

日本이 보는 東南亞 NICs의 家電産業

本稿는 (社)日本電子機械工業会(EIAJ) 民生海外調査委員会가 최근 정리한 「아시아 NICs의 家庭用 電子機器産業의 現況과 将来展望」이라는 보고서를 요약한 것이다. 日本 메이커들에 대한 앙케이트 조사 결과도 기초자료로 삼고 있어 日本의 가정용 전자기기 업계의 동남아 각국에 대한 시각이 가장 잘 드러나 있다. 円高下의 日本 업계는 우리나라를 포함한 이른바 동남아 NICs의 가정용 전자기기 산업을 어떻게 파악하고 있는지 알아본다.

1. 첫 머리에

1978년이래 지속되어온 日本 전자공업 수출 규모의 확대도 1985년 9월의 G5를 계기로 진행된 달러 하락·엔고 현상을 비롯 내외의 정세변화로 1986년에는 전자공업 3분야(가정용 전자기기·산업용 전자기기·전자부품) 모두 마이너스 성장을 기록하였다.

일본의 가정용 전자기기산업의 1986년도 수출

액은 2조 6,908억엔으로 생산액에 대한 수출 비중도 1985년의 71%에서 59%로 낮아져 해외의 정치·경제정세 변화에 민감하게 반응하는 체질로 바뀌고 있음을 엿볼 수 있다.

한편 그 동안 구미 선진국시장에서 주목의 대상이 되어왔던 한국을 비롯 아시아 NICs의 해외진출은 더욱 가속화되어 가정용 전자기기 산업시장에 더욱 깊이 파고들고 있으며 그 존재감이 더욱 강화되고 있다.

이와 같은 정세하에서 아시아 NICs의 동향을 올바르게 이해하여 나가는 것이 일본을 포함한 세계 가정용 전자기기산업의 절도있는 협조적 발전을 위하여 필요 불가결의 요소라는 인식아래 현지조사 및 앙케이트 등을 통하여 본조사 연구 활동을 진행하였다.

표 1. 日本과 아시아 NICs의 国別 生産 數量
(1986年 1~6月)

(千台)

	日 本	아시아 NICs計				
		韓国	台灣	香港	싱가폴	
黑白 TV	465 (100.0)	3,247 (698.3)	2,564	561	62	60
Color TV	6,588 (100.0)	5,639 (85.6)	3,051	1,483	202	903
V T R	16,658 (100.0)	1,559 (9.4)	1,392	167	0	0
Radio	4,174 (100.0)	27,275 (653.4)	1,615	5,172	19,901	587
Tape Recorder	24,192 (100.0)	24,353 (100.0)	7,253	6,321	5,423	5,356

註: () 내는 日本=100으로한 数字, %임.

資料: 三和總研(SRIC)作成

2. 概 況

한국, 대만, 홍콩, 싱가포르의 아시아 NICs(신흥공업국·지역군)는 공업제품의 수출을 원동력으로 1960년에서 80년대초에 걸쳐 급격한 성장을 이루었다. 특히 근년에는 전자산업이 각국의 경제발전에 견인차 역할을 담당하고 있다.

세계의 1985년도 가정용 전자기기 수출에서 아시아 NICs는 세계수출의 약 20%를 차지하기에 이르고 있다. 품목별 생산규모(수량)로도 흑

백TV, 라디오는 이미 일본의 규모를 능가하고 있다.

1985년의 G5를 고비로 한 약 40%의 円高로 아시아 NICs의 제품은 일본제품에 대하여 큰폭의 경쟁력 향상을 이루고 이에 따라 구미시장에서 일본 메이커들과 경합하고 있을 뿐더러 대일 수출도 급증하고 있다.

또한 Color TV도 1985년에는 아시아 NICs 전체로 일본의 약 절반수준이던 생산량이 1986년 1월~6월에는 일본의 659만대에 대하여 아시아 NICs 564만대로 일본의 85.6% 수준까지 육박해 오고 있다.

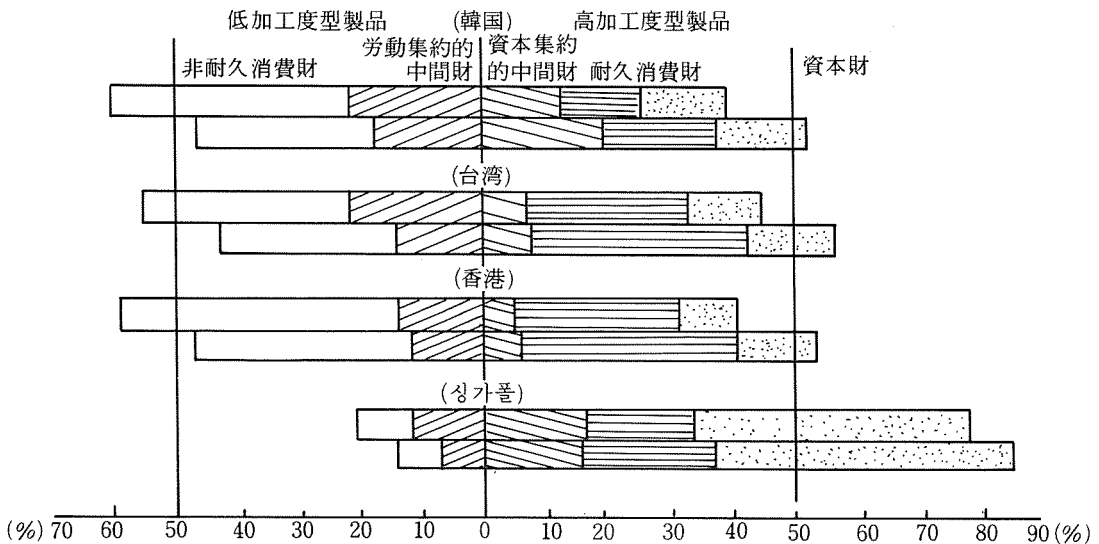
이처럼 円高를 발판으로 하여 아시아 NICs는 크게 비약해 나아가고 있으나 해결해야 할 과제도 많아 특히 기술면의 향상에는 일본에 대한 기대와 의존이 강화되고 있다.

3. 아시아 NICs의 世界的 位置

아시아 지역은 1960년대에서 1980년대초에 걸

쳐 급격한 경제발전을 이룩했다. 아시아 지역중에서도 특히 한국, 대만, 홍콩, 싱가포르의 아시아 NICs(신흥공업국·지역군 : Newly Industrializing Countries)는 연평균 10%에 가까운 실질성장률을 지속하여 미국, 일본 등 선진국 경제가 정체했던 70년대에도 그 성장세는 둔화를 보이지 않았다.

이 고도성장의 원동력은 수출이었고 1960년에서 1985년까지의 아시아 NICs의 수출합계 연평균 신장률은 17.5%에 이르렀으며 이는 세계 수출의 신장률 11.9% 뿐만아니라 일본의 신장률 16.8%도 능가하는 것이었다. 수출의 급격한 확대는 공업제품이 중심이었는데 수출품목의 구성도 큰 변화를 보여왔다. 60년대에서 70년대 중반에 걸친 아시아 NICs의 주요 수출제품은 의류, 잡화 등 비내구성 소비재, 섬유 등 노동집약적 중간재 등 저가공도제품이 중심이었으나 70년대 후반부터는 가전제품 등 내구소비재, 철강 등 자본집약적 중간재, 중전 등 자본재 등의 고가공도 제품의 수출이 공업제품 총수출의 신장



(備考) 1. 上段은 75年, 下段은 83年(但 韓國은 81年)의 各用途別製品 構成.

2. 財의 分類는 대충 다음과 같음.

非耐久消費財: 衣類, 雜製品 等, 勞動集約的 中間財: 纖維 等

耐久消費財: 家電製品 等, 資本集約的 中間財: 鉄鋼, 化学 等

資本財: 重電, 産業機械 等

(資料) 日 通産省 「通商白書」 昭和61年版

圖 1. 아시아 NICs의 輸出構造 變化

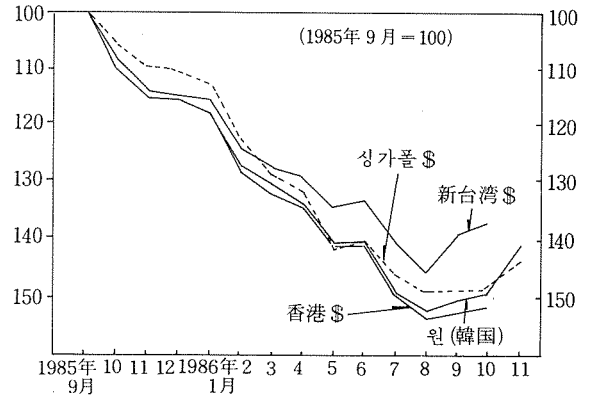
을 웃도는 스피드로 확대되어왔다. 그 중에서도 한국의 자동차 수출은 당초의 대중동, 아프리카 수출에서 근년에는 대 캐나다 수출도 개시되어 캐나다 수입차 중에서도 상위에 랭크되는 등 장족의 진보를 이룩하고 있다.

또한 1985년 9월의 5개국 재무장관 중앙은행총재회의(G5: 이하 G5는 1985년 9월 회의를 지칭함)를 계기로 하는 달러 하락·엔고의 급격한 전개는 달러에 연동되어 있는 아시아 NICs 각국 통화에 대한 엔고 결과를 빚어 이들 여러 나라의 국제경쟁력 향상에 크게 기여하게 되었다. 아시아 NICs는 수출급증에 따라 경제성장률의 상향 수정을 되풀이, 1986년의 성장률은 엔고효과를 반영 높은 수준이 될 것으로 예상된다.

세계의 전기·전자제품 수출액을 각국별로 보면 1984년의 경우 대만(제6위), 싱가포르(제7위), 한국(제8위)이 상위 10개국중에 들어 있으며 홍콩도 12위를 랭크하고 있다. 또한 아시아 NICs

전체의 전기·전자제품 수출액 합계가 처음으로 EC 10개국의 수출액(역내교역 제외)을 웃돌았다.

전기·전자제품 중 Color TV·VTR을 비롯한 가정용 전자기기를 보면 아시아 NICs의 수출액 합계는 1985년에 50억 달러를 돌파, 1986년에도 더욱 가속화되고 있다.



(資料) 各種資料로 三和總研(SRIC)作成
圖 2 아시아 NICs의 外換指數 推移

表 2 世界の 家庭用 電子機器 輸出

(百万円)

	1975年	1980年	1985年	1986年/1~6月
世界合計	7,379(100.0)	19,468(100.0)	26,062(100.0)	N.A.
아시아 NICs	1,110(15.0)	4,210(21.6)	5,057(19.4)	2,618
日本	2,874(38.9)	9,206(47.3)	15,784(60.6)	8,082
기타	3,395(46.1)	6,052(31.1)	5,221(20.0)	N.A.

註 ()内는 構成比, %

(資料) 三和總研(SRIC)作成

表 3 日本과 아시아 NICs의 国別 生産 数量

(千台)

	1985年		1986年 / 1~6月					
	日本	아시아 NICs計	日本	아시아 NICs計	韓國	台灣	香港	싱가폴
黑白 TV	886(100.0)	5,863(661.7)	465(100.0)	3,247(698.3)	2,564	561	62	60
Color TV	17,897(100.0)	8,776(49.0)	6,588(100.0)	5,639(85.6)	3,051	1,483	202	903
VTR	30,581(100.0)	1,689(5.5)	16,658(100.0)	1,559(9.4)	1,392	167	0	0
Radio	14,861(100.0)	51,244(344.8)	4,174(100.0)	27,275(653.4)	1,615	5,172	19,901	587
Tape Recorder	45,923(100.0)	51,381(111.9)	24,192(100.0)	24,353(100.7)	7,253	6,321	5,423	5,356

註 ()内는 日本=100.0으로 한 数字, %

(資料) 三和總研(SRIC)作成

아시아 NICs 4 個國의 動向 (概要)

	코	멘트	국	태	공	가
1. 家庭用 電子機器 主力商品 生産·(輸出) (單位 百万弗)		(1) 4 國國 모두 보다 附加價值가 높은 商品을 목표로 하고 있음. (2) 한국은 1986년부터 VTR이 Color TV의 生産金額을 웃돌고 있음, 또한 CD Player 의 輸出도 시작했음. (3) 台灣, 싱가폴은 Tape Recorder에서 Color TV로 轉換하고 있음. (4) 規模의 擴大와 製品의 하이테크化面에서 는 한국이 앞서고 있음.	'85 Color TV 661 VTR 510 Radio Cassette 311 CD Player 0.2 〔 컬러TV 394 Radio Cassette 221 VTR 209 〕 '86 / 1 - 7 VTR 591 Color TV 506 Radio Cassette 189 CD Player 1.0 〔 Color TV 343 VTR 267 Radio Cassette 140 CD Player 0.8 〕	'85 Tape Recorder 554 Color TV 524 Player 167 〔 Radio 671 Color TV 368 黑白TV 289 〕 '86 / 1~6 Color TV 280 Tape Recorder 210 Player 88 〔 Radio 311 Color TV 209 黑白TV 117 〕	'85/1~6 Radio 117 Radio Cassette 78 Color TV 33 VTR - 〔 Color TV 414 Radio 298 Radio Cassette 101 〕 '86 / 1~7 Color TV 108 Radio Cassette 86 Color TV 27 Radio 133 Color TV 49	'85 Radio Cassette 326 Color TV 238 Tape Recorder 59 (without radio) 〔 Radio Cassette 414 Color TV 298 VTR 101 〕 '86 / 1~7 Color TV 178 Radio Cassette 156 Tape Recorder 36 (without Radio) Car stereo 36 〔 Color TV 224 Radio Cassette 220 VTR 59 〕
2. 現地 主力 Maker (日系企業數)		(1) 韓國은 재벌系의 現地 Maker가 主導的 地位 를 占하고 있으나 技術力 強化 등의 목적 으로 日本企業과의 제휴도 활발. (2) 台灣은 일본기업이 싱가폴은 日美歐企業 이 큰 위치를 占하고 있음.	三星電子 金星社 大字電子 (3)	大同 聲宝 (7)	없음 (1)	없음 (11)
3. 品의 國內 達率		(1) 裾野産業의 成폭이 進되고 있으며 一 般品의 國內 達率은 昇傾向에 있음. 단, VTR이나 CD Player 등 尖端技術商品 의 主要品은 日本으로부터의 輸入에 의 존하는 구조임.	VTR 70% Color TV 82%	VTR 50% Color TV 80~90% Audio 100%弱	Color TV 20%	Color TV 60% Audio 90% (Hi Fi 50%)
4. 外 生産 點		(1) 韓國, 台灣의 主力 Maker는 外 生産 點 의 補充에 力 中임.	北美 歐洲地 三星電子 1 1 金星社 1 1	北美 歐洲地 大同 2 1		

	코멘트	韓國	台灣	香港	싱가폴
5. 美國市場에서의 需어變化 (양케이트 결과) (自社 브렌드)	(1) 主要製品的 美國市場에서는 全般的으로 增大 傾向 (2) 특히 韓國은 거의 全製品에 걸쳐 需어를 擴大해 나아가고 있으나, 台灣, 홍콩, 싱가포르 의 제품에는 약간의 차이가 있으며 需어업 은 一律의이 아님.	G5前 '86/7 4.0% 7.1% VTR 2.5% 2.5% 小型 5.0% 6.6% Color TV 8.0% 14.3% Portable 6.3% 11.4% Audio 輸出入(1986년 1~9月) 輸出 25.6 24.3 1.3 計 10.1 5.0 5.1 對美 3.7 7.9 ▲4.2 對日 外貨準備高('86/12) 3.3	G5前 '86/7 2.5% 2.5% VTR 2.5% 2.5% 小型 5.0% 6.6% Color TV 2.5% 3.3% Portable 3.3% 5.8% Audio 輸出入(1986년 1~9月) 輸出 28.4 17.4 11.0 計 13.8 3.9 9.9 對美 3.1 5.7 ▲2.6 對日 外貨準備高('86/12) 46.3	G5前 '86/7 2.5% 2.5% VTR 2.5% 2.5% 小型 2.5% 3.3% Color TV 3.5% 5.0% Portable 5.5% 6.5% Audio 輸出入(1986년 1~9月) 輸出 24.8 24.9 ▲0.1 計 7.9 2.1 5.8 對美 1.1 5.2 ▲4.1 對日 外貨準備高 -	G5前 '86/7 2.5% 2.5% VTR 2.5% 2.5% 小型 3.5% 5.0% Color TV 5.5% 6.5% Portable Audio 輸出入(1986년 1~9月) 輸出 16.5 18.7 ▲2.2 計 3.8 2.9 0.9 對美 1.4 3.7 ▲2.3 對日 外貨準備高('86/9) 12.9
6. 貿易取支와 外貨準備高 (單位:100億弗)	(1) 円高에 따른 價格競爭力 上昇으로 韓國, 台灣의 輸出이 大幅 擴大되고 있음. 특히 台灣에서는 貿易黑字가 定着되어 外貨準備高는 日本에 우박하고 있음. 단, 貿易相對國別로는 對美黑字, 對日赤字라는 貿易構造上的 不均衡도 顯在化되고 있음.				
7. 向後展望	(韓國) 研究開發의 振興, 人材의 養成 및 部品産業의 育成 등으로 價格競爭力이 있는 尖端商品으로 轉換하고 있음. (台灣) 美國依存에서 벗어나기 위해 家庭用 電子機器 輸出先의 多樣化 推進 (香港) 中國經濟特別區와의 補完關係를 強化하면서 中國製品的 輸出基地로서의 存在를 더욱 強化해 나갈 (싱가폴) 高賃金과 勞動力 부족에 對処하기 위해 高附加價值商品으로 特化해 가면서 말레이시아와의 分業化 推進.				

더우기 각국별 주요가정용 전자기기 생산수량을 보면 흑백TV, 라디오는 아시아 NICs 합계가 이미 일본을 능가하고 있으며 ColorTV도 일본의 절반에 미치고 있다. 기술력이 필요한 VTR은 아직 일본의 경우 5.5%에 머물러 있으나 한국, 대만이 생산확대를 추진하고 있어 1986년에는 4 백만대 전후에 달할 전망이다.

4. 日本市場의 아시아 NICs 製品

1985년 9월의 G5를 고비로한 엔고에 따라 아시아 NICs 각국은 일본제품에 대하여 40% 이상의 가격경쟁력 향상을 이룰 수 있었다. 이에 따라 일본의 아시아 NICs로부터의 수입이 급증하고 있다. 라디오 카세트, 복합형 스피커 시스템의 예로 보면 엔고이후 아시아 NICs로부터의 수입이 급증하고 있는 반면 일본 국내생산수량은 감소 추이에 있음을 알 수 있다. 수입수량과 국내 생산수량의 합계에 대한 NICs로부터의 수입수량 비율을 보면 라디오 카세트 9.8%, 복합

형 스피커 시스템 22.5%까지 높아지고 있다. 또한 전탁, 카메라의 경우도 각각 7.8%, 9.6%에 이르고 있다.

VTR, 선풍기의 경우 NICs 현지메이커 브랜드의 제품이 일본 국내시장에 들어와 있는 예가 있으나 전체적으로는 극히 한정된 수량인 것으로 나타났다. 이와 같은 동향은 일본 메이커에 의한 현지 메이커로의 OEM 생산위탁 또는 일본 메이커들의 아시아 NICs 생산이전에 따른 것으로 보아진다.

엔고의 정착으로 이와 같은 경향은 라디오 카셋이나 복합형 스피커 시스템에 그치지 않고 다른 가정용 전자기기도 같은 양상을 보이고 있으며 엔고에 대응한 일본 메이커의 OEM, 생산거점 이전이 앞으로 더욱 확대될 것으로 보인다.

5. 歐美市場의 아시아 NICs 製品

이 조사에서는 일본 가정용 전자기기 메이커의 해외판매회사를 대상으로 아시아 NICs 제품

表 4 日本의 아시아 NICs로부터의 輸入

(千台)

		1983年	1984年	1985年	1985/1~6月	1985/7~12月	1986/1~6月
Radio cassette	輸入數量 (A)	970 (84.8)	974 (100.5)	902 (92.6)	311 (59.3)	591 (131.5)	908 (291.6)
	아시아 NICs (C)	893 (93.4)	943 (105.7)	871 (92.4)	293 (55.9)	578 (138.0)	892 (304.2)
	台灣	633 (110.5)	667 (105.4)	481 (72.1)	168 (43.6)	314 (110.9)	277 (164.9)
	韓國	88 (43.9)	68 (76.3)	186 (275.0)	38 (117.6)	147 (423.0)	414 (1075.4)
	國內生産數量 (B)	22,309 (115.3)	28,306 (126.9)	21,784 (77.0)	12,229 (93.8)	9,555 (62.6)	8,204 (67.1)
	C/(A+B)	3.8	3.2	3.8	2.3	5.7	9.8
複合型 Speaker System	輸入數量 (A)	85 (61.4)	186 (217.8)	252 (135.2)	108 (151.4)	144 (125.2)	361 (335.2)
	아시아 NICs (C)	22 (33.4)	88 (407.3)	148 (168.8)	51 (225.6)	97 (149.1)	322 (631.0)
	台灣	20 (65.7)	85 (424.9)	138 (162.9)	51 (224.3)	87 (140.6)	310 (610.2)
	韓國	1.6 (4.7)	- (-)	1.3 (-)	0.3 (-)	1 (-)	6 (2066.7)
	國內生産數量 (B)	4,430 (101.2)	3,860 (87.1)	2,717 (70.4)	1,425 (71.9)	1,292 (68.8)	1,073 (75.3)
	C/(A+B)	0.5	2.2	5.0	3.3	6.8	22.5

註: () 内는 前年比, %

(資料) 日通産省 貿易統計, 機械統計

동향에 관한 조사도 시행하였다. (1986년 7월 실시).

이에 따르면 아시아 NICs 제품은 엔고를 계기로 구미시장에서 착실하게 그 발판을 굳혀가고 있다. 아시아 NICs 제품의 웨어가 5% 이상

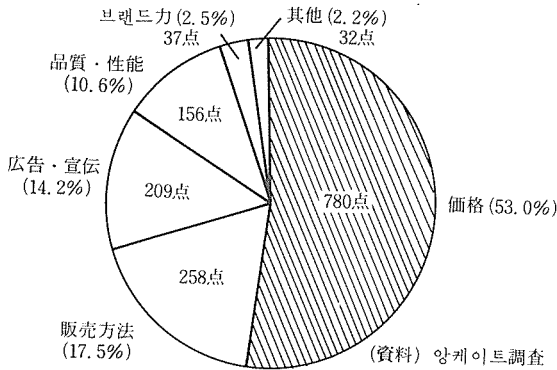


图 3 NICs 製品の 強点

이라고 답변하고 있는 판매회사의 수는 회답 결과의 전품목 시장 총계로 비교할때 엔고 이전의 259개사에서 현재는 391개사로 132개사나 증가하고 있다. 또한 구미시장에서의 아시아 NICs 제품의 최대강점은 가격에 있으며 엔고이후 일본제품과의 가격격차는 소매단계에서 30%라고 답변하고 있다.

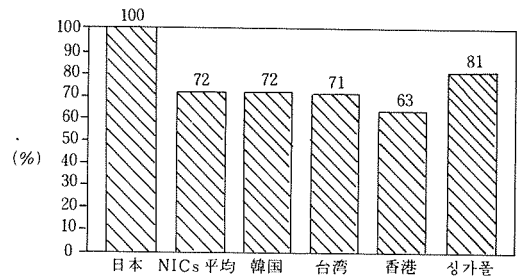


图 4 NICs 製品과 日本製品과의 小売價格差

P. 36에서 계속

싸게 공급할 수 있는 것은 68000을 CPU로 하여 메모리와 Gate array를 탑재하고 있을 뿐이라고 한다.

또日 Motorola는 작년 9월부터 同社가 4.5에서 7MIPS 파워를 지닌 68030을 發表하고 샘플 출하가 금년 제4/4분기부터 시작된다는 것을 덧붙이는 것을 잊지 않았다.

바꾸어 말하면 80386과 68020, 30은 IBM과 AT&T와의 세력 확대 싸움이기도 하다. 본래 68020, 68030, 60386MPU는 汎用 칩으로 어떤 OS에서도 어플리케이션 소프트웨어로도 쓸 수 있지만 역사상 68020의 OS는 UNIX系가 선행했고 80286의 OS는 MS-DOS가 선행, 80386에 잇따르려는 움직임을 보이고 있다.

이미 Intel의 MPU上에는 MS-DOS上에 5만을 탑재할 수 있다고 말해지는 사무지향의 어플리케이션이 구축되어 68000패밀리上에는 UNIX上에 두꺼운 工学系 어플리케이션이 구축되어 있다. 예를 든다면 Dataquest社의 「1990년에는 2~10명의 멀티 유저 시스템 시장의 70%가 UNIX 머신일 것이다」라는 예측도 있다. 상대와 경쟁하는 제품을 상대 시장에 새롭게 구축하는 것은 하루아침에 되는 것이 아니다. 그럼에도 불구하고 IBM이 PS/2의 OS/2 속에 멀티 유저/멀티태스크 기능을 내장해 AT&T가 80386用에 MS-DOS를 내부에 장착한 UNIX 386을 등장시킬 것으로 예상되어 앞으로의 형세가 어떻게 될지 주목된다.