

韓美間 情報通信分野 通商摩擦豫防과 解消方案에 관한 研究

鄭在永*

-
- I. 序論
 - II. 한국 정보통신산업의 대외거래
 - III. 미국의 정보통신의 주요정책 동향
 - IV. 미국 정보통신산업의 해외진출 지원정책
 - V. 미국 정보통신기업의 해외진출현황
 - VI. 미일 반도체 통상마찰 해소 사례
 - VII. 한국의 대응방안
-

1. 序論

인류는 지금 정보통신의 혁명기에 살고 있다.¹⁾ 미국은 80년대까지 만하여도 국제경쟁력이 쇠락하여 사양길을 걸었으나, 정보통신의 기술을 제조업에 접목시켜 국가경쟁력을 완전히 바꾸어 놓았다. 그 결과 미국은 사상최장의 호경기를 구가하고 있으며, 앞으로도 상당기간 미국이 세계경제를 리드 할 것을 많은 사람들이 예상하고 있다.²⁾ 미국은 이처럼 중요한 정보통신 분야를 중요 전략 산업으로 세계시장을 석권하려 하고 있다.³⁾ 정보통신산업은 부가가치가 높고

* 成均館大學校 經營學部 教授.

1) Harry S. Dent, Jr. *The Roaring 2000s*, Simon & Schuster, 1998; Seth Schulman, *Owning the Future*, Houghton Mifflin Company, 1999; Don Tapscott and Art Caston, *Paradigm Shift - The New Promise of Information Technology*, McGraw-Hill, Inc. 1993.

2) Rudiger Dornbusch, *Challenges for the World Economy: Where Do the Risk Lie?* Distinguished Lecture Series 99-05, Institute for Global Economics, Aug, 1999; 佐藤祐一, 永井晴敏, *アメリカ經濟の繁榮は續くか*, 東洋經濟新報社, 1999年3月

3) Knight Kiplinger, *World Boom Ahead, Why Business and Consumers will*

다른 사업에 주는 영향이 막중하기 때문에 각국이 정보통신산업의 육성에 혈안이 되고 있다.⁴⁾ 한국도 예외는 아니다. 특히 한국은 TDX의 개발에 이어 최근에는 CDMA의 상용화를 세계최초로 성공함으로써 미국을 포함한 선진국들을 놀라게 하고 있다. 한국의 정보통신분야에서의 약진은 미국기업의 입장에서 는 그렇게 바람직스런 모습은 아닐지 모른다.

II. 한국 정보통신산업의 대외거래

1. 수출입

정보통신정책연구원의 예상에 따르면 1999년도 정보통신 산업의 수출을 보면, 통신기기는 46.1%의 높은 성장을 점치고, 반도체는 가격상승을 감안하지 않는다 하여도 186억 달러의 수출을 예상하였다. 반도체, TFT-LCD, 휴대폰, PC 및 모니터 등 주요 품목이 모두 호조를 나타내 21.4%가 증가한 약 370억 달러가 예상하였으나, 반도체가격의 상승으로 더 많은 수출증가가 기대되고 있다. 그러나 수입은 국내경기의 회복과 일본 엔화강세 속에서 부품수입이 늘어나 전체적으로 수입은 19%가 증가한 217억 달러로 무역수지는 150억 달러 이상의 흑자를 기록할 것으로 예상하였다. 정보통신산업 수출이 전체산업수출에서 차지하는 비중은 98년 22.9%에서 99년은 27%로 증가할 전망이며, 상품수지에서 차지하는 비중은 98년 29%에서 99년은 61%로 예상하였다. 이는 우리나라 전체 무역수지에 있어 정보통신분야의 공헌도가 날로 증가하고 있다는 반증이기도 하다.⁵⁾

Prosper, Kiplinger Books, Washington, D.C. 1997, pp.41~68.

4) 日本情報處理開發協會, 情報化白書 1999 - 90年代の情報化と今後の展望, コンピュータエージ社, 1999年6月, pp.408~485.
5) 정보통신산업정책연구원, 정보통신산업 월간동향, 99년 8월, 1999년도 정보통신산업 수출입 전망, 1999년 8월, P. 1.

<'98 - '99년 정보통신산업 수출입 전망>

단위 : 백만 달러, %

구분	수 출			수 입			수 지	
	1998	1999	증감율	1998	1999	증감율	1998	1999
통신기기	3,405	4,974	46.1	1,431	2,136	49.3	1,974	2,838
정보기기	4,669	5,900	26.4	1,470	1,914	30.2	3,199	3,986
방송기기	178	230	28.9	148	99	-32.7	30	131
부품	22,219	25,771	16.0	14,975	17,307	15.6	7,244	8,464
(반도체)	(17,219)	(18,456)	8.5	(12,246)	(14,205)	16.0	4,764	4,250
합계 (반도체제외)	13,514	18,592	37.6	6,027	7,522	24.8	7,487	11,070
합계 (반도체포함)	30,524	37,048	21.4	18,273	21,727	18.9	12,251	15,321

자료 : 정보통신정책연구원, 정보통신산업 월간동향, 1999년 8월호, p.1

한편, 정통부가 밝힌 1999년도 상반기 정보통신제품의 수출은 188억 2,000만달러로 지난해 보다 31.3%가 증가하였다. 또 정보통신상품의 무역흑자는 67억 6000만 달러로 전체 산업의 무역흑자 119억 4천만 달러중 56.6%를 차지했다. 부문별로는 휴대폰이 134% 늘어난 15억달러에 달하는 등 통신기기 수출액이 26억 9천만달러로 70.8% 증가했다. 정보기기 부문에서는 저가 보급형 데스크탑 PC 수출이 6억 1,000만 달러에 달해 지난해보다 무려 31배 이상 늘어났다. 또 CDMA(부호분할다중접속)장비도 8억3천만달러를 수출, 지난해 수출액 6억5천만 달러를 이미 넘어섰다.⁶⁾

이와같은 추세로 볼 때, 정보통신분야는 우리경제 발전에 대단히 큰 역할을 할 것이며, 우리산업에서 차지하는 비중도 점점 높아질 것이 분명하다.

2. 한국 정보통신산업 해외진출 현황

국내 정보통신산업의 해외진출은 종래에는 주로 개도국의 틈새시장을 대상으로 진출해왔으나, 최근 WTO 체제하에서 국내 통신시장 개방과 함께 전세계를 무대로 세계 유수의 정보통신업체와의 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상

6) 정보통신부, 1999년 상반기 수출 동향 발표, 1999년 7월 31일

됨에 따라 우리업체의 적극적인 기술개발과 해외시장 개척 노력이 요구되고 있다. 우리 정보통신 분야의 해외시장 진출은 1991년 필리핀에 540만 달러 TDX 수출을 시작으로 초기의 단순장비 수출에서 통신서비스 사업, 통신망 건설, 합작공장 설립, CDMA, S/W 등으로 점차 확대되고 있으며 역사가 일천함에도 연평균 성장률 32.8%의 괄목할 만한 성과를 거두었다. 국내 이동통신 회사들의 해외진출을 보면, SK는 광대한 토지와 많은 인구를 갖고 있는 브라질에 미국의 AT&T와 Airtouch 사 등과 경쟁하여 6억 7천만달러(콘소시움)의 이동전화 사업권을 따내 남미시장의 교두보를 확보하였다. 또한 LG는 베네추엘라에 진출에 성공하였다. 한국통신 프리텔은 중국시장에 CDMA 망 구축을 추진 중에 있으며, 서울이동통신은 미국에서 PCS 사업(Next Wave)에 지분출자하였다. 장비업체인 LG 정보통신, 현대전자 포철/한전 등은 모두 미국의 PCS 사업에 지분출자를 하였다.⁷⁾

<연도별 해외진출 현황>

단위 : 천달러

구분/연도	1991	1992	1993	1994	1995	1996	합계
TDX 수출	13,940	39,810	98,590	176,016	168,754	195,841	692,951
CDMA수출	--	--	--	--	--	552,145	552,145
통신서비스	--	--	--	26,450	161,170	652,612	840,232
통신망건설	--	--	11,880	--	107,100	282,800	401,780
합작공장	1,590	750	45,950	6,050	11,045	21,000	86,385
합계	15,530	40,560	156,420	208,516	448,069	1,704,398	2,573,493

자료 : 한국전자통신연구원, 주요국의 정보통신 산업 해외진출 지원정책, 조사분석서 98-01, 1998, 6. P.19.

세계 정보통신시장의 개방화, 자유화됨에 따라 앞으로 우리기업의 해외진출의 대단히 좋은 기회가 올 것이다. 특히 개도국의 경우는 통신망 현대화 계획, 시장개방 정책을 적극 활용하여 국내통신장비 및 자본의 해외진출이 활성화 되도록 하여야 할 것이다. 그러나 국내통신업체의 경우, 해외인지도의 열위, 해외진출 경험 및 자금지원의 부족 등으로 인해 해외경쟁력이 열악하므로 정부, 통신사업자, 통신제조업체 간의 긴밀한 협력체제 구축과 면밀한 사전 투자분석

7) 이한영 외, 정보통신산업 해외진출전략 -이동통신을 중심으로- 정보통신정책연구원, 연구보고 98-16, 1998년 12월, pp.202~205.

및 사업별, 지역별 진출전략 수립에 의한 체계적 해외진출 지원대책이 필요한 시점이다.

정부에서는 정보통신산업 해외진출 지원 협의회의 운영을 활성화하여 해외 진출 시 애로사항을 수렴하고, 해외 마케팅활동 지원강화, 해외진출 정보체계 구축 및 제공, 해외진출 금융, 보험지원 활성화, 해외진출 전략국가 정보통신인력 초청연수, 해외진출 총력지원체제 구축과 정부차원의 대외협력 활동도 강화할 방침이다.⁸⁾ 또한 정보통신산업의 해외진출을 확대하기 위한 추진전략으로 지역별, 사업별로 우선 순위를 두어 체계적인 진출이 될 수 있도록 하고, 21세기 유망, 성장산업인 정보통신산업의 해외진출은 경제적인 차원일 뿐만 아니라 국가간 협력 차원에서 추진됨으로 해외시장에서 우리기업이 국내 정보통신산업의 확대된 공급능력을 바탕으로 해외진출을 가속화하여 세계 정보통신산업의 소수 공급자 그룹에 자리 매김 할 수 있도록 정부차원에서 WTO 협상에 적극적 대응, 정보기술협정 확장 협상의 추진, 통신장비 형식승인 상호인정약정(MRA), 이국간 통상협의 적극대응, 기타 국제협력 및 국제기구 활동 강화책 등을 마련하고 있다.⁹⁾ 그러나 우리가 경쟁상대를 무시하고 앞만 보고 달리다 보면 뜻하지 않은 마찰을 불러일으킬 수 있다. 따라서 언제나 세계 정보통신시장 특히 선도적 역할을 하는 미국기업의 동향에 많은 관심을 기울여야 될 것이다. 미국기업의 경영이 어렵게 된다면, 해외시장에서 그들과 격돌하게 되면 미국기업의 견제가 있을 수 있다는 것을 사전에 충분한 인식하여야 할 것이다. 어차피 해외시장에 의존하여 경제를 꾸려가야 되는 한국으로서는 미국과의 통상마찰을 예방하면서 세계시장에서 우리의 지분을 확대해 갈 수 있는 방안을 미리미리 마련할 것이 중요하다. 그러나 불행히 통상마찰이 발생한다면 최소의 비용으로 해결 해야하는 것이 우리에게 주어진 중요한 과제이다.

Ⅲ. 미국의 정보통신의 주요정책 동향

미국의 정보통신정책은 1934년 연방통신법에 의하여 운영되다가 1996년 2

8) 정보통신부, 1999년도 전기통신에 관한 년차 보고서, 1999년 9월, pp.242~246.

9) 정보통신부, 전계서, pp.252~268.

월 신통신법에 의하여 새로운 전기를 마련하였다. 62년만에 개정된 신통신법은 대공항 후에 라디오와 유선전화의 중심이었던 당시에 제정되었던 법을 새로운 시대에 맞도록 개정한 것이다. 법개정의 내용상으로 가장 큰 특징은 정보통신 분야의 규제완화로 경쟁을 촉진시키는 것이다. 미국의 통신업계는 한발 앞서 80년대 들어서면서 경쟁은 가속도가 붙게 되어 1984년 AT & T를 분할함으로써 본격화되게 되었다. 즉 AT & T(Mother Bell)는 제조부문을 견지하면서 정보통신산업의 다른 분야에 진출할 수 있는 대신 22개의 시내전화회사를 7개의 지역전화회사(Baby Bell)에 통합하는 형태로 분리 분할하는 조건을 받아들였다. 이때 지역전화회사는 장거리통신 서비스, 제조업, 고도정보 서비스의 세 분야에 진출시키지 않는다고 활동을 제약하는 규제조치를 취하였던 것이다. 이 분할에 부과된 3가지 요건을 철폐하여 지역전화 회사가 시내 경쟁의 조건을 충족시키면 장거리 통신분야 등에 진출할 수 있게 되었다. 이처럼 규제가 철폐됨에 따라 지역전화회사들은 900억 달러 지역, 1천억 달러의 장거리 전화 시장 합계 1900억 달러 시장에 참여할 수 있게 된 것이다. 지역전화회사들은 원하기만 한다면 미국 전역의 시장에 진입할 수 있게 되었다는 점은 주목할 만하다. 이처럼 미국내에서 경쟁을 촉진시키는 것은 여러 가지 의미를 포함한다.¹⁰⁾ 첫째로 경쟁촉진으로 기업의 국제경쟁력을 강화시키는 효과가 있다. 거대한 국내시장에서 경쟁을 촉진시키면 자연히 기업의 경쟁력이 강화되어 결과적으로 국제경쟁력은 향상 될 것이기 때문이다. 둘째로 부가가치가 높은 정보통신분야에서 외국기업의 미국내 진입을 미연에 방지할 수 있는 효과를 기대할 수 있다. 셋째로 거대한 세계 통신시장에 미국기업이 진출할 수 있는 발판을 마련된 점이다. 즉 미국은 통상정책에 있어 원칙적으로 상호주의를 채택하고 있음으로 국내시장을 미국에 개방하는 국가에게만 미국시장의 진출을 허락할 것이기 때문에 강력한 국제경쟁력을 갖고 있는 미국 통신업자들과 경쟁할 수 있는 외국기업은 그렇게 많지 않을 것이라는 것은 쉽게 짐작할 수 있기 때문이다.

한편 미국의 통상분야에서는 정보통신기 서비스의 국제무역을 전문적으로 취급한 법률은 존재하지 않았다. 단지 정보통신 무역에 영향을 미치는 외국의 특정 불공정관행에 대해서는 1974년 통상법 제 301 조가 적용될 수 있었다. 정

10) 城所 岩生, 米國通信戰爭 -新通信法 變 構圖-, 日刊工業新聞社, 1996, pp.1~24.

보통신산업의 중요성이 증대되자 1988년 종합무역법¹¹⁾에서 구체적인 언급을 하고 있다. 이처럼 정보통신기기 서비스 조항이 생기게 된 배경은 미국이 국제 경쟁력 유지를 위하여 미국이 우위에 있는 정보통신기기 서비스분야에서 우위를 유지하는 것이 불가결하다는 생각이 뿌리를 둔다. 그것을 유지하기 위하여 제외국이 자국시장의 폐쇄라는 불공정 관행을 통하여 미국의 우위를 위협하기 전에 상호주의로 외국의 장벽을 제거하는 것이 본 조항 입법의 취지이다. 이런 의미에서 301 조 만으로도 대항이 가능하나 301 조는 미국 정보통신산업이 직면하는 국제무역 장벽에 포괄적으로 대처할 수 없고, 또한 301 조는 업계의 제소 또는 행정부의 자주적 판단이 있음으로 비로서 조사가 개시됨으로, 정보통신 분야에서는 별개의 조사를 의무화하는 등의 논의가 있었다. 따라서 88년 종합무역법에서는 정보통신에 관한 포괄적 법률을 정하여, 그것에 근거하여 조사개시를 의회가 요청하는 형태를 취하고 의회가 금후의 미국산업의 국제경쟁력 유지를 위해 정보통신분야를 중시하고 있다는 것을 알 수 있다. 정보통신 관련 조항인 1317 조부터 1382 조 사이의 주요 골자는 아래와 같다.¹²⁾ 첫째, USTR에 의한 조사 ... USTR은 법률 성립 후 5개월 이내에 미국의 정보통신기기 서비스 무역에 있어 유망한 시장이면서 '상호에 유익한 시장기회'를 부정하는 정책, 관행을 갖고 있는 국가(Priority Foreign Countries)의 인정조사를 완료하지 않으면 안된다. 조사종료 후 30일 이내에 USTR은 그 결과를 대통령 및 의회의 적절한 위원회에 보고하지 않으면 안된다. 둘째 대통령에 의한 교섭 ... 대통령은, USTR의 조사 종료후, 국가별로 구체적인 교섭목표를 확립하고, 2국간 또는 다국간 통상협정을 체결하기 위하여 대상국과의 교섭을 개시하지 않으면 안된다. 교섭은 USTR의 조사 종료후 30일 이내에 개시하지 않으면 안된다. 셋째로 대항조치 ... 소정기간 (법의 성립후 18개월, 단 최장 2년의 연장 가능)에 협정을 체결하지 못한 경우에는, 대통령은 그 권한의 범위 내에서 적절하다고 생각되는 조치를 취하지 않으면 안된다. 본 조항에서 대통령이 취할 수 있는 조치는 이하와 같다. (1) 정보통신 기기의 관세, 수입규제에 관한 해당국과의 통상협정의 정지 또는 종결, (2) 1974년 통상법 제 301 조에 정해진 조치, (3) 연방정부에 의한 해당국으로부터 정보통신기기 조달의 금

11) 1988년 종합무역법 제 4부 전기통신기기 서비스 1374 조부터 1379 조.

12) Public Law 100-418-Aug.23, 1988, Part 4-Telecommunications Trade Sec. 1371 to Sec. 1382.

지, (4) 연방조달에 의한 국산품 우대조치의 강화 (5) 해당국으로 부터의 정보통신기기 구입에 대한 연방기금, 신용제공의 금지 (6) 특혜관세제도(GSP) 적용의 정지, 또한 대통령의 조치는 해당국과의 정보통신기기 서비스 무역에 직접효과가 있는 조치가 되지 않으면 안된다. 이상과 같이 상대국의 불공정관행 시정, 시장개방을 목적으로 교섭하고, 교섭이 잘 안되는 경우에는 대항조치를 취한다는 점에 있어서는 301 조와 유사한 조항이다.

한편, 미국은 1986년이래 시도한 기본통신협상(NGBT: Negotiating Group on Basic Telecommunications)을 1997년 2월 15일 타결시켰다.

90년대에 들어서면서 미국은 본격적으로 정보통신정책을 전개하게 되었다. 1993년 발표한 『국가정보기반(NII: National Information Infrastructure)』 계획에 따르면 첫째로 민간중심으로 진전시킨다는 점, 둘째, 경쟁을 적극적으로 도입한다는 점, 셋째는 업종간 장벽을 제거하였다는 점, 즉 시스템은 공개적이어서 누구나가 사용할 수 있도록 하였다는 점, 넷째 전국민이 손쉽게 사용할 수 있도록 유니버설 서비스 시스템이라는 점, 다섯째 정부는 유연한 규제만 한다는 점등을 들을 수 있다. 즉 정부규제를 완화하여 민간중심으로 추진하겠다는 것이 핵심이다. 1994년 3월 21일 브에노스 아이레스에서 개최된 ITU(국제전기통신연맹) 세계전기통신개발회의에서 미국 부통령 고어는 GII(Global Information Infrastructure)의 개념을 제창하였다. GII는 첫째로 개인이나 단체의 프라이버시의 보호, 둘째로 네트워크 또는 네트워크를 흐르는 정보의 안전성 및 신뢰성의 유지, 셋째로 정보, 교육, 오락 등 콘텐츠 제작자의 지적재산의 보호 등의 문제가 있기는 하나 세계적 규모로 추진 될 것으로 보여진다. 세계의 누구나가 가입이나 접근이 가능한 정보인프라의 성장을 확실히 하기 위하여 각국정부는 밀접한 협력관계를 맺고, 산업계, 노동계, 연구기관, 공공기관의 대표자와도 연락을 긴밀히 이런 과제들을 풀어나가야 될 것이다. 앞에서 언급한 바와 같이 1996년 2월에 신통신법을 제정하여 통신업의 업무구분을 철폐하고 상호진입을 허가함으로써 경쟁격화로 340만명의 신규고용의 증가와 3천억 달러의 새로운 시장이 탄생하게 되었다. 같은 해 12월에는 ITA(정보기술협정)의 합의를 보았다. 그것의 주 내용은 (1) 정보관련 제품의 관세를 2000년까지 철폐한다. (2) 발전도상국에는 관세철폐 기간의 유예기간을 인정한다. (3) 관세인하의 개시시기는 1997년 7월, 원칙 4단계로 실시한다. (4) 철폐의 대상은 약 2백 품목으로 한다. (5) 비과세문제에도 배려한다 였다. 대상품목은 통신, 컴퓨터

터 하드웨어, 반도체 IC, 소프트웨어, 컴퓨터 부품 및 시험기기, 반도체 제조기 등이다.

1997년 7월 미국은 “글로벌 전자상거래 틀”을 발표하고 (1) 민간분야가 주도 (2) 전자상거래에 대한 불필요한 규제의 회피 (3) 최저한의 법적 환경을 만든다, (4) 비집권적인 인터넷 특성을 인식 (5) 전자상거래의 글로벌한 추진의 5 원칙과 관세와 과세, 전자결제시스템, 전자상거래를 위한 표준화, 지적재산권의 보호, Privacy, Security, 통신인프라와 정보기술, Contents, 기술표준의 9가지 제안을 하였다.

1998년에는 2월부터 72개국이 WTO에서 전기통신 서비스에 있어서 국제 무역의 자유화 계획(기본전기통신자유화교섭에서의 합의)이 발효하게 되었으며, 세계통신서비스의 90%를 점유 할 정도로 대규모적인 것이었다. 이로서 세계의 전기통신시장에 자유경쟁의 원리를 도입하는 것으로 정보화 추진에 박차를 가하게 되었다.¹³⁾ 구체적 내용은 각국개방의 규칙, 시기를 명확히 하였다. 앞으로 사업자간 국제적 제휴, 출자, M&A가 가속화 될 것이며, 발전도상국은 외자와 기술을 받아들여 인프라정비를 서둘러 될 것으로 보여진다. 1997년 6월에는 유럽국가들간의 상호인증협정(MRA)의 합의를 보았기에 이는 앞으로 APEC 국가로 확산시킴으로서 세계 표준을 삼으려는 시도가 있을 것으로 예상된다. 같은 해 7월에는 미국이 중심이 되어 인터넷 자유무역권 구상이 발표되었다. 또한 미국은 1998년 8월 연방통신위원회(FCC)에서 고동정보통신서비스를 추진하기 위하여 규제를 더욱 완화하였다. 업자간의 영업의 경계가 거의 없어지는 추세에 있다.

1998년 10월 인터넷에 대한 차별적 세제를 3년간에 걸쳐 금지하는 Internet Tax Freedom Act가 법제화되었다. 동법의 1202 조에는 인터넷을 무관세권으로 하기 위하여, 제외국들과의 무역장벽 철폐를 추진하는 것을 명기하고 있어 차기 WTO 교섭에서 논의가 예상된다.

미국의 통신시장은 세계통신시장(약 6천억 달러)의 3분의 1을 점유하고 있으나 자유화에 따른 규제완화, 서비스, 요금 등의 Carrier 전략, M & A, IP(Internet Protocol) 베이스의 고속광역망의 구축, 치열한 시장경쟁 등 계속하여 세계통신시장을 리드하고 있다. 미국은 이런 자국의 경쟁상 우위를 지속하기

13) 日本情報處理開發協會, 情報化白書 1999, 90年代の情報化と 今後の 展望, コンピュータ エ-ジ社, 1999年6月19日, p.412.

위하여 1999년 예산에 연구개발 정부예산만 777억 달러를 책정하고 있으며, 대학의 연구개발 지원금 만도 145억 달러를 지원하고 있다.¹⁴⁾ 이상에서 보는 바와 같이 미국은 정보통신산업의 세계시장을 확보하는데 필요한 인프라의 구축을 착실히 하고 있다.

IV. 미국 정보통신산업의 해외진출 지원정책

미국 정보통신 기업의 해외진출을 지원하기 위한 다양한 프로그램을 갖고 있다.¹⁵⁾ 첫째로 무역개발청(Trade and Development Agency, TDA)이다. 미국의 자금지원기관들이 중진국 자금제공 타당성을 검토하기 위한 조사를 요구하기 때문에 실시하는 것이나, 자국의 기업에게 해당 프로젝트에 필요한 장비나 서비스에 관한 포괄적인 정보를 제공할 수 있으므로 미국기업이 그 만큼 경쟁상 유리한 입지를 확보 할 수 있다. 이 밖에도 TDA는 외국 정책담당자 초청 프로그램(Orientation Visits), 기술자 훈련(Training Grants), 기술지원(Technical Assistance), 워크샵 개최(Business Workshops), 자금조달 자문 등을 하고 있다.¹⁶⁾

둘째로 국제개발청(US Agency for International Development, USAID)이다. 국무부 산하 반관반민 기관으로 TDA타당성 조사에 대한 기술지원, 수출입은행의 조건부 원조기금을 제외한 나머지 모든 공적개발원조(Official Development Assistance, ODA)를 담당한다. 미국의 공적 개발원조는 일본에 이어 세계 제 2이며, 무상증여도 상당한 규모이며, 조건부 원조(Tied aid)등을 포함한다.

셋째로, 미국 수출입은행이다. 1934년에 수출관련 자금지원을 통해 수출을 촉진하기 위해 설립된 독립적인 연방기관이다. 1996 회계연도에 146억 달러의 수출에 대해 다양한 형태의 지원이 이루어진 것으로 나타났다. 설립된 수출입은행은 수출금융대출, 수출금융 대출 보증, 수출보험, 프로젝트 파이낸싱 등의 지원정책을 통하여 미국기업의 해외진출을 돕고 있다.

14) 전계서, p.431.

15) 한국전자통신연구원, 주요국의 정보통신 산업 해외진출 지원정책, 조사분석 98-1, 1999년, pp.29~44.

16) Office of the Federal Register/National Archives and Records Administration, The United States Government Manual 1997/98, Bernan Associates, 1997, pp.676~679.

넷째로 1971년에 설립된 해외민간투자공사(Overseas Private Investment Corporation, OPIC)이다. 현재 OPIC 프로그램은 전세계 140여 개국과 지역에서 새롭고 확대되는 사업체들에게 이용되고 있으며, 이곳에서는 기본적으로 4가지 활동을 하고 있다. 우선, 프로젝트에 대한 대출 및 대출보증을 기업의 자금 지원을 하며, (2) 해외 프로젝트에 투자하는 미국기업을 위한 민간투자자금의 지원, (3) 폭 넓게 나타나는 정치적 위험에 대한 투자보험, (4) 미국기업들에게 해외에서의 투자기회를 제공키 위한 사전조사 활동(정보제공)등 이다. 1966 회계년도 기간중 OPIC는 총 169건의 신규지원을 통하여 96억 달러의 수출 지원효과와 3만 명의 신규고용 창출 효과를 거두었는데, 프로젝트 파이낸싱 및 투자에 대한 금융지원은 전년도에 18억 달러 대비 22.2% 증가한 22억 달러, 보험지원액은 전년도에 86억 달러보다 91.9% 증가한 165억 달러에 달하였다.¹⁷⁾ 이밖에도 OPIC는 해외투자보험 업무도 하고 있어 미국기업이 해외에서 정치적 위험으로 인하여 손해를 보는 경우 90%까지 보상하여주고 있다.

다섯째로 중소기업청 및 기타관련기관 등을 들 수 있다. 중소기업청은 정규 기업대출보증, 국제무역대출, 수출회전 신용한도 보증 등을 통하여 수출지원을 하고 있다. Private Export Funding Corporation은 6개월 계속하여 송금이 불가능한 경우에 미국의 수출업자에게 대출을 실시하고 있다. 한편, 주요 민간 보험회사들의 협회인 해외신용보험협회(Foreign Credit Insurance Association, FCIA)는 수출입 은행과 협력하여 수출입은행의 대리점 역할을 하고, 수출업자의 정치적 위험을 완화시키고, 모든 상업적 위험에 보험을 들게하거나 재보험을 들게 한다. 미국의 대통령을 위시한 행정부 고관이나, 미의회 지도자들은 한결같이 구두, 서한, 성명서, 기자회견 등의 여러 기회를 통하여 미국기업의 해외진출을 지원하고 있다.

V. 미국 정보통신기업의 해외진출현황

미국 정보통신기업의 해외진출 현황을 기업별로 살펴보면 Air Touch사는

17) 한국정보통신연구원, 주요국의 정보통신 산업 해외진출 지원정책, 조사분석서 98-01, 1999년, p.41.

96년말 현재 독일 등의 서유럽과 한국 일본 등 동남아 국가 등에 17건, 22억 달러의 수익규모를 갖고 있으며, 미국의 대표적인 무선통신사업자이다.¹⁸⁾ 주로 진출분야는 무선기술에 기반을 둔 셀룰러(Cellular)와 무선폭출(paging)분야에 집중하고 있다. AirTouch의 목표시장은 기본 유선통신시장이 존재하며, 어느 정도의 이동서비스에 대한 욕구와 구매력을 가진 국가를 투자대상으로 하고 있다.

둘째로 Ameritech이다. 同社는 1997년 현재 총수입이 159억 달러에 이르며 총자산이 253억 달러, 자산수익률이 29%에 이르고 있다. 해외진출 지역은 유럽권(서유럽, 동유럽, CIS)으로 전체 비중의 72%를 차지하고 있고, 그 다음으로 동아시아, 오세아니아의 순으로 주로 구매력이 높은 시장에 치중하여 투자하고 있다. 서유럽은 독일, 벨기에, 노르웨이 등 경제수준이 높은 지역에 진출하고, 동아시아의 경우는 최근 급부상하고 있는 중국을 타겟으로 삼고 있다. 동사의 해외진출 사업내용은 유, 무선통합서비스와 부가서비스를 동시에 제공하는 복합서비스(전체의 42%)이며, 그 다음으로 무선서비스(셀룰러)와 전화번호사업, 인쇄출판사업에 역점을 두고 있다.

셋째로 AT & T는 '97년 현재 513억 달러의 매출액을 가진 세계 최대의 통신사업자이다. 동사의 해외진출 현황은 전세계에 걸쳐 다양한 지역에 32건의 투자를 하고 있으며 지역적으로도 고르게 진출하고 있으며 그 중에서도 동아시아(29%)와 중남미 지역(26%)의 진출이 두드러지고 있다. 동아시아는 중국과 일본의 진출이 가장 많으며 중국은 기본통신 부문에, 일본은 고도통신 부문에 각각 진출하고 있다. 중남미는 브라질, 베네주엘라, 멕시코, 콜롬비아, 아르헨티나 등에 진출하였고, 타 사업자가 관심을 두지 않는 중동지역(요르단)에 진출하고 있다. AT & T는 지난 100여 년간의 통신사업의 노하우와 경험, 그리고 막강한 기술력과 자본력을 바탕으로 시장구매력이 존재하거나 향후 잠재성이 높은 시장을 대상으로 과감한 투자를 하고 있다. AT & T의 해외진출은 타 사업자에 비해 부가통신서비스와 통신망 구축이 많으며, 그 중에서도 부가통신 부문에 역점을 두고 있다. 부가통신 분야로의 진출에 치중하고 있으나 동사는 통신서비스 이외에도 장비제조업체를 겸하고 있다는 이점을 살려 통신후발국을 대상으로 통신망 구축사업에도 활발히 참여하고 있다.

18) 이 자료는 “한국통신업자의 해외진출전략방안”, ETRI, 전자통신동향분석(발간예정)을 재편집함.

네째로 Bell South는 '96년 현재 총자산 규모가 325억불에 달하고 총수익이 190억 달러에 달하고 있다. 동사의 해외진출은 중남미가 전체의 42%로 가장 많아 이 지역을 최우선 공략지역으로 삼고 있다. 그 외 아시아지역은 중국, 오세아니아지역은 호주와 뉴질랜드, 서유럽지역은 북유럽을 주요 진출지역으로 투자하고 있다. Bell South의 해외진출 사업내용은 무선서비스(42%)가 가장 많고 그 다음으로 복합서비스(29%), 부가통신(25%)의 순으로 나타나고 있으며 비통신분야(통신관련 주변분야, 통신 비관련 분야)보다는 통신분야에 국한하여 진출하고 있는 것이 특징이다.

다섯째로 US West는 1996년 말 현재 400억불에 달하는 자산과 연간 130억불의 매출을 기록하고 있는 매출액기준으로 업계랭킹 18위의 기업이다. 동사의 해외진출 대상 지역은 주로 동유럽 & CIS(57%)으로 타 사업자에 비해 동구권에 대해 집중적인 투자가 이루어지고 있다. 특히 러시아지역의 진출 횟수가 무려 6건으로, 러시아에 집중투자하고 있다. 특화부문은 방송서비스, 특히 CATV 부문의 진출이 전체의 37%를 차지하고 있어 방송부문의 진출에 역점을 두고 있다. 특히 CATV 부문의 투자는 구매력이 상당히 있는 동아시아와 서유럽지역에 이루어지고 있으며 동남아시아에서는 통신망 구축이나 유, 무선 통신 분야에 진출하고 있다.

여섯째로 NYNEX는 1996년말 총자산 규모 276억 달러의 자산을 보유하고 있으며 134억 달러의 매출을 통해 15억 달러의 순이익을 달성하고 있다. 同社는 1995년 매출규모로 13위에 해당하였으나 '96년에는 18위로 3단계 하락하였으며, 1997년에는 SBC와 합병하였다.

해외진출현황은 1980년대 말부터 해외시장에 진출한 이래로 동남아시아와 서유럽, 동아시아 지역의 순으로 진출하고 있다. 동남아시아는 태국(CATV), 싱가포르(기타 통신관련 서비스), 인도네시아(무선통신; 셀룰러), 인도(시내 전화산업) 등 다양한 국가에 다양한 서비스 부문에 진출하고 있다. 동아시아는 일본과 홍콩, 오세아니아 지역은 호주, 서유럽지역은 독일, 영국, 아일랜드, 그리스, 동유럽지역은 폴란드에 각각 진출하고 있다. NYNEX의 해외진출 전략은 무선통신사업은 소득수준이 높은 지역 혹은 유선통신 기반이 낙후된 국가를 중심으로 진출하고 있으며, 통신망 구축은 통신 저개발국을 대상으로 진출하고 있다.

NYNEX의 해외진출시 사업내용은 무선통신부문과 출판업, 정보지원업, 사

업지원업과 같은 기타 서비스 등이 많아 타 사업자에 비해 비 통신부문(통신 관련 사업)에 역점을 두고 있다.

일곱째로 Bell Atlantic은 1996년말 현재 총자산 규모가 248억 달러에 달하고 약 130억 달러의 매출을 기록하고 있다. 동사의 1995년 매출규모는 세계 11위이었지만 1996년에 18위로 하락하였다. 해외진출 현황은 서유럽지역이 전체의 49%를 차지하고 있으며 특히 이탈리아로의 진출이 가장 많으며 무선 통신, 시스템통합, 기타 정보지원 사업 부문에 진출하고 있다. 지난 10여년간의 Bell Atlantic의 해외 시장 진출은 무선통신사업(50%)이 가장 큰 비중을 차지하였으며, 그 다음으로 부가통신(31%)분야가 높은 비중을 차지하고 있다. 동사 해외진출의 가장 큰 특징은 무선분야 특히 셀룰러 분야와 시스템 통합 서비스에 특화하여 진출하고 있으며, 이는 동사가 셀룰러 서비스와 시스템 통합에 경험과 노하우가 축적되어 있어 이를 활용하기 위해서 이다.

여덟째로 SBC Communication은 1996년 말 기준으로 총자산 규모가 234억 달러에 달하는 통신사업자로서 연간 138억 달러의 매출을 올리고 있다. 同社는 타사업자에 비해 상대적으로 해외시장 진출이 적으며 최근 경제발전이 진행되는 중남미, 동아시아, 서유럽, 중동 등을 중심으로 해외진출이 이루어지고 있다. 이는 상대적으로 해외시장 개척에 후발기업인 SBC Communications가 수익성을 추구하기 위해 구매수준이 높은 지역을 주요 타겟으로 삼고 있기 때문인 것으로 판단된다.

VI. 미일 반도체 통상마찰 해소 사례

반도체는 산업사회의 쌀과 같은 것이며, 특히 앞으로 정보통신시대가 되면 반도체의 중요성은 점점 증대하리라는 것이 각국의 공통된 견해이다. 일본 반도체업계는 고품질과 저가격으로 세계 1위의 지위를 차지하고 있었다. 따라서 미국은 이 분야에서 가장 국제경쟁력이 있고 세계시장의 상당부분을 점유하고 있는 일본을 견제하는 것이 중요하다고 느끼게 되었다.¹⁹⁾ 또한 미국업계로서는 1984년 가을이전까지는 상당한 호황이었으나, 이후 수요의 신장세가 둔화되면

19) 伊丹 敬之, 日本産業 三つの波, NTT出版, 1998, p.303.

서 생산과잉 현상과 세계 반도체 시장에서 미국기업의 비중이 감소하고 대신 일본의 비중이 급격히 증가하여 미국 관련업계의 위기감이 고조되었다.²⁰⁾ 미국은 일본시장의 폐쇄성으로 인하여 일본시장 침투가 거의 불가능하다는 판단하에 1985년 6월 14일 미국 반도체공업협회(SIA)가 미국 통상법 301 조에 의거하여 미국통상대표부(USTR)에 일본 반도체를 덤핑으로 제조하였다. 제조를 접수한 USTR은 반도체에 관한 조사개시를 결정하고, 한편으로는 미국과 일본 정부간 반도체 협의를 개시하였다. 미국 상무성은 1986년 3월 11일 256 K DRAM을 덤핑 가결정 하였다. 같은해 미일정부는 일본시장의 외국 반도체 점유율 확대, 대미 덤핑방지를 위하여 모니터링, 제3국시장 수출가격의 모니터링을 한다는 정부간 협정에 합의하여, 제1차 협정을 체결하였다. 다른 한편으로 일본은 퍼스널 컴퓨터 심포지움을 개최하여 양측의 주장을 서로 이해하는 기회를 갖고, 양국간의 이해당사자인 업자들 간의 합작사업을 적극적으로 추진하고, 밋손 등을 통하여 협력관계를 강화하였다. 이런 일본의 대응책은 첫째로 심포지움을 통하여 미국의 주장과 일본의 주장을 여론주도층에게 알림으로서 자유무역을 주장하여온 미국의 주장이 논리적 모순이 있다는 것을 회의에 출석한 미국의 오피니언 리더들에게 홍보하는 효과가 있었다. 둘째로 모든 국제 통상의 분쟁은 직접적인 이해당사자는 업자이다. 만일 이해당사자인 업자들 간에 원만히 문제가 해결되면 국제통상 문제는 일어나지 않을 것이다. 따라서 업자들간의 대화의 기회를 확대하고 동시에 양국업자들 간에 이익을 나눌 수 있는 기회, 예를 들면 국내의 시장에서 합작사업 구매사절단의 파견 등으로 미국의 상품을 구입해 줌으로서 문제의 원인을 제거하려는 노력을 꾸준히 추진하였다. 1987년 1월 23일 미국은 미일 반도체 전문가 회의에서 일본제 반도체의 제3국 경유의 저가판매, 미국제품의 일본시장 점유율에 관한 불만을 나타내고 일본이 문제를 해결해 주지 않으면 대항책을 세우겠다고 경고하였다. 일본 통산성은 제3국 시장에 저가수출을 방지하기 위한 생산감소를 하고, 외국제 반도체의 일본국내 판매를 지원하기 위하여 '반도체 국제교류센터'를 설치하였다. 또한 일본은 1988년 5월에 외국계 반도체 사용자 협의회(UCOM)을 설립하여 외국계 반도체의 구입 확대 계획을 상호 협의하여 착실히 진행하였다. UCOM은 행동계획까지 세워 차질없이 미국의 요구를 수용하는 노력을 경

20) 全國經濟人聯合會, 美日 半導體紛爭과 우리의 對應, 國際 '87-2, 國際經濟研究, 1987.5.6.

주하였다. 한편 미의회는 일본이 미일협정을 위반하고 있다고 하며 레이건대통령에게 대일 보복조치의 실시를 요구하는 결의안을 채택하여 대일 압력을 가중시켰다.

미국행정부는 3개품목 퍼스날컴퓨터(1억 8천만달러), 컬러 TV(9천만달러), 전동공구(3천만달러) 합계 약 3억 달러상당 제품에 100%의 보복관세를 부과할 것을 발표하였다. 3억 달러의 계산 근거로서 미국은 일본시장진입 부족(1억 6천 5백만 달러), 제3국시장에 덤핑수출(1억 3천 5백만 달러)의 두 분야로 구성되었다고 강조하였다. 이에 당황한 일본 통산성은 반도체 사용 10개회사에게 외국 반도체 구입 촉진을 요청하게 되었다. 미일 정부간에는 반도체 협의를 재개하였으나 미국이 수치를 협정에 넣으려 하였으나 일본이 자유무역의 원칙에 위배된다하여 반발하여 협상은 난항하였다. 미일양국 정상들은 정치협상을 통하여 대일제재조치 해결을 시도하였으나 무위로 끝나게 되었다. 미국은 91년 6월에 92년말까지 외국계 반도체의 일본시장 점유율을 20%가 넘을 것을 기대하며, 덤핑방지 조치에 관하여 합의하였다. 합의된 내용의 골자는 일본 정부는 국내생산자에게 외국계 반도체 구입을 장려하며, 일본정부는 반도체 수출에 관하여 원가 가격을 감시하며, 일본정부는 제3국 수출에 관하여서도 원가를 감시한다는 것이었다. 동협정의 기한을 1997년 7월 31일로 하였다. 이 협정의 결과 일본 반도체 제조업자가 미국에 수출할 경우의 가격, 제3국 수출가격, 일본 국내가격 등 한가지 상품에 3종류의 가격이 형성되었다.²¹⁾

1987년 3월에 일본업자들 간의 조정을 위하여 日本電氣, 日立製作所, 東芝, 富士通, 松下電子工業, 미쓰비시전기, 沖電氣工業, 三洋電機, 샤프, 소니 등의 일본 10개 기업과 불란서 톰슨코포레이슨 합계 11사로 구성하여 업자연합회를 출범시켰다. 주된 사업은 표면으로는 외국계 반도체에 관한 정보제공이나 품질평가의 조사연구였으나 사실은 대미 반도체 구입 촉진에 관한 협의와 수출입 물량의 배정 등이 중요한 업무였다. 이것은 일본 정부의 보이지 않는 손에 의하여 업계를 지도해 나가는 독특한 일본식 스타일이 힘을 발휘하는 또 하나의 예가 되었다.

1992년부터 93년 5월 일본은 미국의 중소 공급자와의 커뮤니케이션을 원활히 하기 위하여 반도체 업자가 집중되어 있는 캘리포니아 지역연락사무소

21) 橋本 尚, 火を 噴く 日米半導體戰爭, 1987, につかん書房, p.56.

(California Liaison Office)를 설치하여 미국의 대기업뿐만 아니라 중소기업에 까지 대화 및 구매의 망을 확대하였다. 이것은 중장기적으로 미국의 여론을 일본에 유리하게 확산시키는데 좋은 전략임에 틀림이 없다. 모든 통상마찰의 원인 제공자는 업자이다. 따라서 통상마찰의 직접적 이해당사자인 미국의 중소기업자들과 거래를 확대해나가는 것은 미국의 여론을 일본에 유리하게 이끌어 나가는 데 불가결한 요소이기 때문이다. 대기업이 아닌 중소기업의 경우는 수적으로 많기 때문에 그 만큼 미국의 여론을 일본에 유리하게 움직이게 하는 데는 힘을 발휘 할 수 있다. 미국은 여론의 국가이기 때문에 통상마찰의 직접적 이해당사자인 많은 수의 중소기업자들이 일본에 대하여 호의적 반응을 나타내게 되면 미국정부도 일본을 제재할 명분을 잃어버리기 때문이다. 이상과 같은 일본업자들의 행동은 미국업자를 상대로 한 일종의 글래스 루트(Grass Root) 작전이라고도 볼 수 있다.

양국간의 협정에 따라 93년에는 자동차, 정보통신, 게임기, 멀티미디어의 각 분야에서 외국계 반도체의 사용량이 증가하게 되었다. 94년 5월부터 7월 사이에는 UCOM이 디자인 캠페인을 실시하여 실질적으로 대일판매를 확대할 수 있는 구체적인 방안을 마련하였다. 이런 여러 가지 노력을 장기간 실시한 결과 94년 제 4분기 외국계 반도체의 일본내 시장 점유율은 일본의 계산 방식으로는 24.7%, 미국의 계산 방식으로는 23.7%에 달하게 되어 미국의 주장이 관철 되게 되었다. 1996년 7월말 미일반도체 협정의 기간이 끝나도록 되어있는 것에 대하여 1995년 7월 미국업계단체인 SIA(미국반도체공업회)는 미일반도체 협정의 연장을 희망하나 수치목표는 필요없다고 하였다. 이어 9월 8일 USTR 대표는 일본시장에서 외국계 반도체의 시장점유율이 20%대를 넘게 된 것은 미일반도체 협정하에서 산업계가 노력한 결과라고 밝히고 시장점유율이 더 증가하게 되기를 기대한다고 말하였다. 특히 통신, 자동차, 비디오 게임기의 3분야에서 일본의 계속적인 노력을 촉구하며, 미일 반도체 협정의 기간연장은 필요하다고 언급하였다. 그러나 미의회에서는 캘리포니아 의원단이 대통령에게서한을 통하여 미일반도체 협정의 연기의 필요성을 역설하였다. 일본은 EIIJA(일본전자기계공업회)회장과 소니 회장 등은 미일반도체 협정을 소기의 목적을 달성하였고, 미국 반도체 업계의 국제경쟁력은 이제 충분히 회복되었기에 반도체 업계에 정부가 더 이상 관여하지 말아야 한다고 주장하였다. 이처럼 미국과 일본의 상반되는 주장은 일본시장에서 외국계 반도체의 시장점유율이 20

%대를 넘게 되고, 미일업자가 합작사업 수의 증가, 미국 중소기업으로부터의 반도체 수입증대 그리고 미일이외에 한국 대만등 반도체업자의 급성장등의 요인 등이 어우러져 드디어 1996년 7월 31일 미일반도체 협정은 기간의 만료와 함께 실효되게 되었다.

이상의 과정을 요약하면 미국측은 첫째 협정의 성과로서 일본 반도체시장에서 외국계 반도체의 시장점유율이 증가하고, 경쟁력 있는 미국 반도체산업이 이익을 보았다. 둘째 일본국내에서 외국계 반도체의 시장점유율이 20%라는 목표를 달성하였다. 1996년의 제 2/4반기에는 30.2%의 점유율을 달성하였다. 셋째로 장기적 거래관계, 제휴 등의 미일 업계의 관계로 발전한 결과 고품질, 저가격의 제품을 생산할 수 있게 되어 미일양국의 업계에 도움을 주게 되었다. 넷째로 미일 반도체에 관한 논의의 분위기가 적대적 관계에서 협력적인 분위기로 바뀌게 되었다. 그럼에도 불구하고 미국업계와 정부는 일본에 대하여 무슨 형태로든지 간에 협정이 필요하다 주장하였다. 특히 미국업계는 (1) 외국계 반도체의 시장점유율이 낮은 자동차 관련, 정보통신, 비디오게임 (2) 디자인의 외국기업의 참가 (3) 일본의 중소기업과의 거래관계 강화 등의 분야에서 진전을 요구하였다.²²⁾ 결국 미일 반도체 협정은 일본이 바라던 대로 96년 8월 미일정부간 협정의 폐기에 합의를 보게 되었다. 정부간 합의 취지는 (1) 반도체에 관한 협력을 함에 있어 시장원리의 중요성, WTO 규칙과의 정합성, 쌍방향 글로벌 국제협력의 원칙하에 해결한다. (2) 구조적 변화, 정보화의 실현, 업계간 협력의 촉진, 공평한 시장기회 등에 관한 대응은 민간부문이 책임진다. (3) 정부는 업계간 합의 및 세계 반도체 회의의 설립을 환영하고, 업계간 협력활동을 지원한다. (4) 주요국 정부회합(참가조건 없음)을 호소한다. (5) 덤핑방지책에 관해서는 WTO에서 정한 규칙을 따른다는 것 등이었다. 산업간 합의에는 가장 큰 원칙이 시장원리의 존중이었다. 활동내용으로서는 (1) 일본 산업계로부터 일본의 사용자와 미국의 공급자와의 협력적인 활동을 계속한다는 명확한 약속, (2) 표준화 환경 안전 지적재산권 등의 공급자간 협력 (3) 산업계의 전문가에 의한 시장 무역조사 데이터의 수집 분석과 민간의 '세계반도체 회의'와 정부에 의한 리뷰의 실시, (4) 양국정부에 의한 민간 협정에 대한 지원 표명, (5) 민간의 보고, 권고, 활동 및 외국기업을 포함한 시장동향에 대하여 정부간

22) 日本業界의 '内部資料'.

에 정기적으로 협의한다. (6) 국내법에 따른 덤핑방지의 중요성을 인식하고, 또한 협력활동에 관해서는 독점금지법을 포함한 각국의 국내법에 맞춘다. (7) 설립에서 3년을 경과한 시점에서 활동내용을 재검토한다 등으로 되어있다. 이 새로운 협정은 종래의 협정에 비하여 정부의 역할이 축소된 것이다. 미국측으로는 미일반도체 업계의 관계가 크게 진전된 이상 이번의 조치가 적절한 것이라 생각한 것이다. 1996년 8월 2일 미국과 일본 업계의 합의하에 1997년 4월 11일 하와이에서 한국(KSIA), 미국(SIA), 일본(EIA), 구주(ECCA)의 반도체 업계대표들이 모여, EIJA주최로 제 1회 세계 반도체 산업의 건전한 발전을 위한 상호이해의 촉진, 산업협력의 촉진, 국제협력의 확대 등의 목적을 달성하기 위하여 민간주도로 다국간 회의 개최가 실현되게 되었다. 토의의 결과 (1) 반도체의 사용자, 공급자간의 협력활동의 계속, (2) 적극적인 지적재산권의 보호, (3) 정책과 규칙의 투명성, (4) 외국제품의 내국민 대우, (5) 기술이전조항에 연결한 투자제한의 철폐 등이었다.

한편 1996년 12월 싱가포르의 WTO 각료이사회에서 반도체, 컴퓨터, 통신기기등의 정보관련기기의 관세를 2000년까지는 철폐할 것을 정한 ITA(정보기술협정)의 골격에 합의를 보았다. 이 협정은 1997년 3월 정식으로 발효하게되었고 참가국과 지역은 40개국에 이른다.

이상에서 보는바와 같이 일본은 첨단분야에서 통상마찰을 해소하기 위하여 첫째는 미국이 요구한 일본내 외국 반도체 시장점유율을 20%이상을 하기 위하여 업계차원의 노력을 하였다. 업자간의 교류는 대기업에 끝이지 않고 미국의 중소 공급자와의 커뮤니케이션을 원활히 하기 위하여 반도체 업자가 집중되어 있는 캘리포니아 지역연락사무소(California Liaison Office)를 설치하였다. 이것은 미국의 여론을 일본에 유리하게 확산시키는데 좋은 전략임에 틀림이 없다. 미국업자를 상대로 한 일종의 글래스 루트 작전이라고도 볼 수 있다.

둘째로 통상마찰의 실질적 이해당사자인 미국 반도체 업체들과 광범위한 대화의 창구를 마련한 점이다. 1985년 일본 전자기계공업회(EIJA)가 주도하여 미국 반도체공업협회(SIA)와 대화의 채널을 만들어 서로 이익을 나눌 수 있는 방안을 모색하였다. 그러기 위해서는 우선 양측의 주장을 서로 이해할 수 있는 기회를 갖도록 회의를 주선하고, 양국 업자간 공동사업을 하여 서로 이익이 될 수 있는 방안을 모색하였으며, 그밖에 양국간 협력이 가능한 분야를 다각적으로 찾음으로서 분쟁을 해결할 수 있는 길을 찾으려 노력하였다. 통상마찰의 배

후에는 언제나 이해당사자가 있기 마련이다. 만일 이해당사자가 서로 만족할 수 있는 방안을 찾을 수 만 있다면 통상 마찰은 해결된 것과 같다. 특히 주의 해야할 점은 미국의 반도체업자들과 세계시장에서 서로 이익을 나눌 수 있는 다양한 방법의 협력체제를 구축한 점이다.

셋째로 일본은 일반여론을 자신들에게 유리하게 움직일 수 있도록 노력을 하였다. 일본은 미일반도체 마찰은 분명히 경제문제의 정치해결을 미국이 시도하는 것으로 이해하였다. 따라서 미국정치인들을 움직일 수 있는 최선의 방법은 미국내 여론을 자신들에게 유리하게 움직이는 것이라 확신하였다. 따라서 그들은 미일 회의를 철저히 언론에 공개하여 일본 업자들의 주장이 왜 정당한가에 대하여 논리적으로 꾸준히 설명하였다. 자유무역이란 시장경쟁을 통하여 시장 점유율이 자연히 정해지는 것인데 반하여 미국이 주장하는 반도체 시장의 점유율을 처음부터 정하는 것은 분명히 자유무역의 원칙에 위배된다는 점을 여론주도층에 강력히 부각시켰다. 미국내 여론주도층인 문화인들 예를 들면 대학, 미술관, 박물관, 언론, 연구소, 싱크탱크 등에 많은 지원을 하였다. 그리고 일본의 진의를 알리는 다양한 노력을 함으로서 미국의 전반적인 여론이 일본에 유리하게 움직일 수 있는 기반을 만들도록 노력하였다. 이런 노력의 덕분에 미일무역 역조가 장기간에 걸쳐 지속되고, 규모도 점점 확대되고 있음에도 불구하고 미국의 일본에 대한 통상압력은 일정 수준에서 끝이고 있는 점을 간과해서는 안될 것이다. 이것은 일본이 장기간에 걸쳐 꾸준한 대미홍보의 효과가 서서히 나타나고 있다는 하나의 증거 일수도 있다.

넷째로 미국에게 가시적이며 장기적인 이익을 주고 자신들은 미국시장에 발판을 굳히기 위하여 지역적으로 안배한 대미직접투자를 실시 한 점이다. 대미투자의 지역적 안배 예를 들면 NEC는 로스빌, 도시바는 캘리포니아, 히타치는 텍사스, 후지쓰는 오래곤, 미쓰비시는 노스 캘로라이나 등으로 서로 다른 지역에 직접투자를 하였다. 일정한 지역에 집중적으로 투자를 하게 되면 불필요하게 일본 경제를 크게 보이게 할 우려가 있다. 또한 일본기업간에 근로자를 서로 뺏는 현상이 생길 우려도 있다. 뿐만 아니라 각지에 투자를 하게되면 최소한 그 지역의 국회의원이나 주지사와의 접촉의 절대적 숫자가 그만큼 많아질 수 있다. 그들은 직접투자 일본기업이 고용확대, 세금납부, 지역사회에 경제발전, 기술이전, 국제수지 개선, 경제성장 등에 공헌해 줌으로 중요한 손님으로 모실 것은 분명하다.

다섯째로, 미일양국간 교섭을 다국간 교섭으로 이끌어 가려는 노력을 지속적으로 하였다. WTO, ITU, OECD 그밖에 국제기구에서 일본은 끊임없이 미국의 부당한 미일반도체협정을 기회가 있을 때마다 국제여론에 호소하여 미국의 입장을 난처하게 만들었다. 따라서 미국으로서도 빠른 기간내에 미일반도체협정을 끝내려는 마음을 갖도록 유도한 점이다. 양자간 협의는 정치적, 군사적, 외교적, 경제적으로 힘이 있는 쪽에 유리하게 작용하기 마련이다. 그러나 국제사회에 나오게 되면 힘이 약한 다수의 국가들이 서로 힘을 합치게 되면 큰 힘을 발휘할 수 있다. 따라서 약한 국가는 양자간 협의보다는 다자간 협의가 확실히 더 유리하다. 이런 맥락에서 일본은 미국을 다자간 협상의 장으로 이끌어 내기 위한 노력을 꾸준히 하였다.

이상의 일본의 노력을 요약하면 첫째는 미국의 여론지도층인 문화인을 상대로 한 문화로비의 전개이다. 학자, 연구원, 언론인, 교육자, 예술인 등 문화인을 상대로 한 로비는 대단히 잘 이루어지고 있다. 그리고 이런 문화로비 활동은 정부가 주도하며 민간이 보조하는 형태로 전개하고 있다. 구체적인 방법으로는 미국의 대학, 연구소, 싱크탱크, 박물관, 미술관, 미술 및 예술단체에 대한 지원금, 연구비, 보조금 등의 지원, 문화인의 초청, 세미나, 연구회, 교류회, 콘퍼런스, 전람회, 연주회 등 다양한 명칭의 회합을 통하여 미일 문화인들간의 상호이해의 폭과 깊이를 더해가고 있다. 미국의 문화인들을 상대로 세련된 방식의 로비를 전개하여 호평을 받았다.

둘째로 경제로비이다. 미국 워싱턴에 Japan Economic Institute에서 일본에 관심을 가진 미국의 정부, 연구소, 대학 등에서 정기 부정기적으로 정선된 정보제공을 통하여 일본정책의 타당성과 미국과 일본이 같은 배를 타고 있어 상호협력이 양국에 필요불가결 하다는 논리를 지속적으로 전개하고 있다. 특히 국제통상의 실질적 이해당사자인 일본기업의 최고경영자들이 직접 미국의 정책 결정자들에게 접촉을 통하여 일본논리를 납득시키었다.

세번째로 정치로비이다. 일본은 정치로비에 대단히 조심스러운 접근을 하고 있다. 일본은 미국민들이 외국인이 미국의 정책결정에 영향력을 행사한다는 인상을 주지 않기 위하여 힘을 쓰며, 보다 바른 상황 판단을 위하여 방대한 양의 정보를 수집하고 있다.

전반적으로 일본정부는 공식적인 미국정부와의 접촉 이외에, 장기적이며 막대한 자금을 필요로 하는 로비 교섭에 집중적 노력을 하며, 민간은 직접로비를

통하여 직접자신의 이익을 보호하는 로비활동을 하고 있다. 또한 문화홍보에 많은 비중을 두고 많은 자금을 투입하고 있으며, 결코 여당이나 야당한쪽에 치우친 로비활동을 하지 않으려 노력하며 장기적 관점에서 일본을 이해하고 지지해 줄 인적 네트워크를 만드는 전략을 수립하여 장기적 관점에서 실시하고 있다.

VII. 한국의 대응방안

부가가치가 높으며, 성장 가능성이 큰 정보통신산업의 한미통상마찰을 사전에 예방하고 불행히 마찰이 발생하면 최소한의 희생으로 문제를 해결하기 위하여 첫째로 정부는 중장기 정책을, 민간은 단기정책을 각각 세워 대응하되 서로 보완관계를 유지하여야 할 것이다.²³⁾

둘째로 미국의 엘리트 집단을 상대로 한 홍보활동을 하여야 할 것이다. 한국의 여론을 주도하는 엘리트 집단을 상대로 한국의 입장을 알리는 노력은 불가결하다.

셋째로 정부는 대미홍보 분위기를 고조시킬 수 있도록 적절한 정책의 개발이 필요하다. 예를 들면 민간이 누구를 상대로 어떻게 로비활동을 하여야 될지에 관한 정보, 미국언론기관에 한국에 관한 잘못된 기사가 게재되게 되면 즉시 반박 할 수 있는 인적 네트워크를 정비하는 일, 또한 미국내 知韓派 인사들의 최신정보의 확보 등이다.

네째로, 민간의 대미홍보가 잘 이루어 질 수 있도록 분위기를 조성하는 것이다. 예를 들면 대미홍보 비용에 대한 세제상의 인센티브 제공, 대미홍보 유공자의 표창 등이다.

다섯째로 정부가 한미업자간의 교량 역할을 하는 것이다. 여섯째로 미국의 전략산업 분야인 정보통신정책을 미리미리 분석하여 업계에 전파시킬 것이 필요하다. 정부는 유일하게 미국정부와 공식으로 접할 수 있는 기관임으로 민간이 얻을 수 없는 고급정보를 제공 할 수도 있을 것이다.

다음으로 민간의 대응방안을 보자. 통상의 실질적 이해당사자인 민간은 첫

23) 정재영, 로비경제학, 매일경제신문사, 1987.

째로 기술개발 그 중에서도 부품 기술의 개발을 통하여 미국기업에 제품을 제공함으로써 한국과의 통상마찰은 미국기업의 생산에 차질이 생길 수 있도록 하여 미국기업과 이익을 함께 나누도록 하여야 할 것이다.

둘째로, 미국의 경쟁기업의 영업전략이나 경영상태를 면밀히 연구분석하고 관찰하여야 사전에 적절한 대응책을 세워야 될 것이다. 사실 모든 통상마찰은 민간에 의하여 제기되기 마련이기 때문에 경쟁업체의 움직임을 관찰하는 것은 대단히 중요하다. 국내의 시장에서 미국기업과 이익을 함께 나누는 방안도 적극적으로 모색되어야 할 것이다.

셋째로 기업의 최고경영자 스스로 미국의 오피니언 리더들과 직접 접촉하는 것이 중요하다. 현장의 소리는 대단히 설득력이 있다.

넷째로 한국으로부터 파견된 주재원들의 현지 홍보활동에 가일층의 노력이 필요하다.

다섯째로 한국계 회사에 근무하는 미국인들을 상대로 한 홍보가 대단히 중요하다. 종업원도 믿지 않는 주장을 한국이 한다면 처음부터 미국을 납득시키는 것은 무리이다. 우선 자신의 종업원이 최고 최대의 홍보대상자라는 인식을 갖고 그들을 납득시켜 知韓派로 만드는 작업은 대단히 중요하다.

여섯째로 미국의 정보통신 분야의 정책에 관한 많은 정선된 정보의 조기 확보에 많은 노력을 하여야 될 것이다. 정보를 빨리 얻으면 얻을수록 그만큼 대응할 시간적 여유를 많이 갖는 것임으로 정선된 정보의 조기 입수에 많은 노력을 하여야 될 것이다.

일곱째 미국내 외국기업의 홍보사례의 연구가 필요하다. 어느 경우에 어떻게 하여 성공하였고 무엇을 잘 못하여 실패했는가 등에 관한 연구가 필요하다.

여덟째로 가능하다면 미디어별 대응책을 별도로 세워 대응한다면 더 좋은 결과를 얻을 수 있을 것이다.

參 考 文 獻

- 이한영 외, 정보통신산업 해외진출전략 -이동통신을 중심으로- 정보통신정책 연구원, 연구보고 98-16, 1998년 12월,
全國經濟人聯合會, 美日 半導體紛爭과 우리의 對應, 國際 '87-2, 國際經濟研究,

1987.5.6.

- 정보통신부, 1999년 상반기 수출 동향 발표, 1999년 7월 31일.
- 정보통신부, 1999년도 전기통신에 관한 년차 보고서, 1999년 9월.
- 정보통신산업정책연구원, “1999년도 정보통신산업 수출입 전망”, 정보통신산업 월간동향, 99년 8월, 1999년 8월.
- 정재영, 로비경제학, 매일경제신문사, 1987.
- 1988년 종합무역법 제4부 전기통신기기 서비스 1374 조부터 1379 조
- 한국전자통신연구원, 주요국의 정보통신 산업 해외진출 지원정책, 조사분석 98-1, 1999년.
- 한국전자통신연구원 “한국통신업자의 해외진출전략방안”, ETRI 전자통신동향 분석(발간예정).
- 日本情報處理開發協會, 情報化白書 1999, 90年代の情報化と 今後の 展望, コンピュータ エージ社, 1999年6月19日.
- 佐 藤祐一, 永井晴敏, アメリカ經濟の 繁榮は 續くか, 東洋經濟新報社, 1999年3月
- 日本情報處理開發協會, 情報化 白書 1999 - 90年代の 情報化と 今後の 展望, コンピュータ エー ジ社, 1999年6月.
- 城所 岩生, 米國通信戰爭 -新通信法 變 構圖-, 日刊工業新聞社, 1996.
- 伊丹 敬之, 日本産業 三つの波, NTT出版, 1998.
- 橋本 尙, 火を 噴く 日米半導體戰爭, 1987,につかん書房.
- Distinguished Lecture Series 99-05, Institute for Global Economics, Aug, 1999.
- Don Tapscott and Art Caston, *Paradigm Shift - The New Promise of Information Technology*, McGraw-Hil , Inc. 1993.
- Harry S. Dent, Jr. *The Roaring 2000s*, Simon & Schuster, 1998.
- Knight Kiplinger, *World Boom Ahead, Why Business and Consumers will Prosper*, Kiplinger Books, Washington, D.C. 1997.
- Office of the Federal Register/National Archives and Records Administration, *The United States Government Manual 1997/98*, Bernan Associates, 1997.
- Public Law 100-418-Aug.23, 1988, Part 4-Telecommunications Trade Sec. 1371 to Sec. 1382.
- Rudiger Dornbusch, *Challenges for the World Economy : Where Do the Risk Lie ?* Seth Schulman, *Owning the Future*, Houghton Mifflin Company, 1999.

ABSTRACT

A study on The U.S.-Korean Trade Friction Prevention and Settlement in the Fields of Information and Telecommunication Industries

Jung, Jay Young

The US supports the Information and Communication (IC) industry as a strategic one to wield a complete power over the World Market. However, several other countries are also eager to have the support for the IC industry because the industry produces a high added value and has a significant effect on other industries. Korea is not an exception. Korea recently succeeded in the commercialization of CDMA for the first time in the world, after the successful development of TD-SS. Hence, it is highly likely to get tracked by the US. Although the IC industry is a specific sector of IT, there is a concern that there might be a trade friction between the US and Korea due to a possible competition. It will be very important to prepare a solution in advance so that Korea could prevent the friction and at the same time increase its share domestically and globally. It will be our important task to solve the problem with the minimum cost if the conflict arises unfortunately in the IT area.

The parties that have a strong influence on the US trade policy are the think tank group and the IT-related interest group. Therefore, it would be important to have a close relationship with them.

We found some implications by analyzing the case of Japan, which has experienced trade frictions with the US over the long period of time in the high tech industry. In order to get rid of those conflicts with the US, the Japanese did the following things : (1) The Japanese government developed

supporting theories and also resorted to international support so that the world could support the Japanese theories. (2) Through continual dialogue with the US business people, the Japanese business people sought after solutions to share profits among the Japanese and the US both in the domestic and in the worldwide markets. They focused on lobbying activities to influence the US public opinion to support the Japanese. The specific implementation plan was first to open culture lobby toward opinion leaders who were leaders about the US opinion. The institution, Japan Society, were formed to deliver a high quality lobbying activities. The second plan is economic lobby. They have established Japanese Economic Institute at Washington. They provide information about Japan regularly or irregularly to the US government, research institution, universities, etc., that are interested in Japan. The main objective behind these activities though is to advertise the validity of Japanese policy. Japanese top executives, practical interest groups on international trade, are trying to justify their position by direct contact with the US policy makers. The third one is political lobby. Japan is very careful about this political lobby. It is doing its best not to give impression that Japan is trying to shape the US policy making. It is collecting a vast amount of information to make a correct judgment on situation. It is not tilted toward one political party or the other, and is rather developing a long-term network of people who understand and support the Japanese policy. The following implications were drawn from the experience of Japan.

First, the Korean government should develop a long-term plan and execute it to improve the Korean image perceived by American people. Second, the Korean government should begin public relation activities toward the US elite group. It is inevitable to make an effort to advertise Korea to this elite group because this group leads public opinion in the USA. Third, the Korean government needs the development of a relevant policy to elevate the positive atmosphere for advertising toward the US. For example, we need information about to whom and how to about

lobbying activities, personnel network who immediately respond to wrong articles about Korea in the US press, and lastly the most recent data bank of Korean support group inside the USA. Fourth, the Korean government should create an atmosphere to facilitate the advertising toward the US. Examples include provision of incentives in tax on the expenses for the advertising toward the US and provision of rewards to those who significantly contribute to the advertising activities. Fifth, the Korean government should perform the role of a bridge between Korean and the US business people. Sixth, the government should promptly analyze the policy of IT industry, a strategic area, and timely distribute information to industries in Korea. Since the Korean government is the only institution that has formal contact with the US government, it is highly likely to provide information of a high quality.

The followings are some implications for business institutions.

First, Korean business organization should carefully analyze and observe the business policy and managerial conditions of US companies. It is very important to do so because all the trade frictions arise at the business level. Second, it is also very important that the top management of Korean firms contact the opinion leaders of the US. Third, it is critically needed that Korean business people sent to the USA do their part for PR activities. Fourth, it is very important to advertise to American employees in Korean companies. If we cannot convince our American employees, it would be a lot harder to convince regular American. Therefore, it is very important to make the American employees the support group for Korean ways. Fifth, it should try to get much information as early as possible about the US firms policy in the IT area. It should give an enormous effort on early collection of information because by doing so it has more time to respond. Sixth, it should research on the PR cases of foreign enterprise or non-American companies inside the USA. The research needs to identify the success factors and the failure factors. Finally, the business firm will get more valuable information if it analyzes and responds to, according to each medium.

Key Words : 정보통신, 통상마찰
