

'88 美 冬季 CES에서 보는 家電市場

1. 總 論

제16회 冬季 Consumer Electronics Show (CES)가 지난 1월 7일부터 10일까지 4일간 메네바다州 라스베가스의 Convention Center에서 개최되었다. 冬夏의 CES로는 통산 37번째가 되는 이번 冬季CES에는 1,400사가 출품을 했다. 전시기간중 관람자는 주최측에 의하면 10만 3,540명으로 전년의 10만 5,784명보다 약간 줄어 들었다.

87년의 일본업체 전반에 큰 충격을 주었던 円高, 달러하락 基調가 88년에도 이어져 각사가 한결같이 이의 대응에 부심하고 있는 가운데 지금까지의 세어경쟁에서 벗어나 利益 확보, 採算 重視로 轉換하는 움직임이 高附加價值 商品의 매두 등에 의해 일본메이커로서는 한층 돋보이는 전시회가 되었다.

가. 18bit CD에 注目

Audio분야는 일본계 DAT (Digital Audio

Taperecorder)의 미국시장 導入時期에 큰 관심이 모아지고 있었는데 가정용으로는 카시오, 하만/카돈, Car CD로는 크라리온, 쉐우드 등 일본 각사가 금년 봄 이후에 미국시장에 진출할 것을 밝혔다.

CD Player관련으로는 3인치 CD(소니)가 특히 12~25세의 젊은 층에 소개된 외에 CD-V(파이오니아) 18bit CD Player(야마하)가 관심을 모았다.

Car Audio는 次世代의 着脱式 Car CD Player(데논), 高級 Remote Control式 Security System(알파인), Proto type의 Car DAT Player(산수이), FM-X·FM, Signal Processing System(三洋), Cellular 電話(크라리온, 日立) 등이 技術面에서 주목되고 있었다.

映像分野로는 TV, VTR이 高画質時代를 맞이했다. 주요 각사가 소개하는 S-VHS·VTR을 비롯하여 S-VHS-C, Camera 一体型 VTR (Camcoder), ED베타(소니가 Hotel Sweet에서 紹介) Digital VTR, 3次元 立体型의 3D Video(東芝) 등이 Video 機器의 중심 화제가 되었다. TV관련으로는 대형 高画質TV, Projection TV, LCD TV, 참고적으로 출품한 것으로는 次世代 高品位 TV(RCA)의 「ACTV」, 三洋의 「HDTV」 등을 Demonstration했다.

AV(音響/映像)機器 이외로는 차츰 불이 일고 있는 「Home office」 관련으로 Facsimile, Typewriter, Cordless電話 등 電話관련 機器가, 調理家電으로는 電子렌지에 더하여 빵구이 機를 처음 선을 보였다.

특히 미국에서는 Home Facsimile 시장이 갑자기 각광을 받고 있으며 샤프, 캐논 등 OA 종합 메이커가 Facsimile를 출품한데 더해 무라타, 코브라, CBM 아메리카(시티즌 그룹)가 CES에 첫 참가했다.

이 가운데 무라타는 저가적인 899弗의 제품을 포함한 3기종의 Facsimile line을 갖고 Consumer製品 사업부문에 본격 참가했다.

일부에서 CES회기중에 전시, 발표할 것으로 보여졌던 소니의 「VHS併売」발표는 결과적으로 쇼가 끝난 다음날(11일) 美日 동시 발표의 형

태로 발표되었다.

円高·달러하락은 昨年末부터 1弗=120円대로 급상승했다. VTR은 작년 11월 1일자로 작사가 일제히 가격을 인상했다. 소니, 파이오니아도 1월 1일자로 전제품의 가격을 인상했다. 다른 Audio專門(hard)메이커는 3, 4월의 신제품 도입시기를 겨냥하여「환율을 흡수하는 범위내에서 가격을 설정(가격인상)」할 계획으로 있다. Audio tape maker는 2월 1일자로 가격을 인상했다.

세어확대를 위한 低價格 경쟁에 힘써이지 않은 Profitability(이익)중심의 전략이 작사의 기본노선이 되고 있다고 할 수 있다.

2. 映像機器/Video編

미국 家庭用電子機器 업계의 전인차 역할을 하고 있는 VTR이 큰 전환기를 맞이했다. 질적으로는 S-VHS, ED 베타의 도입으로 드디어 超高画質時代로 돌입했다. 질적으로도 世帶普及率이 50%대를 돌파함으로써 改替 및 追加購入시대를 맞이하게 되었다.

EIA(美電子工業會)의 88년 수요 예측에 의하면 VTR 전체의 수요는 1,390만대(전년비 1.8% 증가)가 된다. 이 내역을 보면 주종인 据置型 VTR이 1,190만대로 전년비 포함인데 대해 카메라一体型 VTR은 21.2% 증가라는 대폭적인 신장이 전망되고 있으며 금년에는 처음으로 200만대에 올려세울 것으로 보고 있다.

家電流通業界에서 수익이 좋은 것으로 알려졌던 VTR도 한국메이커의 저가격機種 공세와 공급과잉에 따라 작년에는 심한 가격경쟁이 불가피했다. 유통업계는 스스로가 취한 低價販賣로 인해 수익이 줄어들고 있다. 또 이러한 가격경쟁에 따라 작년에는 대형 판매점의 경영이 어려워져 도산, 합병흡수와 같은 유통업계의 재편성 바람을 불러 일으켰다.

가. 量에서 質로

이번 CES에서는 이와 같은 수렁에 빠진 업계 정세를 拂拭이라도 하듯이 주요 작사가 모두「量에서 質로의 轉換」을 내세우고 超高画質시

대를 이끌어 나아갈 次世代 VTR을 한자리에 전시했다. 附加価値를 얻을 수 있는 次世代 VTR로의 轉換Show로서 Demonstration에 힘을 기울였다.

画質面에 있어서는 VHS 그룹이 작년 여름의 시카고 CES에서 선을 보인데 이어 이번에는 対応力이 있는 実用機 라인으로서 S-VHS-VTR을 한자리에 전시했다. C(Compact)type의 카메라 一体型을 포함하여 Line Up에 의한 확충이 두드러지게 나타났다. 三洋, 피셔 그룹도 새로 S-VHS機를 내놓았다. 現行 VHS 방식에 대해서도 松下, 日立, 샤프 등이 Digital, Hi-quality VTR 등 最高級機를 한자리에 展示했다. 東芝도 Main Floor에 업계에서 제일 먼저 개발한 3D카메라 一体型 VTR을 장래의 Home Entertainment의 有望商品으로서 과시했다. 한편 소니도 会場에 가까운 Hotel Sweet에서 금년 봄에 발매 예정인 ED베타를 報道 관계자에게 선을 보이고 実演했다.

注力인 据置型은 수량면에서 여전히 둔화할 것으로 예상되고 있다. Digital 技術을 驅使한 Digital Hi-quality model을 投入하고, 나아가서 超高画質을 전면에 내세운 S-VHS, ED 베타의 도입으로 반격을 꾀할 계획이다.

한편 금년에 가장 기대하고 있는 것이 카메라 一体型 VTR이다. S-VHS 방식을 취함으로써 現行 VHS 방식의 Full Size, C(Compact) 및 8mm와 뜨거운 경쟁을 전개할 것 같다. 최근 수년간 급격히 추격해온 한국과 円高로 背水の陣을 치고 있는 일본 메이커도 量的 擴大의 과제는 남아 있지만 이번 Show를 보는 한 아직도 한국메이커를 크게 앞지르고 있음을 볼 수 있었다.

나. 2次 需要를 겨냥

「금년의 목표는 交替·追加購入 需要」(RCA 경영자)라고 잘라 말하고 있듯이 2次 需要를 겨냥한 판매전략이 활발해질 것으로 보고 있다. 미국에서의 VTR 世帶普及率도 작년말에는 50%를 넘어서 52%에 達했다.

한편 이번 CES에서 화제를 일으킨 것은「소니의 VHS 參加」情報라 할 수 있다. 폐막후인

1월 11일에 일본 국내에서 정식으로 발표했으나 會期中 미국현지법인의 많은 首腦들은「있을 수 없다」「아닌 밤중에 홍두깨」라면서 이 정보를 모두 부정했다. 다만 會場을 방문한 有力대형판매점 首腦는 비교적 냉정한 반응을 보여「소니 VHS를 환영한다」「3 방식(8mm, 베타, VHS)를 모두 갖추는 것이 Video business를 유리하게 전개할 수 있지 않을까」라는 의견을 보였는데 대단히 인상적이었다.

아름은 수량면에서 큰 기대를 가질 수 없는 가운데 超高畫質時代를 이끌어갈 次世代 VTR의 도입은 Format 경쟁을 초월한 형태로 새로운 시장을 창조할 것으로 보고 있다.

3. 映像機器 / TV編

이번 CES에서는 高品位 TV System에 話題가 집중, 次世代 TV를 위한「近未來技術」이 선을 보였다. 동시에 超高畫質時代를 示唆하는 S-VHS対応型の 컬러 TV가 한자리에 전시되어 화제를 독차지했다. EIA(美電子工業會)가 발표한 88년의 컬러 TV 수요 예측은 1,950만대, 작년이 1,940만대(추정)였음을 생각하면 신장률은 겨우 1%도 되지 않지만 수량, 금액 베이스 모두 VTR과 마찬가지로 미국 家庭用電子機器 業界의 牽引車였음이 틀림없다.

가. 尖端技術을 披露

高品位 TV System에 대해서는 三洋電機, 東芝, GE/RCA(톱슨)이 HD(Hi Definition) TV, ID(Improved Definition) TV, AC(Advanced Compatible) TV 등 Digital画像處理技術을 駆使한 尖端技術을 披露, 화제를 독차지했다.

三洋電機는 이번에 Digital画像處理技術을 앞세운 Booth 設定으로 임했다. 이가운데서 NHK와의 공동 개발로 走査線 1,125개를 實現한 高品位TV, HDTV System을 参考出品했다.

東芝도 S-VHS 対応型으로 Picture in Picture 등 多機能化를 꾀한 IDTV System을 가지고 Demonstration에 힘을 썼다.

이에 対応하는 듯이 GE/RCA는 작년 10월에 발표한 ACTV System을 Pannel展示했다.

Pannel discussion을 통하여 現行 NTSC 方式과의 互換性を 強調, 高品位TV System方式도 입에 적극적인 Approach를 展開했다.

TV受信機는 급속한 技術革新에 따라 受像管改良과 高畫質回路의 開發은 그런대로 頂點에 達한 느낌을 주었다. 이때문에 Digital画像處理技術을 駆使한 高品位TV System이 각광을 받기 시작했으나 現行 NTSC 方式과의 互換性有無와는 별도로 이번 여름 시카고 CES에는 次世代 TV의 方式提案이 한층 활발해질 것으로 보인다.

현재 컬러TV에 대해서는 이번 高畫質·大畫面化가 한층 推進되었다. 특히 超高畫質時代를 示唆하는 S-VHS가 대두되므로써 S 対応機의 시리즈 補充이 두드러졌다.

나. LCD에도 注目

Projection TV의 수요는 금년에 일거에 30만대에 달할 것으로 보고 있다. 高畫質化, 低價格化의 추진으로 미국시장에 불이 붙었다.

이번 松下電器가 S-VHS 対応으로 Surround Sound 등과 같은 다채로운 기능을 담은 45"형을 새로 추가. 東芝도 30"型 Console type을 가지고 Line up했다. 日立은 Double tuner 內藏型の 50"형을 現行 Line에 올렸고, 소니도 41"형을 추가 투입하는 등 주요 메이커들은 시리즈 補充·強化가 두드러졌다.

이외에 금년에 기대되는 것이 LCD 컬러TV. EIA에 의하면 금년은 전년비 50% 증가한 15만대를 예측하고 있다. 샤프가 Active방식의 3"型 CCD를 出品했다. 問題는 100% 수입상품인 만큼 우선 환율 동향에 좌우될 것으로 보고 있다.

4. Audio/Car Audio

미국의 Audio 市場에서 導入이 늦어지고 있는 DAT(Digital Audio Taperecorder)가 금년 봄 이후 市販될 전망이며, 금년은 미국의 DAT 元年이 된다.

88년 冬季 CES에서도 작년 冬·夏의 CES에 이어 DAT가 소개되었으나 앞선 두번이 모두 技術的인 면에서의 Demonstration에 그친데

대해 이번에는 일부 메이커가 발매시기를 발표함으로써 DAT가 드디어 出帆된다.

供給各社は 한결같이 出荷体制를 거의 갖추고 있으며 「언제라도 상품을 생산할 수 있는 상태」이며 다음 夏季CES(6월 4~7일, 美일리노이주 시카고)에서는 각사의 出荷計劃도 밝혀질 것 같다.

가. 2社가 市販開始

美市場에서 市販을 개시하는 것은 쾨우드와 크라리온의 Car Audio Maker 2社. 모두 再生專用의 車載用 DAT로 2월에 出荷 予定. 가격은 쾨우드의 「KDT-99R」이 2,000弗, 크라리온의 「DAC2000」이 1,500~1,700弗.

Home用 DAT에서는 카시오, 테논, 하만, 카돈이 6월까지 出荷할 예정이다.

소니, 테크닉스는 재차 Working Model를 展示(発売時期 未定).

지금까지 과거 2번의 CES에서는 관망하는 상태였던 테논과 야마하는 DAT를 첫出品. 三洋은 車載用, Home用 DAT를 각 1機種 소개했으나 현재로서는 판매계획은 없다고 한다. 이외에 DAT를 소개한 것은 西獨의 그룬딕, 三星電子, 아이와, 아카이 등.

CD Player관련에서는 3인치 CD Single 방식이 소니로부터 발표되었다. 소니·아메리카는 WEA社(위너/일렉트라 아트란틱)와 공동으로 100만弗의 CD-3 Promotion을 實施한다.

CD Changer도 流行했다. 테논은 独自の인 Super Linear Converter에 의한 6 Disc Magazine Type의 「DCM-555」로 Changer 市場에 참가했다.

소니는 10Disc Magazine設計인 「CDX-A20」을 발표했다.

파이오니아는 동사의 최고급인 3-IN-1·CD Changer System을 搭載한 Custom 設計의 Sports Car, 포르세(가격 25만弗)을 소개.

Car Audio분야에서는 알파인은 작년에 이어 「Car Audio Nationals II」(CAN II) 계획을 발표. 이것은 알파인 Dealer가 참가하여 Car Audio의 性能이라든지 장착 등의 Contest를 全美 규모로 실시한다는 것이다.

아이와는 동사 최초의 「One Package Car Audio System」을 소개했다.

미국의 Audio System, Separate Composition 市場은 縮小傾向 기미이다. Car Audio의 After market도 밀리고 있으며 어렵게 되고 있다.

나. 今年은 400만台

이와 같은 가운데서 着實한 신장을 보이고 있는 것이 CD Player이다.

美電子工業會(EIA)의 추정에 의하면 Home用, 車載用, CD를 장치한 Audio System 등 CD 관련시장 규모는 台數 base로 87년에는 330만台. 금년은 400만台가 전망되고 있다.

CD Soft의 가격이 11~15弗 전후에서 답보 상태를 보이고 있다. 「레코드 店 Dealer가 10弗까지 가격을 인하하면 CD Player의 보급이 더 가속한다」(메이커 관계자)는 소리도 있다.

이와 같은 Digital 時代를 배경으로 한 DAT의 등장으로 美 Audio업계 전체의 活性化가 기대되고 있다.

5. Home·Office機器 외

冬季 Consumer Electronics Show의 최근 2, 3년에 달라진 것 중 하나는 Cordless電話, Home Keep 電話, Facsimile 등 가정용 情報機器 또는 Home Office機器라 불리는 製品群이 CES에 등장, 전시품목의 일각에 정착한 것이라 할 수가 있다.

通信, 電話 메이커만이 아니라 家電綜合, OA 메이커가 주목, 기대하고 있는 분야이기도 하다.

이 가운데서도 主役은 Facsimile와 電話를 一体型으로 한 Fax Phone. Compact性 Design, 低價格化 등을 내세운 數社로부터 소개되었다.

가. 對中小企業

무라다 비지니스 시스템의 M-1200은 獨立個人事業主와 中小規模의 企業, 즉 Small Business Facsimile市場용으로서 小売價格 899.95弗이라는 1,000弗 이하의 低價格으로 注目되었다. M-1600(1,599.95弗), M-1550(1,399.95弗)과 더불어 2新製品 Facsimile로서 量販店(Mass

(P.56으로 계속)

다. 다른 부품과 마찬가지로 円高의 영향에 의한 것이었으나 87년에는 왕성한 수요를 배경으로 두 자리 숫자의 신장이 추정되고 있다.

일본프린트회로공업회의 연도별 생산 실적을 보면, 86年是 6,380억円이다. 87年是 당초7,100억円을 예상하였으나, 주요 업체에 의한 円高 환경하에서도 수요가 예상 밖으로 왕성하여 거

PCB의 生産 推移

單位：億円

'82	'83	'84	'85	'86	'87	'88
3,620	4,650	6,050	6,130	6,380	7,100	7,810

註：'87은 推定, '88은 予想

의 예외 없이 수요에 쫓기는 생산을 계속하고 있다. 그래서 7,100억円의 예상을 상회할 것이라는 관측도 제시되고 있다. 또한 88年에도 같은 신장세를 기대할 수 있으므로 8,000억円台에 육박하는 규모가 될 것으로 보인다.

품목별로 살펴보면, 가정용 PCB에서는 SMT 대응 기관의 생산 비율이 상승되고 있으며, 兩面 Through Hole, 片面 Flexible도 고밀도 타입의 신장이 기대된다. 한편 산업용 PCB는 4층 이상의 多層板이 정보기기의 부상에 따라 크게 신장될 전망이며, 양면 Flexible도 계속 신장세를 탈 전망이다.

P.41에서 계속

Marchandiser)를 중심으로 3월부터 판매 개시된다.

캐논USA社は 超小型의 Fax Phone 20 (소매 가격 1,995弗)을 출품. 동사는 작년 가을 Personal Facsimile의 판매를 시작했다. Fax Phone 20은 Original인 Fax Phone에 비해 소형·경량화한 제 2世代機種.

東芝아메리카社 Telecommunication System事業部(TSD)는 新機種인 「3300」과 「3700」 및 Personal Facsimile 「30100」을 소개, 4월부터出荷할 예정이다. 샤프는 G3 対応의 「UX-140」 「UX-160」 Fax Phone 등을 내놓았다.

電話關聯製品은 主會長인 Convention Center에 인접한 Hilton Hotel의 일부가 예년과 같은 會場이 되었다. 여기서는 GTE, 코드 아 혼, 三菱인터내셔널, 三洋비즈니스 시스템즈, 사우드웨스턴 벨, 콘에어 등이 Home Keep電話, Fashion電話 등을 出品.

三洋은 88년 상반기에 Cordless電話 등 新製品 14機種을 포함한 25機種의 Line up을 도입. Home Office機器 가운데 電話機(Cordless 電話機 포함)의 시장규모는 EIA의 추정으로는 88년에는 2,700만대로 전망되고 있다.

이와 같은 Home Office機器 이외로는 Game

관련, 調理家電, Accessory관련 등이 꾸준히 전시되었다.

나. Game의 質的 向上

Video Game 업계는 기복이 심한 시장이지만 대메이커인 任天堂, 아타리, 세가 등 3社가 健在하고 있다. 작년의 Coingame機에 의한 売上은 55억 9,000만弗로 1980년 이래로는 최고의 매상을 보이고 있다. Graphic Memory 등에 의해 Game의 質이 向上되고 있는 것이 特徵이다.

家電에서는 電子렌지에 더하여 빵구이機 (파나소닉, 船井)도 등장, 実演 Demonstration이 話題가 되었다. 電子렌지는 三洋, 파나소닉 등 등이 이의 특색 附加價值를 Appeal하고 있다.

빵구이機는 미국의 신문, 방송, 잡지 등이 이미 한차례 다루면서 문의라든지 인콰이어리가 늘어나고 있다고 한다.

이번 CES에서는 新技術에 의한 두드러진 商品은 모습을 감추었다. 환율의 불안감(엔高, 달러하락 경향)도 영향을 미치고 있는 것으로 생각되며 現行機種 중심으로 집약한 결과라 할 수 있다. 夏季CES는 6월 4~7일 시카고에서 개최되지만 DAT도 어느 정도의 결과가 나올 것으로 생각되며 무엇이 주역이 될 것인지 주목된다.