

Intertraffic 2004 참관기

-도로교통 장비의 세계시장동향-

조 규 상 한국도로교통협회 부장

우리협회에서 (주)한국국제전시장과 공동으로 개최예정인 '세계도로교통박람회 2005' 개최와 관련하여 올해로 17회째 개최되는 세계적으로 가장 대표적인 도로교통박람회로 알려진 네덜란드의 Intertraffic에 도로교통분야의 국제동향과 파악과 '세계도로교통박람회 2005(International Road and Traffic Expo 2005)'의 홍보를 위하여 참가하였다. 지난 2002년 16회 박람회와 비교하여 그 규모가 더욱 커지고 참가업체수도 더 증가함으로써 도로교통산업의 시장규모확대와 각 업체간 경쟁이 더욱 치열해지고 도로교통장비산업의 첨단화가 정보통신분야의 기술발전에 힘입어 더욱 빠르게 진행되고 있다는 것을 느낄 수 있었다. 또한 세계적인 도로교통박람회가 아직 자리잡지 못한 아시아 시장에 전시회 주최측은 물론 참가업체에서도 상당한 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있었으며 향후 무한한 발전 가능성이 있는 분야임을 재차 확인할 수 있었다.

<전시회 개요>

- 전시회명: Intertraffic Amsterdam 2004(www.intertraffic.com)
- 금년 전시회 주제 : 주차, 교통, 인프라의 설계, 관리, 정비를 위한 무역 전시회
- 개최지: 암스테르담 RAI전시장
- 성격: B2B
- 기간: 3월 30일 ~ 4월 2일
- 참가업체수: 650 개사
- 참관 바이어 수: 109개국, 24,109명
- 주최자: RAI 전시장
 - 담당자: Mr. Sebas Van den Ende
 - 주소: PO Box 77777 1070 MS Amsterdam
 - 전화: +31 (0)20 5491212
 - 팩스: +31 (0)20 5491889
 - 이메일: intertraffic@rai.nl

세계도로교통 박람회인 Intertraffic이 암스테르담 RAI전시장에서 3.30 ~ 4.2까지 4일간 암

스테르담 RAI 전시장에서 있었다. 이번 전시회에는 네덜란드 건설교통부의 Mr. Karla Peijs의 10대 혁신제품상 수상자를 발표함으로써 시작되었다.

주차설비/관제, 교통신호, 도로건설 및 유지보수, 도로안전표지, 속도위반단속시스템, 교통검지장비 등 각종 최첨단 도로교통장비가 전시되었다.



인터넷 기능 속도위반 단속카메라(Monitron사)

1. 신제품 동향

텔레메틱스 제품 등 신기술 복합제품 출시

이번 전시회의 특징은 이제 더 이상 도로교통 산업이 단순 제조업이 아니며, 신기술과 접

목된 제품이 많이 출시되었다는 것이 특징이다. 앞으로 도로교통장비가 신기술과 접목된 제품이 시장을 주도할 것이라는 전망을 해도 무방할 것으로 보인다. 이번에 네덜란드 건설교통부 수상 10개의 제품을 봐도 텔레메틱스 제품 등 신기술 복합제품이 다수를 이루었다.

Scheidt & Bachmann사는 주차난이 심한 곳에 주차를 예약할 수 있는 시스템을 도입했다. 핸드폰에 바코드를 전송하고 동 바코드를 주차장 출입관리기의 검지장치에 제시하면 자동으로 주차장으로 들어갈 수 있도록 하는 시스템이다. 시내 중심가 등 주차를 예약함으로써 고객의 주차 수요를 충족시키는 제품이다.

Monitron사의 Monispeed 레이저 카메라 스피드건 시스템은 무선 랜을 사용하여 압축된 디지털 영상을 전송할 수 있도록 설계되었다. 따라서 카메라를 설치해놓고, 차량 안에서 속도 위반자 정보를 검색해 볼 수 있게 되었다.



주차 예약 시스템(Scheidt & Bachmann사)



리눅스 OS 적용 주차관리 제품(미래산전)

Scheidt & Bachmann사와 경쟁하는 우리 기업 제품으로 리눅스 OS를 적용한 주차관리 관련 제품이다. 리눅스 운영체제를 사용함으로써 시스템이 다운되는 가능성을 대폭으로 줄였고, 시스템 가격을 경쟁사 대비 50%선으로 절감하여 경쟁력을 확보하여 유럽 바이어들의 관심을 받았다.

고객의 요구에 부응한 제품 출시



칼라 발광 인도 표시물(Holophane사)

빛을 내는 도로 표시물을 보기는 쉽다. 하지만, 칼라로 빛을 내기는 어렵다. 프랑스 도로 표시물 제조업체인 Holophane사는 우리나라에서 일부 신호등에 설치된 LED를 인도에서 발광하도록 하는 제품을 출시해 전시참가업체 및 바이어들의 시선을 끌었다.

통행요금 자동징수장비 (Excel Technology사)

전자 톨 게이트를 이용하는 나라에서는 화물용 태그를 자동차용 태그에 사용하는 차량이 많이 있다. 이유는 단순하다. 비용을 절감하기 위해서 이다. 이에 대응하는 제품이 Excel Technology에서 나왔다. 동사는 지나가는 차량의 크기를 추적할 수 있는 제품을 출시하여 인기를 끌었다.



이동식 공사장 표지판(TMA사)

도로공사시에 설치되는 이동식 공사장 표지판으로서 차량방호시설물과 결합된 제품을 출시하여 운전자와 공사장 인부의 안전을 확보하기 위한 장비를 출시, 참관객들의 관심을 이끌었다.

2. 우리 참가 업체 동향

총 17개사 참가

- 한국주차설비공업협동조합 회원사 11개사
- 한국관 구성 참가

한국주차설비공업협동조합 회원사 11개사 공동 전시회에 참석했다. 회원사 중 9개사가 한국관을 공동으로 구성하였으며, 대경전자기업(dkee.co.kr), 미래산전(misco21.com) 2개사는 독립부스로 참가했다. 이외에도 LG 화학, 서울 반도체 등이 독립/조립부스 형태로 참가했다.

한국관 참가 5개사와 대경전자기업과 미래산전은 상담이 활발했으며, 한국관 구성기업의 5개사는 성과없이 끝났으며 기술격차를 실감해야 했다. 주요한 성과로는 신기술로 Joint Venture(합작)제의(4~5개사), 기술/마케팅(3~4개사)등의 의견교환이 주요한 성과로 보인다.

아직도 우리기업과 기술격차 여전

SKIDATA, Scheidt & Bachmann, ASCOMM 등 선진 기업이 하드웨어, 소프트웨어, 인지도에서 상당히 앞서 있다는 것을 실감

하였지만, 소프트웨어 경쟁력, 새로운 지불 시스템의 기계의 도입, 원가경쟁력을 바탕으로 틈새시장을 공략하고 있었다.

가격대는 유럽기업의 50%~70%선을 가지고 있어 가격적인 면에서는 우월하나, 에러 발생율이 상대적으로 낮다는 지명도를 지닌 Skidata 사나 Scheidt & Bachmann사 등을 뚫고 유럽시장을 공략하기에는 아직 힘이 부족하다는 느낌이 들었다.

주차관제는 에러자체가 고객입장에서는 중대한 손실로 우리기업이 얼마나 이러한 에러율을 줄이느냐가 시장진입에 중요한 관건이 될 것으로 보이며, 신 지불수단에서 적극적인 신기술의 도입이 필요하다고 판단되었다.

우리 기업에 맞는 타겟시장이 있어

국내의 A사는 주차철골구조를 건설한다. 한국시장에서 많은 건물을 짓고 유럽시장에 나와서 시장 가능성을 타진해 보았다. 하지만 유럽시장에서는 우리제품과는 다른 주차시설을 사용하고 있었다. 우리처럼 주차타워가 거의 존재하지 않았다. 네덜란드에는 타워형 주차시설이 8개 밖에 없다는 것을 알았으며, 주차시설이 전부 지하로 간다는 점도 새롭게 파악된 사실이다. 유럽권에서는 복잡한 주차시설을 사용하지 않고 단순한 시설을 사용하고 있었다. 벨기에의 단순한 팔레트 방식과 이스라엘의 이단식 제품이 통했으며, 우리처럼 거대 주차타워 시설은 통하지 않는다는 것이었다.

지속적인 마케팅 필요성 절감



B사

는 회사가 있구나 라는 반응을 보이는 경우가 있었다.

동사 관계자와의 면담 중에서도 바이어들이 와서 “스페인 제품이냐? 영국제품이냐?”라고 물어와서 담당자를 당혹하게 만들었다. 제품은 갈수록 좋아지고 있으나, 아직까지 마케팅에는 초년병인 것이다. 동사의 담당자도 우리가 우리의 제품을 체계적으로 알리지 않아서 생기는 문제로 앞으로 지속적으로 전시회에 참가하여 홍보하는 것이 필요하다는 입장을 밝혔다

원가절감 IT 기술활용 해야

주차설비공업협동조합 한국관 참가 업체가 주요 시장 리더라고 언급한 Scheidt & Bachmann사는 다양한 제품을 출시했다. 스마트카드, 핸드폰, 코인 등 다양한 수단이 주차설비에 사용되었으며 인터넷을 이용한 주차장 관리의 주요 제품을 출시했다.

이에 대한 C사의 대응을 눈 여겨 볼 필요가 있을 것 같다. C사는 임베디드 리눅스 운영체제를 제품의 단가를 낮추고, 윈도우 CE를 사용함으로써 생길 수 있는 시스템 다운현상을 대폭 개선하였다. IT 기술을 활용한 원가절감의 예라고 하겠다.

신흥시장 선점경쟁 치열할 듯

- 선진 기업도 아시아에 눈을 돌린다

이번 전시회에서의 특징은 아시아 바이어들이 많았다는 것이다. 면담을 해 본 Scheidt & Bachmann사, Sernis사, HCIS사 등 업체들에 따르면 아시아 바이어들의 방문이 지난번 보다

대폭 확대되었으며, 이들 시장에 진출을 위한 노력을 기울 일 것이라고 밝혔다. HCIS사는 Intertraffic Asia 특히 중국 전시회에는 꼭 참가할 예정이라고 밝혔으며, Scheidt & Bachmann사는 지사를 설립하고 중국진출이라는 모험을 시작했다고 밝혔다. 또한, 동아시아 시장도 다시 살아나고 있다고 생각하고 있었다. 말레이시아 시장이 지난 2~3년간 신규빌딩 수요가 적었는데 다시 빌딩을 짓고 주차관련 시설의 수요가 증가하고 있어서 이 지역에서 마케팅활동을 강화할 예정이라고 밝혔다.

우리 업체들의 생각도 거의 이 부분에서 일치하고 있다. 유럽시장은 이제 거의 포화상태라고 판단하고 있다. 그리스가 올림픽 개최로 주차, 도로교통 등의 수요가 크게 늘 것으로 생각했으나 이번 전시회를 통해서 느낀 바이어들의 반응은 생각만큼 시장이 커지지 않을 것이라는 쪽으로 생각이 정리된 듯하다.

인도, 중국 쪽 시장은 전시회 참가, 합작법인 설립 등 각 기업별로 진출전략을 세우고 있는 것으로 나타났다. 국내의 B사의 경우, 대만기업과의 협력을 통해서 중국시장을 진출할 계획이며, 앞서 언급한 Scheidt & Bachmann사는 지사를 설립하여 공략하는 등 하는 등 치열한 움직임을 보이고 있다.

중국이 쫓아온다

우리가 원가우위만을 내세워서는 안 되는 이유가 있다. 바로 중국이다. 동 전시회 독립부스 참석업체인 D사는 자신의 제품을 카피한 중국 제품이 버젓이 전시회에 전시되는 일을 경험하였다. 한국주차설비조합의 관계자는 “바이어를

위장한 샘플구매에 대응이 필요하다. 이들은 몇 개월 동안 반응이 없다가 제품을 모방한 제품을 시장에 내 놓는다.”라고 중국의 카피를 경계하였다.

실제 위기의식을 느낀 기업은 D사만이 아니었다. 국내 E사의 부스를 방문했을 때 E사는 분주했다. 중국의 참가기업이 E사의 주력상품과 같은 제품으로 시장에 나왔기 때문이다. “이제 이 제품도 다 간건가?”라는 얘기가 관련업체로부터 나오기까지 했다.

Intertraffic도 중국간다

아시아 쪽 전시 계획을 보면 기업이 어떤 시장에 관심을 가지는가를 알 수 있다. 2005년 Intertraffic Aisa는 태국에서 개최된다. 하지만, 2007년의 경우 중국에서 개최하기로 확정되었다.

KINTEX(한국국제전시장) 전시관계자와의 면담에서 주최자 SEBAS VAN DEN ENDE는 2007년 한국, 중국을 검토하고 있다고 밝혔으나, 아시아 담당자를 떠 본 결과 이미 중국으로 결정되었다고 말함으로써, 한국에서 동종의 전시회가 개최된다는 점을 알게 되었다.

3. 전시회에서 느낀 점

IT로 승부하라

C사의 예에서 보듯이 주차관제 시스템에서는 시스템 다운과 주차티켓발행시의 에러를 낮출 수 있는 방안을 마련하는 것이 필요하다. 국내 IT상용화가 상당히 이루어지고 있으므로 이



C사

우리나라의 주차관제 시스템의 중견기업인 B사와 C사가 이번 전시회에 각각 독립부스를 마련하여 자신들의 제품을 내세웠다. B사는 18년의 시행착오를 거쳐 축적된 경험을 바탕으로 제품을 만들어서 자신있게 이번 전시회에 나섰으며 이번 전시회에서 상당한 성과가 있었다. 하지만, 아직도 일부 바이어들의 반응은 한국이 이런 걸 만들다니 유럽기업 외에도 이런걸 만드

를 활용하는 것이 어떤가 하는 생각을 하게 되었다. 또한, 다양한 지불수단이 우리나라에서 먼저 시험되고 있으므로 이를 상용화하는 협력 관계를 형성하여 시장에서 혁신 제품을 출시하는 것이 필요해 보인다.

국내의 F사는 주차 관제에 화상 인식기술을 도입하였다. 벨기에의 차량 번호판 자동식별이 가장 난제였으나 현지의 50% 수준의 인식률을, 이 회사의 경우는 약 95%이상으로 높임으로써 바이어들의 관심을 끌었다.

전시회 철저히 준비해야 한다

B사의 관계자는 “어중간하게 할거면 전시회에 안 나오는게 차라리 낫다”라고 밝혔으며, 한국관의 여러 업체도 같은 말을 하였다. 이번 전시회에서 한국관으로 처음 참가했다는 점에서는 의의를 지닐 수 있지만, 조금만 신경 썼으면 고칠 수 있는 문제도 발견되어 아쉬움이 남았다. 바이어들은 제품구분 → 업체명 → 부스번호 순서로 카탈로그를 살펴보고 부스를 찾아가는데 이번 공식 카탈로그에서는 한국관 참가업체는 한국업체라고 해서만 표시되었지 품목군별 표시에서는 빠져있었다.

부스의 위치 배정과 설계는 중요한 요인이다. 사전에 철저히 연구검토가 필요한 부분이다.

한국관의 경우 외진 곳에 위치하는데다가, 바이어들이 들어오기에 부담스럽게 설계되어 있었다.

또한, 전시회에서 국내에서와 같은 경직된 태도로 상담을 진행하는 것은 곤란하다는 생각도 들었다. 서구 업체의 부스는 자연스럽게 상



제품소개위주의 한국관



상담위주의 SKIDATA부스

답하도록 유도한 반면 우리의 부스는 제품소개 위주로 평면적으로 구성된 면이 있었다.

기본적인 것 보완 필요하다

이번 전시회에서 솔직히 한국관 업체의 경우 유럽에서 요구하는 품질 자격을 구비하지 않은 업체가 많이 참가했다. 한국관 참석업체에서 CE 마크를 획득한 업체는 3개에 불과하며 추진 중인 업체가 2개사 그리고 없는 업체도 5개나 되었다는 문제점이 있었다.

또한, 사용자 편의의 설계가 필요하다는 점도 느낄 수 있었다. D사의 경우 원가 절감으로 기술우위를 가질 수 있었으나, 막상 사용자가

주차티켓을 뽑을 때 영수증이 끼는 문제점이 있었다. 관계자는 조속히 문제점을 고칠 것이라고 밝혔다.

10대 혁신 제품

업체명	선정 제품	주요시장	관심시장	한국시장	담당자	특기사항
Sernis (www.sernis.com)		유럽 스페인, 이태리, 영국	아시아 (당분간 유럽 시장에 중점)		Mr. Fernando Afonso .Tel 3512533000440 .Fax 351253300449 .이메일 fafonso@sernis.com	· 아시아 바이어 방문증가 · 사고 많은 지역 중심 진출
HCIS (www.hcis.fr)	도로상황 모니터링	프랑스	아시아	합작 / 하청	Dr. Bouchaib HOUMMADY .Tel 33 3 86655794 .Fax 33 3 86 655907 .이메일 bhoummady@aol.com	· Intertraffic China에 관심
Arsenal Research (www.roncalli-teleomatics.com)	텔레메틱스 제품, 도로 상황, PDA에 전송	오스트리아	NA	시스템 안정화 이후 진출 관심	Mr. Schonberg .Tel 43 2236 4797523 .Fax 43 2236 47975 90 .이메일 torsten.shoenberg@prisma-solutions.at	· 파일럿 프로젝트 단계임
SKIDATA (www.skidata.com)	모바일 주차 티켓팅 제품	유럽, 미국	아시아			
Prismo (www.primo.co.uk)	도로 발광물질	유럽, 미국, 인도, 러시아	말레이시아	도로투자활성화		· 한국 전시회 참가 관심
Parkmate (parkmate.nl)	저전압 LED	독일, 스위스	아시아		Mr. Markus Forster .Tel 41 1-2402894 .이메일 mforster@hctronic.com	· 아시아 의사소통 문제 해결 필요
DTV Consultants	보행자 정보를 신호 등으로 전달	유럽				
UTSCH	자체 발광 차량 번호판	유럽				
Vialis (www.vialis.nl)	도로교통정보 관제	체코, 벨기에 라트비아, 폴란드	아시아		Mr. Dick M. Veldmaat, B. S.c. .Tel 31 235189211 .이메일 dick.veldmaat@vialis.nl	· 서비스 부문 중점

4. 정부 지원 절실

IT 개발인력과 연계 되도록 연결고리 만들어줘야

제품이 복합화 되면서 IT가 하나의 경쟁력을 가지는 요인이 되어가고 있다. 하지만, 중소기업의 입장에서 필요인력을 키워서 개발하기에는 한계가 있다. 따라서 이를 위한 기업간의 연결고리 역할을 정부에서 해줘야 한다.

체계적인 전시회 지원 아쉬워

F사 사장님은 사전에 바이어들한테 초청장을 띄우는 코트라식 지원이 필요했었다고 밝혔다. 즉, 중소기업은 바이어 없는 전시회가 될 가능성이 많기 때문에 이를 위한 지원이 필요하다고 판단하고 있었다.

철저한 B2B 전시회 개발

이번 전시회에 참석 우리 기업들의 대부분은

한국에서도 이렇게 많은 바이어들에게 제품을 홍보할 수 있다면 비용이 절감되고 좋겠다는 입장을 밝혔다. 하지만, 한국전시회는 바이어와의 기업과 기업보다는 대중을 위한 쇼같은 느낌이 든다고 밝혔다.

이번 전시회는 철저히 B2B이다. 우리가 이와 같은 좋은 전시회를 가지기 위해서는 철저한 B2B를 이끌어야 하며, 이에선 정부의 적극적인 지원이 필요하다. 당장, 중국에서 전시산업이 발달하고 있어 우리의 전시산업을 위협하고 있다. 동북아 물류중심이 되기 위해서는 이의 기반이 되는 교류가 이루어져야 하며, 이를 위해서는 중국 기업들이 한국의 전시회에 참여할 수 있는 기반의 마련이 필요하며, 출입국관리제도의 정비가 필요하다.

또한, 전시회 주최자 측에서도 B2C에 가까운 B2B전시회를 개최함으로써 실제 고객들이 우리 전시회를 외면하고 있다는 점을 생각할 필요가 있다.