

일본의 그린전구 지원 정책

에너지 절약을 위한 그린전구 장려

라이팅 페어 2009의 모습



사진 : 일본경제신문사

일본 2위의 백열전구 제조 업체인 도시바 라이테크가 2010년에 백열전구 생산을 중단한다. 지난해 4월 도시바 라이테크는 탄소 배출량 감축을 위해 2006년도 기준 연간 4,000만 개를 생산하는 일반 백열전구의 제조를 중단하고 에너지 효율이 높은 그린전구 생산에 집중하기로 결정했다. 미쯔비시 오스람도 특별한 백열전구를 제외하고 2012년을 목표로 제조 및 판매를 종료한다고 발표했다. 대형 편의점 체인인 로손은 올해 2월부터 42개 점포에서 LED 조명 도입을 시작하여 6월 이후 신규 개점하는 점포에 LED 조명을 도입한다고 발표했다. 슈퍼 체인점인 INAGEYA는 LED 조명 도입과 벽면 녹화를 시도한 시범 점포를 통해 CO₂ 절감 및 전력 비용 절감에 대처하고 있는데, 향후 대기업은 물론 소매 점포에서도 에너지 절약형 조명을 도입하는 사례가 늘어날 것으로 보인다.

개정된 『에너지 사용의 합리화에 관한 법률』 시행에 따라 그린전구 수요 증가 전망

이러한 움직임은 2009년 4월부터 시행되고 있는 개정된 『에너지 사용의 합리화에 관한 법률』과 관련이 있다. 개정된 에너지법은 기업 전체의 에너지 사용량이 1,500kl(원유 환산치) 이상인 경우 경제산업부에 특정사업자 지정을 신청하도록 규정하였다. 특정사업자로 지정이 되면 이사 수준의 에너지 관리 총괄자를 선임하여 기업 전체의 에너지 관리를 추진해야 한다. 신청을 하지 않거나 허위신청을 할 경우에는 50만엔 이하의 벌금이 부과되기도 한다.

에너지법과 별도로 에너지청은 중소기업에 한해, LED 조명을 시작으로 에너지 절약 설비를 도입하는 기업에 7~30%의 감세를 해 줄 계획이다. 또한 일부 지자체에서는 LED 도난 램프 설치에 보조금을 주기도 하고 전시회 참가 비용을 보조해 주는 등 LED 조명을 포함한 그린전구 도입을 촉진하고 있다. 2009년 4월에 발표된 추가 경기부양

예산안에는 국립공원 등 거리 조명의 LED화를 추진하기로 하였다.

LED 형광등은 현 시점에서 가격이 형광등보다 훨씬 비싸기 때문에 과연 팔릴 것인지 문제가 되고 있지만, 가로등이나 공장 사무실에 보급되기 시작하면 일반 가정에 보급되는 것도 시간 문제라는 시각이 지배적이다. LED 조명의 국내 시장 점유율은 조명시장의 약 2% 정도이지만 2015년에는 시설용으로 최대 20% 가까이까지 높아진다는 주장도 있어 1천억 엔 이상의 신규 수요가 창출될 것으로 기대되고 있다.

“LED 본격 진입 원년”

이런 흐름 속에 시장 확대를 주시한 이업종(異業種)의 진출이 잇따르면서 신규 참여기업이 늘고 있어 주목된다. LED를 제조하고 있는 샤프, 토요다합성 등의 기업은 물론 해외 업체, 일본의 중소기업 등이 LED 조명 사업에 진출하고 있다. 필립스는 일본 국내의 조명기구 제조 업체와 제휴해 공동 개발한 제품을 필립스 브랜드로 제조업체의 유통채널을 활용해 판매, 올해를 LED 본격 진입 원년으로 삼을 계획이다.

업계의 이러한 관심을 반영하여, 전시회에서 각 업체의 활발한 활동이 두드러지고 있다. 3월 초 도쿄에서 열린 조명박람회 2009(라이팅 페어 2009)의 참가 기업 수는 134개에 달했다. 전시 품목을 특별히 LED로 제한하고 있지 않음에도 불구하고, 참가기업 대부분이 LED 조명, 부품 소재 업체 등 관련 기업이어서 주목을 끌었다. 또한 4월 15일부터 3일간 열린 차세대 조명 기술전(Lighting Japan)은 이번이 첫 번째 전시회임에도 불구하고, 국내외 전기 조명 장비 제조 업체 등 218개 사가 참가해 LED에 대한 높은 관심을 보였다. 이 전시회에 참가한 기업 담당자에 따르면 “앞으로 나아 갈 수 없을 정도로 많은 사람이 참가하였는데, 참관객은 공장 등의 에너지 절약 대책과 대규모 시설 등에서 CO₂ 감소하는데 특히 관심을 보였다.”고 밝혔다. 북적대는 전시회장에서 일본 LED 시장의 밝은 미래가 엿보인다. 