

## 기술력강화와 신흥시장 개척을 위한 중소기업수출정책 강화

일본은 급변하는 국제정세와 대지진·엔화의 지속 상승과 더불어 제조업의 국제경쟁력 하락으로 인해 기업들에 대한 실효성 있는 수출정책의 재정립 추진. 특히, 제품의 경쟁력 강화를 위한 기술개발은 물론이고, 아시아 시장을 필두로 해서 새로운 수출진흥방안을 모색하기 시작함.

- 최근 일본은 대지진이라는 천재지변과 더불어 제조업의 국제경쟁력 하락으로 인해 국제 시장에서 주요 제품의 점유율이 떨어지고 있으며, 직간접적으로 수출에 관련된 기업들 중에 60%를 차지하는 중소기업들에 대한 실효성 있는 수출정책의 모색이 요구되고 있음.<sup>1)</sup>
  - 더욱이 기존에 일본의 해외진출 지원을 위한 수출 마케팅 지원정책의 경우 수출 마케팅보다는 수입촉진 위주의 통상정책 및 지원 활동을 전개해오고 있음. 이는 고도의 경제성장기에 수출의 급속한 확대로 통상마찰이 끊이지 않는데 대한 정부차원에서 통상정책의 중점을 수입촉진에 둔 데 근거하기 때문임.
- 이로 인해 2009년~2012년까지 일본의 경제성장률 추이를 세계 경제와 비교해서 상대적 저조한 나타나고 있는데, 최근에 대지진과 원전사고, 엔고의 지속 등에 따른 급속한 환경변화에 대한 변화가 요구되고 있음.

1) TDB, 「특별기획 : '수출기업'의 실태조사」, 2011.8.15.

〈표 1〉 일본과 세계경제의 경제성장률 비교

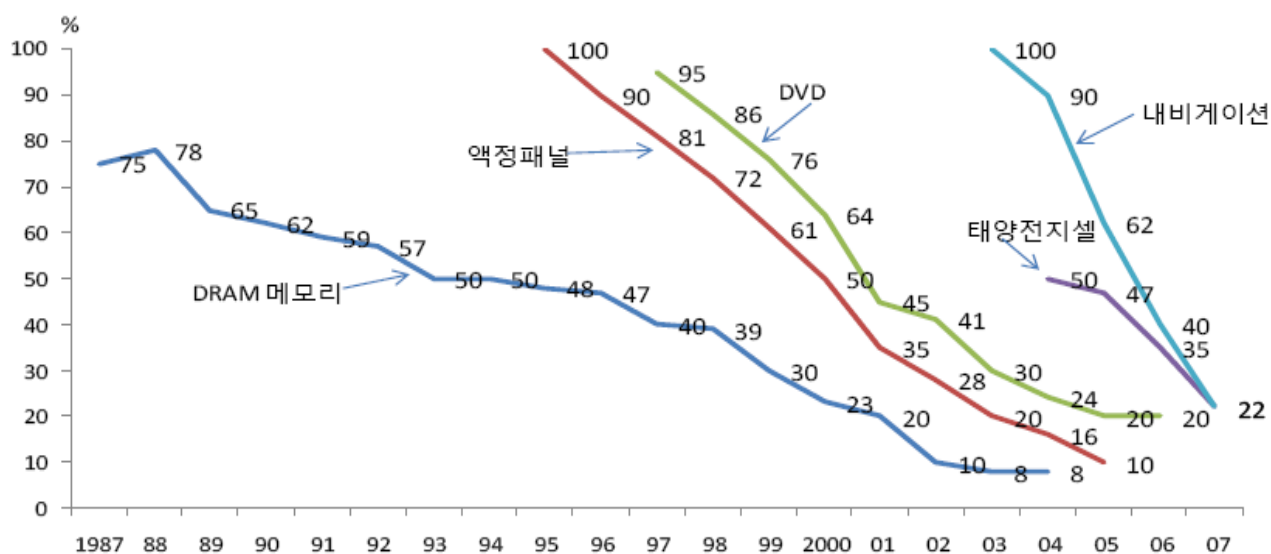
(단위 : %)

구 분	2009년	2010년	2011년	2012년
세계 경제	-0.5	5.0	4.4	4.5
일 본	-6.3	4.3	1.4	2.1

자료 : IMF, 「WEO April 2011」.

- 더욱이 기존 일본제품의 시장 점유율을 보면, 액정패널, 태양전지 셀 등에 있어 그 점유율이 지속적으로 감소하고 있는 추세라서 새로운 신규제품 들의 수출에 집중할 필요성이 제기되고 있음.

〈그림 1〉 주요 일본제품의 세계 시장점유율 추이



자료 : 일본 경제산업성(2010), 대외경제정책연구원(2011).

- 그리고 최근에는 국내 제조업 전반의 산업구조조정과 더불어 해외 기업이전까지도 모색되고 있는 어려운 상황임. 따라서 일본 기업 들은 기존 제품의 경쟁력 강화를 위한 기술개발은 물론이고, 아시아 시장을 필두로 해서 새로운 수출진흥방안을 모색하고 있음.

- 특히 일본은 기술변화에 대한 대처, 전략 및 비즈니스 시스템 구상력의 결여 등의 문제로 일본기업의 역량이 저하되어 되어 제품 경쟁력이 떨어지는 대신 기술지향적인 부품소재분야의 경쟁력을 강화시키기 위한 전략을 추진하기 시작하였음.

□ 이와 같은 수출진흥방안은 구체적으로 2010년 10월 경제산업대신을 의장으로 설치한 중소기업해외전개 지원회의에서 2011년 6월에 개최하여, 중소기업의 해외전개를 지원하기 위해 JETRO, 중소기업기반정비기구, 일본상공회의소 등 9개 주요 지원기관이 각각 행동계획을 책정하고 국내정보 제공, 상담대응, 경영지원, 국내외 전시회 출전지원 등을 확정하였음.

□ 전통적으로 일본 중소기업에 대한 수출마케팅 지원을 위해 2003년부터 일본은 일본무역진흥회(JETRO)가 중심이 되어 수출촉진, 외국인투자 유치활동을 전개해오고 있음. 특히, 일본에서 수출기업 지원기관은 경산성과 JETRO가 맡아서 하고 있는데, 경산성은 중소기업 수출관련 정책을 총괄하고, 무역진흥기관인 JETRO는 우리나라의 KOTRA와 유사하게 해외 마케팅 사업 집행을 담당하고 있음.

- 일본무역진흥회(JETRO) 전시사업부에서는 해외전시사업을 지원과 더불어, 일본의 지방특화산업 및 지방기업의 수출지원을 위해 해외에서 개최되는 전시회 국가관 참가를 지원하며, 개발도상국의 경우에는 자국의 제품, 기술, 경제, 문화 등을 종합적으로 소개하기 위해 전시회에 참가하고 있음.
- 그리고 지자체별로 상공회의소 중심의 교육 및 브랜드 육성, 지역 특산품 해외수출을 지원하고 있음. 이들의 지원사업으로는 JAPAN

BRAND 사업, 해외시장 조사, 전시회 개최·참가 지원, 수출상담회·시장개척단 참가지원, 지적재산권 침해 대응 등이 있음.

- 이 밖에는 대부분이 업종단체 또는 도도부현이 관할 중소기업을 대상으로 하는 정보제공, 세미나 개최, 컨설팅, 미션 파견 사업 등으로 구성되어 있음. 지원되는 예산의 규모는 총 3억 엔 정도이며, 전시회에 따라 차이가 있으나 주요 지원항목으로는 장치비, 운송비, 통역비, 부스 임차료 등이 있음. 특히, 개발도상국의 전시회에 참가할 경우 50%가 지원되며, 선진국 전시회에 참가할 경우에는 33%, 해외전시회에 개별 참가할 경우에는 예산지원이 없음.
- 이와 더불어 실질적으로 엔고로 인해 수출이 힘든 중소기업의 수출지원을 위해 관련 자금의 업종제한을 없애고 지원대상을 시설자금에서 운전자금까지 확대하기 시작하였음.

□ 이처럼 일본도 대지진이나 원전사태 등으로 인해 자국의 수출이 어려움을 겪고 있고, 최근의 유럽 국가들의 경제적 위기 등으로 새로운 활로를 모색해야 하는 시점임.

- 그리고 우리나라도 그 정도의 차이는 있으나, 고물가-저성장으로 점점 변해가는 국내 경제 환경과 글로벌 경기 급랭에 따른 기존 반도체나 LCD수요가 줄어드는 등 어려움을 겪고 있는 것을 고려할 때 새롭게 기존의 수출지원정책에 대한 접근방법을 마련해야 할 상황임.
- 특히, 신흥시장의 개척과 부품소재중소기업에 대한 수출부문에 대한 적극적인 시장개척을 위해 기존의 수출지원정책 프로세스를 재검토할 필요가 있음.