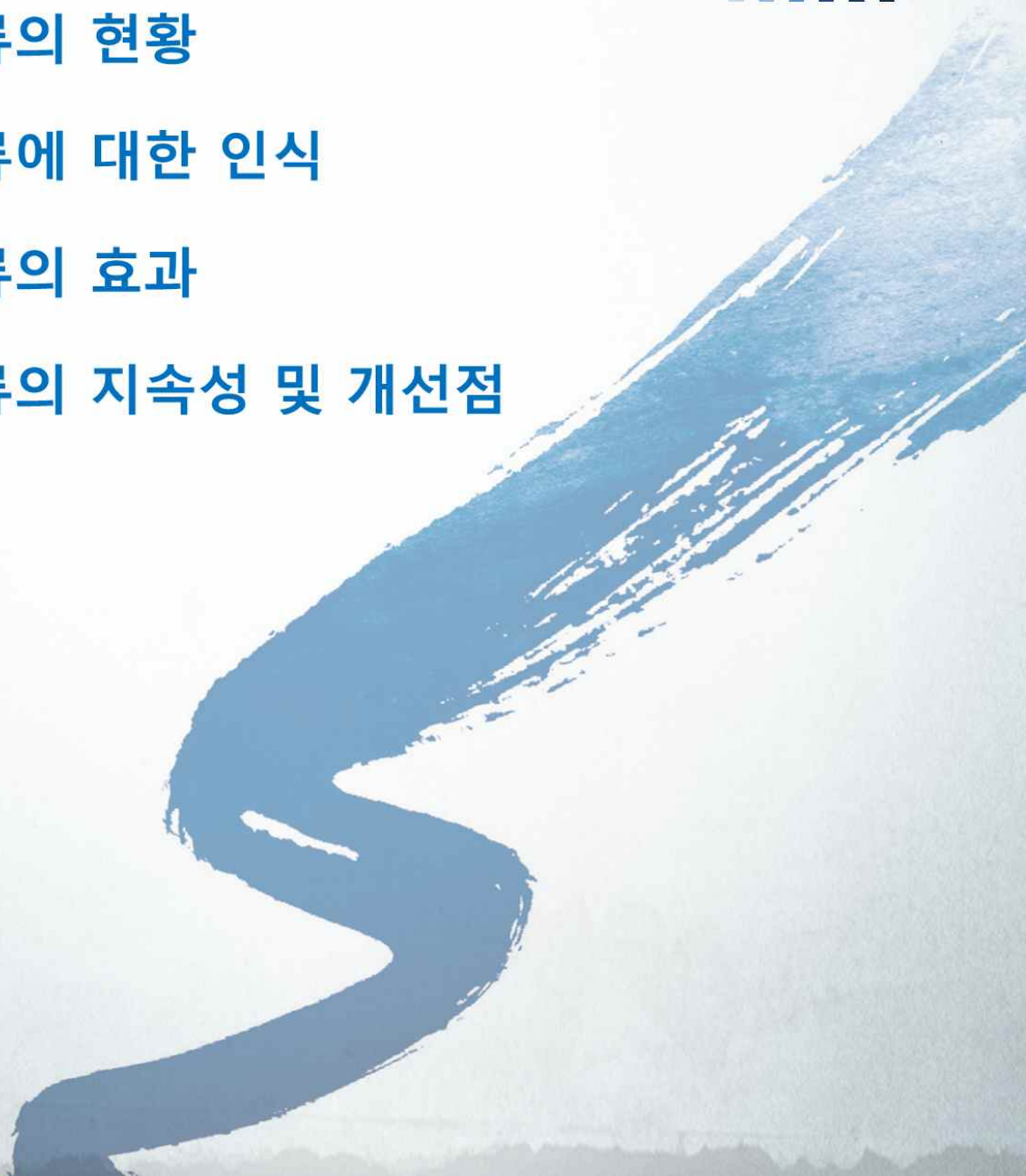


제11장 국가별 결과 분석 : 미국



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



목 차

제11장 국가별 결과 분석 : 미국	1
I. 한류의 현황	1
1. 한국 연상 이미지	1
2. 한국에 대한 인식	2
3. 한국문화 콘텐츠 소비량	3
4. 한국문화 콘텐츠 인기도	4
5. 한국문화 관심도	5
6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)	6
7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)	7
II. 한류에 대한 인식	8
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	8
2. 한류 대표 콘텐츠	9
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	10
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	10
(2) 한국 영화	11
(3) 한국 음악(K-POP)	12
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	13
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	14
(6) 한국 패션, 뷰티	15
(7) 한국 음식	16
(8) 한국 도서(출판물)	17
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	18
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	19
(1) 한국 드라마	19
(2) 한국 영화	20
(3) 한국 음악(K-POP)	21
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	22
III. 한류의 효과	23
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	23
(1) 생활용품 및 서비스	23
(2) 고가용품 및 서비스	24
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	25
IV. 한류의 지속성 및 개선점	26
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	26
2. 한류 지속 여부	28
3. 반한류 공감도	29
4. 요약 및 결론	30

<표 차례>

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

<그림 차례>

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

제11장 국가별 결과 분석 : 미국

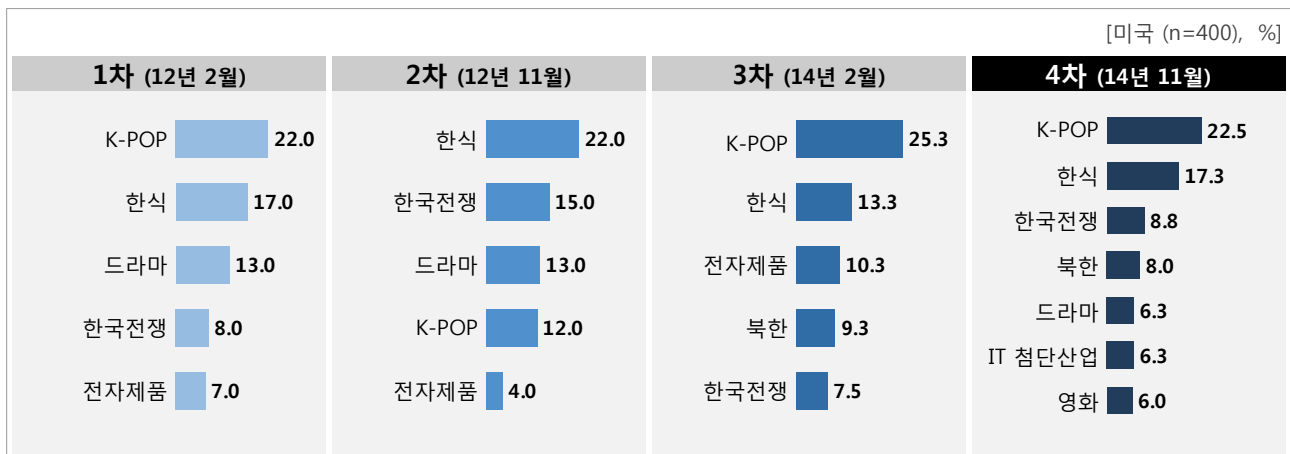
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국에 대한 연상이미지는 'K-POP'이 22.5%(90명)로 가장 높았으며, 그 외 '한식', '한국전쟁' 순임
- K-POP은 10~20대 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 연상됨
- '한식'은 10대 연령층에서 연상하는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-1. 한국 연상 이미지]



[표 11-1. 한국 연상 이미지]

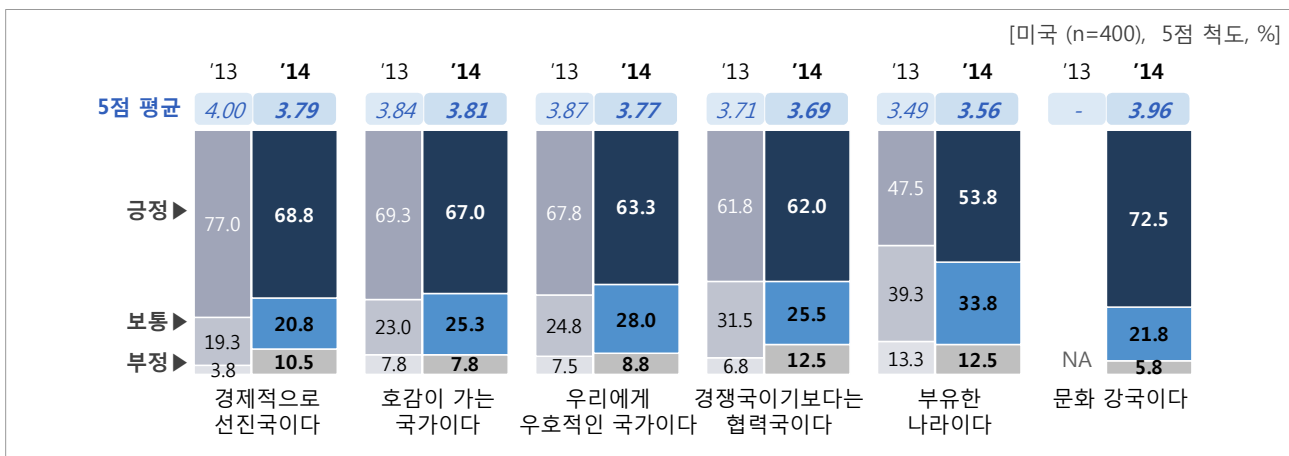
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
K-POP	22.0	23.0	<u>29.0</u>	<u>32.0</u>	16.0	15.9	8.1	14.8	<u>28.1</u>	<u>33.3</u>	24.8	19.5	<u>26.6</u>	17.1	22.2
한식	17.0	17.5	<u>23.0</u>	15.0	19.0	11.1	13.5	17.8	16.9	12.5	<u>22.4</u>	14.0	15.6	19.5	16.7
한국전쟁	8.0	9.5	4.0	6.0	6.0	9.5	35.1	11.2	6.9	4.2	8.7	9.3	7.3	11.0	5.6
북한	8.5	7.5	8.0	6.0	9.0	9.5	8.1	7.7	8.2	4.2	7.5	8.8	6.4	9.8	11.1
드라마	6.5	6.0	5.0	3.0	10.0	7.9	5.4	8.3	4.8	12.5	3.7	7.4	7.8	4.3	5.6
IT 첨단산업	6.0	6.5	1.0	9.0	11.0	4.8	2.7	7.7	5.2	4.2	3.7	8.4	5.5	7.3	5.6
영화	7.5	4.5	3.0	9.0	8.0	1.6	8.1	7.7	4.8	4.2	4.3	7.4	8.7	3.0	-

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 미국에서의 한국에 대한 인식은 '문화 강국이다'가 72.5%(290명)로 가장 높고, 그 외 '경제적으로 선진국이다', '호감이 가는 나라이다' 순임
- 전반적으로 한국에 대한 인식은 한류태도 호감층에서 긍정적으로 나타나고 있는 가운데, 특히, 한국이 문화 강국이라는 인식은 10~30대, 기혼집단에서 상대적으로 높음
- 경제적으로 선진국이라는 인식은 20~30대, 기혼 남성을 중심으로 높게 나타남
- 호감이 가는 국가라는 인식은 20~40대, 기혼 남성층에서 높게 나타남

[그림 11-2. 한국에 대한 인식]



[표 11-2. 한국에 대한 인식]

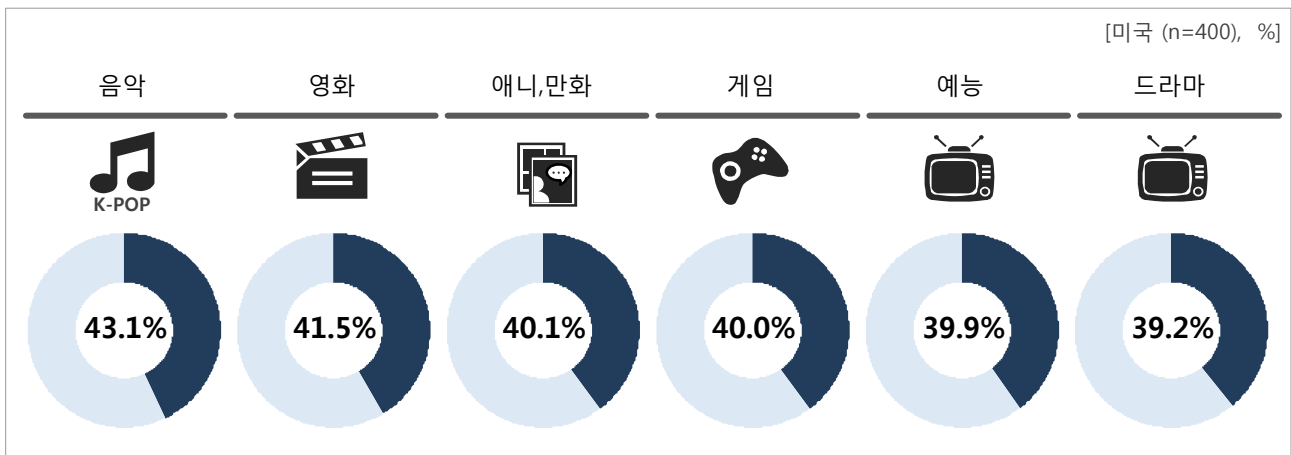
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸이하 (24)	고졸 (161)	대졸이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
경제적으로 선진국이다	<u>73.0</u>	64.5	59.0	<u>72.0</u>	<u>77.0</u>	65.1	70.3	<u>71.6</u>	66.7	54.2	62.1	<u>75.3</u>	<u>78.4</u>	57.9	50.0
호감이 가는 국가이다	<u>70.5</u>	63.5	55.0	<u>71.0</u>	<u>75.0</u>	<u>73.0</u>	56.8	<u>72.8</u>	62.8	58.3	61.5	<u>72.1</u>	<u>82.1</u>	49.4	44.4
우리에게 우호적인 국가이다	<u>68.5</u>	58.0	51.0	67.0	69.0	73.0	54.1	<u>68.6</u>	59.3	41.7	53.4	<u>73.0</u>	<u>77.1</u>	48.2	33.3
경쟁국이기보다는 협력국이다	<u>70.5</u>	53.5	45.0	73.0	71.0	60.3	56.8	65.1	59.7	29.2	57.8	<u>68.8</u>	<u>72.5</u>	50.0	44.4
부유한 나라이다	55.0	52.5	47.0	56.0	64.0	50.8	43.2	58.6	50.2	45.8	46.6	<u>60.0</u>	<u>63.3</u>	43.9	27.8
문화 강국이다	72.5	72.5	<u>72.5</u>	<u>72.5</u>	<u>72.5</u>	63.0	73.0	<u>89.0</u>	66.7	62.2	76.9	69.3	<u>84.4</u>	58.5	55.6

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 미국인의 한국 콘텐츠 소비 비중은 전반적으로 40%대로 높은 수준임
- 'K-POP'의 소비비중이 43.1%(172명)로 가장 높았으며, 그 외 '영화', '애니/만화' 순으로 높게 나타남
- 전반적으로 한류 호감층에서 한류 콘텐츠의 소비량이 높게 나타나고 있는 가운데, K-POP은 성별과 무관하게 20~30대 연령층에서 소비량이 상대적으로 높으며, 영화는 20~30대, 남성, 기혼층을 중심으로, 애니/만화와 게임은 10~30대 남성층을 중심으로 소비량이 높음

[그림 11-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 11-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

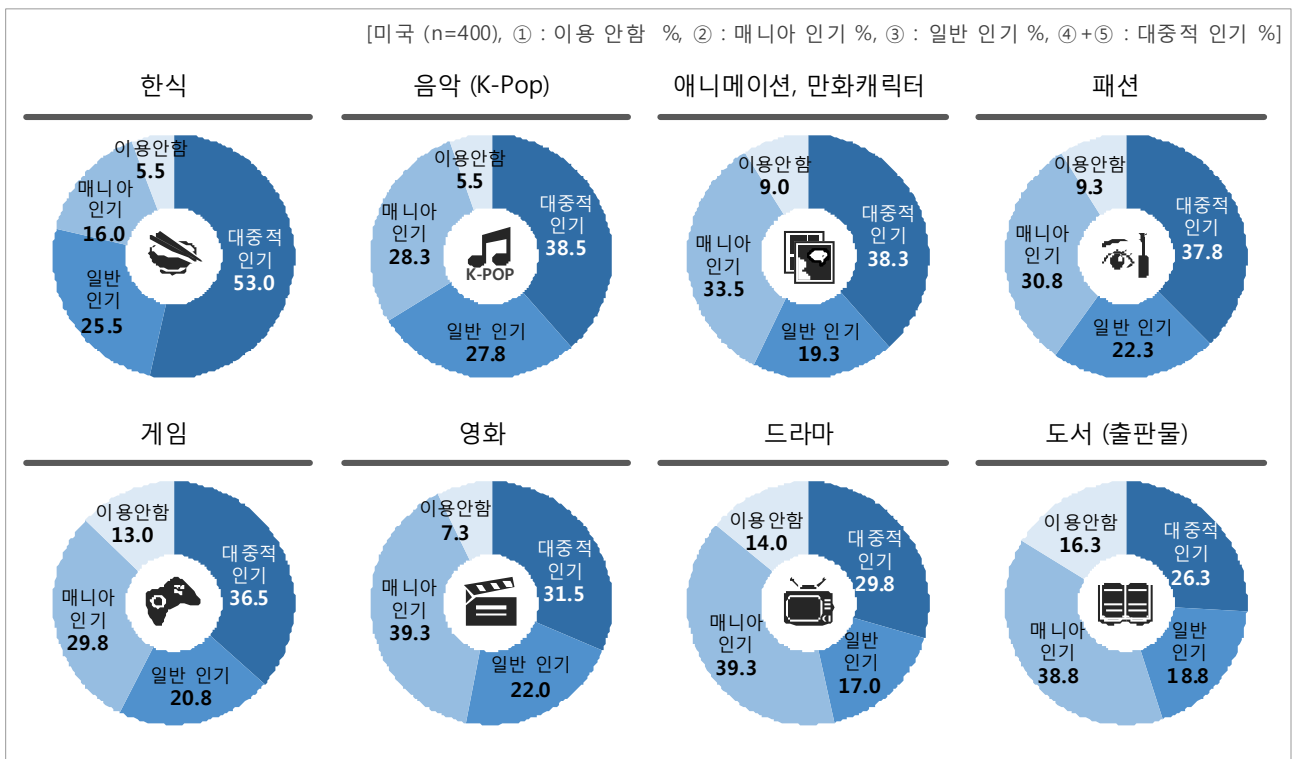
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
음악	42.3	43.9	44.0	<u>47.4</u>	<u>47.4</u>	38.0	26.1	43.6	42.7	42.1	44.6	42.1	<u>52.0</u>	32.2	34.4
영화	<u>42.9</u>	40.0	39.8	<u>44.6</u>	<u>45.0</u>	37.9	33.9	<u>44.2</u>	39.5	34.6	42.0	41.8	<u>49.6</u>	31.2	35.6
애니, 만화	<u>41.9</u>	38.2	<u>41.9</u>	<u>45.5</u>	<u>42.8</u>	32.6	25.5	41.3	39.1	35.8	41.3	39.6	<u>48.2</u>	29.5	37.8
게임	<u>43.7</u>	36.3	<u>40.6</u>	<u>45.7</u>	<u>42.3</u>	34.7	25.8	41.9	38.6	32.9	41.0	40.1	<u>46.4</u>	32.0	35.0
예능	<u>41.2</u>	38.6	38.7	<u>44.0</u>	<u>43.6</u>	34.8	30.1	41.6	38.6	33.8	40.2	40.3	<u>48.6</u>	28.8	34.4
드라마	<u>41.0</u>	37.3	36.1	<u>43.7</u>	<u>43.8</u>	36.3	27.4	<u>42.0</u>	37.0	26.3	37.4	41.9	<u>47.6</u>	29.1	28.3

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 미국은 '한식'의 대중적 인기가 53.0%(212명)로 가장 높았으며, 그 외 'K-POP', '애니/만화' 순으로 인기가 높음
- 한식은 30대, 기혼, 한류 호감층에서 대중적인 인기가 높음
- K-POP은 30대, 남성, 한류 호감층에서 대중적 인기가 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 11-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

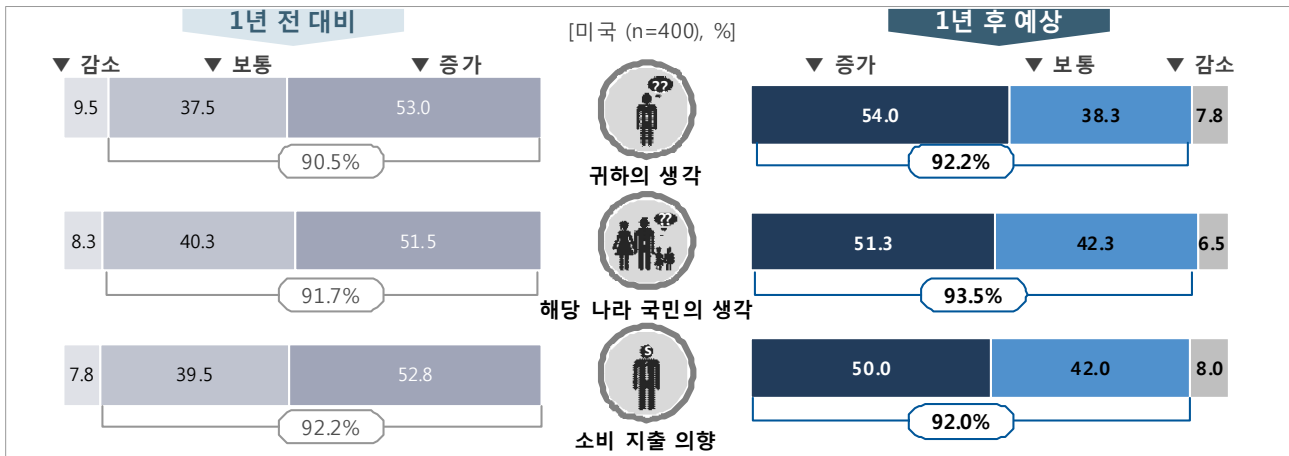
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
한국 음식	52.0	54.0	44.0	56.0	63.0	49.2	48.6	58.0	49.4	45.8	46.0	59.1	64.2	40.9	27.8
한국 음악(K-Pop)	41.5	35.5	34.0	40.0	46.0	34.9	32.4	40.2	37.2	37.5	32.9	42.8	49.1	25.6	27.8
한국 애니메이션	40.5	36.0	38.0	42.0	44.0	30.2	27.0	37.9	38.5	29.2	34.2	42.3	51.8	21.3	27.8
한국 패션, 뷰티	38.5	37.0	34.0	41.0	49.0	27.0	27.0	43.2	33.8	50.0	31.1	41.4	50.0	22.0	33.3
한국 게임	41.5	31.5	34.0	42.0	41.0	30.2	27.0	37.3	35.9	29.2	32.9	40.0	48.2	21.3	33.3
한국 영화	35.5	27.5	23.0	36.0	41.0	30.2	18.9	35.5	28.6	20.8	26.7	36.3	45.0	14.6	22.2
한국 드라마 및 방송	32.5	27.0	19.0	37.0	36.0	28.6	24.3	34.9	26.0	16.7	21.7	37.2	41.7	13.4	33.3
한국 도서(출판물)	28.0	24.5	20.0	34.0	32.0	23.8	10.8	29.6	23.8	25.0	20.5	30.7	37.6	11.6	22.2

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대해 어떻게 생각합니까?

- 1년 전 대비 현재의 한국문화상품에 대한 관심도는 본인 및 국민 모두 비슷하거나 증가했다는 의견이 90%대 이상이며, 소비지출의향 역시 증가했다는 의견이 대다수임
- 1년 후에도 본인 및 미국 국민의 관심도와 소비지출의향이 현재와 유사하거나 증가할 것이라는 예상이 90%대 이상으로 압도적으로 우세하여 한국문화상품에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 파악됨
- 특히, 남성, 한류 호감층에서 전반적으로 1년 전 대비, 그리고 향후 1년 후 관심도 및 소비지출의향이 증가할 것으로 인식하고 있음

[그림 11-5. 한국문화상품 관심도]



[표 11-5. 한국문화상품 관심도]

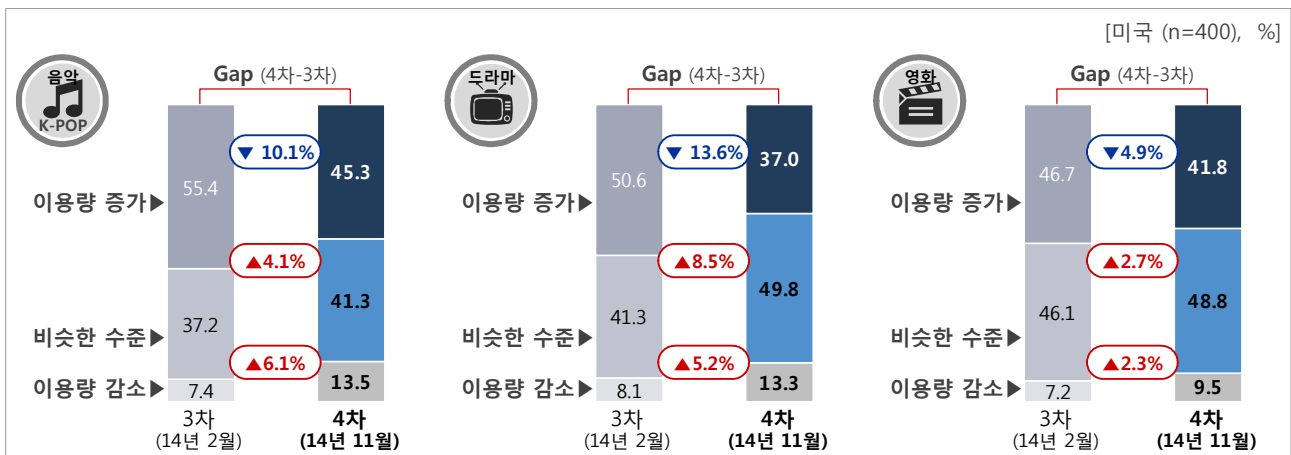
한국 문화 상품 관심도 %			귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
			감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑
성별	남성 (200)		10.0	32.0	58.0	7.5	35.0	57.5	8.5	34.5	57.0	7.0	36.5	56.5	7.5	34.5	58.0	9.5	34.5	56.0
	여성 (200)		9.0	43.0	48.0	8.0	41.5	50.5	8.0	46.0	46.0	6.0	48.0	46.0	8.0	44.5	47.5	6.5	49.5	44.0
연령	15~19세 (100)		18.0	37.0	45.0	16.0	41.0	43.0	16.0	37.0	47.0	9.0	42.0	49.0	13.0	38.0	49.0	14.0	45.0	41.0
	20대 (100)		8.0	33.0	59.0	5.0	35.0	60.0	6.0	40.0	54.0	5.0	41.0	54.0	4.0	36.0	60.0	6.0	39.0	55.0
	30대 (100)		6.0	36.0	58.0	3.0	35.0	62.0	3.0	39.0	58.0	4.0	37.0	59.0	5.0	38.0	57.0	2.0	39.0	59.0
	40대 (63)		3.2	46.0	50.8	4.8	44.4	50.8	4.8	46.0	49.2	6.3	46.0	47.6	7.9	46.0	46.0	7.9	44.4	47.6
결혼 여부	50대 (37)		10.8	40.5	48.6	10.8	37.8	51.4	13.5	43.2	43.2	10.8	54.1	35.1	10.8	45.9	43.2	13.5	45.9	40.5
	기혼 (169)		8.3	33.7	58.0	6.5	32.5	60.9	7.7	35.5	56.8	7.7	36.7	55.6	7.7	36.7	55.6	6.5	36.7	56.8
학력	미혼 (231)		10.4	40.3	49.4	8.7	42.4	48.9	8.7	43.7	47.6	5.6	46.3	48.1	7.8	41.6	50.6	9.1	45.9	45.0
	중졸이하 (24)		20.8	37.5	41.7	20.8	20.8	58.3	12.5	45.8	41.7	12.5	45.8	41.7	20.8	37.5	41.7	16.7	33.3	50.0
한류 태도	고졸 (161)		10.6	43.5	46.0	9.3	48.4	42.2	6.8	49.1	44.1	7.5	52.2	40.4	8.1	47.8	44.1	11.8	51.6	36.6
	대졸이상 (215)		7.4	33.0	59.5	5.1	32.6	62.3	8.8	33.0	58.1	5.1	34.4	60.5	6.0	33.5	60.5	4.2	35.8	60.0
한류 호감도	호감 (218)		5.5	21.6	72.9	3.7	22.5	73.9	3.2	24.8	72.0	3.2	26.6	70.2	3.2	26.6	70.2	4.1	26.6	69.3
	보통 (164)		12.2	60.4	27.4	11.6	59.1	29.3	11.6	63.4	25.0	9.1	63.4	27.4	11.0	59.1	29.9	9.8	64.0	26.2
비호감	비호감 (18)		33.3	22.2	44.4	22.2	38.9	38.9	38.9	16.7	44.4	22.2	38.9	38.9	33.3	16.7	50.0	38.9	27.8	33.3

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

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

- 한국콘텐츠의 이용량이 전년과 유사/증가했다는 비율은 영화가 90.5%(362명), 드라마가 86.7%(347명), K-POP이 86.5%(36명)로 나타났으며, 이는 지난 조사 대비 소폭 감소한 수치임
- 영화와 드라마는 20~30대 남성, 기혼층, 한류 호감층에서 이용량 증가를 높게 인식함
- K-POP은 10~30대 남성, 한류 호감층을 중심으로 이용량 증가를 높게 인식함

[그림 11-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 11-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

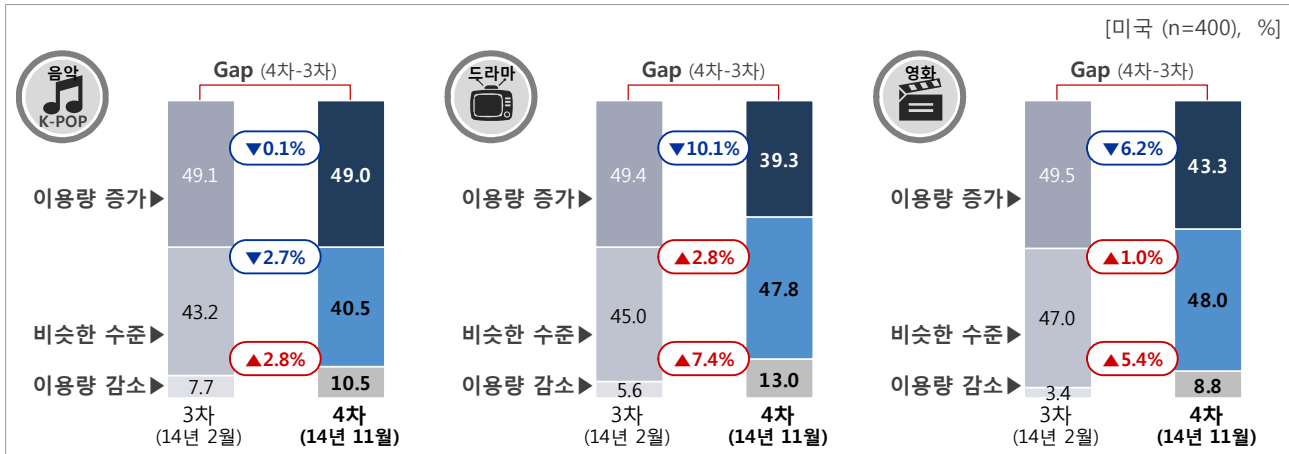
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %		음악						드라마						영화					
		3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	6.4	34.9	58.7	13.5	39.5	47.0	9.3	39.3	51.3	13.0	44.0	43.0	8.2	40.3	51.6	9.0	42.5	48.5
	여성 (200)	8.3	39.4	52.2	13.5	43.0	43.5	7.1	42.9	50.0	13.5	55.5	31.0	6.2	51.9	42.0	10.0	55.0	35.0
연령	15~19세 (100)	16.8	27.4	55.8	19.0	35.0	46.0	12.1	34.8	53.0	27.0	46.0	27.0	13.3	46.7	40.0	17.0	47.0	36.0
	20대 (100)	2.1	35.8	62.1	11.0	38.0	51.0	7.1	38.1	54.8	9.0	49.0	42.0	3.4	48.3	48.3	6.0	49.0	45.0
	30대 (100)	4.4	38.5	57.1	11.0	41.0	48.0	5.5	44.0	50.5	6.0	45.0	49.0	5.4	40.9	53.8	6.0	40.0	54.0
	40대 (63)	5.9	47.1	47.1	9.5	52.4	38.1	5.8	44.2	50.0	7.9	57.1	34.9	7.4	50.0	42.6	9.5	57.1	33.3
	50대 (37)	5.0	60.0	35.0	18.9	48.6	32.4	14.8	51.9	33.3	16.2	62.2	21.6	12.0	48.0	40.0	8.1	62.2	29.7
결혼여부	기혼 (169)	2.1	37.5	60.4	11.2	40.8	47.9	4.9	37.5	57.6	7.1	48.5	44.4	4.3	41.8	53.9	5.3	45.6	49.1
	미혼 (231)	11.1	37.0	51.9	15.2	41.6	43.3	10.8	44.3	44.9	17.7	50.6	31.6	9.4	49.4	41.1	12.6	51.1	36.4
학력	중졸이하 (24)	17.9	28.6	53.6	25.0	20.8	54.2	-	40.0	60.0	33.3	41.7	25.0	12.5	50.0	37.5	25.0	41.7	33.3
	고졸 (161)	9.5	36.2	54.3	14.3	47.2	38.5	17.2	34.5	48.3	14.9	56.5	28.6	12.6	48.3	39.1	9.3	57.1	33.5
	대졸이상 (215)	5.0	38.8	56.2	11.6	39.1	49.3	5.2	44.1	50.7	9.8	45.6	44.7	4.6	45.0	50.5	7.9	43.3	48.8
한류태도	호감 (218)	4.8	31.1	64.0	7.8	29.8	62.4	6.0	33.8	60.2	9.6	35.8	54.6	5.1	39.1	55.8	6.9	36.2	56.9
	보통 (164)	12.3	48.2	39.5	17.1	59.1	23.8	13.4	57.7	28.9	16.5	67.7	15.9	11.3	61.9	26.8	11.0	66.5	22.6
	비호감 (18)	10.0	50.0	40.0	50.0	16.7	33.3	-	42.9	57.1	27.8	55.6	16.7	11.1	44.4	44.4	27.8	38.9	33.3

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

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

- 향후 한국문화 이용량이 증가하거나 비슷한 수준으로 유지될 것으로 예상하는 비중은 'K-POP', '드라마', '영화' 모두 90%대 내외로 높게 나타남
- K-POP은 10~20대 남성, 한류 호감층에서 향후 이용량 증가를 높게 예상하고 있으며, 드라마는 20~40대 남성, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 향후 이용량에 대해 긍정적인 영화는 20~30대 남성, 기혼, 한류 호감층에서 향후 이용량 증가를 상대적으로 높게 예상함

[그림 11-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 11-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %			음악			드라마			영화		
			3차 조사			4차 조사			3차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		8.7	41.3	50.0	11.0	37.0	52.0	6.0	38.7	55.3
	여성 (200)		6.7	45.0	48.3	10.0	44.0	46.0	5.3	50.6	44.1
연령	15~19세 (100)		18.9	40.0	41.1	21.0	33.0	46.0	10.6	43.9	45.5
	20대 (100)		3.2	46.3	50.5	6.0	36.0	58.0	4.8	42.9	52.4
	30대 (100)		2.2	44.0	53.8	6.0	40.0	54.0	3.3	47.3	49.5
	40대 (63)		3.9	47.1	49.0	6.3	50.8	42.9	5.8	42.3	51.9
	50대 (37)		10.0	30.0	60.0	13.5	56.8	29.7	3.7	51.9	44.4
결혼 여부	기혼 (169)		2.1	42.4	55.6	7.1	42.0	50.9	4.2	41.0	54.9
	미혼 (231)		11.5	43.8	44.7	13.0	39.4	47.6	6.8	48.3	44.9
학력	중졸이하 (24)		25.0	42.9	32.1	16.7	16.7	66.7	10.0	55.0	35.0
	고졸 (161)		12.4	41.9	45.7	14.9	44.7	40.4	9.2	37.9	52.9
	대졸이상 (215)		3.2	43.8	53.0	6.5	40.0	53.5	3.8	46.9	49.3
한류 태도	호감 (218)		4.8	37.3	57.9	6.0	27.1	67.0	3.7	38.4	57.9
	보통 (164)		13.2	52.6	34.2	14.6	59.1	26.2	10.3	58.8	30.9
	비호감 (18)		10.0	70.0	20.0	27.8	33.3	38.9	-	57.1	42.9

제11장 국가별 결과 분석 : 미국

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

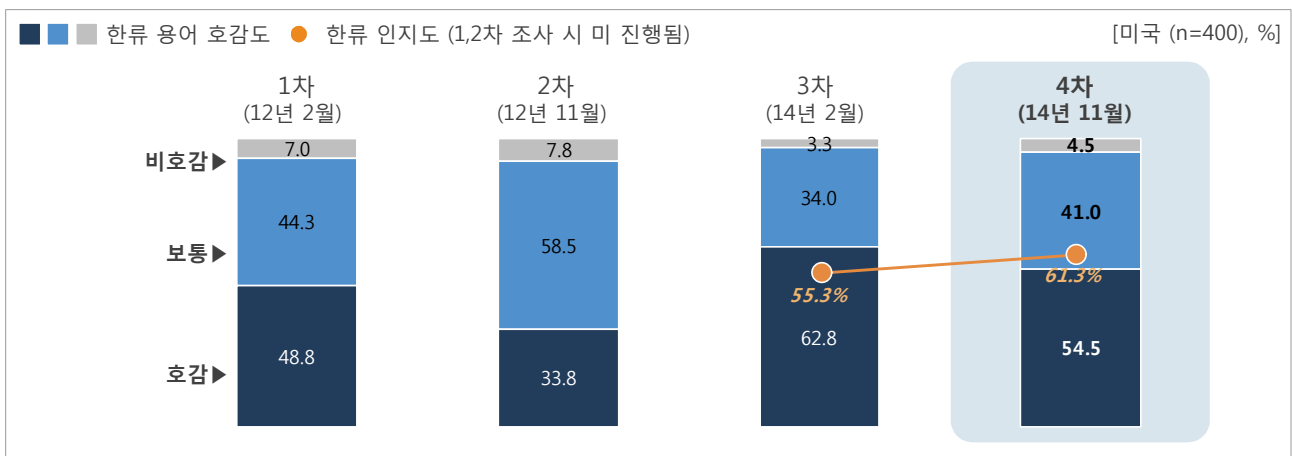
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류 용어 인지도는 61.3%(245명)로 지난 조사 대비 상승함
- 한류 용어의 호감도는 54.5%(218명)로 지난 3차 조사 대비 다소 하락하였으며, 비호감률이 4.5%(18명)로 지난 조사 대비 소폭 상승하여 이에 대한 유의가 필요할 것으로 보임
- 한류 인지도는 20대 이상 연령층, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 11-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

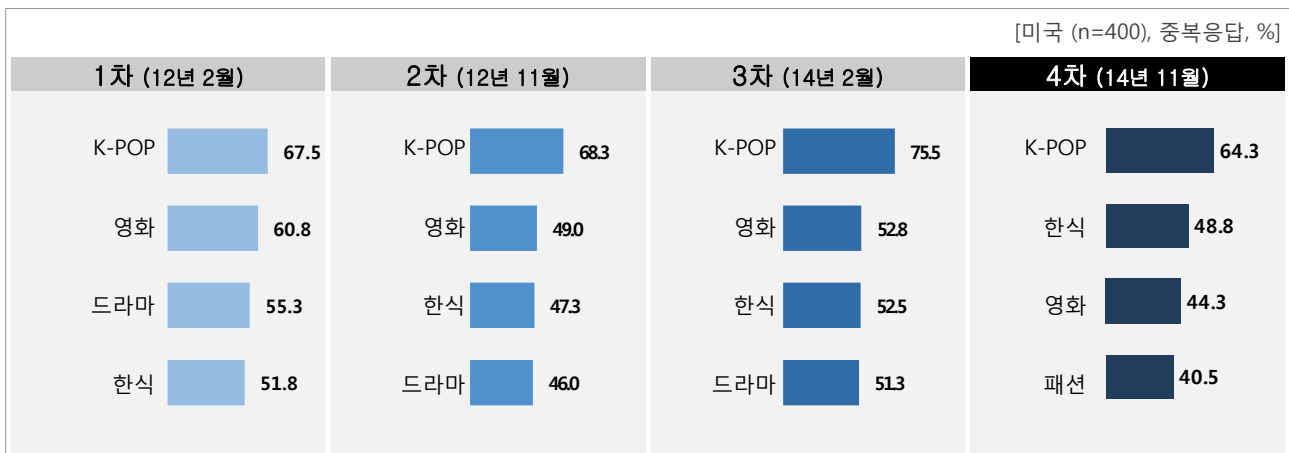
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
한류 인지도	<u>64.5</u>	58.0	46.0	69.0	69.0	60.3	62.2	<u>72.2</u>	53.2	41.7	55.9	<u>67.4</u>	<u>73.9</u>	45.7	50.0
한류 호감도 - 호감	55.0	54.0	50.0	63.0	64.0	44.4	35.1	59.2	51.1	62.5	46.6	59.5	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	40.0	42.0	43.0	34.0	33.0	<u>52.4</u>	56.8	35.5	<u>45.0</u>	29.2	<u>48.4</u>	36.7	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	5.0	4.0	7.0	3.0	3.0	3.2	8.1	5.3	3.9	8.3	5.0	3.7	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 64.3%(257명)로 가장 높게 나타났으며, 그 외 '한식', '영화', '패션'의 순임
- 전반적으로 한류 호감층을 중심으로 한류 대표 콘텐츠를 높게 인식하고 있는 가운데, K-POP은 20대, 미혼집단에서 대표 콘텐츠로 높게 인식됨
- 한식은 30대 기혼집단, 영화는 30대 연령층을 중심으로 대표 콘텐츠로 인식하는 경향이 강함

[그림 11-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 11-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
K-POP	65.0	63.5	61.0	<u>71.0</u>	61.0	66.7	59.5	60.4	<u>67.1</u>	66.7	60.9	66.5	<u>69.7</u>	58.5	50.0
한식	50.5	47.0	44.0	47.0	<u>59.0</u>	47.6	40.5	<u>51.5</u>	46.8	41.7	49.7	48.8	<u>55.5</u>	41.5	33.3
영화	45.5	43.0	39.0	42.0	<u>54.0</u>	34.9	54.1	43.8	44.6	33.3	41.6	47.4	<u>51.4</u>	36.0	33.3
패션	32.0	49.0	<u>50.0</u>	36.0	<u>51.0</u>	30.2	16.2	35.5	44.2	50.0	44.1	36.7	<u>45.4</u>	34.8	33.3

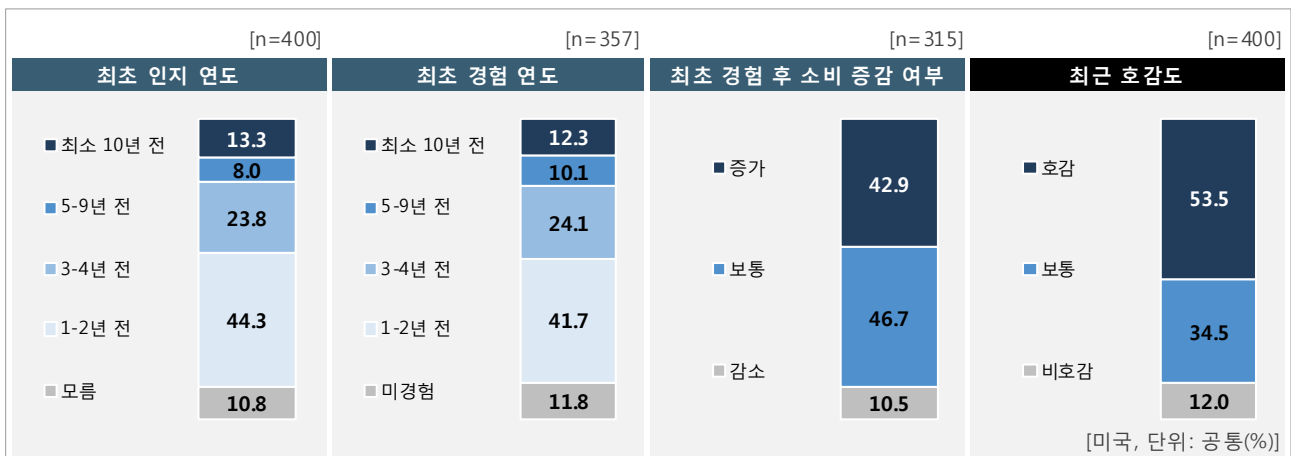
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 한국 드라마의 인지도와 경험률은 약 90%대 수준으로 나타났으며, 최소 10년 전부터 한국 드라마를 경험한 비율은 12.3%(44명)임
- 최초 경험 이후, 소비 증가율은 42.9%(135명)이며 최근 호감도는 53.5%(214명)임
- 남성, 한류 호감층의 경우, 타 집단 대비 상대적으로 한국 TV 드라마를 10년 전에 경험한 비율이 높게 나타남

[그림 11-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 11-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

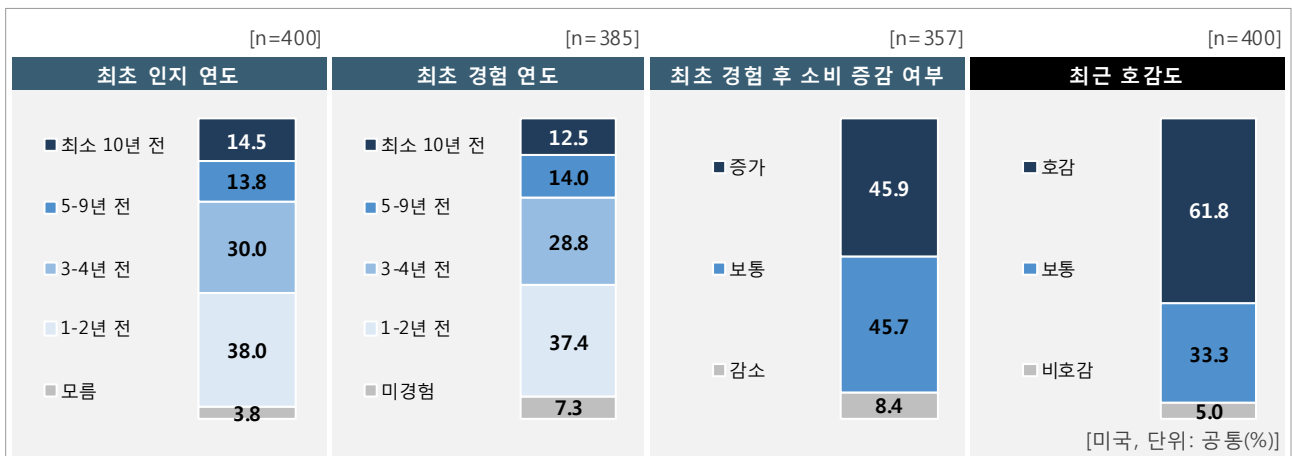
%		1					2					3			4		
		최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	9.0	45.5	21.5	7.0	17.0	10.4	43.4	18.1	11.0	17.0	11.0	41.1	47.9	12.0	30.0	58.0
	여성 (200)	12.5	43.0	26.0	9.0	9.5	13.1	40.0	30.3	9.1	7.4	9.9	52.6	37.5	12.0	39.0	49.0
연령	15~19세 (100)	9.0	49.0	30.0	6.0	6.0	17.6	36.3	29.7	8.8	7.7	18.7	52.0	29.3	22.0	39.0	39.0
	20대 (100)	9.0	43.0	25.0	10.0	13.0	4.4	50.5	19.8	15.4	9.9	11.5	44.8	43.7	5.0	32.0	63.0
	30대 (100)	8.0	41.0	19.0	11.0	21.0	9.8	38.0	20.7	14.1	17.4	4.8	39.8	55.4	11.0	25.0	64.0
	40대 (63)	15.9	44.4	17.5	6.3	15.9	11.3	37.7	30.2	1.9	18.9	6.4	44.7	48.9	7.9	41.3	50.8
	50대 (37)	18.9	43.2	27.0	2.7	8.1	23.3	50.0	20.0	-	6.7	8.7	65.2	26.1	13.5	43.2	43.2
결혼 여부	기혼 (169)	11.2	41.4	18.9	9.5	18.9	10.7	40.7	20.7	10.7	17.3	5.2	39.6	55.2	10.7	30.8	58.6
	미혼 (231)	10.4	46.3	27.3	6.9	9.1	12.6	42.5	26.6	9.7	8.7	14.4	51.9	33.7	13.0	37.2	49.8
학력	중졸이하 (24)	16.7	58.3	12.5	-	12.5	25.0	40.0	30.0	-	5.0	26.7	40.0	33.3	25.0	41.7	33.3
	고졸 (161)	11.8	48.4	26.7	6.2	6.8	14.1	47.9	23.9	7.0	7.0	12.3	54.9	32.8	13.0	37.9	49.1
	대졸이상 (215)	9.3	39.5	22.8	10.2	18.1	8.7	37.4	23.6	13.3	16.9	7.9	41.6	50.6	9.8	31.2	59.1
한류 태도	호감 (218)	5.0	43.1	23.9	9.6	18.3	7.7	39.1	23.2	12.1	17.9	6.8	34.6	58.6	5.5	21.1	73.4
	보통 (164)	17.7	44.5	25.6	6.7	5.5	17.0	45.9	25.2	7.4	4.4	14.3	68.8	17.0	16.5	53.0	30.5
	비호감 (18)	16.7	55.6	5.6	-	22.2	20.0	40.0	26.7	6.7	6.7	33.3	33.3	33.3	50.0	27.8	22.2

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화의 인지도는 96.2%(385명)이며, 경험률 또한 92.7%(357명)로 높음
 - 최소 10년 전부터 인지/경험한 비율은 약 10~15% 수준으로 높은 편임
 - 한국 영화 경험 후 45.9%(164명)가 소비가 증가했고, 최근 호감도는 61.8%(247명)로 높게 나타남
- 특히, 30대 남성, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-11. 한국 영화]



[표 11-11. 한국 영화]

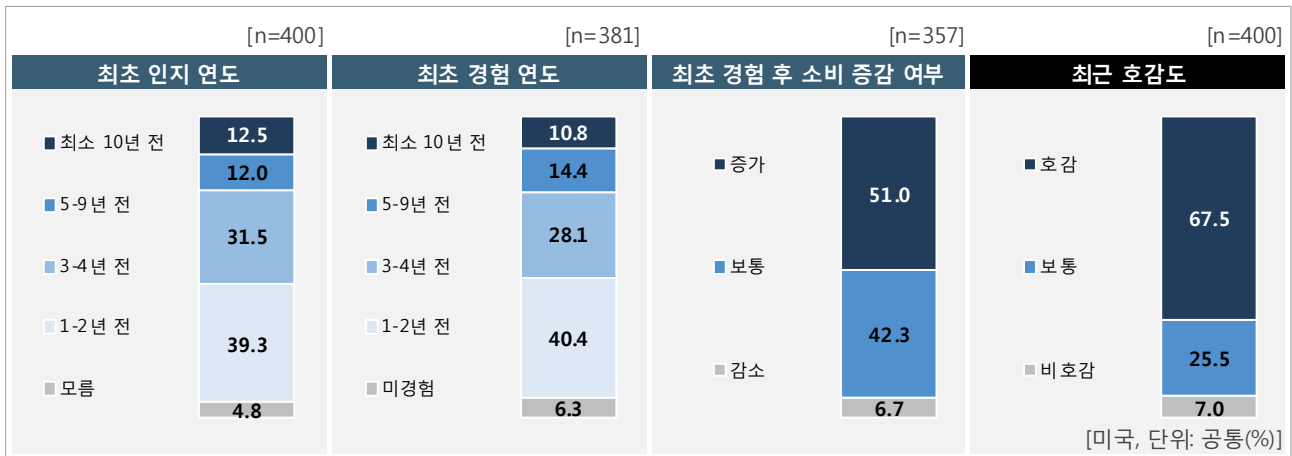
%			1					2					3			4		
			초차 인지도					초차 경험 연도					초차 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	3.5	38.0	26.0	15.5	<u>17.0</u>	6.7	36.3	24.9	15.5	<u>16.6</u>	7.8	39.4	<u>52.8</u>	4.5	33.5	62.0
	여성	(200)	4.0	38.0	34.0	12.0	12.0	7.8	38.5	32.8	12.5	8.3	9.0	52.0	39.0	5.5	33.0	61.5
연령	15~19세	(100)	6.0	44.0	32.0	12.0	6.0	11.7	38.3	33.0	10.6	6.4	12.0	50.6	37.3	11.0	44.0	45.0
	20대	(100)	5.0	40.0	27.0	17.0	11.0	6.3	37.9	28.4	18.9	8.4	6.7	44.9	48.3	3.0	37.0	60.0
	30대	(100)	-	31.0	35.0	17.0	17.0	5.0	34.0	30.0	15.0	16.0	8.4	35.8	<u>55.8</u>	2.0	20.0	<u>78.0</u>
	40대	(63)	6.3	31.7	28.6	9.5	23.8	6.8	37.3	25.4	8.5	22.0	7.3	45.5	47.3	3.2	34.9	61.9
	50대	(37)	-	45.9	21.6	8.1	24.3	5.4	43.2	21.6	16.2	13.5	5.7	62.9	31.4	5.4	27.0	67.6
결혼 여부	기혼	(169)	2.4	34.9	28.4	14.2	<u>20.1</u>	5.5	37.6	23.0	16.4	<u>17.6</u>	5.8	35.9	<u>58.3</u>	4.1	24.9	<u>71.0</u>
	미혼	(231)	4.8	40.3	31.2	13.4	10.4	8.6	37.3	33.2	12.3	8.6	10.4	53.2	36.3	5.6	39.4	55.0
학력	중졸이하	(24)	16.7	50.0	25.0	-	8.3	15.0	35.0	30.0	10.0	10.0	11.8	41.2	47.1	12.5	37.5	50.0
	고졸	(161)	4.3	43.5	31.7	10.6	9.9	9.1	42.9	31.8	9.1	7.1	10.7	55.7	33.6	5.6	39.1	55.3
	대졸이상	(215)	1.9	32.6	29.3	17.7	18.6	5.2	33.6	26.5	18.0	16.6	6.5	39.0	54.5	3.7	28.4	67.9
한류 태도	호감	(218)	1.8	33.0	30.7	15.1	19.3	4.7	32.7	30.4	15.0	17.3	5.4	31.9	<u>62.7</u>	2.8	16.5	<u>80.7</u>
	보통	(164)	6.1	43.9	29.3	12.2	8.5	9.7	42.9	27.9	13.0	6.5	10.8	64.7	24.5	5.5	56.1	38.4
	비호감	(18)	5.6	44.4	27.8	11.1	11.1	17.6	47.1	17.6	11.8	5.9	28.6	57.1	14.3	27.8	27.8	44.4

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- 미국의 K-POP 인지율은 95.8%(383명)이며, 그 중 12.5%(50명)는 10년 전부터 인지함
 - K-POP 경험률은 93.7%(357명)이며, 그 중 최소 10년 전 경험률은 10.8%(41명)임
 - 최초 경험 후 51.0%(182명)가 소비가 증가한 것으로 파악되며, 최근 호감도는 67.5%(270명)로 높은 수준임
- 특히, 20~30대 남성, 미혼, 한류 호감층을 중심으로 K-POP 최초 경험 후 소비 증가가 높게 나타남

[그림 11-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 11-12. 한국 음악(K-POP)]

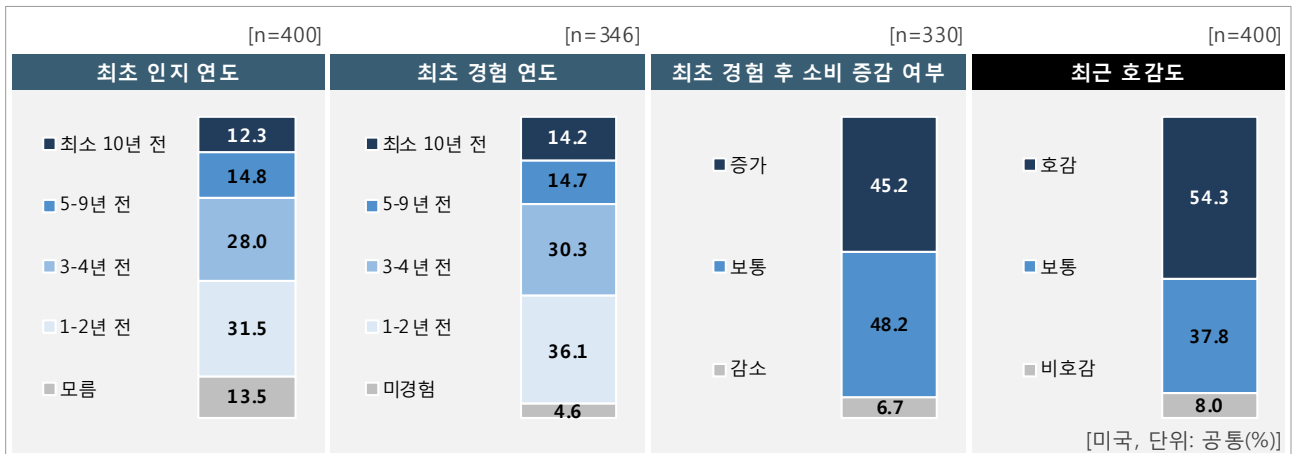
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.0	38.0	29.0	12.0	17.0	5.2	39.1	24.0	16.7	15.1	5.5	40.1	54.4	9.0	23.5	67.5
	여성	(200)	5.5	40.5	34.0	12.0	8.0	7.4	41.8	32.3	12.2	6.3	8.0	44.6	47.4	5.0	27.5	67.5
연령	15~19세	(100)	2.0	41.0	39.0	9.0	9.0	7.1	37.8	33.7	12.2	9.2	6.6	52.7	40.7	9.0	27.0	64.0
	20대	(100)	1.0	42.0	28.0	16.0	13.0	5.1	40.4	26.3	20.2	8.1	8.5	33.0	58.5	3.0	24.0	73.0
	30대	(100)	2.0	33.0	35.0	14.0	16.0	4.1	35.7	30.6	16.3	13.3	7.4	30.9	61.7	5.0	19.0	76.0
	40대	(63)	14.3	34.9	25.4	11.1	14.3	5.6	40.7	25.9	11.1	16.7	2.0	52.9	45.1	4.8	27.0	68.3
	50대	(37)	13.5	51.4	21.6	5.4	8.1	15.6	62.5	12.5	3.1	6.3	7.4	59.3	33.3	21.6	40.5	37.8
결혼여부	미혼	(169)	6.5	38.5	26.0	13.6	15.4	5.7	43.7	21.5	18.4	10.8	7.4	34.2	58.4	6.5	26.0	67.5
	기혼	(231)	3.5	39.8	35.5	10.8	10.4	6.7	38.1	32.7	11.7	10.8	6.3	48.1	45.7	7.4	25.1	67.5
학력	중졸이하	(24)	-	50.0	29.2	16.7	4.2	-	45.8	33.3	12.5	8.3	12.5	58.3	29.2	8.3	20.8	70.8
	고졸	(161)	5.6	42.2	35.4	8.1	8.7	9.2	45.4	28.9	11.2	5.3	5.8	50.7	43.5	6.2	28.6	65.2
	대졸이상	(215)	4.7	35.8	28.8	14.4	16.3	4.9	36.1	26.8	17.1	15.1	6.7	34.4	59.0	7.4	23.7	68.8
한류태도	호감	(218)	2.3	34.4	29.8	14.7	18.8	6.1	31.9	28.2	17.8	16.0	6.0	26.0	68.0	3.7	13.8	82.6
	보통	(164)	6.7	46.3	32.9	9.8	4.3	7.2	52.3	27.5	10.5	2.6	6.3	65.5	28.2	9.1	42.1	48.8
	비호감	(18)	16.7	33.3	38.9	-	11.1	-	40.0	33.3	6.7	20.0	20.0	40.0	40.0	27.8	16.7	55.6

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션의 인지도는 86.5%(346명)이며 경험률은 95.4%(330명)임
상대적으로 40~50대 연령층을 중심으로 애니메이션의 인지도가 낮게 나타남
- 경험 후 소비 증가율은 45.2%(149명)이며, 호감도는 54.3%(217명)로 높은 수준임
- 특히, 남성, 30대, 한류 호감층을 중심으로 소비 증가율과 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 11-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

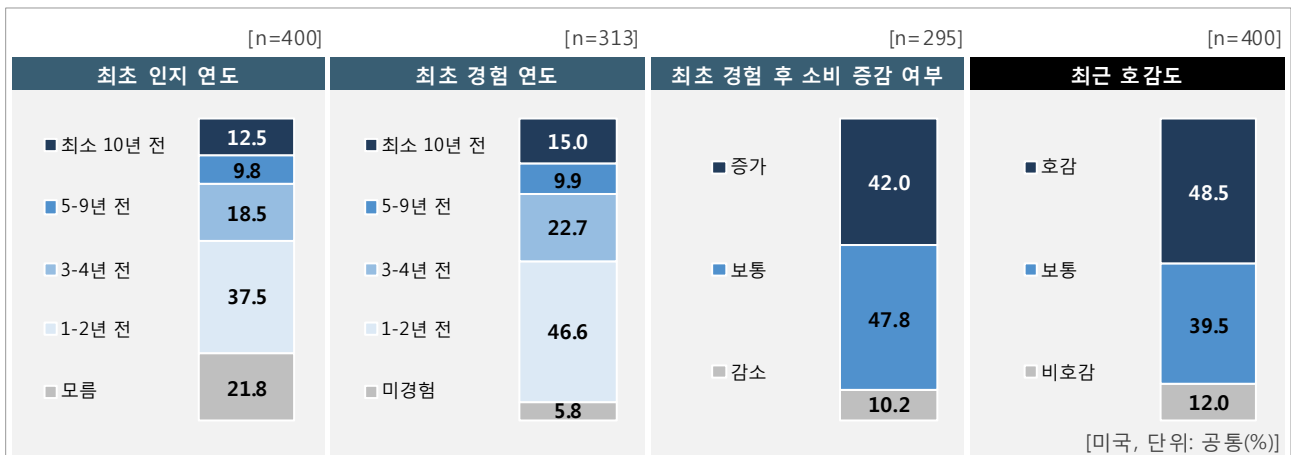
% 성별 연령 결혼 여부 학력 한류 태도			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	14.0	31.0	23.5	14.5	<u>17.0</u>	4.7	35.5	25.6	14.5	<u>19.8</u>	6.1	41.5	<u>52.4</u>	8.5	35.0	56.5
	여성	(200)	13.0	32.0	32.5	15.0	7.5	4.6	36.8	<u>35.1</u>	14.9	8.6	7.2	<u>54.8</u>	38.0	7.5	<u>40.5</u>	52.0
연령	15~19세	(100)	12.0	29.0	34.0	17.0	8.0	6.8	34.1	33.0	14.8	11.4	7.3	47.6	45.1	12.0	36.0	52.0
	20대	(100)	8.0	36.0	28.0	17.0	11.0	3.3	37.0	30.4	20.7	8.7	6.7	47.2	46.1	4.0	37.0	59.0
	30대	(100)	11.0	26.0	33.0	16.0	14.0	5.6	27.0	36.0	13.5	18.0	4.8	39.3	<u>56.0</u>	6.0	27.0	<u>67.0</u>
	40대	(63)	<u>23.8</u>	31.7	15.9	9.5	19.0	2.1	39.6	22.9	10.4	25.0	6.4	55.3	38.3	9.5	47.6	42.9
	50대	(37)	21.6	40.5	18.9	8.1	10.8	3.4	62.1	17.2	6.9	10.3	10.7	67.9	21.4	10.8	56.8	32.4
결혼 여부	미혼	(169)	12.4	31.4	27.2	14.2	14.8	2.7	37.2	30.4	13.5	16.2	8.3	43.8	47.9	7.1	37.9	55.0
	기혼	(231)	14.3	31.6	28.6	15.2	10.4	6.1	35.4	30.3	15.7	12.6	5.4	51.6	43.0	8.7	37.7	53.7
학력	중졸이하	(24)	<u>25.0</u>	29.2	29.2	12.5	4.2	5.6	44.4	27.8	11.1	11.1	5.9	29.4	<u>64.7</u>	<u>20.8</u>	20.8	58.3
	고졸	(161)	14.3	32.3	30.4	14.3	8.7	8.0	39.1	31.9	11.6	9.4	7.1	<u>55.9</u>	37.0	8.1	40.4	51.6
	대졸이상	(215)	11.6	31.2	26.0	15.3	15.8	2.1	33.2	29.5	17.4	17.9	6.5	44.6	48.9	6.5	37.7	55.8
한류 태도	호감	(218)	7.3	28.4	30.7	17.0	16.5	4.5	29.7	<u>32.2</u>	14.9	18.8	3.1	38.9	<u>58.0</u>	3.7	23.4	<u>72.9</u>
	보통	(164)	20.7	34.8	25.6	12.8	6.1	4.6	45.4	28.5	14.6	6.9	9.7	<u>64.5</u>	25.8	10.4	<u>59.1</u>	30.5
	비호감	(18)	22.2	38.9	16.7	5.6	16.7	7.1	42.9	21.4	14.3	14.3	<u>30.8</u>	30.8	38.5	<u>38.9</u>	16.7	44.4

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 78.2%(313명)이며, 그 중 12.5%(50명)가 10년 전부터 한국 게임을 인지함
 - 경험률은 94.2%(295명)이며, 최소 10년 전부터 경험한 비율은 15.0%(47명)임
 - 최초 경험 후 42.0%(124명)가 소비가 증가했다고 응답하였으며, 최근 호감도는 48.5%(194명)로 나타남
- 특히, 30대 남성, 기혼, 한류 호감증을 중심으로 경험 후 소비증가 및 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 11-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

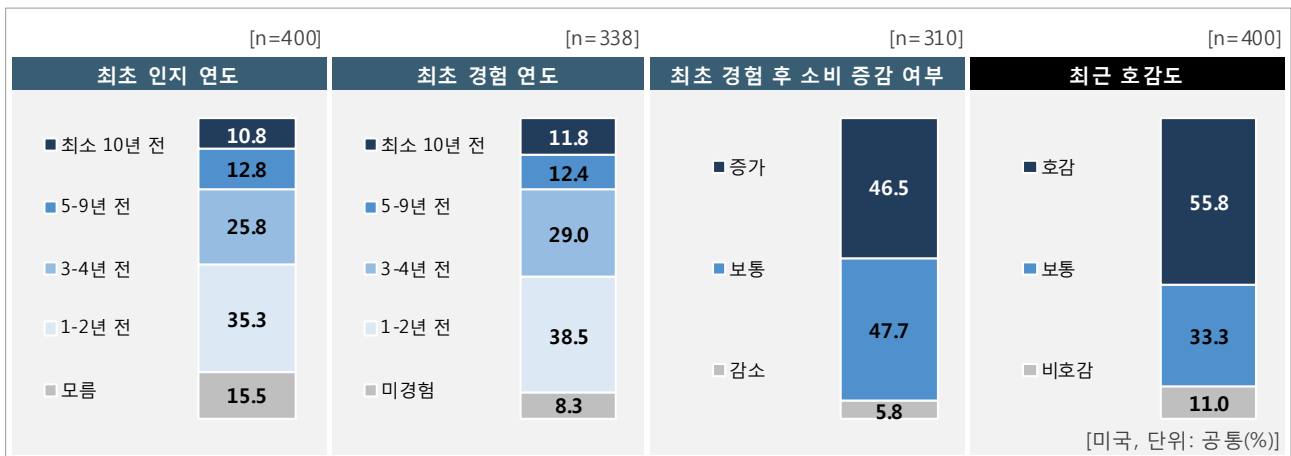
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		16.0	33.5	17.0	<u>16.5</u>	<u>17.0</u>	4.8	40.5	21.4	<u>14.3</u>	19.0	11.9	41.9	<u>46.3</u>	12.5	31.5	<u>56.0</u>
	여성 (200)		<u>27.5</u>	41.5	20.0	3.0	8.0	6.9	53.8	24.1	4.8	10.3	8.1	<u>54.8</u>	37.0	11.5	<u>47.5</u>	41.0
연령	15~19세 (100)		21.0	43.0	18.0	11.0	7.0	7.6	49.4	24.1	11.4	7.6	12.3	57.5	30.1	20.0	36.0	44.0
	20대 (100)		15.0	38.0	25.0	8.0	14.0	3.5	44.7	25.9	10.6	15.3	15.9	37.8	46.3	8.0	42.0	50.0
	30대 (100)		18.0	31.0	17.0	16.0	18.0	3.7	43.9	20.7	11.0	20.7	6.3	44.3	<u>49.4</u>	7.0	34.0	<u>59.0</u>
	40대 (63)		<u>34.9</u>	28.6	17.5	6.3	12.7	2.4	41.5	24.4	9.8	22.0	5.0	47.5	47.5	11.1	44.4	44.4
	50대 (37)		29.7	54.1	8.1	-	8.1	19.2	<u>61.5</u>	11.5	-	7.7	4.8	<u>66.7</u>	28.6	16.2	48.6	35.1
결혼 여부	기혼 (169)		20.1	33.1	19.5	10.1	17.2	5.2	43.0	21.5	11.1	19.3	7.0	42.2	<u>50.8</u>	8.3	35.5	<u>56.2</u>
	미혼 (231)		22.9	40.7	17.7	9.5	9.1	6.2	49.4	23.6	9.0	11.8	12.6	<u>52.1</u>	35.3	<u>14.7</u>	42.4	42.9
학력	중졸이하 (24)		<u>41.7</u>	37.5	12.5	4.2	4.2	7.1	<u>64.3</u>	14.3	14.3	-	<u>30.8</u>	46.2	23.1	<u>25.0</u>	<u>50.0</u>	25.0
	고졸 (161)		22.4	<u>43.5</u>	18.6	7.5	8.1	8.8	54.4	19.2	6.4	11.2	10.5	<u>55.3</u>	34.2	12.4	41.0	46.6
	대졸이상 (215)		19.1	33.0	19.1	12.1	<u>16.7</u>	3.4	39.7	25.9	12.1	19.0	8.3	42.9	<u>48.8</u>	10.2	37.2	52.6
한류 태도	호감 (218)		16.1	36.7	17.4	11.0	<u>18.8</u>	4.4	42.1	20.8	11.5	<u>21.3</u>	5.7	38.3	<u>56.0</u>	5.5	30.3	<u>64.2</u>
	보통 (164)		27.4	39.6	20.7	7.9	4.3	7.6	53.8	26.1	6.7	5.9	<u>16.4</u>	<u>62.7</u>	20.9	<u>15.9</u>	<u>54.3</u>	29.9
	비호감 (18)		38.9	27.8	11.1	11.1	11.1	9.1	45.5	18.2	18.2	9.1	20.0	50.0	30.0	55.6	16.7	27.8

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션은 84.5%(338명)의 인지도를 보이며, 최소 10년 전부터 인지한 비중은 10.8%(43명)임
- 경험률은 81.7%(276명)며, 10년 전부터 경험한 비중은 11.8%(40명)로 확인 됨
- 경험 후 소비 증가율은 46.5%(144명)로 과반수에 가까운 인원이 한국 패션, 뷰티 경험 후 소비가 증가했다고 응답하였음
- 최근 호감도는 55.8%(223명)로 나타났으며, 특히 30대 여성, 기혼층에서 타 집단 대비 상대적으로 호감도가 높은 것으로 조사됨

[그림 11-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 11-15. 한국 패션, 뷰티]

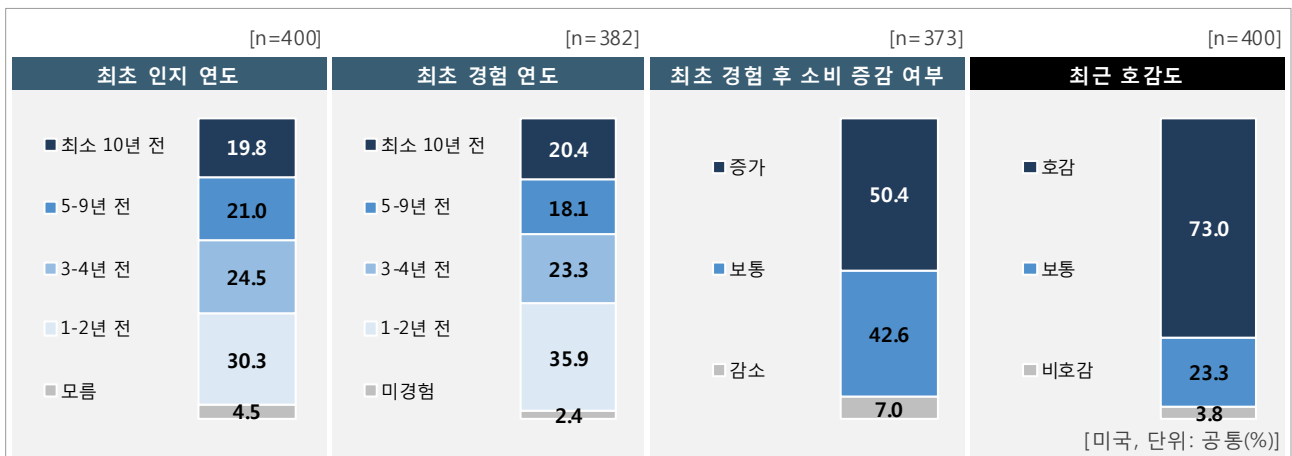
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	17.5	33.5	21.0	13.0	15.0	9.1	33.3	26.7	13.9	17.0	6.7	45.3	48.0	16.5	34.5	49.0
	여성	(200)	13.5	37.0	30.5	12.5	6.5	7.5	43.4	31.2	11.0	6.9	5.0	50.0	45.0	5.5	32.0	62.5
연령	15~19세	(100)	13.0	36.0	34.0	12.0	5.0	13.8	34.5	33.3	10.3	8.0	9.3	52.0	38.7	16.0	30.0	54.0
	20대	(100)	15.0	33.0	28.0	15.0	9.0	3.5	38.8	32.9	14.1	10.6	7.3	43.9	48.8	10.0	39.0	51.0
	30대	(100)	10.0	35.0	23.0	15.0	17.0	5.6	40.0	24.4	13.3	16.7	3.5	42.4	54.1	8.0	27.0	65.0
	40대	(63)	22.2	33.3	19.0	11.1	14.3	6.1	36.7	28.6	14.3	14.3	4.3	45.7	50.0	9.5	33.3	57.1
	50대	(37)	27.0	43.2	16.2	5.4	8.1	18.5	48.1	18.5	7.4	7.4	-	72.7	27.3	10.8	43.2	45.9
결혼 여부	미혼	(169)	13.0	34.9	23.1	14.2	14.8	7.5	40.1	24.5	15.0	12.9	4.4	39.7	55.9	8.3	32.0	59.8
	기혼	(231)	17.3	35.5	27.7	11.7	7.8	8.9	37.2	32.5	10.5	11.0	6.9	54.0	39.1	13.0	34.2	52.8
학력	중졸이하	(24)	12.5	50.0	25.0	12.5	-	28.6	47.6	14.3	9.5	-	6.7	46.7	46.7	8.3	33.3	58.3
	고졸	(161)	19.9	37.9	28.6	8.1	5.6	10.1	41.1	34.1	7.0	7.8	10.3	50.9	38.8	11.2	42.2	46.6
	대졸이상	(215)	12.6	31.6	23.7	16.3	15.8	4.8	35.6	27.1	16.5	16.0	2.8	45.8	51.4	11.2	26.5	62.3
한류 태도	호감	(218)	9.2	34.4	28.9	10.6	17.0	6.1	36.4	28.3	11.6	17.7	2.7	35.5	61.8	6.9	15.2	22.2
	보통	(164)	23.8	36.0	22.6	14.6	3.0	9.6	44.0	30.4	12.8	3.2	9.7	66.4	23.9	20.2	49.4	44.4
	비호감	(18)	16.7	38.9	16.7	22.2	5.6	26.7	20.0	26.7	20.0	6.7	18.2	63.6	18.2	72.9	35.4	33.3

(7) 한국 음식

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

- 한국 음식의 인지도는 95.5%(382명)이며, 10년전부터 인지한 비율은 19.8%(79명)로 높은 편임
특히 30~40대 남성, 미혼, 한류 호감층에서 10년 전부터 인지한 비중이 상대적으로 높음
- 경험률은 97.6%(373명)이며, 10년 전 경험한 비중은 20.4%(78명)로 높게 나타남
- 경험 이후 50.4%(188명)가 소비가 증가하였다고 응답하였으며, 호감도 또한 73.0%(292명)로 매우 높게 나타나 한식에 대해 전반적으로 긍정적임
- 미혼 남성, 한류 호감층을 중심으로 한식 경험 후 소비 증가 및 호감도가 높게 나타남

[그림 11-16. 한국 음식]



[표 11-16. 한국 음식]

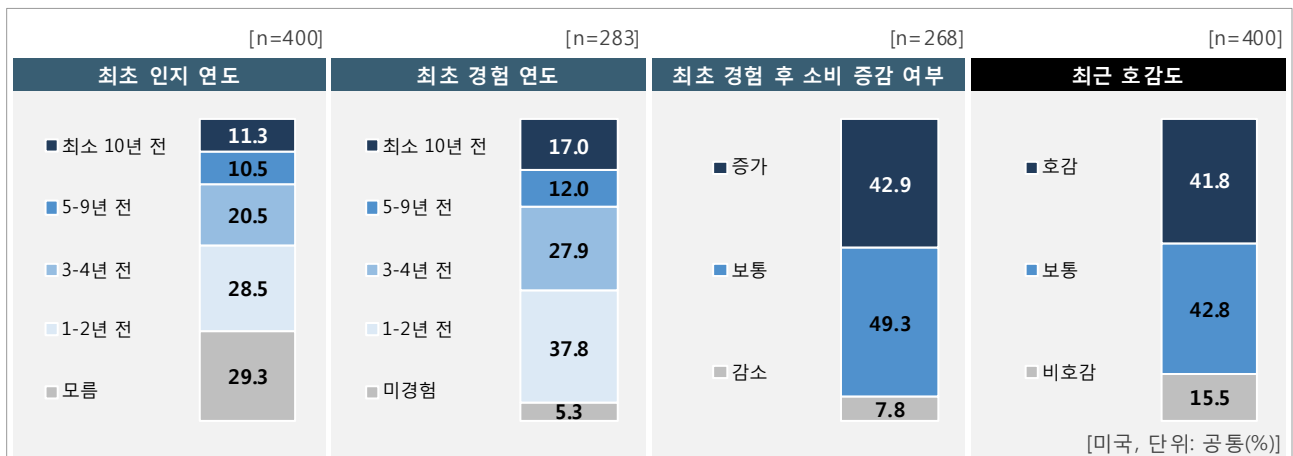
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.5	26.5	22.0	22.5	24.5	2.1	29.3	22.5	18.3	27.7	6.4	36.9	56.7	4.5	21.5	74.0
	여성	(200)	4.5	34.0	27.0	19.5	15.0	2.6	42.4	24.1	17.8	13.1	7.5	48.4	44.1	3.0	25.0	72.0
연령	15~19세	(100)	7.0	32.0	28.0	18.0	15.0	5.4	45.2	25.8	10.8	12.9	11.4	44.3	44.3	8.0	27.0	65.0
	20대	(100)	1.0	36.0	26.0	23.0	14.0	1.0	38.4	24.2	21.2	15.2	9.2	37.8	53.1	4.0	23.0	73.0
	30대	(100)	3.0	23.0	31.0	19.0	24.0	-	28.9	22.7	24.7	23.7	2.1	38.1	59.8	2.0	16.0	82.0
	40대	(63)	9.5	28.6	6.3	25.4	30.2	1.8	31.6	14.0	15.8	36.8	5.4	42.9	51.8	-	27.0	73.0
	50대	(37)	2.7	32.4	24.3	21.6	18.9	5.6	30.6	30.6	13.9	19.4	5.9	64.7	29.4	2.7	27.0	70.3
결혼 여부	미혼	(169)	3.0	28.4	21.3	23.7	23.7	1.8	33.5	20.1	19.5	25.0	6.8	37.3	55.9	2.4	20.7	76.9
	기혼	(231)	5.6	31.6	26.8	19.0	16.9	2.8	37.6	25.7	17.0	17.0	7.1	46.7	46.2	4.8	25.1	70.1
학력	중졸이하	(24)	4.2	41.7	25.0	25.0	4.2	4.3	56.5	21.7	17.4	-	9.1	36.4	54.5	4.2	20.8	75.0
	고졸	(161)	4.3	34.8	28.6	18.0	14.3	3.2	41.6	27.3	14.3	13.6	10.1	53.0	36.9	3.7	30.4	65.8
	대졸이상	(215)	4.7	25.6	21.4	22.8	25.6	1.5	29.3	20.5	21.0	27.8	4.5	35.6	59.9	3.7	18.1	78.1
한류 태도	호감	(218)	3.7	24.8	26.6	22.0	22.9	2.4	30.5	23.8	19.0	24.3	3.9	28.8	67.3	1.8	15.6	82.6
	보통	(164)	4.3	36.0	22.6	20.1	17.1	1.9	41.4	22.3	17.8	16.6	9.1	60.4	30.5	5.5	32.3	62.2
	비호감	(18)	16.7	44.4	16.7	16.7	5.6	6.7	53.3	26.7	6.7	6.7	28.6	50.0	21.4	11.1	33.3	55.6

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서 인지율은 70.7%(283명)로 타 한류 콘텐츠 대비 낮으나, 경험률은 94.7%(268명)로 인지도 대비 높은 편으로 파악됨
- 여성, 50대, 기혼층에서 한국 도서에 대한 인지도가 상대적으로 낮음
- 최초 경험 이후 소비 증가율은 42.9%(115명)이며, 최근 호감도는 41.8%(167명)임
- 20~30대 남성, 미혼, 한류 호감층에서 한국 도서 경험 후 소비 증가 및 최근 호감도가 타 집단 대비 높은 것으로 조사 됨

[그림 11-17. 한국 도서(출판물)]



[표 11-17. 한국 도서(출판물)]

%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		23.5	29.5	19.0	12.5	<u>15.5</u>	3.9	35.9	24.2	13.1	22.9	6.8	44.2	<u>49.0</u>	15.0	35.0	<u>50.0</u>
	여성 (200)		<u>35.0</u>	27.5	22.0	8.5	7.0	6.9	40.0	32.3	10.8	10.0	9.1	<u>55.4</u>	35.5	16.0	<u>50.5</u>	33.5
연령	15~19세 (100)		33.0	24.0	26.0	10.0	7.0	10.4	28.4	31.3	14.9	14.9	16.7	51.7	31.7	30.0	44.0	26.0
	20대 (100)		21.0	31.0	25.0	12.0	11.0	3.8	40.5	27.8	15.2	12.7	10.5	40.8	<u>48.7</u>	8.0	41.0	<u>51.0</u>
	30대 (100)		22.0	29.0	22.0	11.0	16.0	5.1	34.6	25.6	12.8	21.8	2.7	41.9	<u>55.4</u>	10.0	38.0	<u>52.0</u>
	40대 (63)		38.1	28.6	9.5	11.1	12.7	-	41.0	30.8	5.1	23.1	2.6	61.5	35.9	14.3	39.7	46.0
	50대 (37)		<u>45.9</u>	32.4	8.1	5.4	8.1	5.0	<u>65.0</u>	20.0	-	10.0	-	<u>78.9</u>	21.1	13.5	<u>62.2</u>	24.3
결혼 여부	미혼 (169)		24.9	28.4	19.5	11.8	15.4	3.9	36.2	27.6	11.8	20.5	4.1	46.7	<u>49.2</u>	11.2	37.9	<u>50.9</u>
	기혼 (231)		<u>32.5</u>	28.6	21.2	9.5	8.2	6.4	39.1	28.2	12.2	14.1	11.0	51.4	37.7	18.6	46.3	35.1
학력	중졸이하 (24)		<u>50.0</u>	20.8	12.5	12.5	4.2	<u>16.7</u>	33.3	8.3	<u>33.3</u>	8.3	-	<u>60.0</u>	40.0	25.0	45.8	29.2
	고졸 (161)		32.3	31.1	21.7	7.5	7.5	7.3	41.3	28.4	11.9	11.0	<u>14.9</u>	47.5	37.6	16.1	50.3	33.5
	대졸이상 (215)		24.7	27.4	20.5	12.6	14.9	3.1	35.8	29.0	10.5	<u>21.6</u>	3.8	49.7	46.5	14.0	36.7	<u>49.3</u>
한류 태도	호감 (218)		19.7	28.4	22.0	11.9	17.9	5.1	33.7	25.1	13.1	<u>22.9</u>	3.6	39.2	<u>57.2</u>	7.8	32.6	<u>59.6</u>
	보통 (164)		41.5	27.4	20.1	7.9	3.0	4.2	43.8	34.4	10.4	7.3	15.2	66.3	18.5	23.8	<u>57.3</u>	18.9
	비호감 (18)		33.3	<u>38.9</u>	5.6	16.7	5.6	<u>16.7</u>	50.0	16.7	8.3	8.3	10.0	60.0	30.0	<u>33.3</u>	33.3	33.3

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 미국은 주로 'YouTube'와 'TV'를 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 조사 됨
- 드라마와 K-POP의 경우 YouTube의 비중이 70~80%대로 절대적으로 높게 나타남
- 영화의 경우, YouTube가 65.8%(235명), TV가 45.1%(161명)의 비중임

[표 11-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마		영화			K-POP		
			1순위	2순위			1순위	2순위		
전체 (315)			YouTube 등 (73.0%)	TV (48.6%)	(357)	YouTube 등 (65.8%)	TV (45.1%)	(357)	YouTube 등 (79.8%)	TV (34.5%)
성별	남성	(163)	YouTube 등 (71.8%)	TV (48.5%)	(180)	YouTube 등 (65.6%)	TV (50%)	(182)	YouTube 등 (78.6%)	TV (37.9%)
	여성	(152)	YouTube 등 (74.3%)	TV (48.7%)	(177)	YouTube 등 (66.1%)	TV (40.1%)	(175)	YouTube 등 (81.1%)	TV (30.9%)
연령	15~19세	(75)	YouTube 등 (76.0%)	TV (36.0%)	(83)	YouTube 등 (72.3%)	TV (39.8%)	(91)	YouTube 등 (85.7%)	TV (27.5%)
	20대	(87)	YouTube 등 (80.5%)	TV (48.3%)	(89)	YouTube 등 (71.9%)	인터넷 카페, 블로그 등 (40.4%)	(94)	YouTube 등 (85.1%)	인터넷 카페 블로그 등 (37.2%)
	30대	(83)	YouTube 등 (69.9%)	TV (55.4%)	(95)	YouTube 등 (64.2%)	TV (52.6%)	(94)	YouTube 등 (75.5%)	TV (43.6%)
	40대	(47)	YouTube 등 (61.7%)	TV (59.6%)	(55)	YouTube 등 (56.4%)	TV (50.9%)	(51)	YouTube 등 (70.6%)	TV (39.2%)
	50대	(23)	YouTube 등 (69.6%)	TV (43.5%)	(35)	YouTube 등 (54.3%)	TV (51.4%)	(27)	YouTube 등 (74.1%)	TV (37%)
결혼 여부	기혼	(134)	YouTube 등 (68.7%)	TV (52.2%)	(156)	YouTube 등 (60.9%)	TV (50.6%)	(149)	YouTube 등 (74.5%)	TV (35.6%)
	미혼	(181)	YouTube 등 (76.2%)	TV (45.9%)	(201)	YouTube 등 (69.7%)	TV (40.8%)	(208)	YouTube 등 (83.7%)	TV (33.7%)
학력	중졸이하	(15)	YouTube 등 (80.0%)	TV (26.7%)	(17)	YouTube 등 (82.4%)	CD/ DVD 등 (29.4%)	(24)	YouTube 등 (83.3%)	인터넷 무료 다운로드 (29.2%)
	고졸	(122)	YouTube 등 (77.9%)	TV (46.7%)	(140)	YouTube 등 (68.6%)	TV (42.9%)	(138)	YouTube 등 (86.2%)	TV (34.1%)
	대졸이상	(178)	YouTube 등 (69.1%)	TV (51.7%)	(200)	YouTube 등 (62.5%)	TV (49.0%)	(195)	YouTube 등 (74.9%)	TV (36.9%)
한류 태도	호감	(191)	YouTube 등 (73.3%)	TV (53.4%)	(204)	YouTube 등 (63.7%)	TV (50.0%)	(200)	YouTube 등 (81.5%)	TV (38.0%)
	보통	(112)	YouTube 등 (72.3%)	TV (41.1%)	(139)	YouTube 등 (68.3%)	TV (38.8%)	(142)	YouTube 등 (79.6%)	TV (28.9%)
	비호감	(12)	YouTube 등 (75.0%)	TV (41.7%)	(14)	YouTube 등 (71.4%)	TV (35.7%)	(15)	YouTube 등 (60.0%)	TV (40.0%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

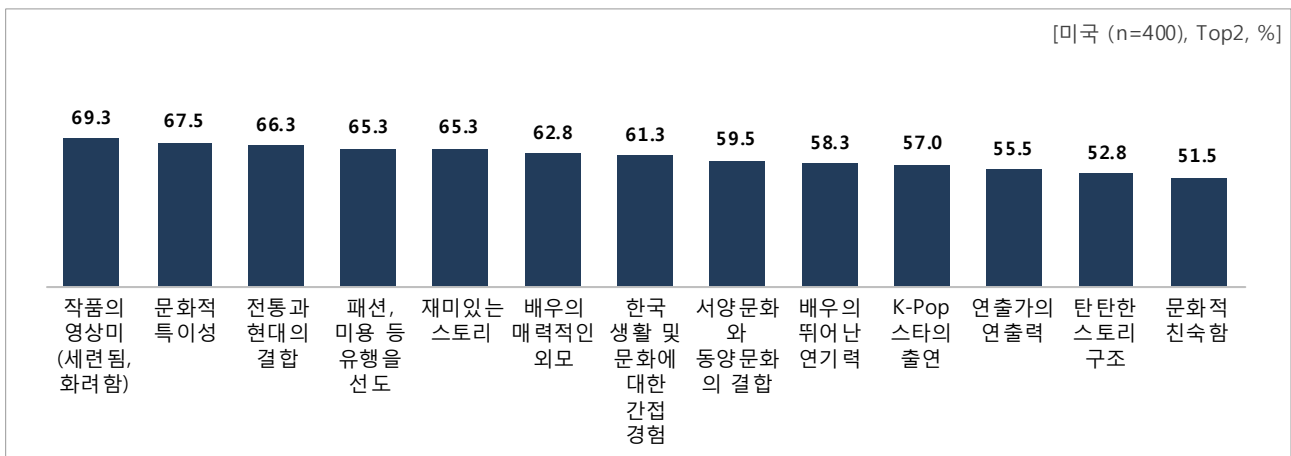
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '작품의 영상미(세련됨, 화려함)'가 69.3%(277명)로 가장 높았으며, 그 외 '문화적 특이성', '전통과 현대의 결합' 순으로 나타남
- '작품의 영상미'와 '문화적 특이성'은 20대 이상 연령층, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 상대적으로 높게 인식되고 있음

[그림 11-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 11-19. 한국 드라마 인기 요인]

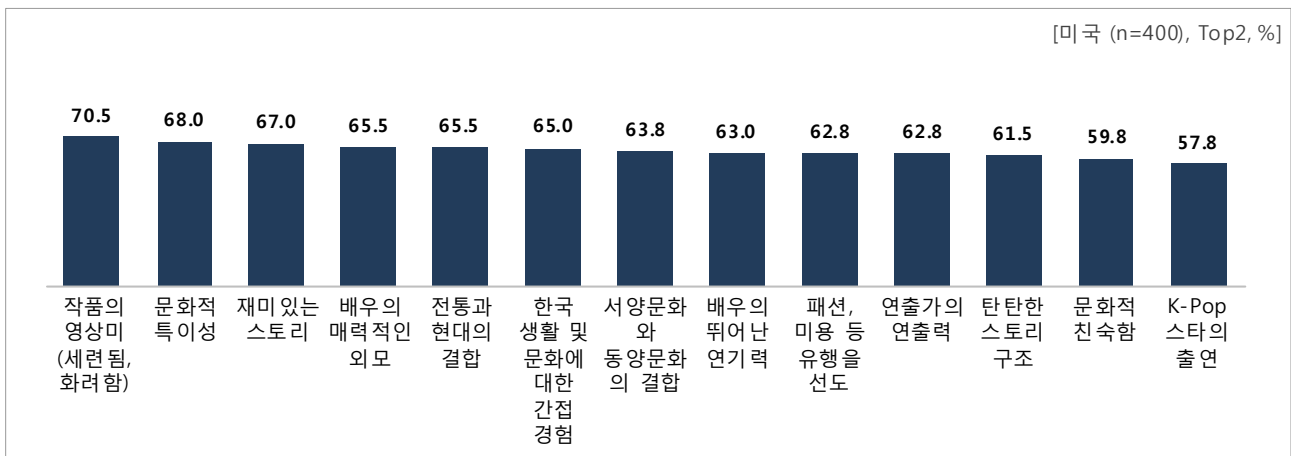
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸이하 (24)	고졸 (161)	대졸이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	69.5	69.0	56.0	70.0	74.0	81.0	70.3	74.6	65.4	45.8	62.1	77.2	81.7	54.3	55.6
문화적 특이성	66.5	68.5	66.0	71.0	67.0	69.8	59.5	69.2	66.2	66.7	64.6	69.8	82.1	48.8	61.1
전통과 현대의 결합	70.0	62.5	56.0	65.0	74.0	73.0	64.9	73.4	61.0	50.0	60.9	72.1	83.5	45.7	44.4
패션, 미용 등 유행을 선도	65.5	65.0	66.0	63.0	70.0	69.8	48.6	69.8	61.9	70.8	60.9	67.9	83.9	42.7	44.4
재미있는 스토리	67.0	63.5	58.0	66.0	70.0	74.6	54.1	71.0	61.0	45.8	57.1	73.5	80.7	47.0	44.4
배우의 매력적인 외모	67.0	58.5	54.0	66.0	67.0	66.7	59.5	68.6	58.4	45.8	55.3	70.2	80.3	42.7	33.3
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	64.5	58.0	48.0	62.0	69.0	69.8	59.5	68.6	55.8	50.0	52.2	69.3	78.0	41.5	38.9
서양문화와 동양문화의 결합	63.5	55.5	42.0	66.0	64.0	69.8	59.5	67.5	53.7	41.7	47.2	70.7	77.1	39.0	33.3
배우의 뛰어난 연기력	61.0	55.5	52.0	57.0	65.0	63.5	51.4	66.9	51.9	41.7	53.4	63.7	74.8	38.4	38.9
K-Pop 스타의 출연	58.0	56.0	52.0	66.0	63.0	50.8	40.5	60.9	54.1	62.5	52.2	60.0	74.3	36.6	33.3
연출가의 연출력	59.0	52.0	45.0	56.0	65.0	61.9	45.9	65.1	48.5	41.7	46.6	63.7	72.0	36.0	33.3
탄탄한 스토리 구조	55.0	50.5	44.0	55.0	58.0	60.3	43.2	60.9	46.8	25.0	44.1	62.3	68.3	36.0	16.7
문화적 친숙함	54.0	49.0	43.0	55.0	58.0	60.3	32.4	60.9	44.6	29.2	42.9	60.5	69.7	30.5	22.2

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '작품의 영상미'가 70.5%(282명)로 가장 높았으며, 그 외 '문화적 특이성', '재미있는 스토리' 순으로 나타남

[그림 11-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 11-20. 한국 영화 인기 요인]

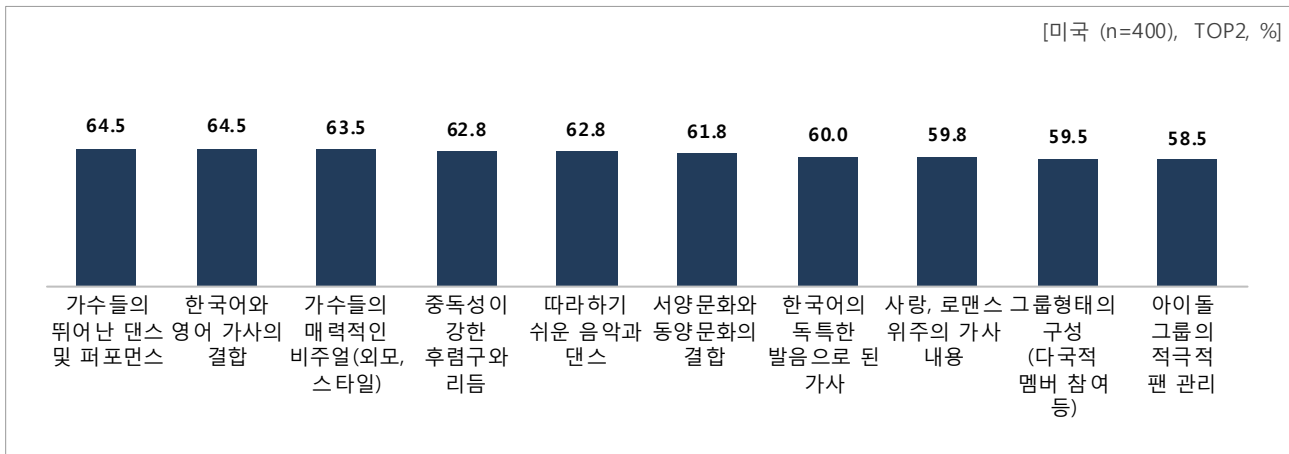
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸이하 (24)	고졸 (161)	대졸이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	70.0	71.0	61.0	71.0	76.0	73.0	75.7	<u>78.1</u>	64.9	66.7	62.1	<u>77.2</u>	<u>82.6</u>	54.9	66.7
문화적 특이성	69.0	67.0	58.0	71.0	72.0	69.8	73.0	<u>73.4</u>	64.1	58.3	60.9	<u>74.4</u>	<u>80.3</u>	51.8	66.7
재미있는 스토리	69.0	65.0	58.0	68.0	72.0	68.3	73.0	<u>74.0</u>	61.9	58.3	58.4	<u>74.4</u>	<u>82.1</u>	48.8	50.0
배우의 매력적인 외모	68.0	63.0	55.0	66.0	73.0	65.1	73.0	<u>72.8</u>	60.2	62.5	54.7	<u>74.0</u>	<u>80.3</u>	47.6	50.0
전통과 현대의 결합	67.0	64.0	54.0	65.0	72.0	68.3	75.7	<u>75.1</u>	58.4	54.2	60.2	<u>70.7</u>	<u>81.2</u>	47.0	44.4
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	66.0	64.0	51.0	65.0	74.0	71.4	67.6	<u>75.1</u>	57.6	45.8	54.7	<u>74.9</u>	<u>82.6</u>	43.3	50.0
서양문화와 동양문화의 결합	68.0	59.5	47.0	69.0	71.0	66.7	70.3	<u>73.4</u>	56.7	50.0	51.6	<u>74.4</u>	<u>78.9</u>	44.5	55.6
배우의 뛰어난 연기력	66.0	60.0	51.0	65.0	70.0	68.3	62.2	<u>72.2</u>	56.3	58.3	52.8	<u>71.2</u>	<u>80.3</u>	42.1	44.4
패션, 미용 등 유행을 선도	63.0	62.5	53.0	64.0	69.0	66.7	62.2	<u>70.4</u>	57.1	62.5	56.5	67.4	<u>78.4</u>	42.7	55.6
연출가의 연출력	67.5	58.0	43.0	68.0	73.0	71.4	59.5	<u>74.0</u>	54.5	41.7	54.0	<u>71.6</u>	<u>80.3</u>	40.2	55.6
탄탄한 스토리 구조	65.5	57.5	49.0	68.0	65.0	61.9	67.6	<u>69.2</u>	55.8	37.5	54.0	<u>69.8</u>	<u>77.5</u>	42.1	44.4
문화적 친숙함	61.5	58.0	43.0	61.0	<u>74.0</u>	60.3	62.2	<u>71.6</u>	51.1	33.3	48.4	<u>71.2</u>	<u>75.7</u>	39.6	50.0
K-Pop 스타의 출연	59.5	56.0	50.0	65.0	64.0	54.0	48.6	<u>66.9</u>	51.1	70.8	48.4	63.3	<u>73.9</u>	37.2	50.0

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기요인은 '가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스'가 64.5%(258명)로 가장 높았으며 그 외 '한국어와 영어 가사의 결합', '가수들의 매력적인 비주얼' 순임
- '가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스'와 '한국어와 영어 가사의 결합'은 30~40대, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 인기요인으로 상대적으로 높게 인식됨

[그림 11-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 11-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

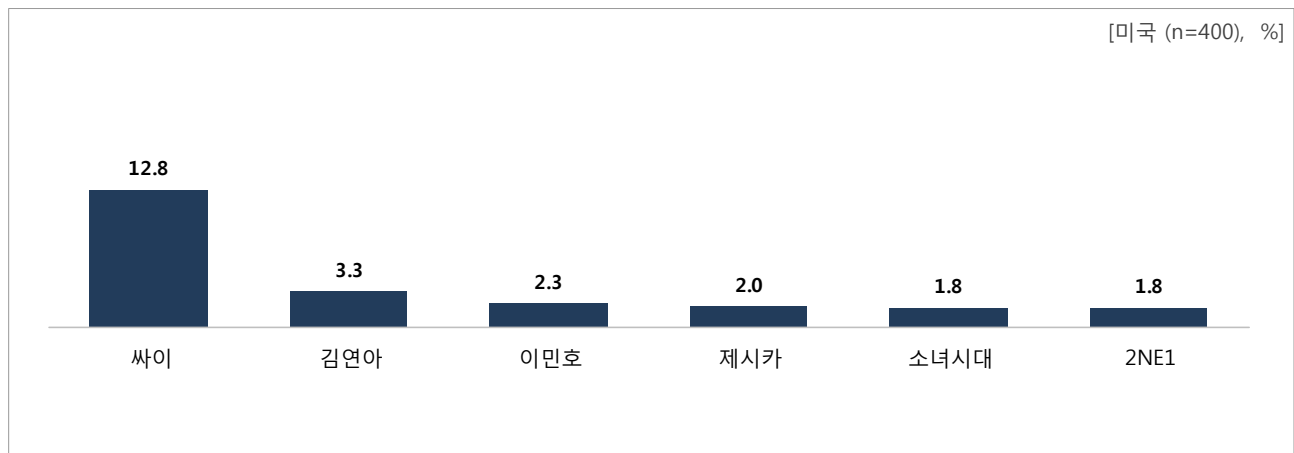
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
가수들의 뛰어난 춤 및 퍼포먼스	65.0	64.0	57.0	66.0	<u>71.0</u>	<u>71.4</u>	51.4	<u>70.4</u>	60.2	58.3	57.1	<u>70.7</u>	<u>81.2</u>	42.7	61.1
한국어와 영어 가사의 결합	67.0	62.0	56.0	64.0	<u>76.0</u>	<u>76.2</u>	37.8	<u>71.0</u>	59.7	54.2	59.0	<u>69.8</u>	<u>81.7</u>	43.3	50.0
가수들의 매력적인 비주얼 (외모, 스타일)	65.5	61.5	57.0	69.0	69.0	69.8	40.5	<u>70.4</u>	58.4	62.5	57.8	67.9	<u>79.4</u>	44.5	44.4
중독성이 강한 후렴구와 리듬	<u>68.0</u>	57.5	54.0	69.0	68.0	69.8	43.2	67.5	59.3	50.0	53.4	<u>71.2</u>	<u>80.3</u>	42.7	33.3
따라하기 쉬운 음악과 춤	62.0	63.5	52.0	71.0	72.0	63.5	43.2	<u>70.4</u>	57.1	54.2	57.1	<u>67.9</u>	<u>79.8</u>	40.9	55.6
서양문화와 동양문화의 결합	63.0	60.5	56.0	62.0	71.0	65.1	45.9	<u>70.4</u>	55.4	66.7	53.4	67.4	<u>75.7</u>	45.7	38.9
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	64.0	56.0	59.0	59.0	65.0	68.3	37.8	<u>66.3</u>	55.4	58.3	51.6	66.5	<u>78.9</u>	37.2	38.9
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	63.5	56.0	50.0	61.0	66.0	66.7	54.1	<u>69.8</u>	52.4	45.8	53.4	<u>66.0</u>	<u>76.6</u>	39.0	44.4
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	62.0	57.0	52.0	63.0	64.0	63.5	51.4	<u>68.0</u>	53.2	66.7	52.2	64.2	<u>78.0</u>	37.2	38.9
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	63.0	54.0	55.0	62.0	64.0	61.9	37.8	<u>67.5</u>	51.9	66.7	54.7	60.5	<u>74.3</u>	39.6	38.9

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 미국에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '싸이'가 12.8%(51명)로 가장 높았으며, 그 외 '김연아', '이민호' 순으로 높게 나타남

[그림 11-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 11-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
싸이	16.5	9.0	13.0	16.0	17.0	4.8	5.4	10.1	14.7	8.3	11.2	14.4	12.4	14.0	5.6
김연아	3.5	3.0	8.0	2.0	2.0	-	2.7	1.8	4.3	-	6.2	1.4	1.8	4.9	5.6
이민호	1.0	3.5	2.0	4.0	2.0	1.6	-	4.1	0.9	4.2	1.9	2.3	3.7	0.6	-
제시카	3.0	1.0	5.0	1.0	2.0	-	-	-	3.5	4.2	1.9	1.9	1.4	2.4	5.6
소녀시대	2.5	1.0	2.0	1.0	1.0	3.2	2.7	1.2	2.2	4.2	1.9	1.4	1.8	1.8	-
2NE1	0.5	3.0	4.0	1.0	2.0	-	-	-	3.0	8.3	2.5	0.5	2.3	0.6	5.6

제11장 국가별 결과 분석 : 미국

Ⅲ. 한류의 효과

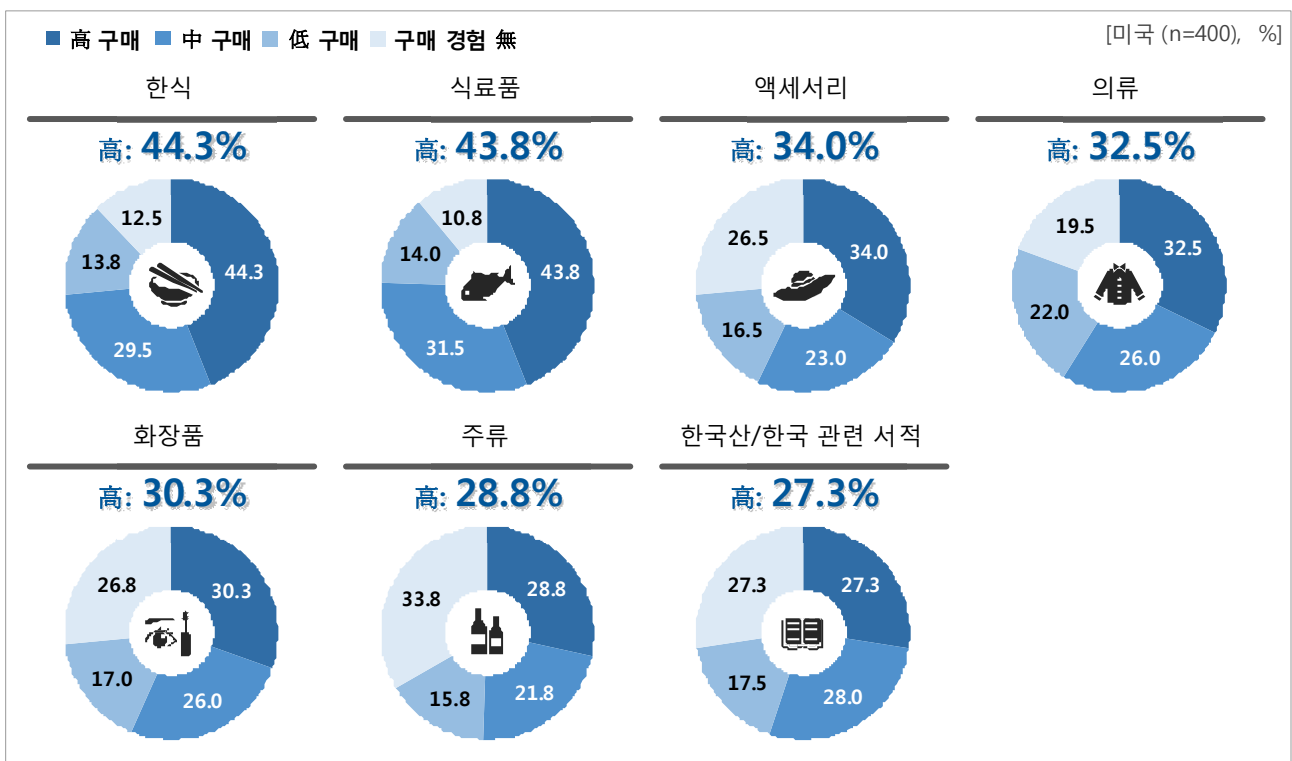
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 미국에서는 '한식(44.3%, 177명)'과 '식료품(43.8%, 175명)'의 高구매율이 높게 나타남
- '주류'와 '한국산 서적'은 상대적으로 구매 경험이 적음 (구매 경험 30% 이하)
- 한식은 30대 남성, 기혼, 한류 호감층에서 高구매율이 상대적으로 높음

[그림 11-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 11-23. 생활용품 및 서비스 경험]

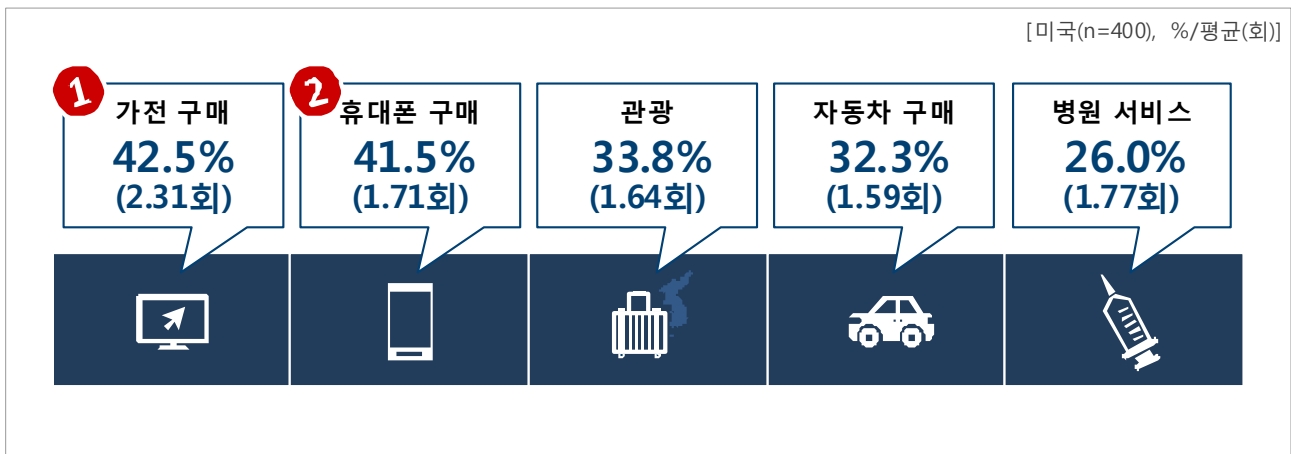
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
한국 음식점에서 식사함	53.0	35.5	36.0	48.0	53.0	46.0	29.7	52.7	38.1	29.2	33.5	54.0	55.5	29.9	38.9
한국 식료품을 구매	49.0	38.5	29.0	48.0	53.0	52.4	32.4	50.9	38.5	29.2	33.5	53.0	56.4	29.9	16.7
한국산 액세서리 구매	34.5	33.5	32.0	34.0	47.0	27.0	16.2	42.0	28.1	45.8	28.0	37.2	44.5	20.7	27.8
한국 의류 구매	35.0	30.0	27.0	34.0	45.0	28.6	16.2	40.8	26.4	20.8	25.5	39.1	46.3	15.9	16.7
한국 화장품 구매	31.0	29.5	24.0	31.0	44.0	25.4	16.2	37.9	24.7	20.8	22.4	37.2	42.2	16.5	11.1
한국 주류(술) 구매	37.0	20.5	20.0	34.0	40.0	20.6	21.6	37.9	22.1	16.7	23.6	34.0	39.9	13.4	33.3
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	31.0	23.5	21.0	31.0	35.0	23.8	18.9	34.9	21.6	12.5	22.4	32.6	39.0	12.2	22.2

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가 제품의 경우 '가전' 구매가 42.5%(170명)로 가장 높았으며, 그 외 '휴대폰' 구매가 41.5%(166명)로 높게 나타남
- 가전은 30대 남성, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 구매 경험률이 높음
- 휴대폰은 20~30대 남성, 기혼, 한류 호감층에서 구매 경험률 높게 나타남

[그림 11-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 11-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

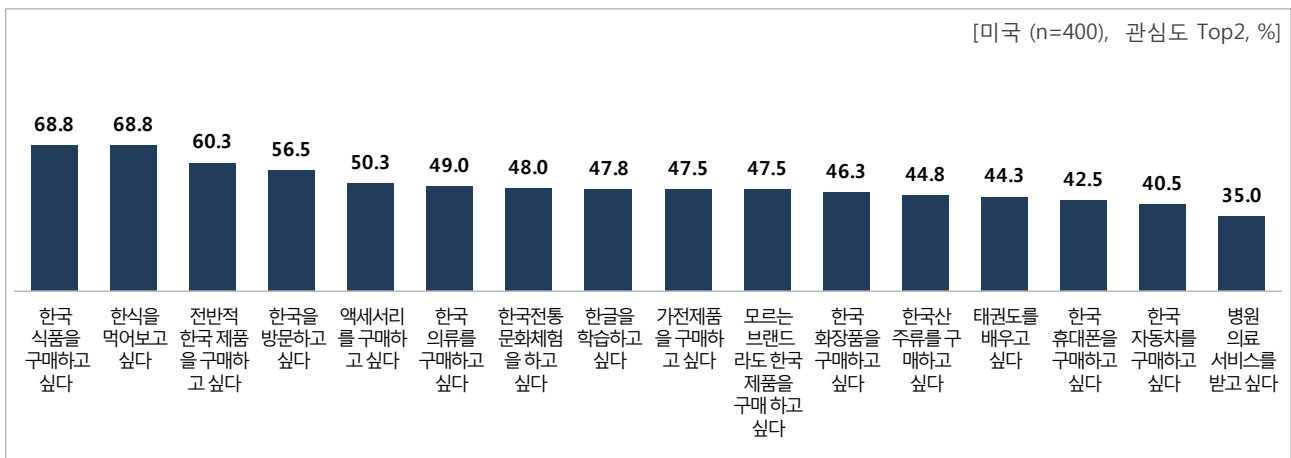
구매 및 경험정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
구매경험률	가전 제품	<u>47.5</u>	37.5	35.0	42.0	<u>54.0</u>	42.9	32.4	<u>49.1</u>	37.7	29.2	32.9	<u>51.2</u>	<u>51.8</u>	30.5	38.9
	<평균 - 회>	2.29	2.32	1.94	2.40	2.59	1.85	2.75	2.25	2.36	1.57	2.23	2.39	2.45	2.08	1.57
	휴대폰	<u>49.5</u>	33.5	31.0	<u>52.0</u>	<u>51.0</u>	38.1	21.6	<u>46.7</u>	37.7	25.0	28.6	<u>53.0</u>	<u>51.8</u>	29.3	27.8
	<평균 - 회>	1.79	1.60	1.65	1.73	1.73	1.75	1.63	1.68	1.74	1.00	1.72	1.75	1.75	1.65	1.40
	한국 관광	38.0	29.5	28.0	37.0	37.0	34.9	29.7	<u>39.6</u>	29.4	25.0	25.5	<u>40.9</u>	39.9	24.4	44.4
	<평균 - 회>	1.76	1.49	1.54	1.54	1.73	1.59	2.09	1.70	1.59	1.50	1.54	1.70	1.70	1.38	2.38
	자동차	<u>38.0</u>	26.5	30.0	31.0	<u>41.0</u>	23.8	32.4	<u>36.1</u>	29.4	29.2	24.2	<u>38.6</u>	39.0	23.2	33.3
	<평균 - 회>	1.63	1.53	1.67	1.74	1.54	1.27	1.58	1.56	1.62	1.86	1.54	1.59	1.61	1.61	1.17
	병원 서비스	<u>32.5</u>	19.5	23.0	31.0	33.0	15.9	18.9	26.0	26.0	12.5	18.0	<u>33.5</u>	34.4	14.6	27.8
	<평균 - 회>	1.72	1.85	1.83	1.77	1.64	1.70	2.29	1.64	1.87	1.67	2.03	1.67	1.87	1.50	1.60

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 '한국 식품을 구매하고 싶다'와 '한식을 먹어보고 싶다'가 68.8%(275명)로 가장 높았으며, 그 외 '전반적인 한국제품 구매의도', '한국방문의도' 순으로 높게 나타남
- 한국식품 구매의도와 한식 체험의도는 20~30대, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 상대적으로 높게 나타남

[그림 11-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 11-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (63)	50대 (37)	기혼 (169)	미혼 (231)	중졸 이하 (24)	고졸 (161)	대졸 이상 (215)	호감 (218)	보통 (164)	비호감 (18)
한국 식품을 구매하고 싶다	68.5	69.0	61.0	<u>73.0</u>	<u>73.0</u>	<u>71.4</u>	62.2	<u>72.8</u>	65.8	62.5	57.8	<u>77.7</u>	<u>83.5</u>	51.2	50.0
한식을 먹어보고 싶다	71.5	66.0	61.0	<u>70.0</u>	<u>73.0</u>	<u>73.0</u>	67.6	<u>75.1</u>	64.1	62.5	58.4	<u>77.2</u>	<u>83.9</u>	49.4	61.1
전반적인 한국 제품을 구매하고 싶다	61.0	59.5	56.0	62.0	65.0	58.7	56.8	62.1	58.9	50.0	51.6	67.9	<u>76.1</u>	40.9	44.4
한국을 방문하고 싶다	<u>61.5</u>	51.5	52.0	66.0	57.0	57.1	40.5	58.6	55.0	58.3	44.7	65.1	<u>72.0</u>	36.6	50.0
액세서리를 구매하고 싶다	46.0	<u>54.5</u>	50.0	52.0	61.0	41.3	32.4	55.6	46.3	54.2	44.7	54.0	<u>64.7</u>	31.1	50.0
한국 의류를 구매하고 싶다	49.5	48.5	42.0	48.0	62.0	46.0	40.5	<u>56.8</u>	43.3	50.0	40.4	55.3	<u>65.1</u>	28.0	44.4
한국전통문화체험을 하고 싶다	52.5	43.5	44.0	52.0	52.0	42.9	45.9	51.5	45.5	37.5	40.4	<u>54.9</u>	<u>65.1</u>	26.2	38.9
한글을 학습하고 싶다	52.0	43.5	46.0	50.0	52.0	47.6	35.1	49.1	46.8	54.2	38.5	54.0	<u>63.3</u>	28.0	38.9
가전제품을 구매하고 싶다	<u>56.0</u>	39.0	37.0	51.0	56.0	49.2	40.5	<u>55.0</u>	42.0	33.3	36.0	<u>57.7</u>	<u>62.4</u>	27.4	50.0
모르는 브랜드 라도 한국 제품을 구매하고 싶다	<u>52.0</u>	43.0	44.0	46.0	53.0	50.8	40.5	50.3	45.5	50.0	37.3	54.9	<u>63.3</u>	28.7	27.8
한국 화장품 구매하고 싶다	45.0	47.5	39.0	48.0	<u>60.0</u>	41.3	32.4	<u>56.2</u>	39.0	29.2	38.5	<u>54.0</u>	<u>63.8</u>	23.8	38.9
한국산 주류를 구매하고 싶다	<u>51.5</u>	38.0	35.0	47.0	<u>56.0</u>	42.9	37.8	<u>53.8</u>	38.1	29.2	35.4	<u>53.5</u>	58.3	25.6	55.6
태권도를 배우고 싶다	<u>52.0</u>	36.5	37.0	53.0	48.0	41.3	35.1	47.9	41.6	25.0	36.0	<u>52.6</u>	<u>57.3</u>	28.0	33.3
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	<u>51.5</u>	33.5	34.0	48.0	48.0	46.0	29.7	45.6	40.3	25.0	29.2	<u>54.4</u>	<u>56.0</u>	25.6	33.3
한국 자동차를 구매하고 싶다	<u>47.5</u>	33.5	34.0	39.0	<u>50.0</u>	41.3	35.1	<u>49.7</u>	33.8	33.3	28.6	<u>50.2</u>	<u>53.2</u>	23.8	38.9
병원 의료서비스를 받고 싶다	<u>40.5</u>	29.5	29.0	38.0	44.0	30.2	27.0	<u>40.8</u>	30.7	25.0	26.7	<u>42.3</u>	46.8	18.3	44.4

제11장 국가별 결과 분석 : 미국

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

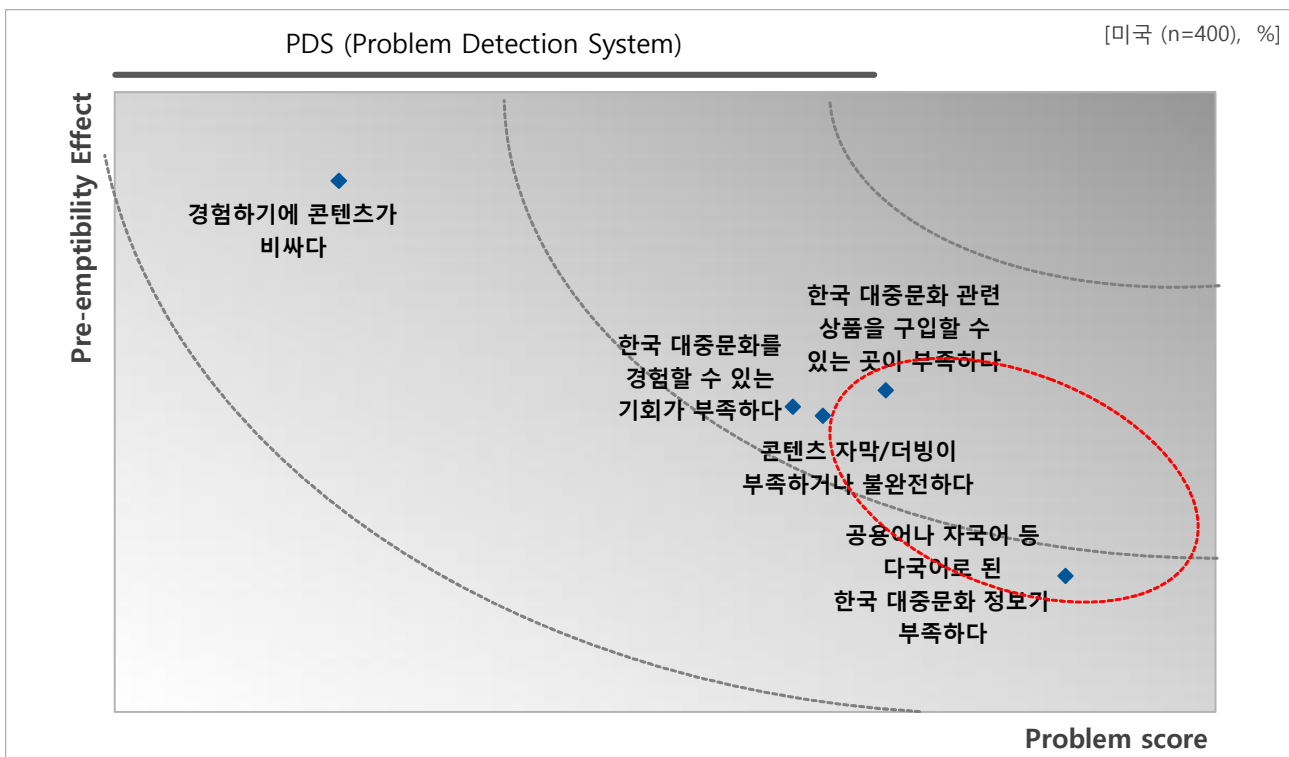
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 미국에서는 '비싼 콘텐츠 가격', '한류 체험기회 부족'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 미국에서는 '한국대중문화 관련 상품 구입처가 부족하다'는 점과 '다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다'는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 미국 내 한류 콘텐츠 보급을 위해 한국 대중문화 관련 상품을 구입할 수 있는 Store를 미국 주요 대도시 중심으로 확대해 나갈 필요가 있음
- 미국의 경우 다양한 언어를 사용하므로 영어를 비롯하여 스페인어 등 다양한 언어로 한류 콘텐츠를 접할 수 있도록 전문 인력을 양성하고, 이를 한국 대중문화 관련 Store를 중심으로 보급해나가야 할 것으로 보임

[그림 11-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 11-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

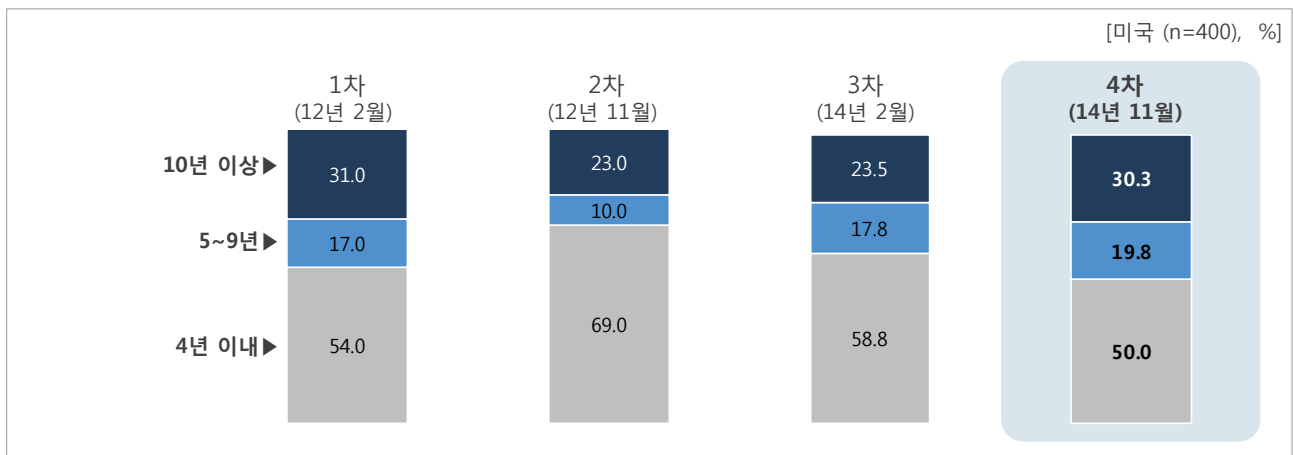
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(63)	(37)	(169)	(231)	(24)	(161)	(215)	(218)	(164)	(18)
비싼 콘텐츠 가격	3차	24.0	21.0	27.0	10.0	33.0	30.0	27.9	12.5	34.5	16.6	16.1	16.7	28.5	27.1	19.9	7.7
	4차	47.3	49.0	45.5	48.0	<u>53.0</u>	42.0	47.6	43.2	41.4	<u>51.5</u>	41.7	40.4	53.0	<u>53.2</u>	40.2	38.9
한류 체험 기회 부족	3차	52.0	48.0	56.0	39.0	56.0	56.0	55.9	59.4	58.2	47.7	32.3	51.7	54.6	59.8	38.2	46.2
	4차	39.5	<u>43.0</u>	36.0	<u>44.0</u>	<u>47.0</u>	38.0	31.7	24.3	36.1	<u>42.0</u>	41.7	41.0	38.1	<u>44.5</u>	34.1	27.8
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	45.3	45.0	45.5	36.0	52.0	53.0	44.1	31.3	50.9	41.3	19.4	49.2	46.6	51.4	35.3	30.8
	4차	37.3	<u>43.5</u>	31.0	37.0	<u>41.0</u>	<u>43.0</u>	33.3	18.9	38.5	36.4	37.5	35.4	38.6	<u>40.8</u>	31.7	44.4
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	57.3	50.5	64.0	55.0	58.0	56.0	61.8	56.3	59.4	55.7	45.2	60.8	57.0	64.5	44.9	46.2
	4차	37.0	<u>42.0</u>	32.0	38.0	39.0	<u>43.0</u>	34.9	16.2	39.1	35.5	37.5	35.4	38.1	37.2	35.4	<u>50.0</u>
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	57.5	58.0	57.0	42.0	58.0	63.0	67.6	65.6	62.4	54.0	29.0	61.7	59.0	63.7	47.8	38.5
	4차	30.3	<u>33.0</u>	27.5	24.0	<u>41.0</u>	28.0	31.7	21.6	<u>33.1</u>	28.1	12.5	31.1	31.6	<u>33.9</u>	27.4	11.1

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견이 3차 대비 소폭 하락하여 50.0%(200명)로 나타남
- 여성, 20대, 한류 비호감층을 중심으로 한류 인기 지속성에 대한 부정적인 인식이 상대적으로 강함

[그림 11-26. 한류 지속 여부]



[표 11-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성 (200)		61.0	45.5	18.0	21.5	21.0	33.0
	여성 (200)		56.5	<u>54.5</u>	17.5	18.0	26.0	27.5
연령	15~19세 (100)		64.0	48.0	23.0	19.0	13.0	33.0
	20대 (100)		61.0	<u>63.0</u>	17.0	12.0	22.0	25.0
	30대 (100)		58.0	42.0	18.0	25.0	24.0	33.0
	40대 (63)		51.4	39.7	16.2	28.6	32.3	31.7
	50대 (37)		53.2	59.5	6.3	13.5	40.6	27.0
결혼 여부	기혼 (169)		54.0	48.5	17.6	21.3	28.5	30.2
	미혼 (231)		62.2	51.1	17.9	18.6	20.0	30.3
학력	중졸이하 (24)		80.7	54.2	12.9	12.5	6.4	33.3
	고졸 (161)		65.0	53.4	19.2	16.8	15.8	29.8
	대졸이상 (215)		53.0	47.0	17.7	22.8	29.3	30.2
한류 태도	호감 (218)		54.2	43.1	21.1	22.9	24.8	33.9
	보통 (164)		66.2	56.1	13.2	17.1	20.6	26.8
	비호감 (18)		69.3	<u>77.8</u>	-	5.6	30.8	16.7

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

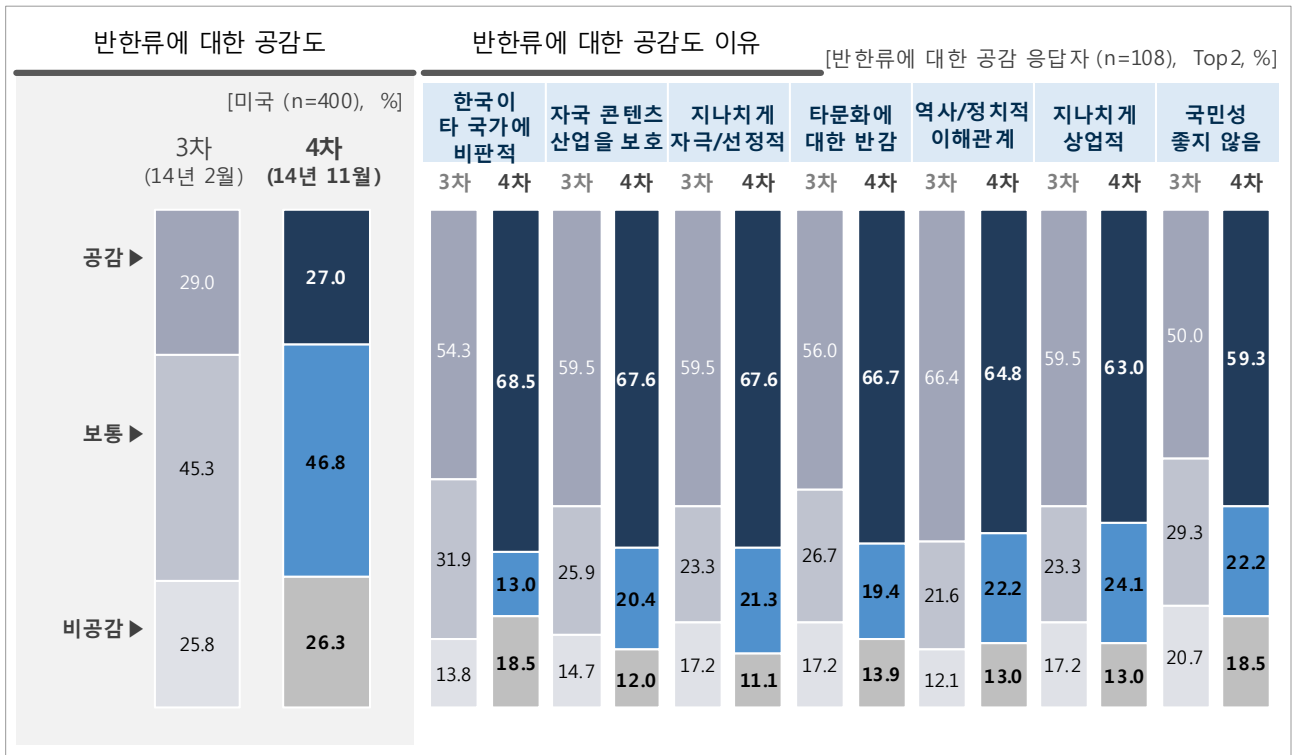
3. 반한류 공감도

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

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

- 미국의 반한류 공감율은 27.0%(108명)로 3차 조사 대비 큰 폭으로 감소함
- 반한류에 대한 공감이유는 '한국이 타 국가에 비판적'이라는 점이 가장 높았으며, 그 외 '자국 콘텐츠 산업 보호', '지나치게 자극/선정적' 순으로 나타남

[그림 11-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 11-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				한국이 타 국가에 비판적		자국 콘텐츠 산업을 보호		지나치게 자극/선정적		타문화에 대한 반감		역사/정치적 이해관계		지나치게 상업적		국민성 좋지 않음	
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400) 27.0				(108) 54.3	68.5	59.5	67.6	59.5	67.6	56.0	66.7	66.4	64.8	59.5	63.0	50.0	59.3
성별	남성 (200)	29.5	(59)	48.3	74.6	65.0	71.2	55.0	71.2	51.7	71.2	63.3	71.2	56.7	72.9	43.3	64.4
	여성 (200)	24.5	(49)	60.7	61.2	53.6	63.3	64.3	63.3	60.7	61.2	69.6	57.1	62.5	51.0	57.1	53.1
연령	15~19세 (100)	20.0	(20)	52.9	65.0	47.1	70.0	41.2	70.0	41.2	65.0	41.2	65.0	52.9	65.0	23.5	65.0
	20대 (100)	31.0	(31)	57.9	67.7	57.9	61.3	63.2	71.0	52.6	64.5	73.7	67.7	60.5	58.1	55.3	58.1
	30대 (100)	32.0	(32)	60.0	65.6	75.0	68.8	70.0	71.9	67.5	62.5	75.0	59.4	70.0	71.9	62.5	56.3
	40대 (63)	28.6	(18)	41.2	77.8	47.1	77.8	52.9	55.6	58.8	77.8	47.1	66.7	47.1	55.6	35.3	55.6
	50대 (37)	18.9	(7)	25.0	71.4	25.0	57.1	25.0	57.1	25.0	71.4	100.0	71.4	25.1	57.1	50.0	71.4
결혼 여부	기혼 (169)	32.5	(55)	52.1	69.1	62.0	67.3	63.4	63.6	60.6	70.9	67.6	63.6	56.3	65.5	53.5	58.2
	미혼 (231)	22.9	(53)	57.8	67.9	55.6	67.9	53.3	71.7	48.9	62.3	64.4	66.0	64.4	60.4	44.4	60.4
학력	중졸이하 (24)	16.7	(4)	75.0	50.0	75.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	75.0	50.0	75.0	50.0	-	25.0
	고졸 (161)	22.4	(36)	42.3	63.9	46.2	77.8	50.0	66.7	42.3	61.1	57.7	66.7	57.7	58.3	34.6	63.9
	대졸이상 (215)	31.6	(68)	57.0	72.1	62.8	63.2	62.8	69.1	60.5	70.6	68.6	64.7	59.3	66.2	57.0	58.8
한류도	호감 (218)	65.1	(86)	59.1	69.8	62.4	72.1	65.6	68.6	62.4	69.8	66.7	66.3	62.4	65.1	55.9	59.3
	보통 (164)	38.9	(18)	38.1	55.6	52.4	50.0	33.3	61.1	28.6	50.0	61.9	61.1	52.4	44.4	28.6	55.6
	비호감 (18)	75.0	(4)	-	100.0	-	50.0	50.0	75.0	50.0	75.0	100.0	50.0	-	100.0	-	75.0

4. 요약 및 결론

- 미국에서의 한국 대표이미지는 K-POP이 22.5%(90명)로 1위, 그 외 한식, 한국전쟁 순임
- 한국에 대해 문화 강국, 경제적 선진국, 호감이 가는 나라라는 인식이 강하나, 부유한 국가, 협력국이라는 인식은 상대적으로 낮음
- 전반적으로 한국콘텐츠 소비량이 40%대 수준으로 다양한 분야에서 한국콘텐츠가 높은 소비량을 보이고 있는 가운데, 특히 K-POP의 소비량이 43.1%(172명)로 가장 높음
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 한식이 53.0%(212명)로 1위이며, 그 외 K-POP, 애니/만화가 대중적인 인기가 있는 문화 콘텐츠임
- 한국 문화상품의 관심도 및 소비지출의향은 증가가 약 50%대 가량으로 높은 수준의 관심도를 보이며, 콘텐츠별 1년 전 대비 이용량 증가 응답은 40%대 수준으로 지난 조사 대비 소폭 하락한 모습을 보임
- 한류 인지도는 61.5%(246명), 호감도는 54.5%(218명)로 높은 수준임
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 64.3%(257명)로 1위, 그 외 한식, 영화 순임
- 한국 도서와 패션/뷰티, 게임을 제외한 한류 콘텐츠는 전반적으로 90%대 이상의 높은 인지도 및 경험률을 보이고 있으며, 콘텐츠 경험 후 약 40%대 이상의 소비 증감율과 40%대 이상의 높은 호감도를 보임
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 YouTube와 TV임
- 드라마와 영화는 작품의 영상미, 문화적 특이성이 주 인기요인이며, K-POP은 가수들의 뛰어난 퍼포먼스, 한국어와 영어 가사의 결합이 주 인기요인으로 인식됨
- 한국 제품 중 한식, 식료품의 구매 비율이 높은 편
향후 한국식품 구매의도 및 한식 체험의도, 전반적 한국제품 구매의도 등이 높게 나타남
- 한류 이용 시 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 미국에서는 한국 대중문화 상품을 구입할 수 있는 곳이 부족하다는 점과 공용어나 자국어 등 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 미국 내 한류 콘텐츠 보급을 위해 한국 대중문화 관련 상품을 구입할 수 있는 Store를 미국 주요 대도시 중심으로 확대해 나갈 필요가 있음
- 미국의 경우 다양한 언어를 사용하므로 영어를 비롯한 스페인어 등 다양한 언어로 한류 콘텐츠를 접할 수 있도록 전문 인력을 양성하고, 이를 한국 대중문화 관련 Store를 중심으로 보급해나가야 할 것으로 보임
- 한류 인기의 지속성에 대해 응답자의 절반인 50.0%(200명)가 4년 이내 끝날 것이라는 부정적인 의견을 보이고 있으나, 이는 2차 조사 이후 소폭 감소하는 추세임
- 반 한류 공감도는 27.0%(108명)로 한국이 타 국가에 비판적이라는 점과 자국 콘텐츠 산업 보호를 위한 점이 반한류 공감이유로 나타남
- 미국은 높은 수준의 한국문화에 대한 관심과 그에 따른 콘텐츠 소비가 나타나고 있으므로 미국 내 한류 지속을 위해 주요 불편 요인으로 지적된 사항들의 개선이 필요할 것으로 사료됨