

## 일본의 사무기기 산업의 동향 일본내 생산은 침체, 해외는 호조

일본 경제산업성과 재무성은 2010년의 사무기계 생산 및 수출·수입 실적을 발표하였다. 생산금액은 1110억9300만엔(전년비 75.8%)으로 대폭 감소하였다. 수출금액도 전년비 83.7%로 감소한데 반해, 수입금액만이 전년비 109.6%로 증가하였다. 리먼쇼크 이후, 2007년, 2008년, 2009년 3년 연속으로 전년 실적을 하회하는 결과가 나온 가운데, 호전이 기대되었던 2010년도 마저 저조한 결과가 나오자 2011년도 동일본대지진 및 원자력발전소 사고의 영향으로 일본의 사무기기 산업은 수요면에서 한층 더 침체할 것으로 우려하고 있다.

〈편집자 주〉

### 1. 전체 실적

2010년 일본사무기기 전체의 생산금액은 1110억 9300만엔(전년비 75.8% 감소)으로 감소했다. 2011년에는 1000억엔에도 못미칠 공산이 크다. 총 수출금액은 468억9100만엔(동 83.7%)으로 감소했는데, 총수입금액만이 1587억1900만엔(동 109.6%)으로 증가했다.

복합기에 있어서 총생산금액에서 차지하는 비율은 59.5%, 총수출금액에서 차지하는 비율은 63%, 총수입금액에서 차지하는 비율은 13.6%이다.

### 2. 2010년 기종별 실적

#### ▶ 복사기·복합기의 생산대수, 생산금액

복사기의 생산대수는 16만8777대(전년비 77.1%)로 대폭 감소했다. 생산금액도 660억8700만엔(동

70.7%)로 대폭 감소했다.

그 중에서 정전간접식의 생산대수는 169대(전년비 33%), 생산금액도 5300만엔(동 40.8%)로 함께 감소했다.

디지털기의 생산대수는 6만7878대(전년비 89.3%), 생산금액 247억1600만엔(동 85.5%)으로 감소했다. 이중 풀 컬러의 생산대수는 10만730대(전년비 70.7%), 생산금액은 413억1800만엔(동 64%)으로 각각 감소했다.

#### ▶ 복사기·복합기의 수출대수, 수출금액

복사기·복합기의 수출대수는 2만9755대(전년비 99.9%), 수출금액은 11억3100만엔(동 98.5%)로 다소 감소했다.

디지털기의 수출대수는 1만8625대(전년비 94.0%), 수출금액은 6억7000만엔(동 78.8%)이다. 기타 수출대수는 1만1130대(동 111.5%), 수출금액은 4억6000만엔(동154.4%)으로 나타났다.

복합기의 수출대수는 11만6790대(전년비 83.0%), 수출금액은 431억3000만엔(동 83.5%)으로 나타났다. 그 중에서 FAX 기능이 있는 복합기의 수출대수는 2만8707대(전년비 71.0%), 수출금액은 20억8100만엔(동 52.9%), FAX 기능이 없는 복합기의 수출대수는 8만8083대(동 87.8%), 수출금액은 410억4900만엔(동 86.0%)으로 각각 나타났다.

▶ 복사기·복합기의 수입대수, 수입금액

복사기·복합기의 수입대수는 2만1525대(전년비 98.3%), 수입금액은 10억4600만엔(동 171.8%)이다. 그 중에서 디지털기의 수입대수는 5211대(동 87.6%), 수입금액은 5억2400만엔(동 163.8%)으로 나타났다. 기타 수입대수는 1만6314대(동 102.3%), 수입금액은 5억2100만엔(동 179.7%)으로 나타났다.

복합기의 수입대수는 556만6895대(전년비 111.0%), 수입금액은 1447억2100만엔(동 114.6%)으로 나타났다. 그 중에서 FAX 기능이 있는 복합기의 수입대수는 73만9152대(전년비 113.5%), 수입금액은 78억6800만엔(동 98.5%). FAX 기능이 없는 복합기의 수입대수는 482만7743대(동 110.6%), 수입금액은 1368억5400만엔(동 115.6%)으로 나타났다.

▶ 인쇄기

인쇄기의 생산대수는 1만6048대(전년비 63.6%), 생산금액은 75억1700만엔(동 66.4%)으로 나타났다.

수출대수는 1554대(전년비 89.7%), 수출금액은 5억3400만엔(동 91.1%), 수입대수는 482대(전년비 223.1%), 수입금액은 6100만엔(동 196.8%)으로 나타났다.

▶ 금전등록기

생산대수는 12만7918대(전년비 74.6%), 생산금액은 354억6600만엔(동 91.4%)으로 감소하였다. 수출대수는 1만8038대(전년비 76.7%), 수출금액은 14억4800만엔(동 69.7%). 수입대수는 24만8922대(동 145.9%), 수입금액은 71억6000만엔(동 126.5%)으로 나타났다.

▶ 전자계산기

생산대수는 1만4836대(전년비 73.1%), 생산금액은 2억200만엔(동 73.5%)으로 나타났다.

수출대수는 7385대(전년비 94.8%), 수출금액은 2800만엔(동 87.5%)로 감소했고, 수입대수는 1443만7584대(전년비 90.6%), 수입금액은 44억6600만엔(동 39.9%)으로 나타났다.

3. MPS 및 Solution전략에 초점 둔 판매점 선별화 진행

‘MPS’, ‘Solution’ 전략을 전개할 수 있는 판매점과 그렇지 않은 판매점과의 선별을 강화하고 있는 것도 사실이다.

동일본 대지진과 쓰나미, 원자력발전 사고발생때문에 눈앞의 부품부족으로 인한 생산의 정체, 복구, 부흥 대책비 등의 문제가 있겠지만, 2012년에는 경기가 회복할 것이라는 낙관론이 높아지고 있다. 그러나 정보통신기기업체의 경영환경은 매우 어렵다.

일본 경제사업성(기계통계월보), 재무성(통관월보)에 따르면, 2010년의 사무기기 생산금액(전년비 75.8%), 수출금액(동 83.7%)은 모두 감소하고, 수입금액(동 109.6%)만 약간 증가했다.

일본 비즈니스기계·정보시스템산업협회(JBMIA)가 발표한 자주통계품목의 [2010년 출하실적]에서도 2010년의 총출하금액은 1조5369억엔(전년비 114.4%)로 2자리수 증가한 것에 비해 일본국내 출하금액은 4841억엔(전년비 102.4%)에 멈추었다. 반면 출하금액은 1조528억엔(동 120.9%)로 증가했다.

3월 결산에서 많은 메이커가 대지진이 일어났음에도 불구하고 증수증익의 결산을 발표한 것은 해외시장의 호소가 주요 원인이라 할 수 있다.

동일본 대지진에 의한 일본 국내경기의 감속이나 일본 국내에서의 부품 공급 정체로 인해 해외 생산에 지장이 있을 것을 우려했지만, 해외 생산비율이 높기 때문에 실제 피해는 그다지 크지 않았다고 볼 수 있다.

오히려 구미 및 중국 등의 신흥국 시장의 수요가 왕성하여 큰 감속을 피할 수 있다는 기대심리도 높다. 메이커는 이미 급속하게 진행되는 글로벌화에 대응하기 위해 일본국내 판매망보다도 해외 공장, 해외 취급망의 강화에 경영자원을 투입해왔다. 그것은 IKON, 오세 등으로 대표되는 해외 판매회사의 매입이 증명하고 있다. 한편, 메이커들은 지금까지의 일본국내 판매망의 고른 강화·지원책에서 전략을 전환, 'MPS', 'Solution' 전략을 전개할 수 있는 판매점과 그렇지 않은 판매점과의 선별을 강화하고 있는 것도 사실이다.

#### 4. '생존경쟁'을 둘러싼 엄격해진 판매점의 경영환경

각종 통계가 증명하고 있듯이 일본시장의 수요가 포화상태가 되어, 한정된 시장안에서의 쟁탈전은 둔화되어 이익없는 판매경쟁(가격경쟁)이 가속화되는 상황을 피할 수 없게 되었다.

게다가 어려울 때일수록 도움을 주던 메이커의 자세도 이젠 '양보다는 질'로, 180도 전환되고 있다. '안팔린다', '별이 안된다', '도와주지 않는다'라고 하는 판매점의 3중고는 일시적인 것이 아니고, 오히려 정착할 확률이 더 높아졌다. 바꿔 말하면, '매출을 높이면 이익은 메이커가 보충해준다'고 하는 지금까지의 상식은 통용되지 않게 되었다.

시장전체의 규모가 확대되지 않는 가운데, 자사만이 매출을 늘리는 것은 간단하지 않다. 물론 판매가격을 낮추고 이익을 무시한다면 판매대수(매출)를 늘리는 것은 불가능하지 않다. 그러나 일정한 적정 이윤을 확보하면서

매출을 늘리는 것은 매우 어렵다.

오히려 저가격 전략으로 공세를 가속시키는 경합속에서 타사로부터 자사의 고객을 지키기 위해서는 판매가격(서비스요금)을 내리는 케이스도 늘어나는 경향이고, 이는 곧 이익률 저하를 초래한다.

이러한 사실은 판매점들이 지금까지와 같은 경영전략을 전개한다면, 살아남지 못한다는 것을 시사하고 있다.

특히 이들 복사기 비즈니스를 좌우하는 것이 'MPS'와 'Solution'인 이상, 메이커의 직판, 직계판매사의 존재 가치가 높아지는 것은 불가피하다.

메이커는 '판매점을 돌보지 않는다'라고는 말하지 않지만, 새로운 시대에 대응할 수 있는 판매점과 대응을 하지 못하는 판매점으로 선별한다고 분명히 말하고 있다. 모든 판매점이 살아남을 수 있다고 하는 보장은 없다.

오히려 시장의 축소, 메이커의 직판, 직계판매사의 강화책에서 본다면, 판매점의 총 수가 감소할 것이라는 것은 말할 필요도 없다.

일본 국내수요의 성장성은 낮고, 판매경쟁(가격경쟁)은 격화하고, 판매점이 감소할 확률은 높다고 하는 것처럼 판매점의 장래성은 먹구름이 끼어있는 것처럼 보인다. 그래도 모든 판매점이 없어진다는 것은 아니다. 살아남아서 성장하는 판매점과 그렇지 못한 판매점으로 크게 구별될 뿐이다.

살아남는 판매점은 가장 먼저 '지금까지의 경영전략, 판매전략, 성공경험을 전면 부정할 것'이다.

지금까지의 역사, 실적은 관계없다. 이들은 플러스보다는 마이너스의 면이 강하다. 문제는 빛나는 과거의 영광을 부정할 용기가 있는가, 새로운 경영전략을 가지고 계속할 수 있는지에 달려있다.

〈표〉일본 사무기 (전체)

(단위:대/백만엔)

연도	생산		수출		수입	
	금액	전년비	금액	전년비	금액	전년비
2009년	146,591	70.3	56,043	51	144,816	77.5
2010년	111,093	75.8	46,891	83.7	158,719	109.6

\*2005년 1월부터 서류파쇄기, 타임레코더가 생산총계에서 제외되었기 때문에, 전체 숫자에는 포함되어 있지 않음.  
\*오프셋인쇄기(생산수출입)와 워드프로세서(수출입), 회계기(수출입)는 사무기 전체의 숫자에는 포함되어 있지 않음.