

KCTI INSIGHT*

웹저널 KCTI 인사이트는 문화·관광·콘텐츠·통계 분야 핵심 연구 성과를 담은 싱크탱크 정책전문지입니다.

한국문화관광연구원에서 발간하는 연구보고서를 중심으로 심도있는 분석을 제시하는 이슈페이퍼입니다.

이용관 한류경제연구센터 연구위원

이승희 한류경제연구센터 부연구위원

<lucasie@kcti.re.kr, ashlee@kcti.re.kr>

한류, 연관 산업 수출에 얼마나 영향을 주는가?

주요 내용

- (추진배경) 글로벌 문화강국 실현을 위해 K-콘텐츠를 국가 전략산업으로 육성하려는 현 정책 기조 하에서 효과적인 자원 배분과 정책 추진을 위해서는 콘텐츠산업을 포함한 한류 동향 정보를 정확하고 적시성 있게 생산하고, 이를 지속적으로 제공할 수 있는 체계 마련이 필요함
- (지표 개발) 한류 동향을 파악할 수 있는 행정 수출 통계 기반(상품+서비스 부문)으로 한류 지표를 개발해 지표의 공신력, 정확성, 적시

성을 확보함

- 한류의 핵심 범위를 영상과 음악 콘텐츠 부문으로 규정하고, 영상·음악 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표를 정의하고 이를 구성하는 자료를 수집·가공해 지표를 생산함

- (수출효과) 문화 확산 효과는 일정 시간 지속된다는 점을 고려하여 시차 분포 모형으로 한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과를 추정한 결과, 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표가 1% 상승 시, 연관 소비재 수출은 0.082%, 농산식품 수출은 0.073%, 수산식품 수출은 0.093%, 화장품 수출은 0.076%, 방한 관광객 수는 0.090% 증가하는 것으로 나타남(2·4·8·12분기 이후의 복합 시차 효과를 종합한 결과)
- 이를 활용하여 연관 산업 수출 성장에 대한 한류 기여율을 계산하면, 지난 15년간 연관 소비재 수출의 연평균 성장률 중 약 13.14% (농산식품 수출 20.77%, 수산식품 수출 16.21%, 화장품 수출 7.19%, 방한 관광객 수 30.79%)가 한류에 의해 설명됨
- (시사점) 한류 식별 기반의 체계적 강화와 증거기반 한류 정책의 설계 및 평가가 필요함

01

들어가기

1) 필요성

- 수출 중심의 성장 구조를 지닌 한국 경제에서 콘텐츠 산업과 연관 산업의 해외 진출이 새로운 성장 동력으로 부상하면서, 한류 동향과 파급효과에 대한 산업 및 정책적 수요가 확대되고 있음
- 한류 확산으로 국제사회에서 한국의 문화적 영향력과 경제적 성과가 증대되고 있음에도 불구하고, 문화 상품과 서비스의 유통·소비 구조 다변화로 기존에 활용되던 데이터와 대리 변수로는 한류 동향과 영향력을 효과적으로 측정하는 데 한계가 있음
- 글로벌 문화강국 실현을 위해 K-콘텐츠를 국가 전략산업으로 육성하려는 현 정책 기조 하에서 효과적인 자원 배분과 정책 추진을 위해서는 현황을 진단하고 방향성을 제시할 수 있는 기초 정보가 필수적임

- 특히 국제 거래·통상 환경이 빠르게 변화하고 다양한 내·외국 이해관계자의 거래 관계가 복잡해지는 상황에서, 콘텐츠산업을 포함한 한류 정책을 효과적으로 기획·추진하기 위해서는 시장 동향 정보를 정확하고 적시성 있게 생산하고, 이를 지속적으로 제공할 수 있는 체계 마련이 필요함

2) 한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과 추정 방안 설계

- 한류의 확산 경로는 한류 콘텐츠 소비 → 스타·콘텐츠 연계 상품 소비 → 연관 산업 상품·서비스 소비 → 한국 선호도·국가 이미지 상승이라는 단계적 경로를 통해 나타나며, 이 과정에서 원산지 효과, 문화적 친숙성 효과, 유명인 효과, 후광효과 등이 복합적으로 작용하며 한국 상품과 서비스의 수출에 영향을 미침
- 수출에 영향을 주는 효과들은 복합적으로 작용해 식별이 어렵기 때문에 문화 상품과 서비스가 연관 산업 수출에 미치는 효과를 경제 분석 모형으로 분석할 때는 거래비용을 줄인다는 점에서 문화적 근접성(cultural proximity) 개념을 도입함
 - 한류는 문화 소비 현상을 넘어 소비자의 인지·태도·행동에 변화가 나타나는 과정이라는 측면에서, 국제시장에서 한류는 한국의 문화적 근접성의 경제적 표현이자 기제라고 할 수 있음
- 한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과 추정 방안을 도출하기 위해 5단계의 추정 과정을 거침
 - 선행연구 및 이해관계자 의견 검토를 통해 측정 가능하고 대표성을 가진 한류 범위를 설정함
 - 설정된 범위 안에서 한류를 측정할 수 있는 자료를 수집하고 지표를 개발함
 - 연관 산업 범위 설정 및 문화적 특성을 고려한 수출 효과 추정 방법을 발굴함
 - 수출 분석에 필요한 주요 데이터를 확보하고 결합함
 - 분석 모형을 적용해 수출 효과를 분석하고 정책적·산업적 시사점을 도출함

02

한류 동향 파악: 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표

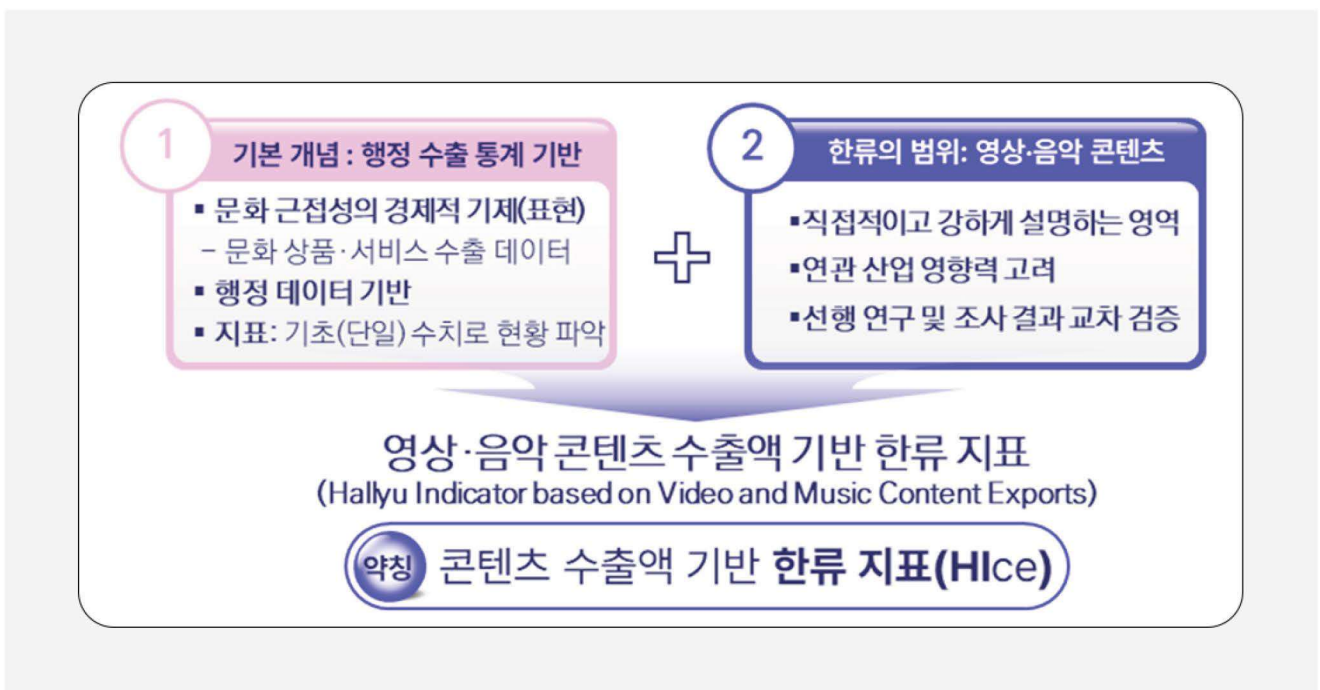
- 기존 한류 동향을 파악하기 위해 활용한 조사 및 비정형 데이터의 한계를 극복하고 한류의 영향력 분석의 기반을 마련하기 위해 ‘실질적 해외 소비’를 반영한 강건한 지표 개발이 필수적이라 할 수 있음

- 지표 개발은 범위 설정, 자료 선택, 지표 생산, 지표 검토 절차를 거침
- 지표는 관련성, 정확성, 신뢰성, 적시성, 측정가능성, 비교·해석 가능성 등의 품질 기준을 충족해야 하며, ① 범위 설정 과정에서 측정 대상인 다차원적 현상을 명확히 이해하여 정의되어야 하고, ② 자료 선택 과정에서 사용 가능한 데이터의 질을 평가해야 하며, ③ 데이터 식별 및 통합 과정의 기준을 명확하게 제시할 수 있어야 함

1) 범위 설정

- 지표는 한류 현상을 가장 직접적으로 설명할 수 있으며, 조사 및 선행연구 결과와의 교차 검증을 통해 도출한 핵심영역을 중심으로, 문화적 파급력과 연관 산업에 미치는 영향의 규모를 고려하여 설정함
- 한류의 본질을 가장 잘 반영하고, 경제적 영향력을 분석할 때 인과관계를 보다 명확하게 설명할 수 있으며, 실제 한류를 활용 또는 소비하는 주체들이 공통적으로 인식하는 한류의 핵심범위는 영상과 음악 콘텐츠 부문으로 나타남
- 해당 범위를 적용하면 행정 수출 통계 기반 한류 지표를 영상·음악 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표(약칭 HIce)로 정의할 수 있음

그림 1 한류 지표의 정의



2) 자료 선택

- 상품 부문은 한국무역협회의 무역통계 사이트 K-STAT에서 실제 콘텐츠가 내재화되고 최종 재로 거래되는 영상·음반물 관련 상품(HS 코드 10단위)의 개별 국가별 월 단위 수출입 자료(통관자료)를 활용함

- 서비스 부문은 한국은행의 경제통계시스템에서 제공하는 지식서비스 무역통계 중 한류를 이끄는 핵심 콘텐츠인 영상·음악(K-팝 공연 포함) 관련 서비스 항목인 ① 멀티미디어 저작권, ② 멀티미디어 제작 관련 서비스, ③ 공연 및 전시 관련 서비스를 이용함

3) 지표 생산

- 상품 수출 자료에 적용된 항목은 이미 세분화되어 있어 해당 품목의 수출 규모를 세부적으로 추출할 수 있는 반면 서비스 수출 자료는 영상·음악 관련 서비스뿐만 아니라 다른 장르도 일부 포함되어 있어 정교화 과정이 필요함
 - 멀티미디어 저작권 및 제작서비스 수출 정보에서 영상과 음악 부문을 추출하기 위해 여기서는 콘텐츠산업 특수 분류에 따른 산업 구분(영화산업, 방송산업, 애니메이션산업 비중: w_m)을 적용함
 - 공연·전시 서비스에서 대중음악 공연 부문을 추출하기 위해 관련 업종 비중(정보통신업, 전문·과학 및 기술서비스업 비중: w_p)을 적용함
- 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표의 기본 산식은 $HIce = HIce^G + HIce^S$ 임
 - 상품 부문($HIce^G$)은 음반물(I_A)과 영상물(I_V) 수출액의 합($HIce^G = I_A + I_V$)으로 구성됨
 - 서비스 부문($HIce^S$)은 ① 멀티미디어 저작권($I_{M'1}$), 멀티미디어 제작 서비스($I_{M'2}$) 수출액에서 영상과 음악 부문과 ② 전시·공연 서비스(I_P) 수출액에서 대중음악 공연 부문으로 구성됨

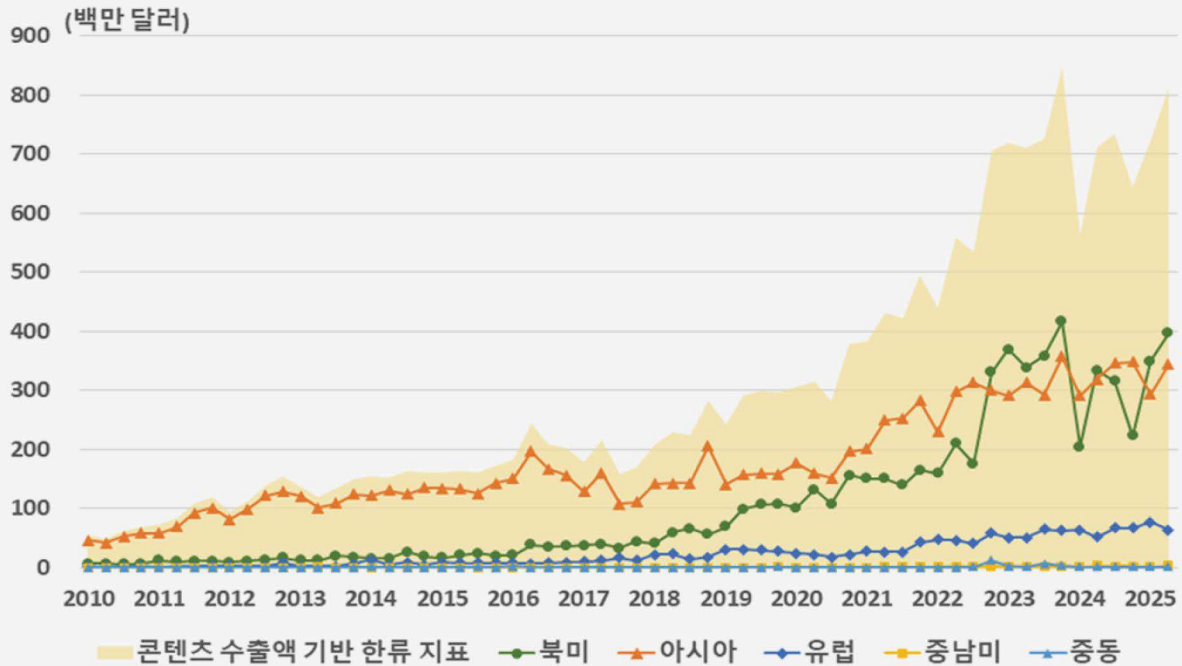
$$HIce^S = (I_{M'1} + I_{M'2}) \times w_m + (I_P) \times w_p$$
 - 지표는 $HIce = I_A + I_V + [(I_{M'1} + I_{M'2}) \times w_m + (I_P) \times w_p]$ 로 나타남
- 상품과 서비스 부문 데이터의 통합 기준은 각 부문 유형의 최소 단위를 적용해 영상과 음악 콘텐츠 수출액(십만 달러)을 19개 지역 단위, 2010년 이후 분기 단위로 추출하여 통합함
 - 상품 부문 수출은 꾸준히 증가해 2024년 299.5백만 달러를 기록, 최근 15년('10~'24)간 성장률을 보면 26%로 높게 나타났으며, 특히 2019년을 기점으로 상품 부문 수출이 크게 증가한 것이 확인됨
 - 서비스 부문 수출도 꾸준히 증가해 2024년 2,355.4백만 달러를 기록, 최근 15년('10~'24)간 성장률을 보면 18.3%로 높게 나타났으며, 특히 2020년을 기점으로 서비스 부문 수출이 크게 증가한 것이 확인됨
 - 상품과 서비스 부문을 통합한 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표 추이를 보면, 그 규모가 꾸준히 증가해 2024년 2,654.9백만 달러를 기록, 최근 15년('10~'24)간 성장률을 보면 18.8%로 높게 나타남

표 1 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표 추세

(단위: 백만 달러, %)

구분	상품 부문	서비스 부문 (A)	콘텐츠 수출액 기반 한류 지표 (B)	서비스 부문 비중 (A/B)
2010	11.8	225.0	236.8	95.0
2011	23.4	360.0	383.4	93.9
2012	28.5	474.1	502.6	94.3
2013	31.0	510.1	541.1	94.3
2014	33.8	598.5	632.3	94.7
2015	30.3	628.9	659.2	95.4
2016	32.0	809.2	841.2	96.2
2017	45.4	677.6	723.0	93.7
2018	78.3	867.2	945.5	91.7
2019	93.3	1,036.0	1,129.3	91.7
2020	184.9	1,096.4	1,281.3	85.6
2021	250.9	1,479.1	1,730.0	85.5
2022	266.0	1,972.5	2,238.5	88.1
2023	297.9	2,705.2	3,003.1	90.1
2024	299.5	2,355.4	2,654.9	88.7
2025년 상반기	117.2	1,417.5	1,534.7	92.4
연평균증감률 (‘10-‘24)	26.0	18.3	18.8	

자료 : 한국무역협회, 「K-STAT」; 한국은행, 「지식서비스 무역통계」



자료 : 한국무역협회, 「K-STAT」, 한국은행, 「지식서비스 무역통계」

03

한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과 추정

1) 연관 산업 범위와 분석 방법 설정

- 개발된 지표를 활용하여 한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과를 분석하는 데 필요한 연관 산업 범위와 적용 가능한 분석 방법을 도출하고 이를 실제 적용해 봄
- 한류 관련 법률 및 선행 연구 검토, 연관 산업 관계자의 의견을 교차 검증한 결과, 가장 핵심이 되는 한류 연관 산업을 연관 소비재(농산식품, 수산식품, 화장품)와 관광으로 한정함

그림 3

한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과 추정

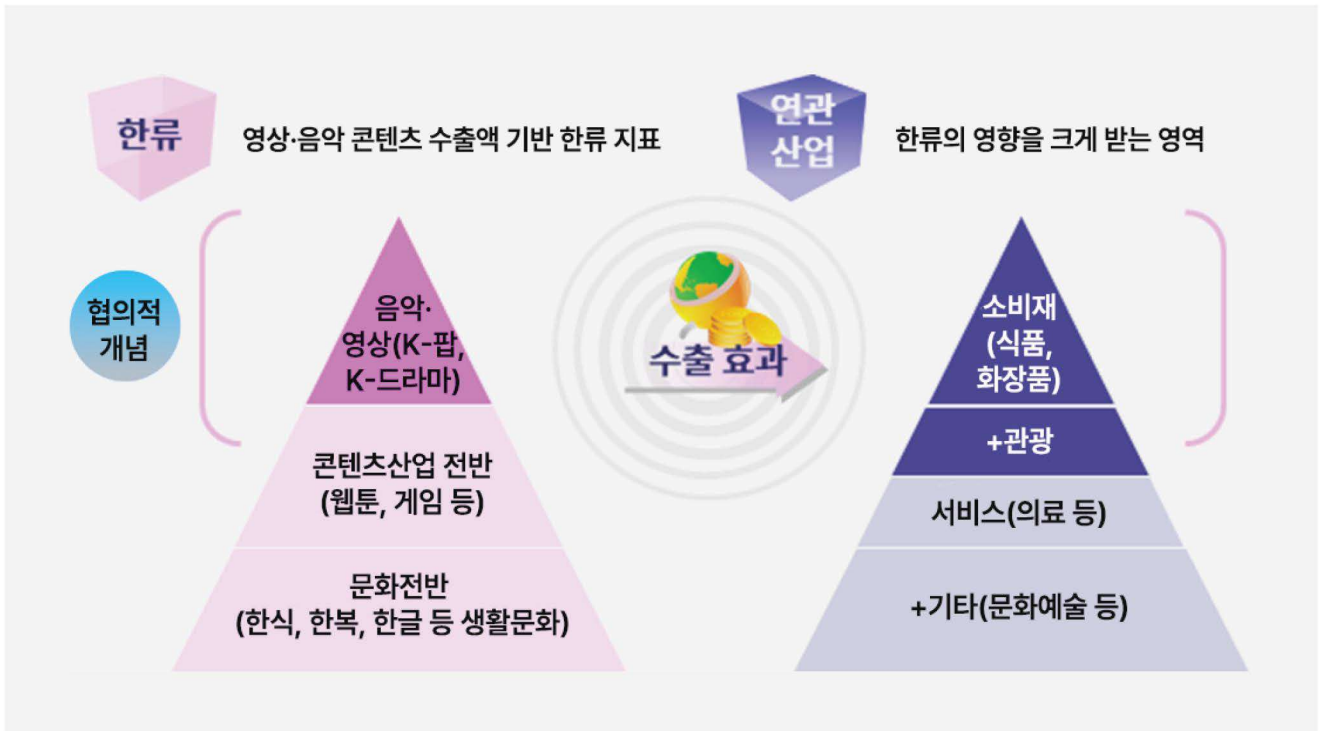


표 2

연도별 주요 연관 산업 수출 추이

(단위: 백만 달러, 만 명)

구분	연관 소비재				방한 관광객 수
		농산식품	수산식품	화장품	
2010	3,757.2	2,735.0	221.9	800.3	636.7
2024	17,824.1	6,712.1	934.3	10,177.8	1,348.6
2025 상반기	9,435.7	3,450.3	477.3	5,508.1	724.8
연평균증감률('10-'24)	11.8%	6.6%	10.8%	19.9%	5.5%

자료 : 한국무역협회, 「K-STAT」; 한국문화관광연구원, 「관광지식정보시스템」

- 수출 효과 추정 결과의 정책적·산업적 활용도를 높이기 위해 추정 방안의 적정성, 신뢰성, 유용성 검증을 통해 도출된 내용을 효과 분석시 적용함
 - 수출 효과를 추정한 선행연구에서 주로 활용하는 중력모형을 활용하되, 수출에 영향을 주는 다양한 설명변수를 고려하고, 지역별·시기별로 데이터를 결합·구성해 패널 회귀분석 모형(Pooled OLS, FE, RE)으로 추정함
 - 추가적으로 시차 분포(DL) 모형을 적용해 문화 확산 효과(확장성과 지속성 등)를 식별하고, 추정된 계수의 경제적·통계적 의미를 해석해 한류가 연관 산업에 미치는 파급효과 및 시사점을 도출함

2) 분석 결과

- 고정효과 모형으로 한류가 연관 산업 수출에 미치는 단기 효과를 추정한 결과, 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표가 1% 상승 시, 연관 소비재 수출은 0.034%, 농산식품 수출은 0.035%, 화장품 수출은 0.021%, 방한 관광객 수는 0.034% 증가하는 것으로 나타남(수산식품 수출은 0.015%, 유의하지 않음)(4분기 이후 단일 시차 효과¹⁾)
- 문화 확산 효과는 일정 시간 지속된다는 점을 고려하여 시차 분포 모형으로 한류가 연관 산업 수출에 미치는 효과를 추정한 결과, 콘텐츠 수출액 기반 한류 지표가 1% 상승 시, 연관 소비재 수출은 0.082%, 농산식품 수출은 0.073%, 수산식품 수출은 0.093%, 화장품 수출은 0.076%, 방한 관광객 수는 0.090% 증가하는 것으로 나타남(2, 4, 8, 12분기 이후 복합 시차 효과 종합²⁾)
 - 농산식품과 화장품 수출에 한류가 미치는 효과는 단기뿐만 아니라 그 효과의 지속성이 높게 나타나며, 수산식품과 관광의 경우 파급효과가 단기간에 크게 나타나지만 지속성은 상대적으로 약하게 나타남
 - 북미·아시아 지역에서 한류가 연관 산업 수출에 미치는 영향이 강하게 나타나는 반면, 유럽·기타 지역에서의 영향은 제한적이거나 유의하지 않게 나타남
 - 한류의 영향이 일시적 유행이 아니라, 시차를 두고 점진적으로 축적되며 소비되는 구조(인지 → 고려 → 구매 → 반복 구매)를 가지며, 이러한 누적 효과는 이미 한류 소비가 어느 정도 기반이 되어야 나타남을 보여줌
 - 한류 정책이 단기 이벤트 중심이 아닌 중장기 누적 효과 관점에서 기획·평가되어야 함을 시사함

1) 한류 지표가 변화하고 난 후 일정 시점 이후 연관 산업 수출에 미치는 효과를 추정하는 것은 종속변수와 같은 시점의 설명 변수를 사용할 경우 동시성으로 인해 서로 영향을 줄 수 있다는 점과 수출 효과를 창출하는 데 일정 시간이 소요될 수 있다는 점을 고려한 것임. 「한류 동향과 영향력 조사」 결과, 한류 콘텐츠가 연관 산업 수출에 영향을 주는 시차는 12.8개월(4분기)로 나타남.

2) 여기서는 「한류 동향과 영향력 조사」에서 한류가 수출에 영향을 미치기 시작한 이후 약 30개월(10분기)간 그 효과가 지속된다는 결과에 따라 최소 영향 발생 시기인 2분기 이후부터 약 10분기가 지난 12분기(약 3년)까지를 변수로 구성하여 분석함

표 3

한류가 연관 산업 수출에 미치는 영향 시차 분포 분석 결과 종합

구분	전체	개별 국가	북미/아시아	유럽/기타
연관 소비재	0.082*** (0.018)	0.099*** (0.031)	0.107*** (0.021)	0.020*** (0.005)
농산식품	0.073*** (0.019)	0.100*** (0.025)	0.096*** (0.011)	0.021 (0.012)
수산식품	0.093*** (0.031)	0.111* (0.062)	0.145** (0.057)	-0.026 (0.020)
화장품	0.076*** (0.022)	0.085** (0.035)	0.095** (0.035)	0.040* (0.018)
방한 관광객 수	0.090*** (0.027)	0.123* (0.059)	0.138 (0.078)	0.012 (0.019)

주 : *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 유의미하며, ()는 지역단위 군집표준오차를 의미함

· 분석 기간 동안 각 자료의 연평균 증감률을 활용하면 한류가 연관 산업 수출액 성장에 기여한 정도를 정량적으로 산출할 수 있는데, 시차 분포 분석 전체 결과를 기준으로 연관 산업 수출 성장에 대한 한류 기여율을 계산하면 다음과 같음

- 연관 소비재의 추정계수(0.082), 지표의 연평균 증감률(18.8422%), 연관 소비재 수출액의 연평균 증감률(11.7626%)을 적용하면, 한류 지표의 평균적 증가가 연관 산업 수출액을 연간 약 1.545% 증가시키는 것으로 계산됨(연간 절대 기여율 = 0.082×18.8422)

- 이를 연관 소비재 수출의 연평균 증가율(11.7626%)과 비교해 기여율을 계산하면, 13.14%($1.545 \div 11.7626 \times 100$)가 산출되는데, 이는 지난 15년간 연관 소비재 수출의 연평균 성장률 중 약 13.14%가 한류에 의해 설명된다는 것을 의미함

- 지난 15년간 연관 산업 수출 성장에 대한 한류 기여율을 보면, 농산식품 수출 성장률의 20.77%, 수산식품 수출성장률의 16.21%, 화장품 수출 성장률의 7.19%, 방한 관광객 수 성장률의 30.79%가 한류에 의해 설명됨

표 4

주요 연관 산업 수출 성장에 대한 한류 기여율(전체 표본 기준)

구분	연관 소비재	농산식품	수산식품	화장품	방한 관광객 수
전체	13.14%	20.77%	16.21%	7.19%	30.79%

향후 과제

- 분석 결과, 한류는 연관 산업의 수출에 구조적이고 지속적으로 긍정적 영향을 주는 것으로 나타나 한류가 단순한 문화 현상을 넘어 한국 상품과 서비스의 국제 경쟁력을 강화하는 실질적 요인임이 확인됨
- 한류 동향과 영향력을 보다 정확히 측정하고 정책적으로 활용하기 위해서는 한류 식별 기반 강화가 필요함
 - 행정 데이터 기반 지표는 한류의 흐름을 읽는 단순한 통계가 아니라, 한류 성과와 영향력을 실제 경제 행위의 차원에서 판독할 수 있는 공식적인 측정 수단으로 기능할 필요가 있음
 - 향후 과제로 행정 데이터 기반 지표의 확장 및 활용성 확대(① 지표의 범위 확대, ② 연관 산업 효과의 확장 및 심화 분석, ③ 한류의 국내 경제적 파급효과 분석, ④ 한류 측정 체계의 제도화 및 데이터 인프라 구축)와 확장적 한류 측정 방안 모색을 제안함
- 한류 영향력의 국가별·시기별·산업별 차이는 증거기반 한류 정책의 설계 및 평가의 필요성을 시사함
 - 한류 정책은 콘텐츠 확산이나 단발적인 홍보·마케팅 지원을 넘어 문화 친숙성과 신뢰 증진을 목표로 설정하고 연관 산업 수출 정책에 한류 확산이 유기적으로 연계될 필요가 있음 (예: 한류 콘텐츠 해외 유통 다변화 등)
 - 정책 목표의 구체화와 정책 성과의 체계적 검증을 위한 핵심 도구로서, 지표의 고도화 및 활용을 제안함

※ 「한류가 수출에 미치는 효과 추정 방안 연구(이용관·이승희·이한별, 2025)」보고서를 토대로 주요 내용을 중심으로 정리함

※ 이 인사이트는 연구자 개인의 의견으로서, 정부나 한국문화관광연구원의 공식적인 견해와 다를 수 있음

