

세계시장점유율에서 일본기업과 한·중기업들간 명암 엇갈려

최근 일본경제신문이 발표한 자료에 의하면, 지난 해 세계시장의 확대에도 불구하고 엔高 등으로 인하여 글로벌 시장에서 일본기업들의 점유율이 떨어지고 한국과 중국 기업들의 선전이 두드러진 것으로 나타남.

□ 한·중·일기업의 세계시장점유율 변화

- ‘11.7월 24일에 발표된 2010년 「주요 상품·서비스 세계시장점유율 조사」 결과에 의하면 32개 품목의 세계시장점유율에서 일본기업이 2009년보다 하나 많은 10개 품목이 수위에 올랐으나 6개 품목에서 시장점유율이 저하됨. 상위 5위 이내의 일본기업들은 52개에서 50개사로 감소함.
- 한편 중국기업은 10개사에서 14개사로 늘어났으며, 한국기업은 18개사에서 19개사로 늘어남. 일본기업들은 엔高로 고전을 면치 못함.

□ 세계시장규모는 확대, 일본기업들의 점유율 하락

- 2010년은 신흥국시장의 견인으로 세계경제가 금융위기의 침체로부터 회복, 세계 32개 품목중 30개 품목 분야에서 시장규모가 확대됨. 일본기업들이 수위를 지켰던 품목들 가운데, 자동차수송대수(일본우선), 원유수송량(미츠이상선), 비디오카메라(소니)를 제외

하고 점유율이 떨어진 기업들이 많음.

- 자동차 분야에서는 수위인 도요타자동차의 점유율이 0.6포인트 감소, 2010년 초에 대규모의 리콜사태로 일부 차종의 판매를 일시 중단한 것이 마이너스요인으로 작용한데다 확대되고 있는 중국 시장에서 현지메이커들의 추격을 받음.
- 액정화면의 백라이트 등에 사용되는 백색 LED(발광다이오드)분야에서는 일아화학공업의 점유율이 엔高의 영향 등으로 하락함. 元低의 영향을 받은 2, 3위의 한국메이커들이 강세를 보임.
 - 플라스마패널 분야에서는 1위의 파나소닉과 2, 3위의 한국기업과의 차가 좁혀짐. 다관절로봇 분야에서는 파낙이 4.5포인트 감소함. 세계적으로 설비투자가 회복되는 가운데, 반도체제조장비 등 특정 용도에 특화한 일본·유럽의 하위기업들이 대수를 늘림에 따라 상위 기업들의 점유율이 상대적으로 하락
- 조사된 32개 품목에서 상위 5위 이내에 들어간 일본기업 50개사중 19개사의 점유율이 떨어짐. 유기EL(일렉트로루미넌스)패널이나 프린터 등 IT 관련 제품분야의 후퇴가 두드러짐.

□ 엔高와 일본기업의 부진

- 2010년은 달러당 엔화환율이 약87엔(년평균)으로 사상 최초로 80 엔대에 돌입함에 따라 일본기업들의 가격경쟁력이 약화됨. 이 영향도 있어 저가격대 상품이 주류를 이룬 신흥국 시장에서 한국 및 중국상품과의 점유율경쟁에서 패퇴

□ 중국의 공세

- 중국은 14개사가 5위권내에 진입, 태양전지 분야에서 4개사(2009년에는 2개사)를 접하여 처음으로 수위의 자리를 차지함. 이 영향으로 2009년 3위였던 일본 샤프사가 권외로 밀려남.
- 철강(조강)은 상위 5개사중 중국기업이 3개사를 접하였으며, 프라즈마패널분야에서도 처음으로 4위에 랭크됨. 유기EL 분야에서는 한국기업이 점유율을 80%가까운 수준으로 끌어올렸으며, 파이어니어, TDK는 각각 2포인트이상 점유율이 떨어짐.

□ 한국기업들, 유기EL, 반도체 분야에서 약진

- 일본기업들의 부진이 두드러진 분야는 IT 관련 분야임. 유기 EL 분야에서는 한국의 삼성모바일디스플레이가 작년보다 10포인트이상 점유율을 높임.
- 삼성은 스마트폰 분야에서 유기EL패널을 선택, 적극적인 투자로 생산량을 급속히 늘림. 일본기업들은 점유율 3위인 파이오니어, 4위인 TDK가 시장개척에 뒤늦게 참여

한/중/일/ 대표기업의 세계시장점유율

품목	세계시장점유율 1~5위기업
풍력발전기	시노베윈도(중국, 2위, 11.2%), 골드윈도(중국, 4위, 9.6%)
태양전지	선택파워(중국, 1위, 6.5%), JA솔라(중국, 2위, 6%), 인리그린에너지 홀인텍스(중국, 4위, 4.6%), 트리나솔라(중국, 5위, 4.6%)
백색LED	일야화학공업(일본, 1위, 29.6%), 삼성LED(한국, 2위, 13.4), 서울세미컨덕터 (한국, 3위, 13.4%)
디지털카메라	케논(일본, 1위, 20%), 소니(일본, 2위, 18.9%), 니콘(일본, 3위, 14.5%), 삼성 전자(한국, 4위, 11.4%), 파나소닉(일본, 5위, 8.8%)

비디오카메라	소니(일본, 1위, 42.7%), 파나소닉(일본, 2위, 12.9%), 일본빅터(일본, 3위, 13.9%), 캐논(일본, 4위, 13%)
PC	레노보그룹(중국, 4위, 9.8%), 도시바(일본, 5위, 5.5%)
게임기기	닌텐도(일본, 1위, 48.1%), 소니컴퓨터엔터테인먼트(일본, 2위, 38.2%)
자동차	도요타(일본, 1위, 11.2%), 현대자동차(한국, 5, 8.1%)
휴대단말전화	삼성전자(한국, 2위, 20.2%), LG전자(한국, 3위, 8.4%), ZTE(중국, 4위, 3.6%)
박형텔레비전	삼성전자(한국, 1위, 22.3%), LG전자(한국, 2위, 13.5%), 소니(일본, 3위, 12.4%), 파나소닉(일본, 4위, 8.4%), 샤프(일본, 5위, 7.4%)
맥주	화윤설화(중국, 5위, 4.7%)
크레딧카드	JCB(일본, 5위, 9.3%)
유기EL패널	삼성전자(한국, 1위, 79.7%), 파이어니어(일본, 3위, 4.6%), TDK(일본, 4위, 2.9%), 비쥬녹스(중국, 5위, 2.6%)
액정패널	삼성전자(한국, 1위, 22.9%), LG디스플레이(한국, 2위, 21.6%), 샤프(일본, 5위, 10.8%)
플라즈마패널	파나소닉(일본, 1위, 42.8%), 삼성SDI(한국, 2위, 31.8%), LG전자(한국, 3위, 23.1%), 사천장흥전기(중국, 5위, 2.2%)
HDD	히타치글로벌ストレージテクノ로지(일본, 3위, 17.5%), 도시바(일본, 4위, 10.9%), 삼성전자(한국, 4위, 10.3%)
DRAM	삼성전자(한국, 1위, 37.4%), 하이닉스반도체(한국, 2위, 21.4%)
NAND형플래쉬메모리	삼성전자(한국, 1위, 38.6%), 도시바(일본, 2위, 33.9%), 하이닉스반도체(한국, 4위, 9.9%)
서버	후지쯔(일본, 5위, 4.5%)
CT	히타치메디코(일본, 5위, 1%)
MRI	도시바메디컬시스템(일본4위, 10%), 히타치메디코(일본, 5위, 3%)
잉크젯프린터	캐논(일본, 2위, 21.6%), 세이코엡슨(일본, 3위, 19.7%), 브라더공업(일본, 4위, 4.5%)
수처리막	일동전공(일본, 2위, 29%), 도레이(일본, 3위, 29%), 동양방직(일본, 4위, 8%)
조강	하북철강집단(중국, 2위, 3.7%), 보강집단(중국, 3위, 3.2%), 무한철강(중국, 4위, 2.6%), 신일본제철(일본, 5위, 2.6%)
다관절로봇	파낙(일본, 1위, 14.3%), 야스카와전기(일본, 2위, 11.3%), 카와사키중공업(일본, 5위, 6.2%)
산업차량	도요타자동차(일본, 1위, 18.8%), 미쓰비시중공업(일본, 5위, 4.7%)
베어링	일본정공(일본, 3위, 13.4%), NTN(일본, 4위, 12.3%)
원유수송량	미쓰이상선(일본, 1위, 7.3%), 일본우선(일본, 3위, 6%)
자동차수송대수	일본우선(일본, 1위, 17.7%), 미쓰이상선(일본, 2위, 14%), 유코(한국, 3위, 15%), 카와사키기선(4위, 11.2%)

- 잉크제트프린터 분야에서는 수위를 지키고 있는 미국 휴렛팩커드가 2포인트 이상 점유율을 높인데 대하여 2위인 일본의 케논은 1.1포인트 하락, 점유율 4위인 브라더공업은 0.4포인트 하락함. DRAM은 수위인 한국의 삼성전자가 점유율을 높였으며, 3위인 엘피더메모리는 PC용 수요감소와 가격급락으로 고전을 면치못함.
- 백색LED(발광다이오드)분야에서 일아화학공업은 수위의 자리를 한국기업에 내줌. 동제품의 시장규모는 전년비 70%이상의 증가율을 보이면서 크게 확대되고 있음.

□ 일본의 강세분야

- 한편, 일본세가 강세를 보이고 있는 분야도 있음. 원유수송에서 작년에 2위였던 미츠이상선이 수위를 자리를 탈환함. 자동차수송에서 일본 우선과 미츠이상선이 점유율을 높혀 1, 2위를 굳힘. 적극적인 투자가 결실을 맺은 셈임.
- 베어링 분야에서는 자동차용 제품생산에 경쟁력이 있는 일본정공이 점유율을 0.7포인트 높혀 2위와의 차이를 좁힘. 제이테크토도 미국 기업을 매수하여 처음으로 점유율 5위로 올라섬. NAND형 플래쉬 메모리 분야에서는 스마트폰 붐에 편승하여 최첨단제품에 강한 도시바가 점유율을 2포인트 높임.

□ 시사점

- 일본종합연구소의 한 기업전략 전문 연구원의 말은 매우 시사적임. 일본의 경우 기술이나 부가가치에 편중한 결과 생산과정의 상단 부문(upstream)인 소재의 우위성을 하단(downstream)의 제품분야

에서 살리지 못하는 경우가 많았다고 보고 있음. 역으로 점유율을 높인 것은 시장의 수요를 정확하게 포착한 기업이라는 것임. 신흥국이나 성장시장에서 어떻게 대처하느냐가 앞으로 따라서 기업 부침의 관건이라고 할 수 있음.

- 이러한 의미에서 스마트미터(차세대전력계)시장이 주목 시 되고 있음. 도시바가 세계시장점유율 2위인 스위스 란디스기어를 9월에 매수할 예정임. 차세대 효율적인 전력망의 핵심부품으로서 기대가 높아지고 있음.

<참고자료>

日本經濟新聞(2011.7.24)