



清泉女子大学大学院地球市民学専攻  
創設10周年記念シンポジウム  
(2015年11月7日)

# 韓国から見た対日観

韓国コンテンツ振興院海外調査チーム長 金泳徳  
(kimyd@kocca.kr)



# 発表概要

- I 国のイメージを作る諸要因
- II 日韓比較
- III 対日観
- IV イメージ調査
- V むすび



# I. 国のイメージを作る諸要因

歴史

政治・外交

経済

メディア

文化

経験

そのほか



## Ⅱ. 日韓比較

	日本	韓国
人口	1億2,920万人(世界11位)	4,912万人(世界28位)
面積	377,944 km <sup>2</sup>	100,210 km <sup>2</sup>
GDP	4兆2,103億ドル(世界3位)	1兆4,351億ドル(世界11位)
1人当たりGDP	3万3,323ドル(世界25位)	2万8,338ドル(世界28位)

(出典) 2015年のIMF統計



## Ⅲ-1. 韓国の対日観—歴史・政治・経済

### □ 歴史

- 「日帝」の植民地支配、壬辰倭亂(日本名:朝鮮出兵)など

### □ 政治・外交

- 懸案は解決されずのまま、首脳同士の交流がほとんどない
  - 従軍慰安婦、独島(日本名:竹島)、教科書、徴用労働者への補償、安全保障問題など

### □ 経済関係

- 交易規模は縮小気味だが、赤字続き
  - 2014年の対日輸出は322億ドル、対日輸入は538億ドル
- 日本の長期不況と、サムソン・LGなどの躍進



## Ⅲ-2. 韓国への対日観 - 人的交流

### □ 訪韓する日本人観光客

○ 352万人(2012年)→276万人(2014年)

### □ 滞在日本人

○ 2008年は5万人超→2015年10月時点では3.8万人

### □ 韓国への日本人留学生

○ 1,037人(2007年)→2,599人(2015年10月時点)

※日韓結婚による移住者も増えている



# Ⅲ-3. 韓国の対日観(日本の大衆文化)

## 日本からの韓国へのコンテンツ輸入

	2007年(千ドル)	2013年(千ドル)
出版	76,445	48,624
漫画	5,432	6,388
音楽	2,212	2,650
映画	8,990	3,123
アニメ	6,088	6,528
放送	12,268	6,588
キャラクター	20,265	17,392
合計	131,700	91,293

(注) 韓国コンテンツ振興院調べ



# 参考：日本の大衆文化の受入れ

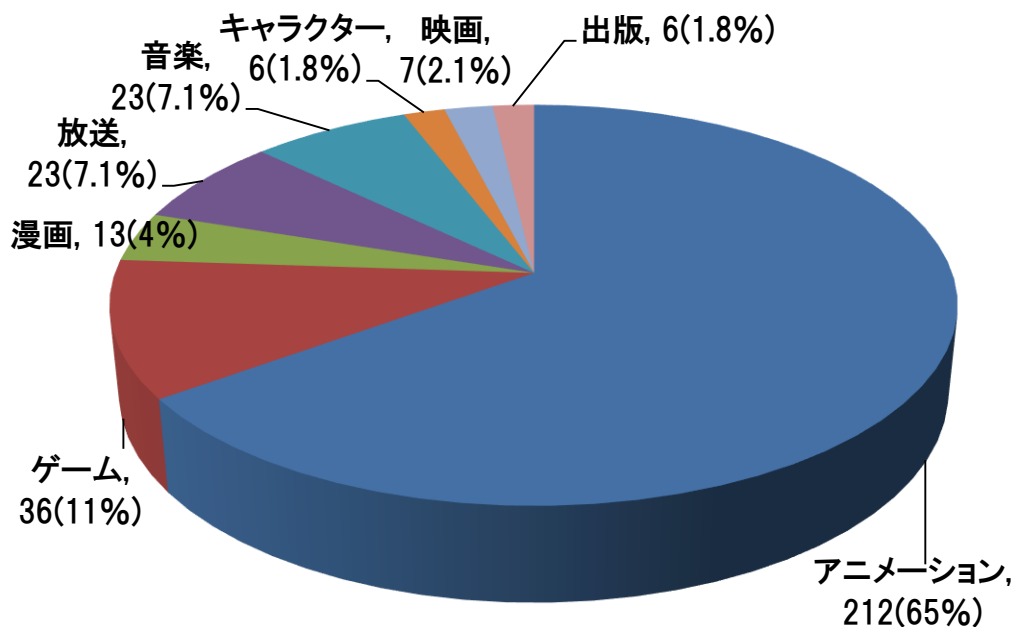
- 出版漫画の4～5割弱が日本産
- 村上春樹など日本小説の人気も高い
- 日本アニメは1960年代後半から輸入しており、日本アニメの人気は今も健在。しかし、最近はややトーンダウン
- ケーブルTVでは半分ほどが日本製アニメで、不動の人気
- 日本原作の映画やドラマのリメイクは珍しくない
- 最も売れゆきが好調なのは、妖怪時計
- コスプレ文化は定着
- 韓国で人気のある日本の芸能人は、矢野志保、藤井美奈ほか



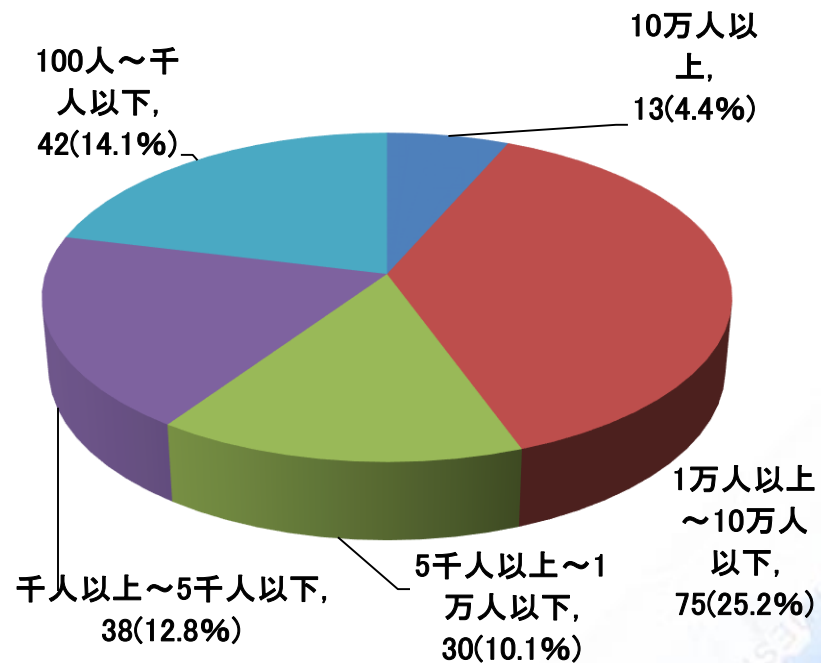
# 参考：ネットにおける日本文化

## ネットでの日本大衆文化関連のブログ＆カフェ

### ジャンル別の構成比



### 会員数別の構成比



(注) 2013年7月10日から19日までネットポータルサイトのNAVERとDAUMで調べた日本大衆文化関連のブログとカフェ総計326件をジャンル別と会員数別に分類

(出典) ムン・ヨンジュ, ベク・スンヒョク、2013年、「ネットを通じた日本大衆文化受入れの現状と特性研究に関する試論。」



# 参考：受け手の意見

「日韓関係が悪くなると複雑です。友だちはアニメが好きだけど、日本の右傾化を聞くと、ちょっと興奮する。私の場合は日本に友人もいるし、親のような人もいるから、一方的に悪口はいえない。日本の話になると、話題を変えたい」(20代女性)

「大衆文化と日韓関係は別だとは思わないけど、でも盲目的に批判するのは間違っている」(10代女性)

「私は日本ドラマや漫画が好きだけど、日本という国に対する親近感は別だと思う」(30代女性)

「日本の映画やドラマが好きだけど、右翼的なものは見ない」(30代女性)

「日本の大衆文化が好きな人に対して否定的なイメージがある。コスプレをする友だちがいたけど、イメージは良くなかった」(20代男性)

(出典) 金泳徳、2014年、「韓国における日本映像文化の受容と対日認識の変化」、大野俊編、『メディア文化と相互イメージ形成—日中韓の新たな課題[新装版]』。ムン・ヨンジュ、ベク・スンヒョク、2013年「ネットを通じた日本大衆文化受入れの現状と特性研究に関する試論」。

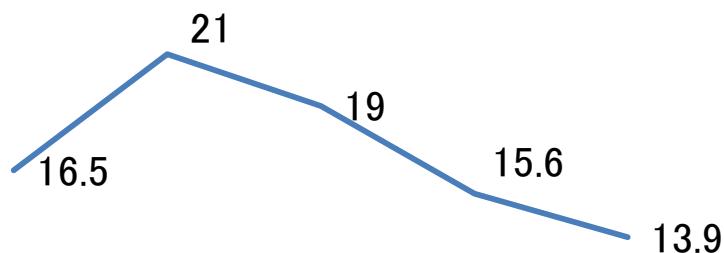


## Ⅲ-4. 対日観(韓国における日本)

- レクサスES300hは高級車で輸入車販売ランキング8位  
(2015年1月～5月までの統計)
- 日系コンビニのミニストップやセブンイレブンなどは、韓国  
全国で見られる
- 日本式の居酒屋は繁盛

# IV-1. イメージ調査(メディア)

日本に対する信頼度(単位は%)

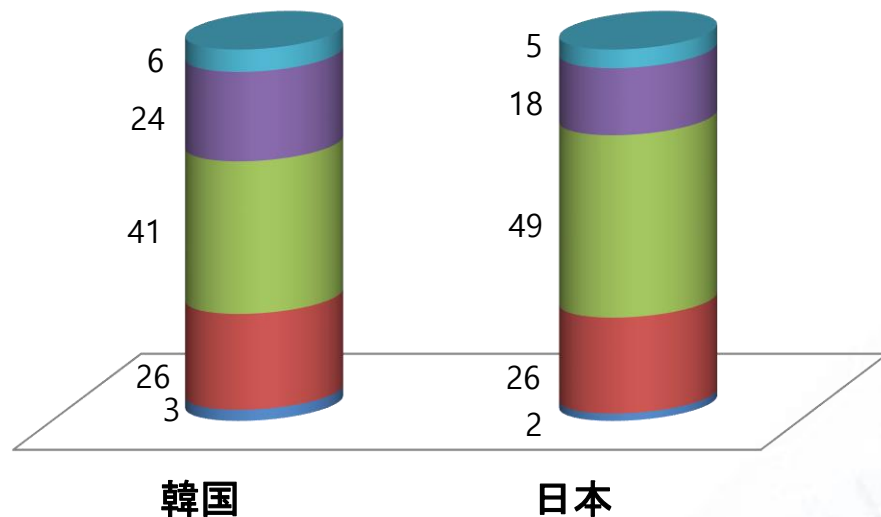


1996年 2011年 2013年 2014年 2015年

(出典) 韓国日報(2015年)

相手国民への親近感(単位は%)

■大きく感じる ■ある程度感じる ■あんまり感じない  
■まったく感じない ■その他



(出典) 東亜日報・朝日新聞(2015年)



## IV-2. イメージ調査(メディア)

### □ 朝鮮日報(2015年11月3日付)

韓日関係はいつでも葛藤と摩擦が全面に浮上しやすい関係だ。しかし、首脳同士が会わなければ、どんな問題にいくら大きな意見のくい違いがあるか確認さえできない。できるだけ頻繁に会って共有できる利益を広げて差異を狭めていくしかない。

### □ 東亜日報(2015年11月3日付)

韓国は、慰安婦問題のように正すべきことは正さないといけませんが、過度に過去の歴史にこだわれれば、他の国益を害することがあることも直視しなければならない。

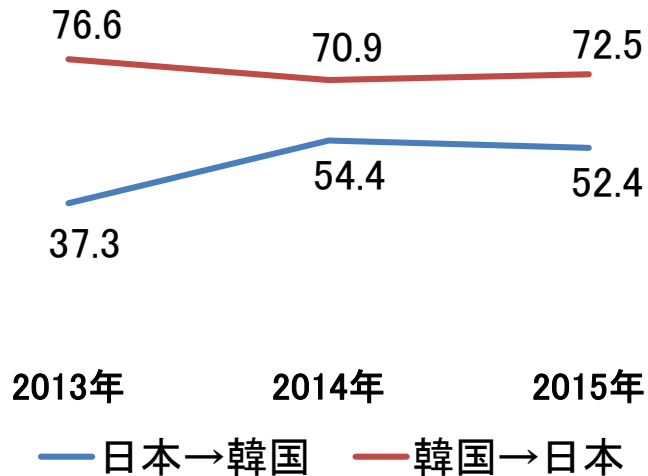
### □ 京郷新聞(2015年11月3日付)

政府は今回の[韓日]首脳会談を機に、日本との関係改善に向けて積極的に努力を傾く必要がある。関係を復元しながら慰安婦の解決を目指すべきであり、そうして慰安婦問題の解決も可能であることを忘れてはならない。

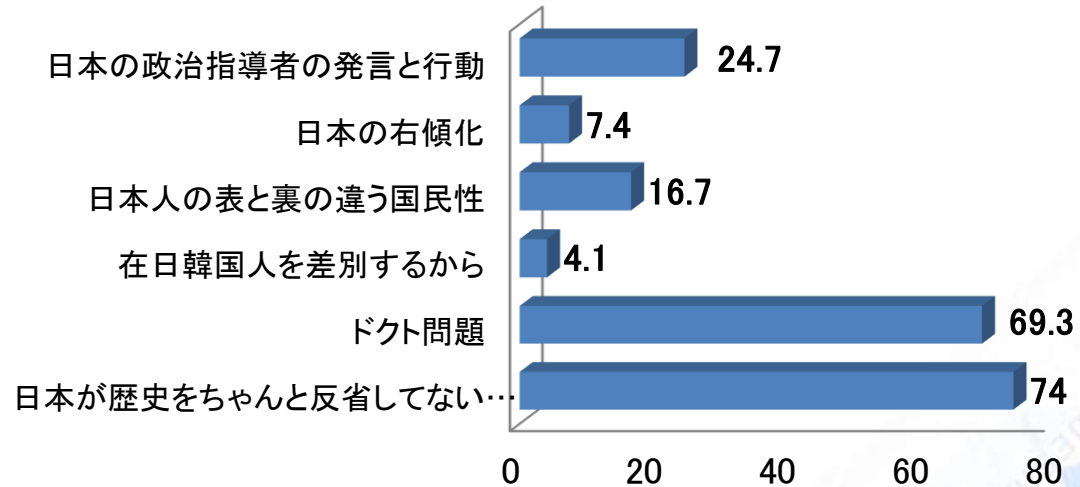
# IV-3. イメージ調査(研究機関)

## 東アジア研究院(韓国)・言論NPO(日本)の共同世論調査

相手国への否定的なイメージ(単位は%)



日本に対して韓国人が否定的な理由(単位は%)



(注) 相手国に否定的な答えをした人を対象にした調査結果

(出典) 言論NPO・東アジア研究院、2015年、「第3回日韓共同世論調査結果」。



## V. むすび ①

- 個人
  - イメージから理解力と経験値へ
- 受け手
  - マルチ・メディア・リテラシーの涵養
- 社会
  - 真の多元化社会へ
- メディア
  - 資本や国の束縛からの自由



## V. むすび ②

- メディア・フレームを考える
  - 世論調査の尋ね方(設問)を変える
  - 相互理解に関わる記事を増やす
  
- 利害関係から比較的自由的な草の根の交流の輪を広げる
  - 人々の触れ合いの大切さを知る
  
- 文化交流を深めていく
  - 感性を分かち合い、共感につなげる
  
- 日韓ともに共存共栄モデルを作っていく
  
- EU(欧州連合)、AEC(ASEAN経済共同体)、そして「アジア共同体」創設に向けて





# 参考文献

韓国コンテンツ振興院、2009年、『2008年コンテンツ産業白書』[韓国語]、韓国コンテンツ振興院。

——、2015年、『2014年コンテンツ産業白書』[韓国語]、韓国コンテンツ振興院。

金泳徳、2014年、「韓国における日本映像文化の受容と対日認識の変化」、大野俊編、『メディア文化と相互イメージ形成—日中韓の新たな課題 [新装版]』、九州大学出版会：77-100。

言論NPO, 東アジア研究院、2015年、「第3回日韓共同世論調査結果」<<http://www.genron-npo.net/world/archives/5646.html>>、2015年10月10日アクセス。

ムン・ヨンジュ, ベク・スンヒョク、2013年、「ネットを通じた日本大衆文化受入れの現状と特性研究に関する試論」[韓国語] (8月31日、ソウルで開催の韓国言論学会韓日国際シンポジウムでの発表)。

『韓国日報』、「2015年韓国日報／読売新聞共同世論調査」、2015年6月9日。

『京郷新聞』、「社説」、2015年11月3日。

『東亜日報』、「2015年度東亜日報／朝日新聞共同世論調査」、2015年6月18日。

——、「社説」、2015年11月3日。

『朝鮮日報』、「社説」、2015年11月3日。