

韓国におけるコンテンツ市場の実態

2011年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

【免責条項】

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に関する問い合わせ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
調査企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL：03-3582-5544
FAX：03-3582-5309
Email：ORA@jetro.go.jp

©JETRO 2011

本報告書の無断転載を禁ずる

アンケート返送先 FAX 03-3582-5309
email: ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 調査企画課宛

● ジェトロアンケート ●

韓国におけるコンテンツ市場の実態に関するアンケート

ジェトロでは将来の市場として、潜在的需要が高い可能性のある国や地域のマーケット情報を日本の中堅中小企業の方々に紹介することを目的に本調査を実施いたしました。

■ 質問1：今回、本報告書で提供させていただきました「韓国におけるコンテンツ市場の実態」について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■ 質問2：上記のように判断された理由、また、その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

■ 質問3：その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

■ お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
		部署・部署名
	<input type="checkbox"/> 個人	

※ご提供頂いたお客様の個人情報については、ジェトロ個人情報保護方針(<http://www.jetro.go.jp/privacy/>)に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

目次

I. 映画	1
1. 2010年における韓国映画産業の現状	1
2. 韓国の映画産業の市場規模	3
3. 映画の副次利用展開	7
4. 主な企業の一覧	7
5. 韓国で公開された日本映画の代表作	8
6. 映画輸入手続き及び規制	9
7. 外国映画を韓国に輸入する過程で通過すべき規制	10
8. 外国CD輸入通関時の税金と手続き	15
II. テレビ番組	16
1. 韓国放送の現況	16
2. 販売ルート	18
3. 主要企業	19
4. 輸入作品の現況	19
III. アニメーションと漫画	22
1. 市場規模と展望	22
2. 販売ルート	27
3. 主要業者	28
4. 輸入作品の現況	29
IV. 音楽	32
1. 市場規模と将来展望	32
2. 販売ルート	34
3. 主要業者	35
4. 年間音楽ダウンロードランキング	36
V. ゲーム	37
1. 市場規模	37
2. 販売ルート	38
3. 主要業者	39
4. 輸入作品の現況	40
付録I：日本製コンテンツを韓国に輸出する際に参考とすべき法案及び規定	42
主要バイヤー一覧	44
〈主な総合コンテンツ企業一覧〉	44
〈主な映像コンテンツ輸入・配給企業一覧〉	45
〈韓国におけるデジタル音楽企業一覧〉	52
〈韓国における主なデジタル音楽(著作権)輸入企業一覧〉	54
〈日本における音楽CD販売企業一覧〉	57
〈韓国における主なモバイルゲーム企業一覧〉	60
〈韓国における主なオンラインゲーム企業一覧〉	63
参考：日本文化の韓国開放過程	65

I. 映画

1. 2010年における韓国映画産業の現状

(映画振興委員会、2010年における韓国映画産業決算、「韓国映画の動向と展望」)

◆ 韓国・外国映画の公開本数

2010年、韓国では計426本の映画が公開されたが、そのうち韓国映画が140本、外国映画が286本となった。

◆ 韓国映画の平均制作費-低予算映画が増加

韓国映画の平均制作費は2010年時点で21.6億ウォンとなった。2003年から2006年まで40億ウォン前後で推移していたが、2007年37.2億、2008年30.1億、2009年23.1億、2010年21.6億と減少傾向が続いている。一方で、制作費10億ウォン以下の作品(低予算映画)が2004年3本から2005年17本、2006年25本、2007年35本、2008年38本、2009年64本、2010年73本と大幅な増加傾向を示し、2009年と2010年には制作本数全体に占める割合が50%を超えた。

◆ 韓国映画・外国映画別観客動員数・観客シェア

2010年に韓国映画・外国映画の観客動員数は合わせて1億4,680人と、1996年以降増加傾向を示していたが、最近6年間(2005年～2010年)は、1億4,500万人～1億6,000万人の間を推移している。国民1人当たりの年間映画鑑賞回数は2.92回と、最近6年間(2005年～2010年)に、2.90回～3.25回の間を推移している。

韓国映画は6,829万人の観客を動員し、観客シェアも46.52%になったが、外国映画は7,851万人の観客を動員し、53.48%の観客シェアを記録した。特に韓国映画と外国映画の観客(市場)シェアを見ると、韓国映画が1996年23.1%から徐々に増加し、2006年に63.8%と外国映画(36.2%)を上回ったが、2008年42.8%にまで落ち込み、その後2009年48.68%、2010年46.52%と徐々に回復基調を取り戻している。

◆ 映画館数、スクリーン数、座席数

韓国の映画館数・スクリーン数・座席数は、2010年時点でそれぞれ301館、2,003スクリーン、349,640席となっている。映画館の形態もシネマコンプレックスが計238箇所(映画館全体の79.1%)となっており、そのスクリーン数が1856スクリーン(スクリーン全体の92.8%)に上り、韓国市場に浸透していることが明らかになった。

◆ 映画館の売上高(韓国の映画産業の市場規模)

韓国における映画館の売上高は2009年1兆ウォンを超えて以来、大幅な増加傾向を続け、2010年に1兆1,501億ウォンを記録した。

◆ 外国映画の国別輸入本数

韓国に輸入された外国映画は2010年時点で計482本であり、アメリカ映画が155本、53%と最も多く、次いで日本映画が60本となっている。その他欧州からも70本が輸入された。

◆ 韓国映画界の現状

韓国の映画市場は少数の売り手に支配されている。現在、国内配給会社としてCJエンターテインメントが圧倒的な優勢を示しており、ロッテショッピングが展開するロッテエン

ターテインメント、ショーボックスが展開するメディアフレックスが続き、その3社の市場シェアが72.5%に上っている。

〈表Ⅱ-1〉2010年度の配給会社別観客動員数ランキング

ランキング	企業名	観客動員数(人)	市場シェア (%)
1	CJエンターテインメント	40,756,543	27.8%
2	20世紀フォックス 코리아	15,936,816	10.9%
3	ロッテショッピング ロッテエンターテインメント	15,628,148	10.6%
4	ワーナーブラザーズ 코리아	13,491,074	9.2%
5	ソニーピクチャーズ・リリーシング・ ブエナビスタ・ 코리아	13,480,876	9.2%
6	NEW	10,613,652	7.2%
7	ショーボックス(株)メディアフレックス	9,952,700	6.8%
8	シナジー	5,038,040	3.4%
9	Sidus FNH	4,947,501	3.4%
10	UPI 코리아	3,669,534	2.5%

(注)業界トップ3社による市場シェアは45.1%になっている。

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010韓国映画産業決算」

〈表Ⅱ-2〉2011年度の韓国配給会社別観客動員数ランキング

ランキン グ	企業名	観客動員数(人)	市場シェア (%)
1	CJエンターテインメント	26,202,550	38.4%
2	ロッテショッピング ロッテエンターテインメン ト	13,667,100	20.0%
3	ショーボックス メディアフレックス	9,614,843	14.1%
4	NEW	6,439,280	9.4%
5	シナジー	3,732,432	5.5%

(注)韓国勢トップ3社による市場シェアは72.5%になっている。

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010韓国映画産業決算」

◆ 財関係企業グループ保有映画館(シネマコンプレックス)の現状(2010年度時点)

* CJグループ:国内トップ配給会社「CJエンターテインメント」は、国内最大のシネマコンプレックスチェーン「CJ CGV」(77館・623スクリーン)と「CJプリムス」(25館・183スクリーン)と制作・配給会社「シネマサービス」を傘下におさめている。

* ロッテグループ:映画配給会社「ロッテエンターテインメント」、シネマコンプレックスチェーン「ロッテシネマ」(65館・478スクリーン)を保有している。

* ISPLUS(中央日報グループ):自社保有のシネマコンプレックスチェーン「cinus」(33館・240スクリーン)と「Megabox」(16館・133スクリーン)の合併(2011年2月)により、市場2位のロッテとの差を縮小させた。

CJエンターテインメント、ショーボックスのメディアフレックス、ロッテエンターテインメントなど国内トップ3社は、2000年代半ばまで映画制作から、投資、配給、上映までの

全過程を垂直系列化した総合エンターテインメント企業であった。これらの企業は CJ、オリオン、ロッテなど映画史上のトップ 3 と呼ばれる財閥系グループとして、国内市場で圧倒的な優位性を確立している CJ は CJ エンターテインメント、シネマサービスと CJ CGV、プリムスシネマを、オリオンはショーボックスと Megabox を、ロッテはロッテエンターテインメントとロッテシネマをそれぞれ制作資本投資、配給会社そして映画館(シネマコンプレックス)として傘下におさめていた。しかし、2007 年ショーボックス(傘下のメディアフレックス)による Megabox 売却と、2011 年 2 月の ISPLUS(中央日報グループ)による自社保有シネマコンプレックス cinus との合併により、これまでの市場構造に多少の変化が起こった。(制作、投資、配給、上映の全部門でオリオンを抜き、ISPLUS がトップ 3 の仲間入りを果たした。)

トップ 3 社による映画館は 2010 年時点でスクリーン全体の 82.7% を占めている。トップ 3 社は配給市場で公開映画本数全体の 16% となっているが、観客シェアでは 45.1% に上っており、抜群の観客動員力を発揮していることが分かる。韓国映画に限って見ると、観客シェアは 72.5% に膨れ上がる。トップ 3 社は、支配的事業者の判断基準となる 75%(上位 3 社の合計)に近い絶大的な市場シェアを持っており、市場への支配力が極めて大きいと言える。

2. 韓国の映画産業の市場規模

1) 観客動員数、市場シェア、国民一人当たり年間映画鑑賞回数

○韓国映画の観客動員数は 2000 年以降大幅な落ち込みを見せている。2006 年(9,700 万人)をピークに以後一転して減少過程に入り、最近 4 年間では 6,300 万人～8,000 万人の間を推移している。

-全体の観客動員数は、2006 年から 2009 年まで 1 億 5,000 万人前後で推移していたが、2010 年 1 億 4,000 万人に落ち込んだ。

<表 II-3>最近 10 年間の韓国映画・外国映画別観客動員数・市場シェア・国民一人当たり年間映画鑑賞回数の推移

(単位：万人)

区 分	韓国映画			外国映画			全体の観客動員数	一人当たり年間映画鑑賞回数
	観客動員数	市場シェア	一人当たり年間映画鑑賞回数	観客動員数	市場シェア	一人当たり年間映画鑑賞回数		
2000	2,271	35.1%	0.41	4,191	64.9%	0.89	6,462	1.30
2001	4,481	50.1%	0.96	4,455	49.9%	0.94	8,936	1.90
2002	5,082	48.3%	1.07	5,431	51.7%	1.13	10,513	2.20
2003	6,391	53.5%	1.32	5,556	46.5%	1.15	11,947	2.47
2004	8,019	59.3%	1.65	5,498	40.7%	1.13	13,517	2.78
2005	8,544	58.7%	1.78	6,008	41.3%	1.25	14,552	3.03
2006	9,791	63.80%	2.00	5,549	36.20%	1.13	15,341	3.13
2007	7,939	50.00%	1.61	7,938	50.00%	1.61	15,877	3.22
2008	6,354	42.13%	1.28	8,729	57.87%	1.76	15,083	3.04
2009	7,641	48.68%	1.54	8,055	51.32%	1.62	15,696	3.15
2010	6,829	46.52%	1.35	7,851	53.48%	1.55	14,680	2.92

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010 韓国映画産業決算」

2)映画館の売上高

○韓国映画館の売上高は、2000年3,460億ウォンから2010年11,501億ウォンと、ここ10年の間で約3.32倍に増加した。

〈表Ⅱ-4〉映画館の売上高の推移
(単位：億ウォン)

年 度	2000	2001	2002	2003	2004	2005
売上高	3,460	5,237	6,327	7,171	8,498	8,981
年 度	2006	2007	2008	2009	2010	-
売上高	9,256	9,918	9,794	10,940	11,501	-

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010 韓国映画産業決算」

3)スクリーン数

○スクリーンは、2000年720から2010年2,003とここ10年の間で大幅に増加した。

-スクリーンは増加したが、映画館数は低下傾向にある。それは巨大資本の進出によるシネマコンプレックスの増加・中小映画館・単館映画館の減少によるものと思われる。

-2006年以降の映画市場は、構造調整のスピードが減速し、安定的に推移していたが、2009年に3D映画が登場し、3D上映設備の構築が困難な中小映画館・単館映画館は、ますますその厳しさが続くものと思われる。

〈表Ⅱ-5〉最近10年間の映画館数・スクリーン数の推移

年 度	全人口(万人)	観客数(万人)	映画館数	スクリーン数
2000	4,727	6,169	373	720
2001	4,734	8,936	344	818
2002	4,802	10,513	309	977
2003	4,839	11,948	280	1,132
2004	4,858	13,517	302	1,451
2005	4,901	14,552	301	1,648
2006	4,899	15,341	321	1,880
2007	4,926	15,877	314	1,975
2008	4,954	15,083	309	2,004
2009	4,977	15,696	305	2,055
2010	5,052	14,681	301	2,003

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010 韓国映画産業決算」

4)デジタルシネマ

○デジタルスクリーンは2004年の4スクリーンから2010年には1,133に大幅に増加し、そのうち44.7%の506が3D映画の上映が可能なスクリーンとなっている。

-「アバター」(2009)の公開を機に、業界のパラダイムシフトが急速に進み、3D映画は2010年に映画館の総売上高の15%を上回る1,780億ウォンの実績を挙げるなど、大きなトレンドとなっている。

〈表Ⅱ-6〉 3D映画の売上高の推移

年度	3D映画全体				「アバター」を除いた3D映画全体			
	3D映画 売上高	増加率	1本当り 平均売上高	増加率	3D映画 売上高	増加率	1本当り 平均売上高	増加率
2009	85,731	-	12,247	-	5,188	-	865	-
2010	178,027	107.70 %	7,740	-36.80%	128,608	2378.94%	5,846	576.07%

(出所)映画振興委員会(2010)、「2010韓国映画産業決算」

5) 周辺市場

○オンライン VOD、IPTV の PPV(Pay-per-view)サービスと SVOD(Subscription Video on Demand)市場の成長が原因で、従来の DVD/VHS 市場が大きく後退した。

-周辺市場については正確に把握し得る有用性の高い資料がこれまでなく、映画振興委員会の 2009 年資料に加え、「2010 韓国映画産業決算」の周辺市場編を参考にした。

○ IPTV の PPV(Pay-per-view)

- 2007 年にサービスを開始して以来、毎年 2 倍の成長を続けており、IPTV3 社の加入者数は 2010 年時点で 300 万人強となっている。

-IPTV から提供される番組本数は、2007 年は約 1 万千本だったが、2010 年には約 9 万本と約 3 倍に膨れ上がった。

〈表Ⅱ-7〉2009 年度の IPTV サービスの売上高

区 分	韓国映画	外国映画	合計	備 考
販売量(回)	4,638,460	4,068,501	8,706,961	2 社回答
周辺市場の売上高全体 (億ウォン)	123.3	78.5	201.9	
版權購入本数(本)	209	135	334	1 社回答

(注)アンケート調査の結果をもとに作成

(出所)映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

○オンライン VOD

-周辺市場で合法ダウンロードの拡大が目目されている。

-CJエンターテインメントとNHNの共同出資により設置されたオンラインコンテンツ流通会社「Mbaro」が発足し、CJエンターテインメントとショーボックスの映画をほとんどネット上で見られるようになった。(一部の配給会社の作品を除く。)

-2008 年、ネットで合法的に見られる映画は全体の 5%に過ぎなかったが、2010 年には 95%程度がオンライン VOD で制作・流通されほとんどの映画をネットで見られるようになった。それに加え、オンライン VOD のプラットフォームも増加傾向を示している。

-VOD プラットフォームの増加傾向の影響によるコンテンツ価格競争の激化が消費者の価格負担の軽減につながり、売上増加をもたらしている。

-特に検索機能とダウンロード機能の連動によるアクセス利便性向上が図られた大手ポ一

タルサイトの売上高が大幅な増加幅を記録している。(大手ポータルサイト「DAUM」ダウンロードサービスの2010年度の月間売上高は前年比約600%増加した。)

-ポータルサイトは、オンラインVOD市場で約10~15%の市場シェアを示していると試算される。

<表II-8>2009年度のオンラインVOD市場の売上高

区 分	配信			ダウンロード		
	提供本数 (本)	総販売量 (回)	総売上高 (百万ウォン)	提供本数 (本)	総販売量 (回)	総売上高 (百万ウォン)
韓国映画	348	671,445	314	428	3,717,946	5,728
外国映画	994	517,762	166	968	2,251,066	2,472
合 計	1,342	1,189,207	480	1,396	5,969,012	8,201

(注)アンケート調査の結果をもとに作成

(出所)映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

○ DVD/VHS

-周辺市場の形成・進展がIPTVとダウンロードを中心に進んでおり、DVD/VHS分野の先行きは不透明である。

-DVD価格の高さが市場成長を防ぐ障害として指摘されており、低価格な自動消滅型DVD(1回再生するとデータが消去される)が米国、カナダに次いで世界3番目に販売されたが、反応は鈍かった。

-自動消滅型DVDは、発売当初1枚当たり2~3千ウォンの低価格が大きなメリットになると予想されていたが、その低価格により著作権料を除けば制作・販売業者に残る収益はわずかであった。

-日・米で急成長を遂げているブルーレイに注目が集まっていたが、価格の高さとプレイヤーの普及不振が成長率低迷の要因になっている。

-3D DVDと3Dブルーレイの普及拡大にも3D TVの価格の高さ・3Dコンテンツの不足が足かせとなっている。

<表II-9>2009年度のDVD/VHSの売り上げ本数

項 目	発売本数(本)		発売量(本)		売上高(百万ウォン)	
	DVD	VHS	DVD	VHS	DVD	VHS
韓国映画	28	22	88,147	22,582	1,473	1,985
外国映画	117	51	202,281	25,296	3,126	2,828
合 計	117	51	290,428	47,878	4,599	2,828

(注)アンケート調査の結果をもとに作成(3社回答)

(出所)映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

<表II-10>2009年度のDVD/VHS販売用・レンタル用の販売本数

項 目	DVD 発売本数(本)		VHS 発売本数(本)		DVD 売上高 (百万ウォン)		VHS 売上高 (百万ウォン)	
	韓国 映画	外国 映画	韓国 映画	外国 映画	韓国 映画	外国 映画	韓国 映画	外国 映画
販売用 (Sell-Through)	27	114	0	0	889	2215	0	0

レンタル用	28	81	22	51	1,053	1,385	467	560
合計	55	195	22	51	1,942	3,600	467	560

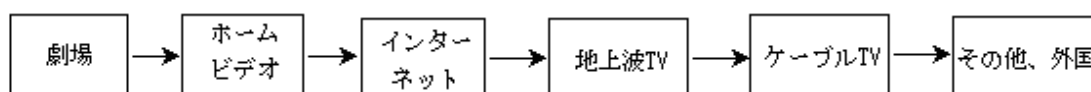
(注) アンケート調査の結果をもとに作成(3社回答)

(出所) 映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

3. 映画の副次利用展開

○ 映画館の売上高が全体収益の 68%を占めている。その原因は、従来から映画は映画館向けに制作する傾向が強く、観客も映画館で観覧することを好んでいた為である。その結果外国に比べ、劇場収益が多く、他の利用ルートは発展しなかった。

<図Ⅱ-1> 映画の副次利用展開



- 劇場収益が映画収益の中で一番多いが、上映期間は他の経路に比べ一番短い。
- 最近、IPTV とオンライン VOD の増加傾向を背景に、映画のテレビ放送までの期間が縮まり、ホームビデオは販売ルートの流れで IPTV とオンライン VOD に抜かれた。
- 映画館での上映期間は興行実績と密接な関係にあることから、通常 4 週間程度で、大ヒット作の場合は最長 5 ヶ月に上ることもある。
- かつては各ルートでの収益向上のために映画上映からビデオ発売まで概ね 3 ヶ月から 6 ヶ月、地上波テレビ初放送まで 1 年程度がかかっていたが、現在は期間特定が難しい。
- 新たなルートとしてオンライン VOD と IPTV の段階が登場し、地上波テレビとケーブルテレビとの間の期間は急速に縮まっている傾向にある。

4. 主な企業の一覧

<表Ⅲ-11> 日本映画輸入企業一覧(2010 年度の公開実績)

企業名	企業プロフィール
大元メディア (3本・ 146万2千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 場所：ソウル市龍山区漢江路 3 街 40-456 ・ 電話：+82-2-6373-3000 ・ 主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「借りぐらしのアリエッティ」(106 万人)、「映画ドラえもののび太の人魚大海戦」(26 万人)、「劇場版パワーレンジャー:エンジンフォース VS ワイルドスピリット」(13 万人)
オンメディア (1本・ 61万8千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 場所：京畿道城南市盆唐区書峴洞 249-1 ・ 電話：+82-31-789-1114 ・ 主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「名探偵コナン 天空の難破船」(60 万人)
オンメディア・ トゥーニバース	<ul style="list-style-type: none"> ・ 場所：ソウル市麻浦区上岩洞 1606CJ E&M センター(2011 年に CJ エンターテインメントと合併)

企業名	企業プロフィール
(2 本・ 25 万 8 千人)	・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「劇場版ワンピース ストロングワールド」(14 万人)、「超劇場版ケロロ軍曹 誕生!究極ケロロ 奇跡の時空島であります!!」(11 万人)
ポケモンコリア (1 本・ 22 万 1 千人)	・場所：ソウル市江南区清潭洞 90-8 ・電話：+82-2-3448-0400 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド・パール 幻影の覇者ゾロアーク」(22 万人)
CJエンターテインメント (3 本・ 8 万 3 千人)	・場所：ソウル市麻浦区上岩洞 1606CJ E&M センター17F ・電話：+82-2-371-6114 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「ゴールデンランバー」(6 万 5 千人)、「空気人形」(1 万 2 千人)
ミロビジョン (1 本・, 7 万 5 千人)	・場所：ソウル市龍山区漢南洞 635-1 ・電話：+82-2-3443-2568 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「のだめカンタービレ vol.1」(7 万 5 千人)
スポンジ・E&T (6 本・ 2 万 7 千人)	・場所：ソウル市江南区新沙洞 600-4 ・電話：+82-2-6497-5132 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「ソラニン」(1 万 1 千人)
クラッカー・ピクチャーズ (2 本・ 2 万 4 千人)	・場所：ソウル市江南区清潭洞 50-3 ・電話：+82-2-3443-9909 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「涼宮ハルヒの消失」(2 万 4 千人)
巨元シネマ (1 本・ 1 万 2 千人)	・場所：ソウル市江南区新沙洞 655-6 ・電話：+82-2-515-1205 ・主な輸入実績(観客動員数 1 万人以上)：「ゼロフォーカス」(1 万 2 千人)

(注)輸入実績は、2010 年時点の観客動員数である。

5. 韓国で公開された日本映画の代表作

〈表Ⅱ-13〉韓国で公開された日本映画の代表作

年度	韓国で公開された日本映画の本数	韓国で公開された外国映画の本数	外国映画全体に占める日本映画の割合	その年に公開された日本映画の代表作
2000	25	227	9.0%	「Shall we ダンス」
2001	24	228	10.5%	「となりのトトロ」
2002	13	192	6.7%	「千と千尋の神隠し」
2003	18	175	10.2%	「仄暗い水の底から」
2004	28	194	14.4%	「踊る大捜査線 2」
2005	25	215	11.6%	「いま、会いにゆきます」
2006	35	237	14.7%	「日本沈没」
2007	37	281	13.1%	「デスノート the Last name」
2008	38	271	14.0%	「崖の上のポニョ」
2009	31	243	12.7%	「名探偵コナン 漆黒の追跡者」
2010	59	426	13.8%	「借りぐらしの

年度	韓国で公開された日本映画の本数	韓国で公開された外国映画の本数	外国映画全体に占める日本映画の割合	その年に公開された日本映画の代表作
				「アリエッティ」

(出所)映画振興委員会 (www.kofic.or.kr) の資料をもとに作成

6. 映画輸入手続き及び規制

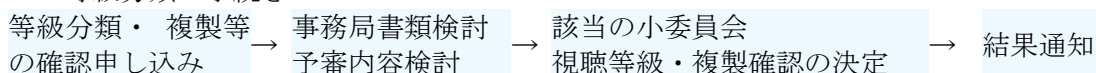
－ 韓国では映画（予告編及び広告映画を含む）及びビデオが商業的目的で上映、配給されるためには、上映、配給の前に映像物等級委員会から上映等級を分類してもらわなければならない。（映画鑑賞に際しての規制基準により等級を審査）

1) 映画等級の分類

- － 法的根拠：映画及びビデオの振興に関する法律第 29 条及び等級分類小委員会の審議手続き規定第 2 条
- － 等級分類審査日：月曜日、火曜日、水曜日、木曜日（週 4 回）、必要時には日程を増やすことが可能
- － 等級分類申し込み時の具備書類及び添付事由：映画上映等級分類申込書（当該映画の概括的な内容を確認する為）、輸入約定書のコピー 1 部（外国映画に限る。正確な輸入価格及び契約関係等に対する形式的な要件を確認する為であり、必ず輸入約定書を発行した当該国の公証及び現地領事館の確認を得て提出すること）、輸入免状のコピー 1 部（外国映画に限る。国内搬入可否及び関税納付を確認する為）、録音シナリオ 12 部（筋書、スタッフ含む一映画予審及び等級分類時映画内容及び台詞一致を確認する為）、修正有無確認書 1 部（申請会社の映画内容の修正事項を確認する為）、映画プリント 1 冊（映画等級分類時の実体資料）。
- － 問合せ：映像物等級委員会（Korea Media Rating Board : KMRB）
電話：+82-2 - 2272 - 8560

2) ビデオ等級分類及び広告

－ 等級分類の手続き



－ 申し込み資格

映画及びビデオの振興に関する法律による“ビデオ製作者または配給業者”等、国内一般人に配布する目的のビデオの製作者

－ 等級区分

・ 全年齢観覧可：全ての年齢の者が視聴することができるビデオ
・ 12 歳以上観覧可：満 12 歳以上の者が視聴することができるビデオ
・ 15 歳以上観覧可：満 15 歳以上の者が視聴することができるビデオ
・ 青少年観覧不可：青少年は視聴することができないビデオ

－ 外国映画等級分類の必要書類：等級分類申込書 1 部（別添様式）、当該国の公証人が公証し、当該公館の公証を得た契約書と原作者証明書、米国以外の国の場合は在外公館公

証法に基づく当該国に駐在する大韓民国公館が確認した書類または正当な権利がある者であることを国の政府やその他権限がある機関が発行する書類と公証された原作者証明書、必要時には契約書等の原本の提出（受付時にコピーと同一内容であることを確認）、内容説明書2部、覚書き1部（別添様式）、審議物（VHS、DVD、VCD、CD-ROM等）の見本1枚、オンライン・モバイル動画は同内容が収録された媒体見本1枚（後日方式改善予定）、その他送金領収証及びDHL書類等の配給関係確認の為に委員会が要求する書類。

7. 外国映画を韓国に輸入する過程で通過すべき規制

KMRB（映像物等級委員会）（(02-3153-4300, <http://www.kmr.or.kr/>））の審議を経て輸入推薦（等級分類を受ければ輸入推薦書が出る）を受けなければ輸入通関ができない。音楽アルバム、映画用フィルム及び映画の収録されたCDに関しては関税が賦課される。関税は海外物品から韓国産業保護する為の対策であり、基本税率（8%）を適用する。特別な国際協約がない限り、全ての外国物品はほぼ同様に適用される。（財政経済部関税制度課（電話：+82-2-2150-4410 ソ・デソク）とのインタビュー）関税率や輸入規制については関税庁電子通関システム（<http://portal.customs.go.kr/>）で閲覧できる。

（参考）HSコード表

*貿易委員会貿易振興チームの映画フィルムHSコード担当者(02-6000-5327)によると、映画フィルムは一般に劇場用商業映画35mmフィルムである為、HSコードは3706.10-6020が付与される。

第37類写真用または映画用の材料

HSコード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
3706	Cinematographic film, exposed and developed, whether or not incorporating sound track or consisting only of sound track.					
10	1. Of a width of 35 mm or more			m kg		
1000	A. Consisting only of sound track	240 ウォン/m		m kg	映画振興法	

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
2000	B. For news	6 ウォン/m		m kg	映画振興法	
30	C. Joint - produced cinematography			m kg		
3010	(1) Rush	35 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
3020	(2) Other negative joint - produced cinematography	600 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
3030	(3) Other positive joint - produced cinematography	100 ウォン/ m		m kg	映画振興法	

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
4000	D. Cinematograph film exposed overseas in the working of a motion picture by a republic of Korea producer (only pictured overseas scenery or only appeared actors of republic of Korea in the film) and cinematograph film made by a Korean producer in Korea	35 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
50	E. 35 mm or more and not more than 40 mm in width			m kg		
5010	(1) Negatives	1160 ウォン /m		m kg	映画振興法	
5020	(2) Positives	240 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
60	F. More than 40 mm in width			m kg		
6010	(1) Negatives	2040 ウォン /m		m kg	映画振興法	

HS コード		品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
	6020	(2) Positives	340 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
90		2. Other			m kg		
	1000	A. Consisting only of sound track	12 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	2000	B. For news	6 ウォン/m		m kg	映画振興法	
	30	C. Joint - produced cinematography			m kg		
	3010	(1) Rush	35 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	3020	(2) Other negative joint - produced cinematography	600 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
	3030	(3) Other positive joint - produced cinematography	100 ウォン/ m		m kg	映画振興法	

HS コード	品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
4000	D. Cinematograph film exposed overseas in the working of a motion picture by a republic of Korea producer (only pictured overseas scenery or only appeared actors of republic of Korea in the film) and cinematograph film made by a Korean producer in Korea	35 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
50	E. Not more than 20 mm in width			m kg		
5010	(1) Negatives	60 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
5020	(2) Positives	12 ウォン/ m		m kg	映画振興法	
60	F. More than 20 mm and less than 35 mm in width			m kg		
6010	(1) Negatives	1160 ウォン/ m		m kg	映画振興法	

HS コード		品名 Description	関税	内国税	単位	輸出入の 要領	税関長確認
	6020	(2) Positives	240 ウォン/ m		m kg	映画振興法	

8. 外国 CD 輸入通関時の税金と手続き

(インタビューー産業資源部貿易投資政策本部貿易政策チーム、リ・ウイル主務官)

■ 質問 ■

外国からCDを輸入する場合、税金と手続きはどうか。

■ 回答 ■

音声またはその他の現象が記録された保存媒体は輸出入時の品目分類番号が HS8524 項に分類されるが、次のように細分化され、それによって関税率が変わる。例えば

- － 音声のみを再生するもの → HS8524.32 - 0000 関税率 8%
- － コンピューター等で二進法によって運営され、使用者と相互連結 (interactive) になるもの
→ HS8524.39 - 1000 関税率 0%
- － その他の映像再生用のもの → HS8524.39 - 9000 関税率 8%

輸入する物品に対する関税率は上記の分類により、0%または8%に決まる。また、分類の如何にかかわらず付加価値税が10%賦課される(但し、付加価値税施行規則第11条の『電子出版物』に該当する時には免税される可能性がある)。

音楽アルバム・ビデオ及びゲームに関する法律第2条第1号の規定による音楽アルバムは、同法第35条の規定により、映像物等級委員会の輸入推薦を受けなければならない。また、音楽アルバム・ビデオ及びゲームに関する法律第2条第2号ないし第3号の規定によるビデオゲームは同法第20条の規定により、映像物等級委員会の等級分類を受けなければならない。要件確認対象及び除外対象等に対するより詳しい事項については所管部処に問い合わせなければならない。

－ 問合せ：KMRB (映像物等級委員会) www.kmrb.or.kr 電話：+82- 2 - 2272 - 8560)

また、関税法第234条により、憲法秩序を乱す、或いは公序良俗に反する図書、刊行物、映画、音楽アルバム、ビデオ等は輸出入できない。また、関税法第269条第1項により、輸入禁止物品を輸出入した者は10年以下の懲役または2千万ウォン以下の罰金に処すると規定している。

II. テレビ番組

1. 韓国放送の現況

-韓国には2009年12月時点で、地上波テレビ局はKBS、MBC、EBSなどの公営テレビ局とSBSを含む11民営テレビ局など計33局(地方MBC19社を含む)があり、ラジオ放送局(公営・民営を含む)は、2008年に開局したYTNラジオ、釜山英語放送、光州英語放送と2009年8月に開局許可を受けた共同体ラジオ局7社を含む21社が存在する。

-衛星放送は、「韓国デジタル衛星放送(2002年3月開局)」と衛星モバイル放送事業者「TUMEDIA(2005年5月開局)」がある。

-一般衛星放送事業者(スカイライフ)は、2001年から赤字決算(当期純損失)が続いていたが、2006年に当期純利益が36億ウォンとなり黒字に転換し、2007年に続き、2008年に217億ウォン、2009年に248億ウォンの純利益を記録した。

-有線放送は総合有線と中継有線に分類されるが、総合有線事業者は合併により前年比3社(冠岳ケーブルテレビ放送、大丘中央ケーブルテレビ北部放送、韓国ケーブルテレビ西南放送)減の100社となっており、中継有線放送事業者は同9社減の99社が存在する。

-中継有線の減少は、総合有線放送への合併・廃業などにより今後より一層進むと見られる。

-放送チャンネル事業者(PP)は、2009年末時点で184社(法人ベース)となっている。

-2009年度放送産業の事業収益は、8兆9千億(前年比3.7%増)と成長している。

-放送産業の拡大傾向は、地上波テレビを除いた総合有線放送と放送チャンネル事業の収益増加、IPTVサービスの導入によるものと分析される。

-第一に、総合有線放送の事業収益は、前年比7.5%増の1兆8,047億ウォンとなったが、それは受信料、ホームショッピング(通信販売)の送料・手数料、端末レンタル料などの収益増加によるものと見られる。

-第二に、放送チャンネル事業の事業収益は前年(3兆537億ウォン)比8.1%増の3兆3,004億ウォンとなり、それは5ホームショッピング事業者の事業収益の大幅増(23.2%)によるものと思われる。(放送チャンネル事業による事業収益全体に占める割合が58%)

-第三に、IPTVサービスの導入による790億ウォンの収益が発生している。

〈表III-1〉2009年度の国内放送事業者の売上高

区分	事業者数	総売上高 (億ウォン)	事業収益 (億ウォン)	広告収益 (億ウォン)	総売上高に 広告収益が 占める割合
地上波テレビ放送	33	31,662	29,673	16,938	60.2%
地上波ラジオ放送	21	4,615	2,891	2,244	8.0%
地上波DMB	6	131	110	51	0.2%
総合有線放送	100	25,252	18,047	1,065	3.8%

区 分	事業者数	総売上高 (億ウォン)	事業収益 (億ウォン)	広告収益 (億ウォン)	総売上高に 広告収益が 占める割合
中継有線放送 ⁴⁾	99	157	121	-	0.0%
一般衛星放送	1	3,975	3,503	113	0.4%
衛星DMB放送	1	1,334	1,334	33	0.1%
放送チャンネル 事業	184	107,025	33,004	7,694	27.3%
IPTVの事業収益	3	790	790	-	0.0%
放送事業者の 総売上高	448	174,940 (9.4%増)	89,473 (3.7%増)	28,138 (12.5%減)	100.0%

(出所)2010年度の放送産業の実態調査に関する報告書をもとに作成

(注)地上波 DMB6 社のうち、KBS、MBC、SBS の DMB 事業の売上高は地上波テレビ放送に含まれている。

- IPTV 事業者には KT(QOOK TV)、SK ブロードバンド(B TV)、LG テレコム(myLGtv)がある。

1)地上波テレビ局

○2009年度の事業収益は前年(3兆3,971億ウォン)比1,407億ウォン減の3兆2,564億ウォンとなり、広告収益も前年比12.8%減を記録した。

-2009年度の地上波 DMB 放送の事業収益は前年比大幅減の110億ウォンとなった。

2)有線放送(S0)

○通常、有線放送事業者は地域放送を発信している地方テレビ局を意味する。

○総合有線放送100局の事業収益は前年比7.5%増の1兆8,047億ウォンとなった。

-受信料収益(収益全体の63.6%)の場合、前年比4.8%増を示すとともに、ホームショッピングの送料・手数料収益が前年(3,397億ウォン)比13.5%増の3,854億ウォンを記録したことによるものである。

○中継有線放送100局の事業収益は、前年比3.3%増の121億ウォンを記録した。

3)放送チャンネル事業

○放送チャンネル事業者とはプログラム・プロセッサ(PP)として、ケーブルテレビ局がその典型である。

- 2005年度の総売上高は、2003年(2兆3,022億ウォン)比74%増の3兆1,264億ウォンを記録した。

4)一般衛星放送

○一般衛星放送事業者(スカイライフ)の事業収益は前年比0.1%増の3,503億ウォンとなっ

た。

-2001年から赤字決算(当期純損失)が続いていたが、2006年に当期純利益が36億ウォンとなり黒字に転換し、2007年に続き、2008年に217億ウォン、2009年に248億ウォンの当期純利益を記録した。

○衛星DMB事業者であるTUメディア(2005年に放送開始)の事業収益は2009年時点で1,334億ウォンを記録した。

A. テレビ番組のDVD・ビデオ販売

○ テレビ番組はDVDやビデオテープの媒体に録画され、流通しており、放送中の番組はもちろん過去の放送分も提供されている。

ー 販売ルートとしては放送会社の直接販売とビデオ販売会社経由の販売等があるが、正確な統計を取ることは難しい。

◆全体売上高に占める比重も僅かで様々なルートで販売される為、販売金額を把握しにくい。

◆オンラインVOD、IPTVサービスに関する資料が不足している。

B. 今後の見通し

○放送環境の急速な変化により、単なる成長率を基盤とする市場成長予測はその有効性に疑問があることから、放送委員会の2011年度の業務計画の一部を参考資料とする。

○放送・通信コンテンツの競争力向上

-外注比率の調整によるテレビ局の制作力・流通力の向上

-放送・通信コンテンツ制作ファンドの創設・運用

-優秀なドキュメンタリーなど高品質テレビ番組の制作支援

-俳優、PD、作家など人材育成プログラムの開発

○地上デジタル放送の全国展開の本格化

-2010年モデル事業(蔚珍、江陽、丹陽)、2011年全国拡大(6月29日齋州島転換)を経て2012年12月31日04時に地上手字たる放送の全国展開が予定されているため、ハイビジョン番組の需要増加が見込まれる。

○放送産業の高度化

-総合編成チャンネル、報道チャンネルの放送開始による各種番組の需要増加が予想される。

2. 販売ルート

- テレビ番組は市場で流通しているが、放送会社の直接販売、出版社やビデオ番組製作会社等による販売に分かれている為、販売ルートは複雑である。
- － 更に、金額や数量が他のジャンル（映画やアニメなど）に比べ少ない為、明確な流通ルートを提示することは難しいが、代表的な流通ルートは以下の通り。

－但し、かつてはテレビ局・制作プロダクションから中間流通業者を経て消費者に届くルート、小売店・消費者に販売するルート、小売店が消費者にレンタルするルートなど様々なルートがあったが、オンライン VOD、IPTV サービスの活性化により環境変化が急速に進んでいる。

－小売店による実物販売の流通構造は徐々にその姿を消していくと見られる。

3. 主要企業

- 日本のテレビ番組を放送している代表的なケーブルテレビ事業者としてチャンネル J と MBC ドラマネットが挙げられる。チャンネル J は主に日本のドラマを放送している。MBC ドラマネットは主に自社ドラマを放送し、時々日本のドラマを放送している。

<表Ⅲ－6> 日本のテレビ番組を放送するケーブルテレビ事業者（2010年12月現在）

企業名	企業プロフィール
チャンネルJ	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：ソウル市陽川区木洞923-14ドリームタワー20F ・電話：+82-2-547-7344 ・主な輸入実績：ラブシャッフル、岸朝子のNippon食遺産・第2章、龍馬伝、熱海の捜査官など

資料：放送委員会 (www.kbc.go.kr)

4. 輸入作品の現況

- 日本のテレビ番組はチャンネル J と MBC ドラマネットで主にドラマが放送されているが、インターネット上の違法流通も盛んである。

－韓国で日本のテレビドラマやバラエティ番組はマニア層を中心とした消費傾向が強く、日本の放送から短時間で違法ダウンロードが行われることが多い。

－そのためもあり、ケーブルテレビで放送される日本のテレビ番組の視聴率が上がらないと見られる。

- また地上波・ケーブルテレビともに放送ジャンルがアニメに集中している。

〈表Ⅲ-3〉2009年度の地上波テレビ局による日本のテレビ番組の輸出入額・本数

区 分	2009年度の輸出		2009年度の輸入	
	本 数	金額(千ドル)	本 数	金額(千ドル)
ドラマ	9,321	61,686	0	0
ドキュメンタリー	9	86	62	108
アニメ	0	0	388	155
バラエティ	1,189	2,031	0	0
教養	273	506	0	0
合 計	10,792	64,309	450	263

(注)在外韓国語放送、ビデオ・DVDの販売、タイムブロックとフォーマットの販売を除いたテレビ番組を対象にした資料である。

(出所)2010年度の放送産業実態調査に関する報告書をもとに作成

〈表Ⅲ-4〉2009年度の放送チャンネル事業者による日本のテレビ番組の輸出入額・本数

区 分	2009年度の輸出		2009年度の輸入	
	本 数	金額(千ドル)	本 数	金額(千ドル)
ドラマ	108	398	357	917
ドキュメンタリー	2	16	64	55
アニメ	24	9	4,219	4,205
バラエティ	239	447	308	480
教養	-	-	32	96
報道	-	100	-	-
合 計	373	970	4,980	5,752

(注)在外韓国語放送、ビデオ・DVDの販売、タイムブロックとフォーマットの販売を除いたテレビ番組を対象にした資料である。

(出所)2010年度の放送産業実態調査に関する報告書をもとに作成

本報告書の無断転載を禁ずる

Ⅲ. アニメーションと漫画

1. 市場規模と展望

A. 市場規模

○韓国アニメ産業の総売上高は 2008 年時点で 404,7 億ウォン(2007 年比 30.1%増、年平均(2006 年—2008 年)18.4%増)となっており、制作・流通業の売上高が 3,296 億ウォン、映画館の売上高が 690 億ウォン、テレビ局の輸出額が 61 億ウォンをそれぞれ記録した。

-それはアニメ自主制作の売上増加によるものと分析される。

-2008 年度のアニメ産業の売上高を見ると、アニメ自主制作とアニメ受託制作の売上高はそれぞれ前年比 22.6%増、0.2%増を記録している。

〈表VI-1〉韓国アニメ産業の市場規模

中分類	小分類	売上高(百万ウォン)				割合 (%)	前年比 増減率 (%)
		2005	2006	2007	2008		
アニメ 制作業	アニメ自主制作	221,012	107,292	137,322	168,396	41.6	22.6
	アニメ受託制作		107,684	135,025	135,356	33.4	0.2
	オンライン(インター ネット・モバイル) アニメ制作		1,152	1,813	1,880	0.5	3.7
	合計		221,012	216,128	274,160	305,632	75.5
アニメ流通・ 配給業	アニメ流通・配給及び マーケティング・広報	-	4,402	7,517	15,558	3.8	107
オンライン アニメ 流通業	オンラインアニメサ ービス(インターネッ ト・モバイル)		6,643	7,691	8,407	2.1	9.3
総合計		221,012	227,173	289,368	329,597	81.4	13.9
映画館の 売上高	映画館の売上高	12,601	61,099	21,269	69,052	17.1	224.7
テレビ局の 輸出額	テレビ局の輸出額	242	292	529	6,111	1.5	1,055.2
総 合 計		233,855	288,564	311,166	404,760	100	30.1

(注)2011 年 3 月現在、2010 年度のコンテンツ産業白書、2010 年度のアニメ産業白書がまだ発刊されていないため、2010 年度の資料をもとに作成

(出所)「2009 年度のコンテンツ産業白書」260 頁

○アニメ産業の売上高に占めるアニメ自主制作の割合が 41.6%に上り、33.3%のアニメ受託制作とかなりの差(8.2%P)が存在する。

-アニメ自主制作の売上高は 2006 年から持続的な拡大傾向を示している一方で、受託制作は成長速度の鈍化が進んでいる(受託制作の年平均増加率(2006 年~2008 年)は 12.1%となっているが、2008 年から増加幅の大幅な縮小が見られる。)ため。受託制作から自主制作へと軸足が移っていると分析される。

〈表VI-2〉韓国アニメ制作業の売上高に占める各部門の割合

区 分	2006	2007	2008	前年比 増減率	年平均 増減率
アニメ自主制作の割合(%)	107,292 (49.6)	137,322 (50.1)	168,396 (55.1)	22.60%	25.30%
アニメ受託制作の割合(%)	107,684 (49.8)	135,025 (49.3)	135,356 (44.3)	0.20%	12.10%
オンライン(インターネット・ モバイル)アニメ制作の割合(%)	1,152 (0.5)	1,813 (0.7)	1,880 (0.6)	3.70%	27.70%
合 計	216,128	274,160	305,632	11.50%	18.90%

(出所)「2009 年度のコンテンツ産業白書」261 頁をもとに作成

○アニメ制作業の従事者数の推移でもその傾向が見られる。

-2008 年に入り、受託制作業の従事者数は前年比 1.80%減となった反面、自主制作業は同 6.30%増を記録した。

〈表VI-3〉韓国アニメ制作業の従事者数の推移

区 分	2006	2007	2008	前年比 増減率
アニメ自主制作	1,416	1,694	1,801	6.30%
アニメ受託制作	1,849	1,941	1,906	-1.80%
オンライン(インターネット・モバイル) アニメ制作	28	39	39	-
合 計	3,293	3,674	3,746	2.00%

(出所)「2009 年度のコンテンツ産業白書」262 頁をもとに作成

B. テレビによるアニメ放送時間

○2007 年度と 2008 年度の地上波テレビ局(4 社・5 チャンネル)のアニメ放送時間を見ると、2008 年度の国内アニメ・外国アニメともに放送時間が前年比増となり、アニメ全体の放送時間が前年比で 22,220 分、約 370 時間増加したことが明らかになった。

〈表VI-4〉地上波テレビ局のアニメ放送時間の推移

(単位：分、%)

2007年	全体	106,815 (100.0%)
	国内	41,305 (38.7%)
	海外	65,510 (61.3%)
2008年	全体	128,725 (100.0%)
	国内	49,470 (38.4%)
	海外	79,255 (61.6%)

(出所)「2009年度のコンテンツ産業白書」

○地上波放送のうち、アニメ専門チャンネル(5チャンネル)による国内アニメの放送割合は全て35%を下回り、特にチャンプの場合は14.6%に過ぎない。

〈表VI-5〉2008年度のアニメ専門チャンネルの国内アニメ・海外アニメ別放送時間

区分	AniOne	Champ	Tooniverse	ANIMAX	ANIBOX
アニメ全体	473,715	488,400	523,740	522,900	496,380
国内アニメ	160,885 (34.0%)	71,280 (14.6%)	167,715 (32.0%)	152,335 (29.1%)	166,320 (33.5%)
海外アニメ	312,830 (66.0%)	417,120 (85.4%)	356,025 (68.0%)	370,565 (70.9%)	330,060 (66.5%)

(出所)「2009年度のコンテンツ産業白書」

○またアニメ専門チャンネルの海外アニメ放送時間を国別に見ると、日本への依存度が非常に高い。

- ANIMAXの場合、海外アニメの放送時間に占める日本アニメの割合が74.57%に上っている。

〈表VI-6〉2008年度のアニメ専門チャンネルの国別アニメの放送時間

区分	AniOne	Champ	Tooniverse	ANIMAX	ANIBOX
日本	57.99%	70.65%	74.57%	77.36%	65.34%
中国				4.00%	
アメリカ	27.36%	17.13%	15.65%	10.88%	23.91%
カナダ	1.35%	1.36%	8.40%	7.76%	3.45%
イギリス		0.19%	0.33%		
イタリア	5.96%	3.36%			1.06%
フランス	2.95%	1.16%	1.05%		
チェコ	0.13%				
その他	4.26%	6.16%			6.23%

(出所)「2009年度のコンテンツ産業白書」

C. アニメ映画の観客動員数

〈表VI-7〉韓国で公開された日本アニメの代表作の観客動員数

年度	タイトル	観客動員数 (人)
2005	遊☆戯☆王	120,425
	平成狸合戦ぽんぽこ	21,061
2006	あらしのよるに	250,344
	ゲド戦記: Tales From Earthsea	204,114
	劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション ポケモンレンジャーと蒼海の王子 マナフィ	119,926
	ケロロ軍曹	56,188
2007	時間をかける少女	57,803
	秒速5センチメートル	23,096
2008	崖の上のポニョ	1,117,754
	映画ドラえもん のび太の新魔界大冒険〜7人の魔法使い〜	315,809
	超劇場版ケロロ軍曹3 ケロロ対ケロロ天空大決戦であります!	170,998
	エヴァンゲリオン: 序	74,242

(出所) 映画振興委員会 (www.kofic.or.kr)

D. 漫画本の発行部数

○漫画本の発行部数は2009年時点で5,735種・106,214,701冊となっているが、2000年以降急速な減少傾向が続いている。

ー出版物全体に占める割合は2000年26.6%から2009年13.6%に、部数は39.4%から12.5%にそれぞれ低下した。

ーそれは、多様な表現媒体の登場による漫画本の消費低下のほか、ネット配信による漫画新作の発表が活発に行われることや、漫画をスキャンしたファイルがネット上で違法に流通していることがその原因と指摘されるが、今後もその傾向は強まると見られる。

〈表VI-8〉最近10年間の漫画本の発行部数の推移

年度	発行種数			発行部数		
	全体	漫画本	割合(%)	全体	漫画本	割合(%)
1999	35,044	9,134	26.0	112,506,184	36,665,233	32.5
2000	34,961	9,329	26.6	112,945,032	44,537,041	39.4
2001	34,279	9,117	26.5	117,172,347	42,151,591	35.9
2002	36,185	9,060	25.0	117,498,447	35,944,520	30.5
2003	35,371	9,081	25.6	111,450,224	33,359,330	29.9
2004	35,394	7,867	22.2	108,958,550	26,862,030	24.6
2005	43,598	7,593	17.4	119,726,681	23,267,029	19.4
2006	45,521	7,486	16.4	113,139,627	20,731,575	18.3
2007	41,094	7,290	17.7	132,503,119	18,096,187	13.7
2008	43,099	6,541	15.2	106,515,675	16,911,143	15.9
2009	42,191	5,735	13.6	106,214,701	13,263,458	12.5

(出所)「2009年度のコンテンツ産業白書」

E. 今後の見通し

○IPTV とオンライン VOD、モバイルサービスの活性化が進むなかで、アニメの消費パターンに急速な変化が見られている。

-映画、ドラマ、ゲーム、音楽、電子書籍などかつてとは違う新たな表現媒体の登場による急速な環境変化への積極的な対応が求められる。

○漫画本の場合、更なる市場縮小が予測される。

-ネット漫画は、通常の出版に比べて、印刷・製本の工程が必要ないため、コストを格段に安く抑えられ、販売実績の負担が軽減される。

-またネット漫画は低コストでカラーへの変換ができることで、白黒の漫画本に勝る強みを持っている。

-現在のネット漫画は、大手ポータルサイトとの契約に基づき提供されているが、その過程で大人気となった作品は本として出版されたり(カンブル作「純情漫画」)、映画化(ユンテホ作「イキ(苔)」)されることもある。

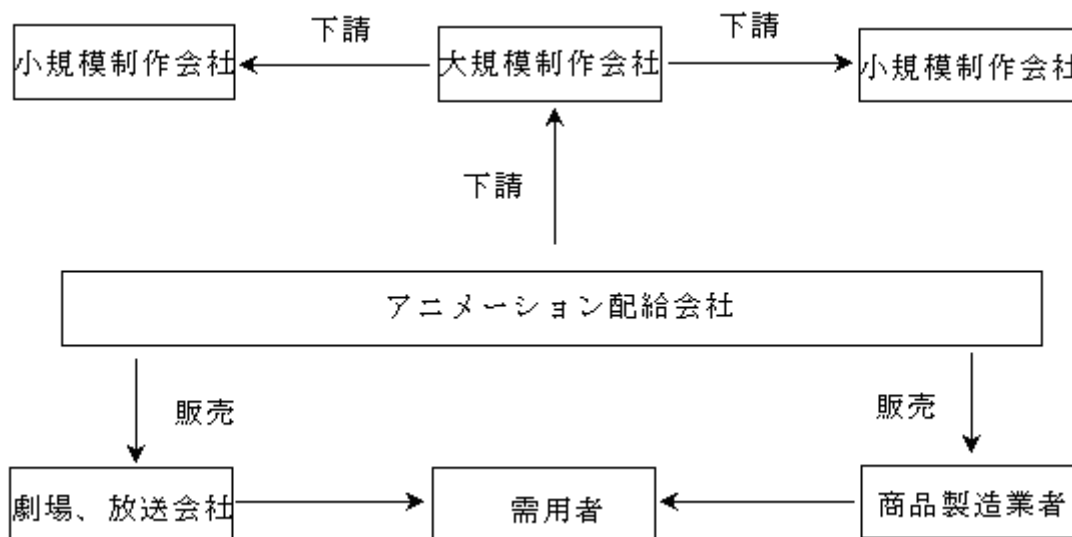
-インターネットは、ワンソースマルチユース(one source multi-use)に向けた実験的創作活動に相応しい環境と判断されることから、今後も継続的な市場拡大が見込まれている。

2. 販売ルート

A. アニメーション

○ アニメーション作品は配給会社を経て映画館で上映（販売）されたり、ビデオテープやDVDで販売される。

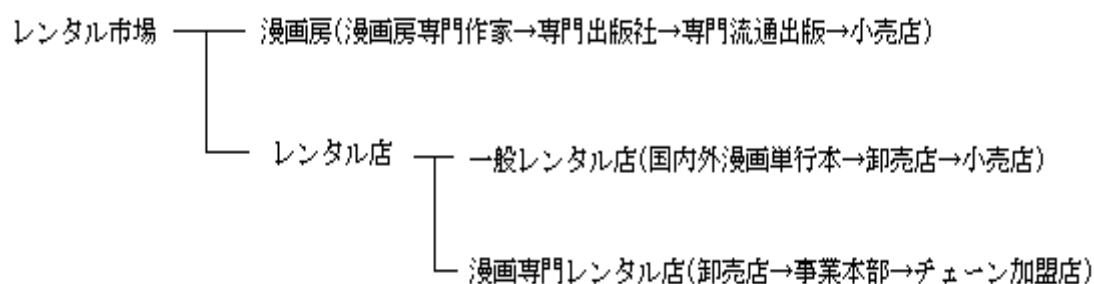
<図IV-2>アニメーションの流通構造



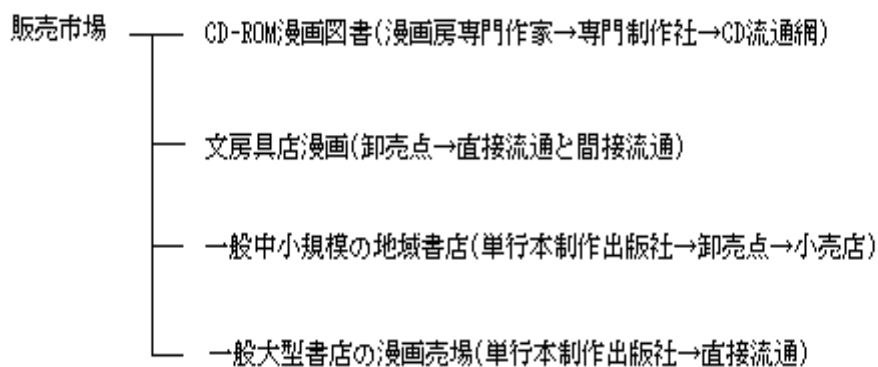
B. 漫画

- 販売ルートはレンタル市場、サイバー市場、販売市場に分けることができる。
- － 以前からレンタルが好まれていた為、レンタル市場が発達している。
- － レンタル市場、サイバー市場、販売市場で考えられる販売ルートは次の通りである。

<図IV-3> 韓国の漫画流通構造



サイバー市場 — サイバー漫画房(PC通信とネットワーク漫画房)



3. 主要業者

- アニメーションの輸入業者は2004年現在5社あり、このうちデウオン C&A ホールディングズのみが日本のアニメーションを多く輸入している。

ー デウォン C&A ホールディングズはアニメーションと漫画を制作、普及する専門企業として有名である。

〈表VI-9〉日本アニメの輸入企業一覧(2010年ベース、放映本数、観客動員数)

企業名	企業プロフィール
大元メディア (3本、 146万2千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：ソウル市龍山区漢江路3街40-456 ・電話：+82-2-6373-3000 ・日本アニメの輸入実績(観客動員数1万人以上)： 「借りぐらしのアリエッティ」(106万人)、 「映画ドラえもん のび太の人魚大海戦」(26万人)、
オンメディア (1本、 61万8千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：京畿道城南市盆唐区書峴洞249-1 ・電話：+82-31-789-1114 ・日本アニメの輸入実績(観客動員数1万人以上)： 「名探偵コナン 天空の難破船」(60万人)
オンメディア トゥーニバース (2本、 25万8千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：ソウル市麻浦区上岩洞1606CJ E&Mセンター(2011年CJエンターテインメントと合併) ・日本アニメの輸入実績(観客動員数1万人以上)： 「ワンピース劇場版ストロングワールド」(14万人)、「超劇場版ケロロ軍曹 誕生!究極ケロロ奇跡の時空島であります!!」(11万人)
ポケットモンコリア (1本、 22万1千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：ソウル市江南区清潭洞90-8 ・電話：+82-2-3448-0400 ・日本アニメの輸入実績(観客動員数1万人以上)： 「劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド&パール 幻影の覇者 ゾロアーク」(22万人)
アニボックス エンターテインメント (2本、 2万3千人)	<ul style="list-style-type: none"> ・場所： ・電話： ・日本アニメの輸入実績(観客動員数1万人以上)： 「東のエデン 劇場版 I The King」(1万2千人) 「劇場版 NARUTO 疾風伝 ザ・ロストタワー」(1万1千人)

(注)輸入実績は2010年時点の観客動員数である。その他観客動員数1万人以下を記録した15社も存在する。

4. 輸入作品の現況

○2008年に映画館で上映された外国アニメは計21本で、日本にアニメが7本と最も多く、次いでアメリカアニメが6本となっている。

ーストーリー、編集などが韓国人の感性を的確に捉えたアメリカのアニメが大きな人気を得た。

〈表VI-10〉2008年に映画館で上映されたアニメの観客動員数

タイトル	国	制作・輸入会社	観客動員数
カンフーパンダ	アメリカ	CJエンターテインメント	4,673,009

ウォーリー	アメリカ	ソニーピクチャーズ・リリーシング・ブエナビスタ・コリア	1,320,830
ビー・ムービー	アメリカ	CJエンターテインメント	1,240,953
崖の上のポニョ	日本	大元メディア	1,117,754
ホートン ふしぎな世界のダレダーレ	アメリカ	20世紀フォックスコリア	638,598
映画ドラえもん のび太の新魔界大冒険～7人の魔法使い～	日本	大元メディア	315,809
スペース・チンプス	アメリカ	ショータイム	269,947
フライ・ミー・トゥー・ザ・ムーン	ベルギー	イェジリムエンターテインメント	184,890
超劇場版ケロロ軍曹3 ケロロ対ケロロ天空大決戦であります!	日本	オンメディア	170,998
Nico and the Way to the Stars	ドイツ	ユリイカピクチャーズ	141,394
名探偵コナン ベイカー街の亡霊	日本	オンメディア	124,139
The Ugly Dukling And Me	フランス	コーラルピクチャーズ	109,094
エヴァンゲリオン新劇場版:序	日本	テウオンエンターテインメント	74,242
ボルト	アメリカ	ソニーピクチャーズ・リリーシング・ブエナビスタ・コリア	61,771
河童のクゥと夏休み	日本	メガボックス	36,274
ピアノの森	日本	エモーションピクチャーズ	33,284
Impy's Isnd	ドイツ	マスエンターテインメント	30,561
アズールとアスマール	フランス	フォール・イン・シネマ	9,939
If You Were Me - Anima Vision 2	韓国	国家人権委員会	4,205
インジアニボックス - セルマのタンパク質コーヒー	韓国	Electric Circus、Studio Dadashow、Animation Studio now or never	2,131
エクス マキナ	日本	常緑映像株式会社	261

(出所)「2009年度のコンテンツ産業白書」

IV. 音楽

1. 市場規模と将来展望

A. レコード市場の現況

○音楽産業はレコード産業、デジタル音楽産業、音楽公演業、カラオケ業の4つに分類される。

ーデジタル音楽市場の急成長とは裏腹に、レコード市場は継続したレコード売上枚数の低下傾向により縮小傾向が続いている。

ー音楽市場に占めるレコード産業の割合は21.1%を占めている。

ー2006年からデジタル音楽市場の急速な拡大が進んだのは、合法ダウンロードの浸透によるものと思われる。

〈表V-1〉レコード市場の売上高の推移

区分		2006年	2007年	2008年
レコード産業	音楽企画・制作	290,334(12%)	262,999(11.1%)	281,842(10.8%)
	レコーディング スタジオ運営	165,488(7%)	130,195(5.5%)	39,246(1.5%)
	音楽・オーディオ発売業	NA	NA	11,506(0.5%)
	レコード配給・複製業	NA	NA	95,090(3.7%)
	レコード卸売・小売業	168,486(7%)	152,094(6.5%)	119,829(4.6%)
デジタル音楽産業 (オンライン音楽流通)		356,191(15%)	427,649(18.1%)	526,445(20.2%)
音楽公演業		188,715(8%)	223,597(9.5%)	241,652(9.3%)
カラオケ業		1,232,095(51%)	1,161,171(49.3%)	1,286,466(49.4%)
合計		2,401,309(100%)	2,357,705(100%)	2,602,076(100%)

(出所)韓国レコード産業協会(www.miak.or.kr)

○韓国のレコード市場は1990年代まで増加・減少を繰り返していたが、2000年をピークに減少が続き、2006年に初めて1千億ウォン台を割り込み、2007年には約788億ウォンをつけた。

ーその原因は、違法ダウンロードの急速な浸透によりレコードからデジタル音楽への転換が強制されたことがレコード市場の急速な縮小を招いたにあると思われる。

ー音楽市場でデジタル音楽を中心とした構造再編が急速に進み、レコード市場の回復可能性は極めて低い。

〈表V-2〉レコード市場の売上高の推移

年度	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
売上高 (億ウォン)	3,800	4,104	3,733	2,861	1,833
年度	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
売上高 (億ウォン)	1,338	1,087	848	788	811

(出所)韓国レコード産業協会(www.miak.or.kr)

B. デジタル音楽産業

○デジタル音楽サービスは、C・P・N・T(Content, Platform, Network, Terminal)のPNに属され、オンライン(有線)とモバイル(無線)に分類される。

ーオンラインサービス部門は配信、ダウンロード、BGMサービスなどがある。

ーモバイルサービス部門は、待ち歌(Ring Back Tone)、着信音(Bell)、MOD(Music On Demand)などがあり、また着信音は着メロ、着歌、自作などがある。

〈表V-3〉デジタル音楽産業の各部門別売上高の推移

区分	2005年	2006年	2007年	2008年
モバイル音楽 サービス部門	2,251 億ウォン	1,129 億ウォン	1,032 億ウォン	877 億ウォン
オンライン音楽 サービス部門	370 億ウォン	889 億ウォン	1,668 億ウォン	2,531 億ウォン
モバイル・オンライン 音楽加工・配信(CP)	*モバイル・オンライン音楽サービスに含まれる	154 億ウォン	185 億ウォン	396 億ウォン
合計	2,621 億ウォン	3,562 億ウォン	4,277 億ウォン	5,264 億ウォン

(出所)韓国レコード産業協会(www.miak.or.kr)

○2001年から成長基調を堅持しているデジタル音楽市場は、2004年をピークにレコード市場を上回り、2005年「メロン」の登場に端を発したオンライン音楽サービスの有料化・合

法ダウンロードの浸透などを背景に大幅な成長率を記録し、2008 年現在、5,264 億ウォンの売上高を記録している。

-しかし、その成長率は2005年32.4%、2006年17.8%、2007年8%と急速に減速しつつある。

○デジタル音楽市場では、2008年時点でオンラインサービス部門の売上高が2,530億ウォンと、デジタル音楽市場全体に占める割合が最も高く、市場全体の成長を牽引している。(モバイルサービス部門は、減少傾向が続いている。)

C. 今後の見通し

○収益源の多様化及び競争力向上

-レコード市場の急速な縮小が進むなかで、国内市場で十分な利益確保が困難な韓国人アーティスト・芸能事務所は、2000年代半ばから起きた海外市場での韓国音楽の人気の高まりを受け、国内市場に集中していた収益源の多様化を図ってきた。

-その過程で人材養成、教育、資金確保、海外進出など様々な経験蓄積が進んでいる。

○デジタル音楽の収益配分の見直しやデジタル音楽コンテンツの価格策定に関する議論が求められている。

-デジタル音楽市場の黎明期であった2000年代半ばに、合法ダウンロードの普及拡大に向けてダウンロード料金の引き下げが求められていた。

-当時、ダウンロード料金の過度な引き下げにより、著作者にはダウンロード料金の8~15%しか渡されない異常な配分構造が構築された。

-2011年2月に公正取引委員会が「メロン」、「dosirak」、「Mnet」、「Bugs」など音楽ダウンロード・音楽配信サイトを運営しながらデジタル音楽の制作と流通、販売に深く関わっていた音楽流通事業者及び音楽配信事業者(SKT、ロエン、KT、KTミュージック、Mnetメディア、Neowiz Bugsなど、音楽流通市場の91%、音楽配信市場の94.6%を支配)を対象に、価格カルテルに当たる疑いがあるとして罰金を課した。

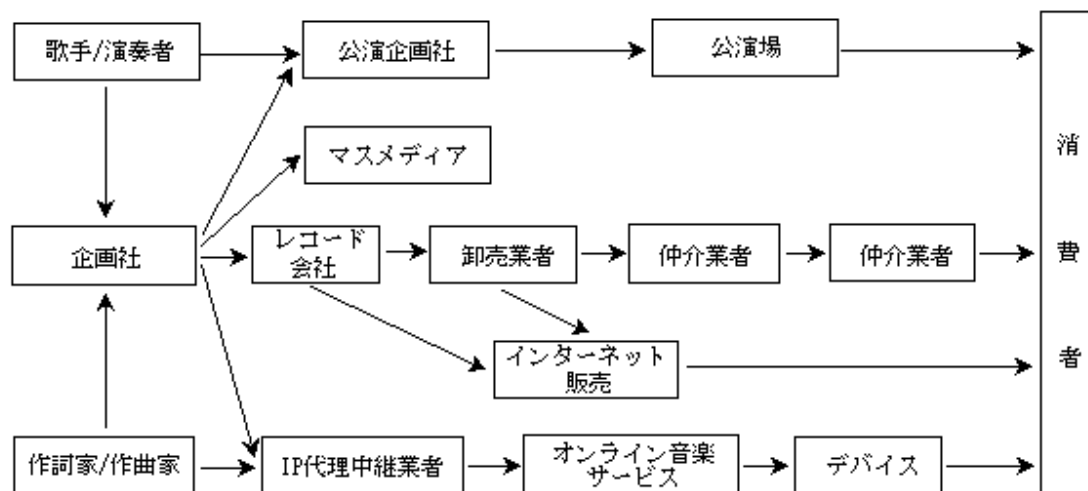
○海外市場の開拓による産業範囲の拡大、音楽産業の充実が進んでいることから、今後は明るい展望が開けてくると見られる。

2. 販売ルート

○ デジタル音源の登場により、音楽産業の構造が変わってきている。特に卸・小売流通が大きく縮小した。

ー 新しい流通ルートの出現し、デジタル音源を流通させており、端末事業者は消費者にこのデジタル音源に接近できるルートを提供する。

<図V-1>音楽産業の構造



<図V-1>

注：IP代理中継業者とは大型インターネット連結網サービス会社を意味する。

注：デバイスとはコンピューター上で音楽を聞く為の装置であり、ウィンドズウメディアプレイヤーのような装置である。

3. 主要業者

○ 日本の音楽アルバムを専門的に紹介、販売する業者はそのほとんどがオフラインとオンラインで活動している。その中で有名なところを紹介する。

<表V-7>主要な日本の音楽アルバム販売業者

企業名	企業プロフィール
J&J24 www. jnj24. co. kr	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：ソウル市広津区老遊1洞9-3 ・電話：+82-2-466-9557 ・ファックス：+82-2-466-9558 ・主な輸入実績：「嵐」、「KAT-TUN」など日本音楽CD・DVDの輸入・販売 ・特徴：日本芸能人関連のコミュニティーサイトとして日本の雑誌・CD・DVDを販売
笑友(旧、笑々) http://www. waratomo. com/	<ul style="list-style-type: none"> ・場所：京畿道城南市盆唐区藪内洞16-7 ハンソルインフィニティ329号室 ・電話：+82-31-716-2929 ・主な輸入実績：堂本光一、Berryz工房など日本人アーティストのCD・DVD ・特徴：音楽CD、アニメ、DVD、関連グッズなどを販売する総合ショッピングサイト

woopsCD http://www.woopscd.net/	・場所：ソウル市永登浦区堂山洞 2 街永登浦流通商街 1F ラ列 7 号室 ・電話：+82-2-6265-0368 ・主な輸入実績：日本音楽 CD の販売、購入代行
--	---

(注)J&J24 は現在 JKM(<http://www.jkm.co.kr/>)にその社名を変更したと見られる。

4. 年間音楽ダウンロードランキング

○ 2010 年洋楽ダウンロードランキングの首位を獲得したのは、B. o. B の「Nothin` On You (Feat. Bruno Mars)」で、配信 10, 213, 865 件、ダウンロード 1, 228, 455 件を記録した。

－韓国人アーティストが制作に関わった洋楽レコードもあるが、制作・流通はほとんど外資系の会社が掌握している。

－レコード売り上げランキング、デジタル音楽ダウンロードランキング(「別添 1」2010 年度の洋楽総合売り上げランキングを参照)など韓国の音楽チャートは Gaonchart (<http://www.gaonchart.co.kr/>)で閲覧できる。

〈表 V-5〉2010 年度のデジタル音楽ダウンロードランキング(上位 10 位)

タイトル	アーティスト	部門			レコード制作・流通会社
		配信	ダウンロード	ガオン指数	
Nothin` On You (Feat. Bruno Mars)	B. o. B	10, 213, 865	1, 228, 455	337, 878, 246	Warner Music /Warner Music
Love The Way You Lie (Feat. Rihanna)	Eminem	8, 606, 004	1, 213, 252	243, 749, 917	Universal Music / Universal Music
Tik Tok	Ke\$ha	10, 052, 343	1, 412, 653	243, 542, 106	Rca Records Label / Sony Music
Because Of You	Kelly Clarkson	7, 870, 372	1, 002, 302	198, 618, 050	Sony Music / Sony Music
Nothin` On You (Feat. 載範)	B. o. B	7, 080, 282	870, 990	180, 079, 672	Warner Music /Warner Music
I`m Yours	Jason Mraz	6, 174, 135	823, 820	172, 055, 944	Warner Music /Warner Music
Baby (Feat. Ludacris)	Justin Bieber	3, 695, 068	695, 505	164, 789, 927	Universal Music / Universal Music
Telephone (Feat. Beyonce)	Lady GaGa	7, 361, 039	1, 027, 342	153, 770, 814	Universal Music / Universal Music
Like a G6	Far East	4, 284, 706	614, 712	146, 989, 934	Universal Music /

(Feat. Dev & The Cataracs)	Movement				Universal Music
Shots (Feat. Lil Jon)	LMFAO	5,259,569	644,331	142,200,921	Universal Music / Universal Music

(注)ガオン指数(配信、ダウンロード、BGMの売上、モバイルダウンロードなどを合計した数字)

(出所)Gaonchart (<http://www.gaonchart.co.kr/>)

V. ゲーム

1. 市場規模

A. 市場現況

○韓国のゲーム産業の市場規模は2009年時点で6兆5,806億ウォン(前年比17.4%増)を記録し、2007年に見せた大幅な減少傾向から脱却し、回復基調を徐々に取り戻している。

-国内市場の規模は2005年に8兆6,798億ウォンを記録するなど堅調に推移していたが、2006年と2007年に2年連続でマイナス成長となり、5兆1,436億ウォンに縮小した。

-しかし前年比9.0%増とプラス成長に転じた2008年に続き、2009年にも回復ペースを上昇させ、6兆ウォン台を記録した。

○オンラインゲームが3兆7,087億ウォンと56.4%のシェアを占めている。

-次いでコンソールゲーム(売上高5,257億ウォン、シェア8.0%)、モバイルゲーム(売上高2,608億ウォン、シェア4.0%)の順となっている。

-モバイルゲームは今回の調査から売上高を算出する際に移動通信キャリアのデータ通信料を除きゲームメーカーの売上高のみを根拠としているため、2009年度のモバイルゲームの売上高が前年比14.5%減となったが、市場規模は成長を継続しているとするのが正しい。

-2005年と2006年に2年連続で国内市場で最も高いシェアを占めていたアーケードゲーム(売上618億ウォン、シェア0.9%)は、急速な市場縮小が進んでいる。

<表VI-1>韓国のゲーム市場の売上高

(単位：億ウォン)

区分	オンラインゲーム	コンソールゲーム	モバイルゲーム	PCゲーム	アーケードゲーム	ネットカフェ	アーケードゲームセンター	ビデオゲームセンター	合計
2008	26,922	5,021	3,050	263	628	19,280	696	187	56,047
2009	37,087	5,257	2,608	150	618	19,342	744	-	65,806
(成長率)	37.8	4.7	-14.5	-43.0	-1.6	0.3	-15.7	17.4	17.4

(出所)韓国コンテンツ振興院、「2010年度のゲーム産業白書」

○オンラインゲームは2003年7,541億ウォンから2008年3兆7,087億ウォンと5倍近い伸びを示している。

－それはインターネットの急速な普及拡大、ゲームジャンルの多様化が需要増加を招いたと見られる。

B. 今後の見通し

○国内市場は2010年時点で前年比18.3%増の7兆7,837億ウォンを記録する見通しとなっている。

－オンラインゲームが前年比28%増を記録する見込みであり、PCゲームを除いた全部門でプラス成長が期待される。

〈表VI-2〉ゲーム市場の売上高の推移・展望

(単位：億ウォン)

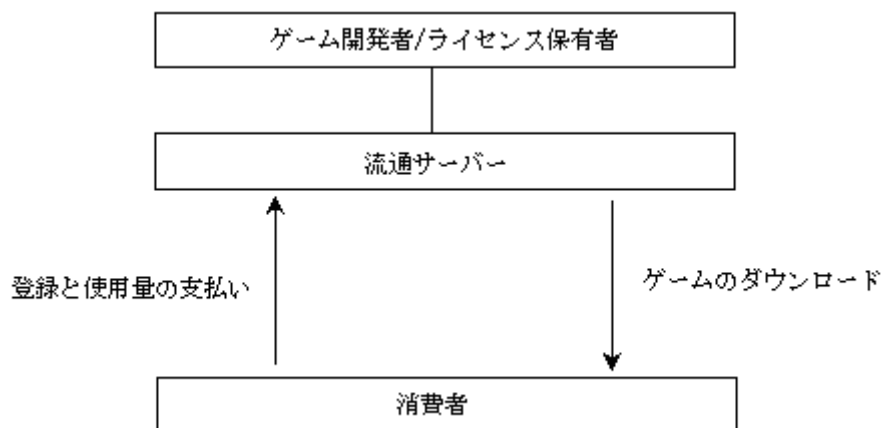
区 分	オンライン ゲーム	コンソール ゲーム	モバイル ゲーム	アーケ ード ゲーム	ネットカフェ	アーケ ード ゲーム センター	ビデオ ゲーム センター	合 計
2010年	47,471	5,657	2,759	135	649	20,406	760	77,837
2011年 予測	56,965	6,760	3,090	128	711	22,345	817	90,816
2012年 予測	71,206	7.51	3,554	119	793	24,133	895	108,210

(出所)韓国ゲーム産業開発院(www.gitiss.org)

2. 販売ルート

○ オンライン流通は開発者/ライセンス保有者、流通サーバー、消費者に構成されており、消費者が流通サーバーに接続して使用料を支払えばゲームが楽しめるようになっている。
－ これはパッケージゲームとオンラインゲームの融合により、流通費用を節減すると共に著作権を保護することができるというメリットがある。

〈図VI-1〉オンラインゲームの販売ルート



資料：キム・ゼウオン、“インターネットが韓国ゲーム産業に与える影響の分析”、延世大学経済大学院修士課程学位論文、2003、p. 53.

3. 主要業者

- 日本のゲーム業者と取引または提携をしているオンラインゲーム業者としてはデウォン C&A ホールディングズ、エヌシーソフト、イオンソフトがある。
- ー これらの業者は日本で人気のあるゲームを韓国市場に合うように改良を重ね、オンラインゲームとして作り上げる。
- ー イオンソフトは日本のガーラとの提携交渉の進行中に株式 100%をガーラ側に売却し、日本のゲーム業者が韓国市場に進出する道を開いた。

<表VI-5> 主要なオンラインゲーム業者 (2005. 1. ~2006. 7)

購買業者	企業情報
デウォン C&A ホールディングズ www.daiwoncna.com	住所：ソウル市竜山区漢江路 3 街 40 - 456 電話：+82 - 2-6373-3000 日本ゲームの事業実績：遊戯王、韓国で発売 事業方案：他の系列業者と共にゲーム業者を支援
エヌシーソフト www.ncsoft.com	住所：ソウル市江南区三成洞 157-37 電話：+82 - 2 - 2186 - 3300 日本ゲームの事業実績：The king of fighters、サムライ ショーダウン、メタルスラッグ、ティンクルスターズスプライツ 等をオンラインゲームとして開発
イオンソフト www.aeonsoft.com	住所：ソウル市江南区駅三洞 637-17 ソクホビル 3、4 階 電話：+82 - 2 - 563 - 6170 日本ゲームの事業実績：日本のゲーム業者‘ガーラ’に売却され、 日本のゲーム業者が韓国市場に直接進出するきっかけとなった。

- 日本のゲーム業者と取引する主要なモバイルゲームの業者としてはゲームビル、デウォンデジタルエンターテインメント、韓国富士通、KTF、SK テレコム等がある。
- ー デウォンデジタルエンターテインメントはアニメーション事業に加え、モバイルゲームへの適用を試み、KTF と SK テレコムは移動通信サービスを強化し、加入者の維持・確保に努力している。

<表VI-6> 主要なモバイルゲーム業者 (2005. 1. ~2006. 7)

購買業者	企業情報
ゲームビル www.gamevil.com	住所：ソウル市九老区九老3洞197-5サムスンITバレー4F 電話：+82 - 2-876-5252 日本ゲームの事業実績：バーニングストーム 事業方案：オンラインゲームやモバイルゲームの同時展開
デウォンデジタル エンターテインメント	住所：ソウル市江南区清潭洞 84 - 7 電話：+82 - 2 - 517 - 2331 日本ゲームの事業実績：犬夜叉 事業方案：アニメーション、キャラクター等をモバイルゲームに応用

韓国富士通	住所：ソウル市鍾路区寿松洞 83 - 1 電話：+82 - 2 - 3787 - 6000 日本ゲームの事業実績：プリンセスメーカー 4 事業方案：モバイル事業の強化
KTF	住所：ソウル市松坡区新川洞 7 - 18 電話：+82 - 2 - 1588 - 0010 日本ゲームの事業実績：バーニングフォートレス 事業方案：モバイルコンテンツ確保
SK テレコム	住所：ソウル市中区乙支路 2 街 11 電話：+82 - 2 - 1599 - 0011 日本ゲームの事業実績：バーニングフォートレス 事業方案：選抜業者としてゲームサービス強化

4. 輸入作品の現況

A. 海外オンラインゲームソフトウェアの輸入実績

○2008 年まで国内にサービス開始された海外ゲームは計 27 種である。

- 国内にサービス開始された海外ゲームは 3 種を除けば全て RPG である。
- そのうち 3 種が日本のゲームソフトウェアとなっている。

<表VI-5>韓国に輸入された海外オンラインゲーム(2008 年)

タイトル	制作会社	ジャンル	発売日
Counter Strike	Valve Corporation	FPS	ゲーム登録(2003)
World of Warcraft	blizzard	RPG	常用化(2004~)
Asherons Call 2	MS	RPG	常用化(2003~)(2004 年サービス終了)
Ultima Online	EA Korea	RPG	常用化(2005~)
Shadow Bane	Wolfpack Studio	RPG	常用化(2004~)(2007 年サービス終了)
Dark Age of Camelot	MYTHIC Entertainment	RPG	常用化(2004~)(2007 年サービス終了)
Depth Fantasia	SQUARE・ENIX	RPG	常用化(2004~)(2004 年サービス終了)
City of Heroes	Cryptic Studio	RPG	常用化(2005~)(2007 年サービス終了)
Sims Online	maxis	コミュニ ティ	常用化(2005~)
Anarchy Online	FUNCOM	RPG	常用化
大航海時代 Online	KOEI	RPG	常用化(2006~)
FIFA Online	Neowiz	スポーツ	常用化(2006~)
Dungeons & Dragons Online	turbine entertainment	RPG	オープンベータ(2007~)(2007 年サービス終了)
Hellgate London	Flagship Studio	RPG	常用化(2008~)
Emil Chronicle Online	Broccoli, Headrock	RPG	常用化(2007~)
完美世界	完美時空	RPG	常用化(2007~)
The Lord of the Rings Online	turbine entertainment	RPG	常用化(2008~)
尋仙	Pixel Soft	RPG	常用化(2009~)
武林外伝	完美時空	RPG	常用化(2009~)

タイトル	制作会社	ジャンル	発売日
天尊俠客伝	Cloud Toad	RPG	常用化(2009~)
真・三国無双 Online	光荣	アクション	常用化(2009~)
诛仙	完美時空	RPG	(2009~)
Battlestar	World Tech	RPG	(2009~)
幻想遊戯	完美時空	RPG	(2009~)
赤壁	完美時空	RPG	(2009~)
Warhammer Online	MYTHIC Entertainment	RPG	クローズベータ(2009~)
Dragonball Online	NIL	RPG	クローズベータ(2009~)

(出所)韓国コンテンツ振興院、「2009年度のゲーム産業白書」

B. その他ジャンル

○現在、コンソールゲーム、モバイルゲーム、PC ゲーム、アーケードゲームの売上高を全て合わせても(8,633億ウォン)オンラインゲーム(3兆7,087億ウォン)の23%に過ぎない。

-ビデオゲーム、モバイルゲーム、PC ゲーム、アーケードゲームの輸入実績については、コンテンツ振興院でも公開されていない。

-モバイルゲームの場合、市場形成から間もないことからデータ蓄積の不足も考えられるが、ビデオゲーム、PC ゲーム、アーケードゲームの場合はゲーム市場から退出しつつあると思われる。

付録 I：日本製コンテンツを韓国に輸出する際に参考とすべき法案及び規定

考慮しなければならない代表的な法律案及び規定としては

1. 映画及びビデオ物の振興に関する法律（略称：映ビ法）
 2. 青少年保護法
 3. 出版及び印刷振興法
 4. 著作権法
 5. 音楽産業振興に関する法律（略称：音産法）
 6. ゲーム産業振興法（略称：ゲーム法）
- 等がある。

この他にも映画及びビデオ等級分類、外国人国内公演推薦、広告・宣伝、審議手続きに関する規定で詳細事項は参考できる。（参考資料：韓国におけるコンテンツ関連「法案及び規定」を参照）

また、放送法や関税法等の諸般規定には文化コンテンツの輸出入に関する内容があるが、これに対する項目は上記の法律や規定と重複する場合が多い。また、法律案や規定のうち、輸出入に関する事項のみをまとめておいたものはない。したがって、一般貿易に関する法律事項を参考にしながら、著作権法や青少年保護法等も参考にするのが良いと考えられる。更に、該当コンテンツに関わる委員会を通る場合が多い為、関連委員会についても調べておいた方が良い。

以下に、法律や規定に対する意義を簡略に定義する。（詳細な文面については、参考資料：韓国におけるコンテンツ関連「法案及び規定」を参照願う。）

1. 映画及びビデオの振興に関する法律

映画及びビデオの振興に関する法律は映画上映等級の分類、異議がある作品に対する再分類、映画フィルムに関する提出規定やその規定を違反した場合の罰則内容をその中心としている。また、ビデオに関する規定も映画の場合と類似しており、ビデオ製作業等に関する申告及び登録等が追加されている。

2. 青少年保護法

青少年保護法の目的は、青少年に有害な媒体物と薬物等が青少年に流通されることや青少年が有害な店舗に出入りすること等を規制し、青少年を青少年暴力・虐待等の青少年有害行為を含む各種有害な環境から保護・救済することによって青少年が健全な人格を持った大人に成長することを目的としている。ここで青少年とは満 19 歳未満の者をいう（但し、満 19 歳になる年の 1 月 1 日を迎えた者を除く）。

この法は輸出入に関する直接的な規定ではないが、流通過程等において考慮すべき事項が多い為、詳しく知っておく必要がある。特に第 2 章は青少年有害媒体物の青少年対象流通規制に関する事項を明示している。

3. 出版及び印刷振興法

出版及び印刷振興法は第 6 条で国際交流の支援に関する事項を明示している。また、第 12 条の外国刊行物の輸入推薦及び第 13 条の外国刊行物の刊行、提出に関する規定を設け、輸出入に関する基準を設定している。第 14 条は外国刊行物の配布中止に関して言及しているが、具体的な基準は大統領令で規定されている。

特に第 5 章では韓国刊行物倫理委員会の設置規定を通じ、委員会の基本機能（第 18 条）だけでなく、第 19 条に刊行物の有害性審議を規定している。詳細な内容の多くは青少年保護法等と類似している。第 6 章は刊行物の流通に対する規定であり、特に第 23 条は刊行物の

流通秩序に関して言及すると共に、出版流通審議委員会（第 24 条）設置に関する事項を明示している。この出版流通審議委員会を通じ、第 25 条の違法複製刊行物等の回収・廃棄等に関する事項と罰則に関する規定を実施している。

4. 著作権法

著作権法は全てのコンテンツの場合において特に気をつけて考慮すべき事項である。第 3 条の外国人の著作物規定、第 51 条の著作権の登録規定、第 3 章第 54 条の出版権の規定、第 4 章の著作隣接権、第 8 章の権利の侵害に対する救済事項が輸出入に関する主要内容と言える。著作権法も施行規則を通じ、詳細な事項を定義しているが、輸出入に関する規定はそれ程多くない。

5. 音楽産業振興に関する法律

音楽産業振興に関する法律案は配給業者（サービス業者）に対する定義から音楽産業資料の管理、国際協力及び海外進出の支援、音楽レコード・音楽映像物制作業等の申告、音楽映像物等の等級分類、相互表示義務規定、登録取消、営業所閉鎖及びレコード等の回収・廃棄に関する規定が主要内容である。

そして具体的な事項は施行令と施行規則を通じて詳細な基準を規定している。したがって詳細な事項は施行令と規則などがさらに助けになることと判断される

6. ゲーム産業振興法

ゲーム産業振興法は 2006 年 4 月に国会で通過した新生法案である。その主要内容を調べてみると、文化観光部長官は関係中央行政機関の長と協議し、ゲーム産業総合計画の基本方向、制度と法令の改善、ゲーム文化及び創作活動活性化、産業基盤造成、国際協力及び海外市場進出等、ゲーム産業振興の為に総合計画を樹立、施行するようになる（第 3 条）。また、ゲーム産業振興の為に政府が創業の活性化、専門人材の養成、技術開発の推進、共同開発及び研究、標準化の推進、流通秩序の確立、国際協力、海外進出の支援及び実態調査等を実施し、これを支援するようにし（第 4 条ないし第 11 条）、国際オンラインゲーム関連研究活動、標準化、国際協力及び交流、オンラインゲーム産業活性化及びオンラインゲームプロ選手の権益向上等の為に事業を推進するようになる。（第 15 条）

また、ゲーム等級分類の為に、ゲーム産業に対する専門性と経験がある者の中から大統領令が定める団体の長の推薦により、文化観光部長官が委嘱する委員で構成されたゲーム等級委員会を設け、ゲームの等級分類及びそれによる制作、流通または利用提供の有無確認等、等級分類の事後管理に関する事項等を審議、議決するという規定を（第 16 条ないし第 24 条）設けている。

主要バイヤー一覧

〈主な総合コンテンツ企業一覧〉

企業名(日文)	CJ E&M		代表者名	イ・ヘソン、キム・ソンス	
企業名(英文)	CJ E&M		電子メール	-	
場所	ソウル市 麻浦区 上岩洞 1606 CJ E&M センター				
ウェブサイト	www.cjenm.com/				
電話番号	82-2-2107-1775		ファックス	-	
設立日	2010年9月15日		上場日	2010年10月15日	
企業形態	上場・大企業		従業員数(人)	約1,300人(2011年時点)	
標準産業分類	-				
主な取扱分野	デジタルコンテンツ(アニメ・映画・ゲーム・音楽等)の輸入・投資・配給				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	299,691	2,112	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

(注)上記の売上高は2010年9月15日から2010年12月31日までの合計金額である。

企業名(日文)	㈱シナジーメディア		代表者名	カン・ユシン	
企業名(英文)	Synergymedia		電子メール	alex@synergymedia.co.kr	
場所	ソウル市 江南区 論峴洞 265-1				
ウェブサイト	www.synergymedia.co.kr/				
電話番号	82-2-540-4124		ファックス	82-2-540-4125	
設立日	2002年8月14日		上場日	-	
企業形態	中小企業		従業員数 (人)	3人(2009年12月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の制作業				
主な取扱分野	デジタルコンテンツ(アニメ・映画・ゲーム・音楽等)の輸入・投資・配給				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	12	400	681	3
	2008	12	400	297	-
	2007	12	50	216	-

<主な映像コンテンツ輸入・配給企業一覧>

企業名(日文)	(株)東亜輸出公社		代表者名	イ・ホソン	
企業名(英文)	DONGA EXPORT CO.,LTD.		電子メール	donga@dongaexport.com	
場所	ソウル市 江南区 道谷 1 洞 952 良オジオービルビル 3F				
ウェブサイト	www.dongaexport.co.kr/				
電話番号	82-2-2008-4724		ファックス	82-2-2008-4800	
設立日	1970 年 8 月 29 日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	10 人(2009 年 12 月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の配給業				
主な取扱分野	映画の制作・上映・投資・輸入など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	12	3,500	4,595	10
	2008	12	3,500	10,186	35
	2007	12	3,500	11,089	30

企業名(日文)	(株)ミロビジョン		代表者名	チェ・ヒスン	
企業名(英文)	Mirovision Co.,Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 龍山区 漢南洞 635-1 神話ビル 6F				
ウェブサイト	www.mirovision.com/				
電話番号	82-2-3443-2568		ファックス	82-2-3443-4842	
設立日	1998 年 8 月 19 日		上場日	-	
企業形態	中小企業		従業員数(人)	14 人(2009 年 3 月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の配給業				
主な取扱分野	映画の制作・配給・輸入、映画カタログの提供など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	12	1,625	10,988	-
	2008	12	1,625	1,650	-
	2008	3	1,625	4,147	-
	2007	3	1,625	-	20

企業名(日文)	株東崇アートセンター		代表者名	金玉浪(キム・オクラン)	
企業名(英文)	Dongsoong Art Center Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 鐘路区 東崇洞 1-5				
ウェブサイト	www.dsartcenter.co.kr/				
電話番号	82-2-766-3390	ファックス	82-2-741-5227		
設立日	1971年6月16日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70億ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	15人(2009年12月時点)	
標準産業分類	公演施設運営業				
主な取扱分野	映画の配給・輸入、公演会場の貸切など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	12	2,552	1,367	15
	2008	12	2,552	1,397	15
	2007	12	2,552	1,613	35

企業名(日文)	株プランシエンターテインメント		代表者名	キム・ジョンヒョン	
企業名(英文)	Planis Entertainment		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 論峴 2洞 213-23 ギャップスタービル 2F				
ウェブサイト	www.planisent.co.kr				
電話番号	82-2-511-9612~3	ファックス	82-2-511-9256		
設立日	2007年7月12日		上場日	-	
企業形態	中小企業		従業員数(人)	9人(2011年時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の制作業				
主な取扱分野	映画の配給・輸入など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	50	-	9
	2009	12	50	-	12
	2008	12	50	-	9
	2007	12	50	-	4

企業名(日文)	(株)メガボックス		代表者名	チョン・ギオ	
企業名(英文)	Megabox Inc.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 清潭 2 洞 79 ザ・トリニティ・プレイスビル 7F				
ウェブサイト	www.megabox.co.kr/				
電話番号	82-1544-0600, 82-2-3218-9300		ファックス	82-2-3218-9400	
設立日	1999 年 11 月 16 日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	216 人(2010 年 12 月時点)	
標準産業分類	映画及びビデオ物の上映業				
主な取扱分野	映画の上映・輸入など				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	2,074	124,892	216
	2009	12	2,074	122,732	262
	2008	12	2,074	114,550	279
	2007	12	27,176	112,853	278

企業名(日文)	(株)メディアプレックス		代表者名	チョ・ギョンミン	
企業名(英文)	Mediaplex Inc.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 道谷洞 174-15				
ウェブサイト	www.showbox.co.kr/				
電話番号	82-2-3218-5500		ファックス	82-2-3444-6688	
設立日	1999 年 6 月 10 日		上場日	2006 年 7 月 7 日	
企業形態	KOSDAQ 市場・中小企業		従業員数(人)	45 人(2010 年 12 月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の配給業				
主な取扱分野	映画の制作・投資・配給・上映・輸入など				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	31,300	27,084	45
	2009	12	31,300	45,008	40
	2008	12	31,300	29,674	47
	2007	12	31,300	41,681	58

企業名(日文)	株Eins M&M(旧、テウオンエンターテインメント)		代表者名	チェ・ジョンサム	
企業名(英文)	Eins M&M Co.,Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 論峴 2 洞 231-13 パックス タワー5F				
ウェブサイト	www.einsmnm.com/				
電話番号	82-2-6747-6500		ファックス	82-2-3014-6301	
設立日	1999年5月14日		上場日	2004年1月27日	
企業形態	KOSDAQ 市場・中小企業		従業員数(人)	81人(2010年12月時点)	
標準産業分類	レコード及びビデオ物の卸売業				
主な取扱分野	映画の制作・投資・配給・上映・輸入など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	26,362	44,708	81
	2009	12	26,362	57,164	74
	2008	12	8,363	35,438	49
	2007	12	8,316	36,216	77

企業名(日文)	韓国ソニー ピクチャーズリリーシング ブエナビスタ映画(株)		代表者名	マーク・ルイス・ザッカー	
企業名(英文)	Sony Pictures Releasing Buena Vista Films(Korea) INC.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 三成洞 157-27 景庵ビル 8F				
ウェブサイト	-				
電話番号	82-2-3443-0500, 82-2-563-4000		ファックス	82-2-539-1221	
設立日	2006年11月13日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億 ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	19人(2010年3月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の配給業				
主な取扱分野	映画の配給・輸入など				
財務情報 及び 常時 従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	3	100	52,602	19
	2009	3	100	29,229	18
	2008	3	100	46,130	20
	2007	3	100	9,829	20

企業名(日文)	20世紀フォックス・コリア(株)		代表者名	オ・サンホ	
企業名(英文)	Twentieth Century Fox Korea Inc.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 駅三洞 726				
ウェブサイト	www.foxkorea.co.kr/				
電話番号	82-2-2188-0100	ファックス	-		
設立日	1988年5月13日	上場日	-		
企業形態	外部監査対象会社(資産総額70億ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	12人(2010年6月時点)	
標準産業分類	映画の輸入及び配給				
主な取扱分野	映画やビデオ物、テレビ番組の配給など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	6	80	72,832	12
	2009	6	80	26,157	12
	2008	6	80	26,209	12
	2007	6	80	23,505	11

企業名(日文)	大元メディア(株)		代表者名	アン・ヒョンドン、チョン・ウク	
企業名(英文)	daewonmedia		電子メール	-	
場所	ソウル市 龍山区 漢江路3街 40-456				
ウェブサイト	www.daewonmedia.com/				
電話番号	82-2-6373-3000	ファックス	82-2-6373-3160		
設立日	1977年12月6日	上場日	2001年7月28日		
企業形態	KOSDAQ市場・中小企業		従業員数(人)	106人(2010年9月時点)	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の制作業				
主な取扱分野	アニメの制作、キャラクター、ライセンス、ゲーム、映画の配給など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	4,538	55,563	-
	2009	12	4,538	69,293	96
	2008	12	4,538	69,201	76
	2007	12	4,538	80,439	73

企業名(日文)	(株)イェジリムエンターテインメント		代表者名	イム・ヒョノ	
企業名(英文)	-		電子メール	-	
場所	ソウル市 広津区 九宜洞 50-17				
ウェブサイト	-				
電話番号	82-2-3437-7919	ファックス	-		
設立日	2008年6月10日	上場日	-		
企業形態	一般・中小企業		従業員数(人)	-	
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の配給業				

主な取扱分野	映画・アニメの輸入・配給など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	(株)デイジーエンターテインメント	代表者名	イ・ジョンミン		
企業名(英文)	Daisy Entertainment	電子メール	pulsmimi@naver.com		
場所	ソウル市 麻浦区 西橋洞 483-36 1,2F				
ウェブサイト	www.daisyent.co.kr/				
電話番号	82-2-338-1007	ファックス	82-2-338-5134		
設立日	2005年10月31日	上場日	-		
企業形態	一般・中小企業	従業員数(人)	-		
標準産業分類	映画・ビデオ物及びテレビ番組の制作業				
主な取扱分野	映画・アニメの輸入・配給など				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010				
	2009				
	2008				
	2007				

企業名(日文)	ケーディーメディア		代表者名	チョン・テホ	
企業名(英文)	KD Media Inc.		電子メール	kdmedia@kdmedia.net	
場所	京畿道 坡州市 交河邑 文発里 500-4				
ウェブサイト	www.kdmedia.net/				
電話番号	82-31-955-7171		ファックス	82-31-955-7166	
設立日	1998年12月29日		上場日	2005年5月29日	
企業形態	KOSDAQ市場・中小企業		従業員数(人)	74人(2010年12月時点)	
標準産業分類	印刷業、記録媒体複製業				
主な取扱分野	特殊印刷、映像メディアなど				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	5,360	22,594	74
	2009	12	5,360	23,848	79
	2008	12	5,360	22,848	80
	2007	12	5,360	22,617	70

<韓国におけるデジタル音楽企業一覧>

企業名(日文)	(株)ケーティーミュージック		代表者名	キム・ミンク	
企業名(英文)	KT MUSIC CORPORATION		電子メール	-	
場所	ソウル市 九老区 九老3洞 197-5 サムスンITパラー 13F				
ウェブサイト	www.ktmusic.co.kr/, www.dosirak.com/				
電話番号	82-2-3282-2600		ファックス	82-2-3443-7293	
設立日	1991年2月7日		上場日	2000年7月19日	
企業形態	KOSDAQ市場・大企業		従業員数(人)	107人(2010年9月時点)	
標準産業分類	その他情報サービス業				
主な取扱分野	デジタル音楽コンテンツなどオンライン音楽サービスの提供				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	14,883	40,112	-
	2009	12	14,883	38,493	99
	2008	12	11,800	33,786	123
	2007	12	11,800	26,800	78

企業名(日文)	(株)ロエンエンターテインメント (メロンなど)		代表者名	シン・ウォンス	
企業名(英文)	Loen Entertainment Inc.		電子メール	-	
場所	ソウル市 瑞草区 方背3洞 1026-28				
ウェブサイト	www.iloen.com				
電話番号	82-2-2280-7700		ファックス	82-2-2280-7800	
設立日	1982年7月7日		上場日	2001年1月10日	
企業形態	KOSDAQ市場・大企業		従業員数(人)	128人(2010年9月時点)	
標準産業分類	オーディオ物の出版及び原版の録音業				
主な取扱分野	オンライン音楽サービスの提供、音楽CD、CD-Romタイトル、MCの制作				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	12,646	138,980	-
	2009	12	12,646	101,428	98
	2008	12	12,646	30,797	82
	2007	12	7,985	34,252	137

企業名(日文)	(株)ソリバダ		代表者名	ヤン・ジョンファン	
企業名(英文)	Soribada		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 駅三 2 洞 706-1 LG デーコムビル 8F				
ウェブサイト	www.soribada.com				
電話番号	82-2-562-7188	ファックス	82-2-562-7226		
設立日	1998 年 7 月 1 日		上場日	2003 年 11 月	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・ベンチャー企業・KOSDAQ 市場		従業員数(人)	70 人(2010 年 12 月時点)	
標準産業分類	データベース及びオンライン情報提供業				
主な取扱分野	オンライン音楽サービスの提供				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	13,762	28,901	70
	2009	12	13,762	30,872	70
	2008	12	10,562	27,267	69
	2007	12	9,429	27,563	110

企業名(日文)	ウィズマックス(マイリッスン)		代表者名	チョン・ドクリャン	
企業名(英文)	MYLISTEN		電子メール	-	
場所	ソウル市 中区 草洞 18-5 明宝プラザ 4F				
ウェブサイト	www.mylisten.com				
電話番号	82-2-552-3554	ファックス	82-2-552-3579		
設立日	1999 年 12 月 18 日		上場日	-	
企業形態	ベンチャー企業		従業員数(人)	-	
標準産業分類	データベース及びオンライン情報提供業				
主な取扱分野	オンライン音楽サービスの提供				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

<韓国における主なデジタル音楽(著作権)輸入企業一覧>

企業名(日文)	フィールミュージック		代表者名	ソン・ジョンウ	
企業名(英文)	FEELMUSIC		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 論峴 1 洞 6-21 セヤン APEX タワー1007 号室				
ウェブサイト	www.ifeelmusic.net				
電話番号	82-2-547-4245	ファックス	-		
設立日	2000 年 7 月 1 日		上場日	-	
企業形態	-		従業員数(人)	-	
標準産業分類	レコードの企画・制作業				
主な取扱分野	レコードの企画や制作、輸入				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	SM エンターテインメント		代表者名	キム・ヨンミン	
企業名(英文)	SM Entertainment		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 狎鷗亭 2 洞 521				
ウェブサイト	www.smtown.com				
電話番号	82-2-6240-9800	ファックス	-		
設立日	1995 年 2 月 14 日		上場日	2000 年 4 月 27 日	
企業形態	KOSDAQ 市場・中小企業		従業員数(人)	170 人(2010 年 12 月時点)	
標準産業分類	レコード及びその他音楽記録媒体の出版業				
主な取扱分野	レコード及びその他音楽記録媒体の出版				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	8,167	86,401	170
	2009	12	8,039	61,788	147
	2008	12	8,039	43,459	148
	2007	12	8,039	33,213	151

企業名(日文)	㈱イエダンカンパニー		代表者名	ビョン・ドウソブ	
企業名(英文)	Yedang Company Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 瑞草区 瑞草 3 洞 1563-10 イエダンビル				
ウェブサイト	www.yedang.co.kr/				
電話番号	82-2-2106-2500		ファックス	82-2-597-2138	
設立日	1992 年 10 月 28 日		上場日	2000 年 12 月 30 日	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・KOSDAQ 市場		従業員数(人)	30 人(2009 年 12 月時点)	
標準産業分類	レコード及びその他音楽記録媒体の出版業				
主な取扱分野	レコード及びその他音楽記録媒体の出版				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	7,510	4,592	-
	2009	12	7,463	19,995	30
	2008	12	25,177	39,860	131
	2007	12	22,439	26,209	144

企業名(日文)	ポイボス		代表者名	チェ・スンシク	
企業名(英文)	Poibos Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	京畿道 高陽市 一山西区 注葉 2 洞 18 自由プラザ 504 号室				
ウェブサイト	www.Poibos.com				
電話番号	-		ファックス	-	
設立日	1993 年 9 月 7 日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・外国人投資企業		従業員数(人)	27 人(2007 年 12 月時点)	
標準産業分類	レコード及びその他音楽記録媒体の出版業				
主な取扱分野	レコード及びその他音楽記録媒体の出版				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	(株)コリアリズム		代表者名	シン・ヨンヒョン	
企業名(英文)	Korearism Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 大峙洞 968-5				
ウェブサイト	www.coreanlism.com				
電話番号	82-2-3452-9222	ファックス	82-2-02-3452-4118		
設立日	2002年6月17日		上場日	-	
企業形態	一般・中小企業		従業員数(人)	57人(2010年9月時点)	
標準産業分類	その他情報サービス業				
主な取扱分野	デジタル音楽サービス(有線・無線)の制作・提供				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	12	1,067	8,738	72
	2008	12	1,067	8,296	-
	2007	12	1,067	5,928	-

企業名(日文)	笑友(日本法人名 (株)流川 JAPAN)		代表者名	イ・ジョンヒ	
企業名(英文)	waratomo		電子メール	-	
場所	(ソウル事務所)京畿道 城南市 盆唐区 九美洞 154 城南郵便集中局 A棟 407号室				
ウェブサイト	www.waratomo.com				
電話番号	82-31-716-2929	ファックス	-		
設立日	-		上場日	-	
企業形態	-		従業員数(人)	-	
標準産業分類	日本の音楽 CD・映画 DVD・ドラマ DVD・アニメ DVD の販売、購入代行業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・映画 DVD・ドラマ DVD・アニメ DVD の販売、購入代行				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

<日本における音楽CD販売企業一覧>

企業名(日文)	ウープス CD		代表者名	キム・ヒョン	
企業名(英文)	WOOPSCD		電子メール	mail@woopscd.net	
場所	ソウル市 永登浦区 堂山洞 2 街 永登浦流通商街 1F ラ列 7 号室				
ウェブサイト	www.woopscd.net/				
電話番号	82-2-6265-0368		ファックス	82-2-6265-0369	
設立日	-		上場日	-	
企業形態	-		従業員数(人)	-	
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・DVD・PV・関連グッズ(カレンダー等)の販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	ジェーケーエム		代表者名	ムン・ウォンビン	
企業名(英文)	JKM		電子メール	jnj2400@naver.com	
場所	ソウル市 広津区 老遊 1 洞 9-3 2F				
ウェブサイト	http://www.jkm.co.kr/				
電話番号	82-2-466-9556		ファックス	82-2-466-9558	
設立日	-		上場日	-	
企業形態	一般・中小企業		従業員数(人)	3 人(2008 年 3 月時点)	
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・DVD・雑誌・関連グッズ(写真等)の販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	アニメイト		代表者名	イ・チェウォン	
企業名(英文)	Animate-Shop		電子メール	help@animate-shop.com	
場所	京畿道 広州市 五浦邑 新峴里 506-2				
ウェブサイト	www.animate-shop.com/				
電話番号	82-70-7715-1173	ファックス	-		
設立日	-	上場日	-		
企業形態	-	従業員数(人)	-		
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・アニメ CD・DVD・ドラマ DVD の販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	ヘージェー		代表者名	カン・ジヘ	
企業名(英文)	HEYJ		電子メール	-	
場所	ソウル市 道峰区 双門1洞 422-88 101 号室				
ウェブサイト	www.heyj.co.kr/				
電話番号	82-10-4764-7379	ファックス	-		
設立日	2007 年	上場日	-		
企業形態	-	従業員数(人)	-		
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD(ジャニーズ、ハロープロジェクト等)・雑誌・関連グッズの販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	笑友(アイホ)		代表者名	イ・ジョンヒ	
企業名(英文)	WARATOMO		電子メール	webmaster@waratomo.com	
場所	京畿道 城南市 盆唐区 九美洞 154 城南郵便集中局 A 棟 407 号室				
ウェブサイト	www.waratomo.com/				
電話番号	82-31-716-2929		ファックス	82-31-716-2928	
設立日	-		上場日	-	
企業形態	-		従業員数(人)	-	
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・映画 DVD・ドラマ DVD・アニメ DVD の販売				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	トップシーディー		代表者名	イ・ジュノ	
企業名(英文)	TOPCD		電子メール	gloryjh88@hotmail.com	
場所	ソウル市 瑞草区 蠶院洞 韓信アパート 304 棟 712 号室				
ウェブサイト	www.topcd.co.kr/				
電話番号	82-10-9050-3556		ファックス	-	
設立日	-		上場日	-	
企業形態	簡易課税事業者		従業員数(人)	-	
標準産業分類	通信販売業				
主な取扱分野	日本の音楽 CD・ゲームソフトの販売、共同購入				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

<韓国における主なモバイルゲーム企業一覧>

企業名(日文)	株ゲームビール		代表者名	ソン・ビョンジュン	
企業名(英文)	Gamevil Inc.		電子メール	-	
場所	ソウル市 九老区 九老3洞 197-5 サムスンアイティーバレー 4F				
ウェブサイト	www.gamevil.com				
電話番号	82-2-876-5252	ファックス	-		
設立日	2000年1月10日		上場日	2009年7月31日	
企業形態	KOSDAQ 市場・中小企業		従業員数(人)	112人(2010年9月時点)	
標準産業分類	ゲームソフトウェアの開発及び供給業				
主な取扱分野	モバイルゲーム				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	2,760	28,537	-
	2009	12	2,752	24,403	100
	2008	12	2,317	15,378	99
	2007	12	2,272	12,281	109

企業名(日文)	韓国富士通株		代表者名	リチャード・クリスト	
企業名(英文)	Fujitsu Korea		電子メール	-	
場所	ソウル市 鐘路区 壽松洞 83-1 壽松タワービル				
ウェブサイト	www.fujitsu.com/kr/				
電話番号	82-2-3787-6000	ファックス	82-2-3787-6067		
設立日	1974年2月6日		上場日	-	
企業形態	-		従業員数(人)	237人(2010年12月時点)	
標準産業分類	パソコン及びソフトウェアの小売業				
主な取扱分野	-				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	3	8,407	194,434	237
	2009	3	8,407	316,333	277
	2008	3	8,407	331,015	431
	2007	3	8,407	332,432	447

企業名(日文)	KT (ジーパン)		代表者名	イ・ソクチェ	
企業名(英文)	KT Corporation. (GPANG)		電子メール	-	
場所	京畿道 城南市 盆唐区 亭子洞 206				
ウェブサイト	gpang.show.co.kr/				
電話番号	82-1588-0010		ファックス	-	
設立日	1982年12月10日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・有価証券市場上場法人		従業員数(人)	30,841 人(2009年12月時点)	
標準産業分類	有線通信業				
主な取扱分野	通信・モバイルゲーム				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	1,564	20,233	-
	2009	12	1,564	15,906	30,841
	2008	12	1,561	11,785	35,063
	2007	12	1,561	11,936	36,913

企業名(日文)	エスケーテレコム(株)		代表者名	ハ・ソンミン、ソ・ジヌ	
企業名(英文)	SK Telecom Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 中区 乙支路 2 街 11				
ウェブサイト	www.sktelecom.com				
電話番号	82-1599-0011		ファックス	-	
設立日	1984年3月29日		上場日	2005年6月11日	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70 億ウォン以上)・有価証券市場上場法人		従業員数(人)	4,411 人(2009年12月時点)	
標準産業分類	無線通信業				
主な取扱分野	通信・モバイルゲーム				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	44,639	12,460	-
	2009	12	44,639	12,101	4,441
	2008	12	44,639	11,675	4,411
	2007	12	44,639	11,285	4,542

企業名(日文)	株式会社ハンディゲーム		代表者名	ベク・ドゥヒョン	
企業名(英文)	Handy Game		電子メール	help@handy.co.kr	
場所	京畿道 富川市 遠美区 春衣洞 202 番地 202 棟 1402 号室				
ウェブサイト	www.handy.co.kr/				
電話番号	82-32-623-0438	ファックス	-		
設立日	2005 年 12 月 14 日		上場日	-	
企業形態	一般・中小企業		従業員数(人)	-	
標準産業分類	システム、応用ソフトウェアの開発・供給業				
主な取扱分野	モバイルゲームコミュニティ(オンラインゲームの提供)				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

企業名(日文)	株式会社モナワットコム		代表者名	クオン・スンブ	
企業名(英文)	monawa.com		電子メール	help@monawa.com	
場所	京畿道 富川市 遠美区 駅谷洞 49-5 朝陽シティプラザ 301 号室				
ウェブサイト	www.monawa.com/				
電話番号	-	ファックス	-		
設立日	2009 年 11 月 27 日		上場日	-	
企業形態	中小企業		従業員数(人)	-	
標準産業分類	ポータル及びその他インターネット情報媒介サービス業				
主な取扱分野	モバイルゲームコミュニティ(オンラインゲームの提供)				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	-	-	-	-
	2009	-	-	-	-
	2008	-	-	-	-
	2007	-	-	-	-

<韓国における主なオンラインゲーム企業一覧>

企業名(日文)	ネオウィズ・インターネット		代表者名	ハン・ソグ	
企業名(英文)	Neowiz Internet Corporation		電子メール	bugsp@neowiz.com	
場所	ソウル市 江南区 駅三洞 736-17 東宮ビル 12F				
ウェブサイト	www.neowizinternet.com				
電話番号	82-2-2033-0000		ファックス	82-2-3452-5074	
設立日	2002年6月3日		上場日	2009年10月7日	
企業形態	KOSDAQ 市場・中小企業		従業員数(人)	119人(2010年9月時点)	
標準産業分類	その他情報サービス業				
主な取扱分野	オンライン音楽・オンラインゲームの提供				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	7,945	44,313	-
	2009	12	6,323	31,729	70
	2008	12	5,173	25,348	63
	2007	12	5,153	11,546	-

企業名(日文)	株エヌシーソフト		代表者名	金澤辰(キム・テクジン)	
企業名(英文)	NCsoft Corporation		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 三成洞 157-37				
ウェブサイト	www.ncsoft.com				
電話番号	82-2-2186-3300		ファックス	-	
設立日	1997年3月11日		上場日	2003年5月23日	
企業形態	有価証券市場・大企業		従業員数(人)	2,134人(2010年9月時点)	
標準産業分類	ゲームソフトウェアの開発・供給業				
主な取扱分野	オンラインゲームの開発・供給				
財務情報及び 常時従業員数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	10,903	514,657	-
	2009	12	10,855	452,521	1,882
	2008	12	10,237	240,222	1,662
	2007	12	10,237	222,555	1,571

企業名(日文)	株ガーラボ		代表者名	パク・スンヒョン	
企業名(英文)	Yedang Company Co., Ltd.		電子メール	-	
場所	ソウル市 江南区 駅三洞 735-22 GALAビル				
ウェブサイト	www.galalab.kr/kor				
電話番号	82-2-2188-5500		ファックス	82-2-2188-4800	
設立日	2002年5月4日		上場日	-	
企業形態	外部監査対象会社(資産総額 70億ウォン以上)・中小企業		従業員数(人)	131人(2010年12月時点)	
標準産業分類	ゲームソフトウェアの制作業				
主な取扱分野	オンラインゲームの開発・供給				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	3	1,500	9,149	131
	2009	3	1,500	9,067	71
	2008	3	1,500	-	71
	2007	3	1,500	3,613	60

企業名(日文)	エヌ・エッチ・エヌ株		代表者名	キム・サンホン	
企業名(英文)	NHN		電子メール	helpdesk@hangame.com	
場所	京畿道 城南市 盆唐区 亭子洞 178-1 グリーンファクトリ				
ウェブサイト	www.naver.com/ , www.hangame.com/				
電話番号	82-1588-3810		ファックス	-	
設立日	1999年6月2日		上場日	2002年10月26日	
企業形態	大企業		従業員数(人)	2,549人(2010年12月時点)	
標準産業分類	ポータル及びその他インターネット情報媒介サービス業				
主な取扱分野	インターネットポータル(オンラインゲームの提供など)				
財務情報及び 常時従業員 数	年度	決算月	資本金 (百万ウォン)	売上高 (百万ウォン)	常時従業員数 (人)
	2010	12	24,064	1,312	2,549
	2009	12	24,064	1,237	2,657
	2008	12	24,064	1,208	3,259
	2007	12	23,924	920	2,298

参考：日本文化の韓国開放過程

(日本貿易振興機構「韓国のコンテンツ市場の実態」2007年3月より再掲)

韓国では1965年の日韓国交正常化の後も日本の大衆文化に対する正規輸入を拒んできた。これは日本の植民地支配という歴史的経緯による国民感情の悪化が強く作用しているからである。

日本文化の流入を阻む中にも日本の大衆文化のみを対象にした法律は存在しなかった。しかし、「公演法」や「映画法」などの文化政策に関する一般法令を運用し、法制度では考えられない差別待遇を取ってきたのである。例えば、「公演法」第19条には「外国人の公演許可」に関して規定しており、外国人が韓国で公演（音楽・舞踊・演劇・映画等を含む）を行う場合には「文化体育部長官の許可を受けなければならない」とされてある。また、許可しない場合として「国家利益または国民感情に悪影響を及ぼす恐れがある場合」等が列挙されており、このような条項を根拠に日本の歌謡等を禁止してきたのである。

日本大衆文化の開放は1998年10月に金大中（キム・デジュン）大統領が日本を訪問して開放方針を表明して以来、1998年10月、1999年9月、2000年6月の3回に渡って段階的に行われた。2001年7月日本の歴史教科書修正問題に対する措置として開放を中断したが、2003年に日本文化開放に対する議論が再開され、2004年から映画、音楽アルバム、ゲーム分野が全面開放された。

1) 第1次日本大衆文化の開放（1998年10月20日）

政府の第1次日本文化の開放方針は映画及びビデオに限定されたものであった。映画の場合は、以下に限って開放された。

- ・共同製作映画（韓国側の20パーセント以上の出資が条件等の場合と韓国映画関係者が監督または主演として参加した場合）
- ・日本の俳優が出演した韓国映画
- ・世界4大映画祭（カンヌ、ベルリン、ベネチア、アカデミー）受賞作

この方針により、黒澤明監督の<影武者>、今村昌平監督の<うなぎ>、北野武監督の<花火>、日韓共同で制作されたパク・チョルス監督の<家族シネマ>等が開放された。ビデオについては劇場で上映された映画のビデオのみが許可された。

2) 第2次日本大衆文化の開放（1999年9月10日）

韓国の文化観光部は映画と公演、出版物の開放に関する内容を内容とした日本大衆文化第2次開放方針を発表した。映画は公認された国際映画祭受賞作や全年齢視聴可能な映画に拡大された（アニメーションは除く）。

文化観光部が明らかにした公認国際映画祭とは、映画振興委員会の褒賞金支給対象である13の映画祭と国際映画制作者連盟（FIAPF）が認定する70余りの映画祭である。これにより、<檜山節考>、<ラブレッター>、<リング>、<ソナチネ>、<鉄道員>、<絵の中の僕の村>、<SF サムライ・フィクション>、<愛のコリーダ>、<駅>、<四月物語>、<双生児>、<Shall We ダンス？>及び日韓合作アニメーション<Gundress（ガンドレス）>等が封切された。公演は2000席以下の室内公演場、室内体育館、観光ホテル等でのライブコンサートが可能となった。出版は日本語版漫画、コミック雑誌が許可された。

3) 第3次日本大衆文化の開放 (2000年6月27日)

第3次開放は映画をはじめ、ビデオ、公演、ゲーム、放送等が開放され、第1次、第2次開放に比べて開放程度が大幅に拡大された。映画の場合、R-18指定映画を除く全ての日本映画の国内上映が可能となった。アニメーション分野は国際映画祭受賞作の場合、アニメーションも劇場上映が可能となった。ビデオの場合は、開放対象の日本映画とアニメーションのうち、国内で上映されたものに限り出版が許可された。公演分野の場合は室内外の全ての公演が開放され、音楽アルバムの場合は日本語の曲を除くその他のもの（演奏曲や日本人歌手が英語歌詞を歌う場合）が開放された。ゲーム分野の場合、家庭用ゲーム機用のビデオゲームを除くその他のゲーム（PCゲーム、オンラインゲーム、業務用ゲーム等）が開放された。放送の場合は、媒体を区分せず、スポーツ、ドキュメンタリー、報道番組が開放された。

4) 開放日程の中断

2001年7月、日本の中学校歴史教科書（出版社：扶桑社）の修正問題に対する韓国政府の要求拒否に対する対抗措置として一部開放日程が中断された。キム・ハンギル文化観光部長官は2001.7.12日の午後に緊急記者会見を開き、追加開放することにして「日本語歌謡アルバム」、「娯楽TV番組（ショー、ドラマ）」、「18歳以上の成人向けビデオ及び映画」、「家庭用ゲーム機」、「アニメーション」、「地上波放送の映画放映」等の開放日程中断を宣言した。

しかし、その後日本のソニー社の家庭用ビデオゲーム機であるプレイステーション2（PS2）が一定条件（国内販売分に限り、リージョンコードを韓国に対応する3番に変えて発売、ゲームタイトルは新しく発売されるものを使用しないという条件；ファイナンシャルニュース2002年01月29日付）の下に、2002年2月に国内販売が許可された。また、2002年2月には、日韓合作ドラマ「フレンズ」が放送され、日本大衆文化放送の基準等に対する新しい論争（日本語を吹き替えにせず字幕で放送したことに対する非難など）が韓国国内で巻き起こった。

2002年の日韓ワールドカップ当時には、文化観光部がワールドカップ公式アルバムを2種類制作し、発売を承認。収録されていた3曲の日本語曲の国内放送を7月末までに一時的に許可した。

5) 第4次日本大衆文化の開放 (2004年1月1日)

政府は2003年6月の日韓首脳会談で「日本大衆文化開放の拡大」を表明した後、第4次開放計画案を発表した。第4次開放では映画、音楽アルバム、ゲーム分野は全面的に開放するが、ショー・娯楽等の一部放送番組と放送・劇場用の成人向けアニメーションは業界等との協議を経て許可するか否かを定めることにした。

映画、音楽アルバム、ゲーム分野を全面開放し、劇場用アニメーションについては2年間の猶予期間をおき、2006年1月1日全面開放することを発表した。地上波放送の場合は、既に開放されていたスポーツ、ドキュメンタリー、報道番組に加え、生活情報等の教養番組を追加開放した。ドラマは両国共同制作のもののみ放送可能とした。

しかし、劇場用アニメーションとバラエティショー、トークショー、コメディ等その他娯楽番組の開放は次回に延期された。ケーブルテレビと衛星放送の場合、地上波に許可された放送番組の放送が可能になり、ドラマは「全年齢視聴可」、「7歳以上視聴可」、「12歳以上視聴可」までの放送が可能となった。

大衆歌謡は国内で開かれる日本人歌手の公演の中継や日本人歌手が国内放送に出演して歌う場合のみ放送が許可された。

<表> 日本大衆文化開放現況の要約

分野	第1～4次開放範囲	未開放分野
大衆歌謡 公演	<ul style="list-style-type: none"> - 2,000席以下規模の室内場所での公演（第2次） - 室内外区分せず全面開放（第3次、全面開放） 	
音楽 アルバム	<ul style="list-style-type: none"> - 日本語歌詞のアルバムを除くアルバム（第3次） - 日本語歌詞のアルバム（第4次、全面開放） 	
ゲーム	<ul style="list-style-type: none"> - ゲーム機用ビデオゲーム物を除くゲーム（第3次） - ゲーム機用ビデオゲーム（PS2等）（第4次、全面開放） 	
放送	<ul style="list-style-type: none"> - 媒体を区分せずスポーツ、ドキュメンタリー、報道番組の放送を許可（第3次） - ケーブルテレビ及び衛星放送の場合、公認された国際映画祭受賞作や全年齢視聴可能な映画であり、国内上映作を放映許可（第3次） 	<ul style="list-style-type: none"> - 劇場用アニメーション、バラエティーショー、トークショー、コメディ等その他娯楽番組 - 18歳以上視聴可の成人向け番組
漫画	<ul style="list-style-type: none"> - 日本語版漫画、コミック雑誌（第1次、全面開放） 	
映画	<ul style="list-style-type: none"> - 4大国際映画祭受賞作、日韓共同制作映画、韓国映画の日本人俳優出演許可及び日韓映画週刊の開催（第1次/98年） - 公認された国際映画祭受賞作、映像物等級委員会が認定する全年齢視聴可能な映画（第2次/99年） - 映像物等級委員会が認定する12歳視聴可、15歳視聴可映画（第3次/00年） - 「18歳視聴可」、「制限上映可」映画（第4次、全面開放） 	
劇場用 アニメーション	<ul style="list-style-type: none"> - 国際アニメーション映画祭を含む各種国際映画祭受賞作（第3次） - 2006年1月に全面開放 	
ビデオ	<ul style="list-style-type: none"> - 開放対象の日本映画とアニメーションのうち、国内で上映された作品のビデオ - 第1次から第3次の映画（アニメーション含む）開放の際にビデオも開放 - 映画、劇場用アニメーションのうち、国内で上映された作品（第4次） 	