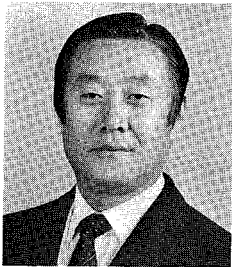


# 対日 貿易逆調 改善을 위한 提言



李 殷 植  
大韓貿易振興公社 貿易情報本部長

무역 흑자를 최초로 기록한 작년의 경우도 예외없이 대일무역 역조 현상이 심화되는 어려운 상태였다. 그 대응 방안으로는 기계류 부품·소재의 국산화 대체와 수입선 전환 등이 필수적인 요소이며 그외에 일본에 대한 다각적인 연구 검토 즉, 시장의 현황 파악 및 유통구조, 상 관습 등의 분석과 공업규격(JIS)의 획득, GSP활용 적극화 등을 들 수 있다.

새해들어 円貨 時勢가 또다시 폭등세를 보이고 있는 가운데 日本 産業界에서는 價格競争力 상실에 따른 輸出減少, 採算性 惡化 등의 어려움을 해결하기 위해 部品購買團 派遣을 비롯, 合作投資, 技術提携 등의 형태로 對韓進出을 서두르고 있는 것으로 나타나 우리 業界로서는 상당한 好機를 맞고 있음에도 불구하고 對日逆調 改善 기미는 좀처럼 보이지 않고 있다.

政府에서도 對日逆調 幅이 가장 심했던 지난해를 기점으로 對日逆調 改善 5個年計劃을 마련, 금년부터 세부 실천에 들어갔으며, 이 중에서도 특히 機械類 部品·素材의 國産開發 代替와 對日輸入先 轉換에 重點을 둘 것이라고 밝힌바 있다.

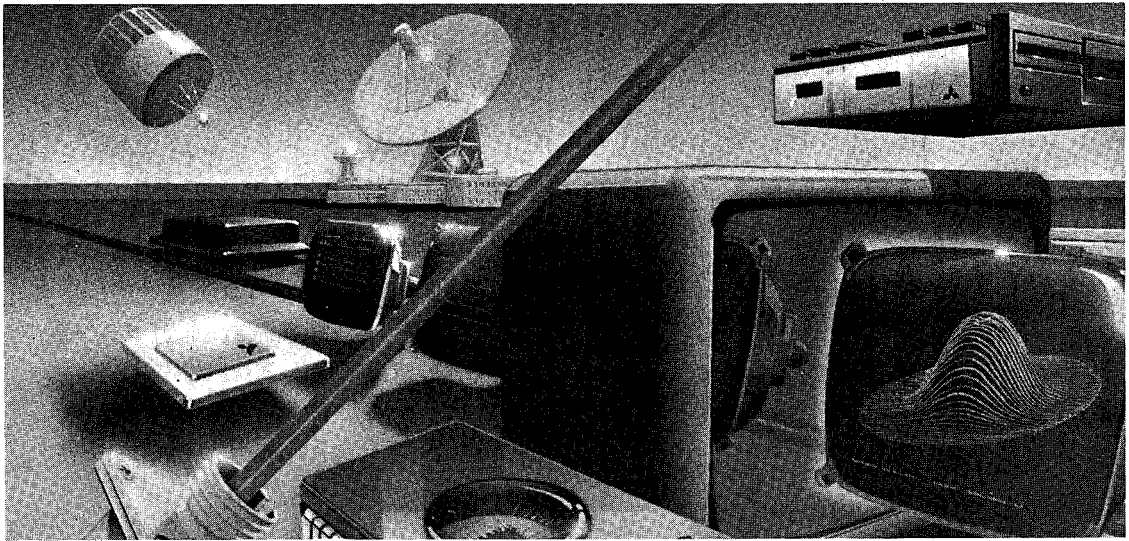
政府가 내놓은 이 두가지 逆調改善 方案은 우리 經濟의 현실을 감안할 때 상당히 설득력이 있으며 또 對日逆調 改善이 아니라도 우리 經濟가 先進國으로 발돋움하기 위해서는 불가결한 前提條件이 된다고 볼 수 있다. 그러나 여기서 한가지 짚고 넘어가야 할 것은 輸入先 轉換이나 部品 國産化는 長期的인 眼目에서의 개선에 큰 비중을 두고 있다는 점이다. 따라서 우리 業界側으로서는 이와 아울러 短期的인 對策도 併行하여 추진함이 바람직할 것으로 보인다.

즉, 日本의 流通構造, 商慣行, 規格認證制度, GSP制度 등 제반 日本市場의 特性을 파악함으로써 적극적으로 日本市場을 攻略, 擴大均衡을 指向해 나가면서 점진적으로 輸入先 轉換이나 部品 國産化를 이룩해 나가는 方案을 모색해야 할 것이다.

本稿에서는 이런 觀點에 입각하여 적극적인 對日進出 擴大 方案을 多角的으로 검토해 보고자 한다.

## 1. 日本 輸入市場의 特性 및 構造

日本은 外國 商品이 대단히 侵透하기 힘든 市



대일 무역 역조의 개선책으로는 부품·소재의 국산화와 수입선 전환등이 먼저 이루어져야 한다.

場 構造를 가지고 있다. 이에 연유한 우리나라의 対日輸出 不振要因을 크게 세가지로 요약해 보면,

첫째, 日本은 年間 1,400億弗에 달하는 방대한 양을 輸入하고 있으나 대부분의 輸入이 原材料 部門에 편중되어 있기 때문에 加工製品을 輸出하고 있는 우리나라가 日本에 輸出할 수 있는 품목의 輸入市場 규모는 제한되어 있다는 점이다.

둘째, 우리나라가 日本에 輸出하고 있는 품목의 경우에도 日本은 대부분 国内에서 生産, 生産하고 있고 또 日本製品의 競争力이 品質面에서 外国製品에 比하여 우수하기 때문에 우리나라의 対日 輸出은 수요가 극히 작은 일부 품목에 한정될 수 밖에 없다는 점이다.

셋째, 日本의 各種 制度 및 商慣習이 대단히 복잡하고 특이해서 外国人이 이를 이해하기가 어려울 뿐만아니라 外国商品에 배타적인 特性을 지니고 있다는 점을 들 수 있다.

그러나 최근 日本 輸入市場의 動向을 전체적으로 概觀할 때 우리나라를 포함한 NICS(新興工業國) 및 開發途上國들에게 유리한 여러 조짐이 나타나고 있다. '70年代 以後의 地域別 消費財 輸入動向을 살펴보면, 耐久消費財, 非耐久消費財 共히 歐美 先進國과 比較하여 東南亞地域을 중심으로 한 NICS 및 開發途上國으로부터의 輸

入 伸張勢가 현저하다. 日本 消費財輸入 전체에서 NICS 및 開發途上國의 占有率도 '70年의 15.6%에서 '85년에는 39.5%로 上昇하고 있다. 과거에는 NICS 및 開發途上國으로부터의 消費財 輸入 中 50% 以上이 食料品이었으나 近年에는 家庭用 電氣機器 등 耐久消費財의 輸入도 현저히 늘어나고 있다는 점이 注目되고 있다.

#### 日本の 主要品目別 輸出入実績(1985年)

(單位: 百万弗, %)

輸 出				輸 入				
品 名	金 額	構 成 比	品 名	金 額	構 成 比	品 名	金 額	構 成 比
總 額	175,638	100.0	總 額	129,539	100.0			
食 料 品	1,316	0.7	食 料 品	15,547	12.0			
織 維 類	6,263	3.6	織 維 原 料	2,155	1.7			
化 学 製 品	7,698	4.4	金 属 原 料	6,232	4.8			
非金屬礦物製品	2,147	1.2	其 他 原 料	9,657	7.5			
金屬 및 同製品	18,491	10.5	礦 物 性 燃 料	55,790	43.1			
機 械 機 器	126,179	71.9	-石 炭	5,196	4.0			
-事務用機器	7,785	4.4	-原 油	34,599	26.7			
-原 動 機	3,789	2.2	-石 油 製 品	5,795	4.5			
-TV受像機	2,625	1.2	化 学 製 品	8,073	6.2			
-電 子 管 等	4,753	2.7	機 械 機 器	12,372	9.5			
-自 動 車	34,377	19.2	其 他	19,713	15.2			
-船 舶	5,929	3.4	-鐵 鋼	1,479	1.1			
-光 学 機 器	6,831	3.9	-織 維 製 品	3,886	3.0			
-테이프레코더	8,440	4.8						
其 他	13,544	7.7						

## 2. 日本市場의 流通構造

흔히들, 日本内 流通過程이 外国人이 이해하기 까다롭고 복잡한 관계로 一種의 非關稅 障壁으로 작용하고 있다고 지적되고 있다.

日本 進出을 서두르고 있는 外國企業의 日本 流通構造에 대한 지식을 여러 類型으로 나눌 수 있으나 이를 요약하면 첫째, 日本의 小売業者는 영세한 小規模 형태를 띠우고 있으며, 둘째, 流通過程에 多數의 都売業者가 개재되어 있어 流通經路가 복잡하고, 세째, 流通構造의 多段階性이 流通코스트를 높여 輸入品の 小売價格이 높게 책정되며, 네째, 流通構造가 복잡하여 그 자체를 이해하기가 어렵다는 것으로 나눌 수 있다.

한편 日本 流通構造의 特徵을 구체적으로 살펴보면,

첫째, 商品의 流通過程이 복잡하여 결과적으로 최종 消費者의 價格이 높아진다는 것이다. 이것은 결국 輸入品の 價格競爭力을 떨어뜨려 關稅賦課와 같은 효과를 가져온다.

둘째, 日本에서 이루어지는 거래는 長期的으로 지속되는 경우가 일반적이며 신뢰관계와 企業間의 紐帶를 重視하고 있기 때문에 外國企業에 처하여는 폐쇄적이라는 것이다.

세째, 輸入品 취급 商社들이 대체적으로 外國商品 輸入에 소극적이란 점이다. 이렇게 복잡한 構造를 갖는 日本 流通構造를 파고들기 위한 方案을 요약해 보면 다음과 같다.

가. 現地の 專門 綜合商社 및 專門輸入商을 발굴하여 이들을 통한 輸出에 重点을 두는 한편 최근의 円貨 強勢와 함께 大量販賣店(量販店), 大型 슈퍼 마켓 등 小売業界에서 직접 輸入을 推進하는 경향이 짙어가고 있음을 감안, 이들 大型 小売業체들과의 直去來 推進도 고려해 볼 만하다.

나. 消費者 主導型의 日本 流通體制에 맞추어 각 메이커가 개발한 新製品 또는 既存製品의 仕様變更 등 日本市場에서 새로이 開發, 유통되고 있는 新製品에 대한 情報蒐集強化로 國內의 製品開發을 위한 基礎資料로 삼아야 할 것

이다.

다. 工作機械 등 生産財의 경우는 製品의 販賣와 병행하여 製品에 瑕疵가 發生할 경우 즉시 대응할 수 있는 신속한 애프터 서비스 體制를 확립해 나가야 할 것이다. 또 日本의 有數 메이커와의 合作 및 技術提携 등을 통한 OEM 方式 輸出 및 브랜드 提携를 통한 進出도 고려해야 할 것이다.

라. 長期的인 眼目에서 우리 製品의 고유 브랜드를 定着시켜나가기 위한 弘報, 販促活動의 強化를 통해 日本 消費者들의 우리나라 製品에 대한 이미지를 쇄신시켜 나가야 할 것이다.

## 3. 日本 商慣行의 特徵

日本의 商慣行은 여타국과는 색다른 特性을 지니고 있으며 이러한 商慣行의 特性이 日本市場 進出의 장애요인으로 흔히 擡頭되고 있다.

최근 輸出 有関機關에서 발간한 “對日輸出 成功事例”에서도 밝혀진 바와 같이 日本市場 進出의 비결은 정확한 日本文化 및 國民性에 대한 認識을 기반으로 한 日本 商慣習의 철저한 이해가 무엇보다도 중요한 것으로 나타나고 있다. 한편 日本 商慣行의 特徵을 보다 상세히 分析해보면 다음과 같다.

가. 人間關係의 重視

日本에서는 商品 去來時 去來當事者間의 人間關係를 重視하는 관계로 外國의 비즈니스맨들은 종종 日本市場에서는 개인적인 紐帶關係가 절대 중요하다고 지적한다. 사실 日本에서는 거래를 시작할 때에도, 또 그 후의 去來關係를 지속해가는 데에도 去來條件과 마찬가지로 개인 信用을 重視하는 경향이 높다.

따라서 書信이나 廣告 등을 통해 商談을 개시하는 歐美諸國의 경우와는 달리, 日本에서는 相手方의 신뢰성을 확인하기 위해 去來 開始時 販賣業者가 직접 購買者를 찾아가서 商談을 하는 경우가 많으며 또 去來交涉에서는 이미 신뢰관계를 형성하고 있는 第三者로부터 소개를 받는 경우가 허다하다. 또 去來成立 後에도 지속적인 접촉을 통해 상대방을 보다 잘 알려고 노력함으

로써 신뢰관계를 유지해 간다. 이처럼 去來에서 신뢰성을 重視하는 결과, 去來條件이 상대방과의 신뢰도에 따라 차이를 보이는 경우도 發生하게 되는 것이다.

#### 나. 安定된 去來關係의 重視

日本 商慣行의 또다른 특징으로서 日本人들은 安定的이고 長期的인 去來關係를 重視한다는 점을 들 수 있다. 즉, 日本人들은 去來 時點에서의 最低價格에 의해 商品 供給자와 일시적인 거래를 하기보다는 長期的·安定的인 거래를 指向한다는 것이다.

#### 다. 契約書가 통용되지 않는 去來形態

歐美諸國에서는 거래를 개시할 때 去來條件 등의 合意內容을 가능한 契約書에 기재하고 그 契約書에 의거하여 거래를 행할 뿐만 아니라 紛爭 등이 발생한 경우에는 그 契約書에 기재된 바에 따라 이를 해결 또는 처리해가는 것이 일반적이다.

그러나 日本에서는 去來 開始時 반드시 契約書를 교환하는 것은 아니며 또 契約書를 작성한 다해도 상세한 去來條件을 기재하지는 않는다. 즉 日本에서는 거래를 개시하기 까지는는 상당한 時間을 요하지만 일단 去來가 시작되면 그 후에 發生하는 個個의 注文 등은 電話나 구두로 처리되는 관계로 契約書가 작성되지 않는 경우가 허다하다는 것이다.

#### 라. 意思決定에 長時間 所要

日本企業과 거래를 할 때 극히 어려운 事項의 하나로서 이들의 意思決定이 느리고 불투명하다는 지적이 상당히 많다. 日本에서는 특히 大企業에서 組織의 意思決定이 소위 「Top Down」 방식이 아닌 「Bottom up」 방식에 의해 이루어지는 수가 많다. 즉 商品去來의 開始決定 등은 最高經營者에 의하여 결정되는 경우는 드물며 組織內 關係 当事者間的 合意가 이루어진 후 이를 最高經營者가 승인하는 식으로 진행되는 것이 일반적이다.

#### 마. 嚴格한 品質檢査 및 納期 준수

外國企業가운데는 商品의 品質 등에 관해 日本企業이 너무 엄격하다는 지적을 하는 경우가 많다.

日本の 消費者들은 輸入品에 대하여 상당히

높은 완벽성을 요구하기 때문에 이것이 결국은 直·間接적으로 輸入品의 販賣價格을 높이는 결과를 초래하고 있다는 것이다. 또 「日本市場에서는 보다 자주 小売業者를 방문해서 注文을 받지 않으면 안된다.」는 등 納期面에서의 嚴格性도 자주 지적되고 있다.

## 4. 日本工業規格(JIS) 獲得의 必要性

日本은 다분히 自國産業 保護나 消費者 保護 側面에서 여러가지 法으로 規格·認證制度를 運用하고 있지만, 이것이 輸入 商品에 대해서도 그대로 적용이 되어 日本으로 輸出을 하려는 우리나라 立場에서는 사실상 극복하기 힘든 輸入 規制로 작용하기 때문에 尙日 輸出業體가 이 事 事前에 파악하고 이에 能動的으로 대처하는 일은 다른 어느 것에 못지않게 重要한 과정이라 하겠다.

日本 政府는 여러가지 法에 의하여 國家에 의한 強制檢査 등 各種 規制措置를 취하고 이에 따라 輸入品에 대해서도 똑같이 적용해서 輸入 許可時 日本 國內法의 規制對象일 경우 事前에 型式承認이나 소정의 檢査를 받아 합격했는지 與否를 確認해서 通關을 許可해주고 있다. 다른 여러가지 通關節次나 關稅上에서도 많은 까다로운 問題點이 지적되고 있지만 上記 檢査上의 問題에서 그 過程이나 節次, 費用, 檢査基準 등에서 外國으로부터 輸入規制라는 심한 批難을 받고 있다.

따라서 우리가 尙日 輸出을 增大시켜 貿易赤字를 해소하려면 먼저 日本의 規格·認證을 獲得해 두는 것이 무엇보다 重要한 절차라고 생각된다. 왜냐하면 보통 日本의 各種法規에 의한 製造業體 登錄, 型式承認 取得에는 최소한 2-3個月을 요하므로 輸出契約에 임박해서 同獲得 要求를 받게되면 去來成立에 막대한 支障을 초래하기 때문이다.

한편 우리나라 製造業體들의 日本 JIS 規格 獲得現況을 살펴보면 '86年 6月 현재 11個 業體에 불과한 실정으로 品目도 신발, 볼트·너트, 타이어 및 와이어로프 등 단순 製品에 국한되어

있다. 이처럼 부진한 JIS規格 獲得実績이 곧 JIS規格 獲得의 어려움을 반증하고 있다. 그러나 여타 競争国들의 JIS規格 獲得実績도 미미한 수준에 머물고 있는 점을 보더라도 同規格 獲得이 対日 進出拡大의 要諦가 됨을 알 수 있다.

## 5. GSP(一般特惠關稅制度) 活用 積極化

'86 會計年度中 우리나라의 対日 GSP受惠下 輸出実績이 다소 부진한 것으로 나타나고 있다.

우리나라는 '86年 11月 20日 현재 日本이 限度額을 設定, GSP를 供與하고 있는 總 199個 品目群 中 23.1%에 해당하는 品目を 消盡시킨 데 그쳐 이들 未消盡 品目の 積極적인 開發이 뒤따라야 할것으로 분석되고 있다. 우리나라가 GSP制度를 活用, 対日輸出을 확대하기 위해서는

첫째, 우리나라의 主要 受惠対象品目인 工産品은 品目別로 限度額이 設定되어 있어 그 受惠

幅이 제한되어 있는바 會計年度 도중에 特惠 關稅 供與가 停止되는 品目에 대해서는 會計年度 (당해年度 4月 1日~翌年 3月 31日) 初半에 集中的으로 輸出하여 여타 受惠国보다 빨리 消盡 할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

둘째, GSP限度額 未消盡 品目を 積極 개발해야 된다는 것이다. 未消盡·品目중에는 우리나라의 與件上 生産하기 곤란한 品目도 있으나 대부분의 品目이 開發 가능한 工産品이므로 이러한 品目を 사전에 파악, 積極적으로 開發하는 것이 필요하다.

셋째, 日本은 工産品の GSP 限度額 消盡現況을 国別로 발표하지 않고 있으므로 모니터링 制度를 실시하여 해당 業界에 限度額 消盡現況을 수시로 홍보하는 것이 필요하다. 이에 따라 業界는 GSP受惠実績이 限度額에 육박할 경우 船積時期를 앞당기는 등 對策을 강구할 수 있기 때문이다.

