

해외진출 일본기업의 유턴 전망

* 이 자료는 일본 商工中金의 보고서『제조업의 국내회귀 : 자산지소의 원칙에 기초한 일부 움직임에 불과』(‘15.10.28)의 내용을 요약, 정리한 것임

- 2013년 말 이후 엔저국면이 지속됨에 따라 엔고 시에 생산거점을 해외에 이전했던 일본기업들이 다시 일본으로 돌아올 것이라는 기대가 컸음
- 물론 최근 해외 일본기업들이 일본 국내로 유턴한 사례가 일부 있기는 하나, 일단 해외로 이전한 기업들이 일본으로 다시 돌아오는데 따른 각종 비용부담 및 리스크 때문에 일본으로의 회귀가 결코 쉽지 않음
- 따라서 앞으로 엔저 폭이 크지 않는 한, 일본으로의 유턴은 역수입을 목적으로 해외로 이전한 일부 기업들에 한정될 전망

- 최근 엔저기조가 계속됨에 따라 엔고 시에 해외로 이전했던 생산거점을 일본 국내로 유턴할 것이라는 기대가 커지고 있음
- 일부 대기업들은 일본 국내 공장으로의 생산이전과 함께 국내 생산비율을 높이는 등 구체적인 사례도 보도되고 있음

1. 일본기업의 해외전략

- 이제까지 일본기업들의 해외진출과 생산거점의 해외이전 결정시 중시된 요인들은 현지수요와 인근 제3국의 수요가 가장 많아, 수요지에 가까운 입지에서의 생산=해외생산이라는 기본전략이 깔려 있음
- 해외진출을 위해서는 인력확보를 포함한 여러 과제들을 해결해야 하는데, 엔고에 의한 해외생산비용 절감은 이러한 기본전략에 비용 면에서 기여

2. 일본기업의 해외현지법인 매출 현황

- 일본의 해외현지법인 매출은 2008년 리먼 쇼크가 발생한 시기를 제외하고 증가추세
- 특히 이 시기는 엔고로 제조비용이 해외보다도 높아져, 해외진출 및 해외로의 생산거점 이전이 가속화된 시기였음

- 이와 같이 일본기업의 해외 생산 활동은 환율변동에 의한 비용변화를 계기로 이루어진 경위도 있기 때문에 엔저가 되면 다시 일본 국내로 유턴할 것이라는 기대가 있었음
- 그러나 2013년 이후 엔저로 반전된 이후에도 일본의 해외현지법인 매출은 높은 수준을 유지하고 있음
 - 일본 제조업의 현지법인 매출을 판매대상지역별로 보면, 현지시장이 71%, 제 3국 시장이 19%, 일본시장은 10%에 그침
 - 이는 현지생산품이 현지에서 소비되는 이른바 「지산지소」형의 생산·판매 전략이라고 할 수 있음
 - 제 3국 시장 판매는 일본 이외의 소비지에 출하되는 것으로 이것도 생산지를 소비지에 가까운 곳에 두는 전략의 일환임
 - 일본시장 판매는 소위 일본으로의 역수입을 위해 비용 면에서 유리한 입지에 생산거점을 이전함으로써 이루어지는데, 전체 판매에서 차지하는 비율은 높지 않음

< 최근 일본기업들의 유턴 사례 >

업종	일본기업	대상제품	규모	생산국
수송기계	도요타	북미시장(캠리)		미국
		북미시장(렉서스RX 일부)		캐나다
	닛산	SUV(로그엑스트레일)	연산 10만대	미국
		미니밴(세레나)	2-30%의 부품	한국, 중국
	혼다	북미·유럽시장, 피트	연산 3만대	멕시코
		미니밴(제이드)	대형부품	
		500CC소형 스쿠터		베트남
	가와사키중공업	중형 이륜차	27만대	태국
		이륜차 부품	전 부품의 1/4	태국
전기기계	파나소닉	전자렌지, 에어컨	일부	중국
	캐논	고가격대의 복합기, 카메라, 프린터	모든 신제품	
	오므론	가정용 혈압계	중국 생산분의 일부	중국, 베트남
	다이킨	가정용 에어컨	연산 25만대	중국
	샤프	백색가전, 액정TV	일부	
	히타치얼라이언스	가정용 룸에어컨	전부	중국
	TDK	스마트폰, 자동차용 부품		중국
일용품	고바야시 제약	소취제 등	모든 신제품	중국

- 업종별로 보면, 자동차 등 수송기계가 51%, 가전 등 전기기계가 17%, 산업용기계 등 일반기계가 9%로 이들 3개 기계업종의 비중이 높음
- 이들 3개 기계업종은 판매대상 지역별로 특징이 있는데, 업종별로 다른 전략을 선택하고 있음
 - 수송기계의 경우 현지판매 비율이 높는데, 이는 과거에 발생한 미일무역마찰 등을 배경으로 일본의 자동차업체들이 종래부터 현지공장을 설립, 현지생산·현지판매 체제가 확립되었음을 시사
 - 일반기계나 전기기계는 일본시장이나 제 3국 시장 판매비율이 평균보다 높는데 이는 인건비가 저렴한 신흥국 등에서 생산하여 소비지인 일본으로의 역수입 또는 제 3국으로의 수출이 활발하다는 점을 시사

3. 주요 기계 업종의 유턴 가능성

- 일본기업들의 해외현지법인 변화를 보면, 전체의 70%를 점하는 현지판매는 높은 수준을 유지하고 있는 반면, 일본시장 또는 제3국 시장 판매는 약간 감소하고 있음
 - 매출의 대부분을 점하는 현지판매용 생산이 활발한데, 이 부분이 전체 해외현지매출의 움직임을 좌우한다고 할 수 있음
- 상기 3개 기계업종 중에서는 수송기계의 현지판매가 크게 증가
 - 일반기계와 전기기계에서는 현지판매가 감소하고 있는데다 제 3국 시장 판매나 일본시장 판매도 감소하는 추세
- 현지판매용 생산은 환율변동의 영향을 배제하고 수송 관련 비용이나 리스크 절감을 목표로 기업이 선택하는 경영전략의 일환임
 - 소비자에 가까운 입지에서의 생산은 일본의 많은 제조업 분야에서 이루어지고 있음
 - 현지 소비부분이 앞으로 일본 국내로 유턴할 것인가는 일본에서의 생산비용이 해외 생산을 능가할 만큼 크게 개선되거나 해외 치안이 크게 악화되는 상황에서만 가능

- 제 3국 시장판매가 감소하고 있는 요인은 공급측보다도 수요 측임
 - 세계경제의 감속 우려가 커지고, 특히 많은 신흥국에서 경기후퇴 조짐이 보여 지는 가운데, 신흥국 중심의 수요가 감소하고 생산 활동이 침체되고 있기 때문에, 일반 기계나 전기기계 등 내구소비재의 출하가 감소하고 있음
 - 신흥국의 수요 감소는 일본으로부터의 수출 감소로도 나타나고 있음
- 對 일본시장 판매 감소는 일본의 경기악화와 크게 관련은 없음
 - 일본 국내생산지수는 전년동월비 감소하고 있으나 감소폭은 그렇게 많음. 對 일본 시장판매(역수입)와 비교하면 감소폭이 적음
 - 실은 이 역수입 부분이 최근 일본으로의 유턴이 발생하고 있는 부분으로, 환율이 엔저로 반전됨에 따라 일본 내 제조비용이 높다는 문제점은 어느 정도 해소되어 왔음
 - 이는 이제까지 과도한 해외생산을 시정하려는 움직임이 나타나고 있는 것으로 해석할 수 있음

4. 전망

- 그러나 다음과 같은 점에서 일본 국내로의 유턴은 현재 일본시장 판매(역수입)부분에 한정될 것으로 예상
- 현지생산·현지판매를 기업의 경영방침으로 삼고 있는 대기업에서 일본 국내로의 유턴이 확대될 여지가 있는 것은 제 3국 시장판매인데, 이 분야에서 생산거점의 국내 유턴이 발생하기 위해서는 몇 가지 조건이 충족되어야 함
 - 현재 환율수준이나 비즈니스 환경을 전제로 하면, 일본의 많은 대기업들이 2015년에도 해외사업을 일본 국내로 유턴시키려는 움직임은 보이지 않고 있음
- 기업들이 해외생산을 우선하는 이유로는, ①앞으로도 확대될 것으로 예상되는 해외 수요에 대응(지산지소), ②해외생산비용이 여전히 일본보다 높고, ③일단 해외에 이전한 생산거점을 일본으로 되돌리는데 따른 비용, ④엔저 국면이 지속될 것이라는 확신이 없다는 점 등을 들 수 있음

○ 이들 4개 요인별 현황을 보면 다음과 같음

① 대기업의 경우에는 세계 생산거점 가운데서 소비지에 가까운 최적지에서 생산, 환율 변동에 중립적인 경영체제 확립이 이루어지고 있음

- 일본 내 수요가 감소기조에 있는 한편, 해외수요는 안정적인 성장이 예상되기 때문에 현지에서의 생산체제가 유지되고 있음
- 이들 대기업들로부터의 요청도 있어, 중소기업에서도 해외생산을 중시하는 자세가 강해지고 있음
- 2004~2007년 엔저 시에 일본 국내에서 적극 투자를 실시했으나, 그 후 해외의 기술향상이나 생산비용면에서의 유리성 때문에 해외진출이 가속화됨에 따라, 일본 국내의 과잉설비가 경영의 과부하로 작용

② 해외생산비용은 특히 중국의 임금상승 등으로 상승하고 있으나 일본과 비교하여 여전히 유리함

- 최근 일본에서는 노동력부족에 의한 노동비용 상승, 에너지 비용부담의 증가 등이 발생하고 있는바, 생산비용면에서는 해외가 유리

③ 해외 진출 시 인적·금전적 투자비용이 크고, 철수에 대한 심리적인 장벽이 높음

- 해외진출 결단은 결코 간단하지 않으며, 가령 철수하는 경우 노동보상금 등의 준재가 경영의 부담으로 작용하기 때문에, 철수를 결단하는 데는 상당한 경영판단이 필요

④ 2008년 이후 약 5년간은 엔고로 일본의 많은 제조업들이 어려운 시기였음

- 실제로는 리먼 쇼크나 동일본 대지진 등 돌발적인 경제적 충격으로 인해 경기가 침체된 면도 크나, 엔고에 대한 혐오감이 커졌던 것만은 틀림없음
- 2013년 이후 엔저 국면은 3년째를 맞고 있으나, 언제 엔고국면으로 반전될지 모른다고 하는 심리가 일본 국내로의 생산이전을 주저케 하는 요인으로 작용

○ 일본정부나 일본은행의 조사에서도, 이들 4개요인들 때문에 일본 국내로의 유턴이 어렵다는 기업 측의 이유가 드러나고 있음.KJCF