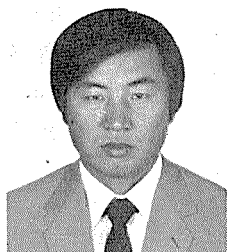


CDP 産業育成을 위한 提言



金 文 燮

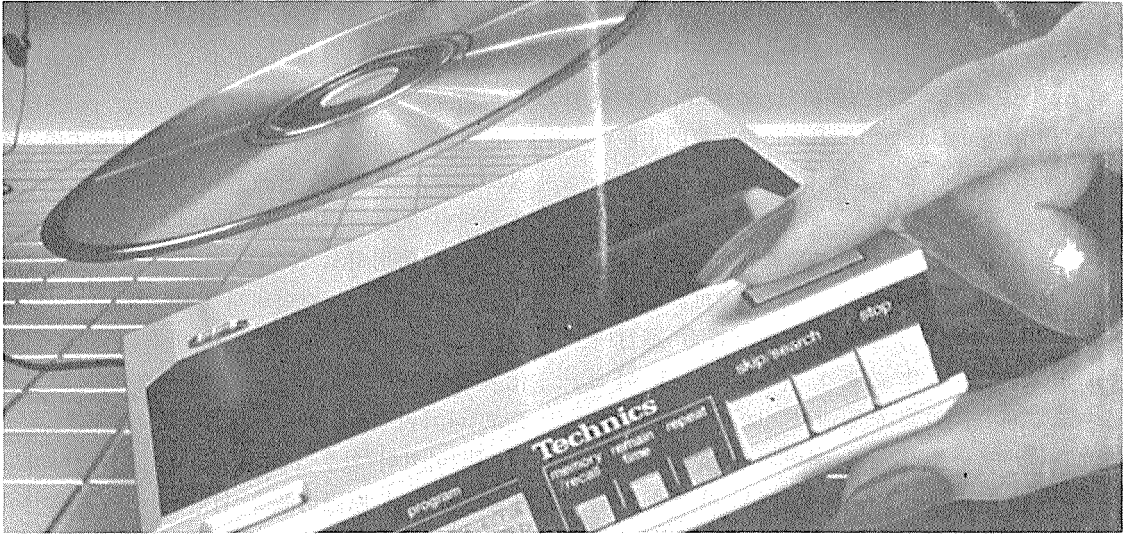
新邦電子(株) 特殊開發部長

우리나라 산업구조가 일본에 크게 의존하고 있으나 일본의 경우도 이제는 오디오 산업을 사양산업으로 할 수밖에 없는 실정이 되어가고 있으므로 그 대권을 다음의 오디오 강국인 우리나라에 넘겨줄 수밖에 없으나 그 대권을 이어받기 위해서는 우리는 한층 분발하지 않으면 안되고 그 Key는 바로 CDP의 부가가치 창출 노력에 있다고 본다.

CDP가 꿈의 오디오로서 世界市場에 등장한 지 4年, 우리나라에서 最初로 K社에 依해 開發·모델이 선을 보인지 3年이 지났다. 그 동안 깨끗한 音質, 반영구적인 디스크, 계속적인 CDP의 價格下落, 4,000개가 넘는 曲數의 디스크 등의 힘을 입어 매년 몇 배의 성장을 거듭, 금년에는 대수로는 천만대 이상의 금액으로 20억弗 以上の 市場이 형성될 展望이다. 應用製品으로 볼 때도 最初에는 HiFi Component로서 出發했지만 이제는 Car Stereo CDP, 손안에 들어가는 Portable CDP Music center 및 Cassette Portable CD 등 오디오 어떤 제품군에도 CD가 없으면 저급품 취급밖에 못 받는 시기로 접어들었다. 더우기 금년에는 오디오 宗主國이라 할 수 있는 日本의 円貨가 급격히 상승하므로써 오디오 Buyer들이 제2의 供給國으로서 우리나라를 찾아오는 빈도가 크게 증가했을 뿐 아니라 日本국내 오디오 메이커 各社에서는 生産거점으로서의 自國內 工場의 메리트를 크게 상실하고 他國 이전을 서두르고 있는 實情이다. 따라서 오디오 전 分野에 걸쳐 CD가 반드시 들어 가야 제값을 받을 수 있고 日本에 이어 世界 오디오 市場의 供給기지로서 浮上하려 하는 우리나라 오디오 産業에 있어서 CD의 重要性은 再論의 여지가 없다할 것이며 현 시점에서 우리나라의 CDP 産業의 나아갈 길을 재조명하는 것은 대단히 意義있는 일이라 할 수 있다.

1. 우리나라 CDP産業의 現況

CD특허권을 갖고 있는 Philips社의 IC와 日本메이커의 Laser Pick Up이 근간이 된 國內 最初의 개발모델이 나온지 3年이 지났고 世界 CDP市場이 活況期에 접어든 現在 部品를 組立하여 set化시켜 輸出하므로써 되도록 많은



CDP 産業에서도 부가가치를 창출해야 함은 선택의 여지가 없다.

마진을 남겨야 되는 産業으로서의 CDP 産業은 反省의 여지가 대단히 많다고 볼 수 있다. 輸出実績은 아직 記錄할 段階도 안됐거니와 제조되는 제품의 部品 國産化率을 보면 TV 部品 國産化率이 100% 가깝고 VTR이 머지않아 90%에 육박한다고 하는데 CDP의 경우 20~40%에 지나지 않음은 産業으로서의 意義가 희박하다고 볼 수 있다. 이것은 오디오 産業에 參與하는 各社가 보다 부가가치 있는 개발을 進行시키기 보다는 어떠한 手段을 써서라도 하루라도 빨리 自社 브랜드의 CDP를 市場에 내놓으려는 近視眼的이고 展示效果的 정책을 近因으로 꼽을 수 있다. 비싸게 설계되어 日本市場에서는 제값을 못받아 鷄肋이 된 日本 S社 的 CDP를 우리나라 유수의 오디오 会社들이 다투어 역시 비싼 값으로 사들여 껍질만 바꾸어 역시 비싼 값으로 별 이익도 없이 팔다가 알팔려 또 다시 鷄肋이 된 한심한 寸劇도 있다. 좋은 소리를 하루라도 빨리 우리나라에 보급시킨다는 文化的 측면에서야 큰 意義가 있을 수 있겠지만 장래 輸出戰略商品으로서 또는 오디오의 필수불가결한 제품으로서 오디오 전체 輸出戰略을 감안할 때 보다 根源的인 開發을 進行시켜 技術畜積을 해왔어야 했다. 그리하여 現在 國內 적지않은 오디오 会社들이 여러 種類의 CDP 応用製品을 開發 또는 生産하고 있지만 Pick

Up CD IC/MOTOR 정도 輸入하여 지속적인 技術畜積을 하므로써 Pick Up/Drawer Loading Mechanism이나 Micom IC 등을 자체소화하여 적정마진을 내면서 本格生産輸出하는 会社가 극소수에 지나지 않고 여전히 많은 会社들이 CKD 또는 SKD로 輸入하여 國際價格 競争力을 찾지 못하고 있는 現實은 CDP 産業自体만이 問題가 아니고 오디오 전체 産業에 큰 問題가 아닐 수 없다.

2. CDP 産業育成을 위한 提言

CDP 자체의 産業이란 현재의 첨가需要가 끝나는 몇년 후에는 存在하지 않을 것이고 마치 현재의 Cassette Tape와 같이 오디오기기의 한 部分으로서 必須的으로 存在할 것이기 때문에 CDP 産業은 곧 오디오 産業과 直結된다. 오디오 産業은 우리나라 電子産業에서 빼 수 없는 한 分野일진대 CDP에서 부가가치를 창출해야 함은 選擇의 여지가 없다. 더우기 CD 技術은 Video 및 Memory 장치로서의 Computer 주변기기로 連結되고 장차에는 音声·画像 기록 장치로서 産業全般에 걸친 応用分野가 無窮하게 展開될 것이기 때문에 우리나라 電子産業 전체에도 크게 기여할 수 있는 分野이다. 多年間 CDP 産業에 인연을 맺어온 필자는 CDP 産業의 育成

을 위해서 다음 사항을 提言하고자 한다.

가. 技術畜積에 依한 附加價值 創出

Car Stereo를 專門生産하는 오디오업체든 또는 Portable Cassette Radio를 專門生産하는 업체이든간에 우선 製品을 만들어 놓고 보자는 식의 思考方式이 支配的이나 CKD 또는 SKD로 輸入하여 만들어 보았자 利潤이 남지 않을 것이다. 더우기 今年末에는 全世界的으로 볼 때 供給과잉이 予想되므로 개발着手 進行에 대단히 慎重을 기할 必要가 있다. 어차피 어느 오디오업체든 CD를 征服해야 살아남을 수 있으므로 어떻게 하든 시작은 해야되나 다소 時間과 資金이 所要된다 하더라도 어느 시기가 되면 充分히 國際競争力을 가질 수 있는 設計를 하지 않으면 안된다. 주요 部品 Pick-up이나 CD IC를 제외하한 것들을 解決하는 데 必要한 技術에겐대 정밀금형기술, 정밀사출技術이나 Microm Programming技術 등은 国内技術로도 充分히 可能한 것으로 본다.

世界 CDP生産의 90% 이상을 차지하는 日本에서도 自社에서 Pick Up이나 IC를 만들어 내는 会社는 몇몇에 지나지 않는다. 따라서 노동임금이나 一般部品價, 金型費면에서 월등히 유리한 立場에 있는 셈이므로 잘만 하면 우리나라 製品이 같은 條件의 日本会社 製品에 비해 充分히 競争력을 확보할 수가 있다. 部品을 組立하여 set化시키는 많은 相關技術들이 다소 劣勢에 있지만 時間의 忍耐, 資金의 忍耐, 技術의 忍耐를 꾸준히 하다보면 그러한 열세를 극복할 수 있을 것이다. 무엇보다 重要한 것은 우리나라 오디오業界를 이끌어 가는 政策立案者들의 조급한 마음을 止揚하고 長期的인 정책을 수립하여 最大限의 附加價值를 살리려는 強한 意志라고 본다.

나. 部品の 国産化

部品の 国産化 問題는 우리나라 電子産業 구조상 근래의 問題가 아니며 거론되지 않고 넘어가지 않는 문제이나 CDP産業의 国産化 問題는 보다 심각하다.

CDP原価면에서 Laser Pick Up과 CD IC가 차지하는 비중이 통상 50% 이상 되므로 CD

産業을 영원히 發展시키기 위해서는 이 두가지 部品은 어느때인가는 우리가 넘지 않으면 안될 必이다.

最近에 필자는 日本 H社의 Pick Up工場을 볼 기회가 있었는데 Pick Up의 Actuator 부분 공정에만 60% 自動化를 달성하기 위해 39台的로버트를 使用하고 있었다. 미크론 단위의 Case 가공을 하기 위해 몇억대의 CNC·Machine을 써야되고 몇개의 lense 접착공정에서는 전부 自動化기계를 쓰고 있었고 그러면서도 價格競争을 뚫고 나가기 위해 끝도 없이 研究하고 있었다.

H社 이외의 많은 Pick Up Maker도 아마도 生産공정이나 原価切減을 위한 피나는 努力이 이와 크게 다르지 않을 것이란 생각에 오히려 그 必이 더 높아짐을 절감하지 않을 수 없었다. 따라서 국제 分業化가 계속 推進되고 있고 日本 국내에서도 맹렬한 競争을 벌이고 있는 狀況에서 당분간은 관망함이 오히려 賢明하지 않겠는가 생각된다.

Pick Up價格이 어느 정도 정착되고 国内 반도체 会社들이 손쉽게 Laser diode를 만들어 내고 사출업체들이 그다지 어렵지 않게 lense를 찍어 낼 수 있을 때 비로소 日本 것과 價格競争이 可能할 것이다. 그 시기를 얼마나 당기느냐 하는 것은 相關業界의 努力 여하에 달려 있다고 보아야 할 것이다.

다. 디스크 国産化

어떤 産業이든 国内기반이 튼튼해야 수출이 무난하고 좋은 製品을 輸出할 수 있어야만 비로소 그 産業이 살아날 수 있다. 늦은 감이 있지만 今年末에는 (株)鮮京에서 디스크가 나온다고 하니 기대해 볼만한 일이나 그 가격이 크게 問題가 될 것 같은 느낌이 든다. LP Record는 다소 질이 떨어지더라도 음악감상에는 별지장이 없으나 CD의 경우 질이 안좋은 경우 아예 소리가 나지 않으니 品質면에서 日本 것이나 西獨 것이나 같아야 되고 이것은 제조비가 그 나라 것과 별로 차이가 없음을 의미한다. 그렇다면 10,000원 이상이 될 것이고 10,000원 이상 짜리를 쉽게 살 수 있는 사람은 크게 제한되어 있으니 말이다.

5,000원 정도라면 20만원대의 CDP와 어울릴 수 있는 가격이라고 보는데 그게 가능할지 궁금하다. 87년이 되어야 우리나라는 비로소 CD 보급 원년이 되는 셈인데 CDP産業의活性化를 위해서는 이 원년이 말로만의 元年이 되어서는 안 될 것이다.

4. 結 言

오디오産業은 우리나라 電子工業의 重要한 分野이고 이제는 CD를 빼놓고는 오디오를 운운할 수 없는 시대가 도래되어 CD産業은 곧 우리나라 電子工業과 直結된다.

우리나라 産業구조가 日本에 크게 依存하고 있으나 日本의 경우도 이제는 오디오産業을 사

양산업으로 할 수밖에 없는 實情이 되어가고 있으므로 그 대권을 다음의 오디오 強國인 우리나라에 넘겨줄 수밖에 없으나 그 대권을 이어받기 위해서는 우리는 한층 분발하지 않으면 안 되고 그 key는 바로 CDP의 附加價值 創出 努力에 있다고 본다. 우선 쉽게 만들어 쉽게 팔 생각을 止揚해야 된다. 우리나라의 工業수준을 정확히 파악하여 거기에 맞는 長期계획을 수립하여 꾸준히 競爭力을 키워 나아갈 수 있어야 한다. 이것은 단지 CDP産業에 局限되는 말은 아닐 것이고 현재 뒤져있는 모든 産業에 적용될 수 있겠지만 CDP라 하여 극복될 수 없는 問題가 있는 것은 아니고 CDP라 하여 첩경이 있을 수 없다. 토끼보다 거북이가 이길 수 있는 論理는 CDP産業에도 역시 적용될 수 있는 말이다.

