

일본 정보통신 산업현황

목 차

I. 일본 정보통신 현황

1. 정보통신 주무부처
2. IT 정책
3. 전자정부
4. 주요 정보화 지표

II. 일본 정보통신 산업 현황

1. 일본 투자환경 분석
2. 분야별 통신 산업 현황
3. 주요 통신 사업자
4. 일본 단말기 시장 현황

III. 일본의 소프트웨어 산업 현황

1. IT 시장규모
2. 소프트웨어 산업 현황
3. 하드웨어 산업 현황

IV. IT 분야 협력 현황

1. IT 분야 협력 현황
2. 정부 간 협력
3. 국내 IT 기업 일본 진출 현황

V. IT 동향

VI. 일반 현황

1. 국가개요
2. 경제지표
3. 양국 간 협력 관계

I. 일본 정보통신 현황

1 | 정보통신 주관부처 및 기관

□ 총무성 (總務省, Ministry of Internal Affairs and Communications)

- 2001년 1월 통신과 방송 정책·규제 기능이 우정성에서 총무성으로 이관되며 설립
- 현재 총무성은 정보통신정책국과 종합통신기반국 등 2국으로 구성되어 방송과 통신 부문에 대한 정책 수립 및 규제업무를 담당
- 주요 업무
 - 정보화 사회 기반 구축
 - 통신·방송 정책 수립 및 불공정경쟁 규제
 - 통신·방송 사업자에 대한 면허 발급
 - 통신·방송의 주파수 계획 수립 및 할당
 - 우편 서비스
- ICT 관련 부서는 정보통신 정책국, 우정서비스 정책국, 통신국 등이 있으며, 이 가운데 정보통신 정책국이 주관 부서
 - 정보통신 정책국 : 통신기술정책, 통신이용정책, 방송기술정책
 - 우정서비스 정책국 : 우편·보험 정책

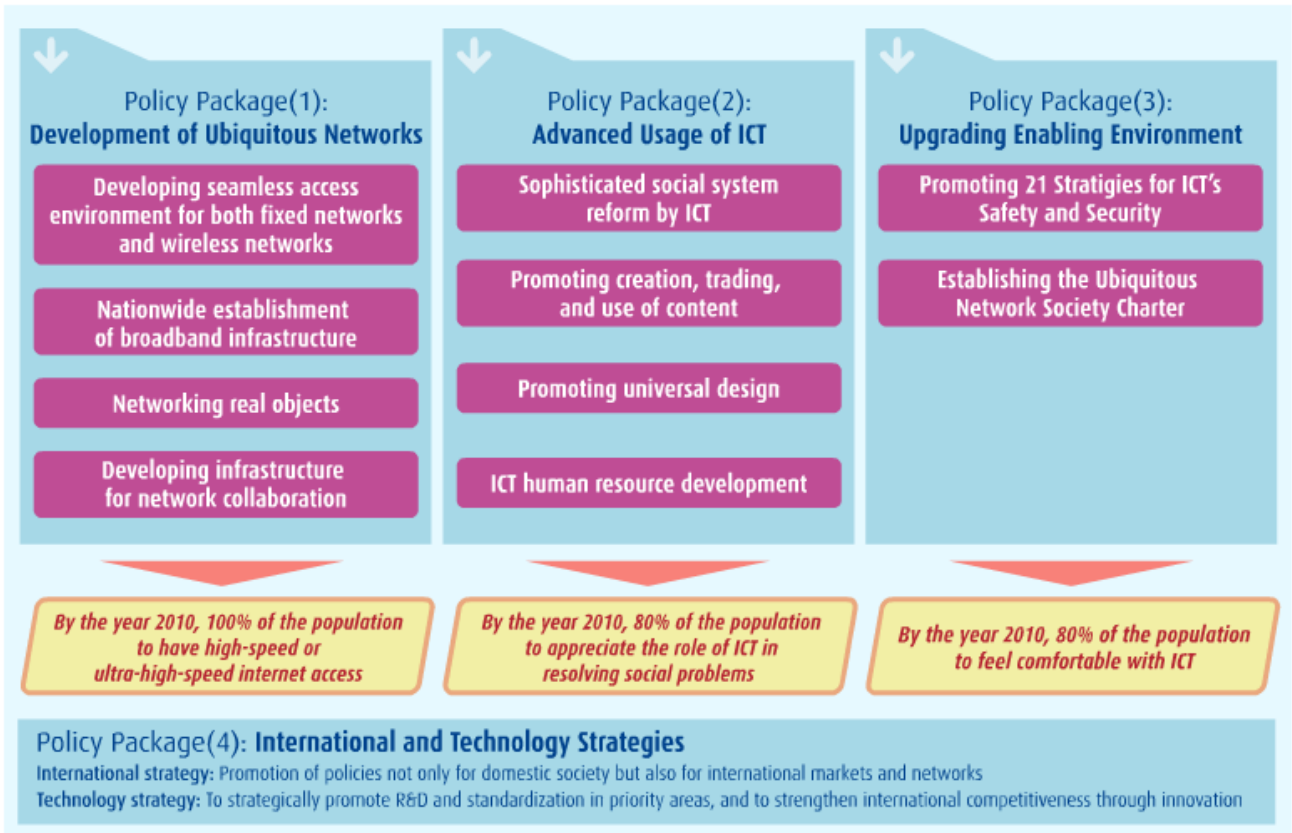
□ U-Japan Project

- 2005년 종료된 “e-Japan 전략 I,II”에 이은 국가 정보화 프로젝트로, 2004년 12월 발표되었으며, 2010년까지 전 국민이 초고속 네트워크를 이용할 수 있는 환경을 구축하는 것을 목표로 2006년부터 중점적으로 추진 중

※ e-Japan 전략

- 2001년 1월 책정된 정보화 정책으로, 5년 이내('01~05년)에 세계 최첨단 IT국가 실현'을 목표로 설정하였음
- 이후 2003년 7월에는 ICT 활용에 초점을 맞춘 「e-Japan전략II」와 2005년 목표 달성을 위한 2004년 5월 'e-Japan 중점계획 2004' 등을 발표하였으며, 일본 IT산업의 경쟁력 강화, 선도적 IT이용 촉진, IT의 안전성·신뢰성 강화 등을 중점적으로 추진
- 2010년에는 세계 최첨단 ICT 국가로서 선도적인 역할을 수행할 것을 정책 목표로 설정하고, △유비쿼터스 네트워크 구축, △ICT 이용 고도화, △ICT 이용환경 정비, △국제 전략 및 기술 전략 개발 등 네 부분으로 나누어 세부 전략을 제시

[u-Japan 정책 패키지]



(자료 : 일본 총무성)

- 2006년 총 712억 엔의 예산을 책정하여 유비쿼터스 네트워크 구축에 282억 엔, ICT를 활용한 안전대책 수립에 137억 엔, ICT 연구개발 추진에 137억 엔 등을 배정
- 2007년에는 통신·방송 융합 및 ICT를 활용해 사회 문제(출생률 감소 등)에 대한 해결책 제시, 안정적이고 신뢰성 있는 유비쿼터스 네트워크 구축을 중점적으로 추진할 예정

[2006년도 u-Japan 정책 관련 예산]

- ICT를 활용한 안전대책 추진	137억 엔
- 유비쿼터스 네트워크 환경	282억 엔
- ICT 활용 고도화	50억 엔
- 국제전략 추진	14억 엔
- 세계를 선도하는 ICT 연구개발 추진	137억 엔
- 전자정부, 전자자치단체 추진	92억 엔

(자료 : 일본 총무성)

□ 아시아 브로드밴드 프로그램(Asia Broadband Program)

- 일본 총무성이 'e-Japan 프로그램' 및 '경제재정 운영과 구조개혁에 관한 기본방침 2002'를 기반으로 공표한 프로그램
- 2010년까지 아시아를 세계 정보통신 허브로 만드는 것을 목표로, 이를 위해 아시아 역내의 정보 교류를 활성화하고 각국 정부 및 국제기구들과의 협의를 통하여 아시아 브로드밴드 환경을 조성할 계획

[아시아 브로드밴드 프로그램의 세부 실행내용]

브로드밴드 플랫폼 관련 네트워크 기반 조성	브로드밴드 플랫폼 도입 및 확산
<ul style="list-style-type: none"> - 개도국의 네트워크 기반 조성 지원 - 아시아 역내 국가 간 기반 조성 - 아시아에 특화된 신규 기술 개발 - 네트워크 기반 관련 R&D 및 표준화 장려 - 네트워크 기반 관련 인적 자원 양성 및 교류 	<ul style="list-style-type: none"> - 아시아 공동의 주요 기반 조성 <ul style="list-style-type: none"> · 정부 및 네트워크 보안기관 간 협력 강화 · 표준화를 위해 아시아 국가 간 정보교류 촉진 - 브로드밴드 플랫폼 사용 활성화 <ul style="list-style-type: none"> · 중앙 및 지방의 전자정부 실현 · 원격 교육의 도입 및 확산 - 디지털 콘텐츠 유통 활성화 - 국가 전략, 정책/계획 개발 지원 - 개도국 지원

(출처 : 총무성)

- 2006년 8월 총무성은 “Asia Broadband Promotion Conference”를 개최하여 그간의 추진 성과를 평가하고 각국 정부기관들과 향후 개정방안을 논의
- 향후 목표
 - 아시아지역 모든 국민들에 대한 브로드밴드 네트워크 구축 및 안전하고 신뢰성 있는 ICT 사용 환경 조성
 - 아시아 역내 국가들을 직접적으로 연결하는 충분한 브로드밴드 대역폭 구축 및 북미·유럽 등 타 지역과의 정보 교류 증대
 - IPv6·모바일 통신기술 등 차세대 네트워크 구축을 통하여 아시아를 ICT 선도 지역으로 조성
 - 아시아 지역 주요 문화재에 대한 디지털화를 통하여 아시아 문화 유산을 전 세계로 전파

- 일본의 전자정부 추진은 1994년 12월에 결정한 ‘행정정보화 추진 기본계획’(1997년 12월 일부 개정)에서 본격화되었는데, 주요 추진 사업은 ①행정 내부의 사무·업무 효율화를 통해 국민서비스의 질적 향상에 기여하기 위한 시책 추진, ②중앙부처 LAN 정비 및 1인 1대 PC 보급, ③중앙부처 LAN과 상호 접속한 행정기관 전용 네트워크인 ‘가스미가세키 WAN’정비 등의 기반 정비, ④각 부처 홈페이지에서의 각종 정보제공 등으로 구성됨

- e-Japan 계획에서 중점 분야의 하나로 내세운 전자정부 추진을 위해 국민과 행정과의 관계에서 실질적으로 모든 민원신청·신고 등의 수속을 2003년까지 가능한 한 조기에 인터넷 등 온라인에서 처리할 수 있도록 하고, 이를 위해 접수 등 시스템의 정비를 가속화하고, 다양한 '행정절차 온라인화법'(2002년 법률 제151호)을 시작으로 법정비도 시행
- 그 결과 현재, 신청·신고 등 수속의 약 96%(약 14,000 수속)가 온라인상에서 이루어지고 있음. 그리고 지금까지의 대응을 계획적이고 지속적으로 추진해 나가기 위해 2003년 7월 각 부처 정보화총괄책임자(CIO) 연락회의에서 2005년까지 전자정부에 관한 정부의 구체적인 대처법을 규정한 '전자정부 구축계획'을 책정
- 이 계획에서는 이용자 중심의 행정서비스 제공 및 예산 효율이 높은 간소한 정부의 실현을 목표로 걸고, 국민의 편리성·서비스 향상을 위한 대처로서 행정 포털사이트 정비, 원스톱서비스 확대, 온라인 이용 향상을 위한 환경정비를 추진함
- 또한 IT화에 대응한 업무개혁을 진전시키기 위한 방안으로 레거시 시스템과 내부관리 업무 등에서 업무·시스템 최적화 계획(시스템의 공통화·일원화, 업무나 제도의 재검토 등 구체적인 최적화의 충실사항을 내용으로, 업무처리 시간과 경비절감 효과를 수치로 명시하는 계획)을 책정하는 것, 추진체제의 충실·강화를 도모하기 위한 대처로서 최적화 계획의 책정, 외부 전문가로서 지원·조언 등을 하는 CIO 보좌관의 각 부처 배치 등이 결정되어 2005년 까지 대처해 왔음
- 향후 전자정부 추진은 IT 新개혁 전략, 중점계획 2006 및 전자정부

추진계획에 기초해 계획적으로 추진해 나갈 계획이며, 이러한 계획 등에서 내걸고 있는 목표는 ① 이용자 시점에 서서 온라인 이용률 50% 이상을 2010년까지 달성하고, ② 업무·시스템을 더욱 효율화·합리화하기 위해 정부 전체의 최적화를 추진하며, ③‘①’과‘②’의 목표 달성을 위해 추진체제·평가체제 등을 강화하는 것이 골자

- 이에 따라 특히 IT신개혁 전략 중점계획-2006년'책정의 기본방침에 내각관방 내에 '전자정부 추진관리 보좌관'과 '전자정부 추진관리실' 설치가 포함되면서 전자정부 추진체계가 더욱 강화됨

4 | 주요 정보화 지표

구 분	(단위 : 만 명)	보급률	비고
유선통신 가입자 수	5,655	44.1%	2006년 12월
이동통신 가입자 수	9,983	76.6%	2006년 12월
인터넷 이용자 수	8,270	65.1%	2006년 12월
초고속인터넷 가입자 수	2,575	20.3%	2006년 12월

(자료: BMI 2007년 2/4분기)

II. 일본 통신시장 현황

1

일본 사업 환경 분석

□ 일본 사업 환경 분석

- 2007년 1/4분기 일본의 GDP 성장률은 2.4%로, 향후 수년 동안 일본은 2% 대의 성장세를 이어갈 것으로 전망됨
- 지난 2006년 9월 취임 이래, 아베 신조 총리는 중국과의 관계 개선, 미국과 NATO와의 관계 강화에 힘쓴 반면, 북한에 대해서는 강경노선을 유지. 외교 문제에서는 어느 정도 수완을 발휘한 아베 총리는 산재한 국내 문제에서는 가시적인 성과를 보이지 못해 급격한 지지도 하락을 경험. 하지만, 아베 총리의 실각 여부에 관계없이 일본의 정책 방향은 향후에도 별다른 변화가 없을 것으로 예상됨
- 통신 분야를 살펴보면, 이동통신 분야에서 업체 간 경쟁이 과열양상을 보이고 있으며, 이는 모바일 시장의 성장으로 이어질 것으로 예상됨. 특히, 2006년 10월 24일부로 시행된 번호이동성 제도로 인해 업체들 사이에 가입자 이탈을 막기 위한 프로모션이 활발히 전개되고 있음
- 이 같은 상황에서, 일본 최대 통신사업자 NTT DoCoMo는 국내 시장의 의존도를 줄이기 위해 해외사업 강화에 주력하고 있음. 한편, 경쟁 사업자인 KDDI는 Softbank의 이동통신 요금인하전략에 맞대응하는 대신 브로드밴드 시장 공략에 역점을 두겠다고 발표함

- 특히, 사업자들 사이에 FTTH(Fiber To The Home)의 인기가 급속도로 높아지고 있는 추세. 일례로 NTT의 경우 유선통신 가입자 감소세를 상쇄하기 위해 FTTH 기술에 주목하고 투자를 증대시키고 있는 상황

[일본 거시 경제지표 전망]

	2007f	2008f	2009f	2010f	2011f
명목 GDP (US\$bn)	4472.66	4711.15	4896.95	4998.09	5080.02
전년대비 GDP 성장률 (%)	2.2	2.4	2.1	2	2
1인당 GDP (US\$)	34,854	36,691	38,125	38,909	40,233
인구 (백만)	128.32	128.40	128.45	128.16	126.27
실업률 (%)	3.9	3.6	3.4	3.3	3.2
연간 소비자물가 상승률 (%)	0.1	0.5	0.6	0.6	0.6
수출 (US\$bn)	770.27	855.32	929.85	986.7	1042.19
수입 (US\$bn)	641.63	703.91	774.07	839.73	896.61

(자료: 일본 통계청, BMI, 2007년 3월 말)

[아시아-태평양지역 국가별 사업 환경 순위]

국가	경제적 안정	정치적 안정	통신시장 성숙도	통신시장 성장가능성	경쟁 여건	면허발급 및 규제	종합 점수	지역 순위
일본	7	9	8	5	9	9	47	1
호주	8	8.5	10	4	8	7	45.5	2
대만	7	7	9	4	8	9	44	3
말레이시아	8	6	7	6	7	9	43	4
한국	8	6	9	4	8	7	42	5
싱가포르	8	7	9	3	6	8	41	6
홍콩	6	5.5	9	2	9	8	39.5	7
인도	6.5	7	1	10	6	8	38.5	8
파키스탄	6	4.5	2	7	7	8	34.5	9
인도네시아	6	5	2	8	7	6	34	10
중국	7.5	5	3	10	4	4	33.5	11
필리핀	6	5	3	6	7	6	33	12
태국	7	6	4	6	5	4	32	13
베트남	6	5	3	7	5	6	32	13

(자료: BMI Research, 2007년 2/4분기)

□ 일본 정보통신 분야 SWOT 분석

<p>강점 (Strengths)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 통신 시장의 자유화가 진행 ■ 2007년 5월 기준, 3G 가입자 규모가 7,315만 명을 기록 ■ broadband 보급률 증대(2006년 broadband 신규 가입자가 전년대비 15.1% 증가한 약 339만 명을 기록) ■ 이동통신 및 broadband '가입자당 평균수익(ARPU)'이 세계에서 가장 높은 수준
<p>약점 (Weaknesses)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 통신시장에서 업체간 과열경쟁으로 ARPU 하락 추세 ■ 관련 정부기관의 지나친 관료주의가 투자 저해요소로 작용 ■ 2006년 3월 Vodafone KK가 Softbank에 사업을 매각하기로 합의하면서 외국인 직접투자(FDI) 수준 하락 ■ 휴대폰 보조금 규제로 사업비용 상승
<p>기회 (Opportunities)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3G 시장의 지속적인 성장세가 예상됨 ■ KDDI가 TEPCO를 인수하면서 FTTH(fiber-to-the home)시장이 급속도로 성장할 것으로 기대됨 ■ 장기적 관점에서 4G 기술의 등장이 이동통신 시장의 성장세를 견인할 전망 ■ 국내 시장에서 투자기회가 제한됨에 따라 통신사업자들이 해외시장으로 진출을 모색
<p>위험 요소 (Threats)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2006년 2개의 신규 이동통신업체가 시장에 진출해 경쟁이 가속화될 전망 ■ 번호이동성 제도가 2006년 10월 24일부로 시행되면서 업체들 사이에 가입자 이탈을 막기 위한 출혈경쟁이 전개됨 ■ 반독점 규제기관이 통신사업자들의 불공정 사업관행에 대해 경고하고 있으며, 향후 과징금이 부과될 수 있음

(자료: BMI Research, 2007년 2/4분기)

□ 통신 시장 개요

- 일본 통신시장에서의 과열경쟁은 주로 3G 분야에서 전개되고 있는데, 일본 이동통신 가입자의 71% 가량이 3G 서비스에 가입한 것으로 조사됨. 2007년 5월 기준으로 3G 가입자 규모는 7,290만 명 수준이며, 2006년 이래 3G 서비스 신규 가입자는 약 900만 명 수준으로 집계됨
- 일본 3G 시장을 주도하고 있는 통신사업자는 NTT DoCoMo로, 同社は 수익창출을 위해 통화기능 이외의 부가가치 서비스(음악 다운로드, 휴대폰 용 동작감지 게임, 모바일 지도 서비스, 휴대폰 결제 서비스 등) 제공에 역량을 집중
- 최근 NTT DoCoMo는 내수 시장에 대한 의존도를 줄이는 한편 新 성장동력을 찾기 위해 베트남, 중국, 인도를 포함한 신흥시장 공략에 주력
- 한편, 2007년 상반기 동안 3G 신규 가입자 수에서 Softbank Mobile에 추월당한 KDDI는 2가지 성장전략을 수립. 첫째, KDDI는 2007년 4월 美 통신사업자 Sprint Nextel로부터 무선통신 네트워크 임대계획을 발표하며 미국시장 진출을 모색. KDDI의 두 번째 전략은 FTTH 가입자 규모를 늘리는 것으로, 이미 자사 브로드밴드 네트워크 확충 계획을 발표
- KDDI는 이동통신 부문에서 Softbank Mobile과의 가격경쟁에 우려를 표명. Softbank Mobile은 3G 서비스 가입자 확보를 위해 요금

인하를 단행했고, NTT DoCoMo도 2007년 8월부터 요금을 인하하겠다고 발표함. 이동통신 분야에서 가격경쟁이 촉발되면서 KDDI를 포함한 이동통신사업자들은 수익성에 타격을 입을 것으로 전망됨

□ 유선통신

- 일본 유선전화 가입자 수는 1997년 6,285만 명을 정점으로 지속적인 감소세를 보이고 있으며 2001년부터는 이동통신 이용자 수가 유선전화 이용자 수를 상회하고 있음
 - 유선전화 부문의 가입자 이탈을 ISDN 가입자 유치로 일부 상쇄하였으나 2002년을 정점으로 ISDN 가입자도 감소 추세로 돌아섬
- 최근 일본에는 IP전화의 보급이 활발하게 이루어지고 있어 수년 내에 유선전화의 상당 부분이 VoIP(인터넷전화)로 대체될 전망

[일본 유선통신 회선 보급 현황 및 전망]

(단위 : 천회선, %)

	2006	2007f	2008f	2009f	2010f	2011f
회선 수	56,555	53,500	50,230	48,109	45,800	43,762
보급률	44.1	41.7	39.1	37.5	35.7	34.7

(자료 : MIC, BMI Research 2007년 3월)

- 일본 총무성이 발표한 2007년 3월 말 기준 유선통신 회선 수는 5,512만 회선이며, 향후 감소세가 지속될 것으로 전망됨. 일본 유선통신 시장을 대표하는 NTT 동일본(NTT East)과 NTT 서일본(NTT West)은 전년대비 8.2%의 회선 수 감소율을 보이며, 2007년 3월 기준 4,334만 회선을 보유한 것으로 조사됨

- o KDDI의 MyLine 가입자 규모도 전년대비 25% 감소한 560만 명 수준으로 집계됨. 반면, Softbank Telecom은 Otoku Line 서비스의 인기에 힘입어 가입자 규모를 늘리고 있는 상황. Softbank는 일반 가입자보다는 기업들을 대상으로 사업을 확장. 하지만, 장기적인 관점에서 유선통신 시장은 지속적으로 축소될 전망이며, 2011년 경 유선통신 보급률은 35% 대로 떨어질 것으로 예상됨

[유선통신 사업자별 가입자 규모 및 시장 점유율]

사업자	가입자 규모(백만)	시장 점유율(%)
NTT East	21.392	41.5
NTT West	21.951	42.6
KDDI	5.790	11.2
Softbank Telecom	1.221	2.4
J-COM	1.218	2.4
Total	51.572	100

(자료: 각 사업자별 발표 자료, 2007년 3월)

[아시아 태평양 지역, 유선통신 보급률 현황]

국가	2006년 기준 유선통신 보급률(%)	2006년 지역 내 순위 (2005년 순위)
대만	57.6	1(1)
홍콩	54.0	2(3)
호주	52.0	3(2)
한국	46.1	4(4)
일본	44.1	5(5)
싱가포르	42.0	6(6)
중국	28.2	7(7)
말레이시아	16.8	8(8)
태국	11.0	9(9)
베트남	10.9	10(10)
인도네시아	6.3	11(11)
파키스탄	4.4	12(14)
필리핀	4.0	13(13)
인도	3.6	14(14)

(자료: BMI 2007년 2/4분기)

□ 이동통신

- 2006년 말 기준 이동통신 가입자 수는 9,576만 명으로 약 75.0%의 보급률을 기록(PHS 제외)한 것으로 집계됨
- 사업자별로는 NTT DoCoMo의 가입자 수가 5,232만 명으로 전체 가입자 수의 54.6%를 차지하고 있으며, KDDI가 2,766만 명으로 28.9%, Softbank가 1,578만 명으로 16.5%의 비중을 각각 차지

[일본 휴대전화 사업자별 가입자 수(2007년 2월)]

사업자	가입자 수(명)	점유율
NTT DoCoMo	52,323,100	54.6%
KDDI	27,658,300	28.9%
au	26,605,100	27.8%
TU-KA	1,053,200	1.1%
SOFTBANK	15,780,900	16.5%
전체	95,762,300	100.0%

(자료 : TCA(일본 전기통신사업자협회))

- 한편 PHS(Personal Handy System) 가입자 수는 2007년 2월 약 492만 명으로, 이 중 월콤의 가입자가 443만 명으로 대부분을 차지함

[일본 사업자별 PHS 가입자 수]

사업자	가입자 수(명)	점유율
WILLCOM Group	4,434,100	90.2%
NTT DoCoMo Group	483,500	9.8%
PHS Total	4,917,600	100.0%

(자료 : TCA(일본 전기통신사업자협회))

[일본 이동통신 가입자 수, 보급 현황 및 전망]

	2004	2005	2006	2007f	2008f	2009f	2010f	2011f
이동통신 가입자 수 (단위: 천 명)	91,474	95,000	99,830	105,650	107,150	108,400	109,324	111,256
이동통신 보급률 (%)	71.5	73.8	76.6	83.2	84.4	85.4	86.1	87.6
이동통신 가입자 수/ 무선통신 가입자 수 (%)	152.5	161.0	176.5	191.0	195.9	199.8	203.4	210.1

(자료: BMI, 2007년 3월)

※PHS 가입자 포함

[일본 이동통신 시장(Cellular/PHS), 사업자별 가입자 규모 및 점유율]

사업자	가입자 수(백만)	시장 점유율(%)
NTT DoCoMo	52.621	51.7
KDDI	28.188	27.7
Softbank	15.909	15.6
WILLCOMM	4.527	4.4
ASTEL	0.633	0.6
Total	101.878	100

(자료: BMI, TCA 2007년 3월)

[아시아 태평양 지역, 이동통신 보급률 현황]

국가	2006년 기준 이동통신 보급률(%)	2006년 지역 내 순위 (2005년 순위)
홍콩	133.0	1(1)
싱가포르	105.0	2(2)
호주	100.1	3(3)
대만	91.5	4(4)
말레이시아	88.0	5(6)
한국	84.0	6(5)
일본	78.6	7(7)
필리핀	51.1	8(9)
태국	50.8	9(8)
중국	34.9	10(10)
인도네시아	28.2	11(11)

파키스탄	27.1	12(12)
베트남	21.7	13(13)
인도	13.4	14(14)

(자료: BMI, 2007년 3월)

□ 3G

- 현재 일본에서는 3G 서비스가 모바일 시장의 성장 동력으로 작용하고 있음. 2007년 5월 기준 3G 서비스 가입자 규모는 7,288만 명 수준이며, 이는 전체 모바일 시장의 71%에 해당

[일본 3G 서비스 가입자 규모 및 전망]

	2004	2005	2006	2007f	2008f	2009f	2010f	2011f
3G 서비스 가입자 수 (단위: 천 명)	26,959	43,030	63,873	76,243	82,867	86,383	88,111	90,142
전체 이동통신 시장에서 3G 시장 비중 (%)	31.1	47.7	64.0	72.2	77.3	79.7	80.6	81.0

(자료: BMI, 2007 3월)

- 3G 서비스의 인기는 3G 휴대폰에 대한 수요에서 짐작할 수 있는데, 3G 휴대폰 출하량은 전년대비 14% 증가한 것으로 조사됨
- 일본은 2001년 NTT DoCoMo가 세계 최초로 FOMA서비스를 시작하는 등 3G 서비스로의 이행이 가장 빠른 국가로 평가되고 있음. 이 같은 추세에 따라 2007년 2월 기준, 전체 3G 가입자 수는 6,708만 명에 이른 것으로 집계됨
- 이 중 W-CDMA 방식 가입자 수는 4,109만 명, CDMA 2000 1x 방식 가입자 수는 2,599만 명을 기록

[일본 기술방식별 휴대전화 가입자 수(2007년 2월)]

System	Groups	가입자 수(명)
PDC	NTT DoCoMo Group	18,278,700
	TU-KA	1,053,200
	SOFTBANK Group	8,731,900
	Subtotal	28,063,800
cdmaOne	au	617,200
W-CDMA	NTT DoCoMo Group	34,044,400
	SOFTBANK Group	7,049,000
	Subtotal	41,093,400
CDMA2000 1x	au	25,987,900
Mobile Telephone Total		95,762,300

(자료 : TCA(일본 전기통신사업자협회))

- o NTT DoCoMo는 'mova'에서 FOMA 서비스로의 이행을 가속화하는 한편, 다양한 부가가치 서비스(휴대폰 결제, 음악 다운로드 등)를 제공하며 3G 시장의 주도권을 유지
- o 다양한 부가가치 서비스는 신규 가입자 확보에 필수적인 요건으로 인식되고 있음. KDDI는 다양한 콘텐츠 제공을 위해 세계 최대 검색 업체 구글과 제휴협정을 체결한 상태며, Softbank는 요금 인하 전략을 비롯해 3G 네트워크 강화, 3G 단말기 라인업 강화, 콘텐츠 강화 등을 통해 신규 가입자 확보에서 괄목한만한 성과를 나타내고 있음

[일본 3G 시장, 사업자별 가입자 규모 및 점유율 현황]

사업자	가입자 수(백 만)	시장 점유율(%)
NTT DoCoMo	37.122	50.7
KDDI	27.336	37.4
Softbank Mobile	8.691	11.9
Total	73.149	100

(자료: BMI Research, 2007년 5월 기준)

□ 인터넷

- 일본 총무성 발표에 따르면, 2006년 12월 기준 일본 인터넷 사용자 수는 8,270만 명 수준으로 65.1%의 보급률을 보이고 있음
- 한편 총무성이 발표한 broadband 가입자 수는 2007년 3월 말 기준 2,643만 명을 기록하고 있는데, 전체 broadband 가입자 중 FTTH 가입자 비중이 증가세를 보이며 일본 broadband 성장의 견인차 역할을 하고 있음(2007년 3월 기준으로 FTTH 가입자 규모는 9백만 명 수준)

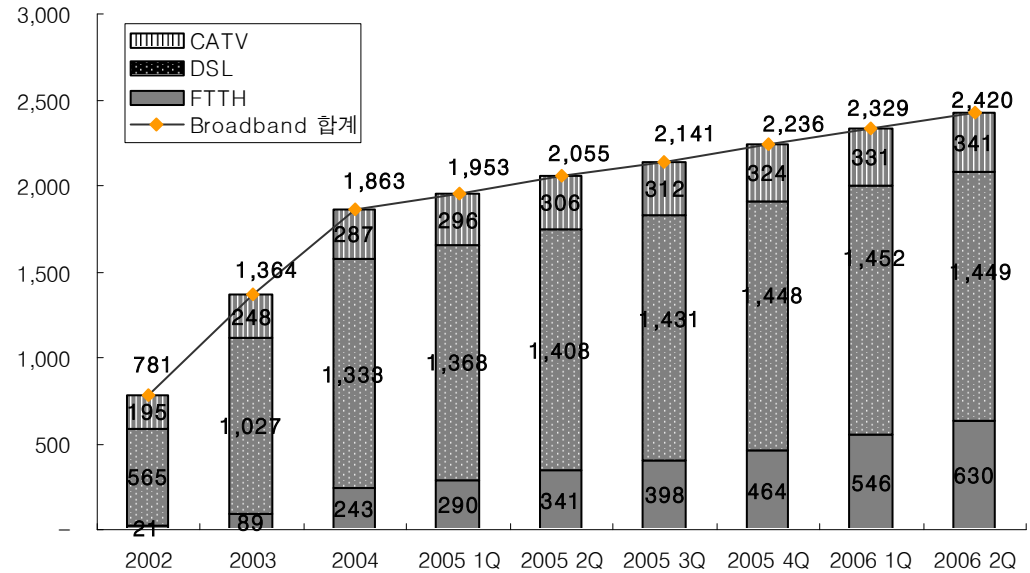
[일본 인터넷 이용 현황 및 전망]

	2004	2005	2006	2007f	2008f	2009f	2010f	2011f
인터넷 이용자 수 (단위: 천 명)	75,000	81,500	82,700	84,000	85,600	86,300	87,200	88,100
인터넷 보급률 (%)	59.1	64.1	65.1	66.2	67.5	68.2	68.7	69.4
broadband 가입자 수 (단위: 천 명)	18,630	22,360	25,755	28,655	31,855	35,655	40,155	45,105
broadband 보급률 (%)	14.70	17.70	20.3	22.33	24.8	27.8	31.26	35.72

(자료: BMI Research, ITU, MIC 2007년 3월 말)

[일본 브로드밴드 가입자 수 추이]

(단위 : 만 명)



(자료: 총무성, 2006.10)

- o NTT는 2008년 3월 까지 FTTH 네트워크 인프라 개발에 3,700억 엔을 투자하겠다고 발표함. NTT는 인프라 강화를 통해 2008년 3월 까지 340만 명의 신규 가입자를 확보해 전체 가입자 규모를 950만 명 수준으로 늘릴 계획. 한편, TEPCO社의 FTTH 사업부문을 인수한 KDDI는 2007년 초 해당 사업의 통합을 완료했다고 발표함

[브로드밴드 서비스별 가입자 변동 추이]

(단위: 백만)

분기별	Total	FTTH	DSL	Cable TV	FWA
2005년 12월	22.375	4.637	14.481	3.236	0.020
2006년 3월	24.217	5.458	14.518	3.309	0.016
2006년 6월	24.217	6.305	14.491	3.410	0.011
2006년 9월	25.041	7.155	14.396	3.480	0.011
2006년 12월	25.755	7.940	14.236	3.567	0.012
2007년 3월	26.438	8.804	14.013	3.610	0.012

(자료: 총무성, 2007년 3월)

[브로드밴드 사업자별 ARPU]

사업자	2006 (엔)	2007 (엔)	연간 증감률 (%)
NTT East	4,650	5,050	8.6
NTT West	4,890	5,120	4.7
BB Technology	4,400	4,359	-0.9
ACCA Networks	2,289	2,227	-2.8

(자료: 각 사업자 발표 자료, 2007년 3월)

[아시아 태평양 지역, 인터넷 보급률 현황]

국가	2006년 기준 인터넷 보급률(%)	2006년 지역 내 순위 (2005년 순위)
한국	73.3	1(1)
호주	68.6	2(2)
일본	65.1	3(4)
싱가포르	64.9	4(5)
대만	62.2	5(4)
홍콩	56.0	6(6)
말레이시아	43.8	7(7)
태국	21.6	8(8)
베트남	18.9	9(9)
인도네시아	11.2	10(11)
중국	10.0	11(12)
필리핀	9.6	12(10)
인도	9.6	13(13)
파키스탄	1.5	14(14)

(자료: BMI 2007년 2/4분기)

[일본 통신 분야 주요 사업자 현황]

회사명	소유 형태	사업 대상
NTT East	NTT(100%)	유선전화(local), 데이터, 인터넷
NTT West	NTT(100%)	유선전화(local), 데이터, 인터넷
NTT Communications	NTT(100%)	유선전화(international), 데이터, 인터넷
KDDI	Kyocero Corp(13.5%), Toyota Motor Corp(11.72%)	유선전화 (domestic long-distance, international), 데이터, 인터넷
NTT DoCoMo (1)	NTT(62.5%)	이동통신
Au	KDDI(100%)	이동통신
DDI Pocket (2)	KDDI(10%)	이동통신
Softbank (3)	Softbank	이동통신
TU-KA Group	KDDI(100%)	이동통신
Fuji TV	Fujisankei Communications Group	방송
Jupiter Communications	Liberty Media(45%)	케이블 TV, 데이터, 인터넷, 전화통신
SkyPerfect Communications	Sony Broadcast Media(9.94%) Fuju TV(9.94%), Itochu(9.94%) News Corp(8.13%) JSAT(7%) Nippon TV(5.05%)	DTH 방송
Mediatti Communications	Tomen(42%), Olympus Capital(42%) PCCW(16%)	케이블 TV, 데이터, 인터넷, 전화통신

(자료: BMI, 2007년 2/4분기)

(1) NTT DoCoMo는 8개 지역사업자들의 지주회사

(2) KDDI는 지난 2004년 DDI Pocket 지분 대다수를 Carlyle Group과 Kyocera에 매각

□ 주요 통신 사업자

○ NTT DoCoMo

- 1992년 NTT가 영업을 양도한 이후 본격적인 사업을 시작하여 무선인터넷 플랫폼 아이모드(i-mode)의 성공적인 운영과 세계 최초의 W-CDMA 방식 3G 휴대전화 서비스 'FOMA(Freedom Of

Mobile Access)’ 성공적인 제공을 통해 기술발전을 선도하는 세계적인 이동통신 업체로 성장

- PDC방식의 2세대 서비스인 ‘mova’ 계약자는 감소추세를 보이고 있는 반면 3세대 서비스인 FOMA 서비스 가입자 수는 점차 증가하고 있으며, PHS서비스와 무선호출서비스는 각각 2005년 4월과 2004년 6월말로 신규 접수를 중단함

[NTT DoCoMo 가입자 추이]

(단위 : 천명)

구분	2003. 3	2004.3	2005.3	2006.3	증감률
휴대전화(Cellular)					
Subscribers	44,149	46,328	48,825	51,144	4.74%
FOMA	330	3,045	11,501	23,463	104.0%
mova	43,819	43,283	37,324	27,680	-25.8%
i-mode	37,758	41,077	44,021	46,360	5.31%
Market share	58.1%	56.6%	56.1%	55.7%	
PHS					
Subscribers	1,688	1,592	1,314	771	-41.32%
Market Share	30.9%	31.0%	29.4%	16.4%	
PAGER (Quickcast)					
Subscribers	604	457	306	197	-35.62%

(자료 : NTT DoCoMo 홈페이지, 2006)

- 한편 2006년 6월 총무성 주최로 열렸던 ‘통신·방송의 나아갈 길’에 관한 간담회에서 2010년에 NTT의 지주회사제를 폐지하고 동서지역회사, 도코모 등을 완전자본 분할할 것을 명기했으며 분할 후의 재통합도 제한키로 한다고 발표했으나, 자민당의 거센 반발이 예상됨

[NTT SWOT]

강점 (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> ■ NTT East와 NTT West를 통해 국내 유선통신 시장을 주도 ■ 일본 이동통신 시장(cellular/PHS)의 54.3%를 차지하고 있으며, 3G 시장의 72%를 점유
---------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ■ 글로벌 IP 네트워크 인프라 보유(NTT Communications) ■ 유럽 7개국, 대만, 호주에서 i-mode 서비스 사업권을 취득 ■ 내수 시장의 성장률 둔화를 상쇄하기 위해 아시아 신흥시장으로 사업을 확장
약점 (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> ■ broadband로의 이행이 가속화되면서 유선통신 분야에서 수익 감소 ■ 번호이동성 제도 시행 후, 2006년 11월 처음으로 가입자 감소를 경험 ■ IP전화 이용률 증대 및 업체간 경쟁으로 장거리통신 부문 수익 감소
기회 (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3G 가입자 규모가 지속적으로 증가 ■ FOMA에 대한 투자 증대로 3G 서비스 품질 개선 ■ 초고속 4G 서비스 시험 운용 ■ 광섬유 네트워크 구축에 투자 증대 계획 ■ NTV, FujiTV와 연계해 모바일 TV 서비스 개시 ■ PHS 사용자를 FOMA 서비스로 유도하기 위해 다양한 프로모션 전개
위험 요소 (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3G 데이터 ARPU가 감소세를 나타냄 ■ broadband 시장에서 업체들과의 치열한 경쟁이 예상됨 ■ 번호 이동성제도 시행 후, 상당수의 가입자가 KDDI와 Softbank로 이동

(자료: BMI Research, 2007년 2/4분기)

▪ [NTT Corporation]

주소: NTT Corporation 3-1 Otemachi 2-chome Chiyoda-ku, Tokyo 100-8116, Japan

▪ 전화: +81 3 5205 5111(49) 434 936

▪ 사이트: www.ntt.co.jp

[NTT DoCoMo]

주소: NTT DoCoMo 2-11-1 Nagatacho Chiyoda-ku, Tokyo 100-6150, Japan

사이트: www.nttdocomo.com

- NTT DoCoMo는 도쿄, 런던, 뉴욕 증권거래소에 상장되어 있는 국제적 기업으로, 유럽과 북아메리카에 자회사를 두고 있음. 同社は 현지 기업들과의 전략적 제휴를 통해 아시아-태평양, 유럽,

북미 시장으로 사업을 확대하고자 함

- NTT DoCoMo와 i-mode 라이선스 계약을 체결한 현지기업들은 **Bouygues**(프랑스), **E-Plus Mobilfunk**(독일), **KPN Mobile**(네덜란드), **Telefonica Moviles**(스페인), **COSMOTE**(그리스), **KG**(대만), **Telstra**(호주), **StarHub**(싱가포르), **O2**(영국&아일랜드), **Mobile TeleSystems**(러시아), **Cellcom**(이스라엘)을 포함
- DoCoMo는 또한 3G 모바일 멀티미디어 서비스 개발 및 연구를 목적으로 **SingTel Mobile**, **Hutchison Whampoa**, **Far EasTone Telecommunications**와 계약을 체결함
- NTT DoCoMo는 한국의 KTF와도 전략적 제휴관계를 유지하고 있으며, 무선 로밍 서비스, 3G W-CDMA 단말기 개발 부문에서 공동전선을 구축함(DoCoMo는 5억 달러를 투자하여 KTF 지분 10%를 매입). DoCoMo는 신흥시장 공략에도 지속적인 관심을 표명하고 있으며, 인도와 베트남을 투자 대상지역으로 적극 검토 중

o KDDI

- 유선통신 및 무선통신 분야를 모두 보유한 일본의 종합 통신 회사로 3G 이동통신 서비스를 중점 사업으로 진행하고 있음
- 1953년 설립된 일본 유일의 장거리 통신사업자인 KDD Corporation에 뿌리를 두고 있으며, KDD는 1997년 Teleway Japan을 인수하고 2000년 10월에는 장거리 통신사업자 DDI와 셀룰러 사업자인 Nippon IDOU Tsushin Corporation과 합병하면

서 현재의 KDDI로 공식 출범

- KDDI는 국내 시장의 수익성 하락에 대비하기 위해 2가지 성장 전략을 수립. 첫째, KDDI는 2007년 4월 美 통신사업자 Sprint Nextel로부터 무선통신 네트워크를 임대하겠다고 발표하며 미국 시장 진출을 모색. KDDI의 두 번째 전략은 FTTH 가입자 규모를 늘리는 것으로, 이미 자사 브로드밴드 네트워크 확충 계획을 발표

[KDDI의 서비스별 가입자 현황]

(단위 : 천명)

Service	System	2004.3	2005.3	2006.3	증감률
au	CDMA 1x WIN	343	3,252	8,280	154.6%
	CDMA2000 1x	13,166	14,683	13,548	-7.7%
	cdmaOne	3,450	1,608	870	-45.8%
	total	16,959	19,542	22,698	16.1%
TU-KA	PDC	3,632	3,590	2,739	-23.7%
Ezweb	au	13,886	16,469	19,389	17.7%
	TUKA	1,814	1,790	1,133	-36.7%
	total	15,700	18,259	20,522	12.3%

(자료 : KDDI 홈페이지, 2006.3)

[KDDI SWOT]

강점 (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 유무선 통합 사업자 ■ 2006년 12월 기준으로 2,579만 명의 3G 가입자를 보유하고 있으며, 가입자 규모가 지속적인 증가세를 보임(전년대비 가입자 증가율: 19.6%) ■ 수익성이 낮은 PHS 서비스 지분을 10% 수준으로 축소하면서 여유자금을 확보 ■ 번호 이동성제도, 음악 다운로드 서비스 제공, 고품질 네트워크 운영을 통해 신규 가입자 확보에 성공
약점 (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> ■ KDDI가 운용 중인 기술표준(CDMA2000/CDMA2000 EV-DO)은 해외에서의 활용도가 낮기 때문에 호환성 문제가 제기됨 ■ IP전화 이용률 증대 및 업체간 경쟁으로 장거리통신 부문 수익 감소
기회	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이동통신 부문에서 치열한 경쟁이 진행되고 있는 상황에서도 장기적 수

(Opportunities)	<p>익성 확보를 위해 브로드밴드 부문에 투자 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 전국 다운로드 서비스를 개시해 가입자 확보 및 수익성 강화에 나섬 ■ 도쿄 지역을 기반으로 FTTH 서비스를 강화하고 있으며, 향후 다른 지역으로 서비스를 확대할 계획 ■ 모바일 TV 서비스(Cablenet과 제휴)를 통해 데이터 ARPU를 증대
위험 요소 (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 업체간 경쟁으로 인해 브로드밴드 시장 점유율 확대에 어려움이 예상됨 ■ SoftBank Mobile에 이어 NTT DoCoMo도 요금 인하를 결정하면서 가격인하 경쟁이 예상됨

(자료: BMI Research, 2007년 2/4분기)

주소: KDDI Corporation, KDDI Building 3-2 Nishi-shinjuku 2-chome Shinjuku-ku, tokyo 163-8003, Japan

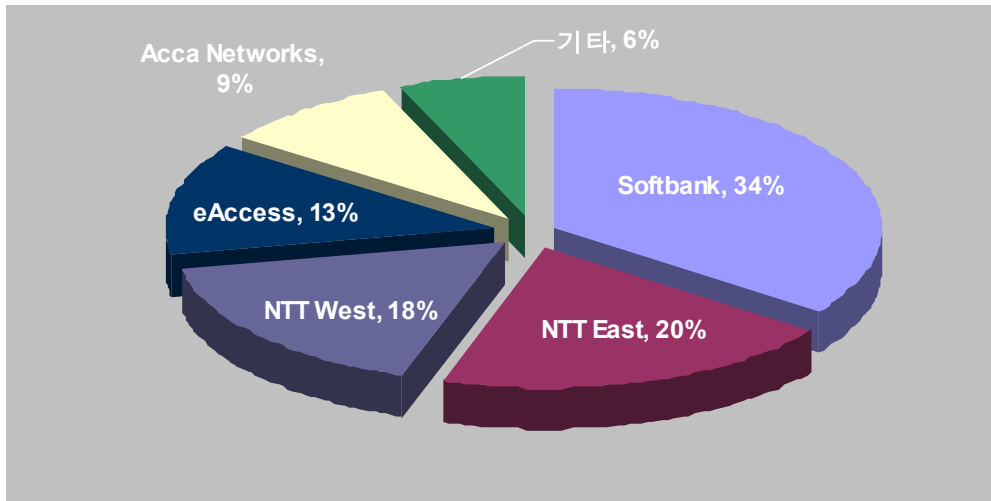
사이트: www.kddi.com

o Softbank

- 일본 브로드밴드 서비스 시장 점유율 1위인 Yahoo! BB를 보유하고 있는 회사로, 2001년 9월 ADSL회선을 이용한 브로드밴드 종합 서비스 Yahoo! BB를 시장에 출시한 이후 과감한 가격 인하 및 공격적인 마케팅으로 일본을 세계 2위의 브로드밴드 회선 보급국으로 부상시킴
- Softbank는 2006년 4월, 일본 3대 이동통신사업자인 Vodafone Japan을 인수함으로써 이동통신 시장에 진입하였으며, 2006년 10월 회사명을 'Softbank Mobile'로 변경하며 본격적으로 이동통신 서비스를 제공
- Softbank는 2006년 12월 기준으로 1,549만 명가량의 가입자를 확보하고 있으며, 가입자의 38.5%(596만 명)가 3G 서비스를 이용하고 있는 것으로 집계됨

- 한편, 2006년 3월 기준으로 Softbank의 ADSL 계약 회선 수는 505만 회선으로 약 34%의 점유율을 보이고 있으며, NTT East(20%)와 NTT West(18%)가 그 뒤를 추격하고 있음

[일본 ADSL 시장의 사업자별 시장 점유율(2006.3)]



(자료 : Telecommunication, 2006.3)

주소: Tokyo Hiodome Bldg., Higashi-shimbashi, 1-9-1, Minato-ku, Tokyo
105-7303, Japan

사이트: www.softbank.co.jp

[Softbank 분기별 이동통신 가입자 규모]

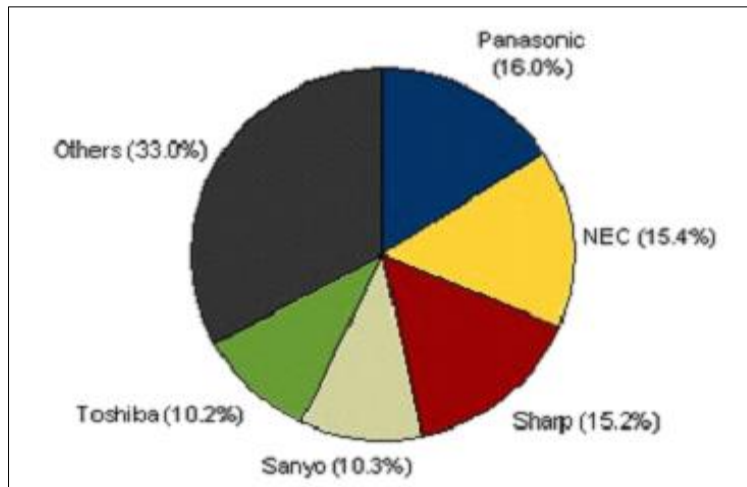
	2005년 12월	2006년 3월	2006년 6월	2006년 9월	2006년 12월	2007년 3월
가입자 수	1,512만 명	1,521만 명	1,524만 명	1,530만 명	1,549만 명	1,591만 명
3G 가입자 수	-	303만 명	371만 명	456만 명	596만 명	766만 명

(자료: BMI Research, 2007.2/4분기)

□ 이동전화 단말기

- 2006년 1/4분기 일본의 휴대전화 출하 대수는 전년대비 17.5% 증가한 1,379만대로, 업체별로는 파나소닉과 NEC, 샤프 등 상위 3개사가 1.0% 이내의 근소한 차이로 경쟁을 벌이고 있음
- 제2 그룹권에서는 미쯔비시전기와 후지Wm, 산요전기, 카시오, 히타치가 약진을 보임

[일본 업체별 이동전화 단말기 시장점유율]



(자료 : IDC Japan, 2006. 6)

□ 일본 단말기 시장 전망

- 일본은 TDMA(시간분할방식) 중에서도 유럽식인 GSM과 비교해 독자적인 PDC 방식을 채택한 바 있으며, CDMA(코드분할방식) 중에서도 한국 등과 다른 JCDMA 방식을 채택해 독자적인 노선을 채택함

- 일본 시장의 특수성으로 인해 우수한 기술력을 바탕으로 한 일본 기업들(샤프, 도시바, 소니에릭슨 등)이 일본 단말기 시장을 장악하고 있으며, 의무가입 조건 및 보조금 지급 등으로 공짜 단말기도 넘쳐나는 상황. 일부 한국 휴대폰도 소프트뱅크(Softbank Mobile)를 통해 공급되고 있음
- 한편, 세계 휴대전화시장은 카메라 폰을 위주로 경쟁체제에 들어가 있는데, 노키아와 ST마이크로일렉트로닉스는 휴대폰 등의 카메라모듈 규격 SMIA를 2004년 7월에 발표
- SMIA는 기존의 병렬방식의 모듈이 아닌, 직렬방식의 모듈로 처리속도 및 전송속도가 500m bps 이상이 가능케 하는 것이 핵심이며, 산업표준으로서 휴대폰 발전에 영향을 미침

[세계 휴대전화 생산 예측]

(단위 : 천대)

연도	無카메라폰	카메라폰				합계
		카메라폰 (전체)	디지털TV	블루투스	WiFi (무선통신)폰	
2000	400,450	3				400,453
2001	360,125	4,730				364,855
2002	388,174	20,041				408,215
2003	409,425	78,002		20,000		487,427
2004	421,655	179,002		93,000		600,657
2005	432,615	302,195	450	232,000	1,000	734,810
2006	430,460	488,190	5,950	368,000	6,000	918,650
2007	388,000	599,700	12,100	453,000	18,000	987,700
2008	345,000	713,800	22,300	500,000	36,000	1,058,800
2009	275,400	850,000	40,000	570,000	65,000	1,125,400
2010	205,000	964,000	70,000	630,000	90,000	1,169,000

(자료 : 주니치 마켓 리포트 160호(일본 마케팅리서치 회사))

- 주목할 부분은 카메라 폰의 비중이 2010년대에 가서는 80%를 상회할 것으로 예측된다는 점으로 향후 카메라 모듈 관련 부품 수요가 지속적으로 증가할 전망
- 또한, 무선통신(WiFi)보다도 근거리 통신인 블루투스 활용도(헤드셋 통화, 프린트, 컴퓨터와 연결)가 증가할 것으로 예상됨에 따라 2010년경에는 전체 카메라 폰 가운데 블루투스 폰의 비중이 65%에 이를 것으로 전망됨

III. 일본 소프트웨어 및 하드웨어 산업 현황

1

일본 IT 시장 규모

□ IT 시장규모

- 2006년 일본 IT 시장은 성숙 단계에 이르러 전년보다 1.8% 감소한 2,786억 달러 규모로 전 세계 IT시장 중 10%의 비중을 차지할 전망
- 이후 시장규모는 다시 소폭 증가세로 돌아서 '05~'10년까지 연평균 1.1%의 완만한 속도로 성장하여 2010년에는 2,994억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨
- 부문별로는 통신 부문 시장규모가 1,580억 달러로 전체 IT시장의

56.7%를 차지하고 있으며, 이어 IT 서비스 시장이 790억 달러로 28.3%, 하드웨어와 소프트웨어 시장이 각각 317억 달러와 100억 달러로 11.4%와 3.6%의 점유율을 차지하고 있음

- 소프트웨어 부문의 성장률이 '05~'10년간 연평균 7%로 가장 높게 나타날 전망이며, 하드웨어 부문은 시장 성숙단계에 접어들어 성장률이 둔화될 것으로 예상됨

<일본 IT 시장규모(End-User Spending on IT)>

(단위: 백만 달러)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	CAGR '05-'10
일본	277,268	283,737	278,640	286,474	290,185	294,163	299,356	1.1%
Computing Hardware	36,340	34,969	31,708	32,310	32,396	32,319	32,078	-1.7%
Software	8,336	9,146	9,954	10,668	11,324	12,024	12,826	7.0%
IT Services	79,757	81,245	78,959	82,803	86,771	90,735	95,072	3.2%
Telecom	152,835	158,377	158,018	160,693	159,693	159,085	159,380	0.1%
Asia/Pacific	300,285	343,726	375,381	408,604	439,060	466,443	498,222	7.7%
Worldwide	2,467,664	2,652,430	2,775,986	2,909,954	3,034,498	3,162,321	3,308,025	4.5%

(자료 : Gartner Dataquest, 2006. 7)

2 | 일본 소프트웨어 산업 동향

□ 소프트웨어 산업 동향

- o 소프트웨어 산업을 포함한 일본의 정보서비스산업은 1992년에서 1994년에 걸쳐 매출 감소를 경험했으나, 그 후로는 지속적인 성장을 거듭해 2003년 매출액은 약 14조 엔을 초과하여 미국에 이은 세계 제 2위 규모의 매출을 기록함
- o Digital Planet 2004가 발표한 2003년 세계 정보서비스 시장 국가별 점유율을 살펴보면, 미국이 48.2%, 일본이 10.9%, 영국이 7.0%, 독

일이 6.5%, 프랑스가 5.9% 등의 순으로 나타남

- 일본의 정보서비스산업 매출액 가운데 소프트웨어 부문의 비중은 72.9%를 차지하고 있으며, 그 내역은 특정 사용자로부터 주문을 수주해 개발되는 '수주소프트웨어'(81.9%)와 불특정다수 유저를 대상으로 한 레디메이드 혹은 이지오더로 개발되는 '소프트웨어 제품'(18.1%)으로 구분됨
- 일본 소프트웨어 기업들의 세계 시장 점유율은 미국의 소프트웨어 기업들에 비하면 미미한 수준. 패키지 소프트웨어 시장 점유율을 살펴보면, Microsoft(16%), IBM(9%), Oracle(4%), SAP(3%), Computer Associates(2%), HP(1%) 등 서구 기업들이 상위권을 점령하고 있으며, 후지쯔(1%), 히타치제작소(1%)와 같은 소수 일본 기업들이 그나마 선전하고 있는 상황
- 기업용 어플리케이션 시장이 일본 소프트웨어 시장 수요를 견인하는 가운데, 대기업은 외국계 소프트웨어 회사의 제품을, 중견·중소기업은 일본 소프트웨어 회사의 제품을 사용하는 경우가 많은 것으로 조사됨
- 일본의 기업 어플리케이션 시장은 대기업용 소프트웨어는 해외 소프트웨어 기업의 일본법인(특히 미국기업)의 점유율이 높고 판매수량이 기대되는 중견·중소기업용 소프트웨어는 일본 소프트웨어 기업의 점유율이 높은 것으로 분석됨
- 일본 국내시장에서의 제품분야별 점유율을 보면 기본소프트웨어(OS)는 마이크로소프트, 데이터베이스 소프트웨어는 오라클, 시큐리티 대책 소프트웨어는 트렌드 마이크로사가 경쟁회사들을 압도

하며 독보적인 위치를 차지. ERP 관련 소프트웨어 및 정보시스템 운용관리와 관련된 소프트웨어는 상위 기업들의 시장 탈환을 위한 혼전양상이 지속되고 있음. 한편, 최근 기업별로 비용절감을 위한 아웃소싱이 늘어나고 있는 추세이며 아웃소싱 대상 국가로 중국에서 인도로의 투자가 증가하고 있는 추세

□ 일본 소프트웨어 산업 진단

○ 강점(Strengths)

- 액정TV, DVD리코더, 디지털카메라를 비롯한 디지털가전 등에 필요한 임베디드 시스템기기는 고기능 및 고부가가치 제품으로서 일본이 국제경쟁력을 보유하고 있는 분야
- 이들 기기의 부가가치는 기기에 탑재되는 임베디드 소프트웨어에 의해 실현됨. 현재 임베디드 시스템기기의 개발비에서 임베디드 소프트웨어가 차지하는 비중은 평균 40% 수준

○ 약점(Weaknesses)

- 대부분의 일본 소프트웨어 기업들은 일본어 및 일본의 상관습이라는 테두리 내에서 사업을 전개해 왔으며, 기업들 간 경쟁도 국내 시장을 무대로 한 관계로, 해외 마케팅 능력이 부족한 것으로 평가됨
- 소프트웨어 시장의 치열한 경쟁과 급변하는 시장 환경 속에서 사용자들의 수요는 더욱 다양해지고 복잡해지는 추세. 이에 따라, 소프트웨어 개발 기간이 단축되고 있어 개발 프로젝트의 실패에 따

른 추가비용 발생 등의 문제점이 빈번하게 발생하고 있음

□ 일본, 콘텐츠 시장 현황

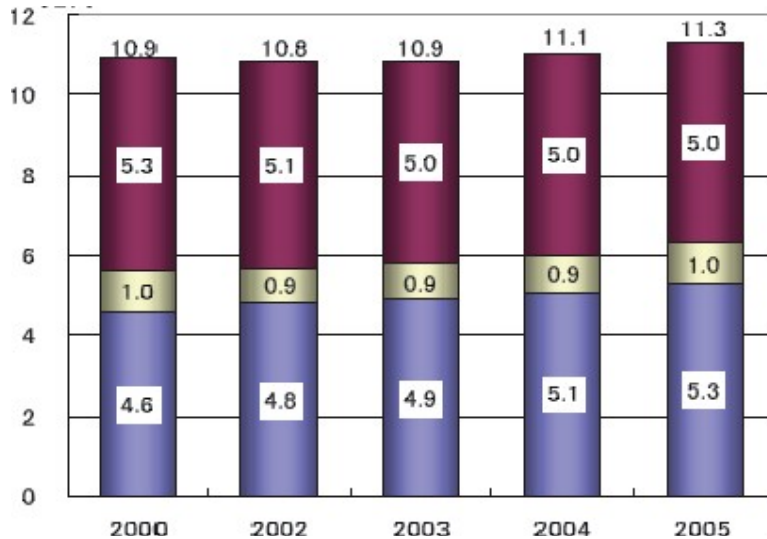
- 일본 콘텐츠 시장규모는 2005년 말 기준으로 11조3,000억 엔 수준이며, 네트워크 전송보급 등으로 시장규모가 증가 추세에 있음. 일본 총무성에서는 매년 다양한 미디어를 통해 유통되는 콘텐츠(미디어 소프트웨어)의 제작 및 유통 상황에 관해 조사 및 분석을 실시하고 있는데, 하기 내용은 2007년 6월 20일 발표된 조사결과(2005년 조사결과)의 일부

□ 일본의 미디어 소프트웨어(콘텐츠) 시장규모 추이

- 미디어 소프트웨어의 정의는 '미디어 상에서 이용되는 것을 목적으로 유통되는 정보 소프트웨어'로, 전체 시장규모는 지속적인 성장세를 보이고 있는 상황
 - 2000년 10조9214억 엔, 2002년 10조8167억 엔, 2003년 10조8604억 엔(전년대비 0.4% 증가), 2004년 11조627억 엔(전년대비 1.9% 증가), 2005년 11조2947억 엔(전년대비 2.1% 증가)
- 영상계 소프트웨어(텔레비전 프로그램, 영화 등)와 음성계 소프트웨어(음악, 라디오 프로그램 등)는 증가한 반면, 텍스트계 소프트웨어는 소폭 감소
 - 영상계 : 5조3090억 엔(2004년 대비 4.6% 증가)
 - 음성계 : 9630억 엔(2004년 대비 2.0% 증가)
 - 텍스트계 : 5조227억 엔(2004년 대비 0.4% 감소)

[시장전체의 추이(소프트웨어 형태별)]

(단위 : 조 엔)



주: 붉은색 - 텍스트계 소프트웨어

노란색 - 음성계 소프트웨어

파란색 - 영상계 소프트웨어

(자료: 총무성 정보통신정책연구소)

[2005년 미디어 소프트웨어 시장규모]

(단위 : 억 엔, %)

미디어소프트웨어의 분류	합계		1차 유통시장		멀티 유즈 시장	
	시장규모	증감률	시장규모	증감률	시장규모	증감률
영상계 소프트웨어 소계	53,090	4.6	38,872	3.0	14,218	9.3
영화 소프트웨어	8,259	3.3	1,982	-6.0	6,277	6.7
비디오 소프트웨어	3,684	33.4	3,145	26.1	539	100.3
지상파 텔레비전 프로그램	28,757	1.7	25,779	0.5	2,978	13.8
위성텔레비전 프로그램	6,247	1.3	3,054	7.6	3,192	-4.1
CATV프로그램	192	177.9	192	177.9	-	-

게임 소프트웨어	5,486	9.0	4,254	3.3	1,231	34.8
인터넷 오리지널 소프트웨어	465	3.9	465	3.9	-	-
음성계 소프트웨어 소계	9,630	2.0	6,358	-2.0	3,272	10.7
음악 소프트웨어	6,942	3.2	3,672	-2.7	3,270	10.7
라디오 프로그램	2,686	-1.0	2,683	-1.0	2	-27.9
인터넷 오리지널 소프트웨어	2	-27.9	2	-27.9	-	-
텍스트계 소프트웨어 소계	50,227	-0.4	43,737	-1.4	6,490	6.7
신문기사	20,706	-0.4	20,002	-0.6	704	6.8
만화	5,872	0.2	3,169	-4.8	2,703	6.6
잡지 소프트웨어	12,926	-2.3	11,532	-1.5	1,393	-8.4
서적 소프트웨어	7,506	-1.3	6,702	-2.5	804	10.5
데이터베이스 기사	2,969	12.6	2,085	4.2	885	39.0
인터넷 오리지널 소프트웨어	247	-22.1	247	-22.1	-	-
합계	112,947	2.1	88,967	0.4	23,980	8.7

주 : 수치는 모두 사사오입을 했으므로, 내역의 합과 합계치가 불일치할 수 있음
(자료 : 총무성 정보통신정책연구소)

□ 유료 콘텐츠 이용 동향

- 인터넷 이용자의 76%가량이 유료 콘텐츠 이용 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 유료 콘텐츠 이용자의 절반 가까이가 퍼스널 컴퓨터와 핸드폰 양 기기를 통해 유료 콘텐츠를 이용한다고 응답함
 - 인터넷 이용자의 유료 콘텐츠 이용 경험
 - 퍼스널 컴퓨터와 핸드폰 모두 이용 : 36.8%
 - 핸드폰만으로 이용 : 26.9%
 - 퍼스널 컴퓨터만으로 이용 : 12.3%

- 인터넷 유료 콘텐츠 이용자의 월 평균 이용금액은 1299엔이고, 이용금액이 큰 순서로는 영상계, 음성계, 텍스트계 순으로 집계됨. 또한 퍼스널 컴퓨터를 통한 이용 금액은 1757엔, 핸드폰으로의 이용금액은 535엔임. 퍼스널 컴퓨터로는 영상계 소프트웨어에의 이용금액(1109엔), 핸드폰으로는 착신음 등의 음성계 소프트웨어의 이용금액(271엔)이 높은 비중을 차지함

- 영상계 : 723엔
- 음성계 : 448엔
- 텍스트계 : 129엔

- 게임 소프트웨어는 80배 이상의 수출초과를 보이는 반면, 영화, 음악, 잡지, 서적은 큰 폭의 수입초과를 보이고 있음. 이들 전부를 합치면, 수출초과로 일본은 게임 소프트웨어 주도의 소프트웨어 수출국임을 시사

□ 소프트웨어 산업 전망

- 소프트웨어의 중요성이 갈수록 높아지는 관계로 향후 소프트웨어 시장은 지속적으로 확대될 전망. 특히 중국을 비롯한 아시아신흥 시장에서 소프트웨어 산업의 성장이 급속히 전개될 것으로 예상됨

- 향후 경쟁력 강화를 향한 대응

- 소프트웨어산업의 발전을 위해서는 인력수급 및 산학협력이 효율적으로 이루어져야 한다는 인식 하에 일본 정부는 이공계 대학의 연구 성과를 강조하는 한편, 정부 차원에서 산업계와 교육기관의 제휴를 지원하고 있음

- 소프트웨어의 대규모화, 복잡화, 짧아진 납기에 대응하기 위해서는 소프트웨어 엔지니어링 강화를 통해 고품질 소프트웨어를 효율적으로 개발할 수 있어야 함. 이를 통해 소프트웨어 기업들은 개발 실패에 따른 비용 증대나 소프트웨어 오류에 의한 문제를 방지할 수 있을 뿐 아니라 소프트웨어를 활용하는 사용자들로부터 호응을 얻을 수 있음

o 일본의 글로벌 전략

- 중국을 비롯한 아시아 신흥시장에서 소프트웨어 산업의 성장이 예상됨에 따라, 일본의 소프트웨어 기업들은 현지 기업들과의 제휴를 통해 적극적인 시장 개척에 나설 것으로 전망됨

3 | 일본 하드웨어 산업 동향

□ 일본 전자산업 동향

[2006년도 전자정보산업 세계 중 일본생산액]

(단위 : 10억 엔)

	일본기업	해외기업	세계전체	일본점유율
전자정보산업 합계	45,960	150,030	195,990	23%
전자공업 합계	39,970	107,600	147,570	27%
전자기기	22,040	71,040	93,080	24%
AV기기	7,590	8,630	16,220	47%
- TV(LCD,PDP,프로젝터,CRT등)	3,130	5,190	8,320	38%
- 영상기록재생장치(DVD, VTR등)	440	740	1,180	37%
- 촬영장치(디지털카메라, 캠코더등)	1,790	290	2,080	86%
- 자동차장비(내비게이션, TV등)	1,700	1,080	2,780	61%

- 음성기기(휴대용, 가정용, 보청기)	530	1,330	1,860	28%
- 통신기기	3,790	21,340	25,130	15%
- 무선통신기기(방송장치, 통신장치)	2,500	13,890	16,390	15%
- 휴대전화	1,790	10,030	11,820	15%
- 유선통신기기(전화, 팩스, 랜장비)	1,290	7,450	8,740	15%
- 컴퓨터와 정보기기	8,110	34,400	42,510	19%
- 서버, 저장장치	540	4,480	5,020	11%
- PC(개인용서버, 데스크톱 노트북)	1,700	20,980	22,680	7%
- 정보단말기	5,870	8,940	14,810	40%
- 기타전자기기	2,550	6,670	9,220	28%
- 전자응용장치(X선, 초음파 등)	1,370	3,040	4,410	31%
- 전기계측기	850	3,450	4,300	20%
- 업무용기계(복사기, 계산기, 출납기)	330	180	510	65%
전자부품, 디바이스	17,930	36,560	54,490	33%
전자부품	9,030	9,300	18,330	49%
디스플레이장치	2,750	5,360	8,110	34%
반도체	6,150	21,900	28,050	22%
IT솔루션서비스	5,990	42,430	48,420	12%
SI개발(컨설팅, 시스템 통합)	2,720	12,600	15,320	18%
아웃소싱(ASP, 보수, 감시 등)	2,590	11,970	14,530	18%
소프트웨어(응용패키지, OS 등)	710	17,860	18,570	4%

(자료 : JEITA 제1회 전자정보산업 세계생산동향조사)

- 전 세계 전자공업 관련 생산액은 세계 경제의 호황과 함께 순조로운 성장을 지속하고 있으며, 특히 전자부품, 디바이스, IT 솔루션 등의 성장이 두드러짐
 - 2005년도 183조7900억 엔→2006년도 195조9900엔(+6.6%)
- 일본 기업의 2006년도 전자정보산업부문 총 생산액은 45조9600억 엔에 달하고 있어 세계 시장의 23.5%를 점유한 것으로 집계됨. 정도를 점하고 있음

[일본 전자정보산업부문 총 생산액 규모]

	2005년	2006년
총 생산액 규모	43조6500억 엔	45조9600억 엔
세계 시장 점유율	23.5%	23.7%

(자료 : JEITA 제1회 전자정보산업 세계생산동향조사)

- 특히 디지털카메라, 핸디캠의 세계 시장 점유율은 86%에 달하고 있으며, 사무용 기기분야에서도 65%의 시장 점유율을 차지한 것으로 집계됨. 하지만, TV를 포함한 가전제품 부문에서는 한국과 대만 기업들이 강세를 보이고 있어 일본 기업들의 점유율은 38% 수준에 그침
- 한편, 일본 전자공업 부문의 일본 국내생산과 해외 생산기지에서의 생산액은 거의 동일한 것으로 조사됨

[2005~06년도 일본 전자정보산업 국내 외 생산액]

(단위 : 10억 엔)

	2005년	2006년
일본 국내에서의 생산	18,820	20,060 (전년대비 6.6% 증가)
해외에서의 일본기업 생산	19,060	19,910 (전년대비 4.5% 증가)

(자료 : JEITA 제1회 전자정보산업의 세계생산동향조사)

- 전자공업 부문에서 작년도 해외에서의 일본기업 생산 증가율이 4.5%에 그친데 비해 국내 생산증가율은 6.6%를 기록한 것을 비추어 볼 때, 최근 일본 경기가 회복세를 보이면서 국내 투자가 늘어 난 것으로 분석됨

- 일본의 전자정보산업은 세계 시장에서 큰 비중을 차지하고 있으며, 일본 전자제품 수입의 상당부분은 해외 생산기지에서 제조된 것으로 파악됨

□ PC 및 주변기기 부문

- PC 및 주변기기 시장은 일본 브랜드가 70% 이상의 시장점유율을 보이는 경쟁이 치열한 시장이며, 일부 외국기업들이 대대적인 광고와 가격경쟁력, 특화 분야를 앞세워 시장 공략에 나서 점유율을 확대해 나가는 추세. PC 및 주변기기의 가격하락 추세로 마진율이 매우 낮은 편이며, 수익은 부속품이나 소프트웨어 판매, 수리 및 서비스에 의해 결정되는 경우가 많음
- 제품별 차별화에 한계가 있어 소비자들은 가격에 민감한 편이며, 소비자들의 수요가 '고성능'에서 '디자인, 가격, 사용의 편리함'으로 전환되는 경향을 나타내고 있음. 한편, 대형 유통업체에 고객이 집중되는 경향이 강해지면서 대형 판매업자에 대한 판매경로 구축 여부가 중요해지고 있음. 법인수요를 중심으로 텔레세일즈, 웹세일즈와 같은 직판 비율 또한 증가세를 나타내고 있음
- 다양한 브랜드의 PC들이 일본 시장에서 판매되고 있는 가운데, 일본메이커로는 NEC, 후지쯔, 도시바가 시장점유율의 약 50%를 확보하고 있으며, 미국기업인 Dell과 HP가 시장점유율을 점차 확대해 나가고 있는 상황. 전반적으로 PC 및 주변기기는 대부분의 품목에서 일본 브랜드가 70% 이상의 시장점유율을 보이는 경쟁이

치열한 시장이며 일부 외국기업들이 대대적인 광고와 가격경쟁력, 특화 분야를 앞세워 시장 공략에 나서고 있음

- 가전제품 판매점의 자체브랜드인 소위 '화이트박스'로 불리는 저가 PC와 브랜드파워가 없는 중소기업을 중심으로 한 엽가의 통신판매가 틈새시장이 되고 있음
- 일본 국내의 프린터 시장은 엡손과 캐논이 근소한 차이로 1,2위를 다투는 2강구조를 이루고 있음. 2005년 엡손이 335.5만대를 출하하여 1위를, 캐논이 331.8만대로 2위를 차지하였고, 그 뒤를 HP, 브라더 공업, 리코가 추격 중. 일본 국내 프린터 시장의 출하대수의 절반이상을 차지하는 잉크젯 프린터 시장은 엡손과 캐논이, 사무실용의 레이저 프린터 시장은 HP가 강세를 보이고 있음
- 향후 기업법인의 교체수요가 PC 시장을 견인할 것으로 예상되는 가운데 법인시장 공략에 강점을 보이는 직판 메이커들이 시장전체의 가격하락현상을 가속화시킴으로써 기업의 정보투자욕을 끌어올려 시장 전체의 수요는 증가하지만 메이커별 수익은 소폭에 그칠 전망
- 일본에서는 기업들 사이에서 정보보안을 강화하는 분위기가 고조되는 가운데 시큐리티 기능을 강화한 법인용 PC 시장의 성장이 예상됨. 개인용 PC 또한 디지털 가전과 PC를 집안에서 무선LAN 등으로 연결해 영상 및 음성을 주고받는 '홈네트워크' 기술이 수요를 견인할 것으로 기대되고 있음

IV. IT 분야 협력 현황

1

IT분야 협력 현황

□ IT교역현황

(단위 : 천 달러)

	수출			수입		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
전체산업	24,027,438	26,534,015	26,370,191	48,403,183	51,926,292	56,250,126
IT산업	7,628,687	9,317,444	9,002,584	12,931,738	12,234,168	12,910,539
IT의 비중	31.7%	35.1%	34.1%	26.7%	23.6%	22.9%

(출처 : KIICA, 한국무역협회)

□ 對일본 IT분야 수출입 실적

(단위 : 천 달러)

품목	수출			수입		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
통신기기 및 장비	557,489	908,602	956,151	650,571	662,733	672,386
유선통신기기 및 장비	265,211	179,629	194,914	93,160	109,795	136,059
무선통신기기 및 장비	292,278	728,974	761,237	557,411	552,938	536,327
휴대폰	31,092	343,465	384,327	1,524	26,113	3,968
정보기기	1,154,822	921,388	928,299	988,965	1,121,187	1,251,032
컴퓨터	155,394	62,725	48,114	341,817	381,294	168,302
노트북	5,190	450	1,033	83,312	102,941	103,670
주변기기	824,056	742,719	741,201	511,313	509,292	786,563
모니터	405,273	357,750	376,985	103,281	64,143	40,001
저장장치	270,822	286,194	219,501	126,723	105,047	83,774
패키지 S/W	80,427	58,626	72,503	59,442	65,041	69,028
디지털가전/방송	492,072	358,720	340,665	898,742	694,376	587,079
디지털 TV	167,067	113,889	82,251	174,261	120,892	22,659
셋탑박스	54,797	62,330	71,867	2,473	1,022	1,367
디지털미디어 기기	219,238	153,431	135,758	549,182	475,198	459,140
IT 부품	5,424,304	7,128,734	6,777,468	10,393,459	9,755,872	10,400,040
반도체(능동부품)	3,535,287	3,618,974	4,486,473	5,826,140	5,366,737	6,357,756
Memory	1,678,135	1,429,104	2,192,104	93,896	95,005	581,191
디스플레이패널	1,578,261	3,182,663	1,929,038	2,067,768	1,866,259	1,556,378
패널 및 모듈	1,477,068	3,125,403	1,854,406	501,892	279,444	172,450
모듈 부분품	101,192	57,260	74,632	1,565,876	1,586,815	1,383,928
범용부품	310,756	327,097	361,955	2,499,552	2,522,876	2,485,904
합계	7,628,687	9,317,444	9,002,584	12,931,738	12,234,168	12,910,539

(출처 : KIICA, 한국무역협회)

2

정부 간 협력

□ 한·일 통신장관회담

- 제 1차 ('96. 8.28, 동경)
- 제 2차 ('98. 4.25, 서울)
- 제 3차 ('99.10.27, 일본)
- 제 4차 ('02. 1. 9, 서울)

□ 한·일 통신협력 협의회(국장급)

- 제 1차 ('89.10.11~14, 동경)
- 제 2차 ('90. 9.10~13, 서울)
- 제 3차 ('91. 9. 4~ 7, 동경)
- 제 4차 ('92. 9. 2~ 5, 서울)
- 제 5차 ('93.10.25~26, 동경)
- 제 6차 ('94.10.31~11.3, 서울)
- 제 7차 ('96. 4.25, 동경)
- 제 8차 ('97. 4.11~12, 서울)
- 제 9차 ('99. 5.14, 동경)
- 제10차 ('01. 5.25, 서울)

□ 한·중·일 IT 장관회의

- 제 1차 ('02. 9.24, 모로코 말라케시)
- 제 2차 ('03. 9. 8~9, 한국 제주)

- 제 3차 ('04. 7.26~27, 일본 홋카이도)

□ 한·중·일 국장급 회의

- 제 1차 ('01. 9.16~18, 일본 오카야마)
- 제 2차 ('02. 7.22~27, 중국 곤명)
- 제 3차 ('03. 6.29~7.1, 한국 제주)

□ 한·중·일 IT 실무협의체 회의(국장급)

- 차세대이동통신 실무협의체 회의
 - 제 1차 ('04. 3.18, 한국 서울), 제 2차 ('05. 3.24, 일본 동경)
- 차세대인터넷 실무협의체 회의
 - 제 1차 ('04. 3.18, 한국 서울), 제 2차 ('04.11.16, 일본 동경)
- RFID/센서네트워크 실무협의체 회의
 - 제 1차 ('04.12. 6, 일본 동경), 제 2차 ('05.6.9~10, 한국 서울)
- 통신망안전 및 정보보호 실무협의체 회의
 - 제 1차 ('04. 3.18, 한국 서울), 제 2차 ('05. 6.10, 일본 동경)
- 디지털TV·방송 실무협의체 회의
 - 제 1차 ('04. 4.28~29, 중국 북경), 제 2차 ('05. 7.12~13, 일본 삿포로)
- 통신서비스 정책포럼 회의
 - 제 1차 ('04. 3.30, 한국 서울), 제 2차 ('05. 7.28, 일본 동경)
- 공개SW 국장급 회의 및 공개SW 활성화포럼
 - 제 1차 ('04. 4. 3, 중국 북경), 제 2차 ('04. 7.27, 일본 동경)
 - 제 3차 ('04.12.2~4, 한국 서울)

□ 기타 협력현황

- 일본 총무성 야마모토 차관, 장관님 면담 (2005. 6, 페루 리마)
- 한일 정상회담 '한일 IT 협력 이니셔티브' 구상 (2000. 9, 일본 도쿄)

3

국내 IT기업 일본 진출현황

□ 국내 IT 업체 진출 현황

업체명	진출내용	진출규모
그라비티	(2004.06) 온라인게임 라그나로크, 일본서 동시 접속자 10만명 돌파	
그래텍	(2004.06) 모바일 스포츠게임 '테니스스타(일본명 깨미오테니스)'를 KTF와 일본 KDDI에서 동시에 서비스	
그래텍	(2004.03) 일본 SKCP사와 제휴 맺고 웹스토리지 서비스 '하코바코' 오픈	
그리곤엔터테인먼트	(2004.04) 일본에서 온라인게임 '썸온라인' 정식 유료서비스 개시	
글로벌다윈	(2004) 일본 혼다자동차에 웹가속기 수출	
기룡전자	(2004.10) 세계최초로 차량용 위성 멀티미디어방송(DMB) 단말기를 개발하고 4일부터 위성 DMB방송을 시작한 일본에 첫 수출	
네오위즈	(2004.06) 일본 '홈피'시장 선점을 위해 자회사 네오위즈재팬에 투자	26억 원
넥스스커뮤니티	(2004.06) 일본 프레스티지인테리어셔널사와 'CTMP Suite' 아웃바운드 솔루션 공급계약 체결 : 일본진출 3년만의 첫 프로젝트	100석
넥스트웨이	(2004.01) 일본 M시스템과 MP3 플레이어 공급 계약 체결	100만대
누리텔레콤	(2004.05) 2003년 시스템관리SW '나스센터(NADCenter Net-ADM)' 수출로 11억원 매출, 2004년에는 1/4분기에만 14억원 매출(순이익 8억원 달성), 2002년 일본 도쿄에 자회사 설립	
뉴테크웨이브	(2004.03) 하늘데이타와 함께 PC복구프로그램, 내부정보 유출방지 시스템 등의 판매 개시	
니츠	(2004.02) 일본 CSC사와 PC종합보안솔루션 'PC실드' 라이선스 수출계약 체결	
니트젠	(2004.04) 일본 키스테이션(Key Station)과 자사 지문인식 제품 판매대리 계약 체결	
니트젠테크놀러지스	(2004.03) 일본 히타치 오피에스와 장비 공급계약 체결	
니트젠테크놀러지스	(2004.06) 일본지점 개설하고 시스템트래픽관리(STM) 솔루션을 기반으로 하여 일본시장 공략 본격화	
다산네트웍스	(2004.07) 일본 쉘리톤시스템에 100Mbps급 VDSL장비 공급권 확보에 이어 일주일만에 같은 회사와 추가 장비 공급권 수주	1차 3억9600만 엔(약

		41억 원), 추가 10억1088만 엔
다우기술	(2004.05) 일본 후지제록스사에 자사 멀티미디어 콘텐츠 저작도구 '위니피넷플레인' 라이선스 공급	1천 라이선스
다음커뮤니케이션	(2004.07) 일본 파워드컴과 합작법인 '타운' 설립키로 함(다음이 65%, 파워드컴이 35%의 지분 확보), 타운은 다음의 번텐츠와 커뮤니티 운영 노하우를 파워드컴의 안정된 인프라에 통합한 커뮤니티 기반 포털로 8월1일 출범하여 9월부터 본격 서비스 개시	8억3천만 엔(약 88억 원) 투자
디자인 클럽아트	(2004.02) 일본 미쯔이에 XML기반 애플리케이션 개발지원 툴 수출	
디지캡	(2004.04) 일본 캐논시스템솔루션과 제휴를 맺고 문서보안솔루션 '스마트체커' 공급	
디티에스정보통신	(2004.07) 세계 최초로 개발한 외장형 하드디스크(HDD) 겸용 디스크플레이어 '모닉스 HD-35'를 일본 아이오데이타에 1년간 공급하기로 함	5만대
디프소프트	(2004.09) 지난 2년간 일본 현지화개발을 마치고, 도쿄대와 아사히 TV 등 일본 주요기관과 기업 30여 곳에 스팸차단 솔루션 '더블블럭' 공급	
레인콤	(2003.07) 일본 현지법인 iRiver Japan 설립	
리얼아이디 테크놀러지	(2004.04) 일본 OSI플러스와 지문인증센서가 탑재된 일명 '바이오폰(Bio-Pone)' 공동개발 계약 체결(리얼아이디는 2005년 말까지 바이오폰 개발완료, OSI플러스는 일본시장에서 바이오폰 유통 담당)	
메이힐	(2004.05) 일본 NEC와 재생플레이어와 애완동물 동영상 4개를 패키지로 NEC가 생산하는 PC에 번들 탑재키로 하는 계약 체결(계약기간 2년)	개런티 수량 10만 카피
모바일원 커뮤니케이션	(2004.04) '라면왕타이쿤' 등 3종의 모바일게임을 일본 KDDI의 브루플랫폼용으로 개발하여 오는 3분기에 서비스할 예정	
미리넷	(2004.04) 일본 NTT 등 주요 ISP업체와 VDSL 시범테스트 진행중 (2004년 일본에서 200억원 매출 예상)	
미리넷	(2004.06) 일본 네트워크 장비업체에 100Mbps급 VDSL장비 공급	연간 10만회선
브로드게임	(2004.02) 온라인게임 '애플파이'의 일본내 상용서비스 개시	
비인터랙티브	(2004.06) 히다찌에 아이팩PDA용 RFID 리더기 독점공급, 2004년 8월부터 독립형 RFID 리더기를 추가로 연내 2천500대, 내년에는 월 500대씩 공급할 계획	연간 3만~5만 대
비티씨정보통신	(2002.04) 일본 디너사와 TFT LCD TV 및 모니터 공급 계약 체결	총 5억6천만 원
비티씨정보통신	(2002.04) 일본 디너사와 TFT LCD TV 및 모니터 공급 계약 체결	총 5억6천만 원
삼보컴퓨터	(1986.02) 일본 Seiko Epson사와 PC OEM 독점공급 계약 체결	
삼보컴퓨터	(1996.04) 일본 서드웨이브사에 자체 브랜드로 PC 수출	
삼보컴퓨터	(2004.05) 일본 피씨데포(PC DEPOT)사와 전략적제휴 체결하고 일본에 '웃지오 바이 드림시스(O'ZZIO by DREAMSYS)'라는 공동브랜드로 자사 PC 수출 (2005년 월평균 5천대, 2006년 월평균 1만대 이상으로 판매증대 목표)	초도물량 3,000대
삼성전자	(2004.01) 일본 KDDI가 히타치와 함께 2000억 엔의 예산으로 추진 중인 cdma2000 1x EV-DO 시스템의 1차 공급권 수주	

삼성전자	(2004.04) 2004년 9월부터 일본 야후BB에 마이크로소프트 WMV9 기반 차세대 IP셋탑박스 공급, (추후 100만대 이상 공급 계획)	10만대
삼성전자	(2004.04) 삼성전자와 소니와의 7세대 LCD라인 합작회사인 S-LCD가 법인등록 마치고 5월부터 본격 출범(생산물량은 삼성전자와 소니가 각각 50%씩 가져감)	
삼성SDI	(2004.01) 소니사와 PDP모듈 공급계약 체결(2004년 4월부터 공급 예정)	
삼성SDI	(2004.06) 일본인쇄(DNP)와 PDP 및 OLED 분야 기술교류 본격화	
삼성SDS	(2004.04) 일본 SI업체 YDC디지털과 전략적 제휴 체결, 시스템개발 플랫폼 '시스템이어'를 기반으로 일본 SI시장 공략중	
세원텔레콤	(2003.06) 일본 KDDI사에 CDMA 모듈을 생산 공급하는 기본계약 체결	
세이퍼컴퓨터	(2004.03) 일본 코지로에 고급형PC 공급	5천대(40억 원)
소프트맥스	(2004.09) 9월21일부터 온라인게임 '테일즈위버'의 일본 유료서비스 개시, 2월부터 시범서비스에 나서 현재 회원 30만명, 동시접속자 2만명 기록중	
소프트온넷	(2004.10) 자사 일본 현지법인을 통해 일본 75개 소학교에 스트리밍 솔루션 '지스트림' 공급	12억 원(총사용자 7100명)
소프트파워	(2004.10) 지난해 일본시장에 ERP제작에 필요한 톨을 공급한데 이어, 내년에는 ERP솔루션을 본격 공급할 계획	
스페이스인터내셔널	(2004.07) 일본 소스넥스트에 개인용 가상 CD/DVD롬 드라이브 제품인 'CD스페이스'를 OEM방식으로 향후 3년간 공급	3년간 약 10억 원
시그엔	(2004.09) 일본 야마다건설에 가상사설망(VPN) 제품 수출	
시큐브레인	(2004.05) 일본 전자정부 프로젝트에 시큐어 운영체제(OS)솔루션 '하이자드' 공급	
시큐브레인	(2004.06) 일본 NEC에 서버보안제품 '하이자드' 공급	
시큐아이닷컴	(2004.06) 일본 네트워크테크놀로지에 기가비트방화벽 'NXG시리즈' 공급	1억 원
시큐아이닷컴	(2004.07) 일본사무기주식회사(NJC)와 기가비트방화벽 'NXG시리즈' 판매 및 유지보수를 포함한 총판계약 체결	향후 2년간 유지보수를 포함, 120억 원 규모
시큐어소프트	(2004.03) 와세다대학, 메이지대학 등 다수의 일본 대학과 통합보안제품 '수호신 애플루트'의 공급계약 체결	
시큐어소프트	(2004.03) 일본 미야자키현청과 국립경찰청에 자사의 통합보안제품 '애플루트 시리즈' 공급	
시큐어소프트	(2004.04) 일본 히타치와 기술협력,공동마케팅 등에 대한 전략적 제휴 체결	
시큐어소프트	(2004.05) 미국 플로리다공과대학, 웨스토프병원에 통합보안솔루션 '수호신 애플루트' 시리즈 공급, 미국 IT유통업체 TLIC와 리셀러 계약 체결하고 유통에 나설 예정	
시큐어소프트	(2004.06) 일본법인 시큐어소프트재팬을 통해 일본 NTT커뮤니케이션, 도쿄전력, 마쓰시타전기 등에 기가비트 침입방지시스템(IPS)인 '애플루트 IPS' 수출	
실미디어	(2004.06) 일본 노노무라 전자기연과 계약 체결하고, 일본 호텔의 주문형비디오(VOD) 시스템에 자사 디지털저작권관리(DRM) 솔루션	

	선 'RIGHTS@firBB' 공급	
실미디어	(2004.06) 일본 프로드에 디지털저작권 관리(DRM) 솔루션 공급계약 체결	
심텍	(2004.06) 일본 현지 생산설비 및 마케팅 관리를 위해 '심텍 재팬 (Simmtech Japan Incorporation)' 설립	
심텍	(2004.06) 지난해 '비스퀘어잇(B2it)'공법을 도입한 일본 미야기전자에 기술공조와 현지 생산라인 확보 차원에서 총 2억엔 출자	2억 엔
씨디네트웍스	(2004.06) 넥슨재팬에 자사의 '네페션트(Nefficient) 다운로드 서비스' 제공하는 글로벌 CDN 계약 체결	
씨앤에스테크놀로지	(2004.03) 히타치 인포메이션테크놀로지, AIS 등과 영상전화기 독점공급하는 내용의 업무제휴 계약 체결	
씨앤에스테크놀로지	(2004.07) 일본 퓨전커뮤니케이션에 인터넷 영상전화기 '비주폰' 공급, 퓨전커뮤니케이션에서 10월부터 서비스	
씨앤에스테크놀로지	(2004.09) 일본 근미래통신과 영상전화기 '비주폰' 공급계약 체결, '03년부터 '04년 8월까지 '비주폰 3,500여대 수입에 이어 이번에 3,000대 추가 수입	10억 원
아이넥스	(2004.10) 일본 KDDI에 모바일게임 'Sport Fishing Champ' 제공, 서비스 개시 일주일 만에 1만5천여건 다운로드 되는 성과 (KDDI 게임 인기순위 10위권 진입)	
아이온커뮤니케이션	(2004.03) 일본 관서전력社의 웹사이트 운영기반 시스템에 CMS(Contents Management System) 솔루션 공급	
아이온커뮤니케이션즈	(2004.09) 일본 CSK에 자사 솔루션 '아이온 콘텐츠 서버' 공급	
아이커머테크놀로지	(2004.05) 일본 드림웨어(DreamWare)사와 무선 홈 씨큐리티 시스템(무인경비시스템)(모델명: Home Alone MS-100) 공급계약 체결 하고 2004년 5월15일 1차분 400대 선적 완료	총 1,600대
아이티플러스	(2004.04) 일본 도쿄에 현지법인 '아이티피소프트' 출범	
아이티플러스	(2004.04) 한일 합작 기업인 인텍LGCNS 및 미국계 업체인 머랜트재팬과 기업인프라솔루션 제품 영업 및 판매에 관한 협력계약 체결	
안철수연구소	(2004.02) 백신과 PC방화벽을 하나로 묶은 PC용 통합보안제품 'V3 바이러스블록IS' 출시	
안철수연구소	(2004.03) 일본 와세다대학교와 기후현 에나시 교육위원회에 백신 제품 공급	
안철수연구소	(2004.05) 통합보안관리 신제품 'APC 2.5'를 국내보다 일본에서 먼저 출시 (APC 2.5: 인트라넷환경의 PC에 설치된 백신,보안 프로그램을 중앙에서 관리할 수 있도록 해주는 솔루션)	
안철수연구소	(2004.09) 일본 현지법인 안랩재팬을 통해 일본 팬텔에 PC용 및 서버용 백신솔루션, 백신관리 소프트웨어 공급계약 체결	
안철수연구소	(2004.10) 요코가와전기과 전략적 제휴를 맺고, 바이러스 분석 정보 데이터베이스와 리포트 등 보안 콘텐츠를 공급하기로 합의	
안철수연구소	(2004.10) 일본에 개인용 고성능 통합보안솔루션 'V3 바이러스블록 2005 IS' 출시	
애니파크	(2004.06) 액토즈소프트와 공동개발한 온라인게임 A3의 일본 오픈 베타서비스 개시	

액토즈소프트	(2004.06) 애니파크와 공동개발한 온라인게임 A3의 일본 오픈 베타서비스 개시	
어울림정보기술	(2004.10) 일본 세콤쥬신에츠와 침해대응센터 구축 및 운영계약을 체결하고 시스템 구축 및 운영, 유지보수에 이르는 전 프로젝트를 직접 진행할 예정	
에스텍	(2004.05) 히타치 신규모델물량 추가 수주	
에이맥정보통신	(2002.10) 일본 펜탁스와 MP3플레이어 'HAN-14XS' 기종 납품 MOU를 체결	1년간 20만대
엑큐리스	(2004.06) 일본 CC사와 제품 판매대행에 대한 양해각서 체결, 향후 이 회사를 통해 휴대폰용 빌드업 기관 및 다층회로기관(MLB)를 일본에 수출	초도물량 : 월 2~3억 원
엔씨소프트	(2004.02) 온라인게임 '리니지2' 오픈 베타서비스 실시	
엔씨소프트	(2004.06) 일본에서 온라인게임 '리니지2' 유료서비스 돌입(월이용료 3,000엔, 60일 5,400엔, 90일 7,200엔으로 세계에서 가장 높은 가격)	
엔타즈	(2004.02) 일본 MTI를 통해 브루(Brew)기반 모바일게임을 공급기로 하는 제휴 체결	
엔타즈	(2004.05) 일본 MTI와의 제휴를 통해 국내기업으로는 처음으로 일본 KDDI내 모바일게임사이트 오픈,운용	
엔트리브소프트	(2004.09) 일본 지크레스트와 해외수출 라이선스 계약 체결하고 온라인게임 '트릭스터' 수출	
엘젠	(2004.05) 일본 칼라사와 자사의 PC공유 SW '피씨투게더' 일본지역 판매계약 체결	
엠게임	(2004.03) 일본 허드슨사와 플레이스테이션2(PS2)용 게임 '온라인 뽀버맨'을 공동개발하여 일본에서 발매 개시	
엠투스소프트	(2004.03) 일본 혼다자동차와 성루가 국제병원에 자사의 리포팅툴 제공	
엠투스소프트	(2004.04) LG CNS와 일본 히타치사가 공동개발하는 '일본차세대 대학전용정보화솔루션(URP4J)'에 자사 리포팅툴 '리포트 디자이너' 포함	
엠프론티어	(2004.07) 일본 오리오글로벌과 자사 '이지솔루션'에 대한 일본내 총판계약 체결, 오리오글로벌은 이지솔루션의 일본내 마케팅,영업담당, 엠프론티어는 기술 및 영업컨설팅 지원	계약금 1억2천만 엔(약 12억7200만원)
영림원소프트랩	(2004.05) 일본 현지업체와 제휴맷고 ERP솔루션 'K2시스템' 일본어버전 출시	
영림원소프트랩	(2004.10) 일본 케이씨컨설팅을 파트너사로 지정하고, 내년부터 일본시장에 ERP솔루션 공급할 예정	
영산정보통신	(2004.04) 일본 산요전기와 오사카 현지에 합작법인 '자파코(JAPAKO) 커뮤니케이션즈' 설립 (산요전기의 일본판매망을 통해 영산정보의 e러닝 솔루션 판매)	
우전시스텍	(2004.04) 일본 소프트뱅크BB에 100메가급 VDSL 장비 독점공급 계약 체결	66억 원
우전시스텍	(2004.04) 일본 히타치IT로부터 VDSL 장비 구매 주문 받음	3억4천만 원
웹젠	(2004.02) 일본 파트너업체인 게임온과 온라인게임 '뮤'의 퍼블리싱 계약을 체결하고 일본 상용서비스 개시	

이놉스	(2004.05) 일본내 협력사 이토추상사를 통해 스미토모정밀, YKK AP, 르네시스테크놀로지 등 일본업체 5곳에 자사 제품데이터관리 (PDM)솔루션 '다이나PDM' 공급	총 100만 달러
이모션	(2004.06) 지난 2달간 일본 NTH와 다음커뮤니케이션의 일본법인 다음인터랙티브의 웹사이트 구축 프로젝트 수주	총 5억2천만 원
이미지퀘스트	(2000.11) 일본 현지법인 설립 및 LCD TV 생산 판매	
이미지퀘스트	(2001.11) 일본 현지법인 설립	
이쓰리넷	(2004.06) 일본 2대 이동사업자 KDDI의 게임퍼블리싱 전문업체인 미디어링과 자사 모바일게임 '동전쌓기'의 공급계약 체결 : 현지화 작업을 거친 후 8월경 KDDI를 통해 정식 서비스될 예정	
잉카인터넷	(2004.07) 일본 세가에 게임보안솔루션 '게임가드' 공급키로 하고 오는 3일 정식 계약 예정, 세가는 자사 온라인게임 '파이브스타'에 '게임가드'를 사용할 계획	
제이스텍	(2004.06) 일본 페어링크(Pairlink)사와 멀티미디어 단말기(PMP) 공급에 관한 MOU 체결	44억 원(2만 세트)
제이스텍	(2004.10) 일본 페어링크사와 휴대용 멀티미디어 단말기(PMP) 공급계약을 체결하고 이달 하순 선적할 계획	첫 물량 5천대(140만 달러), 내년 1월말까지 추가공급
주연테크	(2004.07) 일본 어플라이드에 주문자상표부착(OEM)방식으로 PC 수출계약 체결, 이달말 1차선적	2천대
지란지교소프트	(2004.09) 일본 유미리링크와 기업용 메신저 및 스팸차단 솔루션 '스팸스나이퍼' 수출계약 체결	
카디날정보기술	(2004.10) 일본 히타치 SEA와 웹보안솔루션 아이키퍼(iKeeper) 공급계약을 체결하고 히타치그룹 계열사에 공급 시작	
케이아이티비	(2002.07) 일본 가가전자와 쌍방향 TV 셋탑박스 수출계약 체결	590만 달러
케이아이티비	(2003.07) 일본 솔리톤 시스템즈사에 올해 안까지 쌍방향TV 셋탑박스 공급계약 체결	705만 달러
코디콤	(2004.06) 일본 ITA비디오서비스사와 3년간 DVR을 공급하는 내용의 양해각서 체결	3년간 총 18억 엔 (188억3,900만원) - 1차년도 5억 엔, 2차년도 6억 엔, 3차년도 7억 엔
코리아센터닷컴	(2004.05) 일본 캔시스템과 자사 인터넷쇼핑몰 구축서비스 '메이크샵' 서비스 판매계약 체결	
코리아퍼스텍	(2004.04) 자사 '동영상기반 양방향 직접 전자상거래(DIM: Direct Interactive Motion Picture Electronic Commerce)' 시스템이 미국에 이어 중국, 일본에서 각각 특허 획득 (TV전자상거래(T커머스))	
코어트러스트	(2004.04) 일본 월드원넷에 엠팩2(MPEG2) 주문형비디오(VOD)용 DRM솔루션 '미디어키퍼4.0 셋탑박스' 공급	
코어트러스트	(2004.05) 일본 월드원넷과 콘텐츠 보안솔루션 '미디어키퍼 4.0 - STB' 공급계약 체결	
코인텍	(2004.03) 일본 미츠이 그룹내 8개 계열사와 ERP ASP 서비스 계약을 체결	
텍산아이앤씨	(2002.12) 일본 이온그룹과 LCD TV 공급계약 체결	5만대

테르텐	(2004.07) 일본 프레파네트웍스에 컨텐츠 보안제품 '박스셀' 공급, 프레파네트웍스는 자사 컨텐츠 자동판매기인 '브이박스(V-Box)'에 박스셀 사용	
테스텍	(2004.06) 지문인식 보안제품의 핵심기술인 '접촉 발광식 지문인식 센서'로 일본 특허 취득	
테크시스템테크놀로지(TST)	(2004.05) 일본 NEC필딩과 추부전력 등에 통합과금솔루션 공급, 코나미온라인과도 솔루션 공급계약 체결 예정	
테크시스템테크놀로지(TST)	(2004.05) 일본 NEC필딩에 차세대 통합과금솔루션 공급	
텔슨전자	(2004.06) 미국법인 텔슨USA를 통해 일본 교세라와 제휴하여 MP3폰, 캠코더폰, 고화질 카메라폰 등 고가폰을 공동개발해 세계 시장에 공동진출 (우선 미국에 공동진출)	
텔코웨어	(2004.07) 일본 소프트뱅크BB에 텔로웨어 주력상품인 HLR솔루션이 들어가있는 구내무선전화시스템 W-PBX시스템 수출	12억 원
파이오링크	(2003) 히타치IT,미쯔비시 등을 포함해 50여개의 고객사 확보	
파이오링크	(2004) 2004년 1분기 일본 FXC,SMC,요코야마 등을 비롯한 40여 곳에 네트워크 장비 공급	
파이오링크	(2004) 중국시장 유통망 확보	
파이오링크	(2004.06) 일본 현지지사 설립하고 엔터프라이즈 시장 중점공략	
포스데이터	(2004.04) 일본 보안전문업체 도드웰BMS와 DVR 공급계약 체결, 연말까지 16채널 고급형 '포스워치 PRO'와 '포스워치 'STD'를 2천 대 이상 자체브랜드로 독점 공급할 예정	570만 달러
포스데이터	(2004.05) 일본 SI업체 JGC인포메이션시스템즈에 자사 비즈니스 프로세스관리(BPM) 솔루션 '이엑스플로우(eXFlow)' 공급	
포스데이터	(2004.05) 일본 SI업체인 JGC인포메이션시스템스와 비즈니스 프로세스 관리(BPM) 사업을 위한 전략적제휴 체결	
하늘데이터	(2004.03) 뉴테크웨이브와 함께 PC복구프로그램, 내부정보 유출방지시스템 등의 판매 개시	
하우리	(2004.06) 일본에서 하우리재팬을 통해 데이터 복구 프로그램 신제품 2종 출시	연간 50억 원 규모 추진, 올해 3억 원 가량 매출 예상
한국가상현실	(2004.07) 일본 3개업체와 대리점 및 에이전시 계약을 맺고 일본 3차원 가상현실 설계 소프트웨어 시장에 진출	
한국게임산업개발원	(2004.10) 일본 엔터브레인과 게임정보 교류에 관한 업무협약 체결	
한글과컴퓨터	(2004.04) 일본 최대 컴퓨터 유통업체인 야마다전기와 사무용 SW '싱크프리오피스' 공급계약 체결	
한빛소프트	(2004.04) 일본 게임팻사와 온라인게임 '팡야' 수출계약 체결	계약금 20만 달러 + 로열티 30%
한성엘컴텍	(2004.04) 일본 마쓰시타의 CIS(CMOS 이미지센서)를 탑재한 200만화소 카메라모듈 개발할 계획	
한아시스템	(2004.07) 일본 크롬사이즈와 초고속디지털가입자회선(VDSL) 공급 계약 체결	1차 4억4천만 원
한컴리눅스	(2004.10) 하우리, 오픈맥스와 공동으로 일본 GEMX사에 자체개발	

	한 리눅스서버를 주문자상표부착방식(OEM)으로 수출	
현주컴퓨터	(2003.07) 일본 MCJ와 수출계약 체결	2년간 월 3천~7천대
휴맥스	(2002.11) 일본 법인설립 이후 2002년 12월 일본 스카이퍼펙TV에 방송수신기 공급	
휴맥스	(2002.11) 일본 우주통신에 방송 수신기 공급	
CCR	(2004.09) 일본 세가와 3D 온라인게임 'RF온라인' 수출합의서 작성	계약금 150만 달러 + 매출액의 20% 로열티
CHK한강	(2004.03) 일본 테크니컬일렉트론사와 자사 침입방지시스템(IPS) 공급계약 체결	연간 1,000대 (약 64억 원)
CJ인터넷	(2004.09) 일본 소프트뱅크그룹과 공동으로 'CJ인터넷재팬'을 설립하고 일본에서 게임포털 '넷마블재팬'을 서비스하기로 하는 양해각서 교환 (지분은 각각 50%씩 보유)	
ITS테크놀로지	(2004.06) AOI(Automated Optical Inspection) 장비 전문업체인 ITS테크놀로지는 일본 현지업체인 다이니폰스크린(DNS)사와 현지 판매계약 체결한 이래 NEC 토판 및 도쿄 후지쿠라에 각각 PCB 필름검사기와 FPC 검사장비 공급	
KAIST 강성철 박사팀	(2004.04) 일본 국제재난구조센터에 로봇 수출	1대(6만 달러)
KH바텍	(2004.09) 일본 교세라에 이어 모토로라,지멘스,NEC 등을 신규거래선으로 확보, 4/4분기부터 마그네슘 케이스와 전자파차단 부품(EMI실드)을 각각 납품할 예정	
KTF	(2004.04) 일본 SIM(가입자인식모듈) 자동로밍 서비스 개시	
LG전자	(2004.05) 일본 노스(North)사와 공동개발한 차세대 빌드업 기관 제조공법인 'NMBI(Neo Manhattan Bump Interconnection) 2' 버전과 관련, 양사가 기술판매에 따른 로열티 수입료를 50대 50으로 배분하기로 합의	
LG전자	(2004.05) 일본 노스사와 공동으로 차세대 빌드업 공법인 'NMBI(Neo Manhattan Bump Interconnection) 2 버전' 로열티에 대한 합의 완료	
LG필립스LCD	(2004.09) 일본 마쓰시다와 LCD TV 공동개발에 나서 지난 4월말 개발완료, 이후 전략적협력 지속 (삼성전자와 소니의 합작에 따른 시장지배력 강화를 막고 향후 확대될 LCD TV시장의 경쟁력 강화를 위한것)	
LG히다찌	(2004.05) 일본 최대 규모의 연구용 IP네트워크인 'JGN 2(Japan Gigabit Network 2)'의 백본용 스위치로 자사의 IPv6 대응 기가비트 스위치 'GS4000 시리즈' 공급	20여 대
NHN	(2004.04) 일본 현지법인인 NHN재팬에 유상증자 방식으로 107억 원 추가 투자(총출자액은 212억여 원으로 늘어남)	
OTS테크놀로지	(2004.06) 일본 산업용 라미네이터 업체인 MCK사와 일본 현지판매를 위한 전략적 제휴 체결기로 합의	

(자료: ICA)

V. IT 동향

□ 日, 휴대전화 1억대 돌파 (2008.1)

- 일본 휴대전화 시장이 2007년 12월말 기준 사상 최초로 1억대를 돌파한 것으로 조사. 전기통신사업자협회의 조사에 따르면 2007년 11월말 시점의 휴대전화 대수는 9,997만 2,000대였으며, 12월 가입분 (21만 8,000대)이 추가되어 1억 44만 1,100대를 기록
- 휴대전화는 어린이나 고령자들에게도 보급이 진행되며, '1인 1대' 시대에 가까워지고 있는데, 조사기관인 인포멀 텔레콤&미디어에 따르면, 해외에서는 2007년 11월말 시점에서 중국과 미국, 인도, 러시아, 브라질의 휴대전화 보유 대수가 1억대를 넘어선 것으로 집계됨
- 일본의 휴대전화는 1985년 9월 NTT가 출시한 장비를 어깨에 짊어지고 이동하는 카폰인 '숄더폰'으로부터 시작됨. 당시 숄더폰은 중량이 3Kg이나 됐지만, 자동차에서 떨어진 상태에서도 이용 가능한 형태로 제작됨. 숄더폰이 출시된 지 22년 만에 휴대전화 보급이 1억대를 넘어선 것
- 총무성에 따르면, 휴대전화는 지난 2000년 3월에 5,000만대를 돌파했고, 약 8년 만에 2배로 증가. 그러나 전년 대비 증가율은 94년에 휴대전화 단말기가 렌탈제에서 판매제로 바뀐 직후인 95년도 말에 135.6%를 기록한 이후, 지속적으로 하락해 왔으며 2006년도 말에는 5.4%까지 떨어짐. 한편 간이형 휴대전화(PHS)를 포함시킬 경우 이미 2007년 1월말 1억대를 돌파

□ 日 도코모, PHS 서비스 종료 (2008.1)

- 일본 최대 이동통신사업자 NTT도코모는 지난 1월 7일, 1995년 개시한 PHS(간이형 휴대전화) 서비스를 종료. 同社는 향후 휴대전화 사업에 경영 자원을 집중시킬 계획. 도코모가 서비스를 종료함에 따라, 월컴만이 PHS 서비스를 제공하게 되었음
- PHS는 일본에서 개발된 기술로, 기지국의 송신 출력이 휴대전화에 비해 작은 대신 설치비가 싼 것이 특징. 지난 1995년 7월 도코모의 전신(前身) 중 하나인 NTT퍼스널과 DDI포켓(現 월컴)이 서비스를 개시한 이후, 저렴한 기본요금 등이 인기를 모으며 정점기인 1997년 9월에는 가입자 수가 706만 명에 달하기도 했음
- 그러나 기지국 설치 속도가 보급 속도를 따라가지 못해 연결이 잘 되지 않는다는 이미지를 갖게 된 데다, 휴대전화 서비스의 요금이 내려가면서 경쟁력을 잃게 됨에 따라 이용자가 감소하기 시작해, 지난해 11월 기준 일본 내 PHS 서비스 총 가입자 수는 약 485만 명에 그침
- 도코모의 철수로 유일한 PHS 서비스 제공업체가 된 월컴은 지난해 말, 기지국에서 단말기로의 데이터 전송 속도가 초당 20메가비트 정도인 고속 차세대 PHS 서비스 개시를 위한 사업 면허를 총무성으로부터 교부 받음. 향후 同社는 이 사업을 중심으로 PHS 서비스 보급에 다시 나선다는 계획

□ 日 전자 업체들, 인수합병 가속화 전망 (2008.1)

- 일본 전자 업계에서는 대다수 업체들이 슬림형 TV와 휴대전화, 가

전 등 모든 제품에 있어서 과다 경쟁을 벌이고 있음. 2007년 말에는 도시바—샤프와 마쓰시타—히타치—캐논의 기업 연합이 탄생했으며, 이로 인해 업계 재편이 더욱 가속화될 전망

- 반도체 부문에서는 도시바와 NEC일렉트로닉스 연합에 대항하기 위해 히타치와 산요전기가 반도체 사업을 통합한 르네사스테크놀로지 와 마쓰시타가 손을 잡았음
- 또한 세계적으로 LCD TV 단가가 지속적인 하락세를 나타내는 상황에서, 샤프가 2007년에 파이오니아와 자본 및 업무를 제휴함에 따라 同 사업의 확대에 박차를 가할 가능성도 있음
- 한편 휴대전화 업계의 재편 가능성도 커지고 있는데, 해외 휴대폰 시장은 스웨덴 에릭슨, 핀란드 노키아, 삼성전자의 독점 형태이기 때문에 일본 내에서는 통신사업자들이 고가의 단말기를 판매하는 대신 저가의 요금 제도를 도입하고 있으며, 이에 따라 단말기 구입 교체 수요가 감소할 전망

□ 日 컴퓨터 시장, 일체형 데스크탑 인기 (2008.1)

- 일본 컴퓨터 시장에서 LCD 디스플레이와 컴퓨터 본체를 합친 일체형 데스크탑 기종의 판매가 호조를 보이고 있는 것으로 조사
- 각 생산업체가 20인치 이상의 대화면 모델을 출시하고 있으며, 지상파 디지털방송 튜너와 비디오 편집 소프트웨어를 탑재시키는 등 AV(오디오·비디오)기능을 강화시키고, 디자인에 중점을 둔 것이 주효한 것으로 분석됨

- 연말 시즌 판매에서도 일체형 데스크탑의 판매 점유율은 50%를 넘어서며 데스크탑의 주류로 등장. 각 생산업체들은 TV 수요가운데 일정 비율을 AV기능을 강화시킨 일체형 컴퓨터로 전환시키겠다는 전략으로 판매가 늘지 않고 있는 일본 내 컴퓨터 시장의 활성화를 꾀할 방침
- 조사기관 Gfk재팬에 따르면, 연말 시즌 판매가 시작된 2007년 11월 후반 이후에 일체형 기종의 판매 점유율이 50%를 넘어서며, 디스플레이와 본체가 분리된 기존의 데스크탑 기종을 상회
- 또한 조사기관 BCN에 따르면, 11월 가전 판매점 등에서 판매된 인기모델 상위 10기종 가운데 7기종이 일체형 데스크탑으로 조사. 디스플레이의 크기도 지난해 전반까지 주류였던 17인치에서 대형화되었음
- 소니는 겨울 모델부터 일체형 'VAIO typeL'에 22인치 디스플레이를 투입했고, 후지쓰도 'FMV DESKPOWER LX'에 22인치 디스플레이를 추가함. 애플의 'iMac'도 2007년 8월부터 17인치를 없애고 20인치와 24인치로 특화했음
- 지상파 디지털 튜너와 TV 프로그램을 녹화할 수 있는 차세대 DVD '블루레이디스크' 등을 탑재함으로써 AV기능을 강화시킨 모델도 다수 선보임. 저렴한 가격의 제품을 선보이고 있는 델 등도 일체형 디지털방송 튜너 탑재 기종을 12월에 투입
- 일본의 각 업체들은 2~3년 전부터 데스크탑 컴퓨터시장의 활성화를 위해 32인치 이상의 LCD 디스플레이 일체형 기종을 출시했지만, 제품 가격이 높고 일반 TV보다 상품 수명이 짧다는 이유로 판매는 저

조했음. 그러나 '방안에서 볼 수 있는 TV'라는 컨셉으로 각 업체들은 콤팩트한 일체형 기종을 강화하는 전략으로 전환

□ 日 차세대 무선통신, KDDI·윌콤으로 내정 (2007.12)

- 日 총무성은 2009년에 시작될 차세대 고속무선통신 면허를 KDDI 등의 사업자 그룹과 PHS 윌콤社에 부여할 방침. 이에 따라 선정에서 제외된 NTT도코모와 소프트뱅크 등은 사업계획 수정이 요구되고 있는 상황
- 차세대 무선은 실외에서 이동 중에도 고속인터넷에 접속할 수 있는 새로운 서비스로써, 총무성은 2.5GHz의 주파수를 30MHz씩 두 진영에 배분할 방침으로 KDDI, 윌콤, 아카네트위크와 NTT도코모, 소프트뱅크와 이엑세스 등 4개 그룹이 경합을 벌여왔음
- 총무성은 사업계획과 기술력 등 약 120개 항목을 심사했는데, 2003년에 가장 먼저 기술개발 검토를 시작한 KDDI와 일본 기술로 중국 시장 진출에서 실적을 올리고 있는 윌콤에게 면허를 부여할 방침
- KDDI는 美 인텔 등과 새로운 회사를 설립하고, 통신규격 'WiMAX'를 채용해 2009년에 사업을 시작할 계획이며, 2013년까지 통신망 정비 등에 1,440억 엔을 투자할 계획. 윌콤도 2009년 중으로 사업을 개시하고, 2015년 말까지 2,000억 엔을 투자하여, PHS보다 통신속도가 대폭 향상된 차세대 PHS 서비스 보급을 목표로 설정

□ 日, 휴대전화 사이트 통신판매 급성장 (2007.12)

- 휴대전화 사이트를 이용한 통신판매는 데이터 통신 속도 향상 및 장

소에 구매받지 않는다는 이점에 힘입어 시장규모가 연 30~40%로 급성장하고 있음. 시장 규모 성장을 견인하고 있는 주 고객층은 의류 등의 상품정보에 관심이 많은 25~34세(F1층). 이러한 고객층이 손안의 휴대전화 단말기를 이용해 망설임 없이 상품을 구매하는 성향이 새로운 소비의 흐름을 탄생시키고 있음

- 조사기관인 후지경제에 따르면, 2007년 휴대전화 사이트 통신판매 시장은 2,715억 엔에 달할 전망으로, 5년 전과 비교해 약 12배 가까이 성장. 단말기 성능의 향상과 데이터 통신 정액요금제의 보급 등이 큰 영향을 미친 것으로 분석
- 시장을 지탱하고 있는 F1층의 중심은 여성이며, 인터넷 통신판매와 비교해 의류와 화장품, 액세서리 등의 판매가 눈에 띄고 있음. 대형 인터넷 통신판매 업체도 휴대전화 사이트를 강화하고 있는데, 야후는 11월말에 상품영상을 다양하게 기재할 수 있도록 하는 한편, 라쿠텐도 항목을 세분화시키는 등 검색 기능을 강화
- 한편, 인터넷 통신판매와 비교해 휴대전화 통신판매에서의 구매단가는 라쿠텐 등 대형 업체에서도 수천엔 정도로 낮은 편. 평판 TV나 가구와 같은 대형의 고가제품을 구입하는 고객도 있지만, 아직 소수에 지나지 않아, 구입 빈도와 단가를 어떻게 끌어올리는가가 향후 성장의 성패를 좌우할 전망
- 휴대전화 사이트 통신판매는 상품특성 설명 면에서 부족한 점이 있어, 폭 넓은 층의 소비자를 끌어들이기 위해서는 동영상과 같은 서비스의 도입 등이 요구되고 있음

□ 日 히타치, 인간처럼 움직이는 초경량 로봇 출시 (2007.11)

- 히타치社가 업계 최초로 인간처럼 두 다리로 걷고 다리를 구부려 앉을 수 있으며 2개, 4개 바퀴로 전환되어 구를 수도 있는 휴먼노이드 로봇을 출시, 고령화 시대에 대비 인간의 노동력을 보완할 수 있는 로봇 개발에 대한 기대감을 높이고 있음
- 도쿄에서 열린 로봇 시연회에서 키 80cm, 무게 13kg의 빨간 재킷과 모자를 쓴 "EMIEW 2" 로봇은 음료수나 문서를 가져오고, 사무실 방문객을 안내하는 모습을 선보임. 센서를 통해 로봇은 목표물의 위치를 학습하고 움직이는 사람을 인식해 자리를 비켜줄 수도 있음. 또한 안내원이나 근무시간 후에는 보안 모니터로도 사용할 수 있도록 고안됨
- 이 로봇의 시연은 인간을 돕고 공존할 수 있는 로봇에 대한 연구가 한 걸음 더 진보했음을 시사. 일본의 기업들은 급속히 고령화되어 사회에서 향후 노동력 부족을 보완하기 위해 휴먼노이드 로봇 개발에 주력하고 있는데, EMIEW 2를 개발한 히타치가 그 중 하나. 한편, Mitsubishi 중공업은 올해 초 일상생활에 필요한 10,000단어를 인식하고 병원과 사무실 안내 데스크에서 일할 수 있는 휴먼노이드 로봇을 임대하기 시작

□ 후지쯔, 의류용 워셔블 RFID태그 개발 (2007.10)

- 일본의 후지쯔(Fujitsu)社는 RFID(무선인식) 기술을 이용하여 유니폼의 대여와 반납을 관리할 수 있도록 도와주는 새로운 기술을 개발함. UHF 주파수를 이용하는 'Tagfront'는 부드러운 리넨 소재의 세탁 가능한 RFID 태그로서, 유니폼에 사용되어 의류의 재고 현황을

실시간으로 추적하는 것이 가능

- 최근 도쿄에서 개최된 '일본 IT 전자박람회(CEATEC)'에서 소개된 이 태그는 유니폼에 부착되어 착용자를 포함한 의류의 상세한 정보를 제공함. 또한, 의류의 ID 태그는 직원의 ID 번호와 함께 인식되어 어떤 직원이 어떤 유니폼을 입었는지 실시간으로 보여줘, 유니폼 분실 및 도난 위험을 줄일 수 있음
- 이 태그는 4피트 이상 떨어진 거리에서도 판독이 가능할 정도로 판독율이 높고, 길이는 2.5 인치 이하, 무게도 2 그램으로 매우 유연하고, 다림질의 높은 온도와 100번 이상의 세탁에도 견딜 수 있도록 고안됨. 태그프론트 시스템은 많은 유니폼을 사용하는 호텔이나 결혼식 등의 예식용 의상을 대여하는 매장 등에 적용 가능할 것으로 예상됨
- 한편, Paxar社는 RFID 시스템을 활용한 탈의실 거울을 개발하였는데, 이는 고객이 매장의 탈의실에서 RFID 태그가 부착된 옷을 거울 앞에 가져가면 자동적으로 브랜드와 의류 세부설명, 사이즈 및 컬러 정보는 물론, 믹스앤매치 코디법을 보여주는 기능을 갖추

□ 日 전자업체, IT 제품의 저소비 전력화 경쟁 (2007.10)

- 대화면 평판 TV의 보급 확대와 브로드밴드 통신의 보급 확대에 힘입어 업무용 컴퓨터가 급증함에 따라 IT 제품의 저소비 전력화 경쟁이 치열하게 전개되고 있음. 지난해 IT 제품이 소비한 전력은 일본의 총 전력량 중 5%를 차지하며 이산화탄소 배출량이 증가하는 이른바 'IT 온난화 문제'가 심각해지고 있기 때문

- 기업에서는 IT화에 따른 전력 비용 상승으로, 기기의 저소비 전력화가 주요 현안으로 대두. 이와 관련해, 소니가 오는 12월 세계 최초로 출시할 예정인 유기EL TV는 기존 LCD TV에 비해 1인치당 60%에 불과한 낮은 소비전력으로 귀추가 주목됨
- 경제산업성에 따르면 2006년 디스플레이 소비 전력량은 156억kWh로, 총 전력량의 약 1.5%를 차지. 20년 후에는 5.2배인 816억kWh로 늘어나면서 문제가 더 심각해질 전망이기 때문에, 유기EL뿐만 아니라 LCD를 포함한 TV의 저소비 전력화는 전자 업체들의 중요한 과제로 인식되고 있음
- PC와 게임기도 고성능화로 인해 소비전력이 증가하고 있으며, 통신모뎀 등 가정 내 네트워크 기기의 보급도 급속히 진행 중. 단품으로는 별다른 영향을 끼치지 않지만, 수백만, 수천만 대가 가동될 경우 막대한 영향을 미친다는 설명. 이에 따라 후지쓰가 센서로 사용자를 감지해 사용자가 자리를 뜨면 PC 화면의 전원이 꺼지는 기능이 개발되는 등, 업체들은 저소비 전력화를 위한 노력을 시작
- 가전기기 이상으로 전력 소비량의 증가가 우려되고 있는 것이 바로 업무용 컴퓨터인 서버와, 서버를 집적한 데이터 센터 등 기업 부문의 IT 기기임. 전 세계에서 10억 명이 PC로 인터넷에 접속하고, 매일 20억 통의 전자 메일이 오고가며, 동영상 송신과 같은 대용량 콘텐츠가 증가하는 등, 정보 처리량은 비약적으로 확대
- IT 기술에서 앞선 미국에서는 인텔 등 반도체 기업과 구글과 같은 인터넷 기업이 중심이 되어 기기의 저소비 전력화를 추진하는 조직을 설치하고 있음. 일본의 IT 업계에서도 이러한 조직 설립이 모색되는 등, 업체들에 의한 기술 개발 경쟁과 함께 에너지 절약 기술에

의한 기업 연계도 활발해질 전망

□ 日 샤프, 2007년 휴대전화 출하량 1위 (2007.9)

- 日 시장조사기관 IDC 재팬이 9.6(木) 발표한 2007년 4~6월 휴대전화 단말기의 일본 내 출하량은 전년 동기 대비 7.9% 증가한 1,337만 대를 기록
- 업체별 시장점유율에서는 日 샤프가 30%대로 올라서며 5분기 연속 1위 자리를 지켰는데, 휴대전화용 지상파 디지털 방송 '원세그' 대응 기종 등 고기능 기종의 인기로 NTT도코모, KDDI(au), 소프트뱅크 모바일 등 이동통신 3社용 제품의 판매 호조로 높은 점유율을 획득
- 日 후지쓰는 중·고생용 '라쿠라쿠폰' 시리즈의 점유율이 13.4%로 2007년 1/4분기보다 5.4%p 상승해 5위에서 3위로 상승
- 한편 日 파나소닉모바일커뮤니케이션은 시장점유율을 1.9%p 늘려 2위로 올라섰고, 1/4분기에 2위였던 도시바는 5위로 후퇴했으며, NEC는 4위 자리를 지켰으나 시장점유율은 0.3%p 하락한 것으로 집계됨

VI. 일반 현황

1

국가개요

□ 국가개요

- 국명 : 일본(JAPAN)
- 수도 : 도쿄(Tokyo)
- 인구 : 약 1억2,775만 명(총무성 통계국 2007.1.21 기준)
- 면적 : 38만km²(한반도의 1.7배)
- 종교 : 神道(49.4%), 불교(44.7%), 기독교(0.8%) 등
- 언어 : 일본어 (공용어)
- 인종 : 몽고족(야마토족) 99%이상, 기타 재일교포, 아이누족 등 1% 미만
- 정부형태 : 입헌군주제(내각책임제)
- 주요 인사
 - 국 왕 : 아키히토(明仁) 天皇(Emperor Akihito)
 - 총 리 : 후쿠다 야스오(제 92대 총리)

※ 출처 : Kotra(2007년 1월 기준)

2

경제지표

□ 경제 지표

- 명목 GDP : 505.3조엔(2005 년도)
- 1인당 GDP : US\$ 35,751(2005년 명목 GDP 기준)

- 실질경제성장률 : 2.2%(2006년, GDP 성장률)
0.8%(2007년 1/4분기 GDP 성장률)
- 실업률 : 3.8%(2007년 3월)
- 물가지수
 - 소비자물가 : 0.3%(2006년 12월, 전년비)
 - 국내기업물가 : 2.5%(2006년 12월, 전년비)
- 화폐단위: Japan Yen
- 환율 : US\$ 1 = 123엔(2007.6.30일 기준)
- 교역규모(2006년)
 - 수출 : US\$ 6,465억
 - 수입 : US\$ 5,772억
 - 무역흑자 : US\$ 693억
- 외환보유액(2007년 5월 기준) : US\$ 9,111억
- 산업구조 : 1차 산업 4.4%, 2차 산업 27%, 3차 산업 67.4%

※ 출처 : 한국수출입은행, KOTRA

3

양국 간 협력 관계

□ 양국 간 협력 관계

- 외교관계
 - 1965.12.18 국교정상화
 - 1965.12.18 대사관 개설('49년 개설된 주일대표부 격상)
- 체결협정
 - 기본관계조약(65.12)
 - 어업협정(65.12)

- 재일교포 법적 지위협정(66.1)
- 청구권 및 경제협력협정(65.12)
- 문화재 및 문화협력협정(65.12)
- 분쟁해결에 관한 교환공문(65.12)
- 무역협정(66.4)
- 대륙붕협정(78.6)
- 과학기술협력협정(85.12)
- 해난구조 및 긴급 피란협정(90.5)
- 환경보호협력협정(93.9)
- 이중과세 방지협정. 외교관 관용여권 사증면제 교환각서. 취업관광 사증협정(98.10)
- 新한일 어업협정(99.1. 발효)
- 한.일 투자협정('02.3)
- 한일 FTA: 2004년 11월, 6차 협상 이후 협상 중단

o 對일본 교역규모('06)

- 수출 : US\$ 265억3,400만 달러(전년비 10.4% 증가)
- 수입 : US\$ 519억2,600만 달러(전년비 7.3% 증가)
- 무역수지 적자 : 253억9,200만 달러(전년비 4.2% 증가)

o 주요 수출입 품목

- 수출 : 석유제품, 액정제품, 반도체, 철강판, 무선통신 기기 등
- 수입 : 반도체, 반도체 제조장비, 철강판, 기초유분 등
부품소재 중심

o 투자교류 (일본의 對한국 투자 동향)

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	1962년~2006년
건수	495	553	608	579	9,457

투자 금액	541	2,262	1,879	2,108	19,514
-------	-----	-------	-------	-------	--------

- 교민 : 60만7,419 명(법무성 입국관리국 2004년 발표,
2006년 7월 기준 최신 수치)
 - 일본 내 외국인 거주자의 30.8%로 가장 높은 비중(2위 중국, 3위 브라질 순)을 차지하고 있으며, 1991년부터 감소 추세

※ 출처 : KOTRA