

NEWS

한일경제협회 소식

KOREA★JAPAN ECONOMIC ASSOCIATION NEWS

가을호 · 21

2 0 0 9

★ ★ ★ ★ ★

Autumn



NEWS

한일경제협회 소식

■ CONTENTS

협회행사

주한일본대사 초청 친선교류활동	1
2009년도 제2차 이사회	1
제3회 한일경제협회 회원사 간담회	2
제9회 환황해 경제·기술교류회의	4
제10회 한·일(호쿠리쿠)경제교류회의	7
제16회 한·일(큐슈)경제교류회의	10
제13회 한일고교생교류캠프	13
제14회 한일고교생교류캠프 개최안내	16

일본은 지금

(I) 일본상장기업의 영속가능성 랭킹은? - 종합/제조업/비제조업	17
(II) 신에너지의 世紀	26
(III) 아나로그기술 다시 각광	28
(IV) 차세대발전의 유력후보는 「석탄」? - 히타치와 미쓰비시중공업 신흥국에 뜨거운 시선	30
(V) 중국 “수출촉진”에서 “外需창출”로 중국판 「마샬플랜」 등장	32

기획 연재

Only-One 일본기업 50 <제4회>	35
------------------------	----

회원사 간담회 강연 요지

민주당 정권과 한일관계 - 일본 총선 후의 한일관계는 희망적인가? - 47

한일 통계

한일 교역·인적교류 현황	55
---------------	----

한일경제협회 소식(통권 21호)

발행인 | 지광훈
 편집위원장 | 유봉우
 편집위원 | 조덕묘·김정호·심규진
 간사 | 홍소영·전민아
 발행 | 사단법인 한일경제협회
 서울시 강남구 논현2동
 112-15번지
 한일재단빌딩 4F
 TEL/02-3014-9888
 FAX/02-3014-9899
 인쇄인 | 윤중우
 인쇄 | 웃고문화사
 서울시 중구 필동 23-1
 TEL/02-2267-3956
 FAX/02-2268-2361

주간일본동향 서비스 제공

우리협회 사무국은 앞으로 분기별로 협회 사업활동에 대해 회원 여러분에게 업무보고를 드릴 예정이며, 지난 3분기 사업활동에 대한 보고를 발송해 드린 바 있습니다.

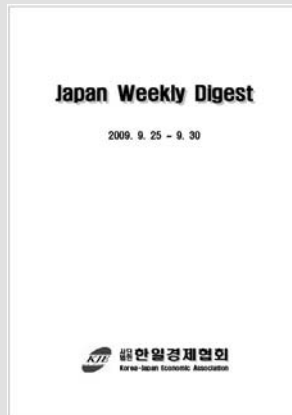
그리고, 회원사들의 정보 서비스 차원에서 2009년 9월말부터 한일산업기술협력재단 일본지식정보센터에서 작성한 Japan Weekly Digest(주간일본동향보고)를 매주 발송해 드리고 있으며, 일본

issue paper 등을 수시로 제공할 예정입니다.

본 자료에 대한 보완할 부분 또는 알고 싶은 정보 분야가 있으시거나, 본 자료들을 이메일로 제공받기를 원하실 경우 아래 연락처로 연락해 주시기 바랍니다. 감사합니다.

* 심규진 차장

: Tel.02-3014-9877, kyujin@kje.or.kr



주한일본대사 초청 친선교류활동 개최



우리협회 회장단은 대한제당(주)의 협조로 지난 9월 26일(토) 한일 양국의 상호이해와 친선증진을 위해 주한일본대사 초청 정기모임을 송추C.C에서 가졌다.

한국측에서는 조석래(趙錫來) 회장, 설원봉(薛元鳳) 부회장, 김희용(金熙勇) 부회장, 라응찬(羅應燦) 부회장, 최용권(崔用權) 부회장, 이길현(李吉鉉) 감사, 손봉락(孫鳳洛)

상임이사, 이일규(李一揆) 상임이사, 황호균(黃昊均) 상임이사, 지광훈(智光薰) 전무이사 등 회장단 15명(부부동반)이 참석하였고, 일본측에서는 시게이에 도시노리(重家俊範) 주한일본대사, 다카하시 레이이치로(高橋 禮一郎) 총괄공사, 다카하시 다에코(高橋 妙子) 공사 등 5명(부부동반)이 참석하였다. ㉞

2009년도 제2차 이사회

우리협회는 지난 7월 9일 서면으로 제2차 이사회를 열어 허남정(許南整) 전무

이사의 뒤를 이어 지광훈(智光薰) 신임 전무이사를 상근임원으로 선임하였다.

제3회 회원사 간담회 개최

호사카 유지(保坂 祐二) 세종대학교 교양학부 교수 초청 강연

우리협회는 「제3회 한일경제협회 회원사 간담회」를 지난 9월 24일(목) 오후 3시부터 무역센터(트레이드타워) 51층 중회의실에서

개최하였다. 본 간담회에는 우리협회 상임 이사인 정영현 천마 고문을 비롯한 회원 45명이 참석하였다.



최근 일본의 새정권 출범으로 한일관계는 외교, 안보, 경제, 역사 등 여러 분야에서 미래지향적인 기대감이 높아지고 있는 가운데 이러한 시점에 전반적인 한일관계 정보를 회원 여러분과 함께 공유해 보고자 한일관계전문가인 호사카 유지(保坂 祐二) 세종대학교 교양학부 교수를 초청 ‘민

주당 정권과 한일관계 -일본 총선 후의 한일관계는 희망적인가?’라는 테마로 고견을 들을 수 있는 기회를 마련하여 참석한 회원들의 커다란 호응을 얻었다.

우리협회는 회원서비스의 일환으로 실시하고 있는 ‘회원사 간담회’를 통해 한일관계에 저명한 국내외 인사의 초청 강연 및

정보 제공, 협회사업 안내, 회원사의 요망사항 모니터링 등을 시행해 나가고 있다. 앞으로도 보다 친근감 있고 부담 없는 자리로 만들어 모든 회원들이 가벼운 마음으로 참가할 수 있는 교류의 장으로 만들어 나아갈 예정이다.

“평소 협회의 안정적인 활동과 협회발전을 위해 아낌없는 지원과 협조를 보내 주신 회원사께 감사드리며, 우리 한일경제협회가 한일 협력과 우호 증진에 큰 역할을 다할 수 있도록 협회 사업에 대해 많은 배려와 관심을 부탁드립니다.” 

한일경제협회 사업 및 운영방향에 대한 의견조사 분석결과 요약

□ 조사목적 : 협회 사업 및 운영방향에
대한 회원사 의견 수렴을
통한 방향 모색

□ 조사기간 : 9월 24일(목)

□ 조사방법 : 현장 작성

□ 조사대상 : 회원사 39개사(회원사
간담회 참가자)

□ 답변기업 : 32개사(회수율 : 64%)

■ 회원가입 및 한일경제인회의 참가 목적에 대해 회원사는 **경제인간의 친선 교류증진, 일본 경제 동향 등 정보입수**에 많은 관심을 보이고 있음

※ 경제인회의 개최 시 친선교류 활동 강화, 분야(업종)별 교류회의 개최를 희망함

■ 한일경제인회의 논의 의제로 **부품소재산업협력, 중소기업간 협력, 무역불균형 개선 동아시아공동체, 한일FTA, 인적(인재)교류, 문화·관광, 무역·투자 활성화**에 대한 논의가 매우 중요하다는 의견임

■ 부품소재분야에 있어서 일본의 경제구조상 **일본측의 협력이 매우 제한적**

일 수밖에 없다는 한계가 있지만 적극적인 협력 방안을 제시하고 있음

※ 신산업 공동연구 및 투자확대, 구매사절단의 정기적인 파견 등

■ 미래 지향적 한일 관계 구축을 위해 **한일청소년교류센터 설립**에 대해서는 대부분 찬성하고 있음

■ 회원사 간담회는 필요하며, **경영 및 비즈니스에 도움이 될 수 있는 주제 선정과 수준 높은 강사 섭외**가 중요하다는 의견임

※ 경영, 철학 마인드, 한일근대사, 일본시장 동향, 일본사회 구조, 일본역사, 일본기업 성공사례, 일본사회 현상 등이며, 추천강사는 BBQ 윤홍근, 옥션 이금홍 사장 등의 저명인물로 재미있게 강연할 수 있는 스타급 강사 또는 CEO

■ 회원사가 희망하고 있는 서비스로는 **일본 경제인과의 네트워크 구축, 회원사간의 친선교류증진, 일본 경제동향 정보 제공**을 기대하고 있음

※ 예) 분야별 교류(분과위원회 구성), 명산 탐방·등반, 정기적인 경제인의 밤 개최, 산업동향에 대한 정보제공 등

한·중·일 3국간 협의기구 중국 옌타이에서 열려

제9회 환황해경제·기술교류회의 개최

우리나라 수도권·충청권(2광역시·3도 : 인천, 대전, 경기, 충남, 충북)지역과 중국 환황해 연안(3시·4성 : 北京·天津·上海市, 遼寧·河北·山東·江蘇省)지역 및 일본 큐슈(7현·2정령시 : 후쿠오카·사가·나가사키·쿠마모토·오이타·미야자키·가고시마현·후쿠오카·키타큐슈시)지역과의 경제발전과 교류 촉진을 위한 사업의 일환으로 3국 정부, 지방자치단체, 경제단체, 대학, 기업 등 관계자가 모여 3국간 경제협력방안을 논의하는 『제9회 환황해경제·기술교류회의』가 지난 7월 14일(화)~7월 17일(금)까지 중국 옌타이시에서 개최되었다.

* 한국측은 지식경제부 통상협력정책관을 단장으로 외교통상부자치단체, 경제단체, 대학, 기업 등 119명이 참가하였으며, 일

본측은 경제산업성 큐슈(九州) 경제산업국장을 단장으로 자치단체, 경제단체, 대학, 기업 등 102명이, 중국측은 상무부 부사장과 과학기술부 참찬을 단장으로 자치단체, 경제단체, 대학, 기업 등 289명이 참가하여 총 510명이 참가하는 큰 규모의 행사가 진행되었다.

환황해지역의 무역·투자 촉진, 과학 기술교류 촉진, 교육·인적교류의 촉진 등을 주요 의제로 환황해경제기술회의의 뿐 아니라 환황해 비즈니스 포럼, 한중일 과학기술 포럼, 환황해 산학관 연계 대학총장 포럼, 항만교통물류경제협력 포럼, 서비스 아웃소싱 설명회, 중국제품 구매상담회, 환황해 정부대표자회의(3국 국장회의)가 병행 개최되었다.





글로벌 실물경제 침체에 따른 한·중·일 3국간 국제 공조가 더욱 긴요해지는 상황 하에서 3국 환황해 지역의 발전을 위해 무역·투자·기술·인재분야에서의 협력강화가 필요함에 공감하고, 공통의 목표 위해 3국이 힘을 합쳐 비능률을 최소화하며 선택과 집중을 통해 눈에 보이는 성과를 거두기 위해 노력하기로 합의하였다.

금번 회의에서는 녹색산업협력, 자원순환 체계 구축, 경제정보교류 및 기술축진을 위한 플랫폼 구축, 국제 환경비즈니스 진흥, 인재육성 등 3국 상호 협력·제안사항으로서 총 12개(한 3개, 일7개, 중2개)의 협력사항에 대한 제안이 나왔으며, 각 행사의 주요 내용은 다음과 같다.

① 『제9회 환황해경제·기술교류회의』

개최를 통해 동북아 경제협력의 중요성을 재확인하고 에너지 절약·환경분야의 협력을 강화

- 한국 : 녹색산업협력 네트워크 구축, 한중일 자원순환체계 구축, 대중교통운송 인프라 구축

- 중국 상무부(산둥성) : 환황해 지역간 협력으로서 산둥 선도구를 제안(중국 환황해지역-한국 경인지역-일본 큐슈지역을 중심으로 한 성장 가속화)
- 중국 과기부 : 기업 기술수요와 이전 가능한 기술 및 제품정보 교환 및 공유를 위한 플랫폼 구축, 산학연 협력 연구개발을 지원할 수 있는 공동 연구지원 메커니즘 개발
- 일본 : 국제 비즈니스전시회 에코 테크노를 활용한 국제환경비즈니스의 진흥, 환황해권 대학 연계에 의한 인재육성, 환경·리사이클분야의 비즈니스 교류 확대·심화에 대한 협력, 동아시아 환경문제에 대한 국제공동연구의 추진, 환황해 지역의 대학원생을 대상으로 집중강의와 연구회의 개최, 아시아 저탄소화 센터의 창설, 환경분야의 경제·기술·인재교류의 활성화

② 환황해 비즈니스 포럼과 한중일 과학 기술 포럼을 통해 국제 산학관 협력 활성화와 에너지절약·환경보호 관련 새로운 비즈니스 창출에 기여

- 세 나라의 공통 관심사항인 에너지 절약과

환경 분야에서의 협력, 산학관 연계를 통한 국제 비즈니스 창출에 대해 집중 논의

- 에너지절약·환경보호 신기술 보급을 통한 에너지절약형 녹색 사회 건설을 주제로, 한중일 3국이 추진하고 있는 에너지절약·환경보호 관련 신기술의 개발 및 응용 정책과 노하우를 교류
- 에너지 절약, 환경보호 2개 분야에 대한 기술발표와 포스터 전시, 상담 실시

③ 3국 산학관 연계 대학총장 포럼을 통해 산학관 협력과 교류를 촉진

- 한국 카이스트, 중국 산둥대학, 일본 큐슈공업대학 등 3국 45개 대학 123명이 참여하여 글로벌 경제침체 상황에서 산학관 협력과 교류를 주제로 과학기술의 혁신과 연구성과의 실용화, 교육·연구의 국제교류와 협력, 환황해지역의 산학

관 협력 촉진방안을 논의

④ 항만산업 발전과 물류협력, 한·중·일 해저터널과 교통운송 분야의 협력을 강화

- 항만교통관리·물류업체 관계자 등 110여 명이 참석해 항만 교통체계와 관리수준 제고, 항만산업 발전과 현대화된 항만물류체계 구축, 통관 편리화와 물류협력, 한·중·일 해저터널과 교통운송 분야의 협력 등을 논의

⑤ 중국과의 무역불균형 개선을 위한 구매사절단 파견

- 한국수입업협회 주관으로 13개 우리업체가 참가한 구매상담회 개최를 통해 한중 양국 간 교역의 확대균형에 기여(17건 1,400만불 상담) 

일본 호쿠리쿠(北陸)지역과 23개 협력사업에 합의

제10회 한·일(호쿠리쿠)경제교류회의 원주에서 개최

우리나라 동해안 4개 자치단체(대구·울산·강원·경북)와 일본 호쿠리쿠(北陸 3縣 : 토야마(富山)·이시카와(石川)·후쿠이(福井)현) 지역과의 무역·투자·기술협력 확대 등 지역간 교류 촉진을 위한 사업의 일환으로, 양국간 경제협력방안을 논의하는 제10회 한·일(호쿠리쿠)경제교류회의가 지난 9월 10일(목)~13일(일) 강원도 원주시 오크밸리에서 개최되었다.

한국측 의장은 지식경제부 통상협력정책관이, 일본측 의장은 경제산업성 중부경제

산업국장이 맡았으며, 양측 7개 지방자치단체(대구, 울산, 강원, 경북, 이시카와현, 토야마현, 후쿠이현), 경제단체, 기업 등 81명 참가하였다.

이번 회의에서는 한·일 양국 자치단체간 네트워크 구축 협력 및 비즈니스교류 촉진 방안으로서 IT·기계 분야, 물류·관광 분야, 기타 비즈니스 교류의 촉진을 테마로 한국측 4개 지자체 및 7개 기관, 일본측 3개 지자체 및 6개 기관의 공동 협력사업 제안을 중심으로 진행되었다.





① 한일 지역간 협력 관련 지방자치 단체 제안사항

【한국측】

- 민간부문의 참여와 네트워크 구축을 위한 협력기반 강화, IT·바이오·의료기기·신소재 등 강원전략산업 교류협력, 동해자유무역지역에 대한 일본기업의 투자협력, 물류·관광분야의 교류협력 확대를 요청(강원도)
- ‘2010대구세계소방관경기대회’와 ‘2011대구세계육상선수권대회’의 개최홍보 및 참가를 요청대구광역시)
- 각종 전시·박람회 개최 정보제공을 요청 울산광역시)
- 대한민국 새마을박람회의 개최 홍보(경상북도)

【일본측】

- 대구디지털산업진흥원과 (재)이시카와현 산업창출지원기구와의 교류사업(TV CM 제작) 홍보, 가나자와항과 코마츠공항(小松空港) 국제선 이용촉진을 위한 협력을 요청(이시카와현(石川縣))
- 물류분야의 협력촉진(특정중요항만 후시키도야마항(伏木富山港)의 정기컨테이너

항로 이용 촉진), 경제분야의 협력촉진(모노즈쿠리 종합상품전시회 참가), 관광분야의 교류촉진(한국에서의 관광PR)을 요청(도야마현(富山縣))

- 츠루가항(敦賀港) 정기컨테이너항로의 이용촉진, 후쿠이현의 관광PR을 요청(후쿠이현(福井縣))

② 비즈니스 교류촉진 관련 관계기관 제안사항

【한국측】

- 일본과의 산업기술협력 촉진(‘2010 한일 산업기술페어 참가, 연구활동을 위한 호쿠리리쿠 지역 연구기관의 수용 협조, 한국에서 활동을 희망하는 퇴직 기술자 인재 교류 협력)을 요청(한일산업기술협력재단)
- 강원도 및 도야마현 풍력발전 공동개발 협력을 제안(한국산업기술대학)
- 지역특화시장 개척사업단 파견에 대한 협조 요청(한국우량제품진흥협회)
- 호쿠리쿠 지역내 제조기업의 우호적 M&A에 대한 협조를 요청(한국무역협회)

【일본측】

- 항만, 도로, 하천 등 사회간접자본 정비

- 와 유지관리 활동 소개(속초항과 호쿠리쿠 니이가타항, 러시아 자루비노항을 잇는 페리항로 지원) 및 정보교환(호쿠리쿠 지방정비국)
- 관광과 교통·물류 정비 활동 소개(호쿠리쿠신에즈운수국)
 - 호쿠리쿠 지역의 국토형성 지침이 될 ‘호쿠리쿠 광역지역계획’에(제조업 집적을 활용한 산업·물류의 중추적 거점기능 강화를 목표) 대해 설명(호쿠리쿠경제연합회)
 - 동북아시아 경제교류 엑스포(NEAR전시상담회) 개최 홍보(토야마현상공회의소연합회)
 - 물류·관광분야(코마츠 공항, 가나자와항 이용)의 교류 촉진(이시카와현상공회의소연합회 가나자와상공회의소)
 - ‘2009 한일부품소재 조달·공급전시회’, ‘한국 투자·비즈니스 미션 파견’ 성과, 일본기업과 해외기업 간의 거래조회 데이터베이스(TTTP) 운영 내용을 설명(JETRO)
 - 한일 비즈니스교류 촉진사업(정보교류센터·상담회), 환경·에너지절약관련사업 등 재단 사업 홍보(일한산업기술협력재단)
- 한편, 본회의와 별도로 양국 지방자치단체간 실무자 협의, 양국의 비즈니스교류 확대를 위한 클러스터 포럼과 기업 상담회, 호쿠리쿠PR세미나가 개최되었으며, 제10회를 맞이하여 향후 경제교류의 방향에 대해 지자체 및 지역 기업의 의견을 조사하여 보다 실효성이 높은 프로그램을 개발하여 운영하기로 합의하였다. 

일본 큐슈(九州)지역과 24개 협력사업에 합의

제16회 한·일(큐슈)경제교류회의 개최

일본 큐슈(九州)지역과의 무역·투자·기술협력 확대 등 지역간 교류 촉진을 위한 사업의 일환으로 양국 정부, 지방자치단체, 경제단체, 기업 등 관계자가 한 자리에 모여 양국 간 경제협력방안을 논의하는 제16회 한·일(큐슈)경제교류회의가 지난 10월 7일(수)~10일(토) 광주광역시에서 개최되었다.

한국측에서는 지식경제부 문재도 통상협력정책관을 단장으로 광주광역시, 부산광역시, 대전광역시, 전라북도 등 4개 지방자치단체와 한일경제협회, 한일산업기술협력재단, KOTRA 등 23개 관련 경제단체, 금형관련기업 24개사 등 59명이 참가하였으며, 일본(큐슈)측에서는 키타카 키미히사(橘高公久) 경제산업성 큐슈경제산업국장을 단장으로 큐슈지역 2개현 2개 政令市, 일한산업기술협력재단, 키타큐슈산업학술추진기구, 큐슈공업대학 등 16개 관련 기관, 금형기업

4개사 등 30명이 참가하였다.

금번 회의에서는 ①중소기업간 경제교류 확대 지원을 위한 분야별 협력의 촉진 ②비즈니스 교류 촉진을 위한 사업의 적극적 전개 ③지역간 경제교류의 확대 등 한일 간 무역, 투자, 산업기술협력 촉진을 위한 3가지 의제에 대한 논의를 거쳐 24개 경제협력사업(한국측 제안 : 11개, 일본측 : 13개)에 대하여 합의하였다.

한편 이번 회의와 병행하여 개최된 양국 금형 분야의 기업간 제휴 촉진을 위한 금형분과회에서는 한국과 일본(큐슈)기업간에 현황 파악과 향후 전망, 제휴 가능성 등에 대한 적극적인 의견교환이 이루어졌다.

차기 회의는 2010년 10월 중순, 일본 키타큐슈 시에서 환황해경제기술교류회의, 2010 에코테크노와 병행하여 성대하게 개최될 예정이다.





* 양국 제안의제

① 중소기업간 경제교류 확대 지원을 위한 분야별 협력의 촉진

【한국측】

- 금형기업 간 비즈니스 교류협력사업 추진(광주금형산업진흥회)
- 부산-큐슈 초광역경제권 내, 중소기업 공동기술개발(동의대학교, 부산정보산업기술협회)

【일본측】

- 한국(KICOX)과 큐슈와의 환경산업 교류 촉진(큐슈지역 환경·리사이클산업교류플라자(K-RIP))
- IT그룹간 교류·제휴사업의 추진(키타큐슈 국제IT비즈니스추진회(KLIC))
- 「신아시아인재·기술협력기구(약칭 NACS)」와의 교류 촉진(NPO 법인 신아시아 인재·기술협력기구(NACS))
- 연수·세미나 등의 기술협력사업 실시(키타큐슈국제기술협력협회(KITA))

② 비즈니스 교류 촉진을 위한 사업의 적극적 전개

【한국측】

- 큐슈지역과의 산업협력 촉진을 위한 협력요청(한일산업기술협력재단)
- 지역시장개척사업단 파견(한국우량제품진흥협회)
- 키타큐슈 과학도시와 광주테크노파크 기술협력사업(한국산업기술대학교)
- 한일 자동차부품 상생협력 교류회 개최 지원(KOTRA 福岡센터)
- 자동차부품산업 공동발전협력을 위한 테스크 포스팀의 설치(부산테크노파크)
- 친환경 자동차부품개발 기술교류 협력사업(한국생산기술연구원)
- 큐슈 지역내 제조기업의 우호적 M&A에 대한 협조 요청(한국무역협회)

【일본측】

- 민간 레벨의 비즈니스 네트워크의 구축과 상호 비즈니스의 추진(큐슈한일경제교류협회(KNOCK))

- 경제·인재 등 교류의 제후 추진(후쿠오카현 중소기업경영자협회)
- 큐슈 신칸센 전노선 개통을 계기로 방문객유치 추진(큐슈관광추진기구)
- 국제 컨벤션의 활용 촉진(서일본산업무역컨벤션협회)

③ 지역간 경제교류의 확대

【한국측】

- 부산-후쿠오카 초광역경제권의 형성추진-4대 기본방향, 9개 전략, 23개 세부추진사업, 64개 과제- (부산광역시)
- 후쿠오카내 대전 통상사무소를 설치에 따른 경제교류(상담회, 기업간 기술·인적

교류)지원 협력(대전광역시)

【일본측】

- 큐슈지역·한국 남부지역 초광역경제 제후 모델 책정 조사 실시-새로운 제후사업 창출 및 제후사업 실시- (큐슈경제산업국)
- 바이오 비즈니스 국제회의에 대한 참가를 통해 바이오 관련 기업의 비즈니스 전개 촉진(후쿠오카현)
- 부산-후쿠오카 초광역경제권 형성 추진(후쿠오카시)
- 한국과의 국제적 산학관 제후의 추진 및 구축(큐슈공업대학)
- 대학을 중심으로 한일 연구교류, 사회인·학생교류 활성화(후쿠오카대학) 

차세대를 짊어질 한일 청소년들의 교류 현장

제13회 한일고교생교류캠프 개최

한일경제협회와 일한경제협회가 공동으로 주최하는 ‘한일고교생교류캠프’가 2009년 7월 28일부터 8월 1일까지 용인에 소재한 금호아시아나 인재개발원에서 개최되었다.

이번 제13회 캠프에서는 한국측 25개교 44명의 학생이, 일본측 31개교 44명의 학생이 참가하여 총 88명의 학생들이 4박 5일동안 사업기획을 통해 국제적인 인재로서의 자질을 키우고, 국경을 넘는 우정을 체험하였다.

비즈니스 기획 발표는 여덟 개의 카테고리로 이루어진 사업 아이템에 대해 학생들의 시장조사를 통한 통계와 아이디어를 통해 한일의 문화와 경제가 어우러진 내용으

로 시장성이 있는 새로운 사업을 창출하여 발표하게 되어있다.

금번 캠프에서는 국가와 성별, 연령에 따라 사업전략을 달리하여 도시락과 디저트를 함께 즐길 수 있도록 고안한 2팀의 Love Dessert Combo가 최우수상을, 건강을 해쳐서라도 미를 추구하는 현대인들에게 건강과 미를 동시에 추구할 수 있도록 과학적, 패션적으로 매우 뛰어나며 친환경소재의 옷감을 사용하여 만든 의류에 대해 발표한 1팀의 ‘WING’이 심사위원특별상을 수상하였다. 또한 팀웍상으로는 뛰어난 단결력을 보여준 7팀이 수상하였다.





이번 제13회 캠프에서는 전원이 적극적으로 참가하여 발표하는 형식과 매 아이템마다 친환경 녹색성장에 대한 주제를 함께 다룬 내용, 모든 발표를 PPT로 일목요연하게

정리하여 발표하는 표현력이 역대 최고 실력을 갖춘 캠프였다는 평가를 받았다.

다음 제14회 캠프는 겨울 방학 중에 일본에서 개최될 예정이다. ㉞

NO	사업카테고리	팀명/사업명	사업 내용
1	패션·의류	패셔니스타: 「WING」(Clothes for Health)	패션 추구로 건강을 해치는 경우를 예를 들어 뛰어난 디자인에 황토, 옥돌 등 친환경적인 소재를 접목시킨 새로운 개념의 옷 생산. 패션과 건강을 지향하는 고급 브랜드 이미지를 창출
2	음식서비스·식료품	キムチオ덕후(オタク): 「Love Dessert Combo」	비싼 음식으로 생각되는 디저트를 도시락에 넣어서 판매. 사이즈를 다양화함으로써 친숙하고 손쉽게 이용가능하도록 제작. 도시락 문화가 발달한 일본에서는 저가공급, 도시락 문화가 비교적 덜 발달한 한국에서는 고급화 전략으로 판매 전략을 국가에 따라 다양화함
3	유통·서비스 판매	SamSan 「Superman Travel Service」	장애우나 노령자등 여행불편자들을 위한 관광·통역 서비스 제공. 통역, 가이드, 간호의 제공이 가능하며 기부금으로 비용을 상당부분 충당하여 이용자들의 비용부담을 덜어줌
4	관광·레저	유성(流星)の絆: 「すべすべsouvenir」	미용분야를 특화한 관광으로 미용체험관광, 미용상품 쇼핑, 미용에 좋은 음식을 직접 먹고 만드는 체험형 관광 상품 제공. 저렴한 가격에 미용상품과 관광문화상품을 동시에 체험 가능
5	정보제공서비스	미묘한 삼각관계: 「World Bridge Advertisement」	상품의 타국진출을 도와 광고를 현지화하여 제작하는 광고회사. 타국가 진출을 희망하는 기업을 타겟으로 하여 현지 정서에 맞는 광고를 제작하여 진출을 원조함
6	환경	CAMP: 「집 안의 작은 행복」	지구 사랑을 위한 작은 실천으로 아이들의 자연사랑을 키워줄 수 있는 재배용 채소 판매. 가족들의 건강을 중시하는 중산층 주부가 타겟
7	복지·의료	焼き肉씨: 「할머니의 지혜」	민간 요법을 상품화하여 제조를 완료한 완제품을 온오프라인으로 판매. 1.비용이 저렴하고, 2. 타국의 민간요법을 가까이 경험 가능, 3. 집에서 간단 치료, 4. 부작용이 없고, 5. 전염병 확산 가능성이 낮음
8	교육	交育: 「iPet: 幼児教育、ペットと一緒に」	아이-한국어로는 유아, 일본어로는 사랑, 영어는 인터넷의 의미, 글로벌 시대에 맞는 인재를 양성하기 위한 유아교육시스템에 펫 키우기, 식물재배 등의 프로그램을 도입함으로써 아이들이 자연을 사랑하고 생명을 중시하는 인재로 양성될 수 있도록 도움
9	음식서비스·식료품	99: 「Yammy Box(JK Lunch Box)」	먹고싶은 음식을 먹고싶은 양만큼 골라 먹을 수 있는 뷔페식 맞춤형 도시락. 도시락 사이즈에 따라 반찬 가짓수가 달라지며 일본에서 보편화된 타임 세일 및 한국에서 보편화된 인터넷 예약주문이 가능
10	관광·레저	JKT: 「JKT : Trip for J・K Together」	취미나 성격이 비슷한 외국인과 소그룹으로 여행할 수 있도록 짜여진 여행기획회사. 타국인과의 여행을 통해 우정을 쌓으며 여행자가 스스로 여행일정을 기획하여 결정할 수 있음

제14회 한일고교생교류캠프 내년 2월 일본에서 개최

한일경제협회와 일한경제협회에서는 한일 청소년교류 사업으로서 차세대를 짚어질 청소년들의 교류확대를 위해 2004년 1월부터 매년 2회 여름방학과 겨울방학 기간을 이용하여 『한일고교생교류캠프』를 개최해 오고 있습니다. 대한민국 외교통상부와 일본 국토교통성, 주한일본대사관에서 후원하는 금번 제14회 캠프는 2010년 2월 2일(화)부터 2월 6일(토)까지 4박 5일간 일본 오사카에 소재한 코스모스퀘어 국제교류센터에서 개최되며, 한일 양국의 청소년 80여명이 참가하여 열띤 교류의 장을

펼칠 예정입니다.

캠프의 내용은 각 팀별로 한일 양국의 관광·문화 등을 판매할 수 있는 비즈니스 상품을 기획하여 시장조사를 거친 후 완성, 발표하는 것으로 양국의 사회와 문화, 경제를 이해할 수 있는 뜻 깊은 경험이 될 것입니다.

참가학생 모집은 협회 홈페이지를 통해 안내할 예정이오니 회원 기업의 많은 참여를 바랍니다.

참가문의는 아이빛연구소 교육팀 (Tel. 02-2113-8053)으로 문의하시기 바랍니다. 



■ 일본은 지금 ... (I)

일본 상장기업의 영속가능성 랭킹은?

보통 회사의 수명은 30년이라고 하지만, 환경이 격변하고 있는 지금에 문제가 되는 것은 수명 그 자체보다도 환경변화를 이겨 내기 위해 스스로를 어떻게 변화해 갈 것인가가 더 중요해지고 있다. 절정에 있는 기업이라도 변화를 게을리하면 쇠퇴의 비탈 길을 걸을 수 밖에 없다. 성공의 미래를 끊고 스스로의 모습을 변화시키는 「變態」야말로 장래의 영속성을 담보하는 길이다.



日經비즈니스에서 독자적으로 집계한 일본 상장기업들의 영속가능성 순위와 함께 그 조건을 탐색해 본다.

1. 연속가능성 최후의 조건은 時間軸

- 성장지속을 위해선 단기만이 아니라 장기, 초장기의 경영전략이 승부가 된다.
- 사업에 따라 다른 시간축을 고려해 수익 모델을 어떻게 최적화해갈 것인가.
- 눈앞의 사업에 목매이지 않고 大局을 읽고 전략을 구상하는 것이 탑경영인에게 요구되고 있다.

앞으로는 업계의 榮枯盛衰까지 시뮬레이션한 초장기의 경영계획까지 요구된다.(보스톤컨설팅그룹 일본대표) 이것은 무엇을 의미하는 것일까?



장기적 시점에서의 경영을 강점으로 해 온 일본의 기업사회에서는 1990년대 후반 이후 단기로 경영을 관리해 가는 움직임이 확산되었다.

리먼쇼크를 계기로 이러한 투자를 의식한 단기지향경영에 비판이 높았는데, 그가 주장하는 것은 다시 옛날 방식으로 돌아가자는 것이 아니라, 경영에 필요한 시간축을 재고하는 움직임이 확산된다고 예상하고 있는 것이다. 보다 구조적인 변화가 밀

려오고 있고, 단기와 장기 그리고 초장기도 의식한 시간축경영의 視點이야말로 금후 기업의 영속성을 좌우할 가능성이 있다고 하는 것이다.

그 배경에는 경제구조의 변화가 있다. 기존의 사업분야는 거의 성숙하고, 국내시장이 축소로 향하고 있는 일본기업에 있어, 지속적인 성장을 위해서는 새로운 분야에 적극적으로 나설 수밖에 없다. 즉 선행투자에 의한 적자사업을 어떤 시나리오로 수익화해 가느냐가 최대의 초점이 된다.

예를 들면 많은 회사들이 유망사업으로 꼽고 있는 환경관련 태양광발전이나 스마트그리드 등 세계적인 대시장이 탄생한다고 기대되고 있는데, 그 곳에 사용되는 기술은 아직 발전단계. 기술이 어떻게 진화해갈 것인지, 각국정부는 어떠한 정책을 취해가는지.... 막연한 장래를 스스로가 어떻게 그려가느냐에 따라 기업의 미래상은 크게 달라진다.

「大局」을 읽는 것이 약한 일본기업

중요한 것은 사업마다의 시간축을 명확히 해 다른 시간축의 사업을 관리해 가는 것. 기존사업을 계속하면서 어떤 장기적인 사업육성을 추진할 것인가?

금후에는 디지털카메라나 액정TV를 만들면서 태양광발전장치나 원자력발전사업을 신장시켜 가는 경영이 늘어난다. 전자는 반년에 1회, 신제품을 투입하는 것에 비해, 후자는 10년 단위로 취급해야하는 사업이다. 그 중에는 수명이 다하는 사업도 있다. 시간축이 다른 사업을 어떻게 제어해 갈

것인지. 그것이 기업 영속성의 Key가 된다. 여기서 문제되는 것이 일본적경영 그 자체이다.

본래 경영자의 역할은 「大局을 읽고 방향을 정하는 것」, 「전략을 구상하는 것」, 「전략을 실행하는 것」 3가지. 일본기업의 경영자는 우수한 사람은 많지만 대국을 읽고 전략을 생각한다고 하는 점에서는 구미에 비해 약한 경향에 있다고 지적.(A.T.카니 일본법인 대표)

사업은 생물과 같이 피크가 지나면 활력을 잃어간다. 경영자의 일은 사업의 성쇠를 지켜보고 필요에 따라 대담하게 바꿔 넣는 것이다. 문제는 일본기업의 톱에게 있어 그것이 가능한가 하는 점이다.

미국의 GE는 잭웰치 전회장 겸 CEO가 세계시장에서 1위, 2위의 사업밖에 다루지 않는다고 하는 전략을 구축. 전통있는 가전 사업으로부터의 철퇴에도 불구하고 성장을 지속해 왔다.

물론 장기전략을 의식한 경영을 하고 있는 회사는 있다. 일례가 맥주회사인 기린홀딩스. 2007년 7월에 지주회사로 이행한 이래 적극적인 M&A노선을 밟고 있다. 동년 10월에는 의약. 바이오사업의 강화를 노려 協和發酵를 매수했다. 그리고 2009년 7월에는 동업계의 산토리와의 경영통합계획이 명확해졌다.

국내맥주시장에 머무른다면 성장이 기대되기 어렵다고 생각해서 M&A를 적극화하고 맥주회사로부터 종합식품메이커로 변태를 수행하고 있다.

그 전략을 추진하고 있는 배경에는 지주회사의 존재가 크다. 맥주나 음료사업에서

의 경쟁력강화는 주로 산하의 사업회사가 담당하고 그룹전체의 성장은 지주회사가 생각하는 역할분담을 명확히 해 왔다.

각 사업회사는 매년 목표달성을 위해 경영하고, 지주회사는 10년, 20년후를 내다본 기린그룹의 전략을 구축한다. 각각 다른 시간축을 기초로 회사를 운영하는 것으로 장기성장을 향한 씨뿌리기를 하고 있는 것이다.

2. 일본기업의 영속가능성 순위

外向이 젊음을 창조한다

- 규모를 확대하면서 장래의 성장을 위한 투자도 잊지않는 기업
- 랭킹 상위기업에 공통된 영속의 비결은?

A. 종합부문 (1~30위)

제품이나 사업에 수명은 있어도 사업의 내용이나 사업을 전개하는 시장을 바꾸면 기업은 영구히 계속 살아갈 수 있다. 계속 성장하는 오래된 기업이 존재하는 것은 환경에 따라 기업자체가 계속 변화하고 있기 때문이다.

금후에도 영속할 가능성이 높다고 생각되는 기업은 어느 기업인가? 일경비즈니스에서는 동경증권거래소 제1부 상장기업을 대상으로 독자적 시점에서 순위를 매겼다.

순위산출에 사용한 재무지표는 과거 10년간에 있어 매출신장 경향, 미래성장을 향한

투자의 적극성, 지금까지 쌓아 온 기업의 매출규모 3가지. 여기에 매출액 변동의 대소, 시가총액의 증감을 가미했다.

매출액의 신장은 젊음을 나타내고 투자의 적극성은 젊음의 유지에 불가결한 요소라 할 수 있다. 이렇게 선발된 톱30은 아래 표와 같다.

※ 종합부문 도표

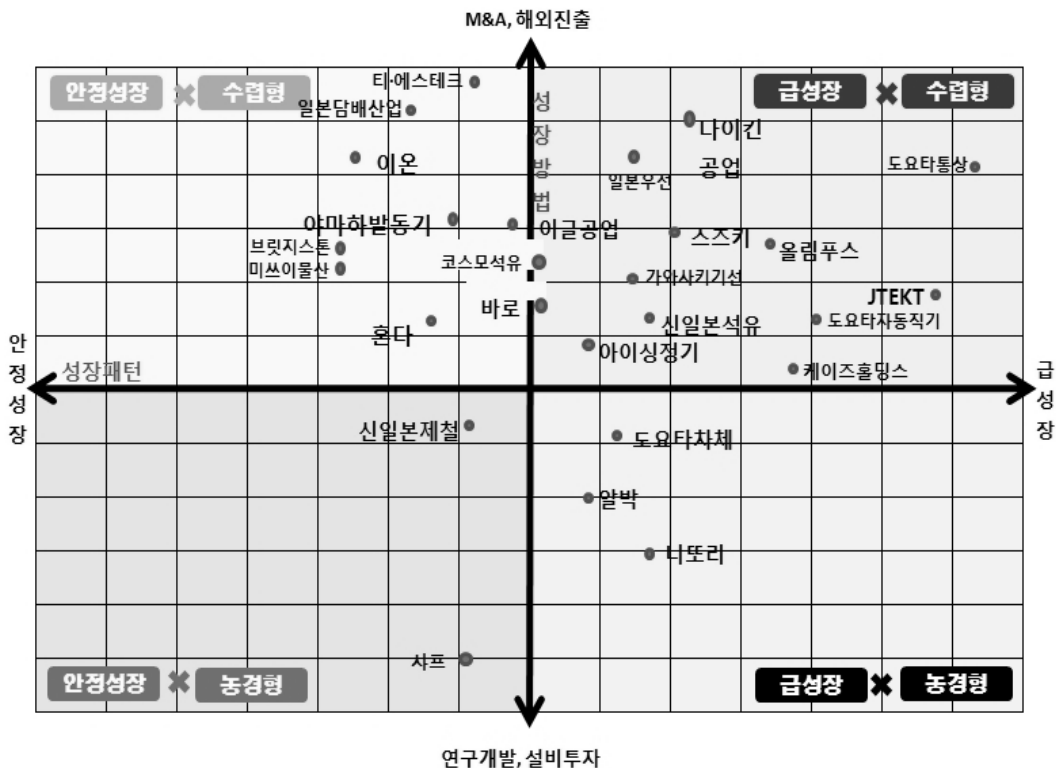
순위	회사명	점수	타입
1	혼다	191	안정성장 x 수렴형
2	도요타자동차	187	—
3	다이킨공업	186	급성장 x 수렴형
4	아이싱정기	185	급성장 x 수렴형
5	국제석유개발제석	184	—
5	도요타차체	184	급성장 x 농경형
7	미쓰비시상사	183	—
7	니토리	183	급성장 x 농경형
9	올림푸스	182	급성장 x 수렴형
9	이온	182	안정성장 x 수렴형
11	스즈키	181	급성장 x 수렴형
11	야마하발동기	181	안정성장 x 수렴형
13	신일본제철	180	안정성장 x 농경형
14	코스모석유	179	급성장 x 수렴형
14	스미토모상사	179	—
16	신일본석유	178	급성장 x 수렴형
16	제이테크트	178	급성장 x 수렴형
16	일본전산	178	—
16	알박	178	급성장 x 농경형
20	일본담배산업	177	안정성장 x 수렴형
20	미쓰이물산	177	안정성장 x 수렴형
20	오릭스	177	—
23	브릿지스톤	176	안정성장 x 수렴형
23	도요타자동차	176	급성장 x 수렴형
23	도요타통상	176	급성장 x 수렴형
23	케이즈홀딩스	176	급성장 x 수렴형
23	카와사키 기선	176	급성장 x 수렴형
28	샤프	175	안정성장 x 농경형
28	일본우선	175	급성장 x 수렴형
30	이글공업	174	안정성장 x 수렴형
30	티-에스테크	174	안정성장 x 수렴형
30	바로	174	급성장 x 수렴형

1위는 혼다, 2위 도요타자동차, 4위 아이싱정기 등 자동차관련기업이 상위에 랭크. 또한 미쓰비시상사(7위)나 스미토모상사(14위), 미쓰이물산(20위)등의 상사세력과 니포리(7위), 이온(9위) 등 소매의 이름도 등장. 상위기업에 공통된 경향을 보면 영속할

수 있는 이유를 알 수 있다.

톱 30위 기업 가운데 회계기준의 변경 등으로 필요한 재무데이터를 취득할 수 없었던 기업을 제외한 26개사를, 성장의 패턴과 성장의 방법이라는 2가지 관점에서 4가지의 타입으로 분류한 것이 아래 그림이다.

※ 성장타입별 그림



횡축이 성장의 패턴. 매년 착실히 매출을 신장하고 안정적으로 성장하고 있는 기업이 좌측에 위치하고, 기복은 있어도 급성장한 기업이 우측에 나열되어 있다.

종축은 성장의 방법. 해외시장 개척이나 M&A에 의해 성장해 온 소위 수렴형의 기업과, 연구개발이나 설비투자에 자금을 충

당하면서 자력성장을 지속해 온 농경형기업으로 분류된다. 순위에서는 상위에 수렴형, 하위에 농경형기업을 나열.

4분류 가운데 톱 30기업이 가장 많이 분류되는 것이 급성장×수렴형기업이다. 다이킨공업이나 스즈키, 日本郵船 등, 여기에 위치하는 기업의 대부분은 최근 10년간 外需

에 의해 성장해 왔다.

국내의 성숙화를 발빠르게 예측해 해외전개를 추진, 자력성장이 어렵다고 판단되면 대규모 M&A도 불사. 즉 외향의 자세에 기업이 영속하기 위한 비결이 있다고 할 수 있다.

대각선에 위치하고 있는 것이 안정성장×농경형기업. 벌어드린 자금을 설비투자나 새로운 연구개발에 투입하면서 건실하게 업적을 신장시키는 従來型 일본기업의 전형이라고도 할 수 있는 타입이다.

그런데 랭킹상위에서 이 타입에 들어있는 것은 신일본제철과 샤프정도. 성숙한 일본시장에 있어서 내향경향이 강한 기업이 성장을 계속하는 것의 어려움을 반영해 주고 있다. 縦軸만 주목하면 그 경향은 더욱 현저하다. 급성장組의 니토리 등을 넣어도 하위는 5개사뿐이고, 대부분의 기업이 상위에 위치.

B. 제조업

키워드는 「환경」과 「신흥국」

종합랭킹의 해설에서 언급했듯이 상위에는 外需주도로 성장해 온 기업이 눈에 띈다. 그 키워드는 「환경기술」과 「신흥국개척」이며 대표업종은 자동차관련이다.

동순위까지 포함한 상위 105개사 가운데, 4분의1에 해당하는 24개사가 수송용機器(東証業種 中분류). 톱10으로 한정하면 6개사. 2000년 이후 세계판매의 확대로 매출을 크게 신장함과 동시에, 벌어들인 현금을 적극적으로 신기술의 개발에 투자해 경쟁력 강화를 이루어 왔다. 그 성장력과 장래투자가 상위에 오른 요인이다.



首位인 혼다는 환경과 신흥국에서 강점을 발휘해 왔다. 혼다의 환경기술이라고 하면 금년 2월에 발매한 하이브리드차 「인사이트」가 떠오르며, 업계에서 불가능하다고 여겨졌던 미국의 환경규제를 뛰어넘은 CVCC(複合渦流調速燃焼)엔진을 1972년에 개발하였다.

신흥국에도 빨리 진출해 왔는데 무기는 2륜차. 신흥국에서는 일반시민의 소득수준이 4륜차를 살 수 있는 레벨이 되기전에 2륜차가 보급된다. 아시아나 남미등에서 일찍이 현지생산에 나서 부품메이커를 육성. 그 후의 4륜차 생산을 하는 「승리의 방정식」을 확립해 왔다.

2위인 도요타도 환경대응면에서는 자동차업계의 선두를 달리고 있다. 97년에는 세계최초의 양산 하이브리드차 「프리우스」를 발매하고, 에코카의 선구가 되었다. 그 후에도 하이브리드차의 라인업을 확대, 해외에도 투입. 2009년 8월말까지 세계에서 총

200만대를 판매했다. 금년 5월에 투입한 3대째 프리우스는 대량의 매출실적을 올리는 히트로 연결되고 있다.

7위인 스즈키는 국내에서는 경자동차메이커로서 알려져있는데, 톱세어를 갖고있는 인도나 헝가리 등 신흥국에서 강하다.

자동차부품메이커도 다수 랭크인했다. 아이싱정기(4위), 도요타차체(5위), 도요타自動織機(16위), 덴소(21위) 등 도요타系의 주요 각사가 이름을 올린 외에, 테이·에스테크(19위), 에프테크(25위), 武蔵정밀공업(27위) 등 혼다界도 상위에 랭크.

내연기관의 진화와 함께 발전해 온 자동차산업에는, 하이브리드차의 보급이나 전기자동차의 등장에 의해 電動化의 파고가 밀려오고 있다. 전지나 모터로 차를 움직이는 기술에서 세계를 리드하는 일본의 자동차는 전동화시대에 대응할 수 있도록 자기혁신에 도전해 왔다고 할 수 있다.

내수산업은 M&A로 생존

「환경」과 「신흥국」이 키가 되는 것은 자동차만이 아니다.

3위인 다이킨은 에어컨의 省에너지에 기여하는 인버터기술이 강점. 2008년에는 가정용공조에서 세계최대기업인 중국·珠海格力電器(광동성)와의 업무제휴를 결정. 중국기업의 저코스트생산과 다이킨의 생에너지기술을 조합해 새로운 성장을 노림.

21위인 코마츠는 하이브리드유압쇼벨을 세계 처음으로 양산하기 시작. 건설기계에서도 장차 연비가 좋은 것이 경쟁에서 메리트가 된다고 보고 있기 때문. 일본, 미국,

구미의 선진국시장이 저조한 가운데 신흥국의 개척에 박차를 가하고 있다. 2009년 4~6월기에는 아시아·오세아니아와 중국의 지역별 매출액구성비가 全社의 4할을 차지하는 데까지 상승. 2010년 3월기에도 영업흑자를 확보할 전망.

M&A로 성장해 온 회사도 랭킹에 들었다.

일본전기(11위)는 「저성장의 시대, M&A를 구사해 시간을 산다」고 하는 생각에서 M&A를 가속. 업적부진기업을 산하로 흡수, 인원삭감이나 사업소폐쇄를 하지 않고 회사를 재건해 왔다. 2003년에 매수한 三協精機제작소(현 日本電產산쿄)에서는 체질개선의 결과, 買收로부터 2기째에 과거 최고이익을 달성하고 있다.

일본전산은 해외도 고객으로 삼고 있는 메이커인데, M&A에 생존을 걸고 있는 것은 국내를 주된 시장으로 하는 업종에서 두드러진다. 대표적인 것이 식품메이커이다.

15위인 일본타바코산업은 M&A에 의해 종합식품메이커를 향해 질주. 2007년에 대형 冷食기업인 加ト吉와의 냉식사업의 통합을 결정. 2010년부터는 「테이블마크」로 이름을 바꾸어 재스타트 한다. 국내의 담배산업은 시장이 축소되는 구조불황업종인데, 2007년에 영국의 담배메이커 가라하를 매수해 해외사업의 확대를 노리고 있다.

식품메이커에서는 日清製油, 리놀油脂, 닛코製油가 합병한 日清오이리오그룹(63위), 동업의 산토리와 합병교섭에 들어간 기린홀딩스(80위)도 M&A組다. 수출산업만이 아니라 내수산업도 큰 전환기에 접어들고 있다.

※ 제조업 톱 100

순위	회사명	점수	순위	회사명	점수	순위	회사명	점수
1	혼다	191	30	태평양공업	169	63	동해이화	161
2	도요타자동차	187	30	캐논	169	63	아크	161
3	다이킨공업	186	36	닛빠츠	168	72	코카콜라웨스트	160
4	아이싱정공	185	36	도시바	168	72	JSR	160
5	도요타차체	184	36	후타바산업	168	72	히타치금속	160
6	올림푸스	182	36	미즈바	168	72	스미토모금속광산	160
7	스즈키	181	40	쇼와셀석유	167	72	OSG	160
7	야마하발동기	181	41	도요타방직	166	72	TPR	160
9	신일본제철	180	41	도레이	166	72	키엔스	160
10	코스모석유	179	41	大陽日酸	166	72	유니참	160
11	신일본석유	178	44	일본축매	165	80	기린홀딩스	159
11	제이테크트	178	44	고베제강소	165	80	세렌	159
11	일본전산	178	44	大紀알루미늄공업소	165	80	신에츠화학공업	159
11	알박	178	44	유신	165	80	코니카미놀타홀딩스	159
15	일본담배산업	177	44	니콘	165	80	스미토모고무공업	159
16	브릿지스톤	176	49	아사히카세이	164	80	DC CO.,LTD	159
16	도요타자동차	176	49	新日鉄홀딩스	164	80	다이후크	159
18	샤프	175	49	일신제강	164	80	세가사미홀딩스	159
19	이글공업	174	49	스미토모전기공업	164	80	파나소닉	159
19	타·에스테크	174	49	미즈비시중공업	164	80	카사이공업	159
21	에어워터	173	54	사와이제약	163	80	에프·시시	159
21	에자이	173	54	IHI	163	80	JSP	159
21	코마츠	173	54	일신공업	163	92	후지필름홀딩스	158
21	덴소	173	54	小糸제작소	163	92	아사히가라스	158
25	出光興産	172	59	토프콘	163	92	쿠보타	158
25	에프테크	172	59	東燃제너럴석유	162	92	OBARA	158
27	아사히홀딩스	171	59	산요특수제강	162	92	히노자동차	158
27	무사시정밀공업	171	59	카와사키중공업	162	92	관동자동차공업	158
29	도소	170	59	리코	162	92	HOYA	158
30	나카야마제강소	169	63	日新오이리오그룹	161	99	츠후사료	157
30	NTN	169	63	카고메	161	99	미즈비시머티리얼	157
30	시스맥스	169	63	와라베야日洋	161	99	大豊공업	157
30	타치에스	169	63	다이소	161	99	카시오계산기	157
			63	미쓰비시가스화학	161	99	파나소닉전공	157
			63	花王	161	99	에크세디	157
			63	동경제철	161	99	요로즈	157

C. 비제조업

進化・連携・變異로 생존

제조업이외의 업종만으로 랭킹을 보면, 상위 기업에는 몇 개의 공통점이 보임. 그 특징에 따라 대별하면, 「적응진화형」, 「합종연횡형」, 「돌연변이형」 3가지의 형태로 분류.

상위는 종합상사다. 미쓰비시상사(2위)를 필두로 스미토모상사(5위), 미쓰이물산(6위)

등 각사 모두 1990년대까지 계속되어 온 「商社の 겨울시대」를 뛰어넘어 거래중개회사에서 투자회사로의 진화로 2008년을 피크로 한 자원인플레라는 환경의 변화속에서 열매를 얻었다.

이러한 적응진화형기업은 또 있다. 가구 판매의 니토리(2위), 캐주얼의류의 유니크로를 전개하는 퍼스트리딩(26위), 「한 그릇에 290엔」의 라면점인 幸樂苑(29위) 등은 가격력에 압도적인 강점을 가지고 다플레

경제라는 역풍의 환경에서도 고객을 떨어뜨리지 않고 수익을 늘린 기업군이다.



야마구치현에서 개인상점으로서 기업한 맨즈샵 小郡商事가 스스로 제조해 스스로 판매하는 SPA(제조소매)의 형태를 1990년대에 확립해 「유니클로」로 變態를 거둔 것은 잘 알려져 있다. SPA化에 의해 가격력을 손에 넣은 것은 니토리도 똑같다. 동사는 항상 「우리들은 소매업이 아니고 제조물류소매업」이라고 한다. 도매업자로부터의 仕入 판매가 기본이었던 가구판매업계에서 그 동질화경쟁에 끼어들지 않고 독자기획상품의 준비, 저코스트에서의 해외생산체재나 독자의 물류망을 닦는 것에 전념해 왔다.

幸樂苑은 80년대에는 라면점의 FC전개를 시작하고 있었는데, 轉機가 된 것은 2001년 디플레이경제에 대응하기 위해 기존업태를 순차적으로 저가격업태인 幸樂苑으로 전환하여 급성장을 이루었다.

이 외에도 아이들 전문사진관을 전개하는 스

타디오아리스(63위), 자전거를 제조·판매하는 아사히(63위) 등은 각각 독자적인 진화로 효율화를 꾀해 체인을 전개해 생존한 좋은 예다.

日本郵船(11위)은 해운만으로는 생존할 수 없는 환경에서 空運이나 陸運에 진출해 대응하려고 시도하고 있다. 이것도 또한 「적응진화형」의 전형적인 예라고 할 수 있다.

제2그룹은 「합종연횡형」. 환경변화에 따라 他者と 연휴해 생존하려는 전략을 가진 회사가 여기에 해당. 식품슈퍼의 아쿠스(22위)는 이 타잎의 전형.

똑같이 치열한 경쟁이 계속되고 생존을 건 재편통합이 반복되고 있는 것이 가전양판업계다.

케이즈홀딩스(8위)는 中部의 기가스, 關西의 八千代무센전기, 東北의 덴코드 등을 연이어 산하에 흡수해 62년 연속 수입증대, 11년 연속 수익증대로 견조한 성장을 지속. 동업의 에디온(29위)도 동일한 모습. 히로시마의 미도리電化, 중부의 에이텐이 경영을통합해 탄생. 2006년에 동경·아키하바라의 이시마루전기에 출자해 지분법적용 관련회사로 되어 있다.

의약품도매업계의 합종연횡은 더 극적이다. 2003년에 매출액 업계3위인 福神과 4위인 아즈웰이 경영통합해 현재 업계 2위의 알프레사홀딩스(13위)가 발족. 업계수위 메디팔홀딩스(22위)는 삼성당, 동경의약품, 쿠라야약품 3사가 경영통합해 2000년에 발족. 이 업계수위와 2위가 합병통합을 계획하고 있었는데 공정거래위원회가 합병에 난색을 표해 이루어지지 않았다.

마지막으로 기존사업을 진화시키기 보다는 신규로 사업에 나서 뉴비즈니스로 시장

을 개척하는 「돌연변이형」이라고 할 수 있는 기업이 있다.

레오팔레스21(17위)는 부동산중개업으로서 起業했는데, 1985년 敷金무료의 임대 맨션인 「레오팔레스21」 사업을 창안한 것이 계기가 되어 급성장 실현.

아스쿨(36위)도 돌연변이의 부산물이다. 사무기기메이커인 「플러스」에서 사내벤처로 태어난 사무기기·문방구의 통신판매사

업이 그 전신인 것은 잘 알려져 있다. 「만드는 회사」에서 「파는 사업」이 탄생되어 그 변이가 성장의 원동력이 되었다.

진화인가? 연휴인가? 아니면 돌연변이인가? 각사 모두 방법론은 각기 다르지만, 공통되는 것은 환경의 변화를 앞서서 스스로의 모습을 변태시키는 것에 성공하고 있다는 것이다. 불연속이야말로 오히려 연면한 영속성을 낳는다. 그 사실은 이 랭킹에서도 알게 된다. 

※ 비제조업 톱 100

순위	회사명	점수	순위	회사명	점수	순위	회사명	점수
1	국제석유개발제석	184	29	베르크	160	63	이와타니산업	152
2	미쓰비시상사	183	33	포인트	159	63	츠愛석유	152
2	니토리	183	33	제비오	159	63	후지	152
4	이온	182	33	동경전력	159	63	미즈이창고	152
5	스미토모상사	179	36	아스쿨	158	63	동경가스	152
6	미츠이물산	177	36	마즈모토키요시홀딩:	158	63	東邦가스	152
6	오릭스	177	36	캐논마케팅재팬	158	73	일본수산	151
8	도요타통상	176	36	아오코	158	73	조선전기	151
8	케이즈홀딩스	176	40	東建코퍼레이션	157	73	일본瓦斯	151
8	카와사키기선	176	40	아오야마상사	157	73	히타치물류	151
11	일본우선	175	40	전일본공수	157	73	토호쿠전력	151
12	바로	174	40	住金물산	157	73	큐슈전력	151
13	알프레사홀딩스	172	44	스미토모임업	156	79	大東建託	150
14	아마토하우스공업	170	44	리조트트러스트	156	79	바이탈KSK홀딩스	150
14	동방홀딩스	170	44	니시마즈야체인	156	79	IT홀딩스	150
14	商船미즈이	170	44	도쿄부동산	156	79	오리엔탈랜드	150
17	레오팔레스21	168	44	하마코렉스	156	79	마즈다산업	150
18	기린당	164	44	일본항공	156	79	나가세산업	150
19	미즈이부동산	163	50	오오즈카 상회	155	79	아트코퍼레이션	150
19	미즈비시地所	163	50	이토추상사	155	79	신와해운	150
19	스미토모창고	163	50	AOKI홀딩스	155	79	킨테즈익스프레스	150
22	메디팔홀딩스	162	53	코코카라화인홀딩즈	154	79	J파워	150
22	마루베니	162	53	이토추에넥스	154	79	오사카가스	150
22	코메리	162	53	리코리스	154	79	베넷세코퍼레이션	150
22	아쿠스	162	53	이온물	154	92	야마야	150
26	G-7홀딩스	161	53	가토산업	154	92	파루	149
26	이즈미	161	58	加賀전자	153	92	우선항공서비스	149
26	퍼스트리테이링	161	58	한큐한신홀딩스	153	95	다이세키	149
29	파소나그룹	160	58	일본통운	153	95	DCM Japan홀딩스	148
29	에디온	160	58	중부전력	153	95	에즈원	148
29	幸楽苑	160	58	간사이전력	153	95	구로다전기	148
			63	스튜디오아리스	152	95	飯野해운	148
			63	아사히	152	95	上組	148
			63	小野建	152	95	중국전력	148
			63	養食	152	95	마즈타케	148

<자료출처 : 일경비즈니스 2009. 10>

일본은 지금 ... (Ⅱ)

신에너지의 世紀

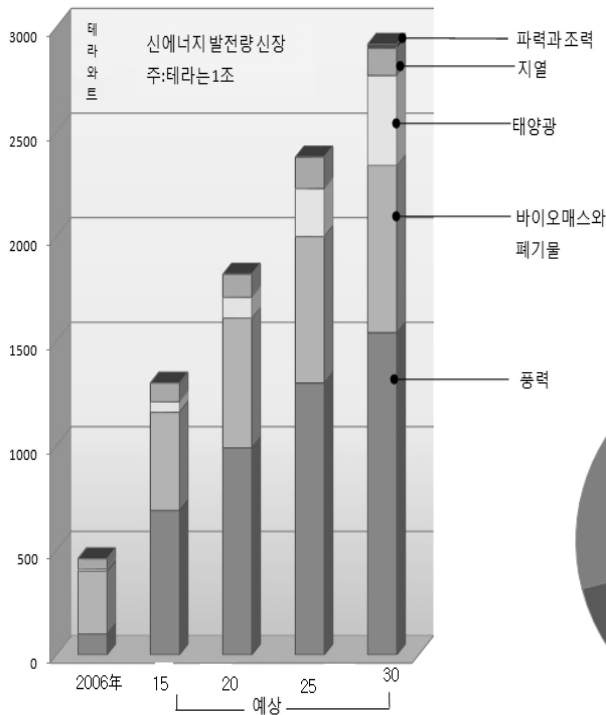
1. 2030년의 지구

100조엔의 거대시장으로 성장

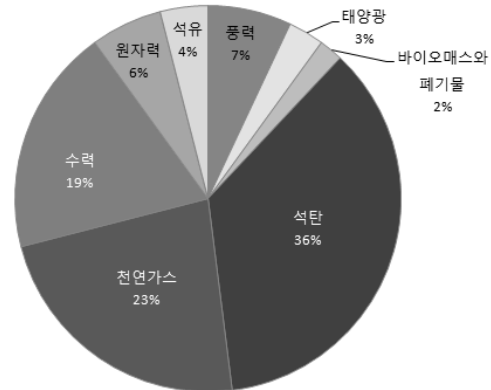
원유가격의 양등과 정부의 보급책에 따

라 2005년경부터 신에너지시장은 연율 두 자리수의 속도로 급성장.

신에너지를 전개하는 세계기업의 매출액 합산치를 산출하였는데, 시장규모는 2008년 20조엔, 2020년에는 76조엔까지 신장할 것이라고 전망함. 2030년 시점의 신에너지설비 용량은 원자력발전보다 늘어나 시장은 더욱 확대될 것임.



【신에너지 발전량의 신장】



【2030년에 사용되는 에너지의 설비용량의 내역】

2. 신에너지사업을 전개하는 주요기업

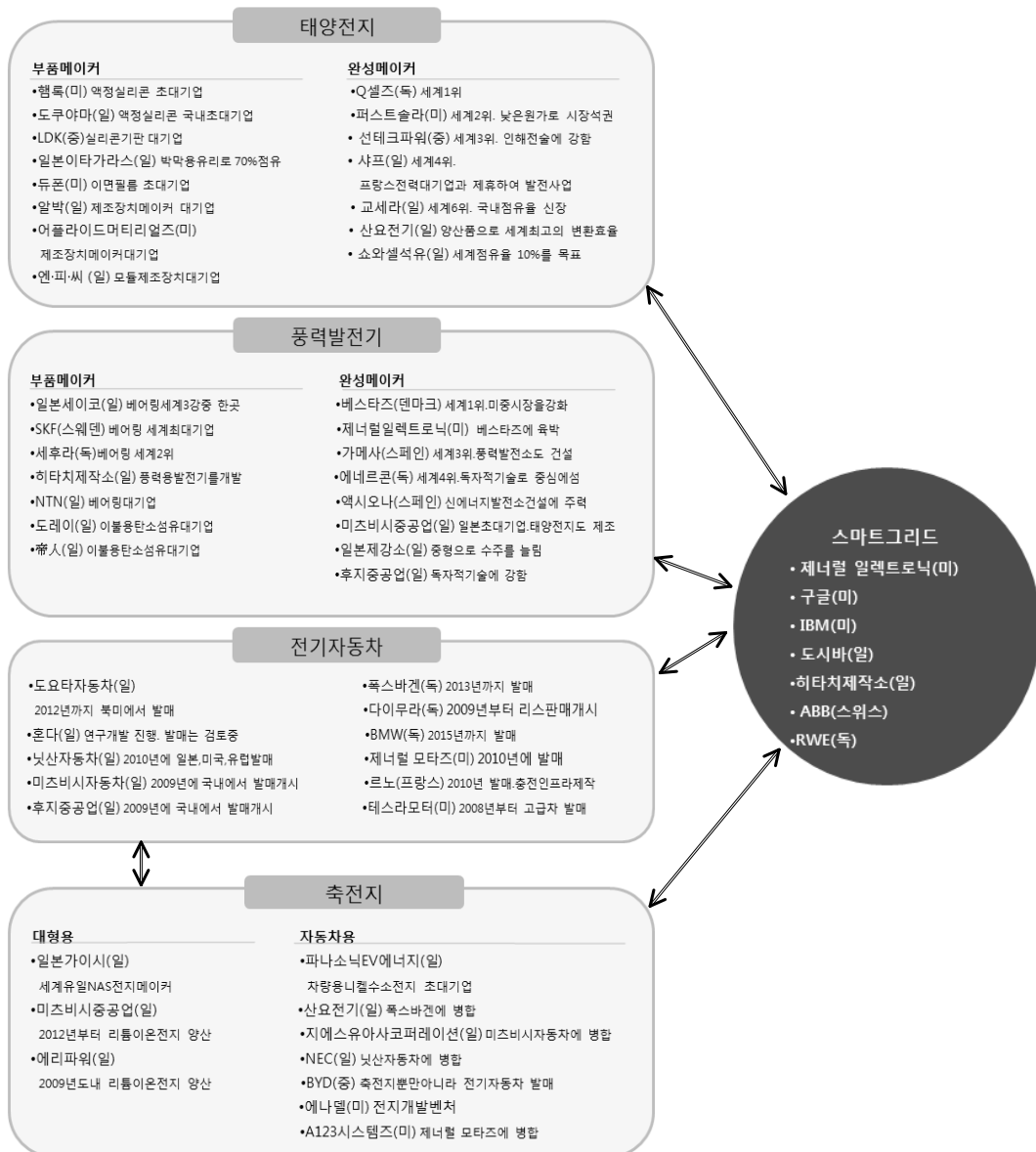
신에너지의 보급에 의한 「전력혁명」에 의해 업계의 벽이 무너지고 있다. 태양전지나 풍력발전기는 종래의 발전기와는 전혀

다른 기술로 만들어진다. 이 때문에 타업종이나 벤처기업이 일제히 참여하기 시작했고 기존의 에너지기업도 커다란 구조변화를 맞고 있다.

신에너지의 보급이 전력의 조류도 변화시켰다. 일방통행이었던 전력의 흐름이 쌍

방향으로 전환되어 지금까지 전력의 소비
지였던 공장이나 가정, 작은 발전소가 되
어 전기가 그리드(전력망)를 역류하게 된
것이다. 여기에 전력망과 IT를 사용해 전력
의 공급과 소비를 효율화시키는 「스마트그
리드」라는 기술이 생겨났다.

전기자동차나 축전지는 스마트그리드를 매
개로 신에너지와 보다 더 밀접하게 연결되기
시작하였다. 축전지등을 사용해 보다 “현명하
게” 전기를 사용하는 비즈니스모델을 만들어 내
는 기업이 향후 급성장을 거듭지도 모른다. 
<자료출처 : 일경비즈니스 2009. 10>



■ 일본은 지금 ... (Ⅲ)

아날로그기술 다시 각광

아날로그기술이 요구되는 이유

- 디지털가전에서 생전력화를 위해 디지털 회로와 아날로그회로의 설계일체화가 진전되고 있다.
- 설계회로의 생전력화기술은 전기자동차나 첨단의료기기등에도 응용할 수 있다.
- 아날로그기술은 TV의 음향조정을 비롯 기술자의 직감이나 경험을 필요로 하는 것이 많다. 모노즈크리에 있어서의 국제경쟁력으로 이어진다.



가전업계에서 휴대전화나 박막형TV등의 「디지털」제품이 주전장이 되고 있음에도 불구하고 아날로그기술자를 육성하는 대응이 관련기업에서 높아지고 있다.

디지털제품을 구성하는 DRAM이나 시스템LSI(대규모집적회로)를 비롯한 디지털부품이 고성능화 해도, 영상이나 음성의 정보

는 최종적으로 아날로그신호로서 우리들의 눈이나 귀에 다다른다. 휴대전화의 수신감도나 TV의 영상·음성의 품질은 아날로그 처리에 좌우된다. 그 중 가전제품에서는 소형화·생전력화를 지향해 디지털회로와 아날로그회로의 설계일체화가 진전된다. 이 때문에 아날로그기술의 중요성이 다시 재인식되기 시작하고 있는 것이다.

반도체 대기업인 르네사스테크놀리지는 작년 10월 사내에 「아날로그제품설계역기스파트그룹(통칭ANX)」을 설립. 30대 후반-50대 전반세대 관리직이나 LSI기술자에 대한 아날로그기술의 재교육을 강화하고 있다. 이미 23명이 ANX로 이동했다. 사원은 아날로그신호처리의 권위가 있는 오오사카대학공학부의 谷口研二 교수 밑에서 신호처리기술등의 이론을 배운다. 1년간의 현장실습을 거쳐 내년 봄에도 우선 8명이 아날로그설계현장에 배속된다.

연수가 노리는 첫 번째는 역시 설계일체화에 대한 대응. 예를 들면 휴대전화에서는 전파의 처리등을 담당하는 아날로그회로와 어플리케이션소프트의 처리등을 담당하는 디지털회로의 일체화가 진전된다. 「아날로그·디지털회로가 혼재하는 칩을 개발하기 위해서는 양쪽의 신호처리에 대한 지식이 요구된다」(르네사스 재교육 담당자)

그런데 르네사스에서는 5,000명의 설계기술자 가운데 아날로그기술자는 200명 정도에 그치고 만성적인 인력부족 상태가 계속되고 있다고 한다. 이 때문에 ANX에 의한 재교육으로 아날로그 설계 기술자를 5년 후에 100명 늘릴 방침.

아날로그기술의 생전력화기술은 디지털가

전만이 아니고, 향후 성장이 기대되는 의료 기기나 전기자동차 등의 첨단분야에서도 응용이 가능하다. 예를 들면 초음파진단장치의 영상처리나 전기자동차 대상의 고효율모터 등에도 고성능 아나로그반도체가 필요해 진다. 이러한 흐름을 받아 아나로그기술자를 교육하는 대학발 벤처도 탄생하고 있다.

아나로그와 디지털신호의 변환처리를 전문으로 하는 법정대학 이공학부의 安田彰 교수는 작년 8월 아나로그기술자를 육성하는 교육사업 비즈니스를 시작했다.

5년이상의 아나로그회로설계의 실무경험을 가진 기술자를 대상으로 약 반년에 걸쳐 아나로그기술의 최첨단을 가르친다. 安田교수도 교단에 서고 반도체업체가 공동출자로 설립한 반도체이공학연구센터(STARC, 요코하마시) 등에서 전문강사도 초대한다.

「아나로그와 디지털기술을 양쪽 다 알면 기술자로서 활약하는 장이 넓어진다. 그러나 업계에서는 아나로그기술자가 적다. 그래서 스스로 나서게 되었다.(야스타 교수)

1기생은 電機 각사에서 15명이 모여 연수를 끝냈다.

야스타교수에 따르면, 국제학회에서도 아나로그기술의 연구성과를 발표하는 일본인은 줄어드는 반면, 한국이나 대만, 중국 등 아시아의 발표자가 늘어나고 있다고 한다. 그 배경에는 국내의 전기각사가 「최첨단=디지털」이라고도 할 수 있는 자세로 디지털기술에 쏠린 점이 있다. 아나로그기술을 전문으로 하는 대학이나 연구기관도 줄고 있다.

대만이나 한국메이커 등 아시아세력의 대두에 따라 부품을 조립하면 완성하는 디지털제품은 가격이외의 차별화가 어렵게 되어 가고 있다. 디지털에 비해 「人材」에 의한 영향이 큰 아나로그기술은 습득정도에 따라 차이가 난다. 일본의 모노즈쿠리의 복권을 위해서도 아나로그기술자육성이라는 착실한 노력은 중요한 움직임이 될 것 같다. 

<자료출처 : 일경비즈니스 2009. 9>

■ 일본은 지금 ... (Ⅳ)

차세대발전의 유력후보는 「석탄」?

히타치와 미쓰비시중공업, 신흥국에도 뜨거운 관심

중의원선거에서 각당이 주력정책의 하나로 내건 것이 CO₂(이산화탄소)의 삭감과 재생가능에너지의 활용이라는 환경대책이다. 특히 태양광발전은 가정에서의 잉여전력의 매입제도가 연내에 시작될 전망으로 지구온난화대책의 상징이 되고 있다.

이들 차세대에너지가 각광을 받는 한편으로 세계흐름에 역행하는 듯한 움직임이 산업계에서 일어나고 있다. 그것은 석탄화력발전의 적극적인 활용이다.

석탄화력이라고 하면, 굴뚝에서 소리없이 검은 연기가 솟아오르는 이미지가 떠오르고 지구온난화의 원흉으로 꼽는 일이 적지 않다. 이것이 지금 왜 주목받고 있는 것인가?



그 배경에는 발전효율의 향상과 석탄을

태울 때의 NO_x(질소산화물)이나 SO_x(탈황산화물)등을 삭감하는 기술이 진전되어 “그린에너지”로 될 수 있었던 점에 있다.

금년 7월에 요코하마시에서 신형 석탄화력발전소를 가동한 J파워는 「최신 발전소에서는 SO_x나 NO_x를 말끔히 처리하고 있고, 거의 연기가 없다」고 자신만만해 한다. 최신 발전소는 발전효율이 40%이상이고, 20%대 이하가 일반적인 태양광이나 풍력보다도 높다. 발전량당의 CO₂ 배출량을 보아도 반드시 「석탄은 나쁘다」고 말할 수 없다.

「석탄은 넓게 분포되어 있고 저렴한 자원. 때문에 발전때의 CO₂배출량을 삭감하여 세계의 기간전원으로서 유효 활용한다.」(히타치제작소)

기존 화력발전의 발전효율은 평균 35%정도인데, 기간부품이나 기구가 기술혁신이 진전되어 효율이 대폭 향상되고 있다. 「최신 발전설비로 대체되는 만큼 CO₂의 삭감에 공헌할 수 있다.(히타치)

히타치는 화력 발전을 기간산업으로 정하고 2008년도에 4,500억엔이었던 동사업의 매출을 2011년도에 6,000억엔으로 하는 목표를 세웠다. 석탄화력을 국내외로 판로를 넓히고, 발전설비에 들어가는 촉매나 보일러, 고효율 터빈 등의 세어향상을 노리고 있다.

CO₂ 회수, 배출 제로로

고효율시스템인 석탄가스화복합발전(IGCC)의 개발에는 히타치만이 아니고 미쓰비시중공업도 힘을 쏟고 있다. IGCC는 석탄을 고온고압으로 가스화해 가스터빈으로 발전.

그리고 폐열로 증기터빈을 돌려 발전한다. 발전효율을 50%가까이 높일 수 있는데다 CO₂의 분리·회수를 실용화시키면 배출량을 실질제로로 할 수 있다.

미쓰비시중공업은 전력회사 10개사가 공동출자한 클린콜파워연구소(후쿠시마현 이와키 시)에 실증플랜트를 납입하고 약 2,000시간의 안정가동한 실적이 있다. 「플랜트에 필요한 기술을 자사에서 일관해 제공하는 것이 강점이다.」(미쓰비시중공업)

인도, 중국의 수요증가가 호기

석탄화력의 가능성에 정부도 관심을 보였다. 경제산업성은 고효율 석탄화력발전의 기술개발과 해외로의 판매를 지원하고 있다. 관민이 뜨거운 시선을 보이고 있는 것은 신흥국의 전력수요가 급증하고 있기 때문이다. 국제에너지기구의 통계에 따르면, 세계의 발전량은 2030년까지 2005년의 1.8배인

약 32조 킬로와트에 달할 전망이다. 한편 석탄을 연료로 하는 발전비율은 약 4할 남짓으로 변화가 없다.

석탄화력이 지지되는 이유는 건설·운용 코스트의 저렴함과 설치에 요하는 기간이 짧기 때문이다. 급증하는 전력수요를 보충하기 위해 신흥국에서는 원자력발전의 도입도 진전되고 있다. 그러나 원전발전은 코스트가 높고 도입에 시간이 걸려 석탄화력의 이점을 어필할 수 있다.

기존 화력발전소의 개축도 전망할 수 있다. 특히 중국은 발전량에서 차지하는 석탄화력의 비율이 8할, 인도는 약 7할, 미국은 약 5할로 높다. 개수나 개축은 현실적인 선택으로 세계시장은 크다.

저탄소사회의 실현에 요구되어지는 것은 태양광발전이나 하이브리드차라는 최신기술만이 아니다. 종래의 기술로도 진화가 수반되면 商機는 있다고 할 수 있다. ㉔

<자료출처 : 일경비즈니스 2009. 9>

일본은 지금 ... (V)

중국 “수출촉진”에서 “外需창출”로 중국판 「마살플랜」 등장

세계무역기관(WTO)에 가맹한 이래 중국의 수출전략이 처음으로 대조정에 직면하고 있다.

중국 상무성은 구미각국의 과잉소비가 종언을 맞이했다고 종합적으로 판단. 수출안정화를 향한 새로운 전략으로서 “外需창출”로 방향을 트는 것을 검토하고 있다. 지금까지는 외수가 항상 왕성했기 때문에 상무성은 일관해서 중국제품의 국제시장에서의 세어확대를 정책적으로 지원하고 있었다.



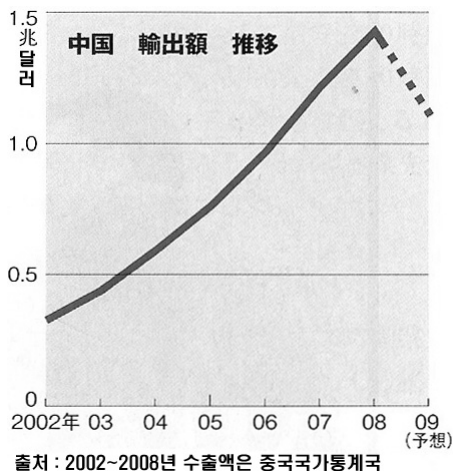
일경비즈니스의 취재에 따르면, 상무성은 내부에서 검토를 거듭해 「외수창출」이라는 새로운 수출전략의 방향성을 굳히고 있는 것 같다. 예를 들면, 자유무역지구의 건설가속이다. 작년 금융위기의 영향으로 중국의 무역은 전체적으로 감속하고 있다. 그런데 상무성국제국의 자료에 의하면, 중국이 자유무역협정을 맺고 있는 상대국과의 2국간

무역은 오히려 상승기조 아니면 감속의 피치가 완만해지고 있다.(중국정부는 이미 동남아시아제국 각국 및 뉴질랜드 등 14개국과의 협정에 서명하고 있다.) 자유무역협정의 상대국에서는 중국의 주요수출제품의 시장세어도 상승하고 있다.

「자유무역협정은 외수를 안정시킴과 동시에 중국제품의 시장세어유지에도 플러스로 작용하고 있다.」고 상무성국제국의 관계자는 말한다.

그리고 상무성은 제3국에 대해 자금을 대여하고 중국제품의 구입을 촉진하는 대책에 대해서도 검토를 시작했다.

2001년에 WTO에 가맹한 후 중국의 수출은 5년 연속 20%이상의 성장을 지속, 「중국수출신화」를 만들어 냈다. 2007년의 GDP(국내총생산)에 대한 수출액의 비율은 37.57%의 고수준에 달했다.



그간 중국의 대외무역방침은 어지러울 정도로 변천했다. WTO가맹직후의 「수출촉진」에서 「무역흑자의 삭감」으로 전환, 2008년

에는 「흑자감소 不願」으로 2009년에는 「수출감소 방지」라는 상태이다.

「중국의 수출이 급확대된 시기는 외수가 극히 왕성하였다. 기업은 적극적으로 생산에 몰두하기만 하면 제품을 받아줄 수 있는 충분한 시장이 있었다. 이 때문에 정부의 수출전략의 중점도 생산부문의 생산량을 증가시키고 수출을 장려하는 것에 있었다」(중국정부관계자)

금융위기발생이후 중국정부는 지금까지의 정책 연장선상에서 일련의 수출자극책을 강구했다. 그리고 상무성은 대형금융기관과 함께 무역금융에 관한 신정책도 내놓았다. 중소기업대상의 수출용자, 수출신용보험, 수출금융보증 등의 지원조치를 강화하고 있다. 지방정부도 통관수속의 원활화나 수출입상품의 품질검사, 검역수속 등의 신속화를 꾀하고 있다.

그런데 이러한 일련의 조치를 실시하여도 수출감소를 저지할 수 없었다. 금년 1~7월의 중국의 수출총액은 6,271억달러(약 59조 6,000억엔)로 전년동기대비 22%나 감소하였다.

전월비의 수출액은 5개월 연속 플러스를 기록하고 수출업체의 관계자에게 희망을 주고 있다. 금년 제3.4분기말이나 제4.4분기에는 수출은 본격적인 회복으로 돌아선다는 예측도 있다.

그런데 상무성 관계자는 다음과 같이 얘기한다. 「월간베이스의 수출액은 계절요인에 의한 진폭이 크고 전월비의 증감율은 참고가 되지 않는다. 연간베이스로는 수출액은 2008년비 20% 감소라는 것이 대체적으로 일치한 견해다.」

구미각국이 과잉소비를 개선할 가능성이 있는 한편, 중국의 생산능력은 확대를 계속하고 있다. 상무성은 종래형의 정책에 기초해 구미각국의 수요회복을 기다리고 있어도 이제는 중국의 수출의 안정성장으로 이어지는 보증은 없다는 판단에 이른 것이다.

그러면 중국이 국외에서 수요를 창출하기 위해서는 어떻게 하면 좋은 것인가? 방법의 하나가 앞에서도 언급한 자유무역지구의 건설추진이다.

금년 1~4월 중국의 주요수출제품의 수출액은 전년동기비 모두 마이너스였다. 그런데 자유무역협정의 수혜를 입은 일부제품은 상대국측에서의 수요축소나 자금조달난이라는 역풍에도 불구하고 수출이 증가했다.

상무성의 데이터에 의하면, 주요수출제품 10개품목 가운데 7개품목은 자유무역협정의 상대국 대상 수출이 전체평균을 상회하고 있다. 그 중에서도 가구, 가방류, 신발 3개품목은 각각 214%, 72%, 52%라는 높은 신장율을 기록했다.

실은 중국과 상대국간에 이미 발효되고 있는 자유무역협정에서는 마침 2009년이 상술한 3개제품의 관세인하에 해당되는 해였다. 인하율은 10%에서 40%까지 다양한데 자유무역협정에서 중국의 수출을 촉진하는 효과가 있다는 것은 틀림없다.

자유무역지구의 건설추진만이 아니라 국제협력력을 통해 발전도상국의 시민의 생활수준을 끌어올려 구매력을 향상시키는 것이 가능하다면 일정한 무역수요를 창출할 수 있는 것이다. 그래서 제3국에 자금을 대어하고 중국제품에 대한 수요를 쌓아가는 정책이 검토되고 있다. 이것은 지금까지 중

국에서는 없었던 대담한 발상이다.

그런 가운데 政協위원인 許善達가 상무성에 대해 중국판 「마샬플랜」을 제창하였다. 「종래의 수출전략은 왕성한 해외수요를 전제로 어떻게 타인으로부터 시장 세어를 뺏어 취하는 가 하는 것이었다. 외수가 수축하면 지금까지의 정책은 의미가 없어진다」고 허선달은 지적한다.

예를 들면 만일 미국경제가 회복해도 미국의 소비구조에는 변화가 생길 가능성이 높다. 예전에 미국의 저축율은 제로였지만, 현재는 6~7%로 급상승하고 있다. 「중국의 수출은 2007년이 피크였다고 봐야 할 것이다」고 상무성 관계자는 말한다.

그런데 총액 4조元(약 56조엔)의 경기자극책으로 중국의 생산능력은 여전히 확대를 계속하고 있다. 국무원발전연구센터(중앙정부직할의 정책싱크탱크)의 내부보고에 의하면, 중국의 생산설비의 가동율은 대부분이 50~60%에 머무르고 있다. 특히 철강, 시멘트, 알루미늄, 동, 아연, 석유화학 등 소재산업의 생산능력과잉은 극히 심각하다고 한다.

중국의 국내수요가 단기간에 급증하는

것은 생각하기 어렵고, 국내의 설비투자가 (경기자극책의 기한이 다 되는) 2010년 이후도 현재 페이스로 계속해서 늘어나는 것은 어렵다. 과잉생산능력을 안고 있는 제품은 국제시장에서 살 사람을 찾아나서지 않으면 안된다.

허선달이 중국판 마샬플랜을 제창하는 것은 이 때문이다. 그의 계획에 따르면, 중국의 외화준비금 가운데 5,000억달러(약 47조 5,000억엔)를 활용해 아시아, 아프리카, 라틴아메리카의 발전도상국에 대여한다. 동시에 상대국에 대해 인프라건설 프로젝트에 대한 중국기업의 참가나 중국제품의 수입을 요구한다.

계획이 실현되면 중국의 수출증가가 전망될 뿐 아니라 과잉생산능력의 소화로 연결되어 인민元の 국제화 진전도 기대될 수 있다.

「허선달의 계획은 우리들이 내부에서 검토하고 있는 계획과 일치하고 있다. 해외시장에서의 수요창조에 적극적인 역할을 다 할 것이다.」고 상무성의 관계는 평가한다. ㉔

<자료출처 : 일경비즈니스 2009. 9>

Only-One 일본기업 50 <제4회>

한일산업기술협력재단 일본기업연구센터에서 기획하고 오태현 경희사이버대학교 일본학과 교수가 지은 『Only-One 일본기업 50』을 연재합니다. 기업의 특징을 고려하여 4가지 유형으로 구분하였는데, ‘한계에 도전하는 기술지향형 중소기업’, ‘성장이 기대되는 신시장개척형 중소기업’, ‘생산체제를 개혁하는 자기혁신형 중소기업’, ‘세계시장을 누비는 글로벌형 중소기업’으로 유형별로 소개해 나가고자 합니다. 여기에 소개되는 대부분의 기업들은 ‘독창적인 기술과 제품으로 세계의 주목을 받고 있는 기업’들로 유일무이한 온리 원 기업으로 불릴 자격과 능력을 겸비하고 있습니다. 이들 사례를 통해 빅 컴퍼니보다는 굿 컴퍼니가 되기 위해 무엇을 해야 하는가에 대한 적지 않은 시사점을 얻을 수 있을 것입니다.

한계에 도전하는 기술지향형 중소기업

01 올겐 바늘 オルガン針

한계에 도전하는 것을 즐긴다.

❖ 기업개요

회사명 | オルガン針株式會社
소재지 | 長野縣上田市前山 1 番地
URL | <http://www.organ-needles.com/>
설립연도 | 1916년
자본금 | 5억5천2백만 엔
분야 | 재봉틀 바늘 제조 판매

❖ 시장 변화

지금은 우리나라에서 재봉틀이 있는 가정을 찾아보기 어려워졌다. 그렇지만 1970년대까지만 하더라도 웬만한 가정에는 재봉틀 한 대 정도는 있었고 어머님들은 그 재봉틀로 간단한 옷가지를 만들기도 하고 현

옷을 수선하기도 했다. 그런데 이러한 재봉틀에 들어가는 바늘은 미국과 독일 그리고 일본에서 수입해서 사용했다. 최근에는 가정에서 사용하는 재봉틀용 바늘 수요는 급격하게 줄었지만 공업용 봉제에 사용되는 바늘은 여전히 증가 추세에 있다.

1970년대부터 현재까지 재봉틀 바늘은 물론 봉제용 바늘 생산에 있어서 선두자리를 놓고 미국과 독일 업체와 치열하게 경쟁을 벌이던 일본 업체가 올겐바늘이다. 1990년대 중반까지 봉제용 바늘 생산은 이렇듯 미국과 독일 그리고 일본의 올겐바늘에 의한 3각 구도로 짜여있었다. 그런데 이러한 구도가 근본부터 흔들리기 시작하고 있다. 그 원인은 중국을 중심으로 한 아시아 각국의 제조회사들이 급격히 부상하고 있기 때문이다. 봉제용 바늘은 공업용과 가정용을 포함하여 세계적으로 35억~40억 개정도 생산되고 있는데 현재 중국 제품이 그 절반을 차지하는 약 20억 개에 이르고 있는 것으로 추정하고 있다.

재봉틀용 바늘과 같은 제품은 기계만 있으면 간단하게 생산이 가능하고 자본도 그

다지 필요하지 않고 인건비 비중이 높은 노동집약적인 산업이라고 생각하기 쉽지만 실재는 전혀 다르다. 재봉틀용 바늘의 제조 공정에는 반드시 고가의 전용 기기가 필요할 뿐 아니라 제품단가가 낮기 때문에 대량생산은 물론 대량판매가 가능해야 성립된다. 지금까지 일본의 관련시장에 올겐바늘을 위협할만한 신규로 진입한 기업이 거의 없었던 이유가 바로 여기에 있다.

그러나 세계시장의 양상은 사뭇 다르다. 아시아의 기업들이 활발하게 시장진입을 시도하고 있고, 중국만 하더라도 이미 50여개 기업이 난립해 있는 상황이다. 여기에 한국, 대만, 베트남 등의 기업이 가세하고 있다. 물론 동남아시아나 중국의 제품은 올겐바늘과 미국, 독일에 비교하면 품질 측면에서 아직 열세에 놓여있는 것이 사실이다. 그러나 품질은 다소 떨어지더라도 저가제품에 대한 수요는 꾸준히 늘어나고 있어 이들 업체의 시장 점유율이 점차 높아지고 있다.

이런 시장상황이 앞으로도 계속된다면 올겐바늘의 위상이 위태로워질 것으로 예상하고 기술개발로 승부를 걸고 나섰다. 그 결과 바늘끝이 100분의 1밀리에 불과한 미세한 바늘을 만드는데 성공했다. 해외업체들이 절대로 흉내 내기 어려운 고도의 기술력으로 무장하고 다시 시장공략에 나선 것이다.

■ Only-One 기술의 재구축

재봉틀용 바늘은 단순하고 조그만 제품이지만 그 공정에는 절삭, 프레스, 연마, 열처리, 표면처리 등 금속가공에 필요한 대부분의 공정을 필요로 한다. 바늘 종류에 따라 다소 차이가 나지만 최종제품으로 만들

어지기까지는 30단계에서 40단계의 공정을 거쳐야한다. 그러한 공정 하나 하나에 나름대로의 기술과 노하우가 필요한 것이다.

또한 재봉틀용 바늘의 종류는 무수히 많을 뿐 아니라 제조공정과 형상도 실로 천차만별이다. 올겐바늘이 규격도면을 가지고 있는 제품만 하더라도 4,000여종이 넘는다. 그 중에는 월 생산량이 100만개에 달하는 제품이 있는가 하면 실제 생산량이 불과 500개 정도에 지나지 않는 것도 있다. 일정 수준 이상의 제품이 팔리는 것은 약 1,500여종으로 절반이상은 소량생산이다. 다품종소량생산을 주로 하면서 일부 제품에 대해서는 대량생산을 해야 하는 모순을 안고 있다고 할 수 있다.

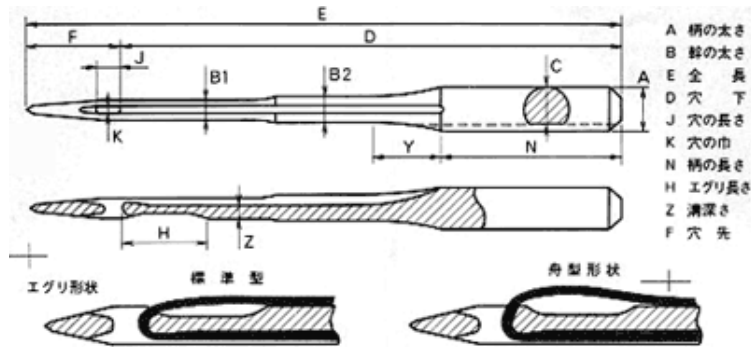
이미 언급했듯이 오래전 재봉틀용 바늘은 가정에서 많이 사용했었다. 그러나 지금은 봉제공장에서 대부분 사용되고 있고 사용하는 바늘의 정밀도도 매우 높아졌다. 특히 육안으로 보면 바늘 끝이 모두 같아 보이지만 그 크기는 수십 종에 달한다. 더욱이 일반적으로 봉제기계는 생산성을 높이기 위해 고속회전을 하기 때문에 이 회전속도에 어긋남이 없이 실을 잡아 껴맬 수 있는 바늘이 필요해 진다. 또한 바늘의 강도도 매우 중요하다. 너무 높으면 옷감에 흠집을 내기 십상이다. 그렇다고 너무 강도가 낮으면 바느질 눈이 가지런하게 되지 않고 바늘이 부러질 우려가 높아진다. 섬세한 기능적 요소를 두루 갖춘 제품이 바로 재봉에 쓰이는 바늘이다. 이러한 작은 바늘에 얇은 홈이 파져있고 바늘마다 그 홈의 깊이와 형상 하나에도 미묘한 차이가 있다. 이런 홈의 미묘한 차이와 바늘 끝 굽기의 차이가

바늘의 품질을 결정하는 핵심요소가 된다. 올겐바늘과 같이 100분의 1밀리의 바늘끝 굵기를 재현할 수 있는 회사는 현재 전 세계에 몇 개 안된다.

현재 올겐바늘에서 연구개발 분야에 종사하고 있는 사원은 60여명 정도이다. 전체 직원의 10%에 해당한다. 원래 1916년 창업 당시 생산하던 제품은 축음기용 바늘이었

다. 올겐바늘은 바늘생산에만 90여년을 매달린 셈이다. 실제로 재봉틀용 바늘 생산을 위해 기술개발에 착수한 것이 1936년이다. 그렇다하더라도 70년 가까운 세월을 오로지 재봉틀에 들어가는 바늘만 만든 것이다. 그동안 축적된 제조기술을 바탕으로 새로운 한계에 도전하면서 아시아의 추격을 따돌릴 수 있을지가 앞으로의 최대 관건이다.

〈재봉틀용 바늘의 기호와 명칭〉



일본에서 올겐바늘이 생산하는 바늘은 고급제품의 대명사로 통한다. 또한 지금도 ‘올겐’이라는 브랜드에 대한 고객의 신뢰는 매우 높다. 그러나 최근 올겐바늘은 급격한 시장변화에 대응하기 위해 장인정신으로 무장한 기술자들의 기술 승계를 통해 축적된 기술력으로 세계시장 탈환을 위해 사업

재건을 서두르고 있다.

〈참고자료〉

올겐바늘 주식회사 홈페이지(<http://www.organ-needles.com/>)

崎誠(2003), 『世界を制した中小企業』, 講談社 現代親書.

생산체제를 개혁하는 자기혁신형 중소기업

02

신코우 셀빅

新興 セルビック

금형기술의 새로운 역사를 쓴다

❖ 기업개요

회사명 | 株式會社 新興セルビック

소재지 | 東京都品川區

URL | <http://www.sellbic.com/>

설립연도 | 1987년

자본금 | 2천만 엔

분야 | 플라스틱 금형 및 각종 금형 설계,
특허제품 개발 · 제조 · 판매.

❖ Only-One 내용

세계 속에 우뚝 선 제조왕국 일본을 가능하게 했던 주요 요인 중에는 양산(量産)기술이 있었다. 그 양산기술에 반드시 필요한 기술은 금형기술이다. 그래서 금형에 있어서는 일본의 꼼꼼함과 치밀함을 따라하는 것조차 쉽지 않다. 전체 종업원이 10명이면서 국내외 특허를 무려 126개를 보유하고 있는 신코우 셀빅이라는 회사가 이러한 일본의 금형분야에서 두각을 나타내고 있다.

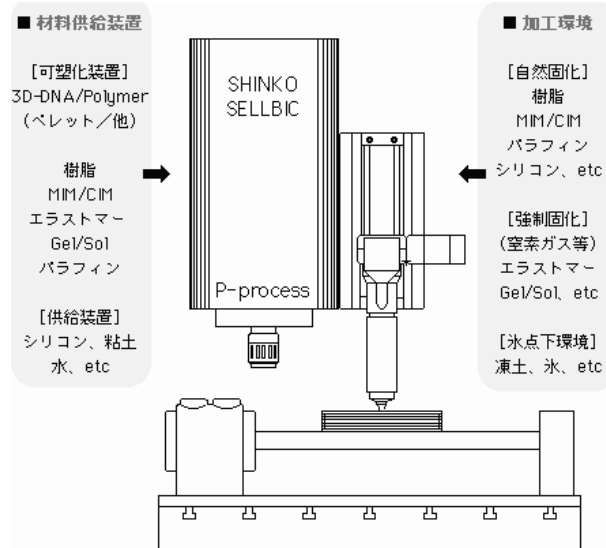
특히 특허를 가진 기술 중에 ‘P-Process’라는 제품이 주목을 받고 있다. 이 회사의 홈페이지 첫 화면에 올려진 ‘P-Process’란을 클릭하면 다음과 같은 문장이 적혀있다. “금형도 성형기도 없이 플라스틱제품과 금속제품을 만들 수 있다면 얼마나 즐거울까? 그간 우리는 꿈과 같은 이러한 이상을 추구

해 왔습니다. 그리고 드디어 정도(精度)가 뛰어난 제품을 창조하는 신공법을 확립하였습니다.”

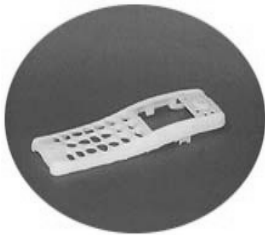
신코우 셀빅이 이 기술을 개발완료하고 발표한 것은 1998년이였다. 금형을 만드는 회사가 하필이면 ‘금형 없이 물건을 만들자’고 제안한 것이다. 완벽한 발상의 전환이었으나 어떤 의미에서는 지금까지 축적된 자사의 모든 것을 부정하는, 즉 현상을 부정하면서 태어난 혁명에 가까운 신기술 창조였다.

원래 제품을 대량으로 생산하기 위해서는 가장 중요한 것 중에 하나가 금형을 만드는 기술이다. 일단 금형을 만들면 거기에 플라스틱 또는 금속 등을 쏟아 부으면 제품이 계속해서 만들어지기 때문이다. 얼마나 우수한 금형을 만들어 내는가가 제품의 정도(精度)를 결정하고, 비용절감은 물론 생산효율을 올릴 수 있는가도 금형기술에 달려있다고 해도 전혀 지나침이 없다. 그러나 정말 금형은 제품제조에 필수불가결한 것일까? 금형을 만들지 않고 만드는 방법은 없을까? 이렇게 자신의 직업을 부정하는 것에서부터 제품 개발이 시작되었다고 볼 수 있다.

먼저 플라스틱 수지(樹脂)를 녹여 공급하는 소형 장치를 만들었다. 그리고 그 소형으로 제작된 수지공급장치를 가공기(Machining Center)의 중심축 측면에 부착시켰다. 플라스틱의 원료를 공급 장치에 넣으면 수지가 녹아 가는 줄 형태의 모양으로 나오게 된다. 이렇게 나오는 내용물의 수치를 제어하면서 제품형태의 모양으로 쌓아 가면 제품이 완성된다. 흡사 케이크를 만들 때 사용하는 나팔 모양의 용기를 이용하여 모양을 만드는 것과 닮았다.



〈기존의 가공기(右)에 재료공급장치(左를) 부착시킨 ‘P-Process’〉



〈‘P-Process’를 이용하여 만든 휴대전화 커버〉

보다 중요한 것은 이 공정이 평면에서만 이루어지는 것이 아니라는 것이다. 입체적으로 세 방향에서 작업이 가능하도록 설계되어 있다. 따라서 각각 다른 소재를 쌓아가는 것이 가능할 뿐 아니라 자연스럽게 조금 남게 되는 울퉁불퉁한 부분을 깎아내는 공정도 동시에 할 수 있다. 그 결과 재료공급에서 제품 완성까지 일관생산시스템을 구축할 수 있게 되었다.

지금까지 제조업체는 각각의 부품을 복수의 하청기업에게 납품시켜 그것을 다시

가공하였으나, 해당하는 재료만 준비되어 있다면 ‘P-Process’의 도입으로 최종 제품의 완성까지 단번에 할 수 있게 된다. 바로 눈앞에서 ‘無에서 有’로 이어지는 모든 과정이 펼쳐지게 되는 것이다

❖ 성장과정

이 회사가 기술개발에 본격적으로 뛰어 들어 차별화된 제품을 만들어내기 전에는 극히 수동적인 형태의 공장을 운영하고 있었다. 현재 신코우 셀빅의 사장이 금형 분야의 일을 시작한 것은 1960년 부친이 금형 공장을 운영하고 있던 숙부로부터 동업제의를 받고 관련 일을 시작한 것이 계기가 되었다. 당시 중학교 2학년이었던 현재 사장은 자연스럽게 공장 일을 도와주게 되었고 고등학교를 졸업하면서부터는 본격적으로 금형제작 일을 하게 되었다.

1971년에 부친과 함께 유한회사 ‘신코우

(新興)금형제작소'를 설립했다. 어렵게 유지해 오던 사세가 심각한 타격을 받은 것은 1985년 플라자합의에 의한 엔화가치의 급등이었다. 관련 부품들의 수입이 유리해지면서 국내에서의 조달이 급격하게 줄었고 이로 인해 공장 가동 일수가 현저히 줄었다. 회사를 세운 이후 줄곧 단골고객으로부터의 안정적인 주문을 받아 왔던 수동적인 생산 시스템이 문제였다. 당시의 이러한 심각한 회사 상황이 새로운 전기를 마련하는 계기가 되었다.

새로운 시장을 개척할 수 있는 제품개발의 필요성을 느끼고 금형의 틀과 형태를 분리시킨 '탈착식금형'을 개발했다. 틀을 하드웨어로 보고 형태를 소프트웨어로 생각하는 발상이었다. 게임기와 게임용 소프트웨어를 연상하면 된다. 그 이후 기술력과 신제품 개발의 중요성을 인식하고 1987년 기술개발을 중점사업으로 하는 신코우(新興)금형제작소의 자회사 신코우 셀빅을 설립하였다.

설립당시 직원 한 명 없이 자본금은 고작 500만 엔에 불과했다. 직원은 없었으나 고문번호사와 고문변리사는 별도로 두고 있었다. 만약 이 회사가 생존하여 성장하게 된다면 반드시 개발된 기술을 근거로 한 특허관리가 회사의 핵심역량이 될 것으로 예상했기 때문이었다. '탈착식금형'을 시작으로 연이어 신제품을 개발하여 발매하였으며 시장의 반응은 예상을 항상 뛰어넘었다.

이러한 신제품에 대한 시장의 뜨거운 반응은 사장 자신의 아이디어를 제품화하여 직접 신문사 등의 언론기관에 홍보자료를 보낸 것도 주효했으며, 현장의 기술자와 대학의 교수, 관련기업의 사장 등의 연구모임인 '아이디어 공방(工房)'도 큰 역할을 하였다.

▲ '아이디어 공방(工房)'

1991년에 자발적으로 만들어진 '아이디어 공방'에 참석하는 현재 인원은 약60여명이며 신제품 개발에 관한 아이디어를 서로 공유하는 모임으로 신코우 셀빅의 사장이 주재하고 있다. 이 모임을 통해 탄생한 아이디어를 바탕으로 상품화에 성공한 경우에는 그 상품 매출의 7%를 '아이디어 공방'에 기부하고, 그 중에서 2~3%는 아이디어를 제안한 사람에게 지불하게 된다. 다양한 지혜가 모여 보다 새로운 아이디어를 만들어내는 시스템을 구축하고 있다. 그 동안 이 모임을 통해 실제 시장에 선보인 제품은 모두 16건에 달한다. 금형 분야 전문가들의 연구로만은 절대 얻어질 수 없는 아이디어와 새로운 발상이 이 업종의 다양한 전문가들과의 의견교환을 통해 가능해 지고 있다.

〈참고자료〉

竹内宏 編(2003), 『東京元氣工場』, 小學館文庫.
 新興 셀빅 홈페이지(<http://www.sellbic.com/>)
 經濟産業省 中小企業廳編(2006), 『元氣なモノ作り中小企業300社』.

생산체제를 개혁하는 자기혁신형 중소기업

03

나라기계제작소

奈良機械製作所

물레방아에서 나노테크로 승화된
제분기술

❖ 기업개요

회사명 | 株式會社奈良機械製作所

소재지 | 東京都大田區城南島

URL | <http://www.nara-m.co.jp/>

설립연도 | 1924년

자본금 | 4천만 엔

분야 | 분쇄기 및 건조기 제조 판매

❖ 생산 제품

우리는 오래전부터 곡식을 갈아서 사용했다. 곡식을 찧거나 빵은 디딜방아, 물레방아, 연자방아가 그렇고 팔·콩·메밀·녹두 등 곡물을 가루로 만드는데 쓰는 제분용(製粉用)도구 맷돌 역시 그런 용도로 사용되었다. 또한 밀은 가루가 되어야 비로소 식재료로 쓰일 수 있다. 옥수수 역시 마찬가지로, 주식(主食)으로 하는 지역에서는 분말로 만들어 빵처럼 구워서 먹는다. 식품뿐만 아니라 세제, 시멘트, 의약품에 이르기까지 분말은 인간의 생활에 없어서는 안 되는 가공 제품이다.

이처럼 인간은 가루를 만들어 사용하기 위해 끊임없이 다양한 도구를 개발해 왔다고 할 수 있다. 한편 오늘날에 이르러 공업

제품의 제조공정에서도 거의 대부분의 경우 분쇄처리가 필요해지고 있다. 분체(粉體)가 고체, 액체, 기체에 이은 ‘제4의 형태’로 까지 불리는 이유가 바로 여기에 있다.

나라기계제작소는 이러한 ‘가루를 만드는 기계’를 제조 판매하는 회사로, 특히 나노(10억분의 1미터)단위에 가까운 초미립자의 분말을 만들 수 있는 기계를 제조하여 세계적인 기업으로 성장하였다. 세계적으로 제분용기계업체는 많지만 초미립자의 분말을 만들 수 있는 기계를 제조하는 회사는 극히 드물다.

최근 복사기를 사용하면 아무리 많은 양을 복사하더라도 손이 새까맣게 더러워지는 일은 없다. 지금은 그런 광경을 볼 수 없지만, 불과 얼마 전만하더라도 손이 까맣게 더러워지기 때문에 복사를 많이 하는 사람들은 장갑을 끼고 작업을 했었다. 복사기에는 복사용 토너카트리리지(도료탱크)가 있고 그 속에는 미립자의 흑연가루가 들어있다. 기존의 복사기에 사용되는 흑연가루는 입자가 컸기 때문에 쉽게 손에 묻는 불편함이 있었으나 지금 복사기에 사용되는 흑연가루는 입자가 가늘어 손을 더럽히는 경우는 거의 없다. 이러한 흑연가루를 미세하게 분쇄하는 기계를 만드는 회사가 나라기계제작소이다. 화장품에도 나라기계제작소의 기술이 활용되고 있다. 자외선차단제의 효과를 내는 약품도 미세한 분말형태의 입자가 들어가는데 이 입자를 만들어내고 있다.

최근에는 컬러복사기에도 이 기술이 널리 이용되고 있다. 컬러복사는 흑백복사보다도 분말재료가 많이 쓰인다. 몇 개의 재료를 미세하게 해야 할뿐 아니라 적당하게

복합시켜야 비로소 재료를 만들 수 있다. 두 종류 이상의 분말을 혼합하여 새로운 특성을 지닌 재료를 만들어내는 기술이 필요하다고 할 수 있다. 게다가 사진과 같은 자연스러운 천연색을 만들어내기 위해서는 재료를 1/1,000밀리 이하의 미세한 가루로 만들어야 한다.

또한 분말 입자의 크기가 모두 같아야 하는 균일성이 반드시 요구된다. 1/1,000밀리 이하의 분말로 만들어야 하고, 크기가 다른 단 하나의 입자라도 섞이게 되면 컬러복사의 화질에 영향을 주게 된다. 이러한 미세한 혼합분체를 만드는 기계 역시 나라기계제작소의 손에 의해 만들어진다. 이 기술은 전 세계의 제분용 기계를 만드는 회사가 대부분 개발하려고 시도하였으나 나라기계제작소가 가장 먼저 상품화에 성공했다.

Only-One 기술

나라기계제작소의 기술 중에서도 특히 ‘미세입자복합분체장치’는 분체공학 분야의 새로운 영역을 확립했다는 평을 받고 있다. 1/1,000밀리의 입자를 만들어내는 기술을 뛰어넘어 지금은 나노단위의 초미세 입자를 만드는 분체기술을 가지고 있다. 나노분야는 일본이 이미 세계 최고수준의 기술을 확보하고 있다고 알려져 있으며 2010년 경에는 50조 엔의 산업으로 성장할 것으로 예상하고 있다. 이러한 미래의 거대산업에는 의약, 전자, 화학, 정보 등의 많은 분야의 기업들이 진출을 계획하고 있다. 그러나 일본 국내는 물론이고 세계로 눈을 돌려봐도 나노단위의 분체기술을 확립한 제분용기계제조업체는 없다.

분체를 만들기 위해서는 커다란 물질을 작게 하는 분쇄공정, 이것을 혼합하거나 건조시켜서 알갱이로 만드는 조립(造粒)공정, 그리고 크기를 고르게 하는 분급(分級)공정 등 복잡한 작업공정을 순차적으로 거쳐야 한다. 그 옛날 곡물을 물레방아로 제분작업을 하던 때와 비교하면 하늘과 땅 이상의 차이가 있다고 할 수 있다.

이 회사가 구체적으로 나노기술을 어떻게 확립했는지는 알 수 없다. 일급 기업비밀로 공개될 가능성도 없다. 그러나 1/1,000밀리에서 1/10,000밀리 단위의 분말을 만들 수 있는 기계를 개발했다는 점과 아직까지 초미세입자의 분체기계를 개발한 업체가 세계적으로 드물다는 것은 분명한 사실이다.

나라기계제작소의 가장 중요한 특색은 기업규모가 작음에도 불구하고 끊임없이 다른 업체보다 한발 앞선 기술을 확립하고 완성시킨 선행기계를 시장에 출시했다는 점이다. 일본의 기술 집약형 중소기업의 밀집지역인 도쿄 오타구(大田區)에 이 회사의 본사와 공장이 있으며 자본금 4천만엔에 종업원은 150명이다. 그러나 그 동안 쌓아온 기술개발 실적은 타의 추종을 불허한다. 현재 보유하고 있는 특허와 실용신안은 국내외 모두 합쳐 300건에 이른다.

성장과정 및 향후전망

나라기계제작소는 1924년 나라상점(奈良商店)이라는 상호로 출발했다. 출범당시에는 공구 판매를 주로 했다. 제분용 기계를 만들게 된 계기는 거래하던 업체로부터 카본(carbon)을 분쇄하는 기계를 만들어 달라는 의뢰를 받은 것이었지만, 창업자가 평소

에 가지고 있었던 분말기술에 대한 관심도 크게 작용했다.

그러나 실제 제분용 기계를 만드는 것은 쉽지 않았다. 최대의 난제는 균일하게 물질을 제분하는 것이었다. 제분하는 원리를 터득하기 위해 빈병에 구슬을 넣고 충격을 가하면서 그 속의 물질이 어떻게 분쇄되는지를 끊임없이 연구했다고 한다. 이렇게 개발에 성공한 나라기계제작소의 제1호 기계는 이 회사 본사건물에 신주단지처럼 귀하게 모셔져 있다.

이러한 창업자의 기술 지향적 성향은 지금의 기술자들에게도 고스란히 전해지고 있다. 이 회사는 사원의 대부분이 개발부문에 배치되어 있는 철저한 개발형기업이라고 할 수 있다. 또한 오래전부터 도쿄이과(東京理科)대학과 게이오(慶應)대학 등과의 산학협동 프로그램을 운영하면서 최첨단기술에 대

한 학습 노력을 꾸준히 해 오고 있다.

한편 이 회사의 제품은 자사의 기술진이 처음부터 끝까지 모든 작업을 다 맡아서 완성시킨다. 즉 하청으로 돌리는 공정이나 부품은 전혀 없다. 하청을 통한 제품개발은 비용측면에서는 유리할지 모르지만 기술을 유지하고 발전시키는 데는 적합하지 않다고 판단하고 있기 때문이다. 하청기업에 의존하지 않고 하나부터 모두 자체적으로 만들려고 하면 무엇보다도 팀워크가 중요하다. 규모가 작은 이 회사의 특성이 바로 여기서 발휘된다.

〈참고자료〉

나라기계제작소 홈페이지(<http://www.nara-m.co.jp>)

黑崎誠(2003), 『世界を制した中小企業』, 講談社 現代親書.

세계시장을 누비는 글로벌형 중소기업

04

마에카와제작소

前川製作所

선박용 냉동고 세계시장
점유율 80%

❖ 기업개요

회사명 | 株式會社前川製作所

소재지 | 東京都江東區牡丹2-13-1

URL | <http://www.mycomj.co.jp/>

설립연도 | 1924년

자본금 | 10억엔

분야 | 산업용 냉동고 제조 판매

❖ 경영 방침

‘우리는 물건을 파는 것이 아니라, 기술을 파는 것이다’. 모든 제품을 주문 생산하는 마에카와제작소가 고객 만족을 위해 내걸고 있는 경영방침이다. 일본에서 마에카와제작소라는 회사에 대해 알고 있는 것은 일부 유통관련 회사와 생선, 육류, 야채 등의 냉동분야에 종사하는 사람 중 일부에 지나지 않을 것으로 생각된다.

그러나 이 회사가 만드는 제품의 시장점유율과 사회적 역할의 크기에 비하면 그다지 회사이름이 알려지지 않은 전형적인 사례가 될 것이다. 특히 해외에서는 마에카와제작소의 영문표기 사명인 ‘MYCOM’이 널리 알려져 있다. 일본에는 이렇듯 해외에서는 잘 알려져 있으나 일본 국내에는 알려지

지 않은 ‘세계기업’이 적지 않다. 마에카와제작소는 이러한 일본기업의 대표 주자가 아닐까 싶다. 그러나 산업용 냉동고의 일본 국내 시장점유율은 60~70%에 이르고 냉동선박 냉동고의 세계시장 점유율은 80%를 차지하고 있어 이 분야에서는 세계 톱 수준의 일류기업임에 틀림없다.

❖ 성장 과정

마에카와제작소는 1924년에 냉동기를 제조하는 회사로 창립되었다. 설립당시부터 오로지 ‘차게 하는’ 기술에만 전념하여 냉동기술을 회사의 핵심 사업으로 일구어냈다. 이러한 냉동기술의 중심에는 압축기(Compressor)가 있다. 마에카와제작소는 소형이면서 강력한 냉동능력을 가진 나선형 압축기의 개발에 성공하여 세계적인 명성을 얻는 기초를 마련할 수 있었다.

마에카와제작소의 급성장에는 시대적 흐름의 변화도 일조했다. 1960년대 후반에서 70년대에 걸쳐 일본에서는 본격적인 유통혁명이 시작되었고, 그 중심에는 주택가에 급속도로 들어선 대형 슈퍼마켓이 있었다. 지금 역시 변함이 없지만 일본의 대형 슈퍼마켓의 최대 매력상품은 생선식품이다. 신선하고 저렴한 생선식품을 안심하고 먹을 수 있다는 점이 소비자들이 대형 슈퍼마켓을 찾는 가장 중요한 이유이다. 마에카와제작소는 이러한 대형 슈퍼마켓으로부터 대형 냉동설비를 주문받아 제조해 왔다. 마에카와제작소는 우리 회사가 모든 것을 전부 제조하는 것은 아니며 핵심기술도 여러 다른 회사가 각각 가지고 있다고 겸허한 모습을 보이지만 이와 같은 제조기술이 일본의

유통혁명을 추진하는 중요한 요인이 되었음은 틀림없는 사실이다.

마에카와제작소가 개발한 나선형 소형 압축기는 고기잡이 어선에 냉동설비를 설치할 수 있는 획기적인 변화를 가져왔다. 일본에서 소비량이 많은 다랑어를 원양에서 어획하여 선상에서 피를 제거한 후 순간적으로 냉동시키면 신선도를 그대로 유지할 수 있다. 냉동된 생선은 소비자가 필요한 만큼만 해동시켜 신선한 회로 만들어 식탁에 올릴 수 있게 된다. 일본사람 중에서 다랑어를 싫어한다는 사람은 거의 찾아보기 어려울 정도이며 전 세계에서 잡히는 다랑어의 약80%를 일본인이 소비한다고 알려져 있다. 일본인의 이러한 소비성향이 가능한 것도 마에카와제작소의 기술력 덕분일지 모른다. 지금은 일본뿐 아니라 해외에서도 어선에 탑재할 수 있는 소형 냉동고가 이용되고 있으며 이 분야에서의 마에카와제작소의 위상은 독보적인 존재로 인식되고 있다.

▲ Only-One 내용

마에카와제작소는 당초 ‘차게 하는’ 분야 중에서도 특히 냉동분야에서 높은 기술력을 인정받고 있었다. 그러나 단순히 냉동만을 하는 것이 아니라 신선도를 유지하는 종합적인 기술로 점차 개발의 중심축을 이동시켜나갔다. 생선에 이용되는 냉동기술은 육류에도 활용이 가능하기 때문에 육류 운반용 선박에도 마에카와제작소가 개발한 냉동고가 탑재되기 시작했다. 현재 전 세계에서 사용되는 생선과 육류를 운반하는 냉동선박에 설치된 냉동고의 거의 대부분은

마에카와제작소가 제작한 것으로 보면 무난하다.

마에카와제작소의 제품처럼 냉동고와 그 관련제품을 생산하는 회사는 일본에도 적지 않다. 더욱이 도시바(東芝), 히타치(日立) 제작소, 마츠시다(松下)전기와 같이 자본력, 기술력, 판매력을 두루 겸비한 회사가 대부분이다. 이들 대기업은 일정 수준의 시장규모가 예상되면 축적된 기술력을 바탕으로 새롭게 시장에 진입하여 기존 회사의 시장을 잠식해 버리는 경우가 종종 발생한다. 또한 냉동기술과 가까운 분야로는 에어컨 제조가 있으나 이 분야에서도 소형의 가정용보다도 오히려 대형 업무용에 자신 있어 하는 대기업이 적지 않다.

이렇듯 주변에는 마에카와제작소의 강력한 라이벌이 될 수 있는 기업이 많이 존재한다. 그러나 이들 기업은 라이벌이 되지 못한다. 대형 산업용 냉동고 분야에서는 자본금 10억 엔에 불과한 중견기업 마에카와제작소가 변함없이 압도적인 우위를 점하고 있는 업계구도를 보이고 있기 때문이다.

이와 같이 상대적 우위를 유지할 수 있었던 비결은 산업용 냉동기 제조에만 전념해왔기 때문이다. 가전 냉장고가 일대 붐을 일으켰던 일본의 고도경제 성장기에도 한눈팔지 않고 오로지 산업용 냉동기 전문 회사로 자리를 굳건히 지켰다. 이러한 과정에서 축적된 기술과 신뢰가 현재까지 이어져 오고 있는 것은 사실이지만 이것만으로 세계적인 회사가 되었다고 보기는 어려워 보인다. 마에카와제작소를 지탱하고 있는 것은 모방하기 어려운 발군의 기술력이다. 대량의 육류와 생선을 냉동하는 대형 냉동고는 공간 전

체를 균등하게 얼리고 일 년 내내 일정한 온도를 유지할 수 있는 고도의 기술이 요구되는데 마에카와제작소 이외에 이러한 기술력을 가진 기업은 아직 나타나지 않았다.

❧ 제품 개발 과정

마에카와제작소의 기술력은 전문메이커로써의 집념과 같은 기술에 대한 집착에서 비롯된다. 이러한 집념의 일면을 엿볼 수 있는 단적인 사례가 바로 암모니아기술이다. 오래전부터 가정용 냉장고에도 냉매(冷媒, 열 교환기에서 열을 빼앗기 위해 사용하는 매체)로 암모니아를 사용했었다. 그런데 1980년대에 프레온이 개발되자 당시의 일본 통산성은 프레온 이용을 적극 권장했다. 암모니아는 누출되면 악취가 난다는 결함이 있었을 뿐 아니라 프레온은 냉매로써 암모니아보다 성능이 뛰어나다고 알려졌기 때문이었다. 그러나 프레온이 오존층을 파괴하는 지구온난화의 원흉이 되고 있는 것이 판명되자 뒤늦게 통산성은 프레온의 사용중지를 결정했다. 그러자 다시 암모니아가 주목을 받기 시작했다.

마에카와제작소는 통산성이 프레온 사용을 장려했을 때도 암모니아를 냉매로 하는 냉동고 제조를 계속했을 뿐 아니라 관련된 연구개발에도 적지 않은 투자를 했다. 시대에 역행하는 것처럼 보일지 몰라도 암모니아냉매의 제조 연구는 절대적으로 필요하다는 기술진의 확신이 있었기 때문이었고 이를 경영진이 적극 지원했다. 프레온이 지구환경을 파괴하는 물질이라는 것이 알려지기까지는 10년 이상의 세월이 필요했다. 대부분의 관련기업들이 프레온에 의존하던 이 시기에 마에카와제작소는 암모니아에는 프레온보다 훌륭한 특성이 있다는 기술진의 의견을 존중하였다. 당시의 결단이 암모니아를 냉매로 하는 냉동고 분야에서 세계 제일의 기술을 보유하는데 결정적인 요인으로 작용했다고 볼 수 있다.

〈참고자료〉

黑崎誠(2003), 『世界を制した中小企業』, 講談社 現代親書.

前川製作所 홈페이지(<http://www.mycomj.co.jp/>) 

민주당 정권과 한일관계

— 일본 총선 후의 한일관계는 희망적인가? —

保阪 祐二
(HOSAKA Yuji)
世宗大學校
教養學部
教授



안녕하십니까? 세종대학교 호사카 유지라고 합니다. 제가 6년 전에 한국인으로 귀화를 했기 때문에 현재 이름만 일본식일 뿐 한국사람입니다. 그래서 한국사람으로 계산하면 나이는 6살입니다. 아마 여러분들은 저를 독도 전문가로 많이 알고 계실 것입니다. 그리고 가끔 신문 칼럼도 쓰고 있으며 일본에서는 공학부였으나 한국에 와서 전공을 바꿔 3학년생으로 편입을 했습니다. 그리고 고려대학교 대학원 정치외교학과에 진학해서 석사, 박사학위를 받았습니다. 원래 정치외교가 전공이기 때문에 한일관계, 특히 일본의 정권교체 등은 최대 관심사이기도 합니다. 마침 일본의 새 총리 하토야마 유키오는 제 고등학교, 대학교 선배입니다. 만난 적도 있고 독도문제로 2시간이상 강의를 한 적도 있습니다.

이번에 정권교체라는 민주당의 캐치프레이즈를 그대로 일본의 총선 캐치프레이즈로 받아들여서 자민당이 고전을 했습니다. 왜냐하면 자민당에는 어떠한 캐치프레이즈도 없었기 때문입니다. 그리고 국민의 생활

이 우선이다 라는 말이 나와 있습니다. 자민당이 국민의 생활수준을 많이 저하시켰다는 인식이 존재했었다는 것이지요. 그 문제에 대해 국민의 생활을 정상화시키겠다는 이야기를 민주당이 오래전부터 내세우고 있었습니다. 고이즈미 개혁에 대한 반발이었던 것이지요. 국민들이 고이즈미의 퍼포먼스에 많이 열광하기도 했지만 지나보니 여러모로 큰 문제가 있었다는 것입니다.

앞서 말씀드렸듯이 민주당이 총선에서 대승한 요인은 크게 말씀드리자면, 자민당이 잘못을 해왔기 때문에 국민들은 이제는 자민당에게 정권을 맡길 수 없다는 생각이 강했던 것입니다. 고이즈미 개혁으로 인해서 국민들의 격차가 상당히 벌어졌습니다.

일본 내에서는 승자와 패자라는 말이 유행했습니다. 이는 경제적으로 이긴 사람, 패한 사람이라는 뜻입니다. 옛날에 고이즈미 정권 이전의 일본에서는 그러한 말을 쉬쉬하는 분위기였습니다. 그러나 고이즈미 개혁에서는 오히려 이것에 호응하는, 그렇게 해야만 일본에서 살아남을 수 있다 라는 논리를 내 세운 것이었습니다. 그래서 가진 자와 못 가진 자의 격차가 벌어져서 취업을 못하는 사람들이 늘어났습니다. 한국과 비슷한 상황이었다고 할 수 있지요. 예를 들어 한 청년이 해고당한 다음날 이유 없이 사람을 죽이는 묻지마 살인과 같은 범죄도 일본에서 상당히 많은 문제가 되었던 것입니다.

중앙과 지방의 격차도 벌어졌습니다. 지방은 지방끼리 자립해야한다는 인식이 있었기 때문에 지방에 대한 지원이 많이 없어진 것이었습니다. 여기서 농민들의, 그리고 지방으로부터의 지지를 많이 잃었다고 할 수 있습니다. 우정개혁도 마찬가지인데 우정개혁을 요구한 이들은 미국정부측이었습니다. 미국 자본이 거기에 들어가면 미국에 이익이 되기 때문에 우정민영화라는 것을 사실상 미국이 요구해왔고 고이즈미 정권은 그것을 그대로 받아들였습니다. 물론 그것이 좋을 수도 있고 나쁠 수도 있지만 일본에서는 상당히 문제가 생겼습니다.

그리고 구조개혁을 하기 쉬운 일본으로 만들었습니다. 고이즈미가 바로 해고과정을 스피드업시킨 것입니다. 고이즈미 정권 이전에는 구조개혁으로 사람을 해고시키는 것이 양심의 가책인 것으로 인식되었는데 그러한 풍조가 없어진 사회를 만들었던 것입니다.

그리고 또한 5,000만명분 연금기록이 사라진 일이 있었습니다. 정직하고 일을 잘하며 비리가 없다는 것이 일본 공무원들의 정평이었는데 그러한 인식이 무너진 것입니다. 연금기록이 사라진 문제 중 쟁점은 돈을 받고 기록하지 않고 자신의 주머니에 넣었다는 것입니다. 큰 액수가 아니라 5,000엔 정도의 돈을 조금씩 가져갔기 때문에 기록을 하지 않을 수 있었습니다. 그래서 공무원사회를 완전 개혁해야한다는 움직임이 일어났습니다.

그리고 고이즈미 전 총리는 TV에 관료들의 비리를 많이 폭로했습니다. 일본에서는 관료들이 그만두면 국토교통성에서 공익법

인이라고 하여 비영리단체를 만들어 그곳에 투입해서 보냅니다. 그것을 바로 낙하산 인사라고 하는데 그런 부분도 다 공개가 되었습니다. 고이즈미 이전에는 관료는 관료 신화적인 이미지가 있었는데 그 인식이 완전히 무너진 것입니다. 그러한 일을 한 사람이 바로 고이즈미였던 것이지요. 그래서 관료주도의 정치구조를 완벽하게 없애고 정책, 법안 등 모든 것을 개혁해서 일본을 바꾸겠다는 인식이 퍼졌습니다.

그리고 아소가 대외적으로 실언이나 망언을 안한 이유는 외무성에서 무척 주의를 주었기 때문입니다. 독도는 일본땅이라고 생각하고 있고 천황이 야스쿠니 신사를 방문할 의향을 밝혀 정부에서 상당히 걱정하여 주의를 주었는데, 아소 수상은 외교관계에 있어서는 주의를 잘 받아들이기 때문에 아무런 말도 하지 않았습니 다. 그러나 아소는 평소에 실언을 잘하는 인물이었습니다. 예를 들면 재해로 사람이 실종되었을 때 「죽은 사람」이라고 말하기도 했습니다. 그래서 일본 국민들은 질려버렸습니다. 거의 정치에 관심 없는 아주머니들도 아소수상이 얼른 그만두기를 원했습니다. 이렇듯 자민당은 최악의 상황이었습니 다.

그러나 아시다시피 일본인들은 금방 잊선에 있는 사람을 교체하지는 못하기 때문에 자민당 체제가 지속될 수밖에 없었던 것입니다.

민주당 승리의 요인은 알기 쉬운 서민적 공약을 내세웠다는 것인데 이러한 전략을 만든 사람이 현 간사장 오자와 이치로였습니다. 이 사람이 만들어낸 캐치프레이즈가 ‘생활이 우선’이라는 것입니다.

그리고 소선거구제라는 것은 바람이 불면 대승 혹은 참패가 있을 수 있는 제도라는 것입니다. 즉, 엄청난 대승과 참패가 발생할 수 있는 것이 소선거구제라는 것입니다. 그래서 벌써부터 일본에서는 중선거구제 이야기가 나돌고 있습니다.

이제 민주당의 국내용 주요공약에 대해 보시겠습니다. 민주당의 국가예산은 207조엔 정도가 되는데 그것을 전면적으로 재검토하겠다고 말하고 있습니다. 완전히 자민당이 만든 것과 다른 예산으로 세금, 인사라든가 낙하산 인사 등을 근절한다고 말하고 있으며 의원세습, 기업의 단체 정치홍보물을 금지시키겠다고 말하고 있습니다. 그리고 중의원수를 삭감하겠다고 말하고 있습니다. 이렇게 해서 국비의 낭비를 줄인다는 취지이며 행정쇄신회의라는 것을 만들어서 정부정책과 예산이 어떤 식으로 사용되었는지 꼼꼼히 검증할 것이라는 의지를 내세웠습니다. 그리고 코스트를 인하하겠다고 했는데 특히 자민당이 너무 비싼 코스트로 정책을 만들었기 때문에 3분의 1이상을 삭감할 수 있다고 민주당은 말하고 있는 것입니다.

그리고 여러 가지 사업이 계속 지속되고 있다고 해도 효과가 없다고 판단되면 과감하게 폐지시키겠다는 것입니다. 그래서 군마현의 댐건설이 중지되었는데, 오십년간 계속 진행되어왔던 공사로 대표적 첫 사례가 되었습니다. 지난 아소정권에서는 애니메이션 정당을 만들려고 했는데 그것도 완전히 백지화시켰습니다. 어떤 면에서는 상당히 확고한 의지를 가지고 있는 것으로 보여지고 있으며 낙하산인사처로 되어 있는 각종 공익법인을 폐지시키겠다고 했습니다.

낙하산 인사의 폐지 이유 중 하나가 정년까지 일할 수 없는 분위기를 없앤다는 취지이며 정년까지 일할 수 있는 직장을 만들겠다는 것입니다. 또 낙하산 인사를 앞선하는 행위 또한 근절하겠다는 것입니다.

그리고 상당히 새로운 부분인데 공무원의 노동기본권을 회복해서 노사교섭으로 급여를 결정하겠다는 것입니다.

이번에 말씀드릴 내용은 여성들이 많이 투표를 한 공약이라고 할 수 있는 부분인데, 출산비용 55만엔을 지급하겠다는 정책으로 원화로 650만원~700만원 정도라고 할 수 있습니다. 이것은 출산 장려책입니다. 50년 후에는 인구가 8천만명정도로 예상되므로 이러한 정책을 만든 것이며 일본에서는 지금 아이를 많이 낳고 결혼을 빨리 해야 한다는 식의 장려책을 많이 만들어 내고 있습니다.

그리고 중학교 졸업까지 연 31만 2천엔의 아동수당을 지급하고 고등학교를 실질적으로 무상화하겠다는 것입니다. 이것은 실질적인 의무교육화입니다. 또한 대학장학금을 대폭적으로 증액하여 희망자 전원이 받을 수 있도록 한다는 것인데 사실 이 부분에 대해서 자민당측은 재원이 어디에 있는냐고 계속 비판했습니다. 물론 이것을 추진하지 못한다고 하면 민주당은 완전 무너지게 될 것입니다. 그러나 일본인은 한다면 하는 성향이 있습니다. 고이즈미 총리도 야스쿠니 신사를 참배하겠다고 말한 후 계속 그것을 지켜왔습니다. 그 배경에는 항상 일본정부를 괴롭혔던 극우파가 있습니다. 그런데 이 극우파들이 계속 일본총리가 야스쿠니 신사에 가지 않았기 때문에 상당한 압박을 가했습니다. 이렇듯 국정운영에 상당

히 방해가 되는 것이 우익단체의 협박입니다. 고이즈미는 그것을 없애기 위해 야스쿠니 신사에 참배하겠다고 말한 것입니다. 그래서 코이즈미 수상의 임기 중인 5년 5개월 동안은 극우파들에게서 자유로웠습니다. 한국측에서 보면 야스쿠니 신사참배 등 여러 가지 면에서 마찰을 일으킬만한 정권이었지만 일본 내에서는 매우 찬스였던 것입니다.

세 번째는 연금문제를 완전히 바로잡겠다는 것입니다. 그래서 연금통장을 만들겠다는 것인데 통장이 있으면 연금이 사라지는 일은 절대 없을 것이라는 것입니다. 그리고 월 7만엔(원화 약 90만원) 최저연금 지급제도를 반입하겠다는 것입니다. 아무리 조금 낸 사람이라도 월 7만엔은 받을 수 있도록 한다는 것입니다.

또한 의사 인원수를 1.5배정도 늘린다는 것입니다. 고이즈미 개혁에서는 돈이 있는 자만 병원을 갈수 있는 제도를 만들었습니다. 일본에서 재활치료를 받을 때 원래는 계속 재활치료를 받을 수 있었으나 고이즈미 정권에서는 그것을 90~180일로 제한하여 재활을 받지 못해 사망한 사람도 있었습니다. 이는 일본 내에서 상당한 비판을 받았던 부분입니다. 그래서 의료제도를 원래대로 복구시키고 돈이 있는 사람만 병원에 갈 수 있는 구조를 개혁하겠다고 했습니다. 이는 한국에서도 앞으로 참고로 삼을 만한 사항이라고 생각합니다.

사실 이명박 정부는 고이즈미 개혁의 성격과 많이 닮았다고 생각합니다. 그래서 다케나카 헤이조라는 전 장관을 정부고문으로 삼기도 했습니다.

중도실용노선, 격차 없는 사회라는 민주

당의 노선과 비슷한 방향으로 가고 있는 것 같습니다. 그러나 노무현 정부 때 우리가 느꼈던 것은 세금이 너무 많다는 문제였습니다. 반면 일본의 하토야마 정권은 복지는 늘려도 세금은 늘리지 않겠다고 합니다만 가능할까요?

또한 지역주권을 확립시키고 지역의 자주재원을 늘린다는 것인데 지방에서 자주적으로 얻을 수 있는 재원을 많이 이양하겠다는 것입니다.

다음으로는 농가의 호별소득 보장제도입니다만, 자민당이 사실상 이를 시행하고 있었습니다. 그래서 농민들은 자민당을 지지하고 있었습니다. 그것을 완전히 무너뜨린 사람이 고이즈미였기 때문에 오히려 옛날의 자민당처럼 하겠다는 것이 민주당의 생각입니다.

그리고 고속도로를 무상화하겠다는 것인데 1,000엔만 내면 어디까지든 갈수 있는 제도로 효과는 고속도로 주변의 여러 상점 등에 사람들이 굉장히 많이 몰린다는 것입니다. 조건부 할인제도를 도입했는데도 어떤 상점에서는 30% 이상 매출이 상승했다고 합니다. 이런 부분은 좋은 일입니다만 고속도로로 사람들이 너무 많이 몰리기 때문에 정체현상이 일어날 것이고 JR이라든지 비행기를 이용하는 사람들이 줄어들지 않을 까하는 부분에 대해 걱정하고 있습니다.

그리고 아까도 말씀드린 우정사업을 근본적으로 재검토한다는 것인데 우정사업을 민영화하겠다고 해서 배달하는 지역이 제한되었습니다. 예를 들면 옛날에는 국영사업이었기 때문에 떨어져 있는 섬에도 갈수 있었지만, 민영화가 되면 일단 금전적으로

수지가 맞지 않기 때문에 배달을 하지 않고 있는 상황입니다. 그것을 완전히 옛날 상태로 돌리겠다는 것입니다.

다음으로 중소기업의 법인세를 11%로 인하하겠다고 말하고 있습니다. 그리고 월 10만엔(130만원 정도)을 받을 수 있는 직업훈련제도를 실시하겠다고 말하고 있습니다.

또한 지구온난화대책을 강력히 추진한다고 했습니다. 어제 유엔총회에서 하토야마는 2020년까지 온실가스 배출량을 25% 삭감한다고 발표했습니다. 이에 세계가 좀 놀랐습니다. 예전에 자민당은 8%라고 했으나 그에 극명하게 대비되서 반기문 유엔사무총장의 상당한 찬사를 받았습니다. 이 점은 다른 나라의 본보기가 되기도 하였습니다. 이는 굉장한 수치라서 발표를 해도 괜찮은 지 상당한 쟁점이 되었습니다. 먼저 경제계는 약간 반대하는 입장이었습니다. 왜냐면 이 정도까지의 수준이라면 공업생산이 상당히 문제가 될 수 있기 때문입니다. 그래도 하토야마는 강행하여 어제 일본 여러 경제단체가 이 문제에 반발하지 않고 상응하여 추진해나가겠다고 했습니다.

지금까지는 서민이 알기 쉬운 국민 대상의 공약이었습니다. 자민당은 이러한 공약을 내세울 수 없었습니다. 그러므로 공약만으로 완전히 패배한 것입니다.

관료주도형 정책결정과정을 보면 현재까지는 관료가 정책을 만든 것입니다. 그것이 여당으로 가면 여당 사람들이 간단하게 검토를 해서 문제가 없다고 판단하면 정부는 정부법안, 혹은 정책으로서 그대로 실행하도록 내놓았던 것입니다. 그러므로 결국에는 관료주의가 팽창했으며 그것을 통제 할

수 없는 사회가 되었던 것입니다. 그래서 예산낭비가 엄청났기 때문에 이것을 개혁하겠다는 것입니다. 그래서 관료가 정책을 보관하고 작성하지 못하게 하는 혁명적 정책을 내세웠습니다.

이를 실행하는 방안으로는 국가전략국을 설치하겠다고 말하고 있습니다. 현재 아직 법안이 없기 때문에 국가전략실로 출범되었습니다. 100명 정도의 민주당 국회의원 투입되어서 모든 의사결정시스템이 거기서 이루어지고 정책, 법안 등이 다 만들어집니다. 그것을 관료는 행정적으로 집행할 뿐입니다. 이는 엄청난 개혁이기 때문에 모두 걱정하고 있는 부분이며 취지는 좋지만 관료가 과연 그렇게 할 것인지가 문제입니다.

한국에서는 정치인들이 법안이나 정책을 만들었지만 일본은 달랐으므로 상당한 변화를 했다고 할 수 있습니다. 만약 이것이 잘못되면 민주당이 단명으로 끝날 수도 있는 문제입니다. 그리고 100명 정도의 민주당 의원이 투입되면 다른 일을 하기가 어렵다는 우려가 있기도 합니다. 지금 300명 정도가 있는데 3분의 1을 투입하면 200명이 남게 되므로 상당히 약점이 드러날 수 있다는 우려가 있기도 합니다.

원래 하토야마와 마찬가지로 오자와도 1993년에 자민당을 탈당한 사람입니다. 56명 정도가 자민당을 탈당하여 호소카와 정권이라는 비자민당 정권을 만들기도 했습니다. 당시 호소카와 정권은 비자민당이었지만 10개월밖에 존재하지 않았기 때문에 사실상의 정권교체가 이루어진 것이 되는데 오자와는 표면에 나타나지 않고 항상 뒤에서 여러 가지 지시를 하는 자였고 이번에도

그렇게 했으며 상당한 실력자입니다. 그리고 또 한 가지 말씀드리면 다나카 전 수상은 일본열도개조론을 말한 사람이며 다나카파를 만들었는데 그것이 다케시타파로 바뀐 후에 다나카파였던 사람들이 대거 자민당을 탈당했습니다. 그런데 민주당 내에는 구 자민당뿐만 아니라 구 사회당 사람들이 상당수 속해있습니다. 그러므로 복지를 준수하는 등의 사회주의적 자세가 엿보이는 것입니다. 그래서 구 자민당, 구 사회당 사람들이 모여 있기 때문에 민주당이 잘못해서 패배하면 분열되는 것입니다.

다음으로는 외교관계에 대한 것입니다. 먼저 긴밀하고 대등한 미일관계를 구축하겠다고 말하고 있습니다. 미군기지를 축소하고 미일지위협정을 개정하겠다고 말합니다. 이는 간단하게 말하자면 치외법권이라고 할 수 있습니다. 그리고 미국이 상당히 곤란한 부분은 현재 일본에서 인도양에서의 아프가니스탄 유엔군에 대한 급유활동을 중단하겠다고 말했기 때문입니다.

어제 오바마와 하토야마가 정상회담을 가졌는데 친분관계를 맺는 것을 목표로 한 것이기 때문에 상당히 좋은 분위기였습니다. 하토야마 총리가 오바마 대통령의 개혁에 대한 용기를 바다를 건너서 본받았다고 했기 때문에 오바마 대통령이 상당히 기분이 좋아져서 굉장히 수월하게 회의를 끝냈습니다. 어려운 내용은 전혀 언급하지 않았던 것입니다. 일단 강력한 외교동맹을 유지시키고 미일동맹을 계속 강화시키겠다고 하였습니다. 그러나 미국과 일본에서는 이미 우려의 목소리도 나오고 있으며 앞으로 미일관계가 어떻게 진행될지는 두고봐야할 사항입니다.

그리고 한편 아시아 중시외교를 전개하겠다고 계속 말해왔습니다. 이는 동아시아 공동체 구축을 목표로 하고 있는 것입니다.

또한 아시아를 비롯하여 세계 여러 나라와 투자, 노동, 지적재산권 등의 넓은 범위에서의 경제연계협정과 자유무역협정 체결을 맺을 것이며, 특히 미국, 한국과 빨리 체결하겠다고 말하고 있습니다. 한국과 일본의 FTA 정책에 대해 말씀드리자면 노무현 정권 시절에는 일본과 가장 마지막으로 맺을 것이라고 했습니다. 왜냐하면 일본과의 FTA가 가장 어렵기 때문입니다. 그러나 이명박 정권에서는 어떠한지 잘 모르겠습니다. 일단 하토야마 총리는 한국과 미국을 FTA의 첫 번째 대상으로 꼽았습니다.

그리고 세 번째로 아시아국가와의 마찰을 청산하고 야스쿠니 신사를 대신할 추도시설을 건립하겠다고 하였습니다. 또한 역사문제를 직시하는 자세를 가지겠다고 했습니다. 하토야마는 이명박 대통령과의 만남에서 일본 내에는 역사관계를 정당화하려는 사람이 있지만 우리의 자세와 의견은 다르다고 밝혔습니다. 교과서 문제는 4년에 한 번꼴로 거론되는데 그때 민주당의 태도가 어떠한지 주목될 것입니다.

일본에는 교과서 검정제도가 있어서 상당히 편향된 교과서가 나올 수 있는데 총리가 어떤 태도를 보이느냐가 중요합니다. 예를 들어 전 총리 나카소네는 통과시키지 말라고 지시한 적이 있는데 이처럼 일본 수상의 권한은 그 정도로 큰 것입니다. 그러나 현재는 조금 다르기 때문에 그 부분에 대해서는 일단 희망적이라고 할 수 있습니다.

그리고 독도문제에 대해서 자민당의 공

약으로서의 일단 독도는 일본땅이라고 말했습니다. 그러나 민주당은 대화를 강조했습니다. 제가 하토야마와 만남을 가지려고 할 당시 영상회의를 하자고 제안하였습니다. 한국과 일본 측에서 각각 대표 학자가 나와서 한일양국민이 볼 수 있는 영상을 만든 TV회의를 할 것이며 우리는 그에 대한 준비가 언제든지 되어있다고 전해달라고 했습니다. 그리고 북핵문제와 납치문제 해결, 유엔평화유지활동에 적극적으로 참가할 것이라고 했습니다. 지금 자위대를 군대로 승격하겠다는 것이 자민당 입장이지만, 민주당은 자위대를 그대로 유지하고 유엔 지휘 하에서 얼마든지 군대를 파견하겠다고 말하고 있습니다.

다음으로는 민주당의 경제정책에 대해서 보도록 하겠습니다. 일단 민주당이 일본의 중심사업으로서 지적재산권을 보호하겠다고 말하고 있으며, 기술개발에 박차를 가하고 창업을 지원하며 인재육성 등의 국가전략을 자민당 시절이상으로 확립하고, 능력개발, 고용안정을 위한 경제적 안전망(safety net)구축을 서두른다는 부분이 상당히 중요합니다. 자민당은 이것이 없었지만 민주당은 이를 확실히 구축하겠다고 내세웠습니다. 자민당은 안전망에 대한 발상이 전혀 없었다고 합니다.

그리고 앞으로 하이테크와 금융, 통신 서비스, 바이오라든가 글로벌 시장에서 고부가 가치를 창출할 수 있는 분야가 일본 경제의 새로운 견인차 역할을 담당할 수 있도록 발전을 방해하는 요인을 제거하겠다고 말하고 있습니다. 그리고 지역에서 금융이 원활화될 수 있도록 법안을 내놓았다고 합

니다. 지역경제를 활성화시키기 위해 금융 부분에서 지역에 상당히 자율적인 권한을 준다는 것입니다.

자민당과 민주당의 차이는 자민당은 성장 촉진을 목표로 했고 민주당은 경제적 안정망 강화구축에 중점을 둔다는 부분에서 굉장히 다르다는 것입니다. 그러나 매크로 경제 정책의 기본 원리로서 경제 글로벌화를 세계의 추세로 수용한다는 점은 같습니다. 일반적으로는 정부의 재량적 개입보다 시장원리가 매크로 경제를 운영하는데 우수하다는 것을 인정한다는 부분은 공통점이지만 경제 전략은 결정적인 차이가 있다는 것입니다.

자민당은 「성장이 격차를 축소한다」라고 생각하는데 비해 민주당은 「경제적 안전망을 강화하지 않으면 격차는 축소되지 않는다」라고 생각하고 있습니다. 그러므로 이 차이가 재정정책과 금융정책의 차이로 열쇠가 되는 부분이기 때문에 이러한 관점으로 보시면 앞으로 자민당 정권의 경제정책을 잘 이해하실 수 있을 것입니다.

그리고 자민당은 안전망 강화에는 관심이 없었으므로 2002~2007년까지 6년간, 각종 사회보험료, 의료비 자기 부담액을 인상하여 소득세 증세로 약 8조엔 국민 부담 증가를 실시했다는 것입니다. 이것만으로도 반발을 산 이유가 되었다고 볼 수 있습니다. 일본은 재정 적자 격차가 엄청났는데 확률을 100분의 1정도로 생각하시면 됩니다. 그러므로 격차 확대를 시정하기 위한 경제적 안전망 강화에 무관심했다는 것입니다.

즉, 자민당의 성장 촉진 전략은 재정정책에 의해서가 아니라 금융 완화정책의 지속

을 목표로 하고 있었습니다.

그리고 가능한 한 초저금리 정책을 지속하고(0.0025%의 금리), 엔저로 수출 촉진을 도모해 수입품 가격상승에 의한 물가상승의 실현을 기대해왔습니다. 물가상승이 일어나면 일단 수출이 촉진되고 명목성장률을 올려 세수입 증가와 초저금리에 의한 이자지급 억제로 재정 적자를 삭감하려는 생각을 갖고 있었습니다.

그러나 엔고가 지속되어 수입품 가격이 하락했습니다. 또한 일본엔고가 너무 심해서 수출이 잘 이루어지지 않았습니다. 그래서 도요타가 회사를 설립한 이래 처음으로 적자를 맞이하였고 엄청난 구조개혁을 단행한다는 이야기가 있었습니다. 이런 부분이 자민당정책의 실패로 고스란히 기업과 국민에게 돌아갔습니다. 그래서 민주당이 이런 부분을 개혁하겠다는 것입니다. 적절한 국가의 개입을 허용하는 것이지요. 그래서 민주당 정권을 전망하면 이러한 개혁이 성공할 것인지의 여부가 정권 수명의 열쇠

라고 할 수 있습니다. 그리고 여러 가지 공약을 내세웠지만 재원이 정말 있는지에 대해 확실하게 해야 하며 미국과의 마찰이 예상되는 부분을 어떤 식으로 극복하는가도 중요합니다.

또한 작은 정부라기보다 큰 정부를 지향할 가능성이 크다는 비판이 일고 있는데, 민주당은 중간 정도의 정부를 지향하는 것이라고 말하고 있습니다. 지금까지 말씀드린 것이 민주당의 국내외적 공약이라고 할 수 있고 외교적인 면에서 우리는 크게 걱정할 필요는 없으며 동아시아 공동체 구축을 말하고 있기 때문에 이런 부분도 한국에 유리하게 돌아갈 것이라고 예상할 수 있는 것이 아닌가라고 보고 있습니다. 경제 부분에 대해서는 전문가가 많기 때문에 이 정도로 하고 계속 연구를 하시면 민주당의 진로와 앞으로의 변화에 대해서 예측할 수 있을 것이라고 생각합니다.

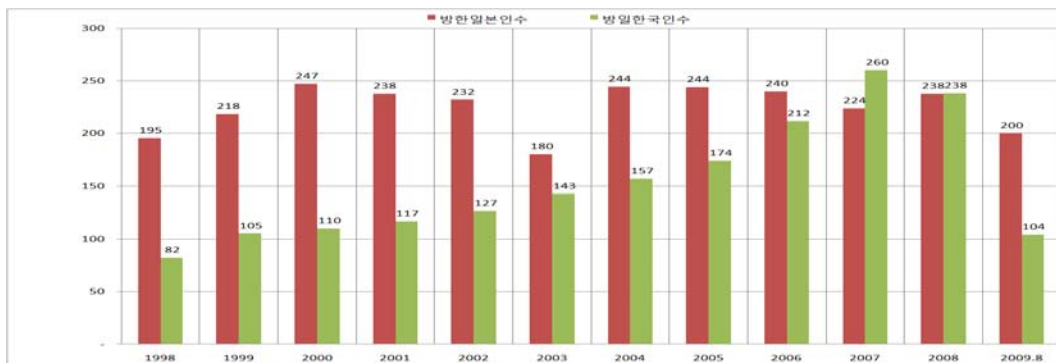
제 발표는 여기서 마치겠습니다. 감사합니다. 

φ 한일 교역 현황 (단위 : 억불)



구 분	총수출 (A)	총수입 (B)	총교역액 (C=A+B)	대일수출 (D)	대일수입 (E)	총대일교역 (F=D+E)	대일수출비중 (G=D/A)	대일수입비중 (H=E/B)	대일무역수지 (I=D-E)
1998	1,323	933	2,256	122	168	291	9.2%	18.1%	-46
1999	1,437	1,198	2,637	159	241	400	11.0%	20.2%	-83
2000	1,723	1,605	3,327	205	318	523	11.9%	19.8%	-114
2001	1,504	1,411	2,915	165	266	431	11.0%	18.9%	-101
2002	1,625	1,521	3,146	151	299	450	9.3%	19.6%	-147
2003	1,938	1,788	3,726	173	363	536	8.9%	20.3%	-190
2004	2,538	2,245	4,783	217	461	678	8.5%	20.6%	-244
2005	2,844	2,612	5,456	240	484	724	8.4%	18.5%	-244
2006	3,255	3,094	6,348	265	519	785	8.2%	16.8%	-254
2007	3,715	3,568	7,283	264	563	826	7.1%	15.8%	-299
2008	4,220	4,353	8,573	282	609	891	6.7%	14.0%	-327
2009. 8월	2,264	1,997	4,261	134	305	439	6.0%	16.0%	-171

φ 한일 인적교류 현황 (단위 : 만명)



구 분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009.8
방한 일본인수	195.4	218.4	247.2	237.7	232.1	180.3	244.3	244.0	233.9	223.6	237.8	200.2
방일 한국인수	82.2	105.4	110.1	117.0	126.6	142.7	156.9	173.9	211.7	260.1	238.3	104.2
계	277.6	323.8	357.3	354.7	358.7	323.0	401.2	417.9	445.6	483.7	476.1	304.4

(출처) 한국무역협회, 한국관광공사, 국제관광진흥기구

