




2/0/2/1 세계시장 진출전략 설명회

# 2021년 변화하는 일본시장, 새로운 기회에 주목!



KOTRA 일본지역본부 | kotra



2021년 변화하는 일본시장,  
새로운 기회에 주목!

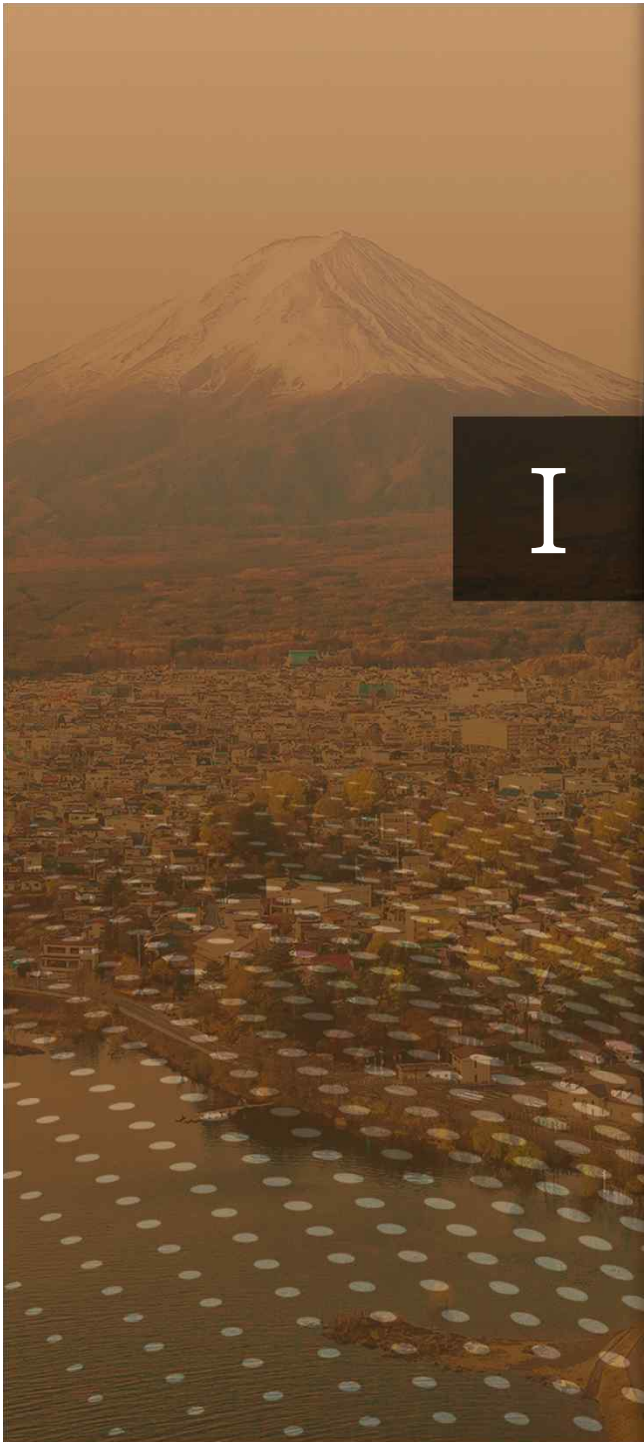
# CONTENTS

**I 2021년 전망 및 전략적 가치**

**II 코로나 이후 시장변화 양상**

**III 2021년 기회요인 및 진출전략**

**IV 2021년 시장진출 유망 품목 및 서비스**



# I 2021년 전망 및 전략적 가치

# 1. 정치동향 : 스가 요시히데 新내각 발족

일본

- ✓ 아베 前총리의 건강이상에 따른 사임의사 표명, 집권여당인 자민당 총재선에서 당시 관방장관이던 스가 요시히데가 승리하면서 9월16일 스가 新내각 발족
- ✓ 스가 新총리는 아베 전총리 주요 정책의 연속성을 유지하며 '21.9월까지 한시적으로 국정을 운영할 예정

## ➔ 스가 新총리의 주요 정책방향

▶▶▶ 정책추진방향	
주요 과제	
코로나 극복	• 검사체제 확충, 의료체제 강화, 백신 확보 등
정부조직 개혁	• 정부부처간 장벽타파 및 디지털화를 통한 효율성 제고
고용확대	• 경제대책(230조엔 규모) 시행 지속, 코로나 피해업종 지원
지방 활성화	• 최저임금 인상, 지방경제 활성화(농업개혁·관광 등)
사회보장정책	• 교육 무상화(유치원·대학 등), 보육서비스 확대 등
외교/위기관리	• 인도태평양전략 지속추진, 인접국과의 안정적 관계 구축

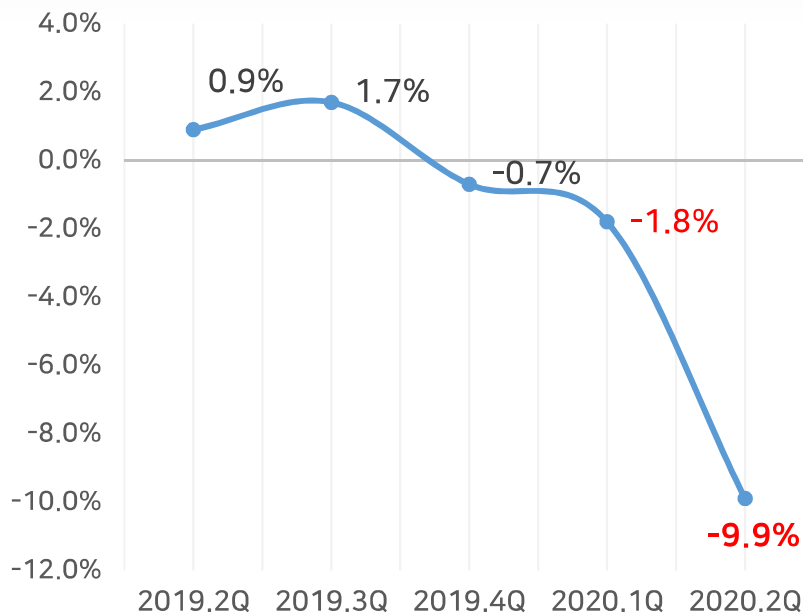
\* 자료 : 스가 요시히데 2020년 총재선 선거공약자료

## 2. 경제동향 : '20년 하반기부터 점진적 회복 예상

일본

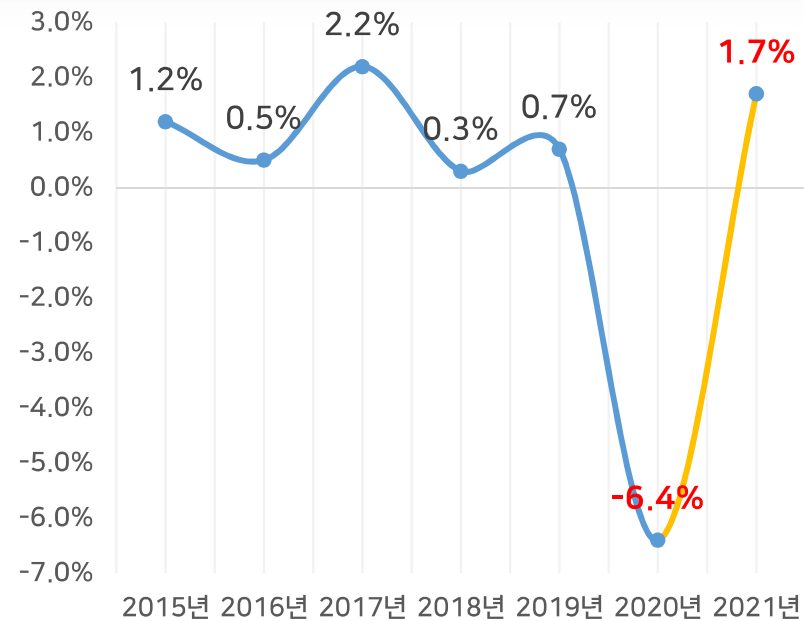
- ✓ 코로나로 인해 '20년 마이너스 성장 불가피, 하반기 이래 펜트업(pent-up) 효과 및 정부의 금융·재정정책 효과로 점진적 회복
- ✓ '21년 실질 GDP성장률은 1.7% 성장 예상, 코로나 조기 종식시 경제회복 가속화될 전망

### 분기별 경제성장률 추이



\* 주 : 전년동기비  
\* 자료 : 일본 내각부

### 연간 경제성장률 추이 및 전망





\* 자료 : EIU



### 3. 산업동향 : 제조업

일본




- ✓ '20년 하반기부터 점진적 회복세 전환, 코로나로 인한 영향으로 회복세는 더딜 것
- [자동차] '20년 하반기부터 회복 기조로 전환, 코로나 이전 수준 회복은 '22년에 가능
  - [전자기기] 원격화 인프라 수요 지속되나, 리스크 요인 상존
  - [철강] 시장 위축 및 韓·中 대비 가격경쟁력 저하에 대응, 주요 기업은 국내생산설비 축소 및 생산기지 해외이전 움직임

업종	전망	주요이슈
 <b>자동차</b>	회복기조 + 시장구조 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「소유에서 이용으로」 자동차 소비 트렌드 전환 - 시장 성장률 점진적 감소, 관련 서비스 확대</li> <li>• 일본 완성차제조사, 차세대 자동차 신기술 연구개발 투자 지속·확대</li> </ul>
 <b>전자기기</b>	수요지속 + 리스크 상존	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자·통신기기 및 부품 시장 코로나 특수 일단락</li> <li>• 정부 에듀테크 지원책에 따른 단말기 수요 지속</li> <li>• 美·中 무역분쟁 리스크 상존 - 미국의 對 HUAWEI반도체 수출 규제로, 日 반도체 관련 기업 피해 발생 등</li> </ul>
 <b>철강</b>	축소세 지속	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全 강재 수입 동반 하락</li> <li>• 장기적으로 인구감소, 제조업 해외이전에 따른 축소세 지속</li> </ul>

### 3. 산업동향 : ICT

일본




☑️ 코로나 사태를 계기로 생활 전반의 디지털화 니즈 확대

분야	전망	주요 이슈
 5G	성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>'20년 5G 상용화 이래 각 통신사는 인프라 구축에 주력</li> <li>IoT·원격근무 등 통신망 수요 확대, 10년간 규모 6배 성장 예상 - ('20) 11조 엔 → ('22) 21.5조 엔 → ('30) 69.6조 엔</li> </ul>
 스마트시티	성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>IoT·AI 및 자율주행 등 신기술 기반, 정부-지자체-주요기업 간 연계 프로젝트 추진</li> <li>日 정부, △MaaS(모빌리티·물류), △데이터 활용(환경·에너지), △드론(농업·방재) 관련 실증사업 추진 - 일본 스마트시티 시장규모 : ('18년) 4,623억 엔 → ('22년) 9,964억 엔</li> </ul>
 원격화	성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나로 인한 생활 전반의 원격화 니즈</li> <li>서버·PC 등 하드웨어와 함께 원격화 및 업무전자화 등 소프트웨어 수요 급증</li> </ul>

### 3. 산업동향 : 소비재

일본

☑ 이커머스(E-Commerce) 중심으로 소비방식 전환

업종	전망	주요 이슈
 <p>식품</p>	<p>유지 + 소비 위축 리스크</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외출·음식점 영업 제한 등으로 외식 감소</li> <li>• 온라인 식자재 배송서비스 수요 급증</li> <li>• 건강·면역력 관심 상승, 유산균·기능성 식품 수요 확대</li> <li>• 수요변동 폭은 작지만, 코로나 장기화에 따른 소비위축 리스크는 존재</li> </ul>
 <p>화장품</p>	<p>감소</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나 사태로 인한 외국인 관광객 감소 및 외출 자제로 '20년 타격 불가피</li> <li>• 주요 기업들, D2C 방식 전환, 고객접점 확대 및 판매처 다변화 시도</li> </ul>
 <p>패션·의류</p>	<p>감소</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나 이후 소비위축으로 매출 급감</li> <li>• 주요 기업은 이커머스 채널 구축 및 온라인서비스 다변화로 매출 회복 도모</li> </ul>



## 4. 전략적 가치 : 첨단 제조업의 경쟁과 협력

일본

- ✔ 세계의 제조업을 리드하는 초일류 기업이 다수 존재
  - 2020년 주요 상품·서비스 점유율 조사에 따르면, 전체 74개 품목에서 미국(25개), 중국(12개)에 이어 일본은 7개 품목에서 선두 차지 (한국 공동 3위)
- ✔ 기초과학 연구 강국으로 2000년대 들어 거의 매년 노벨상 수상자 배출
  - 2000년대 이후 물리학상, 화학상 등 기초과학 수상자는 17명으로 미국에 이은 2위

### 일본의 세계 1위 기업

품목	회사명	점유율(%)	품목	회사명	점유율(%)
CMOS센서	소니	53.5	이륜차	혼다	36.6
편광판	스미토모화학	24.3	레이저 복사기	야마하	9.5
	닛또덴꼬	19.2		리코	16.5
휴대용 리튬이온전지	ATL	31.1		캐논	16.5
마이크로	르네사스 테크놀로지	18.1	디지털 카메라	코니카 미놀타	15.2
				캐논	45.4
				소니	20.2
				니콘	18.6

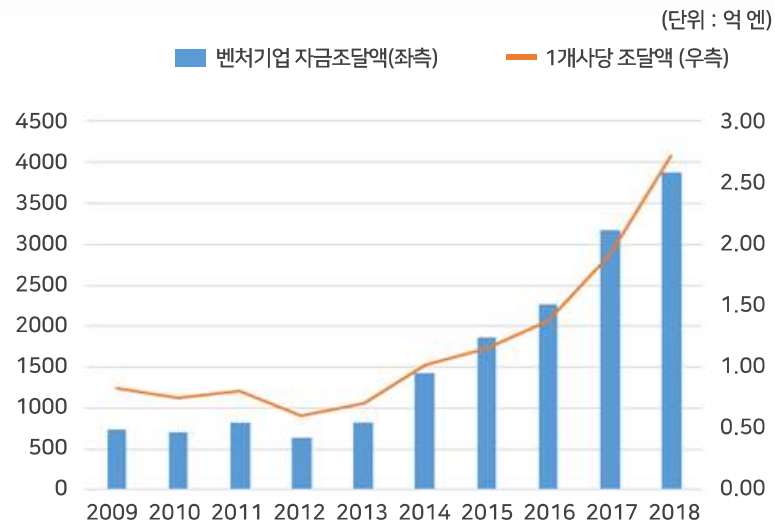
자료 : 일본경제신문(2020.8.13)

## 4. 전략적 가치 : 벤처 붐과 스타트업

일본

- ✓ 일본 벤처 붐 및 정부의 적극적인 창업 지원 정책으로 스타트업 활성화
  - 코로나19 여파에도 벤처시장 호황 지속, 벤처기업 1개사당 조달액도 확대 추세
  - '20년 상반기 스타트업 펀딩 성공기업 688개사, 1969억 엔('19년 637개사, 1,675억엔)
- ✓ 日 대기업, 스타트업과의 제휴를 차세대 성장동력으로 인식, 벤처 투자 적극적
- ✓ 韓 스타트업의 신성장 산업 진출 발판으로 활용 가능성

### 일본 벤처기업 자금 조달액 추이



\* 자료 : Japan Startup Finance 2018

### 업종별 일본 주요기업의 스타트업 투자 사례

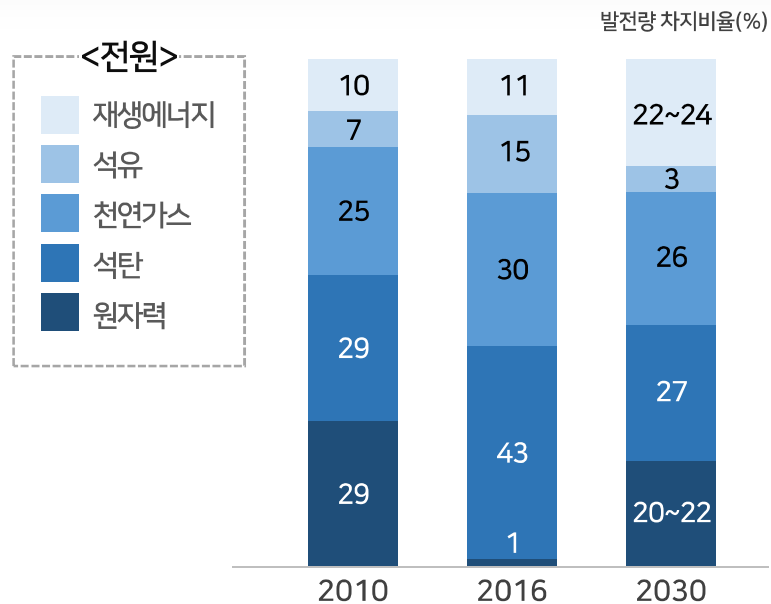
업종	日 대기업	사례
전기 전자	파나소닉	VC 자회사 설립 후 반도체, IT, 금속 등 스타트업에 투자
부동산	미쯔비시 지쇼	총 100억엔 규모 CVC 출자 시행
IT	NTT그룹	어플리케이션 분야 벤처기업에 적극 출자
항공	JAL	80억엔 규모의 스타트업 지원 플랫폼 설립, 항공우주/드론/핀테크 분야 중점 육성
철도	JR동일본	스타트업 지원 자회사 설립, 유망 벤처기업과 협업 및 자금지원

## 4. 전략적 가치 : 그린뉴딜 협업 가능성

일본

- ✓ **日정부, 신재생에너지 도입 확대 추진**
  - 스가 내각, '50년까지 온실가스 '13년 대비 80% 절감 목표를 '50년까지 실질적 제로로 상향 추진
  - 일본 재생에너지 시장은 '30년 약 1조 521억 엔 규모로 성장 전망
- ✓ **전기차 및 수소연료차량 확대, 2021년 도쿄올림픽이 수소사회 진입 계기**

### 전원에 따른 발전량 비율 추이



\* 자료 : 일본 경제산업성

### 전력시장 개혁

- 1단계** '15.4월 광역계통 운영기관설립
- 2단계** '16.4월 전력소매시장 자유화  
'17.4월 가스소매시장 자유화
- 3단계** '20년 송전과 배전부문 법적분리

### 5차 에너지 기본계획

- 2030년** 온난화 가스 26% 삭감, 에너지 믹스의 확실한 실현
- 2050년** 온난화 가스 80% 삭감, 에너지전환, 탈 탄소 시도

### 수소 기본전략

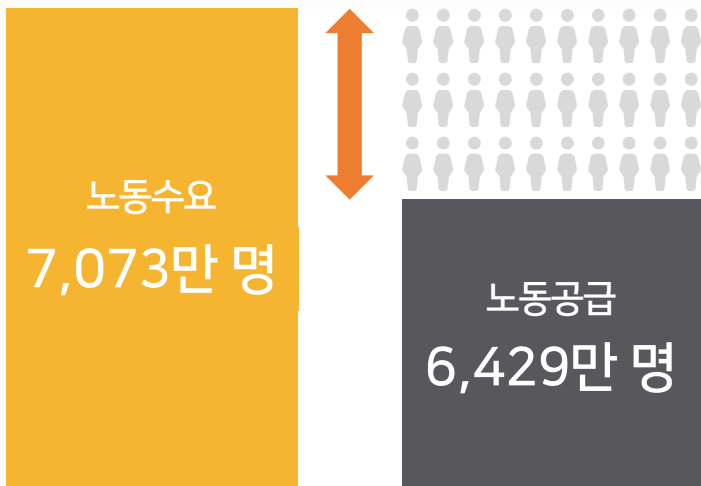
- 저비용 수소이용 실현
- 수소연료전지차 현재 2천대 → 80만대
- 2030년** 수소스테이션 현재 100개소 → 900개소
- 에네팜 2020년까지 PEFC 80만 엔 SOFC 100만 엔 실현, 2030년 이후 Co2 프리를 연료로 하는 열병합 발전 확대

## 4. 전략적 가치 : 고령화로 인한 일손 부족, 높은 의료 수요

일본

- ✓ 저출산·고령화로 일손 부족 심각, 국가 차원의 노동인구 확보 노력
  - 10년 연속 인구 감소('19.4월 1억 2,625만 명), 65세 이상 인구 28%, 생산가능인구(15-64세) 59.5% 불과
  - 여성·고령자·외국인 노동 증대 및 생산성 향상(로봇·자동화·기계화 등)을 통해 노동력 부족 완화 노력
- ✓ 日 정부, 의료산업 육성을 5대 중점 분야 중 하나로 선정, '2025년 문제' 대응 노력
  - 2025년 문제 : 전후 베이비붐 세대(단카이(団塊)세대)가 모두 75세 이상으로 진입
- ✓ 韓日, 인재 및 의료산업 분야 협력 가능성 다대

### 2030년 일본의 인력수급 전망



주 : 실업자 61만명 제외  
자료 : 퍼슨 종합연구소

### 일본, 의료산업 육성과 건강수명 연장

#### 정책추진

AI, IoT 등 4차 산업혁명 기술을 접목한 새로운  
건강·의료·간병시스템 구축에 적극 투자중

#### 유망분야

의료기기 시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현 3조엔 규모, '21년까지 연평균 5.9% 성장</li> <li>• 의료기기 수입시장도 연평균 6.3% 증가 추세로, '14년 1조 3685억엔→'18년 1조 6206억엔으로 확대</li> </ul>
의료 + ICT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ICT를 접목한 스마트 헬스케어기기 유망</li> <li>• 재택진료·원격의료 관련 IT 의료기기 수요 확대</li> </ul>



## Ⅱ

## 코로나 이후 시장변화양상

# 1. 코로나19 대응 108조엔 규모의 긴급 대응책 마련

일본



코로나19 감염 확대 방지와 경제활동 회복 지원을 위해 108.2조엔의 '긴급경제대책' 발표

• 코로나 19 사태가 수습될 때까지 시행되는 '긴급지원단계'와 수습 후 시행되는 'V자 회복 단계' 등 2단계·5대 축으로 구성

## 긴급경제대책 주요 내용

①  
긴급지원 단계  
(82.5조엔)

I. 감염확대방지책, 의료제공체제 정비, 치료약 개발 : 2.5조엔

- 마스크·소독약·인공호흡기 등 방역·의료기기 확보 및 지원
- PCR 검사기기 도입, 아비간(신종플루 치료제) 증산 등 의료체제 강화 등

II. 고용 유지와 사업 계속 : 80조엔

- 고용조정조성금(고용유지 지원금) 확충, 자금유통 지원 등
- 수입감소 및 저소득세대 1세대당 30만엔 지급, 아동수당 지급확대(1만엔)  
\* 주 : 1세대당 30만엔 현금 지급은 이후 1인당 10만엔으로 변경됨
- 수입 감소 기업·개인사업자 대상 감소액 현금 지급(각 상한 200만엔, 100만엔)
- 수입감소 사업자·기업 세금 납부 유예 조치 : 국·지방세, 사회보험료, 고정자산세 등

②  
V자 회복 단계  
(25.7조엔)

III. 경제활동의 회복 지원 : 8.5조엔

- 관광·요식업·문화행사 관련 할인권·쿠폰 지급을 통한 소비활성화 도모
- 교부금 및 기계설비 도입지원 등을 통한 지방산업 활성화 등

IV. 경제체질의 개선 : 15.7조엔

- 생산거점 다변화(ASEAN 등) 및 국내생산 지원을 통한 안정적 공급망 체계 구축
- 의료·방역물품 국내생산거점 설치 지원, 의약품 국내제조거점 정비지원
- 원격화 지원 : 근무환경·교육에 ICT 및 5G 도입 촉진

V. 향후 대비책 : 1.5조엔

- 코로나19 대책 예비비 신설

기 회 요 인



보건·방역

제조설비

홈코노미

서플라이체인 개혁

4차 산업

원격화

헬스케어

에듀테크

5G

e-러닝

GVC재편

외식

ICT

프랜차이즈

자동화

\* 자료 : 내각부 '신형 코로나 바이러스 감염증 긴급경제대책(4.7)'



## 2. 스가노믹스와 전방위적 DX 추진

일본

### ✓ '디지털청'으로 대표되는 디지털 전략

- 일본의 디지털화 지언이 코로나19로 확대로 다시금 명백해졌다는 자성의 목소리
- 스가 신내각은 디지털청 설립을 필두로 빠른 속도의 DX화 추진 공언

### 2019 IMD 세계 디지털 경쟁력 랭킹

2019	Country	2018	Change
1	USA	1	-
2	Singapore	2	-
3	Sweden	3	-
4	Denmark	4	-
5	Switzerland	5	-
6	Netherlands	9	+3
7	Finland	7	-
8	Hong Kong SAR	11	+3
9	Norway	6	-3
10	Korea Rep.	14	+4
11	Canada	8	-3
12	UAE	17	+5
13	Taiwan, China	16	+3
14	Australia	13	-1
15	United Kingdom	10	-5
16	Israel	12	-4
17	Germany	18	+1
18	New Zealand	19	+1
19	Ireland	20	+1
20	Austria	15	-5
21	Luxembourg	24	+3
22	China	30	+8
23	Japan	22	-1
24	France	26	+2
25	Belgium	23	-2
26	Malaysia	27	+1

\* 자료 : IMD

### 2020년 전자정부 선도국

Country	Rating class	Region	OSI value	HCI value	TII value	EGDI value (2020)	EGDI value (2018)
Denmark	VH	Europe	0.9706	0.9588	0.9979	0.9758	0.9150
Republic of Korea	VH	Asia	1.0000	0.8997	0.9684	0.9560	0.9010
Estonia	VH	Europe	0.9941	0.9266	0.9212	0.9473	0.8486
Finland	VH	Europe	0.9706	0.9549	0.9101	0.9452	0.8815
Australia	VH	Oceania	0.9471	1.0000	0.8825	0.9432	0.9053
Sweden	VH	Europe	0.9000	0.9471	0.9625	0.9365	0.8882
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	VH	Europe	0.9588	0.9292	0.9195	0.9358	0.8999
New Zealand	VH	Oceania	0.9294	0.9516	0.9207	0.9339	0.8806
United States of America	VH	Americas	0.9471	0.9239	0.9182	0.9297	0.8769
Netherlands	VH	Europe	0.9059	0.9349	0.9276	0.9228	0.8757
Singapore	VH	Asia	0.9647	0.8904	0.8899	0.9150	0.8812
Iceland	VH	Europe	0.7941	0.9525	0.9838	0.9101	0.8316
Norway	VH	Europe	0.8765	0.9392	0.9034	0.9064	0.8557
Japan	VH	Asia	0.9059	0.8684	0.9223	0.8989	0.8783

\* 자료 : UN 전자정부조사

### 3. 서플라이체인 개혁

일본

- ✓ 자동차부품, 마스크 등 일본 공급망의 취약점 표면화
  - 1국 의존도가 높은 분야의 생산거점 국내복귀 및 생산거점 다변화(ASEAN 등) 추진

#### 日정부의 국내 생산거점 정비지원 사업(2,200억엔)

#### 유망품목

#### 대상 분야

- 특정국가에 의존율이 높은 제품·부품소재 (자동차부품 등)
- 국민이 건강한 생활을 영위하는데 중요한 제품(의료·방역물품/의약품)



자동차부품  
제조설비  
스마트 팩토리  
의료·바이오 등

#### 日정부의 해외 생산거점 다변화 지원 사업(235억엔)

#### 협력 유망분야

#### 사업 내용

- ASEAN 등으로 제조거점의 다변화를 실시하는 기업에 설비도입 등 지원
- 자동차·전자기기제품 등에 더하여, 위생용품 등의 공급망 다변화 포함



제3국 GP 사업  
ASEAN 진출 일본기업  
신규거래선 발굴  
신규공장 생산설비 납품

## 4. 비대면 경제의 확대

일본

- ✓ 외출자제·이동제한·휴교조치 등에 따라 근무환경 및 생활여건, 교육환경 등이 급변
  - 원격근무·원격교육·원격진료의 확대로 비대면 서비스 및 관련 상품의 수요 증가
- ✓ 집에 있는 시간이 길어지면서 집에서 경제·문화 활동을 하는 '집콕 소비' 증가

### 키워드



원격근무



원격교육



원격진료



홈노미

### 유망 품목 및 서비스

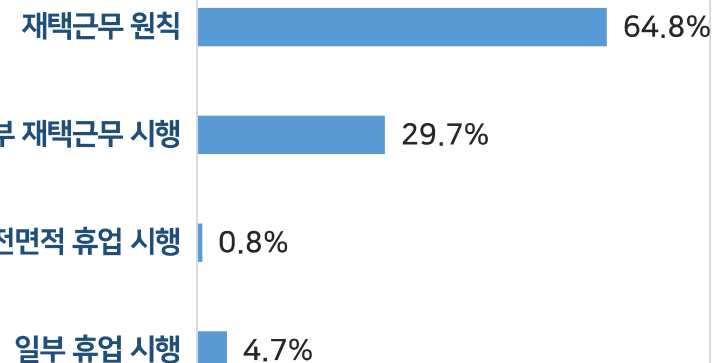
- 원격근무 솔루션, 업무의 전자화 솔루션,
- PC 및 서버 등의 전산 하드웨어 등

- 교육 콘텐츠, 에듀테크, 자율학습 교재,
- IT기기(PC, 태블릿 등), IT 주변기기 등

- ICT를 접목한 스마트 헬스케어 기기,
- 원격의료서비스 솔루션 기술 등

- 실내 레저용품, 공기청정기 등 가전제품
- 밀키트 상품이나 반조리 가정간편식 등

### 일본 주요기업 재택근무 시행 현황



\* 자료 : 닛케이신문 '사장 100인 앙케이트' 조사(4.14)

## 5. 코로나 이후 성장 예상 분야

일본

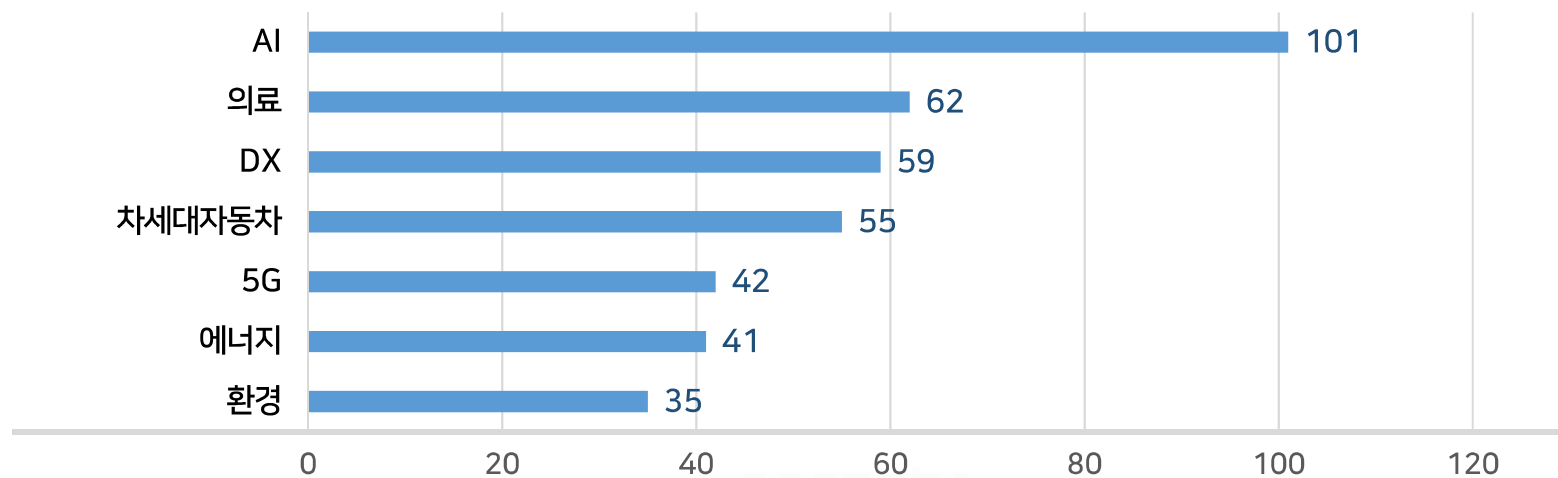
✓ 'AI'가 1위, 유사개념인 'DX'가 3위

- 디지털화에 대한 주목도가 높고 모든 산업에서 디지털화에 대한 대응이 필연적

✓ '의료'도 2위로 주목도가 높은 키워드 중 하나

- 코로나19로 인해 사회 인프라로서의 의료체제 빈약성과 규제에 따른 디지털화 지연 노정

### 업계의 장래에 큰 영향을 미칠 것으로 생각되는 기술·사업 기회 (상위 7위까지)



\* 주 : [조사시기] 2020년 4월~5월, [대상] 대기업 및 중견기업 경영자 등 810명  
[조사방법] Web설문조사, 복수응답(1인 2건까지 선택) 결과로부터 상위 7위까지 기재

\* 자료원 : 야노경제연구소



# Ⅲ

## 2021년 기회요인 및 진출전략

# 1. 일본 신정부 출범으로 가속화하는 DX

일본

- ✓ 디지털화 더딘 가운데 정부의 DX 확대 노력, 시장 니즈 확대 더불어 급성장 전망
- ✓ 언택트 트렌드를 반영한 비접촉기술 확산, 5G 보급 확대에 맞추어 IoT 활용 원격화 가속

## (정부) '21년 디지털청 신설

스가 新내각은

△ IoT·AI 활용 △ 정보보안강화 △ 행정 IT화  
△ 원격근무 정착 △ 통계·행정 데이터화  
△ 오픈API화 등  
목표로 '21년 디지털청 신설 추진



## (기업) 비접촉식 기술 주목

일본 주요 기업들은

△ 비접촉식 터치패널 △ AR·VR 활용 행사 개최  
△ 드론 배송 △ 무인·원격조종 등  
신기술을 활용한  
비접촉 기술의 개발·상용화에 박차



유망분야	주요품목
업무전자화	전자결재, 클라우드형 업무(회계, 재고관리) 솔루션 등
업무효율화	협업 솔루션, 사내 채팅, 근태관리 등
정보보안	문서보안, 원격제어, VPN, VDI 등

\* 자료 : KOTRA 도쿄무역관 작성

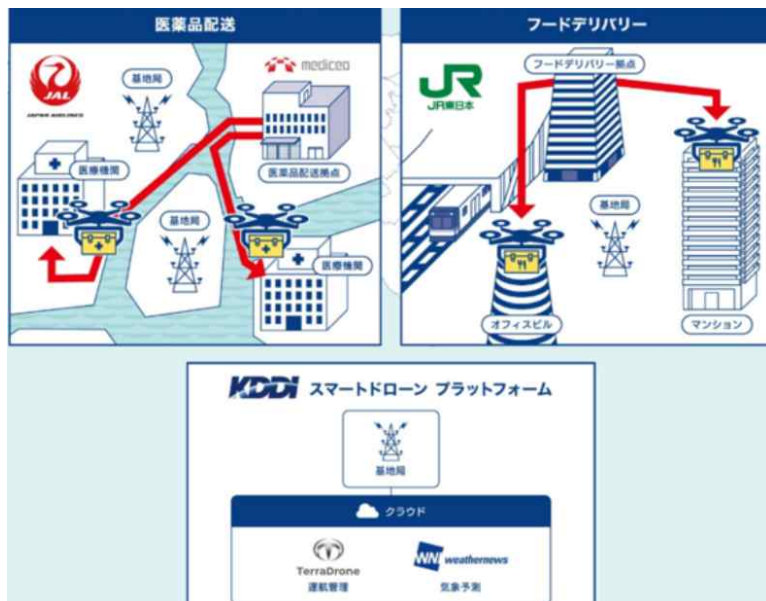


## 2. 일본 물류 유통시장의 진화와 스마트시티

일본

- ✓ 일본 물류업계, 물류 인력 부족 등 물류 수급 불균형 해결을 위해 ICT 기술 수요 증가
- ✓ AI·IoT·로봇·센서 등 스마트 물류에 적용 가능 자동인식 및 비전 솔루션 기업 진출 유망
- ✓ 수도권 일극 집중형 일본은 분산형 스마트시티에 주목
  - 도시공학 분야에서 스마트시티 구축 중요성이 더욱 부각되면서, 물류업계도 드론·자율주행기술 활용한 비대면 방안 연구 활발

### 도쿄도 드론물류 플랫폼 사회실증 프로젝트 구상도



\* 자료 : 도쿄도

### 유망품목

- ➔ 비대면, 인력대체 기술 보유 기업 진출 유리
  - 물류창고 로봇, 물류 시스템 클라우드화, 센서 활용 차량 및 화물 실시간 트래킹 기술 등
  - 로봇·IoT·AI·빅데이터·센서·자율운전 등 분야 진출 유망

### 진출전략

- ➔ DX 수요 성숙기 진입 전, 온·오프라인 박람회 등 적극 참가
- 자사 제품/서비스가 바이어의 니즈를 어떻게 충족시켜 줄 수 있는지 설명, 어필

### ▶▶▶ KOTRA 지원사업(계획)

- Korea IT EXPO in Japan 2021 (4분기/도쿄)

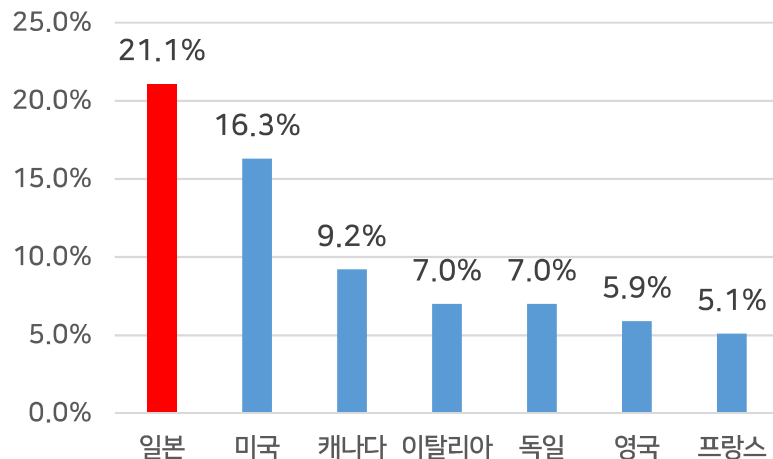


### 3. 일본 글로벌 기업의 GVC 변화와 틈새시장 진출

일본

- ✓ 코로나19 발 부품 납품 지연이 공장 가동 중지로 연결되는 등 GVC 재편 필요성 대두
- ✓ 중국은 '18년 기준 가장 많은 일본기업이 해외법인을 운영하고 있는 지역
  - 일본기업들의 의존도가 높았던 중국산 부품·재료 조달에 차질이 생기면서 '탈(脫) 중국' 움직임 가속화
  - 특히 베트남·태국 등 아세안은 지리적으로 인접하며 니어쇼어링 보조금 지원 대상이기 때문에 중국을 대체할 유망지역으로 부상 전망
- ✓ 일본기업들의 생산거점 및 납품처 변화 움직임 속에서 우리기업의 틈새시장 공략 필요

중간재수입에서의 중국의존도 국제비교 (2017년)



\* 자료 : 미즈호종합연구소, '미즈호리포트' (2020.6월)

#### 진출전략

- ➔ 일본 국내
  - GVC 변화 시에도 기존 납품 지속될 수 있도록 KOTRA 공동물류센터, 한-큐슈 밀크런 시스템 등 물류지원제도 활용
- ➔ 해외 제3국
  - 해외 생산이 가능한 우리기업은 일본계 기업의 현지 조달 수요 공략 가능
  - 일본기업은 거래 여부 결정 시 납품 실적을 가장 중시, 일본·한국 등의 주요 기업에 납품한 경험이 있다면 유리

#### ▶▶▶ KOTRA 지원사업(계획)

- 2021 온라인 GP OSAKA (2월/오사카)
- 2021 GP JAPAN (6월/도쿄)
- GP 자동차 부품 상담회 (하반기/나고야)



## 4. 차세대 자동차 시장의 성장으로 보는 우리 기업의 기회

일본

- ✓ 완성차 메이커들, 차세대 자동차 시장 선두 차지 위해 'C.A.S.E' 연구개발에 공격적 투자
  - '20년 연구개발비 편성 : 도요타 1.1조 엔(전년 대비 △0.9%), 혼다 8.6천 억 엔(전년 대비 +4.7%)
  - 최근 EU·美·中 등 주요 시장에서 환경 규제 강화, 도요타·닛산 등은 수소차(FCV), 전기차(EV) 등 신에너지차 개발 경쟁
- ✓ 코로나19 감염 리스크 최소화 수단으로서의 신차 수요 有
  - 5모빌리티 서비스(MaaS), 무인버스 운행·온디맨드 배차를 통한 밀집 해소 등 코로나19發 언택트 수요를 발판으로 향후 폭발적인 성장 전망
- ✓ 日 대기업들, 신성장 시장 진출 위해, 스타트업들과 협력 및 투자
  - 도요타통상, GRAB(싱가포르/카셰어링), UVeye(이스라엘/AI), WIMT(영국/MaaS) 등 스타트업에 투자, 전기차 및 스마트물류 관련 韓 스타트업과의 협력에 관심 표명

### 자동차업계선정차세대자동차시장주요 키워드



Connected(연결),  
Autonomous(자동운전),  
Shared(공유)  
Electric(전동화)

#### < 밸류체인(Value Chain) 고도화 진입방식 모델 >



\* 자료 : KOTRA 나고야무역관 작성

### 진출전략

- ➔ 日기업들, 차세대 자동차 시장 선점 목표 하, 공통 플랫폼·신기술 개발 위한 전략적 파트너십 구축 중
- ➔ 지속적인 對日 수출 확대 위해서는, 부품납품에서 탈피, 공동 연구개발 프로젝트 등에 참가하는 GVC 진출 방식 고도화 필요

#### ▶▶▶ KOTRA 지원사업(기추진, 계획)

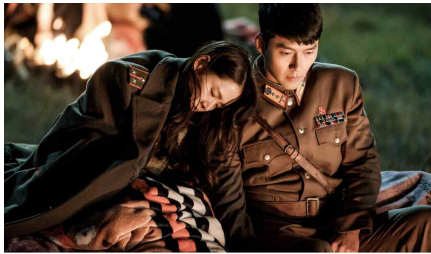
- 차세대 자동차 관련 화상상담회('20.9월~10월)
- Inside JAPAN ('21.11월/도쿄) 등



## 5. 新한류를 활용한 프리미엄 소비재 진출 지원

일본

- ✓ 코로나19로 OTT 이용 증가, K-드라마가 인기 콘텐츠로 장기 석권하며 4차 한류붐
- ✓ 한류스타를 기용한 소비재 상품, 드라마·영화에 등장한 식품, 패션 등 품목 매출 증가



日 NETFLIX 인기드라마  
'사랑의 불시착'



한·일 협업 걸그룹 선발 글로벌  
오디션 'NIZI Project' 등을 통해,  
한국 아이돌의 패션·화장법 등 확산



'기생충', '사랑의 불시착',  
'도깨비' 등장 식품

### 유망품목

- ➔ 건강식품
  - 저염 김치, 김치소스, 발효음료, 건강음료, 고단백 식품 등
- ➔ 화장품
  - 피부화장, 눈 화장을 중심으로 한 팬데믹 대응 기능성 화장품

### 진출전략

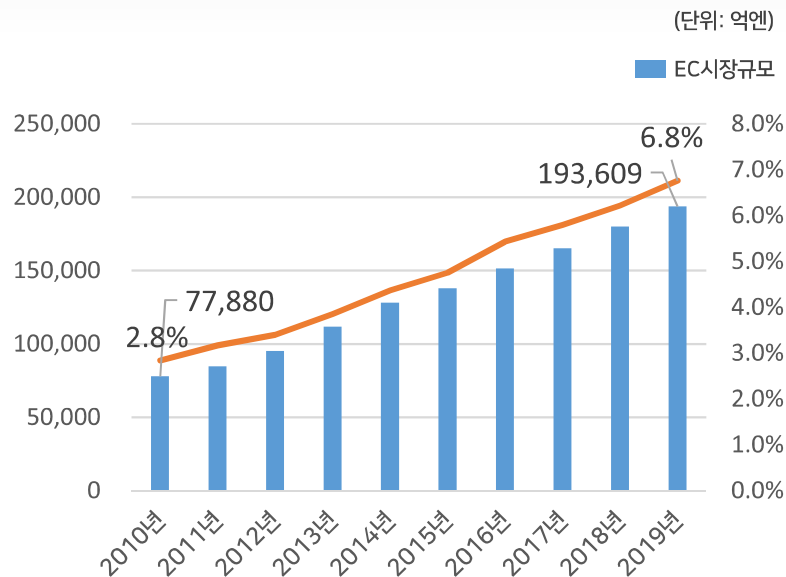
- ➔ 한류마케팅
  - 한류스타를 이용한 간접광고(PPL) 활용 사업 (KOTRA 'K-샘플박스 마케팅 지원사업' 등)
- ➔ SNS마케팅
  - 인플루언서 마케팅이 유통사 구매 결정에 영향을 주고 있어 온라인을 활용한 마케팅 중요성 확대

## 6. 코로나19 속 급성장하는 홈코노미 시장

일본

- ✓ 배달앱 이용, 온라인쇼핑몰 입점, 구독경제 활용 등 온라인으로 소비 중심 이동
  - 배달앱 출점 확대 : 4월 외식업체 출점신청 수 1월 대비 30배 증가
- ✓ SNS·라이브커머스 통한 온라인 마케팅, 아마존·라쿠텐 등 플랫폼 입점 통해 시장진출
  - 5월 가정 내 취식비율 최대 88.4%까지 증가하여 식료품 판매는 급증한 반면, 외식·소매업 매출 급감

### 일본 B2C EC시장규모 추이



\* 자료 : 일본 경제산업성

### 유망품목

#### ➔ 재택 취미활동 관련 용품 유망

- **[식품]** 건강보조식품, 한식 밀키트, 스프, 프리미엄 디저트
- **[취미]** PC 주변기기, 온라인게임 S/W, 캠핑용품, 운동기구, 인테리어용품, 수공예 키트

### 진출전략

#### ➔ 온라인 유통망 입점 통한 진출

- 법인이 진출하지 않는 경우에는 현지 에이전시를 통해 라쿠텐·아마존·온라인 외식 플랫폼을 통해서 시장진출 가능
- 아이디어 상품의 경우, 크라우드 펀딩 시도 고려



## 7. 언택트 사회 보편화로 변화하는 제조·교육·의료 시장

일본

- ✓ [제조업] 제조 현장의 언택트화 가속, AI·IoT·VR 등을 활용한 DX 솔루션 수요 증가
  - 일본 제조기업들, 스마트공장·비대면·정보보안 등 DX 분야에서 오픈 이노베이션 사례 증가 추세
- ✓ [교육] 교육 공백 우려 및 비대면 맞춤형 교육 관심 증가
  - 온라인 교육이 대면교육의 보조역할을 넘어 주요 교육 채널로 주목
- ✓ [의료] 패러다임 변화 속 웨어러블 기기 주목, 원격의료시장은 정부 규제 방침에 주목

### Edutech관련 日 정부 지원사업

GIGA SCHOOL	EduTech 도입실증사업
<b>[사업목적]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특별자원을 필요로 하는 아동 및 초중생의 자질·능력을 육성시킬 수 있는 교육ICT환경 실현</li> </ul> <b>[사업내용]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 교내통신네트워크 정비</li> <li>• 아동·학생 1인 1PC 단말장비</li> </ul> <b>[사업추진배경]</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 학교ICT환경반약, 지역간 큰 격차 보이는 위기상황</li> <li>• 학교수업 디지털 사용시간 OECD국가 최하위</li> <li>• 학교외ICT이용, 학습 OECD평균 이하, 학습외 OECD평균 이상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로그래밍 교육을 필두로 하는 STEAM* 학습환경 구축 *STEAM: Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics를 활용한 문리 융합 해결형 교육</li> <li>• 커리큘럼·매니지먼트 통한 새로운 학습법 구축하는 학교 관계자와 EduTech 서비스 제공 기업을 보조함으로써 교육 이노베이션을 지원</li> <li>• 도입 서비스 사례: AI형 드릴 교재, 온라인형 영어 교재, 교무 등 업무 효율화 등</li> </ul> <p style="text-align: right;">* 자료 : KOTRA 일본지역본부 작성</p>

### 진출전략 및 유망품목

#### → 제조업

- IoT·AI·센서 등 분야 진출 유망
- 바이어에 맞춘 어필 전략 중요

#### → 교육

- 학과 교육 등 기존 시장 외 성인 대상 프로그래밍 교육, 시니어 세대 재취업 훈련 등 새로운 교육 시장 발굴 및 진출
- 단독 진출보다는 현지 기업과 공동진출 유리

#### → 의료

- 웨어러블 기기는 기존 제품과 차별화 필요
- 원격의료는 장기적인 안목으로 접근 필요



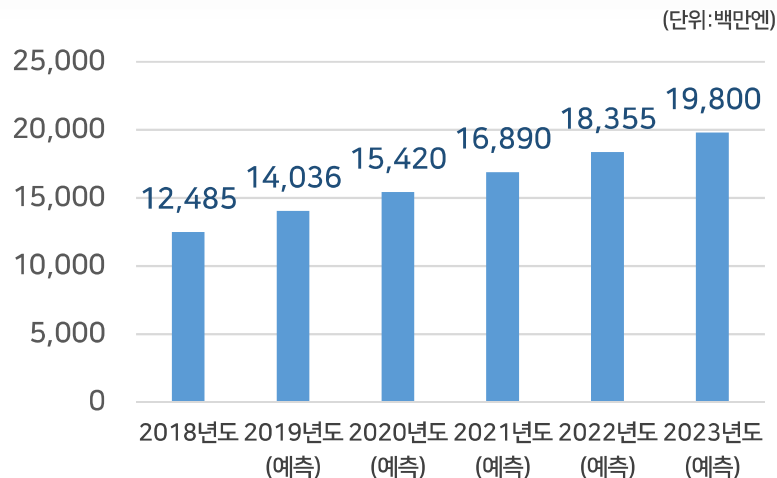


## 8. 코로나·올림픽 대응으로 스마트 헬스케어 시장 급성장

일본

- ✓ 日 의료 ICT 시장은 '18년도 125억 엔에서 '23년 198억 엔으로 1.6배 성장 전망
- ✓ 의료서비스에 대한 패러다임이 치료에서 예방·건강관리로 전환
  - IoT, 빅데이터와 AI의 융합으로 스마트기기를 활용한 건강관리로 트렌드 이행
- ✓ 코로나·올림픽 대응을 계기로 의료 시스템의 디지털화 촉진
  - 코로나 감염방지를 위한 원격의료에 관련 규제 완화로 시행 본격화
  - 올림픽의 원활한 개최를 위한 행정-의료-개인의 의료 시스템 연계 노력

### 일본 의료ICT시장규모 추이 및 예측



\* 주 : 사업자 매상고 기준  
\* 자료 : 야노경제연구소 (2020년)

### 유망품목

#### ➔ 의료기기

- 고령화에 따른 건강 모니터링, 영상관리 시스템 등
- 웨어러블 기기 등 IoT를 활용한 개인 건강관리기능 제품

#### ➔ 의료SW

- 온라인 진료 솔루션, 전자진료 기록카드 등

#### ▶▶▶ KOTRA 지원사업(계획)

- 일본 오사카 의료기기 전시회 단체한국관 (2월)
- 2021 스마트헬스케어 수출상담회 (2분기/오사카)
- 일본 도쿄 의약품 전시회 (12월/도쿄)





# IV

## 2021년 시장진출유망품목및서비스

# 1. 진출 유망 품목 (1)

일본

품목	선정사유 및 진출방안	품목	선정사유 및 진출방안
<b>집적회로</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DX 진전으로 세계 반도체 시장, '21년 6.2% 성장 전망</li> <li>• IoT, AI, 전기자동차 등 수요 광범위화·고도화</li> <li>• 최종상품 니즈에 맞춘 성능·가격별 제품 차별화</li> </ul>	<b>미용기기</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나 이후, 가정 내 셀프케어 수요 증가</li> <li>• (코로나 前) 저가 제품 (중국산) 중심 수요 高 → (코로나 後) 고가제품 수요 확대</li> <li>• 고기능성 제품 시장 공략, 新한류 활용 마케팅</li> </ul>
<b>PC용 SSD</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 재택근무 증가, PC·스토리지 제품 수요 동반 증가</li> <li>• 기업도 DX 및 5G 통신 보급 등 수요 존재</li> <li>• 일본 소비자, 내구성·안전성·호환성 등의 품질 중시</li> </ul>	<b>화장품</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화장품 수입시장, 프랑스 이어 韓 2위 차지, 3년 연속 증가세</li> <li>• 코로나 이후, 화장 목적이 치장 → 힐링, 스트레스 해소 등으로 다양화</li> <li>• 온라인 마케팅, 일본시장에는 없는 특색 있는 상품 소개</li> </ul>
<b>사무실용 의자</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19로 사무실용 가구 등 재택근무 제품의 수요 확대 (전년동기대비 판매가 1.5~2배 증가한 기업 있을 정도 성장세)</li> <li>• 최근 늘어나는 개인 소비자 타겟, 저가 제품 인터넷 판매전략 유효</li> </ul>	<b>네일 스티커</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나 계기로, 대면접촉 불가피한 네일샵 방문 지양, 셀프 네일시장 완만 성장</li> <li>• SNS 통해 韓 셀프 네일 브랜드 인기, 한국이 수입시장 1위</li> <li>• SNS 적극 활용, 디자인 뛰어난 제품 홍보</li> </ul>





# 1. 진출 유망 품목 (2)

일본

품목	선정사유 및 진출방안	품목	선정사유
<p><b>캠핑용품</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 장기화 속, 원격근무 등 새로운 생활양식 확산 → 아웃도어용품 시장 성장</li> <li>韓 캠핑시장도 캠핑 이용객 400만 명 돌파 등 성숙기 진입</li> <li>독창적인 아이디어와 편리한 기능 갖춘 상품 소개</li> </ul>	<p><b>로봇청소기</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>여성 사회진출 증가로 로봇 청소기 시장 확대, 코로나 속 집콕소비 확산으로 판매 호조 지속 전망</li> <li>일본 소비자 선호에 맞춰 기존 제품과 차별화된 제품 개발, 홍보 중요</li> </ul>
<p><b>휴대용 소독제</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나 이후 손 소독제 수요 급증</li> <li>해외 제품은 한국제품이 대부분, 중국 제품 시장 점유율은 낮은 상황</li> <li>일부 불량문제로 한국산 신뢰도 하락, 신규거래 시 가격 외 실적도 중시</li> <li>화장품/의약부외품 구별 수출</li> </ul>	<p><b>수소연료전지</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>올림픽 개최 계기로 수소인프라 확충·수소차 시장 활성화</li> <li>상업용·가정용제품 상용화, 올림픽 이후 시장 확대 기대</li> <li>일본 완성차 제조사·Tier 1 벤더와 협업체계 강화</li> </ul>
<p><b>공기청정기</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나를 계기로 실내공기 청정 유지 니즈 확대, 판매 호조 (전년동기대비 판매가 1.5~2배 증가 기업도 있을 정도)</li> <li>일본 국내 브랜드가 절대적으로 우세한 시장</li> <li>차별화된 고부가가치 모델 개발 필요</li> </ul>	<p><b>보안카메라</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>차량용 블랙박스, 건물용 보안카메라 수요 증가 ('22년까지 연평균 4%씩 증가 전망)</li> <li>對韓 수입액 3년 연속 증가</li> <li>고기능+중저가 제품 원하는 고객 타깃</li> </ul>

## 2. 진출 유망 서비스 (1)





일본

품목	선정사유 및 진출방안	품목	선정사유 및 진출방안
<p><b>전자계약서비스</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>원격근무 확대로, 사내외 품의/계약 등 전자화 니즈 확대</li> <li>클라우드 사인의 점유율(약80%)이 높은 시장이나 현재 전자계약을 이용중인 기업은 일본 전 법인의 5%에 그치는 등 성장 가능성 다대</li> <li>높은 안전성, 신뢰도, 편의성 요구, 일본 대기업과 파트너십 체결 통한 진출 필요</li> </ul>	<p><b>XR 콘텐츠</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본의 5G 상용화('20.3월) 이래 XR 콘텐츠 수요 확대</li> <li>게임 등 기존 XR 활용 기대 외 의료, 교육 등 코로나 사태에 따른 다양한 니즈 발생</li> <li>SONY, Google 등 주요 XR 기기 제조사와의 협력을 통한 차별화 필요</li> </ul>
<p><b>보안 솔루션</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>日정부의 '22.4월까지 디지털청 설립 선언, IT화 가속화 전망</li> <li>코로나 사태로 온라인 서비스 이용 확대, 원격근무 확산, '21년 이후 5G의 대대적인 보급 등 정보보안 시장, 보다 활성화 전망</li> <li>日기업들의 IT기술자, 정보보안 인재 육성 경험 부족 → 높은 IT경쟁력으로 韓 기업 일본 진출사례 증가</li> </ul>	<p><b>VR/AR 이용 콘텐츠 서비스</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>엔터테인먼트 외 향후 기술 전승, 설계 시뮬레이션, 재할 등 제조·건설·의료업도 도입 기대</li> <li>일본에 앞서 5G서비스를 시작한 한국 사례에 관심 가지는 일본기업도 많은 상황</li> <li>업계에 맞춘 데모를 단계적으로 제작, 바이어에게 공개해 경쟁력 보여줄 필요 있음</li> </ul>



## 2. 진출 유망 서비스 (2)

일본

품목	선정사유 및 진출방안	품목	선정사유 및 진출방안
<b>에듀테크</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 속 교육 공백 발생 우려, 온라인 교육에 대한 관심 증가</li> <li>교육 분야별 소비자 특성에 맞춘 현지화·차별화된 교육콘텐츠 개발이 바람직</li> <li>해외에서의 실적 근거로 바이어 설득 필요</li> </ul>	<b>생필품 구입 대행 서비스</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19로 외출·접촉 자제, 스마트폰 앱 이용 식품·물품 배달 서비스에 대한 니즈 성장</li> <li>로손·맥스밸류 등, 우버이츠와 제휴하여 서비스 개시</li> <li>일본에 도입되지 않은 부가 서비스로 틈새시장 공략 가능</li> </ul>
<b>물류창고 로봇 솔루션</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19로, 전자상거래 시장 활성화와 함께 택배량 증가, 고질적인 인력부족 문제를 겪고 있는 물류업계에서 물류창고 자동화에 대한 수요 많음</li> <li>현지에 법인을 설립하거나 파트너를 두는 등 현지 상시 연락수단 마련이 유리</li> </ul>	<b>언택트 관광 상품</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>지자체·숙박업체·교통업체 등, 상품 판매 중</li> <li>인기 상품의 경우 매진이 되는 경우도 다수 존재</li> <li>한류 콘텐츠를 적극적으로 활용하는 상품을 개발하여 일본 젊은층 공략 필요</li> </ul>



# 감사합니다

일본지역본부장 | kotra

