

No. 2013-28

# 일본 경제 동향

(Japan Weekly Economic Digest)

2013. 07. 08

- ① 일본경제지표
- ② 주간경제이슈  
: 세계시장점유율 1위 품목 변동
- ③ 경제정책동향
- ④ 일본기업동향
- ⑤ 한국관련워치

## 1 일본경제지표

### □ 주간 현황지표

- 엔화환율 : 미국의 금융완화 조기축소 예상으로 지난주보다 엔저, 100엔대 재돌파
- 장기금리 : 일본은행의 국채매입공개조작, 주가하락 등에 의한 국채수요 증가로 하락세(국채가격 상승)

구 분	7.1(월)	7.2(화)	7.3(수)	7.4(목)	7.5(금)
엔화의 대미달러화 환율(달러당)	99.40	99.60	100.70	99.90	100.33
엔화의 대원화 환율(100엔당)	1,152.27	1,140.89	1,123.91	1,140.26	1,137.19
닛케이평균주가(종가)	13,852.20	14,098.74	14,055.56	14,018.93	14,309.97
장기금리(10년물 국채금리, 연리%)	0.885	0.890	0.870	0.855	0.855

### □ 주요 거시경제지표

- 6월중 엔화환율은 전월보다 강세, 장기금리는 여전히 높은 수준
- 5월중 소비자물가는 전월비로는 0.2%상승했으나, 전년동월비로는 7개월만에 처음으로 하락하지 않음

구분	2011	2012	2013					
			1월	2월	3월	4월	5월	6월
실질GDP증가율(연율,%)	0.3	1.2(2.0)	4.1			-	-	-
수 출(천억엔)	653	639(637)	48	53	63	58	58	-
수 입(천억엔)	697	721(707)	64	61	66	67	68	-
對한국 수출	52.1	49.7(49.1)	4.01	4.25	5.21	5.07	4.61	-
對한국 수입	32.9	32.8(32.4)	3.12	2.92	2.81	2.58	2.85	-
직접투자(억달러)	(1,157)	(1,223)	226			-	-	-
對한국 투자	(24)	(40)	7.5			-	-	-
소비자물가(전기비상승율,%)	0.0	▲0.2(0.0)	▲0.3	0.1	0.3	0.3	0.2	-
실업율(%)	4.5	(4.4)	4.2	4.3	4.1	4.1	4.1	-
경상수지(천억엔)	76.2	42.9(47)	▲3.6	6.4	12.5	7.5	-	-
엔화 환율	對미달러	79.1	82.9(80.1)	89.2	93.2	94.8	97.7	101.08
	對원화(100엔)	(1,391)	(1,413)	1,197	1,166	1,161	1,148	1,100.33
외환준비고(기말 천억달러)	12.9	12.5(12.7)	12.7	12.6	12.5	12.6	12.5	12.4
국채금리(10년, 연리%)	0.985	0.560	0.740	0.665	0.560	0.600	0.860	0.855

주1) ( )는 역년(1~12월)기준

2) 소비자물가, 실업률, 환율은 기간평균, 자료: 닛케이신문, 재무성, 한국은행

### □ 주요 보고서 워칭 사이트(report watching site)

- 『일본의 산업경쟁력과 해외제조업 동향』 경제산업성, 7월5일  
\*출처:[http://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2013fy/E003083.pdf](http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2013fy/E003083.pdf)
- 『에너지공급구조 변화가 일본의 산업경제구조에 미치는 영향 조사』 경제산업성, 7월5일  
\*출처:[http://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2013fy/E003073.pdf](http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2013fy/E003073.pdf)

## ② 주간경제이슈 : 세계시장점유율 1위 품목 변동

### □ 2012년 1위 변동 품목의 특징

- 닛케이신문이 발표한 주요 상품 및 서비스의 세계시장점유율에 관한 조사결과에 의하면, 50개 대상품목 중 자동차, 휴대전화, 리튬이온전지 등 10개 품목에서 1위가 바뀜
- 2012년 세계시장은 신흥국을 중심으로 확대된 가운데, 50개 품목 중 36개 품목의 시장규모가 확대
  - 스마트폰과 태양전지 등 10개 품목이 두 자리 대의 성장률을 기록
- 경쟁력 있는 제품을 투입하여 신흥국 성장시장의 수요를 확보한 기업들의 시장점유율이 상승한 가운데, 전체로는 상위 기업이 우세를 보여 30개 품목에서 1위를 차지한 기업의 시장점유율이 상승

### □ 한국 삼성, 일본 도요타, 중국 하이얼 호조

- 1위 변동 품목을 보면, 자동차는 지난해 3위로 떨어진 도요타가 동일본대지진 이후 침체에서 벗어나 북미와 신흥국시장에 대한 판매를 늘려 미국 GM을 역전
- 풍력발전기는 미국 GE원도, 세탁기는 대규모 소비시장을 안고 있는 중국 하이얼이 각각 1위로 부상
- 리튬이온전지는 한국 삼성SDI가 원저를 배경으로 파나소닉을 역전, 삼성그룹은 휴대전화 등 7개 디지털 관련 품목에서 1위를 차지한데 비해, 일본기업들은 박형TV, 태블릿 등에서 시장점유율이 하락

### □ M&A를 적극 추진한 기업이 상위에

- M&A를 적극 추진한 기업들이 상위로 올라선 품목들이 많음
  - 조강 분야에서는 신일철주금이 2위로 약진
  - 하드디스크구동장치(HDD)분야에서 히타치제작소의 사업을 매수한 미국 웨스턴디지털이 수위로 올라섬
  - 퍼스널컴퓨터는 일본 NEC의 사업을 통합한 중국 레노보가 2위로 부상
- 국가지역별 1위 기업을 보면, 미국이 19개 품목으로 가장 많고, 이어 일본이 12개 품목, 한국이 2개 품목이 증가한 8개 품목, 중국이 1개 품목이 증가한 6개 품목인 반면, 유럽기업은 3개 품목이 감소한 5개 품목에 그침

## □ 일본이 1위인 품목의 특징

- 고도의 맞춤형 제품 : 자동차, 비디오카메라, 디지털카메라, 게임기 등
  - 도요타는 최대시장인 중국에서 한동안 부진했으나, 고성장하고 있는 동남아시아시장에서 만회하는 한편, 신차 수요가 확대되고 있는 북미에서도 판매를 늘려 시장점유율을 높임
  - 디지털카메라와 스마트폰 촬영에 사용되는 CMOS(상보성 금속산화막 반도체) 센서 등 일본기업이 먼저 기술 개발한 품목에서 시장점유율이 확대
  - 소니는 자사의 디지털카메라에 고급품을 탑재하는 외에, 한국 삼성전자의 스마트폰제조용으로도 대량 공급하여 판매를 늘림
  - LG화학은 미국 GM과 포드로부터 수주, 삼성 SDI는 크라이슬러와 독일 BMW와 계약 체결
- 고기능 소재·부품
  - 탄소소재 분야에서는 일본 도레이가 시장점유율을 높여 수위를 견지하는 한편, 미국 보잉787용 수요 외에 세일가스 운반용 탱크의 소재로서도 활용도가 높아지고 있음
  - 테이진(帝人)의 자회사인 토호(東邦)테낙스도 시장점유율을 높임
  - 백색 LED도 일아(日亞)화학공업이 백라이트용에서 차체용 등으로 용도를 넓혀 시장점유율을 확대하는 반면, 삼성과 LG이노텍은 일아에 의해 시장이 잠식
  - 한편, 리튬이온전지는 일본기업이 스마트폰과 PC 등에 사용되는 민생용 생산을 축소하는 가운데, 삼성은 자사의 스마트폰과 태블릿용 공급 확대 외에, 외판에도 주력함으로써 수위로 올라섬
  - 삼성SDI는 미국 크라이슬러와 독일 BMW와 수주계약을 체결하는 등 차량탑재용으로도 공급을 확대
  - 차체용 마이콤(MCU)분야에서 세계 수위인 르네사스엘렉트로닉스는 동일본 대지진 이후 수요처의 조달분산책에다 엔고까지 겹쳐 시장점유율이 3.1%포인트나 떨어짐
- 모노즈쿠리의 기반 설비·서비스
  - 인건비가 급상승하고 있는 중국에서 수요가 늘고 있는 다관절로봇분야에서는 파낙이 수위를 유지했으나, 시장점유율은 1.1%포인트 떨어짐
  - 미국과 일본의 자동차산업용은 호조를 보이고 있으나 중국에서의 판매는 중일간 영토분쟁의 영향으로 부진
  - 베어링도 마찬가지로, 제 3위의 일본정공이 순위는 바뀌었으나 일본차 판매부진의 영향을 받음

### ③ 경제정책동향

#### ① 관민 공동으로 다목적 특허사업 지원

- 특허의 효율적인 활용과 특허사업을 지원하기 위해 민·관 펀드인 산업혁신기구와 파나소닉, 미쯔이물산이 이르면 7월중 300억엔 규모의 지적재산펀드를 공동으로 설립
  - 대기업이 사용하지 않는 이른바 휴면특허를 펀드가 매입하여 일괄적으로 신홍국기업 등에 매각, 대여하여 수입을 확보하기 위함임
- 펀드는 혁신기구가 자금의 대부분을 출자하고 파나소닉과 미쯔이물산이 각각 10억~20억엔을 출자하는 방향으로 조정중이며, 여타 기업으로부터도 출자를 모집하여 지분에 따라 수익을 분배할 계획임
- 매입대상 특허는 대형 전기업체들이 보유하고 있는 휴대전화, 액정패널, 광디스크 관련 특허로서, 단독으로는 용도가 없는 휴면특허를 펀드가 매입하여 집약
  - 관련 특허를 집약함으로써 제품개발 등에 사용하기 쉽도록 하여 가치를 높임
  - 이들 특허를 제품개발에 적극적인 신홍국 기업은 물론, 일본 국내 벤처기업에도 대여하거나 매각
- 일본 특허청 조사에 의하면, 일본 국내에서 기업 등이 보유하는 약 135만건의 특허중, 47%가 사용료 등의 수익을 발생하지 않는 휴면특허임
  - 이를 펀드에 매각하여 현금화할 수 있으면, 기업은 새로운 특허를 개발할 자금을 확보할 수 있게 됨
  - 펀드가 해외기업으로부터 수입을 얻게 되면 일본 전체로 그만큼 지재분야에서 외화를 획득하게 됨
- 일본이 특허 및 저작권 등의 지적재산을 활용하여 해외로부터 벌어들이는 특허수지는 2011년에 1조엔의 흑자를 기록했으나, 수위인 미국에 비하여 10%정도에 그치고 있음
  - 더욱이 수입의 대부분은 일본기업이 해외자회사로부터 받는 특허사용료로 신홍국기업에서 얻는 사용료는 일부에 불과
- 지적재산 분야에서 경상수지 흑자를 발생시키기 위해서는 특허의 유통이 필수적이라고 보고, 일본정부는 지적재산의 국내외 유통 확대를 성장전략의 발판으로 삼고 있음
  - 2010년에도 혁신기구가 대학특허 매입을 중심으로 한 십 수억엔 규모의 펀드

를 조성하기는 했으나 대부분 소규모 펀드로, 이번에는 대기업의 특허를 매입대상으로 한 대형펀드를 조성하여 해외펀드에 대항하겠다는 의도

- 기업은 특허를 보유하는 것만으로 갱신료 등의 비용이 드는데, 일본기업 중 가장 많은 약 14만 건의 특허를 가진 파나소닉의 경우 유지비용은 연간 수십억~100억엔 규모
  - 이에 펀드가 특허를 매입해주면 기업의 자금 부담이 크게 완화
- 종래 일본기업은 기술유출방지를 위해 자사의 특허를 매각하는데 신중했으나, 경영실적이 악화된 전자업체를 중심으로 구조조정의 일환으로 특허를 매각하는 움직임이 현저해짐
  - 이에 따라 일본정부 내에서는 휴면특허뿐만 아니라 기술이 무제한으로 해외에 유출될 가능성이 있다는 위기감도 있음
- 그러나 일각에서는 지적재산펀드 창설로 핵심기술의 유출방지에 어느 정도 효과가 있는 한편, 정부의 과도한 개입에 회의적인 시각도 있음

## ② 산업구조정책 요구되는 아베노믹스

- 일본은행이 7월 1일 발표한 기업단기경제관측조사(단관)에 의하면 대기업, 중견기업, 중소기업 순으로 경기 체감도가 개선
  - 중소기업은 좀처럼 엔저 등의 혜택을 받지 못하고 있는 구도가 선명해지고 있는 등 여전히 어려운 상황이 지속
  - 이는 일본의 산업구조가 아직도 대기업을 정점으로 하는 피라미드형으로 되어 있어, 중소기업이 대기업에 대하여 종속적인 입장에 있음을 반증
- 일각에서는 그동안 아베노믹스가 산업구조문제를 피해왔다는 지적
  - 일본의 하청구조, 계열구조는 일본의 전통적인 제도 내지는 기업관행이라고 알려지고 있으나 실은 그렇지 않다는 것
    - 지금과 같은 명확한 계열구조나 봉건적인 상하관계를 특징으로 한 하청제도는 대부분 제 2차세계대전중 국가 통제에 의해 강제적으로 만들어진 것이며, 이전에는 계열화 정도도 약했고 하청기업이라 하더라도 조건이 나쁘면 바로 거래파트너를 바꿀 수 있었음
  - 과거 공급이 절대적으로 부족했던 고도성장시대에는, 피라미드형 구조가 효율적으로 작용했으나, 상품·서비스가 다양화된 현재는 이와 같은 산업구조가 더 이상 최적이지 아니라는 것
  - 일각에서는 아베노믹스가 이 문제를 의도적으로 피해왔다고 보고, 경기회복이 계속되고 있는 지금이야말로 산업구조 전환에 관한 논의가 필요한 시기라고 주장

## 4 일본기업동향

### ① 혼다·GM의 제휴로 세계 연료전지차 3각 구도 형성

- 혼다와 미국 GM사가 연료전지차 등의 공동개발을 위해 제휴하기로 발표
  - 이에 따라 세계 연료전지차 개발의 판도는 혼다·GM, 도요타·BMW, 닛산·다이물러·포드 등 3개 그룹으로 집약
- 혼다와 GM의 제휴는 다음과 같은 점에서 주목되고 있음
  - 2012년 실적으로 세계 판매량 380만대의 혼다로서는 연료전지시스템의 개발비에 대한 부담이 적지 않음
  - 세계 판매량 930만대의 GM와 제휴하여 2020년을 목표로 상호 판매차량에 탑재하는 경우 그만큼 부담이 경감될 것으로 판단
- 각국의 환경규제도 양사간 제휴의 배경으로 작용
  - 미국 캘리포니아주는 판매되는 자동차의 일정비율을 하이브리드(HV)와 전기자동차(EV)등 유해물질의 배출량이 적은 제로에미션(배기가스 제로)차를 의무화할 방침
- 라이벌인 도요타는 HV의 기술을 최대한 활용하여 연료전지차 개발에서도 급속히 기술력을 높이고 있음
  - 도요타가 강점을 가진 HV와 연료전지차는 전기모터 등 많은 부품을 공유할 수 있기 때문에, HV의 양산기술을 활용함으로써 연료전지차의 제조비용도 절감
- 혼다와 GM도 동일한 상승효과를 노리고 있는데, 미국에서 공개된 연료전지분야의 특허의 종합력에서 GM과 혼다는 각각 1위 및 3위
  - GM은 연료전지의 부식방지기술 등에서, 혼다는 수소와 산소를 반응시키는 기술분야에서 각각 우위를 지니고 있음
  - 양사의 제휴는 상호 특허를 활용한 개발을 가능하게 할 것으로 보임
- 혼다·GM의 제휴로 형성된 3개 그룹간 치열한 개발경쟁은 양산기술의 혁신과 제조비용의 절감으로 이어져 소비자들로서는 그만큼 메리트가 큼
- 후지경제연구소에 의하면, 연료전지차의 세계시장규모는 2013년도에는 15억엔에 불과하지만, 2025년에는 2조 9,100억엔까지 급증할 것으로 전망

## ② 일본 태양전지업체들, 수요급증에도 생산능력 증강투자에는 신중

- 닛케이신문 조사에 의하면, 샤프와 교세라 등 일본 태양전지 5대 업체의 2013년도 공급량이 전년도 대비 40% 증가할 전망
  - 7월 1일로 시행 1년을 맞는 재생가능에너지 전량매입제도의 효과로 태양전지에 대한 수요가 급증
  - 태양광발전관련 시장은 금년 약 80%정도나 증가할 전망인데도 일본 업체들의 공급이 수요에 미치지 못함에 따라, 일본시장에서 국내외 기업간 경쟁이 격화될 것으로 보임
- 일본 태양광발전협회에 의하면, 2012년도 태양전지의 일본 내 출하량은 380만 kw로 2011년도 대비 3배정도나 크게 증가
  - 대규모 태양광 발전소 건설이 잇따르면서 수요가 급증하고 있음
  - 미국의 조사기관 IHS에 따르면 2013년 일본의 태양광발전관련 시장은 전년대비 77% 증가한 198억달러로 작년 1위인 독일과 2위인 미국을 제치고 상위로 올라설 전망
- 일본 국내 5개 업체의 2013년도 공급량은 총 470만kw로 전년도 대비 약 37% 증가할 것으로 보이는 데, 이중 90%이상이 일본시장에 출하
- 수요의 급증에 따른 태양광버블설도 있어 장래가 불투명하다고 보고, 일본 업체들은 현재의 수요에 대응한 증설투자는 하지 않고 있음

## 5 한국관련위치

### ① 다산네트웍스, 일본에서 무선서비스 개시

- 국내 통신기기 제조업체 다산네트웍스가 9월부터 일본에서 업무용 무선서비스를 시작
  - NTT도코모의 제3세대 휴대전화(3G)통신망을 빌려, 여타 업체의 서비스보다 광범위하게 사용할 수 있게 됨
- 자동차에 탑재하여 사용하는 단말기 외에도 스마트폰형 단말기도 같이 사용하기 쉽게 생산함에 따라, 일본의 운송회사나 자치체로부터의 수요가 예상
- 새로운 서비스는 휴대전화망을 경유하여 데이터통신을 활용하는 IP무선방식으로 미국 모토로라의 기술을 사용
  - 냉동차의 온도를 원격관리하거나 자동차 안에서 FAX를 받을 수 있는 등의 서비스도 추가할 예정
  - 요금은 아직은 미정이나 정액제로 여타 업무용무선과 동등한 수준
- 새로운 서비스는 다산이 70%, 다산 관련사로 시스템개발업체인 한국에이블이 30%를 출자하여 설립한 J모바일이 운영하게 되는데 자본금은 8,500만엔

### ② 삼성 스마트폰, 소니에 대항책으로 일본시장 판매가격 낮춰

- 삼성전자가 소니의 저가 제품에 대항하기 위해, 일본 NTT도코모에 공급하고 있는 스마트폰 신형모델인 갤럭시 S-4의 공급가격을 2만엔 정도 인하
- 단말기업체가 주도하여 가격을 인하하는 것은 드문 일로서, 보통은 통신회사가 판매촉진비를 점포에 지원해주고 단말기의 판매가격을 인하
  - 삼성의 단말기는 도코모의 대폭적인 가격인하 대상이나 자사의 자금도 추가 투입하여 실제 실패가격을 대폭 인하한 것임
- 도코모는 삼성의 단말기와 소니의 엑스페리아A에 여름철 판매촉진비를 집중 투입하고 있음
  - 그러나 이 2개 기종 간에도 가격차가 있어 엑스페리아는 갤럭시보다 1만엔 정도 저렴하기 때문에, 발매 후 3주 동안 갤럭시가 32만대 팔렸던 것에 비해 엑스페리아는 1개월 동안 64만대를 판매됨

- 삼성은 고객들이 가격에 민감한 반응을 보인 것이라고 판단하고, 실질적인 인하를 단행한 것임
- 가장 저렴한 계약형태의 경우, 갤럭시는 삼성의 가격인하 없이도 15,000엔 정도로 판매되고 있는데, 여기에 가격인하를 추가하면 구입자가 점두에서 지불하는 단말기 대금은 실질적으로 마이너스가 되는 셈
- 최근 일본에서는 급속한 스마트폰 보급으로 「가라케」라 불리는 종래형 휴대폰에서 스마트폰으로 대체하려는 구매층이 중심을 이루고 있음
- 고기능 스마트폰을 사용하는 데 자신이 없는 이용자가 많아 우선은 가격을 중시하여 단말기를 선택하는 경향
- 이와 같은 도쿄모의 투톱전략에 소프트뱅크와 KDDI(au)도 단말기 구입대금의 가격인하나 교환세일 서비스로 대항
- PC정도의 성능을 가진 스마트폰의 실제 가격은 5만엔 이상이나, 통신사와 2년 정도의 계약을 전제로 점두판매가격은 낮게 책정
- 미국 애플의 아이폰도 기억용량 16기가바이트 모델이 제로가격에 팔리고 있음