

# '89 世界 Video 市場의 展望

## 1. 1988年の 世界 需要

全世界의 작년 Video 出荷는 前年比 109%, 4,800대 남짓 될 것이라고 추정되고 있다. 全体的으로 봐서는 호조의 数字라고 할 수 있지만, 그러나 地域別로 보면 명암이 엇갈리고 있다. 日本, 歐洲, 第3地域이 두자리대의 성장을 한데 대해 世界 需要의 30%를 차지하고 있는 美国의 需要는 前年을 밀도는 마이너스 성장을 했다. 이 작년의 需要를 据置型과 movie로 나누고, 또 지역별로 살펴 보면서 금년의 수요를 생각해 보기로 한다.

## 2. 好調의 据置型, 日本 国内 需要

'88年の 据置型 日本 国内需要는 前年比 114%로 높은 伸張을 보였다. 年初에는 한자리대 성장을 예상하고 있었던 만큼 이같은 好調는 즐거운 誤算이라 아니할 수 없다. 年初에 予想했던 것은 한집에 1대의 세탁기와 냉장고가 400만대 전후의 수요에서 推移하고 있고, 컬러TV가 1979~1981년에 걸

쳐 670만대 전후에서 둔화하는 등 成長期의 전환기가 있었으므로 제작년에 640만대에 달한 据置型 Video도 1985년의 제조성장에 이은 제2의 전환기를 맞을 것이라고 예상한 것이다.

需要가 예상외로 크게 伸張한 이유를 들면 첫째는 전반적인 好景氣를 들 수가 있다. 작년은 家電製品 전반이 활황을 보였다. Video도 그 흐름을 탈 수가 있었던 것이다.

둘째는 主流를 차지하고 있는 매력적인 新製品이 10만엔이라는 적당한 가격까지 내렸음을 들 수가 있다. 1985년에 10만엔짜리 Video가 발표된 이래 据置型은 두자리대 성장을 계속하고 있는데 제작년 가을에는 하이파이 Video의 절반이 이 價格台의 製品이 차지하고 있다. Normal Video도 全需要의 3분의 1을 차지하고 있지만 実売價格은 5만~6만엔까지 떨어졌다. 韓國製의 再生專用 Video도 3만엔 전후에서 판매되고 있으며 이들이 Personal Video 또는 두대제의 Video로서 需要의 저변을 확대시킨 측면도 있다. 「가우치포테토(Couch Potato)」라는 유행어가 생겨 났을 정도로 Video가 젊은이들의 패션 제품으로 변했다. 일반 가정의 보급률도 64%까지 높아졌다.

需要擴大의 제3의 요인은 新技術을 탑재한 新製品이 두대제 수요를 創出해 낸 것이다. S-VHS가 20만엔을 깨고 지난 연말의 商戰에서는 据置型 需要의 15%를 차지한 것으로 추정되고 있다. 지금까지 30만엔 정도하는 Jog Shuttle이 11만엔짜리 普及機에까지 탑재되었다. Jog Shuttle은 편집만이 아니라 사용하기에 따라서는 재미있는 이용법도 있다. 마술을 하는 사람에게는 미안한 일이지만 손재주를 Jog Shuttle로 1프레임씩 보면 눈에 보이지 않는 일순간의 재주를 볼 수 있기 때문에 요술의 비밀을 알 수 있다. 또 골프의 폼을 연구할 때 Impact의 순간을 찾아내는 것도 간단히 할 수가 있다. 기타 BS 튜너를 내장한 비디오파인더 21배의 高速Search, 音에 신경을 쓴 無響振設計 등과 같은 新製品이 발매되었다.

이와 같이 日本国内에서 순조로이 需要가 신장했지만 昨年 年末에 걸쳐서는 伸張率이 鈍化傾向을 보이고 있다. 10월은 105%, 11월은 102%로 그때까지의 두자리대 成長에 비하면 크게 떨어졌다. 昨

年初에 예상한 需要의 轉換點이 1년 늦게 찾아온 것이라 생각된다.

따라서 금년의 据置型 需要는 安定成長 단계로 접어들 것이라고 생각된다. 價格은 약간 더 떨어지겠으나 이미 하이파이 Video가 10만엔까지 떨어진 현재, 720만대에 달한 出荷를 더욱 늘리는 요인은 되지 않을 것으로 보인다. 그러나 S-VHS의 普及機와 Jog Shuttle이 부착된 普及機와 같은 매력적인 상품이 두대제의 需要를 자극하여 103%, 750만대의 需要를 예상하고 있다.

美國의 昨年 需要는 前年比 87%로 마이너스 成長을 했다. 다만 규모에서 보면 日本의 2배 수준이며 日本의 需要는 1983~1986년에 걸쳐 연평균 10% 신장했으나 美國은 43%로 需要를 앞당기고 있다고 할 수가 있다. 또 작년은 아직 2대제의 需要가 적었기 때문에 신규 需要 減少를 매우지 못했으며 이에 따라 마이너스 성장한 것으로 생각하고 있다.

美國의 需要者는 日本에 비해 가격을 중시하는 경향이 강하다. 또 판매점도 상품설명을 거의 하지 않고, 선전물이나 잡지의 광고 등을 통해서만 상품 지식을 전하고 있기 때문에 新技術을 평가받기가 어렵다. Hi-Fi 비율이나 S-VHS 비율이 일본에 비해 낮은 것도 그 원인으로 생각된다. 이와 같은 이유로 新製品에 의한 需要刺戟을 하기가 어렵다. 금년의 需要는 두대제 수요가 擴大되겠지만 전체적으로는 전년 수준을 유지할 것으로 생각하고 있다.

### 3. 現地生産 進展되는 歐洲

유럽의 작년 据置型 Video需要는 前年比 117%로 순조로이 伸張했다. 금년도 계속 순조로운 需要 擴大가 기대되지만 덤핑 문제 등에 따른 現地生産化가 가속되기 때문에 日本으로부터의 輸出은 약간 감소할 것으로 보인다.

### 4. 第3地域 需要는 漸增

일본의 작년 据置型 Video 輸出은 전년비 125%로 好調를 보였다. 특히 中国, 台湾, 싱가포르, 中南美 등으로의 輸出이 好調를 보였다. 第3地域 국가

는 世界景氣와 外貨問題, 政治問題에 따라 出荷量이 크게 변동하고, 아직 일부 富裕階層의 상품으로 되어 있기 때문에 需要의 저변이 얕으며 需要가 一巡하면 이들 국가에서는 수요가 뚝 끊어지는 일이 자주 있다. 그러나 전체적으로는 好調로 伸張하고 있다. 방송국이 적기 때문에 영화와 같은 오락수단으로서, 또 歐美의 상황을 알아내는 情報手段으로서, 다양한 용도로 쓰인다. 아직 冷蔵庫나 洗濯機가 普及段階에 있는 국가도 많으며 Video는 이제부터의 市場이라 할 수가 있다. 世界全体的 Video 需要에 차지하는 비율은 13%이지만 人口로는 70%를 차지하고 있으며 생활수준이 올라감에 따라 Video市場도 서서히 확대하여, 이 지역의 Video 수요가 世界의 Video 需要를 지탱해 나갈 것으로 기대되고 있다.

금년에도 세계적인 景氣後退가 일어나지 않는다면 순조로이 需要가 擴大될 것으로 본다.

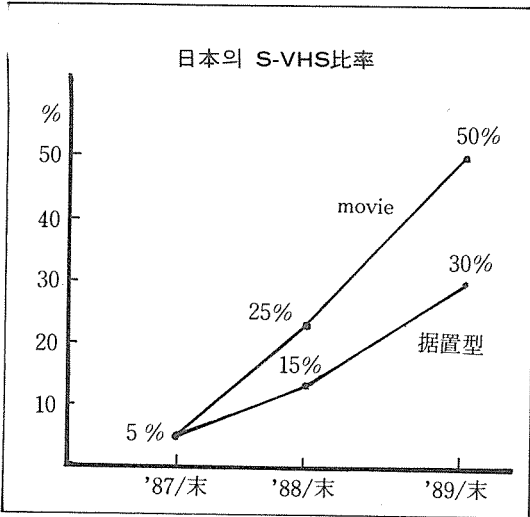
### 5. 韓國·台灣의 生産 擴大

韓國·台灣의 生産量은 작년 800만대 전후에 달한 것으로 推定되고 있다. 이 台數는 世界需要의 17%에 상당한다. 그러나 EC에서 일어난 덤핑 課稅問題에서 볼 수 있듯이 貿易摩擦에 의해 지금까지와 같은 급속한 伸張은 어려워지고 있다. 금년은 전년비 110%로 추측하고 있다.

Movie는 전년비 142%, 135만엔대로 크게 신장했다. 普及率도 10%까지 되어 이제부터 본격 보급의 입구에 들어섰다고 할 수 있다. 제작년 18만엔이던 Video가 작년에는 15만엔으로 판매되어 movie는 한층 구매하기 쉬워졌다.

Movie의 技術革新도 크게 진전되어 매력있는 新製品이 다수 발매되었다. 高畫質化의 측면에서는 30만畫素 이상의 CCD를 搭載한 movie가 절반을 차지했고 S-VHS 비율도 25%까지 높아졌다. 종전에 放送用 Video에 사용하고 있었던 Amorphous head 搭載와 回路改善에 의한 高畫質化가 진전되고 있다. 高音質化의 측면에서는 HiFi stereo movie가 発売되었다.

操作性의 측면에서는 Camera Search라든지 Selftimer, 인터펄 録画, digital title memory



와 같은 편리기능이搭載되었다. 8배 이상의 Zoom lense도 10%를 차지하기에 이르렀다.

지금까지 movie는 어린이의 성장기록을 찍어 놓으려고 하는 20~30대의 世代가 需要層의 대부분을 차지하고 있었다. 需要擴大를 위해서는 需要層을 젊은이, 여성과 중년자로 확대해 나가는 것이 과제가 된다. 그와 같은 과제를 해결하면서 금년의 需要는 前年比 140%, 190만대의 수준을 예상하고 있다.

## 6. 美国의 需要도 順調로이 擴大

美国에서도 movie는 순조로이 擴大되고 있다. 日本의 輸出 베이스로는 작년에 300만대, 전년비 150%가 되었다.

미국수요는 日本과 약간 차이가 있다. full size cassette를 사용할 수 있는 타입이 日本에서는 movie 전체의 5% 정도밖에 되지 않지만 미국에서는 65%를 차지하여 여전히 주류를 이루고 있다. 그 이유는 ① 2대제의 칩대용Video로서 Soft 재생에도 사용할 수가 있고, ② tape의 Cost가 싸게 먹히며, ③ 미국인은 체격이 크기 때문에 무거운 것이라도 그렇게 신경을 쓰지 않으며, ④ 자동차로 이용하기 때문에 무게에는 관심이 없는 등의 이유를 들 수가 있다. 이와 같은 차이는 있으나 日本 국내와 마찬가지로 금년에도 높은 신장을 기대하고 있다.

차유럽 輸出은 작년에 175만대, 전년비 175%를

보였다. 수출선은 서독이 전체의 41%, 프랑스가 11%, 영국이 10%를 차지하고 있으나 이들의 前年比가 184%, 이외의 국가도 186%로 전체적으로 호조이며이같은 호황은 금년에도 계속 될 것으로 본다.

## 7. 第3地域도 好調

제3지역은 世界需要의 5%를 차지하는데 지나지 않으나 작년의 전년비는 134%로 역시 好調로 신장하고 있다. 수출선은 싱가포르가 전체의 23%, 홍콩이 19%, 호주가 17%로 이들 3개국에서 59%를 차지하는 집중구조를 보이고 있다.

싱가폴과 홍콩으로의 수출은 제3국으로 재수출된다든지 여행자에게 판매되는 일이 많기 때문에 그대로 需要라고 볼 수는 없으나 그 이외의 국가에 수출되는 것도 호조로 신장하고 있어 수요 전체가 신장하고 있다고 생각할 수가 있다.

第3地域의 需要는 据置型에 비하면 아직 6%의 크기밖에 되지 않으며 계속 擴大될 것으로 기대된다.

## 8. 第3의 Video

또 하나 작년은 Video에 第3의 장르가 등장했다. 액정TV가 달린 Video가 그것이다. Portable이며 여행할 때 휴대한다든지 친구의 방에서 projector를 이용하여 대화면의 Video를 볼 수도 있다. Micro Camera를 사용하여 머리에다 固定을 하면 스키를 즐기면서 撮影을 할 수도 있다. 또 Video projector는 판촉용이나 회의때 說明用으로 micro camera도 會議記錄用으로 각각 사용하는 등 비즈니스 용도이며, Video의 새로운 용도 개척이 기대되고 있다.

## 9. Video 業界는 今年에도 好況

이상과 같이 미국과 유럽으로의 据置型 Video輸出은 鈍化하지만 그 이외의 지역이 신장하고, movie의 신장이 이를 매워 전체로서는 작년의 104%와 같은 정도 내지 105% 성장을 예상하고 있다. 치열한 新製品 競争과 需要創造의 영업활동이 금년에도 전개될 것이다.