

2020 권역별 진출전략

일본



kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency

I. 시장 평가 및 주요 이슈	3
1. 개요	3
가. 경제 전망	3
나. 주요 경제지표	3
2. 2020년 주요 이슈 및 전망	4
가. 대(對)한국 수출규제로 본 한일 교역 환경 변화	4
나. 노동인구 확보와 생산성 향상을 위한 노력	5
다. Connected Industries, 산업과 IoT 결합 확대	7
라. 외국인 방문객 4천만 시대의 유통시장 변화	8
II. 비즈니스 환경 분석	11
1. 정치·경제·산업·정책 환경	11
가. 정치 환경	11
나. 경제 환경	12
다. 산업 환경	15
라. 정책·규제 환경	20
2. 시장 분석	26
가. 시장 특성 및 전략적 가치	26
나. 교역	28
다. 투자	29
3. 한국과의 경제 교류 및 주요 경험 의제	33
가. 교역	33
나. 투자	35
다. 주요 경제협력 의제	36
III. 진출전략	41
1. SWOT 분석 및 전략도출	41
2. 주요 이슈·산업별 진출전략	42
3. 한-일본 경제협력을 통한 진출전략	66
4. 진출 시 유의사항	73
참 부	
1. 수출유망품목(상품)	76
2. 수출유망품목(서비스)	80
3. 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정)	83
4. 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더	84
부 록	
對일본 K패키지(양국 간 상생협력방안)	85

I. 시장 평가 및 주요 이슈

1 개요

가. 경제 전망

국내 수요 둔화와 세계 경기 불확실성 확대로 경기 둔화 조짐

* IMF 실질 GDP 성장률 전망(2019.10월) : (2018) 0.8 → (2019) 0.9 → (2020) 0.5

○ (국내) 그동안 경기를 지탱해온 개인 소비와 설비투자가 둔화 조짐

- 개인 소비는 2019년 소비세 인상으로 침체 기조이나 2020년 도쿄올림픽 특수 등의 진작 효과도 기대되며, 설비투자는 경기 확대 장기화와 세계 경기 불안으로 2020년에는 증가세가 다소 둔화될 것으로 예상

○ (해외) 미-중 무역마찰의 장기화, 브렉시트 등 글로벌 비즈니스 환경의 불확실성 증가로 거래 위축 전망

나. 주요 경제지표

주요 지표	단위	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
인구	백만 명	128.4	128.3	128.2	128.0	127.7	127.5	127.2	126.9
명목 GDP	십억 달러	6,205	5,160	4,852	4,381	4,949	4,873	4,973	5,160
1인당 명목GDP	달러	36,978	38,731	39,105	40,392	38,738	38,225	39,099	40,678
실질성장률	%	1.5	2.0	0.2	1.1	1.0	1.7	0.8	0.9
실업률	%	4.4	4.0	3.6	3.4	3.1	2.8	2.4	2.4
소비자물가상승률	%	-0.2	1.7	2.4	0.1	-0.1	0.5	1.0	0.7
재정수지(GDP대비)	%	-8.3	-7.6	-5.4	-3.5	-3.7	-2.7	-2.8	-3.4
총수출	십억 달러	776.6	694.8	699.1	622.0	635.2	698.3	738.1	-
(對韓 수출)*	"	64.4	60.0	53.8	45.9	47.5	(53.3)	(52.5)	-
총수입	"	830.1	784.5	799.0	629.4	584.1	672.1	748.5	-
(對韓 수입)*	"	38.8	34.7	32.2	25.6	24.4	(28.1)	(32.1)	-
무역수지	백만 달러	-53.5	-89.7	-99.9	-7.4	51.1	26.2	-10.4	-
경상수지	"	60.1	46.4	36.4	134.1	193.7	195.9	210.6	203.5
환율(연평균)	현지국/US\$	86.6	105.3	119.9	120.3	116.8	112.9	110.83	105.68
해외 직접투자**	십억 달러	122.4	135.0	138.0	138.4	173.9	168.6	159.1	-
외국인 직접투자**	십억 달러	1.8	2.4	19.8	5.2	39.3	18.8	25.9	-

주: IHS Markit Country Report (2019.10.7.일자, 2019년은 예측), * World Trade Atlas, ** JETRO

2 2020년 주요 이슈 및 전망

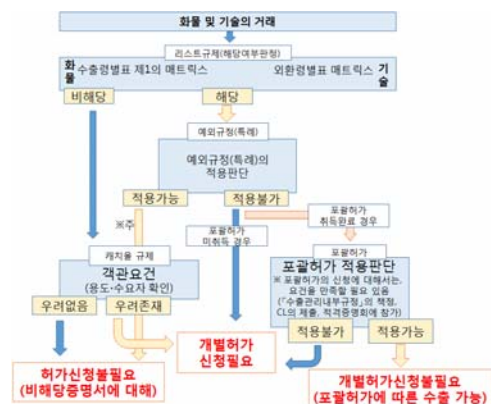
- 가. 대(對)한국 수출규제로 본 한일 교역 환경 변화
- 나. 노동인구 확보와 생산성 향상을 위한 노력
- 다. Connected Industries, 산업과 IoT 결합 확대
- 라. 외국인 방문객 4천만 시대의 유통시장 변화

가. 대(對)한국 수출규제로 본 한일 교역 환경 변화

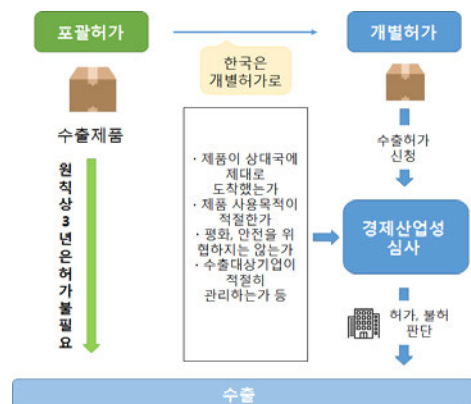
2019년 7월, 일본은 안전보장상의 이유로 한국에 대한 수출관리 강화 발표

- 수출 관리 강화 조치는 크게 두 가지로 첫 번째, 반도체 재료 주요 3개 품목에 대해 포괄허가를 불허하고 모두 개별허가로 전환함. 두 번째는 대한민국을 수출관리 구분에서 백색국가로부터 제외
- 반도체 재료 3개 품목에 대해 포괄허가를 불허함에 따라 일본기업은 해당 품목을 한국으로 수출 하기 위해 각 7~9개의 서류를 준비, 일본 경제산업성 본성으로부터 허가를 받아야 수출이 가능 해짐
 - 2019년 10월 현재 3개 품목 중 2개(레지스트, 불화수소)에 대해 총 7건의 수출허가가 이루어짐. 신청 후 1개월 이상 승인이 나지 않는 경우도 발생
- 한국이 백색국가에서 제외됨에 따라 한국으로의 수출품·기술에 대해 캐치올규제(포괄규제)가 적용 되며, 일본기업은 내부적으로 물자의 관리, 통제를 명확히 하고 있다는 절차를 마련할 필요가 발생

일본기업 수출허가 여부 판단 흐름



포괄허가와 개별허가



일본의 수출관리 강화 조치로 인한 영향

- 반도체, 디스플레이 등 주요 산업에서 한일 협력 서플라이 체인의 붕괴 우려
 - 2000년대 이후 한일 협력 관계를 보면, 한국 제조업체가 핵심소재 부품을 일본에서 조달하여 해외시장 판로를 적극적으로 개척하는 형태의 상호 협력을 공고히 해왔음
 - 그러나 이번 조치로 기업 간 협력에 외부요인인 국가 행정 리스크가 발생, 지금까지의 서플라이 체인이 붕괴될 수 있으며, 실제로 이번 개별허가를 불허한 3개 품목에 대해 한국은 국산화와 중국, 유럽 등으로 수입 다변화 노력 중
- 장기적으로 양국 기업 간 신규 거래 위축 우려
 - 일본 정부는 한국을 백색국가에서 제외함에 따라 필요 시 추가 수출규제를 단행할 수 있는 여건을 조성했으나, 추가적인 규제는 없을 것이라는 전망이 우세
 - * BNP파리바, 상호 막대한 피해를 입히는 상황이 도래하지 않을 확률 85%로 평가
 - 반도체 이외에도 자동차, 전자, 화학 등의 산업에서 한일 기업의 공급망이 복잡하게 얽혀있으며, 한일 기업의 제3국 공동진출 등 협력 분야가 많으나, 장기적으로 신규 거래 발굴은 어려워질 수 있음
 - * 한일 자동차 관련 기업, 기존 거래선으로부터 재고 확보 노력(닛케이보도)
 - 또한, 국민 정서가 지속적으로 악화될 경우 한류와 같은 문화 콘텐츠, 소비재 등에도 영향을 미칠 수 있으므로 향후 동향 주시 필요

나. 노동인구 확보와 생산성 향상을 위한 노력

저출산 고령화로 일손 부족 심각, 노동인구 확보를 위한 노력

- 10년 연속 인구 감소한 일본, 생산 가능 인구는 전체 인구의 60% 미만
 - 2019년 4월 1일 기준 일본 총인구는 1억 2,625만 명으로 10년 연속 감소
 - 생산 가능 인구(15~64세)는 7,518만 명으로 전체의 59.5%에 불과
 - 65세 이상 인구는 3,575만 명으로 전체의 28%를 차지
 - * 75세 이상 인구는 전체의 14.6%, 85세 이상 인구는 4.7%

65세 이상 인구비율 추이

	7%	14%	20%
일본	1970	1994	2006
한국	2000	2018	2025
프랑스	1894	1979	2018
이탈리아	1927	1988	2006
미국	1942	2015	2036
독일	1932	1972	2009

* 65세 인구가 전체 인구의 7% 넘으면 고령화 사회, 14%를 넘으면 고령 사회, 20%를 넘으면 초고령 사회

자료 : OECD Statistics 인구통계 예측(2019.10)

일본 총인구 추이



자료 : 일본 총무성 통계국 인구추계(2019.10)

일본의 생산 가능 인구 확대는 아베 정부의 가장 중요한 경제 성장전략

- (1억 총활약 플랜) 인구 전체가 활약하는 ‘희망 출산율 1.8’ 구현을 목표로, 청년 고용 안정·처우 개선, 보육 서비스 내실화, 일하는 방식 개혁 추진 등 대응책을 2016년도부터 10년간 추진 중
- (일하는 방식 개혁) 노동인구 확대 노력과 동시에 노동생산성 향상을 위해 ‘일본판 주 52시간’, ‘동일노동 동일임금 실현’ 등 일하는 방식 개혁을 강하게 추진 중이며, 장시간 근로를 시정하고 비정규고용 처우 및 근로환경 개선 등 실시
- (외국 인재 도입) 외국 인재 수용을 통해 저출산·고령화로 인한 노동력 감소, 생산성·경제성장력 저하, 소비 수요 감소, 의료·간병·연금 등 사회보장비 증가, 지방 경제 공동화 및 대도시의 고령자 수요 증가 문제 등에 대응할 방침

일손 부족 대응을 위해 변화하는 일본기업

- 일본의 실업률은 완전고용에 가까운 상황이나 생산 가능 인구의 부족으로 기업은 일손 부족에 시달리고 있으며, 특히 지방·중소·유통 기업의 구인난은 심각
 - * 일본의 실업률 : ('17.2월) 2.8% → (2018.5월) 2.2%, 25년 만에 최저치
 - * 유효구인 비율(구직자 대비 구인자 비율) : (2018.7월) 1.63, (도쿄) 2.16 ↔ (오кина와) 1.14
- 일손 부족에 따른 파산이 급증, 일본기업들은 가격 인상, 서비스 축소 등으로 우선 대응에 나선 상황

일본기업들의 인력 부족 대책 상황

전일 무휴·24시간 영업 폐지 등 영업시간 단축	IT와 셀프식 도입 등 절약화	매장 전석 금연 등 근무 환경 개선
• 손님이 적은 날을 휴무일로 변경 (시모키야, 우오타미 등 이자카야) • 2017년 초부터 전 점포에서 실시 (로알호스트)	• 셀프식 음료바 도입 (데니스 등 패미리 레스토랑) • 주문용 태블릿 도입 (오오토야 등 음식점)	• 협연 직원, 손님을 위해 단계적으로 전 점포 실시 (켄터키 프라이드 치킨)

다. Connected Industries, 산업과 IoT 결합 확대

신규 수요창출을 위한 일본판「4차 산업혁명」대비

- 일본 정부의 성장전략인 ‘미래투자전략 2018’은 ‘제4차 산업혁명’이 사회 전반에 적용될 수 있는 Society5.0*을 실현하는 데 주력
 - * 수렵 사회 → 농경 사회 → 공업 사회 → 정보 사회 → 초스마트 사회(Society 5.0)
 - 아베노믹스 경제정책으로 기업실적과 고용개선, 경기 선순환이 가시화되었으나, 생산성 하락과 신규 수요창출 부족으로 성장동력이 약화되는 상황
 - 이를 극복하기 위해 IoT, 빅데이터, AI, 로봇, 공유경제 등 4차 산업혁명 기술을 전 산업에 도입 함으로써 다양한 사회 문제를 해결하려는 전략 추진 중
- 당장 일손 부족으로 생산성 향상이 필요한 분야가 가장 빠르게 산업과 IoT가 결합되고 있으며, 재난재해 대책에도 IoT 활용이 확산되고 있음

일본 IoT 부문별 주요 기업

부문	기업명	비고
IT 전문	NTT데이터	제조업 IoT를 촉진하는 조직 설치
	(美) IBM	IoT용 클라우드 서비스 제공
	(美) 시스코시스템즈	현장과 클라우드 연계하는 서버제공
	(美) 인텔	데이터 수집용 IoT 게이트웨이 개발
IT 및 전자기기	후지츠	센서기기부터 클라우드까지 일괄 제공
	NEC	화상인식기술에 강점. 제조업 대상 IoT에 주력
	(獨) 시멘스	인더스트리4.0 추진
	(獨) 보쉬	자동차 운전용 미세센서 개발
IT 및 인프라기기	히타치제작소	자사 인프라기기에 IoT 기술활용
	도시바	美 GE 등과 IoT 기술개발
	(美) 제너럴일렉트릭	인더스트리얼 인터넷 주창
IT 및 공장자동화기기	파낙(FANUC)	타사 기계를 네트워크에서 연계
	미쓰비시전기	복수의 공장에서 접속 가능한 플랫폼개발
	오무론	국내외 공장 연계를 자사에서 실천

자료 : 닛케이 업계지도(2019)

일본 제조업과 연계되는 IoT 시장현황

- (가전) 가전제품에 IoT를 활용할 뿐 아니라 전체를 연결하려는 움직임 활발
 - 일본에서도 AI를 활용한 스피커, 오픈레이저 등이 개발, 출시되고 있음
 - * 구글의 Google Home과 아마존의 Amazon Echo 등장 이후 2017년 가을 소니, 파나소닉, NTT도코모, 도시바그룹, LINE 등이 일본어 AI 스피커 출시

- * 사프는 AI와 IoT를 활용한 오븐레인을 출시, 클라우드 서비스 '마음의 부엌'과 연계, 대화를 거듭할수록 기능이 향상되고, 레시피도 늘어남
- 궁극적으로 주택 내 모든 가전제품이 연결된 서비스 추진 노력이 활발하여, 2017년 7월 도쿄 급행전철 주도로 '커넥티드 홈 얼라이언스' 발족
 - * 미쓰비시 가전, NTT 데이터, 오사카 가스, 도요타, 닛산, 도쿄급행전철, 미츠이 부동산그룹 등 2018.9월 현재 100개 기업 참가
- (자율주행) 인력 및 노인 이동수단 부족 등 사회문제의 해결책으로 수요증가
 - 운송업 종사자 부족, 노약자 증가 등으로 자율주행에 대한 시장 확대 전망
 - 2020년 무인 자율주행에 의한 이동서비스 실현을 목표로 전국에서 다양한 자율주행 실증 프로젝트 실시 중
 - * ZMP와 히노마루 교통은 2018.8.27 세계 최초 자동운전 택시 도로실증실험 실시
 - 日 국토교통성·산업경제성은 2018.4월 주요 자동차기업 8개사에 2020년까지 일본 국내 판매 승용차 90% 이상에 자동 브레이크를 탑재할 것을 요구함
- (기계) 공작기계 등의 제조업 기술에 AI를 활용, 효율성과 성장 동시 추구
 - 일본은 2009년까지 공작기계 생산액 세계 1위였으나, 중국·독일·미국 등 경쟁국의 IoT 접목 시스템 개발 등의 영향으로 다소 주춤
 - * 일본공작기계공업회 통계에 의하면, 공작기계 수출액은 2018년 1조8,158억 엔으로 전년 대비 10.3% 증가하였으나, 2019년은 8월 기준 8,717억 엔으로 전년 동기 70% 수준
 - 공장에서는 공작기계나 로봇정보를 인터넷에 연결하여, 실행최적화 시스템을 구축하기 위해 다양한 상품개발 노력이 필요
 - 시스템 자체개발 뿐만 아니라 IT 기업과 기술제휴하는 움직임도 활발
 - * 일본 공작기계업체 야마자키마작, 오쿠마, DMG모리세이키, 파낙 등은 각각 시스코시스템즈, GE, 마이크로소프트, 엔비디아 등 美 IT 기업과 제휴하고 있음

라. 외국인 방문객 4천만 시대의 유통시장 변화

급증하는 방일 외국인 관광객, 소비 주역으로 부상

- 일본 정부의 지속적인 관광 진흥정책과 2012년부터 지속된 엔화 약세 효과로 방일 외국인 관광객 수는 5년간 역대 최고치 경신 중
 - 일본 정부는 럭비 월드컵(2019년), 도쿄올림픽(2020년), 오사카EXPO(2025년) 등 집객력이 높은 대형 이벤트의 잇따른 개최로 공격적인 외국인 관광객 유치 목표 제시
- 외국인 관광객 수 증가에 따라 일본 내 소비가 증가하며 일본 내수 진작에 기여
 - 2012년 이후 인바운드 소비*가 급증하였으며 2020년까지 8조엔을 목표로 설정
 - * 일본 정부가 '방일 외국인 관광객의 일본 내 소비'를 정의하는 용어

- 주요 관광지인 도쿄, 오사키는 인바운드 소비가 해당 지역 내 총생산 중 4% 이상을 차지

방일 외국인 관광객 수 추이 및 전망



일본 인바운드 소비액 추이 및 예상치



자료 : 일본정부관광국(JNTO)

- 인바운드 소비 내역 중 중화권 및 동남아 관광객에 의한 소비 비중이 가장 높으며, 사용처로는 쇼핑 비용이 34.9%(1조 5,763억엔)로 가장 큰 비중 차지

* 2018년 인바운드 소비 사용처 : (쇼핑) 34.9%, (숙박비) 29.2%, (식비) 21.6%, (교통비) 10.3%

방일 외국인 관광객의 소비 경향

Product (구매대상)	과거 고가 제품 위주 소비에서 생활용품 위주로 변화 화장품, 의약품, 식품, 생활잡화, 가전 등이 대표적인 수혜품목
Price (지출내역)	1인당 지출 총액은 큰 변동이 없는 가운데 40% 이상을 쇼핑 및 레저활동에 투입
Place (구매장소)	접근성이 좋은 면세점, 편의점을 비롯, 드러그스토어, 백화점, 가전양판점에서의 구매 많음
Promotion (정보입수경로)	인터넷, 특히 실제 여행 경험자의 입소문을 중시하는 경향 강함 귀국 후에도 자국의 백화점이나 역직구 통해 지속적으로 소비

자료 : 미즈이스미토모은행, 일본경제신문, 일본정부관광국 자료종합

- 1인당 쇼핑 지출에 있어 중화권 및 동남아시아 관광객들이 높은 순위 차지
- 최근 구매력 측면에서 베트남 관광객이 일본 유통 분야의 주요 타깃 대상으로 급부상
- * 1인당 지출액 : (베트남) 18.3만엔, (한국) 7.2만엔/ 평균체재일수 (베트남) 5.2일, (한국) 2.8일



日 정부, 관광산업의 국가 기간산업화 추진을 통해 신규 비즈니스 기회 창출 기대

- 인바운드 소비 확대 및 경제파급 효과의 전국적인 확산을 목표로 '관광입국추진 기본계획' 제정 (2017년)

관광입국추진 기본계획 개요

* 자료원 : 일본 총리관저

- ◇ 정책 방향: ① 국제경쟁력이 높은 매력있는 관광지역 형성, ② 관광산업 국제경쟁력 강화 및 인재육성, ③ 국제관광 진흥, ④ 관광여행의 촉진
- ◇ 목표(2020년) : 외국인의 인바운드 소비 8조엔, 재방문 2,400만 명, 지방숙박 수 7,000만 명 박

- 고속 교통망을 활용하여 지방과 지방을 잇고 일본 전국을 하나의 경제권으로 통합하는 ‘지방 창생회랑(地方創生回廊)’ 완비 추진
- 신칸센 및 교통인프라 내 무료 Wifi 확대 등 통신 인프라 정비
- 국내 8개의 국립공원을 재정비 및 브랜드化하여 관광 거점화 및 농어촌 체재형 여행 비즈니스 추진지역 500개 창출 도모
- 통합형 리조트 추진법 도입(2018년 7월)으로 일본 내 최대 3개의 카지노 운영이 가능하게 되어 1조엔 이상의 경제 파급효과 예상
 - 오사카, 홋카이도, 요코하마, 나가사키 등 다수의 지자체가 카지노 유치 추진

관광산업 확대에 의해 기대되는 새로운 비즈니스 영역

숙박	- 오래된 건물의 용도변경 및 리노베이션 통한 숙박시설 운영 - 민박사업자 대상 비즈니스(간편 보험, IT기반 방법 등)
소매/외식	- 면세 수속 자동화, 다국어 안내를 위한 하드웨어 및 콘텐츠 - 방일 외국인 대상 홍보 콘텐츠
여행/레저	- 지자체와 연계한 체류형 여행 상품 개발 - 일본형 복합리조트, MICE 시설의 다양한 운영
금융	- 캐시리스 결제서비스 제공 - 통역, 단기체류자에 대한 진료서비스 부보 상품 제공 등

Ⅱ. 비즈니스 환경 분석

1 정치·경제·산업·정책 환경

- ※ (정치) 아베 총리의 장기집권이 지속되는 동시에 정책 추진동력은 점차 약화
- ※ (경제) 도쿄올림픽 특수 등이 존재하지만 세계 경기 침체로 하방압력 강화
- ※ (산업) 기계설비, 자동차 등 주요 부문에서 2020년 시장 위축 전망으로 우려
- ※ (정책) 일하는 방식 개혁법 본격 시행 및 소비세 인상을 단행하는 한편, 재해방재 대책 및 인프라 투자 등은 지속 확대

Ⅱ

비즈니스
환경 분석

가. 정치 환경

2021년까지 임기인 아베 총리는 그 전 국회해산 및 재신임투표를 통해 연장 가능

* 아베 총리는 지난 '06~'07년 당시 만 52세로 최연소 총리가 되었으며, 지난 2012년 12월부터 현재까지 약 7년 연속 자민당을 이끌고 있고, 현 아베 정권을 제2차 아베 내각이라 함

- 2019년 7월 21일, 일본 참의원 선거에서 아베 총리의 자민당 등 여당이 과반수를 점하며 국정 선거 6연승을 거두면서 자민당 총재로서 신기록을 기록
- 아베 총리의 통산 재직일 수는 11월 20일 자로 가쓰라 타로(2,886일)를 제외하면 역대 최장 총리가 되었으며, 자민당 총재 임기는 2021년 9월 말이지만 당 내부로부터 4기째를 요구하는 목소리도 나오고 있어 장기집권 가능성도 존재

아베노믹스로 경기회복을 도모하고 일하는 방식 개혁과 사람 만들기에 주력

- 제2차 아베 내각은 2012년 12월 발족 이후 '세 개의 화살', 대담한 금융정책, 기동적인 재정정책, 민간투자를 활성화하는 성장전략으로 이루어진 경제정책 '아베노믹스'를 내놓았음
- 2015년 이후에는 아베노믹스의 제2막으로 '新 세 개의 화살', 강한 경제(GDP 600조엔), 육아지원(희망출산율 1.8%), 사회보장(간병 이직 제로)을 표방했고, 이후 경제정책의 중점은 '일하는 방식 개혁'과 '사람 만들기'에 둠
- 아베노믹스는 엔저와 주가 상승을 통해 기업 수익을 개선하는 등 일정한 성과를 올렸는데, 6년 동안 명목 GDP가 50조엔 이상 확대

* 명목 GDP : 494조엔(2012년) → 550조엔(2018년, 역대 최고)

* 기업내부유보금 : 301조엔(2012년도) → 463조엔(2018년도, 금융보험업을 제외한 전체 산업, 7년 연속 역대 최고치 경신)

- 기업 내부유보금은 역대 최대치를 경신했으며, 실업률은 2% 전반 수준까지 저하되고 마이너스를 기록하던 물가상승률도 1%가량 상승

* 닛케이 평균주가 : 10,395.18엔(2012년 12월 말) → 20,601.19엔(2019년 5월 말)

* 완전실업률 : 4.3%(2012년 12월) → 2.4%(2019년 5월, 23년 만의 최저치)

* 물가상승률 : -0.2%(2012년 12월) → 0.8%(2019년 5월, 신선식품 제외)

- 그러나 일본은행의 대규모 금융완화 정책에도 불구하고, 미-중 무역마찰 등을 배경으로 세계 경제의 침체 우려가 높아지는 가운데 일본 경제에 대한 영향이 우려됨

개헌 관련한 다양한 의견, 장기집권 및 인사에 대한 당내 불만도 존재

- 2019년 10월 4일부터 개회한 임시국회에서 야당은 일방적인 미-일 무역협정, 태풍으로 인한 대규모 정전사태, 문화재청의 보조금 취소 등에 대해 현 정권을 비난했고, 또한, 아베 총리의 개헌 의지에 대해서 다양한 의견과 우려 존재
- 2019년 9월 개각 인사에서 ‘친아베’ 인물로만 구성한 것을 두고 당 내부에서도 조금씩 불만이 나오고 있어 장기집권에 대한 거부감과 포스트 아베를 노리는 인물의 영향력에 따라 아베 총리의 임기 연장은 달라질 수 있음

나. 경제 환경

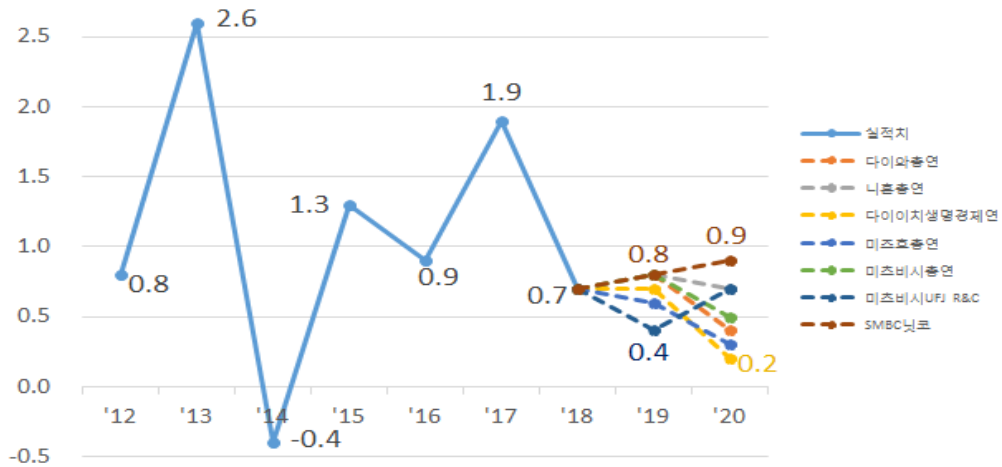
2019년 일본의 실질 GDP 성장률은 2018년(0.8%)과 비슷한 성장을 기록할 것으로 보이며, 상고하저의 경기 흐름이 전망

- 내각부는 2019년 8월 경기동향지수를 발표하면서 경기 기조판단을 4개월 만에 ‘악화’로 변경하며, 경기후퇴의 가능성이 높을 수 있음을 시사
- 가장 우려되는 것은 미-중 무역마찰 영향으로 세계 경제 침체 가능성
 - 내각부가 최근 발표한 GDP 속보(2019년4~6월기)를 반영한 일본 주요 싱크탱크의 일본 경제 성장률(실질 GDP) 전망치는 2019년도 0.4~0.8%, 2020년도 0.2~0.9% 수준에서 추이
 - 2019년도는 5년 연속 플러스 성장률을 달성할 것으로 보이고, 연말 각국 경제대책 효과와 ICT 관련 수요 회복의 영향으로 세계 경제도 조금씩 회복하여 수출이 완만하게 증가할 것으로 보임
 - 2020년에는 도쿄올림픽 개최, 개인 소비 및 관광객의 국내 소비가 증가하여 일시적인 회복을 예상할 수 있으나, 그동안 경기회복을 이끌어온 인프라 건설수요의 일단락, 소비세 대책효과 미비로 후반 경기 정체될 위험 존재

- 가장 위험 요인은 미-중 무역마찰에 따른 세계 경기 침체 파급 가능성이며, 이로 인한 수출악화, 미래불안 고조 등으로 개인 소비가 위축되면 도쿄 올림픽 개최 전 경기침체 기조에 빠질 위험성도 있음

일본 경제성장률 추이와 기관별 전망

(단위 : 전년비, %)



- ◇ 다이와총연 : (2019년) 0.8% → (2020년) 0.4%
- ◇ 니혼총연 : (2019년) 0.8% → (2020년) 0.7%
- ◇ 다이하치생명경제연 : (2019년) 0.7% → (2020년) 0.2%
- ◇ 미즈호총연 : (2019년) 0.6% → (2020년) 0.3%
- ◇ 미츠비시총연 : (2019년) 0.8% → (2020년) 0.5%
- ◇ 미츠비시UFJ : (2019년) 0.4% → (2020년) 0.7%
- ◇ SMBC닛코 : (2019년) 0.8% → (2020년) 0.9%

(동향) 그동안 성장을 이끌어온 설비투자 및 개인 소비가 주춤할 우려가 있는 데다 수출 환경도 좋지 않아 경기 하강국면 우려

- (설비투자) 양호한 기업 수익으로 설비투자는 견실하게 증가하는 추세이며, 인력 부족에 대응한 기계화 및 무인화 투자와 더불어 재해대비 투자 증가 예상
 - * 재무성 발표 법인기업통계(4~6월)에 의하면 설비투자액(금융, 보험업을 제외한 모든 산업)은 10조 8,687억 엔으로 전년 동기 대비 1.9% 증가, 11사분기 연속 증가
 - * 업종별로 보면 미-중 무역마찰과 중국 경제 감속 등으로 제조업은 감소하였으나 디지털화에 대비한 소프트웨어 투자를 중심으로 비제조업이 대폭 증가함
 - * 일본 정부는 재해 사전대책을 강화하기 위해 투자촉진 세제(중소기업 방재防災 및 감재減災 투자촉진 세제) 신설을 시작으로 중소기업에 위한 투자관련 세제를 확충, 설비투자 증가에 기여할 것으로 보이는 한편, 무역마찰 등의 불안감 및 설비투자 조정 압력 등이 하락요인

- (고용) 일하는 방식 개혁, 외국 인재 도입 등의 정책 추진으로 노동 수급 불균형(일손 부족) 문제는 완화 전망
 - 유효 구인 배율은 2019년 7월 1.59로 높은 수준을 유지하고 있으나, 기업의 추가적인 노동력 수요가 약화되고 있으며, 일하는 방식 개혁 관련 법, 외국 인재 도입 등이 실시되어 일손 부족 문제가 조금씩 해소되는 중
 - * 실업률은 2019년 7월 2.2%로 '92년 10월 이래 가장 낮은 수준
 - * 향후 세계 경기 기조 및 국내적으로 2019년 10월 소비세 증세를 배경으로 수출, 생산, 개인 소비에 대한 영향 우려로 노동 수급의 완화가 예상됨
- (소비) 소비세 증세에 따른 물가상승 우려로 소비 마인드 하락 압력
 - * 소비자 심리를 나타내는 소비자태도지수는 2019년 8월 기준으로 11개월 연속 전월을 밑돌아, 10월 소비 증세를 앞두고 경계감을 나타내며, 다만 경감세율 도입(식품 등은 기존 8%유지)과 캐시리스 결제 포인트 환원 등의 대책을 실행할 경우 소비 마인드 개선 기대도 존재
 - (백화점) 방일 관광객 대상 판매가 크게 기여하고 있으며 화장품 등 고급 브랜드 판매가 증가했으나, 최근 해외로부터 반입품에 대한 중국 당국의 규제 강화 등으로 방일 외국인 수요 지속 여부가 불투명
 - (마트) 온라인 판매 경쟁 심화로 폐점을 결정하는 마트 증가했는데, 다만 PB 상품의 품질 제고 및 조리식품 강화 등으로 차별화를 꾀하고 있음
 - (편의점) 일손 부족 및 24시간 영업 지속 불가 등 구조적인 문제 해결을 위해 2019년 신규 출점을 억제하는 중이고, PB 상품 개발과 신선식품 판매도 노력
 - (드러그스토어) 10월 소비증세를 대비해 일용품과 생활잡화, 화장품의 대량구매가 증가했으며, 2020년 1월 중국에서 시행되는 전자상거래법 영향으로 방일 관광객 소비는 정체 우려
 - (홈센터) 최근 홈 센터 업계의 시장규모는 포화상태이고, DIY용 외 일용품, 식품을 확충하고 PB 상품 강화 등을 진행하거나 자사 점포에 타업종 임차 유치
- (물가) 가계 소비 마인드가 약세인 가운데 기업은 가격 인상에 신중한 자세
 - 2019년 8월의 CPI(소비자물가지수)는 전년 동월 대비 0.5% 증가했으며, 10월 소비증세가 CPI를 끌어올렸으나 가계의 부담을 완화하는 교육 무상화, 휴대전화 가격 인하 등이 역으로 인하 압력으로 작용했고, 해외 경제 불안감이 소비자 심리 위축
- (수출) 미국의 금리 인하와 유럽 자동차 배기가스 규제 등이 플러스 요인이지만 대중 수출이 감소하고 있어 전체적으로 낙관하기 어려운 상황
 - 2019년 8월 재무성 수출통계에 따르면 8월 수출은 전년 대비 8.2% 감소한 6조 1,409억 엔으로 9개월 연속 감소했는데, 대중(對中) 수출이 6개월 연속 감소한 것 외에 대미(對美) 수출 역시 11개월 만에 마이너스로 전환됐고, 향후 대미(對美) 수출은 지속 보합세가 전망되며, 대(對)유럽 수출은 자동차 수출이 지탱할 것으로 보이나 전체적으로 경기가 현저히 감속한 중국 및 아시아 수출이 불투명

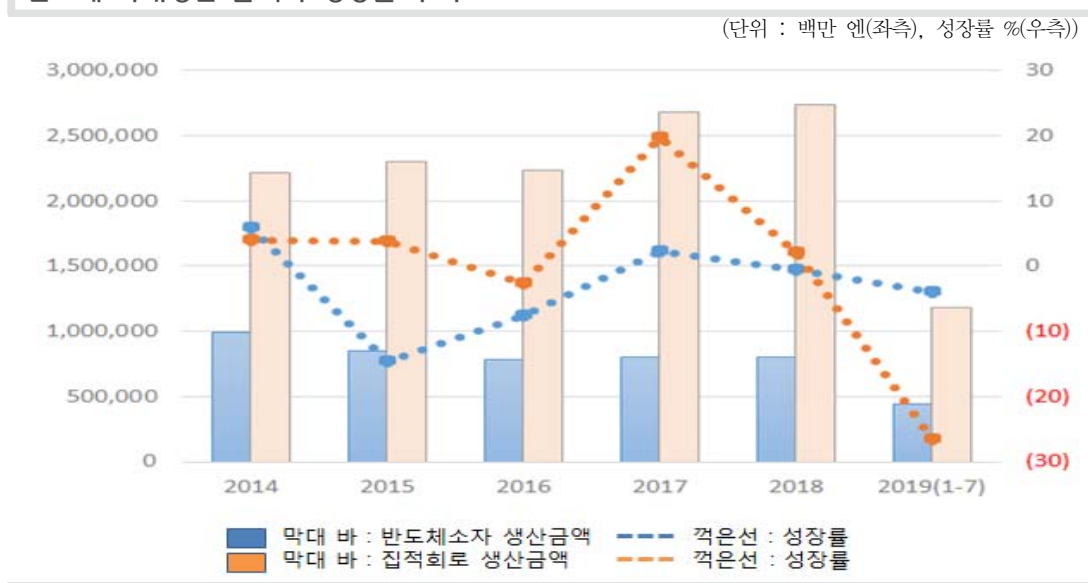
- (환율) 세계 경제의 불확실성과 각국 중앙은행의 완화 경향으로 엔고 우려
 - 엔화가 1달러 106엔 전후까지 엔고가 진행되기도 했으며(2019년 9월), 당분간 세계 경기에 대한 불안감과 미국 FRB 금리 인하로 엔고 가능성이 지속
 - * 원/엔 환율(100엔 기준) : (2015) 934.8 → (2016) 1069.0 → (2017) 1008.3 → (2018) 1015.7 → (2019.9) 1111.06
 - * 엔/달러 환율(1달러 기준) : (2015) 121.1 → (2016) 108.8 → (2017) 112.1 → (2018) 110.02 → (2019.9) 108.04

다. 산업 환경

(반도체) 차량용, IoT 관련 수요 기대되나 세계 경기 악화가 관전

- (세계) 세계반도체시장통계기구(WSTS)의 2019년 6월 발표에 따르면 2019년 반도체 시장규모는 4,066억 달러로 전년 대비 13.3% 감소할 것으로 예측됨
 - 반도체의 용도별 수요에서 스마트폰용이 전체의 25%를 차지하였으나 점차 성숙기에 접어들고 있는 것으로 보이고, 새롭게 수요를 견인할 것으로 예상되는 것은 현재 10% 정도인 차량탑재용과 IoT용이며, 다만, 미-중 무역마찰과 영국의 EU 탈퇴 등이 경기 영향을 주어 수요 감소가 우려
- (일본) 2018년 반도체소자와 집적회로의 성장률은 둔화, 2019년 들어 감소세가 두드러짐
 - 반도체 성능이 고도화되면서 일본 반도체제조장치협회(SEAJ)의 쓰지무라 학회장은 주목 분야로 ICAC5(IoT, Cloud, AI, Car, 5G)를 꼽음

반도체 국내생산 금액과 성장률 추이

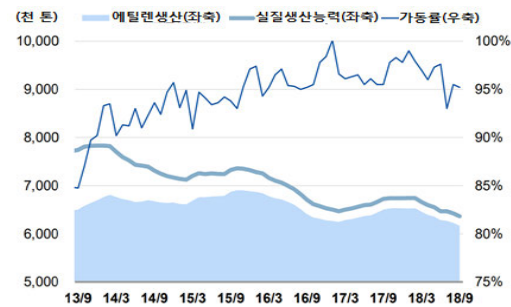


자료 : 일본 경제산업성 생산동태통계(2019.9)

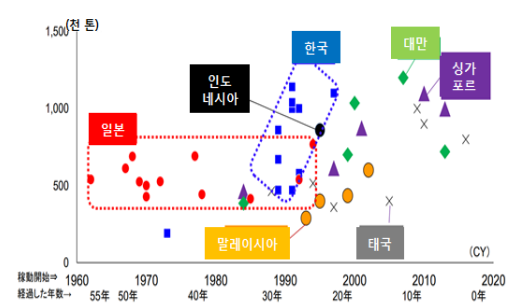
📌 (석유화학) 일본의 에틸렌 수입은 중장기적으로 지속될 전망

- 견고한 내수를 배경으로 일본내 생산은 풀-가동 상태 지속
 - 화학산업의 '쌀'이라는 평가를 받는 에틸렌의 일본 내 수요는 건실한 증가세
 - * 일본 에틸렌 공장 가동률은 2016년부터 2018년까지 3년간 평균 가동률 96% 이상의 실질 풀-가동 상태가 계속됨. 반면 국내 석유화학 메이커의 설비 삭감으로 일본 내 생산량은 10년 사이 20%가량 감소
- 아시아 국가들과 비교해 소규모에다 노후화가 진행된 일본의 플랜트
 - 2019년에 들어서는 일본 내 에틸렌 공장에서 잇따른 생산 차질로 공급 부족이 우려, 에틸렌 가격은 상승세이며 수입공급에 의존하는 구조
 - 일본기업은 상대적으로 해외 경쟁에 열세이므로 중장기적으로 일본 내 수요 일정분에 대한 수입은 불가피한 구조이며, 한편, 미-중 무역마찰에 따른 수요가 감소할 가능성도 높으며 시황이 악화할 우려도 존재

에틸렌생산량(천톤, 좌) 및 가동률(우)



아시아 각국의 에틸렌 플랜트 현황



자료 : 미즈호은행 산업조사부(주요 산업 수입 동향과 단기예측(2019.3))

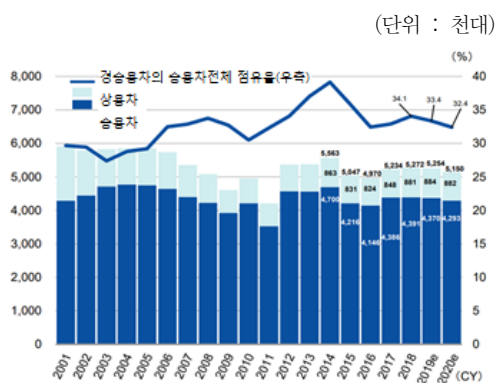
📌 (철강) 올림픽 특수는 마무리, 수출 수요는 세계 경기에 영향

- (세계) 중국의 과잉생산과 세계 경기 침체 기조로 강재시황이 악화, 수요 감소
 - 세계철강협회(World Steel Association)에 따르면 2019년 8월 한 달간의 세계 조강 생산량은 1억 5,603만톤으로 40개월 연속 플러스를 기록했는데, 생산은 증가했지만 미-중 무역마찰 장기화로 향후 수요 감소 전망
- (일본) 올림픽 출하도 일단락되어 공급 과잉으로 건설용 강재 가격 하락
 - 일본 내 건재 시장은 도쿄올림픽용 안건이 완료되고 일손 부족으로 공사가 늦어지는 등 수요가 정체되었는데, 중장기적으로는 수도권 중심의 한 재개발과 2025년 오사카 박람회 등으로 건설 수요는 계속될 것으로 보임
 - * 2019년 8월 한 달 동안 일본 내 조강 생산량은 811만 톤으로 전년 대비 7.8% 감소했고, 2018년 한해 국내 조강 생산량도 1억 28만 9천톤으로 전년 대비 19% 감소했는데, 이는 자동차용 및 도쿄올림픽 개발로 강재 수요가 증가하였으나 연이은 용광로 설비 문제로 생산 정지 영향

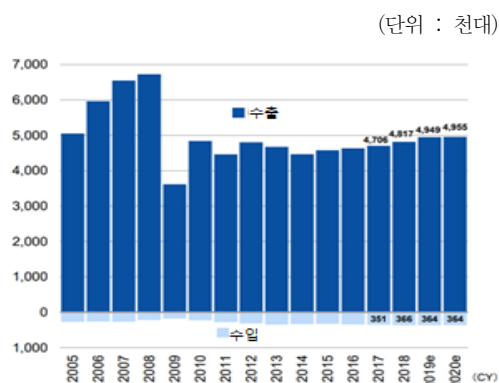
(자동차) 증세 막바지 수요는 한정적, 수출에 의존하여 국내생산 소폭 증가

- 국내 신차판매는 2년 연속 증가, 수출도 4년 연속 증가하는 안정적인 추세로 생산이 계속됐으나, 중장기적으로 비즈니스 모델의 재고가 불가피
 - 2019년 국내 생산은 내수용은 증세 영향을 고려해 소폭 감소할 것으로 보이며, 반면, 수출용은 미국, 아시아, 중동 등에 대한 수출 증가로 생산이 증가하여 약 984만 대(전년 대비 1.1% 증가)를 기록할 것으로 예상
 - 점차 카 셰어링 시장이 20년 안에 5배 이상(2012년 대비) 확대할 것으로 전망되며, 일본 인구 구조 변화, 소비자 가치관 변화로 비즈니스 모델 변화가 필요

국내 자동차 판매 대수(천대)



국내자동차 수출·수입 대수

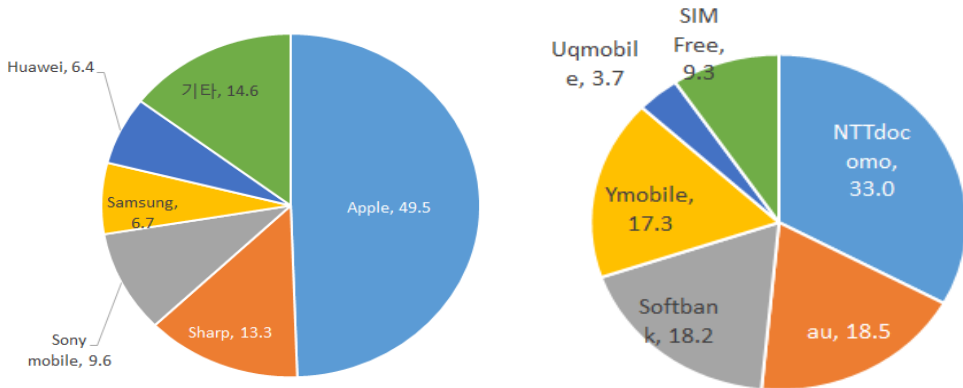


자료 : 미즈호은행 산업조사부(주요 산업 수급 동향과 단기예측(2019.3))

(스마트폰) 국내시장 성숙화, 하이엔드와 저가의 양극화 전개

- 2018년 일본의 스마트폰 출하대수는 3,061만 대로 전년대비 6% 감소함. 메이커별로는 1위는 7년 연속 애플이며, 이하 샤프(2위), 소니모바일(3위), 삼성(4위)으로 이어짐
- 스마트폰에서 SIM 프리폰이 차지하는 비율은 0.4% 증가한 9.7%인데, 일본은 과거부터 메이커가 주요 통신유통사에 단말기를 OEM 공급해 왔으며, 따라서 SIM 프리폰이 보급되어도 여전히 구조상 대형통신사의 존재감이 강함
- NTT도코모의 요금 인하와 정부 정책으로 앞으로 스마트폰의 교체 사이클이 한층 더 장기화되어 단말기 시장은 중장기적으로 축소될 수 있고, 하이엔드와 저가의 양극화가 진전되어 기능과 가격이 다양한 제품이 증가

일본 스마트폰 메이커별(좌) 및 통신유통사별(우) 출하 대수 점유율

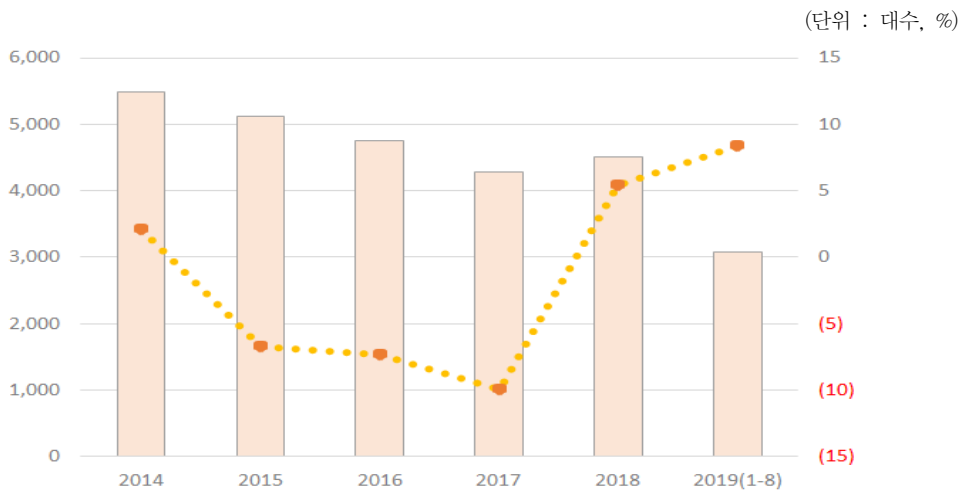


자료 : MM총연(MM Research Institute)

(TV) 4년 만에 TV 시장 반등, 2020년은 도쿄올림픽 특수 기대

- 2018년 일본 TV 시장 출하 대수는 450만 대로 4년 만에 전년 대비 증가
 - 2010년 약 2천만 대 이상이었던 출하 대수가 1/5로 축소했는데, 이는 젊은 층이 TV보다 스마트폰 동영상을 보는 경향이 강해졌기 때문
 - 2018년은 평창올림픽과 러시아 월드컵을 계기로 수요가 증가했으며, 특히, 4K 맞춤형 TV가 35.6% 증가한 156만 대였고, 2020년 도쿄올림픽 특수도 기대해 볼만하지만, 2021년에는 출하가 다시 마이너스 전환 가능성이 큼

슬림형 TV 국내 출하 수량 및 추이



주 : 2018년 4월부터 슬림형 TV 품목에 유기EL TV가 추가되었으므로 전년 대비는 참고치

자료 : 일본 경제산업성 생산동태통계(2019.9)

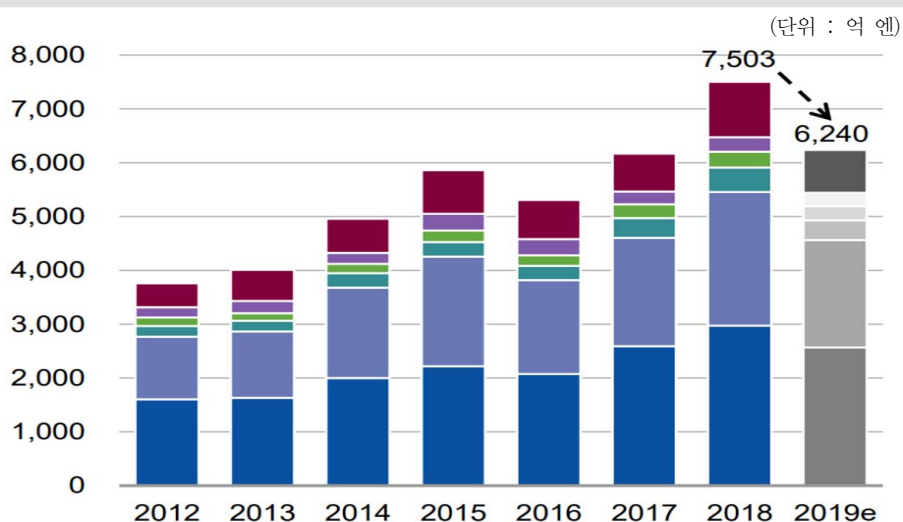
(백색가전) 4년 연속 국내 출하액 증가, 2019년은 소비세 영향으로 주춤

- 절전, 가사노동 지원 등 고부가가치 백색가전 수요는 견조
 - 2018년 백색가전의 일본 출하액은 2조4,689억엔으로 4년 연속 증가, 22년만의 높은 수준을 기록했는데, 혹서로 인한 에어컨 수요 증가, 가사노동시간 단축을 위한 냉장고, 세탁기 대용량화 등의 니즈로 교체수요가 발생
 - 2019년에도 백색가전은 호조가 지속될 것으로 보이는데, 상반기까지 14개월 연속 전년 동월 대비 증가하였으나, 단, JEMA(일본전기공업회)에 따르면 2019년은 전년 대비 시원한 여름으로 에어컨 판매 부진 등으로 전년보다 1.1% 감소한 2조 4,123억 엔을 기록할 것으로 예상

(일반기계) 2019년 내수 전년 대비 감소 전망, 2020년도 성장 불투명

- 일본 내 일반 기계, 자동차, 반도체 등 주요 산업 설비투자가 일단락된 모양새
 - 역사적인 수요 급증에서 수요 감소로 전환될 수 있음. 2018년 공장기계의 일본내 수요는 7,503억엔으로 전년 대비 19.2% 증가, 드물게 2년 연속 두 자리 수 증가를 기록했으나, 2018년 12월 일본 내 수요는 572억 엔으로 9.8% 감소했고, 2019년 일반 기계와 자동차, 전기기계 등 주요 산업 전반에서 수요 축소 경향으로 이어지고 있음
 - 자동화와 효율화, 기술혁신에 대한 사용자의 관심은 변화가 없지만, 세계 경기침체에 대한 경제심이 영향을 주고 있는 것으로 보임
 - 시장에서는 최악의 시기는 벗어났다는 긍정적인 전망과 5G 통신규격 보급에 따른 투자 기대감이 있으나, 해외 요인을 받기 쉬운 만큼 그 행방에 따라 수요가 크게 증가하지는 못할 것으로 보임

업종별 수주액 총액



자료 : 미즈호은행 산업조사부(주요 산업 수급 동향과 단기예측(2019.3))

라. 정책·규제 환경

(1) 정부 정책

아베노믹스의 세 개의 화살*(일본 경제 활성화를 위한 3가지 큰 방향)

* 대담한 양적완화, 발 빠른 재정정책, 민간투자를 촉진하는 성장전략

- (양적완화) 현재의 적극적인 완화 정책을 물가안정목표(2%)까지 유지 계획
 - 2013년 4월 '양적·질적 금융완화' 도입 이후 완화 기조 지속
 - 일본은행이 추진 중인 '장기와 단기 금리 조작부 양적·질적 금융완화' 하에서는 실질 금리는 마이너스권에서 움직임
 - * 단기금리 -0.1%, 장기금리(10년물) 0% 수준으로 유지, 장기 국채 보유잔액 연간 80조엔씩 늘어나도록 매입
- (재정정책) 경기 흐름에 따라 추경 등을 통해 신속한 재정정책을 도입
 - 경기 신규수요 창출과 인재 투자 및 생산성 확대를 위해 대규모 재정 지원
 - 2011년 동일본대지진, 2016년 구마모토지진, 2018년 히로시마 홍수·오사카 태풍, 홋카이도 지진 등 재해 복구에도 상당한 자금 지원

- ◇ ('13.1.11.) 일본 경제 재생을 위한 긴급 경제 대책 : 13.1조엔 규모
 - 동일본대지진 이후 부흥 및 방재 대책, 연구개발, 기업의 해외진출 촉진, 고용 대책 등
- ◇ ('13.12.5.) 선순환 실현을 위한 경제 대책 : 5.5조엔 규모
 - 에너지 가격 등 기업경쟁력 강화, 여성과 약자 등을 위한 시책, 방재 및 안전대책 등
- ◇ ('14.12.27.) 지방의 선순환 실현을 위한 긴급 경제 대책 : 3.5조엔 규모
 - 국민 생활 및 사업자 지원, 지방 활성화, 방재 및 부흥 가속화 등
- ◇ ('16.8.2.) 미래투자를 실현하는 경제 대책 : 28.1조엔 규모
 - 1억 총활약사회 가속, 21세기형 인프라 정비, 중소기업·영세업자 및 지방지원 등

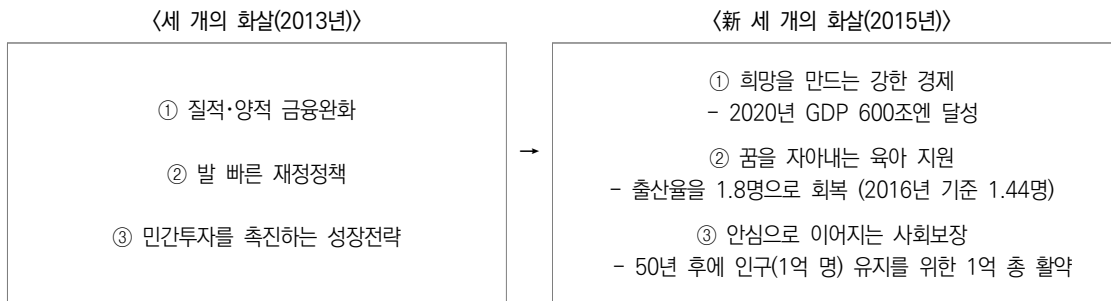
- (성장전략) 민간의 잠재성장률을 올리기 위해 기업 투자유도 정책 추진
 - 엔고 해소, 법인세 인하, 노동규제 및 환경 규제 완화, TPP 등 자유무역협정 체결 등 기업을 위한 정책 도입
 - 그 밖에 외국인 관광객 증가, 여성 및 고령자 고용 확대 등에서도 성과 거양

2015년 9월 수정 도입된 아베노믹스의 新 세 개의 화살

- 1차 '세 개의 화살'을 통해 주가 상승, 기업 수익의 개선, 실업률 개선 등의 성과는 올렸으나 그 혜택이 지방과 비정규직까지 전달되지 못함

- 정제된 성장전략의 최고 해결 방법은 노동시장의 개선이라고 주장하며 분배와 빈부격차 감소를 위해 새로운 세 개의 화살을 도입하고 '일억 총 활약사회'의 실현을 목표로 하는 아베노믹스 2단계로 전환

아베노믹스 신규 '세 개의 화살'의 변천



2017년부터 성장전략의 일환으로 미래투자전략을 위한 신성장전략 발표

- IoT, 빅데이터, 로봇 등 첨단기술을 활용해 차세대 사회상인 「Society 5.0」을 실현할 목적이며, 이를 위해 전략 분야 5개를 선정해 업계를 선도할 계획 수립

「Society 5.0」을 향한 전략분야

- (1) **(건강수명연장)** 데이터 활용기반 구축
- (2) **(이동혁명 실현)** 이동 서비스의 고도화 추진과 데이터의 전략적 수집
- (3) **(공급망 첨단화)** 데이터 연대의 제도정비 및 선진사례 창출
- (4) **(쾌적한 인프라·도시 만들기)** 인프라 정비·지속관리를 통한 생산성 향상
- (5) **(핀테크)** 오픈 이노베이션/현금없는 사회 추진 가속

2018년 주요 정책 : 방위력 강화, 일하는 방식 개혁

- (방위력 강화) 북한의 핵 미사일 도발 등에 대한 국민 안전 보장 강화
 - 2018년 예산안에 장거리 순항 미사일 조달 비용을 포함하는 등 방위력 정비
 - (일하는 방식 개혁) 저출산 및 고령화 위기 타개를 위한 1억 총활약사회 강조
 - 일하는 방식 개혁 관련 법안은 초과근무 상한 규제 도입과 비정규직과 정규직 간의 불합리한 차별 철폐 등이 골자
- * 주요 법령 : '경제 재정 운영과 개혁의 기본 방침 2018', '미래 투자 전략 2018', '규제 개혁 실시 계획', '마을·사람·일 창생 기본 방침 2018' 및 '일본 일억 총 활동 플랜', '新 경제정책 패키지', '사람 만들기 혁명 기본 구상'

2019년에는 참의원 선거를 의식해 이전보다 소극적인 성장전략 결정

- 연초 일본 정부의 경제 재정운영 기본방침과 성장전략을 각의 결정하였으나 참의원 선거를 의식한 다소 소극적인 방침으로 평가
 - 소비세 10% 인상을 명기하였지만, 해외 경제동향에 따라 추가적인 경제대책을 강구하겠다는 자세를 나타냈고, 고용, 소득향상을 위해 최저임금의 전국 평균을 1,000엔으로 끌어올리는 한편, 취업 빙하기 세대(현 40대 전후)의 정규직 채용 30만 명을 목표로 함
 - 한편, 참의원 선거를 의식해 사회보장의 감소와 의료비 부담 증가 논의는 2020년으로 미루고, 해고규제 완화 등 반발이 있는 주제도 피함

2019년 경제 재정운영 기본 방침
70세까지의 취업 선택지를 확보
지방은행 버스 통합촉진을 위한 독점금지법의 적용 제외
취업빙하기 세대의 정규고용자를 30만 명 증대
최저임금은 보다 조기에 전국 평균 1000엔 달성
데이터 거래를 위해 투명한 법 정비
소비세율 10% 인상
사회보장 재검토는 20년도의 골태방침에서 다룰 것

- (소비세 인상) 2014년 4월 5%에서 8%로 소비세를 처음 인상한 이후 두 번째로 2019년 10월 8%에서 10%로 인상함. 당초 2015년 5월 인상예정이었으나 경제 활성화를 이유로 아베 정권은 두 차례 연기
 - 소비자 부담경감을 목적으로 식료품에 대해서는 처음으로 ‘경감세율’에 도입되어 식당 내 음식과 포장음식에 대해서는 각기 다른 세율이 적용됨
 - 이외에도 자동차세 인하, 캐시리스 결제에 대한 포인트 환원, 프리미엄 상품권 판매 등을 대책으로 실시
- (개헌) 2019년 참의원 선거에서도 과반수 이상 의석을 확보한 아베 정권은 개헌에 대한 의지를 지속적으로 보여왔으나, 개헌에 필요한 2/3 의석은 확보하지 못하고 개헌 필요성에 대한 국민적인 공감대는 부족
 - 일본의 헌법은 ‘평화헌법’이라고도 불리며, 1947년 5월 3일 개정된 이후 개정된 적이 없음. 2차대전 패전 이후 미 군정 주도로 만들어졌으며 군대 보유를 금지

‘헌법 제2장 9조’ 내용

일본국민은 정의와 질서를 기조로 하는 국제 평화를 성실히 회구하고, 국권의 발동에 의거한 전쟁 및 무력에 의한 위협 또는 무력의 행사는 국제 분쟁을 해결하는 수단으로서는 영구히 이를 포기한다. 전항의 목적을 성취하기 위해서 육해공군 및 그 이외의 어떠한 전력도 보유하지 않는다. 국가의 교전권 역시 인정하지 않는다.

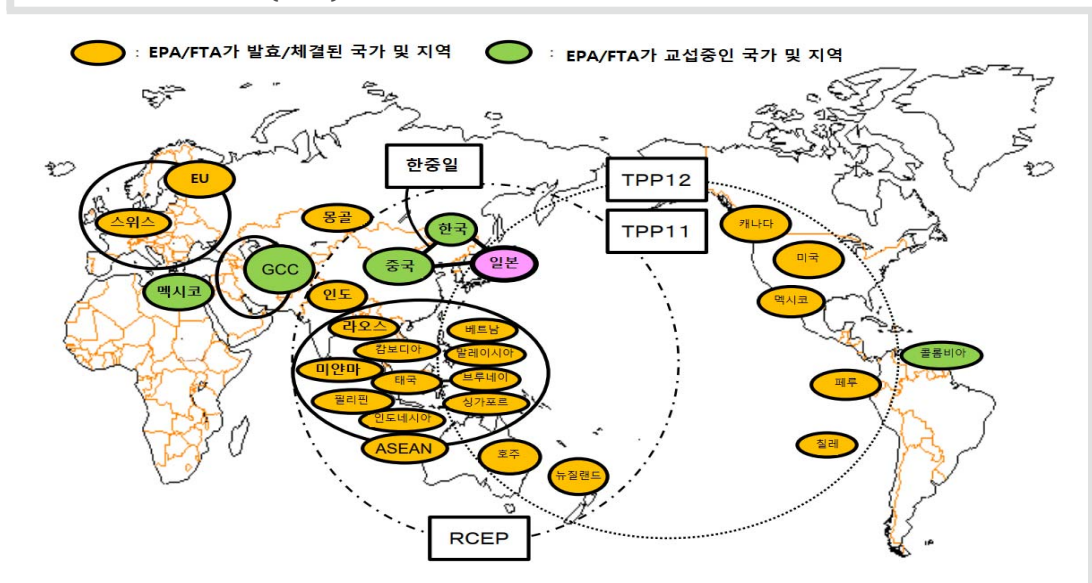
- 이 외에도 2018년에 추진한 일하는 방식 개혁법이 본격적으로 시행되고 유아교육·보육 무상화 등도 실시

(2) 통상정책

일본은 2019년 11월 기준으로 18개의 EPA를 발효 및 서명 완료

- 해당 국가들과의 무역이 전체 무역에서 차지하는 비중은 51.6%(미국 제외 시 36.5%)
 - 교섭 중인 EPA 상대국과의 무역까지 포함하면 85.8% 차지
 - ‘미래투자전략 2018’에 따르면 2018년까지 FTA 비율을 70%까지 높이는 것을 목표로 하고 있음

일본의 경제연대협정(EPA) 현황



자료 : 일본 경제산업성(EPA/FTA/투자협정)

원산지증명서 발급 등 기업의 EPA의 활용은 일·태국 EPA('07.11월) 이후 본격화

- EPA 발효 국가가 증가할수록 원산지 증명서 발급 건수가 증가하고 있으며, 2005년 4,874건에 불과했던 발급 건수가 2018년 316,119건으로 증가
- 일본의 주요수출품인 승용차, 자동차 부품, 열연/냉연 강판 등의 수출이 증가
- 서비스 및 투자에 대한 규제 완화, 규제의 투명성 확보 등으로 서비스 무역과 외국인 직접투자가 증가

TPP를 중심으로 변화하는 일본의 통상 환경

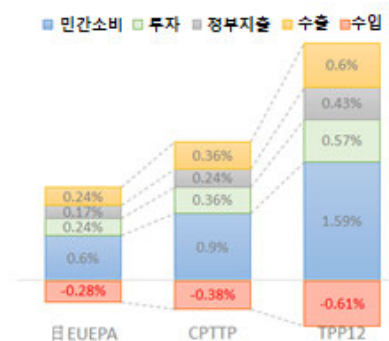
- 2016년 미국을 포함한 12개국의 서명에 이르렀던 TPP는 트럼프 미국 대통령의 당선 이후 이탈 표명으로 발효 불가능이라는 견해가 대세였음
- 위기에도 불구하고 일본은 미국을 제외한 11개국의 재협상을 주도, CPTPP* 가 2018년 12월 발효
* CPTPP : 포괄적·점진적 환태평양경제동반자협정
- 한편, 미-중 무역분쟁과 브렉시트 및 재정 규율 문제 등 공동체의 존재 의의가 흔들리는 EU 등에 따른 글로벌 경제의 내향·폐쇄화 리스크가 두드러지는 가운데, 자유 무역 주도국으로서 일본의 존재감을 높이고자 함

수출 및 투자 등 일본 경제 활성화에 기여할 CPTPP, 일-EU EPA

- CPTPP 발효에 따른 경제 효과는 일-EU EPA와 합산하면 미국 이탈 전 TTP와 비슷한 수준일 것으로 전망
 - 미국이 제외된 CPTPP지만 전 세계 GDP의 13%, 참여국 역내 인구 5억 명을 포함하며, 경제 규모는 ASEAN의 4배이며, 참가국 전체 99%의 품목 관세가 철폐됨
 - 일본 정부는 CPTPP 발효가 일본의 GDP를 1.49% 상승시킬 것이며, 또한, 일-EU EPA로는 GDP가 0.99% 상승할 것으로 공표

CPTPP, 일-EU EPA, TPP12의 경제효과 비교

	일-EU EPA	CPTPP
GDP 상승효과	0.99% (5조2,000억 엔)	1.49% (7조8,000억 엔)
신규고용지출	29만2,000명	46만 명
농림수산물 생산감소액	600억 엔 ~1,100억 엔	900억 엔 ~1,500억 엔



자료 : 일본 내각관방(TPP 등 정부대책본부)

- 관세 절감 효과가 큰 국가 및 상품 공약에 따라 교역량 증가전망
 - 실제 일본이 CPTPP 및 일-EU EPA를 통해 농수산물시장을 개방함에 따라 2019년 상반기 호주, 뉴질랜드 및 EU로부터 수입이 증가, 2019년 상반기 일본 전체 수입은 1.1% 감소한 와중에 대(對)EU 수입은 2%, 대(對)호주 수입은 5.1% 증가
 - EPA 체결국으로부터 소고기 등 육류와 와인, 치즈 등 유제품 수입이 급증

- 일본의 FDI 증가에도 기여할 것으로 보이는 CPTPP
 - CPTPP는 합의 내용에 따라 각국이 서비스, 투자, 정부 조달 등 분야의 자유화를 도모하게 되기 때문에 참가국 간의 투자 진출 역시 유리해짐
 - * 예를 들어, 말레이시아는 소매업에 대한 외국인 투자 규제를 완화, 베트남은 지방 은행에 대한 외국인 투자 출자 비율 규제 완화 등을 추진
 - 이외에도 비자 발급 투명성·속도 개선, 지적 재산권 보호 강화 등 일본 기업이 해외에서 사업 하기에 좋은 환경 정비가 기대됨

2019년 10월 미-일 무역협정 서명

- (개시 배경) 미국이 TPP 탈퇴로 일본시장에 대한 접근성 약화 및 대일 적자 해결, 비관세장벽 완화 목적으로 미국 측에서 양자 협상을 먼저 제안함
 - 미국은 일본이 4위 교역국에도 불구하고 농산물, 자동차, 서비스 분야에서 관세 및 비관세 장벽으로 원활한 교역에 어려움을 주장
 - * 미국의 대(對)일 적자 : (2016년) 689억 달러→(2017년) 688억 달러→(2018년) 676억 달러
 - 일본은 향후 자동차 무역확장법 232조 관세부과 면제를 목표로 협상 수락
- (경과) 2018년 9월 협상 개시선언 후 6차례 공식 협상을 진행, G7 정상회의에서 미-일 무역협정의 원칙적 합의를 도출(19.8.25/2019.8.25.)하고 UN 총회 기간 중 서명하기로 함(2019.9.25)
 - 이번 서명은 ① 일부 품목에 대한 개방(농산물, 공산품), ② 디지털 통상 관련 협의로 그 외 관세, 비관세장벽 협상은 이후 지속할 예정
- (합의 내용) 농산물, 공산품, 디지털 통상 관련 3개 분야
 - 일본은 72억 달러 규모의 미 농산품에 대해 관세 철폐 및 인하, 미국은 42개 품목, 4천만 달러 규모의 일 농산품에 대해 관세 철폐 및 인하했는데, CPTPP 및 일-EU EPA로 미국 농산품이 일본에서 입지가 악화되자 이를 해소하기 위한 목적이 가장 큼
 - 일본은 미국이 자동차 관세를 추가로 부과하지 않겠다는 확답을 받았다고 주장하나 이번 무역협정 내용 안에 포함되지는 않음
 - 한편, 디지털 제품에 대한 관세부과 금지, 국경 간 데이터 이전 보장, 데이터 현지화 금지 등 디지털 통상에 대해서도 합의
- (전망) 일본은 2019년 10월 개최되는 임시국회에서 미-일 무역협정을 승인, 2020년 1월 발효를 목표로 하고 있어, 유럽 및 대양주에 이어 미국에도 농산품 시장을 대폭 개방함에 따라 관련 교역이 크게 증가할 것으로 보이며, 한편, 일본 주요 공업품에 대한 미국의 관세철폐도 있으므로 미국시장에서 한일 경쟁이 심화될 우려도 존재

2 시장 분석

- ※ 일본에는 세계 일류 기업이 다수 존재하고 있으며, 세계 최대의 장수기업 보유국
- ※ 현명한 소비자가 대부분으로 가격 경쟁력과 품질 경쟁력을 동시에 요구
- ※ 일본의 대(對)세계 수출은 엔화 절하를 기회로 확대되고 있으며, 투자는 국내시장 축소를 배경으로 해외 직접 투자가 증가하고 있음
- ※ 한국의 대(對)일본 수출은 중소기업의 비중이 높은 편이며, 중간재 비중이 증가 중

가. 시장 특성 및 전략적 가치

G7의 유일한 아시아 회원국으로 세계 경제와 공급체계에서 주도적인 역할

- 세계의 제조업을 리드하는 초일류 기업이 다수 존재
 - 2019년 주요 상품·서비스 점유율 조사(닛케이)'에서 전체 74개 품목에서 미국이 25개, 중국이 10개 품목에서 선두였으며, 일본은 11개 품목에서 선두

일본의 세계 1위 기업

품목	회사명	점유율(%)	품목	회사명	점유율(%)
CMOS 센서	소니	50.1	이륜차	혼다	35.4
				야마하	9.4
리튬이온 전지용 절연체	아사히카세이	17.0	레이저 복사기	리코	16.7
	도레이	11.0		제록스	16.6
				캐논	16.6
휴대용 리튬이온전지	ATL	34.6	편광판	스미토모화학	24.0
				닛토덴코	21.0
중소형 액정패널	재팬 디스플레이	16.3	발전용 대형터빈	미츠비시 히타치 파워시스템즈	45.0
	샤프	9.6	VR Gear	소니	24.0
마이크로	르네사스 일렉트로닉스	18.3	디지털 카메라	캐논	40.5
				니콘	19.1
				소니	17.7

자료 : 일본경제신문(2019.7.8)

- 최근에는 세계적으로 활약하는 일본기업의 수가 다소 감소하는 추세
 - 제조업의 경쟁력이 하락하였으나, 종합상사의 소매 유통업체 호조

* fortune 500대 기업 중 일본기업 수 : (2015) 54 → (2016) 52 → (2017) 51 → (2018) 52 → (2019) 52

세계적인 R&D 투자국으로 이노베이션 허브 역할 수행

- 일본은 연구개발 및 이노베이션에 대해 적극적으로 권장하고 있으며, GDP 대비 연구비 비중과 인구 100만 명당 국제 출원 건수가 세계 1위이고, 출원 거주국별 특허 등록 건수도 세계 1위
 - 특허 출원자의 거주국 : 일본 29.1만 건, 미국 25만 건, 중국 17.6만 건(WIPO)

국가별 연구비 비중 및 연구자 수

순위	국가명	연구비 對 GDP 비중	연구자수(만 명)
1	일본	3.21	66.2
2	독일	3.04	35.1
3	미국	2.79	130.8
4	프랑스	2.19	26.9
5	영국	1.66	27.4
6	캐나다	1.59	15.9
7	이탈리아	1.35	12.0

자료 : OECD 'Main Science and Technology Indicators 2019', 연구자 수(2015)

- 특히, 기초과학 분야에 있어서는 G2라고 불리울 정도로 2000년부터 거의 매년 노벨상 수상자를 배출하여 총 17명이 노벨상 수상
 - 기초과학이 튼튼한 원인은 ① 과학자들의 순수연구 중시 경향, ② 장기적인 안목의 연구 프로젝트 추진, ③ 국가 차원의 적극적인 연구지원, ④ 100년이 넘는 연구역사로 축적된 지식과 넓은 연구풀이 지적됨

세계에서 가장 많은 장수기업 보유, 세계에서 가장 오래된 장수기업 보유

- 일본에는 100년 이상의 전통기업이 개인 상점이나 중소기업을 포함하면 10만 개 이상으로 추정되고 있으며 이 중 4만 5천 개가 제조업임
- 일본에는 창업 이래 1000년 이상 존속하는 기업이 무려 7개나 존재
 - 세상에서 가장 오래된 기업은 '곤고구미'로 578년에 창업했으며, 종합건설사로 사찰 건축의 설계 및 시공, 문화재 복원 수리를 주 업무로 함

중산층이 두터운 소비시장이며, 절약형 소비와 프리미엄 소비로 구조 양분화

- 일본 GDP는 미국, 중국에 이어 3위로 1인당 GDP(명목)가 4만 달러를 넘음
 - 새로운 소비층으로는 맞벌이 여성, 1인 가구, 고령자 등이 있음
 - 일본의 고령자(65세 이상) 비율은 28.4%로 세계 1위이며, 2025년에는 고령화 비율이 30%를 초과할 전망으로 건강지향형 소비가 지속 확대될 전망

- 장기불황으로 절약형 소비와 가치추구형 프리미엄 소비로 이분화
 - 생활필수품에는 가급적 저가 상품을 구입하려는 경향을 보이나, 애착을 갖는 분야에 대해서는 높은 비용을 지불하는 것을 꺼리지 않는 경향
 - 특히, 경험과 체험, 추억, 인간관계, 서비스 등 눈에 보이지 않는 가치를 중시하는 사람이 늘어나고 있음

복잡한 유통구조 및 신용 중시 거래 방식으로 신규 사업자 진입이 쉽지 않음

- 일본 유통구조의 특성은 ① 도매, 소매업체의 수가 많고 중소, 영세 규모의 업체의 비율이 높으며, ② 1차 도매, 2차 도매, 3차 도매 등 상품의 유통경로가 다단계로 복잡
 - 이로 인해 해외 기업의 일본 진출이 어렵고, 국내외 가격 차이 및 유통비용 증가 등을 초래해 소비자의 불만이 생기는 경우가 있음
- 납품 후 결제가 대부분으로 상대방의 신용이 매우 중요하기 때문에 신규 시장진입이 어려우며, 이로 인해 회사 신용정보 서비스가 발달해 왔음
- * 일본의 2대 신용정보회사인 테이코쿠 데이터뱅크사와 도쿄 상공리서치는 100년 이상 운영

나. 교역

2018년 대(對)세계 수출은 전년 대비 4.1% 증가로 전환했으나, 2019년도는 하락세

* 일본의 대(對)세계 수출(조 엔) : (2016) 70.0 → (2017) 78.3 → (2018) 81.5 → (2019.1~8월) 51.0

일본의 월별 수출 및 수입 동향



자료 : 일본 재무성 무역통계

- (품목별) 2019년 8월 누적 수출은 통신기, 반도체 제조장비 등의 감소로 전년 동기 대비 4.7% 감소했으며, 수입은 석유제품, 액화천연가스 등의 감소로 2.5% 감소
 - 2019년 8월 엔/달러 평균 환율은 107.17엔으로 전년 동월 111.33엔보다 엔화 강세 상황
 - * 2019년 8월 누적 일본 대(對)세계 수출증가율 : 광물성 연료(10.7%), 의약품(12.2%), 선박(9.5%)
 - * 2019년 8월 누적 일본 대(對)세계 수입증가율 : 항공기류(27.2%), 전산기류(10.4%), 금속제품(3.4%)
- (국가별) 2019년 8월 누적 기준 일본의 전체 교역에서 차지하는 비중이 가장 큰 곳은 중국이며, 일본의 최대 무역수지 흑자 대상국은 미국임

일본의 주요 국가별 수출 및 수입 동향(2019년 1~8월)

(단위 : 억 엔, %)

		전 세계	중국	미국	한국	대만
수출	금액	510,263	94,593	103,588	34,675	29,662
	비중	100	18.5	20.3	6.8	5.8
수입	금액	523,147	121,109	58,944	21,394	19,047
	비중	100	23.2	11.3	4.1	3.6

자료 : 일본 재무성 무역통계

- (물량·단가) 2019년 8월 누적 기준 수출물량은 4.8% 감소하였으나 단가는 유지
 - 수출물량은 미국은 증가한 반면, 중국은 감소했고, 단가는 중국, 미국이 증가한 반면, 아시아, EU는 감소

일본의 수출금액의 수출물량과 단가 증감률 비교(2019년 1~8월)

(단위 : %)

	수출			수입		
	금액	물량	단가	금액	물량	단가
세계	-4.8	-4.8	0.0	-2.4	-0.7	-1.8
미국	4.4	3.5	0.9	0.7	3.8	-2.9
E U	-1.0	-0.7	-0.4	0.7	-1.2	2.1
아시아	-7.9	-7.2	-0.7	-2.4	0.1	-2.3
중국	-8.6	-9.7	1.3	-0.6	1.5	-2.0

주 : 1~8월 월별통계의 평균값

자료 : 일본 재무성 무역통계

다. 투자진출

(1) 일본의 해외 직접투자

 일본은 OECD 기준 2018년 사상 3번째로 높은 해외 투자액을 기록하면서 세계 1위의 투자진출국으로 부상

* 투자액 추이(달러, OECD 기준) : (2016년) 1,785억 → (2017년) 1,738억 → (2018년) 1,591억

- 2011년 3월 동일본 대지진을 겪은 일본기업들이 생산과 전력공급 차질을 극복하기 위해 해외 진출을 확대
 - － 최근에는 일본의 저출산과 고령화에 의한 국내시장 축소를 배경으로 다국적 기업의 해외진출이 확대되고 있음
- 2019년 6월 기준 일본의 해외 직접투자 금액은 1,451억 달러를 기록
 - － 일본기업의 해외 M&A 투자는 2019년 상반기 4,3조엔으로 전년 동기 대비 67.7% 감소. 다만 2010년 이후 과거 3번째로 높은 수준
 - － 일본 국내 안건은 전년 동기 대비 30.4% 감소한 3,1조엔, 과거 10년간 3번째로 높은 수준

국가 및 지역별 해외 직접투자

(단위 : 백만 달러, %)

		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 1~6월	
						금액	구성비
세계		138,428	178,533	173,856	159,147	145,183	100.0
아시아		35,057	14,068	40,905	52,574	30,687	21.1
	중국	10,011	9,534	11,122	10,755	7,307	5.0
	인도	- 1,041	4,252	1,500	3,218	2,593	1.8
	한국	1,593	1,724	1,840	4,807	1,391	1.0
	ASEAN	20,920	11,438	10,545	11,597	17,808	12.3
	싱가포르	7,010	-18,594	9,478	15,909	7,146	4.9
	태국	4,057	4,691	4,917	6,582	2,279	1.6
	베트남	1,446	1,666	2,014	1,841	1,078	0.7
북미		51,451	53,894	50,426	24,070	30,288	20.9
	미국	50,218	53,102	49,601	21,570	27,853	19.2
구주		36,081	73,568	61,663	53,865	76,330	52.6
	EU	35,785	73,023	60,961	52,963	13,765	9.5
	영국	13,979	51,399	22,328	21,437	560	0.4
중남미		6,973	29,415	12,086	24,646	2,633	1.8
	브라질	- 193	2,171	-1,423	2,203	1,357	0.9
대양주		6,669	7,293	5,010	1,717	4,203	2.9
	호주	5,676	5,575	3,977	2,863	3,741	2.6

자료 : JETRO 투자통계

(국가별) 일본의 대(對)아시아 투자가 33.0%, 대(對)유럽 투자가 33.8% 차지

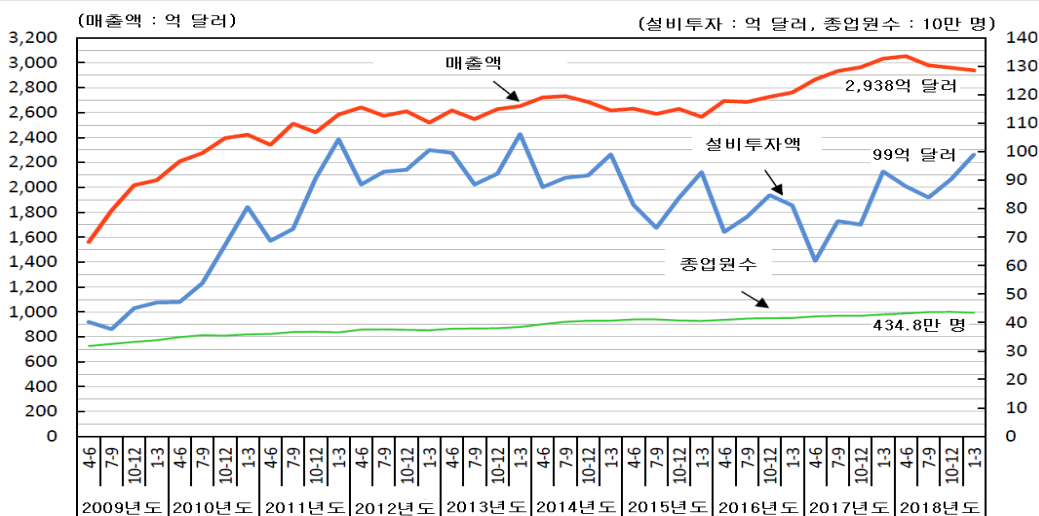
- 일본은 해외 기업의 주요 매수국으로 미국, 프랑스에 이어 3위를 차지
 - － 일본 업인 히타치제작소가 미국의 로봇 SI 기업인 JR Automation Technologies를 1,594억 엔으로, 일본 페인트홀딩스가 호주의 DLX Group를 3,246억엔에 인수하는 M&A 안건이 발생.

해외 현지법인 매출액*은 증가세를 지속하여 2018년에는 1조 1,926억 달러 기록

* 해외진출기업을 대상으로 일본 경제산업성에서 매분기 발표하는 설문조사(회계연도 기준)

- (매출액) 현지 매출은 전년 대비 1.4% 증가하였으며, 그 가운데 일본 수출용의 매출액이 0.4% 감소
 - * 매출 비중 : (현지 매출) 73.0%, (일본 수출용의 매출) 8.8%, (제3국 수출용의 매출) 18.2%
 - 업종별로는 수송기계가 전체의 54.2%를 차지한 6,458억 달러의 매출을 기록하며 전년 대비 1.0% 상승
 - 수송기계 매출액의 84.1%가 현지에서 판매되었으며, 일본으로의 수출 비중은 2.4%에 불과
- (종업원 수) 2018년 해외 현지법인은 총 435만 명(전년 대비 0.8% 증가)을 고용하고 있으며, 이 중 아시아 종업원이 298만 명으로 전체의 68.5%를 차지
 - 가장 고용효과가 큰 업종은 수송기계로 174만 명을 고용하고 있으며, 전기기계(102만 명), 범용·생산용·업무용 기계(48만 명) 순으로 집계

일본의 해외 현지법인 운영실적



자료 : 일본 경제산업성(해외현지법인 분기별 조사, 2019)

(2) 일본의 외국인 직접투자

일본의 투자 환경을 소개하며 적극적인 투자유치 실시

- (법인세) 프랑스(31.00%), 독일(29.89%) 등과 실질 법인세를 비교하며 최근 인하된 법인세를 홍보

* 법인세 인하 추이 : (2014) 34.62% → (2015) 32.11% → (2016) 29.97% → (2018~) 29.74%

- (거대시장) GDP 기준으로 세계 3위를 자랑하며, 도쿄, 오사카의 인구 집약도는 세계 최대 수준
- (투자 매력도) 외국기업 266개사 중 70.7%가 일본시장을 수익성이 높은 시장이라고 응답
* JETRO 2018년 대일투자보고서' 中

2019년 1~6월 일본의 외국인 투자규모는 전년 동기 대비 87.8% 증가

- 일본의 최대 외국인 투자 지역은 유럽이고, 이어서 북미, 아시아 순으로 많음
- 미국의 대일(對日) 투자는 주로 금융보험업을 비롯한 소매, 통신 서비스 분야 중심으로 투자가 활발
- 중동의 대일(對日) 투자규모는 2019년 1~6월 기준으로 4,200만 달러로 대폭 감소

일본의 외국인 직접투자

(단위 : 백만 달러, %)

		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 1~6월	
						금액	구성비
세계		5,253	40,942	20,422	25,885	21,592	100.0
아시아		5,591	8,426	5,620	5,015	4,199	19.4
	중국	636	-92	985	797	918	4.2
	한국	932	614	1,133	1,949	373	1.7
	ASEAN	433	667	-245	1,367	808	3.7
	싱가포르	1,893	3,236	3,216	-296	460	2.1
	태국	335	662	-444	1,211	579	2.7
북미		4,313	6,880	6,177	5,958	4,920	22.8
	미국	4,338	6,847	6,229	5,902	4,473	20.7
중남미		- 1,957	1,623	2,769	4,399	2,117	9.8
대양주		- 651	809	242	1,948	117	0.5
	호주	- 660	742	247	1,929	106	0.5
유럽		- 2,264	22,968	5,470	7,223	9,613	44.5
	독일	- 3,394	820	663	1,822	1,026	4.8
	영국	- 1,527	5,676	-3,603	4,359	5,402	25.0
	프랑스	2,063	4,539	3,777	3,414	1,877	8.7
중동		228	201	136	1,337	42	0.2
아프리카		- 7	35	9	5	583	2.7

자료 : JETRO, 일본 재무성, 일본은행

가. 교역



일본은 2018년 기준 5대 수출대상국이며 3위 수입대상국

- 2018년 대일(對日) 수출은 전년 동기 대비 13.8% 증가한 305억 달러이며, 수입은 0.1% 감소한 241억 달러를 기록함. 대한(對韓) 수출관리 강화 등의 이슈 후 양국 교역은 수출, 수입 모두 감소하고 있는데, 2019년 9월 현재 수출은 5.6% 감소한 214억 달러, 수입은 11.5% 감소한 363억 달러를 기록

* 2019년 9월 기준 한국의 전 세계 수출은 전년 대비 9.8%, 수입은 4.6% 감소

- 전체 교역에서 일본 교역이 차지하는 비중은 점차 감소하는 추세

* 대일 수출 비중 : (1988) 34.6% → (1997) 11.8% → (2007) 6.0% → (2016) 4.9% → (2018) 5.1%

* 대일 수입 비중 : (1988) 50.4% → (1997) 20.7% → (2007) 15.3% → (2016) 11.7% → (2018) 10.2%

한·일 교역 현황 추이

(단위: 억 달러, %)

연도	수 출			수 입			무역수지
	금액	비중	증감률	금액	비중	증감률	對日
2011년	397	7.1	40.8	683	13.0	6.3	-286
2012년	388	7.1	-2.2	644	12.4	-5.8	-256
2013년	347	6.2	-10.7	600	11.6	-6.7	-254
2014년	322	5.6	-7.2	538	10.2	-10.4	-216
2015년	256	4.9	-20.5	459	10.5	-14.7	-203
2016년	244	4.9	-4.8	475	11.7	3.5	-231
2017년	268	4.7	10.1	551	11.5	16.1	-283
2018년	305	5.1	13.8	546	10.2	-0.1	-241

자료 : 관세청 수출입통계



2019년(1~9월)은 전체 수출의 18.5%를 차지하는 석유제품 및 반도체 수출부진 영향

* 주요 수출품목 증감률 : 석유제품(-12.0%), 반도체(-18.5%), 자동차 부품(-10.6%)

- (석유제품) 젊은 층의 자동차 기피 현상, 전기자동차 보급 등 일본 국내 수요 둔화가 수입 감소의 최대 원인
 - 휘발유 수요 감소로 일본 석유업계는 태양광 패널(쇼와셀석유), 해양풍력발전(코스모석유) 분야에 진출하는 등 사업재편 움직임이 활발
 - 한국에서 수입하는 석유제품은 휘발유, 등유의 비중이 압도적으로 높으나 한국산 휘발유의 가격경쟁력이 약화되었으며, 향후 등유 수요가 높아지는 동절기에 대한 수입이 회복될지 여부와 한일관계 경색 영향이 변수로 작용 가능성

- (반도체) 스마트폰용 반도체 수요 감소 등으로 상반기 일본 내 반도체 수요 감소세
 - 스마트폰용 반도체의 수요가 감소하고 있으며 데이터센터 투자 침체로 반도체 공급 과잉되면서 상반기 반도체 수요가 크게 감소
 - 하반기 휴대폰 신규모델 출시 및 공급 과잉이 점차 해소되어 감소 폭 축소 가능성
- (자동차 부품) نيسان 구조조정 계획 및 일본 국내생산보다 제3국 거점에서의 협력 확대 등으로 대일 자동차 부품 수출이 다소 감소
 - نيسان은 2019년 4~6월 결산발표를 통해 전년 동기 대비 매출액은 12.7%, 영업이익은 98.5% 감소하였으며, 실적 개선을 위해 향후 2022년까지 생산 대수 60만 대 및 인력 12,500명 절감에 나서겠다고 발표했는데, نيسان은 기존에 르노삼성과의 구매 제휴를 통해 한국기업과 긴밀하게 협력해 온 기업으로 نيسان의 실적 부진이 한국기업 수출에도 영향 예상
 - 최근 일본기업들은 미-중 무역마찰로 인해 일본 국내생산 후 미국, 중국으로 수출하는 경우의 불확실성이 커지고 있다고 판단, 미국, 중국 등 현지 생산거점을 두고 현지에서 협력 가능한 조달처를 확보하는 움직임
- (철강판) 냉연코일 대한(對韓) 수입 감소세, 일본 국내 강판 생산 확대
 - 수량 기준 대한 수입 상위 3개 품목은 열연코일, 아연도금강판, 냉연코일이며, 이 중 일본 내 수요 감소 영향으로 냉연코일 수입 감소 추세
 - 고부가가치 강판은 일본 내 생산이 확대되고 있으며, 저가의 형강 제품은 중국으로부터의 수입이 증가하는 등 한국제품 수입 감소 경향

주요 품목 대일 수출 현황

(단위 : 천 달러, %)

품목명	2018년 누계		2019년 누계(1.1~9.30)	
	금액	증감률	금액	증감률
석유제품	5,213,889	70.8	3,190,572	-12.0
철강판	2,127,701	0.7	1,651,014	1.9
정밀화학 원료	1,202,637	43.0	837,973	-5.5
반도체	1,238,043	4.9	767,446	-18.5
자동차 부품	912,430	-2.6	614,212	-10.6
플라스틱 제품	767,315	-1.1	602,048	5.3
합성수지	931,346	28.9	563,408	-20.5
금은 및 백금	752,526	-3.5	536,293	-10.4
기호식품	608,121	1.8	492,132	4.9
주단조품	615,557	0.8	417,787	-9.9
기계요소	491,597	6.2	376,707	2.6
금형	419,852	-20.6	359,260	14.1
원동기 및 펌프	470,164	11.6	347,893	-0.5
전체품목	30,528,580	13.8	21,362,366	-5.6

자료 : 관세청 수출입통계

나. 투자

(1) 일본의 대한(對韓) 투자

2018년 대한(對韓) 투자는 전년 대비 30% 가까이 감소한 13.0억 달러(신고기준) 기록

- 대한(對韓) 투자에서 비중이 큰 제조업 부문 대한(對韓) 투자는 31.5% 감소한 6.6억 달러에 그쳤으며, 서비스업도 전년 대비 27.2% 감소해 6.3억 달러를 기록함
- 주요 요인으로 ① 한국기업이 생산거점을 해외로 이전, 한국기업으로의 납품을 상정하고 투자 해온 일본기업들의 투자요인이 사라짐, ② 일본기업의 주요 투자 분야인 화공, 전자전기 분야의 설비투자 주기 영향(3~5년), ③ 일본의 해외 투자가 중국 및 아세안 국가로 집중되는 점 등임
- 반면, 콘텐츠(게임), 정보기술(IT, 스타트업) 등 디지털 산업 관련 투자는 꾸준히 증가하고 있으며 M&A형 투자도 확대

대일 투자유치 실적

(단위 : 건, 억 달러)

구 분	2013년		2014년		2015년		2016년		2017년		2018년	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
일본	447	26.9	352	24.9	315	16.6	299	12.5	328	18.4	335	13.0
비중(%)	17.1	18.5	14.2	13.1	11.7	8.0	15.0	5.9	11.8	8.0	12.6	4.8
전체	2,619	146	2,487	190	2,698	209	2,987	212.9	2,774	229.4	2,669	269.0

자료 : Invest Korea 투자통계(신고기준)

2019년 상반기에는 대한 투자가 더욱 감소, 특히 제조업 투자가 대폭 감소

- 2019년 상반기 기준 일본의 대한(對韓) 투자는 신고기준 5.4억 달러(도착기준 3.3억 달러 (51.2% 감소)로 전년 동기 대비 38.5% 크게 감소
- 제조업은 전년 동기 대비 57.9% 감소한 1.9억 달러, 서비스업은 18.5% 감소한 3.4억 달러에 그쳤는데, 이는 투자 인센티브 축소, 인건비, 전기료 상승 등의 영향
- 블록 체인이나 핀테크 등 신산업 분야에서 한국 시장 진출을 위한 대형 제조업체 및 정보통신 기술(ICT) 기업의 투자가 있었으며, 한국이 강점을 가진 이차 전지·반도체 분야 가치 사슬 진출을 위한 투자는 견조

일본의 대한(對韓) 투자 주요 사례

- ▶ (정보통신) 인공지능·핀테크와 결합한 모바일 메신저 서비스 사업영역 확장(L사, 0.5억 달러)
- ▶ (이차전지) 리튬이온 2차전지 분리막 제조 공장 증설 계획(W사, 0.5억 달러)
- ▶ (반도체) 전량수입에 의존하던 반도체용 셀의 현지공장 설립(V사, 0.1억 달러)

(2) 한국의 대일(對日) 투자

2018년 대일(對日) 투자액은 역대 최고치를 경신한 13.1억 달러로 전년 대비 158% 증가

- 2018년 대(對)세계 해외투자를 보면 3,540개의 신규법인이 설립되었고, 총 투자금액은 498억 달러에 달해 대일(對日) 투자 비중은 금액 기준으로 2.6%에 불과
- (형태별) 2018년 대일(對日) 투자의 96.3%가 법인형태의 설립(242개사)이고, 지점과 지사는 9건에 불과
- (업종별) 신규법인 중에는 도매 및 소매업이 75개사였으며, 정보통신업이 35개사, 제조업이 34개사, 전문, 과학 및 기술서비스업이 26개사 순
 - 금액별로는 부동산이 4.9억 달러로 전체의 38.1%로 가장 높은 비중을 차지
 - 2019년 상반기에도 도매 및 소매업의 신규법인 수가 가장 많으나 눈에 띄는 것은 부동산업이 큰 폭으로 감소하고 금융 및 보험업이 3.5억 달러 투자를 기록하여, 전체의 66% 가까이 차지
- (투자형태별) 단독투자는 전체의 51.5%이며, 합작투자 36.4%, 공동투자 10.3% 순임

한국의 대일(對日) 투자 추이

(단위 : 백만 달러, 개사)

구 분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
투자금액	757	495	809	320	836	1312
신규법인수	200	171	197	2016	260	242

자료 : 한국 수출입은행 투자통계

다. 주요 경제협력 의제

무역·투자 활성화를 위한 경제협력 기반 강화

- 미-중 통상마찰에 대응하기 위한 일본 주도의 CPTPP 가입
 - 미국·중국 간 통상 마찰로 전 세계가 빠르게 블록화되면서 양자 간 자유무역협정 중심의 통상 정책 수정 필요
 - 한국은 한·일 FTA를 넘어 CPTPP 참가를 통해 일본을 포함한 아시아·태평양 지역 국가들과 경제 교류 확대 필요
 - * CPTPP의 11개 회원국은 인구 5억 명, 국내총생산 기준 전 세계 12.9%를 차지하고 있어 세계 3위의 경제 블록 규모임. 한국은 CPTPP 11개 회원국 중 8개국과 FTA를 기 체결
 - 미-일 양자 간 무역협정이 진행 중이나, 향후 미국도 CPTPP에 가입하는 경우 중국 주도의 RCEP를 넘어선 최대 규모의 경제권 탄생 예정

○ 밀크런(더블넘버)을 활용한 한·일 교역 확대

- 한·일 간 동일차량 운송 물류 시스템(밀크런), 자동차 산업에서 성공적으로 운영 중

* 밀크런(더블넘버) : 한·일 양국 도로 주행을 허가받은 지정 트레일러를 활용한 물류 방식으로, 항구에서 컨테이너 상하역 작업이 생략되고, 쾌속 페리에 트럭째로 탑승하여 리드타임(납기) 및 비용의 획기적 절감 가능

밀크런 방식에 의한 자동차부품 대일(對日) 수출액 추이

(단위 : 억 원, %)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	누계
수출액	6.2	683.2	1,621.4	2,325.5	2,790.5	4,158.1	4,369.4	15,954.3
증가율	-	11,019	137	43	20	53	5.1	-

자료 : 부산본부세관

- 더블넘버제의 활용 분야를 철강·전자부품·식품 등 타 분야 확대 적용으로 양국 간 물류 장벽 낮추어 교역 확대

* 닛산 자동차, 규슈 중국과도 더블넘버제 도입(2015. 10. 2), 한·중·일 트리플넘버제로 확대 가능

* 2018년 11월 14일 후쿠오카에서 규슈 경제권 소재 일본기업 50개사를 초청하여 '밀크런 홍보설명회' 개최

- 대한(對韓) 수출실적이 많은 일본 기업 참여를 유치, 물류 부가가치 창출 추진

* 반도체 제조장비 및 전기전자 분야 수입 시 동 시스템을 활용함으로써 한국 측 수입비용 절감 기대

저출산·고령화 극복을 위한 경제협력 모색

○ 로봇 산업 협력 강화

- 현재 일본은 저출산·고령화로 인한 노동력 부족 문제가 심각

- 고령자 친화적 사회 인프라를 구축하기 위해 로봇 활용 서비스에 대한 기대가 높아지고 있음

* 일본 서비스 로봇 시장 전망 : 600억엔('14년) → 1조241억엔(2020년)

- 일본은 노동력 부족 및 고위험 산업현장에서의 점검수단으로 로봇을 활용, 규제를 완화하는 한편, 커피전문점이나 호텔, 은행에서도 로봇 도입을 시작

* 2017년 미래투자전략에서 2020년까지 로봇 시장을 제조업 분야에서 2015년의 약 2배, 서비스 분야에서 10배로 확대하여 총 2조 4천억엔 시장으로 육성할 것을 발표

- 한국의 경우 제조업 혁신 3.0을 통하여 로봇을 활용한 스마트 공장 확산 등 산업혁신 정책을 추진 중으로 일본시장 진출 기회 확대

* 스마트 공장 1만 개 확산, 융합 신산업 조기 창출 등 추진 중

○ 의료·간병 산업협력 강화

- 의료·간병 산업은 '성장'과 '복지'를 동시에 실현할 수 있는 유망 산업

- 일본의 의료·간병 산업의 성장전략은 의약품·의료기기·재생의료 관련 산업육성, R&D 집중화*, 헬스케어 시장 육성 등을 통한 글로벌화가 궁극적인 목표

* 의약품·의료기기·재생의료 관련 산업 육성을 위해 최첨단 신속 평가제도를 도입, 의료분야의 R&D 기능을 총괄하는 일본판 NIH(National Institutes of Health, 미국국립위생연구소)로서 일본의료연구개발 기구(AMED)를 설립

- 일본의 경우, 기존에 공적보험이 적용되는 의료·간병 서비스뿐만 아니라 운동·돌봄 지원, 예방·진단·사후관리까지 맞춤형 건강관리와 같은 공적보험이 적용되지 않는 새로운 분야에서도 비즈니스 기회가 확대
- 한국은 원격 의료지원에 필요한 센서 기술 등을 활용한 IT-Health, 정밀의학 분야에서 축적된 경험과 기술을 보유

○ 인적 교류 확대

- 일본 정부의 외국인 인재 활용정책 및 체류자격 신설과 일본기업의 글로벌 인재 채용 노력 확대
 - * 일본 내 외국인 노동자수(명) : 907,896(2015) → 1,083,769(2016) → 1,278,670명(2017) → 1,460,463명(2018)
- 한국의 경우, 실업난 해소를 위해 K-Move 국정과제를 추진하고 있으며, 산업인력공단 등을 통하여 다양한 해외취업 지원제도를 운영 중
 - * K-move를 통한 일본 취업 현황(명) : 632(2015) → 1,103(2016) → 1,427(2017) → 1,828(2018)



신성장산업 분야 협력기반 강화

○ 사물인터넷(IoT)의 경제 전반 확산

- 일본 총무성은 2017년 정보통신백서에서 IoT의 폭발적 증가를 전망
 - * 인터넷에 연결되는 사물 수가 2016년 현재 173억 대에서 연평균 15% 성장하여 2020년 약 304억 대로 확대될 것으로 추산
- 일본 정부는 2017년 미래투자전략을 발표, IoT·빅데이터·인공지능·로봇 등으로 대표되는 4차 산업혁명을 활용, 다양한 사회문제를 해결하는 'Society 5.0' 실현을 강조
- 2020년까지 5G 이동통신 기술 상용화를 위한 양국 기업들의 표준화 노력
 - * 일본은 도쿄올림픽이 개최될 2020년에 맞추어 통신 대기업 NTT도코모, KDDI, 소프트뱅크 3사의 상용화가 계획되어 있는 상황

○ ICT를 활용한 올림픽 추진 협력체계 구축

- 일본 총무성은 2015년 7월, 2020년을 향한 사회 전체 ICT화 8대 분야 액션플랜* 발표, 도쿄 올림픽 이후에도 ICT 기반을 활용, 일본의 지속 성장이 가능하도록 각종 시책 실시 예정
 - * 중점 8대 분야 : ① 무선공중 LAN 환경 정비, ② ICT 활용 다국어 실현, ③ 디지털 사이니지 기능 확대, ④ 5G 실현, ⑤ 오픈데이터 활용 환경 정비, ⑥ 방송 콘텐츠 해외 전개, ⑦ 안전한 사이버 공간 실현, ⑧ 4K·8K 추진
- 도쿄올림픽에서 활용 가능한 평창올림픽의 선진 ICT 기술 및 비즈니스 교류
 - * 스마트한 입국수속, 스마트한 이동 및 ICT 기반의 경기 송출, 체류 지원

○ 스마트 농업 분야 협력

- 현재 양국은 급속한 고령화가 진행되는 상황이며, 특히 농업 분야에서 후계자 문제가 심각
 - * 한국과 일본의 농업 종사자 평균연령은 각각 65.6세(경영주 평균, 관세청 농림어업조사, 2015), 67.0세임(2015년 농림수산물성 조사)
- TPP, FTA 타결에 따른 농산물 시장 개방은 값싼 해외 농산물의 수입증가를 야기하여 농가 경쟁이 심화될 전망
- 일본 정부는 스마트 농업을 통해 농산물의 생산에서 판매까지 첨단기술을 활용하여 농작물의 품질 향상 및 생산비용 절감 도모
- 한국은 창조경제 구현 추진과제 중 하나로 '농림축산업의 미래 성장 산업화'를 선정하여 농업과 과학기술 간 융·복합을 통한 노력 강화

제3국 공동진출을 위한 한·일 협력 강화

○ 자동차 산업 협업을 통한 제3국 진출 확대

- 일본 국내시장 축소, 해외시장 경쟁우위 확보 등을 겨냥한 일본 주요 완성차 메이커들의 해외 생산이 확대되고 있으며, 해외 직접 조달 수요가 증가
 - * 일본 완성차 해외 생산: (2009) 1,018만 대 → (2013) 1,676만 대 → (2017) 1,974만 대
 - * 주요국 일본 완성차 공장 수(2017) : (아시아) 중국(23), 태국(15) 인도네시아(15), 인도(12) / (미주) 미국(14), 멕시코(7) / (유럽) 러시아(6), 터키(4)
- 한·일 양국 자동차 부품 기업 제3국의 공동진출, 전략적으로 양국 간 협력 수요를 발굴, 정부 차원의 다양한 지원을 통해 양국 자동차부품 기업의 현지진출 연착륙 및 수익 확대 가능
 - * GP ASIA 2018(2018.6, 방콕) : 아세안, 일본, 서남아 3개 지역 협업, 제3국 진출 일본기업과 한국기업 간 현지 거래 가능성 타진

○ 아시아 역내 인프라 투자진출 협력 강화

- 2015년 12월 AEC 출범에 따른 아시아 지역 인프라 투자 증대 기대감 확산, ADB를 통한 아시아 지역 ODA 확대 전망
- 아시아 역내 인프라 수요 증가, 일본의 자금력과 한국의 우수한 설계 시공능력이 결합해 시너지를 창출
- 아세안 지역에 막대한 ODA 자금 공급이 전망되는 상황으로, 프로젝트를 진행할 수 있는 경험과 기술이 풍부한 한국기업은 기존 주력 시장인 중동 이외 아세안의 신시장 개척 가능성 상승
 - * 한국 EPC 분야의 경우 ① 높은 프로젝트 매니지먼트 능력, ② 다양한 국가 및 환경에서의 경험, ③ 빠른 의사결정과 추진력을 보유

○ 문화·콘텐츠 산업의 제3국 시장 공동 진출

- 제조업 대비 상대적으로 미비하였던 서비스 산업의 해외진출에 대한 관심이 증대되어 문화·콘텐츠 기업의 해외진출 필요성 대두

- 게임, 캐릭터, 애니메이션 기업은 대부분 독자적인 해외 유통망 구축이 어려운 소규모 기업들이기에 양국의 세계시장 공동진출 플랫폼 마련 및 지적재산권 보호를 위한 공동전략 등 필요
- 한국은 일본 캐릭터의 인지도를 활용해 사업영역을 확장, 일본은 보유하고 있는 캐릭터의 인지도 상승 및 관련 라이선스 등을 통한 수익 향상 기회 확보
- 체계적인 콘텐츠 저작권 관리 시스템을 공동 구축하여, 양국 협력기반 불법 콘텐츠 대응전략 마련

Ⅲ. 진출전략

※ ① 올림픽·에너지 ② 한류와 소비재 ③ 인구·사회구조 변화 ④ 차세대 자동차·글로벌 공급망 ⑤ 창업·친환경 분야 트렌드 변화에 신속히 대응하면서 새로운 진출 협력 기회를 발굴

1 SWOT 분석 및 전략도출

<일본 시장 SWOT 분석>

S

강 점 (Strength)

- 안정적이고 지속성 있는 거래선 유지 가능
- 지리적 문화적 인접성
- 한국제품의 품질이 높고, 저렴하며, 세련되고 미래지향적인 이미지
- 소비재 업체의 인터넷 쇼핑몰 경험 다수
- 금융 IT 기술력 확보

W

약 점 (Weakness)

- 높은 진입장벽 및 장기간의 거래 기간 소요
- 복잡한 유통구조 및 일본 고유의 거래 관행
- 고품질의 자국산 제품에 대한 소비자 충성도
- 엔화 안정화로 우리 제품 가격경쟁력 저하
- 중국은 저가 공략, 일본기업은 높은 기술력

기 회 (Opportunity)

- 초일류 부품 소재 기업이 리드하는 거대 내수 시장
- 올림픽, 정부 경기부양책 등 공공투자
- 해외직구 등 인터넷 상거래 증가
- 젊은 층을 중심으로 한 생활화되는 한류
- 일본 해외진출 기업 공급망의 확보·진입

위 험 (Threat)

- 미 트럼프 대통령의 대일(對日) 적자 개선 요구
- 경기개선에도 소비지출 회복 부진
- 일본의 대한 수출 규제 등 한일관계 경색
- CPTPP, 일-EU FTA 발효로 일본 내 경쟁 격화
- 고령화 등으로 경제활동인구 축소

O

T

전략방향	세부전략
SO 전략 (역량 확대)	• 10~20대를 중심으로 한 제3 한류 적극 활용 • 다경험의 IT 기술로 일본 4차 산업 대응
ST 전략 (강점 활용)	• 日 인재부족과 韓 청년실업을 동시 해결 • 스마트폰을 활용한 게임, 웹툰 진출
WO 전략 (기회 포착)	• 전력 송배전 분리에 대응한 현지기업과 제휴 • 트렌디·아이디어 상품을 개발, 소개
WT 전략 (위험 대응)	• 맞벌이와 고령화로 인한 유통시장 변화 대응 • 해외진출 일본기업 대상 글로벌 파트너십 구축

진출전략

SNS 활용한 유통시장 공략

종합적 4차 산업 진출방안 강구

일본 정부 정책에 맞춤형 사업 실시

글로벌 공급망의 확보 및 진입

2 주요 이슈·산업별 진출전략



2-1. 도쿄올림픽을 통해 본 일본의 수소사회 진전

시장여건 및 전략적 가치

- 일본 정부는 3E+S(Energy Security, Economic Efficiency, Environment, Safety)의 에너지정책을 기본으로 궁극적으로 탈탄소화를 추구
- 특히, 에너지 자립화를 위해 수소에너지 사회를 실현하고자 이번 2020년 도쿄올림픽을 수소올림픽이라 칭하며, 수소 에너지 산업의 전략적 우위를 대내외 알릴 예정이며, 한국은 신성장산업인 수소에너지에서 일본과 선제적 협력을 통한 공급망 구성이 중요

주요 이슈 및 트렌드

- 일본 정부는 2017년 세계에서 처음으로 '수소 기본 전략'을 채택, 중장기 수소사회의 도입 목표를 설정했고, 이와 관련하여 도쿄도는 2020년 도쿄올림픽을 수소올림픽으로 명명하고, 다음의 수소 이용 과제를 채택

2020년까지 도쿄도 내 수소스테이션 35개소 설치, 도쿄도 내에서 평균 15분이면 수소스테이션에 도착할 수 있도록 정비도 운영 버스에 연료전지 버스 우선적으로 도입, 2020년까지 100대 도입 목표
가정용 연료전지 및 업무·상업용 연료전지 보급 확대

- 위 과제의 해결을 위해 도쿄도는 가정용 연료전지 시스템의 보급과 연료전지 버스의 운영을 계획하고 있음
 - 선수촌이 구성되는 하루미 지역에 수소스테이션 및 파이프라인을 설치해 수소에너지를 공급하는 '수소타운'을 구상했고, 신규 건설하는 선수촌 단지에는 모두 가정용 연료전지 '에네팜' 시스템을 보급

세계 최대 규모의 수소 제조 설비 이미지



수소버스



- 선수 및 대회 관계자 수송 시 공식 차량은 모두 연료전지(수소와 공기중의 산소 반응을 통해 전기 발생) 차량을 사요하고, 특히, 선수촌과 경기장을 오가는 셔틀버스는 모두 연료전지 버스로 운행 계획

분야별 진출전략 및 유망품목

- (FCV) 현재 일본에서 상용화에 성공한 완성차 메이커는 도요타와 혼다 2개사로, 한-일 양국 모두 FCV(Fuel Cell Vehicle, 연료전지차) 핵심부품의 국산화를 우선적으로 추진 중
- (스테이션) 수소스테이션에 필요한 축압기, 탱크는 미국, 유럽 제품을 사용하고 있으나 수소 제조 설비 및 수소스테이션 건설에 있어 기본적으로 해외제품은 사용하지 않는데, 그 이유는 안전 스펙이 높기 때문이므로, 각 분야별 기술개발 과제에 있어 상호 기술협력을 우선적으로 할 필요가 있음

일본의 수소에너지 각 분야 기술개발 과제

분야	기술개발 과제
차량용 연료전지기술	- 저백금 촉매, 비백금 촉매 및 라지컬 저감촉매 개발 - 전해질막 고전도, 박막화, 가스투과역제 및 고내구성 - 가스확산층의 낮은 저항, 가스확산성 및 배수성 향상 - 세퍼레이터 고내구화, 저저항, 고배수화 등 - 셀의 가스 냉매투과 억제 및 생산성 향상
가정/산업용 연료전지	- 발전단 효율 65% 초과와 셀스택 및 시스템 개발 - 셀스택의 내구시간(13만 시간 이상) 향상, 초동시간 단축 - 시스템 연료 이용률 향상 - 바이오가스 등 연료 다양화에 대응 가능한 셀스택 개발
수소스테이션	- 원격감시에 의한 수소스테이션 운전 무인화 및 설비구성 등의 수정을 위한 리스크 조정 - 범용 금속재료의 수소특성 등에 관한 데이터 취득 - 축압기의 수명 연장, 새로운 검사법 개발 - 호스 및 씰 재료의 내구성 향상 - 새로운 충전프로토콜 개발 등
대규모수소제조/운송/저축기술/발전	[대규모 수소제조] - 갈탄 이용 가스화로 등 설비의 고효율화, 저비용화 기술개발 [운송/저축기술] - 수소액화효율 향상 - 로딩에 대응한 저온수소가스용 압축기 개발 - 로딩암의 대영화, 저비용화를 위한 기술개발 - 수소발전에 대응한 액화수소 승압 펌프 개발 - 극저온으로 사용하는 재료개발 및 평가 기술 개발 등

자료 : 일본 신에너지·산업기술종합개발기구(NEDO)

2-2. 전력 송배전 분리에 따른 전력기자재 시장 진출 유망

시장여건 및 전략적 가치

- 지역별 전력사에 의한 독점구조가 에너지 효율을 강조하는 경쟁구조로 변화하고 있음
 - * 특히 매입가격이 상승된 바이오매스는 대형 발전소 건설 계획 잇따라 발표
- 2016.4월 전력소매 자유화 이후 고객유치 및 가격경쟁의 일환으로 일본 전력사가 해외조달에 관심을 보이고 있음
 - * ZEH 관련 제품 수요 확대 기대, 또한 최근 공장 및 매장에서 LED 조명 도입 확대 추세

주요 이슈 및 트렌드

- 2011년 3월 후쿠시마 원전사고를 계기로 일본 전력시장의 효율화 추구 움직임
 - * 후쿠시마 원전사고로 8조엔의 배상금을 부담하는 도쿄전력은 비용 절감이 절실
 - 2018년 기준 일본 전력시장은 20조 3천억엔 규모의 거대 시장으로, 일본 10대 전력사의 연간 기자재 구매비용 및 인건비, 공사비용 합계는 약 2조엔
 - 지역별 전력사에 의한 독점구조는 2011년 후쿠시마 원전사고를 계기로 에너지 관리 및 효율화에 대한 큰 전환점을 맞이하게 됨
- 일본 전력시장 개혁 3단계 추진
 - (1단계, 2015년 4월) 광역 운영 추진 기관(OCCTO)설립
 - : 전력위기 발생 시 지역 간 신속한 전력수급 조정을 위해 광역 운영 도모
 - * OCCTO : Organization for Cross-regional Coordination of Transmission Operations
 - (2단계, 2016년 4월) 전력 소매 전면 자유화 실시
 - : 동일본 대지진 이후의 전기요금 상승추세를 억제하고자 전력 소매시장에 경쟁체제 도입, 소비자가 원하는 전력회사를 선택할 수 있게 됨
 - (3단계, 2020년 4월 예정) 송배전 부문 법적 분리 및 전기 소매요금 규제 철폐
 - : 누구라도 송배전 네트워크를 이용이 가능해져 전력시장의 활발한 경쟁 실현
- 확대되는 경쟁으로 해외조달 관심
 - 2016년 실시한 전력소매 자유화로 기존사업자와 신규 사업자 간 경쟁 확대, 소비자 선호에 따라 신규서비스와 저렴한 요금을 선택하면서 고객유치가 활발해짐
 - 전력사가 효율화에 집중하면서 해외조달 비중 확대, 새로운 전략 수립 중
 - * 도쿄전력 해외 조달 비중 확대: ('16) 5.4% → ('17) 10%
 - * JFE철강과 추고쿠전력은 협력하여 도쿄전력 관할지 치바 지역에 발전소 건설을 추진

산업별 진출전략 및 유망품목

- 일본 전력시장 진출에 있어서 가격경쟁력과 우수한 품질은 기본조건임
 - 동일본 대지진 이후 만성적 전력 부족으로 에너지 효율에 관심이 높은 상황
 - 일본 바이어들은 해외 기업에 동일한 품질의 일본기업 대비 최소 10%에서 최대 30% 저렴한 가격을 기대하고 있으므로 가격경쟁력이 필수
- 현지 영업력을 보유한 우수 기업과의 전략적 제휴 통한 진출 강화
 - 납품 경력 홍보는 필수, 전문 전시회 통해 인지도 제고 및 바이어 발굴
 - * 도쿄 빅사이트: 2020.2.26~2.28 월드 스마트에너지 워크 및 제3회 차세대 화력발전 엑스포
 - * 오사카 인텍스: 2020.9.9~11 월드 스마트에너지 워크 및 제2회 관서 화력발전 엑스포 개최
 - 2020.5.27~29 제68회 전기설비공업전 등이 개최됨

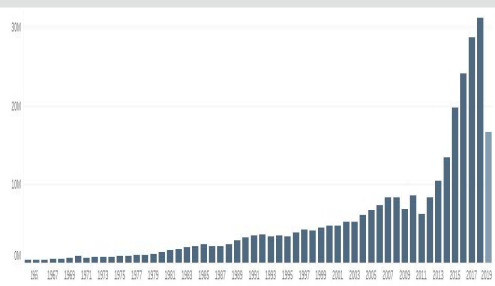
- 현지 네트워크 및 영업력, A/S가 가능한 기업 등과 제휴 통해 진출
- 장기적 관점에서 소량 주문에도 적극 대응, 현지 시장에서 신뢰 확보 필요
- 전력회사의 과제는 안정적 전력 공급이므로 납품 전 까다로운 요구에 신속한 대응, 납품 후 문제 발생 시 즉각 조치가 반드시 필요
- 일본기업은 보통 발전소 근처에 출장소 개설이나 대리점 계약으로 부품 마모 및 노후화에 대응하기 때문에, 해외 기업에도 그에 상응한 서비스를 기대함
- 수요 발굴을 위한 KOTRA 네트워크 활용 및 전력 시장 기회 포착
 - 광역운용을 목표로 송배전 연계선 증강이 실시·계획되고 있으므로, 송배전 관련품목에 대한 조달 수요가 존재함
 - 효율적인 발전소 운영 및 전기요금인하를 위해 비효율적으로 운영되는 오래된 구조물에 대한 교체 수요도 발생
 - 자유경쟁 속 고객관리 및 서비스 제고를 위한 시스템, 스마트홈과 같은 가정 에너지 관리 시스템 등 IT 관련 소프트웨어도 현지화를 전제로 진출기회 있음
 - 주요 전력사 홈페이지 조달정보 및 KOTRA를 통한 인콰이어리 정보 활용

2-3. 관광객 4천만 시대를 연 일본의 새로운 소비층 공략

주요 이슈 및 트렌드

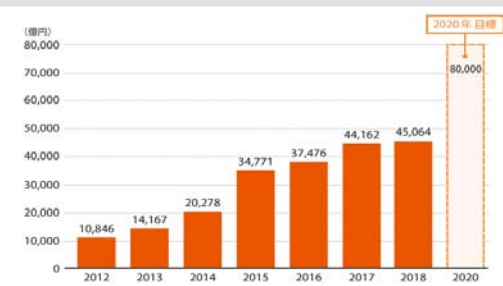
- 방일 외국인 관광객이 2013년 처음으로 천만 명을 돌파한 후 2016년 2천만 명, 2018년에는 3천만 명을 돌파
 - 일본 정부가 목표로 내건 2020년 4천만 명은 무난히 달성할 것으로 보이며, 인구감소로 시장이 축소되고 있는 일본 시장의 새로운 소비층으로 급부상
 - 일본에서 이러한 방일 외국인의 소비를 인바운드 소비라 부르며, 인바운드 소비는 2010년 1조 1,490억엔에서 2018년 4조 5,189억엔으로 증가했고, 일본 정부는 2020년 방일 외국인 소비액 8조엔이라는 목표 설정

방일 외국인 수 추이



자료 : 일본정부관광국(JNTO)

방일 외국인 소비액 (단위 : 억엔)



○ 인바운드 소비시장의 흐름에 따라 새로운 블루오션 창출 가능

- 소비액 동향에서 중화권 관광객은 주로 쇼핑 등 물건 소비에 집중하는 경향이 있으며 그 외 아시아, 미국 등의 관광객은 숙박, 오락 등 체험소비를 선호
- 물건 소비의 경우 일본 브랜드나 메이드인 재팬을 선호하는 경향이 있으므로 체험소비 및 외국인 관광객으로부터 활성화되는 산업을 공략하는 것이 필요

관광산업 확대에 의해 기대되는 새로운 비즈니스 영역

숙박	- 오래된 건물의 용도변경 및 리노베이션 통한 숙박시설 운영 - 민박사업자 대상 비즈니스(간편 보험, IT 기반 방법 등)
소매/외식	- 면세 수속 자동화, 다국어 안내를 위한 하드웨어 및 콘텐츠 - 방일 외국인 대상 홍보 콘텐츠
여행/레저	- 지자체와 연계한 체류형 여행 상품 개발 - 일본형 복합리조트, MICE 시설의 다양한 운영
금융	- 캐시리스 결제서비스 제공 - 통역, 단기체류자에 대한 진료서비스 부보 상품 제공 등

 분야별 진출전략 및 유망품목

- (숙박) 민박 등 새로운 형태의 숙박시설이 증가하고 이와 관련한 내장재, 오토도어록, TV 및 LED 조명 등의 가전 수요와 감시카메라 등의 수요 증가
- 가전의 경우 양판점이 아직까지 비중이 크지만 해외 제품의 경우 온라인 유통망 활용이 유효하며, 건설관련 중간 유통망을 접할 수 있는 전시회 및 상담회에 참가하는 것도 필요

 〈스마트도어록〉	○ 관광객 증가와 더불어 新민박법 시행 등에 따라 민박업이 활성화되고 있으며, 이에 따라 관리인이 직접 열쇠를 건넬 필요가 없는 스마트도어록 수요 증가 ○ 후지키메라총연에 따르면 일본 국내 스마트홈 시장규모가 2017년 약 3조엔 수준에서 2025년 4조 240억 엔까지 성장할 것으로 전망 ○ 또한, 한국의 대(對)일본 도어록 수출도 점차 증가, 제3위 수출국이고, 향후 한국의 스마트도어록 진출 가능성 高
 〈TV 등 가전제품〉	○ 신규 숙박업이 증가함에 따라 TV, 청소기 등의 가전 수요도 함께 증가했고, 특히, 한국산 TV 제품은 2년 연속 대(對)일본 수출이 증가하고 있으며, 2019년도에도 꾸준히 증가할 전망 ○ 도쿄올림픽이 개최되는 2020년까지 신규 숙박업이 지속 확대될 것으로 보이며, 이후에는 노후제품 교체 수요 등도 존재, 꾸준할 것으로 보임
 〈감시카메라〉	○ 관광객 증가 및 숙박업 활성화에 따라 가정용, 숙박업용 감시카메라 수요도 크게 증가하고 있고, 일본의 감시카메라 시장은 2017년 550억엔 수준에서 2019년 660억엔으로 성장 전망 ○ 한국산 감시카메라는 일본에서 네 번째로 많이 수입되고 있으며, 특히 2018년은 전년 대비 79% 가까이 증가, 향후 더욱 성장이 기대됨

- (新서비스) 일본에서는 외국인을接客하기 위한 새로운 서비스와 제품 대두
 - 이러한 새로운 서비스는 결국 로컬의 영역과 결합이 필요하므로 장기적인 관점에서 접근해야 하므로, IT Expo과 같은 전시회를 활용하는 동시에 도쿄 IT 지원센터 등의 인프라 활용

 〈통역기〉	◦ 2018년 9월에 발매한 일본의 포켓토크W는 발매하자마자 예상을 웃도는 판매량을 보여 2020년 누계 100만 대 돌파할 전망 ◦ 전용 단말기가 아니라도 교통 인프라 등에 적용하는 자동번역기 시스템 보급도 활발하며, 의료 분야에서도 번역엔진을 도입하는 접수 시스템 사례 증가
 〈핀테크서비스〉	◦ 환전, 도난위험이 적은페이 시스템에 대한 외국인의 수요 증가했고, 특히, 중화권 관광객을 대상으로 하는 점포에서는 알리페이, 위챗페이 등을 먼저 도입하는 경우도 존재

2-4. 생활화된 한류가 리드하는 서비스·소비재 틈새시장 공략

시장여건 및 전략적 가치

- 10~20대 여성이 SNS 중심으로 한류 전파되면서 한식, K뷰티·패션 등으로 인기가 확산
- 각종 미디어의 한국 방송 편성 확대 등 든든한 지지기반을 확보한 K-Culture는 유행에서 문화로 발전중
- 한류 마케팅을 이용한 한식 프랜차이즈의 진출, O2O, O2M을 통한 한류 코스메와 패션 진출이 호기

주요 이슈 및 트렌드

- SNS를 중심으로 퍼지는 3차 한류
 - 3차 한류의 주요 소비층 10~20대의 여성이 SNS를 통해서 정보 전달·확산
 - * 치즈 가득한 한국식 핫도그 품평 영상이 SNS에서 10대 중심으로 퍼지면서 인기를 얻음(2018)
 - * 요구르트구미, 허니머스타드는 귀여운 패키징이 SNS상에서 화제가 되어 인기를 얻음
 - SNS로 유행하는 한식을 먹으면서 K-POP을 듣고, 아이돌의 메이크업·패션을 따라하며, 한류 문화는 소비자 내에서 확장·순환되는 경향이 있음
 - * 2019년 10~20대의 월별 트렌드 조사에 한국 메이크업 제품과 방송이 포함, CLIO의 DD쿠션파운데이션(4월), 에뛰드하우스의 퍼스널컬러서비스(5월), M-NET의 프로듀스X101(6월)

1차 한류(2003~2007)	2차 한류(2010~2012)	3차 한류(2017~현재)
 • 드라마 '겨울연가' 인기로 스타에 대한 열광은 컸으나 한국 제품 구매에는 한계 ☞ 배용준 소나타 광고(2005년) → 판매부진	 • 스마트폰, 화장품 등 광범위한 제품 소비로 연결, 걸그룹을 통한 젊은 남성 팬층 확보 ☞ '마시는 홍초' KARA 광고 출연 후 매출 9배 상승	 • SNS를 통해 자생적으로 한류 확산 ☞ SNS용 비주얼이 좋은 제품 인기 • 피부관리, 메이크업, 패션, 여행, 음식 등 다양한 분야 한류 확산 중 ☞ 한국 여행 패키지 인기, 한국어 강좌 다수 개설, 댄스교실 K-Pop 강좌 개설 등

○ K-culture의 실시간 미디어 노출의 증가

- 인터넷 방송, 동영상 스트리밍 사이트에서 한국 케이블방송을 편성
 - * 인터넷TV 스파카(スピーカー)는 한류세트(M-NET·KBS WORLD·KNTV) 프로모션 중
 - * 동영상사이트 U-NEXT, 인터넷 TV방송국 AmebaTV도 한국 케이블 방송을 편성
- 음악·방송의 트렌드는 양국에서 실시간으로 반응을 일으키고 있음
 - * 한국 아이돌 IZ*ONE은 한국 데뷔와 동시에 2019년 '일본 여중고생 유행어 대상'에 등장
- K-Pop 시장규모는 전년 대비 56.4% 성장하여 역대 최대인 274.5억엔을 기록(오리콘엔터·마켓백서2018) 한류는 유행에서 한 장르로 자리 잡는 중

K-pop 종류별 판매실적 추이



한국 출신 아티스트의 매출액

순위	금액(백만엔)	아티스트
1	5,466.7	BTS 《방탄소년단》
2	3,846.3	TWICE
3	2,787.7	동방신기
4	1,656.3	SHINee
5	1,633.8	BIGBANG
6	1,283.0	SEVENTEEN
7	907.0	EXO
8	666.7	Wanna One
9	491.7	Monsta X
10	429.4	자운

ABEMATV PRODUCEX101 방송



○ 한식에 대한 세계인의 관심 속에 韓 프랜차이즈의 일본 진출 가속화

- 도쿄 한인타운이 위치한 JR동일본 신오쿠보역(新大久保駅) 이용자 수가 급증
 - * 1일 평균 이용객(증감률) : ['16] 43,929(5.2%) → ['17] 48,220명(9.8%) → [2018] 51,438명(6.7%)
- 한식의 미용효과를 소개하는 '미용구루메'와 SNS 및 한류방송에 등장한 음식을 체험하기 위해서 일본 내 한인타운 방문객이 증가 중
 - * 미용구루메 예 : 삼계탕(골라겐·체질개선), 순두부(발한작용·대사촉진), 간장게장(피부미용), 북엇국(피부미용·대사촉진), 설렁탕(숙취해소·대사촉진)

- 한식을 즐기는 일본인과 외국인 관광객 증가로 공차, 흑화당, 명랑핫도그 등 한국발 프랜차이즈의 진출 증가

공차 우메다점



흑화당 차야마찌점



아리랑핫도그 차야마찌점



주 : 한국발 혹은 한국식 프랜차이즈가 큰 인기를 끌면서 긴 대기행렬이 이어지고 있으며, 간판에도 한글을 병기하는 것이 유행 중

산업별 진출전략 및 유망품목

○ (서비스) 한식 프랜차이즈

- 기업별 니즈에 맞는 파트너의 발굴하여 IR 피칭 및 1:1 상담회 참가
 - * 2020 K-Franchise 대일진출로드쇼(2020년3월·오사카)/한국프랜차이즈 10개사·일본 투자기업 50개사
- SNS·방송으로 대중에게 알려져 있거나, 방한 여행 시 꾸준히 고정 방문객을 확보한 메뉴를 중심으로 진출하는 것을 추천
- 다이어트 효능, 피부미용 등 뷰티 관련 마케팅, 1인 가구를 위한 건강식, SNS 마케팅 등 트렌드에 맞춰 제품의 부가가치를 홍보하는 전략이 유효
 - * 한류 뷰티 및 건강식 : 삼계탕(콜라겐·체질개선), 순두부(발한작용·대사촉진), 간장계장(피부미용), 북엇국(피부미용·대사촉진), 설령탕(숙취해소·대사촉진) 등

[식품] ㈜영풍의 요뽕기(YOPOKKI)의 진출 사례



- 대구 소재 ㈜영풍이 출시한 즉석 컵 떡볶이
- 산케이신문 2017년 하반기 히트상품 음식 부분 1위, 2018년 매출액 80억 원 기록
- 매운맛을 줄이고 단맛을 강화한 현지화, 장시간 상온 보관이 가능하여 유통에 강점을 가진. 쇼핑센터 이온몰의 잡화점에 입점
- 2018년 SNS 중심으로 한국구르메로 인식되어 히트상품으로 등극.

* SNS 타겟형 : 밀크티, 치즈닭갈비, 치즈핫도그, 치즈피자, 치즈떡볶이 등

○ (소비재) 패션·코스메틱 제품

- SNS나 LINE과 같은 OtoO·M2O 플랫폼으로 온라인 입점을 통한 시장 진입
 - * F-GROUND, LHP, KONVINI 등 온·오프라인 한류 패션 편집숍으로 한류 패션 소개
 - * 한국 뷰티블로거 '회사원'(유튜브 한일팔로워 200만)이 추천하는 상품은 1~2주 만에 품절
- 현지 상담회 참가하여 BtoB 심층 상담으로 현지동향 입수 및 현지화 전략 수립
 - * 도쿄박사사이트 : 2020.4.20~22 2020 뷰티월드재팬 *오사카인텍스 : 2020년 미정

- K-CON 등 한류 콘서트와 연계하여 팝업스토어 개장
- 2020도쿄올림픽·패럴림픽으로 몰리는 방일 관광객을 겨냥한 면세점 진출 유망

[코스메틱] ㈜본느 'Touch in Sol'의 일본시장 진출



- 서울 ODM 업체로 2012년 Touch in Sol을 론칭, 현재 16개국 750여 개 매장 입점
- 한류 아이돌 BTS 메이크업 제품으로 미국 10대의 SNS상에서 큰 화제가 됨
- 일본 공식발매 전에 SNS로 알려져 해외배송으로 일본시장 진입, 이후 일본 돈키호테, 아인즈에 입점

[패션] 한류 패션편집숍 KONVINI



- 일본 최대의 한국패션 인터넷쇼핑몰(취급 브랜드 300개)
- 한국 스트리트패션 및 K-POP아이돌의 착용 의상 등을 TWITTER 및 인스타그램을 통해서 소개하고 판매
- 2018년 K-CON에 참여하여 패션쇼를 개최

2-4. 일본 식품시장 트렌드 공략

시장여건 및 전략적 가치

- 식품에 대한 경감세율 적용이 일본 식품시장의 큰 화두
- 간편식, 건강식, 비주열이 우수한 식품 등 수요 확대 전망
- 한-일 관계 악화에도 불구하고 한국 식품에 대한 수요 여전, 트렌드와 부응한 기존 성공 사례 다수

주요 이슈 및 트렌드

- 일본 소비세 인상 및 식품에 대한 경감세율 적용
 - 한국의 부가가치세에 해당하는 일본 소비세, 2019.10월부터 인상(8%→10%)
 - 日 정부, 소비세 인상에 따른 경기침체를 우려해 경감세율 병행 운영, 대상 품목에 대해서는 소비세 인상 후에도 8% 세율 적용

경감세율 대상 및 제외 품목

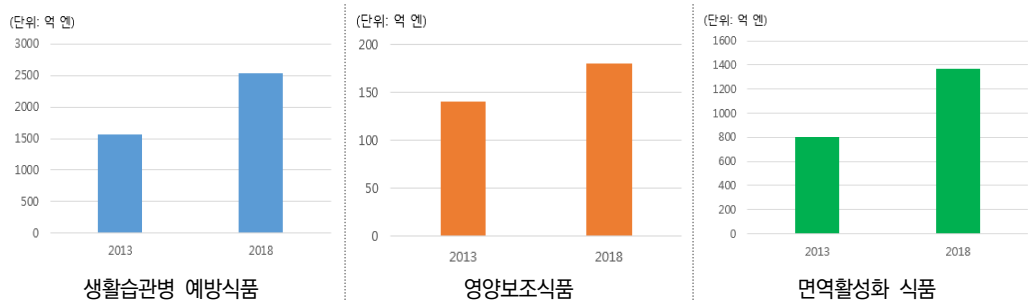
구분	경감세율(8%) 적용 품목	표준세율(10%) 적용 품목
식료품	- 쌀, 야채, 정육, 수산물, 유제품, 빵, 과자 등 - 식용 얼음, 생수 - 알코올 1% 미만의 무알코올 맥주, 감주 및 미림 등의 조미료	- 주류(알코올 1% 이상) - 보존용 얼음, 드라이아이스, 수돗물 - 알코올 1% 이상의 조리용 술/조미료 - 가축용 동물, 관상용 물고기 애완동물 사료
요식	- 식당에서의 테이크아웃, 배달 - 학교 급식, 요양시설에서 제공되는 식사 - 숙박시설 객실 냉장고 내 음료 - 과일따기 체험으로 수확한 과일 구입	- 식당, 포장마차에서의 식사 및 출장요리 - 사내식당 및 학식에서의 식사 - 호텔 룸서비스 - 과일따기 체험으로 수확한 과일을 과수원 내에서 먹는 경우

자료 : 일본 국세청

○ 일본 소비자의 건강 의식 고조

- 생활습관병 예방식품, 영양보조식품, 면역활성화 식품 등 시장규모 지속 확대

일본 건강식품 세부품목 별 시장규모 추이



자료 : 후지경제

- ‘완전영양식’(건강유지를 위해 필요한 영양분을 모두 포함한 식사), 일본 식품시장의 새로운 먹거리 사업으로 부상

- * 일본 최대 컵라면 기업(닛신식품), 2019년 완전영양식 제품 신규 출시하며 시장 진입
- * 완전영양식에 특화된 스타트업 'BASE FOOD' 제품, 발매 2년 만에 50만식 이상 판매
- * 편향된 식사, 바쁜 일상으로 특정 영양소가 부족한 '신형 영양실조' 현상 증가, 간편식 붐과 맞물려 시장 지속 확대 조짐

- 마스크 등을 통해 건강에 대한 효능이 알려진 제품의 수요 증대

- * 등푸른 생선의 효능 조명 → 고등어 통조림 수요 급증, 2018년 최초로 참치캔 시장규모 증가
- * 온열질환에 효과, 카페인 미함유 등 보리차 효능 주목받으며 보리차용 현맥 판매량 역대 최대
- * 전통 발효 음료인 감주(甘酒), 피로회복 효과 및 높은 영양가 재조명, 2014년 대비 판매량 5배 이상 확대

○ 이시기후로 농산물 가격 안정성 붕괴, 수입 및 대체재 시장 확대

- 자연재해 증가로 채소 및 과일 가격 폭등 사례 잇따름

- * 2018년 기록적인 무더위로, 무(71% ↑), 양배추(65% ↑), 오이(40% ↑) 등 농산물 시장가격 폭등
- * 2019년 극심한 일조량 부족 현상 발생, 과일 및 채소 가격이 크게 오르며 소비자 가계에도 큰 타격

- * 폭설, 태풍 횡수 증가 경향 → 일본 국내 농산물 가격 안정성이 크게 떨어지고 있음
- 일본 농림수산물 수입규모 지속 확대, 이 중 농산물 수입은 전년 대비 5.5% 증가한 5,896억 엔으로 67.7%를 차지
- 단기적 가격 변동이 적은 냉동야채 및 적정량을 가공/포장해서 판매하는 ‘컷 야채’ 수요 확대
 - * 2018년 일본 냉동야채 수입량 105.2t으로 역대 최대치 기록 (일본냉동식품협회)
 - * 일본 농산물 가공기업 중 2/3 이상이 컷 야채 분야 사업 확대 추진 중(농축산업진흥기구)
 - * 기존에는 업소용 수요가 주를 이루었으나, 채소 가격 폭등으로 가정용 수요가 확대 추세, 편의점, 드럭 스토어 등 주요 소매점포에서 냉동야채/컷 야채 취급 사례 증가

- 한-일 관계 악화에도 불구하고, 한식에 대한 수요 여전
 - 일본인 해외 여행지 음식 만족도 순위에서 한국이 1위 차지, 한국 방문 선택 시 고려요인 1순위는 ‘음식·미식 탐방’(한국관광공사)
 - 일본 SNS 붐 지속, 식품에 비주얼 요소를 추구하는 소비자가 많은 점은 한국 식품에 기회요인으로 작용

산업별 진출전략 및 유망품목

- 중점 셀링 포인트-‘간편식’, ‘건강식’, ‘비주얼’
 - (간편식) 맛벌이 증가, 세대원 수 감소로 저단가/조리 간편한 식재료 수요 증가
 - * “외식 외 식품에 대한 경감세율은 일본 식품업계의 기회 요인, 일본에서 한식=외식이라는 인식이 강해, 가정에서도 식당의 맛을 구현할 수 있는 제품은 큰 셀링 포인트”(식품유통 Y사 바이어)
 - * 개별 요리용 조미료, 소스, 즉석식품 등 유망
 - (건강식) 한국 식품 기존 성공 사례 다수, 건강에 대한 효능 어필 주효
 - * 콜라겐 붐을 일으킨 ‘삼계탕’, 맛과 건강을 콘셉트로 한 ‘옥수수수염차’, 한류 마케팅 통해 미용효과를 전면에 내세운 ‘마시는 홍초’ 등이 일본시장에서 히트 기록
 - * TV/잡지 등 매스컴, 인플루언서 등을 활용한 홍보전략 강구 필요
 - (비주얼) 젊은 층, 여성 고객 중심으로 눈으로 즐길 수 있는 음식 선호
 - * 화면발, 시각적인 효과가 우수한 제품(치즈핫도그, 팔빙수 등)이 식품 분야 한류의 한 축
 - * 치즈닭갈비 붐은 10~20대 일본 여성을 중심으로 일본 내에서 자생적으로 시작
- B2B 신규 판로 개척을 위한 1:1 시식회 형태 추진
 - 식품 분야 신제품 시식은 주로 전시회에서 이루어지나, 집중도가 떨어지고 면밀한 의견교환이 어려운 경우가 많음

(추진사례) 한국 소스 제조기업 Y사,日式食品 바이어 대상 시식회/상담회 추진(2019.3월)

- * 식품 도매기업, 소스 판매기업 등 바이어 4개사 대상 1신제품 시식 및 품평회 진행
- * 비즈니스 상담 대비 시식회라는 명분으로 수월하게 유망기업 접촉 성공, 신규수출 1건 추진 중



- B2C 시장까지 겨냥하는 경우에도 식품 바이어의 평가를 바탕으로 제품 개발 및 개량이 가능해져 일반 상담 대비 효과적
- 단기 수요 급증 품목에 대한 상시 모니터링
 - 지리적 근접성 및 기후 면에서의 일본과의 유사성 등을 활용, 기상이변, 일본 내 수요 폭증 등에 따른 품귀 현상에 적극 대응

- 단기적인 수요 증가로 일본 내 제조기업이 물량을 감당하지 못하는 사례가 증가하며 일본 전역에 매장을 운영하는 편의점 및 식품 도매상, 대형 소매점포는 자사 PB 제품 생산에 주력
→ 해외 기업에 대한 위탁생산도 증가할 전망

2-6. 고령자 시장을 겨냥한 의료바이오·IT시장 진출전략

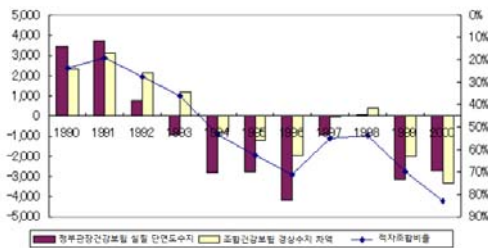
시장여건 및 전략적 가치

- 고령화 가속화, 사회적 비용 증가에 대응하여 日 정부 5대 중점 분야에 의료산업 육성 포함
 - * 고령화율: 28.4%, 2025년 일본 베이비붐 세대의 75세 진입, 노인 의료보험의 증가
- 정부와 기업, IT와 의료를 접목하여 재택·원격의료 상용화를 위해서 준비 중

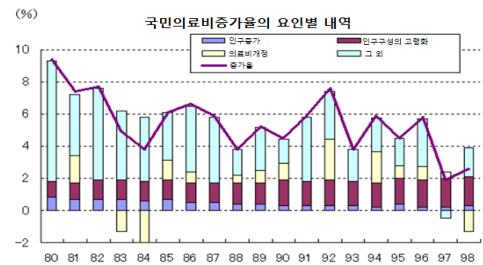
주요 이슈 및 트렌드

- 고령자 증가에 따른 사회적 비용의 증가
 - 2019년 기준 일본 65세 인구가 전체의 28.4% 수준(총무성)
 - 고령자 1인당 의료비는 평균 74만엔으로 일본인 1인당 의료비(33만엔)의 2배 이상
 - 고령자의 인지증·허약 증가로 간병을 이유로 퇴사하는 직장인이 10만 명 이상
 - * 노인 인지증으로 인한 사회적 비용은 14.5엔 추산됨

건강보험재정의 추이



국민의료비 증가율의 요인별 내역



* 빨간색 막대그래프가 고령화 요인

- 日 정부, 의료산업 육성을 5대 중점분야 중 하나로 선정
 - 2017년 의료기술 혁신 및 산업육성을 위해 '건강수명 연장'을 국가 5대 중점 성장전략 중 하나로 채택
 - 「2025년 문제*」대응을 위해 4차 산업혁명 핵심기술인 AI, IoT 등을 접목한 새로운 건강·의료·간병 시스템 구축에 적극 투자 중
 - * 전후 베이비붐 세대(단카이세대, 団塊世代)가 모두 75세 이상으로 진입

- 일본 의료기기, 실버·복지시장 성장세
 - 초고령화 사회의 진전과 산업발전·기술혁신으로 현 3.05조엔 규모의 의료기기 시장은 2021년 까지 연평균 5.9%씩 증가할 전망
 - 의료기기 수입시장도 연평균 6.3%씩 증가하는 추세이며, 2014년 1조 3,685억엔에서 2018년 1조 6,206억엔으로 확대
- 의료와 ICT의 제휴 움직임 활발
 - 일본 정부, 2018년 진로보수개정을 통해서 '온라인 진찰료' 내용 신설
 - 일본기업, 2020년 5G 상용화에 맞춰 의료 ICT 관련 사업을 활발히 추진
 - * LINE 社과 M3 社가 설립한 (주)LINE헬스케어는 온라인 진단, 원격 의료상담 지원서비스 제공
 - * NE C社, '원격 의료시스템 플랫폼' 판매, 소프트뱅크 社 스마트폰 앱 헬스케어 플랫폼 제공

산업별 진출전략 및 유망품목

- ICT를 접목한 스마트 헬스케어 기기
 - 진단, 투약 정보를 DB화(의료 클라우드)하고 진단기기로 촬영한 영상을 AI로 분석하는 기술의 개발이 진행
 - 통원이 불가능한 고령 환자, 지역별 병원 편재로 인한 의료진 부족에 대응한 재택진료 및 원격 진료(온라인진료)와 관련된 IT 의료기기에 대한 수요 확대
 - * 화상진단용 초음파진단설비(히타치제작소) CT, MRI(캐논메디컬시스템)
 - * 맥박, 심전도, 혈압, 혈당치 측정 센서, 전자청진기, 스마트안경 등 IT 연계형 기기
 - * 전자 카르테와 연동한 검사기기, 원격 업무지원 시스템 등 원격 의료서비스 솔루션 기술
- B2B 전시회 참가를 통한 현지진출 방향에 대한 1:1 상담 진행
 - 2020 메디컬재팬/2월26(수)~28일(금)·오사카, 10월23일(수)~25일(금)·치바
 - 2019년 의료기기 전시회의 경우, 원격진료, 안저카메라 등 IT 접목 제품에 대한 바이어 관심도가 높았으며, 일본에서도 소프트뱅크, NEC 등 IT 연계 품목이 큰 반향을 일으킴
 - 의료기기 인증 외 PSE 등 전자기기 인증을 사전 준비하여 제휴 방향을 모색하는 것이 진출에 유리

2-7. 역사적 수준의 인재난, 일본 시장 개척 시드로 부상

시장여건 및 전략적 가치

- 인재난 대응이 다양한 형태의 비즈니스로 파생, 자동화/IT화를 통해 업무효율화를 꾀하는 업계 움직임 활발
- '정보화 투자'에 대한 일본기업의 수요 지속 확대

주요 이슈 및 트렌드

- 저출산·고령화로 경제 활동 인구 지속 감소, 인재난이 사회이슈로 대두

일본 인구구조 추이 및 전망



자료 : 일본 총무성(미래 노동시장 보고서)

일본 인력부족 및 실질임금 추이 전망



- 각종 노동 통계상 실질적 완전고용 수준 실현
 - * 평균 실업률 : 2.4%, 청년실업률 : 3.4% 대졸취업률 : 98%, 유효구인배율 : 1.64배(2018년)
- 2030년까지 외국인력 81만 명 필요, 전체 노동인구 644만 명 부족 전망
- 일본 중소기업 중 70% 이상이 인재부족을 실감(2019년 총무성 조사)
- 인력 확보가 특히 어려운 업종에서는 산업 근간을 흔드는 문제로 대두
 - (농업) 농업 취업 인구 2006년 대비 반토막, 종사자 평균연령 66.8세(농림수산성)
 - (물류) 화물 운송량 90%를 차지하는 트럭운전자 부족 심각(국도교통성)
 - (요식) 만성적인 정규직 부족, 식당 중 80%는 비정규직도 부족(데이코쿠테이타뱅크)
 - (도매) 인재난에 따른 물류 코스트 증대가 기업 사활문제로 대두(일본경제신문)
 - (개호) 높은 이직률로 2025년까지 약 34만 명의 인재 부족 전망(후생노동성)

인재 부족률(종업원이 부족하다고 응답한 기업 비율)이 높은 업종 TOP10

순위	업종	인재 부족률	순위	업종	인재 부족률
1	방송	76.9%	6	가전·정보기기 소매	64.7%
2	정보서비스	74.8%	7	경비·검사	64.3%
3	운수·창고	71.9%	8	리스·임대	62.9%
4	건설	67.8%	9	인재파견	60.4%
5	요식	65.9%	10	기계제조	58.2%

자료 : 데이코쿠테이타뱅크

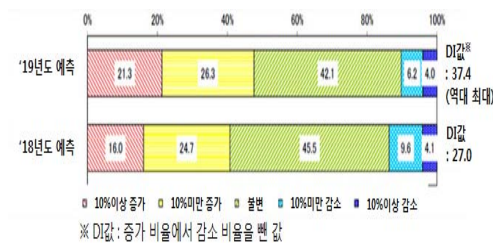
- ‘인재난 대응’이 다양한 형태의 비즈니스로 파생
 - (농업) AI, ICT를 통한 효율화를 꾀하는 ‘스마트농업’ 시장 확대

- (물류) 복수의 기업이 협업하는 '공동운송' 통한 물류 효율화 활발
- (요식) 기계화 수요 확장, 벤처기업 중심으로 조리로봇 진입사례 다수
- (도매) 분류 작업 작업화 수요 활발, IT 활용사례도 급증
- (개호) 개호로봇 및 외국 인재 활용이 업체의 주요 화두

산업별 진출전략 및 유망품목

- 수요가 높은 '정보화 투자'에 대응
 - 인재부족 현상 및 효율화 수요를 배경으로 IT 기기 도입 및 시스템 쇄신, IT化 움직임 가속화
 - 상장기업 중 약 50%가 정보화 투자 예산 증대 전망(일본정보시스템유저협회)

2018년 대비 2019년도 IT예산 증감



일본기업의 IT투자 증감지수 추이



자료 : 일본정보시스템유저협회(일본 상장기업 1,103개사 대상 조사)

- 약 80%의 일본기업이 유형고정자산투자 대비 정보화 투자가 증가경향에 있다고 응답(일본정책투자은행)
- 일본에서 '한국=IT 강국'이라는 이미지 확고, 특히, IT 솔루션 분야에서 시장개척 여지가 있음
- 서비스 분야 시장 개척을 위해서는 일본 내 거점 설립 필수
 - 법인용 SaaS, IoT 플랫폼, RPA(정형업무 자동화) 등 IT 솔루션 분야는 단순히 제품 공급만으로 경쟁력을 확보할 수 없으며, 일본 내 마케팅 및 고객 대상으로 유지보수/관리 등이 필수적으로 요구
 - 법인설립 혹은 일본기업 M&A를 통한 직접 진출 검토 필요

2-8. (차세대자동차) 글로벌 파트너십 강화 통한 성장 시장 조기 진입

시장여건 및 전략적 가치

- 세계 친환경차 시장은 2035년까지 전기차(EV)를 중심으로 2018년 대비 약 10배로 성장 예상
- 일본이 주도하는(마켓셰어 43%) 하이브리드차(HV)는 당분간 유럽·중국 등에서 판매 호조
 - * EV (2018) 130만 → ('35) 2,202만, HV (2018) 233만 → ('35) 785만, PHV (2018) 62만 → ('35) 1,103만
- 다가오는 MaaS(Mobility as a Service) 시대에 대비하여 日 완성차 업체들은 미래 자동차 기술에 대해 집중 투자 하고, 다양한 분야의 기업들과 전략적인 파트너십을 구축 중
 - * MaaS 시장 규모('17) 388억 달러 → ('25) 3,584억 달러

주요 이슈 및 트렌드

- 모빌리티 서비스 관련 기술 개발 총력, 반면에 부품 조립·가공은 아웃소싱 추세
 - － 日 자동차 업계는 2023년부터 무인셔틀버스 배차 등 모빌리티 서비스를 개시하기 위해 자율주행·화상처리·인공지능 솔루션 및 전장부품 등의 연구·개발에 집중
 - * 자동차 소재 비중 : (철강) '10년77% → '35년40% / (전자부품) 2020년35% → '30년50%
 - － 이에, 정밀부품의 가공 관련 외주 비중을 높이고, 가격경쟁력 확보를 위해 비주력 부품은 일본 밖에서 조달하는 등 글로벌 공급망(GVC)에 큰 변화 발생
- 로봇자동차·운전보조 시스템 등을 통해 이동의 자유가 극대화되는 시대를 준비
 - － 자율주행 기술을 탑재한 무인차 상용화 시, 고령자·장애인 등 교통약자의 삶의 질이 대폭 향상 되고 위험·고립 지역(후쿠시마 등)에서의 원격 작업도 가능
 - － 음성 인식·360° 인식·어댑티브 크루즈 컨트롤 등을 특징으로 하는 ADAS와 고령 운전자용 자동 브레이크의 발달을 통해 보다 편리하고 안전하게 운전 가능

진출전략 및 유망품목

- 日 바이어, 고정밀 가공기술 및 신소재 경량화 부품 보유 기업에 러브콜
 - － 고령화에 따른 노동력 부족 등으로 인한 일본 내 중소 제조 사업장(근로자 300명 미만)이 감소하면서 일본 주요 벤더들은 난성형·발포성형·표면처리 등에서 높은 기술력을 보유한 한국 자동차 부품 기업들과의 신규 거래를 희망
 - － 배터리만 200kg에 달하는 친환경차의 경우 차체·내장 부품의 경량화가 중요한데, 이는 총 중량을 10kg만 줄여도 연비 2.8% 향상·배기가스 8.8% 감소하기 때문
 - － 이로 인해 기존에 철제였던 차체, 브레이크 부품 및 엔진 부품 등을 탄소섬유, 셀룰로스 나노 파이버, 플라스틱, 알루미늄 등 신소재로 대체한 제품의 인기 상승

한국 기업 성공 사례

- 국내기업 A 사는 기존의 철제 엔진 파이프를 플라스틱으로 변경하여 50% 경량화에 성공
 - 현지 전시회에서 독특한 플라스틱 용접 방식으로 인해 업계 관계자들의 큰 관심 집중
- B사의 경우 일본 대기업 C 사와의 공동 R&D 통해 탄소섬유를 활용한 복합재 개발에 성공
 - 아직 양산 단계가 아님에도, 전시회에서 만난 바이어 D 사가 신제품 개발 관련 협력 문의

- KOTRA가 2010년부터 자동차기업(도요타, 닛산, 혼다, 스즈키, 미쓰비시 등)과 추진 중인 Inside 車부품 전시상담회를 활용하여 글로벌 바이어와의 파트너십 구축이 필요
 - 2019. 9월 Inside 덴소 사업 시에는 덴소 및 협력업체, 그 외 아이신정기 등 주요 벤더의 구매·설계 담당자 392명이 내방하여 수출 상담 총 540건 진행
 - * 총 상담금액 : 7,381만 달러, 참가 국내기업 수 : 34개 사(1개 사당 평균 15.9건 수출 상담)
 - 전시 상담회 이후에도 핀포인트 수출상담회 개최 등 사후관리를 통해 성약까지 밀착지원, 그 이후에도 지속적인 부품 납품 및 연구개발 프로젝트 참가 등 지원

2-9. (글로벌공급망) 제3국 생산거점 활용한 조달 효율화 및 리스크 관리

시장여건 및 전략적 가치

- 경제산업성의 조사에 의하면 2017년 기준 일본 전체 제조업의 해외생산 비율은 25.4%이며, 업종별로는 수송기기(47.2%), 범용기계(31.9%), 정보통신기기(29.3%) 등의 비율이 높은 편
- 주요 지역별 해외법인 수의 경우 중국·ASEAN을 포함한 아시아가 76.4% 비중으로 압도적
 - * (지역별 비중) 중국 35.6%, ASEAN 30.7%, 북미 10.7%, 유럽 7.3%, 중남미 3.7% 등
- 日 제조업계 해외법인의 현지조달 비중은 59.5%(일본계 : 그 외 = 3:7)로 최근 10년간 증가세

주요 이슈 및 트렌드

- 주요 지역별 해외진출 환경 및 일본 진출기업 동향
 - (중국) 미·중 무역분쟁에도 불구하고 2018년 기준 日 기업 55.4%(복수응답)가 진출 희망지역으로 선정, 특히, 세계 최대 EV 시장이어서 자동차 업계에서 큰 관심
 - * 완성차 업체별 中 생산법인/생산능력 : (도요타)10개/131만 대, (닛산)8개/170만 대, (혼다) 10개/125만 대
 - (ASEAN) 전통적으로 일본 제조업계가 다수 진출하여 우세한 시장이며, 인구·소득 성장세 지속 및 CPTPP 체결 등 호조로 인해 日 기업 진출 확대 예상
 - (미주) 정책적 불확실성은 남아있으나 미·멕시코 무역협정(USMCA) 타결 및 미국 환경규제 완화로 인해 북미·중남미 거점 보유 자동차부품 업계 호재
- 韓 제조업체 45.7%는 日 수출규제로 인해 전년 대비 소재·부품 조달 리스크 증가
 - * 업종별 설문결과 : 기계·장비 50.0%, 철강 45.5%, 석유화학 41.7%, 자동차 38.6%, IT 36.1%

** 설문조사 출처 : 한국은행 '2019년 9월 지역경제보고서'(2019.9.30)

- 2019년 7월 일본이 반도체·디스플레이 생산에 필수적인 품목의 수출규제 통해 한국 경제 압박, 한국 역시 2019년 9월부 일본을 백색국가에서 제외하고 민간 차원에서는 소비재·여행 등의 불매운동을 벌이는 등 한-일 경제 대립 심화
- 정부는 소재·부품·장비 분야에 매년 1조 원 예산을 투입해 국산화를 추진하는 한편, 소재부품 수급 지원센터를 운영하여 피해기업 모니터링 및 애로해소 노력

진출전략 및 유망품목

- 일본과 거래 시 조달 효율화 및 리스크 최소화 위해 현지법인 적극 활용 필요
 - 日 대기업을 중심으로 현지거점에 직접 납품을 요구하는 경우가 늘고 있으며, KOTRA에 현지 생산공장을 운영 중인 韓 기업의 소개를 요청하는 경우도 다수
 - * 기업별 인콰이어리 : (닛산) 중국, (미쓰비시) 인도네시아 등 ASEAN, (덴소) 멕시코, 중국, 베트남, 미국 등지에서 현지납품 가능한 한국 부품업체와의 매칭 희망
 - 日 기업의 현지조달이 강화되면서 현지에서 부품 조달 여부를 직접 결정하는 경우도 많으며, 현지법인의 연구개발 기능 또한 급성장세(2017년 기준 17.8% 성장)
 - 현지공장 보유 한국업체의 경우 2020년 하반기에 KOTRA 지역본부 간 협력을 통해 개최 예정인 제3국(멕시코·러시아 등) 자동차 부품 수출상담회 참여 권장
- 일본 수출규제 관련 직·간접 피해 발생 시 신속한 대(對)정부 지원 요청
 - KOTRA는 일본 수출규제 대응 T/F 운영 통해 현황 관련 정보 전파, 대체거래처 발굴 등 수출·수입 양방향에서 국내기업 피해 최소화 위한 지원사격
 - 뿐만 아니라, 우리기업의 원활한 소상을 위한 보세구역 제공 및 저장기한 연장, 24시간 통관 지원체계 가동, 수입보험 품목·한도 확대 등 정책적 지원 강화

2-10. 일본 벤처 붐, 창업정책을 활용한 글로벌 창업

시장여건 및 전략적 가치

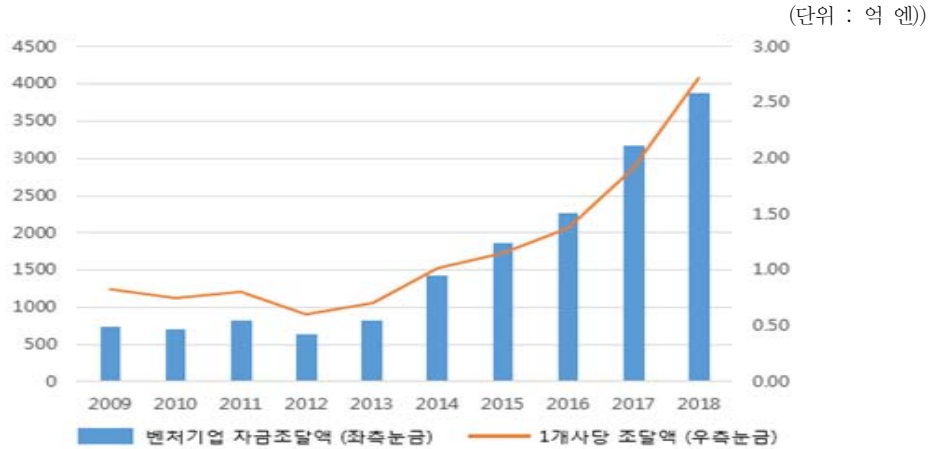
- 일본 벤처 붐 및 일본 정부의 적극적인 창업 지원 정책, 우리 스타트업의 일본 진출 기회 요인으로 작용
- 글로벌 창업, '고용창출' 및 '내수기업 수출기업화'를 위한 유효한 수단으로 검토 가능

주요 이슈 및 트렌드

- 일본 벤처 시장 호황 지속
 - 日 벤처기업 자금조달액은 3,880억엔(2018년, 전년 대비 22.4%↑)으로 역대 최대

- 벤처기업 1개사당 조달액도 확대 추세로 2013년 대비 4배 이상 확대
- * 2018년 중 10억엔 이상 자금조달에 성공한 벤처기업 총 80개 사로 역대 최다

일본 벤처기업 자금조달 총액 및 기업 수 추이



자료 : Japan Startup Finance 2018

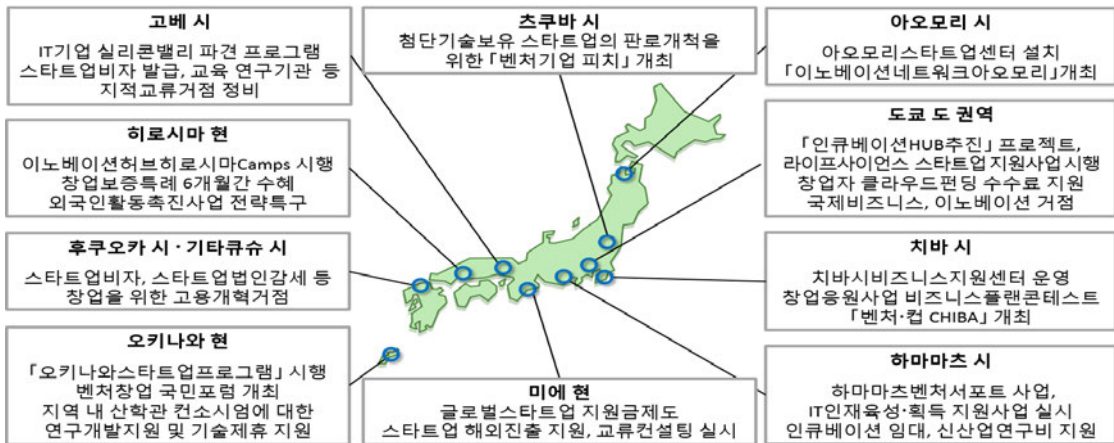
- 스타트업에 중점 투자하는 벤처캐피탈에 자본이 집중, 벤처 붐을 견인
- * 일본의 장기적인 저금리 현상을 배경으로 고수익 투자에 대한 수요 확대 → 연금기금, 보험업, 금융업 등 기관투자자가 VC에 자금 투자를 하는 사례 증가
- * 2018년 프리마켓 앱을 운영하는 스타트업, 메루카리(メルカリ)가 주식상장에 성공, 이 기업에 초기 투자를 한 VC가 10배 이상의 고수익을 얻은 점도 벤처 붐에 크게 일조
- 日 대기업 스타트업과의 제휴를 차세대 성장동력으로 인식, 벤처 투자에 적극적

업종별 일본 주요 기업의 스타트업 투자 사례

- (전기전자) Panasonic, VC 자회사 설립 후 반도체, IT, 금속 등 스타트업에 투자
- (부동산) 미쓰비시지쇼, 총 100억엔 규모 CVC 출자 시행
- (IT) NTT 그룹, ICT, IoT, 플랫폼, 애플리케이션 분야 벤처기업에 적극 출자
- (항공) JAL, 80억엔 규모의 스타트업 지원 플랫폼 설립, 항공우주/드론/핀테크 분야 중점 육성
- (철도) JR동일본, 스타트업 지원 자회사 설립, 유망 벤처기업과 협업 및 자금 지원

- 일본 정부 및 지자체, 벤처 활성화를 위해 정책적으로 뒷받침
- 경제산업성, 유망 벤처기업을 선정하여 민관 합동으로 지원하는 'J-Startup'사업 추진, 2018년 (92개사 지원)에 이어 2019년 49개사 신규 선정 및 지원 중
- 일본 공공기관인 중소기업기반정비기구가 많은 VC에 자금투자, 총 출자 예정액은 4,300억엔에 이르며 투자 마중물 역할 수행

- 창업 촉진을 위해 원스톱 상담창구를 일본 전역에 설치, 각 지자체는 스타트업을 제도적으로 지원



일본 진출전략 및 유망품목

- 일본 클라우드 펀딩 플랫폼 입점 및 유력 피칭 이벤트 활용
 - 일본시장에서의 상품성 확인 및 초기자금 마련 등 진출 교두보 마련을 위한 클라우드 펀딩 활용 사례 다수

일본 내 주요 클라우드펀딩

플랫폼명	특징
Makuake	- 인터넷 광고 대기업 'CyberAgent'가 운영 - 한국 벤처기업의 펀딩 성공 사례 다수※ - 창업 이래 6,000건 이상의 프로젝트, 총 100억엔 자금조달 성사
CAMPFIRE	- 구입형* 클라우드펀딩 성사 건수 1위 * 투자한 금액에 따라 제품을 받을 수 있음. 이외 기부형(투자에 대한 리턴 없음), 투자형(주식 - 투자와 같이 상황에 따라 리턴이 달라짐)이 있음 - 누계 약 100억엔의 자금조달 성사
A-port	- 아사히신문이 설립, 미디어 노출을 통한 투자촉진이 강점
미래이쇼핑 (未来ショッピング)	- 타겟 구매형 펀딩, 일본 최대 경제일간지(Nikkei) 전자판 통해 소비자에 노출 - 소셜 애플리케이션 통해 다양한 연령대 소비자에게 접근 가능
Countdown	- 일본 유일의 글로벌 펀딩, 영어로도 참가 가능 - 프로젝트에 대해 해외전문가의 조언을 얻을 수 있음
Motion Gallery	- 크리에이터 활동(영화, 게임, 퍼포먼스, 출판 등) 지원 사업모델 - 약 2,500건 프로젝트, 30억엔 이상 펀딩 성사

※ 클라우드펀딩 Makuake를 통한 한국기업 펀딩 성공 사례

- A 사 즉석 전자철판, 1,500만엔 펀딩 성공(2018. 4월 입점)
- J 사 골전도 음향기능 선글라스, 376만엔 펀딩 성공(2019. 5월 입점)

- 일본 스타트업 피칭 이벤트 상황, 인지도 확대 및 파트너 발굴 위한 유력한 수단 및 유망 스타트업의 등용문으로 자리매김

일본 내 유력 스타트업 피칭 이벤트

	Infinity Ventures Summit	B Dash Camp	ICC Summit	G1 Venture	Innovation Leaders Summit
					
최초개최	'07.11월	'11.9월	'16.3월	'14.4월	'14년 1월
개최빈도	연 2회	연 2회	연 2회	연 1회	연 1회
참가자 수 (최근)	600명	750명	900명	270명	1,200명

※ KOTRA 사업 예시 - Innovation Leaders Summit 연계사업 (2019.10월)

- 한국 스타트업 23개사 IRS 피칭 IR 및 파워매칭 출전 지원
- 일본 투자가 및 비즈니스 파트너 발굴, 상담 주선

○ 일본계 VC를 활용한 일본시장 진출 추진

- 2017년 이후 일본계 VC로부터 국내 스타트업에 대한 투자가 90건 증가
- 글로벌브레인, SBI인베스트먼트, 소프트뱅크벤처스 등 한국 거점 보유 VC로부터의 투자가 두드러짐

2019년 한국 스타트업에 대한 일본계 VC의 주요 투자 사례

투자시기	금액(억원)	회사명	서비스/제품명	서비스 내용
19.9	120	알지노믹스	RNA 치환효소 벡터기반 항암제	유전자 치료제 및 항암바이오 신약
19.9	400	당근마켓	당근마켓	중고거래 서비스
19.9	220	테라핀테크	테라핀딩	P2P 부동산 대출서비스
19.8	80	바람인터내셔널	디어달리아	비건 화장품 브랜드
19.7	20	너울엔터테인먼트	세레스M	게임(모바일 RPG)
19.7	390	패스트파이브	패스트파이브	사무실 공유서비스
19.5	65	의식주컴퍼니	런드리고	비대면 세탁서비스
19.4	115	와그트래블	와그	여행 액티비티 예약서비스

자료 : 한국 스타트업 투자 데이터베이스(THE VC)

○ 초기 정착 시 수혜 가능한 일본 정부 및 지자체 인센티브 확인

- 일본에서 실질적인 경제 활동을 영위하기 위해서는 거점 설립이 필수, 입주 물건 검색 및 초기 자금 투자가 스타트업 진출의 큰 걸림돌로 작용

- 지자체가 운영하는 인큐베이터 입주 및 설립 지원금, 각종 행정지원 제도 등을 활용하여 초기 비용 삭감 추진

우리기업의 일본 지자체 지원제도 활용 사례

- * 대상기업 : 부산 소재 게임 퍼블리싱 기업 F 사 (2019.5월 후쿠오카에 법인설립)
- * 후쿠오카시가 교부하는 신규법인 설립에 따른 입지교부금 수령 및 대표자에 대한 스타트업 비자 발급 수혜

2-11. (脫플라스틱) 친환경 소재·상품 개발로 바이어 니즈에 발 빠르게 대응

시장여건 및 전략적 가치

- 日 소비자 의식 개선으로 인해 환경을 오염시키는 플라스틱에 대한 부정적인 인식 확산
 - * 2018년 마크로밀 조사에 의하면 전체 응답자(1,000명) 중 65%가 현재 포장 방식이 과잉이라고 생각, 54%는 다소 불편함을 감수하더라도 플라스틱 패키징을 최소화하여 지속가능한 소비하기를 희망
- 그러나 여전히 일본의 1인당 일회용품 사용량은 전 세계 2위(미국 1위)이며, 마트·편의점 등 비닐봉지 판매가 의무가 아닌 점(2020. 4월 실시 예정) 등 기업과 소비자의 의식 사이에 간극 존재
- 이러한 갭 공략을 통해 脫플라스틱 시장 진출이 가능하며, 성장 여력이 여전히 큰 블루오션

주요 이슈 및 트렌드

- 脫플라스틱 움직임의 대표주자로 떠오른 종이 빨대
 - 스타벅스, 맥도날드 등 글로벌 기업에 발맞춰 스카이라이프홀딩스 등 日 프랜차이즈 기업도 대대적으로 플라스틱 빨대 사용을 중지하고 종이 빨대로 대체
 - 2018년 상반기까지는 종이 빨대의 수요가 제로에 가까웠으나, 외식·음식료·호텔 업계에서 주문이 폭증하면서 2019년은 판매량이 수백% 성장할 것으로 예상
 - 그러나 종이 제품의 경우 기존 플라스틱 제품 대비 단가가 약 10배 비싼 데에 비해 내구성이 떨어져서 제품 만족도가 낮다는 문제점도 여전히 존재
- 플라스틱을 대체할 수 있는 신소재 개발 및 도입 경쟁 치열
 - 대기업을 중심으로 펄프 제품의 내구성을 강화하거나, 제품 포장 일부 혹은 전체를 바이오매스(생물성 원료 배합) 플라스틱으로 대체하기 위한 연구개발 활발
 - 제조업계에서는 간벌재(간벌을 하여 베어 낸 나무) 등 식물에서 추출한 성분을 폴리프로필렌(PP)과 혼합하여 강화섬유를 만들고 이를 일부 사출재료에 도입하기 위해 노력 중

진출전략 및 유망품목

- 친환경 소비와 생활의 편리함이라는 두 가지 요구 모두 충족 필요

- 일본 종이펄프상사는 생분해성 플라스틱 필름을 붙인 종이컵을 출시, 시간이 지나도 눅눅해지지 않아 편하면서도 기존 제품과의 가격 격차(3배 이하)도 개선
- 식물 유래 강화섬유를 사용한 도요타 차체의 배터리 캐리어는 기존 제품 대비 강도 및 내열성은 높으면서도 부품 무게의 10%까지 경량화가 가능
- 발상의 전환 통해 새로운 부가가치를 창출하는 제품 개발
 - 아이스크림콘에서 아이디어를 얻은 마루시게제과의 ‘먹을 수 있는 접시’는 SNS에서의 인기에 힘입어 2019년 판매량(24,000개, 잠정)이 전년 대비 8배로 성장하고 미국 등에 수출도 개시하는 등 히트 기록
 - 프레임이 강화 골판지로 만들어진 에어웨이브의 ‘골판지 침대’는 사용자가 침대의 크기(최대 20cm) 및 위치를 스스로 조정하기 쉽다는 강점을 통해 2020 도쿄올림픽에서 선수용으로 채택 성공

마루시게제과의 먹을 수 있는 접시



에어웨이브의 골판지 침대



3 한-일본 경제협력을 통한 진출전략



가. 한국 청년의 일본 취업과 한·일 비즈니스 기회 포착

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

- 현재 일본의 인구감소 및 경제회복에 따라 기업의 구인난으로 외국인 인재 채용 증가
- 일본 정부 차원에서 비자 제도 완화 등 외국 인재 채용을 적극 장려
- 현지 유관기관과 취업박람회 공동 개최 등을 통한 취업 지원뿐만 아니라 취업 시 애로, 취업 후 생활 인프라 구축 등 분야에서 협력 필요

해당국의 경제발전 전략 및 주요 이슈

- 인구감소 및 경제회복에 따른 기업의 구인난 가속

- 실업률(2.5%), 대졸 취업률(98%) 및 유효구인배율(1.59) 등 모든 지표 호조
 - * 실업률은 2008년 리먼쇼크 이 후 최저치로 완전고용상태(2.8%)를 넘어선 인력 부족
- 지난 20년간 20대 인구 약 600만 명 감소한 반면, 경제 호황으로 일자리 풍부

최근 3년간 노동시장 현황

(단위 : 만명, 증가율 %)

구분	2015	2016	2017
경제활동 인구수(증감률)	6,598(0.17)	6,649(0.9)	6,716(0.1)
경제활동 인구비율	59.6	60.0	60.5
취업자 수(증감률)	6,376(0.39)	6,452(1.1)	6,542(0.8)
실업자 수	222	197	174
실업률	3.4	3.1	2.8
유효구인배율	1.20	1.41	1.5

자료 : 일본 후생노동성, 일본 총무성 통계국

- 외국인 노동자 숫자도 백만 명을 초과, 5년 연속 과거 최고치 경신
 - 2017년 10월 기준 1,278,670명으로 전년 대비 18.0% 증가, 한국인은 55,926명으로 6위(전체 4.4%)
 - 한국인은 주로 유통업 및 서비스업, IT업에 종사

일본의 한국 노동자 업종별 취업상황

(단위 : 명, %)

구분	유통업	숙박/식음료 서비스업	정보통신업	위탁파견업	기타서비스업	제조업	교육업	건설업
취업자 수 (비중)	11,705 (20.9)	7,949 (14.2)	7,721 (13.8)	6,479 (13.5)	6,058 (10.8)	5,089 (9.1)	4,723 (8.4)	887 (1.6)

자료 : 일본 후생노동성(외국인고용현황신고 현황)

- 저출산·고령화에 따른 사회구조 변화로, 일본은 경제활성화를 위해 고도전문지식·기술 외국인 취업을 적극 촉진하고 있음
 - 외국인 고용서비스센터를 고도 외국 인재 취업지원 거점으로 삼고 헬로워크*의 전국 네트워크 활용, 기업 매칭부터 정착까지 단계별로 다양한 지원책 제공
 - * 헬로워크: 후생노동성 설치법 제23조에 따라 설치된 공공직업안정소
 - 헬로워크 내 유학생 코너 설치 등을 통해 유학생 취직지원도 강화하고 있음
- 특히, IT, 관광 등 전문기술 분야에서 체류 자격요건 완화 등을 통하여 외국 인재 활로 추진을 추진 중
 - * 2012년 5월 '고도인재 포인트제' 도입, 2015년 4월부터는 고급인재 전문 체류자격 '고급 전문직'을 신설
 - 2019년 4월부터는 일손 부족이 심각한 건설, 농업, 의료 등 5개 업종을 대상으로 하는 새로운 체류자격을 설립할 계획, 지금까지 원칙적으로 인정하지 않았던 단순노동에도 문을 열어 2025년 까지 50만 명의 취업을 목표로 함

협력의제 발굴 및 진출전략

- 일본 정부의 외국 인재 활용 및 한국의 해외 취업지원 정책 추진 협력
 - － 협력을 통해 한국과 일본 정책목표 달성의 시너지 효과 창출이 가능, 양국 정부 협력기반의 다각적 일본 취업 지원이 필요
 - * 2018년 KOTRA 주관 일본 취업박람회(11월, 부산·서울) 개최 시, 일본무역진흥기구(JETRO)가 협력기관으로 참여, 일본 국내 JETRO 지방조직을 활용하여 일본 각지의 다양한 구인처 발굴을 도모
- 일본 취업과정에서 애로 역시 양국 협상을 통한 해소를 도모해야 함

한국인의 일본 취업 시 발생했던 애로사항은?

- 고용하는 기업의 규모·재무상태·업무 내용과 고용된 외국인의 학력·경력 등의 관련성이 낮다고 출입국관리소 담당자가 판단하는 경우, 비자 발급 거절·지연 등의 문제 발생
- 단순 노동업 분야 기업의 경우, '기술·인문지식·국제업무', '기능', '흥행', '교육', '교수', '법률', '의료' 및 기타 취업 가능 체류자격을 보유한 자를 채용할 수 없음

- 중장기적 관점에서 한국 인재의 일본기업 취업 후, '안정적으로 일할 수 있는 환경'을 구축하는 데 협력이 필요
 - － 일본기업은 생산성을 높이고, 한국인 취업자는 안정적인 삶의 기반을 갖출 수 있는 '생활 인프라' 확충
 - * 2018년 7월 각의 결정된 '경제 재정 운영과 개혁의 기본방침 2018'에 근거하여, '외국인 수용 환경 정비에 관한 기획 및 입안 종합 조정'이 법무성 총괄하에 추진될 예정

2018년 취업자 및 구인기업 대상 설문조사 결과(KOTRA 자체조사)

KOTRA를 통해 일본에 취업한 청년 115명	KOTRA 사업에 참가한 일본 구인기업 177명
• 성별 : 남성 59명, 여성 56명 • 나이 : 전체의 73.9% 30대 미만 • 졸업학교 : 전체의 87.3%가 일본에서 학교 경험 전무 • 전공분야 : 어문계 34%, 이공계 39%, 상경계 14%, 사회계 9% 등 • 일본 실력 : 원어민 수준 21.7%, JLPT 1급 65.2%, 2급 8.7%, 3급 4.3% • 일본 취업 만족도 : 매우만족 22%, 다소만족 44%, 보통 24% • 취업 준비기간 : (6개월 미만) 70.2% • 회사유형 : (일본기업) 83.5% • 계약형태 : 정규직 87.6% • 상시고용 : (500명 이상) 50.5%, (100~500명) 31.7% /상장회사 : 69.4%	• 회사 유형 : 일본기업이 92.1% • 한국과의 비즈니스 경험이 없는 기업이 44.1% • 채용목적 : 국적 불문 좋은 인재 채용을 위해 85.3% • 필요스펙 : 일본어(90.4%), 커뮤니케이션 능력(81.9%), 적응력, 타문화 이해, 행동력, 유연성 － 일본어 수준 : JLPT 1급 41.8%, 2급 54.2% • 채용방법 : 합동 설명회 70.6%, 사이트 47.5% • 배치 부서 : 영업 43.5%, 정보시스템 30.5%, 총무 및 관리 25.4% • 채용 시 고민 : 조기퇴직 44.1%, 일본어 부족 33.9% • 한국인재에 대한 만족도 : 70.6%가 만족 • 향후 채용 계획 : 적극적으로 채용 39.5%, 좋은 인재가 있으면 채용 56.5% • 한국 인재에 대한 이미지 : 근면성실, 일본어, 적극성

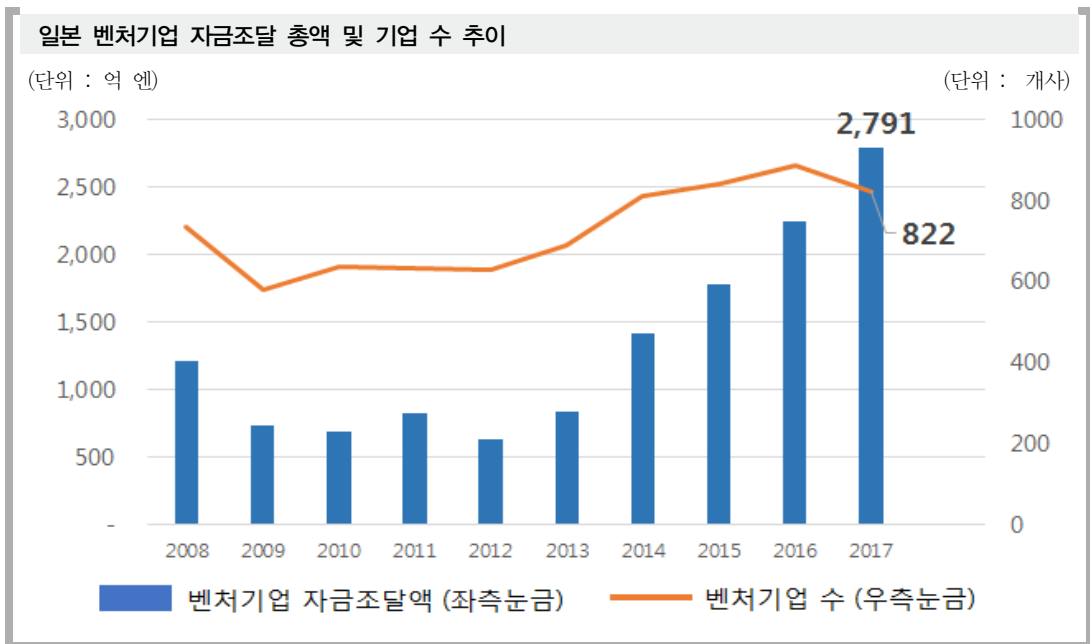
나. '고용창출', '내수기업 수출기업화'를 위한 글로벌 창업

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

- 일본 벤처 붐 및 일본 정부의 적극적인 창업 지원정책, 우리 기업의 일본 시장진출에 기회요인으로 작용 기대
- 글로벌 창업, '고용 창출' 및 '내수기업 수출기업화'를 위한 유효한 수단으로 검토 가능

주요 이슈 및 트렌드

- 일본 벤처시장 활성화로 '제4차 벤처 붐' 도래
 - 2017년 일본 벤처기업의 자금조달 총액은 전년 대비 24.5% 증가한 2,791억 엔으로 역대 최대 규모 기록
 - 벤처기업 1개사당 조달액도 확대 추세로 2012년 대비 약 3배 수준
 - * 벤처기업 'Preferred Networks'(IoT), TOYOTA 등 대기업으로부터 총 128억 엔 투자유치
 - * 2017년 중 10억 엔 이상 자금조달에 성공한 벤처기업은 총 58개사로 역대 최대
 - 여러 업종의 대기업들이 벤처 투자에 적극 나서며 벤처 붐 뒷받침
 - * (IT) 일본 3대 통신회사 중 하나인 KDDI, IoT 플랫폼 벤처기업 매수
 - * (기계) 글로벌 로봇기업 'FANAC', 자율주행 및 공장 자동화 기술보유 벤처기업에 출자
 - * (부동산) 미쓰이부동산, 300억 엔 규모 펀드사업 개시, 자사 운영 빌딩에 오픈이노베이션 지원시설 개소
 - * (미디어) 마이니치신문사, 20억 엔 규모의 벤처펀드 조성



자료 : entrepidia(일본 스타트업 데이터 베이스)

- 일본 정부, 벤처 활성화를 위해 정책적으로 뒷받침
 - 일본 글로벌 스타트업 육성을 위한 정책 방향인 ‘벤처 챌린지 2020’ 수립
 - 산업경쟁력 강화법을 통해 창업을 향상 도모, 특히 지방에서의 창업을 촉진하기 위해 창업 원스톱 상담창구를 각 지자체에 설치
 - 경제산업성, 유니콘 기업 배출을 목표로 벤처기업 1만 개사 중 92개사를 선정하여 지원하는 ‘J-Startup’ 사업 개시(2018년 6월)
 - 수도권과 후쿠오카를 창업 특구로 지정, 규제 완화 및 외국인 창업을 촉진하는 등 외국계 벤처도 환영하는 분위기 형성
- 창업하지 않는 일본인, 진취적인 한국인에게 기회의 시장
 - 일본의 창업 환경은 전 세계 190개국 중 106위에 불과
 - * 월드뱅크 Doing Business 2018 발표 결과, 한국은 9위
 - 보수적인 국민성과 구인난이 맞물려 창업할 동기 부족, 실제 창업 활동률은 2017년 4.68%, 창업 관심도도 12%에 그침

일본 진출전략 및 유망품목

- 일본 크라우드펀딩을 활용한 초기 자금 확보 및 시장진입의 계기를 마련하는 전략 주효
 - 특히, 참신한 아이디어 제품의 경우 일본 시장에서 상품성 확인 및 진출 초기 교두보 마련을 위한 우수한 방법임

일본 내 주요 크라우드펀딩

플랫폼명	특징
Makuake	- 인터넷 광고 대기업 ‘Cyber Agent’가 운영 - 한국 벤처기업의 펀딩 성공사례 다수※
CAMPFIRE	- 일본 크라우드펀딩 중 지원자 수 1위 - 누계 약 50억 엔의 자금조달 성사
미라이쇼핑	- 일본 경제신문사가 운영, 경제 분야에 관심이 많은 독자에 대해 프로젝트를 노출할 수 있는 점이 강점
Countdown	- 일본 유일의 글로벌 펀딩, 영어로도 참가 가능 - 프로젝트에 대해 해외전문가의 조언을 얻을 수 있음
Motion Gallery	- 영화, 예술, 출판 등 크리에이티브 분야 프로젝트 중심의 구입형 크라우드펀딩

※ 일본 크라우드펀딩 Makuake를 통한 한국기업의 펀딩 성공사례
애니렉티브(컴퓨터 주변기기), 목표 금액의 35배인 1,100만 엔 조달 성공
블루필(미니선풍기), 약 7,600만 원의 자금조달, 백화점 및 주요 양판점 입점

- 기술집약적, 제조업 중심의 일본의 산업 구조 특성상 스타트업이 직접 소비자를 확보하는 B2C 사업모델보다는 B2B 창업이 유망

2017년 일본 VC협회 선정 기업가치 상위 스타트업

(단위: 억 엔)

순위	기업명(일본)	사업내용	기업가치(추산)
1	프리퍼드 네트워크	심층학습 산업응용	2326
2	메루카리	플리마켓 앱 운영	1479
3	SanSan	클라우드형 명함관리	505
4	에리파워	리튬이온전지	404
5	후리	중소기업 클라우드 회계	394
6	비즈리치	이직 사이트 운영	338
7	TBM	석회석에서 신소재 개발	292
8	FINC	건강관리서비스	225
9	라쿠스루	인터넷 인쇄, 물류	219
10	포낙크	핵산의약품 개발	217

- 일본 내 최종소비자를 일정 수준 확보하고 있는 기업의 경우 직접 진출을 통해 일본 시장에 진입하는 사례 증가추세
 - ‘수출 후 일본 기업(대리점, 유통상 등)을 통해 일본 고객에게 판매’ 구도로 일정 규모의 실적이 있는 기업에 적용
 - 일본 법인을 설립하여, 해당 법인이 수입상 및 일본 내 판매자 역할을 함으로써 마진 최소화 실현, 특히, 인터넷 통신판매를 통해 판매 가능한 소비재의 경우 유력한 전략
 - 일본 정부 및 지자체의 창업 지원정책을 활용할 경우 효과 배가

해당 모델의 실제 사례

- ① D 사(플라스틱 용기 제조)
화장품, 제약, 생활용품 등 다양한 용도의 플라스틱 용기를 생산, 기존에는 수출 및 일본 기업을 통해 일본 시장에 제품 공급
2018년 일본 법인 설립 후 일본 내 주요 EC 사이트를 통해 엔드유저에게 직접 판매 개시
- ② S사(스포츠용품)
농구 유니폼 전문 제조, 기존에는 EMS를 통해 일본 대리점에 발송 후 개별 소비자에게 판매
2018년 일본 법인설립, 동 법인이 수입처 및 일본 내 판매처 역할을 함으로써 마진 최소화 및 수출실적 창출을 통한 세제 혜택 수혜 등 기대

다. 고령화되는 농촌을 살리기 위한 스마트 농업 도입

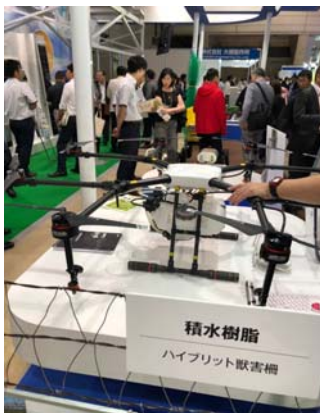
경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

- 일본 농촌도 인력 부족이 심각하여 이를 해결하기 위해 일본 정부는 스마트 농업 제시
- 농업용 IT 솔루션이나 1, 2, 3차 산업을 융합한 6차 산업 등 다양한 분야에서 선진기술 요구

주요 이슈 및 트렌드

- 일본 농촌도 고령화, 도시로의 이주 등으로 인력 부족에 직면해 특히 숙련자가 요구되는 작업이 많은 분야에서는 인력 확보에 난항
 - － 농촌 평균연령이 2015년 기준 67세이며, 차세대 농업 인구는 점차 감소 중
- 일본 정부는 2013년부터 농촌의 스마트 농업 발전방안을 제시함으로써 농촌의 활성화를 도모
 - － ① 대규모 경작 실현, ② 작물의 능력을 최대치로 발현, ③ 힘들고 위험한 작업에서 해방, ④ 누구나 할 수 있는 농업, ⑤ 소비자 등 실수요자에게 안심과 신뢰 제공 등을 모토로 스마트 농업 지원

농약 도포용 드론



AI 센서가 장착된 밤 줍는 기계



LAEVO사의 어시스트 수트



주 : 국제 차세대 농업 EXPO(2018.10, 마쿠하리멧세)

일본 진출전략 및 유망품목

- (농업용 IT 솔루션) 토지에 센서를 부착하여 빅데이터에 근거한 정밀 농업을 실시하는 농가가 증가할 예정이므로 이에 대한 대응 솔루션 유망
 - － 스마트폰이나 태블릿을 사용해 작물의 실적을 입력하고 축적된 작업실적·센서 데이터 등을 분석하여 비용구조를 시스템화
 - － 소비자가 요구하는 작물의 시기 및 수량을 데이터화함으로써 실수요자에게 안심과 신뢰 제공
- (6차 산업) 1, 2, 3차 산업을 융합한 부가가치 창출로 농가의 수입 확대에 기여
 - － 재배한 농산물을 직접 조리해서 제공하는 식당 및 농촌체험과 연계한 농가 등
 - － 일본에서 성공한 사례를 벤치마킹할 수 있도록 농촌 간 자매결연 실시

4 진출 시 유의사항

정치·외교적 이슈	환율 변동위험 주의
■ (현황) - 일본기업과의 거래에서 정치·외교적인 이슈로 인한 한-일 정부 간 관계의 악화는 늘 존재하는 큰 리스크 요인 - 한국기업과의 거래 경험이 없는 일본 바이어의 경우 이러한 리스크를 더욱 크게 느껴서 거래를 피하고자 하는 경향이 있기도 함 ■ (대응전략) ☞ 양국 관계가 악화되더라도 거래에 영향 없다는 점을 설명하는 노력 필요 ☞ 일본기업은 사내에서도 종교, 정치 등 민감한 이슈를 대화 주제로 꺼내지 않는 경향이 있으므로 양국의 민감한 이슈는 주제로 올리지 않는 것이 바람직	■ (현황) - 2012년 100엔 환율은 약 1,500원대였으나 제2차 아베 내각 성립 후 1,000원대까지 엔저가 진행되어옴 - 그러나 미-중 무역마찰 장기화 및 세계 경기 침체 기조에 따라 안전자산 선호 증가로 2020년 엔고 진행 가능성이 있고, 보호무역주의 기조에 따라 환율 변동성 확대 움직임 ■ (대응전략) ☞ 기업 차원에서 환차 헷지 노력이 필요하며, 고정환율 거래의 비중을 늘리거나 환차를 헷지할 수 있는 파생상품 활용 등 고려가 필요

현지 비즈니스 매너	보수적인 상거래 관행 및 신뢰 중시 문화
■ (현황) - 일본 기업인들은 정해진 형식, 예절 등을 중시하는 경향을 보임 - 시간 약속에도 민감한 편이기 때문에 미팅에 늦는 것은 어떤 이유에서도 금물 ■ (대응전략) ☞ 의복, 명함 교환, 자리배치 등 일본식 비즈니스 매너에 주의 ☞ 사전에 약속 시간·장소를 구체적으로 정하고 늦지 않도록 주의	■ (현황) - 일본기업은 의사결정에 있어서 보수적이고 신중한 편이며, 거래처와의 신뢰 관계를 중요시하여 잘 바꾸지 않음 - 이 때문에 실제로 거래를 시작할 때까지 시간이 오래 걸리고, 초기에는 다품종 소량 주문을 하는 경향이 있음 ■ (대응전략) ☞ 보유 인증, 거래 실적(일본 내 다른 기업, 한국 대기업 등)을 제시해 신뢰 구축 ☞ 거래 초기에 적은 수량이나 까다로운 주문 등에도 적극적으로 대응 필요

진입장벽이 높은 시장	현지 법인 설립 시 장벽
■ (현황) - 품목에 따라 일본 국내법상 인증 및 허가가 필요한 경우가 존재(예시) 오미자의 경우 일본에서는 약사법이 적용되어 관련 허가없이 건강식품으로 판매 불가 - 일본은 산업별 협단체가 활발, 이들이 진입장벽 역할을 하는 사례가 존재하는데, 예를 들어 A품목을 일본의 기업에	■ (현황) - 비거주자도 일본에서 법인설립이 가능하지만 실질적으로 비자발급, 은행 계좌개설, 부동산 임차, 휴대폰 개통 등에서 외국인에 대한 상당한 제한 존재 - 최근 일본 젊은 층의 일손 부족 현상이 심각해짐에 따라 인재 채용에 어려움을 겪는 진출 기업 증가

납품하기 위해서는 A품목 제조사 협회 회원사만 가능한 경우가 존재하며, 또한, 해당 협회의 회원사가 되기 위해서는 일본 법인만 자격이 되는 경우 다수

■ (대응전략)

- ☞ 수출하고자 하는 품목의 일본 현지 시장 상황에 대한 충분한 사전 조사가 필요하므로 KOTRA 조사대행 서비스 및 지사화 서비스를 통해 정확한 현지사항 파악 후 진출준비

■ (대응전략)

- ☞ KOTRA 법인설립 지원서비스를 통해 현지 행정서사, 세무사 등 전문가와 사전에 상담하는 것이 중요하며, IT 지원센터, BI와 같은 입주 인프라 시설 활용도 유용하며 현지 인재채용도 KOTRA 서비스 활용 가능

현지관행(거점 확보 필요)	현지관행(결품 주의)
■ (현황) - 현지 거점 부재 시 비즈니스 활동에 제약이 따름 - 유력 인터넷 쇼핑몰 입점, 대(對)고객 A/S가 따르는 제품 및 서비스 관련 계약, 일본 협·단체 가입, 입찰 참여, 지재권 등 각종 판권 거래 등은 일본에 거점이 없을 시 불가능한 경우가 많음 - 법인격이 아닐 경우 은행계좌 개설, 공용차량 리스계약 등 기본적인 조직 운영을 위한 행위로 어려운 사례 다수 ■ (대응전략) ☞ 본격적인 영업활동을 위해서는 법인설립/M&A를 통한 직접진출 검토 필요 ☞ 스타트업 진출의 경우에도 초기부터 일본 법인설립을 염두에 두고 비즈니스 전략 수립 필수	■ (현황) 결품에 인한 거래 취소 - 슈퍼, 양판점과 같이 판매기회가 많은 소매 체인에 있어서는 결품에 대해서 거래기업에 패널티를 적용하는 사례가 많아지고 있으며, 결품 시 경쟁 타사에게 판매 매장을 넘겨거나, 배상 요구하는 일이 발생 ■ (대응전략) ☞ 납기준수는 물론, 불량으로 인한 반품이 없도록 품질에 신경을 써야 하며, 급작스러운 주문에 대비하여 재고 확보, 일본 수입상과의 면밀하게 판매계획을 확인할 필요가 있음

바이어 신용 조사	이메일 해킹·피싱 주의
■ (현황) - 거래금액이 크거나 총대리점 계약 전에 신용조사는 반드시 필요 - 소비자 경우, 경쟁력이 있는 제품이라도 유통망이 적은 바이어나 판매계획이 애매한 바이어 경우 중장기적으로 볼 때 판매기회 손실 우려가 있음 ■ (대응전략) ☞ 재무제표는 쉽게 구할 수 없어, 우선 홈페이지에 있는 자본금, 매출액, 종업원 수, 납품처를 확인해야 하고 정보가 부족할 경우, 한국 내 신용조사 기관을 통해 신용조사 권장 ☞ 한번 노출된 소매가는 쉽게 바꿀 수가 없어 유통망 단계별 수익구조를 예상해서 거래 상대를 선택하는 것이 좋음	■ (현황) 이메일 해킹을 통한 물품대금 편취 - 한국기업을 가장하여 계좌정보의 변경을 알리는 메일이 일본 바이어에게 발송됨 - 바이어는 메일 수신 후 아무런 의심없이 신규계좌의 정보를 요청하고, 말레이시아의 제3 자의 계좌에 물품대금을 2차례에 걸쳐서 송금함 - 대금입금이 안 되는 것을 이상하게 생각한 한국기업이 바이어에 직접 전화통화를 하여 확인한 결과, 한국기업의 메일이 해킹당한 것을 인지함 ■ (대응전략) ☞ 유료 메일 소프트웨어 사용을 검토 ☞ 사내 정보 보안 강화 필요 ☞ 송금 계좌정보가 변경될 경우에는 전화로 확인 실시

식품 상품 수출의 경우 품질 유지에 세심한 주의

■ (현황) 검품에 관한 인식 차이로 구매계약 취소

- 일본기업 H사는 샘플 주문한 고춧가루를 바탕으로 수입 계약
- 1차 수입까지는 문제가 없었으나, 2차 수입 시 맛의 변화와 미세한 모래 혼입으로 인해 계약 취소 요청

■ (대응전략)

- ☞ 고춧가루 경우, 강우량, 일상 조건 등 해마다 일정치 않은 기후변동에도 많은 신경을 써야 하는 관계로 일본 측에서 주문이 들어올 때마다, 바이어에게 샘플 확인을 시키고 맛의 확인을 하는 것을 권장
- ☞ 신뢰에 바탕 한 비즈니스를 중시하는 일본기업은 변화, 변수가 없는 안전거래를 중시하며, 식품의 경우는 안전안심(安全安心)에 대한 소비자의 의식이 높기 때문에 특히, 품질에 철저한 주의를 기울여야 함

첨부 1

수출유망품목(상품)

품목명 1	HS Code	310520(310530)	수입관세율(%)	0
화학비료	수입액(2018/US\$백만)	45(9.5)	대한수입액(2018/US\$백만)	15(7.1)
	선정사유	일본 비료 비용의 60%를 원료비가 차지하며 인산이나 칼륨 등 화학비료 원료 절반 이상을 해외에서 수입		
	시장동향	일본 화학비료 제조 전체 규모는 약 2,300억엔 정도로 200개사 이상의 제조업체가 존재하며, 2017년7월~2018년 6월 1년간 화학비료 출하량은 237만톤으로 전년 대비 1.6%감소		
	경쟁동향	일본 질소비료 전체수입 9.5백만 달러 중 한국산이 7.1백만 달러로 전체 75% 차지했고, 복합비료 역시 44.7백만 달러 중 한국이 15백만 달러로 34%의 비중을 차지해 가장 높음		
	진출방안	일반적으로 일본 전노를 통해 대량 수입, 전노에서 일반 농업 종사자에게 판매하거나 상사 또는, OEM으로 수입해 홈센터 등에 판매하는 루트임. 전문 상사 및 홈센터를 우선적으로 공략할 필요가 있음		
품목명 2	HS Code	854110(854129)	수입관세율(%)	0
파워반도체	수입액(2018/US\$백만)	399(365)	대한수입액(2018/US\$백만)	27(8)
	선정사유	파워 반도체는 IT 전자기기와 전자제품의 전력 효율을 높여주므로 매우 가파르게 성장		
	시장동향	2017년 파워 반도체 시장은 전년 대비 12.2% 성장한 177억엔 규모이고, 2018년도 194억엔으로 전년 대비 9.2% 성장		
	경쟁동향	파워 반도체는 다이오드, 사이리스터, 트랜지스터 등으로 수입되고 있으며 모두 중국에서의 수입이 가장 많고, 한국산은 다이오드 및 사이리스터 항목에서 수입되고 있으며, 고품질 소량생산 시장으로 진입장벽이 높은 시장		
	진출방안	수요처와 함께 제품을 개발하는 경우가 많아 R&D 과제협력 사업 등을 활용하는 것도 고려해볼 수 있음 또한, 반도체 전문 상사를 통하는 것도 방법임		
품목명 3	HS Code	851830	수입관세율(%)	0
무선이어폰	수입액('17/US\$백만)	683	대한수입액('17/US\$백만)	1.95
	선정사유	무선이어폰 시장이 폭발적으로 성장하고 있으며, 국내외 제품들이 활발히 경쟁 중, 음질이나 디자인, 진동 등 부가기능을 더해 점점 가격대가 상승		
	시장동향	중국이 약 88%의 압도적인 비중을 보유하고 있으나, 점차 디자인, 내구성, 부가기능 등을 추구하는 경향이 높아지며 다변화 기회 존재		
	경쟁동향	무선이어폰의 주류인 커널형은 ELECOM 사가 2017년까지 압도적 우위를 차지했으나 점차 축소, 현재 소니, 오디오테크니카 등 상위 6개 기업이 고루 점유하고 있고, 완전 무선형 이어폰은 애플이 에어팟이 압도적		
	진출방안	최근 MS 사에서도 고가의 이어폰을 출시, 음성명령 등을 수행하는 기능을 부가하는 등 고기능제품과 범용 저가제품으로 양분화되고 있으며, 가성비가 좋은 제품은 온라인 유통망 공략 필요		
품목명 4	HS Code	3304	수입관세율(%)	0
남성화장품	수입액(2018/US\$백만)	1,384	대한수입액('16/US\$백만)	221
	선정사유	SNS를 사용하는 10~20대의 젊은 남성의 스킨케어에 대한 관심도 증가 * '인스타바에(SNS사진팔)을 위한 미용 소비 증가 K-뷰티에 대한 일본 소비자의 관심 확대		

	시장동향	일본 남성 스킨케어 시장규모 231억엔(작년 대비4.3%)으로 2020년까지 평균 1.2%씩 236억엔까지 성장 예상		
	경쟁동향	Shiseido, KAO 등 Men's 라인을 확장 중인데, 일본의 남성 화장품시장은 유럽이나 한국같이 활성화되어 있지 않으나, 최근 BULK HOMME같은 남성 화장품 전문업체가 등장하고 있음		
	진출방안	10~20대 남성을 타겟으로 한 O2O, O2M 시장 공략 - 온라인 편집숍 사이트 및 LINE 플랫폼 등 - SNS 입소문 마케팅, 한류 스킨케어 마케팅이 유효		
품목명 5	HS Code	8507.60	수입관세율(%)	0
리튬이온전지	수입액(2018/US\$백만)	1,085	대한수입액('16/US\$백만)	115
	선정사유	2020년 일본 5G 상용화에 따라 웨어러블 단말기, 드론 등 IoT 관련 상품에서의 수요 확대 예상되고, 전기자동차(EV)의 보급의 확대에 따라 차량 탑재용 리튬이온전지 분야의 성장 예상 * 차량 탑재용 전지의 판매액은 2013년 전체 판매액의 43.9%인 1,226억→2017년 63.4%(2,670억)까지 증가		
	시장동향	수입시장 주요 경쟁국은 중국, 미국으로 한국은 전체 수입시장의 12.1%를 차지		
	경쟁동향	파나소닉-도요타 등 배터리 제조업체와 완성차 메이커의 공동 출자회사 설립 등 협력 강화 추세		
	진출방안	JIS 인증 획득 및 LG, 삼성과의 거래 이력 등을 어필하여 일본기업과의 신뢰도 장기구축이 필요하며, 일본 기계상사는 엔드유저의 1차, 2차 벤더를 겸임하는 경우가 많아 기계상사를 통한 진출 유효		
품목명 6	HS Code	1901.90	수입관세율(%)	13.6%~
인스턴트 음식 (HS CODE는 쌀, 밀가루 등을 포함한 식품 조제품 기준)	수입액(2018/US\$백만)	380	대한수입액('16/US\$백만)	69
	선정사유	고령화의 가속화 및 맞벌이 가구의 증가로 간편식에 대한 수요가 증가했고, 제3차 한류 붐으로 한국 식품에 대한 소비자의 긍정적인 이미지가 확대		
	시장동향	2018년 시장규모는 4,903억엔, 2020년까지 5,016억엔 성장 전망 - 건강식, 간편식, 한끼 제품에 대한 수요가 확대 - SNS 매운 식품 열풍으로 매운맛을 살린 제품도 강세		
	경쟁동향	3대 편의점 Seven & I Holdings, Lawson, Family Mart는 Private Brand 및 Premium Brand에 주력		
	진출방안	상사 등 중개업자를 통해서 체인점으로 입점 편의점 유통을 위한 1, 2인 가구용 건강식 외에 재해 비축 용품 타기팅 가능		
품목명 7	HS Code	8480.10	수입관세율(%)	0
금속주조용 주형틀	수입액(2018/US\$백만)	5.5	대한수입액(2018/US\$백만)	1.1
	선정사유	나고야 자동차기술전('19.7월) 및 인사이드 덴소전시상담회('19.9월)에서 바이어의 관심 확인		
	시장동향	미·중 무역분쟁으로 인해 성장세가 주춤하기는 했으나, 2010년부터 생산 확대 거듭하여 리먼 사태 이전과 유사한 수준으로 생산액 확대 중		
	경쟁동향	경쟁사들은 신소재·신기술 통해 경량화·대형화에 힘쓰며 1형 당 부가 가치를 높이는 노력 중		
	진출방안	일본 바이어의 다품종 소량생산, 높은 수준의 정밀도 등 요구에 대한 대응 필요 일본 거래이력이 없다면 특허, ISO 인증 획득 등을 통해 바이어 신뢰도 구축 필요		

품목명 8	HS Code	8708.40	수입관세율(%)	0
기어박스용 부품	수입액(2018/US\$백만)	1,259.6	대한수입액(2018/US\$백만)	61.1
	선정사유	나고야 자동차기술전('19.7월) 및 인사이드 덴소전시상담회('19.9월)에서 바이어의 관심 확인		
	시장동향	최근 일본 자동차업계에서 정밀가공의 외주화가 일반화되면서 우수한 한국 기술에 대한 수요 증가		
	경쟁동향	기존 거래 유지 경향이 강한 편이나, 비용절감·거래선 다변화 위해 글로벌 조달 확대 추세		
	진출방안	차세대 자동차 시장의 경우 친환경·경량화 부품의 수요가 확대될 전망 GP 센터 등 현지거점 활용 통해 가격, 납기 등 바이어 요구에 대한 맞춤형 대응 필요		
품목명 9	HS Code	8708.30	수입관세율(%)	0
제동장치용 부품	수입액(2018/US\$백만)	705.9	대한수입액(2018/US\$백만)	20.0
	선정사유	나고야 자동차기술전('19.7월) 및 인사이드 덴소전시상담회('19.9월)에서 바이어의 관심 확인		
	시장동향	최근 일본 자동차 업계에서 정밀가공의 외주화가 일반화되면서 우수한 한국 기술에 대한 수요 증가		
	경쟁동향	기존 거래 유지 경향이 강한 편이나, 비용절감·거래선 다변화 위해 글로벌 조달 확대 확대 추세		
	진출방안	차세대 자동차 시장의 경우 친환경·경량화 부품의 수요가 확대될 전망 GP 센터 등 현지거점 활용 통해 가격, 납기 등 바이어 요구에 대한 맞춤형 대응 필요		
품목명 10	HS Code	3304.10	수입관세율(%)	0
립메이크업 제품	수입액(2018/US\$백만)	196.7	대한수입액(2018/US\$백만)	22.2
	선정사유	제3 한류 등 10~20대 중심 인기로 인해 2019년 하반기부터 시작된 양국 관계 악화에도 불구하고 대일(對日) 수출액 증가		
	시장동향	인바운드 소비 활성화로 인해 2015년부터 성장세 지속, 올림픽 개최 2020년까지 지속될 것으로 예상		
	경쟁동향	고가격대, 중가격대, 저가격대 시장으로 세분화		
	진출방안	타깃 시장에 따라 가격대, 유통망, 브랜드 아이덴티티 등 설정하여 전략적으로 진출 필요 립틴트 등 한국이 경쟁력 있는 제품을 중심으로 트렌드에 민감한 젊은 세대 공략 필요		
품목명 11	HS Code	0710	수입관세율(%)	0
냉동야채	수입액(2018/US\$백만)	951.9	대한수입액(2018/US\$백만)	0
	선정사유	잇따른 이상 기후로 일본 내 야채 가격 폭등 사례 증가 외식산업 중심으로 수요 증가, 야채 가격의 단기적인 폭등, 조리가 간편한 식재료 선호 등으로 일반 가정용도 성장세		
	시장동향	2017년 최초로 냉동야채 수입량 100만톤 초과, 2018년 105.2만톤으로 역대 최대 수입량 기록 일본 냉동야채 시장규모는 약 2,000억엔 내외, 가정용이 업소용의 55~60% 규모로 추이		
	경쟁동향	중국산이 전체 수입의 약 60% 차지 페루, 에콰도르, 베트남, 칠레 등의 대일(對日) 수출액 증가가 두드러지고 있음		

	진출방안	해당 분야 전문상사 및 OEM 위탁 냉동식품 기업 집중 타겟 일본 내 특정 작물의 가격 폭등 요인을 상시 모니터링		
품목명 12	HS Code	1604.15	수입관세율(%)	9.6
	수입액(2018/US\$백만)	130.3	대한수입액(2018/US\$백만)	0.3
	선정사유	등푸른 생선의 효능이 널리 알려지며 수요 급증 일본 소비자의 건강 지향성 고조 및 조리 간편한 수산물 찾는 수요가 결부 돼 수요 확대 지속 전망		
	시장동향	2018년, 일본에서 가장 대표적인 통조림으로 오랫동안 자리잡아 온 참치 통조림의 시장규모를 최초로 추월 고등어 통조림 판매량 급증에 힘입어 관련 기업들이 두드러진 영업실적 호조세 나타냄		
	경쟁동향	일본 수산물 가공업체 1위 마루하니치로를 비롯 5개사 내외 대기업이 높은 시장 점유율 차지 가격 경쟁보다는 제품 차별화를 통한 경쟁이 이루어지고 있는 것이 특징적 일부 중소기업 제품 및 외국산 제품이 높은 매출액 기록, 수입 대상국은 중국, 태국, 베트남이 총 90% 이상 차지		
	진출방안	수산가공 대기업은 대부분 원재료 어획부터 가공, 판매까지 일괄시행 → 시장개척 여지 거의 없음 편의점 및 대형 소매 점포 등이 자사 PB 제품을 OEM 생산, 일부 해외 기업에 대한 위탁생산 사례도 증가하는 바 집중 타겟 필요		
품목명 13	HS Code	8458.11, 8457.10 등	수입관세율(%)	0
	수입액(2018/US\$백만)	6,004	대한수입액(2018/US\$백만)	324
	선정사유	2020년 이후 4차 산업혁명 및 5G 관련 투자가 본격화, 자동차 분야 관련 신기술 대응 수요 확대, IoT 분야 수요 급증 등 새로운 분야의 자동화 수요가 발생할 것으로 전망		
	시장동향	공작기계 메이커의 경쟁력 요소가 '성능 향상'에서 '공정 집약', '사용자 편의성 제고'로 전환 선진국의 공작기계 수요처는 중소기업을 중심으로 숙련 노동자의 고령화가 빠르게 진행, 이에 대한 솔루션 제공 여부가 공작기계 메이커의 성패를 가름		
	경쟁동향	FANUC, Makita, DMG MORI 등 높은 기술력으로 글로벌 시장에서 위상을 확보한 일본 메이커 다수 포진 한국제품이 강세를 보이는 품목에 있어, 중국, 대만 기업의 약진 두드러짐		
	진출방안	전통적인 공작기계 다수요 분야인 자동차 업계에서는 전기차 및 전기차 부품 분야에 주목할 필요 새로운 타겟 시장 급부상(세일가스 채굴 관련 제품 제조, 인동뼈 생산 가공, 항공기 부품 생산라인 등), 이에 대한 기술적인 대응		

첨부 2

수출유망품목(서비스)

품목명 1		
어학교육	선정사유	일본 문부과학성은 2013년 영어교육 개혁을 실시해 영어교육 조기화, 대학입시제도 개혁을 발표함. 2020년까지 초·고 3학년부터 영어교육을 필수화 하고 5학년부터 정식 교과 예정
	시장동향	어학 비즈니스 시장은 2017년 8,666억엔에서 2018년 8,873억엔으로 성장했고, 특히, 아동 대상 외국어교실 시장(1035억엔) 및 이러닝 분야가 20% 성장
	경쟁동향	인구감소로 학생 수가 줄자 보습학원 등 교육기관에서 영어교육시장 진출이 활발하며, 단말기나 태블릿, 스마트폰 등 IT 기기와 결합한 형태의 교육서비스 多
	진출방안	일본 소비자특성에 맞춰 교육콘텐츠의 현지화 및 차별화 등이 필요하고, 또한, 교육영역인 만큼 신뢰가 매우 중요하므로 해외에서의 실적을 근거로 진출하는 것이 필요하며, 로컬화를 위해 단독진출보다는 로컬기업과 협업을 통한 진출이 유리
품목명 2		
QR코드 결제솔루션	선정사유	방일 외국인 관광객이 급증하고 일본 소비세가 2019년 10월 1일부터 8%에서 10%로 올라감에 따라 캐시리스 결제 환원제도가 시작되었고, 이에 결제 관련 솔루션 시장은 본격적으로 성장할 전망
	시장동향	일본의 QR코드 결제시장은 계속해서 새로운 서비스가 탄생하고 있음. 일본 능률협회 종합연구소에 따르면 2023년 시장규모가 8조엔까지 성장할 것으로 전망하고 있으며, 하쿠호도가 2019년 2월~3월간 조사한 결과에는 모바일 결제 이용한 사람의 비율은 20%, 이중 QR코드 결제가 9%를 차지
	경쟁동향	2019년부터 야후재팬이 합작하여 설립한페이페이가 100억엔 환원 캠페인을 대대적으로 홍보하고 있으며, 이 외에도 메신저 기반으로 꾸준히 성장하고 있는 라인페이와 HR 대기업 리쿠르트를 비롯해 각 유통업체는 각자의 페이서비스를 출시했고, 오리가미페이 및 메루 카이페이 등도 존재함. 다만 세븐엔아이홀딩스에서 출시한 세븐페이가 부정사용 등 보안상의 문제가 발생, 결국 2019년 페이사업을 폐지
	진출방안	페이서비스 자체는 유통, SNS기반 대기업, 포털사이트 등 대기업이 기존의 플랫폼을 활용한 고객확보가 활발한 상황이므로, 보다 안전하게 페이서비스를 제공할 수 있는 관련 솔루션 등을 국내외 실적과 함께 제시하는 것이 필요
품목명 3		
가사대행 IT 솔루션	선정사유	여성의 사회진출 증가, 인구 고령화로 업계 급성장 가사대행업에 취업하는 외국인에 대해 노동 비자 발급 대폭 간소화 등 업계에 대한 규제 완화 움직임
	시장동향	가사대행 시장, 향후 6,000억엔 규모로 성장 전망(경제산업성, 2012년 규모: 1,000억엔) 아베 정권의 '여성 경제 활동 확대추진', '가사 부담 경감' 정책과 연계, 관련 규제 완화 추진
	경쟁동향	가사대행 전문기업 하세가와코산, 자사의 청소대행 프랜차이즈 점포 2배 이상 확대 계획 2014년에 창립된 Casy, 가사대행 업무 위탁 계약직원 수를 현재의 약 3배로 확대 계획 이미 5,000명 이상의 직원을 보유하고 있는 베어즈, 2017년 중 800명 신규 현장직 채용
	진출방안	고객-기업 간 매칭 효율화, 직원 스케줄 중앙 관리, 신규직원에 대한 교육을 위한 어플 개발 등 IT 기술 통한 서비스 고도화 경향 뚜렷 → 이 분야에서 우리기업의 진출이 유망

품목명 4		
원격의료	선정사유	고령화 가속화에 따른 의료서비스의 고도화 수요 확대 의사 부족 및 의료기관의 편제 등 의료 관련 문제에 대한 대책으로 재택치료를 받는 고령자의 증가
	시장동향	원격 의료 시장규모 2020년 200억엔 넘을 것으로 예측 * [2016]130억엔(5.9%) → [2017]148억엔(20.9%) → [2018]177억엔(43.9%) → [2019]200억엔(62.2%) 2020년 5G 상용화 및 2018년 진료보수개정으로 온라인 진료관련법의 논의가 본격화
	경쟁동향	NEC, Softbank등 IT기업과 의료기기업체의 협력이 활발하게 진행중
	진출방안	원격 진료, 원격 화상진료, 원격 병리진단, 원격 건강관리의 4개의 분야에 대한 ICT 기술 제공 - 원격 업무지원시스템, 전자청진기, 스마트안경 등 원격 의료서비스 솔루션 기술 중심
품목명 5		
자율주행 배차 서비스	선정사유	모빌리티 서비스(Mobility as a Service, MaaS)의 시대가 도래할 것으로 예상되면서 새로운 시장에 대한 기대감 상승
	시장동향	전 세계 모빌리티 시장은 2017년 388억 달러에서 2025년 3,584억 달러로 약 10배 성장 전망 (리서치앤마켓 조사 결과)
	경쟁동향	도요타, 닛산, 소프트뱅크, 구글 등 대기업이 2020년대 초반 상용화를 목표로 실증실험 본격화 이에 따라, 요식업, 도소매, 금융 등 다양한 업계에서 협력을 선언하며 해당 시장 파이 확대 중
	진출방안	외국기업은 자본 참여는 어려우나, 서비스 제휴 등 간접적인 방법으로 일본 시장 진입 가능 일본기업과의 파트너십 선제구축 통해 향후 서비스가 본격화되었을 때를 대비하는 것 추천
품목명 6		
가상 유튜버 서비스	선정사유	VR 기술 발전을 통해 등장한 가상(VR) 유튜버는 엔터테인먼트·스마트결제 등과 결합하면서 일본기업들의 새로운 마케팅 수단으로 급부상 중
	시장동향	2018년 등장 당시 1,000여 명이던 일본의 가상 유튜버는 2019년 상반기 기준 8,000명으로 폭증
	경쟁동향	가상 유튜버를 촬영해주는 전문 스타트업도 등장했지만, 보급형 VR기기 및 애플리케이션도 인기
	진출방안	K-Pop, 한류 드라마, 캐릭터 등 한국이 강점을 갖고 있는 문화 콘텐츠의 적극적인 활용 필요
품목명 7		
클라우드 서비스	선정사유	대기업 중심으로 회계/재무 업무용 IT시스템을 자사설비에서 클라우드 서비스로 이전시키는 움직임 활성화 일본기업의 IT보안 강화, 비즈니스의 신속성 향상에 대한 니즈 확대
	시장동향	2023년까지 퍼블릭 클라우드 서비스의 시장규모는 연평균 20% 이상의 성장세를 나타낼 전망 기업이 자사 이용을 목적으로 하는 프라이빗 클라우드 서비스의 성장률은 더욱 가팔라, 2020년에 퍼블릭 클라우드서비스의 시장규모를 능가할 전망
	경쟁동향	글로벌 기업(Amazon, MS, Google 등)이 선행하는 가운데 일본 IT 대기업(Fujitsu, Hitachi, NEC 등)이 각각의 강점 분야에서 고객 획득 추진 이동통신사(Softbank, NTT 등)도 자체 클라우드 서비스 제공에 적극적
	진출방안	기업별로 다양한 클라우드화 로드맵에 대한 포괄적인 대응 필수, 일본 주요 기업과의 협업도 검토 추진 'AI 도입 간편화', '안정성/신뢰성/코스트 최적화' 등이 고객의 서비스 도입 검토 주요 배경으로 이에 대한 우위성 제시 필요

품목명 8		
서비스 포함 고령자용 주택	선정사유	세계 최고 수준의 고령화로 시니어층 대상 서비스 시장 지속 성장 주택 개호, 복지시설에서의 개호 외의 새로운 선택항으로 부유층 고령자를 중심으로 수요 확대
	시장동향	2019년 서비스 포함 고령자용 주택 수는 22만호 이상으로 2013년 대비 2배 이상 증가 특히, 상위 1% 이내 부유층 고객 유치를 위해 서비스 및 건물의 고급화 경향 뚜렷
	경쟁동향	부동산 대기업, 종합건설사, 복지시설 운영 법인 등을 중심으로 개발 프로젝트 다수 진행 최근에는 전기전자, 철도회사 등 이업종 기업의 해당 시장 진입도 두드러지고 있음
	진출방안	현지 거점 보유가 필수로 법인설립 혹은 일본기업 M&A 등 추진 필요 시니어 관련 사업의 경우 지원금, 세금감면 등 각종 공공 정책지원 수혜가 비즈니스 모델 수립에 반영되어야 함

첨부 3 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정)

구분	주요 사업명	일시/장소
소비재	범일본 유력 소비재벤더 逆무역사절단	연 3회/국내 지방
	2020 K-Franchise 대일 진출 로드쇼	1분기/오사카
	K-CON 연계 한류소비재 수출상담회	4월/도쿄
	2020년도 하반기 소비재 통합사절단	10월/도쿄·오사카
	일본 오사카 미용전시회	10.11~13/인텍스 오사카
	한국 유망 패션상품 수출상담회	4분기/서울
소재부품	GP 일본 철도차량 BIG3 조달상담회	1분기/오사카
	2020년도 상반기 소재부품 통합사절단	4월/도쿄·오사카·나고야
	자동차기술전시회 공동관 참가	5월/요코하마
	Denso 핀포인트 상담회 개최	상반기/나고야
	나고야 금형전시회 연계 수출상담회 개최	7월/나고야
	자동차 1차 벤더 수출상담회 개최	10월/나고야
	GP 항공부품 핀포인트 상담회 개최	하반기/나고야
	GP Japan 2019	하반기/도쿄
	일본 오사카 환경전시회 연계 대일 진출 로드쇼	4.22~24/오사카
	일본 오사카 기계요소기술전 단체한국관	10.7~9/인텍스 오사카
의료·바이오	일본 오사카 의료기기 전시회 단체한국관	2.26~28/인텍스 오사카
	2020 스마트헬스케어 수출상담회	6월/오사카
ICT	대전 ICT 사절단	6월/도쿄
건자재	건축자재 전시회 내 한국기업 홍보관 운영	3월/도쿄
투자유치	히로시마복합IR(한일비즈니스교류회in Hiroshima)	1분기/ 히로시마
	토토리복합미니IR(한일비즈니스교류회in Tottori)	2분기/ 토토리
	대한투자유치 국가 IR	2분기/도쿄
	호쿠리쿠 투자자 발굴 로드쇼	2분기/호쿠리쿠
	고베복합IR(한일 비즈니스교류회 in Kobe)	3분기/고베
	에히메복합미니IR(한일비즈니스교류회in Ehime)	4분기/에히메
	지자체 타깃산업 투자유치사절단 추진	연중/나고야
	메가뱅크 협업 한국 투자진출 상담회	매분기/도쿄
스타트업·투자진출	관내 VC·CVC 대상 한국스타트업 피칭	반기 1회/오사카, 교토
	크라우드펀딩 마쿠야케 입점지원 사업	4월/서울
	유망 IT스타트업 일본시장 진출지원	2분기/후쿠오카
	미래자동차 스타트업 피칭 IR	10월/나고야
인재	오사카 한국인재 채용박람회	3월/오사카
	나고야 한국인재 채용 면접회 개최	4월/나고야
	현지 한국인 대상 취업환경 설명회	2분기/도쿄, 요코하마 등
	신규 일본 취업자지원 세미나	2분기/도쿄
	한국인재 채용 세미나	7월/오사카
	2020 K-move Job Fair in Japan	3분기/도쿄
	나고야 한국인재 채용 세미나	3분기/나고야
기타	일본지역 화상상담주간	1분기/온라인

첨부 4 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더

주요 정치 일정

주요 내용	일시(잠정)	비고
입황시의예(立皇嗣の礼)* 왕위 계승자 선언 * 일본 왕실의 의례 중 하나로 皇嗣는 왕위 계승의 제1순위자	2020.4.19	현 일왕의 남동생
도쿄도지사 선거 실시 기한	2020.7.30	

주요 경제·통상 일정

주요 내용	일시(잠정)	비고
미일무역협정 발효	1월 중	미정
2020년 도쿄 올림픽 개최	2020.7.24~8.9	
2020년 도쿄 패럴림픽 개최	2020.8.25~9.6	

유망 전시회 캘린더

산업	품목	전시회명	일시/장소
소비재	코스메틱, 미용기기, 네일 등	일본 오사카 미용 전시회	2020.10.11~13/인텍스 오사카
	임신, 출산, 육아 관련 상품	일본 도쿄 유아아동용품 전시회	2020.7월/빅사이트
소재부품	나노소재, 소자, 시스템	일본 도쿄 국제 나노테크 종합 전시회	2020.1월/빅사이트
	리튬이온전지, 리튬폴리머전지 등	일본 도쿄 이차전지 전시회	2020.2월/빅사이트
	기계, 공장설비·비품 등	일본 오사카 기계요소 기술전	2020.10.7~9/인텍스 오사카
	금형, 금속프레스 등	나고야 금형 전시회	2020.7.15~18/포트멧세나고야
의료·바이오	의료기기 및 복지용품	일본 오사카 의료기기 전시회	2020.2.26~28/인텍스 오사카
	의료기기 및 복지용품	일본 도쿄 의료기기 전시회	2020.10월/마쿠하리멧세
	원료, 완제약품, 의약외품	일본 도쿄 의약품 전시회	2020.11월/마쿠하리멧세

부록

對일본 K패키지(양국 간 상생협력방안)

I. 한-일본 상생협력 필요성과 미래비전

가. 일본의 협력 잠재력과 주요국 협력 현황

일본의 잠재력

- G7의 유일한 아시아 회원국으로 세계 경제와 공급체계에서 주도적인 역할
 - 세계의 제조업을 리드하는 초일류 기업이 다수 존재
 - * '2019년 주요 상품·서비스 점유율 조사(닛케이)'에서 전체 74개 품목에서 미국이 25개, 중국이 10개 품목에서 선두였으며, 일본은 11개 품목에서 선두
- 세계적인 R&D 투자국으로 이노베이션 허브 역할 수행
 - GDP 대비 연구비 비중과 인구 100만 명당 국제 출원 건수가 세계 1위이며, 출원 거주국별 특허 등록 건수도 세계 1위
 - * 특허 출원자의 거주국 : 일본 29.1만 건, 미국 25만 건, 중국 17.6만 건(WIPO)
- 중산층이 두터운 소비시장이며, 절약형 소비와 가치추구형 프리미엄 소비로 이분화
 - 일본 GDP는 미국, 중국에 이어 3위로 1인당 GDP(명목)가 4만 달러를 넘음 새로운 소비층으로 맞벌이 여성, 1인 가구, 고령자 등이 부상

일본의 주요국 협력 현황

- 일본은 경제력과 산업경쟁력을 바탕으로 미국, 중국, 인도 등 주요국과 경제·통상·투자 등 다양한 분야에서 협력 전개

일본의 주요국 협력 현황

주요국	분야와 협력 현황
미국	· (관계) 기본적 가치 및 전략적 이익을 공유하는 동맹국으로 폭넓은 분야에서 협력 · (통상) 미국의 TPP 탈퇴로 양국 간 무역협정 체결이 불투명했으나, 협상을 통해 미일 무역협정의 원칙적 합의를 도출('19.8.25)하고, 미일 무역협정 서명('19.9.25) · (무역) 미국은 일본의 제2 수출국이자(15.47조엔, 2018)이자, 제2 수입국(9.01조엔) · (투자) 일본기업의 대미(對美) 투자는 누적액 기준으로 영국에 이어 제2위(약4,690억 달러('17))
중국	· (관계) 전략적 호혜 관계를 통해, 다양한 분야에서 교류·협력 강화를 추진 · (무역) 중국은 일본의 제1 수출국(15.9조엔, 2018)이자 제1 수입국(19.19조엔) · (투자) 대(對)중국 직접투자는 ('16) 95억 달러 → ('17) 111억 달러 (2018) 108억 달러임
인도	· (관계) 2014년 9월 양국은 '특별전략적 글로벌 파트너십'으로 관계 격상 · (경제) 일-인도 간 경제협력은 확대 경향이나, 양국의 경제규모에 비하면 아직 한정적 - 2018년 일본의 대(對)인도 수출은 1조 2,152억엔이며, 수입은 6,072억엔 - 대인도 직접투자 추이는 ('16) 42억 달러 → ('17) 15억 달러 (2018) 32억 달러

나. 한-일 상생협력 미래 비전 도출

한-일 양국은 수교 후 꾸준한 우호 협력 관계를 기반으로 상호 발전

- 일본은 2065년 우리나라와 국교 정상화 이후 정치·안보, 경제·통상, 문화·인적교류 등 전반적으로 꾸준한 우호 협력 관계 발전을 이뤘은 이웃 국가
 - － 우리나라의 제3위 교역상대국이자, 제2위 대한투자국(2018년 기준)
 - * 2018년도 대일(對日)교역액은 851.3억 달러로, 우리나라의 수출 4위국(305.3억 달러)이자 수입 3위국(546억 달러)
 - * 2018년도 일본의 대한(對韓)투자액은 13.0억 달러이며, 1962년~2018년간 총 누적투자액은 440.4억 달러
- 동북아시아에서 민주주의와 시장경제를 공유하는 유일한 국가로, 상호이해와 신뢰를 기초로 미래지향적인 선린 우호 협력 관계 구축 필요
 - － 이를 위해서는 양국 간 경제협력뿐만 아니라, 인적·문화 교류 등 폭넓은 분야에서 균형되고 더욱 높은 차원의 협력 관계 강화
 - * 2018년도 외국인 입국자 중 일본인의 비중은 중국에 이어 2위(295만 명)이며, 일본 입국자 중 한국인의 비중도 2위(754만 명)임
 - * 2018년 기준 일본 체류 한국인은 약 44만 9천 명이며, 한국 체류 일본인은 약 6만 명

저출산과 고령화, 구인난과 취업난 등 공통 해결과제에 대해 상호보완 가능

- 일본은 저출산으로 노동가능인구 감소와 고령화로 인한 은퇴자 증가로 이중고를 겪고 있으며, 한국은 급속한 고령화와 함께 특히 청년실업률 문제가 심각
 - * 한국, 일본의 2017년 65세 이상 인구구성비 : (한국) 14.0%, (일본) 27.7%
 - * 한국의 2017년 청년(15세~29세) 실업률은 9.8%로 2000년 이래 가장 높은 수준
- 고령화로 헬스케어 등 의료·간병 산업이 ‘성장’과 ‘복지’를 동시에 실현할 수 있는 유망 산업으로 부상
 - * 일본은 공적보험이 잘 갖추어져 있으며, 예방·진단·사후관리까지 맞춤형 건강관리와 같은 공적보험이 적용되지 않는 새로운 분야에서도 비즈니스 기회가 확대
 - * 한국은 원격 의료지원에 필요한 센서 기술 등을 활용한 IT+Health, 정밀의학 분야에서 축적된 경험과 기술 보유

글로벌 가치사슬에서 상호 협력을 통해 경쟁력 강화 및 신산업 육성

- 그간 한-일 양국은 ‘소재·부품(일본) → 제조(한국) → 판매(세계시장)’를 통해 세계 경제의 성장에 기여하며, 글로벌 경쟁력을 강화해옴
 - － 신성장 분야 R&D, 사물인터넷 등 4차 산업혁명 기술 분야, 자동차 산업 제3국 협력 등의 분야에서 폭넓은 협력 기회

II. 주체별 상생협력 과제와 실행방안

가. [G2G] 무역·투자 활성화를 위한 경제협력 기반 강화

① 한·일 FTA 추진과 경제 교류 확대

- (추진배경) 메가 FTA 협상 타결 및 진행에 따른 세계 무역질서 재편과정에서 한일을 포함한 동아시아 경제협력 필요성 대두
 - － 세계적으로 메가 FTA를 통한 권역별 무역질서 개편 진행 중으로 회원국과 비회원국 간의 무역 전환 효과(역내국 간의 관세 철폐로 역외국에서 수입하던 상품이 역내산으로 대체되는 현상) 심화 우려
 - * CPTPP(2018년 12월 발효), 일-EU EPA(2019년 2월 발효), RCEP(진행중)
 - * 과거 멕시코의 경우 일본과 FTA 체결 이후 기존 한국산 타이어 수입을 일본산으로 대체하는 무역 전환 효과 발생으로 국내 수출 타격을 경험
 - － 한국의 CPTPP 참가, 한·중·일 FTA, RCEP 등 동아시아지역 무역협정 추진을 위한 국가 간 협력 노력 필요
- (협력기회) 한·일 FTA 추진을 통한 경제 전반 교류확대로 동아시아 경제통합 기반 조성 및 상호 투자를 통한 산업경쟁력 강화
 - － 역내 소비시장 확대뿐만 아니라 비관세장벽 철폐, 인력이동 등 전반에 걸친 교류를 통한 동북아 경제통합 공감대 확산
 - * RCEP, 한·중·일 FTA 등 동북아 경제협력 움직임 가속화
 - － 치열해지는 국제경쟁 속에서 한·일 양국 서비스 무역·투자 자유화 추진을 통한 기업의 생산 네트워크 효율성 제고 노력 확산
 - * 제3국 공동진출을 위한 한·일 기업 간 협력 사례 증가
- (기대효과) 양국 경제협력을 위한 제도적 기반 마련 및 동반진출을 통한 교역 활성화와 산업역량 강화 계기 마련
 - － 한·일 FTA를 통한 새로운 한·일 경제협력 관계의 제도적 기반 마련 및 동아시아 경제통합 중심국으로서의 위상 확보
 - － 상호투자 확대를 통한 산업 효율화 및 제3시장에서의 경쟁력 강화

② 물류시스템 개선(더블넘버제)을 활용한 전자상거래 활성화

- (추진배경) 한일 간 동일차량운송물류시스템(더블넘버제)활용 및 글로벌 전자상거래(EC) 시장의 확대

더블넘버제

양국의 자동차 번호판을 단 트럭이 양국 국도를 자유롭게 운행할 수 있도록 한 물류 방식으로, 항구에서 컨테이너 상하역 작업이 생략되고, 쾌속 페리에 트럭째로 탑승하여 리드타임(납기) 및 코스트 획기적 절감 가능

- 한일 간 물류협력의 일환으로 현재 자동차 산업에서의 더블넘버제 파일럿 프로젝트가 성공적으로 운영 중
 - * 닛산자동차규슈, 2013년부터 한국의 르노삼성 계열 Tier1 약 35개사로부터 더블넘버제 활용한 밀크런(순회집하) 방식 부품조달 스타트
- 온라인을 통한 글로벌 전자상거래 시장의 폭발적 성장
 - * 온라인을 통한 B2C 시장규모는 매년 최대 27% 성장하여 2020년 최소 1조 달러로 성장, B2B 시장의 경우 2020년까지 6조 7,000억 달러로 성장 전망(프로스트앤설리반)

○ (협력기회) 더블넘버제의 전자상거래 분야로의 확대 적용

- 양국 간 더블넘버제 확대 시행 통한 물류·통관 간소화를 바탕으로 다양한 분야의 전자상거래 유통과정에서의 물류연계 확대
 - * 닛산, 한·일간 더블넘버제 통해 납기(40일 → 6일) 단축 및 비용 절감(약 40%)에 성공. 한국 부품기업은 대일 수출기회 확대되어 상호 윈-윈한 사례
 - * 식품, 일용잡화 등 유통소비재 분야에서도 활용 가능
- 한일 양국의 업종 간 보관, 운반, 배송 등 다양한 협업 가능
 - * 일본의 EC(아마존, 라쿠텐), 운송(사가와 등), 유통(7&i, 로손) 업계 간 협업 활성화
 - * 한국의 경우 소셜커머스를 중심으로 유통업종, 물류업종 간 연계 강화

○ (기대효과) 양국 간 물류장벽을 낮추어 양국 간 소비재 및 전자상거래 분야 교역 확대에 기여

- 기존 제조업 분야에서의 물류협력을 넘어 전자상거래를 통한 유통 소비재 교역 확대로 양국 소비시장 활성화에 기여
- 양국 간 성공적인 물류협력 체제구축 성공 시, 향후 중국까지 아우르는 동북아 물류 자유화로 연결 가능
 - * 닛산 자동차 규슈 중국과도 더블넘버제 도입('15.10.2), 한중일 트리플넘버제로 확대 가능

나. [B2B] 양국 기업 간 산업·제3국 협력 확대

① 로봇 산업 협력 강화

- (추진배경) 로봇 산업은 저출산 고령화 가속에 따른 노동력 부족해결을 위한 대안으로 부각
 - 현재 일본은 저출산으로 인해 노동가능인구가 지속적으로 감소하고, 고령화로 인한 은퇴자 증가로 이중고를 겪고 있으며, 이미 건설·서비스 등 다양한 분야에서 노동력 부족 문제가 심각
 - * 한국, 일본의 2017년 65세 이상 인구구성비는 2010년 대비 각 4.0%p, 4.7%p 증가
 - * 한국 : 10.0%(2010) → 14.0%(2017), 일본: 23.0%(2010) → 27.7%(2017)

- 또한, 고령자 친화적 사회 인프라를 구축하기 위해 로봇 활용 서비스에 대한 기대가 높아지고 있음

* 일본 서비스 로봇 시장 전망 : 600억엔(2014) → 10,241억엔(2020)

○ **(협력기회)** 로봇 산업을 통한 노동력 문제 해결 노력

- 일본은 노동력 부족 및 고위험 산업현장에서의 점검 수단으로 로봇 활용을 모색하고 있으며, 규제를 완화하는 한편, 커피전문점이나 호텔, 은행에서도 로봇을 도입하기 시작

* 2017년 미래투자전략에서 2020년까지 로봇 시장을 제조업 분야는 2015년의 약 2배, 서비스 분야는 10배로 확대하여 총 2조 4천억엔 시장으로 육성할 것을 발표

- 한국의 경우 제조업 혁신 3.0을 통하여 로봇을 활용한 스마트 공장 확산 등 산업혁신 정책을 추진 중

* 스마트 공장 1만 개 확산, 융합 신산업 조기 창출 등 추진 중

○ **(기대효과)** 한·일 로봇 사업 활성화 및 상호시장 진출 기회 확대

- 상호 기술협력 등을 통하여 제조업, 건설업뿐만 아니라 간병 및 의료서비스 제공 등 다방면에 서의 로봇 산업 활성화
- 한편, 한·일 기술교류 확대를 통한 산업협력은 고용창출과 투자 확대를 유발할 것으로 기대

② 의료·간병 산업 협력 강화

○ **(추진배경)** 의료·간병 산업은 한·일 양국이 공통적으로 직면한 저출산·고령화 사회에서 ‘성장’과 ‘복지’를 동시에 실현할 수 있는 유망 산업

- 일본의 의료·간병 산업의 성장전략은 의약품·의료기기·재생의료 관련 산업육성, R&D 집중화*, 헬스케어 시장 육성 등을 통한 글로벌화가 궁극적인 목표

* 의약품·의료기기·재생의료 관련 산업 육성을 위해 최첨단 신속 평가제도를 도입, 의료 분야의 R&D 기능을 총괄하는 일본판 NIH(National Institutes of Health, 미국국립위생연구소)로서 일본의료연구개발 기구(AMED)를 설립

○ **(협력 기회)** 의료·간병 산업은 BT 기술과 ICT 융합기술의 발전으로 산업영역이 크게 확대되면서 상호 협력 기회가 증가할 전망

- 일본의 경우, 기존에 공적보험이 적용되는 의료·간병 서비스뿐만 아니라 운동·돌봄 지원, 예방·진단·사후관리까지 맞춤형 건강관리와 같은 공적보험이 적용되지 않는 새로운 분야에서도 비즈니스 기회가 확대
- 한국은 원격 의료지원에 필요한 센서 기술 등을 활용한 IT-Health, 정밀의학 분야에서 축적된 경험과 기술을 보유

○ **(기대 효과)** 한·일 양국 간 포괄적인 협력체계 구축을 통해 의료산업의 해외 공동진출을 위한 장기적 협력방안 강구

- 한·일 양국은 고령친화 산업의 상호 인허가 승인절차, 바이어 및 시장정보 데이터베이스를 구축하여 상호 간 데이터 호환을 위한 협력을 주도할 필요
- 의료산업 분야에서 한·일 공동 협력 체제를 발판으로 아시아 주요국의 고령화*에 대응한 역내 의료·간병 서비스의 진출 가능성을 모색
- * 아시아 역내 고소득 고령자 수(연간 3만5천 달러 이상의 소득을 가진 65세 이상의 고령자)는 2020년 기준으로 중국(4천만 명), 태국(216만 명), 인도네시아(175만 명), 말레이시아(137만 명) 순으로 추정(미즈호은행)

③ (신산업) 사물인터넷의 확산과 상호 협력

○ (추진배경) 사물인터넷의 폭발적 확대 전망

- 日 총무성은 2017년 정보통신백서에서 IoT의 폭발적 증가를 전망
- * 인터넷에 연결되는 사물수가 2017년 270억 대에서 2020년 약 400억 대로 확대될 것으로 추산
- IoT 분야는 양국이 선도하고 있는 자동차 분야와 산업 자동화, 에너지, 의료 등의 분야에서 성장이 두드러질 전망
- * 경제산업성과 총무성은 2015년 10월 'IoT추진 컨소시엄'을 설립, IoT에 관한 기술개발·실증 및 IoT에 관한 프로젝트의 창출과 그에 필요한 규제개혁에 관한 검토 등을 진행 중

○ (협력기회) 한·일 양국의 신산업 성장전략을 통해 투자 확대 전망

- 日 정부는 2017년 미래투자전략을 발표, IoT·빅데이터·인공지능·로봇 등으로 대표되는 4차 산업혁명 활용하여 다양한 사회문제를 해결하는 'Society 5.0' 실현을 강조
- 한국의 경우, '사람 중심의 4차 산업혁명 대응계획(2017)'에 따라 경제·사회의 구조적 과제 해결을 위한 성장 기회로 활용
- 5G 이동통신 기술 상용화를 위한 양국 기업들의 표준화 노력
- * 일본은 2019년 9월 럭비 월드컵에 맞춰 NTT docomo에서 사전 서비스 개시, 도쿄올림픽이 개최될 2020년에 맞추어 통신 대기업 NTT도코모, KDDI, 소프트뱅크 3사가 상용화를 계획
- * 한국의 경우, 2019년 4월 3일 23시에 SKT, KT, LG U+ 이동통신 3사가 상용화를 개시

○ (기대효과) 상호협력을 통하여 전반적인 산업 생산성 향상 및 효율화, 개인을 대상으로 하는 IoT 분야에서 신규 먹거리 창출 기대

- IoT화를 통한 제조업 효율화(수요예측, 가동률 모니터링 등)와 사회 인프라(도로교통망, 물류 시스템 등)의 안전성 및 효율성 향상
- 5G 상용화 및 확산을 대비한 국제표준 공동 준비와 개인 대상 IoT 서비스 도입을 통하여 전자·통신 산업의 신규 먹거리 창출
- * NFC 통신 활용 결제 시스템, 소매유통정보 제공 IT 서비스 등 서비스 산업

4 스마트 농업 분야 협력

- (추진배경) 고령화와 도시·농촌 간 소득 격차, 다자간 무역협정에 따른 통상환경변화로 농업 경쟁 심화
 - 현재 양국은 급속한 고령화가 진행되고 있는 상황이며, 특히 농업 분야에서 후계자 문제가 심각
 - * 한국과 일본의 농업 종사자 평균연령은 각각 65.6세(경영주 평균, 관세청 농림어업조사 2015), 67.0세임 (2015년 농림수산업 조사)
 - CPTPP, FTA 타결에 따른 농산물 시장 개방은 값싼 해외 농산물의 수입 증가를 야기하여 농가 경쟁이 심화될 전망
- (협력기회) 고령화에 따른 노동력 부족 문제 해결과 고부가가치 농산품 생산, 해외 판로 개척 등 농업 경쟁력 향상
 - 일본 정부는 스마트 농업을 통해 농업 종사자의 고령화에 대응, 농산물의 생산에서 판매까지 첨단기술을 활용하여 농작물의 품질 향상 및 생산비용 절감 도모
 - 한국은 정책 추진과제 중 하나로 ‘농림축산업의 미래 성장산업화’를 선정하여 농업과 과학기술 간의 융·복합을 통한 노력 강화
 - 양국의 스마트 농업 추진으로 농업 클라우드, 판매지원 솔루션, 경영 지원 솔루션 등 스마트 농업 관련 기술 교류 기회 다대
 - * 일본에서는 스마트 농업 추진에 따라 NEC, 후지쯔 등 기업의 농업 진출 확대 추세
 - * SK는 세종창조경제혁신센터를 개소하여 스마트팜, 창조형 두레농장 등 新농사직설 시범사업 운영
- (기대효과) 농촌 지역 고령화 극복과 경쟁력 있는 농가 육성 및 상호 교류 활성화
 - 스마트 농업을 통하여 한일 양국이 공통으로 겪고 있는 농촌 지역 고령화와 1차 산업 경쟁력 약화 문제를 동시에 해결
 - 일본의 선진 영농기법과 한국의 ICT 기술 융합을 통한 한일 양국의 스마트 농업 추진 가속화 및 국가 간·산업 간 교차 교류 확대

5 신성장산업 분야의 R&D 협력기반 강화

- (추진배경) 일본은 과학기술혁신을 위한 구조개혁의 일환으로서 지마에주의(自前主義)*에서 개방형 혁신(Open Innovation)으로의 전환을 강조
 - * 제조 메이커 등이 외부 기술개발 위탁·발주 등은 이용하지 않고 자사 내 자원·기술만을 활용하여 연구개발 또는 사업전개
 - 자사기술을 선호하고 우선시하는 지마에주의는 일본기업뿐만 아니라 국가 전체적으로 나타나며, 혁신창출을 저해하는 요인으로 지목
 - * 일본기업의 출처별 연구개발 투자에서 자사가 차지하는 비율은 61.4%로 압도적으로 높은 편임
 - 개방형 혁신은 조직 내부의 혁신을 촉진하기 위해 내·외부 간 기술, 아이디어 등 자원의 유출입을 적극 활용하여 혁신을 창출

- **(협력기회)** 한일 양국은 연구개발의 투자 효율성을 제고하기 위한 방안으로서 개방형 연구개발의 필요성에 대한 공감대가 확산
 - 양국은 전산업 보유형(Full Set) 경제구조로서 산업간 중복과 과잉 투자 유발로 기존 산업의 경쟁이 치열하다는 제약요인이 존재
 - * 주요국별 기업 연구개발의 외국재원 비중(OECD, 2015년)을 보면, 일본이 36위(0.5%), 한국이 37위(0.2%)로 양국 모두 여타 선진국보다 현저히 낮은 수준임
 - 일본은 높은 과학경쟁력에 비해 R&D의 제품화·사업화 등을 포함한 기술경쟁력이 떨어지는 반면, 한국은 상대적으로 과학경쟁력보다 기술경쟁력이 높은 것으로 평가
 - 양국이 정책적으로 육성을 추진하고 있는 신성장산업 분야, 특히, 그린자동차, 태양광 등의 분야에서 기술협력이 가능할 것으로 예상
 - 한일 기술협력 확대를 위해 유레카(UREKA)를 벤치마킹하여 한일 R&D 협력 플랫폼 창설과 공동 프로젝트의 기회 확대가 필요
 - * 유레카는 1985년 발족한 EU의 상용화 기술 중심의 산업 기술개발 플랫폼으로 중소기업을 대상으로 하고 있음
 - * 한국은 2009년 유레카 준회원국으로 가입, 한·유럽 기업 간 기술협력 주선, 전략분야 기술세미나 개최, 기업 간 공동 R&D 과제 발굴 등 R&D 협력의 장으로 활용
- **(기대효과)** 일본과 한국의 연구기관, 대학 간 협력 네트워크 구축, 민간주도형 R&D 협력 촉진, 한일 공동 투자펀드 조성이 가능

6 자동차 산업 제3국 협력 확대

- **(추진배경)** 일본 주요 완성차 해외 현지생산 확대
 - 일본 국내시장 축소, 해외시장 경쟁우위 확보 등을 겨냥한 일본 주요 완성차 메이커들의 해외 생산이 급속히 확대되는 추세
 - * 일본 완성차 해외 생산 : (2009) 1,018만 대 → (2013) 1,676만 대 → (2017) 1,974만 대
 - * 주요국 일본 완성차 공장 수(2017) : (아시아) 중국(23), 태국(15) 인도네시아(15), 인도(12) / (미주) 미국(14), 멕시코(7) / (유럽) 러시아(6), 터키(4)
 - 이에 따른 일본 완성차 메이커들의 해외직접 조달 수요가 많이 발생하고 있으며, 안정적인 공급을 위해 해당 국가에 생산거점을 기보유한 업체를 선호하는 경향이 있음
- **(협력기회)** 한·일 양국 자동차부품 기업 제3국의 공동진출
 - 제3국 진출에는 막대한 투자비용이 발생하는데, 이미 현지에 생산시설을 보유한 한국기업과 일본 완성차기업에 제품을 공급 중인 일본 부품기업의 공동진출 수요 발생 가능성 다대
 - 전략적으로 양국 간 협력 수요를 발굴, 정부 차원의 다양한 지원을 통해 양국 자동차부품 기업의 현지진출 연착륙 및 수익 확대 가능
 - * GP ASIA 2018(2018.6, 방콕) : 아세안, 일본, 서남아 3개 지역 협업, 제3국 진출 일본 기업과 한국 기업 간 현지 거래 가능성 타진

* 나고야 GP센터 입주 IA社(도어 센서), 나고야 소재 자동차부품 1차 벤더 A사 본사와의 협력을 통해 A사의 중국 공장 납품 협의 중.

○ **(기대효과)** 우리 자동차부품기업 해외진출 확대 및 납품선 다양화

- 양국 기업 협력을 통한 제3국 진출을 통해, 국내완성차 기업에의 납품 의존도를 줄이고, 공급망 다양화를 통한 세계시장 진출 기반 확립
- * KOTRA GP/ KAPP 사업 톨을 이용한 자동차 부품 사업 지원 강화
- 엔저에 대응한 한국기업의 수출경쟁력 강화

7 아시아 역내 인프라 투자진출 협력 강화

○ **(추진배경)** 2015년 12월 AEC 출범에 따른 아시아 지역 인프라 투자 증대 기대감 확산. ADB를 통한 아시아 지역 ODA 확대 전망

- 아베 정부, 아시아에서 질 높은 수준의 인프라 투자를 강조
- * 일본 정부는 2020년 인프라 수출액 30조엔 달성을 목표로 설정. 2016년 기준 약 21조엔 수주
- 한국의 경우 정부 연구 용역조사를 적극적으로 전개하며 아세안 인프라 사업 계획 단계부터 적극적인 참여 의지표명
- * 해양수산부는 2015년 메콩강 유역의 내륙수로 운송연구 용역 착수. 향후 사업화 연계를 위한 노력 병행

○ **(협력기회)** 아시아 역내 인프라 수요 증가, 일본의 자금력과 한국의 우수한 설계 시공 능력이 결합되어 시너지를 창출

- 아세안 국가들의 경우 지속적인 성장을 위한 인프라 설비 강화가 절실한 상황으로 일본은 적극적인 지원 의사를 표명
- * 일본 경단련은 '17.7.25 아시아 경제단체들과 '제8회 아시아 비즈니스 서밋' 개최하고, 민간 협력을 통한 인프라 프로젝트 추진 강화 등을 골자로 하는 공동성명 발표
- 아세안 지역에 막대한 ODA 자금 공급이 전망되는 상황으로, 프로젝트를 진행할 수 있는 경험과 기술이 풍부한 한국기업은 기존 주력 시장인 중동 이외의 아세안의 신시장 개척 가능성 유망
- * 한국 EPC분야의 경우 ① 높은 프로젝트 매니지먼트 능력, ② 다양한 국가 및 환경에서의 경험, ③ 빠른 의사결정과 추진력을 보유

○ **(기대효과)** 양국 협력을 통해, 대규모 인프라 프로젝트 추진을 위한 자금조달력을 확보하고 동시에 금융 리스크 분산을 실현

- 기술·운영 분야 상호보완을 통한 국제 프로젝트 시장에서의 경쟁력 제고와 마케팅 역량 강화

8 문화·콘텐츠 산업의 제3국 시장 공동 진출

○ **(추진배경)** 한-일 문화·콘텐츠 업계의 해외진출 필요성 대두

- 제조업 대비 상대적으로 미비하였던 서비스 산업 해외진출에 대한 관심이 증대되어 한·일 양국 정부는 내수 위주였던 서비스 산업의 해외진출 필요성 및 육성

- 게임, 캐릭터, 애니메이션 기업은 대부분 독자적인 해외 유통망 구축이 어려운 소규모 기업들이기에 양국의 세계시장 공동진출 플랫폼 마련 및 지적재산권 보호를 위한 공동전략 등 필요
 - * 개별기업들의 수동적이고 분산된 저작권 관리에 따른 진출전략 수립의 어려움과 불법 콘텐츠 만연에 대한 체계적인 대책 곤란
- (협력기회) 한·일 정부의 정책적 지원 하에 양국의 문화·콘텐츠 기업 간 협력을 통한 세계시장 공동진출
 - 양국 정부의 문화·콘텐츠 분야의 투자 지원 강화
 - * 문체부, 2018년 콘텐츠 산업 투융자 금융 지원 확대(2017년 대비 80억 원 증가), 해외 시장개척 지원 강화(2017년 대비 31억 원 증가) 등 예산 반영
 - * 일본은 관민 펀드인 해외수요개척지원기구(Cool Japan Fund)를 설립(2013년 11월), '일본의 매력' 사업화와 해외수요 획득을 목표로 미디어·콘텐츠, 음식·서비스, 패션·라이프 스타일 분야 육성 지원, 출자금은 2019년 9월 현재 863억엔(정부 756억엔, 민간 107억엔)
 - 한국은 일본 캐릭터의 인지도를 활용해 사업영역을 확장, 일본은 보유하고 있는 캐릭터의 인지도 상승 및 관련 라이선스 등을 통한 수익 향상 기회 확보
 - 체계적인 콘텐츠 저작권 관리 시스템을 공동 구축하여, 양국 협력 기반 불법 콘텐츠 대응 전략 마련
- (기대효과) 문화·콘텐츠 산업 경쟁력 확보 및 수출 확대
 - 한·일 협력을 바탕으로 포화 상태인 양국의 문화·콘텐츠 내수 시장을 탈피, 본격적인 세계시장 진출 기반 마련
 - * 글로벌 수출지원 체계 구축 및 지원 강화를 위한 플랫폼 구축
 - 저작권 관련 공동대응을 통한 양국 기업의 지식재산권 보호 강화

다. [국민] 인적 교류 확대

인적 교류 확대로 취업난·구인난 극복

- (추진배경) 일본의 노동력 부족과 한국의 청년실업 문제에 대한 협력 필요성
 - 일본은 고령화에 따른 생산가능 인구 감소와 기업의 글로벌 진출 확대를 위하여 다양한 문화적 경험을 가진 해외인력 채용 노력 증대
 - * 일본 내 외국인노동자 수(명) : 907,896(2015) → 1,083,769(2016) → 1,278,670명(2017) → 1,460,463명(2018년)
 - 한국의 경우, 특히 청년의 실업이 심각한 사회문제로 대두
 - * 2017년 청년실업률 9.9%로 '99년 8월 10.7% 이후 18년 만에 최고 수준. 2018년 청년실업률은 9.5%로 다소 완화
- (협력기회) 일본 정부의 외국인 인재 활용정책 및 체류자격 신설

- 일본은 외국 인재 체류자격 신설, 외국인 기능실습제도 확충 등 외국 인재 도입을 위해 노력 중. 외국인 고용서비스센터에서는 외국인 유학생에 대한 취업지원을 실시. 각 지방정부도 해외 인재 도입에 보다 적극적으로 나서고 있음
 - * 일본판 고도 인재 그린카드 : 영주권 취득을 위한 최소 체류기간을 1년으로 단축(2017년 3월 시행)
- 한국의 경우, 실업난 해소를 위해 K-Move 국정과제를 추진하고 있으며 산업인력공단 등을 통하여 다양한 해외취업 지원제도를 운영 중
 - * K-move를 통한 일본 취업현황(명) : 632(2015) → 1,103(2016) → 1,427(2017)
- 양국 간 원활한 인력교류를 위한 전문자격증 상호인증 범위 확대
 - * 한일 양국은 한일 IT 기술자격 상호인증을 시행 중으로 한국 자격취득자는 컴퓨터 분야 비전공자라도 취업비자 발급조건 충족 시 일본 취업 가능
- (기대효과) 산업경쟁력 강화와 청년실업 문제 동시 해결
 - 일본기업의 경우 저출산·고령화에 따른 심각한 인력난 해소와 동시에 해외진출을 위한 글로벌 인재 확보를 통해 국제경쟁력 향상
 - 한국은 사회적으로 심각한 청년실업 문제를 해소하고 인력 교류를 통한 한·일 상호 이해 발판 마련

Ⅲ. 향후 對일본 K패키지 실행체계(안)

주요 협력 분야별 기회 및 Key Player 리스트

구분	협력방안	분야	관련 협력 기회	
			참여주체 (한국)	참여주체 (일본)
			관련기관 (한국)	관련기관 (일본)
			세부 추진 내용	
[G2G]				
1	한·일 FTA 추진과 경제 교류 확대	통상	산업통상자원부	외무성
			KOTRA, 한일경제협회	JETRO, 일한경제협회
			한·일 FTA, 한국의 TPP 참가, 한·중·일 FTA, RECP 등 정부 차원의 제도적 기반조성 활동	
2	물류시스템 개선 (더블넘버제)을 활용한 전자상거래 활성화	물류·유통	국토교통부, 관세청	국토교통성, 관세청
			KOTRA	아마존, 라쿠텐, 운송사 등
			더블넘버제의 전자상거래 분야로의 확대 적용. 물류·통관 간소화	
[B2B]				
3	로봇산업 협력 강화	로봇	산업통상자원부, 중소벤처기업부	경제산업성
			KOTRA	FANUC, YASKAWA, Nabtesco 등
			한·일 기술교류 확대를 통한 미래 산업 육성	
4	의료·간병 산업 협력 강화	의료·간병	보건복지부	후생노동성
			첨단의료산업진흥재단, KOTRA	의약품의료기기종합기구(PMDA)
			저출산·고령화라는 사회과제를 '성장'과 '복지'를 위한 유망 산업화	
5	사물인터넷의 경제 전반 확산	IoT	과학기술정보통신부	경제산업성, 총무성
			KOTRA	통신 대기업 등
			IoT화를 통한 제조업 효율화와 사회 인프라의 안정성 및 효율성 향상	
6	스마트 농업 분야 협력	농업	농림축산식품부	농림수산업성
			aT, SK 등	NEC, 후지쯔 등
			농업과 과학기술 간 융·복합을 통해 농림축산업의 미래 성장산업화	
7	신성장산업 분야의 R&D 협력기반 강화	R&D	기업, 연구기관, 대학	기업, 연구기관, 대학
			한일산업기술협력재단, KOTRA	일한산업기술협력재단, JETRO
			미래차, 태양광 에너지 등 신성장 분야 기술 협력 강화	
8	자동차 산업 제3국 협력 확대	자동차	자동차부품 1·2차 벤더	도요타, 닛산, 혼다 등
			KOTRA	완성차 메이커 및 1차 벤더
			일본 자동차 기업의 글로벌 공급망에 진입, 납품선 다양화	
9	아시아 역내 인프라 투자진출 협력 강화	인프라	기획재정부, 외교부, 산업통상자원부	외무성
			KOTRA, 수출입은행, 한국플랜트산업협회	JICA, 일본 종합상사 등
			일본의 자금력과 한국의 우수한 설계·시공 능력을 결합하여 시너지 창출	
10	문화·콘텐츠 산업의 제3국 시장 공동 진출	문화·콘텐츠	문화체육관광부, 산업통상자원부	경제산업성
			KOTRA	Cool Japan Fund
			한·일 양국의 문화·콘텐츠 기업 간 협력을 통한 세계시장 공동 진출	
[국민]				
11	인적교류 확대로 취업난·구인난 극복	인재교류	고용노동부, 외교부	후생노동성, 법무성
			한국산업인력공단, KOTRA	JETRO, 일본 대중소 기업
			일본에 한국 청년 인재를 소개하는 프로그램 운용, 정착 지원	



작성자

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	최형권	차장	일본지역본부	81-3-3214-7073	hkchoi@kotra.or.kr
2	강민정	차장	도쿄무역관	81-3-3214-7043	oasis@kotra.or.kr
3	조은지	과장	오사카무역관	81-6-6262-8015	ej.jo@kotra.or.kr
4	김지혜	과장	나고야무역관	81-52-561-3936	jhyekim@kotra.or.kr
5	고충성	차장	후쿠오카무역관	81-92-473-2005	rosier5489@kotra.or.kr

KOTRA자료 20-025

2020 권역별 진출전략 **일본**

발 행 인 권평오
 발 행 처 KOTRA
 발 행 일 2020년 1월
 주 소 서울시 서초구 헌릉로 13
 {06792}
 전 화 02) 1600-7119(대표)
 홈 페이지 www.kotra.or.kr
 문 의 처 경제협력총괄팀
 {02-3460-7689}
 I S B N 979-11-6490-171-5{95320}

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.
 이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

