

일본 비관세장벽 이슈

Japan Non Tariff Barriers Issue

일본 주요 브랜드, 한일 무역 마찰 심화에 따라 긴장



점점 더 가열되는 日 제품 불매운동 열기

일본이 한국에 반도체 및 디스플레이 핵심 소재 수출을 제한하고, 한국을 화이트리스트(수출심사 우대국 명단)에서 제외하며 한일 무역 갈등이 심화되고 있는 가운데, 일본산 상품에 대한 불매운동 열기로 일본 맥주, 패션 브랜드, 자동차 등의 7월 국내 판매량이 급격하게 감소한 것으로 밝혀짐. 일본의 도요타 7월 판매량은 1,847대로 전년 동기 대비 8.2% 하락한 수치이며, 이는 전월 6월 대비 31.2% 하락한 수치임. 한편, 도요타의 전세계 판매량은 3.2% 증가한 것으로 밝혀짐. 이에 대해 도요타 대변인은 한국에서의 판매량 하락의 원인이 불매운동이라고 답변하긴 어렵다고 밝힘. 이처럼 일본 기업들은 한국의 불매운동이 판매량에 어떤 영향을 끼칠지에 대한 대답을 꺼리고 있음. 지난 7월 일본 패션 브랜드 유니클로 최고재무책임자(CFO)인 오카자키 다케시가 한국의 불매운동의 영향이 오래가지 않을 것이라고 말해 일본산 제품에 대한 불매운동 열기가 더욱 높아진 바 있음. 한편, 아사히 맥주는 반일정서가 판매량에 영향을 미친 것은 인정하면서 이에 대해 신중히 대응하기 위해 정보를 모으고 있다고 밝힘

한편, 이에 대해 코바야시 시니치로 미쓰비시 UFJ리서치 이코노미스트는 한국 기업들이 당장의 소재 수입에서 배제된 것도 아니고 일본 기업들이 반도체 소재 수출 악화에 직면한 것도 아니라며, 양측 모두 정치적 문제에서 한 발자국 물러나 무역 전선에서 침착히 대응하고 있다고 말함. 또한, 이러한 공급 체인 문제가 아시아 경제에 미치는 영향과 일본산 제품에 대한 한국의 불매운동의 하방리스크는 몇 년 전 중국 불매 운동 및 자연재해로 인한 피해만큼 심각하지 않다고 덧붙임

무역마찰에 성숙하게 대처해야

일본 제품을 불매해야 한다는 목소리는 시간이 지날수록 점점 더 커지고 있으며, 실제로 이를 실천하는 국민이 더 많아지고 있음. 인터넷에는 불매해야 하는 일본 제품을 공유하는 '노노재팬(NoNoJapan)' 사이트도 등장했으며, 다른 산업에 비해 일본산 원료 의존도가 낮은 식품산업에서도 국민들의 '국산화' 요구는 커지고 있음

많은 국민들이 완제품뿐만 아니라 원재료 및 부재료에도 일본산 제품이 쓰이는 것을 거부함에 따라 CJ제일제당은 즉석밥 햇반에 소량으로 쓰이는 일본산 미강 추출물의 국산화 작업에 돌입했으며, 오투기 또한 5% 가량을 차지하는 용기를 국산으로 대체하고 있음. 이처럼 생산, 가공, 포장 등 모든 공정에서 일본산 제품을 퇴출하려는 분위기가 식품 업계에 이어지고 있음. 한편, 일본은 현재 국내 식품업계의 최대 수출국이며, 아직까지 일본에서 한국산 제품에 대한 불매운동이 일어나고 있진 않지만, 조짐을 보이고 있으므로 식품 수출 규모가 향후 타격 받을 가능성은 존재함. 따라서, 식품의 수출 시장 다변화를 모색해야 할 필요가 있음

한편, 가장 많은 타격을 입을 것이라고 예상되는 반도체 업계에서도 소재 산업의 국산화를 시도하고 있음. 물론, 이러한 소재 개발 및 상용화가 단기간에 될 확률은 높지 않지만 전반적인 기술력 증대와 수출경쟁력 강화에 도움이 될 것으로 예상됨. 또한, 관광업계에도 일본 여행 보이콧이 진행 중임. 이에 따라 일본으로 향하는 비행기 노선의 좌석 축소 및 운항 중단이 빈번하게 발생하고 있음

최근 일본 제품 불매운동은 향후 한일관계가 개선된다 하더라도 쉽게 사그라들지 않을 것이라는 전망이 우세함. 정치적 갈등이 경제적 갈등으로 이어지는 것은 바람직하지 않으나, 우리나라가 이러한 무역 마찰을 통해 더욱 성숙한 경제 대응을 할 수 있어야 함

출처

South China Morning Post, Japanese firms fear escalation in South Korean trade spat as beer, car and fashion brands take a hit, 2019. 08.13