

3. 尖端 産業 動靜

■ 日 家電업계, LCA 제품 개발 경쟁

신제품의 설계 단계에서 LCA 개념을 도입함으로써 효과적인 환경 대책을 추진할 수 있음

○ 환경 영향 수치화

- 마쓰시다(松下), 히다치(日立) 등 대형 가전사들은 제품 생산과 리사이클까지의 전단계에서 환경에 대한 영향을 수치화, CO₂ 등의 배출을 최대한 억제하는 LCA 기법을 도입할 예정
 - LCA(Life Cycle Assessment)란 제품의 제조→유통→사용→폐기의 각 단계에서 환경에 미치는 영향을 CO₂ 배출량, 에너지 사용량 등으로 환산·평가하는 기법임
- 마쓰시다는 자재의 선정 단계에서 LCA를 주로 활용할 예정이며, 히다치는 연내에 LCA와 연계된 설계 시스템을 개발할 예정
 - 兩社は 내년부터 LCA로 설계한 냉장고, TV 등의 신제품을 시판할 계획임 (『日本經濟新聞』, 1997. 10. 16)

■ 미쓰비시 자동차, CO₂ 배출량 20% 삭감 계획

미쓰비시 자동차가 개발한 直噴 엔진은 연비와 CO₂ 배출량을 크게 개선시킬 것으로 기대됨

○ 연비도 20% 향상

- 미쓰비시(三菱)자동차는 2005년까지 同社가 판매하는 가솔린차의 연비를 95년 대비 20% 향상시킬 계획임
 - 동시에 이산화탄소(CO₂) 배출량도 같은 비율로 삭감할 계획
- CO₂ 삭감을 위한 미쓰비시 자동차의 대책은 同社가 96년도에 개발한 低연비의 직접 분사식 가솔린 엔진을 전차종에 실용화하는 것임
 - 同엔진은 종래의 엔진에 비해 35%의 연비 개선, CO₂ 배출량을 30% 삭감, 출력은 10% 향상시킴
 - 同社は 현재 배기량 1800-3500CC 급에서 直噴 엔진을 사용하고 있으나 2005년까지 전차종에 채용할 예정 (『日本經濟新聞』, 1997. 10. 12)

■ 유럽 시장에서 고전하는 일본 자동차

일본 자동차의 유럽 시장 점유율이 계속 하락하고 있으며 장기적으로 크게 나아지지 않을 것으로 전망됨

유럽 업체들의 원가절감 노력과 품질향상, 그리고 소비자들의 자동차 선호로 인해 일본 업체들이 유럽 시장에서 점유율 확대에 어려움을 겪고 있음

- 93년 이후 지속적으로 하락하고 있는 일본차 점유율
 - 일본 자동차의 서유럽 시장 점유율은 1993년 12.5%를 기록한 이후 96년에는 10.7%까지 하락
 - 97년 들어서는 다소 회복되는 기미를 보였으나, 이는 수입 규제 완화에 따른 일시적인 현상임
 - 일본차에 대한 수입규제가 완전히 해제되어도 일본차 점유율은 크게 상승하지 않을 것이며, 2002년이 되어도 일본 자동차의 유럽시장 점유율은 12.3%에 불과할 것이라고 전문가들은 전망하고 있음
 - 90년대에 미국에서 큰 인기를 끌었던 고급 승용차들도 일본에서는 극히 판매가 부진한 실정임
 - 96년도에 도요다의 렉서스는 3,500대 판매에 그침
- 일본 자동차들이 유럽에서 고전하고 있는 것은 유럽 업체들의 혁신 노력과 유럽인들의 선호도에 기인함
 - 유럽 업체들은 대대적인 인원 감축과 편의 장치 설치 비용을 절감하여 차량 가격을 지속적으로 인하함
 - 유럽인들은 유럽 자동차들이 기존의 불량률을 일본 제품 수준으로 떨어뜨렸다고 믿고 있으며, 디자인 면에서도 유럽차를 선호하고 있음
 - 이러한 차이는 중고차 시장에서 단적으로 나타나는데, 96년형 푸조 406이 원래 가격의 64%에 판매되는 반면에 도요다의 96년형 카리나 E는 55%에 판매되고 있음
 - 고급차의 경우, 일본의 고급 승용차는 유럽의 것을 본뜬 것에 불과하다고 보고 있으며 그 진품인 유럽 자동차들을 선호하고 있음
 - 일본 업체들은 현지 생산을 확대하고 유럽형 디자인을 활용하여 별도 모델을 생산한다는 계획을 세우고 있으나, 전문가들은 일본 업체들의 공격적인 경영이 크게 성공하지 못할 것으로 전망하고 있음

(Businessweek, 1997. 10/13)