



韓流・冬ソナブーム

※「韓流・冬ソナブーム」について

2004年は韓国のドラマや映画、音楽などがヒットした。中でも韓国ドラマ『冬のソナタ』は「冬ソナ」ブームと呼ばれる社会現象を引き起こし、小説は上・下巻で122万部超のベストセラー。DVDは36万セットを売った。主演のペ・ヨンジュンらがCMに出演した菓子やビデオカメラの売れ行きも好調。第一生命経済研究所は冬ソナの経済効果は日韓で2297億円と試算している。またこのブームは韓国に関連する様々な商品に影響を与えており、例えば韓国観光公社のまとめによると2004年1月～10月までに韓国を訪れた日本人観光客数が、2003年同期比で40%近くも増加している。ちなみに韓国を訪れる外国人観光客全体の中で日本人が占める割合も、53.8%から56.0%に増えている。

その他、キムチや韓国焼酎が売り上げを伸ばし、さらには韓国の結婚情報会社に登録する日本人女性が増加するなど、様々な商品・サービスに対して、人気を集めている。

今回は「TBS総合嗜好調査2005」（2004年10月実査）を利用して、「冬ソナ好き」を取り上げ、データを見ていきます。

- ★ 韓国への好感度の時系列変化は？
- ★ 冬ソナ好きの行ってみたい外国の土地は？
- ★ 冬ソナ好きの各チャンネルの好感度は？

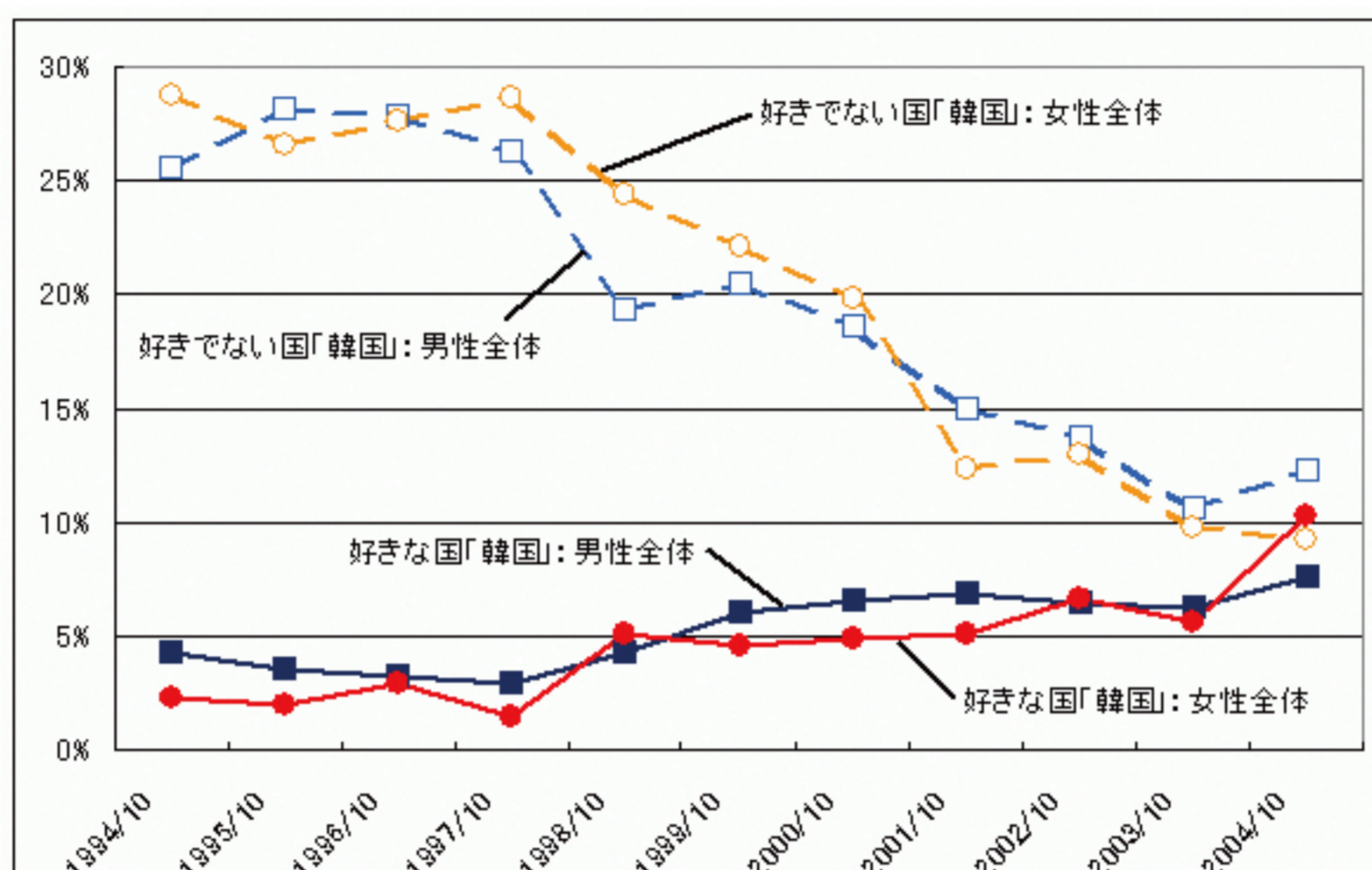
■韓国に対する好感度の時系列変化は？

韓国好きの人は、2004年10月で10%近くおり、過去から見ると年々、数値が上がっている。

一方で、好きでないと答えた人を見ると、10年前は30%近くあったが、ここ1～2年では約10%と大きく減少している。

このことから韓国のことを嫌う人は少なくなり、徐々にではあるが好感を持つ人が増えてくるのがわかる。

▼「好きな国」「好きでない国」：韓国一総合嗜好調査より



■行ってみたい海外地に違いは？

行ってみたい海外をみると、数値や順位に差はあるが、上位4位までの顔ぶれに違いはない。

冬ソナ好きの5位には「韓国」が入っており、調査全体の14位と比べると、その人気の高さがよくわかる。また調査全体と冬ソナ好きの内容を比べると、10位前後の差がある項目は「韓国」以外にはなく、その特徴ぶりが目立っている。

さらに冬ソナ好きは調査全体と比較して、総反応値が2～3割高く、海外への興味が高いことがわかる。

▼「行ってみたい外国の土地」－50カテゴリー中、各TOP20をピックアップ

TBS総合嗜好調査2005（2004年10月実査）より

順位	調査全体(N=1514)		冬ソナ好き(N=366)	
	総反応値	515.5	総反応値	656.5
1位	ハワイ	40.5	ハワイ	48.9
2位	カナダ	37.6	パリ	46.7
3位	オーストラリア	36.7	オーストラリア	46.2
4位	パリ	32.8	カナダ	44.5
5位	ローマ・フィレンツェ	31.8	韓国	39.6
6位	スイス・アルプス	31.3	スイス・アルプス	38.8
7位	ギリシャ・エーゲ海	31.0	ギリシャ・エーゲ海	36.9
8位	ニューヨーク・ワシントン	27.4	ローマ・フィレンツェ	36.6
9位	ロンドン・スコットランド・アイルランド	25.5	ニューヨーク・ワシントン	34.2
10位	ラスベガス	23.1	ロンドン・スコットランド・アイルランド	33.1
11位	ニュージーランド	23.1	ニュージーランド	30.1
12位	ベニス・ナポリ	22.7	グアム・サイパン	29.2
13位	グアム・サイパン	21.9	ラスベガス	28.4
14位	韓国	21.3	サンフランシスコ・ロサンゼルス	26.8
15位	サンフランシスコ・ロサンゼルス	20.1	ベニス・ナポリ	26.0
16位	ドイツ	19.0	ウィーン	24.0
17位	デンマーク・ルウェー・フィンランド・スウェーデン	18.9	デンマーク・ルウェー・フィンランド・スウェーデン	23.5
18位	南太平洋諸島(タヒチ・フィジーなど)	17.0	ドイツ	22.1
19位	ウィーン(オーストリア)	17.0	オランダ・ベルギー	21.0
20位	オランダ・ベルギー	16.8	ニース・カンヌ・プロヴァンス	19.9

調査全体と比較して+5.0%以上の項目

※ 総反応値 = 各カテゴリー(選択肢)の反応値を足し上げた合計値
上記の場合、50カテゴリーの反応値の合計

■チャンネルの好感度に違いは？

まず調査全体における各チャンネル好感度上位5つを取り上げ比較すると、どのチャンネルともに冬ソナ好きの数値が高く、特に「ダイソー」や「無印良品」「ソニーブラザ」といったチャンネルの好感度が高い。

各チャンネルの総反応値をみると、どのチャンネルにおいても冬ソナ好きの好感度が高く、調査全体と比較して約20%高い。

▼「好きなデパート、ショッピングプラザ」「好きなスーパー・ディスカウントストア」「コンビニエンスストアの好感度」－各設問、調査全体におけるTOP5

TBS総合嗜好調査2005(2004年10月実査)より

