



'83 電氣用品市場調查團의 西獨 Lindenmaier 공장 방문

1. 目的

本會는 國產 電氣用品의 輸出을 增大시키고 技術 開發을 촉진시키기 위해 電氣用品 技術 先進國인 유럽 지역에 市場調查團을 파견하게 되었다. 지난해 東南亞 지역을 대상으로 市場 調查 활동을 한데 이어 이번에는 電氣用品의 本고 장인 유럽 지역을 訪問 輸出 가능 품목을 調查하고 주요 生産工場을 見學하는 등 技術開發을 誘導하도록 한 것이다.

2. 期間 및 地域

- 5월 18일~6월 5일
- 영국(런던), 서독(프랑크푸르트), 프랑스(파리), 스위스(쥬리히), 이탈리아(밀라노, 로마)

3. 團員 명단

- 단장 : 정경춘(신일정밀 사장)
- 단원 : 김진만(동건공업 사장)
권태완(신한일전기 사장)
강창길(동화양행 사장)
최대영(한양전자 사장)
김두한(한양전자 전무)
김용찬(반디상사 사장)

조규학(한성화학공업 사장)

김홍곤(민성전기 사장)

한기원(대현종합상사 사장)

서명수(우전전업사 사장)

○ 간사 : 박재권(本會 技術調查部長)

4. 各 地域의 市場 動向

1) 西 獨

西歐 市場에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 西獨은 타분야에서도 마찬가지로 특히 電氣用品産業에 있어서도 生産 輸出 入 등의 규모 면에서 先導的 역할을 담당하고 있다. 西獨의 電氣電子技術協會의 報告에 의하면 작년도의 총 판매액이 DM 100억 정도에 달하고 있어 그 전년도와 비슷한 수준으로, 실제로는 製品 價格의 상승을 고려할 경우 약 2~3%가 감소한 것으로 보아야 하며 따라서 西獨의 家電製品産業은 아직 침체 상태에서 벗어나지 못하고 있으며 금년 下半期에 가서야 비로서 서서히 회복될 것으로 展望되고 있다. 또한 生産業者들은 1978년부터 1980年 사이에 걸쳐 에너지 소모를 평균 8% 정도 낮추었으며 1985年 目標인 평균 10~11%의 에너지 절약을 위한 家電製品 生産에 박차를 가하고 있으며 대부분의 家電製品의 경우 經濟性, 便宜性 및 實効性과 더불어 많은 부문

이 에너지 절약형으로 개선되고 있어 1985年 目標을 어느 정도 달성해 나아가고 있는 것으로 알려졌다.

주요 家電製品의 에너지 절약 실태를 보면 아래 표와 같다.

품 목	85年 目標	1978~1980年
냉장고	15~20%	9.8 %
세탁기	7~10%	5.1 %
오븐	11~13%	8.1 %

이와 같이 높은 에너지 절약을 조기 실현하게 된 原因은 1978年 이래 에너지 절약형 오븐이 每年 50%씩 販賣가 급증한 데 기인하여 生産業者들이 더욱더 큰 에너지 절약형을 開發 販賣한 데 그 원인이 있는 것으로 알려졌다. 이와 같은 西獨 家電製品의 에너지 節約型의 開發 生産은 內需뿐만 아니라 海外競爭力의 優位 확보에도 그 목적이 있는바 우리나라 家電製品 生産業界 역시 에너지節約型 家電製品의 生産에 더욱 주력할 것이 요구된다.

그리고 西獨 家電製品의 市場 구조를 보면 電熱機器 33%, 電動力應用機器 28%, 세탁 또는 세척기류 22%, 기타 17%로 되어 있고 최근의 普及率은 전기다리미 96% 진공청소기와 냉장고가 95%로서 가장 높은 市場 飽和 수준이고 토스터 72%, 커피머신 77%의 순이다.

그리고 주요 品目別 生産량을 보면 다음 표와 같다.

(단위: 천대)

品目	年度		전년대비 증 감 륜	83年예상
	81年	82年		
냉 장 고	1993	2035	2.1 %	1932
자동식세탁기	1758	1784	1.5 %	1869
수동식세탁기	136	128	△5.9 %	119
진공청소기	3010	3102	3.1 %	3385
전 기 쿠 커	1216	1287	5.8 %	1383

또한 전기제품의 수입 총액은 7億 9,600 만 弗로서 그 수입의존도는 24%이며 수출은 총 16億 200만弗로서 수출의존도가 49%에 달하고 있어 상당한 강대국의 하나이다. 또한 對競爭國의 進出 현황을 보면 모터에 있어 유니버설 모터는 경쟁국으로 스페인, 일본, 대만 및 홍콩을 들 수 있으며 그 중 홍콩은 82년도에 200만弗 수출 실적을 올려 경쟁국의 선두에 서 있으며 교류 모터에서도 홍콩은 140만弗로 수출 실적이 제일 많고 기타 東歐諸國과 브라질, 中共, 스

페인 등지로 나타나 있으나 이 중 中共은 이 품목에서 약 82만弗의 수출 실적을 올려 주목할 만하다.

또한 직류모터는 東歐 국가 싱가포르, 멕시코, 대만, 홍콩 등 상당수의 국가들이 수출하고 있는바 홍콩은 약 500만弗, 대만 150만弗의 수출 실적을 올렸다.

전반적으로 홍콩과 中共은 소형 및 중형 모터에서 매년 상당한 저력을 갖고 西獨市場에 進出中이다. 또한 換風機 部品の 경쟁국으로는 아랍국가와 대만, 홍콩, 말레이시아, 싱가포르 등이 진출하고 있고 믹서기는 홍콩이 상당히 앞서고 있어서 年 41만弗 이상을 輸出하고 있다.

이상과 같이 홍콩은 모든 電氣製品에서 상당한 수준을 점유하고 있다. 따라서 우리나라의 電氣製品 輸出 가능 품목으로는 각종 모터류, 환풍기, 믹서기, 분말기, 전기장판 등을 들 수 있는데 이러한 품목의 市場 進出이 어렵고 시급하다. 우리나라도 교류모터에 있어서는 2개의 모터 전문 생산업체에서 82년도에 美國, 日本에 1,500만弗 이상 輸出한 실적이 있어 市場 多邊化를 위해 歐州市場 開拓이 바람직하다.

그리고 모든 工產品 製造의 기초 분야이며 제품 품질에 직접 영향을 주는 金型産業을 보기 위해 프랑크푸르트 貿易館의 주선으로 Lindenmaier 工場을 訪問했다. 종업원 900名과 自動化된 製造 및 檢査設備를 갖추고 각종 金型 제작을 위한 工作機械, 自動車部品, 電動工具, 심지어 다리미 밀판까지도 찍어내고 있었는데 50年 歷史를 갖고 自體 生産 경험에서 얻어진 技術과 Know-How의 蓄積으로, 生産製品의 精密性を 보장하고 있다. 이러한 生産라인을 돌아보고, 우리 電氣用品의 품질 향상을 위해선 素材, 金型 등 基礎工業 분야의 技術開發이 시급하다는 점을 절감하게 되었다.

한편 信一精密 정경춘사장은 STAT GART 工場을 訪問 小型 모터의 輸出 商談을 추진한 결과, 현재 일본, 대만, 홍콩으로부터 輸入하고 있는데, 앞으로 韓國으로부터도 輸入하겠다는 意思를 표시했다.

2) 英國

파운드貨의 弱化 및 企業의 生産性 향상 등에

힘입어 완만한 景氣 回復 조짐을 보이고 있어 下半年에는 景氣回復이 본격화 될 것으로 전망된다. 따라서 信用割賦購賣의 容易 및 인플레이션 安定으로 消費材 製品 분야에서 계속 需要 증가를 보여 電氣電子 분야에도 輸入 증가가 예상되며, 특히 마이크로웨이브 오븐의 需要는 급신장하고 있는데 우리나라는 82年 25만 8,000파운드를 輸出하여 極東國家로서는 日本을 제외하면 유일한 輸出國이며 今年度 1/4 分期 중 14만 8,000파운드를 輸出 絶對量은 적은 수준이지만 前年同期對比 약 2배가량의 증가를 보이고 있다. 따라서 우리나라 製品의 弊價가 認定을 받고 있는 것으로 분석되어 앞으로 輸出 확대 노력에 따라 市場 점유율을 대폭 증가시킬 수 있을 것으로 보인다. 競争國의 輸出價格을 비교하면 日本이 台幣 105파운드, 스웨덴과 프랑스 124파운드, 韓國 74파운드로 나타나 있다. 그 외 품목별 市場을 보면, 스위치의 輸入市場 규모는 약 7,200만弗로서 가장 많이 輸入되는 제품 분야는 産業用 스위치로 전체 輸入 규모의 약 70%를 점유하고 있고 競争國 進出 현황은 홍콩 80만弗, 대만 47만弗, 싱가포르 54만弗이고 한국은 5만弗에 불과하다.

電氣모터는 輸入 규모가 약 800만弗로서 輸入 증가 추세에 있고 경쟁국 중 대만, 홍콩에서는 절대량이 아직 적은 수준이지만 상당히 進出을 시도하고 있다. (대만: 100만弗, 홍콩: 38만弗)

換風機는 英國의 40個 戰略産業 중 하나이며 輸入額보다 輸出額이 약 5.5배이다. 輸入市場 규모는 약 100만弗의 소액이며 대부분 歐洲에서 供給되고 있으며 우리나라를 비롯 홍콩, 대만, 싱가포르 부터는 아직까지 공급된 바 없다.

선풍기는 輸入 규모가 약 1,300만弗로 홍콩 300만弗, 대만 25만弗이고, 한국은 1만 2,000弗의 실적이 있다.

電氣밥솥은 輸入 규모가 약 180만弗 정도이고 輸出은 580만弗로 競争國으로서는 홍콩이 4만弗이고 韓國은 5만 5,000弗 輸出實績이 있다. 따라서 輸出 가능 품목으로서는 産業用 스위치, 전기모터, 선풍기, 電氣밥솥을 들 수 있다.

그리고 信一精密에서는 Smith Industry와 소형모터 輸出을 위한 商談을 추진, Sample과 示方書를 提示 성과를 올렸다.

3) 프랑스

프랑스 經濟의 전반적인 침체 현상으로 인한 緊縮 政策 등으로 消費者들의 購買力이 약화되므로써 프랑스 家電業界의 販賣高가 격감되고 있다. 예컨대 비디오 제품이 60%, CTV가 30%, 세탁기, 냉장고, 접시탁기 등은 대체로 7~8% 감소를 보여 당분간 어려울 것으로 전망되고 있다. 한편 電子部品 輸入이 증가하는 등 貿易赤字 深化 현상이 國內 賃金 引上과 各種 社會 經費 부담 증가에 의한 生産原價 上昇으로 低賃金 國家 제품과의 價格競争 劣勢에 그 원인이 있다고 판단하여 82年度부터 電子産業 특히 部品産業 育成을 위해 技術開發 및 設備投資 지원을 강화하고 있는데 이 계획이 끝나는 86年 이후에는 國內外 競争力이 대폭 강화될 것으로 전망되고 있다. 일반적으로 電氣製品은 EC 域內 交易이 활발함에 따라 西獨과 이탈리아 제품이 많이 진출해 있고, 競争國으로서는 日本, 홍콩, 대만이 진출해 있다.

프랑스 제품 중 믹서, 다리미, 압력밥솥은 國際競争力이 있는 것으로 보였다.

流通 구조를 보면 他先進國에 비하여 비교적 낙후되어 있으며 대규모 바이어보다는 소규모 零細 輸入業者가 많아서 韓國과 같이 원거리에 있는 國家들은 市場 浸透에 많은 어려움이 있다. 이러한 流通 구조의 落後性 때문에 최근 電氣電子製品과 같은 일부 規格 製品은 전문상보다, 백화점, 슈퍼마켓 같은 現代의 流通 채널을 통한 거래로 轉換되는 추세에 있다.

주요 품목의 生産動向을 보면 다음 表와 같다.

(단위: 천대)

品目	年度	81年	82年	增減率
세탁기		1493	1529	2.4%
냉장고		745	730	△2%
진공청소기		1602	1589	△0.8%
전기쿠커		63	65	3.2%
電子렌지		29	30	3.4%

그리고 파리무역관의 주선으로 프랑스 家庭用品製造協會 事務局長을 방문, 유사 단체로서 상호협력을 위해 자료와 정보를 교환하기로 협의하였다.

4) 스위스

스위스는 중계무역이 고도로 발달하여 스위스

지역으로의 진출이 일단 효과를 거둘 경우 여타 歐洲지역으로의 진출 확대가 용이한 Test Market으로서의 特性을 지니고 있다. 日本을 비롯한 자유중국, 중공, 홍콩 등 경쟁국들은 이러한 重要性을 일찍부터 認知하고 서둘러 진출한 결과, 최근 輸出 商品 및 金額面에서 모두 우리나라를 능가하고 있다. 특히 家電製品의 경우 現地 消費者들이 제품의 品質보다 流行 디자인에 더욱 관심을 보이고 있어 디자인 開發에 중점을 두어야 할 것이다. 新規 購入 희망 품목으로는 컬러TV, Video Set, 각종 음향기기, 계산기, 시계용 집적회로 등이다.

5) 이탈리아

이탈리아의 電氣製品은 EEC域内에서 상대적으로 저렴한 人件費로 인해 EEC市場에서 競爭力이 강하여 냉장고, 세탁기, 선풍기 등을 많이 輸出하고 있다.

主要 품목의 生産動向을 보면 아래 表와 같다.
단위: 천대

年度 品目	81年	82年	增減率
자동식세탁기	3837	3875	1 %
냉 장 고	4027	4187	4 %
진공청소기	874	890	1.8 %
전 기 쿠 커	147	152	3.4 %

한편 이탈리아 政府는 消費材電子製品의 國內 生産擴大를 꾀하고 있어 向後 同國은 電子完製品보다는 部品輸入量이 增加할 것으로 展望된다. 同國의 大家電製品 메이커인 Zanussi社는 냉장고와 세탁기 生産에서는 Philips를 능가하고 있으나 TV生産 部門의 活性化를 위해 앞으로 消費用 電子製品 분야에서 提携 관계를 맺기로 합의한 바 있다. 輸出 가능 품목으로서는 인터폰 녹음기용 소형모터 등이다.

그리고 밀라노에서는 AXIS 모터 전문생산공장을 방문하였는데 건평 3,000坪, 종업원 150명으로 完全自動의 生産라인에 의한 各種 모터를 生産하고 있었다. 제품의 生産 과정을 세밀히 보고 設備의 自動화와 技術 開發을 통한 生産性 提高, 品質 향상 등으로 原価節減의 필요성을 재인식케 되었다. 또한 作業能率을 올릴 수 있도록 라인간의 간격, 通路 등이 잘 정비되어 있고 採光과 換風이 용이하도록 設計된 천정과 깨끗한 食堂 등 從業員에 滿足感을 주기 위하여 세

심한 注意를 기울이고 있는 점이 特인상적이었다.

5. 電氣用品 輸出 擴大 方案

1) 西歐 諸國의 Life Style과 高所得으로 인한 소비자 기호의 다양성 등을 파악하였다. 이에 적합한 製品 開發이 필요하며 例컨대 換風機, 믹서 등은 住宅 구조와 食生活이 다름에 따라 다양한 모델이 나와 있어 歐洲에 적합한 모델의 개발이 요청되었다.

2) 小量 受注 態勢 확립

歐洲의 輸入業者들은 신중하고 보수적이어서 첫거래에 있어서는 忍耐가 필요하며 小量의 샘플 注文에 적극 應해야 去來를 열 수 있다.

3) 電氣用品의 歐洲 지역 輸出을 위해선 먼저 歐洲諸國의 安全規格(西獨: VDE. 英國: BS 등)을 취득할 필요가 있다. 특히 安全規格獲得 能力이 부족한 中小企業에 대해서는 각종 支援이 필요하다.

4) 部品の 系列化 時急

完製品 輸出은 당장 어렵겠지만 部品の 輸出은 가능할 것으로 보여지며 이를 위해선 部品の 專門化, 系列化를 통해 品質과 價格面에서 競爭力을 확보해야 될 것이다. 예컨대 輸出 가능한 部品으로서의 소형모터와 스위치를 들 수 있는데, 용도와 기능에 따라 다양하지만 모터류 중 유니버설 모터와 기타 교류모터(0.05kw 이하) 소형 직류모터가 되겠고, 스위치 중 수요가 많은 산업용 스위치의 진출이 바람직하다.

5) 市場調査團의 수시파견

電氣用品市場調査團을 수시로 파견하여 단계적이고 중점적인 문제점의 포착과 現地 제품의 디자인 및 가격 동향은 물론 競爭國의 수준을 측정, 우리 나라도 輸出市場에 대응해 나아갈 수 있는 제품 개발에 도움이 되도록 하여야 할 것이다.

6) 國際博覽會의 적극참가

世界景氣가 萎縮勢에서 83年度를 정점으로 점차 상승 상태로 전개되리라는 예측과 병행하여 需要가 점차 증가하리라고 본다. 이에 따라 장차 우리 나라는 世界的인 國際博覽會의 적극참가를 장려하여 輸出 확대에 기여토록 할 것이다.