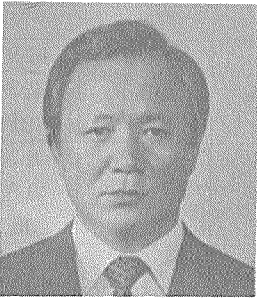


비디오산업 시장의 구조적 전환과 대응모색



박 원 희

대우전자(주) 중앙연구소/소장

1. 국내외 환경변화

1) 국내 전자산업의 현 지위

우리나라의 전자산업은 그동안 비약적인 성장을 거듭해서 생산측면에서 보면 '70~'89년 사이에 연평균 34.2%라는 고도성장을 지속했다. 같은 기간중 경제성장률이 18.5%인 것에 비하면 국가경제의 확대에 견인차 역할을 해 왔음을 알 수 있으며, 수출면에서도 전자산업이 전

산업에서 차지하는 비중이 '89년 현재 26.6%를 차지하고 부가가치생산도 제조업에서 16.7%를 점하여 우리나라의 전체 산업에서 그 주도적인 지위를 굳히고 있다.

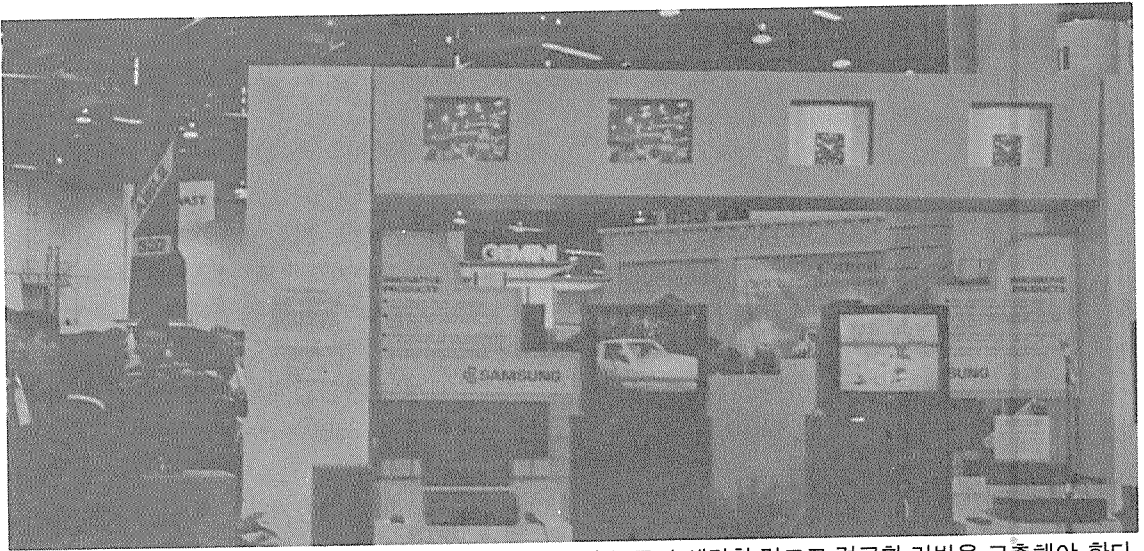
또한 세계 전자공업계의 지위면에서도 우리의 전자공업이 '89년 4.3%의 비중을 차지하여 생산면에서는 미국, 일본, 서독, 영국에 이어 제5위를, 특히 가전기기부문에서는 일본에 이어 제2위의 생산국으로 부상하였다.

'50년대 말 진공관식 라디오의 조립생산을 시발로 가전산업의 기반확립에 나선 우리나라는 '71년 GNP의 0.4%, 전자전기제품 총생산액의 23.9%를 차지하였으나 '89년에는 동 4.7%, 동 35.1%를 기록하는 등 가전산업의 발달은 그 눈신 바가 크다.

가전산업의 이러한 성장의 배경에는 세계가 전시장의 주도품목 변화에 적절히 대응한 다종 지원 정책에 힘입은 바가 크지만 가전산업이 기술과 고용, 그리고 부가가치 측면에서 모두 특화되어 우리의 경제개발목표에 가장 부합된 산업이었기 때문이다.

한편, 세계가전시장의 동향을 보면 가전산업을 비롯하여 전산업에서 압도적인 우위를 점했던 미국이 자국산업의 구조조정 측면에서 생산기지를 해외로 점차 이전함에 따라, 제조기술 습득 및 수출시장의 확보를 절실히 필요로 하던 일본은 이 공백을 쉽사리 메워나갈 수 있었고 이 보다 20여년 뒤늦게 세계시장 메카니즘에 합류한 한국은 주로 일본의 개발전략 노선을 전면수용하는 구조를 구축하여 후에 원자재 및 주요기술의 대일의존을 심화시킨 부작용의 일면도 갖게 되었다.

'70년대까지 양적인 팽창을 거듭하던 세계가전시장은 '80년대에 이르러 기존제품이 성숙기에 접어들게 됨에 따라 '80년대 초에는 수요 및 산업성장이 크게 후퇴하였으나 기술개발의 진



장·단기적인 대응책으로 제품개발, 제조, 기술 등의 세밀한 검토로 견고한 기반을 구축해야 한다.

<표-1> 전자산업의 국내지위

구 분		'70	'75	'80	'85	'89
수 출 (백만불)	전 자 수 출	55	582	2,015	4,352	16,562
	총 수 출	835	5,081	17,505	30,283	62,377
	전 자 비 중 (%)	6.6	11.4	11.4	14.4	26.6
부가가치생산 (10억원)	전 자 수 출	12	149	674	2,322	6,764
	제 조 업	559	2,624	11,214	21,285	40,522
	전 자 비 중 (%)	2.1	5.7	6.0	10.9	16.7
고 용 (천 명)	전 자 수 출	29	107	165	270	491
	제 조 업	1,268	2,175	2,955	3,504	4,841
	전 자 비 중 (%)	2.2	4.9	5.6	7.7	10.1

자료 : 한국전자공업진흥협회, 전자산업기술개발 5개년계획, 1990. 10

<표-2> 가전산업의 세계시장규모

(단위 : 억불)

구 분	'88	'89	'90	'95	'2000	성 장 륜 (%)			
						88/89	89/90	90/95	95/2000
세계 전자시장	6,690	7,300	7,820	11,980	17,410	9.1	7.1	8.9	8.3
가전시장전체	1,190	1,240	1,280	2,049	2,473	3.7	3.2	9.8	6.8
미 국	240	245	252	344	405	2.4	2.6	6.4	4.85
일 본	160	167	172	237	246	4.3	3.4	6.6	3.64
유 럽	165	174	177	242	281	5.4	1.3	6.5	4.73
기 타	631	654	679	1,260	1,641	3.6	3.8	13.3	9.2

자료 : 한국전자공업진흥협회, 전자산업기술개발 5개년계획, 1990. 10

전이 이루어지면서 신규 수요가 일어나 '80년대 후반에는 연평균 14.0%의 고도성장을 달성하였다.

2) 신기술, 신제품

'80년대 중반이후 신규수요를 겨냥한 기술개발 노력의 성과로 VTR, CDP, Camcorder,

MWO, CTV 등의 기능과 성능이 대폭 향상되면서 제품의 대형화, 초소형화, 패션화, Digital化로의 진전이 이루어져 수요의 대폭적인 창출을 낳았다.

특히 CTV에 이은 엄청난 수요잠재력을 보유한 VTR의 경우 '70년대 후반이후 가전산업의 주도품목으로 부상하면서 전자산업의 발전에 크게 기여하였다.

마쓰시다(松下)를 선두로한 VHS 진영과 소니(Sony)를 중심으로 한 β 진영은 Marketing과 기술고도화 경쟁에 몰입하면서 신수요를 창출해 나갔다.

이미 아는 바와 같이 거치형 VTR의 경우 세계시장이 VHS 방식으로서의 정착이 확고해짐에 따라 가정용 VTR의 선두를 꿰었던 Sony는 기존의 β -VTR은 그 기술구성의 우위로 전문가를 상대로 하는 시장으로 특화시켜 나가면서 8mm Video의 개발에 전략을 집중시켜 갔다. 그러나 이러한 시장에서의 기술우위에 입각한 차별화가 급속히 진행되어 가는 한편 선진국들은 기술보호무역주의의 강화를 일층 노골화하여 첨단기술 확보란, 선진국 수입규제 등에 직면한 우리나라는 일대 가전산업의 재구조화를 기하지 않을 수 없는 상황을 맞고 있다.

3) 경쟁력 상실에 직면

일본에 이어 세계 제2위의 VTR 생산국 위치를 점하고 있는 우리나라의 VTR 산업은 '85~'89년 걸쳐 연평균 37%의 생산증가를 기록하여 동기간 CTV의 27.5%를 훨씬 능가하였다. 또한 이 기간 내수시장도 대폭적으로 확대되어 연평균 38.2%의 성장을 보였다. 수출도 같은 기간 3低 好況에 힘입어 연평균 56.8%나 신장되었다.

그러나 '89년에 들어서면서 비교우위의 가격경쟁력을 보유했던 수출부문에 브레이크가 걸리기 시작했다. 지속적인 임금인상 및 원화절상으로 가격경쟁력이 약화된 가운데 미국, EC 등 주요수입국의 보호무역주의 강화로 수출은 둔화되고 있다.

특히 엔高 이후 해외생산으로의 이전을 추진한 일본은 풍부한 자금과 기술을 바탕으로 현

지의 싼 임금을 결합하여 우리나라의 주된 시장이던 중, 저가시장의 흡수를 꾀하고 있다.

부문의 계속되는 지반약화에 직면하여 수입규제를 피하여 주요소비국에서의 현지생산과 자체 Brand판매의 확대 등 非價格競爭部門에도 눈을 돌리고 있다.

2. 경쟁력 확보방안

1) 경쟁력 약화요인

선진국의 첨단기술 이전기피와 보호무역주의, 더불어 세계주요소비국의 수요감퇴는 우리 VTR산업의 전망을 흐리게 하고 있다.

또한, 국내적으로도 유통시장의 개방으로 日本의 주요 가전社들은 우리 소비자들의 일본 전자제품 선호에 편승해 국내시장 공략의 채비를 갖춰 나아가고 있다. 더욱이 국제무역질서 속에서 성장을 담보받았던 우리로서는 완전한 수입개방의 압력에 맞설 명분이 점차 사라짐으로써 머지않아 내수시장도 국제 비교우위의 논리가 작동하는 엄청난 변화를 겪게 될 것이다. 그러면 안팎의 이러한 압력에 직면한 우리나라 VTR산업은 어떻게 대응해야 할 것인가? 결론적으로 말하자면 앞서의 신기술, 신제품의 개발이외에는 달리 방도가 없다.

그러나 유감스럽게도 이 처방의 효과는 막대한 자금과 인력의 투자가 장기간에 걸쳐 이루어진 후에야 가시화되는 것이어서 당장에 직면한 우리의 어려움을 해결하는 데에는 큰 기여를 하지 못한다. 물론 우리 기업이 그간 양적인 팽창으로 홀리 규모의 경제만을 추구하는 등, 비판적인 부문도 있지만 VTR산업의 일천한 역사를 갖고 있는 우리로서는 경쟁우위의 확보를 위해 다소 불가피했던 면도 간과할 수 없다.

그러면 지금 시점에서 우리의 경쟁력을 회복하기 위해 최우선 되어야 할 부분이 어떤 것인지 살펴보기 위해 주변의 여건을 정리할 필요가 있다.

첫째, 현재 선진국의 거치형 VCR 보급률이 이미 70%를 넘어서고 있는 관계로 기본적인 시장추이는 담보상태를 면하기 어렵다는 것을 전

제로 하여야 할 것이다. 울들어 미국시장에 일부 대체수요가 일고 있으나 성장기의 시장과는 근본적으로 다른점에 유의를 해야할 것이다. 다만 Camcorder 등 신제품 수요는 왕성한 것으로 보인다.

둘째, 선진국의 신기술이전 기피가 보편화되는 추세이므로 고부가가치 상품의 시장진출에 있어서 시장수요에 제대로 타이밍을 맞출 수 없는 상황이 해가 거듭될수록 그 빈도를 더해갈 것이라는 점을 인식해야 한다.

세째, 일본의 동남아 현지공장에서 생산한 제품의 공세는 일본의 집요하고도 특별한 대동남아 경제인식에 기초를 두는 한 앞으로 한국에는 커다란 위협이 될 것이므로 제조 품질의 우위를 확보하는데에 신경을 써야 한다.

네째, 선진국의 수입규제에 대응하여 비롯된 해외현지공장의 그간 운영상에 노출된 문제들을 정리하여 그 효율성 제고에 나서야 한다.

다섯째, 국내시장의 수입개방은 돌이킬 수 없는 현실임을 인식하고 소비자의 요구파악을 위해 기업은 조직과 인력의 효율적인 대응방안에 나서야 한다.

이상에서 살펴본 우리 VCR산업의 현황에 기초를 두고 시급히 풀어야할 과제를 압축하여 보면 다음의 세가지이다.

- 품질의 안정화
- 제품의 다양화
- 대고객 서비스 강화

2) 품질의 안정화

그동안 우리 가전산업은 주로 조립, 생산기술 부분의 경쟁력을 갖추어 세계시장에서 상당한 지분을 확보할 수 있었다.

즉, 동등가격 제품에 있어서 경쟁국과 비교해 일정한 품질수준을 유지할 수 있었던 까닭이다.

그러나 3저 호황을 지나면서 동시에 조우하게 된 노사분규와 임금인상 러쉬는 생산 Cost

에 어필되지 않고 잠복하여 지나버림에 따라 오늘날에는 이때의 호트러진 근로분위기가 부담이 되고 있는 것이다. 제품의 불량률이 급증한 원인을 꼼꼼히 생각해 볼 일이다.

그러면 최소한 우리가 유지했던 품질수준으로 돌아가기 위하여는 어떤 조치를 취해야 할 것인가? 이제 우리 기업은 회사 상황이 과거의 눈금으로는 가늠할 수 없을 만큼 멀리 나아갔다는 점을 절감하여 스스로 자기혁신의 길로 나서야 할 것이다.

제품의 설계단계에서 부터 품질의 안정화를 겨냥해 철저한 Review를 거듭하여야 하며, 이 검토작업이 기업내부에서는 Check List로써 훌륭히 정착되어 사내 모든 부문에서 제도화되도록 해야한다. 미국시장에서도 Design Quality에 대한 요구는 늘 우선되고 있다는 점을 염두에 두어야 한다.

특히, 신제품의 시장출하에 있어서 초도생산품의 품질은 향후 시장확보에 막대한 영향을 미치고 있으므로 개발 및 생산초기에는 모든 문제의 발생가능성을 Filtering 해야한다.

3) 제품의 다양화

우리 VTR업계는 그동안 2HD Mono VTR를 주력모델로 생산하여 오다가 그후 4HD Mono, 4HD Hi-Fi VTR 등으로 제품의 고급화에 대응해 왔다.

그러나 이후 Super VHS VTR과 같은 한단계 올라선 제품에 있어서는 일본의 기술이전 기피로 상당기간 벽에 부딪히면서 담보 상태를 면하지 못하고 있다.

상대적으로 높게 가격이 형성되어 있는 S-VHS 시장에서 일본이 투자비의 상각을 이룬 후에는 대폭적인 가격인하와 함께 대대적인 시장공세로 거치형 VTR 시장을 장악할 우려가 있다.

이렇게 기술의 고도화가 어려운 상황에서는 다른 한편 시장의 변화를 면밀히 주시할 필요가 있다. 근자의 소비시장은 회사의 분화가 진전해 감에 따라 다양한 Needs가 분출되고 있다.

따라서, 기동성 있게 이 흐름에 대응하여 예

를들면 연령별, 직업별, 남녀별, 가계수입별, 지역별 등 시장의 특화를 능동적으로 주도해 나아가야 할 때이다.

4) 대고객 서비스 강화

세계 수요는 '89/'90년에 걸쳐 미국이 -2.1%, 일본 -2.3%, 서구 -0.9%의 둔화추세를 보이는 반면 국내 및 동구, 동남아시아는 아직 보급률이 높지 않은 성장시장임을 고려해 이들 시장으로의 확대에 노력을 기울여야 할 것이다.

특히, 이들 시장에는 자가브랜드의 진출이 가능하므로 우리 제품의 인식을 장기적인 관점에서 심을 수 있는 호기로 이용해야 한다. 이때 중요한 것이 사후 품질보증 문제이다.

한번 판매한 제품은 끝까지 책임진다는 성실한 태도로 견고한 상거래를 유지하는 일이야말로 장기적인 擴販의 발판을 마련하는 길이다.

국내적으로도 Share의 확대가 아닌 시장확대의 견지에서 가전사는 공동의 인식을 하여야 한다. 방법론에서는 여러 입장이 개진될 수 있으나 금융, 세제, 사후고객관리 등 민수용 기기의 성격을 잘 고려해야 할 것이다.

3. 향후 전망과 대책

지난해 일본전자기계공업회의 민생해외조사위원회는 「한국민생용 전자기기 산업의 국제전개의 현황과 전망」이라는 보고서에서 한국이 안고 있는 문제점을 몇가지 제시하였는데 내용을 간략히 소개하면 아래와 같다.

① 인적 측면 :

- 박사가 관리자가 되고 있어 신기술의 이해가 어렵다.
- 정보, 자료가 수평적으로 흐르지 않아 연구의 공통기반 형성이 어렵다.
- 사업부와 중앙연구소의 역할 분담이 불투명하다.

② 주요기술측면 :

- 핵심부품의 독자개발 없이는 수입개방과 맞물려 기업의 기술개발 의욕이 더욱 떨어질 것이다.

③ 시장다각화측면 :

- 통상마찰의 회피를 이유로 현지 생산을 강화할 전망이다.
- 인건비 상승, 현지 부품조달확대, 유통 및 판매망 강화로 비용상승 압박을 받는다.
- 공산권과의 교역은 외환부족, 결제방법, 상관습의 상이로 밝지만은 않다.
- 일본시장은 가격 경쟁력만으로는 안된다.

④ 가격경쟁력측면 :

- R & D 투자가 상품화기술에서 고부가가치제품의 자사개발로 이행해야 할 시기이나 연구자간의 의사소통이 좋지않고 그 숫자도 부족하다. 또한 망라적인 연구분야를 커버하여 효율성이 떨어진다.
- 부품기업의 육성(품질, 가격)이 소홀하여 경제규모에 이르지 못하고 있다.

그러나 이상에 나열한 것을 반드시 한국만의 특수한 환경 탓으로 좇점을 맞출 필요는 없다. 발전도상의 모습을 그대로 보여주는 것이므로 개량을 거듭해 나가는 것이야말로 이 보고서에서 우리가 얻을 수 있는 교훈이라 하겠다.

이들은 기술이전과 관련하여 기술개발비와 창업자 이익이 기술사용료에 덧붙여지면 얼마든지 가능할 것이라 적고 있으나 S-VHS VTR과 같은 예에서 보듯이 자국이기주의 자세에서 더 나아가지 않고 있음을 엿볼 수 있다.

그동안 우리는 조립, 생산 부문의 집중투자로 일면 성과를 거두었으며 이제는 구조의 전환점에 선 입장이 되었다. 바로 이러한 시점에 우리가 취하고 있는 조치들을 검토해보면 올바른 방향으로 나아가고 있다고 평가를 내릴 수 있다.

'82년비, '89년의 연구시험실비는 80.6%가 증가했고 기술개발투자비도 '84/'89에 31.5%의 증가를 보이고 있다.

또한 정부도 HDTV, Digital VTR 등 첨단제품의 핵심부품에 대해 자금지원을 개시하고 있으며, 올 3월에는 「제조업 경쟁력 강화대책」을 관련 각부처가 수립하여 그 세부 내용의 시행에 들어갔다. 기술개발의 속도는 그 속성상 가속되기 마련이므로 국민적 합의가 마련된 것은

매우 다행스럽다고 생각된다.

앞으로 VTR 시장은 선진국을 중심으로 한 중, 고가시장과 동남아시아 및 동구, 남미의 중, 저가 시장으로 차별화될 것이며 특히 Camcorder의 시장전망은 매우 밝다.

또한, Digital화가 급속히 진전되어 소형, 경량화로의 기술경쟁이 격화될 전망이다. 특히 반도체기억소자의 집적도가 빠른 속도로 높아짐에 따라 VTR 신호의 Digital 처리는 점점 높은 비율을 차지해 나갈 것으로 보이며, '90년대 중반 무렵에는 HD-VTR과 Digital VTR은 HD-Digital VTR로의 이행이 가시화 될 것이다. 특히 Analog처리 기술에서 Digital 기술로의 이행은 기술개발전략상 우리에게 매우 유리한 상황을 가져다 줄 수도 있다.

아날로그 기술의 경우 그 특성상 오랜 경험과 축적된 Know-How가 바탕이 되지 않으면

안되는 바, 우리로서는 매우 취약했던 부분으로 예를들어 VTR의 핵심적인 신호처리 IC의 경우 전적으로 일본에 의지하지 않을 수 없었다. 이제 반도체의 발전으로 Digital화로의 전환이 가능해짐에 따라 그동안 Digital 신호처리에 많은 경험을 갖고 있는 구미의 관련 업체들이 다수있으므로 이들과의 기술협력을 통하여 대일의존적인 그간의 체질을 벗을 수 있는 한편 시장확보 측면에서도 새로운 국면을 맞을 수 있을 것이다. 구조적인 전환점에 선 우리의 VTR산업의 방향은 과거 노출된 여러 문제점들을 어떤 수순으로 매듭지어 가느냐에 따라 달라질 것이다.

우리의 형편을 명확히 파악한 장, 단기적인 대응책이 제품개발, 제품제조, 생산기술 등에 걸쳐 세밀히 검토되어 그 강고한 기반을 구축하여야 할 것이다.

