

2007 상반기 방송 한류 현황 분석

2007. 6. 30

요약

1. 중국 한류 현황
2. 일본 한류 현황
3. 홍콩 한류 현황
4. 베트남 한류 현황
5. 인도네시아 한류 현황
6. 2007년 상반기 방송영상물 수출입 현황

작성 : 윤재식 책임연구원(3219-5474)

jasika@kbi.re.kr

요 약

- 한류의 진원지였던 중국에서 한류가 시작된 지 만 10년이 된 현재의 시점에서 아시아 각국의 한류 현황을 살펴보고 2007년도 상반기 한국 영상물 수출입 데이터를 정리하는 것은 매우 의미가 있는 작업으로 판단됨.
- 2007년 한국 방송영상물 해외 유통현황은 ‘협한류’, ‘항한류’ 국가를 중심으로 정체를 벗어나지 못하고 있음. 특히 중국의 경우, SARFT의 강력한 한류 제한 정책에 의해 드라마 장르의 확산에 어려움을 겪고 있으며, 일본의 경우 높은 가격으로 인해 한국 방송영상물 편성 방송사 수의 감소가 이루어지고 있음
- 베트남, 인도네시아 등의 국가의 경우, 한국 방송영상물에 대한 관심이 지속적으로 이루어지고 있으나 최근 방송영상물 교류의 불균형 현상에 대해서 해당 정부 당국자들이 강한 불만을 표시하고 있음
- 따라서 ‘한류’의 지속확산을 위해서는 현재 개별 프로그램 판매에만 집중되어 있는 전략을 총체적으로 수정해야 할 필요성이 제기됨. 아시아 다른 국가들과의 적극적인 합작 시스템을 적극적으로 구축하고, 콘텐츠의 질을 높여야 함. 특히 합작이라는 형식을 통한 해외 공동제작 및 투자는 시급한 과제임.
- 방송영상물을 통한 ‘한류의 지속 확산’을 위해서는 방송영상물이 해당 국가의 문화적 다양성과 차별성을 위협하는 지나친 ‘이윤논리’의 접근에서 벗어나 국가 상호호혜적인 교류적 측면에서 장기적인 전략을 수립해 나가야 함

<일본>

- <겨울연가>로 폭발적인 한류를 이끌었던 일본에서는 2006년부터 한국 드라마 수입이 급격히 감소하면서 한류의 열기가 식어가고 있음. 이에 대해 한류가 지나친 과열 상태에서 안정기에 접어들었다는 분석과 함께 한류 버블의 붕괴라는 시각이 동시에 나타나고 있음.
- 하지만 한류의 영향으로 일본 내에서 한국에 대한 관심이 증가한 것은 명백한 사실이며, 한국인 배우의 일본 드라마 및 영화 출연이나 한국 드라마를 리메이크 하는 등 새로운 한일 교류의 모델이 제시되고 있음.

<홍콩>

- 삼성, LG 등 대기업을 필두로 한 한국의 경제 분야는 홍콩에서 인지도를 높이며 나날이 힘을 얻어가고 있지만 한국 문화콘텐츠는 홍콩에서 점차 그 자리를 잃어가고 있음.
- 홍콩인들은 이미 수많은 MADE IN KOREA 문화콘텐츠를 접했고 이제는 그것들이 '더 이상 매력이 없다, 지루하다'며 푸념을 하고 있음. 이제 홍콩 내 한류 지속을 위해서는 홍콩인들의 눈을 끌 수 있는 새로운 콘텐츠가 필요함.

<중국>

- 중국의 경우 <가을동화>, <겨울연가>, <대장금> 등 한국 드라마들이 열풍을 일으켰지만 2006년에 접어들면서 <대장금>을 이을 만한 대작이 나오지 않고, 드라마 방영 편수가 줄어들면서 한류가 침체기에 직면하였다는 분석이 지배적임.
- 2007년 들어 한국 드라마는 침체를 극복하지 못하고 있지만 오락 프로그램들(X-Man, 연애편지 등)이 높은 시청률을 기록하면서 중국 시청자들의 주목을 끌고 있음.

<베트남>

- 베트남 내 한류가 한·베 관계 발전에 미친 영향은 경제는 물론 정치·외교 면에서도 두드러짐. 다른 외국에 비해 한국의 경우처럼 짧은 시간 내에 정부와 국민 모두로부터 친근감을 얻어 냈던 경우는 없었음.
- 올해 한국-베트남 수교 15주년을 맞아 베트남에서는 한국과 관련된 각종 행사가 진행되고 있음. 지난 5월 31일부터 6월 3일까지 베트남 수도 하노이에서 한국영화주간 행사와 관련하여 <미녀는 괴로워>의 주인공 김아중이 베트남을 방문하여 현지에서 좋은 반응을 얻었음.
- 2007년 6월 현재 <주몽>, <유리화>, <천국의 계단>, <포도밭 그 사나이>, <상두야 학교가자> 등의 한국 방송 드라마가 방영되어 많은 인기를 끌고 있음.

<인도네시아>

- 자카르타에 본사를 두고 인도네시아 전국 채널을 소유하고 있는 Indosiar, Anteve, JakTV가 꾸준히 한국 드라마를 방영하는 인도네시아의 방송사들임.
- 현재 Indosiar에서는 비와 송혜교 주연의 <풀 하우스>, 그리고 JakTV에서는 배용준 송혜교, 김승우, 송윤아가 열연한 <호텔리어>가 재방송되고 있으며, <웨딩>과 <러브스토리 인 하버드> 역시 재방송 준비를 하고 있음.
- 인도네시아의 경우 이제 막 한류가 꽃을 피우기 시작하는 시장으로 국내 영상물에 대한 수요가 증가하고 있으며, 인도네시아의 경우 이슬람 시장으로의 진출을 모색해 볼 수 있어 매우 중요한 기지 역할을 수행할 것으로 판단됨.
- 따라서 꾸준히 새로운 콘텐츠를 개발하고 공급하는 일이 매우 중요해지고 있으며, 체계적인 유통 관리를 통해 급격한 가격상승에 따른 국내 콘텐츠 수입 감소 우려를 불식시킬 필요가 있음.

<방송영상물수출입>

- 2007년 상반기 국내 영상물 수출입 데이터를 집계해 본 결과, 수출은 5천만 달러, 수입은 960만 달러를 기록한 것으로 나타났음(KBS의 경우 추정치를 포함한 결과임)
- 방송영상물 해외 판매에서 '드라마'가 여전히 강세를 보이는 가운데, 오락/예능 장르 프로그램의 약진이 두드러지게 나타나고 있음

1. 중국 한류 현황

- 1997년 <사랑이 뭐길래>부터 시작하여 한국드라마가 중국에 본격적으로 방영된 지 지금까지 만 10년이 되었음.
- <가을동화>, <겨울연가>, <대장금> 등 한국 드라마들이 중국에서 열풍을 일으켰지만 2006년에 접어들면서 침체기를 직면하기 시작하였음. 드라마 방영편수의 급격한 감소뿐만 아니라 <대장금>을 이을 만한 대작이 나오지 않았음.
- 2007년, 한국드라마는 침체를 지속하고 있는 반면 2006년부터 중국에서 방영되기 시작한 한국오락프로그램들이 높은 시청률을 기록하면서 2007년, 방영되는 프로그램 종류도 증가하고 있으며 중국 시청자들의 주목을 끌고 있음

□ 2007년 상반기 한국드라마 방영 현황

- 2007년 1/4분기 중국광전총국의 수입허가를 받은 외국드라마는 총 28편
- 이중 한국드라마는 4편(추가: 일본드라마 7편, 홍콩드라마 5편, 대만드라마 4편, 싱가포르드라마 2편, 인도드라마 1편,)으로서 <웨딩>, <프라하의 연인>, <열여덟. 스물아홉>, <불꽃놀이> 등임.
 - 2007년에 접어들면서 일본드라마 수입량이 급격하게 증가하고 있음
- 중국은 지난해 말부터 올해 초까지 <여자의 일생>, <신 결혼시대>, <잘못된 사랑> 등의 자국 가족드라마들을 방영하면서 가정주부들에게 폭발적인 인기를 끌었음.
- 2007년 5월까지 한국드라마의 방영을 보면 드라마 열풍이라고 말할 수는 없

었지만 그래도 꾸준히 중국 시청자들의 마음을 사로잡고 있음

- CCTV8에서 2007년 한국드라마 <좋은 사람>과 <작은 아씨들> 두 편을 처음 방영했었고 후난위성TV에서 <그 햇살이 나에게>, <프라하의 연인>, <불꽃놀이> 등의 드라마들을 방영했고 앞으로 드라마 <궁>을 방영할 예정으로 있음. 상해동방위성TV에서는 <부모님 전상서>를 방영할 예정.
- <천국의 계단>은 안휘위성TV에서 방영했고 <미안하다 사랑한다>는 광서위성TV를 비롯한 여러 방송사에서 방영했으며 <풀 하우스>도 후난TV경제채널, 강소위성TV, 항주TV 등 여러 방송사에서 연이어 방영되었고 강소위성TV에서는 앞으로 <쾌걸 춘향>을 방영할 예정.
- <웨딩>은 흑룡강위성TV영시채널에서 올해 새로이 방영. 산서위성TV에서는 현재 <상도>를 방영하고 있으며 북경TV3채널에서 <열여덟, 스물아홉>을 방영하고 있음.
- 이 외에도 <파리의 연인>, <황태자의 첫사랑>, <이브의 유혹>, <노란 손수건>, <백만 송이 장미>, <슬픈 연가>등 많은 드라마들이 여전히 재방송되었음. 한국드라마에 대한 중국 시청자들의 반응을 보면 뜨거운 열풍 정도는 아니지만 여전히 좋은 반응을 보이고 있음.
- 후난위성TV에서 올 봄 한국드라마 3편을 연이어 방영. CSM¹⁾의 통계에 따르면 3월에 방영한 드라마 <그 햇살이 나에게>는 방영한지 3일 만에 전국 동 시간대 방영드라마 중 시청률 3위를 차지. 4월에 방영한 드라마 <프라하의 연인>은 전국 동 시간대 방영 드라마 중에서 시청률이 1위에 올랐음. 전도연과 김주혁의 연기실력과 탄탄한 대본 스토리가 높은 시청률의 가장 큰 이유라고 평가되었음.
- <프라하의 연인>에 이어 <불꽃놀이>가 방영 되었으며 이 드라마 역시 방영되자마자 높은 시청률을 일으켰으며 전국 시청률 4위, 전국 동 시간대 방영 드라마 중 시청률 1위를 기록하였음.

1) <http://www.csm.com.cn/>

- <풀 하우스>는 중국에서 폭발적인 인기를 끌고 있는 비와 송혜교가 출연한 드라마로서 후난경제채널에서 방영되어 전파도달지역 평균 시청률은 9%, 최고 시청률은 12%를 기록하였음.
- 지역 시청률만 따져볼 때 <대장금>의 시청률을 초과하였으며, 후난경제채널의 사상 최고 시청률을 기록. 항주TV서호명주채널에서 올해 5월 방영한 <풀 하우스>의 첫 주 항주지역 시청률(4.4%)은 3위를 기록. 올해 여름에 중국 전역에 방영될 이 드라마의 방영효과가 <대장금>을 초과할지 기대가 되고 있음. 후난위성TV에서는 올해 4월을 한국드라마 월로 정하고 여러 가지 기념 이벤트도 진행하였음.
- 드라마 <미안하다 사랑한다>는 2007년에도 재방 되었으며 비록 황금 시간대에 편성되지는 않았지만 많은 시청자들의 관심을 모았음.
- <미안하다 사랑한다>는 광서위성TV, 천진위성TV 등 여러 방송사들에서 방영되었으며 지난 3월 천진위성TV에서 방영 되었을때 전국 시청률 3위를 차지할 정도로 인기가 높았음.
- 북경TV에서 3월에 방영한 <황태자의 첫사랑>은 이미 여러 번 재방송이 되었지만 전국 시청률 5위를 기록하였음.
- 중국 각 도시들에서의 시청률을 살펴보면 CCTV의 <백만송이 장미>는 4월 북경지역에서 시청률 3위를, <순풍산부인과>는 북경지역에서 시청률 4위를, <과리의 연인>(재방)은 북경지역에서 시청률 6위를 기록하였음.
- 현재 중국 젊은이들의 기대를 모으고 있는 한국드라마는 <마녀유희>로서 인터넷에서 관람하거나 혹은 DVD시장에서 구매를 하고 있으며, 특정 도시에서는 DVD 매진이 이루어질 정도로 인기가 높음.
- 올해 한국드라마의 시청률은 예상보다 높아 한국드라마의 앞날이 그다지 암울하다고 할 수는 없지만 현재 일본드라마의 수입이 증가하고 있고 홍콩, 대만 드라마가 꾸준히 방영되고 있고 또 인도 드라마가 의외로 높은 인기를 얻고

있음에 따라 한국드라마는 여전히 위기 상황에 직면했다고 평가할 수 있음.

- 2006년 중국 31개 위성TV방송사 중 전 일 24시간 시청률 순위를 1위부터 5위까지 보면 다음과 같음.

<표 1> 위성TV 방송사 시청률 점유율 상위 5개사

순위	채널	시장점유율(%)	시청률
1	후난(호남)방송국위성채널	2.8713	0.306
2	안휘위성채널	2.6124	0.2784
3	산둥위성채널	2.3966	0.2554
4	요녕방송국위성채널	1.6895	0.1801
5	하남방송국위성채널	1.6206	0.1727

□ 한국오락프로그램 방영 현황

- 2006년 한국드라마는 중국에서 침체기에 접어들었던 반면 한국오락프로그램은 중국 방송사들에서 소개되면서 인기를 얻기 시작하였음.
 - 2006년 절강TV민생휴한(民生休闲)채널에서부터 방영을 시작한 한국의 오락 프로그램 <연애편지>가 인기를 끌었으며 <X-MAN>도 많은 방송사에서 방영되기 시작하였음. 더빙이 아닌 중국어 자막으로 방송된 이 오락프로그램이 언어장벽을 뛰어넘어 의외로 많은 중국 시청자들의 사랑을 받게 되었음.
 - <연애편지>와 <X-MAN>은 현재 중국 16개 도시에서 방영되고 있음. 2006년 처음 절강TV(항주)민생휴한채널에서 방영되었을 때 시청률은 1%였으며 2007년 2월 하남TV정품박람회채널에서 방영 시 시청률 4%까지 이르렀음.
- ※ 한국오락프로그램을 방송하고 있는 방송사들의 전파범위가 전국에 미치지

못하고 대부분 해당 지역에만 국한 되어있다는 점이 한국오락프로그램의 확산에 부정적 영향을 미치고 있음.

- 2007년, 중국의 오락프로그램보다 높은 수준으로 제작 된 한국 오락프로그램이 중국인들의 인기를 얻자 중국에서는 <반전드라마>, <헤이헤이헤이 시즌2>, <여결6> 등 오락프로그램을 수입 방영하기 시작하였음.
 - 현재 <반전드라마>를 방영하고 있는 방송사로는 사천TV부녀아동채널(2월 방영), 길림교육TV(1월 방영), 청도TV2채널(1월 방영), 하남TV드라마채널(1월 방영), 호북TV경제채널(1월 방영), 하얼빈TV오락채널(5월 방영) 등의 방송사임.
 - 대부분 중국인들에게 익숙한 배우들이나 드라마들인데다가 의외의 결말로 끝나는 <반전드라마>가 중국인들에게 아주 신선한 느낌을 주고 있음. 사회생활에서 스트레스를 많이 받고 있는 도시인들에게 이 프로그램은 더 없이 좋은 휴식과 즐거움을 제공해 주고 있음.
 - <여결6>은 절강TV민생휴한채널과 하남TV정품박람채널 등 방송사에서 방영되고 있으며 프로그램내의 게임이나 오락은 중국인들에게 신선하며 재미를 제공하고 있음.
 - 하남TV정품박람채널에서는 <여결6> 관련 오락 프로그램 <한국유희를 즐긴다(玩转韩国游戏)>를 통해 시청자들이 직접 프로그램에 참여하도록 함으로써 시청자들에게 신선함을 주고 있음.
 - <헤이헤이헤이 시즌2>를 방영하고 있는 방송사들로는 길림교육TV, 하얼빈TV오락채널 등이 있음.
- 중국과 한국은 문화적 상이성이 존재하기 때문에 단순한 오락프로그램을 중국인들이 쉽게 받아들이기가 어렵지만 현재 한국오락프로그램이 더빙 없이 중국어 자막으로 충분히 중국인들에게 가깝게 다가갈 수 있는 이유는 몇 가지로 정리될 수 있음.

- 첫째, 프로그램에 출연하는 연예인들이 대부분 중국인들의 사랑을 받고 있는 젊고 멋진 연예인들이라는 점.
 - 둘째, 프로그램내의 오락과 게임이 대단히 재미있게 꾸며져 있음.
 - 셋째, 프로그램에 참여한 연예인들이 시청자들을 위하여 최선을 다하는 모습들과 세련된 언행들이 매력을 끌고 있음. 현재 한국오락프로그램처럼 많이 수입된 외국 오락프로그램은 없음.
- 드라마 보다 오락프로그램에서 얼굴을 먼저 알린 한국 연예인이 많음. 이런 의미에서 볼 때 오락프로그램은 단순히 즐거움만을 주는 프로그램 이상의 의미를 지니고 있음. 2007년은 중국에서의 한국오락프로그램의 해라고 할 수 있음.

□ 한류현황

- 한류의 현황을 한국드라마, 가요, 가수 공연, 오락프로그램 순으로 살펴볼 수 있음.
- 한국드라마는 한류의 첨병으로 중요한 역할을 수행.
 - 2006년 중국 내에서 한국드라마는 침체기에 접어들었음. 2007년에 접어들면서 한국드라마에 대한 반응이 점차적으로 긍정적으로 변함에 따라 드라마 한류가 또 다시 뜨거워질 조짐을 보이고 있으나 회광반조(回光返照), 즉 완전히 사라지기전 반짝 왕성함을 보이는 것은 아닌지 판단하는 사람도 적지 않음.
 - 최근, 한중합작 프로그램 제작이 증가하고 있으며, 합작 드라마 <연애병법(恋愛兵法)>는 "준 한국드라마"라고 평가되어 많은 중국인들이 기대하고 있음.
- 한국가요나 가수들의 공연은 꾸준히 인기를 유지.

- 비, 동방신기, 슈퍼주니어, 신화, 강타, 장나라 등 한국 가수들의 공연은 지속적으로 중국 팬들의 열광적인 환호를 받고 있음.
- 2007년 4월 교통사고로 인해 슈퍼 주니어가 중국 후난TV의 오락프로그램 <쾌락대본영(快乐大本营)>에 불참함에 따라 프로그램 제작진들과 팬들에게 큰 실망감을 주었음. 슈퍼주니어는 중국 팬들에게 엄청난 매력과 힘을 발산하고 있음.
- 최근 한국오락프로그램이 중국에서 인기를 얻을 수 있을 것이라는 사실은 어느 누구도 예상하지 못했던 상황임. <연애편지>나 <X-MAN>이 중국인들의 취향에 맞추어 제작된 것은 아니지만 언어장벽을 뚫고 중국인들이 즐기는 프로그램이 되었음.
- 올해 3월부터 중국전역에서 진행되는 전국대학생창작가요제에 한국도레미미디어가 직접 참여하고 있음.
- 북경, 상해, 성도, 항주, 광주 등 5개 지역에서 5월부터 예선을 치르고 10월에 본선을 치름. 이 행사는 중국에서 한창 열풍을 일으키고 있는 슈퍼걸 콘서트와 비슷한 포맷임.
- ※ 한국도레미미디어의 중국대학생창작가요제참여는 중국에 대한 한국문화 콘텐츠의 수출이라고 할 수 있음.
- 2007년, 한류는 열풍은 아니지만 조금씩 새로운 형태의 한류가 중국에 확산되고 있음.

2. 일본 한류 현황

- 2004년 NHK에서 겨울연가 방영으로 시작된 일본에서의 “한류”는 2006년이 시작되면서 지상파에서 방송되는 한국 드라마 편수의 급격한 감소와 더불어 대히트를 기록하는 한국 영화가 나타나지 않는 등의 이유로, 일본 내에서 ‘한류의 봄은 지났다’, “한류버블은 붕괴됐다’ 라는 이야기가 심심치 않게 전해지고 있음.
- 이러한 시각과는 달리 "지나친 한류의 과열상태에서 원래대로 돌아갔을 뿐'이라는 견해도 있음. 한류의 열기는 조금 식었지만, 폭넓게 정착이 되었으며 드라마의 영향으로 한국 사극에 대한 관심이 높아지는 등, 일본 수용자들이 한국에 대해서 폭넓게 수용하는 경향을 보이고 있음.
- 또, 한국인 배우가 일본의 드라마나 영화에 출연하거나 한국 드라마를 일본에서 리메이크 하는 등, 새로운 한일 교류의 형태를 보여주고 있음.

□ 2007년 1월~5월 지상파 방송 한국 드라마 방송현황

- 2007년 5월말 현재, 전국 네트워크 지상파 방송에서 NHK(매주 토요일 밤 11시 대), 일본 TV(매주 월요일 오후 4시 대), 텔레비전 도쿄(매주 목요일 오후 12시 대) 등 3개 방송국이 한국 방송프로그램을 편성하고 있음. 또, TBS도 금년 1월부터 4월까지 오전 중에 과거의 작품을 중심으로 한국 드라마 재방송을 실시하였음.
- 2004년부터 2005년에 걸쳐, 한류 붐이 최절정이었을 무렵 한국 드라마로 일본에서 가장 수익을 많이 올렸던 후지텔레비는 현재 시청률 저하 등의 이유로 방송 편성을 많이 하지 않고 있음.

□ NHK 방영 한국 드라마 현황

- 지난 4월에 종료한 <다모>는 한류 붐의 계기가 된 <겨울연가>, <아름다운 날들>, <올인>, <대장금>의 뒤를 잇는 한국 연속 드라마 시리즈 제 5탄으로서 NHK에서 방송되어 큰 기대를 모았으나 이전에 방송된 "대장금" 만큼의 인기를 끌지 못하였으며, 시청률도 5%정도에 머물렀음.
 - 시청률 부진한 이유로 일본의 네티즌들은 종래에 친숙했던 트렌디 드라마와 장르가 다른 액션 드라마에 익숙지 못해, 수용이 어려웠으며, 중국 액션물에 친숙한 일본 시청자들에게 영상, 조명 등의 측면에서 어색함으로 인해 높은 인기를 구가하지 못하였음
- 한편, 2005년 10월부터 2006년 11월까지 NHK에서 방송된 <대장금>은 일본 내에서의 한류붐을 주도해왔던 중년 여성뿐만이 아니라, 30대~50대의 남성들로부터도 반향이 컸으며 밤 11시대의 방송 시간이었는데도, 최종회의 시청률은 15.6%를 기록했음
 - 지금까지 <대장금>은 일본어 더빙으로 이루어졌으며 일본의 방송시간에 맞추기 위해서 매회 몇 개의 장면이 삭제되었기 때문에, 시청자로부터 '무삭제판을 보고 싶다'라는 요청이 쇄도해, 금년 1월부터 노컷 자막판인 "완전판"이 NHK BS2(위성방송)로 매주 금요일에 방송되고 있음. 2년 이상에 걸친 <대장금>의 인기는 지금도 계속 되고 있음
- 올해 4월 7일부터 NHK에서 연속 드라마 시리즈 제 6탄으로 <봄의 왈츠>가 방송되고 있음. 윤석호 감독의 "사계 시리즈"의 하나인 이 프로그램은 한국에서 방송될 때부터 일본 팬들 사이에서 높은 관심이 있었지만 제1회의 시청률은 7.2%(도쿄)로 그다지 높지 않았음. 이후, 5월말까지 제8회가 방송되고 있지만, 시청률은 5%대로 부진함.
 - 이 드라마의 시청률 부진의 이유 중 하나는 한류를 지속적으로 견인할 수 있는 내용상의 힘의 부족이 한 가지 이유이며, 또 하나는 후지텔레비가 올해 봄부터 동일 시간대에 편성한 일본 드라마 <라이아게임>과의 시청률 경쟁이

중요한 요인임

※ <라이아게임>은 만화를 원작으로 한 드라마로, 등장인물들이 두뇌 게임으로 큰돈을 서로 빼앗는다고 하는 신감각의 스피디한 서스펜스물임. 빠른 스토리 전개로 밤 11시 대에 매회 10%이상의 높은 시청률을 기록하고 있음

<표 2> 일본 지상파 한국 프로그램 방영 현황

제목	방송기간	방송국	방송시간
다모	06/12/2~07/3/7	NHK 종합	토요일 오후 11시 10분~
봄의 왈츠	07/4/7~방송중	NHK 종합	토요일 오후 11시 10분~
겨울연가	07/1/9~2/5	TBS	평일 오전 10시 30분~
여름향기	07/2/6~3/2	TBS	평일 오전 10시 30분~
천국의 계단	07/3/5~4/9	TBS	평일 오전 10시 30분~
풀 하우스	07/1/15~5/14	日本TV	월요일 오후 4시 ~
너는 어느별에서 왔니?	07/5/21~방송중	日本TV	월요일 오후 4시 ~
궁	06/11/9~07/2/8	TV 東京	목요일 심야 3시~
프라하의 연인	06/12/21~07/4	TV 東京	목요일 오후 12시 30분 ~
논의 여왕	07/5/10~방송중	TV 東京	목요일 오후 12시 30분 ~

□ 인기 한국 드라마 재방송의 증가

○ <겨울연가>는 NHK에서 방송이 되었지만 2007년 1월 평일 오전에 TBS에서 재방송되기 시작하였음.

- 2006년 NHK의 독점 방송권이 만료되어 "한류붐은 여전히 뿌리 깊게 남아 있다"라고 판단한 TBS의 상업적 이해관계에 의해서 TBS에 방영권이 판매되었기 때문임.

※ "실제, 평일 오전중이라도 드라마의 반향은 크며, 요미우리 신문의 방송란에 <겨울연가>를 시청한 50대~60대의 여성을 중심으로 많은 투서가 이루어지고 있다. '몇 번 봐도 아름답고 맑고 깨끗한 사랑의 이야기입니다' (60세 여성)'. 3년 전에는 시청하지 않아서 왜 중노년 여성들이 이 드라마에 열중 하는지 몰랐지만, 이번 드라마를 시청 하고서 이를 이해할 수 있었다' 라고 50대의 중년 여성은 밝히고 있음.

- TBS는 겨울연가 종료 후 4월까지 <여름향기>, <천국의 계단> 등 과거에 인기를 끈 한국 드라마를 재방송하였음.

□ 한국 사극에서의 관심 증가

○ 최근 일본 위성방송을 통해 한국사극이 다수 방송되고 있음. BS후지에서는 4월부터 <주몽>을 또 BS 아사히 에서는 4월부터 <허준>을 방송하기 시작하였음.

○ CS(SkyperfecTV!) 위성 극장 채널에서는 5월부터 <해신>을, 한국 콘텐츠 전문 채널의 KNTV에서도 5월부터 <연개소문>을 방송하기 시작.

※ BS후지의 편성 담당자에 따르면 요미우리 신문과의 인터뷰에서 "주몽은 작품의 완성도가 높다. 다음 회를 보고 싶어지는 프로그램 전개로, 각본의 완성도에 감탄했다' 고 프로그램의 매력을 밝혔다. 또 "지금까지 여성이 주류였던 한국 드라마의 시청자층이 <대장금>을 계기로, 남성에게도 확산되고 있다'고 분석하고 있음.

○ 가까운 시일 내에 한국 TV에서 편성될 <태왕사신기>의 프로모션 영상도 일부 일본에 들어오고 있어 벌써부터 일본 팬의 기대치가 높아지고 있음. 한국 사극의 인기는 향후도 당분간 계속 될 것으로 판단됨.

□ 한국 프로그램의 리메이크(remake), 한국인 스타의 일본 미디어 진출 확대

○ TV 아사히 에서는 올해 4월 19일부터 매주 목요일 밤 9시에, 한국의 인기 드라마 시리즈 <호텔리어>를 리메이크한 일본판 "호텔리어"을 방송하고 있음. 한국 드라마나 영화의 리메이크는 2시간 스페셜 드라마에서는 사례가 있었지만 연속 드라마의 리메이크는 일본의 방송국에서는 전례가 없었음.

- 일본판 "호텔리어" 첫회는 한국인 기업 바이어역으로서 배용준이 게스트로 출연하였음. 드라마의 선전 포스터에도 주연 여배우 우에도 아야와 함께 배용준의 사진이 주인공 같은 수준으로 크게 게재되어 주목을 끌었음.

※ 첫회 시청률은 관동 지구에서 11%를 기록하였으며, 한류팬의 두터운 지지가 이루어지는 오사카나, 나고야에서는 16~17%였음

○ 2007년 여름에는 한국 영화 <말아톤>의 일본판 리메이크 드라마의 방송도 예정되어 있음.

○ 4월 30일부터 5월 6일까지 NHK의 국민적 프로그램 <아침>의 연속 TV 소설인 <맑음>에 한류 스타인 류시원이 특별 출연해, 화제를 불러 일으켰음.

- 류시원은 이 드라마에서 일본 유학 당시의 연인을 찾으러 일본에 온 한국인의 배우로서 출연.

※ 류시원이 출연했던 회의 시청률은 20.3%를 기록해, 해당 주의 드라마 시청률 1위를 기록하였음. 이 드라마는 첫회 시청률이 14.9%로 역대 최저의 시청률을 기록하는 등 고전해 왔지만, 류시원의 특별 출연이 이루어진 주는 연휴 중임에도 불구하고 20%를 넘는 높은 시청률을 기록하였음.²⁾

2) 지상파 방송의 시청률은 비디오 리서치사 조사에 의함.

□ 한국 드라마영화 등 한류에 대한 접촉 기회 전년에 비해 감소³⁾

- 여론 조사 회사 일본 리서치 센터사가 20세 이상의 성인 약 1,100명을 대상으로, 2007년 3월부터 4월에 걸쳐 실시한 앙케이트 조사에 따르면 좋아하는 한국인 탤런트의 선두는 최지우(28%), 그 다음에 BoA(19%), 윤손하(22%), 배용준(19%)의 순이었음.
- 2006년에 실시한 조사와 비교해보면 <대장금>주연의 이영애의 인기가 상당히 높아졌음. 최지우는 남녀나 연령층에 관계없이, 폭넓은 인기가 있는데 비하여 배용준은 여성으로부터 인기가 높다는 결과는 전년의 조사와 다르지 않음.
- 이 조사에서 과거 1년간 한국 영화나 TV드라마를 볼 기회가 증가했는지를 질문한 결과 '볼 기회가 증가했다'라고 하는 응답은 20%(전회 32%), '이전과 같은 정도 보고 있다'는 9%(전회 3%), '볼 기회가 줄어들었다'는 9%(전회 3%), '이전도 과거 1년간도 거의 보지 않았다'는 61%(전회 61%)로 한류에 대한 접촉 빈도가 많이 감소하였음.

□ 유료 방송(CATV와 CS)에서의 한국 드라마 방영 증가

- 일본 지상파 방송에서 한국 드라마 방영 기회는 점점 줄어들어, 예전과 같이 높은 시청률을 담보할 수 있는 드라마는 거의 없는 상황임. 반면, 유료 CATV나 CS(위성방송)에서 한국 드라마의 인기는 높고, 적극적으로 편성되고 있음
- 유료 다채널 방송은 지금까지 시청률 조사를 하지 않았지만, CATV기업인 J:COM이 2006년부터 48채널의 시청률 조사 서비스를 실시하기 시작하였음. 이러한 조사를 통해서 지금까지 파악되지 않았던 시청률을 파악하게 됨으로써 한국 콘텐츠에 대한 가입자들의 높은 인기가 확인할 수 있음.

3) 일본 리서치 센터사 조사

- 여성취향의 해외 드라마를 중심으로 편성하고 있는 채널 LaLa TV는 ‘한국 드라마를 컷 하지 않고 보고 싶다’라는 많은 여성 시청자의 요구에 부응해 2004년 8월에 <이브의 모든 것>의 노컷 자막판을 방송하였음
 - LaLa는 시청자에 대한 유연한 대응으로 많은 가입자를 확보해 현재는 약 420만의 가입자를 확보하고 있음. 시청률 조사에서도 작년 8월 <겨울연가>를 방송했을 때 48채널중의 드라마 부문에서 1위를 기록하였음.
 - 2006년부터 방송 서비스를 실시한 KBS-WORLD도 140만을 넘는 계약 건수를 확보해, 벌써 한류 콘텐츠 전문 채널로서 정착하고 있음.
 - J:COM이 2006년 10월에 실시한 48채널 대상의 시청률 조사에서 종합 시청률 8위를 기록하였으며 오사카 지역에서는 4위까지 상승하였음.
 - 일본의 지상파 방송국이 한국 드라마의 편성을 축소하는 상황에서도 KBS WORLD는 한류의 공급원으로서 자리 잡고 있음.
- ※ 한류팬 들은 보다 신선하고 보다 완전에 가까운 형태로 한국 프로그램 방송이 이루어지는 CATV나 CS에 관심을 기울고 있음.

□ 일본 내 한류 확산을 위한 방안

- 케이블, BS위성방송에서는 한국 드라마의 방영은 견고하게 이루어지고 있지만 지상파에서의 드라마 방영이나 예능 프로그램 방영 시간은 점점 줄어들고 있기 때문에 한류의 확산 기회는 점점 적어지고 있음.
- 그 결과 한류 팬에게 있어서는 콘서트나 팬 이벤트가 한류를 확산시킬 수 있는 기회로 작용하고 있음. 앞으로 방송이나 영화의 콘텐츠 판매보다는 직접적으로 팬과 접촉할 수 있는 마케팅 전략의 수립이 요구됨.
- 최근 유창하게 일본어를 구사하는 한류스타(동방신기, 이준기)나 화류스타

(F4, 카네시로 타케시)가 등장이 부각되고 있음. 따라서 일본어의 구사능력은 한류 확산의 성공을 가늠하는 척도가 되고 있음(류시원이나 배용준조차 최근 등장한 드라마에서 대사를 모두 일본어로 처리).

- 일본어의 정확한 발음과 문법을 습득하는 것이 일본 시장에서의 판매 전략일 될 것으로 판단됨.

<표 3> 일본 BS(위성방송) 한국 프로그램 방영 현황

제목	방송기간	방송국	방송시간
대장금(자막완전판)	07/1/12~방송중	NHK BS2	금요일 오후 7시 45분~
스마일어게인	07/3/26~방송중	BS 일본TV	월요일 오후 9시~
허준	방송중	BS 朝日	월요일 오후 12시~
호텔리어	방송중	BS 朝日	수요일 오후 10시 ~
겨울연가	07/4/6~방송중	BS-i	금요일 오후 10시 ~
별을 쏘다	방송중	BS-i	수요일 오후 8시 ~
주몽	07/4/25~방송중	BS 후지	수요일 오후 8시 ~
내이름은 김삼순	07/4/11~방송중	BS JAPAN	화요일 오후 8시 ~
여우야 뭐하니?	07/4/19~방송중	WOWOW	목요일 오후 8시 ~

3. 홍콩 한류 현황

□ 2006년은 홍콩에서 한류가 열풍에서 온풍으로 바뀌었던 한해였음. 2007년 상반기 홍콩 내 한류는 2006년과도 또 다른 침체기를 겪고 있음.

□ 홍콩 내 한류의 일반 현황.

- 홍콩 내 한류 열풍을 주도한 대표적 연예인으로, 전지현, 송혜교, 비 등을 들 수 있음. 이들이 출연한 영화와 드라마가 성공을 거두며 한류를 이끌었다는 사실은 부정할 수 없음.
- 가수 겸 영화배우 비는 얼마 전 열린 홍콩 국제 영화제(3월 20일)에서 <싸이보그라도 괜찮아>를 통해 홍콩 영화 팬 들에게 모습을 드러냈음.
 - '역시 비'라는 말이 언론을 통해 회자되어 영화는 호평을 받았지만, 안타깝게도 <풀 하우스>를 통해 홍콩에 한류 바람을 일으키던 당시만큼의 위력을 보여주지 못했다는 평을 받았음
- 송혜교, 전지현 등도 여전히 홍콩 내에서 인기 있는 한류 스타이지만, 최근 뚜렷한 화제작이 없어 큰 눈길을 끌고 있지 못하고 있음.
 - 다만, 개봉 예정인 송혜교 주연의 <황진이>와 미국에서 현재 촬영 중인 전지현의 신작 영화가 팬들의 기대를 받고 있음
- 최근 홍콩에서 급부상한 한류 스타로는 이준기를 들 수 있음. 중국인들이 동경하는 이미지인 오묘함과 남자다움을 두루 갖춘 그는 영화 <왕의 남자>, 드라마 <마이 걸> 등이 히트를 치며 최근 홍콩에서 '뉴 한류 스타'로 최고의 주가를 올리고 있음.

- 2007년 한국 방송영상물에 대한 홍콩의 반응을 살펴보면, 드라마는 여전히 위력을 발휘하고 있는 콘텐츠 중 하나이지만 예전에 비해 힘이 많이 약화되었다는 것이 현지 언론, 일반인들의 반응.
 - 한국 드라마 팬이라고 자칭한 홍콩 이공대 학생 샤린은 "한국 드라마는 여전히 홍콩에서 가장 인기 있는 해외 드라마이다. 다만 안타까운 것은 최근에는 TV에서 한국 드라마를 예전처럼 많이 못 본다는 것이다. 보통 DVD를 통해 최신 한국 드라마를 접하고 있다." 고 밝힘.
- 대중음악의 경우 2006년 약세였으며, 2007년에 접어들어서도 여전히 그 힘을 발휘하지 못하고 있음. 유일하게 한국 가수로 TOP 40위 안에 이름을 내밀었던 비, 보아의 이름도 2007년 5월 현재 찾을 수 없음.
 - 한국 종합TOP 10을 매주 발표하던 대형 레코드 가게에서 한국 차트가 사라짐. J-POP, CHINESE MUSIC 만이 아시아 차트로 소개되고 있음
 - ※ 현지 음반 판매상 관계자는, "홍콩에서 비, 보아의 인기는 여전히 높다. 하지만 예전만 못한 것은 사실이다. 다만 특이한 것은 드라마의 인기 때문인지 한국 O.S.T의 판매량은 예전보다 많이 늘었다."고 밝히고 있음.

□ 한류 현재 그리고 미래 동향

- 삼성, LG 등 대기업을 필두로 한 한국의 경제 분야는 홍콩에서 인지도를 높이며 나날이 힘을 얻어가고 있지만 한국 문화콘텐츠는 홍콩에서 점차 그 자리를 잃어가고 있음.
- 홍콩인들은 이미 수많은 MADE IN KOREA 문화콘텐츠를 접했고 이제는 그것들이 '더 이상 매력이 없다, 지루하다'며 푸념을 하고 있음. 이제 홍콩 내 한류 지속을 위해서는 홍콩인들의 눈을 끌 수 있는 새로운 콘텐츠가 필요함.
- 현재 한국에서 들어오는 각종 드라마, 음악, 영화 콘텐츠는 홍콩인들의 외면

을 받고 있음. <대장금>, <엽기적인 그녀>와 같이 홍콩인들의 눈을 사로잡을 수 있는 강력한 콘텐츠의 필요성이 제기됨.

※ 드라마, 영화가 홍콩 내 한류의 시발점이었으며 이를 견인하였다는 사실에 전혀 의문이 없음. 홍콩 내 한류 열풍을 재확산하기 위해서는 새로운 아이디어의 창출, 끊임없는 시장 조사 등이 필요함

<표 4> 2007년 1월~5월 홍콩 내 방영. 상영된 한국 드라마, 영화

방송국	방영시기	장르	제목	비고
ATV	2007년1월15일부터 5월 현재까지 인기리 방영	드라마	주몽	매주 월~금 밤 9시 30분 프라임 타임 방영, 현지 반응 ★★★★★
ATV	2005년에 이어 2007년 5월 현재 재 방영	드라마	오필승 봉순영	매주 토요일 방영, 홍콩 내 채림 인기가 한국 연예인 중 상위 5위 권 안이라는 분석 현지반응★★★
ATV	2007년 5월 현재 방영 중	드라마	불새	매주 주말 방영, 현지 반응★★
ATV	5.28일부터 방영 예정	드라마	달자의 봄	방송국 메인 홈페이지 광고를 비롯하여, 방송 하루에 10여 차례 광고, 현지 반응★★★★☆
TVB	2007년 1월	드라마	명성황후	현지 반응 ★★★
TVB	2007년 2월~	드라마	쾌걸 춘향	현지 반응★★★★
TVB	2007년 2월~	드라마	봄날	현지 반응★★
TVB	2007년 2~3월	드라마	천국의 계단	권상우, 최지우의 홍콩 내 높은 인기 바탕

				현지반응★★★★
TBV	2007년 4월~	드라마	프라하의 연인	DVD 판매량도 높음, 현지 반응★★★★☆
TBV	2007년 4월~	드라마	서동요	한국 사극의 인기 반영, 현지 반응★★★★
TVB	2007년 4월~	드라마	가을날의 소나기	현지반응★★
TVB	2007년 4월~	드라마	여우야 뭐하니?	현지반응★★
TVB	2007년 4월~	드라마	넌 어느 별에서 왔니?	김래원 홍콩 내 인기 반영 현지 반응★★★★☆
TVB	2007년 5월~	드라마	환상의 커플	한예슬이라는 새로운 한류 스타 탄생 예감 현지 반응★★★★
홍콩 현지 극장 개봉	2007년 5월 17일~	영화	미녀는 괴로워	김아중에 대한 여론, 대중의 반응이 긍정적 현지반응★★★★

★ 관심도 낮은 편 ★★ 보통 ★★★ 긍정적 반응 ★★★★ 인기도
높고 인지도도 높은 편 ★★★★★ 상당한 관심과 인기를 모음

<표 5> 2007년 5월 첫 주 DVD- KOREAN MOVIE & DRAMA CJHART

순위	제목
1	My Girl Complete Collection (Episode 1~16)
2	LOVE PHOBIA
3	Princess Hours Complete Collection (Episode 1~24)
4	外出
5	FULL HOUSE
6	FANTASTIC COUPLE
7	MONSTER
8	SAD LOVE STORY
9	I'm Sorry, I Love You
10	Love Story In Harvard

(위 도표는 음반, DVD 판매량 등을 포함한 수치임.)

4. 베트남 한류 현황

- 베트남 내 한류가 한·베 관계 발전에 미친 영향은 경제는 물론 정치·외교 면에서도 두드러짐. 다른 외국에 비해 한국의 경우처럼 짧은 시간 내에 정부와 국민 모두로부터 친근감을 얻어 냈던 경우는 없었음.
 - 금년 "한-베 수교 15주년"을 맞이하여 각종 행사가 진행되고 있는 가운데 2007년 5월 31일 부터 6월 3일까지 베트남 수도인 하노이에서 "한국 영화의 주권" 행사로 <미녀는 괴로워>의 주인공인 김아중이 베트남을 방문하여 베트남인들에게 좋은 반응을 얻었음.
 - 2007 다이내믹 코리아 필름 페스티벌을 통해 김아중은 아시아를 대표하는 배우로 급부상했다는 평가와 함께 한국과 베트남의 문화교류에 대한 기쁨을 마련하고, 베트남에 한국의 호전적이고 친취적인 이미지를 고취시켜 문화전령사의 역할도 톡톡히 해 냈다는 평가를 받음.⁴⁾
 - 또한 "비"가 아시아투어로 베트남 호치민에서도 공연하였음. 세계 최고의 가수인 "비"를 보기 위한 입장권의 가격은 2,500,000동(156\$)에 달하였음. 베트남인 최저 임금이 \$60인데 비해 대단히 높은 가격임.
 - 1992년 한-베 수교 후 베트남 문화공연단이 한국을 방문하여 문화교류의 문을 열었음. 이 후 한국 드라마가 지상파 방송 그리고 홈비디오 시장까지 진출하여 베트남인들에게 한국을 알리기 시작하였음.
 - 그 당시 베트남 안방은 중국드라마인 <포청천>이 차지하고 있었으나 1999년도 한국드라마 <의가형제>의 주역인 장동건과 엘지드봉 화장품 모델인 김남주가 본격적으로 베트남에 소개되면서 부터 '포청천' 보다 한국드라마가 시청률이 3배가량 높게 나타났음.
- ※ 2002년의 경우 한국 상품 시장 점유율이 70%까지 차지하기도 하였음.

4) <http://movie.empas.com/focus/read.tsp?menu=1&type=13&id=14024>

- 한류의 영향은 곳곳에 미치고 있지만 현재 베트남은 비용과 기술적인 문제로 한국드라마를 거의 중국에서 수입하여 베트남 1인이 더빙을 하여 매일 5채널에서 방영하고 있음.
- 한류가 향후 문화산업을 통해 체계적으로 이루어지기 위해 몇 가지 필요한 사항을 제시하면 다음과 같음.
 - 먼저 인터넷을 통해 한류를 알리는 것이 문화산업을 추진하는 과정의 첫 단계. 그 동안 베트남에서의 한류는 단지 한국에서 이미 소개되었던 드라마, 영화, 가요 등 한정된 문화 콘텐츠에 불과하였음.
 - ※ 베트남에서의 한류는 연예 상품이 주를 이루고 있어 획일적이며, 장기적인 안목과 계획이 부족한 상황에서 상업주의 이익만 추구하고 있다는 비판을 받고 있음.
 - 문화산업에 필수적인 역할을 수행하는 인재 육성이 중요.
 - ※ 베트남 전역에 한국어를 구사하고 관광가이드 자격증을 확보한 베트남인은 고작 40명에 불과. 따라서 민간 차원이 아닌 국가적 차원에서 한국어 교육을 실시할 수 있는 프로그램이 요구됨.
 - 마지막으로 베트남의 문화를 한국에 알림으로써 문화교류의 장을 확대해야 함. 지금까지 한-베의 관계는 일방적으로 진행되었음. 따라서 베트남의 문화를 한국에 알리는 작업을 통해 상호문화교류의 확대가 이루어져야 함.

5. 인도네시아 한류 현황

- 인도네시아 방송국 중 꾸준히 한국 드라마를 방송하는 방송국으로는 자카르타에 본사를 두고 인도네시아 전국 채널을 소유하고 있는 Indosiar, Anteve, JakTV가 있음.
- '인도시אר' 방송국은 매주 월요일부터 금요일까지 17:00시간대에 아시아 드라마들을 방영하고 있으며 주로 한국과 일본의 드라마를 순차적으로 방영하고 있음.
- 'JakTV'는 매주 화요일 20:00에 홍콩과 한국의 영화 혹은 단편극을 방영하고 있음.
- 현재 Indosiar에서는 비와 송혜교 주연의 <풀 하우스>, 그리고 JakTV에서는 배용준 송혜교, 김승우, 송윤아가 열연한 <호텔리어>가 방영되고 있으며 이 두 멜로드라마는 2005년 방영된 적이 있는데 현재 재방송되고 있음.
- 2007년 5월 21일부터 Indosiar에서 16부작 <풀 하우스>가 재방영되고 있음. <풀 하우스>는 2006년 재방송이 되었고 현재 3번째 방영되고 있음.
- ※ DN이라는 시청자는 <Full House>는 이미 시청했지만 다시 봐도 재미있다. 하지만 아무리 좋은 드라마라도 너무 자주 방영하는 것은 좀 지루한 면도, 하지만 한국 드라마를 방영해주는 Indosiar를 사랑해.... 라고 전하고 있음.
- 최근 방영을 종료한 <웨딩>이 주말마다 17:00에 6월 7일 부터 재방영되고 있음. 이외에도 Anteve에서는 1월과 5월 사이에 걸쳐 <Korea in love: Cats in Love>와 <러브스토리 인 하버드>을 방영하였.음
- JakTV에서는 매주 수요일 22:00에 외국 단편드라마 혹은 영화를 방영하는 시간에 한국의 단편극 혹은 영화를 소개하곤 했는데 한국 드라마를 방영하는 다른 방송국들 Indosiar나 Anteve가 한국의 연속극을 방영하여 시청자들의

관심을 모으고 있는 경향에 맞추어 단편극 혹은 영화를 주로 방영하던 정책을 바꿔 2007년 이후에는 연속극을 방영하기로 결정.

- 이들 세 방송국들이 관심을 갖고 있는 드라마는 가정 혹은 가족의 사랑 및 갈등을 주제로 하거나 젊은이들의 사랑을 그린 드라마들임. 이는 인기리에 방영되었던 언급한 드라마들이 시청자들의 요구에 의해 재방되고 있는 경향을 보아서도 알 수 있음.

<표 6> 2007년 상반기 한국 드라마 방영현황

제 목	방송국	방영기간	방영일
궁 (MBC)	Indosiar	2007.2.19 - 2007.3.23	월 - 금 (17:00)
마이걸 (SBS)	Indosiar	2007.4.2 - 2007.4.23	월 - 금 (16:00)
웨딩 (KBS2TV)	Indosiar	2007.4.24 - 2007.5.17	월 - 금 (17:00)
플 하우스 (KBS)	Indosiar	2007.5.21 - 방영중	월 - 금 (17:00)
옥탑방 고양이 (MBC)	AnTV	2007. 1월 - 5월	월 & 목 (20:00)
러브스토리 인 하버드 (SBS)	AnTV		

- 인도네시아의 시청자들은 한국의 드라마들이 더욱 많이 방영되기를 원하고 있으며 이미 한국의 드라마를 통해 인도네시아 시청자들에게 김래원, 송승헌, 손예진, 류시원, 장동건, 원빈, 비, 송혜교 등이 출연하는 다른 드라마에 많은 관심을 갖고 있으나 프로그램 공급은 원활하게 이루어지지 못하고 있음.

- 인도네시아의 경우 배급사들이 아시아의 드라마 혹은 영화를 인도네시아TV 방송국에 공급하는데 많은 영향력을 행사하고 있음. 따라서 이들의 공급의지나 자신의 수익성에 따라 한국, 일본, 홍콩, 인도 등의 작품들을 공급 배정하고 있는 실정하기에 많은 한국 드라마가 방영되지 못하고 있음.

- 한국 드라마에 대해서 인도네시아 시청자들은 한국 연기자들에 대한 인상은 최고 예쁘다 혹은 멋있고 세련됐다는 인식을 주었으며 각 연기자들의 연기력이 자연스럽다는 인식도 있지만 무엇보다도 자연스럽게 흘러가는 줄거리의

구성은 아주 훌륭하다고 평가를 하고 있음.

- 예를 들어 <겨울연가>나 <풀 하우스>는 아주 감동적인 줄거리가 전개되어 드라마 속에 푹 빠지게 되어 버린다고 평가하고 있음.
- 이러한 인기로 힘입어 현재 인도네시아에서는 성공적인 한국 드라마나 다른 아시아 국가들 (일본, 홍콩, 인도)의 드라마 줄거리를 현지 로컬 드라마 작가들이 응용 혹은 모방을 하게 되면서 표절시비로까지 떠오르는 일이 발생하고 있음.
- 한국의 드라마를 표절한 현지 드라마 작품들은 <궁>을 표절한 <Benci Bilang Cinta(증오가 사랑을 말하다)>, <마이 걸>의 <Benci jadi Cinta (증오가 사랑이 되다)>, <쾌걸 춘향>의 <Cinta Remaja(젊은 사랑)>, <내이름은 김삼순>의 <Darling>, <낭랑18세>의 <Kawin Muda(조혼)>이 있음.
- ※ 한국드라마들의 소재를 표절하는 근본적인 이유는 한국 드라마의 주제 및 줄거리의 흐름을 이루는 드라마의 흐름이 인도네시아 시청자들에게 뭔가 색다르며 자연스럽다는데 그 이유가 있음.
- 그러나 아시아 각국에서 한류와 관련되어서 나타난 문제처럼 인도네시아에서도 한국 방송영상물의 가격 상승으로 인한 한국 영상물 구매에의 부담과 더불어 새로운 콘텐츠의 개발이 이루어지지 않고 있다는 문제점을 들 수 있음.
- AC Nielsen이 2006년 말 조사한 인도네시아 주요 광역 방송국의 100대 프로그램에 대한 시청률을 살펴보면 다음과 같음.
- 한국 대사관이 주관하는 일반 영화관에서 한국영화주간이라는 타이틀로 상영되고 있는 한국영화를 살펴보면 다음과 같음.

<표 7> 한국 영화주관 타이틀 상영현황(한국 대사관 주관)

제목 (제작년도, 감독)	상영일시
---------------	------

중천('06, 김정민) The Restless	4.28(토) 19:30
빈집('04, 김기덕) 3 Iron	4.27(금) 12:00 4.29(일) 14:30
짜패('06, 류승완) City of Violence	4.27(금) 14:30 4.29(일) 12:00
폭력써클('06, 박기형) Gangster High	4.27(금) 19:30 4.28(토) 12:00
파랑주의보('05, 김윤수) My Girl & I	4.27(금) 17:00 4.29(일) 19:30
광식이 동생 광태('05, 김 현석) When Romance meets Destiny	4.28(토) 14:30 4.27(일) 21:00
죽음의 숲('06, 김정민) Dar Forest	4.27(금) 영화 21:00 4.28(토) 17:00
어느날 갑자기('06, 김은경 등 4명) Roommate(D-Day)	4.28(토) 21:00 4.29(일) 17:00

6. 2007년 상반기 방송영상물 수출입 현황

- 2007년도 상반기 한국 방송영상물의 수출입 현황을 살펴본 결과, 수출은 5천만 달러, 수입은 960만 달러로 나타났다(이 수치는 KBS의 추정치를 포함한 결과임).

□ 수출

- (KBS를 제외한)지상파 방송사의 수출액은 25,203.5천\$ 총 수출액의 77%를 차지. 케이블/독립제작사의 수출액은 7,473.5\$ 총 수출액의 23%를 차지.
- 2007년도 상반기 케이블/독립제작사의 수출액 비중이 지난 2006년 전체 수출액 비중보다 약 2배 정도 증가하여 전체 수출액의 23%를 차지하여 점차 그 비중이 늘어나고 있음. 자체 제작 프로그램의 증가에 따른 것이라 판단됨.

□ 수입

- (KBS를 제외한)지상파 방송사의 수입액은 8,970천\$ 총 수입액의 19% 차지. 케이블/독립제작사의 수입액은 1,696천\$ 총 수입액의 81%를 차지.
- 2007년도 상반기 케이블/독립제작사의 수입액이 지상파의 4배를 넘어섬.
- 미국 드라마의 국내 인기 상승에 따른 케이블(방송채널사용사업자)의 수입량 증가에 따른 것이라 판단됨.

□ 매체별 수출입 점유율

▲ 수출 ⇒ 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 77% : 23%

(06년 - 89% : 11%/05년 - 92% : 8%)

▲ 수입 ⇒ 지상파방송 : 케이블/독립제작사 = 19% : 81%

(06년 - 33% : 67%/ 05년 - 34% : 66%)

<표 8> 2007년 상반기 방송영상물 수출입 현황

(단위: 천\$)

구 분	수 출	수 입
총 계	32,677	8,970
지상파방송사(KBS 제외)	25,203.5	1,696
케이블/독립제작사	7,473.5	7,274

- KBS 방송 프로그램 수출입 추정액 산출
- KBS의 방송 프로그램 수출입 자료 제공이 이루어지지 않아 전체 분석에서 KBS가 제외되었음.
- KBS가 우리나라 방송 프로그램 수출입에서 차지하는 비중이 상당하므로, 2005년과 2006년 KBS의 지상파 수출입액 대비 비중을 따져 2007년도 상반기 KBS 방송프로그램의 수출입액과 총 수출입액을 다음과 같이 추정하였음.

<표 9> 2007년 상반기 KBS 방송프로그램 수출액 추정액

	지상파 총수출액(천\$)	KBS 수출액(천\$)	비율(%)
2005년	102,626	42,652	41.5
2006년	131,116	52,716	40.2
	평균비율(%)	40.9	
	2007년 상반기 추정액	17,442	

<표 10> 2007년 상반기 KBS 방송프로그램 수입액 추정액

	지상파 총수입액(천\$)	KBS 수입액(천\$)	비율(%)
2005년	12,657	4,706	37.1
2006년	10,427	2,040	19.5
	평균비율(%)	28.3	
	2007년 상반기 추정액	669	

○ KBS의 방송 프로그램 수출입 추정액을 포함한 2007년 상반기 방송 프로그램 수출입 현황은 다음과 같음.

<표 11> 2007년 상반기 방송프로그램 수출입 현황

(단위: 천\$)

구 분	수출	수입
총 계	50,119	9,639
지상파방송사(KBS추정치 포함)	42,646	2,365
케이블/독립제작사	7,474	7,274

□ 수출입 프로그램 장르별 평균단가

▲ 수출 '06년 4,319\$(수출 편당 평균단가) → '07년 상반기 3,686\$

☞ 장르별 평균단가

- 드 라 마 : '06년 4,378\$ → '07년 상반기 2,818\$

- 다 쿨 : '06년 1,869\$ → '07년 상반기 1,536\$

- 애니메이션 : '06년 6,820\$ → '07년 상반기 4,468\$

- ▲ 수입 '06년 3,344\$(지상파 6,436\$ / 케이블·독립제작사 2,705\$)
 → '07년 상반기 1,422\$(지상파 3,517\$ / 케이블·독립제작사 1,248\$)

<표 12> 2007년도 상반기 장르별 방송 프로그램 수출 현황

(단위: 천\$)

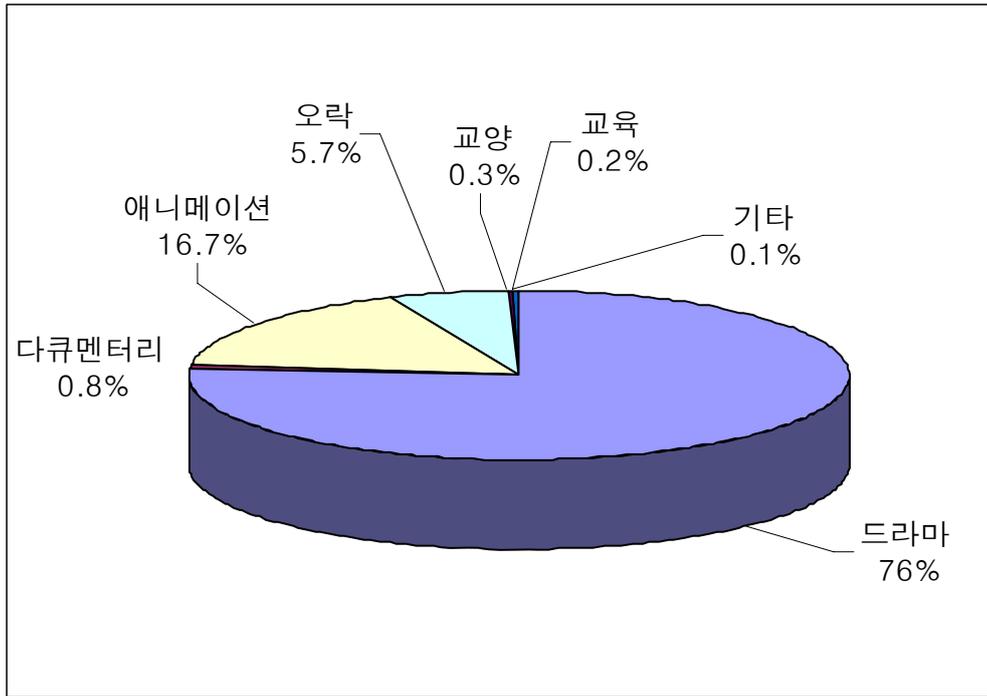
장르	지상파	비율(%)	케이블/독립 제작사	비율(%)	총계	총비율(%)
드라마	24,709.4	98.0	174.8	2.3	24,884.2	76.2
다큐멘터리	71.7	0.3	196.1	2.6	267.8	0.8
애니메이션	135.9	0.5	5,312.8	71.1	5,448.7	16.6
오락	248.2	1.0	1,630.0	21.8	1,878.2	5.7
교양	38.3	0.2	54.0	0.7	92.3	0.3
교육			56.8	0.8	56.8	0.2
기타			49.0	0.7	49.0	0.1
총계	25,203.5	100.0	7,473.5	100.0	32,677.0	100.0

- 상반기 수출액을 장르별로 살펴보면, 드라마가 전체의 76%인 2,480만 달러를 수출하였고, 그 뒤를 애니메이션이 16%인 540만 달러로 잇고 있음.
- 수출의 경우, 드라마 수출 비중은 2006년과 비슷한 수준이나, 편당 수출단가가 대폭 하락한 것으로 추정됨

* 드라마 비율 : '06년 77.0%(85,891천\$) → '07년 상반기 76%

* 평균 수출단가 : '06년 4,378\$ → '07년 상반기 2,818\$

<그림 1> 장르별 수출 구성비



<표 13> 2007년 상반기 장르별 프로그램 수출 단가 비교

(단위: \$)

구분	지상파	케이블/독립제작사	평균
드라마	4,249	1,387	2,818
다큐	2,656	416	1,536
애니메이션	395	8,541	4,468
오락	1,052	2,394	1,723
평균			2,636

- 애니메이션의 경우, '06년 수출비중 2.5%에 비해 '07년 상반기 16.7%로 급격하게 상승. 수출규모도 '06년 전체 2,803천\$에서 '07년 상반기 결과만 5,448.7\$로 대폭 상승하였으나, 편당 수출단가는 크게 하락('06년 6,820\$ → '07년 상반기 4,468\$) 한 것으로 추정됨
- 다큐와 오락의 비중은 전년 대비 큰 변화 없음(다 큐 : '06년 1.1% → '07년 상반기 0.8% /오락 : '06년 5.0% → '07년 상반기 5.7%)
- 장르별 수입액을 살펴보면, 드라마가 55%로 여전히 강세를 나타내고 있으며, 그 뒤를 다큐멘터리와 영화가 각각 13.6%, 13.2%를 잇고 있음.

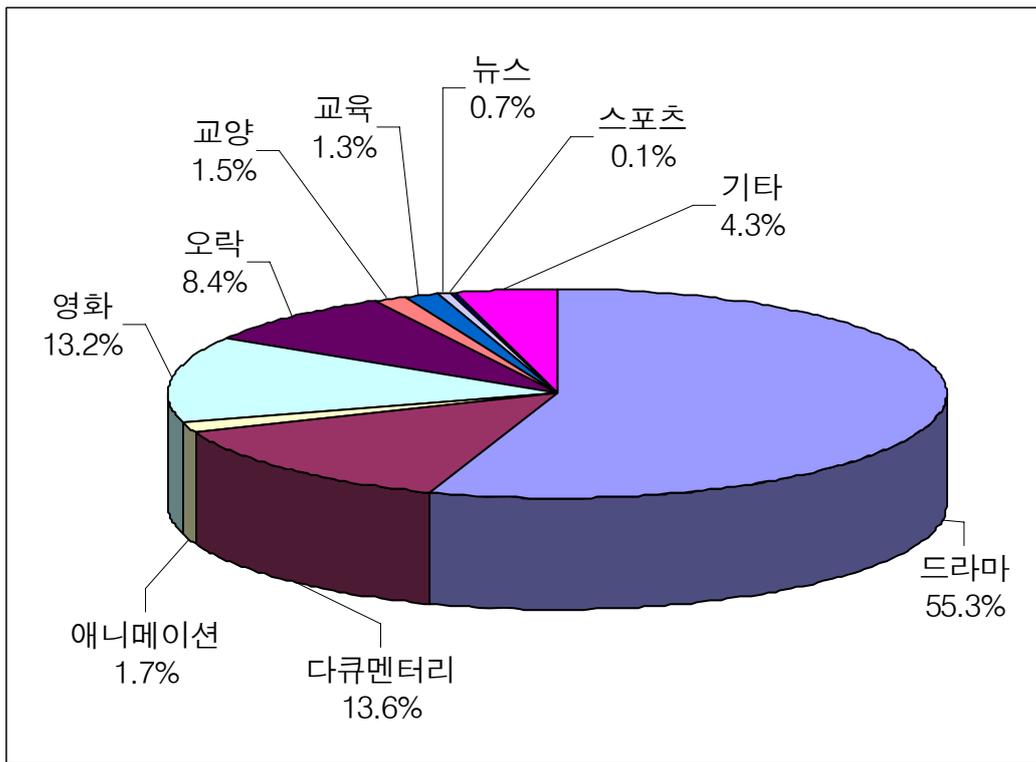
<표 14> 2007년도 상반기 장르별 방송 프로그램 수입 현황

(단위: 천\$)

장르	지상파	비율(%)	케이블/독립 제작사	비율(%)	총계	총비율(%)
드라마	780.0	46.0	4,186.5	57.6	5,012.5	55.3
다큐멘터리	610.0	36.0	584.3	8.0	1,230.3	13.6
애니메이션	73.0	4.3	78.1	1.1	155.4	1.7
영화	205.0	12.1	984.0	13.5	1,201.1	13.2
오락		0.0	761.9	10.5	761.9	8.4
교양	28.0	1.7	102.4	1.4	132.1	1.5
교육		0.0	115.8	1.6	115.8	1.3
뉴스		0.0	61.4	0.8	61.4	0.7
스포츠		0.0	11.3	0.2	11.3	0.1
기타		0.0	388.6	5.3	388.6	4.3
총계	1,696.0	100.0	7,274.3	100.0	9,070.3	100.0

- 수입의 경우, 드라마가 가장 높은 점유율(55.3%)을 차지. 다큐멘터리(13.6%)와 영화(13.2%), 오락(8.4%)이 뒤를 차지.
- '06년 수입점유율에서 영화가 가장 높은 점유율인 56.7%를 차지하고 다음으로 드라마가 24.1%였던 것과 비교할 때, 큰 변화라 할 수 있음. 이는 미국 및 해외 드라마 시리즈의 인기 상승에 의한 방송채널사용사업자의 수입량 증가에 따른 것임.

<그림 2> 장르별 수입 구성비



- 수입 단가(영화: 편당 7,623\$, 드라마: 편당 4,126\$)

<표 15> 2007년 상반기 장르별 프로그램 수입 단가 비교

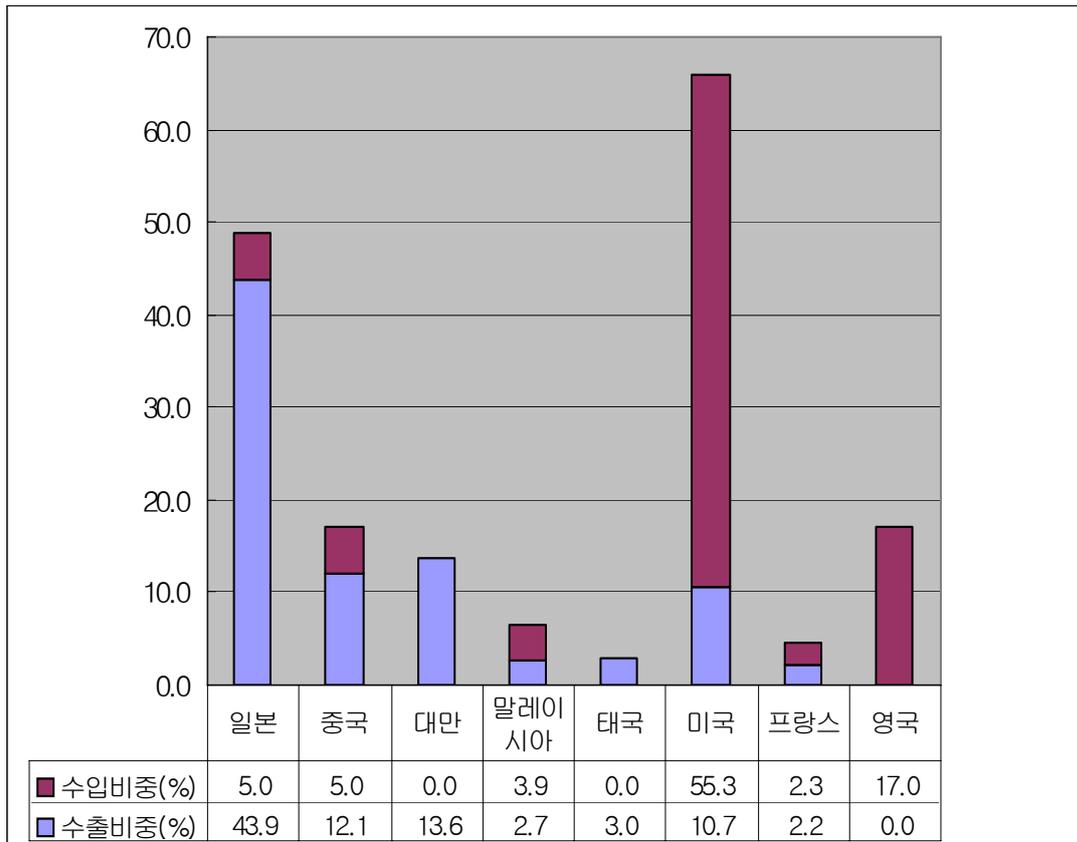
(단위: \$)

구분	지상파	케이블/독립제작사	평균
드라마	5,306	2,946	4,126
다큐	2,411	791	1,601
애니메이션	1,281	152	716
영화	13,667	1,579	7,623
오락		733	733
평균			2,960

- 국가별 수출입 현황을 살펴보면, 수출은 여전히 한류의 중심지역인 일본과 중국, 대만이 전체 프로그램 수출액의 70%를 차지하고 있으며, 수입은 미국이 55.3%로 압도적인 우위를 차지하고 있으며, 그 뒤를 영국이 17%로 잇고 있어 수입의 미국, 영국 치중 현상이 지속되고 있는 것으로 나타남.
- 수출은 '06년 83.61%로 '05년 90.1%에서 아시아지역 편중현상이 완화된 것에 비해 '07년 상반기 86.28%로 소폭 증가.
 - 수출 국가는 일본('06년 44.1% → '07년 상반기 43.85%), 대만('06년 18.1% → '07년 상반기 13.62%), 중국('06년 6.7% → '07년 상반기 12.05%), 미국(10.67%)등의 순.
 - 미국의 수출이 '06년 0.5%에서 '07년 상반기 10.67%로 대폭 상승. 애니메이션의 수출액 증가가 큰 원인으로 작용.
- 수입은 미국(55.3%), 영국(17.0%), 중국(5.0%), 일본(5.0%), 말레이시아(3.9%) 등의 순이며, 주로 드라마 시리즈와 다큐멘터리 등이 수입물이 대부분

분임.

<그림 3> 국가별 수출입 구성 비율



○ 각 국가별 2007년 상반기 수출입 통계는 다음과 같음.

<표 16> 국가별 2007년 상반기 수출입 통계

(단위: 천\$/ %)

구분	총 계				지상파방송사				케이블/독립제작사			
	수출 (편수)	비율	수입 (편수)	비율	수출	비율	수입	비율	수출	비율	수입	비율
총계	32,677 (8,864)	100.00	8,970 (6,310)	100.00	25,203 .5 (6,424)	100.00	1,696 (482)	100.00	7,473. 5 (2,440)	100.00	7,274 (5,828)	100.00
일본	14,329 (1,451)	43.85	449 (400)	5.00	12,921 (1,005)	51.27	112 (62)	6.60	1,408 (446)	18.84	337 (338)	4.63
중국	3,939 (2,465)	12.05	453 (2,104)	5.05	3,639 (2,300)	14.44			300 (165)	4.01	453 (2,104)	6.22
홍콩	771 (392)	2.36	33 (138)	0.37	600 (250)	2.38			171 (142)	2.29	33 (138)	0.46
싱가폴	440 (257)	1.35			429 (252)	1.70			11 (5)	0.15		
대만	4,452 (541)	13.62			4,432 (522)	17.58			20 (19)	0.27		
베트남	131 (174)	0.40			120 (162)	0.48			11 (12)	0.14		
말레이 시아	869 (264)	2.66	346 (159)	3.86	829 (245)	3.29			40 (19)	0.54	346 (159)	4.76
인도네 시아	97 (150)	0.30			68 (20)	0.27			29 (130)	0.39		
태국	967 (682)	2.96			906 (611)	3.60			61 (71)	0.82		
필리핀	844 (155)	2.58			844 (155)	3.35						
미얀마	112 (328)	0.34			112 (328)	0.44						
캄보디 아	42 (191)	0.13			42 (191)	0.17						
인도	10 (52)	0.03				0.00			10 (52)	0.14		
우즈베 키스탄	7 (36)	0.02			7 (36)	0.03						
이란	65 (81)	0.20			65 (81)	0.26						
터키	10 (10)	0.03			10 (10)	0.04						
요르단	21	0.06							21	0.28		

	(52)								(52)			
아시아 기타	1,088 (273)	3.33	168 (3)	1.87			168 (3)	9.91	1,088 (273)	14.55		
미국	3,488 (811)	10.67	4,964 (2,048)	55.34	10 (28)	0.04	341 (107)	20.11	3,477 (783)	46.53	4,623 (1,941)	63.56
프랑스	717 (14)	2.20	210 (94)	2.34			56 (23)	3.30	717 (14)	9.60	154 (71)	2.12
영국			1,529 (978)	17.04			376 (148)	22.17			1,153 (830)	15.85
독일	28 (1)	0.09	152 (99)	1.69			82 (23)	4.83	28 (1)	0.37	70 (76)	0.96
이탈리 아	53 (6)	0.16	28 (37)	0.31	46 (5)	0.18			7 (1)	0.10	28 (37)	0.38
스페인	16 (4)	0.05	1 (60)	0.01	9 (3)	0.04			7 (1)	0.10	1 (60)	0.01
네덜란 드			13 (12)	0.14							13 (12)	0.18
러시아	97 (984)	0.30			34 (57)	0.13			63 (227)	0.84		
크로아 티아			11 (18)	0.12							11 (18)	0.15
헝가리			6 (8)	0.07							6 (8)	0.08
체코	1 (1)								1 (1)	0.02		
유럽기 타			471 (71)	5.25			471 (71)	27.77		0.00		
브라질	79 (186)	0.24			77 (160)	0.30			3 (26)	0.03		
칠레	5 (3)	0.02			5 (3)	0.02						
호주			134 (80)	1.50			87 (44)	5.13			47 (36)	0.65
뉴질랜 드			3 (1)	0.03			3 (1)	0.18				

7. 수출입 향후 전망 및 업계 건의 사항

- 드라마가 여전히 거래량의 절대 다수를 점하고 있으나, 일본, 대만 등 선두 시장을 중심으로 예능/오락 프로그램 수요가 나타나고 있음.
- 새로운 수익원 실험대로서 일본, 베트남 등 한국드라마 포맷 판매 계약이 성사

됨.

○ 다큐멘터리 수요의 꾸준한 증가

- 드라마와 달리, 다큐멘터리에 대한 수요는 폭발적이지는 않지만 꾸준한 것으로 보임. 다만, 제작스타일과 내용측면에서 해외 시청자들에게 적합하지 않은 경우가 많아서, 아시아 위주의 소규모 방송사들 위주로 수출이 되고 있음. 이러한 추세는 별다른 변화가 없을 것으로 보임.
- 아시아 지역(홍콩, 싱가포르 등)에서 HD 다큐멘터리 프로그램에 대한 수요가 늘어나고 있음. 기획단계에서부터 해외배급을 염두에 두고 제작한다면 한국 다큐멘터리에 대한 수요도 점차 늘어날 것으로 기대함.

○ 한류의 두 주축을 이루고 있는 일본과 대만을 위시한 중화권 국가에 대한 드라마의 수요가 불안정한 상황이며, 기 판매원과 다른 차원에서 판권세일즈를 전개할 필요성 높음. 드라마 한 두 작품을 판매하는 것이 아닌, 플랫폼과 연계한 마케팅이 절실히 필요하며, 안정적인 한류의 지속을 위해 가격경쟁을 통한 배급이 아닌 다른 전략 모색이 필요함을 제안하였음.

○ 외주제작사 및 매니지먼트사의 협조 필요

- 한국 배우들이 수익성 부족을 이유로 일본 이외의 국가에서 프로모션 활동을 꺼리고, 프로모션을 위한 초상권 사용도 거부하는 경우가 많아서 바이어들의 불평이 많음.
- 외주 프로덕션이 판매하는 경우 자사 소유 개별 타이틀에 한해 지나치게 높은 가격을 요구함으로써, 시장 질서를 교란하고 한국 판매자 일반에 대한 불신을 초래하여 지속적 성장을 저해하고 있음.
- 오락 및 음악 장르의 경우, 저작권과 초상권의 강화로 연예인 매니지먼트사에서 높은 분배율을 요구하고 있어, 프로그램 진출을 통한, 한류의 유지와 강화에 높은 장애요인으로 등장하고 있음. 또한 회사별로 콘텐츠 수출에 대한 이해도가 낮아 회사 내부의 높은 매출 타겟으로 인해, 전략적 가격정책 보다는 높은 가격에 판

매하는 경향이 업체별로 짙어, 오히려 전략적 접근을 어렵게 하고 있음.

○ 합리적 가격 정책 필요

- 현재 아시아 시장에서 한국드라마 가격이 고평가되어 있어 수요 위축의 우려가 있는 바, 한국 바이어간 고가 경쟁을 지양하고 합리적인 가격 수준을 유지하여 장기적인 시장 안정 도모가 필요함. 특히, 대만은 한국 드라마 고가 판매에 반발, 자체제작 움직임이 감지됨
- 방송용 영화, 시리즈물 수입 가격은 크게 오르고 있는 추세로 대기업간의 경쟁이 단가를 올리고 있으며, 메이저급 영화와 시리즈는 모두 일부 기업이 독식하는 형태. 이런 상황이 심화될 것으로 우려됨.
- 콘텐츠 수입시 지상파를 비롯한 대기업 콘텐츠 수입업체에서 콘텐츠 구매액을 높게 측정하여 구매하고 있어 상대적으로 규모가 작은 케이블과 독립제작사에서 똑같은 콘텐츠 구매시 비용부담이 큼 .

○ 콘텐츠 판권 확인 절차 문제제기

- 콘텐츠 수출입시 콘텐츠 구매비용의 세금 지불뿐만 아니라 테이프에 대해서도 별도 세금을 지불하는 것은 이중과세라고 판단되며, 상대국가에서는 테이프 비용에 대한 세금을 지불하는 것을 이해하지 못하고 있는 실정.
- 콘텐츠 수출시 판권 소유 확인 절차가 복잡, 계약 지연 사례가 잦음.
- 콘텐츠의 경우 판권 확인을 정부 산하 단체에서 일괄 할 수 있도록 하거나 인증 제도 등을 도입하는 것을 제안.

○ 국내 방송위 편성 규제 완화의 필요성 제기

- 아시아 주요국에서 로컬 프로덕션에 대한 선호도가 높아짐에 따라, 장기적 시장 발전을 위해 일방 수출의 틀에서 벗어나 아시아 드라마 시간대 신설을 통해 호혜적 쌍방 교류 확대 필요함. 국내 낮시간 드라마/오락 편성을 암묵적 금지하는

방송위 규제를 완화하여 아시아 드라마를 방영하는 것을 제안.

○ 국가적 차원의 실질적 지원 확대

- 국가적 차원에서 지속적인 마켓 참가 지원이 필요 수출하려고 하는 각 국가의 보다 실제적인 정보가 필요함. 이러한 국가별 신규플랫폼 및 바이어에 구매 성향에 대한 보다 자세한 정보는 업체들의 수출 업무에 비용적·시간적으로 상당한 도움을 줄 것으로 보임.
- 프로그램 영문제작지원 확대를 비롯하여 신규시장 진입을 위한 스페인어, 러시아어, 아랍어 등 여러 국가 언어 더빙 제작 지원을 더욱 늘려주기를 건의하였음.