

한국 항공우주 및 방위산업 전시회 2007의 의의

2007년도 한국 항공우주 및 방위산업 전시회는 10월 16일부터 21일까지 6일간 서울공항에서 성황리에 개최되었다. 2005년도에 이어 대통령이 참석했다. 항공우주 및 방위산업 전시회는 IT, 모터쇼 등 일반 전시회와 비교하여 다른 특징 한 가지가 있는데, 그것은 일반 전시회는 고객이 일반 개인이지만, 항공우주 및 방위산업 전시회는 고객 즉 소비자가 대기업 및 국가기관이며 의사 결정의 중심에 국가가 있다는 것이다. 그래서 마케팅의 대상은 국가와 국가 차원의 의사 결정자이며 국가 차원의 마케팅 전략과 지원이 바탕이 되어야 한다. 따라서 전문가들은 항공우주 및 방위산업을 「국가를 대상으로 한 비즈니스 산업」이라고 하는 것이다. 대통령이 개막식에 참석한 것도 세계 각국을 향한 국가 차원의 마케팅 전략의 일환인 것이다.

● 항공우주 및 방위산업 전시회란?

각국의 정상들은 자국에서 열리는 항공우주분야와 방위산업분야의 전시회에 참석하여 직접 홍보에 나서고 있다. 2007 전시회에도 대통령이 개막식에 임석하여 항공우주분야와 방위산업분야에 국가 차원의 전략적 지원을 아끼지 않을 것임을 약속했다. 국내 업체들에게는 더 없이 큰 마케팅 효과를 본 것이며 한국 기업의 신뢰가 한층 높아졌다. 항공우주 및 방위산업 분야 마케팅은 “10년 마케팅으로 30년 고객을 확보하는 국가 차원의 전략적 홍보”라고도 한다. F-15K 전투기도 10년간의 협상 끝에 도입이 결정되었다. 당장, 몇 번의 만남으로 수주가 결정되는 것이 아니며 장기적인 전략으로 인내를 갖고 접근해야 함을 의미하는 것이다.

한국 항공우주 및 방위산업 전시회는 1996년 1회 전시회를 시작으로 격년제로 열리고 있다. 3회까지는 「서울에어쇼」라는 명칭으로 실시해 오다가 4회 전시회부터는 방위산업 분야를 통합하여 명칭도 한국 항공우주 및 방위산업 전시회로 변경되었다. 6회 전시회인 금년도에는 26개국 255개 업체(국내 85개 업체, 외국 170개 업체)가 참가했으며, 약 25만 명의 관람객이 방문했다.

전시회의 목적은 첫째, 국내의 관련 산업의 마케팅

장을 한자리에서 열어주고 국내 제품의 수출 기회를 제공함에 있다. 항공우주 및 방위산업 분야는 산업의 특성상 생산자(판매국)와 구매자(소비국)가 만나서 마케팅을 하기 위해서는 제한이 많다. 그 많은 대상자들이 서로 찾아다니면서 만나기도 쉽지 않거나, 만남 자체에 제한이 많다는 의미이다. 본 전시회는 관련 산업대표, 관련 국가들의 의사결정자, 협력업체 등 모든 관련 요원들이 제한 없이 열린 만남으로 마케팅을 할 수 있는 여건을 마련해 줌에 있는 것이다. 공군에서 세계 공군참모총장 회의를 전시회 기간 동안 개최하여 32개국에서 37명의 장관급, 총장 등 군 관련 VIP를 초청한 것은 군사외교는 물론 국가 차원의 마케팅의 일환인 것이다.

세계적으로 항공우주 및 방위산업 전시회는 전문 전시일과 일반 전시일로 구분하여 열리고 있다. 전문전시일(Business Day)에는 실제 고객과 판매자가 만나 수출·입 상담과 기술 교류를 한다. 사실 현 시점에서의 고객과 판매자는 모두 대기업 및 국가 차원의 의사 결정자들이 대부분이다.

따라서 전문전시일에는 일반인의 관람이 제한되는 이유가 여기에 있다.

국내 제품 중에 KT-1과 T-50, 차기전차, K-9 자주포, 차기 보병 장갑차, 무인시스템 등의 수출 상담이 활발히 진행되었고 여객기 공동 생산 개발을 위한 MOU가 체결되었으며, 수출 상담액이 10억불을 넘어섰다.

둘째, 선진 산업체와의 기술교류를 통한 국내 연관 산업의 발전을 도모함에 있다. 세계 일류 관련제품과 기술 그리고 미래의 개발 계획이 소개되었고 항공우주심포지엄, 무기체계세미나, 무인시스템 세미나 등 관련분야의 세미나가 활발히 진행됨으로써 이론과 실제 산업의 접목을 시도할 수 있었다.

셋째, 항공우주 및 방위산업에 대한 대국민 홍보와 미래의 주인공인 청소년들에게 관련분야의 꿈과 희망을 심어주며 국민 화합 축제의 장을 마련하는데 있다.

일반전시일(Public Day)에는 일반인들에게 제한 없이 공개된다. 방위산업은 그 특성상 일반인에게 공개가 제한되고 실생활에서 접할 기회가 적기 때문에 국민과 이격된 산업으로 느껴지고, 특정 산업으

로 받아들여지기 쉽다. 그러나 내부적으로 들여다보면 방위산업은 항공, 우주, IT, 정보통신, 전자제어 등 일반 국민과 친숙한 첨단 산업의 결정체인 것이다.

항공우주분야와 방위산업 분야는 국가 예산에 의한 내수 및 관수(官需)를 전제로 하며 거기서 얻을 수 있는 이익을 바탕으로 사업을 전개하는 구조적 특성을 갖고 있다. 따라서 국민의 세금이 투자되는 산업이므로 국민이 주인이며, 국민의 이해와 관심 하에서 발전할 수 있는 산업인 것이다.

전시회 기간 중 공군에서 국민 조종사 4명을 선발하여 우리가 만든 KT-1과 T-50 탑승 경험을 하게 해 준 것은 이러한 이유에서다.

● 우리나라 항공우주 및 방위산업의 현주소

우리나라 항공우주분야와 방위산업분야는 지난 20년간 우리나라 수출 주력 상품으로 눈부신 성장을 거듭해 온 IT, 정보통신, 자동차, 조선 산업 등 세계일류 기술 축적을 바탕으로 놀랄만한 발전을 이룩해 왔다.

항공우주분야는 KT-1을 양산하고 있으며 터키에 55대 수출을 성사시켰을 뿐만 아니라 세계 6번째로 초음속기 T-50을 독자모델로 개발하여 양산 체제를 갖추고 수출 활동을 활발히 추진하고 있다.

또한 한국항공우주산업(KAI)과 대한항공은 세계 대형기 시장을 석권하고 있는 에어버스사 및 보잉사와 여객기 공동 생산에 활발히 참여하고 있다.

특히 터키에 KT-1을 수출한 것은 대단한 의미가 있다.

첫째, 마케팅 측면에서 보면 항공 선진국과의 치열한 국제 경쟁을 거쳐 수주한 첫 번째 사례로서 KT-1의 우수성과 경쟁력을 입증한 것이며 KT-1의 판매 기반구축은 물론 인지도 제고를 통한 T-50의 수출에 긍정적인 영향을 줄 것이다. 또한 민·관·군 협력을 통한 국가 차원의 전략적 마케팅의 성공 모델이라고 할 수 있다. 방위산업제품도 성능과 가격 경쟁력을 갖추어야 함은 기본이다. 그러나 단순히 경쟁력만으로 수주가 결정되는 것이 아니다. 판매 및 구매 양국가간의 긴밀한 외교 관계와 양국가간의 유대관계 그리고 산업 협력관계 등 양국가



윤차영 상무 한국항공우주 및 방위산업전시회 공동운영본부장

간에 Win-Win할 수 있는 다양한 고려요소가 작용하는 것이다.

둘째, 산업적 측면에서 보면 국내 항공산업의 수출산업화 시대를 열었다는 것과 신규물량 창출을 통해 국내 연관 산업의 육성 발전을 유도할 수 있는 것이다.

셋째, 정치·경제적 측면에서는 수출 대상국과의 정치·경제적인 긴밀한 유대관계가 강화된다는 것이다. 방위산업제품은 일단 구매하면 30년 이상을 사용하게 된다. 판매국가의 입장에서는 장기간 고정 고객을 확보함으로써 관련 산업의 발전을 안정적으로 도모할 수 있고 구매국가에서는 구매 무기 체계를 운영하는 동안 판매국가로부터 부품 조달 및 기술을 전수 받게 될 것이므로 양국가간의 관계는 긴밀해질 수 밖에 없을 것이다.

또한 기종별로 다소 차이가 있으나 항공기는 10년 운영 부품 비용이 항공기 초기 구입 가격만큼 소요된다. 국가 경제적인 파급효과는 막대하게 되는 것이다.

넷째, 국가 이미지 제고 및 국민 자긍심을 고취할 수 있다. 항공기 수출은 미국 등 소수 선진국만이 가능한 것이었다. 완제품 항공기를 수출한다는 것은 국가 이미지 제고에 크게 기여하게 된다.

지상 장비 산업은 일찍부터 방위산업을 선도해 왔다. 개인 화기와 공용 화기를 시작으로 장갑차, 자주포, 전차에 이르기까지, 지상군 주력무기 대부분을 국내에서 조달하게 되었으며 해외마케팅에 심혈을 기울이고 있다.

그동안 방위산업의 특성상 개인화기 및 장비 공용 화기 및 각종 군용차량, 장갑차 등을 조종해 수출해 왔던 지상장비 산업은 요즘 공격적인 마케팅을 벌이고 있다. 터키에 K-9 자주포를 독일과의 경쟁에서 승리하여 수출하고 있는 것은 국내 방산제품의 국제적 인지도 제고를 통한 수출 활성화의 기반을 조성했다고 할 수 있다. 또한 차세대 최신에 전차 확보의 관심이 고조되고 있는 것도 수출에 긍정적인 영향으로 평가되고 있다. 또한 무인항공기, 무인경계 장비 등 무인체계의 성장이 돋보이고 있다.

무인체계(Unmanned System)는 3D 즉, Dull(뚝

은일), Dirty(지저분함), Dangerous(위험함)한 임무에 사람을 대신하기 위해 감시, 정찰 장비 개발을 시작으로 요즘은 공격용 장비로 개발되고 있다. 전문가들도 무인시스템의 발전 속도에 놀라워할 정도이다. 시막이 국경선인 중동 국가에 우리 기업이 개발한 무인 경계 시스템과 중앙 통제장비가 호평을 받고 있으며 수출 상담이 활발히 진행되고 있다. 그 밖에 유도 미사일 분야도 중거리 대공 미사일까지 개발하고 있어 외국 업체들이 「한국에 마케팅할 지 상무기체계는 이제 아무것도 없다」라고 할 정도가 되었다.

해상 장비 산업도 마찬가지이다. 세계 부동의 1위, 조선 산업을 바탕으로 구축함을 비롯한 각종 해상함, 잠수함은 물론 꿈의 전투함이라고 하는 이지스함까지 진수하기에 이르렀다. 또한 함대함, 함대공, 대잠수함 미사일 등도 개발 및 실전 배치되고 있다.

● 전시회 발전 방향

한국 항공우주 및 방위산업 전시회는 올해로 6회째이며, 동북아 최고의 통합 방산전시회로 성장했다.

본 전시회가 세계 수준으로 발전하려면 **첫째, 민·관·군이 통합된 국가 차원의 마케팅 조직이 활발히 가동되어야 한다.** 특히, 관련 국가 기관과 군이 전시회에 대한 명확한 이해를 바탕으로 적극적인 마케팅에 합류해야 한다. 전시회를 특정 군의 행사 혹은 홍보 이벤트라는 생각은 불식되어야 한다. 전시회에 참가하는 업체들은 철저한 비즈니스 목적으로 많은 예산을 들여 전시회에 참여한 것이다.

우리나라 방위산업이 급성장 단계에 있는 이때에 방위사업청이 신설된 것은 시기적절하다 하겠다. 우리나라 방사청과 같은 불란서의 DGA, 영국의 DESO, 이스라엘의 SIBAT은 생산업체인 민(民)과 국가 기관(官, 軍)을 통괄하여 방위산업 마케팅의 선봉에서 뛰고 있다. 그들은 전시회에 민·관·군을 통합하여 전략적인 마케팅을 하고 있으며 특히 현재 수출 가능성이 있는 고객 국가, 잠재고객 국가, 경쟁 국가까지 직접 초청하여 중·장기 마케팅 전략을 수행하고 있다.

둘째, 기반 전시시설 구축이 필요하다.

세계적인 전시회는 파리에어쇼, 판보로에어쇼, 싱가포르에어쇼 등 10여개이다. 이들 전시회 중 국가에서 투자한 상설 전시시설이 비행장 내에 위치한 전시회는 파리, 두바이 및 싱가포르 에어쇼 3곳이며, IT, 모터쇼 등 일반 국제전시회가 상설시설을 같이 사용하고 있다. 전기, 통신, 상/하수도 등을 기반 시설로 유지하고 필요시 대형 텐트 구조물을 설치하는 전시회는 판보로 에어쇼가 있다. 대부분의 전시회는 비행장내 시설(항공기 격납고 등)을 활용하면서 부족시설을 임시 구조물로 설치하여 운영하는 방식을 택하며 러시아, 칠레 등의 전시회가 그 예가 될 것이다. 2년만에 한번 열리는 전시회만을 위하여 상설 전시관을 유지하는 것이 비효율적이기 때문이다. 많은 사람들이 KINTEX나 COEX 같은 상설 전시시설을 이용하지 않고 많은 비용을 들여 임시 건물을 비행장내에 짓느냐고 묻는다. 이와 같은 질문은 항공우주 및 방위산업 전시회의 특징을 잘 모르기 때문일 것이다. 전시회란 완제품을 현재 고객(잠재 고객 포함) 및 미래 고객에게 보여주고 성능을 과시하기 위한 것인데 도시 내 상설시설에서 전시회를 연다면 부품 전시회 밖에 안되며, 동남아 등지에서 열리고 있는 소규모 방산전시회와 차별성을 가질 수가 없을 뿐만 아니라 세계적인 방산전시회로 발전할 수 없다. 완제품 업체가 전시회 참가를 포기한다면 협력업체 및 부품 업체들도 전시회 참가 이유가 없게 될 것이다. 우리의 여건을 고려 시, 전시장 지역에 기반시설을 구축하여 평시에는 군사설(항공기 주 기장 등)로 이용하고 전시회 기간에 대형 텐트 구조물을 설치하는 방안이 가장 효율적이라고 본다.

지난 20년간 IT, 자동차, 조선 산업이 수출 주력상품으로 성장해 왔다. KT-10이 터키 수출이 성사되었을 때 경쟁국이었던 미국의 한 신문은 다음과 같이 썼다. 「한국의 방위산업은 미국을 위협하고 있으며 이러한 현상은 결코 놀랄만한 일이 아니다.」

이제 항공우주산업과 방위산업이 머지않아 우리나라의 수출 주력상품으로 부각될 것이다. 금번 전시회의 성공적인 개최를 위하여 헌신해 준 관계자 여러분과 국민 여러분의 관심과 성원에 감사드립니다. ☺