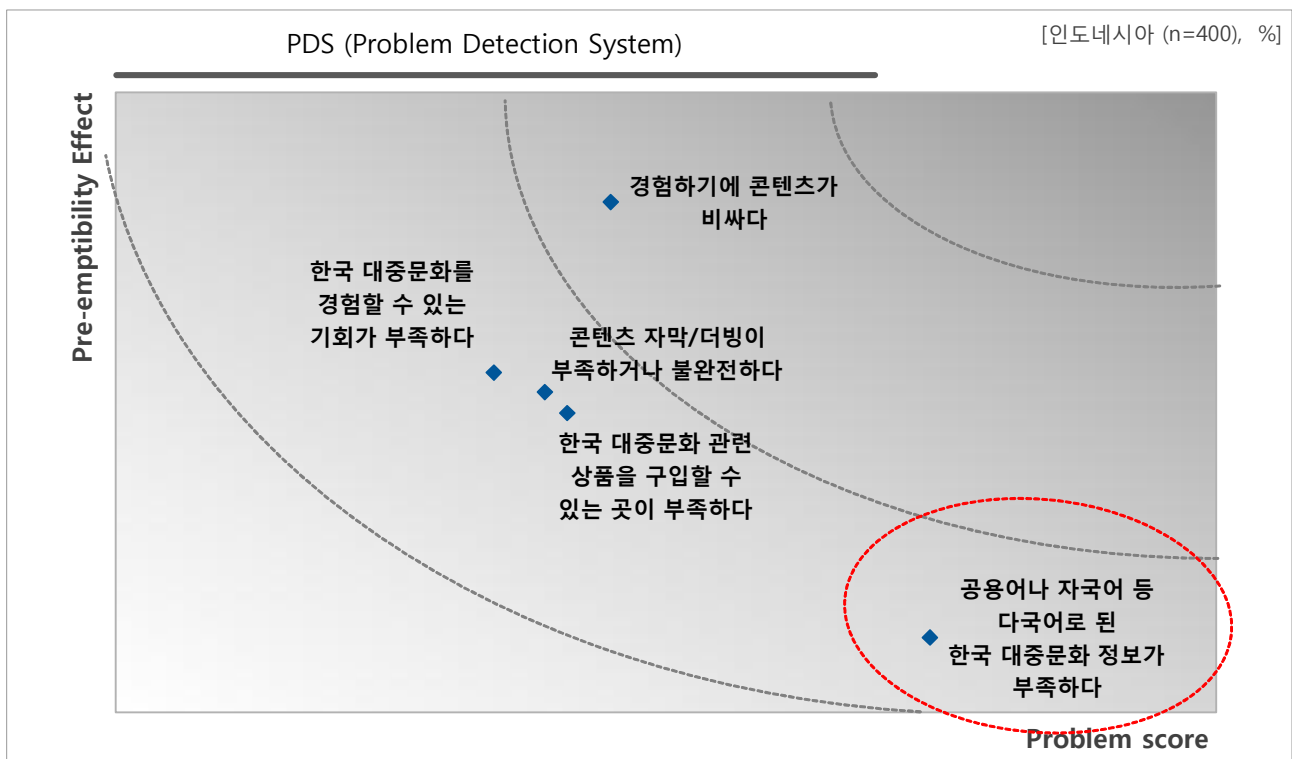
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 인도네시아에서는 '한류 체험기회 부족', '한국대중문화상품 구입처 부족' 등이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 인도네시아에서는 '다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다'는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 9-24. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 9-25. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

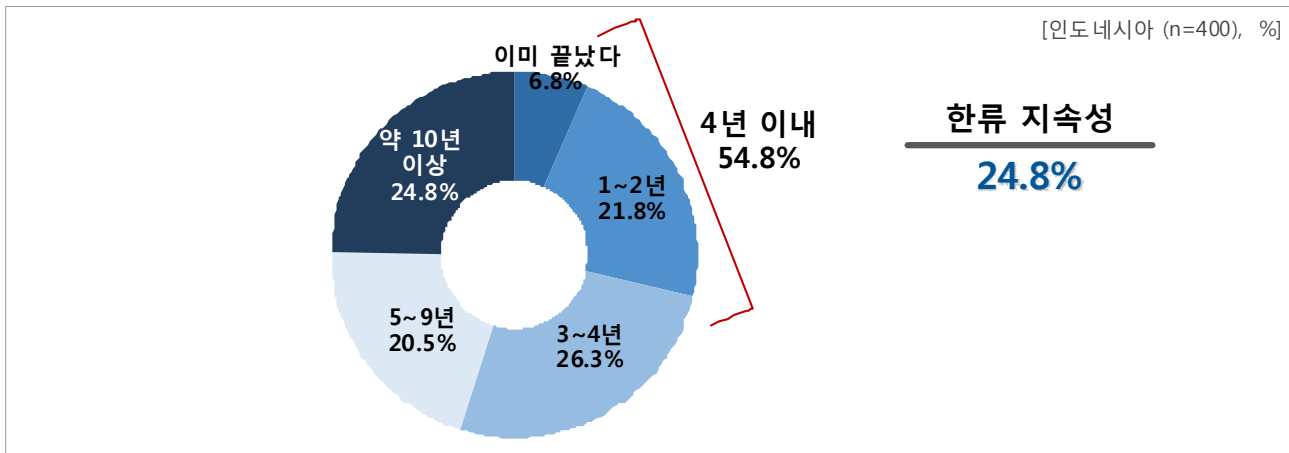
불편사항 Top2%	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
한류 체험 기회 부족	62.5	61.5	63.5	61.0	61.0	66.0	60.7	68.8	64.4	60.6	55.1	60.0	65.4	77.2	60.0	25.0
한국대중문화 상품 구입처부족	59.8	58.0	61.5	52.0	54.0	70.0	61.9	68.8	65.8	53.5	43.5	52.9	66.7	68.3	58.8	34.4
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	58.3	60.5	56.0	55.0	61.0	59.0	57.1	62.5	61.9	54.5	52.2	51.8	62.2	65.0	56.7	43.8
비싼 콘텐츠 가격	55.5	57.0	54.0	51.0	57.0	59.0	54.8	56.3	58.4	52.5	43.5	56.5	58.5	65.0	53.9	31.3
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	52.0	52.5	51.5	43.0	60.0	56.0	48.8	50.0	54.5	49.5	40.6	51.8	55.3	65.0	48.2	31.3

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 응답자의 절반 이상인 54.8%(219명)가 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 부정적 의견을 보이고 있는 가운데, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 24.8%(99명)로 나타남
- 10대 여성, 한류 호감층은 한류 인기의 지속성을 상대적으로 높게 인식함
- 반면, 성별과 무관하게 20대, 한류에 대한 호감도가 낮은 집단을 중심으로 한류가 4년 이내에 끝날 것으로 예상하는 비중이 상대적으로 높음

[그림 9-25. 한류 지속 여부]



[표 9-26. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (84)	50대 (16)	기혼 (202)	미혼 (198)	중졸 이하 (69)	고졸 (85)	대졸 이상 (246)	호감 (123)	보통 (245)	비호감 (32)
4년 이내	55.5	54.0	50.0	<u>62.0</u>	50.0	56.0	62.5	53.5	56.1	<u>58.0</u>	<u>61.2</u>	51.6	40.7	59.6	<u>71.9</u>
5~9년	21.5	19.5	18.0	15.0	22.0	29.8	12.5	23.8	17.2	18.8	17.6	22.0	21.1	20.4	18.8
10년 이상	23.0	<u>26.5</u>	<u>32.0</u>	23.0	28.0	14.3	25.0	22.8	<u>26.8</u>	23.2	21.2	26.4	<u>38.2</u>	20.0	9.4

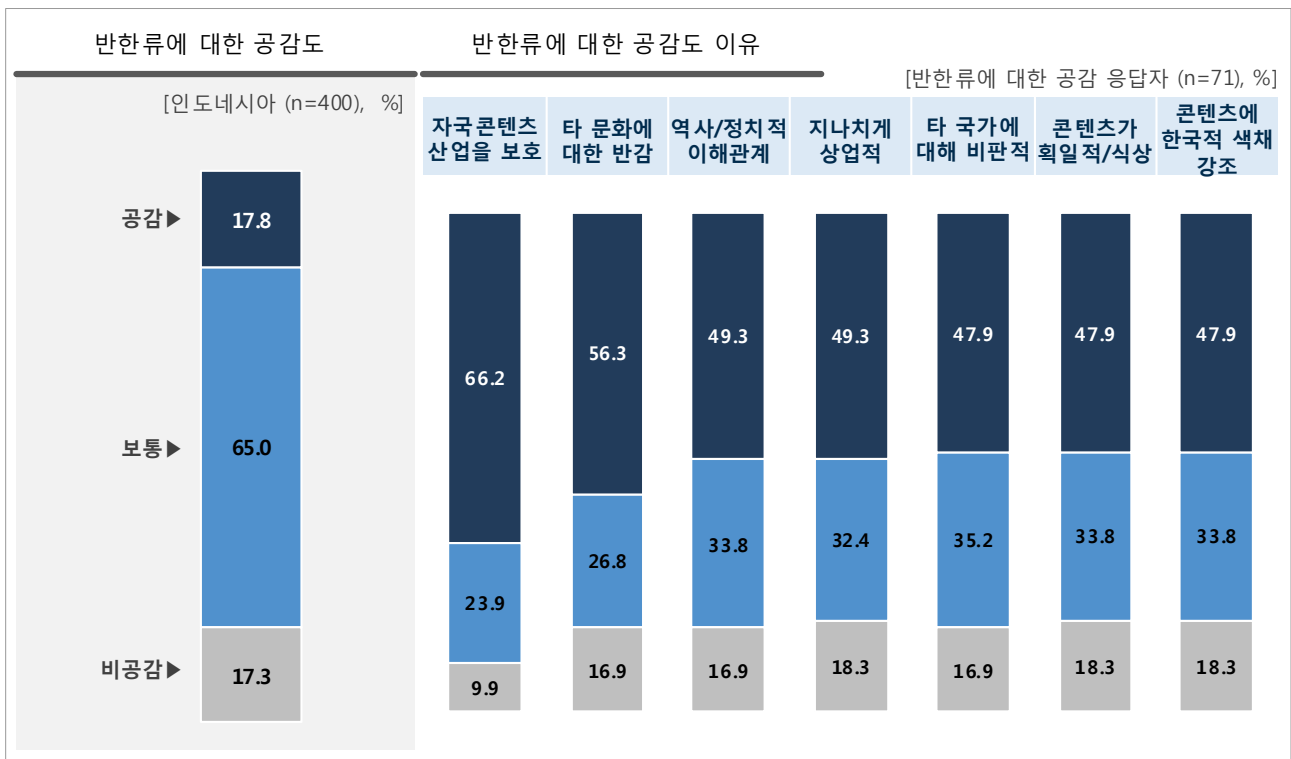
3. 반한류 공감도

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?

- 인도네시아의 반한류 공감율은 17.8%(71명)임
- 반한류 공감이유는 '자국의 콘텐츠 산업 보호'때문이라는 점이 가장 높았으며, 그 외 '타 문화에 대한 반감', '역사/정치적 이해관계' 순으로 높게 나타남
- 10~20대 미혼, 한류 호감층을 중심으로 반한류 공감율이 높게 나타남

[그림 9-26. 반 한류 공감도와 이유]



[표 9-27. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				자국콘텐츠 산업을 보호	타문화에 대한 반감	역사적 정치적 이해관계	지나치게 상업적	타 국가에 대해 비판적	콘텐츠가 획일적/식상함	콘텐츠에 한국적 색채 강조
전체 (400)				(71)	66.2	56.3	49.3	47.9	47.9	47.9
성별	남성	(200)	18.0	(36)	75.0	50.0	52.8	61.1	55.6	58.3
	여성	(200)	17.5	(35)	57.1	62.9	45.7	37.1	40.0	37.1
연령	15~19세	(100)	22.0	(22)	68.2	59.1	54.5	54.5	50.0	40.9
	20대	(100)	22.0	(22)	54.5	45.5	40.9	45.5	50.0	36.4
	30대	(100)	19.0	(19)	84.2	68.4	52.6	52.6	42.1	68.4
	40대	(84)	7.1	(6)	50.0	66.7	50.0	50.0	50.0	50.0
	50대	(16)	12.5	(2)	50.0	-	50.0	-	50.0	50.0
결혼 여부	기혼	(202)	15.3	(31)	77.4	67.7	58.1	54.8	54.8	64.5
	미혼	(198)	20.2	(40)	57.5	47.5	42.5	45.0	42.5	35.0
학력	중졸이하	(69)	13.0	(9)	44.4	66.7	44.4	22.2	55.6	22.2
	고졸	(85)	15.3	(13)	76.9	69.2	53.8	61.5	53.8	61.5
	대졸이상	(246)	19.9	(49)	67.3	51.0	49.0	51.0	51.0	49.0
한류 태도	호감	(123)	31.7	(39)	69.2	66.7	59.0	56.4	61.5	64.1
	보통	(245)	12.2	(30)	60.0	40.0	36.7	36.7	26.7	26.7
	비호감	(32)	6.3	(2)	100.0	100.0	50.0	100.0	100.0	50.0

4. 요약 및 결론

- 인도네시아에서의 한국 대표이미지는 K-POP이 36.5%(146명)로 1위, 그 외 영화, IT 첨단산업 순임
- 한국에 대해 전반적으로 긍정적인 인식을 가지고 있으며, 특히 경제적으로 선진국, 문화 강국, 호감이 가는 국가라는 인식이 강함
- 영화의 소비량이 47.4%(190명)로 1위, 그 외 K-POP, 예능의 소비량도 40%대 이상으로 높으나, 다른 아시아 국가 대비 드라마의 소비량은 높지 않은 편임
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 K-POP이 66.0%(264명), 패션이 61.5%(246명)로 가장 높음. 영화, 한식의 대중적 인기도 50%대 이상으로 높음
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 95%대 이상이며, 1년 후 관심도/소비지출의향 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 95%대 이상으로 한국문화에 대해 긍정적임
- 한류 인지도는 56.5%(226명), 용어 호감도는 30.8%(123명)임
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 82.8%(331명)로 1위, 그 외 영화, 패션, 한식 순임
- 게임과 도서를 제외한 한류 콘텐츠는 전반적으로 높은 수준의 인지도와 경험률을 보이며, 특히 콘텐츠 경험 후 약 40% 이상의 높은 소비 증감률과 50%대 이상의 호감도를 보여 콘텐츠 소비에 매우 긍정적임(단, 드라마/애니메이션의 호감도는 다소 낮음)
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 TV와 YouTube 무료채널 임
- 드라마는 패션, 미용 등 유행선도, 영화는 배우의 매력적인 외모가 주 인기요인이며, K-POP은 가수들의 매력적인 비주얼이 주 인기요인으로 인식됨
- 한국 제품은 주류와 서적을 제외하고 다양한 제품군에서 20%대 이상의 높은 구매빈도가 나타나며, 휴대폰 및 가전제품 이외의 용품(병원, 자동차, 관광)에서도 낮지 않은 수준의 구매가 이루어지고 있어 전반적으로 한국 제품에 대한 태도 및 소비가 긍정적임
- 한류 이용시 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 한류의 인기가 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 24.8%(99명)인 반면, 4년 이내 끝날 것이라는 의견이 절반 이상인 54.8%(219명)로 나타나 한류 인기의 지속성에 대해 다소 보수적인 상황임
- 반 한류 공감도는 17.8%(71명)로 타 아시아 국가와 유사한 수준, 반 한류 이유로 자국의 콘텐츠 산업보호와 타문화에 대한 반감, 역사/정치적 관계가 주로 언급됨
그러나, 10~20대의 젊은 층에서 반 한류 인식이 상대적으로 높게 나타남에 따라 향후 한류의 인기를 유지/강화하기 위해 반 한류 분위기를 상쇄시킬 수 있는 적극적인 대응이 필요할 것으로 판단됨