

불매운동과 스마트폰

문수연*, 박지윤*, 박진*, 이연주^o

*경상국립대학교 글로벌무역통상학과,

^o경상국립대학교 글로벌무역통상학과

e-mail: icandoit7771@naver.com, 0816wldbs@naver.com, parkjin1015@naver.com, yeonju049@naver.com

Boycott and Smartphones

Moon Soo yeon*, Park Ji Yun*, Park Jin*, Lee Yeon ju^o

*Department of Global Trade and Commerce, Gyeongsang National University,

^oDepartment of Global Trade and Commerce, Gyeongsang National University

● 요약 ●

본 논문에서는 불매운동에 따른 스마트폰의 수출영향에 대해 알아보려고 한다. 2019년에 일본의 한국에 대한 수출규제로 일어난 한국의 불매운동에 대응하여 역으로 일본에서 한국제품 불매운동이 일어난 바 있다. 이 사례를 활용하여, 한국의 일본 수출에 얼마나 타격을 입었는지 살펴보기로 한다.

연구 과정 전반에 걸쳐 수출물품 중 스마트폰의 수출량과 시장 점유율의 변화추이를 살펴보면서 불매운동과 스마트폰의 수출의 상관관계를 알아보았다. 이를 통해 불매운동이 수출입에 미치는 영향과 극복방안을 모색해 볼 수 있는 기회가 됐으면 한다.

키워드: 불매운동(boycott), 스마트폰(smart phone), 수출(export)

I. Introduction

본 연구의 목적은 불매운동이 수출입에 미치는 영향과 극복방안을 모색하는데 있다.

한국과 일본 양국에서 벌어진 불매운동은 먼저 2019년 아베신조의 대한민국 수출통제로 인해, 당해 7월 2일부터 한국에서 일본상품에 대해 발생하게 되었다. 이로 인해 역으로 일본에서도 한국 상품 불매운동이 일어나게 되었고, 그 결과 양국 간 수출입에 큰 타격이 가해진 사건 타임라인을 지니고 있다.

본 논문에서는 ‘스마트폰’이라는 특정 제품군을 선정하여, 수출량 변화와 시장점유율 등의 지표를 통해 불매운동이 실제 제품의 수출입에 어느 정도의 영향을 미치는 지에 대해 살펴보고자 한다.

2. HS CODE

HS CODE는 국제통일 상품분류체계에 따라 대외 무역거래 상품을 총괄적으로 분류한 품목 분류 코드를 말한다. HS CODE는 총 6자리로 구성되어 있으며, 현재 우리나라는 물건의 세부 분류를 위해 4자리를 추가해 사용하고 있다.

스마트폰의 HS CODE는 2022 개정 전 8517.18이었으나, 2022 개정 후에는 8517.13으로 더욱 세분화되었다.

II. Reslated Works

1. 불매운동

불매운동이란 어떤 특정한 상품을 사지 아니하는 일로, 보통 그 상품의 제조 국가나 제조업체에 대한 항의나 저항의 뜻을 표시하기 위하여 행한다.

한국의 일본상품에 대한 불매운동은 2019년 7월 2일부터 한국에서 발생하였다.

III. Methodology

1. Research data

일본 불매운동이 스마트폰 수출량에 미치는 영향을 알아보기 위한 관련 연구 자료로서, ‘비정형데이터’¹⁾와 ‘정형데이터’²⁾를 활용한다.

먼저 ‘비정형데이터’의 결과를 도출하기 위해, 구글트렌드, 빅카인즈 사이트를 이용한다. 불매운동과 관련된 키워드를 통해, 불매운동으로 인한 일본 국민들의 스마트폰 관심도 변화에 대해 알아본다. 다음으로, ‘정형데이터’의 결과를 도출해내기 위해서는 KOTRA 사이트를 비롯해, 한국의 동아시아연구원(EAI)과 일본의 겐론NPO의 설문조사 결과를 참고한다.

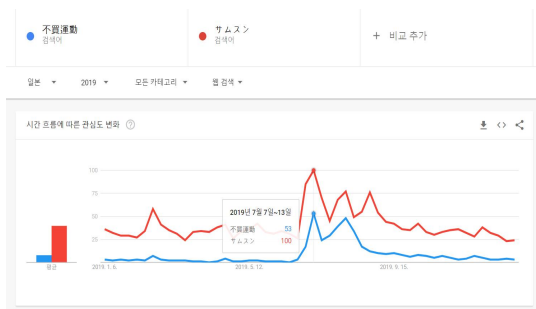
2. Research process

1) 비정형 데이터

(1) 구글트렌드

‘구글트렌드’ 사이트에 접속해 일본 불매운동이 발생했던 2019년 당시, 일본의 검색량을 조사했다. 조사를 위해 사용한 단어는 ‘不買運動’ (불매운동)과 한국의 대표 스마트폰 브랜드인 ‘サムスン’(삼성)이다.

두 단어를 비교·분석해 본 결과, 그래프를 보면 알 수 있듯이 불매운동이 발생한 2019년 7월에 구글트렌드 상에서 ‘불매운동’과 ‘삼성의 검색량이 같이 급증하였음을 알 수 있다. 다시 말해, 한국에서 발생한 일본 제품 ‘불매운동’ 분위기에 대응하여, 일본에서는 한국 제품 맞불시위가 발생하였는데 이에 따라 한국의 스마트폰 브랜드인 ‘삼성의 소비를 불매하지는 여론이 확산하며 ‘삼성의 검색량 또한 ‘불매운동’과 비례하여 같이 상승하였음을 알 수 있다.



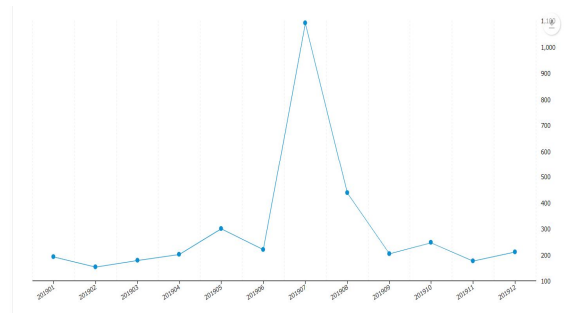
(자료 1) 비정형 데이터 ‘구글트렌드’를 이용해 ‘不買運動’과 ‘サムスン’을 비교분석한 자료

(2) 빅카인즈

뉴스빅데이터 분석시스템 사이트인 ‘빅카인즈’를 접속해, 검색어 키워드를 ‘일본 한국 스마트폰’으로 하여 불매운동이 발생한 2019년 한 해 동안의 뉴스를 분석한 <키워드 트렌드> 시각화 보고서를 만들었다.

앞선 구글트렌드 상의 결과와 동일하게 불매운동이 발생한 2019년 7월에 ‘일본’, ‘한국’과 ‘스마트폰’을 키워드로 포함하는 뉴스 건수가 눈에 띄게 급증하였음을 빅카인즈 <키워드 트렌드> 시각화 보고서 상에서 확인할 수 있다.

Table 1. 비정형 데이터 ‘빅카인즈’의 <키워드 트렌드> 시각화 보고서를 이용해 뉴스 건수를 분석한 자료



두 번째로, 빅카인즈 사이트에서 검색어 키워드를 ‘일본 한국 스마트폰’으로 동일하게 하여 2019년 한 해 동안의 뉴스 <연관어 분석> 시각화 보고서를 만들었다.

검색 결과 중에서 분석 뉴스와 연관성(가중치, 키워드 빈도수)이 높은 키워드를 시각화한 결과, ‘수출 규제’, ‘경계보복’, ‘보복조치’, ‘수출관리 규정’, ‘화이트리스트’) 등 불매운동 사태로 인해 이슈화된 키워드가 결과값으로 나타났음을 확인할 수 있다.



(자료 2) 비정형 데이터 ‘빅카인즈’의 <연관어 분석> 시각화 보고서를 활용한 연관어 분석 결과 자료

- 1) 정의된 구조가 없이 정형화되지 않은 데이터를 말한다.
- 2) 미리 정해 놓은 형식과 구조에 따라 저장되도록 구성된 데이터이다.
- 3) 일본정부가 외국과의 교역시 무기 개발등에 사용될 수 있는 몰자나 기술, 소프트웨어 등을 통칭하는 전략물자를 수출할 때 관련절차를 간소하게 처리하도록 지정한 물품 목록.

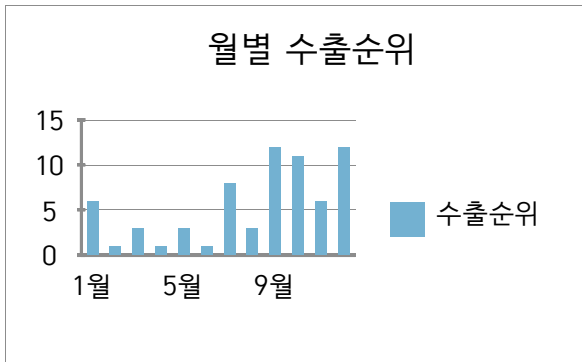
2) 정형 데이터

(1) KOTRA

대한무역투자진흥공사가 운영하고 있는 ‘KOTRA’ 사이트를 이용해, 한국의 일본에 대한 월별 수출금액 동향 및 전월대비 증가율을 나타내주는 그래프를 도출했다. 연구 과정에서 이용한 스마트폰의 HS코드4)는 ‘851718’이며, 본 연구에서는 불매운동 전후인 6,7,8,9월을 중점으로 조사했다.

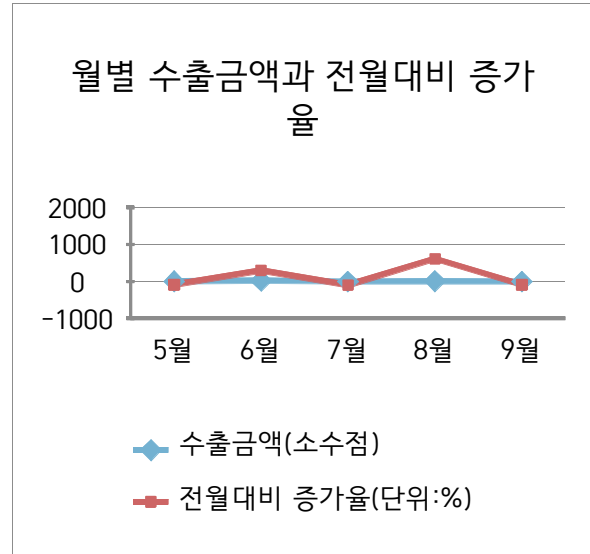
아래의 <표2> 그래프는 한국의 일본에 대한 월별 수출순위를 비교한 것으로, 가로축은 월, 세로축은 수출순위를 나타낸다. 그래프를 살펴보면, 불매운동이 일어난 7월에는 전월대비 수출순위가 1위에서 8위가 되어버린 것을 알 수 있다. 추가 조사 결과, 8월에 잠깐 스마트폰 판매량 순위가 증가한 이유는 2019년 7월에 2020년 도쿄올림픽을 기념하여 갤럭시S10+ 2020 일본 도쿄 올림픽 에디션을 출시한 것에 있었다. 이 여파로 8월의 수출순위가 3위까지 상승하였지만, 효과는 미미했고, 9월에는 남아있는 불매운동의 여파로 인해 다시 수출 순위가 급격히 하락한 것을 알 수 있다.

Table 2. 한국의 일본을 대상으로 한 2019년 월별 수출순위 그래프



또, <표3>을 보면 불매운동이 일어났던 시기에는 도쿄올림픽 에디션 휴대폰을 출시한 8월을 제외하곤, 7월과 9월에 전월대비 증가율이 낮아졌다고 해석이 가능하다.

Table 3. 월별 수출금액과 전월대비 증가율



(2) 동아시아연구원(EAI), 겐론 NPO

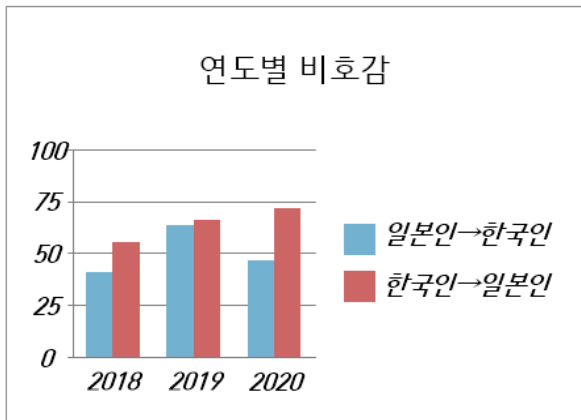
불매운동 전후의 한국과 일본 양국의 비호감도를 알아보기 위해, 한국의 동아시아 연구원(EAI), 일본의 겐론 NPO가 진행했던 설문조사를 참고하여, <표4>에 해당하는 그래프를 만들었고 그래프 결과에 대해 해석해 보았다.

먼저 왼쪽의 일본인의 한국인에 대한 비호감도는 2018년 40.6%에서 2019년 63.5%로 증가하였다. 이는 불매운동의 여파로 인한 결과로 해석할 수 있다. 그 다음 년도인 2020년에는 불매운동의 여파가 치솟기 시작하여, 비호감도가 46.3으로 떨어져, 불매운동 전인 2018년과 비슷한 양상을 보이는 것을 확인할 수 있다.

다음으로 한국인의 일본인에 대한 비호감도의 경우, 2018년 55.1%에서 2019년 66.1%, 2020년 71.6%로 계속해서 증가하는 결과 양상을 띤다. 이는 일본보다 한국 쪽에서, 불매운동에 대한 기간과 여파가 더 길었다는 것을 나타내주며, 한국에서는 2019년 일본의 수출규제에 대한 불매운동의 영향이 2020년까지 미친 것을 알 수 있다.

4) 대외 무역거래가 되는 상품(전기, 가스포함)을 총괄적으로 분류한 품목분류 코드로 정의한다.

Table 4. 한국인과 일본인의 서로에 대한 연도별 비호감도 그래프



IV. Results

본 연구는 불매운동이 수출량에 미치는 영향과 그를 통한 기업 및 정부의 대응 방안을 모색하기 위해 스마트폰을 제품군으로 선정하고, 한국과 일본 사이 발생한 불매운동 사례를 근거로 분석하였다. 결과는 다음과 같다.

첫째, 정형 데이터 분석 결과 불매운동 발생 시점 이후 한국의 일본을 대상으로 한 수출 순위가 1위에서 8위로 하락하는 것으로 보아, 불매운동은 수출량에 상당한 타격을 입히는 요인임을 알 수 있다.

둘째, 비정형 데이터 분석 결과 불매운동 발생 시점 이후 여론 확산으로 인해 불매운동 관련 키워드의 검색량 및 관심도는 오히려 급증한다는 결과가 도출되었다.

V. Conclusions

불매운동 관련 관심도는 부정적인 여론이 대부분이었지만, 수출 순위는 대폭 하락한 데 비해 검색량은 대폭 증가하였다는 것으로 말미암아, ‘수출량’과 ‘관심도’, 두 데이터는 상반된 결과를 도출시켰다고 분석 가능하다. 한편, 전반적인 연구 결과를 종합적으로 살펴봤을 때, ‘불매운동 발생’과 ‘수출량’ 둘의 상관관계는 매우 높다는 점 또한 본 연구가 시사하고 있다. 따라서 정형 데이터 분석과 비정형 데이터 분석을 통해 불매운동이 수출입에 상당한 영향을 미친다는 결론을 내리게 되었다.

더 나아가, 불매운동은 엄청난 리스크라는 연구 결과를 도출해냈기 때문에, 기업 차원에서는 불매운동 발생을 대비하여 상황을 예의 주시하며, 반응적 대응방안을 모색해야 하며, 정부 차원에서는 국가 경제에 큰 타격을 입을 것에 대비하여 국내산업 피해 최소화를 위한 대책 마련 및 지원을 해주어야 할 것이다.

불매운동으로 인한 타격은 결국 우리에게로 돌아오는 만큼 불매운동에 대해 신중히 생각해보아야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] Dictionary - View Contents | National Academy of Korean Standard Korean Dictionary (korean.go.kr)
- [2] What is HS CODE? - Treadlins Blog (tradlinx.com)
- [3] Youngeon Yim and HEO SONG TAE. (2021). A Study on Conflicts between Korea and Japan and Responses to Japan's Export Controls, 54, 97-118

<Sources used to further clean up>

- [1] <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6559387&cid=59277&categoryId=69439>
- [2] <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6559390&cid=59277&categoryId=69439>
- [3] <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=6559390&cid=59277&categoryId=69439>
- [4] <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=18521&cid=43659&categoryId=43659>