‘10 일본 한류조사 결과보고서

한류를 직접 체험하고 있는 일본 한류 팬 대상

『2010 한류 팬 수요조사 결과보고서』

2010. 07.

한국콘텐츠진흥원(일본사무소)・주식회사 안다물

목 차

Ⅰ. 설문분석에 앞서 ····· 1

Ⅱ. 『한류 전반』

1. 한류콘텐츠를 접하는 **빈도** ····· 2
2. 한류콘텐츠를 자주 이용하는 **경로** ····· 2
3. 한류를 경험하고 실제 한류상품 **구매**경험 ····· 3
4. 한류콘텐츠를 접하면서 **한글**학습 필요성 ····· 4
5. 한류콘텐츠를 접한 후 한국**방문** 의사 ····· 4
6. **모바일**로 한류콘텐츠를 이용하는 주된 **목적** ····· 5
7. 한류콘텐츠를 접하기 위해 **스마트폰** 구매의향 ····· 6
8. 한류스타 이벤트・콘서트 **요금** 적정성 ····· 6
9. 한류스타 이벤트・콘서트에서의 **물품**구매 ····· 7
10. 향후 일본에서 더욱 **발전**이 기대되는 한류분야 ····· 8

Ⅲ. 『K-Pop』

1. 가장 좋아하는 한국음악(K-Pop) **장르** ····· 9
2. **알고** 있는 한국가수 규모 ····· 9
3. 한국음악을 들을 때 **선택**기준 ····· 10
4. 한국음악 신곡은 얼마나 **자주** 듣는지 ····· 10
5. K-Pop은 주로 어떤 **방법(매체)**을 통해 듣는지 ····· 11
6. 한국가수와 일본가수의 **차이점** ····· 12
7. 한국가수가 **일본어 곡**을 내는 것에 대한 생각 ····· 12
8. 향후 일본에서 가장 **기대**되는 K-Pop아티스트 ····· 13

Ⅳ. 『한국 드라마』

1. 가장 **좋아**하는 한국 배우(탤런트) ····· 14
2. 가장 좋아하는 한국드라마 **장르** ····· 14
3. 한국드라마는 주로 어떤 **방법(매체)**을 통해 보는지 ····· 15
4. 한국드라마를 **선택**하는 기준 ····· 16
5. 한국드라마 정보를 입수하는 **경로** ····· 16
6. 현재까지 **몇 편**의 한국드라마를 보았는지 ····· 17
7. 한국드라마 이외 좋아하는 다른 **외국**드라마 ····· 18
8. 한류스타가 일본 드라마에 **출연**하는 것에 대한 생각 ····· 18

Ⅰ. 『설문분석에 앞서』

○ 「**설문분석 전제사항**」
- **응답비율**은 총 응답인원 대비 비율이 아닌 **해당 파트 총 인원대비 비율** 산출
- 소수점 이하는 **반올림**하여 일부 문항은 총합 100%와 일치하지 않을 수 있음
- **복수응답 및 주관식 질문**의 경우, 응답결과의 **단순 총합의 결과 분석**임

○ 「**설문분석의 방향**」
- 기본적인 「**분석의 틀**」은 "**총괄 분석 → 성별 → 연령별 → 직업별**"의 순
- 일부 연령대별 **별도 그룹핑(10~20대, 30~40대, 60대 이상)** 등 추가분석 적용

Q-1 「성 별(性別)」

구분	응답인원	응답비율	분석내용
남성	23명	3%	· 역시나 **여성이 96%**로 압도적인 관심과 참여를 보임 ※'09년 :「**여성 94%** : 남성 5%」
여성	685명	96%	
무응답	3명	0.4%	
계	711명	100%	-

Q-2 「연 령 별」

구분	응답인원	응답비율	분석내용
10대	54명	8%	· **30~40대**가 절반정도(56%) 차지했으나, '09년(64%)에 비해서는 **다소 축소** · 금년은 '09년에 비해 **20대 이하** 관심도가 높아진 것이 특징**(18%→30%)** · **50대 이상**은 전년의 15% 내외 유지
20대	153명	22%	
30대	193명	27%	
40대	203명	29%	
50대	95명	13%	
60대	11명	2%	
무응답	2명	0.3%	
계	711명	100%	-

Q-3 「직 업 별」

구분	응답인원	응답비율	분석내용
직장인	475명	67%	· **직장인**(프리랜서 포함)이 **압도적(67%)**이며, **주부**는 '09년 보다 **축소(32%→17%)** · 미미한 수준이지만, **학생**의 관심도가 **다소 증가(4%→8%)**한 점에 주목 ※젊은 층의 K-Pop 관심제고 등 반영
학생	60명	8%	
주부	119명	17%	
기타	50명	7%	
무응답	7명	1%	
계	711명	100%	-

Ⅱ. 『한류 전반』

Q-1 「한류콘텐츠를 접하는 빈도」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
주5회 이상	568 (80%)	14 (61%)	551 (80%)	41 (76%)	119 (78%)	157 (81%)	155 (76%)	86 (91%)	9 (82%)	389 (82%)	46 (77%)	89 (75%)	40 (80%)
주 3회	96 (14%)	6 (26%)	91 (13%)	7 (13%)	26 (17%)	26 (14%)	32 (16%)	5 (5%)	1 (9%)	61 (13%)	9 (15%)	17 (14%)	8 (16%)
주 1회	30 (4%)	2 (9%)	29 (4%)	4 (7%)	7 (5%)	6 (3%)	13 (6%)	1 (1%)	-	18 (4%)	4 (7%)	6 (5%)	2 (4%)
격주 1회	6 (1%)	-	6 (1%)	1 (2%)	-	2 (1%)	2 (1%)	1 (1%)	-	2 (0.4%)	1 (2%)	3 (3%)	-
월 1회	6 (1%)	-	6 (1%)	-	1 (1%)	2 (1%)	1 (1%)	2 (2%)	-	3 (1%)	-	3 (3%)	-
기타	5 (1%)	1 (4%)	2 (0.3%)	1 (2%)	-	-	-	-	1 (9%)	2 (0.4%)	-	1 (1%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」
· **주5회** 이상이 **압도적(80%)**으로 많아, 다수의 사람들이 어떤 형태로든 거의 **매일 한류관련 경험**을 하고 있는 것으로 보임
⇒ 일부 전문가는 이를 **한류의 '일상화·생활화'**라고 부르기도 하는데, 단순히 콘텐츠를 즐기는 것 이외에 **일상생활속에 자연스럽게 한류가 접목**되는 사례가 확산되고 있음

「파트」
· **성 별** : 남/녀 모두 **주5회 이상**이 다수이며, 특히 남성(61%)보다 **여성(80%)**이 보다 **자주, 적극적**으로 한류를 경험하고 있는 것으로 나타남
· **연령별** : 연령 구분 없이 **주5회**가 다수이며, 특히 **50대/60대**의 비율이 높았음 한편 **10대/20대**의 경험비율도 상당수준 **높아진 것**으로 보임
· **직업별** : 모두 **주5회**가 다수이며, 그 중 **회사원(82%)**의 비율이 다소 높음

Q-2 「한류콘텐츠를 자주 이용하는 경로(복수응답)」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
방송 (TV, Radio)	154 (12%)	-	154 (12%)	2 (4%)	29 (12%)	49 (12%)	44 (12%)	25 (12%)	5 (24%)	109 (12%)	6 (8%)	27 (11%)	12 (12%)
인터넷(PC)	185 (14%)	2 (9%)	182 (14%)	10 (18%)	33 (13%)	54 (13%)	50 (13%)	35 (17%)	2 (10%)	116 (13%)	10 (13%)	37 (15%)	18 (18%)
모바일	585 (44%)	9 (39%)	574 (44%)	27 (48%)	107 (43%)	189 (45%)	160 (43%)	89 (43%)	10 (48%)	402 (45%)	36 (48%)	102 (42%)	38 (38%)
DVD/CD	197 (15%)	5 (22%)	192 (15%)	8 (14%)	38 (15%)	67 (16%)	59 (16%)	23 (11%)	1 (5%)	137 (15%)	10 (13%)	34 (14%)	15 (15%)
이벤트장	79 (6%)	2 (9%)	75 (6%)	5 (9%)	17 (7%)	22 (5%)	22 (6%)	11 (5%)	-	49 (6%)	5 (7%)	16 (7%)	6 (6%)
한국관광	34 (3%)	-	34 (3%)	-	6 (2%)	12 (3%)	7 (2%)	9 (4%)	-	24 (3%)	-	7 (3%)	3 (3%)
서적	87 (7%)	-	87 (7%)	4 (7%)	14 (6%)	26 (6%)	29 (8%)	12 (6%)	2 (10%)	54 (6%)	7 (9%)	18 (7%)	7 (7%)
기타	12 (1%)	5 (22%)	7 (1%)	-	3 (1%)	5 (1%)	2 (1%)	1 (1%)	1 (5%)	8 (1%)	1 (1%)	1 (0.4%)	2 (2%)
총 응답	1,333	23	1,305	56	247	424	373	205	21	899	75	242	101

「총괄」

· 모바일(44%) > DVD/CD(15%) > 인터넷(14%) > 방송(12%)의 순으로 이용하고 있는 것으로 나타남

⇒ 본래 **모바일 콘텐츠 비즈니스가 활발**한 일본시장의 특성이 반영된 점도 있고, 최근 다양한 **모바일 디바이스 등장**으로 이에 대한 기대감 등이 반영된 결과로도 볼 수 있으나,

⇒ 본 조사대상이 **모바일 회원**인 점이 조사결과의 **결정적인 편향성**이 반영된 것으로 보여 별도의 조사를 실시한다면 이와는 **다른 결과가 예상될 가능성이 높다고** 볼 수 있음

※**'09년 조사결과 : 「TV시청 > DVD 구입/렌털 > 모바일 > 인터넷」의 순**

「파트」

· **성 별** : 남/녀 모두 **모바일**이 다수. 상대적으로 **여성**은 모바일(+5%), **남성**은 DVD/CD(+7)의 비율이 높고, 한편 **여성은 다수 매체 이용경향**이 있음

· **연령별** : 연령별 차이 없이 **총괄분석과 동일한 순서**를 보이고 있으나, **10대/50대는** DVD/CD보다 **인터넷 이용 빈도**가 다소 높음

· **직업별** : 직업군별 순서의 차이는 없으며, 다만, **회사원/주부**는 **다수 매체 이용경향**을 보임

Q-3 「한류를 경험하고 실제 한류상품 구매경험(복수응답)」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
문화상품 (DVD,CD)	572 (34%)	7 (33%)	561 (33%)	21 (28%)	109 (34%)	176 (34%)	162 (33%)	898 (34%)	10 (36%)	387 (34%)	30 (30%)	104 (31%)	438 (37%)
한국관광	168 (10%)	2 (10%)	166 (10%)	8 (11%)	32 (10%)	49 (10%)	50 (10%)	26 (10%)	3 (11%)	107 (9%)	11 (11%)	36 (11%)	14 (12%)
음식/식품	382 (22%)	6 (29%)	373 (22%)	16 (22%)	69 (21%)	114 (22%)	121 (25%)	54 (21%)	5 (18%)	253 (22%)	24 (24%)	74 (22%)	25 (22%)
한국어학습	271 (16%)	3 (14%)	266 (16%)	13 (18%)	57 (18%)	76 (14%)	72 (15%)	46 (18%)	5 (18%)	186 (16%)	16 (16%)	54 (16%)	11 (10%)
화장품	243 (14%)	1 (5%)	241 (14%)	13 (18%)	44 (14%)	83 (16%)	62 (13%)	35 (13%)	5 (18%)	156 (14%)	14 (14%)	53 (16%)	17 (15%)
기타	74 (4%)	2 (10%)	72 (4%)	3 (4%)	12 (4%)	28 (5%)	19 (4%)	12 (5%)	-	47 (4%)	6 (6%)	15 (5%)	6 (5%)
총 응답	1,710	21	1,679	74	323	526	486	262	28	1,136	101	336	116

「총괄」

· 문화상품(DVD/CD)(34%) > 음식(22%) > 한국어(16%) > 화장품(14%) > 관광(10%) 등의 순으로 **다양한 상품을 구매**하는 것으로 나타남

※**'09년 조사결과 : 「문화상품 > 음식 > 한국어 > 화장품」의 순으로 '동일한 결과'**

「파트」

· **성 별** : 남/녀 모두 **동일한 순서**를 보이며, 상대적으로 **남성은 한국음식, 여성은 화장품** 비율이 상대적으로 다소 높은 것으로 나타남

※**'09년 조사결과 : 남성(문화상품 > 한국어), 여성(문화상품 > 음식)**

· **연령별** : 연령별 **공히 유사한 순서**이나, **10대/20대 및 50대/60대**의 **한국어 학습**, **10/60대**의 **화장품**의 비율이 상대적으로 다소 높음

· **직업별** : 직업별로도 큰 차이 없이 **동일한 순서**로 구매하고 있음

Q-4 「한류콘텐츠를 접하면서 한글학습 필요성」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
절실/공부 중	318 (45%)	9 (39%)	308 (45%)	29 (54%)	83 (54%)	90 (47%)	76 (37%)	23 (24%)	2 (18%)	207 (44%)	35 (58%)	38 (32%)	27 (54%)
필요인식/학습계획	218 (31%)	9 (39%)	208 (30%)	21 (39%)	48 (31%)	57 (30%)	60 (30%)	21 (22%)	3 (27%)	147 (31%)	22 (37%)	35 (30%)	10 (20%)
어느 쪽도 아니다	78 (11%)	4 (17%)	71 (10%)	3 (6%)	9 (6%)	10 (5%)	42 (21%)	21 (22%)	2 (18%)	56 (12%)	2 (3%)	18 (15%)	6 (12%)
필요인식/학습불필요	75 (11%)	1 (4%)	76 (11%)	1 (2%)	13 (9%)	26 (14%)	16 (8%)	28 (30%)	2 (18%)	52 (11%)	1 (2%)	22 (19%)	4 (8%)
필요 없다	16 (2%)	-	16 (2%)	-	-	7 (4%)	8 (4%)	2 (2%)	2 (18%)	9 (2%)	-	5 (4%)	3 (6%)
무효응답	6 (1%)	-	6 (1%)	-	-	3 (2%)	1 (1%)	-	-	4 (1%)	-	1 (1%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 다수(76%)가 학습 필요성을 인식하고 있으며, 현재 '**학습 중**'이 **45%** 수준

⇒ 자막/더빙보다 **한글 자체의 콘텐츠 전달매력**을 보다 느끼고 있는 경향 반영

「파트」

· **성 별** : 남/녀 **모두 70%** 이상 한글학습의 **필요성 인식**하고 있음 소수지만 남성(4%)보다 **여성(13%)이 불필요**하다고 응답함

· **연령별** : **10대/20대**가 가장 높고, **50대/60대**가 가장 낮게 필요성을 인식함 특히 실제 **적극적으로 학습**하는 계층은 **10대/20대**(50% 이상)

· **직업별** : **학생(95%)** > 회사원(75%) > 주부(62%)의 순으로 필요성을 인식함 특히 **학생(58%)**이 가장 적극적으로 **현재 한글학습**을 받는 것으로 응답

Q-5 「한류콘텐츠를 접한 후 한국방문 의사」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
방문한 적 있다	252 (35%)	9 (39%)	243 (36%)	9 (17%)	63 (41%)	69 (36%)	65 (32%)	36 (38%)	4 (36%)	178 (38%)	20 (33%)	36 (30%)	18 (36%)
가고 싶고 여행계획	76 (11%)	-	75 (11%)	18 (33%)	34 (22%)	18 (10%)	11 (5%)	4 (4%)	-	49 (10%)	12 (20%)	11 (9%)	5 (10%)
기회가 되면 한다	360 (51%)	14 (61%)	345 (51%)	27 (50%)	51 (33%)	106 (55%)	121 (60%)	48 (51%)	7 (64%)	238 (50%)	24 (40%)	66 (56%)	24 (48%)
어느 쪽도 아니다	12 (2%)	-	12 (2%)	-	2 (1%)	-	4 (2%)	4 (4%)	-	10 (2%)	-	-	3 (6%)
가고 싶지 않다	5 (1%)	-	5 (1%)	-	-	-	2 (1%)	2 (2%)	-	-	-	4 (3%)	-
무효응답	6 (1%)	-	5 (1%)	-	3 (2%)	-	-	1 (1%)	-	-	4 (7%)	2 (2%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 응답자 **다수(97%)**가 한국방문(관광)의 의사를 표명(**※실제관광 35%**)
⇒ 그럼에도, <II-3. 한류상품 구매> 결과에서 보듯, 실제 관광까지 연계시키는 것이 과제

「파트」

· **성 별** : 남/녀 모두 **적극적인 의사**를 표명하고 있으며, **30% 내외** 실제 관광경험이 있는 것으로 나타남
· **연령별** : **20대 > 50대/60대 > 30대/40대**의 순으로 높고, 10대가 가장 낮음
⇒ 10대의 경우는 당연한 결과로, 자체 경제력이 없고 학업에 전념해야 하는 상황이 반영
⇒ 실제 관광실행이 활발한 **20대는 콘서트/이벤트** 관광, **50대/60대**는 **팬클럽** 활동이 많음
· **직업별** : 모두 **90%이상** 적극적 의사를 갖고 있으며, **회사원**의 실제 관광 연계성(38%)이 높은 것으로 나타남

Q-6 「모바일로 한류콘텐츠를 이용하는 주된 목적(복수응답)」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
한류뉴스 (기사/사진)	**487 (28%)**	13 (22%)	471 (28%)	37 (26%)	101 (27%)	135 (28%)	133 (27%)	71 (32%)	8 (29%)	325 (28%)	41 (28%)	83 (28%)	32 (27%)
동영상 한류뉴스	**99 (6%)**	4 (7%)	95 (6%)	9 (6%)	22 (6%)	26 (5%)	31 (6%)	11 (5%)	1 (4%)	61 (5%)	9 (6%)	20 (7%)	7 (6%)
드라마/영화 사진	**209 (12%)**	6 (10%)	203 (12%)	16 (11%)	40 (11%)	62 (13%)	60 (12%)	29 (13%)	3 (11%)	146 (13%)	15 (10%)	35 (12%)	12 (10%)
드라마/영화 동영상	**84 (5%)**	3 (5%)	81 (5%)	7 (5%)	20 (5%)	23 (5%)	24 (5%)	8 (4%)	2 (7%)	58 (5%)	6 (4%)	13 (4%)	6 (5%)
음악 다운로드	**368 (21%)**	16 (28%)	349 (21%)	33 (23%)	80 (22%)	96 (20%)	108 (22%)	41 (18%)	7 (25%)	246 (21%)	34 (23%)	56 (19%)	27 (23%)
음악 동영상	**86 (5%)**	2 (3%)	83 (5%)	10 (7%)	19 (5%)	26 (5%)	23 (5%)	7 (3%)	-	57 (5%)	10 (7%)	14 (5%)	4 (3%)
커뮤니티 (팬클럽)	**25 (1%)**	1 (2%)	24 (1%)	3 (2%)	6 (2%)	9 (2%)	4 (1%)	3 (1%)	1 (4%)	15 (1%)	4 (3%)	4 (1%)	2 (2%)
정보(이벤트/앨범/드라마)	**194 (11%)**	6 (10%)	186 (11%)	12 (9%)	41 (11%)	57 (12%)	50 (10%)	29 (13%)	4 (14%)	130 (11%)	11 (8%)	34 (12%)	15 (13%)
한국정보 (관광/음식)	**161 (9%)**	6 (10%)	153 (9%)	13 (9%)	36 (10%)	44 (9%)	46 (9%)	19 (9%)	2 (7%)	104 (9%)	14 (10%)	31 (11%)	10 (9%)
기타	**28 (2%)**	1 (2%)	27 (2%)	2 (1%)	6 (2%)	8 (2%)	8 (2%)	5 (2%)	-	19 (2%)	2 (1%)	5 (2%)	2 (2%)
총 응답	**1,741**	58	1,672	142	371	486	487	223	28	1,161	146	295	117

「총괄」

· **한류뉴스(28%)** > 음악 다운로드(21%) > 사진(12%)의 순으로 응답함
⇒ 조사실행기업이 모바일 한류콘텐츠 서비스회사로서, 관련정보 수집 및 분석차원 실행

「파트」

· **성별** : 모바일에서 주로 이용하는 한류콘텐츠에 성별간 뚜렷한 차이는 없음.
· **연령별** : 연령별 **응답결과의 큰 차이를 보이지 않고** 총괄 응답결과와 유사
⇒ 음악 다운로드는 **유료서비스**임에도 자신이 좋아하는 음악을 **실제 구매하는 점에 주목**
· **직업별** : 회사원, 학생, 주부 등 응답결과의 큰 차이 없이 **유사한 응답결과**를 보임

Q-7 「한류콘텐츠를 접하기 위해 향후 스마트폰 구매의향」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
곧 구매 예정	**23 (3%)**	1 (4%)	22 (3%)	2 (4%)	8 (5%)	6 (3%)	4 (2%)	2 (2%)	1 (9%)	14 (3%)	4 (7%)	2 (2%)	1 (2%)
구매 검토 중	**133 (19%)**	8 (35%)	124 (18%)	13 (24%)	26 (17%)	38 (20%)	37 (18%)	17 (18%)	2 (18%)	89 (19%)	14 (23%)	18 (15%)	11 (22%)
잘 모르겠다	**212 (30%)**	5 (22%)	206 (30%)	17 (32%)	42 (28%)	59 (31%)	60 (30%)	30 (32%)	4 (36%)	141 (30%)	19 (32%)	35 (29%)	16 (32%)
당분간 의향 없음	**267 (38%)**	7 (30%)	260 (38%)	12 (22%)	61 (40%)	68 (35%)	84 (41%)	38 (40%)	3 (27%)	186 (39%)	14 (23%)	52 (44%)	15 (30%)
2-3년 내 의향 없음	**71 (10%)**	2 (9%)	69 (10%)	8 (15%)	16 (11%)	21 (11%)	17 (8%)	7 (7%)	1 (10%)	43 (9%)	8 (13%)	12 (10%)	7 (14%)
무호응답	**5 (1%)**	-	4 (1%)	2 (4%)	-	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	-	2 (0.4%)	1 (2%)	-	-
총 응답	**711**	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

[최근 이슈가 되고 있는 '스마트폰'을 통한 향후 한류콘텐츠 연계 가능성 조사차원]
· 구매의사(22%)보다는 **비 구매의사(48%)**가 많았고, 관망의견도 존재(30%)

「파트」

· **성 별** : 여성(21%)보다 **남성(39%)**의 구매의사가 높았음
· **연령별** : 연령별 공히 **비 구매의사**가 높았으며, 구매의사는 **평균 20%** 내외
· **직업별** : 대상별 공히 **비 구매의사**가 높았으며, 구매의사의 경우 **학생(30%)** > 회사원(22%) > 주부(17%)의 순으로 나타남

Q-8 「한류스타 이벤트·콘서트 요금 적정성」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
매우 비싸다	**78 (11%)**	3 (13%)	75 (11%)	6 (11%)	18 (12%)	21 (11%)	23 (11%)	10 (11%)	-	57 (12%)	4 (7%)	10 (8%)	7 (14%)
비싸다	**339 (48%)**	8 (35%)	329 (48%)	27 (50%)	73 (48%)	89 (46%)	97 (48%)	47 (50%)	7 (64%)	227 (48%)	36 (60%)	54 (45%)	21 (42%)
적당하다	**140 (20%)**	3 (13%)	136 (20%)	7 (13%)	26 (17%)	43 (22%)	38 (19%)	21 (22%)	2 (18%)	97 (20%)	7 (13%)	24 (20%)	10 (20%)
싸다	**3 (0.4%)**	-	3 (0.4%)	-	-	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	-	2 (0.4%)	-	-	1 (2%)
매우 싸다	**2 (0.3%)**	-	2 (0.3%)	-	1 (1%)	1 (1%)	-	-	-	1 (0.2%)	-	-	1 (2%)
참가한 적 없어 모른다	**144 (20%)**	8 (35%)	137 (20%)	14 (26%)	33 (22%)	38 (20%)	42 (21%)	16 (17%)	2 (18%)	88 (19%)	13 (22%)	31 (26%)	10 (20%)
무호응답	**5 (1%)**	1 (4%)	3 (0.4%)	-	2 (1%)	-	2 (1%)	-	-	3 (1%)	-	-	-
총 응답	**711**	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

[통상 이벤트/콘서트 요금 : 7,000~10,000엔 범위 (※공연시간 : 1.5~2.5Hr)]

· **비싸다**는 의견이 **다수(59%)**이며, 적당하다는 20% 수준

⇒ 과거 맹목적인 팬 적 입장에서 가격불문 참가하는 행태가 많이 변화되는 경향

⇒ 최근 일부 상업적 목적에 치중한 졸속/무성의한 행사로 인한 한류 악영향의 우려도 있음

「파트」

· **성 별** : 남성보다 **여성의 참여가 더 많아** 다양한 의견이 존재하는데, 특히 **반수이상(59%)**이 비싸다는 의견 제시

· **연령별** : 연령별 공히 **평균 60% 내외**가 비싸다는 의견 제시

· **직업별** : **학생(67%)** > 회사원(60%) > 주부(53%)의 순으로 비싸다고 응답

Q-9 「한류스타 이벤트·콘서트에서의 물품구매 관련」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
구입했다	367 (52%)	10 (44%)	356 (52%)	31 (57%)	80 (52%)	89 (46%)	102 (50%)	61 (64%)	6 (55%)	252 (53%)	35 (58%)	50 (42%)	27 (54%)
물품관심 없다	40 (6%)	2 (9%)	38 (6%)	1 (2%)	15 (10%)	11 (6%)	9 (4%)	1 (1%)	1 (9%)	26 (6%)	3 (5%)	11 (9%)	-
비싸서 안 샀다	26 (4%)	2 (9%)	24 (4%)	3 (6%)	7 (5%)	7 (4%)	8 (4%)	-	1 (9%)	18 (4%)	3 (5%)	5 (4%)	-
질이 나빠 안 샀다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
필요 없어 안 샀다	55 (8%)	-	54 (8%)	1 (2%)	9 (6%)	18 (9%)	14 (7%)	9 (10%)	2 (18%)	36 (8%)	3 (5%)	13 (11%)	2 (4%)
기타	215 (30%)	9 (39%)	206 (30%)	17 (32%)	39 (26%)	65 (34%)	68 (34%)	24 (25%)	1 (9%)	137 (29%)	16 (27%)	39 (33%)	21 (42%)
무효응답	8 (1%)	-	7 (1%)	1 (2%)	3 (2%)	3 (2%)	2 (1%)	-	-	6 (1%)	-	1 (1%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

[이벤트/콘서트 판매물품 : 스타용품, 형광봉, 티셔츠, 브로마이드 등]

· 참가자의 **반수 정도(52%)**가 구매하는 것으로 나타남

⇒ 높은 개런티 등으로 입장수입 이외 관련 상품 판매 등으로 수익을 추구하는 경향이 일반적

· 다행인 점은, 구매하지 않는 사유에 판매상품의 **질이 낮다는 의견이 전혀 없었**다는 점

「파트」

· **성 별** : 남성(44%)보다 **여성(52%)**이 보다 더 구입을 많이 하는 것으로 응답

· **연령별** : **50대/60대**(평균 60%내외) > **10대/20대**(평균 50% 내외)의 순으로 구매하고 있으며, **30대가 가장 낮은 수준(46%)**

· **직업별** : **학생(58%)** > 회사원(53%) > 주부(42%)의 순으로 구매

Q-10 「향후 일본에서 더욱 발전할 것으로 기대되는 한류분야」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
K-Pop	427 (60%)	13 (57%)	413 (60%)	50 (93%)	109 (71%)	112 (58%)	112 (55%)	48 (51%)	2 (18%)	297 (63%)	52 (87%)	54 (45%)	28 (56%)
드라마	195 (27%)	6 (26%)	188 (27%)	3 (6%)	31 (20%)	51 (26%)	62 (31%)	36 (38%)	8 (73%)	129 (27%)	7 (12%)	41 (35%)	12 (24%)
영화	19 (3%)	2 (9%)	18 (3%)	1 (2%)	1 (1%)	4 (2%)	6 (3%)	5 (5%)	1 (9%)	9 (2%)	-	6 (5%)	3 (6%)
한국음식	24 (3%)	-	24 (4%)	-	6 (4%)	9 (5%)	7 (3%)	2 (2%)	-	15 (3%)	-	5 (4%)	4 (8%)-
한국관광	12 (2%)	-	12 (2%)	-	-	5 (3%)	3 (2%)	3 (3%)	-	7 (2%)	-	5 (4%)	-
한글교육	22 (3%)	2 (9%)	21 (3%)	-	5 (3%)	8 (4%)	9 (4%)	-	-	11 (2%)	1 (2%)	8 (7%)	1 (2%)-
기타	6 (1%)	-	6 (1%)	-	1 (1%)	3 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	-	4 (1%)	-	-	2 (4%)
무효응답	6 (1%)	-	3 (0.4%)	-	-	1 (1%)	3 (2%)	-	-	3 (1%)	-	-	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· **K-Pop(60%) > 드라마(27%)**의 순으로 집중화된 응답결과를 보임

⇒ 일본 내 드라마의 영향도 상당수준인 바, 모바일 조사로 인해 일반적인 의견회신보다는 모바일 특성이 반영된 응답결과로 인한 조사결과의 한계가 다소 반영됨

※'09년 '한류'라는 말을 듣고 가장 먼저 떠오르는 이미지 조사결과, 「드라마 > 한류스타 > K-Pop」의 순으로 응답

「파트」

· **성 별** : 남녀 구분 없이 **총괄 의견과 유사한 결과**를 보임

· **연령별**

√타 연령층에 비해 **10대(93%)/20대(71%)**의 **K-Pop** 지지응답이 압도적

√이에 반해, **50대/(특히)60대**의 경우에는 **드라마**의 지지응답이 높았음

⇒ 일반론적인 연령별 특성이 반영된 결과(젊은층 이동/음악, 노년층 안정/드라마)

· **직업별** : **학생(87%)** > 회사원(63%) > 주부(45%)의 순으로 K-Pop에 대한 지지응답을 나타남

Ⅲ. 『K-Pop』

Q-1 「가장 좋아하는 한국음악(K-Pop) 장르」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
발라드	306 (43%)	13 (57%)	288 (42%)	13 (24%)	45 (30%)	87 (45%)	120 (59%)	56 (59%)	4 (36%)	219 (46%)	13 (22%)	56 (47%)	23 (46%)
댄스	144 (20%)	2 (9%)	146 (21%)	20 (37%)	41 (27%)	33 (17%)	28 (14%)	9 (10%)	-	92 (19%)	23 (38%)	20 (17%)	3 (6%)
트로트	10 (1%)	-	10 (2%)	-	1 (1%)	2 (1%)	3 (2%)	5 (5%)	-	5 (1%)	-	4 (3%)	2 (4%)
힙합	162 (23%)	4 (17%)	159 (23%)	18 (33%)	45 (29%)	44 (23%)	31 (15%)	12 (13%)	2 (18%)	97 (20%)	21 (35%)	23 (19%)	14 (28%)
락	10 (1%)	2 (9%)	7 (1%)	-	-	5 (3%)	2 (1%)	2 (2%)	2 (18%)	9 (2%)	-	2 (2%)	-
기타	70 (10%)	2 (9%)	69 (10%)	3 (6%)	17 (11%)	20 (10%)	19 (9%)	9 (10%)	3 (27%)	52 (11%)	2 (3%)	14 (12%)	6 (12%)
무효응답	9 (1%)	-	6 (1%)	-	4 (3%)	2 (1%)	-	2 (2%)	-	1 (0.2%)	1 (2%)	-	2 (4%)
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 발라드(43%) > 힙합(23%) > 댄스(20%)의 순으로, **힙합**의 성장에 주목

※'09년 조사결과 : 「발라드(60%) > 댄스(16%) > 힙합(13%)」의 순

「파트」

· **성 별** : 남성(44%)보다 **여성(52%)**이 보다 더 구입을 많이 하는 것으로 응답

· **연령별** : **10대(댄스)**를 제외하고는 모두 **발라드**를 선호하며, 특히 **40대/50대**의 선호가 가장 높은 수준으로 나타남

· **직업별** : **주부/회사원**은 **발라드**, **학생**은 **댄스**를 선호하는 것으로 나타남

Q-2 「알고 있는 한국가수 규모」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
1-2명(팀)	53 (8%)	-	55 (8%)	5 (9%)	8 (5%)	21 (11%)	13 (6%)	-	1 (9%)	43 (9%)	7 (12%)	-	-
5명(팀) 내외	276 (39%)	13 (57%)	254 (37%)	19 (35%)	38 (25%)	54 (28%)	140 (69%)	47 (50%)	4 (36%)	151 (32%)	20 (33%)	104 (87%)	10 (20%)
10명(팀) 내외	191 (27%)	5 (22%)	188 (27%)	5 (9%)	77 (50%)	54 (28%)	25 (12%)	-	4 (36%)	151 (32%)	7 (12%)	15 (13%)	20 (40%)
20명(팀) 이상	181 (26%)	5 (22%)	177 (26%)	25 (46%)	30 (20%)	54 (28%)	25 (12%)	48 (51%)	2 (18%)	119 (25%)	26 (43%)	-	20 (40%)
무효응답	10 (1%)	-	11 (2%)	-	-	10 (5%)	-	-	-	11 (2%)	-	-	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 5명(팀) 내외가 가장 많았으며(39%), 10명(팀)이상도 다수(53%) 나타남

「파트」

· **성 별** : **남성**은 **5명(팀)** 내외(57%), **여성**은 **최소 10명(팀)** 이상(53%) 알고 있는 것으로 나타나 **여성의 관심도**가 높음을 알 수 있음

· **연령별** : **10대/20대**가 **최소 10명(팀)**이상, **40대 이상**은 **5명(팀) 내외**

· **직업별** : **학생**은 **20명(팀)** 이상(43%), **회사원**은 **10명(팀)** 이상(55%), **주부**는 **5명(팀)** 이상 알고 있는 것으로 나타남

Q-3 「한국음악을 들을 때 선택기준」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
가수	349 (49%)	6 (26%)	343 (50%)	39 (72%)	96 (63%)	92 (48%)	72 (36%)	42 (44%)	4 (36%)	233 (49%)	41 (68%)	50 (42%)	20 (40%)
음악장르	26 (4%)	2 (9%)	23 (3%)	2 (4%)	7 (5%)	1 (1%)	13 (6%)	2 (2%)	-	18 (4%)	2 (3%)	2 (2%)	2 (4%)
한국 내 인기여부	57 (8%)	3 (13%)	52 (8%)	5 (9%)	13 (9%)	22 (11%)	9 (4%)	8 (8%)	1 (9%)	36 (8%)	6 (10%)	12 (10%)	2 (4%)
드라마 주제가	250 (35%)	12 (52%)	238 (35%)	8 (15%)	28 (18%)	68 (35%)	103 (51%)	41 (43%)	6 (55%)	172 (36%)	10 (17%)	51 (43%)	19 (38%)
기타	22 (3%)	-	22 (3%)	-	7 (5%)	7 (4%)	6 (3%)	2 (2%)	-	11 (2%)	1 (2%)	4 (3%)	4 (8%)
무효응답	7 (1%)	-	7 (1%)	-	2 (1%)	3 (2%)	-	-	-	5 (1%)	-	-	3 (6%)
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 가수(49%)가 가장 중요기준이며, **드라마주제가(35%)**도 높은 응답을 보임

「파트」

· **성 별** : **여성**은 **가수(50%)**, **남성**은 **드라마주제가(52%)**가 압도적인 응답

· **연령별** : **10대~30대**는 **가수**(특히 10/20대 압도적), **40대 이상**은 **드라마주제가** 응답

· **직업별** : **학생**은 압도적 **가수**(68%), **회사원**도 가수(49%), 주부는 양쪽 모두

Q-4 「한국음악 신곡은 얼마나 자주 듣는지」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
수시 확인 후	299 (42%)	9 (39%)	291 (43%)	34 (63%)	66 (43%)	84 (44%)	77 (38%)	34 (36%)	2 (18%)	182 (38%)	34 (57%)	56 (47%)	20 (40%)
1달 5곡 이상	52 (7%)	1 (4%)	51 (7%)	4 (7%)	17 (11%)	8 (4%)	11 (5%)	5 (5%)	4 (36%)	28 (6%)	7 (12%)	12 (10%)	3 (6%)
1달 2~3곡	212 (30%)	9 (39%)	201 (29%)	13 (24%)	45 (29%)	57 (30%)	60 (30%)	36 (38%)	2 (18%)	150 (32%)	14 (23%)	32 (27%)	15 (30%)
신곡에 무 감각	142 (20%)	4 (17%)	137 (20%)	3 (6%)	24 (16%)	44 (23%)	54 (27%)	18 (19%)	3 (27%)	110 (23%)	5 (8%)	19 (16%)	10 (20%)
무효응답	6 (1%)	-	5 (1%)	-	1 (1%)	-	1 (1%)	2 (2%)	-	5 (1%)	-	-	2 (4%)
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 수시(42%) > 1달 2-3곡(30%)의 순이며, 신곡에 무감각도 일부(20%)

「파트」

· **성 별** : 근소하게 **여성이 남성보다** 최신 곡에 대한 관심을 열어두고 있어 보임
· **연령별** : 10대(63%)의 최신 곡에 대한 관심도가 가장 높았으며, 타 연령층은 **평균 30~40%** 내외 관심도를 보임
· **직업별** : **학생(57%)** > 주부(47%) > 회사원(38%)의 순으로 관심도를 보임
⇒ 주부의 경우, 여유시간을 활용하여 지속적인 관심을 표명하고 있는 것으로 판단

Q-5 「K-Pop은 주로 어떤 방법(매체)을 통해서 듣는지」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
방송 (TV,라디오)	134 (19%)	2 (9%)	132 (19%)	4 (7%)	19 (12%)	39 (20%)	40 (20%)	29 (31%)	3 (27%)	88 (19%)	4 (7%)	30 (25%)	10 (20%)
인터넷 (PC)	91 (13%)	2 (9%)	89 (13%)	15 (28%)	32 (21%)	20 (10%)	17 (8%)	6 (6%)	1 (9%)	50 (11%)	19 (32%)	16 (13%)	5 (10%)
모바일	85 (12%)	4 (17%)	81 (12%)	2 (4%)	17 (11%)	28 (15%)	29 (14%)	8 (8%)	1 (9%)	62 (13%)	2 (3%)	11 (9%)	9 (18%)
CD/음반	193 (27%)	5 (22%)	187 (27%)	10 (19%)	37 (24%)	52 (27%)	59 (29%)	31 (33%)	3 (27%)	139 (29%)	9 (15%)	32 (27%)	11 (22%)
휴대용 Player	161 (23%)	7 (30%)	155 (23%)	20 (37%)	39 (26%)	43 (22%)	43 (21%)	14 (15%)	2 (18%)	105 (22%)	22 (37%)	23 (19%)	11 (22%)
공연 등 현장	4 (1%)	-	4 (1%)	-	1 (1%)	1 (1%)	-	1 (1%)	1 (9%)	2 (0.4%)	-	1 (1%)	1 (2%)
기타	36 (5%)	2 (9%)	34 (5%)	2 (4%)	7 (5%)	7 (4%)	14 (7%)	5 (5%)	-	25 (5%)	3 (5%)	5 (4%)	3 (6%)
무호응답	7 (1%)	1 (4%)	3 (0.4%)	1 (2%)	1 (1%)	3 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	-	4 (1%)	1 (2%)	1 (1%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· CD/음반(27%) > 휴대용 Player(23%) > 방송(19%) > 인터넷(13%) > 모바일(12%)의 순이며, 다양한 매체를 이용해서 체험하고 있는 것으로 나타남
※'09년 조사결과 : 「모바일(43%) > CD/음반(30%) > 방송(16%)」의 순

「파트」

· **성 별** : **여성**은 총괄응답과 동일한 「**CD/음반>휴대용 Player>방송**」의 순이나, **남성**은 「**휴대용 Player>CD/음반>모바일**」의 순으로 차이
· **연령별** : **10대/20대**가 「**휴대용 Player>인터넷**」의 순인 점이 특별하며, 30대이상은 총괄응답과 동일(단, **50대 이상은 방송**을 상당부분 이용)
· **직업별** : 회사원은 「**CD/음반>휴대용 Player**」, 학생은 「**휴대용 Player>인터넷**」, 주부는 「**CD/음반>방송**」의 순으로 이용

Q-6 「한국가수와 일본가수의 가장 큰 차이점」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
가창력	419 (59%)	14 (61%)	402 (59%)	28 (52%)	83 (54%)	129 (67%)	121 (60%)	53 (56%)	9 (82%)	272 (57%)	32 (53%)	82 (69%)	33 (66%)
외모	27 (4%)	-	28 (4%)	2 (4%)	10 (7%)	11 (6%)	3 (2%)	-	-	15 (3%)	2 (3%)	6 (5%)	5 (10%)
무대 매너	21 (3%)	-	21 (3%)	1 (2%)	6 (4%)	5 (3%)	5 (3%)	5 (5%)	-	19 (4%)	-	2 (2%)	-
퍼포먼스	124 (17%)	2 (9%)	124 (18%)	16 (30%)	26 (17%)	27 (14%)	22 (16%)	14 (15%)	-	82 (17%)	19 (32%)	14 (12%)	3 (6%)
팬클럽 활동	40 (6%)	1 (4%)	40 (6%)	1 (2%)	8 (5%)	7 (4%)	17 (8%)	9 (10%)	-	30 (6%)	1 (2%)	9 (8%)	2 (4%)
노래 장르	74 (10%)	6 (26%)	64 (9%)	5 (9%)	19 (12%)	13 (7%)	21 (10%)	14 (15%)	2 (18%)	53 (11%)	6 (10%)	6 (5%)	7 (14%)
무호응답	6 (1%)	-	6 (1%)	1 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	3 (2%)	-	-	4 (1%)	-	-	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 가창력(59%)이 가장 큰 차이라고 응답하였으며, 일부 **퍼포먼스(17%)** > **노래장르(10%)**의 순으로 응답함

「파트」

· **성 별** : 남녀 **모두 가창력**을 1순위로 제시한 점은 동일하나, 2순위에서는 **남성**은 노래장르, **여성**은 퍼포먼스로 제시(특히 **여성은 다각적 응답**)
· **연령별** : 총괄응답과 순서의 차이는 거의 없으나, **2순위**에 있어서 **저 연령**일수록 **퍼포먼스**, **고 연령**일수록 **노래장르**로 선택하는 경향
· **직업별** : 총괄응답과 순서의 차이는 거의 없으나, **2순위**에 있어서 **학생**은 **퍼포먼스**, **회사원**은 **노래장르**로 선택하는 경향

Q-7 「한국가수가 일본어 곡을 내는 것에 대한 생각」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
필요성을 못 느낀다	235 (33%)	10 (44%)	224 (33%)	16 (30%)	41 (27%)	67 (35%)	83 (41%)	26 (27%)	3 (27%)	154 (32%)	18 (30%)	46 (39%)	15 (30%)
한국 곡 중심 일본 곡 삽입	230 (32%)	7 (30%)	222 (32%)	21 (39%)	48 (31%)	63 (33%)	55 (27%)	40 (42%)	2 (18%)	148 (31%)	24 (40%)	38 (32%)	15 (30%)
언어는 상관없다	210 (30%)	5 (22%)	204 (30%)	12 (22%)	56 (37%)	58 (30%)	53 (26%)	24 (25%)	6 (55%)	153 (32%)	12 (20%)	28 (24%)	18 (36%)
일본 곡 중심 한국 곡 삽입	15 (2%)	-	15 (2%)	2 (4%)	4 (3%)	2 (1%)	6 (3%)	-	-	8 (2%)	2 (3%)	3 (3%)	1 (2%)
일본 곡 희망	13 (2%)	-	13 (2%)	2 (4%)	2 (1%)	1 (1%)	4 (2%)	3 (3%)	-	7 (2%)	2 (3%)	2 (2%)	1 (2%)
기타	6 (1%)	1 (4%)	5 (1%)	1 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	2 (1%)	1 (1%)	-	2 (0.4%)	2 (3%)	2 (2%)	-
무호응답	2 (0.3%)	-	2 (0.3%)	-	1 (1%)	1 (1%)	-	1 (1%)	-	3 (1%)	-	-	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 응답자의 66%가 필요성을 느끼되, 이때 **한국 곡 중심(33%), 언어 상관없다(30%)**의 순으로 희망

「파트」

· **성 별** : 남성(52%)보다 **여성(66%)이 다소 더 필요성**을 느끼고 있으며, 남녀 모두 **총괄응답과 같은 방식**으로의 접근을 희망

· **연령별**

√연령구분 없이 전반적으로 **60%이상 필요성**을 느끼고 있는 것으로 나타남

√그 방식에 있어서는 **일부 연령층별 차이**가 있으나, 큰 의미는 없어 보임

· **직업별**

√대상별 큰 차이 없이 전반적으로 **60%이상 필요성**을 느끼고 있음

√대상 중 **주부**가 가장 필요성을 느끼지 못하고 있는 것으로 나타남

Q-8 「향후 일본에서 가장 기대되는 K-Pop 아티스트(주관식)」

순위	K-Pop 가수	득표수
1	**빅뱅(3)**	**38**
2	**2NE1(-)**	29
3	**CNBLUE(-)**	20
4	**Rain(2)**	14
5	**소녀시대(18)/ 2AM(-)/SS501(7)**	각 13
8	BEAST(-)	11
9	동방신기(1)/이승기(-)	각 9

순위	K-Pop 가수 (득표수)
그 외	ZEA(8)
	윤상현 / 슈퍼주니어 / MBLAQ / KARA (7)
	U-Kiss / 샤이니 / SG워너비 / 장근석 (6)
	FT아일랜드 / 이지훈 / 초신성 (5)

※( ) : '09년 조사결과 순위

「총괄」

· **주관식** 의견조사 결과로, 또한 **모바일 조사**의 한계로 현 일본에서의 인기도 등을 대변한다고 보기는 어려운 면도 있음

· 주로 **모바일 상에서 한류 K-Pop**을 좋아하는 사람들의 주류의견으로 판단

- 현재 일본에서 **현지화**를 전제로 활발한 활동(쇼, 오락 등)을 전개하고 있으며, 일본 **대표 레코드 상까지 수상**한 '**빅뱅**'이 선두주자임은 확실

· 또한 **새로운 앨범제작, 팬 미팅 활동** 등 일본시장 진출을 위해 다각적인 프로모션을 전개하고 있는 **젊은 신인그룹의 인기**가 갈수록 높아지고 있음 (2NE1, CNBLUE, BEAST, ZEA, KARA, U-Kiss 등)

※'09년 조사결과 : 「동방신기 > 비 > 빅뱅 > 신화 > SG워너비」의 순

Ⅳ. 『한국 드라마』

Q-1 「가장 좋아하는 한국 배우(탤런트)(주관식)」

순위	한국 탤런트	득표수
1	**현빈(9) / 권상우(1)**	**각 16**
3	**송승헌(2)**	15
4	**장근석(-)**	13
5	**이병헌(5)**	12
6	이준기(2) / Rain(5)	각 11
8	소지섭(2)	10
9	강지환(10)	8
10	배용준(8) / 박용하(13) / 공유(-)	각 7

순위	한국 탤런트 (득표수)
그 외	류시원 (6)
	송일국 / 한효주 / 김재원 / 박신양 / 이승기 / 이동건 등

※( ) : '09년 조사결과 순위

「총괄」

· 전반적으로 **인지도가 계속 높았던 탤런트 선호**가 여전히 남아있는 것으로 보임

· 특히 최근 **방송되었거나 방송 중**인 탤런트 인지도·선호도가 반영된 것으로 보임 (미남이시네요-장근석, 친구-현빈, 아이리스-이병헌 등)

※'09년 조사결과 : 「권상우 > 소지섭/송승헌/이준기 > 비/이병헌 > 공유 > 배용준/현빈 > 강지환 > 송일국」의 순

Q-2 「가장 좋아하는 한국드라마 장르」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
역사극 (사극)	**77 (11%)**	8 (35%)	72 (11%)	1 (2%)	8 (5%)	20 (10%)	28 (14%)	13 (14%)	4 (36%)	49 (10%)	2 (3%)	18 (15%)	6 (12%)
러브 스토리	**421 (59%)**	9 (39%)	409 (60%)	35 (65%)	100 (65%)	115 (60%)	123 (61%)	48 (51%)	4 (36%)	289 (61%)	38 (63%)	65 (55%)	27 (54%)
코미디 (시트콤)	**130 (18%)**	4 (17%)	125 (18%)	10 (19%)	39 (26%)	38 (20%)	32 (16%)	13 (14%)	-	88 (19%)	13 (22%)	17 (14%)	9 (18%)
홈 드라마 (가족/일일)	**44 (6%)**	-	43 (6%)	4 (7%)	2 (1%)	10 (5%)	13 (6%)	12 (13%)	1 (9%)	27 (6%)	3 (5%)	10 (8%)	4 (8%)
추리/ 공포	**17 (2%)**	-	16 (2%)	1 (2%)	1 (1%)	5 (3%)	2 (1%)	5 (5%)	1 (9%)	10 (2%)	1 (2%)	3 (3%)	2 (4%)
기타	**18 (3%)**	1 (4%)	17 (3%)	3 (6%)	3 (2%)	5 (3%)	5 (3%)	3 (3%)	-	10 (2%)	2 (3%)	4 (3%)	2 (4%)
무효응답	**4 (1%)**	1 (4%)	3 (0.4%)	-	-	-	-	1 (1%)	1 (9%)	2 (0.4%)	1 (2%)	2 (2%)	-
총 응답	**711**	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· 러브스토리(59%)가 압도적이며, 이어 **코미디(18%) > 역사극(11%)**의 순으로 선호

※'09년 조사결과 : 「러브스토리(69%) > 역사극(12%) > 코미디(10%)」의 순

「파트」

· **성 별**

√**남성**은 **러브스토리(39%) > 역사극(35%)** 중심으로 선호하는 반면,

√**여성**은 **러브스토리(60%)**가 압도적이며, **여러 장르 전반**을 즐기고 있음

· **연령별** : 전반적으로 **러브스토리**가 압도적이지만, **고 연령**일수록 **사극**에 대한 선호도가 높아져 가는 것을 볼 수 있음(※**특히 60대 이상**)

· **직업별** : 러브스토리 이외 2순위로 **회사원/학생**은 역사극보다 **코미디** 선호

Q-3 「한국드라마는 주로 어떤 방법(매체)을 통해서 보는지」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
방송(TV)	351 (49%)	8 (35%)	340 (50%)	19 (35%)	61 (40%)	103 (53%)	105 (52%)	48 (51%)	7 (64%)	218 (46%)	27 (45%)	71 (60%)	30 (60%)
모바일	31 (4%)	3 (13%)	29 (4%)	6 (11%)	6 (4%)	8 (4%)	10 (5%)	3 (3%)	-	20 (4%)	6 (10%)	3 (3%)	3 (6%)
인터넷	22 (3%)	1 (4%)	21 (3%)	8 (15%)	3 (2%)	5 (3%)	4 (2%)	3 (3%)	1 (9%)	9 (2%)	6 (10%)	7 (6%)	-
DVD렌털	262 (37%)	11 (48%)	251 (37%)	18 (33%)	74 (48%)	70 (36%)	68 (34%)	32 (34%)	1 (9%)	196 (41%)	21 (35%)	31 (26%)	13 (26%)
DVD구매	31 (4%)	-	31 (5%)	1 (2%)	6 (4%)	4 (2%)	11 (5%)-	7 (7%)	1 (9%)	22 (5%)	-	6 (5%)	3 (6%)
기타	11 (2%)	-	12 (2%)	-	2 (1%)	4 (2%)	4 (2%)	2 (2%)	1 (9%)	10 (2%)	-	1 (1%)	-
무효응답	3 (0.4%)	-	1 (0.1%)	2 (4%)	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	-	-	-	-	-	1 (2%)
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· **방송(49%) > DVD렌털(37%)**의 방식이 압도적이며, **DVD구매는 4%**에 불과하여 최근 일본에서의 **DVD 셀 시장의 어려움**을 반증

※'09년 조사결과 : 「방송(46%) > DVD렌털(39%)」의 순 <DVD 구매 : 7%>

「파트」

· **성 별**

√**남성**은 **DVD렌털(특히 역사극 선호)(48%)** > 방송(35%)의 순

√**여성**은 **방송(50%)** > DVD렌털(37%)의 순이며, 타 매체도 **다각적 활용**

⇒ 소수이긴 하나, DVD 구매층은 여성(5%)인 점에 주목

· **연령별** : 20대(DVD렌털)를 제외하고 모든 연령층이 **방송매체** 선호

· **직업별** : 전 대상별로 **방송매체 선호**가 많으나, **회사원**의 DVD렌털비율도 상당한 수준(41%)에 해당됨

Q-4 「한국드라마를 선택하는 기준」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
출연배우	245 (35%)	5 (22%)	243 (36%)	18 (33%)	43 (28%)	70 (36%)	78 (38%)	38 (40%)	5 (46%)	169 (36%)	19 (32%)	37 (31%)	18 (36%)
스토리	370 (52%)	17 (74%)	347 (51%)	25 (46%)	85 (56%)	97 (50%)	106 (52%)	50 (53%)	6 (55%)	255 (54%)	30 (50%)	64 (54%)	22 (44%)
한국 내 인기여부	44 (6%)	-	45 (7%)	6 (11%)	12 (8%)	10 (5%)	8 (4%)	5 (5%)	-	18 (4%)	6 (10%)	12 (10%)	6 (12%)
제작사	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
타인 권유	27 (4%)	1 (4%)	26 (4%)	4 (7%)	7 (5%)	10 (5%)	2 (1%)	2 (2%)	-	19 (4%)	4 (7%)	-	1 (2%)
기타	21 (3%)	-	22 (3%)	1 (2%)	5 (3%)	6 (3%)	9 (4%)	-	-	13 (3%)	1 (2%)	5 (4%)	3 (6%)
무효응답	4 (1%)	-	2 (0.3%)	-	1 (1%)	-	-	-	-	1 (0.2%)	-	1 (1%)	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· **스토리(52%)**에 의한 선택이 반수이상 되어, **누가 출연하느냐(35%)** 보다 무슨 내용이며, 어떤 이야기로 전개되는지에 대한 관심이 높은 것으로 나타남

「파트」

· **성 별** : 모두 **스토리 > 출연배우**의 순이며, 특히 **남성**이 보다 스토리를 선호함

· **연령별** : 모두 **스토리 > 출연배우**의 순이며, **60대 이상**이 다소 출연배우 비중이 높음

· **직업별** : 모두 **스토리 > 출연배우**의 순이며, 대상별 차이점은 거의 없음

Q-5 「한국드라마 정보를 입수하는 경로(복수응답)」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
한국방송	162 (9%)	3 (7%)	159 (9%)	9 (9%)	30 (9%)	54 (9%)	35 (7%)	30 (10%)	4 (9%)	103 (8%)	12 (10%)	30 (8%)	17 (10%)
일본방송	277 (15%)	8 (18%)	269 (14%)	14 (14%)	55 (16%)	84 (14%)	76 (14%)	41 (14%)	7 (16%)	183 (14%)	18 (15%)	53 (15%)	23 (14%)
인터넷	355 (19%)	5 (11%)	350 (19%)	21 (21%)	66 (20%)	104 (18%)	103 (19%)	56 (19%)	5 (11%)	236 (19%)	23 (19%)	64 (18%)	32 (19%)
모바일	392 (21%)	10 (23%)	382 (20%)	24 (24%)	57 (17%)	126 (21%)	117 (22%)	58 (20%)	10 (22%)	268 (21%)	21 (18%)	72 (20%)	31 (19%)
한류잡지	370 (19%)	6 (14%)	364 (20%)	18 (18%)	65 (20%)	115 (19%)	110 (21%)	52 (17%)	10 (22%)	246 (19%)	24 (20%)	67 (19%)	33 (20%)
팬클럽	137 (7%)	4 (9%)	133 (7%)	4 (4%)	29 (9%)	41 (7%)	36 (7%)	24 (8%)	3 (7%)	91 (7%)	6 (5%)	30 (8%)	10 (6%)
지인	168 (9%)	8 (18%)	160 (9%)	7 (7%)	26 (8%)	53 (9%)	46 (9%)	31 (10%)	5 (11%)	103 (8%)	11 (9%)	37 (10%)	17 (10%)
기타	51 (3%)	-	51 (3%)	5 (5%)	10 (3%)	18 (3%)	11 (2%)	6 (2%)	1 (2%)	37 (3%)	4 (3%)	6 (2%)	4 (2%)
총 응답	1,912	44	1,868	102	338	595	534	298	45	1,267	119	359	167

「총괄」

· **모바일(21%)** > 한류잡지/인터넷(각 19%) > 일본방송(15%)의 순
· **한국방송(9%)**을 통한 정보전달은 아직 미흡한 수준

「파트」

· **성 별** : 남녀 응답결과의 **차이**를 보이고 있음
√남성은 **모바일(23%) > 지인/일본방송(각 18%) > 한류잡지(14%)**의 순
√여성은 **모바일/한류잡지(각 20%) > 인터넷(19%) > 일본방송(18%)**의 순
· **연령별**
√**10대/20대**는 **모바일/인터넷** 중심이며, **30대 이상**은 **모바일** 중심
√**한류잡지**의 경우, **40대(21%), 60세 이상(22%)**의 선호가 높은 점에 주목
· **직업별** : **회사원/주부**는 **모바일** 중심, **학생**은 **한류잡지**를 약간 더 선호

Q-6 「현재까지 몇 편의 한국드라마를 보았는지」

구분	응답 (%)	성별		연령별						직업별			
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60세 이상	회사원	학생	주부	기타
본적이 없다	4 (1%)	2 (9%)	2 (0.3%)	2 (4%)	-	3 (2%)	-	-	-	2 (0.4%)	-	2 (2%)	-
5편 이내	48 (7%)	6 (26%)	42 (6%)	12 (22%)	22 (14%)	8 (4%)	6 (3%)	2 (2%)	-	31 (7%)	12 (20%)	2 (2%)	5 (10%)
10편 이내	82 (12%)	-	82 (12%)	9 (17%)	36 (24%)	13 (7%)	17 (8%)	6 (6%)	-	49 (10%)	15 (25%)	6 (5%)	11 (22%)
20편 이내	126 (18%)	4 (17%)	121 (18%)	12 (22%)	36 (24%)	35 (18%)	30 (15%)	11 (12%)	2 (18%)	83 (18%)	15 (25%)	18 (15%)	9 (18%)
30편 이내	166 (23%)	8 (35%)	157 (23%)	5 (9%)	24 (16%)	56 (29%)	45 (22%)	36 (38%)	-	122 (26%)	5 (8%)	28 (24%)	9 (18%)
30편 이상	283 (40%)	2 (9%)	280 (41%)	14 (26%)	34 (22%)	78 (40%)	105 (52%)	40 (42%)	9 (82%)	186 (39%)	12 (20%)	63 (53%)	16 (32%)
무효응답	2 (0.3%)	1 (4%)	1 (0.1%)	-	1 (1%)	-	-	-	-	2 (0.4%)	1 (2%)	-	-
총 응답	711	23	685	54	153	193	203	95	11	475	60	119	50

「총괄」

· **20편 이상(63%)**이 대부분으로, 2000년 초부터의 한류가 지속적으로 전개되어 온 결과로 상당부분 실적이 축적된 것으로 보임
※참고 : '09년 '한국드라마 DVD 보유현황 조사결과,
「50매 이상(29%) > 20매 이상(46%) > 10매 이상(60%)」의 순

「파트」

· **성 별** : 남성보다 **여성이 다소 더 많이 보유**하고 있는 것으로 나타남
· **연령별** : **30대 이상**이 10대/20대보다 **다소 더 많이 보유**하고 있는 것으로 나타남
· **직업별** : **회사원/주부**가 학생보다 **다소 더 많이 보유**하고 있는 것으로 나타남

Q-7 「한국드라마 이외 좋아하는 다른 외국드라마(주관식)」

순위	좋아하는 외국 드라마(한국 제외)	득표수
1	**없다**	226
2	**꽃보다 남자(대만)**	91
3~5	· **장난스런 Kiss(イタズラなＫｉｓｓ, 원작 일본/대만 드라마)** · **ＳＡＴＣ(Sex And The City)(미국)** · **ＣＳＩ(미국)**	각 31
6	비버리힐즈(미국)	28
7	ER(미국)	27
8	풀 하우스(미국)	20
9	Prison Break(미국)	16
10	LOST(미국)	12

「총괄」

· 한국드라마 이외에 주로 **대만, 미국** 드라마를 선호하고 있는 것으로 나타남
· 특히 응답결과에서, **미국작품이 대다수**를 차지하고 있는 점이 눈에 띄며, 유럽 등 **기타지역 드라마**에 대한 선호는 아직 **미흡**한 것으로 나타남

Q-8 「한류스타가 일본 드라마에 출연하는 것에 대한 생각(주관식)」

순위	긍정 또는 부정의견 (각 사유 포함)	득표수
긍정	**적극 찬성한다**	198
	좋다고 생각한다 · 어색한 점도 있지만, 그래도 좋다 · 동방신기 '영웅재중' 정도의 일본어 능력과 노력하는 모습이 필요하다 · 양국의 교류를 위해서 좋은 일이라 생각 한다	177
부정	**출연하지 않았으면 좋겠다** · 발음이 어색하는 등 일본어가 신경 쓰여 드라마에 몰입하기 어렵다 · 출연배우가 자연스런 연기에 몰입하지 못하는 것 같다 · 한류스타는 한국드라마에서 활약하는 것이 좋으며, 한류스타 이미지가 반감되었다 · 드라마보다는 CF 등에 출연하는 편이 더 나은 것 같다	187
기타	**극중 내용 및 캐릭터에 따라 다르다**	67
	별다른 생각이 없다	11

「총괄」

· 응답자의 **다수(59%)**가 일본드라마 출연에 대해 **긍정적**으로 생각하고 있음
· 그럼에도 현지인 수준의 **일본어 실력, 연기력** 등에 대한 눈높이가 존재하는 만큼, 향후 이에 대한 **철저한 사전 준비**를 통한 드라마 출연이 필요해 보임