

韓国ドラマが日本の 消費行動に与える影響

中京大学 経済学部 近藤ゼミ

<入山天太 高柳朱里 丸山和愛 平田さくら 磯部留維>

目次

1. 研究背景

2. 研究目的

3. 先行研究

4. 研究方法

5. 分析結果

6. 考察

1. 研究の背景

- サブスクリプションやグローバル化の進展によりポップカルチャーが**世界的に拡大**
- 日本では **韓国ドラマ** が再び注目を集め、多様な年代に人気が広がる

こうした流れが **消費者行動や価値観** に影響を与えていると考えられる

2. 研究目的

<1つ目>

「ポップカルチャーの広がり」と、「消費者行動への影響」を明らかにすること

<2つ目>

韓国ドラマが消費者の購買行動や旅行選択にどのような影響を与えているかを明らかにすること

3. 先行研究

①「多文化時代におけるポップカルチャーと消費者行動」

著者 : 金 春姫 (成城大学 経済学部 教授)

発行年 : 2023年

発行媒体 : マーケティングジャーナル
(42巻 4 号 p.6-15)

研究内容

東南アジアではアメリカ、日本、韓国、中国、タイ、などのポップカルチャーが**広く受容**され、**特に若者**の間で**韓国ドラマ**や**日本アニメ**が人気を集めている。

研究に対する評価

良い点：非常にタイムリーかつ社会的関心が高い
テーマである

疑問点：調査対象の人数が少ない、データに偏りがある

自分たちとの研究の違い

●研究対象の違い

- ・ 先行研究：アメリカ・日本・韓国などの幅広いポップカルチャー全般
- ・ 本研究：韓国ドラマに特化し、その影響に焦点を絞っている

●地域・調査対象の違い

- ・ 先行研究：東南アジアの若者が中心（現地協力者を通じた調査）
- ・ 本研究：日本の消費者（例：大学生や若年層など）に焦点を当てる

3. 先行研究

②「韓国に対する親近感の醸成に おけるメディア消費の効果」

著者 ：寺島拓幸

(亜細亜大学 社会学部社会学科教授)

発行年 ：2007年

発行媒体：年報社会学論集 (2007巻20号p.155-166)

研究内容

近年、1990年代以降を中心に**日本のポップカルチャー**（音楽、映画、アニメ、ゲームなど）が**東・東南アジア諸国**で広く受容されている。

この現象について、**経済的・文化的影響**や**社会意識の変化**を**歴史的背景**と照らし合わせながら、大規模な量的データを用いて**実証的に分析**する研究である。

研究に対する評価

- 良い点**：重要なテーマを多角的に扱っている
大規模データによる量的分析に挑戦している
- 疑問点**：質的偏重で量的実証が少ない
複雑な背景の解明が不十分な部分がある

自分たちとの研究の違い

●分析視点の違い

先行研究：文化受容の傾向を**マクロ的に把握**

「**親近感**」など**感情的態度**に着目

本研究：ドラマ視聴が購買、ファッション、旅行等

にどう**行動**として**影響**するかを検証

「**購買**」など**実際の行動**に着目

3. 先行研究

③ 「SNS普及による準拠集団影響での”共感型顕示的消費”としての海外旅行購買に関する考察」

著者 : 田中 剛

発行年 : 2020年

発行媒体 : 立教ビジネスデザイン研究
第17号

研究内容

LCC(格安航空会社)とSNSの普及により、
20代女性を中心に「映える」体験を共有する
”共感型顕示的消費”が海外旅行の主な動機と
なっている。

●共感型顕示的消費とは

他者からの共感や好感を得ることを目的とした
見せびらかしの消費行動

- みんなにドヤりたいわけじゃない
- “分かってくれる人にだけ届けばいい” という感じ
- 共感してつながってくれる人を探すための消費行動

研究に対する評価

良い点：SNSの普及と若者の海外旅行動機を結びつけ、
「共感型顕的消費」という新視点を提示している
点が新規性・実務性ともに高い。

疑問点：新しい概念の定義や検証がやや曖昧で、
他の影響要因（ジェンダー・文化差など）への
分析が不足している。

自分たちとの研究の違い

●分析視点の違い

先行研究：SNSによる共感型顕示を分析

本研究：メディア視聴が消費行動に与える影響を分析

先行研究：旅行の動機の種類

本研究：購買意欲や態度の変化に注目

4. 研究方法

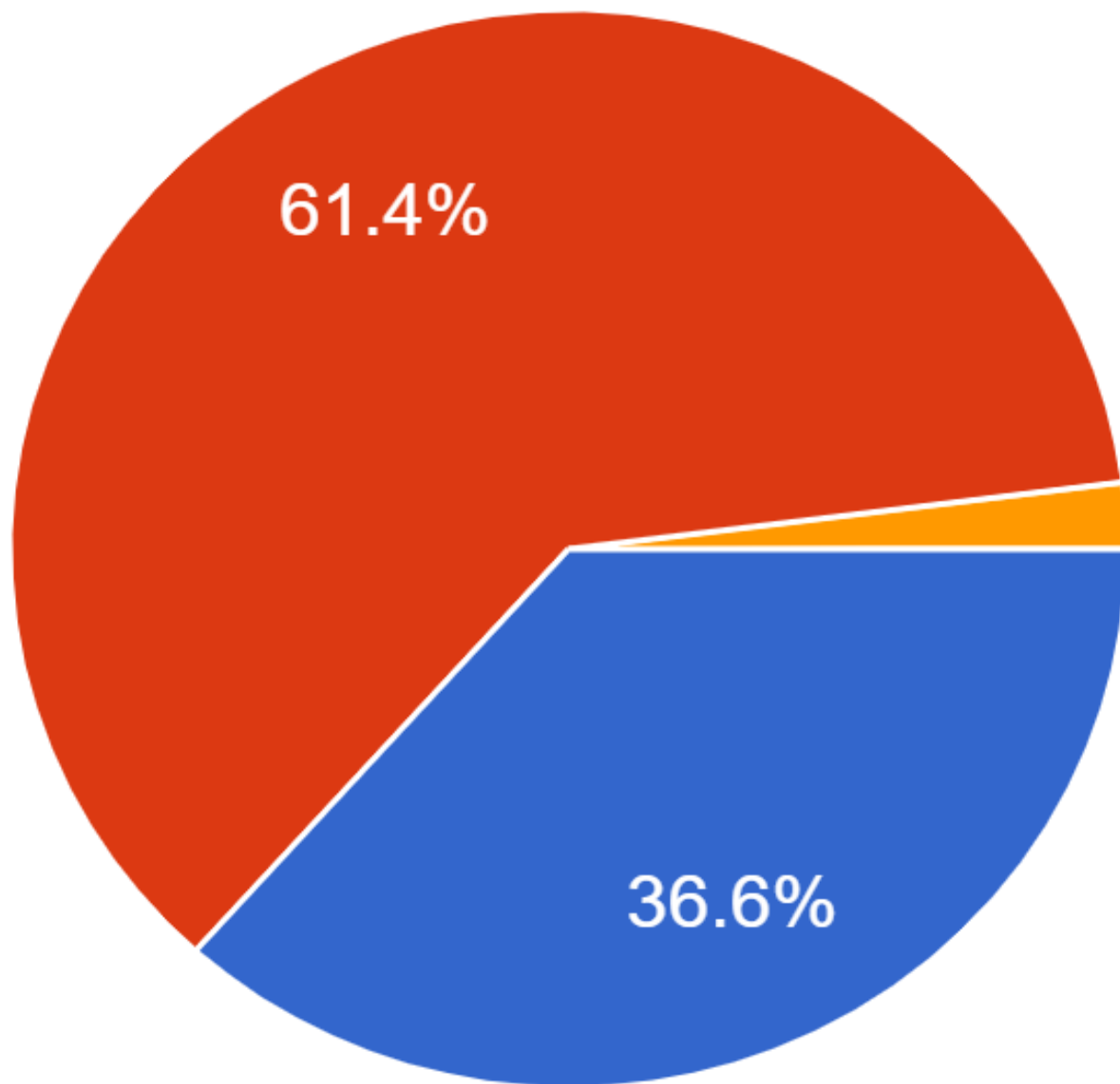
アンケート調査

先行研究による考察

5. 分析結果

性別

101 件の回答

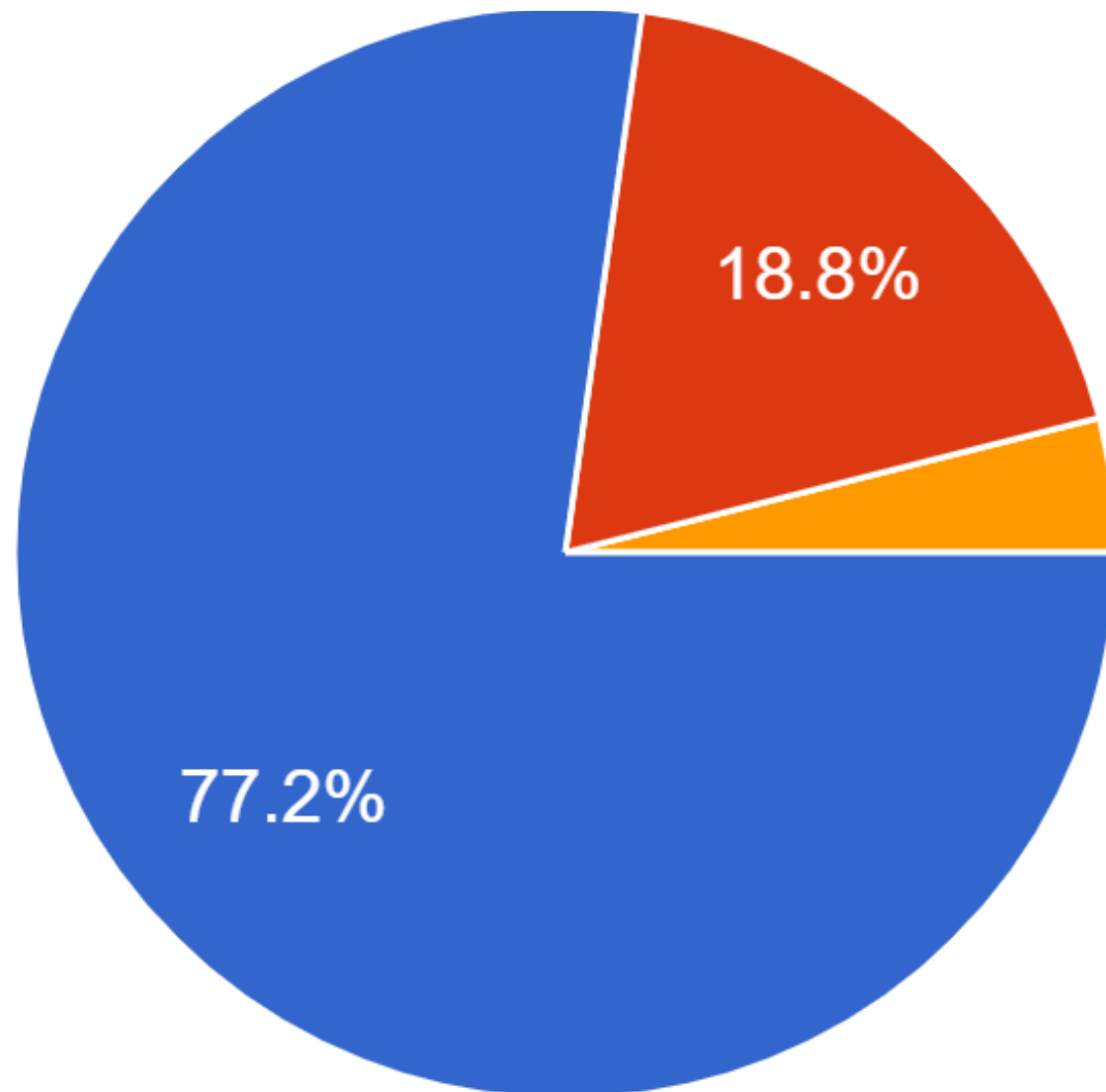


男性 : 37人
女性 : 62人
その他 : 2人
合計 : 101人

- 男性
- 女性
- その他

韓国ドラマを視聴したこと

101 件の回答

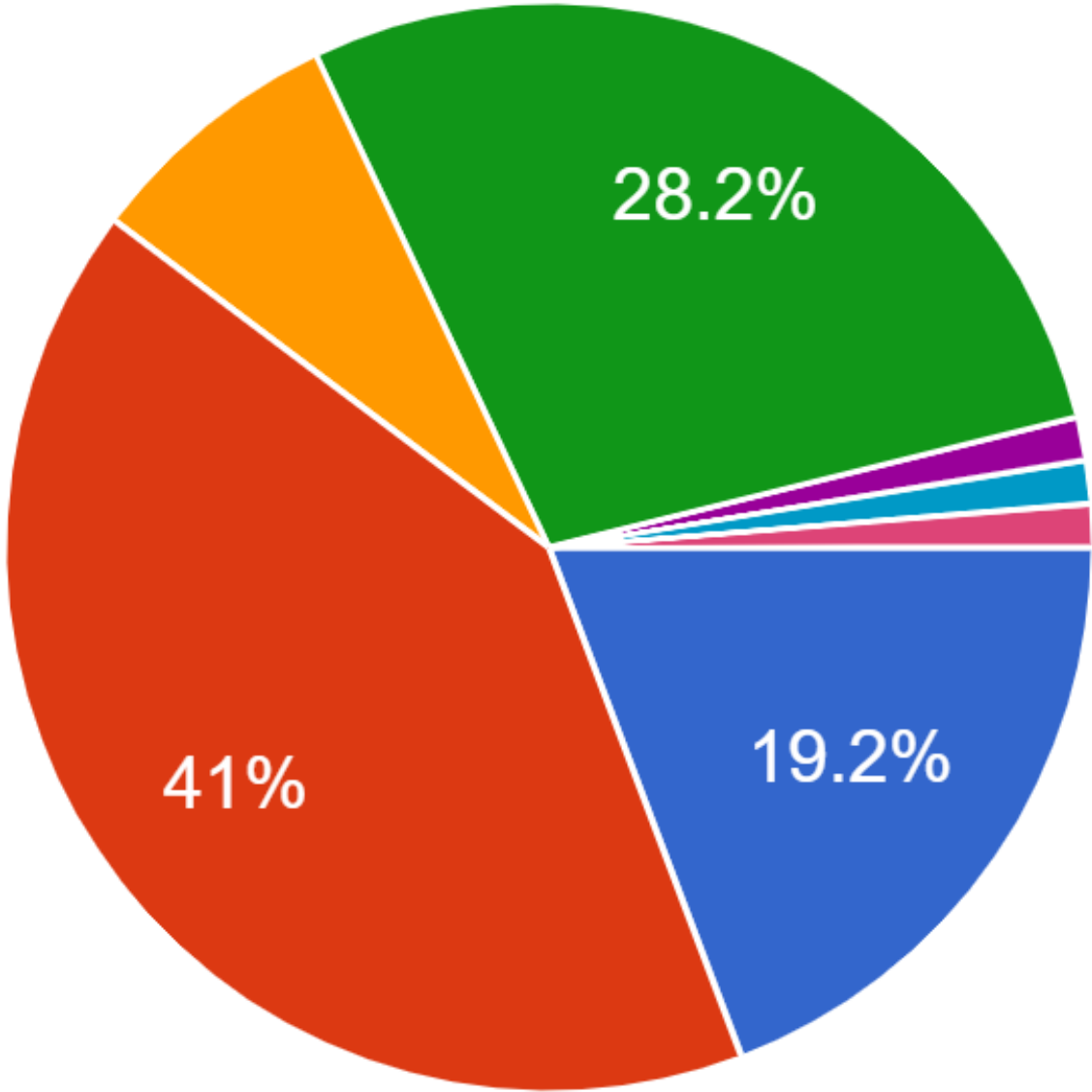


視聴したことがある人：78人
視聴したことがない人：19人
視聴したことはないが
興味がある人：4人

- ある
- ない
- 観たことはないが興味がある

あると答えた方へ韓国ドラマを観たことがあるきっかけは？

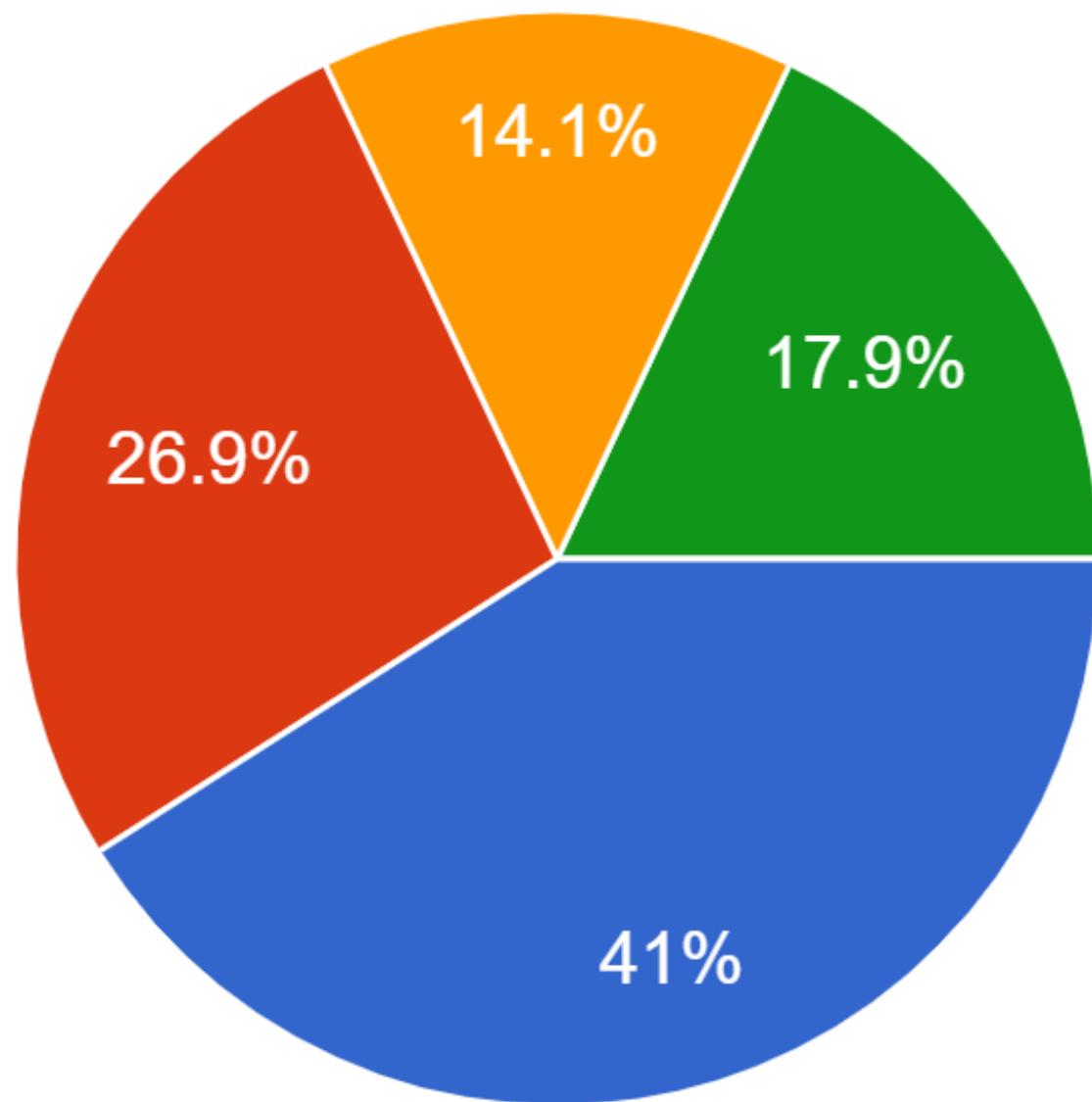
78 件の回答



- 話題になっていたから : 32人
 - 周りに勧められたから : 22人
 - 予告などを観て関心をもったから : 15人
 - 好きな人が出演しているから : 6人
 - 家族が観ていたから : 1人
 - 切り抜き : 1人
 - コロナ自粛期間中に日本や英語圏の映像作品を見尽くしたから : 1人
-
- 予告などを観て関心をもったから
 - 話題になっていたから
 - 好きな人が出演しているから
 - 周りに勧められたから
 - 家族が見ていたから
 - 切り抜き
 - コロナになって暇になって日本とか英語圏の映像作品を見尽くしたから。

あると答えた方は何作ほど観ましたか

78 件の回答



1～3 作 : 32人

4～7 作 : 21人

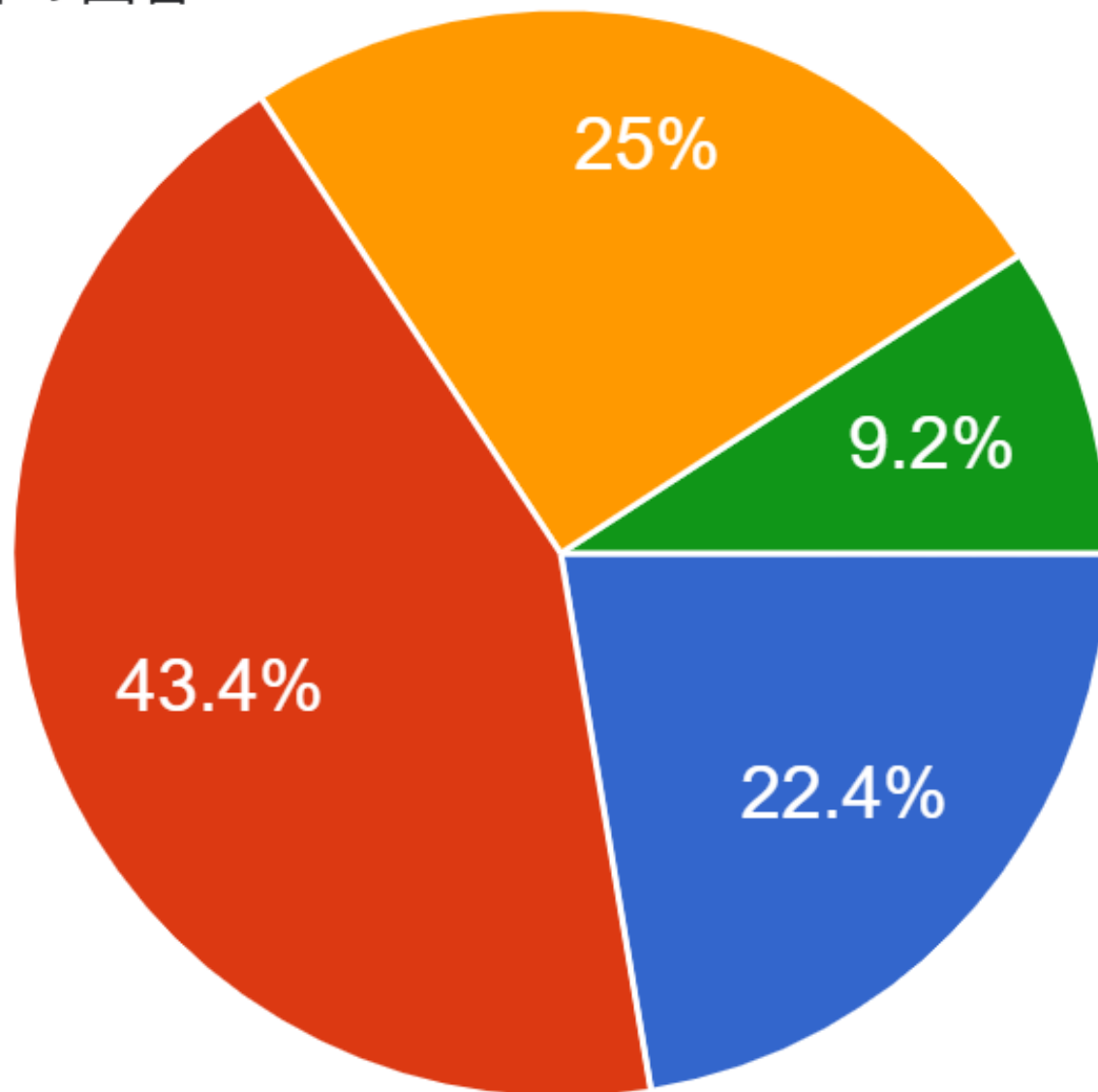
12 作以上 : 14人

8～11 作 : 11人



韓国ドラマを観て何が消費行動を起こしたいと思いましたか？

76 件の回答

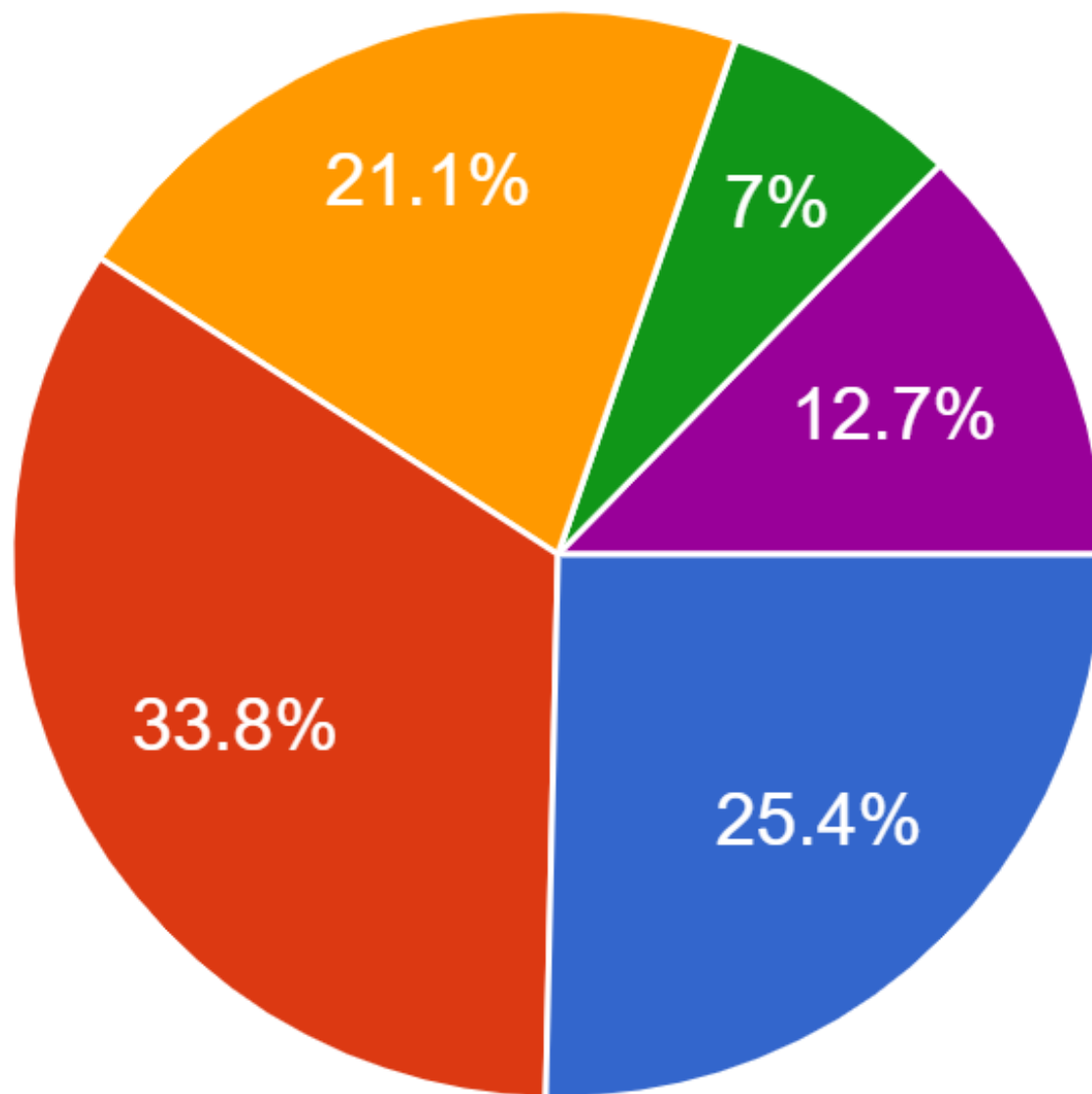


ややそう思った : 33人
あまりそう思わなかった : 19人
とてもそう思った : 17人
全くそう思わなかった : 7人

- とてもそう思った
- ややそう思った
- あまりそう思わなかった
- 全くそう思わなかった

どのくらい金額を費やしましたか

71 件の回答



1000円以上1万円未満：24人

1000円未満：18人

1万円以上5万円未満：15人

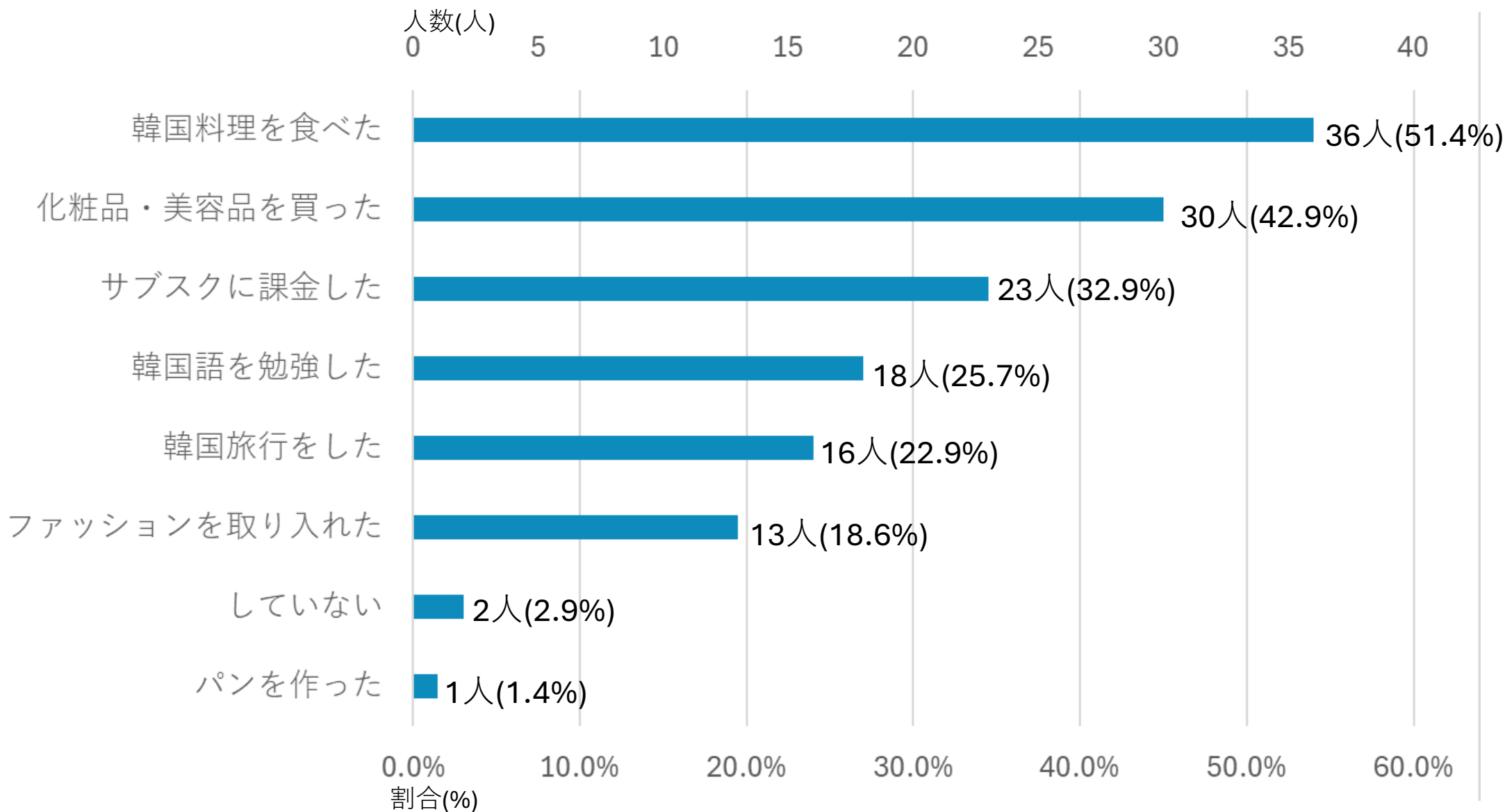
10万円以上：9人

5万円以上10万円未満：5人

- 1000円未満
- 1000円以上1万円未満
- 1万円以上5万円未満
- 5万円以上10万円未満
- 10万円以上

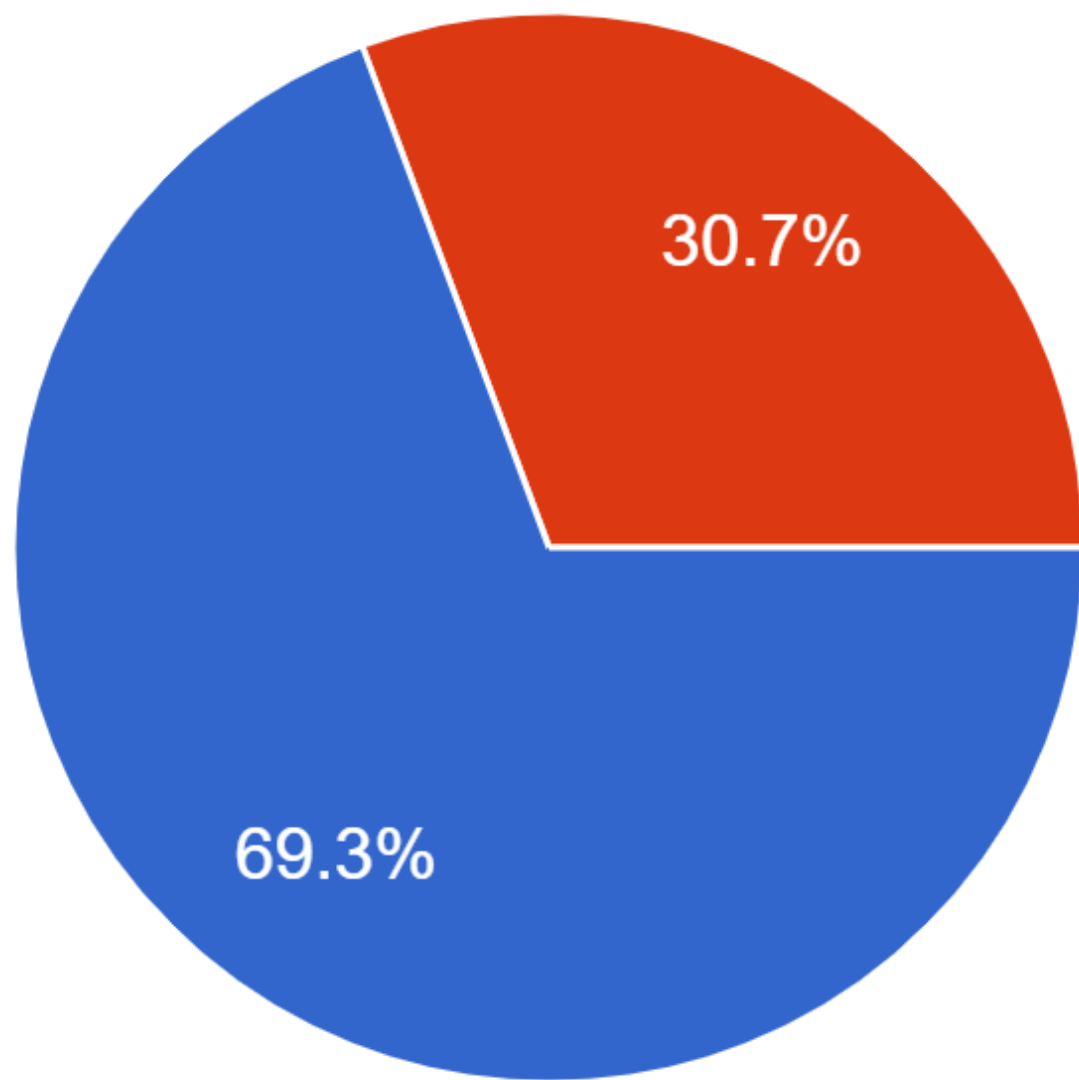
韓国ドラマを観て何が消費行動しましたか

70 件の回答



今後も消費行動を続けようと思いますか？

75 件の回答

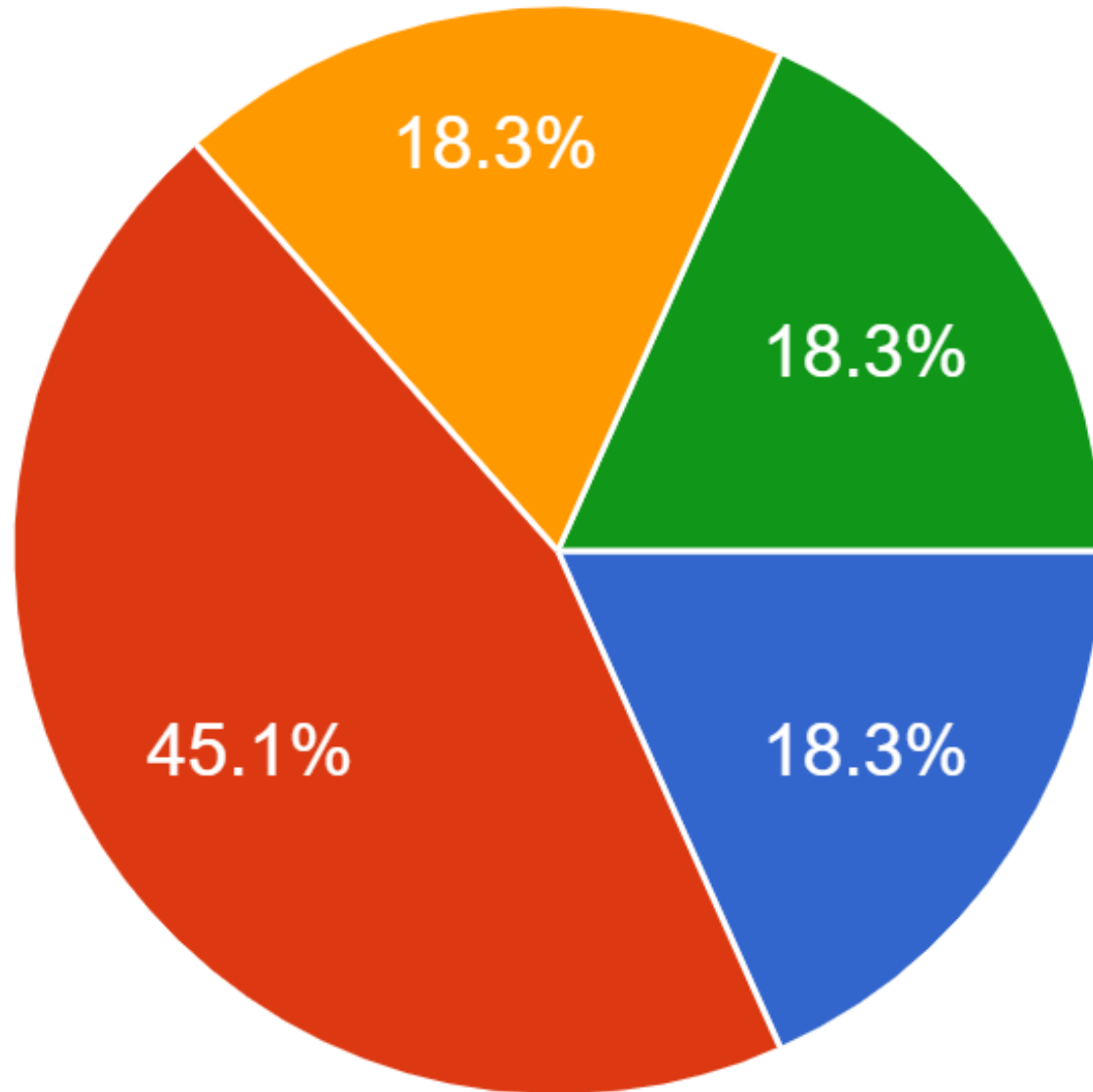


そう思わない：52人
そう思う：23人

- そう思う
- そう思わない

韓国ドラマがあなたの生活や消費行動にある程度影響を与えていますか？

82 件の回答



やや影響している : 37人
非常に影響している : 15人
あまり影響していない : 15人
全く影響していない : 15人

- 非常に影響している
- やや影響している
- あまり影響していない
- 全く影響していない

6. 考察

- 韓国ドラマは、日本人の心と消費を動かす力を持っている。
- 憧れや共感が購買意欲を生み、見ることが買う・学ぶ・体験するとへと変わっている。

韓国ドラマは**文化と経済**をつなぐ新しいソフトパワーとして**日本の消費構造**を変えている。

今後は東アジアの文化交流と日本の消費構造にさらなる影響を与える。