

# 동남아에서의 한·중·일의 문화 선호도 비교 연구

2013.10



한충민 (한양대) [cmhlab@hanyang.ac.kr](mailto:cmhlab@hanyang.ac.kr)



김상묵 (KOTRA)

## 연구 과제

- ① 동남아 지역에서의 일본 및 중국 문화에 대비한  
한류의 위상 평가
- ② 동남아에서의 한·중·일 3국의 문화를 선호하는  
계층의 비교 분석
- ③ 문화선호도와 국가이미지와의 관계 분석

## 조사 표본

- 조사 대상 국가: 싱가포르, 말레이시아, 태국, 베트남 및 인도네시아 5개국
- 표적 표본: 여론선도층 및 학생 (Kotra의 표본 패널 활용)
- 표본 규모: 국가별 200명 / 전체 1,000명
- 조사 방법: 온라인 조사

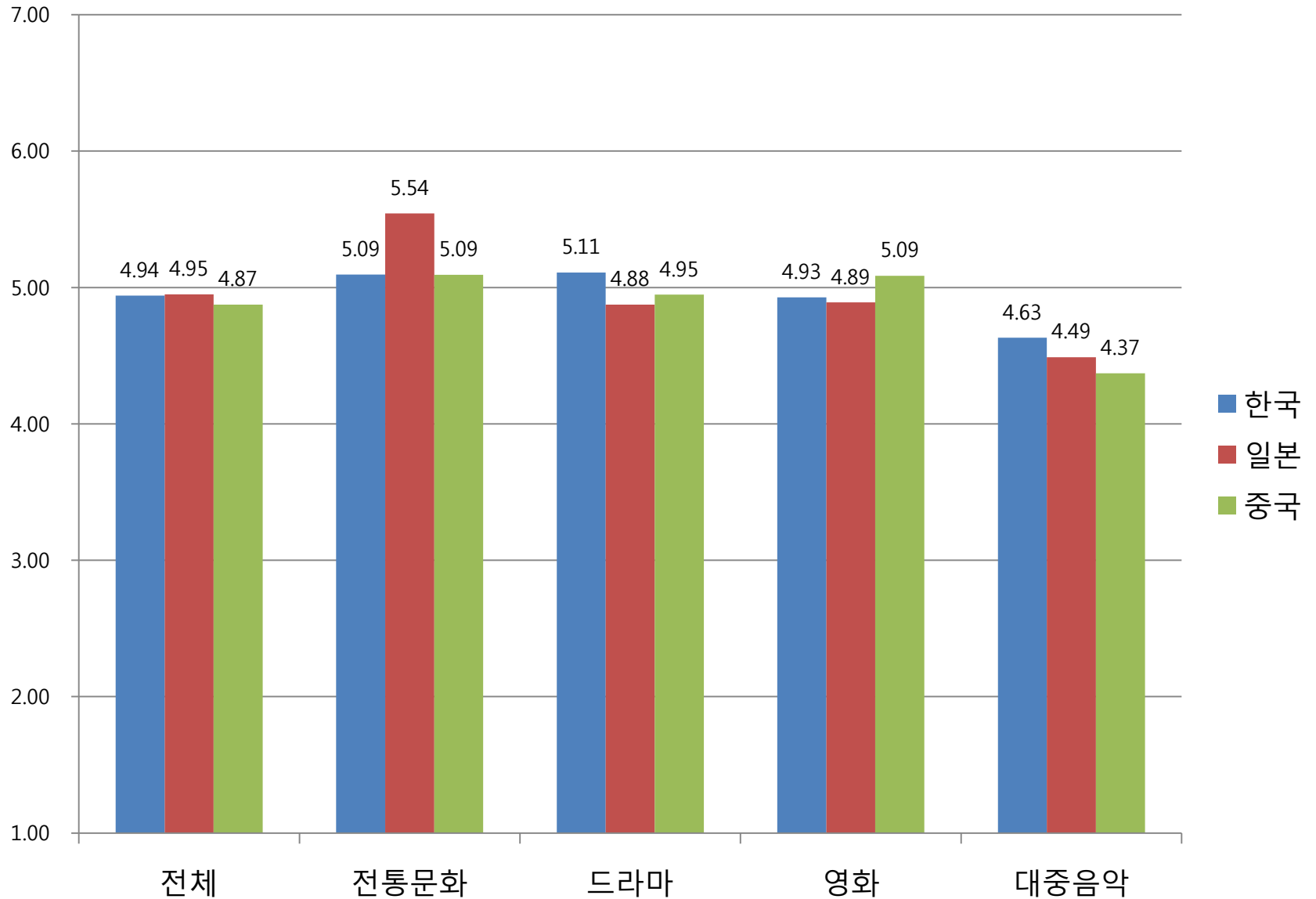
|       | 남성비율            | 20-29세                | 30-39세 | 40-49세 | 학생                     | 정규직  | 자영업  |
|-------|-----------------|-----------------------|--------|--------|------------------------|------|------|
| 말레이시아 | 51.5            | 38.5                  | 34.0   | 17.0   | 13.0                   | 60.5 | 16.0 |
| 베트남   | 55.5            | 42.0                  | 37.5   | 13.5   | 15.5                   | 58.5 | 10.0 |
| 싱가포르  | 55.5            | 26.0                  | 36.0   | 20.0   | 8.5                    | 70.0 | 7.5  |
| 인도네시아 | 49.0            | 31.5                  | 36.0   | 25.0   | 8.5                    | 41.0 | 26.5 |
| 태국    | 51.0            | 32.0                  | 38.0   | 19.5   | 16.0                   | 52.0 | 22.5 |
| 전체    | 52.5            | 34.0                  | 36.3   | 19.0   | 11.9                   | 56.4 | 16.5 |
| 교차분석  | $\chi^2(4)=2.7$ | $\chi^2(16) = 43.9^*$ |        |        | $\chi^2(24) = 116.7^*$ |      |      |



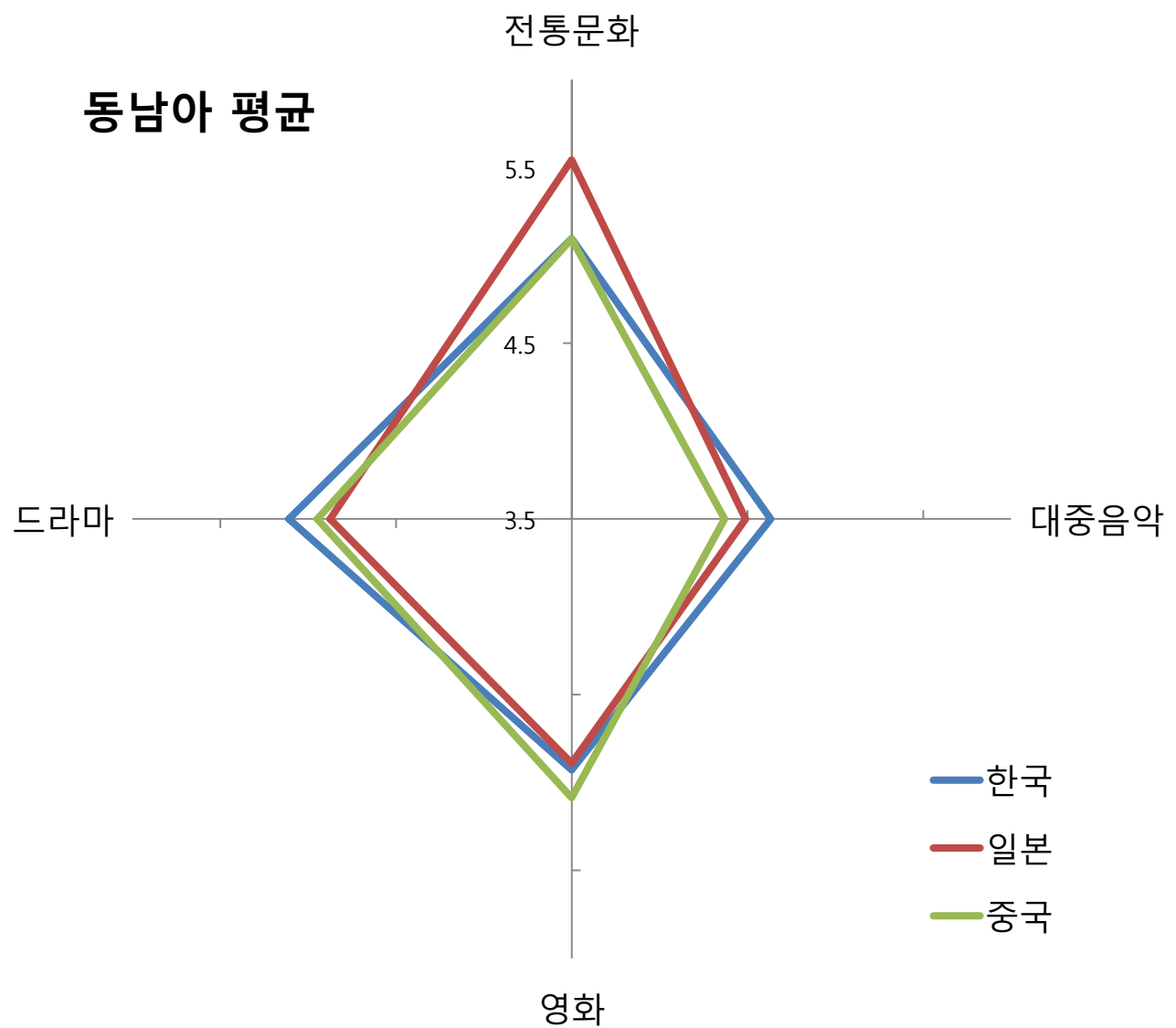
# **1 동남아에서의 한·중·일 3국의 문화선호도**

---

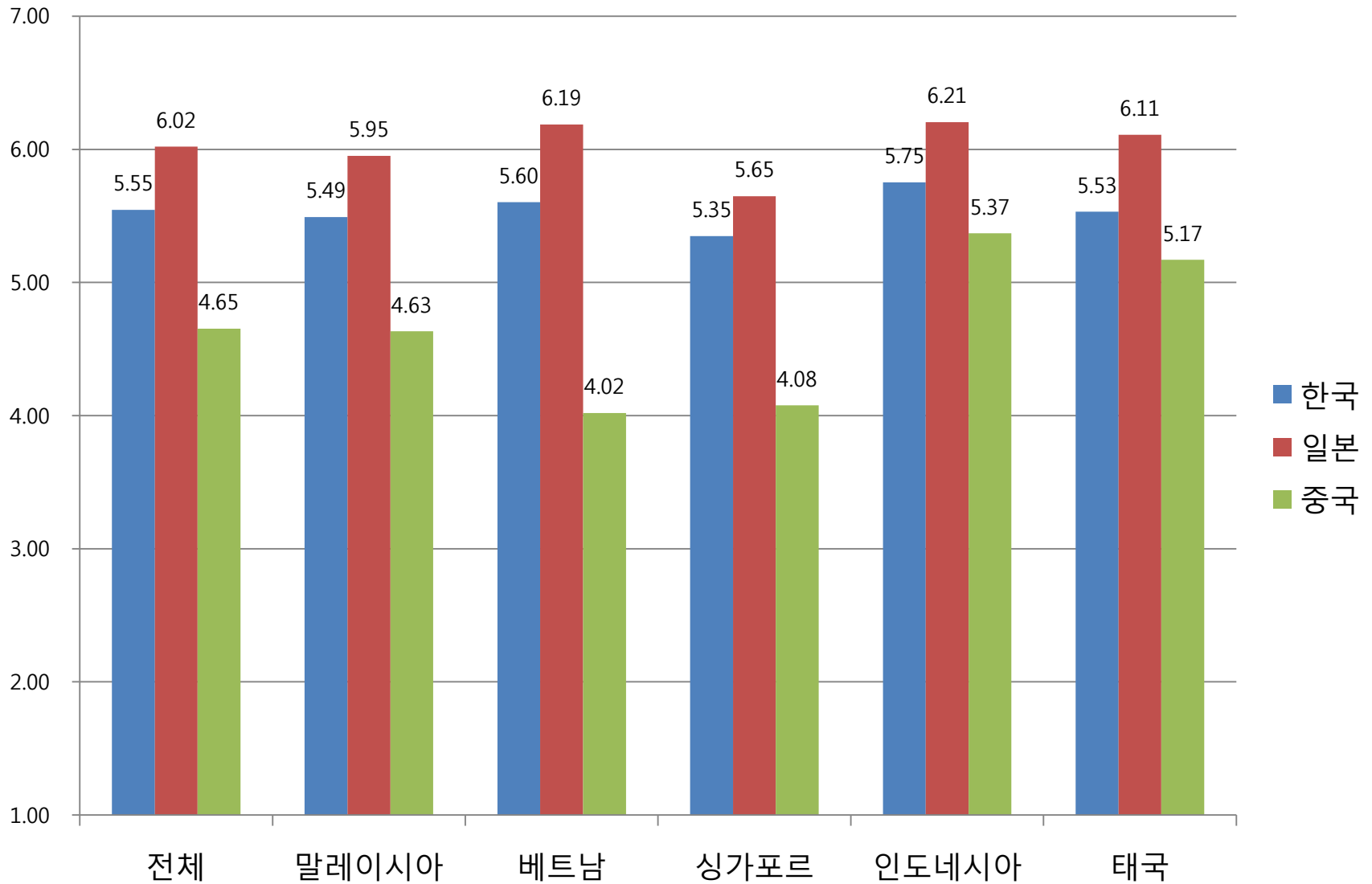
## 한 · 일 · 중 3국 문화 선호도



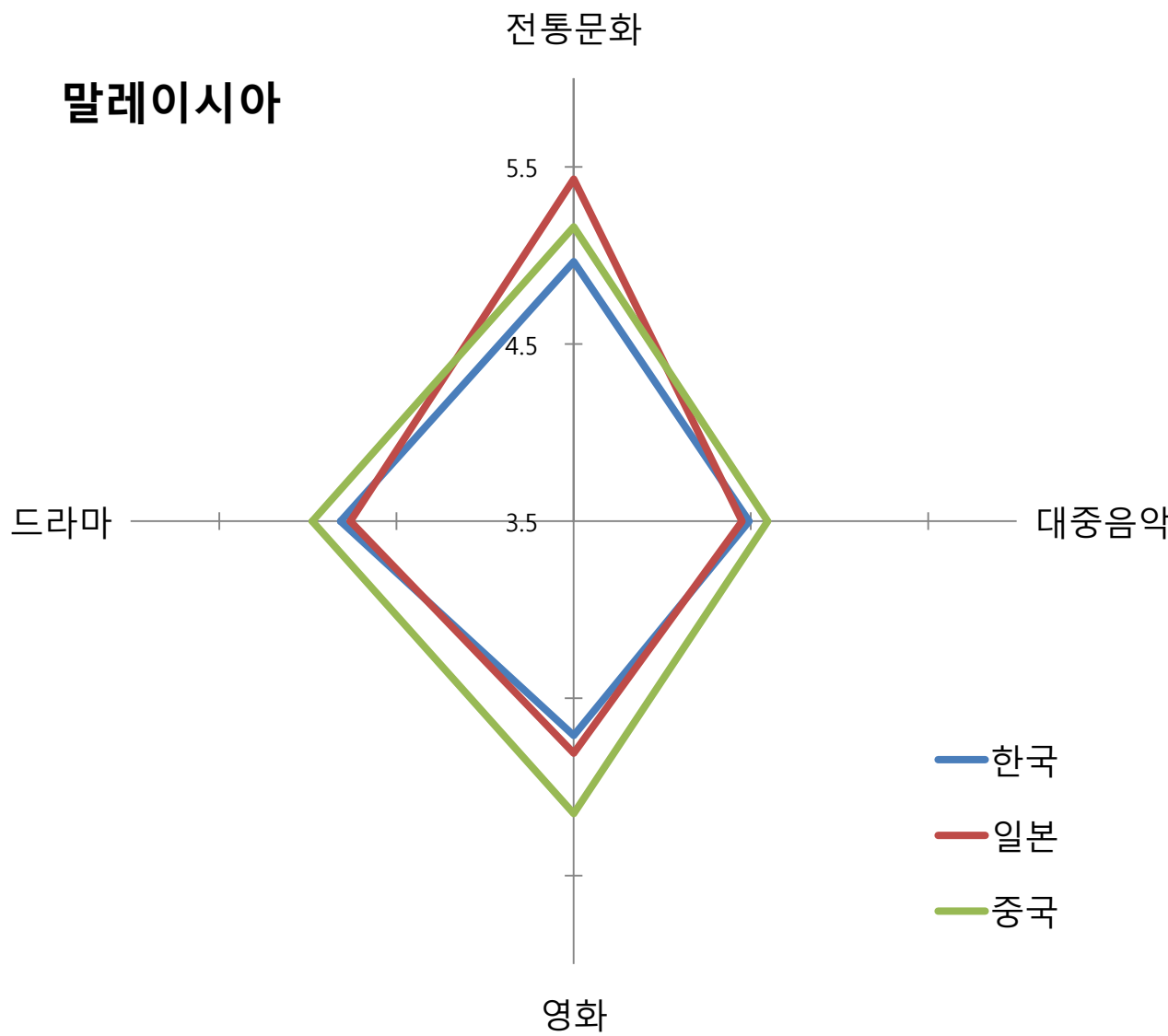
장르별 한·일·중 3국 문화 선호도 비교



## 한 · 일 · 중 국가 호감도

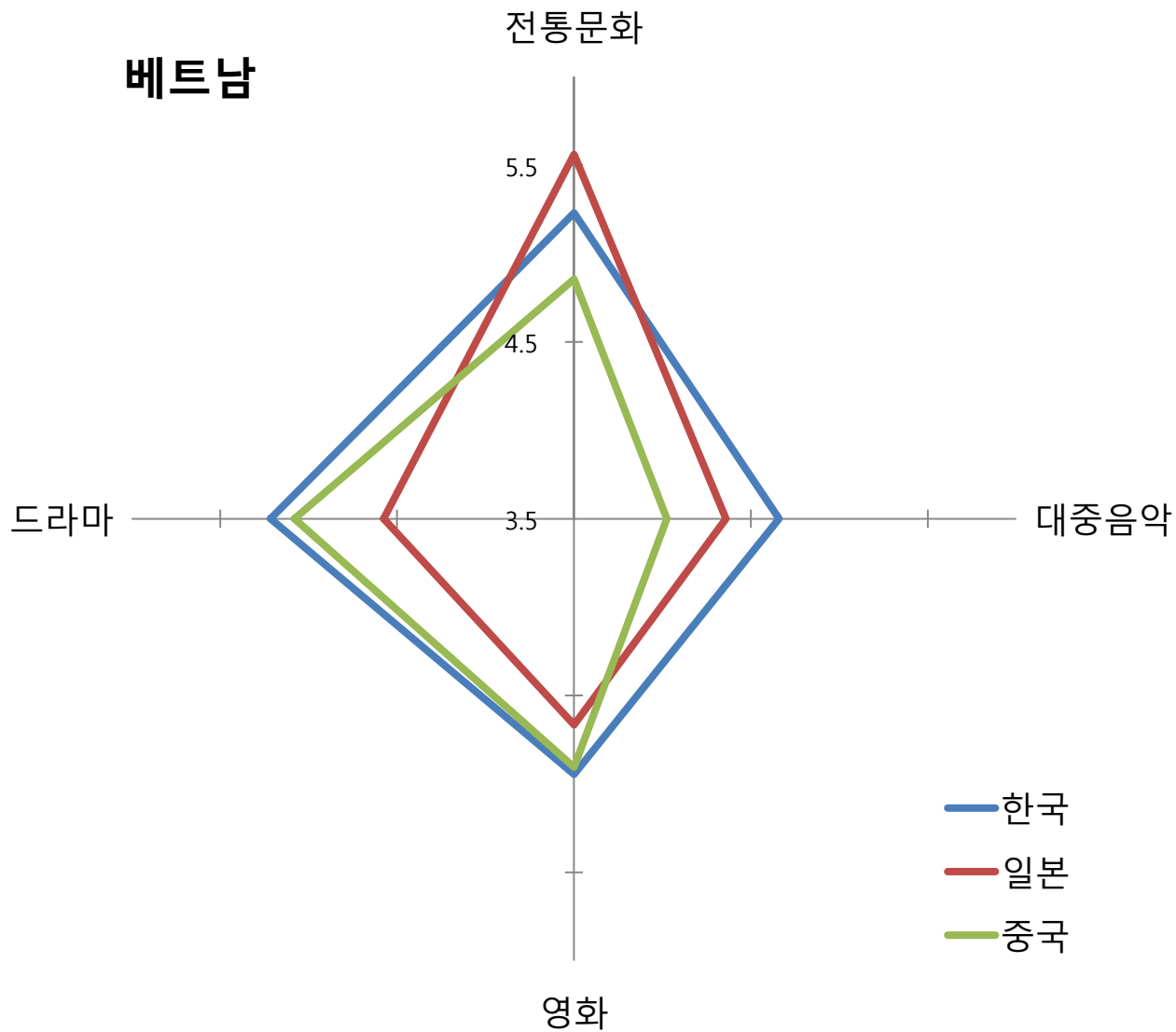


국가별 한 · 일 · 중 3국 문화 선호도

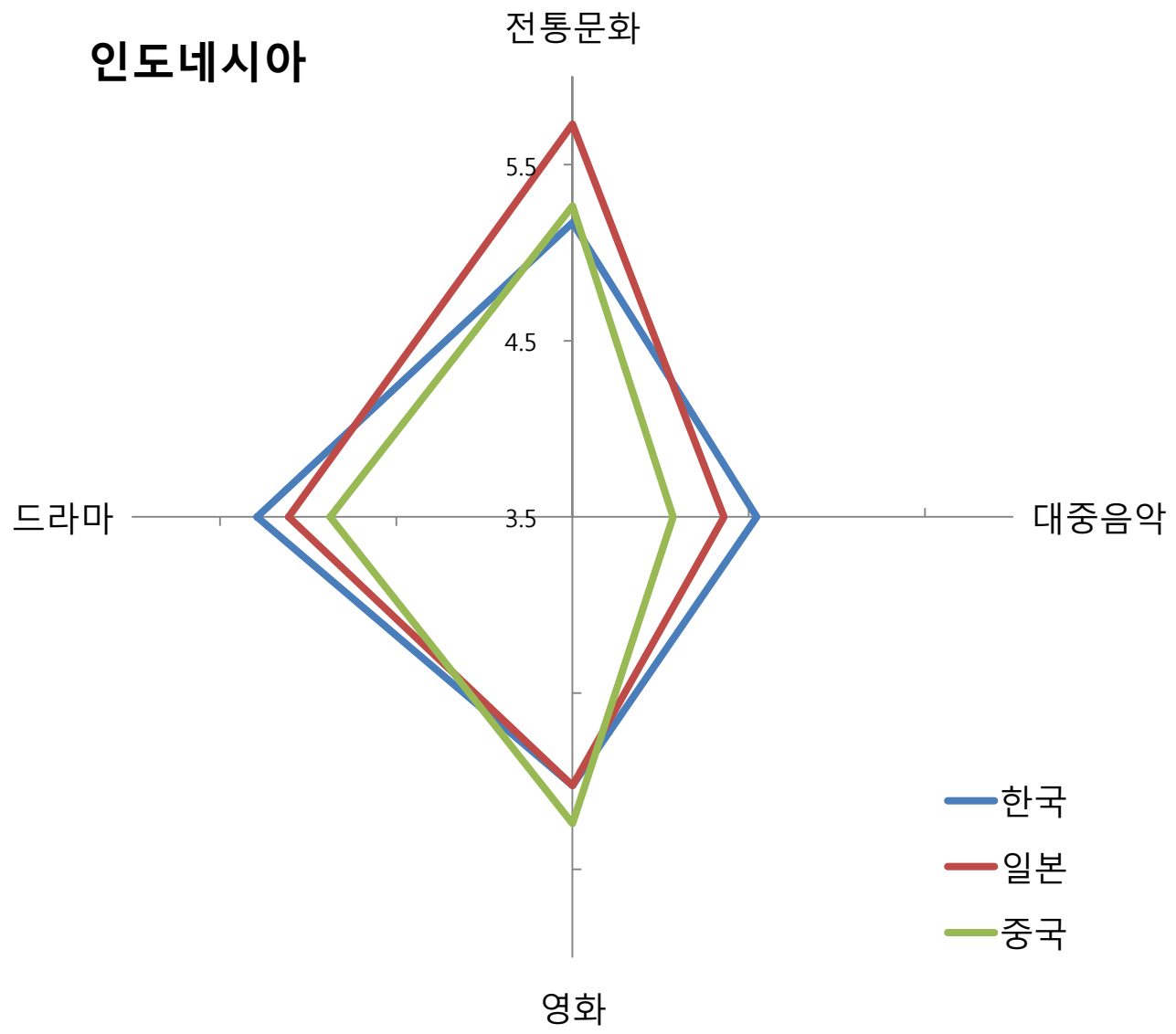




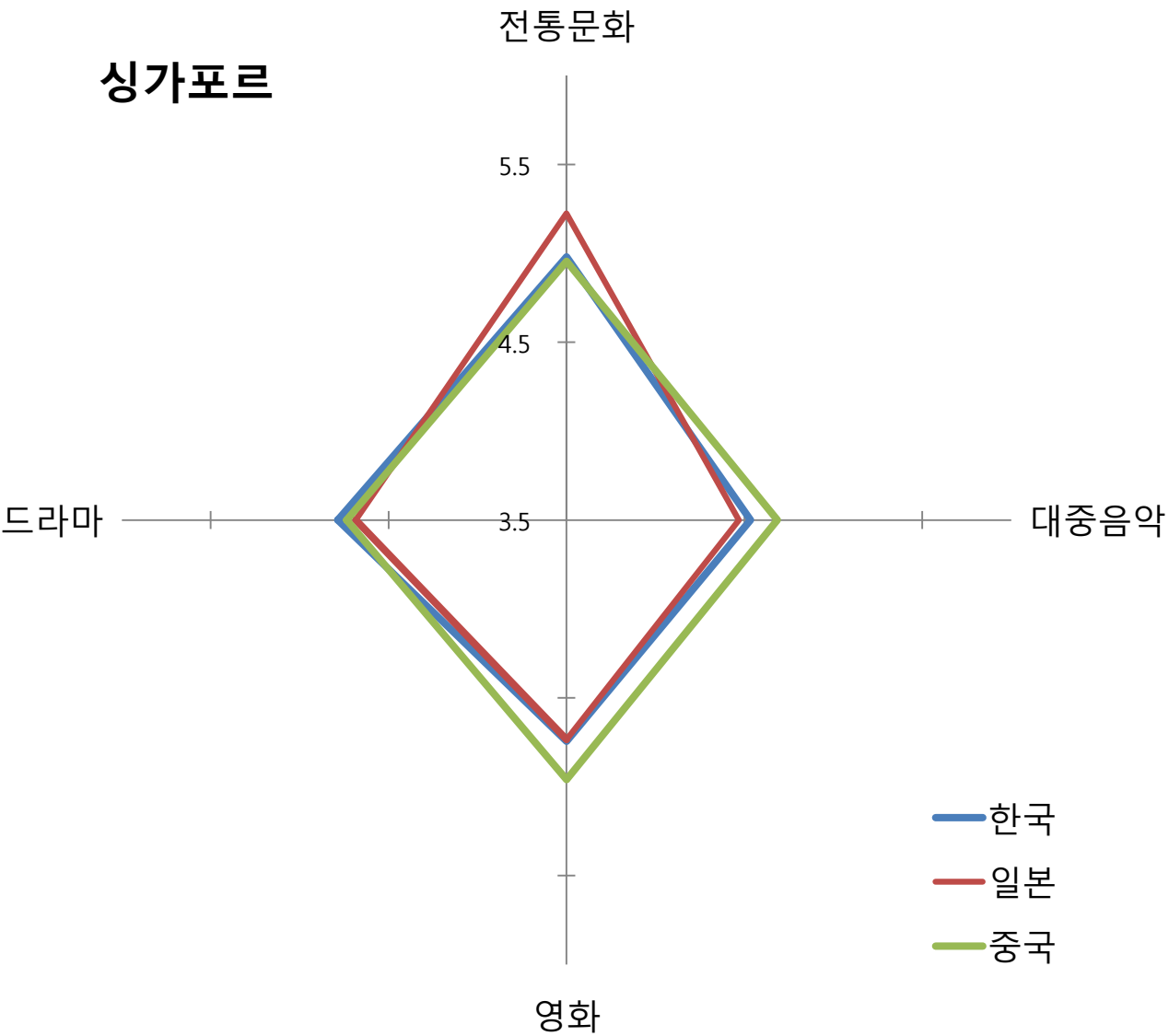
## 국가별 한·일·중 3국 문화 선호도



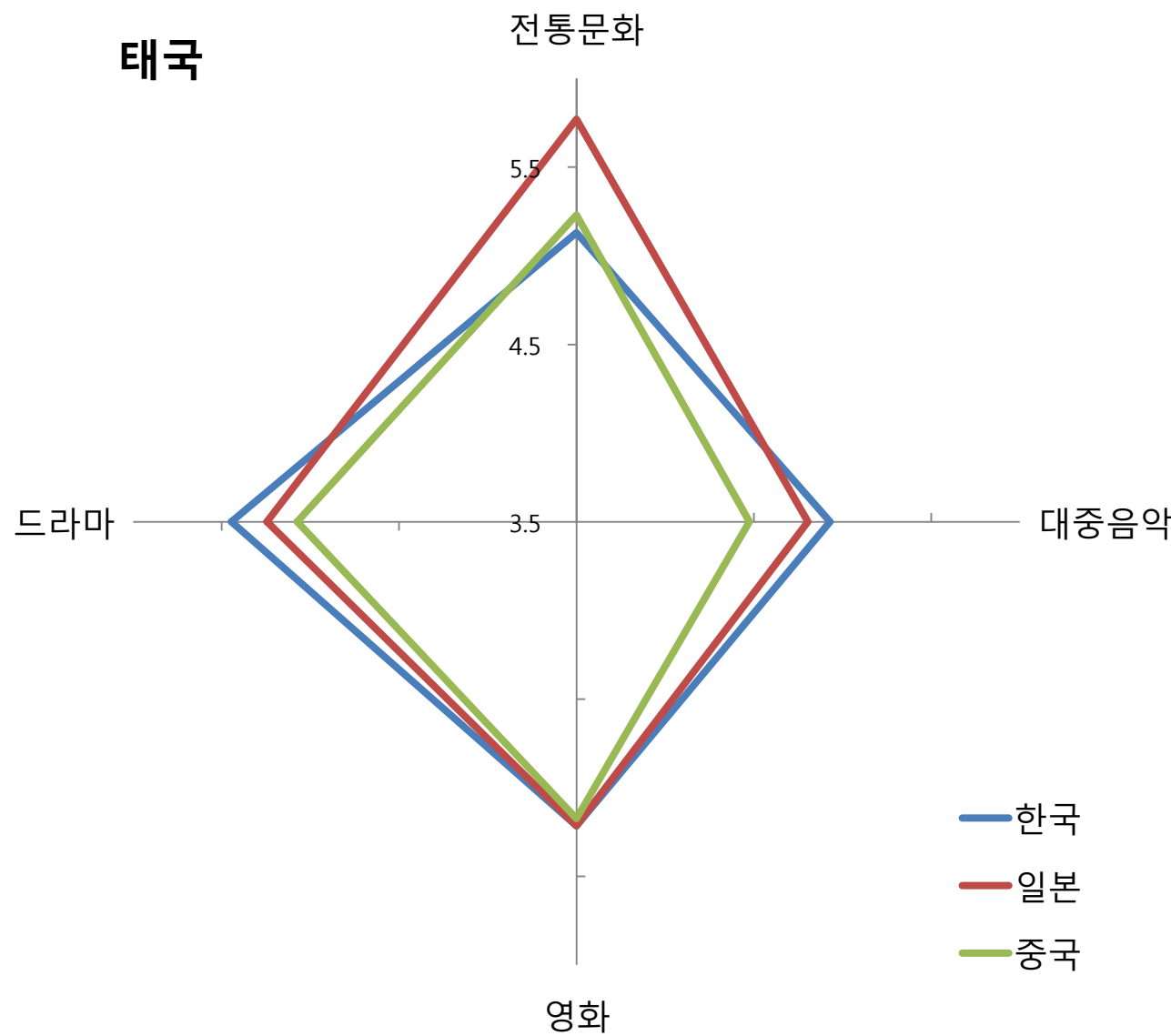
국가별 한 · 일 · 중 3국 문화 선호도



국가별 한·일·중 3국 문화 선호도



국가별 한 · 일 · 중 3국 문화 선호도

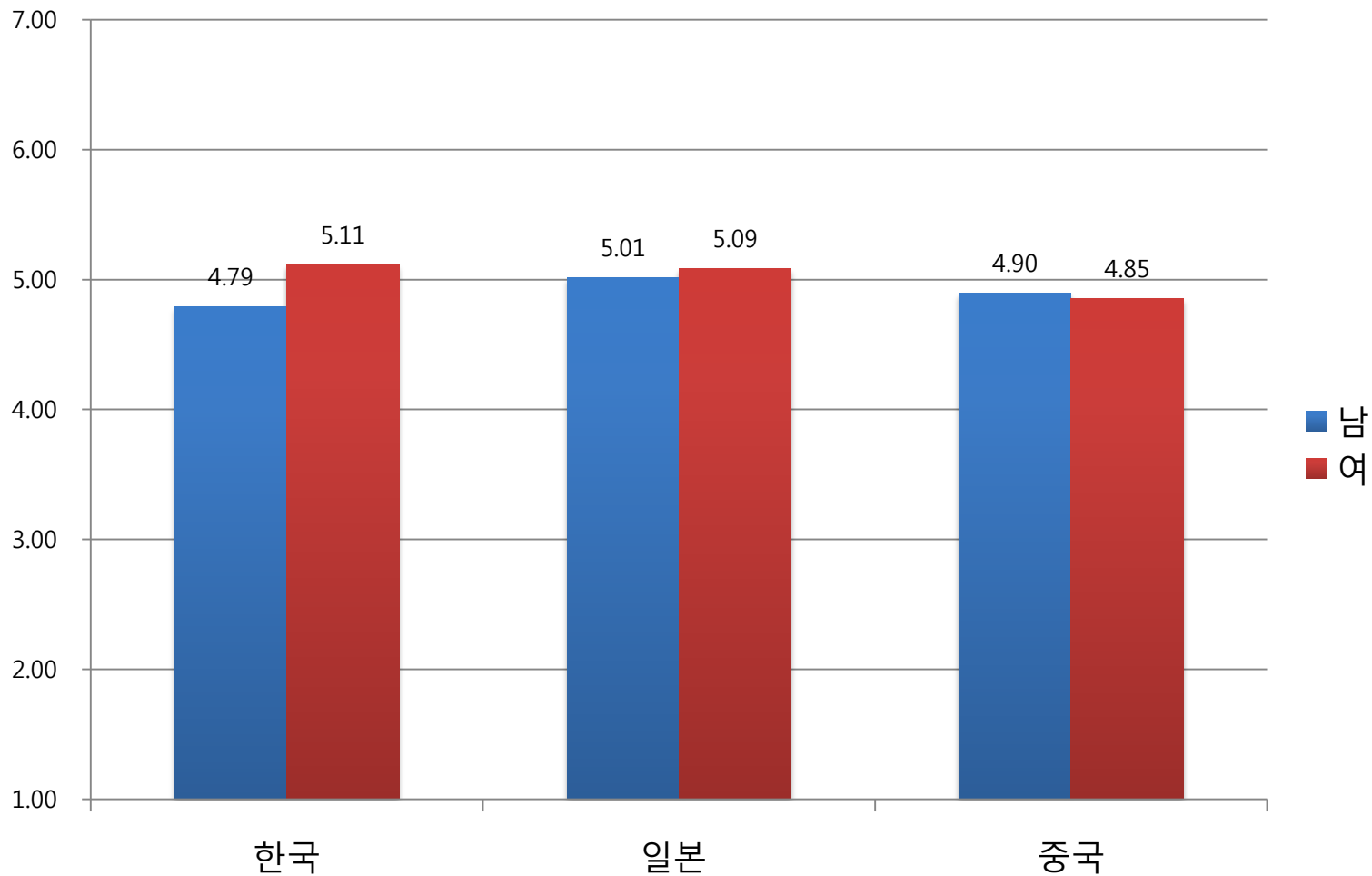




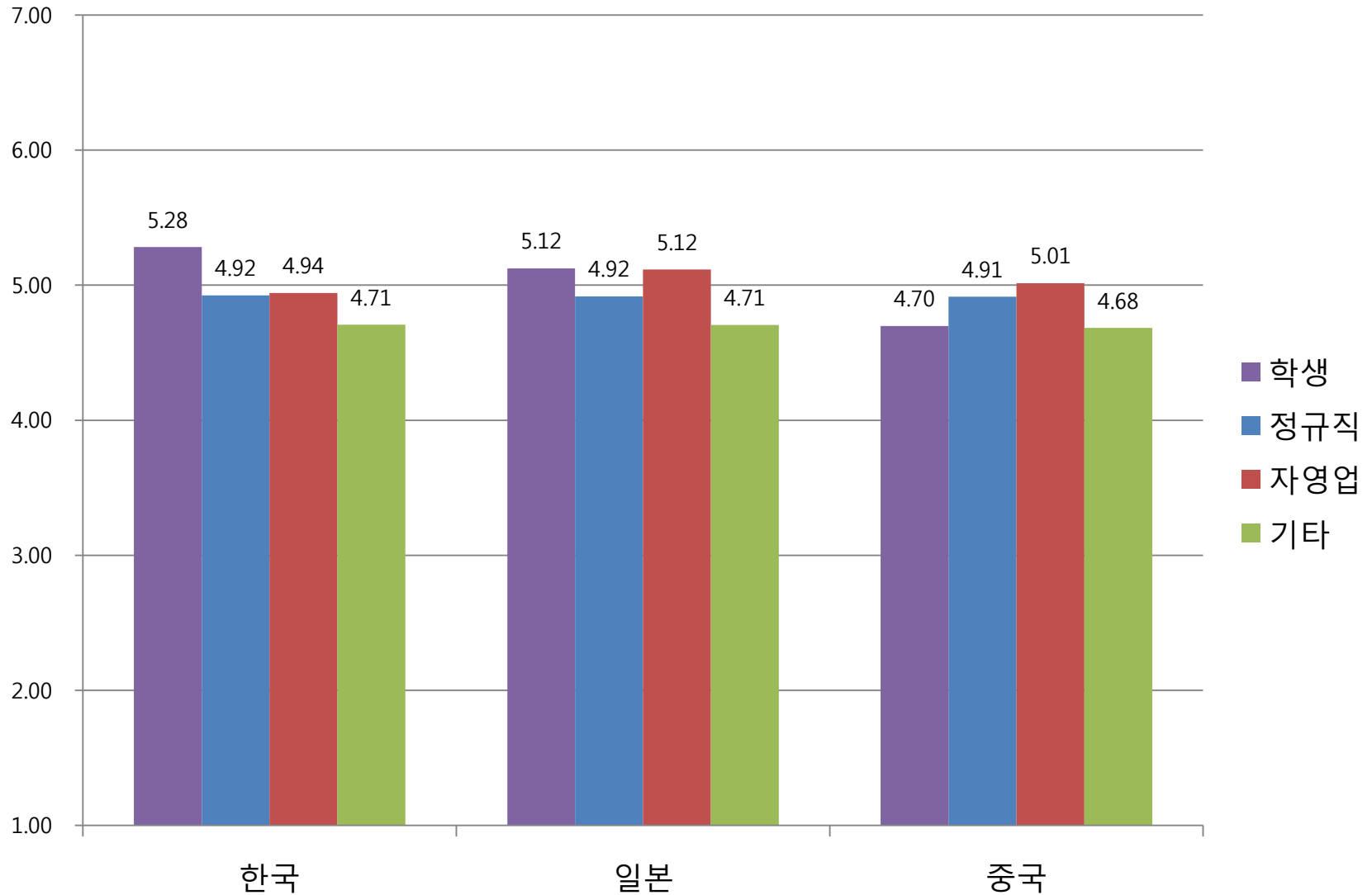
## 2 한·중·일 3국의 문화 경합 관계 분석

---

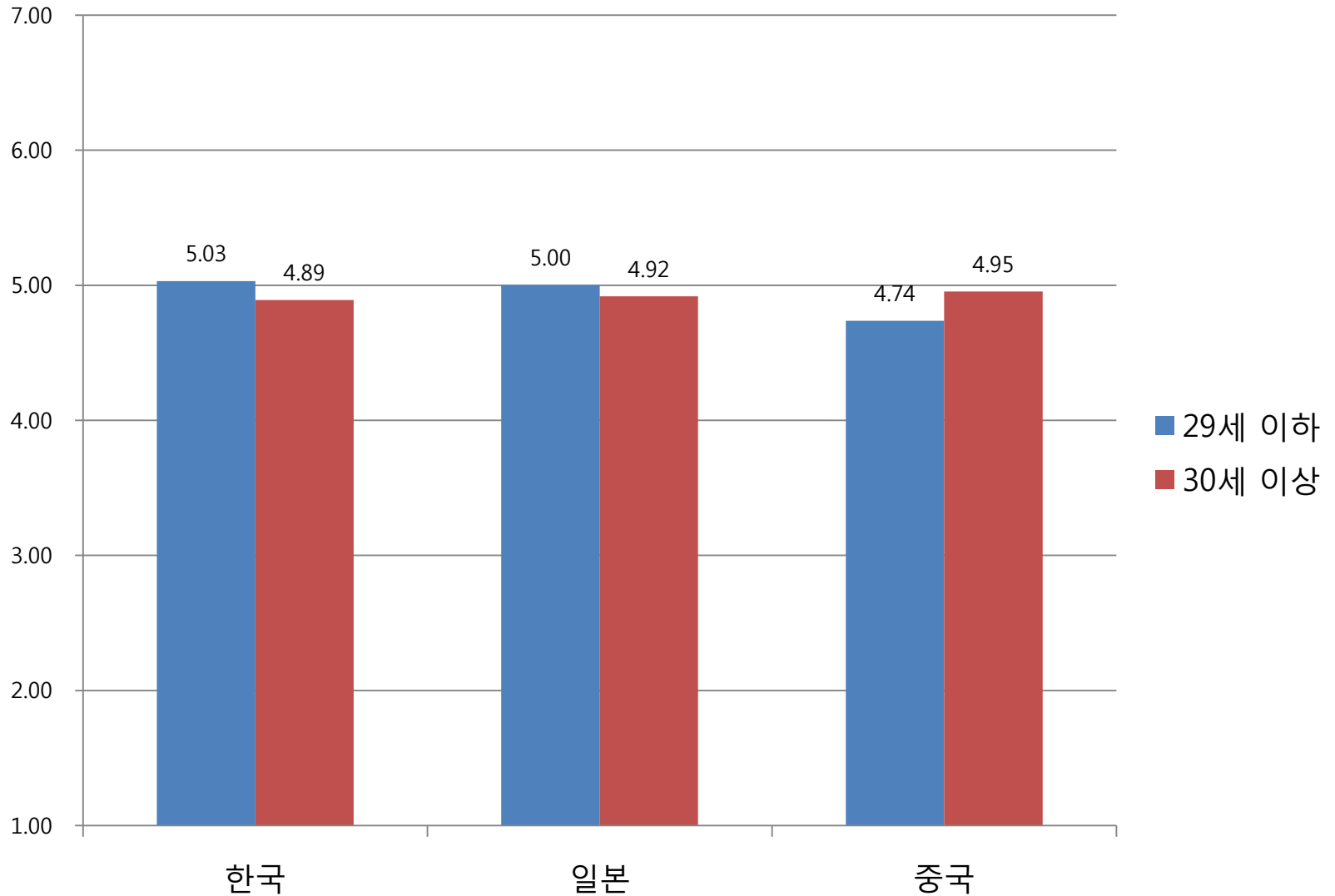
## 한 · 일 · 중 3국의 문화 선호도 - 성별 비교



## 한 · 일 · 중 3국의 문화 선호도 - 직업군별 비교

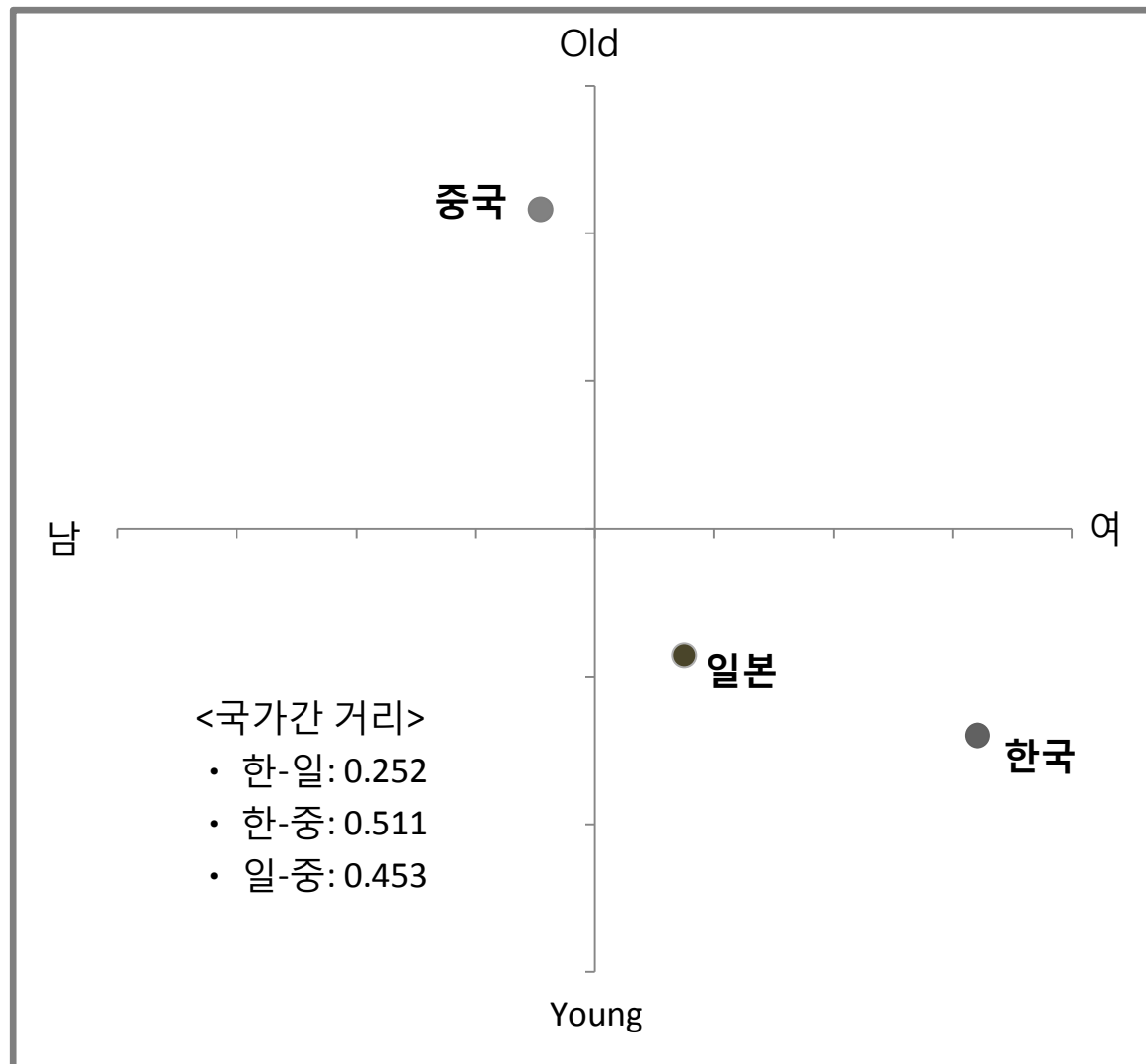


## 한 · 일 · 중 3국의 문화 선호도 - 연령대별 비교

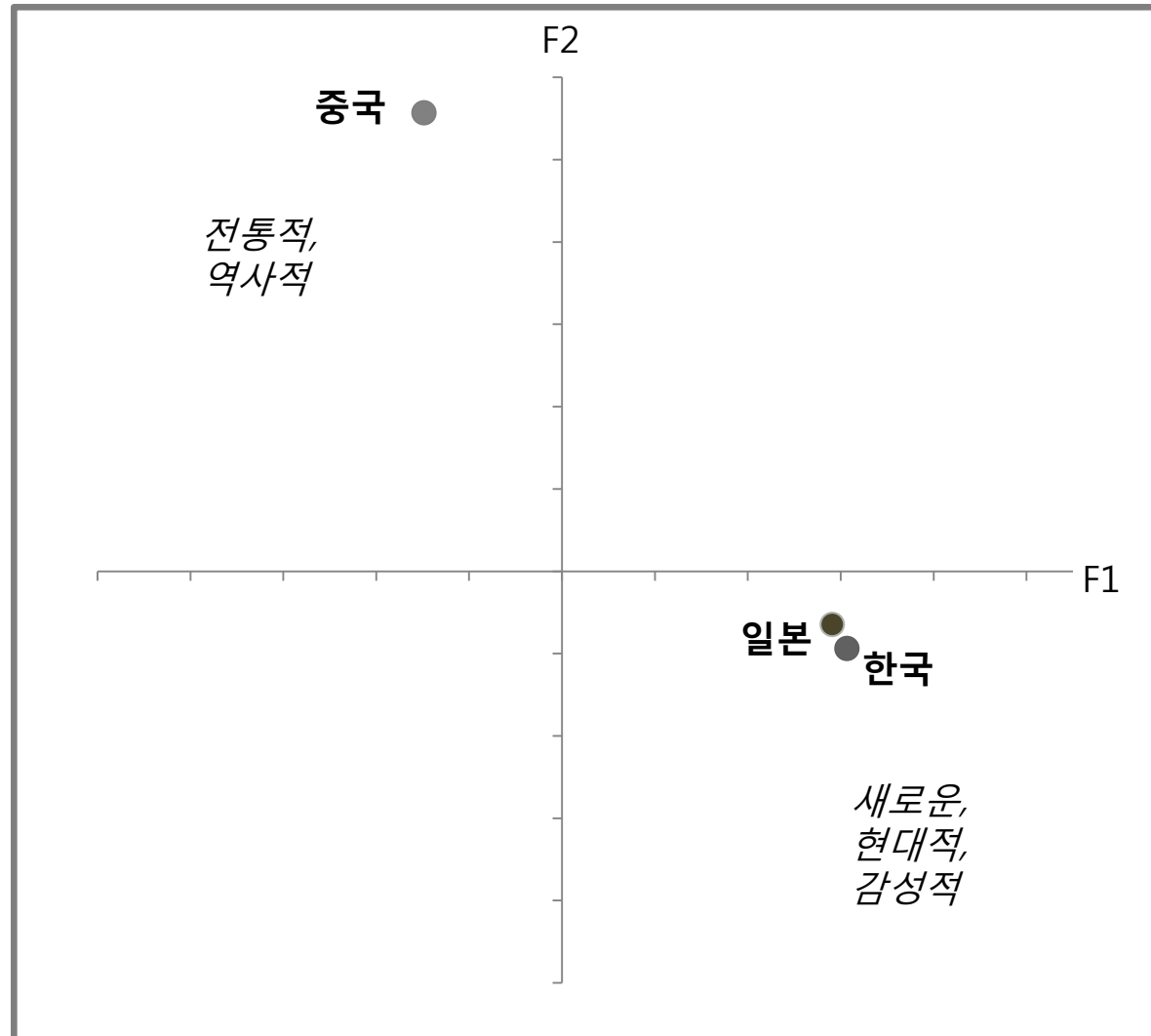




## 한 · 일 · 중 3국의 문화 포지셔닝 맵 - 인구통계적 특성



## 한 · 일 · 중 3국의 문화 포지셔닝 맵 - 선호도





# 3 문화선호도와 국가이미지와의 관계

---

## 문화장르와 국가 호감도의 관계 - 회귀분석

| 국가 호감도 | 표준화된 회귀 계수 |        |       |       |                |
|--------|------------|--------|-------|-------|----------------|
|        | 전통문화       | 드라마    | 영화    | 대중음악  | R <sup>2</sup> |
| 한국     | .481*      | .062** | .115* | .147* | .474           |
| 일본     | .559*      | .014   | .147* | -.004 | .421           |
| 중국     | .509*      | .015   | .177* | .014  | .421           |

주: \* 5% 유의, \*\* 10% 유의.

## 한류와 국가이미지의 관계 - 계층적 분석

| 계층     | 표준화된 회귀 계수 |       |        |       | R <sup>2</sup> |
|--------|------------|-------|--------|-------|----------------|
|        | 전통문화       | 드라마   | 영화     | 대중음악  |                |
| 여성     | .427*      | .143* | .061   | .200* | .502           |
| 남성     | .514*      | .022  | .156*  | .097* | .461           |
| 학생     | .419*      | .154  | .023   | .240* | .479           |
| 비학생    | .497*      | .047  | .125*  | .139* | .481           |
| 29세 이하 | .464*      | .077  | .109** | .203* | .533           |
| 30세 이상 | .492*      | .063  | .105*  | .111* | .438           |

주: \* 5% 유의, \*\* 10% 유의.



# 4 결론 및 시사점

---

### <한·중·일 3국의 문화에 대한 선호도와 국가 이미지>

- 한국 문화에 대한 선호도: 7점 만점에 4.941으로 비교적으로 높음.  
– 일본과 유사한 수준, 중국 보다는 높음.
- 한·중·일 3국의 장르별 선호도  
– 한국은 드라마와 대중음악, 일본은 전통 문화, 그리고 중국은 영화에 대한 선호도가 높게 나타남.
- 한·중·일 3국의 국가 호감도: 일본 (6.020) > 한국 (5.546) > 중국 (4.654).
- 한국 문화에 대한 현지 국가별 선호도: 태국 > 인도네시아, 베트남 > 말레이시아, 싱가포르.

### <한·중·일 3국의 문화 경합 관계>

- 한·중·일 3국의 문화 선호 계층  
– 한국 : 여성과 젊은 계층 (특히 학생)  
– 중국 : 남성과 30세 이상의 계층  
– 일본 : 강하지는 않았지만 한국 문화 선호 계층과 유사한 특성.
- 한국과 일본의 문화 선호 계층은 상당 중복 - 경합 관계.

### <문화선호도와 국가이미지의 관계>

- 문화 장르와 국가 호감도의 관계 - 전통 문화와 가장 밀접한 관계.
- 한류를 주도하는 대중음악과 드라마가 한국 국가이미지에 미치는 영향이 전통문화에 비해 크지 않음
- 한류가 젊은 층, 여성 그리고 학생 등의 계층에 제한되고 있어 전체 한국의 이미지에 미치는 영향은 기대와 달리 크지 않음.

- **한류 및 국가이미지 정책 – 단기**

- 한류 주도 계층 (여성, 젊은 계층)에 부합하는 타겟팅 전략 필요

- **한류 및 국가이미지 정책 – 장기**

- 장르의 확대: 드라마, 대중음악 → 전통문화
- 고객 기반 확대: 여성, 젊은 계층 → 폭넓은 계층으로 확대
- 일본 대비 경쟁력 제고

- **향후 연구 과제**

- 한류의 매력도 결정 요인
- 일본 문화 대비 한류 경쟁력 제고 방안 연구
- 한류와 국가이미지의 관계에 관한 종합적 분석
- 한류 확대 방안 연구 – 장르 및 고객 계층 확대