

2011. 11. 22

일본 철강 유통채널 재편 동향과 시사점

철강전략연구실

조문제

posco
포스코경영연구소

Executive Summary

일본 유통채널 재편 동향과 시사점

- 최근 일본 코일센터, 유통물량 감소에 따른 가공설비 과잉문제로 재편 움직임 급부상
 - 코일센터를 경유하는 유통물량은 북미시장의 경기회복과 신흥국시장의 확대에 힘입어 2007년까지 1,850만 톤으로 증가했으나, 2008년 리먼쇼크로 인해 최근에는 1,400만 톤 수준으로 급감
 - 이로 인해 일본 코일센터는 가공설비 과잉문제 해결을 위해 Mill직계, 상사계, 오너계 중심으로 설비집약과 거점재편을 위한 통폐합이 추가 추진될 전망
- 과거에도 일본 코일센터는 3개 유형별 재편이 진행되어 왔지만, 2012년 신일철-스미토모 경영통합에 대비, 상사계 중심의 재편이 더욱 활발하게 진행될 전망
 - 이미 일본 코일센터는 경기침체에 따른 수익성 악화로 1995년 153개였던 코일센터가 2010년에 111개로 42개의 코일센터가 통폐합됨
 - 최근 신일철은 일철상사, 미쓰이물산, 오사카강판공업 3개사 산하의 코일센터를 통합하여 신규 유통회사인 'NSM 코일센터 주식회사'를 발족, 일원화를 추진(2011. 10.)
 - 향후 신일철-스미토모의 직계 코일센터 신설, 상사계 중심의 코일센터간 설비집약과 거점재편을 위한 추가 구조조정이 진행될 전망
- 따라서 국내 유통업체도 일본 사례와 같이 설비집약과 거점재편을 위한 통폐합으로 수익성 개선 등의 자구책 마련이 필요
 - 국내 유통 가공설비 과잉문제 등의 다양한 내부문제를 해결하기 위해서는 유통업체간의 통합을 통한 설비집약과 상생할 수 있는 대안 개발 노력이 절실히 필요



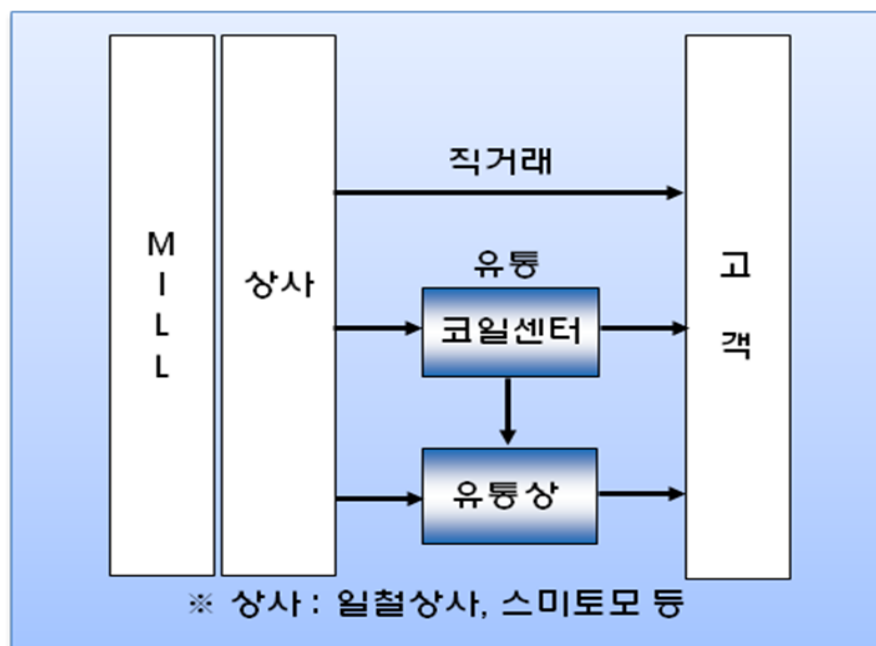
I. 일본 유통채널 재편 움직임	1
II. 일본 코일센터 운영 현황	2
III. 코일센터 재편 원인	3
IV. 재편 특징 및 최근 동향.....	4
V. 종합 및 시사점	6

I. 일본 철강 유통채널 재편 움직임

- 일본 철강 유통채널은 Mill 직계상사(일철상사, 스미토모 등)를 경유하는 폐쇄적인 유통구조로 수입재 방어에 효율적인 구조로 운영

- 일본 전체 철강 유통구조는 크게 직거래가 70%, 유통이 30%의 거래 비중을 차지하며, 최근에는 유통비용 절감을 위한 직거래 비중 증가로 유통물량이 감소하고 있는 추세

< 일본의 철강 유통채널 구조 >



- Mill 직계상사는 내수·수출판매 기능과 호불황에 따른 수급균형 관리 기능을 동시에 수행하며, 2010년 기준 일본 수입물량은 내수 총소비 물량 6,900만 톤 대비 750만 톤으로 7.7% 수준에 그침

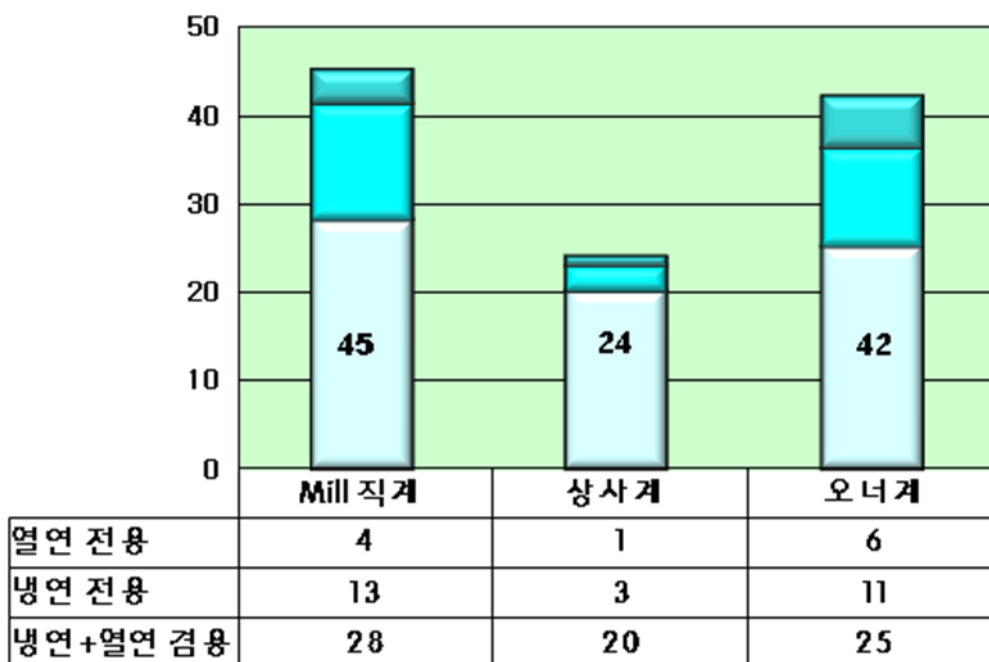
- 이러한 일본 유통구조의 장점에도 불구하고 최근 상사 중심의 코일센터는 유통물량 감소에 따른 가공설비 과잉문제로 재편 움직임 급부상

- 코일센터를 경유하는 유통물량은 2001년 1,640만 톤에서 북미시장의 경기회복과 신흥국시장의 확대에 힘입어 2007년 1,850만 톤으로 증가했으나, 2008년 리먼쇼크로 인해 최근에는 1,400만 톤 수준으로 급감하고 있는 추세

II. 일본 코일센터 운영 현황

- 일본의 코일센터는 2010년 기준 111개로 일본 전역에 산재해 있으며, 지분 구조에 따라 Mill 직계(상사 포함), 독립 상사계, 오너계로 구분(일본코일센터공업조합 등록 기준)
- Mill 직계(Mill 직계상사 포함)는 신일철의 일철상사코일센터 등 21개사, JFE의 화신산업 등 16개사, 스미토모의 북해도코일센터 등 8사 등으로 모두 45개사
 - 독립 상사계는 메탈원의 아사미상공 외 5개사와 이토추 마루베니의 치쿠시강판가공 외 5개사, 한와공업의 한와유통센터 외 3개사 등으로 24개사
 - 오너계는 모두 42개사로 소하상점 등 대형 유통업체도 일부 있으나, 가업 형태로 사업이 이루어지는 개인소유 업체가 대다수 차지

< 일본 코일센터 운영 현황 >



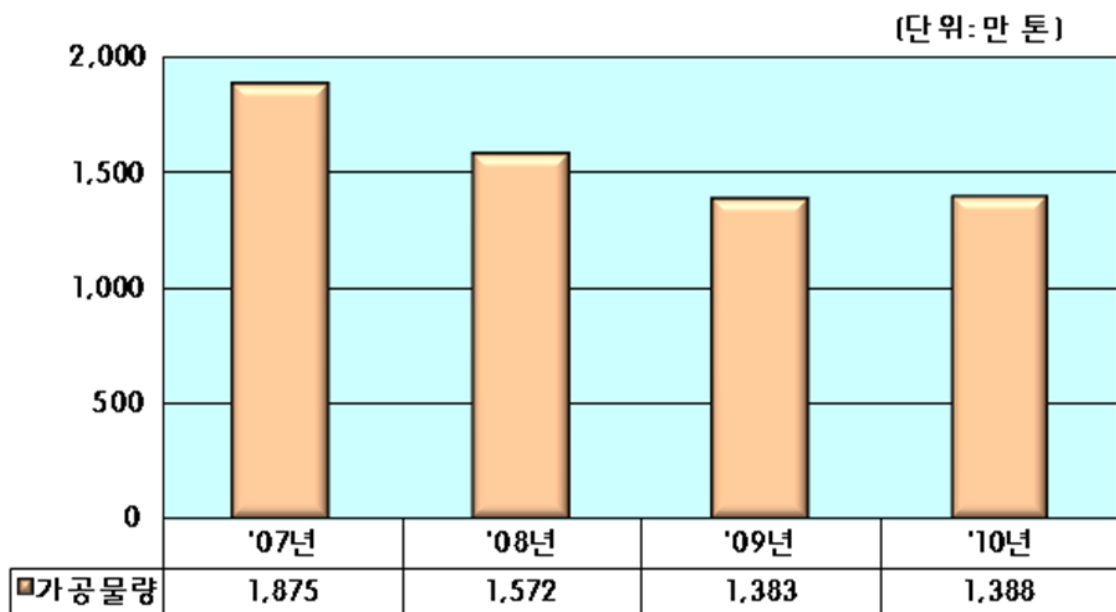
- 111개 코일센터 중 ‘냉연과 열연 겸용’ 코일센터 수는 Mill 직계(상사 포함)가 45개, 상사계가 20개, 오너계가 25개로 전체의 65%를 차지하며, 나머지는 ‘냉연 전용’이 27개, ‘열연 전용’이 11개로 구성

Ⅲ. 코일센터 재편 원인

□ 일본의 코일센터 재편은 엔고에 따른 생산공장 해외이전과 장기 경기침체로 인한 유통물량의 지속적인 감소가 원인

- 최근 엔고로 인한 자동차와 가전업계의 생산공장 해외이전으로 제조업 공동화와 저출산에 따른 인구감소 및 고령화 등으로 내수경기 침체 지속

< 유통물량 감소 추이 >

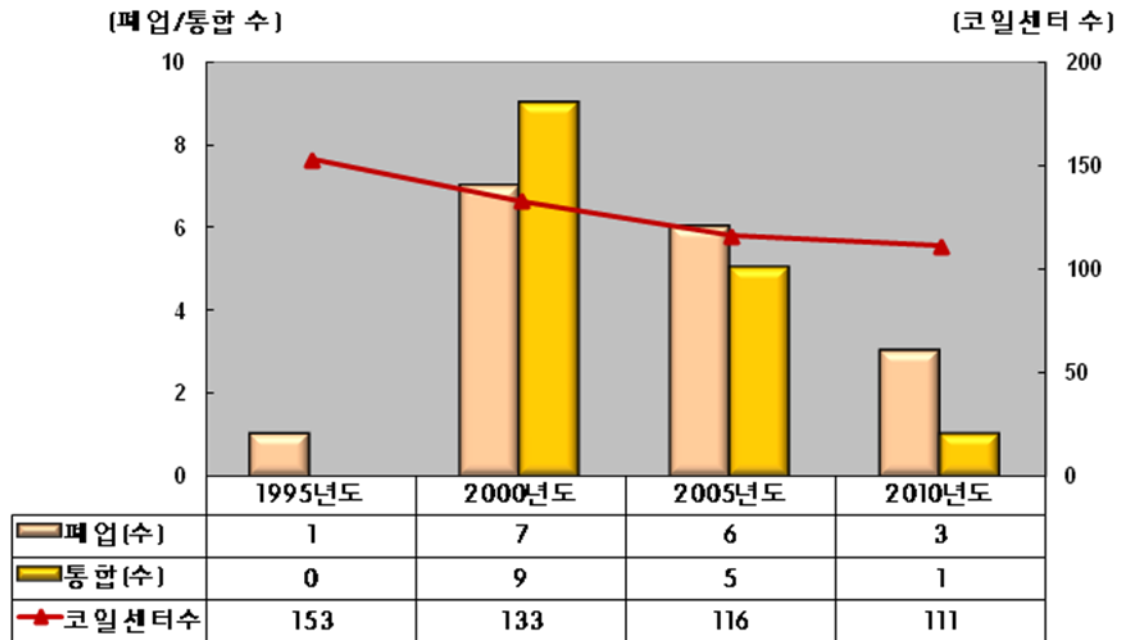


- 2007년 1,875만 톤이던 유통 가공물량은 2008년 리먼쇼크에 따른 세계 동반 불황을 계기로 2010년에 1,390만 톤으로 급감

□ 이로 인해 일본의 코일센터 수는 1995년 153개에서 2010년 111개로 42개(28%)가 폐업되거나 통합

- ‘일본코일센터공업조합’ 등록업체 기준에 따르면, 과거 15년 동안 코일센터는 폐업 15개, 통합 16개, 회원사 입·탈퇴가 11개
 - 과거 1990년대 초반, 버블경제 붕괴 이후 5년(1995년~2000년)동안 코일센터 폐업과 통합이 모두 16개로 가장 활발하게 추진
 - 최근에는 지속적인 경기침체에 따른 코일센터의 수익성 악화로 통합보다는 오히려 중심의 폐업이 많이 이루어짐

< 코일센터 폐업 및 통합 추이 >



※ 폐업/통합 이외의 코일센터는 공업조합 회원에서 입탈퇴. 구간은 5년 기간 동안의 합계

IV. 재편 특징 및 최근 동향

□ 코일센터 재편은 Mill 직계, 상사계, 오너계에 따라 상이하게 진행

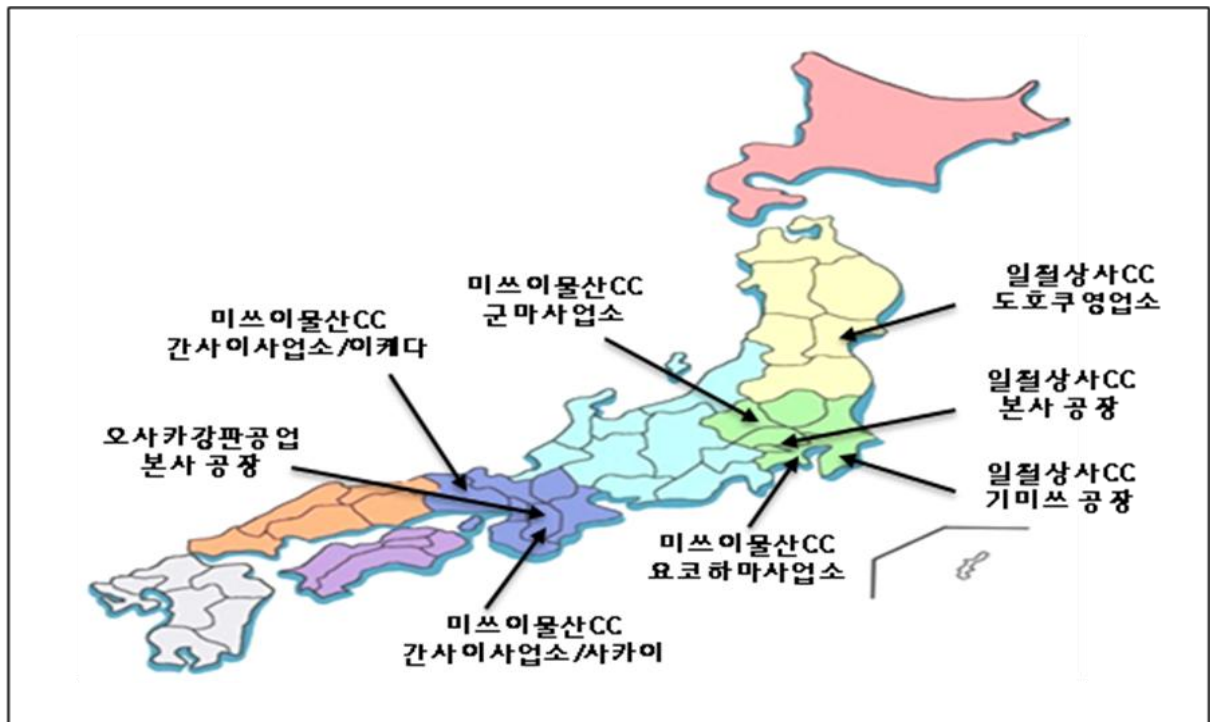
- Mill 직계 코일센터는 자사제품 판매능력의 제고를 위해 지분투자를 통한 직계화 강화
 - 최근 자동차 수요 회복에 따라 신일철은 야하타 제철소, 스미토모는 카시마 제철소 인근에 직계 자동차용 가공센터를 신설하여 운영
- 상사계 코일센터(독립계, Mill 직계상사 포함)는 설비집약과 거점재편을 목적으로 통합화 강화
 - 일철상사는 변동성 있는 수주물량에 가공능력을 탄력적으로 운영하기 위해 동운 제1공장과 제2공장을 폐쇄하고 기쓰미 공장을 개설 운영
 - 메탈원은 공장 설비집약을 위해 스즈후시 스틸서비스와 아사미 스틸을 통합하여 ‘메탈원 스틸 서비스’를 설립 운영
- 오너계 코일센터는 수익성 한계로 폐업 또는 상사계로 흡수 통합

- 무라야마 강제는 가공생산 중단과 공장을 폐쇄한 이후, 영업활동은 수행하고 있으나 가공은 모두 외부 위탁 처리
- 요와 강업은 대형 가공설비를 철거·매각한 이후, 기존 상권은 주요 창구 상사였던 스미토모에게 이관

□ 최근 신일철이 스미토모와의 경영통합을 고려, 상사계 코일센터 중심으로 구조조정을 진행 중임

- 수익성 개선을 위해 일철상사, 미쓰이물산, 오사카강판공업 3개사 산하의 코일센터를 통합하여 신규 유통회사인 ‘NSM 코일센터 주식회사’를 발족, 일원화 추진(2011. 10.)

< 3사 코일센터 거점 현황 >



- 통합 목적은 3개 회사의 통합을 통해 코일센터 관리비용 절감 및 기능 강화를 통해 최종고객 니즈에 정확하게 대응하기 위함임. 그 일환으로 3개사가 보유한 설비, 인재, 기술, 영업력의 장점을 재편해 최적화
- 통합 대상은 일철상사 산하의 2개 코일센터(아리아케, 기미쓰 공장)와 미쓰이물산 산하의 3개 코일센터(군마, 사카이, 요코하마), 오사카 강판공업 공장으로 6개이며, 지분은 일철상사 61%, 미쓰이물산 25%, 신일철 14%로 투자함(미쓰이물산 코일센터 이케다는 폐쇄 예정)

- 기대효과로는 전자재와 가전 중심인 일철상사 코일센터와 자동차 중심인 미쓰이물산 코일센터를 통합관리해 가동률을 향상시키고 수익성을 제고
- 향후에도 신일철-스미토모 산하의 직계 코일센터 신설과 상사계 중심의 코일센터간 설비집약과 거점재편을 위해 추가적인 구조조정이 진행될 전망

V. 종합 및 시사점

□ 최근 국내 유통시장도 일본의 경우와 유사하게 유통시장 규모는 감소 추세인 반면, 유통업체 수는 지속적으로 증가하고 있는 실정

- 국내 철강재 출하량 기준, 유통물량은 2000년 1,530만 톤에서 2010년 1,400만 톤으로 감소한 반면, 유통업체 수는 현대제철 신규진입과 수입재 유입 등에 따른 대리점 신설로 증가하고 있는 추세

□ 국내 유통업체도 공급과잉과 출혈경쟁에 따른 수익성 악화로 구조조정이 불가피할 전망

- 열연/후판 유통시장은 현대제철 신규 진입과 수입재 증가로 가격경쟁 심화가 예상되며, 냉연/스테인리스 유통시장도 구조적인 공급과잉에 따른 출혈경쟁으로 수익성 악화에 직면할 전망

□ 따라서 국내 유통업체도 일본의 사례와 같이 설비집약과 거점재편을 통한 통폐합으로 수익성 개선 등의 자구책 마련이 필요

- 국내 유통 가공설비 과잉문제 등의 다양한 내부문제를 해결하기 위해서는 유통업체간의 통합을 통한 설비집약과 상생할 수 있는 대안개발 노력이 절실히 필요

조문제 (e-mail: mjcho@posri.re.kr)

이 자료에 나타난 내용은 포스코경영연구소의 공식 견해가 아니며, 작성자 개인의 의견임을 밝혀 둡니다.