

가전산업 경쟁력 강화대책

[목 차]

1. 가전산업의 개요
2. 세계 가전산업 현황
3. 가전산업 경쟁력 분석
4. 경쟁력 열위 요인 분석
5. 가전산업 경쟁력 강화 대책

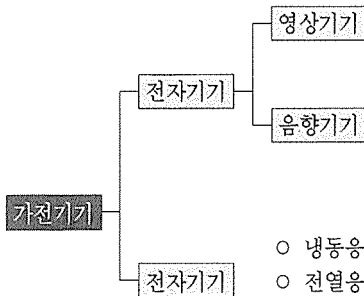
1. 가전산업 개요

○ 가전기기는 전자기기와 전기기기로 양분될 수 있으며, 전자기기는 전류를 정보전달 매체로 사용하는 제품, 전기기기는 전류를 회전이나 열 등의 단순한 에너지원으로 사용하는 제품을 일컫는다.

본고는 지난 10월 통상산업부 주최로 열린 업종별 민간협의회 보고 자료로 발표된 내용을 게재한 것임.

○ 최근에는 디지털 기술의 급속한 발전과 소비자 욕구의 다양화 등으로 가전과 정보·통신 분야의

* 가전산업의 범위



융합된 멀티미디어형 신가전제품이 출현하고 있다.

— 정보가전기기(멀티미디어PC,

- TV
- VCR
- 캠코더, 전자게임기 등
- 라디오, 라디오카세트
- 오디오(컴포넌트)

- 냉동응용기기 : 냉장고, 에어컨
- 전열응용기기 : 전자렌지, 전기밥솥
- 모터응용기기 : 세탁기, 청소기, 선풍기

인터넷TV), 설비가전기기(화상전화), 자동차가전기기(차량항법장치) 등

2. 세계 가전산업 현황

가. 세계 가전기기 생산현황 추이

(단위 : 억불)

	94년	95년	96년
일 본	285	272	239
중 국	89	102	115
말레이시아	65	84	95
미 국	70	74	92
한 국	74	82	89
기 타	367	386	407
세 계 전 체	950	1,000	1,037

자료 : Yearbook of world Electronics Data 1997

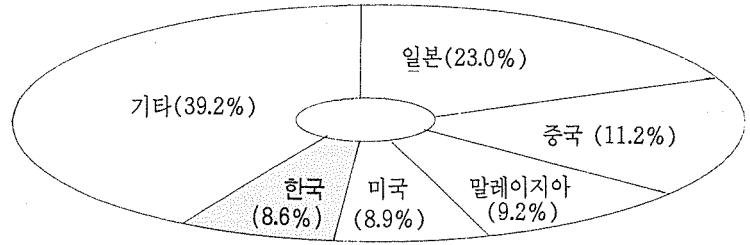
(주) 가정용 전기기기는 제외될 수치이며 '96년은 추정치임.

○ 전 세계 가전기기 생산규모는 95년도에 1,000억불을 달성한 이래 '96년도에는 1,037억불을 생산하여 93년 이후 연평균 5.5% 성장하고 있다.

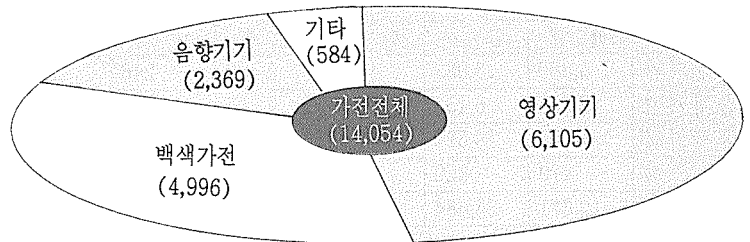
— 일본은 가전산업의 생산기지를 해외로 계속 이전한 결과 생산규모가 매년 감소하고 있으며, 반대로 일본의 해외생산 거점인 중국, 말레이시아 등은 계속 증가하고 있다.

— 한국도 해외 생산을 계속 증가시켜 왔으나, 그 규모가 크지 않아 국내 생산이 매년 점진적으로 증가(해외생산의 증가에 따라 향

○ 한국은 세계 가전기기 생산의 8.6%를 차지(96년도)



(단위 : 백만불)



(단위 : 백만불)

구 분	수 출			수 입		
	95년	96년	97전망	95년	96년	97전망
영 상	3,679	3,759	3,560	226	246	332
음 향	1,981	1,661	1,249	615	650	682
백 색	2,047	2,327	2,624	398	368	410
기 타	153	89	112	383	395	423
계	7,869	7,836	7,545	1,622	1,659	1,847

〈품목별 수출동향〉

(단위 : 천불, %)

구 분	'96(1~8)	'97(1~8)	증 감 율
가 전 기	5,324,986	4,491,704	-15.6
C T V	1,390,202	944,602	-32.1
V C R	884,754	511,720	-42.2
음 향 기 기	1,125,687	1,008,401	-10.4
냉 장 고	329,421	389,976	18.4
세 탁 기	174,562	205,775	17.9
에 어 콘	274,772	316,660	15.2
전 자 렌 지	514,830	476,252	-7.5

〈품목별 수입동향〉

(단위 : 천불, %)

구분	'96(1~8)	'97(1~8)	증감율	
	1,082,392	1,141,457	5.5	
가 전 기	C T V	19,661	34,100	70.8
	V C R	34,293	35,049	2.2
	음향기기	437,906	453,171	3.5
	냉장고	48,355	43,904	-9.2
	세탁기	10,348	10,173	-1.7
	에어콘	359	540	50.4
	전자렌지	519	265	-48.9

(단위 : 백만불)

	생 산		수 출		수 입	
	한 국	일 본	한 국	일 본	한 국	일 본
영상기기	5,680	13,082	3,759	8,489	246	2,273
음향기기	2,553	6,153	1,661	3,555	650	1,509
백색가전	4,159	18,529	2,327	1,259	368	445
기 타	479	920	476	646	489	775
계	12,871	38,684	8,223	13,949	1,753	5,002

자료 : 한국의 전자공업 96(한국 EIAK), 전자공업월보(일본 EIAJ)

후 일본과 유사한 경향을 보일 것으로 전망)하고 있다.

나. 한국의 가전기기 생산 및 수출입 현황

(1) 가전기기 생산 현황('96)

○ 96년도 전자산업 총생산 61,367 백만불중 가전기기가 22.9%를 점유하고 있으며 가전기기의 전자 총생산에서 차지하는 점유율은 85년 33%, 90년 35%에서 점차 감소하는 추세이다.

가전기기중 영상기기가 43.4%, 백색가전이 35.5%, 음향기기가 16.9%를 각각 점유하고 있다.

(2) 가전기기 수출입 현황 추이

○ 가전기기의 수출은 96년부터 점차 감소추세로 97년에는 전년 대비 3.7%의 감소가 예상된다.

백색가전은 12.8%의 증가가 예상되나, 음향기기는 28.4% 큰 폭으로 감소가 예상된다.

○ 가전기기 수입은 97년도에 전년 대비 11.3% 증가가 예상되며

미국산 칼라 TV의 수입 급증 영향으로 영상기기의 수입이 35%로 가장 큰 폭 증가가 예상된다.

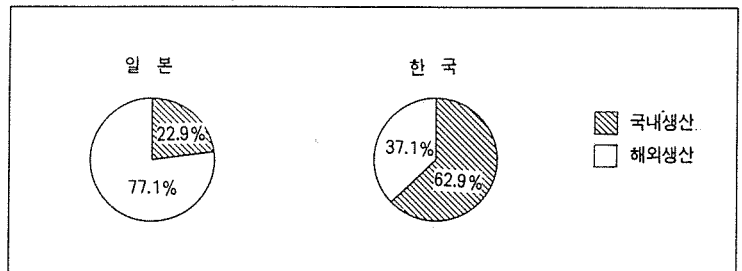
○ 가전기기의 품목별 최근 수출 현황(97. 1~8)을 보면 전반적으로 약세로 전년동기대비 15.6% 큰 폭 감소하고 있다.

부진품목은 C-TV, VCR, 라디오카세트 등으로 해외 생산기지 이전과 가격경쟁력 약화가 주요인이며 호조품목은 냉장고, 세탁기, 에어컨 등으로 중남미, 동구 등 시장 다변화에 기인하고 있다.

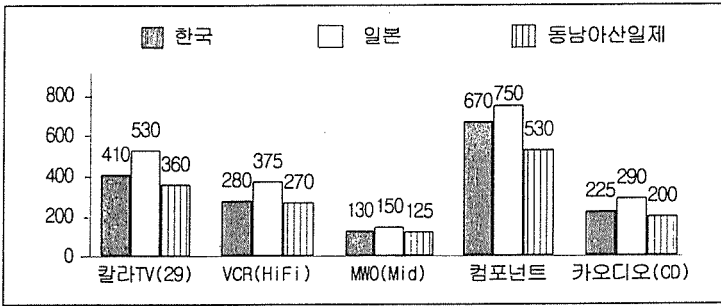
○ 가전기기의 품목별 최근 수입 현황(97. 1~8)을 살펴보면 전년 동기대비 5.5% 증가로, 품목별로는 C-TV, 컴포넌트, 에어컨 등의 수입이 크게 증가한 반면 냉장고, 세탁기, 전자렌지 등은 감소하였으며 지역별로는 중국, 말레이시아, 미국 등에서의 수입이 크게 증가하고 있다.

다. 한·일 가전기기 생산 및 수출입 현황 비교 (96년도)

한일 가전기기 국내외생산 비교('96)



[미국시장에서 주요 가전제품 판매가격 비교('96)] (단위:불)



대형 칼라 TV 가격비교

		모델명	국내 판매가
29"	소니 칼라 TV	KV-27S20	62만-72만원
	국산 제품	-	70만-90만원
34"	소니 칼라 TV	KV-32S25	120만~130만원
	국산 제품	-	160만~180만원

생산은 일본이 한국의 3배, 수출은 1.7배, 수입은 일본이 2.9배에 달하고 있는데, 일본의 수입이 상대적으로 많은 것은 해외생산에 따른 역수입이 많기 때문(특히 해외생산이 84%를 차지하고 있는 영상기기의 경우는 한국의 9.3배에 달함)이다.

또한 일본은 중국, 태국, 말레이시아, 인도네시아 등 저임금 국가로 생산시설을 이전하여 완전한 현지 생산체제 구축하여, 일본 국내에서는 고급 고부가가치의 제품 및 핵심부품을 생산하고, 현지에서는 저가형의 제품을 생산하는 등 생산의 이원화가 이루어지고 있다.

※ 우리나라 가전3사의 경우 해외생산 업체의 부품조달비율은 국내에서 30~70%, 나머지는 현지 혹은 제3국에서 조달

3. 가전산업 경쟁력 분석

가. 가격경쟁력

우리제품과 실질적인 경쟁관계에 있는 동남아산 일본 제품에 비해 가격경쟁력이 열위에 있다.

일본제품에 비해서 112~134%로서 우위에 있으나, 동남아산 일본제품에 비해서는 79~96%로서 열세를 나타내고 있다.

최근 미국산 부품을 이용하여 멕시코에서 조립된 저급의 SONY TV 수입이 급증하고 있다.

나. 비가격 경쟁력('96)

○ 일본제품에 비해서는 판매 및 A/S, 품질 및 성능, 디자인, 브랜드 이미지에서 전반적으로 절대적 열위에 놓여 있으며 특히 칼라TV

와 컴포넌트의 경우 판매 및 A/S, 디자인, 브랜드 이미지 면에서 일본이 크게 우위에 있다.

○ 실질적 경쟁관계에 있는 동남아산 일본 제품에 비해 품질과 디자인에서는 조금 앞서나, A/S와 브랜드 이미지에서는 열세에 있다.

- A/S 및 인지도에서 칼라 TV는 동남아산의 75~85% 수준, 컴포넌트는 56~67% 수준으로 크게 열위

4. 경쟁력 열위요인 분석

가. 가격경쟁력

(1) 동남아산 일본제품의 가격경쟁력 우위

우리나라는 태국, 말레이시아 등 동남아지역에 비해 임금, 물류비용 등이 높아 경쟁력 열위에 있다.

25인치 칼라 TV의 경우, 동남아산 일본제품의 생산비용이 우리나라의 88% 수준이며, 제품원가에서 인건비가 차지하는 비중은 한국이 동남아의 2배 이상을 차지하고 있다.

(2) 엔저 등에 따른 가격경쟁력 약화

달러화에 대한 환율이 엔화가 원화보다 더 큰 폭으로 평가절하됨으로서 한국제품의 가격경쟁력 약화가 심화되고 있다.

- 97년 10월 현재 2년전 동기

〈비가격 경쟁력 '96〉

구 분	칼라 TV	VCR	MWO	컴포넌트
판매 및 A/S	133	115	115	150
	100	100	100	100
	133	115	115	150
품질 및 성능	100	105	103	150
	100	100	100	100
	98	95	96	95
디자인	132	105	100	180
	100	100	100	100
	98	95	98	95
브랜드 이미지	127	126	107	200
	100	100	100	100
	118	120	105	180

주 1) 자료 : 전자산업 경쟁력 실태 및 강화대책(전자산업진흥회, 1996. 9)

2) 수치는 한국을 100으로 했을 경우의 경쟁력 지수임

3) 범례 :  일본제품  한국제품  동남아산 일본제품

〈25인치 칼라 TV의 제품원가 비교〉

(단위 : 불, %)

구 분	한국 제품	동남아산 일본제품
제품원가	278(100)	245(100)
매출원가의 비중		
- 자재비	136(48.4)	165(67.4)
- 인건비	21(7.7)	9(3.8)
- 제조경비	44(16.1)	18(7.2)
매출이익의 비중		
- 판매 및 일반관리비	33(11.9)	12(5.0)
- 영업이익	44(15.9)	41(16.6)

주 : 제품원가는 매출원가에 매출이익이 합쳐진 가격임.

대비, 달러화에 대한 환율은 원화가 15.91%가 평가절하된 반면, 엔화의 환율은 16.97% 평가절하 - 95~96년 사이 미국시장에서 칼라 TV(29") 판매가격이 일본은 10.2%를 인하한 반면, 한국은 6.0% 인하

최근 2개월간 달러화에 대한 경쟁국과의 환율변동을 보면, 원화, 엔화, 말레이시아 링기트화가 각각 2.15%, 2.54%, 13.08% 평가절하되고 있다.

우리와 경쟁관계에 있는 일본, 말레이시아 등의 환율인상 폭이 상대적으로 커 우리의 환율인상이 가전제품 수출증대에 미치는 효과는 적은 편이다.

나. 비가격경쟁력

(1) 기술개발

○ 기술개발투자

- 매출액 대비 기술개발투자 비율은 한국이 일본의 80%에 불과하다.

○ 기술인력

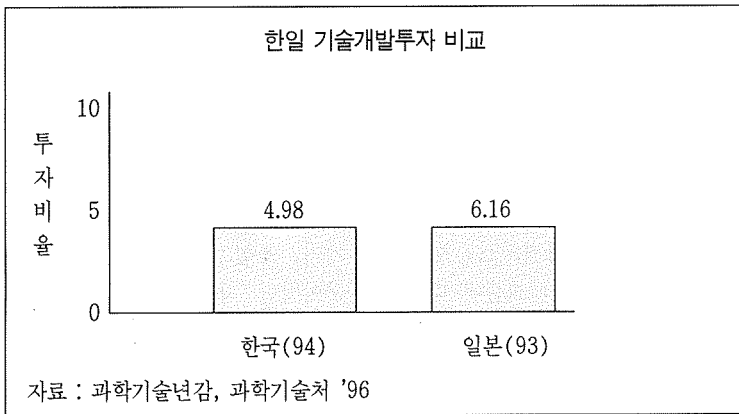
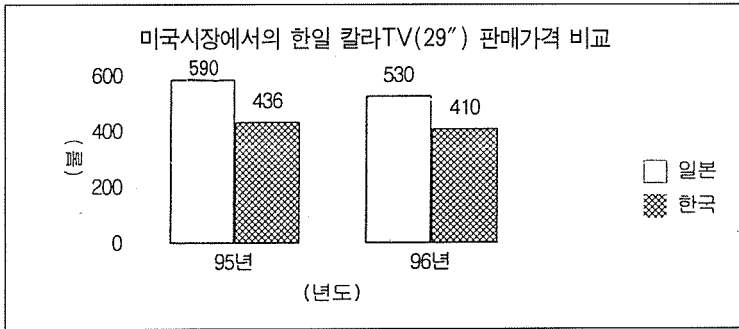
[한·일 기술인력 비교]

구 분	한국	일본
연구개발인력 (인구 만명당)	26.4명	47.7명
이학 : 공학졸업생 비율	1 : 1.89	1 : 4.40
전자공학 전공자 비율	16.7%	23.5%

- 인구 만명당 연구개발 인력이 일본의 경우 우리의 2배 수준이며, 특히 일본 대학의 경우에는

〈달러화에 대한 환율 변동률 비교〉

구분	'96			'97		
	'95(10월)	'96(10월)	변동률(%)	'96(10월)	'97(10월)	변동률(%)
W/\$	768.80	829.50	-7.32	829.50	914.30	-9.27
¥/\$	100.80	111.80	-9.84	111.80	121.40	-7.91
Rin/\$	2.539	2.505	1.36	2.505	3.188	-21.42



이학부보다 공학부 졸업생이 우리보다 월등히 많고 전자공학 전공자의 비율도 상대적으로 높다.

(2) 성능, 품질, 디자인, 인지도, A/S 등

○ 일부 고가브랜드를 제외하고는 일본에 비해서 성능, 품질, 디자인 등은 비슷한 수준이나 브랜드 이미지는 70%수준이며, A/S측

면에서 일본은 전 세계에 걸친 종합적인 A/S체계를 갖춰 이미지 제고에 크게 기여하고 있으나 한국의 A/S체계는 일본의 80% 수준으로 크게 저조하다.

국내 가전업체중 인지도에서 10위권내에 진입한 업체는 하나도 없는 상황이다.

일본업체가 Sony 등 6개 업체, 미국업체가 RCA 등 4개 업체임.

5. 가전산업 경쟁력 강화 대책

가. 통상현안 해소

(1) 한국산 칼라 TV에 대한 미국의 반덤핑 규제 철폐 요청

○ 진행경과

- '83년 미 산업노조의 제소로 대미수출 한국산 칼라TV에 대해 반덤핑 조사개시, 매년 연례재심 조사를 받고 있다.

- 84년 미 상무성, 한국산 칼라 TV에 대해 최종 긍정판정(삼성 : 15.95%, 금성 : 16.57%, 대우 : 14.77%)

- 85~90년까지 6년연속 미소 마진(0.5% 이하) 판정을 받았고, 91년이후 지금까지 미국으로의 직수출이 전혀 없는 상태로 현재 미 통상법상의 덤핑판정철폐 요건을 충족하고 있는데도 상황변화재심 판정을 계속 미루고 있다.

- 멕시코 등에서 생산한 칼라 TV의 대미 수출을 막기 위해 개시된 우회덤핑조사(삼성, LG, 대우)에 대한 예비판정도 96. 1. 19조사 개시후 20개월이 지난 현재까지 계속 지연되고 있다.

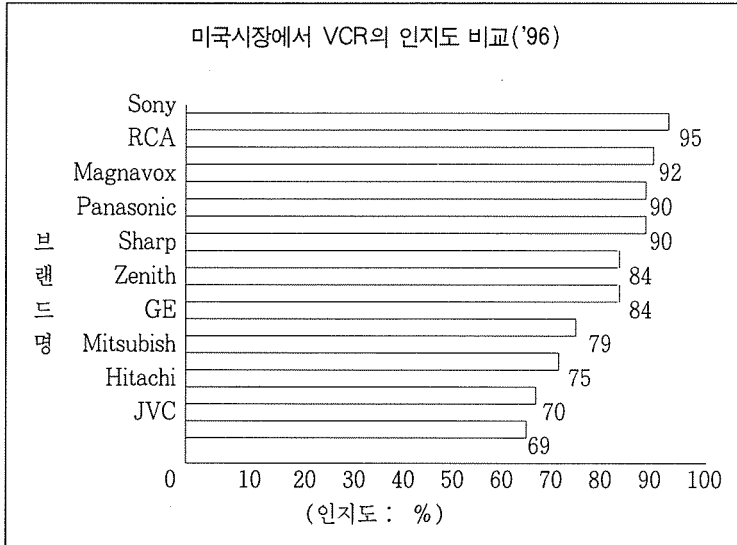
○ 대책

- 칼라 TV에 대한 반덤핑 규제의 조속한 철폐를 지속적으로 요청

- WTO 제소

• 97. 7.14 미국의 반덤핑 규제를 WTO에 제소

(미국시장에서의 주요 업체별 VCR 브랜드 인지도)



• 97. 8. 7 제1차 한·미 양자 협의 개최

• 97.10.8 제2차 한·미 양자 협의 개최

• 제2차 협의시 미국측은 상무성이 10월말까지 상황변화재심 및 우회덤핑조사에 대한 예비판정을 내리겠다고 약속

* 미국측이 10월말까지 판정을 내리지 않거나, 우리에게 부정적 판정을 내릴 경우 11.18일 예정되어 있는 DSB회의에서 패널설치를 요청할 계획

(2) 중국정부의 한국산 가전 제품에 대한 규제완화 요구

○ 현황

— 한국산 및 일제 칼라 TV의 대 중국 수출이 급증하자 수입품 품질

성능검사를 중복 실시하는 등 차별적 조치를 하고 있다.

중국정부는 최근 일부 수입품(칼라TV, CDP 등)의 경우 기존 CCIB(공산품안전규격마크) 이외에 현지생산 및 판매제품에 대해서만 적용하던 CCEE(장성규격마크)를 추가 획득을 요구하고 있으며, 또한 품질인증창구가 이원화(CCEE는 기술감독국에서, CCIB는 국가상품검험국에서 담당)되었다.

— GB(국가표준규격)상의 수입 상품 안전품질허가제도 실시세칙의 안전검사항목 및 표준이 복잡하고 취득에 상당기간이 소요된다.

○ 문제점 및 대책

복잡한 규격인증절차는 수입규제를 위한 기술장벽(TBT)으로 현

재 CCIB(국가상검국소관)와 CCEE(기술감독국소관)로 이원화되어 있는 품질인증 창구의 단일화와 중복검사의 폐지를 중국정부에 요청하고 있으며 GB 표준취득의 간소화 및 기간단축도 요청하고 있다.

※ 통상장관 회담 등 양국간 각종 통상채널을 통해 개선 촉구(97. 8. 6~7 한중 무역 실무회담시의 제로 채택, 협의)

나. 각종 전시회 등을 활용, 브랜드 이미지 제고

○ 해외전시회 참가 지원 확대
무역협회의 해외시장개척기금 지원을 확대, 중소기업 한국공동 전시관 설치·운영 추진하고 있으며, 97년 현재 전자분야에는 의료기기, 통신기기, 컴퓨터 등 3개 분야에만 지원(6억원)되고 있으나, 향후 가전분야까지 지원이 가능하도록 대상분야 및 지원규모 확대를 추진하고 있다.

※ 가전분야 세계 전문전시회

- 하노버 가전제품전(독일, 매년 8월, 650여개 업체 참가)
- 라스베거스 동계가전제품전(매년 1월, 2000여개 업체 참가)
- 런던 가전제품전(매년 9월, 250여개 업체 참가)
- 상해 가전제품전(매년 9월, 500개 업체 참가)

○ 국내 전시회 홍보 활성화

－ 한국전자전람회(매년 10월 개최)를 인터넷과 각종 홍보물 등을 통해 적극 홍보, 외국업체의 참여를 유도하고 있다.

※ 1997년도 한국전자전람회 개요

- － 일시 및 장소 : 1997. 10.25~10.29, KOEX
- － 규모 : 연면적 6,000평
- － 참가업체 : 17개국 400여개 업체 (외국업체 166개사)
- － 관람인원 : 16만5천만여명(외국인 3천5명여명)

다. 행정규제의 완화를 비롯한 제도적 지원

(1) 수입업자의 가전제품 무단개조로 인한 안전성저해 방지방안 수립

① 현행제도상 문제점

－ 전기용품 안전관리법상 수입품에 대한 형식승인 신청을 외국 제조업자외에 수입판매업자도 가능토록 되어 있음에 따라 수입판매업자가 형식승인을 신청한 경우 외국 제조업에게는 사후책임이 없으므로 수입판매업자가 임의로 무단 개조하여 안전성을 저해하는 사례가 증가하고 있다.

※ (최근 수입과정에서 전원부 무단개조로 안전성이 문제되고 있는 경우 : SONY TV)

② 제도개선방안

－ 형식승인 신청자격은 제한하지 않되 형식승인은 외국의 제조업자에게만 부여하는 방향으로 관련 법령 개정을 추진해야 한다.

형식승인에 대한 사후책임을 외국제조업자가 전담하여 종래의 수입업자가 형식승인 취득시와 다른 제품을 임의 수입하는 행위를 근절해야 한다.

－ 제도개전시 외국의 입법례를 충분히 검토, 통상문제화 될 소지를 미연에 방지

(외국례)

- － 미국, 일본, 캐나다 : 외국제조업자 및 수입업자 공히 형식승인 취득 가능(현행 우리측 규정과 유사)
- － EU : 해외 제조업자 및 역내 대리인에게만 형식승인 부여(우리측 개정방안과 유사)

③ “수입가전제품 불법개조 신고센터” 설립 추진

한국전자산업진흥회내에 상설하여 소비자 및 업계로부터 불법개조 사례, 상시 접수, 접수된 자료를 국립기술품질원에 제공, 제품의 안전성 및 형식승인 위배를 조사 의뢰토록 한다.

(2) 가전제품이 조립국 표시제 도입

① 도입배경

－ 원산지결정기준으로 부가가치 기준이 적용되는 특정 가전제품

(25" 이상 칼라 TV, CDP, VCDP, VCR, 캠코더 등 5개 품목)의 경우는 원산지가 최종 조립국과 반드시 일치하지는 않는다.

즉 미국산 칼라브라운관(CPT)을 사용, 멕시코에서 조립한 SONY TV(29")의 경우, 현행 법규정상 Label에 원산지인 미국만 표기하게 된다.

제품의 원산지와 최종조립국이 일치하지 않는 경우 원산지외에 최종조립국 등을 표기하여 소비자에게 정확한 정보제공이 필요하다.

② 제도개선 방안

전기용품안전관리법(전기용품의 표시에 관한 규정)개정, 형식승인 표시 라벨의 표시사항중 제조업체 주소 추가 표시, 과다표시 요구라는 비난의 소지를 최소화하기 위해 주소는 제조자명 뒤에 괄호로 국명 및 도시명까지만 표시하며, TBT(Technical Barrier to Trade) 협정에 위배되지 않도록 국산품/수입품 공히 주소 표시, 동 규정상 원산지 제조국명 표시조항 삭제가 필요하다.

※ 원산지 표시는 대외무역법에 의해 별도 관리

(3) 가전제품 재활용 개선대책 수립

① 현행 재활용 체계 (이원화)

－ 「폐기물관리법」(제13조) : 가전제품은 대형생활쓰레기로 분류,

[주요 가전제품의 보급율]

품목	CTV	VCR	냉장고	세탁기	전자렌지
보급율 (%)	1.7	1.0	1.3	1.0	0.1
	154	8.6	117	95	6.2

주) '77년은 특별소비세 도입 당시

[한국전자기술 인력 수급실태]

구분	96년			97년		
	수요	공급	부족	수요	공급	부족
합계	8.9	9.5	0.6	10.4	9.8	-0.6
학사급	6.7	7.5	0.8	8.0	7.7	-0.3
석사이상	2.2	2.0	-0.2	2.4	2.1	-0.3

배출자의 수수료 부담을 전제로 지방자치단체가 회수, 처리 - 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률」(제19조) : 생산자는 전년도 출고량을 기준으로 예치금을 납부하고 회수, 처리 실적에 따라 기납부한 예치금을 반환 받는다.

② 문제점

재활용이 용이하도록 제품을 설계, 생산, 유통하는 등 산업적 측면보다는 폐기물처리(소각, 매립 등)에 중점을 두고 있으며, 가전제품은 회수구조가 다양하고 재활용의 경제성이 없어 생산자 예치금 대상으로 부적절하며, 지자체의 재활용 시설 부족으로 불법소각, 매립 등 환경유해가 우려되고 있다.

③ 개선 대책

기존 법령의 문제점을 개선하기 위한 「가전제품 재자원화 촉진을 위한 특별조치법」을 제정 추진하여 가전제품 재활용 체제를 단일 법으로 일원화하고, 경제주체간

역할 분담이 필요하다.(소비자 : 분리배출, 지자체 및 판매자 : 회수·운반, 생산자 : 재자원화)

(4) 가전제품의 특별소비세 인하 또는 폐지 협의

① 현황

현재 칼라 TV, 냉장고 등의 가전제품은 이미 보급율이 100%를 넘어선 생활필수품인데도 특별소비세(15~20%)를 부과하고 있으며 특소세에 부과되는 교육세에 탄력세율을 적용, 인상하겠다는 최근 정부당국의 방침 발표에 관련 업계가 반발하고 있다.

② 문제점

TV, 냉장고, 세탁기 등 가전제품은 국민 생활필수품이며, 세율이 타 산업제품(보석이나 귀금속 : 100만원 이하는 비과세, 자동차 : 배기량 800cc이하 비과세)보다 훨씬 높아 특별소비세의 근본 취지에도 맞지 않고있는데 가전산업은 최근 기존제품에

대한 대체수요의 감퇴에 따른 내수침체와 후발개도국의 급격한 추격 등으로 경영난이 극히 악화되고 있다.

제조업자가 소비자에게 조세 전가를 할 경우 물가상승 및 소비자의 부담이 가중될 것이다.

③ 향후계획 : 특소세 인하 또는 폐지 등을 재경원과 지속적으로 협의

라. 기술개발지원의 내실화

(1) 가전산업의 핵심기술 개발 추진

Intelligent PCTV, DVDR, HDTV 등 선진국이 개발을 추진하고 있거나 차세대제품으로 실용화가 예상되는 첨단제품에 대한 기술개발및 국산화를 통한 수출사업화

(가) Intelligent PCTV 개발

○ 필요성

- 미국의 지상파 디지털 TV 방송 규격 결정(96. 12)에 따라 차세대 TV시장 선점을 위해 추진중인 HDTV 사업과 연계 추진
- 정보기기(PC)와 가전기기(TV)가 융합된 신가전기기를 개발, 멀티미디어 산업의 경쟁력 확보

○ 기술개발사업 개요(안)

- 주관기관 : 영상기기연구조합
- 개발기간 : 4년

- 개발목표 : 멀티미디어용 PCTV 시제품 및 핵심부품 개발
- 총사업비 : 연구기획사업후 확정

(나) HDTV 기술개발

- 필요성
 - 1단계사업('90~'94)으로개발된 캐비넷 크기의 HDTV 수상기를 상품화하기 위한 시스템 기술개발
 - 디지털 HDTV 수상기의 핵심부품개발로 수출경쟁력 확보 및 멀티미디어 분야의 기술발전 촉진

- 기술개발개요
 - 주관기관 : 전자부품연구소
 - 참여기업 : 삼성전자 등 4개업체
 - 위탁기관 : 서울대 등 18개 대학
 - 개발기간 : 96~2000
 - 개발목표 : 미국의 GA(Grand Alliance) 규격과 한국 규격을 만족하는 HDTV 수신시스템 및 ASIC 개발
 - 사업비 : 1,024억원(정부 512억, 민간 512억)

(다) DVDR 기술개발(Digital Video Disk Recorder)

- 필요성
 - 멀티미디어 시대 대용량 광디스크 기기 개발로 새로운 수출산업 성장기반 마련(2000년 세계시장 규모 : 1,200억불 전망)

- 기술개발 개요
 - 주관기관 : 영상기기연구조합
 - 참여업체 : LG전자 등 8개 업체
 - 위탁기관 : 연세대 등 8개 기관
 - 개발기간 : 97~2001
 - 개발목표 : 현재의 재생전용기기인 DVDP보다 용량이 2배이상이고 기록과 재생이 가능한 10GB급 Digital VDR개발(재생시간 : 동영상 133분)
 - 사업비 : 1,000억원(정부 400억원, 민간 600억원)

(2) 첨단 가전기기산업 육성을 위한 종합적 개발체계 확립

① 가전기기 산업의 국내의 시장동향, 기술개발 추이 및 전망 등 조사

- 전자산업진흥회, 전자부품연구소 공동 주관으로 전자정보산업 기술조사위원회 구성 가전부문 16개 과제 등 6개부문 123개 과제 대상 조사 실시
- 개발난이도, 기술과급도, 상품의 시장성, 개발가능성 등 과제의 중요도 조사
- 개발 착수시기, 시제품 개발 완료시기, 상품화 시기 등 예측
- 국내 전문가 1,200명을 대상으로 우편 설문조사(96. 11~97. 5까지 7개월)

② 중장기 기술 및 수요예측 조사결과를 종합하여 “전자정보

산업 중장기 예측” 최종보고서 작성(97년 11월)

- 가전산업 등 전자산업의 비전 및 발전전략, 정부의 정책방향, 업계의 기술개발 방향을 제시
- ※ 동 보고서를 토대로 향후 기술발전추이 및 수요변화를 수시 Update하여 중장기 계획의 실현성 제고

(3) 기술인력 양성 및 공급

① 첨단 전자양성 S/W 설계인력 양성

- 전자게임산업의 경쟁력 제고를 위한 게임 S/W의 종합기술교육
- '95. 12~2000. 11까지 5년간, 총 2,844백만원 투입 예정(정부 2,000백만원, 민간 844백만원)
- 한국어뮤즈먼트 S/W 연구조합 주관

② 인력공급

- 전자관련 학과 대학정원의 지속적 증원추진
- 전자부문 기술인력 수급전망 : 향후 매년 600~900명 부족할 것으로 보여짐에 따라 연구·실습 시설 확충 등 교육부문 재정투자 확대 병행과 99학년도 전자관련 학과 정원의 증원을 교육부와 협의중이다.

(4) 가전기기의 부품 표준화·공용화 추진

- ① 부품 표준화·공용화 추진협의회 운영의 내실화

- 통상산업부와 전자산업진흥회 주관으로 업계가 중심이 되어 추진(추진계획 및 방향설정, 추진상 문제점 개선, 추진실적평가)
- 연도별 추진실적 및 계획
 - 96년도 : 칼라 TV, 냉장고 등 5개 품목의 18개 부품에 대한 표준규격 완료 및 공용화 추진
- ※ 수입대체효과 1,000만불, 원가

절감 효과 120억원, 생산성향상 5%

- 97년도 : 칼라 TV, VCR 등 6개 품목, 17개 부품
- 98년도 : 냉장고의 DEFROST-HEATER 등 5개 품목, 16개 부품

② 중기거점개발사업 추진시 제품개발 초기단계부터 부품의 표

준화 및 공용화 사업 착수, 핵심 부품 개발 등 효과 극대화 도모

- DVDR, PCTV 개발사업 등 추진시 적용, 개발참여 업체별로 특성에 맞는 부품을 개발, 전문적 기술축적을 통한 국제경쟁력을 확보도록 유도한다.

가전 예치금 폐지 논란

통상산업부가 가전제품에 대해 폐기물예치금 부담을 없애는 것을 골자로 한 「가전제품 재자원화 촉진을 위한 특별조치법」 제정을 추진하자 환경부가 이에 강력히 반발하고 나섰다.

통산부와 환경부에 따르면 통산부는 TV와 냉장고·세탁기·에어컨 등 가전제품에 대해 현행 kg당 38원씩 부과되는 예치금을 폐지하고 소비자에게 회수운반 비용을 부담시키는 내용을 골자로 하는 「가전제품 재자원화 촉진을 위한 특별조치법」 제정을 추진하고 있다.

통산부는 이 법 제정을 통해 폐가전제품에 대한 예치금 제도를 폐지하고 기납부한 예치금을 환급해주며 소비자와 지자체 등에도 재활용 비용을 부담시킬 계획이다.

이에 대해 환경부는 기존 폐기물 관련 법령을 특정분야 제품에만 적용하지 않고 별도로 관리하려는 것은 비효율적이며 다른 품목과의 형평에도 어긋난다며 반발하고 있다.

환경부는 현행 「폐기물관리법」과 「재활용 촉진법」에 따라 폐가전제품에 대해 예치금제도를 시행한지 5년이나 지난 폐가전제품의 재활용체계

를 구축한 현 시점에서 별도로 특별법을 제정하려는 것은 특정업계를 보호하려는 처사라고 비판하고 있다.

통산부는 이에 대해 독일과 일본 등 일부 선진국가에서 폐가전 재활용에 대한 특별법을 제정하려는 움직임이 있다고 말했다.

한편 한국전자산업진흥회는 최근 가전업계의 의견을 수렴, 폐가전제품에 대한 폐기물예치금 부과를 없애줄 것을 골자로 한 「폐가전 제품 재자원화 촉진법」 제정을 정부에 건의한 바 있다.