

한국리서치 주간리포트(제90-1호)

여론속의 여輿론論

기획: 일본 제품 불매운동 1년,
현재 상황과 앞으로의 전개 방향은?

2020. 08. 12.

담당자 이동한 차장

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정기지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정기지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057
e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

조사실무

이동한 차장

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

일본 제품 불매운동 1년, 현재 상황과 앞으로의 전개 방향은?



주요 결과

- 작년 7월 일본 경제산업성이 반도체·디스플레이 제조 핵심 소재의 수출을 제한하는 조치를 취한 직후 시작된 일본 제품 불매운동이 1년을 맞이했다. 일본 제품 불매운동은 현재까지 이어지고 있을까? 사람들의 인식은 1년 사이 어떻게 바뀌었을까? 한국리서치 <여론 속의 여론> 팀은 지난 7월 3일 ~ 6일 전국 만 18세 이상 남녀 1000명을 대상으로 일본 제품 불매 운동에 대한 실태를 조사했다. 이번 조사와 불매운동 초기였던 작년 8월 ~ 10월 조사와의 결과 비교를 통해, 인식의 변화를 살피고 향후 전개 방향을 전망해 보았다.
- 작년 7월에 시작된 일본 제품 불매운동은 여전히 진행 중인 것으로 확인되었다. 이번 조사에서, 응답자의 72%가 불매운동에 참여하고 있다고 답했다. 참여하지 않는다는 응답은 18%에 그쳤다.
- 일본 제품 불매운동이 점화된 작년 7월을 기점으로 일본에 대한 호감도 역시 악화되었다. 일본에 대한 호감도는 일본의 수출규제 조치가 발표된 7월 이후 현재까지 20점대 초반(100점 만점, 100점에 가까울수록 뜨겁고 긍정적인 감정, 0점에 가까울수록 차갑고 부정적인 감정)에서 벗어나지 못하고 있다.
- 불매운동을 적극적으로 지지한다는 응답은 과반에 이르는 45%였다. 대체로 지지한다는 39%의 응답을 더한다면, 응답자의 84%가 불매운동을 지지한다고 답한 것이다. 하지만 사회적으로 분위기를 조성해 국민 전체를 일본 제품 불매운동에 참여하도록 이끄는 것에 대해서는 반대 의견이 높았다.
- 한일관계가 개선됨에 따라 불매운동이 어떻게 될 것 같은지 물어본 결과, 한일관계가 개선된 이후에도 지속될 것이라는 응답이 48%로 한일관계가 개선되면 불매운동도 종료될 것이라는 응답(38%) 보다 높았다.
- 일본 제품 불매운동의 추진력이 유지되는 원천은 크게 두 가지로 보인다. 첫 번째는 작년 7월 일본의 수출규제가 결국 일본의 손해로 이어졌다는 인식이다. 이번 조사에서 일본의 수출규제 이후 일본의 경제적 타격이 더 컸다는 응답이 47%로 한국의 경제적 타격이 컸다는 응답(10%)은 물론, 양국이 비슷하게 타격을 입었다는 응답(34%)보다도 더 높았다.
- 또 하나는 더 이상 일본이 우리나라보다 선진국이 아니라는 인식이다. 일본이 한국보다 선진국이라는 응답은 32%, 한국이 일본보다 선진국이라는 응답은 31%로 차이가 없었다.

1 일본 제품 불매운동 현황

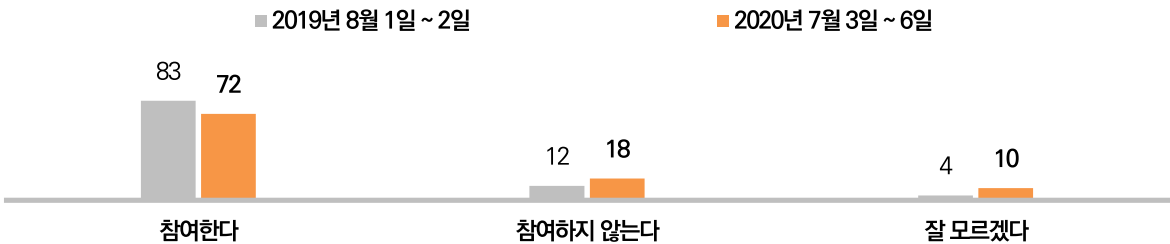
일본 제품 불매운동, 현재도 72%가 '참여하고 있다' 일본 자동차, 일본 식품에 대한 불매운동 참여 의향 85% 이상

작년 7월에 시작된 일본 제품 불매운동은 여전히 진행 중인 것으로 확인되었다. 이번 조사에서, 응답자의 72%가 불매운동에 참여하고 있다고 답하였다. 참여하지 않는다는 응답은 18%에 그쳤다. 한국리서치가 일본 제품 불매운동이 점화된 직후인 작년 8월 1일~2일 진행한 조사¹⁾에서의 불매운동 참여율(83%)보다는 11%포인트 낮은 수치이지만, 여전히 적지 않은 사람들이 불매운동에 참여하는 것으로 확인되었다.

주요 품목별로 살펴볼 때, 일본 자동차, 일본 식품을 불매하고 있거나, 불매 의향이 있다는 응답이 각각 86%, 85%로 가장 높았다. 뿐만 아니라 일본 가전제품(84%), 일본 여행(84%), 일본 생활용품(83%) 불매운동에도 10명 중 8명 이상이 참여하고 있거나, 참여 의향이 있다고 답했다. 이는 한국리서치가 작년 8월 23일~26일 진행한 조사 결과²⁾와 비교했을 때도 큰 차이가 없는 수치이다.

10명 중 7명, 여전히 일본 불매운동에 참여 중

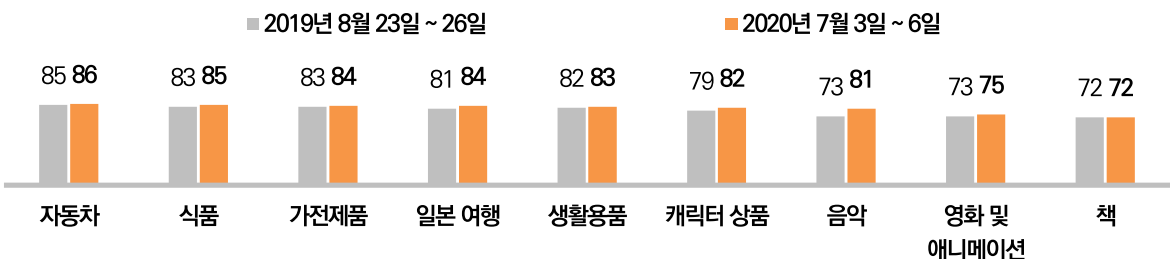
(단위 : %)



질문: 선생님께서는 일본제품 불매 운동에 참여하고 있습니까?

응답자 수: 2019년 8월 1일~2일 조사: 1,005명, 2020년 7월 3일~6일 조사: 1,000명

주요 품목별 불매운동 참여 중이거나 참여 의향 있다는 응답 80% 이상



질문: 다음 분야에서의 일본 불매운동에 참여하고 있거나 참여할 의향이 있으십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

1) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4255825>

2) <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201909051770734876>

1

일본 제품 불매운동 현황

대일 수입액, 전년 같은 기간 대비 큰 폭 하락

관세청의 수출입 무역통계에 따르면, 실제로 주요 소비재 품목의 대일 수입액은 큰 폭으로 줄어들었다. 맥주 등 주류 수입액은 2019년 하반기 1,074만 5천 달러, 2020년 상반기 925만 3천 달러로 전년 같은 기간 대비 20% 수준에 그쳤다. 자동차와 가전제품의 수입액 역시 큰 폭으로 하락하였다. 코로나19로 전체 무역량이 줄어들긴 했으나, 불매운동의 영향력도 작지 않아 보인다. نيسان자동차가 지난 5월 한국시장 철수를 공식 발표하였고, 유니클로의 2019년 국내 연매출이 2014년 이후 처음으로 1조 원 밑으로 떨어지는 등 주요 일본 기업들 역시 불매운동의 직격탄을 맞았다.

주요 소비재 품목별 무역액 변화

(단위 : 천 달러, USD 1,000)

구분	2018 하반기	2019 상반기	2019 하반기	2020 상반기	2018년 하반기 대비 2019년 하반기 수입액 변동폭	2019년 상반기 대비 2020년 상반기 수입액 변동폭
비내구성 생활용품 (종이, 문구, 운동용품)	196,314	221,554	172,054	196,627	-12%	-11%
자동차	372,830	395,968	296,420	187,235	-20%	-53%
화장품류	127,629	114,702	90,061	78,960	-29%	-31%
가전제품	102,962	88,435	67,261	63,082	-35%	-29%
가공식품	93,796	87,225	60,040	52,548	-36%	-40%
수산물	72,018	65,950	67,799	49,341	-6%	-25%
가죽, 고무제품 및 신발류	47,800	54,456	61,610	38,888	29%	-29%
의류	40,158	42,580	46,121	38,517	15%	-10%
농산물(소비재)	23,785	24,584	16,945	15,932	-29%	-35%
주류	51,755	49,116	10,745	9,253	-79%	-81%
가방류	8,141	8,582	7,471	8,281	-8%	-4%
음료	6,162	6,408	3,744	2,195	-39%	-66%
축산물	3,506	3,209	2,711	2,182	-23%	-32%
담배	2,929	920	274	51	-91%	-94%

출처: 관세청 수출입무역통계

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

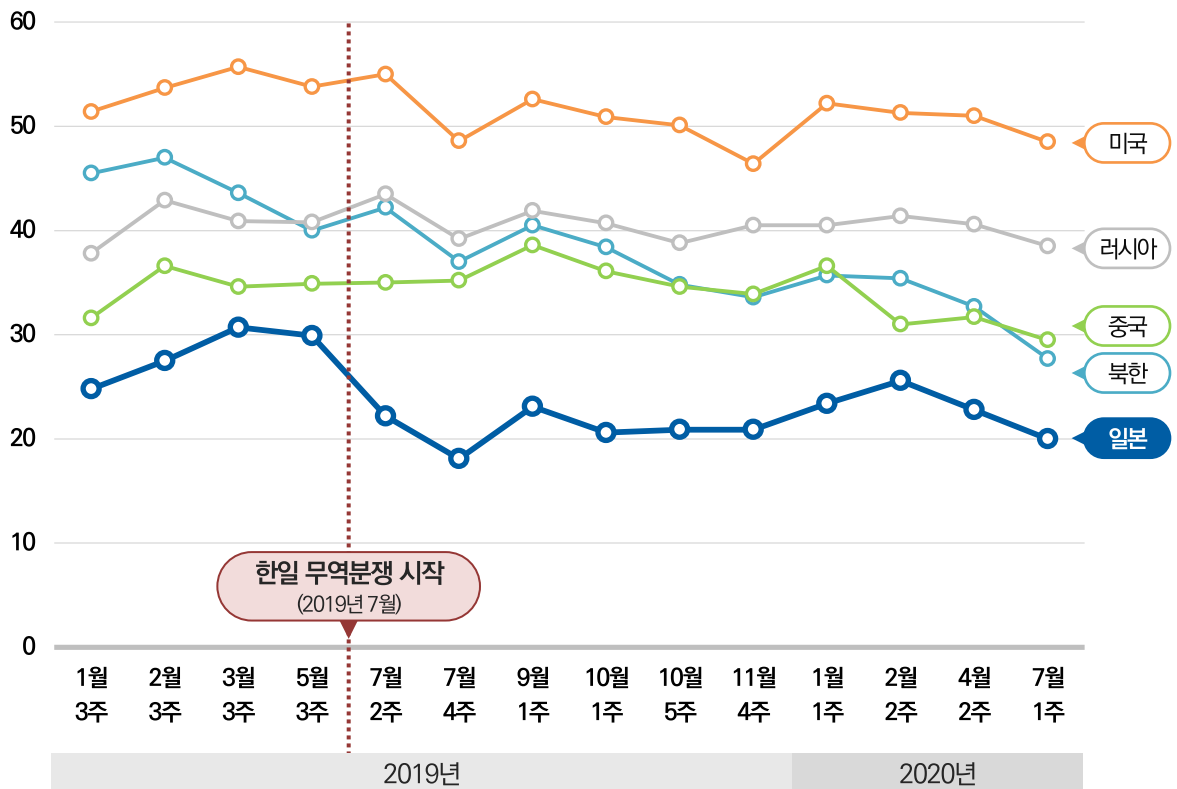
1 일본 제품 불매운동 현황

일본 호감도, 무역분쟁 직후부터 악화

일본 제품 불매운동이 접화된 작년 7월을 기점으로 일본에 대한 호감도 역시 악화되었다. <여론 속의 여론> 팀이 정기적으로 조사해 발표하는 한반도 주변 주요 5개국의 호감도 조사³⁾에 따르면, 일본에 대한 호감도는 일본의 수출규제 조치가 발표된 7월 이후 현재까지 20점대 초반(100점 만점, 100점에 가까울수록 뜨겁고 긍정적인 감정, 0점에 가까울수록 차갑고 부정적인 감정)에서 벗어나지 못하고 있다. 50점대를 유지하고 있는 미국은 물론, 최근까지 30점대를 유지한 북한이나 중국보다도 호감도가 낮은 것으로, 일본에 대한 한국 국민의 불신이 매우 큼을 보여주는 결과이다.

한일 무역분쟁 시작된 2019년 7월 이후 일본 호감도 낮은 수준 지속

(단위 : %)



질문: 한반도 주변국에 대해 여러분이 평소 느끼고 있는 감정을 0도에서 100도 사이로 표시해주세요. 0도는 매우 차갑고 부정적인 감정, 100도는 매우 뜨겁고 긍정적인 감정을 의미합니다. 50도는 부정적이지도 긍정적이지도 않은 감정을 의미합니다.

응답자 수: 각 조사별 1,000명

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

3) <https://hrcopinion.co.kr/index/countries>

1 일본 제품 불매운동 현황

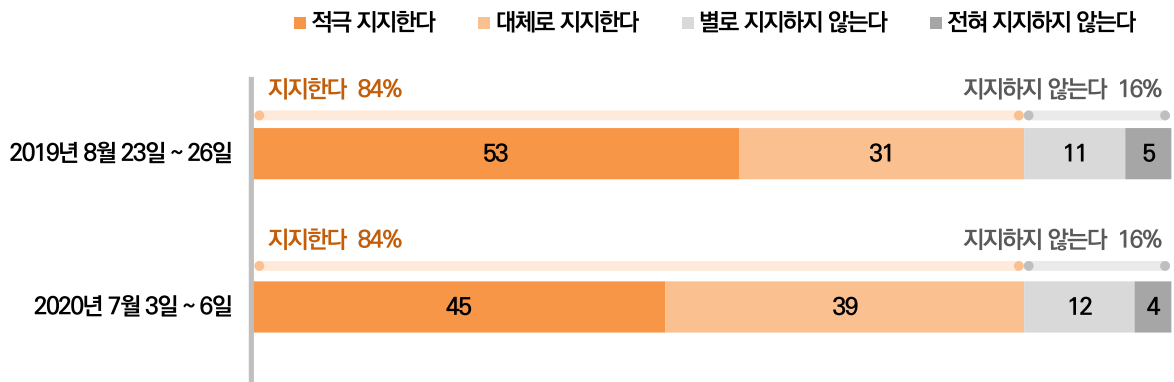
일본 제품 불매운동, 열명 중 여덟 명이 지지하지만 참여 여부는 '개인의 자유'

불매운동을 지지하는 분위기는 참여율 이상으로 뜨겁다. 이번 조사에서 불매운동을 적극적으로 지지한다는 응답은 과반에 이르는 45%였다. 대체로 지지한다는 39%의 응답을 더한다면, 응답자의 84%가 불매운동을 지지한다고 답했다. 작년 8월 23일~26일 진행한 조사에서도 84%가 일본 제품 불매운동을 적극, 혹은 대체로 지지한다고 답했다. 다만 "매우 지지한다"는 응답이 작년 조사에서는 53%를 넘었던 점을 감안하면 불매운동에 대한 지지강도는 다소 완화된 양상이다.

동시에 사회적으로 분위기를 조성해 국민 전체를 일본 제품 불매운동에 참여하도록 이끄는 것에 대해서는 반대 의견이 높았다. 불매운동 참여는 개인의 자유이므로 각자의 의사를 존중해야 한다는 응답이 63%로 사회적 분위기를 조성해 미참여자의 참여를 이끌어내야 한다는 응답(37%) 보다 높았다. 지난해 8월 진행한 조사에서도 각자의 의사를 존중해야 한다는 응답이 70%였다.

식지 않은 일본 제품 불매운동 열기, 84%가 일본 제품 불매운동 지지

(단위 : %)



질문: 귀하는 일본 불매운동에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

일본 제품 불매운동은 개인의 자유, 개인의 의사를 존중해줘야 한다 63%



질문: 일본 불매운동에 참여하지 않는 사람들에 대해 우리사회가 어떤 태도를 가져야 한다고 생각하십니까?

표본 수 : 1,000명

조사시기 : 2020.7.3~7.6

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

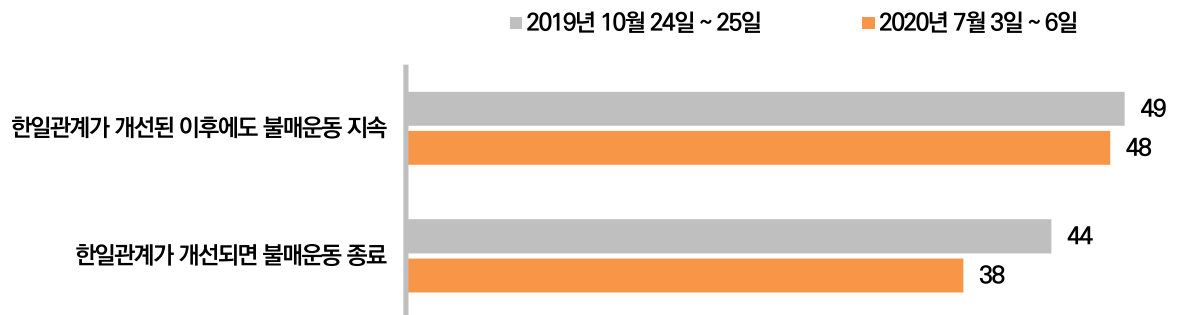
2 일본 제품 불매운동 전망

일본 불매운동, 한일관계 개선되도 지속될 것이다 48%

일본 제품 불매운동은 현재도 진행 중이고, 호응도도 여전히 높다. 그렇다면 지난 1년간 지속된 불매운동은 앞으로도 이어질까? 이번 조사 결과만 놓고 그럴 가능성이 좀 더 높아 보인다. 한일관계 개선에 따라 불매운동이 어떻게 될 것 같은지 물어본 결과, 한일관계가 개선된 이후에도 지속될 것이라는 응답이 48%로, 한일관계가 개선되면 불매운동도 종료될 것이라는 응답(38%) 보다 높았다. 한국리서치가 지난해 10월 24~25일 진행한 조사보다(불매운동이 지속될 것 49%, 종료될 것 44%)⁴⁾ 차이가 조금 더 커졌다,

한일관계 개선 이후에도 일본 제품 불매운동 지속될 것 같다 48%

(단위 : %)



질문: 귀하는 일본 불매운동에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 2019년 10월 24일~25일 조사: 1,007명, 2020년 7월 3일~6일 조사: 1,000명

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

4) <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4310999>

2 일본 제품 불매운동 전망

일본 불매운동 지속의 원천은?

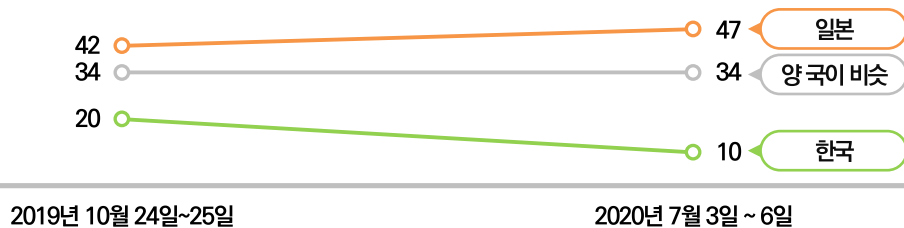
일본의 손해가 더 크다는 인식과 상호 대등하게 평가하는 국력 수준

일본 제품 불매운동의 추진력이 유지되는 원천은 크게 두 가지로 보인다. 첫 번째는 작년 7월 일본의 수출규제가 결국 일본의 손해로 이어졌다는 인식이다. 이번 조사에서 일본의 수출규제 이후 일본의 경제적 타격이 더 컸다는 응답이 47%로 한국의 경제적 타격이 컸다는 응답(10%)은 물론, 양국이 비슷하게 타격을 입었다는 응답(34%)보다도 더 높았다. 작년 10월 24~25일 조사에서는 일본의 경제적 타격이 더 컸다는 응답은 42%, 한국의 경제적 타격이 더 컸다는 응답은 20%였다. 격차가 작년보다 더 벌어진 것이다.

또 하나는 더 이상 일본이 우리나라보다 선진국이 아니라는 인식이다. 가전 분야를 필두로 일본 제품과의 격차가 줄어들거나 오히려 앞서게 되었고 최근 코로나19에 대한 성공적 대응으로 국가자부심이 전반적으로 높아진 결과, 한국과 일본의 수준이 대등하거나 오히려 한국이 앞선다는 인식이 높아졌다. 지난해 8월 23일~26일 진행한 조사 결과와 비교했을 때, 일본이 한국보다 선진국이라는 응답은 50%에서 32%로 줄어든 반면, 한국이 일본보다 선진국이라는 응답은 17%에서 31%로 높아졌다. 한국과 일본의 국력이 비슷하며, 무역 분쟁이 불더라도 한국의 경제적 타격이 크지 않다는 자신감은 일본 불매운동이 상당기간 지속될 것임을 시사해 준다.

일본의 수출규제 이후 일본이 경제적 타격을 더 많이 받았다는 응답 우세

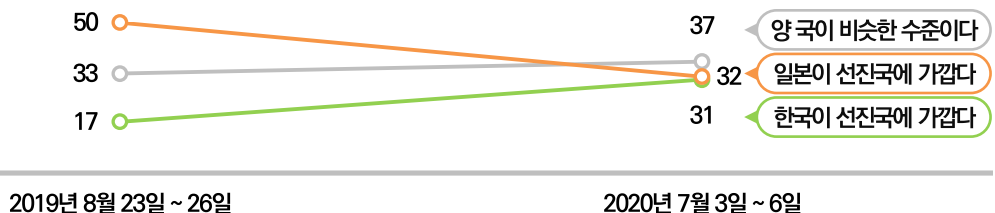
(단위 : %)



질문: 일본의 수출규제 이후 양국 가운데 어느 나라가 경제적 타격을 더 많이 받았다고 생각하십니까?

응답자 수: 2019년 10월 24일~25일 조사: 1,007명, 2020년 7월 3일~6일 조사: 1,000명

한국이 일본보다 더 선진국에 가깝다 31%, 작년 8월보다 14%포인트 높아져



질문: 모든 측면을 고려할 때 한국과 일본 중 어디가 더 선진국에 가깝다고 생각하십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

조사개요

구 분	내 용
모집단	• 전국의 만18세 이상 남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(20년 5월 기준 약 49만명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(림가중) (2019년 12월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 6,668명, 조사참여 1,336명, 조사완료 1,000명 (요청대비 15.0%, 참여대비 74.9%)
조사일시	• 2020년 7월 3일 ~ 7월 6일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의 여輿론論

40 YEARS Hankook Research

