

3. 사회문화

☐ 민족 구성

- 말레이계 주종
- 중국, 미국, 스페인계 혼혈 다수

☐ 언어

- 영어
- 필리핀어
- 타갈로그어
- 세부어
- Ilocano
- Hiligaynon
- Bicol
- Waray
- Pampango
- Pangasinan

☐ 종교

- 카톨릭 : 80.9%
- 무슬림 : 5%
- 복음주의 : 2.8%
- Iglesia ni Kristo : 2.3%
- 아글리파안 : 2%
- 그 외 기독교 : 4.5%
- 기타 : 2.5%

□ 한국 문화 유입 정도

○ 한류 열풍

- 한류의 등장은 필리핀에 한국의 친근한 이미지를 심고 한국의 문화와 사회를 이해하는데 도움을 주고 있음. 최근 몇 년 사이 한류는 패션, 음식, 영화, 음악, 드라마 등을 통해 많은 필리핀인들의 관심을 사로잡는데 성공했음
- 여러 필리핀인들은 세계적인 관심을 받고 있는 한국에 의해 한류 열풍을 불러일으킴. 필리핀에서 '한국'이란 단어는 곧 한국산 제품들의 높은 품질과 멋, 그리고 유행을 말함. 인기 있는 한국 드라마들은 필리핀인들이 쉽게 공감하도록 가족, 우정, 사랑과 같은 소재로 현대 사회를 다루고 있음
- 국제사회에서 한국 문화의 매력은 아시아적인 가치를 보존하면서 서양 문화나 Life Style에 밀접해 있는 것을 근거. 한국 드라마는 한국 사회와 전통, 행동, 습성을 엿볼 수 있기 때문에 문화적 차이를 메우는데도 큰 보탬이 됨
- 한류드라마, K-POP 등의 인기가 높아짐에 따라 한류기반의 소비제품에 대한 관심이 높아지고 있음. 화장품, 휴대폰 등의 인기가 높아 수출이 확대되어 한류 붐이 경제 한류로 확대되고 있음. 현재 뚜레쥬르(2개 매장), 더페이스샵(26개 매장) 등이 프랜차이즈 형태로 진출해 있음.
- 한국저작권위원회 마닐라사무소, 한류 관련 설문조사 결과 발표('12.11.18)

- 한류가 국가브랜드 및 한국 제품 구입에 긍정적 영향 미친 것으로 분석

< 세부 설문조사 결과 >

• 대상 : 현지 필리핀인 1,130명

질문	답변
한국 문화에 대한 관심이 한국 제품 구입에 미친 영향	긍정적 영향을 미쳤다(88.7%)
한국 콘텐츠가 한국 이미지에 미친 영향	좋은 영향을 미쳤다(96.7%)
한류로 인해 관심을 갖게 된 한국 제품이나 서비스	음식(22.4%), 화장품(19.6%), 옷과 액세서리(18.2%), 여행(18.0%), 휴대폰(15.8%)
필리핀인이 가장 많이 접한 한국 콘텐츠	영화(39.7%), K-Pop 등 음악(23.4%), 드라마(21.3%), TV쇼프로(7.5%), 게임(3.1%), 도서류(2.7%), 만화(2.2%)
한국 영화 접근 경로	DVD(27.0%), CD(21.9%), 인터넷(22.2%)
한국 드라마 접근 경로	TV(46.9%), DVD(37.6%)
한국 콘텐츠 구매 결정에 중요한 요소	가격(44.0%), 제품의 질(18.7%), 구입 편의성(14.1%)
한국 콘텐츠 적정 지출 규모	· 월300페소(한화 약8천원) 이하 (53.2%) · 월300~600페소 (한화 약8천~1만6천원) (28.2%) · 월900~1,000페소 (한화 약2만4천~2만6천원) (12.0%)

출처: KOFICE

- 이민호, 필리핀 캐주얼 의류브랜드 '벤치(Bench)'의 프로모션 일환으로 2012년 11월 16일 팬미팅 'Lee Min Ho's FUN MEET' 개최
- 마닐라 아라네타 콜리세움, 7,400석 규모, 티켓 가격 500페

소~1500페소(한화 약 1만 3천 원~4만 원)

- MYX(필리핀 공중파 대표 음악채널 방송) 음악 주간 순위
- 태티서, 빅뱅, 씨엔블루 10위권 내 진입

순위	앨범/음반	가수
2	Twinkle	소녀시대-태티서
3	Monster	빅뱅
8	Hey You	씨엔블루

※ 2012.6.24~30 기준

출처: KOFICE