

# 유통시장개방과 가전산업

박 세 권 과장  
삼성전자 유통기획팀

## 1. 유통시장 개방이후 가전시장의 변화

국내 가전 시장은 '96년 1월 유통시장 완전개방 및 수입선 다변화 제도의 단계적 폐지에 따라, 국내외 대형유통과 수입제품이 빠른 속도로 시장을 잠식해 나가고 있다.

유통측면에서는 국내 대형 유통업체 및 해외 선진유통업체가 막대한 자금력과 고도의 Marketing Knowhow를 가지고 신도시 및 대도시를 중심으로 다점포 전략을 지속적으로 전개하여, '95년 10%수준의 판매 Share에서 '97년 9월 현재 가전 전체 시장의 30%인 1조9천억원 규모로 가전시장에서의 위치를 강화해 가고 있으며, 상품측면에서는 '90년 국내시장의 14.6%를 차지하던 수입제품의 비중이 '96년에는 25%로 대폭 증가되었다.

특히 일부 가전 소물은 외국 제품에 밀려 국내시장을 거의 상실한 상태이다.

표) 1. 유통 경로별 판매비중 Trend

		'95	'96	'97
유통업체	Marker 대리점	82%	75%	70%
	양판점	2%	4%	5%
	할인점	1%	4%	7%
	백화점	6%	7%	7%
	집단상가	5%	4%	5%
기 타		4%	6%	6%
가전시장규모		5.5조	6조	6.6조

표) 2. 수입제품 Trend(전자산업진흥과 자료 기준)

(단위: 십억, %)

구 분	'90			'96			'90년비상징율
	시장규모	수입액	수입비중	시장규모	수입액	수입비중	
가정용계	4,955	724	14.6	6,617	1,659	25.1	129
C T V	673	22	3.3	1,187	36	3.0	64
V C R	410	29	7.0	477	56	11.7	93
오 디 오	981	376	38.4	1,384	650	47.0	73
냉 장 고	811	19	2.3	970	72	7.4	278
면 도 기	5	3	60	42.5	42	99	1300
헤 어 드 라이 키	3.4	1	29.4	12.7	7.9	62.2	690
커 피 포 트	3.9	0.5	12.6	21.6	18.3	84.2	3,560

표 3) 산업태 유통 변화

구 분	'95년	'96년	'97/8월	'98계획
점수	40	72	97	151
외국계	1	6	8	27
국내	39	66	89	124

## 2 유통시장 개방이후 가전산업의 문제점

### ○ 산업태 유통 진출 확산과 Maker 대리점의 위축

Maker 전속 대리점 체제는 60년대로 유통자본이 전무한 우리현실에서 Maker의 대량생산에 따라 스스로 대리점 제도를 도입, 육성하게 되었으며 미국·일본등 선진국들로 부터 시장을 보호하여, 국내 전자산업이 일본에 이은 세계 2위 자리로 부상하는데 결정적 기여를 하였다.

또한 전속점 체제는 가전산업을 발전시킨 원동력에 의해 '94년부터 2~3차례의 가격인하를 단행하여 물가 안정에도 적극 동참하였다.

그러나 유통시장 개방이후 양편점, 가격파괴 할인점, 집단상가 등의 신입태 유통의 출점 확대로 Maker 주도의 전속점 체제가 위축되면서 소비자를 중심으로한 유통업자 중심으로 변해가고 있다.

특히 대리점 체제에 기반을 두고 있는 가전 Maker는 국내 시장에서의 입지가 약화되면서 가전산업의 경쟁력 가속화로 이어져 가전 산업의 존폐 위기까지 예상

되며, 1만5천여 생업형 Maker 대리점의 붕괴로 까지 이어질 전망이다.

### ○ A/V제품 수입선다변화 해제시 국내 전자산업 붕괴 우려

— 유통시장 개방이후 국내 시장 진출을 모색하고 있는 일본 전자 Maker 및 유통업계는 CTV, VTR, 캠코더 등 A/V제품군의 수입선 다변화 폐지 이후를 한국시장 본격 진출시기로 잡고 있다.

현재까지 일본 업계가 국내 진출을 미루는 것은 백색가전 상품군명으로는 유통 진출시 판매에 경쟁력이 없다고 판단하는 것으로 보이며, 현재 정부의 수입선 다변화 계획대로 99년에 일본산 A/V 제품군의 국내 수입을 허용한다면, 일본의 한 연구소에서도 예상했듯이 국내 가전 시장은 1년안에 초토화 될 것으로 예상된다. 다만 시장의 사례에서 보듯이 유통·상품시장 개방이후, 일본 업계의 가전 산업 지배 현상이 한국시장에서도 발생할 우려가 있는 것이다.

### ○ 불법 수입 제품 증가 및 왜곡된 유통구조 개선 방향

— 전자상가, 백화점, 할인점 등 대형유통에서 판매되고 있는 외국선 CTV가 전압등을 불법개조하여 판매되고 있으며, 수입업자 대부분이 A/S조직을 거의 운영하고 있지 않아 국내 소비자의 피해가 잇따르고 있다.

특히 일부 수입 업자는 불법제품의 국내 유통으로 대당 10~20만원의 부당 이득을 보고 있으며, 수입통관시 수입가격을 낮게 조정하여 관세를 포함하는 사례도 다발 하였다.

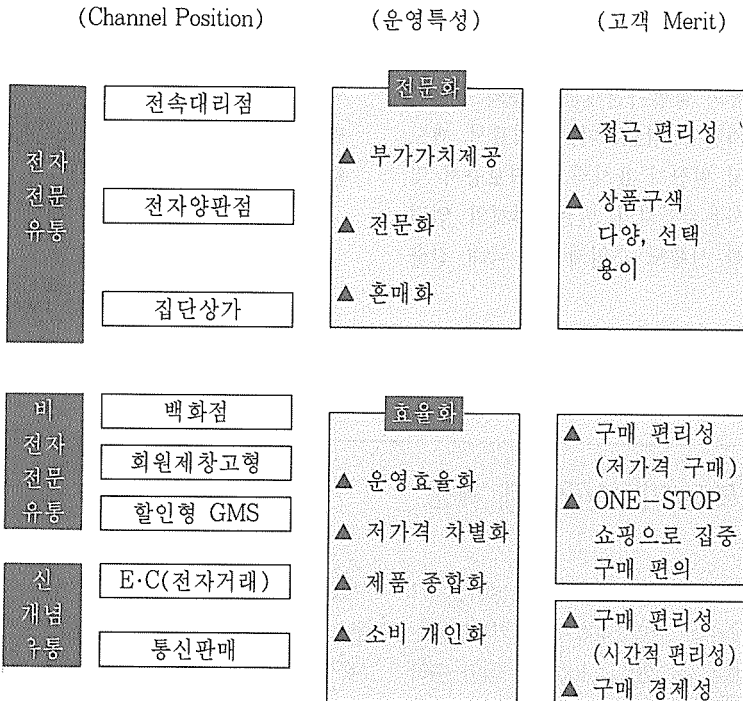
한편 최근 통산부와 상공회의소 주관으로 추진중인 「전속점 체제 개선 방향」이 Maker 대리점 체제의 긍정적 측면보다는 부정적 시각을 강조하는 분위기로 형성되어, 생업형 중소형 대리점들은 향후 전개될 유통구조 붕괴에 대한 혼란과 불안을 겪고 있으며 심지어는 전자 유통업에서 타업종으로 전업계획이나 사업포기로 까지 고려중이다.

## 3 향후 가전 유통업계 전망

○ 소비자의 가격파괴 업체 선호, 정부의 유통산업 발전법 시행에 따라 할인점, 양판점 등의 신입태유통 세력 확대 전망

		'96년			'2000년		
		매출	점포수	M/S	매출	점포수	M/S
신입태	할인점	2 <sup>2</sup> 천억	39점	4%	1조1천억	130점	15%
	양판점	4 <sup>2</sup> 천억	33점	4%	8천억	80점	11%
	계	4 <sup>4</sup> 천억	72점	8%	1조9천억	210점	26%

【유형구분】



- 신입태 등 비전속 유통의 매출 비중이 97년 30%에서 2000년에는 50%로 국내 가전시장은 전속점과 비전속점으로 양분될 것으로 보인다.

특히 신입태의 Market Share는 '96년 8%에서 2000년에는 25%로 3배 이상 성장할 것으로 전망된다.

- 특히 신입태 간 (MWC-Hyper Market, Discount Sto-

re, 전문양판점)의 국내시장 주도권 선점을 위해 극도의 경쟁 격화가 전망되며, 그결과 최근 난립하고 있는 업체중 경쟁력이 열세한 업체는 자연도태가 예상된다.

○ 가전제품 취급 유통의 변화 전망

- 전자소매유통의 양분화
- 가격파괴 신입태 : Low-

Cost 및 멀티브랜드 취급 (MWC, H/M, D/S)

- 전문유통 : 부가가치 제공

※ 전문유통 : 전자양판점, 전속대리점, 전자 군소 소매상

4 가전 산업 발전 방안

○ 국내 자본에 의한 가전 유통체제 구축

- 유통시장 개방이후 국내에 진출한 외국 업체의 경우 가전제품 매출중 수입제품의 비중이 10~20% 수준으로 늘어나고 있으며, 수입선 다변화 제도가 완전히 폐지되는 2000년에는 수입제품 M/A를 50% 이상으로 상향시킬 계획을 가지고 있다.

그러나 국내 Maker 전속대리점 및 유통업체들은 국내 Maker 제품의 판매 비중을 70% 이상 유지하려는 전략을 가지고 있어 국내자본에 의한 유통체제를 확고히 하는 것이 국내 가전산업의 지속 발전을 위한 전제조건이 되는 것이다.

특히 기존 전속대리점의 대형화 및 A/S 체제강화 등 유통력 향상을 위해 Maker와 대리점주, 중소기업청이 협조 및 지원을 강화해야 하며 국산 제품을 판매하는 「종합 양판점」의 육성이 필요하다 하겠다.

○ 국산가전제품의 상품력 향상노력 제고

— 수입제품과의 경쟁력은 유통보다도 상품 자체에 있다고 믿고, 선진 외국 제품과의 완전 경쟁시장에서 경쟁력 우위를 확보할 수 있도록, 끊임없는 연구개발을 통해 품질과 성능, 가격측면에서 선진 대비 등등 이상 수준을 확보해야 한다.

아울러 우리나라 소비자를 위한 주거환경, 생활문화에 적합한 한국형 제품개발을 적극적으로 추진해야 한다.

특히 변화되는 소비자의 가치를 고려하여, 다양한 기능을 갖춘 고급제품(High-End)은 국내생산

으로 특화하고, 단순기능의 Econo상품은 동남아, 중국 등 해외공장을 적극활용하여 외산제품의 공략에 적극대응 해야 한다.

#### ○ 수입가전 제품의 효율적인 관리

— 국내시장의 3%를 차지하고 있는 필수 제품과, 형식승인 미필 등의 불법가전제품 유통의 철저한 차단이 필요하며, 가격표시 제도 및 원산지 표시제, 품질보증서 및 사용설명서의 한글표시제의 엄격한 시행도 수입제품의 국내 진출

을 최소화 시키는 방안이라 하겠다.

최근 정부의 불법수입제품 단속 강화로 신업태유통등에서 수입가전제품의 진열이 줄고 잇는 것은 좋은 예이다.

또한 불법수입제품을 국내시장에서 추방하기 위해서는, 정부뿐만 아니라 민관공동협의체 운영을 활성화하여 불법수입제품 유통조사와, 외제선호 지양캠페인, 국산제품과 수입제품 비교 평가 등의 활동도 필요하다.

### 특정 기초연구과제 확정

정부가 대학의 기초과학분야 육성을 위해 추진중인 '97 특정기초 연구 지원과제가 최종 확정됐다.

한국과학재단은 올해의 특정기초 연구과제로 전자·컴퓨터공학 등 8개 분야 391개 과제를 선정, 총 199억 원의 자금을 지원키로 했다고 밝혔다.

연구개발심의회 등을 거쳐 최종 확정된 분야별 과제 및 지원규모를 살펴보면 전자·컴퓨터 등 정보산업기술 분야가 12개 신규과제를 포함, 총 64개 연구과제에 30억4,400만원

이 책정됐고 신소재개발 분야는 51개과제 23억2,400만원, 기계분야는 39개과제 20억1,400만원 등의 순이었다.

과학재단은 특히 향후 산업계에 미칠 영향을 고려, 전자·정보·통신분야 11개 단기과제와 4개 장기과제를 별도로 선정, 각각 7억5,000만원, 4억9,000여만원을 지원키로 했다.

이와 관련, 과학재단측은 「100여개 대학에서 총 422개 과제가 접수됐으며 대부분의 과제가 정보통신·전자·컴퓨터분야에 집중되는 현상을

보였다」고 밝히고 「이에 따라 동일 점수일 경우에는 연구환경이 열악한 신진교수 및 지방소재 대학교수에 더 많은 혜택이 돌아가도록 했다」고 말했다.

한편 과학재단은 이와 별도로 대학과 기업의 공동연구 지원을 위해 전자·컴퓨터공학분야 7개과제 등 산학협력을 위한 26개 신규과제를 선정, 총 3억9,200만원의 연구비를 지원할 계획이다.