기획조사 06-055

주요국의 e-Business 현황, 북미편

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

기획조사 06-055

주요국의 e-Business 현황

북미편

※ 본 보고서의 일부 내용은 '2006 e-비즈니스 백서'(한국전자거래진흥원, 2006.7)에도 포함되어 있음.

kotra

해외조사팀

요 약

IDC가 2005년 10월에 발표한 보고서에 따르면 2005년 전 세계 전자상거래 시장규모는 2004년에 비해 53.5% 증가한 3조 7,936억 달러에 이르는 것으로 추정되며 2006년에는 2005년 대비 32.4% 증가한 5조 230억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다. 또한 2006년 이후에도 연평균 약 19%의 빠른 성장률을 보여 2009년에는 총 시장규모가 8조 5,416억 달러에 이를 것으로 예상된다.

미국의 2005년 기준 소매 전자상거래 규모는 전년 대비 24.6% 늘어난 859억 달러로 추정된다. 전체 소매 판매규모는 전년 대비 7.2% 증가에 그쳐 전체 소매 판매에서 전자상거래가 차지하는 비중은 2004년 2.0%에서 2005년에는 2.3%로 크게 높아졌다. 정부의 각종 정보화 정책 및 e-Business 촉진 정책에 힘입어 IT 이용과 전자상거래가 크게 활성화되고 있다. 우리 기업이 미국 시장에 진출하기 위한 전략으로는 사이트를 개설하거나 e-Store를 운영해 기업이나 소비자에게 제품을 수출하는 방법이나 전자상거래 사이트를 비즈니스화하는 방법이 있을 수 있다. 이를 위해서는 미국 내 대금결제, 운송, 세무, 반품, 교환 등의 일을 담당할 수 있는 조직이 필요하다.

캐나다의 경우 기업 전체수익 대비 인터넷을 통한 판매비중이 발표되고 있으며 2001년에 그 비중은 0.28%에 불과했으나 2002년 0.46%, 2003년 0.75%, 2004년에는 1.05%에 달해 매년 큰 폭으로 증가하고 있다. 2004년 인터넷 판매 규모는 전년 대비 50% 증가한 283억 C$로, 그 중 기업 부문이 264억 C$, 공공 부문이 19억 C$에 달했고 기업 부문 중 B2B 매출이 198억 C$로 75%를 차지해 2003년의 68%에 비해 크게 늘어났다. 정부도 전자정부 구현 가속화, 전자상거래 촉진, 디지털 콘텐츠 확충 정책을 통해 e-Business를 촉진하고 있다. 캐나다 시장 진출유망분야로는 VDSL 등 통신망 업그레이드 사업 및 VoIP 서비스 제공 사업이 있으며 우리 기업의 현지 시장 진출 시 까다로운 현지 규정에 유의해야한다.

목차

Ⅰ. 미국

1. 정보통신산업 현황 / 1
2. IT 인프라 현황 / 3
3. 전자상거래 현황 / 5
4. 기업의 e-Business 현황 / 8
5. 정부정책 / 11
6. 우리기업의 진출방안 / 14

Ⅱ. 캐나다

1. 정보통신산업 현황 / 18
2. IT 인프라 현황 / 19
3. 전자상거래 현황 / 21
4. 기업의 e-Business 현황 / 22
5. 정부정책 / 24
6. 우리기업의 진출방안 / 30

Ⅰ. 미국

1. 정보통신산업 현황

가. 정보통신산업의 경제 기여도

□ 미국의 정보통신산업은 1990년대 중반 이후 미국의 경제성장을 이끌어왔음.

- 1996년부터 2000년까지 미국의 경제성장률(연평균 4~5%) 중 정보통신산업의 기여도는 연평균 1.1~1.6%p

- 2000년 하반기부터 닷컴회사들의 붕괴에 따른 정보통신산업의 침체와 2001년 9/11 테러사태로 인한 경기침체로 2001년 정보통신산업의 GDP 성장률 기여는 0.19%p로 급락

- 이후 미국 경기의 회복에 따라 지속적으로 회복되어 2004년 기준으로 0.56%p를 기록

미국 정보통신산업의 실질 GDP 성장에 대한 기여도 추이

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
실질GDP 성장률(%)	5.0	4.2	4.7	0.8	1.6	2.7	4.2
정보통신산업 기여도(%p)	1.6	1.5	1.1	0.19	0.10	0.12	0.56
여타산업 기여도(%p)	3.4	2.7	3.6	0.61	0.1.5	2.58	3.64

자료 : 미국 상무부 센서스국

나. 정보통신산업의 부문별 산업규모

□ 미국의 정보통신시장은 2000년 하반기부터 시작된 닷컴회사들의 붕괴와 2001년 9/11 테러사태로 인한 전반적인 미국 경기의 침체로

2002년과 2003년까지 전년대비 마이너스 성장을 기록

- 2003년에는 하드웨어와 통신서비스 부문에서 전년대비 플러스 성장을 이룩해 소프트웨어와 통신설비 부문에서 마이너스 성장을 기록했음에도 불구하고 전체적으로 1.1%의 성장을 기록

- 2004년은 모든 부문에서 전년대비 플러스 성장을 기록해 전체적으로 9.1% 성장했으며 9,000억 달러 이상의 시장으로 성장
  ◦ 2004년 기준으로 전체 정보통신산업 중 소프트웨어 부문이 차지하는 비중이 39.0%로 가장 크며 그 다음으로 통신서비스(29.9%), 하드웨어(27.1%), 통신설비(4.1%) 등인 것으로 나타남.

□ 지난 수년간 전반적으로 통신설비 시장은 많이 축소된 반면 소프트웨어와 통신서비스는 대폭 성장. 하드웨어는 지속적으로 성장하고 있으나 성장 폭은 상대적으로 낮은 것으로 나타남.

미국의 정보통신산업 규모(Gross Domestic Income) 추이

(단위 : 십억달러)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
하드웨어	201.1	231.6	242.2	252.2	271.3	211.8	210.7	217.8	245.3
소프트웨어	166.3	193.6	238.0	278.3	323.4	332.9	325.6	320.7	353.4
통신설비	39.0	52.7	53.2	60.6	67.3	53.5	37.5	34.9	37.0
통신서비스	182.6	188.2	206.1	230.6	249.8	262.3	248.1	257.7	271.0
합계	589.0	666.1	739.5	821.7	911.8	860.5	821.9	831.1	906.6

※ 전년대비 성장률 (단위 : %)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
하드웨어	N/A	15.2	4.6	4.1	7.6	-21.9	-0.5	3.4	12.6
소프트웨어	N/A	16.4	22.9	16.9	16.2	2.9	-2.2	-1.5	10.2
통신설비	N/A	35.1	0.8	14.0	11.1	-20.5	-29.9	-6.9	6.0
통신서비스	N/A	3.1	9.5	11.9	8.3	5.0	-5.4	3.9	5.2
합계	N/A	13.1	11.0	11.1	11.0	-5.6	-4.5	1.1	9.1

주) 2003년 및 2004년은 추정치
자료 : 미국 상무부 센서스국

다. 정보통신산업의 부문별 고용 현황

□ 정보통신산업의 고용은 2000년에 538만 명으로 최고치를 기록했지만 2000년 하반기부터 시작된 정보통신산업의 침체로 인해 고용 감축이 시작

- 이런 현상은 전반적으로 산업 생산이 회복되었음에도 불구하고 2004년까지 지속돼 2004년 말 현재 총 고용은 428만 명에 머무르고 있으며 이는 2003년 대비 1.7% 감소한 수치

- 특히 최근 고용 감소추세는 정보통신산업이 아직도 활황세에 접어들지 못한 것보다는 미국 기업들이 저가의 노동력으로 양질의 서비스를 제공하는 인도 등지에서 해외 아웃소싱을 증가시킨 것이 가장 큰 이유로 해석

미국의 정보통신산업 고용인 수

(단위 : 천명)

	2000년	2003년	2004년	
			고용인 수	2003년 대비 증감율(%)
하드웨어	1,679.8	1,232.2	1,195.4	-3.0
소프트웨어	2,127.4	1,845.6	1,860.0	0.8
통신설비	322.0	201.7	189.8	-5.9
통신서비스	1,252.5	1,076.4	1,037.8	-3.6
합계	5,381.7	4,356.0	4,283.0	-1.7

자료 : 미국 상무부 센서스국

2. IT 인프라 현황

가. 전화 및 휴대전화 가입

□ 일반전화라인의 가입자 수는 최근 들어 줄어들고 있어 1999년 이후

2004년까지 매년 평균 1.3%씩 감소

- 이런 감소율은 젊은층이 일반 전화라인(Landline)을 보유하지 않고 휴대전화(Cellular)만을 보유하는 경향이 증가하고 있어 더욱 높아질 것으로 전망

- 일반전화 라인은 2004년 현재 1억 7,795만 회선으로 집계되고 있으나 휴대폰 가입자 수는 이미 일반 전화라인 수를 능가한 1억 8,240만 명을 기록
  ◦ 휴대폰 가입자 수는 1999년 이후 2004년까지 매년 평균 16.2%의 급등세

나. 인터넷 및 PC 이용

□ 2004년부터 부시대통령은 연두교서에서 국가경쟁력은 정보경쟁력에 좌우된다고 강조

- 2004년 인터넷 호스트 수는 1억 9,514만 개를 기록해 전년대비 20.3%가 증가하였고, 가입자 수도 1억 6,163만 명을 기록해 미국 인구의 50% 이상이 이미 인터넷에 가입한 것으로 조사

- 고속인터넷 접속에 대한 지역간의 불균형을 제거하려는 노력으로 고속인터넷(브로드밴드)이 일반 가정에도 빠른 속도로 보급
  ◦ 브로드밴드 가입률은 2004년에 11.4%로 공식 집계됐으나 2005년 3/4분기에만 260만 명이 신규로 가입하는 등 높은 신규 가입률로 2005년 말에는 4천만 명 이상이 가입할 것으로 전망

- PC(노트북 포함)의 경우 65세 이상 연령층을 제외하고 모든 연령층에서 50% 이상의 사용률을 나타내고 있음.
  ◦ 연령층별로 PC 사용률을 보면, Y세대(18세~27세) 85%, X세대(28세~39세) 87%, Trailing Boomers(40세~49세) 84%, Leading

Boomers(50세~58세) 76%, Matures(59세~68세) 57%, After Work(69세 이상) 24% 등으로 집계

미국의 IT인프라 현황 (2004년 기준)

(단위 : 천명)

일반전화(Main Telephone) 라인 수			휴대전화(Cellular) 가입자 수		
1999년	2004년	1999-2004 연평균 증감율	1999년	2004년	1999-2004 연평균 증감율
189,502.0	177,947.0	-1.3	86,047.0	182,400.0	16.2

자료 : ITU, Telecommunication Indicators Update 2006

인터넷(Internet)				PC 사용율		
호스트 수(천)		가입자 수(천명)		18세-27세	28세-39세	40세-49세
2004년	증감	2004년	증감			
195,138.7	20.3%	161,632.4	N/A	85%	87%	84%

자료 : ITU, Telecommunication Indicators Update, Euromonitor, 2006

3. 전자상거래 현황

가. 부문별 전자상거래 현황

□ 미국의 전자상거래는 '기업과 기업간 거래(B2B : Business to Business)'가 '기업과 소비자간 거래(B2C : Business to Consumers)'보다 10배 이상 큰 규모

- 미국 상무부 센서스국에 따르면 미국의 전자상거래는 2003년에 1조 6,790억 달러 규모이며 이중 B2B가 1조 5,730억 달러로 전체 전자상거래의 93.7%를 차지
  - ◦ B2B를 부문별로 보면, 제조업(Manufacturing)이 8,430억 달러로 전체 B2B의 53.6%를 차지했고 그 다음 도매업(Merchant Wholesale)은 7,300억 달러로 B2B의 46.4%를 차지

- B2C는 1,060억 달러로 6.3% 비중으로 나타났으나 2003년 기준 전년대비 23.3% 성장해 B2B의 10.5% 성장률에 비해 월등히 높은 성장률을 기록
  ◦ B2C를 부문별로 보면, 소매업(Retail)과 서비스(Selected Services) 시장 규모가 각각 560억 달러와 500억 달러로 집계돼 B2C 시장을 거의 양분하고 있는 것으로 나타남.

- 최근 브로드밴드 보급 확산과 아울러 온라인 점포들의 보안(Security) 강화로 향후 B2C의 급속한 성장이 전망
  ◦ 소비자들의 온라인 구매 빈도가 증가추세
  ◦ 특히 연말연시 선물용품 구입 시 주차문제에 시달리지 않으며 복잡한 점포를 배회하지 않고 가정에서 편안히 품질과 가격을 비교하면서 손쉽게 물품을 구입할 수 있는 온라인 구매방식이 선호

미국의 부문별 전자상거래 규모

(단위 : 십억달러, %)

	2002년	2003년	2003년 비중	증감율(03/02)
B2B	1,424	1,573	93.7%	10.5
제조업	752	843	50.2%	12.1
도매업	672	730	43.5%	8.6
B2C	86	106	6.3%	23.3
소매업	45	56	3.3%	24.7
서비스업	41	50	3.0%	21.3
합계	1,510	1,679	100.0%	11.2

자료 : 미국 상무부 센서스국

나. 소매업 전자상거래(Retail E-Commerce) 현황

□ 미국 상무부는 '소매업 전자상거래(Retail E-Commerce)'에 대한 통계를 매 분기별로 조사하고 있어 현재 2005년 4/4분기 추정치까지 업데이트된 자료를 보유

- 2005년의 '소매업 전자상거래'(계절, 공휴일, 거래일 등으로 조정한 통계) 규모(추정치)는 859억 달러로 나타남.
  ◦ 이는 2003년 560억 달러, 2004년의 690억 달러에 이은 규모로 연평균 20% 이상의 높은 성장세를 지속하고 있는 것으로 분석

미국 소매전자상거래 규모(계절 등 조정치) 추이

(단위 : 백만달러)

2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년 (추정)
28,000	34,263	44,287	55,996	68,994	85,993

자료 : 미국 상무부 센서스국

다. 소매업 전자상거래 전망

□ 전자상거래 조사전문 기관으로 유명한 Forrester Research Inc.사는 미국의 소매업 전자상거래가 2005년에 1,720억 달러에서 2010년에는 3,298억 달러로 성장할 것이라고 전망

- 동사는 이러한 성장 이면에는 복잡한 분석도구나 개인화(Personalization) 도구와 같은 신기술에 대한 왕성한 투자가 있었다고 분석
  ◦ 이러한 기술은 소비자들의 온라인 구매에 대한 경험을 개선시키거나 향후 개선시켜 줄 것으로 기대

- 소매업 전자상거래는 2010년에 전체 소매업 매출의 13%에 육박할 것으로 예상
  ◦ 업종별로는 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 여행상품 전자상거래가 2005년의 630억 달러에서 2010년에 1,190억 달러로 성장할 것으로 전망
  ◦ 일반상품(자동차, 음식료품, 여행상품 제외) 전자상거래는 2005년에 처음으로 1,000억 달러에 달할 것으로 분석

(참고) Forrester사가 집계한 2005년 '소매업 전자상거래액'은 1,720억 달러로 미국 상무부가 공식적으로 집계한 860억 달러의 2배에 달하고 있다. 이런 격차는 무엇보다도 상무부는 기업들에게 설문지를 보내 센서스를 하는 반면, Forrester Research Inc.사는 기업과 소비자를 동시에 표본조사해 전체 미국으로 확대해 추정하는 방법을 사용하고 있어 조사방법의 상이함에서 비롯된 것일 수 있다.

4. 기업의 e-Business 현황

가. 온라인 구매 채택

□ 미국 기업들의 온라인 구매(Purchasing) 현황에 대한 조사는 ISM(Institute for Supply Management)과 Forrester Research, Inc.사가 2003년 10월에 공동 조사한 자료가 가장 최근 자료(이후 조사가 진행되지 않은 것으로 파악)

- 미국 기업들의 85%는 온라인 구매를 채택하고 있는 것으로 나타났으나 4%는 아직도 온라인 구매를 계획하지 않고 있는 것으로 나타남.

온라인 구매 채택 비중

(단위 : %)

	모든 응답 회사	제조업	비제조업	연간 1억 달러 이상 구입회사	연간 1억 달러 미만 구입회사
계획 없음	4%	6%	1%	1%	5%
고려 중	11%	12%	10%	8%	13%
약간 진행중	59%	63%	55%	53%	62%
절반 채택	13%	8%	18%	18%	11%
거의 채택	12%	9%	15%	19%	7%
완전 채택	2%	2%	1%	1%	1%

자료 : Institute for Supply Management / Forrester Research 2003.10

- 동 조사에 응답한 회사의 86%가 인터넷이 자신들의 구매 도구로

중요한 수단(약간+아주+절대중요)이라고 응답해 2002년 3/4분기에 이어 지속적으로 인터넷이 기업의 구매활동에 많은 도움을 주고 있는 것으로 나타났으며, 중요하지 않다고 응답한 회사는 14%에 그침.

인터넷의 구매 도구로서의 중요성

(단위 : %)

	모든 응답한 회사	제조업	비제조업	연간 1억 달러 이상 구입회사	연간 1억 달러 미만 구입회사
중요 않음	14%	17%	12%	9%	17%
약간 중요	46%	51%	42%	37%	53%
아주 중요	29%	25%	33%	36%	23%
절대 중요	11%	7%	14%	17%	7%

자료 : Institute for Supply Management / Forrester Research 2003.10

나. 기업의 온라인 구매 행태

□ 온라인 구매를 하는 기업들의 35%가 온라인 구매를 통해 비용을 절감하고 있다고 응답

- 한편, 대량 구입(Large Volume Purchaser)하는 기업들의 45%가 비용을 절감했다고 응답해 온라인을 통해 구매를 많이 하면 할수록 더욱 비용이 절감하는 것으로 나타남.

□ 2003년 3/4분기 중 온라인을 통해 간접재/서비스를 구입한 회사는 전체 응답회사의 89%

- 제조업과 비제조업 간 차이는 없으나 1억 달러 이상 구입한 기업들은 1억 달러 미만 구입 기업들보다 간접재/서비스를 온라인을 통해 더 많이 구입한 것으로 나타남.

- 전체 간접재/서비스 구입에서 차지하는 온라인 구입 비중은 12.1%
  ◦ 제조업보다는 비제조업이 높게, 그리고 1억 달러 이상 구입하

는 기업이 1억 달러 미만 구입하는 기업보다 높게 나타남.

간접재/서비스 온라인 구매 비중

(단위 : %)

	모든 응답한 회사	제조업	비제조업	연간 1억 달러 이상 구입회사	연간 1억 달러 미만 구입회사
구입율	89%	89%	89%	94%	87%
전체 구입 중 비중	12.1%	8.3%	15.5%	14.5%	11.0%

자료 : Institute for Supply Management / Forrester Research 2003.10

□ 2003년 3/4분기 중 온라인을 통해 직접재/서비스를 구입한 회사는 전체 응답회사의 72%로 나타나 간접재/서비스 구입보다 낮은 수준을 보임.

- 직접재/서비스 구입률은 비제조업 및 1억 달러 이상 구입한 기업들이 상대적으로 높음.

- 전체 직접재/서비스 구입에서 차지하는 온라인 구입 비중은 12.6%
  ◦ 비제조업 및 1억 달러 이상 구입하는 기업의 온라인 구매 비중이 높았음.

직접재/서비스 온라인 구매 비중

(단위 : %)

	모든 응답한 회사	제조업	비제조업	연간 1억 달러 이상 구입회사	연간 1억 달러 미만 구입회사
구입율	72%	68%	76%	74%	72%
전체 구입 중 비중	12.6%	9.9%	15.0%	16.8%	10.2%

자료 : Institute for Supply Management / Forrester Research 2003.10

□ 기업들의 온라인 구매형태는 RFP(Request for Proposal : 판매자들에게 제안서를 요청해 접수된 제안서를 평가하는 입찰방식)과 온라인 공급체인을 많이 이용하는 반면, e-Marketplace와 인터넷 경매

(Auction) 이용은 상대적으로 낮게 나타남.

온라인 구매형태

(단위 : %)

	2002년 3/4분기	2003년 3/4분기
온라인 RFP(Request for Proposal)	64.3	69.0
온라인 공급체인	53.5	63.0
e-Marketplace	32.7	33.0
인터넷 경매	18.8	25.0

자료 : Institute for Supply Management / Forrester Research 2003.10

5. 정부정책

가. 정보화 정책

□ 미국이 1990년대 10년간 신경제를 기반으로 고속성장을 할 수 있었던 것은 1993년 클린턴 행정부가 들어서면서 '정보사회화'를 통한 국가경쟁력 제고를 위해 '정보고속도로(Information Super Highway)' 사업을 추진하고, IT산업을 전략산업으로 집중 육성한 데 기인

- 클린턴 행정부는 1993년 9월 '국가정보화정책보고서'를 통해 정보화정책을 수립
  - ◦ 동 정책은 국가정보기반시설(National Information Infrastructure) 구축을 최우선 과제로 설정하고 민간주도로 정보화사업을 추진하도록 하였고 그러한 정보통신 기반 위에 전자정부 구현, 전자상거래 촉진, 정보통신산업 발전 등을 통해 국가경쟁력을 제고시켜 나간다는 계획을 실행에 옮겼음.
  - ◦ 아울러 IT기업을 육성하기 위한 벤처캐피탈도 지원하고 IT와 관련된 연구개발 사업도 지원

□ 2001년에 출범한 부시 행정부도 클린턴 행정부의 정보화정책을 유

지하면서, 전자조달시스템과 전자정부 구현을 더 강조한 'e-Government Strategy'를 2002년 2월 27일 발표해 본격적으로 인터넷을 통해 국민들에게 보다 나은 서비스를 제공하기 위한 전자정부를 구축

- 현재 모든 정부관련 정보를 인터넷을 통해 검색, 활용할 수 있으며 아울러 각종 신고 및 신청(세금신고, 사회보장연금 신청, 운전면허증 갱신 등)의 온라인 서비스를 받을 수 있게 되었음.

나. e-Business 촉진 정책

IT 이용 확대

□ 미국의 인터넷 보급 및 IT 활용 확대는 '연방통신위원회(FCC)'가 주도적으로 실시

- 학교의 IT 이용 확대를 최우선 과제로 선정하여 정보통신법(1996년 제정)에 의한 'e-Rate 프로그램'을 통해 학교, 도서관, 농촌지역에서 무료 또는 저렴한 가격으로 인터넷 서비스를 이용할 수 있도록 지원

- 1997년에는 'Access America' 계획을 발표해 모든 국민이 필요한 기술을 동등하게 이용할 수 있도록 지원
  - ◦ 특히 소외된 농촌지역에 대한 IT 활용 촉진을 위해 'Rural Utilities Service Telecommunications Program'을 실시, 농촌지역 통신사업자의 인프라 구축 자금을 지원

□ 상무부(Department of Commerce) 산하 통신정보청(NTIA)은 'The Technology Opportunities Program(TOP)'을 통하여 장애인 등 지체부자유자들의 인터넷 활용을 지원하기 위해 이들을 위한 콘텐츠 및 애플리케이션 제작비용을 지원

전자상거래 촉진

□ 미국 정부는 전자상거래의 중요성을 인식하고 1993년 10월에 '전자상거래를 통한 능률적인 조달'을 연방정부의 목표로 설정

- 이후 1997년 7월, '글로벌 전자상거래 기본계획'을 통해 글로벌 전자상거래 5대 원칙과 전자상거래의 무관세화(현재는 관세 부과) 등을 발표하였으며, 국제적으로도 공인될 수 있는 전자상거래법을 마련하기 위해 여타 국가들과의 다자간 협상에 적극적으로 참여

- 1998년 11월에는 전자상거래 연차보고서를 통해 전자상거래를 촉진시키기 위한 5가지 방안을 발표

① 인터넷에 대한 민간투자 촉진 ② 전자상거래 이용자 보호 ③ 개발도상국의 전자상거래 이용 촉진 ④ 인터넷과 전자상거래의 경제적인 파급효과에 대한 이해 증진 ⑤ 중소기업의 인터넷 및 전자상거래 활용 촉진

- 2000년 6월 '국제 및 국내 전자상거래에서의 전자서명법'을 제정, 전자상거래의 보안을 높이고 상거래에서 발생하는 법적 장애들을 제거

- 최근에는 'Wireless : Driving US Innovation and Economic Growth'라는 보고서에서 나타나듯 고속인터넷 접속 보급 확대와 무선 인터넷 접속의 보급을 활성화하고 있음.
  - ◦ 이를 위해 제한된 지역별 영업에서 자유경쟁을 할 수 있도록 법규를 개정해 브로드밴드와 Wi-Fi(Wireless Fidelity)의 보급이 급속도로 확대되도록 조치하고 VoIP(Voice over Internet Protocol)의 보급 확대를 위한 규정 완화 등을 추진

- 이런 연방정부의 노력에 따라 필라델피아, 시카고, 뉴욕 등과 같은

시(市)정부들도 시(市)의 어느 곳에서든지 무선으로 인터넷에 접속할 수 있는 서비스를 제공

□ 이와 같은 조치들은 곧바로 전자상거래 활성화로 이어져 2005년 말에는 온라인 연말연시 선물구입이 전년 동기 대비 25% 이상 증가하는 등 전자상거래가 이제는 미국 가정의 생활수단으로 자리 잡고 있음.

6. 우리기업의 진출방안

가. 유망분야

□ 전자상거래를 통해 미국에 진출할 수 있는 유망한 분야는 전자상거래를 통한 제품 수출과 전자상거래 사이트 비즈니스 자체의 진출 두 가지로 생각해볼 수 있음.

제품 수출 촉진

□ 개별 기업들이 자체적으로 사이트를 운영해 미국 기업이나 소비자들에게 판매

- 기업에게 부담이 크지 않으며 미국 소비자들에게 직접 판매하게 되므로 판매할 수 있는 제품이 충분할 경우 매우 바람직한 방법

- 만일 개별 기업이 단독으로 사이트를 운영하는데 무리가 있을 경우는 협회 단위 또는 몇 개 회사가 공동으로 사이트를 개설해 회원사가 판매할 수 있는 제품을 모두 모아 다양한 제품을 판매하는 것도 생각할 수 있음.
  ◦ 이 경우 무엇보다도 중요한 것은 미국 바이어나 소비자들에게 홍보활동을 벌여서 사이트 인지도를 올리는 일임.

◦ 아울러 미국에서 개최되는 기존 전문전시회에 참가해 바이어들에게 사이트를 홍보한다면 전자상거래를 통한 제품 수출이 충분히 가능할 것으로 판단

- 한편, 직접 사이트 개설이 어려울 경우는 현재 미국에서 활발히 사업을 전개하고 있는 Yahoo.com, eBay.com, Amazon.com 등에 가입해 e-Store를 운영하는 방법도 고려해볼 수 있음.
  ◦ 운영을 위해서는 기본 설치비(월 50달러 정도)와 판매액에 따른 커미션(판매액의 3.3%~3.5%)을 지불하면 됨.
  ◦ 상기와 같은 전자상거래 사이트는 미국인들에게 이미 잘 알려져 있어 신규 자체제작비용 및 유지비용 등을 들이지 않고 곧바로 영업을 할 수 있는 장점이 있음.

□ 전자상거래 사이트를 통해 미국에 수출하기 위해서는 미국에서 홍보, 사이트 운영 및 관리(대금결제, 반품, 교환 등)를 해야 하기 때문에 미국 내 조직이 절대적으로 필요

- 따라서 미국 내 지사를 설치하고 일정량의 재고를 보유한 상태에서 도매와 소매를 한다면 미국 바이어들과 소비자들로부터 환영을 받을 것임.

- 이런 체계를 갖추면 소량주문을 받을 수 있어 고객서비스를 한층 강화할 수 있으며 아울러 소량주문이기 때문에 단가를 수출가격보다는 높게 받을 수 있는 장점이 있음.

전자상거래 사이트 진출

□ 전자상거래 사이트를 미국에서 비즈니스화하기 위해서는 제품 소싱부터 시작해 판매, 대금처리, 반품처리 등과 같은 일련의 활동들이 필요

- 이를 위해서는 기술과 자금, 인력이 필요하며 현재 미국에 소재한 전문 전자상거래 사이트는 물론 생산업체들이 자체적으로 운영하고 있는 전자상거래 사이트들과 직접적인 경쟁을 해야 함.

- 따라서 이 경우 다른 사이트들과 경쟁을 하기 보다는 틈새시장을 겨냥한 전자상거래 사이트 개설이 더욱 효과적일 수 있음.
  ◦ 소비자들이 기존 사이트에서 만족하지 못하는 점을 조사해 이를 채워줄 수 있는 사이트를 개설하는 것도 바람직
  ◦ 완벽한 시장조사와 아울러 기술인력 및 마케팅 인력 구성 등을 갖추는 일도 중요

나. 진출경로

□ 미국 내 지사(법인)를 설립할 경우 직접 지사와 법인에서 사이트를 개설할 수 있음

- 또는 한국에서 사이트를 개설하고 미국 내의 조직에서 대금결제, 운송, 교환, 반환 등을 하는 것도 문제가 없음.

- 인터넷 자체가 세계 어디에서든지 접속이 가능하기 때문에 사이트를 개설하는 것은 어느 곳에서 하든지 별 문제는 없지만, 판매를 하는 국가의 세법이나 인터넷 관련 법규에 저촉되지 않는 판매활동을 하는 것이 무엇보다도 중요

다. 유의사항

□ 전자상거래를 통해 미국에 제품을 수출하거나 전자상거래 자체 사이트로 미국에 진출하기 위해서는 무엇보다도 미국에서 대금결제, 운송, 세무, 반품, 교환 등의 일을 담당할 수 있는 조직이 필요

- 현재 전자상거래를 통한 모든 거래에 세금이 부과되고 있고 소액

이라도 외국 제품이 미국으로 들어올 경우 관세 등을 부과하고 있음.

- 그런 이유로 상기와 같은 역할을 할 수 있는 조직이 미국 내 있지 않을 경우 현지 소비자가 한국에 소재한 온라인 사이트를 통해서 제품을 구입하기는 어렵다고 봐야함.

2. 캐나다

1. 정보통신산업 현황

가. 정보통신산업의 경제 기여도

□ 캐나다 정보통신산업의 시장규모는 2000년 568억 C$를 기록한 이후 전 세계 IT 경기의 침체와 함께 감소하였으나, 2004년 다시 회복세를 보이며 2000년의 최대치를 넘었고 2005년에는 611억 C$에 이른 것으로 잠정 집계

- 또한 정보통신산업이 전체 GDP에서 차지하는 비중 역시 2000년 6% 이후 2000년대 초반 5.5%로 감소를 보이며 정체상태에 있었으나 2005년 5.7%를 기록함으로써 캐나다 경제에 미치는 영향력이 다시 증가하기 시작

- 정보통신산업의 성장률도 2003년 1.5%, 2004년 3.3%, 2005년 6.4%를 기록, IT 경기의 뚜렷한 회복세를 보여주고 있으며, 1997년 이래 캐나다 전체 경제성장률(연평균 3.6%)의 두 배를 넘는 연평균 8.4%의 성장률을 기록하는 등, 캐나다 경제의 중추 산업으로 성장하였다.

연도별 정보통신산업 GDP 추이

(단위 : 백만C$, %)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
정보통신산업 GDP	32,707	37,744	48,037	56,811	53,441	54,511	55,345	57,522	61,189
캐나다 GDP중 ICT 부문 비중	4.0	4.4	5.4	6.0	5.6	5.5	5.5	5.5	5.7

주) 1997년 C$ 기준
자료 : 캐나다 산업부, Canadian ICT Sector Profile 2004

나. 정보통신산업의 구성

□ 2004년 현재 통신서비스가 전체 정보통신산업에서 가장 높은 44.1%를 차지하고 있으며 그 뒤를 이어 소프트웨어 및 컴퓨터 서비스가 28.6%, 통신장비 제조산업이 18.6%를 보이며 전체 시장의 90% 이상을 차지

- 특히 통신장비 제조산업은 2003년 대비 41% 증가한 것으로 나타나 전반적인 정보통신산업의 성장을 주도하였으며, 통신서비스는 2.5%, 유통 서비스는 5.7%의 견고한 성장을 기록하여 향후 전망을 더욱 밝게 하고 있음.

정보통신산업의 세부구성현황 (2004)

	통신서비스	소프트웨어 및 컴퓨터 서비스	제조업	도매, 대여, 리스	케이블 및 프로그램 판매
금액비중(%)	44.1	28.6	18.6	5.3	3.4

자료 : 캐나다 산업부, Canadian ICT Sector Profile 2004

2. IT 인프라 현황

가. 인터넷 및 이동전화 이용률

□ 캐나다 정부의 정보사회화 노력에 힘입어 캐나다의 이동전화 및 인터넷 이용률은 매년 높은 수준으로 증가

- 실제로 ITU(International Telecommunication Union)의 조사보고서에 따르면, 캐나다의 2004년 말 현재 이동전화 가입자 수는 1,490만 명으로 2003년의 1,320만 명과 비교 시에는 약 13.3%가, 1998년 530만 명과 비교 시에는 약 181%가 증가
  ◦ 또한 인구 100명당 이동전화 가입자 수는 47명으로 전년에 비

해 12.1% 증가하는 등, 이동전화 사용인구도 매년 10% 이상 증가

- 인터넷 호스트 수는 2004년 말 현재 356만 개로 인구 10,000명당 1,111개의 호스트를 가지고 있으며, 인터넷 이용자는 약 2,000만 명으로 인구 100명당 약 62명이 인터넷을 이용
  ◦ 이와 더불어 PC 보유 현황은 2003년 1,530만 대에서 2004년에는 2,240만 대로 증가하여 1년 사이에 약 46.3%가 증가하였으며, 인구 100명당 PC 보유수도 43.3% 증가한 70대로 조사됨.

캐나다 IT 인프라 현황 (2003~2004)

구분	이동전화		인터넷				PC	
	총 가입자수 (천명)	인구 100명당 가입자수	총 호스트 수	인구 10,000명당 호스트수	이용자 수 (천명)	인구 100명당 이용자수	총보 유수 (천대)	인구 100명당 보유수
2003년	13,222	41.68	3,210,081	1,011.99	16,110	51.28	15,300	48.70
2004년	14,984	46.72	3,562,482	1,110.85	20,000	62.36	22,390	69.82
증감율 (%)	13.3	12.1	10.9	9.7	24.1	21.6	46.3	43.3

자료 : ITU (International Telecommunication Union)

나. 초고속인터넷 이용정도

□ 캐나다 통계청(2005)에 따르면 민간부문, 공공부문 공히 초고속인터넷의 이용정도가 상승하고 있는 것으로 나타남.

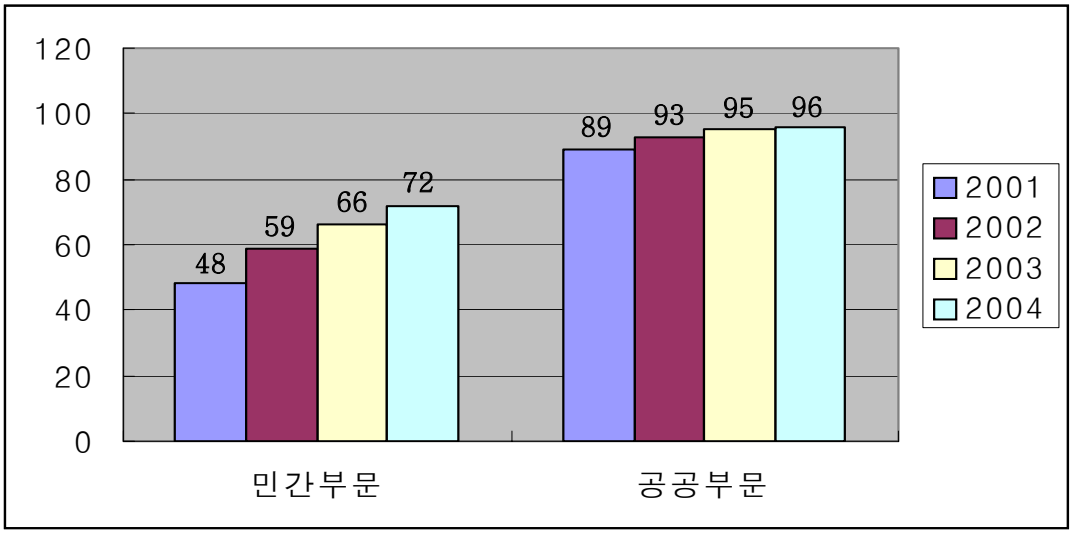
- 민간부문의 경우, 2004년 현재 500명 이상의 노동자를 고용하고 있는 대기업의 72%가 브로드밴드 등 초고속인터넷을 이용하는 것으로 나타나 전년의 66%에 비해 약 6% 상승하였으며, 이들 대기업들은 캐나다 전체 온라인구매의 63%를 차지하고 있는 것으로 조사됨.

- 한편, 공공부문에서의 초고속인터넷 이용도는 민간부문보다 더 높

은 것으로 나타났는데, 2004년 현재 96%가 초고속인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타나 전년의 95%에서 약 1% 증가

캐나다 초고속인터넷 이용정도

(단위: %)



자료 : 캐나다 통계청(SECT-Survey of Electronic Commerce and Technology)

3. 전자상거래 현황

가. 2004년 전자상거래 규모

□ 2004년 캐나다의 전자상거래 규모는 283억 C$로 이는 2003년 189억 C$ 대비 50%나 증가한 실적

- 민간기업의 전자상거래 규모는 264억 C$로 캐나다 전체 전자상거래에서 93%의 비중을 차지하고는 있으나 아직 그 규모가 민간기업 전체 수익의 1% 이하로 낮음.

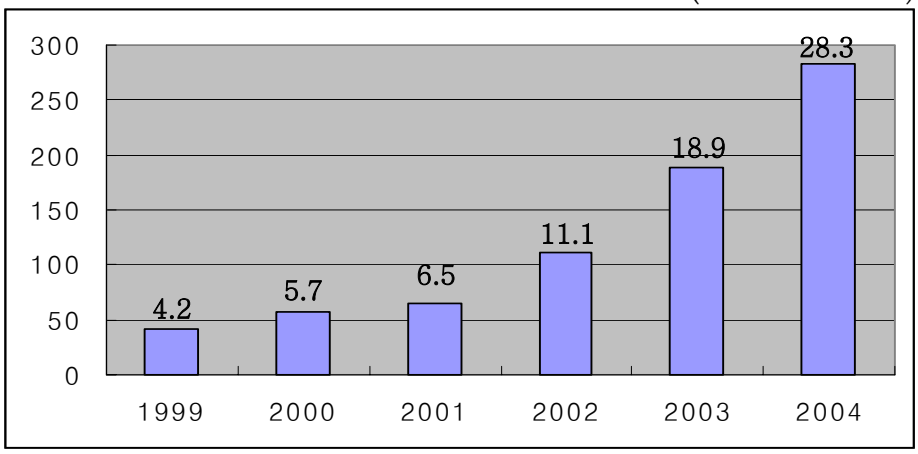
- 나머지 19억 C$는 공공부문이 차지하고 있는데, 아직까지 민간기업들에 비해서는 그 비중이 극히 미미한 실정

□ 2004년 민간부문 전자상거래 중 B2B 거래는 198억 C$를 기록하여 전체 전자상거래의 70%를 차지하고 있고, B2C 거래는 30%인 66억 C$를 기록

- 2004년 전자상거래에서 국내거래는 2003년 대비 7.8% 증가한 179억 C$이며 해외거래는 2003년 24억 C$ 대비 333% 증가한 104억 C$를 기록, 해외거래의 비중이 급격히 높아지는 추세

캐나다 전자상거래 규모 추이

(단위: 십억 C$)



자료 : 캐나다 통계청 (SECT-Survey of Electronic Commerce and Technology)

캐나다 민간기업 전자상거래 규모 (2004)

(단위 : 십억C$)

B2B	19.8
B2C	8.5
합 계	28.3

자료 : 캐나다 통계청 (Canadian e-Commerce Statistics)

4. 기업의 e-Business 현황

□ 캐나다 통계청에 따르면 2004년 캐나다 민간기업의 81.6%가 인터넷을 이용하고 있으며, 36.8%가 자사의 web-site를 가지고 있는 것으

로 조사됨.

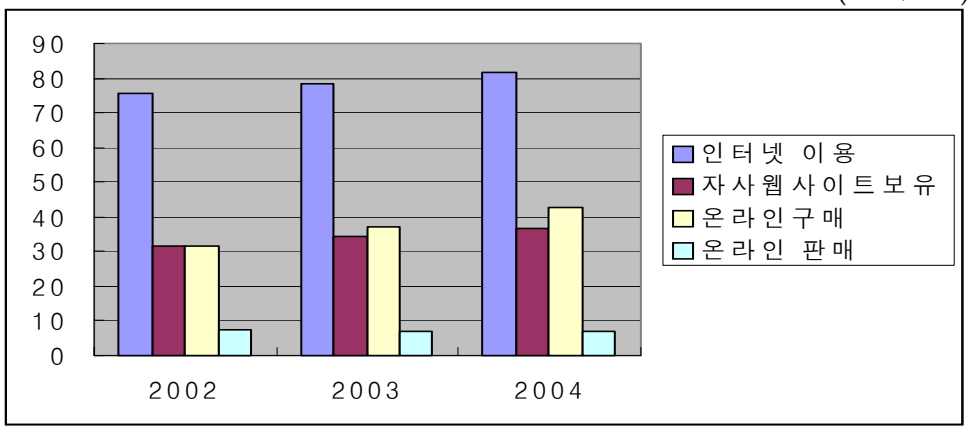
- 또한 민간기업의 42.5%가 인터넷을 통해 제품 및 서비스를 구매하고 있으며 7.0%가 인터넷을 통해 제품 및 서비스를 판매

- 특히 조사대상 기업들은 온라인 판매를 통해 거래비용을 줄임으로써 생산성과 효율성을 제고할 수 있어 향후에도 온라인거래를 확대할 계획
  - ◦ 온라인판매를 이용하지 않는 기업의 1/3은 자사의 비즈니스 모델이 전자상거래를 통한 판매에 적합하지 않기 때문인 것으로 조사됨.

- 기업규모별 인터넷 이용정도는 2004년 기준으로 대기업의 인터넷 이용정도가 중소기업보다 높으며, web-site 보유, 전자상거래 이용도 대기업의 이용도가 더 높게 나타남.

최근 3년간 캐나다 민간기업 인터넷 이용정도

(단위: %)



자료 : 캐나다 통계청 (SECT-Survey of Electronic Commerce and Technology)

캐나다의 기업규모별 인터넷 이용정도 (2004)

(단위: %)

기업규모	인터넷이용	web-site보유	온라인구매	온라인판매
소기업	79.3	31.6	35.1	6.0
중기업	96.1	68.9	58.7	11.9
대기업	98.5	79.4	62.2	12.8
합계	81.6	36.8	42.5	7.0

자료 : 캐나다 통계청 (SECT-Survey of Electronic Commerce and Technology)

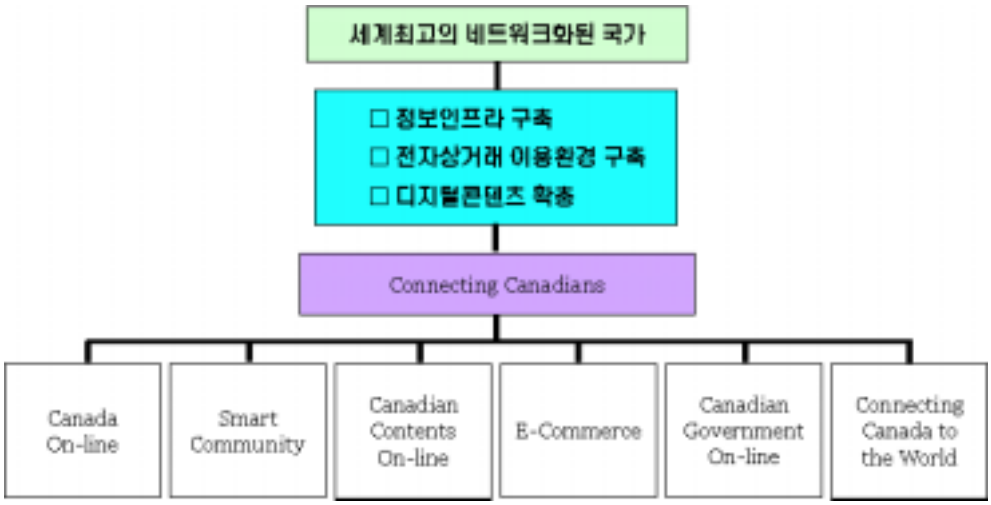
5. 정부정책

가. 정보화 정책

□ 캐나다 정부는 첨단 정보통신을 기반으로 한 개인, 기업, 정부 간 네트워크를 통해 시너지 효과의 극대화 및 국가경쟁력 향상을 도모한다는 인식으로 1995년부터 'Connecting Canadians'라는 정보화정책을 실행

- 동 정책은 당초 계획하였던 소기의 목표를 달성한 이후 현재 폐지된 상태
  - ◦ 2006년 1월 총선에서 12년 만에 재집권한 보수당은 아직까지 'Connecting Canadians'과 같은 정부차원의 중장기 정보화 정책을 발표하지 않고 있음.

(참고) Connecting Canadians



○ 정의 : 캐나다를 전 세계에서 가장 네트워크화된 국가로 만들기 위한 정보화 비전 및 계획

○ 목표 : 캐나다가 선진화된 정보통신기술의 개발과 이용에 있어 선도적인 역할을 함으로써 지식기반의 글로벌 경제를 이끌어 나가는 것

○ 6대 추진전략

1. Canada On-line : 농촌지역과 원거리 지역을 포함한 모든 국민들을 대상으로 인터넷을 통한 정보 입수 및 활용도를 높일 수 있도록 관련 인프라 대폭 확충
2. Smart Communities : 사회 모든 공동체들이 지방정부, 학교, 기업, 시민, 보건 및 사회서비스와 직접적으로 연결될 수 있는 기반 구축
3. Canadian Contents On-line : 캐나다의 문화, 역사뿐 아니라 캐나다의 모든 가치 있는 자료의 온라인화를 통해 온라인 콘텐츠의 질적 내실화 추구
4. Electronic Commerce : 전자상거래를 촉진시키기 위해 전자상거래 관련 제도를 정비하고 법규를 마련하며, 캐나다를 전자상거래 제품과 서비스 개발을 위한 최적의 국가로 부각
5. Canadian Government On-line : 정부에서 제공하는 정보와 서비스를 쉽게 이용할 수 있는 전자정부 구축
6. Connecting Canada to the World : 캐나다를 글로벌 지식기반국가로 육

성, 외국인 투자 유치와 수출 진흥을 도모하는 한편 궁극적으로는 디지털 강국으로의 발돋움을 최종 목표로 함.

○ 세부추진과제

추진분야	프로그램
정보인프라 구축	- 범국가 초고속 인터넷 전략 개발 지원 - 초고속 인터넷 애플리케이션 지원을 위한 CANARIE 프로그램 지속적 지원 - 정보격차 축소를 위한 G8 DOT의 활동주도 - SchoolNet 확충을 통한 학교수업의 IT 활용 촉진 - Computer for School 프로그램을 통한 중고 PC 제공 - Community / Access Program을 통한 공공 인터넷 접속시설 확충 - Student Connection Program을 통한 인터넷 및 전자상거래 교육훈련 강화
전자상거래 환경 구축	- 안전한 전자상거래를 위한 정책개발, 소프트웨어 산업 육성, OECD 보안지침 수립 참여 - 국내외 안전한 인터넷 이용환경 구축 - CANARIE를 통한 전자상거래 활성화 - e-Business 표준화 촉진을 위한 협력 강화
디지털 콘텐츠 확충	- SkillNet을 통한 온라인 고용 정보서비스 촉진 - SchoolNet GrassRoots program을 통해 청소년의 멀티미디어 웹사이트 구축 촉진 - Digital Collection Program을 통한 청소년의 고용촉진 - 인터넷상의 프랑스어 콘텐츠 개발 지원

자료 : 캐나다 산업부 (Plans and Priorities 2002)

- Connecting Canadians의 추진 결과에 대한 구체적인 평가는 아직까지 내려지지 않았으나, 인터넷 기반의 비즈니스 확대와 함께 캐나다인들의 정보화 수준을 제고하였다는 점에서는 정부의 정보화 정책이 성공적이었다는 것이 일반적인 시각

□ 정보화 정책을 주관하는 캐나다 산업부(Industry Canada)는 아직까지도 광대역 통신망의 혜택을 누리지 못하고 있는 북부지역 주민들과 원주민들을 대상으로 한 정보화정책을 펼치고 있으며, 지역 간

정보 불균형 해소 및 지역 간 네트워킹 활성화를 위해 아래와 같은 3대 프로그램을 적극 추진

① Broadband for Rural and Nothern Development Pilot Program
캐나다 북부지역에 거주하고 있는 인디언 및 원주민들에 대한 더욱 빠른 온라인 서비스 제공을 목표로 2002년부터 캐나다 산업부에서 추진하고 있는 광대역 통신망 확충 프로그램. 지역별 정보화 불균형을 해소 하는데 역점을 두고 있으며, 동 지역 통신망 설치사업 참여 업체에 대해서는 일정 요건 충족 시 재정적 혜택 등을 지원하고 있음. (자료 : 캐나다 산업부 Broadband)

② National Satellite Initiative
캐나다 산업부에서 2003년부터 실행하고 있는 프로그램으로서, 유선 통신망 제공이 거의 불가능하고 비용 면에 있어서 위성통신이 보다 저렴하다고 판단되는 지역에 대해 위성통신망을 지원하는데 목적을 두고 있음. 주로 원주민들이 위치하고 있는 캐나다 중북부 지역을 대상으로 서비스를 제공하고 있으며, 현재 C-Band 위성통신망을 기초로 하여 28Mhz를 브리티시 콜롬비아, 마니토바, 퀘벡, 온타리오의 각 1개 지역(총 52개 커뮤니티)에 할당, 위성통신 서비스를 제공하고 있음. (자료 : 캐나다 산업부 Broadband)

③ CAnet4
비영리 기구인 CANARIE(Canada's National Research and Education Network)가 주축이 되어 각종 교육기관, 정부 및 연구소간 교류 활성화 및 시너지 효과 창출을 도모하기 위한 네트워크로서 2002년부터 향후 5년간 연방정부에서 1억1,000만 C$를 지원키로 한 프로그램. 동 네트워크는 캐나다 국내뿐만 아니라 해외의 연구소와 교육기관까지도 포함하는 등, 폭넓은 교류 및 연구활동을 지원하는데 주 목적을 두고 있음. 현재 국내외 130여개 교육기관, 2천여개 중/고등학교, 40여개 연구센터, 12개 의료센터, 7개 정부기관 및 40여개 국가들이 참가하고 있다. (자료 : CANARIE)

나. e-Business 촉진 정책

전자정부 구현 가속화

□ 캐나다 정부는 공공서비스의 현대화 및 효율성 증대를 위해 2001년 1월부터 2005년까지 정부의 모든 서비스를 전자적으로 제공하겠다고 공표

- 이를 위해 2000년부터 2002년까지 1억6,000만 C$의 연방예산을 투입하여 정부포털 사이트 구축과 'pathfinder' 프로젝트를 실행

- 2001년에 캐나다 정부의 공식 포털 사이트인 'www.canada.gc.ca'가 개설된 이후, 동 사이트에는 정부부처를 포함한 산하기관의 web-site들이 링크되어 있음.
  ◦ 2004년부터는 전자문서를 통해 연말세금신고 및 각종 서비스를 신청할 수 있도록 하는 등 온라인 서비스의 범위를 점차 확대

전자상거래 촉진

□ 캐나다 정부는 1998년 9월 캐나다를 전자상거래 부문에서 세계적인 리더로 부상시킨다는 목표로 'Canada's Electronic Commerce Strategy'를 발표

- 동 전략을 이행하기 위해 전자상거래 관련 법규 및 제도 환경의 정비를 목적으로 '전자상거래 전담조직(Electronic Commerce Task Force)'을 설립

- 1998년 10월에는 암호화 기술 정책을, 2000년 4월에는 'Personal Information Protection and Electronic Documents Act'를 제정하여 전자상거래를 촉진하기 위한 환경을 조성

- 1999년에는 인터넷 경쟁촉진전략을 개발하기 위해 민간 주도의 'Canadian e-Business Opportunities Roundtable'을 설립

- 2001년에는 e-Business 포털 사이트인 e-biz.enable을 신설, e-Business를 고려하고 있는 업체들로 하여금 사업 시작단계에서부터 실제 발생할 수 있는 문제의 해결방안, 효과적인 사업운영에 대한 Know-how 등을 공유할 수 있는 장을 제공

□ 민간부문에서도 캐나다의 전자상거래 촉진을 위해 'Canadian e-Business Initiatives(CeBL)' 프로그램을 운영, 전자상거래 관련 세제나 투자규칙에 대한 정보를 공유해 나가는 것을 목표로 하고 있음.

디지털 콘텐츠 확충

□ 캐나다 산업부(Industry Canada)에서는 주로 젊은층을 대상으로 한 각종 프로그램을 운영 중에 있으며, 특히 인터넷 및 각종 정보통신 관련 기술 취득자의 취업을 도모하고 새로 비즈니스를 시작하려는 사람들을 대상으로 각종 유용한 정보를 제공

- Information Highway Applications Branch Youth Employment Strategy (http://youth.gc.ca/yohome.jsp?&lang=en&flash=1)의 경우, 인터넷을 비롯하여 정보통신기술을 취득한 15세에서 30세의 학생 혹은 구직자를 대상으로 인턴십을 제공

- 일반 취업정보 및 정보화 수준의 질적 제고를 위해 Canada's Campus Connection, Community Access Program, Computers for Schools, Canada's SchoolNet 등을 운영

6. 우리기업의 진출방안

가. VDSL 등 통신망 업그레이드 사업 참여

선정사유

□ 현재 캐나다 최대 인터넷서비스 제공업체는 Bell(www.bell.ca)과 Rogers(www.rogers.ca)를 꼽을 수 있는데, 현재 이 업체들이 사용하는 가장 빠른 통신망은 ADSL이 유일

- 이러한 이유는 VDSL에 대한 수요가 예상 외로 높지 않았으며, 상기 회사들의 캐나다 시장 독점으로 인해 외국의 경쟁업체가 참여하기가 거의 불가능하였기 때문

- 최근 들어서는 더욱 다양해지는 온라인 콘텐츠뿐만 아니라 대용량 파일을 다운 받는 경우가 빈번해짐에 따라 VDSL과 같이 더욱 빠른 통신망에 대한 수요가 늘어나고 있으며, Bell과 Rogers역시 VDSL 도입을 검토하고 있는 것으로 추측

진출경로

□ 현재 Bell과 Rogers가 인터넷 통신 인프라의 90% 이상을 점유하고 있으며 현재 캐나다 시장에 진입한 일부 외국계 인터넷서비스 업체들 역시 이들 업체들의 통신망을 활용

- 시장지배력과 초기 비용 등을 고려해 볼 때, 이들 유력 기업들과의 경쟁은 거의 불가능하기 때문에 Bell 또는 Rogers와의 파트너십 구축을 통해 이들의 통신망 업그레이드 사업에 참여하는 방안을 모색해 볼 필요가 있음.

나. VoIP 서비스 제공

선정사유

□ 캐나다에서는 2004년 초부터 VoIP서비스가 본격적으로 시작되었고, 2005년 이후 VoIP에 대한 관심이 급격하게 증가

- 현재 캐나다 통신업체들이 계획하는 VoIP 서비스 현황

① Legacy network(기존 스위치보드를 기본으로 한 통신서비스) 장거리 통화를 IP Network로 변동 ② 고속인터넷 사용자용 IP telephony를 PSTN에 연결하는 방식 ③ 광케이블을 사용하는 TV서비스 업체의 local access와 시내/장거리 통화를 위한 VoIP 서비스 방식

- 특히 Rogers의 경우 VoIP 시장진출을 위해 광통신망을 최근 업그레이드 하는 등, local access와 통신산업에 대한 지속적인 시장진출 노력을 기울이고 있음.

- 기타 통신업체들도 경쟁력을 키우기 위해서 circuit switch network에서 IP Network로 시스템을 업그레이드하는 등, VoIP시장의 개발 및 활성화에 더욱 박차를 가할 것으로 예상

진출경로

□ 외국기업을 포함한 여러 통신서비스 제공업체들의 캐나다 시장 참여수요가 날로 증가

- 캐나다 정보통신위원회에서는 캐나다 VoIP시장에 대한 규정(Decision 2005-28)을 제정
  - ◦ 외국기업의 경우 자체적인 통신망을 구축할 경우에는 CLEC으로의 등록이 필수(단 외국기업은 캐나다 지사/법인을 설립해야 함.)

◦ 통신망을 구축하지 않을 경우에는 중소규모의 통신서비스 제공 업체들과 같이 reseller로 사업할 수 있도록 명시

다. 현지시장 진출 시 유의사항

□ Telecommunication Act에 따라 TV, 라디오, 이동통신업 등과 관련하여 외국계 기업은 단독으로 캐나다에서의 영업이 불가능

- 주식취득 역시 전체 지분의 30%를 초과할 수 없는 등의 까다로운 규정으로 인해 이들 업종은 외국계 기업의 원활한 시장 진출이 어려운 분야로 꼽히고 있음.

- 이에 우리 기업들이 캐나다 내 통신망 구축사업에 참여하는 경우, 이와 관련된 각종 규제사항에 대한 연구 및 장기적인 관점에서의 시장성을 검토할 필요가 있음.

2006년 KOTRA 발간자료목록

□ 기획조사

번 호	제 목	발간일자
06-001	2005년 해외지역이슈 돌아보기	2006.1
06-002	최근 원화 강세에 따른 우리 수출에의 영향 및 대응책	2006.1
06-003	베트남의 WTO 가입시 우리 수출 및 투자에의 영향	2006.1
06-004	한-인도 CEPA 체결과 대인도 수출유망품목	2006.1
06-005	북일 경제관계 현황과 전망	2006.2
06-006	BRICs 이후 유망시장, 남아공 시장여건 분석	2006.2
06-007	북한의 개방 전망과 개성공단 - 김정일 위원장의 방중으로 살펴본 개성공단의 현재와 미래-	2006.2
06-008	對인도 투자, 이것만은 알아두자	2006.2
06-009	중국의 비즈니스 환경 변화와 시사점	2006.2
06-010	북한의 외자유치 현황과 전망	2006.3
06-011	한국, 3년 후 중국 수입시장 1위 부상 전망	2006.3
06-012	수출할 때 따야하는 일본의 인증마크	2006.3
06-013	한-칠레 FTA 발효 2년 후 칠레시장에서의 우리제품 점유율 변화	2006.3
06-014	중남미 좌파정권 경제정책 동향 및 시사점	2006.4
06-015	미국의 대중 통상정책 변화와 전망	2006.4
06-016	2006. 2/4분기 수출전망 및 대한수입규제 현황	2006.4
06-017	주요 분야별 대미 FTA체결국의 대응현황	2006.4
06-018	중, 금년 외국인 개인소득세 관리 크게 강화	2006.4
06-019	섬유교역자유화 1년을 평가한다: 서남아시아 섬유산업 동향 및 영향	2006.4
06-020	일본 소비트랜드의 변화와 시사점	2006.4
06-021	일본 농산물 포지티브제 도입과 시사점	2006.4
06-022	북미 자동차부품 시장의 변화와 기회	2006.4
06-023	한-아세안 FTA 체결 후 對아세안 수출유망품목	2006.5
06-024	장강삼각주 IT산업 성장과 우리기업에 대한 시사점	2006.5
06-025	한중일 산업협력, 그 첩경	2006.5
06-026	중국 진출기업 세무 리스크 동향 및 시사점	2006.5
06-027	탄소시장과 우리의 참여 가능성	2006.5
06-028	해외진출 한국기업 원고 대응동향 및 경쟁국 대응사례	2006.5
06-029	2006년 주요국 환경규제 현황 및 대응사례	2006.5

06-030	한-아제르바이잔 및 한-UAE 교역투자동향 및 경제협력확대방안	2006.6
06-031	한-EU FTA 체결 영향 및 현지 업계 반응조사 - 현지 경쟁동향 및 바이어 반응을 중심으로	2006.6
06-032	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(1) : 북미편	2006.6
06-033	아프리카 新성장 엔진, 앙골라를 주목하라	2006.6
06-034	알기 쉽게 정리한 베트남 투자절차	2006.6
06-035	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(2) : 구주편	2006.6
06-036	환율파동에 따른 한일수출경쟁력 비교	2006.6
06-037	2006년 상반기 대한 수입규제 동향 및 하반기 전망	2006.6
06-038	2006년 하반기 수출전망	2006.6
06-039	중국 내수시장 공략, 변화의 트랜드를 읽어라	2006.7
06-040	한-EU FTA 추진관련, EU 비관세장벽 현황 및 피해사례 조사	2006.7
06-041	미국과 FTA 추진 3개국 동향 및 한미 FTA에의 시사점	2006.7
06-042	아랍 경제통합, 추진현황과 대응책	2006.7
06-043	WTO/DDA 협상 잠정중단이 FTA협상에 미치는 영향	2006.8
06-044	중국의 신노동계약법 주요쟁점과 우리기업에게 미치는 영향	2006.8
06-045	06 중국투자기업 그랜드 서베이	2006.8
06-046	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(3) : 아시아편	2006.8
06-047	아프리카 7개국 진출 유망분야	2006.9
06-048	금년 대중수출 둔화 원인 분석 및 전망	2006.9
06-049	그리스, 루마니아, 핀란드의 경제동향 및 우리나라와의 교역관계	2006.9
06-050	일본 e-비즈니스 시장, TechNiCs로 승부하라	2006.9
06-051	무역에 있어 세계 기술장벽 (TBT) 동향과 피해사례	2006.9
06-052	FAQ로 알아보는 China RoHS	2006.9
06-053	중국 산업정책의 변화, 4가지 대응 포인트	2006.9
06-054	해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(4) - 브라질, 남아공 등 4개국편 -	2006.9
06-055	주요국의 e-Business 현황, 북미편	2006.9

□ 무공자료

번 호	제 목	발간일자
06-001	2006년 세계시장 진출전략 설명회	2006.1
06-002	2006년 지역별 진출확대 전략	2006.1
06-003	2005 다시보기, 2006 미리보기	2006.1
06-004	APEC 투자환경설명회 2005 종합보고서	2006.1

06-005	극동 러시아, 이것만은 꼭 알아두자	2006.2
06-006	주요국 한류와 문화산업시장 동향 - 한류, 유행에서 산업으로 -	2006.2
06-007	주요국의 자원현황 및 개발동향 I 러시아 . 캐나다 편	2006.3
06-008	주요국의 자원현황 및 개발동향 II 말레이시아 . 미얀마 . 베트남 . 필리핀 . 호주 편	2006.3
06-009	IK Annual Report 2005 - 외국인투자유치의 성취, 그리고 새로운 도전	2006.3
06-010	2005년도 북한의 대외무역동향	2006.6
06-011	유럽 유통시장 진출 가이드	2006.6
06-012	러시아 SEZ 진출 가이드	2006.6
06-013	2006 서울국제식품전 결과보고서	2006.6
06-014	5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략	2006.6
06-015	현장에서 읽는 중국 환경시장 : 중부 6개성을 가다	2006.6
06-016	2006년 외국인 투자기업 생활환경 애로조사 보고서	2006.7
06-017	2006년 외국인 투자기업 경영환경 애로조사 보고서	2006.7
06-018	한국 싱가포르 대만 투자환경 비교조사	2006.7
06-019	2006 해외투자백서	2006.7
06-020	Q&A로 본 중국투자 A to Z	2006.7
06-021	전문가에게 듣는 중국투자 포커스	2006.7
06-022	중동아프리카지역 산유국의 주요 플랜트 개발정책 및 참여 유망 프로젝트	2006.9
06-023	중동아프리카지역 발주기관/에이전트/EPC업체 디렉토리	2006.9

□ 산업페이퍼

번 호	제 목	발간일자
06-001	주요국의 환경산업 동향 및 진출 방안	2006.4
06-002	주요국의 전자산업 동향 및 진출방안	2006.6
06-003	주요국의 자동차부품시장 현황 및 진출방안	2006.6
06-004	Global Medical Map (의약품편)	2006.6
06-005	Global Medical Map (의료기기편)	2006.6
06-006	주요국 IT 유망분야 및 진출방안	2006.6
06-007	주요국의 신발산업 동향 및 진출방안	2006.6

06-008	주요국의 산업용 섬유산업 동향 및 진출 방안	2006.6
06-009	주요국의 기계산업동향 및 진출방안	2006.6

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
06-001	2006 CHINDIA 시장진출전략 심포지엄	2006.6
06-002	중국투자의 현주소와 성공전략 세미나	2006.8

□ 산업연구

번 호	제 목	발간일자
06-001	인도네시아의 주요 산업	2006.8
06-002	말레이시아의 주요 산업	2006.8
06-003	폴란드의 주요 산업	2006.8
06-004	남아프리카공화국의 주요 산업	2006.8

작성자

◈ 뉴욕무역관 홍성우 과장
◈ 토론토무역관 김종현 과장
◈ 해외조사팀 김준영 사원

주요국의 e-Business 현황, 북미편

발행인 | 홍 기 화
편집인 | 한 준 우
발행처 | KOTRA
인쇄처 | 학림사 752-0463

발행일 | 2006년 9월

주 소 | 서울 서초구 염곡동 300-9
서초우체국 사서함 101호
전 화 | 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

* 낙장, 파본은 교환해 드립니다.