

엔저의 혜택을 누리지 못하는 일본기업

- 아베노믹스 이후 엔저 진행으로 일본경제가 전체적으로 회복된 것처럼 보이지만, 엔저인데도 고전하고 있는 기업도 있음
- 환율 변동을 기업 이익으로 연결시키기 쉽지 않은 상황이므로 기업의 체질 개선이 요구되고 있음

□ 엔저 효과가 나타나지 않은 4가지 패턴

- '13년부터 본격화된 아베노믹스로 엔저가 진행
 - 업종에 따라 수출이 회복된 산업이 있지만, 타격을 받은 산업도 있어 단순히 엔저가 일본에 유리하다고 할 수 없는 상황
 - 엔/달러 환율은 2년반만에 43.3% 하락, 재료 수입비용의 증가 등으로 부담되는 기업도 있어 적절한 환율 수준을 넘은 과도한 엔저라는 비판도 제기
 - 최근 엔/달러 추이 : ('13.1.2) 86.66엔, ('13.6.3) 100.57엔, ('14.1.2) 105.37엔, ('14.6.2) 101.83엔, ('15.1.2) 119.83엔, ('15.6.1) 124.17엔
- 경제의 글로벌화, 다국적 기업의 지산지소(地産地消)화, 신흥국의 성장, 동일본 대지진 등의 환경 변화로 산업구조가 변화되어 엔저가 되더라도 이전과 같이 수익을 올리기 힘든 기업들의 존재가 부각
- 엔저인데도 이익을 창출하지 못하는 산업이나 기업은 각각 다른 사정이 있지만, 공통 점은 환경 변화에 대응하지 못했기 때문이라는 지적
- 어려움에 처한 일본기업들을 크게 4가지 패턴으로 분류



□ 고객 상실

- 조선 업계는 상황이 나쁘지 않지만 '14.7월부터 수주가 감소, 선박은 수주에서 완성까지 3~4년 걸리기 때문에 '17~18년에는 건조 선박이 크게 감소할 가능성이 큼

한일재단 일본경제연구센터[www.kjc.or.kr]

- 1 -

- WAGYU는 화우보다 30~50% 값이 싸고, 붉은 살이 많아 건강을 생각하는 소비자들로부터 인기
- 엔고 때 ZARA, H&M 등 세계적인 패스트패션 브랜드들이 등장하면서 품질은 좋지만 가격이 비싼 일본 의류 제조업은 수출이 감소
- 일정 수요가 있는 일본국내 시장에 집중한 사이에 해외시장을 개척할 기회를 상실, 엔저가 되어도 수출 영업을 하지 못하는 상태로 쇠퇴
- 과거에는 수출로 일본경제를 지탱했던 섬유 업계는 차세대 인재를 육성하지 못해 해외 마케팅이 약화
- 내수 중심의 사업을 전개하는 동안 글로벌 사업 환경이 변화, 이에 대한 대비책이 없었기 때문에 엔저로 해외시장 진출 기회가 있음에도 불구하고 경쟁력이 통하지 않은 상황

□ 수입가격 상승분, 가격 전가 곤란

- '15.2월 해상 컨테이너로 수입한 대두 가격은 '12년 말 대비 약 40% 상승, 두부의 원료인 식용 대두의 80%를 수입에 의존하는 기업에 큰 타격
- 낫토, 마요네즈 등 대두 가공식품은 대기업들이 높은 점유율을 차지, 두부는 유통업체와의 협상력이 약한 중소기업이 대부분으로 원재료 가격의 상승분을 판매가격에 반영하기 힘든 상황
- 최근 드리스토어(약국+ 슈퍼마켓)나 편의점에서도 두부 판매를 시작, 두부를 사러 온 고객이 다른 상품도 함께 사는 것을 유도하기 위해 두부를 거의 원가로 판매하기 때문에 두부생산 기업들이 잇달아 파산
- 실제로 소득이 증가하지 않았는데도 아베노믹스에 대한 기대감으로 소비자 마인드가 먼저 디스플레이션에서 벗어나 소비성향도 값싼 제품에서 고급제품으로 전환
- 100엔숍 등을 이용하는 사람도 감소, 100엔숍과 같이 가격이 정해져 있는 점포도 수입가격 상승분을 가격에 반영시키지 못하고 있음
- 엔/위안 환율도 '12년 1위안=12엔에서 '14년 말에는 19엔까지 엔저가 진행, 수입 가격이 상승

한일재단 일본경제연구센터[www.kjc.or.kr]

- 3 -

- 수주 감소 이유는 중국 경제의 성장 둔화, 자원 가격의 하락 등으로 선주가 발주를 유보하고 있기 때문임
- 주요 하물 발송자인 자동차기업을 중심으로 한 세계 수출기업들이 미국발 금융위기 이후 사업을 「지산지소형」으로 전환하면서 시장이 있는 국가에서 설계부터 제조, 판매까지 일괄적으로 수행하고 있는 것도 원인
- 그 결과 기업이 국경을 넘어 운송했던 완성품이나 부품의 이동, 즉 해상수송량이 증가하지 않고 있음

- 혼다계열의 오토바이용 부품기업은 거대시장인 태국에서 생산하고 있지만, 태국 경제의 발전에 따라 오토바이 시장이 한계점에 도달
- 자동차 업계에서는 1인당 명목GDP가 3,000달러 이상이 되면 그 국가의 자동차 대중화가 본격화되어 오토바이에서 자동차로 갈아타는 소비자가 증가한다는 경험 법칙이 있음
- 태국의 경우 '06년에 1인당 명목GDP가 3,000달러를 돌파, '13년에는 약 5,600달러를 기록, 오토바이 수요가 감소해도 이상하지 않은 상황, 시장자체가 축소되면 엔저와 상관없이 이익을 올리기 어렵지 않음
- 동일본 대지진으로 공장이 피해를 입은 제지기업은 국내 출하를 우선하고 인쇄용지 수출을 축소했기 때문에 해외 거래처들의 대부분이 조단처를 중국이나 한국으로 전환, 부종 이후 수출을 재개해도 해외 고객을 확보하지 못해 엔저의 혜택을 누리지 못하고 있음
- 고객의 부재가 원인으로 이익을 내기 힘든 기업들은 시장이 축소하고 있는 현상을 신속히 파악하여 새로운 고객을 확보하기 위한 상품 구성이나 영업 전략을 재검토하는 등 노력이 필요했음
- 조선업이나 오토바이업종은 부가가치가 높은 상품으로 새로운 수요를 확보하거나, 제지업종은 해외 신규고객 개척에 주력하는 등의 노력 필요

□ 경쟁력 상실

- 최근 해외에서 일본의 식문화가 유행하는 이유는 건강을 중시하는 사람이 늘어났기 때문으로 마블링이 특징인 일본산 화우(和牛)의 경쟁력이 감소
- 2000년 일본에서 발생한 구제역으로 각국이 수입금지 조치를 강구, '12~13년에 미국과 EU가 수입을 재개하였지만, 미국에서 개량한 신종 WAGYU가 세계에 확산

한일재단 일본경제연구센터[www.kjc.or.kr]

- 2 -

- 가격경쟁력을 향상시키기 위해서는 신상품의 개발이나 다른 가공 식품과 세트로 판매하는 등 부가가치를 높이는 전략이 유효
- 100엔숍 중에는 200~1000엔의 상품을 취급하는 잡화점을 출점하는 등 100엔에 고집하던 비즈니스 모델에서 탈피하여 새로운 형태의 매점 전개에 주력하는 기업도 나타나고 있음

□ 엔고에 대응한 사업구조

- 2000년대 후반, 엔고가 장기화될 것으로 전망, 생산거점을 해외로 이전한 기업들은 급속한 엔저로 인한 제품 코스트 증가로 이익 감소
- 미쓰비시중공업도 가정용 에어컨의 생산 라인을 태국으로 이관, 태국에서 일본이나 유럽, 중동, 아시아 지역으로 수출
- 압축기는 일본에서 엔화로, 본체 플라스틱은 미국에서 달러로, 인건비는 태국 바트로 지불하는 등 다양한 통화를 조합하면서 환율에 좌우되는 않는 경영 체제를 확립하였지만 이로 인해 엔저의 혜택은 한정적
- 언젠 다시 엔고가 될지 예측할 수 없는 상황에서 제조 대기업들이 지금 일본국내로 유턴하기도 쉽지 않음

□ 시사점

- 기업이 환율 변동에 좌우되지 않기 위해서는 끊임없는 구조개혁을 추진할 필요
- 일본의 재정상황이나 무역수지가 악화하면 국제가격이 폭락하여 1달러=200엔과 같은 초엔저 시대가 올 수도 있음

< 엔/달러 환율 변동 시나리오 >			
단기 시나리오			
일본의 금융완화 지속, 미국 금리 인상			
▷ 엔저 지속			
중장기 시나리오①	중장기 시나리오②	중장기 시나리오③	중장기 시나리오④
미일 금리차 확대, 장기	일본이 디플레이션 탈출	일본의 재정 상황이나 무	유럽의 위기 확대, 중국
적으로 일본 금리 상승	성공, 엔이 달러에서	역수지 악화, 국제 가격	부동산 버블 붕괴 등
가능성	고금리-인플레이션 통화로	폭락	세계경제 변화
▷ 엔저 계속	▷ 엔저 지속	▷ 과도한 엔저로	▷ 다시 엔고로

한일재단 일본경제연구센터[www.kjc.or.kr]

- 4 -

- 이와 같이 환율이 장기적으로 어떻게 변동될지 전망하기 쉽지 않기 때문에 환율에 영향을 받지 않는 경영체제 구축이 중요
 - 구체적으로는 글로벌 생산·판매 체제 강화나 고부가가치 상품의 개발, 공장 운영관리 등에 들어가는 고정비의 삭감에 의한 효율적 생산 등
 - 일본은 엔저에도 무역수지 적자가 지속되고 있지만, 서비스수지의 흑자는 더욱 확대될 것으로 예상
- 수출입국을 지향하는 우리나라도 환율 변동에 민감할 수밖에 없지만, 제조업에서 서비스업으로 전환을 포함한 산업구조의 재편이 요구되는 시점
 - 기업들은 환율 변동에 영향을 받지 않도록 지속적으로 새로운 시장을 발굴하고 아이디어를 활용한 투자를 확대시키는 등 기업의 체질강화 전략이 중요
 - 정책으로서는 투자 환경을 정비하고 교육을 통한 인재육성을 강화 등 기업의 성장을 지원하는 정책으로 대응해 나갈 필요

(참고자료)

닛케이비즈니스(2015.5.18), 닛케이비즈니스 온라인(2015.5.19/20/21/22)