일본의 비즈니스 코드

일본인 특유의 근면성

- 일본 기업에서 나타나는 가장 큰 특징 중 하나는 '근면성'으로, 일본인 특유의 성실함이 일하는 방식에서도 나타나고 있음
- 근로자들은 유급휴가를 잘 쓰지 않거나, 자신의 시간보다 일을 우선시하는 등 어떤 상황에서도 일의 우선순위가 높은 편임
- 최근에는 기업들이 유급휴가 사용을 권장하고 있음에도 불구하고 사용기한이 임박해서야 휴가를 사용하는 사람이 많고, 주변이나 상사의 적극적인 휴가 사용 독려가 없기 때문에 휴가를 사용하기 어려운 경우도 있음
- 이 같은 배경에는 휴가 사용에 대한 죄책감이나 '고생이 미덕'이라고 생각하는 문화가 있음

종신고용제도와 연공형 임금제도(연공서열)의 변화

- ‘종신고용제도’는 기업이 채용한 직원을 정년까지 고용하는 인사제도를 의미하며, 일반적으로 대학, 전문학교, 고등학교 등을 졸업한 구직자를 신입사원으로 채용하여 정년까지 고용하는 것을 의미함
- 종신고용은 법이나 제도로 규정된 것이 아니라 일본 특유의 관습으로 오랫동안 이어져 왔음
- 이는 기업이 인재를 확보하기 위한 목적으로 시작된 것으로 알려져 있으며, 기업은 직원이 오래 근무하게 함으로써 중장기적으로 인재를 육성할 수 있는 장점이 있고, 자사 생각에 부합하는 직원을 오랜 시간 동안 육성할 수 있었음
- ‘연공형 임금제’는 근속연수가 길수록 임금 수준(기본급)이 높아지는 제도로서, 일본의 고도 경제 성장기 이후 종신고용제도와 함께 일본 경제를 지탱해 온 전통적인 임금 형태 중 하나임
- 연공서열은 나이와 근속연수가 높아질수록 노하우와 기술 등 경험이 축적되어 기업에서 직무상 책임과 중요도가 높아진다는 것을 전제로 하며, 회사에 오래 근무할수록 자동으로 일정한 임금과 직급을 받을 수 있어 안심하고 일할 수 있다는 것이 큰 특징임
- 이 같은 ‘연공서열’로 인해 '상사에게 얼마나 귀여움을 받는지' 등 업무 외적인 면을 중시하는 경향도 존재했고, 이로 인해 업무능력이 낮음에도 불구하고 직급을 유지하고 있는 직원이나, 업무능력이 높지만 직급이나 급여에 반영되지 않는 직원도 많았음
- 이직을 나쁘게 여기는 일본의 문화도 이 같은 상황이 등장한 배경 중 하나였으며, 실제로 이직 경험이

많으면 부정적인 이미지가 생겨서 취직에 불리한 경향도 있었음

- 그러나 1990년대 이후 장기간 지속된 경기 침체로 인해 기업의 대졸 신입사원 채용이 지속적으로 축소되기 시작하면서 과거에 비해 기업 직원의 연령 구성이 고연령층 중심으로 변화하고 있으며, 이로 인해 기업의 인건비 부담이 증가함
- 이로 인해 기업들은 정기승급 폐지나 성과주의 임금 도입 등을 추진하고 있으며, 종신고용제도와 연공형 임금제와 같은 특유의 고용 시스템에도 변화가 나타나고 있음
- 특히 최근에는 종신고용에 메리트를 느끼지 못하는 근로자들이 늘어나면서 자신의 경력개발과 사회 상황에 맞는 일하는 방식에 대한 인식이 높아지기 시작함
- 또한 IT 기술의 발달, 인건비 절감을 위한 기업들의 조기 퇴직자 모집 등으로 '종신고용제도'가 무너져 가고 있으며, 실제로 이직은 경력개발로 인식되기 시작함

엄격한 시간 개념

- 일본의 기업문화에 퍼져 있는 시간관념의 엄격함은 세계 최고 수준으로, 약속 혹은 출근 시간에 10~20초만 늦어도 지각으로 간주되어 주변으로부터 신뢰를 잃게 되며, 아무리 능력이 뛰어나도 시간을 지키지 않는 사람은 '일을 잘하지 못하는 사람'이라는 평가를 받음
- 일본은 메이지 시대부터 규칙적인 생활을 하도록 교육받았고, 학교에서도 시간의 소중함을 배우며 하루를 꼼꼼하게 관리하는 문화가 오래전부터 이어져 왔으며, 이는 엄격한 시간 개념의 배경이 되고 있음

장인정신이 깃든 일본의 업무 문화

- 일본의 업무 문화는 장인정신으로 표현되는 경우가 많음. 섬세한 물건 제조부터 호텔이나 슈퍼마켓의 접객 서비스는 세계 최고 수준으로 평가받고 있음
- 그 배경에는 한 치의 흐트러짐 없이 성실하게 일에 임하는 일본인 특유의 모습이 있으며, 오랜 전통을 지키고 기술을 향상시키기 위해 끊임없이 단련하는 것이 일본인의 특성 중 하나임
- 특히 제조업 분야에서는 익숙하지 않은 작업도 반복해 가며 기술을 연마해 나가며, 신입사원이 갑자기 큰 일을 맡는 경우는 거의 없음
- 이 같은 장인정신이 강한 일본인의 성격은 현재의 기업문화에도 그대로 반영되어 있다고 할 수 있음

야근에 대한 인식

- 일본에는 야근을 미덕으로 여기는 문화가 여전히 존재함. 일본 정부는 일하는 방식 개혁으로 잔업 상한선을 월 45시간, 연간 360시간으로 정했지만, 여전히 잔업 문화는 사라지지 않고 있음
- 이 같은 잔업 문화는 오랜 기간 이어진 경기불황도 배경 중 하나. 지난 20여 년에 걸쳐 실질임금이 거의 오르지 않아 야근을 통해 야근비를 받으려는 문화가 존재함.
- 다만, 최근의 젊은 세대들은 잔업을 피하는 경향이 크며, 자신의 시간을 더 중요하게 여기고 있음. 또한 최근 일부 기업들은 상사가 솔선수범하여 정시에 퇴근하는 문화를 만들거나 '야근 없는 날'을 지정하는 등 야근을 줄이기 위한 노력 중임

본심과 체면을 구분하여 미소로 대응

- 일본에는 '자신의 진짜 생각'과 '겉으로 드러내는 생각'은 별개이며, 친한 사이가 아니라면 본심을 드러내지 않는 것을 예의로 여기고 있음
- 일본에서는 겸손을 미덕으로 여기며, 자신의 의견이나 생각을 명확하게 말하는 것을 꺼리는 문화가 있으며, 이는 업무에도 적용됨. 예를 들어 일본인들은 비즈니스 상담에서 본심이 다르더라도 웃는 얼굴로 대응하는 것이 기본임

집단 문화

- 일본인들은 여러 명이 모이면 '주변이 이러하니 이렇게 해야 한다'는 동조 압력이 발생하는 경우가 많으며, 이는 비즈니스 현장에서도 마찬가지임
- 일례로 '사내 규정으로 정해져 있지는 않지만, 다른 사람들이 모두 정장을 입기 때문에 정장 외의 복장은 피해야 한다'는 인식을 갖는 경우가 많음
- 또한 리더를 중심으로 서브 리더, 매니저, 현장 실무자 등의 역할이 명확하고, 개인보다는 그룹 단위의 성과가 중요시됨

대면을 중시하는 회의 문화

- 일본에서는 중요한 이야기는 직접 만나서 하는 것이 중요하다는 생각이 뿌리 깊게 자리 잡고 있음

- 코로나19 팬데믹으로 인해 줌(Zoom)과 같은 화상회의를 도입하는 기업도 늘어나고 있지만, 여전히 직접 만나서 이야기하는 것이 예의상 중요하게 여겨지는 경향이 있음
- 회의 시 인사를 하기 전에 먼저 명함 교환부터 시작하는 것이 일반적임
- 형식적, 의례적으로 진행되는 회의도 존재하며, 사전에 주요 관계자들이 미리 조율하여 원활하게 진행하는 경우가 많은 편임. 일본인은 단일민족으로 '분위기를 읽는다' 또는 "융통성을 발휘한다' 등 서로의 의중을 파악하는 것을 중시하기 때문임

선물 문화

- 일본에서는 중추절이나 연말연시 등 계절에 따른 선물을 통해 의리를 지키는 것이 예의라고 여겨짐
- 선물은 정성스럽게 포장된 고급스러운 것 또는 식료품이나 생활필수품 등 계절 선물용으로 포장된 세트 상품을 선호하는 경향이 있음
- 백합이나 국화는 장례식이나 이별을 연상시키기 때문에 선물로는 적합하지 않음
- 이 외에 거래처 임직원의 결혼이나 장례 등에도 전보를 보내거나 꽃을 선물하는 경향이 있음

기타 비즈니스 코드

- 일본인은 자신의 능력이나 업적, 실적을 잘 드러내지 않으며, 거의 확실하게 100% 할 수 있는 일이 아니면 '할 수 있다'고 말하지 않음. 또한 '결과보다 과정이 중요하다'는 말을 하는 경우가 존재함
- 일본에서는 결정을 바로 내리지 않고 '일단은 보류'하는 경향이 있음. 중요한 결정 사항이 있는 경우 '일단 회사에 가져가서 회신하겠습니다', 또는 '상사에게 확인하겠습니다'로 표현하며 결정을 보류하는 경우가 많음
- 일본인은 '죄송합니다'라는 말을 많이 사용함. 일본인에게 '죄송합니다'는 감사나 사과의 의미일 수도 있으며, 질문할 때에도 '죄송합니다'라고 말하며 시작하는 경향이 있음
- '인장・도장제도' 이른바 '도장 문화'로 회사 간의 계약은 물론 청구서, 영수증, 사내 서류 등에 도장을 찍는 경우가 많음
- 회식 자리나 택시 등의 승차 위치, 엘리베이터를 타는 방법까지 '윗자리'가 있고, 명함이나 직위 순으로 앉는 위치가 정해져 있음
- 일본에서는 술자리에서 상사나 윗사람에게 '오사카(お酌, 술을 따르는 것)'를 하는 것이 일반적임
- 존칭어, 겸양어, 정중어라는 분류 외에도 상황에 따라 많은 1인칭과 2인칭이 존재하며, 잘못 사용하면

상대방에게 실례가 될 수 있음. 사용법을 잘못 사용하면 상대방에게 무례한 말투가 되는 경우가 있음

※ 제공되는 내용은 콘텐츠 관련 해외 정보에 대한 국민들의 이해를 높이기 위한 참고사항일 뿐 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해가 아니며, 어떠한 법적 효력도 부여되지 않음을 알려드립니다. 또한 이 게시물에 수록된 자료는 2023년 10월 조사시점 기준이므로, 해외 국가의 정책 및 제도 등의 변화에 따라 업데이트가 필요할 수 있음을 알립니다