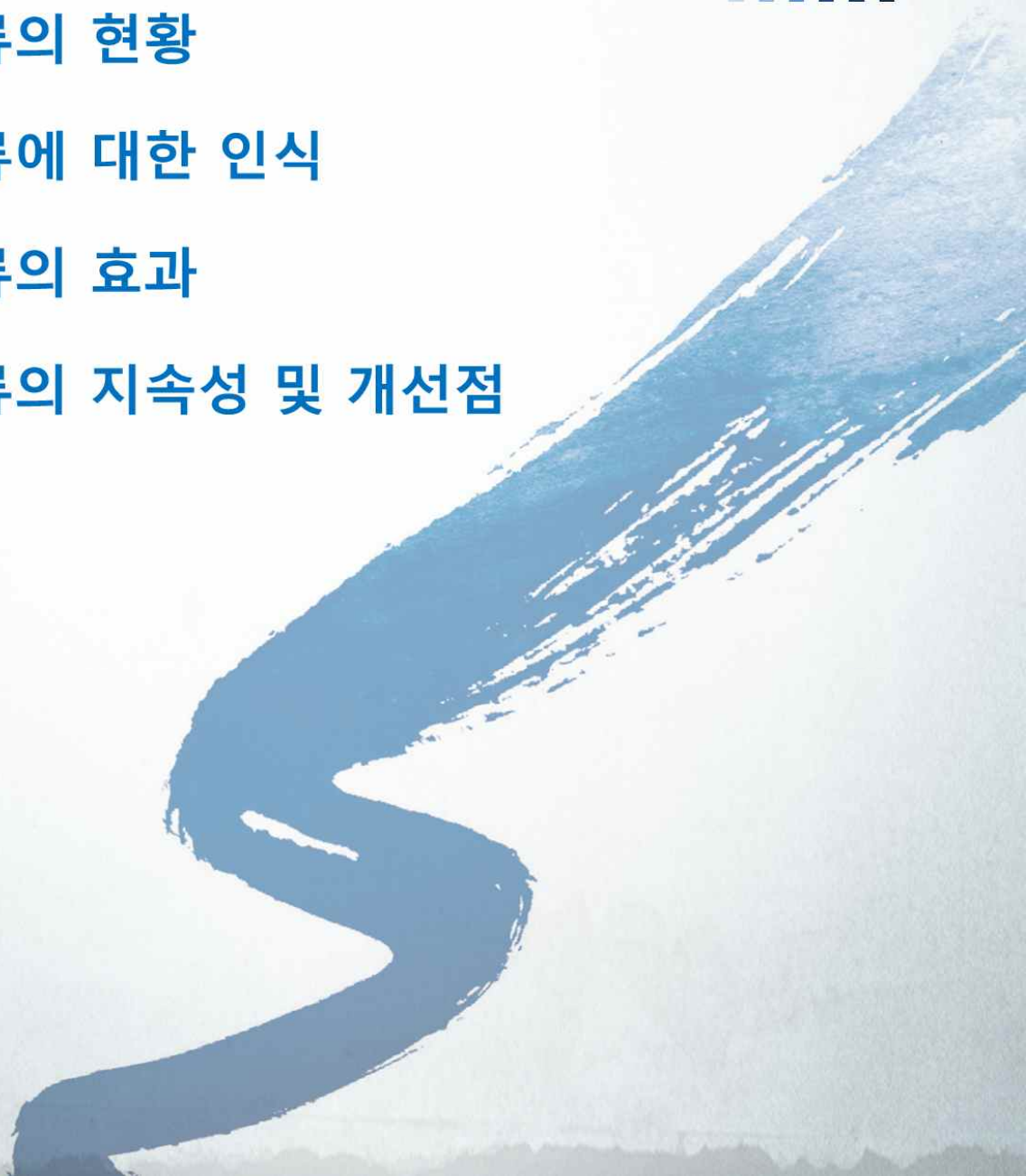


제14장 국가별 결과 분석 : 영국



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



목 차

제14장 국가별 결과 분석 : 영국	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 14-1. 한국 연상 이미지]	1
[표 14-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 14-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 14-4. 한국문화 콘텐츠 인지도]	4
[표 14-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 14-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 14-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 14-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 14-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 14-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 14-11. 한국 영화]	11
[표 14-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 14-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 14-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 14-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 14-16. 한국 음식]	16
[표 14-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 14-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 14-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 14-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 14-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 14-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 14-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 14-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 14-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 14-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 14-27. 한류 지속 여부]	28
[표 14-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

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

제14장 국가별 결과 분석 : 영국

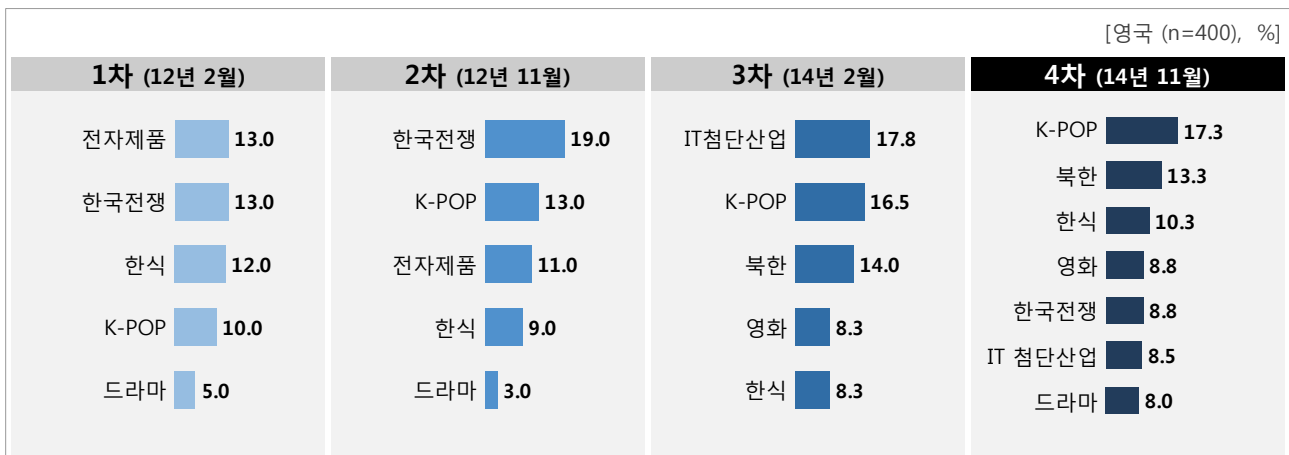
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

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

- 한국에 대한 연상 이미지로는 'K-POP'이 17.3%(69명)로 가장 많이 언급되었으며, 그 외 '북한', '한식' 순임
- 특히, 'K-POP'은 1차 조사 이후로 지속적으로 상승하여, 한국하면 떠오르는 가장 대표적인 이미지로 부상함
- 특성별로 'K-POP'은 15~19세, 미혼 집단에서 높게 나타나는 반면, '드라마'의 경우 기혼집단에서 상대적으로 높게 연상됨

[그림 14-1. 한국 연상 이미지]



[표 14-1. 한국 연상 이미지]

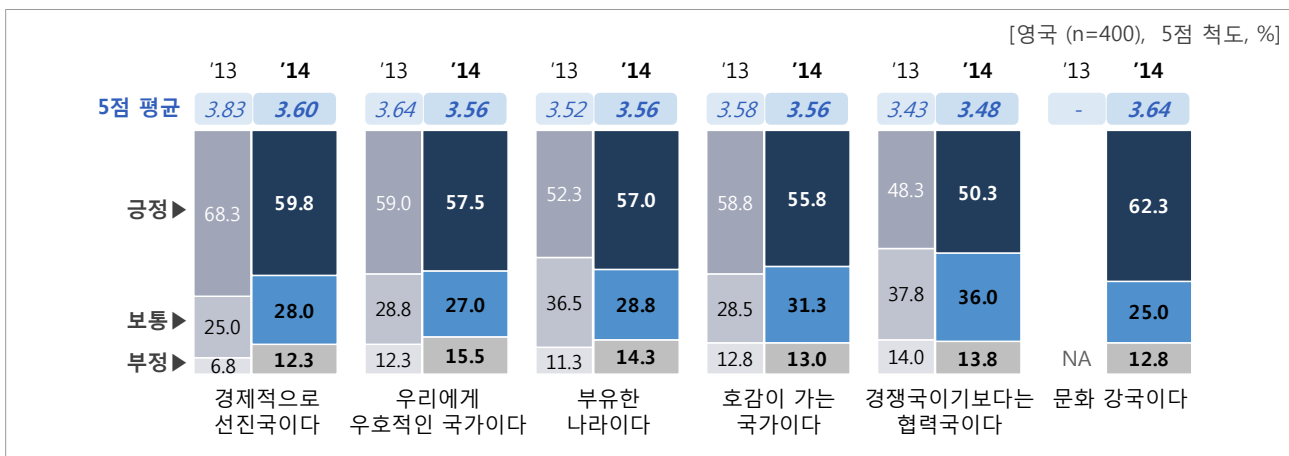
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
K-POP	16.0	18.5	<u>37.0</u>	13.0	11.0	8.0	8.0	10.6	<u>23.1</u>	20.0	17.1	17.0	18.0	18.3	4.0
북한	11.5	15.0	15.0	14.0	9.0	14.7	16.0	11.2	15.1	6.7	16.4	12.1	11.6	14.0	20.0
한식	9.5	11.0	9.0	4.0	14.0	17.3	4.0	10.1	10.4	16.7	11.6	8.5	11.6	8.6	12.0
영화	10.5	7.0	4.0	10.0	14.0	5.3	12.0	11.2	6.6	6.7	7.5	9.8	10.1	7.5	8.0
한국전쟁	7.5	10.0	8.0	6.0	13.0	9.3	4.0	8.0	9.4	10.0	12.3	6.3	6.9	9.7	16.0
IT 첨단산업	8.5	8.5	2.0	10.0	11.0	10.7	12.0	10.1	7.1	3.3	2.1	<u>13.4</u>	9.5	8.6	-
드라마	9.5	6.5	2.0	16.0	11.0	1.3	8.0	<u>13.3</u>	3.3	13.3	3.4	10.3	11.6	4.3	8.0

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한국에 대한 인식으로는 '문화 강국이다'가 62.3%(249명)로 가장 높고,
그 외, '경제적으로 선진국이다', '우리에게 우호적인 국가이다' 순으로 나타남
- '문화 강국'이라는 인식은 20대 이상, 기혼, 한류 호감층에서 높게 나타남

[그림 14-2. 한국에 대한 인식]



[표 14-2. 한국에 대한 인식]

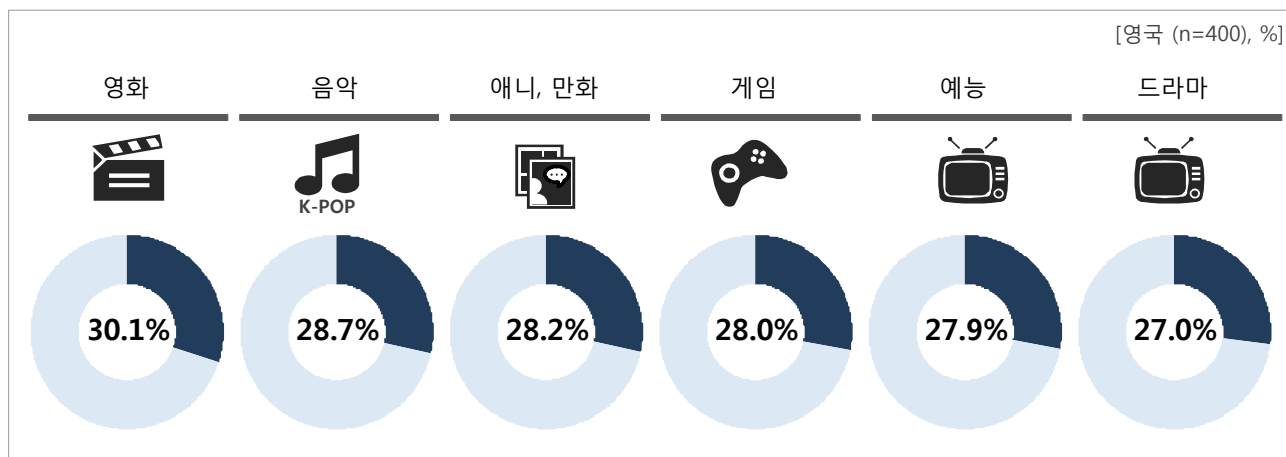
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
경제적으로 선진국이다	63.5	56.0	53.0	67.0	64.0	53.3	60.0	63.3	56.6	63.3	50.7	65.2	<u>74.6</u>	47.3	40.0
우리에게 우호적인 국가이다	58.5	56.5	37.0	58.0	<u>72.0</u>	65.3	56.0	<u>63.8</u>	51.9	53.3	56.2	58.9	<u>69.3</u>	50.5	20.0
부유한 나라이다	59.0	55.0	48.0	60.0	61.0	54.7	72.0	<u>65.4</u>	49.5	53.3	50.0	<u>62.1</u>	<u>69.3</u>	47.8	32.0
호감이 가는 국가이다	54.5	57.0	42.0	60.0	66.0	56.0	52.0	<u>62.8</u>	49.5	56.7	51.4	58.5	<u>71.4</u>	43.0	32.0
경쟁국이기보다는 협력국이다	52.0	48.5	36.0	57.0	56.0	53.3	48.0	55.9	45.3	60.0	43.2	53.6	<u>59.8</u>	43.0	32.0
문화 강국이다	62.5	62.0	51.0	66.0	66.0	65.3	68.0	<u>67.6</u>	57.5	56.7	56.2	<u>67.0</u>	<u>72.5</u>	55.4	36.0

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

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

- 최근 1년간 한국문화 콘텐츠 소비량은 '한국 영화'가 30.1%(120명)로 가장 높았으며, 그 외 '음악', '애니, 만화', '게임' 순으로 높음
- 전반적으로 한국문화 콘텐츠 소비량은 여성보다는 남성을 중심으로 높게 나타남

[그림 14-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 14-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

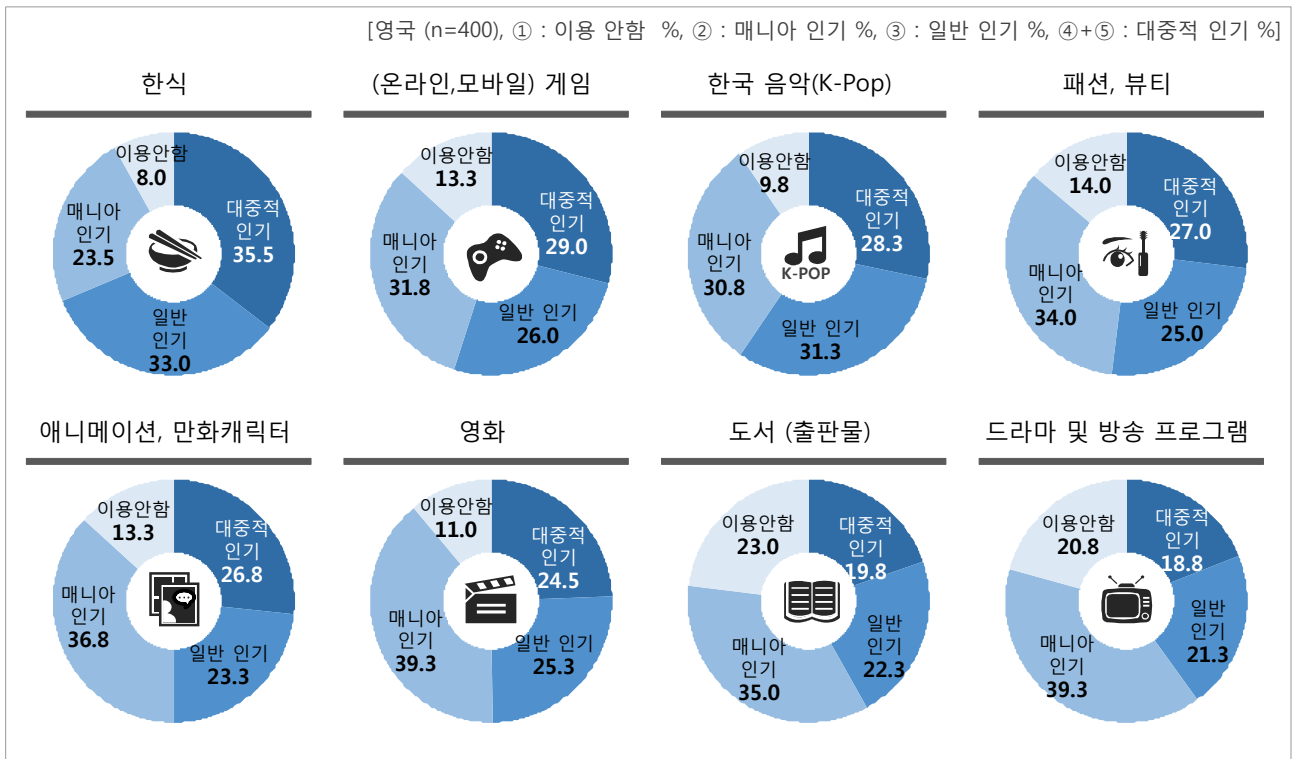
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령						결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감	
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(75)	(25)	(188)	(212)	(30)	(146)	(224)	(189)	(186)	(25)	
영화	34.1	26.2	29.6	34.5	30.1	28.3	19.8	32.4	28.0	37.7	29.3	29.6	33.9	27.1	23.8	
음악	31.2	26.3	33.9	31.2	27.9	23.1	17.8	30.3	27.3	35.7	28.0	28.2	33.8	24.5	21.4	
애니, 만화	32.2	24.3	31.0	34.9	24.9	23.7	17.4	30.8	25.9	37.0	27.3	27.6	32.7	24.1	24.6	
게임	<u>33.0</u>	23.1	30.1	34.3	25.5	24.1	16.2	31.2	25.2	39.7	26.2	27.6	32.5	24.1	23.0	
예능	<u>31.9</u>	23.8	31.1	33.3	25.6	23.0	16.6	30.3	25.7	39.3	26.6	27.1	33.4	22.8	23.4	
드라마	30.7	23.3	29.1	32.4	26.2	21.0	17.4	29.7	24.5	38.3	25.6	26.3	<u>32.3</u>	22.2	21.8	

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

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

- 영국에서 대중적 인기가 가장 높은 한국문화 콘텐츠는 한식이 35.5%(142명)으로 가장 높으며, (온라인, 모바일) 게임, '음악이 그 뒤를 이어 대중적인 인기를 얻고 있음
- 한식에 대한 대중적 인기에 대해서는 성별 및 연령별 큰 차이를 보이고 있지 않으나, (온라인, 모바일) 게임은 남성, 20~30대에서 대중적인 인기가 높다고 인식함

[그림 14-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 14-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

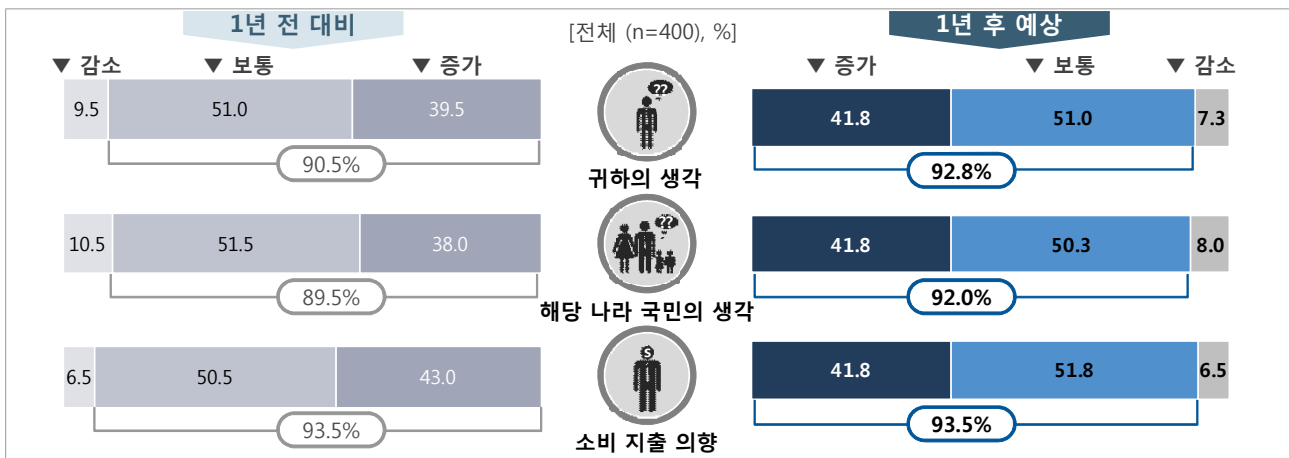
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
한국 음식	35.5	35.5	31.0	38.0	39.0	37.3	24.0	37.2	34.0	20.0	36.3	37.1	<u>45.5</u>	26.9	24.0
한국 게임	32.0	26.0	27.0	31.0	35.0	26.7	12.0	32.4	25.9	33.3	24.0	31.7	<u>38.1</u>	20.4	24.0
한국 음악(K-Pop)	28.0	28.5	26.0	30.0	33.0	28.0	12.0	31.4	25.5	23.3	25.3	30.8	<u>40.7</u>	17.2	16.0
한국 패션, 뷰티	28.0	26.0	29.0	33.0	26.0	24.0	8.0	29.3	25.0	<u>36.7</u>	27.4	25.4	<u>33.9</u>	21.0	20.0
한국 애니메이션	27.0	26.5	23.0	36.0	28.0	24.0	8.0	27.7	25.9	<u>36.7</u>	24.0	27.2	<u>38.1</u>	16.1	20.0
한국 영화	27.0	22.0	17.0	26.0	33.0	24.0	16.0	29.3	20.3	26.7	20.5	26.8	<u>36.0</u>	14.5	12.0
한국 도서(출판물)	22.0	17.5	19.0	22.0	23.0	17.3	8.0	22.3	17.5	26.7	20.5	18.3	27.0	12.4	20.0
한국 드라마 및 방송	21.0	16.5	15.0	22.0	26.0	14.7	4.0	22.9	15.1	20.0	15.1	21.0	<u>28.0</u>	9.7	16.0

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 한국문화상품에 대한 본인 및 영국민의 현재 관심도는 90%대 수준으로 높으며, 향후에도 유지되거나 증가할 것이라는 전망이 92%대 수준으로 높게 나타남
- 소비 지출 의향의 경우, 1년 전 대비 비슷하거나 증가하였다는 응답 및 1년 후 예상이 93.5%(374명)로 나타남

[그림 14-5. 한국문화상품 관심도]



[표 14-5. 한국문화상품 관심도]

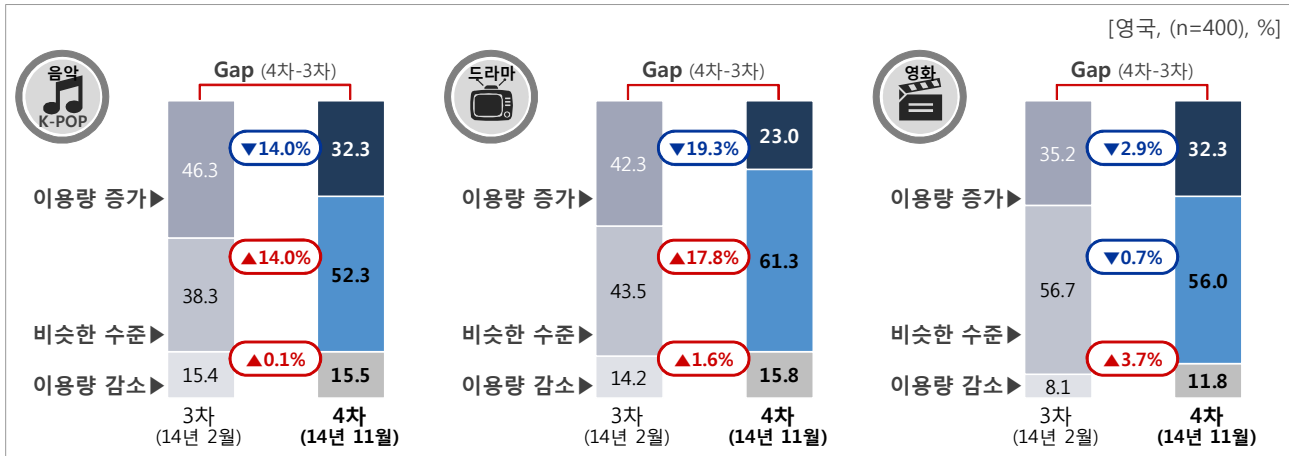
한국 문화 상품 관심도 %			귀하의 생각			해당나라 국민의 생각			소비 지출 의향		
			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비		
			감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑	감소↓	보통=	증가↑
성별	남성 (200)		11.5	48.5	40.0	9.5	49.0	41.5	12.0	47.5	40.5
	여성 (200)		7.5	53.5	39.0	5.0	53.0	42.0	9.0	55.5	35.5
연령	15~19세 (100)		16.0	44.0	40.0	13.0	50.0	37.0	18.0	48.0	34.0
	20대 (100)		13.0	50.0	37.0	9.0	45.0	46.0	13.0	49.0	38.0
	30대 (100)		2.0	52.0	46.0	1.0	53.0	46.0	3.0	53.0	44.0
	40대 (75)		9.3	53.3	37.3	8.0	52.0	40.0	10.7	52.0	37.3
	50대 (25)		-	72.0	28.0	-	68.0	32.0	-	68.0	32.0
결혼 여부	기혼 (188)		7.4	49.5	43.1	5.3	46.3	48.4	4.8	50.0	45.2
	미혼 (212)		11.3	52.4	36.3	9.0	55.2	35.8	9.0	53.8	37.3
학력	중졸이하 (30)		26.7	30.0	43.3	20.0	36.7	43.3	13.3	30.0	56.7
	고졸 (146)		9.6	59.6	30.8	6.8	62.3	30.8	11.6	56.8	31.5
	대졸이상 (224)		7.1	48.2	44.6	5.8	45.5	48.7	9.4	50.9	39.7
한류 태도	호감 (189)		6.3	40.2	53.4	3.7	40.2	56.1	9.5	38.6	51.9
	보통 (186)		10.2	61.8	28.0	8.1	62.4	29.6	9.7	63.4	26.9
	비호감 (25)		28.0	52.0	20.0	28.0	48.0	24.0	24.0	60.0	16.0

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

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

- 1년 전 대비 한국문화상품 이용량이 증가하였다는 응답은 전반적으로 하락한 것으로 나타났으며, 특히 드라마, K-POP의 하락 폭이 상대적으로 큰 편임
- 특성별로 K-POP은 10~30대, 한류 호감층에서 이용량이 상대적으로 높았으며, 드라마는 미혼보다는 기혼에서의 이용량이 높게 나타남

[그림 14-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 14-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

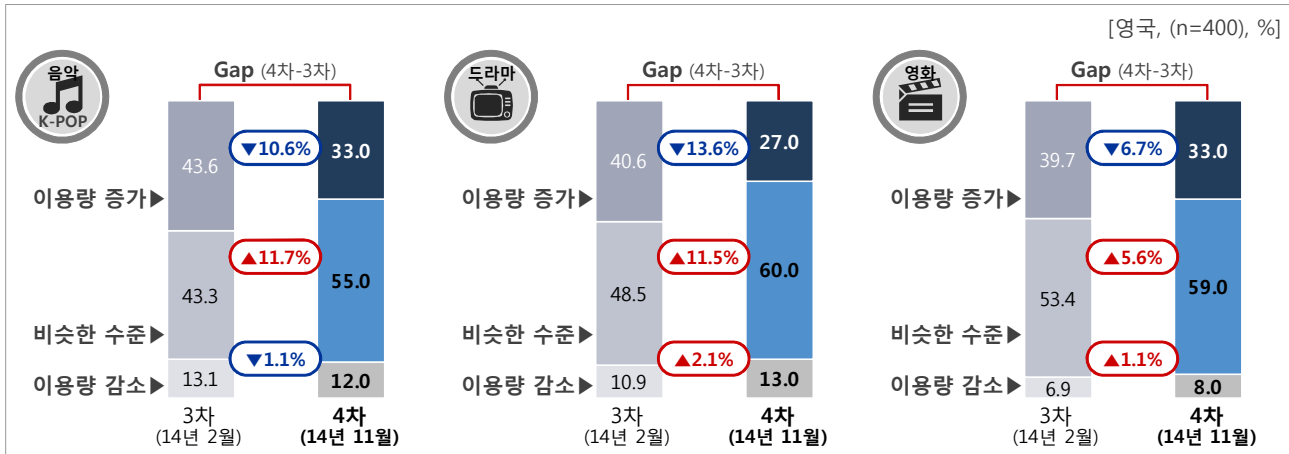
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악						드라마						영화					
			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사			3차 조사			4차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		14.0	38.7	47.3	15.0	56.0	29.0	14.3	44.4	41.3	15.5	61.0	23.5	10.0	55.0	35.0	10.5	53.0	36.5
	여성 (200)		16.9	37.8	45.3	16.0	48.5	35.5	14.2	42.5	43.4	16.0	61.5	22.5	5.8	58.7	35.5	13.0	59.0	28.0
연령	15~19세 (100)		24.2	31.6	44.2	<u>24.0</u>	38.0	<u>38.0</u>	25.0	35.7	39.3	23.0	59.0	18.0	12.3	43.1	44.6	17.0	58.0	25.0
	20대 (100)		8.4	38.6	53.0	14.0	50.0	<u>36.0</u>	8.7	49.3	42.0	16.0	49.0	<u>35.0</u>	8.0	52.9	39.1	15.0	50.0	35.0
	30대 (100)		11.8	39.7	48.5	13.0	56.0	<u>31.0</u>	5.8	46.4	47.8	12.0	65.0	23.0	5.7	56.8	37.5	8.0	54.0	38.0
	40대 (75)		13.9	44.4	41.7	10.7	<u>64.0</u>	25.3	22.2	38.9	38.9	13.3	72.0	14.7	7.6	66.7	25.8	4.0	62.7	33.3
	50대 (25)		18.8	<u>56.3</u>	25.0	12.0	<u>68.0</u>	20.0	22.2	44.4	33.3	8.0	72.0	20.0	6.9	<u>75.9</u>	17.2	16.0	60.0	24.0
결혼 여부	기혼 (188)		4.7	45.3	50.0	12.8	53.2	34.0	9.1	39.8	<u>51.1</u>	9.6	62.2	<u>28.2</u>	5.8	55.8	38.3	7.4	56.9	35.6
	미혼 (212)		<u>21.4</u>	34.4	44.3	17.9	51.4	30.7	17.2	45.7	37.1	<u>21.2</u>	60.4	18.4	9.3	57.2	33.5	15.6	55.2	29.2
학력	중졸이하 (30)		<u>28.6</u>	28.6	42.9	23.3	46.7	30.0	20.0	40.0	40.0	23.3	50.0	26.7	12.5	37.5	50.0	10.0	53.3	36.7
	고졸 (146)		18.2	39.4	42.3	17.8	54.8	27.4	17.6	44.0	38.5	15.8	66.4	17.8	9.4	56.3	34.4	13.7	61.6	24.7
	대졸이상 (224)		12.3	37.7	50.0	12.9	51.3	35.7	11.9	43.4	44.8	14.7	59.4	25.9	7.0	57.8	35.2	10.7	52.7	36.6
한류 태도	호감 (189)		8.4	32.3	<u>59.4</u>	7.4	41.8	<u>50.8</u>	8.8	33.8	<u>57.4</u>	11.6	55.0	<u>33.3</u>	3.4	44.8	<u>51.7</u>	6.9	46.0	<u>47.1</u>
	보통 (186)		21.2	46.2	32.6	19.9	<u>63.4</u>	16.7	19.5	<u>62.2</u>	18.3	16.1	<u>71.0</u>	12.9	11.6	<u>70.7</u>	17.7	12.9	67.2	19.9
	비호감 (25)		45.5	27.3	27.3	<u>44.0</u>	48.0	8.0	<u>55.6</u>	33.3	11.1	<u>44.0</u>	36.0	20.0	<u>28.6</u>	57.1	14.3	<u>40.0</u>	48.0	12.0

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

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

- 향후 한국 콘텐츠 이용량이 감소할 것이라는 예상이 지난 조사대비 소폭 증가한 가운데, 전반적으로 한국 콘텐츠 이용량이 현재와 유사하거나 증가할 것으로 예상하는 비중은 90%대 수준임
- K-POP은 30대 이상, 한류 호감층에서 현재와 유사/증가할 것으로 예상하는 비중이 높음
- 영화는 30대 이상, 한류 호감층을 중심으로 향후 이용량에 대해 상대적으로 긍정적임

[그림 14-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 14-7. 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)		11.3	40.0	48.7	11.0	55.0	34.0	9.5	45.2	45.2	13.5	58.5	28.0	5.6	55.0	39.4	7.5	56.5	36.0
	여성 (200)		14.9	46.6	38.5	13.0	55.0	32.0	12.4	52.2	35.4	12.5	61.5	26.0	8.4	51.6	40.0	8.5	61.5	30.0
연령	15~19세 (100)		22.1	36.8	41.1	18.0	40.0	42.0	21.4	39.3	39.3	19.0	53.0	28.0	15.4	46.2	38.5	15.0	53.0	32.0
	20대 (100)		9.6	48.2	42.2	13.0	55.0	32.0	7.2	49.3	43.5	17.0	50.0	33.0	8.0	49.4	42.5	7.0	58.0	35.0
	30대 (100)		7.4	44.1	48.5	9.0	56.0	35.0	7.2	50.7	42.0	6.0	68.0	26.0	2.3	52.3	45.5	5.0	62.0	33.0
	40대 (75)		8.3	47.2	44.4	8.0	68.0	24.0	8.3	55.6	36.1	10.7	68.0	21.3	6.1	62.1	31.8	4.0	61.3	34.7
	50대 (25)		12.5	43.8	43.8	8.0	72.0	20.0	11.1	55.6	33.3	8.0	72.0	20.0	-	65.5	34.5	8.0	68.0	24.0
결혼 여부	기혼 (188)		4.7	45.3	50.0	9.0	58.0	33.0	8.0	46.6	45.5	8.5	61.2	30.3	4.2	54.2	41.7	4.3	59.0	36.7
	미혼 (212)		17.7	42.2	40.1	14.6	52.4	33.0	12.6	49.7	37.7	17.0	59.0	24.1	8.4	53.0	38.6	11.3	59.0	29.7
학력	중졸이하 (30)		28.6	28.6	42.9	23.3	53.3	23.3	20.0	40.0	40.0	20.0	40.0	40.0	12.5	37.5	50.0	6.7	53.3	40.0
	고졸 (146)		16.8	43.8	39.4	14.4	52.7	32.9	14.3	46.2	39.6	13.7	64.4	21.9	10.2	55.5	34.4	9.6	60.3	30.1
	대졸이상 (224)		9.1	43.5	47.4	8.9	56.7	34.4	8.4	50.3	41.3	11.6	59.8	28.6	4.5	52.8	42.7	7.1	58.9	33.9
한류 태도	호감 (189)		7.1	34.8	58.1	4.8	46.6	48.7	6.8	39.9	53.4	9.0	52.4	38.6	5.2	39.1	55.7	5.3	48.7	46.0
	보통 (186)		17.4	53.0	29.5	16.1	63.4	20.4	13.4	65.9	20.7	13.4	69.9	16.7	6.8	70.1	23.1	8.1	69.9	22.0
	비호감 (25)		45.5	45.5	9.1	36.0	56.0	8.0	55.6	33.3	11.1	40.0	44.0	16.0	28.6	57.1	14.3	28.0	56.0	16.0

제14장 국가별 결과 분석 : 영국

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

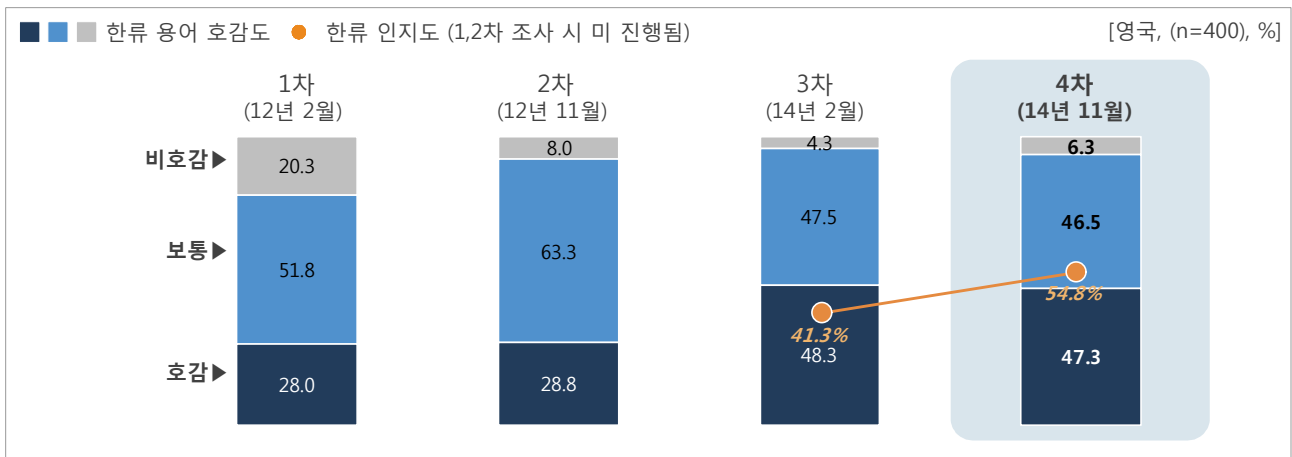
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류 용어의 인지도는 54.8%(219명)로, 3차 조사 대비 큰 폭으로 상승함
- 반면, 한류 용어의 호감도는 작년 대비 47.3%(189명)로 소폭 하락함
- 한류 인지도와 호감도는 20대, 기혼에서 상대적으로 높게 나타나고 있음

[그림 14-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 14-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

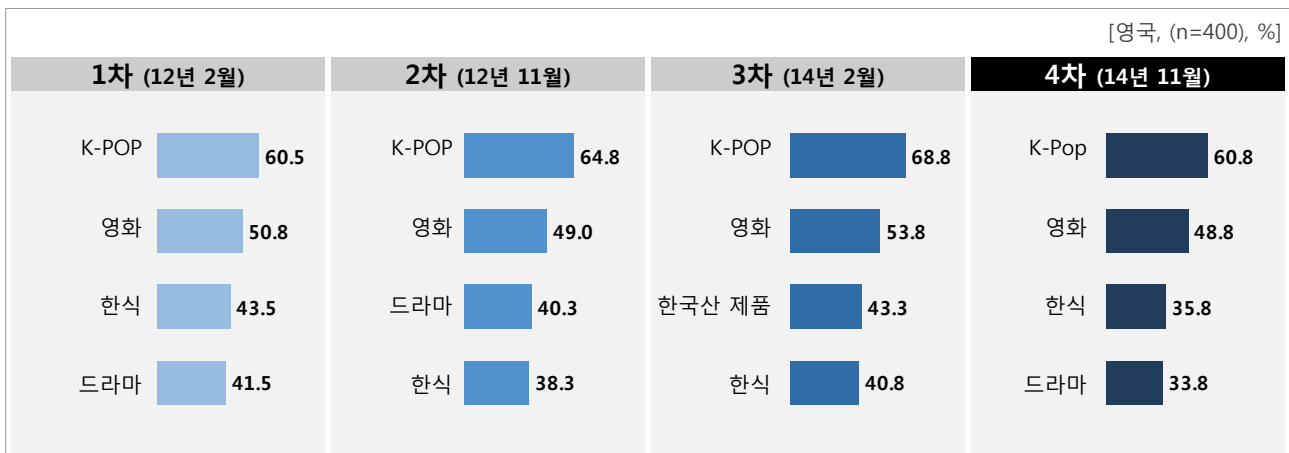
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
한류 인지도	59.0	50.5	50.0	<u>64.0</u>	57.0	50.7	40.0	<u>65.4</u>	45.3	<u>76.7</u>	48.6	55.8	<u>65.6</u>	44.1	52.0
한류 호감도 - 호감	48.5	46.0	38.0	<u>53.0</u>	<u>55.0</u>	45.3	36.0	<u>56.4</u>	39.2	46.7	42.5	50.4	100.0	-	-
한류 호감도 - 보통	44.5	48.5	52.0	38.0	42.0	52.0	60.0	39.9	<u>52.4</u>	43.3	51.4	43.8	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	7.0	5.5	10.0	9.0	3.0	2.7	4.0	3.7	8.5	10.0	6.2	5.8	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

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

- 영국에서는 K-POP이 60.8%(243명)로 한류 대표 콘텐츠로 가장 높게 나타났으며, 그 외 영화, 한식 순으로 나타남
- K-POP은 미혼, 한류 호감층에서 영화는 50대, 한류 호감층에서 한류 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 높게 나타남

[그림 14-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 14-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (82)	50대 (18)	기혼 (234)	미혼 (166)	중졸 이하 (75)	고졸 (158)	대졸 이상 (167)	호감 (99)	보통 (224)	비호감 (77)
K-POP	59.5	62.0	67.0	53.0	60.0	64.0	60.0	55.3	<u>65.6</u>	30.0	61.0	64.7	<u>66.1</u>	58.6	36.0
영화	48.0	49.5	47.0	43.0	48.0	53.3	<u>68.0</u>	47.9	49.5	23.3	47.3	53.1	52.4	48.4	24.0
한식	35.5	36.0	30.0	42.0	34.0	36.0	40.0	36.7	34.9	20.0	30.8	<u>41.1</u>	39.7	33.9	20.0
드라마	31.0	36.5	35.0	32.0	30.0	36.0	44.0	34.6	33.0	40.0	36.3	31.3	36.5	32.8	20.0

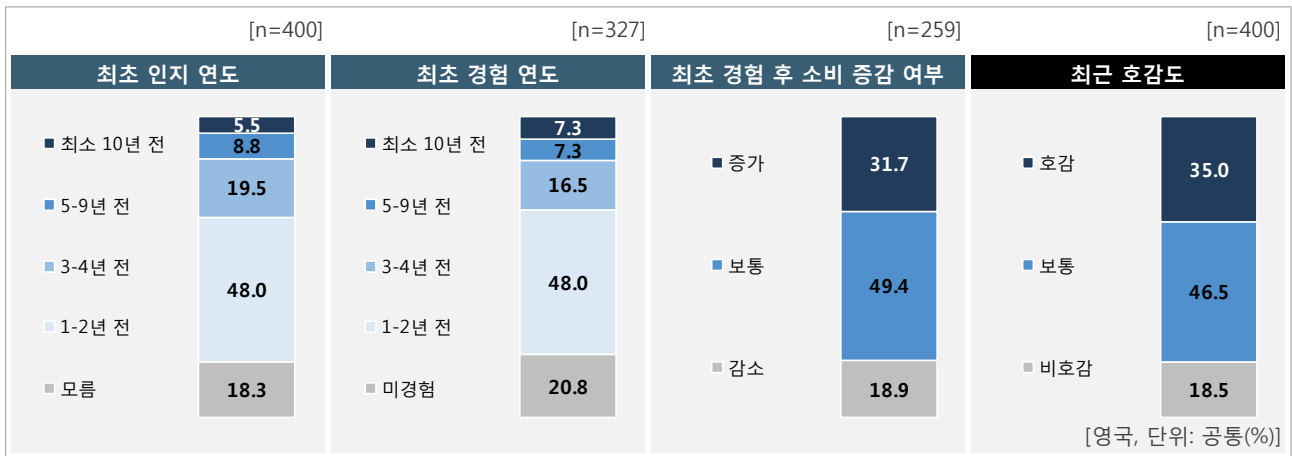
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

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

- 영국에서 한국 드라마 및 방송 프로그램의 인지도는 81.7%(327명), 경험률은 79.2%(259명)이며, 최근 1-2년 이내에 한국 드라마를 인지하고, 경험한다는 비율이 가장 높게 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 31.7%(82명)이며, 최근 호감도는 35.0%(140명)임
- 최근 호감도는 20~30대 및 기혼에서의 호감도가 타 집단 대비 높게 나타남

[그림 14-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 14-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

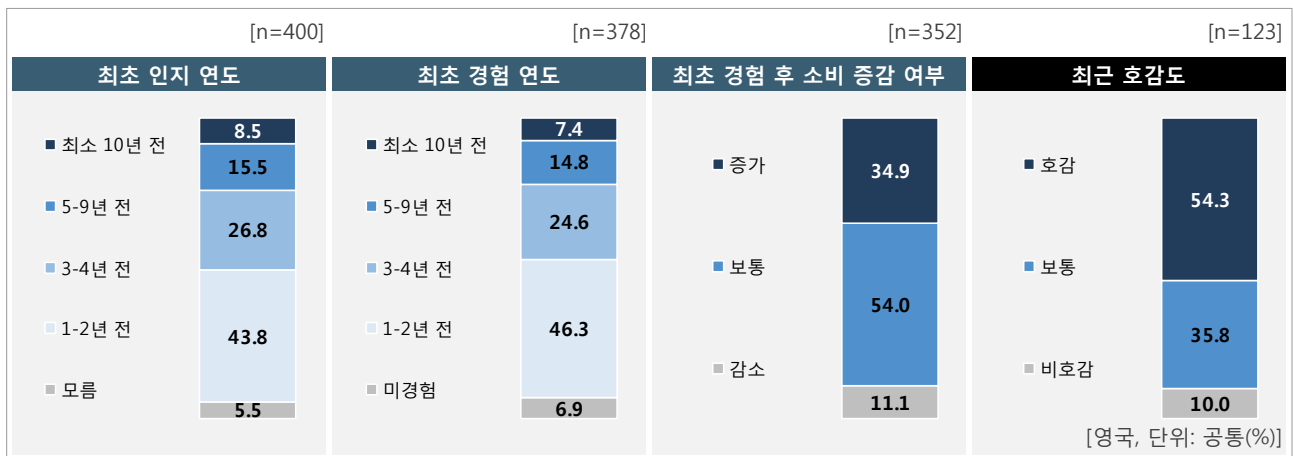
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		19.0	44.5	20.0	12.0	4.5	13.0	51.9	18.5	9.3	7.4	22.7	48.2	29.1	20.0	45.5	34.5
	여성 (200)		17.5	51.5	19.0	5.5	6.5	28.5	44.2	14.5	5.5	7.3	14.4	50.8	34.7	17.0	47.5	35.5
연령	15~19세 (100)		21.0	47.0	20.0	10.0	2.0	25.3	44.3	16.5	7.6	6.3	27.1	42.4	30.5	30.0	44.0	26.0
	20대 (100)		15.0	58.0	14.0	6.0	7.0	14.1	56.5	16.5	4.7	8.2	20.5	47.9	31.5	21.0	36.0	43.0
	30대 (100)		15.0	40.0	23.0	11.0	11.0	21.2	37.6	18.8	9.4	12.9	16.4	43.3	40.3	9.0	50.0	41.0
	40대 (75)		20.0	49.3	21.3	6.7	2.7	20.0	55.0	16.7	6.7	1.7	10.4	64.6	25.0	12.0	57.3	30.7
	50대 (25)		28.0	40.0	20.0	12.0	-	33.3	50.0	5.6	11.1	-	16.7	66.7	16.7	20.0	52.0	28.0
결혼 여부	기혼 (188)		11.7	45.2	22.9	11.7	8.5	15.7	48.2	17.5	9.6	9.0	14.3	52.1	33.6	11.7	43.6	44.7
	미혼 (212)		24.1	50.5	16.5	6.1	2.8	26.1	47.8	15.5	5.0	5.6	24.4	46.2	29.4	24.5	49.1	26.4
학력	중졸이하 (30)		3.3	56.7	23.3	13.3	3.3	13.8	51.7	24.1	-	10.3	32.0	48.0	20.0	23.3	33.3	43.3
	고졸 (146)		19.9	54.8	16.4	6.2	2.7	23.1	53.0	15.4	5.1	3.4	17.8	56.7	25.6	20.5	53.4	26.0
	대졸이상 (224)		19.2	42.4	21.0	9.8	7.6	20.4	44.2	16.0	9.9	9.4	17.4	45.1	37.5	16.5	43.8	39.7
한류 태도	호감 (189)		13.2	47.1	20.6	10.1	9.0	15.9	47.6	18.3	7.9	10.4	12.3	42.8	44.9	11.6	36.5	51.9
	보통 (186)		23.7	47.8	18.8	7.0	2.7	27.5	49.3	14.1	5.6	3.5	22.3	60.2	17.5	20.4	58.6	21.0
	비호감 (25)		16.0	56.0	16.0	12.0	-	14.3	42.9	19.0	14.3	9.5	50.0	38.9	11.1	56.0	32.0	12.0

(2) 한국 영화

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

- 한국 영화에 대한 인지도 및 경험률 모두 90%대 이상으로 높은 수준으로 나타남
- 한국 영화를 인지한 경우, 4년 이내에 최초로 인지한 경우가 대부분임
- 한국 영화에 대한 최근 호감도는 54.3%(217명)로 나타났으며, 30~40대 및 기혼 집단에서 타 집단 대비 호감도가 높은 편임

[그림 14-11. 한국 영화]



[표 14-11. 한국 영화]

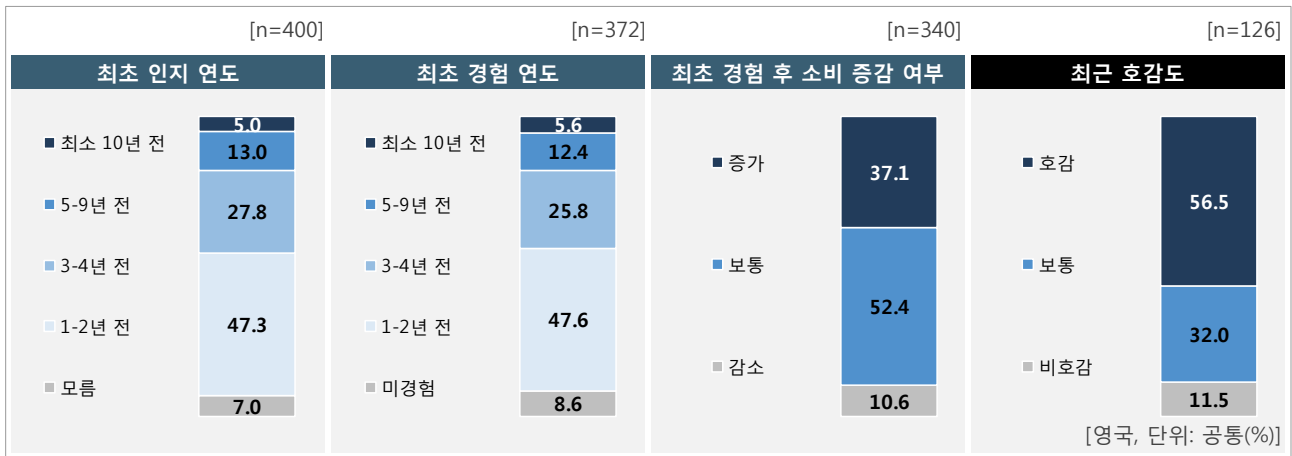
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.5	46.5	23.5	18.0	7.5	6.8	47.1	24.6	15.2	6.3	12.9	53.9	33.1	11.0	36.0	53.0
	여성	(200)	6.5	41.0	30.0	13.0	9.5	7.0	45.5	24.6	14.4	8.6	9.2	54.0	36.8	9.0	35.5	55.5
연령	15~19세	(100)	12.0	43.0	31.0	10.0	4.0	13.6	47.7	19.3	14.8	4.5	17.1	50.0	32.9	21.0	43.0	36.0
	20대	(100)	2.0	47.0	28.0	17.0	6.0	5.1	49.0	26.5	13.3	6.1	14.0	47.3	38.7	12.0	33.0	55.0
	30대	(100)	3.0	39.0	25.0	15.0	<u>18.0</u>	3.1	41.2	27.8	13.4	14.4	9.6	54.3	36.2	4.0	31.0	<u>65.0</u>
	40대	(75)	5.3	46.7	24.0	17.3	6.7	5.6	50.7	23.9	15.5	4.2	4.5	61.2	34.3	4.0	30.7	<u>65.3</u>
	50대	(25)	4.0	44.0	20.0	<u>28.0</u>	4.0	8.3	37.5	25.0	25.0	4.2	4.5	<u>72.7</u>	22.7	-	52.0	48.0
결혼 여부	기혼	(188)	2.7	39.9	23.4	<u>22.3</u>	11.7	4.4	41.5	25.1	19.1	9.8	8.0	54.3	37.7	5.3	33.0	<u>61.7</u>
	미혼	(212)	8.0	47.2	29.7	9.4	5.7	9.2	<u>50.8</u>	24.1	10.8	5.1	14.1	53.7	32.2	14.2	38.2	47.6
학력	중졸이하	(30)	3.3	50.0	30.0	6.7	10.0	6.9	41.4	<u>44.8</u>	-	6.9	14.8	44.4	40.7	13.3	36.7	50.0
	고졸	(146)	8.9	45.9	28.1	12.3	4.8	9.8	<u>52.6</u>	20.3	12.8	4.5	8.3	<u>63.3</u>	28.3	13.7	43.2	43.2
	대졸이상	(224)	3.6	41.5	25.4	18.8	10.7	5.1	43.1	24.5	18.1	9.3	12.2	49.8	38.0	7.1	30.8	<u>62.1</u>
한류 태도	호감	(189)	4.2	35.4	30.2	18.0	12.2	4.4	41.4	27.6	17.1	9.4	8.7	45.1	<u>46.2</u>	3.7	29.1	<u>67.2</u>
	보통	(186)	7.0	<u>53.8</u>	22.6	12.4	4.3	8.7	<u>51.4</u>	22.0	13.9	4.0	11.4	<u>65.2</u>	23.4	13.4	41.9	44.6
	비호감	(25)	4.0	32.0	32.0	20.0	12.0	12.5	45.8	20.8	4.2	<u>16.7</u>	<u>28.6</u>	42.9	28.6	<u>32.0</u>	40.0	28.0

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- 영국의 K-POP 인지도는 93.0%(372명)로 절반 정도가 최근 1~2년 이내에 인지하기 시작한 것으로 나타남
- K-POP의 경험률은 91.4%(340명)로 인지도와 마찬가지로 높은 수준으로 나타남
- 최초 경험 후 소비증가율은 37.1%(126명)로 나타났으며, 최근 호감도는 56.5%(226명)임
- 기혼, 한류 호감층에서 K-POP 최초 경험 후 소비가 증가함

[그림 14-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 14-12. 한국 음악(K-POP)]

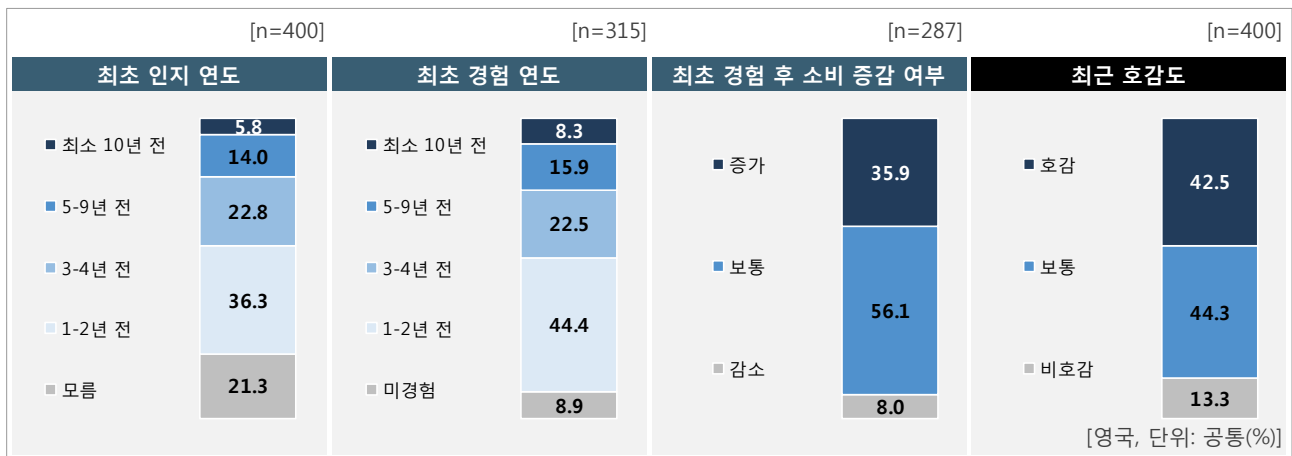
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		6.5	46.5	28.5	14.0	4.5	9.1	50.3	23.0	13.4	4.3	11.8	54.7	33.5	13.0	32.5	54.5
	여성 (200)		7.5	48.0	27.0	12.0	5.5	8.1	44.9	28.6	11.4	7.0	9.4	50.0	40.6	10.0	31.5	58.5
연령	15~19세 (100)		1.0	52.0	28.0	13.0	6.0	3.0	50.5	26.3	14.1	6.1	13.5	51.0	35.4	10.0	31.0	59.0
	20대 (100)		4.0	45.0	35.0	12.0	4.0	11.5	42.7	30.2	9.4	6.3	14.1	44.7	41.2	9.0	33.0	58.0
	30대 (100)		9.0	40.0	25.0	16.0	10.0	5.5	39.6	27.5	18.7	8.8	8.1	54.7	37.2	13.0	23.0	64.0
	40대 (75)		12.0	54.7	21.3	12.0	-	13.6	56.1	22.7	6.1	1.5	5.3	57.9	36.8	10.7	41.3	48.0
	50대 (25)		20.0	44.0	28.0	8.0	-	20.0	65.0	5.0	10.0	-	6.3	68.8	25.0	24.0	40.0	36.0
결혼 여부	기혼 (188)		7.4	43.1	26.1	17.6	5.9	9.8	45.4	20.7	17.2	6.9	10.2	45.2	44.6	9.6	29.3	61.2
	미혼 (212)		6.6	50.9	29.2	9.0	4.2	7.6	49.5	30.3	8.1	4.5	10.9	58.5	30.6	13.2	34.4	52.4
학력	중졸이하 (30)		3.3	33.3	50.0	6.7	6.7	3.4	41.4	41.4	6.9	6.9	25.0	28.6	46.4	10.0	30.0	60.0
	고졸 (146)		6.8	52.1	24.0	14.4	2.7	7.4	54.4	25.7	8.8	3.7	8.7	61.9	29.4	11.0	36.3	52.7
	대졸이상 (224)		7.6	46.0	27.2	12.9	6.3	10.1	44.0	23.7	15.5	6.8	9.7	49.5	40.9	12.1	29.5	58.5
한류 태도	호감 (189)		3.2	44.4	28.6	15.9	7.9	6.0	40.4	30.1	15.3	8.2	5.2	41.9	52.9	4.2	20.1	75.7
	보통 (186)		11.3	51.1	25.8	9.7	2.2	12.7	55.2	20.0	9.1	3.0	11.8	65.3	22.9	16.7	41.9	41.4
	비호감 (25)		4.0	40.0	36.0	16.0	4.0	-	50.0	33.3	12.5	4.2	41.7	50.0	8.3	28.0	48.0	24.0

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

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

- 한국 애니메이션의 인지도는 78.7%(315명)이며, 전체의 59.1%(236명)가 최근 4년 이내에 인지한 것으로 나타남
- 한국 애니메이션 경험률은 91.1%(287명)이며, 최초 경험 후 소비증가율은 35.9%(102명)로 나타남
- 최근 호감도는 42.5%(170명)이며, 특히 20대에서의 호감도가 높은 편임

[그림 14-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 14-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

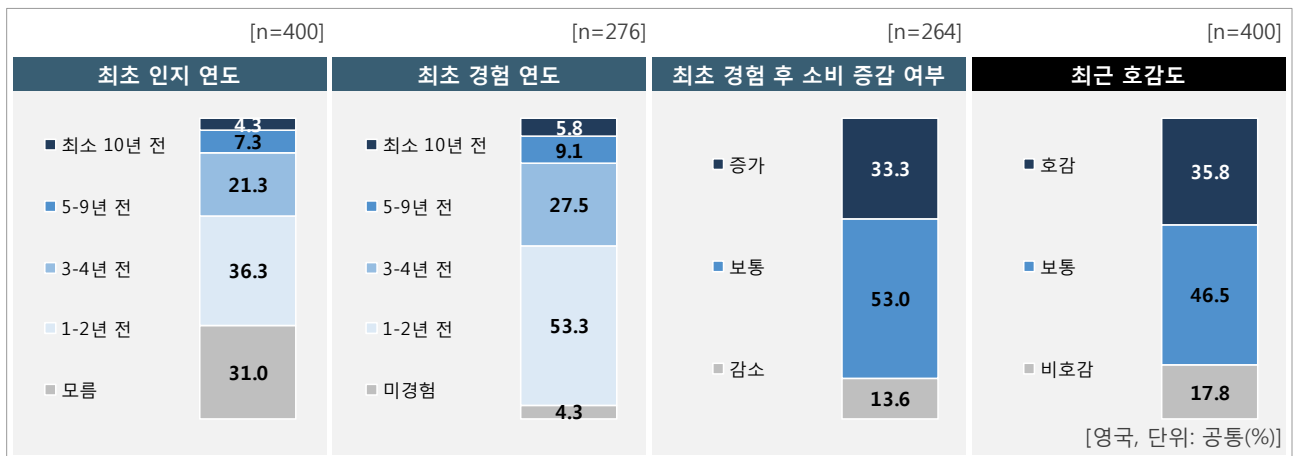
% (성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 한류 태도)			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		19.5	35.0	24.0	17.0	4.5	5.6	44.7	21.7	19.3	8.7	9.2	60.5	30.3	12.0	45.0	43.0
	여성 (200)		23.0	37.5	21.5	11.0	7.0	12.3	44.2	23.4	12.3	7.8	6.7	51.1	42.2	14.5	43.5	42.0
연령	15~19세 (100)		19.0	40.0	22.0	16.0	3.0	7.4	48.1	22.2	17.3	4.9	10.7	52.0	37.3	18.0	38.0	44.0
	20대 (100)		16.0	42.0	22.0	14.0	6.0	8.3	44.0	23.8	11.9	11.9	9.1	49.4	41.6	11.0	36.0	<u>53.0</u>
	30대 (100)		20.0	35.0	23.0	13.0	9.0	8.8	41.3	21.3	18.8	10.0	4.1	63.0	32.9	11.0	50.0	39.0
	40대 (75)		29.3	33.3	24.0	9.3	4.0	5.7	52.8	22.6	13.2	5.7	8.0	62.0	30.0	13.3	50.7	36.0
	50대 (25)		32.0	12.0	24.0	24.0	8.0	<u>29.4</u>	17.6	23.5	23.5	5.9	8.3	58.3	33.3	12.0	<u>60.0</u>	28.0
결혼 여부	기혼 (188)		18.1	32.4	24.5	18.6	6.4	7.1	39.0	22.1	<u>21.4</u>	10.4	8.4	51.0	<u>40.6</u>	9.0	42.0	48.9
	미혼 (212)		24.1	39.6	21.2	9.9	5.2	10.6	<u>49.7</u>	23.0	10.6	6.2	7.6	<u>61.1</u>	31.3	17.0	46.2	36.8
학력	중졸이하 (30)		13.3	<u>46.7</u>	26.7	10.0	3.3	15.4	42.3	23.1	11.5	7.7	13.6	54.5	31.8	26.7	30.0	43.3
	고졸 (146)		23.3	36.3	24.0	11.0	5.5	8.0	45.5	25.0	16.1	5.4	6.8	60.2	33.0	12.3	50.0	37.7
	대졸이상 (224)		21.0	34.8	21.4	16.5	6.3	8.5	44.1	20.9	16.4	10.2	8.0	53.7	38.3	12.1	42.4	45.5
한류 태도	호감 (189)		14.3	35.4	24.3	18.5	7.4	3.1	39.5	25.9	<u>21.0</u>	10.5	7.0	46.5	<u>46.5</u>	9.0	30.2	<u>60.8</u>
	보통 (186)		27.4	37.6	21.0	9.7	4.3	14.8	49.6	20.0	10.4	5.2	8.7	67.0	24.3	14.5	<u>58.6</u>	26.9
	비호감 (25)		28.0	32.0	24.0	12.0	4.0	16.7	50.0	11.1	11.1	11.1	13.3	73.3	13.3	<u>36.0</u>	44.0	20.0

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

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

- 한국 게임의 인지도는 69.0%(276명)이며, 전체의 57.6%(230명)가 최근 4년 이내에 인지한 것으로 나타남
- 한국 게임에 대한 경험률은 95.7%(264명)이며, 호감도의 경우 35.8%(143명) 수준임
- 한국 게임 최초 경험 후, 소비증가율은 33.3%(88명)이며, 10~30대 및 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 14-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 14-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

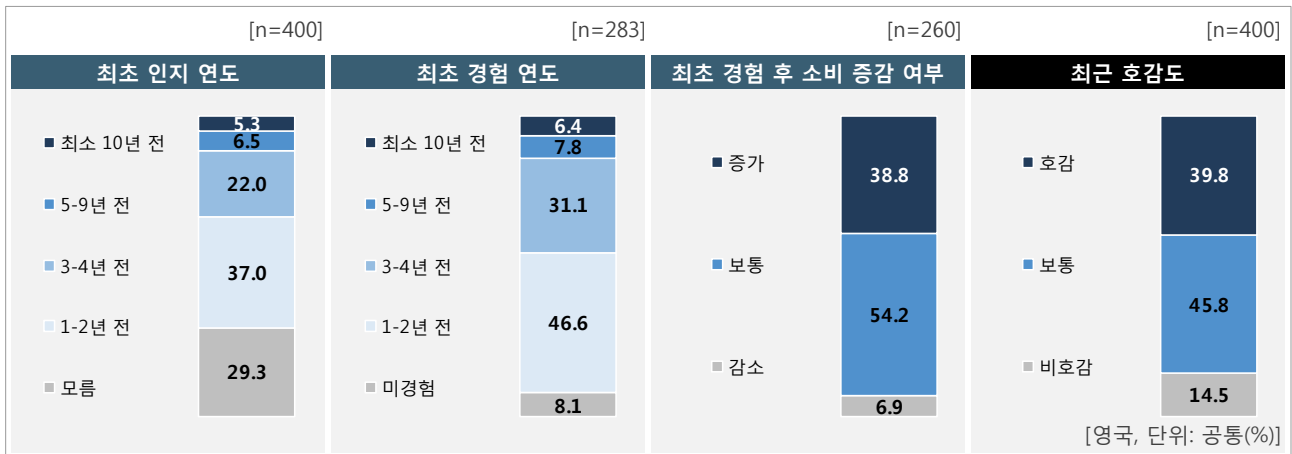
%		1					2					3			4		
		초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
		모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)	20.5	42.5	21.5	10.5	5.0	5.0	48.4	28.3	11.9	6.3	12.6	52.3	35.1	18.5	41.5	40.0
	여성 (200)	41.5	30.0	21.0	4.0	3.5	3.4	59.8	26.5	5.1	5.1	15.0	54.0	31.0	17.0	51.5	31.5
연령	15~19세 (100)	31.0	35.0	22.0	10.0	2.0	4.3	47.8	31.9	10.1	5.8	15.2	48.5	36.4	22.0	42.0	36.0
	20대 (100)	22.0	41.0	21.0	12.0	4.0	2.6	61.5	17.9	14.1	3.8	15.8	47.4	36.8	21.0	36.0	43.0
	30대 (100)	27.0	37.0	22.0	4.0	10.0	6.8	46.6	30.1	5.5	11.0	11.8	51.5	36.8	14.0	47.0	39.0
	40대 (75)	41.3	36.0	20.0	2.7	-	2.3	61.4	31.8	4.5	-	11.6	67.4	20.9	12.0	62.7	25.3
	50대 (25)	52.0	20.0	20.0	4.0	4.0	8.3	41.7	33.3	8.3	8.3	9.1	72.7	18.2	20.0	56.0	24.0
결혼 여부	기혼 (188)	30.3	32.4	24.5	6.9	5.9	3.1	52.7	26.7	9.9	7.6	13.4	52.0	34.6	16.5	44.7	38.8
	미혼 (212)	31.6	39.6	18.4	7.5	2.8	5.5	53.8	28.3	8.3	4.1	13.9	54.0	32.1	18.9	48.1	33.0
학력	중졸이하 (30)	20.0	43.3	23.3	6.7	6.7	8.3	62.5	16.7	4.2	8.3	13.6	59.1	27.3	26.7	46.7	26.7
	고졸 (146)	33.6	37.7	20.5	5.5	2.7	5.2	52.6	32.0	7.2	3.1	16.3	60.9	22.8	19.9	51.4	28.8
	대졸이상 (224)	30.8	34.4	21.4	8.5	4.9	3.2	52.3	26.5	11.0	7.1	12.0	47.3	40.7	15.2	43.3	41.5
한류 태도	호감 (189)	23.3	38.1	23.3	8.5	6.9	3.4	49.7	28.3	11.0	7.6	10.7	45.0	44.3	12.2	36.0	51.9
	보통 (186)	37.1	34.9	19.9	6.5	1.6	6.0	57.3	26.5	7.7	2.6	18.2	61.8	20.0	20.4	58.1	21.5
	비호감 (25)	44.0	32.0	16.0	4.0	4.0	-	57.1	28.6	-	14.3	7.1	64.3	28.6	40.0	40.0	20.0

(6) 한국 패션, 뷰티

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

- 한국 패션, 뷰티의 인지도는 70.7%(283명)이며, 타 한국 문화 콘텐츠와 마찬가지로 최근 4년 이내에 대부분 인지한 것으로 나타남
- 한국 패션, 뷰티 경험률은 91.9%(260명)으로 높게 나타나고 있으며, 최초 경험 후 소비 증가율은 38.8%(101명)로 나타남
- 한국 패션, 뷰티에 대한 호감도는 39.8%(159명) 수준이며, 20~30대, 기혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 14-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 14-15. 한국 패션, 뷰티]

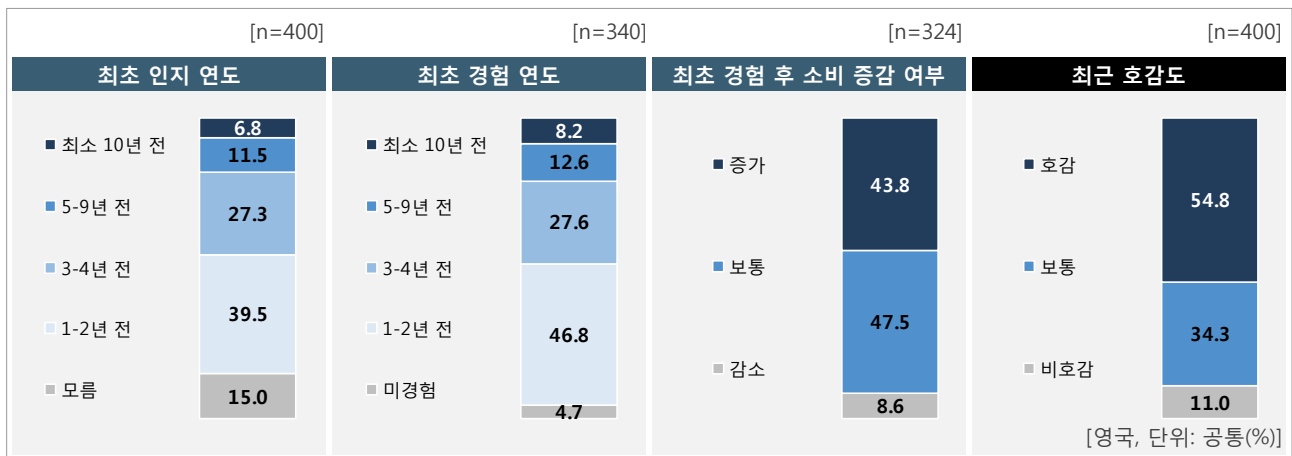
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	28.5	36.5	23.5	7.0	4.5	8.4	45.5	32.2	8.4	5.6	7.6	55.7	36.6	17.5	47.0	35.5
	여성	(200)	30.0	37.5	20.5	6.0	6.0	7.9	47.9	30.0	7.1	7.1	6.2	52.7	41.1	11.5	44.5	44.0
연령	15~19세	(100)	29.0	42.0	22.0	3.0	4.0	11.3	49.3	31.0	2.8	5.6	9.5	44.4	46.0	22.0	43.0	35.0
	20대	(100)	23.0	40.0	24.0	6.0	7.0	7.8	45.5	27.3	14.3	5.2	7.0	50.7	42.3	17.0	41.0	<u>42.0</u>
	30대	(100)	25.0	34.0	22.0	11.0	8.0	6.7	46.7	29.3	8.0	9.3	7.1	58.6	34.3	8.0	44.0	<u>48.0</u>
	40대	(75)	33.3	34.7	24.0	5.3	2.7	4.0	46.0	<u>42.0</u>	2.0	6.0	4.2	60.4	35.4	9.3	53.3	37.3
	50대	(25)	<u>60.0</u>	24.0	8.0	8.0	-	20.0	40.0	20.0	20.0	-	-	<u>87.5</u>	12.5	16.0	60.0	24.0
결혼 여부	기혼	(188)	25.5	33.5	23.9	10.6	6.4	5.7	42.9	30.7	12.1	8.6	7.6	53.0	39.4	10.1	40.4	<u>49.5</u>
	미혼	(212)	32.5	40.1	20.3	2.8	4.2	10.5	50.3	31.5	3.5	4.2	6.3	55.5	38.3	18.4	<u>50.5</u>	31.1
학력	중졸이하	(30)	16.7	40.0	26.7	6.7	10.0	16.0	36.0	28.0	8.0	12.0	4.8	57.1	38.1	<u>30.0</u>	30.0	40.0
	고졸	(146)	32.2	35.6	24.0	4.8	3.4	7.1	51.5	33.3	4.0	4.0	8.7	56.5	34.8	17.1	<u>50.7</u>	32.2
	대졸이상	(224)	29.0	37.5	20.1	7.6	5.8	7.5	45.3	30.2	10.1	6.9	6.1	52.4	41.5	10.7	44.6	44.6
한류 태도	호감	(189)	21.7	36.0	23.3	10.6	8.5	2.7	43.2	33.8	11.5	8.8	4.9	45.8	<u>49.3</u>	6.9	36.0	<u>57.1</u>
	보통	(186)	36.0	38.7	19.9	3.2	2.2	14.3	49.6	30.3	3.4	2.5	9.8	65.7	24.5	18.3	<u>57.5</u>	24.2
	비호감	(25)	36.0	32.0	28.0	-	4.0	12.5	56.3	12.5	6.3	12.5	7.1	57.1	35.7	<u>44.0</u>	32.0	24.0

(7) 한국 음식

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

- 한식의 인지도는 85.0%(340명)이며, 대부분 최근 4년 이내 한식에 대해 인지함
- 한식에 대한 경험률은 95.3%(324명)로 높은 수준이며, 최초 경험 후 소비 증가율은 43.8%(142명)로 나타남
- 최근 호감도는 54.8%(219명)이며, 30~40대, 기혼, 한류 호감층에서 높게 나타나는 편임

[그림 14-16. 한국 음식]



[표 14-16. 한국 음식]

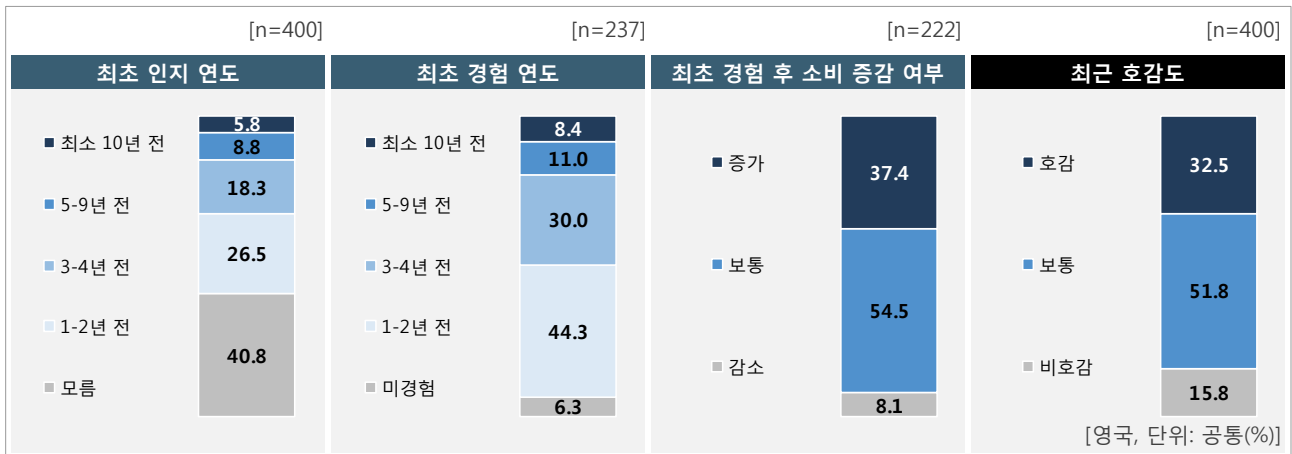
% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		15.5	40.5	25.5	13.5	5.0	4.1	46.7	27.8	14.8	6.5	9.3	51.9	38.9	13.0	35.5	51.5
	여성 (200)		14.5	38.5	29.0	9.5	8.5	5.3	46.8	27.5	10.5	9.9	8.0	43.2	<u>48.8</u>	9.0	33.0	58.0
연령	15~19세 (100)		22.0	37.0	28.0	8.0	5.0	7.7	47.4	28.2	11.5	5.1	11.1	43.1	45.8	<u>22.0</u>	38.0	40.0
	20대 (100)		12.0	46.0	25.0	13.0	4.0	3.4	52.3	25.0	13.6	5.7	9.4	44.7	45.9	11.0	37.0	52.0
	30대 (100)		9.0	38.0	30.0	13.0	10.0	2.2	46.2	27.5	14.3	9.9	10.1	41.6	48.3	6.0	28.0	<u>66.0</u>
	40대 (75)		12.0	41.3	28.0	10.7	8.0	7.6	40.9	33.3	7.6	10.6	4.9	<u>60.7</u>	34.4	2.7	34.7	<u>62.7</u>
	50대 (25)		<u>32.0</u>	24.0	20.0	16.0	8.0	-	41.2	17.6	23.5	17.6	-	<u>64.7</u>	35.3	12.0	32.0	56.0
결혼여부	기혼 (188)		9.0	37.2	27.1	<u>17.0</u>	9.6	2.9	42.1	28.7	14.0	12.3	8.4	46.4	45.2	3.7	29.8	<u>66.5</u>
	미혼 (212)		<u>20.3</u>	41.5	27.4	6.6	4.2	6.5	51.5	26.6	11.2	4.1	8.9	48.7	42.4	<u>17.5</u>	38.2	44.3
학력	중졸이하 (30)		13.3	46.7	30.0	-	10.0	7.7	46.2	30.8	3.8	11.5	12.5	58.3	29.2	13.3	43.3	43.3
	고졸 (146)		19.2	39.0	28.8	7.5	5.5	4.2	50.0	30.5	9.3	5.9	9.7	55.8	34.5	15.8	43.2	41.1
	대졸이상 (224)		12.5	38.8	25.9	15.6	7.1	4.6	44.9	25.5	15.8	9.2	7.5	41.2	<u>51.3</u>	7.6	27.2	<u>65.2</u>
한류태도	호감 (189)		9.5	34.9	31.2	13.8	10.6	4.7	38.6	31.6	14.0	11.1	4.3	38.7	<u>57.1</u>	5.8	24.3	<u>69.8</u>
	보통 (186)		19.9	<u>44.6</u>	23.1	9.7	2.7	5.4	<u>55.0</u>	23.5	12.1	4.0	12.8	<u>58.9</u>	28.4	14.5	42.5	43.0
	비호감 (25)		20.0	36.0	28.0	8.0	8.0	-	<u>55.0</u>	25.0	5.0	15.0	15.0	40.0	45.0	<u>24.0</u>	48.0	28.0

(8) 한국 도서(출판물)

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

- 한국 도서의 인지도는 59.2%(237명)로 타 한국 문화 콘텐츠 대비 낮은 편임
- 한국 도서에 대한 경험률은 93.7%(222명)이며, 최근 1~2년 이내에 한국 도서를 경험비중이 높게 나타남
- 최초 경험 후 소비 증가율은 37.4%(83명)이며, 최근 호감도는 32.5%(130명)임
특히, 30대, 기혼, 한류 호감층에서 호감도가 높은 편임

[그림 14-17. 한국 도서(출판물)]



[표 14-17. 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)	33.0	30.5	21.0	10.0	5.5	3.7	41.8	33.6	11.9	9.0	10.9	55.0	34.1	14.5	47.0	38.5
	여성	(200)	48.5	22.5	15.5	7.5	6.0	9.7	47.6	25.2	9.7	7.8	4.3	53.8	41.9	17.0	56.5	26.5
연령	15~19세	(100)	45.0	24.0	17.0	9.0	5.0	7.3	49.1	25.5	10.9	7.3	13.7	41.2	45.1	27.0	50.0	23.0
	20대	(100)	33.0	28.0	20.0	13.0	6.0	3.0	47.8	28.4	13.4	7.5	6.2	46.2	47.7	14.0	47.0	39.0
	30대	(100)	33.0	27.0	22.0	9.0	9.0	7.5	40.3	28.4	11.9	11.9	6.5	62.9	30.6	8.0	47.0	45.0
	40대	(75)	44.0	33.3	14.7	4.0	4.0	7.1	42.9	40.5	2.4	7.1	7.7	71.8	20.5	13.3	61.3	25.3
	50대	(25)	76.0	8.0	12.0	4.0	-	16.7	16.7	33.3	33.3	-	-	60.0	40.0	16.0	68.0	16.0
결혼 여부	기혼	(188)	33.0	26.6	19.7	11.2	9.6	7.1	38.9	31.0	11.9	11.1	8.5	52.1	39.3	10.6	47.3	42.0
	미혼	(212)	47.6	26.4	17.0	6.6	2.4	5.4	50.5	28.8	9.9	5.4	7.6	57.1	35.2	20.3	55.7	24.1
학력	중졸이하	(30)	23.3	33.3	26.7	6.7	10.0	13.0	34.8	30.4	8.7	13.0	10.0	45.0	45.0	23.3	33.3	43.3
	고졸	(146)	41.1	26.0	20.5	8.2	4.1	3.5	51.2	33.7	7.0	4.7	7.2	62.7	30.1	16.4	59.6	24.0
	대졸이상	(224)	42.9	25.9	15.6	9.4	6.3	7.0	41.4	27.3	14.1	10.2	8.4	50.4	41.2	14.3	49.1	36.6
한류 태도	호감	(189)	31.2	28.6	21.2	9.5	9.5	3.1	42.3	30.0	13.8	10.8	4.0	46.8	49.2	8.5	43.9	47.6
	보통	(186)	49.5	25.3	15.6	7.5	2.2	11.7	45.7	30.9	8.5	3.2	14.5	66.3	19.3	19.4	62.4	18.3
	비호감	(25)	48.0	20.0	16.0	12.0	4.0	-	53.8	23.1	-	23.1	7.7	53.8	38.5	44.0	32.0	24.0

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

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

- 영국은 전반적으로 'YouTube', 'TV' 등을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 나타남
- '드라마', '영화', 'K-POP'의 콘텐츠 모두 'YouTube'를 통해 가장 많이 접하고 있으며, 특히 K-POP의 경우 'YouTube'가 주요 콘텐츠 정보 접촉 채널로 높게 나타남

[표 14-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마			영화			K-POP	
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위
전체 (259)			YouTube 등 무료이용 (68.3%)	TV (45.2%)	(352)	YouTube 등 무료이용 (60.2%)	TV (43.5%)	(340)	YouTube 등 무료이용 (70.6%)	TV (27.9%)
성별	남성	(141)	YouTube 등 무료이용 (61.7%)	TV (46.1%)	(178)	YouTube 등 무료이용 (55.1%)	TV (44.4%)	(170)	YouTube 등 무료이용 (68.2%)	TV (31.2%)
	여성	(118)	YouTube 등 무료이용 (76.3%)	TV (44.1%)	(174)	YouTube 등 무료이용 (65.5%)	TV (42.5%)	(170)	YouTube 등 무료이용 (72.9%)	TV (24.7%)
연령	15~19세	(59)	YouTube 등 무료이용 (67.8%)	TV (50.8%)	(76)	YouTube 등 무료이용 (69.7%)	TV (38.2%)	(96)	YouTube 등 무료이용 (80.2%)	라디오 (25.0%)
	20대	(73)	YouTube 등 무료이용 (65.8%)	TV (49.3%)	(93)	YouTube 등 무료이용 (59.1%)	TV (43.0%)	(85)	YouTube 등 무료이용 (62.4%)	TV (36.5%)
	30대	(67)	YouTube 등 무료이용 (68.7%)	TV (46.3%)	(94)	YouTube 등 무료이용 (59.6%)	TV (46.8%)	(86)	YouTube 등 무료이용 (64.0%)	TV (29.1%)
	40대	(48)	YouTube 등 무료이용 (70.8%)	TV (35.4%)	(67)	YouTube 등 무료이용 (50.7%)	TV (46.3%)	(57)	YouTube 등 무료이용 (71.9%)	CD 등 (28.1%)
	50대	(12)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	인터넷 무료 다운로드 (33.3%)	(22)	YouTube 등 무료이용 (63.6%)	TV (40.9%)	(16)	YouTube 등 무료이용 (87.5%)	TV (37.5%)
결혼 여부	기혼	(140)	YouTube 등 무료이용 (67.9%)	TV (45.7%)	(175)	YouTube 등 무료이용 (57.7%)	TV (44.0%)	(157)	YouTube 등 무료이용 (64.3%)	TV (33.1%)
	미혼	(119)	YouTube 등 무료이용 (68.9%)	TV (44.5%)	(177)	YouTube 등 무료이용 (62.7%)	TV (42.9%)	(183)	YouTube 등 무료이용 (76.0%)	TV (23.5%)
학력	중졸이하	(25)	YouTube 등 무료이용 (60.0%)	TV (52.0%)	(27)	YouTube 등 무료이용 (55.6%)	인터넷 유료 (33.3%)	(28)	YouTube 등 무료이용 (60.7%)	TV (25.0%)
	고졸	(90)	YouTube 등 무료이용 (64.4%)	TV (38.9%)	(120)	YouTube 등 무료이용 (59.2%)	TV (40.8%)	(126)	YouTube 등 무료이용 (72.2%)	TV (24.6%)
	대졸이상	(144)	YouTube 등 무료이용 (72.2%)	TV (47.9%)	(205)	YouTube 등 무료이용 (61.5%)	TV (46.8%)	(186)	YouTube 등 무료이용 (71.0%)	TV (30.6%)
한류 태도	호감	(138)	YouTube 등 무료이용 (68.8%)	TV (50.0%)	(173)	YouTube 등 무료이용 (63.0%)	TV (49.1%)	(172)	YouTube 등 무료이용 (71.5%)	TV (32.0%)
	보통	(103)	YouTube 등 무료이용 (66.0%)	TV (39.8%)	(158)	YouTube 등 무료이용 (58.2%)	TV (38.6%)	(144)	YouTube 등 무료이용 (70.8%)	TV (24.3%)
	비호감	(18)	YouTube 등 무료이용 (77.8%)	TV (38.9%)	(21)	YouTube 등 무료이용 (52.4%)	TV (33.3%)	(24)	YouTube 등 무료이용 (62.5%)	TV (20.8%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

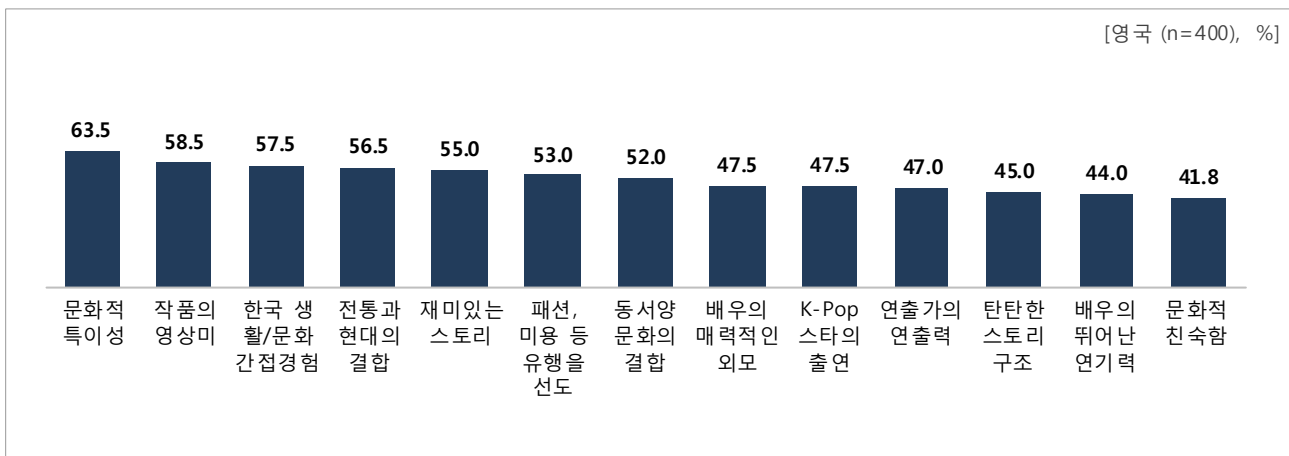
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '문화적 특이성'이 63.5%(254명)로 가장 높았으며, '작품의 영상미', '한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험' 등이 그 다음으로 언급됨
- 전반적으로 기혼 및 한류 호감층에서 한국 드라마의 인기에 대한 응답이 높아, 이들 집단을 중심으로 한국드라마 콘텐츠가 주로 소비되는 것으로 보임

[그림 14-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 14-19. 한국 드라마 인기 요인]

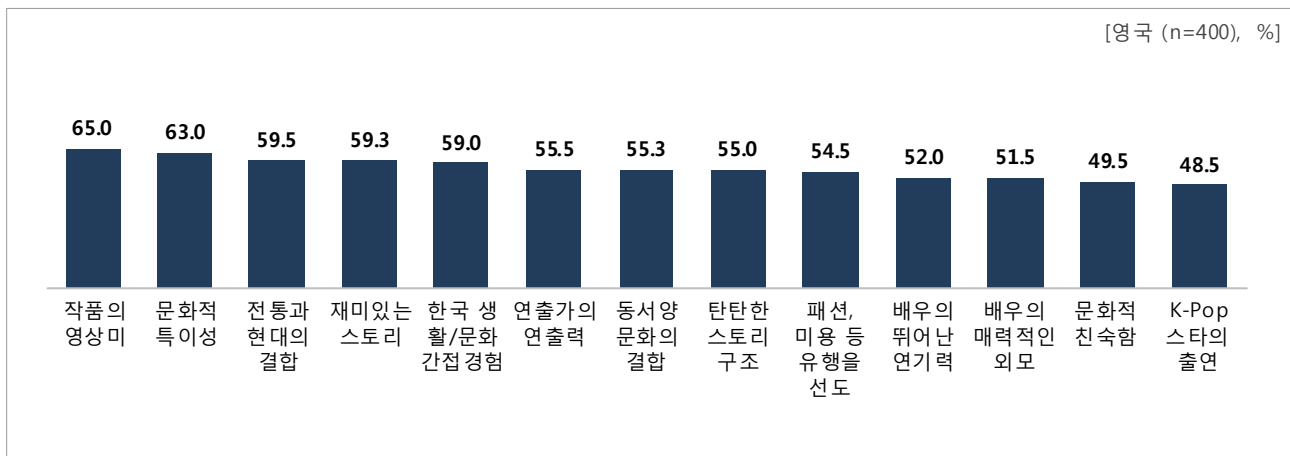
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
문화적 특이성	63.0	64.0	60.0	66.0	67.0	60.0	64.0	<u>71.3</u>	56.6	70.0	61.6	63.8	<u>74.1</u>	55.4	44.0
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	55.5	61.5	50.0	55.0	63.0	66.7	64.0	<u>69.1</u>	49.1	53.3	60.3	58.0	<u>72.5</u>	48.4	28.0
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	55.0	60.0	59.0	58.0	55.0	58.7	56.0	<u>67.0</u>	49.1	56.7	58.9	56.7	<u>70.4</u>	47.3	36.0
전통과 현대의 결합	54.5	58.5	53.0	60.0	56.0	56.0	60.0	<u>67.0</u>	47.2	60.0	56.2	56.3	<u>68.8</u>	47.3	32.0
재미있는 스토리	55.0	55.0	48.0	55.0	60.0	56.0	60.0	<u>63.3</u>	47.6	60.0	50.0	57.6	<u>66.7</u>	46.8	28.0
패션, 미용 등 유행을 선도	50.5	55.5	52.0	65.0	51.0	46.7	36.0	55.9	50.5	<u>63.3</u>	50.0	53.6	<u>66.1</u>	41.4	40.0
서양문화와 동양문화의 결합	49.5	54.5	49.0	56.0	46.0	56.0	60.0	<u>60.6</u>	44.3	43.3	51.4	53.6	<u>59.3</u>	46.2	40.0
배우의 매력적인 외모	47.5	47.5	55.0	48.0	48.0	40.0	36.0	<u>52.7</u>	42.9	53.3	47.3	46.9	<u>62.4</u>	34.9	28.0
K-Pop 스타의 출연	47.5	47.5	46.0	52.0	49.0	42.7	44.0	<u>59.6</u>	36.8	<u>60.0</u>	41.1	50.0	<u>58.7</u>	38.2	32.0
연출가의 연출력	49.0	45.0	41.0	50.0	49.0	45.3	56.0	<u>55.3</u>	39.6	40.0	46.6	48.2	<u>61.4</u>	34.9	28.0
탄탄한 스토리 구조	44.5	45.5	46.0	46.0	45.0	40.0	52.0	<u>52.1</u>	38.7	50.0	43.2	45.5	<u>58.2</u>	33.9	28.0
배우의 뛰어난 연기력	45.0	43.0	43.0	43.0	46.0	42.7	48.0	<u>51.6</u>	37.3	46.7	40.4	46.0	<u>60.3</u>	30.1	24.0
문화적 친숙함	45.5	38.0	35.0	39.0	47.0	48.0	40.0	<u>50.5</u>	34.0	<u>56.7</u>	39.0	41.5	<u>55.6</u>	30.1	24.0

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '작품의 영상미'가 65.0%(260명)로 가장 높았으며, 그 외 '문화적 특이성', '전통과 현대의 결합' 순임
- 특히, 기혼, 한류 호감층에서는 작품의 영상미와 문화적 특이성이 한국 영화 인기 요인으로 70%대 이상 높게 나타남

[그림 14-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 14-20. 한국 영화 인기 요인]

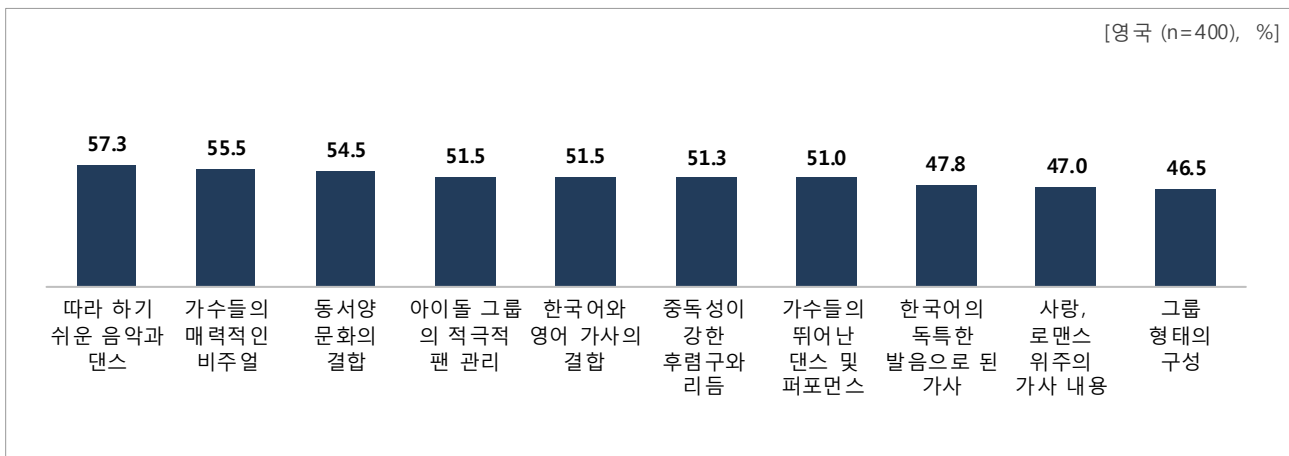
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸이하 (30)	고졸 (146)	대졸이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
작품의 영상미(세련됨, 화려함)	60.5	69.5	52.0	66.0	66.0	77.3	72.0	<u>72.9</u>	58.0	50.0	62.3	68.8	<u>74.6</u>	59.1	36.0
문화적 특이성	61.0	65.0	53.0	63.0	66.0	70.7	68.0	<u>71.3</u>	55.7	70.0	56.8	66.1	<u>73.5</u>	56.5	32.0
전통과 현대의 결합	57.0	62.0	51.0	63.0	59.0	64.0	68.0	<u>69.1</u>	50.9	63.3	54.8	62.1	<u>73.5</u>	50.0	24.0
재미있는 스토리	57.5	61.0	56.0	60.0	58.0	61.3	68.0	<u>65.4</u>	53.8	50.0	56.2	62.5	<u>70.9</u>	50.5	36.0
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	56.5	61.5	56.0	64.0	53.0	61.3	68.0	<u>67.0</u>	51.9	60.0	56.8	60.3	<u>73.5</u>	48.4	28.0
연출가의 연출력	53.5	57.5	49.0	61.0	57.0	53.3	60.0	<u>61.7</u>	50.0	53.3	54.1	56.7	<u>69.3</u>	44.6	32.0
서양문화와 동양문화의 결합	57.0	53.5	45.0	54.0	61.0	58.7	68.0	<u>66.5</u>	45.3	53.3	52.7	57.1	<u>65.6</u>	48.4	28.0
탄탄한 스토리 구조	55.0	55.0	50.0	55.0	56.0	56.0	<u>68.0</u>	<u>63.8</u>	47.2	43.3	52.7	58.0	<u>67.2</u>	45.7	32.0
패션, 미용 등 유행을 선도	50.5	58.5	58.0	53.0	55.0	53.3	48.0	<u>60.6</u>	49.1	<u>66.7</u>	54.1	53.1	<u>67.7</u>	45.7	20.0
배우의 뛰어난 연기력	51.5	52.5	51.0	53.0	52.0	48.0	<u>64.0</u>	<u>58.0</u>	46.7	53.3	47.3	54.9	<u>65.1</u>	41.4	32.0
배우의 매력적인 외모	51.0	52.0	50.0	47.0	55.0	54.7	52.0	<u>56.9</u>	46.7	46.7	48.6	54.0	<u>65.6</u>	40.9	24.0
문화적 친숙함	47.0	52.0	44.0	44.0	57.0	52.0	56.0	<u>57.4</u>	42.5	53.3	47.9	50.0	<u>58.7</u>	41.9	36.0
K-Pop 스타의 출연	50.5	46.5	54.0	52.0	45.0	44.0	40.0	<u>54.8</u>	42.9	<u>63.3</u>	46.6	47.8	<u>61.4</u>	38.7	24.0

(3) 한국 음악(K-POP)

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

- K-POP의 인기요인은 '따라하기 쉬운 음악과 댄스'가 57.3%(292명)로 가장 높았으며, '가수들의 매력적인 비주얼', '서양문화와 동양문화의 결합'이 그 다음으로 언급됨
- 특히, '따라하기 쉬운 음악과 댄스'는 기혼, 한류 호감층에서 인기 요인으로 인식되는 모습을 보임

[그림 14-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 14-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

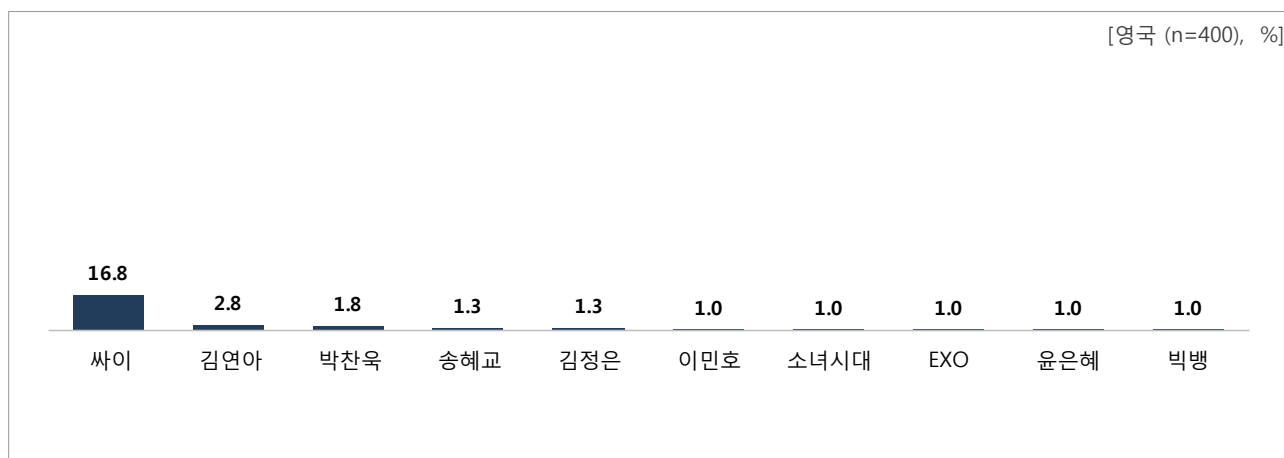
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
따라하기 쉬운 음악과 댄스	54.5	60.0	61.0	56.0	59.0	52.0	56.0	<u>61.7</u>	53.3	53.3	54.1	59.8	<u>70.4</u>	46.8	36.0
가수들의 매력적인 비주얼(외모, 스타일)	56.5	54.5	<u>65.0</u>	55.0	53.0	52.0	40.0	56.4	54.7	50.0	54.1	57.1	<u>68.8</u>	45.7	28.0
서양문화와 동양문화의 결합	53.5	55.5	54.0	54.0	59.0	50.7	52.0	<u>60.6</u>	49.1	63.3	52.1	54.9	<u>66.7</u>	45.2	32.0
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	51.0	52.0	54.0	57.0	53.0	45.3	32.0	<u>56.9</u>	46.7	63.3	47.3	52.7	<u>65.6</u>	39.2	36.0
한국어와 영어 가사의 결합	51.5	51.5	53.0	53.0	54.0	48.0	40.0	56.4	47.2	50.0	48.6	53.6	<u>66.7</u>	40.3	20.0
중독성이 강한 후렴구와 리듬	52.5	50.0	56.0	52.0	50.0	48.0	44.0	53.2	49.5	56.7	43.8	55.4	<u>67.2</u>	38.7	24.0
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	49.5	52.5	58.0	47.0	53.0	48.0	40.0	54.3	48.1	50.0	50.0	51.8	<u>68.3</u>	37.1	24.0
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	49.5	46.0	52.0	52.0	52.0	36.0	32.0	<u>52.1</u>	43.9	43.3	46.6	49.1	<u>62.4</u>	36.0	24.0
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	46.5	47.5	47.0	53.0	50.0	37.3	40.0	<u>53.7</u>	41.0	53.3	42.5	49.1	<u>60.3</u>	37.6	16.0
그룹 형태의 구성(다국적 멤버 참여 등)	49.0	44.0	50.0	50.0	49.0	38.7	32.0	50.5	42.9	60.0	41.8	47.8	<u>60.3</u>	34.9	28.0

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 가장 만나고 싶은 한류 스타로 싸이가 16.8%(67명)로 가장 높았으며, 그 외 김연아, 박찬욱 순으로 나타남
- 싸이는 10~20대, 미혼집단을 중심으로 인기가 높게 나타남

[그림 14-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 14-22. 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 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸이하 (30)	고졸 (146)	대졸이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
싸이	16.5	17.0	<u>27.0</u>	17.0	14.0	8.0	12.0	11.2	<u>21.7</u>	6.7	20.5	15.6	16.9	17.7	8.0
김연아	2.0	3.5	4.0	4.0	2.0	-	4.0	2.1	3.3	-	3.4	2.7	2.6	2.7	4.0
박찬욱	2.5	1.0	-	4.0	-	2.7	4.0	1.6	1.9	-	2.1	1.8	0.5	2.7	4.0
송혜교	1.5	1.0	-	-	3.0	1.3	4.0	0.5	1.9	-	2.7	0.4	1.6	1.1	-
김정은	2.0	0.5	1.0	2.0	1.0	1.3	-	1.1	1.4	-	0.7	1.8	2.1	-	4.0
이민호	-	2.0	1.0	1.0	-	2.7	-	1.6	0.5	-	2.1	0.4	2.1	-	-
소녀시대	1.0	1.0	1.0	-	-	2.7	4.0	0.5	1.4	-	1.4	0.9	1.6	0.5	-
EXO	1.0	1.0	1.0	2.0	1.0	-	-	1.1	0.9	-	-	1.8	1.6	0.5	-
윤은혜	1.0	1.0	-	1.0	2.0	1.3	-	1.1	0.9	-	0.7	1.3	1.1	1.1	-
빅뱅	1.0	1.0	2.0	-	1.0	1.3	-	1.1	0.9	3.3	0.7	0.9	1.1	1.1	-

제14장 국가별 결과 분석 : 영국

Ⅲ. 한류의 효과

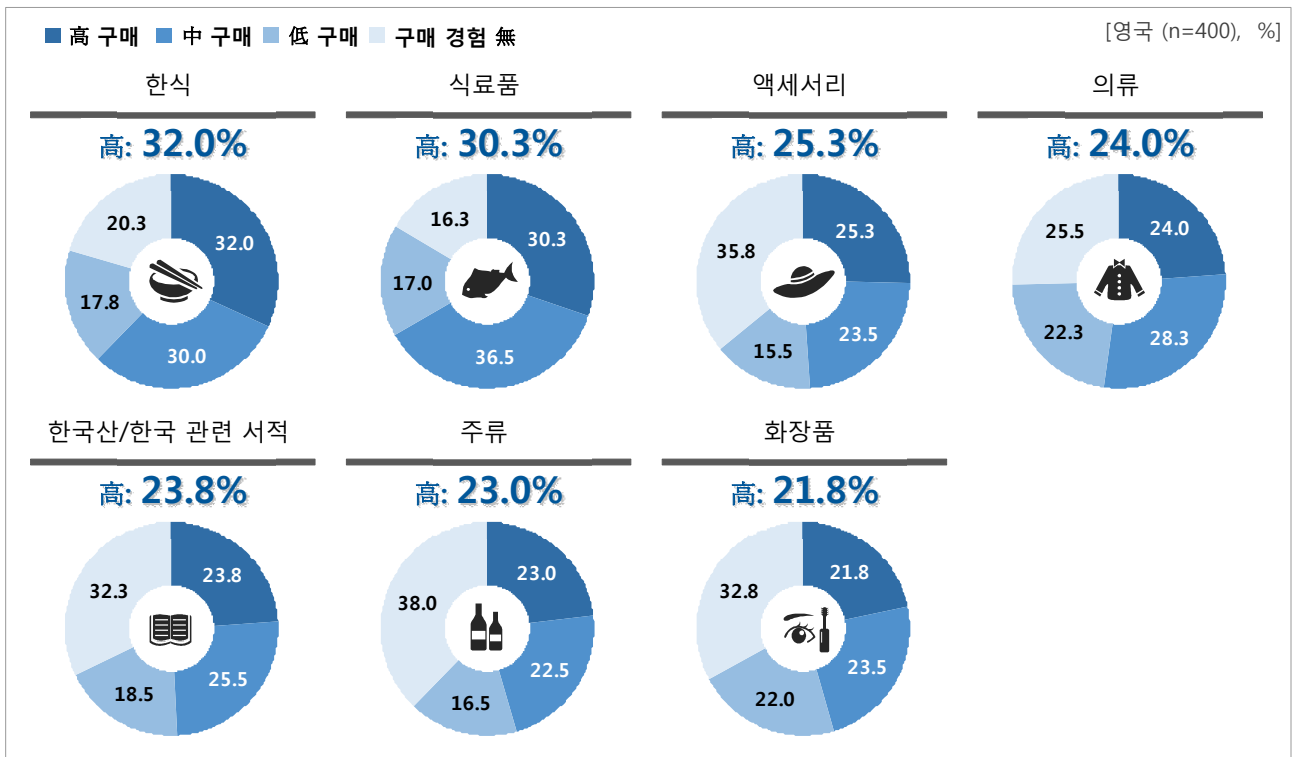
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

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

- 한국산 생활용품 및 서비스 구매 경험이 가장 많은 것으로, 한식이 32.0%(128명)로 가장 높았으며, 그 외 식료품, 액세서리, 의류 순으로 나타남

[그림 14-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 14-23. 생활용품 및 서비스 경험]

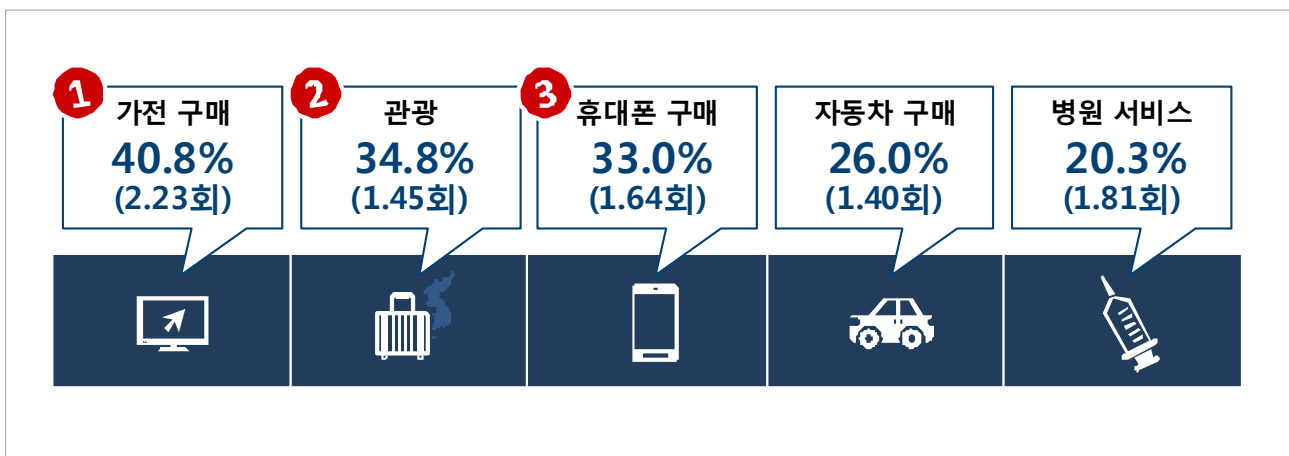
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸 이하 (30)	고졸 (146)	대졸 이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
한국 음식점에서 식사함	33.0	31.0	24.0	36.0	34.0	37.3	24.0	42.6	22.6	40.0	26.7	34.4	46.6	19.4	16.0
한국 식료품을 구매	28.0	32.5	21.0	31.0	38.0	34.7	20.0	39.4	22.2	26.7	24.7	34.4	45.0	17.7	12.0
한국산 액세서리 구매	25.5	25.0	25.0	32.0	24.0	24.0	8.0	32.4	18.9	36.7	21.2	26.3	38.1	14.5	8.0
한국 의류 구매	24.5	23.5	27.0	27.0	27.0	18.7	4.0	28.2	20.3	26.7	22.6	24.6	36.0	14.0	8.0
한국산 또는 한국 관련 서적 구매	29.0	18.5	25.0	28.0	28.0	14.7	12.0	29.3	18.9	26.7	20.5	25.4	33.3	15.1	16.0
한국 주류(술) 구매	24.0	22.0	23.0	31.0	21.0	18.7	12.0	27.1	19.3	26.7	19.2	25.0	35.4	12.4	8.0
한국 화장품 구매	20.5	23.0	24.0	27.0	20.0	18.7	8.0	28.7	15.6	26.7	19.9	22.3	34.9	9.7	12.0

(2) 고가용품 및 서비스

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

- 고가용품 및 서비스의 경우, '가전'의 구매율이 40.8%(163명)로 가장 높았으며, 그 외 '관광'과 '휴대폰' 구매율도 30%대 이상으로 높은 편임
- 가전의 경우 남성, 20~30대, 기혼에서의 구매 경험 정도가 높은 편이나, 구매 평균 횟수의 경우에는 타 연령대 대비 15~19세의 구매 정도가 높게 나타남

[그림 14-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 14-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

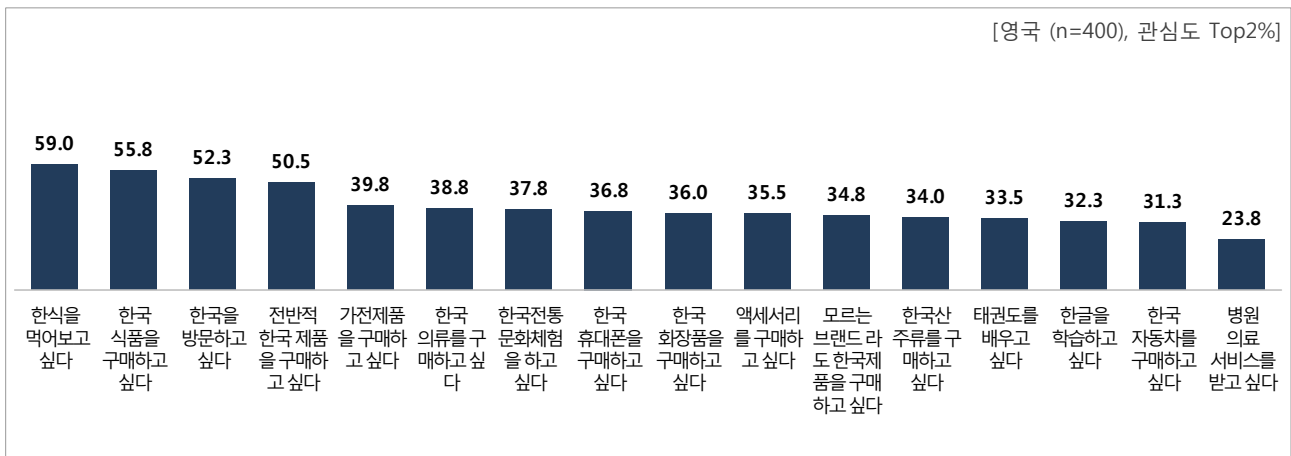
구매 및 경험정도 %	전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (75)	50대 (25)	기혼 (188)	미혼 (212)	중졸이하 (30)	고졸 (146)	대졸이상 (224)	호감 (189)	보통 (186)	비호감 (25)
가전 제품 <평균 - 회>	40.8 2.23	47.5 2.39	34.0 2.00	31.0 3.32	48.0 1.81	50.0 2.10	34.7 1.96	32.0 2.13	49.5 2.26	33.0 2.19	33.3 1.90	30.8 2.02	48.2 2.34	46.6 2.45	35.5 1.92	36.0 2.22
한국 관광 <평균 - 회>	34.8 1.45	38.0 1.63	31.5 1.22	30.0 1.70	37.0 1.38	41.0 1.37	36.0 1.37	16.0 1.50	39.9 1.44	30.2 1.45	46.7 1.57	30.8 1.49	35.7 1.40	45.5 1.33	22.6 1.45	44.0 1.61
휴대폰 <평균 - 회>	33.0 1.64	38.5 1.82	27.5 1.38	30.0 1.87	32.0 1.69	43.0 1.60	29.3 1.45	20.0 1.00	44.1 1.72	23.1 1.49	46.7 1.79	24.0 1.54	37.1 1.65	37.6 1.66	28.5 1.60	32.0 1.63
자동차 <평균 - 회>	26.0 1.40	28.0 1.41	24.0 1.40	18.0 1.39	28.0 1.59	21.3 1.25	12.0 1.31	1.00	35.6 1.40	17.5 1.41	50.0 1.40	20.5 1.37	26.3 1.42	28.0 1.47	23.7 1.30	28.0 1.57
병원 서비스 <평균 - 회>	20.3 1.81	26.0 1.88	14.5 1.69	19.0 1.95	30.0 1.87	23.0 1.65	9.3 2.00	8.0 1.00	27.1 1.76	14.2 1.90	46.7 2.07	18.5 1.56	17.9 1.90	24.9 1.62	14.0 2.50	32.0 2.10

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.

- '한식체험 의도'가 59.0%(236명)로 가장 높게 나타난 가운데, 그 외 '한국 식품 구매의도', '한국 방문의도' 순으로 높게 나타남
- 한국산 제품(서비스)에 대해서는 미혼보다는 기혼에서의 향후 관심도가 높은 편임

[그림 14-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 14-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(75)	(25)	(188)	(212)	(30)	(146)	(224)	(189)	(186)	(25)
한식을 먹어보고 싶다	53.5	<u>64.5</u>	51.0	62.0	63.0	62.7	52.0	<u>64.9</u>	53.8	53.3	53.4	<u>63.4</u>	<u>73.5</u>	48.4	28.0
한국 식품을 구매하고 싶다	50.0	<u>61.5</u>	49.0	53.0	61.0	64.0	48.0	59.6	52.4	40.0	50.0	<u>61.6</u>	<u>70.4</u>	43.0	40.0
한국을 방문하고 싶다	53.5	51.0	47.0	55.0	54.0	58.7	36.0	54.8	50.0	46.7	48.6	55.4	<u>64.0</u>	43.0	32.0
전반적 한국 제품을 구매하고 싶다	49.0	52.0	45.0	54.0	55.0	50.7	40.0	<u>56.4</u>	45.3	46.7	43.2	<u>55.8</u>	<u>67.7</u>	36.0	28.0
가전제품을 구매하고 싶다	42.5	37.0	25.0	47.0	48.0	44.0	24.0	<u>51.6</u>	29.2	36.7	32.9	44.6	<u>55.6</u>	26.9	16.0
한국 의류를 구매하고 싶다	35.0	42.5	37.0	45.0	41.0	37.3	16.0	<u>44.1</u>	34.0	43.3	37.0	39.3	<u>55.0</u>	24.7	20.0
한국전통문화체험을 하고 싶다	39.0	36.5	34.0	45.0	43.0	33.3	16.0	42.0	34.0	50.0	29.5	41.5	<u>52.9</u>	24.7	20.0
한국 휴대폰을 구매하고 싶다	40.0	33.5	29.0	41.0	47.0	34.7	16.0	<u>44.7</u>	29.7	40.0	29.5	41.1	<u>49.2</u>	26.9	16.0
한국 화장품을 구매하고 싶다	32.5	39.5	34.0	38.0	41.0	36.0	16.0	<u>42.6</u>	30.2	40.0	32.9	37.5	<u>51.3</u>	23.1	16.0
액세서리를 구매하고 싶다	33.5	37.5	33.0	45.0	39.0	29.3	12.0	<u>42.0</u>	29.7	<u>50.0</u>	30.8	36.6	<u>48.1</u>	25.3	16.0
모르는 브랜드 라도 한국제품을 구매 하고 싶다	35.5	34.0	33.0	43.0	38.0	28.0	16.0	<u>41.5</u>	28.8	43.3	28.1	37.9	<u>50.3</u>	21.5	16.0
한국산 주류를 구매하고 싶다	39.0	29.0	25.0	45.0	38.0	30.7	20.0	<u>39.4</u>	29.2	<u>46.7</u>	28.8	35.7	<u>47.6</u>	22.6	16.0
태권도를 배우고 싶다	37.0	30.0	34.0	36.0	38.0	33.3	4.0	<u>38.3</u>	29.2	<u>50.0</u>	24.7	37.1	<u>43.9</u>	25.3	16.0
한글을 학습하고 싶다	34.5	30.0	35.0	38.0	35.0	24.0	12.0	36.2	28.8	<u>46.7</u>	24.0	35.7	<u>46.6</u>	18.8	24.0
한국 자동차를 구매하고 싶다	<u>36.5</u>	26.0	24.0	38.0	38.0	29.3	12.0	<u>39.4</u>	24.1	33.3	28.8	32.6	<u>46.0</u>	18.8	12.0
병원 의료서비스를 받고 싶다	27.0	20.5	19.0	34.0	29.0	13.3	12.0	<u>29.8</u>	18.4	33.3	19.2	25.4	<u>35.4</u>	12.9	16.0

제14장 국가별 결과 분석 : 영국

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

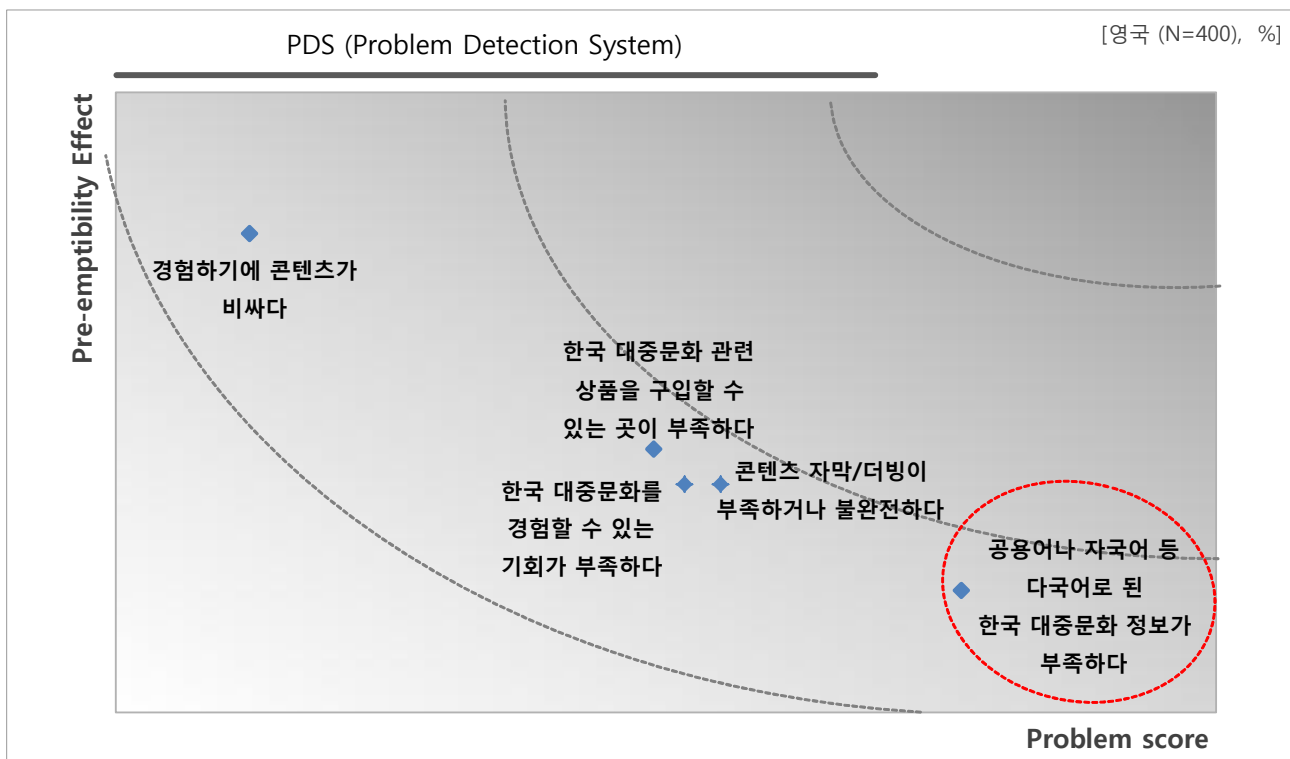
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

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?

- 영국에서는 '비싼 콘텐츠 가격'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나, 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 영국에서는 언어적 측면 '공용어나 자국어 등 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다'는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 14-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항_전체]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 14-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

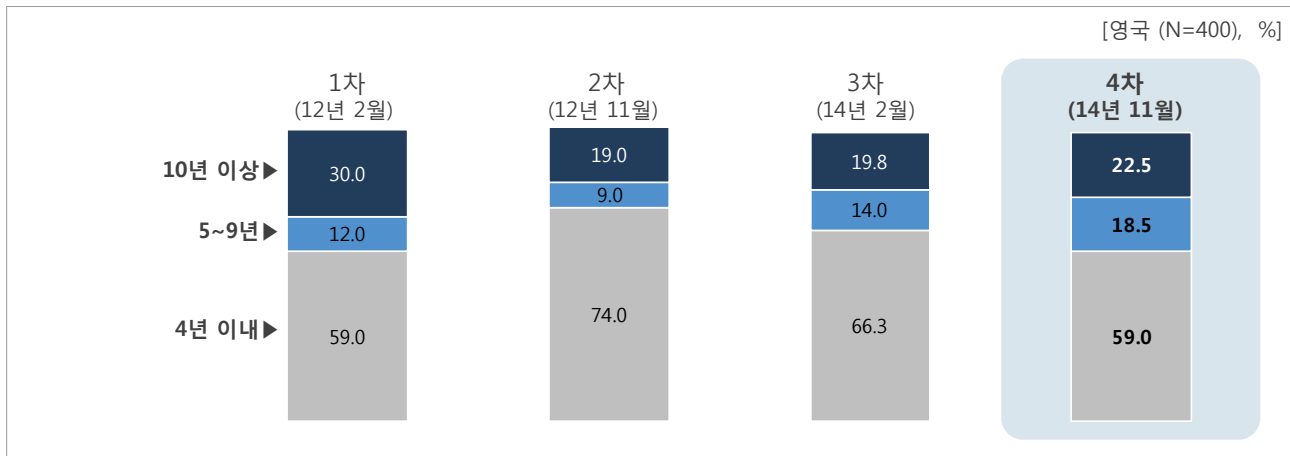
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸 이하	고졸	대졸 이상	호감	보통	비호감
			(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(75)	(25)	(188)	(212)	(30)	(146)	(224)	(189)	(186)	(25)
비싼 콘텐츠 가격	3차	26.3	28.0	24.5	33.0	32.0	18.0	22.9	20.0	29.2	24.7	33.3	26.5	25.8	30.6	23.2	11.8
	4차	49.5	<u>54.0</u>	45.0	45.0	47.0	<u>55.0</u>	46.7	64.0	51.6	47.6	43.3	48.6	50.9	47.1	51.6	52.0
한류 체험 기회 부족	3차	54.3	53.5	55.0	50.0	51.0	53.0	55.7	80.0	53.3	54.8	55.6	50.0	57.5	56.0	53.7	41.2
	4차	40.8	<u>47.5</u>	34.0	<u>41.0</u>	<u>44.0</u>	<u>47.0</u>	33.3	24.0	42.6	39.2	53.3	39.0	40.2	39.7	43.0	32.0
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	60.0	59.0	61.0	67.0	58.0	60.0	50.0	66.7	59.9	60.1	66.7	62.4	57.9	66.8	54.2	47.1
	4차	39.3	<u>45.5</u>	33.0	33.0	<u>47.0</u>	<u>45.0</u>	32.0	32.0	<u>42.0</u>	36.8	43.3	39.0	38.8	37.0	41.9	36.0
콘텐츠자막/더빙이 불완전함	3차	40.0	39.5	40.5	55.0	36.0	29.0	37.1	46.7	37.8	40.7	44.4	45.9	35.3	43.5	36.3	41.2
	4차	39.0	<u>46.0</u>	32.0	42.0	38.0	43.0	29.3	44.0	35.6	<u>42.0</u>	40.0	43.8	35.7	39.7	39.2	32.0
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	56.5	60.5	52.5	51.0	57.0	57.0	57.1	70.0	59.9	54.8	33.3	57.1	57.0	63.7	48.9	58.8
	4차	32.0	<u>35.5</u>	28.5	30.0	33.0	<u>37.0</u>	28.0	28.0	<u>34.6</u>	29.7	30.0	30.1	33.5	29.1	34.9	32.0

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 전체의 59.0%(236명)로, 3차 조사 이후 감소하였으며, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 22.5%(90명)로 동년 2월 조사 대비 소폭 상승함
- 여성, 10~20대, 미혼 집단에서는 한류의 인기가 4년 이내 끝날 것이라고 응답한 반면, 50대, 기혼의 경우 10년 이상 지속될 것이라고 인식하고 있음

[그림 14-26. 한류 지속 여부]



[표 14-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성	(200)	63.5	53.0	17.5	21.5	19.0	25.5
	여성	(200)	69.0	<u>65.0</u>	10.5	15.5	20.5	19.5
연령	15~19세	(100)	<u>73.0</u>	<u>66.0</u>	16.0	20.0	11.0	14.0
	20대	(100)	65.0	<u>68.0</u>	9.0	16.0	26.0	16.0
	30대	(100)	61.0	51.0	16.0	20.0	23.0	29.0
	40대	(82)	68.6	53.3	14.3	20.0	17.2	26.7
	50대	(18)	60.0	44.0	16.7	12.0	23.4	<u>44.0</u>
결혼 여부	기혼	(234)	65.7	51.1	12.4	17.6	21.9	<u>31.4</u>
	미혼	(166)	66.5	<u>66.0</u>	14.8	19.3	18.6	14.6
학력	중졸이하	(75)	66.6	60.0	11.1	6.7	22.2	33.3
	고졸	(158)	71.2	61.0	14.7	21.9	14.1	17.1
	대졸이상	(167)	62.4	57.6	13.6	17.9	24.0	24.6
한류 태도	호감	(99)	59.0	54.5	<u>19.7</u>	14.8	21.2	<u>30.7</u>
	보통	(224)	71.5	61.8	8.9	23.7	19.4	14.5
	비호감	(77)	<u>88.2</u>	<u>72.0</u>	5.9	8.0	5.9	20.0

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

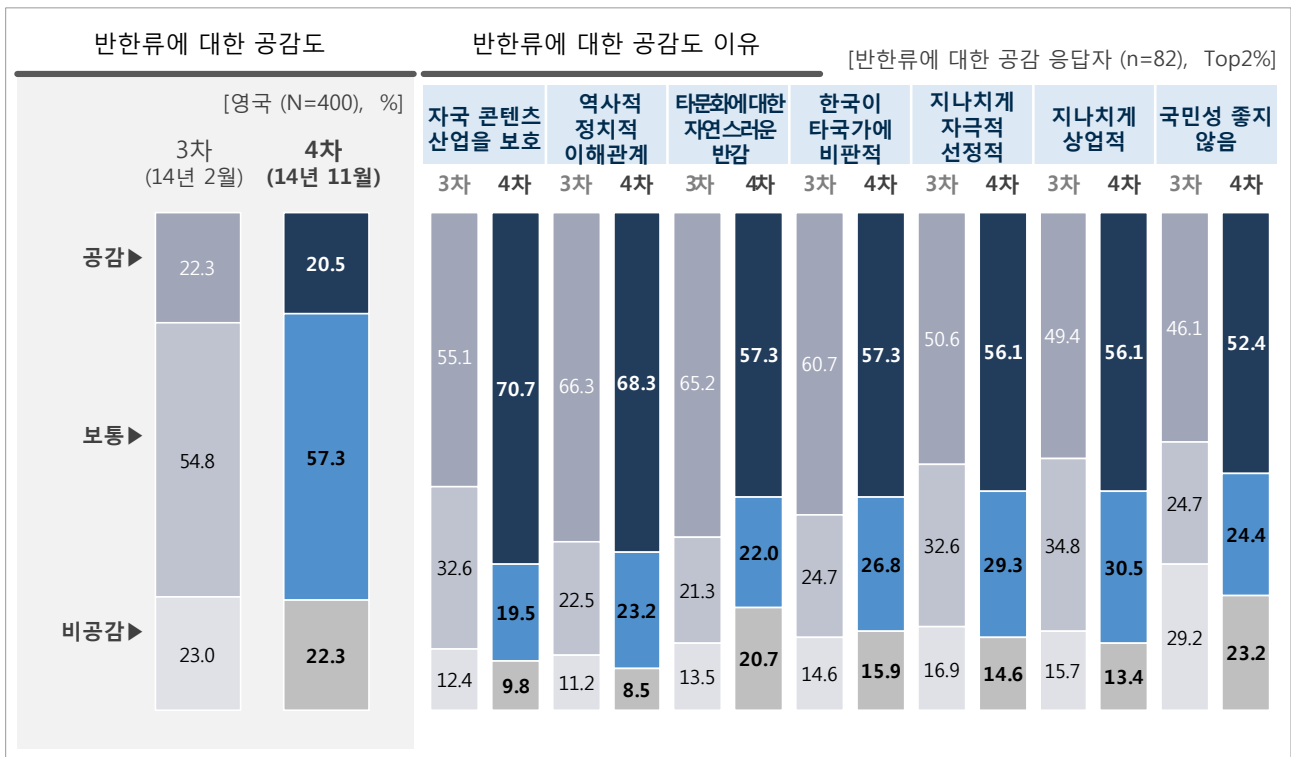
3. 반한류 공감도

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?

- 영국의 반한류 공감율은 20.5%(82명)이며 3차 조사 대비 소폭 하락함
- 반한류 이유로는 자국 콘텐츠 산업 보호가 가장 높게 나타났으며, 역사적 정치적 이해관계, 타문화에 대한 자연스러운 반감이 그 다음 순임

[그림 14-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 14-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				자국 콘텐츠 산업을 보호		역사적 정치적 이해관계		타문화에 대한 자연스러운 반감		한국이 타국가에 비판적		지나치게 자극적 선정적		지나치게 상업적		국민성 좋지 않음	
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차
전체 (400) 20.5 (82)				55.1	70.7	66.3	68.3	65.2	57.3	60.7	57.3	50.6	56.1	49.4	56.1	46.1	52.4
성별	남성 (200)	21.0	(42)	58.0	69.0	66.0	71.4	74.0	59.5	62.0	57.1	54.0	54.8	58.0	64.3	48.0	47.6
	여성 (200)	20.0	(40)	51.3	72.5	66.7	65.0	53.8	55.0	59.0	57.5	46.2	57.5	38.5	47.5	43.6	57.5
연령	15~19세 (100)	18.0	(18)	53.8	61.1	50.0	77.8	61.5	50.0	65.4	44.4	50.0	50.0	53.8	44.4	57.7	44.4
	20대 (100)	26.0	(26)	52.0	76.9	64.0	61.5	72.0	53.8	60.0	61.5	48.0	61.5	60.0	53.8	48.0	50.0
	30대 (100)	20.0	(20)	60.0	80.0	84.0	75.0	76.0	70.0	60.0	75.0	56.0	70.0	40.0	75.0	32.0	70.0
	40대 (75)	21.3	(16)	55.6	62.5	66.7	56.3	33.3	50.0	55.6	50.0	55.6	43.8	33.3	50.0	55.6	43.8
결혼여부	50대 (25)	8.0	(2)	50.0	50.0	75.0	100.0	50.0	100.0	50.0	-	25.0	-	50.0	50.0	25.0	50.0
	기혼 (188)	22.3	(42)	64.1	78.6	76.9	69.0	61.5	64.3	66.7	71.4	64.1	61.9	53.8	66.7	51.3	66.7
학력	미혼 (212)	18.9	(40)	48.0	62.5	58.0	67.5	68.0	50.0	56.0	42.5	40.0	50.0	46.0	45.0	42.0	37.5
	중졸이하 (30)	20.0	(6)	66.7	83.3	66.7	50.0	100.0	50.0	66.7	66.7	66.7	50.0	66.7	50.0	100.0	33.3
	고졸 (146)	15.8	(23)	47.2	60.9	58.3	56.5	61.1	47.8	58.3	47.8	47.2	47.8	55.6	39.1	47.2	34.8
한류태도	대졸이상 (224)	23.7	(53)	60.0	73.6	72.0	75.5	66.0	62.3	62.0	60.4	52.0	60.4	44.0	64.2	42.0	62.3
	호감 (189)	29.6	(56)	59.7	80.4	72.6	67.9	71.0	64.3	64.5	62.5	62.9	67.9	58.1	66.1	53.2	57.1
	보통 (186)	10.8	(20)	48.0	55.0	48.0	80.0	52.0	50.0	48.0	55.0	24.0	35.0	32.0	35.0	28.0	45.0
비호감	비호감 (25)	24.0	(6)	-	33.3	100.0	33.3	50.0	16.7	100.0	16.7	-	16.7	-	33.3	50.0	33.3

4. 요약 및 결론

- 영국에서는 한국에 대한 연상 이미지로 K-POP이 17.3%(69명)으로 1위, 그 외, 북한, 한식 등을 떠올리고 있음
- 한국에 대해 문화 강국이라는 인식이 62.3%(249명)로 가장 높고, 그 다음으로 경제적 선진국, 우호적인 국가 순으로 인식되고 있음
- 한국 문화 콘텐츠 중에서 영화 소비량이 30.1%(120명)로 가장 높고, 그 외 음악, 애니메이션, 게임 등이 그 뒤를 이음
- 한국문화 콘텐츠 중에서 한식이 35.5%(142명)로 대중적 인기가 가장 높은 것으로 나타났으며, 대부분 최근 4년 이내에 인지 및 경험이 이루어진 것으로 파악됨
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 긍정적으로 나타나고 있으며, 1년 후 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 90%대 이상으로 나타남
- 한류 인지도는 54.8%(219명)로 지난 조사 대비 큰 폭으로 상승한 반면, 용어 호감도는 47.3%(189명)로 소폭 하락함
- 한국 대표 콘텐츠로는 K-POP이 60.8%(243명)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 영화, 한식이 대표 콘텐츠로 자리잡고 있음
- 한류에 대한 인지도와 경험률이 높은 가운데, 특히 한국 드라마와 영화, K-POP 등은 최근 1~2년 이내에 인지 및 경험되는 빈도가 높아 영국 내 한류 확산을 주도하고 있음
- 한국 드라마와 영화는, 문화적 특이성 및 작품의 영상미가 주 인기 요인이며, K-POP의 경우, 따라하기 쉬운 음악과 댄스, 가수들의 매력적인 비주얼이 주된 인기 요인으로 언급됨
- 한국 제품 구매와 관련하여 한식이 32.0%(128명)으로 가장 많이 소비되고 있으며, 그 외 식료품, 액세서리 등이 높음
한국 방문 및 한국 가전제품, 휴대폰 구매 등과 같은 고가용품 및 서비스 구매경험률은 30~40%대 정도로 나타남
- 한류 이용 시 문제 발생빈도 및 개선 가능성을 고려한 분석 결과 영국에서는 한국 콘텐츠 이용 시 영어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨
- 4년 이내에 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견이 59.0%(236명)로, 향후 지속적인 한류를 위한 방안이 마련될 필요가 있음
- 영국의 반한류에 대한 공감율은 20.5%(82명)이며, 자국 콘텐츠 산업 보호, 역사적 정치적 이해관계 등이 주요 이유임
- 영국에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로는 싸이가 가장 많이 언급되고 있음