

- 목 차 -

[건 축]

I. 건축기자재 일본시장동향 및 전망	5
1. 분야별 생산동향	5
2. 분야별 수입동향 및 한국산 경쟁동향	0 1
3. 향후 전망	8
II. 건축자재시장 특성	41
1. 유통경로	4
2. 특 성	15
III. 주요기업 조달현황	61
1. 주요기업별 해외조달 실적	61
2. 주요기업별 조달방침 및 계획('06년도)	7 1
3. 주요기업별 Contact point 및 아웃소싱 분야 리스트	8 1
IV. 건축기자재 일본시장동향 및 전망	9 2
1. 제품별 기술개발동향 및 과제	9 2
2. 판매 및 유통 홍보전략	23

[전 자]

I. 전자부품	3
1. 분야별 생산동향	3

2. 분야별 수입 동향 및 한국산 경쟁 동향	14
3. 분야별 향후 전망	44
II. 전자부품시장 특성	74
1. 분야별 유통경로	74
2. 분야별 유통시장 특성	84
III. 주요기업 조달 현황	94
1. 후지쯔 (FUJITSU)	94
2. 캐논 (CANON)	105
3. 도시바(TOSHIBA)	145
IV. 일본 시장진출을 위한 조언	175



I. 건축기자재 일본시장동향 및 전망

1. 분야별 생산동향

가. 시장동향

- 2004년 신규 주택착공호수는 118만 9천호로 전년대비 2.5% 증가. 장기 간에 걸쳐 감소경향이 뚜렷했던 착공호수가 2년 연속 증가하면서 건축 자재 시장의 전반적인 확대를 견인하였음.
 - 117만3천호('01년) → 115만1천호('02년) → 116만호('03년) → 118만9천호('04년) → 118만9천호('05년 전망치)
- 주택시장수요는 고기능 고품질 선호에서 양품·염가 주택상품을 선호 하는 추세로 전환
 - 출산률 저하에 의한 세대수의 감소, 신규주택건설보다는 리폼의 활성화 등으로 주택착공호수는 계속 감소될 전망(2010년에는 100만호 하회 전망도 대두)
 - 최근 5년간 건축기자재 시장은 급변, 기업간 경영통합이나 사업제휴 등 업계재편이 가속화되고 있음
- 신설주택착공호수 증가에 연동하는 형태로 2004년 건축자재 수요는 안정된 증가세를 보였으나 전년대비 2.5% 전후의 수준에 그치고 있어 신축 주택에 의존하는 형태에서 탈피하지 못하고 있음. 리폼 수요가 아직 본격화되지 않고 있음을 의미.
 - 외장, 지붕재 분야 : 전년대비 3.3% 증가
 - 단열재 분야 : 전년대비 2.7% 증가
 - 내장재, 내부건구 분야: 전년대비 2.3% 증가
 - 익스테리어 분야 : 전년대비 1.5% 증가
 - 외부건구 분야 : 전년대비 0.4% 증가
 - 내장재 분야 : 전년대비 0.06% 감소

나. 목질계 내장재

- 신설주택 착공호수와 연동하는 시장. 에이다이산업(永大産業) 및 마쓰시다전공(松下電工) 등 대형 건축자재 메이커들은 수도권내 집합주택을 겨냥한 생산을 강화하는 한편, 다이켄공업(大建工業)은 고급품 시장에 주력하는 등 메이커별 전략이 다변화 추세에 있음.

과거에는 유행이나 선호도가 10년을 주기로 변화했지만 최근에는 유저의 니즈가 다양해지면서 2~3년으로 주기가 단축. 디자인 개발 및 다양한 색상의 제품 출시가 과제가 되고 있음.

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2002	2003	2004	2005(예상)
플로어링재(복합) (증가율)	220,600 (-)	223,100 (1.1)	227,000 (1.7)	226,400 (△0.3)
플로어링재(단층) (증가율)	19,400 (-)	20,900 (7.7)	21,900 (4.8)	22,500 (2.7)
실내도어 (증가율)	215,000 (-)	219,300 (2.0)	221,500 (1.0)	223,700 (1.0)
수납부재(closet) (증가율)	45,000 (-)	46,500 (3.3)	48,800 (4.9)	49,700 (1.8)
수납부재(시스템수납) (증가율)	31,000 (-)	31,500 (1.6)	32,800 (4.1)	33,400 (1.8)
수납부재(현관수납) (증가율)	33,200 (-)	33,300 (0.3)	34,300 (3.0)	34,300 (-)
계단유니트 (증가율)	42,700 (-)	44,000 (3.0)	44,900 (2.0)	44,900 (-)
조작재 (증가율)	285,000 (-)	291,000 (2.1)	299,000 (2.7)	299,800 (0.3)
시장전체 (증가율)	891,900 (-)	909,600 (2.0)	930,200 (2.3)	934,700 (0.5)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

다. 비목질 내장재

- 내장 타일 및 쿠션플로어 시장을 타소재가 잠식하기 시작하면서 1,465억엔으로 전년비 0.5% 감소. 내장타일 시장은 유니트배스의 보급 확대로 인해 종래 목욕탕 벽면 등에 사용되어왔던 타일의 대체가 진행되고 있음. 쿠션플로어는 부엌, 화장실 등에 사용되어 2004년은 신축주택착공수의 증가에 따라 시장이 약간 증가했지만 플로어링 등 타소재와의 경합이 치열해지면서 어려운 상황에 직면해 있음.

(단위 : 백만엔, %)

	2002	2003	2004	2005(예상)
벽재(염화비닐) (증가율)	105,300 (-)	105,900 (0.6)	106,200 (0.3)	106,650 (0.4)
벽재(오레핀) (증가율)	4,100 (-)	3,800 (△7.3)	3,600 (△5.3)	3,400 (△5.6)
벽재(종이) (증가율)	2,200 (-)	2,100 (△4.5)	2,000 (△4.8)	1,900 (△5.0)
벽재(기타) (증가율)	2,100 (-)	2,000 (△4.8)	2,000 (-)	1,950 (△2.5)
내장타일(습식) (증가율)	15,000 (-)	13,800 (△0.8)	12,920 (△6.4)	12,050 (△6.7)
내장타일(건식) (증가율)	1,800 (-)	1,700 (△5.6)	1,580 (△7.1)	1,450 (△8.2)
쿠션플로어 (증가율)	18,500 (-)	18,100 (△2.2)	18,200 (0.6)	18,300 (0.5)
시장전체 (증가율)	149,000 (-)	147,400 (△1.1)	146,500 (△0.6)	145,700 (△0.5)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

라. 건구

- 신축수요의 영향을 직접적으로 받는 분야로 2004년은 전년비 0.4% 증가, 보합상태를 유지했음. 알루미늄과 수지를 조합한 단열형 샷시 및 전동식 셔터 덧문의 신장이 꾸준한 추세임.

단열형 샷시는 토스텝 등 상위 메이커들이 신상품을 투입함에 따라 향후에도 두자리수 성장을 계속할 것으로 예상되며 전동식 셔터 덧문은 점차 서양식으로 변하는 주거형태와 미단이 덧문의 대체, 장비표준화 등 성장요인이 많아 시장확대가 기대되고 있음.

(단위 : 백만엔, %)

	2002	2003	2004	2005(예상)
알루미늄 샷시(전체) (증가율)	492,000 (-)	497,000 (1.0)	496,000 (△0.2)	497,000 (0.2)
단열형 샷시(수지+알루미늄) (증가율)	52,000 (-)	59,300 (14.0)	71,100 (19.9)	79,600 (12.0)
수지 샷시 (증가율)	29,000 (-)	27,500 (△5.2)	27,500 (-)	27,500 (-)
알루미늄 현관도어 (증가율)	84,000 (-)	86,500 (0.3)	89,000 (2.9)	89,000 (-)
철제 현관도어	40,700	40,500	41,000	41,000

	2002	2003	2004	2005(예상)
(증가율)	(-)	(△0.5)	(1.2)	(-)
목재 도어 (증가율)	7,600 (-)	7,400 (△2.6)	7,200 (△2.7)	7,100 (△1.4)
셔터덧문(수동식) (증가율)	25,000 (-)	26,400 (5.6)	25,800 (△2.3)	26,300 (1.9)
셔터덧문(전동식) (증가율)	6,000 (-)	7,100 (18.3)	9,000 (26.8)	9,700 (7.8)
시장전체 (전년비)	684,300 (-)	692,400 (1.2)	695,500 (0.4)	697,600 (0.3)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

마. 단열재

- 2004년 신설주택착공호수가 증가에 따라 견실한 성장세를 보인 품목이 많지만 경질 우레탄폼의 경우 주력인 주문주택의 착공호수가 전년도를 밀돌면서 전체시장규모도 감소하였음. 최근 몇년간 압출발포 폴리스틸렌 및 경질 우레탄폼 등의 발포계 단열재가 글라스울, 록울 등의 섬유계 단열재 시장을 침식해가는 구조가 지속되어왔지만 최근에는 다시 섬유계 단열재가 시장을 만회해가고 있음. 염가의 주택 공급이 증가추세를 보이고 차세대 에너지 절약 기준의 시행으로 단열재 자체의 두께가 두꺼워진 것이 원인. 복층유리 시장은 보합상태.

(단위 : 백만엔, %)

	2002	2003	2004	2005(예상)
글라스울(유리섬유) (증가율)	9,300 (-)	9,700 (4.3)	10,000 (3.1)	10,000 (-)
록울 (증가율)	12,000 (-)	12,600 (5.0)	14,100 (11.9)	14,500 (-)
경질 우레탄폼 (증가율)	8,100 (-)	8,200 (1.2)	8,000 (△2.4)	8,000 (-)
압출발포 폴리스틸렌 (증가율)	18,700 (-)	18,900 (1.1)	19,700 (4.2)	19,700 (-)
복층유리 (증가율)	63,400 (-)	63,400 (-)	64,000 (0.9)	64,100 (0.2)
시장전체 (전년비)	111,500 (-)	112,800 (1.2)	115,800 (2.7)	116,300 (0.4)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

바. 외장·지붕재 분야

- 2004년 외장·지붕재 시장은 전년비 3.3% 증가한 2,624억5,000만엔으로 최근 2~3년간 동업종, 이업종간 사업통합 및 신규회사 설립이 이어지는 등 업무제휴가 가속화되고 있음.

요업계 사이딩재는 신축주택 외장재의 약 60%를 차지하고 있지만 도심부를 중심으로 채택율이 저하 추세. 금속 사이딩재는 경량에 중복 부착이 가능해 리폼에 유리해 시장이 확대기조에 있음. ALC는 최근 몇년간 시장에 변동이 없지만 50mm 두께의 상품 출하 증가로 향후 확대가 예상됨.

(단위 : 백만엔, %)

	2002	2003	2004	2005(예상)
요업계사이딩재(12~15mm미만) (증가율)	88,500 (-)	82,000 (△7.3)	84,000 (2.4)	85,000 (1.2)
요업계사이딩재(15mm이상) (증가율)	94,100 (-)	90,000 (△4.4)	96,000 (6.7)	99,000 (3.1)
금속계 사이딩재 (증가율)	15,900 (-)	16,100 (1.3)	16,300 (1.2)	16,500 (1.2)
외장타일 (증가율)	8,000 (-)	8,100 (1.3)	8,350 (3.1)	8,500 (1.8)
ALC(35~37mm) (증가율)	11,100 (-)	11,300 (1.8)	11,000 (△2.7)	11,000 (-)
ALC(50mm) (증가율)	12,400 (-)	12,700 (2.4)	13,000 (2.4)	13,500 (3.8)
신생기와 (증가율)	34,000 (-)	33,800 (△0.6)	33,800 (-)	34,200 (1.2)
시장전체 (증가율)	264,000 (-)	254,000 (△3.8)	262,450 (3.3)	267,700 (2.0)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

사. 익스테리어 분야

- 대문, 펜스는 부착률 저하가 눈에 띄고 있음. 대문, 펜스 시장의 경우 근년들어 주택 구매층이 젊은층으로 옮겨감에 따라 밝은 색상이나 기발한 디자인의 상품이 잘 팔리고 있음. 향후 안정된 판매실적 확보를 위해서는 시대를 앞서가는 상품개발이나 다양화 등을 모색하는 것이 중요함.

(단위 : 백만엔, %)

	2002	2003	2004	2005(예상)
대문 (증가율)	46,000 (-)	45,700 (△0.7)	44,300 (△3.1)	44,000 (△0.7)
펜스 (증가율)	54,000 (-)	54,600 (1.1)	55,700 (2.0)	56,300 (1.1)
카포트 (증가율)	41,500 (-)	41,700 (0.5)	44,100 (5.8)	42,700 (△3.2)
시장전체 (전년비)	141,500 (-)	142,000 (0.4)	144,100 (1.5)	143,000 (△0.8)

자료원 : 후지케이자이(富士經濟)

2. 분야별 수입동향 및 한국산 경쟁동향

가. 수입시장 동향

- 최근 10년간 일본의 건축자재 총수입은 20% 가까이 증가하는 한편, 소비자 물가의 하락을 감안하면 양적으로 일정수준 확대되어왔다는 평가
 - 신설주택착공호수가 96년 164만호로 정점에 도달하면서 수입은 한때 1,378억엔에 달하는 시장을 형성했으나 98년 신설주택 착공호수가 120만호 이하로 떨어지면서 건축자재의 수입규모도 대폭 감소. 이후 다시 회복세를 보이면서 04년말 기준 1,513억엔의 시장을 형성하고 있음.
- 2004년 기준 건축자재 주요 14개 품목중 11개 품목에 걸쳐 수입이 증가하였고 건축자재 전체로는 5% 정도 수입이 증가
- 건축업계를 중심으로 코스트 절감을 위한 아웃소싱 강화로 인해 해외 전자재 수입수요가 확대 추세
- 2004년말 현재 2003년 전자재 주요 13개 품목중에서 전년대비 7개 품목이 수입증가, 6개 품목이 수입감소를 기록, 전체 4.7%의 수입증가를 기록
 - 주요 수입증가 품목
세라믹제 블록·벽돌(34.5%), 알루미늄제 창·도어(22.8%), 목제도어(13.9%), 플라스틱제 창·도어(12.4%)

- 주요 수입감소 품목

플로어링재(활엽수)(△8.5%), 조립식주택(△7.2%), 목제창(△6.5%)

<주요 13개 품목의 건축자재 수입 동향>

(단위 : 백만엔)

품 목	2000	2001	2002	2003	2004	증감률 (03→04)	수입상위 5개국
조립식주택(9㎡이상)	21,883	23,108	22,259	22,991	21,329	△7.2	캐나다, 핀란드, 스웨덴, 미국, 태국
플로어링재(활엽수)	17,439	17,599	17,977	19,474	17,827	△8.5	중국, 인도네시아, 브라질, 필리핀, 말레이시아
플로어링재(소·전나무)	4,563	4,882	5,250	6,337	6,301	△0.6	스웨덴, 핀란드, 중국, 오스트리아, 캐나다
플로어링재(" 외)	2,415	2,451	2,346	2,565	2,565	-	중국, 캐나다, 인도네시아, 호주, 미국
구조용집성재	22,221	25,113	24,846	27,930	30,020	7.5	오스트리아, 핀란드, 중국, 스웨덴, 독일
목제창	6,355	5,622	7,015	8,850	8,279	△6.5	필리핀, 미국, 스웨덴, 덴마크, 한국
목제도어	12,358	12,226	12,519	17,024	19,382	13.9	중국, 인도네시아, 미국, 말레이시아, 스웨덴
알루미늄제 창,도어	11,057	15,456	17,482	20,415	25,066	22.8	태국, 중국, 독일, 한국 , 인도네시아
플라스틱제 창,도어	3,107	3,402	3,793	4,863	5,468	12.4	필리핀, 중국, 미국, 캐나다, 독일
시멘트계 블럭,벽돌	1,924	1,699	1,563	1,532	1,490	△2.7	중국, 한국 , 미국, 호주, 벨기에
세라믹제 블럭,벽돌	1,506	1,757	1,574	1,465	1,970	34.5	호주, 필리핀, 말레이시아, 중국, 영국
세라믹타일(유약無)	2,636	3,198	3,382	4,258	4,474	5.1	중국, 이탈리아, 스페인, 이집트, 태국
세라믹타일(유약有)	2,911	4,329	4,578	6,421	7,108	10.7	중국, 이탈리아, 스페인, 대만, 태국
계	110,375	120,842	124,584	144,125	151,279	4.7	

자료원 : JETRO

나. 한국산 경쟁동향

- 건축자재 전반에 걸쳐 아국의 경쟁국은 미국, 캐나다, 유럽(스웨덴, 독일, 덴마크 등)에다 최근 급부상하고 있는 중국 등을 들 수 있는데 중국은 일본기업의 해외생산이전기지로 부상함에 따른 역수입품의 증가가 큰 부분을 점하고 있는 것이 특징임
- 미국, 캐나다 등으로부터의 수입감소가 중국으로부터의 수입 증대로 대체, 보완되면서 건축자재의 수입구조가 질적으로 변화하고 있음
- 급증하는 중국제 건축자재

주요 13개 품목중 중국이 1위 6개 품목, 2위 2개 품목, 3위 2개 품목을 점하고 있어 최근 3~4년간 중국산 전자재 대두가 두드러지고 있음.
중국은 일본기업의 해외생산이전기지로 부상함에 따른 역수입품의 증가가 큰 부분을 점하고 있는 것이 특징임

- 북미 : 96년 13개 주요 품목에 대한 미국, 캐나다로부터의 수입액은 680억엔, 전체의 54%를 점하고 있었으나 이후 꾸준히 감소하면서 2004년말 기준 14%까지 떨어지고 있음. 조립식 주택, 목제창, 구조용 집성재가 전통적으로 강세를 보여왔으나 시장점유율이 감소되고 있음.
- 유럽 : 고성능, 고기능제품, 우수한 디자인등으로 수입시장에서 호평을 받고 있으나 저렴한 중국제의 등장으로 시장점유율이 감소되고 있음
- 한국산 건축자재류는 아직까지 일본 수입시장에서 상위를 점하고 있지만 못한 상황이지만 알루미늄제 건축자재(샤시, 창, 도어 등), 시멘트제 블록.벽돌이 전통적으로 호조를 보여 오고 있고 최근 들어 내장재, 철제 구조물, 유니트 욕조, 유리제품등에서 일본 조달관계자의 호평을 받고 있음.
- 한국산 건축자재류가 일본산에 비해 20% 정도 저렴, JIS, BL 마크취득 제품이 비교적 많고 공장의 생산 라인이 비교적 우수하다는 평가

- 일본은 코스트경쟁력을 상실, 중국산은 아직 아국산에 못미치는 상황, 국산은 가격 및 디자인면에서 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 평가
 - 조명기구도 딜리버리면의 유리성, 품질 및 맞춤형 디자인제품개발력이 우수한 것으로 평가받고 있으며 시스템키친의 경우도 이와 유사한 장점을 인정받아 최근 일본시장에서 호평을 받고 있음
 - 기타 바닥재 등은 전통적으로 강한 유럽(스웨덴 등)산에다 최근에는 중국산의 대두로 아국산은 그다지 스포트라이트를 받지 못하고 있는 상황임

<2004년 한국산 전자재 수입 현황>

(단위 : 백만엔)

품 목	HS코드	수입액	점유율 (수입전자재 전체)
섬유판 (Fiberboard, MDF)	4411-11,19,21,29,31,39, 91,99	1,070	5.1%(5위)
Floor covering, of plastic	3918-10-000	1,200	32.4%(1위)
Floor covering, other than plastic	3918-90-000	162	12.5%(4위)
알루미늄제 창, 도어	7610-10-000	777	3.1%(4위)
패널, 보드, 타일, 블록	6808-00-000	18	6.3%(5위)
건설용 블록, 벽돌	6810-11-000	355	23.7%(2위)
연돌용품, 건설용 장식품	6905-90-000	28	70%(1위)
Lavatory seats and covers, of plastic	3922-20-000	179	13.0%(2위)
부엌, 세면대용 자기, 도자기	6910-90-000 6910-10-000	456	7.3%(5위)
글래스페이퍼, 기타 벽지	4814-90-000	59	36.9%(1위)

자료원 : JETRO

3. 향후 전망

- 2004년의 주택 리폼 전체시장은 7조4,730억엔으로 확대기조에 있음. 리폼 수요는 신축후 15~25년간에 걸쳐 발생, 신설주택착공수가 가장 많았던 거품경제시기에 세워진 주택 리폼 수요가 본격화 될 것으로 예상. 2010년에는 8조8천억엔의 규모에 이를 전망.
- 주택 리폼시장 확대는 주택설비, 건축자재 시장에 큰 영향을 미칠 것으로

로 보이나 현재로서는 건축자재분야는 주택설비분야에 비해 수요가 소규모에 그칠 것으로 보임.

- 하지만 향후 출산을 저하와 더불어 신설주택착공수가 감소하는 가운데 해당 기업들은 리폼시장에 주력할 수 밖에 없는 상황. 도쿄기기, 다이켄공업, YKK AP 등으로 대표되는 업계내 리폼 분야에서의 공동개발 및 상호 판매망 활용 등을 이용한 독자적인 네트워크 구축이 촉진될 전망.
- 급격한 시장 확대를 기대하기 어려운 상황에서 유저 니즈의 다양화에 대응할 수 있는 전략 구사가 초점
- 정보통신기술의 발달, 친환경, 건강지향성 고조, 주택의 장수명화, 아시아 시장의 확대가 이슈가 될 전망
- 교토의정서 발효에 따라 건축자재 분야도 관련 조치 강화 전망. 기존 주택에 대한 에너지 절약형 리폼 촉구, 주택 등에 관한 종합적인 환경 성능평가수법(CASBEE) 개발 및 보급, 민간사업자에 대한 선도적 기술 개발 지원, 제조사업자의 친환경 품질표시제도 시행 등이 예상되고 있음.
- 절전형 주택설비, 건강배려형 상품, 네트워크 대응상품, security 강화제품, 리사이클 대응상품 등을 대상으로 전반적인 수요 확대 전망

II. 건축자재시장 특성

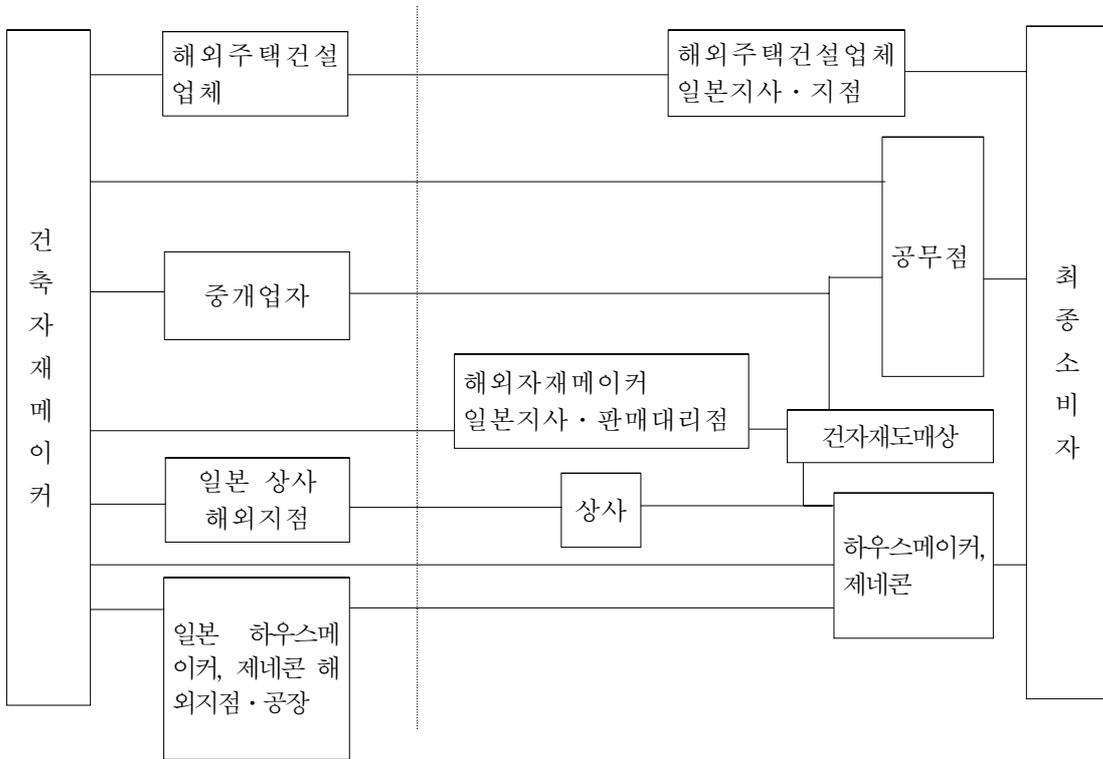
1. 유통경로

- 일본 국내에서의 건축자재 유통은 메이커 → 대리점·특약점 → 견재점 → 공무점으로 이어지는 다단계를 거치는 것이 일반적임. 중간중간에 개입되는 업자가 많은 복잡한 유통구조
- 알루미늄, 유리, 시멘트사이드 등 일부 자재의 경우 종합건설업체(제네콘), 하우스메이커 등 직접적·독자적인 경로를 이용하기도 하지만 상대적으로 비중은 유통경로의 50% 이하에 불과

2. 특 성

- 건축자재의 특성상 전반적으로 최종소비자에 대한 소구력이 부족해 인지도가 낮음. 전문업자가 자재를 직접 선별하게 되기 때문에 최종적으로 가격경쟁이 되는 것이 실태
- 신축주택착공수의 장기적인 감소가 예상됨에 따라 기존 유통경로의 강화와 신규 리폼시장 활성화에 대응한 유통망 개척이 과제가 되고 있음.
 - 기존 유통망의 강화와 관련 업계 경쟁사와의 제휴, 사업통합 등이 진행되고 있으며 이업종간 제휴에 따라 취급하는 자재를 다양화하려는 움직임도 모색되고 있음.
 - 일반 건축자재 메이커의 경우 최종소비자와의 접점이 없어 특약점 등을 통한 판매에 의존, 제품출하량이 주택착공호수에 좌우되기 쉽기 때문에 비교적 중고급품 판매비율이 높은 리폼의 경우에도 가격책정에 대한 전문업자의 요구가 까다로운 상황.
- 수입건자재의 경우 해외메이커 → 수입업자 → 건재도매상 → 공무점으로 이어지는 유통경로가 일반적이며 제네콘으로 일컬어지는 종합건설업체들은 자체적인 아웃소싱 체제를 구축하고 있음.
- 일본의 공무점은 대부분 어음결제를 통해 부자재 조달에 관한 재고위험, 금리위험을 건재점측에 전가하는 경우가 많아 가격교섭측면에서 불리한 상황에 놓여있음. 건재점 또한 메이커에 의존하기 때문에 공무점은 거래 관계에 있는 건재점이 취급하는 부자재만을 조달하는 상황. 이에 따라 일본의 수입 건자재 시장은 신규참여가 쉽지 않은 동시에 메이커측이 희망하는 거래가격에도 영향을 미칠 가능성이 높음
- 공무점이 직접 건자재를 수입하는 경우도 있지만 실질적으로 많지 않음. 일본에서는 종업원 4명 이하의 영세공무점이 전체 공무점의 70% 이상을 차지, 재고위험·금리위험에 노출되지 않기 위한 어음결제가 중심을 이루고 있음. 따라서 현금결제를 기본으로 하는 해외메이커와 거래시 자금조달상의 문제를 노출하고 있음.

<수입건축자재의 주요 공급채널>



(해외)(일본)

Ⅲ. 주요기업 조달현황

1. 주요기업별 해외조달 실적

(단위 : 억엔)

기업명	'03년(실적)	'04년(실적)	'05년(목표)
가시마 건설 (대한수입액)	140 (18)	142 (20)	144 (25)
시미즈 건설 (대한수입액)	240 (5)	245 (10)	248 (14)
다이세이 건설 (대한수입액)	180 (10)	200 (15)	205 (18)
오오바야시구미 (대한수입액)	210 (18)	220 (20)	230 (21)
다케나카공무점 (대한수입액)	90 (13)	95 (15)	100 (14)
도다건설 (대한수입액)	35 (3)	40 (5.5)	50 (6.0)
FUJITA (대한수입액)	40 (5)	42 (6)	43 (8)

2. 주요기업별 조달방침 및 계획('06년도)

가. 기업별 조달계획

<06년 해외조달목표액 및 국내자재 조달 계획>

(단위 :억엔)

기 업 명	조 달 방 침	
가시마 건설	<ul style="list-style-type: none"> ●그린(친환경 자재) 조달 확대 ●조달범위는 건조물 구축 관련 자재, 공법, 기술 전반 ●시행·해체시 건축자재 삭감 또는 재활용 촉진 가능 자재의 적극적인 조달 ●일부 제품에서 일본 자재의 가격이 떨어져 가격 차가 감소, 금액기준 조달이 감소한 자재도 있음 ●알루미늄 천정판 확대 ●방화도어 조달검토(인증이 장벽이 되고 있음) 	전체 : 147, 한국 : 27
시미즈 건설	<ul style="list-style-type: none"> ●신뢰구축이 기본 방침 ●SPOT 상품이 아닌 신제품 소개를 희망 	전체 : 250, 한국 :18
다이세이 건설	<ul style="list-style-type: none"> ●부가가치가 높은 제품의 조달 확대 ●방법 등 주택보안 제품 희망 ●건축·구조·설비 3분야의 일체화를 모색. 설계부터 적산, 조달가공까지 추진함으로써 코스트 다운과 고품질 조달을 도모 ●해외 분업의 촉진 	전체 : 210, 한국: 20
오오바야시구미	<ul style="list-style-type: none"> ●리사이클 관련 폐기물에 그치지 않고 자재 조달시점부터 검토 ●건축자재의 삭감·리사이클 촉진 등 자원순환형 조달 모색 	전체 : 230, 한국 : 23
다케나카공무점	<ul style="list-style-type: none"> ●품질기준 준수에 초점 단순한 소개업 지양 ●중국산 자재 조달 확대로 한국산 자재는 다소 불리한 상황 ●그린조달 강화 ●수계도로 조달액 배증 방침 ●향후 유해물질배출 삭감에 기여하는 자재 조달 확대 ●현재 시점에서 알루미늄 가공품 등은 한국산이 경쟁력 보유 ●원화 강세가 이어지면서 가격면에서의 메리트 감소 	전체 : 120, 한국 : 22
도다건설	<ul style="list-style-type: none"> ●그린제품 조달 추진 ●중국의 공격적인 영업에 비해 한국은 다소 소극적인 느낌 ●철골 분야에서 한국산 자재의 가격경쟁력이 중국산에 비해 저하되고 있음 ●한국산 타일의 가격상승 우려. ●납기 문제는 없음 	전체 : 55, 한국 : 6.5
FUJITA	<ul style="list-style-type: none"> ●조달활동은 국내외 무차별적 자유거래가 원칙. 새로운 거래처에 대해 항상 개방적 ●통화 변동, 통관상 문제, 수송비용 등을 고려한 최적의 조달루트 개척. 건설공사의 코스트 다운에 초점. 	전체 : 45, 한국 : 8.5

3. 주요기업별 Contact point 및 아웃소싱 분야 리스트

가. 인터뷰 기업 Contact Point

기 업 명	컨택포인트	대한아웃소싱 리스트
가시마 건설	건설관리본부 코스트그룹 과장 우라조에 노리카즈 03-6406-7534 03-3476-7319 urazoe@kajima.com	철골 알루미늄 금물류
시미즈 건설	해외조달부 사이토 타카시 03-5441-0438 takashi.saito@shimz.co.jp	유리 알루미늄패널 천정판 난간
다이세이 건설	조달부 과장 오오가와 켄타로 03-5381-5526 063-5381-5529 k-okawa@bcd.taisei.co.jp	철골 골재 알루미늄
오오바야시구미	건축본부 해외구매 제4부 그룹장 아베 오사무 03-5769-1771 abe.osamu@obayashi.co.jp	알루미늄 건재 금물류 인테리어
다케나카공무접	생산조달부 전사조달 과장 나카무라 마사아키 06-6252-1201 tanaka.masaaki@takenaka.co.jp	알루미늄 샷시 및 패널 하니컴 패널 OA 플로어 난간, 천정판 벽
도다 건설	구매부 해외조달 다키자와 켄이치 03-3535-6350 03-3535-6585 kenichi.takizawa@koda.co.jp	주택용 카페트 철골 타일
FUJITA	조달부 과장 야마다 도모지 03-5474-3698 03-5474-3270 moyamada@fujita.co.jp	철근, 시멘트, 블록, 강재, 각종 자기, 도기타일

나. 기타 주요 기업 컨택트 포인트

1) GAKU SHIZENKOUBOU CO., LTD.

- 종업원수 : 50명
- 설립연도 : 2001년
- 주소 : 山梨縣甲府市西高橋町120-1
- 전화 : 81-055-223-0117
- 팩스 : 81-055-223-0118
- 홈페이지 : <http://www.gakus.com>
- 취급품목 : 주택 설계, 시공, 관리
- 담당자 : 사장 Komai Takahiro
- 이메일 : komai@gaks.com

2) MIHIRA CONSTRUCTION COMPANY first office

- 종업원수 : 명
- 설립연도 : 1916년
- 주소 : 東京都北區神谷1-18-16
- 전화 : 81-3-3913-5116
- 팩스 : 81-3-3913-2327
- 홈페이지 :
- 취급품목 : 개인주택, 공동주택의 설계 · 시공 · 리폼
- 담당자 : 사장 Mihira Kikuchi
- 이메일 : kikuchi@muc.biglobe.ne.jp

3) ENEX CO., LTD.

- 종업원수 : 800명
- 설립연도 : 1971년
- 주소 : 東京都中野區本町2-49-12
- 전화 : 81-3-3373-9175
- 팩스 : 81-3-3373-9176
- 홈페이지 : <http://enex.co.kr>
- 취급품목 : 주방가구, 수납가구
- 담당자 : 지사장 Lee Joong Hoon
- 이메일 : enex114@hotmail.com

4) INTERCONTINENTAL TRADING CORPORATION

- 종업원수 : 58명
- 설립연도 : 년
- 주소 : 東京都港区麻布台2-3-9
- 전화 : 81-3-3583-3102
- 팩스 : 81-3-3586-4658
- 홈페이지 :
- 취급품목 : 기성주택(집장사 주택)
- 담당자 : Yamamoto Taiki
- 이메일 : yamamoto@intercontinental.co.jp

5) SHIMODAIRA HARDWARE CO., LTD.

- 종업원수 : 90명
- 설립연도 : 1957년
- 주소 : 東京都台東區下谷3-13-11
- 전화 : 81-3-3873-5726
- 팩스 : 81-3-3873-4736
- 홈페이지 :
- 취급품목 : 가구, 건축제품의 금속제품 제조·판매
- 담당자 : 무역부 Watanabe Masaaki
- 이메일 : boeki@shimodaira.co.jp

6) MAX KENZAI CO., LTD.

- 종업원수 : 12명
- 설립연도 : 1999년
- 주소 : 神奈川県横浜市鶴見區朝日町1-37
- 전화 : 81-45-508-1705
- 팩스 : 81-45-504-9075
- 홈페이지 : <http://www.maxkenzai.co.jp>
- 취급품목 : 금속지붕 재료, 금속 외벽재
- 담당자 : 영업부 Tsugawa Kiyomitsu
- 이메일 : tsugawa@maxkenzai.co.jp

7) KOWA SANGYO CO., LTD.

- 종업원수 : 80명
- 설립연도 : 1965년
- 주소 : 靜岡市葵區富厚里1810-1
- 전화 : 81-54-270-1190
- 팩스 : 81-54-206-2662
- 홈페이지 : <http://www.kowasangyo.co.jp>
- 취급품목 : 목질내장 건재, 수납, 바닥재
- 담당자 : 사장 Isonishi Makoto
- 이메일 : m.ishonishi@kowasangyo.co.jp

8) KAJIMA CORPORATION

- 종업원수 : 10000명
- 설립연도 : 1840년
- 주소 : YOKOHAMA BRANCH 横浜市中區太田町4-51
- 전화 : 81-45-651-1751
- 팩스 : 81-45-641-8968
- 홈페이지 :
- 취급품목 : 건설업
- 담당자 : 과장 Ishihara Shoji
- 이메일 : ishiihash@kajima.com

9) LBA Consulting Co., LTD

- 종업원수 : 11명
- 설립연도 : 1986년
- 주소 : 東京都澁谷區惠比壽3-41-9
- 전화 : 81-3-3444-7595
- 팩스 : 81-3-3444-7591
- 홈페이지 :
- 취급품목 : 개인주택, 고급가구의 부자재 수입
- 담당자 : 상무 Takekawa Ken
- 이메일 : lba@tkd.att.ne.jp

10) JAPAN ENERGY SAVING HOUSING CO., LTD.

- 종업원수 : 56명
- 설립연도 : 1997년
- 주소 : 東京都台東區台東2-27-3
- 전화 : 81-3-5807-3435
- 팩스 : 81-3-5807-3436
- 홈페이지 : <http://www.njkk.co.jp>
- 취급품목 : 환기 부자재, 氣密 부자재
- 담당자 : Okubo Akira
- 이메일 : kaihatsu@njkk.co.jp

11) OKAYA & CO., LTD.

- 종업원수 : 800명
- 설립연도 : 1937년
- 주소 : 東京都新宿區西新宿3-7-1
- 전화 : 81-3-5323-3233
- 팩스 : 81-3-5323-2347
- 홈페이지 : www.okaya.co.jp
- 취급품목 : 목재, 강철, 비철, 전자부품
- 담당자 : Kugimiya Hisato
- 이메일 :

12) EDOTOKU CO., LTD.

- 종업원수 : 50명
- 설립연도 : 1971년
- 주소 : 埼玉縣北埼玉郡大利根町町新利根1-1-2
- 전화 : 81-480-72-1953
- 팩스 : 81-480-72-1975
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : Laminate 화장판, 메라민 포스트 폼
- 담당자 : 부장 Akazawa Tomoyuki
- 이메일 : kanai@edotoku.co.jp

13) YAMAZEN CORPORATION

- 종업원수 : 1100명
- 설립연도 : 1947년
- 주소 : 大阪市西區立賣堀3-2-5
- 전화 : 81-6-6534-3260
- 팩스 : 81-6-6534-3228
- 홈페이지 : <http://www.yamazen.co.jp>
- 취급품목 : 주택설비 건자재, 가정용품
- 담당자 : 과장 Takahashi Atsushi
- 이메일 : at47481@yamazen.co.jp

14) I. N. T. CO., LTD.

- 종업원수 : 139명
- 설립연도 : 1953년
- 주소 : 東京都中央區新川2-21-10
- 전화 : 81-3-3553-0919
- 팩스 : 81-3-3552-7021
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : 종합상사
- 담당자 : 부장 Takahashi Masaharu
- 이메일 :

15) SEIKO CO., LTD.

- 종업원수 : 명
- 설립연도 : 년
- 주소 : 東京都大田區矢口1-23-18
- 전화 : 81-3-3759-2891
- 팩스 : 81-3-3759-2896
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : 업무용 주방기기, 오존 관련 기기
- 담당자 : Maeyama Seigo
- 이메일 : seiko-al@engineer.intera.or.jp

16) ORIENTKOUBOU CO., LTD.

- 종업원수 : 명
- 설립연도 : 년
- 주소 : 横浜市緑區北八朔町11-13
- 전화 : 81-45-933-6919
- 팩스 : 81-45-933-9898
- 홈페이지 : [http://www.](http://www.orientkoubou.com)
- 취급품목 : 시스템키친
- 담당자 : 사장 Sho H.
- 이메일 : orientkoubou@dolphin.ocn.ne.jp

17) ABC Trading Co., Ltd.

- 종업원수 : 460명
- 설립연도 : 1954년
- 주소 : 東京都千代田區永田町2-12-14
- 전화 : 81-3-3507-7161
- 팩스 : 81-3-3581-4939
- 홈페이지 : <http://www.abc-t.co.jp>
- 취급품목 : 건축 재료의 제조, 판매, 수입판매
- 담당자 : 부장 Suto Kaoru
- 이메일 : sutou@abc-t.co.jp

18) SHINWA CORPORATION

- 종업원수 : 50명
- 설립연도 : 1966년
- 주소 : 東京都品川區大井3-22-7
- 전화 : 81-3-3763-7755
- 팩스 : 81-3-3763-7856
- 홈페이지 : [http://www.](http://www.shinwa-corp.com)
- 취급품목 : 바닥재, 방음재
- 담당자 : Mitsui Toshikazu
- 이메일 : shiwa-corp@hkg.odn.ne.jp

19) MIHASHI CO., LTD.

- 종업원수 : 129명
- 설립연도 : 1973년
- 주소 : 埼玉縣和光市白子3-26-43
- 전화 : 81-48-464-3111
- 팩스 : 81-48-460-1178
- 홈페이지 : <http://www.mihasi.co.jp>
- 취급품목 : 건축 내·외장재
- 담당자 : 회장 Mitsuhashi Hideo
- 이메일 : hideo@mihasi.co.jp

20) Japan Kenzai Co., Ltd.

- 종업원수 : 932명
- 설립연도 : 1949년
- 주소 : 神奈川縣川崎市幸區南加瀬2-10-15
- 전화 : 81-44-580-3380
- 팩스 : 81-44-580-3276
- 홈페이지 : <http://www.jkenzai.co.jp>
- 취급품목 : 주택용 건재, 주택 기기
- 담당자 : 소장 Furusato Kazuma
- 이메일 : kawasaki@jkenzai.com

21) TOSTEM CORPORATION

- 종업원수 : 명
- 설립연도 :년
- 주소 : 東京都江東區大島2-1-1
- 전화 : 81-3-3638-8214
- 팩스 : 81-3-3638-8251
- 홈페이지 : <http://www.tostem.co.jp>
- 취급품목 : 시스템키친, 샷시, 현관 도어, 내장 전자재
- 담당자 : 키친 상품부 과장 Yonezawa Masaharu
- 이메일 : yonezawam3@exc.tostem.co.jp

22) Watanabe Manufactory Co., Ltd.

- 종업원수 : 200명
- 설립연도 : 1971년
- 주소 : 東京都中央區京橋1-6-11
- 전화 : 81-3-3538-6690
- 팩스 : 81-3-3538-6691
- 홈페이지 : <http://www.wtb.co.jp>
- 취급품목 : 키친 부품 외
- 담당자 : 영업촉진부 부장 Masumitsu
- 이메일 : masumitsu@wtb.co.jp

23) WAIBI CO., LTD.

- 종업원수 : 250명
- 설립연도 : 1932년
- 주소 : 東京都荒川區西日暮里5-14-3
- 전화 : 81-3-3807-2111
- 팩스 : 81-3-3807-2117
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : 내장재, 외장재, 설비기기
- 담당자 : 전무 Watanabe Tsukasa
- 이메일 :

24) SHIMIZU CORPORATION

- 종업원수 : 명
- 설립연도 : 1804년
- 주소 : 東京都港區芝浦1-2-3
- 전화 : 81-3-5441-0858
- 팩스 : 81-3-3441-0435
- 홈페이지 : <http://www.shimiz.co.jp>
- 취급품목 : 건축 건설 전반
- 담당자 : 조달기획센터 Miyata Mototaka
- 이메일 : miyata.m@shimz.co.jp

25) KITAZAWA SANGYO CO., LTD.

- 종업원수 : 390명
- 설립연도 : 1951년
- 주소 : 東京都澁谷區東2-13-10
- 전화 : 81-3-5485-1111
- 팩스 : 81-3-3409-2555
- 홈페이지 : <http://www.kitazawasangyo.co.jp>
- 취급품목 : 주방기기 및 업무용 가구
- 담당자 : Ohta Tamio
- 이메일 : steamconv@kitazawasangyo.co.jp

26) ASAHI SANGYO KAISHA. LTD.

- 종업원수 : 330명
- 설립연도 : 1949년
- 주소 : 東京都中央區日本橋本石1-1-6
- 전화 : 81-3-5200-8146
- 팩스 : 81-3-5200-6055
- 홈페이지 : <http://www.asahi-san.co.jp>
- 취급품목 : 비철금속, 금속가공품, 주택설비기기
- 담당자 : Sakamoto Kouta
- 이메일 : ko.sakamoto@ns.asahi-san.co.jp

27) SUGATSUNE KOGYO CO., LTD.

- 종업원수 : 400명
- 설립연도 : 1930년
- 주소 : 東京都足立區千住綠町1-19
- 전화 : 81-3-3888-1122
- 팩스 : 81-3-3888-3362
- 홈페이지 : <http://www.sugatsune.co.jp>
- 취급품목 : 건축 금속, 가구 금속
- 담당자 : 차장 Matsuo Toyoharu
- 이메일 : t_matsuo@sugatsune.co.jp

28) TOSTEM CORPORATION

- 종업원수 : 11914명
- 설립연도 : 1949년
- 주소 : 東京都台東區北上野1-8-1
- 전화 : 81-3-3845-7349
- 팩스 : 81-3-3845-7326
- 홈페이지 : <http://www.tostem.co.jp>
- 취급품목 : 주택건자재
- 담당자 : 맨션시장개발부 Hosoya Eriko
- 이메일 : hosoyae1@exc.tostem.ne.jp

29) SHIGERU KOGYO CO., LTD.

- 종업원수 : 100명
- 설립연도 : 1960년
- 주소 : 埼玉縣さいたま市大宮區大門町3-55
- 전화 : 81-48-643-7023
- 팩스 : 81-48-643-7020
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : 싱크볼, 시스템키친
- 담당자 : 부장 Imai Tstsumi
- 이메일 : imai@shigeru-k.co.jp

30) DAIMARU KOGYO CO., LTD.

- 종업원수 : 400명
- 설립연도 : 1970년
- 주소 : 東京都江東區木場2-18-11
- 전화 : 81-3-3820-7090
- 팩스 : 81-3-3827-7131
- 홈페이지 : <http://www.>
- 취급품목 : 주택설비 기기
- 담당자 : Shimizu Tsutomu
- 이메일 : t_shimizu@claimarukogyo.co.jp

31) KIMURA CO., LTD.

- 종업원수 : 130명
- 설립연도 : 1951년
- 주소 : 北海道札幌市東區北6條東2-3-1
- 전화 : 81-11-721-4311
- 팩스 : 81-11-742-4714
- 홈페이지 : <http://www.kimuranet.jp>
- 취급품목 : 주택자재 전반, DIY용품
- 담당자 : 동경영업소 소장 Hino Nobuaki
- 이메일 : 44@kimuranet.jp

32) SHINSHOWA CORPORATION

- 종업원수 : 400명
- 설립연도 : 1970년
- 주소 : 千葉縣君津市東坂田4-3-5
- 전화 : 81-439-54-7719
- 팩스 : 81-439-54-7761
- 홈페이지 : <http://www.shinshowa.co.jp>
- 취급품목 : 종합건설업
- 담당자 : 구매부 부장 Suzuki Tatsuya
- 이메일 : shinshowa.tatsuya@nifty.com

IV. 건축기자재 일본시장동향 및 전망

1. 제품별 기술개발동향 및 과제

- 플로어링재
 - 색상 및 디자인이 가장 중요한 개발 포인트중 하나가 되고 있음. 과거에는 10년 주기로 디자인의 유행이 변했지만 최근에는 2~3년의 짧은 사이클로 변하고 있어 유저의 니즈에 부합하는 다양성이 요구되고 있음
 - 손상이 쉬운 자재 특성상 내상성, 내수성 향상 등이 포인트가 되고 있음. 도장은 에이다이 산업이 크리스탈 코트를 개발한 것 외에 다이

켄 공업은 표면 도장기술인 ‘네오테크’를 도입. 향후 리사이클이 쉬운 환경대응 기자재 개발이 포인트

○ 실내도어

- 디자인 개발이 가장 중요한 포인트. 나무결의 밝은 톤의 색상부터 모던한 주택에 맞는 깔끔하고 심플한 디자인이 선호되고 있음. 채광이 뛰어난 클래식디자인 상품도 인기를 끌고 있음.

○ 수납부재

- 기존의 감추는 수납에서 보여주는 수납으로 유저의 선호도가 변하고 있음. 최근에는 소비자들이 수납을 인테리어로 간주하는 경향이 강해지고 있어 디자인 개발이 중요한 포인트. 공간전체적으로 코디가 가능한 심플하고 참신한 디자인이 주류를 이루고 있음.
대형 박형TV 등 가전제품의 크기와 외관에 맞는 디자인, 열, 배선 등 AV 기기의 기능을 해치지 않는 범위내에서의 상품개발이 필수. 에이다이 산업이 출시한 칸막이로도 사용이 가능한 ‘셀프컴포’ 등 수납에 그치지 않는 기능상품도 증가 추세에 있음

○ 조작재

- 디자인성을 중시한 개발이 지속되고 있으며 최근에는 심플모던 스타일의 주택에 어울리는 화이트, 블랙 등의 색상이 인기를 모으고 있음. 기본적으로는 인테리어 부재와의 조화가 중시됨. 치수를 재거나 절단이 불필요한 저스트컷, 길이에 변화를 준 시공성 향상도 포인트

○ 벽지

- 리폼시 채택되는 벽재는 무지에 두께가 두꺼운 제품이 주류가 되고 있음. 친환경적 리폼 상품개발이 포인트. 휘발성유기화합물(VOC)를 흡착하는 광촉매 벽지 등 고기능 벽재와 항균성능을 지니는 벽재가 유통되고 있음. 내상성을 향상시켜 유해물질을 흡착하는 등 다채로운 상품이 시장에 출시되고 있음

○ 내장타일

- 내장타일의 경우 부엌벽, 화장실 바닥 등에 채용되는 비율이 많음. 백색계통의 더러움 방지 기능이 있는 상품이 인기를 끌고 있음. 시공성

을 향상시킨 상품 및 주변부재의 라인업이 진전되고 있음. INAX의 욕실바닥용 타일은 기재부에 미세한 기포를 분산시킴으로써 타일 특유의 차가움을 덜어주고 있음

○ 샷시

- 샷시의 기본성능이라고 할 수 있는 고단열, 고기밀화가 촉진되고 있음. 알루미늄에 수지 등을 조합한 복합형 단열샷시는 샷시시장의 25%를 차지하고 있지만 아직까지 가격이 비싸 가격하락이 요구되고 있음. 디자인면에서는 심플모던한 주택에 어울리는 색상이 인기를 끌고 있어 다채로운 컬러의 증가가 포인트. YKK AP의 경우 종래 흰색 이미지였던 수지샷시를 7색으로 늘려 성공한 사례.

○ 현관도어

- 소재감을 살린 세련된 디자인의 도어가 인기를 모으고 있음. 색상도 블랙, 브라운 이외에 주택의 주요구입자층이 30대로 옮겨오면서 그린, 옐로 등 개성적인 색상도 증가. 디자인 이외에도 Security 기능 향상에 따른 잠금 기능의 강화가 과제가 되고 있음. 토스텔이 개발한 다가가는 것만으로 문을 열고 잠글 수 있는 ‘스마트키시스템’ 및 ‘터치키시스템’, YKK AP가 개발한 동작 하나로 5개의 열쇠를 잠글 수 있는 ‘1 액션 5 록 방식’의 키 시스템 등이 화제

○ 셔터문

- 2004년 4월부터 ‘방범성능이 높은 건물부품’ 인증제도가 도입되면서 메이커별로 CP마크 상품을 투입하고 있음. 제도도입후 기간이 짧아 아직까지 판매실적은 적지만 향후 하우스메이커에 의한 표준장비화, 보다 높은 방범성능을 요구하는 리폼 수요의 확산에 따라 시장확대가 예상. 외벽과 어울리는 디자인 개발도 중요 포인트.

○ 단열재

- 글라스울 : 차세대 에너지절약기준에 대응할 수 있는 단열공법 개발과 3나노미터 섬유를 채용해 단열성능을 향상시킨 ‘머크루즈’ 등 단열성능의 향상이 과제
- 록울 : 메이커별로 신축·해체시 회수, 재활용이 가능한 시스템을 구

축하고 있으며 발포제의 플론HCFC-141b가 2003년에 생산금지, 대체 플론의 HFC가 교도의정서에서 온난화가스로 분류되면서 논플론제품 개발이 활성화되고 있음

○ 외장타일

- 건식 외장타일은 습식에 비해 값이 싼 점이 특징으로 메이커별 건식 타일의 시공성 향상에 착수. INAX는 주택의 외관스타일, 소재색상, 외벽 부착패턴 등의 308가지 조합에서 시공주가 예산에 맞춰 자율적으로 코디네이트 할 수 있는 ‘스위트월’을 판매하고 있음

○ ALC

- 최근 ALC는 건물 외벽 전면에 사용되기보다는 현관앞에 부분적으로 채용되는 것이 주류임. 원료가격이 상승함에 따라 향후 가격과 디자인 양면에서 대응해나갈 필요가 있음.
리폼 대응에 있어서 ALC의 프리커트 품목에 대한 연구개발 및 도료 개발에 주력하고 있어 더러움 방지기능을 향상시키는 도료 등을 공동 개발하는 메이커 다수

○ 대문/펜스

- 디자인이 포인트. 최근에는 청색 및 녹색 등 종래와는 다른 색상이 인기를 끌고 있음. 방법성이 요구되는 상품 특성상 Security 기능 강화가 개발 포인트가 되고 있음. 최근에는 센서 활용 및 네트워크화의 진전 등 하이테크화가 진행되고 있어 이에 대한 연구개발이 활성화. 단, 부가기능이 있을수록 가격도 높아져 방법강화 상품은 현재로서 큰 성장을 보이고 있지 못하는 실정임

2. 판매 및 유통 홍보전략

가. 일반사항

- 일본의 제도, 법규에 대한 세밀한 조사.연구를 통한 진출환경 정비가 출발점
 - 일본내에 건설되는 주택 및 소요 자재에 대해서는 건축기준법을 토대

- 로, 소방법, 가스사업법, 액화석유적정화법, 수도법, 전기용품안전법등에서 규정한 필요한 기준을 만족시키는 것이 필요
 - 법체계 및 관련제도가 복잡하므로 해당제품마다 관련규정에 대한 인지요망
- JIS, JAS, 건축기준법등 건축자재 관련 인증·규격 획득
 - JIS, JAS(일본농림규격)를 취득한 제품만 사용가능(건축기준법)한 자재에 대해서는 이에 대한 대응이 필요
 - 우량단열건재 인증제도(DK제도), 우량주택부품 인증제도(BL마크)등 임의 인증의 획득으로 품질 신뢰성 확보
 - 한편 정부차원에서도 한일 상호인증제도 출범과 더불어 인증환경이 크게 달라진 만큼 국내심사기관의 조사 결과에 대한 인정범위의 확대를 요구하는 등의 조치가 필요
- 일본건축관련 기업의 아웃소싱분을 활용한 마케팅 전개
 - 일본 건축시장의 경우 가격과파가 진행되고 있고 건축업계도 코스트다운의 압력이 강한 만큼 해외조달을 확대하고 있는 추세
 - 유력기업인 가지마건설의 경우 연간 100억엔 규모의 해외조달을 목표로 세우고 한국 등에서 조달상담회를 개최하는 등 해외 아웃소싱에 적극적
- 건축자재 사용 결정권자에 대한 마케팅 강화
 - 일본 전자재 유통구조의 복잡성 → 아국기업 시장진출장애 자재사용 결정권을 가진 사업자를 대상으로 마케팅 강화
 - 종합건설회사, 대형주택업자, 대형설계사무소등
 - 원가절감의 압력으로 양질의 저렴한 해외자재에 대한 상담을 환영하는 분위기

나. 업계 조언

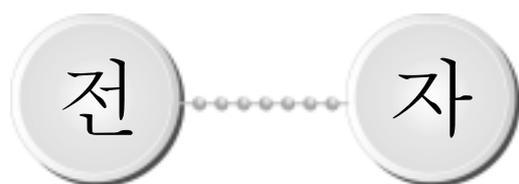
(시미즈 건설 등 인터뷰)

- 한국 기업과의 거래에서 느낀점
 - 일본시장을 보다 철저하게 파악해 주기를 희망. 일본의 건설시장을 제

대로 이해하고 있지 못한 담당자가 많음
상품가격은 달러 표기뿐만 아니라 일본 엔화로도 표기할 필요가 있음.
달러 표기의 경우 신속한 판단을 내리기 어려움
상품카탈로그와 가격표 준비 철저
제작요령서를 만들어 관리할 것. 제품의 제조공정표가 없는 기업이 많음
제출된 서류의 기재내용과 관련 사실과 다른 내용은 수정이 필요
품질, 비용, 딜리버리에 대해 간단명료하게 설명

- 한국기업에 대한 요망사항
(외국기업과 비교해 가격, 품질, A/S, 납기 등 개선점)
가격에 대한 근거자료 제시. 한국제품의 가격이 실제로 어느 정도인지 파악이 쉽지 않음. 장소와 시간에 따라 서로 다른 가격이 제시되는 경우가 많음
불량품 발생을 감소시키기 위해 품질관리 자주점검표를 작성, 제시
견적기간, 납품기간을 명확하게 명시
클레임에 대한 대책 강구

- 해외조달시 일본기업이 한국기업에 바라는 점
품질면에서 일본기업은 한국이 아직까지 우수하다고 판단하고 있지만 중국에게 추월당할 가능성도 배제하지 않고 있음.
숙련기술자 육성 강화
대량생산에서 수주생산 체제로 기업체질 개선. 한국기업의 경우 아직까지 대부분 대량판매 체제가 중심임. 끝.



I. 전자부품¹⁾ 일본시장동향 및 전망

1. 분야별 생산동향

가. 수동부품

<수동부품 생산추이>

(단위:백만개, 백만엔)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
저항기	170,987	132,203	181,389	129,959	222,308	126,754
콘덴서	292,271	483,959	358,942	487,497	436,229	516,242
트랜스(코일포함)	16,237	94,480	16,277	79,472	17,896	63,991
기능부품	4,083	148,530	4,906	166,446	6,283	188,219
합 계	483,578	859,172	561,514	863,374	682,716	895,206

<자료:JEITA>

- 2004년 수동부품의 국내생산은 8,952억엔으로 전년대비 3.7% 증가하여 2년 연속 플러스 성장을 기록함
- 저항기는 1,268억엔으로 전년비 2.5% 감소하였으며 그 중 가변저항기가 456억엔, 8.4% 감소, 고정저항기는 812억엔, 1.2% 증가함. 특히 고정저항기 중 칩저항기는 디지털AV기기 등의 견조 추세에 힘입어 8.9% 증가하여 호조
- 고정콘덴서는 5,162억엔으로 5.9% 증가함. 세라믹콘덴서는 디지털AV기기의 착실한 성장, PC와 자동차의 안정된 성장 및 휴대폰이견조세를 보임에 따라 12.3% 증가하여 두자리수 성장함. 알미늄 전해콘덴서도猛 른의 영향으로 에어컨 수주가 늘어난 탓에 9.1% 증가하여 호조를 보임
- 트랜스(코일 포함)은 640억엔으로 19.5% 감소하여 2003년에 이어두자리수 마이너스를 기록함. 코일 관련 분야에서는 디지털AV기기가 견조

1) 전자부품에 대해서는 다양한 분류 방법이 있으나 동보고서에서는 JEITA(일본전자정보기술산업협회)의 분류 방식을 사용하였고 전자부품·전자디바이스 중에서 전자디바이스를 제외한 협의의 전자부품 만에 대하여 조사하였음.

하여 積層칩인덕터가 증가하였으나 고주파 트랜스(IFT포함)는 해외생산이전이 진척되어 전년대비 39.8%으로 대폭 감소 한 11억엔을 기록함.

- 트랜스 관련 분야에서는 철심트랜스가 중국을 포함한 해외로의 생산이전 외에, 스위칭트랜스를 사용한 고주파전원으로의 대체가 진전된 탓에 80억엔으로 전년대비 47% 급감함. 휘라이트코어트랜스는 PDP, 액정TV용 및 FA, OA기기용 국내 생산이 유지되기는 했으나 박형TV에 사용되는 트랜스가 2004년 이후 해외로 쉬프트된 탓에 95억엔, 전년 대비 0.7% 감소함. 편향 요크는 TV용브라운관의 해외 쉬프트에 따라 국내생산이 거의 남아있지 않아 8억엔으로 전년에 대비하면 31.6% 수준에 머무름

나. 접속부품

<접속부품 생산추이>

(단위:백만개, 백만엔)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
커넥터	15,834	434,329	16,285	448,750	17,628	430,056
스위치	7,169	196,849	7,589	167,812	8,232	169,483
릴레이	1,083	144,863	1,386	176,506	1,708	198,398
합 계	24,086	776,041	25,260	793,068	27,568	797,937

<자료:JEITA>

- 2004년 접속부품의 국내생산은 7,979억엔으로 전년대비 0.6% 증가함. 커넥터는 4,301억엔으로 3년 연속 증가세에서 감소로 전환, 4.2% 감소함. 프린트기판용 커넥터는 아테네올림픽에 따르는 박형TV나 DVD플레이어·리코더용 디지털기기 수요증가 외에 차재용,휴대폰용 수요가 호조를 보임에 따라 두자리수 신장을 기록함. 특히 생산액 증가율은 디지털 기기 등의 고부가가치품 비중이 높아짐에 따라 수량 증가율을 전년에 이어 연속 상회함. 원형커넥터와각형커넥터는 자동차용이나 박형 디스플레이 제조장치 등, FA관련설비 투자 회복, PC 교체구매수요 증가 등을 원인으로 호조를 보여 두자리수 신장을 기록함. 반명 동축 커넥터 및 광커넥터는 통신인프라 관련용 수요가 저미하여 마이너스 성장을 기록함

- 스위치는 1,695억엔으로 3년 연속 마이너스에서 플러스로 전환, 전년 대비 1.0% 증가함. 특히 조작스위치는 휴대폰이나 디지털카메라용 수요가 국내외 모두 호조로 두자리수 증가하였으며 검출스위치 및 마이크로스위치는 FA 등 설비투자용 수요를 중심으로 2003년 가을 이후 지속적으로 호조세를 보임. 그러나 키보드스위치는 해외 생산이 더욱 진척되고 있어 두자리수 마이너스를 보임

다. 전자회로기판

<전자회로기판 생산추이>

(단위:m², 백만엔)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
리지트프린트배선판	19,320	522,781	16,946	487,461	16,948	523,179
플렉시블배선판	5,347	122,226	6,301	156,147	6,634	160,048
모듈기판	1,483	130,153	1,807	141,897	2,192	135,197
기타전자회로기판	9	809	17	1,687	36	2,585
합계	26,159	775,969	25,071	787,192	25,811	821,009

<자료 : JEITA>

- 2004년 전자회로기판의 국내생산은 디지털가전을 중심으로 한 전자기거나 자동차관련 등의 호조에 따라 8,210억엔으로 전년 대비4.3% 증가하여 2년 연속 플러스를 기록함. 전자회로기판 생산액은 2000년에 9,500억엔이라는 최고치를 기록한 후, 2001년 들어 IT불황의 영향으로 16.7% 대폭 감소하였으며 2002년에도 감소세를 보임. 그러나 2003년의 가을 이후 반도체 시장의 회복세나 올림픽 경기 등에 힘입어 급속히 수주가 확대되어 2004년 여름까지는 고수준을 유지하다가 8월 이후 재고조정 등의 영향으로 수주 감퇴를기록함.
- 리지드배선판은 5,232억엔, 7.3% 증가하여 3년 연속 마이너스에서플러스로 전환함. 그 중에서도 양면 프린트배선판과 10층 이상의다층프린트 배선판이 두자리수 성장을 기록함. 또 플렉시블배선판도 디지털카메라나 휴대폰, 액정TV, DVD리코더 등의 안정된 수요에 힘입어 1,600억엔, 2.5% 증가함. 모듈기판은 TAB나 COF 등 필름계기판이 호조였음에도 불구하고, 리지드계모듈기판이 반도체수요의 저미에 의해 634억엔, 21.3% 대폭 감소를 기록함에 따라 전체로는1,352억엔, 4.7% 감소를 기록함

- 전체의 경향으로는 전자기기의 소형화·경량화·슬림화, 고성능화, 다기능화에 따라 전자기관에서도 슬림화, 경량화, 고밀도화, 고다층화로의 전환이 한층 진행되고 있어, 같은 품종 간에도 명암이 나뉘고 있는 추세임. 구체적으로는 리지트배선판에 있어 양면프린트배선판의 편리성면에서의 우위, 다층프린트배선판이나 플렉시블배선판에 있어 다층화에 대한 박차, 모듈기관에 있어 TAB, COF 등 기타 모듈 기관의 소형화, 슬림화, 경량화 경향 등의 추세가 확연함.

라. 변환부품

변환부품 생산추이

(단위:백만개, 백만엔)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
음향부품	113	25,573	123	21,157	78	18,076
자기헤드	229	53,439	223	39,893	162	24,164
초소형모터(입력3W이하)	103,456	38,620	88,076	33,542	90,016	28,045
합계	103,798	117,632	88,422	94,592	90,256	70,285

<자료 : JEITA>

- 2004년 변환부품의 국내생산은 해외생산진전에 따라 703억엔으로 전년 대비 25.7% 대폭 감소. 음향부품 생산은 181억엔, 동14.6%로 전년에 이어 두자리수 감소함. 이는 차재용 및 박형TV용 수요는 견조한 반면, 차재용 애프터마켓이나 오디오마켓의 저미, 그리고 해외생산증가 요인에 기인함. 특히 차재용은 카오디오나 카내비게이션을 표준장착하는 비율이 늘고 있어 자동차용 애프터마켓이 저미를 보임. 자기헤드는 AV용 헤드의 디지털화에 의해 시장규모가 축소되었고 HDD용 헤드의 해외생산이전이 진행되어 국내생산이 감소한 탓에 242억엔으로 39.4% 대폭 감소함. 소형모터는 디지털AV기기용HDD스핀들모터 및 휴대폰용 진동모터가 견조세를 보였으나 OA 관련을 포함하여 해외생산이전이 진행된 결과 280억엔,16.4% 감소함

마. 기타전자부품

<기타전자부품 생산추이>

(단위:백만개, 백만엔)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
조립품	121	148,050	125	140,502	110	151,333
메모리부품	-	244,973	-	247,037	-	226,099
유선통신기기용부품(유선통신기기용릴레이제외)	-	1,204	-	639	-	-
합 계	-	394,227	-	388,178	-	377,432

<자료 : JEITA>

※ -는 미상

- 2004년 기타전자부품의 국내생산은 3,774억엔으로 전년대비 2.8%감소함. 스위칭전원은 1,211억엔으로 전년대비 6.3% 증가하며플러스로 돌아섬. 이는 대형액정, PDPTV, 반도체관계, 신찰대응 ATM용 전원의 호조에 따른 것이나, 종래 수량기준으로 호조였던 어뮤즈먼트용 전원은 해외취프트에 따라 수량 기준으로는 전년을 밀돌았음. TV 및 비디오튜너의 생산은 아테네올림픽특수와 2003년 12월부터 방송개시된 지상디지털방송 및 휴대폰용 고부가가치 튜너가 견조를 보임에 따라 240억엔으로 18.2% 증가함

2. 분야별 수입 동향 및 한국산 경쟁 동향

<전자부품 주요수입상대국>

(단위 : 억엔, %)

순위	2003년				2004년			
	국가	금액	증감률	구성비	국가	금액	증감률	구성비
1	중국	2,463	8.3	44.7	중국	2,715	10.2	44.5
2	대만	579	37.0	10.5	대만	687	18.7	11.3
3	태국	413	9.3	7.5	한국	504	33.9	8.3
4	미국	406	6.2	7.4	태국	490	18.8	8.0
5	한국	376	4.9	6.8	미국	383	▲5.7	6.3
6	필리핀	255	5.9	4.6	필리핀	261	2.3	4.3
7	말레이시아	240	10.3	4.3	말레이시아	226	▲5.7	3.7
8	인도네시아	202	▲2.9	3.7	베트남	193	17.4	3.2
9	베트남	165	56.7	3.0	인도네시아	183	▲9.2	3.0
10	싱가폴	90	▲1.1	1.6	싱가폴	113	26.2	1.9

<자료 : JEITA>

<전자부품 수입실적>

(단위 : 백만엔, %)

구 분	2002년		2003년		2004년	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
수동부품	137255	▲1.4	129502	▲5.6	134584	3.9
접속부품	76658	4.9	84410	10.1	94229	11.6
전자회로기관	81889	12.7	115444	41.0	139311	20.7
변환부품	116405	▲3.6	115281	▲1.0	117467	1.9
기타	87023	▲2.7	107001	23.0	124541	16.4
합 계	499231	0.8	551639	10.5	610132	10.6

<자료:JEITA>

가. 수동부품

<수동부품 수입실적(2004년)>

(단위 : 백만개, 백만엔, %)

품 목	수량	증감률	금액	증감률
저항기	69,886	0.4	27,520	13.5
콘덴서	42,172	▲5.0	43,625	▲2.1
변성기	6,682	2.1	63,440	4.6
합 계	-	-	134,584	3.9

<자료 : JEITA>

- 2004년 수동부품의 수입은 1,346억엔으로 3년 연속 마이너스에서 벗어나 3.9% 증가함. 품목별로는 콘덴서가 436억엔으로 전년에 이어 2.1% 감소하였으나, 저항기가 275억엔으로 13.5% 증가, 변성기가 634억엔으로 4.6% 증가함
- 지역별로는 미국으로 부터의 수입이 58억엔으로 3.9%, 기타 지역이 4억엔으로 22.9% 감소하였으나 아시아는 1,243억엔으로 4.1%, 유럽은 40억엔으로 16.6% 증가함. 중국만을 보면 674억엔, 5.7% 증가함

나. 접속부품

<접속부품 수입실적(2004년)>

(단위 : 백만개, 백만엔, %)

품 목	수량	증감률	금액	증감률
마이크로스위치	80	44.9	1,735	4.1
기타스위치	1,820	10.4	55,481	14.6
플러그 및 소켓	606	5.2	16,603	1.7
릴레이	312	17.4	20,410	13.3
합 계	-	-	94,229	11.6

<자료 : JEITA>

- 2004년 접속부품의 수입은 942억엔을 기록하며 전년대비 11.6% 증가하여 2003년에 이어 연속으로 두자리수 증가함. 품목별로는 플러그 및 소켓이 166억엔으로 1.7%, 마이크로스위치가 17억엔으로 4.1%, 기타 스위치가 555억엔으로 14.6%, 릴레이가 204억엔으로 13.3% 증가함
- 지역별로는 아시아로부터의 수입이 747억엔으로 14.4%, 유럽이 108억엔으로 21.9%, 기타 지역이 6억엔으로 9.3% 증가함. 중국만을 보면 440억엔으로 9.2% 증가한 반면 미국은 82억엔으로 16.2% 감소함

다. 전자회로기판

전자회로기판 수입실적(2004년)

(단위 : kg, 백만엔, %)

품 목	수량	증감률	금액	증감률
인쇄회로	10,772,883	27.4	139,311	20.7

<자료 : JEITA>

- 2004년 전자회로기판의 수입은 1,393억엔으로 20.7% 증가하여 6년연속 플러스세를 이어나갔음. 이는 후공정의 실장, 조립 가공에 있어서도 고도기술이 요구되는 경향으로 인해 해외 생산으로는 현지대응할 수 없는 실장, 조립 공정을 국내 제조사에 위탁하는 사례가 늘어남에 따라 수입이 늘어난 것으로 분석됨

라. 변환부품

<변환부품 수입실적(2004년)>

(단위 : 백만개, 백만엔, %)

품목	수량	증감률	금액	증감률
소형모터	457	▲6.8	57,112	▲9.4
마이크로폰	87	55.2	6,573	20.5
헤드폰	66	34.8	18,540	51.1
스피커	261	▲0.5	34,514	2.1
픽업카트리지	19,023(kg)	▲3.4	728	7.8
합 계	-	-	117,467	1.9

<자료 : JEITA>

- 2004년 변환부품의 수입은 1,175억엔으로 1.9% 증가하여 플러스로 돌아섬. 품목별로는 소형모터가 571억엔으로 9.4% 감소하였으나 스피커는

345억 엔으로 2.1%, 헤드폰이 185억 엔으로 51.1%, 마이크로폰이 66억 엔으로 20.5%, 픽업카트리지가 7억 엔으로 7.8% 증가함

- 지역별로는 미국으로부터의 수입이 74억 엔으로 전년대비 39.1% 대폭 증가하였고 유럽이 41억 엔으로 9.5%, 아시아가 1,038억 엔으로 0.6% 증가함. 아시아 중 중국으로부터의 수입은 701억 엔으로 9.2% 증가하였고 기타지역은 21억 엔으로 29.3% 감소함

마. 기타전자부품

<기타전자부품 수입실적(2004년)>

(단위:백만개, 백만엔, %)

품 목	수량	증감률	금액	증감률
안테나 및 동부분품 등	6,084,114(kg)	29.1	25,253	-6.0
기록용매체	-	-	99,288	23.9
합 계	-	-	124,541	16.4

<자료 : JEITA>

- 2004년 기타전자부품의 수입은 1,245억 엔, 16.4% 증가로 전년에 이어 두자리수 증가를 기록함. 품목별로는 안테나 및 그 부분품이 253억 엔으로 6.0% 감소한 반면 기록용매체는 993억 엔으로 23.9% 증가함. 지역별로는 미국이 130억 엔으로 23.7%, 유럽이 28억 엔으로 9.9%, 기타 지역이 3억 엔으로 35.7% 감소한 반면, 아시아로부터의 수입은 1,085억 엔으로 25.5% 크게 증가하였으며 그 중 중국은 345억 엔으로 7.3% 증가함

3. 분야별 향후 전망

가. 수동부품

- 저항기는 2004년에 디지털가전이나 휴대폰, PC 등을 중심으로 수요가 증대되었으며 반도체제조장치, 액정제조장치 분야의 활발한 설비 움직임이나 자동차용 안전도 및 쾌적도 향상을 위한 전자화가 저항기 수요의 견인차 역할을 함. 가변저항기는 박형TV, DVD등의 디지털가전용 휴대폰 등을 중심으로 칩고정저항기, 네트워크저항기의 수요가 신장됨. 칩고정저항기는 1608사이즈까지는 해외생산비율이 높아지고 있고 일본

국내에서는 1005, 0603 등 초소형칩고정저항기 생산이 확대됨. 네트워크저항기는 고밀도실장화에 대한요구가 높은 디지털회로기기를 중심으로 수요가 확대되고 있으며휴대기기나 액정주변부품으로 1608, 1005 사이즈의 2연속, 4연속 타입의 수요가 왕성함. 리드부착타입형저항기는 해외에서의 생산,공급체제가 확립되어 있고, 특히 아날로그AV기기용저항기는 중국이 세계의 공급 거점화된 상태임. 반도체제조장치나 액정제조장치등 제조장치용으로는 신뢰성이 높은 금속피막저항기나 금속박저항기 등의 수요가 증대됨. 향후도 저항기 수요는 디지털가전, PC, 휴대폰, 자동차 등을 중심으로 왕성할 것으로 예측됨. 향후에도 초 소형칩이나 고기능품 등의 고부가가가치품은 일본에서 생산이 확대되는 한편 리드부착형범용품은 중국을 중심으로 아시아에서의생산이 더욱 확대될 것으로 기대됨.

- 콘덴서는 2003년 후반부터 시장이 회복되어 2004년에는 여름 경 부터 수주량이 증가함. 이는 아테네올림픽특수, 기기의 고기능화 및 다기능화에 따른 사용량의 증가, 전자화가 진전되는 자동차용 수요 증가, 경기회복기조를 반영한 설비투자에 의한 제조장치용 수요 증가 등의 요인에 기인함. 그러나 2004년 여름 이후에는 올림픽특수 효과가 사라지고 디지털AV기기용 수요가 감퇴되며 수요가 조정국면에 돌입함. 한편 2005년 들어서는 하이브리드차의 보급이콘덴서 신규시장확대로 연결되었으며 이후에도 차재용 수요는 지속적으로 견조세를 보일 것으로 전망됨. 향후에도 일본기업은 중국을 비롯한 해외 생산을 증강하는 한편 일본내에서는 고부가가가치품 증강 움직임을 강화할 것으로 보임. 특히 환경문제를 의식하여 납, 수은, 육가크롬, 카드뮴 등의 유해화학물질 등의 사용을 억제한 콘덴서의 수요 증대가 기대됨.
- 트랜스 및 코일은 노동집약형상품인 탓에 해외생산이전이 많이 진척된 상태로 이러한 움직임은 향후에도 지속될 것으로 예상 됨. 다만 일본국내 생산품에 대해서는 소형화, 고효율, 에너지절감면에서 국제경쟁력을 높인 트랜스나 코일로 차별화해나갈 것으로전망됨.

나. 접속부품

- 커넥터는 다른 전자부품에 비해 해외생산비율이 낮다고 일컬어져왔으

나 최근에는 국내생산체제 증강과 함께 해외 공장건설이나 증설이 본격화되고 있음. 향후에도 이러한 경향이 지속될 것으로 전망되며 이와 함께 해외거점에서의 R&D기능강화를 통해 현지일관생산체제가 더욱 강화될 것으로 예상됨. 현재 일본내 커넥터의 경향은 피치극소화, 저배화, 다극화임. 그리고 이에 대한 수요는 디지털네트워크나 모바일네트워크 등을 실현하기 위한 카드용, 차재용,시리얼ATA나 인피니밴드 대응용, 디지털인터페이스 대응용 위주로 확대될 것으로 보이며 그 외 카메라모듈용 소켓도 카메라폰보급 확대에 따라 수요가 늘 것으로 전망됨

- 스위치는 일본기업에 의한 해외생산이 진행된 품목이며 국내 생산은 AV기기의 생산조정이나 단가하락 등의 영향으로 어려운 상황으로 향후 더욱 중국을 중심으로 한 해외생산이 진행될 것으로 예상됨. 일본내 수요는 셋트의 디지털화에 대응한 다기능타입이나 미소전류타입, 에너지절감, 환경대응타입 등이 주도할 것으로 전망됨
- 릴레이 수요는 설비용, 통신용 시그널 릴레이 시장 회복 외 디지털가전용 파워릴레이 및 반도체설비용, 액정제조장치용, 공작기계용등의 릴레이 수요가 확대되어 03년, 04년 연속으로 증가함. 특히 국내외에 위치한 일본계 기업이 세계 시장의 약 80%를 공급하고 있음. 릴레이는 향후 무선통신기, 전자교환기, 전화단말장치 등을 중심으로 고도정보화사회를 향해 나아가는 과정에서 지속적으로 수요가 늘어날 것으로 보임.

다. 전자회로기판

- 전자회로산업은 중소기업형 산업으로 셋트산업에 의존한 전형적인 수주산업으로 프린트배선판제조에 있어서는 소형화, 고기능화,고밀도화, 생산 효율화에 대한 대응, 적절한 품질 유지 및 코스트다운 등이 필수과제로 남아 있음. 한 편 칩마운터 부문에서는고속실장, 폭넓은 부품대응력, 다기능실장, 0402칩, CSP/BGA실장 등을 실현해왔으며 환경문제와 코스트 압박으로 벌크화움직임도 나타나고 있음. 그리고 환경문제대응을 위해 납프리 공법확립에 대한 요구가 높아지고 있으며 레이저기술에 의한 고 밀도가공기술의 활용도가 높아지고 있음.

라. 변환부품

- 자기헤드시장은 AV용은 완전히 해외생산이관이 이루어졌고 동감소분을 HDD용이 메꾸고 있는 모양새임. 향후에도 종래의 PC 주변장치 이외에 DVD레코더나 휴대용 디지털오디오 등 디지털가전,카내비게이션 시스템에서의 수요가 지속적으로 늘 것으로 전망됨.특히 HDD의 급속한 소형화로 MR헤드에서 GMR헤드로의 전환이가속화되었으며고기록 밀도화가 더욱 진행되고 있음.
- 소형모터는 전자부품 가운데에서는 가장 해외생산비율이 높은 제품 중 하나로 향후 더욱 이러한 경향은 강화될 것으로 예측됨. 소형모터는 경박단소화와 더불어 고정도, 저소음, 저소비전력설계가제품개발의 포인트화 되어 있음. 향후도 소형모터 제조사에 대한 기술요구는 더욱 고도화됨과 동시에 가격하락압력도 더욱 세질 것으로 전망됨.

II. 전자부품시장 특성

1. 분야별 유통경로

- 전자부품의 유통경로는 품목별로 차이가 있기는 하지만 크게는제조사 직거래와 대리점 경유가 있음. 고객의 요구를 반영해서 제조해야하는 제품의 경우에는 수주 후 제조, 납품하게 되므로 직거래가 많고 범용품의 경우에는 대리점을 경유하는 경우가 많음. 일반적으로 시장점유율 상위에 랭크되어 있는 주요 독립계기업은 직거래가 많고 중소 제조사는 판매력이 약하여 대리점을 경유하는 사례가 많음.
- 동보고서에서 다루지는 아니하였으나 반도체의 경우는 직거래이거나 아니면 대리점 대신 반도체 상사를 통하는 경로로 나뉨. 반도체 상사는 일본 국내에서 소비되는 반도체의 약 20-25% 가량을 공급하고 있으며, 종합전기회사의 판매부문을 담당해왔던 메이커 계열의 상사와 독립계열 상사로 다시 구분됨.
- 또 근래에는 전자부품만을 전문으로 취급하는 전자상거래(B2B)사이트나 이러한 사이트를 운영하는 전자부품 전문 상사도 늘고 있음.

- * <http://www.aloman.co.jp/>
- * <http://www.chiplstop.com/>
- * <http://www.ic-lando.co.jp/>
- * <http://www.varitecic.com/>

- 또 주요 대형전자기기업체 위주로 자체 온라인 조달 시스템을 구축하여 역경매 방식을 활용함으로써 원가절감, 사무비용절감을 꾀하거나 중국이나 일본 본사에 집중구매부서를 설치, 이를통해 원가절감을 꾀하는 추세임.

2. 분야별 유통시장 특성

- 직거래시의 장점은 고객과 밀접한 관계를 유지하여 수요를 흡수하기 쉽고 대량 수주가 가능하다는 점이며 대리점 경유 방식의 장점은 아무런 연고가 없는 지역의 고객 혹은 중소 규모의 고객을 상대로도 영업이 가능하다는 점임. 다만 범용품 분야에 있어서는 중국을 비롯한 아시아국가 제품과의 가격 경합에 의해 순수국내메이커는 철수하고 있는 상황이며 대신 국내외에 제조위탁을 하는 기업이 늘고 있는 추세임
- 근래 들어 주목받고 있는 전자상거래(B2B) 사이트 혹은 이를 운영하는 전자부품 전문상사는 인터넷을 통해 리얼 타임으로 세부 품목별 재고정보를 제공하는 한 편, 24시간 체제로 해외 서플라이어를 통해 직접 부품을 조달하는 등, 고객의 긴급 수요 및 소량 주문에 적극 대응하고 있음
- 다른 한 편으로는 주로 종합전자·전기제품제조사는 자체 온라인조달 시스템을 갖추고 역경매 형식을 활용하거나 중국 등지에 IPO를 두고 조달원가를 낮추고 있음.

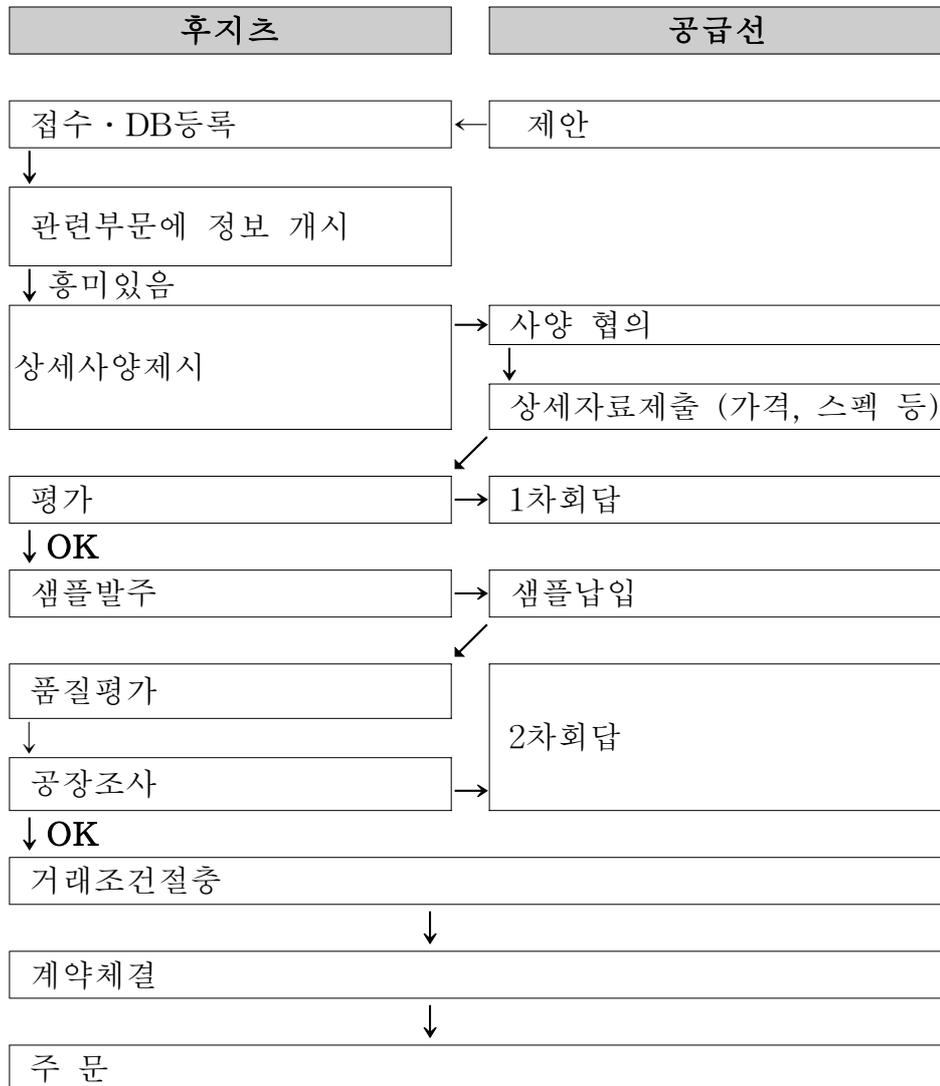
Ⅲ. 주요기업 조달 현황

1. 후지쯔 (FUJITSU)

가. 조달 방침

- 거래선과의 공존 공영 : 거래선과는 장기적 신뢰관계를 구축하고 좋은 파트너 관계를 유지함으로써 공존공영 관계를 지향함.
- 거래선의 공평·공정한 평가·선정 : 거래선에 대해서는 신규 참입 여부, 국적, 영업 규모를 불문하고 공정한 기회를 부여하고 다음과 같은 관점에서 종합적으로 평가함.
 - 기업으로서의 신뢰성
 - 기술력
 - 조달품의 품질·가격·납기 등
 - 기업의 사회적책임(CSR)에 대한 대처
- 그린조달 : <후지쯔그룹그린조달기준>을 수립하여 그린조달 대상분야를 모든 조달품으로 확대해나가고 있는 중. 거래선을 상대로 ISO14001 취득 등 EMS(환경매니지먼트시스템)을 구축하고 지정유해물질전폐 등을 요청하고 있음. 특히 2006년말까지는 EMS가 구축된 거래선으로 부터의 조달비율을 100%화할 방침
- 기업의 사회적책임을 전제로 한 조달 :FUJITSU Way에 기초하여 거래선을 상대로 다음과 같은 사항에 대한 협력을 요구해나갈 방침
 - 인권존중, 부당한 차별 금지
 - 법령준수(컴플라이언스)
 - 비밀정보·개인정보의 보호
 - 지적재산보호
 - 뇌물수수 금지
 - 공정한 상거래
 - 노동안전위생의 확보
 - 아동노동·강제노동 금지

나. 조달 절차



다. 조달 담당 부서

- URL : <http://procurement.fujitsu.com/jp/newgreen/bhi.html>
- E-mail : procurement@fujitsu.com
- 조달품목 :
 - 기구부품
 - PCB, FPC, FFC
 - 전자,전기부품

- 케이블 · 하네스
- 판금가공품
- 성형가공품
- 기계가공품
- 기타

2. 캐논 (CANON)

가. 조달 방침

□ 기본방침

- 자재조달을 통해서 사회에 공헌함과 동시에 법률을 준수하고 환경보전, 자원보호 등을 충분히 배려함
- 자재조달부분은 납품업체와 함께, 신의성실의 원칙을 준수하고 “공생이념”의 실현을 향해 자재조달활동을 추진
- 캐논의 기업 이념인 “세계 인류와의 공생”에 기초하여 국내외 전체기업에 평등하게 문호를 개방하고, 우수하고 신뢰할 수 있는 납품업체와 거래를 추진

□ 우량 납품업체 선정 방법

- 환경보전 · 품질 · 가격 · 납기 · 재무상황 등에 대해 공정히 평가함
- 계약한 납기 준수는 물론이고 생산 변동에도 유연하게 대응할 수 있고, 리드타임을 단축할 수 있는 납품업체와 우선적으로 거래
- 캐논과의 거래시 획득한 캐논의 기밀 및 이에 따르는 일체 사항에 대해 비밀을 준수할 수 있는 납품업체와 거래

□ 그린조달활동

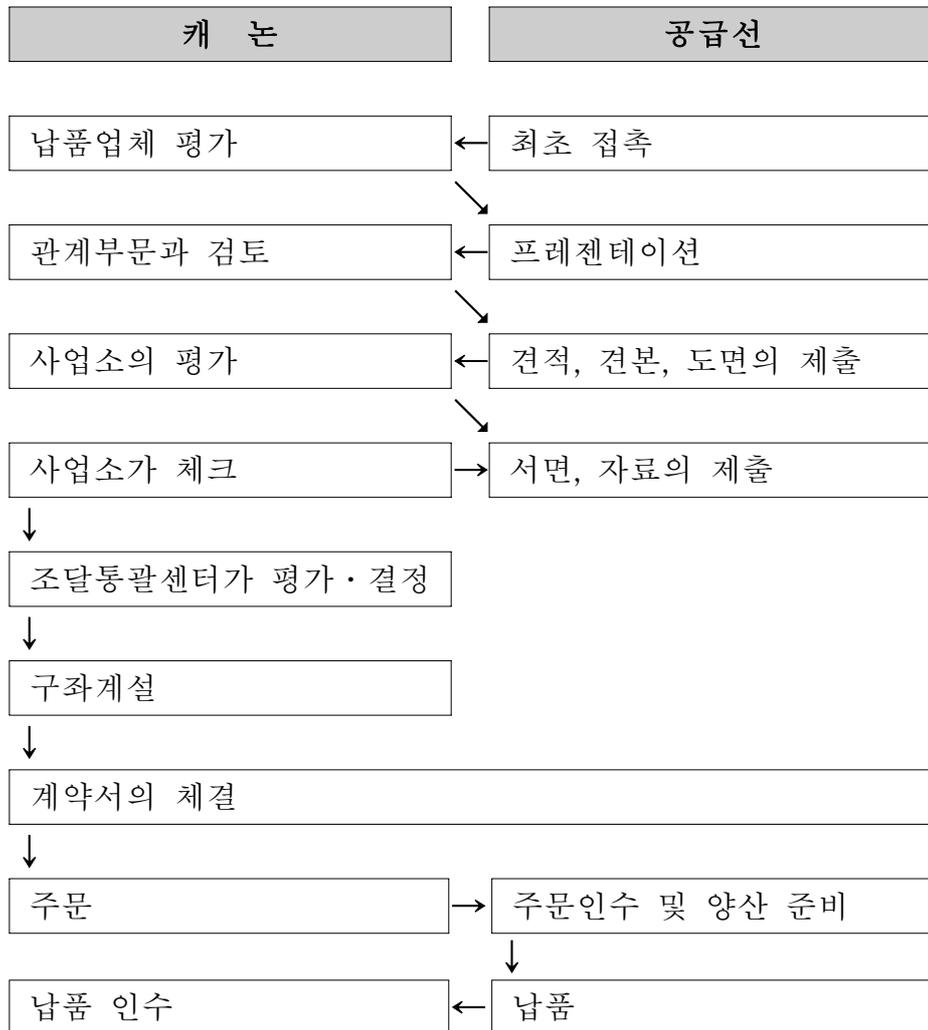
- 지구환경보전활동을 위해 1997년에 “글로벌케논그린조달기준서” 및 “글로벌케논그린조달가이드북”을 발행하여 그린조달을 추진해 옴
- 2003년 8월에는 그린조달기준서를 「부품·재료편」과 「구매품편」으로 나누었으며 2005년 9월에는 그린조달조사공통화협의회(JGPSSI) 및 미국전자연합회(EIA)가 표준화한 공동가이드라인을 반영하여 화학물질리스트를 변경하는 한편 「우량그린서플라이어」 제도를 폐지하는 개정을 단행

【그린조달 시스템】

	환경관리시스템	퍼포먼스
사업활동	사업활동에 대한 환경관리	<A> *법규준수 *사용금지물질의 미사용 및 삭감대상물질의 삭감 *토양지하수오염방지대책의 실시
물 품	물품에 대한 환경 관리	<C> *사용금지물질의 비함유 및 사용제한물질의 폐절계획준수 <D>

* A~C : 거래처환경평가 * D : 물품평가

나. 조달 절차



다. 조달 담당 부서

- 부서명 : 캐논주식회사 조달본부 조달통괄센터
- URL : <http://web.canon.jp/procurement/index-j.html>

3. 도시바(TOSHIBA)

가. 조달 방침

□ 기본 방침

- 관련 법령의 준수 및 환경에 대한 배려 : 조달 활동에 있어 사업을 행하고 있는 각국·지역의 법령 등을 준수함과 동시에 환경보전·자연보호에 충분히 배려함
- 공정 및 오픈된 거래 추진 : 국내외를 불문하고 후보 거래선에 대해 공정한 거래의 기회를 제공함
- 조달선과의 파트너 관계 강화 : 국내외 조달거래선과 상호이해 및 신뢰관계에 기초한 파트너십 구축 및 발전에 노력

□ 조달거래선 선정방식

- 거래 개시에 있어 다음 조건을 만족하는 기업을 우선적으로 선정
법령을 준수하고 환경에 대한 배려를 중시할 것
경영상태가 건전할 것
도시바그룹에 공급하는 자재·서비스의 품질·가격·납기가 적정수준일 것
안정공급능력 및 수급변동에 유연한 대응력이 있을 것
도시바그룹 제품에 공헌할 수 있는 기술력을 보유하고 있을 것

□ 전자 조달

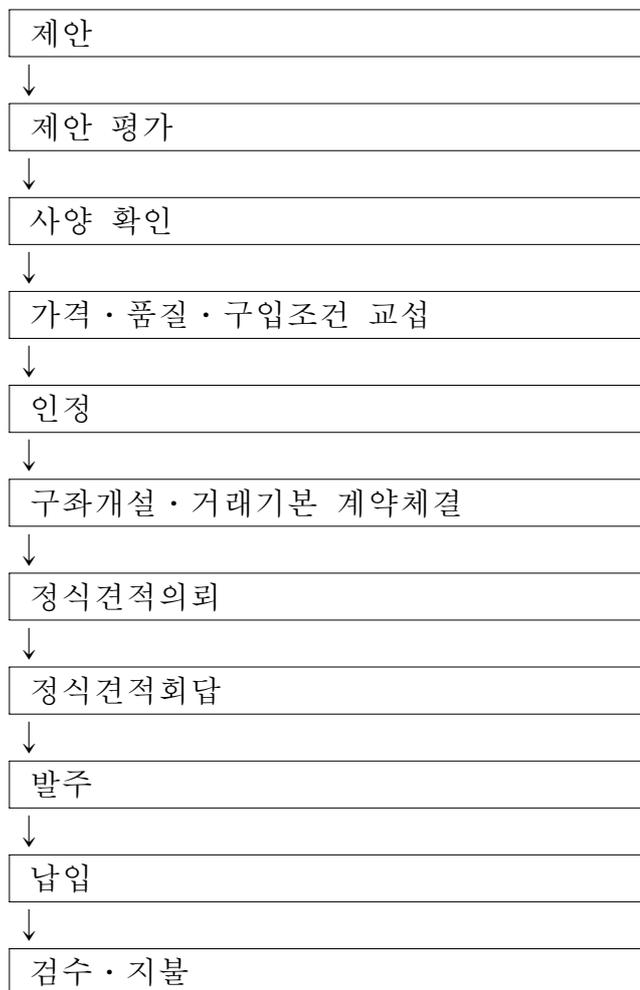
- 조달코스트삭감 및 조달리드타임단축을 위해 EC 조달·판매 시스템 (e-ingBiz.com)을 운영 중으로 2004년 1월 현재 이미 약 4,000사가 참가함. 동사이트는 오픈 조달과 관련해서 전자 입찰, 조달오퍼레이션, WebEDI, 서플라이체인, MRO 등의 기능을 제공함

□ 그린 조달

- 조달품 선정에 있어서는 품질, 가격 외에 다음과 같은 환경부담저감항목에 대해 평가하여 우수한 조달품을 우선적으로 채용함
자원 절감 : 희소자원함유율

- 리유스(재사용) 가능 : 리유스 가능율
- 리사이클 가능 : 리사이클 가능율
- 리사이클 재료의 이용 : 리사이클재료 함유율
- 처리·처분의 용이성 (조달품의 해체배려설계 또는 분해가능성, 그 실현 수단)
- 환경관련물질 함유량 : 환경관련물질 함유율
- 에너지 절감
- 장기간 사용 가능

나. 조달 절차



※ 동절차는 도시바의 표준 절차로서 각사업소에 따라 다를 수 있으며 관계 회사는 개별 대응함

다. 조달 담당 부서

- 부서명 : 도시바 코퍼레이트 조달부
- Fax : 03-3456-6619
- e-mail : hdqchotatsuc@dx.toshiba.co.jp
- 주소 : 〒105-8001 東京都港区芝浦1-1-1 (株)東芝 コーポレート調達部
- URL : <http://www.e-ingbiz.com/toshiba/supplier/index.html>

4. 마쓰시타전기

가. 조달 방침

- 현재 전세계 11,000개사를 통해 자재를 조달하고 있으며 구입금액은전 품목을 통틀어 연간 3조4천억엔에 달함.
- 기업의 사회적책임(CSR)을 인식하여 클린조달선언을 통해 공평하고거래처와 공정한 거래관계를 유지함
- 거래처 선정에 있어서는 공평한 경쟁기회를 제공하고 다음과 같은 기준에 따라 공정하게 평가, 선정함.
 - 품질이나 안정성의 확보
 - 환경에 대한 배려
 - 뛰어난 기술력,개발력
 - 경쟁력 있는 가격
 - 지정납기준수
 - 안정된 경영기반
 - IT를 활용한 변화대응력
 - 인권이나 노동안전위생 등에 대한 배려
- 환경에 대한 대처를 위해서는 1999년3월에 그린조달기준서 및 화학물질관리랭크지침을 발행하여 그린조달을 실시 중에 있음. 이를 통해 ISO4001 취득 등 납품업체를 상대로도 엄격한 환경관리체제확립을 요구하고 있음

나. 조달 담당 부서

- 회사명 : 마쯔시타테크노트레이딩 (전자부품계열상사)
- 주소 : 〒151-0053 東京都澁谷區代々木 4 丁目33番10号(トーシンビル2階)
- 전화 : 03-5333-2301
- 팩스 : 03-5333-2382
- URL : <http://www.mttco.co.jp/semiconductor/index.html>

IV. 일본 시장진출을 위한 조언

가. 일반사항

- 고기능 전자부품은 IT 기기 중심이었던 기존의 용도에서 자동차, 디지털 가전, 디지털 카메라, 휴대폰 등으로 그 사용 범위를 확대해 나가고 있으므로 이에 대한 수요 예측과 이에 대응하는 기술 및 제품개발 능력이 요구됨
- 일본의 대부분 주요 기업은 국내에 핵심 고부가가치 부품만을 남기고 범용품에 대해서는 중국 등지에 생산 이관을 하거나, 도저히 자사생산으로는 채산이 맞지 않게 되자 Fabless 경영을 위해 EMS (Electronic Manufacturing Service)를 사용하는 등 생존을 위해 다양한 변신을 꾀하고 있음. 해외조달의 경우에도 대부분의 기업이 중국을 중심으로 IPO (International Procurement Office)를 운영하는 등 한국의 입지가 더욱 좁아지고 있으므로 철저한 원가절감 및 생산성 향상이 요구됨
- 일본의 기업은 개발 기술이나 제품을 지적재산으로서 보호를 강화하고 있으므로 한국 기업도 독자 기술 및 고부가가치제품 개발을 위해 R&D 기능을 강화해야 하고 또 개발된 기술에 대해서는 지적재산으로 적극 보호할 수 있는 체제 정비가 필요함. 이를 위해 산관학간 협력 체제를 정비, 이를 적극 활용할 필요가 있음.
- 특히 중소벤처기업의 사업영역이라고 할 수 있는 전자부품의 경우 디지털컨버전스, 부품기술의 복합화, 구성품의 모듈화가 추세이므로 이에 대처하기 위해 업계간 전략적 제휴, 더 나아가서는 과감한 M&A를 시도할 필요가 있음

- 최근 일본 주요기업의 경영에 있어 화두라고 할 수 있는 CSR (Corporate Social Responsibility) 및 그린조달을 이해하고 이러한 스킴을 거꾸로 적극 활용할 필요가 있음
- 점점 더 많은 기업이 독자적인 EC 시스템이나 B2B를 통해 국내외로부터 전자 조달 하는 추세이므로 이를 적극적으로 이용할 수 있는 능력을 길러야 함

나. 업계 조언

- 한국 및 일본 양국 문화의 차이에서 기인하는 다양한 오해가 서로 간에 발생하기 쉬움. 일본인의 섬세한 의미 및 감정 전달이 비즈니스 파트너인 한국인들이 제대로 잘 이해하지 못하는 경우가 적지 않음
- 양국 기업간의 비즈니스 거래 관계가 별 다른 문제없이 잘 유지될 경우 더할나위 없이 상호 우호적인 관계가 지속되지만 문제가 일어나면 분명히 한국 기업의 잘못임에도 불구하고 책임을 회피하려는 케이스가 있음
- 한국 기업과 일본어로 거래 상담시 통역원이 제품 내용을 확실히 파악하고 있지 못해 제대로 의사 전달이 되지 않은 경우도 있고, 장기적으로 불필요한 ‘트러블’의 숨은 원인으로 작용
- 일부 한국 기업은 아직도 품질을 개선하는 과정에서 투입되어야만 하는 제반 비용을 제품 가격으로 전가하려는 경향이 존재. 일본 및 세계 시장에서 인정받는 제품을 생산하려면 이러한 타성은 조속히 개선필요.
- 일본의 관습으로서 견적을 주고 받는 것이 일반적인데 한국기업은 일본측이 견적만 요구한다고 화를 내곤하여 비즈니스가 잘 성사되지 않는 경우가 있음
- 일본기업은 견적만을 요구하고 주문은 하지 않는다는 식으로 선입관을 가지는 것은 오해일 수 있음. 일본기업은 신중히 비즈니스를 추진하기 때문에 일단 신규기업을 개척하면 계속해서 거래를 하는 관행이 있으므로 들어가기 어렵고, 들어가고 나면 편한 특성을 느껴야 함.

작성자

■ 건축편

도쿄 무역관 홍석균 과장

■ 전자편

후쿠오카 무역관 조은범 과장

일본기업의 부품소재아웃소싱 동향과 전망 (건축 & 전자편)

발행인 : 한준우

발행처 : KOTRA

인쇄처 : 화신문화 02)2277-0624

발행일 : 2005년 11월

주 소 : 서울시 서초구 염곡동 300-9
(우 137-749)

전 화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : www.kotra.or.kr

Copyright © 2005 by kotra. All rights reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전제와 무단복제를 금합니다.