

2012. 10. 22.

보도자료

이 자료는 2012년 10월 22일(월) 배포시부터 보도해 주시기 바랍니다.

KDI 홍보팀

TEL 02) 958-4030 FAX 02) 960-0652 E-mail press@kdi.re.kr

2012 산업혁신 서비스 선진화 국제포럼

2012 MOSF-KDI International Conference:
Changes in Industrial Landscape
and the Future of Service Economy

- 기간: 2012년 10월 22(월)~23일(화)
- 장소: JW메리어트호텔 그랜드볼룸(5층)
- 주최: KDI · 기획재정부

세션별 주요 논의 사항 요약

세션 3. 제조업의 서비스화

발표 1. 제조업의 서비스화: 국제적인 시각

앤디 닐리 캠브리지대학교 서비스연합회 소장

- 제조업의 서비스화는 국제적인 현상으로, 이미 서비스 비중이 높은 수준에 도달해 있는 미국 정도를 제외하고는 모든 나라에서 빠른 속도로 제조업 내 서비스 부문이 확장되고 있음.
- 한국 제조업의 서비스화 수준은 매우 낮은 편임.
 - 한국의 제조업 가운데 3.94%만이 서비스화를 시도, 다른 나라에 비해 제조업의 서비스화 수준은 매우 낮은 편

- 미국은 50% 이상, 중국도 20%에 근접함.

□ 제조업의 서비스화가 추진됨에 따라 근본적인 사업모델을 전환해야 하는 경우가 빈번하게 발생하는데, 이는 또 다른 성공 기회로 이어질 수 있음.

○ 벨기에의 Vestas는 30년 이상 풍력발전 관련 사업을 운영해 오고 있으며, 최근에는 전 세계 69개국에 풍력발전기를 수출, 관리, 운영하는 국제적인 기업으로 변화하고 있음.

□ 제조업의 서비스화를 촉진하기 위해서는 인프라 조성 과 서비스화를 통한 사업 기회의 교육과 더불어 산업정책 및 정부조달사업과 같은 재정정책 등이 활용될 수 있음.

○ 제조업의 서비스화를 장려하기 위한 정책으로는 정부 구매 시 성과에 근거한 계약 추진 방안 등이 있음.

발표 2. 글로벌 제조업의 서비스화

제프 와츠 딜로이트 글로벌 전략 및 운영 글로벌 리더

□ 제조업의 서비스화는 항공·방위 산업, 자동차산업, 기계·장비 산업 등에서 이미 진행되고 있음.

□ 글로벌 경쟁이 점점 심화되고 있는 제조업 분야에서의 서비스화는 이윤창출의 좋은 원천이 될 수 있음.

○ 제조업 내 서비스 부문 매출은 전체 매출의 25%, 이익은 전체 이익의 46%를 차지함.

발표 3. 제록스의 서비스화

비샬 아왈 인도 제록스 서비스부 이사

- 과거 제록스는 복사기, 인쇄기와 같은 상품 판매를 통한 이윤 확보에 주력했지만, 현재는 건강보험, 재무/회계, 인적자원관리, 고객관리, 종합문서관리 등 종합 서비스를 주력으로 하는 서비스 중심 기업으로 변화함.
- 2000년대 중반 이후, 제록스는 매출과 수익률의 심각한 정체를 겪은 바 있으나, 이를 극복하기 위해 기업 내 서비스 부문을 육성하고, 정보기술 아웃소싱 업체인 ACS(Affiliated Computer Services)를 합병, 서비스 부문의 역할을 크게 확대함.

토론

- 신동민 교수는 서비스산업의 특징에 대해 논의함.
 - 사업서비스는 제조업에 비해 진입장벽이 낮음.
 - 서비스화는 비용절감 방법보다는 이윤창출의 새로운 방법으로 이해해야 함.
- 허승호 논설위원은 서비스 산업의 선진화를 위한 정부의 관심이 늦은 감이 있다고 지적함.
- 제조업의 서비스화와 무역의 관계에 대한 논의
 - 서비스의 교역에는 제조업에 비해 상대적인 어려움이 존재하기 때문에, 제조업의 서비스화가 추진될 때에는 무역의 변화 가능성을 염두에 두어야 함.

❖ 문의: 송영관 KDI 산업·경쟁정책연구부 연구위원(02-958-4172)

❖ 첨부 1. 발표 요약

제3세션. 제조업의 서비스화

“The Servitization of Manufacturing: An International Perspective”

제조업의 서비스화: 국제적인 시각

앤디 닐리 캠브리지대학교 서비스연합회 소장

- 제조업의 서비스화는 상품가치를 어디에 둘 것이냐가 관건
 - 서비스는 판매 당시에는 상품보다는 자문에, 판매 후에는 애프터마켓보다는 성과에 초점이 맞춰져 있음.
- 단순히 판매로 종료되는 제조업이 아닌, 판매 후 지속적인 유지, 관리 서비스를 포함하는 제조업의 서비스화는 경제적 측면, 기업 전략적 측면, 산업 환경적 측면 모두에서 요구되는 변화.
 - 선진국들은 높은 생산비용 때문에 단순제조업에서 경쟁력을 잃었다는 경제적 측면, 연계 서비스의 제공으로 충성도가 높은 고객들을 확보할 수 있다는 기업 전략적 측면 등이 제조업의 서비스화에 대한 이유임.
- 제조업의 서비스화는 국제적인 현상으로, 이미 서비스 비중이 높은 수준에 도달해 있는 미국 정도로 제외하고 모든 나라에서 빠른 속도로 제조업 내 서비스 부문이 확장하고 있음.
 - 제조업의 서비스화는 기술 발전에 의해 촉진되는데, 경제 내에 컴퓨터나 휴대전화 같은 편의 장비들이 충분히 보급되고, 충분히 지적으로 성숙한 경제 내 구성원들이 서로 빈번하게 교류할 수 있게 되면, 자연스럽게 제조업의 서비스화가 이뤄짐.

- 제조업의 서비스화가 진전됨에 따라 근본적인 사업모델을 전환해야 하는 경우가 빈번하게 발생하는데, 이는 또 다른 성공 기회로 이어질 수 있음.
- 벨기에의 Vestas는 30년 이상 풍력발전 관련 산업에서 사업해 왔으나, 최근에는 전세계 69개국에 풍력발전기를 수출하고 관리·운영하는 국제적인 기업으로 변화.
- 한국은 제조업의 서비스화가 뒤떨어져 있는데, 이를 촉진하기 위해서는 인프라를 조성하고 서비스화를 통한 사업 기회를 교육하는 것과 같은 산업정책과 정부조달사업과 같은 재정정책 등이 이용될 수 있음.

“Servitization of Manufacturing”

사례연구1: 글로벌 제조업의 서비스화

제프 와츠 딜로이트 글로벌 전략 및 운영 글로벌 리더

- 급속한 세계화에 따른 글로벌 가치사슬의 형성과 격화된 세계시장에서의 경쟁상황은 기업들로 하여금 경쟁력 확보를 위한 새로운 영역을 찾아 나서게 함.
- 인프라 구조, 공공서비스, 친환경에너지 개발, 인적자원 개발, 기술혁신 등이 답이 될 수 있으나, 서비스화가 경쟁력 확보의 중요한 원천이 될 수 있음.
- 제품 판매 후 유지, 관리, 운영과 관련된 서비스는 항공·방위 산업, 자동차산업, 기계·장비산업 등에서 이미 보편화되어 있음.
- 서비스화는 제조업의 향후 성장의 핵심 동력이 될 것임.

- 딜로이트 내부 연구 결과, 서비스 운영은 일반 제조업 비즈니스보다 75% 더 높은 수익률을 보여주고 있으며, 상위 25% 서비스 운영의 경우 세 배 이상의 수익률을 보여줌. 게다가 제조업 내 서비스 매출은 전체 매출의 25% 정도지만, 수익의 46%를 설명하고 있는 상황.

“Reinventing Xerox as a Service Business”

사례연구2: 제록스의 서비스화

비샬 아왈 인도 제록스 서비스부 이사

- 과거 제록스는 복사기, 인쇄기와 같은 상품 판매를 통한 이윤 확보가 주력이었지만, 현재는 건강보험, 재무/회계, 인적자원 관리, 고객관리, 종합문서관리 등 종합 서비스를 주력으로 하는 서비스 중심 기업으로 변화함.
- 2000년대 중반 이후, 매출과 수익률에서 제록스는 심각한 정체를 겪었으나, 그 돌파구로 기업 내 서비스 부문의 육성을 선택하고, Affiliated Computer Services를 합병하여 서비스 부문의 역할을 크게 확대함.
- 2009년과 2011년 사이 제록스의 매출은 15.2억 달러에서 23억 달러로 증가하였으며, 2009년 25%였던 서비스 매출 비중은 2011년 50%까지 늘어났는데, 이제 제록스는 명실상부한 서비스 중심 기업으로 볼 수 있음.
- 제록스는 특히 종합문서관리 서비스에 특별한 장점을 가지고 있는데 이는 단순한 복사기, 인쇄기 유지·관리를 넘어 인쇄, 복사, 문서관리, 전달 등의 물류 기능까지 포함함.