

불황 후 일본 경제의 신상품 개발에 대한 전망 <1/2>

미국에서 리먼 쇼크(LEHMAN SHOCK)가 발생한지 1년이 지났다. 그동안 세계 경제는 어떻게 변하였으며 시장은 어떻게 변화하였는가, 이에 따라 상품 생산은 어떻게 변하고 있는가. 마루베니 경제 연구소(丸紅 經濟 研究所)의 시바다 아키오(柴田 明夫) 소장과 도레이 경영 연구소(Toray 經營 研究所)의 다카하시 겐지(高橋 健治) 특별 상석 이코노미스트(特別 上席 economist)의, 권위 있는 두 애널리스트의 대답으로 지난 1년 동안 급변한 상황을 근거로 하여 다음 시대에의 전망과 상품 생산의 새로운 모습을 알아봤다.

◎ 심각한 미국 버블의 원인이 나타나면서 이로 인한 영향과 과제

세계 경제는 아직도 불투명한 상태인데 앞으로 산업과 시장은 어떻게 변화해 갈지 매크로(macro : 巨視的)의 관점에서 감히 예측해 본다면, 2000년 이래로 산업 구조가 크게 바뀌고 있는 페이스(phase : 局面)로 접어들고 있다. 2000년까지의 세계 경제는 선진국 공업이 더욱 발전함으로써 성장해 왔는데, 2차 대전이 끝난 후로 그 성장은 1년에 3~5%의 폭으로 1960년대로부터 1970년대에 걸쳐서 일본의 고도 경제 성장과 서독이 견인 역할을 해왔다. 그 후는 오일 쇼크(oil shock)로 성장이 스톱되어 90년대부터 코스트나 가공 요금 이 쉰 중국으로 생산이 옮겨가 2000년대부터 중국의 경제가 성장하기 시작하였다.

2004년부터 몇 해 동안은 경제 성장이 10%를 넘는 기세로 버블이라는 의견도 있었으나, 다시 년 5% 성장으로 안정되어 갈지도 모른다는 의견도 있었다.

그런데 2008년 가을에 리먼 쇼크(Lehman Shock)로 세계 경제는 마이너스 성장으로 바뀌었다. 전대미문(前代未聞)의 위기라고 하면서도 여러 대책을 추진한 결과 개선되는 조짐이 보이기 시작하였다. 그러나 이것은 2009년 4 ~ 6월에 잠시 위기를 벗어난 것에 불과하며 ‘2번째 불황의 바닥’이 닥칠지도 모른다는 염려도 있었지만, 계속 조금씩 좋아질 것으로 보고 있다. 다만 그동안 시장에서는 선진국들의 가치관이 갑자기 변화하였다. 미국의 경우를 보면 휘발유의 소비량이 줄어 서브 프라임 론(sub prime loan) 문제에서 볼 수 있었던 “빛을 내서라도 소비한다.”는 씁쓸이는 시들해졌다. 가치관이 변하면 산업구조

가 바닥부터 바뀐다. 그런 속에서 일본은 의외로 좋은 위치에 있는 것이 아닌가 생각된다.

단기적인 관점에서 보면 이번 리먼 쇼크를 보면 미국은 버블이었다고 생각한다. 하나는 금융면에서 또 하나는 실체 경제의 버블이었다. 실체 경제 이상으로 퍼포먼스(performance : 成就)가 좋았었다고 생각된다. 돈이 남아돌아 낮은 금리 등이 버블을 만드는 여러 조건이 있었다. 문제는 왜 일본만이 미국으로부터 이만큼 큰 영향을 받았느냐는 것이다.

먼저 일본으로부터 미국으로의 자동차 수출은 버블로 타격을 받았다. 1980년대까지 미국의 자동차 판매 대수는 1,000만 대 정도로 팔려왔는데, 서브 프라임 전에는 1,900만 대까지 증가하였다. 원래는 자동차도 집도 살 수 없는 계층에서 소비자 론(消費者 loan)으로 자동차를 구입해온 것이 판매수를 늘리고 있었다. 도요타 자동차 한 회사만도 재고 일수가 보통이면 40일분으로 되어 있었는데 90일까지 늘어나는 사태가 되었다. 현재는 재고를 줄이고 있는데 앞으로 대형차나 고급차 수출이 확대된다고 예상하기 어렵고 그 대신에 에코 카(eco car)와 같은 새로운 상품이 주목을 받고 있다. 일본의 무역 수지가 쉽게 2008년 가을 이전의 수준으로 되돌아갈 가능성도 적다. 이제까지와는 다른 전략을 쓰지 않으면 안 된다.

◎ 일본의 새로운 정권은 가계 지원하면서 CO₂ 삭감과 신상품 만들기가 급선무

일본이 어려운 점은, 하나가 미국으로 수출이고 또 하나는 중국 등 아시아권의 경제 사정에 따라 영향을 받고 있다는 점이다. 중국 전체는 원래 인프라(infrastructure : 會社の基本的 施設)의 정비 등으로 내수를 주체로 경제를 성장시키며 수출로 바꿀 수 없었다. 2008년에는 쓰촨 대지진(四川 大地震)과 리먼 쇼크로 수출이 멈추었으므로 더욱이 내수를 대상으로 하지 않을 수가 없었다. 다만 전체적으로 보면 구매력이 아직 크지 않다.

다른 한편으로는 일본은 2002년부터 역사상 가장 큰 호경기(好景氣)로 계속 크게 성장하였다. 이 성장은 수출과 관련된 투자로 커진 것이며 2006년, 2007년에는 기업들이 과거에 볼 수 없었던 수익을 올렸다. 주가도 오르고 소비자들도 지갑을 기꺼이 여는 시기가 계속되었다. 앞에서 말한 버블의 떡고물을 받고 있었다.

일본은 이번 정권 교체로, 이제까지의 여당의 사고 방식이 부정되고 새 정권은 가계를 직접 지원하는 시책을 내놓고 있다. 산업별로는 농업, 고령자 보호, 복지, 교육에 이점

(merit)이 있다. 또 다른 한편으로는, 제조업은 CO₂ 삭감 25%나 최저 임금 등의 어려운 과제가 있다. 우선은 순간적인 위기는 넘어섰는데 산업 구조의 변혁이 시급한 일로 되어 있다. 방향성으로서는 환경, ‘그린 뉴 딜(green new deal)’ 등의 새로운 산업을 육성하여야 한다고는 하지만 이것은 시간이 걸린다. 다음으로 상품 제조로부터 서비스(service)로 산업의 중심이 옮겨가고 있다. 이제까지 쉽게 막을 수 있었던 서비스업의 가치가 다시 검토되고 있는데 그 자체는 좋은 일이지만 성장 산업으로 키워질 수 있을까 하는 것은 어려운 문제이다.

수출이 단기로 회복하리라고 생각하기는 어렵다. 내수를 늘리려고 하여도 연금이나 노후의 문제가 해소되지 않으면 소비는 부진한 상태가 그대로 있다. 단기로 해결하기 위해서는 공공사업에 의한 투자를 확대하거나 적자 국채를 발행하는 것도 부득이하다. 여당은 지방 분권을 추진할 만큼으로 “이제부터는 지방의 시대이다. 나라가 뭉땅 안고 가는 것이 아니라 지방의 손이 모자라는 부분을 나라가 지원한다.”고 밝히고 있는데, 어떤 수준으로 추진할 것인지 분명히 설명하고 기업과 소비자를 안심시키지 않으면 앞으로 나갈 수 없다.

매니페스토(manifesto : 宣言)를 보면 국민의 생활은 민주당(民主黨)의 정책집(政策集) 인덱스(index) 2009에 내용이 실려 있는데, 한때 자민당(自民黨)이 제창하였던 대기업이나 고소득층이 풍부하게 됨으로써 부(富)가 사회 전체로 스며들어간다는 트리클다운 효과(trickledown 效果 : 트리클다운 이론의 효과)라는 장애물을 없애고, 가계 지원을 하겠다는 것이 큰 특징이다.

다만 전체적으로는 여러 정책을 무질서하게 늘어놓은 것 같은 인상으로 일본 사회를 어떻게 할 것인지가 알 수 없다. 어린이들의 양육 정책 하나만 봐도 보육소나 유치원이 모자라는 것이 현상이며 지원을 받을 곳이 분명치 않으면 돈이 어디로 흘러가는지 알 수 없다. ‘산업에 임팩트(impact : 財政 援助)를’이라고 주장하고 있는데 장관끼리도 의견이 다른 것도 염려스럽다. 그렇기는 하나 과거의 자민당의 장애물을 없애는 과정이며 트리클 다운을 향한 여러 작업이 점차 구체화할 것이다.

제조업은 수출 환경이 좋지 않은 상황에서 중국이 뒤따라와서 국제 경쟁력이 위협을 받고 있다. 이런 상황에서의 정권 교체는 큰 변혁의 찬스라고 생각하여야 한다. 우선 새

로운 내각이 내놓은 CO₂의 25% 삭감이라는 목표 수치에 대하여 국제적인 평가는 대체로 긍정적이며 경제 단체로부터는 새로운 산업을 성장시키는 데에 대한 기대의 소리도 들려오고 있다.♣