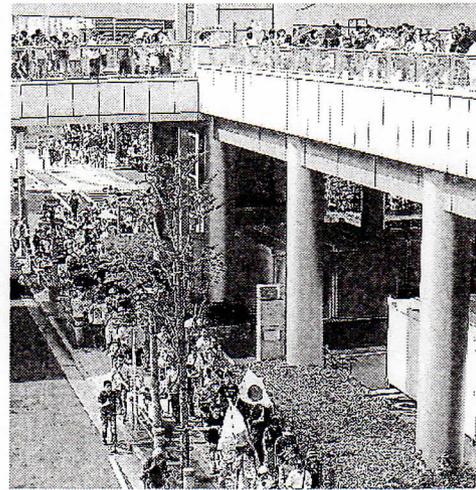


# 韓流番組

## なぜ増えた？

日本のテレビでも、すっかりおなじみとなった韓流コンテンツ。ドラマに音楽に存在感を増す一方、一部で批判もあがりはじめた。国外では「規制」に向けた動きまで出てきた。



フジテレビ周辺を取り巻いたデモ  
＝8月7日、東京・台場

### TV局「自前より安い」■韓国「輸出」に力

「もっと日本のドラマをみたい」「フジは売国奴」先月7日、東京・台場のフジテレビ周辺。韓国の番組や音楽を多く流し偏っている数百人が練り歩き、訴えた。同21日は5千人以上。その後もデモが続く。

たしかに韓国番組は増えている。7月の番組表（関東地区）を調べると、フジが韓国ドラマを放送した時間は約38時間で民放の中で最も多い。続くTBSの約19時間の2倍だ。NHK放送文化研究所の2009年

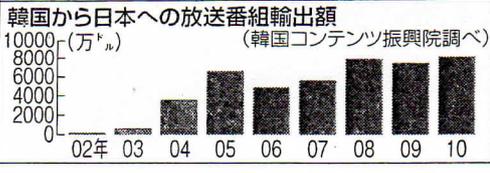
の調査では、韓国を含む外国番組の衛星放送への移行が進み、地上波では「減少傾向にある」。だが「昨年から増えている」（同研究所担当者）という。理由は「安さ」だ。景気低迷などで広告費は減少。自局で制作するより、他国から安く買う方がいい。韓国ドラマは視聴率をそこそことる」と、在京民放キ

韓国番組の普及の背景には韓国の「戦略」もある。1997年の経済危機を機に国産番組ばかり。日本は市場競争だけで、海外作品を排除してきた。国際的にも珍しい」と砂川浩慶立教大准教授（メディア論）は指摘する。

韓国政府系機関「韓国コンテンツ振興院」のキム・ヨンドクさんは「アジア各国に輸出しているが、文化的に近く市場規模も大きいことが、日本進出につながっている」と話す。

河島伸子同志社大教授（文化政策論）は「EUの規制の背景にはお茶の間に入り込むテレビ番組が文化や民主主義を支えるという意識がある」と指摘する。番組制作環境が厳しさを増すなか、日本でも海外番組がますます増えるのか。砂川准教授は「日本の番組の質はまだ高い。規制より海外への展開を後押しする方法を考えるべきだ」と話す。（高久潤）

韓流コンテンツを巡る主な日韓の動き	
1999年	韓国、国の積極的な支援を打ち出した文化産業振興基本法が制定
2003年	「冬のソナタ」（ペ・ヨンジュン主演）、NHKのBSで放送、翌年の地上波の最終回の視聴率は20.6%（関東地区）。ヨン様ブームに
2004年	韓国ドラマの輸出先、初めて日本がトップ
2005年	東方神起、日本デビュー
2009年	分野横断的な支援強化のため、韓国コンテンツ振興院設立
2010年	Kポップブーム本格化
4月	TBS、ゴールデンタイムに「アイリス」（イ・ビョンホン主演）放送開始



### 台湾では規制の動き

海外番組への規制はないのに国産番組ばかり。日本は市場競争だけで、海外作品を排除してきた。国際的にも珍しい」と砂川浩慶立教大准教授（メディア論）は指摘する。

近年、韓国ドラマが急速に浸透する台湾では「規制」の動きが起きた。現地紙「中国時報」によると、政府機関「独立規制機関（NCC）」が、大手テレビ局「東森」に、韓国ドラマの比率を下げ、経営計画通りにするよう指導した。

事のはじめは、国会にある立法院で今年1月、野党・民進党の議員が同局を含めた3局のドラマ専門チャネルのほぼ100%が韓国ドラマ、と問題視。「台湾文化を守るため規制を強化するべきだ」と主張したことという。

ただ、総世帯視聴率が高いゴールデンタイムで放送される例は少ない。民放で近年放送されたのは「アイリス」（TBS）くらい。フジやTBSが主に流すのは平日朝や昼だ。

EU外の番組放送時間に厳しい制約がある。EU指令（法律）は報道やスポーツ中継などを除いたテレビの放送時間の半分以上を、加盟国内制作の番組にするよ

大手企業がグローバル戦略を強化。人口が日本の3分の1で市場規模も小さいなか、国外市場を意識した作品づくりを本格化させた。国も後押ししている。NHKが「冬のソナタ」を放映した03年に628万ドルだった韓国ドラマの日本への輸出額（契約時）は、10年に8162万ドルと急増。総輸出額のおよそ6割が日本だ。

多くの海外ドラマが輸入された時期はあったが、視聴率を稼いでスターを生み出してきたのは国産番組だ。言葉の「壁」に加え、国を挙げて経済成長を進める際、自国の番組で一体感を強めてきた背景がある。外貨を稼いだ自動車や電機メーカーがスポンサーとなり、制作費をかけた良質な番組を作れたことも一因だ。

