기업 경영 정보

□ 다이세이(大成)건설의 위기극복 전략[1)]

- **일본 4대 종합건설회사 중의 하나인 다이세이건설은 새로운 CEO의 영입을 통해 위기 극복을 모색하고 있음**
  - 최근 다이세이건설은 높은 부채비율과 재무구조 개선의 지연으로 주가가 하락하는 등 경영상의 어려움을 겪고 있음
  - 4월 들어 기존 CEO를 하야마칸지(葉山莞兒)로 교체하였으며, 3년 후에 2000년 수준의 매출액 확보를 골자로 하는 '신경영 3개년 계획'을 발표함

- **신경영 3개년 계획의 주요 내용**
  - 인건비와 간접비, 그리고 원자재 구입단가 절감 등을 추진하여 채산성 낮은 공사도 전략적으로 수주함으로써 시장점유율 확대를 통한 기존의 매출을 유지할 계획임
  - 과도한 차입금 부담을 덜기 위해 유가증권과 보유 부동산의 매각을 적극 추진하고 있음
  - 적극적인 환경 비즈니스 및 리모델링 사업의 전개로 현재의 위기를 타개할 계획이며 여유자금은 핵심분야에 집중적으로 투자할 방침임

□ 경단련, 사외이사 선임 의무화에 반대[2)]

- **일본 법무성 법제심의회에서는 최근 상법 개정의 시안에서 사외이사의 선임을 의무화하는 조항을 공표함**
  - 사외이사 선임 의무화 항목은 자본금 5억 엔 이상, 부채총액 200억 엔 이상의 대기업에 대해 사외이사를 1인 이상 선임하도록 의무화하는 것임

1) 日經産業新聞(2001년 4월 27일자)
2) 日經産業新聞(2001년 4월 26일자)

- **경단련은 정부 주도의 사외이사 의무화에는 반대 의견을 표명함**
  - 경영의 투명성 제고가 시급하다는 데에는 동의하지만, 미국과는 다른 일본 산업계의 특수성을 감안해야 한다고 주장함
  - 경단련의 반대 의견에 대해, 일반 주주들은 기업 스스로가 납득할 수 있는 기업 경영의 투명성 제고 대책을 통해 경영과 감독의 기능을 분리해야 한다는 여론이 일고 있음

□ 일본 반도체 기업의 생산거점 집약화[3)]

- **일본의 반도체 제조업체는 한미 경쟁업체에 대응하기 위해 생산체제를 '분산에서 집중'으로 전환하여 해외생산 부문을 철수하고 있음**
  - DRAM의 가격경쟁은 곧, 생산효율의 경쟁이라고 할 수 있는데, 삼성과 마이크론테크놀로지(美) 등 경쟁업체는 대규모 공장을 통한 집중 생산방식으로 압도적인 비용우위를 점하고 있음
  - 반면, 일본의 반도체 제조업체들은 복수의 해외 공장에서 DRAM을 분산, 생산함으로써 한미 경쟁업체들에 비해 낮은 채산성을 보여왔음
  - 이에 따라서, NEC는 DRAM 시장 악화에 따른 사업채산성 확보를 위해 생산거점을 히로시마에 집중하기로 하였으며, 히타치도 미국과 독일에서 철수하여 싱가포르 공장에서 집약 생산하기로 결정함

□ 철강, 화학 등 소재업계의 활발한 전자상거래[4)]

- **종합상사들의 e-commerce 시스템 구축으로 일본의 화학·철강 등 소재업계의 전자상거래가 확대되고 있음**
  - 일본의 미쓰이물산, 미쓰비시상사, 스미토모상사 등 주요 종합상사들이 미국의 화학제품 전자상거래 회사와 공동으로 화학과 철강소재 전자상거래에 진출함
  - 이러한 움직임은 최근, 일본내의 중간 유통단계 축소 붐으로 종합상사의

3) 日經經濟新聞(2001년 4월 26일자)
4) 日經産業新聞(2001년 5월 1일자)

존립기반이 흔들리는 상황을 타개하기 위한 것임

· 거래 안정성을 최우선하는 일본 상거래 습관상, 이용자들은 온라인에서도 계약 이행 위험을 최소화할 수 있는 종합상사들을 선택하고 있음

· 그러나, 인터넷을 통한 철강과 화학소재의 판매는 온라인 업체와 오프라인 중간업체와의 갈등, 거래의 안정성 확보 및 익명의 거래에 따른 화학제품 유통의 위험성 등의 과제를 먼저 해결해야 할 것으로 전망됨

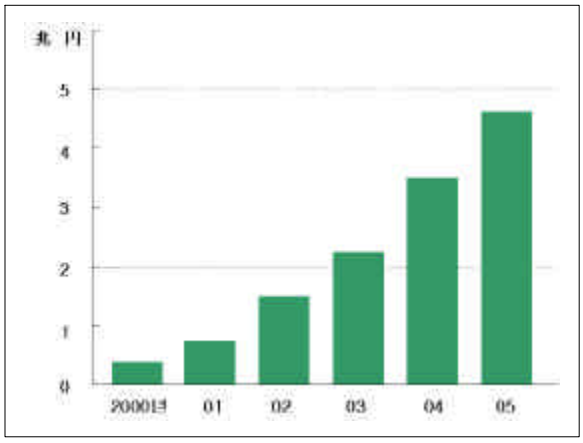
□ 일본 온라인 쇼핑 시장규모, 미국의 8분의 1[5)]

- **2001년 일본 온라인 쇼핑 시장은 미국의 8분의 1 규모에 해당하지만, 2003년 이후에는 급격히 증가할 것으로 예측됨**

· 인터넷 관련 조사업체인 쥬피터사에 의하면, 현재 일본의 온라인 쇼핑 시장은 8천억 엔에 이르며 2005년에 4조 7천억 엔 규모로 현재의 5배 가량 증가할 것으로 예상함

· 한편, 미국의 온라인 시장은 올해 6조 4천억 엔에 이를 것으로 전망되며, 이것은 현재 일본 시장규모의 8배에 달하는 규모임

<그림> 일본 온라인 쇼핑 시장규모의 예측[6)]



(임종욱 : frontier@hri.co.kr ☎ 3669-4065)

5) 日經産業新聞(2001년 4월 27일자)
6) '쥬피터 미디어메트릭스' 요약보고