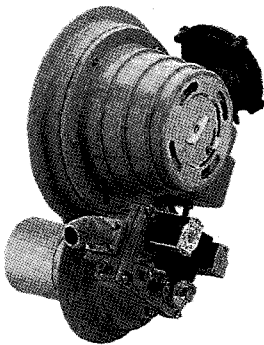
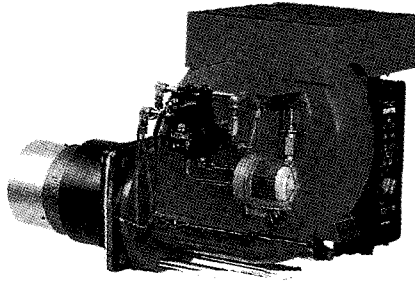


# 가스보일러산업 부품 공용화로 경쟁력 높여야 할 때



■ 터보소형버너



■ 터보대형버너



■ 터보중형버너

가스기기의 기술에 있어 제품의 안전성, 편리성, 경제성 추구로 시장 단일화에 종력

WTO체제가 출범되고 우리나라가 29번째로 OECD에 가입해 지구촌을 하나로 묶는 글로벌 경쟁시대로 접어들어 전세계가 무한경쟁의 대상이 되고 있다.

이미 세계는 지역별로 EU·EC와 같은 그룹을 형성하면서 무역장벽에 따른 유리한 고지를 선점하고 있어 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 전망되고 있다.

특히 가스보일러산업에 있어서도 가스보일러의 본고장이라 할 수 있고 세계시장을 주도한 이들마저도 3년전 부터 20여개 소그룹별로 산재되어 있던 업계가 96년까지만 하더라도 5개 정도로 통합되어 보일러부분의 춘추전국시대를 청산하고 천하를 통일하는 형국이다.

향후 가스보일러시장의 흐름이 안전성, 편리성은 물론이고 환경보호측면에서 논란의 소지로 대두될 환경문제를 최소화하기 위한 전략을 모색하고 있다. 따라서 가스보일러의 패턴을 극대화시켜 공해를 최소화하기 위해 콘덴싱타입으로 빠르

게 전환을 시도하고 있다는 점을 간과해서는 안 될 것이다.

1909년 국내에서 석탄가스가 원료로 사용된 이래 약 90년이 지난 오늘날 우리나라의 경제는 비약적인 발전을 하여 왔다. 현재 국내 총가구의 90% 이상이 가스를 사용하고 있는 것으로 추정되고 있다.

특히, 최근들어 전세계적으로 환경에 대한 관심이 높아지고 규제가 강화되면서 지구온난화 방지를 위한 기후변화 협약 등 각종 국제협약을 비롯하여 환경과 무역을 연계시킨 각종 규제가 강화되고 있으며, 국내에서도 환경보호를 위한 청정연료로서 가스의 중요성은 어느 때보다 높아지고 있다. 이러한 가스의 공급확대와 더불어 가정용 가스연소기기는 1980년대를 전후로 비약적인 성장과 발전을 하여 왔다.

초창기의 가스연소기기는 가스레인지 등이 취사용으로 보급되었으나 오늘날에는 난방용, 온수용이 개발되어 생활필수품으로 자리잡고 있다.

가스보일러업계는 그동안 일시적으로 큰 폭으로 늘어났던 거품이 빠지면서 적정수요의 증가분을 놓고 볼때 새로운 개념의 기술개발에 따른 판매전략이 마련되어야 한다.

가정에 널리 보급된 가스레인지는 93년 약 2백 28만대를 절정으로 최근 신장이 정체되어 있으며, 연간 평균생산량은 2백10~2백20만대 수준이다. 또한 동제품은 각 가정에서 거의 보급이 완료된 것으로 추정되어 향후 수요는 크게 신장하지 않을 전망이다. 다만, 예전의 2화구 중심의 가스레인지에서 3화구, 4화구와 그릴부착 가스레인지로 고급화, 다기능화 되어갈 것이며 시스템키친의 보급에 맞추어 세트화된 기종으로 대체수요가 예상된다.

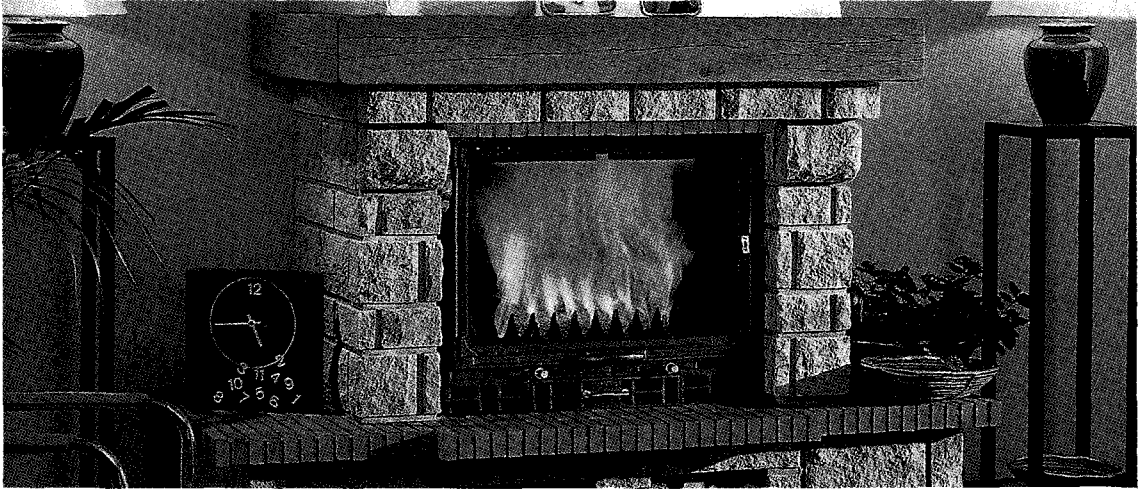
가스오븐레인지는 90년대 이전만하여도 일부 고소득층에서만 사용하는 기기로 인식되어 왔다.

〈표 1〉 한·일 주요 가정용 가스기기 생산 및 판매현황

(단위 : 대)

품목	연도		'92	'93	'94	'95	'96
	한 국	일 본					
가 스 레 인 지	한 국		1,970,000	2,285,000	2,092,000	2,229,000	2,158,000
	일 본		5,911,000	6,154,000	6,228,000	6,038,000	6,075,000
가스오븐레인지	한 국		86,000	119,000	112,000	111,000	127,000
	일 본		50,000	56,000	66,000	66,000	66,000
가스온수보일러	한 국		448,000	646,000	629,000	615,000	706,000
	일 본		-	-	-	-	-
가 스 난 로	한 국		147,000	139,000	220,000	265,000	193,000
	일 본		90,000	96,000	103,000	98,000	99,000
가스순간온수기	한 국		62,000	71,000	57,000	58,000	58,000
	일 본		2,911,000	2,971,000	2,930,000	2,882,000	2,839,000
휴대용부탄레인지	한 국		2,996,000	3,210,000	3,881,000	4,032,000	4,480,000
	일 본		3,206,000	3,671,000	4,000,000	4,242,000	4,124,000

(주) 1. 한국은 생산, 일본은 판매 실적임.  
2. 96년도 일본 판매실적은 추정치임.



그러나 국민생활의 향상에 따른 주방용품의 고급화 추세로 국산품이 개발되기 시작하여 92년 8만6천여대에서 96년 12만여대로 신장하였으며, 연간 평균생산량은 11만~12만대 수준이다.

초기의 급격한 신장에 비해 최근 신장률이 정체되는 원인은 국내 조리문화상 오븐부의 활용이 미미하며, 내부청소의 어려운 점 등을 꼽고 있다.

대 수준으로 신장했다. 향후도 국내 기름보일러의 대체수요와 전국 LNG배관망 확대에 따라 꾸준한 증가가 예측된다.

가스난로는 계절용품으로 환경의 제약을 많이 받고 있어 예측이 어려우나 급격히 신장하기는 어려우리라 생각된다.

가스순간온수기는 일반 가정의 경우, 온수보일

<표 2> 주요 가정용 가스연소기기 수출입 현황

(단위 : 대)

연도		'92	'93	'94	'95	'96
조리기기	수출	58,000	739,000	787,000	980,000	606,000
	수입	38,000	27,000	43,000	48,000	33,000
난방기기	수출	167,000	246,000	722,000	634,000	863,000
	수입	32,000	44,000	95,000	82,000	46,000
보일러	수출	190	840	7,000	5,000	6,000
	수입	5,000	2,600	2,000	720	950
순간온수기	수출	2,500	1,400	1,480	8,700	1,200
	수입	32,000	27,000	10,000	8,600	6,200

(주) 1. 조리기기에는 가스레인지, 가스오븐레인지, 휴대용 부탄레인지 등 포함.

2. 난방기기에는 가스난로, 이동식가스난로(캐비닛히터) 등 포함.

가스온수보일러는 92년 44만8천여대에서 2~3년간 약 60만여대이 수준이었으나, 96년 70만여

대에서 난방과 온수를 동시에 해결하기 때문에 미용실 등 서비스산업에서 주로 이용되며, 연간

평균생산량은 약 6만대 수준이다.

휴대용 부탄가스레인지의 외식문화의 보급과 이등의 편리성으로 가정과 일반영업소에서 많이 사용되며, 꾸준히 성장하고 있다.

### 부가가치 높은 제품 생산·수출해야

최근 5년간 가정용 가스연소기기의 수출입 현황을 살펴보면, 조리기기는 베트남, 대만, 싱가포르 등의 동남아시아 지역을 대상으로 꾸준히 성장하였으나 96년도에는 수출입 물량이 전반적으로 감소하였다.

조리기기중 가스오븐레인지의 대부분 독일, 이탈리아 등으로부터 저가제품이 수입되고 있는 추세이다.

난방기기의 경우는 대만, 일본, 홍콩, 베트남 등으로 수출이 꾸준히 증가하고 있으며 수입은 감소하였다.

보일러의 경우는 우즈베크, 뉴질랜드, 중국 등으로 수출이 이루어지고 있으며 금액상으로는 95년도 210만불에서 96년 130만불로 감소하여 저가형이 주종을 이루고 있음을 알 수 있다.

순간온수기는 미국, 중국, 파키스탄 등으로 수출되고 있으며 수출물량은 감소한 반면, 수출금액에 있어서는 95년도에 10만불에서 96년도 28만불로 성장하여 고급형이 수출의 주종을 이루었음을 알 수 있다.

해외 마케팅을 신장시키기 위하여 수출물량의 증가도 중요하지만 실리적인 면에서 부가가치가 높은 상품의 개발과 보급을 목표로 삼아야 하겠다.

미래의 가스기기의 수요예측은 정부가스정책, 국내 가스공급 구조(LPG, LNG, LPG+Air), 가스산업 주변환경을 조사함과 동시에 국제가스기기의 수급동향, 식생활의 변화구조, 소비자 요구 사항 등을 주의깊게 분석하여야 할 것이다.

예를 들어 일본에서 가스오븐레인지 보급이 저조한 것은 생선을 즐겨 먹는 음식문화 습관으로 그럴 부착된 가스레인지가 주종을 이루고 있기 때문이다.

### 환경친화적 제품 개발 주력

향후 국내 주요 가정용 가스기기 시장의 수요는 크게 증가하지 않을 전망이다. 미래 가정용 연소기기는 조리를 하는 등 기본기능 이외에 디자인을 중시하는 신세대 주부들의 취향과 냄새를 제거하는 기술 등 환경친화적인 제품이 각광을 받게 될 것이다.

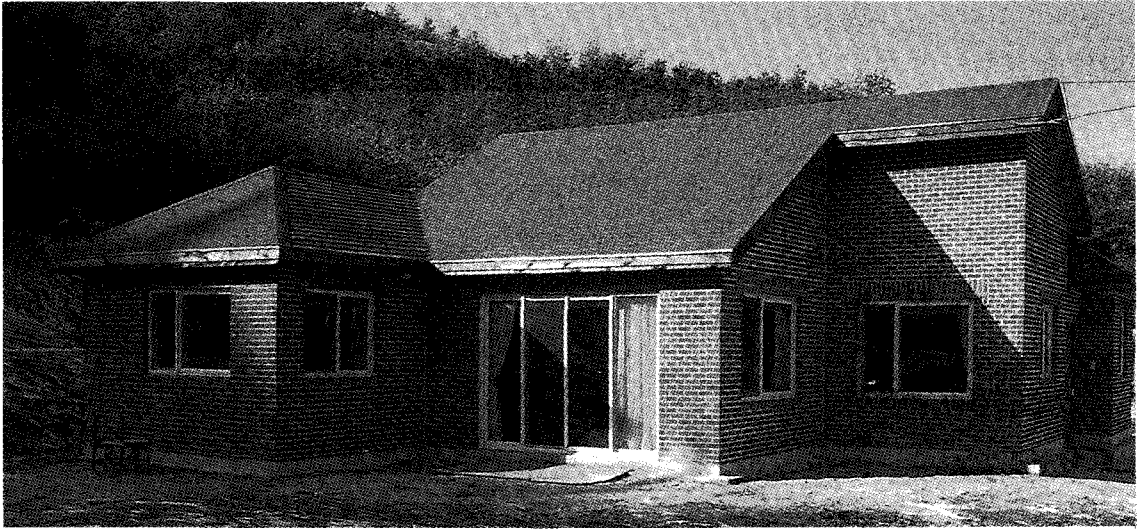
또한 사용기간 및 온도제어 등 마이컴 기술이 개발로 편리성이 강조된 제품과 노령화 사회가 요구하는 기능의 단순화와 안전성이 증가된 제품과 더불어 가스식기건조기, 의류건조기, 가스 냉·난방기기 등 새로운 기기의 출현이 기대된다.

최근 국내 가전제품 시장에서 외국의 유명 제품이 마구잡이로 수입되어 국내 가전업체가 어려움을 겪고 있으며 최근 아·태 경제협력회의(APEC) 역내 무관세화 추진대상품목으로 가전제품을 우선 적용시키려는 움직임이 일고 있는 등 선진국을 중심으로 자국내 산업보호와 대외시장 개방이라는 이중적 통상압력을 강화하고 있다.

머지않아 수입선 다변화 품목의 해지로 가스레인지 시장이 개방되면, 미국산 일본 SONY TV가 국내 시장을 잠식하듯 값싼 동남아시아의 일본제 제품이 밀려들 것이다. 우리가스기기 업체도 지금부터 가격과 기술적 대응력을 갖추고, 해외시장 진출의 길을 넓혀야겠다.

### 부품공용화로 경쟁력 확보 '우선'

우리나라에 가스보일러가 보급되기 시작한지도 15년이 지나면서 기술과 제품력, 공급물량도



초창기에 비교할 수 없을 만큼 크게 성장되었다고 할 수 있지만 생산과 수요의 바란스가 맞지 않아 오히려 기술력에 있어서만은 각종 비용절감으로 기술력은 떨어지고 가격경쟁 등으로 악순환이 거듭되고 있다.

그러나 무엇보다 아쉬운 것은 근본적인 문제점을 찾아 개선하지 않고서는 소비자들로부터의 신뢰성과 경쟁력에서 살아 남기는 어려울 것이다.

물론 가스보일러의 경우 국제가격(평균 1백 50만원)에 비해 경쟁력이 있다는 점을 내세우고 있으나 유럽시장에서 주도하고 있는 열효율이 뛰어나 환경공해를 최소화하고 가격이 저렴한 가스보일러가 국내시장을 공략한다면 기존시장마저도 흔들릴 수 있을 것이다.

가스보일러산업은 조립산업으로 대부분 생산메이커는 협력업체에 부품을 발주하여 조립해 검사과정을 거쳐 시판에 나서고 있는데 가스보일러 부품업체가 영세하여 소재나 부품을 개발할 여력이 없는 실정이다.

통상산업부도 지난해부터 가스기기분야의 자본재표준화 과제를 선정해 부품의 공용화를 추진해 오고 있으나 국내업체의 의견차를 좁이지 못

하고 있는 것으로 알려지고 있다.

이미 한국가스석유기기협회에서는 정부의 자본재표준화 과제선정과 추진현황을 설명하고 가스기기 부품공용화에 대한 각사의 의견을 청취했으나 이렇다할만한 성과는 없었다고 밝혔다.

이에따라 가스보일러업체는 가버너, 펌프 등 중요부품이 주로 수입에 의존해 오고 있는데 일부제품은 국내제품에 비해 가격경쟁력 뿐 아니라 품질의 신뢰성이 높아 부품공용화 대상품목이 개발되어 생산한다해도 가격과 신뢰성이 좋다는 인정을 받은뒤 공용화가 되어야 하고 뿐만아니라 대량생산체제와 공급체제가 이루어져야 한다는 점을 들었다.

또 그룹의 계열사에서개발된 부품도 제품의 신뢰성을 들어 사용하지 않고 있는 실정에서 타사가 생산한 부품을 사용할 수 없다는 점이고 가스보일러는 사고가 발생할 경우 업체에 치명적인 영향을 끼치는 상황아래 신뢰성이 확인되지 않은 부품을 사용하기가 어렵다는 것이다.

### 기술력 축적위해 문제점 개선·보완 필요

특히 정부에서 각종 혜택을 준다고 해도 해외 시장에서 경쟁하기 보다는 국내시장에서 경쟁하고 있는 만약에 외국제품이 들어와도 가격경쟁에는 문제가 없다는 것이다.

순환펌프만 해도 국내에서 개발해 일부제품에 사용하고 있으나 타사제품과 공용화가 어려운 특성이 있는데 수입제품은 역사가 1백년이 넘는 기술적 노하우와 신뢰성을 확보하고 세계시장을 대상으로 판매되고 있어 가격경쟁력도 있다.

또한 보일러사도 자사가 개발한 펌프를 사용하고 있는데 여타기름보일러에도 사용이 가능해 연간 50만대이상 생산되고 있으나 각사별 제품이 급탕방식, 연소방식, 내장, 부피 등이 달라 부품의 공용화는 사실상 어렵다고 강조했다.

그러나 한 업체는 개별적으로 자사에서 생산되는 제품에 대해 모델, 형태에 관계없이 대부분의 중요부품을 공용으로 사용되고 있고 자사의 제품특성에 맞도록 개발되어 부품은 자사제품만 사용하고 있으며 타사에서 사용중인 부품은 신뢰성때문에 사용할 수 없다는 점을 들고 있다.

또 그룹계열사들은 제품경쟁에서 기술력보다는 조직력, 영업력으로 경쟁하지만 전문메이커는 기술력으로 경쟁할 수 밖에 없는 상황에서 타사가 보유하고 있지 않는 기술을 가져야 한다는 것이다.

그러나 가스보일러업계는 부품의 공용화는 필요하겠지만 어떤 부분을 누가 어떻게 개발하고 부품의 신뢰성과 특성에 현안사안들을 주도면밀히 분석해 내는 문제는 쉽지 않을 것이라는 견해가 지배적이다.

한가지 중요한 점은 보일러의 개념을 크게 다르지 않을 것으로 보고 가령 보일러의 배기통, 유수감지기와 같은 작은 부분만이라도 손쉽게 해결할 수 있는 표준화대상을 선정해 공용화를 시도해 보는 것도 바람직할 것이다.

이미 국내 가스보일러도 소량이지만 선진국으로 수출한업적이 있는 만큼 새로운 기술력

가스보일러업계는 부품의 공용화는 필요하겠지만 어떤 부분을 누가 어떻게 개발하고 부품의 신뢰성과 특성에 현안 사안들을 주도면밀히 분석해 내는 문제는 쉽지 않을 것이라는 견해가 지배적이다.  
한가지 중요한 점은 보일러의 개념을 크게 다르지 않을 것으로 보고 가령 보일러의 배기통, 유수감지기와 같은 작은 부분만이라도 손쉽게 해결할 수 있는 표준화대상을 선정해 공용화를 시도해 보는 것도 바람직할 것이다.

을 축적해 나가기 위해서는 기존 보일러의 문제점과 개선점을 보완하고 영세부품업체로 하여금 경제단위의 부품을 생산할 수 있도록 하기 위해서는 부품의 공용화는 시도돼야 할 것이다.

### 가스보일러 적정수요 감안 새로운 판매전략 마련 시급, A/S로 승부 걸어야

가스보일러 업계는 그동안 일시적으로 큰 폭으로 늘어나던 거품이 빠지면서 적정수요의 증가분을 놓고 볼때 새로운 개념의 기술개발에 따른 판매전략이 마련되어야 한다는데 의견이 모아지고 있다.

이는 지난 86아시안게임과 88올림픽을 계기로 수요가 매년 2백%이상 증가한 것은 수도권지역에 과거 수백년에 걸쳐 형성된 대도시의 주거를 단 5년만에 2백만가구의 주택이 건설되었다는 점과 맥락을 같이하고 있다.

물론 2백만가구의 주택건설이 전체가 기름보일러에서 가스보일러로의 전환이 급격히 증가했고 당시만 하더라도 가스보일러의 생산능력이 수

요를 따라가지 못해 이때부터 생산능력을 높이기 위한 신규공장의 건설과 증설, 기름보일러업체들이 가스보일러 생산에 참여하면서 부터 생산과 공급에 불균형이 초래됐다고 봐야 할 것이다.

그러나 92년을 기점으로 48만대를 돌파하면서 수요는 가스보일러 업체들이 생각했던 것과 달리 매년 10% 안팎의 수요로 인해 이때부터 과열경쟁이 시작되고 몇몇 가스보일러업체들은 中國에 단독법인 내지는 합작투자를 서두르는 한편 해외 수출의 활로를 모색해 왔으나 이렇다할만한 성과는 거두지 못했던 것으로 알려지고 있다.

이에 따라 94년 부터 가스보일러의 수요는 55만대, 62만대, 68만여대 규모로 생산되어 왔고 97년에는 약 71만대가 생산될 것으로 전망되고 있다.

금년도 1월부터 4월말까지 주요업체들의 가스보일러 생산실적을 살펴보면 린나이코리아 6만 8천대, 귀뚜라미보일러 4만 1천대, 경동보일러 3만 2천대, 대성셀텍 2만 4천대, 롯데기공 2만 2천대, 대우전자 1만 8천여대와 기타포함 23만여대를 생산한 것으로 집계됐다.

이렇듯 가스보일러 수요가 4~5년동안 10%대 미만으로 늘어났다는 것은 과거 2백만가구 주택건설의 붐과 수도권에서 기름보일러 대체수요가 어느정도는 적정수준에 도달해 가스보일러시장의 거품이 빠졌다는 것을 전제한다면 업계는 새로운 각도에서 기술개발과 판매전략이 이루어지지 않으면 안될 것이다.

가스보일러의 수요는 주택건설 경기에 밀접한 관계가 있는 것으로 알려지고 있는데 건설업계는 지난 90년 3개사가 부도를 냈었지만 95년에는 1백45개사, 96년에는 1백96개사로 급증한 것으로 알려지고 있다.

94년도까지의 부도는 대부분 중소형 건설사들이 주류를 이루었으나 95년부터 대기업군의 건설업체 부도가 발생하기 시작했고 최근에는 우성건설, 건영, 동신, 한보건설, 한신공영 등 상장된 건

설업체까지 부도사태가 속출하여 상당히 심각한 사태로 비쳐지고 있다.

이와같이 건설업계의 부도사태가 급증하게 된 배경은 지난 74년이후 동결됐던 건설업면허가 89년에 89년 3회에 걸쳐 면허가 개방되어 90년 9백20개사에 불과하던 일반건설업체가 96년에는 3천5백48개사로 급증했던 것도 하나의 요인으로 작용했던 것이라고 볼 수 있을 것이다.

뿐만아니라 건설공사 금액이 90년 26조4억원에서 68조원으로 1.6배가 증가한 반면 건설업체수는 2.9배나 증가해 업체별 평균 수주액이 2백 87억원에서 1백93억원으로 오히려 감소했다.

이는 건설공사계약금액 증가율보다 높은 업체수의 증가는 업체간의 경쟁을 격화시키면서 이에 따른 출혈경쟁으로 부도업체가 지속적으로 늘어나게 되었다는 점이다.

설치, A/S, 생산, 판매를 패키지화 하여 경쟁력 확보나서야 또 장기간에 걸친 주택건설경기의 침체여파에 의한 점을 들 수 있고 90년대 들어서면서 신도시 건설붐에 의한 주택공급 급증과 주택보급율 80%대에 진입은 수급불균형을 붕괴시켜 공급과잉 양상이 초래되는 한편 부동산 실명제 등 투기억제정책으로 주택건설경기의 불황이 지속되어 결국 수도권 택지난에 따른 선투자금의 부담이 큰 재개발과 재건축이 크게 성행해 건설업체의 자금난은 더욱 심화됐다고 볼 수 있다.

건설업계는 95년과 96년 최악의 상황은 금년도도 지속될 것으로 전망되는 가운데 면허수시발급제로 업체수가 증가될 것으로 보여지고 있어 출혈경쟁은 심화되고 주택건설경기의 회복지연과 한보철강 부도 사태이후 열악해진 금융환경 등으로 인해 건설업체의 부도사태는 쉽게 진정되기 어려울 것으로 보여지고 있어 가스보일러 업체의 긴장도 고조되고 있다.

이렇듯 가스보일러에 따른 거품이 빠지고 적정수요가 70~80만대 규모라면 업계는 새로운 마

케팅 전략을 수립해야 한다는 것이다.

따라서, 어느정도 규모에 돌입한 업체는 ISO인증마크획득, 우수A/S마크 등 각종 규격을 국제화하는 한편 해외수출의 돌파구를 모색하고 있으나 가스보일러의 안전성, 효율성 면에서는 국제경쟁력을 확보했다고 보기는 어려울 것이다.

어차피 국내 가스보일러 수요가 80여만대 시장이 형성된다면 당연히 소비자들은 안전성, 경제성, 편리성, 내구성, 내식성이 뛰어난 제품을 선택하게 될 것이고 더 나아가서는 제품의 특성상 A/S가 발생할 경우 신속하고 정확하게 서비스를 받아 고객이 만족하고 감동할 수 있을때 고객들로부터 신뢰받을 수 있고 그 제품을 선호하게 될 것이다.

그러기 위해서는 기존 보일러의 장단점을 심도있게 분석해 안전성과 품질향상에 주력해야 한다는 것인데 가스보일러 업체는 그동안 가격경쟁에 따른 경영악화로 새로운 기술개발 보다는 관리와 생산비를 줄여 경영수지를 개선하는 방향만을 모색하고 있는것으로 알려지고 있다.

그러나 가스보일러의 본고장인 유럽에서는 이미 오래전부터 다가오는 21세기를 준비하기 위해 안전성은 물론이고 보일러의 연소시 환경공해를 최소화하기 위한 새로운 기술개발에 주력하고 있다는 점을 우리업체에서도 간과해서는 안될 것이다.

국내 가스보일러 시장이 침체되고 적정수요가 얼마나 되는지를 예측한다면 오히려 이 기술개발에 주력하는 기업이 장기적인 전략측면에서 볼때 유리한 고지를 선점할 수 있을 것이라는 생각이 다.

이미 서울을 비롯한 수도권에서는 기름보일러가 앞지르고 있고 초창기에 설치된 가스보일러 또한 대체시기가 도래하고 있어 신규수요와 더불어 적정수요를 유지할 수 있을 것이다.

또 부산, 대구, 광주, 대전 등 대도시를 중심으

이렇듯 가스보일러에 따른  
거품이 빠지고 적정수요가  
70~80만대 규모라면  
업체는 새로운 마케팅 전략을  
수립해야 한다는 것이다.  
따라서, 어느정도 규모에  
돌입한 업체는 ISO인증마크획득,  
우수A/S마크 등 각종 규격을 국제화하는  
한편 해외수출의 돌파구를  
모색하고 있으나 가스보일러의  
안전성, 효율성 면에서는  
국제경쟁력을 확보했다고  
보기는 어려울 것이다.

로 가스보일러의 수요는 조금씩 늘어가겠지만 폭발적인 수요를 기대하기는 어렵다고 예측해 볼때 신규수요와 대체수요의 시장은 매우 중요한 포인트로 꼽을 수 있을 것이다.

특히, 자사브랜드의 이미지를 높이고 고객들로부터 신뢰성을 확보하기 위해서는 설계, 생산, 판매, 설치, A/S를 패키지화하는 방안도 검토해 볼 수 있다.

이는 가스보일러의 시장규모만큼 설치, A/S비용이 만만치 않고 대체수요 기대는 자사의 공급량과 비례할 수 있는데 그동안 자사의 신용과 신뢰도에 따라 대체수요로 이어지거나 타사브랜드로 옮겨 갈 것을 대비해야 한다는 점에서 완벽한 관리를 위한 계열화된 패키지화는 필요할 것으로 전망된다.

가스보일러 시장선점에 따른 기본전략이라면 안전성, 경제성, 편리성을 겸비하면 한번 고객은 평생고객이라는 신념을 갖고 새로운 제품생산을 위한 연구, 분석을 통해 신기술개발과 사후관리에 얼마나 주력하는냐에 따라 결정될 것이다.

