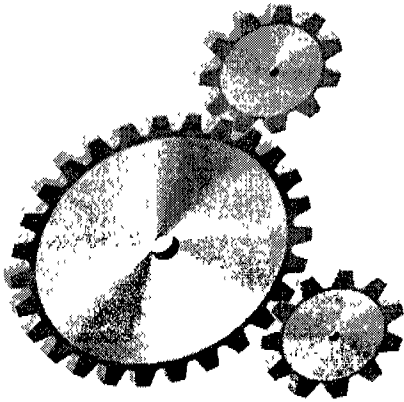


현장에서 본 프랑스 박람회



1. EMO '99

('99 파리공작기계박람회)

2. INTERTRONIC '99

('99 파리전자부품박람회)

1999. 7.



목 차

1. 프랑스 일반정보	1
2. EMO '99 ('99 파리공작기계 박람회)	2
3. INTERTRONIC '99 ('99 파리전자부품 박람회)	11

(부 록)

○ '99년 KOTRA 해외전시사업리스트	19
○ 해외박람회 개별참가업체 임차료 지원 안내	20

프랑스 일반정보

- 면 적 : 547천km² (한반도 면적의 약 2.4배)
- 인 구 : 58,732천명
 - ※ 인구 5명당 1명이 60세 이상의 노령인구로 고령화 추세가 심화되고 있음.
- 종 족 : Gaul족 (켈트족에 라틴족과 게르만족이 융합된 민족)
- 종 교 : 카톨릭(80%), 개신교(2%), 유대교(2%), 모슬렘(4%), 무교(12%)
- 전기 규격 : 50Hz, 220Volt
- 시 차 : GMT + 1, KST - 8
- 기 후 : 대부분 지역이 온대성기후 (남부지방은 지중해성 기후)
- 관광객수 및 관광수입 ('98년 기준) : 7,000만명 (US\$278억)
- 무역수지 ('98년 기준) : US\$ 17,547백만
 - 수출 : US\$ 302,764백만
 - 수입 : US\$ 285,217백만
- 국제항구 : Marseille (프랑스 최대항구, 연간 물동량 8,700만톤)
- GDP증가율 : 2.7%('99년도 전망치), 3.07%('98년도 예상치)
- 1인당 GDP('98년 기준) : US\$22,224
- 화폐단위 : 프랑스 프랑(French Franc)
- 환 율 : 1US\$ = FFr6.40 ('99.7.2일 현재)
1유로 = FFr6.56 ('99.7.2일 현재)

EMO '99 ('99 파리 공작기계 박람회)

1. 박람회 개요

▶ '99 파리 공작기계 박람회 개요

- 공식명칭 : EMO '99 ('99 파리 공작기계 박람회)
- 기 간 : '99. 5. 5 - 5. 12 (8일간)
- 장 소 : 프랑스 파리 Paris-Nord Villepinte 전시장
- 규 모 : 210,000 m²
- 연 혁 : '75년 최초 개최
- 성 격 : 격년으로 열리는 유럽 최대의 공작기계 박람회로 밀라노, 하노버, 파리에서 순회개최됨
- 참가업체수 : 40개국, 1,578개사

▶ 한국관 참가개요

- 참가연혁 : '81년 이후 7회째 참가 ('81, '83, '87, '91, '93, '97, '99년 참가)
- 참가규모 : 301m² (6개사)
- 참가업체 : 한국공작기계, 한광, 기흥기계, 한국야금, 양지원공구, 세나테크놀로지
- 출품품목 : CNC Turning Lathe, Laser Cutting Machine, Insert, Tap, Drill, Universal bed type Milling Machine, Tool Holder, End Mill, Parallel Mechanism Machine Tool

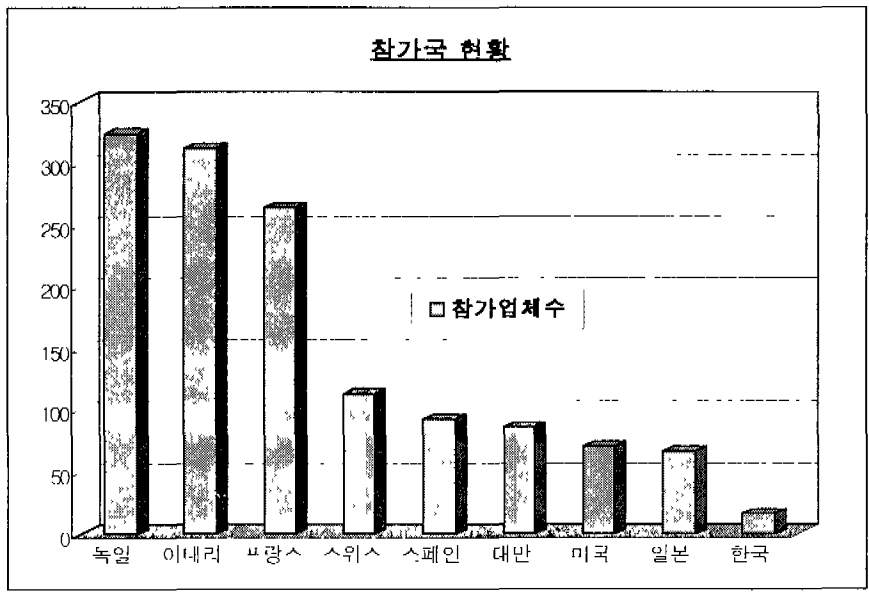
2. 참가국 현황 및 공작기계산업 동향

▶ 참가국 현황

- 5월 5일부터 12일까지 8일간 개최되었던 '99 유럽 공작기계 박람회 (EMO '99)

에는 총 40개국 1,578개사가 참가하여 금속가공 관련 공작기계 및 공구 등을 선보였음.

- 주요 참가국 현황을 살펴보면 독일 업체가 324개사 (28,183 m²)로 가장 많았고, 이태리 312개사(24,168m²), 프랑스 264개사 (14,850m²), 스위스 113개사, 스페인 92개사, 대만 86개사, 미국 71개사, 일본 67개사의 순을 이룸.



- 예상대로 세계 공작기계 시장점유율 46%를 차지하는 ¹⁾CECIMO (유럽 공작기계 협회) 회원국이 대부분 참가하여, 유럽 국가들의 동 박람회에 대한 관심을 반영 하였으며, 한국은 총 16개사 (한국관내 6개사, 개별 참가 10개사)가 참가하여 CNC Lathe, Laser 절단기, End Mill, Hexa-pod 등을 전시하였음.
경쟁국인 대만은 한국의 5배가 넘는 업체수로 참가, 전시회를 통한 해외시장 진출에 매우 적극적인 태도를 보이고 있다는 사실은 주목할 만한 점임.

▶ 박람회 출품동향

-- EMO는 독일 하노버에서 4년, 이태리 밀리노, 프랑스 파리에서 각 8년 주기로

1) cecimo "The European Committee for the Co-operation of the Machine Tool Industries" / 유럽 공작기계 협회로 현재 14개 회원국 (Austria, Belgium, Switzerland, Czech Republik, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, Spain, Netherlands, Portugal, Sweden, United Kingdom)으로 구성되어 있다

선체적으로는 매 2년마다 유럽에서 개최되는 유럽 최대의 공작기계 박람회로 금년에 152,000명의 관람객이 방문 (64%가 외국 관람객)하는 등 전세계 공작기계 관계자들의 관심을 끌었음.

* EMO 개최방식

개최지	개최주기	향후 개최년도
독일 히노버	매 4년	2001년, 2005년
프랑스 파리	매 8년	2007년
이태리 밀라노	매 8년	2003년

· 농 박람회는 공작기계산업 변화에도 직접적 영향을 미쳐 CECIMO는 1999년의 유럽 지역 공작기계 생산량이 1998년보다 5% 늘어날 것으로 예상하고 있음.
그러나 이러한 생산량의 수직인 변화보다 우리 기업들이 초점을 맞추어야 하는 것은 FMO '99의 출품동향임

- 이번 박람회에는 새로운 기술을 응용한 제품들이 상당수 출품되었는데 이들 제품이 추구하고 있는 방향은 크게 “조작의 편리성”과 “빠른 공정을 통한 생산성 향상”으로 요약됨.

주최측인 Symap (프랑스 공작기계협회)은 특별히 이러한 신기술 응용 공작기계들을 구분 “21세기를 바라보는 신기술 전시관”을 마련하는 등 변화하는 공작기계 시장의 빈모를 보여주었음. 이는 공작기계제품 전반의 가격경쟁이 치열해지고, 특히 HURO화의 도입으로 유럽시장내 제품가격의 투명성이 높아질 것으로 예상됨에 따라 업체간의 원가절감을 위한 기술개발이 활발히 이루어지는 데에서도 그 원인을 찾을 수 있음.

▶ 공작기계 산업 동향

Controller (NC/ PC-NC)

○ 기술개발이 승점적으로 이루어지는 부분은 공작기계의 두뇌라 할 수 있는 제어기

(Controller)인데 1952년 미국에 의해 ²⁾NC (Numerical Control) 공작기계가 최초 개발되어 공작기계 산업에 일대 혁신을 가져온 이래 현재는 PC-NC (Personal Computer based Numerical Control)이 점차 그 영향력을 넓혀 가고 있음.

- 우리나라에서는 통일중공업이 1998년 4월 국내업체중 최초로 동 기술을 개발, 같은해 10월 세계 3개 공작기계전시회중 하나인 JIMTOF '99 (일본 국제공작기계박람회)에 출품한 바 있음.
- PC-NC의 장점으로서는 하나의 Controller가 하나의 기계만을 제어할 수 있는 CNC에 비해 기계간 네트워크화를 이용하여 한 대의 PC로 여러대의 기계를 동시에 제어할 수 있어 인건비는 물론 작업시간을 획기적으로 절약할 수 있으며 가격면에서도 기존 산업용 Controller 가격의 10%에 불과해 기계제작 원가를 크게 절감시킬 수 있다는 점을 들 수 있음.
- 인정성에서 기존 Controller보다 열세를 보이고 있기는 하지만 PC-NC는 향후 공작기계 산업 핀도의 변화를 가져올 것이 분명함.
- 이번 박람회에서는 한국업체중 세니테크놀로지 와 터보테크가 동 기술을 선보였으며 특히 터보테크는 기존 Controller 시장의 거인 일본의 FANUC社를 겨냥, PC-NC 기술 개발에 주력하고 있음.

Linear Motor

- EMO '99에서 발견할 수 있었던 또다른 신기술로는 기존의 Ball Screw를 대체한 Linear Motor의 등장임.
- Linear Motor는 기존 모터에 비해 작업속도가 10배 정도 빠르고 별도의 Polishing 단계 공정이 필요없어 결과적으로 20 ~ 30%의 생산성 향상을 가져올 수 있음.
- Linear Motor를 장착한 초고속 Machining Center는 유럽시장에서는 보급이 확산되는 추세이나 우리나라의 경우 아직까지 기술적으로 따라가지 못하고 있어 향후 세계

2) 프로그래밍된 가공지령데이터에 의해 공작기계본체의 동작을 제어, 공작대상물론 전삭·연삭가공, 목석하인 형상으로 만들어내는 수치제어선반이나 머시닝센터 등을 가리킨다 수치제어장치의 핵심부분이 마이크로 프로세서로 중심이 구성된 컴퓨터베이스의 제어장치이기 때문에 CNC (Computerized Numerical Control)라고 부르고 있다

공작기계 시장 진출확대를 위해서는 동 기술개발이 시급한 실정임.

공 구

- 기계의 개발 방향이 점차 고속가공쪽으로 흐름에 따라 공구 소재의 개발도 활발해지고 있는데 고열과 고속가공을 견딜 수 있는 세라믹 소재가 일반화될 것으로 예상됨.

기 타

- 기계 자체뿐 아니라 절삭유 사용에 대한 추세도 변화하고 있는데 유럽 공작기계 시장에서 선두를 달리고 있는 독일에서는 최근 절삭유를 사용하지 않음으로써 생산비용을 15~20% 낮추는데 성공하였음. 이는 미국 기업들이 식물성 절삭유를 개발, 사용하는 것에 비해 한단계 앞선 기술이며 이미 전세계적으로 주요 관심사가 된 환경문제와도 밀접한 관계가 있어 향후 선진국 시장 개척의 관건으로 지리잡을 선망임

3. 한국 참가업체별 동향 및 현지반응

진세계 공작기계 생산량의 1.3%를 차지하고 있는 한국은 ³⁾통계상으로 볼 때 공작기계의 주요 생산국이라고는 할 수 없으나 EMO '99에서 선보인 한국 참가업체의 제품들은 관계자들의 이목을 집중시키며 호평을 받는 등 미래 한국 공작기계 산업의 가능성을 확인시켜 주었음.

3) '98년 국별 공작기계 생산비중

국 명	생산비중 (%)	국 명	생산비중 (%)	국 명	생산비중 (%)
일 본	241	스 위 스	58	프 랑 스	27
독 일	206	중 국	51	스 페 인	25
미 국	121	내 만	41	힌 국	13
이 태 리	99	영 국	28	기 타	88

(주) 세나 테크놀로지

- 세나 테크놀로지는 5년을 자유사재로 움직이며 소형물을 가공하는 HEXA-POD를 선보여 전시기간 내내 현지 관계자들의 관심을 집중시켰음.
- 1994년 미국 시카고의 IMTS에서 Gidding & Lowis社와 Ingersol社가 HEXA-POD라는 신개념의 가공기를 출품하면서 본격적으로 세계 무대에 선보이기 시작한 HEXA-POD 가공기는 이번 박람회에서 7개사가 출품하였으며 그중 세나의 “ECLIPSE”로 명명된 기계가 가장 진보된 형태라는 평가를 얻었음.
- 현지 인문들이 전시기간동안 세나의 부스를 찾아와 열띤 취재경쟁을 벌이는가 하면 독일 아헨공대 공작기계연구소 Weck교수 등 세계의 유력한 학계 인사들 까지 내방, 시대한 관심을 나타냈음.
- 특히 세계 3대 공작기계 메이커인 일본의 오쿠마(OKUMA)社의 기술진, 경영진 등은 거의 매일 세나의 부스를 방문, 기술이전과 관련된 구체적인 상담을 벌였음.
- 한가지 아쉬운 점은 서울대학교 공작기계 연구팀이 그 전신인 세나테크놀로지가 동 기술을 이용하여 제품을 생산할 협력업체를 한국에서 찾고자 하나 기술이전 의사를 보이는 한국의 대기업이 없어 우리가 개발한 최고의 기술이 외국 기업으로 이전될 것으로 보인다는 것임.

(수) 한 광

- 9년전 레이저 절단기 시장에 참여, 국내 시장 점유율 60% 이상을 자랑하는 (주)한광은 기계의 뛰어난 안정성과 절단력으로 유럽지역 바이어들의 집중적인 상담대상으로 떠올랐음.
- 독일의 TRUMPH社, 스위스의 BYSTRONIC 등 유럽의 유명기업들이 개발한 기술을 적용, 유럽 바이어들의 구미에 맞는 제품을 생산하는데 성공을 거두었는데, 한광은 금번 박람회를 통해 지금까지 수출실적이 없었던 유럽 시장에서만 2,000만불 이상의 수출을 예상하고 있음.

- 국내 시장에서는 삼성항공, 대우중공업, 한광 등 3개 업체가 Laser 절단기를 생산하고 있으며 기술면에서는 유럽 수준의 80%, 일본의 90% 수준을 보이고 있는 것으로 평가되고 있음.

한국야금(주)

- 텅스텐을 소재로 한 공구 전문메이커로서 15년전부터 수출을 시작, 현재 세계 40여개국에 수출하고 있음.
- 특히 3년전부터 수출을 본격화하여 IMF 직전에 수출비중을 20%이상 증가시켜 내수시장 부진에도 큰 타격을 입지 않은 모범적 기업임.
- 한국야금은 이미 전세계 달러망을 확보한 상태로 신규 거래선 확보보다는 꾸준한 박람회 참가를 통한 회사 인지도 제고에 주력하고 있음.

(수)기흥기계

- 공작기계의 생명인 안정성과 가격경쟁력, 철저한 A/S를 통해 꾸준히 유럽시장을 개척하고 있는 기흥기계는 '97년부터 프랑스시장에 진출, 독점 딜러인 SELMO社와의 긴밀한 협력을 통해 유럽시장진출 확대를 꾀하고 있음
- 동 업체의 수출은 70%가 유럽시장에 집중되고 있으며 가격 및 품질 양면에서 호평을 받고 있고 바이어 관리에 치밀함을 보여 독일, 폴란드, 영국, 스페인 등 유럽 전역에서 꾸준한 수출확장세를 보이고 있음.

한국공작기계(주)

- 대형 선반을 출품하였으며 그간 유럽시장 진출이 활발치 않았던 관계로 대부분의 유럽 바이어들과 처음 상담을 가졌으나 가격 경쟁력을 갖춘 제품에 바이어들이 높은 관심을 보여 향후 유럽시장 진출확대가 예상됨.

- '98년 총 매출이 200억원 정도로 '97년에 비해 약 40% 감소하였으나 수출비중이 상대적으로 높아지고 있는 실정임. 향후 가격경쟁력 확보 시속화를 위한 원가절감 노력이 숙제로 남아있음.
- 자체 연구소를 보유, 꾸준히 기술개발에 투자중이나 국내 기업들이 국산기계를 기피하는 경향이 있어 내수 시장 확대에 어려움을 겪고 있음.

(주)양지원공구

- '98년 3,200만불의 수출실적을 거둔 회사로 현재 세계 공구시장에서 높은 인지도를 보유하고 있음.
- 양지원 공구는 공작기계관련 유명 박람회에 거의 빠지지 않고 참가하고 있으며 품질 및 가격 경쟁력을 바탕으로 거래선을 넓혀가고 있음.

4. 참가결과 분석

▶ 기술투자 확대

- 일반적으로 우리 기업들의 기술개발 투자는 선진국에 비해 아직도 부족한 실정이며 가격경쟁력에서 수축할로를 모색하는 것이 일반적 경향임.
- 그러나 파리에서 확인할 수 있었듯이 대만, 중국 등이 저가제품으로 시장확대를 꾀하고 있고 금년 6월부터 공작기계가 시장 다변화 품목에서 제외되면 일본 유명 메이커들의 국내시장 침투가 본격화될 것으로 예상되는만큼 기술개발을 통한 품질우위 확보가 시급한 상황임.
- 프랑스의 중견 딜러로 최근 구매선을 스페인에서 한국으로 대체한 SELMO社 사장 발랑드라씨는 최근 원화가치절상을 우려하면서 가격 경쟁력만으로 승부하기에는 한계가 있을 것이라고 지적하였으며 따라서 기술개발과 원가절감 노력을 병행해야 할 것임을 첨언하였음.

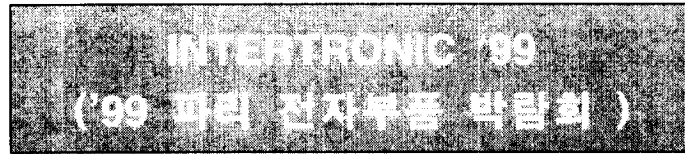
▶ 부스 장치 개선

- 박람회(전시회)는 문자 그대로 제품을 "Exhibit"하는 장소임.
물론 제품의 우수성이 최우선이 되어야 함은 말할 필요도 없지만 관람객에게 처음으로 인지되는 것은 부스의 장치라는 사실도 간과할 수 없으며 특히 공작기계와 같은 기술집약적인 품목은 부스를 미래 지향적으로 꾸미는 것이 제품 이미지 제고에도 긍정적인 영향을 미치게 됨.
- 선진국 업체들은 전시공간 뿐아니라 상담공간의 구성에도 세심한 배려를 보였는데 상담장면의 노출을 꺼려하는 바이어들의 심리를 고려, 상담실을 따로 마련하고 창문을 베니션 블라인드로 처리하였는가 하면 상담실 입구와 출구를 별도로 만들어 경쟁사 바이어들끼리의 대면을 방지하는 치밀함도 보였음.
- 또한 부스 전면을 Bar처럼 꾸며 바이어들이 부담없이 내방, 편안한 분위기에서 음료를 즐기면서 상담을 할 수 있도록 구성하는 등 부스 장치에서도 선진국다운 면모를 드러냄.

▶ 박람회 참가 사전준비 및 회기중 활동

- 박람회 참가성과 극대화를 위한 사전준비도 요구되는데 영문 브로슈어 준비는 기본이며 가능할 경우 해당지역 언어 브로슈어를 구비하는 것도 좋은 방법이라 할 수 있음.
- 프랑스 지역에서 개최되는 박람회에는 중가(中價)정도의 포도주를 구비하여 유력 바이어에게 대접하는 것도 상담분위기를 부드럽게 하는데 도움이 되며 프랑스 문화에의 관심을 표명하는 것도 바이어들에게 좋은 인상을 줄 수 있는 방법임.
- 자사의 상담에만 열중하는 것이 아니라 수시로 타 국가관을 견학하여 박람회장 분위기나 산업동향을 파악함과 동시에 타사의 전시 아이디어를 Bench Marking 하는 것도 박람회 참가를 십분 활용하는 방법 중 하나임.

한국 참가업체인 터보테크는 세계 제일의 Controller 생산업체인 FANUC社의 색상이 노란색인 점에 착안, 파견자 전원이 노란색 상의를 입고 자신들의 목표가 FANUC임을 내방객들에게 홍보, 독특한 마케팅 전략으로 주목을 받았음.



1. 박람회 개요

▶ '99 파리 전자부품 박람회 개요

- 공식명칭 : INTERTRONIC '99 ('99 파리 전자부품박람회)
- 기 간 : '99. 4. 13 ~ 4. 16 (4일간)
- 장 소 : 프랑스 파리 Parc des Expositions de la Porte de Versailles
- 규 모 : 20,000 m²
- 연 혁 : '95년 최초개최
- 성 격 : 파리 국제 전자부품전 (COMPONIC)과 파리 전자설비전 (PRONIC)을 통합, 격년으로 개최되는 프랑스 최대의 전자부품 전문박람회로 완제품을 제외한 전자부품 전반이 출품, 전시됨
- 참가업체수 : 23개국, 650개사

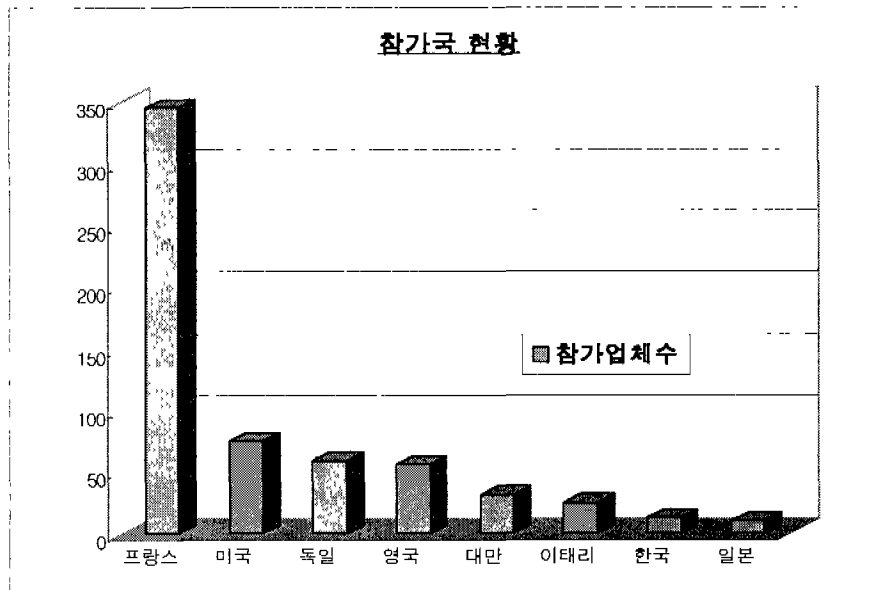
▶ 한국관 참가개요

- 참가연혁 : '95년 이후 3회째 참가 ('95, '97, '99년 참가)
- 참가규모 : 123m² (13개사)
- 참가업체 : 두성전자, 다가전자, 동아정밀, 성문정밀, 성산교역, 삼아전공, 유니슨음향, 흥창, 동안전자, 성실전자, 창성, 광전자반도체, 동신엔지니어링
- 출품품목 : Digital multimeter, Chargers for cellular phone, PCB, Switches, LED Chips, Lead wire, Micro speaker, Noise/ Line filter 등

2. 참가국 현황 및 프랑스 전자산업 동향

▶ 참가국 현황

- 국별 참가업체수 : 프랑스 (346), 미국 (67), 독일 (52), 영국 (51), 대만 (31), 이태리 (25), 한국 (13), 일본 (10)



○ 경쟁국 현황

- 최대 경쟁국인 대만의 경우 대만관에 11개사, 개별참가로 20개사가 참가하여 수적인 면에서 한국의 참가규모를 크게 앞지름.
- 또한 중국에서 8개사가 참가하였는데, 주로 저가 제품 위주의 적극적 마케팅으로 시장 점유율 확대를 꾀하고 있음.

▶ 프랑스 전자산업 동향

- 프랑스의 전자관련 산업은 수출증대와 국내 수요의 증가에 힘입어 '98년에 전년대비 6.2% 성장하였으며 총 매출액이 3,540억 프랑에 달하였음.
- 특히, 선체 생산의 75%에 달하는 수출은 '98년에 전년대비 16%가 증가할 정도로 최근 프랑스의 전자부품산업은 호황기를 맞고 있음.
- 그러나 치열한 경쟁으로 업체의 수익률이 낮아지고 있고 이를 극복하기 위해 프랑스 업체들은 R&D에 많은 투자를 하고 있고, 가격경쟁력이 높은 한국 등 제 3국으로 부터의 수입선 모색에도 적극성을 보이고 있음.

▶ 제품별 수출입 동향

전기제품

무역수지면에서 90억 프랑의 흑자를 보이고 있고, 수출의 경우 유럽국가로의 증가율이 경제성장 속도가 더 빠른 유럽외 국가로의 증가율을 앞서고 있는데, 이는 지리적 근접성에 주로 기인하지만 최근 유로화 도입 등에 따른 EU 국가간 교역 활성화에도 큰 원인이 있음.

전자제품

무역수지면에서 28억 프랑의 흑자를 보이고 있고, 수출(23%), 수입(21%) 모두 급격한 증가세를 보이고 있음. 특히 유럽국가들보다는 제 3국과의 교역이 급증하는 분야임.

정보기술

무역적자가 120억 프랑에 달할 정도로 프랑스가 취약한 분야이나 최근 수출이 급속히 증가하고 있음.

전기부품

가장 빠르게 성장하고 있는 분야중의 하나로, 주로 거래되는 제품은 산업용 저압 제품과 연결품임.

전기소비재 및 가전제품

- 무역수지가 약간의 적자를 보이고 있으며, 스페인, 이태리, 영국 등과 치열한 경쟁을 벌이고 있는 분야임. 소형 가전제품의 수입국은 한국과 중국 등 아시아 국가들임.

※ 세계 전자부품 시장규모 및 전망 (반도체 제외)

(단위 : 억불, %)

구 분		'93	'98	'99	'01	년평균 증감율		
						'93/'98	'98/'99	'98/'01
전자산업		6,937	10,427	10,782	11,670	8.4	3.4	3.8
전자부품		1,160	1,504	1,592	1,711	5.3	5.8	4.4
지역 별	미 국	350	482	501	531	6.6	3.9	3.3
	일 본	247	302	318	349	4.1	5.3	4.9
	유 럽	280	370	378	391	5.7	2.2	1.9
	아시아	242	276	317	352	2.7	14.8	8.4
	기 타	41	74	78	88	12.5	5.4	5.9
품 목 별	CRT	87	119	122	130	6.5	2.5	3.0
	축진기	93	109	115	124	3.2	5.5	4.3
	저항기	44	49	48	48	2.1	-2.1	-0.7
	PCB	169	272	294	337	9.9	8.0	7.4
	콘넥타	103	159	165	173	9.0	3.8	2.9
	자기테이프	114	126	128	133	2.0	1.5	1.8
	기 타	550	670	720	766	4.0	7.4	4.5

자료 : Yearbook of World Electronic Data '98

▶ 지역별 경쟁동향

E U

- 유럽국가로의 수출이 54%에 달할 정도로 프랑스 전자산업의 최대시장임
- 수입이 선년대비 15.4% 증가했으나 수출역시 13.8% 증가함으로써 동 지역내에서의 무역수지는 304만 프랑의 흑자를 기록하였음.

미국

- 미국과의 무역수지는 지속적인 적자를 기록하고 있으나, 달러의 강세로 수출 증가세가 수입증가세를 앞시키고 있음.

아시아

- '97년 동 지역으로의 급격한 수출증가(44%)에도 불구하고 전체적으로 적사를 나타내고 있는데 일본과의 무역수지 적자가 두드러짐.
- 특히, 아시아 제국의 금융위기로 이들 국가로부터의 수입이 급감했는데, 이는 아시아 기업들의 유동성 저하와 소비자의 구매력 감소에 기인한 것임.
그중에서도 인도네시아와 한국으로부터의 수입이 급감했음.
- 하지만 중국은 교역규모면에서 프랑스의 주요 교역국으로 부상하고 있는데 프랑스의 제 17위 수출국이며 동시에 제 7위 수입국임.

기타지역

- 동유럽 국가들의 전자산업이 급속도로 발전하고 있고 교역액도 증가 추세에 있음.
- 라틴 아메리카, 중동 및 아프리카 역시 프랑스의 주요 교역상대국이며 이들 국가를 상대로 흑자기조를 유지하고 있음.

※ 주요국별 전자부품 생산동향

(단위 : 억불, %)

구 분	'93		'97		년평균 성장율
	생산액	구성비	생산액	구성비	
미 국	309	23.5	441	25.1	9.2
일 본	539	41.0	627	35.7	3.8
한 국	102	7.8	173	9.9	14.1
독 일	113	8.6	122	6.9	1.9
영 국	46	3.6	75	4.3	11.8
프 랑 스	53	4.0	68	3.9	6.4
대 만	75	5.7	102	5.8	7.9
홍 콩	37	2.8	36	2.1	-0.7
싱 가 폴	20	1.5	52	3.0	26.9
말레시아	20	1.5	57	3.3	29.9
합 계	1,316	100.0	1,753	100.0	7.4

자료 Yearbook of World Electronic Data '98

4. 주요 참가업체별 동향 및 현지 반응

두성전자

- 휴대폰 충전기를 전시하였는데, 동 품목은 주로 대형바이어가 관심을 갖는 품목으로 현지 제조업체 및 개발부서의 관심이 높았음.
- 프랑스에서는 Alcatel 등 여러 업체가 관심을 가지고 있는데 그 시장의 규모가 매우 크기 때문에 시장 개척 노력이 지속될 경우 수출확대가 기대됨.
- 또한 카메라 모듈의 경우에는 스웨덴, 영국 바이어들로부터 인기를 끌었음.

다가전자

- Digital Multimeter를 전시하였으며 프랑스, 네덜란드, 벨기에, 아프리카 바이어의 방문이 많았음.
- 해외 전시회 참가 경험이 적음에도 불구하고 대만, 홍콩 등 경쟁국의 제품과 비교할 때 품질 및 가격 경쟁력이 우수한 것으로 평가받았음.
- 프랑스 우편주문 배달업체와 접촉하여 프랑스내 공구 전문 도매상가 진출을 강구 중임.

동아정밀

- PCB(회로기관)을 전시한 업체로 동 품목은 생산업체가 많은 관계로 경쟁이 치열한 품목임.
- 동아정밀의 제품은 숭상 이상의 품질을 갖추었으며 이번 전시회 기간중 바이어들로부터 가격 경쟁력이 충분한 것으로 검증받는 등 향후 수출 전망이 밝음.
- 대만이 서가 공세를 펴고 있으나 품질면에서는 한국 제품이 우수하다는 평가를 받았음.

유니슨음향

- Micro Speaker 제조회사로 핸드폰, PC용 부품을 생산중임.

- 현재는 프랑스, 독일, 이태리 등에 수출을 하고 있으며 일본, 대만, 중국이 주요 경쟁국임.
- 유니슨 음향의 제품은 인정성이 높고 디자인 및 R&D 능력도 높기 평가받고 있어 유럽 시장 진출 전망이 밝을 것으로 예상됨.

삼아선공

- Lead Wire를 전시하였는데, 동 품목은 수요층이 일부 바이어로 한정되어 있음.
- 삼아선공은 이미 전세계 Lead Wire 시장의 30%를 차지할 정도로 명성이 있으며 금년 5월부터 톨슨 말레이지이 공상에도 납품을 계획하고 있을 정도로 인지도가 높은 편임.

싱실전자

- Temperature Sensor를 생산하는 업체로 거래 성약 가능성이 매우 큰 바이어의 방문이 많이 신사회 종료이후 상당한 계약이 이루어질 것으로 예상됨.
- 가격 경쟁력은 충분히 있다고 판단되며 2000년에는 100만 프랑의 수출이 가능할 것으로 전망되는 등 이번 박람회를 통해 유럽 시장 진출의 계기를 마련하였음.

5. 참가결과 분석

▶ 프랑스 시장 공략 절호의 기회

- 프랑스의 전자부품 산업은 유럽내 비중이 16%에 달하며, 지리적으로도 유럽의 중심지에 위치한 관계로 프랑스 시장 진출 성공은 유럽시장 진출의 훌륭한 교두보를 확보하는 의미가 있음.
- 특히, 최근 EURO화의 도입으로 유럽전체가 하나의 단일시장으로 되고 있기 때문에 프랑스 시장 진출시 유럽 전체시장 진출전략을 수립할 필요가 있음.
- EURO화 도입은 프랑스 기업들에게 가격하락의 압력을 주고 있는데 이에따라

프랑스 기업들은 가격경쟁력 제고를 위해 특별히 부품류 신규공급처를 한국 등 제 3국에서 찾고 있는 상황임.

- 인터넷의 급속한 보급 등으로 인해 프랑스의 정보통신산업이 급속도로 발전하고 있기 때문에 이에따른 각종 부품류의 신규수요 역시 대폭적으로 증가할 것으로 전망됨. 따라서 앞으로 1~2년이 한국기업에게는 프랑스시장 진출의 절호의 시기가 될 것으로 전망됨.

▶ 프랑스 시장 진출 전략

- 프랑스는 경쟁력이 없는 분야에 대한 신규투자를 기피하며, 필요한 제품은 전량 수입에 의존하고 있기 때문에 프랑스 수입상과 한번 좋은 관계를 맺으면 지속적인 거래확대가 가능함.
따라서 첫 오더만 잘 성사되면 그후의 거래는 순조롭게 진행되는 특성이 있음.
- 무계획적인 바이어 접촉보다는 철저한 시장 및 기업조사를 바탕으로 선별적인 바이어 발굴과 전략적인 접근이 필수적임.
- 특히 대기업의 Outsourcing팀을 접촉하는 등 Big-Buyer 발굴노력을 전략적으로 전개할 필요가 있음.

‘99년 KOTRA 해외전시사업 리스트 (총 73회)

박람회	개최기간	담당자	전화 (3460)	박람회	개최기간	담당자	전화 (3460)
종합 및 전문 박람회 (75회)				뉴욕 하계 선물용품	08.08-08.13	강신학	7253
시카고 가정용품	01.10-01.13	배창현	7252	시카고 하드웨어	08.15-08.18	배창현	7252
홍콩 원구	01.11-01.14	서기원	7264	프랑크푸르트 추계 소비재	08.27-08.31	안춘식	7251
모스크바 소비재	01.18-01.23	진중하	7261	비명햄 추계 소비재	09.05-09.08	이금하	7255
로스앤젤레스 악기	01.28-01.31	이금하	7255	상해 섬유기계	09.06-09.10	진중하	7261
프랑크푸르트 문구선물용품	01.30-02.03	최재연	7256	후쿠오카 종합	09.08-09.12	신우용	7263
뉴욕 동계 선물용품	01.31-02.04	강신학	7253	홍콩 시계	09.08-09.12	신우용	7263
동경 춘계 선물용품	02.03-02.05	한창윤	7265	라이프찌히 선물용품	09.11-09.13	김남희	7267
뉴렌버그 원구	02.04-02.10	이금하	7255	자그레브 추계 종합	09.13-09.19	김남희	7267
아틀랜타 운동용품	02.12-02.15	이금하	7255	상파울로 문구사무용품	09.22-09.25	양정학	7259
프랑크푸르트 춘계 소비재	02.19-02.23	안춘식	7251	치바 플라스틱	09.24-09.28	이장	7254
디트로이트 자동차부품	03.01-03.04	강신학	7253	시드니 전기전자	09.28-10.01	강신학	7253
프랑크푸르트 악기	03.03-03.07	이금하	7255	동경 건축자재	09.28-10.01	이강	7254
파나마 종합	03.03-03.08	이장	7254	아틀랜타 섬유	09.30-10.02	양정학	7259
싱가포르 가구	03.04-03.08	한창윤	7265	테헤란 종합	10.01-10.09	강신학	7253
렐른 하드웨어	03.07-03.10	배창현	7252	프랑크푸르트 추계 섬유직물	10.04-10.06	진중하	7261
카이로 종합	03.09-03.19	강신학	7253	동경 전자	10.05-10.09	이장	7254
뉴욕 광학	03.19-03.21	이장	7254	홍콩 전자	10.12-10.15	강신혁	7253
하노이 종합	04.02-04.06	한창윤	7265	파리 자동차부품	10.13-10.18	최재연	7256
파리 전자부품	04.13-04.16	최재연	7256	오오사카 비즈니스	10.18-10.20	김남희	7267
홍콩 피혁원자재가공	04.20-04.23	서기원	7264	산호세 전자	10.19-10.21	이장	7254
동경 주택	04.21-04.24	도승환	7262	요하네스버그 종합	10.19-10.23	안춘식	7251
홍콩 춘계 혁제품	04.27-04.29	서기원	7254	북경 공작기계	10.20-10.26	최재연	7256
뉴욕 춘계 패션직물	04.27-04.29	이장	7254	하노이 산업	10.22-10.28	이장	7254
마젤 시계보석	04.29-05.06	이금하	7255	파테말라 종합	10.26-10.31	양정학	7259
싱가포르 반도체	05.04-05.06	한창윤	7265	라스베가스 자동차부품	11.02-11.05	강신학	7253
쿠알라룸푸르 전기	05.04-05.07	도승환	7262	알스메이 화해	11.02-11.06	신우용	7263
방콕 산업	05.05-05.09	신우용	7263	하바나 종합	10.31-11.07	안춘식	7251
파리 공작기계	05.05-05.12	최재연	7256	파리 건축	11.08-11.13	최재연	7256
뉴욕 분구	05.16-05.19	안춘식	7251	동경 컴퓨터	11.09-11.12	이금하	7255
베이루트 건설	05.18-05.22	안춘식	7251	홍콩 미용	11.11-11.13	신우용	7263
북경 종합	05.20-05.24	도승환	7262	뒤셀도르프 의료기기	11.17-11.20	진중하	7261
쿠알라룸푸르 기계	06.02-06.06	신우용	7263	두바이 추계 종합	11.21-11.25	안춘식	7251
타이베이 식품	06.09-06.12	도승환	7262	쿠알라룸푸르 자동차부품	11.25-11.28	양정학	7259
싱가포르 통신방송	06.22-06.25	한창윤	7265	싱가포르 계측기기	11.30-12.03	이금하	7255
동경 가정용품	06.23-06.25	진중하	7261	프랑크푸르트 규형	12.01-12.04	이장	7254
북경 플라스틱고무	07.06-07.10	신우용	7263	한국상품전 (3회)			
동성 문구사무용품	07.08-07.10	진중하	7261	상해 한국상품전	03.23-03.27	진중하	7261
광저우 종합	07.08-07.10	서기원	7264	암만 한국상품전	07.25-07.31	신우용	7263
빈센 하계 운동용품	08.01-08.04	이금하	7264	니이로비 한국상품전	10.07-10.10	신우용	7263

해외박람회 개별참가업체 임차료 지원 안내

KOTRA는 IMF 이후 자금시정이 어려워진 중소기업의 해외수출 활동을 지원하기 위하여 해외박람회 개별참가 업체에 대해 아래와 같이 임차료를 지원하오니 관심있는 업체의 많은 신청 바랍니다.

= 아 래 =

□ 개요

▶ 지원대상

'99년 6월 1일 이후 개최 박람회

* KOTRA, 지방정부, 정부유관기관, 조합, 협회 등이 한국권 형태로 참가하는 박람회는 제외

- 30대 그룹 이외의 중소기업체

▶ 지원내역

- 지원사항 부스 임차료

- 지원한도 : 업체당 4백만원(1회)/연간

□ 지원절차

▶ 지원신청 : 박람회 개최일 기준 전월 15일 접수 마감

▶ 지원내상 신청 : 매월말

▶ 확 인 박람회 개최기간중 KOTRA 해외무역관에서 참가여부 확인

▶ 시 급 박람회 종료후 400만원 한도내에서 임차료 지급

□ 접수처 및 문의처

▶ KOTRA 국제박람회부 이금하 TEL 02) 3460-7255, FAX : 02) 3460-7918/9

▶ KOTRA 지방무역관

선 북 0652)278-0611, 인 천 . 032)421-6456, 대전.충남 : 042)864-1717,

중 북 0431)253-4123, 강 원 0361)256-4181, 대구.경북 053)756-2341,

부 산 051)463-3691, 경 남 : 0551)287-1041, 광주.전남 062)361-2661,

경 기 . 0331)233-1804

※ 해외박람회 개별참가 지원 안내문 및 신청양식은 KOTRA 홈페이지에서도 열람 및 인쇄가 가능합니다.

KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr) 접속 → 왼쪽 메뉴에서 한글버튼 클릭

-> 알림판<KOTRA 국제박람회 참가안내(5.31)>