

제4회 한일경제협회 회원사 간담회

2010. 6. 22 (화)
COEX 3F Hall E



삼단 **한일경제협회**

— 목 차 —

■ 제4회 한일경제협회 회원사 간담회 개요	2
■ 강연자료 1	4
『최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가』 김규판 대외경제정책연구원 일본팀 부연구위원	
■ 강연자료 2	21
『일본의 상도에서 우리가 배울 점』 홍하상 작가 겸 중앙대학교 초빙교수	
■ 한일경제협회 사업안내	34
■ 한일경제협회 현황	37

제4회 한일경제협회 회원사 간담회 개요

1. 목 적

- 회원서비스 강화의 일환으로 한일간 이슈에 대한 전문가 초청 강연 등을 실시하여 對 일본 관심도 제고 및 정보 제공
- 회원간의 교류를 통한 협회 사업 안내 및 회원사의 요망사항 모니터링

2. 일 시 : 2010년 6월 22일(화) 14:30~20:00

3. 장 소 : 강남구 삼성동 COEX 3층 Hall E (E7)

4. 주요프로그램 : 강연회 / 협회사업 안내 및 의견교환 / 간담회(석식)

5. 참 석 자 : 회원사 대표 및 임원, 실무담당자 (명단 별첨)

6. 세부진행순서

시간	내 용
14:30~14:35	개회
14:35~15:05 (30분)	강연 : 『최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가』 - 강사 : 김규판 대외경제정책연구원 일본팀 부연구위원
15:05~15:25	질의응답
15:25~15:35	휴식
15:35~17:25 (100분) * 10분 휴식	강연 : 『일본의 상도에서 우리가 배울 점』 - 강사 : 홍하상 작가 겸 중앙대학교 초빙교수
17:25~17:45	질의응답
17:45~17:50	인사 : 지광훈 한일경제협회 전무이사
17:50~18:00	협회사업 안내 및 의견교환
18:00	폐회, 이동
18:30~20:00	간담회(석식) : 인근 식당

7. 강연 개요

◆ 강연 : 『일본의 상도에서 우리가 배울 점』

- 홍하상 교수가 20여 년간 일본을 100여 차례 오가며 현지 취재를 하고 집대성한 일본 상인 시리즈의 결정판 ‘일본의 상도’를 통해, 일본이 어떻게 불황을 극복했는지 살펴보고 우리의 대안을 생각해 보면서 일본의 근간이 되는 그들만의 정신과 문화를 배워 봄.



- 강사 : 홍하상 작가 겸 중앙대학교 초빙교수

1955년 서울에서 출생하여 중앙대 문예창작학과를 졸업했고, 이후 28년간 전문적인 논픽션 작가로서 일을 해왔음. 삼성경제연구소 ‘SERI CEO’에서 2004년부터 현재까지 ‘상인 열전’을 강의 중이며, 삼성전자 등 대기업과 중소기업, 각 대학 경영대학원의 최고경영자 과정에서 강의하고 있음

◆ 강연 : 『최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가』

- 글로벌 금융위기 이후 일본 정부는 아시아지역을 중심으로 신흥시장 진출 전략을 강화하고 있음. 이는 글로벌 금융위기 이후 신흥시장의 경제성장에 따라 중산층이 급속히 확대될 것이라는 기대감에서 비롯됨. 우리 정부와 기업은 이를 예의주시하고 중장기적 대응책을 모색할 시점에 와 있음.



- 강사 : 대외경제정책연구원 김규판 일본팀 부연구위원

1992년 연세대학교 경제학과 석사
2005년 일본 게이오대학 경제학연구과 경제학박사
저서로는 ‘정부산하기관 경영평가 제도의 운용실태’, ‘일본의 지방재정개혁 및 재정분석·평가에 관한 연구’, ‘일본의 저탄소사회전략에 관한 연구’ 등이 있음

첨부자료 : 1. 강연 자료 ‘일본의 상도 400년’

2. 강연 자료 ‘최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가’
3. 협회사업 안내
4. 한일경제협회 현황

최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가

김 규관
대외경제정책연구원 부연구위원

1. 개요

■ 2008년 글로벌 금융위기를 계기로 일본 정부와 기업은 아시아 신흥시장에 대한 다각적인 진출 전략을 모색하고 있음.

- 아시아경제권의 삼각구도가 '일본-ASEAN-중국'에서 '중국-ASEAN-인도'로 바뀔 것으로 예상되는 가운데, 일본 정부와 기업은 이러한 조류에 어떻게 대처하느냐가 자국의 운명을 결정하는 것으로 인식하고 있음.
- 일본 정부는 2009년 4월 '아시아경제배증을 위한 성장 구상'을 발표한 데 이어, '볼륨 존 이노베이션'이나 'BOP 비즈니스 지원'과 같은 자국 기업의 신흥시장 진출 지원책을 제시함.¹⁾
 - 특히 일본 정부는 '아시아소득배증 구상'의 일환으로 2009년 동아시아정상회의(EAS)에서 논의되었던 아시아종합개발계획에 관한 최종안을 2010년 3월 말 발표함.
- 일본 기업 역시 중국, ASEAN, 인도 등 아시아 신흥시장이 생산거점에서 소비시장, 나아가 연구개발거점으로 변화되고 있다고 인식함.²⁾
 - 일부 제조업체에서는 이러한 흐름에 맞춰 제품 기획·개발의 현지화, 부품의 현지 조달체계 강화, 해외생산네트워크의 재편 등과 같은 경영전략 변화를 시도하고 있음.

1) 볼륨 존(Volume Zone)은 신흥국의 중산층, BOP(Base or Bottom of the Economic Pyramids)는 저소득층을 의미함.

2) 일본 경제산업성이 2009년 1월 중국(장강델타경제권)에 진출한 일본 기업 130개사를 대상으로 실시한 설문조사 결과에 따르면, 현지 진출목적이 진출 당시에는 값싼 인건비 활용이 52.3%였으나 현재는 40.8%로 감소한 반면, 현지 판매를 목적으로 한 시장개척은 39.4%에서 56.9%로 증가함.

2. 일본 정부의 아시아 신흥시장 증시전략

- 일본 정부는 아시아 신흥국의 대규모 인프라 정비를 주도하고 그간 일본 기업이 등한시한 불륨 존 및 BOP 시장개척을 적극 지원할 예정임.
- 일본 정부가 현재 추진 중인 아시아 신흥시장 진출 전략은 ‘아시아종합개발계획’, ‘불륨 존 이노베이션’, ‘BOP 비즈니스 지원’ 등으로 구체화되고 있음.

2-1. 아시아종합개발계획

- 일본 정부는 2020년을 목표로 한 ASEAN-중국-인도에서의 광역 인프라 정비계획을 담은 아시아종합개발계획을 발표함(3월 30일).
- 일본 민주당 정권은 2009년 말 발표한 신성장전략 기본방침을 통해, 아시아 시장을 ‘내수’로 인식하여 2020년까지 APEC 자유무역지대(FTAAP)를 구축하고 아시아 소득을 배가하겠다는 구상을 발표한 바 있음.
- 이번 아시아종합개발계획안은 ERIA와 ASEAN 사무국, ADB 3개 기관이 2009년 동아시아정상회의(EAS)의 요청에 따라 수립한 것임.

[그림 1] 아시아종합개발계획에서의 4대 개발권역



주: BIMIP는 브루나이, 인도네시아, 말레이시아 및 필리핀, IMT는 인도네시아, 말레이시아 및 태국을 의미함.

자료: 日本經濟新聞, 2010년 3월 30일자.

- 아시아종합개발계획안에 따르면, ASEAN과 중국, 인도 일부지역을 아우르는 지역을 4개 개발권역으로 나누고 각 권역별로 우선 육·해·공의 교통망과 물류망부터 정비할 예정이다.
- 향후에는 발전소, 공업단지, 물류거점, 통신망, 자원·에너지개발 등으로 협력분야를 확대
- 이번 계획안은 일본 정부가 이전부터 추진해온 메콩종합개발, BIMP 광역개발, 메콩-인도 산업대동맥, IMT 성장삼각지대개발계획을 망라한 것이고, 델리-뭄바이 산업대동맥(Delhi-Mumbai Industrial Corridor;이하 DMIC) 프로젝트는 별도로 추진함.
- 자금조달과 관련하여 일본 정부는 전체 2,000억 달러 중 1,100억~1,300억 달러는 일본, 중국 등 역내 주요국과 ADB 등으로부터 조달하고, 나머지는 현지 정부와 외자를 포함한 민간기업 간의 민관파트너십 형태로 조달한다는 방침임.
- 이번 계획안은 오는 7월 동아시아 경제각료급회의에서의 논의를 거쳐, 10월 베트남 하노이에서 개최되는 동아시아정상회의에서 최종 승인될 것으로 보임.

■ 한편 일본 정부는 아시아종합개발계획과는 별도로 인도의 인프라 정비 및 원자력 발전소 건설 수주에 주력하고 있음.

- 일본 정부가 주도하는 DMIC 프로젝트는 인도 델리와 뭄바이간 약 1,500km에 화물전용철도를 부설하고, 그 주변지역에 공업단지, 물류단지, 발전소, 항만, 주택, 상업시설 등을 정비하려는 초대형 인프라 건설 계획임.
- 개발대상지역은 6개 州의 총 24개 지역으로서, 인도 영토의 16%(약 51만km², GDP의 40%)에 해당하고, 인도에 진출하고 있는 일본 기업의 80%가 이 지역에 밀집할 정도로 인도와 일본 양국의 전략지역임³⁾.
- 인도 정부는 2018년까지 총 사업비 900억 달러의 100개 이상의 인프라 건설 사업을 이 지역에 유치하고, 이 중 700억 달러 정도는 민간자본으로 충당한다는 계획

3) 라자스탄州의 인도 산업개발공사는 DMIC 프로젝트와는 별도로 일본기업 전용의 공업단지(님라나공업단지)를 정비하여 일본의 자동차관련 기업의 진출이 시작되고 있음.

[그림 2] DMIC 프로젝트 대상 지역



자료: DMIC 개발공사, 2010.6

- 2008년 1월 인도 정부는 DMIC 개발공사를 설립하였고, 2009년 12월에는 양국이 개발 계획을 수립함과 동시에 1억 5,000만 달러의 공동 프로젝트 개발 기금도 조성함.
- o 또한 일본 정부는 인도 정부와 에너지 관련 장관급회의를 통해 원자력협정체결 등 원자력협력방안을 논의하고 있음.
- 인도 정부는 20기 이상의 원자력발전소 건설계획을 갖고 있고, 이미 미국, 프랑스, 러시아 등과 원자력협정을 체결하였으며 일부는 발주가 끝난 상태임.

2.2. 불륨 존 이노베이션 추진

- o 일본 정부는 신흥국의 불륨 존 시장에 대한 공략은 기본적으로 기업의 몫이고, 정부로서는 투자환경 개선 등과 같은 제도보완을 서두른다는 입장임.
- 일본 정부와 기업은 신흥국의 중산층 시장을 공략하기 위해서는 생산원가 절감, 생산 공정의 재편, 효율적인 마케팅전략 등과 같은 '불륨 존 이노베이션'이 필요하다는

데 공감함.

- 일본 정부는 2009년 9월 『통상백서』를 통해 우선 일본 기업의 현지 생산화에 도움이 되도록 아시아 인재육성사업을 강화하겠다는 방침을 표명함.
 - 일본 정부는 아시아의 우수 인재를 유치하기 위해 ‘아시아 인재 자금 구상’을 이미 2007년부터 실시 중에 있음.
- 한편 일본기업의 라이선스 생산모델을 신흥국에 정착시키기 위해 양국간 투자협정 체결 확대, 지식재산권 보호 강화, 이중과세방지 등과 같은 제도적 보완을 강구한다는 방침임.
 - 이러한 방침은 그간 신흥국에서는 일본 기업이 보유하고 있는 제품의 설계나 제조 기술을 현지 기업이 라이선스료를 지급하지 않고 사용하는 사례가 많았다는 지적에 근거함.
 - 지금까지 일본 정부의 ‘투자장(chapter)’을 포함한 EPA(Economic Partnership Agreements) 체결건수는 9건⁴⁾ 양국 간 투자협정 역시 15건⁵⁾(독일 135건, 중국 123건, 한국 87건, 미국 47건)에 불과함.⁶⁾

2-3. BOP 비즈니스 지원

- 일본 정부는 2010년 2월 『BOP 비즈니스 정책연구회 보고서』를 통해 일본 기업이 신흥국 저소득층(BOP) 시장에 적극 진출할 수 있도록 지원체계를 강화하겠다는 방침을 밝힘.
 - 일본 경제산업성은 2009년 5월 『2009년판 제품생산(모노즈쿠리)백서』에서 신흥국 BOP 비즈니스의 중요성을 강조한 바 있음.

4) 일본이 체결한 ‘투자장(chapter)’을 포함한 EPA: 싱가포르(2002. 11), 멕시코(2005. 4), 말레이시아(2006. 7), 칠레(2007. 9), 태국(2007. 11), 브루나이(2008. 7), 인도네시아(2008. 7), 필리핀(2008. 12), 스위스(2008. 9).

5) 이집트(1978. 1), 스리랑카(1982. 8), 중국(1989. 5), 터키(1993. 3), 홍콩(1997. 6), 방글라데시(1999. 8), 러시아(2000. 5), 몽골(2002. 3), 파키스탄(2002. 5), 한국(2003. 1), 베트남(2004. 12), 캄보디아(2008. 7), 라오스(2008. 8), 우즈베키스탄(2008. 9), 페루(2009. 12).

6) 吉池直樹, 「日本の對外投資支援策」, 『e-MEXI』, 日本貿易保險. 2010. 3.

- BOP 비즈니스는 신흥국의 저소득층이 직면하고 있는 빈곤 등의 문제를 해결하기 위해 NGO/NPO와의 연계를 추구하되 비즈니스 관점에서 추진한다는 점이 특징임.⁷⁾
- 일본 정부는 2009년 추경예산에 처음으로 2.8억 엔의 BOP 비즈니스 관련 예산을 편성한 바 있고, 조만간 'BOP 비즈니스 추진 플랫폼'이라는 민관합동 추진 기구를 설립할 계획임.
- 현재 일본 정부의 지원책은 주로 세미나 개최나 홍보활동에 집중되고 있으나, 앞으로는 'BOP 비즈니스 촉진제도'를 통해 현지 정보수집이나 개별 사업의 타당성 조사, 기업의 시제품 판매 등을 직접 지원한다는 방침임.
- 지원분야로는 교육, 보건의료·복지, 물·위생, 농림수산업, 식료·영양과 같은 빈곤퇴치 관련 분야, 환경·에너지, 가전·산업기계와 같은 일본 기업의 강점분야, 정보·통신, 금융, 운수·수송 기계와 같은 인프라분야를 선정함.

3. 일본 기업의 신흥시장 투자전략 변화

3-1. 일본 기업의 전통적 비즈니스 모델의 위기

■ 일본 기업의 경쟁력 강화를 위해서는 비즈니스 모델을 수정해야 한다는 주장이 제기됨

- 글로벌 금융위기 이후 일본 국내에서는 그간 일본 경제의 근간이라 자부해왔던 제조업마저 국제경쟁력이 약화되고 있다는 위기론이 확산됨.
- 이러한 위기론의 중심에는 1990년대 중반 들어 생산방식의 모듈화가 급진전됨에 따라 한국, 대만, 중국기업 등에 비해 일본 기업의 가격경쟁력이 뒤떨어지고 있음이 자리 잡고 있음.
- DRAM 메모리는 물론, 최근에는 태양전지 셀과 같은 분야에서도 일본 기업의 세계 시장점유율이 급락하고 있음.

7) BOP 비즈니스는 2000년 초부터 유럽과 미국 기업을 중심으로 활발히 전개되고 있고, 일본에서도 스미토 모화학이 1992년에 아프리카 지역에 살충제를 가미한 모기장을 판매한 경험이 있음.

[그림 3] 일본의 주요 전자제품의 세계 시장점유율 하락 사례



자료: 小川紘一, 「プロダクト・イノベーションからビジネス・イノベーションへ」, 2009. IAM Discussion Paper.

- 일본 기업들은 전통적으로 연구개발, 생산, 판매 등 일련의 공정을 기업 스스로 혹은 수직통합을 통해 대처하여 왔음.
- 그러나 이러한 수직통합형 모델은 시장의 반응에 둔감하고 연구개발에 지나치게 많은 시간이 소요되는 문제 등을 드러내었다는 평가임.
- 이에 따라 생산 공정의 일부를 외국기업을 포함한 외부에 위탁하는 등 다른 기업과의 파트너십을 강조하는 오픈 이노베이션형으로 비즈니스 모델을 전환해야 한다는 주장이 제기되고 있음.

3.2. 일본 제조업체들의 신흥국 전략 수정 방향

- 일본 제조업체들은 그간 선진국이나 개도국 내 고소득층을 타깃으로 고품질·고성능 제품에 주력함.
- 지금까지 전자업체를 중심으로 한 일본 기업들은 고품질·고성능을 경쟁우위요소로 인식한데다 브랜드 훼손에 신중한 자세를 보여 중저가품 생산에 소극적이었음.
- 그러나 글로벌 금융위기 이후 선진국 시장의 축소, 엔고로 인한 가격경쟁력 저하를 경험함.

- 이에 따라 일본 기업들의 신흥국 볼륨 존 시장에 대한 관심이 늘어났고, 기존 해외 전략으로는 한국, 중국 업체와의 경쟁에서 승산이 없다는 인식이 확산됨.



주: 수출 1품목당 수출가격을 종합적으로 지수화한 것. 수출품의 고부가가치화가 진행되면 1품목당 가격이 높아지고 지수도 상승함.
 자료: 經濟産業省, 『通商白書 2009』, 2009. 9.

- 일본 기업의 해외전략 수정은 제품 기획·개발의 현지화, 부품의 현지 조달체계 강화, 마케팅전략의 수정, 제조공정과 해외생산 네트워크의 재편 움직임으로 가시화됨.
 - 첫째, 제품의 기획·개발 단계에서는 해당 신흥국 특유의 문화나 전통, 경제발전 정도를 적극 반영하여 제품을 개발한다는 전략임.
 - 파나소닉은 2009년부터 인도네시아에서 현지 전력사정을 감안해 전력을 덜 소비하는 가전제품(냉장고, 세탁기, 에어컨)을 대대적으로 생산하고 있음.
 - 인도에서는 히타치가 인도인의 기호를 반영하여 바람이 직접 피부에 닿는 에어컨을 출시하였고, 소니는 뮤지컬 영화를 대형 화면으로 즐기고자 하는 인도인의 특성을 감안한 액정 TV를 개발함.
 - 둘째, 신흥국에 진출한 일본 기업들은 현지 부품조달비율⁸⁾이 낮고, EMS(전자제품 제조서비스)나 ODM(제조업자 설계 생산)과 같은 외부기업 활용도가 낮은 것으로 지적되었으나 최근 변화의 움직임이 나타나고 있음.

8) 2008년 기준, 아시아지역에 진출한 일본 기업의 부품 현지 조달비율은 52.4%로 미국 기업의 62.5%보다 낮게 나타남(經濟産業省, 海外事業活動基本調査, 2009).

- 일본 기업이 EMS를 활용하지 않고 자사 제조방식에 집착한 나머지 세계시장에서 경쟁력을 상실하고 있는 대표적 사례로는 노트북시장을 들 수 있음.⁹⁾
- 최근 일본 기업의 EMS 활용사례로는 다이킨공업의 인버터 에어컨 생산 시 중국 기업의 활용과 샤프의 중국 합자회사에 대한 기술이전을 수반한 액정패널의 현지 생산체제 구축이 대표적임.
- 셋째, 신흥국에서 일본 기업의 타깃 고객층이 중산층으로 전환됨에 따라 마케팅전략도 일본 내에서 판매하는 제품을 그대로 판매하는 방식을 지양하고, 업종별로 차별화된 전략을 구사하려는 움직임이 나타나고 있음.
- 섬유업체들과 같이 고부가가치화나 품질제고에 더 역점을 두는 산업도 있지만, 가전업체들처럼 기존 고부가가치·고품질 마케팅전략을 유지하면서 현지 수요에 맞는 제품을 생산하겠다는 기업도 증가하고 있음.
- 마지막으로 신흥국 중산층의 구매력을 반영한 가격대의 제품을 생산할 수 있도록 핵심부품의 생산기지를 해외로 이전하는 등 제품의 제조공정과 해외생산네트워크에도 대대적인 수술이 필요하다고 인식함.
- 파나소닉은 2009년 11월 일부 전자레인지 생산부문을 중국 상하이로 이전하고, 전기 난방기와 좌변기 생산부문도 중국 항저우로 이전한다는 방침을 정함.
- 혼다는 세계 8개 지역에 산재해 있는 부품조달공장을 2013년까지 현재의 절반수준으로 줄이고 조달지역은 미국, 일본 등지에서 아시아 신흥국 중심으로 전환하는 등 해외생산네트워크를 재편한다는 방침임.

3-3. 내수형 일본 제조업체들의 아시아 신흥시장 진출 가세

- 음료, 의약품, 생활용품 등 기존 내수형 제조업체들도 아시아 신흥국의 볼륨 존 시장 개척에 가세함.

9) 2000년대 초반 노트북시장에서 일본 제품(도시바, NEC, 후지쯔, 소니)의 세계 시장점유율은 38.6%에 달했으나 2007년 말에는 18.3%로 급감함.

- 일본의 내수형 제조업체들은 일본 시장의 축소를 만회하기 위해 신흥시장 진출을 적극 추진하거나 현지 실정을 감안한 제품 출시 및 마케팅 전략을 구사하고 있음.
 - 오츠카제약은 최근 인도네시아에서 포카리스웨트 생산공장을 신설함과 동시에 의약품 판매에 착수하였고, 야쿠르트는 2009년 12월 인도네시아 수마트라 섬에 지점을 개설함.
 - 라이온은 말레이시아에서 가정배수에 의한 오염문제를 의식하여 기존 제품과는 차별화된 식물원료(MES)를 사용한 의류용 분말세제 생산공장을 2009년 12월 가동함.
 - 시세이도는 중국에서 현지 뷰티 컨설턴트를 채용해 대면판매방식으로 불륨 존 시장을 공략함으로써 매출신장효과를 거두고 있음.
 - 유아용품 제조업체인 피죤 역시 마케팅전략에서 중국 내륙부와 인도(델리 및 뭄바이)에서 현지 판매인 교육과 경영지원을 강화하고 판매유통망을 급속히 확대하고 있음.
- 일본 서비스업체들도 국내시장의 축소, 경쟁격화, 가격하락에 따른 수익 악화를 타개하기 위해 해외진출을 활발히 전개하고 있음.
- 세콤(경비업체), 와타베웨딩(웨딩사업), 고쿠라쿠유(온천시설), 가큐사(교육) 등 다양한 서비스업체들이 아시아 지역에서의 사업진출·확대 계획을 연이어 발표하고 있음.

[표 1] 일본 서비스업체의 중국·아시아 사업 추진

기업명(업종)	주요 내용
세콤(경비)	• 베이징, 상하이, 다롄 등의 기존 거점에 추가하여 향후 2~3년 이내에 충칭, 시안 등 내륙지역으로 거점을 확대
와타베 웨딩(웨딩업)	• 중국, 홍콩, 대만의 현지인을 대상으로 해외 리조트 결혼 상품 판매
고쿠라쿠유(온천시설)	• 2011년 3월까지 중국 부유층 대상의 온천시설 개업
HIS(여행업)	• 2010년 10월까지 태국 등 동남아시아를 중심으로 해외거점 30~50개 개설
가큐사(교육)	• 아시아 각국에서 일본인 주재원 자녀 대상 학원을 3~5개 개교
가쿠겐 홀딩스(교육)	• 2010년 중에 인도와 대만에서 현지인 자녀를 대상으로 과학실험교실 운영
ABC 쿠킹Studio(요리)	• 2010년 11월부터 한국에서 소수 정원 요리교실을 전개

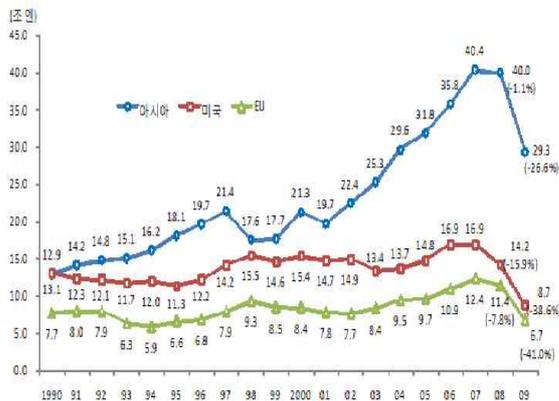
자료: 日本經濟新聞, 2010년 2월 17일자.

4. 일본의 신흥시장 증시전략의 배경

■ 글로벌 금융위기 이후 선진국시장의 침체가 일본 정부·기업의 신흥국시장에 대한 관심을 촉발함.

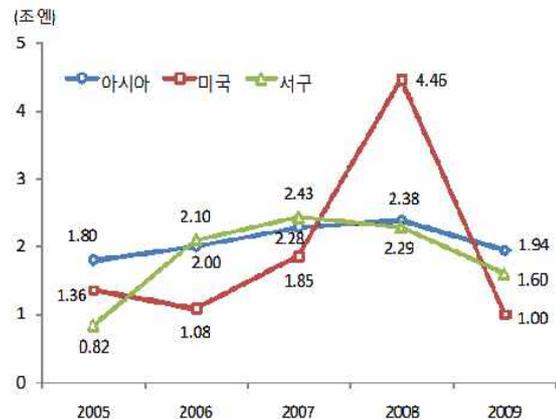
- 일본의 지역별 수출추이를 보았을 때, 아시아지역의 비중이 높아진 것은 2000년 이후이나 글로벌 금융위기 이후 선진국의 경기침체는 신흥국시장의 중요성을 더욱 부각시킴.
- 2008년 일본의 아시아지역에 대한 수출액은 전년대비 1.1%(2009년: 26.6% 감소) 줄어 들었으나, 미국의 경우는 전년대비 15.9% 감소(2009년: 38.6% 감소)하였음.

[그림 5] 일본의 주요 지역별 수출액 추이



주: () 안은 전년대비 증감률임.
자료: 財務省, 貿易統計.

[그림 6] 일본의 주요 지역별 해외직접투자 추이



자료: 日本銀行, 國際收支 統計.

- 일본의 지역별 해외직접투자(ODI) 추이를 보아도, 2008년 글로벌 금융위기는 미국, EU와 같은 선진국시장보다는 신흥국에 대한 관심을 높이는 계기로 작용했음을 알 수 있음.
- 일본의 수출의존도¹⁰⁾가 다른 국가들에 비해 낮다는 점도 수출 중심의 경제성장전략에 비중을 두는 방향으로 작용함.

10) 2008년 기준 주요국의 수출의존도(수출/GDP 비율): 한국 54.8%, 독일 47.5%, 중국 36.6%, 영국 28.1%, 프랑스 26.6%, 일본 17.4%, 미국 12.6%임.

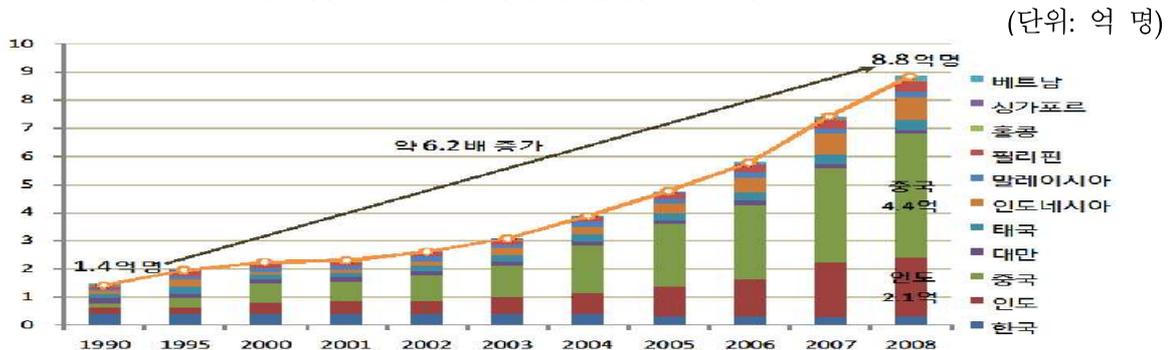
- 한편 글로벌 금융위기를 계기로 미국·EU보다는 아시아지역에 진출한 일본 해외법인의 경상이익 비중이 대폭 확대됨.

- 2008년 이전까지는 일본의 전체 해외법인의 경상이익 중 아시아에 진출한 현지법인의 비중이 50% 미만이었으나 2008년에는 70%에 근접함.

■ 글로벌 금융위기에도 불구하고 신흥국의 경제성장에 따른 시장 확대도 일본 기업의 신흥국에 대한 관심을 제고시키고 있음.

- 일본 기업들이 신흥국의 볼륨 존에 주목하는 이유는 우선 경제성장과 함께 볼륨 존 인구가 급증하고 있고, 인프라설비는 물론 가전제품과 자동차와 같은 내구소비재의 보급률¹¹⁾이 낮아 진출여지가 크기 때문임.

[그림 7] 아시아지역의 볼륨 존 인구 추이



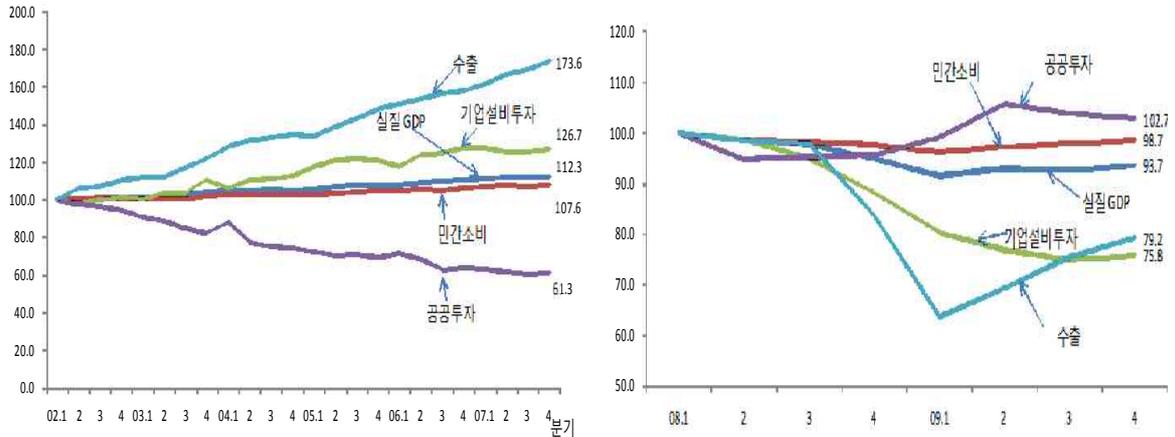
■ 내수시장 확대를 통한 경기침체 극복론이 한계에 부딪친 것도 외수, 특히 신흥시장에 대한 관심 증가에 기여함.

- 일본은 2002년부터 2007년까지 수출 주도의 경제성장을 실현하였으나 글로벌 금융위기로 수출이 급감하자, 일각에서는 내수확대를 통해 경기를 회복해야 한다는 주장을 제기함.

11) 중국과 인도의 주요 내구소비재별 보급률(2007년): 컬러TV → 중국 98.6% 인도 78.9%, 휴대폰 → 중국 93.3%, 인도 9.5%, 승용차 → 중국 6.2%, 인도 5.5%, PC → 중국 53.7%, 인도 13.4%, 세탁기 → 중국 68.1%, 인도 18.2%임.

[그림 8] 글로벌 금융위기를 전후로 한 일본의 수요항목별 경제성장 추이

① 2002년 1/4분기~2007년 4/4분기('02년 1/4분기=100) ② 2008년 1/4분기~2009년 4/4분기('08년 1/4분기=100)



자료: 内閣府.

- 그러나 일본 경제가 중장기적으로 내수 중심의 경제성장을 도모하기에는 인구감소, 고령화라는 구조적 한계¹²⁾가 있고, 민주당 정권 역시 내수확대를 보장할 수 있는 제도개혁에는 미온적이어서 내수시장 확대에는 한계가 명확하다는 인식이 확산됨.
 - 특히 내수확대를 위해서는 사회보장제도의 확충을 통한 국민들의 미래 불안해소와 신성장동력 확보 차원에서의 규제완화가 중요함.
 - 그럼에도 민주당 정권은 사회보장제도의 재원확보방안인 소비세 인상에 대해 2011년 까지 검토하지 않겠다는 입장이고, 규제완화에 대해서는 약자보호라는 명분에서 논의를 본격화하지 않고 있음.
- 글로벌 경쟁이 격화되고 있는 가운데 일본 기업들이 비용절감 차원에서 고용확대에 소극적일 수밖에 없다는 측면에서도 내수확대를 통한 경기침체 극복론은 한계를 지님.

5. 평가와 시사점

12) 일본의 인구는 2004년 1억 2,784만 명을 정점으로 감소추세에 있고, 2015년에는 1억 2,543만 명(이 중 65세 이상의 고령자 비율: 26.9%), 2055년에는 8,993만 명(고령자 비율: 40.5%)으로 감소할 것으로 추계됨(일본 内閣府).

5-1. 평가 및 전망

- 글로벌 금융위기 이후 일본 정부와 기업의 신흥시장 중시전략은 내수시장의 한계를 극복하려는 신성장전략의 일환임.
- 일본 정부의 아시아중시전략은 기본적으로 일본 인구의 감소와 고령화로 내수시장 확대에 한계가 있다는 인식에서 비롯됨.
- 이러한 새로운 전략은 일본기업이 타깃 존을 신흥시장의 중산층으로 확대하고, 일본 정부는 저소득층(BOP)으로까지 시장을 확대하도록 기업지원체계를 갖춘다는 것을 골자로 함.

[그림 9] 세계의 소득피라미드와 일본의 새로운 진출전략

세계인구의 소득피라미드 구성	일본 기업·정부의 진출전략
	<ul style="list-style-type: none"> -일본 기업의 기존 진출 전략 · 선진국과 동일한 고품질·고성능 제품 투입
	<ul style="list-style-type: none"> -일본기업의 볼륨 존 시장 강화전략 · 생산공정, 마케팅, 해외생산네트워크 등 기존 해외투자전략을 재검토 *미국, 유럽, 한국, 중국 기업에 비해 일본 기업의 시장지배력이 약함
	<ul style="list-style-type: none"> -일본 정부의 BOP 비즈니스 촉진지원제도를 통한 기업진출 모색 · NGO·NPO 활동과 비즈니스 창출의 융합을 시도 *주로 현지 신흥국 기업이 시장지배

- 새로운 신흥시장 진출 전략이 가시적인 성과를 거두기 위해서는 일본 기업의 비즈니스 모델에 변화가 뒤따라야 하나, 현재로서는 다음과 같은 과제가 남아 있음.
- 일본 기업이 선진국 기업은 물론 한국, 중국 등 신흥 경쟁국 기업과의 경쟁에서 살아남기 위해서는 수직통합형 비즈니스 모델을 전면 수정해야 한다는 부담이 있음.
- 그간 일본 기업들은 수직통합과 자국 기업과의 거래에 익숙한 나머지 현지기업이나 외국기업과의 파트너십 구축에는 취약하다는 평가가 지배적임.

- 이에 따라 제조업분야에서 모듈화가 보편화되고 있는 가운데, 일본 기업이 EMS 등을 활용하여 개방적 기업협력관계를 구축하고 생산비용절감체제를 갖추기에는 다소 시간이 소요될 것으로 보임.
- 마케팅전략과 관련해서도 일본 기업은 현지 판매유통망을 구축하고 현지 인재를 육성·교육하는 측면에서 상대적으로 취약하다는 평가를 받고 있음.
- 일본 정부의 기업지원전략 역시 효과를 발휘하기 위해서는 다음과 같은 과제를 해결해야 할 것으로 보임.
- 일본 정부는 신흥국과의 자유무역협정(EPA)이나 투자협정 체결 등 제도적 지원 측면에서 다른 국가보다 취약하다는 평가를 받고 있음.
- 지금까지 일본 정부의 '투자장'을 포함한 EPA 체결건수는 9건, 양국간 투자협정 역시 15건에 불과함.
- 한편 일본 정부는 신흥국에서의 지식재산권보호문제나 현지 인재육성지원문제에 대해 만족할 만한 성과를 거두지 못하고 있음.
- 일본 정부가 『통상백서』를 통해 강조하고 있는 신흥국의 BOP 시장 진출지원방안 역시 정보수집이나 사업계획 수립, 시제품에 대한 자금지원수준에 그치고 있음.
- BOP 비즈니스의 성공에 필수적인 기업과 현지 및 국제 NGO/NPO 간 효과적인 연계와 기업의 사회적 책임(CSR) 측면에서도 일본 기업의 인식 수준은 아직 낮다는 평가임.

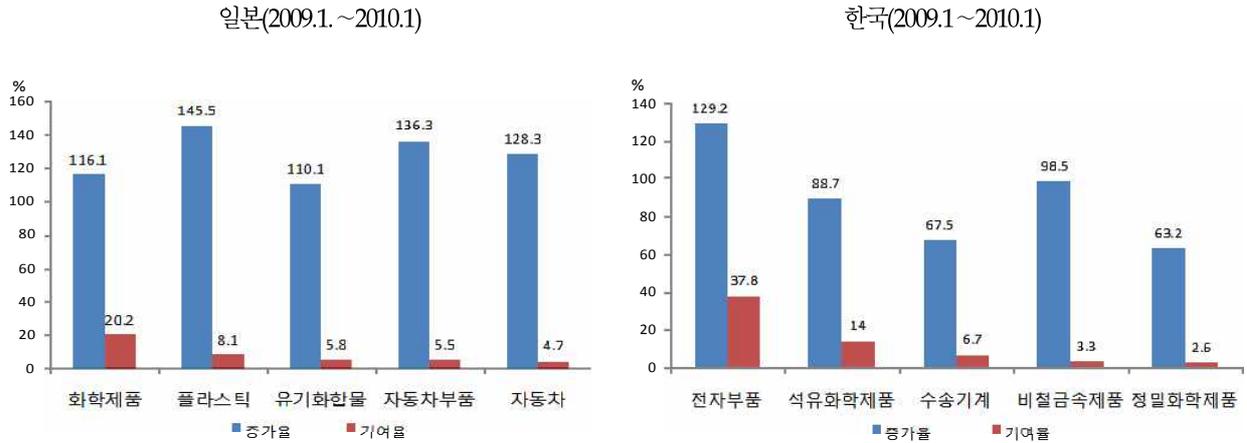
5-2. 시사점

- 우리 정부는 일본의 아시아종합개발계획 추진과정을 예의주시하고, 대응방안을 모색할 필요가 있음.
- 아시아종합개발계획안 발표에서 알 수 있듯이 일본 정부는 동아시아정상회의(EAS) 틀 내에서 ODA와 민간자금을 총동원하여 아시아 신흥국의 인프라정비 사업을 주도하고 있음.

- 일본 기업들 역시 상사, 건설사 등의 대기업을 중심으로 정부자금을 활용한 아시아 지역의 인프라정비사업¹³⁾에 높은 관심을 표명하고 있음.
- 우리 정부는 2010년 10월의 동아시아정상회의(EAS)를 앞두고 일본 주도의 아시아종합 개발계획에 대한 대응방안을 검토할 필요가 있음.
- 특히 일본은 우리나라의 UAE 원전 수주 이후 신흥국에서의 인프라 및 자원 개발에 공격적인 자세를 취하고 있음을 감안하여 우리의 대응이 시기적으로 늦지 않도록 유념해야 함.
- 일본 정부가 중국, 인도, ASEAN을 중심으로 아시아 신흥국의 중산층과 저소득층을 겨냥한 투자전략을 강화하고 있는 점도 예의주시할 필요가 있음.
- 우선 신흥국에 대한 동향 파악을 바탕으로 각 신흥국에 대한 인프라개발계획을 선제적으로 제시하고, 인프라분야 진출 시에는 ODA를 적극 활용하여 교육, 기술 협력, 현지인 인재육성 등을 패키지화할 필요가 있음.
- 또한 신흥국 혹은 신흥지역과의 FTA, 투자협정, 이중과세방지협정 등을 지속적으로 추진하여 우리 기업의 해외투자환경을 개선할 필요가 있음.
- 마지막으로 최근 우리 중소기업들은 정부의 해외시장 개척 지원을 가장 중요한 중소기업정책으로 희망하고 있는바, 구체적인 애로요인을 조사하여 대응할 필요도 있음.
- 우리 기업들은 일본 기업의 아시아 신흥국 진출이 가속화될 것을 대비한 전략적 대응이 필요함.
- 2009년 1월 이후 1년간 주요 품목별 우리나라와 일본의 아시아 수출 증가율과 기여율을 보면, 아시아 시장에서 우리나라는 전자부품, 일본은 화학제품(플라스틱, 유기화합물)과 같은 소재산업에서 경쟁우위를 확보하고 있음을 알 수 있음.

13) 아시아개발은행연구소(ADB)는 2010~20년 간 아시아지역의 인프라 투자에 약 8조 달러가 필요할 것으로 추정함.

[그림 10] 한·일의 대아시아 수출증가 상위 5대 품목



주: 증가율과 기여율은 2009년 1월 ~ 2010년 1월의 수출액을 기준으로 산출함.
 자료: 財務省 貿易統計, 무역협회 KOTIS.

- 이러한 결과는 아시아 시장에서 한·일 기업 간 경쟁이 아직까지는 격화되지 않고 있음을 보여주는 것이라 할 수 있음.
- 그러나 일본 기업들이 아시아 신흥시장으로 생산기지 이전을 확대하고 제품생산방식의 변화 등을 통해 시장공략을 본격화하면 이 지역에서의 한·일 기업 간 경쟁이 치열하게 전개될 것으로 예상됨.
- 따라서 우리 기업은 아시아 신흥시장에 대한 인식을 저임금을 활용한 생산거점에서 소비시장으로 전환하는 것이 시급함.
- 이와 함께 기업브랜드에 대한 홍보를 강화하고, 현지 조달이나 현지 우수 기업과의 제휴 및 M&A 추진 등과 같은 현지화전략과 현지인의 수요를 반영한 제품개발을 적극 추진할 필요가 있음.

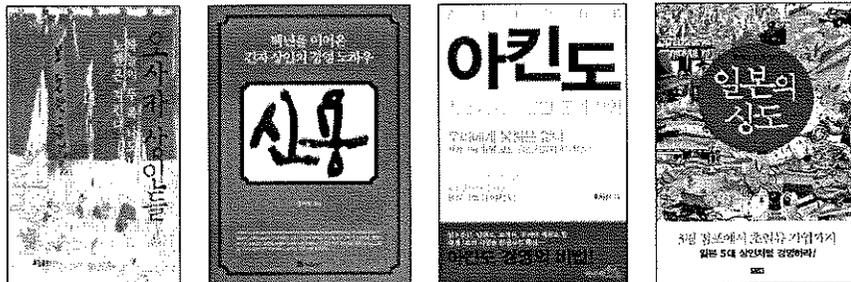
일본의 상도 400년



논픽션작가 홍하상

일본 상도 관련 저서

◆일본의 상도 관련저서



<2009년 8월 1일 출간>

일본 상도의 형성

풍신수길





오다
노부나가
(織田 信長)



도요토미
히데요시
(豊臣 秀吉)



도쿠가와
이에야스
(徳川 家康)

혼노지의 변



일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story



오사카 성

쌀 생산량



일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story Service™

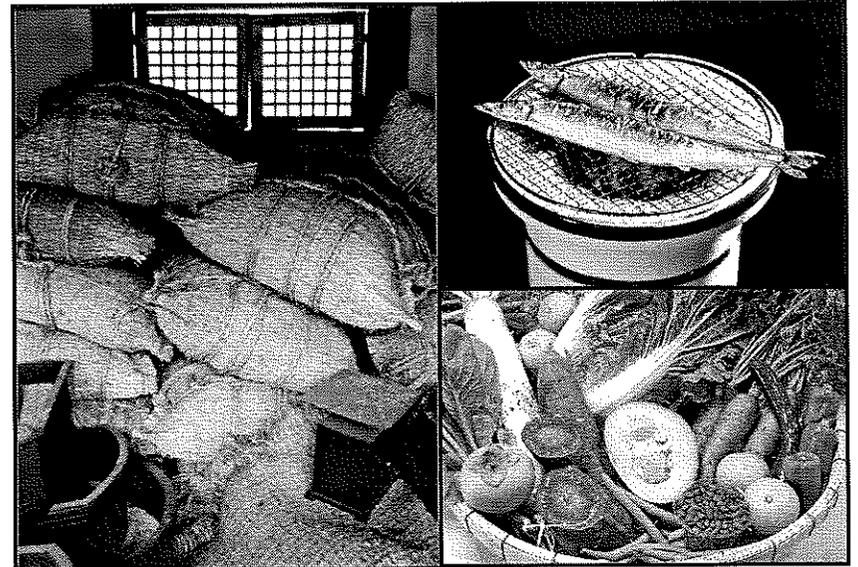
1592년 일본의 쌀 생산량

전국	2720만 석
도요토미 히데요시	65만 석
도쿠가와 이에야스	54만 석

쌀 생선 채소



일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story



후시미 상인



일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

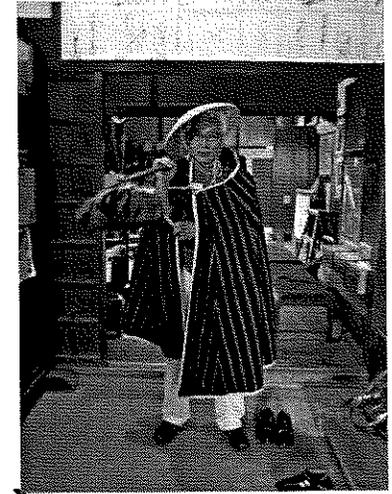


伏見(후시미) 상인

— 교세라, 무라타 제작소등

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

오미 상인



近江(오미) 상인 - 도요타 자동차

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

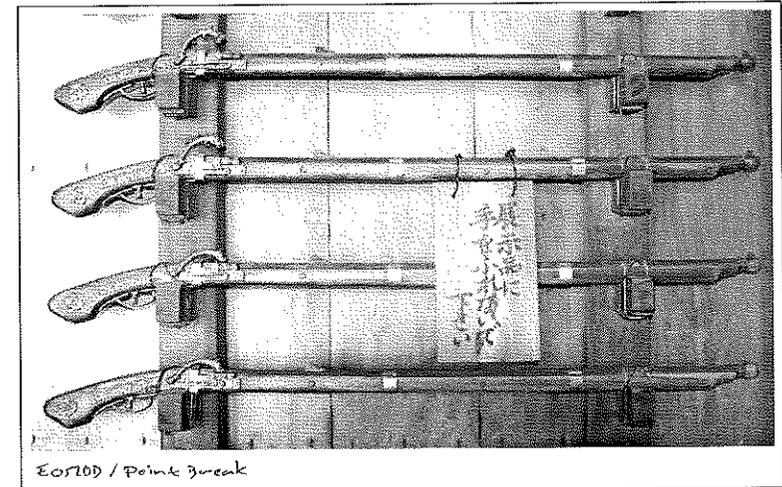
히라노 상인



平野(히라노) 상인

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

사카이 상인



堺(사카이) 상인

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

세키가 하라 전투

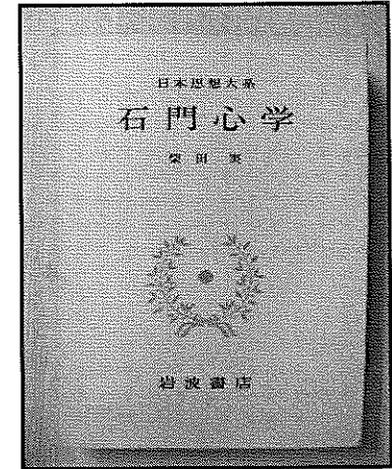


関ヶ原の戦闘
(세키가하라의 전투)



이시다 바이간

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story



이시다 바이간 (1685-1744) 과
석문심학

이시다 바이간의 상도

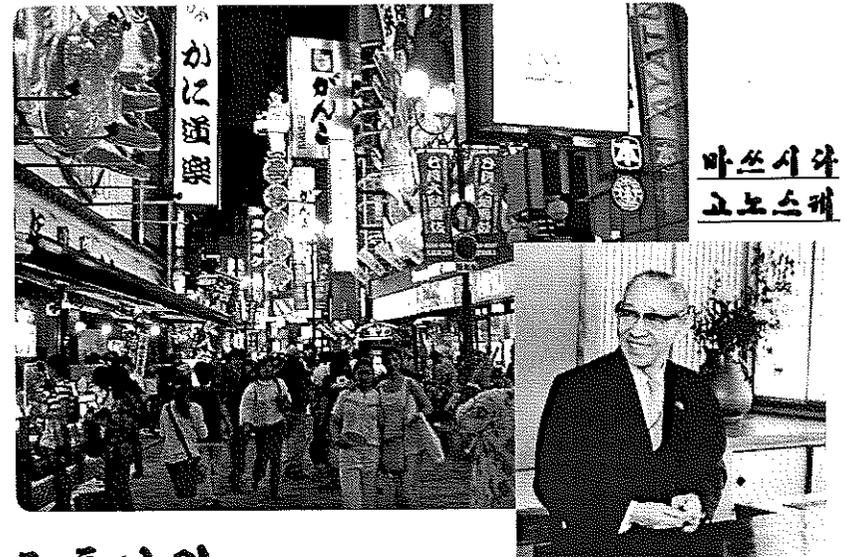
일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

이시다 바이간의 상도

1. 노동은 자기 완성으로 가야가는 길이다.
2. 진정한 상인은 상대방과 자신을 모두 이롭게 한다.
3. 감사하는 마음으로 8할의 벌이에 만족해야 한다.
4. 인의예지신 (仁義禮智信) 을 추구하면 신뢰를 얻는다.

Watex

일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story

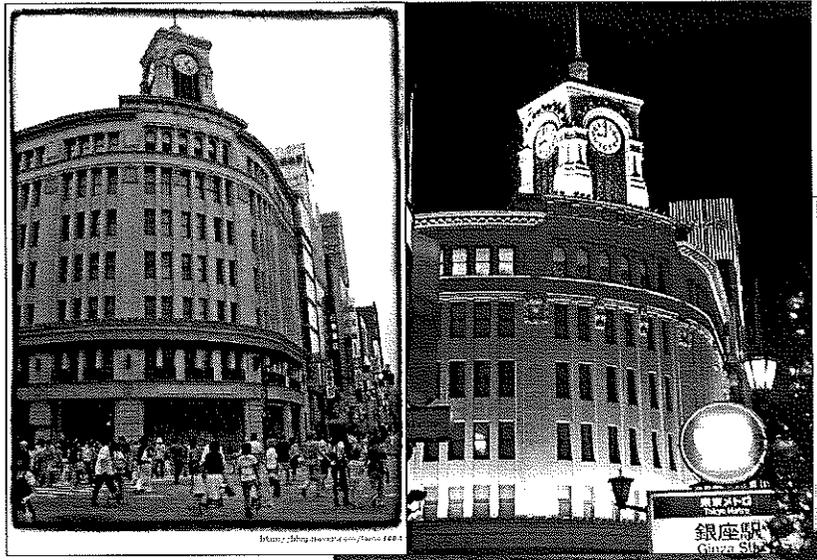
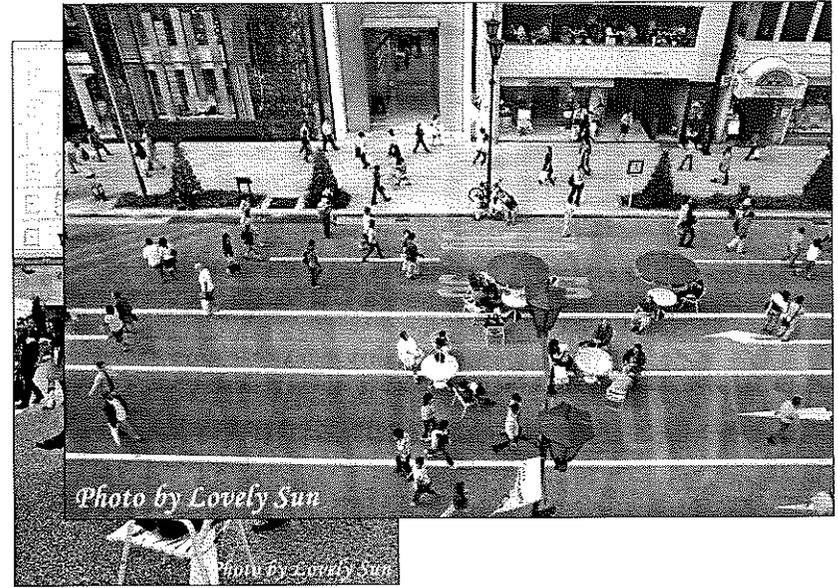


마쓰시타
고노스케

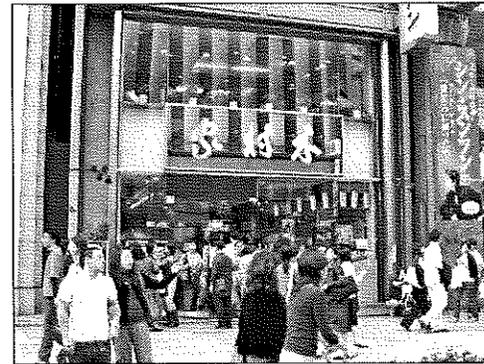
도통보리

동경 긴자.

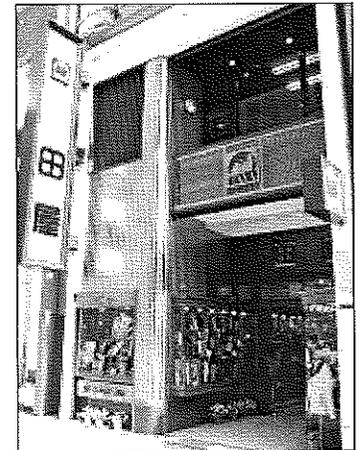
일본 상인의 경쟁력 - Hasang Story



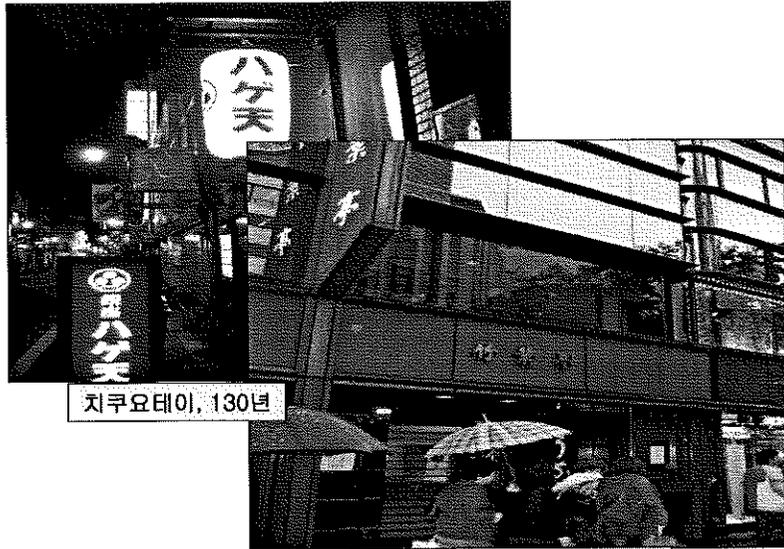
와코, 61년



다아, 102년



기무라야, 138년

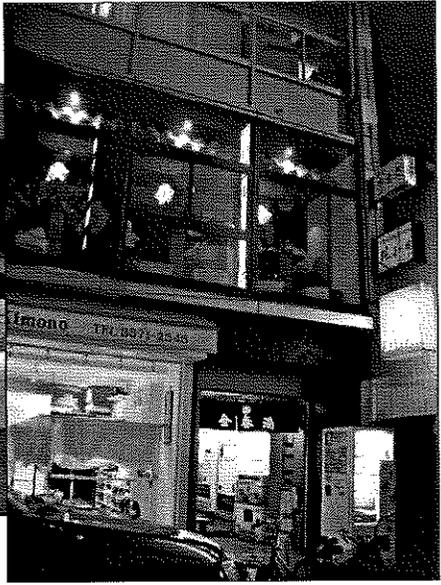


지쿠요테이, 130년

하케텐, 80년



미키모토, 108년

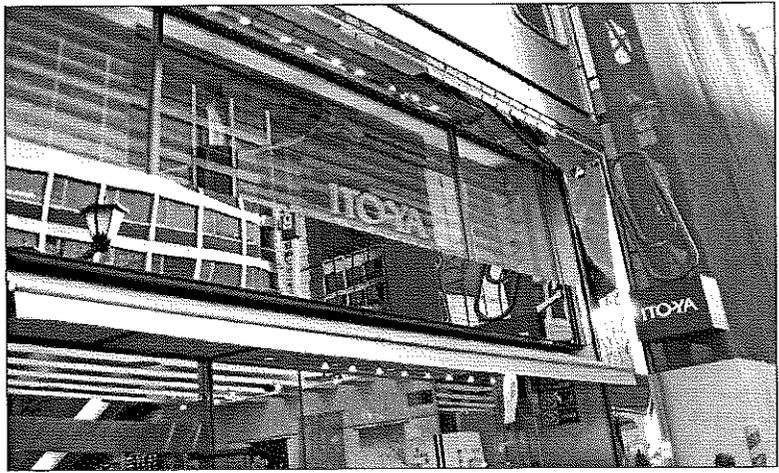


곤파루, 150년



토라야
(1241-)

이토야 문구점



이토야 문구점

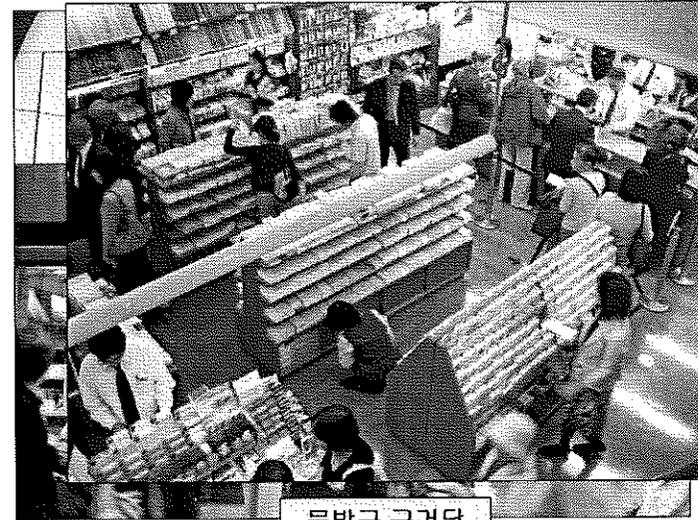
경영철학



-볼록렌즈식 경영

문방구 구거당 →

최고의 물건만 판다.



문방구 구거당
(1663-)

명치옥 →

수입식품의 명치옥 (1885-)



경영철학 →

모든 것에 전문가의 감정에 따른다.



센비키야 과일점 →



센비키야 과일점

경영철학 →

- 과일로 승부를 본다

- 1. 고객
- 2. 店
- 3. 당신(종업원)

미래이 공업 →

미래이 공업 경영방침

- 미래이 공업

“쉬어라, 일하지 마라, 네 마음대로 하라.”

미래이공업의 경상이익률
(단위: % 일본 제조업 평균은 3%)



<미래이 공업 창업주, 야마다 아키오>
<미래이 공업 후원자>
<미래이 공업 본사>

필요없는 세가지 →

미래이공업에 많거나 긴 것		미래이공업에 없거나 적은 것	
휴 일	140일	근로시간	하루 7시간 15분
경 년	70세	간 입	오후 4시45분 의무 퇴근
월 금	동종업계보다 10%높은 수준	업무담당량	자신의 할당 업무량을 알아서 결정
육아 휴직	3년	타임카드	폐지
재량권	모두 현장 직원이 결정	상부보고	연락, 상담의무도 없음
의 육	근로자 개선 제안이 연간 9000건	비정규직	0명
사원 여행	5년마다 회사 경비로 해외여행.	재 복	공장까지 복장 자유
정규직	전 직원	성과주의	철저한 연공서열

<필요 없는 세가지>
1. 보고
2. 연락
3. 상담

호리바 →

호리바의 블랙잭 형사



- 1945년 창업 -

<호리바 마사오>



- 1995년 매출 -

<호리바 한국지점>



- 분석 계측 장비업체
(일본 시장 40% 세계 시장 80%)

<호리바 본사>



호리바의 블랙잭 형사

1. 각 부문의 해당 업무 내용을 분 단위로 체크
2. 설계부문의 경우 전화 수신 부서를 설치
3. 전화 수신 부서의 개설 - 업무 효율 3배로 증가

옴론

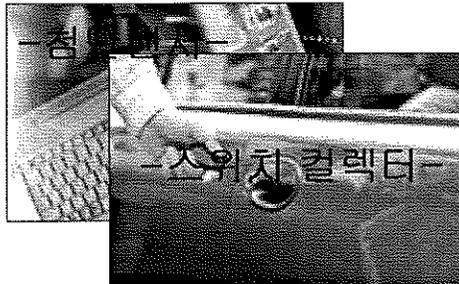


옴론 - 기계를 사람에게 맞춘다



- 1953년 창업 -

President and CEO Hisao Sakuta
Chairman of the BOD Yoshio Tateisi



- 침팬지 -

- 스위치 컬렉터 -



2004년 245억엔 흑자



옴론 - 기계를 사람에게 맞춘다

- 기계를 사람에게 맞춘다

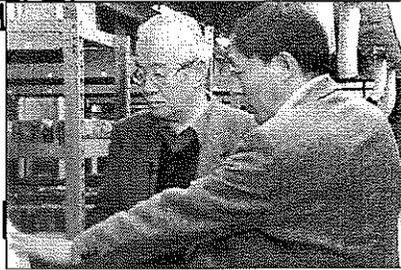
- 1) 노인이 다가서면 승차권 발매기 글자가
자동적으로 커지는 기계
- 2) 아이들이 다가서면 한자가
히라가나로 바뀌는 화상센서
- 3) 운전자가 졸면
카메라가 인지 경고음을 내는 기계

주켄공업



선착순으로 사람을 뽑는다
-일본 주켄 공업

- 쓸데 없는 규칙
- 선착순 채용
- 독특한 신기술
- 가족적인 기업문화



모두가 좋아하는 회사, 주변을 배우지

포도 반송이 영상



포도 반송이
-다카시마야 백화점



<사훈 : 친절이 우리의 목표>

포도 반송이
-다카시마야 백화점

친절의 대명사

“친절”이라면 다카시마야 백화점

혈액암에 걸린 소녀의 소원
“포도가 먹고 싶다”

식음부에서 포도를 발견한 어머니
그러나 가격이 2만원(20만엔)

포도 반송이
-다카시마야 백화점

감동의 포도

“2천엔 밖에 규정(예) 없었음수없을까요?
규정에 없지만, 20알을 정성껏 포장해줘
←모든 것 현상 식원이 판단→

• 한달 후 세상을 떠난 소녀,
담당 의사 통해 서연 알려져

“우리에게 신바람이나 큰 힘을 주었던
다카시마야 직원에게 감사하고 싶다”
(1989년 5월4일 마이니치 신문 기고)

일본 상인의 12계명



일본 상인의 12계명

일본 상인의 12계명

1. 한 사람의 고객이
곧 1만 명의 고객이라고 생각하라.
2. 선의후리(先義後利) :
신용이 우선이고 이익은 나중이다.
3. 상품의 장단점을 반드시 고객에게 알리고,
손님을 신분에 따라 차별하지 말라.
4. 늘 고객의 입장에 서라.

일본 상인의 12계명

5. 늘 물건의 질을 따져라.
많이 판다고 좋은 것이 아니다.
6. 먼 길로 행상을 떠나는 사람이
오직 자신뿐이라고 생각하지 말라.
7. 한번 만족시킨 고객은 최고의 세일즈맨이 된다.
8. 모르는 쌀 장사보다 아는 보리 장사가 낫다.

일본 상인의 12계명

9. 고객 서비스의 으뜸은
늘 좋은 정보를 제공하는 것이다.
10. 직접 하고, 말하고, 시켜 보고,
칭찬해주지 않으면 사람은 움직이지 않는다.
11. 돈이 없으면 지혜를 보여라,
지혜가 없으면 땀을 보여라.
12. 빌린 돈을 제 날짜에 갚으면
신용이 두 배가 된다.



세계 최대의 광고 회사
-테츠의 10원칙-

1. 일은 스스로 만드는 것이 주어진 것이 아니다.
2. 먼저 선수를 쳐라. 수동적으로 하지마라
3. 큰 일을 해라. 작은 일은 자신을 작게 만든다.
4. 어려운 일을 목표로 삼아라. 그래야 발전이 있다.

<2005년 칸 국제 광고제 수상작>

세계 최대의 광고 회사
-테츠의 10원칙-

8. 자신을 가져라. 자신이 없으면
박력과 끈기, 깊이가 모두 사라진다.
9. 늘 깨어 있는 머리로 다방면에 신경 쓰고
한 치의 틈도 보이지 마라.
10. 마찰을 두려워 말라.
마찰은 진보의 어머니, 적극성의 비료다.
그렇지 못하면 비굴하고 미련한 사람이 된다.

세계 최대의 광고 회사
-테츠의 10원칙-

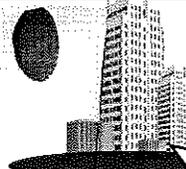
5. 일단 시작하면 놓지 마라.
완수할 때까지 죽어도 놓아선 안 된다.
6. 주위 사람을 이끌어라.
이끄는 것과 끌려가는 것은 하늘과 땅 차이다.
7. 계획을 세워라. 장기 계획을 세우면
인내와 지혜, 노력과 희망이 생긴다.

최고의 기업

일본의 금강조(金剛組)



종업원
150명



연 매출
1천억원



서기 586년 오사카 창업
창립 1419년째

- 세계의 장수기업 연구 에노키안 협회
- 서울대 장수기업 연구회

세계에서 가장 오래된

금강조





39대 금강조 사장 금강 리응

전설은 영원하다

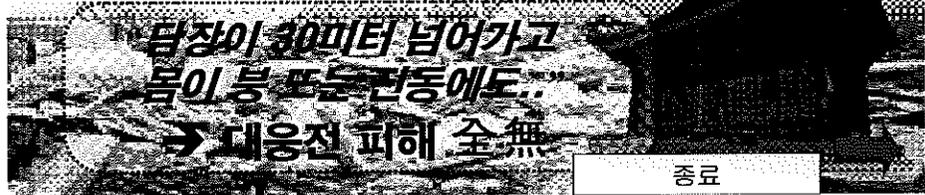


• 1400년간 40대 계승

• 1년 100채 건축



금강조가 지은 계광원(戒光院)



담장이 30미터 넘어가고
돌이 튼튼한 전통에도..
→ 대응전 피해 全無

종료

-The End-

한일경제협회 사업안내

[2010년 상반기 사업실적]

1. 한일·한중일 지역간 경제협력사업의 발전방향 도출을 위한 중간보고회 및 자문회의

<1. 8(금), 정부과천종합청사 3동(지식경제부)>

- ▶ 규모 : 지식경제부(아주협력과), 6개 광역경제권선도산업지원단, 지역발전연구원, 대학, 기업 등 20명
- ▶ 내용 : 「한일,한중일 지역간 경제교류회의」 사업의 지난 성과를 제고하고, 제반환경 변화에 대한 적극적인 대응과 지방자치단체 활동을 강화함으로써 보다 성과있는 회의로 발전하기 위해 실시 중인 연구조사 내용에 대한 중간보고

2. 제14회 한일고교생교류캠프 <2. 2(화) ~ 2. 6(토), 일본 오사카>

- ▶ 규모 : 한국학생 41개교 49명, 일본학생 24개교 39명 등 총 88명
- ▶ 내용 : 친구 만들기, 도전 골든벨 프로그램, 비즈니스 기획(아이템 시장조사, 광고 홍보물 제작 등), 사업발표회, 문화체험 등

3. 2010년도 회장단회의(이사회) <2. 17(수) 10:30, 서울 롯데호텔>

- ▶ 규모 : 라응찬 의장대행 등 11명
- ▶ 내용 : 2009년도 사업실적보고 및 결산(안), 2010년도 사업계획(안) 및 예산(안), 제 규정 개정(안) 승인, 제29회 정기총회 개최(안)의 건에 대한 심의

4. 제29회 한일경제협회 정기총회 <2. 17(수) 11:30, 서울 롯데호텔>

- ▶ 규모 : 협회 회원 56개사(위임 포함)
- ▶ 내용 : 2009년도 사업실적보고 및 결산(안), 2010년도 사업계획(안) 및 예산(안), 임원 선임의 건에 대한 심의

* 재선임 임원 : 최용권 부회장, 라응찬 부회장, 우석형 부회장, 구본준 부회장

5. 주한일본대사 주최 만찬간담회 <4. 7(수) 18:30, 서울 주한일본대사관저>

- ▶ 규모 : 협회 회장단 및 주한일본대사, 공사, SJC멤버 등 22명
- ▶ 내용 : 한일 양국간의 협력 분위기 조성 및 경제교류 활성화 등에 대한 의견 교환

6. 제42회 한일경제인회의 <4. 14(수) ~ 4. 17(토), 일본 오카야마>

- ▶ 규모 : 한일 양국 경제계 대표 256명
- ▶ 내용 : 양국 간의 무역·투자·기술협력 등 경제교류 촉진에 관한 현안 논의
 - 제1세션 : 동아시아 경제연대(공동체)와 한일 관계
 - 제2세션 : 금후의 환경경영과 그린 비즈니스의 전개와 전망단장단 일본 정부기관 예방(내각특명담당/경산/외무대신 등) 공동성명 발표 및 부인일정, 옵션행사 활동 등

7. 사무국 개편 <5. 3(월)>

- ▶ 목적 : 정채되어 있는 협회 사무국의 개혁을 위해 구조조정(희망퇴직) 실시
- ▶ 내용 : 인원 조정 (5명→3명)

8. 제4회 한일경제협회 회원사 간담회 <6. 22(화), 서울 COEX>

- ▶ 규모 : 회원사 대표 및 임원, 실무담당자 등 40여명
- ▶ 내용 : 강연회 『일본의 상도에서 우리가 배울 점』 홍하상 작가 겸 중앙대 초빙교수
『최근 일본의 아시아 신흥시장 진출 전략에 대한 평가』 김규판
KIEP 일본팀 부연구위원
협회사업 안내 및 의견교환, 간담회(석식)

[2010년 하반기 사업계획]

1. 주한일본대사 초청 만찬간담회 <7월 또는 12월, 서울>

- ▶ 규모 : 협회 회장단 및 주한일본대사, 공사 등
- ▶ 내용 : 한일 양국간의 협력 분위기 조성과 경제교류 활성화 등에 대한 의견 교환
(시계이에 대사 이임 송별회)

2. 제15회 한일고교생교류캠프 <8. 3(화) ~ 8. 7(토), 서울 라마다서울호텔>

- ▶ 규모 : 한일 양국 고등학생 100여명
- ▶ 내용 : 친구 만들기, 도전 골든벨 프로그램, 비즈니스 기획(아이템 시장조사, 광고 홍보물 제작 등), 사업발표회, 문화체험 등

3. 제11회 한일(호쿠리쿠)경제교류회의 <8. 3(화) ~ 8. 6(금), 일본 토야마>

- ▶ 규모 : 한일 양국 정부, 지자체, 경제단체, 기업 등 80여명
- ▶ 내용 : 한·일(北陸) 산업교류 세미나(양국의 산업·경제 정책 소개, 한국의 경제특구와 한일 산업기술협력의 현황, 협력 사례 소개)
테마별 분과회(의약, 비즈니스 교류의 촉진)
토야마 모노즈쿠리 전시회(‘NEAR 2010’ 전시상담회 출품)
산업시설·기업 시찰 등

4. 주한일본대사 초청 친선교류활동 <9월중, 경기도>

- ▶ 규모 : 회장단, 주한일본대사 및 공사 등(부부동반)
- ▶ 내용 : 한일 양국간의 협력 분위기 조성과 경제교류 활성화 등에 대한 의견 교환

5. 제17회 한일(큐슈)경제교류회의 <10. 12(수) ~ 10. 15(금), 일본 기타큐슈시>

- ▶ 규모 : 한일 양국 정부, 지자체, 경제단체, 기업 등 80여명
- ▶ 내용 : 한국과 일본 큐슈(九州)지역의 지자체와 지역소재 기업을 중심으로 각 지역

이 보유하고 있는 자금·기술·인재 등의 지역자원을 상호 보완하여 무역·투자 및 산업기술 교류확대 및 지역 간 교류를 촉진

- 한·일(큐슈) 업종·분야별 경제 교류의 촉진
- 한·일(큐슈) 비즈니스 교류 촉진을 위한 사업의 적극 전개
- 한·일(큐슈) 지역 간 경제교류의 적극적 지원

6. 제10회 환황해 경제·기술교류회의 <10. 12(수) ~ 10. 15(금), 일본 기타큐슈시>

- ▶ 규모 : 한국, 중국, 일본의 정부, 지자체, 경제단체, 대학, 기업 등 300여명
- ▶ 내용 : 한국·중국·일본의 환황해지역에 있어서의 경제교류 확대를 통해 3국간 무역·투자·산업기술협력의 증진을 도모
 - 본회의, 비즈니스포럼, 산학관 연계 대학 총(학)장 포럼, 정부 국장회의
 - 전시회 참가(에코테크노 2010), 기업견학 등

7. 한일·일한경제협회 정례업무협의 <10월, 서울>

- ▶ 규모 : 한일 양국 경제협회 사무국
- ▶ 내용 : 금년도 사업에 대한 전반적인 협의 및 평가
「제43회 한일경제인회의」 현장 답사 및 세부행사 논의

8. 제5회 한일경제협회 회원사 간담회 <11월, 서울>

- ▶ 규모 : 회원사 대표 및 임원, 실무담당자 등 40여명
- ▶ 내용 : 강연회, 협회사업 안내 및 의견교환, 간담회(석식)

9. 제12회 한일신산업무역회의 <12월중, 서울 또는 제주>

- ▶ 규모 : 한일 양국 기업인 및 정부관계자 60여명
- ▶ 내용 : 전문위원회 활동 경과 보고 및 논의

10. 협회 30년사 발간사업

- ▶ 목적 : 한일경제협회 창립 30주년(2011. 2. 12) 기념사업 추진
- ▶ 발간 : 2010년 12월

協會現況

KOREA JAPAN ECONOMIC ASSOCIATION



社團
法人 韓日經濟協會

社團法人 韓日經濟協會

1965년 한일국교정상화 이후 한일양국은 경제적으로 긴밀한 교류와 유대관계가 유지되어 왔으나 양국간 경제협력은 매우 부진하여 민간 경제교류의 중요도가 높아지고 활성화가 요청되어 오던 중, 1980년 양국경제계 유력인사들의 양국간 경제협력을 더욱 강화하자는 의견교환과 구체적인 검토가 있었음.

이에 1981년 2월 경제4단체장(대한상공회의소, 전국경제인연합회, 한국무역협회, 중소기업협동조합중앙회)과 포항종합제철(주) 대표가 한일간 민간경제협력, 무역증진, 산업협력 등을 위한 상설기구를 설치키로 합의하고 1981년 2월 12일 창립총회를 개최, 사단법인 한일경제협회를 설립함.

이후 민간 주도형의 경제교류 활성화를 통한 한일 양국간 경제협력을 증진하기 위하여 한일 경제인회의 개최, 산하 전문위원회의 개최, 대일 수출촉진사업, 한일지역간 경제교류회의 개최, 한일인적교류사업 추진 등 다양한 한일 경제협력 사업을 실시해 오고 있음.

1965年の韓日国交正常化以降、韓日両国は経済的に緊密な交流と協力関係を維持して来たものの、両国間の経済協力は極めて不振であったことから民間経済交流の重要性が高まり、その活性化が要請される中で、1980年両国経済界のトップにより、両国間の経済協力を一層強化しようとする意見交換と具体的な検討が行われました。

これを受けて1981年2月に経済4団体長(大韓商工会議所、全国経済人聯合会、韓国貿易協会、中小企業協同組合中央会)と浦項綜合製鉄(株)の代表が韓日間の民間経済協力、貿易増進、産業協力等のための常設機構を設置することに合意して、1981年2月12日に創立総会を開催、社団法人韓日經濟協會を設立しました。

今後民間主導型の経済交流活性化を通じる韓日両国間の経済協力を増進するために韓日經濟人会議の開催、傘下専門委員会議の開催、対日輸出促進事業、韓日地域間經濟交流会議の開催、韓日人的交流事業の推進など多様な韓日經濟協力事業を実施して来ています。

設 立 目 的

한일양국 경제계의 상호이해와 친선을 증진하며, 특히 한일간 민간경제협력, 무역증진, 산업협력의 제후를 도모함으로써 상호번영과 세계평화에 기여함을 목적으로 함.

韓日両国經濟界の相互理解と親善を増進し、特に両国の民間經濟協力、貿易増進、産業協力の連携を図ることによって相互繁榮と世界平和に寄与するのが目的であります。

主要事業(定款上)

- | | |
|--|---|
| 1) 양국 경제협력을 위한 조사연구 및 자료교환 | 1) 両国の經濟協力のための調査研究及び資料交換 |
| 2) 양국 경제제후에 관한 정책입안 | 2) 両国の經濟連携に関する政策立案 |
| 3) 한일경제인회의 연례회의 개최 | 3) 韓日經濟人会議の年例会議の開催 |
| 4) 양국간 민간경제 및 통상사절단의 파견, 영접 및 실업인, 기술자, 전문가 등의 교류를 통한 상호협력 | 4) 両国間の民間經濟及び通商使節団の派遣、受け入れ及び企業人、技術者、専門家等の交流を通じた相互協力 |
| 5) 회원 상호간의 친목증진과 계발향상 | 5) 會員相互間の親睦増進と啓発向上 |
| 6) 전 각호외에 본 협회의 목적달성에 필요한 사업 | 6) 前の各号外で当協會の目的達成に必要な事業 |

1981. 2. 4	發起人會 開催 (發起人 代表에 朴泰俊 會長 選任) 發起人 浦項綜合製鐵株式會社 會長 朴泰俊 大韓商工會議所 會長 鄭壽昌 全國經濟人聯合會 會長 鄭周永 韓國貿易協會 會長 金元基 中小企業協同組合中央會 會長 柳琦諄
1981. 2. 12	創立總會 開催 (第1代 會長 朴泰俊 就任)
1981. 2. 23	設立認可 (經濟企劃院 認可 第40號) 設立登記 (서울民事地方法院 第1866號)
1981. 2. 26	事務局 開設 (서울特別市 中區 忠武路 3街 60-1 極東빌딩 24層)
1984. 2. 17	第3回 定期總會 開催 (第2代 會長 朴泰俊 就任)
1987. 2. 17	第6回 定期總會 開催 (第3代 會長 朴泰俊 就任)
1988. 10. 4	臨時總會 開催 (第4代 會長 朴龍學 就任)
1992. 9. 1	(財)韓日產業技術協力財團 設立
1993. 2. 19	第12回 定期總會 開催 (第5代 會長 朴龍學 就任)
1996. 2. 12	第15回 定期總會 開催 (第6代 會長 朴龍學 就任)
1998. 2. 24	第17回 定期總會 開催 (第7代 會長 金相廈 就任)
1999. 3. 1	(財)韓日產業技術協力財團과 事務局 統合
2002. 2. 21	第21回 定期總會 開催(第8代 會長 金相廈 就任)
2005. 1. 1	(財)韓日產業技術協力財團과 事務局 分離
2005. 2. 17	第24回 定期總會 開催 (第9代 會長 趙錫來 就任)
2008. 2. 26	第27回 定期總會 開催 (第10代 會長 趙錫來 就任)

日本側 協力機關 : (社)日韓經濟協會 JAPAN-KOREA ECONOMIC ASSOCIATION

1960. 12. 27	設立總會 開催 發起人 植村 甲午郎(UEMURA Kougorou) 経団連 副會長 足立 正(ADACHI Tadashi) 日本商工會議所 會頭 等 財界代表 35名 第1代 會長 植村 甲午郎(UEMURA Kougorou) 就任
1977. 12. 23	第2代 會長 日高 輝(HIDAKA Teru) 就任
1985. 12. 18	第3代 會長 杉浦 敏介(SUGIURA Binsuke) 就任
1992. 6. 2	第4代 會長 羽倉 信也(HAGURA Nobuya) 就任
1992. 12. 25	(財)日韓產業技術協力財團 設立
1997. 7. 11	第5代 會長 藤村 正哉(FUJIMURA Masaya) 就任
2002. 6. 3	第6代 會長 瀬戸 雄三(SETO Yuzo) 就任
2006. 6. 13	第7代 會長 飯島 英胤(IIJIMA Hidetane) 就任
2010. 6. 9	第8代 會長 佐々木 幹夫(SASAKI Mikio) 就任

〒102-0082東京都千代田区一番町8 (一番町FSビル2階)

TEL : 03-3222-0622 / FAX : 03-3222-0559 / <http://www.jke.or.kr>

韓日經濟協會 任員

<會 長>



趙錫來
(CHO Suck-Rai)
第9~10代 會長
全經聯·(株)曉星 會長
·'05. 2.~



朴泰俊
(PARK Tae-Joon)
第1~3代 會長
POSCO 名譽會長
·'81. 2.~'88. 10.

<名譽會長>



朴龍學
(PARK Yong-Hak)
第4~6代 會長
前 (株)大農 會長
·'88. 10.~'98. 2.



金相廈
(KIM Sang-Ha)
第7~8代 會長
(株)三養社 GROUP會長
·'98. 2.~'05. 2.

<顧 問>



孫京植
(SOHN Kyung-Shik)
大韓商工會議所
會長·'05. 11.~



司空壹
(SAKONG Il)
韓國貿易協會
會長·'09. 2.~



金基文
(KIM Ki-Mun)
中小企業中央會
會長·'07. 3.~



李秀永
(LEE Soo-Young)
韓國經營者總協會
會長·'05. 2.~

<副會長>

※ 選任年度 및 가나다順



薛元鳳
(SULL Won-Bong)
大韓製糖(株)
會長·'94. 2.~



崔用權
(CHOI Yong-Kwon)
三煥企業(株)
會長·'95. 2.~



徐敏錫
(SUH Min-Sok)
東一紡織(株)
會長·'96. 6.~



趙亮鎬
(CHO Yang-Ho)
韓進GROUP
會長·'96. 6.~



羅應燦
(RA Eung-Chan)
新韓金融持株會社
會長·'98. 4.~



金昇淵
(KIM Seung-Youn)
(株)HANWHA
會長·'00. 2.~



金熙勇
(KIM Hi-Yong)
東洋物產企業(株)
會長·'00. 2.~



李運珩
(LEE Woon-Hyung)
(株)世亞製鋼
會長·'00. 2.~

<副會長>

※ 選任年度 및 가나다順



禹石亨
(WOO Suk-Hyung)
(株)SINDOH
會長・'04. 2.~



金 鈞
(KIM Yoon)
(株)三養社
會長・'05. 6.~



柳 津
(RYU Jin)
(株)豊山
會長・'05. 6.~



朴三求
(PARK Sam-Koo)
錦湖ASIANA GROUP
名譽會長・'05. 6.~



辛東彬
(SHIN Dong-Bin)
LOTTE GROUP
副會長・'05. 6.~



具本俊
(KOO Bon-Joon)
(株)LG商事
副會長・'07. 3.~



李潤雨
(LEE Yoon-Woo)
三星電子(株)
副會長・'08. 6.~



鄭俊陽
(CHUNG Joon Yang)
(株)POSCO
會長・'09. 3.~

<監 事>



辛永茂
(SHIN Young-Moo)
法務法人世宗
辯護士・'97. 2.~

<專務理事>



智光薰
(CHI Kwang-Hoon)
(社)韓日經濟協會
專務理事・'09. 7.~

<常任理事>

※ 選任年度 및 가나다順



金正守
(KIM Jung-Soo)
(株)JS & F
會長・'08. 2.~



文奎榮
(MOON Kyu-Young)
亞洲GROUP
會長・'08. 2.~



黃昊均
(HWANG Ho-Kyoon)
中央DESIGN
經營顧問・'08. 2.~



孫鳳洛
(SOHN Bong-Rak)
(株)TCC東洋
會長・'08. 3.~



李一揆
(LEE Il-Kyu)
Best Western Korea
會長・'08. 3.~



鄭榮鉉
(JUNG Young-Hyun)
(株)天馬
顧問・'08. 3.~

韓日經濟協會 主要事業

한일양국 경제계간의 상호이해와 친선을 증진하고, 지금까지 쌓아 올려 온 경제협력을 바탕으로 새로운 국제경제의 변화에 적극적으로 대응하면서, 충실하고 미래지향적인 양국간의 민간 경제협력 증진을 위한 각종 협력사업을 추진하고 있음.

韓日兩國經濟界間の相互理解と親善を増進し、これまで築いてきた經濟協力を基に、新しい国際經濟の變化に積極的に対応することにより、充実かつ未来指向的な兩國間の民間經濟協力増進のための各種協力事業を推進しています。

韓日經濟人會議 開催

한일양국 경제계의 상호이해와 친선을 도모하고, 양국간의 무역, 산업, 기술협력 등의 경제교류를 촉진하기 위한 양국 재계간의 대표적인 회의로서, 년 1회 양국에서 번갈아 개최하고 있음. 양국의 대응과제를 집약하여 자유롭게 논의하고 상호교류를 심화시키는 대화의 장으로서, 민간업계의 의견이 양국 정부·유관기관에 전달되는 창구역할 수행



韓日兩國經濟界の相互理解と親善を図り、兩國間の貿易、産業、技術協力等の經濟交流を促進するための、兩國財界間の代表的會議であり、年1回兩國で交互に開催しています。対応課題を集約して自由に議論し相互交流を深化させる對話の場として、民間業界の意見を兩國政府及び関係機関に伝える窓口役割を遂行しています。

- 한일간무역의 확대균형에 관한 사항
- 한일경제협력 및 산업기술협력에 관한 협의
- 산하 전문위원회의 활동에 관한 보고
- 각종 경제사절단의 교류와 협력
- 기타 양국경제의 현안사항
- 韓日間貿易の拡大均衡に関する事項
- 韓日經濟協力及び産業技術協力方策に関する協議
- 傘下専門委員会の活動に関する報告
- 各種經濟使節団の交流と協力
- その他、兩國經濟の懸案事項



韓日新産業貿易會議 開催

한일경제인회의 산하의 전문위원회로서, 무역·기계·산업 일반 분야에 있어서의 경제인간의 인식의 공유와 합의를 지향하는 정보와 의견교환의 장으로서, 기존의 무역, 기계, 산업일반위원회 등 3개 위원회를 통합하여 1999년 10월에 발족, 운영 중에 있음. 한일경제인회의의 논의를 지원하고 발전시키기 위한 길잡이로서의 기능 수행



韓日經濟人會議傘下の専門委員会として、貿易、機械、産業一般分野における、經濟人同士の認識の共有と合意を指向する情報と意見交換の場として、既存の貿易、機械、産業一般委員会等3委員会を統合して、1999年10月に発足、運営中にあります。韓日經濟人會議の論議を支援、発展させるための機能をはたしています。

韓日兩國 地域間協力強化

큐슈 및 호쿠리쿠지역과의 무역·투자·기술협력을 촉진. 또한 세계적인 지역주의 추세에 대응하여 한·중·일 3국의 환황해 지역간협력을 통해 무역·투자·기술협력을 촉진하고 환황해경제권 나아가 동북아지역의 경제공동체를 구축



九州及び北陸地域との貿易・投資・技術協力を促進。また、世界的である地域主義趨勢に対応して韓・中・日3国の環黄海地域間の協力を通じて貿易・投資・技術協力の促進と環黄海經濟圏ひいては東北亞地域の經濟共同体を構築しています。

韓日高校生交流 事業

양국의 경제계를 이끌고 나갈 젊은 세대인 청소년들에게 직접 만남의 기회를 제공함으로써 상대방에 대한 이해 증진을 통해 양국간의 감정의 벽을 허물어 우호관계를 정착시켜 나가는데 그 목적이 있음.



兩國の經濟界を導いていく若い世代である青少年に直接出合いの機会を提供することで、相手に対する理解増進を通じて兩國間の感情の壁を崩して友好関係を定着させて行くのにその目的があります。

其他 韓日兩國 經濟協力を 위한 事業

일본경제계 주요인사 초청간담회, 주한일본대사 초청간담회 개최 및 주요인사 영접, 양국 경제협회의 정례업무협의 및 관련단체와의 수시업무협의 등을 통해 양국 경제협력 강화활동을 전개

日本經濟界の主要な方々招請懇談会、駐韓日本大使招請懇談会の開催及び主要な方々の迎接、両国經濟協会の定例業務協議及び関連団体との随時業務協議などを通じて兩國の經濟協力強化活動を展開しています。

<법인회원 103개사>

- | | | |
|--------------------|----------------|-------------------------|
| (주)경원 | (주)상양제넥스 | 코스텍·R(주) |
| 고려제강(주) | 삼양화성(주) | 태창철강(주) |
| 교세이국제특허정보(주) | (주)삼일 | (주)TCC동양 |
| (주)금복주 | (주)삼코 | 법무법인(유한) 태평양 |
| 금호타이어(주) | 삼환기업(주) | (주)파워넷 |
| 김&장 법률사무소 | 샘표식품(주) | (주)포스에이씨 종합감리건축사사무소 |
| 남덕물산(주) | (주)세아베스틸 | (주)포스코 |
| 남영산업(주) | (주)세아제강 | 포스코강판(주) |
| 대구상공회의소 | 법무법인 세종 | (주)포스코건설 |
| 대성산업(주) | (주)SINDOH | 포스코특수강(주) |
| (주)대성하이텍 | 신한금융지주회사 | (주)풍산 |
| 대신증권(주) | (주)신한은행 | 한국경영자총협회 |
| 대우증권(주) | (주)싸이먼 | 한국기계산업진흥회 |
| 대한상공회의소 | (주)쌍용 | 한국무역협회 |
| 대한전선(주) | CJ제일제당(주) | (주)한국보팩터미날 |
| 대한제당(주) | 아주그룹 | 한국생산성본부 |
| (주)대한항공 | SK네트웍스 | 한국성유산업연합회 |
| 대한해운(주) | SK텔레콤(주) | 한국수출입은행 |
| (주)데코 | (주)LG상사 | 한국외환은행 |
| 동국무역(주) | LG화학(주) | (사)한국우량제품진흥협회 |
| TK 케미칼 | OCI(주) | 한국전자산업진흥회 |
| 동아제약(주) | (주)우리은행 | 한국팬트랜드(주) |
| 동양물산기업(주) | 유진기업(주) | (재)한일산업·기술협력재단 |
| (주)동원F&B | 유켄바이더월드(주) | (주)한화 |
| 동일방직(주) | 인산죽염촌(주) | 해태제과식품(주) |
| (주)동화Entec | (사)재일한국인본국투자협회 | 현대자동차(주) |
| 롯데제과(주) | 전국경제인연합회 | 현대종합상사(주) |
| (주)리따산업 | 전방(주) | 호남석유화학(주) |
| Best Western Korea | (주)제이에스앤에프 | (주)호텔롯데 |
| (주)박산 | 조선내화(주) | (주)호텔신라 |
| 산업연구원 | 중소기업중앙회 | (주)효성 |
| 삼남석유화학(주) | 지에스칼텍스(주) | (주)흥화 |
| 삼성물산(주) | 지엠대우 오토앤티크놀로지 | Hitachi-LG Data Storage |
| 삼성전자(주) | (주)진로 | |
| (주)삼양사 | (주)천마 | |

<개인회원 5명>

- | | | |
|-----------------|----------------|----------------|
| 신경미 서포트포유 대표 | 우 국 (주)해인여행 대표 | 최성욱 유광무역(주) 이사 |
| 신현권 회계사무소 공인회계사 | 유광호 나래어패럴 대표 | |



(사)한일경제협회

서울시 강남구 논현2동 112-15번지 한일재단빌딩 4층
 전화 : (02)3014-9888 | 팩스 : (02)3014-9899

www.kje.or.kr
