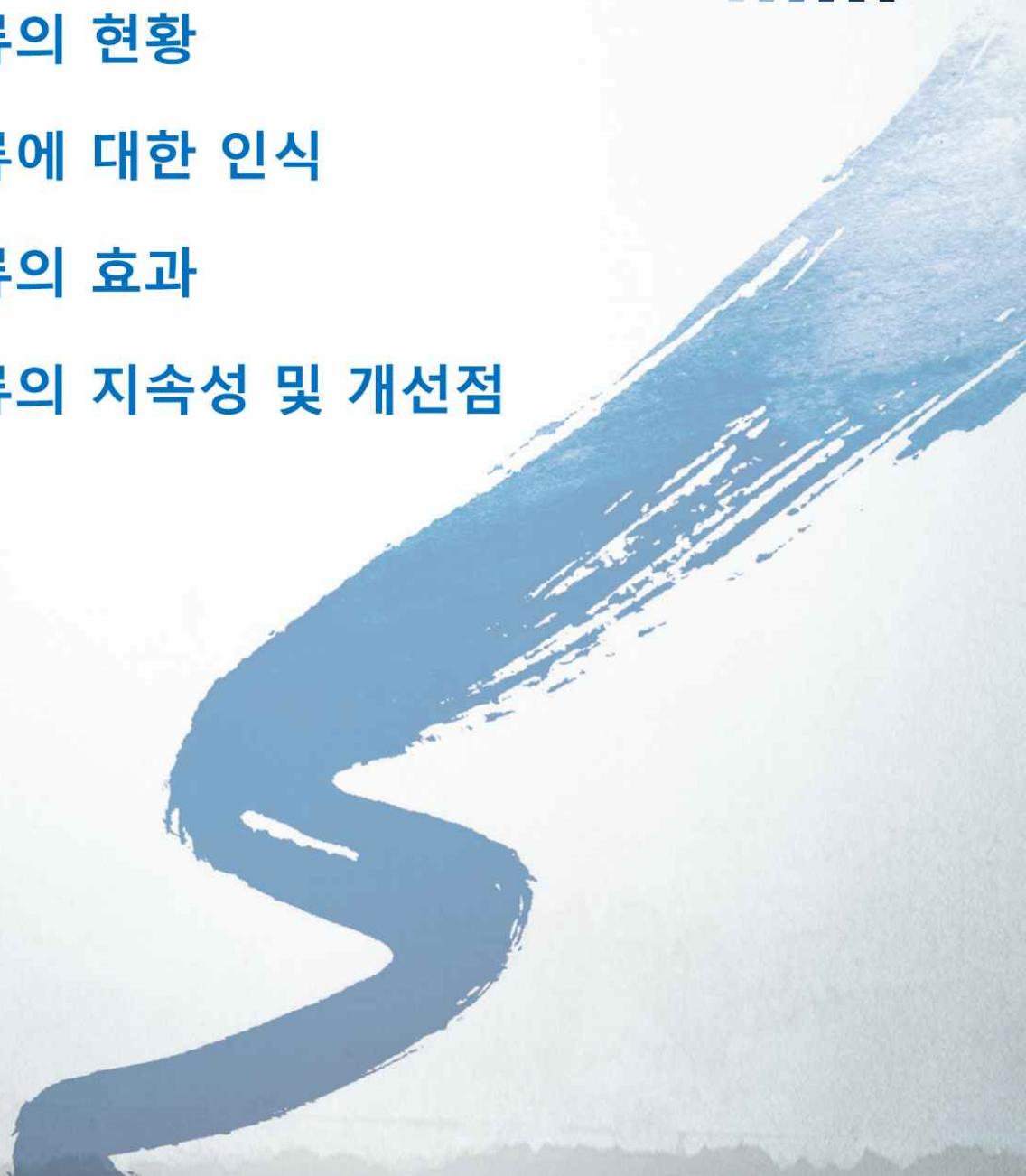


제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스



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



목 차

제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스	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 13-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 13-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 13-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 13-4. 한국문화 콘텐츠 인지도]	4
[표 13-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 13-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 13-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 13-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 13-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 13-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 13-11. 한국 영화]	11
[표 13-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 13-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 13-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 13-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 13-16. 한국 음식]	16
[표 13-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 13-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 13-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 13-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 13-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 13-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 13-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 13-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 13-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 13-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 13-27. 한류 지속 여부]	28
[표 13-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

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

제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스

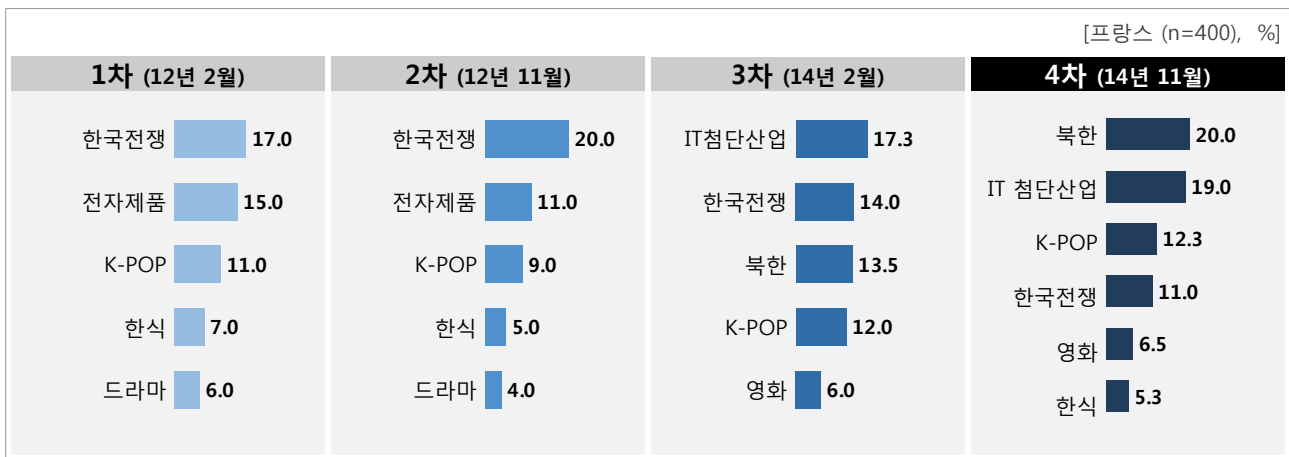
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국에 대한 연상 이미지로는 '북한'이 20.0%(80명)로 가장 많이 언급되었으며, 그 외 'IT 첨단산업', 'K-POP' 순으로 나타남
- 프랑스에서는 상대적으로 대중문화 콘텐츠 대비 한국의 정치, 경제 산업 분야에 대한 연상이 높게 나타나는 것으로 보임

[그림 13-1. 한국 연상 이미지]



[표 13-1. 한국 연상 이미지]

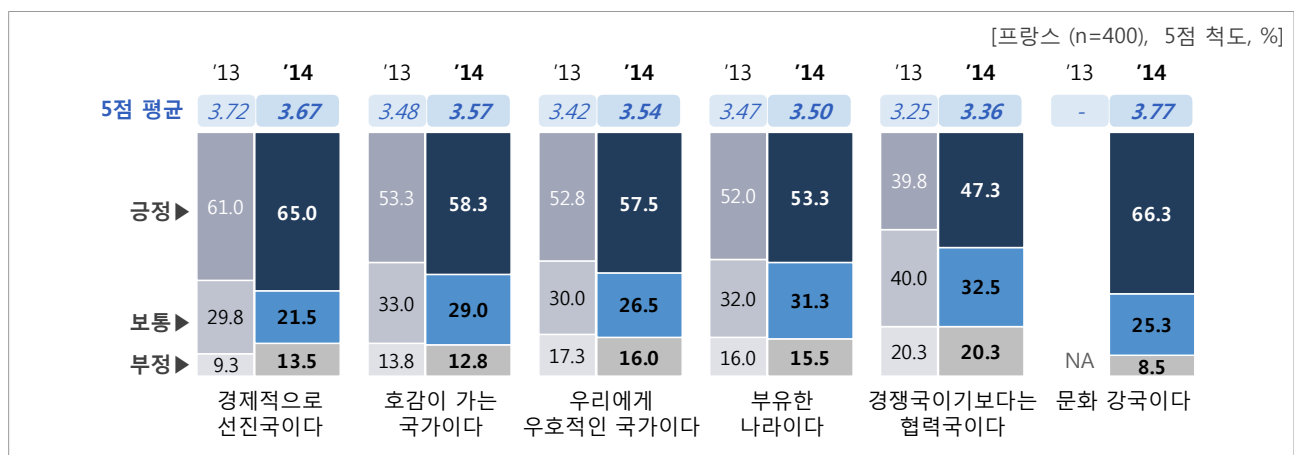
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
북한	17.0	23.0	16.0	30.0	15.0	21.4	15.9	16.0	23.5	8.7	20.5	20.8	15.7	22.0	26.8
IT 첨단산업	20.5	17.5	14.0	11.0	23.0	25.0	31.8	21.4	16.9	8.7	16.6	21.7	17.0	20.5	19.5
K-POP	10.5	14.0	19.0	10.0	12.0	8.9	6.8	12.8	11.7	13.0	13.9	11.1	16.4	10.0	7.3
한국전쟁	10.5	11.5	10.0	9.0	13.0	8.9	15.9	12.3	9.9	8.7	14.6	8.8	9.4	12.0	12.2
영화	7.5	5.5	7.0	9.0	6.0	5.4	2.3	4.8	8.0	4.3	5.3	7.5	8.8	5.5	2.4
한식	6.0	4.5	6.0	3.0	6.0	5.4	6.8	5.3	5.2	-	4.0	6.6	3.1	7.0	4.9

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한국에 대한 인식으로는 '문화 강국이다'가 66.3%(265명)로 가장 높고, 그 외 '경제적으로 선진국이다(65.0%, 260명)', '호감이 가는 국가이다(58.3%, 233명)' 순으로 나타남
- 전반적으로 남성, 기혼, 한류태도 호감층에서 한국에 대한 긍정적인 인식이 상대적으로 높은 편임

[그림 13-2. 한국에 대한 인식]



[표 13-2. 한국에 대한 인식]

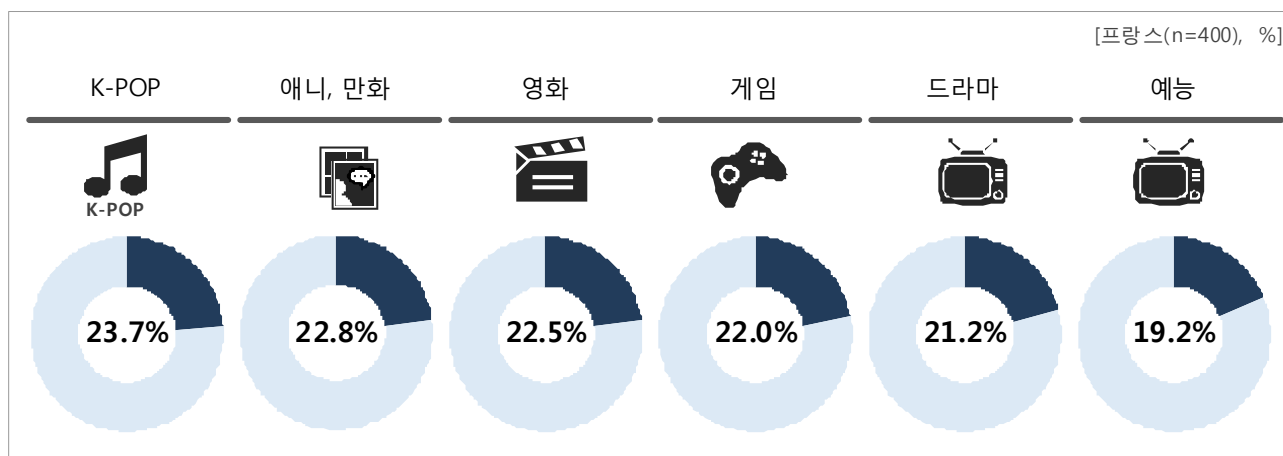
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸이하 (23)	고졸 (151)	대졸이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
경제적으로 선진국이다	<u>69.0</u>	61.0	54.0	<u>70.0</u>	66.0	69.6	70.5	<u>69.0</u>	61.5	52.2	61.6	68.6	<u>73.6</u>	62.0	46.3
호감이 가는 국가이다	<u>64.0</u>	52.5	57.0	61.0	58.0	58.9	54.5	<u>62.6</u>	54.5	56.5	57.6	58.8	<u>65.4</u>	56.0	41.5
우리에게 우호적인 국가이다	<u>64.5</u>	50.5	57.0	58.0	52.0	<u>67.9</u>	56.8	<u>60.4</u>	54.9	56.5	56.3	58.4	<u>66.7</u>	52.0	48.8
부유한 나라이다	<u>59.0</u>	47.5	43.0	56.0	58.0	60.7	50.0	<u>59.4</u>	47.9	52.2	48.3	56.6	<u>64.2</u>	47.5	39.0
경쟁국이기보다는 협력국이다	<u>52.0</u>	42.5	46.0	44.0	52.0	48.2	45.5	<u>54.0</u>	41.3	52.2	48.3	46.0	<u>56.0</u>	44.0	29.3
문화 강국이다	<u>70.5</u>	62.0	68.0	70.0	66.0	57.1	65.9	66.8	65.7	56.5	60.9	<u>70.8</u>	<u>76.1</u>	62.0	48.8

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 전반적으로 한국문화 콘텐츠는 전 분야에서 20%대의 비슷한 소비량을 보이고 있는 가운데, 특히 'K-POP'이 23.7%(95명)로 가장 높은 소비량을 보임
그 외 '애니/만화', '영화'순으로 높게 나타남
- 한국문화 콘텐츠는 전반적으로 남성, 10~30대, 한류 호감층을 중심으로 소비량이 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 13-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

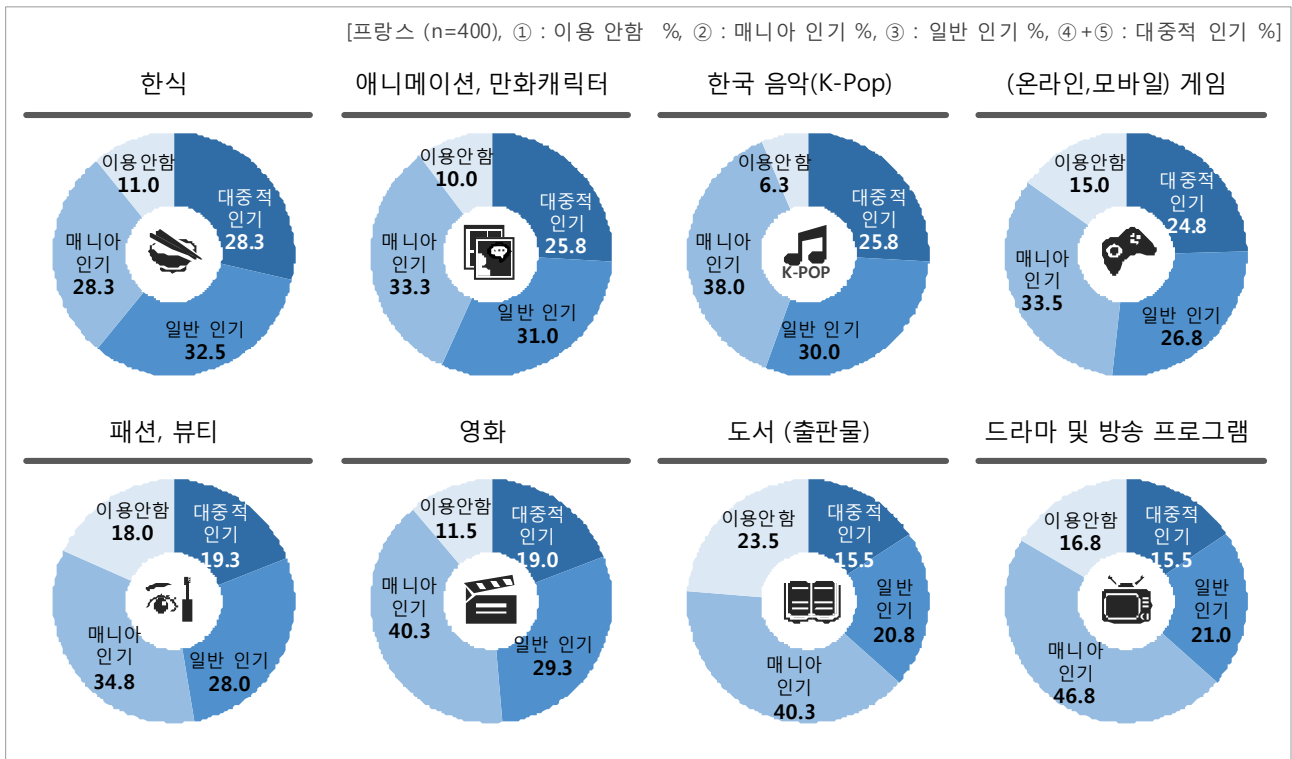
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
음악	26.1	21.3	27.4	27.4	24.8	18.0	11.4	23.1	24.2	33.7	26.6	20.7	<u>32.2</u>	18.8	14.5
애니, 만화	23.9	21.8	28.7	26.1	24.5	14.6	8.6	21.5	24.0	<u>37.2</u>	25.9	19.3	<u>29.2</u>	18.8	17.9
영화	24.3	20.7	22.5	27.1	24.8	19.6	10.5	23.8	21.4	<u>33.3</u>	23.8	20.5	<u>29.8</u>	18.3	15.0
게임	24.6	19.5	26.8	26.0	23.7	14.6	7.5	21.5	22.4	<u>40.2</u>	23.5	19.2	<u>28.0</u>	18.4	16.5
드라마	23.0	19.4	23.2	25.6	23.3	16.1	8.2	21.1	21.2	30.2	22.6	19.3	<u>28.6</u>	16.8	13.5
예능	21.4	17.1	20.4	23.8	22.3	13.8	5.9	19.4	19.0	<u>32.4</u>	20.2	17.2	<u>25.5</u>	15.2	14.3

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 프랑스에서 대중적 인기가 가장 높은 한국문화 콘텐츠는 '한식(28.3%, 113명)'이며, 그 외 '애니/만화', 'K-POP'순으로 대중적 인기가 높음
- 전반적으로 남성, 기혼, 한류 호감층을 중심으로 한국문화 콘텐츠에 대한 인기가 상대적으로 높은 것으로 보임

[그림 13-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 13-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

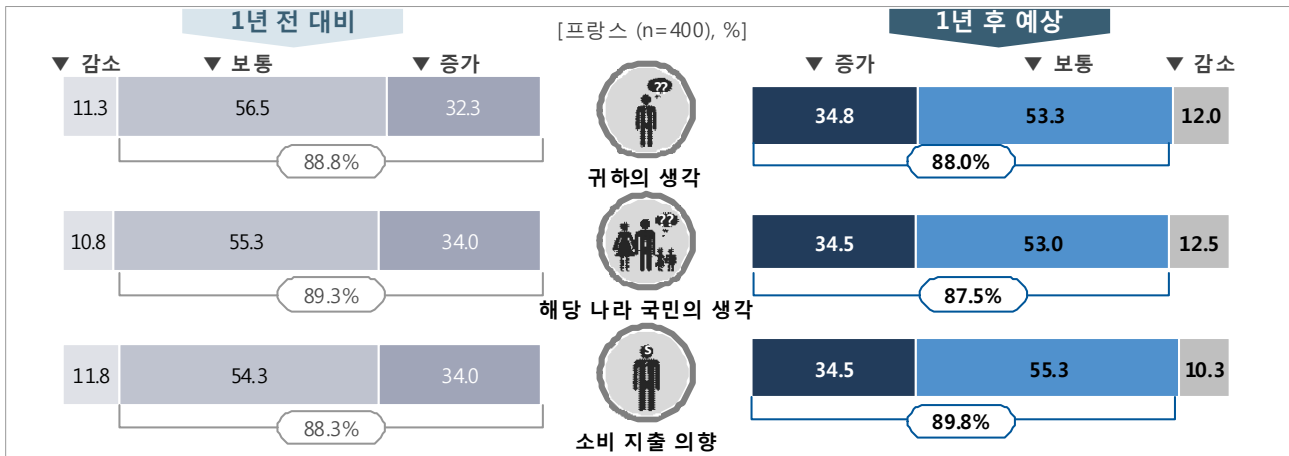
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸이하 (23)	고졸 (151)	대졸이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
한국 음식	32.0	24.5	31.0	32.0	25.0	26.8	22.7	31.6	25.4	47.8	28.5	26.1	40.3	21.0	17.1
한국 애니메이션	27.5	24.0	33.0	25.0	22.0	21.4	25.0	27.8	23.9	47.8	30.5	20.4	40.9	15.0	19.5
한국 음악(K-Pop)	33.0	18.5	34.0	22.0	26.0	17.9	25.0	29.4	22.5	34.8	27.2	23.9	37.7	17.5	19.5
한국 게임	30.0	19.5	28.0	25.0	27.0	14.3	25.0	28.3	21.6	52.2	24.5	22.1	35.2	18.5	14.6
한국 패션, 뷰티	21.0	17.5	19.0	20.0	20.0	16.1	20.5	23.0	16.0	47.8	21.9	14.6	32.7	11.0	7.3
한국 영화	21.0	17.0	16.0	22.0	23.0	14.3	15.9	23.0	15.5	39.1	21.2	15.5	27.7	13.0	14.6
한국 도서(출판물)	20.5	10.5	16.0	19.0	18.0	10.7	6.8	18.7	12.7	43.5	15.9	12.4	25.8	9.5	4.9
한국 드라마 및 방송	20.0	11.0	17.0	20.0	17.0	8.9	6.8	18.2	13.1	43.5	18.5	10.6	27.7	8.0	4.9

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 한국문화상품에 대한 본인의 관심도는 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답이 전체의 88.8%(355명)이며, 1년 후의 한국문화상품 관심도도 현재와 유사한 수준으로 예상됨
- 소비 지출 의향의 경우, 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답은 88.3%(353명)이나, 1년 후 예상은 89.8%(359명)로 소폭 상승함

[그림 13-5. 한국문화상품 관심도]



[표 13-5. 한국문화상품 관심도]

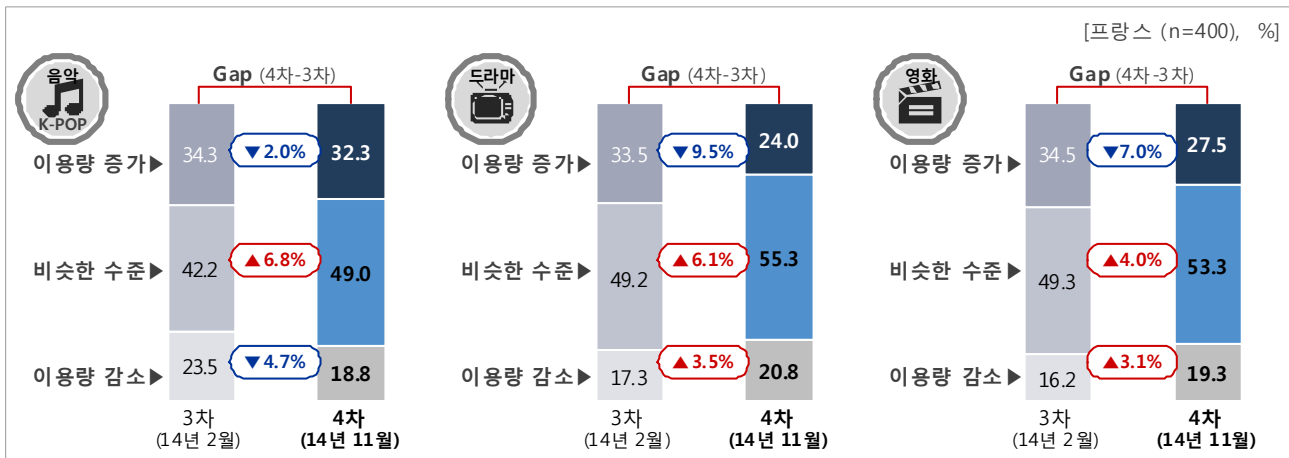
한국 문화 상품 관심도 %			귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
			감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑
성별	남성	(200)	11.5	53.5	35.0	12.5	53.0	34.5	10.5	55.0	34.5	15.5	48.0	36.5	11.0	52.5	36.5	10.5	53.0	36.5
	여성	(200)	11.0	59.5	29.5	11.5	53.5	35.0	11.0	55.5	33.5	9.5	58.0	32.5	12.5	56.0	31.5	10.0	57.5	32.5
연령	15~19세	(100)	18.0	47.0	35.0	13.0	51.0	36.0	12.0	52.0	36.0	15.0	46.0	39.0	13.0	48.0	39.0	13.0	46.0	41.0
	20대	(100)	13.0	58.0	29.0	15.0	52.0	33.0	12.0	50.0	38.0	14.0	47.0	39.0	11.0	53.0	36.0	9.0	62.0	29.0
	30대	(100)	5.0	59.0	36.0	6.0	57.0	37.0	6.0	58.0	36.0	7.0	62.0	31.0	9.0	58.0	33.0	5.0	59.0	36.0
	40대	(56)	12.5	58.9	28.6	16.1	50.0	33.9	14.3	55.4	30.4	16.1	53.6	30.4	16.1	55.4	28.6	16.1	51.8	32.1
	50대	(44)	4.5	65.9	29.5	11.4	56.8	31.8	11.4	68.2	20.5	11.4	61.4	27.3	11.4	61.4	27.3	11.4	56.8	31.8
결혼 여부	기혼	(187)	12.8	51.9	35.3	15.0	47.1	38.0	11.8	53.5	34.8	14.4	53.5	32.1	12.8	49.7	37.4	11.8	50.3	38.0
	미혼	(213)	9.9	60.6	29.6	9.4	58.7	31.9	9.9	56.8	33.3	10.8	52.6	36.6	10.8	58.2	31.0	8.9	59.6	31.5
학력	중졸이하	(23)	13.0	34.8	52.2	13.0	34.8	52.2	8.7	52.2	39.1	21.7	34.8	43.5	8.7	43.5	47.8	13.0	34.8	52.2
	고졸	(151)	15.2	55.0	29.8	13.2	51.0	35.8	13.9	52.3	33.8	16.6	51.7	31.8	12.6	53.0	34.4	13.2	49.0	37.7
	대졸이상	(226)	8.4	59.7	31.9	11.1	56.6	32.3	8.8	57.5	33.6	8.8	55.8	35.4	11.5	56.2	32.3	8.0	61.5	30.5
한류 태도	호감	(159)	6.9	45.9	47.2	8.2	42.8	49.1	7.5	45.3	47.2	10.1	44.7	45.3	7.5	45.3	47.2	5.7	44.7	49.7
	보통	(200)	10.5	65.0	24.5	10.5	63.5	26.0	10.0	63.0	27.0	10.5	60.5	29.0	12.5	61.0	26.5	11.0	63.5	25.5
	비호감	(41)	31.7	56.1	12.2	34.1	43.9	22.0	26.8	56.1	17.1	31.7	48.8	19.5	24.4	56.1	19.5	24.4	56.1	19.5

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

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

- 1년 전 대비 한국문화상품 이용량은 전반적으로 소폭 하락한 것으로 조사된 가운데, 특히 '드라마'의 경우 하락폭이 9.5%(38명)로 가장 큰 것으로 파악됨

[그림 13-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 13-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

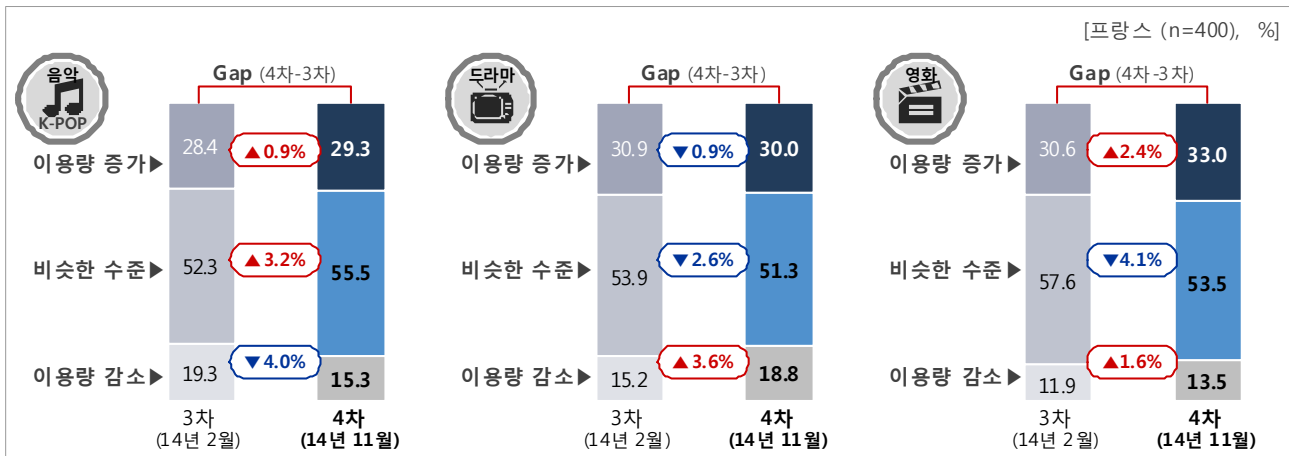
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		21.4	46.2	32.4	19.5	44.0	36.5	12.5	53.1	34.4	20.0	51.5	28.5	11.8	52.8	35.4	20.0	48.0	32.0
	여성 (200)		25.5	38.5	36.0	18.0	<u>54.0</u>	28.0	22.1	45.3	32.6	21.5	59.0	19.5	20.9	45.5	33.6	18.5	58.5	23.0
연령	15~19세 (100)		27.3	34.1	38.6	18.0	42.0	40.0	<u>35.6</u>	33.3	31.1	23.0	49.0	28.0	36.7	34.7	28.6	<u>27.0</u>	47.0	26.0
	20대 (100)		20.5	47.4	32.1	20.0	49.0	31.0	8.3	58.3	33.3	18.0	57.0	25.0	12.7	53.2	34.2	16.0	54.0	30.0
	30대 (100)		20.3	44.9	34.8	12.0	56.0	32.0	16.3	49.0	34.7	15.0	56.0	29.0	12.3	45.7	42.0	10.0	55.0	35.0
	40대 (56)		15.9	45.5	38.6	<u>30.4</u>	46.4	23.2	7.4	59.3	33.3	<u>32.1</u>	55.4	12.5	10.9	<u>63.0</u>	26.1	<u>28.6</u>	51.8	19.6
	50대 (44)		<u>40.7</u>	40.7	18.5	18.2	52.3	29.5	20.0	40.0	40.0	20.5	63.6	15.9	8.7	52.2	39.1	18.2	63.6	18.2
결혼 여부	기혼 (187)		18.3	45.8	35.8	21.9	48.1	29.9	14.4	51.1	34.4	23.5	54.5	21.9	11.5	51.5	36.9	18.2	53.5	28.3
	미혼 (213)		26.9	39.8	33.3	16.0	49.8	34.3	19.8	47.5	32.7	18.3	55.9	25.8	20.3	47.3	32.4	20.2	53.1	26.8
학력	중졸이하 (23)		32.1	32.1	35.7	26.1	30.4	43.5	32.0	36.0	32.0	21.7	47.8	30.4	<u>37.0</u>	40.7	22.2	30.4	34.8	34.8
	고졸 (151)		17.1	43.8	39.0	17.2	45.0	37.7	19.1	47.1	33.8	23.2	47.7	29.1	20.0	45.3	34.7	21.9	48.3	29.8
	대졸이상 (226)		24.8	44.8	30.3	19.0	53.5	27.4	12.2	54.1	33.7	19.0	<u>61.1</u>	19.9	10.3	53.2	36.5	16.4	<u>58.4</u>	25.2
한류 태도	호감 (159)		13.9	39.1	<u>47.0</u>	11.9	37.7	<u>50.3</u>	12.1	43.9	<u>43.9</u>	11.9	45.9	<u>42.1</u>	12.9	41.7	<u>45.5</u>	13.8	44.7	<u>41.5</u>
	보통 (200)		28.6	47.4	24.1	20.0	56.5	23.5	22.1	57.1	20.8	23.5	62.5	14.0	17.6	56.8	25.6	21.0	58.0	21.0
	비호감 (41)		<u>59.1</u>	31.8	9.7	<u>39.0</u>	56.1	4.9	<u>42.9</u>	42.9	14.3	<u>41.5</u>	56.1	2.4	<u>28.6</u>	52.4	19.0	<u>31.7</u>	63.4	4.9

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

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

- 1년 후 한국 대중문화 콘텐츠의 이용량에 대해서는 3차 조사와 큰 변화 없는 수준으로 확인되었으며, 응답자의 약 80%대가 한국 콘텐츠의 이용량이 현재와 유사하거나 증가할 것으로 예상하는 것으로 파악됨
- K-POP, 드라마, 영화 모두 한류 호감층에서 현재 대비 평균 이용량이 증가할 것이라는 응답이 높게 나타나는 것으로 확인 됨

[그림 13-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 13-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성	(200)	17.2	54.5	28.3	14.5	54.5	31.0	15.6	53.1	31.3	19.5	47.0	33.5	11.1	57.6	31.3	12.5	50.0	37.5
	여성	(200)	21.1	50.3	28.6	16.0	56.5	27.5	14.7	54.7	30.5	18.0	55.5	26.5	12.7	57.5	29.9	14.5	57.0	28.5
연령	15~19세	(100)	26.1	51.1	22.7	17.0	50.0	33.0	31.1	37.8	31.1	26.0	43.0	31.0	26.5	44.9	28.6	15.0	49.0	36.0
	20대	(100)	16.7	44.9	38.5	16.0	59.0	25.0	13.3	55.0	31.7	16.0	50.0	34.0	5.1	55.7	39.2	14.0	55.0	31.0
	30대	(100)	13.0	58.0	29.0	11.0	59.0	30.0	10.2	57.1	32.7	13.0	55.0	32.0	12.3	63.0	24.7	11.0	55.0	34.0
	40대	(56)	15.9	54.5	29.5	21.4	50.0	28.6	7.4	63.0	29.6	26.8	53.6	19.6	8.7	60.9	30.4	16.1	53.6	30.4
	50대	(44)	25.9	59.3	14.8	11.4	59.1	29.5	-	80.0	20.0	11.4	61.4	27.3	8.7	65.2	26.1	11.4	56.8	31.8
결혼 여부	기혼	(187)	15.8	50.0	34.2	18.2	52.4	29.4	11.1	57.8	31.1	20.9	51.9	27.3	8.5	59.2	32.3	15.5	53.5	31.0
	미혼	(213)	21.5	53.8	24.7	12.7	58.2	29.1	18.8	50.5	30.7	16.9	50.7	32.4	14.9	56.1	29.1	11.7	53.5	34.7
학력	중졸이하	(23)	26.8	50.0	23.2	21.7	39.1	39.1	28.0	44.0	28.0	26.1	34.8	39.1	33.3	51.9	14.8	17.4	26.1	56.5
	고졸	(151)	14.3	53.3	32.4	14.6	51.0	34.4	14.7	51.5	33.8	21.9	45.7	32.5	12.6	53.7	33.7	15.2	50.3	34.4
	대졸이상	(226)	20.0	52.4	27.6	15.0	60.2	24.8	12.2	58.2	29.6	15.9	56.6	27.4	7.7	60.9	31.4	11.9	58.4	29.6
한류 태도	호감	(159)	11.3	47.0	41.7	9.4	44.0	46.5	10.3	48.6	41.1	11.9	40.3	47.8	6.1	50.8	43.2	10.7	42.8	46.5
	보통	(200)	24.8	58.6	16.5	15.0	65.0	20.0	22.1	61.0	16.9	19.5	60.0	20.5	14.4	64.8	20.8	12.5	61.0	26.5
	비호감	(41)	40.9	50.0	9.1	39.0	53.7	7.3	14.3	57.1	28.6	41.5	51.2	7.3	33.3	57.1	9.5	29.3	58.5	12.2

제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

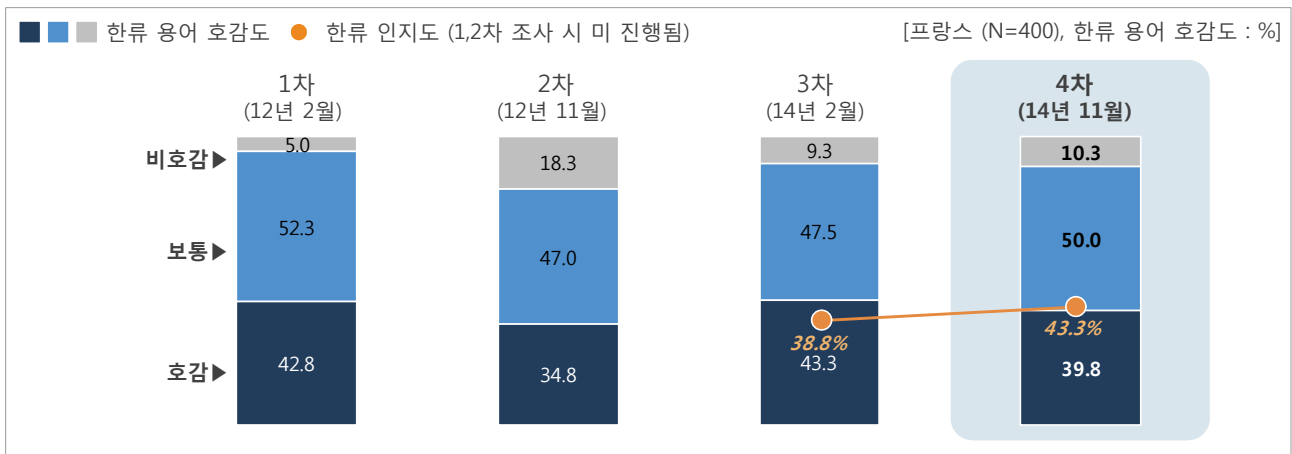
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- '한류' 용어의 인지도는 43.3%(173명)로, 3차 조사 대비 상승한 것으로 나타남
- 한류 용어에 대한 호감도의 경우, 39.8%(159명)로 작년 대비 소폭 하락함
- 한류 인지도와 호감도는 전반적으로 남성, 기혼 집단에서 높게 나타나는 편임

[그림 13-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 13-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

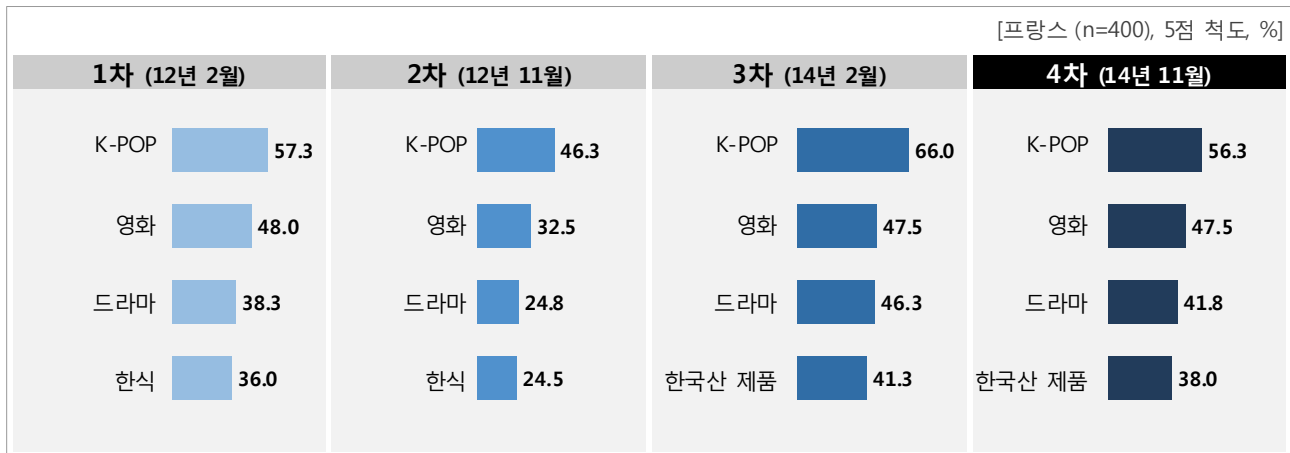
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
한류 인지도	<u>51.5</u>	35.0	<u>49.0</u>	<u>50.0</u>	39.0	41.1	27.3	<u>48.7</u>	38.5	<u>60.9</u>	49.0	37.6	<u>59.1</u>	32.5	34.1
한류 호감도 - 호감	<u>43.0</u>	36.5	40.0	38.0	42.0	41.1	36.4	<u>45.5</u>	34.7	43.5	43.0	37.2	<u>100.0</u>	-	-
한류 호감도 - 보통	48.0	52.0	50.0	52.0	50.0	48.2	47.7	43.9	<u>55.4</u>	43.5	47.7	52.2	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	9.0	11.5	10.0	10.0	8.0	10.7	15.9	10.7	9.9	13.0	9.3	10.6	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 한류 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 56.3%(225명)로 가장 높게 나타났으며,
그 외 '영화(47.5%, 190명)', 드라마(41.8%, 167명)'순으로 높게 나타남
- 'K-POP'의 경우, 10대, 미혼, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 높게 인식함

[그림 13-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 13-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸이하 (23)	고졸 (151)	대졸이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
K-POP	56.5	56.0	<u>61.0</u>	54.0	57.0	48.2	59.1	48.7	<u>62.9</u>	47.8	54.3	58.4	<u>64.8</u>	51.0	48.8
영화	49.5	45.5	39.0	49.0	48.0	46.4	<u>63.6</u>	48.7	46.5	30.4	50.3	47.3	<u>53.5</u>	44.0	41.5
드라마	43.5	40.0	49.0	41.0	46.0	25.0	38.6	38.0	45.1	21.7	41.1	44.2	<u>50.9</u>	36.0	34.1
한국산 제품	37.0	39.0	38.0	38.0	34.0	39.3	45.5	32.1	<u>43.2</u>	21.7	39.1	38.9	<u>40.9</u>	34.0	46.3

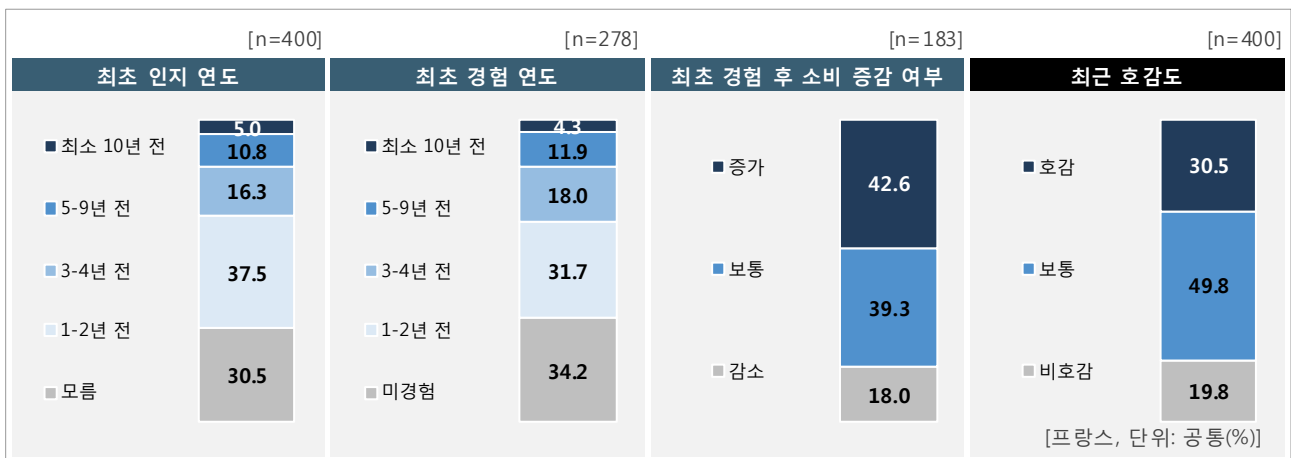
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 프랑스에서 한국 드라마의 인지도는 69.5%(278명), 경험률은 65.8%(183명)임
특히 40~50대 여성층에서 한국 드라마에 대한 인지/경험률이 상대적으로 낮게 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 42.6%(78명)이며, 최근 호감도는 30.5%(122명)임

[그림 13-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 13-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

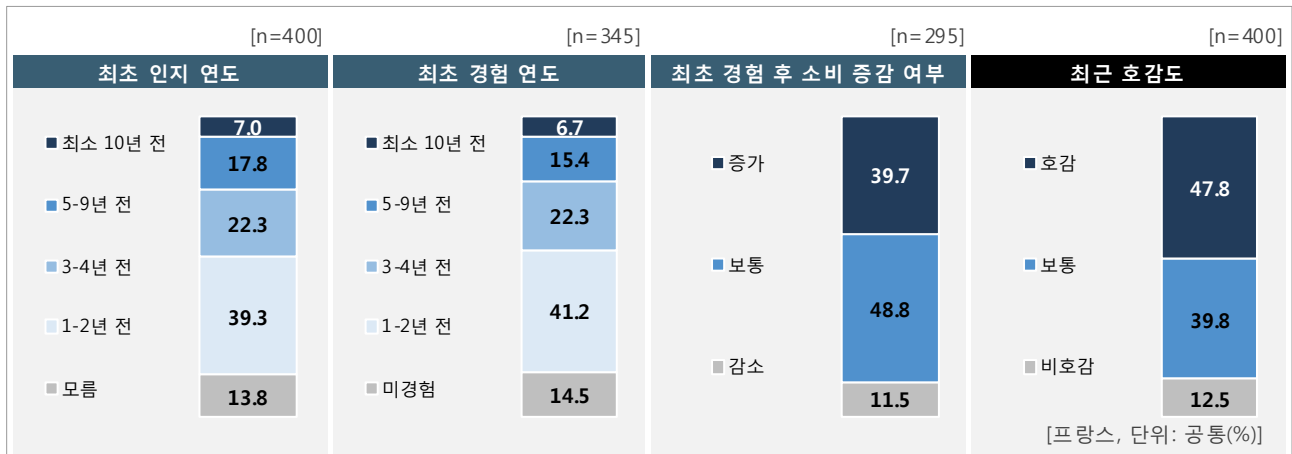
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	25.5	39.5	16.0	14.0	5.0	28.2	32.2	18.1	16.8	4.7	21.5	36.4	42.1	20.5	47.5	32.0
	여성	(200)	<u>35.5</u>	35.5	16.5	7.5	5.0	<u>41.1</u>	31.0	17.8	6.2	3.9	13.2	43.4	43.4	19.0	52.0	29.0
연령	15~19세	(100)	22.0	46.0	18.0	9.0	5.0	25.6	41.0	16.7	12.8	3.8	22.4	39.7	37.9	25.0	43.0	32.0
	20대	(100)	28.0	36.0	15.0	15.0	6.0	26.4	34.7	18.1	13.9	6.9	13.2	37.7	49.1	19.0	50.0	31.0
	30대	(100)	30.0	38.0	21.0	6.0	5.0	35.7	30.0	21.4	8.6	4.3	17.8	37.8	44.4	10.0	52.0	38.0
	40대	(56)	<u>39.3</u>	33.9	10.7	12.5	3.6	<u>47.1</u>	26.5	17.6	8.8	-	16.7	<u>55.6</u>	27.8	30.4	53.6	16.1
	50대	(44)	<u>45.5</u>	25.0	11.4	13.6	4.5	<u>62.5</u>	4.2	12.5	16.7	4.2	22.2	22.2	<u>55.6</u>	18.2	54.5	27.3
결혼 여부	기혼	(187)	32.1	32.6	16.6	12.3	6.4	29.9	30.7	18.9	12.6	7.9	21.3	37.1	41.6	18.2	48.7	33.2
	미혼	(213)	29.1	41.8	16.0	9.4	3.8	37.7	32.5	17.2	11.3	1.3	14.9	41.5	43.6	21.1	50.7	28.2
학력	중졸이하	(23)	8.7	43.5	13.0	17.4	17.4	23.8	19.0	23.8	14.3	19.0	25.0	37.5	37.5	17.4	56.5	26.1
	고졸	(151)	25.8	39.1	15.9	13.2	6.0	34.8	33.9	16.1	12.5	2.7	16.4	42.5	41.1	19.2	45.7	35.1
	대졸이상	(226)	<u>35.8</u>	35.8	16.8	8.4	3.1	35.2	31.7	18.6	11.0	3.4	18.1	37.2	44.7	20.4	51.8	27.9
한류 태도	호감	(159)	18.2	37.1	18.9	<u>17.0</u>	8.8	27.7	29.2	20.0	17.7	5.4	10.6	33.0	<u>56.4</u>	13.2	34.6	<u>52.2</u>
	보통	(200)	36.5	39.0	16.0	6.5	2.0	<u>42.5</u>	33.9	17.3	4.7	1.6	21.9	<u>47.9</u>	30.1	23.0	60.5	16.5
	비호감	(41)	<u>48.8</u>	31.7	7.3	7.3	4.9	23.8	33.3	9.5	19.0	14.3	<u>43.8</u>	37.5	18.8	29.3	56.1	14.6

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화에 대한 인지도 및 경험률은 85%대 이상으로 나타났으며, 특히 응답자의 약 40%대가 주로 최근 1~2년 이내에 한국 영화를 인지하거나 경험한 것으로 파악됨
- 최초 경험 이후 39.7%(117명)의 소비 증가를 보이며, 최근 호감도는 47.8%(191명)임
특히, 20~40대 남성, 한류 호감층에서 영화 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-11. 한국 영화]



[표 13-11. 한국 영화]

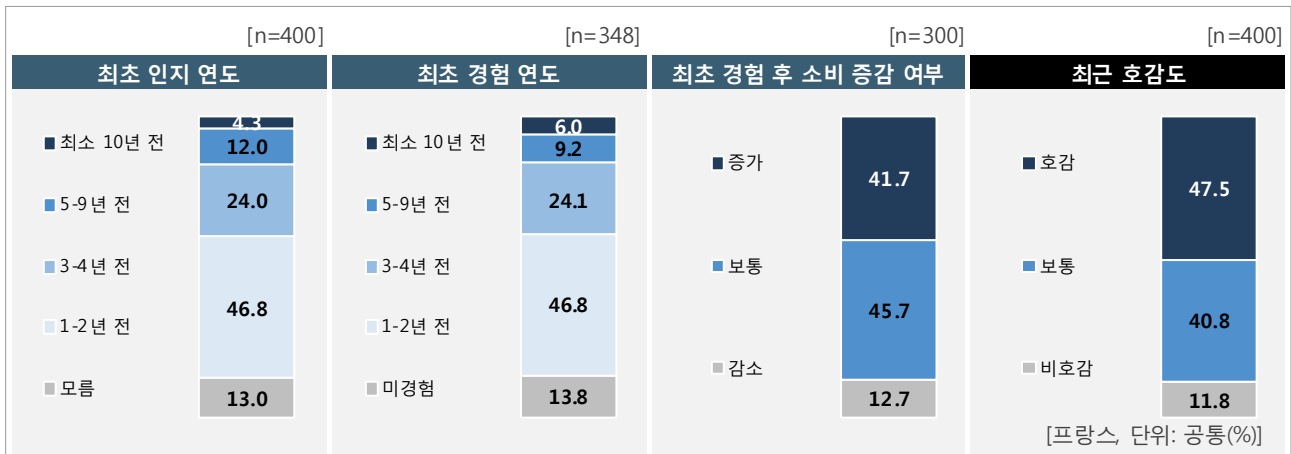
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	11.5	38.5	23.5	20.0	6.5	13.0	35.6	24.3	20.3	6.8	9.1	49.4	41.6	14.5	35.0	50.5
	여성	(200)	16.0	40.0	21.0	15.5	7.5	16.1	47.0	20.2	10.1	6.5	14.2	48.2	37.6	10.5	44.5	45.0
연령	15~19세	(100)	14.0	50.0	20.0	11.0	5.0	18.6	48.8	20.9	9.3	2.3	21.4	47.1	31.4	24.0	39.0	37.0
	20대	(100)	9.0	40.0	24.0	20.0	7.0	11.0	40.7	28.6	12.1	7.7	8.6	46.9	44.4	11.0	41.0	48.0
	30대	(100)	14.0	34.0	26.0	19.0	7.0	9.3	40.7	25.6	16.3	8.1	5.1	50.0	44.9	8.0	40.0	52.0
	40대	(56)	16.1	35.7	14.3	25.0	8.9	12.8	40.4	14.9	23.4	8.5	14.6	46.3	39.0	7.1	42.9	50.0
	50대	(44)	20.5	29.5	25.0	15.9	9.1	28.6	25.7	11.4	25.7	8.6	8.0	60.0	32.0	6.8	34.1	59.1
결혼 여부	기혼	(187)	11.8	35.3	24.6	21.4	7.0	12.7	40.6	20.6	19.4	6.7	9.7	51.4	38.9	9.6	42.2	48.1
	미혼	(213)	15.5	42.7	20.2	14.6	7.0	16.1	41.7	23.9	11.7	6.7	13.2	46.4	40.4	15.0	37.6	47.4
학력	중졸이하	(23)	8.7	34.8	17.4	17.4	21.7	4.8	33.3	19.0	28.6	14.3	20.0	55.0	25.0	17.4	39.1	43.5
	고졸	(151)	11.3	46.4	19.9	17.9	4.6	15.7	46.3	21.6	13.4	3.0	14.2	49.6	36.3	13.2	41.1	45.7
	대졸이상	(226)	15.9	35.0	24.3	17.7	7.1	14.7	38.4	23.2	15.3	8.4	8.6	47.5	43.8	11.5	38.9	49.6
한류 태도	호감	(159)	8.2	34.6	28.9	19.5	8.8	13.0	40.4	24.0	15.1	7.5	8.7	43.3	48.0	6.9	34.0	59.1
	보통	(200)	17.0	42.5	18.5	16.5	5.5	16.9	42.8	19.3	15.1	6.0	13.8	50.0	36.2	15.0	44.5	40.5
	비호감	(41)	19.5	41.5	14.6	17.1	7.3	9.1	36.4	30.3	18.2	6.1	13.3	66.7	20.0	22.0	39.0	39.0

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- 프랑스의 K-POP 인지도는 87.0%(348명)이며, 경험률은 86.2%(300명)로 높은 수준임
특히 응답자의 약 47%대가 최근 1~2년 이내에 K-POP을 인지/경험한 것으로 나타남
- 최초 경험 후 41.7%(125명)가 소비가 증가하였다고 응답하였으며, 최근 호감도는 47.5%(190명)로 나타남
10대 남성, 한류 호감층에서 K-POP에 대한 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 13-12. 한국 음악(K-POP)]

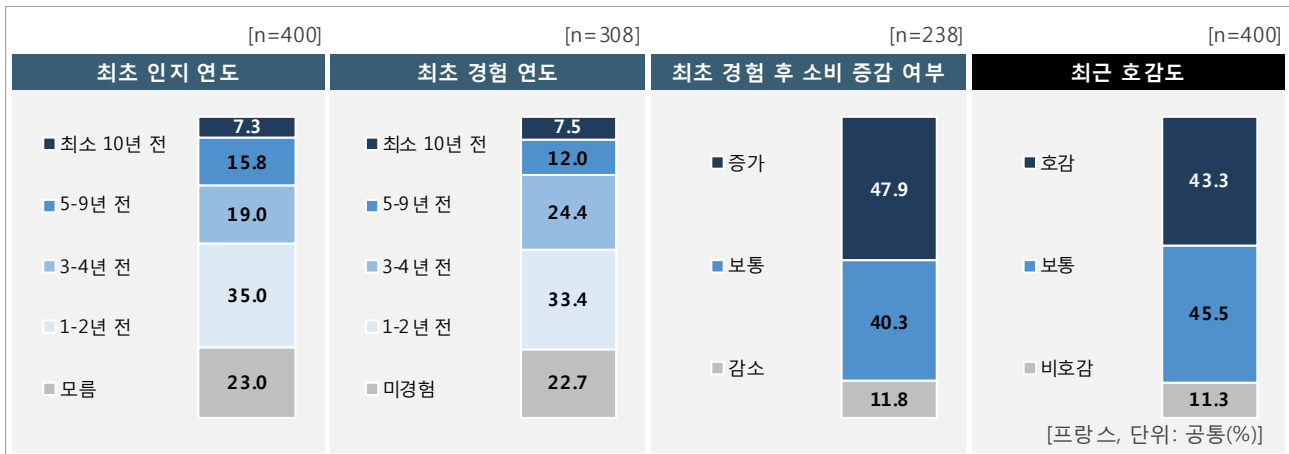
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	11.5	43.0	27.0	15.0	3.5	9.0	44.6	26.0	14.1	6.2	12.4	47.2	40.4	13.0	36.5	50.5
	여성	(200)	14.5	50.5	21.0	9.0	5.0	18.7	49.1	22.2	4.1	5.8	12.9	43.9	43.2	10.5	45.0	44.5
연령	15~19세	(100)	7.0	48.0	29.0	11.0	5.0	5.4	49.5	30.1	8.6	6.5	12.5	47.7	39.8	12.0	29.0	59.0
	20대	(100)	8.0	46.0	27.0	14.0	5.0	15.2	42.4	26.1	10.9	5.4	15.4	43.6	41.0	10.0	51.0	39.0
	30대	(100)	20.0	43.0	20.0	13.0	4.0	17.5	43.8	18.8	11.3	8.8	9.1	36.4	54.5	10.0	43.0	47.0
	40대	(56)	17.9	42.9	26.8	8.9	3.6	21.7	45.7	23.9	2.2	6.5	11.1	61.1	27.8	14.3	42.9	42.9
	50대	(44)	15.9	59.1	11.4	11.4	2.3	13.5	59.5	16.2	10.8	-	15.6	46.9	37.5	15.9	36.4	47.7
결혼 여부	기혼	(187)	13.9	42.2	24.6	13.9	5.3	16.1	41.0	27.3	6.8	8.7	10.4	45.2	44.4	9.6	41.2	49.2
	미혼	(213)	12.2	50.7	23.5	10.3	3.3	11.8	51.9	21.4	11.2	3.7	14.5	46.1	39.4	13.6	40.4	46.0
학력	중졸이하	(23)	8.7	34.8	21.7	17.4	17.4	-	33.3	28.6	23.8	14.3	23.8	42.9	33.3	13.0	43.5	43.5
	고졸	(151)	12.6	46.4	24.5	13.2	3.3	8.3	47.7	29.5	7.6	6.8	9.1	47.9	43.0	9.3	34.4	56.3
	대졸이상	(226)	13.7	48.2	23.9	10.6	3.5	19.0	47.7	20.0	8.7	4.6	13.9	44.3	41.8	13.3	44.7	42.0
한류 태도	호감	(159)	6.3	41.5	25.2	21.4	5.7	9.4	42.3	25.5	14.8	8.1	7.4	40.0	52.6	3.8	30.2	66.0
	보통	(200)	17.5	51.0	23.0	6.5	2.0	17.6	52.7	21.8	5.5	2.4	14.7	50.0	35.3	16.0	48.0	36.0
	비호감	(41)	17.1	46.3	24.4	2.4	9.8	14.7	38.2	29.4	2.9	14.7	27.6	51.7	20.7	22.0	46.3	31.7

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션 인지도는 77.0%(308명), 경험률은 77.3%(238명)이며, 응답자의 30%대 이상이 최근 1~2년 이내에 한국 애니메이션을 인지하고 경험하기 시작한 것으로 조사됨
- 경험 이후 소비 증가율은 47.9%(114명), 최근 호감도는 43.3%(173명)임
특히, 10대 남성 집단을 중심으로 한국 애니/만화 경험 후 소비증가 및 최근 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 13-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

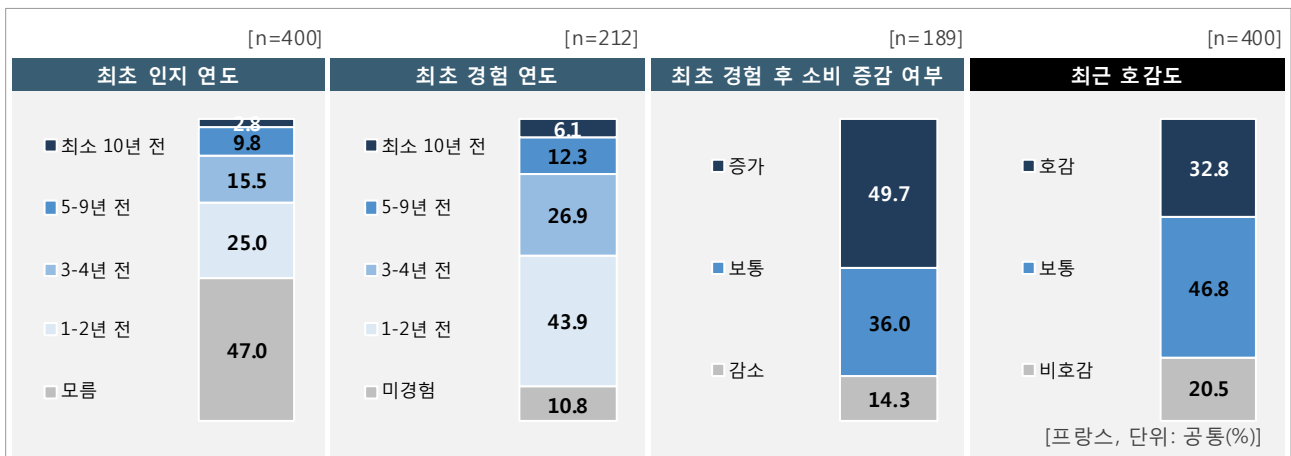
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		19.0	36.0	21.5	17.5	6.0	20.4	30.9	25.9	14.8	8.0	11.6	38.0	50.4	13.0	39.5	47.5
	여성 (200)		27.0	34.0	16.5	14.0	8.5	25.3	36.3	22.6	8.9	6.8	11.9	43.1	45.0	9.5	51.5	39.0
연령	15~19세 (100)		20.0	32.0	23.0	19.0	6.0	15.0	35.0	27.5	16.3	6.3	13.2	35.3	51.5	13.0	36.0	51.0
	20대 (100)		16.0	42.0	15.0	19.0	8.0	20.2	34.5	26.2	9.5	9.5	13.4	37.3	49.3	12.0	48.0	40.0
	30대 (100)		22.0	35.0	24.0	12.0	7.0	19.2	41.0	24.4	7.7	7.7	7.9	46.0	46.0	7.0	49.0	44.0
	40대 (56)		32.1	33.9	17.9	8.9	7.1	39.5	23.7	18.4	10.5	7.9	17.4	43.5	39.1	14.3	50.0	35.7
	50대 (44)		36.4	27.3	9.1	18.2	9.1	39.3	17.9	17.9	21.4	3.6	5.9	47.1	47.1	11.4	47.7	40.9
결혼여부	기혼 (187)		21.4	33.2	18.7	18.2	8.6	21.1	29.3	26.5	15.0	8.2	8.6	42.2	49.1	8.6	46.0	45.5
	미혼 (213)		24.4	36.6	19.2	13.6	6.1	24.2	37.3	22.4	9.3	6.8	14.8	38.5	46.7	13.6	45.1	41.3
학력	중졸이하 (23)		21.7	39.1	-	26.1	13.0	11.1	33.3	22.2	22.2	11.1	25.0	25.0	50.0	17.4	52.2	30.4
	고졸 (151)		21.2	32.5	19.2	18.5	8.6	20.2	33.6	26.1	12.6	7.6	7.4	38.9	53.7	9.9	39.1	51.0
	대졸이상 (226)		24.3	36.3	20.8	12.8	5.8	25.7	33.3	23.4	10.5	7.0	13.4	43.3	43.3	11.5	49.1	39.4
한류태도	호감 (159)		15.1	32.1	18.9	22.0	11.9	21.5	28.1	20.7	17.8	11.9	6.6	35.8	57.5	7.5	33.3	59.1
	보통 (200)		27.5	37.0	19.5	13.0	3.0	26.9	37.9	24.8	8.3	2.1	11.3	44.3	44.3	12.5	56.0	31.5
	비호감 (41)		31.7	36.6	17.1	4.9	9.8	7.1	35.7	39.3	3.6	14.3	34.6	42.3	23.1	19.5	41.5	39.0

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 53.0%(212명)로 낮으나, 인지자의 89.2%(189명)가 한국 게임을 경험한 것으로 나타나, 인지도 대비 경험률은 상대적으로 높은 편임
특히, 최근 1~2년 이내 한국 게임을 경험한 비율이 43.9%(93명)로 높게 나타남
- 한국 게임을 경험 후 소비 증가율은 49.7%(94명)로 보통수준이나, 최근 호감도는 32.8%(131명)로 타 콘텐츠 대비 상대적으로 낮은 수준임

[그림 13-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 13-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

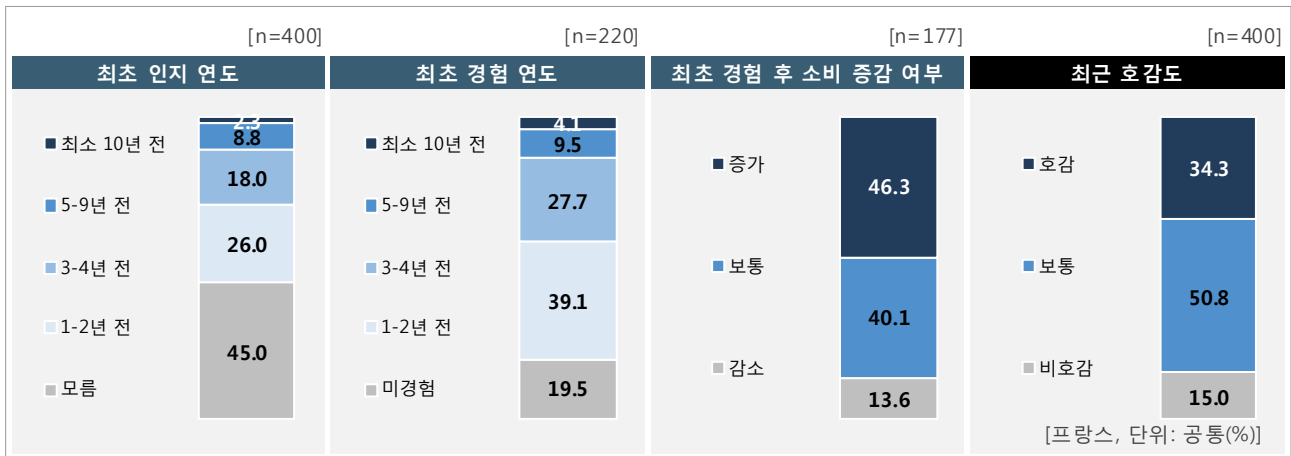
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		36.5	29.0	17.0	<u>14.5</u>	3.0	4.7	44.1	29.1	<u>15.7</u>	6.3	13.2	36.4	50.4	20.5	43.0	36.5
	여성 (200)		<u>57.5</u>	21.0	14.0	5.0	2.5	<u>20.0</u>	43.5	23.5	7.1	5.9	16.2	35.3	48.5	20.5	50.5	29.0
연령	15~19세 (100)		35.0	34.0	15.0	13.0	3.0	6.2	43.1	29.2	15.4	6.2	14.8	34.4	50.8	19.0	39.0	42.0
	20대 (100)		41.0	27.0	15.0	11.0	6.0	13.6	45.8	20.3	10.2	10.2	15.7	29.4	54.9	20.0	48.0	32.0
	30대 (100)		49.0	22.0	21.0	6.0	2.0	3.9	47.1	37.3	5.9	5.9	10.2	46.9	42.9	11.0	54.0	35.0
	40대 (56)		60.7	19.6	8.9	10.7	-	18.2	36.4	18.2	<u>27.3</u>	-	22.2	38.9	38.9	30.4	48.2	21.4
	50대 (44)		65.9	13.6	13.6	6.8	-	33.3	40.0	20.0	6.7	-	10.0	20.0	<u>70.0</u>	34.1	43.2	22.7
결혼 여부	기혼 (187)		44.9	24.1	16.6	13.4	1.1	<u>14.6</u>	40.8	24.3	13.6	6.8	18.2	36.4	45.5	22.5	47.6	29.9
	미혼 (213)		48.8	25.8	14.6	6.6	4.2	7.3	46.8	29.4	11.0	5.5	10.9	35.6	53.5	18.8	46.0	35.2
학력	중졸이하 (23)		21.7	17.4	26.1	<u>26.1</u>	8.7	-	33.3	33.3	16.7	<u>16.7</u>	16.7	44.4	38.9	30.4	34.8	34.8
	고졸 (151)		43.7	26.5	17.2	10.6	2.0	14.1	40.0	27.1	11.8	7.1	13.7	35.6	50.7	16.6	50.3	33.1
	대졸이상 (226)		51.8	24.8	13.3	7.5	2.7	10.1	48.6	25.7	11.9	3.7	14.3	34.7	51.0	22.1	45.6	32.3
한류 태도	호감 (159)		37.1	29.6	14.5	15.7	3.1	9.0	40.0	24.0	20.0	7.0	7.7	30.8	<u>61.5</u>	15.7	39.0	<u>45.3</u>
	보통 (200)		51.5	24.0	16.5	5.5	2.5	12.4	48.5	30.9	4.1	4.1	18.8	40.0	41.2	20.5	54.0	25.5
	비호감 (41)		<u>63.4</u>	12.2	14.6	7.3	2.4	13.3	40.0	20.0	13.3	13.3	<u>30.8</u>	46.2	23.1	<u>39.0</u>	41.5	19.5

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션/뷰티의 인지도는 55.0%(220명)로 타 콘텐츠 대비 낮은 수준임
특히 40~50대, 한류 비호감층에서 상대적으로 인지도가 낮은 것으로 나타남
- 한편, 패션/뷰티의 경험률은 80.5%(177명)이며, 최근 1~2년 이내에 경험한 비율이 39.1%(86명)로 가장 높게 나타남
- 경험 이후 소비증가율은 46.3%(82명), 최근 호감도는 34.3%(137명)임
특히, 여성, 한류 호감층에서 경험 후 소비증가 및 호감도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 13-15. 한국 패션, 뷰티]

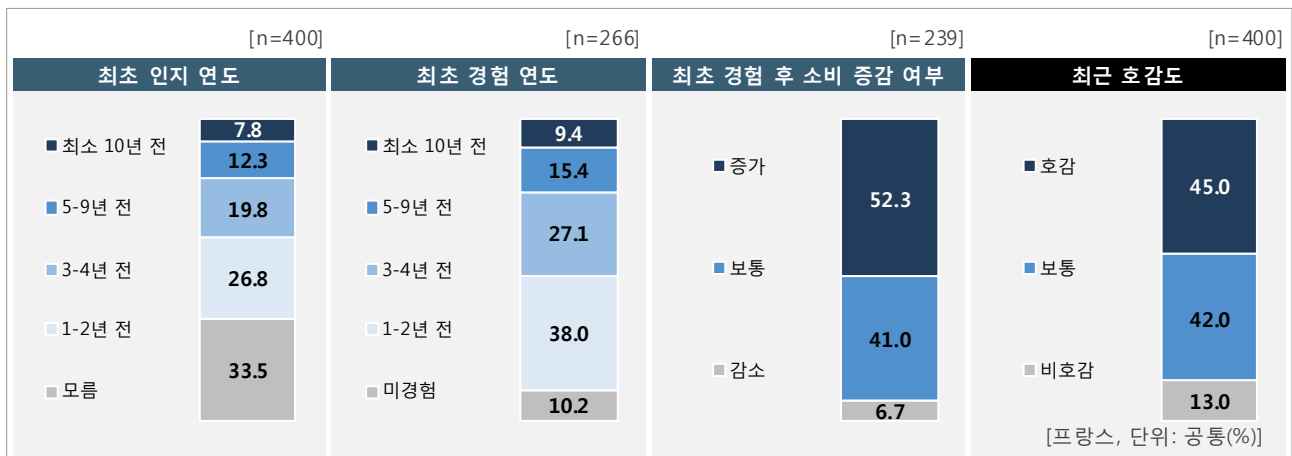
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	44.5	24.0	17.5	11.0	3.0	14.4	36.9	30.6	13.5	4.5	12.6	43.2	44.2	16.5	54.0	29.5
	여성	(200)	45.5	28.0	18.5	6.5	1.5	24.8	41.3	24.8	5.5	3.7	14.6	36.6	48.8	13.5	47.5	39.0
연령	15~19세	(100)	41.0	33.0	13.0	11.0	2.0	10.2	55.9	20.3	8.5	5.1	18.9	34.0	47.2	20.0	46.0	34.0
	20대	(100)	38.0	25.0	25.0	9.0	3.0	19.4	37.1	32.3	8.1	3.2	16.0	40.0	44.0	15.0	51.0	34.0
	30대	(100)	45.0	23.0	21.0	8.0	3.0	20.0	30.9	34.5	10.9	3.6	6.8	47.7	45.5	9.0	53.0	38.0
	40대	(56)	57.1	23.2	10.7	7.1	1.8	29.2	29.2	20.8	12.5	8.3	11.8	47.1	41.2	17.9	57.1	25.0
	50대	(44)	54.5	22.7	15.9	6.8	-	35.0	30.0	25.0	10.0	-	7.7	30.8	61.5	13.6	47.7	38.6
결혼 여부	기혼	(187)	38.5	27.8	20.3	10.7	2.7	18.3	35.7	30.4	9.6	6.1	10.6	43.6	45.7	12.3	52.9	34.8
	미혼	(213)	50.7	24.4	16.0	7.0	1.9	21.0	42.9	24.8	9.5	1.9	16.9	36.1	47.0	17.4	48.8	33.8
학력	중졸이하	(23)	21.7	30.4	21.7	17.4	8.7	5.6	22.2	38.9	22.2	11.1	23.5	41.2	35.3	13.0	47.8	39.1
	고졸	(151)	40.4	31.8	15.2	9.9	2.6	21.1	42.2	26.7	6.7	3.3	9.9	36.6	53.5	14.6	49.0	36.4
	대졸이상	(226)	50.4	21.7	19.5	7.1	1.3	20.5	39.3	26.8	9.8	3.6	14.6	42.7	42.7	15.5	52.2	32.3
한류 태도	호감	(159)	32.1	27.7	24.5	10.7	5.0	15.7	38.9	25.0	13.0	7.4	7.7	36.3	56.0	8.2	40.9	50.9
	보통	(200)	52.5	25.0	15.0	7.5	-	21.1	41.1	32.6	5.3	-	18.7	42.7	38.7	17.0	59.0	24.0
	비호감	(41)	58.5	24.4	7.3	7.3	2.4	35.3	29.4	17.6	11.8	5.9	27.3	54.5	18.2	31.7	48.8	19.5

(7) 한국 음식

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

- 프랑스에서 한식의 인지도는 66.5%(266명)임
- 경험률은 89.8%(239명)이며, 그 중 38.0%(101명)가 최근 1~2년 이내에 한식을 경험한 것으로 파악됨
- 한식 경험 후 절반 이상인 52.3%(125명)가 소비가 증가했다고 응답했으며, 한식에 대한 최근 호감도는 45.0%(180명)로 낮지 않은 수준임

[그림 13-16. 한국 음식]



[표 13-16. 한국 음식]

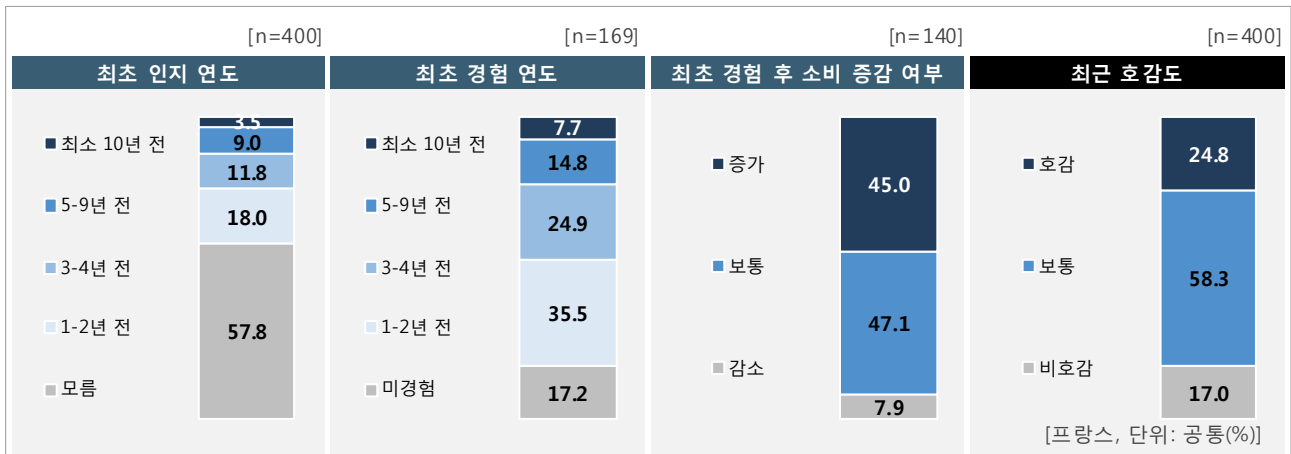
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		29.0	26.5	20.0	15.5	9.0	8.5	36.6	26.8	18.3	9.9	7.7	41.5	50.8	13.5	42.5	44.0
	여성 (200)		38.0	27.0	19.5	9.0	6.5	12.1	39.5	27.4	12.1	8.9	5.5	40.4	54.1	12.5	41.5	46.0
연령	15~19세 (100)		35.0	26.0	23.0	12.0	4.0	10.8	41.5	27.7	15.4	4.6	8.6	43.1	48.3	19.0	42.0	39.0
	20대 (100)		29.0	38.0	15.0	14.0	4.0	8.5	49.3	22.5	15.5	4.2	7.7	50.8	41.5	14.0	47.0	39.0
	30대 (100)		37.0	20.0	22.0	14.0	7.0	7.9	33.3	<u>39.7</u>	11.1	7.9	5.2	36.2	58.6	8.0	46.0	46.0
	40대 (56)		32.1	21.4	21.4	10.7	14.3	13.2	26.3	15.8	<u>26.3</u>	18.4	3.0	36.4	60.6	12.5	33.9	53.6
	50대 (44)		34.1	25.0	15.9	6.8	18.2	13.8	27.6	24.1	10.3	24.1	8.0	28.0	64.0	9.1	31.8	59.1
결혼여부	기혼 (187)		26.7	24.6	21.4	15.5	11.8	8.0	30.7	27.7	19.7	13.9	4.8	40.5	54.8	8.0	42.2	49.7
	미혼 (213)		<u>39.4</u>	28.6	18.3	9.4	4.2	12.4	<u>45.7</u>	26.4	10.9	4.7	8.8	41.6	49.6	17.4	41.8	40.8
학력	중졸이하 (23)		21.7	21.7	26.1	<u>26.1</u>	4.3	-	38.9	33.3	16.7	11.1	<u>16.7</u>	44.4	38.9	17.4	43.5	39.1
	고졸 (151)		35.1	27.2	17.2	12.6	7.9	11.2	37.8	29.6	12.2	9.2	4.6	40.2	55.2	13.2	43.7	43.0
	대졸이상 (226)		33.6	27.0	20.8	10.6	8.0	10.7	38.0	24.7	17.3	9.3	6.7	41.0	52.2	12.4	40.7	46.9
한류태도	호감 (159)		22.6	29.6	23.3	15.1	9.4	10.6	35.0	26.0	17.1	11.4	5.5	33.6	<u>60.9</u>	5.7	30.8	<u>63.5</u>
	보통 (200)		39.0	26.5	18.0	11.0	5.5	9.8	41.0	29.5	13.1	6.6	5.5	46.4	48.2	16.5	51.0	32.5
	비호감 (41)		48.8	17.1	14.6	7.3	12.2	9.5	38.1	19.0	19.0	14.3	<u>21.1</u>	52.6	26.3	24.4	41.5	34.1

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서의 인지도는 42.2%(169명)로, 타 한국 문화 콘텐츠 대비 낮은 편임
- 한국 도서에 대한 경험률은 82.8%(140명)이며, 그 중 35.5%(60명)가 최근 1~2년 이내에 한국 도서를 경험한 것으로 파악됨
- 한국 도서 경험 후 45.0%(63명)가 소비가 증가했으나, 최근 호감도는 24.8%(99명)로 타 콘텐츠 대비 낮게 나타남

[그림 13-17. 한국 도서(출판물)]



[표 13-17. 한국 도서(출판물)]

%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		54.0	18.0	12.5	10.5	5.0	8.7	39.1	25.0	18.5	8.7	9.5	45.2	45.2	18.5	55.0	26.5
	여성 (200)		61.5	18.0	11.0	7.5	2.0	<u>27.3</u>	31.2	24.7	10.4	6.5	5.4	50.0	44.6	15.5	61.5	23.0
연령	15~19세 (100)		49.0	26.0	11.0	12.0	2.0	17.6	41.2	17.6	19.6	3.9	7.1	50.0	42.9	23.0	52.0	25.0
	20대 (100)		53.0	23.0	8.0	11.0	5.0	14.9	44.7	19.1	10.6	10.6	17.5	42.5	40.0	19.0	60.0	21.0
	30대 (100)		61.0	13.0	17.0	7.0	2.0	12.8	28.2	<u>41.0</u>	12.8	5.1	-	47.1	52.9	10.0	61.0	29.0
	40대 (56)		67.9	8.9	10.7	7.1	5.4	22.2	11.1	27.8	22.2	16.7	-	<u>57.1</u>	42.9	16.1	58.9	25.0
	50대 (44)		68.2	11.4	11.4	4.5	4.5	28.6	35.7	21.4	7.1	7.1	10.0	40.0	50.0	15.9	61.4	22.7
결혼 여부	기혼 (187)		53.5	13.4	16.0	12.3	4.8	12.6	26.4	28.7	<u>20.7</u>	11.5	3.9	46.1	<u>50.0</u>	13.9	57.2	28.9
	미혼 (213)		61.5	22.1	8.0	6.1	2.3	22.0	<u>45.1</u>	20.7	8.5	3.7	12.5	48.4	39.1	19.7	59.2	21.1
학력	중졸이하 (23)		26.1	26.1	17.4	<u>26.1</u>	4.3	5.9	35.3	35.3	11.8	11.8	-	56.3	43.8	21.7	52.2	26.1
	고졸 (151)		55.6	18.5	10.6	12.6	2.6	14.9	31.3	28.4	17.9	7.5	5.3	40.4	<u>54.4</u>	17.2	57.6	25.2
	대졸이상 (226)		62.4	16.8	11.9	4.9	4.0	21.2	38.8	20.0	12.9	7.1	11.9	50.7	37.3	16.4	59.3	24.3
한류 태도	호감 (159)		44.0	21.4	15.1	13.8	5.7	18.0	30.3	20.2	21.3	10.1	5.5	42.5	52.1	10.1	51.6	<u>38.4</u>
	보통 (200)		66.5	17.5	9.5	5.0	1.5	17.9	<u>44.8</u>	29.9	4.5	3.0	10.9	<u>54.5</u>	34.5	18.0	<u>66.0</u>	16.0
	비호감 (41)		68.3	7.3	9.8	9.8	4.9	7.7	23.1	30.8	23.1	15.4	8.3	41.7	50.0	<u>39.0</u>	46.3	14.6

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 프랑스에서 주된 정보 채널은 'YouTube'인 것으로 나타났으며, 특히 'K-POP'과 '드라마' 채널로 YouTube의 영향력이 상대적으로 높음(약 60%대 수준)
- 영화의 경우, YouTube 이외에 TV를 통해 접하는 경우도 34.9%(103명)로 낮지 않음
- 또한 K-POP의 경우, 라디오를 이용해 접하는 비중도 28.0%(84명)로 조사됨

[표 13-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마		영화		K-POP	
			1순위	2순위	1순위	2순위	1순위	2순위
전체 (183)			YouTube 등 무료이용 (59.6%)	TV (40.4%)	(295)	YouTube 등 무료이용 (45.4%)	TV (34.9%)	(300)
성별	남성	(107)	YouTube 등 무료이용 (58.9%)	TV (43.9%)	(154)	YouTube 등 무료이용 (46.1%)	TV (40.3%)	(161)
	여성	(76)	YouTube 등 무료이용 (60.5%)	인터넷 카페 등 무료이용 (36.8%)	(141)	YouTube 등 무료이용 (44.7%)	CD 등 (33.3%)	(139)
연령	15~19세	(58)	YouTube 등 무료이용 (55.2%)	TV (43.1%)	(70)	YouTube 등 무료이용 (54.3%)	TV (37.1%)	(88)
	20대	(53)	YouTube 등 무료이용 (73.6%)	인터넷 카페 등 무료이용 (39.6%)	(81)	YouTube 등 무료이용 (49.4%)	인터넷 무료 다운로드 (46.9%)	(78)
	30대	(45)	YouTube 등 무료이용 (53.3%)	TV (44.4%)	(78)	YouTube 등 무료이용 (42.3%)	TV (38.5%)	(66)
	40대	(18)	TV (50.0%)	YouTube 등 무료이용 (38.9%)	(41)	TV (39.0%)	영화관 (36.6%)	(36)
	50대	(9)	YouTube 등 무료이용 (77.8%)	TV (55.6%)	(25)	TV (56.0%)	영화관 (44.0%)	(32)
결혼 여부	기혼	(89)	YouTube 등 무료이용 (50.6%)	TV (42.7%)	(144)	YouTube 등 무료이용 (35.4%)	TV (34.7%)	(135)
	미혼	(94)	YouTube 등 무료이용 (68.1%)	TV (38.3%)	(151)	YouTube 등 무료이용 (55.0%)	인터넷 무료 다운로드 (36.4%)	(165)
학력	중졸이하	(16)	YouTube 등 무료이용 (56.3%)	인터넷 카페 등 무료이용 (56.3%)	(20)	TV (60.0%)	YouTube 등 무료이용 (45.0%)	(21)
	고졸	(73)	YouTube 등 무료이용 (56.2%)	TV (45.2%)	(113)	YouTube 등 무료이용 (43.4%)	TV (38.1%)	(121)
	대졸이상	(94)	YouTube 등 무료이용 (62.8%)	TV (35.1%)	(162)	YouTube 등 무료이용 (46.9%)	CD 등 (35.2%)	(158)
한류 태도	호감	(94)	YouTube 등 무료이용 (66.0%)	TV (40.4%)	(127)	YouTube 등 무료이용 (51.2%)	TV (33.9%)	(135)
	보통	(73)	YouTube 등 무료이용 (54.8%)	TV (38.4%)	(138)	YouTube 등 무료이용 (44.9%)	TV (37.0%)	(136)
	비호감	(16)	TV (50.0%)	YouTube 등 무료이용 (43.8%)	(30)	CD 등 (40.0%)	TV (30.0%)	(29)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

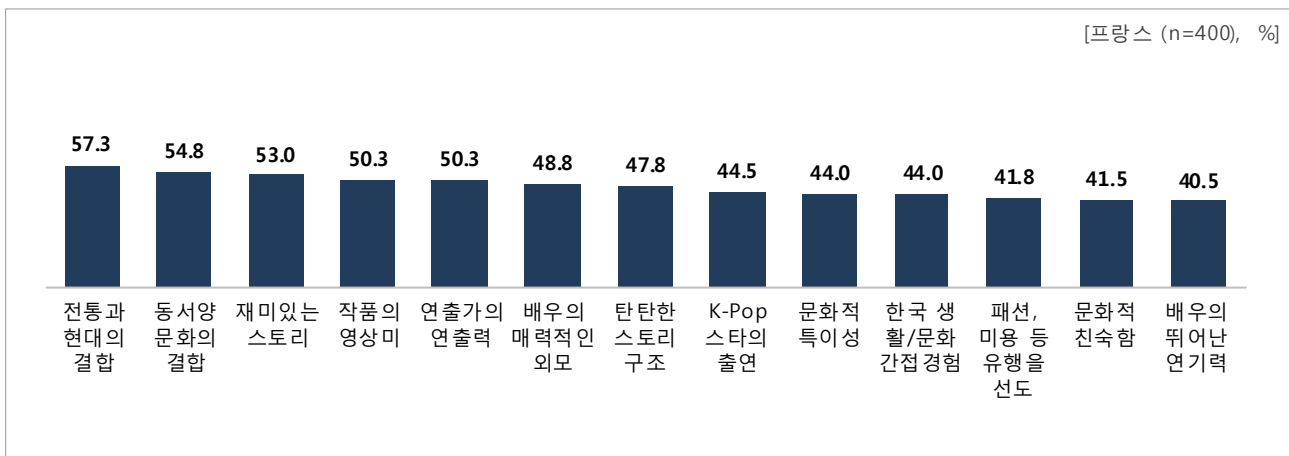
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기 요인으로 '전통과 현대의 결합'이 57.3%(229명)로 가장 높았으며, 그 외 '서양과 동양 문화의 결합', '재미있는 스토리' 순임
- 전통과 현대의 결합은 10대 및 40대, 한류 호감층에서 동서양 문화의 결합은 40대, 한류 호감층에서 인기요인으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 13-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 13-19. 한국 드라마 인기 요인]

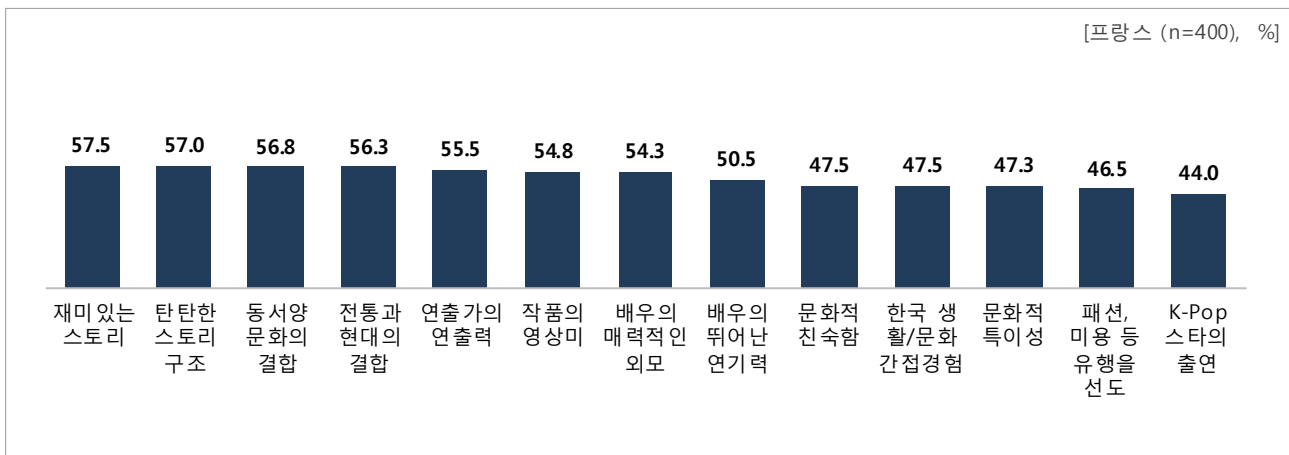
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸이하 (23)	고졸 (151)	대졸이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
전통과 현대의 결합	55.5	59.0	<u>60.0</u>	52.0	54.0	<u>67.9</u>	56.8	59.4	55.4	47.8	54.3	60.2	<u>67.3</u>	51.5	46.3
서양문화와 동양문화의 결합	53.5	56.0	58.0	49.0	54.0	<u>67.9</u>	45.5	55.6	54.0	60.9	53.6	54.9	<u>61.6</u>	51.5	43.9
재미있는 스토리	56.0	50.0	52.0	51.0	57.0	57.1	45.5	54.5	51.6	60.9	54.3	51.3	<u>59.1</u>	49.0	48.8
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	53.5	47.0	51.0	42.0	55.0	58.9	45.5	52.9	47.9	<u>65.2</u>	47.7	50.4	56.6	48.5	34.1
연출가의 연출력	53.0	47.5	53.0	44.0	52.0	<u>64.3</u>	36.4	50.8	49.8	60.9	51.7	48.2	57.9	46.5	39.0
배우의 매력적인 외모	47.5	50.0	42.0	47.0	55.0	57.1	43.2	51.3	46.5	43.5	49.7	48.7	<u>61.0</u>	41.5	36.6
탄탄한 스토리 구조	47.0	48.5	51.0	43.0	50.0	53.6	38.6	49.2	46.5	60.9	51.0	44.2	<u>58.5</u>	39.5	46.3
K-Pop 스타의 출연	47.0	42.0	53.0	38.0	44.0	44.6	40.9	47.1	42.3	<u>65.2</u>	48.3	39.8	<u>59.7</u>	36.0	26.8
문화적 특이성	<u>49.5</u>	38.5	43.0	38.0	46.0	62.5	31.8	<u>49.7</u>	39.0	<u>60.9</u>	43.7	42.5	50.3	42.5	26.8
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	43.5	44.5	40.0	50.0	42.0	42.9	45.5	47.1	41.3	<u>56.5</u>	45.0	42.0	<u>55.3</u>	36.5	36.6
패션, 미용 등 유행을 선도	44.0	39.5	49.0	44.0	37.0	39.3	34.1	41.7	41.8	52.2	44.4	38.9	<u>50.9</u>	37.5	26.8
문화적 친숙함	44.0	39.0	42.0	37.0	40.0	<u>57.1</u>	34.1	44.9	38.5	52.2	45.7	37.6	<u>51.6</u>	35.0	34.1
배우의 뛰어난 연기력	41.0	40.0	36.0	36.0	47.0	48.2	36.4	<u>46.0</u>	35.7	43.5	47.7	35.4	<u>52.8</u>	32.0	34.1

(2) 한국 영화

Q9-2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '재미있는 스토리'가 57.5%(230명)로 가장 높았으며, 그 외 '탄탄한 스토리 구조', '서양과 동양문화의 결합' 등의 순임

[그림 13-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 13-20. 한국 영화 인기 요인]

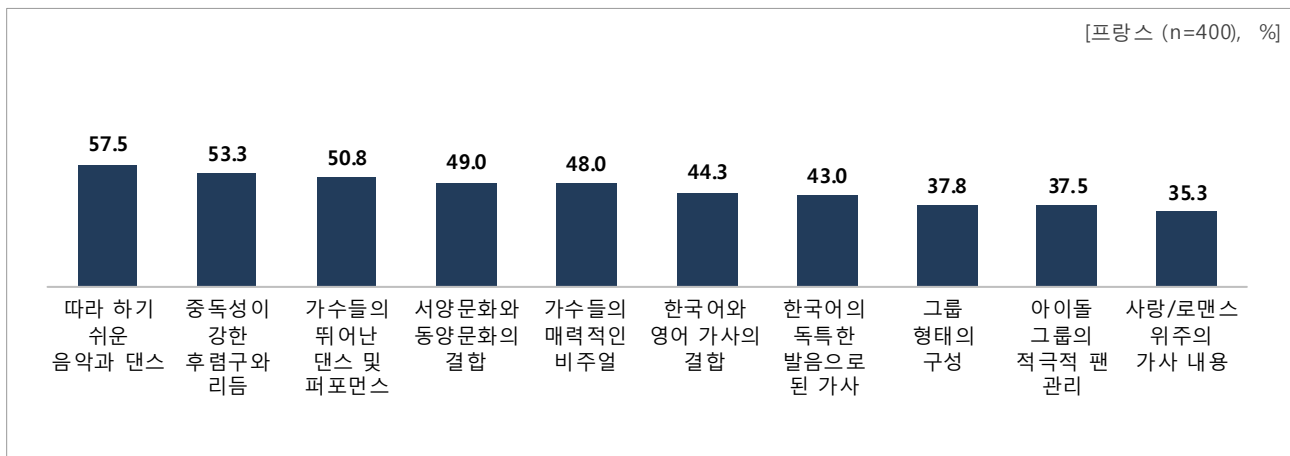
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
재미있는 스토리	58.5	56.5	52.0	53.0	65.0	64.3	54.5	58.3	56.8	56.5	55.6	58.8	67.3	50.0	56.1
탄탄한 스토리 구조	56.0	58.0	59.0	53.0	56.0	64.3	54.5	54.0	59.6	52.2	56.3	58.0	<u>69.2</u>	48.5	51.2
서양문화와 동양문화의 결합	56.0	57.5	54.0	51.0	58.0	64.3	63.6	56.7	56.8	56.5	55.6	57.5	<u>69.2</u>	49.5	43.9
전통과 현대의 결합	57.0	55.5	58.0	52.0	55.0	58.9	61.4	56.7	55.9	65.2	56.3	55.3	<u>65.4</u>	50.0	51.2
연출가의 연출력	60.0	51.0	57.0	52.0	58.0	64.3	43.2	55.6	55.4	65.2	54.3	55.3	<u>67.3</u>	46.0	56.1
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	57.0	52.5	56.0	49.0	59.0	55.4	54.5	57.2	52.6	60.9	53.6	54.9	63.5	47.0	58.5
배우의 매력적인 외모	54.0	54.5	54.0	49.0	61.0	55.4	50.0	52.9	55.4	52.2	55.0	54.0	<u>69.2</u>	44.5	43.9
배우의 뛰어난 연기력	50.5	50.5	44.0	49.0	57.0	57.1	45.5	50.3	50.7	43.5	53.0	49.6	<u>62.3</u>	42.5	43.9
문화적 친숙함	48.0	47.0	47.0	44.0	48.0	51.8	50.0	49.7	45.5	56.5	51.0	44.2	<u>60.4</u>	40.0	34.1
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	50.5	44.5	47.0	42.0	45.0	55.4	56.8	51.3	44.1	<u>60.9</u>	48.3	45.6	<u>61.0</u>	37.5	43.9
문화적 특이성	45.5	49.0	49.0	46.0	44.0	51.8	47.7	50.3	44.6	<u>60.9</u>	49.0	44.7	<u>59.1</u>	39.5	39.0
패션, 미용 등 유행을 선도	47.5	45.5	53.0	47.0	44.0	46.4	36.4	49.2	44.1	<u>60.9</u>	49.7	42.9	<u>57.2</u>	39.0	41.5
K-Pop 스타의 출연	45.0	43.0	47.0	41.0	43.0	48.2	40.9	45.5	42.7	52.2	49.0	39.8	<u>61.6</u>	33.0	29.3

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기요인은 '따라하기 쉬운 음악과 댄스'가 57.5%(230명)로 가장 높았으며, 그 외 '중독성이 강한 후렴구와 리듬', '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스'순으로 나타남

[그림 13-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 13-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

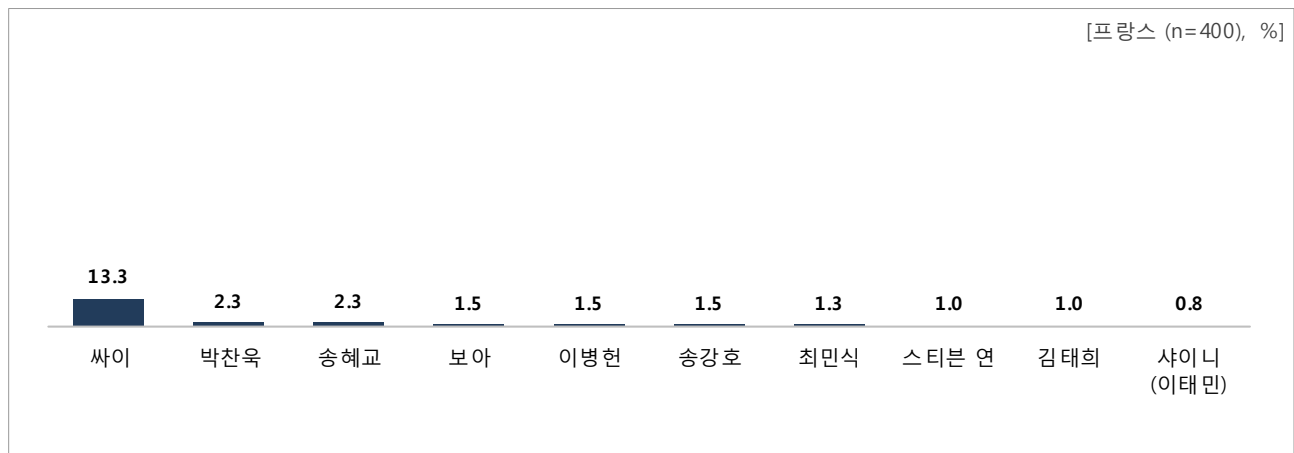
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
따라하기 쉬운 음악과 댄스	59.5	55.5	62.0	51.0	56.0	67.9	52.3	58.8	56.3	<u>73.9</u>	54.3	58.0	<u>70.4</u>	49.5	46.3
중독성이 강한 후렴구와 리듬	52.0	54.5	53.0	50.0	54.0	58.9	52.3	53.5	53.1	56.5	55.0	51.8	<u>67.3</u>	46.0	34.1
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	51.0	50.5	50.0	44.0	52.0	64.3	47.7	54.0	47.9	52.2	53.0	49.1	<u>66.0</u>	43.0	29.3
서양문화와 동양문화의 결합	50.5	47.5	47.0	49.0	44.0	<u>58.9</u>	52.3	51.3	46.9	<u>65.2</u>	45.7	49.6	<u>64.8</u>	37.5	43.9
가수들의 매력적인 비주얼(외모, 스타일)	49.5	46.5	51.0	44.0	51.0	53.6	36.4	48.1	47.9	47.8	51.7	45.6	<u>66.0</u>	36.5	34.1
한국어와 영어 가사의 결합	42.0	46.5	50.0	45.0	42.0	46.4	31.8	44.4	44.1	52.2	43.0	44.2	<u>61.6</u>	33.0	31.7
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	44.0	42.0	47.0	44.0	46.0	39.3	29.5	45.5	40.8	47.8	43.7	42.0	<u>59.1</u>	33.0	29.3
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	39.0	36.5	39.0	40.0	38.0	41.1	25.0	39.0	36.6	<u>52.2</u>	37.1	36.7	<u>50.9</u>	29.5	26.8
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	39.5	35.5	42.0	39.0	35.0	41.1	25.0	37.4	37.6	<u>56.5</u>	37.7	35.4	<u>54.7</u>	27.5	19.5
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	35.5	35.0	37.0	35.0	37.0	37.5	25.0	39.0	31.9	<u>56.5</u>	37.1	31.9	<u>49.7</u>	26.5	22.0

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류 스타는 누구입니까?

- 프랑스에서는 '싸이(13.3%, 53명)'를 가장 만나고 싶은 한류 스타로 생각하고 있으며, 그 외 '박찬욱', '송혜교' 순으로 높게 나타남

[그림 13-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 13-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	미혼	기혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(56)	(44)	(187)	(213)	(23)	(151)	(226)	(159)	(200)	(41)
싸이	16.5	10.0	17.0	11.0	14.0	14.3	6.8	12.3	14.1	-	12.6	15.0	13.8	13.0	12.2
박찬욱	3.0	1.5	1.0	4.0	3.0	1.8	-	2.1	2.3	-	2.6	2.2	3.1	2.0	-
송혜교	3.0	1.5	1.0	3.0	3.0	1.8	2.3	2.1	2.3	-	2.6	2.2	3.8	1.5	-
보아	1.5	1.5	1.0	1.0	2.0	3.6	-	1.1	1.9	-	2.0	1.3	1.3	2.0	-
이병헌	1.5	1.5	1.0	1.0	3.0	1.8	-	1.1	1.9	-	0.7	2.2	1.9	1.0	2.4
송강호	0.5	2.5	1.0	3.0	1.0	1.8	-	1.1	1.9	4.3	-	2.2	2.5	1.0	-
최민식	1.5	1.0	1.0	3.0	1.0	-	-	0.5	1.9	-	0.7	1.8	1.3	1.5	-
스티븐 연	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	-	-	-	1.9	-	1.3	0.9	1.9	0.5	-
김태희	1.0	1.0	2.0	1.0	-	1.8	-	1.1	0.9	-	1.3	0.9	1.3	1.0	-
샤이니(이태민)	1.0	0.5	-	3.0	-	-	-	-	1.4	-	-	1.3	0.6	1.0	-

제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스

Ⅲ. 한류의 효과

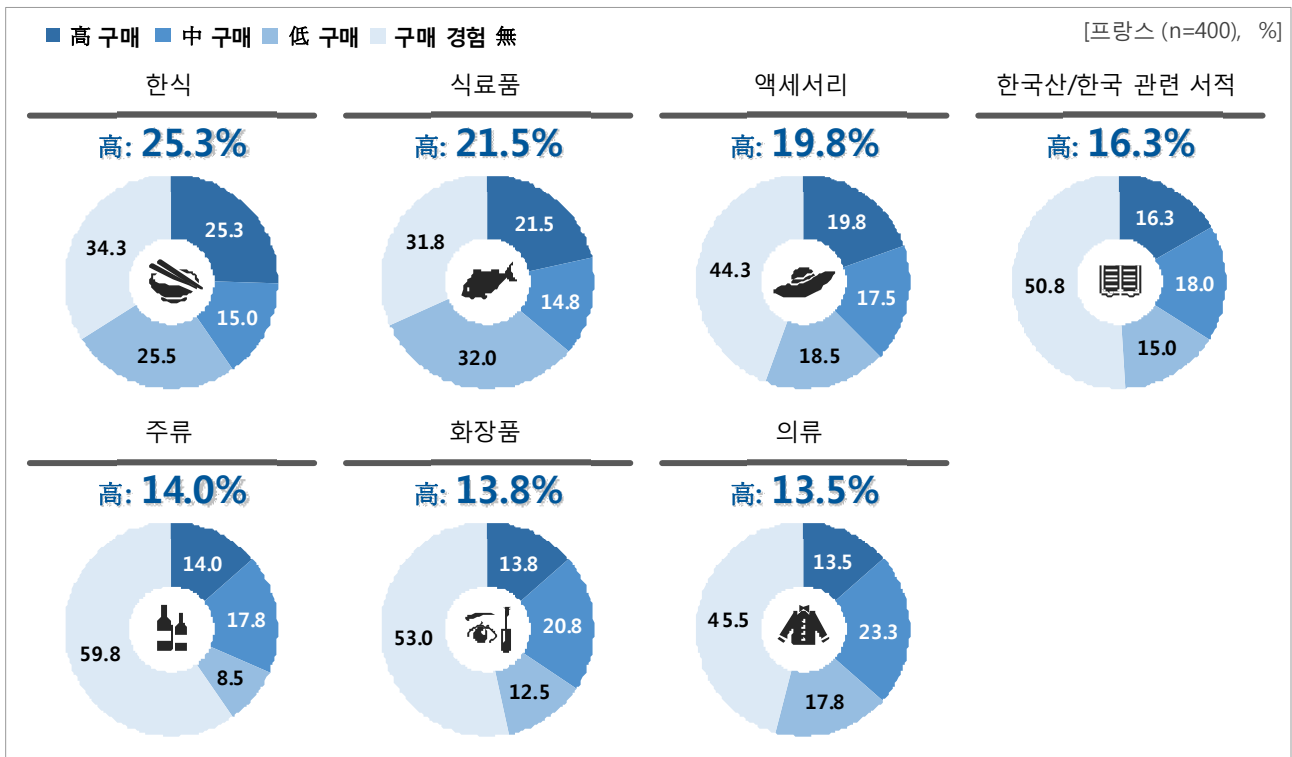
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 한국산 생활용품 및 서비스 구매 경험에 대해, '한식(25.3%, 101명)'이 가장 높으며, '식료품(21.5%, 86명)', '액세서리(19.8%, 79명)' 순으로 나타남

[그림 13-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 13-23. 생활용품 및 서비스 경험]

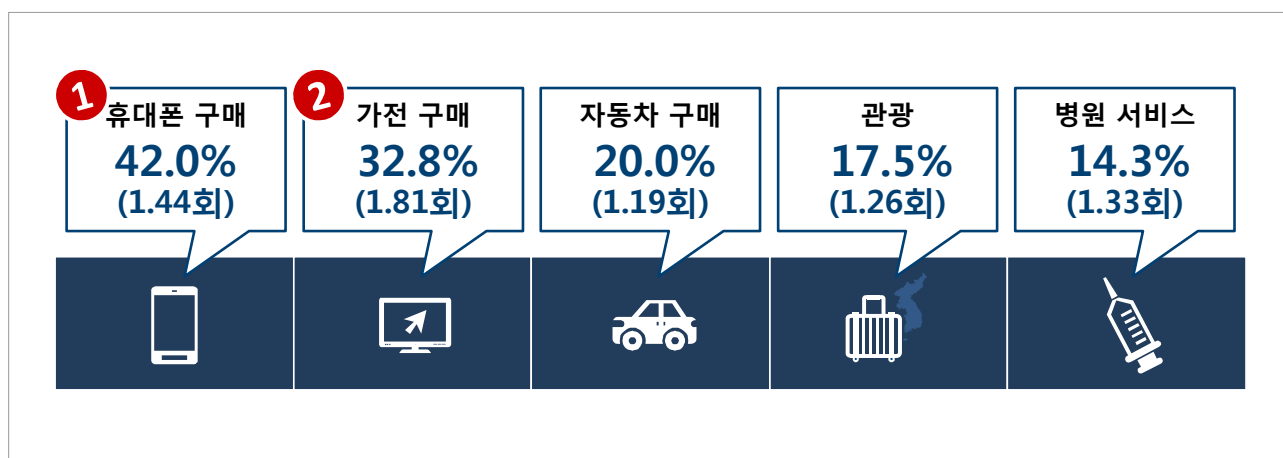
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
한국 음식점에서 식사함	28.0	22.5	25.0	26.0	27.0	32.1	11.4	29.9	21.1	<u>39.1</u>	25.8	23.5	<u>39.6</u>	16.5	12.2
한국 식료품을 구매	23.5	19.5	21.0	20.0	25.0	26.8	11.4	<u>27.3</u>	16.4	21.7	19.9	22.6	<u>33.3</u>	14.0	12.2
한국산 액세서리 구매	23.0	16.5	26.0	21.0	15.0	23.2	9.1	24.1	16.0	<u>43.5</u>	21.9	15.9	<u>30.2</u>	12.0	17.1
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	19.0	13.5	17.0	19.0	15.0	19.6	6.8	20.9	12.2	<u>39.1</u>	19.2	11.9	<u>28.9</u>	8.5	4.9
한국 주류(술) 구매	17.0	11.0	12.0	15.0	16.0	19.6	4.5	<u>20.3</u>	8.5	<u>39.1</u>	14.6	11.1	<u>25.2</u>	7.0	4.9
한국 화장품 구매	15.0	12.5	16.0	14.0	15.0	14.3	4.5	16.0	11.7	21.7	16.6	11.1	<u>25.8</u>	7.0	-
한국 의류 구매	15.0	12.0	15.0	13.0	17.0	10.7	6.8	15.5	11.7	<u>30.4</u>	17.2	9.3	<u>22.6</u>	8.0	4.9

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가용품 및 서비스의 경우 '휴대폰'이 42.0%(168명), '가전'이 32.8%(131명)로 높게 나타남
- '휴대폰'과 '가전'은 남성, 기혼 층에서 구매 경험 정도가 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 13-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

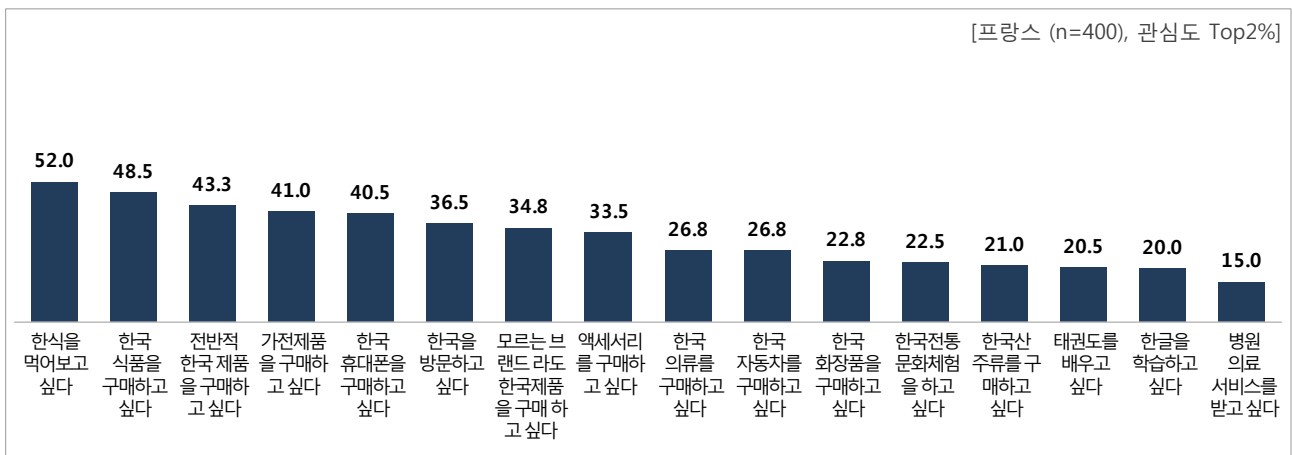
구매 및 경험정도 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
휴대폰	42.0	<u>50.0</u>	34.0	40.0	43.0	43.0	50.0	31.8	<u>46.0</u>	38.5	47.8	41.7	41.6	45.3	41.5	31.7
<평균 - 회>	1.44	1.41	1.49	1.65	1.30	1.42	1.39	1.43	1.41	1.48	1.27	1.44	1.46	1.50	1.35	1.69
가전 제품	32.8	<u>39.0</u>	26.5	22.0	31.0	41.0	33.9	40.9	<u>39.0</u>	27.2	39.1	31.8	32.7	<u>42.1</u>	28.5	17.1
<평균 - 회>	1.81	1.97	1.57	1.91	1.61	1.98	1.84	1.61	1.77	1.86	1.67	1.54	2.00	1.79	1.81	2.00
자동차	20.0	22.5	17.5	16.0	19.0	24.0	21.4	20.5	<u>28.9</u>	12.2	<u>34.8</u>	21.2	17.7	<u>28.9</u>	15.0	9.8
<평균 - 회>	1.19	1.20	1.17	1.19	1.11	1.33	1.17	1.00	1.28	1.00	1.00	1.19	1.23	1.30	1.03	1.00
한국 관광	17.5	20.5	14.5	13.0	19.0	20.0	21.4	13.6	<u>24.1</u>	11.7	<u>34.8</u>	17.9	15.5	25.8	14.0	2.4
<평균 - 회>	1.26	1.17	1.38	1.54	1.32	1.20	1.08	1.00	1.27	1.24	1.00	1.15	1.40	1.34	1.14	1.00
병원 서비스	14.3	<u>19.0</u>	9.5	13.0	13.0	18.0	17.9	6.8	<u>20.9</u>	8.5	<u>34.8</u>	14.6	11.9	20.8	11.5	2.4
<평균 - 회>	1.33	1.32	1.37	1.54	1.23	1.39	1.10	1.33	1.49	1.00	1.00	1.36	1.41	1.48	1.09	2.00

2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용

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

- 향후 '한식을 먹어보고 싶다'가 가장 높았으며, 그 외 '한국 식품을 구매하고 싶다'와 '전반적인 한국제품을 구매하고 싶다'도 높은 편임
- '한식 체험 의도'는 40대 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높음
- 한국 식품 구매의도는 40대, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 13-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 13-25. 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 (56)	50대 (44)	기혼 (187)	미혼 (213)	중졸 이하 (23)	고졸 (151)	대졸 이상 (226)	호감 (159)	보통 (200)	비호감 (41)
한식을 먹어보고 싶다	52.5	51.5	50.0	47.0	53.0	<u>62.5</u>	52.3	<u>54.5</u>	49.8	43.5	46.4	<u>56.6</u>	<u>62.9</u>	46.5	36.6
한국 식품을 구매하고 싶다	50.5	46.5	45.0	48.0	49.0	<u>57.1</u>	45.5	49.2	47.9	30.4	45.0	52.7	<u>57.9</u>	43.5	36.6
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	44.5	42.0	47.0	38.0	46.0	44.6	38.6	44.4	42.3	39.1	44.4	42.9	<u>53.5</u>	37.0	34.1
가전제품을 구매하고 싶다	45.0	37.0	35.0	34.0	51.0	44.6	43.2	<u>47.1</u>	35.7	47.8	39.1	41.6	<u>49.7</u>	36.5	29.3
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	<u>47.0</u>	34.0	37.0	35.0	48.0	44.6	38.6	43.3	38.0	34.8	38.4	42.5	<u>48.4</u>	37.0	26.8
한국을 방문하고 싶다	38.5	34.5	39.0	35.0	38.0	37.5	29.5	40.1	33.3	34.8	35.8	37.2	<u>44.7</u>	32.0	26.8
모르는 브랜드 한국제품을 구매하고 싶다	35.0	34.5	34.0	32.0	37.0	35.7	36.4	39.0	31.0	43.5	36.4	32.7	<u>42.1</u>	32.0	19.5
액세서리를 구매하고 싶다	35.5	31.5	34.0	35.0	32.0	33.9	31.8	38.0	29.6	30.4	36.4	31.9	<u>45.3</u>	26.5	22.0
한국 의류를 구매하고 싶다	26.5	27.0	29.0	23.0	30.0	26.8	22.7	28.9	24.9	34.8	30.5	23.5	<u>32.7</u>	23.5	19.5
한국 자동차를 구매하고 싶다	<u>33.0</u>	20.5	25.0	23.0	31.0	33.9	20.5	<u>34.2</u>	20.2	39.1	28.5	24.3	<u>34.6</u>	22.0	19.5
한국 화장품을 구매하고 싶다	22.0	23.5	23.0	24.0	23.0	21.4	20.5	27.8	18.3	30.4	26.5	19.5	<u>34.0</u>	16.0	12.2
한국전통문화체험을 하고 싶다	26.0	19.0	27.0	22.0	21.0	25.0	13.6	24.1	21.1	30.4	22.5	21.7	<u>31.4</u>	16.5	17.1
한국산 주류를 구매하고 싶다	<u>27.5</u>	14.5	17.0	21.0	25.0	26.8	13.6	25.7	16.9	<u>34.8</u>	21.2	19.5	<u>28.3</u>	16.0	17.1
태권도를 배우고 싶다	23.5	17.5	24.0	20.0	25.0	17.9	6.8	23.5	17.8	<u>39.1</u>	21.9	17.7	<u>29.6</u>	14.0	17.1
한글을 학습하고 싶다	24.0	16.0	24.0	22.0	21.0	16.1	9.1	24.1	16.4	30.4	21.9	17.7	<u>28.9</u>	14.5	12.2
병원 의료서비스를 받고 싶다	18.0	12.0	17.0	14.0	19.0	12.5	6.8	19.8	10.8	<u>34.8</u>	14.6	13.3	<u>23.3</u>	10.0	7.3

제13장 국가별 결과 분석 : 프랑스

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

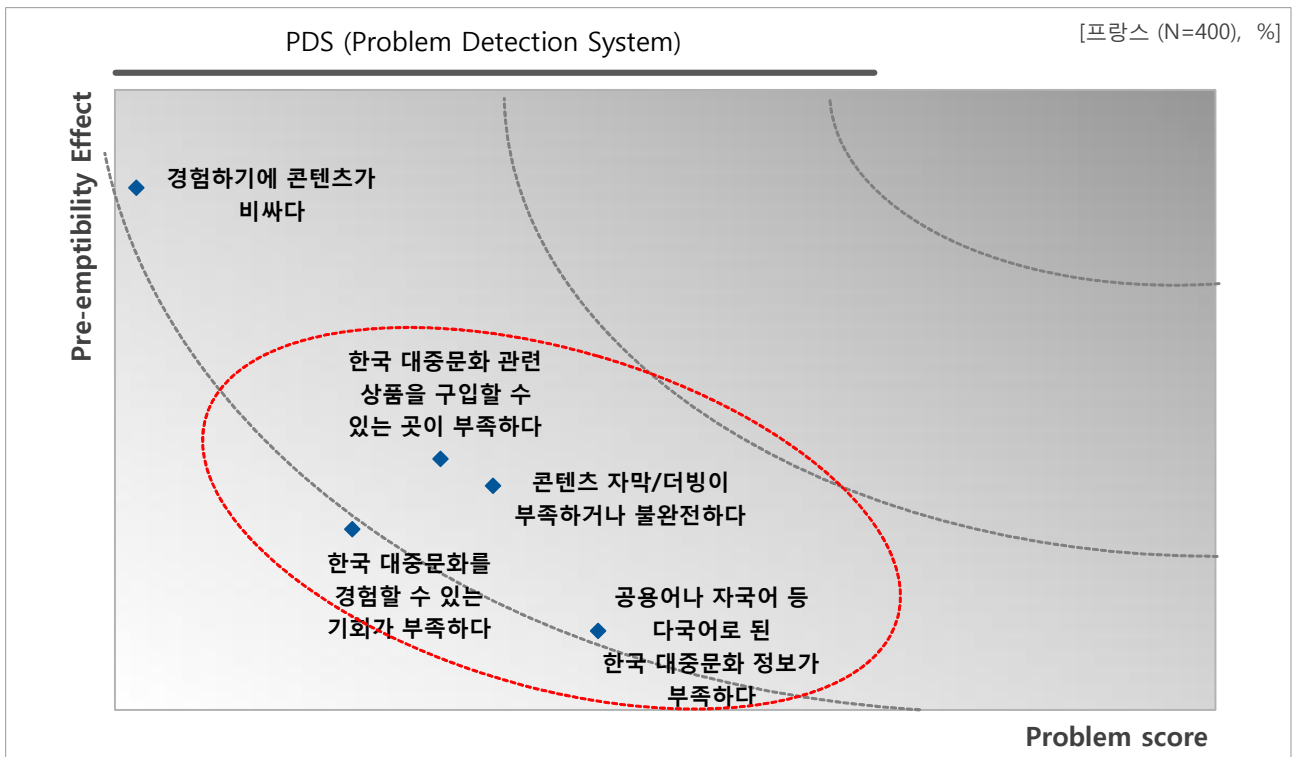
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 프랑스에서는 '비싼 콘텐츠 가격'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 프랑스에서는 언어적인 측면 및 이용 보편성에 대한 점이 주 개선사항으로 파악됨
- '다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다'는 점의 경우, 영어 및 불어로 된 정보가 부족하여 불편함을 느끼고 있어, 이에 대한 개선안이 마련되어야 할 것으로 보임

[그림 13-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항_전체]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 13-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

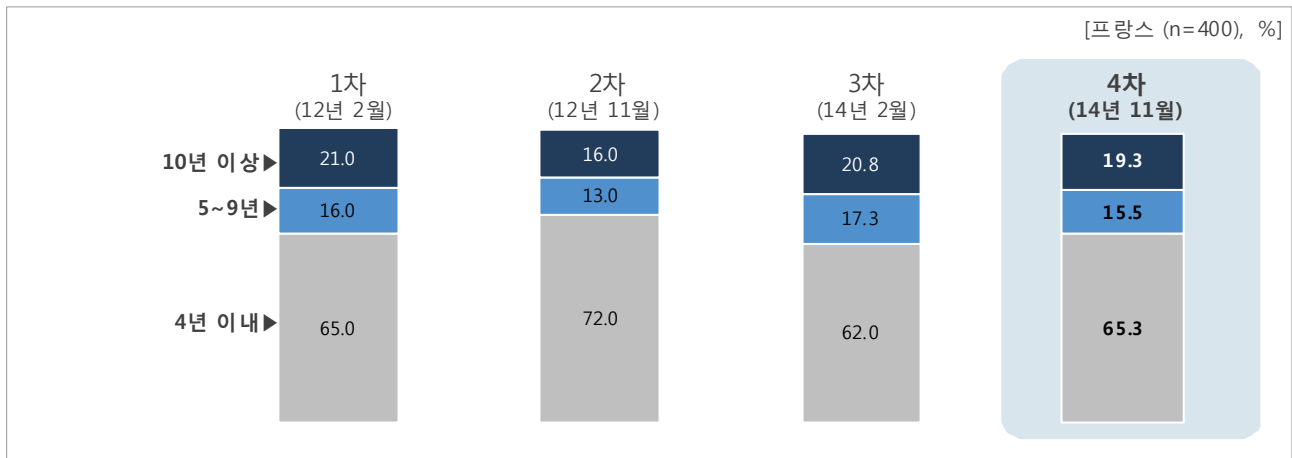
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(56)	(44)	(187)	(213)	(23)	(151)	(226)	(159)	(200)	(41)
비싼 콘텐츠 가격	3차	30.0	29.0	31.0	26.0	42.0	24.0	30.2	24.3	30.3	29.8	26.6	30.5	30.8	32.9	26.3	35.1
	4차	47.5	<u>54.5</u>	40.5	<u>52.0</u>	47.0	49.0	42.9	40.9	<u>51.9</u>	43.7	43.5	47.7	47.8	<u>52.2</u>	47.5	29.3
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	49.8	46.5	53.0	40.0	56.0	41.0	65.1	56.8	54.5	46.4	37.5	51.1	52.8	55.5	46.3	40.5
	4차	41.0	<u>47.5</u>	34.5	<u>45.0</u>	<u>45.0</u>	40.0	39.3	27.3	<u>49.2</u>	33.8	69.6	37.7	40.3	44.7	41.5	24.4
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	62.8	56.0	69.5	56.0	65.0	62.0	71.4	62.2	67.3	59.6	43.8	65.2	67.2	64.2	65.8	40.5
	4차	38.8	<u>46.0</u>	31.5	35.0	<u>49.0</u>	39.0	33.9	29.5	<u>44.4</u>	33.8	65.2	39.7	35.4	40.9	39.0	29.3
한류 체험 기회 부족	3차	64.3	58.0	70.5	52.0	72.0	66.0	69.8	62.2	68.5	61.3	48.4	63.1	70.3	65.3	67.9	40.5
	4차	35.8	<u>43.0</u>	28.5	36.0	<u>46.0</u>	34.0	32.1	20.5	<u>43.3</u>	29.1	47.8	39.7	31.9	37.7	35.5	29.3
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	58.5	55.5	61.5	44.0	68.0	58.0	65.1	62.2	60.6	57.0	46.9	55.3	64.6	63.0	57.9	40.5
	4차	34.5	<u>41.0</u>	28.0	34.0	<u>38.0</u>	<u>38.0</u>	30.4	25.0	<u>38.5</u>	31.0	43.5	35.1	33.2	37.7	35.5	17.1

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견이 응답자의 절반 이상인 65.3%(261명)으로 나타나고 있어 한류의 지속성에 대해 다소 부정적인 시각임
- 특히 20~30대 여성, 한류에 대해 호감이 낮을수록 한류 지속성에 대해 부정적으로 인식하는 것으로 조사됨

[그림 13-26. 한류 지속 여부]



[표 13-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성 (200)		61.0	61.0	19.0	17.0	20.0	22.0
	여성 (200)		63.0	<u>69.5</u>	15.5	14.0	21.5	16.5
연령	15~19세 (100)		52.0	60.0	23.0	21.0	25.0	19.0
	20대 (100)		63.0	<u>70.0</u>	14.0	16.0	23.0	14.0
	30대 (100)		65.0	<u>70.0</u>	20.0	10.0	15.0	20.0
	40대 (56)		69.9	60.7	11.1	17.9	19.0	21.4
	50대 (44)		64.8	61.4	13.5	11.4	21.6	27.3
결혼 여부	기혼 (187)		63.1	63.6	17.6	14.4	19.4	21.9
	미혼 (213)		61.3	66.7	17.0	16.4	21.7	16.9
학력	중졸이하 (23)		64.1	65.2	15.6	13.0	20.4	21.7
	고졸 (151)		63.1	58.9	19.9	19.2	17.0	21.9
	대졸이상 (226)		60.5	69.5	15.9	13.3	23.6	17.3
한류 태도	호감 (159)		52.5	54.1	22.0	18.9	<u>25.4</u>	<u>27.0</u>
	보통 (200)		67.4	<u>72.5</u>	15.8	13.5	16.8	14.0
	비호감 (41)		<u>78.3</u>	<u>73.2</u>	2.7	12.2	18.9	14.6

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

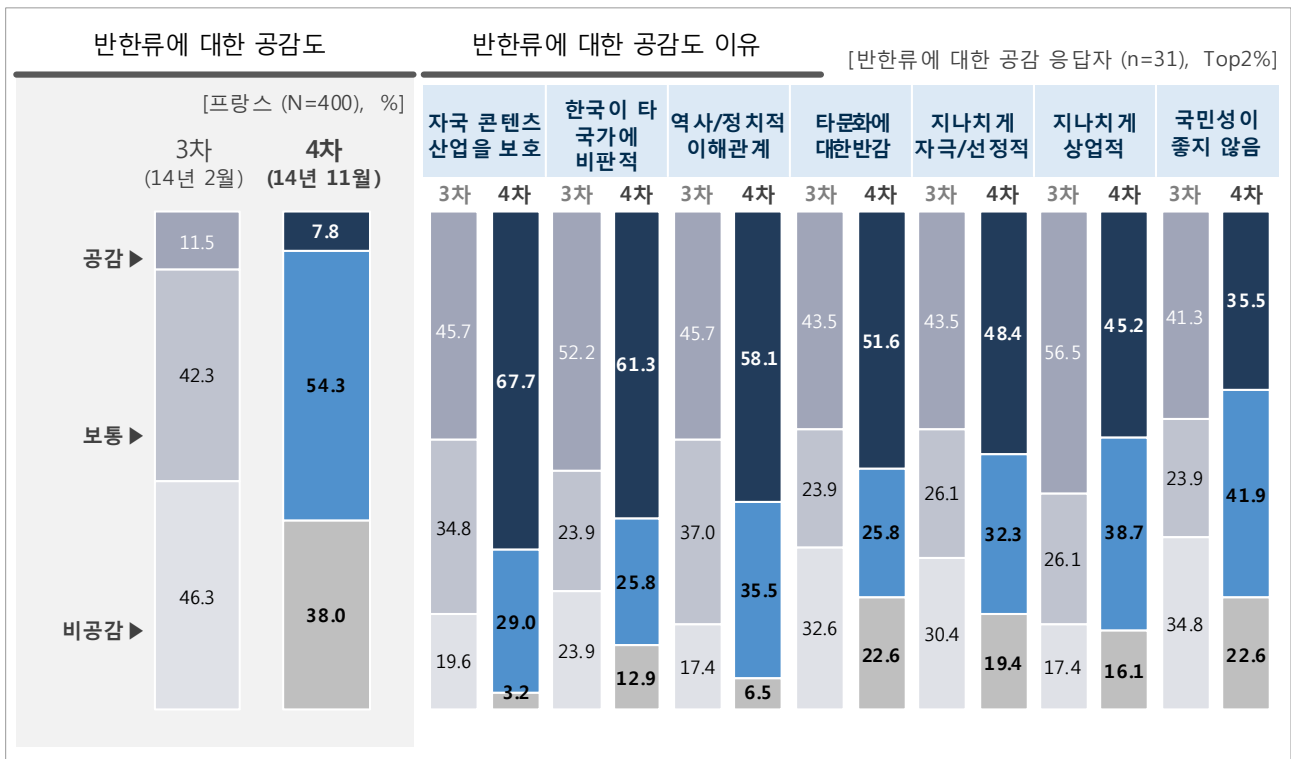
3. 반한류 공감도

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

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

- 프랑스의 반한류 공감율은 7.8%(31명)으로 3차 조사 대비 소폭 감소함
- 반한류 이유로는 '자국 콘텐츠 산업 보호'가 67.7%(21명)가장 높게 나타났으며, 그 외 '한국이 타국가에 비판적', '역사적 정치적 이해관계' 순으로 나타남

[그림 13-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 13-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				자국 콘텐츠 산업을 보호		한국이 타 국가에 비판적		역사/정치적 이해관계		타문화에 대한 반감		지나치게 자극/선정적		지나치게 상업적		국민성이 좋지 않음	
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400) 7.8				(31)	45.7	67.7	52.2	61.3	45.7	58.1	43.5	51.6	43.5	48.4	56.5	45.2	41.3
성별	남성	(200)	10.5	(21)	48.3	61.9	41.4	61.9	41.4	52.4	44.8	52.4	48.3	38.1	55.2	47.6	44.8
	여성	(200)	5.0	(10)	41.2	80.0	70.6	60.0	52.9	70.0	41.2	50.0	35.3	70.0	58.8	40.0	35.3
연령	15~19세	(100)	9.0	(9)	28.6	44.4	42.9	55.6	28.6	44.4	14.3	11.1	14.3	33.3	57.1	33.3	28.6
	20대	(100)	8.0	(8)	52.9	87.5	58.8	75.0	52.9	62.5	52.9	75.0	64.7	75.0	64.7	75.0	58.8
	30대	(100)	9.0	(9)	38.5	55.6	46.2	44.4	38.5	44.4	46.2	44.4	30.8	33.3	38.5	33.3	23.1
	40대	(56)	5.4	(3)	50.0	100.0	66.7	66.7	66.7	100.0	50.0	100.0	33.3	66.7	66.7	66.7	33.3
	50대	(44)	4.5	(2)	66.7	100.0	33.3	100.0	33.3	100.0	33.3	100.0	66.7	50.0	66.7	-	66.7
결혼 여부	기혼	(187)	10.7	(20)	61.5	80.0	57.7	60.0	46.2	65.0	50.0	65.0	46.2	50.0	65.4	50.0	42.3
	미혼	(213)	5.2	(11)	25.0	45.5	45.0	63.6	45.0	45.5	35.0	27.3	40.0	45.5	45.0	36.4	40.0
학력	중졸이하	(23)	13.0	(3)	25.0	100.0	25.0	100.0	25.0	100.0	25.0	100.0	25.0	100.0	75.0	100.0	50.0
	고졸	(151)	7.9	(12)	33.3	50.0	53.3	41.7	40.0	33.3	46.7	33.3	33.3	40.0	41.7	20.0	33.3
	대졸이상	(226)	7.1	(16)	55.6	75.0	55.6	68.8	51.9	68.8	44.4	56.3	51.9	50.0	63.0	37.5	51.9
한류 태도	호감	(159)	12.6	(20)	50.0	80.0	55.6	80.0	50.0	80.0	50.0	75.0	47.2	65.0	61.1	50.0	47.2
	보통	(200)	4.5	(9)	28.6	44.4	28.6	22.2	28.6	22.2	28.6	-	42.9	22.2	28.6	33.3	28.6
	비호감	(41)	4.9	(2)	33.3	50.0	66.7	50.0	33.3	-	-	50.0	-	-	66.7	50.0	-

4. 요약 및 결론

- 프랑스에서의 한국 대표이미지는 북한이 20.0%(80명)로 1위, 그 외 IT 첨단산업, K-POP 순임
- 한국에 대해 문화 강국, 경제적 선진국, 호감이 가는 국가로서의 인식이 강함
- 전반적으로 각 분야별 한국콘텐츠 소비량이 약 20%대로 유사한 가운데, K-POP이 23.7%(95명)로 가장 높은 소비량을 보임
- 프랑스에서 대중적 인기가 가장 높은 한국 문화 콘텐츠는 한식(28.3%, 113명)임
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 비슷하거나 증가했다는 의견이 긍정적으로 나타나고 있으며, 1년 후 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 80%대 이상으로 나타남
- 한류 인지도는 43.4%(174명)로 지난 조사 대비 상승하였으나, 호감도는 소폭 하락함
- 한국 대표 콘텐츠로는 K-POP이 56.3%(225명)로 가장 높게 나타났으며, 그 외 영화, 드라마 순으로 대표 콘텐츠로 인식됨
- 프랑스에서는 전반적으로 한국 콘텐츠의 인지도 및 경험률이 타 국가 대비 높은 편은 아니나, 최근 1~2년 이내에 한국 콘텐츠를 인지/경험했다는 비중이 타 국가 대비 상대적으로 높게 나타남에 따라 최근 1~2년 사이에 프랑스 내에 한류가 활성화되고 있는 것으로 판단됨
특히, 한국 콘텐츠 중에는 영화와 K-POP의 인지도가 타 콘텐츠 대비 높게 나타남
- 한류 콘텐츠의 주 정보 채널은 YouTube이며, 영화의 경우 TV, K-POP의 경우 라디오 채널을 통한 접촉도 나타나는 것으로 조사됨
- 한국 드라마는 전통과 현대의 결합, 서양 및 동양문화의 결합 등 서로 다른 문화가 융합된 측면이 주 인기 요인이며, 영화의 경우 재미있는 스토리, 탄탄한 스토리 구조, 등 스토리 구성으로 인한 인기가 상대적으로 높은 편임
- K-POP의 인기 요인으로서는 따라하기 쉬운 음악과 댄스가 가장 높게 나타남
- 프랑스에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로는 싸이가 13.3%(53명)로 1위, 그 외 박찬욱, 송혜교가 공동 2위임
- 한국 제품은 주로 한식, 식료품, 액세서리 등을 구매/경험하였고, 고가용품 및 서비스의 경우 한국 휴대폰, 가전제품 구매는 30~40%대 정도임
- 향후 한국 제품 및 서비스 이용에 대해서는 한식체험과 한국 식품 및 가전제품 구매에 대한 의향이 높게 나타나고 있음
- 한류 이용 시 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 프랑스에서는 언어적인 측면(다국어로 된 한국문화 정보 부족/ 자막, 더빙 부족 및 불완전)과 이용 보편성 측면(경험 기회 부족/ 관련 상품 구입 장소 부족)의 부족이 주 개선사항으로 파악됨
- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견이 65.3%(261명)로 한류 지속성에 대해 부정적인 의견이 강함에 따라, 향후 지속적인 한류 확산을 위한 방안 마련이 필요함
- 프랑스의 반한류에 대한 공감율은 7.8%(31명)이며, 자국 콘텐츠 산업 보호, 한국이 타국가에 비판적이라는 점 등이 주 반한류 공감 이유임