

일본 계열기업간 수출 네트워크 효과

* 이 자료는 니시다테노슈헤이(西立野修平)일본 관서학원대학 교수가 경제산업연구소(RIETI)에 기고한 「왜 일본의 수출에 대한 네트워크 효과는 적은가」(‘14.8.11)」의 내용을 요약, 정리한 것임

- 수출에 대한 네트워크 효과는 해외직접투자가 본국으로부터의 수출을 증가시킨다는 결론이 일반적이며, 그 배후에는 네트워크 거래가 갖는 거래비용 절감효과가 작용
- 그러나 최근 일본기업들의 경우, 국내에서 구축된 기업 간 네트워크를 해외로 이관함에 따라 네트워크 효과가 적은 것으로 나타나고 있음

□ 일본의 기업간 계열과 네트워크 효과

- 대략 2000년 이전까지는 계열의 존재가 외국기업에게 무역장벽으로 작용하는 국내 네트워크 효과에 초점을 맞춘 연구가 활발
 - 특히, 일본의 국내 기업 간 네트워크는 미일 간 무역마찰이 발생했던 1980년대와 1990년대까지 외국기업에게 대표적인 무역장벽으로 인식
- 그러나 2000년 이후 일본기업의 글로벌화를 배경으로 국경을 초월한 계열 네트워크에 의한 무역촉진효과가 주목되기 시작
- Baldwin and Ottaviano(2001)*와 Greaney(2003)**가 판매자와 구매자가 동일한 네트워크에 속해있는 경우, 거래비용을 절감할 수 있어 수출을 통한 외국시장 진입이 용이해짐을 이론적으로 밝힌 이후, 이 이론적 가설을 지지하는 실증연구결과가 나오고 있음

* Baldwin, R.E. and G.L.P. Ottaviano(2001) "Multi product multinational and reciprocal FDI dumping," Journal of International Economics, Vol. 54, pp. 429-448

** Greaney, T.M(2003) "Reverse importing and asymmetric trade and FDI: a networks explanation," Journal of International Economics, Vol. 61, pp. 453-465

□ 수출에 대한 네트워크 효과의 국제비교

- 이하의 내용은 중간재무역의 네트워크 효과에 관한 것임
 - 공정간 분업의 확대를 배경으로, 중간재무역에 대한 네트워크 효과가 중요해지고 있음
- 주요 선진자동차생산국(TPC: 미국, 일본, 독일, 프랑스, 이탈리아, 스웨덴 등 6개국)의 자동차부품 수출에 대한 네트워크 효과를 추계한 바에 의하면, 네트워크 효과를 TPC에 본사를 둔 자동차업체의 해외생산대수의 증가에 의해 유발된 자국으로의 수출을 네트워크 효과로 정의
 - 분석에는 수출(TPC 6개국), 수입(49개국), 자동차부품(31개 품목), 7년간(2002~2008)로 구성된 패널데이터를 이용
- 분석결과는 많은 자동차부품에서 네트워크 효과가 존재함을 보여주고 있음
 - TPC에 본사를 둔 자동차업체의 해외생산대수가 10% 증가하는 경우 TPC의 자동차부품 수출은 4~8% 증가하는 것으로 나타남
- 주목되는 것은 일본의 네트워크 효과가 타국에 비하여 적게 나타나고 있음
 - 일본의 네트워크 효과는 여타 TPC 평균 네트워크 효과와 비교하여 0.12% 적은 반면, 미국과 스웨덴의 네트워크 효과는 여타 TPC 평균과 비교하여 각각 0.32%, 0.24% 큰 것으로 나타남
 - 2005년 Greaney의 연구에서는 이와 반대로 일본의 네트 효과가 타국에 비하여 큰 것으로 나타남

□ 일본의 네트워크 효과가 적은 이유는 계열기업의 해외이전

- 이렇게 상반된 결론이 도출된 이유와 관련하여, 일본의 경우 국내 계열 네트워크가 강하기 때문에, 국제무역을 촉진하는 의미에서의 네트워크 효과가 발휘되기 어려운 구조로 되고 있는 점이 하나의 원인임
 - 일본과 비교하여 유럽이나 미국의 자동차업체는 글로벌 소싱을 기본으로 하고 있기 때문에, 네트워크 효과가 발휘되기 쉬움
 - 일본 자동차산업의 경우, 해외전개 시 일본 국내에서 구축된 강고한 기업간 네트워크를 해외로 이전하는 특징이 있음

- 일본 국내 계열 네트워크의 존재는 부품의 현지조달비율을 높여, 수입의존도를 낮추게 됨
- 일본계 자동차업체의 해외현지법인도 부품의 현지조달이 주된 구매전략으로 채택, 일본으로부터의 수입을 포함한 글로벌소싱 역할이 비교적 적게 됨

□ 시사점

- 이상의 결과는 무역수지와 관련하여 해외직접투자와 수출의 관련성에 하나의 포인트를 제공
 - 이제까지의 실증연구결과를 종합하면, 해외직접투자는 본국으로부터의 수출을 증가시킨다는 결론이 일반적임
 - 예를 들면, 완성차 업체의 해외진출은 자동차부품업체의 수출수요를 높였음
- 그러나 본 연구결과는 이러한 수출유발효과를 과대평가해서는 안 된다는 점을 시사해주고 있음
 - 일본의 경우, 국내에서 구축된 기업 간 네트워크를 해외로 이관함으로써 해외전개를 하고 있는 특징을 감안할 필요가 있음
 - 본국으로부터의 수출은 자동차부품업체의 해외직접투자에 의해 대체될 가능성이 있기 때문임