

'91년도 전자부품산업의 전망과 대응



손 옥
삼성전기(주) 전무

1. 國內外 經營環境 分析

1. 電子産業을 둘러싼 經營環境

○輸出沈滯現象의 持續과 함께 內需도 萎縮될

海外與件			國內與件			競爭力與件		
'89	'90	'91	'89	'90	'91	'89	'90	'91
△	×	×	○	△	×	×	×	×
○先進國 景氣沈滯 ○中東事態로 油價 上升 壓力 深化 ○各種 保護主義 팽배 ○知的所有權 強化			○景氣沈滯로 內需 不振 ○可'處分所得 增加 鈍化 ○國內市場開放 으로 內需市場 잠식 憂慮 ○家電品の 高普及 率			○人件費, 福祉費用 上昇 ○競爭國보다 高金 利 ○非價格競爭力 脆弱 ○商品構造 脆弱, 은 東南亞産에 열위		
• 蘇·東歐의 新需要			• 勞使環境 安定局面			• 元貨換率 小幅 切下		

※註: ○는 否定的 要人 •는 肯定的 要人을 意味함.

展望이기 때문에 '90年보다도 經營環境이 惡
化될 可能性이 憂慮된다.

2. 一般電子部品業界의 經營環境

○'91年中 豫想되는 마이너스 要因

區 分	動向 및 展望
海外與件	○日本과 臺灣 部品業體의 덩핑공세
國內與件	○SET業界의 海外部品 購買 움직임 ○CTV, VTR 등 家電製品의 需要限界 ○PC, 交換機, 電話機 등 情報通信機器 의 需要縮小
競爭力與件	○核心部品の 技術導入 困難 ○SET業界의 單價引下 要求持續

○이중에서도 海外部品業體의 國內市場 잠식과
SET業界의 海外部品 購買 움직임은 國內 一
般電子部品業界에 심각한 타격을 줄 것으로
分析되며 日本·臺灣 部品業體의 덩핑공세
로 國內 部品市場을 공략키 위해 國內價格보
다 10~30% 싸게 販賣되고 있다.

(例: PC용 200 W급 SMPS의 경우, 연초 6
만원대에서 4만원대로 下落)

金星社, 三星電子 등 國內 세트업체는 部品
의 海外購買戰略을 마련하여 長期 經營戰略
의 一環으로 海外新規去來先 發掘→海外購
買센터의 현지 法人化 推進→地域別 國際調
達센터를 연결하는 Global Network 構築이
필요하다.

2. '91年 一般電子 部品産業 展望

1. 最近의 一般電子部品産業 景氣動向

'90年 1~9月中 電子部品 全體로는 輸出이 前
年同期對比 12.0% 增加한 반면 로칼은 -10.4%
를 기록하였으며 一般電子部品の 경우, 生産은
前年同期對比 15.2% 增加했으나 輸出과 시판
이 각각 5.4%, 8.0%의 小幅增加에 그쳐 業界
의 在庫負擔을 가중시키고 있는 것으로 나타났
다.

특히, 同期間中 로칼이 마이너스成長(-2.2%)

을 기록하였는데, 이는 家電製品의 大幅的인 輸出減少(-10.1%)가 主要原因으로 分析된다.

〈一般電子部品の 景氣動向('90.1~9)〉

區	分	'89.1~9	'90.1~9	增減率(%)
生産	百億원	269	310	15.2
輸出	億 \$	18.5	19.5	5.4
로칼	億 \$	18.5	18.1	-2.2
市販	百億원	50	54	8.0

品目別 輸出現況을 보면 PCB, 건전지가 마이너스 成長, VTR TAPE, DECD Mechanism, Speaker는 제자리 걸음, TV용Tuner, Wkrl Head가 소폭 增加하는데 그쳤다.

電子産業 全體의 生産·輸出動向('90.1~9月)을 보면 전체로는 生産이 12.0% 增加했으나 輸出은 2.7% 소폭 伸張이고, 특히, 家電製品의 不振(生産 1.1% 소폭증가, 수출-10.1% 대폭감소) 電子部品業界에 큰 타격을 주고 있다.

〈電子部品の 生産·輸出動向('90~9)〉

區	分	'89.1~9	'90.1~9	增加率(%)
生産	百億원	1,331	1,490	12.0
生産用	"	284	326	15.2
家庭用	"	498	504	1.1
電子部品	"	549	660	18.0
輸出	億 \$	121.7	124.9	2.7
産業用	"	24.7	25.2	2.0
家庭用	"	44.3	40.7	-10.1
電子部品	"	52.7	59.0	12.0

2. '91年 一般電子部品産業 展望

(1) '90년도 生産·輸出 豫상(商工部, EIAK 資料로부터 三星電機 作成) 生産이 前年對比 6.4% 增加한 430億원이 豫상되며 輸出은 27.1億\$로 前年對比 5.4%의 소폭 增加가 豫想된다.

(2) '91年度 生産·輸出豫望(三星電機 自體 豫望)

輸出不振이 지속될 뿐만 아니라 內需도 크게 위축될 것으로 豫상되어 '91年中 生産과 輸出의 回復豫望이 불투명한데 輸出不振 背景을 보면

'90年中 下半年以後에도 L/C내도가 不振하고 既存 輸出方式「技術導入→低價品 大量生産→로칼위주」限界가 있다.

內需萎縮 背景은 景氣沈滯로 長電製品에 대한 購買力 減少하고 國內市場 開放으로 外國産 部品輸入 急增하고 있다.

따라서 生産은 前年對比 5.8% 增加한 4兆5,500萬원, 輸出은 28.5億\$로 前年對比 5.2%의 소폭증가에 그칠 豫望이다.

〈'91年度 一般電子部品産業 豫望〉

區	分	'89'實績	'90'豫想	'91'豫望
生産	百億원	494(12.0%)	430(6.4%)	455(5.8%)
수출	億 \$	25.7(5.5%)	27.1(5.4%)	28.5(5.2%)

* '91年 電子産業 全體의 生産·輸出 豫望

〈'89年度 電子産業 豫望〉

區	分	'89'實績	'90'豫想	'91'豫望		
				大字經	第一經	三星電機
生産	百億원	1,900(10.6)	2,108(11.0)	10.3%	8.0%	2,320(10.1)
産業用	"	409(22.6)	475(16.2)			556(17.1)
家庭用	"	666(-0.9)	718(7.8)			754(5.0)
電子部品	"	825(15.9)	915(10.9)			1,010(10.4)
輸出	億 \$	165.6(5.4)	172.8(4.4)	8.8%	8.1%	182.0(5.3)
産業用	"	43.9(8.1)	37.3(7.0)	6.5%		40.0(7.2)
家庭用	"	53.0(-8.1)	53.5(-7.8)	1.7%		50.0(6.5)
電子部品	"	72.7(17.7)	82.0(12.8)	14.6%		92.0(12.2)

* 註: 大字經=大字經濟研究所 資料, 第一經=第一經濟研究所 資料
()는 前年對比 增減率임(%)

3. 業界動向 및 對應戰略

1. 一般 電子部品産業의 構造變化

(1) 電子部品에 대한 Needs 變化

Set의 多樣化, 高性能化를 反映하여 電子部品の 小型化·複雜化 추세가 가속화되고 있는데 일본의 一般電子部品の Chip比率 豫望('89年→'93年)을 보면 세라믹콘덴서(62%→75%), 탄탈콘덴서(59%→68%), 고정저항기(57%→72%), 코일(21%→38%), 콘넥터(3%→10%), 스위치(5%→10%), 로 豫상된다.

전자 Tuner 및 Modulator의 IC화도 진전되어, '90年代末에는 One Chip화가 될 것이다.

또한, 부품의 Custom化 진전으로 Set 메이커와의提携強化(Set 開發段階부터 共同參與 등)가 필연적으로 要請되고 있다.

(2) 民生用部品과 産業用부품의 複合化

'90년대에는 産業用機器의 家電製品化(家電製品에 Home Computer 및 通信機能이 결합되는 System)가 확산되어 기존의 민생용기기·産業用機器라는 商品概念이 모호해지고, 이에 따라 一般電子부품도 民生用部品·産業用部品이란 區分이 설득력을 잃을 것이다.

(3) Set메이커와 부품메이커의 綜合化

Set메이커의 내재화와 부품메이커의 Set分野 進出이 活潑하여 Set메이커와 부품메이커의 領域區分이 불분명해져 「電子部品業體의 專門化」라는 概念이 모호해지고 있다.

따라서 Set메이커의 내재화(關聯 部分野에의 參與)가 가속될 것이다.

(東芝, 日立, SONY, 三洋電機, SHARP의 AV機器用 專門部品生産)

또한 부품메이커의 關聯 Set分野 進出 活潑해 질 것이다.

(京CERA의 카메라·8mm 캠코더, ALPS의 32 BIT PC 市場 參與)

이에 따라, 부품메이커는 범용부품을 중심으로 專門化를 推進하며, 向後에는 범용부품도 CUSTOM化가 진전되어 專用部品化가 진전되어 專用部品化될 것이다.

2. 日本 一般電子部品業界의 最近動向

(1) 21세기에 대비한 中·長期經營戰略을 活潑히 전개해 賣出目標 達成은 물론 “收益性改善”에 최대 역점을 두고 共通目標인 新規事業分野 確立, Global化에 대응, 새로운 기업을 創造할 것이다.

〈日本 一般部品業體의 中·長期 經營戰略〉

(單位: 億엔)

區分	名稱	개시년(賣出)	目標年(賣出)	賣出AAGR
T D K	NT PLAN	'88.4(3,606)	'97.3(1조엔)	12.0%
三協精機	FINE MEC-HANISM & INTELLIGENCE	'90.4(997)	2000.3(3,000)	11.6%
星電器製造	CHALLENGE 1000	'90.4(604)	'94.3(1,000)	13.4%
T O K I N	中期經營企劃	'89.12(667)	'93.3(1,000)	10.7%

(2) 90년대의 主力製品 開發, R&D 強化, 해외거점의 INSIDE化 積極 推進

區分	主要戰略
製品開發戰略	<ul style="list-style-type: none"> ○'90년대의 새로운 主力製品 開發 ● 半導體分野, LCD分野에 新規進出 (松下部品, TDK, 村田) ● 情報通信用, CAR用, 光部品 擴大 (ALPS, 松下部品, 京 CERA) ○ 특히, 콘덴서 專門메이커의 非콘덴서 部門 強化 움직임 活潑 ● 日本 CHEMICON, NICHICON : H-BIC, SMPS, 精密메커部品 등
R&D 戰略	<ul style="list-style-type: none"> ○ 材料研究所를 設立하여 基礎研究에 主力 → R & D 投資擴大 ● TDK : '90年中 200億엔을 R & D 投資(賣出額의 5% 水準) ○ 專門工場別 연구거점간 協調體制 構築
海外旅行戰略	<ul style="list-style-type: none"> ○ 海外生産比率 擴大 → MADE IN MARKET에서 더 나아가 ● OUT TO OUT體系(現地生産 → 現地·第3國 販賣) 構築 ○ 研究部門의 現地化 推進 → 단순한 SHARE 擴大에서 脫避 ● 松下電子部品 : 歐洲中心으로 現地 엔지니어 積極 育成

*結論적으로 ① 收益性改善에 중점을 둔 經營戰略의 實踐, ② 꾸준한 R&D投資 擴大로 새로운 主力製品 開發, ③ GLOBAL化에의 대응 등을 통하여 部品自體의 競爭力 確保는 勿論, SET의 競爭力을 回復하는데 기여하는 것이 一般電子部品業界의 사망명인 것이다.