

기획조사 06-059

부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



기획조사 06-059

부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안

- 251개 일본 수입상 모니터링 조사 -

kotra

일본지역본부

목 차

◇ 조사실시개요	3
----------------	---

◇ 조사결과 요약	5
-----------------	---

◇ 조사결과 상세분석

1. 유효 표본기업 특성 및 對韓비즈니스 밀접성	14
2. 수입시 주요고려항목 및 한국제품 · 기업만족도 ...	19
2-1. 산업별 · 항목별 한국제품 · 기업만족도	21
3. 향후 한국의 경쟁대상국	27
4. 한국 · 일본 · 경쟁국기업의 경쟁동향	31
5. 한국제품 · 기업의 개선 필요분야	36
6. 對韓 거래확대전망, 향후 한국산 경쟁력 향방	39
7. 對韓 비즈니스 애로사항	44
8. 원화절상에 따른 비용부담교섭에 대한 의견	46

<첨부>

■ 분야별 시장동향	48
■ 설문서	63

조사 실시 개요

1. 조사 목적

- 대일역조의 주원인이 되고 있는 부품소재분야('05년 기준 전체수입의 56.6%)의 한국산 수입상을 대상으로 한국산부품(제품)에 대한 이미지를 조사, 한국산부품의 일본시장에서의 위치를 파악하고 한국기업의 대일 비즈니스태도에 대한 일본기업의 평가를 분석하여 일본시장 진출을 위한 한국기업의 전략수립에 기여코자 함

2. 조사개요

- 조사대상 : 조사 대상 분야에서 한국으로부터 수입중이거나 과거 수입경험이 있는 일본의 수입상
- 조사방법 : 앙케이트 조사, 통계분석을 통한 조사
 - 앙케이트 설계배포, 수거, 보완조사 : 2006. 6.1 ~ 7.30
 - 설문데이터 통계분석 및 보고서 작성 : 2006. 8. 1 ~ 10.13
- 조사항목
 - 기업개요 (업종, 연평균수입액, 주요수입국 등)
 - 한국산부품, 기업에 대한 전반적 평가
 - ▶ 무역거래의 주요항목 및 동 항목별 한국산부품·기업 평가
 - 한국산부품, 기업의 일본수입시장에서의 경쟁력 평가
 - 한국산부품, 기업의 개선필요사항
 - 한국과의 비즈니스 추진관련 애로사항, 제언 등
- 앙케이트 수거내역 및 유효 샘플
 - 설문서 수거 : 354개사
 - 유효응답수 (대한 수입거래중 혹은 유경험기업) : 251개사

조사 결과 요약

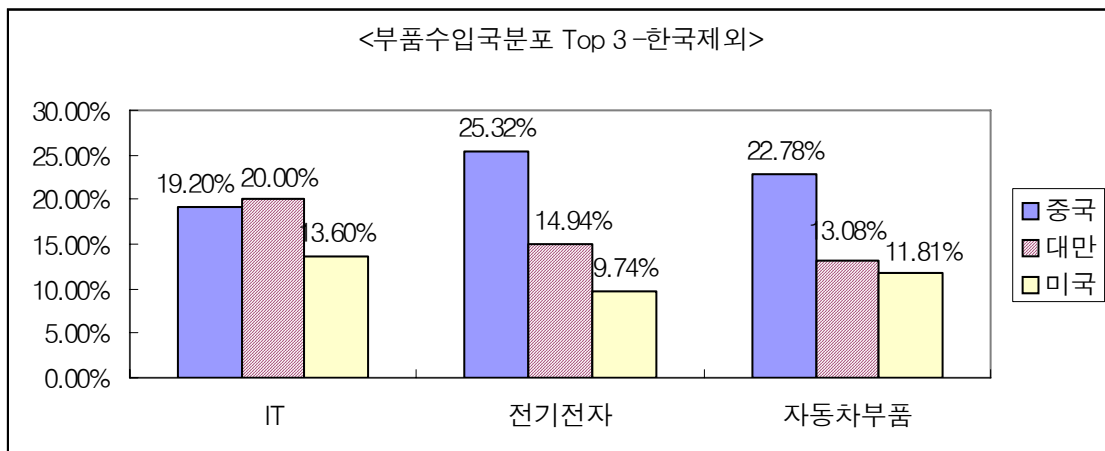
□ 유효표본 기업의 특성

- 동 조사는 KOTRA 일본주재 4개 무역관을 통하여 한국과의 거래관계가 있는 수입상을 발굴하여 조사한 결과로서, 유효표본 251개사는 IT제품 및 부품(68개사), 전기전자부품(81개사), 자동차부품(102개사)로 구성됨
- 한국과 거래경험이 3년 이상 된 기업이 전체의 83%에 이르고 있어 **한국 산에 대해 의미 있는 평가가 가능한 기업**으로 각 산업별 협회(조합)의 분류방식에 따라 응답기업이 자사의 업종을 선택토록 함(복수응답 가능)
 - IT제품·부품 : 비메모리반도체, 유무선통신기기 등 11개 카테고리
 - 전기전자부품 : 전기제어장치부품, 변환장치부품 등 9개 카테고리
 - 자동차 부품 : 엔진부품, 차체부품 등 10개 카테고리

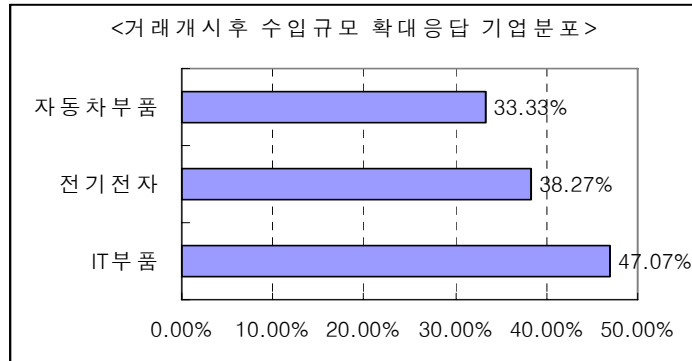
□ 주요 조사결과 요약

1. 주요 수입국 및 對韓거래확대 추이

- 응답기업은 한국을 포함, 평균 3.63개국으로부터 수입하고 있으며 한국 이외의 수입빈도가 높은 나라는 중국, 대만, 미국의 순으로 선·후진국이 공존하고 있어 한국기업이 가격과 품질 등 다양한 측면에서의 경쟁하고 있음을 추정케 함

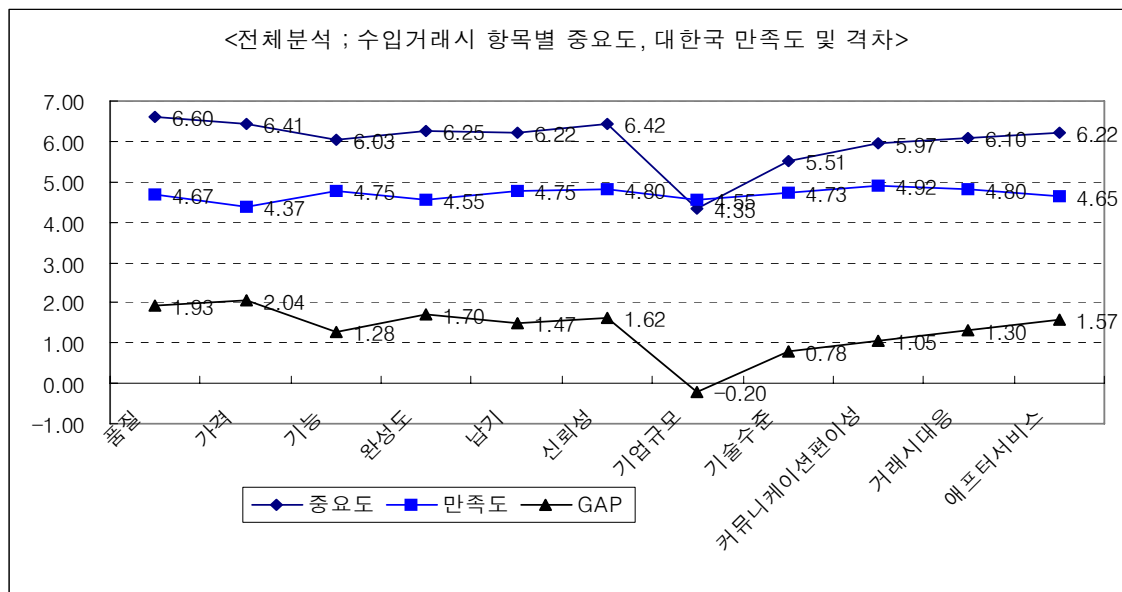


- 거래개시 이후 對韓수입금액 변화를 살펴보면, 「확대되었다」는 응답이 많은 가운데, IT분야에서 47.07%의 가장 높은 비율을 보여 상대적으로 호평을 받음



2. 수입시 고려항목 및 한국제품 · 기업만족도

- 수입시 중요하게 고려하는 요소를 제품 및 기업측면에서 11개 항목을 설정하여 7점 척도로 평가한 결과, 일본기업이 가장 중요하게 생각하는 항목은 제품의 품질(6.6점), 기업의 신뢰성(6.42점)의 순서로 나타나 품질우선 · 신뢰중시라는 일본시장의 특성을 그대로 나타내었음. 반면, 거래기업의 규모는 그다지 중요하지 않은 것으로 평가함
- 한편, 각 항목별 중요도와 한국기업에 대한 만족도의 격차는 가격측면에서 가장 큰 것으로 나타났으며, 기업규모에 있어서는 한국기업이 일본기업의 기대수준을 상회하는 것으로 나타남

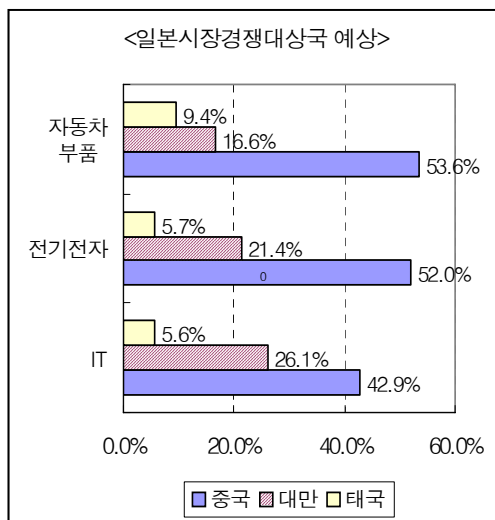


○ 항목별 평가 내역 요약

평가항목		조사항목	질문	IT	전기 전자	자동차	종합평가 및 비교
① 품질 ② 가격 ③ 기능 ④ 완성도 ⑤ 납기신속정확도 ⑥ 기업신뢰성 ⑦ 기업규모 ⑧ 기술수준 등 ⑨ 커뮤니케이션 편리 ⑩ 거래대응성실 ⑪ 애프터서비스	부품(제품) 품 질		중요도(1)	6.46	6.70	6.63	중요도: 매우중요하다 만족도: 약간만족에 못 미침
			만족도(2)	4.71	4.68	4.63	
			GAP(1-2)	1.75	2.02	2.00	
	부품(제품) 가 격		중요도(1)	6.07	6.53	6.55	중요도: 중요하다를 넘어섬 만족도: 어느쪽도아님 근접 바이어 기대 불충족도 가장 높음
			만족도(2)	4.59	4.65	4.01	
			GAP(1-2)	1.48	1.88	2.54	
	부품(제품) 기 능 성		중요도(1)	5.99	6.07	6.03	중요도: 중요하다 만족도: 약간 만족에 근접
			만족도(2)	4.94	4.83	4.57	
			GAP(1-2)	1.05	1.24	1.46	
	부품(제품) 완 성 도		중요도(1)	6.13	6.26	6.32	중요도: 중요하다를 넘어섬 만족도: 약간 만족에 못 미침
			만족도(2)	4.44	4.67	4.54	
			GAP(1-2)	1.69	1.59	1.78	
중요도 7점 매우중요 6점 중요 5점 조금 중요 4점 어느쪽도아님 3점 별로중요하지않음 2점 중요하지 않음 1점 전혀중요하지않음 만족도 7점 매우 만족 6점 만족 5점 약간만족 4점 어느쪽도아님 3점 약간 불만족 2점 불만족 1점 매우 불만족	납기신속 정 확 도		중요도(1)	6.00	6.33	6.27	중요도: 중요하다를 넘어섬 만족도: 약간만족에 근접
			만족도(2)	4.68	4.79	4.82	
			GAP(1-2)	1.32	1.54	1.45	
	기 업 의 신뢰성		중요도(1)	6.22	6.57	6.43	중요도: 매우중요하디에 근접 만족도: 약간만족에 근접
			만족도(2)	4.50	4.86	4.84	
			GAP(1-2)	1.72	1.71	1.59	
	기업규모		중요도(1)	4.18	4.49	4.35	중요도: 어느쪽도 아님 만족도: 약간만족에 근접 바이어 기대 초월 항목
			만족도(2)	4.75	4.49	4.47	
			GAP(1-2)	-0.57	-0.19	-0.12	
	기술수준		중요도(1)	5.40	5.70	5.44	중요도: 중요하디에 접근 만족도: 약간만족에 근접 바이어 기대 불충족도 낮음
			만족도(2)	4.79	4.80	4.65	
			GAP(1-2)	0.61	0.90	0.79	
	커뮤니 케이션 편리성		중요도(1)	5.98	5.98	5.99	중요도: 중요하디에 근접 만족도: 약간만족에 근접
			만족도(2)	4.62	4.96	4.96	
			GAP(1-2)	1.31	1.02	1.03	
	거래대응 성 실 도		중요도(1)	5.96	6.19	6.13	중요도: 중요하다 만족도: 약간만족에 근접
			만족도(2)	4.50	4.85	4.87	
			GAP(1-2)	1.46	1.34	1.26	
	애프터 서비스		중요도(1)	6.13	6.26	6.32	중요도: 중요하디를 넘어섬 만족도: 약간만족에 접근
			만족도(2)	4.44	4.67	4.54	
			GAP(1-2)	1.69	1.59	1.78	

3. 향후 한국의 경쟁대상국

- 향후 일본시장에서의 한국의 경쟁국으로는 중국-대만-태국의 순으로 지목하여 수입시장이 현재의 중국(대만)-대만(중국)-미국 3국의 과점구도에서 향후로는 중국이 압도적 비중을 차지하는 독점적 과점시장으로 변해 갈 것이라고 예상



<중국>

- 품질대비 월등한 가격경쟁력
- 일본계 기업진출과 정부의 기술 육성정책에 따른 기술수준향상

이 <대만>

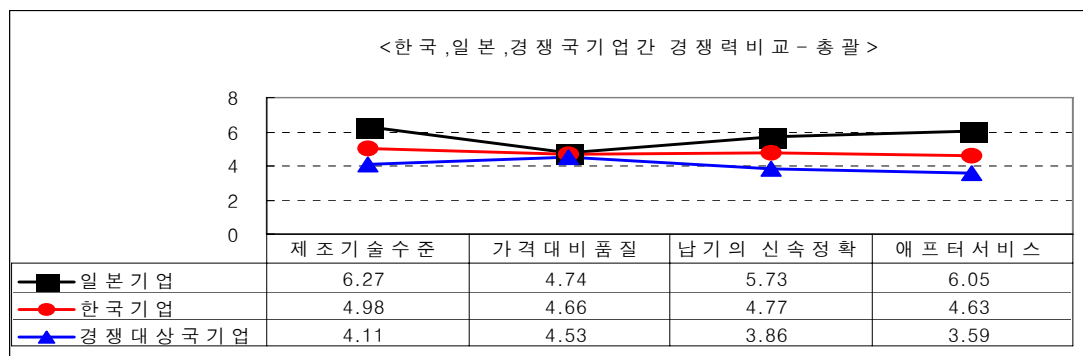
- 높은 IT기술수준, 기업신뢰성
- 일본에 대해 호의적

<태국>

- 품질대비 조달가격 저렴
- 일본제품 이해도가 높고 우호적임

4. 한국 · 일본 · 경쟁국기업간 평가

- 한국, 일본, 바이어가 상정하는 경쟁국 3국기업간의 「기술수준」, 「가격대비품질」, 「납기신속정확도」, 「애프터서비스」 4개 항목을 7점 척도로 평가한 결과, 가격대비품질은 비슷한 수준으로 수렴하고 있어 한국기업은 기술향상이라는 원천적 분야와 애프터서비스철저, 납기준수강화라는 비즈니스관행 측면에서 경쟁력 향상 노력을 기울여야 할 것이라는 시사점을 얻음

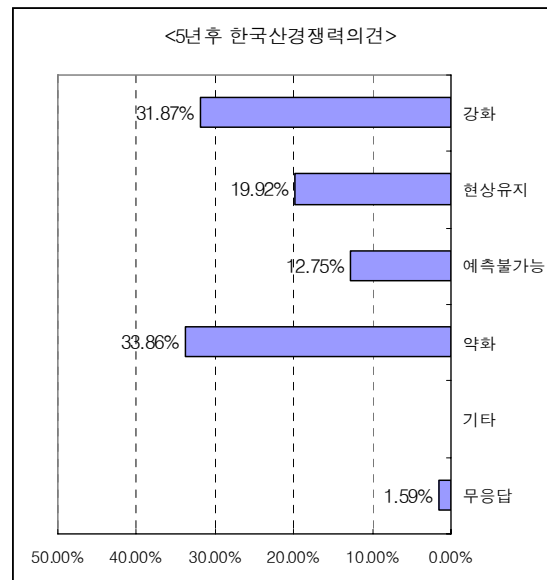
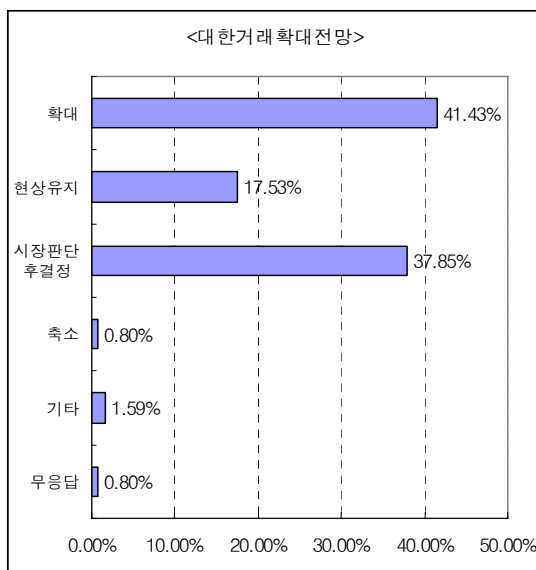


5. 한국제품 · 기업의 개선필요 분야

- 품질개선노력, 코스트다운노력 등 10개 항목을 제시하여 대일시장진출 강화를 위해 한국기업과 제품측면에서 개선 필요도를 7점 척도로 평가한 결과, 「코스트다운노력(5.43)」, 「품질개선노력(5.26)」, 「클레임 대응 노력(5.10)」의 순으로 평가치가 높게 나타나 전반적으로 『다소개선필요(5점대)』한 것으로 조사되었으며 상대적으로 양호한 평가를 받은 항목은 「포장 및 우송상태」로 나타남
- 업계별로는 IT업계에서는 품질개선과 클레임 대응노력을 강조한 반면, 전기전자 · 자동차부품업계는 코스트다운 노력이 가장 필요하다고 응답하여 대조를 보임

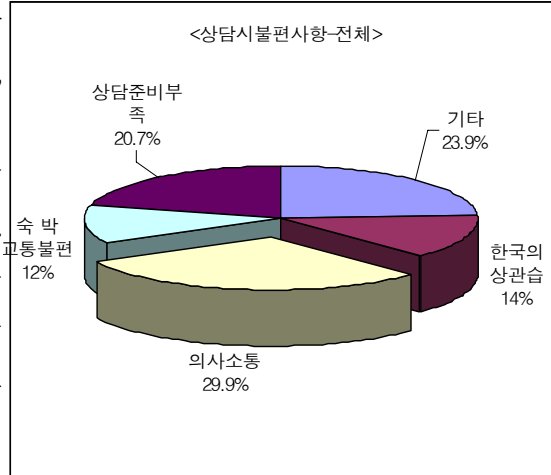
6. 향후 거래확대 및 한국의 경쟁력 향방

- 전체의 41.3%가 거래를 확대시켜 나갈 것으로 응답하여 거래확대에 긍정적이었으나, 향후 한국의 경쟁력이 강화여부에 대해서는 긍정과 부정이 각각 31.8%, 33.8%로 양분됨. 이는 한국과의 거래확대 전망에 유보의견을 보인 기업의 상당수가 한국의 향후 경쟁력이 약화될 것을 예견한 결과로 추측되어 한국기업의 제품 및 기업이미지 제고 노력이 필요한 것으로 파악됨



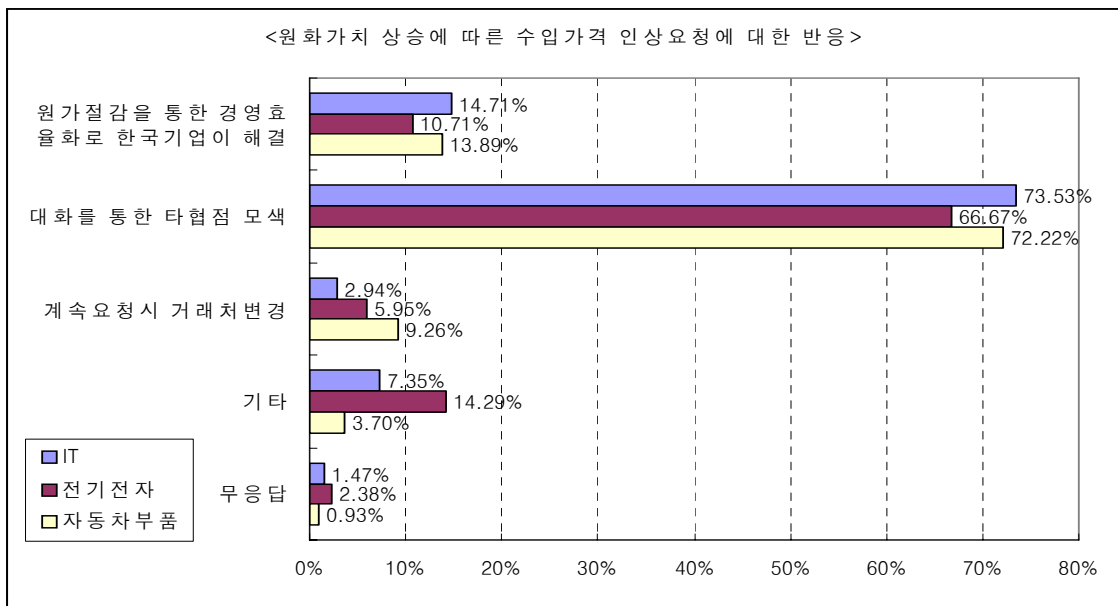
7. 한국과의 비즈니스 애로사항

- 응답기업들은 연 평균 4회 내외 한국을 비즈니스차 방문하고 있는데, 한국방문 상담시 애로사항으로서 「의사소통어려움(29.9%)」, 「상담준비부족(20.7%)」을 지적하였음. 한편, 약속준수에 대한 엄격함 부족, 상대방에 대한 배려 부족 등 「한국의 상관습」에 대한 지적도 14%로 높은 비율을 보임



8. 원고에 따른 가격인상요청에 대한 반응

- 원화상승으로 인한 한국기업의 가격인상요청에 대한 응답으로서 「대화를 통해 타협점을 모색한다」라는 반응이 약 70%로 나타나, **대화와 타협을 중시하는 일본기업의 특성**을 살펴볼 수 있었는데 이는 시장상황의 변동에 따라서 거래선을 쉽게 바꾸지 않는 장기적 교역 파트너로서의 일본기업의 장점을 대변해 주고 있음



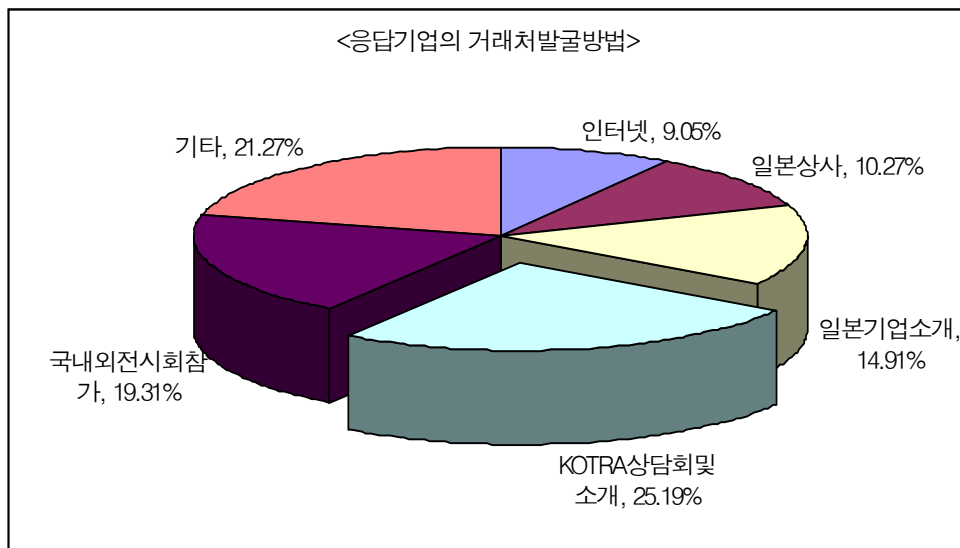
9. 한국제품 · 기업의 경쟁력 향상을 위한 제언

한국 제품 및 기업의 일본시장 개척 경쟁력 향상을 위한 제언으로서 마케팅측면에서는 일본상거래 문화 · 시장특성 등에 대한 이해도 제고, 철저한 상담자료 준비, 클레임에 대한 적극적 대응을 통한 신뢰도 향상 등이 필요하다고 응답하였으며 생산측면에서는 코스트 삭감과 제품 개발 노력을 지속적으로 해줄 것을 당부하였음

마케팅 측면에 대한 바이어 제언	- 일본의 유통경로를 존중해야함. 상사를 경유하여 거래를 시도하다가 엔드유저와 직접 접촉함으로써 거래기회를 상실하는 경우가 있음. 이는 시장의 혼란을 초래하고 신용의 상실을 초래하는 행위임 - 카탈로그 및 설명 자료에 쓰이는 일본어가 이해할 수 없는 수준인 경우가 다수 있음. 일본어 상담자료를 철저히 준비하는 것이 최소한의 필요조건임 - JIS(Japan Industrial Standards)의 취득, 일본의 환경규제 등 제품의 개발 및 생산을 위해 일본시장에서 요구하는 각종 제도 및 규정을 Follow-up하려는 노력이 필요함 - 클레임 발생시, 자신의 입장이나 의사와 맞지 않으면 무응답인 경우가 있음. 공동으로 문제해결을 추구하는 협조적 자세가 요구됨
생산 측면에 대한 바이어 제언	- 새로운 기능, 소재 등을 통해 혁신을 이룬 제품이외의 기존 제품은 코스트삭감을 통해 경쟁력 있는 가격을 제시하지 않는 한 특히 중국과의 경쟁에서 이길 수 가 없음 - 품질수준이 일본에 근접하였으나 원화가치상승 등의 요인으로 가격이 올라감. 바이어에 가격인상고섭을 하기보다는 코스트 삭감을 위한 장기계획을 수립, 추진해야함 - 한국기업은 아이디어도 풍부하고 신속히 상품화를 하지만, 지속성이 부족함. 일본시장 및 상품, 소비자 선호에 대한 지속적인 정보수집 노력을 기울여 관심을 가지고 일본시장에 맞는 품질개선 노력을 기울인다면 시장진출 확대가능성이 충분함

10. 거래지원을 위한 대정부(KOTRA) 제언

- 신규 거래처를 발굴할 때 가장 애용하는 방법은 KOTRA주최 상담회 및 소개(25.19%), 국내외 전시회 참가(19.31%) 등으로 조사되었음.
- KOTRA를 비롯한 공공기관의 해외 유명전시회 참가 지원 활동을 원
활화를 위한 사업개발, 예산지원 등의 시스템을 강화할 필요가 있음



* 복수응답가능, N=409

조사 결과 상세 분석

□ 반도체(IT), 제어장치부품(전기전자), 엔진부품(자동차)수입경험 많아

- 유효응답 표본 251개사를 분야별로 구분하여 보면, IT제품 68개사, 전기전자부품 81개사, 자동차 부품 102개사로 나타났으며 분야 구분은 업종별협회의 분류기준 등을 참고로 해당항목에 표기하게 함(복수응답가능)
- 대 한국 수입 경험이 많은 품목을 살펴보면 IT분야에서는 비메모리반도체, 패키지소프트웨어, 컴퓨터본체, 전기전자부품의 경우 제어장치관련부품, 집적회로, 조명장치부품, 자동차부품 분야는 엔진부품, 차체부품, 구동 및 조종장치 부품 등의 순으로 나타남

<분야별 세부업종구분, 수입경험 비율 등>

분야	세부 구분 (수입경험비율)
IT제품 (부품포함) 복수응답가능 N = 121 무응답 1사	□ 비메모리 반도체(11.57%) □ 패키지 소프트웨어(9.92%) □ 컴퓨터본체관련(9.92%) □ 컴퓨터 주변기기(9.09%) □ 무선통신기기(9.09%) □ 유선통신기기 (6.61%) □ 모니터(5.79%) □ 하드디스크(4.96%) □ 방송기기(4.96%) □ 프린터(4.13%) □ 기타(20.66%)
전기전자 부 품 복수응답가능 N = 102 무응답 4사	□ 전기제어장치부품(19.61%) □ 집적회로반도체(12.75%) □ 조명장치부품 (8.82%) □ 전기변환장치부품(7.84%) □ 1차전지 및 축전지(3.92%) □ 램프관련부품(3.92%) □ 절연선 및 케이블 (3.92%) □ 절연광섬유 케이블(-) □ 기타 (39.22%)
자동차부품 복수응답가능 N = 132	□ 엔진부품(11.36%) □ 차체부품(10.61%) □ 구동전달조종장치부품(9.09%) □ 기타 전장품(7.58%) □ 현가, 제동장치부품(3.03%) □ 계기류(2.27%) □ 엔진제어장치(2.27%) □ 전자부품 및 센서류(2.27%) □ 브레이크관련 제어장치(2.27%) □ 기타(2.27%)

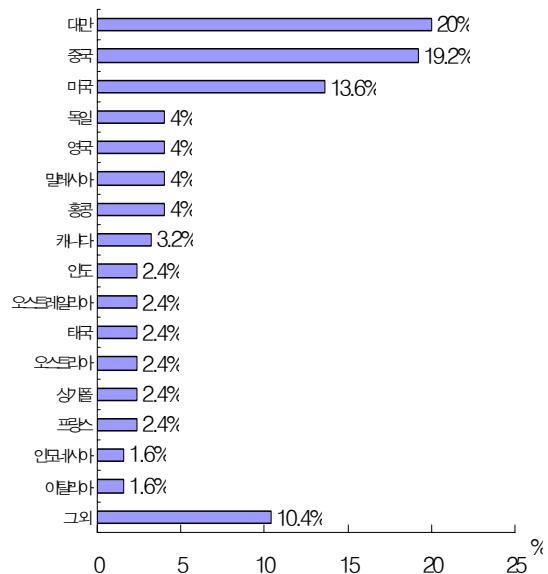
□ 금액 기준 對韓수입비중 약 31%, 중국,대만,미국 등과 경쟁 두드러져

○ 응답기업 251개사는 평균 3.63개국으로부터 연 평균 6억 6634만엔 정도를 수입하고 있으며 이중 약 31%인 2억 275만엔 정도를 한국에서 수입

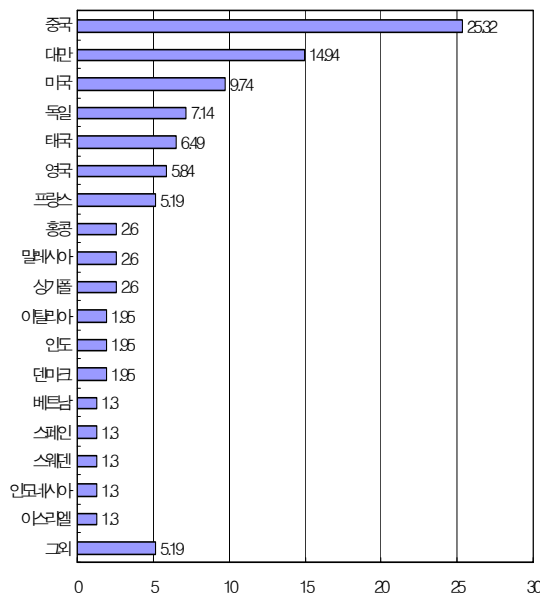
○ 한국이외의 수입 빈도가 많은
주요수입국 순서를 분야별로
살펴보면

- IT: 대만 · 중국 · 미국 順
 - 전기전자: 중국 · 대만 · 미국 順
 - 자동차부품: 중국 · 대만 · 미국 順
- 으로 나타나, 선 · 후진국과 동시에 경쟁하고 있어, 한국제품및 기업이 가격경쟁,품질경쟁등 다양한 측면에서 경쟁에 직면하고 있음을 추론 할 수 있음

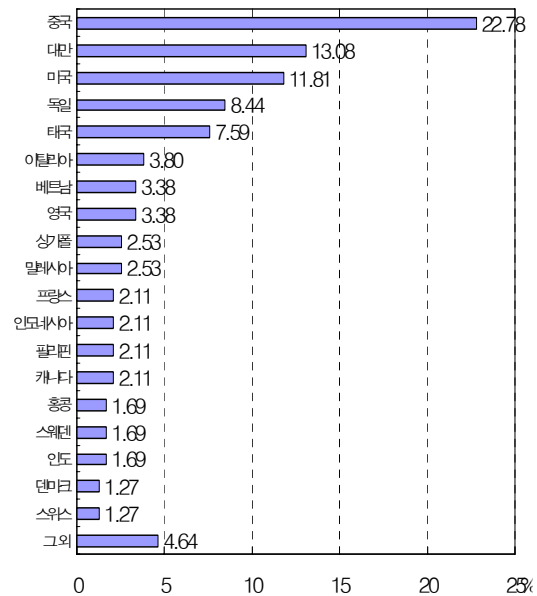
<IT부품수입국분포>



<전기전자부품수입국분포>



<자동차부품 수입국분포>



☞ 분야별 주요 수입국 순위에 차이가 보임. 전기·전자부품(제품)분야, 자동차부품분야의 경우 인건비 등이 저렴한 해외로 생산기지 이전이 진전됨에 따라 중국, 대만 등에 이어 태국, 베트남 등 동남아시아가 주요 수입국으로 나타남 (가격경쟁이 주요소)

반면, IT부품(제품)업계의 경우, 해외 수입에 있어 저렴한 가격도 중요요인이나 기술의 표준화가 아직 이루어지지 않은 단계에서는 수입국의 기술 수준이 더욱 중요하게 부각됨에 따라, IT업계의 선진국이라 할 수 있는 미국, 독일, 영국 등이 대만, 중국의 뒤를 이어 주요 수입국으로 나타남 (기술 및 품질경쟁이 주요 요소)

□ IT분야의 對韓 거래규모 확대 상대적으로 두드러져

- 한국과의 거래기간은 3년 이상 기업이 208개사로서 전체의 83%를 차지
- 자동차부품, 전기전자부품의 경우 7년 이상 장기거래가 많은 반면, IT부품(제품)분야의 경우 3~4년 거래기간이 가장 많이 나타남

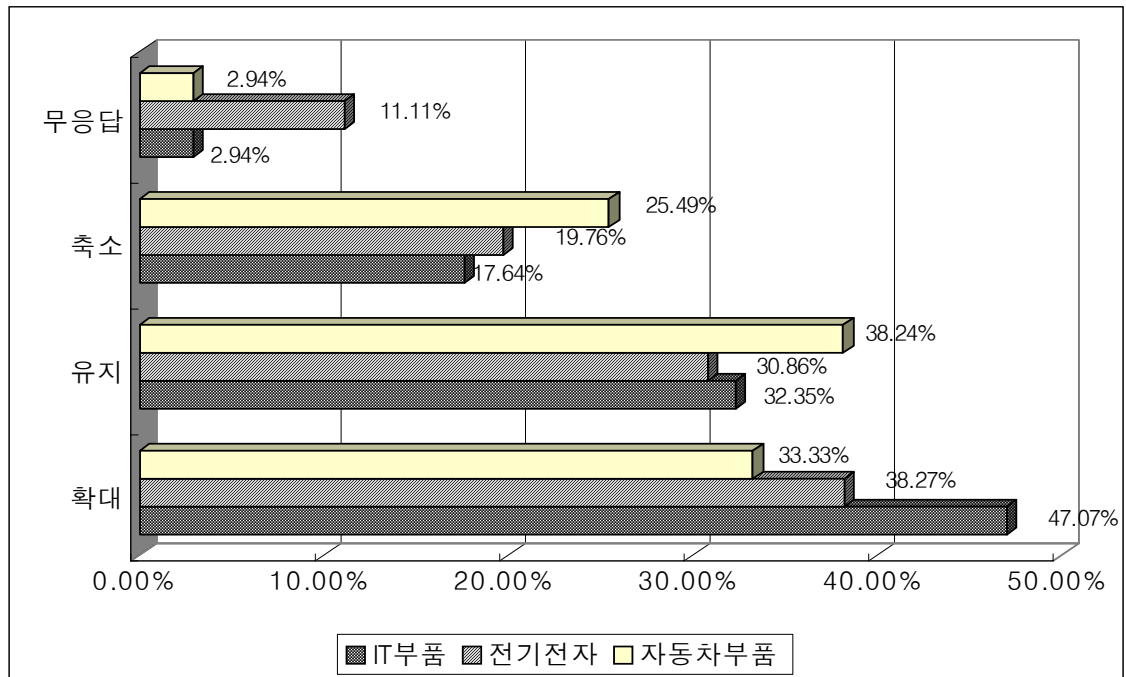
☞ 최근의 일본국내 IT산업의 활성화에 따라 IT강국인 한국과의 거래가 확대 증가되는 추세를 반영한 것으로 추정할 수 있음

<분야별 한국기업과의 거래기간 분포>

분 야	1년미만	1~2년	3~4년	5~6년	7년이상	무응답
IT부품	10개사 (14.7%)	14개사 (20.6%)	18개사 (26.5%)	14개사 (20.6%)	9개사 (13.2%)	3개사 (4.4%)
전기전자부품	4개사 (4.94%)	9개사 (11.11%)	18개사 (22.22%)	11개사 (13.58%)	31개사 (38.17%)	8개사 (9.88%)
자동차부품	4사 (3.92%)	3개사 (2.88%)	22개사 (21.15%)	22개사 (21.15%)	51개사 (50%)	-

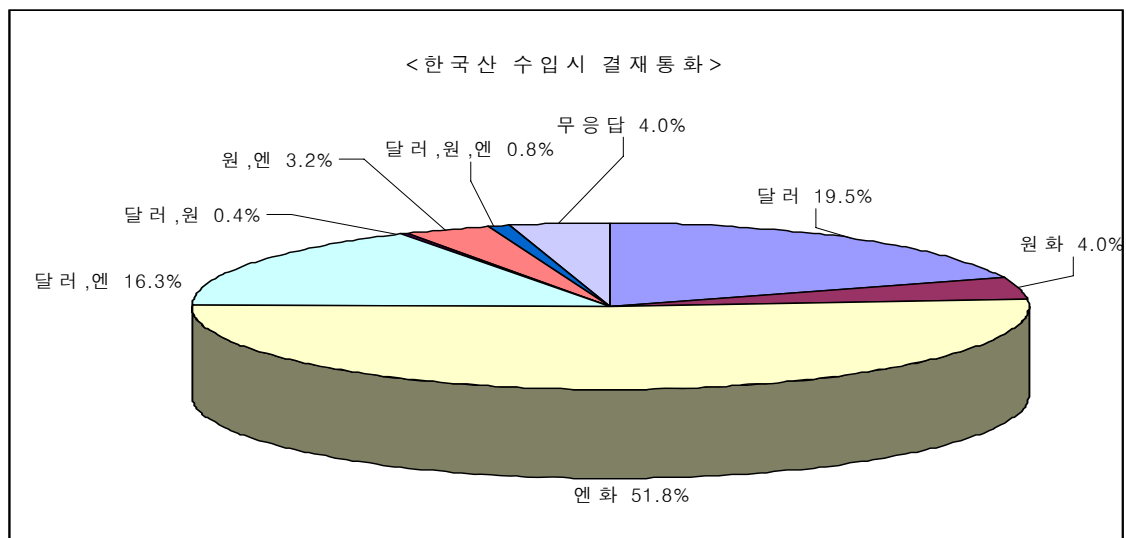
- 한국으로부터 수입을 시작한 후 수입금액의 변화에 대해 「확대되었다」라는 응답이 IT분야에서 47.07%로서 가장 많이 나타났음. 반면에 전기전자 부품의 경우 「확대되었다」와 「현상유지」의 차이가 많지 않으며 자동차 부품의 경우 「확대되었다」 보다는 「현상유지」가 오히려 높게 나타나 IT분야에서의 한국 상품에 대한 일본기업의 평가가 좋은 것으로 나타남

<거래개시후 수입규모 추이에 대한 응답분포>



□ 결제통화, 엔화비중 압도적, 원화 유통 미흡

- 對韓 수입 결제통화는 “엔화만 사용“이 전체의 51.8%로 가장 많고 다음으로 달러결제(19.5%), 달러와 엔의 혼합결제(16.3%)로 나타났으며 원화결제는 여타 통화와의 혼합결제까지 포함하더라도 8.4%에 불과하여 국제통화로서의 원화의 위상이 한일거래에서도 미약한 것으로 조사됨

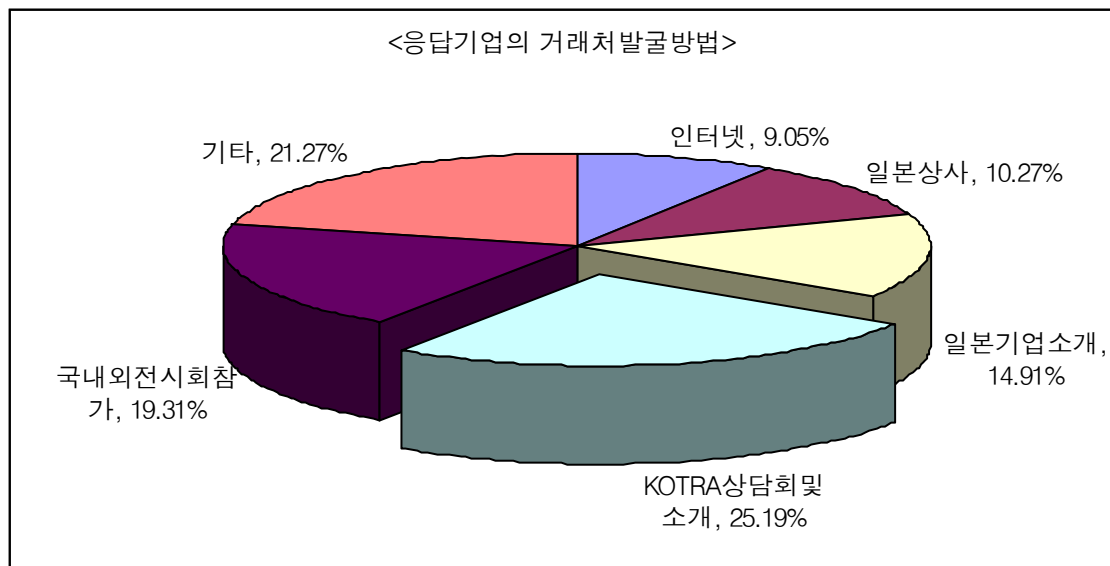


- 분야별로는 자동차부품의 경우 엔화결제비율이 특히 높았으며 IT부품은 원화결제 비중이 타 업종보다 높은 것으로 조사됨

결제통화	IT부품	전기전자부품	자동차부품
달러	21개사(30.9%)	20개사(24.7%)	8개사(7.8%)
원화	4개사(5.9%)	2개사(2.5%)	4개사(3.9%)
엔화	30개사(44.1%)	32개사(39.5%)	68개사(66.7%)
달러,엔	7개사(10.3%)	16개사(19.8%)	18개사(17.6%)
달러,원	1개사(1.5%)	0개사(0.0%)	0개사(0.0%)
원,엔	2개사(2.9%)	5개사(6.2%)	1개사(1.0%)
달러,원,엔	1개사(1.5%)	0개사(0.0%)	1개사(1.0%)
무응답	2개사(2.9%)	6개사(7.4%)	2개사(2.0%)
합계	68개사(100.0%)	81개사(100.0%)	102개사(100.0%)

□ 거래처 발굴시 전시회 및 상담회 적극 활용

- 응답기업이 한국의 거래처를 발굴할 때 가장 애용하는 방법은 국내외 KOTRA주최 상담회 및 소개(25.19%), 국내외 전시회 참가(19.31%) 등으로 조사되었음. 이는 응답기업이 KOTRA의 서비스 이용경험이 있는 현지고객들로 이루어진 것에도 기인하지만 KOTRA의 역할이 일본 기업에 호평을 받고 있다는 것과 전시회와 상담회를 중심으로 고부가가치 사업을 개발할 추진할 필요가 있음을 보여주고 있음



* 복수응답가능, N=409

◇ 일본기업이 외국으로부터 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 항목을 제품 및 기업측면에서 11개 항목을 설정하여 7점 척도로 평가

① 부품(제품) 품질 ② 부품(제품) 가격 ③ 부품(제품) 기능 ④ 부품(제품) 완성도 ⑤ 납기 신속·정확도 ⑥ 상대기업의 신뢰성 ⑦ 기업 규모 ⑧ 기업의 기술수준, 인증서보유 유무 ⑨ 커뮤니케이션 편리성 ⑩ 거래시의 대응(신속한 업무 처리) ⑪ 거래후의 애프터서비스	평가	7점: 아주 중요하다 6점: 중요 하다 5점: 조금 중요하다 4점: 어느쪽도 아니다 3점: 별로중요하지 않다 2점: 중요하지 않다 1점: 전혀 중요하지 않다
---	----	---

◇ 11개 항목별 한국기업에 대한 만족도를 7점 척도로서 평가하여 일본의 한국산부품(제품) 및 기업의 수입상의 기대부합 정도를 평가

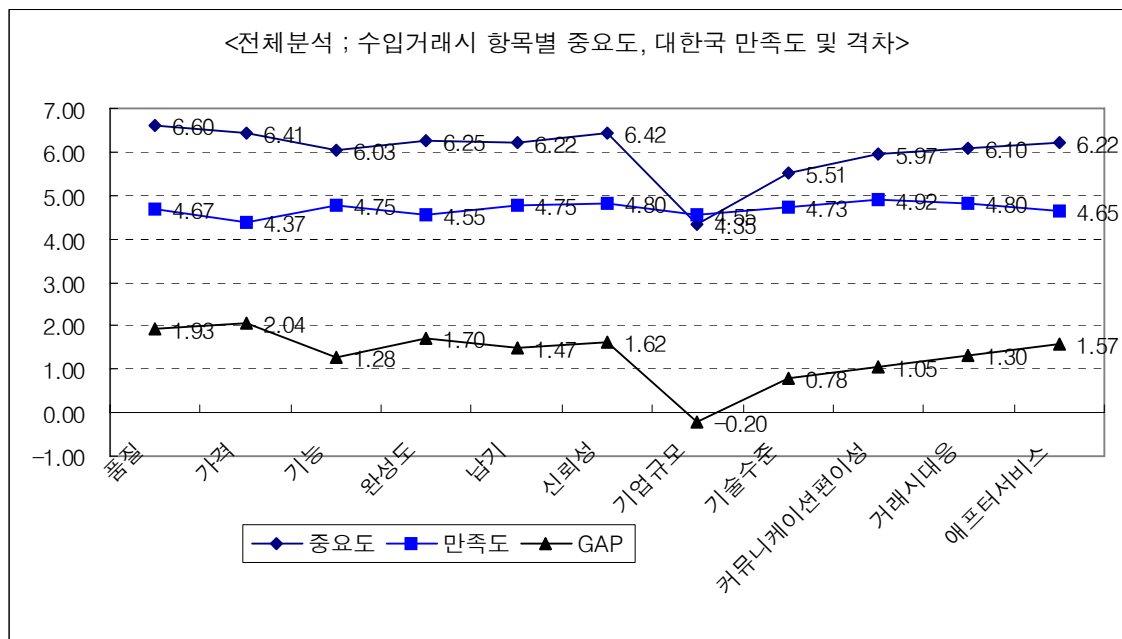
① 부품(제품) 품질 ② 부품(제품) 가격 ③ 부품(제품) 기능 ④ 부품(제품) 완성도 ⑤ 납기 신속·정확도 ⑥ 상대기업의 신뢰성 ⑦ 기업 규모 ⑧ 기업의 기술수준 ,인증서보유 유무 ⑨ 커뮤니케이션 편리성 ⑩거래시의 대응(신속한 업무 처리) ⑪ 거래후의 애프터서비스	평가	7점: 매우 만족 6점: 만족 5점: 약간 만족 4점: 어느쪽도 아니다 3점: 약간 불만족 2점: 불만족 1점: 매우 불만족
--	----	---

□ 품질 최우선, 거래기업의 신뢰성 중시

- 전체 응답 기업들은 “거래대상기업규모”를 제외한 10개 항목에서 모두 6점대(전체평균 6.0)로 고르게 「중요하다」고 평가하고 있으며 거래대상기업규모의 경우 4.35점으로서 그다지 중요하지 않은 것으로 응답
 - 중요도 평가는 「품질(6.60점)」, 「기업의 신뢰성(6.42점)」, 「가격(6.41)」 등의 순으로 나타나 성숙된 선진국 시장으로서 품질우선·신뢰중시라는 일본시장의 특성이 그대로 반영된 것으로 보임
- 항목 대비 한국 기업에 대한 만족도 조사 결과, 한국 기업의 만족도는 모든 항목에서 평균점인 4점대(전체평균 4.68점)로서 응답기업의 한국 거래처에 대한 종합 만족도는 “만족도 불만족도 아닌 상태”로 나타남

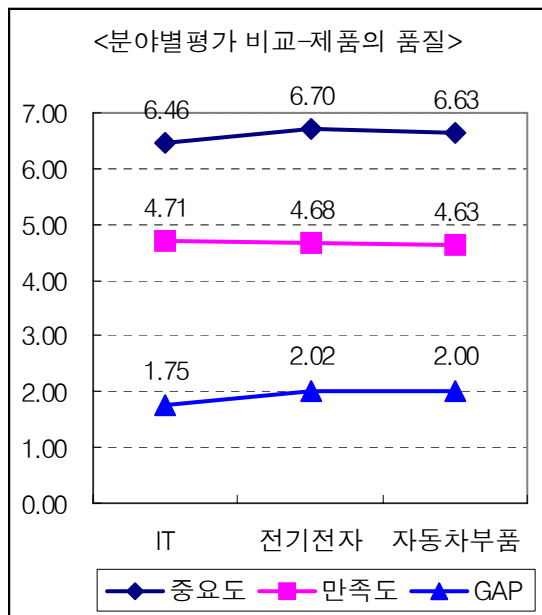
□ 「가격」면에서 바이어 기대에 가장 미달, 기업규모는 기대수준상회

- 한국제품·기업의 항목별 중요도와 만족도의 격차를 살펴보면, **가격면에서의 격차가 가장 컸으며(2.04점)** 품질, 제품의 완성도, 거래기업의 신뢰성 분야에서의 격차가 상대적으로 큰 것으로 나타남
- 일본기업이 가장 덜 중요하게 생각하는 「기업규모」에 있어서는 한국 기업이 일본기업의 기대수준을 상회하는 것으로 나타남



□ 제품의 품질

- 전기전자(6.7점), 자동차부품(6.63점), IT분야(6.46점) 모두 가장 중요하게 바이어가 평가한 항목으로 나타남

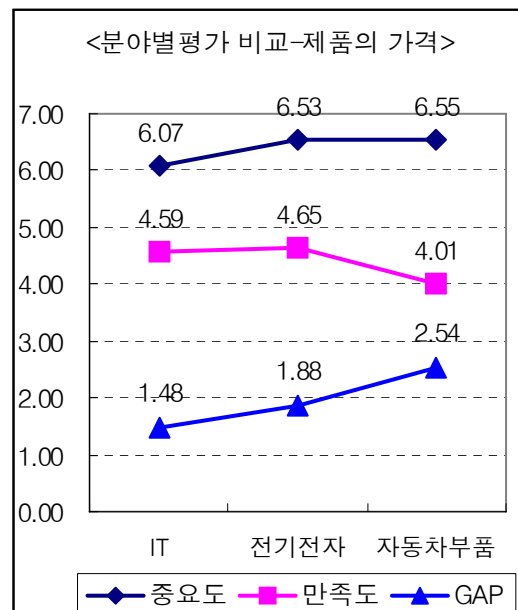


- 한국산 품질에 대한 만족도는 IT산업(4.71점), 전기전자(4.68점), 자동차부품(4.63점)의 순으로 나타나 「약간만족」에 못 미치는 평가를 받음

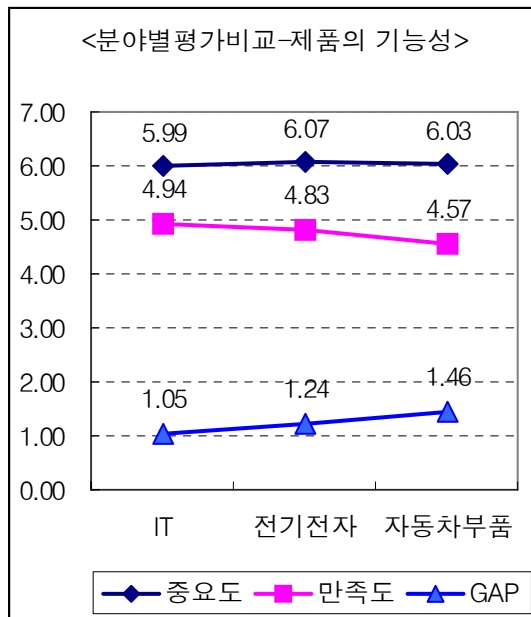
- 중요도 대비 만족도의 차(이하 바이어기대 불충족도)는 전기전자부품업계에서 가장 컸으며 자동차부품, IT업계는 상대적으로 작았음

□ 제품의 가격

- 전기전자 (6.58점), 자동차 부품 (6.55)업계의 경우 「매우중요하다 (7점)」에 가까운 평가임
- 한국산에 대한 만족도는 전기전자업계가 4.65점으로 가장 높았으며, 다음으로 IT업계(4.59), 자동차부품업계(4.01)의 순임
- 바이어 기대불충족도는 자동차 부품업계에서 가장 높게(2.00점) 나타났는데 이는 세분야 11개 항목 전체에서도 가장 높은 수준으로 국내업계의 개선 노력이 필요한 것으로 판단됨



□ 제품의 기능성



○ 제품의 다양한 기능 등은 중요하기는 하나 「아주중요하다」는 평가에는 이르지 못한 것으로 나타남(세 분야 공히 6점대 전후)

○ 한국산에 대한 만족도에서는 IT 분야가 4.94점으로 가장 높았으며, 전기전자(4.83점), 자동차부품(4.57점)의 순서를 보였음

○ 다양한 기능을 바탕으로 IT분야에서의 바이어기대 불충족도가

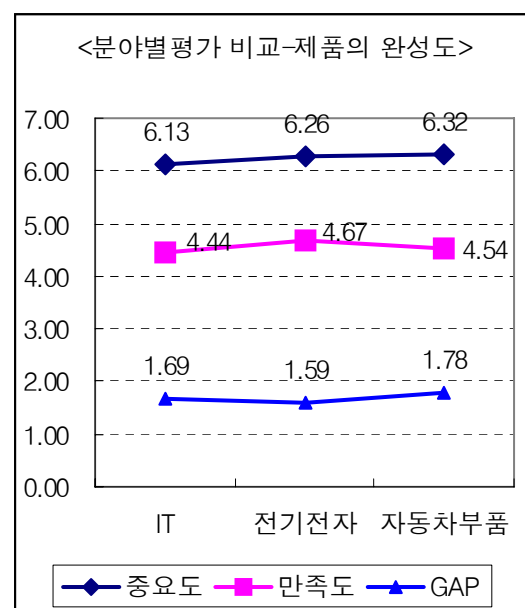
가장 낮았던 반면 (1.85점), 자동차 부품분야의 바이어 기대 불충족도가 가장 높았음(1.46점)

□ 제품의 완성도

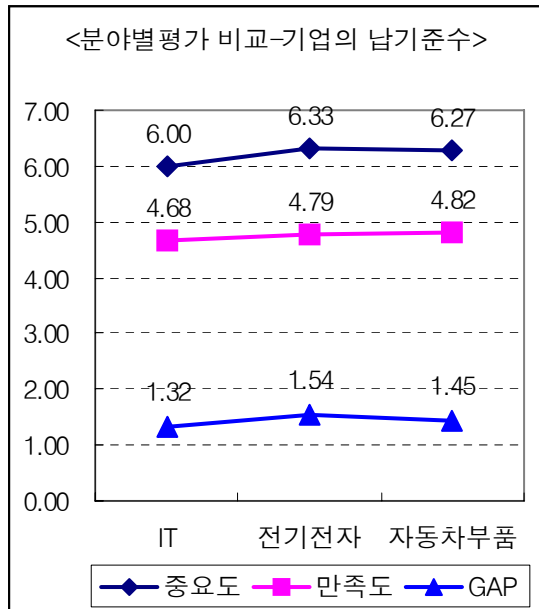
○ 제품의 끝마무리 등 완성도에 대한 평가에서는 「중요하다」를 약간 웃도는 평가를 내림 (6.13 ~ 6.32점)

○ 한국산에 대한 만족도에서는 전기전자분야가 4.67점으로 가장 높았으며, 자동차부품(4.54점), IT 분야 (4.44점)의 순서를 보였음

○ 바이어기대 불충족도는 자동차부품분야(1.78점)가 가장 높았으며, IT분야, 전기전자분야가 각각 1.69점, 1.59점을 기록함



□ 기업의 납기 준수



- 기업의 납기준수 항목도 「중요하다」 이상의 평가이나 IT분야에서는 타 업계보다 상대적으로 덜 중요하게 생각하는 것으로 조사되었으며 한국산에 대한 만족도에서는 자동차부품 4.82점, 전기전자 4.79점, IT분야 4.68점으로 평균적 상황으로 파악됨

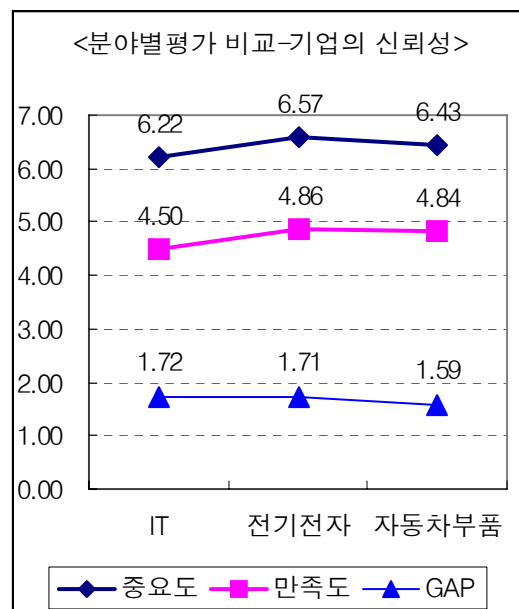
- 바이어기대 불충족도는 전기전자(1.54점), 자동차부품(1.45점), IT분야(1.32점)의 순임

□ 기업의 신뢰성

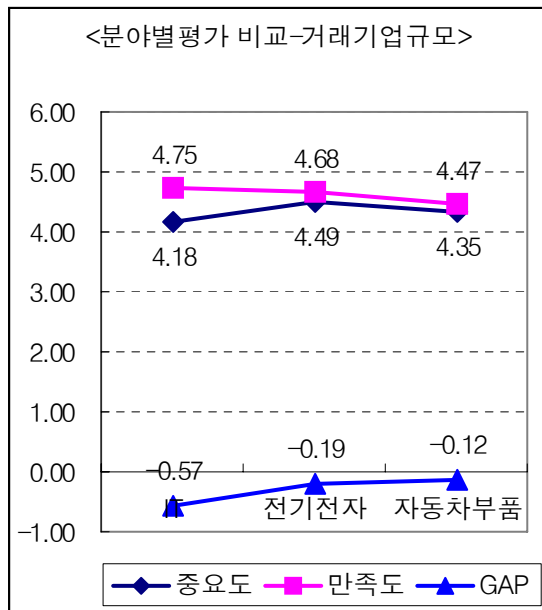
- 제품의 품질에 이어, 중요도에 있어 2위를 차지한 항목으로서 거래 상대방에 대한 신뢰를 중시하는 일본시장의 특성을 반영, 세분야 모두 「아주중요하다」에 가까운 평가를 나타냄

- 한국기업에 대해서는 「조금 만족한다」에 가까운 신뢰성을 나타내었음

- 바이어기대 불충족도는 IT산업에서 가장 크게 나타나(1.72점), 한국 IT산업이 신규성장시장으로서 양적인 팽창만을 추구하기 보다는 적절한 바이어 관리가 필요한 것으로 추측됨



□ 거래 기업의 규모



○ 일본바이어들은 거래기업의 규모는 별로 중요하지 않게 생각하는 것으로 나타남(4.47 ~ 4.75점)

○ 반면, 거래한국기업의 규모에 대해서는 평균적인 만족수준 (4점대)를 나타내고 있으나 기대수준보다는 만족하고 있는 것으로 나타남

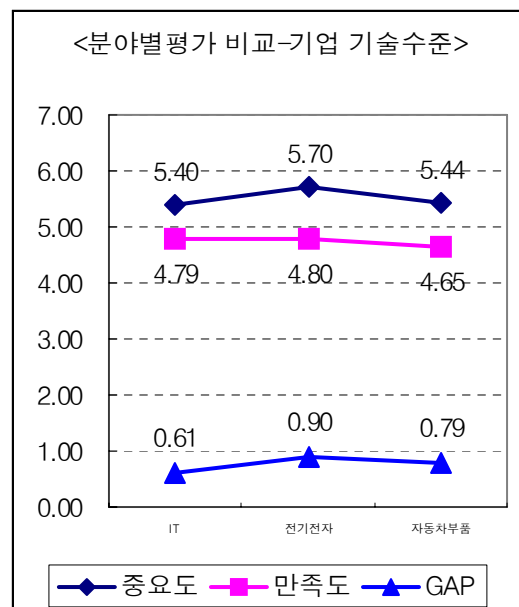
○ 한국기업들이 외형위주의 사업확장에도 신경을 쓰는 반면, 일본바이어들은 외형보다는 제품품질,

가격, 기업 신뢰성 등 본원적 분야에서 내실을 추구하는 성향을 드러낸 조사결과로 판단됨

□ 거래 기업의 기술수준

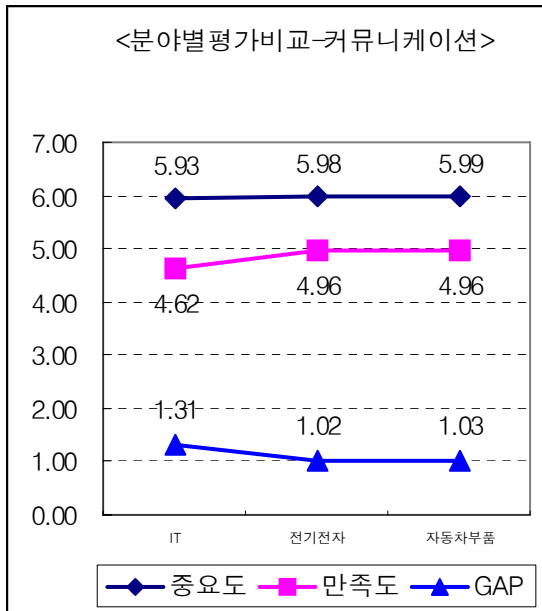
○ 수입시 거래기업의 기술수준은 「중요하다」에 근접하여 타 항목에 비해 상대적인 저평가를 내림. 전기전자분야(5.70점)가 제일 중요하게 생각한 반면, IT분야, 자동차부품 분야는 보다 덜 중요하게 여김

○ 한국기업의 기술수준에 대해서는 「조금 만족한다」에 가까운 평균치로서 응답하고 있으며, 바이어 기대 불충족도는 각각 1점이 하로 나타나 조사항목중 기업 규모에 이어 두번째로 한국에 대한 평가가 좋은 항목으로 나타남



□ 거래 기업과의 커뮤니케이션 편이성

- 거래기업과의 의사소통 편이성은 「중요하다」에 가까운 수준의 응답 분포를 보였음



- 한국기업과의 커뮤니케이션 만족도에 대해서는 전기전자, 자동차 부품업체가 「조금만족한다」에 가까운 평가를, IT업체는 「어느 쪽도 아니다」라는 평가를 내림

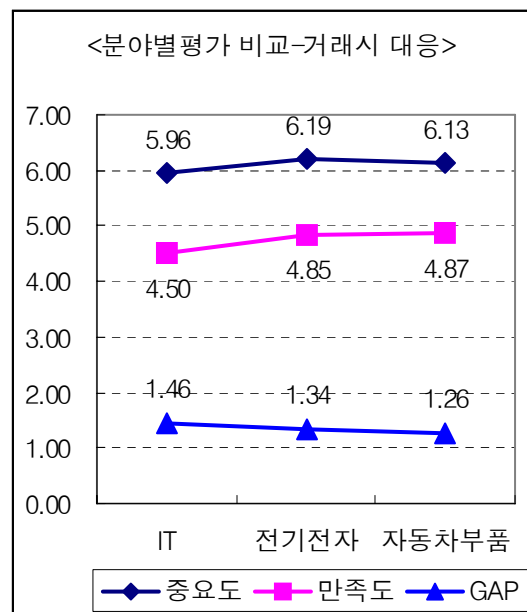
- 비교적 신산업인 IT분야에서 불만족도(1.31점)가 가장 높았던 반면, 산업기원이 오래된 전기전자, 자동차 부품업체의 경우, 직원 내부교육 등을 통하여 커뮤니케이션 장벽을 상대적으로 많이 해소한 것으로 짐작됨

□ 거래 기업과의 거래대응 성실성

- 클레임 신속처리 등 거래대응의 성실성에 대해서는 전기전자(6.19점), 자동차부품(6.13점)업체가 「매우 중요하다」에 가까운 평가를, IT업체에서는 「중요하다」는 응답이 많았음

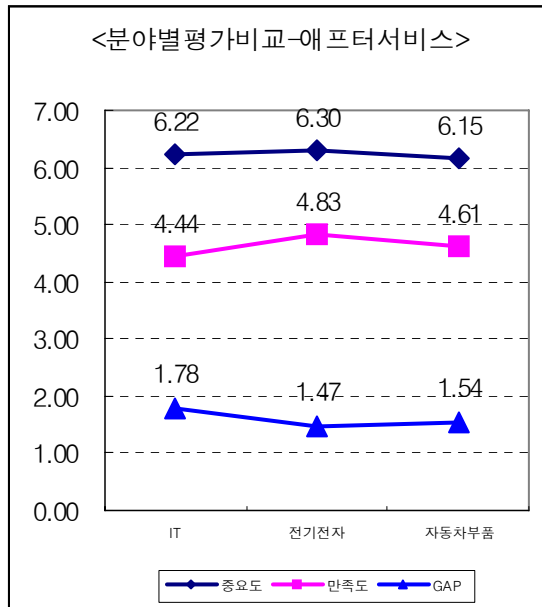
- 한국기업에 대한 만족도는 세 업체 모두, 평균적이나 「조금 만족한다」에 가깝다는 평가를 받음

- 바이어기대 불충족도는 IT업체가 1.46점으로 가장 높았으며, 전기전자, 자동차부품업체의 순으로 나타남



□ 거래 기업의 애프터서비스

- 제품 품질, 기업신뢰성에 이어 세 번째로 중요도가 높은 것으로 평가한 항목으로서 「매우 중요함」에 가깝다는 응답이 많았음



- 한국기업에 대한 만족도는 전기전자분야의 4.83을 포함하여 세업체 모두 「조금만족」에 가까운 것으로 평가함
- 애프터서비스에 대해 바이어기대 불충족도가 가장 높은 분야는 IT분야(1.78점)이며, 전기전자분야(1.47점)가 가장 낮았음

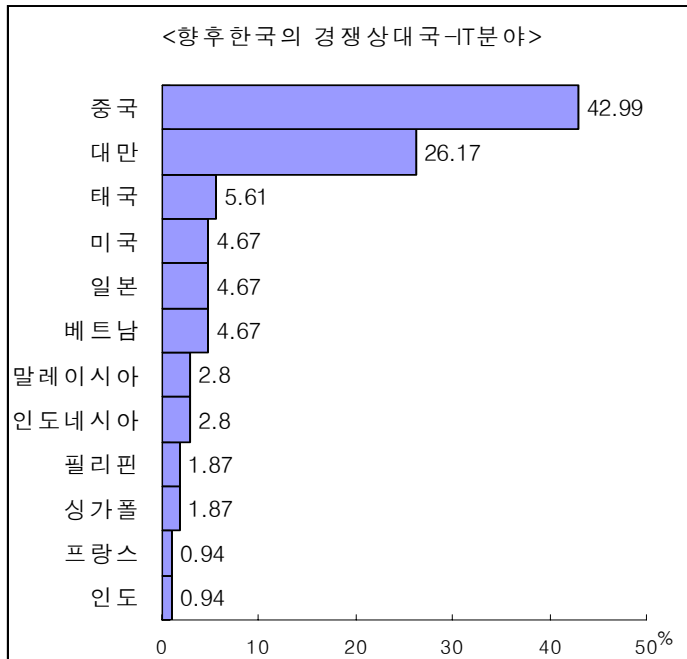
□ 향후 경쟁대상국, 중국-대만-태국을 꼽아

- 향후 어떤 나라가 일본시장에서 한국의 주요 경쟁대상국으로 떠오를 것인가라는 물음에 대해서는 세 분야 모두, 중국-대만-태국의 순으로 경쟁 대상국을 지목하였음
- 중국이 세분야 모두 50% 전후의 응답비율을 차지하였으며, 상기 3개국 이외에도 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 주로 인건비가 상대적으로 저렴한 동남아 지역에 대한 평가가 우세한 가운데, 선진국 중에서는 IT와 자동차 부품분야에서 미국이 꼽혔음
- 이는, 현재의 주요 수입국이 어디냐는 질문에 대해 대만-중국-미국의 순(IT분야), 중국-대만-미국(전기전자, 자동차부품)의 순으로 나타나면서 1위 국가의 비중이 20%전후에 머물렀던 것과 비교해 보면 의미있는 차이를 발견할 수 있음
- 즉, 현재의 경쟁구도는 대만-중국-미국 3개국 과점 구도이지만 향후(10년 이상의 중장기 상정)예측으로는 중국이 압도적 비중을 차지하는 독점적 과점 시장으로 일본시장이 변해갈 것이라는 예상을 바이어들이 하고 있다는 것을 나타냄

<현재수입국과 향후 경쟁대상국 의견비교>

구분	현재주요수입국 (한국제외)				향후 한국의 경쟁 대상국		
	1위	2위	3위		1위	2위	3위
I T 업체	대만 (20%)	중국 (19.2%)	미국 (13.6%)		중국 (42.9%)	대만 (26.1%)	태국 (5.6%)
전기전자부품업체	중국 (25.3%)	대만 (14.9%)	미국 (9.7%)		중국 (52%)	대만 (21.4%)	태국 (5.7%)
자동차부품업체	중국 (22.7%)	대만 (13%)	미국 (11.8%)		중국 (53.6%)	대만 (16.6%)	태국 (9.4%)

○ IT업계



* 복수응답 N=107

쟁력과 향후 경제발전가능성 등을 꼽음.

- 한국의 최대 경쟁 대상국으로 42.99%가 중국을 지목

- 주요 수입국조사에서는 대만 20%, 중국19.2%이었으나 향후 경쟁국으로는 대만보다는 중국이 훨씬 높은 비율을 차지하며 부상

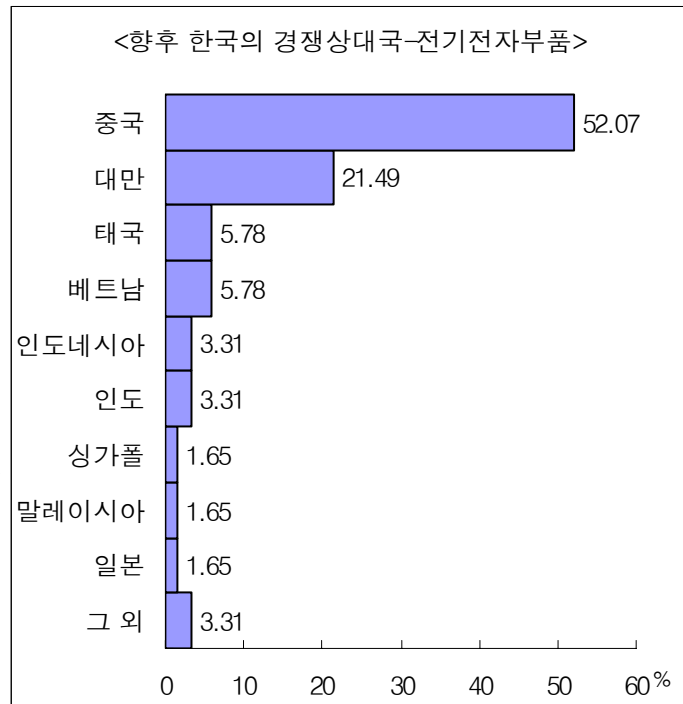
- 중국을 선택한 이유를 보면, 저렴한 인건비 등을 앞세운 가격 경

경쟁대상국 선택 이유 바이어 코멘트(IT업계)

- <중국> • 기술수준 차이가 그다지 없지만 가격은 25%이상 저렴
 • 국가정책으로서의 IT 기술 육성과 값싼 노동력
 • 안정된 기획 및 가격대비 양질의 제품
 • 전세계의 공장으로서 어떤 나라에 대해서도 위협적임
 • 일본과의 지리적 인접성
 • 모방 능력이 뛰어나
- <대만> • IT업계 기술수준 높음, 일본문화 정통인재 다수
- <태국> • 품질대비 조달 가격이 저렴
- <인도> • IT분야 우수인재 풍부, 기술 발전가능성 매우 큼
- <미국> • 최첨단 기술로 승부하는 IT 강국
- <일본> • IT 인프라가 잘 정비되어 있어 경쟁력이 강화될 것

○ 전기전자부품업체

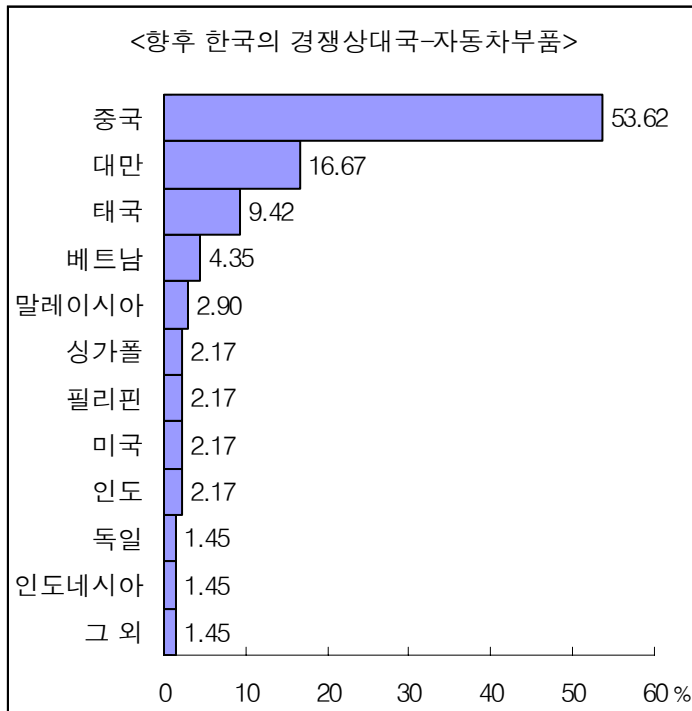
- 최대 경쟁대상국은 중국이 52.07%로 압도적으로 많았으며 대만이 21.49%로 2위를 차지함
- 중국기업은 저렴한 인건비 이외에도 기술력향상, 지리적으로 유리한 위치에 있다는 의견 등도 제시되었음
- 대만과 인도는 기술 수준이 향상되어 품질 측면에서 신뢰할 수 있다는 응답이 있었음.



* 복수응답 N=121

경쟁대상국 선택 이유 바이어 코멘트(전기전자)

- <중국> • 한국에서 확립된 기술 및 상품이 중국에서 보다 저렴하게 제조
 • 한국기업 외주생산 증가에 따른 중국기업 기술발전
 • 원하는 품질, 가격 사양에 따라 기업의 선택폭이 넓음
 • 물류비용 저렴, 월등한 저 생산 비용
 • 일본계 회사의 진출이 많음
 • 가격, 품질, 기업의 신뢰 등 종합적 비교에서 앞섬
- <대만> • 품질대비 코스트의 균형이 좋으며 지리적으로 인접
 • 거래시 신뢰감이 있음
- <태국> • 일본제품에 대한 이해도가 높고, 커뮤니케이션이 편리함
- <인도> • 저렴한 노동력, 높은 교육·기술수준



* 복수응답 N=138

을 보임

○ 자동차부품 업계

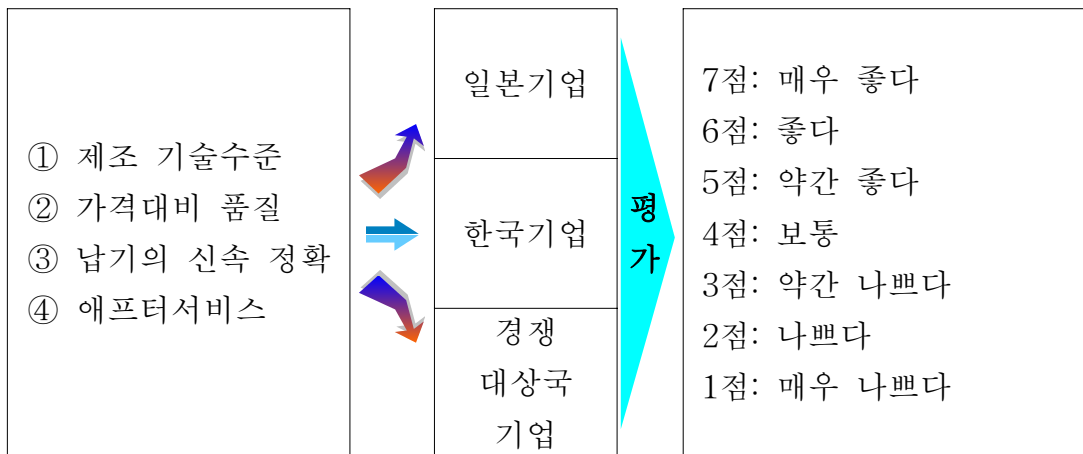
- 한국의 최대 경쟁 상대국으로 과반수 이상이 중국(53.62%)을 꼽았으며, 다음으로는 대만(16.67%)이었으나 중국과의 많은 격차를 보임
- 중국의 경우 품질면에서 약간 불안함을 표현하였으나 최근 일본을 포함한 선진국의 생산 공장이 중국으로 진출함에 따라 기술이 향상되고 품질 문제도 해결되고 있다는 반응을 보임

- 대만의 경우, 가격이 비교적 싸고 품질 면에 있어서도 중국보다 우수하고 신뢰할 수 있으며 일본에 대해 호의적이라는 점 등이 일본과의 거래가 활발하게 이루어 질것으로 보는 이유로 나타남
- 기타 태국이나 인도 등을 선택한 이유는 태국은 자동차 산업이 있으며 인도는 국가적으로 발전 가능성이 높다는 이유를 들었음.

경쟁대상국 선택 이유 바이어 코멘트(자동차부품)

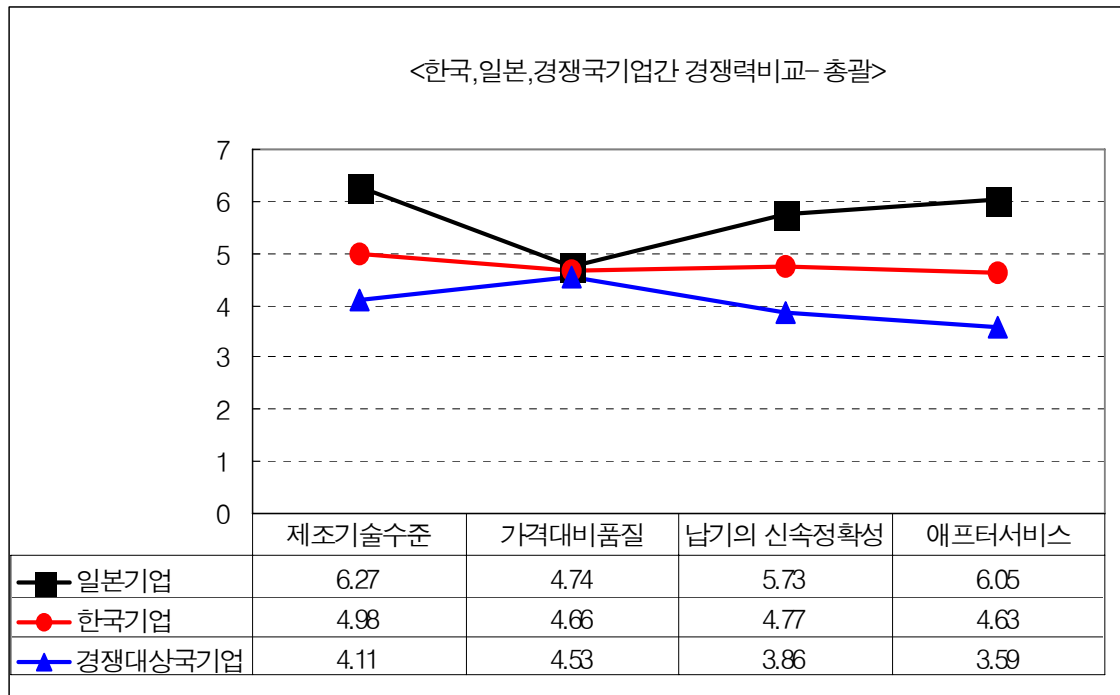
- <중국> • 일본계 기업의 중국 진출에 따른 제품 품질의 향상
• 전세계적으로 자동차부품 기술수준이 수렴되어 가격이 중요
- <대만> • 품질면에서 중국보다 우수하여 신뢰도가 높음
• 일본에 대해 호의적이고 제품에 대한 이해도가 높음
- <인도> • IT기술력이 뛰어나고 잠재성이 있음

- ◇ 한국, 일본, 바이어가 선정한 경쟁국 기업간의 「제조 기술 수준」, 「가격 대비 품질」, 「납기의 신속 · 정확」 「애프터서비스」 항목을 7점 척도로 비교 평가



- ◇ 분야별 측정값 수렴정도, 상호간 격차 등을 분석하여 한국 제품 및 기업이 일본시장에서 경쟁력을 강화하기 위해서 어떤 부분에 노력해야 하는지에 대한 시사점 도출

- 세 분야 전체적으로 일본 바이어들은 일본기업, 한국기업, 경쟁대상국 기업의 순으로 고평가를 하였음
- 항목별로 보면 「가격대비품질」 4점대의 거의 비슷한 수준으로 나타났으나, 「제조기술수준」, 「납기의 신속정확성」, 「애프터서비스」 등의 면에서는 각국 기업간 확연한 차이를 드러냄
 - 일본기업들은 6점대의 「매우 좋음」에 가까운 수준의 평가
 - 한국기업의 경우 4점대의 「약간 좋다」에 가까운 평균수준의 평가
 - 경쟁대상국 기업의 경우 3~4점대의 「약간 나쁘다」는 평가



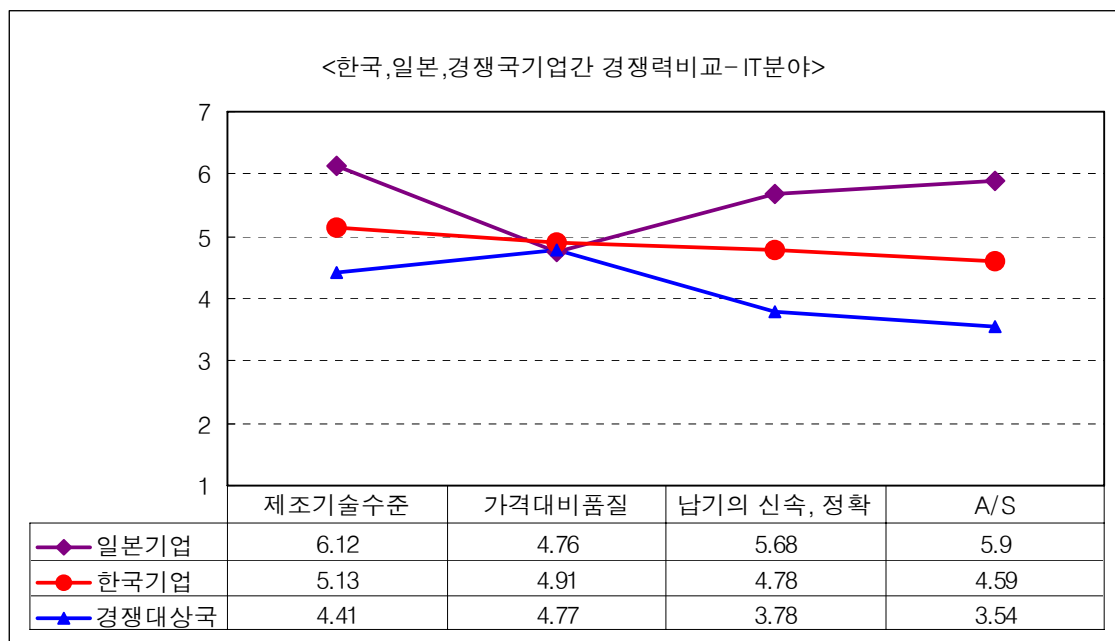
□ 애프터서비스 철저, 제조기술수준 향상, 납기준수 강화 우선의 경쟁력 배양 전략 필요

- 「가격대비품질」이라는 상대적인 경쟁측면은 수렴하고 있으며 네 항목 중 일본 기업과 큰 격차를 보인 항목은 「애프터서비스」, 「제조기술수준」, 「납기의 신속정확성」으로 나타나 향후 한국기업이 일본 업과의 경쟁에서 이기기 위해 주력해야할 분야로 판단됨
- 한편, 선진국의 생산공장이전 등으로 인한 전세계적 품질 표준화가 진행되는 가운데 한국기업의 가격대비품질 경쟁력 제고 대책도 시급할 것으로 판단됨

☞ 납기준수, 애프터서비스 충실화를 적극 추진하고 기술개발, 생산코스트절감 등을 통하여 「가격대비품질」의 향상을 도모하는 경쟁력개선 전략을 추진해야 할 것으로 판단됨

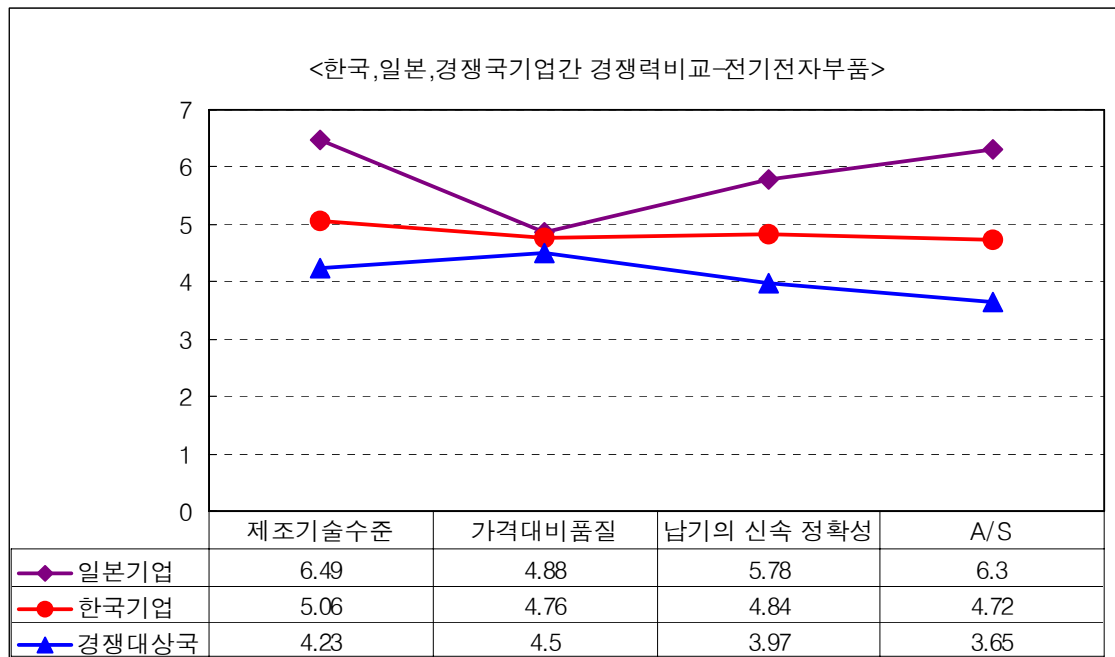
□ IT 업계 - 애프터서비스, 제조기술수준 우선 개선 필요

- 「제조 기술 수준」 「가격 대비 품질」 「납기의 신속·정확」 「애프터 서비스」 항목을 평가 비교한 결과, 대부분의 항목에서 일본-한국-경쟁 대상국 순으로 나타남. 「제조 기술 수준」 「납기의 신속·정확」 「애프터 서비스」 항목은 3국간의 격차가 크게 나타났으나 「가격 대비 품질」 항목은 각국 기업간 격차가 거의 없음
- 일본 기업과 한국 기업간 격차를 항목별로 살펴보면, 「애프터서비스(1.31)」, 「제조 기술 수준(0.99)」 「납기의 신속·정확(0.9)」 「가격 대비 품질(-0.15)」 순으로 나타나 가장 큰 격차를 보인 애프터서비스와 제조 기술을 우선 개선해야 할 것으로 조사됨
- 한편, 일본 기업이 「제조 기술 수준」 「납기의 신속·정확」 「애프터 서비스」 세 항목에서는 한국 기업을 상회하는 평가를 얻었으나, 「가격 대비 품질」 항목만은 한국 기업이 일본 기업을 상회하는 평가를 받아 IT 업계에서는 한국 기업의 품질 우수성이 인정받고 있다는 것을 알 수 있음.



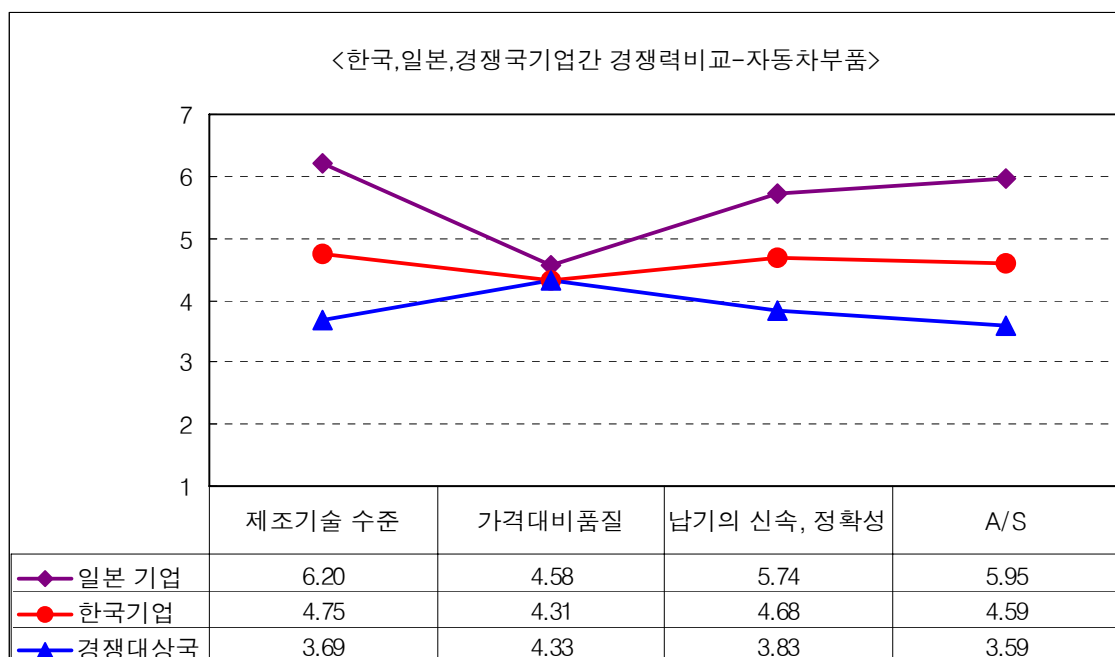
□ 전기전자부품업체 - 애프터서비스분야 격차 가장 커

- 전기·전자 부품 업체도 IT업체와 동일한 경향을 보이며 전체 항목에서 일본-한국-경쟁대상국 순으로 나타남. 「제조 기술 수준」 「납기의 신속·정확」 「애프터 서비스」 항목은 각국간의 격차가 크게 나타났으나 「가격 대비 품질」 항목에서는 일본 기업, 한국 기업, 경쟁대상국과의 격차는 다른 항목과는 상대적으로 그다지 크지 않음
- 일본 기업과 한국 기업간 격차를 항목별로 살펴보면, 「애프터서비스(1.58)」, 「제조 기술 수준(1.43)」 「납기의 신속·정확(0.94)」 「가격 대비 품질(0.12)」 순으로 나타나 IT업체와 순서는 동일하였으나 애프터서비스의 경우 타 업계 대비 격차가 가장 큰 것으로 나타났음
- 반면, 「가격 대비 품질」 항목에서 일본 기업과 한국기업의 격차(0.12), 경쟁대상국과 한국 기업의 격차(0.14)가 그다지 크지 않음. 이는 전 세계 전기·전자 부품 업체의 품질 표준화와 선진국들의 생산 공장 이전으로 인한 중국 및 동남아시아 지역 국가의 품질이 향상되었기 때문으로 판단됨. 향후 일본, 중국 등을 비롯한 경쟁대상국에 추월당하지 않도록 한국 기업의 가격경쟁력 향상을 위한 노력이 요구됨.



□ 자동차부품 업계 - 가격대비품질 경쟁국 기업 보다 열위로 평가

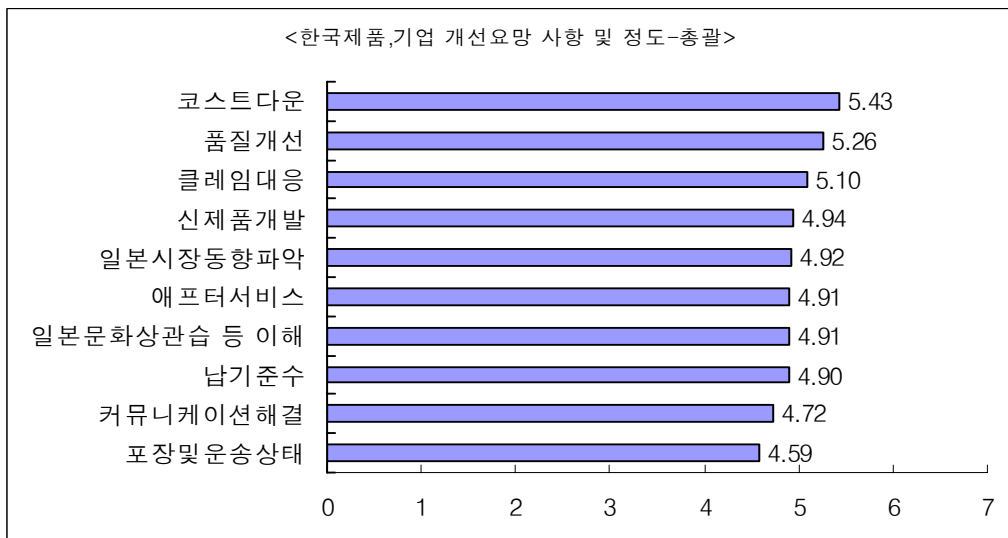
- IT, 전기전자부품 업계와 동일하게 전체 항목에서 일본-한국-경쟁대상국 순으로 나타남
- 일본 기업과 한국 기업간 격차를 항목별로 살펴보면, 「제조 기술 수준(1.45)」 「애프터서비스(1.36)」, 「납기의 신속·정확(1.06)」 「가격 대비 품질(0.27)」 순으로 나타나 가장 큰 격차를 보인 제조 기술과 애프터서비스는 시급히 개선해야할 분야로 확인됨
- 「가격 대비 품질」 항목에서 일본 기업과 한국기업의 격차가 0.27, 경쟁대상국과 한국 기업의 격차가 -0.02로 나타나, **한국 기업의 가격 경쟁력이 중국을 비롯한 경쟁대상국보다 떨어지고 있다고 응답함.** 이는 선진국들의 자동차 부품생산 공장 이전으로 인한 중국 및 동남아시아 지역 국가의 품질이 향상된 것 등에 기인하는 것으로 판단됨



◇ 향후 거래 활성화를 위해서 한국제품 및 기업이 개선노력을 기울여야 하는 분야 10개 항목을 설정하여 7점 척도로 평가

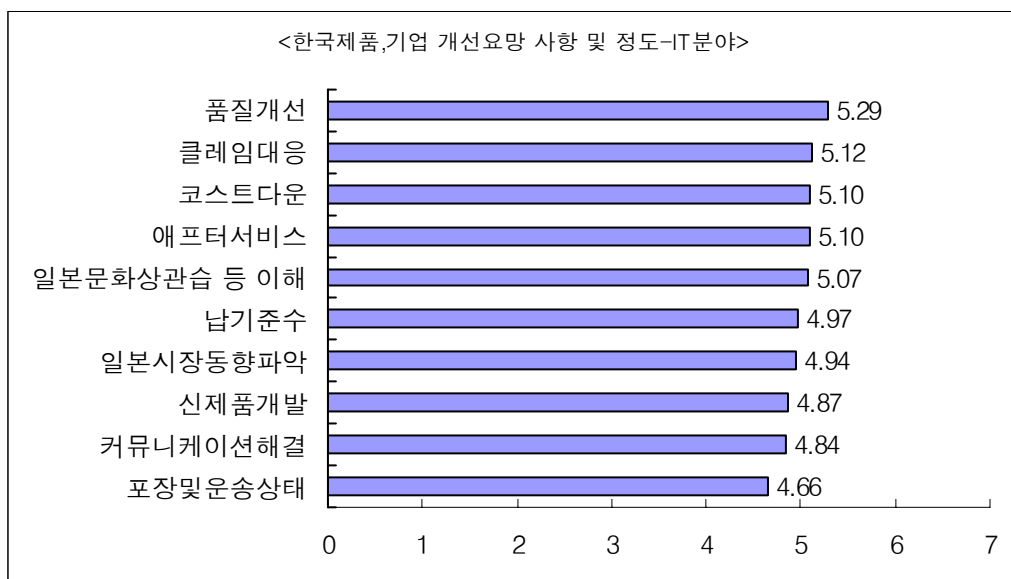
① 품질개선 노력 ② 신제품개발 노력 ③ 코스트다운 노력 ④ 주문후 납기까지 신속정확성 ⑤ 일본문화, 상관습 등에 대한 이해 ⑥ 일본시장동향 파악노력 ⑦ 제품의 포장 및 운송 ⑧ 애프터서비스 ⑨ 클레임 대응 ⑩ 커뮤니케이션 해결노력	평 가	7점: 매우 개선 필요 6점: 개선 필요 5점: 다소 개선 필요 4점: 어느쪽도 아니다 3점: 별로 필요치 않음 2점: 거의 필요 없음 1점: 개선 필요 없음
--	----------------	--

- 한국 기업의 개선 사항에 관해 7점 척도 평가를 실시한 결과, 가장 개선해야 할 사항으로는 「코스트다운 노력」(5.43)이라고 응답하였으며 다음으로는 「품질 개선 노력(5.26)」, 「클레임 대응 노력(5.10)」 순으로 나타남. 반면, 다른 항목에 비해 상대적으로 양호한 평가를 받은 항목은 부품(제품)의 「포장이나 운송상태」(4.59)로 나타남.



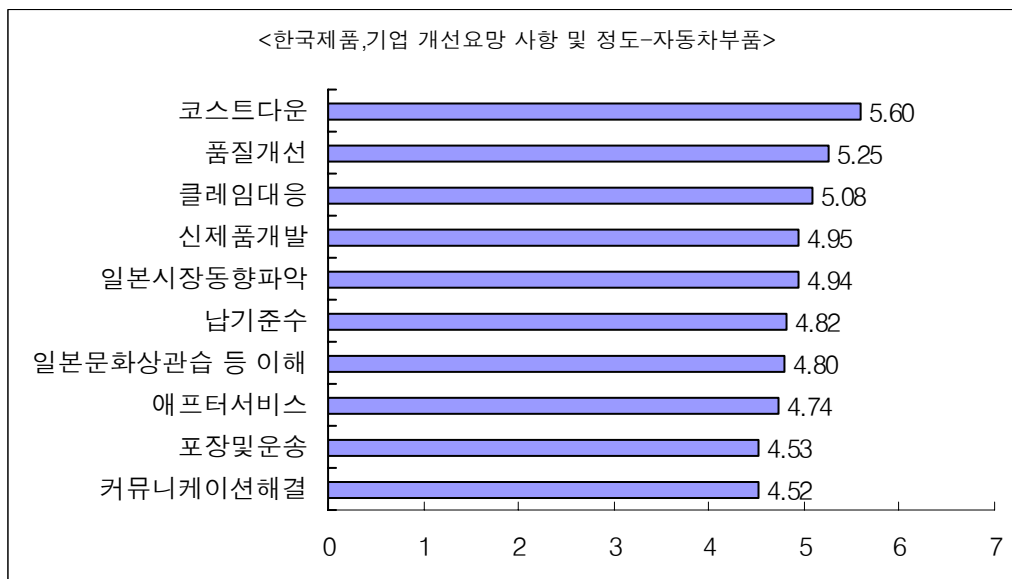
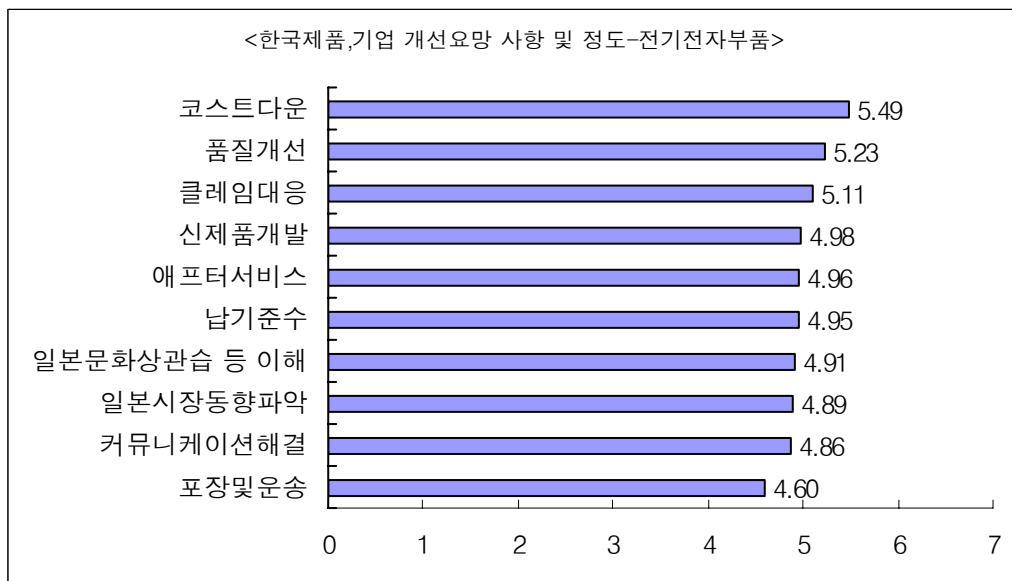
□ IT 업계 - 품질개선 노력 최우선 강조

- 한국기업의 개선 노력이 필요하다고 응답한 항목은 품질개선(5.29), 클레임대응(5.12), 코스트다운(5.10), 애프터서비스 등의 순서로 나타난 반면 납기준수, 시장동향파악, 신제품 개발 등 5개 항목은 「어느쪽도 아니다」라는 응답을 보임
- 전기전자·자동차부품업계가 코스트다운 노력이 가장 중요하다고 응답한 반면, IT업계는 품질개선(5.29)과 클레임대응(5.12)노력이 더욱 필요하다고 응답하여 대조적 경향을 보였음
- 기타 의견으로는 “광의의 문화를 판매한다는 양국의 시대적 의식이 요구됨”, “PL법 준수를 위한 기업의 노력이 필요함” 등이 있었음



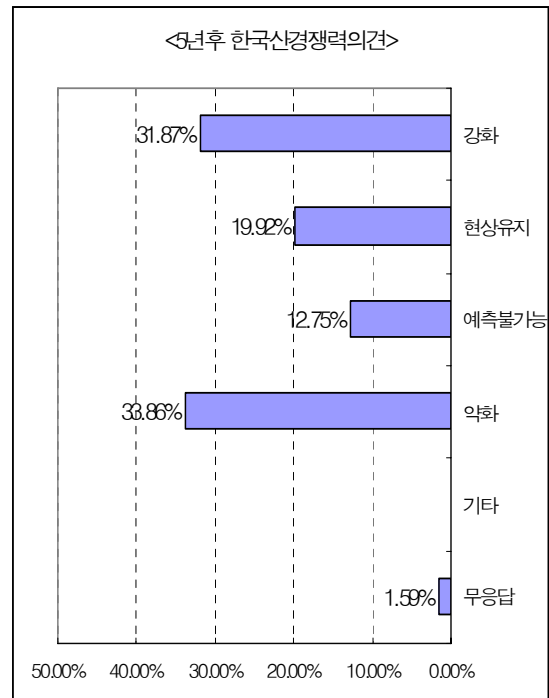
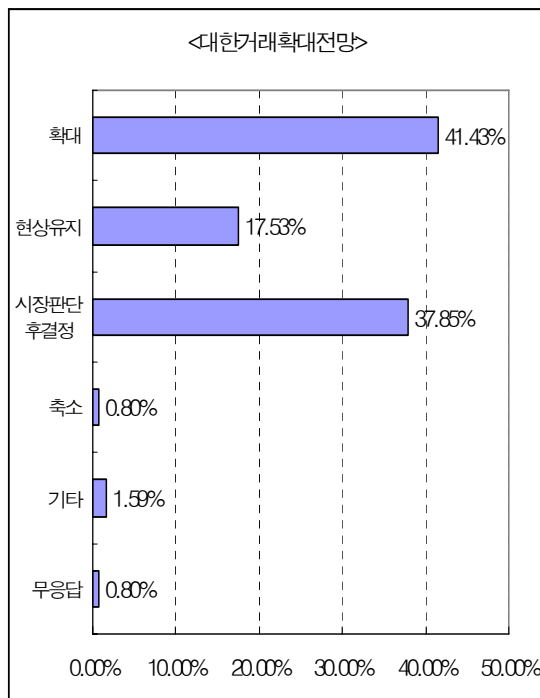
□ 전기전자·자동차부품업계 - 코스트다운노력 가장 필요

- 양 업계 공히 코스트다운, 품질개선, 클레임 대응 등 3항목에서 「개선 노력이 조금 필요하다」 반응을 보였으며, 그 중 코스트다운 노력을 가장 강조하였음
- 신제품개발 등 7개 항목은 「어느쪽도아니다」 라는 범주에 속하기는 하나 개선노력 필요사항 3개 항목과의 차이가 미미하였음



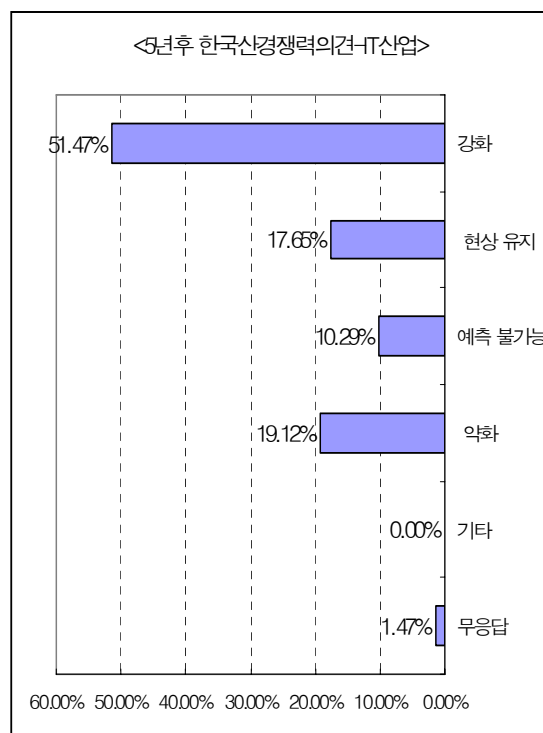
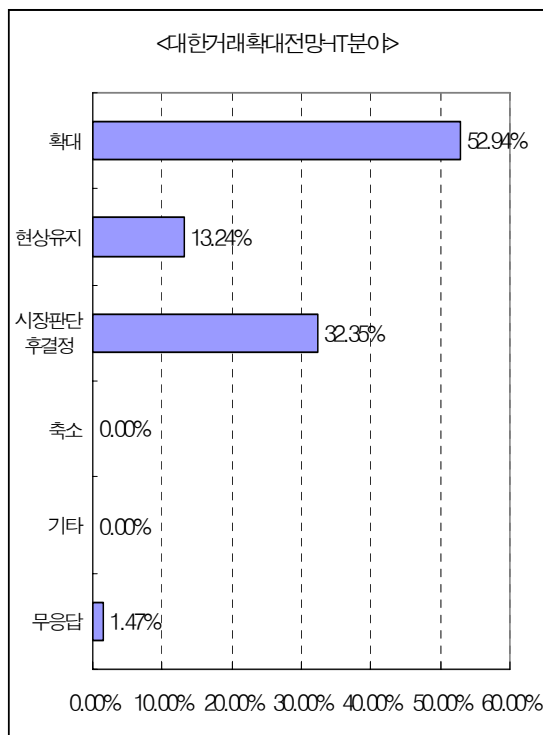
□ 한국과의 거래 확대에 긍정적이나 경쟁력 개선 예측은 대립

- 세분야 응답기업의 41.43%가 향후 한국과의 거래를 「확대할 것」이라고 응답하여 「축소할 것」이라는 응답 0.8%를 훨씬 상회하였으나, 향후 시장판단 후 결정이라는 유보적인 의사도 37.8%에 달하여 높은 비중을 차지하였음
- 한편, 한국제품의 일본시장에서의 경쟁력변화 관련해서는 「강화될 것」이라는 의견과 「약화될 것」이라는 의견이 각각 31.8%, 33.8%로 비슷하게 나타나 의견이 대립되는 양상을 보였음
- 두가지 항목을 종합해 보면, 한국과의 거래확대전망에 대하여 유보적인 판단을 내린 바이어 중 상당수가 향후 한국제품의 경쟁력은 약화될 것이라고 생각하고 있는 것으로 추론할 수 있어, 제품 및 기업경쟁력 강화를 위해 한국 기업의 다양한 노력이 필요하다는 시사점을 던져 주고 있음



□ IT업계 - 거래규모 확대, 경쟁력 강화 예상 우위

- 한국과의 거래를 「확대할 것」이라는 응답이 52.9%를 차지하며 한국 기업의 경쟁력이 「강화될 것」이라는 응답이 51.4%를 차지하는 등 한국에 대한 평가가 가장 우수한 것으로 나타남
- 한국 기업의 경쟁력 예상에 대한 주된 이유를 항목별로 살펴보면, 「강화」는 한국산 부품(제품)의 기술력 향상과 거리적·문화적 인접국이라는 이유가 많았으며, 「현상 유지」는 새로운 아이디어의 부족과 가격 경쟁력 저하의 우려를 꼽고 있음.
- 「약화」는 중국과 동남아시아 국가들의 기술력 향상, 한국 기업의 가격경쟁력 저하, 코스트 상승의 이유를 들었음



한국산 경쟁력 예측 관련 바이어 코멘트(IT분야)

<강 화>

- 핸드폰, TFT 는 성장분야로 한국 기업의 경쟁력이 뛰어남
- 중국은 정치와 기업관행이 불안정하여 신뢰하기 어려운점이 있음
- 지리적 잇점, 기술 수준도 상위, 국제법도 일본 수준으로 정비되었음
- 품질과 신제품 개발 능력이 우수해 5년~10년 후에는 높이 평가될 것 단, 일본 시장과 상관습 이해가 필수
- 일본 기업의 가격 경쟁력 약화
- 한국은 정부와 업계가 일체화 되어있으나 일본은 그렇지 않음
- 문화습관이 유사, 지리적으로 인접하고 동일 경제권임

<현상유지>

- 원화가치상승의 어려움이 계속될 것이나 품질과 서비스 개선으로 대응
- 중국산과의 가격경쟁이 매우 어려울 것
- 일본 기업의 가격 경쟁력 향상이 예상 됨

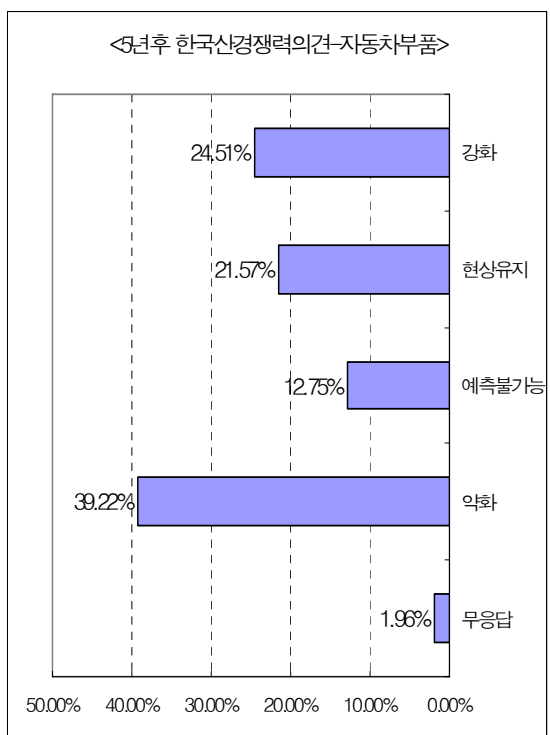
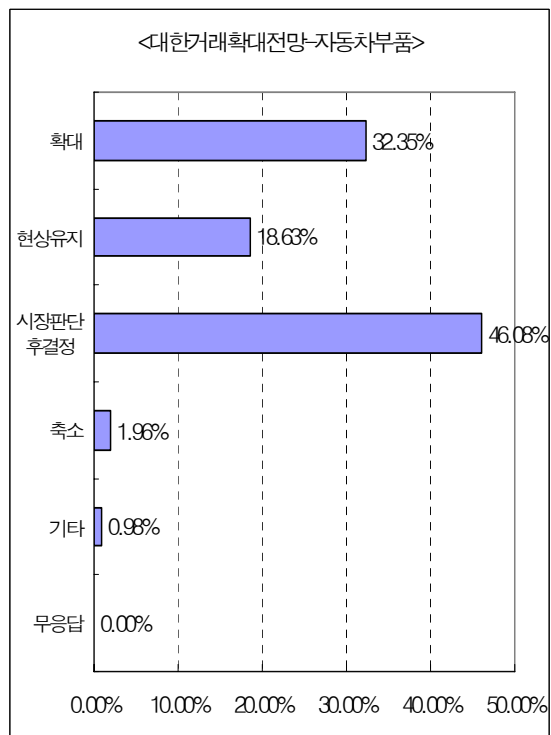
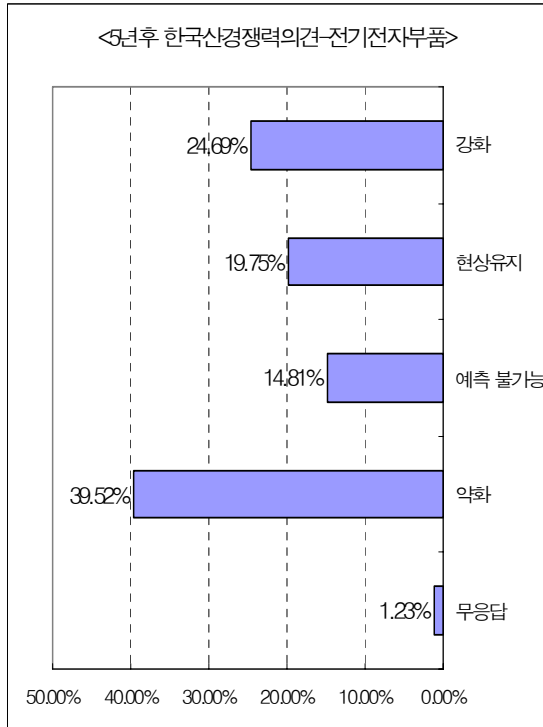
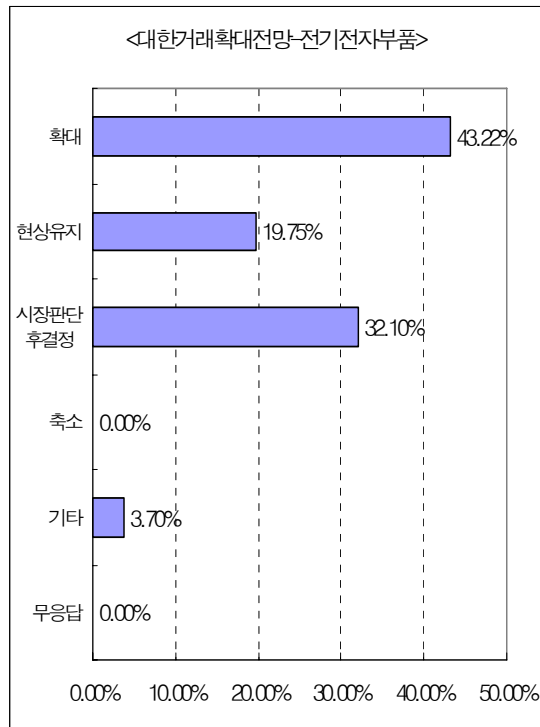
<약 화>

- 중국 제품의 품질 대비 가격 경쟁력 향상
- 노동 코스트 상승, 원재료를 타국에 의존
- 인도 등 동남아시아 등의 기술력 향상으로 한국 제품에 대체 가능
- 외교 갈등에 의한 국가 이미지 저하

□ 전기전자·자동차부품업계 - 한국산 경쟁력 약화 의견 제시

- 전기전자·자동차부품업계는 한국산의 경쟁력이 「약화될 것」이라는 의견이 각각 39.5%, 39.2%로 매우 높은 것으로 나타나 한국기업의 적극적인 대응이 요구되고 있음
- 향후 거래 예상에 대해서는 「확대할 것」이라는 응답비율이 IT업계보다는 낮았으며, 특히 자동차부품업계는 「시장판단후 결정」이라는 유보적 응답이 46%로서 「확대할 것」이라는 응답 32.3%를 크게 상회함
- 이는, 아직까지 기술표준화가 덜 진전된 IT업계가 기술개발 및 품질 요

인을 더 선호하여 IT강국인 한국의 입지가 강한 반면, 전기전자·자동차부품 업계는 세계적 품질표준화, 선진국들의 생산 공장 이전으로 인한 중국 및 동남아시아 제품의 품질 향상 등으로 인해 가격적 요소가 경쟁력을 좌우하는 경우가 많기 때문인 것으로 풀이됨



한국산 경쟁력 예측 관련 바이어 코멘트(전기전자·자동차부품업계)

<강 화>

- 과거에 비해 기술의 발전속도가 빠름(전기전자)
- 한류붐의 영향, 한국제품에 대한 왜곡된 편견등이 줄어들 것(전기전자)
- 품질에 대한 사고방식이 일본과 유사, 가격은 일본보다 저렴(전기전자)
- 일본과 유사한 수준의 기술력을 소지하고 있으므로, 품질관리, 품질보증 등의 사고방식을 향상시키면 강화될 것임(자동차부품)
- 가격 대비 품질 경쟁력이 향상이 시장개척확대의 관건(자동차부품)
- 기술력이 향상되고 유저의 니즈파악 노력이 뛰어남(자동차부품)

<현상유지>

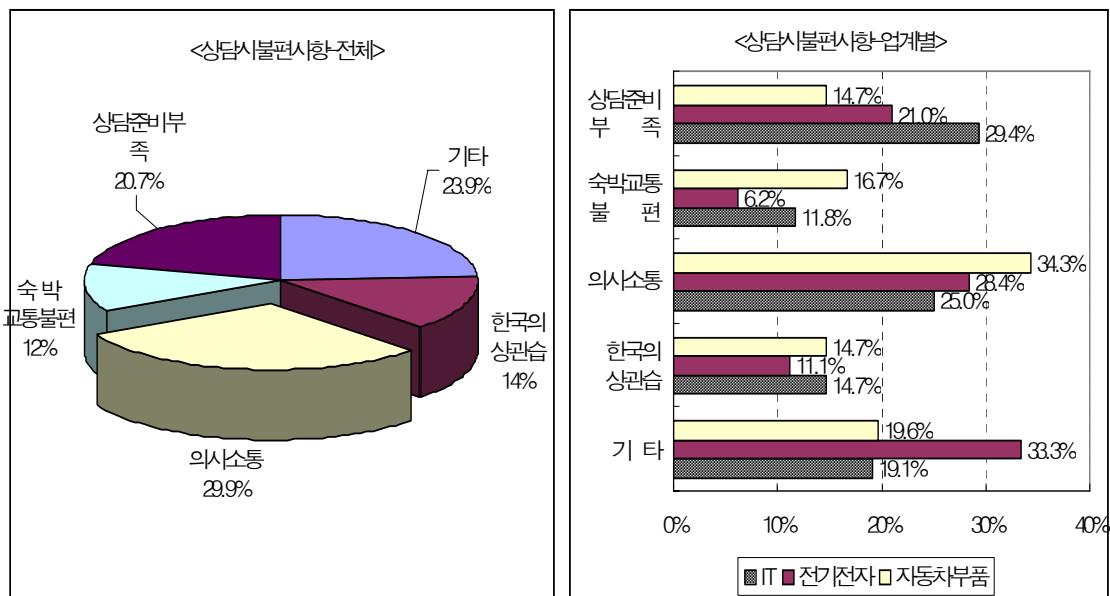
- 중국제품의 약진 및 유통 확대 (전기전자)
- 지리적 인접성이 여타 불리한 요소를 상쇄할 것(전기전자)
- 비용측면에서 불리하나 품질, 납기준수의 노력으로 상쇄(자동차부품)
- 수입품 유입이 증가하나 한국산 국한된 것은 아님(자동차부품)

<약 화>

- 가격면에서 중국 베트남에 대응하기 어려울 것 (전기전자)
- 가격대비 품질면에서 중국 등에 뒤질 것으로 판단
- 원화가치 상승이 지속되면 경쟁력이 약화될 것

□ 커뮤니케이션 대응, 상담준비 부족이 가장 큰 애로 사항

- 응답기업들은 비즈니스 상담을 위해 한국을 연 4회내외 평균 방문하는 것으로 나타났는데, 한국 방문 상담시 애로사항에 대해서는 전체의 29.9%인 「의사소통어려움」 이라고 응답하였으며, 그 다음으로 「상담준비 부족」을 지적한 바이어가 20.7%로 나타나, 한국기업의 적절한 대응이 요구됨
- 일본어 카탈로그를 준비하고, 거래진척 과정이 다소 느리더라도 성실히 대응하는 것이 일본기업과의 상담에 매우 필요하다는 것을 알 수 있음
- 업계별로 살펴보면, IT업계에서는 「상담준비부족」이 가장 큰 애로 사항이라고 응답하였으며, 전기전자·자동차부품업계에서는 「의사소통어려움」이 가장 큰 것으로 응답하였음



<약속준수, 업무협약, 상담태도 등>

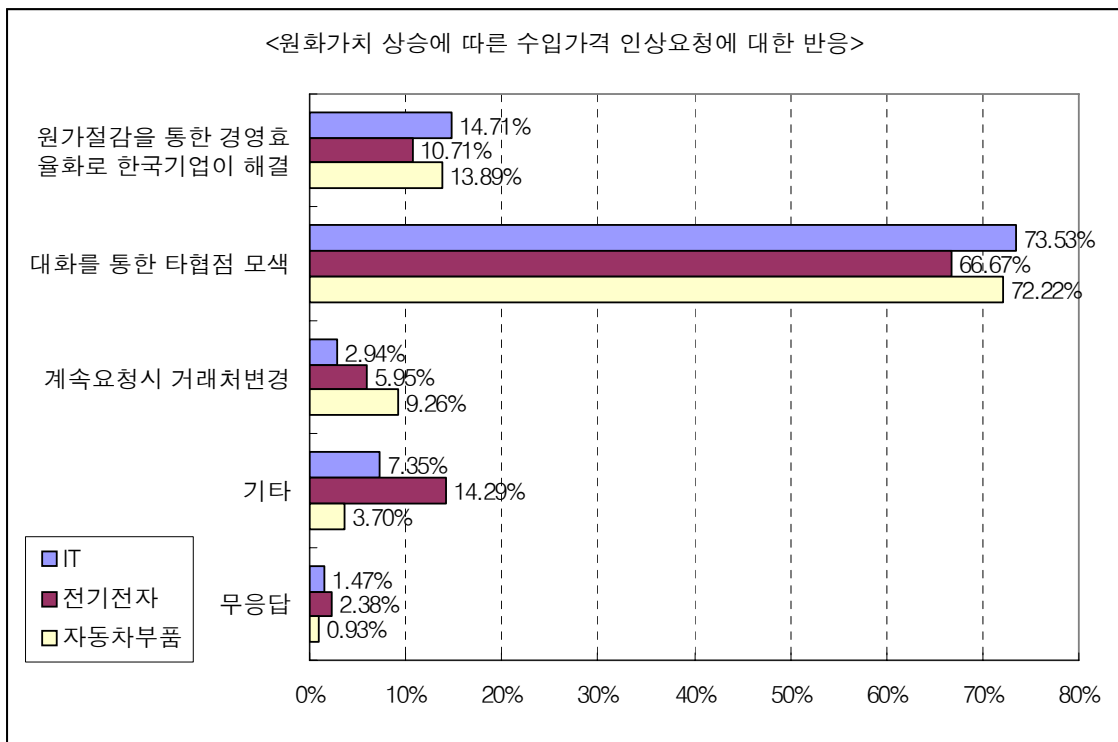
- 약속의 당일 취소를 당연시함
- 일본인처럼 상거래에 관한 엄격함이 없다. 약속을 지키지 않음
- 제품 제작 중의 질문 등에 대한 연락 사항을 별로 하지 않음
- 상담후의 거래 진행이 잘 안됨
- 일본 소비자의 사고방식과 상관습을 이해하지 않음
- 일본 시장에 대한 이해력 부족
- 자사 상품만이 가장 좋은 것으로 생각함
- 무엇이든지 할 수 있다고 장담함
- 자기주장이 너무 강함
- 문제점 및 의견 차이에 대한 해결 노력이 부족하며, 너무 빨리 결론 지어버림.
- 빨리 뜨거워지고, 금방 식어버림
- 문서화하지 않음
- 과도한 접대

<교통,숙박, 의사 소통 등>

- 기본 커뮤니케이션은 그다지 곤란하지 않으나, 상담의 세부적인 내용의 전달이 어려움
- 시내에서 영어가 통용되지 않음
- 일본어 표지판이 적음 (일본에는 주요전철에 한글안내가 있음)
- 교통기관 이용시 일본어 사용을 싫어함
- 공항에서부터 이동이 불편하며 버스 운전이 난폭하고 불친절함
- 김해공항에서 부산이나 대구 시내까지 리무진 버스가 없음.
- 하네다-부산 항공 노선이 필요
- 만성적 교통 지체
- 서울의 호텔 요금이 너무 비쌈

□ 대화와 타협 중시 특성 가운데, 한국측 경영합리화 요청

- 원화상승으로 인한 한국 기업의 가격 인상 요청에 대해 일본 기업은 대부분 「대화를 통해 타협점을 모색한다」라는 반응을 나타내어 대화와 타협을 중시하는 일본 기업의 특성을 엿볼 수 있었으나 「원가절감을 통한 경영효율화로 한국기업이 해결해야한다」와 「계속 요청시 거래처를 변경 한다」는 응답도 전체의 20%정도를 차지하고 있어 한국측의 노력을 강조하는 바이어도 상당수를 차지하였음
- 기타를 살펴보면, 「결재통화 다변화로 대응한다」, 「품질, 가격적인 요인을 종합검토 건별로 대응한다」라는 의견이 있었음



<첨부>

분야별 일본시장동향

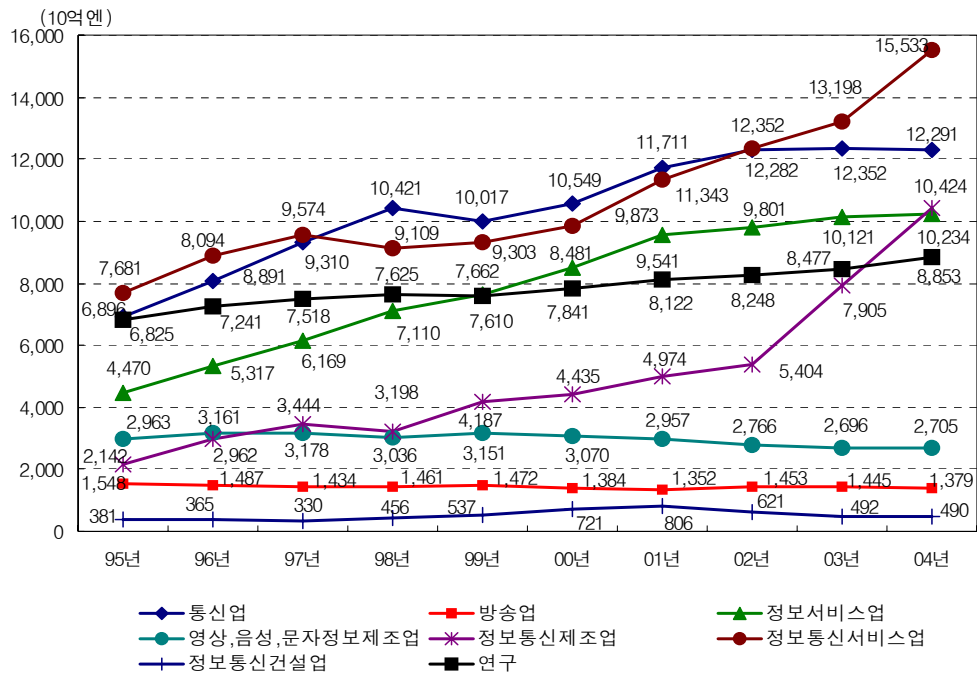
1. IT 업계

- 총무성의 정보통신백서에 따르면, 일본 IT업계는 정보통신제조업, 정보통신서비스업, 정보서비스업, 통신업, 방송업, 영상·음성·문자 제조업, 정보통신 건설, 연구 부문으로 구분됨. 본보고서에서는 IT 부품 기업을 대상으로 설정하여 조사를 실시하였으므로, 정보통신 제조업 및 정보통신 서비스업만으로 좁혀 논의를 전개함.

가. 시장 개요

- 2002년 이후, 업계의 실질 GDP는 정보통신 제조업의 회복으로 전반적으로 상승했으나, 2004년 후반부터 2005년 중반에 걸쳐, 정보통신서비스업이 상승하는 반면, 세계적인 ICT(Information and Communication Technology)관련재의 재고 조정의 영향으로 인해 정보통신 제조업이 감소해 전체적인 회복 경향이 일시적으로 완화됨.

<IT업계 부문별 실질 GDP 추이>

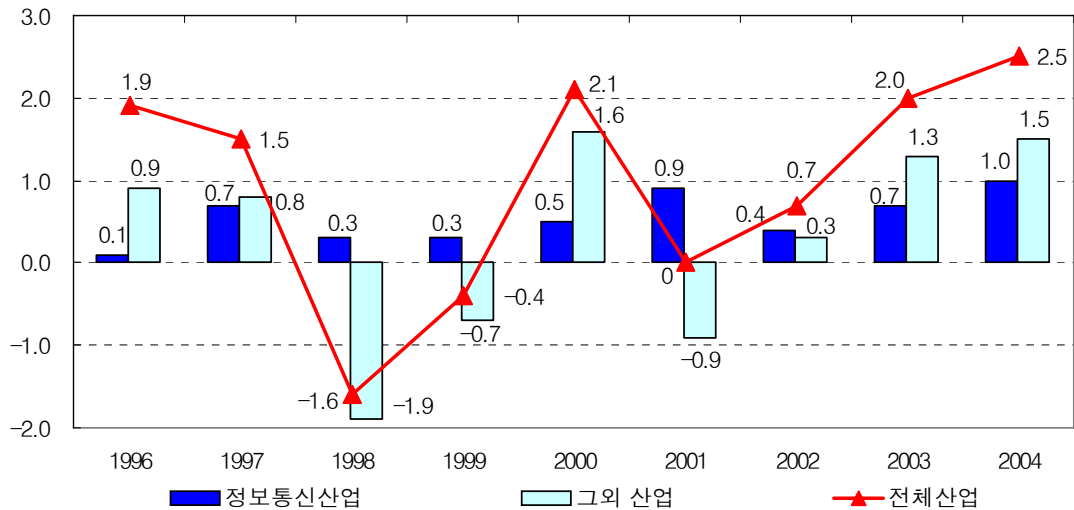


자료출처: 총무성,平成18년판 정보통신백서에 기초해 작성.

(<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp>)

- 2004년 일본의 실질국민총생산(GDP)은 전년도대비 2.5조엔 상승하였는데 이중 IT산업의 실질GDP 변화에 대한 기여율이 40%에 이르러 정보통신산업의 퍼포먼스가 일본 경제 성장에 미치는 영향은 타 산업과 비교해 확대되고 있음을 알수 있음

<실질 GDP변화에 대한 IT업계 기여도>

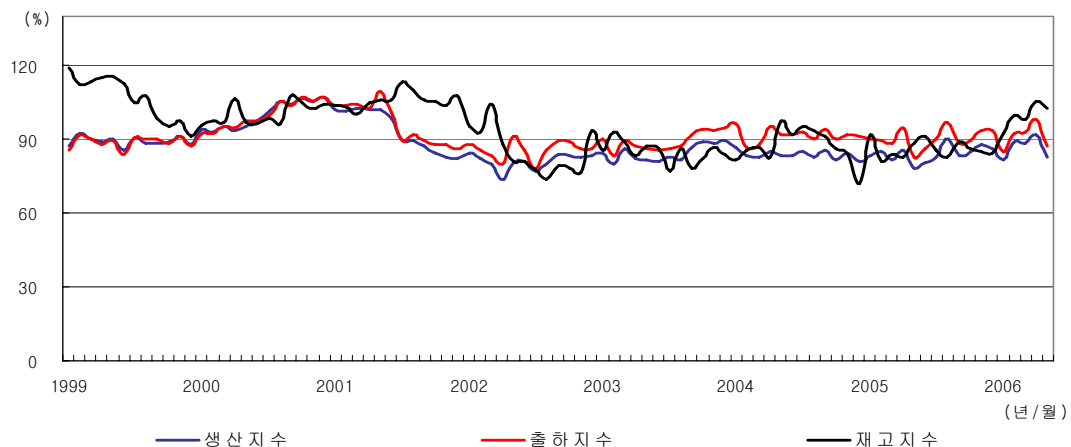


자료출처: 총무성,平成18년판 정보통신백서에 기초해 작성.
(<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp>)

나. 생산동향

- 정보통신 제조업은 해외의 반도체 수요증가에 따른 영향으로 ICT 관련 생산재를 중심으로 2002년 이후 상승. 2004년 후반이후 국내 재고율의 상승과 세계적인 ICT 관련재의 재고조정으로 인해 일시적으로 정체하였으나 2005년 여름부터 반도체 생산증가의 영향으로 회복국면에 돌입

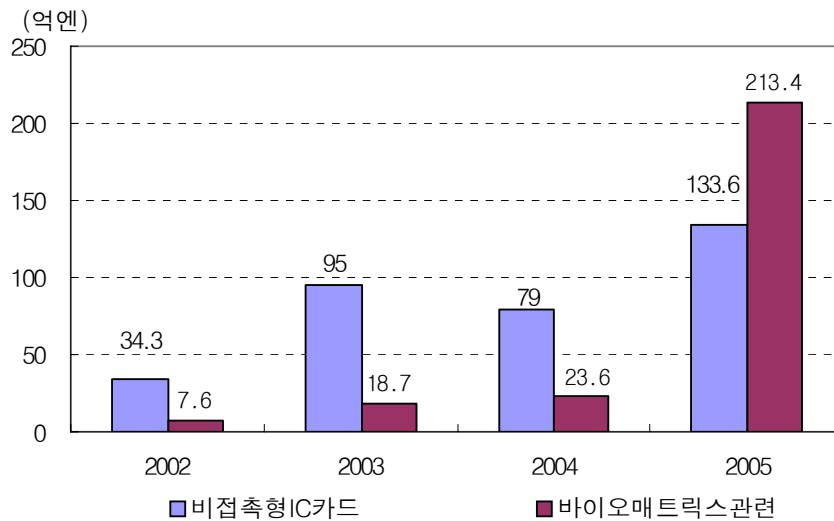
<정보통신제조업의 생산·출하·재고 상황 추이>



자료출처: 경제통산성 「鉱工業指数」에 기초해 작성.(<http://www.meti.go.jp>)

- 반도체 생산의 확대 배경으로는, 전자 태그, 비접촉형 IC카드 등 유비쿼터스 관련재 출하 증가 영향 등을 들 수 있음. 2005년 전자 태그 출하 매수는 8,532만매(전년대비 52.3%), 비접촉형 IC카드 출하 금액은 134억엔(同 69.1%), 바이오매트릭스 관련이 213억엔(同 9배)의 실적을 거양함

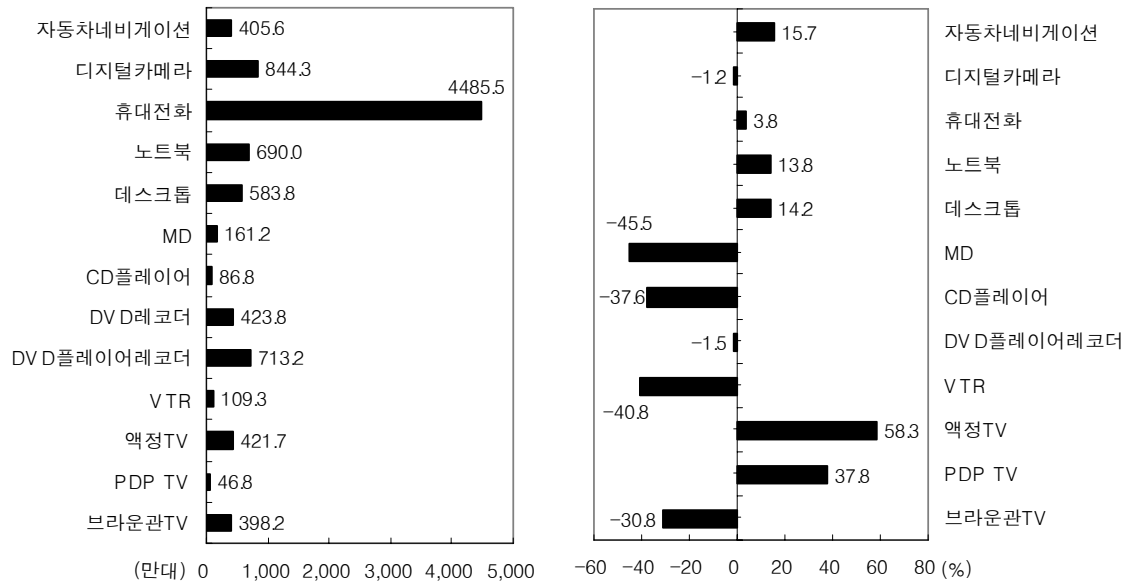
<비접촉형IC카드 및 바이오매트릭스 관련 출하금액 추이>



자료출처; 총무성,平成18年版 정보통신백서,2006년.

- 2005년 각종 정보통신기기 일본내 출하상황은, 휴대전화 4,485.5만대(전년대비 3.8%증가), 디지털카메라 844.3만대(同1.2% 감소), DVD플레이어 레코더 713.2만대(同1.5% 감소), 노트북 690만대(同13.8%증가), 데스크톱 583.8만대(同14.2%), 액정TV421.7만대(同58.3%증가), PDP TV 46.8만대(同37.8%증가)의 실적을 보임.
- 출하 규모면에 있어서는 휴대전화가 다른 기기와 비교해 월등히 앞서고 있으며, 전년대비 증가율에서는 박형TV(액정TV 및 PDP TV)의 성장이 눈에 띈다

<2005년 주요 정보통신기기 국내 출하대수 및 전년대비 증가율>



자료출처: 총무성,平成18년판 정보통신백서,2006년.

- 정보통신 서비스업은 완만한 확대 경향을 견실히 보여줌. 그 중에서도 시스템 관리운영 위탁, 정보관련 기기 리스 및 이동전기통신업의 신장이 현저함
- 시스템 관리운영 위탁의 신장은 기업의 인트라넷 보급에 의한 관리보수 수요의 증가를 반영하고 있으며 정보 Security에 대한 수요가 확대되고 있어 향후에도 큰 성장이 예상됨. 또한, 기업 정보화 관련투자가 임대로 전환되고 있어 정보관련기기 리스시장이 확대됨. 한편, 이동전기통신업은 휴대전화 보급에 따라 순조로운 신장률을 보임.

다. 수출입 동향

- 2004년 기준으로 정보통신 관련재의 수출은 12조157억엔, 수입은 8조598억엔에 달하며 일본전체 수출액 수입액에서 차지하는 비중은 2000년 이후 감소세를 보이고 있음. 수출의 경우 2005년 초에 전년대비 마이너스의 추이를 보였으나 2005년 여름이후로는 반도체 등 전자부품 수출 증가의 영향을 받아 플러스로 전환함. 또한 정보통신 관련재의 수입 비율은 미미하게 증가함.

2. 전기·전자 부품 업계

- 전기전자부품에 대해서는 다양한 분류 방법이 있으나 본 보고서에서는 JEITA(일본전자정보기술산업협회)의 구분 원칙에 따라 전기·전자부품을 아래의 표와 같이 수동부품, 접속부품, 전자회로기관, 변환부품, 기타전자부품으로 구분하여 논의를 전개함.

전기·전자부품	세부항목
수 동 부 품	저항기, 콘덴서, 트랜스, 기능부품
접 속 부 품	커넥터, 스위치, 릴레이
전자회로기관	리지트프린트 배선판, 플렉시블 배선판, 모듈기관, 기타전자회로기관
변 환 부 품	음향부품, 자기헤드, 초소형 모터
기타전자부품	조립품, 메모리부품, 유선통신기기용 부품

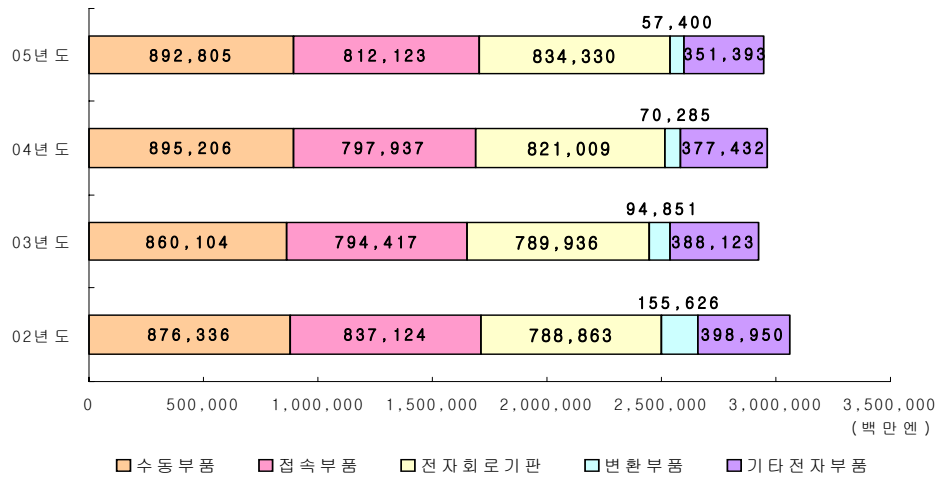
가. 시장동향

- 2005년도 하반기 전기전자 부품 전체 출하액은 1조5,494억엔으로 전년 동기대비 106.2%를 기록하였으나, 상반기의 실적부진으로 인해 05년 전체적으로는 2조9,480억엔으로 전년대비 0.3% 감소함
- 2006년도에는 5월말 기준, 전체출하액이 4,092억엔으로 전년동기대비 12.3% 증가세를 보였으며 2005년 8월 이후는 9개월 연속으로 두 자리 이상의 신장률을 나타냄.

나. 생산동향

- 2005년도 품목별 출하 동향을 살펴보면 커넥터의 생산이 호조를 보인 접속부품과 전자회로 기관이 전년동기 대비 각각 1.8%, 1.6%의 미세한 증가세를 기록한 반면 수동부품(동 ▲0.3%), 변환부품(동 ▲19.4%), 기타전자부품(동 ▲6.9%) 등은 전년대비 감소세를 기록하였음

<전기·전자부품 생산동향 추이>

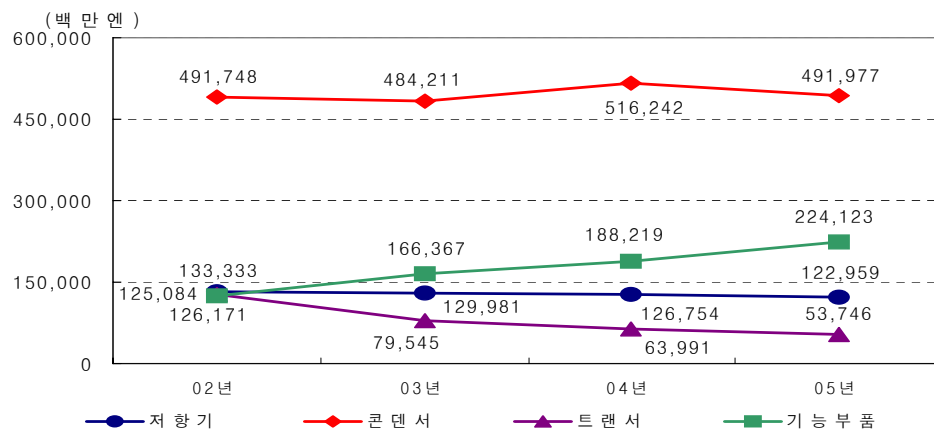


자료출처:전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초해 작성.<http://www.jeita.or.jp>

1) 수동부품

- 2002년 이후 꾸준한 성장세를 보인 수동부품 국내생산은 2004년에 8,952억엔으로 전년대비 3.7% 증가해 2년 연속 플러스 성장을 기록하였으나 2005년에는 8,928억엔으로 전년대비 0.3% 감소, 수동부품 품목 중 기능부품을 제외한 전체 품목에서 하향세를 보임.
- 2005년도에 저항기는 1,229억엔으로 전년대비 3.0% 감소하였으며, 코일을 포함한 트랜스는 537억엔(동 ▲15%)을 기록하여 2003년 이후 지속적인 감소세를 나타냄

<수동부품 생산추이>

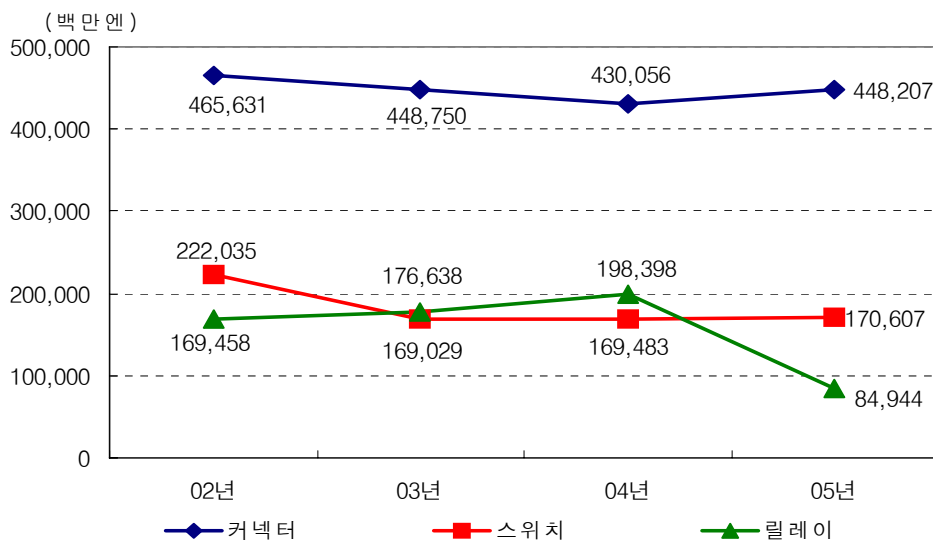


자료출처:전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초해 작성.<http://www.jeita.or.jp>

2)접속부품

- 2005년도에 커넥터, 스위치의 생산량은 각각 4,482억엔과 1,706억엔으로 전년동기대비 미미한 증가를 보였으나 릴레이는 전년대비 57%나 감소하여 849억엔에 머물렀음. 스위치의 경우, 조작스위치는 휴대폰, 디지털 카메라용 수요 호조로 두 자리수 증가를 보인 반면 키보드스위치는 해외 생산이 진척되어 두 자리수 감소세를 기록함.

<접속부품 생산추이>

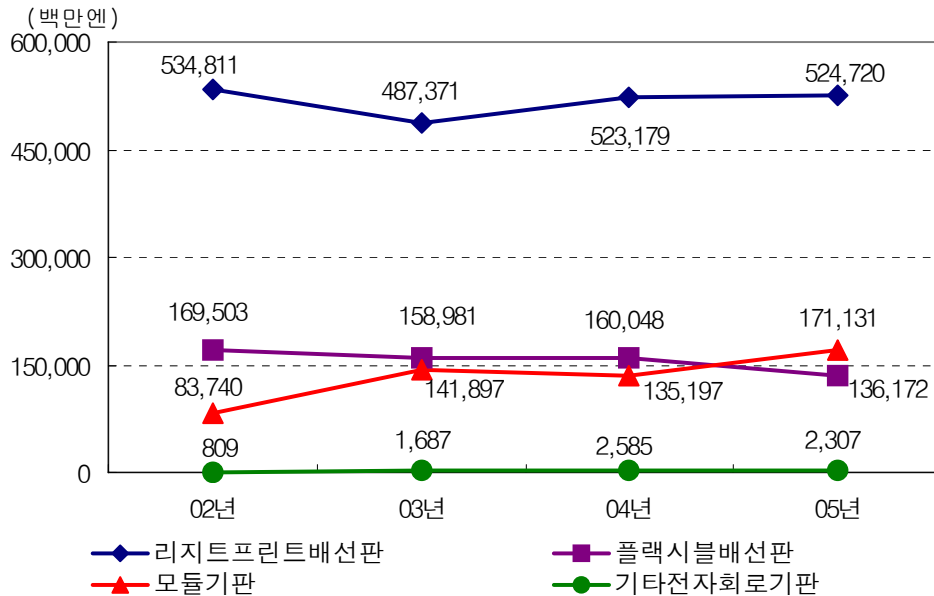


자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초해 작성.<http://www.jeita.or.jp>

3)전자회로기판

- 2005년 전자회로기판의 일본내 생산은 디지털가전을 중심으로 한 전자 기기나 자동차관련 등의 호조에 따라 8,343억엔으로 전년대비 1.9% 증가해 3년 연속 플러스 성장을 기록함
- 2000년에 9,500억엔을 기록한 이래 2001년도에 IT불황으로 16.7%가 감소하는 등 2002년까지 지속적인 감소세가 이어졌으나 2003년 가을 이후 반도체 시장의 회복세 등에 힘입어 성장세로 반전
- 전자기기의 소형화·경량화·슬림화, 고성능화, 다기능화에 따라 전자 기판도 슬림화, 경량화, 고밀도화, 고다층화로의 전환이 진행되고 있음

전자회로기관 생산추이

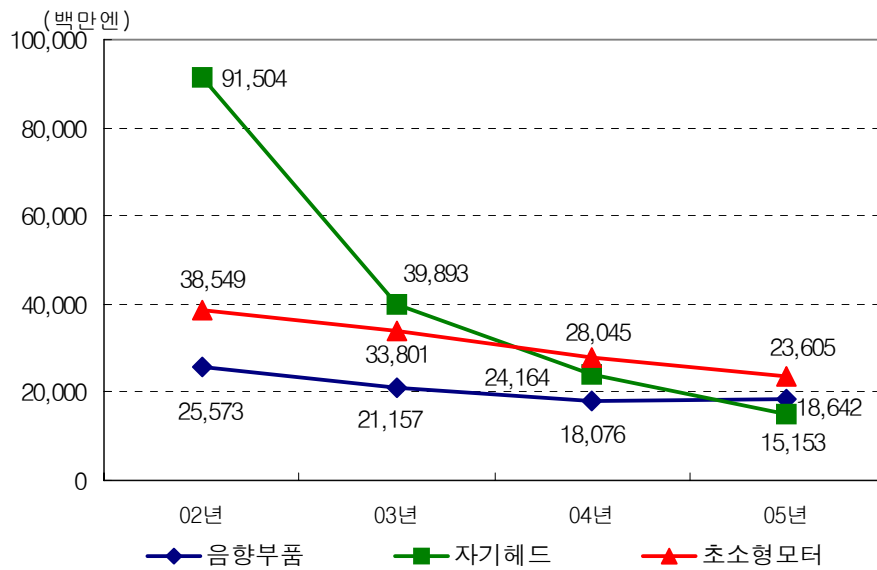


자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초 작성.<http://www.jeita.or.jp>

4) 변환부품

- 2005년도 변환부품의 일본내 생산은 해외 생산화의 진전에 따라 574억 엔으로 전년대비 17.8% 감소, 2년 연속 두자리수 마이너스 성장을 기록
- 차량용 애프터마켓, 오디오마켓의 침체, 그리고 해외 생산 증가 요인에 기인함. 특히 차량용은 카오디오나 카네비게이션을 표준 장착하는 비율이 늘어남에 따라 자동차용 애프터마켓이 침체 경향을 보임. 자기헤드는 AV용 헤드의 디지털화에 의해 시장규모가 축소되고, HDD용 헤드의 해외 생산 이전이 진행되어 국내생산이 감소한 탓에 151억 엔으로 37.3% 감소해 3년 연속 마이너스 성장을 기록. 소형모터는 디지털 AV기기용 HDD 스핀들 모터 및 휴대폰용 진동모터가 견실한 성장세를 보였으나 OA 관련을 포함한 해외 생산 이전이 진행된 결과 236억 엔, 15% 감소로 계속된 하향추세를 나타냄.

<변환부품 생산추이>



자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초 작성.<http://www.jeita.or.jp>

5) 기타전자부품

- 2005년 기타전자부품의 국내생산은 3,513억엔으로 전년대비 6.9% 감소함.
- 스위칭 전원은 대형 액정, PDP TV, 반도체 관련 수요 호전으로 전년 동기대비 6.3% 증가해 플러스로 전환한 2004년에 이어 2005년에도 1,242억엔으로 전년대비 2.6% 증가하여 2년 연속 플러스 성장을 기록

<기타전자부품 생산추이>

(단위:백만엔)

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년 (1월-5월)
조립품	134,571	140,447	151,333	146,349	57,110
메모리부품	237,884	247,037	226,099	205,044	88,721
유선통신기기용	1,204	639	—	—	—
합 계	398,950	388,123	377,432	351,393	145,831

자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초 작성.<http://www.jeita.or.jp>

나. 수입 동향 (2005년)

전자부품 수입 실적

	2002년		2003년		2004년		2005년	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
수 동 부 품	137,255	▲1.4	129,502	▲5.6	134,584	3.9	139,852	3.9
접 속 부 품	76,658	4.9	84,410	10.1	94,229	11.6	98,873	4.9
전자회로기판	81,889	12.7	115,444	41.0	139,311	20.7	141,999	1.9
변 환 부 품	116,405	▲3.6	115,281	▲1.0	117,467	1.9	122,564	4.3
기 타	87,023	▲2.7	107,001	23.0	124,541	16.4	157,974	24.4
합 계	499,231	0.8	551,639	10.5	610,132	10.6	658,263	7.9

(단위: 백만엔,%)

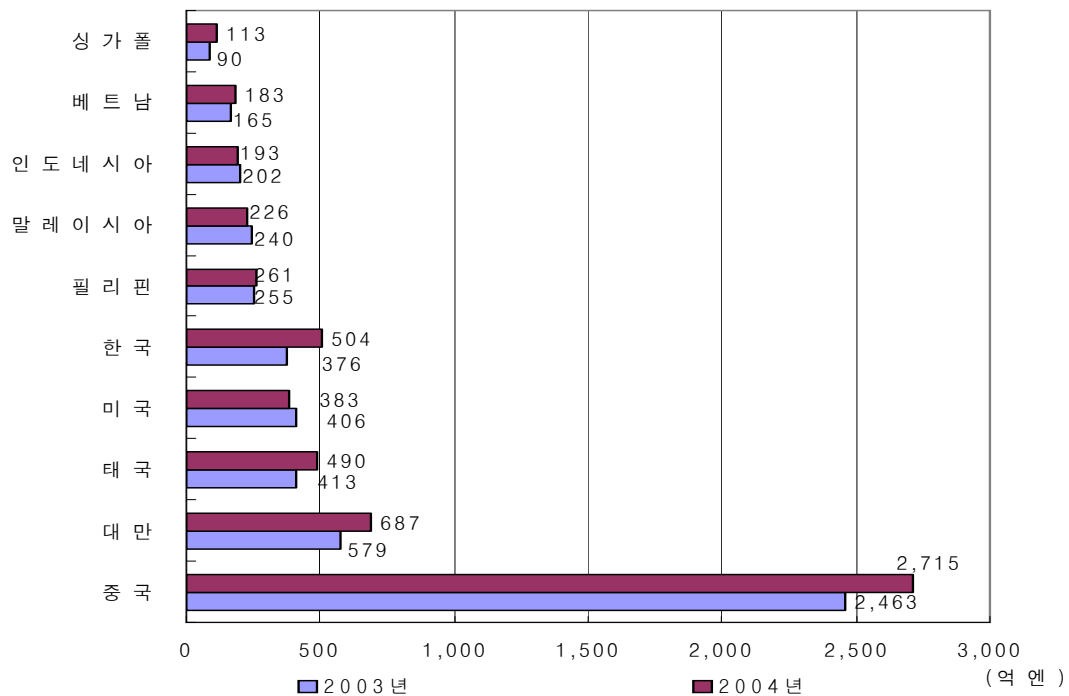
자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초해 작성.<http://www.jeita.or.jp>

- 2005년도에 수동부품의 수입은, 2004년에 3년 연속 마이너스에서 벗어나 3.9% 증가하였으며, 2004년에 이어 2년연속 플러스 성장을 기록함
- 품목별로는 콘덴서가 434억엔으로 전년에 이어 0.3% 감소하였으나, 저항기가 311억엔으로 2년 연속으로 13.3% 증가, 변성기가 651억엔으로 2.7% 증가함. 지역별로 살펴보면 아시아는 1,243억엔으로 4.1%증가하였으며 유럽은 40억엔으로 16.6%증가하였으나, 미국과 기타지역으로 부터의 수입은 58억엔, 4억엔으로 각각 3.9%, 22.9% 감소하였음
- 접속부품의 수입은, 2003년과 2004년 2년 연속 두자리수 증가를 보였으나 2005년에는 988억엔을 기록하며 전년대비 4.9% 증가해 안정국면에 들어감. 품목별로는 플러그 및 소켓이 191억엔으로 15.1%, 마이크로 스위치가 17억엔으로 -1.8%, 기타 스위치가 568억엔으로 2.4%, 릴레이가 212억엔으로 4.0% 증가함.
- 전자회로기판의 수입은, 2004년 1,393억엔으로 전년대비 20.7%, 2005년에는 1,419억엔 1.9% 증가하여 7년 연속 플러스 추세를 이어나감. 또한 변환부품의 수입은, 계속되던 마이너스 추세가 2004년에 들어서 1.9% 증가하며 플러스로 전환, 2005년에는 1,225억엔으로 4.3% 증가해 전년도 수

입금액을 상회함. 품목별로 살펴보면, 소형모터가 계속된 하향추세로 2004년에 이어 -9.9% 감소하였으나 스피커는 380억엔으로 10.4%, 헤드폰이 234억엔으로 26.4%, 픽업카트리지가 18억엔으로 158.8% 증가함.

- 주요수입상대국을 보면 수입 2003년 대비 2004년도 수입액이 전체적으로 증가한 가운데, 가격 경쟁력을 내세운 중국이 매년 높은 증가 추세를 보이며 부동의 1위를 차지하고 있으며 뒤를 이어 대만, 한국, 태국, 미국 순으로 나타남.

<전기전자부품 주요 수입상대국>



자료출처: 전자정보기술산업협회(JEITA) 통계자료에 기초해 작성.<http://www.jeita.or.jp>

3. 자동차부품 업계

가. 시장 동향

- 주요 부품 메이커의 매상고와 경상이익이 2001년 이후 지속적으로 증가하는 가운데 일본의 자동차 부품시장은 견실한 안정세를 지속
- 경상이익의 증가는 원재료가격이 상승하는 가운데, 완성차 메이커의 해외 생산 확대를 통한 원가절감의 공헌이 큰 것으로 판단됨.
- 2005년은 철강 및 동·알루미늄 등 비철금속, 원유 등의 원재료 가격 상승, 경쟁격화, 설비투자 확대에 따른 감가상각비 및 품질 코스트의 증대 등 이익감소 요인이 존재하였으나 매상고 증가와 함께 고정비를 포함한 코스트삭감 노력에 의해 영업이익 증가. 경상 이익은 영업외 수지가 개선됨에 따라 신장률이 높아짐.
- 2006년은 매상고가 전년대비 4.9% 증가, 경상이익은 전년대비 3.9% 증가, 당기이익은 전년대비 2.4% 증가로 증가율은 대폭으로 저하될 것으로 예상됨
- 글로벌화 진전에 따라 경쟁이 격화하는 상황 속에, 국내외에서의 일본 완성차업체의 안정적인 자동차 생산이 기대되나, 미국시장 성장둔화우려, 세계적 원재료가격상승, 환율의 급격한 변동 등 불안요인 증가로 부품 메이커의 수익환경은 한층 어려워질 것으로 우려됨.

<일본 자동차 부품 시장 동향>

(단위:억엔,%)

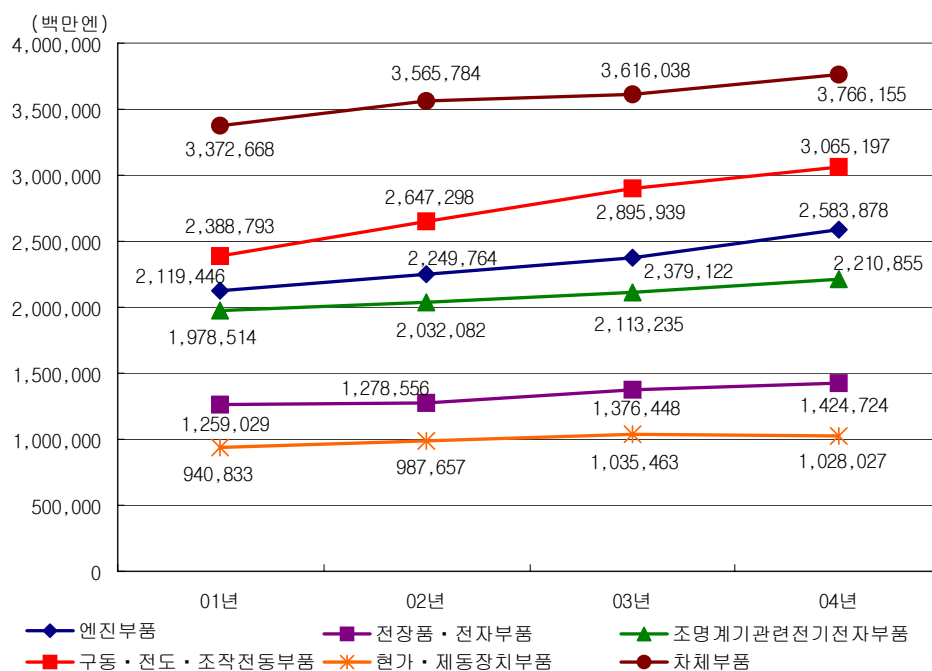
	매상고	전년대비	경상이익	이익률	전기대비	당기이익	전기대비
2001년도	111,092	7.40	4,912	4.4	▲10.4	1,934	16.6
2002년도	122,553	9.50	6,632	5.4	39.9	3,671	114.3
2003년도	134,224	9.50	7,901	5.9	19.1	4,366	18.9
2004년도	147,302	9.70	9,260	6.3	17.2	5,234	19.9
2005년도	163,634	12.8	10,785	6.6	18.0	6,222	20.7
2006년도(예상)	171,671	4.9	11,208	6.5	3.9	6,371	2.4

자료출처 : 일본자동차부품공업회(JAPIA),平成13~18년 「자동차부품공업 경영동향」에 기초하여 작성. <http://www.japia.or.jp>

나. 생산 동향

- 자동차 부품 메이커의 2005년도 생산 실적은, 16조3,634억엔으로 전년 대비 12.8% 증가함. 이는 일본계열 자동차 메이커를 중심으로 글로벌 규모의 생산 확대 및 부품 메이커의 적극적인 활동의 효과와 엔화 약세에 따른 것으로 추정됨
- 일본계열 완성차업체의 세계 생산대수는 1999년 이후 증가 경향에 있음. 신차 등록대수의 성장 완화에 따른 국내 자동차 생산 대수는 5~6년간 1000만대 전후 추이. 해외 판매는 품질이나 가격 경쟁력 등을 배경으로 확대되어 일본계열 완성차 메이커 대기업 5社の 해외 생산대수는 2002년부터 2004년에 걸쳐 두 자리수 신장률을 보임. 부품 메이커의 매상고는 02년도부터 04년도에 걸쳐 매분기 9%의 높은 성장을 기록.

<자동차부품 품목별 생산동향>



자료출처:일본자동차부품공업회(JAPIA),平成13~16년 「자동차부품출하동향 조사결과」에 기초하여 작성. <http://www.japia.or.jp>

- 2004년도말 기준 각 분야별 생산 동향을 살펴보면 엔진부품 생산금액은 2조5,838억엔으로 8.6% 증가해 2002년 이후 3년 연속 증가한 것으로 나타났으며 전장품·전자부품 분야 생산금액 합계는 1조4,247억엔으로 전년동기대비 3.5%, 조명·계기관련 전기·전자부품 분야는 2조2,108억엔으로 전년동기대비 4.6%, 구동·전도·조작 전동부품 분야는 3조 651억엔으로 전년동기대비 5.8%, 차체 부품 분야에서는 3조 7,661억엔으로 4.1%가 각각 증가하는 등 2002년 이후 지속 증가하고 있으나, 현가·제동장치 부품분야는 1조280억엔으로 전년동기대비 0.7% 감소한 마이너스 성장률을 기록함.

다. 수입 동향

- 일본의 자동차 부품 수입실적은 2001년과 2002년에 두자리수 증가를 기록하다가 2003년과 2004년도에는 잠시 주춤하여 증가율이 각각 6.0%, 8.4%에 머물렀으나 2005년에는 다시 회복하여 두자리수를 기록함
- 2005년 기준 지역별 수입실적을 살펴보면 아시아지역으로 부터의 수입이 전체의 59%에 이르고 있으며 다음으로는 북미, 유럽의 순서를 보이고 있는데, 일본계열 자동차 메이커 생산공장의 아시아 지역 이전에 따른 영향이 큰 것으로 판단됨

<일본의 지역별 자동차 부품 수입 실적>

(단위:백만엔,%)

	2001년		2002년		2003년		2004년		2005년	
	수입액	전년비	수입액	전년비	수입액	전년비	수입액	전년비	수입액	전년비
아 시 아	346,895	23.5	413,374	19.2	456,755	10.5	545,451	19.4	680,081	24.7
중 동	225	13.2	97	▲56.8	196	101.7	175	▲10.7	142	▲18.7
유 럽	126,432	14.5	159,029	25.8	215,789	35.7	275,552	27.7	288,117	4.6
북 미	208,776	5.1	264,748	26.8	213,812	▲19.2	141,446	▲33.8	141,728	0.2
중 미	4,205	58.8	8,141	93.6	14,341	76.2	16,608	15.8	19,360	16.6
남 미	1,293	11.0	1,838	42.1	1,509	▲17.9	1,719	13.9	1,830	6.4
아프리카	1,989	84.4	2,336	17.4	2,006	▲14.1	2,112	5.3	1,855	▲12.2
오세아니아	9,955	26.7	10,935	9.8	8,144	▲25.5	6,331	▲22.3	4,843	▲23.5
합 계	699,770	14.9	860,498	23.0	912,550	6.0	989,395	8.4	1,137,956	15.0

자료출처: 일본자동차부품공업회(JAPIA), 平成13년~17년 「자동차부품수입실적-지역별 수입 실적」 통계자료에 기초해 작성. <http://www.japia.or.jp>

- 아시아 지역을 중심으로 살펴보면, 2005년말 기준, 중국이 전년동기대비 38.4% 증가로 단연 높은 점유율을 보였으며, 뒤를 이어 인도네시아가 30.5%, 태국 15.5%, 한국 14.2%의 증가율을 기록함. 중국이 높은 증가율을 보이는 것은 일본계열 자동차 메이커의 해외생산 공장 현지 이전에 따른 원인이 크게 작용함 .

<아시아 주요 국가별 수입실적>

(단위:천엔)

품목	중국	인도네시아	태국	한국	대만	말레이시아
2004년	178,904,405	53,137,300	87,637,185	54,835,359	34,616,642	260,797,194
2005년	247,652,577	69,335,047	101,233,518	62,603,829	37,715,504	26,538,775
증감율	138.4%	130.5%	115.5%	114.2%	109.0%	99.0%

자료출처: 일본자동차부품공업회(JAPIA), 平成13년~17년 「자동차부품수입실적-지역별 수입 실적」 통계자료에 기초해 작성. <http://www.japia.or.jp>

「日本における韓国部品(製品)に対するイメージ調査」

I. 御社について

Q1. 御社の業種に該当箇所に○印をおつけ下さい。また代表的な品目をお書き下さい。

	次の項目から選んでください。	代表的な品目名
IT関連製品 (部品含む)	☐ 有線通信機器 ☐ 無線通信機器 ☐ パソコン本体関連 ☐ モニター ☐ HDD ☐ プリンター ☐ その他周辺機器 ☐ 放送機器 ☐ 半導体 ☐ メモリー半導体 ☐ パッケージS/W ☐ その他	
電気・電子部品	☐ 電気変換装置関連部品 ☐ 電気制御装置関連部品 ☐ 絶縁線及びケーブル ☐ 絶縁光繊維ケーブル ☐ 一次電池及び蓄電池 ☐ ランプ関連部品 ☐ 照明装置部品 ☐ 半導体及び集積回路 ☐ その他	
自動車部品	☐ エンジン部品 ☐ 車体部品 ☐ 駆動・伝達及び操縦装置部品 ☐ 計器類 ☐ エンジン制御装置 ☐ ブレーキ関係電子装置 ☐ その他電装品 ☐ 電子部品及びセンサー類 ☐ 懸架・制動装置部品 ☐ その他	

Q2. 御社が海外から主に輸入する品目は何ですか。また、その中で韓国から主に輸入する品目は何ですか。簡単にお書き下さい。

海外からの主な輸入品目

()

韓国からの主な輸入品目

()

Q3. 御社の海外からの年間輸入額はどのぐらいですか。また、韓国からの輸入は全体の何%でしょうか。

海外全体からの輸入額 () 万円、 韓国からの輸入額 () %

Q4. 現在、海外から輸入の取引をしている国は、何カ国ですか。() カ国)

国名をお書き下さい: _____

Q4-1. 韓国の取引先企業数は、何社ですか。() 社)

Q5. 韓国企業との最初の取引時と現在の取引規模には金額ベースで変化がありますか。

①拡大している ②現状を維持している ③縮小している

Q6. 韓国の取引先との決済通貨は何ですか。(複数答可能)

①ドル ②ウォン ③円 ④その他 ()

Q7. 韓国企業と取引している期間はどのぐらいですか。

①1年未満 ②1年～2年 ③3年～4年 ④5年～6年 ⑤7年以上

Q8. 韓国企業の取引先をどの方法で見つめますか。当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。(複数答可能)

①インターネットの検索 ②日本の商社を通じて ③日本企業の紹介 ④KOTRAの紹介
⑤KOTRAの商談会を通じて ⑥展示会などを通じて ⑦その他 ()

Ⅱ. 韓国製や韓国企業の評価についてお答え下さい。

Q9. 海外企業と取引、または外国製の部品(製品)を購入する際に次の項目についてどの程度重要だと思いますか。
各項目ごとに最も当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。

	非常に 重要である			どちらとも いえない			全く 重要でない
① 部品(製品)の品質	7	6	5	4	3	2	1
② 部品(製品)の価格	7	6	5	4	3	2	1
③ 部品(製品)の機能	7	6	5	4	3	2	1
④ 部品(製品)の仕上がり	7	6	5	4	3	2	1
⑤ 納期の迅速・正確性	7	6	5	4	3	2	1
⑥ 相手企業の信頼性	7	6	5	4	3	2	1
⑦ 相手企業の規模	7	6	5	4	3	2	1
⑧ 相手企業の技術水準及び認定書保有有無	7	6	5	4	3	2	1
⑨ 相手企業とのコミュニケーションしやすさ	7	6	5	4	3	2	1
⑩ 取引をする際の対応(業務処理の迅速さ)	7	6	5	4	3	2	1
⑪ 取引後のアフター・サービス	7	6	5	4	3	2	1

Q10. 韓国製部品(製品)や韓国企業について教えてください。取引をする際に、感じたことについてお聞きします。
最も当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。

	非常に 満足である			どちらとも いえない			非常に 不満足である
① 韓国製の品質	7	6	5	4	3	2	1
② 韓国製の価格	7	6	5	4	3	2	1
③ 韓国製の機能	7	6	5	4	3	2	1
④ 韓国製の仕上がり	7	6	5	4	3	2	1
⑤ 韓国企業の納期の迅速・正確性	7	6	5	4	3	2	1
⑥ 韓国企業の信頼性	7	6	5	4	3	2	1
⑦ 韓国企業の規模	7	6	5	4	3	2	1
⑧ 韓国企業の技術水準及び認定書保有有無	7	6	5	4	3	2	1
⑨ 韓国企業のコミュニケーションしやすさ	7	6	5	4	3	2	1
⑩ 取引をする際の対応(業務処理の迅速さ)	7	6	5	4	3	2	1
⑪ 取引後のアフター・サービス	7	6	5	4	3	2	1

Q11. 現在、輸入している韓国企業の部品(製品)について全般的に満足していますか。当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。
⑤非常に満足 ④やや満足 ③どちらともいえない ②やや不満足 ①非常に不満足

Ⅲ. 韓国製部品(製品)や韓国企業の競争力についてお答え下さい。

Q12. 韓国製部品(製品)の最大の競争対象になる国は、どの国だと思いますか。

- ①中国 ②アメリカ ③台湾 ④ドイツ ⑤タイ ⑥フィリピン ⑦インドネシア
⑧マレーシア ⑨シンガポール ⑩オランダ ⑪フランス ⑫その他(国名:)

Q12 - 1. その理由について簡単にお書き下さい。

Q13. 次の各項目を国別に評価をしてください。ただし、韓国以外の国はQ12で答えた国をお願いします。

① 製造技術水準に関して	非常に 良い	7	6	5	4	3	2	1	非常に 悪い
日本の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国以外の国(競争対象国)の企業		7	6	5	4	3	2	1	
② 価格対比品質に関して	非常に 良い	7	6	5	4	3	2	1	非常に 悪い
日本製部品(製品)		7	6	5	4	3	2	1	
韓国製部品(製品)		7	6	5	4	3	2	1	
韓国以外の国(競争対象国)の部品(製品)		7	6	5	4	3	2	1	
③ 納期の迅速・正確性に関して	非常に 良い	7	6	5	4	3	2	1	非常に 悪い
日本の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国以外の国(競争対象国)の企業		7	6	5	4	3	2	1	
④ アフター・サービスに関して	非常に 良い	7	6	5	4	3	2	1	非常に 悪い
日本の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国の企業		7	6	5	4	3	2	1	
韓国以外の国(競争対象国)の企業		7	6	5	4	3	2	1	

IV. 韓国製部品(製品)や韓国企業の改善点についてお答え下さい。

Q14. 韓国部品(製品)及び企業の改善点について質問します。最も当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。

	非常に 改善すべき	7	6	5	4	3	2	1	どちらとも いえない	改善する所は ない
① 品質改善の努力		7	6	5	4	3	2	1		
② 新製品開発に対する努力		7	6	5	4	3	2	1		
③ 部品(製品)のコストダウン努力		7	6	5	4	3	2	1		
④ 注文から納期までの迅速・正確性		7	6	5	4	3	2	1		
⑤ 日本文化や商取引を含む 日本全体に対する理解		7	6	5	4	3	2	1		
⑥ 日本の市場動向把握の努力		7	6	5	4	3	2	1		
⑦ 部品(製品)の梱包や輸送状態		7	6	5	4	3	2	1		
⑧ 取引後のアフター・サービス		7	6	5	4	3	2	1		
⑨ クレームに対する対応		7	6	5	4	3	2	1		
⑩ 日本語カタログの準備など コミュニケーション解決努力		7	6	5	4	3	2	1		
⑪ その他 ()										

Q15. 御社は、今後も韓国企業と取引を行う予定ですか。最も当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。

- ①拡大する ②現状を維持する ③市場を注視しながら考える ④縮小する ⑤その他（ ）

Q16. 今後5年後、韓国製の日本市場での競争力についての御社の意見をお聞きます。

- ① 日本市場での韓国製の競争力は、今後、より強化されるであろう。
② 日本市場での韓国製の競争力は、今後も現状を維持するであろう。
③ 日本市場での韓国製の競争力は、今後、他の国の拡大により弱くなるであろう。
④ 日本市場での韓国製の今後の競争力については予測できない。

Q16-1. 上記の競争力に関する各回答の理由を簡単にお書き下さい。

V. 韓国訪問や市場環境についてお答え下さい。

Q17. ビジネスのために、韓国に何回訪問していますか。（1年平均： 回）

Q18. ビジネスのため韓国に訪問した場合、ビジネス上不便な点はありませんでしたか。

次の項目に最も当てはまる箇所に○印をおつけ下さい。（複数答可能）

- ① 商談時に韓国側の準備不足（日本語のカタログや説明の不足）
② 韓国到着後ホテルや移動手段の不便 ③ 取引先のコミュニケーション言語の対応問題
④ 韓国の商慣習（例として： ）
⑤ その他（ ）

Q19. 現在、円安（韓国ウォン高）という市場環境によって韓国企業の輸出売上げの悪化が続いています。

もし、韓国から輸出値上げの要請が求められた場合、どうしますか。最適箇所に○印をおつけ下さい。

- ① 韓国企業が原価節減を通じて経営効率化を図ることが当然なので、値上げには応じない。
② 今まで取引をやってきたので、とりあえず話し合いで妥協点を探す。
③ 応じないが、続いて要請があるのなら取引先企業や輸入先国を変える。
④ その他（ ）

* 最後に。韓国の 部品（製品）、または 企業に対してコメントがございましたら、是非お聞かせ下さい。
よろしく願いいたします。

ご協力誠にありがとうございました。

작성자

- ◆일본지역본부 고상훈 차장
- ◆도쿄무역관 김경미 과장
- ◆오사카무역관 남우석 과장
- ◆나고야무역관 박영환 과장
- ◆후쿠오카무역관 조은범 과장