



新潟県ソウル事務所発 韓国レポート



2019.8.1

＜第16回レポート＞ 現在の日韓情勢に係る韓国での日本製品不買運動について

7月1日に日本政府が発表した韓国に対する半導体製造品目の輸出規制強化から、韓国では日本製品の不買運動や日本旅行を避ける動きが現れています。

ソウル事務所では、NICOの海外ビジネス支援を請け負っているダイヤモンドコンサルティング(株)社長大久保茂氏と、新潟県ビジネスコーディネーターである弁護士金ジェグ氏のお二人から、韓国での日本製品の不買運動についてどのように見ておられるのかお聞きしました。

大久保茂氏（ダイヤモンドコンサルティング(株)社長） 2019.7.25 インタビュー

○韓国国内の不買運動による市場はどのような影響が出ていますか。

（大久保氏）日本製品を取り扱う輸入業者は新規商品の商談が中断しており、取引先の一つである個人スーパーなど中間所得層向けの小売市場で、日本製の菓子や加工食品などが撤去され不買運動が急速に拡大し、売上げが大幅に減少していると聞きます。

大手マートや百貨店、コンビニは、今のところ店頭から日本製品を撤去する目立った動きはないものの、店頭での催事や9月のチュソク（旧盆）の繁忙期の贈答品から日本製品を除外するなど、実質的な売上げの減少といった影響が出ており、今後も拡大する可能性があります。



○今後の見通しについてどのようにお考えですか。

（大久保氏）今後、政治情勢がこのままの状態が続けば、日本の技術を導入している製品まで対象にするなど、さらに不買運動が拡大していく恐れがあると思われます。

また、通関時における日本製品の放射能検査をより厳しくするなど、これまで輸入していた既存の日本製品の品質検査をより厳格にして、日本製品の輸入を減らしていくことも考えられます。

金ジェグ氏（弁護士） 2019.7.26 インタビュー

○今回の韓国での不買運動について、どのような背景で広がっているのでしょうか。

（金氏）これまでも日韓の政治情勢の悪化により、日本製品の不買運動はありましたが、全ての国民の共感を得られず効果も弱かった。しかし、今回の不買運動は、政府を支持する労働組合などの団体が日本の輸出規制に反発し、元徴用工問題も含めて日本に圧力を強める手段として行っており、これを受けて大半のマスコミも大々的に報道して、このような報道が不買運動の拡散に大きく影響していると思われます。



特に韓国で認知度が高い商品、例えば日本製ビールやユニクロ、無印良品については、全国民が不買運動に同調している状況です。

○今後の見通しについてどのようにお考えですか。

(金氏) 不買運動は、短期的に、少なくとも両国が輸出規制に関する合意がなされるまでは続くと思われます。期間中は、不買運動はますます強く広範囲に行われるのではないかと危惧しています。そして、この不買運動を契機に、韓国製品の販売増など景気浮揚につなげることを考える企業や小売業者が、今後多く出てくることが予想されます。

また、韓国政府は国民の反日感情を、来年4月中旬に行われる総選挙に活用するという見方もあるようなので、長期的には来年4月まで続く可能性もあります。世論調査でも、日本製品への不買運動についての賛成が非常に高い状況であるため、政府があえてこれを抑制することは考えにくいです。

一方、一部マスコミや保守系国会議員からは、不買運動に対する否定的な意見や自制を求める声も出ています。

しばらくは、日韓両政府間、韓国内の不買運動等の情勢を見守るしかないようです。