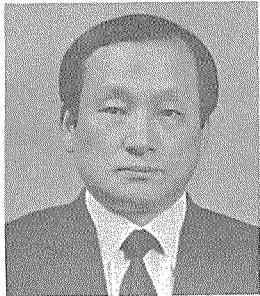


# 국내 가전산업과 유통시장 대응방안



김 규 연  
아남전자(주) 이사

## 1. 서 론

우리나라 전자산업은 지난 십수년간 수출주도형 산업으로 육성되어 오면서 국민경제를 선도해 옴은 물론 비약적인 성장을 거듭해 옴에 따라 오는 21세기의 고도 정보화사회에서는 국가 전략산업으로 부상하기에 이르렀다.

그중 전자산업은 지난 10여년간 연평균 25% 이내의 높은 성장률을 기록해 옴과 동시 선진기술의 토착화를 위한 부단한 노력과 독자적 기술개발을 통하여 국가간 경쟁력을 향상시키므로써 국가 Image를 높여 온 대표적 상품으로서 자리를 굳히고 있음은 자타가 공인하는 바이다.

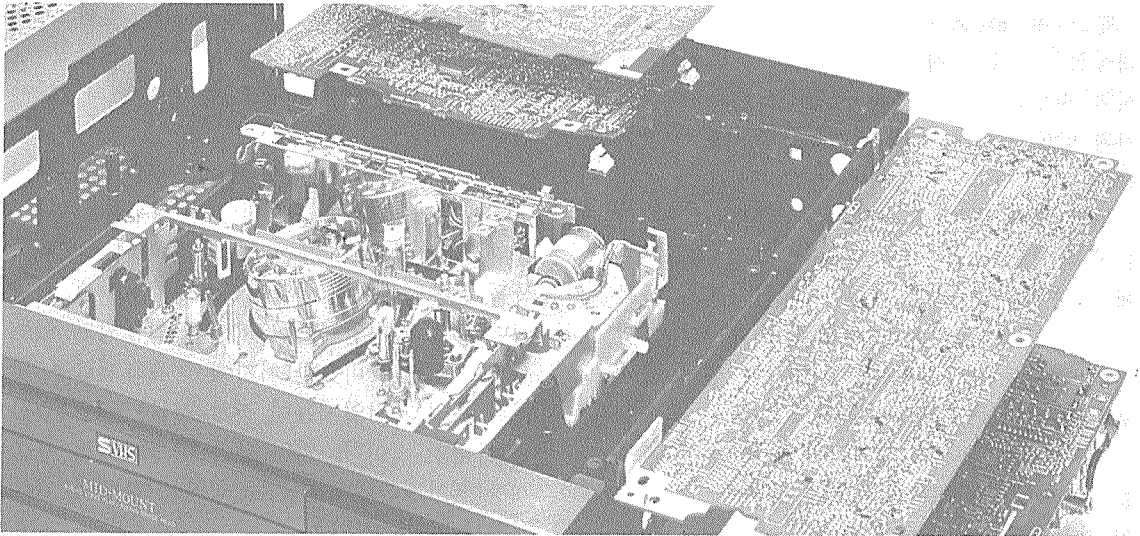
그러나 최근 국내 가전산업은 3저 현상의 퇴조는 차치하고라도 선진유럽 및 북미지역의 경제 Block 형성에 따른 보호무역 강화와 일본 해외공장 활성화 정책으로 인한 국제 가격경쟁력 저하 등의 제반 국제시장 여건악화로 수출이 급격히 감소하고 있는 악조건에 처하게 된 시점에서 미국의 통상압력이 강하게 작용하여 취해진 2단계 유럽개방 조치는 이제 막 성숙단계에 이른 가전산업 전분야에 쉼기를 가하는 위기상황이라 아니할 수 없다.

따라서 정부가 UR협상과 한미통상협상을 유리하게 진행시키기 위한 방편의 일환으로 서둘러 취해 진 3단계 유통개방 조치<표-1>는 국내산업여건이나 국내 유통업실태 및 국민 소비

<표-1>

단계별 유통개방조치 현황

제1단계 (1989년)	제2단계 (1991년)	제3단계 (1993년)
<ul style="list-style-type: none"> <li>유통업 기술도입 허용 및 도매업투자폭의 확대</li> <li>외국지사 규제완화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소매업 36개 업종의 선별개방</li> <li>점포수 및 점포면적 제한완화                         <ul style="list-style-type: none"> <li>-기존 212평에서 303으로 확대</li> <li>-기존 1개점에서 10개점으로 체인 확대 인정</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제한범위의 대폭축소</li> <li>완전 자유화의 전단계</li> </ul>



끊임없는 기술투자와 연구개발로 고객욕구를 정확히 파악 차별화된 양질의 제품을 공급해 나아가야 한다.

성향 등을 좀더 신중히 검토한 후에 단행했어야 그 충격여파가 작아지지 않았겠나 하는 아쉬움만 남을 뿐이다.

## 2. 유통업 개방의 단계별 현상

제1단계 개방조치를 통해 가장 두드러지게 나타나고 있는 현상은 외국의 체인회사들이 프랜차이즈 방식으로 국내의 기업체와 제휴하여 CVS체인 진출을 활발하게 전개하고 있다는 점이다.

네델란드의 「스파」는 우리나라에 제일 먼저 진출한 CVS체인으로서 서울의 「미도파」 부산의 「근대화체인」 대구의 「동아체인」 광주와 「화니체인」 등 국내 우수체인회사와 조인트되어 이미 국내 최대의 CVS 체인망을 형성하고 있는 상태이며, 한 발 늦게 출발한 미국계 「서클케이」·「로손」 등의 CVS 체인점도 대도시를 중심으로 10개 이상의 점포를 확보하고 가맹점 사업을 전개해 나아가고 있는 실정이다.

제2단계 개방조치는 '93년 국내 유통시장의 전면 개방을 목전에 두고 7월 1일을 기해 내려진 조치로써 외국 유통업체들이 국내에 303평 규모의 체인대리점을 10개까지 낼 수 있도록 규정한 것으로 대형전문매장 판매사업 전개가

용이한 우리 가전산업체에게는 가장 큰 쉼을 가한 조치라 할 수 있다.

그동안 국내 가전사들은 주로 자사계열 대리점을 조직하여 자사 대리점에 자사 제품만을 공급한 이른바 메이커 주도형 유통시장을 형성해 왔으나, 이제부터는 굴지의 외국 종합 가전 메이커나 유명 양판점 진출이 가능해짐에 따라 제조자 지배 시장체제로부터 유통업자 주도형 체제로 전환되면서 근대화된 대형 전자 물류센터에 의해 가전산업의 향방이 결정되기에 이른 것이다.

비록 체인매장 10개 이내라는 제한이 있다고는 하나 3조원에 달하는 국내 가전시장에 관심을 가지는 미국 및 일본업체가 십여개<표-2>에 달해 그 체인 점포수만 해도 100여개가 넘어설 전망이다. 이들로 앞으로 물고 올 외국 가전제품이 국내 가전시장에 미치는 영향은 이루 말할 수 없을 정도로 크게 나타날 것이다.

<표-2>

가전업체 국내 진출예상업체

대형 양판점(5개점)	종합 가전업체(10개사)
라옥스, 다이이찌전기	소니, 마쓰시다, 산요, 히다찌
베스트전기, 소고전기	아이와, 도시바, 샤프, 필립스
상신전기	GE, 텔레폰겐

제3단계 개방조치는 외국 유통의 제한범위의 대폭적인 축소와 자유화의 전단계적 조치를 예시한 것으로 전자제품의 수입선다변화 해제시기와 맞물려 더욱 국내 가전업체를 긴장케 하고 있다.

지난 '81년 7월이후 선풍기를 필두로 수입 자유화 되어오고 있는 가전제품은 무역 역조관계에 있는 일본지역에 대한 수입선다변화 품목 <표-3> 일부를 제외한 전제품이 개방되어 있는 상태이나 외국 제품들이 급격히 밀려 들어 오지 않고 있는 것은 TV, VCR, Hi-Fi 콤포넌트 등 국내시장에서 경쟁력이 높은 일본 제품들이 다변화에 묶여 들어오지 못하고 있는 것이 가장 큰 원인이 됨과 아울러 취급점포의 한정성 및 관세에 의한 불리한 가격구성요소가 외국제품의 국내 유입을 부분적으로 막아 주고 있기 때문이라고 분석된다.

<표-3>

91년 7월 현재 대일 수입선다변화 품목

전 자 제 품	주 방 용 품
1. 21"이상 C/TV 2. VCR	1. 가스렌지 2. 전기밥솥
3. CDP 4. AMP 5. Camcorder	3. 전기밥통
6. VDP	

따라서 3단계 조치이후 유통이 완전개방되고 다변화 품목의 해제와 더불어 수입관세가 점진적으로 낮아질 때 가전 유통분야에서 가장 큰 실질적 이익은 일본기업들이 차지할 것은 명확한 사실이며, 일반 유통분야에서는 미국의 「시어즈」 「몽고메리워드」 일본의 「다이에이」 「이도요가」 등의 GMS체인 형태로 진출할 것으로 전망되고 있다.

### 3. 유통개방이 가전산업에 미치는 영향

정부는 2단계 유통 개방에 앞서 제조업 주도형의 유통구조의 폐해를 방지하고 중소 유통업 강화를 통한 유통기능의 효율적인 분담과 상호 경쟁적인 발전을 유도하는 것을 목적으로 유통 구조조정대책을 지난 1월에 발표한 바 있으나,

현재와 같이 유통개방 2단계 조치로 인한 국제경쟁화 각축시점의 시각에서 재검토 된다면 각종 산업분야별 조정 대책도 함께 마련되었어야 했을 것이다.

예를 들면 우리보다 한 발 앞서 1986년도부터 유통개방의 물고름 든 대만의 경우를 본다면 불과 3년만에 주요 가전제품의 마케슈어 75% 이상을 일본업체에게 빼앗기므로써 <표-4> 탄탄했던 중형 가전업체들이 서서히 침몰되고 있는 사실은 대만과 비슷한 처지에서 유통개방을 맞게된 우리 가전업체들이 간과해서는 안될 절박한 사정인 것이다. 이와 같은 상황에서 유통개방이 가전산업에 미치는 영향은 다음과 같이 나타날 수가 있다.

<표-4>

유통개방이후 대만의 Video시장 M/S 현황

		'86년-90년	업 체 상 황
C/TV	• 대만 업체 M/S	82% → 23%	대만의 중소 생산 업체 급격한 몰락 야기.
	• 일본 업체 M/S	18% → 77%	
VCR	• 대만 업체 M/S	67% → 14%	
	• 일본 업체 M/S	33% → 86%	

첫째, 외국 전문유통업체의 매출확대책으로 선진침단 고부가가치제품의 저가 출혈판매가 단행되어질 경우 국내 가전메이커의 개발의욕 상실은 물론 이에 따른 부품소재 공업도 큰 타격을 받아 국내 가전산업 전반에 걸친 발전 저해를 가져올 수 있다.

둘째, 외국 유통전문업체의 양판점에 비해 매장 규모면이나 자금력, 전문화된 선진 판매 기법 등 상대적으로 영세한 규모를 면치 못하고 있는 국내 가전대리점 <표-5>들의 대규모 도산사태가 우려됨은 물론이다.

셋째, 이와같은 국내 가전사의 기존 전문 대리점의 도산은 바로 국내 내수기반의 붕괴와

<표-5>

국내 가전대리점과 외국 양판점의 예상 유통 경쟁력 비교

	매장면적	종업원수	월 매출규모
외국 유통 양판점	300평	30명	20억원
기존 국내 대리점	20평	5명	1억원

직결되어 가전업체의 손익악화에 따른 대외 경쟁력 약화로 수출기반도 여의치 못하여 국민경제에도 크나큰 타격이 예상된다.

네제, 국내진출 외국 양관점이 외국산 전자제품과 국산제품을 함께 취급하는 혼매체제하에서 그들의 막강한 판매력과 자본력을 바탕으로 국내 가전메이커에게 공급가격 인하 압력을 가하게될 경우 가전유통시장 가격의 질서는 자연히 깨질 것이며, 아울러 선진 외국의 고급 대형제품이 화려한 매장 인테리어 안에서 과소비를 부채질할 경우 우리 국민 소비성향과 맞물려 또다른 사회적 문제로까지 확산될 공산이 클 것으로 우려되고 있다.

#### 4. 유통개방에 따른 대응방안

정부는 외국인에게 유통업을 개방하기 전에 먼저 국내 유통업체나 생산업체에 내려진 여신관리법, 법인세법, 특소세법, 공정거래법 등 제반 규제조치를 완화해야 할 것은 물론, 공무원 연금매점을 비롯한 각종 연금매점 등을 강력히 폐지시키므로써 순수 유통업체에게 공정한 가격경쟁 질서를 부여하고 유통 근대화 자금의 재정지원도 과감히 확대하여 건전한 중소

유통업체가 육성될 수 있도록 정부차원의 확고한 지원책이 마련되어야 할 것이며, 외국 상품의 무분별한 국내 유입을 축소시키기 위한 수입제품의 안전관리법 강화와 선진외국과 마찬가지로 수입제품에 대한 민간차원의 소비자 검사기관을 설립하여 자국 산업의 보호역할을 분담토록하는 제도마련도 바람직하다고 생각된다.

그러나 정부의 지원이 아무리 강력하고 적극적인 방법이 된다 해도 업계자체가 자구적인 노력을 강력하게 실현하지 않으면 아무런 효력이 없을 것이다. 끊임없는 기술투자와 연구개발로 고객의 욕구를 정확히 파악하여 차별화된 양질의 제품을 적정한 가격으로 적기에 공급하면서 한편으로 확실한 대고객 서비스를 강화해 나아가 신뢰성있는 기업 이미지를 계속 높히게 된다면 그보다 더 좋은 대응 방안이 없을 것이다.

아울러 전문인력에 대한 교육훈련 투자를 확대하여 우수한 인재집단을 형성함과 동시에 모든 임직원이 너나할 것 없이 새로운 의식의 개혁으로 새로운 변화에 강력히 대응해 나아가 자신의 기업을 더욱 튼튼히 발전시켜 나아간다면 모든 개방시대에서 최후의 승리를 이룩할 수 있을 것이다.

