

기획조사 06-062

주요국의 e-Business 현황, 유럽편

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



기획조사 06-062

주요국의 e-Business 현황

유럽편

※ 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.

독일의 전자상거래 규모는 2004년 기준 2,026억 유로를 기록하였다. 한때 독일은 유럽의 다른 국가에 비해 정보화가 매우 저조한 국가로 평가되었으나 1990년대 중반 이후부터 본격적으로 정보화전략을 마련하여, 독일의 정보화 수준은 주요 지수에서 전반적으로 상위로 나타나고 있다. UN이 발표한 전자정부 준비지수에서 조사 대상국가 191개국 중 11위, EIU의 e-Business 준비도에서는 68개국 중 12위로 기록되었으며 IT 환경 및 준비도와 활용도를 측정하는 WEF의 네트워크 준비지수에서는 2005년에 비해 3단계 하락한 17위로 나타났다. 그리고 IDC에서 발표한 정보사회지수는 15위로 전년과 동일하게 나타났다. e-Business 산업에 대한 지속적인 투자로 2008년에는 전자상거래 규모가 6,700억 유로에 달할 것으로 추산된다.

영국의 전자상거래 규모는 2004년 기준 1,203억 유로였으며 총리실의 강력한 지도 아래 전자정부를 주도하는 e-Envoy, 그리고 산업, 경제적 접근을 하는 통상부가 영국의 정보화를 주도하고 있다. 영국의 정보화 수준을 살펴보면 최근 UN의 전자정부준비지수에서 4위를 기록하였으며, EIU의 e-Business 준비도에서는 5위로 나타났다. 또한 WEF의 네트워크 준비지수에 있어서는 10위, IDC의 정보사회지수에서는 13위를 차지하는 등 세계 상위수준으로 나타나고 있다. 우리 기업이 진출할 수 있는 유망분야는 Telecommunication Service가 꼽히고 있으며 현지 관련업체와 전략적 제휴를 통해 우리나라가 이미 경쟁력을 가지고 있는 분야부터 먼저 진출하여 그 영역을 차차 확대해나가는 것이 권장된다. 2008년 영국의 예상 전자상거래 규모는 3,998억 유로로 추정된다.

목차

I. 독일

1. 정보통신산업 현황 / 1
2. IT 인프라 현황 / 2
3. 전자상거래 현황 / 5
4. 정부정책 / 8

II. 영국

1. 정보통신산업 현황 / 14
2. IT 인프라 현황 / 16
3. 전자상거래 현황 / 19
4. 기업의 e-Business 현황 / 23
5. 정부정책 / 25
6. 우리기업의 진출방안 / 29

I. 독일

1. 정보통신산업 현황

□ 2005년 독일 IT정보통신시장은 전년대비 2.6% 성장했고, 총 시장규모는 1,341억 유로에 달한 것으로 추정 (독일 IT정보통신협회)

- 독일의 전체적인 경제성장률은 2005년도 중 1%에 머문 반면, IT정보통신시장의 성장률은 독일 전체 경제성장률의 두 배 이상을 기록

- 아울러 2006년에는 전체시장 규모가 금년대비 2.4% 성장한 1,373억 유로를 기록할 것으로 전망

□ 2005년 중 독일의 IT시장 발전에 긍정적인 역할을 한 부문은 노트북, 휴대전화를 포함한 다목적기기, IT서비스

- 모바일과 유선의 정보통신분야는 가격할인 등의 경쟁이 심화되어 연초 기대치보다는 다소 낮은 성장세

□ 2005년 IT관련 산업분야는 전년 대비 2.2% 성장하였고, 총 매출액은 562억 유로에 달한 것으로 보임.

① 모바일통신 서비스

◦ 모바일서비스분야는 전년대비 5.5% 성장하였고, 총 시장규모는 237억 유로

◦ 2005년 상반기 중 독일의 휴대전화 사용자는 총 7,410만 명으로 전체 인구의 90% 이상이 휴대전화를 소지

② 유선통신

- 모바일서비스 분야가 지속적인 성장세를 유지하고 있는 반면, 유선통신분야는 지속적으로 시장규모가 감소
- 2005년 중 유선통신분야의 시장규모는 전년대비 3% 감소한 197억 유로를 기록
- 전반적인 감소세는 둔화되었으나, 업체간의 경쟁으로 유선전화에서 휴대전화로 전화하는 가격이 4.5% 가량 하락한 것이 가장 큰 시장규모 감소요인

③ 인터넷통신

- 인터넷통신 분야는 DSL 등의 고속인터넷망 사용자가 급증하고 있는 가운데, 가격인하경쟁이 치열하여 연초 예상보다는 낮은 5%의 성장이 기대
- 연결선 당 가격이 금년 중 3% 가량 하락하였음에도 불구하고 전체 인터넷 연결서비스 시장은 금년 중 104억 유로의 매출을 달성할 것으로 전망

□ 2006년 독일의 IT시장은 다른 산업분야에 비하여 안정적인 성장을 할 것으로 예상

- 2006년 중 전체 IT시장은 금년대비 2.4% 성장을 보일 것으로 예측되며, 전체 시장규모는 1,373억 유로로 확대될 것으로 전망

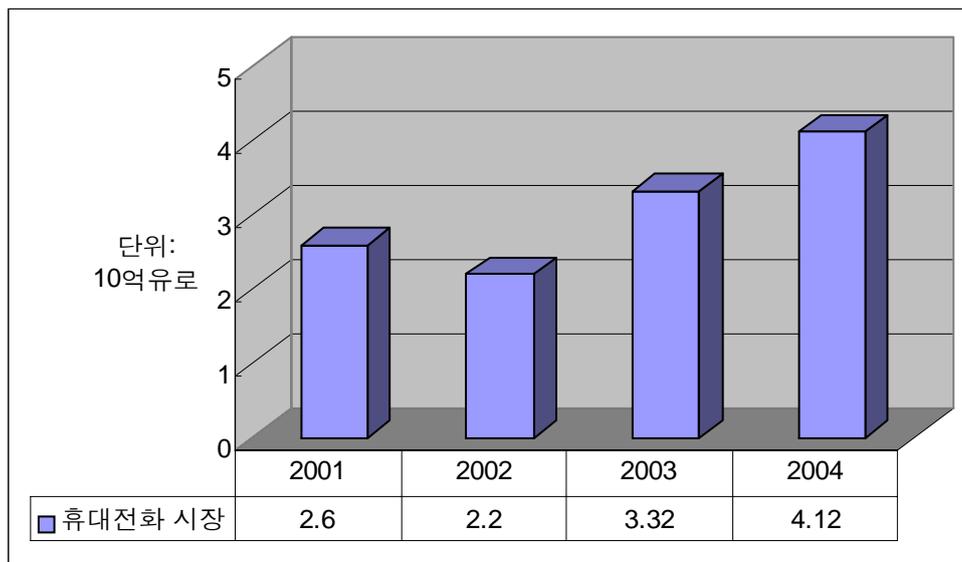
2. IT 인프라 현황

가. 휴대전화 이용률

□ 독일의 휴대전화시장은 지속적으로 성장

- T-MOBILE, VODAFONE, E PLUS, O2 등 독일의 대표적인 4개 통신사들은 2005년 2/4분기 중에만 총 168만 명의 신규가입자를 유치
- 2005년 7월 기준, 총 7,410만 명이 휴대전화를 사용하고 있는 것으로 조사
 - 독일 총인구 8,240만 명의 90%가 휴대전화를 소지
 - 2004년 여름까지만 해도 전체 독일인의 80%가 휴대전화를 소지한 것으로 나타났으나 1년 만에 사용자의 수가 10% 가량 증가

독일 이동통신시장의 매출액



자료 : Handelsblatt

나. 인터넷 이용률

□ 독일의 인터넷 이용률은 2004년 기준으로 전체 가정의 58% 수준

- 많은 가정이 ISDN 및 모뎀을 기반으로 한 저속인터넷망을 사용하고 있으며 전체 가정의 18%, 기업의 55%만이 초고속인터넷을 사용

- 2005년 7월 기준으로 독일 전역 중 50% 정도만이 초고속인터넷이 가능한 지역 (Deutsch Telekom, FAZ, 프랑크푸르트 알게마이네)
 - 이는 EU지역의 타 국가와 비교 시 상당히 저조한 보급률
- 2006년 초까지 고속인터넷 사용자 수를 1,000만 명으로 늘리는 것이 독일정부의 목표
 - 독일의 초고속인터넷 보급률이 낮은 이유는 현재까지 Deutsch Telekom사가 독점 아닌 독점을 유지하고 있기 때문
 - 이에 대한 대안으로 독일 경제부는 케이블TV, 위성수신, 라디오와 같은 전송기술을 활용하고자 함.
 - 특히 케이블TV社 중 규모가 제일 큰 Kabel Deutschland사에서 3,000만 유로를 투자하여 케이블TV를 통한 인터넷 연결과 전화 사용서비스를 실시할 예정
- 현재 독일의 초고속인터넷, ISDN 모뎀, 케이블을 통한 전체 인터넷 이용률은 2004년 기준 54%
- 전체 인터넷 이용자의 70%가 ISDN모뎀 등을 이용하고 있어 대용량의 정보이용이 한정 (연방정보통신협회)

다. PC보급률

- 독일 PC보급률은 노트북과 개인용 PC를 포함하는 경우, 총 5,410만 대로 전체 인구의 66%가 PC를 보유

독일의 IT 인프라 현황

휴대전화 (2005년 기준)		인터넷사용자 (2004년 기준)		PC	
총가입자수 (천명)	인구 100명당 가입자수	인구 10,000명당 호스트수	이용자수 (천명)	총보유수 (천대)	인구 100명당 보유수
74,100	90.37	5,800	42백만	54,186	66

자료 : DESTATIS 2005, SPIEGEL지 독일 기업 및 가정 IT 보고서 2004

3. 전자상거래 현황

가. 독일의 전자상거래

□ 독일은 전자상거래(e-Commerce)가 시작된 지 10년 만에 최고 매출액을 기록

- 최근 독일연방통신판매협회(BVH)의 발표에 따르면, 독일의 전자상거래 매출액은 매년 증가하고 있으며, 2005년의 경우 전자상거래 이용자는 약 2,500만 명으로 추산
- 2005년 전자상거래 업체의 총매출액은 86억 유로로 추정
 - 특히 On-line 경매사이트 e-Bay를 통한 매출액은 약 25억 유로로 추산
 - 여기에 여행 예약, 금융서비스, 보험 체결, 소프트웨어 다운로드 등의 서비스업을 포함하면, 전체 매출액 규모는 더욱 커져 2005년 전체 전자상거래 매출액은 181억 유로에 달한 것으로 전망
- 매출액이 증가하고 On-line 고객이 늘어남에 따라 신규 On-line 쇼핑몰도 늘고 있어 경쟁이 점점 치열
 - 경쟁에서 중요한 것은 카탈로그 등을 통해 Off-line 판매에서 알려진 상표, 확고부동한 프로필, 특별한 서비스이며 현재 인기 있는 On-line 쇼핑몰은 기존의 유명 통신판매 Shop인 경우가 많음.
 - 가장 많이 이용하는 On-line Shop 10개 중 7개가 기존의 카탈로그 등을 이용한 통신판매업체로, 이들 업체는 인터넷뿐만 아니라 카탈로그를 통한 상거래도 병행

□ 독일 On-line 상거래 활성화는 근본적으로 점점 더 많은 사람들이 인터넷을 이용하고 있는데 기인

- 현재 14세~49세의 사람들 중 44%가 매일 인터넷을 이용하고 있는데, 이는 1999년의 상황과 비교하면 5배 이상 증가된 수치
 - 상대적으로 인터넷 이용이 많은 19세~29세 젊은이들의 하루 인터넷 이용시간은, 1999년에는 하루 평균 12분이었지만, 2005년의 경우 69분으로 6배 가까이 증가

□ 2010년까지는 전체 통신판매 중 약 50%를 On-line 거래가 차지할 것으로 예상하고 있으며, 전자상거래의 이용 방식도 Interactive TV, T-Commerce 등으로 더욱 다양해질 것으로 전망

독일 기업의 전자상거래 이용현황 (2004)

(단위 : %)

	중소기업	대기업	전체
구매	46	48	49
판매	22	24	23

자료 : Eurostat, e-Commerce database 2005

독일 기업의 부문별 전자상거래 이용현황 (2004)

(단위: %)

	제조업	유통	호텔, 숙박	운송, 통신	비즈니스 서비스
구매	37	51	35	40	53
판매	16	24	59	19	9

자료 : Eurostat, e-Commerce database 2005

나. 독일의 대표적인 전자상거래 포털 e-Bay

□ 2005년 말 기준, 전체 독일인 8,200만 명 중 1,500만 명 이상이 e-Bay 를 한번 이상 이용한 것으로 보고

- 최근에는 외국 기업들이 독일지역 IT관련 제품의 시장개척을 위해 e-Bay를 이용하기도 하는 등, e-Bay는 더 이상 중고물품을 사고파는 단순한 On-line 경매시장이 아닌 전자상거래의 대표적인 도구로 전환

□ 독일 e-Bay가 성장할 수 있었던 주요한 이유는 4가지

① 가격

- 독일인은 가격에 매우 민감하여, 일반 Off-line 상점 및 On-line 상점에 비하여 동일제품을 낮은 가격에 제공하는 e-Bay를 선호

② 집중과 선택 성향

- 과거의 Alande.de, 현재의 아마존과 같은 경쟁업체들이 있으나 집중과 선택을 선호하는 독일인들은 타사보다는 이미지와 편의성이 돋보이는 e-Bay를 이용

③ 독일의 신용사회

- 독일에서도 e-Bay관련 사기사건이 증가하고 있는 추세이나, 독일인은 상대방에 대한 신뢰가 다른 민족에 비해 강하여 물품 낙찰시에 상대방의 신용도가 양호하면 낙찰금액을 별도의 안전장치 없이 바로 송금하는 사람들이 대부분

④ 독일 e-Bay의 마케팅전략

- e-Bay사는 3초, 2초, 1초라는 TV광고를 통하여 모든 독일인이 저렴한 가격에 좋은 물품을 낙찰 받는다는 인식을 심어 이용자를 확대하고 있는 추세
- 자회사(mobile.de)의 자동차 관련 사이트와 e-Bay의 연계 등을

통한 시장확대 전략이 주효

□ 경매사이트로서 e-Bay의 향후전망은 어두운 편

- 중고 경매사이트로 시작한 e-Bay의 중고물품판매 매출액은 2004년 중 전체 매출액 대비 39%에서 37%로 감소 (독일 시장조사기관 GfK)
 - 신상품이 경매대상으로 올라오는 경우도 전체 건수 대비 38%에서 31%로 줄어드는 등 경매사이트로서의 기능이 축소
 - 즉시구매가격을 제시하는 물품 건수의 경우 2003년 21%에서 2004년 29%, 2005년에는 30%를 상회
 - Roland Berger사의 유통전문가인 Bauer씨는 향후 독일 e-Bay의 성장가능성은 최대 30%로 보고 있으며, 그 후부터는 안정적인 소폭의 성장세를 유지할 것으로 전망
- 이와 같은 현실은 독일 e-Bay 측에서도 인지하고 있으며, 향후 성장분야를 경매 수수료수익보다는 광고 및 타 On-line 쇼핑몰, 카탈로그 쇼핑업체와의 연계강화에서 탐색

4. 정부정책

가. 정보화정책

- 독일 정보화정책은 1995년 12월 연구기술혁신위원회(Council for Research, Technology and Innovation)의 권고로 연방정부가 1996년 2월에 발표한 'Info 2000, Germany's Way to the Information Society'가 최초
- 동 프로그램에서는 모든 국민과 기업들이 쉽게 정보통신기술(ICT)에 접근할 수 있게 하고 독일이 ICT 부문에서 앞서가기 위한 전략

들이 제시

- 동 프로그램의 구체적인 이행을 위해 경제부와 교육, 과학, 연구, 기술부는 공동으로 1996년 10월, 'Forum Info 2000'을 구성하여 1998년까지 정보화전략을 이행
- 1998년 11월 슈뢰더 정권이 들어서고는 모든 정보화정책이 실업률을 줄이고 새로운 일자리를 창출하는 것에 초점을 두고 이행
- 1999년 11월 새로운 정보화정책인 '21세기 정보사회의 혁신과 고용 (Innovation and Jobs in the Information Society of the 21st Century)'이 발표되었으며, 동 프로그램의 실행을 위해 2005년까지 5년 동안 30억 마르크의 예산이 편성
 - 동 프로그램의 목표는 실업을 줄이기 위해 모든 사회부문에서 ICT를 활용하고 나아가 전 유럽에서 독일이 IT 부문을 선도하는 국가가 되는 것
 - 동 프로그램은 디지털 시대에 독일이 앞서나가기 위해서는 정치, 경제, 사회의 공동노력이 뒷받침되어야 한다고 강조하고 있으며 이에 대한 구체적인 계획과 완전한 정보사회화로 나아가기 위한 10가지 기본방향의 실행안 및 목표시한 등을 제시
 - 특히 새로운 미디어에 대한 접근과 보급, 보안강화를 통해 IT 이용에 있어서 신뢰도 증대와 공공서비스의 현대화에 초점
- 이후 2000년 9월에는 독일을 유럽 내 최고 지식기반국가로 건설한다는 비전 하에 기존의 정보화정책을 더욱 발전시킨 'Internet für alle'를 발표하여 추진
- 독일은 또한 연방정부차원에서의 정보화정책 외에 주정부차원에서의 정보화정책들도 병행하여 추진
- 2005년 11월 Merkel 수상을 수반으로 하는 CDU와 SPD의 대연정

정부 출범 이후 독일은 '21세기 정보사회의 혁신과 고용' 프로그램을 지속적으로 운영 중이며 추가적인 IT관련 정책은 현재 정책입안 중

나. e-Business 촉진 정책 (전자정부 추진)

□ 독일 정부는 공공서비스의 질을 개선시키고 효율성을 증대시키기 위해 국민과 기업 간 전자적 네트워크를 형성하기 위한 작업들을 추진

- 이러한 공공부문의 정보화 프로젝트는 공공부문의 투명성을 향상 시킴과 동시에 국민과 기업에 대한 서비스를 개선시키는 것이 주요 목적

- 이를 위해 독일 정부는 2000년까지 공공행정 정보서비스 제공을 위한 광범위한 IT 전략을 수립하여 지식경영의 도입, 서비스의 단일창구화, 연방기관 간 정보공동체 구축을 추진

◦ 공공조달계약 규칙을 개정하여 향후 공공부문의 조달절차가 전자적으로 처리될 수 있도록 하였으며 2000년 1월부터는 소득세 신고를 인터넷을 통해 할 수 있도록 함.

◦ 2005년까지 정부의 포털사이트인 'www.bunde.de'를 통해 376개의 정부서비스를 On-line으로 제공한다는 'BundOn-line 2005' 계획 하에 10억 6,500만 유로를 투입

독일의 정보화정책 방향 및 목표

기본 방향		2005년까지의 구체적인 목표
ICT 이용의 확대	2005년까지 경제 및 사회 모든 분야에서 ICT 이용률이 전 세계 대비 선도적인 위치 차지	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년까지 인터넷 가입자 를 40% 이상으로 확대 • 중소기업의 외부네트워크 이용률을 대기업수준으로 확대
균등한 ICT 이용기회 제공	모든 사회그룹들에 대한 균등한 ICT 이용기회 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 여성의 인터넷이용률을 50%로 확대 • IT부문에서의 여성의 비즈 니스 참여율을 2005년까지 최소 40%이상으로 확대
소비자 보호	ICT 이용에 있어서의 사생활 보호	정보, 통신, 미디어에 대한 법적체계 개발
교육	모든 학생들이 ICT에 대한 지식을 습득할 수 있도록 교육시설을 현대화하고, 교사들에 대한 멀티미디어 이용 교육 실시	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년까지 모든 학교와 직 업훈련센터에서 멀티미디 어 PC와 인터넷이용이 가 능하도록 함. • 2005년까지 교육소프트웨어 분야에서 선도적인 위치 차지 • 모든 대학들이 교육과 연 구과정에서 On-line 네트워 크를 이용할 수 있도록 함.
연구개발	혁신과 성장의 기회를 최대한 활용하기 위해 새로운 IT 기술개발과 기초연구개발 수준을 세계 최고수준으로 격상	<ul style="list-style-type: none"> • 2000년까지 초고속 네트워 크 구축을 위해 독일연구 네트워크(German Research Network)를 확대
IT 기술 및 IT 인프라 에서의 선도적인 위치	원격통신 분야에서의 선도적인 위치를 유지하기 위해 IT 인프라 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년까지 광학네트워크를 개발하고, 2010년까지 모든 가정에 유리섬유케이블을 구축 • 2005년까지 전 지역에서 항 시 멀티미디어 서비스를 이용할 수 있도록 이동통 신시스템 완비 • 2002년부터 유선인터넷 무 료이용

기본 방향		2005년까지의 구체적인 목표
혁신적인 조직 및 기업	ICT를 통해 기업의 혁신력, 유연성 및 생산성 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년까지 4만여 지역에 IT 직업훈련센터 신설 • 2005년까지 IT 부문 전문가 25만 명 육성. 여성의 IT 직업훈련 참여 확대 • 2002년까지 재택근무자수를 160만 명 이상으로 확대
자연환경	IT를 이용한 자연환경 보호 및 자연자원의 잠재적인 유용성 최대화	
전자정부를 통한 공공서비스의 현대화	전자정부를 통한 공공행정의 효율성 및 투명성 증대	<ul style="list-style-type: none"> • 2000년까지 연방행정부의 전자정부화를 위한 전략을 수립하고 공공행정에서의 ICT 이용 확대 • 2000년까지 과세부과 서비스를 전자적으로 이용 가능하도록 함
유럽 및 국제사회와의 협력 강화	전 세계 정보사회화를 방해하는 장애물 제거에 있어서 유럽과 국제적 차원의 협력 강화	

Internet für alle의 추진성과

추진분야	목표	성과
인터넷 활용 확충	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년까지 전 학교에 인터넷 보급 • 학교/대학/직업학교를 위한 소프트웨어 개발 • 2003년까지 IT 재교육 자리 6만 개 확충 • 정보관련학과 확충 • 여성 인터넷 보급 확산 • IT 재교육 확충 • 전 공공기관 간 인터넷 연결 • 디지털 통합 홍보캠페인 추진 	<ul style="list-style-type: none"> • 학교의 PC 보급을 위해 2001년 1,400만 마르크 투입 • 교육용 소프트웨어 개발을 위한 'Neue Medien in der Bildung' 추진. 2000~2004 간 6억 마르크 투입 • 정보학과 2000년 5만개에서 2001년 7만개로 확충 • 여성을 위한 'Werde Informatikern' 홍보 캠페인 추진 • IT 재교육을 1997년 30.5%에서 2001년말 42%로 확충 • 2000년말 1,217개 공공도서관 On-line 연결 • 'Mission Internet', 'Kids an die Maus' 홍보캠페인 실시

추진분야	목표	성과
PC 보급 후원 촉진	민간기업의 학교 및 교육기관의 PC 무료 보급 시 소득세 감면	민간기업 및 개인이 학교, 교육기관, 사회단체에 PC 기부 시 세금감면
실직자 대상 인터넷자격증 제도	2000년 10월부터 인터넷 자격증이 없는 모든 실직자들 대상으로 무료로 교육 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 자격증 취득자수 증대 • 2000년 연방 노동청에 인터넷센터 설립
인터넷 이용료 인하	가입자망 시장의 경쟁촉진을 통한 접속요금 인하 정책 추진	프랑스, 영국, 이탈리아, 스웨덴에 비해 인터넷 요금 저렴
인터넷 이용에 대한 비과세	직장 및 가정 내 PC 및 인터넷 이용에 대한 비과세	2000년부터 비과세 실시
전자정부 구현	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년까지 전자정부 구축 • www.bunde.de 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 'Arbeitsamt-On-line' 통해 50만개 일자리 제공 • ELSTER : 50만개 소득신고 On-line 처리
전자상거래 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 전자서명 조기 도입 • 지적재산권 보호 • 소비자 정보보호 및 자료 보호 	2001년 2월 전자서명법 제정
On-line 보안 강화	인터넷 상의 범죄 퇴치	<ul style="list-style-type: none"> • 안전한 인터넷 이용을 위한 전담 조직 구성 • '인터넷 상의 안전신뢰성' 프로그램 추진
민간기업의 자율규제 강화	정부와 민간 간 Deutschland21 프로그램 추진	학교 PC 보급 추진 등
독일 혁신 캠페인	정보화정책에 대한 홍보	<ul style="list-style-type: none"> • Internet für alle 홍보 • www.bunde.de 홍보

II. 영국

1. 정보통신산업 현황

- 영국의 정보통신시장은 Ofcom(the Office of Communications)이 통제 관리기관으로서 역할을 수행하고 있으며 동 기관은 정보통신시장 전반에 걸친 전략수립 및 검토를 담당
- 영국 정부의 정보사회화 노력에 힘입어 영국의 휴대전화 및 인터넷 이용률은 높은 수준
 - 영국의 통신시장은 2005년 3월 기준 총 532억 1,000만 파운드 규모
 - 최근 가격경쟁의 심화와 강화된 가격규제 그리고 새로운 기술개발 압력 등으로 둔화된 성장세를 보여주고는 있지만 2006년에도 2.7%의 성장을 통해 546억 7,000만 파운드 시장을 형성할 것으로 전망

영국의 통신산업 시장규모

	2001	2002	2003	2004	2005	^e 2006
Turnover (£bn)	43.67	45.50	48.93	50.85	53.21	54.67
% change year-on-year	-	4.2	7.5	3.9	4.6	2.7
<i>e — Key Note estimates</i>						
<i>Source: Annual and Quarterly Turnover Inquiries, National Statistics</i>						
<i>© Crown copyright material is reproduced with the permission of the Controller of HMSO (and the Queen's Printer for Scotland)/Key Note</i>						

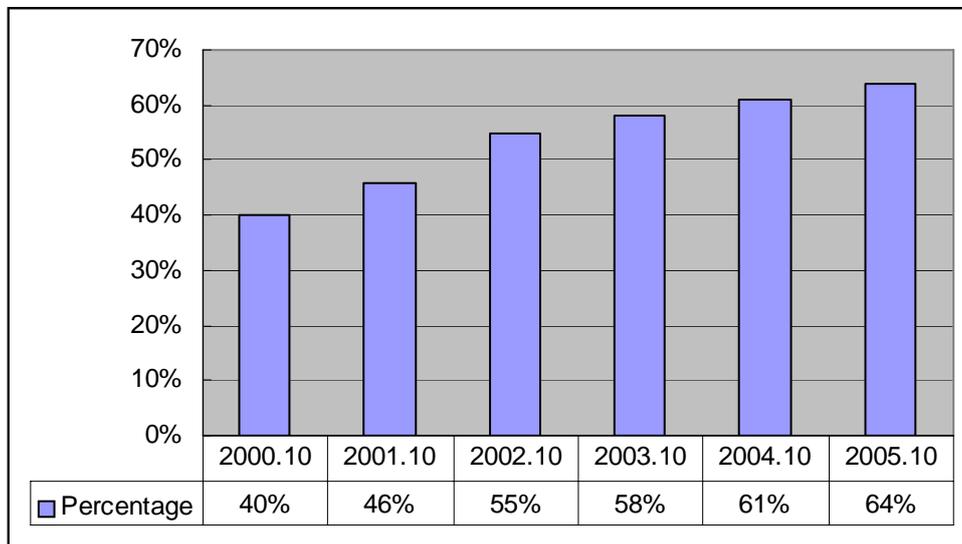
- 유선통신 부문의 축소가 계속되는 가운데 무선통신 부문이 가장

큰 시장으로 자리매김하고 있으며 이 부문은 인터넷 서비스 부문과 함께 향후에도 지속적인 성장세를 이어갈 것으로 전망

- 3G 서비스가 무선통신시장의 발전을 주도해나갈 것으로 여겨지며 비디오 메시지, 비디오 텔레포니 등 다양한 멀티미디어 무선 데이터서비스와 광대역 ADSL 등이 성장가능성을 보여주고 있음.
- 한편 '유무선 컨버전스'도 시장의 또 다른 화두로 등장하고 있는 가운데 이미 British Telecom이 유무선 복합 전화 단말기 및 서비스를 제공 중

□ 2005년 10월말 영국 통계청 자료에 따르면 약 64%의 성인(약 2,900만 명)이 최근 3개월 내 기간에 인터넷 접속을 하였으며 총 92%의 성인인구가 한 번 이상의 인터넷 접속 경험이 있는 것으로 추산

영국의 인터넷 접속률



자료 : 영국 통계청

- 조사자료에 따르면 인터넷 접속자의 92%는 정보획득을 위해 검색엔진에 접속하였고, 78%는 전자우편 송수신, 32%는 채팅이나 뉴스클럽에서 메시지 교환, 22%는 파일공유사이트에 접속한 것으로 확인

□ 통신사업 규제완화정책의 영향으로 200개 이상의 기업들이 국내 혹은 국제 통신사업 라이선스를 보유

- 일부는 규모가 큰 기업고객에게 국제 통신서비스를 제공
- 보수적이고 전통을 중시하는 국민성의 영향으로 브랜드 충성도와 비가격 경쟁력이 중요한 요소로 작용했었으나, 수입규모의 확대와 유통채널 간 가격경쟁으로 시장이 역동적으로 변화하고 있는 상황

영국의 IT 시장현황 및 전망

(단위 : 백만달러)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000~2005 증가율
하드웨어	22,027	24,136	26,294	29,008	31,560	33,789	8.9%
패키지	11,387	13,053	14,973	17,177	19,730	22,680	14.8%
서비스	24,588	27,745	30,909	34,268	37,752	41,499	11.0%
IT 합계	58,002	64,934	72,176	80,454	89,042	97,968	11.0%

자료 : IDC

□ 영국에는 우리나라에도 많이 알려져 있는 '케임브리지 사이언스 파크'와 스코틀랜드의 '실리콘글렌'이라는 곳에 벤처기업들이 밀집

- 산학협력이 잘 이루어지고 있고 금융이 발달되어 있어 벤처기술의 인큐베이팅 즉 보육활동이 활발

2. IT 인프라 현황

가. 통신서비스

□ 영국의 통신시장에 있어 이동통신 시장은 2005년 3월을 기준으로

이전 5년간 80%의 높은 성장률을 기록

영국 통신산업 최종소비자시장 성장률

	% Growth 2001-2005
Cellular or mobile services	84.0
Fixed-line services	-20.0
Other end-user services	41.8
Total	19.7

Source: Office of Communications (Ofcom)/Key Note

- 2005년 3월말 기준 영국의 이동통신 가입자 수는 총 6,000만 명을 넘어 선 것으로 조사되었으며 667억분의 통화량과 284억 개의 메시지가 전달된 것으로 확인

영국의 이동통신 서비스 규모

	2001	2002	2003	†2004	†2005
Retail minutes (million minutes)	38,206	46,292	53,827	60,489	66,774
Text and picture messages (millions)‡	8,041	13,201	18,410	22,359	28,407
Subscribers (million year end)‡					
Post-paid	12.8	14.3	15.9	17.4	20.0
Pre-pay	30.7	32.0	33.8	37.2	40.2
Total Subscribers	43.5	46.3	49.7	54.6	60.1

† — including estimates for Three, whose figures are not collected by Ofcom
‡ — excluding data for Virgin Mobile

Source: Office of Communications (Ofcom)/Key Note

- 영국의 이동통신시장은 Vodafone이 선두를 유지한 가운데 Orange, O2, T-mobile이 그 뒤를 따르고 있으나 가입자 수 기준으로는 T-mobile이 Virgin을 포함하여 약 1,600만 명으로 1위를 기록

영국 이동통신시장 점유율 현황

Table 17: Shares of the UK Cellular Market by Value and Volume (%), Year Ending March 2005

	Calls and Fixed Charges (%)	Messaging (%)	Total Revenue (%)	†Subscribers (%)
Vodafone	29.3	25.1	28.6	22.6
Orange	23.3	25.4	23.7	23.8
O2	22.6	28.6	23.7	23.9
T-Mobile	17.9	14.3	17.3	24.6
Three	6.8	6.6	6.8	5.0
— (of which Virgin Mobile)‡	-	-	3.6	8.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

† — at year end.
‡ — the largest Virtual Network operator, whose figures are included in those for T-Mobile
Note: totals may not sum due to rounding by source.
Source: Office of Communications (Ofcom)/Key Note

나. 인터넷 보급현황

- 2004년 기준 영국 성인인구의 64%가 집에 컴퓨터를 보유
 - 그 중 53%의 성인이 집에서 인터넷 접속을 하고 있으며 이 수치는 1,300만 가구에 해당
 - 2003년 9월부터 2004년 9월 사이 인터넷 가입자 수가 약 5.1% 증가하였으며 이 중 브로드밴드 가입자 수가 급증하여 전체 가입자의 34.4%에 달하고 이는 전년도 18.7%에 비해 2배 정도 증가한 수

치

- 영국 주택의 브로드밴드 접속 서비스는 15% 수준이며 2005년 기준 영국 내 브로드밴드 가입자 수는 대략 800만 명에 달하는 것으로 추산

□ ISP review에 따르면 2004년 말 기준 영국 내에는 총 730개에 달하는 크고 작은 ISP(Internet Service Provider)가 존재하는 것으로 집계

- 이는 서비스 방식에 따라 141개의 비정량제 다이얼업 접속 ISP와, 가입비 없이 로컬 전화요금을 부과하는 다이얼업 접속 ISP 229개, 로컬전화요금 및 가입비 부과 다이얼업 접속 ISP 63개, 무선 ISP 43개, ADSL ISP 209개, 그리고 3개의 케이블 모뎀 브로드밴드 공급업체와 45개의 위성접속 ISP등을 포함하고 있는 수치

3. 전자상거래 현황

□ 1999년 닷컴 열풍과 함께 본격적인 시작을 보인 영국의 전자 상거래 시장은 정부의 적극적인 지원에 따른 인터넷 기반의 급성장과 디지털 서명 및 정보보호관련 법안이 통과되면서 크게 확산

- 1999년에 최초의 무료 ISP인 Freeserve가 설립되었고 이후, 많은 유사 서비스社들이 등장
 - 신규 무료 ISP업체 중 상당수는 은행이나 보험, 슈퍼마켓 등의 Retailer들의 자회사
- 영국에서는 현재까지 휴대폰을 통한 대금 결제 등 소위 m-Commerce는 찾아보기 힘든 실정
- e-Commerce와 관련된 영국 정부부처로는 총리 산하에 E-envoy를 두고 있으며 통산부(DTI) 산하에도 우리나라의 차관이나 차관보급

에 해당하는 인사가 e-Commerce 업무를 관장

- UK On-line for Business는 기업들의 e-Commerce를 포괄한 e-Business 기반 확대를 위한 초기 구축 정보, 기술 관련 사항 등의 정보를 웹사이트를 통해 제공

□ 영국 내 e-Commerce 거래규모는 약 295억 파운드(2004년)이며 On-line 구매 면에서는 스웨덴, 독일을 앞서면서 유럽 내 e-Commerce를 선도

- 아직까지는 전자 및 가전제품, 식료품, 도서, 음반, 패키지 여행상품 등 일반 소비자를 대상으로 한 한정된 품목만이 On-line으로 거래되고 있는 점이 취약점으로 지적
- 영국에는 현재 6개의 주요 전자상거래 솔루션 벤더 (BrodaVision, iCAT, InterWorld, Netscape, Open Market, Microsoft)가 있음.

□ 영국 내 중소기업의 인터넷 이용은 점차 확대되고 있으며, 접속수단 및 이용서비스의 다양화가 진행

- 2005년 기준 영국 중소기업의 65%가 인터넷을 이용하고 있으며 고용규모가 상대적으로 큰 중간규모기업(Medium sized business)의 경우 거의 95%가 인터넷을 이용

□ 시장조사보고서 Mintel에 따르면 영국에서는 작년에 인터넷쇼핑이 처음으로 우편 카탈로그 판매를 추월하여 가장 인기 있는 홈쇼핑방식으로 등장

- 2004년에 영국 성인 중 32%가 인터넷을 통하여 물건을 구매한 반면 Mail-order 방식은 25%에 머문 것으로 확인
 - 이는 지난 2000년 인터넷 구매가 9%, Mail-order 방식이 53%였던 것을 감안한다면 홈쇼핑시장의 격변을 설명

□ 유럽의 전체 홈쇼핑 시장규모를 보면 2003년 672억 유로에서 2004년도에 682억 유로로 증가

- 소비자들의 욕구가 좀 더 전문화되고 주문방식도 전환되면서 잡화점 형태의 판매방식은 On-line, Off-line을 막론하고 애로
- 유럽의 주요 홈쇼핑회사를 살펴보면 OTTO社가 마켓리더이자 On-line 비즈니스와 관련한 많은 방법을 개발, 시장을 리드
 - 그 뒤를 Karstadet Quelle(KQ), Redcats, Shopdirect group, Kingel이 뒤따르면서 유럽의 Top 5 홈쇼핑회사를 형성
 - 그러나 최근 아마존이나 QVC 등 On-line 전문판매회사들이 홈쇼핑시장을 급속한 속도로 잠식
- 미래의 홈쇼핑시장을 예측해 본다면 소비자의 요구로 결국은 현재의 On-line 판매업이나 Mail-order 판매 형태는 Off-line 소매 판매업자와 제휴하는 형태로 갈 수 밖에 없을 것이고 이 경우 Tesco, Argos 등이 수혜자가 될 전망

□ 독일, 영국, 프랑스가 유럽 홈쇼핑 시장을 주도하고 있으며 이들 3개국이 유럽 홈쇼핑시장 전체규모의 75%인 500억 유로의 시장을 형성

- 1인당 홈쇼핑 구매액으로 보면 상위국은 독일, 오스트리아, 영국으로 영국의 경우 2003년 연간 250유로를 지출하였으며 스위스와 노르웨이가 포함되어 5강을 형성
 - 영국의 1인당 구매액 3위권 비결은 잡화 On-line 구매서비스를 제공하는 Tesco의 성공 때문인 것으로 분석
- 1인당 인터넷 쇼핑금액으로 보면 영국이 1위이고 오스트리아가 2위로 이들 2개 국가는 2003년도에 1인당 80유로 이상을 On-line 구매한 것으로 나타났고 덴마크, 노르웨이, 독일도 연간 70유로 이

상을 쓰면서 인터넷 쇼핑 5강을 형성

□ 2005년 말 영국의 크리스마스 On-line 쇼핑이 전년 대비 40%이상 대폭 증가

- 이 같은 On-line 쇼핑 증가는 지역 소매점 매상고 감소세와 뚜렷한 대조를 이루는데 Off-line 소매상의 저가격정책도 이미 트렌드를 형성한 On-line 매출 증가를 잡지는 못할 것

- 소매상 연합단체인 Interactive Media는 전년 크리스마스 때 2,400만 명의 영국 쇼핑객들이 50억 파운드 상당의 상품을 On-line 구매한 것으로 추산하고 있으며 이는 전전년 시즌의 35억 파운드보다 20% 성장한 수치

- Interactive Media에 따르면 On-line 쇼핑은 2005년 10월중 전년 동월 대비 40%의 성장률을 나타내면서 2,400만 명의 On-line 쇼핑객이 1인당 평균 74파운드, 총 17억 8,000만 파운드를 소비한 것으로 나타나 On-line 쇼핑이 이용자 수나 지출금액면에서 대중화되고 있음.

□ 가격보다는 편의성이 On-line 쇼핑의 주 선호요소

- 닐슨 시장조사그룹 보고서에 의하면 On-line 이용자의 30%가 사용 편의성이 On-line 구매의 주요 동인이라고 밝히고 있으며 14%만이 가격요인을 중요시

- Shopping.com의 조사결과도 구매고객의 단지 20% 정도만이 저가격에 관심을 두고 있으며 이보다는 24시간 내 신속배달과 같은 서비스 요소에 더 관심을 보인 것으로 드러났음.

□ On-line 쇼핑 구매물품이 점점 고가로 옮겨 가고 있음.

- 과거에는 주로 CD 등 소형 저가품을 구매하던 On-line 쇼핑 이용자들이 지금은 2,000 파운드의 가죽소파를 구매하는 등 On-line 쇼핑 고가물품 수요가 늘어나고 있음.
 - 전자제품 등 고가품의 구매결정에는 브랜드가 큰 영향
 - 가격비교 사이트인 Kelkoo에 따르면, 컴퓨터, 디지털카메라와 MP3플레이어와 같은 전자제품이 On-line 구매자의 인기품목으로 나타났으며 특히 애플사의 iPod, 휴대용 게임 콘솔 등은 대표적인 예
 - On-line 의류 구매 또한 증가
 - 35%의 영국 On-line 쇼핑 이용자가 전년 10월중 의류를 구입한 것으로 나타났으며 이는 전년 동기의 27%와 비교하면 대폭 상승한 것으로 나타남.
 - 특히 유명 브랜드의 스포츠 의류를 매입하는 경향이 증가
- 사기에 대한 On-line 고객들의 우려와 카드 불법도용에 대한 카드사의 주의에도 불구하고 실질적인 사고율은 아주 낮은 편
- 소매업체나 금융서비스 업체들도 On-line 거래 시의 다양한 보안대책 등을 마련
 - 대표적인 예로는 2003년 4월 소개된 VbV(Verified by Visa)를 들 수 있으며 이는 On-line에서 비밀번호의 입력을 통해 허가와 인증을 제공받도록 한 것
 - 전자보안을 위해 다양한 감시인제도(watchdog)와 카이트마크(kitemark)형태의 방책들이 추진

4. 기업의 e-Business 현황

- IDC에 따르면 영국의 컴퓨터 관련 서비스부문 시장규모는 2000년

기준 245억 8,000만 달러에서 연평균 11% 성장하여 2005년에는 414억 9,000만 달러의 시장규모를 형성하고 있는 것으로 나타남.

- 시스템 운영 및 관리, 유지 및 보수, 개발 및 구축 분야의 비중이 각각 32.4%, 27.6%, 22.5%를 차지하여 서비스 분야의 중심을 이루고 있는 반면 교육 및 훈련 분야의 비중은 5.2%로 상대적으로 저조
 - 전 부문이 10% 대의 고른 성장률

영국 컴퓨터 관련 서비스시장 현황 및 전망

(단위 : 백만달러)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000~2005 CAGR
IT 기획 & 컨설팅	3,011	3,500	3,936	4,389	4,850	5,335	12.1%
시스템 개발 & 구축	5,540	6,336	7,144	4,973	8,822	9,734	11.9%
시스템 유지 & 보수	6,782	7,608	8,461	9,414	10,447	11,551	11.2%
시스템 운영 & 관리	7,968	8,876	9,805	10,771	11,734	12,804	10.0%
교육 및 훈련	1,287	1,424	1,563	1,721	1,899	2,075	10.0%
서비스 합계	24,588	27,744	30,909	34,268	37,752	41,498	11.0%

자료 : IDC 2001

□ 영국 기업의 85%가 인터넷에 접속하고 있으며 상시로 인터넷 접속 가능한 기업의 비율은 점차 높아질 것으로 기대

- Keynote 조사자료에 따르면 영국 기업들의 지난 2004년 e-Business (인터넷 서비스, 소프트웨어, 하드웨어)에 대한 총 지출은 총 82억 9,000만 파운드로 전년 대비 15.8% 증가

- 지출은 주로 소프트웨어 및 서비스 비용에 집중되었으며 이는 회사들이 운영 효율성을 높이기 위해 인터넷 이용을 늘렸고, 실질적인 On-line 수입 확대를 위해 투자를 확대한 것에 기인

□ e-Commerce 수입은 급속도로 증가하고 있으며 주로 B2B 거래에서 두드러짐.

- 2004년 기준 영국의 e-Commerce 시장규모는 대략 2,949억 파운드이며 이중 인터넷을 통한 거래규모는 605억 파운드에 해당

□ 현재 영국 기업들의 e-Business는 수익 창출을 위한 노력에 집중

- 1990년대 말부터 2000년까지가 인터넷 등 인프라 구축의 단계, 2000년부터 2003년까지가 상업적 개척(이용)의 단계였다면 2003년 이후부터는 IT 투자에 대한 (수입)획득의 단계

□ 인터넷 사용은 단지 비즈니스 커뮤니케이션을 향상하기 위한 전술적 무기라기보다는 모든 비즈니스 운영을 통합하여 총체적인 가치 사슬을 창출하는 전략적 무기로 평가

- Keynote에 따르면, e-Commerce 수입과 인터넷 서비스 및 소프트웨어, 하드웨어에 대한 비즈니스 지출은 2009년까지 향후 5년간 급속도로 증가할 것으로 전망하고 있으며 인터넷 제품과 서비스 공급업자 간 보다 거대규모의 합병이 진행될 것으로 기대
 - 특히 VoIP, On-demand computing이 비즈니스 간의 고용량 브로드밴드 접속을 선도해 나갈 주요 기술이 될 것으로 예상

- 장기적으로 야후(Yahoo)나 구글(Google)같은 회사들이 자사의 인터넷 플랫폼을 중소형 기업들의 IT 및 비즈니스 서비스에 판매함으로써 비즈니스 인터넷 시장에서 더욱 중요한 역할을 담당할 것으로 전망

5. 정부정책

가. 정보화정책

□ 영국의 정보화정책은 1995년 교육부문과 보건부문에서 먼저 시작

- 1996년 2월에 발표된 '정보사회전략(Information Society Initiative: ISI)'을 통해 정보화정책이 처음으로 마련
 - 정보사회전략과 함께 이후 1998년 5월에 발표된 'Our Information Age : The Government Vision'을 통해 보다 종합적인 정보화전략이 수립
- 정보화정책은 1999년 설립된 OeE (The Office of e-Envoy)를 중심으로 추진되며 각 정부 부처별로도 정보화정책이 실행

□ 영국 정부가 추진하고 있는 정보화전략은 5가지

- 첫째, 정보통신에 대한 교육을 확대하고, 둘째, 정보통신에 대한 접근을 용이하게 하며, 셋째, 정보통신 서비스를 개선시키고, 넷째, 정보통신 분야에서의 경쟁을 촉진시키며, 다섯째, 전자정부를 실현
- 이러한 전략들을 보완하고자 2000년 9월에는 'UK On-line Strategy'가 발표되어 추진
 - UK On-line Strategy는 국민들의 인터넷 이용 촉진(Confident people), 기업들의 ICT 활용 촉진(Successful business), On-line 정부서비스 증대(Government as exemplar), IT부문에서의 선도 위치 확보(World class supply sector), 최상의 전자상거래 환경 구축(Modern markets) 등 5개의 핵심 분야에 대해 94개의 구체적인 실행안을 담고 있음.

나. e-Business 촉진정책

전자정부 추진

- 영국 정부는 전자정부를 통하여 국민편익을 위한 서비스 제공 및 산업경쟁력 제고를 위해 2005년까지 공공서비스를 100% On-line으

로 제공하는 계획을 추진

- 이를 위해 정부 포털사이트인 'ukOn-line.gov.uk'가 개설
 - 각종 문서 및 서류처리 절차를 간소화하고 공공서비스의 효율성을 제고하기 위해 '지능형 서류양식(Intelligence Form)' 프로젝트를 실행
 - 한 통화로 관련 정부부처의 정보와 서비스를 이용할 수 있도록 하는 전화서비스의 단일창구화 시행

정보통신교육 확대

□ 영국 정부는 정보통신에 대한 교육을 확대하기 위해 전국을 단일 네트워크화하고, 'University for Industry'를 설립

- 정보화전략이 수립되기 이전인 1997년에 이미 'National Grid for Learning : NGfL'을 통해 영국 전역의 모든 학교, 도서관, 연구소 등을 네트워크로 연결하는 계획을 추진
- 2000년에 평생교육 시스템을 구축하고자 'University for Industry'를 설립하여 개인의 잠재력을 향상시킬 기회를 제공

IT를 활용한 정보접근 확대

□ 1997년부터 2000년까지 'IT for All' 계획을 실행

- 일반 국민들이 일상생활에서 인터넷을 이해하고 활용할 수 있도록 다양한 프로그램들이 제공
- 전자도서관을 통한 서비스 지원을 위해 1997년 10월 'New Library : The People's Network' 계획을 수립하여 공공도서관의 자료를 디지털화하였고 첨단 검색도구를 구축

전자상거래 촉진

- 영국 정부는 기업들의 전자상거래를 촉진시키기 위해 안전한 법제도를 정비하여 기술적 중립성, 보안, 지적재산권을 보호하는데 노력
 - 2000년 5월 '전자통신법(Electronic Communications Act)'이 제정되어 전자서명이나 제반 관련증명서들이 법정에서 증거로 사용될 수 있게 함.
 - 1999년에는 재정법 개정으로 소득세나 부가가치세의 On-line 신고가 가능하도록 하였으며, On-line 과세에 대한 세금의 환급도 가능하도록 하여 전자상거래 확산을 도모
 - 1998년에 '자료보호법(Data Protection Act)'을 제정하여 개인정보의 관리도 강화
- 영국은 OECD 등 국제기구의 전자상거래 관련제도 및 규정 마련에도 적극적으로 협력
 - 정부와 기업, 법률 집행기관들의 협력 하에 인터넷 감시재단(Internet Watch Foundation : IWF)을 설립하여 전자상거래상의 문제를 예방
- 영국 정부와 산업계는 2004년까지 영국을 전자상거래의 최적 국가로 만들기 위해 'UK On-line for business' 프로그램을 실행
 - 동 프로그램은 중소기업들의 e-Business의 잠재적인 혜택에 대한 인식을 제고시키고 e-Business 활용에 대한 자문과 지원을 제공

6. 우리기업의 진출방안

가. 유망분야

Telecommunication Service

- 영국 통신서비스 시장규모는 현재 약 550억 파운드로 유럽 내 2위이며 외국 통신서비스사의 서비스 시장 진출규모는 100억 달러를 상회
 - 휴대폰 서비스 시장은 최근 5년간 80%의 성장률을 보이고 있으며 영국 통신서비스 시장 성장을 주도
 - 이동통신망 가입자 수는 6,000만 명을 돌파했으며 다양한 멀티미디어 디지털 기술의 컨버전스가 진행
 - 각종 통신장비류의 시장침투율은 50%에 육박하며 3G 휴대폰 단말기의 보급 및 휴대용 멀티미디어 서비스가 확대

진출 가능성

- 브로드밴드 인터넷 서비스의 확대와 각 기업들의 인터넷 서비스 및 소프트웨어, 하드웨어에 대한 지출 증가가 전망
 - 관련업체들과의 제휴를 통하여 VoIP, DMB, NAV 등 인터넷 기술을 이용한 멀티미디어 서비스와 같은, 우리나라가 이미 경쟁력을 갖춘 분야로 진출하는 것이 권장

나. 진출경로

- 진출초기에는 외국회사들과 전략적 제휴의 강화가 필요
 - 기존 시장에서의 경험 활용을 바탕으로 특정분야 전문성 제고를

통해 점차 진출 영역을 확대해야함.

- 이를 위한 기반작업으로 세계시장에서 활동할 수 있는 전문 인력양성이 필요

2006년 KOTRA 발간자료목록

□ 기획조사

번호	제목	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 따라야하는 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 소비트렌드의 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 트렌드를 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) - 남아공, 멕시코, 브라질, UAE -	2006.9

06-055	주요국의 e-Business 현황, 북미편	2006.9
06-056	리비아, 우즈베키스탄, 카자흐스탄의 경제동향 및 우리나라와의 교역관계	2006.10
06-057	한-리비아 교역투자동향 및 경제협력 확대방안	2006.10
06-058	FTA 통한 분야별 해외기업 성과 제고사례 분석 - 미국과 FTA 체결국 기업을 중심으로 -	2006.10
06-059	부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안 - 251개 일본 수입상 모니터링 조사 -	2006.10
06-060	해외 인증제도와 시사점 : 구주편	2006.10
06-061	베트남의 WTO 가입에 따른 수출환경 변화 및 시장진출 확대 방안	2006.10
06-062	주요국의 e-Business 현황, 유럽편	2006.11
06-063	2006 세계의 틈새시장 틈새품목	2006.11
06-064	EU 환경규제와 우리의 대응방안	2006.11

□ 무공자료

번호	제목	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 개발동향I 러시아 . 캐나다 편	2006.3
06-008	주요국의 자원현황 및 개발동향II 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 디렉터리	2006.9
06-024	독일 자동차 부품 OEM 납품 가이드	2006.9
06-025	KOTRA 해외마케팅사업 성공사례	2006.10
06-026	우리 기업의 국제협상.계약 실패사례	2006.10
06-027	베트남 투자법령집	2006.10
06-028	중국에서의 우리기업의 지식재산권 피침해 실태조사	2006.10
06-029	한 미 FTA에 따른 해외직접투자 유치 전략	2006.11

□ 산업페이퍼

번호	제목	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

번호	제목	발간일자
06-001	2006 CHINDIA 시장진출전략 심포지엄	2006.6
06-002	중국투자의 현주소와 성공전략 세미나	2006.8
06-003	한미 FTA, 새로운 대미진출 기회와 활용방안	2006.10
06-004	알제리 투자진출 설명회	2006.11
06-005	요르단 투자환경 설명회	2006.11

□ 산업연구

번호	제목	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

- | | | |
|-------------|-----|----|
| ◆ 프랑크푸르트무역관 | 윤현철 | 과장 |
| ◆ 런던무역관 | 박윤희 | 사원 |
| ◆ 해외조사팀 | 김준영 | 사원 |

주요국의 e-Business 현황, 유럽편

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

발행일 | 2006년 10월

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

* 낙장, 파본은 교환해 드립니다.