

109학년도 제 1학기 유라시아재단 국제 세미나
아시아공동체: 동아시아학의 구축과 변모 시리즈 강좌(14)
주제: 대만-일본 무역 · 산업 교류 현황과 전망

제 14회 유라시아 재단 국제 세미나에서는 일본 미쓰비시 상사(三菱商事)에서 근무하였으며, 현재 국립타이중과학기술대학 응용일본어학과 부교수이자 일본 연구 중심 주임인 여입인(黎立仁) 교수를 초청하여 “대만-일본 무역, 산업 교류 현황과 전망”이라는 주제로 강연을 하였다. 강연 내용은 다음과 같다.

1. 중요한 무역 파트너와 수평 분업

일본과 대만은 같은 섬 나라이다. 대만은 대외 무역 의존도가 높으며, 2000년 이후 100% 이상을 유지하고 있는 반면 일본은 국토 면적과 시장이 비교적 크기 때문에 자급자족을 할 수 있어 대외 무역 의존도는 20-30% 사이에 있다. 대만과 일본은 수평적인 무역 관계이나, 대만은 대일(對日) 무역 적자가 200억에 달하는 것으로 주원인은 일본에서 수입된 부가 가치가 높은 설비와 핵심 부품 재료 때문이다. 한편 일본 기업의 대만 투자는 통계(1952년~2018년 누적통계)에 따라 세계 1위이며 2019년을 기준으로 약 1,200 곳이 있다.

2. 종합상사(總合商社)의 역할과 기능

일본의 독특한 기업 조직인 종합상사(總合商社)는 거래, 물류, 금융, 정보와 사업 개척 등 기능을 선용(善用)한다. 대만-일본 무역은 1960년 대만 경제가 발전하면서 대만의 수출입(進出口), 국제 시장 개척과 기술 도입에 상당히 중요한 지위와 공헌을 하고 있다. 종합상사(總合商社)의 경영 자원은 ① 인재 ② 자금 ③ 정보 ④ 상표로 분류할 수 있다.

1960년대에 미쓰비시 상사(三菱商事), 미쓰이 물산(三井物産), 이토추 상사(伊藤忠商事), 스미토모 상사(住友商事), 마루베니(丸紅), 가네마쓰(兼松), 닛쇼이와이(日商岩井), (日棉), 도멘(東棉) 등 9개 종합상사(總合商社)의 매출 총합은 일본GDP의 30%로 나타난다. 인터넷 네트워크가 보편화되면서 상사(商社)를 통하지 않고 자율적으로 수출입(進出口)하는 중소기업이 증가했고 한편으로 글로벌 속에 종합상사(總合商社)를 현재의 7대 종합상사(總合商社)(미쓰비시 상사(三菱商事), 미쓰이 물산(三井物産), 이토추 상사(伊藤忠商事),

스미토모 상사(住友商事), 도요다 통상(豊田通商), 마루베니(丸紅), 소지츠(双日))로 재편성 하였다. 7대 종합상사(總合商社)가 차지하는 GDP와 수출입(進出口)의 비중은 약 20%정도로 떨어졌다.

종합상사(總合商社)의 대표적인 기능은 사업투자, 사무대리, 경영정보 외에 상품매매 관련 기능, 업계나 거래처에 대한 서비스 기능을 위주로 한다.

3. 최근 몇 년 일본 주요 산업의 변화

일본 반도체 산업은 최근 몇 년 동안 과도한 자신감 때문에 「선택과 집중」에 소홀히 해 한국, 대만, 중국 등 신흥국에 역전의 기회를 주었다. 반면 일본 자동차 산업은 전후(戰後)부터 경쟁력을 지속적으로 강화하여 1980년대 말 미국을 제치고 세계 1위에 올랐다.

도요다 자동차는 1997년(교토 의정서 첩서년)에 가솔린 엔진과 전기 모터를 결합한 ‘하이브리드’ 전용차 「Prius」를 먼저 발매하고, 친환경차 개발에 주력하여 전세계를 앞섰다. 도요다 자동차의 생산 시스템은 「TPS」 「Toyota Production System」이라고 부르는데 그 중심에는 「낭비를 철저히 배제」한다는 개념이 있으며, 「즉시화 생산」(Just In Time: JIT)과 「자동화」로 구성된다. 이는 원가 절감과 품질 확보를 위해 사용한다. 또한 도요다 자동차는 MaaS(Mobility as a Service), 즉 교통 통합서비스라는 새로운 개념을 제창하고, APP을 활용하여 전차, 택시, 버스, 렌터카 등을 통합시켜 사람들의 이동 수요를 만족시킨다.

4. 대만-일본 산업 교류의 신동향(新動向)과 전망: 코로나 19 시대의 남향 발전(南向發展)

대만과 일본 양국은 자동차 산업 이외 액정, 광학 산업, 물류, 소매 등 산업에서 교류하고 있으며, 앞으로 로봇, 항공, 그린에너지, 사물 기반 인터넷, 장기보호체계(長照體系), 서비스업 등의 산업에서도 추가적인 협력을 기대할 수 있다. 또한 양국의 기업이 서로 장점을 상호 보완 (일본 기업의 기술력, 상표, 품질 관리; 대만 기업의 언어 능력, 중국인 네트워크, 신속한 의사결정, 저렴한 양산체제)하여 전략적 제휴를 맺을 수 있다.

코로나19와 증미 관계의 악화로 인해 일본 기업들은 동남아의 생산량을 높이는 것을 공급망 유연성의 첫 단계로 계획하고 있다. 한 국가(중국)에만 의존하는 비율을 줄이는 것을 목표로 대만-일본 상업 서비스업이 남향협력(南向合作) 가능성으로 2가지를 제시하고 있다.

① 일본 종합상사(總合商社)와의 협력

무역, 물류, 콘텐츠 등 특유한 상사(商社) 기능을 활용하고, 특히 글로벌 네트워크를 활용해 대만-일본 기업 전략 연맹을 추진하고, 협력으로 제 3국에 진출 하거나, 상사(商社)의 국제 네트워크를 활용해 국제 사업을 발전시킬 수 있다.

② 일본-대만 기업 연맹의 지리적 연장

일본 기업의 대외 발전은 대부분 대만을 최초의 거점으로 삼고 있다. 대만 시장을 테스트하고, SOP를 구축한 후 다른 시장, 특히 중국 시장으로 발전하였다. 앞으로 대만과 일본의 쌍방의 신뢰 관계와 협력 경험을 바탕으로 정부의 협조 아래 합작 사업이 각 지역으로 확대될 것으로 기대하고 있다.

5. 일본식 경영관리와 직장 검토

일본식 경영의 구성 요소는 아래의 4가지 유형으로 구분할 수 있다.

- ① 고용 습관 (기업 노조, 종신 고용 및 연공 서열)
- ② 현장 주의 (소집단 활동, 간판 방식 등)
- ③ 결정 체계 (아래부터 위 순서의 참여 결정 형성)
- ④ 계열 거래 (장기적으로 지속되는 거래 제도)

일본식 경영 방식은 시대 변화에 따라 변화되고 있다. 글로벌 시대에서 계열 거래는 이미 어느 정도 와해되었으며, 또한 연공보다 업적 성과와 능력을 중시하고 있다.

마지막으로 여 교수는 일본 기업과 미국 기업의 차이점, 일본 기업과 대만 기업의 인재 육성 차이에 대해 분석했다. 일본 기업은 장기적인 사고를 중시하지만, 미국 기업은 단기적인 사고를 중시한다. 일본 기업은 집단의 결정, 집단의 책임을 중시하는 반면 미국 기업은 개인의 결정과 개인의 책임을 중시한다. 일본 기업과 대만 기업의 인재 육성에서도 차이점이 나타나는데, 일본 기업의 경우 회사에 충성을 다할 수 있도록 교육하는 반면 대만 기업의 경우 엘리트를 육성하는 것을 중시하고 있다.

번역: 이세희(李世曦) 한국어문학과 석사과정

감수: 김선효(金善孝) 한국어문학과 부교수