Feature

송년특집

1999년 우리나라 전자산업 총결산

기묘년 토끼해인 올해도 이제 서서히 저물어 가고 있다. 12월 3일은 우리 모두에게 크나큰 어려움을 안겨 주었던 IMF 체제로 들어선 그날로써 아직도 기억이 생생하다. 벌써 IMF 체제로 들어선지 2년이란 세월이 흘렀다. 그 사이 우리 경제는 인원감축 등 뼈를 깎는 아픔을 수반한 구조조정이라는 큰 소용돌이 속에 빠져들면서 고통의 연속이었다. 우리 전자산업도 예외는 아니어서 엄청난 어려움을 겪어 왔으나 전자산업인 모두가 혼연일체로 고통을 참아낸 결과 금년에는 사상 처음으로 수출 500억불 돌파가 예상되는 등 우리 스스로도 놀라게 만드는 엄청난 성과를 거둔 것은 이미 주지하는 바다. 이에 본지 송년호에서는 올해 우리나라 전자산업을 본회의 각 실무부서에서 추진한 사업을 중심으로 다시한번 돌아봄으로써 곧 다가오는 새 천년에는 우리 전자산업이 한 단계 더 성숙하고 발전할 수 있는 전기로 삼고자 한다. (편집자)

가 전 산 업

1999년은 우리 가전업계로서는 1997년말 외환부족에 따른 경제위기를 극복하여 재 도약의 기틀을 마련한 뜻깊은 한해였다.

폭등하던 금리의 안정과 더불어 인력감축, 생산설비 해외매각 등 우리 가전업계의 피나는 노력의 성과로 곤두박질 치던 수출이 올해에는 회복세로 돌아서는 등 그 동안 뼈를 깎는 구조조정의 성과가 가시화된 해이기도 했다.

또한 정부에서는 특별소비세 폐지, 품질보증기간 단축, 폐가전 제품의 생활폐기물 지정 등 그동안 우리 가전업계의 오랜 숙원과제들에 대한 규제를 완화해 우리 가전업계의 재도약을 위한 노력에 큰 힘을 실어 주었다.

이에 올해에 해결된 가전업계의 주요 숙원과제(제도)들에 대해 그 동안 본회에서 추진했던 주요내용들과 해결되기까지의 우여곡절 등을 정리해보기로 하겠다.

품질보증기간의 단축

1995년 6월 삼성전자, LG전자, 대우전자 등 가전3사는 "가전제품의 내용연수 및 부품보유기간 적정화 방안"을 공동으로 마련하여 그해 7월부터 시행에 들어간다고 발표하였다.

이는 생산 중단시점 이후 부품을 보유해야하는 기간을 최장 8년6개월까지 연장하고 부품을 보유하지 않아 수리받지 못하는 경우에는 당시 정률식 감가상각법에서 정액식 감가상각법으로 변경하여 보상을 대폭 강화한다는 것이었는데 이에 따라 가전제품의 부품보유기간은 TV, 라디오, 전자렌지 등의 경우 5년6개월에서 8년6개월로, 냉장고는 7년6개월에서 8년6개월로, VTR은 5년6개월에서 7년6개월로 각각 연장되었다.

그러나 이와 같은 고객서비스 경쟁이 국내 가전시장이 보급 포화로 지속적인 성장 둔화세에 있던 가전업체들로서는 시장확대를 위한 불가피한 선택이었으나, 1996년 4월 당시 재정경제원이 가전업계가 자율적으로 연장 시행하고 있던 무상보증기간과 부품보유기간을 소비자피해보상규정 개정을 통해 강제함으로써 가전업계의 큰 경영부담으로 작용하게 되었다

특히 무상수리기간 및 부품보유기간 연장에 따른 A/S비용 증가는 AS체계가 취약한 중소가전업계와 수출부진 및 내수시장 침체에 허덕이던 오디오업계의 경영난을 더욱더 가중시켰다.

A/S비용의 증가가 업계의 경영부담을 가중시켜 그 피해상황이 심각해지자 본회는 소비자피해보상규정이 개정된지 채 1년도 지나지 않은 97년 3월 부품보유기간을 2~4년으로 대폭 단축하고 무상수리기간은 제품 특성이나 업체 실정에 따라 업체 자율적으로 시행할 수 있도록 소비자피해보상규정을 개정할 것을 건의하였다.

국민의 소득수준 향상으로 소비자들의 가전제품 사용년수가 짧아지고 있고, 또 고객에 대한 A/S는 해당 업체의 경영여건을 반영하여 제품과 함께 제공하는 서비스상품의 성격을 갖고 있음에도 불구하고 과도한 부품보유기간(6~8년)과 무상수리기간(2년)을 법으로 강제하는 것은 업체의 경영부담만 가중시킬 뿐만아니라 일부 소비자를 위한 A/S비용이 대다수 소비자들의 제품가격에 전가되어 소비자 보호측면에서도 실효성이 없다는 가전업계의 주장과 무상 A/S기간 등의 단축은 제품 A/S의 질을 저하시켜 소비자들의 반발을 초래할 것이라는 소비자단체 및 정부의 입장이 팽팽히 맞서 결론을 짓지 못한 채 2년여 동안 공방을 거듭하였다.

결국 이 문제는 1998년 신정부 출범과 함께 시작된 기업활동규제완화 정책과 맞물려 산업자원부 기업규제심의위원회의 기업활동 규제완화 대상으로 상정되었고 이 심의위원회의 중재에

따라 금년 3월 TV의 브라운관, 냉장고의 콤퓨레셔, 세탁기의 모터 등과 같은 주요제품의 핵심부품에 대한 품질보증제(무상A/S기간 3~4년)를 신설하는 대신에 완제품의 품질보증기간(무상A/S기간)은 2년에서 1년으로 단축하여 소비자 피해보상규정을 개정하는 것으로 매듭 지어졌다.

가전제품 특별소비세 폐지

특별소비세는 소득의 과다에 관계없이 일률적으로 부과되는 부가가치세의 세부담 역진성을 해소하고 고소득자의 사치성 소비억제와 국민의 저축을 장려할 목적으로 1977년에 처음 도입되었다.

77년 특소세제가 처음 시행될 당시 컬러TV, 냉장고 등 가전제품은 보급률이 2% 미만에 불과해 고소득층이 아니면 갖지 못하는 사치성 제품이었지만, 90년대를 전후로 가전제품의 보급률이 100%를 넘어서면서 소비를 억제해야 될 사치성 제품이 아닌 국민의 생활 필수품으로 자리잡게 되면서 가전제품에 대한 특소세는 근본적으로 세금부과의 당위성을 상실하게 되었다. 그러나 정부에서는 세수감소를 명분으로 가전제

가전제품 특별소비세율 변천

구 분	에어콘	TV 영상 투사기	컬러TV		VTR	음향기기		세탁기	냉장고		전기전열기기
			대형	소형		소형	기타		대형	소형	
77년 11월	40	비과세	40	40	비과세	30	30	40	40	40	40
79년 1월	〃	〃	〃	〃	40	〃	〃	〃	〃	〃	〃
80년11월	〃	〃	40 (28)	40 (28)	〃	〃	〃	〃	40 (28)	40 (28)	〃
82년 1월	〃	40	40 (28)	28	〃	10	25	〃	40	28	28
87년 6월	〃	〃	40 (28)	28 (22.4)	〃	〃	〃	40 (32)	40 (32)	28 (22.4)	28 (22.4)
88년 3월	40 (28)	〃	40 (28)	28 (19.6)	40 (28)	〃	〃	40 (28)	40 (28)	28 (19.6)	28 (19.6)
89년 1월	25	30	20	15	25	15	15	20	20	15	15
94년 1월	〃	〃	〃	〃	20	〃	〃	10	〃	〃	〃
95년 1월	〃	25	15	15	15	〃	〃	15	15	15	〃
96년 1월	20	20	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
98년 1월	30	30	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
98년 7월	21	〃	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5	10.5
99년12월	21	15	폐 지								

품 특소세를 폐지해야 한다는 본회를 중심으로 한 가전업계의 주장을 외면함으로써 가전제품 특소세는 90년대 들어 가전산업의 발전을 위해 풀어야 될 최우선의 과제가 되었다.

90년대초 전자업계는 엔화약세, 통상마찰, 임금인상 등으로 경쟁력이 크게 약화되어 있었다.

특히 가전제품의 경우 보급포화로 시장 둔화세가 지속되고 있는 상황에서 가전 내수시장 진작을 위해 특소세 인하 또는 폐지가 절실하였다. 그러나 정부는 1984년부터 적용 해오던 음향기기에 대한 잠정세율을 1990년 5월 종료함으로써 음향기기에 대한 특소세를 오히려 10.5%에서 15%로 인상하였다.

이로 인해 오디오업계는 경기부진으로 오디오 수요가 크게 감소한데다 특소세마저 인상되는 바람에 큰 어려움을 겪게 된다.

그리고 가전제품 출하가 정체상태를 보였던 1992년의 경우 정부는 노래방 유행이 시작되면서 활기를 띠고 있던 노래방기기와 컬러모니터에 대해 특소세를 부과함으로써 업계의 큰 반발을 일으켰다.

1993년 새 정부 출범과 함께 추진된 신경제 5개년계획을 통해 조세체계의 전반에 대한 개편방침을 밝힘에 따라 본회는 또다시 여러차례의 가전제품 특소세 인하, 폐지를 건의하였으나 정부는 오히려 세탁용량 6kg이상 세탁기에 대해 1994년 1월부터 특소세를 부과하였고, 1995년에는 대형 가전제품을 위주로 특소세가 20%에서 15%로 인하되는 한편, 특소세제 도입 후 최초로 휴대형 카세트가 특소세 대상품목에서 제외된 반면, 게임기가 특소세 대상으로 추가되어 15%의 특소세를 부담하게 되었다.

또한 1997년 7월 정부는 경기침체에 따른 세수부족을 메꾸기 위해 교통세와 가전제품의 특소세에 부과되는 교육세를 30%인상한다는 방침을 밝혔다. 그러나 가전업계가 경기침체로 오디오업체 및 소형가전업체의 부도가 잇따르고 있어 특소세를 인하해야 할 상황임에도 불구하고 세율을 인상하는 것은 부당한 조치로 받아들일 수 없다는 입장을 본회를 중심으로 강력히 제기해 교육세 인상 방침은 철회되었다.

또한 1999년 9월 정부의 조세체제 전면개편작업 착수로 가전제품의 특소세 문제가 해결의 실마리를 찾는 듯 하였으나 1997년 11월에 시작된 외환위기로 정부의 세제개혁 방침이 유야무야 되면서 가전제품 특소세문제는 다시 관심밖으로 멀어져 갔다.

1998년 들어 기업들의 구조조정, 자금경색 및 경기침체에 따른 기업들의 잇따른 도산 등 외환위기의 영향이 본격화되면서 실업자가 급증하고 근로자들의 소득이 크게 감소하여 소비자들의 구매력이 급격히 떨어졌다.

이에 따라 정부는 98년 7월 침체된 내수시장 활성화를 위해 1년간 한시적으로 탄력세율을 적용하여 가전제품 등에 대한 특소세를 30%인하한다고 발표하였다.

또한 가전제품 특소세 환급시 예상되었던 유통재고의 창고 환입에 따른 물류상의 업계 애로를 개선하는 등 신속한 조치를 취하였다

외환위기로 인한 소득감소와 국내 경기전망에 대한 불안감으로 소비자들의 구매심리가 꽁꽁 얼어붙은 상태에서 특소세의 30% 인하는 소비자들의 구매 의욕을 부추기기에는 역부족이었으나 그 동안 정부가 가전업계의 특소세 인하 또는 폐지 요구를 완강히 거부하거나 오히려 특소세를 인상해 왔던 전례에 비추어 보았을 때 상당히 고무적인 사건이었다.

이를 계기로 본회에서는 가전제품에 대한 특소세의 인하 또는 폐지를 재차 건의하는 한편, 1999년 7월말로 예정되어 있던 가전제품 특소세에 대한 탄력세율 적용시한을 외환위기 이전의 상태로 가전시장이 다시 활성화될 때까지 연장하여 줄 것을 건의한 결과, 가전제품에 대한 탄력세율 적용시한을 5개월 연장함과 함께 12월 3

일부터는 에어콘, 프로젝션(PDP TV 포함)TV 등을 제외한 모든 가전제품의 특소세가 폐지되어 가전업계의 20여년 숙원과제가 해결되기에 이르렀다.

공산품가격표시제의 개편

물가안정 및 공정거래에 관한 법률 제3조를 근거로 소비자에게 상품의 가격에 대한 정보를 제공하여 소비자의 합리적인 상품 선택을 유도하기 위해 지난 1973년 도입된 가격표시제는 1979년에 공장도가격을 표시토록 한데 이어 1990년에는 수입가격을 표시하여 유통마진을 공개하게 함으로써 무분별한 수입이나 소비를 억제하는 효과를 거두었으나 대상품목이 확대되면서 EU와의 통상마찰의 요인이 되기도 하였으며, 1995년 이후에 가격표시의 실효성 문제가 제기되면서 오픈프라이스제를 지향하는 방향으로 가격표시제 개편이 시작되었다.

1990년 3월 당시 상공부는 가격표시제실시요령을 개정 수입품중 신사복 등 11개 제품에 대해 시/군/구청 장이 지정하는 자로 하여금 수입가격과 소비자가격을 동시에 표시토록 하고 국산제품의 경우에는 공장도가격 표시 대상품목을 TV 등 37개 품목에 튜너, 데크 등 8개 품목을 추가하여 45개 품목으로 확대하였다.

수입제품에 대한 가격표시를 의무화함에 따라 과소비를 근절시키는데 일조했다는 평가를 받기로 했으나 1991년 5월 개최된 한·EC간 통상협상 과정에서 가격표시제가 한·EC간 통상마찰로 비화되기도 하였다.

1995년 8월 소비자보호원에서 제조업체가 의무적으로 표시하도록 되어 있는 공장도가격과 관행적으로 표시하고 있던 권장소비자가격을 실제 거래가격보다 지나치게 높게 표시함으로써 가격표시제의 원래 취지와는 달리 소비자들을 혼란시키고 불공정한 거래행위의 원인이 되고 있기 때문에 공장도가격을 폐지하고 권장소비자 가격표시를 제한해야 한다는 주장을 제기하면서 가격표시제는 큰 전화점을 맞았다.

이같은 소비자단체들의 의견에 따라 정부는 공장도가격표시제는 폐지, 제조자가 관행적으로 표시하고 있던 권장소비자가격은 표시를 제한, 소매가격에 대한 표시의무는 전체 소매업소로 확대하는 방향으로 가격표시제 개편작업에 착수하였다.

더욱이 가전업계 입장에서는 가전제품의 가격체계가 화장품이나 의류, 수입가전제품과는 달리 제조원가와 출고가, 권장소비자가격으로 구분되어 있어 유통과정에서 폭리를 취할 수 없는 구조인데다 가격경쟁이 심화되면서 연속적으로 가격을 인하해 왔기 때문에 적정마진 확보에도 어려움을 겪고 있었다.

특히, 가전제품 유통물량의 80%를 대리점에 의존하고 있는 상태에서 공장도가격 및 권장소비자가격 표시가 일시에 중단될 경우 출혈 가격경쟁을 촉발하여 손익구조가 취약한 영세 대리점의 붕괴를 초래하고 이로 인한 발생될 가전유통체계의 일대 혼란을 염려할 수 밖에 없었다.

가전업계는 이같은 입장을 본회를 통해 정부에 전달하므로써 가격표시제 개편의 속도를 완화시키기는 하였지만 1996년 유통시장 전면개방과 함께 할인점, 양판점 등 새로운 형태의 유통시스템이 유통업계에 확산되면서 가격표시제가 오픈프라이스제로 변화해 가는 것이 대세로 받아들여졌다.

1996년 8월 통상산업부는 업체간 경쟁이 활성화되어 있어 공장도가격 표시의 기대효과가 적은 품목과 제품의 라이프사이클이 짧은 품목, 소액제품 등을 공장도가격 표시 대상품목에서 제외하여 1백8개에 이르던 가격표시 대상 품목을 53개로 대폭 축소하는 한편, 권장소비자가격 표시를 자제해 줄 것을 행정지도를 통해 제조업계

에 요청하기도 하였다.

그 이후에도 가격표시 대상품목이 계속 축소되어 오다가 가격표시제가 도입된지 19년만인 1998년 8월에는 가격표시방법을 소매업자가 실거래가격만을 표시하도록 하는 판매가격표시제도(오픈프라이스제)로 일원화하기 위해 공장도가격표시제를 폐지하였고 또한 정부는 제조자가 임의적으로 표시하던 권장소비자가격도 표시를 제한해야 한다는 방침을 밝혀 금년 6월 TV, VTR, 세탁기, 오디오, 유선전화기 5개 가전제품을 포함한 12개 품목에 대해 제조자의 권장소비자가격 표시를 금지하는 내용으로 공산품가격표시제실시요령을 개정하여 9월부터 시행에 들어가 시장기능에 의해 판매가격이 결정되는 오픈프라이스제의 서막이 올랐다

제조물책임법 도입

제조물책임은 자동차, 가전제품, 식품·의약품 등과 같이 공업적인 제조·가공을 거친 제품이 결함에 의해 소비자·이용자 또는 제3자의 생명·신체 또는 재산에 발생한 손해에 대하여 제조업자·판매업자 등 그 제품의 제조·판매에 관여한 자가 지게되는 손해배상 책임을 가리킨다.

우리나라에서 이와 같은 제조물책임법에 대한 논의가 시작된 것은 1982년으로 당시 김순규 의원 등 26명의 국회의원이 의원입법 형태로 입법을 제안하였고 1989년에는 한국소비자보호원에서 "제조물 책임에 관한 연구"라는 보고서를 통해 제조물책임법 도입 및 입법의 필요성을 제안하기도 하였으나 논의가 깊이 있게 진전되지는 못했다.

그러나 90년대 들어 정부의 소비자보호 정책의 기조가 강화되고 1994년 6월에 일본이 제조물책임법을 입법화함에 따라 제조물책임법에 대한 사회적 관심이 높아지기 시작하였다.

1994년 9월 행정쇄신위원회는 소비자보호원의 제조물책임법 입법 필요성에 대한 건의에 따라 1994년내에 법 제정을 마무리하기로 결정하였다.

이에 본회를 비롯한 제조업계는 제조물책임법 도입이 어려운 경제 여건상 시기상조임을 주장하며 강력히 반발하고 나섰고 이에 따라 제조물책임법 도입과 관련한 논란은 잠시 수그러드는 듯 하였으나, 일본이 1995년 7월부터 PL법 시행에 들어가면서 국내에서도 PL법 도입에 대한 공방이 다시 재개되었다.

1995년 8월 정부는 그해 연말까지 법안을 마련하여 1997년 시행을 목표로 제조물책임법 제정작업을 추진하는 한편, 한 걸음 더 나아가 집단소송제 제정도 함께 추진할 계획임을 천명하였다.

이같은 정부의 강경한 방침에 따라 전자업계는 PL보험 가입, 개발, 생산, 영업, 서비스 등 경영전반의 PL대응체제 구축 등 PL법 시행에 대비한 대응에 들어갔다.

그러나 제조업계의 현실과 정부가 검토하는 과정에서 드러난 사회적 여건 미흡, 취약한 중소기업의 과중한 부담, PL비용이 제품가격에 전가됨으로 인한 물가상승, 기업의 신제품 개발의욕 감퇴 등 경제적 부작용에 대한 각계의 우려 등으로 PL법 도입이 미루어졌다.

그러나 1998년에 들어서 소비자 주권강화를 주창한 신정부 출범과 함께 제조물책임법이 다시 거론되기 시작했다.

그해 10월 신정부는 제조물책임법 도입과 결함제품에 대한 리콜제 강화 등을 내용으로 소비자권익보호를 위한 종합기본계획을 발표하는 한편 11월에는 제조물책임법 정부시안을 마련하여 공청회를 개최하는 등 PL법 도입에 적극성을 보였다.

특히 금년 들어 빈발하였던 자동차 급발진 사고와 자동차 급발진 원인 및 손해배상책임을 둘

러싼 자동차업체와 소비자간의 갈등이 사회적으로 이슈화되면서 소비자단체들의 제조물책임법 즉시 도입에 점차 힘을 얻게 되었다.

그러나 1997년 하반기에 시작된 외환위기로 1998년 들어 구조조정, 자금경색, 경기침체로 어려움을 겪고 있던 전자업계를 비롯한 제조업계는 기업의 막대한 비용부담이 수반되는 제조물책임법 도입이 시기적으로 적절치 않기 때문에 도입시기를 3년정도 연기한 2003년부터 시행할 것을 본회를 통해 요청하였으나 금년 정기국회에서 소비자단체들의 2000년 도입에서는 크게 후퇴한, 2002년 7월부터 시행하는 것으로 통과되었다.

가전제품을 생활폐기물로 지정

현행 『폐기물관리법』에서는 폐기물의 성상과 유해성을 기준으로 생활폐기물, 사업장폐기물, 지정폐기물로 분류하고 있다.

지방자치단체나 자원재생공사에서는 폐가전제품의 배출장소가 가정(家庭)이고 영업목적이 아닌 기본 책무에 따라 수거하여 처리하기 때문에 폐가전 제품을 "생활폐기물"로 해석하여 아무런 제약없이 수거·처리하고 있으나, 가전업체의 자체 판매망을 이용한 수거의 경우에는『자원의 절약과재활용촉진에관한법률』에서 정하는 바에 따라 수거하는 물량이 "1일 평균 300kg을 초과"한다는 사유로 "사업장폐기물"로 지정하여 왔다.

이 규정에 따라 가전업체가 자발적으로 폐가전 제품을 회수·재자원화 하기 위해서는 우선 사업장폐기물 배출자신고를 해야 하는데 약 4,000여 판매대리점과 60여개의 물류센터에서 배출자 신고후 폐기물량을 일일이 관리하는데는 엄청난 비용과 인력이 소요되어 사실상 원활한 수거활동에 제약을 받게되며 또한 수거 운반을 위해서는 폐기물 수집·운반업허가를 취득해야 하는데 일반 운송업에 종사하는 15,000대에 이르는 물류차량이 새로이 폐기물 수집·운반업 허가를 취득하기도 어려울 뿐더러 취득한다 하더라도 해당 차량은 신제품 배송을 하지 못하게 되어 가전업체의 판매망을 통한 역회수시스템이 마비되는 문제점을 안고 있다.

이러한 폐기물 분류의 불합리로 '97년도에는 LG전자 및 대우전자의 부산지역 물류센터 관리인이 구속되는 사건이 발생하였다.

이에 본회에서는 폐가전제품의 발생지는 가정이며 가전업체가 영업을 목적으로 폐가전 제품을 수거하는 것이 아니라 환경보전과 고객서비스 차원에서 능동적으로 추진하고 있다는 점과 또한 판매대리점 및 물류센터에서는 파쇄, 절단 등 중간가공의 과정을 거치지 않고 재자원화 공장으로 운반하기 위하여 단순 보관/집하하는 점 등을 들어 폐가전 제품을 사업장폐기물이 아닌 "생활폐기물"로 분류하여 줄 것을 환경부에 96년도부터 매년 수차례씩 건의한 결과, 본회 원안대로 가전업체가 회수한 폐가전 제품도 생활폐기물로 지정되었다.

이로써 가전업체의 폐가전 제품 회수·재자원화사업 수행상 불필요한 각종 신고나 허가 취득의 필요가 없어져 지속적으로 사업을 추진하는데 있어 그 용이성과 효율성을 기할 수 있게 되었을 뿐만 아니라 현장에서의 파급효과를 단순히 비용으로 환산하더라도 최소한 1백여억원(물류센터당 전용차량 구입, 관리인 채용 등)이상의 막대한 비용을 절감할 수 있게 되었다.

전 자 부 품 산 업

전자부품산업은 전자, 정보산업의 근간이며 그 핵심이라고 할 수 있다.

특히 우리나라 전자산업의 발전 저변에는 전자부품산업의 공헌을 부인할 수 없다. 반도체를 중심으로 최근에는 LCD, Chip 부품류들 그리고 정보통신용 고정밀 부품들이 부상하면서 더 더욱 전자부품산업의 의미는 강조되고 있다.

1962년의 콘덴서 생산, 1964년의 저항기, 스피커 등의 생산으로 우리나라 전자부품의 역사가 시작되었으며 1965년 미국 Komy사의 Tr 및 다이오드 생산 합작, 1966년 미국 Fairchild사의 실리콘 Tr과 다이오드 생산, 그리고 같은 해 미국 Signetics사의 IC와 다이오드 생산 등으로 전자부품산업의 틀을 갖추어 나가게 되었다. 그후 1969년 들어 도시바, 산요, NEC 등에서 Tr., IC, 콘덴서, 브라운관 등을 국내업체와 합작으로 투자를 하게 되었으며 70년대 들어 본격적으로 진출한 일본의 전자업계 특히 전자부품의 선진기술을 접목할 수 있는 기회를 맞이하게 되었다.

'80년대를 맞으면서 컬러화시대의 전개로 전자산업은 새로운 성장의 길을 구가하면서 전자부품산업도 동반성장을 이루었으며 특히 1984년 반도체 DRAM의 본격적인 생산과 수출로 명실상부한 양적, 질적 성장을 걷게 되었다.

'90년대 들어서는 반도체의 뒤를 이어 수출효자상품으로 급부상한 LCD를 비롯, 컴퓨터 모니터에 채용되는 CDT, 정보통신용 고정밀 다층 PCB, 적층형 세라믹 콘덴서, 이동통신용 필터류 등의 부품들이 전자부품산업의 앞날을 기약하고 있다.

전자부품산업 위상의 비약적 제고

1960년대 초에 시작한 우리나라 전자부품산업은 약 40년이 지난 오늘날 반도체를 포함한 전자부품 생산 세계 3위의 자리를 지키고 있다.

아래표는 반도체를 포함한 실적이며 반도체를 제외한 일반부품의 경우를 보더라도 전세계 생산이 1,408억$인 가운데 일본 503억$, 미국 374억$, 한국 87억$, 독일 86억$, 대만 62억$, 싱가폴 51억$, 말레이시아 45억$ 등으로 우리나라는 역시 세계 3위의 자리매김을 하고 있다.

이러한 자리매김을 하는데 중요한 역할을 한 품목들을 살펴보면 반도체 DRAM의 경우 일본을 젖히고 세계시장 점유율 50%로 세계 1위, 비디오 테이프 역시 일본을 누르고 점유율 45%로 세계 1위, TFT-LCD는 일본에 이어 점유율 37%로 세계 2위, CRT 역시 점유율 35%로 세계 2위, MLCC(적층형 세라믹 콘덴서)도 점유율 8%로 세계 2위의 자리를 기록하면서 우리나라 전자부품산업을 대표하는 품목으로 부상하고 있다.

전자부품산업이 우리나라 수출선도

우리나라 산업의 발전은 수출과 그 궤를 같이 한다고 해도 과언은 아닐 것이다.

세계 전자부품산업의 국가별 생산 현황(1998)

(단위 : 억$)

구분	전세계	일본	미국	한국	싱가폴	말련	독일	대만	영국	프랑스	필리핀
생산액	2,732	787	766	247	127	119	112	102	75	68	41

자료 : Yearbook of World Electronics Data Book Ⅰ&Ⅱ, 1999

<업종별 수출실적 동향>

(단위 : 백만$)

1980	1985	1990	1995	1998	1999(상반기)
섬유(3,140)	선박(5,042)	섬유(8,860)	**부품(28,065)**	**부품(24,031)**	**부품(13,538)**
철강(1,570)	섬유(4,792)	**부품(8,204)**	수송(10,036)	수송(12,076)	산전(6,450)
직물(1,275)	철강(2,453)	가전(5,529)	직물(9,954)	산전(8,915)	수송(6,173)
가전(1,020)	가전(1,860)	직물(4,633)	가전(7,637)	직물(8,783)	직물(4,279)
신발(908)	**부품(1,825)**	신발(4,307)	산전(7,240)	유화(8,074)	유화(3,737)
부품(775)	직물(1,614)	철강(4,237)	유화(6,928)	선박(8,018)	철강(3,265)

자료 : KOTIS(통관통계)

업종별 수출 실적을 살펴보면 전자부품의 성장과정을 여실히 알 수 있다.

1980년에는 업종별 수출실적 6위를 기록하였으나 1985년에는 5위, 1990년에는 2위, 1991년에는 1위를 기록하며 현재까지 고수하고 있다.

최근의 전자부품 특히, 반도체를 제외한 일반부품의 생산 및 수출의 비중도 높아지면서 '98년의 일반부품은 철강업종이 7,973백만$, 광산물업종이 7,384백만$에 이어 7,021백만$을 기록하면서 업종별 수출실적 9위의 자리를 굳혔으며 금년도 상반기에는 일반부품이 4,511백만$을 기록하여 업종별로는 4위로 급상승하면서 그 중요성을 가중시키고 있다.

전자부품산업의 양면성 심화

우리나라 전자산업의 수출입의 구조를 분석해보면 우선 생산에서의 수출 비중이 1990년에는 60%에서 1998년에는 83%로 상승했으며 전자부품의 경우에는 65%에서 89%로 상승한 것으로 나타나고 있으며 또 내수시장에서의 수입의 비중은 전자산업이 1990년에 44%에서 1998년에 74%로, 전자부품은 58%에서 84%로 상승한 것으로 나타났다.

이는 우리 전자부품산업이 수출에 의존하는 경향이 매우 높아지고 있으며 또한 수입도 매우 높아지고 있는 것을 의미하며 이것은 수출이 늘어나면 날수록 수입도 역시 늘어날 수밖에 없는 구조적인 문제를 내포하고 있는 것이다.

이러한 구조적인 문제를 갖고 있는 대표적인 부품들로서 반도체와 TFT-LCD를 들 수 있다.

반도체의 경우 우리 산업은 DRAM 중심의 구조로 발전하여 왔으며 비메모리 부문은 수입에 의존할 수 밖에 없는 실정이며 최근 들어 비메모리 소자의 개발과 생산에 관심과 노력을 기울이고 있다.

또 제2의 반도체로 각광받고 있는 LCD, 특히 노트북 PC와 PC의 모니터에 채용되고 있는 TFT-LCD의 경우 수출 등 수요가 늘어나는 만큼 핵심부품의 국산화가 따르지 못하면서 수입에 의존할 수 밖에 없는 현실이 바로 우리의 첨단 핵심부품이 안고 있는 단면이기도 하다.

반도체를 제외한 일반부품의 경우에도 최근에는 고부가가치화가 진전되면서 일본 등의 선진국에서는 칩부품화, 초소형화, 고정밀화 등으로 20~30%대의 고수익 산업으로 발돋움하고 있으나 우리의 일반부품은 아직은 선진국 수준에 이르지는 못하고 있는 것이 현실이다.

전자부품산업계의 기업경영 성과

전자부품산업의 질적, 양적 발전에도 불구하고 핵심부품, 소재의 국산화 미흡 등의 요인으로 수입유발적 특성과 IMF 경제위기로 인한 전자부품산업의 기반인 중소기업의 도산 등으로 기업경영 환경 악화로 인한 수익성 급감으로 나타나 21세기를 맞는 우리 전자부품산업의 자생력에 영향을 미치고 있다.

한·일간의 전자부품산업의 수익성 비교에서 보듯이 일본의 경우는 '98년보다 '99년이 다소 수익성이 둔화되는 해로 보이며 우리나라의 경우는 '98년 IMF 경제위기에서 벗어나 회복국면으로 접어들면서 수익성도 증가하는 것으로 보인다.

세트업계와 부품업계의 수익률 구조가 상반되게 나타나면서 기업경영 환경의 문제점과 품목구조의 한계를 극명하게 드러나고 있다.

일본의 전자부품업체 중 '98년, '99년 모두 경상이익률이 두자리를 보인 업체로는 교세라, 니치콘, 로옴, 무라다, 히로세, 마부치 등으로 다양한 품목들로 구성되어 있는 반면, 우리나라의 전자부품업체에서는 대덕전자(산업), 삼영전자, 삼화전자, 자화전자, 한국단자공업 등으로 일부 품목에 그치고 있다.

전자부품산업 발전전략 수립

다가오는 21세기를 정보화가 중심이 된 지식기반 사회라고 볼 때 산업경쟁력의 핵심은 지식과 정보이며 그 유통을 촉진할 수 있는 것이 바로 전자, 정보산업이라 할 수 있으며 그 뿌리는 전자부품산업에 있다 해도 과언이 아닐 것이다.

본회에서는 산업계의 이러한 니즈에 부응하면서 민관 합동으로 전자부품산업 발전 방안을 수립, 정부와 업계에 널리 전파하였으며 또 구체적인 후속사업을 실행하고 있다.

산업계의 현실을 감안하여 '유망 고부가가치 부품·소재의 개발 촉진', '고정밀 부품·소재 개발 시설투자 확대', '생산 자동화 시스템 개발로 품질 및 생산성 향상', '적극적인 해외시장 개척', '국제화 시대에의 능동적 대처', '업계간 협력강화', '우수 기술인력 확보', '세계 최고 전문기업 지향' 등의 전략을 수립하여 예산이 수반되는 사업은 정부에 예산지원의 필요성을 역설하였으며 제도개선이 필요한 부분은 제도개선을 건의하기도 하였다.

또 해외시장의 개척을 위하여 최근 부상하고 있는 인터넷을 통한 전자부품 검색이 가능하도록 전자부품 DB를 구축하여 전세계에 우리의 전자부품을 홍보 및 판로개척 지원을 추진하고 있다. 그리고 아시아의 상업 중심지인 홍콩에는

<한·일 전자부품산업계의 수익성(경상이익률) 비교>

(단위 : %)

	한 국		일 본	
	1998연간	1999중간	1998연간	1999중간
전자기기업계	-0.4	15.3	2.2	0.5
전자부품업계	1.8	2.2	11.7	9.8

주) 양국 모두 주요 상장기업 대상으로 한국은 12월 결산 기준 31개사, 일본은 3월 결산기준 16개사(일본은 일부 6월, 9월 중간결산 기준 포함)

자료 : 한국 - 상장기업 분석 '99년 봄호, 가을호 각권(매일경제신문 발행)
일본 - 노무라증권 결산단신

수많은 유력 IPO들이 활동을 하고 있으며 중국과의 교두보 역할을 하고 있어 홍콩전자전람회(HongKong Electronics Fair)에 대한 우리 업계의 관심 또한 높아 전자부품업계들을 한국공동관의 형식으로 본회에서 11개사 12개부스의 규모로 참가하여 좋은 성과를 올리기도 하였다.

또한 정부에서는 업계의 이러한 노력에 발맞추어 전자부품 및 소재의 개발에 혼신의 힘을 들여 정책 수립과 효율적 추진에 경주하고 있다.

정보통신부에서는 시장규모가 크고 성공 가능성이 높은 정보통신부품의 기술개발에 총 1조 1,500억원을 집중 투자(융자 및 산업체 대응투자 포함), 국산화율을 현재 42%에서 2004년 80%로 높이며 생산은 42조원에서 74조원으로, 수출은 222억$에서 548억$로 세계 3위권으로 진입한다는 계획을 수립하게 되었다. 주요 기술개발 계획을 살펴보면 총 기술개발과제 90개 중에서 신규 62개, 계속 28개 등이며 부문별로는 유선, 광통신 핵심부품 과제가 16개과제에 667억원, 무선통신용 핵심부품 과제가 36개과제에 1,487억원, 정보기기용 핵심부품 과제가 10개과제에 1,048억원, 반도체 개발계획 28개과제중 단기 10개, 중장기 12개, 기술개발 기반조성에 6개 등 2,333억원을 지원한다는 것을 주요 골자로 하고 있다.

산업자원부에서는 부품·소재산업의 육성 발전을 위하여 5대 기술집약 핵심부품(시스템 IC, 차세대 평판디스플레이, 차세대 전지, 고기능 PCB, 초소형 정밀모터)을 선정, 2004년까지 세계시장에서의 점유율을 6.5%에서 10%로 확대하고, 전자부품 전문 중견기업을 300인 이상은 60개사로, 500인 이상은 24개사로 늘리며 세라믹 칩부품류, 데크 메카니즘류, 마그네트 소재류 등의 경제단위 확보 가능한 전자부품군(群)에 대해서는 기술개발은 물론 선도기업(Star Company) 지원 제도 등의 종합 육성 방안을 수립하고 있다.

정 보 산 업

정보산업 제2의 전성기

올해 개인용 컴퓨터를 비롯한 정보산업은 폭발적인 수출증가세로 인해 제2의 전성기라 해도 과언이 아닐 만큼 대 호황을 구가한 해였다고 할 수 있다.

부문별는 PC가 15억 2천만불로 전년대비 353%증가할 것으로 예상돼 올해의 대호황을 선도하고 있으며 모니터는 32억 5천만불로 38.7%, 그리고 프린터는 1억 9천만불로 전년대비 14.3% 증가된 수출실적이 기대되고 있으며 정보산업 전체적으로는 올해 80억 2천 5백만불어치의 수출이 예상되고 있다.

이러한 사상 유례없는 수출증가는 Y2K문제로

<정보기기 수출실적 및 전망>

(단위:천불%)

품목	'98 실적	'99 3/4	'99 4/4 전망	'99년 계
정보산업계(증감률)	5,074,308(-13.9)	5,899,000(62.9)	2,126,850(46.4)	8,025,850(58.2)
PC	335,427(63.8)	1,119,116(518.4)	403,491(152.3)	1,522,607(353.9)
모니터	2,347,907(-24.4)	2,394,148(44.7)	863,196(24.4)	3,257,344(38.7)
HDD	691,029(35.9)	392,250(-24.2)	141,423(-18.1)	553.673(-22.6)
프린터	173,595(15.0)	169,695(14.6)	28,724(12.5)	198.419(14.3)

인한 세계 시장 수요증가, 저가격 PC 및 TFT-LCD 모니터의 수출물량 증가에 따른 기타부분품들의 동반상승,세계적인 추세인 인터넷 붐, 정보기기 제품의 가격안정에 힘입은 바 크다 할 수 있다.

또한 지역별로는 미주시장 및 일본시장에 대한 수출확대로 전체물량이 증가하였다. 미국시장은 23억 5천 7백만불로 66.5% 증가하였으며 일본시장은 6억 8천 7백만불로 무려 530.1%가 증가하였다.

컴퓨터용 최신 CPU(중앙처리장치)에 대한 관세 소급추징

올해 우리 컴퓨터업계의 매우 중요한 현안은 관세당국이 CPU에 대한 관세를 4% 부과하고 이전 수입분에 대해서도 소급추징하려는 문제였다고 할 수 있을 것이다.

이는 세계관세기구(WCO)의 결정에 따라 CPU를 지금까지는 관세율이 0%인 반도체항목에서 관세율이 4%인 컴퓨터의 부분품로 분류함에 따라 발생한 것으로 우리 업계 입장에서는 납득하기 어려운 문제로 여겨 이의 재검토를 여러차례 관계기관에 건의하여 온 바 있다.

만약 관세 당국의 결정대로 관세추징시 우리 업계 전체적으로 370억원 이상의 추가부담을 안게 됨은 물론 이로 인해 우리나라 컴퓨터산업 전반에도 심대한 영향을 미칠 것으로 우려됐었다.

현재는 중소기업(산후무역)을 중심으로 재경부산하 국세 심판소에 심판을 청구하였으며, 12월 22일경 심판에 들어갈 예정에 있다.

이 결과에 따라서 소급과세 납부 여부가 확정되어질 것이며 만약 동 심판의 결과가 소급과세 징수로 결정이 되면 고등법원으로 소송청구할 예정이다.

COMDEX FALL '99 한국공동관 참가

본회는 지난 11월 15일부터 19일까지 닷새간 라스베가스에서 열린 '99추계 컴덱스에 국내업체 36개사 45부스의 규모로 구성된 공동관으로 참가 큰 성과를 거두고 돌아왔다.

국내 중소기업의 외국 전시경험 부족, 인력부족, 비용부담 등 공통애로를 타개하고 상품이미지 제고를 위해 참가한 이번 전시회에서 우리 업체는 바이어를 약1만5천여명 끌어 들여 약8억 1천만불의 상담실적과 약3천8백만불의 계약실적을 각각 올렸다. 국가별 실적을 보면 미국이 절대적인 비중을 나타냈으며 바이어들로부터 가장 관심을 끈 품목은 PC, Raid System, MP3플레이어, 케이블모뎀, 모니터, 컴퓨터케이스 LCD모니터, USB카메라 등으로 나타났다. 이번 한국공동관 참가를 위해 본회는 안내데스크 및 공동상담실 설치, 해외바이어대상 공동홍보, 공동장치공사 통해 비용의 상당부분을 절감하기도 하였다. 또한 대한무역투자진흥공사로부터 무상지원금과 한국무역협회로부터 저리융자금 등을 알선 참가업체들로부터 좋은 반응을 이끌어 내기도 하여다.

한편 이번 한국공동관에서는 부스별로 업체 및 제품특성에 따라 특화해야 된다는 것과 공동상담실에 인터넷 전용회선 설치, 홍보이벤트추진 등의 건의사항들이 나와 본회에서는 차기 전시회때 이를 검토하기로 하였다.

이번 컴덱스에는 디지털 영상카메라, MPEG 2 Encoder/Decoder, MP3제품, 스마트폰, LCD 모니터, LCD 모니터 PC용 케이스, SMPS, 키보드 등 첨단 기술제품들이 다수 출품되어 열띤 경연을 벌였다.

한편 2000년도 추계 컴덱스는 11월 13일부터 17일까지 5일간 같은 장소에서 열릴 예정이며 본회에서는 금년과 마찬가지로 한국공동관을 구성 참가할 예정으로 있다.

통 신 산 업

휴대폰 내수시장을 좌우한 단말기보조금 정책

올해 휴대폰 내수 시장은 단말기보조금정책에 의해 좌우되었다고해도 과언이 아니다.

통신기기 내수시장의 약 절반과 수출의 60% 이상으로 절대적인 비중을 차지하고 있는 휴대폰산업은 수출과 내수 양면에서 고성장을 지속하였는데 사실 내수 시장전망은 연초에는 대체적으로 비관적인 분위기였다.

이는 지난해 950만대의 내수로 최대의 호황을 이루며 가입자 누계가 1,400만명에 육박하여 한계수요가 얼마 남지 않았다는 인식 때문이었다.

기업별로 다소의 차이는 있었지만 대체적으로 올해 단말기 시장을 600만대 내외로 전망하였는데 이는 수량으로는 전년대비 약 30%, 금액으로는 40% 정도의 감소한 수치이다. 그러나 연초 정보통신부의 '이동전화사업자에 대한 단말기보조금 조기축소방침 발표'는 단말기 수요에 중대한 전환점으로 작용하였다.

단말기 가입비용이 크게 오르기 전에 미리 가입코자하는 소비자 심리와 이를 적극 이용한 사업자 및 대리점들의 영업전략으로 인해 1월만해도 소강상태이던 수요가 2월부터 폭발적으로 불붙기 시작하여 1/4분기에만 3백만대가 훨씬 넘는 시장이 형성된 것이다.

신규 가입자에 대한 단말기 보조금은 사업자마다 다소의 차이가 있지만 대당 보통 25만원선이었는데 이를 4월1일부터 10만원~15만원선으로 줄이도록 정보통신부가 5개 이동통신사업자들의 합의를 유도하여 정책을 펼친 것이다. 그리고 무이자 할부판매 등 수요를 부추기는 어떠한 마케팅 정책도 허용하지 않겠는다는 것이 정보통신부의 확고한 방침이었다.

이렇게 될 경우 단말기 수요는 갑자기 크게 줄고 부품을 수천억원 이상 미리 발주하는 등 예상 수요에 대비해온 단말기업계로서는 큰 타격이 우려되었다. 이에 본회는 단말기 제조업계와 수차례의 비상대책회의를 갖고 건의문을 채택, 정부에 제출하였다.

주요 내용인 즉, "7월 1일부터 축소하기로 사업자간 자율합의 된 사항을 정부가 인위적으로 3개월이나 앞당겨서 시행하라고 하는 것은 시장자율경제에 어긋나는 일이며, 특히 제조업계의 경우 통상 부품 발주를 3개월 전에 하게되어 있는데 수요의 급격한 변동이 올 경우 재고 부담이 매우크므로 이를 철회해 달라는 것이었다. 그러나 정부는 이를 받아들이지 않고 그대로 강행하였고, 4월부터는 단말기 수요가 크게 줄어드는 냉각기를 맞게 되었다. 그러나 5월 들어 정통부의 반대입장에도 불구하고 신세기통신이 단말기 할부판매를 시작하였고 본회가 "할부판매 허용과 마케팅정책에 대한 정부개입 금지"를 재차 건의 하는 등 진흥회와 업계의 계속된 요구에 정보통신부가 사실상 이를 받아 들였고 이후 단말기 보조금은 다시 4월이전 수준으로 돌아가게 되었다.

이로써 휴대폰가입자는 다시 크게 증가하여 '99년 8월 마침내 2000만명을 돌파하고 11월 현재에는 유선전화 가입자를 능가하는 2천3백만명을 기록하고서도 성장을 지속하고 있다.

10월이후에는 SK텔레콤을 제외한 4개 사업자들이 보조금과다 지출로 누적된 자금난을 해소하고자 단말기 보조금을 15만원선으로 축소하였으나 이에 동참하지 않은 SK텔레콤의 011가입자가 전체가입자의 70~80% 수준으로 압도적으로 비중이 커지게 되었다.

이에 4개 사업자들이 SKT의 보조금 축소 동참을 요구하였으나 SKT는 아직 큰 입장변화가 없는 것으로 알려지고 있다.

이렇게 보조금정책의 변화속에서 울고 웃은

휴대폰 내수시장은 올 한해 약 1,300만대에 약 4조원의 내수를 기록할 것으로 추정된다.

이는 단일품목으로서 TV, 냉장고, 오디오 등 가전기기 전체시장 또는 PC, 프린터 등 컴퓨터와 주변기기를 합친 금액보다 많다는 측면에서 경이적인 일로 기록되고 있다.

연말 이후에도 휴대폰 내수시장은 SK텔레콤 등 사업자들의 보조금정책의 지속여부와, 97.10월 이후 가입한 PCS이용자들의 의무가입기간이 지난 이후의 해지이후 신규가입, 즉 천(Churn)현상이 얼마나 일어날 것인지 등에 크게 좌우될 것으로 전망된다.

최대의 수출효자 상품으로 부상한 휴대폰

올해 수출측면에서 휴대폰은 더욱 기념비적인 한해가 될 것이다. 지난해 14억원에 약간 못미쳤던 휴대폰은 CDMA단말기와 함께 GSM방식의 단말기가 본격적으로 수출되면서 10월까지 누계 29억불, 연말까지는 약 38억불을 기록할 것으로 예상된다. 이는 전년대비 약 170%의 놀라운 성장률을 보인 것이다.

방식별로는 GSM 약 20억불, CDMA가 약 18억불을 차지하며, 특히 삼성은 CDMA의 단말기에서 국내외 시장을 주도했을 뿐 아니라 GSM방식에서도 고가모델을 100% 자가브랜드로 수출, CDMA보다 오히려 많은 실적을 기록하였다.

또한 LG정보통신과 현대전자도 미국, 중남미를 중심으로 CDMA단말기를 본격 수출한 한 해였으며, 텔슨전자, 어필텔레콤, 맥슨전자 등 중소 중견기업들도 CDMA단말기를 본격 수출하기 시작하였다. 특히 맥슨은 삼성과는 차별화된 중저가 모델 전략으로 GSM의 단말기가 수출의 90% 이상을 차지하였다.

기록할만한 일은 휴대폰이 전자분야에서 반도체에 이은 제2의 수출효자 상품으로 부상되었다는 점과 특히 무역수지 측면에서는 10월까지만 무역흑자가 약 26억불로 반도체(약22억불)를 크게 능가하고 있는 것이다.

많은 이슈 속의 휴대폰 산업

올해 휴대폰산업 분야의 주요 이슈는 보조금정책 이외에도 여러 가지가 더 있었는데, 먼저 SK텔레콤의 단말기제조업 진출이다.

SK텔레콤은 '98년말 자회사 SK텔레텍을 일본의 교세라와 합작하여 설립하고 이 회사를 통해 단말기 개발을 하고 중소기업인 세원텔레콤에 생산을 의뢰하여 납품을 받는 형태로 제조업에 진출한 것이다.

이는 전기통신사업법상의 겸업금지 조항에 위배될 뿐 아니라 업종전문화에도 배치된다는 본회의 대정부 건의 및 성명광고 등 적극적인 반대표시가 있었으나 정보통신부가 SKT의 사업정책에 문제가 없다는 확고한 입장을 밝힘에 따라 결국 강행된 것이다. 그러나 'SKY'라는 상품명으로 적극적인 광고를 펼친 SK단말기는 기존 국산단말기 시장 공략에 큰 변수가 되지는 못했다. 그러나 SK텔레콤은 향후 플립형은 세원텔레콤이 국내에서, 폴더형 제품은 교세라가 생산한 것을 수입하는 형태로 단말기 시장을 공략할 것으로 알려져 여전히 태풍의 눈이 될 가능성을 남겨두고 있다.

10여년간 유지되어 왔던 수입선다변화제도의 폐지 또한 제조업계로서는 긴장할 수밖에 없는 이슈였다. 그러나 CDMA단말기에 있어서의 삼성, LG, 현대 등 국내업체의 경쟁력과 소비자의 인지도가 확고하게 구축되어 있고 일본기업들의 CDMA단말기 수준이 아직 미흡한 점 등으로 인해 신세기통신이 'SANYO'단말기를 일부 수입한 것을 제외하고는 우려할 만큼의 시장잠식은 없었다.

보조금정책의 변화외에 '99년 휴대폰 업계의 가장 큰 어려움은 부품부족의 문제였다.

이는 세계적인 수요가 시장조사 전문기관이나 관련업계의 전망치보다 월등히 초과, 부품제조업계가 설비투자 등 공급능력을 충분히 확보하지 못했기 때문이다. 당초 내수시장은 지난해 보다 축소될 것으로 전망했던 것에 비해 오히려 40% 가량 성장하였고, 수출또한 전년 14억불에서 올해 37억불로 늘었는데 상당수 업체들은 부품확보난으로 주문 물량을 절반정도밖에 공급을 하지 못한 것으로 알려졌다.

전파사용료의 폐지 결정과 이용요금인하 여부도 큰 관심사였다. 이 두가지는 본회가 휴대폰 보급확대를 위해 수년전부터 지속적으로 정부에 건의문을 제출하는 등 적극 추진해온 것이다.

전파사용료는 도입 초기에 분기당 18,000원에서 '95년 12,000, '97년 9,000원, '98년 8,000원, '99년 3,000원에 이어 마침내 2000년부터는 이를 완전히 폐지하기로 한 것이다.

이용요금의 인하 또한 본회와 소비자 단체 등 이용자들의 요구로 인해 다양한 요금제 도입 등 어느정도 인하효과는 있었으나 주요 관심사인 기본요금 및 도수요금의 인하는 연말이후에나 되어야 실행될 것으로 보인다..

한편 IMT-2000은 기존의 이통사업자 및 제조업체들의 큰 관심거리 였다. 여기에 정부가 IMF-2000 사업계획을 발표하여 사업권을 노리는 기업들이 세과시를 위한 컨소시엄 형성 계획, 기술개발 성공 사례 발표 등 홍보를 강화하는 등 사업권 확보를 위한 전초전이 본격화되었다.

정보통신부의 계획에 의하면 내년 6월까지 사업자수, 사업자 선정방식 등 기본방침을 확정하고 IMT-2000용 주파수를 공고한 뒤 내년 9월까지 사업허가 신청을 받아 12월에 사업자 선정을 마치게 되어있다.

이렇게 되면 5월에 개최되는 월드컵 시기에 서비스를 개시할 수 있을 것으로 보인다.

무선호출산업의 급속한 퇴조

'97년 가입자 1,500만명을 돌파하며 휴대폰에 앞서 우리나라 이동통신산업 활성화를 주도했던 무선호출은 PCS사업자의 등장 이후 급속히 쇠퇴의 길을 걷기 시작하였다.

'98년말에는 900만명 수준으로 감소하였고 금년 상반기엔 635만명, 그리고 10월말 현재는 432만명 수준으로 가입자가 감소한 것이다.

위기의식을 크게 느끼던 사업자들은 마침내 11월 말 12개 업체 명의로 정보통신부에 대책을 호소하였는데 주된 내용은 신규 주파수 추가 배정, 무선호출서비스 고유 영역보장, 기납부한 2000억원 가량의 정보통신연구개발출연금의 반환 등이었다.

이들은 가입자 급감현상이 정부의 과도한 통신사업자 허가 때문이라고 지적하고 이동전화기가 무선호출서비스 영역에 침범하는 것을 막지 않은 것도 잘못이라고 지적했다.

따라서 정부가 이러한 요구를 받아들이지 않을 경우 사업권 반납도 불사하겠다는 강경한 입장을 보였다. 그러나 정통부는 이를 받아들일 수 없는 일로 여기는 것으로 알려져 향후 귀추가 주목된다. 무선호출사업의 퇴조는 호출기 제조업계에도 큰 한파를 가져왔다.

호황시절 100여개에 이르던 제조업체는 '98년말 30여개로 대폭 축소되었고 현재는 20여개사가 겨우 명맥을 유지하고 있는데 이들도 내수보다는 미국, 중국 등의 국가를 대상으로 수출에 주력하고 있는 업체가 많으며, 기존 대부분의 제조 업체들은 휴대폰, 게임기, 컴퓨터 등 다른 분야로 사업을 전환하였다.

고속데이타 통신장비 시장의 개화

휴대폰시장의 급성장과 함께 인터넷의 활성화

는 '90년대 후반의 또 다른 주요 특징으로 기록될 것이다.

우리나라의 인터넷 이용자는 '99년말 현재 약 600만명 정도로 추정되는데 이를 가능하게 해준 것은 PC보급의 확대와 전송장비의 발달이라고 할 수 있다. 즉 케이블모뎀, ISDN단말기, ADSL(비대칭디지탈회선가입자망) 장비가 본격적으로 시장을 형성한 해이다.

케이블 모뎀은 기존의 케이블TV 전송망을 이용하여 인터넷을 접속할 수 있도록 한 장비로서 국내제조업체 중 삼성전자를 선두로 중소제조업체와 모토로라의 수입품이 각축을 벌인 한해였다.

사업자로는 금년 4월에 시내전화사업을 개시한 하나로통신과, 두루넷, 케이블TV 방송국사업자, 중계유선사업자 등이 인터넷사용이 많은 일반가입자 및 기업을 대상으로 마케팅을 활발히 펼쳤다.

'93년말 개시되었으나 활성화 되지 않았던 종합정보통신망(ISDN) 또한 단말기가 10만원대로 크게 인하되고 성능이 향상된데다 하나로통신의 사업개시로 촉발된 한국통신과의 치열한 광고전 등 경쟁에 힘입어 호황을 누렸다. 이로써 ISDN 가입자는 '99년 누계 약15만명으로 추정되어 5년여 동안의 가입자(6만여명)보다 한해 가입자가 훨씬 넘는 기록적인 성장을 하게 되었다.

'99년 하반기부터는 비대칭디지탈가입자회선, 즉 ADSL이 본격 상용화되었다.

여기서도 하나로통신은 월 29,000원 등으로 정액요금을 책정하고 인터넷 고객을 적극 공략하였고, 한국통신도 곧이어 광고전에 들어가 ADSL 가입자 유치 경쟁이 본격화 되었다.

이렇게 ADSL이 본격적으로 사업화되면서 고속인터넷 장비는 사실상 케이블모뎀과 ADSL(ASYNCHRONOUS DIGITAL SUBSCRIBERS LINE)의 양자 구도로 좁혀가는 양상을 보이기 시작하였다.

이러한 고속데이타 통신시장은 인터넷 열풍의 지속이 예상됨에 따라 내년까지도 이어질 것으로 보인다.

유선통신기기는 그러나 고속데이타통신장비 등 전송장비시장이 주목을 끈 반면 국설교환기와 사설교환기, 키폰, 팩시밀리, 유선전화기 등 통신산업 발전을 이끌어온 기존의 품목들은, 수출면에서는 모처럼 20%대의 평균 성장을 보였으나 내수시장은 전반적으로 부진의 분위기를 벗어나지 못했다.

산 업 전 자

올해 산업전자부문에서는 전자의료기기 및 CCTV산업의 수출확대 방안의 일환으로 해외전문전시회에 우리중소기업의 해외시장개척 및 한국상품에 대한 우수성 홍보를 통해 수출산업화 노력에 이바지하고자 금년에는 싱가폴에서 개최한 의료기기 전문전시회인 「HOSPMEDICA'99」와 보안설비 박람회 「SECURITY ASIA'99」 및 독일 뒤셀도르프에서 개최한 「MEDICA'99」 의료기기박람회 등 3개 전시회에 한국공동관을 구성하여 참가하여 아래와 같은 성과를 거둔바 있다.

싱가폴 의료기기전시회 「HOSPMEDICA'99」

지난 5월 12일부터 15일까지 4일간 싱가폴 컨벤션센터에서 열린 「HOSPMEDICA'99」 의료기기박람회는 전시규모가 7,000㎡로 동남아시아 지역에서는 최대 의료기기전시회로 싱가폴 등 24개국 192개 업체가 참가하여 최첨단 전자의료장비 및 의료용구·소모품 등 의료기기분야의 신제품 경연장을 이루었다.

본회가 주관한 한국공동관의 참가규모는 126㎡로 메디슨 등 12개사가 참가하였으며, 우리 참가업체는 최첨단 전자의료기기인 초음파영상진단기, MRI, 내시경 및 내시경세척기, 레이저치료기기, 생기능진료기, 인슐린펌프 환자감시장치, 마취기 등 신제품을 출품하여 수출상담 실적은 600만불에 계약액은 100만불의 실적을 올린바 있다.

주요 바이어 동향을 살펴보면 유럽 35%와 싱가폴이 25% 기타 아시아지역에서 26.5% 미국, 중동에서 각각 6.25% 순으로 방문하였으며, 한국관을 방문하여 수출상담을 벌인 국별 수출상담 실적은 싱가폴이 90만불로 제일 많으며 인근국가인 말레이시아, 인도네시아, 필리핀, 인도, 태국 등에서 224만불의 상담실적을 기록하였으며, 남아공, 대만 등에서도 각각 20만불 이상의 상담을 하였다.

특히, 한국공동관의 부스 디자인 설계는 싱가폴은 다민족 국가로서 이중 중국계가 65%인점을 고려하여 한국적 상징인 타워 및 태극기와 불교 고풍을 접목시켜 부스마다 등을 밝혀 한국관을 찾는 방문객으로부터 호평을 받은바 있다.

싱가폴 보안설비 박람회 「SECURITY ASIA'99」

의료기기전시회에 이어 지난 10월 5일부터 7일까지 3일간 싱가폴 엑스포컨벤션센터에서 개최한 「SECURITY ASIA'99」는 전시규모가 7,000㎡에 싱가폴 등 25개국 340개사 참가하여 CCTV분야 및 소방설비, 기구 등을 출품한 종합보안설비박람회 성격의 국제전시회로 본회가 주관한 한국관의 참가규모는 126㎡(13개부스)에 우리 중소기업은 12개사가 공동 참가한 바 있다.

우리 중소기업의 출품동향은 CCTV분야의 CCD카메라 및 모듈 렌즈, 모니터, 자동차 후방감시용 5"급 TFD LCD모니터등과 경보기류 빌딩감시시스템 등 신제품을 출품하여 수출상담액은 2,300만불에 계약액도 400만불이상 올린 바 있다. 바이어 상담건수도 950건 이상 기록하여 열띤 수주활동을 벌인 바 있다. 예상외로 크나큰 수확을 거둔 셈이다.

세계 각지에서 많은 Buyer가 참관한 주요인은 전시주체자의 바이어유치 노력과 특히 본회에서 KOTRA 현지 무역관과 긴밀히 협력하여 우리 참가업체의 출품동향을 사전에 싱가폴 수입상들에게 홍보한 결과 보다 많은 바이어가 방문한 것으로 분석된다.

주요 바이어동향을 살펴보면 싱가폴의 수입상은 중계무역 위주로 거래하며, 인근 말레이시아, 인도네시아, 인도, 태국 등 서남아시아권역까지 공급하는 다품종 소량거래 형태의 무역업을 영위하고 있다.

주상담 내용은 현지 판매대리점 형태의 독점거래를 희망하고 있으며, 국가별 상담실적은 싱가폴이 1,048만불로 전체상담액의 45.6% 비중을 차지하였고 인도네시아, 말레이시아 등 아시아국가가 대부분이며, 미국, 이태리 등도 100만불 이상 상담한바 있다.

특히, 한국관을 방문한 주요인사는 싱가폴 주정부의 법무부장관이 방문하였고 싱가폴주재 한국대사 및 현지 무역관에서 방문하여 참가업체의 출품동향 파악 및 격려를 하였다.

특히, 우리 CCTV산업분야의 해외전시회 공동참가가 이번이 처음이며, 우리 중소기업의 참가계기는 본회에서 해외시장개척자금을 미리 확보, 부스임차료의 무상지원 혜택으로 참가하여 기대이상의 성과를 거두었다.

이번 전시회 참가로 인한 기대효과는 그 동안 CCTV분야는 주수출국이 미국이며, 아시아는 홍콩, 중국, 대만에 수출한 바 있으나 이를 계기로 싱가폴 중계무역상을 통한 아시아지역의 수출교두보 확보로 싱가폴 등 인근국가의 수출확대가

기대된다.

독일의료기기 박람회 「MEDICA' 99」

세계 최대규모의 의료기기전시회「MEDICA' 99」에서 국내의료기기업체에서 대거 참가 해외시장 공략에 큰 성과를 거두었다.

지난 11월 17일부터 20일까지 4일간 독일 뒤셀도르프에서 열린 MEDICA에 대화기기 등 24개 업체가 한국공동관을 구성 참가규모도 292㎡(32부스)로 크게 출품하여 약 1,200만불의 현지 계약실적을 올린 것으로 집계되었다.

또, 상담액은 4,430만불을 올려 전년도에 비해 91.0%의 큰 성과를 올려 국산의료기기의 품질수준이 해외바이어들에게 상당한 호평을 받은 것으로 나타났다.

이번 전시회 특징은 한국공동관내에 복층구조로 공동상담실을 설치하여 바이어와 원활한 상담효과를 거둘수 있었다. 그 동안 우리 중소기업들은 대부분 부스규모가 작아 수출상담에 큰 애로를 겪어왔다. 특히, 이번에 참가한 우리 업체들은 EU국가가 요구하는 CE마크를 획득하여 유럽지역의 수출상담에 큰 성과를 올렸다.

한국공동관으로 출품한 주요업체의 상담실적은 로얄메디칼의 전신마취기기는 120만불 계약에 500만불 상담과 한신메디칼의 소독기는 120만불 계약과 220만불의 수출상담을 거두었고 수일개발도 인슐린펌프 등을 400만불 이상 상담을 하는 등 한국관을 방문한 바이어의 상담 건수도 1,500여건을 상담한 바 있다.

특히, 이번 전시회는 31회째이며 전시면적도 170,000㎡(51,425평)으로서 15개 전시관에 의료기기 전분야가 총망라한 대규모 행사이며, 전세계에서 58개국 3,264개사 참가하여 사상 최대의 규모의 의료기기박람회의 면모를 과시하였으며 방문객수도 122,000명이 참관하였으며, 방문객이 늘어난 요인은 격년으로 개최되던 INTERHOSPITAL을 MEDICA로 통합 개최한 것이 주요인으로 분석됐다.

또한 한국공동관의 특징은 부스장치 디자인을 지난해와는 달리 구조물은 흰색 독일시스템을 채택하여 스마트한 부스 분위기를 갖추었고 특히, 한국관 이미지를 부각시킨 벤허도 우리 전통문화인 탈모드를 삽입해 6개를 설치하여 한국관의 위상도 과시하였다.

본회에서는 「전자의료기기 카다로그」를 발간 1,500부를 방문객에게 무료로 배포하였으며, 또한 참가업체 현황 및 본회 회원사 정보등을 수록한 CD-ROM을 제작하여 전시장내에서 방문객에게 무료로 배포하는 등 홍보활동을 활발히 전개한 바 있다.

동 전시회는 KOTRA 현지 무역관에서 사전에 지원, 한국관을 방문할 바이어 명단을 입수하여 참가업체에서 미리 상담자료를 보낸 바 있다.

이번 전시기간중 독일주재 한국대사 및 현지 무역관장과 참가업체대표 14명이 참석하여 간담회를 갖은 바 있다. 이 자리에서 업계 요구사항은 외국업체의 신제품 출품동향 등 최신정보제공과 한국관 부스위치 선정시 좋은 지점에 부스배정을 받을 수 있도록 협력해 주길 바라며 거래 바이어의 신용도 조사 등 신원조회시 업무협조등을 건의하였다.

또한 KOTRA는 한국관 부스장치공사비 7,400만원 상당을 지원한바 있다.

향후에도 해외 유명 의료기기전시회에 우리 중소기업의 부스임차료 지원 등 보다 많은 해외박람회 지원이 절실히 요구된다.

우리 전자의료기기산업은 고부가가치산업이며 중소, 벤처기업이 새로이 참여하고 있으며 보다 많은 해외전시회 참가기회 제공으로 첨단전자의료기기의 수출신장에도 크게 기여할 것으로 기대되고 있다.

기 타

우리나라 전자산업 40주년 기념행사 개최

본회는 전자산업 40주년을 맞아 지난 10월 20일 호텔 인터·콘티넨탈에서 정덕구 산업자원부장관 등 관련인사 350여명이 참석한 가운데 전자산업 40주년 기념리셉션을 개최하고 전자산업 40년사 발간 보고회와 함께 그동안 전자산업 발전에 크게 기여한 전자산업 발전 유공자 72여명에 대한 대대적인 포상을 실시했다.

전자산업 40년 발전 유공자에는 금탑산업훈장에 대덕전자 김정식 회장, 은탑산업훈장에 기라정보통신 강득수 사장, LG전자 노용악 사장이, 철탑산업훈장에는 삼영전자공업 변동준 사장이, 석탑산업훈장에는 골든콘넥터산업 윤여순 사장이 수상했으며, 산업포장에는 대우전자의 장기형 사장, 현대반도체의 윤정세 상무이사, 성일컴퓨텍의 이규서 사장, LG정보통신의 박정건 상무이사, 삼보컴퓨터의 정용근 부사장이 수상했으며 대통령 표창에는 (주)금영의 김승영 사장 등 11명이, 국무총리 표창에는 해태전자 박종호 부장 등 11명이, 산업자원부 등 장관표창에는 (주)텔코전자 정명화 사장 등 40명이 수상했다.

한편, 이 자리에서 본회 강진구 회장은 「우리나라 전자산업이 지난 '59년 씨를 뿌린지 만 40년만에 국내산업 수출1위와 세계 생산 6위의 전자산업국으로의 도약은 정부의 적극적인 지원과 전자산업인들의 피땀어린 노력의 결정체」라고 강조하고 「다가오는 21세기 명실상부한 세계 최강의 전자산업국으로 재도약하기 위해 첨단제품의 기술개발과 부품국산화 등을 통한 적극적인 도전의식으로 전자산업의 앞날을 개척해 나가자」고 당부했다

그동안 본회와 전자공업협동조합은 올해가 전자산업을 시작한지 40주년이 되면서 새천년을 열어가는 중요한 해인 만큼 이를 기념하고 다가오는 21세기 재도약의 전기를 마련코자 전자산업 40년사 발간, 전자산업 발전 유공자에 대한 대대적 포상 등 다채로운 행사를 개최하였다.

한국전자전(KES) 30주년

금년으로 30주년을 맞이하는 '99한국전자전이 지난 10월 7일부터 11일까지 한국종합전시장(COEX)에서 성대하게 치러짐으로써 우리나라가 세계적인 전자·정보산업국임을 다시한번 대내외에 알리는 계기가 되었다.

'99한국전자전은 "정보통신기술혁명으로 풍요로운 21세기(Innovating Information Technology for a Better 21C)"라는 주제를 내걸고 우리나라를 비롯하여 미국, 일본, 유럽, 동남아 등 총 14개국의 400여 전자업체들이 첨단 전자·정보제품의 열띤 경연을 벌인 결과, 국내외 16만 800여명의 관람객 (외국인 방문객 3,600여명 포함)과 13억8,500만불 가량의 수출상담실적 등 풍성한 수확을 올리며 그 대단원의 막을 내렸다.

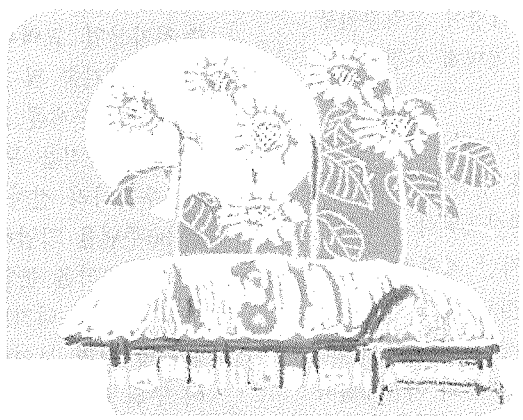
21세기 첨단 전자·정보산업국의 진입기반 구축,전자산업 교역확대를 통한 국가경제 발전에 기여,최신기술 및 시장정보 교환으로 신제품 개발 촉진,우수제품 보급을 통한 국민문화 생활 향상 등에 목적을 두고 개최된 이번 전자전은 특히, 우리나라 전자산업 태동 40주년, 전자전 개최 30주년을 기념하는 자리가 되었으며 뉴 밀레니엄의 개막을 눈앞에 두고 향후 지구촌 정보화 사회를 이끌 디지털 기술혁명의 전개상황을 생생하게 미리 보여준 첨단 기술전시회였다는 것이 주된 특징이었다.

이번 한국전자전에서 특히 참관인들로부터 인기를 끈 품목으로는, 차세대 디지털 A/V 제품으로 디지털시대의 주도권을 위해 한국과 일본

의 주요 가전업체들이 경연을 벌인 디지털 TV, 디지털 캠코더, PDP(벽걸이) TV 등으로 사람 땀구멍이 보일 정도의 선명한 자연색과 고음질, 게다가 쌍방향 데이터 통신, 정보 저장 등 혁신적 기술로 우리 안방에 엄청난 변화를 가져다 줄 디지털제품을 미리 접할 수 있었다.

또한 21세기 정보화 사회를 선도할 정보통신 기기 분야에서는 영상휴대전화기인 IMT-2000 단말기, 무선 LAN 카드, 인터넷 키오스크 등의 제품들의 참관객들의 눈길을 사로잡았으며, 세계 최고수준의 시장점유를 자랑하는 국산 전자부품인 차세대 반도체 1G SDRAM, 24" 와이드 TFT-LCD, 60" PDP 등이 출품되어 세계적 경쟁력을 지닌 우리 전자산업의 현재와 미래를 한눈에 보여주었다.

10월 7일의 개막식에는 김종필 국무총리, 정덕구 산업자원부 장관, 남궁석 정보통신부 장관, 서정욱 과학기술부 장관 등을 비롯하여 초청인사1,000여명이 대거 참석하여 영상으로 마련한 전시회 및 전자산업의 개요에 대한 브리핑후 대우전자, LG전자, 삼성전자, Sony, JVC, Philips 등 국내외 유수업체의 신제품을 둘러보고 우리 전자산업인들의 노고에 대해 치하하고 격려하였다.

한편, 이번 '99 한국전자전(KES '99)은 아시아 주요 전자전(일본 10.7-10.11, 대만 10.8-10.12, 홍콩전자전 10.12-10.15)과 시기적으로 연계되어 해외 바이어들의 순회코스가 되어 일본, 미국, 유럽, 중국, 홍콩, 말레이시아, 인도 등 75개국에서 그룹바이어 및 해외 유력 바이어들이 대거 내한하여 수출상담을 벌여 우리 전자·정보 산업의 수출시장이 다변화되고 있음을 입증해 주었다.

또한 부대행사로 국산 디지털 TV 수상기 및 방송기술의 우수성을 홍보하기 위해 "새천년을 열어갈 꿈의 디지털TV"라는 주제로 「디지털 TV 시대 개막」 세미나가 성황리에 개최되어 많은 관계자들의 관심을 집중시켰다.