

# 지난해보다 4% 이상 수요감소 전망

99년도 가스보일러 시장규모는 98년 보다도 4% 이상 수요가 감소될 것이라는 업계의 시각이 지배적이다.

이는 국제통화기금(IMF)체제 2년째를 맞으면서 주택건설경기가 크게 위축되어 가스보일러 생산 규모가 97년 87만여대·98년 84만여대로 4.3%가 감소되었지만 올해의 수요는 98년 보다도 오히려 큰 폭으로 감소될 가능성이 있다고 전망하고 있는 업계는 내수시장을 지키면서 해외시장을 개척하기 위해 CE마크 획득 준비를 서두르는 등 자구책 마련에 부심하고 있다.

특히 98년 성수기를 맞아 자사가 개발한 신제품 설명회를 계획했던 업체 대부분이 설명회시점을 1~2월로 미루었고 매년 전시에 참여하여 자사홍보에 주력했으나 지난해에는 전시와 홍보, 관리 전반적인 비용을 삭감했었다는 점이다.

가스보일러업계가 구조조정을 통해 많은 인력과 비용을 감축해 왔으나 순이익면에서의 경영성과는 크게 두드러지지 못했다는 시각이 지배적이었다. 이미 98년 12월 5대 그룹들의 빅딜로 대우전자와 삼성자동차가 교환으로 가닥을 잡으면서 올해의 대우전자 가스보일러 사업부가 현행체제를 유지할 수 있을지와 후발주자인 동양매직이 보일러사업을 지속적으로 이끌어 나갈지가 업계의 관심사로 떠오르고 있다.

금년도 시장규모를 예측하기 위해 97년과 98년도 가스보일러 생산현황을 살펴보면 97년 자연배기식(CF) 8백, 98년 5백, 강제배기식(FE) 31만1천, 21만6천, 강제급배기식(FF) 56만5천, 62만3천여대로 97년 총 생산 87만7천여대, 98년 84만여대로 추정되고 있다.

이를 용량별로 살펴보면 1만kcal/h이하 97년 8백, 98년 1백, 1만~1만5천kcal/h 5만1천, 3만7천, 1만5천~2만kcal/h 61만1천, 58만3천, 2만kcal/h이상 21만3천, 21만9천여대로 추정되고 있어 갈수록 난방용량이 큰 것을 선호하는 추세라고 할 수 있다. 뿐만 아니라 배기방식에서도 자연배기식보다 강제급배기식 방식을 선호하고 있어 안전성과 온수용량을 고려하여 대형화추세로 전환되고 있다는 점이다.

올해로 국내에 가스보일러가 보급된지 17년째를 맞으면서 초창기 많은 문제점도 돌출되었지만 돌이켜보면 짧은 역사 속에서도 비약할만한 성장을 거듭하여 이제는 가스보일러의 본 고장이라고 할 수 있는 유럽지역으로 적은 물량지만 수출을 하고 있다는 점에 의미를 두고 있다.

가스보일러 7개사 중 대우, 대성, 경동, 롯데, 귀뚜라미보일러가 중국, 러시아, 유럽일부 지역에 가스보일러 시장 개척차원의 보일러를 수출했던 실적을 갖고 있지만 아직 이렇다할 만한 실적은 아니다.

그러나 이들 업체는 기술과 가격면에서도 경쟁할 수 있다는 판단아래 유럽시장진출을 본격화하기 위해 대우, 경동, 린나이, 대성, 롯데가 CE마크를 획득하기 위한 준비에 주력하고 있다.

대성셀틱의 경우만 하더라도 프랑스 샤프트에 모리사와 초창기에 기술을 제휴했던 만큼 이제는 주문자상표 부착방식(OEM)으로 유럽시장을 본격화한다는 전략을 수립했고 경동과 롯데도 해외시장 개척을 위해 샘플로 보냈던 보일러가 우수한 것으로 평가받고 있다고 판단 내수시장과 해외시장개척 등의 양동작전을 구사한다는 방침이다.

그러나 유럽지역권의 향후 가스보일러시장은 환경보존을 고려하여 이산화탄소 배출량을 최소화하기 위한 보일러시스템상의 새로운 난방기술을 발전시켜 에너지절약을 극대화로 변신한다는 점이다.

이를 위해 몇년전부터 독일의 바일런트(Vaillant)그룹은 바일런트와 라피도(Rapido)를 통합했고 독일보셰(Bosch)그룹은 프랑스의 엘름레블랑(ElmLeblanc)와 제미녹스(Geminox), 독일 옹커스(Junkers), 벨기에 레드슨(Redson), 영국 워치스터히터, 터기볼케이노와 같은 많은 가스기기업체들이 통합하여 거대한 그룹으로 태어나고 있는데 이러한 변화는 보일러업계의 시장 판도를 바꾸어 나가게 됐다는 점이다.

뿐만아니라 보일러업체들간 경쟁이 격심해지고 보일러생산능력은 수요를 초과해 보일러의 가격과 차별화 전략에 초점이 맞추어지고 있는데 이는 특수한 설계의 제품을 선호해 규모가 큰 회사일수록 고객중심의 투자에 따른 잇점을 갖게된다는 것이다.

결과적으로 볼 때 작은 규모의 회사는 표준화된 부품을 사용해 가격경쟁력을 갖게되며 규모가 큰 회사는 가격경쟁력 뿐만 아니라 신뢰성을 확보할 수 있다는 점과 신기술개발로 시장경쟁에서 유리한 고지를 선점한다는 점이다.

가스보일러 보급초기 국내 가스보일러 업체만 해도 20여개사에 달했으나 그동안 출혈경쟁으로 7개사만 남아있고 대부분의 업체들은 도산 또는

사업자체를 포기한 상태다.

올해 가스보일러 시장규모도 98년도에 비해 약 48%가 감소될 전망이다라는 견해를 놓고 볼 때 업체들의 자구책마련에 따라 경영은 더욱 부실해질 수 있는 가능성도 배제하기는 어려울 것이다.

현재 국내에서 가스보일러를 생산하는 업체가 7개사에 달한다고는 하지만 선두 2개사와 중간 4개사를 제외하면 후발주자는 선두주자와의 간격자체가 엄청난 차이가 있다.

물론 99년도 보일러시장을 전망해볼 때 주택건설사업자체가 크게 위축되어 있는 점으로 미루어 전략상의 주요포인트가 재개발다세대 주택부분으로 초점이 모아질 가능성이 클 것으로 전망되고 있다.

이미 보일러업체들은 자체적인 구조조정을 통해 몸집을 줄여 왔지만 향후 전개될 환경문제와 효율성향상을 높이기 위한 기술개발에 중점을 두고 있으나 새로운 기술개발은 밑바탕이 튼튼해야 한다는 점을 전제하고 있다.

따라서 시장상황이 아무리 어렵다고 해도 기본적인 목표를 달성해야 한다는 기본의식을 바탕으로

**대우전자, 동양대직 산업 현행유지 관심사  
환경문제, 포일양양 전자 기술개발 힘써야  
기술력확보 틈새시장, 전략상품개발 시급**

로 전략과 전술을 수립해 틈새시장과 전략상품을 개발하는데 중점을 두고 있다.

특히 가스보일러업체들과 그동안 시장 환경만을 탓하면서 대책마련에는 미온적이었으나 난방기기의 특성상 환경문제를 고려하지 않고서는 발전할 가능성이 희박하다는 판단아래 국제경쟁력을 확보하기 위한 자구책 마련에 눈을 돌리고 있다는 점만해도 괄목할만한 성과라고 할 수 있을 것이다. 보일러업계의 자구책마련으로 내수시장이 진작되고 해외수출에 따른 활로가 모색되기 위해서는 품질과 기술력확보가 우선되어야 한다는 점을 간과해서는 안될 것이다.