



2000년대 가전산업 장기발전 전략

한국산업은행 조사부

1. 전망

가. 세계시장 전망

세계 가전시장 수요는 동산업 특성사 세계 경기동향에 크게 좌우되는 면이 있으나 적어도 단기적으로는 선진국 경기의 확장세 지속 또는 연착륙 가능성이 크고 중·장기적으로는 WTO체제 출범에 따른 세계교역량의 증대와 새로운 소비욕구를 충족시킬 수 있는 신개념 제품의 지속적인 개발

등에 힘입어 2000년대 초까지 안정적인 성장세가 이어질 것으로 전망된다.

이에 따라 세계 가전제품 생산은 1994년 현재 1,547억 달러에서 2000년까지 연평균 6.2% 2005년까지 5.1%의 성장세를 보여 오는 2005년에는 세계생산규모가 1994년의 2배에 가까운 2,846억 달러에 이를 전망이다.

제품군별로 보면 C-TV, VCR, CDP 등 기존의 가전시장 주도품목들은 보급률이 포화단계에 근접하고 있어 더 이상의 대규모 신규 수요를 기대하기 어려울 것으로 보여 2005년까지 연평균 2.6~4.4%의 저조한 성장을 보일 것으로 전망되고 있다. 반면 디지털 영상

·음향기 가전에 컴퓨터와 통신 기능이 복합된 뉴미디어기기, 환경개념이 도입된 그린제품, 가사 자동화의 본격 도입에 따른 전자동 백색가전제품과 가정자동화기기 및 고기능 소형가전제품 등을 중심으로한 신개념제품의 세계시장은 2000년까지 연평균 8.3%, 2005년까지 7.6%의 높은 신장율은 기록하면서 가전시장의 성장을 주도할 것으로 전망된다. 그 이유는 향후 세계가전시장은 LCD기술을 비롯하여 디지털기술·광기술·반도체기술 등 가전산업의 주변기술이 혁신적으로 변화하고 정보화 사회의 도래에 따른 신개념의 정보가전제품들이 신규수요를 유발하면서 신·구제품간의 활발

편집자 주) 본고는 한국산업은행에서 발간한 「2000년대 한국산업의 구조변화와 장기발전전략」에서 가전산업 부문을 발췌 전제한 것임을 밝힌다.

가전기기 세계시장 전망

(단위 : 억달러, %)

	1993	1994	2000	2005	연평균증가율	
					1993~2000	2000~2005
Audio	205	228	383	534	9.0	6.9
Video	447	478	706	924	6.7	5.5
Personal Electronics	202	225	344	460	7.3	6.0
Appliances	434	480	606	711	3.9	3.3
Other consumer	13	136	180	217	4.7	3.9
합 계	1,411	1,547	2,219	2,846	6.2	5.1
기 존 제 품	979	1,064	1,440	1,723	4.4	2.6
신 개 념 제 품	432	483	779	1,123	8.3	7.6

자료 : 1) 한국산업은행 예측치

2) Dataquest(1995.4)발췌·추정

아시아 가전시장의 품목별 비중변화 전망

(단위 : %)

	연평균성장률(1994~2000)		아시아의 세계시장 구성비	
	세계계	아시아	1994	2000
C-TV연	2.5	6.0	22.1	27.1
VTR	1.9	7.2	14.3	19.3
비디오카메라	4.2	12.2	9.5	14.8
VDP·LDP	6.8	6.4	52.9	51.7
Home Audio	2.4	5.0	31.3	36.4
Portable Audio	-0.6	10.0	10.1	18.5
Car Audio	2.0	6.4	7.9	10.2

자료 : 일본전자공업회

주 : 아시아에 일본 포함

한 세대교체가 진행될 것으로 보여지기 때문이다. 이에 따라 신개념제품의 시장규모는 1994년의 483억 달러에서 2005년에는 1994년의 2.3배에 이르는 1,123억 달러에 달할 것으로 전망된다.

지역별로는 가전기기의 보급 포화도가 비교적 낮은 아시아시장의 성장이 두드러져 세계시장의 성장을 주도할 것으로 전망된다.

이는 한국, 중국, ASEAN을 비롯한 대다수 아시아국가가 향후 세계평균 경제성장률을 크게 웃도

는 고도성장을 구가할 것으로 예상되고 있기 때문이다.

2000년대 초까지 아시아시장은 C-TV와 VTR, 비디오카메라 및 오디오 부문 등에서 세계시장 평균성장률의 2~4배에 이르는 높은 성장세를 보여 세계시장에서 차지하는 아시아시장의 구성비율은 C-TV, 홈오디오, VTR이 각각 1994년의 22.1%, 31.3%, 14.3%에서 2000년에는 27.1%, 36.4%, 19.3% 크게 확대될 것으로 전망된다.

나. 국내 가전산업 전망

국내 가전산업은 1985년 플라자합의 이후 최대 경쟁국인 일본의 급격한 원화절상과 3저 호황 등으로 가격경쟁력이 상대적으로 강화되면서 생산과 수출이 급속도로 확대되어 1988년 세계 2위의 가전용전자기기 생산국이 되었으며 1994년에도 10조 1,474억원 상당액을 생산하여 일본에 이어 세계 2위의 자리를 지켰다.

국내 가전산업은 향후 가전의 정보화·디지털화가 가속화되고 소득증대에 따른 소비자의 가격기준 변화 및 그에 상응하는 신개념 제품의 수요확대 등으로 점차적인 재도약이 예상되고 있어 1990년대 초 세계경기 침체와 기존제품의 보급 포화 등에 따른 일시적인 정체에서 벗어나 2000년까지 연평균 8.4% 2005년까지는 연평균 6.7%의 성장을 지속하여 2005년의 생산규모는 '94년 2.2배에 이르는 22조 7,695억원에 다할 전망이다. 수출 또한 비슷한 수준의 성장이 예상된다.

제품군별로는 90년대 중반까지는 기존 주력 제품시장이 성장을 주도하겠지만 그 이후에는 LDP, 고급AV시스템 기술집약적 제품과 HDTV, AVCC 복합추세에 따른 멀티미디어기기, 디지털음향기기(DCC, MD), 비디오CD 등 첨단제품을 중심으로 시장규모가 확대될 것으로 보인다.

그러나 전자산업내에서 차지하는 가전산업의 비중은 산업용전자와 반도체 등의 상대적인 고성장

가전기기 국내시장 전망

(단위 : 억원, %)

	1993	1994	2000	2005	년평균증가율	
					1994~2000	2000~2005
전자산업생산(A)	292,640	378,593	779,879	1,296,478	12.8	10.7
가전산업생산(B)	89,861	101,474	164,638	227,695	8.4	6.7
B / A	30.7	26.8	21.1	17.6	-	-
세계시장점유율	8.08	8.14	9.24	9.94	-	-

자료 : 1) 한국산업은행 예측치

2) 전자공업진흥회, 「전기·전자공업통계」, 1995. 5

주 : 1) 세계시장점유율=(국내가전산업생산/세계시장규모)×100

2) 환율 : 1993년 788.32원/달러, 1994년이후 804.00원/달러

가전산업의 수출액 및 수출액 비중 추이 전망

(단위 : %)

		1980	1985	1990	2000	2005
전 산업에서의 비중	수출액	0.9	1.2	2.0	2.1	2.2
	수출액	3.2	4.3	6.6	6.7	7.1
제조업에서의 비중	수출액	2.0	2.6	4.1	3.8	3.9
	수출액	4.4	5.5	8.3	8.0	8.4

자료 : 한국산업은행 예측치

주 : 한국은행 산업연관표상 163통합소분류중 가정용전기전자기기 (106) 기준임

으로 오히려 감소할 것으로 보이며 제조업에서 차지하는 가전산업의 수출액 및 수출비중 또한 크게 확대되지는 못할 것을 전망된다.

한편 이와 같은 국내 가전산업의 성장속도는 최소한 세계 가전산업의 평균성장 속도를 상회하는 수준이 될 것으로 전망되기 때문에 국내 가전산업의 세계 생산시장점유율은 1994년의 8.1%에서 2000년에는 9.2% 상승하고, 2005년에 이르러서는 9.9%에 달할 것으로 전망된다.

그러나 이와 같은 국내업체의 세계시장 점유율의 상승과 향후 일본의 점유율 하락에도 불구하고 1위인 일본을 추월하지는 못할 것이며 중국의 약진이 예상되고 있

어서 국내 가전산업의 생산순위는 1994년의 2위에서 2005년에는 중국에 이어 3위권으로 밀리면서 말레이시아 등과 같은 후발개도국의 맹추격을 받을 것으로 보인다.

2. 장기발전전략

'50년대말 진공관식 라디오 조립생산으로 출발한 국내 가전산업은 정부와 기업의 적극적인 육성 노력으로 60년대 조립생산단계와 70년대 고도성장기를 거치면서 국민경제발전과 수출증대에 견인차역활을 수행, 사실상 전산업의 성장을 주도해 왔다고 할 수 있다.

1994년 생산기준 국내 전자산업의 위상을 보면 전자 전체로는 세계 4위며 산업용전자 9위 가정용전자 2위, 전자부품 3위 등 적어도 외견상으로는 전자강국의 면모를 보이고 있다.

그러나 80년대 후반 이후 국내 가전산업은 임금 등 요소비용의 급격한 상승과 중국, ASEAN 등과 같은 후발개도국의 추격 WTO 출범과 전자제품의 범세계적인 특성에 따른 무역경쟁 격화 및 세계적인 기술보호주의의 심화 등으로 대내외적인 어려움이 가중되고 있다.

향후 국내 가전산업이 급변하는 산업환경변화 속에서 국제경쟁력을 유지·강화하여 가전 강국의 위치를 고수하면서 장기적으로 발전

한국 전자산업의 위상

(단위 : 억달러, %)

	총생산액			
	산업용기기	가정용기기	전자부품	
세계 전자산업	7,811	4,878	737	2,196
한국의비중 (1994년)	4.3	1.9	9.6	7.7
한국의순위 (1994년)	4	9	2	3
(1993년)	4	10	2	3

자료 : Elsevier Advanced Technology, Year Book of Electronics Data, 1995, Vol.I

주 : 가정용전기기기 제외

해 나가기 위해서는 우선 기업특유의 원천기술 확보와 핵심부품의 개발 및 생산제품의 고기능·고부가가치화를 적극적으로 추구해 나갈 필요가 있다. 이를 위해 정부는 민간기업이 환경변화 적응할 수 있는 여건 마련에 주력하여 특별소비세를 비롯한 각종 부담금을 완화·폐지하는 등 제도개선을 지속적으로 단행할 필요가 있으며 기업은 가전산업의 발전추세에 적극 부응하여 디지털 제품과 시스템제품의 개발에 집중적인 투자를 수행하는 한편 국내·외 기업간 전략적 제휴를 통하여 투자위험의 분산, 취약기술의 확보 및 시장 선점을 꾀해 나가야 할 것이다.

가. 해외직접투자 확대 및 재조정

전자산업에 있어서 해외투자의 확대는 각 지역의 비교우위 요소를 용이하게 활용할 수 있을 뿐만 아니라 범세계적 특성에 부합하는 규모의 경계를 실현함으로써 국내 가전기업의 경쟁우위를 창출해 내는 매우 중요한 전략이다.

'80년대 후반 이후의 급격한 임금상승과 WTO출현에 따른 경쟁격화, 중국, 말레이시아와 같은 후발개도국의 추격 등으로 국내외적으로 어려움이 가중되고 있는 국내 가전산업이 국제경쟁력을 유지·강화하기 위한 전략의 일환으로서 해외직접투자의 필요성은 더욱 커지고 있다.

우리나라 전자산업은 80년대 후반 이후 활발한 해외투자 확대

국내 전자산업의 해외투자 동향

(단위: 건)

		미국	유럽	일본	아시아	중국	기타	합계
산업용전자기기	1993.6	10	2	1	11	6	5	35
	1994.6	19	3	1	14	19	6	62
가정용전자기기	1993.6	4	11	0	26	9	5	55
	1994.6	4	15	0	26	28	5	78
전자부품	1993.6	14	5	1	61	45	5	131
	1994.6	18	8	1	105	83	5	220
합계	1993.6	28	18	2	98	60	15	221
	1994.6	41	26	2	145	130	16	360

자료: 1) 한국은행, 「해외투자 현지법인 현황」, 1993, 1994

2) 산업연구원, 「일반전자부품산업의 국제화전략」, 1995.1

주: 1) 제조활동의 투자허가 기준

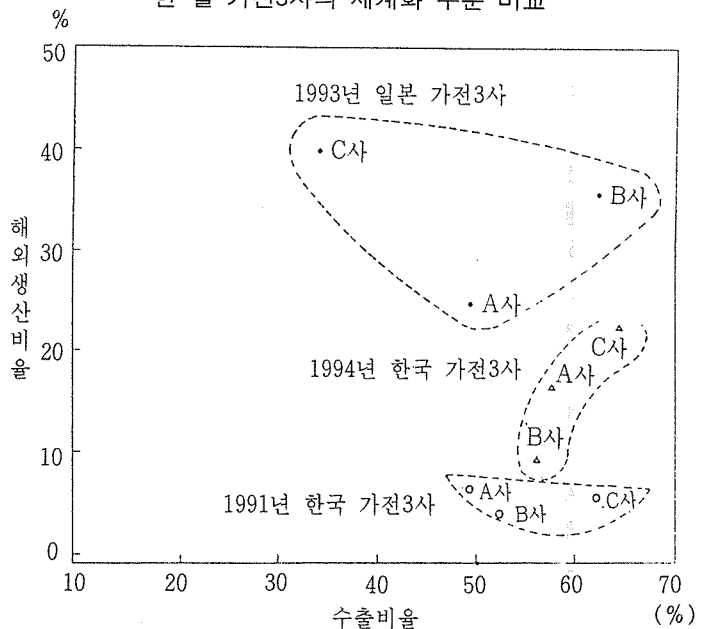
2) 아시아에는 일본, 중국 제외

로 해외생산법인의 수요 생산규모가 매년 큰폭으로 성장하고 있다. 가전산업의 경우도 1994년 6월 현재 건수기준 전년동기대비 41.8%의 증가를 보이고 있으며 이후로도 비슷한 속도의 증가가 2000

년대 초까지 이어질 것으로 보인다.

이와같은 지속적인 해외투자의 확대에 힘입어 국내 전기산업의 해외생산도 꾸준히 증가하고 있으나 아직도 이웃 일본의 해외생산

한·일 가전3사의 세계화 수준 비교



자료: 1) 한국산업은행 조사

2) IBJ, 「經濟·산업의 동향」 1994. 5

지역별 현지진출 전략

대상 지역	현지진출 전략
미국 및 EC	현지통상마찰 완화 및 산업협력차원의 현지투자 확대
동남아	보급형제품의 생산기지 이전으로 가격경쟁력 보완을 통한 대선진국 수출기지화, 우회수출에 따른 덤핑판정 가능성에 상시 대응
일본	현지시장 경험습득 및 최첨단 기술확보 차원에서 마케팅조직과 연구소 설립 등의 확대
중국 및 동구권	신시장 개척 및 장기적 시장관리차원에서 현지 판매법인의 설립 등을 확대

비중에 비해서는 크게 낮은 수준을 보이고 있어 앞으로도 상당기간 해외생산 확대전략은 유효해 보인다. 국내 가전3사의 1991년 대비 1994년 해외생산비율을 비교해 보면 확대추세가 가시화되면서 일부 가전사의 경우 20%를 넘어서고 있는 것으로 조사되었다.

국내 5대 가전제품의 경우 1995년중 해외생산비율이 23%에 이를 것으로 추정되고 있으나 아직도 일본에 비해서는 전반적으로 매우 낮은 수준에 머물고 있는 것이 현실이다.

향후 해외직접투자 전략은 기본적으로 현지 진출기업간의 질서있는 경쟁과 협조를 바탕으로 국내 업계의 공동화 현상을 방지할 수 있도록 산업내 구조조정을 적극적으로 연계시켜 추진해야 할 것이다.

이를 이해서는 무엇보다 제품·공정별 기업내 국제분업의 효율적인 추진이 요구되는데 국내사업부문은 기업특유의 경쟁위요소 확보를 위한 연구개발 노력과 부가가치제품 위주의 산업구조고도화를 지속적으로 실현해 나가고 해외사업부문은 가전산업의 범세계적 특성을 살려 세계적 관점에서 제품의 표준화·차별화 전략을 효과적으로 추진해야 할 것이다. 또한 선진기업의 글로벌전략에 대응하여 재편되는 가전산업구조에 동참하기 위해서는 지역별·국가별 특성에 맞는 현지 진출전략의 재조정이 필요하다.

UR타결에 따른 무역자유화와 블록화가 상존하는 복잡한 산업환경하에서의 해외생산 전략은 기존의 단순 저생산비 요인 이외에도 자국산부품 사용 의무율 확대와 원산지규정 적용 강화, 우회 수출 품목에 대한 덤핑조사 강화 등 복합적인 변수를 고려하지 않을 경우 해외투자의 효율성이 크게 저하될 것이기 때문이다.

한편 정부는 가전산업의 전략적 특수성을 고려하여 향후 WTO규정에 위배되지 않는 범위내에서 금융, 세제 및 보험제도의 개선을 적극 추진해야 할 것이다.

우선 첫째, 금융면에서 중소기업의 해외투자를 실질적으로 지원할 수 있도록 융자대상을 지속적으로 확대해 나가야 하며 이미 상당한 진출이 이루어진 지역에 대해서는 국내 금융기관이 동반 진출할 수 있도록 지원하는 것이 필요하다.

둘째, 해외투자 손실준비금제도 상 손실준비금액 한도를 20%에서 30%수준에서 상향조정하여 중소기업의 해외투자에 대한 위험

부담을 덜어줄 수 있도록 해야 하며 준비금 적립후 손실이 발생하지 않았을 경우의 입금 산업기간도 최소한 일본과 비슷한 수준이 되도록 조정해 나갈 필요가 있다.

나. 효율적인 기술개발 체제 구축

국내 가전산업의 전반적인 기술수준은 일본을 100으로 보았을때 70정도의 수준으로 평가되고 있다. 좀더 세부적으로 보면 중소형 컬러TV, 냉장고, 카세트, VCR, 전자렌지, 카오디오, 전자손목시계 등 성숙기에 들어선 제품의 경우 조립생산기술은 일본의 80~90% 수준이나 설계, 신호처리, 최적프로세서 활용기술 등은 50~70% 수준에 불과한 실정이다.

즉, 라이프 스타일상 성장기·성숙기에 접어든 대부분의 기술은 선진국수준에 근접해있으나 소재처리, 디스플레이 기술, 신호처리 기술, AI기술, 반도체설계 등 혁신기술부문은 선진국에 크게 못미치고 있는 것이다.

이는 그동안 국내 가전산업의

가전기술수준 비교

기술이 자체기반이 취약한 상태에서 주로 국외로부터의 기술도입과 도입기술의 개량활동을 통해 발전해 왔기 때문이다.

2000년대를 향한 세계 가전산업 기술발전의 기본조류는 마이크로프로세서, 반도체, 광기술 등 첨단전자기술의 발전에 따라 기존 가전제품에 마이크, 센서, 음성합성기술 등이 도입되어 사용자에 대한 편의성 제고와 기기의 제어기능 향상을 가져와 음성조작 등 인텔리전트화가 이루어질 것이다. 또한 디지털 통신기술, 광통신기술이 진전되어 단일 가전제품들이 융합화. 시스템화 되면서 새로운 상품들이 출현하게 되고 기존기술과는 완전히 다른 차원의 기술에 의한 새로운 가전제품이 생산될 것이다.

이외에도 향후 AV기기는 디지털 처리기술의 발달과 디스플레이이다. 이외에도 향후 AV기기는 디지털 처리기술의 발달과 디스플레이 소자기술의 진보로 고화질, 고음질의 다양한 제품이 계속 등장할 것이다.

90년대 중반까지는 기기의 디지털화가 가속화되고 후반에는 각종 정보기간의 융합이 진행되어 AVCC(Audio, Video, Computer & Communication)가 주류를 형성하게 될 것이다.

국내 가전산업이 이와 같은 기술발전의 조류에 부응하여 지속적으로 경쟁력을 확보해 나가기 위해서는 첫째 전자산업 총 R&D 투자에 대한 정부 부담비율을 현

핵심요소기술	최고기술 보유국	국내기술 수준	핵심요소기술	최고기술 보유국	국내기술 수준
디 스플 레 이	일 본	60	반 도 체 설 계	미 국	60
신 호 처 리	미 국	70	고 밀 도 보 장	일 본	80
메 커 니 즘	일 본	75	AI	미 국	45
기 록 재 생	일 본	75	음 악	일 본	70
시스템인터페이스	미 국	60			

자료 : 전자신문사, 「한국전자연감」, 1995

주 : 최고기술보유국을 100으로 함

재의 20%내의 수준에서 선진국 수준인 25~30%로 끌어 올릴 필요가 있으며 민간기업 차원의 대폭적인 연구개발투자 확대와 함께 효율적인 연구개발체제의 구축 등 기술개발체제의 강화를 추진해 나가야 할 것이다.

특히 향후 세계 가전산업의 성장을 주도할 것으로 예상되는 첨단 대형기술 중 대규모투자를 요하고 개발위험이 큰 과제에 대해서는 정부와 민간의 공동개발을 추진해야 할 것이다. 둘째, 선진국에서 일반화된 기술중 해당국의 기술이전 기피로 국내에서 보유하지 못한 기반기술과 핵심부품의 개발을 현재 추진중인 일렉트로-21 프로젝트와 연계하여 적극적으로 추진해야 한다.

이와 관련하여 국내업체가 우선적으로 개발해야할 대표적인 부품 기술로는 PCB 실장기술, 기록매체 재료기술, 광학부품기술, 화상처리기술, 마이크 제어기술, 소프트웨어기술 등을 들 수 있을 것이다. 셋째, 국내기술이 취약한 핵심기술에 대해서는 선별적인 기술도입, 또는 합병투자를 통해 개발

시기를 단축시키고 기업간 핵심기술에 대한 특허공유 및 크로스라이선스 계약 등의 추진으로 선진국과의 기술협력을 강화하는 등 전략적 기술체류를 강화해야 할 것이다. 넷째, 차기 세계시장을 선도할 것으로 예상되는 품목의 개발체제를 구축해야 한다. 특히 HDTV·디지털VCR 등의 첨단제품에 대해서는 기술변화 정보에 민감하게 대응해야 하며 가능한한 외국기업이나 연구소와의 국제적인 공동연구를 추진하는 것이 바람직할 것이다.

다섯째, 산업재산권에 대한 판리가 강화되어야 한다. WTO의 출범에 따른 고역량의 증가가 예상되는 가운데 한편으로 기술보호주의가 강화되고 있어서 향후 기업내 특허관련부서의 역할과 기능이 크게 확대될 필요가 있기 때문이다.

여섯째, 선진기술을 습득하는 보다 적극적인 수단으로 국제 M&A를 계속 활성화 시켜나가야 한다.

이외에도 국내기업간의 협력을 증진 시켜나갈 필요가 있다. 일본

한·일 가전소매점의 규모비교

	국내 대리점	일본 대규모 양판점
매출액	5~15억원	2,000억엔
점포면적	15~20평, 단일점포	300평 규모, 복수점포 업체당 50~300평
점포당 종업원수	3~5명	40~50명

자료 : 산업연구원

의 경우 이미 동일 업종내에서는 대부분의 기업이 특허공유계약을 맺고 있으며 외국기업과의 특허분쟁에서도 공동대응하고 있으나 우리나라의 경우 아직까지도 이와같은 형태의 협력에 기업자체의 경제심리가 강하여 활성화 단계에 이르지 못하는 못하고 있다.

국내 기업간의 협력은 이미 개발된 기술이나 도입된 기술의 중복도입을 방지하고 관련기술의 공동개발을 촉진할 뿐만아니라 선진국의 특허공세에도 공동대응할 수 있고 국내업체간의 비효율적인 경쟁요소를 제거하는 등의 잇점이 있기 때문에 날로 격화되고 있는 기술개발경쟁 시대에 국익차원에서 낭비와 비효율을 줄일 수 있는 매우 중요한 전략이 될 것이다.

다. 유통구조 개선

1993년 7월 유통시장 개방폭 확대와 1996년 완전개방을 앞두고 일본 등 선진국의 가전유통업체들이 국내시장 참여를 본격화하고 있어 어떤 형태로든 이에 대한 장기적인 차원의 대응책을 구체화하지 않으면 안될 시점에 있다.

국내 가전유통업체가 규모면에서 국내 대리점체제와는 비교가 되지 않는 외국 대형유통업체들과의 경쟁에서 지속적으로 우위를 점하기 위해서는 첫째, 국내 대리점들이 영세성을 벗어나 경쟁력을 갖추 수 있도록 대리점업체의 개선과 유통경로 강화를 적극 추진해야 한다. 이를 위해서는 개별점

포의 대형화 유도과 함께 기존 대리점들을 제품의 기능 진열 및 판매방법 등에 따라 전문점화 내지는 특성화점으로 차별화시켜 나가거나 연쇄화가 용이하도록 요건을 더욱 완화하는 방안을 적극 추진해야 할 것이다.

둘째, 국내 가전유통업체의 서비스질 향상과 비용 절감을 위해서는 물류정보시스템에 대한 마인드 확산과 투자확대가 필요하다. 유통경로 참여자들의 POS시스템 조기도입, 제조회사와 대리점간의 On-Line 정보교환시스템 구축, 가전제조업체에 의한 선진형 1일 배송 및 택배시스템 구축 등은 국내 가전유통업체의 체질 강화와 동시에 외국유통업체에게는 높은 시장진입장벽으로 작용하는 면이 있어 도입의 필요성이 더욱 크다 하겠다.

셋째, 현재의 제조·판매일치형 조직의 기능을 재편해서 제조와 마케팅은 일치시키고 판매부문은 별도로 전문화하는 전략이 필요하다. 제조, 영업, 판매로 구분되어 있는 현재의 가전업체 유통구조로는 향후 본격화 될 국내시장에서의 국제경쟁에 효율적으로 대처하기 어렵기 때문이다.

따라서 제조업체의 영업부문을 별도 판매회사로 독립시키거나 100% 자체출지의 대형직영점 운영 등이 크게 확대되도록 해야 할 것이다.

예를 들면 멀티미디어제품은 물론 생활용품까지도 취급하며 휴식공간까지 갖추어 윈스톱 쇼핑이 가능한 새로운 개념이 고객밀착형 매장을 크게 늘려나갈 필요가 있다.

라. 가전부품산업의 육성 및 부품조달 체계의 세계화

일반적으로 일반전자부품은 그 자체로는 서비스 창출을 할 수 있는 독립적인 기능을 가지지는 못하나 가전제품의 기능을 향상시키고 품질을 제고시키는데 있어서 기반이 되는 산업으로 중요성이 커지고 있다.

그러나 국내 부품산업은 기업규모의 영세성, 노동집약적 특성과 3D업종으로 인식됨에 따른 심각한 인력난, 국내 기초 기반기술의 낙후, 해외 판매망의 부족, 부품 표준화 미비, 자동화 및 정부지원체제의 부족 등 구조적으로 해결해야 할 과제가 산적해 있는 상황이다.

국내 가전산업이 국제적인 품질 경쟁에서 지속적으로 우위를 확보해 나가려면 필히 부품산업의 발전이 병행되어야 하는데 이를 위해서는 담보능력이 부족한 영세 부품기업에 대한 산업자금 지원절차를 간소화하고 그동안 내수위주의 성장에 따라 수출경쟁력이 상실되었음을 감안하여 해외부문의 수요확대 및 수출산업화 정책을 적극 추진해야 할 것이다.

특히 앞서 지적한 부품산업의 구조적인 문제점을 해결하는 가장 유망한 전략으로 해외투자를 통한 해외생산의 확대를 들 수 있는 것이다.

지금까지는 가전기업체들의 해외생산이 소요부품을 국내에서 조달하여 해외에서는 조립만 하는 형태가 대부분이어서 국내 부품산업에 미치는 영향이 미미하였다. 그러나 UR타결에도 불구하고 지역별 경제블록이 심화되면서 부품의 현지화 요구가 강화되고 있어 가전산업의 해외진출시 부품제조기업이 동반진출할 필요성이 커지고 있기 때문에 이를 활성화 할 수 있는 전략을 추진하여 수직적 및 수평적 결합에서 오는 시너지 효과를 극대화할 수 있도록 해야 할 것이다.

한편 여러가지 잇점에도 불구하고

고 시행이 늦어지고 있는 국내 가전업계의 부품표준화 문제도 조속히 실현될 수 있도록 다각적인 노력이 강구되어야 한다.

부품표준화를 시행하는 과정에서는 표준화 참여업체간의 상충된 이해관계를 기술적으로 조정할 수 있는 정부의 조정능력이 무엇보다 중요하며 참여업체 또한 국가경제의 효율성 제고와 생산원가 절감 차원에서 다소간의 양보가 필요할 것이다. 이외에도 해외투자지원의 시스템화, 해외공단의 조성, 역수입관세지원 등 제도적차원의 개선이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

한편 부품 조달체계 측면에서 국내 가전업계가 향후 세계적인 다국적기업들과의 경쟁에서 우위를 지켜나가기 위해서는 고품질의 부품을 가장 싸가격으로 조달할 수 있는 효율적 글로벌소싱(global sourcing)전략을 강화하여 그동안 부품의 발굴·공급 차원에 머물렀던 해외부품조달센터(IPO)의 기능을 조달합리화, 물류개선, 기술 및 정보구매체제를 강화하는 방향으로 더욱 발전시키고 나아가서는 현지생산에 의한 조달도 할 수 있도록 기능을 적극적으로 확대해 나갈 필요가 있다.

한편 해외생산에 있어서도 후발

개도국으로의 기술 유출이 우려되는 핵심기술 제품에 대해서는 보다 세심한 검토가 선행되어야 할 것이다.

최근 부품업체들이 인건비가 싼 중국으로 진출하면서 현지투자를 처음부터 부품을 동반한 완결형 생산방식으로 정하고 TV용 컬러 브라운관(CPT), 주문형 반도체 등의 핵심부품까지 현지생산을 계획하는 경우가 있어 기술유출이 우려되고 있다.

머지않은 장래에 우리의 경쟁상대가 될 것이 확실한 중국에 범용 부품의 수준을 넘는 핵심부품의 현지생산을 위한 투자는 보다 신중을 기해야 할 것이다.

일본 전기업체들의 국내투자는 범용부품과 세트조립생산에 집중되고 있으며 고도의 기술을 요하는 핵심부품은 철저하게 일본에서 생산·공급하는 형태를 취하고 있다.

따라서 향후 국내 업계의 해외생산은 특별한 기술이 필요없는 범용부품에 한정될 필요가 있으며 고도기술을 요하는 핵심부품은 우선 국내생산을 고수하면서 점진적으로 기술을 이전하는 방식의 산업협력 패턴이 바람직할 것으로 보인다.

