

活氣씨는 美國 電話棧 小売市場

— Cordless 品貴,
基本型 強勢 —

1. 活況의 電話棧 市場

美國의 電話棧 小売市場은 83年度에 판매대수가 2,000만대, 금액 베이스로는 10억弗를 무난히 돌파할 것으로 予測되고 있는데, 이는 82年度에 비해 3 배 이상의 규모로 급성장하는 규모로 평가받고 있다. 이러한 배경에는 低價格棧, 多棧能棧의 계속적인 등장에 따라 消費者의 관심이 높아지고, 84年 1月の ATT(美國電話通信會社) 解體를 겨냥해서 Bell系 子會社가 광범위하게 弘報宣伝 활동을 해 온 것 등으로 알려져 있다.

최대 売上戰인 크리스마스 商戰을 목전에 둔 電話棧 小売市場 및 업계가 직면하고 있는 問題는 다음과 같다.

①一體型 電話棧 가격은 어느 수준까지 내려갈 것인가.

② Cordless Phone의 品貴는 사실인가. 그리

고 언제까지 계속되는가.

③ 현재 FCC(美連邦通信委員會)가 추진중인 規制 作業은 Cordless 業界에 어떤 영향을 줄 것인가.

④ ATT 제품이 최초로 全國的인 규모하에 百貨店과 都売店에서 취급되는 크리스마스 売上戰은 어떤 결과가 될 것인가.

⑤ Bell系 子會社는 小売業界에 어떤 역할을 부여할 것인가.

업계 전체가 직면하고 있는 최대의 問題點은 현재의 판매 페이스가 언제까지 계속될 것인가 하는 점이다.

현재의 普及率을 보면 電話棧 小売市場은 아직 飽和點과는 거리가 먼 것으로 알려져 있다. 어떤 업계 소식통에 의하면, 대략 계산했을 때 小売 電話棧의 所有率은, 8,000만 世帶라고 보여지는 美國 家庭 중에서 2% 이하에 지나지 않는다는 것이다. 그런데 83년 후반에는 이것이 4%로 倍增할 것으로 보고 있다.

Venture Development社(VDC)의 分析 專門家인 R. Box氏에 의하면, 電話棧의 판매점이 크게 伸張될 가능성은 지금도 常存하고 있다는 주장이다. 지금까지의 문제점은, 電話會社로부터 棧械를 賃借해도 좋다고 생각하는 점이었으나 이제는 電話會社가 소비자에게 電話棧를 판매할 수 있다고 가르쳐 주기 때문에 사정이 一變된 것이다.

Panasonic社(松下電器) 家電棧器 그룹 家庭情報시스템 部門의 B. Cop 副本部長은, 현재의 판매 페이스는 市場이 성숙됨에 따라 沈靜化할 것으로 전망하면서, 현재 電話棧 購入의 50%는 확장용 電話棧이지만 2~4年 후에 代替 市場의 중심 시기에는 이 패턴이 축소될 것으로 말하였다.

GE(General Electric)社의 J. Kis氏도 이와 같은 의견인데, 지금까지는 확장용으로 전화기를 구입하는 소비자가 대부분이지만, 84년부터는 本電話棧가 구입의 중심이 될 것이라고 주장하였다. 本電話棧의 50%는 부업에 설치되어 있다는 것이 GE社의 견해이다. 아울러 賃借와 所有의 비율이 50對 50 수준이 되려면 4年 정도가 걸릴 것으로 전망하였다.

2. 人氣 높은 一體型 品貴 현상의 Cordless phone

금년 電話棧 小売市場에서 제일 인기가 높은 것은 一體型 電話棧이라는 것이 小売商들의 일치된 견해이다. 美國의 일부 지역에서는 8弗 이하의 低價格棧도 있다는 말이 있다.

금년말까지는 650만대의 一體型 전화기가 Dealer에 出荷되어 그 대부분이 소비자에게 판매될 것으로 보인다. 금년 전반기에 品貴 현상이 발생하였기 때문에 대부분의 Dealer들이 注文을 2, 3 배로 증가시켰다는 것이다. 그래서 만일 많은 Dealer가 주문을 취소하게 되면 市場은 비참한 상황에 처하게 될 것이다. Wave Call社의 L. 라이켄스톤 副社長은, 요즘 Order의 취소 경향이 눈에 띄고 있음을 경고하고, 一體型 전화기는 일반적으로 생각하고 있는 것만큼 강력하지는 않으며, 一體型에 주력을 쏟고 있는 메이커의 好調도 머지않아 沈靜化될 것이라고 전망하였다.

南部 지역의 유력한 Distributor인 발코 Sales社의 J. 아처氏도 같은 의견으로, 84年 夏季 CES(Consumer Electronics Show)를 전후로 해서 인위적으로 需要가 창출될 것이라는 견해였다. 생산 능력이 확대된 반면 在庫가 행해지고 있다. 83年 가을 이후는 제품의 入手가 상당히 손쉽게 될 것이라는 의견이었다.

GTE社의 Davis 販売部長은, 一體型 전화기는 가격 하락이 행해지는데 문제는 어느 선까지 떨어지느냐 하는 것이며 1대의 가격은 약 5.50弗이 예상되고, 84年 초에는 아주 낮은 가격 設定이 예측된다고 밝혔다.

금년에 놀라운 成長率을 기록하였던 Cordless Phone은 品貴 현상이라는 문제를 안고 있다. Dynascan社의 F. 디레오 社長은, 同電話棧가 83年 끝까지 품귀 현상을 보일 것으로 전망하였으며, Com Dial社의 B. 포터 社長도 84年初까지 상품 供給이 需要를 따르지 못할 것이라는 견해였다.

Cordless Phone은 83年 중에 450만~600만대가 Dealer에 出荷될 것으로 전망되고 있지만 크리스마스 売上戰에서 가격 설정과 利益率에 영향을 주는 미해결의 문제가 다소 남아 있다.

우선 우려되는 것은, Brand 메이커가 아닌 메이커측에서 일부가 FCC의 規制 제정을 앞두고 現行 棧種의 Dumping을 행할지도 모른다는 것이다.

FCC는 Cordless Phone에 사용되고 있는 Channel 數를 확대하는 것과 함께 Cross talk 干渉과 回線 侵害를 방지하기 위한 某種의 保護 Code를 內藏하는 일을 검토하고 있다. 이러한 문제는 특히 都市部에서 심각화되고 있어 FCC는 83年 11월에 권고를 행하기도 하였다.

VDC社의 Box氏는, 현재 Cordless Phone의 상황은 CB Transceiver의 Channel 數가 23에서 40으로 확대되었을 때와 아주 유사하므로, 新製品의 發売에 있어서 보호 Code 棧能이 없는 旧型棧가 극심한 가치 붕괴를 일으키지 않느냐는 점에 세심한 주의를 기울여야 한다는 것을 경고하고 있다.

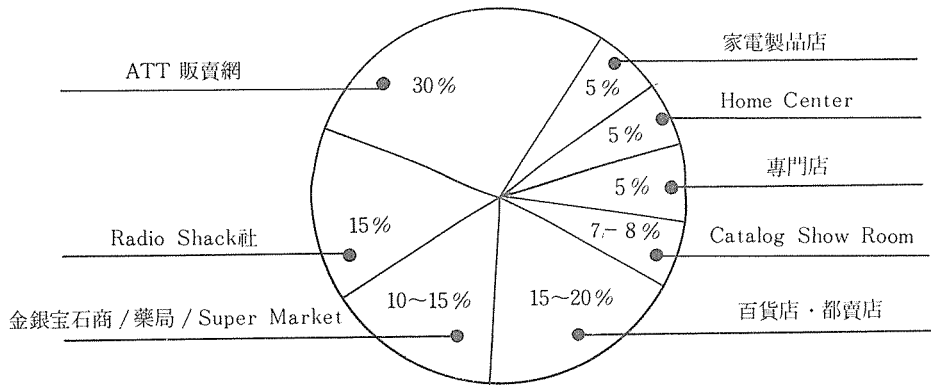
3. 주목되는 基本型 電話棧

基本型 電話棧는 금년에 500만대가 出荷될 것으로 전망되며 50~75弗 수준이 小売 가격대의 중심을 형성하고 있다. 一體型과 Cordless Phone이 크리스마스의 시즌 상품으로서 선물용 需要가 예상되는 것에 대해서, 電話棧 所有에 대한 美 國民의 자세를 변화시키는 것은 종래의 標準的인 기본형 전화기일 것이라는 의견이 大勢를 점유하고 있다.

基本型은 83年 가을에 상당한 Business를 형성할지도 모른다고 말하는 바코社의 아처氏는, 일반 소비자가 이제 기본형에 대한 인식을 새롭게 하였으며 電話棧에 관한 意識이 높아짐과 더불어 基本型棧를 구입하는 경향이 높아졌다고 분석하였다.

기본형 電話棧 분야에 깊이 관련되어 있는 ITT社의 L. 자보리노氏는 가격 설정에 대해서 걱정하고 있다. 一體型은 떨어질 때까지 떨어졌으며, Cordless Phone가격도 하락되기 시작하였다. 그러나 基本型은 최근의 격심한 경쟁 속에서도 아주 安定勢에 있으나 84년에는 海外 메이커가 市場에 참여해서 영향을 끼칠지도 모른다는 것이 그의 견해였다.

현재 電話棧 업계가 예의주시하고 있는 것은



資料 : HFD

1983年度 美 電話機 小賣市場 業態別 Share

ATT(美國電信電話會社)의 동향이다. ATT는 크리스마스까지 全美의 수천개에 달하는 백화점 / 都賣店에 Phone Center와 Phone Booth를 설치할 계획으로 있기 때문이다.

Venture Development社(VDC)의 推定에 의하면 ATT Brand의 전화기가 小売에서 차지하고 있는 Share는 Code付가 36%, Cordless가 13%, 綜合이 28.9%라고 한다. 그 다음으로는 Radio Shack社가 15%의 Share를 계속 유지하고 있다.

83年度 美國 전화기 小賣市場의 業態別 Share를 보면, 백화점 / 都賣店이 15~20%, 金銀寶石店 / 藥局 / Super Market 10~15%, Catalog Show Room 7~8%, 家電製品店, Home Center, 專門店이 각각 5%로 되어 있다.

이 小売 Market Share는 84年初까지 계속 안정될 것으로 보이지만, 그 이후는 市場 予測 專門家들도 예측을 하지 못하고 있다.

그러나 ATT가 Logo(編註: Logotype 혹은 Logograph로서 고유한 商標를 의미)와 廣告에 Bell의 명칭을 일체 사용할 수 없게 된 현재, 이렇게 크나큰 市場 Share를 유지할 수 있을 것인가 하는 의문점도 浮上되고 있다. 크리스마스까지 American Bell의 명칭은 과거와 같은데, 대신해서 ATT의 Brand와 半圓形의 Logo가 사용된다.

주요 百貨店의 수많은 상점에서 家電機器 売場을 경영하고 있는 Prate Music社의 G. 토베이 副社長은, ATT Brand로 되면 어떤 영향이 될 것인가, Bell의 Brand는 Dealer에 있어서

큰 의미를 지니고 있으며, 그 중에는 상품 具備를 눈앞에 둔 백화점도 나타나게 될 것으로 전망하였다.

또한 84年 1月 이후부터 規制가 해제되어 小賣市場에 대하여 참여가 認可되는 Bell系 子會社가 電話棧 판매에서 어떠한 역할을 해 내느냐 하는 점도 美 전역의 小賣商에 있어서는 중요한 문제로 간주하고 있으므로, 84년에 전개될 電話棧 小賣市場은 이래저래 주목될 것이다.

4. 電話棧 Catalog 販賣

최근의 소식에 의하면 美國의 電話棧 小賣市場에서는 Catalog Show Room 業者의 역할이 증대되고 있는데, 이 경향은 최근 發行된 各社의 83~84年版 Catalog에 있어서도 그 양상이 확실해졌다.

새로운 Catalog에서는 電話棧과 악세사리에서 이제까지의 倍 이상 Space가 확장되고 있는데, 그 중에서도 Cordless Phone, Clock Radio付 電話棧, 多棧能型 電話棧가 강조되고 있다.

全美 주요 6개 業자의 Catalog를 조사한 바 전화기와 악세사리(Electronic Answering Machine과 同棧能付 電話棧를 제외)는 總계에서 82年の 10page에서 83년에는 25page로 늘었다.

Catalog에 掲載된 總 Model 數도 235개로 82年の 96개보다 대폭 증가되었다. 단, 이 숫자에는 複數의 Catalog에 게재된 Model의 중복도 포함된 것이다. 평균해서 Cordless, Clock Ra-

(p. 86으로 계속)

光學 특성, 半導體 특성에는 눈여겨 보아야 할 것이 있다. Ceramics의 특성을 만드는 學問의 진보, 技術의 개발이 이를 가능케 하였다.

(5) 耐熱性 및 硬質性을 특징으로 하는 Ceramics에도 脆弱性이라는 難點이 있다. 이 해결법 처리법에도 착착 진보가 이루어지고 있으나, 今後의 전개에 크게 기대하지 않을 수 없는 것이다.

(6) 日本에서의 Ceramics 연구실정은 歐美에 비해 충분하다고 말할 수 없다.

B. 82年度

현재까지의 단계에 대한 專門家들의 感想은 다음과 같다.

(1) Ceramics의 概念에 포함된 것은 膨大, 多樣多岐, 流動적이며 아무래도 단기간의 조사로

는 커버하기가 어려운 실정이다.

(2) 그 다양성은, Ceramics를 처음으로 다루려고 하는 사람들에게 있어서나 이미 상당히 깊게 관여하고 있는 사람들에게게도 모두 놀랄 만한 것이다.

(3) 그러나 그것이야말로, 아직 學問적으로도 發芽期에 있다는 사실면에 있어서도 金후의 전개에 크나큰 꿈을 품을 수 있게 하였다.

(4) 전체 像을 파악하는 일, 또는 통상 취급하고 있는 일 이외의 부분을 깨닫게 된 것에서 金후의 전개, 연구를 위한 좋은 힌트를 얻을 수 있었다.

(5) 다시 깊은 조사를 필요로 하는 분야가 많이 있다. 그러므로 Ceramics에 대한 깊은 研究와 調査가 행해져야 한다.

.....(p. 77에서 계속).....

dio, 多棧能型의 Space가 증가된 것에 대하여 一體型이 점유하는 비율은 12%로 감소되었다. Basic型, 장식형의 모델 수는 거의 변화되지 않았다.

어느 큰 Catalog Show Room 業者는 각 타입別 売上에 대하여 다음과 같이 말하고 있다. Cordless는 대단히 好調이며 폭발적인 것이 될 것으로 예상한 대로 실제화하였고, 고급 多棧能型도 아주 좋은 반응을 얻고 있다. 또한 一體型도 좋은 상태지만 25만대 정도밖에 구입해 놓지 않았다. 소비자는 예상 이상으로 신중하다. Basic型은 점차 동향이 둔화되고 있지만 84年 1月の ATT 해체에 의해 소비자의 관심이 높아지면 2~3月경부터 매상이 증가될 것이라는 게 그의 견해였다.

Catalog Show Room 業體는 이전보다도 많은 메이커로부터 다수의 電話棧를 구입해 두었으나 특정 모델에 대해서는 공급면의 문제가 남기 때문에 品貴 가능성이 있다는 업자의 소

리도 있다. 얼마의 상품은 83年 12月까지 입수할 수 없을 것이라고 주장하는 루리아社의 G. 헤이에크氏인데, 部品の 부족으로 인해 一體型, 電子型, Cordless型 등이 品貴될 것이라고 말을 맺고 있다. 하지만 최근의 현상은 메이커로부터의 出荷回数가 증가되고 있어 점차 品貴 현상은 해소되어 갈 것이라고 한다.

Catalog 電話棧의 Space를 늘린 業者의 典型이라고 불리어지는 것은 Best Products社인데, 82년에는 겨우 2 page였으나 83년에는 5 page라고 한다.

예를 들자면, 82년에는 1대도 없었던 Clock Radio付 전화기가 金년에는 6棧種이 되었으며, 그 중 2棧種은 Cordless型이다.

다른 타입에서는 Basic型을 8棧種에서 15기종으로, Cordless型을 4기종에서 8기종으로 늘리고, 82년에 2기종이었던 多棧能型을 5기종으로 늘렸다. 장식형(5기종)과 一體型(4기종)은 작년과 변함이 없다.