	일본 (도쿄) 사무소 해외동향보고서	작성팀	마케팅지원팀
		담당자	성용찬 소장
		일시	2024.12.

CEPA Insight

- ① Iris Ohyama, 고전하는 가전 시장 만회를 위한 의료·식품 산업 육성
- ② 기업 경상이익, 7분기 만에 처음 감소

① Iris Ohyama, 고전하는 가전 시장 만회를 위한 의료 및 식품 육성

- Iris Ohyama는 의료 및 식품 사업을 육성하기 위해 최선
 - 11월 27일 어린이 일회용 기저귀 사업 진출을 발표하고, 금년부터 관련되어 진행되어 온 식품분야 신규공장을 발표함. 강점을 보이는 전자상거래를 활용할 계획이며, 코로나로 인한 매출 등의 감소를 겪고 있는 가전사업을 보완하는 것을 목표로 하고 있음.

< 아이리스오야마 회사 개요 >

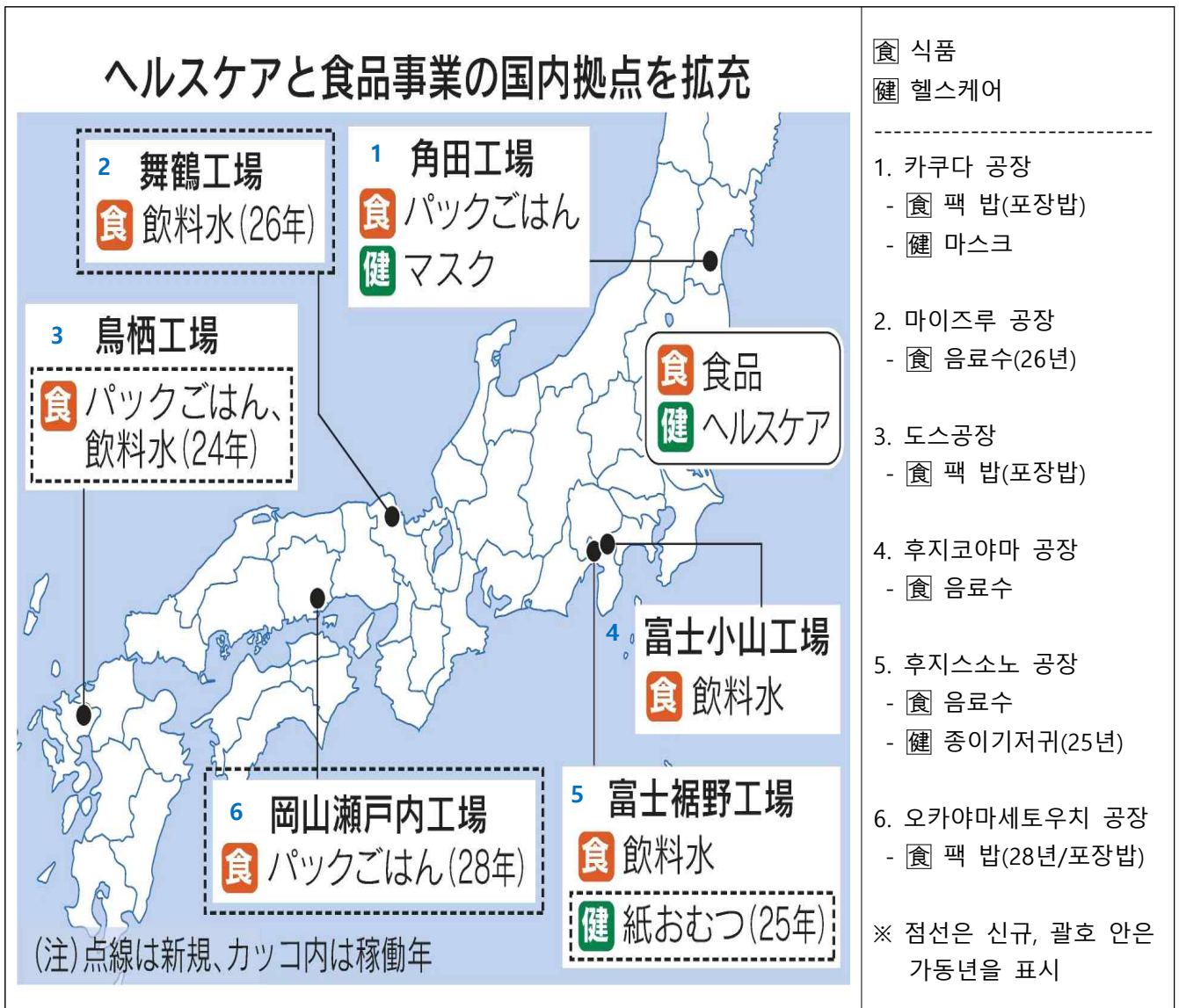
- 일본의 소비자용 플라스틱 및 가전제품 제조 회사. 본사는 미야기현 센다이시에 위치
- 설립자인 오야마 켄타로 회장은 재일교포 3세이며, 19살 때 오사카의 작은 공장에서 처음 기업을 시작해 지금까지 사업을 영위 중
- 생활가전, LED를 비롯한 각종 생활용품을 생산하는 기업으로서, 아마존재팬 매출 2위의 일본 최대 생활용품 기업이며, 특히 혁신적인 제품을 개발하는 것으로 유명한데 세계 최초로 투명 수납케이스와 풀커버 호스릴 등을 개발한 기업임. 생산하는 제품의 종류는 1만5,000여 종이며, 매년 1,000여개의 신제품을 개발하는데 신제품이 매출에서 차지하는 비중이 60%에 달할 정도로 혁신을 거듭하는 기업이다. 일본에서 굿디자인상을 103회나 수상했을 정도로 뛰어난 디자인의 제품을 자랑함.

○ 일회용 기저귀 사업 강화

- 오지네이피어의 유희시설을 매입하여 2025년 상반기에 후지 스소노 공장(시즈오카현 스소노시)에서 생산을 시작함. 마스크와 물티슈 등의 부직포 제품을 취급하는 쓰노다 공장(미야기현 가쿠다시)과 연계하여 부직포 제조 기술의 노하우를 공유.
- 스소노 공장 선택은 물류 전략 때문으로, 공장은 음용수 생산기지이며, 무거운 음용수를 트럭으로 운반할 때 화물차 공간을 활용하여 물류 효율성을 극대화할 계획임.

- 아이리스오야마의 헬스케어 사업의 큰 축은 코로나로 인해 진출한 부직포 마스크 제조사업으로 매출이 2020년 12월 기준으로 매출이 200억엔을 넘어섰음.
- 하지만, 코로나 이후로 특별 수요가 사라져서 2024년 12월 기준 회계 연도에는 70억엔을 유지할 것으로 예상됨.
- 오야마 아키히로 사장은 11월 27일 기자회견에서 “헬스케어 사업을 성장 궤도에 올려 위생용품을 강화하는 등 많은 신상품을 출시해 사업을 확대하고 싶다”고 밝히면서 마스크에서 쌓아온 부직포의 노하우를 살릴 수 있는 일회용 기저귀 시장에 진출하고, 향후 어린이용 제품까지 제품 라인업을 확대해 나갈 것이라고 설명함.

< 헬스케어와 식품사업의 국내거점 확충 >



○ 또 다른 주목할만한 분야는 식품 분야

- 올해 7월에는 도스 공장(사가현 도스시)에서 서일본 최초의 식품 거점으로 포장 쌀과 음용수를 생산하기 시작했으며, 10월에는 교토부 마이즈루시 간사이 지역 최초의 음용수 공장 건설을 발표함. 21년도에 건설계획을 표명했을 때는 가전제품을 생산할 것이라고 설명했지만 국내외 수요를 고려하여 식품 분야로 변경함.

○ 회사의 가전제품 수요 감소 반등으로 1조엔 매출 목표로 매진

- 가전사업의 불황에 따라 아이리스오야마 그룹의 매출은 2023년 12월 기준 2년 연속 감소하였으나, 2024년 12월은 전년 동기 17% 증가한 8,800억엔을 기록해 3년만의 매출 증가를 확보하였지만, 가전사업의 수요 감소가 계속되고 있어 당초 목표의 달성은 어려움이 예상됨.
- 가전제품의 회복은 교체 수요가 예상되는 26년 또는 27년 전후까지는 어려울 것으로 전망됨. 이에 대한 안정적인 매출을 기대할 수 있는 사업으로서 식품이나 헬스케어 사업에 대한 기대치가 높음
- 12월 24일로 끝나는 회계 연도에 음용수, 포장쌀 등 식품사업의 매출은 지난해 동기 대비 48% 증가한 430억 엔으로 예상되며, 2030년 12월까지 1,000억 엔을 목표로 하여 경영의 한 축으로 육성할 방침임.

(출처 : 니혼게자이 2024. 11. 27.)

② 기업 경상이익, 7분기 만에 처음 감소

- 재무성 발표(11. 2.), 7~9월 기업통계에 따르면 전체 산업(금융·보험업 제외)의 경상이익은 약 23조 1,240억 엔으로 지난해 같은 기간보다 3.3% 감소
- 7분기 만에 처음 감소로 해외 기업들과의 경쟁 심화와 일시적인 엔화 절상이 제조업의 이익을 끌어내림.
- 제조업 경상이익은 지난해 동기 대비 15.1% 감소하였으며, 자동차 등 운송 기자재는 16.8% 하락해 가장 큰 폭의 하락을 보임. 해외 판매 경쟁의 심화에 더해 9월에 1달러 = 139엔으로의 일시적인 상승 등, 엔화의 절상으로 인한 것으로 판단됨. 또한, 원유 가격이 하락하면서 석유와 석탄의 경상이익이 급감해 157.2% 하락함.
- 비제조 부분의 경상이익은 4.6% 증가하였으며, 서비스업이 64.3% 증가로 이익 증가에 가장 크게 기여 하였는데, 이는 주로 지주회사의 배당이익 증가에 따른 것으로 보임. 또한, DX(디지털 트랜스포메이션) 관련 투자 증가에 힘입어 정보통신 업

종에서도 이익이 10.8% 증가하였음.

- 자본지출은 지난해 동기 대비 8.1% 증가한 13조 4,110억엔을 기록
 - 14분기 연속 상승세를 기록하고 있으며, 제조업 부분은 9.2%, 비제조업 부분은 7.4% 증가하였으며, 반도체 관련 수요 증가에 따른 생산 능력 증대의 움직임이 활발한 가운데 역 주변 개발에 대한 투자와 숙박 시설의 개업 등이 눈에 띈.
- 순매출은 2.6% 증가한 377조 2,965억 엔으로 14분기 연속 성장세를 기록
 - 제조업 부분은 식품 가격 상승과 화학 물질에 대한 수요 증가에 힘입어 2.8% 증가하였으며, 비제조업 부문도 인바운드 관광(방일 외국인 관광객) 증가에 따른 서비스 및 운송 업종의 호조에 힘입어 2.5% 증가함.
- 경상이익은 7분기 만에 처음으로 마이너스로 돌아섰지만, 7~9월 분기로는 23년 만에 두 번째로 높은 수준(재무부 : 경제의 점진적인 회복을 반영하는 것으로 판단하며, 해외 경기 침체와 물가 상승 여파를 예의 주시)

(출처 : 니혼게자이 2024. 12. 2.)

