

## 기업의 해외이전과 공동화는 별개의 문제

대지진재해로 인한 입지경쟁력의 약화에 급격한 엔高까지 가세함에 따라 일본기업들의 해외이전에 대한 공동화 우려가 한층 커지고 있음. 그러나 기업의 해외이전이라고 해서 모두 공동화라는 부정적인 효과를 가져 오는 것은 아니며, 국내성장과 해외성장 간의 보완관계를 촉진하고 상승작용을 일으킴으로써 긍정적인 효과를 갖는 점에도 주목할 필요가 있음.

### □ 기업의 해외이전은 다양한 요인에 의해 이루어짐

- 최근 엔高를 배경으로 많은 일본기업들이 해외로 이전하고 있고 이에 따라 공동화 우려가 커지고 있는 것은 틀림없는 사실임. 그러나 일본기업의 해외이전은 엔高만이 아니고 대지진 발생을 계기로 한 전력부족난, 불안요인 등 여러 가지 요인 때문에 증가하는 것임
- 일본의 경우 소위 우량기업들의 많은 거래처가 「just in time」 보다는 「just in case(만약의 경우를 위해)」를 중시하는 경향이 최근 높아지고 있음
  - 르네사스일렉트로닉스, HOYA, 미쯔이금속 등의 경우, 생산 일부를 일본 이외의 지역으로 이전시킴으로써 지리적인 리스크를 분산시켜야 한다는 거래처들의 주문에 직면하고 있는 것이 그 대표적인 사례임

- 또한 최근 일본의 수출기업들 가운데는 일본과는 달리 미국, EU, 중국 등 FTA를 체결하고 있는 나라들로 생산을 이전해야 한다고 생각하는 기업들이 적지 않음
- JETRO조사에 의하면 ASEAN국가들을 기점으로 수출하고 있는 이 유로서 일본기업들의 40%가 FTA 이점을 살리기 위해서라는 것임

## □ 해외이전을 통한 기업의 해외성장과 국내성장간 상승효과

- 그러나 미국의 예와 같이 생산의 해외이전이 반드시 공동화를 가져오는 것은 아님. 역으로 전향적인 글로벌화가 국내 경제성장을 뒷받침해 줄 가능성도 있으며 해외이전을 통해서 기업의 해외성장과 국내성장간 플러스의 상승작용을 가져올 수 있는 단적인 예를 들 수 있음
- 미국의 경우 해외직접투자가 국내투자, 연구개발, 고용 등에 플러스 영향을 미치는 것으로 증명되고 있음. 기업은 국내에서 수출에만 의존하는 경우보다도 해외시장에서 점유율을 확대할 수 있기 때문임
- 또한 해외직접투자는 비용절감과 경쟁력 강화에도 기여함. 해외직접투자가 증가하는 경우 국내의 수출과 연구개발비가 증가하는 것으로 밝혀짐
- 미국의 경제연구소가 수백개 기업을 대상으로 실시한 2005년 조사결과에 의하면 1980년대부터 1990년대에 걸쳐 해외직접투자가 10% 증가하면 국내 종업원들의 임금이 0.4% 증가하고 국내수출과 연구개발투자도 증가

- 지금까지 일본의 해외직접투자는 자동차, 기계, 전기 등 일부 산업에서 일류기업이 섬유나 의류 등 사양 산업에 한정되어 있음
- HSBC 시산에 의하면 일본의 해외직접투자 누적액은 2009년 시점에서 GDP의 약 15%에 불과, 미국의 29%, 영국의 78%, 독일의 40%와 비교하여 매우 낮음
- 뿐만 아니라, 유럽과 미국 지역에서는 해외직접투자와 외국인직접투자가 균형을 이루고 있는데 비하여, 일본에서는 외국인직접투자가 매우 적음. 그 이유의 하나로 닛산자동차와 같은 사례를 제외하면 외국기업에 의한 일본기업의 매수가 매우 어렵다는 점을 시사해 주고 있음.

#### □ 기업의 해외이전에 대해 공동화만을 우려하는 발상은 위험

- 오늘날 해외직접투자 증가는 공동화 이상의 효과를 가져 올 가능성을 보여주고 있음. 이제까지 국내시장에 의존해 온 기업의 매출액이 확대되는 경향이 보여지고 있음
- 시세이도의 경우를 보면, 해외에서의 매출액이 점하는 비율은 10년전 10%에서 현재는 40%로 급상승한데 이어 2013년 목표를 50%로 설정
- 맥킨지가 발행한 『Re-imagining Japan』에서, 시세이도 회장은 일본기업은 다양성이 부족하여 현재와 같은 사고방식을 바꾸는 노력은 기업의 경영층에서부터 시작해야 한다고 주장하고 있음. 시세이도는 경험이 풍부한 외국인을 국제사업 담당 임원으로 영입한 바 있음

- 외국과 외국인과의 관계가 가져오는 것에는 아이디어도 포함됨. P&G에서는 이노베이션의 50%이상이 외국인과의 협동에서 온다고 함. 시세이도는 2010년에 17억 달러를 들여 대형 화장품메이커 베어앳센셜을 매수하여 세계 4위의 화장품기업으로 성장
- 최근 시세이도에 국한하지 않고 이와 같은 변화를 추구하고 있는 일본기업들이 적지 않음

<참고자료>

東洋經濟オンライン9/22