



新潟県ソウル事務所発 韓国レポート



2019.9.9

＜第18回レポート＞ 現在の日韓情勢に伴う韓国国内の状況について

今回のレポートでは、日本向け旅行商品を取り扱っている大手旅行会社ハナツアーの車升煥（チャ・スンファン）日本地域本部チーム長と、日本食品を取り扱っている大手食品輸入流通事業者モノリンクの金京一（キム・キョンイル）担当部長のお二人から、現在の日韓情勢の悪化に伴う韓国での日本旅行のボイコットや日本製品の不買運動により、それぞれ取り扱っている商品販売への影響や今後の見通しについてお聞きしました。

ハナツアー 車升煥日本地域本部チーム長 2019.8.26

○御社商品の販売状況についてどのような影響がでているか教えてください。

（車チーム長）7月から日本製品に対する不買運動が起きてから、当社の日本向け旅行商品に対する新規の予約件数は例年に比べ急激に減少し、同時に8月から10月までの既存の予約もキャンセルが多く出ています。

今年の下半期分の新規予約件数については昨年と比べ80%以上も落ち込んでいます。新潟商品についても昨年7月、8月は約50人の販売実績があったものの、今年は全くない状況です。

当社は毎月海外の中で1つの地域を限定した販売キャンペーンを実施しており7月は北海道を紹介しましたが、不買運動を実施している国内世論やSNS等から、日本商品を販売している当社が不買運動の対象になることを危惧し、7月末から各種セールス対象から日本商品を除外、積極的なPRが実施できない状況となっています。



写真：ハナツアー主催の旅行博覧会

○今後の見通しについてどのようにお考えですか。

（車チーム長）個人的には2つの見方があると考えています。

1つはポジティブな見方ですが、今年冬シーズンの予約時期（10月以降）が近づくと一部温泉旅行の需要が戻るのではと期待しています。

韓国から日程的、距離的に日本のような代替できる観光地は少なく、また最近の香港でのデモによる不安の拡散や、日本との航空路線運休等による代替路線として期待していた中国路線の拡大が困難（今年8月9日から10月10日まで新規路線の申請停止）となり、しばらくの間、中国への短距離需要の動きが減少しその影響が長くなれば、徐々に来年上半年以降の日本への需要が回復していくのではと期待しています。

もう1つはネガティブな見方ですが、不買運動の影響は、過去THAAD（サード）の配置により触発された中国との事例を振り返ると、現在でもTHAAD配置以前の水準まで回復していません。

今回の日本製品に対する不買運動は、今の状況から勘案するとすぐ劇的に好転することは難しく、仮にできたとしても国民感情や世論がすぐ治まるとは考えにくい。半年から1年以内に短期的に需要が回復する可能性は低く、中国の事例からみても、長期的にも需要回復は難しいのではないかと思います。

モノリンク 金京一担当部長 2019. 8. 28

○御社商品の販売状況についてどのような影響がでているか教えてください。

(金部長) 7月の日本製品に対する不買運動以降、当社が扱う小売用製品(新潟製品も含む)については、例年の半分近く売上げの減少が続いています。当社からの販売先(マート、百貨店等)も減少しており、一部販売先では日本製品の撤収を行っています。

業務用製品については、小売用より影響は小さいが、それでも和食レストランの売上げ減少から、必然的に当社の業務用製品の売上も下落しています。

全体的に日本食品への不買運動により、購買をためらう人々が増えて販売量の減少が予想されることから、当社では小売用製品については販売先と確認した後、日本の製造先に発注量を調整しているところです。



写真:モノリンク直営のスーパー

○今後の見通しについてどのようにお考えですか。

(金部長) これまでも不買運動はあっても単発、長続きしなかったが、今回は長期化の兆候が見られます。

そのため、輸入業者や販売先では不買運動の長期化を見越して、今後、商品構成や取扱量を変えて日本以外の中国やベトナムなどの国の製品が増えるものと予想されます。