

輸出合板의 外貨稼得率 增大를 위한 諸方案

韓 義 泳

<目 次>	
I. 序 言	4. 包裝用材料의 品質과 包裝技術의 向上에 따른 外貨稼得率의 增大
II. 合板의 外貨稼得率 增大를 위한 諸方案	5. 原木導入의 合理化와 購買 市場의 多角化에 의한 外貨稼得率의 增大
1. 接着劑의 國産代替에 따른 外貨稼得率의 增大	6. 合板의 高級化와 製品多樣化에 의한 外貨稼得率의 增大
2. 品質管理의 徹底와 接着技術의 向上에 따른 外貨稼得率의 增大	7. 合板輸出市場의 多邊化에 의한 外貨稼得率의 增大
3. 加工道具의 國産化促進에 의한 外貨稼得率의 增大	III. 結 言

I. 序 言

合板이라는 이름의 輸出商品이 近來 우리나라 輸出商品中 單一品目으로서의 輸出實績 値로서는 가장 큰 比重을 차지하는 大宗輸出商品으로 登場⁽¹⁾하고 있지만, 外貨稼得率에 서 본 實績率은 그다지 神通치 못한 趨勢만을 示顯하고 있음은 事實이다. 가령 1968年度의 合板輸出에 의한 外貨稼得率을 본다면 불과 23.3%⁽²⁾에 該當할 뿐이다.

이는 바로 合板이라는 輸出大宗商品이 비록 그 輸出絶對額은 크다 하되 우리나라 輸出 商品의 平均稼得率(輸出實績値에 依한 加重平均)인 50%線⁽³⁾의 半에도 未達하고 있다는 事實의 端的인 表現이며, 더구나 最近엔 合板의 輸出이 增大하면 할수록 더욱 그 外貨稼 得率이 相對的으로 低落하고 있다는 奇現象에 深刻한 考慮가 잇달아야 할 것이다. 비단 合板의 경우 뿐만 아니라 대부분의 輸出商品들, 특히 工產品의 外貨稼得率이 年年 低下

筆者: 서울大學校 商科大學 助教授, 서울大學校 商科大學 附設 韓國經營研究所 研究員.

(1) 1969年度의 合板輸出實績은 81,758千\$. 이는 全 輸出品目中 11.63%에 該當하는 輸出比重 으로 第1位(同年度總輸出實績은 702,811千\$).

(2) <表 2> 參照.

658
Sebyg

一路를 더듬고 있기는 하지마는(4), 가뜩이나 稼得率(率)이 낮은 우리의 輸出合板이 그 稼得率의 現狀을 維持하거나 그 稼得率을 上廻하기는 커녕, 해마다 심한 下落曲線을 뒤쫓고만 있다는 實情인 時急히 어떤 對策이 要講되지 않을 수 없는 立場을 造成해야 마땅할 것이다.

물론 合板의 外貨稼得率이 낮은 理由는 애당초 合板製造用 原資材의 海外依存度가 높은데다가 合板의 輸出價格이 대체로 保合狀態(5)에 있음에도, 그 主資材인 原木과 接着劑와 같은 副資材의 輸入價格이 오히려 上昇傾向에 있기 때문이라 알려지고 있는 것은 事實이다. 그러나 合板의 輸出價格이 保合狀態에 있거나 原資材의 輸入價格이 上昇傾向에 있다고만 해서 반드시 外貨稼得率이 低下하고 있는 것은 아니다. 合板輸出에 直接, 間接으로 影響을 끼치는 企業內的이며 外的인 그 外的 여러가지 非合理的인 要素들 때문에 오히려 外貨稼得率이 低下하고 있는 것이지, 單純히 固定된 輸出價格과 上昇하는 輸入價格의 相關關係에 의해서만 外貨稼得率의 低下가 되풀이 되는 것은 아니다.

이러한 企業內的이며 企業外的인 諸要因을 分析하고, 이에 대한 改善方案을 摸索하고, 輸出合板의 外貨稼得率을 最少限 50%線으로라도 끌어 올려 實質的인 意味에서의 輸出增大를 誘來시켜 보려는 努力이 바로 이 글의 目的이다. 따라서 이 글은 合板輸出에 있어서의 企業內·外的인 隘路點들을 逐條의으로 記述·分析하고 이에 대한 可能的인 改善方案들을 提示함이 그 全部이다.

(3), (4) 우리나라의 平均 輸出商品 外貨稼得率은 1969年中 59.3%로, 이는 1968年の 65.4%에 비해 6.1%의 下落. 이를 다시 輸出商品別로 본다면 대충 아래와 같다(1970年 6月 1日 字 서울經濟新聞 一面「톱」參照).

産業別輸出商品	外貨稼得率(%)		
	1968年	1969年	增 減
工 產 品	56.0	50.9	-5.1
農 產 物	97.5	97.2	-0.3
水 產 物	95.4	94.7	-0.7
鑛 產 物	98.4	97.9	-0.5
加 重 平 均	65.4	59.3	-6.1

(5) 가령 對美 主要輸出品種인 羅王合板의 價格趨勢를 보더라도 1952~1962年間的 輸出價格은 平均 約 US\$ 48~58(1,000 S/F當)이었고, 63~64년에는 US\$ 41, 65~66年間은 US\$ 37, 67~68年엔 美國建築景氣의 上昇으로 多少間의 回復을 보여 US\$ 42線을 보였다 하겠으나, 平均輸出價格이 오히려 계속 下落勢를 보였는데 이는 各國의 對美合板輸出이 늘어나 競爭이 激化된데 起因하는 것으로 看做되고 있다(KOTRA, 實公資料 8-21, 韓國의 수출상품, 尙飭, 1969, p. 224).

II. 合板의 外貨稼得率增大에 관한 諸方案

一般的으로 輸出의 增大나 外貨稼得率의 增大는 外形的인 意味에서의 輸出額의 增加와 內形的인 意味에 있어서의 輸出品 生産原價의 切下로 이룩됨이 普遍的이다. 前者는 輸出 價格과 輸出數量을 呑한 것으로 나타나기 때문에 大量生産體制와 大量輸出體制가 確立되 면 될수록 輸出의 增大效果가 더욱 커짐은 물론이다. 後者의 경우 역시 輸出品의 生産原 價가 切下되면 될수록 採算性이 커지며, 설혹 採算性이 原價切下에도 不拘하고 從前水準 을 維持한다고 假定하더라도 原價切下分만큼이 輸出價格에 反映됨으로써 價格競爭에서 優 位를 차지하게 되어 結局 輸出量의 增大를 招來하기 때문에 結果적으로 輸出의 增大와 外 貨稼得率의 增大로 連結되기 마련인 것이다.

그러나 外形的인 輸出의 增大(輸出額의 增大)이건 內形的인 輸出의 增大(輸出品生産原 價의 切下)이건 技術革新과 勞動生産性의 向上, 資本裝備率의 向上과 資本生産性의 提高 라는 後援的要素와 바탕이 갖추어져야 비로소 輸出의 增大가 이룩됨은 두말할 나위도 없다.

따라서 外形的이건 內形的이건 間에 輸出의 增大나 外貨稼得率의 增大가 期해지기 위 해서는

첫째, 原資材의 國產代替에 의한 外貨稼得率의 增大와 原價切下が 이룩되어야 하며

둘째, 國際競爭力을 強化할 수 있는 國際水準의 製造技術과 製造用機械·設備가 完備 되어야 하며

셋째, 效率的인 輸出「마케팅」戰略이 樹立되어야 하며

네째, 輸出市場의 深化와 廣大化(多邊化)가 摸索되어야 하며

다섯째, 輸出商品自體가 高級化내지 多樣化되어야 하며(그래야 비로소 國際競爭力이 強 化되어 輸出市場의 深化와 廣大化가 이룩되는 것이며)

여섯째, 公共機關·團體의 各種輸出支援策이 多角的으로 마련되어야 할 것이다.

그런데 이러한 條項들은 서로가 補完 내지 相關關係에 놓여있어 어느 한가지 條項의 執 行만으로 外形的이며 內形的인 輸出이나 外貨稼得率의 增大는 이룩되는 것은 결코 아니다. 가령 다섯째 條項인 製品의 多樣化問題를 論할 때도 其他 各條項들이 先行하거나 後行하 는 條件下에서 言及되어야 마땅할 것이다. 이를테면 高級技術과 機械의 導入없이 製品의 高級化는 期待難이며, 輸出「마케팅」戰略中, 正確한 輸出市場調查없이 製品多樣化는 이룩될 性質의 것도 아니며, 原資材의 國家代替없이 高價格의 外產原資材만을 使用함으

으로써 價格競爭에서 이길 수 있는 可望도 없을 뿐, 多樣化 내지 高級化된다고 해서 國際水準以上の 高價格으로 팔릴 可도 없기 때문이다. 이러한 補完的이며 聯關的인 輸出增大要因은 우리의 輸出大宗商品인 合板에도 例外없이 通用될 輸出商品全般的 通則이며, 또 이 通則은 서로 補完的이며 聯關的이기 때문에 어느 하나만을 特別히 「클로즈·업」시킴으로써 全體의 焦點으로 代辯시킬 수는 없으나, 다만 論述의 便法上 이러한 通則에 따라 以上 輸出合板만이 지니는 企業內·外的인 隘路點에 逐條的으로 言及하고, 이에 對한 適切한 對策을 講어 본다고 해서 合板의 外貨稼得率增大에 關한 諸方案을 摸索함에 결코 도움이 되지 말라는 법이야 없을 것이다.

1. 接着劑의 國產代替에 따른 外貨稼得率의 增大

合板製造의 原資材는 주로 主資材인 原木과 副資材인 接着用 「메타놀」(Methanol, Methyl Alcohol), 尿素等과 包裝用 Reeling Tape(혹은 Gummed Tape) 및 帶鐵(Steel Strip)等이다. 이중 原木은 現在 全量 輸入에 依存하고 있으며, 接着劑인 「메타놀」도 약간의 國內供給分(湖肥)을 除外하고는 大部分 輸入에 依存하고 있다고 보아야 하며⁽⁶⁾, 尿素 및 包裝用原資材만이 國內供給이 可能한 實情⁽⁷⁾이다.

그런데 보통 AA 및 AB 等級의 두께 1/8 inch 의 合板(1,000S/F當) 製造에 312 B/F의 原木이 所要되며, 約 15kg 의 「메타놀」, 8kg 의 尿素, 215m 의 Reeling Tape, 1.85kg 의 帶鐵이 所要된다고 알려지고 있다⁽⁸⁾. 여기서 副資材中 그 比重이 가장 큰 「메타놀」의 1965 ~ 1968의 輸入實績은 살펴 보면 다음과 같다.

〈表 1〉 Methanol의 輸入實績

摘要 年度	輸 入 實 績														
	一 般 內 需 用					輸 出 用 ¹⁾					計				
	量 (%)	%	金額 (1,000\$)	%	指數(1965) =100(%) 量 金額	量 (%)	%	金額 (1,000\$)	(%)	指數(1965) =100(%) 量 金額	量 (%)	金額 (1,000\$)	指數(1965) =100(%) 量 金額		
1965	3,195	33.9	239 ²⁾	33.9	100.0	100.0	6,233	66.1	465 ²⁾	66.1	100.0	100.0	9,428	70410	100.0
1968	9,718	33.2	741	35.8	304.2	310.0	19496	66.8	81,326	64.2	312,8	285.0	29214	2,06730	9,9283.6

- 1) 그 중에는 10%의 合板用以外分이 包含(延大產經研, 「메타놀」市場調查報告書, 1968參照)
- 2) 統計資料未備로 1968年度 實績 構成比에서 類推한 推定值.

上表에서 오직 輸出用原資材로만 導入된 「메타놀」의 輸入實績은 年平均 全體輸入量(一

(6) 韓國貿易研究所, 外貨稼得率의 增大方案, 1969. 6. p.217.
 (7) 上揭書, p.218.
 (8) 上揭書, p.217.

般內需用+輸出用)의 65%(量·金額 共히)를 上廻하고 있으며 不過 4年동안에 約 3倍(量·金額 共히)나 增加하고 있는 趨勢이다.

가령 主原資材인 原木과 副資材가운데서 「메타놀」만이 全量 輸入에 依存하고, 殘餘群少 副資材는 國產品으로 代替되고 있다고 假定한다면⁽⁹⁾, 1968年의 合板輸出에 의한 外貨稼得率은 대략 다음과 같이 算出되기 마련이다.

〈表 2〉 1968年度 輸出合板의 外貨稼得率 (單位:千\$)

年 度 內 譯 摘 要	1 9 6 8	
	金 額	構 成 比(%)
合板輸出額	67,832	100.0
原木輸入額	50,640	74.7
「메타놀」輸入額	1,326	2.0
外貨稼得率(額)	15,866	23.3

만일 「메타놀」全量이 國産化된다면 合板의 外貨稼得率은 1968年의 경우 23.3%에서 25.3%로 增大되었을 것이며(金額으로는 約 1,300千\$) 一般內需用에 所要된 741千\$을 합치면 도합 2,041千\$의 外貨가 節約되었을 것이라는 計算이다. 따라서 原木과 「메타놀」

〈表 3〉 國産化에 의한 「메타놀」의 外貨節約推定表

年 度 內 譯 摘 要	1 9 7 2		1 9 7 6		1 9 8 0	
	金 額	構 成 比 (%)	金 額	構 成 比 (%)	金 額	構 成 比 (%)
「메타놀」이 全量輸入될 경우						
合板輸出豫測額	143,102	100.0	195,535	100.0	245,968	100.0
原木輸入豫測額	106,897	74.7	146,065	74.7	183,738	74.7
「메타놀」輸入豫測額	2,862	2.0	3,911	2.0	4,919	2.0
外貨稼得豫測額	33,343	23.3	45,560	23.3	57,311	23.3
「메타놀」이 全量 國産代替될 경우						
外貨稼得豫測額	36,205	20.3	49,470	25.3	62,230	25.3
內需用「메타놀」의 需要伸張도가 輸出用「메타놀」의 伸張도와 相乘할 경우 (國産代替의 경우)						
輸出用「메타놀」	2,862	65.0	3,911	65.0	4,919	65.0
內需用「메타놀」	1,541	35.0	2,105	35.0	2,649	35.0
計(外貨總節約額)	4,403	100.0	6,016	100.0	7,568	100.0

(9) 事實 大部分의 其他 群少副資材는 비록 그 品質과 價格에 아직도 難點이 許多하다 할지라도 大部分 이미 國産으로 代替되고 있는 중이다.(3, 4章 參照)

輸入의 權成比를 74.4:2.0로 看做하고, 또 合板用「메타놀」의 需要伸張度만큼 一般內需用「메타놀」도 伸張할 것이라고 假定한다면, 그 比率를 65:35(表 1 參照)로 보고 1972~1980 年까지의 合板輸出豫測趨勢⁽¹⁰⁾에 따라 그 外貨節約額을 推定하면 다음과 같아진다(表 3).

더구나 合板製造에 所要되는「메타놀」所要量이 S/F 當 15kg으로 策定됨이 보통이지만 具體的인 分析에 의하면⁽¹¹⁾ 15kg 以下の 所要量, 즉 10kg 前後로써도 1,000 S/F 的 合板製造가 可能하다는 事實은 우선 合板製造業들의 品質管理의 不徹底를 뜻하는 것이지만, 이는 輸出用「메타놀」中 約 1/3이 浪費되고 있다는 證據이기 때문에, 品質管理를 徹底히 執行하기만 하면 每年 1/3該當分만큼의 外貨가 더욱 節約되며, 또 「메타놀」이 國產化될 경우 「메타놀」의 外貨稼得率은 1/3 만큼 더 늘어난다는 計算이다.

따라서 接着劑가 全量 國產品으로 代替된다면

① 1980년에는 總 7,568千\$ (輸出用 4,919千\$, 內需用 2,649千\$)의 外貨가 節約되어, 合板輸出의 外貨稼得率은 25.3%(62,230千\$)로 늘어 나며,

國產品代替에 따른 品質管理의 徹底를 期한다면,

② 1980년에는 單位當(1,000 S/F 當 15kg) 所要量에서 各己 5kg(1/3 만큼) 더 節約되어 合板用 所要額은 約 3,379千\$ (4,919千\$ - 1,640千\$)로 줄어들 것이다.

그러나 現在 『湖肥』에서 극히 一部の 需要만을 充當시킬 수 있는 國產「메타놀」이 供給되고 있지만, 一般的으로 그 價格이 높아 合板業者들이 意識적으로 國產「메타놀」의 使用을 꺼려 그 相當部分을 輸入에 依存하고 있는 實情이다. 더구나 少量의 國產「메타놀」이 나마 適期供給이 如意치 않아 自然 大量一括購買가 可能하고 原資材免稅의 特惠가 있는 輸入品에 依存하기 쉽기 때문에 「메타놀」의 全量國產化를 위해서는

- 1) 國產「메타놀」의 適期·適量供給態勢의 確立(國內「메타놀」生産工場에서의 生産量 增大)
- 2) 國產「메타놀」價格의 國際水準化
- 3) 適期·適量供給을 위한 輸送手段의 合理化(이를테면 「메타놀」輸送車·輸送船의 增配 車, 아울러 交通行政의인 面에서의 支援)

等이 早速히 解決되어야 할 것이다⁽¹²⁾. 만일 이와 같은 技術的이며 經濟的인 面에서 「메

(10) 合板輸出豫測値는 過去の 實績을 土臺로 우리의 輸出伸張도와 海外的 合板需要를 分析하여 現 輸出與件이 그다지 變動하지 않을 것이라는 前提下에서 類推된 豫測値임.

(11) 延大, 産經研, 「메타놀」研究報告書, 1968 參照.

(12) 現在 大成木材가 英國과의 合作投資로 年產 45,000톤의 國產「메타놀」工場을 建設中에 있으며, 11月初에는 그 竣工을 보게 되리라는 豫定인데, 이 工場이 完全稼動을 하게 되면 國內需

타늘」의 海外依存度가 不變하거나, 장차 全量 國産化가 期得難이라던 적어도

4) 單位當所要量인 15kg 을 10kg 線으로 下落시키는 品質管理의 徹底가 期해져야 할 것이다(此項 第2章 參照).

2. 品質管理의 徹底와 接着技術의 向上에 따른 外貨稼得率의 增大

輸入品이건 國産品이건 問에 「메타늘」의 接着技術管理를 주로 한 品質管理의 徹底를 通한 合板의 商品化比率의 增大는 곧 外貨稼得率의 增大로 直結되기 마련이다. 왜냐하면 우리나라의 合板製造不良率이 約 15%⁽¹³⁾라고 알려지고 있는데, 品質管理의 徹底에 의해 國際水準인 不良率 5%는 아니더라도 가령 10%線으로라도 下落시킨다면 原木輸入에 의한 外貨節約은 1968年의 경우 約 2,500千\$ (原木輸入額 50,640千\$의 5%), 1980年의 경우 무려 91,869千\$ (原木輸入豫測額 183,738千\$ <表 3 參照>의 5%)이 될 것이며, 外貨稼得額은 5%만큼이나 年年 增加할 것이기 때문이다. 더구나 合板은 輸出大宗商品이며 原木은 國産代替가 거의 不可能하기 때문에 合板以外의 그 어떤 輸出商品이 全量國産化되었을 경우보다도 外貨稼得面에서는 더욱 그 效果가 클 것이며, 또 品質管理의 徹底에 의해 原木의 節約과 合板의 商品化率이 增大할 뿐만 아니라 「메타늘」의 所要量도 下落(單位當 15kg 에서 10kg) 되기 때문에 一舉兩得이라 할 수 있을 것이다.

어느 研究報告에 의하면⁽¹⁴⁾ 某合板製造會社에서 實施한 104,673 枚의 輸出用合板 最終製品에 對한 自體內 檢査結果가 不良率이 15.1%였다는 것이다. 이 檢査結果는 工程의 中間過程에서 이미 不良品은 除外시키고, 또 처음부터 不良原木은 除外시키고 있음에도 그 不良率이 15.1%라 함은 그 會社의 品質管理狀態가 극히 不良하다는 證據이기 때문에, 우리나라의 合板製造業에서의 平均不良率은 20%~15%라고 推測되고 있는 것이다.

不良品發生을 原因別로 보면, 材料에 의한 것이 不過 1.2%며 나머지 98.2%가 作業上의 「미스」라는 것이다. 部門別로 보면 接着部門의 「미스」가 全體의 半以上인 56.8%로 斷然 首位라는 것이다. 이러한 接着部門의 「미스」는 接着劑自體의 不良品質에 의해서 惹起되는 것이 아니라(왜냐하면 接着劑인 「메타늘」은 良質의 輸入品이기 때문), 말하자면 接着技術의 未熟으로 誘發되고 있다고 看做할 수 밖에는 없는 것이다.

要를 充足하게 될 것으로 보이며, 生産工法이 低壓製造方法이어서 從來의 高壓工法보다 「톤」當 15\$의 原價切下를 가져 올 수 있다는 點에서 「메타늘」의 國産化는 적어도 今年末까지 이룩될 수 있는 것으로 看做되고 있다.

(13), (14) 尹起重: 輸出産業에서의 國産原資材使用促進方案, 韓國貿易研究所刊, 貿易研究, 第1卷 第4號, 1969. 12. pp. 121~124.

따라서 接着技術管理를 주로 한 質質管理의 徹底를 期하기 위해서는

- 1) P 管理圖와 C 管理圖適用에 의한 統計的 品質管理(SQC)技法의 導入.
- 2) 合板에 對한 國家檢査機關에서의 強制檢査制度導入의 再考.
- 3) 接着技術工의 養成(이를테면 養成工의 海外派遣訓練, 혹은 海外技術工의 초빙=費用經濟의이더 地理的인 면에서 日本이 適地)

等이 考慮되어야 할 것이다. 아울러 合板의 生産能力이 이미 限界點에 到達하고 있다는 點⁽¹⁵⁾을 勸案하여

- 4) 老朽施設의 代替와 既存施設의 擴充
 - 5) 이에 따른 金融面과 技術面에서의 支援
- 이 要請되는 한편, 業體들間的 均衡的인 成長을 위해

- 6) 接着技術의 向上을 通한 從業員 1人當 生産性의 提高와 平準化⁽¹⁶⁾가 急하다.

3. 加工道具의 國產化促進에 依한 外貨稼得率의 增大

合板의 加工道具中 Rotary Knife 와 Sanding Paper 는 주로 輸入品에 依存함이 普通이며,

(15) 大韓商議 : 主要輸出商品의 輸出能力調查報告, 1970. 1. p. 51.

(16) 一例로 아래의 表는 우리나라 合板製造業의 規模別 生産性を 나타낸 것이지만, 500名 以上の 企業에서 비로소 1人當 附加價值가 377,000원, 1人當 生産額이 16,924,000원으로 有利하게 浮刻되어(日本의 경우 300~499名規模에서 各各 894,000원과 2,925,000원으로 最適規模=通商省刊 工業統計表, 1968) 接着技術의 向上으로 더욱 그 生産性이 提高될 것이다.

〈表 4〉 우리나라 合板製造業의 規模別 生産性 (單位: 千원)

規模別	事業所數	從業員數	生産額	附加價值額	生産額 事業所數	附加價值 從業員數	附加價值 生産額	生産額 從業員
5~9人	4	30	6,637	3,069	1,659.3	102.3	0.46	221.2
10~19人	6	82	18,904	6,218	3,150.7	75.8	0.33	230.5
20~49人	6	185	63,580	22,554	10,596.7	121.9	0.35	343.7
50~99人	2	135	30,805	27,465	15,402.5	203.4	0.89	228.2
200~499人	2	581	403,438	210,214	201,719.0	361.8	0.52	694.4
500人 이상	5	6,907	11,686,426	3,605,928	2,337,285.2	377.3	0.22	1,692.0
計	25	7,920	12,209,790	2,875,448	488,391.6	363.1	0.24	1,541.6

資料源: 産銀刊 "鑛工業統計調查 報告書" 1967.

그러나 나머지 500名以上 規模의 企業에서는 도저히 國際採算性を 追求하거나 國際競爭力을 強化할 수 있는 素地는 없다. 따라서 殘餘企業(500名 以上の 從業員을 保有한 5個社를 除外한 殘余 20業體)은

- ① 그 經營規模를 擴大하든지
- ② 果敢히 企業合併이나 系列化를 模索하든지
- ③ 혹은 이를 위한 政府의 財政的이며 技術的인 支援이 要請될 수 밖에는 없다.

Rotary Knife의 경우 國內製鋼施設의 未備로 全量 輸入品만을 使用中이다. 그러나 Rotary Knife의 國產化에 의한 單位當 外貨節約額이 비록 極少하며¹⁷⁾, 또 當分間 國產化될 可能性은 희박하다 할지라도 長期的인 眼目에서는 어쨌던 國產化가 促進될 수 있는 素地와 方案만은 結局 마련되어야 할 것이다.

그런데 Sanding Paper의 경우 國產이 없는 것은 아니나 外產과 比較하여 品質面에서 상당히 뒤떨어져서 製造業者들이 國產品使用을 意識적으로 忌避하고 있는 實情이다. 그러나 Rotary Knife의 경우와는 달리 Sanding Paper의 單位當 所要量이 比較的 높은 편이어서¹⁸⁾ Sanding Paper의 完全國產代替로 인한 外貨節約度는 合板의 外貨稼得率에 상당한 몫을 차지하기 때문에 Sanding Paper의 完全國產化代替는 合板輸出의 伸張度가 늘어나면 날수록 매우 時急한 課業의 하나가 될 수 밖에는 없다.

그러기 위해서는 우선

- 1) 國產 Sanding Paper의 品質向上과
- 2) 國產 Sanding Paper價格의 國際水準化가 이룩되어야 하지만 그러기 위해서는 또
- 3) 大量生産에 의한 「코스트」의 切下와 製造技術의 向上

과 隨伴해서

- 4) 이에 對한 財政的이며 技術的인 支援

이 아쉬워 짐은 물론이다.

이러한 一連의 長期的인 對策과 併行해서 完全國產代替가 이룩되기까지는 優秀加工道具에 의한 優秀合板의 製造라는 點에서 Rotary Knife와 Sanding Paper에 대한 暫定的인

- 5) 免稅對象品目으로서의 選定·措置가 잇달아야 할 것이다. 왜냐하면 이들 加工道具는 現行關稅法에 의해 免稅對象(輸出用原資材 및 機器에 對한 免稅措置)에서 除外되고 있기 때문이다.

4. 包裝用材料의 品質과 包裝技術의 向上에 따른 外貨稼得率의 增大

合板의 輸出包裝用資材로서는 주로 Reeling Tape와 Gummed Tape가 使用되고 있으며 輸出包裝은 어떤 規格이나 基準에 의해서가 아니라 대략 輸入國의 要求에 의해 執行되고 있음이 보통이다. 그런데 Reeling Tape(帶鐵)와 Gummed Tape(包裝帶)는 完全 國產化되고 있음에도 年間 輸出實績의 約 1.0~1.5%만큼의 外貨가 이들 輸出包裝副資材에 充當

(17) 두께 1/8 inch 일 때, 500,000S/F當 1個의 Rotary Knife(農林部告示 4122號) <表5參照>.

(18) 두께 1/8 inch일 때, 20,000S/F當 1 PCS(農林部告示 4122號) <表 5參照>.

되고 있는 實情이다. 이는 國產品의 質이 低劣하며 지게車 運搬時나 揚·上陸時 걸핏하면 切斷 내지 破損되는 廢端이 累積함으로써 合板業者들이 意識적으로 國產品을 忌避하기 때문이다. 더구나 Reeling Tape 나 Gummed Tape 는 輸出用原資材로 免稅對象이 되고 있으며, 또 輸入品은 國產品과 比較하여 良質하며 價格面에서도 外産이 훨씬 有利하기 때문이다.

多幸히 合板輸出에 있어 『包裝不良』에 의한 「크레임」이 그다지 提起되고 있지 않은 것은 外産을 使用하고 있기 때문이지만 將次 全量 國産으로 代替될 경우를 推定한다면 早速한 國產品質의 提高와 國産原資材를 使用하는 輸出包裝技術의 向上은 時急히 圖謀되어야 할 것이다.

그러기 위해서는 첫 條件이

1) 包裝用副資材의 國產品質의 向上과 副資材價格의 國際水準化가 이룩되어야 할 것이며, 그 先行要件은

2) 輸出包裝業體의 育成⁽¹⁹⁾

이어야 할 것이다. 아울러 國產品의 使用度를 提高하기 위해서

3) Reeling Tape 와 Gummed Tape 에 對한 現行免稅對象의 解除가 考慮되어야 하며, 또

4) 合板輸出包裝規格의 制定

과 더불어, 현재 合板紙箱子包裝이 規格化되고 있으며, 또 이미 그 包裝이 國立工業研究所에 의해 強制檢査對象이 되고 있는 것처럼

5) 公共機關에 依한 強制合板輸出包裝檢査의 實施가 아쉬우며 더 나아가서

6) 包裝擔當技能工의 養成과 包裝技術의 向上도 時急함은 물론이다.

그런데 加工道具인 Rotary Knife 와 Sanding Paper 및 包裝用副資材인 Reeling Tape 와 Gummed Tape 의 1968年度 導入實績을 算出한다면 合板輸出實績中 그러한 副資材들이 차지하는 比重이 加工道具의 경우 約 3.5%, 包裝材料의 경우 約 1.5%로 都合 約 5%에 達

(19) 輸出包裝業體의 育成方案에 關해서는 다음과 같은 研究文獻들이 參考가 될 것이다.

① 包裝白書, 韓國包裝技術協會, 1967.

② 輸出品包裝의 品質向上策(資料), 國立工業研究所 第1檢査課, 1969.

③ 輸出包裝의 改善方案, 韓叢泳, 韓國貿易研究所, 貿易研究 第1卷 1號, 1969. 3.

하기 때문에, 이들 副資材에 對한 1968年의 外貨總支拂額은 約 3,392千\$(合板輸出額 67,832千\$×5%)이었다는 計算이다. 물론 그 中에는 극히 일부분의 國產品이 包含되어 있는 것으로 類推되기도 하지만, 만일 이들 副資材가 全量國產化되었다고 假定한다면 1972~1980年의 外貨節約額은 각각 다음과 같아지며, 이러한 外貨節約額은 어떠한 單一商品의 原資材를 全量 國產品으로 代替되었을 경우보다도 外貨稼得面에서의 效果는 더욱 큰 것이다.

〈表 5〉 加工道具와 包裝材料的 國產化에 의한 外貨節約推定值(1972~1980)

年 度	摘 要	加工道具 Rotary Knife+ Sanding Paper (3.5%)		包裝材料 Reeling Tape+ Gummed Tape(1.5%)		計 (5.0%)
1972	(合板輸出豫測額\$143,102) ¹⁾	5,009		2,147		7,155
1976	(" " \$195,535) ²⁾	6,844		2,933		9,777
1980	(" " \$245,968) ³⁾	8,609		3,690		12,298

1)2)3) 註(10) 參照

5. 原木導入의 合理化와 購買市場의 多邊化에 의한 外貨稼得率의 增大

合板의 主原料인 原木의 1968年度 國別導入實績은 아래와 같다.

〈表 6〉 1968年度 國別原木導入實績

國 別	導 入 實 績		
	導入量(m ³)	%	金 額(\$)
말 레 이 지 어 ¹⁾	878,400	69.8	
필 립 핀	375,000	29.8	
인 도 네 시 어	5,000	0.4	
其 他 ²⁾	—	—	
計	1,258,400	100.0	46,243,000

資料源 : 山林廳統計

1) 「보르네오」, 「사라와크」 包含 2) 其他國은 都合 592m³의 極少量이기 때문에 省略.

上記表에서 原木의 約 70%가 「말레이지어」에서, 殘餘 約 30%가 「필립핀」에서 輸入되고 있어 原木이 간추려 말하면 「말레이지어」와 「필립핀」의 兩大市場에서만 購買되고 있다는 計算이다. 1968年度의 輸入實績뿐만 아니라 그 以前과 그 以後에도 繼續 「말레이지어」와 「필립핀」의 兩大市場만이 韓國產合板原料의 購買市場이었었다는 事實로 미루어 보아, 原木購買市場이 이렇듯 어느 몇개의 市場에만 偏重하고 있다는 것은 購買市場의 與

件變動에 따른 갑작스러운 購買市場機能停止事態에 對處할 아무런 事後對策도 考慮되지 않고 있다는 端的인 表現일 뿐이다.

이러하면 購買市場의 與件變動으로 原木供給이 如意치 못할 때 代替購買市場이 早速히 選定되지 않는 限, 合板輸出은 計劃대로 執行될 까닭이야 없는 것이다. 더구나 主要原木 供給國의 하나인 「필리핀」이 國內事情으로⁽²⁰⁾ 最近 原木輸出을 抑制하고 있다는 事實은 우리의 購買市場政策에 一大轉換點이 摸索되어야 하며, 早速히 購買市場의 多邊化가 實現되어야 한다는 證據일 뿐이다.

그런데 「말레이아」產原木(「보르네오」 「사라와크」產包含)은 대체로 「필리핀」產에 비해 그 品質이 低質인 까닭에 高級合板製造에 不適當하다고 알려지고 있기 때문에 「필리핀」市場에 代替될만한 海外市場을 되도록 地理的이며 輸送的인 「코스트」面을 考慮해서 許多한 其他의 南아세아諸國 가운데서 選擇되어야 할 것이다. 그러기 위해서는

1) 正確한 購買市場調査,

이를 테면 原木品質調査를 包含한 南아세아諸國의 購買市場調査가 展開되어야 할 것이며, 臨時便通的인 手法으로는

2) 既存市場에 對한 能動的인 購買活動의 展開,

이를테면 對「필리핀」購買交渉에 있어서의 「쿼터」增額을 劃策하는 것과 같은 積極的이며 政治的인 幕後交渉의 展開라든지, 그것이 如意치 않으면 其他 未開發國에 있어서의

3) 直接投資에 의한 現地開發

을 摸索함도 그 一策이다.

現在 우리나라에서는 南方開發株式會社가 南部 Kalimantan 地域에서 直接 270,000 ha의 原木伐採地域을 確保하여 開發中에 있으나 月間 8,400m³의 미미한 實績만을 보이고 있는 뿐이다. 따라서 이러한 現地開發企業들을 積極支援하기 위한 國家의 技術的이며 財政的인 後援이 잇달는

4) 現地開發企業의 助成과 育成

이 아쉬울다.

南方開發株式會社以外에도 新興開發株式會社가 「사라와크」州에 있는 80,000「에이커」의

(20) 「필리핀」은 自國內合板生産能力의 増大로 1966年以來 優秀原木인 P(Peeler)級の 輸出을 抑制, 나머지 V(Veeler)級이나 SL(Saw log)級만을, 그것도 每年 輸出 「쿼터」를 10%式이나 減少시켜서 輸出시키고 있는 實情인데다가, 70年代부터는 그것마저 더 抑制할 움직임을 보이고 있으며, 最近엔 低質의 原木과 良質의 原木을 一定比率로 混合해서 輸出하고 있는 狀態이다.

立木벌채權(林地開發權)을 가지고 있지만, 國內에서 10億6千300萬원의 負債때문에 不實企業으로 몰려 現地開發이 中斷되고 있는 狀態이다⁽²¹⁾. 原木需要의 增大와 「필립핀」 같은 優秀海外購買市場의 國內事情으로 原木供給이 如意치 못한 現狀下에서는 이러한 現地開發企業들만은 優先的으로 救濟·育成하는 方案이 摸索되어야 할 것이며, 나아가서 民間企業의 現地大舉進出을 積極 도와주어야 할 것이다.

山林廳當局의 올해 計劃에 의하면⁽²²⁾, 주로 「인도네시아」의 山林開發을 對象으로 自己資本과 經濟能力이 豊富한 業體의 現地進出을 積極 勸獎할 方針이라 하며, 『新興開發』과 같은 不實企業의 再出現을 防止하기 위해 內資와 自己資金으로 全額動員하고, 外資에 있어선 充分한 擔保能力이 있는 業體를 選定·進出し킨다는 것이다. 이에 따라 韓進, 大成木材, 京南企業, 同和企業 등이 事業計劃을 세우고 있다고 알려지고 있지만, 이러한 大企業들의 現地進出이 繼續 이루어질 때 原木確保에 따른 隘路點은 相當히 鈍化될 것이 豫想되며 外貨稼得率面에서도 相當한 效果가 期待될은 물론이다.

그런데 올해 原木需給計劃에 의한 原木需要는 總 3,920,000m³인데도 이중 現地進出企業에 의한 供給量이 겨우 總需要의 3.2%인 130,000m³에 不過한 實情이며 또 合板은 두말할 나위도 없이 우리나라의 輸出大宗商品이기 때문에 보다 大局的인 見地에서 輸出合板用原木에 限해서는 國家나 公共團體가 主導하는

5) 綜合原木輸入商社의 設立

이 考慮되어 果敢히 現地에 進出함으로써 原木確保와 購買市場多邊化活動의 앞장을 서야 마땅할 것이다.

그리고 앞으로 高級合板輸出을 통해 外貨稼得率내지 採算性을 提高하기 위해서는 高級原木의 確保가 그 前提條件이기 때문에, 一例로 「필립핀」의 Lauan 木中 P(Peeler)級과 같은 高級原木이 導入되어 주로 高品質, 高價格의 合板을 進出し킴으로써 販賣市場의 多邊化를 期하고, 또 國際競爭力의 強化에도 盡力이 잇달아야 할 것이다⁽²⁴⁾.

高級原木의 國際價格은 購買國에 相關없이 平準的인데 加工賃銀이 國際的으로 低廉한 우리나라의 實情에서는 이러한 合板의 高級化方案은 理論的으로 그 成就가 容易하기 때문에 이젠 低價格商品一邊倒에서 脫皮하여 高級商品의 輸出을 통한 제값 받기 운동이 實現되어야 할 것이다. 그러나 「필립핀」과 같은 自國內事情으로 高級原木購買市場의 與件

(21)(22) 每日經濟新聞, 1970. 5. 19. 字, 1289號, 2面桴.

(23)(24) 6章 및 7章 合板의 高級化方案 및 市場多邊化方案 參照.

이變動되어高級原木의導入에如意치 못할 경우 그代替購買市場이早速히多邊的으로物色選定되어야 하며, 그래도 부족이한 경우에는普通品質의原木으로高級加工合板을製造해낼 수 있는機械와技術의導入으로新製品開發努力이 잇달아야 할 것이다⁽²⁴⁾.

가령 一例로 <表 7>은高級合板輸出의大宗國인日本의合板輸出實績이지만 年年普通合板(1次加工合板)인 Lauan合板이 줄어 드는反面, 二次加工合板(特殊加工合板)이 年年增加하는趨勢에 있음을 알 수 있을 것이다.

<表 7> 日本의 種別 合板輸出實績 (1962~1966, 單位: 1,000m²)

年 度	普 通 合 板		二 次 加 工 合 板			合 計
	羅王合板	國產材合板	塗裝合板	프린트合板	其他合板	
1962	67,742	21,787	—	—	—	89,529
1963	58,189	27,238	—	—	—	85,427
1964	49,940	25,178	2,789	2,066	10,090	90,064
1965	52,687	25,104	4,594	2,089	12,006	96,480
1966	44,592	25,366	5,959	2,649	15,771	94,337

資料源: KOTRA

이는日本이加工度가 낮은低價格品の生産을 될 수 있는대로止揚하고加工度가 높은高價格品輸出로暫次移行하고 있다는證據이며, 또 그原木이國產(北海道產)이大部分임에도「프린트」合板, 塗裝合板等高級合板을輸出하고 있다는事實은, 製造施設과製造技術이우리보다도優秀하다는證左이기 때문에高級合板製造用機械와 그技術의導入은 가까운日本에서導入됨이合理的일 것이다.

이러한

6) 高級原木의導入과高級合板製造에 따른機械와技術의導入

以外에도

7) 原木의適期供給을 위한輸送船舶의確保

가時急하며, 輸出大宗商品인合板用原木의輸送에限해서만은政府의積極的인輸送行政的인面에서의支援이增大되어야 할 것이다.

또長期的인眼目에서는

8) 國產原木의代替計劃樹立

이考慮되어야 할 것이다. 왜냐하면「필립핀」처럼原木의主要供給國들이自國內에서合板을製造·輸出하는傾向이暫増하는 것으로 미루어 보아將來原木의調達이 어려워질

것으로豫想되기 때문이다. 따라서 合板用原木에 適合한 材木들이 國內에서 生産될 수 있는 長期森林計劃이 時急히 樹立되어 將次 日本의 경우처럼 國產原木使用으로 外貨稼得率을 增大시키는 素地가 마련되어야 할 것이다.

6. 合板의 高級化와 製品多樣化에 의한 外貨稼得率의 增大

國際競爭市場에 投入되는 輸出商品을 多樣化(및 高級化) 시키는 目的은, 그것이 製品類別(Product-mix)의 多樣化이건 製品系列(Product-line)의 擴大이건 間에, 個別經濟的인 立場에서는 外國顧客의 滿足을 보다 많이 獲得하거나(顧客의 創造), 國際市場에 있어서의 競爭의 優位를 차지하기 위한 製品先導權(Product-leadership)의 掌握에 있음은 물론이다.

때문에 일찍 製品多樣化는 바로 商品販賣促進策의 唯一한 手段이라고 믿어지기가 일수이긴 하지만, 그렇다고 덮어놓고 그러한 製品多樣化만이 오직 輸出增大나 外貨稼得率增大를 위한 唯一한 方策인 양 過信하거나 盲信하는 思考方式만은 止揚되어야 할 것이다. 왜냐하면 盲目的인 製品多樣化는 國民經濟的인 立場에서는 도리어 二重投資나 그 以上の 投資의 浪費, 生産過剩, 過當競爭等의 弊害를 誘發하기가 쉬우며 자칫 잘못하면 品種增加로 因한 「코스트·푸쉬」(이를테던 在庫量의 增大)를 處理치 못하는 立場이 造成되기 때문이다.

製品的 品種에 따라서는 顧客의 創造나 製品「리더쉽」의 掌握이라는 똑같은 目的으로 오히려 製品的 單純化(製品「라인」의 整理·縮少)가 즐겨 쓰여지는 傾向이 짙은데도 모든 品種의 多樣化만이 國際競爭力의 強化(따라서 輸出의 增大)라고 錯覺하는 것은 크나큰 잘못이다. 더욱이 3S (Simplification, Standardization, Specialization)라고 불리우는 現代經濟社會의 特徵에도 逆行하는 多樣化一邊倒傾向에는 深刻한 考慮가 잇달아야 할 것이다.

물론 애당초 製品品種이 豊富치 못하고, 따라서 輸出品種이 기껏해야 몇백種類에 不過한 우리나라의 實情에 있어서는 現輸出商品全分野에 있어서의 製品多樣化와 未開發輸出商品의 開發追加가 곧 唯一한 國際競爭力의 強化라고 看做하지 않을 수 밖에는 없으나, 어떤 品種에 따라서는 製品多樣化보다도 製品單純化가 다음과 같은 諸點에서 오히려 有利한點이 許多하다는 事實만은 잊지 말아야 할 것이다.

- ① 보다 큰 經濟的生產
- ② 殘存品目的 品質向上
- ③ 보다 效果的인 販賣力의 增強
- ④ 回轉率의 增大
- ⑤ 納期短縮, 船積의 迅速化
- ⑥ 在庫에 의한 減價의 防止

따라서 製品多樣化만이 輸出增大나 外貨稼得率增大에의 萬能的인 길은 아닌 것이다. 그러나 製品多樣化란 흔히 異種製品的의 가지수를 增加시키는 소위 製品類別多樣化의 경우를 指稱함이 보통이기 때문에 우리의 現在와 같은 立場에서는(아직도 製品專門化다운 專門化가 完成되어 있지 않은 立場에서는) 그런 製品類別 多樣化政策을 驅使할 것이 아니라, 차라리 製品類別單純化를 模索함이 훨씬 合理的이다. 따라서 우리의 立場에서는

- ① 製品類別多樣化는 抑制하고

② 製品系列多樣化²⁵⁾가 追求되어

또 品種에 따라서는 이미 輸出되고 있는 輸出商品이라 할지라도 果敢히 .

③ 製品의 單純化가 模索되어야 할 것이다.

특히 우리의 輸出增大努力이 95個品目の 소위 輸出戰略商品의 輸出額數增大과 外貨稼得率增大에 集中되고 있는 實情에 비추어, 新開發輸出品種商品이 아닌, 既輸出商品目中 소위 戰略商品의 品質向上과 高級化가 模索되어야 하기 때문에 製品類別의 多樣化가 아닌 製品系列多樣化에 盡력이 있달아야 할 것이다.

이러한 뜻에서 製品多樣化라면 系列多樣化를 뜻함을 여기 附記하여 둔다.

合板은 흔히 1次加工合板(普通合板)과 2次加工合板(特殊合板)으로 區分되어 普通이지만, 韓國에서 生産·輸出되는 것은 주로 低價格의 1次加工合板(普通合板)이 태반이며, 特殊合板中 韓國에서는 Lumber Core 合板 및 Particle board 合板과 機械加工合板인 Grooved Plywood의 3種類와 그外 塗裝合板과 Print 合板이 겨우 少量만이 生産되고 있을 뿐이다.

다음의 表는 우리나라에서 주로 生産되는 合板의 種類와 規格을 土臺로 한 加工別合板의 輸出實績이지만, 우리나라에서 輸出되는 合板의 大部分은 1次加工合板(Unfinished Plywood=普通合板)이며 其他特殊合板은 生産되긴 해도 大部分 內需用으로 充當되고 있으며 겨우 少量만이 輸出되고 있는 實情이다.

〈表 8〉 合板의 種類別 輸出實績(1967~1969)

種 類	規 格	1 9 6 7		1 9 6 8		1 9 6 9	
		金 額	%	金 額	%	金 額	%
1次加工合板 (普通合板)	{ 4mm×3'×6'(內需用) 3/16''×4'×7'~8' (輸出用)	32,906,795 ³⁴	79.4	57,495,454 ¹²	84.8	67,702,150 ⁴⁵	83.0
2次加工合板 (特殊合板)							
塗裝合板	{ 4mm×3'×6'(內需用) 3/16''×3'×7'~8' (輸出用)	8,543,255 ⁶²	20.6	10,336,938 ²⁴	15.2	13,884,995 ¹¹	17.0
Print 合板	{ 4mm×3'×6'(內需用) 3/16''×4'×7'~8' (輸出用)						
Overlay 合板	{ — (內需用) — (輸出用)						
有構合板	{ — (內需用) — (輸出用)						
合 計		41,450,050 ⁶⁶	100.0	67,832,392 ³⁶	100.0	81,587,145 ⁵⁶	100.0

資料源 : KOTRA 와 韓國合板工業協會의 資料에서 總合作成.

(25) 製品系列多樣化=product line diversification, 製品의 機能 및 物理的性質이 같은 一群의 製品의 多樣化, 이를테면 合板이라는 同一製品도 「사이즈」, 品質, 色彩, 包裝, 「디자인」等에 의해 달라진다.

商品學上의 分類에 의하면 特殊加工合板인 2次加工合板(高級合板)만도 무려 數種類⁽²⁶⁾에 달하고, 또 日本을 비롯한 先進國들이 주로 高級合板을 生産·輸出하고 있음에도 唯獨 우리나라만이 1次加工合板에 全力을 集中시키고 있는 理由는

첫째, 1次加工合板은 加工度가 낮아 生産하기가 容易하며

둘째, 低加工費로 因해 國際水準以下의 價格으로 쉽게 輸出할 수 있으며

셋째, 普通品質의 原木으로라도 1次加工合板의 生産이 可能하며

네째, 高級合板用製造施設과 그 製造技術이 未洽하기 때문일 것이다.

그러나 1次加工合板이란 원래 採算性이 낮으며 外貨稼得率도 겨우 20%線에 머물고 있으며, 또 海外市場의 趨勢들이 점차 高級品質의 特殊合板을 指向하고 있는 點⁽²⁷⁾을 勘案한다면, 우리의 合板輸出政策이 尙차 特殊合板輸出政策으로 轉換되어 나가야 할 것이다. 비록 1次加工合板輸出의 絶對額은 每年 增加하고 있다 할지라도 外貨稼得率이 低率이며, 實質的인 輸出採算性이 低率인 以上⁽²⁸⁾ 合板의 高級化로 輸出量과 輸出額의 增大와 採算性의 增加를 摸索하여야 함은 當然한 理致일 것이다. 高級品種일수록 收益性이 높아 진다는 『輸出商品의 價格과 品質의 上昇에 의한 平均收益性表』⁽²⁹⁾에 의하면 가령 A(低質品)

(26) 이를테면 特殊合板(2次加工合板)의 種類만을 골라도 다음과 같다.

① 構成特殊合板

1) 2 Ply 合板 : ㄱ. 普通 2 Ply 合板. ㄴ. 強化 2 Ply 合板

2) 深板 特殊合板 : ㄱ. Lumber Core 合板 ㄴ. 硬量 合板 ㄷ. Particleboard Core 合板
ㄹ. Flexible 合板 ㅁ. 석면(石綿)合板(Asbestos Core Plywood)

② 表面 特殊合板

1) 機械 加工 合板 : ㄱ. 有構合板(Grooved Plywood) ㄴ. 型押合板 ㄷ. 有孔合板

2) Print 合板

3) 塗裝合板(Pre-finished Plywood)

4) Overlay 合板 : ㄱ. Plastic Overlay 合板 ㄴ. 單板 Overlay 合板 ㄷ. 纖維류 Overlay 合板

③ 木金合板

④ 曲面合板 (一名 成形合板)

⑤ 藥液處理 合板 : ㄱ. 防火合板 ㄴ. 防腐合板 ㄷ. 防蟲合板 ㄹ. 防水合板 ㅁ. 硬化合板

(27) 一례로 美國은 우리나라產 一次加工合板을 輸入하여 主로 二次加工合板인 特殊合板으로 再加工販賣하여 莫大한 漁父之利를 보고 있다는 소문이며 (이를테면 韓國產 普通合板에 미리 「디자인」되어 印刷된 「프라스틱」이나 「필립」을 接合시켜 特殊合板으로 製作한 다음 國內에서 再販賣하거나 逆輸出), 가령 美國의 輸出價格이 MS/F, 5/32'×4'×8'(DBB級)當 日本產이 52\$인데도 韓國產이 48\$(C&F 1967. 6月末現在)이었다는 事實이라던가, 英國이나 호주에서의 人氣品目은 主로 特殊合板라던가 하는 事實들은 海外에 있어서의 高級合板의 需要가 急增加하고 있다는 證據이다.

(28) 물론 1969年 後半期의 平均輸出原價가 約 30\$(附帶費 3\$ 包含)이고 輸出價格이 FOB 基準으로 約 43\$(大韓商議, 主要輸出商品의 輸出能力調査報告書 1979, p. 52) 이어서 現時點에서는 採算性이 그다지 낮지 않은 것으로 浮刻되고 있으나, 外貨稼得率이 낮은 데다가 原木單價가 上昇하는 傾向이 있고, 또 合板價格自體가 國際競爭의 激化로 오히려 下落하는 傾向에 있는 것이다.

B(半製品) C(高質品)의 합板的 경우 각각 그 收益額과 收益率은 다음과 같아 진다.

原 價(원)			收 益 額(원)			收 益 率(%)		
A	B	C	A	B	C	A	B	C
100,	110,	120	10,	12.1,	14.4	10,	11,	12

上表에 따라 A品の 경우 그 收益額이 가령 10원인데 B品の 경우는 12.1원, C品の 경우는 14.4원이기 때문에 C品인 2次加工合板을 輸出할 경우 採算性은 A品(1次加工合板)에 비해 大擧 1倍半가량이나 上昇할 수 있다는 計算이다. 따라서 <表 3>에서 1972~1980年の 合板輸出豫測額中 그 절반이라도 高級合板(C品の 경우)이 輸出된다고 假定하더라도 外貨稼得豫測額(「메타놀」이 全量輸入에 依存하고 原木價에 變動이 없다고 假定)은 35%를 훨씬 超過하고도 남음이 있을 것이다. 비록 高級合板製造에 따른 高級原木의 使用으로 原木價가 相對적으로 上昇한다 하더라도 「메타놀」의 國產化가 進歩段階에 있기 때문에 高級原木價上昇과 「메타놀」 國產化效果는 相殺된다고 看做할 수 있는 것이어서 製品의 高級化로 말미암은 收益性和 外貨稼得率은 결코 35%線을 下廻하지는 않을 것이다.

이러한 合板의 高級化는 물론 製品의 多樣化를 뜻하는 것이며, 合板의 高級化 내지 多樣化는

첫째 高級合板用 製造施設과

둘째 그 製造技術

을 통해서만 可能한 것이며, 따라서 製造 施設의 高級化와 製造技術의 向上은 그 必須條件이다.

그런데 國際水準以下の 低賃金과 輸出價格으로 그러한 2次加工合板인 特殊高級合板들을 輸出한다고 해서 주로 普通合板을 大量輸入하고 있는 美國이나 기타 輸入國들이 싫어할 아무런 理由도 없음에도 採算性이 낮은 普通合板輸出一邊倒에만 몰두하고 있는 우리 合板製造企業들의 姿勢는 根本적으로 再檢討되어야 할 것이다⁽³⁰⁾. 더구나 臺灣이나 「필리핀」이 普通合板(1次加工合板)分野에 있어 우리의 強力한 輸出競爭國으로 登場하고 있는 마당에 있어서는 日本의 그것처럼 低級品「마아케팅」에서 高級品「마아케팅」으로 轉換하여 低

(29) Rudolf Seyffert, Wirtschaftslehre des Handels, 1961, Köln und Opladen, S. 551~554.

(30) 合板輸出業體들이 採算性이 낮음에도 一次加工合板의 輸出一邊倒에만 全力을 기울이고 있는 理由는 이미 前述한 네가지 理由以外에도 말하자면, 輸出이 增大함으로써 政府나 其他機關의 有形·無形의 莫大한 輸出特惠(이를테면 高率의 原木 Loss率의 合法的인 自由處分特惠, 求價貿易特惠, 外貨貸付를 비롯한 金融特惠, 各種施設材·原材料의 免稅輸入特惠等等) 때문이라 看做된다.

高級品價格競爭에서가 아니라 高級品品質競爭에서 輸出額의 擴大와 採算性的 增大를 摸索해 나가야 할 것이다.

그러기 위해서는

- 1) 老朽製造施設의 代替와
- 2) 高級合板製造用 機械·施設의 導入 및
- 3) 이에 따른 技術의 向上과
- 4) 徹底한 品質管理制度의 確立

等이 要請된다. 이러한 一連의 製品高級化條件이 充足된 다음에는

- 5) 自立에 의한 高級新製品의 開發

이 「클로즈·업」되기 마련이며, 그러한 新製品開發의 基盤은 産業「디자인」의 開發과 形成에 있음은 두말할 나위도 없다. 특히 高級合板일수록 工業「디자인」과 商業「디자인」의 寄與度는 多大하며, 高級合板中 特別히 表面特殊合板인 「프린트」合板이나 塗裝合板等の 需要가 世界的으로 急増하고 있는 趨勢에 照鑑하여, 그러한 自力「디자인」을 土臺로 한 優秀品種의 製造·輸出에 拍車가 加해져야 할 것이다. 더구나 一次加工合板(普通合板)으로도 그러한 品種의 二次加工合板을 製造하기 可能하기 때문에, 製造施設과 製造技術단 向上된다면 短時日內에 合板의 高級化는 成就되기 마련일 것이다. 다만 韓國合板은 外國「바이어」들에게 「짜구려」商品의 「이미지」만을 扶植시켜 왔기 때문에 高級合板의 出現을 前後한

- 6) 徹底한 市場調査와

- 7) PR 내지 宣傳

은 必須要件이다.

이러한 合板의 高級화와 아울러 高級合板의 品種多樣化(製品系列多樣化)도 併行되어 Print 合板이나 塗裝合板 따위의 몇種類의 表面特殊合板뿐만 아니라, 적어도 特殊合板의 王者格인(그래야 採算성이 더욱 높아지는) 深板, Overlay, 木金, 曲面, 藥液處理等の 特殊合板도 製造, 그 販路가 開拓되어야 할 것이다. 따라서 合板의 高級화와 多樣化가 이룩되기 위해선 販賣市場의 多邊化가 必須要件은 물론이다.

7. 合板輸出市場의 多邊化에 依한 外貨稼得率의 增大

輸出市場의 多邊化란 반드시 新規市場의 多樣化(正確히는 市場廣化)만을 뜻하는 것은 아니다. 既存市場을 品種別로 細分(Market Segmentation)하거나, 新製品을 既存市場에 追

加시켰을 때(Product Segmentation)도 넓은 뜻에서는 輸出市場의 多樣化(正確히는 市場深化)라 呼稱함이 通例이다.

따라서 前章(6章)에서 言及된 製品高級化와 製品多樣化가 바로 嚴密한 뜻에서는 輸出市場의 多邊化와 같은 效果를 導出시킨다는 뜻에서 우선 손쉬운

① 既存市場의 多樣化(市場細分化和 製品多樣化=市場深化)

가, 考慮되어야 하며, 이와 併行하여

② 新規開拓市場의 多樣化(市場廣化)

가 잇달아야 하는 것이다.

既存市場의 多樣化(深化)가 손쉬운 理由는 이미 既存市場에 合板商品이 輸出된 實績이 있기 때문에 比較的 合板市場調査가 容易하며, 또 既知의 情報과 「데이터」를 土臺로 市場과 製品이 쉽게 細分化될 수 있는 素地가 마련되어 있기 때문이다.

7-1. 既存市場의 多樣化(市場深化)에 依한 外貨稼得率의 增大

아래의 表는 1963~1969年의 우리나라 合板의 國別輸出實績이지만 對美輸出이 壓倒的 이다(94.5%).

〈表 9〉 우리나라의 國別 合板輸出實績(1963~1969) (單位:千圓)

	1963		1964		1965		1966		1967		1968		1969	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
美 國	6,654	98.6	12,396	97.9	16,472	87.2	28,704	94.2	37,168	89.8	64,858	95.8	77,316	94.5
캐 나 다	—	—	30	0.02	1,846	9.8	1,567	5.1	2,562	6.2	1,987	2.9	3	—
日 本	21	0.3	50	0.03	100	0.05	155	0.5	1,562	3.8	314	0.5	3,985	4.9
自由中國	20	0.05	—	—	—	—	—	—	68	0.2	—	—	—	—
西 獨	—	—	—	—	—	—	—	—	5	—	68	0.1	4	—
홍 콩	—	—	13	0.1	180	0.9	37	0.15	—	—	47	0.1	—	—
말레이시아	7	0.1	98	0.8	20	0.1	—	—	—	—	—	—	—	—
그 리 이 스	5	0.1	101	0.8	50	0.25	—	—	—	—	—	—	—	—
타 이	49	0.7	13	0.1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
越 南	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	356	0.5
其 他	90	1.5	030	0.25	319	1.7	180	0.05	—	—	448	0.6	94	0.1
合 計	6,747	100	12,659	100	18,897	100	30,481	100	41,366	100	67,724	100	81,758	100

資料源: 韓國銀行統計年報.

이는 美國의 需要動向에 따라 우리나라 合板輸出이 크게 動搖할 수 있다는 證據일 따름이다. 韓國의 對美合板輸出이 壓倒的일 뿐만 아니라 美國의 對韓合板輸入이 〈表 10〉와

같이 역시 壓倒的인 理由는

- ① 美國의 合板工業이 斜陽化段階(特히 一次加工合板과 같은 普通合板은 勞動集約的인 産業이기 때문에)에 있음에도,
- ② 美國內의 合板需要는 急增(住宅建設의 活潑化)하는 한편,
- ③ 韓國의 普通合板이 品質面에서 特殊合板加工에 適合하며
- ④ 價格面에서도 低廉하기 때문이다.

〈表 10〉 美國의 年度別 主要 國別 나왕合板 輸入實績

單位 { 金額 : US 千弗
構成比 : %

輸入對象國	區分	1966		1967		1968		1969(1~6)	
		金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
韓	國	25,075	30.1	30,000	33.6	53,305	37.8	40,163	46.0
日	本	18,888	21.0	14,009	15.7	21,309	15.1	8,551	9.7
필	립	23,136	24.7	23,607	25.5	29,698	21.1	17,342	19.9
中	國	21,621	24.2	19,294	21.3	34,070	24.1	19,054	21.8
말	레	—	—	1,199	1.3	1,574	11.1	1,473	1.7
싱	가	—	—	50	0.1	232	1.6	163	0.2
폴	가	—	—	6	0	36	0	20	0
香	港	—	—	992	1.4	1,295	9.1	603	0.7
난	세	—	—	—	—	—	—	—	—
이	제	—	—	—	—	—	—	—	—
도	도	—	—	—	—	—	—	—	—
합	計	89,501	—	89,160	—	141,527	—	87,338	—

資料 : US Imports of Merchandise for consumption, 1969.

그러나 近來 日本을 위시하여, 特히 우리와 같은 開發途上國家들인 臺灣, 「필립핀」, 「말레이저어」, 「싱가폴」等 諸國들의 活潑히 對美市場進출을 劃策하고 있음에 照鑑하여, 오직 對美市場一邊倒인 우리의 合板輸出 構造에 對해서는 深刻한 考慮가 잇달아야 할 것이다. 우리의 合板이 價格面에서 低廉하다 하나, 실은 平均的으로는 臺灣產合板이 오히려 2~3\$이 더 低廉한 것으로 알려져지고 있으며, 「필립핀」產合板 역시 美國의 對「필립핀」特關稅의 惠澤(50%, 韓國, 日本, 臺灣 10%)으로 相當히 低廉한 것으로 看做되고 있는 마당에 있어서는 어떻게든지

- ① 對美一邊倒의 輸出構造를 維持하든지, 그렇지 않으면
- ② 對美一邊倒의 輸出構造에서 脫皮하든지, 하는 對策이 時急히 講求되어야 함이 마땅할 것이다

①의 경우를 위해서는

- 1) 既述한 바 있는 製品의 高級化와 多樣化가 먼저 이룩되어야 할 것이며,
- 2) 商品에 對한 嗜好度는 地域, 習慣, 氣候, 風土等에 따라 格差가 있게 마련이라는 輸出「마케팅」原則에 立脚, 例를 들어 美國市場을 南北美國과 東西美國, 혹은 地域別 내지는 州別, 또는 都市別로 細分하는 市場細分化政策이 樹立되어 各己 地域市場 調査가 이루어진 다음, 이에 알맞는 「마케팅·믹스」(Marketing Mix)가 投入되어야 할 것이다. 그 以外에도
- 3) 對美競爭國들의 競爭「패턴」을 恒時 注視·調査하여 競爭力強化에 盡力이 잇달아야 할 것이다. 이를테면 日本은 對美輸出에 있어 L/C「베이스」와 延拂「베이스」를 併行하는 去來方法을 取하고 있기 때문에 우리도 去來條件面에서 多數의 業者들이 延拂輸出을 할 수 있도록 延拂輸出의 資格制限을 緩和하여 D/D, D/A 輸出의 機會를 賦與하는 國家의 政策的配慮도 있어야 할 것이다. 政策的配慮中의 하나에 또
- 4) 輸出金融融資期間의 延長이 있는데, 現行制度上의 輸出金融融資期間은 135日이며 特認期間이 45日, 都合 180日까지로 되어 있지만, 事實上 133日이 適用되고 있음으로 輸出業者의 資金負擔이 커지고, 따라서 輸出原價面에서 不利한 立場에 서게 된다는 것이다⁽³¹⁾ 이러한 缺陷은 融資期間의 延長으로 시정되어야 할 것이다.

上記한 이러한 對策들이 對美市場에서 實效를 못 견우거나, 美國內市場의 與件變動으로 輸出이 下落하는 傾向이 露呈된다면 早速히 對美一邊倒의 輸出構造에서 脫皮하여 (②의 경우) 위에서 列擧한 諸要領들이 美國以外的 既存市場에서 驅使되어야 할 것이다.

7-2. 新規市場의 多樣化(市場廣化)에 依한 外貨稼得率의 增大

(아울러 新規開拓可能市場에 對한 分析과 그 展望)

既存市場의 深化이건 新規市場의 廣化이건 間에 市場多邊化를 위해서는 우선 適切한 輸出「마케팅」活動이 活潑히 展開되어야 함은 두말할 나위도 없거니와, 市場多邊化를 위한 輸出「마케팅」의 첫 戰略은

첫째, 企業이 攻擊할 目標市場을 選擇하고 그 市場性格을 確認하는 것이며

둘째, 實地로 「마케팅·믹스」를 그 選擇·確認된 市場에 適用시키는 일이기 때문에 輸出市場의 多邊化를 위한 첫 活動段階는 海外市場調査에서부터 始作한다고 생각해도 決

(31) 大韓商議, 既揭書, p. 54.

코 過言은 아니다. 따라서 海外市場調査는 輸出「마케팅」의 基本的인 活動의 하나며, 市場調査의 結果如何에 따라 輸出增大의 成敗與否가 관가름 지어지기 마련인 것이다.

그런데 市場調査라 함은 海外市場에 關한 data 와 information 을 蒐集·分析·評價함이 그 첫 걸음이며, 其間 蒐集된 data 와 information 을 土臺로 이를 分析·評價하여, 가령 例를 들어 몇개의 新規開拓可能市場들을 羅列해서 그 輸出可能度와 그 對策을 簡략하게나마 打診해 보면 대략 다음과 같아진다.⁽³²⁾

(1) 「카나다」國

「카나다」의 1966~1968년의 合板의 國別 輸入實績은 다음과 같은데 日本과 臺灣이 차지하는 比重이 가장 큰 것으로 나타나고 있다.

〈表 11〉 캐나다의 國別合板輸入構成 (單位: %)

年度別 輸入對象國	1966	1967	1968
美 國	1.6	0.6	3.9
伊 太 利	1.4	1.8	0.8
韓 國	—	0.3	3.7
日 本	47.9	27.5	21.3
台 灣	46.1	66.1	66.1
필 리 핀	—	0.4	1.1
가 봉 共 和 國	2.2	1.7	0.1
合 計	100.0	100.0	100.0

資料源: Import by commodities, 1966(總對額은 1966년에 9,845千\$, 1967年 13,162千\$, 1968年 13,399千\$)

「카나다」의 國內合板生産은 勞動力不足으로 매년 같은 水準을 維持(1966年 2,173,146 MS/F, 1967年 2,242,310 MS/F, 1968年 2,333,769 MS/F)하고 있음에 反하여 合板의 國內需要는 每年 急増하고 있는 趨勢에 비추어 해마다 輸入이 늘어나고 있는 傾向이다.

「카나다」의 輸入合板中 約 95%가 住宅用으로 使用되고 있고, 또 「카나다」政府의 住宅建設重點政策의 結果로 해마다 合板의 需要가 增大되고 있지만, 「카나다」國民들의 生活水準의 向上으로 住宅自體가 高級化하는 傾向이 있기 때문에 그 住宅建設材인 合板自體도 高級化(및 多樣化) 하는 傾向이다. 그러나 韓國產合板은 主로 1次加工合板 내지 單板이

32) 新規輸出市場이라 함은 보통 輸出實績이 전혀 없는 海外市場을 指稱함이 通例이지만, 合板의 경우 約 95%가 對美輸出이기 때문에, 이미 미미한 輸出實績이나마 있어왔던 日本이나 「카나다」와 같은 나라도 新規開拓市場의 範疇에 包含시킴이 옳을 것이다.

大部分이어서 高級品種을 주로 輸出하는 日本에게 市場을 잠식 당하고 있는 實情이다. 그렇지만 單板의 輸入도 年間 6,000~7,000千\$(美\$)을 上廻하고 있는 趨勢에 있기 때문에 輸出增大의 效果를 期하기 위해서는 차라리 單板部門에서 壓倒的인 市場占有率(約 80%)을 維持하고 있는 台灣과 競爭을 벌여 對「카나다」單板市場을 席卷할 戰略이 樹立되어야 할 것이다. 그러기 위해서는

- 1) 低賃金「코스트」를 앞장세운 價格競爭으로 高級合板의 輸出을 增大시켜 日本의 市場占有率을 잠식하는 한편
- 2) 單板部門에서도 台灣과 價格競爭을 벌여 台灣의 市場占有率을 잠식해야 할 것이다. 그러기 위한 先行條件은 合板製造「코스트」의 切下일 뿐으로 結局 既述한 各事項들이 解決되어야 한다는 뜻이다.

(2) 日本國

日本의 國內合板製造事情은 美國의 그것과 類似한 點이 많으며, 애당초 輸出產業으로 育成되어 오던 日本의 合板產業이

- ① 勞賃의 上昇과 勞動力의 不足
- ② 輸出競爭國에 의한 既得海外市場의 잠식
- ③ 輸入國의 自國生産의 擴大

等으로 인하여 漸次 斜陽化되어 가고 있는 實情이다. 따라서 日本은 勞動集約的이며 採算性이 낮은 1次加工合板의 生産을 止揚하고, 比較的 高度의 技術이 所要되는 技術集約的이며 高利潤의 2次加工合板生産으로 轉換하여 주로 高級合板의 輸出에 總力을 기울이고 있는 중이다.

2次加工合板의 利潤性을 增大시키기 위해서 一次加工合板을 低價格國으로부터 輸入하여 이를 自國內에서 2次合板으로 再加工한 다음에 國內需要의 充足을 期함과 同時에 海外에도 輸出하고 있기 때문에, 韓國產合板의 需要는 앞으로 相當히 伸張할 것이 豫想된다. 特히 日本市場은 우리나라와 近距離에 있음으로 輸送이나 運賃面에서 好條件이며, 더구나 現行關稅率이 15%까지 引下될 展望이 크며, 日本國內價格이 1,000S/F 當 40,000圓(두께 12mm, 넓이 2'×6', 또는 3'×6')이며, 輸入價格이 CIF S/F 當 85\$이기 때문에 年間 300萬枚(日本側 輸入豫測)의 對日輸出이 可能하리라는 展望이다.

그러나 台灣產合板이 같은 條件으로 日本市場에 침투하고 있으며, 또 日本合板業者들이 台灣이나 「싱가폴」과의 合作投資에 의한 大單位 現地合板工場建設을 推進하려는 움직임

임을 보이고 있음으로 이러한 움직임에 對한 情報을 正確히 分析하여 이에 對한 綿密한 對策들이 事前에 模索되어야 할 것이다.

(3) 歐羅巴地域國

對歐羅巴地域에 對한 韓國產合板輸出은 겨우 1965년에 「그리스」에 39,000\$, 英國에 12,000\$, 1966년에 「그리스」에만 5,000\$을 記錄했을 뿐, 1966年以後는 對歐羅巴地域의 輸出實績은 거의 全無에 가까웠을 뿐이다. 그러나 同地域에 있어서의 建築붐의 盛行은 勞動力의 不足에 의한 合板産業의 斜陽化에도 不拘하고 合板需要를 急増시켰으며, 歐羅巴地域에 있어서의 主要合板生産國인 「핀란드」, 「이태리」, 西獨諸國의 製品은 高價格이기 때문에 앞으로는 低價格品인 韓國產 1次加工合板이 歐羅巴地域에 能히 進出할 수 있는 素地가 마련되었다고 보아도 過言이 아닐 것이다. 따라서 正確한 市場調査를 土臺로 한 輸出「마케팅」活動 如何에 따라서는 能히 韓國合板이 歐羅巴地域을 席卷할 수도 있다는 計算이다.

밀을만한 市場情報에 의하면 現在로서는 歐羅巴에 있어서의 韓國產 合板輸入國은 英國과 和蘭으로 看做되고 있으며, 또 이들 兩國은 歐羅巴에 있어서의 主要合板輸入國이기도 한 것이다. 특히 英國의 경우 輸入合板은 Door Size 로써 主로 日本과 台灣產을 輸入하고 있기 때문에 이들 兩國과의 輸出競争을 展開하면 상당한 市場占有率의 잠식이 可能해 질 것이다. 더구나 1972년에는 關稅率이 5%로 引下될 것으로 믿어지는 바 競争面에서 훨씬 有利한 立場이 造成될 것이다.

(4) 中東地域國

中東地域國家中에서는 「쿠웨이트」와 「이란」이 가장 有力한 新輸出市場으로 登場하고 있는데, 특히 「쿠웨이트」의 경우 年間 約 20,000,000\$로 推定되는 同國內合板需要의 全量을 輸入에 依存하고 있는 實情이며, 1967年度 主要供給國別 輸入實績中 主로 「싱가폴」이 32.4%, 台灣이 14.2%, 日本이 11.7% 등을 占有하고 있기 때문에 이들 三國과의 價格競争을 有利하게 展開한다면 相當額數의 對「쿠웨이트」合板輸出이 實現될 展望이 甚다 할 것이다. 또 「쿠웨이트」輸入業者들은 韓國產合板에 깊은 關心은 나타내고 있다고 알려져 있으나, 다만 注文量이 小規模여서 遠距離輸送에 따른 採算性이 낮다고 國內業者들이 否의적으로 對「쿠웨이트」輸出을 忌避하고 있다는 것이다.

또 外務部の 情報에 依하면 「이란」이 年間 2,100,000\$ 상당의 合板을 外國으로부터 輸入하고 있으나 앞으로는 韓國產合板에도 큰 關心을 表明하고 있다는 것이다. 中東地域에

서는 「이란」이 가장 展望이 좋다는 것이며, 現在の 對「이란」主要輸出國은 輸入需要額 2,700,000 \$ 中 「이태리」 1,300,000 \$, 日本 800,000 \$, 台灣 600,000 \$ 로 韓國產合板(1次加工合板)이 品質과 價格面에서 能히 이들 三國의 製品과 競爭할 수 있는 能力이 있는 以上, 能動的인 市場活動如何에 따라서는 對「이란」輸出도 상당히 그 展望이 밝다하겠다.

따라서 市場多邊化는 주로 中東地域에서 展開되어야 할 것이다. 더구나 中東地域에서 的 競爭國은 주로 日本과 台灣이기 때문에 1次加工合板을 對象으로 한 對日本競爭은 價格面에서 우리가 優勢할 것이며, 台灣과는 品質競爭을 앞장세워 이들 兩國의 市場占有率을 잠식하는 輸出戰略이 模索되어야 할 것이다.

Ⅲ. 結 言

以上 우리나라 合板의 輸出增大를 위한 諸方案에 關係 주로 外貨稼得率의 增大面에서 逐條的으로 羅列·評價한 것을 土臺로 대략 간추려 觀察하였으나, 이러한 諸方案들은 序言에서도 言及한 바 있듯이 어느 한가지 方案의 執行만으로 外形的이며 內形的인 輸出增大나 外貨稼得率의 增大가 이룩되는 것은 아니다.

이들 諸方案들은 서로 補完的이며 聯關的인 相關關係에 놓여 있기 때문에, 長期的인 眼目에서는 이들 方案이 서로 併行的으로 執行되어 나가야 비로소 查된 뜻에서의 永續的인 輸出增大가 期해 질 수 있는 性質의 것이지, 어느 한가지 方案만이 跛行的으로 執行되지만 한다면 全體의 諸方案에 「언·배런스」한 混亂이 惹起되어 結局 어느 單個條項의 過熱成長으로 全體가 심한 不均衡狀態에 陷入하게 되면 合板輸出自體가 마침내는 오히려 減退하기 마련일 것이다. 따라서 長期的인 眼目에서는 이러한 諸方案들의 執行이 서로 均衡的으로 이루어져야 함은 두말 할 나위도 없을 것이다.

그러나 經濟的이며 技術的인 面에서 이러한 諸方案들을 短時日內에 總括해서 執行하기란 단지 無理와 억지만이 連續되기 일수이기 때문에, 短期的인 眼目에서는 어느 한가지 方案만이라도 우선 時急히 執行되어야 비로소 低落一路에 있는 外貨稼得率이 改善되어질 수 있을 것이다.

이러한 뜻에서 長期的인 眼目에서는 全方案의 均衡的執行을 模索하면서도 短期的인 眼目에서는 短時日內에 執行이 可能的 몇가지 方案만을 골라 그 實現이 可能하도록 하는 努力이 먼저 잇달아야 할 것이다. 그러나 이러한 努力은 企業內的이나 企業外的인 努力의

總和로 비로소 可能한 것이기 때문에, 첫째로 企業自體의 輸出「마케팅」의 努力(企業內的 努力)이나 企業期의 産業輸出「마케팅」의 努力과, 이러한 企業自體의 努力을 뒷받침하여 주는 支援的 努力(企業外的 努力)의 總括이 그 必須要件임은 물론이다.