

수출확대의 조건과 과제

* 이 자료는 닛케이신문 2014년 5월 6일자 사설의 내용을 정리하고 시사점을 덧붙인 것임

- 최근 일본의 수출부진 배경은 생산의 해외이전에 따른 공동화, 경쟁력 상실, 이익 중시의 기업행동 등 3가지로 설명
- 일본이나 한국 모두 수출 입국으로 계속 발전해나기 위해서는 다층적인 산업구조, 업계의 구조전환 등을 통한 산업·기업 차원의 수출저변 확대, 브랜드력 강화가 필수적

□ 최근 일본은 수출입국, 수출대국이라는 과거의 명성이 무색할 정도로 수출이 부진

- 엔저로 반전된 이후 1년 이상 경과했는데도 수출드라이브가 듣지 않고 있음
- 2013년도 일본의 수출은 71조억엔에 그쳐, 과거 최대였던 2007년 실적 85조억엔 보다 17% 적은 수준

□ 일본의 수출부진 3가지 배경

- 첫째는 2008년 리먼 쇼크 이후 엔고로 해외에 생산거점을 이전한 일본기업들이 증가, 이른바 공동화가 진행
- 둘째는 일본기업들의 국제경쟁력 상실로서, 그 대표적인 사례가 스마트폰 등 디지털기기임
 - 이전에는 전화용 교환기 등을 대량 수출한 일본 통신 산업분야에서 지금은 해외에 팔만한 품목과 기술이 크게 감소
- 셋째는 기업행동의 변화로 자동차에서 엔저를 계기로 가격을 인하하여 수출 공세를 펴는 소위 점유율 중시의 발상이 자취를 감추고 있음
 - 판매가격을 고정시켜 이익을 늘리는 이익중시의 경영이 수출량 증대를 억제

□ 일본이 수출확대를 포기해서는 안 되는 이유

- 인구감소로 내수증가를 기대하기 어려운 상황에서는 고부가가치 산업에서 비교우위를 확보, 일본에서 만들어 해외에 팔리는 뛰어난 기술이나 상품을 많이 내놓아야만 지속적인 성장과 번영이 가능함
- 이를 위해서는 자동차나 전기 등 산업 피라미드의 정점에 있는 대기업이 수출을 견인하는 구도는 이미 한계에 달하였는바, 앞으로는 보다 다양한 기업들이 각각의 강점을 살려 해외시장 개척에 도전해야함
- 예를 들면, 인쇄기기업체인 고바야시 코퍼레이션은 일본 국내에서만 판매해온 지폐인쇄기 수출을 최근 시작
 - 위조방지를 위한 다색인쇄기술이 높은 평가를 받아 필리핀과 태국 등에서 인기리에 판매되고 있음
 - 동사의 사장에 의하면, “지폐인쇄기의 세계시장은 독일기업이 거의 독점하다시피 해왔으나, 일본산 기계도 충분한 경쟁력이 있어 연간 100억엔 규모의 수출을 목표로 하고 있다”고 함
- 농수산물분야에서도 과수재배 푸르츠가든야마가타(도쿠시마현 소재)는 고부가가치 수산물을 양식, 우영수산(구마모토현 소재)은 홍콩의 부유층을 상대로 새우의 통신판매를 시작
 - 양사는 인터넷에 점포를 운영, 야마토운수의 국제택배를 이용하여 신선한 식재료를 다음날까지 해외로 배달한다고 함
 - IT나 LT(물류기술)에 의해 자본력의 없는 소규모기업들로서도 수출장벽이 낮음

□ 수출 입국으로의 부활을 위한 과제

- 일본의 수출은 소수의 기업에 집중된 경향이 있었는데, 앞으로 중견·중소기업을 포함하여 보다 폭넓은 수출경쟁력을 발휘하는 다층적인 산업구조를 지향할 필요가 있음
 - 일본 경제산업성에 의하면, 일본의 전체 수출에서 상위 10%의 기업이 차지하는 비율이 92%에 달함
 - 유럽의 경우 이 비율이 독일이 69%, 이탈리아가 78%에 그침

- 또 하나의 과제는 브랜드력을 강화시키는 것임
 - 자동차는 지금도 일본 수출의 견인차 역할을 하고 있으나, 일본과 독일간 2012년의 무역실적을 비교해보면, 자동차 중심의 수송용기계의 대독 수출이 33억달러인데 비하여, 독일로부터의 수입은 68억달러 이상임
 - 브랜드력이 강하고 단가가 높은 독일산 자동차에 일본산 자동차는 방어하는 입장으로 아시아기업들과의 경쟁이 격화되는 가운데, 일본기업은 좋은 제품을 싸게 파는 전략을 지양하고, 좋은 제품을 비싸게 팔 수 있는 방향으로 브랜드가치를 높일 필요가 있음
- 업계의 구조전환도 필요함
 - 과거 과당경쟁체질이 지적되었던 화학 산업은 범용품 의존도를 낮춰, 타사가 모방할 수 없는 온리원(only one)기능성 화학품을 강화함으로써 국제경쟁력을 제고
 - 미쓰이화학의 안경렌즈 재료나 클라레의 액정 TV에 사용되는 광학용필름은 지금도 일본에서 전량 생산, 세계에 수출하고 있음
 - 1990년에는 2조엔 전후였던 화학제품의 수출이 2013년에 7.5조엔으로 대폭 늘어난 것은 일련의 구조개혁의 성과였음

□ 수출확대의 여지는 많아

- 일본의 수출은 더 이상 증가할 수 없다는 비관론도 많으나, 기업이 스스로 강점을 재구축하고 정부가 무역자유화 가속 등 환경을 정비하면 수출을 늘릴 여지는 아직 넓음
- 확대일로의 세계경제와 아시아경제의 상승세를 일본이 확보하기 위해서도 수출은 매우 중요

□ 시사점

- 한국이나 일본은 모두 자원빈국으로서 가공무역형 산업구조를 특징으로 하고 있고 수출 입국을 지향해온 점에서 큰 차이가 없음
- 그러나 한국은 GDP에서 차지하는 수출의존도가 42.9%로 일본의 16.2% 비하여 훨씬 높다는 점에서, 수출이 국제경제 환경에 의해 영향을 받는 취약성이 일본보다도 큼
- 인구감소로 인하여 내수시장이 한계에 도달한 한국도 수출 입국을 지향해야 하는 만큼, 산업과 기업 쌍방에서 수출저변의 확대, 브랜드력 강화가 중차대한 과제임

<참고자료>

닛케이신문(2014.5.6.)