

# 目 次

---

---

## <요 약>

### I. 중국의 일본시장 진출현황/7

### II. 일본시장에서 중국제품의 경합현황/11

1. 중국상품의 일본기업과의 경합현황/11
2. 중국의 일본시장 침투 확대 요인/13

### III. 일본시장에서 한-중 경합현황/16

1. 양국의 연도별 대일수출동향/16
2. 한-중 수출경합품목의 변화추이/17
3. 한-중 수출경합품목의 수출/경쟁력 변화/19

### IV. 우리의 대응/21

## <요 약>

### 1. 中國의 日本市場 進出現況

#### 1. 대일수출규모

- 中國의 대일본 수출은 1993년 2.3조엔에서 2000년 5.9조엔, 2001년 7.0조엔으로 급격한 증가추세
- 이에따라 中國제품의 일본시장 점유율도 지속적으로 상승
  - 中國 : 90년 5.1% → 2000년 14.5% → 2001년 16.6% → 2002(1-2) 17.3%
  - \* 한국 : 90년 5.0% → 2000년 5.1% → 2001년 4.9% → 2002(1-2) 4.3%

#### 【中國의 일본시장 수출현황】

(단위 : 10억엔, %)

연도	금액	(한국)	일본시장 점유율(%)	증감율(%)		
				中國	한국	전체
1993	2,278	(1,297)	8.5	6.2	-11.5	-9.1
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
1999	4,875	(1,824)	13.8	0.7	15.7	-3.8
2001	7,026	(2,088)	16.6	18.3	-5.3	3.6
02(1-2)	1,145	(290)	17.3	13.6	-24.0	-6.2

#### 2. 대일수출 주종품목 (2001년)

- 섬유(비중:29.1%) 및 전기전자/기계류(28.5%)가 중심
  - 전기전자/기계류의 비중은 91년의 4.3%에서 01년에는 28.5%로 급증

#### 3. 대일수출 급증품목(2001년)

- 수출증가 상위 10개 품목중 7개 품목이 전기전자제품
  - 전기전자 : 에어컨, 통신기기, 컴퓨터, 냉장고 등 7품목
  - 기타제품 : 커튼 등 3품목

- 기계류 수출도 꾸준히 증가
  - 토목기계나 철구조물등의 수출이 급증
  
- 향후 중국의 대일수출 구조는 점차 전기전자/기계류를 중심으로 고도화될 전망
  - IT 산업이 빠르게 발전하고 있어 조만간 IT 수출도 급증할 듯

#### 4. 일본 수입시장 순위 변화

- 일본시장에서 미국제품이 여전히 1위를 차지하고 있는 가운데 중국 제품의 대일진출이 가장 빠르게 증가하고 있음
  
- 중국은 1990년 4위에서 2001년에 2위로 상승하였으며 금년에는 1위로 부상할 전망
  - 최근 대기업을 중심으로 일본기업들이 생산거점의 중국이전을 가속화하고 있어 빠르면 3/4분기부터 중국제품이 일본시장 점유율 1위로 부상할 듯

[ 일본 수입시장 순위 변화 ]

	1990	1995	1996	1998	2000	2001
미 국	1	1	1	1	1	1
중 국	4	2	2	2	2	2
한 국	5	3	3	4	3	3
인도네시아	2	6	4	5	5	4
호 주	3	4	6	3	7	5
대 만	9	5	5	7	4	6
말레이시아	12	9	8	8	8	7
아랍에미리트	8	11	9	9	6	8
독 일	6	7	7	6	10	9
사우디아라비아	7	12	10	12	9	10

자료 : 일본 재무성

## II . 日本市場에서 中國製品 競合狀況

### ○ 업종별 중국제품의 일본과의 경합현황(일기업 1,000개사 설문)

업종	경합비율	경합형태
식품	43.8%	중국제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
섬유(의류)	81.8%	"
종이류	62.5%	경합이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
화학제품	44.7%	일본시장 보다는 ASEAN 시장에서 큰 영향
의약품	31.3%	일본시장 보다는 구미 시장에서 영향
고무제품	55.6%	경합이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
요업제품	55.2%	중국제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
철강제품	64.3%	경합이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
일반기계	55.9%	일본시장보다는 ASEAN 시장에서 영향
전기전자	56.0%	중국제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소. 해외시장에서도 ASEAN을 중심으로 영향
전자부품	67.4%	중국제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
정밀기계	44.8%	일본시장 보다는 ASEAN 시장에서 영향

자료원 : JETRO 센서 2001.12

### ○ 중국산의 진출확대에 대한 일기업의 대응책(일기업 1,000개사 설문)

대 응 책	업 종
고부가가치 제품을 개발	고무제품, 전기전자, 화학제품
원가절감을 위해 부품/자재의 해외조달 확대	철강, 고무제품, 요업제품
원가절감을 위해 기업운영을 효율화	섬유, 철강, 수송기계
타사와의 전략적 제휴 추진	종이류, 섬유
생산 및 조달의 해외이전	전자부품, 전기전자, 일반기계

자료원 : JETRO 센서, 2001.12

### III . 일본시장에서 한-중 경합현황

#### 1. 한-중 수출경합품목의 변화 추이

- 양국의 主要 競合品目(양국의 대일수출이 모두 연간 100억엔을 넘는 품목/HS 4단위 기준)은 섬유 등 경공업제품 중심에서 최근 전기전자제품 등 기술제품으로 변화
- 주요 경합품목 품목수는 최근 큰 변동 없음  
 . 95년 21품목 → 99년 20품목 → 00년 22품목 → 01년 21품목
- 이들 주요 경합품목이 2001년 대일본 수출에서 차지하는 비중은 한국 54.2%, 중국이 21.2%에 달하여 양국의 대일수출 품목구조가 유사하며, 중국에 비해 한국의 수출 품목이 소수에 집중되어 있음을 알 수 있음

[한-중의 일본시장에서 主要 競合品目 변동추이]

95년(HS NO)	산 업	2001년(HS NO)
저지.폴오버(6110)	섬유 (6품목 ▶ 2품목)	저지.폴오버(6110)
블라우스(6106)		블라우스(6106)
스타킹등(6115)		
여성용정장(6104)		
혁제의류(4203)		
T셔츠등(6109)		
열연강판(7208)	철강(1품목 ▶ 1품목)	철강구조물(7308)
복사기부품등(8473)	전기전자 (7품목 ▶ 11품목)	복사기부품등(8473)
컴퓨터(8471)		컴퓨터(8471)
픽업카드리지(8522)		픽업카드리지(8522)
무선통화송신기(8527)		무선통화송신기(8525)
TV(8528)		액정디바이스(9013)
마이크로폰등(8518)		다이오드(8541)
음성기록매체(8523)		음성기록매체(8523)
		유선통신기기(8517)
		집적회로(8542)
		절연케이블(8544)
		트랜스포머(8504)
	기계(0품목 ▶ 1품목)	자동차부품(8708)
냉동생선(0303)	농수산물 (4품목 ▶ 4품목)	냉동생선(0303)
연체생선(0307)		연체생선(0307)
조제생선(1604)		조제생선(1604)
생선필레(0304)		생선필레(0304)
여행가방(4202)	잡화 (3품목 ▶ 1품목)	플라스틱제사무용품
고무.플라스틱제 신발		
혁제신발(6403)		
타일(6802)	기타(1품목 ▶ 1품목)	석유.역청유(2710)
합계	(22품목 ▶ 21품목)	합계

## 2. 한-중 경합품목의 수출 및 경쟁력 변화

— 주요 경합품목중 01년도 한국의 경쟁력(상대수출성과지수 : 한국수출액/중국수출액)이 상승한 것은 6개 품목(20%이상 상승 2개), 반대로 하락한 것은 15개 품목(20%이상 하락 8개)으로 나타남

o 20% 이상 상승 품목(2개) : 유선통신기기, 절연케이블

o 20%이상 하락 품목(8개)

· 저지.폴오버, 블라우스, 컴퓨터, 픽업카드리지, 무선통화송신기, 액정디바이스, 냉동생선, 생선필레

[주요 경합품목의 수출금액 및 경쟁력 변화]

(단위 : 10억엔)

산업	품목(HS NO)	한국(A)		중국(B)		대중국경쟁력 [상대수출성과 지수. A/B(%)]
		2000	2001	2000	2001	
섬유	저지.폴오버(6110)	22	16	314	335	☁️ (▼31.4)
	블라우스(6106)	11	11	22	29	☁️ (▼24.2)
철강	철강구조물(7308)	9	15	9	14	☀️ (7.1)
전기 전자	복사기부품등(8473)	64	64	154	150	☀️ (2.6)
	컴퓨터(8471)	200	148	121	228	☁️ (▼60.7)
	픽업카드리지(8522)	39	32	27	39	☁️ (▼43.1)
	무선통화송신기(8525)	33	33	5	25	☁️ (▼80.0)
	액정디바이스(9013)	41	13	17	12	☁️ (▼55.1)
	다이오드(8541)	18	17	19	22	☁️ (▼18.4)
	집적회로(8542)	288	267	39	42	☁️ (▼13.9)
	유선통신기기(8517)	3	19	26	60	☀️☀️ (275.7)
	음성기록매체(8523)	11	13	18	26	☁️ (▼18.2)
	절연케이블(8544)	8	11	90	100	☀️☀️ (23.6)
트랜스포머(8504)	12	10	123	126	☁️ (▼19.3)	
기계	자동차부품(8708)	12	16	17	21	☀️ (7.9)
농수 산물	냉동생선(0303)	41	36	16	22	☁️ (▼36.2)
	연체생선(0307)	27	26	31	30	☁️ (▼0.5)
	조제생선(1604)	15	12	98	95	☁️ (▼17.6)
	생선필레(0304)	11	12	23	33	☁️ (▼23.8)
잡화	플라스틱제사무용품	13	14	48	62	☁️ (▼16.6)
기타	석유.역청유(2710)	354	346	22	19	☀️ (13.2)
주요경합품목 수출금액		1,232	1,131	1,239	1,490	☁️ (▼23.6)
대일수출 합계		2,205	2,088	5,941	7,027	☁️ (▼19.9)
주요경합품목/대일전체(%)		55.9%	54.2%	20.9%	21.2%	

☀️☀️ : 20% 이상 향상, ☀️ : 0%이상~20% 향상 ☁️ : 0%이상~20% 악화 ☁️☁️ : 20% 이상 악화

## IV. 우리의 對應

### 〈 최근 일본시장 Trend 〉

- 일본적 스탠더드 ▶ 글로벌 스탠다드 : NEC PC에서 IBM 호환 PC로
- 규제대국 ▶ 규제완화 : 가장 보수적인 전력기자재시장에서도 경쟁
- 품질우선 ▶ 품질 + 가격 : 최소한의 품질, 적절한 가격
- 계열우선 ▶ 계열 파괴, 글로벌 아웃소싱 확대 : 특히 부품과 정보통신

#### 1. 국가 및 상품 이미지 홍보강화

- 중국제품과 가격면에서 경쟁하기 어려운 바, 한국 및 한국상품에 대한 이미지 제고전략이 필요

#### 2. 일본기업의 아웃소싱추세를 적극 활용

- 일본기업의 해외 아웃소싱이 중국에서 생산하기 어려운 기술집약적 제품으로까지 확대되는 추세이므로 이를 적극 활용

#### 3. 부품·소재분야 일본기업의 대한 투자유치

- 대일 역수출이 유망한 부품·소재분야를 중심으로 대일투자 적극 유치

#### 4. 농수산물, 경공업 제품의 브랜드화

- 수산물, 김치, 김 등 전통적인 수출품목의 브랜드화

#### 5. High-end Market에 대한 공략 강화

- IT제품을 중심으로 High-end Market에 대한 공략 강화

#### 6. 실버상품등 새로운 시장에 대한 공략 강화

# 1. 中國의 日本市場 進出現況

## 1. 대일수출규모

- 中國의 대일본 수출은 1993년 2.3조엔에서 2000년 5.9조엔, 2001년 7.0조엔으로 급격한 증가추세
  - 93-01년 사이에 304% 증가
  - 동기간중 일본 전체의 수입은 장기간의 경기침체로 55% 증가에 그침
  
- 이에따라 中國제품의 일본시장 점유율도 지속적으로 상승
  - 中國 : 90년 5.1% → 2000년 14.5% → 2001년 16.6% → 2002(1-2) 17.3%
  - \* 한국 : 90년 5.0% → 2000년 5.1% → 2001년 4.9% → 2002(1-2) 4.3%

### 【中國의 일본시장 수출현황】

(단위 : 10억엔, %)

연도	금액	일본시장 점유율(%)	증감율(%)		
			中國	한국	전체
1993	2,278	8.5	6.2	-11.5	-9.1
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
1999	4,875	13.8	0.7	15.7	-3.8
2000	5,941	14.5	21.9	20.9	16.1
2001	7,026	16.6	18.3	-5.3	3.6
02(1-2)	1,145	17.3	13.6	-24.0	-6.2

자료원 : 일본 재무성

## 2. 대일수출 주종품목 (2001년 기준)

- 섬유 및 전기전자제품이 중심
  
- 대일본 수출 전체에서 점하는 섬유제품의 비중은 91년의 26.5%에서 01년에는 29.1%로 꾸준히 증가

- 일본 최대의 의류 회사인 FAST RETAILING사가 자체 기획·개발한 의류를 100% 중국에서 생산, 대일 역수입에 성공한 이래 여타 일본회사들도 경쟁적으로 중국에서 의류 개발수입
  - T 셔츠는 일본 전체시장의 70%, 여성용 정장/자켓류는 80%를 점유
- 전기전자/기계 제품의 수출비중은 91년의 4.3%에서 01년에는 28.5%로 급증
- 중국이 전기전자 제품의 생산거점으로 대두함에 따라 일본기업에 의한 범용 가전제품, 컴퓨터 주변기기의 역수입을 중심으로 대중국 수입이 급증
  - . 일본 가전업체들은 사업부서의 본사 기능을 아예 중국으로 이전 (마쓰시타의 TV, 도시바의 비디오, 산요의 DVD 플레이어 등)
  - . 중국은 일본을 추월하여 세계 최대 가전생산국으로 부상 (TV-세계점유율 36%, 에어컨-50%, 세탁기-24% 등에서 세계 1위)

중국의 대일본 주력 수출상품

(단위 : 10억엔)

2000년			2001년		
순위	품목	금액	순위	품목	금액
1	의류 및 부속품	1,580	1	의류 및 부속품	1,787
2	사무용기기	291	2	음향, 영상기기	404
3	음향, 영상기기	272	3	사무용기기	391
4	어패류	257	4	어패류	271
5	야채	163	5	야채	194
6	여행용품 및 핸드백	135	6	과학광학기기	175
7	과학광학기기	138	7	가구	161
8	원유류	119	8	여행용품 및 핸드백	159
9	가구	116	9	육류	93
10	육류	82	10	원유류	86

자료원 : 일본 재무성

### 3. 대일수출 급증품목

- 수출증가 상위 10개 품목중 7개 품목이 전기전자제품
  - 상위 20개 품목중에서는 10개 품목
  
- 기계류 수출도 꾸준히 증가
  - 토목기계나 철구조물등의 수출이 급증
  
- 향후 중국의 대일수출 구조는 점차 전기전자/기계류를 중심으로 고도화될 전망
  - 선진기업의 진출, 시장의 급팽창, 중국정부의 육성정책 등에 힘입어 IT 산업이 빠르게 발전하고 있어 조만간 IT 수출도 급증할 듯

[ 2001년 중국의 대일본 수출급증 품목 ]

(금액 : 10억엔)

증가율 순위	품목명	금액	증감율	수출 비중
1	공기름 짜거기	8	2,725.3	0.1
2	무선통화용 송신기기	25	365.8	0.4
3	에어콘	25	145.6	0.4
4	유선통신기기	60	124.6	0.9
5	냉장고/냉동고	21	117.2	0.3
6	안테나 부분품 등	119	103.2	1.7
7	비디오 기록매체	30	92.1	0.4
8	컴퓨터 및 주변기기	228	88.6	3.2
9	커튼	10	85.8	0.1
10	토목기계류	9	82.2	0.1
11	양모제 의류	19	82.1	0.3
12	당구용품 등	48	72.5	0.7
13	TV	80	70.5	1.1
14	감광식 복사기	59	68.6	0.8
15	진공청소기 등	16	61.7	0.2
16	의료기기	11	59.4	0.2
17	소모사	10	58.1	0.1
18	냉동야채	9	57.2	0.1
19	철구조물	15	56.0	0.2
20	남성용 셔츠	21	53.8	0.3

자료 : 일본 재무성

#### 4. 일본 수입시장 순위 변화

- 일본시장에서 미국제품이 여전히 1위를 차지하고 있는 가운데 중국 제품의 대일진출이 가장 빠르게 증가하고 있음
- 중국은 1990년 4위에서 2001년에 2위로 상승하였으며 금년에는 1위로 부상할 전망
  - 최근 대기업을 중심으로 일본기업들이 생산거점의 중국이전을 가속화하고 있어 빠르면 2/4분기부터 중국제품이 일본시장 점유율 1위로 부상할 듯
  - \* 한국은 작년까지 3위를 유지하고는 있으나 중국제품에 의해 점차 시장에서 밀려나고 있음
  - \* 중국의 대외무역에 있어서도 금년들어 일본이 최대교역국으로 부상

[ 일본 수입시장 순위 변화 ]

	1990	1995	1996	1998	2000	2001
미 국	1	1	1	1	1	1
중 국	4	2	2	2	2	2
한 국	5	3	3	4	3	3
인도네시아	2	6	4	5	5	4
호 주	3	4	6	3	7	5
대 만	9	5	5	7	4	6
말레이시아	12	9	8	8	8	7
아랍에미레이트	8	11	9	9	6	8
독 일	6	7	7	6	10	9
사우디아라비아	7	12	10	12	9	10

자료 : 일본 재무성

## II . 日本市場에서의 中國製品の 競合狀況

### 1. 中國상품의 日本기업과의 競合 현황(日本기업 1000개사 대상 설문)

#### 가 . 業種별 中國제품의 日本기업과의 競合현황

o JETRO가 日本기업 1,000개사를 대상으로 中國제품과의 競合상황에 대해 설문조사 한 바,

- 50.1%가 競合하고 있다고 답변. 영향이 없다는 답변은 45.1% 불과
- 業種별로는 의류(81.8%), 비철금속(80.0%), 전자부품(67.4%), 종이류(62.5%), 철강제품(64.3%) 등의 분야에서 競合하는 정도가 높게 나타남

[日本시장에서 中國제품 競合상황]

業種	競合비율	競合형태
식품	43.8%	中國제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
섬유(직물)	65.4%	"
섬유(의류)	81.8%	"
종이류	62.5%	競合이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
화학제품	44.7%	日本시장에서는 영향이 적으나 ASEAN 시장에서 큰 영향
의약품	31.3%	日本시장에서는 영향이 적으나 구미 시장에서 영향
고무제품	55.6%	競合이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
요업제품	55.2%	中國제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
철강제품	64.3%	競合이 확대되고 있으나 아직까지는 영향 미미
일반기계	55.9%	日本시장에서는 영향이 적으나 ASEAN 시장에서 영향
전기전자	56.0%	中國제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소. 해외시장에서도 ASEAN을 중심으로 영향
전자부품	67.4%	中國제품 유입으로 가격하락 및 매출액 감소
정밀기계	44.8%	日本시장에서는 영향이 적으나 ASEAN 시장에서 영향

자료원 : JETRO 센서 2001.12

## 나. 일본기업들의 중국기업과의 거래형태

o 중국제품을 수입하고 있는 이유로서는

- 일본의 경기가 침체되고 있어 저가품에 대한 수요가 증가하기 때문 (40.7%)
- 중국제품이 가격이나 품질 양면에서 모두 경쟁력이 높기 때문(37.2%)
- 자사의 중국내 생산/조달체제가 정비되었기 때문(22.6%) 등의 순

[일본 기업의 중국기업과의 거래형태]

업종	거래 비율	대중국 수입제품 형태	중국기업과의 거래형태(%)			
			중국투자 자사공장	중국기업	OEM 생산	중국내 지분투자 기업
식품	74.0	원재료	38.9	63.0	20.4	18.5
섬유(직물)	73.1	완성품	15.8	68.4	31.6	26.3
섬유(의류)	72.7	"	37.5	50.0	12.5	25.0
종이류	62.5	"	10.0	90.0	20.0	-
화학제품	56.4	원재료	37.7	71.7	11.3	15.1
의약품	53.1	"	23.5	82.4	5.9	11.8
고무제품	61.1	부품	36.4	36.4	27.3	-
요업제품	58.6	완성품	35.3	70.6	17.6	52.9
철강	57.1	"	50.0	62.5	37.5	37.5
금속제품	57.7	"	34.1	65.9	26.8	22.0
비철금속	70.0	"	42.9	42.9	11.7	7.1
일반기계	50.8	부품	53.3	56.7	35.4	8.3
전기전자	64.0	완성품	58.3	27.1	27.6	32.3
전자부품	63.0	완성품	69.0	31.0	-	31.0
자동차부품	45.6	"	69.2	42.3	11.5	23.1
중장비 등	38.5	원재료	60.0	60.0	-	40.0
정밀기계	48.3	완성품	50.0	60.7	39.3	32.1
가구	66.7	"	18.2	63.6	31.8	18.2

자료원 : 제트로 센서 2001.12

## 다. 중국산의 진출확대에 대한 일본기업의 대응책

### o 중국제품의 일본시장 침투 확대에 대한 일본기업들의 대응은

- 중국기업이 생산하기 어려운 고부가가치 제품으로 전환(58.1%)
- 부품이나 원자재의 해외조달을 통하여 중국제품에 대한 가격경쟁력 확보(31.4%)
- 생산/조달거점의 해외이전(23.3%) 등의 순

#### [중국산 진출확대에 대한 일본기업의 대응]

대 응 책	업 종
고부가가치 제품을 개발	고무제품, 전기전자, 화학제품
원가절감을 위해 부품/자재의 해외조달 확대	철강, 고무제품, 요업제품
원가절감을 위해 기업운영을 효율화	섬유, 철강, 수송기계
타사와의 전략적 제휴 추진	종이류, 섬유
생산 및 조달의 해외이전	전자부품, 전기전자, 일반기계

자료원 : JETRO 센서, 2001.12

## 2. 중국의 일본시장 침투 확대 요인

### 1) 전자산업의 급속한 성장에 따른 전자제품 수출확대

#### o 전자산업에 의한 대일수출 기여도 현저

- 중국은 백색가전 생산·수출에서 이미 세계 1위 부상(중국 1위, 한국 5위)

- IT산업에서도 매년 20% 이상 성장 지속, IT제품의 수출비중 확대 추세

o 특히 컴퓨터 및 컴퓨터 주변기기산업의 경우 深圳·東莞에 대만의 외자 기업을 중심으로 세계최대의 퍼스컴 산업단지가 형성

제품별	세계생산 비중
데스크탑용의 마더보드	35%
CDROM드라이브	80%
키보드	60%
퍼스컴용 電源	50%
마우스	40%
모니터	30%

자료 : 2000년 JETRO 무역백서

## 2) 섬유제품, 식료품 등의 높은 대일수출경쟁력

o 섬유제품

- 일본의 시장트렌드에 즉각적으로 대응할수 있는 「Quick Responce」 체제가 확립되어 발주로부터 납품까지의 공정이 1개월 정도로 축소됨
- 일본의 의류기업이 저가의 캐주얼 의류를 중심으로 중국에 대량으로 발주, 수입하는 케이스가 증가 추세

o 식료품

- 외자도입에 의한 냉동수송기술의 발달로 대일수출이 가능한 식료품이 증가 추세

### 3) 중국진출 외자계 기업에 의한 대일수출 증가

- o 세계 각국의 대중국 투자 증가에 따른 기술개발, 품질향상 등 경쟁력 향상으로 대일시장진출 활성화

[ 주요국의 대중국 투자추이(실행금액기준) ]

(백만달러)

	1998		1999		2000(1-6월)	
	금 액	구성비	금 액	구성비	금 액	구성비
홍 콩	18,508	40.7	16,363	40.6	6,740	39.3
일 본	3,400	7.5	2,973	7.4	1,480	8.6
미 국	3,898	8.6	4,216	10.5	1,370	8.0
한 국	1,803	4.0	1,275	3.2	600	3.5
합 계	45,463	100.0	40,319	100.0	17,170	100.0

자료 : JETRO 투자백서 각년호

### 4) 장기간의 경기침체에 따른 저가제품에 대한 수요 확대

- 경기침체가 장기화됨에 따라 일본내 구매자들이 가격을 최우선하여 상품 구매
- 종전 일본 대기업들은 해외 부품수입에 폐쇄적인 입장을 보여왔으며 주로 자국내 협력·계열기업들로부터 부품을 조달하여 왔으나, 최근 생존에 위협을 받을 정도로 경영환경이 악화되자 계열의 울타리를 넘어 저가제품을 중심으로 해외부품 조달을 가속화

### Ⅲ . 일본시장에서 한-중 경합현황

#### 1. 양국의 연도별 대일수출동향

○ 중국의 대일수출액은 1990년을 기점으로 한국의 대일수출액을 상회하기 시작하여 이후 지속적으로 격차가 확대

- 중국의 2001년 대일수출액은 7.0조엔을 기록하여 한국의 2.1조엔의 3.4배

한국과 중국의 대일수출동향

(10억엔)

	한 국(A)		중 국(B)		B/A
	대일수출	증가율	대일수출	증가율	
1989	1,788	18.0	1,534	21.4	0.86
1990	1,690	-5.5	1,730	12.8	1.02
1991	1,663	-1.6	1,914	10.6	1.15
1992	1,466	-18.4	2,145	12.4	1.46
1993	1,297	-11.5	2,278	6.2	1.76
1994	1,380	6.4	2,811	23.4	2.04
1995	1,622	17.6	3,380	20.3	2.08
1996	1,735	7.0	4,400	30.1	2.54
1997	1,763	1.6	5,062	15.1	2.87
1998	1,577	-10.5	4,844	-4.3	3.07
1999	1,824	15.7	4,875	0.7	2.67
2000	2,205	20.9	5,941	21.9	2.69
2001	2,088	-5.3	7,027	18.3	3.37

자료 : 일본 재무성 통계

## 2. 한-중 수출경합품목의 변화 추이

### 가. 主要 競合品目

- 양국의 主要 競合品目(양국의 대일수출이 모두 연간 100억엔을 넘는 품목/HS 4단위 기준)이 섬유 등 경공업제품 중심에서 최근 전기전자제품 등 기술제품으로 변화
- 주요 경합품목 품목수는 최근 큰 변동 없음  
 . 95년 21품목 → 99년 20품목 → 00년 22품목 → 01년 21품목
- 이들 주요 경합품목이 2001년 대일본 수출에서 차지하는 비중은 한국 54.2%, 중국이 21.2%에 달하여 양국의 대일수출 품목구조가 매우 유사하며 중국에 비해 한국의 수출 품목이 소수에 집중되어 있음을 알 수 있음

[한-중의 일본시장에서 主要 競合品目 변동추이]

95년(HS NO)	산 업	2001년(HS NO)
저지.폴오버(6110)	섬유 (6품목 → 2품목)	저지.폴오버(6110)
블라우스(6106)		블라우스(6106)
스타킹등(6115)		
여성용정장(6104)		
혁제의류(4203)		
T셔츠등(6109)		
열연강판(7208)	철강 (1품목 → 1품목)	철강구조물(7308)
복사기부품등(8473)	전기전자 (7품목 → 11품목)	복사기부품등(8473)
컴퓨터(8471)		컴퓨터(8471)
픽업카드리지(8522)		픽업카드리지(8522)
무선통화송신기(8527)		무선통화송신기(8525)
TV(8528)		액정디바이스(9013)
마이크로폰등(8518)		다이오드(8541)
음성기록매체(8523)		음성기록매체(8523)
		유선통신기기(8517)
		집적회로(8542)
		절연케이블(8544)
	트랜스포머(8504)	
	기계 (0품목 → 1품목)	자동차부품(8708)
냉동생선(0303)	농수산물 (4품목 → 4품목)	냉동생선(0303)
연체생선(0307)		연체생선(0307)
조제생선(1604)		조제생선(1604)
생선필레(0304)		생선필레(0304)
여행가방(4202)	잡화 (3품목 → 1품목)	플라스틱제사무용품
고무.플라스틱제 신발		
혁제신발(6403)		
타일(6802)	기타 (1품목 → 1품목)	석유.역청유(2710)
합계	(22품목 → 21품목)	합계

## 나. 其他 競合品目

- 其他 競合品目(한국의 대일수출 상위 50품목중 중국의 수출이 50억엔 초과 품목/HS 4단위 기준)도 主要 競合品目과 마찬가지로 섬유류 중심에서 전기전자, 기계 등 기술제품으로 변화 추세
- 중국 농업의 수출산업화 및 냉동 수송기술의 발전에 따라 농수산물 분야에서의 경합도 늘어나는 추세
- 경합하는 품목수도 증가 경향  
 . 95년 10품목 → 99년 16품목 → 00년 15품목 → 01년 16품목
- 이들 기타 경합품목이 2001년 대일본 수출에서 차지하는 비중은 한국 6.0%, 중국이 9.2%에 달함

[한-중의 일본시장에서 其他 競合品目 변동추이]

품목(HS NO)	산업	품목(HS NO)
면웨이스트(5205)	섬유 (4품목 → 3품목)	혁제의류(4203)
여성용오버코트(6202)		스타킹(6115)
변압기(8504)		T셔츠(6109)
남성용셔츠(6205)		콘덴서(8532)
기타가구(9403)	전기전자 (1품목 → 3품목)	전열기기(8516)
	기계 (0품목 → 2품목)	안테나등(8520)
		주조용몰드(3824)
기타채소(0709)	농수산물 (3품목 → 6품목)	토목기계(8479)
조제연체생선(1605)		해초류(1212)
활어(0301)		조제연체생선(1605)
섬유제신발(6404)		활어(0301)
플라스틱제사무용품		조제야채(2005)
	잡화 (2품목 → 2품목)	채소(0709)
합계		견과류(0802)
	(10품목 → 16품목)	고무.플라스틱제 신발
		여행가방(4202)
		합계

### 3. 한-중 경합품목의 수출 및 경쟁력 변화

#### 가. 主要競合品目(양국의 대일수출이 모두 연간 100억엔을 넘는 품목)

— 주요 경합품목중 01년도 한국의 경쟁력(상대수출성과지수 : 한국수출액/중국수출액)이 상승한 것은 6개 품목(20%이상 상승 2개), 반대로 하락한 것은 15개 품목(20%이상 하락 8개)으로 나타남

o 20% 이상 상승 품목(2개) : 유선통신기기, 절연케이블

o 20%이상 하락 품목(8개)

· 저지.폴오버, 블라우스, 컴퓨터, 픽업카드리지, 무선통화송신기, 액정디바이스, 냉동생선, 생선필레

#### [주요 경합품목의 수출금액 및 경쟁력 변화]

(단위 : 10억엔)

산업	품목(HS NO)	한국(A)		중국(B)		대중국경쟁력 [상대수출성과 지수. A/B(%)]
		2000	2001	2000	2001	
섬유	저지.폴오버(6110)	22	16	314	335	☁️ (▼31.4)
	블라우스(6106)	11	11	22	29	☁️ (▼24.2)
철강	철강구조물(7308)	9	15	9	14	☀️ (7.1)
전기 전자	복사기부품등(8473)	64	64	154	150	☀️ (2.6)
	컴퓨터(8471)	200	148	121	228	☁️ (▼60.7)
	픽업카드리지(8522)	39	32	27	39	☁️ (▼43.1)
	무선통화송신기(8525)	33	33	5	25	☁️ (▼80.0)
	액정디바이스(9013)	41	13	17	12	☁️ (▼55.1)
	다이오드(8541)	18	17	19	22	☁️ (▼18.4)
	집적회로(8542)	288	267	39	42	☁️ (▼13.9)
	유선통신기기(8517)	3	19	26	60	☀️☀️ (275.7)
	음성기록매체(8523)	11	13	18	26	☁️ (▼18.2)
	절연케이블(8544)	8	11	90	100	☀️☀️ (23.6)
트랜스포머(8504)	12	10	123	126	☁️ (▼19.3)	
기계	자동차부품(8708)	12	16	17	21	☀️ (7.9)
농수 산물	냉동생선(0303)	41	36	16	22	☁️ (▼36.2)
	연체생선(0307)	27	26	31	30	☁️ (▼0.5)
	조제생선(1604)	15	12	98	95	☁️ (▼17.6)
	생선필레(0304)	11	12	23	33	☁️ (▼23.8)
잡화	플라스틱제사무용품	13	14	48	62	☁️ (▼16.6)
기타	석유.역청유(2710)	354	346	22	19	☀️ (13.2)
주요경합품목 수출금액		1,232	1,131	1,239	1,490	☁️ (▼23.6)
대일수출 합계		2,205	2,088	5,941	7,027	☁️ (▼19.9)
주요경합품목/대일전체(%)		55.9%	54.2%	20.9%	21.2%	

☀️☀️ : 20% 이상 향상, ☀️ : 0%이상~20% 향상 ☁️ : 0%이상~20% 악화 ☁️☁️ : 20% 이상 악화

나) 其他競合品目(한국의 대일수출 상위 50품목중 중국의 수출이 50억엔 초과 품목)

— 기타 경합품목중 01년도 한국의 경쟁력(상대수출성과지수 : 한국수출액/중국수출액)이 상승한 것은 7개품목(20%이상 상승 3개), 반대로 하락한 것은 9개 품목(20%이상 하락 7개)으로 나타남

- o 20%이상 상승 품목(3개)
  - 전열기기, 안테나, 주조용 몰드
- o 20%이상 하락 품목(7개)
  - 혁제의류, 스타킹, T셔츠, 토목기계, 조제야채, 고무플라스틱제 신발, 여행가방

[기타 경합품목의 수출금액 및 경쟁력 변화]

(단위 : 10억엔)

산업	품목(HS NO)	한국		중국		대중국경쟁력[상대수출성과지수. A/B(%)]
		2000	2001	2000	2001	
섬유	혁제의류(4203)	10	7	27	32	☹☹ (▼40.8)
	스타킹(6115)	11	9	27	35	☹☹ (▼35.9)
	T셔츠(6109)	11	7	95	113	☹☹ (▼46.6)
전기 전자	콘덴서(8532)	6	8	10	12	☺ (11.0)
	전열기기(8516)	4	8	32	45	☺☺ (42.4)
	안테나등(8520)	2	3	4	5	☺☺ (20.0)
기계	주조용몰드(3824)	4	10	4	6	☺☺ (66.6)
	토목기계(8479)	8	8	5	9	☹☹ (▼44.4)
농수산물	해초류(1212)	8	8	8	9	☹ (▼11.1)
	조제야채(2005)	9	8	24	30	☹☹ (▼28.8)
	조제연체생선(1605)	7	8	35	42	☹☹ (▼5.0)
	활어(0301)	9	9	12	11	☺ (9.1)
	채소(0709)	7	8	18	20	☺ (3.1)
	견과류(0802)	8	7	9	7	☺ (12.5)
잡화	고무.플라스틱제 신발	8	7	94	110	☹☹ (▼24.7)
	여행가방(4202)	13	10	136	159	☹☹ (▼34.4)
기타 경합품목 수출금액		125	125	540	645	☹☹ (▼16.5)
대일수출 합계		2,205	2,088	5,941	7,027	☹☹ (▼19.9)
기타경합품목/대일전체(%)		5.7%	6.0%	9.1%	9.2%	

☺☺ : 20% 이상 향상, ☺ : 0%이상~20% 향상 ☹☹ : 0%이상~20% 악화 ☹☹ : 20% 이상 악화

## IV. 우리의 對應

### 〈 최근 일본시장 Trend 〉

- 일본적 스탠더드 ➡ 글로벌 스탠다드 : NEC PC에서 IBM 호환 PC로
- 규제대국 ➡ 규제완화 : 가장 보수적인 전력기자재시장에서도 경쟁
- 품질우선 ➡ 품질 + 가격 : 최소한의 품질, 적절한 가격
- 계열우선 ➡ 계열 파괴, 글로벌 아웃소싱 확대 : 특히 부품과 정보통신

#### 1. 국가 및 상품 이미지 홍보강화

- 중국제품과 가격면에서 경쟁하기 어려운 바, 한국 및 한국상품에 대한 이미지 제고전략이 필요
  - 중국상품의 진출확대로 과거 우리제품이 일본시장에서 갖고 있던 低價格 良質의 이미지는 거의 상실 → 中高價 高品質 이미지 구축 필요
- 문화 등 非 경제 분야에서도 홍보·교류를 강화
  - 문화교류를 강화하여 이를 통해 한국 및 한국상품에 대한 이미지 제고
    - 예) 월드컵 공동 개최의 활용, KOREA SUPER EXPO의 성공적 개최

#### 2. 품질경쟁력 제고

- 섬유, 신발, 가전 등 노동력 중심의 산업은 중국 추격으로 일본시장에서 경쟁력이 크게 약화되었으며 정보통신, 디지털 가전, 중화학공업 등은 중국에 비해 경쟁력이 있는 것으로 평가되나 장기적으로는 안심할 수 없음

- 중국과의 격차를 계속 유지하기 위해서는 중국이 갖지 못한 기술, 아이디어, 브랜드 등을 계속적으로 개발해야
  - 가치사슬(value chain)상에서 고부가가치 부문에 특화

### **3. 일본기업의 아웃소싱추세를 적극 활용**

- 일본경제의 장기침체에 따른 경쟁격화 및 기업의 구조조정에 따른 코스트 절감 압박으로 해외로의 수입선 전환 확대가 예상되므로 이를 대일수출 증가로 활용
- 일본기업의 해외 아웃소싱이 중국에서 생산하기 어려운 기술집약적 제품으로까지 확대되는 추세이므로 이를 적극 활용

### **4. 부품·소재분야 일본기업의 대한 투자유치**

- 중국의 일본시장 점유율 증가는 일본기업의 중국으로의 생산 이전에 따른 역수출 증가에 기인하는 바가 큼
- 대일 역수출이 유망한 부품·소재분야를 중심으로 대일투자 적극 유치

### **5. 농수산물, 경공업 제품의 브랜드화**

- 수산물, 김치, 김 등 전통적인 수출품목의 브랜드화 및 제품 이미지 고급화로 일본소비자 공략
- 섬유류 등 경공업제품의 경우는 지리적인 이점을 활용하여 일본 수요에 즉각적으로 대응할 수 있는 체제를 확립하는 한편 중국의 저가격 이미지와 차별되는 제품 고급화 추진

### **6. High-end Market에 대한 공략 강화**

- o 일본에서 우리나라가 IT 선진국으로 점차 인식되어 가고 있는 바, IT제품을 중심으로 High-end Market에 대한 공략 강화
- o 근년들어 기술력을 갖춘 우리 벤처기업의 활발한 대일투자가 이루어지고 있는 바, 이와 관련 인터넷, 전자, 통신, 생명공학 분야의 대일수출 지원강화

## 7. 실버상품등 새로운 시장에 대한 공략 강화

- o 정보통신등 성장분야 집중
  - 2005년까지 광통신망을 전국에 설치
  - 인터넷 전자상거래 시장 확대
- o 고령화 : 2006년, 65세이상인 20%
  - 건강식품, 실버상품
- o 환경 : 1999년 24조엔 → 2010년 40조엔 시장규모

<< 자료 내용 문의 : KOTRA 해외조사팀 홍희 과장, E-mail :  
ktcdxb@yahoo.co.kr >>

KOTRA 해외조사팀에서는 수시로 무역·통상에 대한 기획자료를 발간하고 있습니다. 동자료를 E-MAIL로 수신하고 싶으신 분은 아래 담당자에게 연락 주시기 바랍니다

연락처 : 서울특별시 서초구 영곡동 300-9

담당자 : KOTRA 해외조사팀 고일훈

E-MAIL : [iruni@kotra.or.kr](mailto:iruni@kotra.or.kr)