

No. 2013-37

일본 경제 동향

(Japan Weekly Economic Digest)

2013. 09. 09

- ① 일본경제지표
- ② 주간경제이슈
: 부활하는 일본경제
- ③ 경제정책동향
- ④ 일본기업동향
- ⑤ 한국관련워치

① 일본경제지표

□ 주간 상황지표

- 엔화환율 : 시리아 정세의 완화, 중국의 제조업 경기회복 전망 등에 따른 투자자들의 심리개선으로 엔화매도 증가
- 장기금리 : 엔저, 주가상승 등에 따른 국채매도 증가로 상승세

구 분	9.2(월)	9.3(화)	9.4(수)	9.5(목)	9.6(금)
엔화의 대미달러화 환율(달러당)	98.60	99.66	99.58	99.70	99.80
엔화의 대원화 환율(100엔당)	1,127.93	1,109.04	1,099.58	1,101.89	1,091.83
넛케이평균주가(종가)	13,572.92	13,978.44	14,053.87	14,064.82	13,860.81
장기금리(10년물 국채금리, 연리%)	0.745	0.765	0.770	0.775	0.790

□ 주요 거시경제지표

- 2013년 7월 실업율은 3.8%로 개선, 여성실업율이 3.3%로 15년 10개월 만에 최저
 - 2013년 7월 소비자물가상승율은 전월비 0.1%상승하여 디플레이션 탈출 조짐을 시사
 - 2013년 7월 수출은 감소한 반면, 수입은 크게 증가하여 무역적자가 1조 엔대로 확대
- * 對한국 수출, 수입 모두 증가한 가운데, 무역수지 흑자는 축소

구분	2012	2013							
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월
실질GDP증가율(연율,%)	1.2(2.0)	3.8			2.6(P)			-	-
수 출(천억엔)	639(637)	48	53	63	58	58	61	60	-
수 입(천억엔)	721(707)	64	61	66	67	68	62	70	-
對한국 수출	49.7(49.1)	4.01	4.25	5.21	5.07	4.61	4.54	4.77	-
對한국 수입	32.8(32.4)	3.12	2.92	2.81	2.58	2.85	2.57	3.04	-
직접투자(억달러)	(1,223)	234			331			-	-
對한국 투자	(40)	7.7			9.1			-	-
소비자물가(전기비,%)	▲0.2(0.0)	▲0.3	0.1	0.3	0.3	0.2	0.0	0.1	-
실업율(%)	(4.4)	4.2	4.3	4.1	4.1	4.1	3.9	3.8	-
경상수지(천억엔)	42.9(47)	▲3.6	6.4	12.5	7.5	5.4	3.4	-	-
엔화 환율	對미달러	82.9(80.1)	89.2	93.2	94.8	97.7	101.0	97.4	99.7
	對원화(100엔)	(1,413)	1,197	1,166	1,161	1,148	1,100	1,165	1,130
외환준비고(기말, 천억달러)	12.5(12.7)	12.7	12.6	12.5	12.6	12.5	12.4	12.5	-
국채금리(10년, 연리%)	0.560	0.740	0.665	0.560	0.600	0.860	0.855	0.795	0.720

주1. ()는 역년(1~12월)기준

2. 소비자물가, 실업률, 환율은 기간평균, 자료: 넛케이신문, 재무성, 한국은행

3. (P)는 1차 속보치

□ 주요 보고서 워칭 사이트(report watching site)

- 『대일투자전략의 고도화에 관한 조사분석』 경제산업성, 9월4일
*출처:http://www.meti.go.jp/medi_lib/report/2013fy/E003215.pdf
- 『문화적 재화의 국제무역에 관한 실증분석』 경제산업연구소, 9월6일
*출처:<http://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/13j059.pdf>

② 주간경제이슈 : 부활하는 일본경제

□ ‘생산증가→ 고용·임금 개선→ 소비증가’ 선순환 조짐

- 일본정부에서 발표한 7월, 경제지표들은 생산증가가 고용과 임금 개선을 통하여 소비증가로 파급되는 선순환 조짐을 보이고 있음
- 일본경제가 금융완화와 재정지출을 계기로 자율적인 회복궤도에 진입하기는 했으나, 예정대로 소비세 증세를 실시할 수 있을 것인가는 회복의 정도 여하에 달려있으며, 경기회복력 강화를 위해서는 수출과 설비투자가 관건
- 경제산업성이 30일 발표한 광공업생산지수는 전월 이후 3.2% 이상 증가한 것으로 나타났는데, 설비투자와 관계가 강한 기계류가 호조를 보임
- 앞으로 생산의 향방을 묻는 예측조사에서도 8월은 0.2% 증가, 9월은 1.7%증가로 3개월 연속 증가가 예상

□ 물가 상승

- 일본은행이 2% 상승을 목표로 설정한 소비자물가지수도 전년동월비 0.7% 상승
- 에너지가격 급등과 엔저로 인한 휘발유 및 전기료 상승이 주된 요인으로, 식료품·에너지를 제외한 지수는 0.1% 하락했으나, 하락율은 2009년 2월 이후 가장 낮았으며 수급 개선에 따른 물가상승 압력도 나타나기 시작
- 최근 물가상승은 코스트 푸쉬(cost push)의 요인이 크기는 하나, 디지털제품의 가격상승 등 디플레이션 탈출 움직임이 확산

□ 임금 및 고용 개선

- 코스트 푸쉬가 아닌 수급(demand pull)요인에 의해 지속적으로 물가를 상승시키기 위해 필요한 것은 임금인데, 후생노동성이 발표한 통계에 의하면, 1인당 현금총액이 2개월 연속 전년보다 증가
- 가계조사에 따르면 2인 이상 세대주의 정기수입이 전년동기비 1.2% 증가하여 1년 2개월 만에 플러스로 반전된 한편, 근로여성이 늘어남으로써 배우자 수입도 20개월 만에 증가
- 고용도 고용과잉감 해소로 유효구인배율의 개선 등 생산의 호조가 고용에 파급되고 있음

□ 개인소비의 회복

- 소득증가와 소비자 심리의 개선으로 소비는 완만한 회복세를 계속
- 레저와 에어컨, 외식 소비가 호조를 보이면서 2인 이상 세대의 소비지출이 3개월 만에 전년 동월 수준을 상회

- 다만 일본 정부가 예정대로 내년 4월 소비세율 인상에 나서는 경우 소비심리는 악화될 것으로 예상
- 앞으로 소비세 증세를 상정하여 특히 주택분야에서는 이미 가수요가 발생하고 있고, 개인소비도 년도 말에 걸쳐 가수요가 확대될 것으로 보임
- 이는 소비세 인상 후 개인소비의 부진이 상대적으로 클 것임을 예고

□ 설비투자는 증가 기조

- 재무성이 2일, 발표한 2분기 법인기업통계에 의하면 금융기관을 제외한 전 산업의 설비투자가 전년 동기비 0.02% 증가, 미미하나마 3분기 만에 플러스로 전환
- 제조업에서는 정보통신기기 및 식료품 분야에서 투자를 보류하는 움직임이 강했으나, 건설업과 소매업 등 비제조업의 신규투자가 증가함으로써 전체 설비투자를 끌어올림
- 제조업은 자동차공장과 제조라인을 증설한 수송용기계가 15.2% 증가했으나 전체로는 9.1% 감소
- 비제조업에서는 5.6% 증가했는데 대형 복합빌딩과 상업시설의 개발 및 건설로 건설업이 26%, 부동산업이 20.1%의 대폭적인 증가율을 보임
- 현재 설비투자는 소프트웨어를 제외한 계절조정치로 전기비 2%증가하여 3기 연속 증가 기조가 지속
- 재무성은 엔저에 의한 수출채산성 개선 등 아베노믹스의 효과로 기업수익의 개선이 가계소득 및 투자 증가와 경기회복으로 이어질 것으로 기대

□ 실질임금, 설비투자, 수출 등이 본격적 디플레이션 탈출에 관건

- 일본정부는 일련의 경제지표로 볼 때 디플레이션을 극복하고 있다고 판단하면서도 특히 임금문제에 신경을 쓰고 있음
- 7월 실질임금은 물가상승폭이 컸던 관계로 5개월 만에 전년수준을 하회
- 일본정부는 물가상승에 맞추어 임금이 상승하지 않으면 디플레이션 탈출은 요원해진다고 보고, 이르면 9월 노동자 및 기업 대표들과 임금 및 고용의 물에 대해 협의하는 장을 설치할 계획
- 그러나 소비세 증세를 용인하는 경제계도 고정비 증가로 이어지는 임금인상은 노사간 대화로 풀어야 한다는 입장
- 또 예정대로 증세를 실시하는 경우, 증세 부담을 극복하고 자율적인 회복케도에 진입할 수 있을 지는 미미한 증가를 보이고 있는 설비투자와 수출이 열쇠를 쥐고 있음

③ 경제정책동향

□ 지장산업(地場産業)*의 브랜드화 추진, 기업유치보다 지역산업 육성에 중점

- 일본 국내의 공장 폐쇄가 계속되고 있는 가운데, 지방정부가 기업유치보다는 지역산업육성에 중점을 두고, 농산가공품이나 공업제품을 브랜드화 하여 수익산업으로 육성할 계획
 - * 지장산업(地場産業) : 일본에서는 지방의 전통적인 특화산업을 지칭하나 지역산업으로 표기함
- 일본정부는 아베노믹스의 성장전략에 지방의 활성화도 포함하여 내년부터 특산물 제조 등 지역산업의 브랜드화를 위해 자금과 노하우를 제공하여 지원
 - 닛케이신문사의 조사에 의하면, 고용대책으로 지역산업·창업지원이 48%로 기업유치의 38%를 상회
- 지역산업을 중시하는 지역은 농업 등 1차 산업이 주요 산업인 홋카이도, 중부·호쿠리쿠, 추고쿠·시코쿠와 소비지에 가까운 수도권과 관서권 등
- 일본정부도 지역의 특산물 생산을 위해 지원에 나섬
 - 농가가 생산에서 가공, 판매까지 참여하는 6차 산업으로 농산품가공품을 생산하거나 지역산업기술을 활용한 공업제품을 개발하는데 필요한 보조금을 지급하는 한편, 특산품을 개발하여 수익사업으로 육성하기 위해 디자이너나 판로 개척 전문가 파견도 검토
 - 예를 들면, 쓰마모노라고 하는 일식요리에 곁들이는 계절성 잎이나 꽃, 산나물 등의 사업으로 알려진 도쿠시마현의 가미카스초(上勝町), 세계적인 공업디자이너 오쿠야마 씨의 협력을 얻어 스타일리쉬한 제품을 개발하고 있는 야마카타현의 가구산업과 같은 사례를 늘릴 계획
- 필요한 지원은 지역 단위의 추진을 촉진하기 위해, 지자체와 지방은행, NPO(민간 비영리단체) 등에 지역브랜드화 추진조직인 「지역조성플랫폼(가칭)」을 만들도록 보조금을 지급
 - 내각부와 국토교통성이 2014년도 예산요구에 1억 2,500만 엔을 계상, 연간 70~80만 건 지원 예정
- 경제산업성에 따르면 리먼 쇼크 이전 2007년 1,791건이었던 공장입지가 2011년 869건으로 감소, 2012년에는 1,229건으로 회복되었으나, 고용효과가 적은 태양광발전소 등이 많은 것도 지역산업육성에 중점을 두는 지역이 늘고 있는 배경임

4 일본기업동향

□ 해외펀드의 대일 부동산투자 급증, 디플레이션 탈출에 기여

- 일본 수도권의 오피스텔과 물류시설 등 상업용 부동산에 해외 부동산 펀드의 투자가 가속화
 - 미국 부동산 서비스업체인 존스랭라살(JLL)이 해외의 연금기금을 자금원으로 한 신규 펀드를 조성하여 향후 2~3년간 3,000억 엔 이상을 투자할 계획이며, 골드만삭스그룹도 운용규모를 5,000억 엔으로 확대할 계획
 - GE계열 GE캐피털·리얼에스테이트도 지난 5월, 4년 만에 일본에서 오피스빌딩 투자를 재개하는가 하면, 영국의 부동산 관련 대기업 그로브나의 투자펀드는 일본에서 1,000억 엔 규모의 신규 펀드 설립을 구상
- 2013년 일본의 상업용부동산 투자액은 전년대비 50%이상 증가할 전망
 - 투자자금의 유입이 지방으로까지 파급되는 경우 지가상승을 통하여 디플레이션 탈출에 기여할 가능성이 있을 것으로 예상
- 해외 부동산 펀드들이 일본 부동산에 투자하는 이유는 무엇보다도 부동산 취득가가 싸다는 점임
 - 동경의 오피스 임대료는 리먼 쇼크 이전 최고가에 비하여 60%수준에 그치고 있어 80%정도까지 회복한 홍콩이나 런던보다 회복이 더딤
- 한편, 경기회복에 대한 기대로 오피스 수요가 증가 경향을 보이고 있음
 - 동경의 도심 5개구의 7월말 오피스 공실율은 8.29%로 1년 사이에 1포인트 이상 개선
 - 인터넷시장이 급속히 확대되고 있어 당일 배달서비스를 강화하는 움직임이 확산되고 있는 가운데 도시 근교에서의 물류시설 수요도 급증
- 해외펀드의 활발한 투자는 지가 상승으로 이어질 전망
 - 일본 국토교통성이 주요 도시를 대상으로 분기별로 실시하는 지가동향보고에 의하면, 7월은 조사지점의 2/3에서 지가가 상승
 - 지가 회복은 토지를 보유하는 기업과 개인의 자산소득 증가로 이어져, 투자 및 소비를 증대시키는 효과도 있음

□ 아시아 브랜드 조사에서 ‘일본식 서비스’ 높은 평가

- 닛케이신문사가 아시아브랜드를 대상으로 품질, 기술력, 고급감 등 브랜드 이미지 조사에 따르면, 소매와 자동차 분야에서 구매하고 싶은 브랜드의 상위권에 든 일본기업들의 서비스가 높은 평가를 얻고 있음
 - * 인도, 중국, 인도네시아 태국, 베트남, 필리핀에 거주하는 18~49세의 600명을 대상으로 인터넷 조사방식으로 실시, 조사 기간은 7월 하순에서 8월 상순
- 일본브랜드가 구미기업에 대항하기 위해서는 디자인과 제품을 혁신할 필요가 있는 것으로 조사
- 이번 조사는 품질, 디자인, 기술력 등 7가지의 평가항목을 각 브랜드 이미지에 적용 여부를 물은 결과, 일본브랜드는 일본식의 정중한 서비스를 의미하는 「모테나시」에 대한 평가가 집중
 - 소매분야에서 이용하고 싶은 브랜드 2위에 선정된 ‘세븐일레븐’은 구입 시 양질의 서비스를 브랜드평가 항목으로 열거한 응답자의 비율이 가장 많음
 - 세븐일레븐저팬은 조사대상 아시아 6개국에서 1만개 점포를 운영하고 있는데, 중국 베이징 등을 제외한 점포는 일본식의 품목진열방식과接客서비스를 도입
 - 자생당의 츠바키는 헤어케어 서비스 평가에서 2위
 - 중국 등에서 독자적인 콜센터를 운영, 고객으로부터 제품의 사용방식에 대한 질문에도 성의 있게 대응하여 좋은 인상을 받고 있으며, 고급백화점에서 대면판매도 플러스로 작용
- 일본식의 평가가 높은 것은 자동차도 마찬가지임
 - 양질의 서비스는 도요타와 혼다가 1위, 2위를 차지하였는데, 고장이 나면 신속한 대응과 유연한 부품교환 등과 같은 서비스에 신속한 보수점검 체제도 잘 정비되어 있는 점이 높은 고객만족도로 이어지고 있음
 - 서비스 전문 인력육성을 위해 도요타는 7월 기후현에 판매점요원 육성 및 차량수리기술연구를 담당하는 서비스센터를 설립하였는데 연간 약 4,800명을 교육시킬 예정