

부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안

- 429개 일본 바이어 모니터링 조사 -

2010. 11

kotra

목 차

◇ 조사 실시 개요	1
◇ 조사 결과 요약	5
◇ 조사 결과 상세 분석	17
1. 유효 표본 기업 특성 및 대한국 비즈니스 밀접성	19
2. 수입 시 주요 고려항목 및 한국 제품·기업 만족도	31
2-1. 산업별·항목별 한국 제품·기업만족도	35
3. 주요 수입국 및 한국과의 경쟁 대상국	42
4. 한국·일본·경쟁국 기업의 경쟁동향	45
5. 한국 제품·기업의 개선 필요분야	52
6. 대한국 거래 확대 전망, 향후 한국산 경쟁력 향방	53
7. 대한국 비즈니스 애로사항	54
8. 기타사항	55
◇ 분야별 일본 시장 동향	63
1. IT 분야 일본 시장 동향	65
2. 전기/전자 분야 일본 시장 동향	91
3. 기계 분야 일본 시장 동향	112
4. 자동차 분야 일본 시장 동향	132

조사 실시 개요

조사 실시 개요

1. 조사 목적

- 대일역조의 주원인이 되고 있는 부품소재분야의 한국산 바이어를 대상으로 한국산부품(제품)에 대한 이미지를 조사, 한국산부품의 일본시장에서의 위치 파악, 한국 기업의 대일 비즈니스 태도에 대한 일본 기업의 평가를 분석하여 일본시장 진출을 위한 한국 기업의 전략 수립에 기여코자 함

2. 조사개요

- 조사대상 : 한국으로부터 부품을 수입 중이거나 과거 수입 경험이 있는 일본의 바이어
- 조사 일정
 - 양케이트 설계 배포, 수거, 보완 조사 : 2010. 7. 1 ~ 7. 31
 - 설문 데이터 통계분석 및 보고서 작성 : 2010. 8. 1 ~ 10. 10
- 조사 항목
 - 기업개요 (업종, 연평균수입액, 주요 수입국 등)
 - 한국산부품, 기업에 대한 전반적 평가
 - 무역거래의 주요항목 및 동 항목별 한국산부품·기업 평가
 - 한국산부품, 기업의 일본 수입시장에서의 경쟁력 평가
 - 한국산부품, 기업의 개선 필요사항
 - 한국과의 비즈니스 추진관련 애로사항, 제언 등
- 설문지 수거 내역 및 유효 샘플
 - 설문지 수거 : 431개사
 - 유효 응답 수 : 429개사

조사 결과 요약

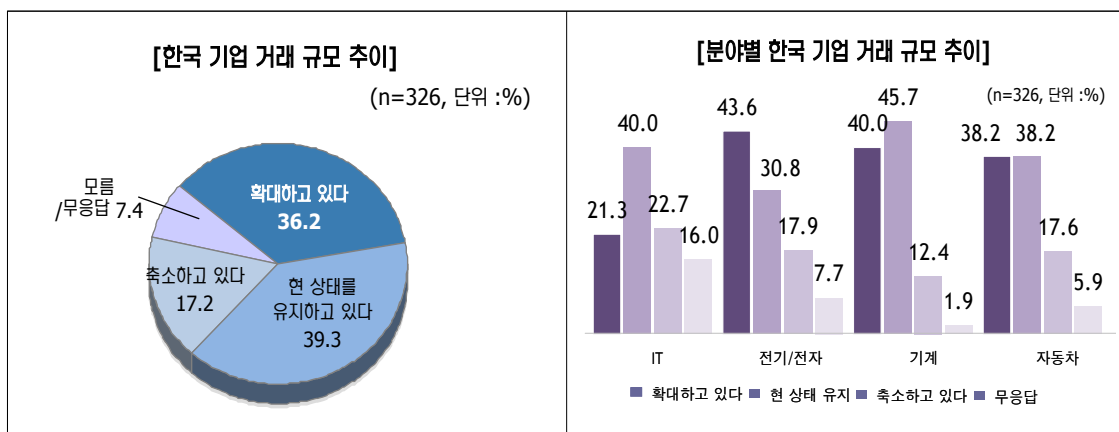
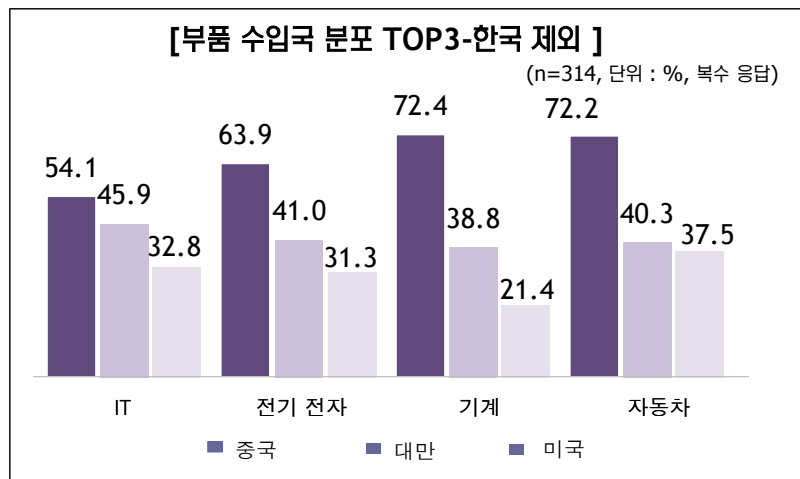
□ 유효 표본 기업의 특성

- 본 조사는 KOTRA 일본 주재 4개 무역관을 통하여 한국과의 거래관계가 있는 바이어를 대상으로 조사함. 유효 표본 수는 총 429개로 IT제품 113개, 전기/전자부품 103개, 기계 116개, 자동차부품 97개로 구성됨
- 한국과 거래 경험이 3년 이상 된 기업은 전체의 71.5%에 이르고 있어 한국산 제품에 대해 의미 있는 평가가 가능한 기업들로 구성됨
 - IT제품·부품 : 비메모리반도체, 유무선통신기기 등 12개 카테고리
 - 전기/전자부품 : 전기제어장치부품, 변환장치부품 등 9개 카테고리
 - 자동차 부품 : 엔진부품, 차체부품 등 10개 카테고리

□ 조사 결과 요약

1. 주요 수입국 및 대한국 거래 확대 추이

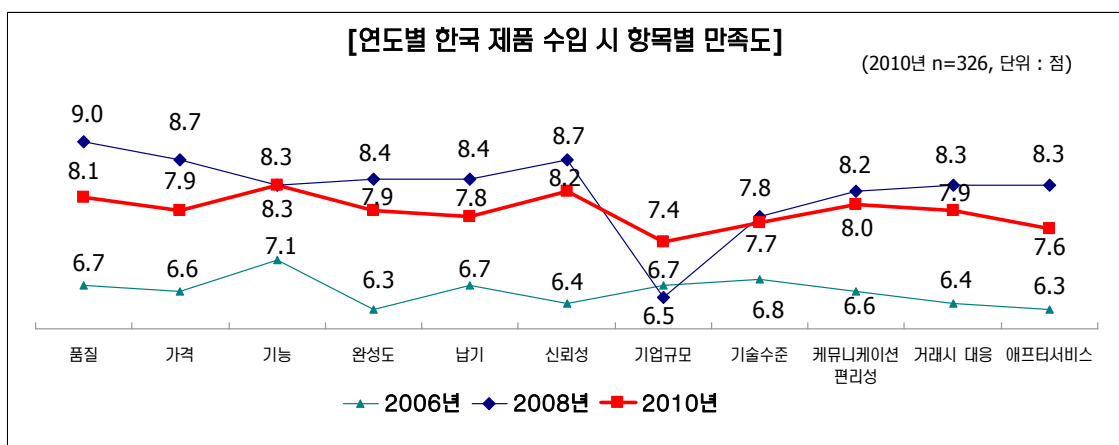
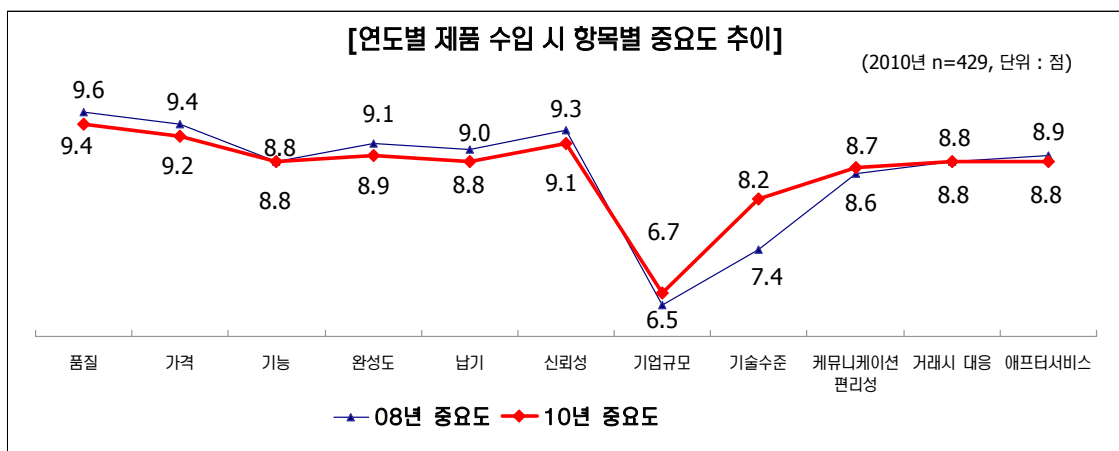
- 본 조사 대상 기업의 평균 3.65개국은 외국(한국 포함)으로부터 부품을 수입하고 있음. 이 중 일본에서(한국을 제외) 부품 수입 빈도가 높은 나라 TOP3는 중국, 대만, 미국임. 기계 분야와 자동차 분야에서는 중국이 일본 내에서 수입 비중이 상대적으로 높음



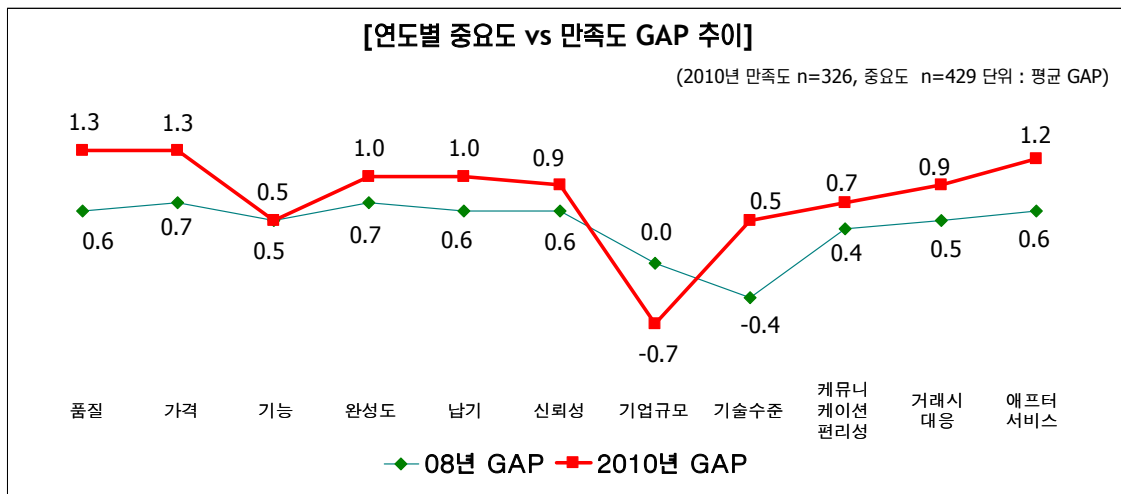
- 조사 대상 기업 중 한국으로부터 수입 경험이 있는 기업들은(N=326) 한국 기업과 처음 거래했을 때와 지금을 비교했을 때, 거래 규모와 금액을 '유지하고 있다'는 의견이 39.3%, '확대하고 있다'는 의견이 36.2%, '축소하고 있다'는 의견이 17.2%임

2. 수입 시 고려 항목 및 한국 제품·기업 만족도

- 수입 시 중요하게 고려하는 요소를 총 11개 항목으로 나누어 평가한 결과, 2010년 중요도 조사 결과에서는 ‘부품(제품)의 품질’ (9.4점) → ‘부품(제품)의 가격’ (9.2점) → ‘대기업의 신뢰성’ (9.1점) → ‘부품의 완성도’ (8.9점), ‘부품(제품)의 기능’, ‘납기 신속/정확도’, ‘거래 시 응대’, ‘거래 후 애프터서비스’ (8.8점) → ‘커뮤니케이션 편리성’ (8.7점) → ‘기업의 기술 수준’ (8.2점) → ‘기업 규모’ (6.7점) 순으로 나타남
- 한편, 중요도의 경우 ‘기술 수준’ 항목에서 2008년(7.4점) 대비 2010년(8.2점)에는 0.8점 상승하여 상승폭이 가장 큰 것으로 확인됨



- 한국산 제품에 대한 만족도 조사 결과, '부품(제품)의 기능' (8.3점) → '기업의 신뢰성' (8.2점) → '부품(제품)의 품질' (8.1점) → '커뮤니케이션 편리성' (8.0점) → '부품(제품)의 가격' (7.9점) → '부품(제품)의 완성도' (7.9점) → '거래 시 응대' (7.9점) → '납기 신속/정확도' (7.8점) → '기업의 기술 수준' (7.7점) → '거래 후의 애프터서비스' (7.6점) → '기업 규모' (7.4점) 순임
- 2010년 조사 결과에서 한국산 제품에 대한 만족도는 '기업 규모'가 7.4점으로 가장 낮지만, 2008년(6.5점) 대비 0.9점 상승. 한국산 제품에 대한 '기업 규모'의 만족도는 다른 평가 항목 대비 만족도가 낮아 향후 이에 대한 감안이 필요
- 11개 항목에 대한 중요도와 만족도에 대한 격차를 확인한 결과, 2008년 대비 2010년에는 전반적으로 GAP이 늘어났으나, '제품의 기능'과 '기업 규모'의 경우 GAP이 줄어들음



[연도별 한국 제품 수입 시 항목별 만족도 vs 중요도 vs GAP]

(단위 : 점)

		품질	가격	기능	완성도	납기	신뢰성	기업 규모	기술 수준	커뮤니케이션 편리성	거래 시 대응	애프터 서비스
중요도	08년	9.6	9.4	8.8	9.1	9.0	9.3	6.5	7.4	8.6	8.8	8.9
	10년	9.4	9.2	8.8	8.9	8.8	9.1	6.7	8.2	8.7	8.8	8.8
만족도	06년	6.7	6.6	7.1	6.3	6.7	6.4	6.7	6.8	6.6	6.4	6.3
	08년	9.0	8.7	8.3	8.4	8.4	8.7	6.5	7.8	8.2	8.3	8.3
	10년	8.1	7.9	8.3	7.9	7.8	8.2	7.4	7.7	8.0	7.9	7.6
GAP	08년	0.6	0.7	0.5	0.7	0.6	0.6	0.0	-0.4	0.4	0.5	0.6
	10년	1.3	1.3	0.5	1.0	1.0	0.9	-0.7	0.5	0.7	0.9	1.2

※ GAP[바이어 기대 불충족도] = 제품 수입 시 중요도 - 한국기업에 대한 만족도

GAP이 높을수록 바이어 기대 불충족도가 높으며, GAP이 낮을수록 바이어 기대 불충족도가 낮음

○ 항목별 평가 내역 요약

평가항목		조사항목	질문	IT	전기 전자	자동차	기계	종합평가 및 비교
① 품질 ② 가격 ③ 기능 ④ 완성도 ⑤ 납기신속정확도 ⑥ 기업신뢰성 ⑦ 기업규모 ⑧ 기술 수준 등 ⑨ 커뮤니케이션 편리성 ⑩ 거래대응성실 ⑪ 애프터서비스	부품(제품) 품 질	중요도(1)	93점	95점	92점	94점	중요도 매우 중요하다	
		만족도(2)	81점	82점	81점	81점	만족도 만족한다	
		GAP(1-2)	11점	13점	11점	13점		
	부품(제품) 가 격	중요도(1)	90점	92점	95점	94점	중요도: 매우 중요하다	
		만족도(2)	83점	80점	77점	78점	만족도: 만족에 근접	
		GAP(1-2)	06점	12점	18점	16점	자동차 바이어 기대 불충족도 높음	
	부품(제품) 기 능 성	중요도(1)	87점	87점	87점	89점	중요도 중요하다	
		만족도(2)	88점	83점	81점	80점	만족도 만족한다	
		GAP(1-2)	-01점	05점	07점	09점	IT 바이어 기대 불충족도 낮음	
	부품(제품) 완 성 도	중요도(1)	87점	91점	87점	91점	중요도 매우 중요하다	
		만족도(2)	81점	79점	79점	79점	만족도 만족에 근접	
GAP(1-2)		06점	11점	08점	13점	전기/전자 바이어 기대 불충족도 가장 높음		
납기신속 정 확 도	중요도(1)	87점	86점	88점	92점	중요도 매우 중요하다		
	만족도(2)	78점	81점	77점	77점	만족도 만족에 근접		
	GAP(1-2)	09점	06점	11점	15점	기계 바이어 기대 불충족도 높음		
기 업 의 신뢰성	중요도(1)	89점	91점	90점	92점	중요도 매우 중요하다		
	만족도(2)	83점	83점	80점	80점	만족도 만족한다		
	GAP(1-2)	06점	08점	10점	12점	기계 바이어 기대 불충족도 높음		
기업규모	중요도(1)	67점	66점	66점	68점	전반적으로 중요도와 만족도 낮음. 바이어 기대 상회 항목		
	만족도(2)	76점	76점	70점	74점			
	GAP(1-2)	-10점	-09점	-04점	-07점			
기술 수준	중요도(1)	80점	81점	84점	82점	중요도 중요하다		
	만족도(2)	80점	76점	73점	79점	만족도 만족에 근접		
	GAP(1-2)	00점	05점	11점	03점	IT 바이어 기대 불충족도 낮음		
커뮤니 케이션 편리성	중요도(1)	85점	87점	86점	89점	중요도 중요하다		
	만족도(2)	79점	78점	77점	83점	만족도 만족한다		
	GAP(1-2)	06점	10점	09점	06점	전기/전자 바이어 기대 불충족도 높음		
거래대응 성 실 도	중요도(1)	88점	90점	86점	88점	중요도 중요하다		
	만족도(2)	81점	78점	75점	80점	만족도 만족한다		
	GAP(1-2)	07점	12점	11점	08점	전기/전자 자동차 바이어 기대 불충족도 높음		
애프터 서비스	중요도(1)	89점	89점	86점	88점	중요도 중요하다		
	만족도(2)	75점	76점	75점	78점	만족도 만족에 근접		
	GAP(1-2)	13점	13점	12점	10점	전반적 바이어 기대 불충족도 높음		

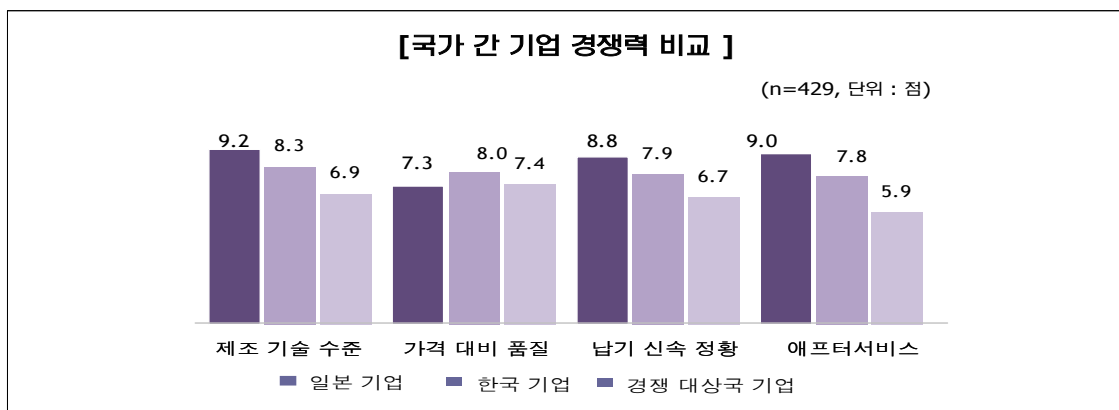
3. 주요 수입국 및 한국과 최대 경쟁 대상국

- 일본의 주요 수입국을(한국 제외) 확인한 결과, IT분야, 전기/전자 분야, 기계 분야, 자동차 분야 모두에서 중국이 1위를 차지하는 것으로 나타남. 그 뒤를 이어 대만과 미국이 각각 2위와 3위를 차지함
- 일본 시장 내에서 한국과 비교 될 수 있는 경쟁 대상국을 분야별로 살펴보면, IT분야, 전기/전자, 기계, 자동차 분야 모두에서 중국이 1위를 차지했으며, IT분야, 전기/전자 분야, 기계 분야는 대만이 2위, 자동차 분야는 미국이 2위를 차지함

구분	일본의 주요 수입국 (한국 제외)			VS	일본 시장내 한국의 경쟁 대상국		
	1위	2위	3위		1위	2위	3위
IT	중국 (54.1%)	대만 (45.9%)	미국 (32.8%)		중국 (46.9%)	대만 (37.2%)	미국 (5.3%)
전기/전자	중국 (63.9%)	대만 (41.0 %)	미국 (31.3 %)		중국 (64.1%)	대만 (21.4%)	홍콩 (1.9%)
기계	중국 (72.4%)	대만 (38.8 %)	미국 (21.4%)		중국 (66.4%)	대만 (17.2 %)	홍콩, 인도네시아, 말레이시아 (0.9%)
자동차	중국 (72.2%)	대만 (40.3 %)	미국 (37.5%)		중국 (64.9%)	미국 (16.5%)	대만 (2.1%)

4. 한국·일본·경쟁 대상국 기업 간 경쟁력 평가

- 일본과 한국, 그리고 경쟁 대상국 간의 경쟁력을 비교 분석한 결과, [제조기술 수준], [납기의 신속·정확성], [애프터서비스] 항목에서 일본이 가장 높게 평가되었으며, 다음으로 한국, 경쟁 대상국 순임. 그러나 [가격대비품질] 항목에서는 한국이 일본보다 경쟁력이 높은 것으로 평가됨



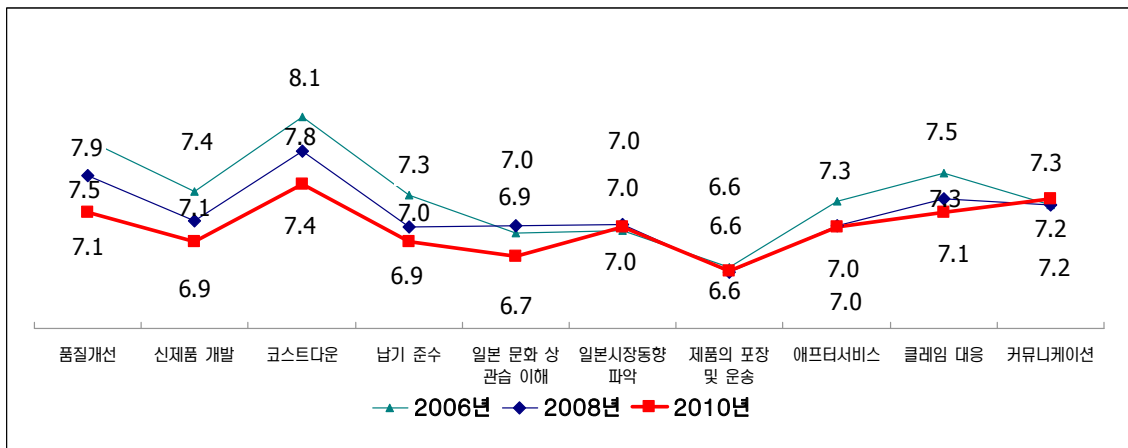
[국가 간 기업 경쟁력 비교]

(단위 : 점)

	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.2	7.3	8.8	9.0
한국 기업	8.3	8.0	7.9	7.8
경쟁 대상국 기업	6.9	7.4	6.7	5.9

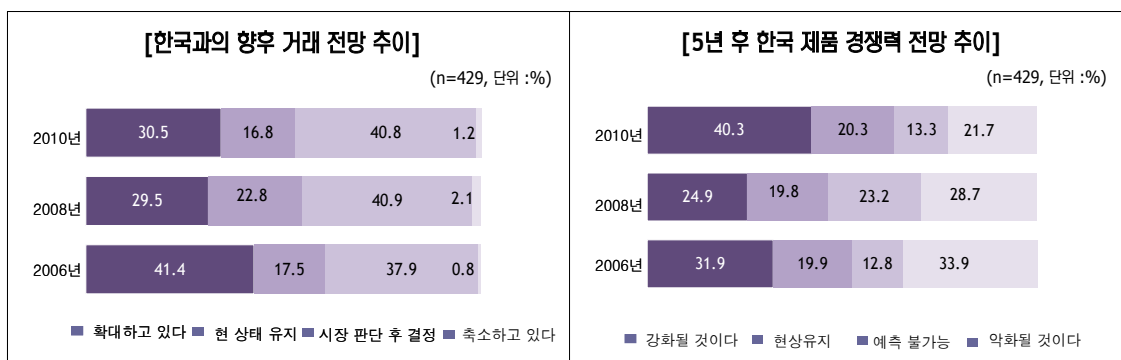
5. 한국 제품 및 한국 기업에 대한 개선 필요 분야

- 한국 기업들이 개선해야 할 분야를 확인한 결과, '코스트 다운 노력'이 7.4점으로 가장 높았으며, 다음으로 '품질 개선 노력'과 '클레임 대응'이 7.1점, '일본 시장 동향 파악 노력'과 '애프터서비스'가 각 7.0점 등의 순임



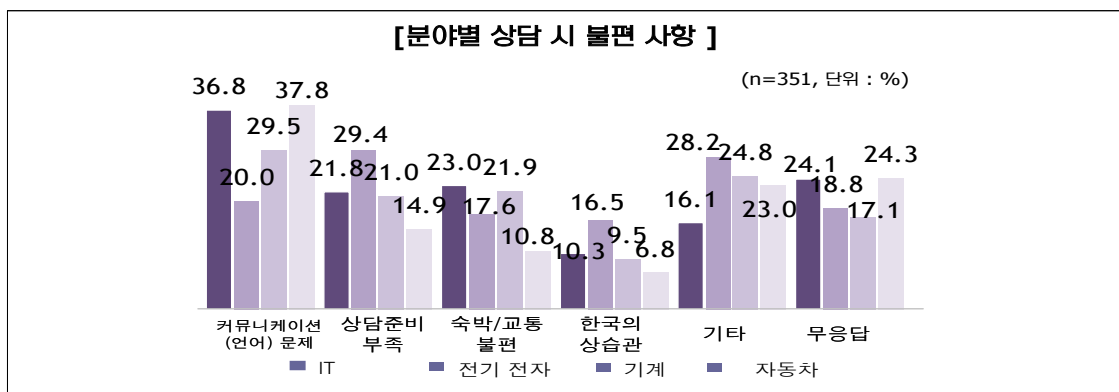
6. 한국 기업과의 거래 동향과 한국의 경쟁력 향방

- 일본 기업의 30.5%는 향후 한국과의 거래를 '확대할 것이다'라고 응답한 반면, '축소할 것이다'는 응답도 1.2%임. '확대할 것이다'라는 응답은 2008년(29.5%) 대비 2010년(30.5%) 1.0%p 상승함
- 그리고, 일본 시장 내에서 5년 후 한국 제품의 경쟁력을 예측한 결과, '강화 될 것이다'라는 의견이 2008년(24.9%) 대비 2010년(40.3%) 15.4%p 상승함

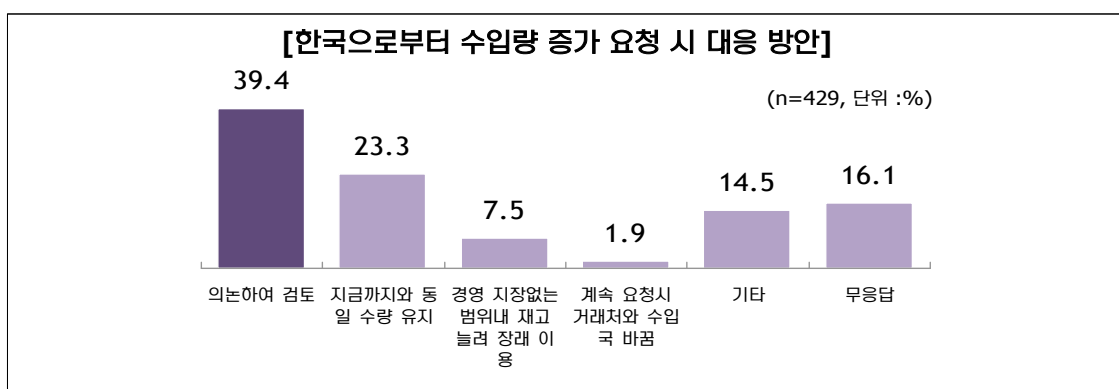


7. 기타

- 한국에 방문한 경험이 있는 응답자(N=351)들을 대상으로 한국 방문 시 애로사항을 확인한 결과, '커뮤니케이션(언어) 문제'가 30.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '한국 측의 준비 부족' 21.9%, '이동 수단의 불편' 18.8%, '한국의 상습습' 10.8% 등의 순임



- 일본 기업들은 한국 기업의 수입량 증가 요청이 있는 경우 '지금까지 거래를 해왔으므로 서로 의논하여 검토하겠다'는 의견이 39.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '지금까지와 동일한 수입량을 유지한다' 23.3%, '수입 가격이 낮아졌으므로 경영에 지장이 없는 범위 내에서 재고를 늘려서 장래에 이용한다' 7.5%, '응하지 않겠지만, 계속 요청이 있으면, 거래처와 수입국을 바꾼다'는 의견이 1.9%임



조사 결과 상세 분석

1

유효 표본 기업 특성 및 대한민국 비즈니스 밀접성

☐ 무선통신기기(IT), 조명장치 부품, 전기제어장치관련 부품(전기/전자), 산업/일반기계 부품(기계), 엔진부품(자동차) 수입 경험 많아

○ 유효 응답 표본 429개사의 경우 분야별로 IT제품 113개사, 전기/전자 103개사, 기계 116개사, 자동차 97개사 조사됨. 분야 구분은 업종별 협회의 분류 기준 등을 참고로 해당 항목에 표기하도록 함(복수 응답 가능)

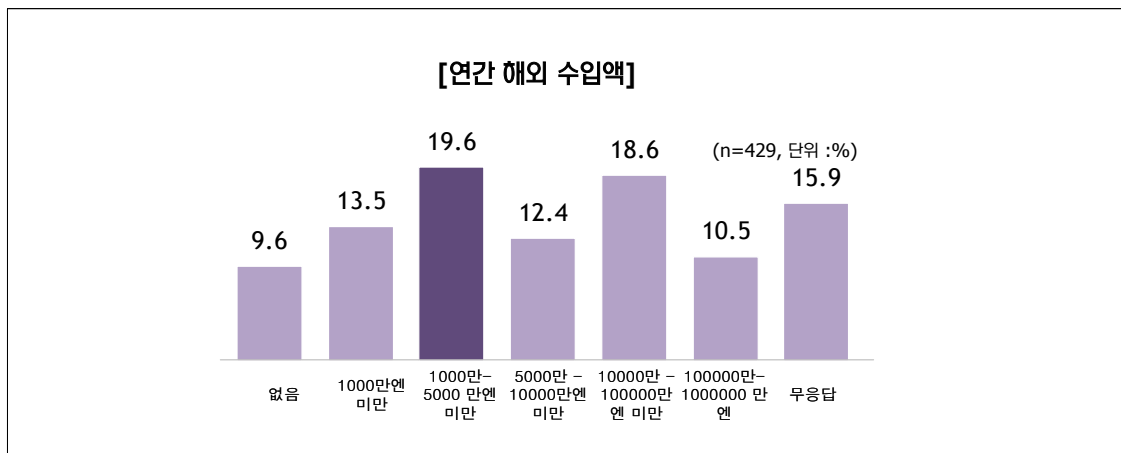
- 수입 비율이 높은 품목을 살펴보면 IT 분야는 무선통신기기, 패키지 소프트웨어, 반도체이며, 전기/전자 분야의 경우 조명장치 부품, 전기제어 장치 관련 제품 전기제어장치 부품, 램프관련 부품, 기계 분야 경우 산업/일반기계 부품, 정밀/공작기계 부품, 금형관련 부품, 자동차 부품의 경우는 엔진 부품, 차체 부품, 기차 전장품 등의 순으로 나타남

[분야별 세부 업종 구분, 수입 경험 비율]

분야	세부 구분 (수입경험비율)	
IT제품 (부품포함) 복수응답 N = 113	☐ 무선통신기기(18.6%) ☐ 반도체(15.0%) ☐ 모니터(11.5%) ☐ 컴퓨터본체관련(8.8%) ☐ 메모리반도체(5.3%) ☐ 방송기기(3.5%)	☐ 패키지 소프트웨어(17.7%) ☐ 유선통신기기(12.4%) ☐ 컴퓨터 주변기기(10.6%) ☐ 프린터(7.1%) ☐ HDD(4.4%) ☐ 기타(4.4%)
전기/전자 부 품 복수응답 N = 103	☐ 조명장치부품(30.1%) ☐ 램프관련부품(24.3%) ☐ 전기변환장비관련부품(15.5%) ☐ 발전관련부품(11.7%) ☐ 절연광섬유케이블(7.8%)	☐ 전기제어장치관련부품(30.1%) ☐ 집적회로반도체(17.5%) ☐ 절연선 및 케이블(13.6%) ☐ 1차전지 및 축전기(8.7%) ☐ 기타(32.0%)
기계 복수응답 N = 116	☐ 산업/일반기계 부품(42.2%) ☐ 금형관련 부품(15.5%) ☐ 금속재료(11.2%) ☐ 로봇/자동화기계관련부품(8.6%) ☐ 표면처리(4.3%) ☐ 나노마이크로시스템 부품(0.9%) ☐ 기타(19.0%)	☐ 정밀/공작기계 부품(16.4%) ☐ 에너지/환경시스템관련 부품(12.1%) ☐ 주조/용접(9.5%) ☐ 조선/해양시스템관련 부품(7.8%) ☐ 소성가공/분말(2.6%) ☐ 항공/우주시스템관련 부품(0.9%)
자동차부품 복수응답 N = 97	☐ 엔진부품(23.7%) ☐ 기타 전장품(18.6%) ☐ 전자부품 및 센서류(12.4%) ☐ 브레이크관련 전자장치(6.2%) ☐ 엔진제어장치(5.2%)	☐ 차체부품(19.6%) ☐ 구동전달 및 조종장치부품(14.4%) ☐ 현가, 제동장치부품(11.3%) ☐ 계기류(5.2%) ☐ 기타(36.1%)

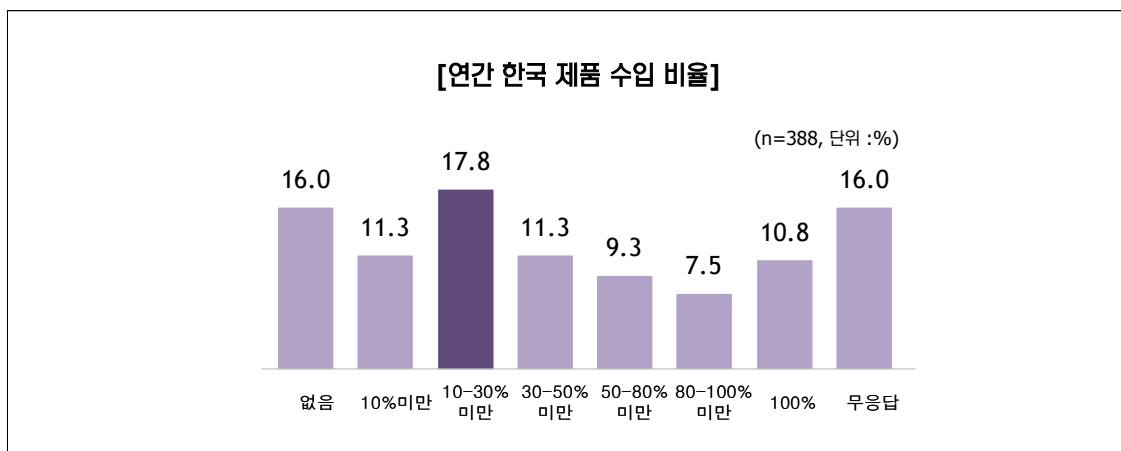
□ 연평균 81,787만엔을 수입, 한국으로부터 연평균 35.4% 수입

- 429개 기업들의 연평균 수입액은 81,787만엔이며, 이 중 '1,000-5,000만엔 미만'이 19.6%로 가장 높았으며, '10,000-100,000만엔 미만'이 18.6%, '1,000만엔 미만'이 13.5%, '5,000만-10,000만엔 미만' 12.4% 등의 순으로 나타남. 한편, 연간 해외로부터 수입액이 전혀 없는 기업도 9.6%임



□ 'IT 부품'과 '기계 부품' 분야 한국 부품 수입 비율 높아

- 해외로부터 제품을 수입한 경험이 있는 기업들(N=388)을 대상으로 한국 제품의 연평균 수입 비율을 확인한 결과, 35.4%가 한국 제품을 수입한 것으로 나타남
- 한편, 연간 한국 제품 수입 비율은 '10-30% 미만'이 17.8%로 가장 높았고, 한국 제품 수입 비율이 '100%'인 기업도 10.8%임



[분야별 연간 한국 제품 수입 비율]

	사례수	없음	10% 미만	10-30% 미만	30-50% 미만	50-80% 미만	80-100% 미만	100%	모름/ 무응답	평균
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
전 체	(388)	16.0	11.3	17.8	11.3	9.3	7.5	10.8	16.0	35.4
분야 별	I T	(91)	17.6	7.7	16.5	8.8	6.6	3.3	18.7	39.1
	전기/전자	(98)	20.4	15.3	15.3	7.1	13.3	6.1	8.2	31.5
	기 계	(111)	5.4	11.7	26.1	10.8	9.0	13.5	11.7	41.8
	자동차	(88)	22.7	10.2	11.4	19.3	8.0	5.7	4.5	27.6

- 전자/전기와 자동차 분야의 경우 한국 제품 수입 비율이 상대적으로 낮고, IT와 기계 분야는 한국 제품에 대한 수입 의존도가 상대적으로 높음
- 한국 제품의 연평균 수입액은 2008년 142,931만엔에서 2010년 81,787만엔으로 61,144만엔 감소했으며, 수입 비율도 2008년(41.0%) 대비 2010년(35.4%)에 5.6%p 감소함

□ 한국산 제품은 일본 제품 대비 비용 저렴, 중국 제품 대비 품질 우수

한국산 제품 수입 바이어 코멘트

(IT 분야)

- 한국 제품의 경우 비용을 줄이기 위해 노력한다면, 지속적 거래 계획
- 물류비가 절감되어 일본 제품 대비 가격적 메리트 있음
- 삼성, LG에 부품을 공급하는 업체라면 실력을 갖추고 있다고 판단
- 한국 기업의 경우 기술력이 향상되어 조달처를 한국으로 확장
- 한국 제품의 경우 품질과 가격 면에서 일본 내에서 메리트 있음
- 한국 기업은 일본어 가능 직원을 보유하고 있어 불편한 점 없음

(전기/전자 분야)

- 엔화 강세 장기화로 해외 조달에 대한 관심이 높던 중 가격면에서 일본 보다 우수, 품질면에서 중국보다 우수한 한국 제품 선택
- 중국 제품 대비 제품의 품질이 앞서 있음
- (한국 제품의 경우)업무를 임하는 자세가 적극적이며, 대응이 신속하고, 품질 우수함
- 한국의 경우 일본과 근거리에 위치하고 있어 납기 일정 및 품질 향상면에서 신뢰성이 있음
- 엔고와 해외 기업들의 품질이 향상됨에 따라 조달국을 한국으로 교체할 계획
- 한국 부품은 풍부한 납품 실적을 갖추고 있고, 품질도 신뢰할 수 있음
- (한국 제품은) 엔고에 따른 가격 메리트가 있고, 타 국가 대비 비교적 근거리로 운송비 절감
- 중소기업 규모의 회사들이 다양한 노력을 전개하고 있으며, 의욕이 높음
- 타 국가 대비 즉각적으로 대응하는 한국 기업에 대해 만족
- 납기를 준수함에 있어서는 기대 이상으로 만족
- 기업의 기술 조화에 적극적으로 대응하며, 회신할 때도 명확한 기준과 근거를 들어 제시
- 기대 이상의 한국 기업의 친절한 대응에 감동
- 부품의 가격 및 품질에 있어서는 큰 메리트가 없음
- 부품의 가격이나 납기의 특별한 문제 없음
- 샘플 대비 양산품의 품질이 기대치 이하인 경우가 적지 않음

한국산 제품 수입 바이어 코멘트

(기계 분야)

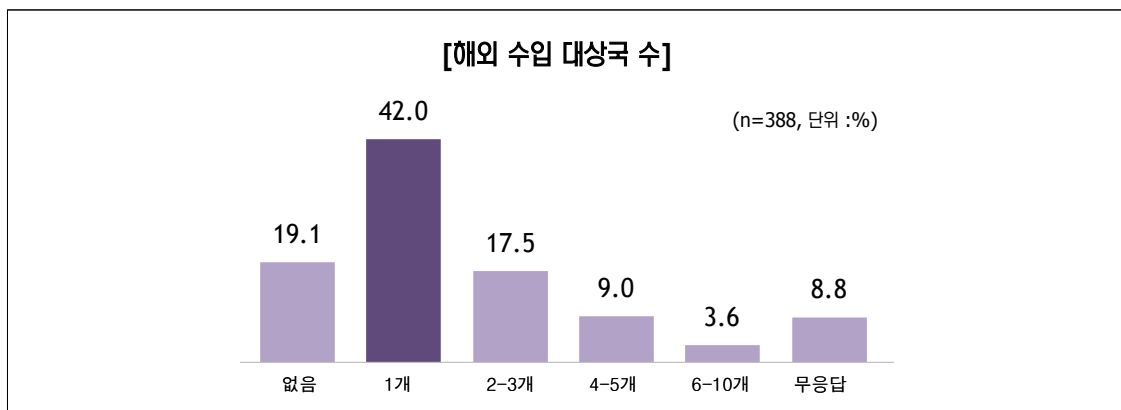
- 신규 거래선 다각화 및 확보에 따라 가격 경쟁력과 품질 수준이 일정 수준 이상인 한국 기업을 새로운 파트너로 최우선 고려
- 엔고에 따른 한국산 제품의 가격 경쟁력이 있어 한국 제품 선호
- 일본 제품의 가격 경쟁력 저하로 인해 일본보다 가격이 저렴한 한국산 제품 조달 결정
- 타 국가 대비 품질에 대한 신뢰도가 높고, 필요 사항 요청 시 신속한 대응이 가능해 한국산 부품 조달
- 과거 긍정적 거래 경험을 감안해 한국산 제품 선택
- 중국 제품 대비 품질이 우수하고, 최근 중국의 위안화 강세로 한국을 대체 구매처로 본격 검토
- 가격이 저렴한 매력이 있음
- 20년 전부터 한국과 거래해 왔으며, 최근에는 품질에 있어서 일본과 동등 또는 그 이상 품질의 제품이 늘고 가격 또한 일본의 80% 수준임
- 성실한 기업 문화를 바탕으로 품질·가격·납기에 일정 수준 이상의 경쟁력 확보
- 기술과 품질면에서 높이 평가
- 일본 대비 품질은 떨어지나 합리적 가격 및 품질 보유
- 해외 조달처에서 생산 공정이나 재료, 기계 등을 교체할 때 미리 통지 않음
- 일본과 한국의 품질 테스트 기준이 서로 달라 일본 최종 제품 구매자들이 만족하지 못하는 경우 있음
- 납품 후 품질 이상 발생 시 신속한 대응 부족

(자동차 분야)

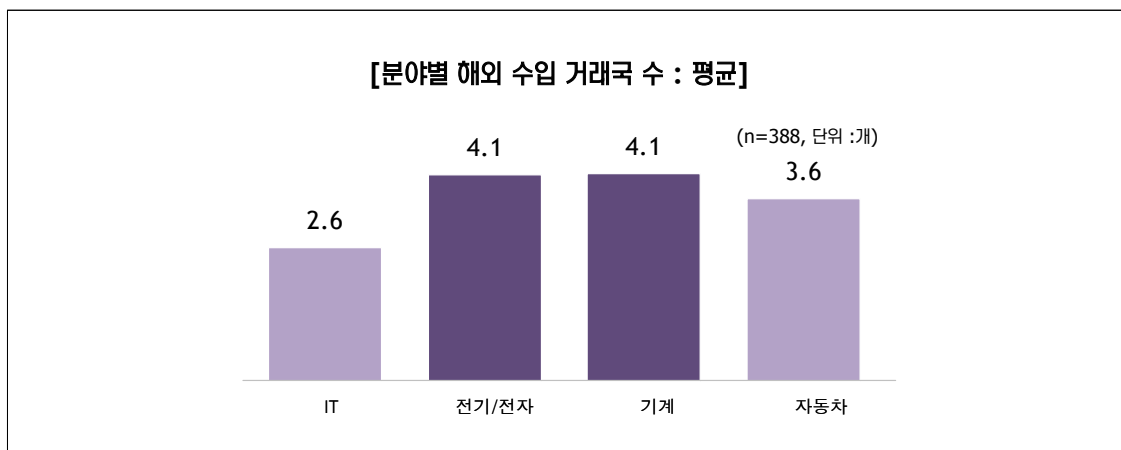
- 1995년 (주)현대자동차와 업무 제휴로 공동 개발·생산한 경험으로 인해 부품의 규격이 일치하는 부분이 많아 적극 검토
- 품질이 좋고 가격 경쟁력이 높음
- 한국의 경우 정부 차원의 수출 지원 기반이 잘 구축되어 있으며, 개별 기업들도 해외 수출 영업에 적극적 대응
- 한국 기업 및 품질에 만족하고 있으며, 글로벌 경쟁력 향상 예상
- 글로벌 시대에 맞추어 다국어 홈페이지 제작 필요
- 기본적인 품질 요소 외 디자인적 측면 보완 필요

□ 해외 수입 대상국 수 '3개 미만' 기업 다수

- 조사 대상 일본 기업들 중 외국으로부터 부품을 수입한 경험이 있는 기업들 (N=388)의 해외 평균 수입 대상국 수는 3.65개이며, 이 중 '1개의 수입 대상국이 있는 기업'은 42.0%이며, '2-3개의 대상국이 있는 기업'은 17.5%, '4-5개의 대상국이 있는 기업'은 9.0%, '6-10개의 대상국이 있는 기업'은 3.6%임. 한편, 해외 수입 대상국이 없는 기업도 19.1%임. 이를 통해 일본 기업은 많은 나라의 수입 대상국을 두기 보다는 소수의 나라와 거래하고 있는 것을 확인할 수 있음

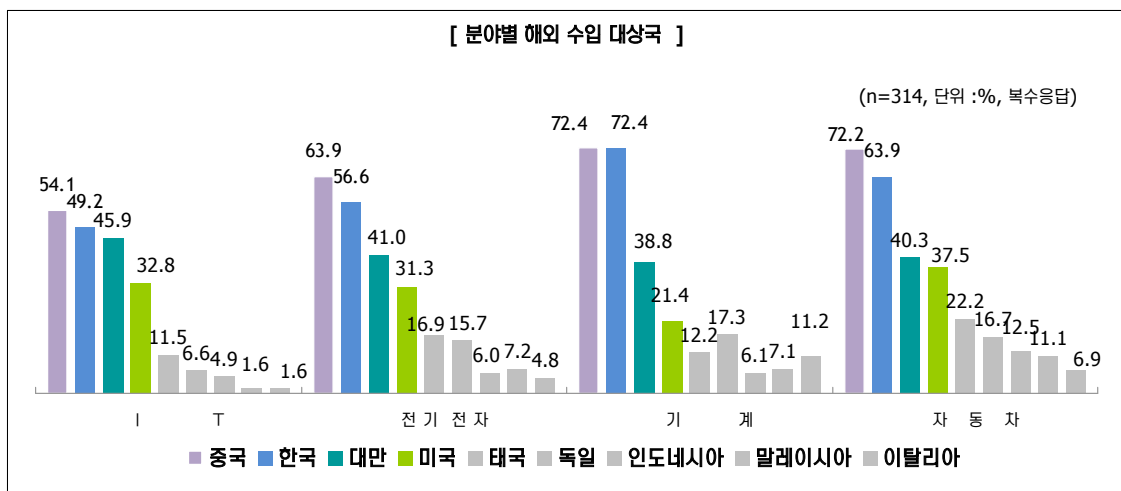
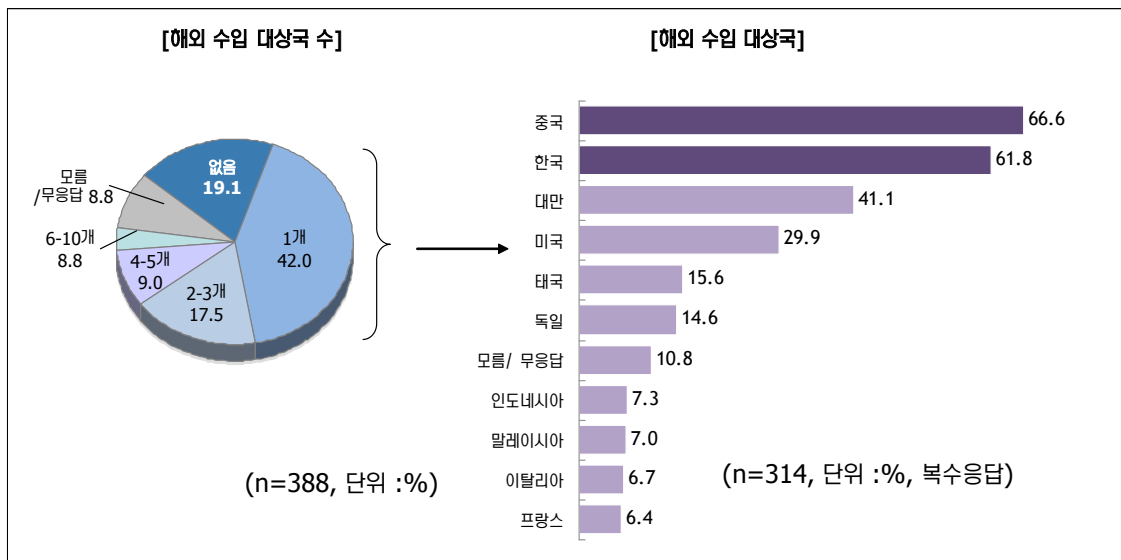


- 평균 해외 수입 대상국 수를 분야별로 살펴보면, 전기/전자와 기계 분야가 평균 4.1개의 해외 수입 대상국을 가지고 있고, 자동차 분야 3.6개, IT 분야 2.6개임. 한편, 수입 대상국 수가 없는 경우는 IT 분야가 33.0%, 자동차 분야 18.2%, 전기/전자 분야 15.3%, 기계 11.7%임



□ 일본의 해외 수입 대상국은 중국, 한국, 대만, 미국 순

- 일본의 기업들 중 해외 수입 대상국이 있는 기업들은(N=314) 중국과 거래를 하고 있는 경우가 66.6%로 가장 높음. 뒤를 이어 한국의 경우 61.8%이며, 대만 41.1%, 미국 29.9%, 태국 15.6%, 독일 14.6% 등의 순임. 2008년 조사 결과에서도 중국이 일본 시장 내에서 수입국이 가장 많은 것으로 나타남



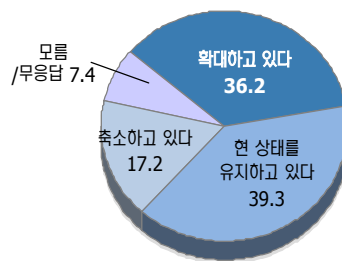
- 분야별로 해외 수입 대상국을 확인한 결과, IT, 전기/전자, 자동차 분야에서는 중국에서 수입하는 기업이 많으나, 기계 분야에서는 중국에서 수입하는 기업과 한국에서 수입하는 기업의 비율이 동일

□ 자동차, 전기/전자 분야 거래 규모 늘고, IT 분야 거래 규모 줄고

- 외국 제품 수입 경험이 있고, 한국 제품에 대한 수입액이 있는 기업들을(N=326) 대상으로 한국 기업과 처음 거래 시와 현재를 비교했을 때, 거래 규모와 금액이 '현 상태를 유지하고 있다'는 의견은 39.3%, '확대하고 있다'는 의견은 36.2%, '축소하고 있다'는 의견은 17.2%임. 한편, 무응답은 7.4%임
- 한국 기업과 거래 규모나 금액을 '확대하고 있다' (36.2%)와 '축소하고 있다' (17.1%)는 기업의 차이는 19.0%P이며, 거래 규모나 금액을 '확대하고 있다'는 긍정적 의견이 높게 나타남

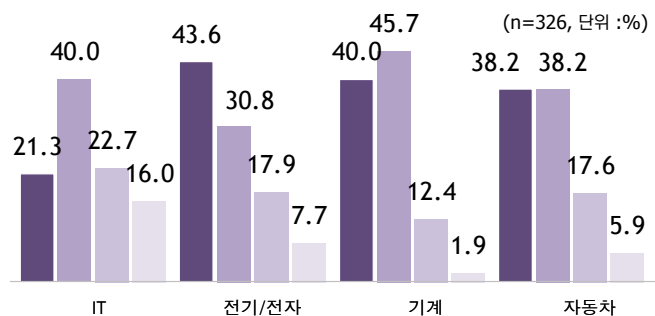
[한국 기업 거래 규모 추이]

(n=326, 단위 :%)



[분야별 한국 기업 거래 규모]

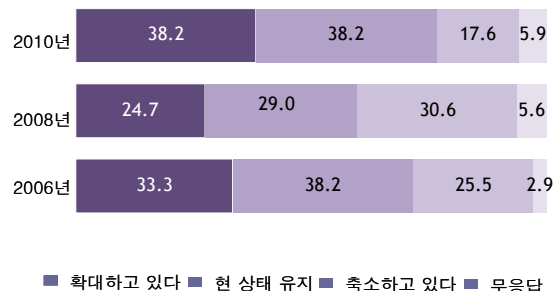
(n=326, 단위 :%)



- 분야별 한국 기업과의 거래 규모와 금액 추이를 살펴보면, '확대하고 있다'는 기업은 전기/전자 분야에서 가장 많았으며, IT분야는 상대적으로 '확대하고 있다'는 기업이 상대적으로 적음

[자동차 분야 연도별 한국 기업 거래 규모 추이]

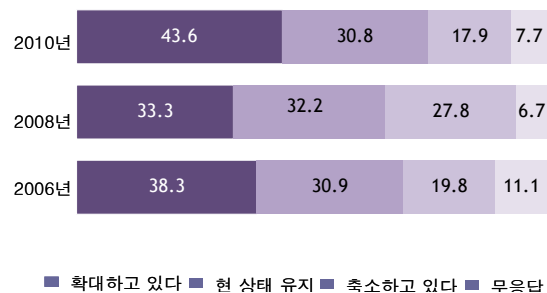
(n=326, 단위 :%)



- 자동차 분야의 연도별 한국 기업과의 거래 규모와 금액 추이를 살펴보면, '확대하고 있다'는 의견은 2006년 33.3% → 2008년 24.7% → 2010년 38.2%, '현 상태를 유지하고 있다' 2006년 38.2% → 2008년 29.0% → 2010년 38.2%, '축소하고 있다' 2006년 25.5% → 2008년 30.6% → 2010년 17.6%임
- 2008년 조사 결과에서는 2006년 대비 '확대하고 있다'는 기업이 다소 감소했으나 2010년 조사 결과에서 다시 증가한 것으로 나타남. 특히, '축소하고 있다'는 기업은 2010년에 적어 자동차 분야에서 한국 기업의 전망이 긍정적으로 평가받고 있는 것으로 확인됨

[전기/전자 분야 연도별 한국 기업 거래 규모 추이]

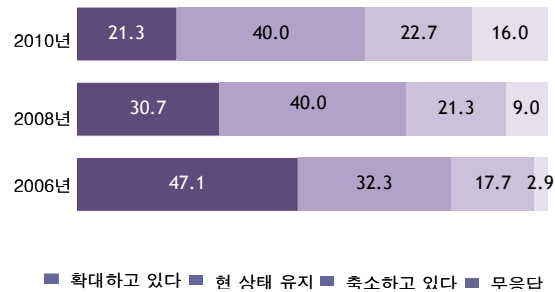
(n=326, 단위 :%)



- 전기/전자 분야의 연도별 한국 기업과의 거래 규모와 금액 추이를 살펴보면, '확대하고 있다'는 의견은 2006년 38.6% → 2008년 33.3% → 2010년 43.6%, '현 상태를 유지하고 있다' 2006년 30.9% → 2008년 32.2% → 2010년 30.8%, '축소하고 있다' 2006년 19.8% → 2008년 27.8% → 2010년 17.6%임
- 전기/전자의 경우 '확대하고 있다'는 기업이 2008년 조사 결과(33.3%) 2010년 (43.6%) 대비 10.3%p 증가했으며, 전기/전자의 경우 전반적으로 자동차 분야 보다 일본에서의 거래 규모 많음

[IT 분야 연도별 한국 기업 거래 규모 추이]

(n=326, 단위 :%)



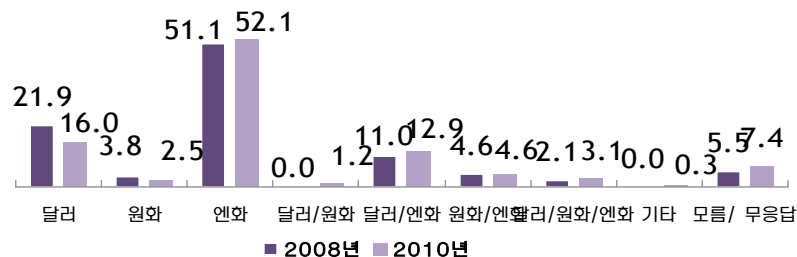
- IT 분야의 연도별 한국 기업과의 거래 규모와 금액 추이를 살펴보면, '확대하고 있다'는 기업은 2006년 47.1% → 2008년 30.7% → 2010년 21.3%, '현 상태를 유지하고 있다' 2006년 32.3% → 2008년 40.0% → 2010년 40.0%, '축소하고 있다' 2006년 17.7% → 2008년 21.3% → 2010년 22.7%임
- IT분야에서 거래 규모를 '확대하고 있다'는 기업은 2006년에 이어 2010년까지 계속 줄어들고 있으며, '현 상태 유지'와 '축소하고 있다'는 기업은 계속 늘고 있음

□ 결제 통화 여전히 엔화 비중 압도적, 원화 유통 미흡

- 일본은 한국과 거래 시 '엔화'를 가장 많이 사용하는 것으로 나타남. 엔화 사용 비율은 2008년 51.1%, 2010년 52.1%이며, '달러' 사용은 2008년 21.9%, 2010년 16.0%, '원화' 사용은 2008년 3.8%, 2010년 2.5%임
- 2008년과 2010년의 조사 결과를 비교 분석하면, 달러와 한화의 사용은 상대적으로 줄고, 엔화의 사용이 상대적으로 늘고 있음

[연도별 한국 제품 수입 시 결제 통화]

(n=326, 단위 :%)



- 일본에서의 한국 제품 수입 시 사용하는 결제 통화를 분야별로 살펴보면, 기계 분야에서는 '엔화'를 사용하는 경우가 상대적으로 많고, 전기/전자 분야에서는 '달러', 자동차 분야에서는 '원화'를 사용하는 경우가 상대적으로 많음

[분야별 한국 제품 수입 시 결제 통화]

(단위 : %)

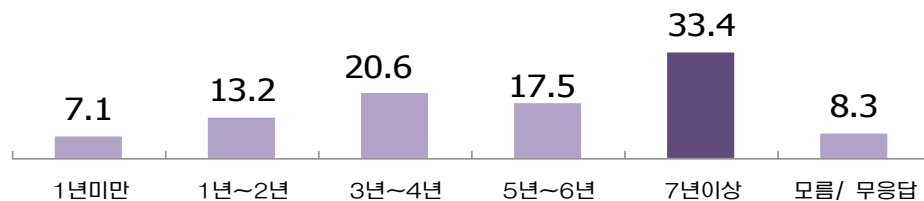
	전체	IT	전기 전자	기 계	자 동 차
달러	16.0	18.7	23.1	4.8	22.1
원화	2.5	1.3	2.6	1.9	4.4
엔화	52.1	49.3	48.7	60.0	47.1
달러/ 원화	1.2	0.0	1.3	2.9	0.0
달러/ 엔화	12.9	10.7	10.3	17.1	11.8
원화/ 엔화	4.6	1.3	6.4	5.7	4.4
달러/원화/엔화	3.1	2.7	3.8	3.8	1.5
기타	0.3	0.0	1.3	0.0	0.0
모름/ 무응답	7.4	16.0	2.6	3.8	8.8

□ 전기/전자, 기계 분야 한국과의 거래 기간 길어

- 한국과 거래 기간을 확인한 결과, '7년 이상' 거래를 한 기업이 33.4%로 가장 높고, 다음으로 '3-4년' 20.6%, '5-6년' 17.5%, '1-2년' 13.2%, '1년 미만' 7.1% 순임

[한국 기업과의 거래 기간]

(n=326, 단위 :%)



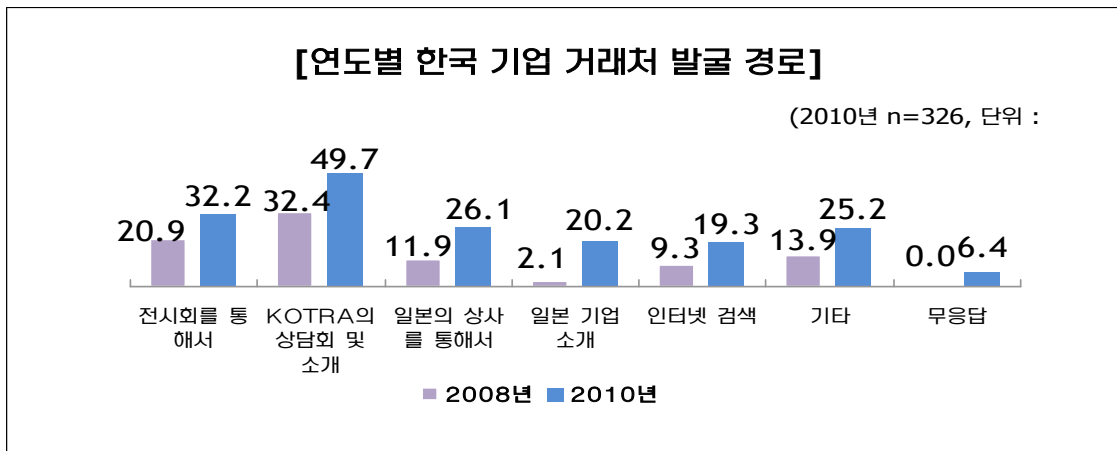
- 한국과의 거래 기간을 분야별로 살펴보면, 전기/전자 분야와 기계 분야에서 한국과의 거래 기간이 상대적으로 길고, IT 분야와 자동차 분야의 경우 거래 기간이 상대적으로 짧은 것으로 나타남

[분야별 한국 기업과의 거래 기간]

(단위 : %)

전 체		1년미만	1년~2년	3년~4년	5년~6년	7년이상	모름/ 무응답
분야별	IT	7.1	13.2	20.6	17.5	33.4	8.3
	전 기 전 자	5.3	18.7	18.7	16.0	25.3	16.0
	기 계	9.0	10.3	21.8	14.1	38.5	6.4
	자 동 차	5.7	14.3	16.2	20.0	41.0	2.9
		8.8	8.8	27.9	19.1	25.0	10.3

□ 거래처 발굴 때엔 전시회와 상담회 적극 활용

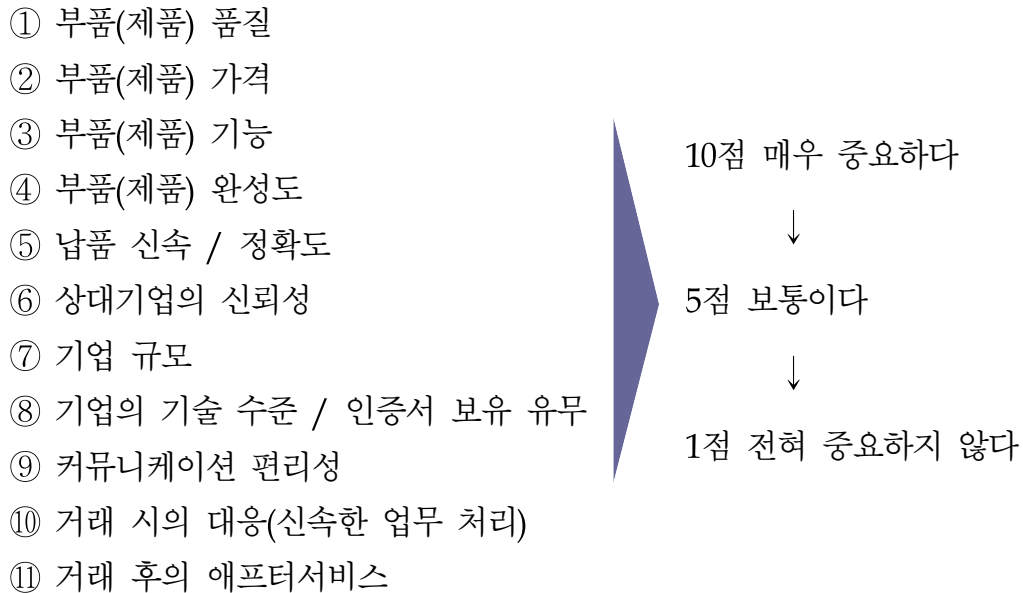


- 일본 기업들은 한국 기업 거래처 발굴을 위해 'KOTRA 상담회 및 소개' (49.7%)를 활용하는 경우가 가장 많은 것으로 나타남. 다음으로 '전시회 등을 통해서' 32.2%, '일본의 상사를 통해서' 26.1%, '일본 기업의 소개' 20.2%, '인터넷' 19.3% 등의 순임

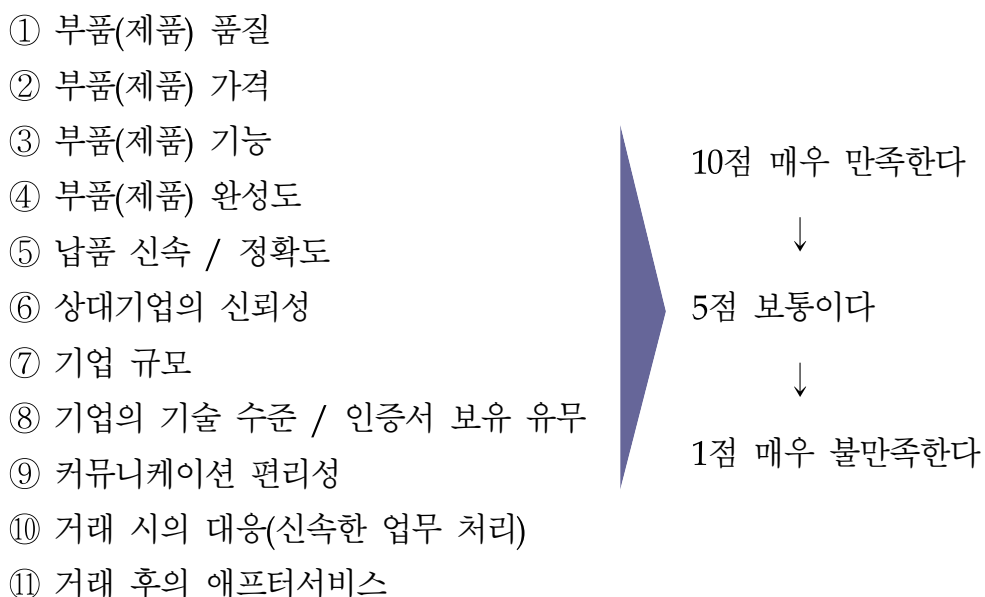
2

수입시 주요 고려 항목 및 한국 제품·기업 만족도

- 일본 기업이 외국으로부터 제품을 수입할 때 가장 중요하게 생각하는 항목을 제품 및 기업 측면에서 11개로 항목을 설정하여 10점 척도로 구성함

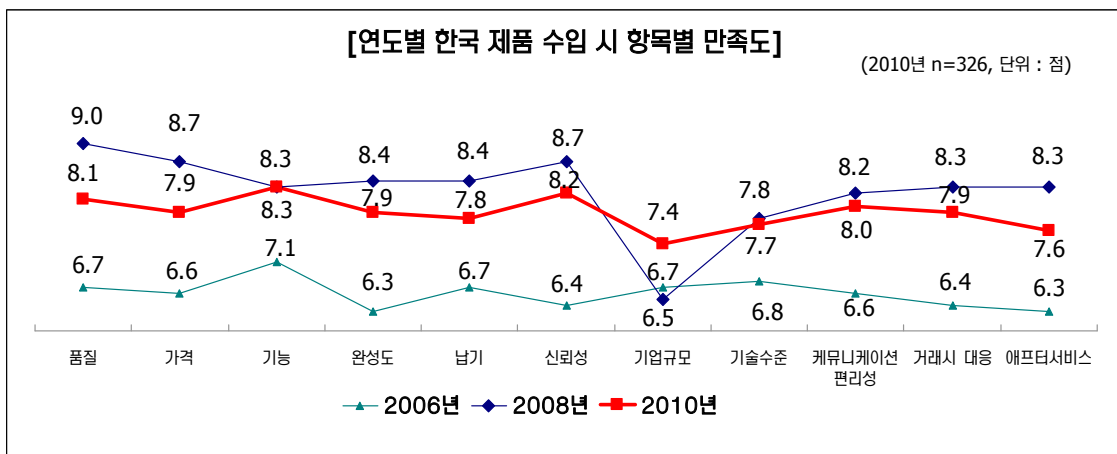


- 11개 항목별 한국 기업에 대한 만족도를 10점 척도로 평가하여 일본의 한국산 부품(제품)과 수입 기업의 기대 부합 정도를 평가



□ 거래규모에 대한 만족도와 중요도 낮음

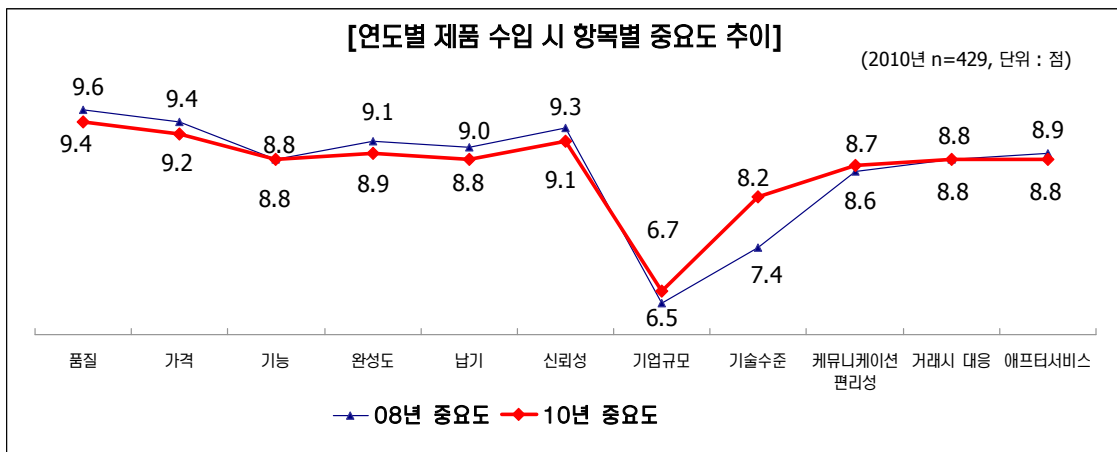
- 한국 제품 수입 시 만족도를 확인한 결과, 2010년 만족도 조사 결과는 2006년 대비 모든 항목에서 높고, 2008년 대비 '기업 규모' 항목에서 높음
- 2010년 만족도 조사 결과를 구체적으로 살펴보면, '부품(제품)의 기능' (8.3점) → '기업의 신뢰성' (8.2점) → '부품(제품)의 품질' (8.1점) → '커뮤니케이션 편리성' (8.0점) → '부품(제품)의 가격', '부품(제품)의 완성도', '거래시 응대' (7.9점) → '납기 신속/정확도' (7.8점), '기업의 기술 수준' (7.7점) → '거래 후의 애프터서비스' (7.6점) → '기업 규모' (7.4점) 순임
- 한국 제품 수입 시 만족도에서 '기업 규모'가 7.4점으로 가장 낮게 나타났지만, 2008년(6.7점) 대비 1.2점 상승

**[연도별 한국 제품 수입 시 항목별 만족도]**

(단위 : 점)

	품질	가격	기능	완성도	납기	신뢰성	기업 규모	기술 수준	커뮤니케이션 편의성	거래시 대응	애프터서 비스
2006년	6.7	6.6	7.1	6.3	6.7	6.4	6.7	6.8	6.6	6.4	6.3
2008년	9.0	8.7	8.3	8.4	8.4	8.7	6.5	7.8	8.2	8.3	8.3
2010년	8.1	7.9	8.3	7.9	7.8	8.2	7.4	7.7	8.0	7.9	7.6

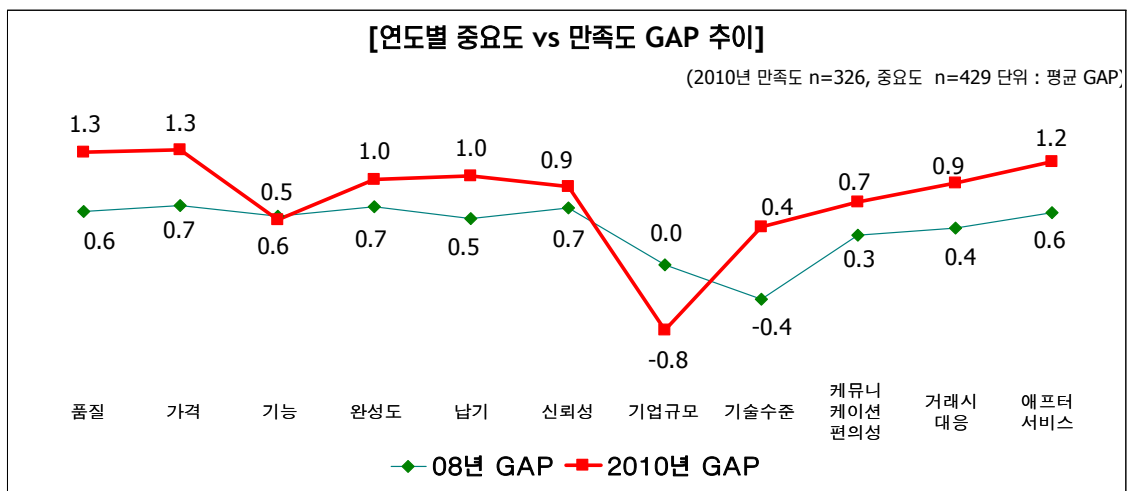
- 일본 기업들 대상으로 외국산 제품 구입 시 중요하게 생각하는 항목은 '부품(제품)의 품질' (9.4점) → '부품(제품)의 가격' (9.2점) → '대기업의 신뢰성' (9.1점) → '부품의 완성도' (8.9점), '부품(제품)의 기능', '납기 신속/정확도', '거래 시 응대', '거래 후의 애프터서비스' (8.8점) → '커뮤니케이션 편리성' (8.7점) → '기업의 기술 수준' (8.2점) → '기업 규모' (6.7점) 순임
- '기술 수준' 항목은 2008년(7.4점) 대비 2010년(8.2점) 0.8점 높게 나타나, 일본 시장에서 기술 수준에 대한 평가를 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타남



[연도별 한국 제품 수입 시 항목별 중요도]

(단위 : 점)

	품질	가격	기능	완성도	납기	신뢰성	기업규모	기술수준	커뮤니케이션 편의성	거래시 대응	애프터서 비스
2008년	9.6	9.4	8.8	9.1	9.0	9.3	6.5	7.4	8.6	8.8	8.9
2010년	9.4	9.2	8.8	8.9	8.8	9.1	6.7	8.2	8.7	8.8	8.8



[연도별 한국 제품 수입 시 항목별 만족도 vs 중요도 vs GAP]

(단위 : 점)

		품질	가격	기능	완성도	납기	신뢰성	기업 규모	기술 수준	커뮤니 케이션 편리성	거래 시 대응	애프터 서비스
중요도	08년	9.6	9.4	8.8	9.1	9.0	9.3	6.5	7.4	8.6	8.8	8.9
	10년	9.4	9.2	8.8	8.9	8.8	9.1	6.7	8.2	8.7	8.8	8.8
만족도	06년	6.7	6.6	7.1	6.3	6.7	6.4	6.7	6.8	6.6	6.4	6.3
	08년	9.0	8.7	8.3	8.4	8.4	8.7	6.5	7.8	8.2	8.3	8.3
	10년	8.1	7.9	8.3	7.9	7.8	8.2	7.4	7.7	8.0	7.9	7.6
GAP	08년	0.6	0.7	0.5	0.7	0.6	0.6	0.0	-0.4	0.4	0.5	0.6
	10년	1.3	1.3	0.5	1.0	1.0	0.9	-0.7	0.5	0.7	0.9	1.2

※ GAP[바이어 기대 불충족도] = 제품 수입 시 중요도 - 한국기업에 대한 만족도

GAP이 높을수록 바이어 기대 불충족도가 높으며, GAP이 낮을수록 바이어 기대 불충족도가 낮음

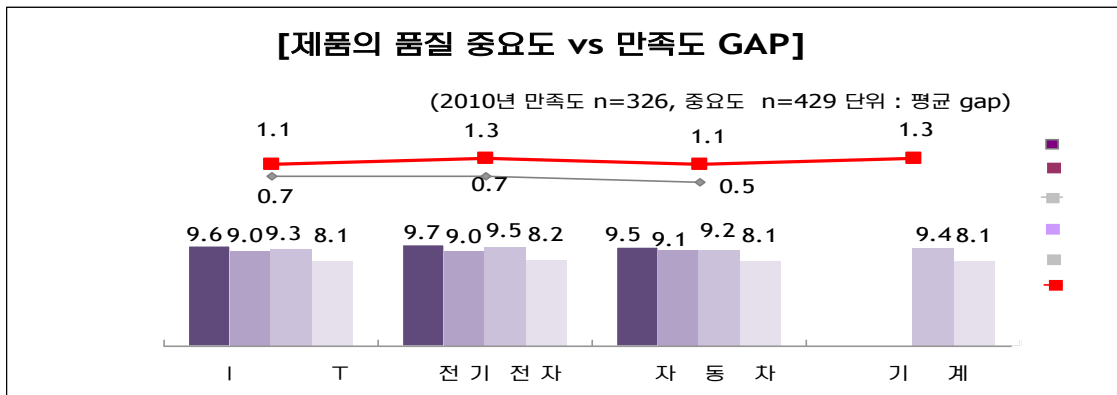
- 한편, 제품 수입시 중요도에서 한국기업에 대한 만족도 점수를 뺀 GAP[바이어 기대 불충족도]를 확인한 결과, '기업 규모'와 '기술 수준'은 2008년도 대비 바이어 기대 불충족도가 가장 큰 폭으로 긍정 평가됨

2-1

산업별·항목별 한국 제품·기업 만족도

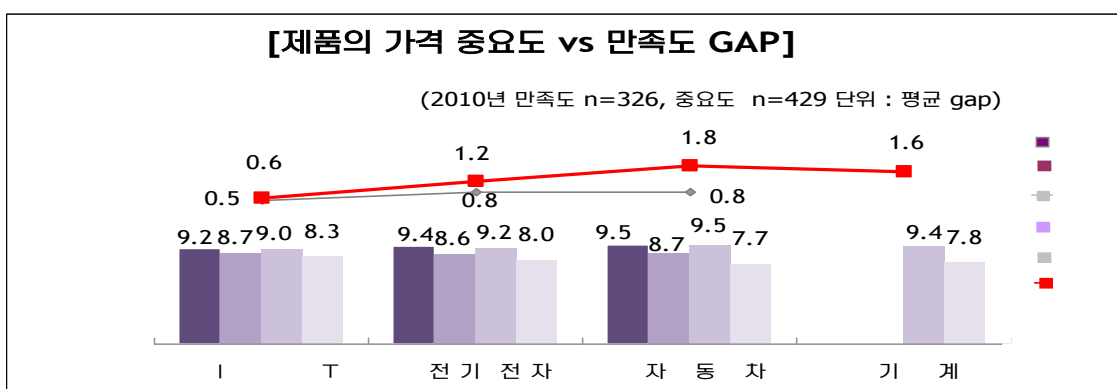
□ 제품의 품질

- 제품의 품질 중요도는 전기/전자(9.5점), 기계(9.4점), IT(9.3점), 자동차(9.2점) 순이며, 만족도는 전기/전자(8.2점), 기계(8.1점), 자동차(8.1점), IT(8.1점) 순임
- 중요도 대비 만족도의 격차[이하 바이어 기대 불충족도]는 IT(1.1점), 전기/전자(1.3점), 기계(1.1점), 자동차(1.3점)로 모든 분야에서 바이어 기대 불충족도가 1점 이상으로 높음



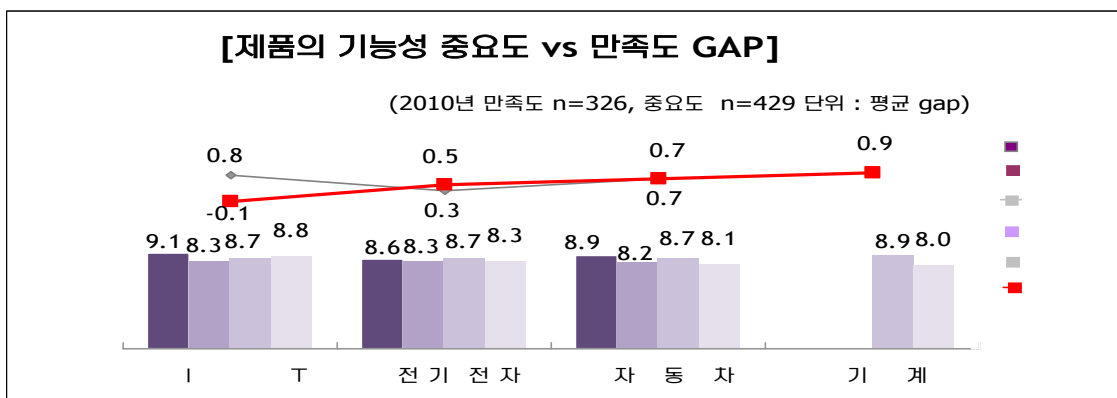
□ 제품의 가격

- 제품의 품질 중요도는 자동차(9.5점), 기계(9.4점), 전기/전자(9.2점), IT(9.0점) 순이며, 만족도는 IT(8.3점), 전기/전자(8.0점), 기계(7.8점), 자동차(7.7점) 순임
- 바이어 기대 불충족도는 자동차 분야에서 1.8점으로 가장 높음



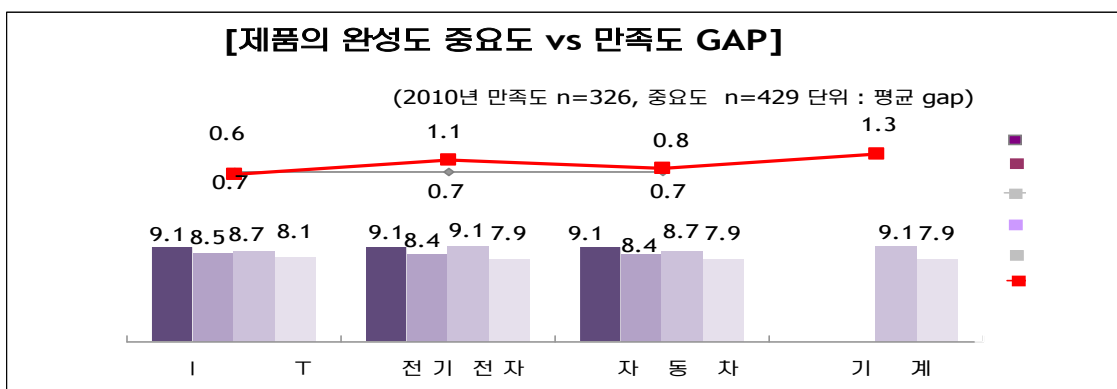
□ 제품의 기능성

- 제품의 기능성에 대한 중요도는 모든 분야가 8점대로 IT와 전기/전자, 자동차 분야 모두 8.7점이며, 기계 분야는 8.9점임
- 제품의 기능성에 대한 만족도는 IT분야가 8.8점으로 가장 높고, 전기/전자 8.3점, 자동차 8.1점, 기계 8.0점 순임
- 중요도의 경우 다른 평가 항목 대비 높지 않아, 바이어 기대 불충족도가 상대적으로 낮은 반면, IT분야의 경우 바이어 기대 불충족도가 가장 낮음



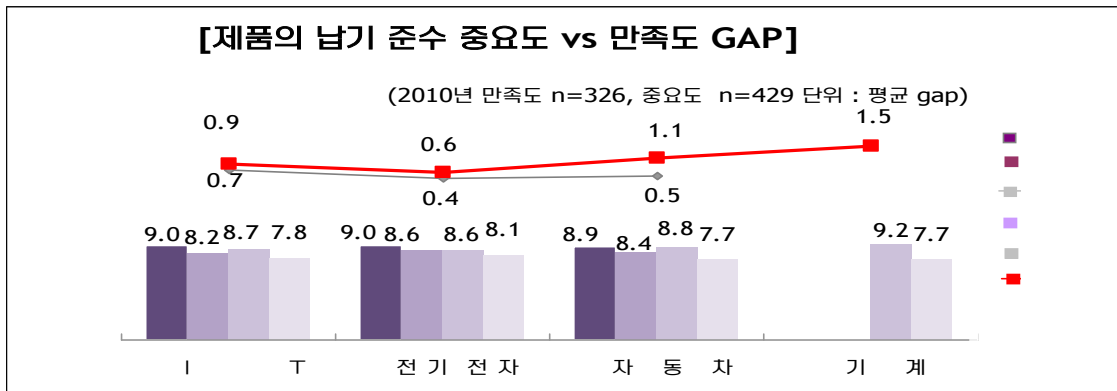
□ 제품의 완성도

- 제품 완성도의 경우 전기/전자와 기계 분야에서 각 9.1점으로 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, IT와 자동차 8.7점 순임
- 한편, 만족도의 경우는 IT 분야 8.1점이며, 전기/전자, 기계, 자동차 모두 7.9점임



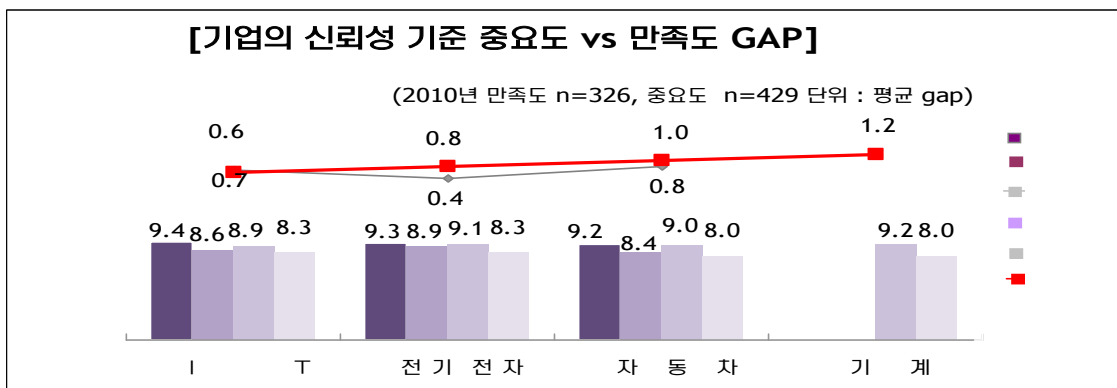
□ 제품의 납기 준수

- 제품 납기 준수의 경우 기계 분야 9.2점으로 중요도가 가장 높고, 자동차 분야에서 8.8점, IT 8.7점, 전기/전자 8.6점 순으로 나타남
- 한편, 만족도의 경우는 전기/전자 분야가 8.1점으로 가장 높고, 다음으로 IT 분야 7.8점, 기계와 자동차 분야 각 7.7점 순임



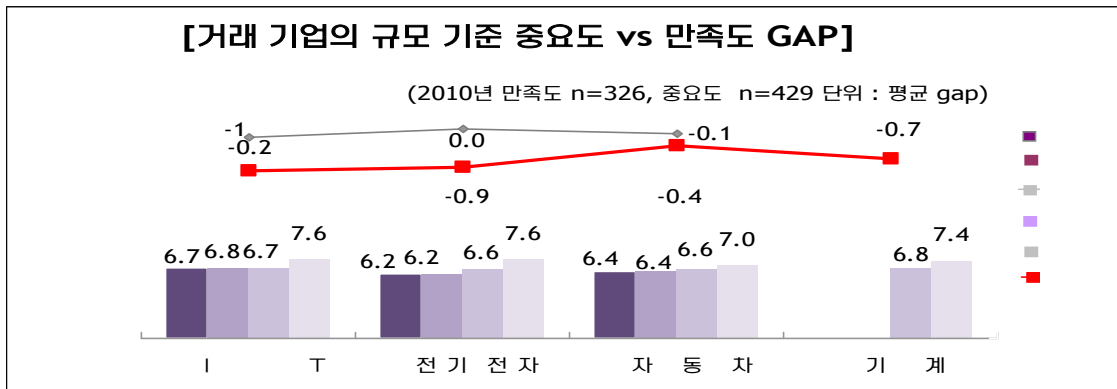
□ 기업의 신뢰성

- 기업의 신뢰성 항목 또한 중요하다는 의견이 9점 이상으로 평가받아 중요도가 높은 것으로 확인됨. 분야별 중요도 평가 순위는 기계 분야가 9.2점, 전기/전자 9.1점, 자동차 9.0점, IT 8.3점임. 만족도는 IT와 전기/전자가 각 8.3점임
- 바이어 기대 불충족도는 기계 분야 1.2점과 자동차 분야 1.0점으로 상대적으로 높게 나타남



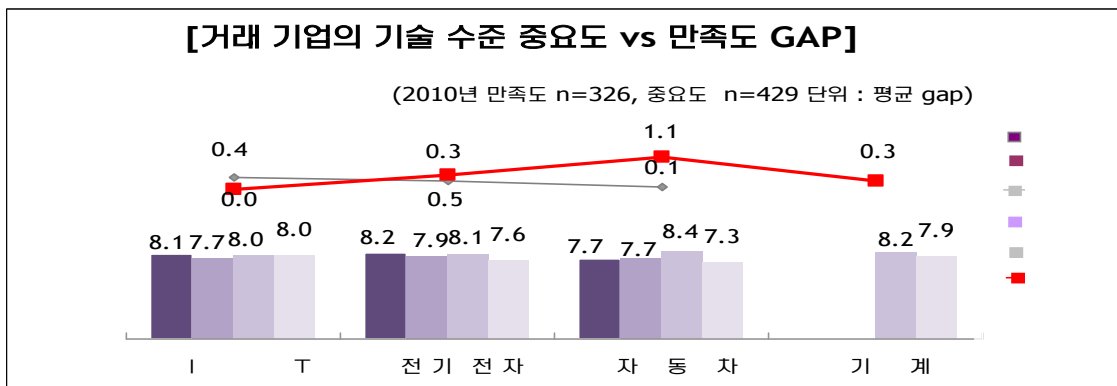
□ 거래 기업의 규모

- 일본 기업들은 거래 기업 규모 항목에 대해서는 중요도를 상대적으로 낮게 평가함. 기업 규모에 대한 평가는 2006년과 2008년 결과에서도 중요도가 낮게 평가됨
- 바이어 기대 불충족도의 경우 타 항목 대비 상대적으로 낮음



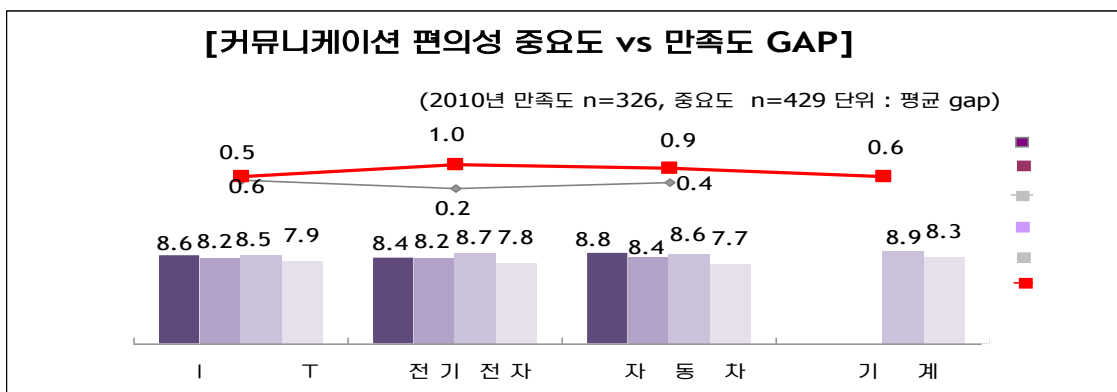
□ 거래 기업의 기술 수준

- 수입 시 거래 기업의 기술 수준의 중요도는 자동차 분야가 8.4점으로 가장 높고, 다음으로 기계 분야 8.2점, 전기/전자 8.1점, IT 8.0점 순임
- 만족도는 IT 분야 8.0점, 기계 7.9점, 전기/전자 7.6점, 자동차 7.3점 순임
- 한편, 바이어 대비 불충족도는 전지 전자 분야가 0.3점으로 가장 낮고, 자동차 분야가 1.1점으로 가장 높음



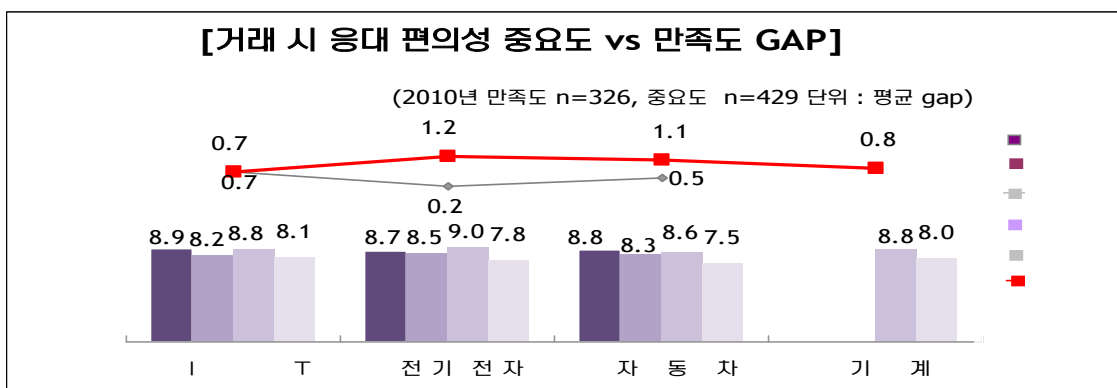
□ 커뮤니케이션 편의성

- 거래 기업과의 커뮤니케이션 편의성에 대한 중요도를 확인한 결과, 기계 8.9점, 전자/전기 8.7점, 자동차 8.6점, IT 8.5점 순임
- 바이어 기대 불충족도는 전기/전자 분야가 1.0점으로 가장 높고, 자동차 분야 0.9점, 기계와 IT 분야 각 0.6점 순임



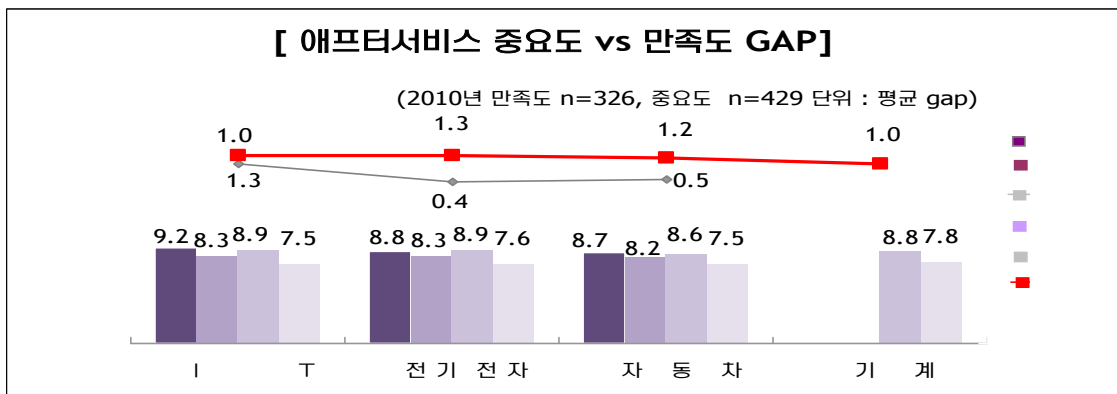
□ 거래 시 응대 편의성

- 거래 응대 편의성에서 중요도는 전기/전자 9.0점, IT 8.8점, 기계 8.8점, 자동차 8.6점 순임
- 한국 기업에 대한 만족도는 IT 8.1점과 기계 8.0점, 전기/전자 7.8점, 자동차 7.5점 순임

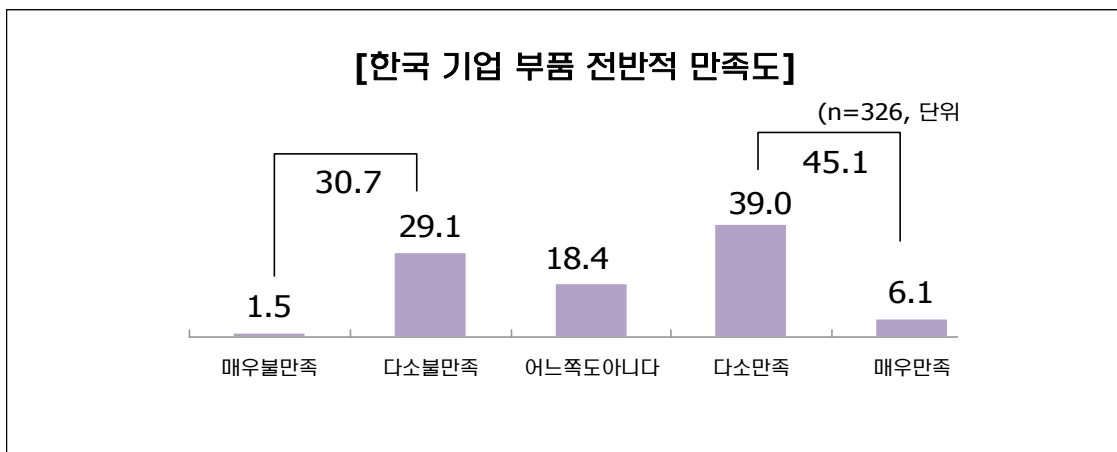


□ 애프터서비스

- 애프터서비스의 경우 IT와 전기 전자 분야가 각 8.9점이며, 기계 8.8점, 자동차 8.6점 순으로 중요도가 평가됨
- 애프터서비스에 대한 만족도는 기계 7.8점, 전기/전자 7.6점, IT 7.5점, 자동차 7.5점 순임



□ 한국 기업 부품, 전반적으로 만족



- 한국 기업 부품에 대한 전반적 만족도를 확인한 결과, '만족한다'는 의견이 45.1%(다소 만족 : 39.0% + 매우 만족 : 6.1%)인 반면, '불만족한다'는 의견이 30.7%(다소 불만족 : 29.1% + 매우 불만족 : 1.5%), '어느 쪽도 아니다'는 의견이 18.4%인 것으로 나타남. 한편, 만족한다(다소 + 매우)는 의견이 불만족한다(다소 + 매우) 의견보다 14.4%p 높음

- 한국 기업 제품에 대한 전반적 만족도를 분야별로 살펴보면, 기계 분야의 경우 '만족한다'는 의견이 상대적으로 높고, IT분야는 만족한다는 의견 이하의 '어느 쪽도 아니다'와 '불만족' 의견이 상대적으로 높음

(단위 : %)

전 체		사례수	불만족 (매우+다소)	어느 쪽도 아니다	만족 (다소+매우)	모름/ 무응답	평균
		(326)	30.7	18.4	45.1	5.8	3.2점
분야별	I T	(75)	37.3	20.0	30.7	12.0	2.9점
	전 기 전자	(78)	30.8	19.2	47.4	2.6	3.3점
	기 계	(105)	26.7	14.3	56.2	2.9	3.4점
	자 동 차	(68)	29.4	22.1	41.2	7.4	3.2점

3

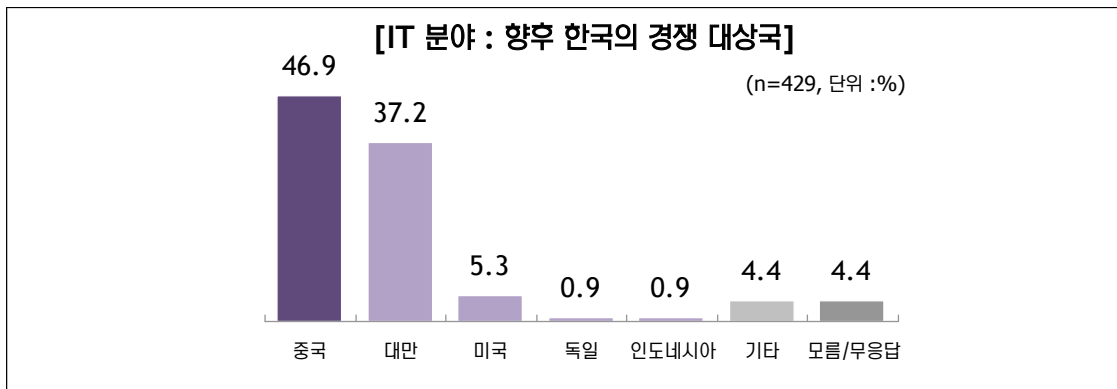
향후 한국의 경쟁 대상국

- 일본 기업들의 주요 수입국을 확인한 결과, IT분야, 전기/전자 분야, 기계 분야, 자동차 분야 모두에서 중국이 1위이며, 대만과 미국이 각각 2위와 3위를 차지함
- 일본에서 한국과의 최대 경쟁 대상국을 확인한 결과, 중국이 모든 분야에서 1위를 차지하고, 자동차 분야에서는 미국이 2위임
- 2008년 조사 결과에서 향후 한국과의 경쟁 대상국으로 태국이 모두 3위를 차지했으나, 2010년 조사 결과에서는 IT 분야에서는 미국 3위, 전기/전자 분야 홍콩이 3위, 기계 분야 홍콩, 인도네시아, 말레이시아가 3위, 자동차 분야 대만 3위임

구분	일본 내 주요 수입국 (한국 제외)				한국과의 향후 경쟁 대상국		
	1위	2위	3위		1위	2위	3위
IT	중국 (54.1%)	대만 (45.9%)	미국 (32.8%)		중국 (46.9%)	대만 (37.2%)	미국 (5.3%)
전기/전자	중국 (63.9%)	대만 (41.0 %)	미국 (31.3 %)		중국 (64.1%)	대만 (21.4%)	홍콩 (1.9%)
기계	중국 (72.4%)	대만 (38.8 %)	미국 (21.4%)		중국 (66.4%)	대만 (17.2 %)	홍콩, 인도네시아, 말레이시아 (0.9%)
자동차	중국 (72.2%)	대만 (40.3 %)	미국 (37.5%)		중국 (64.9%)	미국 (16.5%)	대만 (2.1%)

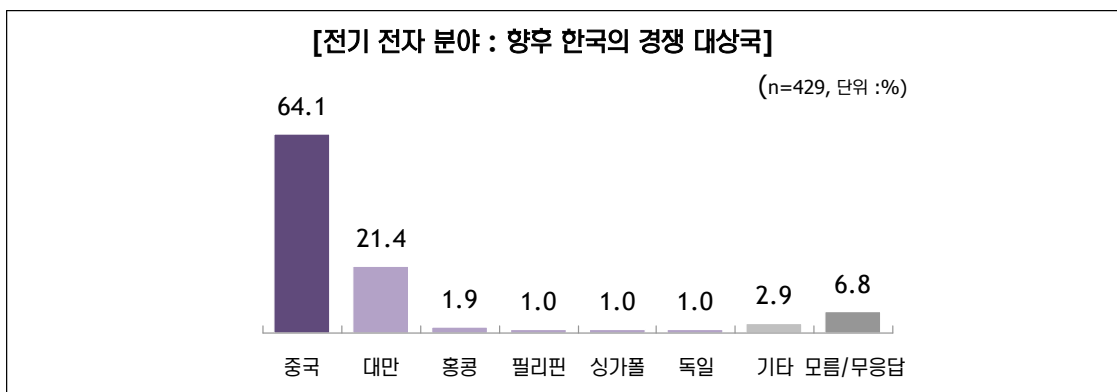
□ IT 분야

- IT 분야에서 향후 한국과의 최대 경쟁 대상국을 확인한 결과, 46.9%가 중국이라고 응답[2008년 46.9%와 동일한 수준]. 대만의 경우 37.2%로 [2006년 26.2%, 2008년 31.0%] 2위를 차지
- 중국을 선택한 이유로는 ‘가격이 저렴해서’, ‘품질 및 기술이 향상되고 있어서’, ‘거리가 가까워서’, ‘앞으로 발전 가능성이 있어서’라고 응답



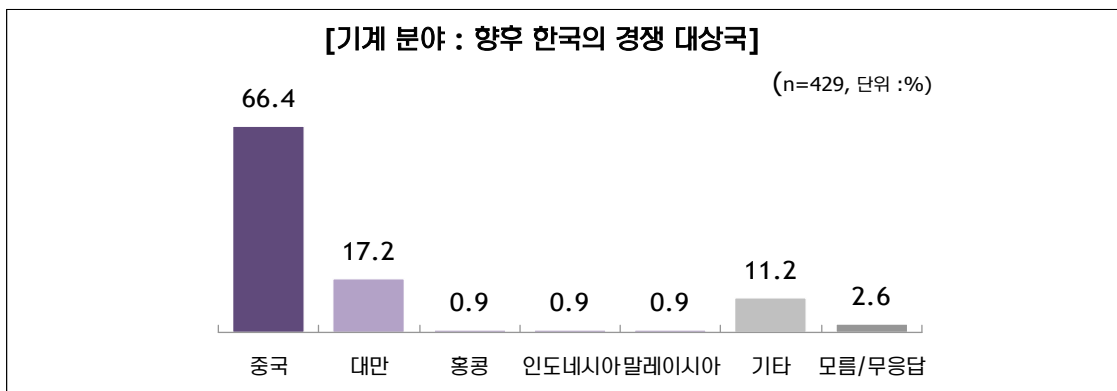
□ 전기/전자 분야

- 전기/전자 분야에서 향후 한국과의 최대 경쟁 대상국을 확인한 결과, 64.1%가 중국이라고 응답함. 대만이 21.4%로 2위. 대만은 2008년 17.4% 대비 소폭 상승
- 대만을 선택한 이유로는, 중국과 비슷하게 '가격이 저렴해서', '품질이 향상되고 있어서', '제품이 많아서', '거리가 가까워서', '기술 수준이 비슷해서'라는 점을 들고 있음



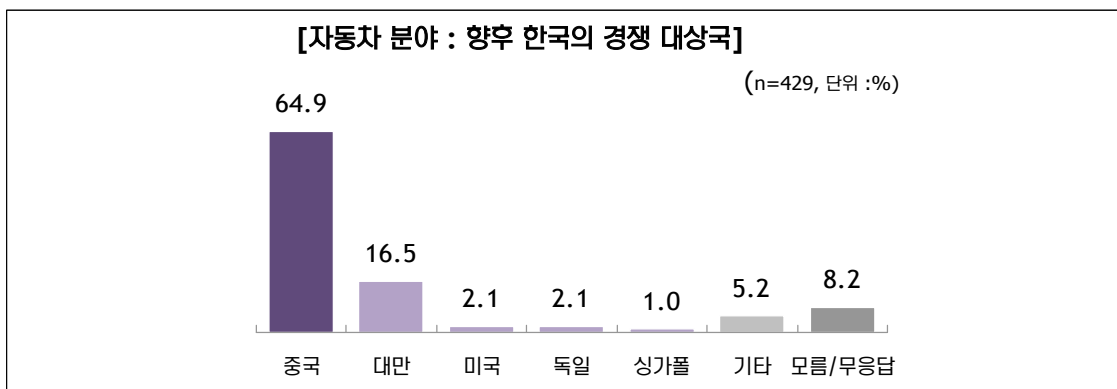
□ 기계 분야

- 기계 분야에서 향후 한국과의 최대 경쟁 대상국을 확인한 결과, 중국이 66.4% 가장 높게 나타남. 그 뒤를 이어 대만이 17.2%, 홍콩, 인도네시아, 말레이시아 0.9%를 차지. 기계 분야의 경우, 중국을 한국의 최대 경쟁 대상국이라는 응답한 결과가 가장 높음
- 중국을 선택한 이유를 보면, '가격이 저렴해서', '품질 및 기술이 향상되고 있어서', '앞으로 발전 가능성이 있기 때문에'라고 응답함



□ 자동차 분야

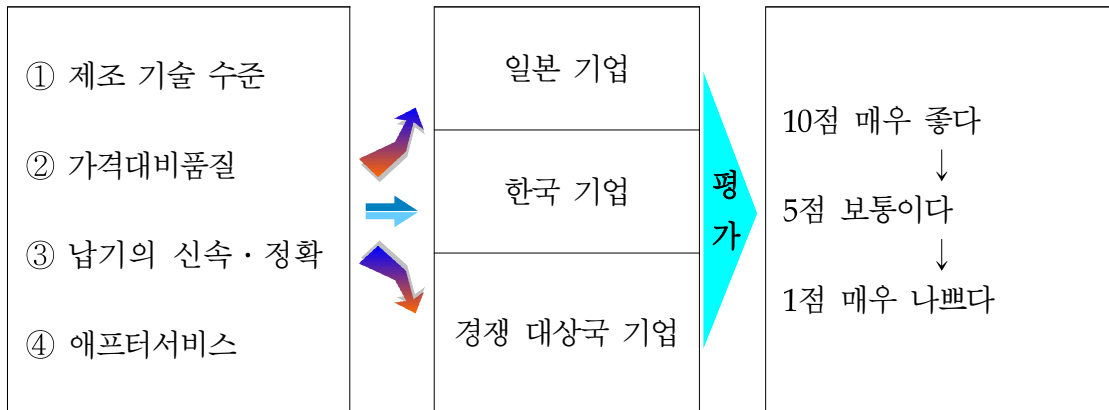
- 자동차 분야에서 향후 한국과의 최대 경쟁 대상국을 확인한 결과, 중국 64.9%로 2008년 50.0% 대비 14.9%p 상승함
- 중국을 선택한 이유를 보면, '가격이 저렴해서', '거리가 가까워서', '앞으로 발전 가능성이 있기 때문에'라고 응답함



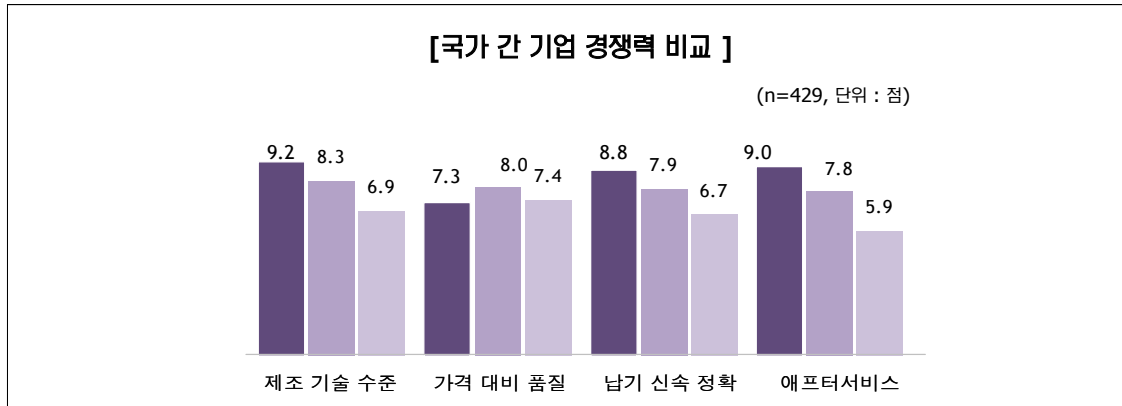
4

한국·일본·경쟁국 기업의 경쟁 동향

- 일본과 한국 그리고 경쟁국 기업 간의 [제조기술 수준], [가격대비품질], [납기의 신속·정확], [애프터서비스] 항목을 10점 척도로 비교 분석함



- 분야별 측정값 수렴정도, 상호간 격차 등을 분석하여 한국 제품과 기업이 일본 시장에서의 경쟁력을 강화하기 위한 시사점 도출
 - 분야별로 보면, [가격대비품질] 항목에 대해서는 일본과 한국 그리고 경쟁 대상국 기업간 7-8점대로 거의 비슷한 수준으로 나타났으나, 나머지 3항목인 [제조기술 수준], [납기의 신속·정확성], [애프터서비스]는 각국 기업간 확연한 차이를 드러냄
 - 일본 기업들은 [가격대비품질]을 제외한 나머지 항목에서 8-9점대에 가까운 우수한 평가를 받음
 - 한국 기업은 [가격대비품질]에서 일본과 경쟁 국가들보다 경쟁력이 있는 것으로 나타남



[국가 간 기업 경쟁력 비교]

(단위 : 점)

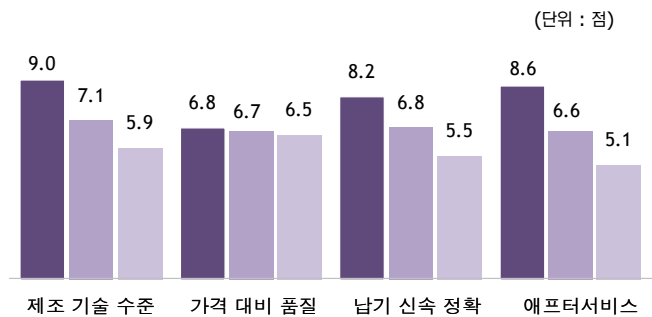
	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.2	7.3	8.8	9.0
한국 기업	8.3	8.0	7.9	7.8
경쟁 대상국 기업	6.9	7.4	6.7	5.9



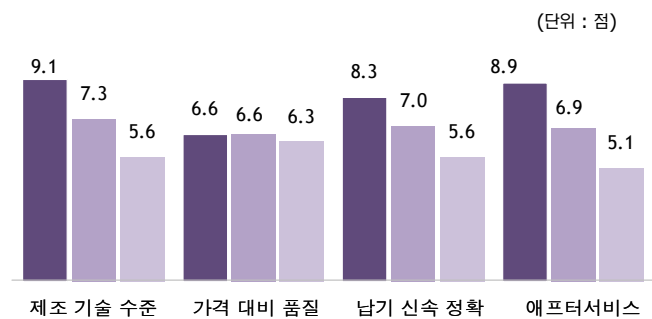
□ 애프터서비스 철저, 제조기술 수준 향상, 납기준수 강화 우선의 경쟁력 배양 전략 필요

- 한국 기업은 '가격대비품질'면에서 일본 기업 대비 경쟁력 있음
한국 기업의 경우 4개 평가 항목 중 '애프터서비스'가 일본 기업 대비 경쟁력 열악

[2006년 국가 간 기업 경쟁력 비교]



[2008년 국가 간 기업 경쟁력 비교]



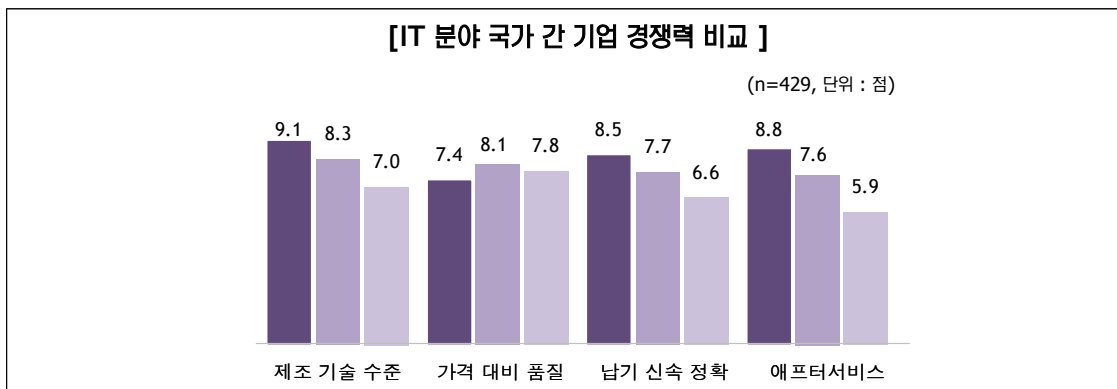
□ 2010년 한국 기업은 기술수준, 가격 대비 품질, 납기 신속·정확, 애프터서비스 평가 소폭 향상

- 08년 조사 결과와 비교하면, '기술수준(7.3점→8.3점)', '가격 대비 품질(6.6점→8.0점)', '납기 신속 정확(7.0점→7.9점)', '애프터서비스(6.9점→7.8점)', 4개 항목에서 미세하지만 경쟁력 향상

☞ 한국 기업의 경쟁력은 2006년과 2008년에 이어 2010년까지 계속 소폭 상승 하나 여전히 [제조 기술 수준], [납기 신속 정확], [애프터 서비스] 항목에서 일본 기업과 비교해 다소 격차를 보이는 항목이 있음

□ IT 분야 - 애프터서비스 우선적 개선 필요

- IT 분야에서 일본과 한국 그리고 경쟁 대상국의 경쟁력을 비교 분석한 결과, 대부분의 영역에서 일본-한국-경쟁 대상국 순으로 나타남.
‘제조 기술 수준’, ‘납기의 신속·정확’, ‘애프터서비스’ 항목은 3국간의 격차가 컸으나 ‘가격대비품질’ 항목은 각국간 격차가 다소 낮음



[IT 분야 국가 간 기업 경쟁력 비교]

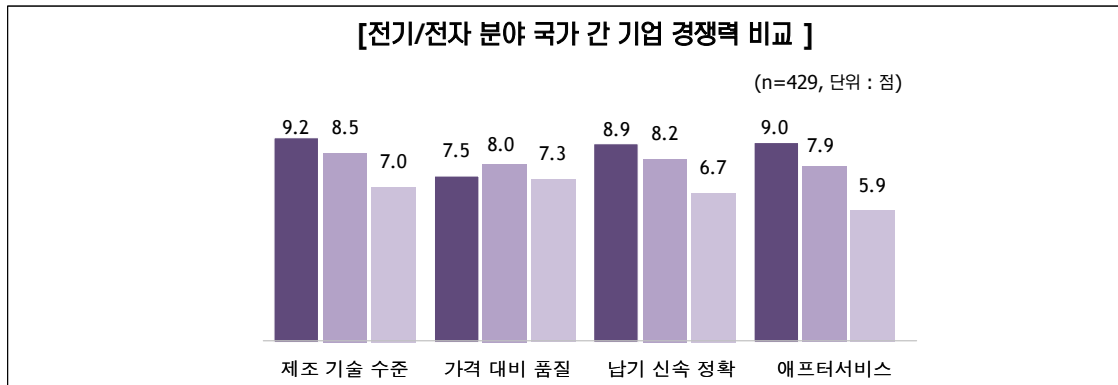
(단위 : 점)

	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.1	7.4	8.5	8.8
한국 기업	8.3	8.1	7.7	7.6
경쟁 대상국 기업	7.0	7.8	6.6	5.9

- 일본과 한국 기업과의 격차를 항목별로 살펴보면, ‘애프터서비스(1.2점)’, ‘제조 기술 수준(0.8점)’, ‘납기의 신속·정확(0.7점)’, ‘가격 대비 품질(-0.7점)’ 순으로 격차를 보이고 있음. 애프터서비스의 경우 일본과 가장 큰 격차를 보이고 있으므로 한국 기업이 우선적으로 개선해야 함
- 한편, 일본 기업은 ‘제조기술 수준’, ‘납기 신속·정확’, ‘제조기술 수준’ 세 항목에서는 한국 기업을 상회하는 평가를 얻었으나, ‘가격 대비 품질’ 항목만은 한국 기업이 일본 기업을 상회하는 평가를 받아 IT업계에서 한국은 가격 대비 품질의 우수성을 인정받고 있다고 판단됨

□ 전기/전자 분야 - 애프터서비스, 신속·정확한 납기의 우선적 개선 필요

- 전기/전자 분야의 경우도 IT분야와 마찬가지로 일본-한국-경쟁 대상국 순으로 나타남. '제조 기술 수준', '납기의 신속·정확', '애프터서비스' 항목은 3국간의 격차가 크게 나타났으나, '가격대비품질' 항목은 각국 기업간 격차를 크게 보이지 않음



[전기/전자 분야 국가 간 기업 경쟁력 비교]

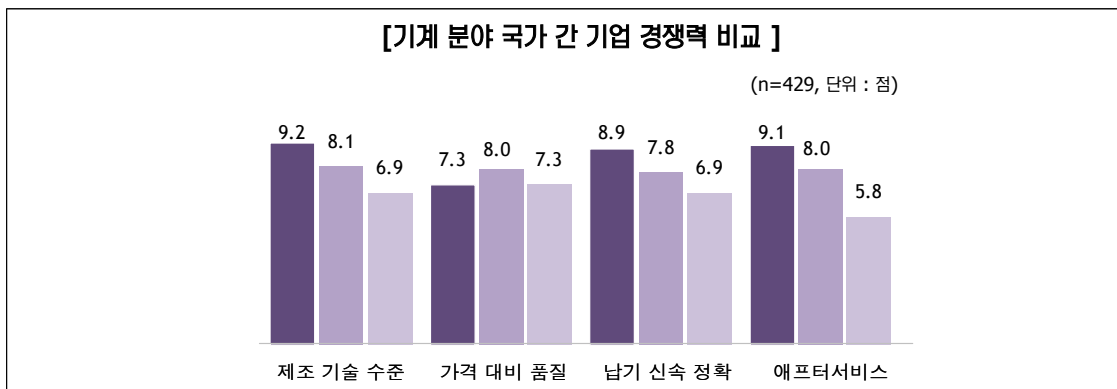
(단위 : 점)

	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.2	7.5	8.9	9.0
한국 기업	8.5	8.0	8.2	7.9
경쟁 대상국 기업	7.0	7.3	6.7	5.9

- 일본과 한국 기업간의 격차를 항목별로 살펴보면, '애프터서비스(1.1점)', '제조 기술 수준(0.7점)', '납기의 신속·정확(0.7점)', '가격 대비 품질(0.5점)' 순으로 격차를 보이고 있음
- 애프터서비스의 경우도 IT분야와 비슷하게 일본 기업과 다소 큰 격차를 보이고 있으므로 한국 기업이 우선적으로 개선해야 할 것으로 확인됨
- 한편, 일본 기업은 '제조기술 수준', '납기 신속·정확', '제조기술 수준' 세 항목에서는 한국 기업을 상회하는 평가를 얻었으나, '가격 대비 품질' 항목만은 일본 기업과 한국 기업의 차이가 0.5점으로 크지 않음
- 이는 최근 전 세계 전기/전자업체의 기술·품질표준화와 선진국들의 생산 공장 이전으로 인한 중국 및 동남아시아 지역 국가의 품질이 향상된 것에 기인하는 것으로 판단

□ 기계 분야 - 가격 대비 품질 우수

- 기계 분야의 경우도 IT분야와 전기/전자 분야와 마찬가지로 일본-한국-경쟁 대상국 순으로 나타남. '제조 기술 수준', '납기의 신속·정확', '애프터서비스' 항목은 3국간의 격차가 크게 나타났으나, '가격대비품질' 항목은 각국 기업간 격차를 크게 보이고 있지 않음

**[기계 분야 국가 간 기업 경쟁력 비교]**

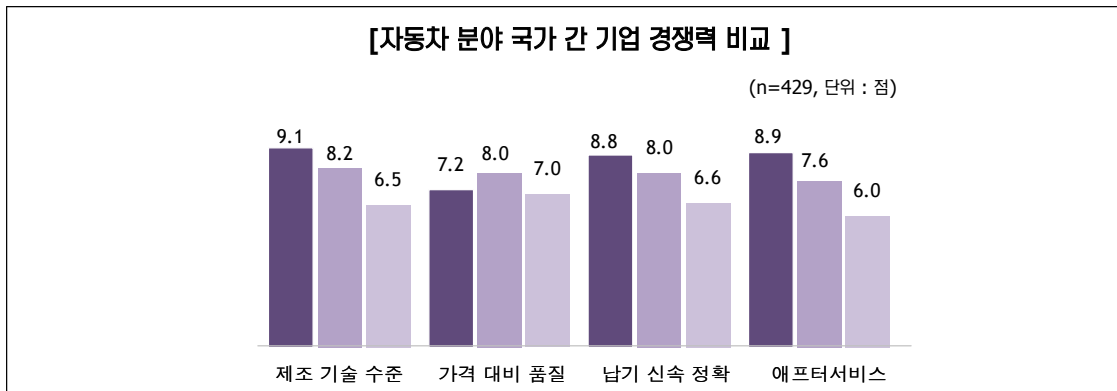
(단위 : 점)

	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.2	7.3	8.9	9.1
한국 기업	8.1	8.0	7.8	8.0
경쟁 대상국 기업	6.9	7.3	6.9	5.8

- 일본과 한국 기업과의 격차를 항목별로 살펴보면, '애프터서비스(1.1점)', '납기 신속 정확(1.1점)', '제조 기술 수준(1.1점)', '가격 대비 품질(-0.7점)' 순으로 격차를 보임
- 애프터서비스의 경우도 타 분야와 마찬가지로 일본 기업과 한국 기업의 격차가 가장 큰 것으로 나타나 향후 시급한 개선과제로 분류됨
- 한편, 일본 기업이 '제조기술 수준', '납기 신속·정확', '제조기술 수준' 세 항목에서는 한국 기업을 상회하는 평가를 얻었으나, '가격 대비 품질' 항목은 한국 기업이 일본 기업 대비 0.7점 높음

□ 자동차 분야 - 애프터서비스, 신속·정확한 납기의 우선적 개선 필요

- 자동차 분야의 경우도 타 분야와 마찬가지로 일본-한국-경쟁 대상국 순으로 나타남. '제조 기술 수준', '납기의 신속·정확', '애프터서비스' 항목은 3국간의 격차가 크게 나타났으나, '가격대비품질' 항목은 각국 기업간 큰 격차를 보이지 않음



[자동차 분야 국가 간 기업 경쟁력 비교]

(단위 : 점)

	제조 기술 수준	가격 대비 품질	납기 신속 정확	애프터서비스
일본 기업	9.1	7.2	8.8	8.9
한국 기업	8.2	8.0	8.0	7.6
경쟁 대상국 기업	6.5	7.0	6.6	6.0

- 일본과 한국 기업과의 격차를 항목별로 살펴보면, '애프터서비스(1.3점)', '제조 기술 수준(0.9점)', '납기 신속 정확(0.8점)', '가격 대비 품질(-0.8점)' 순으로 격차를 보이고 있음
- 애프터서비스와 제조기술 수준의 경우도 일본 기업과 한국 기업의 격차가 가장 큰 것으로 나타나 향후 시급한 개선과제로 분류됨
- 한편, 일본 기업이 '제조기술 수준', '납기 신속·정확', '애프터서비스' 세 항목에서는 한국 기업을 상회하는 평가를 얻었으나, '가격 대비 품질' 항목은 한국 기업이 일본 기업 보다 차이가 0.8점 높음

5

한국 제품·기업의 개선 필요 분야

- 향후 거래 활성화를 위해서 한국 제품 및 기업이 개선/노력을 기울여야 하는 분야 10개 항목을 설정하여 10점 척도로 평가

- ① 품질개선 노력
- ② 신제품개발 노력
- ③ 코스트다운 노력
- ④ 주문 후 납기까지 신속·정확성
- ⑤ 일본문화, 상관습 등에 대한 이해
- ⑥ 일본시장동향 파악노력
- ⑦ 제품의 포장 및 운송
- ⑧ 애프터서비스
- ⑨ 클레임 대응
- ⑩ 커뮤니케이션 해결노력

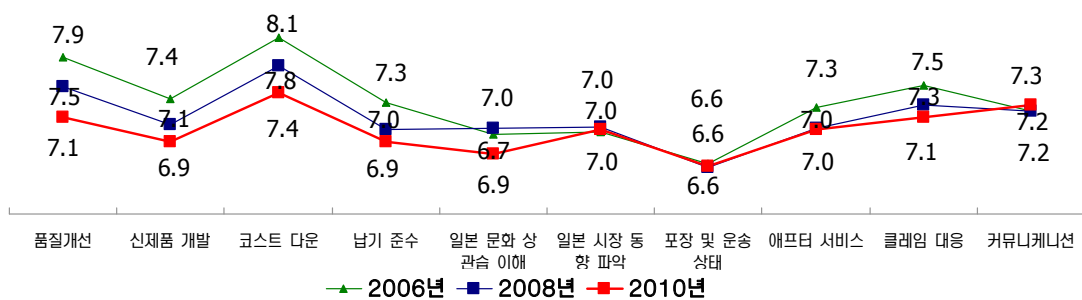
평가

10점 매우 개선이 필요하다

↓
5점 어느 쪽도 아니다↓
1점 필요하지 않다

[한국기업 개선 요망 사항]

(2010년 n=429, 단위 :점)



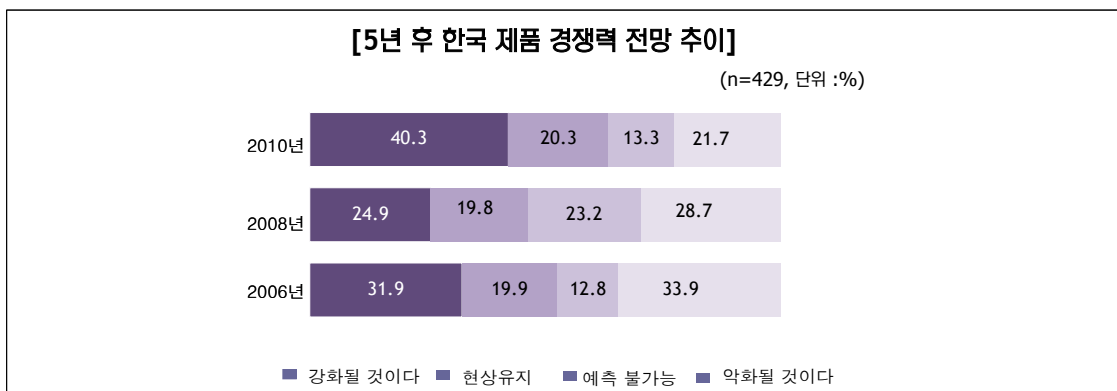
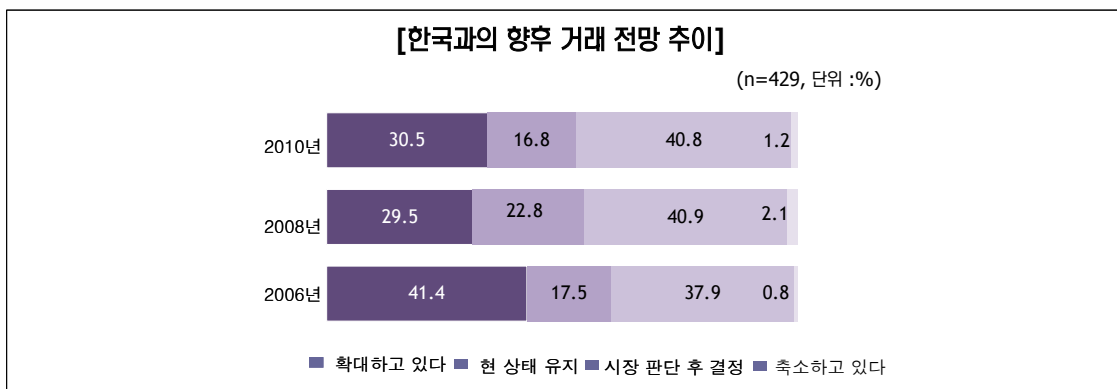
- 한국 기업의 개선 필요 사항으로는 '코스트 다운'이 7.8점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '품질 개선'과 '클레임 대응' 이 각 7.1점 등의 순임

6

대한국 거래 확대 전망, 향후 한국산 경쟁력 향방

□ '한국과의 거래 확대', '경쟁력 전망' 긍정적

- 응답 기업의 30.5%가 한국과의 거래를 '확대하고 있다'고 응답했으며, '축소하고 있다'는 응답은 1.2%에 불과. '확대하고 있다'는 응답은 2006년 조사 결과에서 가장 높았으며, 2010년 조사 결과는 2008년 결과 보다 다소 높으나 2006년 수준에는 미치지 못함

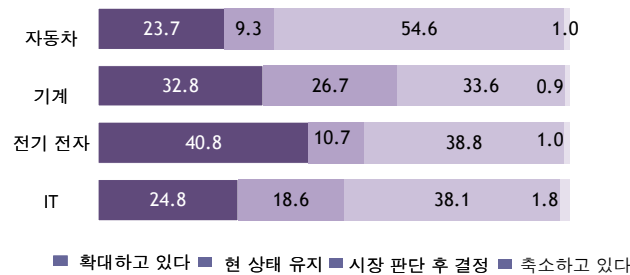


- 한편, 향후 한국 제품의 일본 시장에서의 경쟁력 변화와 관련해서는 '강화될 것이다'는 응답이 2008년(24.9%) 대비 2010년(40.3%) 15.4%p 상승. '악화될 것이다'는 응답은 2008년(28.7%) 대비 2010년(21.7%) 7.0%p 하락

- 향후 한국과의 거래를 확대하고, 5년 후 한국 제품의 경쟁력이 강화될 것이라는 결과 모두가 2008년 대비 높게 나타났음을 확인 할 때, 향후 일본 내에서 한국 기업의 평가가 긍정적인 것으로 예상
- 한국과의 거래를 '확대할 것'이라는 의견은 전기/전자 분야가 40.8%로 가장 높게 나타났으며, 기계 분야는 32.8%, 자동차 분야 23.7%, IT 분야 24.8% 순으로 나타남
- 5년 후 한국산 제품 경쟁력을 분야별로 확인한 결과, '강화될 것'이라는 의견은 전기/전자 분야에서 53.4%로 가장 높게 나타났으며, IT 분야 42.5%, 자동차 33.0%, 기계 32.8% 등의 순으로 나타남

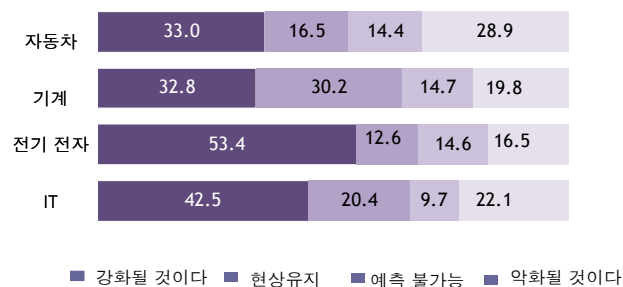
[분야별 한국과의 향후 거래 전망 추이]

(n=429, 단위 :%)



[5년 후 한국 제품 경쟁력 전망 추이]

(n=429, 단위 :%)



7

한국 방문 상담시 애로사항

□ 커뮤니케이션 대응, 상담준비 부족이 문제

- 일본 기업들의 한국 방문 경험 횟수를 확인한 결과, '한번도 한국에 방문한 경험이 없는 기업'은 38.9%이며, '1회' 28.9%, '2-3회' 11.7%, '4-5회' 7.7%, '6-10회' 3.5% 순으로 나타남. 한편, 평균 방문 횟수는 2.9회임

[한국 방문 횟수]

(단위 : %)

사례수	없음	1회	2-3회	4-5회	6-10회	무응답	평균
(429)	38.9%	28.9%	11.7%	7.7%	3.5%	9.3%	2.9회

- 한국에 방문한 경험이 있는 응답자(N=351)들을 대상으로 한국 방문 시 불편 사항을 확인한 결과, '커뮤니케이션(언어) 문제'가 30.8%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '한국 측의 준비 부족' 21.9%, '이동 수단의 불편' 18.8%, '한국의 상습관' 10.8% 등의 순으로 나타남

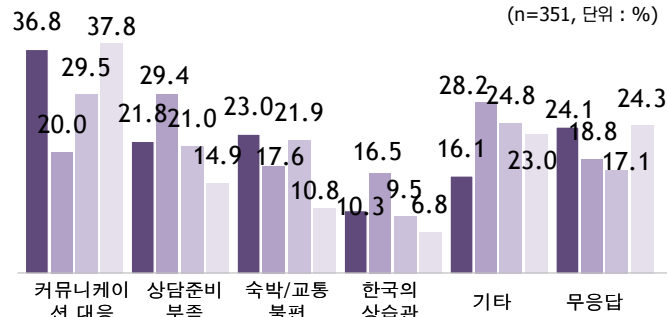
[한국 방문 시 애로사항]

(단위 : %)

사례수	커뮤니케이션 (언어) 문제	한국측의 준비 부족	이동수단의 불편	한국의 상습관	기타	모름/무응답
(351)	30.8	21.9	18.8	10.8	23.1	20.8

[분야별 상담 시 불편 사항]

(n=351, 단위 : %)



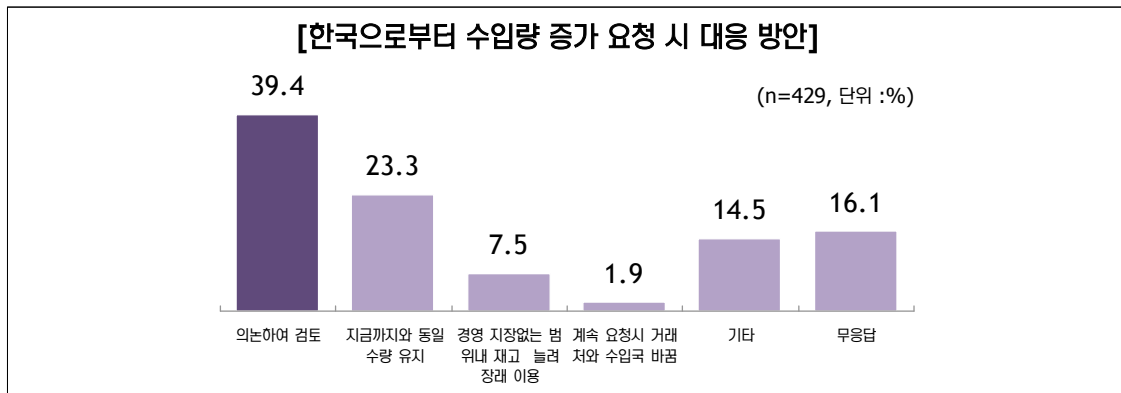
- '커뮤니케이션(언어) 문제'는 자동차 분야에서 가장 많은 것으로 나타났으며, '상담준비 부족'은 전기/전자, '숙박/교통 불편'은 IT, '한국의 상습관'은 전기/전자에서 가장 많은 불편을 느낌

8

기타 사항

□ 일본 기업 '대화과 타협'을 통한 해결 선호

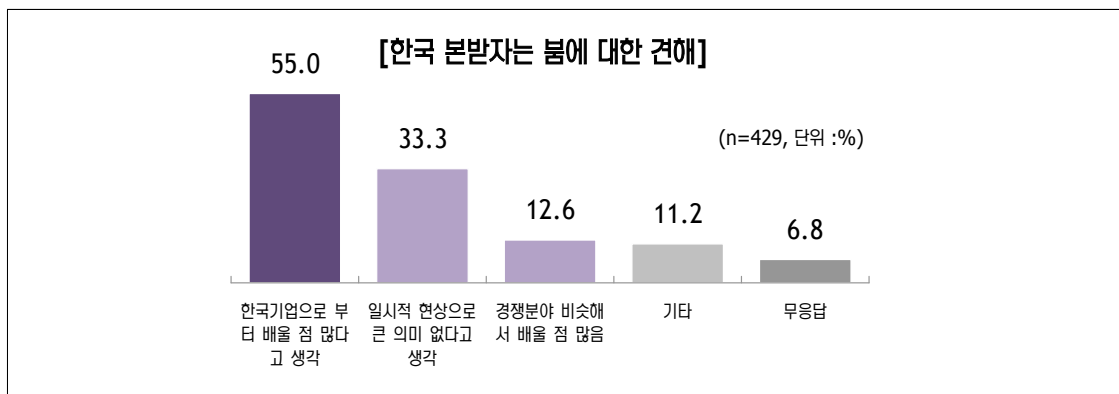
- 일본 기업들은 한국으로부터 수입량 증가 요청이 있는 경우, '지금까지 거래를 해왔으므로 서로 의논하여 검토한다'는 의견이 39.4%로 가장 높았으며, 다음으로 '지금까지와 동일한 수입량을 유지한다' 23.3%, '수입 가격이 낮아졌으므로 경영에 지장이 없는 범위 내에서 재고를 늘려서 장래에 이용한다' 7.5%, '응하지 않겠지만, 계속 요청이 있으면, 거래처와 수입국을 바꾼다' 1.9%순으로 나타남



- 한편, '지금까지 거래를 해왔으므로 서로 의논하여 검토한다'는 의견은 전기/전자 분야 43.7%, 기계 분야 43.1%에서 상대적으로 높게 나타남

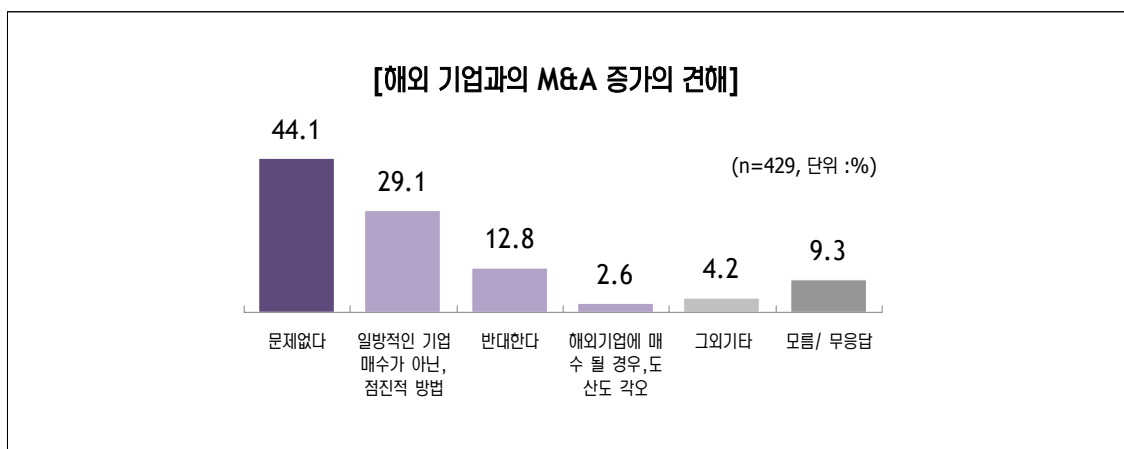
□ ‘한국 배우자’와 ‘한국 붉은 일시적 현상’ 의견 공존

- 일본 기업들은 최근 마스크 등을 통해 [한국에게 배우자]라는 붉에 대해, ‘한국 기업으로부터 배울 점이 많다’고 생각하는 경우가 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘일시적 현상으로 큰 의미가 없다’고 생각하는 경우가 33.3%, ‘경쟁분야가 비슷해서 배울 점이 많을 것이다’라는 응답이 12.6%로 나타남



□ 해외 기업과의 M&A 증가에 대한 문제 의식 높지 않음

- 최근 일본의 경영난으로 후계자 계승 문제 해결 등 때문에, M&A가 증가하고 있는 추세에 대해 ‘M&A도 기업의 문제 해결을 위해서는 중요한 선택이므로 문제가 없다’는 의견이 44.1%로 가장 높음
- ‘일방적인 기업 매수가 아니고, 투자 유치 등의 점진적인 방법을 찾아야 한다’는 의견이 29.1%, ‘일본의 기술 및 경영 노하우의 유출이 염려되기 때문에 반대한다’는 의견이 12.8% 등의 순임



□ 일본의 엄격한 평가 기준에 맞는 부품 생산 필요

한국산 부품 평가 및 한국 기업 발전을 위한 바이어 코멘트
(IT 분야)

[긍정 평가]

- 종래 구입처와 경합할 수 있는 기술력 및 가격 경쟁력을 보유하고 있음
- 한국 기업의 부품은 충분히 만족스러우며, 향후 조달 확대 계획

[부정 평가]

- 최첨단 기술 제품은 일본 제조업체 대비 다소 뒤떨어지는 부분이 있고, 가격 측면에서도 생각보다 메리트가 없음
- 일부 기업의 경우 담당자의 업무 과다 및 언어적 문제로 대응 미흡
- 최첨단 제품의 경우 품질면에서 일본 업계의 규격을 만족시키지 못하는 경우 있음

[발전을 위한 과제]

- 한국 기업의 경우 설명회 때 자사 제품과 타사 제품과의 차별성을 구체적으로 설명할 필요
- 일본 대기업에 접근할 때는 일본 상사에게 접근하는 것보다 한국 상사에게 접근하는 것이 좋음. 한국의 상사가 일본 상사보다 더 풍부한 기업 정보를 가지고 있으므로 풍부한 정보를 무기로 일본 제조업체들에게 다가갈 수 있음
- 한국은 일본과 근거리에 있으므로 향후 더욱더 일본시장으로 진출하고 비즈니스의 확대를 지향할 필요 있음
- 중소기업 층을 다양화할 필요 있음
- 각국의 현지화 스펙에 대응할 수 있는 기술, 정보 능력 필요
- 저가격 제품을 고집하기 보다는 고객에 니즈에 맞는 제품 개발 필요

한국산 부품 평가 및 한국 기업 발전을 위한 바이어 코멘트
(전기/전자 분야)

[긍정 평가]

- 요청 사항에 대한 즉각적 반응에 감사
- 한국산 부품에 대해 대체로 만족
- 한국산 제품의 수준이 상당히 향상되고 있음

[부정 평가]

- 일본어 구사 배양 능력 필요
- 제품 내부 설계가 부족

[발전을 위한 과제]

- 제품 운송 비용을 낮출 수 있는 방안을 찾는 것이 필요
- 일본의 경우 중국 현지에 회사가 있는 제조 업체를 주목하고 있으므로, 한국 기업도 중국에 공장을 보유하고 있을 경우 유리
- 元高가 될 경우 가격 유지를 어떻게 할 것인가가 중요함(현재는 元高로 경쟁력이 있지만 조만간 元低가 될 경우 메리트가 없어질 가능성 있음)
- 품질 평가의 경우 예전에 비해 많이 좋아지고 있지만, 여전히 개선 여지 있음
- 샘플과 완제품과의 품질 차이가 없도록 품질 관리에 대한 의식 제고 필요
- 원활한 거래를 위해 일본 납품 전담 직원 필요
- 지속적 거래를 위한 품질 관리 노력 필요
- 엄격한 품질 기준을 정해 생산품의 품질 수준 유지 필요
- 기준치 이하의 품질 저하 원인이 있는 경우 사전 통지 필요

한국산 부품 평가 및 한국 기업 발전을 위한 바이어 코멘트
(기계 분야)

[긍정 평가]

- 한국 제품은 일본 제품과 비슷한 수준까지 품질이 향상되었으며, 중국 제품과는 확연히 차이가 있음
- 인건비 대비 한국 부품 경쟁력 있음

[부정 평가]

- 일본 기업의 요구 사항에 성실히 답하지 않음. 한국의 제품들이 일방적으로 최고라고 소개하는 기업 많음

[발전을 위한 과제]

- 공동 부품 개발이나 협력 파트너 관계를 형성하기 위해서는 바이어 측의 입장을 구체적으로 듣는 태도 필요
- 표준 규격이 아닌 해당 기업의 사양에 맞추어 필요 있음
- 일본에 제품을 수출하고자 하는 경우 세계적 표준 이상의 심사와 규격이 필요하므로 충분한 검토가 필요
- 일본 내에서의 동종 제품 가격을 우선 파악 필요 (일본은 물류와 유지 비용 가격 대비 50% 수준이 되어야 수입 고려)
- 가격 경쟁력 외 일본의 경우 일정 관리가 중요하므로 일본 기업과 거래 시 약속된 납기일을 맞추는 것이 중요
- 계약 사항에 준하여 생산하고, 납품을 이행 필요 있음
- 품질 개량을 위해 기계, 생산 방법 개선 등이 이루어진 경우라도 사전 통지 필요

한국산 부품 평가 및 한국 기업 발전을 위한 바이어 코멘트
(자동차 분야)

[공정 평가]

- (한국 제품은) 예정보다 기술력이 많이 향상되었으며, 향후에도 보다 나은 품질 향상을 위해 노력

[발전을 위한 과제]

- 제품 개발은 일본을 중심으로 이루어지므로 일본 현지 R&D를 거점으로 검토할 필요 있음

분야별 일본시장 동향

1. IT 분야 일본 시장 동향

1.1 시장 동향

○ 민생용 전자기기 생산, 출하 현황(2009년 기준)

- 2010년 디지털 방송 전면 도입에 따라 관련 TV 13,356천대 출하됨
- DVD-Video 출하 수량(5,732천대)은 Video 출하 수량(142천대)의 약 40배 수준
- 디지털 카메라 출하 수량(25,071천대)은 Video 카메라 출하 수량(5,732천대)의 약 5배 수준

[민생용 전자기기 생산, 출하 현황]

품목명	생산		출하	
	수량(천대)	금액(만불)	수량(천대)	금액(만불)
민간용전자기기	-	22,173	-	29,014
TV	-	-	13,356	12,803
Video	-	-	142	113
DVD-Video	2,115	1,171	5,732	2,234
Video 카메라	4,155	1,304	5,281	1,602
디지털 카메라	24,696	5,301	25,071	5,382
포터블 오디오	-	-	66	4
홈 오디오	45	9	976	194
카 오디오	1,738	372	5,947	1,034
카 내비게이션	5,047	4,588	5,331	5,491

※ 출처 : 경제산업성, 생산동태통계(2009)

○ 통신·무선 장치 생산, 출하 현황(2009년 기준)

- 휴대전화기 출하량(28,432천대)은 일반 유선 전화기 출하량(1,270천대)의 약 22배임

[통신, 무선 장치 생산 출하 현황]

품목명	생산		출하	
	수량(천대)	금액(만불)	수량(천대)	금액(만불)
통신기계기구 무선응용장치	-	18,755	-	-
전화기	1,103	105	1,270	128
전화 응용장치	-	700	-	831
FAX	-	140	-	236
교환기	-	1,177	-	-
방송장치	288	624	-	-
무선통신장치	30,643	10,671	-	-
이동통신장치	27,827	9,676	-	-
휴대전화	24,045	8,417	28,432	11,528
네트워크 접속기기	353	249	-	-

※ 출처 : 경제산업성, 생산동태통계(2009)

○ PC 생산, 출하 현황(2009년 기준)

- 생산량(6,627천대)보다 출하량(9,104천대)이 많아 '09년 연간 재고 2,477천대 수준 유지

[PC 생산, 출하 현황]

품목명	생산		출하	
	수량(천대)	금액(만불)	수량(천대)	금액(만불)
PC	6,627	6,789	9,104	-
Server	122	545	122	-
Desktop PC	2,407	2,168	2,584	-
Notebook PC	4,099	4,076	6,399	-

※ 출처 : 경제산업성, 생산동태통계(2009)

○ IT 제품 수출, 수입 현황(2009년 기준)

- 디지털 카메라(8,858만불), IC·LSI(6,057만불)가 유력 수출 품목임
- IC·LSI(4,159만불), 디지털 카메라(3,019만불), 휴대폰(3,017만불)이 유력 수입 품목임

[IT 제품 수출, 수입 동향]

구분	수출(만불)	수입(만불)
휴대폰	186	3,017
트랜지스터	537	178
반도체	192	60
IC·LSI	6,057	4,159
PC	47	121
PC 입력, 출력 장치	186	372
PC용 기억 장치	390	3,019
프린터	932	583
디지털 카메라	8,858	1,436

※ 출처 : JETRO, 무역 통계 DB

1.2 시장특성**가. 업계 관습 : 장기지속적인 거래관행, 품질관리 철저**

- 일본은 단기적인 득실을 따지지 않고 장기적인 성장모델을 고려하여 협력 파트너쉽을 체결하는 상관행이 일반적으로 신뢰관계 구축이 중요
- 수출 품목의 A/S와 관련하여 일본은 세밀한 부분까지 배려를 하거나 작은 파손이라도 가격을 인하하거나 불량품 취급을 하기 때문에 이런 점을 유의할 필요가 있음
- 특히, 100개중 1개라도 불량품이 나오면 다른 곳에서 정밀검사를 하면 반드시 불량품이 나온다고 생각하는 일본 기업이 많다는 점에 주의할 필요가 있음
- 한국과 거래 경험이 있는 일본 바이어에 따르면 한국측 담당자는 자주 바뀌어 거래의 일관성이 유지되지 않고 불량품 발생시 안이하게 대처하는 경우가 있으므로 첨단 기술이 요구되는 IT분야의 경우 특히, 거래의 일관성 유지, 불량품 발생 및 트러블 발생시의 적극적인 대응이 요구됨

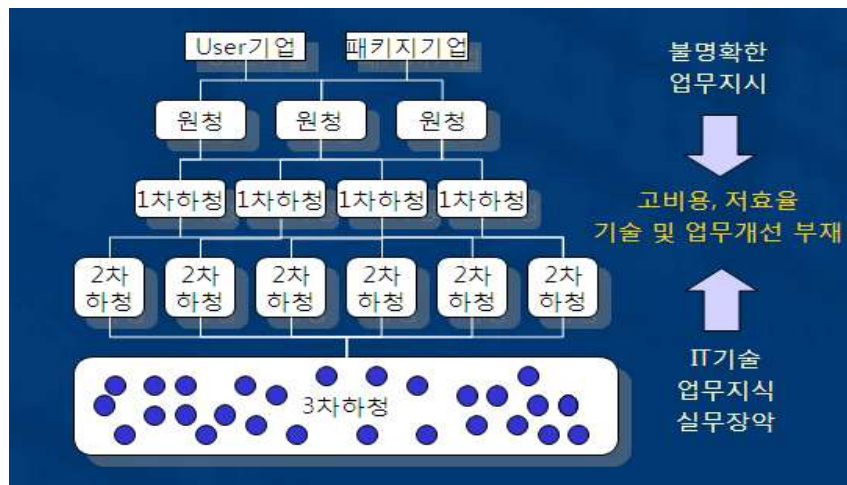
- 일본은 제품 사양의 변경시에는 철저히 도면에 의한 변경이 이루어지므로 선입관이나 관행에 의존하여 제작하는 경향은 금기시되며, 납기의 준수가 장기적인 신뢰를 쌓는 거래의 포인트가 됨
- 일본의 소비자들은 다기능 일체형 제품을 선호하는 경향이 있으므로, 이와 같은 소비자의 니즈를 고려한 상품개발 필요함
- 특히, 미국, 유럽 등의 바이어들이 일본에서 신상품 소싱을 하는 경우가 많으므로 이를 겨냥한 다국어 대응 및 다기능의 제품 개발이 요구됨

나. 경쟁현황 : 소프트웨어, AV, IT, 이미징, 모바일, 가전 등 경쟁구조

□ 소프트웨어 · 서비스업계 경쟁구조

- 다중 하청구조, 인력서비스 중심
 - 불명확한 발주 (사양 미확정)
 - 다단계 하청에 따른 고비용
 - 기술자 중심의 사양 결정(고령 기술자 신기술, 변화 원치 않는 경향)
 - 하위 하청업체 일수록 단순 인력서비스로 저효율
- 1차벤더 : 후지츠, 일본IBM, 히타치제작소, NEC, NTT 데이터 등
 - 중앙정부, 은행의 기간계 시스템, 통신시스템 등 대형 프로젝트 수주(100-1,000억엔 초과)
 - 중규모 수준의 사업참여가 어려운 약점도 보유 (파트너를 통한 솔루션 제공)
- 2차벤더 : 자회사계, 독립계, NI계, 오프쇼어, 글로벌 SW계 등
 - 자회사 계열 : 이토츠테크노사이언스, 스미토모시스템, 신닛테츠솔루션 등
 - 독립계 : CSK, 오츠카상회, 후지소프트 등
 - 글로벌SW 기업 : SAP, 오라클, 마이크로소프트, 트렌드 마이크로 등
 - 오프쇼어계 : 인도, 중국 기업 등

[日, 정보서비스업계 하청 구조]



[주요 정보·서비스기업 매출액 동향(2009.3)]

(단위: 억엔)

No	기업명	매출액	전년비(%)	영업이익	전년비(%)
1	NTT 데이터	11,390	6.0	955	1.3
2	노무라종합연구소	3,412	▲0.3	517	▲6.8
3	IT HD	3,383	4.9	236	18.3
4	일본유니시스	3,101	▲8.2	151	▲21.5
5	이토츠테크노솔루션	3,072	▲3.8	220	▲15.5
6	NEC필딩	2,110	▲1.4	100	7.8
7	CSK HD	2,060	▲14.0	▲1,224	-
8	히타치정보시스템	1,920	3.3	118	9.5
9	트랜스코스모스	1,662	0.9	▲11	-
10	히타치소프트	1,658	▲3.3	136	0.8
11	후지소프트	1,650	▲3.3	65	▲15.0
12	신닛테츠솔루션	1,615	▲2.3	119	▲21.7
13	후지츠비즈니스시스템	1,520	2.2	30	▲11.3
14	스미토모정보시스템	1,342	▲2.1	95	▲9.7
15	네트웍시스템	1,311	17.4	90	84.9
16	히타치시스템&서비스	1,262	▲3.9	73	▲13.1

자료: 정보통신데이터북 2010 (정보통신종합연구소)

□ PC

- 리테일 시장 : 일본 국내 제조업체들의 독주 강세
 - 2009년 상반기 리테일 시장의 데스크탑 컴퓨터 부문 순위는 1위 NEC, 2위 후지쯔, 3위 소니로 2008년부터 순위 변동은 없음
 - 2009년 상반기 리테일 시장 노트북 부문은 도시바가 2008년 1위였던 NEC를 제치고 선두로 올라섰으며, 그 뒤를 이어 NEC, 후지쯔, 소니 순으로 나타남
- 딜러 시장 : 저가 모델 중심으로 해외 제조업체 약진
 - 2009년 상반기 딜러 시장의 데스크탑 컴퓨터 부문은 HP가 2008년 1위인 NEC를 근소한 차로 제치며 선두로 올라섬
 - 노트북 시장에서도 HP가 시장점유율을 확대한 것 외에 해외 제조업체인 Lenovo가 시장점유율을 확대하는 등 경제 불황으로 판매가 주춤한 가운데 저가 모델이 많은 해외 제조업체들의 약진이 눈에 띄게 나타남

□ PC 디스플레이

- 리테일 시장 : 20인치 이상급 확대
 - 2009년 상반기 리테일 시장의 선두 업체는 매월 20% 이상의 시장점유율을 유지한 Acer였으며, 2008년 선두 업체였던 I-O DATA가 2위, 미츠비시가 3위를 기록함
- 딜러 시장 : I-O DATA, 저렴한 가격으로 승부
 - 딜러 시장점유율은 2008년 선두업체인 미츠비시를 제치고 I-O DATA가 선두로 올라섰는데, 동시는 딜러 시장 비중이 높은 17인치 급에서 시장점유율을 확대함으로써 선전을 보임

□ TV

- LCD TV : 샤프 선두 유지, 도시바 2위 부상
 - 일본 LCD TV 시장은 샤프, 도시바, 파나소닉, 소니 상위 4개사가 시장 전체의 89.0%를 차지하고 있는 가운데, 2009년 상반기 LCD TV 부문은 2008년에 이어 샤프가 시장점유율 41.9%로 선두를 유지함
- PDP : 파나소닉 시장점유율 74.9%로 시장 견인
 - PDP는 파나소닉이 시장을 견인하고 있는 부문으로, 2009년 상반기 동사의 시장점유율은 2008년의 69.6%에서 74.9%로 증가하며 이러한 구도를 굳힘
- 일본 TV 시장은 2011년 7월 아날로그 방송 종료와 에코 포인트 제도가 순 영향을 미치며, 지속적으로 대폭적인 성장이 예상됨
 - 에코 포인트 제도 시작 후부터는 물량이 전년대비 40% 정도의 고성장을 유지하고 있어, 이대로 2009년 말까지 순조로운 성장세가 예상됨

□ DVD/블루레이

- DVD에서 블루레이 디스크로 이행
 - 레코더 시장은 2008년 DVD에서 블루레이 디스크로의 이행이 진행되었으나, 플레이어 부문은 시장에 참여하는 제조업체가 적고 2008년 평균가격이 80,000엔대로 고가였기 때문에 이행이 늦음
 - 이에 따라 플레이어 전체 시장에서 차지하는 블루레이 디스크 플레이어의 비중은 0.1%에 불과함
- 블루레이 디스크 레코더 : 파나소닉, 샤프, 소니 3강
 - 블루레이 디스크 레코더는 파나소닉, 샤프, 소니가 물량 기준 시장 전체의 98.1%를 차지해 삼강 구도를 지속하고 있는 가운데, 파나소닉이 44.1%의 시장 점유율로 선두를 지키고 있고, 그 뒤를 이어 샤프가 29.6%, 소니가 24.4%의 점유율을 보이고 있음

□ 디지털 카메라

- 콤팩트 카메라 : 캐논, 브랜드와 기능 지지로 선두
 - 디지털 콤팩트 카메라 부문에서는 캐논이 21%로 2008년부터 선두를 유지하고 있음
- SLR 카메라 : Full HD 동영상 촬영 제품 증가
 - SLR 카메라 부문에서도 캐논이 44%로 1위를 기록하였는데, 2009년 3월부터 5월까지 진행된 EOS KISS X2의 1만엔 캐쉬백 캠페인이 성공을 거둠

□ 휴대전화

- 일본 업체의 시장 독점에 애플 iPhone 침투
 - 2007년과 2008년 일본 휴대전화 시장은 지속적으로 샤프가 1위로 시장 전체의 약 1/4을 차지함
 - 샤프는 NTT 도코모, au(KDDI), 소프트뱅크 모바일 3개 사업자와 함께 높은 점유율을 확보하고, NTT 도코모에서 20%이상, 소프트뱅크에서 35%이상, au에서 15%이상을 차지함
 - 한편, iPhone 판매 촉진 캠페인으로 대폭 판매 수량이 증가한 Apple은 2008년 시장점유율이 1.0%에서 2.8%로 대폭 증가함

□ 내비게이션

- 일본 카 내비게이션 시장은 크게 순정 카 내비게이션, 딜러 옵션 카 내비게이션, 시판 카 내비게이션 3개 시장으로 구분할 수 있음
- 순정 카 내비게이션은 자동차 제조업체가 생산하는 표준 옵션품으로 자동차 공장에서 신차 조립시 장착되는 내비게이션임
 - 도요타, 혼다 등 대기업 자동차 제조업체들은 독자적인 정보통신 서비스를 자사의 순정 카 내비게이션용으로 준비하고 있음

□ 냉장고

- 501L 이상의 대형 타입 증가세
 - 파나소닉은 대형 타입이 선두를 유지하면서 판매량 23%, 매출 30%의 성장으로 시장점유율을 확대함

□ 세탁기

- 2009년 상반기의 브랜드별 판매량 점유율은 2008년과 비교하면, 1위의 도시바가 작년부터 2% 성장해 26%를 기록했으며, 히타치는 19%에서 21%로 2위를 기록함

□ 로봇

- 세계 로봇 시장을 선도하는 일본 제조업체들의 서비스 로봇 관련 자국 및 해외 시장 규모를 살펴보면 2007년 매출 60억엔, 2008년 77억엔으로, 이는 2012년 2008년 대비 3배인 231억엔으로 증가할 것으로 전망됨
 - 현재까지는 청소 로봇, 커뮤니케이션 로봇 등 가정용 로봇 시장이 약 80%로 시장의 중심을 차지하고 있음

□ LED 조명

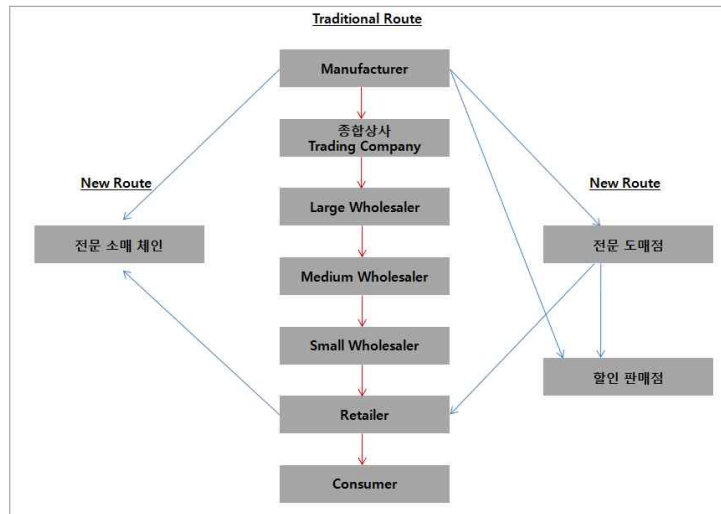
- 2009년 7월 이후 시장 급성장
 - LED 전구는 일본 시장에서 급속한 시장 확대를 보이며, 2009년 11월 제 3주의 판매량은 7월 첫째 주의 35배에 달함
 - 이러한 급성장은 7월 이후 각 제조업체들의 신 모델 발매가 잇따르며, 소비자들의 인지도가 향상된 것이 주요 원인으로 보임

다. 유통 채널

□ 일본의 유통 구조는 크게 두 가지 형태로 구분해 볼 수 있음

- 첫 번째는 대형 유통을 담당하는 Provider 역할을 하는 곳에서 도매점 - 소매점 - 소비자 순으로 내려오는 형태임
- 두 번째는 중소 규모의 다양한 Provider(전문 도·소매점, 할인판매점 등)이 있어, 생산자가 이들 Provider에게 물품을 제공하고 각각의 Provider들이 유통을 담당하는 형태임

[일본 유통망 단계 및 구조]



출처 : VeyondStrategy

- 일본의 유통망을 살펴보면 일본만의 특이한 유통 단계 및 일본만의 독특한 시스템으로 인해 하위 도소매로 연결되는 구조가 복잡한 형태를 보이고 있음
 - 종합상사 : 일본의 소비 시장을 실질적으로 리드해온 대형 유통업으로, 최근 부동산 하락과 거품경제의 붕괴에 따른 소비 심리 위축으로 총체적 구조조정과 개혁을 통한 통폐합을 진행 중임
 - 일반상사 : 수입 또는 수출 어느 한 분야에 전문화된 유통업체임
 - 돈야 : 일본에서만 볼 수 있는 특이한 형태의 유통 단계로 전국적으로 광범위하게 분포하며, 판매 전문 도매상과 제조 도매상으로 나뉘어져 상품의 생산부터 수입품의 도매 판매까지 담당하고 있음

- 중간도매상 : 일본만의 독특한 리베이트 시스템으로 인해 1차 도매상 - 2차 도매상 - 3차 도매상 외에 상품에 따라 4차 도매상까지 존재함
- 할인판매점 : 제조업체와의 직거래로 물품을 취급함
- 전문소매점 : 개인 형태의 중소형 상점으로 형성 되어 있는 전문 소매점으로, 일본 전국에 걸쳐 특정 제품으로 체인화 되어 있기도 함
- 도매판매점 : 소호무역상 대상의 면세할인 판매점과 소매 복합 판매점임
- 전문판매점 : 전문소매점은 일상생활과 밀접한 상품이 많고 전문판매점은 취미 오락 관련 물품이 많음
- 대형백화점 : 일본에서 가장 크고 오래된 전통 유통업체로 경기침체로 상품 가격 인하 경쟁에 뛰어들고 있으며, 가전 및 IT 제품 쪽에는 크게 주력하지 않는 경향을 보임

2.1 관련 정책 및 업계 기술개발 동향

가. 日 정부의 IT 산업 육성 정책

- IT 산업 육성을 목적으로 한 'i-Japan 전략 2015'('09.7.6)의 중점 추진 분야로는 '공공정보화', '의료정보화', '교육정보화'가 있음
- 직접적인 산업 육성 정책에 해당하지는 않으나, 추진 정책을 시행함에 따라 IT 산업 전반이 활성화될 것으로 예측됨
- 그 외로 추진되는 내용으로는 중소기업 지원 및 지방 경제 활성화를 위한 IT 산업 육성 정책, IT 발전을 위한 기반 조성 정책이 있음
- IT를 이용한 재택 근무 활성화를 추진하여 지역 경제 활성화, 실업문제 해결 도모
- ITS(지능형 교통망), 저전력 하드웨어 등의 그린 IT 정책 추진
- '10년도에는 디지털 방송망 확립, 초고속 통신망(브로드밴드) 조성, 무선 데이터 통신망 확충 등의 인프라 정비에 주력

[i-Japan 전략 2015 주요 내용]

분야		내용
3대 중점 분야	전자정부, 전자지자체	○ 전자정부 추진 체계 정비, 계획 실행 및 PDCA 제도화 ○ 행정서비스를 원스톱으로 제공하는 국민전자사서함 보급, 행정 가시화 추진
	의료, 건강	○ IT 기술을 이용한 원격 진료 활용 ○ 일본판 차세대 전자 카르테(Electronic Health Record, EHR) 시행 - 의료 과실 감소, 지속적인 의료 실현 - 처방전, 조제 정보화, 수집된 건강 정보의 역학 활용
	교육, 인재	○ 인터넷 학습환경 시스템 구축 및 확산을 통한 지역 평준화된 다양한 학습기회 제공 - 교사의 디지털 활용을 통한 지도력 향상
	IT 산업, 지역활성화 및 신산업 육성	○ 디지털 기술을 기반으로 산업의 구조 개혁과 지역 재생을 실현하여, 일본 산업의 국제 경쟁력 강화 - 중소기업 등 사업 기반 정비, 재택 근무 확산, 그린 IT, ITS추진, 신시장 창출, 지역 중심의 신산업 창출
IT 인프라 정비		○ 범 산업 분야에서 디지털 기술을 활용하여 성장력 확보 - 브로드밴드 기반 정비 : 이동통신 100Mbps, 고정통신 1Gbps - 사용자 편의성 제고, 정보 보안 확립, 디지털 유통 기반 정비 등

※ 출처 : 정보서비스 산업백서 2010 (정보서비스산업협회, '10.6)

○ 日 정부 IT 산업 육성 관련 '10년도 주요 추진 시책

- 차세대 무선 기술 등의 주요 원천 기술에 대한 연구 개발 예산으로 총무성이 461.9억엔의 예산을 편성
- 경제산업성에서는 스마트 그리드, 저전력 기반 기술 등의 그린 IT 기술 육성을 위해 약 83억엔 규모의 프로젝트를 추진

[2010년도 日 정부 IT 주요 추진 시책 예산]

부처명	항목	개요	2010년도 요구예산
총무성	ICT산업의 국제경쟁력 강화	표준화 및 콘텐츠 시장 확대를 촉진	89.3억엔
	ICT를 사용한 “휴먼 뉴딜”	교육 분야의 ICT 활용모델 확립	10억엔
	국민이 편리함을 실감할 수 있는 ICT 활용의 촉진	환경, 교육, 의료분야에서 ICT활용 촉진을 강화. 전자정부, 전자지자체의 추진	277억엔
	ICT를 사용한 “휴먼 뉴딜”	클라우드 서비스 활용 촉진을 위한 네트워크 제어기술의 연구개발	30.9억엔
	중점연구개발과제의 국제연계·국제전개의 추진	차세대 무선기술 등 일본의 강점 보유 기술의 연구개발 추진	461.9억엔
	전자정부·전자지자체의 추진	유저빌리티 향상 및 정부 시스템의 최적화 등	33.4억엔
경제 산업성	차세대 고신뢰·저전력형 IT 기반기술 개발 및 실증사업	중소기업 대상 저전력형 IT기반 제공을 위한 기술개발	12.5억엔
	저탄소 사회 실현 프로젝트	IT를 활용한 재생가능 에너지의 최적화	16억엔
	국제 에너지 소비효율화 등 시스템 공동실증사업	스마트 그리드와 일체화한 시스템을 구축, 해외 비즈니스 전개를 위한 실증실험을 실시	20억엔
	저탄소 사회를 실현하는 초저전압 디바이스 프로젝트	저전력 IT기기 실용화를 위한 연구개발	21.2억엔
	국제표준제안형 연구사업	스마트 그리드 관련 국제표준화 가속을 위한 연구개발	14억엔
문부 과학성	학교 ICT 활용 추진사업	교원들의 IT 활용지도력의 육성	7억엔

※ 출처 : 총무성, 경제산업성, 문부과학성 2010년도 요구 예산('09.12)

나. 업계의 기술개발 동향

- 서버 가상화 솔루션, 클라우드 컴퓨팅 등 차세대 주요 기술에 대한 도입 관심 제고
 - 日 정부의 전자정부, 전자지자체 추진에 있어, 클라우드 컴퓨팅 등의 주목받는 신 기술을 적극적으로 도입을 검토
 - 기존 PC, 서버 네트워크와 스마트폰, 휴대폰 등의 모바일 네트워크를 융합하는 매개체로써 클라우드 컴퓨팅, SaaS 등에 관심
- 하이브리드 자동차와 지능형 교통망(ITS) 기술의 융합
 - 日 경제산업성의 시범 프로젝트인 “나가사키현 EV(전기자동차) PHV 타운” 프로젝트에 토요타 자동차가 참가 (‘10.7.7 발표)
 - 전기자동차(EV)와 지능형 교통망 시스템(ITS)를 융합하여 EVITS(에비츠)라는 미래형 드라이브 기술을 개발
- 저전력 서버, PC 뿐만이 아닌 저전력 슈퍼 컴퓨터의 개발 프로젝트도 시행 (‘10.7.6 발표)
 - 도쿄대학과 국립천문대가 공동으로 개발한 슈퍼컴퓨터 시스템 ‘GRAPE-DR’ 시스템에 전력별 성능 랭크 검증 프로젝트 실시
 - GRAPE-DR은 1W당 815MFlops의 처리능력으로, 세계최고속 슈퍼컴퓨터인 미국 Oak lidge 연구소의 슈퍼컴퓨터보다 3배의 전력 효율 구현
- 차세대 고속 무선 데이터 통신망의 도입으로 모바일 융합 서비스를 도입할 예정

[일본 각 통신업체의 차세대 무선 통신망(3.9G) 도입 예정]

추진 내용		사업자	EMOBILE	NTT 도코모	SoftBank	KDDI
3.9세대 통신망 도입	서비스개시		2010.9	2010.12	2011.7	2012.12
	설비투자(억엔) (2014년까지)		644	3,430	2,073	5,150
	기지국 건설 -2014.12		6,388국 -75.20%	20,700국 -51.10%	9,000국 -60.63%	29,361국 -96.50%
	가입자(전망)		295만	1,774만	541만	984만

3.1 한국산 경쟁 동향

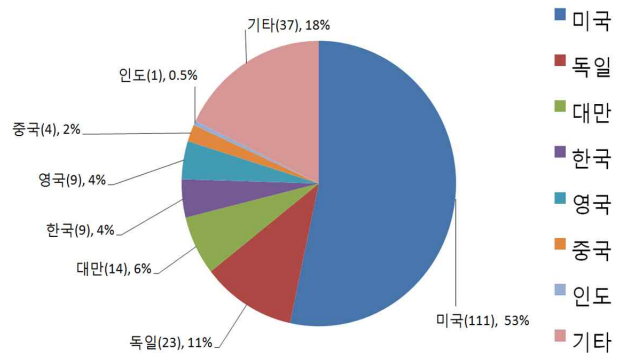
가. 각국 진출 현황 및 성과

○ HW 분야 주요국별 일본 진출 현황

- 2009년 기준 미국 111개사(53.4%), 독일 23개사(11.1%), 대만 14개사(6.7%), 한국 9개사(4.3%)를 차지함

[HW 분야 주요국별 일본 진출 현황]

랭킹	국가명	기업수	%
1	미국	111	53.4%
2	독일	23	11.1%
3	대만	14	6.7%
4	한국	9	4.3%
4	영국	9	4.3%
8	중국	4	1.9%
16	인도	1	0.5%
-	기타	28	13.5%
합계		208	100%



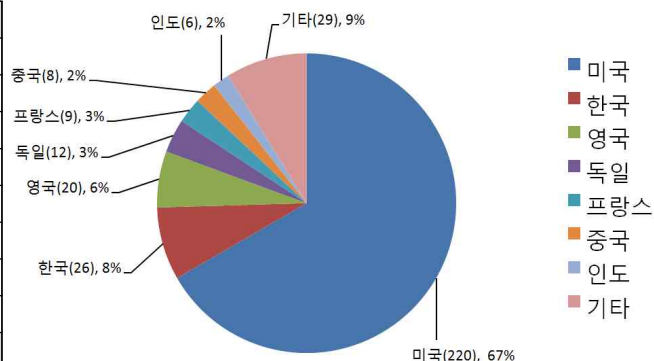
※ 출처: 동양경제신보사 「2009외자계기업총람」

○ SW · 정보 · 시스템 분야 주요국별 일본 진출 현황

- 2009년 기준 미국 220개사(66.7%), 한국 26개사(7.9%), 영국 20개사(6.1%), 독일 12개사(3.6%)를 차지함

[SW · 정보 · 시스템 분야 주요국별 일본 진출 현황]

랭킹	국가명	회사수	%
1	미국	220	66.7%
2	한국	26	7.9%
3	영국	20	6.1%
4	독일	12	3.6%
5	프랑스	9	2.7%
6	중국	8	2.4%
7	인도	6	1.8%
-	기타	29	8.8%
합계		330	100%



※ 출처: 동양경제신보사 「2009외자계기업총람」

나. 현지 바이어들의 한국 기술 및 제품 평가

○ 기술

- Web관련 소프트웨어는 일본보다 앞서 있음
- 독자 기술이나 아이디어가 독특한 제품이 많음
- SW의 경우 Active X를 다용하는 등 일본에 맞지 않는 부분이 있음

○ 제품, 서비스

- 한국의 성공 사례를 그대로 수출하려고 하는 제품이 많음
- 현지화 수준이 낮은 제품이 많음
- 한국에서 상용화된 제품은 일본에서 베타판 수준
- IT 리터러시가 낮은 일본에 맞지 않는 제품이 있음
- 고객이 원하지 않는 기능까지 있는 제품이 많음
- 매뉴얼의 수준이 낮음

○ 디자인

- 세계적으로 통용되는 디자인의 제품도 있지만 그렇지 않은 제품도 있음
- 일본이 세계 표준이 아니라서 맞지 않는 제품이 있음

○ 신뢰성

- 기술적으로 앞서 있는 제품이라도 신뢰성이 뒤떨어지는 경우가 많음
- 신뢰성에 대한 고객의 기대도에 차이가 있어서 한국 제품을 신뢰성이 떨어진다고 느낌

○ 가격

- 미국제품 보다 싸지만 과거처럼 싸다고 하는 생각은 없음
- IT기술자의 코스트는 일본과 차이가 없다고 생각함
- A/S까지 생각하지 않은 제품 가격 설정이 많음

○ 기타

- 제품 카탈로그를 이해하기 어려움. 일본 고객이 요구하는 것은 양보다 알기 쉬운 카탈로그 임

4.1 일본 시장 진출 전략

가. 환경 분석 및 진출유망세부품목

[환경분석]

- OS 등의 원천기술 부족과 글로벌 기업의 시장선점으로 국내 후발기업의 국제경쟁력 확보에 어려움
 - OS(MS 97.4%), DB(Oracle 27.1%, MS 21.9%, IBM 10.1%), ERP(SAP 50.4%), 스토리지(EMC 32.4%, 히타치 20.3%), 서버(IBM 33.1%) 등
- 우리기업의 현지 타깃 시장은 니치시장으로 성장에 한계
 - 한국 SW기업 R사 : 연간 매출액 4억엔 수준(시장 점유율 70%)
 - 한국 SW기업 I사 : 연간 매출액 3억엔 수준(시장 점유율 70%)
- 대리점 영업을 통한 사업모델로 직접 영업보다 수익확보에 한계
 - 수익 배분 비율(사례) : 한국기업 40%, 현지 1-2차 대리점 60%
- 해외시장 개발에 대한 경영능력과 마케팅력 부족 등

[진출유망 세부품목]

① 통신기기

□ '09년 시장규모 : 3조 2,992억엔(전년비 8.5% 감소)

○ 내수 : 2조 9,156억엔

○ 수출 : 3,836억엔

※ 통신기기 : 휴대전화 등 민생용 관련기기 + 팩시밀리 등 비즈니스 관련기기(2조 1,300억엔)
 인프라관련기기 + 인터넷 관련기기 + 부품 (1조 1,692억엔)
 (출처 : 2009 통신기기 중기 수요예측, 정보통신네트워크산업협회)

② 이동통신서비스

□ 휴대단말 제품개발 활발

○ 국산제품

- 스마트폰, 넷북, 3G 데이터 통신단말 세트판매 호조
- MVNO 사업자의 신규참여에 따른 이용자 니즈에 특화된 서비스 확대

○ 수입제품 : 경쟁력이 뛰어난 스마트폰, 데이터통신단말, 매력적인 새로운 카테고리 제품 증가 전망

□ 2010년 이후 본격적 차세대 모바일 브로드밴드 시대 돌입

- 모바일 WiMAX : UQ커뮤니케이션 (KDDI 자회사)
- 차세대 PHS : 월컴
- LTE : NTT 도코모, KDDI, 소프트뱅크 모바일, 이 모바일

[휴대전화PHS 이동통신 계약 건수]

(단위: 만 건)

계약건	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
휴대전화	7,565.7	8,152.0	8,699.8	9,179.2	9,671.8	10,272.5	10,748.7
PHS	546.1	513.5	447.6	469.2	498.0	461.4	456.3
합계	8,118.8	8,665.5	9,147.4	9,648.4	10,169.8	10,733.9	11,205.0

자료 : 정보통신 아웃렛 2010 (정보통신종합연구소)

[차세대 모바일 브로드밴드 사업 참여 동향]

구분	모바일 WiMAX	차세대 PHS	LTE (Long Term Evolution)
사업참여 통신업자	UQ커뮤니케이션: '09년 여름 서비스 개시	월컴: '09.10월 서비스 개시	NTT 도코모: '10년 서비스 개시 이모바일: '11년 서비스 개시

자료 : 정보통신 아웃렛 2010 (정보통신종합연구소)

□ 통신사업자 LTE 도입 전략

- '09.6월 총무성 : NTT 도코모, KDDI, 소프트뱅크모바일, 이모바일, 오키나와 셀룰러의 3.9세대 기지국 개설 계획 승인
- 통신 4대 기업 설비투자 : 1조 1,297억엔

※ NTT 도코모 : '10.12월 LTE 상용서비스 개시 예정, '14년까지 누적 설비투자 3,430억엔, 27,000기지국 건설, 가입자 1,774만 계획

[3.9세대 이동통신시스템 도입 및 서비스 계획]

(단위: 억엔)

추진내용 \ 사업자		이모바일	NTT 도코모	소프트 뱅크	KDDI, 오키나와세룰러
3.9세대 등 도입	서비스 개시	2010.9	2010.12	2011.7	2012.12
	설비투자액 (‘14년까지 누계)	644	3,430	2,073	5,150
	기지국 건설 (‘14년 말)	6,388국 (75.2%)	20,700국 (51.10%)	9,000국 (60.63%)	29,361국 (96.5%)
	가입자 전망	295만	1,774만	541만	984만

자료 : 정보통신 아웃렛 2010 (정보통신종합연구소)

<인프라 관련기기>

- 시장규모 : '09년 7,727억엔 → '14년 7,337억엔 (▲ 5.0%)

<인터넷 관련기기>

- 시장규모 : '09년 3,732억엔 → '14년 3,979억엔 (6.6% 증가)

[인프라 및 인터넷 관련기기 연도별 수요 예측]

(단위: 억엔)

기종			실적	예측						08-14년 평균변화율(%)
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
인프라 관련 기기 (1)	합 계		7,781	7,727	7,604	7,643	7,523	7,372	7,337	-
	기지국 교환기	소계	731	679	646	614	530	452	381	▲ 10.3
		내수	688	659	596	539	477	410	343	▲ 10.9
		수출	43	20	50	75	53	42	38	▲ 2.1
	디지털 전송장치	소계	1,674	1,440	1,485	1,534	1,584	1,655	1,751	0.7
		내수	1,117	1,048	1,072	1,101	1,129	1,177	1,250	1.9
		수출	557	393	412	433	455	477	501	▲ 1.7
	고정통신 장치	소계	1,981	2,319	2,283	2,252	2,162	2,139	2,125	1.2
		내수	1,063	1,431	1,391	1,357	1,263	1,235	1,218	2.3
		수출	917	889	892	895	899	904	906	▲ 0.2
	기지국 통신장치	소계	3,039	3,001	2,905	2,959	2,965	2,846	2,801	▲ 1.4
		내수	2,914	2,901	2,790	2,824	2,825	2,696	2,651	▲ 1.6
		수출	125	100	115	135	140	150	150	3.1
	기타	소계	356	288	285	284	282	280	279	▲ 4.0
		내수	337	252	248	245	241	238	235	▲ 5.8
수출		19	36	37	39	40	42	44	15.3	
인터넷 관련 기기 (2)	합 계		4,195	3,732	3,779	3,837	3,826	3,891	3,979	
	루터	소계	1,694	1,251	1,276	1,242	1,217	1,278	1,318	▲ 4.1
		내수	1,694	1,251	1,276	1,242	1,217	1,278	1,318	▲ 4.1
		수출	-	-	-	-	-	-	-	-
	LAN스위치	소계	1,633	1,653	1,682	1,727	1,778	1,841	1,913	2.7
		내수	1,633	1,653	1,682	1,727	1,778	1,841	1,913	2.7
		수출	-	-	-	-	-	-	-	
	모뎀	소계	101	87	79	71	64	51	44	▲ 12.8
		내수	101	87	79	71	64	51	44	▲ 12.8
		수출	-	-	-	-	-	-	-	-
	광접속기기 (ONU/MC)	소계	737	724	725	780	750	714	697	▲ 0.9
		내수	737	724	725	780	750	714	697	▲ 0.9
		수출	-	-	-	-	-	-	-	-
	기타	소계	30	17	17	17	17	7	7	▲ 0.2
		내수	30	17	17	17	17	7	7	▲ 0.2
수출		-	-	-	-	-	-	-	-	
통신기기 부품(3)		소계	404	365	367	368	371	373	376	▲ 1.2
		내수	337	300	297	294	291	288	285	▲ 2.7
		수출	67	65	70	74	80	85	91	5.3
총계(1+2+3)			12,380	11,824	11,750	11,848	11,720	11,636	11,692	-

자료 : 2009 통신기기 중기 수요예측 (정보통신네트워크산업협회)

주) 1. 인프라 관련기기 기타 : 기타 교환기, 기타 전송장치, 기타 무선네트워크 관련기기

2. 인터넷 관련기기 기타 : 리피터, 브릿지 등

3. 통신기기용 부품 : 장하선륜(裝荷線輪), 중계선륜(배류코일), 반가류(盤架類)

배선부속품, 보안기, 단자반 플러그·잭류

③ 정보시큐리티

□ 시장 규모 : '06년 5,971억엔 → '09년 6,874억엔 예측

○ 정보시큐리티 서비스 : 3,238억엔

○ 정보시큐리티 툴 : 3,636억엔

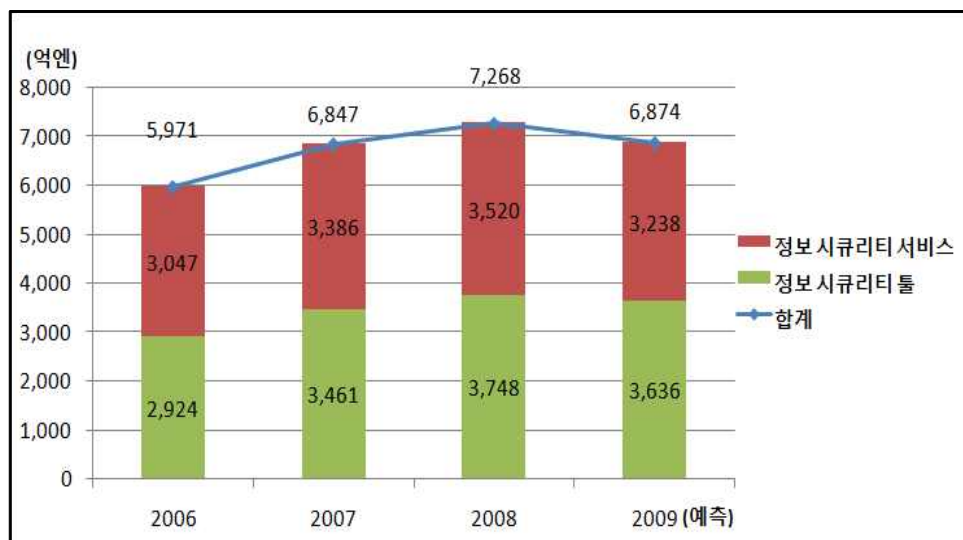
□ 시장 전망

○ '09년 시장규모는 경기침체의 영향으로 전년비 약 5.4% 감소

○ 전자인증서비스, 필터링서비스 증가 추세

○ 기업의 내부통제, 사업 계속관리, 법령준수 등 경영관리 차원의 정보시큐리티 가버넌스 필요성에 대한 인식이 높아지고 있어 앞으로 지속적 성장 전망

[정보시큐리티 시장 추이]



자료 : 정보시큐리티 시장조사보고서(2009.5) (경제산업성)

- 주) 1. 정보시큐리티 서비스 : 컨설팅, 시큐리티시스템 구축서비스, 운용·관리서비스, 시큐리티 교육 및 보험
2. 정보시큐리티 툴 : 통합형 어플라이언스, 네트워크 리스크 대책 상품, 콘텐츠 시큐리티 대책제품, 아이덴티티·엑세스 관리제품, 시스템 시큐리티 관리제품, 암호제품

④ 디지털사이네지(전자간판)

☐ 성장배경

- 디스플레이의 박형화, 저가격화 및 무선통신 인프라 발달
- 시스템 벤더가 사용하기 쉬운 패키지소프트의 개발, ASP 서비스 등장 등

☐ 시장규모

- 2009년 : 613억엔(추정)
 - 시스템 : 327억엔 (전년비 5% 증가)
 - 콘텐츠 : 286억엔(전년비 15% 증가)
- 2015년 : 1조 100억엔(예측)
 - 시스템 : 3,400억엔 (표시장치의 가격 하락, 도입 대수 증가)
 - 콘텐츠 : 6,700억엔
 - ※ 도입 거점수 증가 및 정보 종류 증가로 배신 콘텐츠비용, 독자 콘텐츠제작비 증가 예상
 - ※ 광고비, 판매촉진비는 교통기관, 상업시설의 설치 증가 및 광고·판촉효과에 대한 평가가 높아지고 있어 순조로운 성장세를 보이고 있음

☐ 업계동향

- NTT : Spot Media를 솔루션사업으로 전개
- 소프트뱅크 : 후쿠오카, 요코하마를 중심으로 특정지역 집중 광고 추진

⑤ TV · Web회의

□ 시장규모

○ TV회의 : '08년 309억엔 → '12년 550억엔 → 2018년 2,024억엔

※ HD화 : '09년 60% → '12년 97%

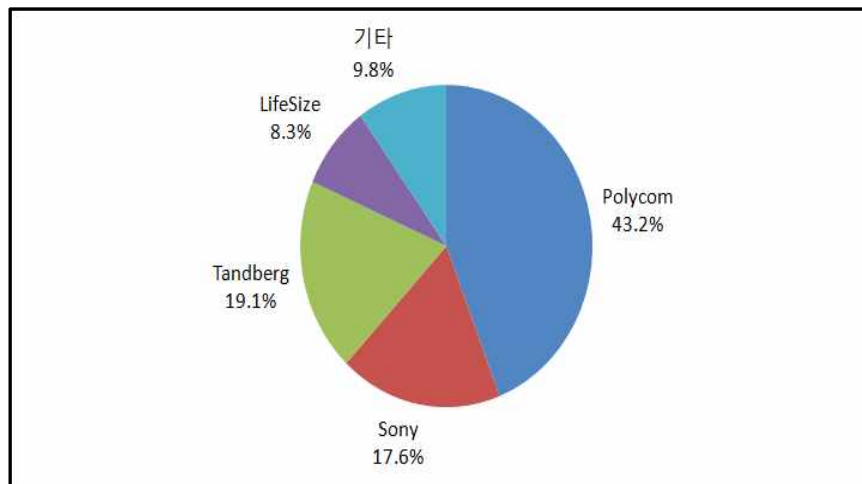
○ 웹회의 : 전체시장의 '08년 10% → 12년 26% → '2018년 54% 수준

□ 기업별 시장점유율('09년 기준)

○ TV회의 : 폴리콤(43.2%), Tandberg Japan(19.1%), 소니(17.6%), Lifesize(8.3%), 기타(9.8%)

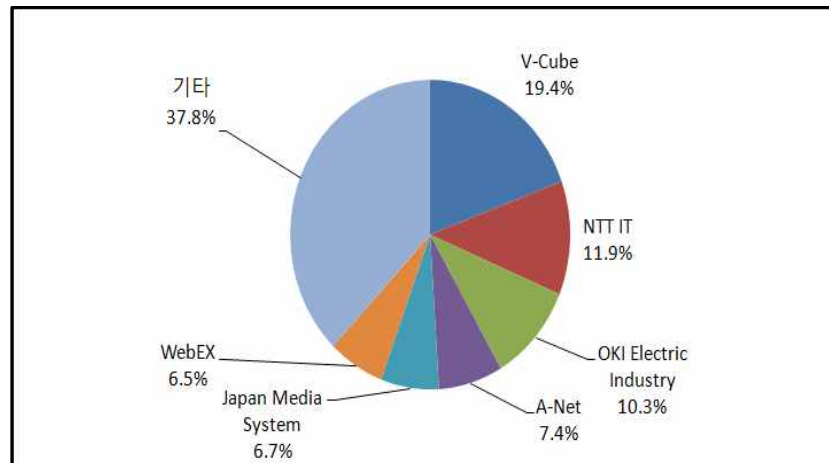
○ Web회의 : V-Cube(19.4%), NTT IT(11.9%), 오키전기공업(10.3%), Webex(6.5%), A-Net(7.4%)

[TV 회의 시스템 메이커 점유율(2009, 금액기준)]



자료: TV · 웹회의 최신 시장동향2010 (Seed Planing Co. Ltd)

[Web 회의(SI+ASP) 메이커 점유율(2009, 금액기준)]



⑥ 교육

□ 2011.7.1부 완전 디지털방송 전환 시점에 맞추어 학교 ICT 환경정비, e-러닝 프로젝트 본격 추진

- 진출 가능성이 높은 분야 : 개방형 학교시스템, 미래형 교실, 학술통계시스템, 교육컨텐츠 등

[일본의 학교 ICT 환경정비 계획]

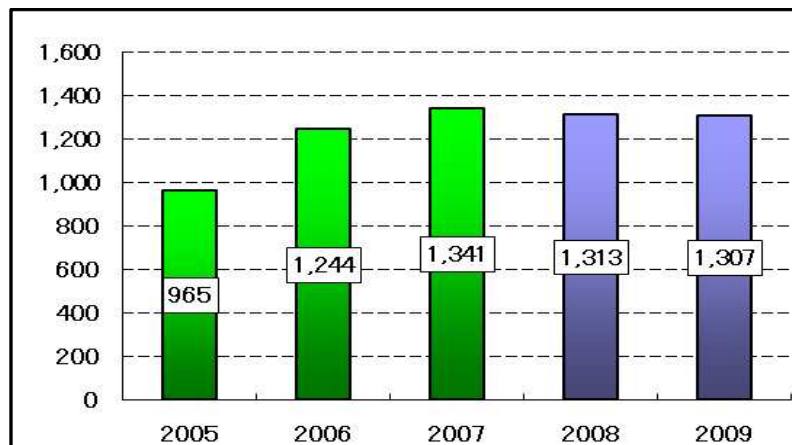
사업 분야	현재	목표	예산(억엔)
초중고 전체TV의 디지털화	1%	100%	1,183
교무용 컴퓨터 보급 (1대/교원 1명)	58%	100%	87
교육용 컴퓨터 보급 (1대/학생 3.6명)	7.0명	3.6명	2,491
학교 교실 LAN 구축	63%	100%	310

자료 : 문부과학성(09.5)

□ e-러닝 시장규모

- '08년 : 1,313억엔
- '09년 : 1,307억엔 (향후 1,300억엔대 유지 예상)

[일본의 e-러닝 시장동향 (2005~2009)]



자료: e-러닝 시장 조사 결과 2009 (야노경제연구소)

○ BtoB 시장

- '08년 시장규모는 전년비 7.8% 성장한 475억엔(전체 시장의 약 35%)
- 금후 연 평균 5%대의 성장률을 유지하여 2013년에는 626억엔 전망
 - ※ 대기업 중심의 직원 연수과정 e-러닝화 확대 예상

나. 시장 진출전략 및 방안

□ 위험 요소 제거 방안 및 진출 전략

- 한국기업이 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해서는 단편적인 수출정책에서 벗어나 단계별 국제화 성장전략 필요
 - 단편적인 수출지향적 전략보다 장기지속적인 진출로 전략 전환 필요
- 일본 시장의 주요 타깃시장을 중심으로 한 시장 세분화 전략
 - 지자체 정보화, 교육정보화, 병원정보화, 클라우드, 시큐리티 등 정책분야를 중심으로 한 제품 홍보 및 진출지원 활동

- 도쿄IT센터의 축적 역량을 기반으로 온오프라인 채널발굴 지원
 - 테마 그룹별 제품소개로 한일 SW기업간 전략적 파트너십 발굴
 - 현지 거점 미확보 기업을 대상으로 Online Biz Matching 지원
- 현지진출 단계별 성장지원 모델에 의한 차별화
 - 준비단계 : 출장지원, 시장정보, 채널발굴, 거점설립 등
 - 진입·성장단계 : 제품 현지화, 전문인력 채용, 법인전환, 채널 발굴 등
 - 성숙단계 : IPO 정보, 투자유치, 이전 사무실 물색 및 계약, 인력채용 등

2. 전기/전자 분야 일본 시장 동향

2.1 시장동향

□ 전기/전자 부품 시장 분류

- 전기/전자 부품은 다양한 분류 방법이 있으나 본 보고서에서는 JEITA (일본전자정보기술산업협회)의 구분 원칙에 따라 전기/자부품을 아래의 표와 같이 수동 부품, 접속 부품, 전자회로기판, 변환 부품, 기타 전자부품으로 구분

전기전자부품	세부항목
수 동 부 품	저항기, 콘덴서, 트랜스, 기능부품
접 속 부 품	커넥터, 스위치, 릴레이
전자회로기판	리지트프린트 배선판, 플렉시블 배선판, 모듈기판, 기타전자회로기판
변 환 부 품	음향부품, 자기헤드, 초소형 모터
기타전자부품	조립품, 메모리부품, 유선통신기기용 부품

□ 생산 및 출하동향

- 2009년 전기/전자 부품 전체 생산액은 2조 2,102억엔으로 전년 동기 대비 71.5%를 기록해 큰 폭으로 감소
- 일본의 전기/전자 부품 생산액은 2007년 이후 하락 국면에 돌입한 후, 2009년에는 더욱 큰 폭으로 감소

[전기/전자부품생산액 추이]

(단위 : 백만엔)

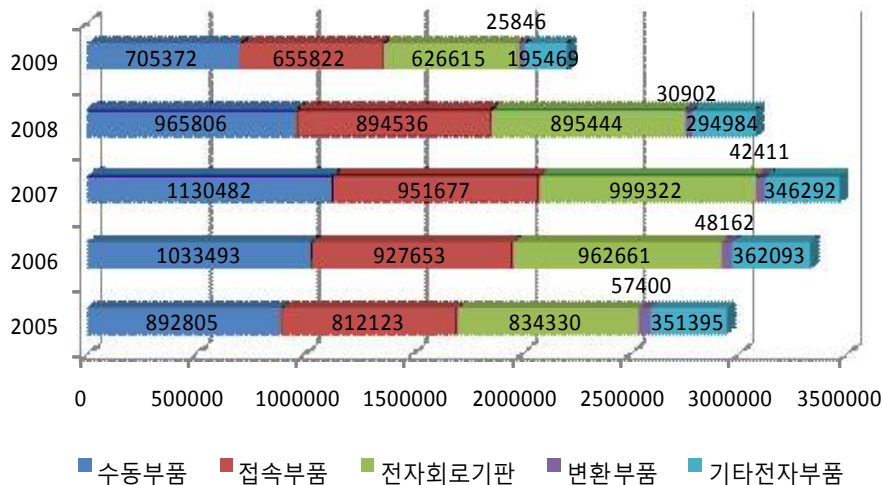
2005	2006	2007	2008	2009
2,948,051	3,334,062	3,470,184	3,090,672	2,210,214

출처 : 전자정보기술산업협회(JEITA)

- 전기/전자 부품 생산 추이를 보면, 2007년에 피크를 기록한 후 2007년 말 발생한 서브프라임 문제에 따라 발전된 글로벌 금융위기의 영향으로 급격히 감소하기 시작해 2009년까지 극심한 영향을 끼침

- 2010년도에는 금융위기에서 회복세를 보이고 있어, 4월말 기준으로, 전체 생산액이 전년 동기 대비 45.6%의 증가한 8595억엔
- 2009년도 품목별 생산 동향을 살펴보면, 필터 생산이 주류를 이루고 있는 수동 부품과 전자회로 기판을 제외한 접속부품, 모듈 기판 생산이 주류를 이루는 전자회로 기판, 변환부품, 그리고 기타전자부품 모두 현저한 감소
- 수치로 환산하면, 각 품목이 전년 동기 대비 각각 26.8%▲, 26.8%▲, 31.1%▲, 35.2%▲, 33.5%▲로 전년 대비 감소

[전기전자부품 생산동향 추이]



출처 : 일본전자정보기술산업협회(JEITA)

① 수동부품

- 2007년 까지 꾸준한 성장세를 보인 일본의 수동부품 국내 생산은 2008년과 2009년에 급격한 하락 후, 2010년에 일본경기의 호전과 함께 다시 증가하는 추세
- 이는 수동부품의 주력제품인 콘덴서의 생산 동향과는 무관한 전체적인 경기의 영향인 것으로 풀이됨

[수동 부품 생산 추이]

(단위 : 백만엔)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
저항기	122,959	136,331	135,733	118,241	77,530
콘덴서	491,977	572,013	648,860	553,145	396,274
트랜서	53,746	57,000	58,891	55,149	40,402
기능부품	224,123	268,149	286,998	239,271	191,166

출처: 일본전자정보기술산업협회(JEITA)

② 접속부품

- 2009년도에 커넥터, 스위치, 릴레이의 생산량은 각각 3,791억엔, 1,353억엔과 1,413억엔으로 전년 동기 대비 24.7%, 32%, 26.9%의 현저한 감소세를 기록

[접속 부품 생산 추이]

(단위 : 백만엔)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
커넥터	448,207	520,647	547,197	503,458	379,106
스위치	170,607	200,605	205,564	199,056	135,322
릴레이	84,944	206,401	198,916	192,022	141,394

출처 : 일본전자정보기술산업협회(JEITA)

③ 전자회로기판

- 2007년까지 전자 회로기판의 일본 국내 생산은 디지털가전을 중심으로 한 전자기기나 자동차관련 등의 호조에 따라 5년 연속 플러스 성장을 기록. 이 역시 기타 회로기판을 제외한 모든 부문에서 2008년부터 감소세로 돌아섬
- 2000년에 9,500억엔을 기록한 이래 2001년도에 IT불황으로 16.7%가 감소하는 등 2002년까지 지속적인 감소세가 이어졌음. 그러나 2003년 가을 이후 반도체 시장의 회복세 등에 힘입어 성장세로 반전한 상황에 비추어 볼 때 반도체 시장이 다시 회복하고 있는 2009년 이후에도 성장세 유지 기대
- 전자기기의 소형화·경량화·슬림화, 고성능화, 다기능화에 따라 전자기판도 슬림화, 경량화, 고밀도화, 고다층화로 전환되고 있음. 높은 기술력을 필요로 함에 따라 일본 국내생산은 호조로 이어질 전망

[전자회로기판 생산 추이]

(단위 : 백만엔)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
리지트프린트배선판	524,720	608,333	619,859	558,778	398,428
플렉시블배선판	136,172	137,299	141,051	124,661	84,399
모듈기판	135,197	214,976	236,370	211,300	141,382
기타전자회로기판	2,307	2,053	2,042	695	2,406

출처 : 일본전자정보기술산업협회(JEITA)

○ 2009년도 변환부품의 일본 국내 생산은 해외 생산화의 진전에 따라 258억엔으로 전년 대비 35.2% 감소, 6년 연속 두 자릿수 마이너스 성장

- 차량용 애프터마켓, 오디오마켓의 침체, 그리고 해외 생산 증가 요인에 기인
- 특히 차재용은 카오디오나 카 내비게이션을 표준 장착하는 비율이 늘어남에 따라 자동차용 애프터마켓이 침체 경향 보임
- 자기헤드는 AV용 헤드의 디지털화에 의해 시장규모가 축소되고, HDD용 헤드의 해외 생산 이전이 진행되어 국내생산이 감소한 탓에 2005년 전년대비 37.3% 감소한 151억엔을 기록한 이래, 2006년에는 42.4%, 2007년에는 55.6%, 2008년에는 29.2%, 그리고 2009년에는 26.6%의 감소세를 보이며 급격히 감소하고 있음
- 소형모터는 디지털 AV기기용 HDD 스핀들 모터 및 휴대폰용 진동모터가 2007년까지 견실한 성장세를 보였으나 이 역시 2008년 이후 OA 관련을 포함한 해외 생산 이전이 진행됨에 따라 감소 경향을 보임

[변환 부품 생산 추이]

(단위 : 백만엔)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
음향부품	18,642	16,082	14,138	13,175	8,254
자기헤드	15,153	8,707	3,862	2,733	2,006
초소형모터	23,605	23,373	24,411	23,994	15,586

출처 : 일본전자정보기술산업협회(JEITA)

[수출 동향]

- 일본의 전자부품 수출은 2007년까지 꾸준히 5% 이상 증가되는 추세를 보이고 있음
 - 수출이 수입에 비해 월등히 많아 부품 소재산업 강국의 면모를 여실히 보여주는 일본은 품목 면에서도 고가 제품군의 수출이 많은 것이 특징임
 - 2007년 기준으로 품목별로 살펴보면 수동부품 중에서는 콘덴서의 수출이 15.7% 증가한 5,888억엔을 기록했으며, 코넥터, 광코넥터 등 네트워크 기기도 9.1% 증가한 4,245억엔을 기록하면서 전자부품 전체의 수출 증가세를 이끌었음
- 하지만, 일본 전체의 불황으로 인해 2008년, 2009년에는 부문, 부품을 불문하고 일제히 감소하는 추이를 보이고 있음
 - 이는 국내생산 자체의 부진과 일본의 엔고현상에 기인한다고 볼 수 있음
 - 특히 엔고현상에 의하여 일본 제품이 기술과 성능 면에서 우위성을 확보했다고 하여도, 가격경쟁력 확보가 어렵기 때문에 수출에 많은 어려움을 겪고 있음

[전자부품 수출 추이]

(단위: 백만엔, %)

구분	2007년		2008년		2009년	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
수 동 부 품	767,109	13.0	635,335	▲17.2	456,169	▲28.2
접 속 부 품	716,546	7.6	648,797	▲ 9.4	466,267	▲28.1
전자회로기판	385,923	▲2.6	325,303	▲15.7	234,191	▲28.0
변 환 부 품	46,500	0.6	43,556	▲ 6.3	33,997	▲22.0
기 타	26,780	▲23.0	25,356	▲5.3	15,880	▲37.4
합 계	1,942,858	6.6	1,678,346	▲13.6	1,206,484	▲28.1

출처 : 전자정보기술산업협회(JEITA)

[수입 동향]

- 2007년까지는 일본의 전자 부품 수입 추이가 꾸준히 증가하였는데, 이는 일본 기업이 생산 기지를 해외로 이전한 것과 범용 제품의 경우 중국으로부터의 수입이 늘고 있기 때문임

- 하지만 2007년 말 이후의 금융위기의 영향으로 세계적으로 소비심리가 위축되고 이것이 일본 국내 전자제품 생산의 급격한 침체로 이어졌으며, 그로 인하여 생산에 필요한 전자부품의 수요 자체가 줄어들어 따라 수입액 자체가 전체적으로 감소추세에 있음

[전자부품 수입 추이]

(단위: 백만엔, %)

구분	2007년		2008년		2009년	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
수 동 부 품	167,818	5.4	149,981	▲10.6	89,494	▲40.3
접 속 부 품	119,610	9.0	116,613	▲2.5	78,464	▲32.7
전자회로기판	164,944	▲1.7	148,777	▲9.8	105,557	▲29
변 환 부 품	137,156	4.0	121,685	▲11.3	90,994	▲25.2
기 타	34,644	0.2	24,993	▲28	26,381	5.8
합 계	624,172	3.5	561,988	▲10	390,891	▲30.4

출처 : 전자정보기술산업협회(JEITA)

- 주요 품목인 변성기의 경우 가격 경쟁력을 내세운 중국이 2008년에 비해 29.4%로 크게 감소했으나, 부동의 1위를 차지하고 있으며 뒤를 이어 미국, 태국, 필리핀, 순으로 수입량이 많음
- 일본의 해외 생산기지에서 생산되고 있는 품목의 경우 필리핀, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아 국가 등에서 생산된 상품이 상당량이 일본으로 역수입되고 있음
- 한편, 한국은 변성기는 9위, 콘덴서는 6위, 저항기는 15위, 인쇄회로는 5위를 각각 기록하였지만 인쇄회로를 제외하고 급격한 감소세를 보였음

[일본의 변성기(HS 8504) 국가별 수입(2009년)]

(단위 : 백만엔, %)

순위	국가	금액	증가율
1	중국	136,970	-29.4
2	미국	13,881	-31.5
3	태국	10,710	-34.2
4	필리핀	9,631	-38.0
5	인도네시아	9,363	-37.5
9	대한민국	4,504	-41.1

출처 : KITA

[일본의 콘덴서(HS 8532) 국가별 수입(2009년)]

(단위 : 백만엔, %)

순위	국가	금액	증가율
1	중국	8,934	-54.8
2	태국	3,672	-61.4
3	말레이시아	2,288	-21.0
4	미국	2,070	-24.7
5	인도네시아	1,917	-51.3
6	대한민국	1,729	-41.8

출처 : KITA

[일본의 저항기(HS 8533) 국가별 수입(2009년)]

(단위 : 백만엔, %)

순위	업체명	금액	증가율
1	중국	11,152	-34.6
2	태국	2,905	-27.1
3	필리핀	1,302	-37.6
4	말레이시아	1,269	-43.5
5	미국	1,121	-52.6
15	대한민국	156	-13.4

출처 : KITA

[일본의 인쇄회로(HS 8534) 국가별 수입(2009년)]

(단위 : 백만엔, %)

순위	업체명	금액	증가율
1	중국	57,723	-26.8
2	대만	15,828	-45.2
3	베트남	9,060	-27.0
4	태국	8,947	-27.1
5	대한민국	6,921	4.6

출처 : KITA

2.1 시장 특성

- 일반 전자 부품은 종업원 100인 미만 기업이 전체의 대부분을 차지하고 매우 노동 집약적인 산업임
- 전자 부품 디바이스는 혁신이 상당히 빠르기 때문에 제조업체들은 연구 개발 투자가 필연적으로 많아짐

- 컴퓨터 제조 업체 등 대기업 사용자의 겸업이 많고 수요도 산업용 전자 기기가 중심임
- 전자 부품 산업은 기본적으로 수주 산업이기 때문에 사용자인 세트 메이커의 동향에 크게 좌우되며, 세트 제조사의 하청 기업적인 관계에 있기 때문에 대기업의 실적에 좌우됨
- JIT(Just in time)의 보급에 따라, 리드 타임 단축이 거래에 필수가 되고 있음
 - 리드 타임을 단축하기 위해서는 상응하는 비용을 투자해야 하고 이것이 가격 경쟁력에 영향을 끼치기 때문에 한번 거래를 시작한 회사 이외에 다른 회사와 거래하는 경우에는 물류비용까지 고려해야 하는 바 판단이 늦어지게 됨
- 고객 사정에 따라 긴급 출하도 빈번해 재고 관리는 엄격하게 할 필요가 있음
 - 대리점에서의 물류 품질 요구에 관한 요구 사항이 까다로워 만약 출하 과실 또는 제품 손상을 일으킨 경우에는 자전거 항공편 등 전세 차량을 전액 자사 부담으로 출하할 필요가 있음
- 거래를 유지하기 위해서는 출하 오류 및 상품 파손을 없애야 함.
 - Lot No 관리뿐만 아니라, Serial No. 단위에서의 출하 이력 관리가 요구되는 경우가 있으므로 엄격한 관리할 필요 있음

2.3 시장 잠재력 및 중장기 전망

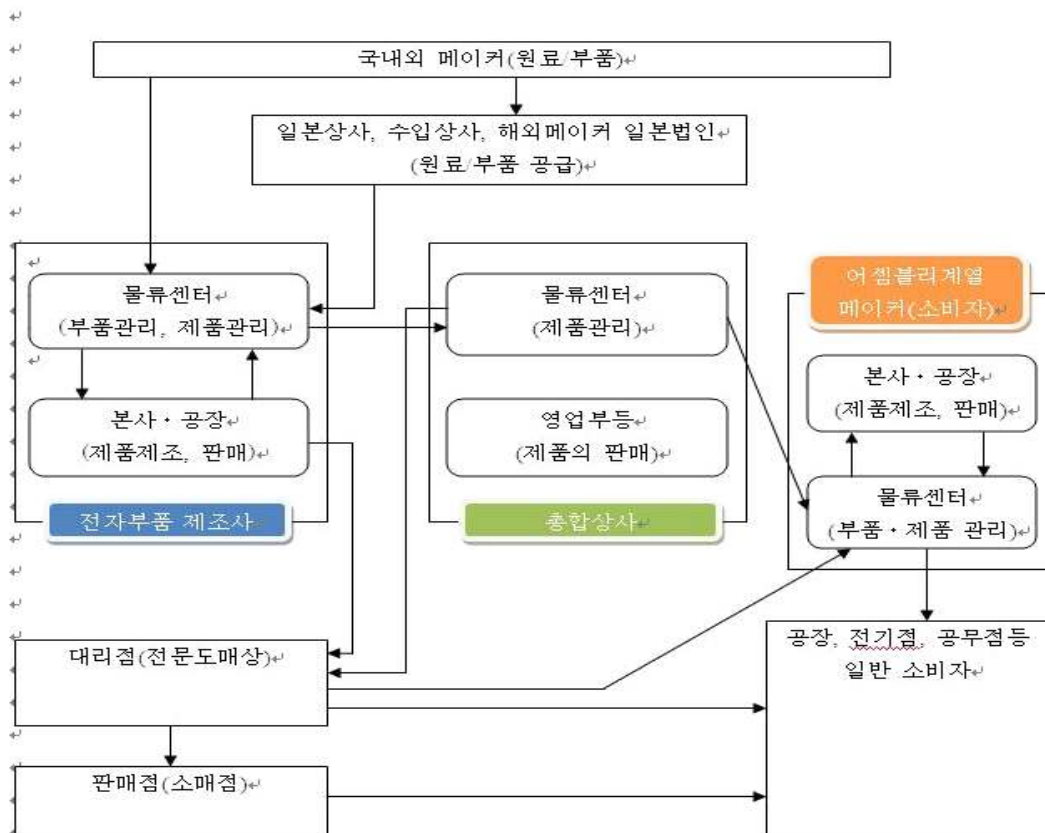
□ 독과점 등 경쟁 현황

- 전자 부품 제조 업체 주요 7개사(교세라, TDK, 日東電工, 日本電産, 알프스 전기, 무라타, 롬)의 실적이 빠르게 회복해 설비 투자를 재개시키는 가운데 시장 점유율에 판도 변화가 일어나고 있음
- 전자 정보 기술 산업 협회에 따르면 전자 부품의 일본계 기업 세계 생산액 점유율은 리먼 쇼크 이전 인 '07년에 43%였던 것이, '09년도에는 40%까지 저하

- 이는 중국, 한국, 대만의 부품 제조업체의 대두에 기인
 - 한국은 빠르게 성장하고 있으며 세계적으로도 대기업이라 할 수 있는 전기 메이커가 있고, 이들 메이커의 전략 전환에 따른 영향이 있는 것으로 분석됨
 - 이전에는 일본에서 소재, 부품, 제조 장비 등을 수입하고 한국 내에서 이를 가공, 조립하여 세계시장에 판매하는 비즈니스 모델이었음
 - 그러나, 중장기적으로 내부에 부가 가치를 축적해 나가는 관점에서 한국 내의 부품 메이커의 육성 및 기술 수준의 향상에 역점을 두고 있음
 - 부족한 기술은 일본을 비롯한 세계 각국의 기업에서 기술 도입하면서도 국내 생산을 중시
- 전자부품 시장에서 일본 기업의 점유율이 떨어진 이유
 - 한국의 경우 주요 전자제품에서 세계 시장 점유율 1위를 확보한다는 국가 전략을 추진하기 위해서 장애가 될 가능성이 있는 부품을 한국 내에서 육성한다는 움직임을 보이고 있음
 - 또한 일본기업이 자랑하는 고부가가치 부품은 디지털 가전기기에 탑재되는 비율이 점차 낮아지고 있음
- 휴대 전화 최대 메이커의 평균 판매 단가는 2009년까지 5년간 연평균 10%의 하락을 계속하고 있음. 최종 제품의 신흥국가 판매율이 상승하고 있어 비교적으로 저렴한 제품의 비율이 상승하고 있기 때문
- 또한, 다기능정보 단말기로 대표 되는 것과 같이 최종 소비자에게 수용되는 제품이 반드시 고부가가치 부품을 도입한 제품이 아니고 소프트웨어 서비스까지 포함한 종합력이 높은 제품으로 전환되어 가고 있는 것도 배경에 있음
- 이러한 흐름 속에서, 최종 세트 메이커의 플레이어의 변화와 성장시장에 대한 매핑의 재고가 필요. 또한, 부가 가치가 하드에서 소프트로 전환했을 가능성이 높고, 전자 부품의 부가 가치가 떨어지고 있다는 우려가 제기되고 있음

□ 유통 채널

- 아래 내용은 전자 부품 업계의 유통 경로를 도식화한 것임. 조립 부품의 유통은 일반적으로 도매상이나 상사를 통해 소비자에 전달되지만 조립 완성이 다른 공장에 반입하는 경우도 많아 생산에 직결되기 때문에 리드타임 단축 및 물류 품질에 대한 요구 엄격한 업계임



출처 : 업종별 심사사전, 기업 인터뷰 등

□ 일반 전자 부품 시장전망

- 전자부품의 수주 수치는 경기의 선행지표라고도 일컬어지고 있는 만큼 일본 전자부품시장의 현황 및 전망은 일본 전체의 경기를 엿볼 수 있음
- 2009년까지 모든 분야에 있어서 매우 저조한 수치를 기록한 일본의 전자부품 시장은, 신흥국을 중심으로 한 디지털가전 제품의 판매 증가 등에 힘입어 회복세를 기록하고 있음

- 특히, 무라타제작소와 일본전산 등 대표 부품업체들은 2009년 3분기의 전자부품 수주액은 2분기에 비해 30~40%이상 증가했으며, 기타 주요 부품기업의 60% 이상은 4분기 및 2010년에도 이 같은 추세가 이어질 것으로 기대하고 있음
- 무라타 제작소의 3분기 수주액은 2분기에 비해 40% 증가한 1300억엔에 달하였으며, 휴대폰과 PC에 사용되는 콘덴서와 고주파 부품의 수주 잔고도 중국과 한국 시장의 호조에 힘입어 43% 급증한 500억엔에 이르렀음
- 교세라도 3분기 월평균 전자부품 수주액이 가장 호조를 보였던 2007년 2,3분기 수주액의 70%까지 회복함
- 일본전산의 경우 하드디스크드라이브용 정밀 소형모터의 3분기 출하량이 2분기에 비해 30%가량 증가했으며 회사 측의 통계에 따르면 수량기준 사상 최고인 약 1억2000만대를 넘어섰다고 발표됨
- 일본의 전자부품 시장에 가장 큰 영향을 끼치고 있는 중국이 가전하향정책을 실시한 결과, 가전제품 수요가 급증하고 있음
 - 특히 액정TV의 2010년 출하량은 2009년보다 3000만대 증가한 1억7100만대에 달할 것으로 예상되며, 액정TV의 주요부품을 차지하고 있는 일본의 전자부품에 대한 수주도 함께 증가할 것으로 예상됨
- 전기/전자 부품의 일본 국내생산은 고성능 재료로 급격히 이행하고 있음
 - 범용 재료의 해외생산이 활발해지고 있을 뿐만 아니라, 전자부품·디바이스의 소형화에 따른 사용량의 감소에 의해 총체적인 일본국내에서의 생산신장은 저조함
 - 그 만큼 신 재료, 고부가가치재료의 구성비를 높이는 경향이 강해지고 있는 것
 - 특히 전자재료는 디지털가전의 보급, 휴대전화 및 노트북PC의 고성능형의 생산증대, 자동차에 있어 전자화의 진전 등 성장분야를 배경으로 한 반도체디바이스 및 전자부품의 수요가 증가에 대응한 형태로 성장하고 있음
 - 2000년 IT(정보통신기술)버블 이후 어려운 수요환경에 직면해 재료 제조업체는 부득이 사업재편 등의 개혁을 하게 되었으나, 최근 들어 사업체제가 성장전략에 적합한 형태로 정비되고 있고, 또 고성능재료로 이행이 활발해지고 있음

- 박형 TV, DVD, 디지털카메라와 같은 디지털가전이 지상디지털방송 등과 상호 작용해 보급에 가속이 붙고 있음
- 또 휴대전화 및 노트북PC는 기능을 중시한 신제품이 잇따라 개발돼 세계적으로 신규교체 및 신규수요가 증가함에 따라 일본의 전기/전자부품의 생산은 꾸준히 증가할 것으로 보임
- 특히 BRICs에 있어서 휴대전화의 보급은 수요를 끌어 올리는 결과가 되고 있으며, 자동차는 안전, 쾌적, 신뢰성, 환경, 에너지절약 등을 계기로 전자화가 더욱 진전되어 관련 전기/전자부품의 수요를 부추기고 있음
- 다만, 중국에서의 수요증가로 원재료가 부족한데다 원유가격의 앙등 등도 겹쳐, 원재료가격의 앙등이 재료제조업체의 구입가격의 코스트를 압박하고 있음
- 또한, 원재료를 지닌 중국 등이 전자재료분야에의 참여를 가속하고 있어 시장가격의 하락을 더욱 부추기고 있음
- 이러한 시장상황 하에서 일본 전자부품 기업들은 새로운 활로를 찾고 새로운 판로개척 및 적용범위를 넓히기 위해서 시장개척에 나서고 있음
- 가장 주목받고 있는 시장은 자동차용 전장 시스템임. 민간 시장 조사기관인 후지키메라총연의 보고서에 따르면, 세계의 주요 차량 탑재 전장 시스템 44개 품목의 시장(차세대 자동차 관련 부품 13개 품목을 포함)은 2010년에 13조 1,570억엔을 기록할 예정이며, 2015년에는 20조 6450억엔, 그리고 2020년에는 24조 8016억엔까지 성장할 것으로 예상됨
- 자동차용 전장 시스템이 주목받는 가장 큰 이유는 무엇보다 그 성장의 속도임. 현재 전체 자동차 부품의 20%정도를 차지하고 있는 전장 시스템은 2015년까지 전체 자동차 부품의 40%를 차지하게 될 것이라고 예상되고 있음. 이에 따른 전자부품 수요 증가는 업계에 긍정적인 전망을 가져다 줄 것으로 예상됨

□ 유비쿼터스 도래에 따른 관련 부품 시장 전망

- 향후 전자 부품 산업은 유비쿼터스 시대의 도래에 따른 비즈니스의 가능성이 높음. 정보를 원활하게 공유하기 위해 유비쿼터스 사회는 수많은 신제품을 개발, 생산할 것으로 기대됨

- 이에 따라 유비쿼터스 부품에 대한 수요가 증가하므로 저가로 공급할 것을 요구하고 있어 향후 더욱더 한국, 중국, 대만을 비롯한 해외 업체들이 일본 시장에 진출할 것으로 예상됨
- 또한 중/단기적으로 볼 때 유망 시장, 전자 부품 업계의 많은 기업들이 주력하고 있는 자동차용 시장임. 자동차는 전장화(電裝化)의 흐름이 이어지고 있어 시장 확대가 예상됨
 - 자동차 관련 부품은 생명에 직결되므로 가능성 측면에서 품질이 중시되는 점이 특징으로, 품질 요구가 높은 것은, 즉 기술이 앞선 기업에 있어 경쟁우위를 발휘하는 시장임
- 또한, 자동차 부품은 전자에 비해 가격 하락이 비교적 완만함. 그리고 중장기적인 계획에 따라 생산되는 자동차는 앞으로의 전망을 세우기 쉽고 효율적인 생산 계획을 짤 수 있어 수익 변동 (volatility)의 감소로 이어질 것으로 예상됨
- 구체적인 유망 제품은 센서로서 구동계만으로도 엔진과 트랜스 미션, 브레이크, 스티어링 등 여러 센서를 사용하고 있음
 - 또한 서스펜션과 공조 등 차내의 편안한 공간을 연출하는 이른바 거주성(居住性)을 높이기 위해 채용하는 경우도 적지 않음
 - 또한 최근에는 고급 승용차에 충돌 방지 기능을 가시 광선 및 적외선 센서 기술이 활용되고 있음
- 자동차가 가솔린 차에서 HV와 EV, PHV로 진화되어 가면 센서 수요에 큰 성장을 기대할 수 있음
 - 이는 배터리와 모터 사이 등에서 전류를 관리, 통제할 필요가 증가하기 때문임
 - 예를 들면, 배터리와 DC / DC 컨버터의 중간 부분임. 배터리의 전압을 DC / DC 컨버터로 저압으로 변환할 때 배터리의 방전 관리 및 DC / DC컨버터의 상태 관리에는 센서를 빼놓을 수 없음
 - 인버터와 모터 부분으로 수행할 모터의 구동감시(驅動監視)도 마찬가지임. PHV에서도 충전기와 인버터 부분에 전류 감지를 위한 센서가 필요함

- 반면, 감소가 예상되는 용도도 있음
 - EV는 내연 기관이 없기 때문에 기존의 가솔린 차에서 많이 채용되고 있는 실린더 온도와 배기 온도 감지 센서가 크게 줄어들 전망임
 - 내연 기관을 함께 사용하는 HV에서는 그 수가 큰 차이는 없지만, EV의 도래로 온도 센서 수요가 감소할 전망
- 그러나 차내 공간(의자나 에어컨 등)에 관한 분야의 센서는 현재와 같은 수준으로 유지할 것으로 보임
 - 또한, EV 등 새로운 구조의 자동차가 자동차용 온도 센서의 감소 요인이 되었다 해도 탑재량이 증가하는 전류 센서가 감소폭을 상회할 공산이 큼
 - HV 효과로 센서의 총 출하량은 현재의 3배 이상으로 급증할 것으로 예상됨
- 민간경제연구기관의 예측에 의하면, 자동차 전류 센서의 시장 규모는 2010년 147억 1600만엔 (2009년 126억 8100만엔)로 확대될 전망
 - 2015년에는 265억 9500만엔으로 성장할 전망
 - 출하 수량 기준으로는 2015년에는 3301만개 (2009년 1334만개)로 증가함
- 센서는 앞으로 점점 발전할 유망시장으로 로봇 시장에도 적용될 수 있기 때문에 센서 시장은 전자 부품 중에서도 매우 유망한 품목으로 주목 받고 있음

2.4 관련 정책 및 업계 기술개발 동향

가. 정부 정책 동향

□ 에코포인트 제도

- 에코 포인트 제도는, 지구 온난화방지, 경제의 활성화, 지상 디지털 방송 TV의 보급을 목적으로 하고 있으며 에너지 절약성능이 높은 에어컨·냉장고·지상 디지털 방송 대응 TV를 구입한 사람에 대해서 일정한 에코 포인트를 부여해, 이것을 사용해 에코 상품 등을 구입할 수 있도록 하는 제도임
- 2009년 5월15일 이후, 2010년 12월31일까지 구입한 대상 상품이, 에코 포인트 부여 대상이 되어, 에코 포인트에 상당하는 지정 상품과의 교환이 가능함. 접수는 사무국이 하며 교환은 사업자를 개입시켜 하고 있음
- 지상 디지털 방송 대응 TV의 도입 촉진이나 가전의 교체에 따른 경기 자극을 위한 정부정책임. 대상 가전은 모두 대형가전이며, 수송 시나 폐기·리사이클 할 때에 환경 부하가 발생하는 점에 대해서, 환경능력이 뛰어난 신형 가전은 에너지 효율이 높고, 간접적으로 이산화탄소(CO₂)의 배출이 억제될 것이라고 하지만, 폐기나 리사이클 시간의 환경 코스트에 대해서는 언급하고 있지 않음
- 경제산업성은 에코 포인트 제도가 일본 경제에 미치는 경제효과에 대하여 산업 전체로 약 4조엔에 달한다는 독자적인 감산을 발표함
- 에코 포인트 제도가 전자부품 업계에 영향을 주는 제도인 이유는, 에코 포인트 제도로 인하여 일본 내수 가전시장의 거래가 촉진 되고, 그로 인한 가전제품의 판매량 증가가 부품시장의 활성화로 이어지기 때문임
- 업계에서는 이 에코 포인트 제도가 현재로서는 일시적인 실적 상승에 도움이 되고 있지만, 에코 포인트 제도가 종료되는 2010년 12월 31일 이후에 예상되는 가전제품 수요 재 하락에 관하여 우려하는 목소리가 높으며, 이에 대한 대책이 요구되고 있는 상황임

□ 공업표준 및 지적기반의 정비 정책

- 이 정책의 목적은, 일본의 기준 인정제도의 기초가 되고 있는 공업기준의 정비, 적합성평가, 지적 기반정비 등을 일체적으로 추진하여 일본의 연구개발성과의 국제적인 보급 및 환경/복지 등의 사회적 니즈에 정확하게 대응한 제품의 보급을 꾀함으로써, 산업경쟁력을 강화함과 동시에, 안전하고 안심할 수 있는 사회를 구축하는 것임
- 이 정책의 중심에 있는 것이 전자산업을 포함한 일본 제조업계 공업표준의 국제화임. 특히 일본이 여전히 기술면에서는 월등한 우위를 보이고 있는 전자부품 업계에서는 그 기술력을 기반으로 미리 국제표준으로 설정되지 않으면, 산업기반 자체가 흔들릴 수 있음
- 이 정책의 효율적인 실행을 위하여 경제산업성은 일본 가전부품 업계의 산업경쟁력 강화를 위한 가이드라인을 발표함
- 가이드라인의 내용은 1)기업경영자의 의식 개혁 2)국제표준의 제안을 위한 중점적 지원강화 3)세계에서 통용되는 표준전문가의 육성 4)아시아태평양지역에 있어서의 연계 강화 5)각 외국의 독자적인 표화와 기술규정의 제정에 대한 대처 방안 등으로 이루어져 있음
- 일본은 국가정책의 일환으로 일류 기업들이 개발해낸 기술 및 제품들의 국제적 표준화를 적극 지원할 방침
- 국제표준화는 세계 어디에서나 통용되는 제품 및 기술이라는 것을 의미하기 때문에 그만큼 대상 시장이 넓어지고, 일본제품의 국제적인 판매촉진으로 직결되기 때문에, 매우 중요한 사항으로 인식되고 있으며 일본전자산업계에서도 적극적으로 정부와 연계하여 계속하여 기술개발에 매진하고 있음
- 구체적으로는 ISO/IEC등의 국제규격에 일본정부의 이름으로 일본을 대표하는 기술을 제안하여 더욱 수월하게 국제표준규격으로서 채택될 수 있게 하는 정책임

나. 업계의 기술 개발 동향

□ 기업의 기술동향

- 세계 최대의 콘덴서 제작업체이며 교토에 본사를 두고 있는 무라타제작소는, 2010년 7월 16일, 반도체 제조 장치 등의 산업기기 시장용으로 쓰이는 표준 플랫폼 전원을 개발 및 상품화했다고 발표
 - 이 제품이 갖는 의미는, “표준 플랫폼 전원”으로 앞으로 생산될 반도체 제조 장치 및 관련 산업기기는 이 전원을 탑재해 생산하게 될 것이라는 점임
 - 2010년 7월 21일부터 동경 빅사이트에서 개최된 <테크노프론티어2010> 전시회에서 큰 호응을 받음
 - 이 제품의 개발 배경은 환경 대응에 높은 관심이 표출되고 있는 시장상황 하에서, 일반 가정 및 오피스에서 사용되는 전자 기기 뿐만 아니라, 산업기기에 대해서도 에너지 절약과 자원 절약으로 대표되는 환경 대응이 요구되기 때문임
 - 이 산업기기용 전원은, 그간 무라타제작소가 높은 평가를 얻은 프린터, 팩스, 평면TV, 등의 디지털 AV기기용 회로설계와 함께 제공하던 커스텀 전원을 통한 다년간의 실적 및 경험을 한층 더 업그레이드 시켜서 개발한 제품임
 - 무라타제작소의 독자적인 회로설계 기술에 의하여, 고효율 및 높은 수명의 전원을 산업기기용으로 커스터마이징을 하여, 그 플랫폼 회로를 산업 기기용 <표준 사양>에 전개한 후, 현재의 신상품(AC-DC전원)을 개발해 상품화함
- 일본 전자제품 부품업체들은 기술혁신을 통해 단순한 생산일변도의 수익방식에 변화를 주고 있음. 그 대표적인 예로 일본 전산을 들 수 있음
 - 일본 전산은 「ISO/IEC 17025」의 취득을 통해 생산이 아닌, 분석 의뢰 업무를 개시함
 - 일본전산의 중앙개발 기술 연구소의 품질 보증 신뢰성 그룹 분석 평가 팀은 2010년 3월 26일에 화학 시험 분야의 시험소로서 국제 규격인 「ISO/IEC 17025」의 인증을 취득했음
 - 이에 따라 4월 24일부터 일본 전사의 그룹 회사 및 서플라이어, 그리고 사외로부터의 분석 의뢰를 맡는 업무를 개시함

- 분석 의뢰의 인수 가능 범위는, 이번에 인정된 시험 항목인 RoHS-ELV지령안의 카드뮴, 납의 분석과 수은 육각클롬의 분석, 할로젠 분석, 그리고 취소, 염소의 분석임
- 이 인증 취득이 주목받는 이유는, 일본을 대표하는 전자부품 생산업체인 일본전산이, 최근 불황에 따른 수익 감소의 영향으로, 사업의 다각화를 통한 수익원 증가를 도모했다는 점임

2.5 한국산 경쟁동향

가. 각국 진출 현황 및 성과

- 변성기, 콘덴서, 저항기, 인쇄회로 등 주요 전기/전자 부품은 가격 경쟁력을 내세운 중국이 비록 2008년에 비해서는 큰 감소 추세를 보였지만, 부동의 1위를 차지하고 있으며 뒤를 이어 미국, 태국 필리핀, 순으로 일본 시장에 진출하고 있음
- 한편, 한국은 변성기, 콘덴서, 저항기, 인쇄회로 등의 분야에 진출하고 있으나 인쇄회로를 제외하고 급격한 감소세를 보임
- EV용 전기/전자 부품은 아직 미개척 분야로 진출 여지는 많은 것으로 봄

나. 현지바이어들의 한국기술 및 제품 평가

- 대부분의 바이어들은 한국 부품업체들이 풍부한 납품 실적을 갖고 있어 품질 상 신뢰하고 있는 것으로 나타나고 있음. 그 만큼 한국 기술 및 제품 수준을 높이 평가하고 있음
- 엔고, 원저에 따라 가격 메리트는 물론 물류 코스트도 저렴하기 때문에 당분간 한국 산 부품을 조달하겠다는 의사를 표명함

2.6 일본시장 진출 전략

가. 환경 분석 및 진출 유망 세부 품목

□ 환경 분석

- 전기/전자 부품 소재 산업에 있어서의 한국의 위치
 - (Nutcracker 현상) 고부가가치 분야에서는 한·일간 격차가 여전한 반면, 범용 분야에서는 한·중간 격차가 급속히 좁혀지고 있음
 - 그동안 첨단 부품소재는 한국이 일본으로부터, 범용 부품소재는 중국이 한국으로부터 수입하는 3국간 분업구조 유지
 - 그러나, 최근 중국은 내수화 전략을 추진하여 범용 부품소재 분야를 중심으로 추격을 가속화
- 핵심 부품소재 대일 의존 심화
 - 원천 기술력이 취약해 전기/전자 부품 등 핵심 부품 소재를 일본에 의존하는 현상 심화
 - 부품 소재 대일 무역적자는 '01년 이후 약 2배 증가해 '08년 200억불 상회

[대일 무역 수지 추이]

구분	2005	2006	2007	2008	2109.1~2010
전 산업	-244	-254	-299	-328	-148
부품소재	-156	-156	-187	-209	-108
부품소재비중	61.4	61.4	62.5	63.7	72.9

출처 : 기계공업진흥회 기계산업 CEO리뷰 2009

□ 진출 유망 품목

유망 상품	사유
EV용 전기/전자 부품	○ 전기 자동차는 이산화 탄소를 배출하지 않고 기존의 가솔린에 비해 10분의 1 수준에 머물러 저비용 및 친 환경적인 강점을 가지고 있는 친환경 자동차로 수요가 확대되고 있어 자동차 메이커는 물론 전기메이커도 진출 가능
센서	○ 차세대 성장 산업인 로봇 산업분야에서 활약 (예 : 경비, 의료, 위험지대, 개호 등)하는 유망 품목으로 향후 시장 확대에 따라 수요 확대 기대
광 섬유	○ 세계적인 통신 대국인 일본에서 초고속 정보망 보급이 급속히 진행됨에 따라 관련 부품 수출 유망
자동차용 전장 시스템 부품	○ 향후 세계의 주요 차량 탑재 전장 시스템 44개 품목의 시장(차세대 자동차 관련 부품 13개 품목을 포함)은 2010년에 13조 1,570억엔을 기록할 예정임. - 2015년에는 20조 6450억엔, 그리고 020년에는 24조 8016억엔까지 성장할 것으로 예상되는 등 전체 자동차 부품의 20%정도를 차지하고 있는 전장 시스템은 2015년까지 전체 자동차 부품의 40%를 차지하게 될 것이라고 예상되고 있어 유망 품목으로 부상하고 있음.
RFID/USN등 유비쿼터스 관련 전자부품	○ 2000년 이후, 실험단계로 운용하던 RFID는 최근 일부 영역에서 본격적으로 운영함. 사단법인 일본자동인식시스템협회에서는 데이터 캐리어를 총칭해 비접촉식 IC카드, 리모트식 카드, RFID, 무선 태그로 칭함. - 야노경제연구소의 보고서에 따르면 일본의 2007년 RFID시장은 전년대비 34% 증가한 77억엔을 기록하는 등 미래 유망 시장으로 부상함에 따라 관련 부품의 수요는 증가 전망 - 경기 회복과 함께 RFID보급이 가속되어 2010년에는 2007년에는 대비 약 2.5배가 되는 179억엔 시장으로 성장할 것으로 예측

나. 시장진출전략 및 방안

- 원천기술 확보를 위한 기술력 있는 일본 기업 적극 발굴
 - M&A 적극 활용 : 한국기업의 일본기업 M&A 사례 및 외국기업의 일본기업 M&A 사례 등 적극 발굴 대 업계 제공
- 엔고를 적극 활용한 시장 진출
 - 맞춤형 수출 상담회
 - 국내 부품소재업체와 협력을 희망하는 일본 수요기업을 사전에 파악해 구체적으로 파악된 부품소재 수요에 따라 매치메이킹 수출 상담회

- 세미나 연수 사업을 통한 기술파트너링 사업
- 태양광·풍력 등 신재생 에너지, 연료전지, 전기차 배터리 등 녹색산업 분야를 중심으로 교세라, 도시바 등 관련 기업 탐방 및 기술 파트너링 상담회 추진
- 정보 조사 대 업계 제공
 - 기업과 부품소재의 특성에 따라 다양한 마케팅 전략을 활용할 수 있도록 정보 조사 보고서 대 업계 제공
- 유관 기관과 인증 사업 추진
 - 중소기업청 등 인증 유관 기관 공동으로 일본공업규격(JIS), ISO규격 등의 취득 지원 사업 추진

3. 기계 분야 일본 시장 동향

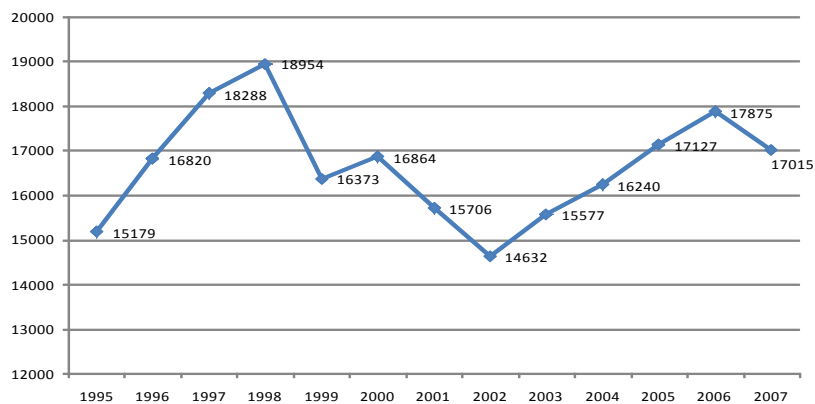
3.1 시장 동향

□ 98년이후 금형 생산 감소세, 2004년 들어 증가세로 반전

- 금형제조의 아시아로의 거점 이전, 자동차업계를 중심으로 비용절감 강화 등의 영향에 따라 금형 생산은 98년을 피크로 감소국면을 지속
- 그러나 2004년 이후 자동차, 디지털가전 등의 호조에 힘입어 증가세로 돌아섰음

[금형 생산액 추이]

(단위 : 억엔)



출처 : 경제산업성 공업통계 산업편

□ 일본의 금형 수출입 정세 경향

- 일본의 금형 수출입동향을 살펴보면 수출이 수입에 비해 압도적으로 많아 전형적인 금형 수출대국임을 알 수 있음

[일본의 연도별 금형(HS code: 8480) 수출입 동향]

	2005	2006	2007	2008	2009
수출액	208,391	224,104	213,990	204,150	135,245
수입액	68,223	75,881	78,753	74,758	49,632
무역수지	140,168	148,223	135,237	129,392	85,613

출처 : 일본 세관

- 일본의 금형 수출은 주요 수요 기업들의 해외 이전으로 증가 추세를 시현하였으나 2006년을 정점으로 정체를 보이고 있음
 - 1998년부터 2000년까지 수출액은 주요 수요 기업들이 금형을 현지에서 조달하면서 다소 주춤하기도 하였음
 - 그러나 해외에서는 고품질의 금형을 만드는 것이 어려워 해외현지조달을 했던 유저가 다시 일본에서 금형을 조달하게 되면서 2001년부터 수출이 회복되었음
 - 2009년은 글로벌 경제 침체와 토요타 사태 등으로 금형 수요가 급격히 감소하면서 수출도 크게 감소하였음
- 출하액에서 수출이 차지하는 비율도 매년 증가 경향에 있어 2002년 이후 계속해서 20%를 초과하고 있음
- 일본의 금형 수입액도 2000년대 후반들어 정체 경향을 보이고 있음. 2009년 글로벌 경제 위기 속에 금형 수요도 크게 감소되어 금형 수입액 또한 크게 줄었음
- 한편 금형 제품 중 주요 수입 품목은 플라스틱·고무성형용 금형으로 2009년도의 경우 전체 수입액 중 77.8%를 차지

[일본의 최근 3년간 금형(HS code: 8480) 주요품목별 수입실적]

(단위 : 백만엔)

	HS CODE	2007	2008	2009
총수입액	8480.00	78,753	74,758	49,632
플라스틱·고무성형용 금형	8480.71	57,817	57,042	38,617
금속 카바이드 성형사출금형	8480.41	8,128	6,579	3,518
플라스틱·고무성형용 기타	8480.79	3,920	3,724	2,336
금속 카바이드 성형사출용 기타	8480.49	2,682	2,441	1,671
주형베이스	8480.20	2,914	2,843	1,983

출처 : 일본세관

3.2 시장 특성

□ 금형 산업 지역 편중 심해

- 지역별로는 愛知縣(아이치현)이 일본 금형 생산액에서 1위를 차지하고, 그 다음이 大阪府(오사카부) 등임
- 愛知縣(아이치현)은 토요타 자동차 등 자동차부품 금형 생산이 많으며, 大阪府(오사카부)는 마츠시타전기, 샤프전자, 쿠보타 등 가전 및 기계업체가 발주하는 금형 생산 비중이 압도적임
- 상위 10개 도부현에 전출하액의 70% 정도, 전사업자수의 80% 가량 차지해 지역적인 편중이 심함

[지역별 출하액 및 사업자수]

(단위 : 백만엔, %)

순위	지역	출하액	구성비	사업자수	구성비
1	아이치현	2,701	15.9	1,006	14.1
2	오사카부	1,472	8.7	824	11.6
3	시즈오카현	1,304	7.9	407	5.7
4	카와가나현	1,040	6.1	493	6.9
5	군마현	890	5.2	273	3.8
6	사이타마현	814	4.8	552	7.7
7	기후현	791	4.7	248	3.5
8	나가노현	712	4.2	285	4.0
9	후쿠야마현	679	4.0	129	1.8
10	도쿄도	674	4.0	567	7.9
기타		5,730	33.8	2,344	32.9
합계		16,972	100.0	7,133	100.0

출처 : 경제산업성

□ 사업자수는 감소 경향, 영세 사업자가 대부분

- 경제산업성 ‘공업통계표’에 따르면 사업자수는 감소경향이 계속되고 있음
- 금형 제조업자는 일부 유력기업을 제외하고는 영세 기업이 많아 종업원 20인 미만의 사업소가 전체의 약 80%를 차지하고 있음

- 이것은 금형 업계의 속성상 숙련 기능만 있으면 소자본으로도 비교적 용이하게 신규 진입이 가능하다는 점
- 그리고 금형은 단품수주생산이 많아 양산메리트 크지 않다는 점
- 마지막으로 경기에 따른 수주변동에 능동적으로 대응하기 위해서 지나친 규모의 확대가 방해가 될 수 있는 점 때문

[금형제조사업소의 규모내역(2005년)]

(단위 : 명, %)

사업소규모	사업소수	구성비	종업원수	구성비
4~19명	4,475	79.5	34,900	36.8
20~49명	838	14.9	24,612	25.9
50~199명	291	5.2	26,800	26.1
200명 이상	25	0.4	10,614	11.2
합계	5,629	100.0	94,926	100.0

출처 : 경제산업성 경제산업정책국 조사통계부

□ 금형업체의 해외이전 증가

- 금형 주수요처인 가전업체, 자동차업체 등의 중국 등 아시아로의 생산거점 이전이 속속 추진되고 있어 긴밀한 관계에 있는 금형 업체도 해외이전이 증가하였음
- 중소기업체는 해외진출 리스크로 해외이전 부담
 - 대기업의 경우 주 수요처의 해외이전에 발 맞춰 해외진출에 적극적이거나 영세업체의 경우 해외진출 리스크가 높아 해외 진출에 소극적임

□ 일본 금형단가의 하락

- 해외진출 일본기계업(특히, 가전업체와 자동차업체)의 금형 현지 조달 비율이 증가하고 한국 등 아시아산의 수입이 증가함에 따라, 갈수록 경쟁이 치열해지고 있어 일본 내 금형단가도 지속적인 하락세를 보임

□ 일본 금형업계의 노무비 비중, 여전히 높아

- 일본 금형업계가 생산 코스트 절감을 위해 고성능 NC 공작기계를 도입하거나 CAD/CAM방식을 일반화하고 있음에도 불구하고 금형의 수작업(노무비) 비중이 여타 기계산업 부문에 비해 여전히 높음

[일본 금형메이커의 제조원가 구성비율]

(단위 : %)

구 분	금형제조업	일반 산업기계제조업
◇ 직접비	83.1	85.1
- 직접재료비	19.3	32.4
- 하청인건비	26.9	24.5
- 직접노무비	28.4	15.7
- 기 타	8.5	12.5
◇ 간접비	16.9	14.9
◇ 제조원가 합계	100.0	100.0

출처 : 중기업청의 2003 중소기업의 원가지표, 중소기업진단협회

3.3 향후 전망

□ 과제

- 제조코스트 절감
 - 수익성향상을 위해서는 고도의 NC 공작기계나 3D CAD/CAM등을 도입하는 것으로 설계시간 단축, 제작공정의 수고 경감으로 코스트를 절감하는 것이 불가결
 - 그러나 중소, 영세 제조업체에게는 이런 설비 투자는 부담이 되기 때문에 설비 공동 구입 및 공동 이익 등을 도모하는 것도 필요
- 고부가가치제품에의 특화
 - 미세정밀가공을 요구하는 전자부품용 금형 등 고부가가치제품은 다른 기업으로 대체하기 어려워 안정적인 수주가 예상되며 비교적 높은 수익률을 확보할 수 있음

○ 유저 생산거점의 해외 이전

- 금형은 그 제조과정에 있어 유저와의 긴밀한 접촉이 불가결하기 때문에 유저의 생산 거점 이전 후 현지에서 발생하는 수요 전체를 수출로 대응하는 것은 어려움
- 금형제조업은 영세 기업이 많아 단독으로 해외 진출하기에는 리스크가 크기 때문에 유사 기업 공동 진출이나 현지 금형메이커와 기술 제휴, 합병 등도 고려해야 함

○ 인재 확보

- 중소 금형 메이커는 숙련공의 수작업에 의존하는 부분이 많아 기술력을 가진 인재 확보가 결정적

□ 향후 전망

○ 대폭적인 수요 확대는 기대하기 어려워

- 금형업계의 성장을 좌우하는 것은 최대 유저인 자동차, 가전업계의 동향
- 그러나 양 업계 모두 기존의 통폐합이나 모델 체인지 주기의 장기화, 부품 공통화 등을 진행하고 있어 대폭적인 수요 확대는 기대할 수 없음

○ 가격 인하 압력 더욱 강화될 것

- 컴퓨터나 휴대전화 등의 IT 분야에서는 다품종 소량, 상품수명단기화의 진전에 따라 금형 1기 당 코스트 삭감은 점점 어려워지고 있음
- 그러나 소비자들로부터 가격 인하 요구를 강하게 받고 있는 IT 분야의 기업들로부터 금형 메이커들도 가격 인하 압력을 더욱 강하게 받게 될 것

○ 금형 업계 경쟁 더욱 거세질 것

- 또한 아시아 각국의 기술력 향상에 따라 해외진출기업이 필요한 금형을 현지 조달하는 경향이 강해지고 있을 뿐만 아니라 일본 내에서 사용하는 금형도 해외에서 조달하는 케이스가 증가하고 있음
- 이런 사실들을 종합적으로 감안하면 일본 금형업계는 향후 경쟁이 격화될 것으로 예상됨

3.4 한국산 경쟁 동향

□ 한국산 금형 일본 수입 시장 절반 가까이 차지

- 일본의 2009년 금형(HS CODE 8480) 총수입액 49,632백만엔 중 한국은 21,846백만엔으로 44%를 차지
- 한국의 대일 금형 수출총액은 2009년 전년대비 40.2% 감소하였으나 여전히 일본 수입 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있음
- 한국 금형산업은 공작기계산업과 함께 오랫동안 약체산업으로 한일 무역적자의 한 요인이었으나, 90년대에 들어 CAD/CAM 설계 도입으로 장치산업화 되면서 대일 수출이 증가하기 시작하였음
- 한국 정부의 산업교육정책, 국산화정책, 한국 전자업체의 하청업체 육성, 설비투자에 의한 기술습득 등의 요인으로 대일본 금형 무역수지는 98년부터 흑자로 전환되었음

[일본의 금형(HS code: 8480) 국가별 수입 동향]

(단위 : 백만엔)

순위	국가명	2008		2009	
		금액	증가율	금액	증가율
1	한국	36,556	-8.3	21,846	-40.2
2	중국	22,596	4.3	16,941	-25.0
3	태국	5,190	7.8	3,639	-29.9
4	대만	3,433	-6.1	2,030	-40.9
5	미국	1,144	-51.3	788	-31.2
6	캐나다	464	40.9	785	69.2
7	호주	473	-12.2	693	46.6
8	베트남	678	-5.8	440	-35.1
9	독일	513	-42.8	397	-22.5
10	필리핀	612	11.1	318	-47.9
총계		74,758	-5.1	49,632	-33.6

출처 : 일본 세관

□ 중국, 태국 등의 추격 거세

- 그 다음으로 중국, 태국, 대만 등이 뒤를 잇고 있는데, 지난해 중국, 태국은 30% 미만의 감소를 보여 불경기 속에서 보다 저렴한 중국, 태국의 금형으로 수요가 옮겨가고 있는 것으로 판단됨
- 중국의 대일본 금형 수출액은 2000년대 초반까지만 해도 한국의 수출액의 절반에도 미치지 않았으나 가격경쟁력을 앞세워 시장 장악에 나서면서 우리 기업의 수출 비중이 크게 줄고 있음
- 현재 주요 금형 제품 중 플라스틱·고무성형용 금형 부문에서만 우리나라가 두각을 나타내고 있을 뿐 다른 분야에서는 중국 등에 선두 자리를 내주었음
- 특히 2000년대 중반까지 중국산에 비해 월등한 경쟁력을 가졌던 품목에서 역전현상이 나타나고 있음
- 한국산 사출성형플라스틱금형은 중국산 등에 비해 앞선 기술력과 철저한 납기준수 등을 앞세워 일본 수입시장에서 강력한 경쟁력을 보였으나 현재 중국이 그 시장을 잠식하였음
- 또한, 자동차 부문에서 많이 쓰이는 금속 카바이드 성형사출금형 부문도 2000년 중반까지 한국이 일본의 동품목 수입시장을 주도하였으나 현재 중국이 이 시장에서 리드하고 있음

베어링

1. 베어링 시장동향

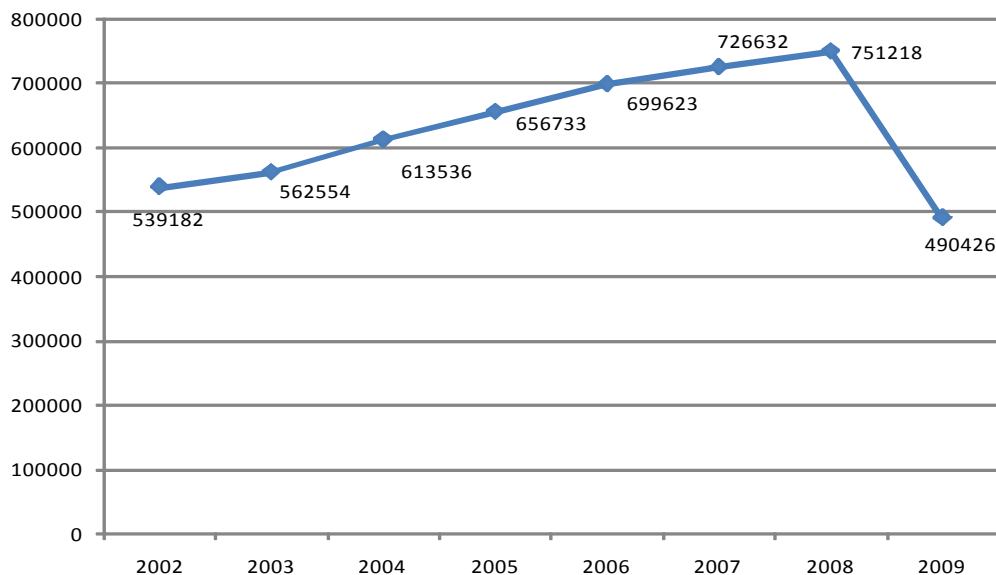
1.1 생산 및 수급동향

□ 일본의 베어링 생산, 2008년까지 지속 성장

- 2002년도까지도 IT수요의 감소와 미국 자동차 판매 부진 등의 영향으로 지속적인 감소했던 일본의 베어링 생산은 2003년도 들어 일본 내 가전, 자동차 등 제조업 경기 회복으로 다시 증가세로 돌아섰음

[일본의 베어링 생산액 추이]

(단위 : 백만엔)



출처 : 일본베어링공업회

- 2009년도 일본의 베어링 생산은 금액기준 전년대비 34.7% 감소한 490,426백만엔을 기록하면서 세계 경기 침체의 그림자를 벗어나지는 못했음
- 2004년도부터 본격화된 일본 제조업 경기 회복세를 반영, 2004년 이후 총수주액은 꾸준히 증가했으나, 2009년 전세계 불황의 영향으로 전년대비 38% 감소한 4,450억 엔을 수주하는데 그쳤음

- 이중 내수는 3,017억엔, 해외수요는 1,432억엔으로 내수가 68% 가량을 차지함
- 일본 내 산업부문별로는 일반기계 부문과 자동차 공업이 최대 수요처로서 두 산업 부문이 전체 베어링 수주의 60% 가량을 차지함

[베어링 제조업의 수요선별 수주 금액 추이]

(단위 : 백만엔)

수요선			2005	2006	2007	2008	2009
민 간 수 요	제 조 업	종이펄프공업	460	810	847	608	137
		철강업	7,752	11,063	9,896	10,585	5,427
		비철금속	437	189	249	231	189
		일반기계	97,301	99,488	103,134	108,178	59,864
		전기기계	16,047	17,950	17,445	15,713	9,192
		자동차공업	271,213	286,388	301,609	290,755	191,812
		조선업	948	995	1,000	941	554
		기타수송기계	3,376	8,086	7,543	7,089	4,406
		정밀기계	3,708	4,382	4,530	4,501	2,305
		기타제조업	2,835	2,563	1,469	1,247	684
		소계	404,259	432,538	448,302	440,594	274,786
	비제조업	4,456	4,567	4,594	4,481	4,233	
	계	408,715	437,105	452,896	445,075	279,019	
관공수요		3	158	334	361	277	
대리점		45,250	36,768	37,655	36,338	22,437	
국내수요합계		453,968	474,031	490,885	481,774	301,733	
해외수요		197,778	198,611	232,139	235,667	143,229	
수주총합계		651,746	672,642	723,024	717,441	444,962	

출처 : 일본베어링공업회

- 일본의 베어링 수출은 주력시장인 미국과 중국, 한국 등 아시아지역에서 자동차 등 제조업 부문의 경기 회복에 힘입어 2002년 이후 호조세를 보였음
- 2009년은 전 세계적인 불황의 영향으로 전년대비 33.8% 감소한 273,422백만엔을 기록했음

[일본의 연도별 베어링 수출입 동향]

	2005	2006	2007	2008	2009
수출액	326,559	359,576	390,297	413,291	273,422
수입액	57,529	68,114	74,567	72,857	42,129
무역수지	269,030	291,462	315,730	340,434	231,293

출처 : 일본베어링공업회

- 수입 또한 2008년까지 일본 내 자동차 수출 증가 등 수요의 증가로 꾸준히 증가하다 2009년 크게 감소하였음
- 일본의 베어링 수출은 해외 거점의 부품 현지 조달 등으로 수출이 증가할 가능성은 크지 않으나 수입은 해외생산품의 역수입도 많아지면서 더욱 확대될 것으로 예상되고 있음
- 수출실적을 지역별로 살펴보면 2008년까지 자동차 경기가 살아나면서 주요 수출국을 중심으로 수출액이 증가하였음

[일본의 주요국별 연도별 베어링(HS CODE 8482) 수출 실적]

(단위 : 백만엔)

	2005	2006	2007	2008	2009
중국	35,151	44,016	53,725	57,234	51,613
미국	67,021	72,996	70,192	66,062	35,755
한국	25,052	28,577	28,503	29,464	21,217
싱가폴	20,748	23,564	24,225	28,406	19,235
독일	22,830	25,453	31,634	37,683	17,707

출처 : 일본세관

- 2009년 전세계적인 불황으로 전반적으로 베어링 수출이 감소하였으나, 특히 미국의 금융위기로 자동차를 론으로 구입하는 수요가 줄어들면서 대미 수출이 눈에 띄게 감소하였음
- 일본의 베어링 수입은 중국, 미국, 독일, 한국 등의 순으로 많음

[일본의 주요국별 베어링(HS CODE 8482) 수입 실적]

(단위 : 백만엔)

국가	수입액(2009)
중국	13,432
미국	7,792
독일	4,299
한국	3,042
태국	2,527

출처 : 일본세관

1.2 시장특성

☐ 다양한 수요분야

- 베어링의 수요처는 세탁기 등 가전제품부터 우주 로켓까지 다양한 분야에 사용되고 있으며 제품의 규격도 밀리 단위의 소형에서 직경 10미터 이상의 대형까지 넓게 걸쳐있음(약 2만 종)
- 또한, 자동차산업 등에 사용되는 대량생산품과 공작기계 등에 사용되는 사용량이 많지 않은 다양한 small lot 품목 등으로 대별됨
 - 전생산량의 80% 정도가 자동차, 일반기계 등 용도의 표준 대량생산품에 의해 이루어지는 반면 small lot 용도의 다품종소량품목이 전체 품목수의 약 90%를 점하고 있음

☐ 日 베어링 업계, 전세계 시장의 약 1/3 장악

- 일본 기업이 국내외에서 생산하는 베어링 생산액은 약 8,000억엔으로 전세계 베어링 시장의 약 1/3을 장악한 선도 부문중 하나임
- 미국베어링공업회, 유럽베어링산업연맹 등과 매년 대표자 회의나 전문가회의를 개최하는 등 지구환경대책, 부정상품대책, 자동차산업의 글로벌화 전개에 대한 대응 등 국제적인 이슈에도 적극 대처하고 있음

□ 소규모 기업이 베어링 산업의 대다수를 차지

- 경제산업성의 공업통계표에 따르면 종업원 30인 미만의 기업이 60%를 점하고 있어 소규모 기업이 많은 산업임

[베어링제조업 종업원 규모별 통계(2005년)]

(단위 : 백만엔)

종업원수	사업소수	종업원수	제품 출하액
4~9명	134	802	7,701
10~19	79	1,092	15,972
20~29	65	1,591	20,469
30~49	45	1,806	31,854
50~99	55	3,853	73,187
100~199	33	4,542	125,190
200~299	15	3,757	120,538
300~499	15	5,824	180,449
500~999	9	6,334	301,651
1000명 이상	4	6,179	208,634
합계	454	35,780	1,085,646

출처 : 경제산업성 공업통계표

1.3 향후 전망

□ 글로벌화에 대한 경영체질 구축

- 세계적인 영향력을 가지고 있는 일본의 베어링 제조업은 향후에도 글로벌화가 진행될 것
- 이에 사업자수에서 비중이 큰 중소기업을 중심으로 글로벌 경쟁력 구축을 위한 노력을 경주할 것

□ 기술력의 종합적 활용

- 최근 일본 베어링 업계에서 힘을 쏟고 있는 것이 제품의 유닛화

- 이를 통해 제품의 소형화, 경량화, 수요선의 작업 효율 개선 등을 꾀하고 있음

- 또한 베어링 기술을 활용한 주변 기기를 개발해 수요선 생산 지원과 경쟁력 강화를 도모하고 있음

☐ 기술력 향상과 사회환경 변화에 대응

- 수요처의 설비나 제품의 에너지 절약, 생산효율, 성능향상, 실버 제품 등 베어링 품질이나 성능향상을 통해 사회 환경 변화에 대응을 꾀하고 있음

2. 한국산 경쟁 동향

☐ 한국산 베어링 일본 수입 시장 점유율 꾸준히 높여

[일본의 주요국별 연도별 베어링(HS CODE 8482) 수입 실적]

(단위 : 백만엔)

	2005	2006	2007	2008	2009
중국	12,567	18,378	19,852	21,728	13,432
미국	12,816	13,280	13,717	11,871	7,792
독일	6,020	6,853	7,551	8,223	4,299
한국	3,717	4,943	5,007	5,065	3,042
태국	3,315	4,171	6,018	5,059	2,527

출처 : 일본세관

- 한국 베어링의 대일본 수출 규모는 꾸준히 상승해 2009년 기준 일본의 베어링 수입 시장에서 4위를 차지하고 있음
- 2000년대 초반까지만 해도 5위권 밖이었으나 조금씩 수출액을 늘리면서 점유율을 높이고 있음

밸브

1. 밸브(HS code : 8481) 시장동향

1.1 생산 및 수급동향

□ 공업통계에 따르면 일본의 밸브 제조업은 2007년 기준으로 종업원 수 4명 이상의 사업소가 518개, 연간출하금액은 6,942억엔임

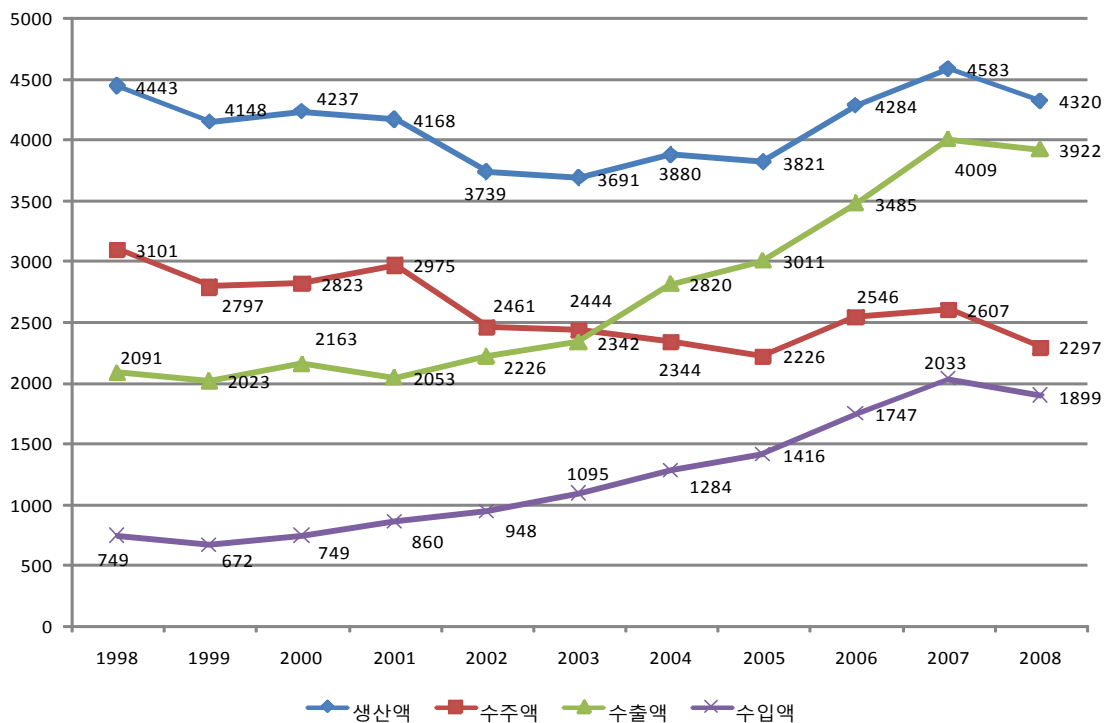
○ 일본 내 밸브 제조업체는 위와 같이 상당수가 있으나 대부분 소규모 기계 가공을 전문으로 하는 업체임

- 자사 브랜드로 제조 판매를 하는 회사는 200개사 정도

- 각사는 일반적으로 품종, 소재에 따라 전문적인 생산 체제를 가지고 있음

[일본의 밸브 생산액, 수주액, 수출입액 추이]

(단위 : 억엔)



출처 : 일본밸브공업회

□ 2008년 밸브 생산액은 4,320억엔으로 전년대비 5.7% 감소하였음

- 1997년 이후부터 생산액은 감소 추세를 보여 2002년은 4,000억엔 대가 무너져, 과거 10년간 최저 수준으로 떨어지기도 하였음
 - 이는 LNG관련 플랜트 등의 수요증가는 있었지만, 일본 국내 주택착공건수의 감소, 공공사업관련 수요 저조, 플랜트 관련수요의 부진 등이 원인
 - 일본기업의 해외이전으로 인한 국내생산량 감소도 하나의 원인이었음
- 2006년부터 증가 추세로 돌아서 4000억엔 대의 생산액 회복, 거의 회복 추세로 보이고 있음
 - 국내 수주는 감소 경향에 있으나 수출이 크게 증가하면서 일본 내 밸브 생산액은 회복, 회복 경향을 보이고 있음
- 품목별 생산액은 아래와 같음

[밸브 품종별 생산액]

(단위 : 억엔)

밸브종류	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
스텐레스변	390	423	535	531	652	786	615
주단강변	213	170	182	180	199	208	213
주철변	718	652	644	668	651	648	656
청·황동변	260	260	256	244	279	269	241
자동조절변	1,032	1,010	1,142	1,150	1,354	1,487	1,383
급배수전류	1,007	1,077	1,012	1,009	1,105	1,126	1,130
고온고압변	59	42	29	39	44	59	82
용기용변	60	57	81	-	-	-	-
합계	3,739	3,691	3,880	3,821	4,284	4,583	4,320

출처 : 경제산업성

□ 수주액은 꾸준히 감소 경향을 보이고 있음

- 10여 년 전 3000억엔 대 수준이었던 일본 국내 수주액은 현재 2000억엔 초반 대로 떨어졌음
 - 이는 국내 주택착공건수 감소, 공공 사업 감소 등이 주요 원인임

○ 분야별로 수급 동향을 살펴보면

- 버블 붕괴후 설비투자가 감소하고, 최근 원유가격 상승으로 석유화학, 일반 화학, 전력 등의 분야에서 비용 절감을 위해 신규 설비투자를 줄여 플랜트용 수요는 크게 감소하였음
- 신규주택착공은 감소 경향을 보였으나 최근 리폼 수요를 중심으로 다시 회복경향을 보이고 있어 건축설비용은 다소 수요가 회복될 것으로 기대됨
- 수도, 가스 등은 보급률이 높아 신규 수요가 적으며, 공공투자도 억제하고 있어 수도 가스용 밸브 수요는 기대하기 어려운 상황

□ 수출입은 리만 쇼크의 영향으로 2008년 감소경향을 보였으나 최근 8년간 꾸준히 성장하였음

- 중국을 중심으로 아시아 지역의 경제 성장이 급속히 진행되면서 일본의 밸브 수출도 크게 증가하고 있음
- 밸브 수출이 증가하면서 생산액 중 수출이 차지하는 비중도 크게 증가하고 있음
 - 2008년 기준 일본 내 생산 중 수출 비중은 90.8%에 달함
 - 지역별로는 동아시아, 북미, 동남아시아, 서유럽 순으로, 동아시아, 동남아시아 지역이 약 50%정도를 차지함
 - 품목은 구리 파이프가 가장 많고, 플랜트용을 포함한 공업용 밸브 그중에서도 고도의 기술을 요하는 제품이 주임
- 수입도 최근 수년간 10% 이상의 증가를 보이고 있음
 - 각국별로는 미국과 중국으로부터의 수입이 특히 많으며 다음으로 독일, 베트남, 인도, 대만이 뒤를 잇고 있음
 - 품목은 구리 밸브가 가장 많음
 - 아시아 지역으로부터의 수입 비중이 높은 것은 일본 기업의 해외조달과 동남아시아 등에 진출한 기업의 역수입이 많기 때문

1.2 시장특성

☐ 일본유일의 밸브 집적지 시가현 히코네시

- 滋賀縣(시가현)은 일본에서 유일한 밸브 집약지로 형성됨
 - 일본 최대 호수인 시가현 琵琶湖(비와코) 동부에 위치한 彦根(히코네)市를 중심으로 밸브제조업체와 관련업체가 입지하고 있고, 업계 종업원수는 15,000명 이상에 달함
- 1887년 彦根(히코네)市에서 한 업체가 증기용 꼭지를 만들고, 그 직원들이 밸브업으로 독립하면서 밸브산업 발전의 계기가 된 것으로 110년의 역사를 가지고 있음
 - 히코네시에서 만들고 있는 밸브는 상하수도용, 산업용, 선박용이 주력이고, 유압밸브, 특수밸브도 제작하여 97년에는 313억엔의 생산 기록

☐ 80%이상의 밸브생산업체가 해외에서 생산

- 현재, 80%이상의 일본 밸브 제조업체가 내수 및 제3국 수출용 부품·완성품의 해외 생산을 하고 있음
 - 대만, 한국, 중국, 타이, 베트남, 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등, 노동임금이 저렴한 아시아 지역에서의 진출이 현저함

1.3 향후 전망

☐ 일본의 밸브 산업은 당분간 사업 환경이 어려울 것으로 예상됨

- 공공공사나 설비투자의 억제, 가격경쟁력 있는 해외제품의 유입, 원자재 값 상승 등 밸브 산업을 둘러싼 경영환경이 용이하지 않음
- 이에 일본의 밸브 기업들은 아래와 같이 경쟁력 강화를 꾀하고 있음
 - 해외로의 공장이전

- 적극적인 기술개발
- 각종 합리화에 따른 비용 절감
- 단납기 대응
- 숙련기술을 전승할 수 있는 인재 육성

2. 한국산 경쟁 동향

- ☐ 한국산 베어링 일본 수입 시장 점유율 꾸준히 높아

[일본의 주요국별 연도별 벨브(HS CODE 8481) 수입 실적]

(단위 : 백만엔)

	2005	2006	2007	2008	2009
중국	31,560	43,105	54,980	54,704	37,191
미국	35,198	42,629	44,537	38,891	27,306
베트남	9,812	12,584	14,349	17,357	13,339
한국	8,489	10,508	12,237	11,472	8,773
독일	13,943	13,438	16,676	14,418	8,753

출처 : 일본세관

- 한국 벨브의 대일본 수출 규모는 꾸준히 상승해 2009년 기준 일본의 벨브 수입 시장에서 4위를 차지하고 있음
- 2008년까지만 해도 5위권 밖이었으나 조금씩 수입 시장 점유율을 높이고 있음
- 이는 그동안의 품질 향상 노력과 엔고원저의 영향에 따른 것으로 분석됨

3.5 일본시장 진출 전략

가. 일본 부품소재기업과의 기술 및 인적 교류 강화

- 기술이전을 위해 선진 외국기업의 국내 직접 및 합작투자 적극 유치
 - 해외의 우수한 부품소재기업을 유인하기 위하여 부지제공, 세제혜택 등 유인을 강화
- 핵심 부품소재 관련 기술을 보유하고 있는 일본 부품소재 기업의 국내유치 기능을 강화
 - 투자유치는 물론 일본기업 M&A, 기술도입 등을 종합적으로 전담할 상설 전문기구 설립을 검토할 필요
- 일본 주요 부품소재기업 은퇴 전문가 활용을 활성화
 - 주요 부품소재기업에서 은퇴한 전문가를 국내 부품소재기업의 기술 고문으로 위촉, 기술 이전 유도

나. 중국 부품소재산업의 성장에 대응한 차별화·고급화 필요

- 중국은 외국인 직접투자 확대 등에 힘입어 저가 범용 부품·소재의 수출이 급증하는 등 우리나라와 일본을 추격하고 있음
- 향후 중국 부품·소재산업은 더욱 빠르게 성장하고 한·중과의 수출경합관계도 심화될 것으로 예상되어 현재의 완제품산업에서의 경쟁관계가 부품·소재 산업에서도 형성될 것으로 전망됨
 - 이에 따라 우리나라는 중국제품과의 차별화·고급화 등을 위해 고부가가치 핵심 부품·소재 개발 등을 통한 국내 부품·소재산업의 고도화가 필요함

4. 자동차 분야 일본 시장 동향

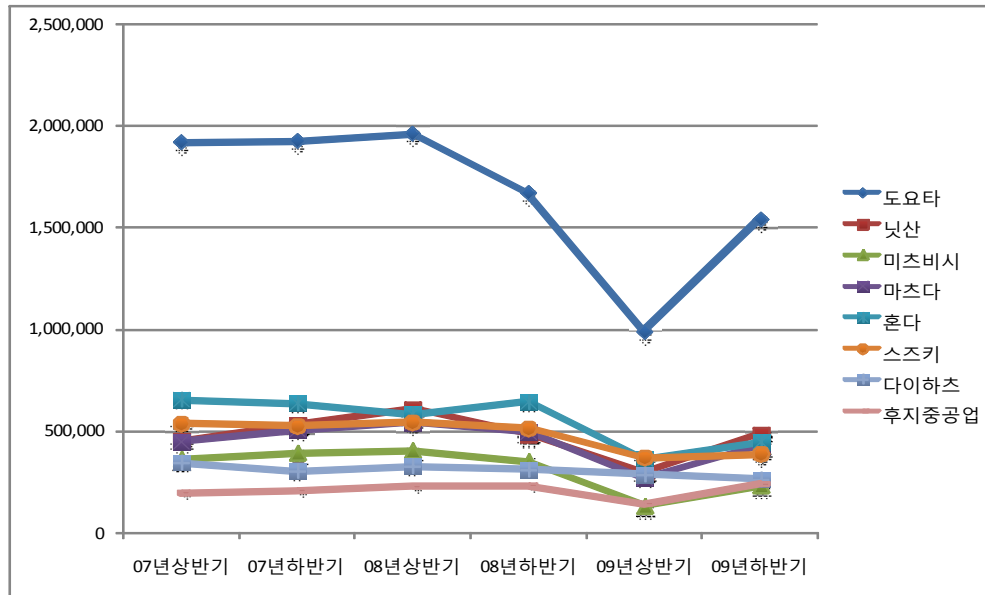
4.1 시장동향

□ 일본 자동차산업 개황

- 2008년 9월 리먼 쇼크의 영향으로 인한 세계 동시불황으로 일본에서도 급격한 엔고, 주가급락 등 경제전반에 심각한 타격을 입음
- 2008년 상반기 역대 최대의 영업이익을 달성한 도요타자동차를 비롯하여 닛산자동차, 마츠다, 후지중공업, 히노자동차가 등 5개사가 영업 적자로 전락하는 등 대부분의 자동차 완성차 제조업체들의 영업실적이 급격히 악화됨
- 일본정부가 경제위기 대책의 일환으로서 시작한 친환경차 감세 및 구입 보조제도의 효과가 '09년 여름 이후에 나타나면서, 신차 판매가 '09년 상반기 최저치를 기점으로 서서히 회복 조짐을 보임
- 주요 완성차 제조업체들은 정부의 경기 부양책 외에도, 신흥국에서 판매 확대 노력 및 자동차 제조사들의 고정비 삭감, 원재료 절감, 설계변경, 글로벌 조달 확대 등의 자구책을 강구함
- 이러한 노력으로 2010년 상반기 대두된 도요타의 리콜 사태에도 불구하고 2010년 하반기에는 대부분의 완성차 메이커들이 영업실적은 정상궤도에 진입할 것으로 예상됨
- 2010년 상반기(1-5월) 도요타, 스즈키, 혼다, 닛산 등 주요 완성차메이커 생산대수가 전년동기 대비 50%이상 신장한 398만대로 2009년 하반기 회복세를 이어나가고 있음

[일본 완성차메이커별 생산실적 (2007년-2009년)]

(단위 : 대수)



(단위 : 대수)

제조사	07년상반기	07년하반기	08년상반기	08년하반기	09년상반기	09년하반기
도요타	1,922,915	1,926,438	1,961,892	1,669,254	989,646	1,544,069
닛산	450,877	531,993	609,642	486,019	295,574	484,921
미츠비시	363,512	394,526	405,557	353,116	132,909	232,538
마츠다	447,662	504,628	544,415	494,310	267,305	426,293
혼다	653,477	635,100	584,373	646,248	363,861	448,437
스즈키	535,836	525,931	543,652	515,804	369,776	388,281
다이하츠	345,826	302,463	327,854	313,468	287,337	263,938
후지중공업	195,431	207,997	228,847	231,668	143,838	241,626
기타	0	25	28	2	0	0
합계	4,915,536	5,029,101	5,206,260	4,709,889	2,850,246	4,011,915

출처 : 일본자동차공업회

□ 분야별 시장현황

○ 자동차 생산현황

- 2009년도 일본의 자동차 생산대수는 2008년도에 이어 2연속 감소하여, 총 793만대로 전년대비 31.5%가 급감

[일본 자동차 생산 대수 추이]

(단위 : 대수)

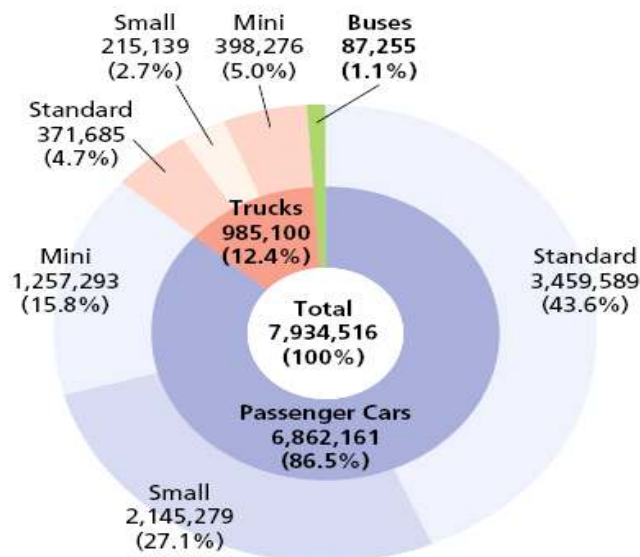
연도	승용차	전년비(%)	트럭	전년비(%)	버스	전년비(%)	합계	전년비(%)
2000	8,359,434	103.2	1,726,818	98.8	54,544	112.7	10,140,796	102.5
2001	8,117,563	97.1	1,601,536	92.7	58,092	106.5	9,777,191	96.4
2002	8,618,354	106.2	1,572,640	98.2	66,321	114.2	10,257,315	104.9
2003	8,478,328	98.4	1,746,616	111.1	61,074	92.1	10,286,018	100.3
2004	8,720,385	102.9	1,730,691	99.1	60,442	99.0	10,511,518	102.2
2005	9,016,735	103.4	1,706,611	98.6	76,313	126.3	10,799,659	102.7
2006	9,754,903	108.2	1,640,693	96.1	88,637	116.1	11,484,233	106.3
2007	9,944,637	101.9	1,538,020	93.7	113,670	128.2	11,596,327	101.0
2008	9,928,143	99.8	1,508,399	98.1	139,102	122.4	11,575,644	99.8
2009	6,862,161	69.1	985,100	65.3	87,255	62.7	7,934,516	68.5

출처 : 일본자동차공업회

- 차종별로는 승용차가 686만대로 전년대비 30.9%가 줄었으며, 이중 경차 및 소형차가 각 각 21%, 11.9% 감소한 반면 중대형차는 40.2%가 축소된 346만대가 생산됨
- 트럭 및 버스의 생산량도 전년 대비 각 각 34.7%, 37.3% 감소되어 985천대, 87천대가 생산됨

[2009년도 일본의 차종별 생산 현황]

단위: 대수



출처 : 자동차공업회

[일본 사륜차 생산 실적]

(단위 : 백만엔)

연도	승용차	트럭	버스	합계
2000	12,176,050	2,058,184	189,904	14,424,138
2001	12,844,665	1,988,447	208,448	15,041,560
2002	14,208,157	2,012,416	228,863	16,449,436
2003	13,752,249	2,485,882	246,828	16,484,959
2004	14,050,512	2,790,302	235,562	17,076,376
2005	14,701,057	2,967,098	290,674	17,958,829
2006	16,313,669	3,077,619	334,957	19,726,245
2007	17,600,410	3,099,146	393,686	21,093,242
2008	17,486,131	3,022,672	449,709	20,958,512
2009	10965706	1,688,723	271,371	12,925,800

출처 : 경제산업성

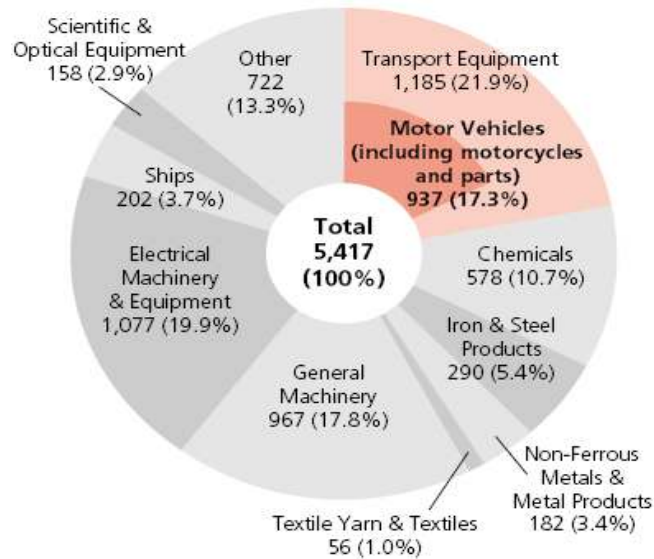
○ 자동차 수출입 동향

- 2009년도 일본의 전체 수출 및 수입액은 전년대비 각 각 33.1% 및 34.8% 감소함
- 2009년도 일본의 자동차 수출액(이륜차 및 부품 포함)은 9.4조엔으로 전년대비 46.5%로 대폭 감소하였으며, 수입액 또한 전년대비 41.8% 감소한 0.8조엔을 기록함

[2009년도 일본 산업별 수출입액]

수출

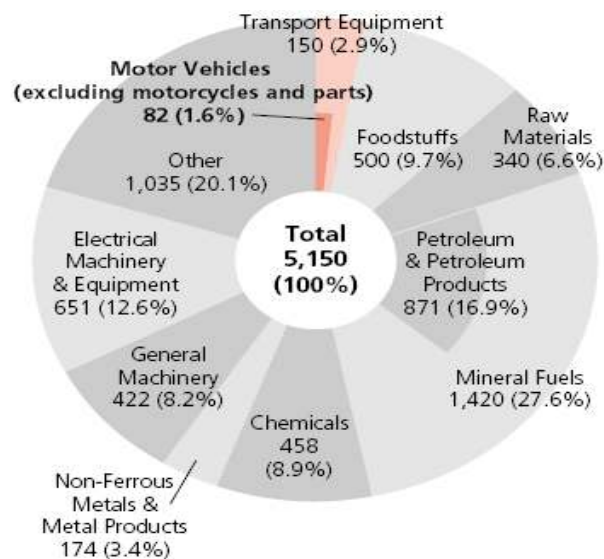
단위: 백억엔



출처 : 일본자동차공업회

수입

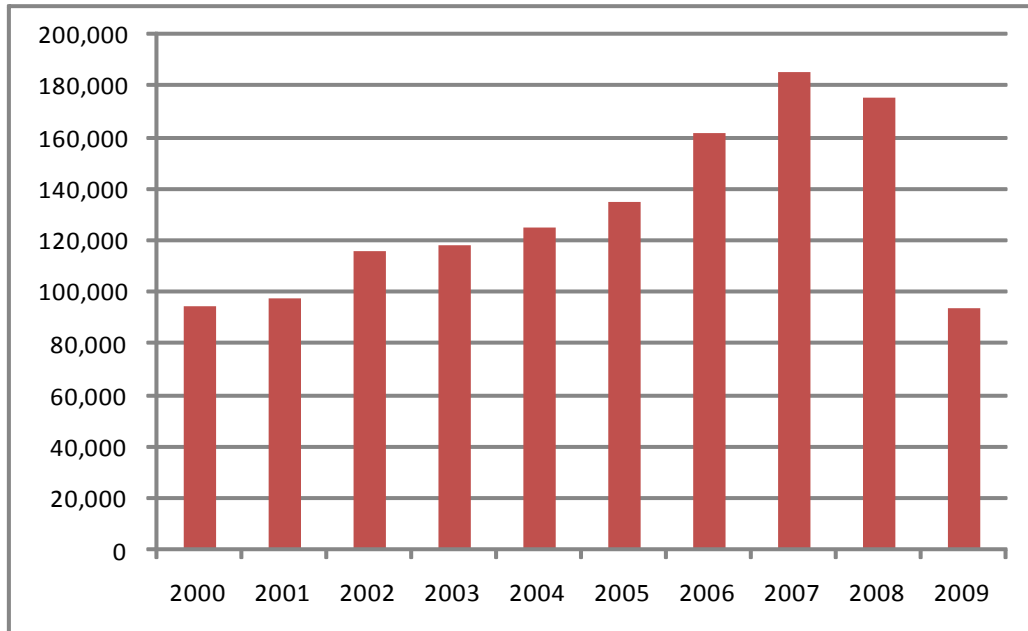
단위: 백억엔



출처 : 일본자동차공업회

[2009년도 일본 자동차 수출액]

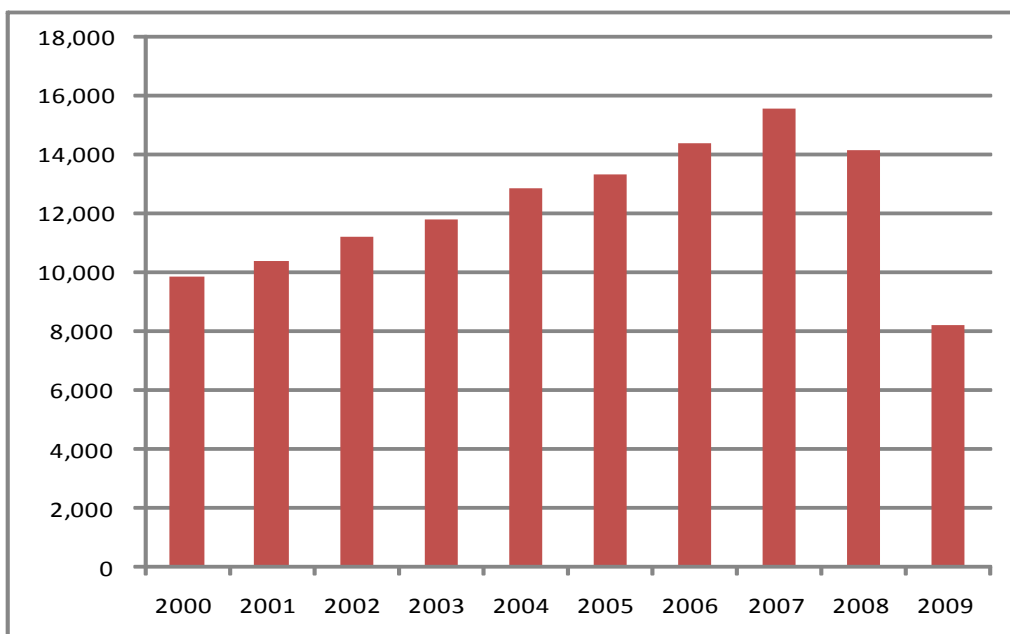
(단위 : 억엔, 연)



출처 : 일본 재무성

[2009년도 일본 자동차산업 수입액]

(단위 : 억엔, 연)



출처 : 일본 재무성

○ 자동차부품 출하 규모

- 일본자동차부품공업회에서 회원을 대상으로 실시한 자동차부품 출하 동향조사에 의하면, 2008년도의 자동차부품, 자동차용품, 기타부품 등의 총 출하액은 전년대비 14.4%감소한 17조 9,013억엔으로 집계됨
- 자동차부품의 경우 엔진부품이 2조 8,192억엔, 구동 및 조종 장치부품이 3조 6,566억엔, 차체부품이 4조 142억엔 등 부품합계가 16조 238억만엔임
- 자동차용품은 카스테레오가 2,957억엔, 냉·난방장치가 5,607억엔 등 용품 합계에 1조 2,050억엔임
- 텔레매틱스 등 정보기기 관련 부품은 6,724억엔으로 나타남
- 또한 2007년 공업 통계표 의하면, 자동차부품 제조 기업수는(자동차 부분품·부속품 제조업: 종업원 4명 이상) 8,979개사이며, 종업원수는 69만 3,322명임

○ 자동차부품 수출 동향

- 2009년도 일본의 자동차부품 수출실적은 세계경기 불황으로 인한 자동차 수출 감소로 인해 부품 수출도 30% 이상 감소하였음
- 2분기에는 40%이상 감소하였으나, 하반기 들어 점차 회복세를 보이며 12월에는 3,566억엔으로 전년동기 대비 94.5%까지 회복됨

[2009년 자동차부품 품목별 수출실적]

(단위: 백만엔)

H S -Code	제품분류	금액	전년비(%)
40.11~13	고무제 타이어	405,058	71.91%
70.07,09	글래스 부품	16,833	76.18%
73.2	철강제 샤시 스프링, 자동차용 스프링판	1,870	48.05%
83.02	자동차용 설치구 비금속제	12,055	74.14%
87.07~09	피스톤 및 부품	802,732	70.35%
84.14~15	에어컨, 압축기	91,283	59.05%
84.21	필터류	26,980	76.35%
84.25	자키류	1,370	49.01%
84.83	전도축·베어링 박스	135,943	71.96%
84.84	가스켓·메카니칼 씰	38,017	81.90%
85.02~11	내연기관용 전기 부품	209,558	65.65%
85.12	자동차용 조명 기기 등	75,555	71.29%
85.18	자동차용 확성기	2,896	66.00%
87.19,27	라디오·카 스테레오	7,147	53.06%
85.39	전구류	9,258	78.07%
85.44	점화용 배선 SET 및 기타의 SET	14,088	71.50%
87.06~07	원동기 부착샤시·차체	57,003	74.45%
87.08	자동차용 부품·부속품	2,294,054	75.39%
87.14	이륜차용 부품	69,358	61.07%
91.04	시계(차량, 항공, 우주, 선박용)	924	65.58%
94.01	자동차용 시트	2,850	56.74%
합계		4,274,832	72.59%

출처 : 일본 자동차부품공업회

[2009년 자동차부품 지역별 수출 실적]

(단위: 백만엔)

지역	금액	전년비(%)
아시아	1,780,106	87.75%
중동	235,654	81.90%
유럽	728,093	57.58%
북미	1,006,630	65.68%
중미	148,218	64.45%
남미	190,077	71.87%
아프리카	103,256	60.16%
오세아니아	82,798	75.71%
합계	4,274,832	72.59%

○ 자동차부품 수입 동향

- 2009년도 자동차부품 수입실적은 약 1조 350억엔으로 전년대비 41.75% 감소함
- 특히, 수입 비중이 큰 피스톤 및 관련부품, 전기부품, 브레이크, 기어박스, 차축, 라디에이터, 클러치, 스티어링 등의 OEM 부품의 수입이 큰 폭으로 줄어들

[2009년 자동차부품 지역별 수입실적]

(단위: 백만엔)

H S -Code	제품분류	금액	전년비(%)
40.09	관 및 호오스	4,580	79.40%
40.11~13	고무제 타이어	72,768	71.75%
40.16. 57.02~04	고무제매트류, 방직용섬유제 매트류	23,548	67.00%
68.13	브레이크·클러치의 마찰재	858	58.89%
70.07,09	글래스 부품	17,560	64.44%
39.26, 73.20	플라스틱제·강철제의스프링·스프링판	3,562	53.05%
83.01~02	비금속제	12,975	58.55%
84.07~09	피스톤 및 관련 부품	108,587	44.14%
84.14	가스터빈 및 급기	6,123	51.68%
84.15	에어 컨디셔너	11,861	68.57%
84.21	필터류	12,831	57.52%
84.25	기중기	1,923	96.59%
84.83	전도축 베어링 박스	25,078	66.48%
84.84	가스켓·메카니칼 씬	11,102	65.73%
85.02~11	내연기관용 전기 부품	32,746	63.20%
85.12	자동차용 조명 기기등	37,806	61.64%
85.27	라디오·카 스테레오	45,874	62.02%
85.39	전구류	5,460	60.80%
85.44	와이어, 하네스류	215,181	63.66%
87.06~07	원동기부착 샤시·차체	1,261	74.08%
87.08	자동차용 부품 부속품	364,600	55.51%
87.14	이륜차용 부품	14,628	61.29%
94.04	시계(차량, 항공, 우주, 선박용)	584	85.58%
94.01	자동차용 시트	3,909	42.12%
합계		1,035,405	58.15%

[2009년 자동차부품 지역별 수입실적]

(단위: 백만엔)

지역	금액	전년비(%)
아시아	738,851	62.72%
중동	286	98.57%
유럽	209,159	50.47%
북미	73,593	46.24%
중미	8,630	51.60%
남미	1,273	48.84%
아프리카	1,023	34.96%
오세아니아	2,588	40.09%
합계	1,035,403	58.15%

4.2 시장특성

- 일본자동차 완성차 제조사들은 전통적으로 제조 기술부터 경영에 이르기까지 지도를 통해 육성한 계열기업을 통해 부품을 조달하였음
- 엔진이나 차체부품 등 중요부품은 완성차 제조업체에서 직접 생산하고, 기타 부품은 1차밴드 이하의 부품제조사가 생산함. 부품 제조사는 종업원 20명 미만의 기업이 대략 70%를 차지해 소수의 대규모 기업과 여타 중소부품 제조사로 구성되어 있음
- 이러한 분업체제가 일본 자동차산업의 기반이 되어, 제조비용 삭감 및 개발기간 단축을 통하여 해외 자동차메이커와의 경쟁에서 유리하게 사업을 전개할 수 있던 요인이 되었음
- 그러나, 부품 공급의 계열화 체계는 책임소재가 불분명하고 점차적으로 비용상승의 원인이 됨에 따라 계열거래에서 최적조달거래체제로 전환됨
- 조달 형태는 자동차의 경량화, 생산효율의 향상을 위하여 부품단체에서 시스템 모듈부품으로 변하는 추세이며, 엔진부품을 중심으로 한 모듈화가 빠르게 진행되고 있음

- 또한, 완성차 메이커들의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 해외생산기지 확대 및 생산기지내의 다양한 기업을 대상으로 부품조달 확대 방침에 따라 인해 기존 계열조달 관계가 탈피가 가속화 되고 있음

4.3 시장 잠재력 및 중장기 전망

□ 2010년 자동차 수요 전망

- 전체수요 동향
 - 일본자동차공업회가 금년 3월 발표한 2010년 자동차 수요전망에 따르면, 2010년 일본 경제가 완만한 회복될 것으로 예상되지만, 에코카 보조금이 9월말까지 한시적으로 적용됨에 따라 사륜차 총수요는 4,650천대로 전년대비 95.1%에 그칠 것으로 예상됨
 - 차량 총 등록대수는 전년대비 94.3%인 3,003천대이며, 경 사륜차는 전년대비 96.4%인 1,647천대로 전망됨
- 소형·보통 사륜 승용차
 - 2010년도 상반기에는 에코카 감세·보조금등에 의한 수요의 환기되어 수요가 늘어날 것으로 예상되나 보조금 제도가 9월말 폐지됨에 따라, 소형·보통 사륜 승용차는 전년대비 93%인 2,698천대, 경차는 1,256천대로 전년대비 97.7%로 전년도 수준을 밑돌 것으로 예상됨
- 트럭
 - 2010년에는 경기회복에 따른 물류량 증가 및 에코카 감세·보조금 등으로 인해, 소형은 190천대로 전년대비 105.6%, 보통은 102천대로 전년대비 113.3%, 중대형 수요는 50천대로 전년대비 122% 다소 증가할 것으로 전망됨
- 버스
 - 소형, 대형버스 모두 2009년도 비슷한 수준으로 대형은 4.4천대, 소형은 8.2천대의 수요가 기대됨

□ 자동차부품 시장 전망

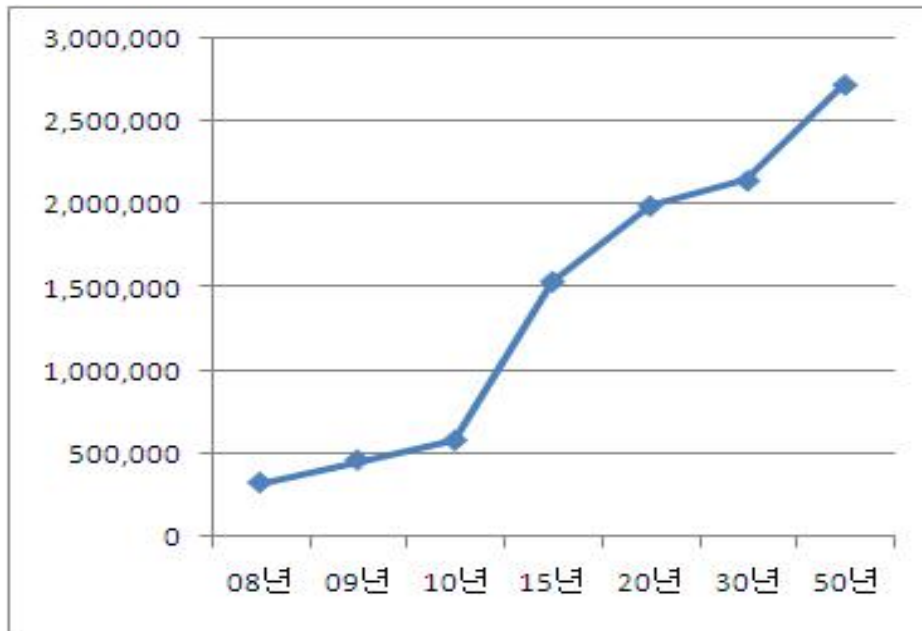
- 최근 발표된 후지키메라 연구소의 보고서에 따르면, 2020년 세계의 자동차부품 시장은 2009년 대비 197.1% 증가한 46조 4201억엔, 2020년 일본 국내 자동차부품 시장은 2009년 대비 95.1% 늘어나 9조 74억엔으로 예측하고 있음
- 일본국내시장에서 자동차 생산 대수는 리먼쇼크 영향으로 큰 폭으로 감소한 2009년 이후 서서히 회복되고 있지만, 2007년 이전 수준으로 회복하는 것은 어려울 것으로 보여짐
- 일본 자국내에서 자동차수요는 점진적으로 감소할 것으로 예상되는 반면에 신흥국에서 자동차수요 증가로 각 완성차 제조업체들과 글로벌 생산체제에 대응하여 해외생산이 증가가 예상됨
- 이 같은 상황에서도 일본 자국내 부품 시장이 금액 기준으로 95.1%로 늘어나는 배경으로 2009년 실적치가 불황 영향으로 크게 위축된 상황이라는 것도 있지만, 한편 구동·현가장치가의 시장을 확대 및 차세대자동차용 부품이 급증하고 있기 때문임
- 특히, 차세대 자동차용부품은 2020년은 3조 4,614억엔으로 2020년 일본 국내 자동차부품시장의 38.4%를 차지하고 전세계 차세대 자동차부품시장의 약 반수를 차지할 것으로 예상됨
- 지속적으로 동 분야에서 일본 시장 및 일본기업 우위를 유지 할 수 있을지가 미래의 일본 자동차산업의 흥망을 좌우할 것으로 보임

□ 친환경 자동차부품 시장규모

- 후지키메라 연구소의 일본 친환경 자동차부품 생산추이 전망에 따르면 HEV, EV에 사용되는 17가지 주요부품을 대상으로 하였으며, 2008년 3천억엔에 달하는 시장규모가 2015년에 1조 5천억엔, 2050년에는 2조 7천억엔에 달할 것으로 예상되고 있음

[친환경자동차 부품 일본 시장규모 추이]

(단위: 백만엔, %)



년도	2008	2009	2010	2015	2020	2030	2050년
출하 금액	323,110	459,380	577,830	1,535,630	1,993,130	2,146,490	2,724,910
신장율('08대비)	-	142.2%	178.8%	475.3%	616.9%	664.3%	843.3%

출처 : 2009 신자동차부품 마케팅 편람

4.4 관련 정책 및 업계 기술개발 동향

가. 정부 정책 동향

□ 환경관련 규제현황

- 일본 정부는 2005년부터 시행된 “배출가스 장기규제”로 본격적으로 차량 배기가스 규제를 실시하여 왔으며, 최근에 들어서는 ‘포스트 신장기 규제’를 2009년부터 단계적으로 실시하고 있음
- 포스트 신장기 규제 기준은, 환경기준이 엄격한 유럽의 기준에 상당하는 높은 규제치를 갖고 있어서 디젤 차량 메이커를 포함한 일본 완성차메이커들은 대응에 고심하고 있으며, 이미 일부 차종에 대하여는 새로운 배기가스 규제치가 적용되고 있음

○ 일본의 자동차관련 환경법 현황

명칭 및 제정연도	소관관청 및 정비상황	개요
대기오염방지법 (1968년)	환경성 (‘04년 최종개정)	- 자동차운행시 발생하는 일산화탄소, 탄화수소, 납 화합물, NOx, PM의 5가지를 배출가스로 규정함 - 또, 동 법률에 기초하여 연료 중의 납, 유황, 벤젠의 허용한도가 규정되어 있음 - ‘04년 일부 개정되어 부유입자물질 및 휘발성 유기화합물(VOC)¹⁾ 배출 규제 안 이 추가됨
자동차NOx.PM법 (2001)	환경성 (‘07년 개정)	- 트럭, 버스, 또는 이를 기반으로 한 특수차량의 NOx, PM을 규제함 - 대상지역은 아이치현, 오사카, 미에현, 효고현의 일부임 - 기준에 미치지 못하면 대상지역에서 신규차량등록이 불가능함
‘05년 배출가스규제 (신장기규제) (2005)	국토교통성 (2003년 발표, 2005년 10월부터 적용)	- 일본 국내판매 가솔린, 디젤차량을 대상으로 함 - 승용차, 트럭 모두 NOx, PM기준치가 강화됨
특정 특수자동차 배출가스 규제 등에 관한 법률 (오프로드법)(2006)	환경성 (2008년 일부개정)	- 동 법은 규제적용 이후에 제작된 특정특수자동차를 대상으로 함
2010년 배출가스 규제 (포스트 신장기규제) (2009)	국토교통성 (2009년 10월부터 적용개시)	- 일본 국내판매 가솔린, 디젤차가 대상으로, 차종에 따라서 09년, 10년 달성이 강제 의무화 됨 - 특히 디젤차의 규제에 중점을 두고 NOx, PM모두 2001년 신장기규제와 비교해 40~65%정도 삭감이 의무화되어 실질적으로 승용차와 비슷한 수준의 규제치가 됨

1) VOC (Volatile Organic Compounds) 휘발성 유기화합물 : 대기에서 쉽게 증발되는 액체, 기체상 유기화합물로 광화학스모그를 유발함. 휘발유, 벤젠, 아세틸렌 등

□ 경기 부양을 위한 에코카 지원 정책

- 일본 정부는 2009년 초부터 에코카 보급 및 경기부양을 동시에 실현하기 위해 파격적인 지원 정책을 실시하고 있으며, 시장 수요회복에 긍정적인 효과를 미치고 있어서 성공적인 정책 실시로 평가받고 있음
- 하지만, 제한된 실시기간 속으로 수요가 집중되면서 제도종료 시점에서의 급격한 시장축소가 우려되고 있기도 함
- 에코카 보급 정책

명칭 및 실시연도	소관관청 및 정비상황	개요
환경대응차로의 교체, 신규구입에 대한 보조제도 (2009년)	경제산업성 국토교통성 (‘09년4월19부터적용)	- 최초 구입부터 13년 이상 된 차량을 폐기하고, 일정 환경성능을 갖는 신차를 구입한 경우나, 폐차 없이 신차를 구입하는 경우에 보조함 - 등록차량이면 최대 25만엔, 경차는 최대 10만엔의 보조금 지원 - 트럭, 버스 등 중량차량은 총중량에 따라서 최대 180만엔을 보조함 - 2009.4.10~2010.9.31까지 수속을 밟은 신차가 대상이 됨
환경성능이 뛰어난 차량에 대한 중량세, 취득세 특례조치 (에코카감세조치) (2009년, 2010년개정)	국토교통성 (‘09.4.1~’12.4.30까지 시행)	- 연비기준을 충족하는 차량을 기간내에 등록시 취득세, 중량세가 면제 또는 경감 - 대상은 EV, HEV, PHEV²⁾, 천연가스차량, 디젤차량, 저연비 또는 저배출가스 인증차량의 5가지 종류
차세대자동차도입 가속모델사업 (2009년)	국토교통성 (‘09.4~ 모집중)	- 차세대차량 보급촉진을 위하여 환경의식이 높은 지역에 차세대차량의 보급, 도입을 위한 환경정비 실시 사업 - 국토교통성은 ‘05년부터 CNG차량보급촉진모델사업을 실시해 왔으나, 금번에 HEV, EV도 추가

2) PHEV: Plug-in Hybrid Electric Vehicle

□ 차세대 자동차 육성정책

- 일본 경제산업성은 금년도 4월에 급변하는 자동차 경쟁환경, 에너지 제약, 지구온난화 등의 대응 및 전기자동차 및 전지를 성장축으로 하는 “차세대자동차 전략”을 발표하였음
- 일본의 차세대자동차 육성 6대 전략

6가지 전략	목표	액션플랜
전체전략	일본을차세대 자동차개발 /생산거점으로	○ 보급목표(2020년/2030년)의 설정 - 차세대자동차:2020년최대 50% - 선진 환경 대응차(차세대차+환경 성능이 뛰어난 일 반차): 2030년최대 80% ○ 연료다양화 ○ 부품의고부가가치화 ○ 저탄소형산업입지촉진
축전지전략	세계최첨단축전지연 구개발, 기술확보	○ 리튬 이온 전지의 성능향상 ○ 포스트 리튬 이온 전지의 개발 ○ 전기자동차 보급으로 인한 양산 효과 창출 ○ 축전지 2차이용을 위한 환경설비
자원전략 [자원전략로드맵]	레이메탈확보+ 자원순환시스템구축	○ 전략적 자원 확보 (상류) ○ 레이메탈 프리 축전지·모터개발(중류) ○ 축전지 리사이클 시스템구축(하류)
인프라전략 [인프라정비로드맵]	보통충전기 200만기, 급속충전기 5000기	○ 시장 준비기간에 계획적, 집중적인 인프라정비 - EV/PHV 타운³⁾을 중심으로 진행 ○ 본격적인 보급을 위한 로드맵 구축 - EV/PHV 타운의 베스트 프랙티스 자료 작성 - 민간(CHAdeMO협회⁴⁾)과의협조
시스템전략 [국제표준화로드맵]	차량을 시스템 (Smart Grid 등) 으로 수출	○ EV/PHV타운에서 새로운 비즈니스 모델 창출 ○ 차세대에너지 사회 시스템 실증사업으로 검증 ○ 검증결과를 검토해 국제표준화/비즈니스로 전개
국제표준화전략 [국제표준화로드맵]	일본주도하에 전략적 국제표준화추진	○ 축전지 성능/안전성 평가 방법의 국제표준화 ○ 충전커넥터/시스템의 국제표준화 ○ 정부기관과 민간기관과의 표준화 검토 체계 강화 ○ 표준화 인재육성

3) EV/PHV타운 : EV, PHV의 본격보급을 위한 실증실험 모델사업

4) CHAdeMO협회(www.chademo.com) : 전기자동차의 급속충전 인프라 보급을 위한 민간협회이며, [CHAdeMO Protocol]이 국제표준화를 위해 국제표준기관에 제안함

나. 기술개발 동향

□ 친환경 자동차부품 동향

- 친환경 자동차 부품시장은 기존 내연기관 이외에 모터를 동력원으로 사용하는 점에서 기존 부품시장에 비하여 전장(電裝)제품의 비율이 높음
- 이러한 전장제품시장은 전기관련 기술력이 필요한 점에서 시장진입장벽이 높은 편이며, 시장을 리드하는 완성차업체들에서는 기술유출 방지 등의 목적으로 제품을 내제화(內製化, 직접 제작함)해 가고 있음
- 또, 시장을 선점하고 있는 전장제품 대기업들은 제조 노하우를 살리며 제품의 소형화, 경량화에 힘을 쏟으면서 관련부품을 모아 모듈화 하는 추세여서, 기술개발 단계에 있는 후발기업들과의 격차를 더욱 벌리고 있음
- 이러한 환경은, 비교적 진입장벽이 낮은 다수의 부품시장에 세계 각국의 기업들이 참가하여 유사한 제품들을 생산하고, 생산효율성과 가격경쟁을 통해서 단계적으로 정점에 있는 완성차메이커에게 납품을 하는 피라미드 구조와는 상이한 모습을 보이고 있음
- 기술력과 가격경쟁력이 뛰어난 부품기업을 정점으로 하는 다수의 '소형 피라미드'가 생겨나고, 이러한 소형 피라미드들의 영향력이 커질 것으로 예상됨

□ 주요 친환경부품 기술동향

부품명	현황
HEV, EV 구동 시스템	- HEV, EV구동시스템은 모터, 배터리, 모터제어용 인버터, DC-DC컨버터로 구성되는 유닛임 - 도요타자동차 프리우스로 대표되는 '스트롱'형 시스템과 혼다 인사이트로 대표되는 '마일드'형 시스템이 시장을 차지하고 있음 - 스트롱형 시스템은 고출력의 모터와 대용량 배터리를 채용하여 엔진을 정지한 상태에서도 축적한 전기로 주행함 - 마일드형 시스템은 엔진을 주요동력원으로 하여 정지시나 발진시 등의 엔진구동시에 모터로 보조하는 시스템임 - 라인업의 확대에 따라서 소형차 하이브리드화가 진행되고 있으나, 소형차에의 하이브리드 시스템 탑재는 차체가격을 고려할 때 마일드형이 주도권을 쥔 것으로 예측됨 - EV구동용 시스템에 있어서 이차전지의 경량화가 큰 과제임
모터	- 동 시장은 HEV, EV, 연료전지차의 구동용모터 혹은 회생(回生)용 모터 시장을 대상으로 함 - EV나 연료전지차에서 모터는 종래의 자동차엔진 혹은 트랜스미션에 상당하며, 인버터에 의한 모터 회전수제어로 주행 속도를 컨트롤함 - HEV에서는, HEV구동시스템의 동력전달방식에 의하여 역할이 다르며, 시리즈(Series)식, 패럴렐(Parallel)식, 시리즈-패럴렐의 세가지 방식이 있음 - 차량 1대에 탑재되는 모터는 패럴렐 방식은 1개, 씨리즈-패럴렐 방식 4WD 차량은, 전·후륜에 1개씩, 발전기에 1개를 추가하여 3개가 필요함 - 현재 최대 생산모델인 도요타 프리우스는 씨리즈-패럴렐-전륜 구동 방식이며, 구동용과 발전기용의 모터 2개가 필요함. 도요타의 또 다른 모델인 해리어 하이브리드 등의 4WD차량은 3개, 패럴렐 방식의 혼다 차량에는 1개가 탑재됨
모터 인호일 모터	- 인호일 모터(In-Wheel Motor)는 자동차 차륜의 각 호일 속에 모터를 갖는 것을 말하며, 구체적으로, 전기자동차 등에서 구동력을 발생하는 전기모터가 타이어 호일 허브내에 장착됨 - 이 제품은 전기자동차에 사용되지만, 모든 전기자동차가 인호일 모터를 탑재하는 것은 아님 - 극복해야 할 최대의 난관은 가격이지만, 기술적으로도 다양한 과제를 갖고 있어서 실제 탑재 시기는 미정임
모터 터보차저	- 내연기관 본래의 흡입량을 넘는 혼합기를 흡입, 폭발 시켜서 높은 배기량을 얻을 수 있게 하는 부품이며, 배기가스를 이용한 터빈을 돌려서 컴프레서를 작동시키고, 연소될 기체를 압축시켜서 내연기관의 효율을 높임 - 엔진의 소형화 트렌드에 따라서 디젤차량을 중심으로 작은 배기량의 터보차저가 증가하고 있으며, 터보차저는 디젤엔진에 있어서 출력향상과 배기가스 절감 효과를 얻을 수 있고, 가솔린 엔진에서도 엔진 소형화에 따라서 채용이 늘고 있음
배터리	- HEV, PHEV, EV에 사용되는 니켈수소, 리튬이온 2차 전지를 대상으로 하며, 일반적으로 배터리 셀을 모듈화하여 여러 개를 합치고, 배터리 제어 컨트롤러 등을 조합한 유닛을 HEV, PHEV, EV에 탑재시키고 있음 - HEV용 이차전지는 현재 니켈수소를 이용한 것이 일반적이며, 리튬이온을 이용한 것은 상용차로 제한되고 있음 - 승용차 타입에 리튬이온을 장착한 것은 중국의 BYD 사가 최초이며, 2009년도에 미치비시자동차나 후지중공업에서 발매된 EV에 탑재가 되기 시작하고 있음 - 배터리 고성능화를 위한 연구개발 경쟁이 치열하며, EV탑재를 위하여는 종량, 체적 단위 당 용량을 증가시켜야 하기 때문에 중점적으로 개발되고 있음 - 니켈수소 2차전지는 기본적으로 일본을 중심으로 움직이고 있으며, 시장을 이끌고 있는 것은 도요타에 공급하고 있는 파나소닉 EV에너지임 - 북미나 유럽은 리튬이온 전지를 사용하여 일본과 차별화를 두고 있고, 중국 등 다른 시장은 소형, 저가 차량이 인기를 끌고 있는 점에서 아직 니켈수소 전지에 주력하고 있음 - 리튬이온 2차전지 시장은 현 단계에서의 고가인 점과 안정성이 떨어져 수요는 매우 낮은편임 - 현재의 타겟은 버스나 트럭 등의 대형차이며, 보통 승용차에서의 탑재는 혼다에서 리스판매하고 있는 연료전지 차량인 FCX클라리티용 보조전원 정도임
DC-DC 컨버터	- HEV, EV에 필수적인 직류전류의 전압변환을 행하는 DC-DC 컨버터(Converter) 유닛을 대상으로 하며, HEV, EV 1대당 1개의 유닛이 장착됨 - 통상 HEV의 메인배터리는 300V 정도로 고압이며, 각 전장(電装)기기를 작동하기 위하여 전력공급 시에 저전압으로 변환하는 목적으로 사용됨 - 인버터는 동작전압에 대하여 큰 영향을 받기 때문에, 이것에 맞추어 이상 고전압에 대응할 수 있고, 내구성이 강한 제품 개발이 요구되고 있으며, 타 부품과 동일하게 고효율, 고품질, 소형, 경량화가 필요 시 되고 있기도 함 - 덴소는 도요타 이외 기업에도 컨버터를 납품 중이며, 혼다나 포드 등에 공급하고 있는 TDK가 뒤따르고 있음 - 신전원공업(親電元工業)은 2007년까지 혼다의 어코드HEV에 납품해 왔으나, 2008년에 시빅HEV에 공급을 개시하고 있음

부품명	현황
승압 회로	- 승압회로(승압 컨버터)는 배터리부터 얻은 전압을 승압하여 고전압을 필요로 하는 어플리케이션 동작에 이용하는 것이며, 헤드램프나 전동 파워 스티어링 등의 종래 자동차에도 이용되어온 기술임 - 승압회로는 도요타나 도요타로부터 기술을 제공받은 닛산자동차의 일부 HEV에만 탑재되는 부품으로 시장은 한정적임 - 본 기술이 도요타의 특허가 되어있는 점도 문제로, 2020년도까지 본 기술을 모방한 제품개발이 불가능한 점에서, 그때까지는 도요타가 생산예정인 HEV수량에 좌우될 것으로 보임
아이들링 정지 시스템	- 대상이 되는 아이들링 정지(Idle Stop) 시스템은 스타터 모터, 배터리, 알터네이트, 엔진 제어용 ECU로 구성됨 - 엔진의 재시동 방법이나 엔진정지, 재시동시의 조작방법에 의하여 다양한 시스템이 존재하나, 상기 4가지 부품은 공통적으로 사용됨 - 아이들링 시스템은 현재 스타터 모터를 회전시켜서 엔진을 재시동시키는 시스템이 주류임 - 일본에서는 노선버스나 트럭 등의 상용차에는 일반적인 기능으로 탑재되어 왔으나, 승용차에는 발전이 늦어지거나 진동 등 기술면의 문제가 있어서 보급이 늦어짐 - 현재는 HEV에 표준 탑재되는 것은 물론이며, 기존의 부품을 활용할 수 있기 때문에, 저렴한 연비개선기술의 하나로써 사용중인 가솔린 차량에의 탑재도 활발해 지고 있음
차세대 (각도, 전류) 센서	- 하이브리드(HV) 차량은 가솔린엔진과 모터를 나누어 사용하는 것으로 저연비를 실현함 - HV는 에너지 효율을 높이기 위하여 모터 내의 로터(rotor, 전동기 내부의 회전자)의 회전위치에 대응하여 모터에 흘리는 전류를 제어할 필요가 있으며, 그것을 감시하는 것이 회전각도 센서임 - 일본에서는 타마가와정기만이 자동차메이커에 공급하고 있으며, 구성부품 제조도 일본기업이 대부분을 차지함 - 최근, TDK가 샘플출하를 시작으로 경쟁구도 형성 가능 - 기술동향으로는 소형 모델에도 탑재가 용이하도록 소형화, 경량화가 중요시 되고 있음 - 전류센서의 용도는 EV, HV 모터 구동제어, 모터 회생전류의 직류 교환제어나 배터리의 충 방전 전류검출에 이용됨 - 일반적으로 HV 1대에 4개가 이용되며, 시장규모는 HV등의 차세대 자동차 대수에 비례함. 특히, 충 방전 용 전류 센서에 대한 중요성이 높아지고 있어서 여기에서는 배터리 충방전용 센서를 대상으로 함 - 배터리 충 방전용에는 반드시 HV 1대에 1개가 채용되며, HV만이 아니라 전기자동차, 연료전지차에서도 전류의 대소가 구동력 등의 기능을 결정하기 때문에 전류센서는 필수 불가결함
차재 탑재 마이콘	- HV, EV 등의 차세대자동차에 채용되는 차량탑재 마이콘은 구동용모터 컨트롤용, 발전기용, DC-DC컨버터용 등의 다양한 종류가 존재함 - 마이콘 중, 기존 수요를 차지하고 있는 엔진제어용 마이콘의 경우 EV에는 필요가 없으나, 전장부품이 많은 EV는 기존 내 연기관 차량보다 더 많은 마이콘을 필요로 하는 점에서 향후 수요는 HV, EV의 수요추세에 비례하여 증가할 것으로 보임 - 기술 동향으로는, 최근의 높은 성능, 낮은 소비전력 요구조건에 따라서 마이콘의 멀티코어(Multi-Core, 2개 이상의 CPU를 병렬탑재)화가 진행 중에 있음 - 2008년은 HV시스템 용으로 새로운 마이콘이 탑재되었으며, 인버터용, 모터제어용, DC-DC컨버터용, 전지 감시용 등 6~8개의 마이콘이 주류임
전동 컴프레서	- HEV나 EV, 아이들링 정지 차량에 탑재되는 전동 컴프레서는 1대 당 1대가 사용됨 - 2세대 프리우스의 경우, 컴프레서부와 제어 인버터부가 분리 되어 있었지만, 이후 HEV에서는 인버터와 일체형인 전동컴프레서가 사용되고 있으며, 이것으로 소형경량화가 가능해 짐 - 자동차에 있어서 컴프레서는 통상 엔진회전을 이용하지만, HEV나 아이들링 정지 기능을 갖는 차량은 연비 개선을 위하여 엔진을 정지하므로, 엔진 구동 컴프레서의 경우 에어컨 작동도 정지됨 - 전동 컴프레서는 엔진이 아닌 배터리에 축적된 전기에 의하여 에어컨을 작동시키며, 내장 모터에 의하여 엔진 정지 시에도 공조작동을 계속할 수 있음
파워 모듈	- 파워모듈이란 여러 개의 파워반도체 칩을 용도와 목적에 따라 결선하여 하나의 패키지에 넣은 복합형 반도체를 말하며, 파워반도체란 일반 메모리 반도체 소자와는 달리 고전압과 고전류 에서도 견딜 수 있는 반도체를 말함 - 기본적으로 HEV 1대 당 1~4개가 사용되며, 재료의 관점에서 보면, 현재는 Si를 기반으로 한 IGBT가 주력이지만, 내열성이나 변환효율의 향상을 목적으로 SiC나 GaN을 재료로 한디바이스에의 변화가 예상됨
HEV, EV 전원 하네스	- 배터리와 인버터를 잇는 DC하네스 및 인버터와 모터를 잇는 AC하네스의 HEV, EV용 고압전원 하네스를 대상으로 함 - 도요타의 프리우스 2세대는 모터출력50KW, 전압 500V이며, 3세대는 모터출력 60KW, 전압 650V로 점차 증가해 옴 - 고압에 대응하기 위해 커넥터나 피복재의 개발, 개량이 활발히 진행되고 있으며, 향후 고전압화 추세에 따라서 HEV생산 대수의 확대와 함께 수요가 증가할 것으로 보임 - HEV의 컨셉 차이에서, 혼다는 저전압, 저출력의 모터를 채용 하고 있으며, 소형HEV를 개발하는 측면에서 저전압, 저출력 추세는 지속될 것으로 보여서, 저 전압용 HEV하네스 시장도 수요를 이어나갈 것으로 보임 - 통상의 하네스는 탑재량이 너무 많은 점에서, 사용량을 삭감하기 위하여 배선형태를 플랫폼화하는 동향도 보이고 있음 - 향후 차량용 전자기기의 접속수단으로서 검토되고 있는 광섬 유나 블루투스에 대하여 개발이 진행되고 있지만, 현재로서는 충분한 안정성과 성능이 부족함

4.5 한국산 경쟁 동향

가. 각국 진출 현황 및 성과

- 경기침체로 인한 생산량 감소로 부품 수입 큰폭 감소
 - 2009년도 자동차부품 수입실적은 불경기의 영향으로 약 1조 350억엔으로 전년대비 41.75% 감소함
 - 특히, 수입 비중이 큰 피스톤 및 관련부품, 전기부품, 브레이크, 기어박스, 차축, 라디에이터, 클러치, 스티어링 등의 OEM 부품의 수입이 큰 폭으로 줄어듦
- 아시아 지역 조달이 가장 큰 비중 차지
 - 주요 조달 지역은 아시아가 71.36%를 차지하고 유럽 및 북미지역이 그 뒤를 잇고 있음
 - 국가별로는 전체수입액의 31%이상을 차지하고 있는 중국이 단연 1위이며 그 다음은 태국, 미국, 독일, 필리핀 순으로 한국은 필리핀에 이어 6위를 기록하였음

[2009년 대륙별 자동차부품 수입 실적]

(단위: 백만엔)

지역	금액	전년비(%)	비중(%)
아시아	738,851	62.72%	71.36%
유럽	209,159	50.47%	20.20%
북미	73,593	46.24%	7.11%
중미	8,630	51.60%	0.83%
오세아니아	2,588	40.09%	0.25%
남미	1,273	48.84%	0.12%
아프리카	1,023	34.96%	0.10%
중동	286	98.57%	0.03%
합계	1,035,403	58.15%	100.00%

[2009년 자동차부품 국가별 수입 실적]

(단위: 백만엔)

국가명	1-6월	7-12월	1-12월	2008년	전년대비
중국	126,638	199,872	326,511	501,726	65.1%
태국	39,566	59,819	99,386	184,083	54.0%
미국	31,143	37,912	69,055	151,132	45.7%
독일	35,532	44,080	79,612	144,734	55.0%
필리핀	23,633	38,291	61,923	109,662	56.5%
한국	25,509	34,251	59,761	99,554	60.0%
인도네시아	27,385	35,839	63,223	96,163	65.7%
베트남	25,504	42,116	67,620	95,803	70.6%
프랑스	9,429	14,930	24,360	80,124	30.4%
대만	15,751	17,996	33,744	46,726	72.2%
영국	9,812	9,331	19,145	45,190	42.4%
말레이시아	8,836	11,822	20,656	34,019	60.7%
이탈리아	7,495	6,648	14,142	33,186	42.6%
네델란드	6,588	11,344	17,932	24,934	71.9%
폴란드	4,444	6,300	10,745	20,882	51.5%
멕시코	2,987	5,591	8,579	16,116	53.2%
스페인	3,379	6,794	10,174	16,000	63.6%
기타 유럽국가	2,654	4,596	7,251	9,335	77.7%
슬로바키아	4,363	1,488	5,851	8,681	67.4%
캐나다	1,596	2,941	4,538	8,015	56.6%
벨기에	2,131	3,090	5,221	7,282	71.7%

나. 현지 바이어들의 한국 기술 및 제품 평가

- 한국기업과의 거래 대체적으로 만족, 규모는 확대 양상
 - 최근 KOTRA에서 실시한 일본 자동차부품 바이어들을 대상한 설문 결과 분석에 따르면, 일본 기업은 한국 기업과의 수 년간의 거래에 대해 대체적으로 높은 만족도를 나타내고 있음
 - 양국의 기업 간의 첫 거래와 비교했을 때, 거래규모가 대체적으로 현상유지 수준이거나 확대되고 있는 추세임

- 납기 신속성 및 정확성 만족, 기술 수준은 다소 미흡
 - 일본 기업은 한국기업과의 거래에 있어서 납기의 신속성 및 정확성에 대해 만족을 느끼고 있는 반면 한국 기업의 규모와 기술 수준에 대해 다소 미흡하다고 평가함
 - 특히, 일본기업은 한국기업의 의사결정의 신속성 및 글로벌 마케팅 노력 등에 대해서 배울 점이 많다고 느끼고 있으며, 양국의 수출주력분야 및 경쟁분야가 비슷한 만큼 서로 좋은 영향을 주고 받을 수 있다고 느끼고 있음
- 품질은 경쟁국에 비교 우수, 지속적인 경쟁력 확보가 관건
 - 한국 기업의 최대 경쟁 대상국으로는 중국이며, 그 이외에 대만, 태국 등을 지목함. 가격경쟁력으로 품질은 한국 제품이 우수하나 가격경쟁력은 중국제품이 월등히 우수하다는 의견이 지배적임
 - 향후 5년간은 일본 시장에서의 한국 기업의 제품 경쟁력은 강화될 것이라고 예측되지만, 중국 기업의 기술력 상승에 따른 중국 제품의 경쟁력 강화 등에 의한 시장 환경의 변화에 주시하고, 지속적인 기술개발 및 가격경쟁력 확보를 요청하고 있음

4.6 일본 시장 진출 전략

가. 환경 분석 및 유망품목

□ 환경 분석 및 전망

- 도요타 자동차는 2009년 연결('09.4월~'10.3월) 결산 발표를 통해 총매상은 전년대비 7.7% 감소한 18조 9509억엔이나, 순 손익은 2,094억엔으로 흑자체제로 전환하였다고 밝힘
- 플로어 매트나 액셀 페달 품질 문제가 예상보다 판매에의 영향이 적었으며, 원가 개선 및 고정비 삭감 이행이 주요인
- 또한, 도요타 자동차의 2010년도는 중점 공략시장은 차세대 환경차(HEV, PHEV)와 신흥국 시장으로 지속적인 성장을 위해 설비투자는 전년대비 1,610억엔 증가한 7,400억엔, 연구 개발비는 전년대비 347억엔 증가한 7,600억엔을 투자할 계획을 언급함
- 도요타 자동차를 비롯 세계 완성차 메이커들은 선진국용으로 HEV 및 EV(전기 자동차)의 투입을 예정함과 동시에, 신흥국용으로 콤팩트 카, 초저가 차량을 개발 및 투입을 계획 중임
- 그러나, HEV는 대형차량에의 hybrid 시스템 탑재가 과제이고, 지속적인 성장을 위해 신기술 개발 및 FCV(연료 전지차)의 실현이 필요할 것으로 보임
- 중국은 2020년에 2,768만대에 달하는 거대자동차 시장이 될 것으로 예상됨에 따라 완성차 메이커들의 전략 차종 개발 및 투입이 가장 활발하게 이루어 질 것임
- 2020년에 910만대의 수요가 예상되는 인도는 콤팩트 카 중심의 시장으로 다타자동차 나노와 같은 초저가 차에 대한 수요가 많지만, 이러한 모델과의 경합보다는 고품질의 콤팩트 모델의 개발 및 투입이 이루어 질 것으로 예상됨

□ 유망 품목

- 후지키메라 연구소에 따르면 차세대 자동차부품시장규모가 2020년 3조 4,614억엔으로 2020년 일본 국내 자동차부품시장의 38.4%를 차지하고 전세계 차세대 자동차부품 시장의 약 반수를 차지 할 것으로 예상됨
- 또한 차세대 자동차부품중 유망 부품으로서는, DCT(dual 클러치 트랜스미션), 아이들링 스톱 시스템, LED 리어 콤비네이션 램프 등 3개 품목을 제시함
- DCT(듀얼 클러치 트랜스미션)
 - 2020년에서의 전세계에서의 DCT의 시장 규모는, 2010년(전망)의 1,568억엔에서 5,948억엔으로 확대 예상
 - MT(메뉴얼 트랜스미션)와 같이 DCT는 반응이 빠르고 부드러워 원래부터 MT의 수요가 높은 유럽에 의해 시장이 주도되고 있으며 지속적인 시장규모 확대가 예상되며, 북미에서도 포드를 필두에 GM, 크라이슬러가 DCT를 탑재 또는 계획 중임
- 아이들링 스톱 시스템
 - 2020년 전세계 아이들링 스톱 시스템의 시장규모는 2010년 513억엔에서 4,138억엔으로 확대 예측
 - 동 시스템은 선진국 위주로 그중에서도 유럽이 보급의 중심이 되고, 신흥국에서는 생산 비용 증가로 인해 수요가 많지 않을 것으로 예상되며 환경 규제의 정도에 따라 보급확대에 영향
- LED리어 콤비네이션 램프
 - 2020년 전세계 LED리어 콤비네이션 램프의 시장 규모는 2010년 348억엔에서 611억엔에 확대 예상되지만, 수요의 확대가 예측되는 신흥국에서는 지속적으로 텅스텐 램프 사용 예상
 - 2020년에는 전세계에서 생산되는 차량의 탑재율이 50% 전후로 예상되는 가운데 2020년까지 하이 마운트 스톱 램프, 스톱 램프, 테일램프 등 다른 램프의 LED화를 높이기 위해서 LED의 저가격화가 필요

나. 시장 진출 전략 및 방안

□ 급변하는 시장환경 대응 필요

- 2008년말 발단된 세계금융위기 여파로 일본 자동차산업은 급속도로 위축됨. 이러한 경기침체가 지구 온난화 방지대책 등과 맞물려 일본 자동차산업을 재편을 가속화하는 계기가 됨
- 경기 부양 및 친환경 보급 확대 위한 일본정부의 지원 정책 및 하이브리드 기술 중주국으로서의 앞선 노하우와 배터리 등의 원천기술보유로 일본의 친환경자동차 시장은 타 시장보다 성장 가능성이 높음
- 도요타를 비롯한 일본 완성차 제조업체들은 시장선점을 위해 공장설비나 라인 변경, 기술개발 투자 확대 등 신규 수요에 대응할 수 있도록 박차를 가하고 있으며, 관련 계열사들도 이에 부응한 차세대 부품 개발에 주력하고 있음
- 전체적인 시장규모는 회복추세에 있으나, 기존 수요가 하이브리드 수요로 대체되고 있는 형태로 과거 완성차 제조업체의 생산량 확대 전략에 맞추어 과다한 설비투자를 한 부품기업들은 힘든 상황 속에서 차세대 부품개발을 추진중으로 하이브리드 차량제조에 관여하고 있느냐 여부에 따라서 부품기업별로 격차가 벌어지고 있음
- 차세대 자동차부품의 경우 높아진 기술 장벽과 완성차기업들의 폐쇄적인 부품 내제화(内製化)화 및 모듈화로 후발기업들에게 큰 부담으로 작용하고 있지만 전기, 전자 및 IT 분야에 기술력 및 가격경쟁력을 갖춘 국내기업의 진출 가능성도 배제할 순 없음
- 실제로, 전장부품의 증가로 HEV 하네스 제품에 IT기술인 블루투스 적용 검토, 전장제품을 컨트롤 하기 위한 마이크로컨트롤러 채용이 확대되고 있는 점 등이 이를 시사하고 있음
- 우리기업들도 이러한 시장환경 변화에 적극적으로 대응하기 위해 차세대 차량 확대로 소위 뜨는 부품군에 대한 원천 기술개발 및 확보를 위해 기존 자동차 부품업체와 IT, 전자, 전기업체간의 전략적 제휴를 통한 공동대처가 필요할 것으로 사료됨

□ 철저한 시장논리에 입각한 경쟁력 확보가 관건

- 현재 주요 일본 완성차 제조업체들은 주요 관심사는 선진국을 대상으로 한 차세대 친환경 자동차 시장과 더불어 중국 및 인도를 중심으로 한 신흥시장 공략임
- 일본 완성차업체의 현지 생산거점 확대 및 글로벌 조달을 확대 방침에 따라 관련 부품기업들도 경쟁력을 갖추기 위해 문호 개방하고 있는 상태로 한국 제품 채용 확대 및 검토중인 기업이 늘고 있는 추세임
- 일본 기업들은 한국 제품의 최대강점은 일정 수준의 품질과 합리적인 가격, 기업의 신속한 대응으로 엔화의 강세와 더불어 당분간은 일본시장에서 강세를 나타낼 것으로 판단하고 있음
- 이는 현 시점에서는 타 신흥국가 제품보다는 한국 제품의 품질대비 가격경쟁력을 높이 평가하고 있음을 알 수 있으나, 최대 경쟁 대상국인 중국 기업의 기술력 상승에 따른 중국 제품의 경쟁력 강화 등에 의한 시장 환경의 변화에 주시할 필요가 있음
- 우리기업들은 치열한 글로벌 시장에서 생존하기 위해서는 기존부품에 대한 지속적인 품질 및 가격경쟁력 유지 노력 및 차세대 차량부품에 대한 원천기술 확보 주력해야 할 것임

부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안

- 429개 일본 바이어 모니터링 조사 -

KOTRA자료 10-060

발행인 : 조환익

발행처 : KOTRA

발행일 : 2010년 11월

주 소 : 서울시 서초구 헌릉로 13 (우 137-749)

전 화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright ©2010 by kotra. All rights reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로

무단전재와 무단복제를 금합니다.