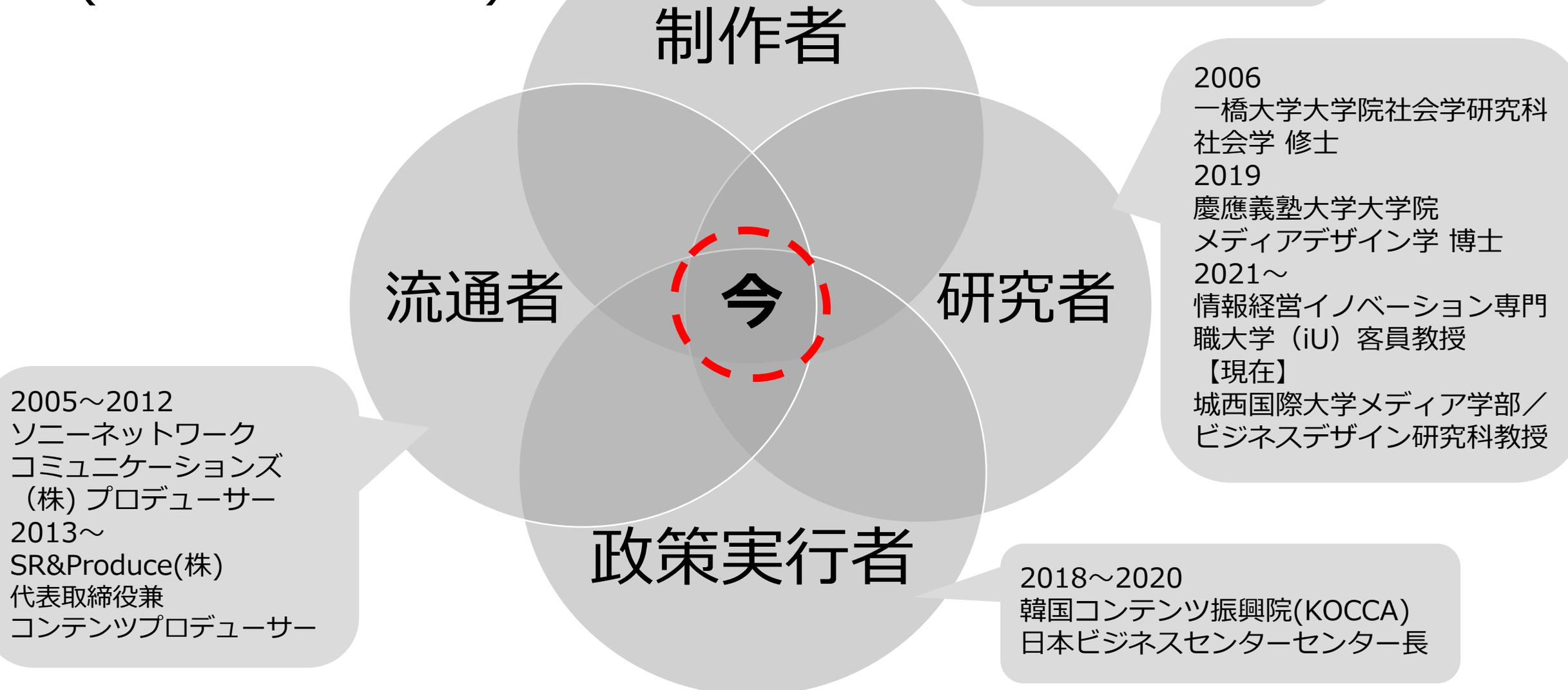


韓国コンテンツ産業の成長戦略

－官民連携の視点から探る－

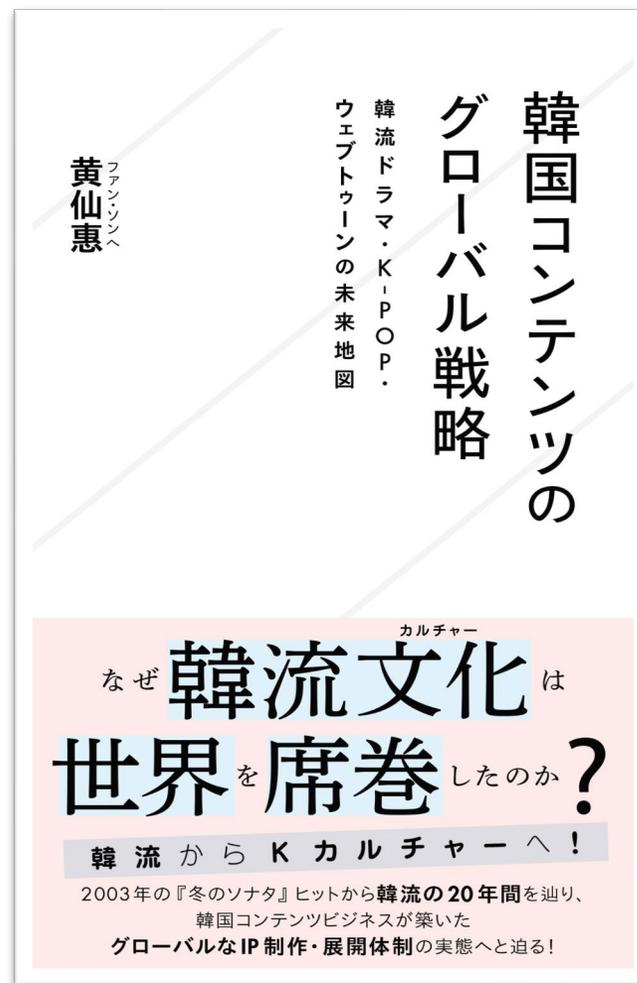
城西国際大学メディア学部／大学院ビジネスデザイン研究科
黄 仙恵（ファン・ソンヘ）

黄仙惠 (ファン・ソンヘ)





明石書店
2022年



星海社
2023年



ディスカヴァー・トゥエンティワン
2025年

発表の流れ

- 韓国コンテンツ産業の変遷
- KOCCAの設立と支援体制
- コンテンツ戦略推進における官民連携
- 日韓協業が切り拓く「アジア・エンタメ」時代へ

韓国コンテンツ産業の変遷

— 成長の歩みとその背景 —

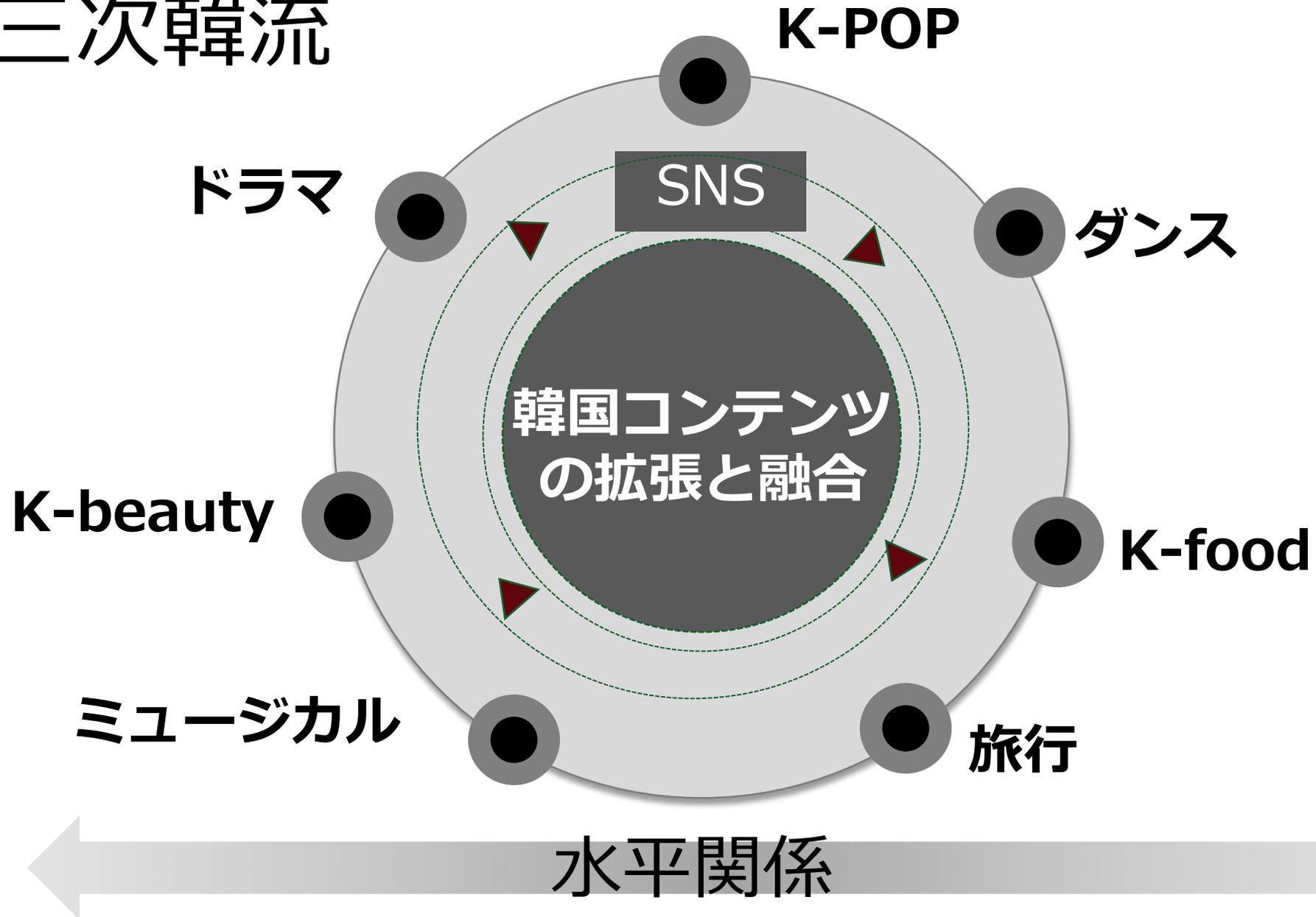
	第1期 1990年後半～2002	第2期 2003～2009	第3期 2010～2017	第4期 2018～現在
地域	中華圏 日本 東南アジア	アジア全域	アジア全域、アジア以外	全世界
コン テン ツ	ドラマ&映画 第1世代アイドル	ドラマ&映画 第2世代K-POP	映像（ドラマ、映画、バラエ ティ） 第2世代K-POP、ゲーム	映像 第3世代K-POP 他ジャンル、生活文化
成果	1997ドラマ『愛って何だって』 （中国） 1998ドラマ『初恋』（ベトナム） 1999中国北京青年報「韓流」 用語初めて使用 2000「H.O.T」北京コンサート、 映画『シュリ』日本興行 2002BoA日本 オリコンシングルチャート1位記 録	2003～2004ドラマ『冬のソナ タ』（日本） 2005～ドラマ『宮廷女官チャン グムの誓い』中国、その後87カ 国で放映 2004映画『オールド・ボーイ』カ ンヌ国際映画祭受賞 2007映画『シークレット・サン シャイン』カンヌ国際映画祭受 賞 2008ワンダーガールズ、BoA、 SE7EN、ピ（RAIN）のアメリカ 進出	2010少女時代、KARA日本デ ビュー、 2012PSY「江南スタイル」再生 回数10億ビュー突破 2012ゲーム「クロスファイア （Crossfire）」2014ドラマ 『星から来たあなた』 2015映画『怪しい彼女』中国版 2016ドラマ『太陽の末裔』 「花よりおじいちゃん」フォー マットや2017ドラマ「グッドド クター」リメイク	2018 BTS <Fake Love> K-pop 初ビルボードホット100初10位 圏入り 2020映画「パラサイト半地下の 家族」アカデミー賞受賞 BTS<Dynamite>ビルボード ホット100第1位 2021映画「ミナリ」アカデミー 助演女優賞受賞 ドラマ『イカゲーム』最多世帯 視聴
特徴	中華圏 コンテンツ海外展開の開始	ドラマ中心とした韓流拡散 音楽の輸出増加	コンテンツ企画段階からの協業 と現地化/グローバルプラット フォーム(ユーチューブ)を通じ た全世界の拡散	グローバルプラットフォーム、 ファンダム、生活文化

年度	2002	2003	2006~	2007~	2012~	2017~	2020~
	韓流の黎明	第一次韓流		第二次韓流	韓流低迷期	第三次韓流	第四次韓流
コンテンツ	テレビ朝日「イブのすべて」	NHK「冬のソナタ」	韓流コンテンツけん制Ⅰ	東方神起 少女時代 KARA BIGBANG	韓流コンテンツけん制Ⅱ	TWICE BTS	「パラサイト」「愛の不時着」「梨泰院クラス」「82年生まれ,キム・ジヨン」「Beyond Live」「BANGBANG CON」 NiziU
メディア	放送	放送	放送	ライブ放送	BS放送	ライブインターネット SNS	インターネット OTT ライブストーリーミング アプリケーション
ファン	ドラマ俳優	ドラマ俳優		K-POP ドラマ	K-POP ドラマ	K-POP 韓国モノ	ドラマ K-POP
ジャンル	ドラマ	ドラマ	ドラマ	音楽	音楽	音楽 消費財 コミュニティ	ドラマ 音楽 出版 WEBTOON
関連産業		DVD 雑誌	DVD 雑誌	CD/DVD 雑誌 食料品		化粧品 ファッション 旅行	コリアタウン商圏 eコマース

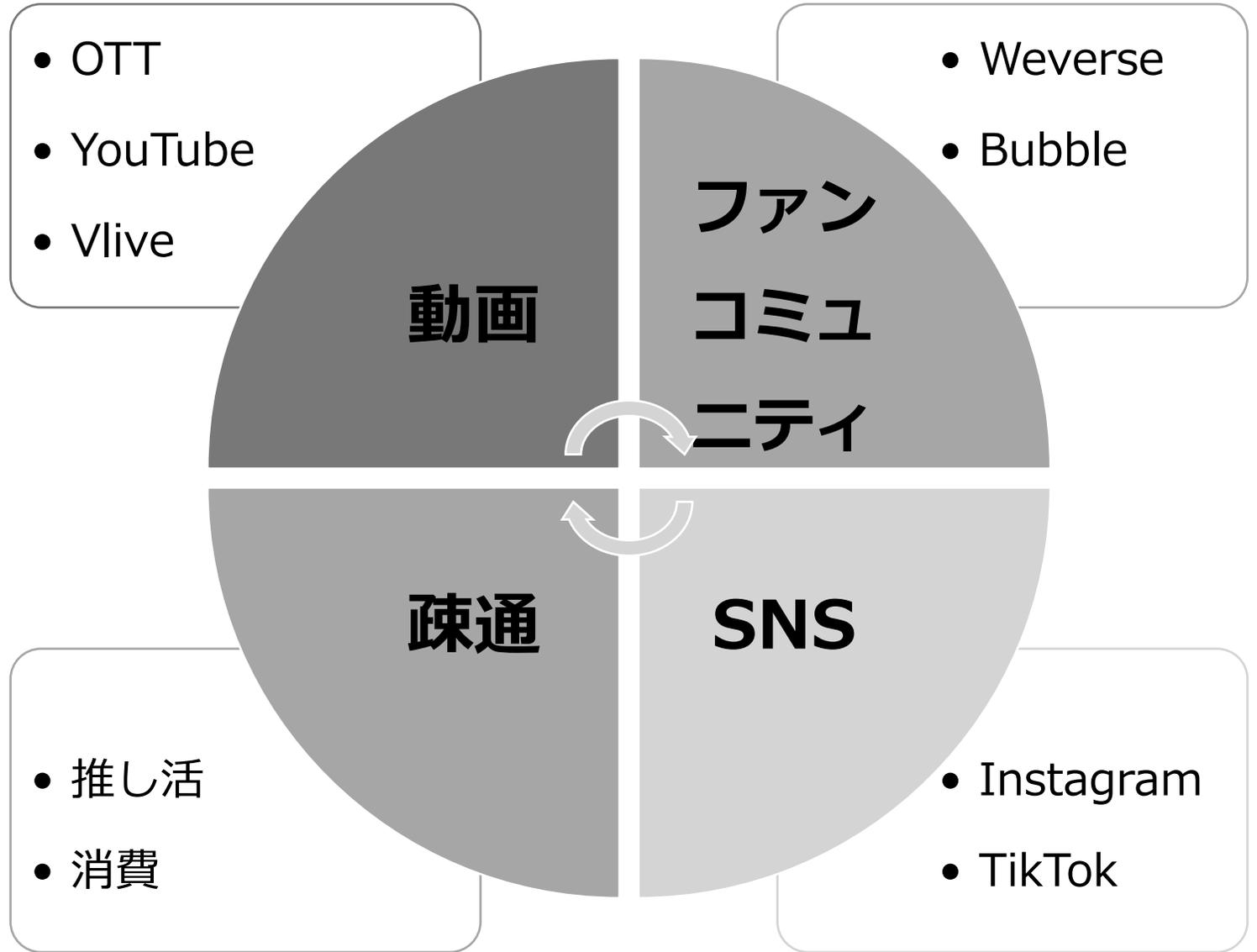
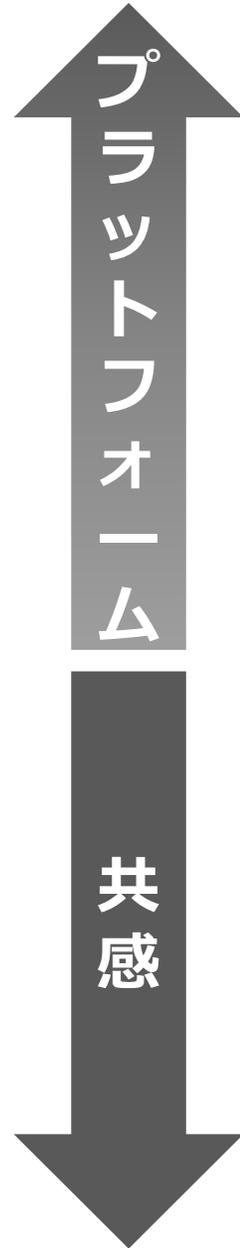
第一次韓流と第二次韓流



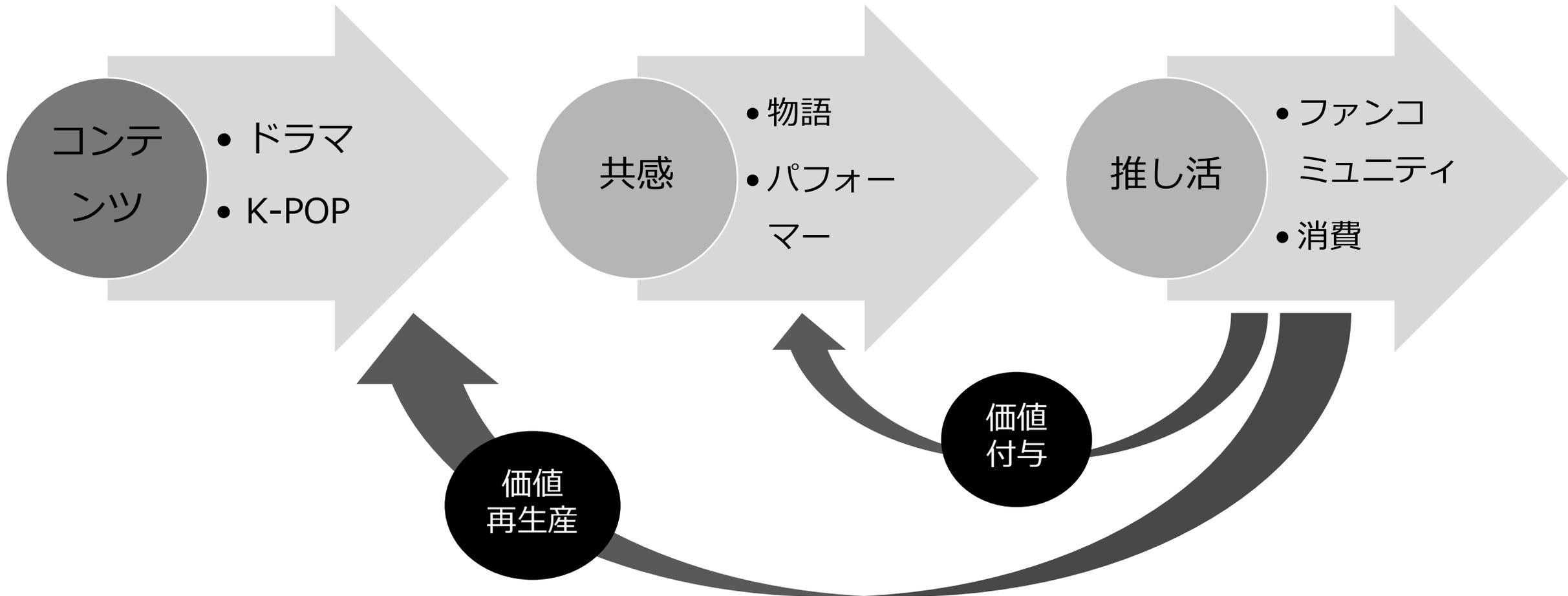
第三次韓流



第四次 韓流



日本における韓国コンテンツの拡張



KOCCAの設立と支援体制

—韓国にとって文化政策の意義—

IMF危機と文化政策

金大中 (キム・デジュン) 元大韓民国大統領 (1998~2003)

第15代金大中大統領の就任式 (1998.2.25)

世界は、物質的な資源が経済発展の要素であった現在の工業社会から、無形の知識や情報が経済発展の原動力となる**知識情報社会**へと移行しているのです。情報革命は世界を一つの地球村に変え、国民経済から世界経済時代への移行をリードしています。情報化時代とは、いつでも、どこでも、誰でも、簡単に、安価に情報を入手し、利用することができる時代です。これは、民主主義社会でなければできないことです。

新しい政権は、我々の世代が知識情報社会で主導的な役割を果たすことができるよう努力します。小学校からコンピュータを教え、大学入試では学生がコンピュータ科目を選択できるようにします。私たちは**情報大国の礎を築き**、世界で最もコンピュータ集約的な国をつくります。

私たちは、国民文化のグローバル化に焦点を当てなければなりません。伝統文化に込められた高い文化的価値を継承し、発展させていきます。**文化産業は21世紀の基幹産業**です。観光産業、コンベンション産業、映像産業、文化機能など、無限の市場が待っている富の宝庫です。

金大中 (キム・デジュン) 元大韓民国大統領 (1998~2003)



(1998.2.25 就任演説)
民族文化のグローバル化
文化産業は21世紀の基幹産業

(1998.10.20)

- 「知識と情報の時代」「文化・観光の時代」
- 21世紀の基幹産業である文化・観光産業を振興させ、海外市場を開拓するために全力を尽くす。
- 文化は、文化産業を起こし膨大な高付加価値を創出する21世紀の重要な基幹産業

国家ブランディングスローガン 『Dynamic Korea』

Cyber Korea21 (99)

- ITインフラを整備・強化するためのIT振興政策
- デジタルコンテンツ領域への資金（約819億円）
- 『文化産業振興基金』を設立（約498億円）

文化産業振興基本法改正（01）

- デジタル領域を政策の中心として変更
- **政府組織として『文化コンテンツ振興院』を設立（現、韓国コンテンツ振興院）**

オンラインデジタルコンテンツ 産業振興法制定（03）

- PC・インターネットの普及やデジタル技術の向上に応じたオンラインデジタルコンテンツ産業の基盤整備を規定

韓国コンテンツ振興院（KOCCA）

韓国の文化産業振興基本法第31条に基づき、2009年5月に設立された本機関は、大韓民国のコンテンツ産業における統合的な振興政策を推進することを目的としている。映像、ゲーム、ソフトウェアなどの分野に関わる5つの機関を統合した準政府機関であり、韓流コンテンツの育成と展開強化を担う「コンテンツ政策の頭脳」として位置づけられている。

- **2025年予算：6,093億ウォン（2024年5,913億ウォン）**
- **予算配分の多い順（分野別）：R&D>放送>輸出>ゲーム>地域>人材育成>アニメーション>音楽>起業育成>漫画・ウェブトゥーン>新技術融合>キャラクター>ファッション>政策研究>投資・融資>ストーリー>公正相性>その他**
- **海外拠点（25）：アメリカ（2）、中国（2）、日本（2）、フランス、イギリス、ドイツ、インドネシア、ベトナム、UAE、ロシア、タイ、インド、メキシコ、シンガポール、オーストラリア、ブラジル、アルヘンチーナ、カナダ、スペイン、イタリア、スウェーデン、テュルキエ**

KOCCAの重要業務

産業基盤

- 部門別支援/制作支援などの基盤調整/地域特化/技術育成

起業支援および企業育成

- マーケット・ファンディング・成功企業の創出

文化技術、R&D

- 文化技術(CT)の政策樹立/技術開発/事業化促進

専門人材育成

- 分野別の教育プログラム/コンテンツ人材キャンパスの運営

海外進出/金融支援

- コンテンツ新興市場の開拓/海外拠点/投資・融資支援

政策開発/調査研究

- 政策開発/法整備/市場分析/海外市場の政策研究

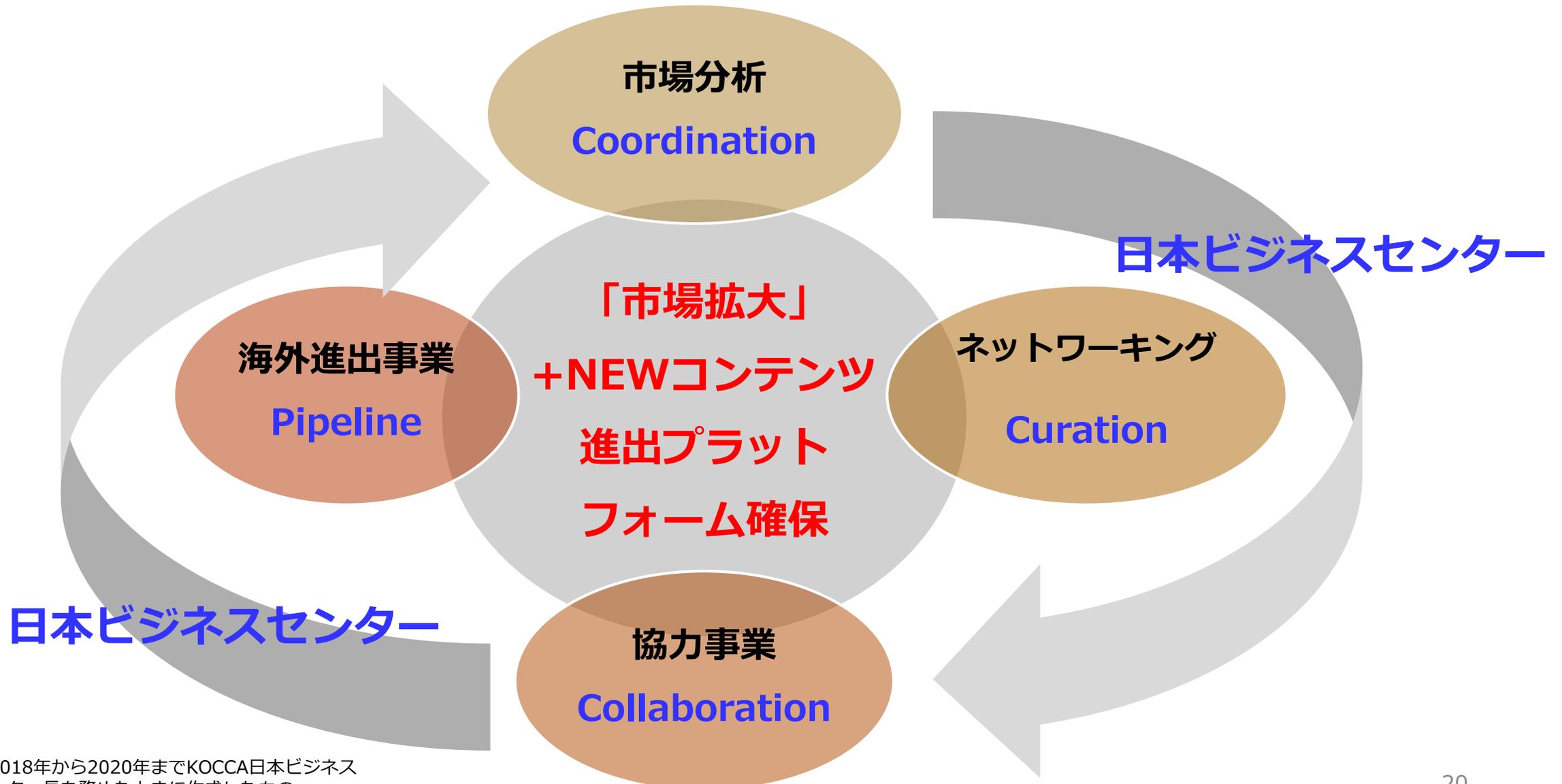
社会的価値の拡散/公正共生

- 標準契約書の支援/コンテンツ紛争調整委員会の運営

韓国コンテンツ振興院
日本ビジネスセンター
センター長
(2018～2020)



KOCCA日本ビジネスセンター



※2018年から2020年までKOCCA日本ビジネスセンター長を務めたときに作成したもの

コンテンツ戦略推進における 官民連携

—プラットフォーム強化と人材育成—

コンテンツ戦略推進における官民連携

韓国コンテンツ振興院

- ① 放送映像・OTT特化コンテンツ支援事業
- ② コンテンツ創意人材同伴事業

韓国ドラマ制作社協会

- ③ 放送映像人材教育院

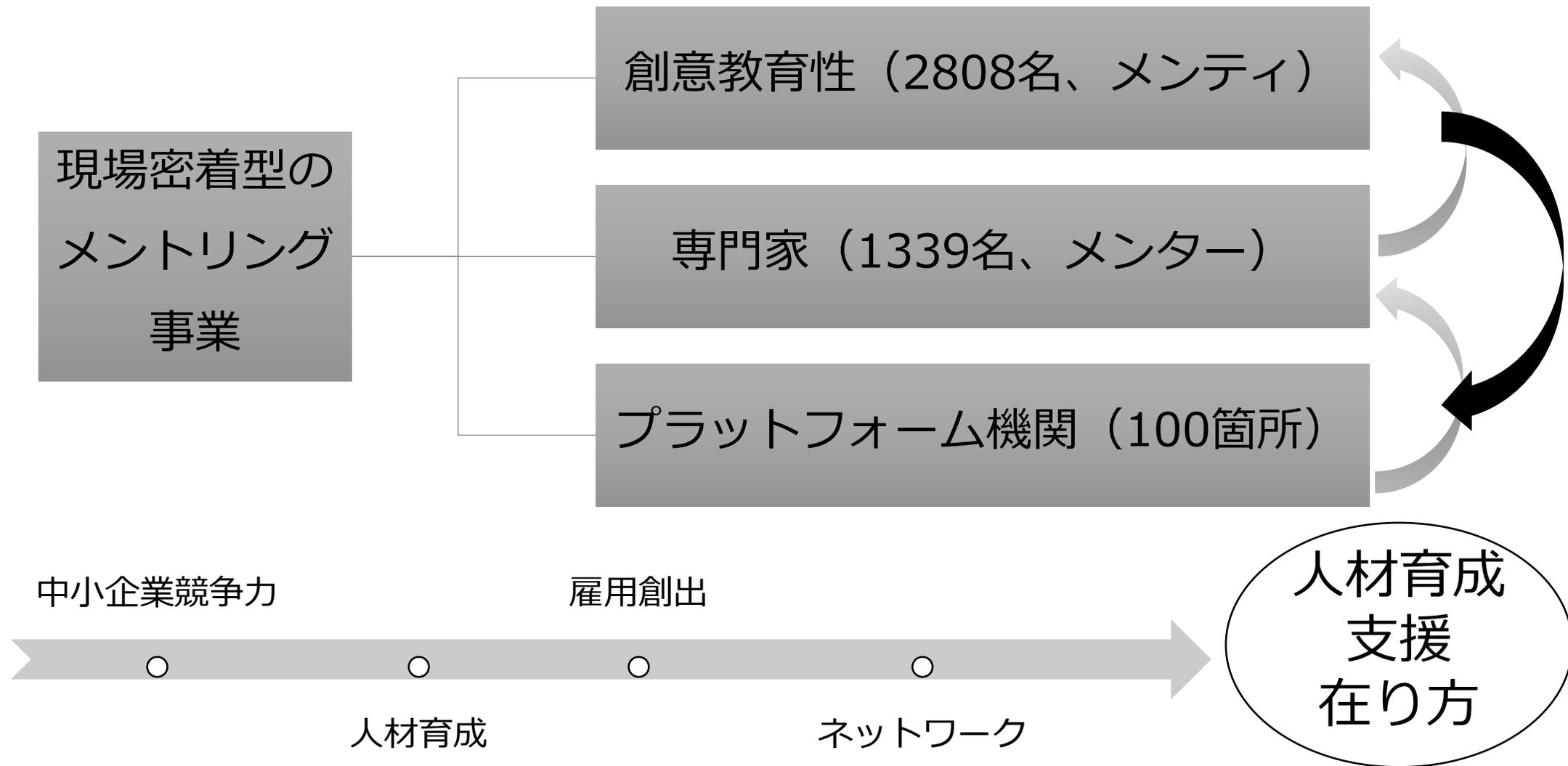
放送映像・OTT特化コンテンツ支援事業

事業名	区分			
放送映像コンテンツ制作支援	ドラマ	バラエティー・教養	ドキュメンタリー	公共
放送映像コンテンツオフライン作業支援	ドラマ	バラエティー	ドキュメンタリー	
中小制作会社グローバル支援	拡張支援			
放送映像コンテンツ企画開発支援	企画開発	放送フォーマット	ニューメディアコンテンツ	グローバルファクチュアル
国際放送文化交流支援	ドキュメンタリー	非ドキュメンタリー		
OTT特化コンテンツ制作支援（IP確保型）	ドラマ	非ドラマ	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>e-Naradoum （政府の企画財政部が 運営する国庫補助金 統合管理システム）</p> </div>	
OTT特化コンテンツ制作支援（プラットフォーム連携型）	ドラマ	非ドラマ		
若手クリエイターデビュー支援	ドラマ			

出典：韓国コンテンツ振興院

<https://www.kocca.kr/kocca/bbs/view/B0000137/2007762.do?menuNo=204201>

コンテンツ創意人材同伴事業



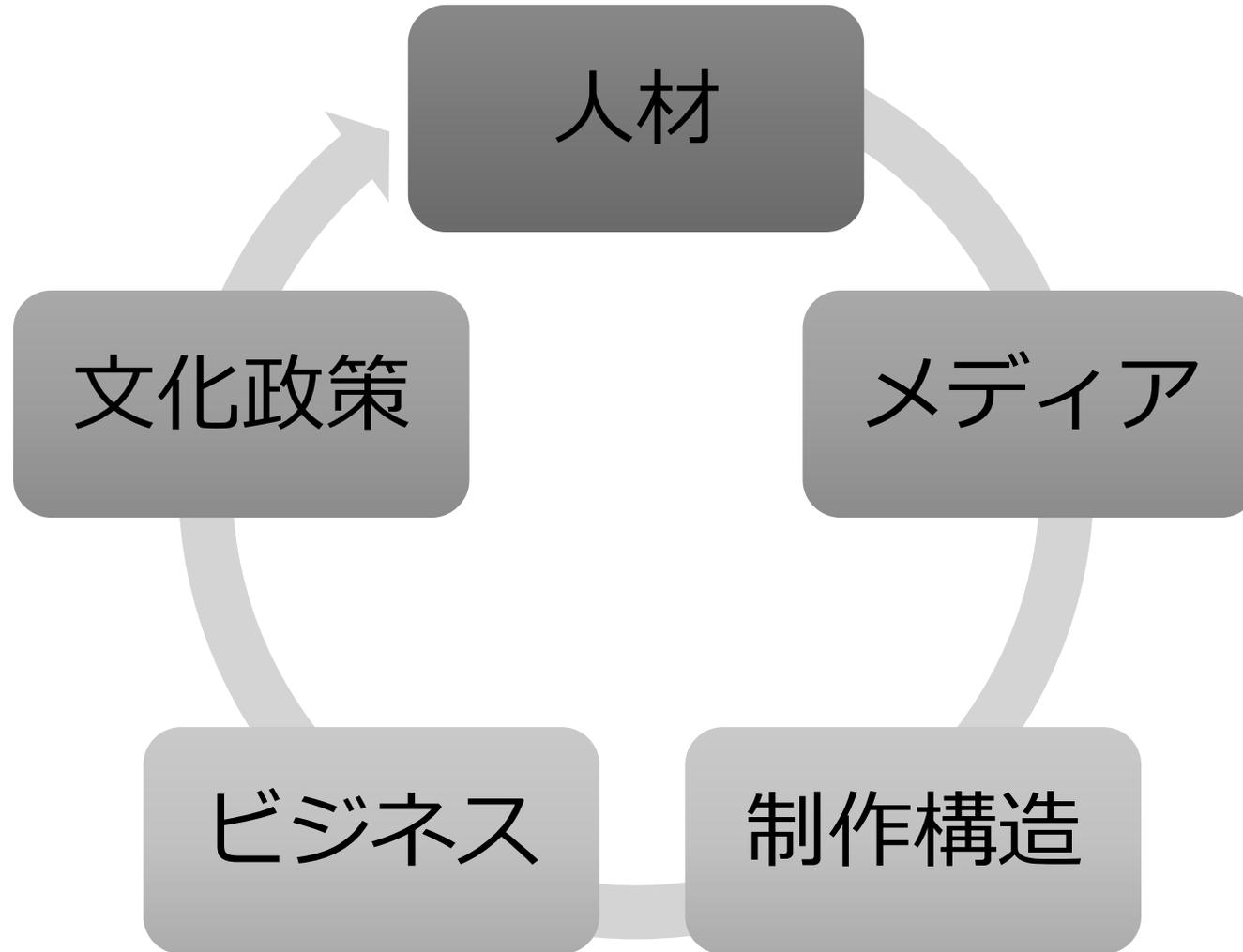
放送映像人材教育院

- 文化体育観光部の人材育成支援金（毎年10～12億ウォン）
- 韓国ドラマ制作社協会の運営（会員51社）
- 制作会社のビジネスモデルに伴う専門的人材需要が急増

コース	教育期間	募集回数/募集人数	応募資格
放送映像コンテンツ 企画・制作・マーケティング	6か月	年2回 総60名	大学卒業者および卒業予定者、かつ満34歳以下
OTTコンテンツ特化	9か月	年1回 12チーム ※1チーム3名まで	大学卒業者および卒業予定者、かつ満34歳以下
グローバル制作人材 専門性強化	9か月 (総12回)	年1回 50名	放送映像コンテンツ業界 の現職者

出典：黄仙恵『韓国ドラマ全史』

韓国コンテンツ産業の成長と進化



日韓協業が切り拓く 「アジア・エンタメ」時代へ

— 文化共創による新たな潮流 —

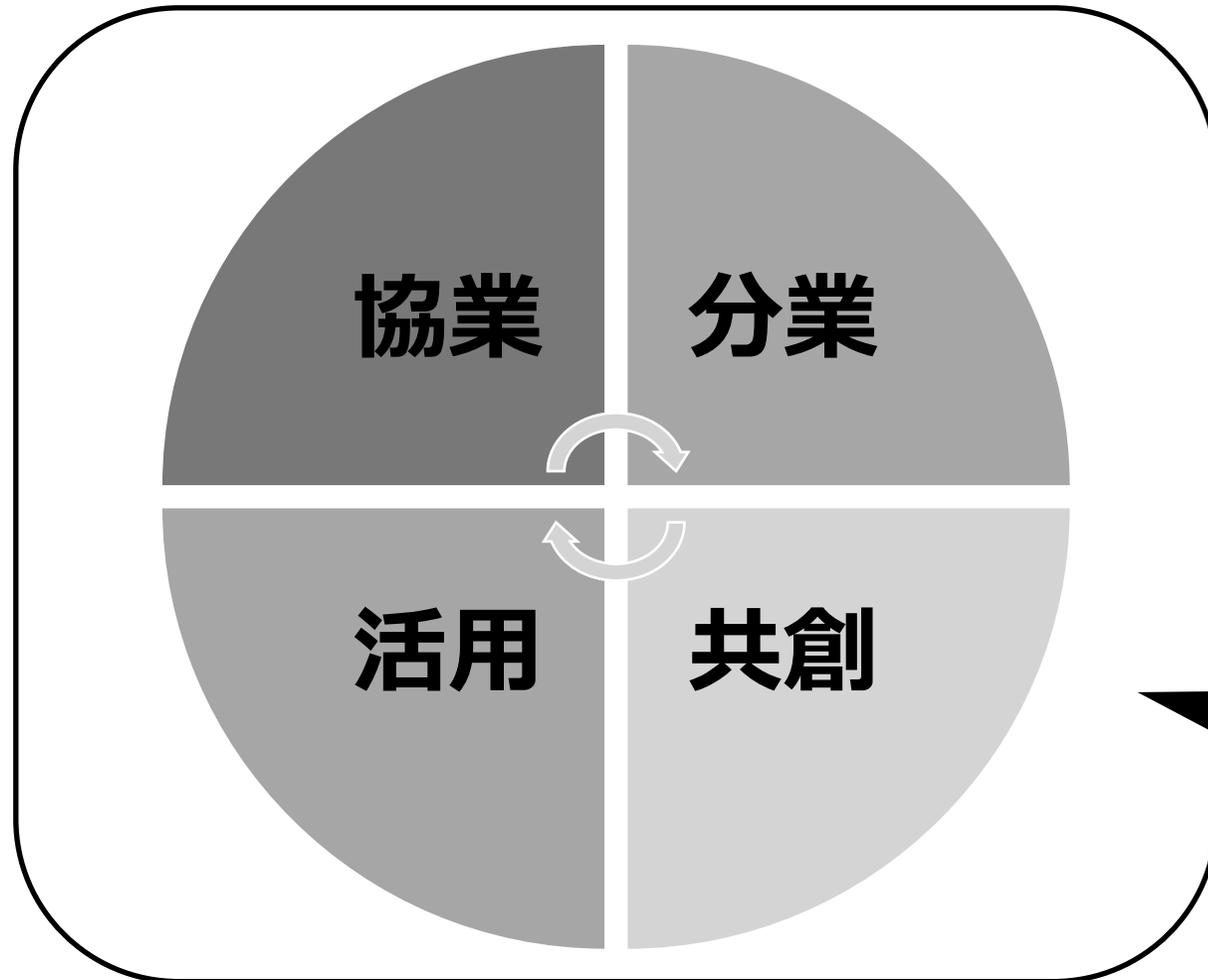
権利ビジネスから国際共同制作ビジネスへ

メディア コミュニケーション	メディア ビジネス	メディア 制作プロセス
レファレンス	国際共同制作による市場拡大	
文化的近接性	ビジネスモデル	OSMU
ダイバーシティ	出資・投資	共同制作
ローカライズ	収益構造	分業・共創
社会的役割	グローバル戦略	ネットワーキング

出典：黄仙恵『日韓関係のあるべき姿』（2022）

(C) 2025 Seonhye Hwang. All rights Reserved.

アジア・エンタメ時代と日韓の協業



コンテンツを売る！
➡コンテンツで稼ごう！

“made in”から
“made by”へ！

同伴成長
= 共に成長する

ご清聴ありがとうございました。

城西国際大学メディア学部／大学院ビジネスデザイン研究科
黄 仙恵（ファン・ソンヘ）