

美, 冷蔵庫·세탁기 市場 展望 밝아

— 主需要者の 증가에 따른
新製品の 개발 대체 —

美國의 家電製品市場은 80년의 침체국면으로 접어들 것으로 예상됐으나, 81년에도 계속된 高金利, 住宅着工의 부진 및 個人可処分所得의 微増으로 需要가 계속 침체되어 81년 중 美國의 家電製品 生産額은 實質金額(1972=100)으로 前年對比 3% 감소한 US 弗 77억이었으며, 市場 價格으로는 불과 3.4% 증가한 US 弗 132억이었다.

이중 冷蔵庫 生産은 實質金額으로 前年 對比 3.9% 감소한 US 弗 13억 6,000 만이었으며 세탁기는 33% 감소한 US 弗 10억 8,000 만으로 매우 부진상을 보여 주었다.

최근 生産面에서 나타나고 있는 특징은 에너지 節約型 세탁기와 냉장고가 잘 팔리고 있기 때문에 製造業者들은 궁극적으로 최종 消費者가 에너지를 절약할 수 있는 製品生産에 주력하고 이를 販賣誘引政策으로 활용하고 있는 점이다.

세탁기의 경우 새로이 溫水機를 부착시켜 세탁기 자체내에서 溫水を 생산 공급케 함으로써 종전의 세탁기에 溫水を 공급하기 위해 따로 溫水を 생산하던 방식보다 30%의 에너지를 절약케 해주고 있다.

냉장고의 경우 콘덴서의 개선을 통해, 즉 절연효과가 높은 재료를 이용하여 에너지 效率이 한층 提高되고 있다. 이외에 電子장치를 이용하여 작업과정을 측정하고 적절한 電力을 조절할 수 있는 自動制御장치들이 부착되고 있다.

82년 중 냉장고 및 세탁기의 市場展望은 家電製品의 市況을 좌우하고 있는 高金利 및 주택건설 착공의 부진한 市場与件이 지속되고 있어서 왕성한 활기를 예상하기는 어려우나, 80년의 침체에서 다소 회복세를 보여 前年對比 2~3%의 生産증가가 이루어 질 것으로 예측되고 있다.

반면, 長期市場展望은 매우 밝은 것으로 나타나고 있다. 그 이유는 長期的으로 볼 때 金利가 引下되고 住宅建設의 景氣가 회복될 뿐 아니라 냉장고 및 세탁기의 主需要者인 25~44세의 家口數가 앞으로 5년 후에는 20% 증가가 예상되기 때문이다.

또한 현재 쓰고 있는 家電製品들이 소모되고 새로운 製品으로 대체돼야 하므로 86년 까지의 냉장고 및 세탁기 生産은 實物基準으로 4.4% 증가할 것으로 전망되고 있다.

81년 중 냉장고 및 세탁기의 販賣는 US 弗 27억 3,700 만 및 US 弗 22억 8,100 만으로서 각각 前年對比 3.7%, 3.6% 감소했다.

이와 같이 同製品의 需要가 침체된 원인은, 첫째, 同需要의 약 20~30%를 차지하고 있는 新規住宅建設 着工이 높은 不動產金利로 말미암아 80년의 130만棟에서 81년에 110만棟으로 감소된 데 있으며,

둘째, 同製品 需要의 대부분을 차지하고 있는 老朽製品 代替需要가 個人可処分所得의 微増(15%增)으로 消費信用金利 引上 및 供給業者의 消費信用 판매억제에 의해 老朽製品을 수리 사용하여 新製品購売가 지연되는 데 기인하고 있다.

특히 이러한 현상은 대부분의 美國家庭이 이미 냉장고와 세탁기를 보유하고 있으므로 불경기시 두드러지게 나타나고 있다.

○ 海外 電子市場情報 ○

최근 냉장고 및 세탁기 등 家電製品에서 生産 性向上은 他部門의 工產品에 비해 가격 상승을 완만하게 하고 있다.

1976~80년 기간 중 모든 工產品 生産者價格이 매년 10% 증가하고 있는 데 비해 家電製品 生産者價格은 매년 5.8% 증가했다.

이 기간 중 냉장고 및 세탁기 生産者 價格은 4.5%, 5.5% 각각 증가하여 높은 생산성 향상을 보여 주고 있다.

80년 중 냉장고 및 세탁기 生産部門에서 1人 当 勞動生産性은 각각 3.4%, 4.8% 증가했으며, 1976~79년 기간 중에는 각각 7.8%, 1.9% 증가했다.

냉장고 및 세탁기의 유통과정은 주로 2개의 형태를 취하고 있는데,

첫째, 製造業者가 販賣会社를 통해 독립된 都 壳業者 또는 小壳業者에게 공급하는 방식이 있으며,

둘째, 製造業者가 販賣会社를 통해 Sears, Wards, Penny 등 有名브랜드를 가진 大型 小 壳会社에 직접 판매하는 방식이 있다.

한편 有名메이커별 市場占有率을 보면 다음과 같다.

• 冷蔵庫 : Whirlpool 31%, General Electric 26%, White Consolidated 21%, Magic Chef 11%, Raytheon 5%.

• 洗濯機 : Whirlpool 40%, General Electric 20%.

81년 1~10월 중 냉장고 및 세탁기의 輸出入 또한 일반경기의 침체를 반영하여 둔화세를 나타냈다.

72년 이후 계속 20% 이상의 伸張勢를 보여 온 81년(1~10월) 輸出은 16%의 증가율로 하락하여 US 弗 2억 2,825만을 기록했으며, 同期間 중 냉장고 및 세탁기의 輸入은 前年對比 10% 증가한 US 弗 4,280만을 기록했다.

이와 같이 美國의 냉장고 및 세탁기 輸出이

강세를 보이는 이유는 대부분의 輸出國들이 大型냉장고와 세탁기를 생산하지 않고 있는 캐나다, 中東 및 歐洲地域의 大型家電製品에 대한 需要가 생활수준의 향상으로 매년 증가하는데 기인하는 것으로 분석되고 있다.

반면 輸入은 주로 運送費의 비중이 낮은 小型 냉장고 및 세탁기를 중심으로 이루어지고 있는데, 小型製品의 需要가 大需要者인 일반가정용이 아닌 호텔, 사무실 및 여행 등 特殊 需要로서 小型製品의 시장규모는 협소성을 지니고 있어 輸入증가는 한계성을 지니고 있다.

한편 냉장고 및 세탁기의 主輸出國인 日本과 이탈리아는 최근 美國內에 現地工場을 설치하고 이미 中型製品을 生産·供給하고 있으며, 앞으로 大型製品 生産에 본격적으로 참여할 것으로 보여지고 있다.

美國은 냉장고 및 세탁기의 輸入에 대한 關稅 이외의 輸入規制는 없으며, 韓國과 같은 開發途 上國에 대해서는 一般特惠關稅(GSP)의 혜택을 공여하고 있기 때문에 우리나라는 主輸出國인 日本과 이탈리아와의 가격경쟁이 매우 유리하다.

□ 輸入關稅

品名	TSUSA No.	GSP	最惠國關稅	- 關稅
冷蔵庫	661.35	無稅	從價 4.5%	從價 35%
洗濯機	670.40	"	" 6%	" 35%

우리나라의 냉장고는 美國市場에서 品質·價格面에서 모두 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있으나 기본적인 문제는 韓國이 주력하고 있는 小型製品의 市場이 家庭用이 아닌 特殊用이기 때문에 한계가 있는 점이다.

또한 냉장고 및 세탁기의 大宗 需要는 가정용인데, 가정용은 모두 大型이기 때문에 運賃비중이 너무 높아 外國製인 경우 價格경쟁력이 없는 것으로 나타나고 있다. 따라서 對美市場에 본격적으로 진출하기 위해서는 日本과 이탈리아와 같이 現地工場을 설치, 美國의 既存製品에 비해

에너지 및 空間效率이 높은 製品을 공급할 필요가 있다.

또한 韓國製品에 대한 꾸준한 이미지 伸張을 위해서는 消費者 및 딜러를 상대로 한 계속적인 廣告活動이 필요하다. 이 경우 家電製品에 관련된 專門誌 廣告 활용은 비용이 비교적 싸고 효과가 매우 높다.

日, 電氣機械器具의 研究費 實態

— 売上高의 3.71% 사용에
研究者 58,873 名 —

최근 日本 總理府에서 조사 발표한 자료에 의하면 日本의 全企業은 1980 年度에 3兆 1,423億 円의 研究費를 사용한 것으로 나타났다.

이 중 電氣機械工業 분야의 企業이 사용한 것은 8,172 億 円으로 나타나 있으며 売上高에 차지하는 비율이 3.71%로 되어 있다. 여기서 電氣機械工業이라 하는 것은 機械工業은 해당되지 않고 電氣機械器具 및 通信電子電氣計測器를 지칭하는 것이다. 이 금액은 前年對比 17.7% 증가된 것으로서, 電氣機械器具 분야의 企業이 사용한 研究費는 2,812 億 円으로 前年對比 9.7%의 減少를 보인 것이 주목되고 있으며 売上高에 대한 研究費 비중은 3.35%였다. 반면에 通信電子電氣計測器 및 분야는 5,360 億 円으로 前年對比 40.1%의 높은 증가 현상을 보였으며 売上高에 대한 비중은 3.94%였다.

研究費의 構成比를 보면 電氣機械器具 분야에서 基礎研究費가 4.1%, 應用研究費가 16.4%, 開發研究費가 79.6%로 나타나 있으며, 通信電子電氣計測器 분야는 基礎研究費가 3.8%, 應用研究費가 20.2%, 開發研究費가 76.0%로 나타나 있다. 그리하여 電氣機械工業 총괄은 基礎研究費가 3.9%, 應用開發費가 18.9%, 開發研究費가 77.3%의 구성비율을 보였다.

한편, 研究實務者 현황을 보면 電氣機械器具 분야가 20,043 名으로 前年對比 18.1%의 減少를 보였으며 研究者 1人당 研究費는 1,403 萬 円으로 前年對比 10.2%의 증가세를 보였다. 通信電子電氣計測器 분야는 38,830 名으로 前年對比 25.3%의 증가였으며, 1人당 研究費는 1,380 萬 円으로 前年對比 11.7%의 증가를 나타내어 電氣機械器具 총괄은 58,873 名으로 前年對比 6.1%, 1人당 研究費는 1,378 萬 円으로 10.9%의 증가를 기록하였다.

이 조사에 의하면 사용 研究費는 電氣機械工業 분야가 가장 크며, 売上高에 대한 研究費 비중도 훨씬 큰 것으로 나타났다. 研究者數도 타 분야에 비해 압도적으로 큰 것으로 되어 있으나 1인당 研究費의 규모는 가장 적은 것으로 나타났다.

日, 音声多重 컬러 TV 보급 현황

— 81 年中 613 万 9,000 台 出荷 —

日本 국내시장에서의 音声多重 컬러 TV의 보급 비중이 최근 상당히 높은 것으로 나타났다.

日本電子機械工業會의 資料에 의하면 音声多重 컬러 TV의 国内시장 出荷는 81 年度에 613 万 9,000 台를 기록하여 일반 컬러 TV를 누르고 出荷실적의 93.5%를 점유한 것으로 집계되었다.

이 중 音声多重端子를 아답터로 연결 사용하는 컬러 TV가 455 万 8,000 台로 69.4%의 점유율을 차지하여 가장 人氣 있는 제품으로 부각되었고, Stereo 音声의 受信機能이 內藏된 컬러 TV(映像과 音声의 多重放送을 受信할 수 있는 것. 2 個國語 放送만을 受信하는 것도 포함)는 158 万 1,000 台로 24.1%의 점유 비중을 나타냈다. 한편 일반 컬러 TV는 81 年度에 42 万 5,000 台에 6.5%의 저조한 비중을 보였다.

한편 同製品이 보급되기 시작한 78年 10月부터 80年末까지의 国内出荷 실적을 살펴보면 端子付 컬러 TV가 999万台, 内蔵 컬러 TV 230万 8,000台를 기록하여 80年末까지 모두 1,229万 8,000台가 보급된 것으로 집계되었다.

그러므로 日本 国内시장에 출하된 音声多重 컬러 TV는 총 1,843万 7,000台가 되는 셈이다.

스리랑카에 大規模 IC工場 건설

— 外国企業으로는 최초 —

美国의 Harris Semiconductor社は 스리랑카 政府와 5万 2,000ft²의 IC組立, 檢査工場을 1億 9,000万弗에 건설키로 계약을 체결하였다.

Harris社は 우선 560万弗을 投資, 건설에 착수해서 從業員의 훈련을 개시할 계획이다. 정식稼動은 83年度부터이며, 계속 확장할 방침이다.

스리랑카 政府는 資金 지원을 하지는 않지만 稅制 우대조치 및 貿易自由地域을 인정해 준다.

Harris社は 10年 전부터 말레이시아의 쿠알라룸푸르에 IC組立工場을 건설 운영해왔다. 그 외에 香港, 台灣, 필리핀에서는 契約工場을 운영해 오고 있다.

스리랑카의 IC組立工場들은 Harris社の 工場이 外国企業으로서는 최초이며, 두번째는 Motorola의 工場이 된다.

加, 마이크로 오븐에 反덤핑 關稅賦課 決定

— 对加輸出에 惡影響 우려 —

캐나다의 反덤핑審議委員會 (Anti-Dumping Tribunal)는 韓國, 日本, 싱가포르로부터 輸入되는 Countertop Microwave Oven의 덤핑 혐의에 대해 同輸入製品이 自国内 生産에 중요한 손해를 끼쳐왔으며, 앞으로도 끼치게 될 것이라고

최근 判定을 내린 바 있다.

그 결과 反덤핑 關稅가 결정되었는데, 韓國에 대해서는 21.53%, 日本에 대해서는 12.43%, 싱가포르에 대해서는 10.37%가 각각 부여되었다.

그러나 同審議委員會는 日本 松下電器 브랜드로 生産되는 製品에 대해서는 自国生産에 커다란 영향을 끼치지 않을 것이라고 하여 反덤핑 關稅를 부과하지 않기로 했다.

캐나다의 이러한 反덤핑 關稅 賦課결정 조치는 겨우 81年 7월부터 캐나다市場에 진출한 우리나라의 Microwave Oven 輸出에 심한 타격을 줄 것이다.

한편 81年度 캐나다의 Micro Oven 輸入실적은 전체가 C弗 5,650만이었는데, 日本이 C弗 4,040만, 싱가포르가 C弗 150만, 韓國이 C弗 110만으로 나타났다.

自由中国, 비디오 테이프 生産 予定

— Floppy Disc Drive도 生産키로 —

自由国에서는 최초로 내년 3월부터 China Magnetic Technology社가 비디오 테이프를 生産할 계획으로 있는데, 총 US弗 2,630만을 투입하여 신죽공업단지내에 生産工場을 세울 예정이다.

이 会社는 비디오 테이프 외에 컴퓨터 周辺機器인 Floppy disc drive와 비디오 테이프의 原料인 Polyester Film도 아울러 生産할 것으로 알려졌다.

이 계획은 여러 단계로 나뉘어 실시될 예정인데, 83년 3월부터 84년 8월까지 1년 6개월동안 US弗 1,580만을 投資하여 1年동안은 비디오 테이프의 月間 生産능력이 1억 2,500만피트가 가능토록 한다.