

# 가전 유통시장 개방과 우리의 대응

김 두 현

산업연구원 전자·생활산업

연구실/책임연구원

## 1. 서론

가전산업은 그동안 제품의 지속적 혁신을 통한 거대한 시장창출과 높은 고용효과, 그리고 다양한 문화·정보의 창조 및 보급을 위한 매개로서 각국의 경제발전 과정에서 핵심적 역할을 담당해 왔다. 동시에 가전산업은 반도체·LCD 등 핵심 전자부품의 대량 소비부문으로서 이들 제품의 가격하락과 기술발전을 선도하고, 이는 다시 산업용 전자기기의 발전으로 이어지는 선순환을 가져옴으로써 전자정보산업의 발전과정에서 차지하는 의의도 매우 큰 상태이다.

그러나 80년대 후반 이후 세계 가전산업은 C-TV와 VTR 등 주요제품의 보급률이 포화상태에 접어든 가운데 이를 대체할 만한 대형 혁신제품의 부재로 성장률이 급격히 낮아져 왔다. 이에 따라

사양산업으로서 가전산업의 중요성에 대한 인식이 크게 낮아져 왔으나, 최근 사회의 정보화시대 진입과 디지털 기술의 급속한 발전으로 가전·컴퓨터·통신·방송의 융합화를 통한 멀티미디어화가 급진전되면서 동산업의 중요성이 다시 높아지고 있다.

한편 우리나라는 1959년 라디오 조립생산으로 가전산업이 본격 태동된 이래 외부 기술도입과 풍부한 저임노동을 바탕으로 적극적인 수출산업화 전략을 추진함으로써, 80년대 후반에 일본에 이어 세계 제2위의 가전생산국으로 부상하였다. 그러나 80년대 말 이후 국내 가전산업은 임금 등 요소비용 상승과 후발개도국의 추격, 그리고 선진국의 잦은 무역규제조치 등으로 수출이 크게 둔화되어 왔다. 여기에서 80년대말부터 UR협상타결에 대비해 내수시장에서

유통시장 개방이 본격 추진되면서 국내 가전산업은 국내·외에서 이중적 시련에 직면하고 있다. 특히 유통시장 개방 확대는 지금까지 독과점적 이윤확보를 통해 국내 기업들의 수익성 및 수출확대의 견인차 역할을 수행해 온 내수시장에서 치열한 가격경쟁과 수익성 악화를 가져올 것으로 보여, 향후 이에 대한 효과적인 대응여부가 국내 가전산업의 성장을 결정짓는 핵심적 관건으로 부상할 전망이다.

이에 따라 본고에서는 국내 가전산업의 유통시장 개방에 따른 외국업체의 진출동향과 국내산업에의 파급효과를 점검해 보고 향후 이에 대응하기 위한 효과적인 방안을 모색해 보고자 한다.

## 2. 유통시장 개방과 국내 산업에의 영향

1) 유통시장 개방과 외국 기업의 진출동향

정부는 80년대 이후 UR협상단계에 대비해 가전유통업을 포함한 유통업계 전반의 충격을 최소화하고 선진기술 도입을 통한 국내업계의 경영합리화를 촉진시키기 위해 점진적이고 단계적인 유통시장 개방계획을 추진해 왔다. 이에 따라 1981년에 단일품목을 취급하면서 점포규모가 100평 이하인 경우 우선적으로 외국기업의 국내 유통시장 참여가 허용되었다.

그러나 본격적인 유통시장 개방은 1988년 10월에 발표된 정부의 「도·소매 진흥 5개년 계획」 이후 추진되어 왔는데, 이를 시기적으로 나누어 보면 지금까지 크게 4 단계로 나눌 수 있다.

먼저 제1단계 시장개방은 1989년에 실시되었는데, 여기에는 주로 유통산업의 기술도입과 도매업에 대한 외국인투자 그리고 외국법인의 국내지사설에 대한 규제조치의 완화가 포함되었다. 그리고 1991년 7월과 1993년 7월에 각각 취해진 2단계와 3단계 개방조치는 가전유통을 포함한 소매업분야에 대한 외국인 기업의 설치 점포수와 점포당 매장면적의 제한범위를 확대하는 방향으로 시장개방이 이루어졌다. 이에 따라 2단계에서는 외국인기업의 점포수와 점포당 매장면적이 과거 1개와 700㎡에서 각각 10개와 1,000㎡로 확대되었고, 3단계에서는 이것이 다시 20개와 3,000㎡로 대폭 확

대되었다.

그리고 금년 1월부터 시행된 제 4단계에서는 외국인기업이 설치할 수 있는 점포수와 매장면적 제한이 완전철폐됨으로써 외국기업들이 자유롭게 국내시장에 참여할 수 있게 되었다.

한편, 이러한 일련의 유통시장 개방확대 조치로 외국기업들의 국

내시장 진출도 크게 확대되어 왔다.(이하<표1> 참조). 기업별로는 2단계 개방 이후 GE·일렉트로룩스·필립스 등 미국과 유럽계 기업들이 직영매장 설치 등을 통한 직접적인 진출을 활발히 추진한 반면, 세계 최고 기술국인 일본계 기업들의 경우 서비스센터 설립과 자사상표의 특허등록 등

<표 1> 유통시장 개방이후 주요 외국기업 진출동향

시 기	진 출 동 향
2단계 개방 (1991. 7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다이이치/라옥스 : 자사상표 국내에 특허 등록</li> <li>• 소니 : A/S센터 3곳 설립 및 국내 10개 면세점 판매 개시</li> <li>• 산요 : 서비스요원 선발 및 교육</li> <li>• 일렉트로룩스 : 국내기업과 합작회사 설립</li> <li>• 다카시야마 : 전자랜드와 제휴</li> <li>• 필립스/GE : 직매장 개설</li> </ul>
3단계 개방 (1993. 7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베스트전기 : 국내기업과 인력교류 및 자사상표 특허 등록</li> <li>• 시어즈 : 국내기업과 냉장고·청소기의 독점 판매계약 체결</li> <li>• 마쓰시타전기 : 서비스센터 증설(총 11개)</li> <li>• 소니 : 서비스센터 증설(총 20개) 및 기술전시관 개설</li> <li>• 필립스 서비스센터 증설(총 12개)</li> <li>• 마쓰시타전기 : 국내기업과 세탁기·냉장고 판매계약</li> <li>• 한국샤프 : 일본샤프의 액정TV수입 판매</li> </ul>
완전개방 (1996. 1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산요 : 가전제품 본격 판매전략 수립</li> <li>• 샤프 : 1백개 대리점에서 세탁기·진공청소기 판매계획</li> <li>• 소니 : 대형오디오매장 개설 계획</li> <li>• 마쓰시타 : 국내기업과 에어컨 등 판매계약</li> <li>• 캔우드 : 공급주방용품 다양화 계획</li> <li>• 웨스팅하우스 : 직매장 개설계획</li> <li>• GE : 가전서비스회사 설립계획</li> <li>• 베스트전기 : 합작선 물색 및 시장조사단 파견</li> <li>• 라옥스 : 자사상표등록 및 합작선 물색</li> <li>• 조신전기 : 국내시장 참여 검토</li> <li>• 다카시야마 : 합작선 물색중</li> <li>• 톰슨 : 국내진출계획 마련중</li> </ul>

자료 : 업계자료 토대로 필자 정리

<표 2> 가전산업의 수입선다변화 대상품목

HS	품 목 명
8516 60 2000	• 전기밥솥(보온기능을 가진 것)
8519 93 1000	• 카세트형의 자동차용 음성재생기기 (테크메카니즘 포함, 아날로그식에 한함)
19 3010 3090	• 자동차용 디스크형의 음성재생기기 • 기타 디스크형의 음성재생기기
8521 10 2000	• 마크네택테이프형의 영상 기록용 또는 재생용 기기(폭 12.7mm이하)
90 1000	• 디스크형의 영상 기록용 또는 재생용 기기
8527 13 2000	• 디스크형의 라디오방송 수신용 기기 (다만 기록장치와 결합된 것은 제외)
21 2000	• 디스크형의 레이저 광학 판독장치를 가진 자동 차용 라디오 방송 수신용기기(다만 기록장치와 결합된 것은 제외)
31 1030	• 기타의 카세트형과 디스크형이 결합된 기기 (CD와 아날로그식 카세트형의 결합기기에 한 함)
8528 12 9050	• 컬러 텔레비전 수상기(수상기의 형광면을 대각 선으로 측정 한 길이가 53.34cm 이상 63.50cm 미만인 것)
12 9060	• 컬러 텔레비전 수상기(수상기의 형광면을 대각 선으로 측정한 길이가 63.50cm 이상인 것)

자료 : 한국무역협회, 「96상반기 품목별 수출입요령」, 1996.

간접적 참여형태에 치중해 왔다. 이는 유통시장 개방에도 불구하고 <표2>에 나타난 바와 같이 일본이 경쟁우위를 지닌 대부분의 품목이 수입선 다변화 조치에 묶여 국내로의 직수출이 어려운데다, 제 3국 생산제품의 경우에도 우리나라의 엄격한 원산지규정관리 등으로 수출확대에 어려움을 겪어왔기 때문이다.

그러나 최근 일본은 정부차원에서 수입선다변화조치의 철폐를 위

한 통상협상을 적극 제기하고 나선 가운데, 소니·마쓰시타전기·라옥스·베스트전기 등 유수의 가전제조업체와 양관점들이 국내진출전략을 보다 구체화하고 있어 향후 이들기업과 국내기업간 치열한 경쟁이 예상된다.

2) 국내 가전산업에의 영향

유통시장 개방확대 조치가 국내 가전산업에 미치는 파급효과는 매우 다양하나 이를 크게 대별하면

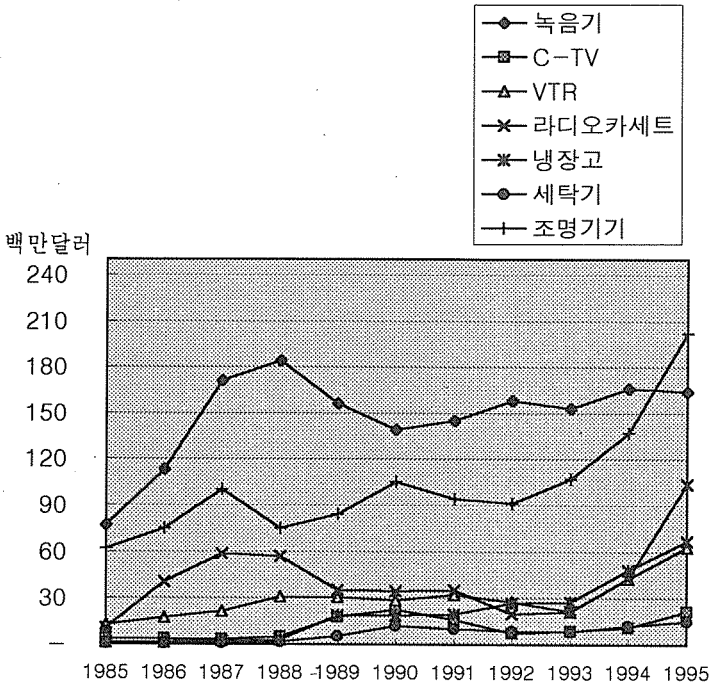
유통부문에 미치는 영향과 국내 수입구조에 미치는 영향으로 대별해 볼 수 있다.

먼저, 유통부문과 관련해서는 풍부한 경영 노-하우와 잘 조직화된 외국의 대형 유통점이 국내에 본격진출 할 경우 이들 기업들로부터 경영기술의 습득을 통해 국내업체의 경영효율성이 증진될 것이라는 장점과 함께 다른 한편으로는 국내 유통업체들의 경쟁력 상실이 불가피할 것으로 예상되었다. 특히 현재 제조업체 전속대리점과 양관점 등 대부분의 국내 유통업체가 영세성을 면치 못하고 있는 실정에 비추어 볼때 이들 영세 유통업체들의 도산은 불가피해질 것으로 여겨졌다.

그러나 이러한 효과는 아직까지 외국의 선진 대형유통점들이 국내 시장 진출을 본격화하고 있지 않은데다, 국내에 진출한 대부분의 기업들이 국내기업과의 제휴나 합작을 통해 우선적으로 제품공급을 확대하고 있는 상황이라 그 효과는 크지 않는 실정이다.

둘째, 유통시장 개방 이후 외국가전제품의 수입확대에 따른 내수시장 잠식은 상당한 영향을 받고 있는 것으로 평가된다. 이는 1989년 제1단계 유통시장 개방 이후 지금까지 국내 가전산업의 수입이 2배 이상 증가하고 있는 데서 잘 나타나고 있다. 특히 이중에서 제 3단계 유통시장개방 이후 가전산업의 수입 증가세가 두드러지고 있는데, 1985~93년 동안 가전산업의 연

(그림 1) 국내 가전산업의 주요제품별 수입액 추이



평균 수입증가율이 16%인 반면 1993~95년 증가율은 26%로 10% 이상 높게 나타나고 있다.

이는 과거 1·2차 유통시장개방 조치와 달리 3차 유통시장개방 결과 설치 점포수와 점포당 매장면적 제한범위가 각각 20개와 3,000㎡로 확대됨으로써 외국기업들이 대형점 설치를 통한 규모의 경제를 확보할 수 있게 된 데다, 외국기업과 제휴 등을 통해 외국제품을 판매하는 전문점과 수입상들이 크게 증가한 데 그 원인이 있는 것으로 여겨진다.

제품별로는 80년대 중반 이후 가전 총 수입액의 80% 가까이를 차지해 온 음향기기와 조명기기의 경우 3차 유통시장 개방 이후 수

입증가율이 각각 10~30%를 기록한 반면 C-TV와 VTR을 중심으로 한 영상기기와 냉장고 등은

50%이상 증가함으로써 수입품목의 구조변화가 나타나고 있다. ((그림 1)참조). 이와 함께 국별로는 과거 전체수입의 70% 이상을 차지해 왔던 미국과 일본으로부터의 수입비중은 점차 감소하는 대신 일본계기업들이 제 2의 가전생산지로 육성하고 있는 말레이시아와 중국으로부터의 수입이 급증하면서 작년에 이들 지역이 일본·미국·독일과 함께 우리나라의 5대 가전수입국(무역역개의 성격이 강한 싱가포르 제외)으로 부상하였다.((표3) 참조). 이는 그동안 국내 진출에 관망적 자세를 보여 온 일본업체들이 유통시장 완전개방과 수입선다변화 조치의 해제에 대비해 아시아계 현지법인 제품들이 우회수출을 점차 확대한데 따른 것으로 여겨진다.

이와 같은 내용에 비추어 볼 때 가전 유통시장 개방은 아직까지

(표 3) 국내 가전산업의 국별·제품별 연평균 수입증가율 추이 (1990~1995) (단위: %)

		가전계	C-TV	VTR	음향기기	냉장고	세탁기	조명기기
일	본	↑↑	↓↓	↑↑	↑↑	↓↓↓	↑	↑↑
	국	↑↑	↓	↑↑	↑↑	↑↑↑	↓	↑
미	국	↑↑↑	-	-	↑↑↑	-	-	↑↑↑
	국	↑↑	↓↓	↑↑↑	↑	↑↑↑	↑	↑
독	일	↑↑↑	↑↑↑	↑↑↑	↑↑↑	↑↑↑	-	-
	말레이시아	↑	↑	↓↓↓	↓	-	-	↑

자료: KIET

- 주: 1) ↑, ↑↑, ↑↑↑는 각각 연평균 증가율이 10%이하, 10~30%, 50%이상 증가를 표시
- 2) ↓, ↓↓, ↓↓↓는 각각 연평균 증가율이 10%이하, 10~30%, 50%이상 감소를 표시
- 3) (-)는 수입액이 100만달러 이하의 미미한 상태를 표시

국내 유통구조 측면에는 그 파급 효과가 크지 않은 반면 가전제품의 수입확대를 통한 내수시장 잠식에는 상당한 영향을 미치고 있는 것으로 분석된다.

### 3. 향후 전망 및 대응방안

#### 1) 향후 전망

이와 같이 3단계 유통시장 개방 이후 가전산업의 수입이 급증하고 있는 가운데, 금년부터 점포수와 매장면적 제한을 철폐한 유통시장의 완전개방조치가 취해짐에 따라 외국업체의 국내진출과 이에 따른 수입증가세는 더욱 확대될 전망이다. 특히 최근 정부가 일본과 미국 등 주요 선진국의 수입선다변화조치 해제를 위한 강력한 통상압력에 따라 우선적으로 제 3국 우회수출품의 원산지 규정을 대폭 완화해 사실상 수입을 자유화하기로 함에 따라 일본업체들의 국내시장 진출이 보다 가속화 될 전망이다.

즉, 소니와 마쓰시타전기 등 일본 가전업체들의 경우 그동안 우리나라가 일본계 해외생산제품들에 대해 엄격히 적용해 왔던 원산지규정이 철폐됨에 따라 우선적으로 아시아 생산법인을 중심으로 한 우회수출을 적극 추진할 것으로 보인다. 그리고 이를 위한 국내유통망 확보를 위해서는 국내기업과의 제휴는 물론 일본의 양판점을 포함한 다양한 유통업체의 진출을 적극 지원하는 전략을 사

용할 것으로 예상된다.

그 결과 향후 국내 가전산업은 이들 선진 유통업체들의 진출을 통한 유통구조의 변화와 함께 주요제품별로 수입이 급증하면서 상당부분의 내수시장 잠식이 불가피해 질 전망이다.

이를 보다 구체적으로 보면 향후 유통분야에서는 유통경로의 변화와 이에 따른 제조업·유통업체의 역학관계에 큰 변화가 예상된다. 주지하다시피 국내 가전유통시장은 가전 3사와 AV전문업체의 수직적 계열화를 통한 전속대리점체제가 다수를 차지해 왔다. 그러나 최근 유통시장 개방확대로 신유통업체의 등장이 이루어지고 있는 가운데, 일본계 제 3국 생산제품의 우회수출 등이 자유화됨에 따라 창고할인판매, 통신판매, 가전 양판점 등 새로운 유통업체 등장이 가속화될 전망이다.

그리고 이는 필연적으로 국내유통업의 다양화·전문화·근대화를 촉진시킴으로써 국내 영세대리점과 유통업체들의 도태를 가져올 것으로 예상된다. 나아가 외국제품의 수입확대는 이들 유통업체의 제품공급선을 다양화시킴으로써 유통업체의 제조업체에 대한 협상권 강화 등으로 제조업체의 유통분야에 대한 영향력이 점차 축소될 전망이다.

그리고 국내외기업들에 의한 다양한 유통업체의 확산은 외국제품의 수입급증을 통한 국내시장 잠식을 가속화 시킬 것으로 예상된다. 이와 관련하여 특히 주목할만한

사실은 1993년 이른바 '신엔고' 이후 노동집약적 제품을 주로 생산해 온 일본계 아시아공장(주로 말레이시아를 중심으로 한 말레이 반도지역)의 제품구조 고도화와 생산기술 향상이 비약적으로 이루어져 왔다는 점이다.

즉, 일본 가전기업들은 1985년 플라자합의 이후의 엔고 극복을 위해 라디오 카세트, 14인치 전후의 소형 C-TV 등 자국내에서 채산성 확보가 어려운 부문을 중심으로 해외생산을 크게 확대해 왔다. 그러나 1993년 2월 이후 대두되기 시작한 신엔고 이후 일본 기업들은 주력 가전제품에 대해서 까지 아시아지역으로 생산기지 이전을 적극 추진해 왔다.

노무라연구소에 따르면 일본기업들은 당시 1\$ = 110엔대가 무너지면서 25인치 전후의 중형 C-TV·하이파이 VCR·하이파이 오디오 등을, 그리고 1\$ = 80엔대에 들어서면서 29인치 전후의 대형 C-TV·보급형 캠코더·20인치 전후의 와이드 TV 등을 이들 지역으로 이전하였다. (<표 4>참조). 이에 따라 1995년 현재 이들 지역에는 160여개의 일본계 생산법인이 가동중에 있고, 마쓰시타 전기 등을 포함한 일본 5대 전자업체의 경우 海外 총생산의 65%를 이 지역에서 생산하고 있다.

나아가 이들 지역의 경우 상대적인 저임과 함께 그동안 추진해 온 부품업체와의 동반진출로 주요

〈표 4〉 일본 가전산업의 최근 생산체제 개편 추이

		C-TV	VTR	캠코더	CD/LD	오디오	카스테레오	미디어
국내 생산	A군	HDTV, 와이드TV 30인치이상	HDTV - VTR	S-캠코더	HDTV-LD Video-CD (MPEG2 레벨)	MD DCC DAT	네비게이션	MO 초소형 HDD
	B군	26-29인치 C-TV	고급 S-VHS Hi-Fi VTR	캠코더	CDI-FMV Video-CD (MPEG1 레벨)	고급 Hi-Fi 오디오	카오디오 체인처타입 등	고밀도HDD
		C군	15-25인치 C-TV	Hi-Fi VTR 4헤드모델 VTR		CDP CDG	Hi-Fi 오디오	카스테레오 CD-ROM 드라이버 저중밀도 HDD
	D군	14인치 C-TV	2헤드모델 VTR		CD부착 라디오카셋	휴대용오디오 오 라디오카셋 등	스피커	FDD

자료 : 노무라종합연구소, 「세계관측」, 1995. 5

註 : A군 : 국내생산을 통해 대응하는 상품군

B군 : 국내 공동화 회피와 상품부가가치 측면에서 국내중심으로 생산하는 상품군

C군 : 최근 엔고로 해외이전을 가속화하는 상품군

D군 : 기존에 해외생산이 일반화된 상품군

부품 및 소재의 현지조달이 용이해 가격경쟁력이 매우 높은 것으로 분석되고 있어, 향후 이들 제품이 국내에 본격 수입될 경우 상당한 국내시장 잠식이 예상된다.

## 2) 대응방안

향후 외국 가전업체와 유통업체들의 진출확대로 예상되는 내수시장 잠식에 효과적으로 대처하기 위해서는 기술개발에서 최종 A/S에 이르기까지 새로운 경쟁력 제고방안이 요청된다.

이를 위해 기업차원에서는 우선

적으로 향후 일본의 우회수출이 예상되는 아시아 개도국제품과 제품차별화를 이룰 수 있도록 차세대 제품개발을 강화하는 한편, 주력 제품분야의 품질 및 가격경쟁력 확보를 위한 핵심부품 및 소재 개발에 집중적인 노력을 기울여야 할 것이다. 이와 함께 국내에서 채산성 확보가 어려운 제품분야에 대한 과감한 사업정리 등을 통한 수익성 위주의 경영 전략 수립과 함께 글로벌 생산체제 구축을 통한 경쟁우위 확보가 요구된다.

또한 다양한 유통업체간 경쟁에

서 도태되지 않도록 점포의 대형화 추진, 대리점의 경영능력 제고, 유통정보화의 촉진, 물류시스템의 개선 등에도 적극적인 노력을 기울여야 할 것이다. 나아가 소비자만족을 극대화하기 위한 A/S활동과 경쟁력 확보를 위한 원천으로서 다양한 기업간 협력방안을 적극 추진해 나가야 할 것이다.

정부차원에서는 WTO체제 출범으로 기존의 국내산업 보호와 기업활동 지원이 더 이상 유지될 수 없게 됨에 따라 우선 UR협상에서 인정된 기술분야에 대한 지원위주의 새로운 정책 패러다임을 추진해야 할 것이다. 이에 따라 우선적으로 세계가전산업의 성장을 주도할 것으로 예상되는 디지털기술의 개발과 가전·컴퓨터·통신기술의 융합화에 대응하기 위한 기초기술개발에 대한 적극적인 지원이 요청된다. 나아가 국내기업의 경쟁력강화를 저해하고 있는 특별소비세 및 각종 부담금제도에 대한 제도개선과 공정한 유통질서를 확립하기 위한 무자료거래 및 사이버연금매장 등에 대한 단속도 향후 정부가 추진해야 할 중요한 과제라고 할 수 있을 것이다. 나아가 국제규범과 조화를 이루는 범위내에서 각종 수입품 표시의무 사항의 엄격한 집행을 통해 불법 수입제품의 확산을 방지하는 한편, 향후 예상되는 개도국제품의 덤핑수출에 대비해 국내산업의 피해구제제도 강화방안도 서둘러 마련해야 할 것이다.