

報道関係各位

株式会社 共立総合研究所

「韓流消費に関するアンケート」結果

株式会社 共立総合研究所(大垣市郭町 2-25 取締役社長 森秀嗣)は、標題アンケートの結果を取りまとめましたのでご紹介します。

《要約》

**主婦の間に韓流ブームによる韓国製製品の購入意識に変化は確認できず。
韓流好きのきっかけとしては依然“ヨンさま”強し。**

1. 韓流好きはわずか 11.0%。

- ・自分自身を「韓流好きと思うか」との質問に対し、「韓流好きと思う」は 11.0%、「どちらかと言えば韓流好きと思う」が 17.1%、「韓流好きとは思わない」は 71.9%。
- ・年齢別に見ると「韓流好きと思う」、「どちらかと言えば韓流好きと思う」を合わせた回答率は 50 歳代が最も高く (35.9%)、20 歳代が最も低い (16.3%)。

2. 韓流好きのきっかけは依然“ヨンさま”強し。

- ・「韓流」に興味を持ったきっかけとしては、約 4 割が「冬のソナタ」を挙げている。

3. 韓流ブームにより韓国製の製品購入意識が変わった主婦は 15.2%。

- ・「韓流ブームによって、韓国製の製品購入意識が変わったか」と尋ねたところ、「変わった」の回答率は 15.2%、「変わらない」が 84.8%であった。
- ・商品別では、韓国製の「衣料品」、「食料品」、「テレビ」、「携帯電話」、「自動車」など 9 商品のうち、購入することに最も抵抗がない商品は「衣料品」であった。

資料配布場所：名古屋金融記者クラブ、大垣市政経済記者クラブ

【本件に関する問合せ先：共立総合研究所 調査部 瀬瀬 TEL 0584-74-2615】

【調査概要】

1. 調査時期：2011年11月15日～21日
2. 調査方法：大垣共立銀行本支店（東京・大阪を除く）に来訪した主婦（*）791名にアンケート用紙を配布・回収
3. 有効回答者数：776名（有効回答率 98.1%）
4. 回答者属性：

年齢	20歳代	7.1%
	30歳代	18.8%
	40歳代	33.5%
	50歳代	25.3%
	60歳以上	15.3%
住所	岐阜県	58.3%
	愛知県	37.0%
	三重県	2.8%
	滋賀県	1.8%
	その他	0.1%
職業	専業主婦	15.3%
	正社員・公務員・自営業	35.6%
	パートタイマー	46.4%
	内職・その他	2.7%

（*）本調査における「主婦」とは、既婚の女性で、子どもの有無、就業形態は問わない。

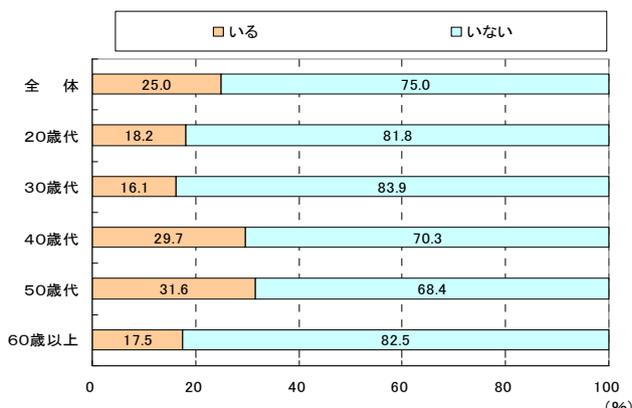
1. 韓流への関心の実態

(1) 好きな韓流スターの有無

好きな韓流スターの有無を尋ねたところ、全体の25.0%が「いる」、75.0%が「いない」と回答した。

年齢別に見ると、「好きな韓流スターがいる」の回答率は50歳代が最も高く(31.6%)、30歳代が最も低かった(16.1%) (図表1)。

図表1 好きな韓流スターの有無

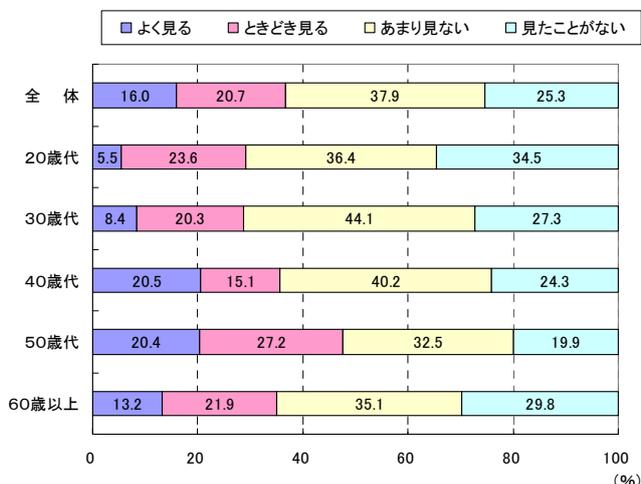


(2) 韓流ドラマを見る頻度

韓国ドラマをどれくらいの頻度で見ると尋ねたところ、「あまり見ない」の回答率が最も高く(37.9%)、次いで「見たことがない」(25.3%)、「ときどき見る」(20.7%)、「よく見る」(16.0%)の順であった。

年齢別に見ると「よく見る」、「ときどき見る」を合わせた回答率は、50歳代が最も高かった(合計回答率47.6%) (図表2)。

図表2 韓流ドラマを見る頻度

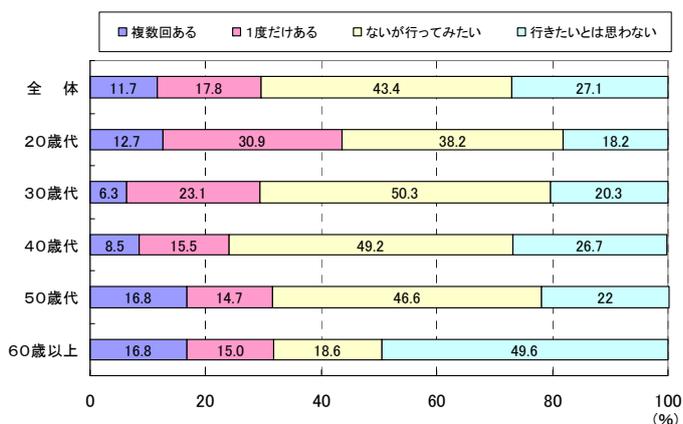


(3) 韓国旅行の経験・関心

韓国旅行の経験・関心について尋ねたところ、「ないが行ってみたい」の回答率が最も高く(43.4%)、次いで「行きたいとは思わない」(27.1%)、「1度だけある」(17.8%)、「複数回ある」(11.7%)の順であった。

年齢別では、韓国旅行の経験があるのは20歳代が最も多く(「複数回ある」、「1度だけある」の合計回答率:43.6%)、「行きたいとは思わない」は60歳以上が最も多かった(49.6%) (図表3)。

図表3 韓国旅行の経験・関心



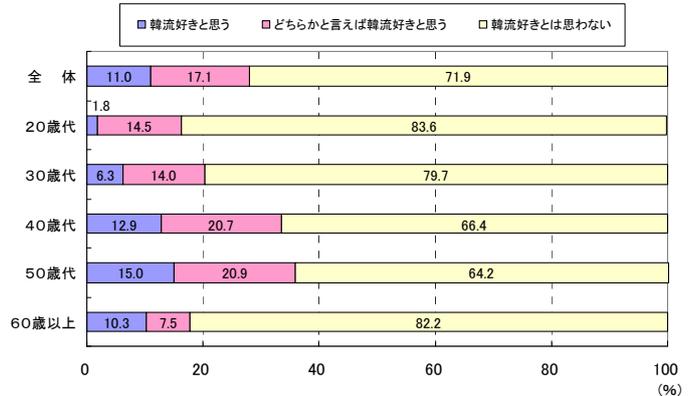
2. 韓流についての自己評価

(1) 「韓流」についての自己評価

韓流について自己評価を確認するために、「あなたはご自分を韓流好きと思えますか」と尋ねたところ、「韓流好きとは思わない」(71.9%)が、「韓流好きと思う」(11.0%)、「どちらかと言えば韓流好きと思う」(17.1%)を大きく上回った。

年齢別に見ると、「韓流好きと思う」、「どちらかと言えば韓流好きと思う」を合わせた回答率は、50歳代が最も高く(35.9%)、20歳代が最も低かった(16.3%)(図表4)。

図表4 「韓流」についての自己評価

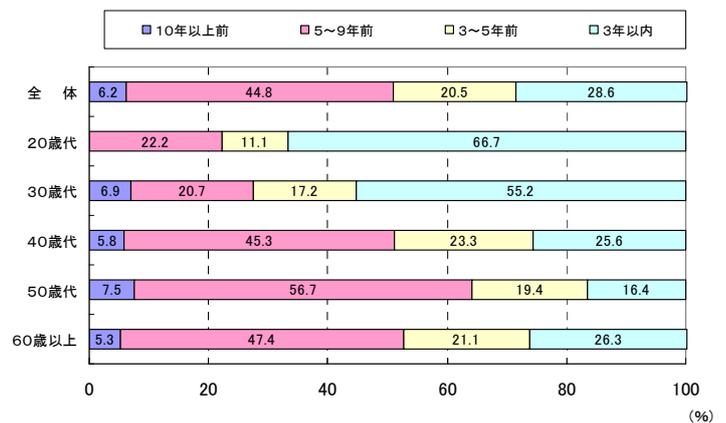


(2) 「韓流」に興味を持った時期

自分自身を「韓流」好きと思う回答者に、「韓流」に興味を持ったのはいつ頃ですか」と尋ねたところ、「5~9年前」が最も高く(44.8%)、「3年以内」(28.6%)、「3~5年前」(20.5%)、「10年以上前」(6.2%)の順であった。(図表5)。

「韓流」に興味を持ったきっかけとして、約4割が2003年に日本で初めて放送された「冬のソナタ」を挙げている。ここ数年、K-POPが人気であり、昨年末の紅白歌合戦に韓国アイドルが3組出場する等勢いがあるが、主婦にとっては、K-POPよりドラマの方が関心が高く、韓流好きのきっかけとしては、依然“ヨンさま”が根強い。

図表5 「韓流」に興味を持った時期



(参 考)

- 2000年 ・映画「シュリ」が日本公開
- 2002年 ・日韓ワールドカップ共同開催
・B o Aの「LISTEN TO MY HEART」がアルバムランキングで初登場1位(オリコン)
- 2003年 ・「冬のソナタ」が日本で初放送
- 2004年 ・「宮廷女官チャングムの誓い」初放送
- 2005年 ・東方神起が日本デビュー
・映画「私の頭の中の消しゴム」がヒット
- 2010年 ・K A R A、少女時代が日本デビュー

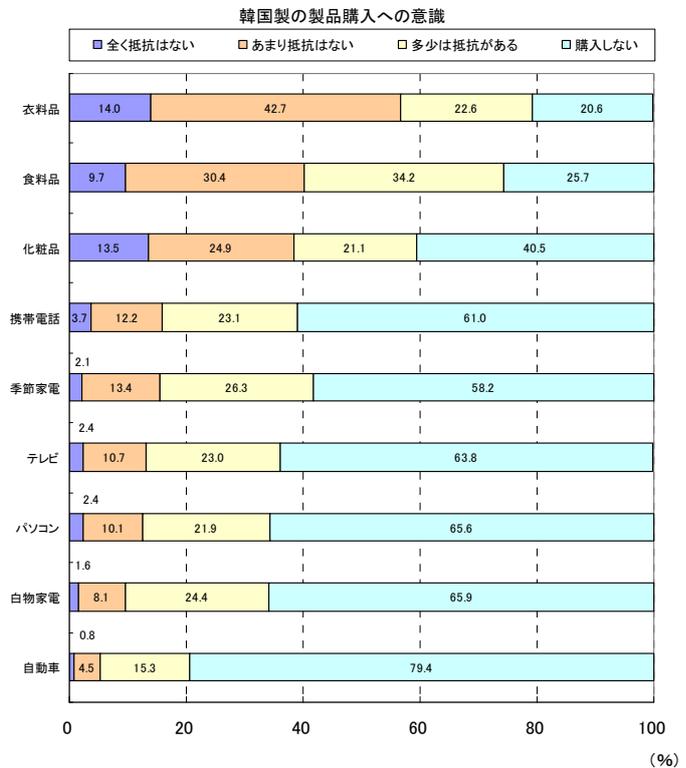
3. 韓国製の製品購入に対する意識

「韓流」への関心を踏まえ、韓国製の製品購入についての主婦の意識を調査した。

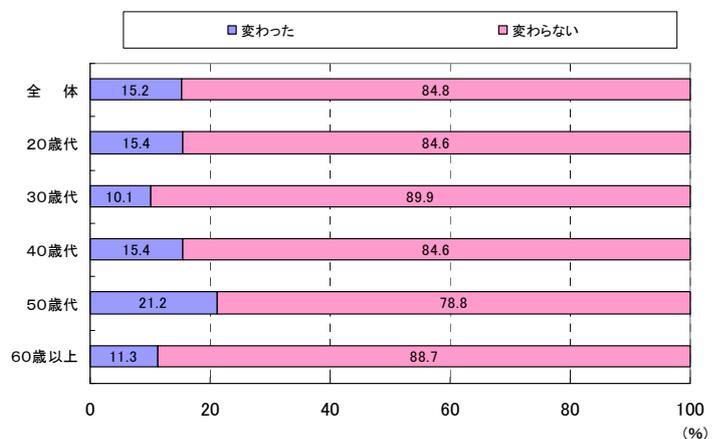
「衣料品」、「食料品」など日常の身の回り品から、「家電」、「自動車」など9品目について、韓国製の製品を購入することに抵抗があるかないか、品目別に尋ねたところ、「全く抵抗はない」、「あまり抵抗はない」を合わせた回答率が50%を超えたのは「衣料品」のみであり、「携帯電話」、「パソコン」、「テレビ」、「白物家電」、「季節家電」、「自動車」の6商品は「全く抵抗はない」、「あまり抵抗はない」を合わせた回答率は20%未満であり、依然韓国製の製品を購入することに対する抵抗は小さい（図表6）。

また、「韓流ブームによって、あなたの韓国製製品を購入することに対する意識は変わりましたか」と尋ねたところ、「変わった」との回答率は15.2%であった。韓流ブームが主婦の消費行動に与えた影響は小さい（図表7）。

図表6 韓国製の製品購入への意識



図表7 「韓流ブーム」と韓国製の製品購入意識



4. おわりに

K-POPの台頭、食品、コスメをはじめとする韓国製商品ブームのマスコミでの取り上げ方、新聞のテレビ欄における韓国ドラマの占有状況からかなりの盛り上がりを予想したが、結果は予想を下回るものであった。

20歳代の回答者が7.1%と若年層のウェイトが低かったことによる影響も考えられるが、今回の結果からは、この地方の主婦の間に「韓流ブーム」といった“熱”を確認することはできなかった。

以上