



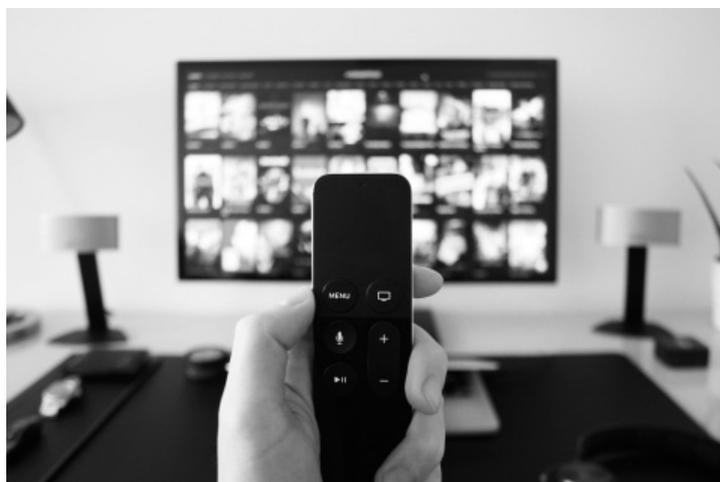
韓流ブーム、再び

雪だるまを作りながら無邪気に遊んでいた「冬のソナタ」の主人公たちも、今ではそれぞれ結婚し、子を持つ親となりました。あれから20年近い年月が流れるとは、月日が経つのは本当に早いものです。このドラマが日本における韓流ブームに火をつけたことは周知のとおりですが、最近の韓流ブームの再来に驚いています。

日本の知り合いに聞いた話によれば、これまでは中高年の女性の間で熱狂的な人気を集めていた韓国ドラマが、中高年の男性ファンを獲得しているそうです。家の中で過ごす時間が多くなり、インターネットやテレビを観る時間が増えたのでしょうか。一方の韓国も、中高年がドラマをよく見る傾向にあるようです。韓国の住宅事情は一戸建てよりもマンションが主流であり、設置の利便性から、日本よりも早い段階で双方向的なコンテンツを楽しむIPTV (Internet Protocol Television) サービスが家庭に普及しまし

た。その結果、普段は忙しいビジネスマンも、休日に話題のドラマを一気に見ることができます。大手事業者の3社 (KT、SKブロードバンド、LGユープラス) によるIPTVサービスが始まって10年以上経ちますが、今では総世帯の80%以上が上記3社のいずれかのサービスに加入しています。

韓国のドラマは日本のドラマよりもストーリーが長いことで知られています。1話60分以上、コマーシャルを挟まず、短くても16話完結で、1週間に2夜連続で放送されます。その制作現場の激しさたるや、容易に想像できるでしょう。また、視聴者の反応がストーリー展開に影響を及ぼすことでも有名です。本来命を落とすはずだったヒロインが、視聴者からの猛反発を受けて死なずにハッピーエンドになったドラマもありました。制作側と韓国内の視聴者の密接なつながりを示す一例ですが、それはもう昔の話。最近ではドラマの作り方も変わってきました。既存の放送局の下





請けであるドラマ制作会社が低コスト超スピードで作るものから、資金力のある大企業を株主とする制作会社がドラマの企画から流通までを担う、きめ細かいシステムに変わること、制作費が大幅に上がるようになりまし。その結果、韓国内だけでなく海外の視聴者を意識しながら、より良質な脚本やキャスティングが可能となり、韓流ブーム再来の一因につながったように思います。例えば、韓国の大企業CJエンターテインメントを母体とする‘スタジオドラゴン’は、動画配信サービス会社であるネットフリックスと手を組み、「トッケビ」や「愛の不時着」など数々のヒットドラマを生み出しました。

他にも、劇中で使われるOST（オフィシャルサウンドトラック）の効果的な使用も、韓国ドラマの特徴です。日本ドラマは1曲の挿入歌が全話を通じて最も盛り上がるシーンで流される場合がほとんどですが、韓国ドラマの場合は劇中で様々な挿入歌が流され、1つのドラマの挿入歌をすべて合わせると10曲以上になる場合があります。楽曲を提供するミュージシャンも日本でも有名なK-popアイドルから、インディーズのバンドなど多岐にわたります。ドラマのヒットとの相乗効果で、OSTは一つの音楽ジャンルとして確立されつつあるようです。例えば、ネットフリ

ックスの視聴者ランキングで常に上位にあるドラマ「梨泰院（イテウォン）クラス」のOSTは中国やベトナムの音楽チャートで1位を記録しました。

「梨泰院（イテウォン）クラス」といえば、その原作はウェブトゥーン（Webtoon）という韓国発祥のウェブコミックです。縦にスクロールしながら電車の中で漫画を楽しむ若者は、韓国ではお馴染みの風景です。幼い頃から慣れ親しんだ紙の漫画は、ほとんど見なくなりました。見開きのページに細かくコマ割りされている紙の漫画と違い、縦スクロールという特徴を生かした新たな漫画のジャンルが確立されているようです。

このように、韓国は政府の後押しもあり、情報通信やエンターテインメントの世界で新たなジャンルを模索し続けます。

筆者紹介

柳鍾宇（ユ ジョンウ）

GIP Korea代表弁理士。ソウル大学電気工学部を卒業。2009年弁理士登録。弁理士になる前は（株）LGディスプレイで設備購買及び技術営業の日本担当を務める。前職の特許事務所では、最初は（株）サムスンの特許明細書作成／中間処理／外国出願などを行い、後に日本企業の韓国出願を担当。趣味はゴルフ。