

세계의 Car Audio 시장동향

1) 美國의 Car Audio 市場

年初, Gulf戰爭에 의한 심리적 부담감으로, 개인소비가 하락한 美國에서는 4월 이후의 카 오디오 시장의 상황이 염려되었으나, 市況은 완만하게 되었다. 불황중에서도 CD관련은 계속신장하여 CD에 강력한 先行메이커와 후속 메이커간의 경쟁은 더욱 치열해졌다. 流通에서는, 廣域과워 판매점의 활약이 화제에 오르기 시작했다.

美電子工業會(EIA)는 6월 1일부터 개막된 하계 CES전자쇼에서, 美 카 오디오시장 예측치를 하향수정, '91년의 美國의 애프터 마켓(市販)을 전년대비 4.4%증인 12億 4,500万弗 美國內 裝置의 OEM순정시장을 同 6.0%증인 32億 8,500万弗 규모로 하였다(表-1, 2 참조)

商務省이 10日마다 발표하는 新車販賣台數의 指標値에 의하면, 금년 1~5月の 전기간에 걸쳐 新車販賣는 前年 실적을 크게 하회했으나,

6월에 접어들어 1~10日의 SAAR(假想年間販賣台數値)가 630万台(작년과 비슷)까지 회복되었다.

Car Audio의 OEM純正市長에서는 日本車(美國內裝)는 얼마 안되지만, Big3의 업적부진이 영향을 미쳐서 活況이라고는 할 수 없는 狀況(Clarin)이 여전히 계속되고 있다.

한편, 애프터 마켓도 1, 2月の 低迷후 4월초 무렵까지 달러의 동향은 나쁜 이야기뿐(파이오니아 外)이었으나, 4월을 경계로 5월 중순에는 호전. 아직 달러마다 의견차이가 있지만, 대체적으로 상향되었다(파이오니아). 4월부터도 오름세로 나타냈다. 카 오디오 外, 同루트에서 취급하고 있는 셀룰러 폰의 동향도 좋아지는 등, 경기회복의 감축도 있다. 단 商戰 피크인 6月으로서는 아직 불충분(Panasonic) 등, 회복기조가 4, 5, 6月로 계속되고 있다.

5月の 실업률이 전월대비 0.3%증인 6.9%를 나타내는 등, 美國경제의 회복은 단조롭게는 진행되지 않고 있다. 이 때문에 Car Audio 各

<표-2> EIA에 의한 美 카오디오 시장예측의 下向修正 (工場出荷 金額 베이스)

(單位: 百万弗)

		'90年 6月 發表		'91年 6月 發表
1990年	(市販)	1,200	→	1,192
	(純正)	3,250	→	3,100
1991年	(市販)	1,250	→	1,245
	(純正)	3,450	→	3,285

(EIA)

<표-1> 美國의 Car Audio 시장 (工場出荷 金額 베이스)

(單位: 百万弗)

	애프터 마켓 (市 販)	美國內純正* (工場裝着)	애프터 마켓 의 비율(%)	合 計
1987	1,023	2,500	29.0	3,523
1988	1,187	2,750	30.1	3,937
1989	1,125	3,000	27.3	4,125
1990	1,192	3,100	27.8	4,292
1991	1,245*	3,285	27.5	4,530

註: *애프터 마켓의 '91년도 美國內純正의 금액은 推정치 (EIA)

사 모두 후반기의 전망에는 慎重論과 希望的樂觀論이 교체되고 있다. 「자동차업계의 低送는 아직 계속될지? 비판은 하지 않지만, 낙관도 할 수 없다」(JVC), 「불황중의 中占車의 동향은 어떨지? 금년말 크리스마스 商戰까지는 업계 전체가 좋은 무드를 탈 것으로 기대된다」(Panasonic) 등이다.

애프터마켓의 제품에서는 작년에 이어 CD 플레이어와 CD Changer가 시장을 견인하였다. 금년, 업계에서는 Changer를 포함한 CD플레이어 전체의 판매를, 작년의 55万台에서 60% 증인 90万台 弱까지 신장할 것으로 예상된다.

선행하는 Sony, Pioneer, 알파인 3社は 同시장의 70%정도를 차지하여 계속 증가하였다.

CD 관련은 앰프 부착 리시버가 300弗台, CD Changer가 400弗台로 저가격화가 진행되는 한편, FM Modulator/Changer Controller의 附加裝着에 의한 CD조작과 카세트의 헤드 유닛으로 직접CD 조작이 가능한 CD Changer Controller 카세트 리시버 등의 응용시장이 확대되고 있다.

DSP로의 참가도 계속되고 있다. 금년에 신규로 同시장에 제품을 투입한 YAMAHA, Pioneer에 이어서 Clarion이 6월부터 DSP 959를 도입했다. 7월 중순에는 Sony가 Mobile ES 라인을 數100 점포를 한정하여 출하를 개시했다.

또한 6월의 하계 CES 전자쇼에서는 JVC가, 교회, 라이브 콘서트, 스타디움의 4Mode를 구비한 DAP (Digital Acoustic Processor) KS-DP 100을 599弗에 Release를 개시한다고 발표했다. Denon도 폰티악 기종에 CDX-80 DSP를 탑재하여 소개했다.

2. 日本의 Car Audio市場

일본의 카 오디오시장은 그 등장 이후, 착실히 확대를 보이고 있는데, 금년은 헤드유닛(카세트 일체형, CD플레이어 합계) 베이스에서 드디어 1,000만대의 선을 돌파하는 대형 마켓

으로 성장했다. 그러나 최근은 라인裝着 및 옵션의 純正比率이 70%를 초과하여, 애프터 마켓의 성장률은 한자리대에 있다. 판매점측에서는 CD Changer를 중심으로 하는 디지털 관련상품에 활로를 발견하여, 판매단가의 상승에 전력을 다하고 있다.

Changer 콘트롤러 기능 부착 헤드폰 유닛 플러스, CD Changer이라는 시스템은 판매가 중심인데, 금년은 여기에 DSP CDigital音場再生裝置)를 첨가한 조립으로 선전을 하고 있는 판매점도 많아, 이 DSP가 매상고 상승의 포인트의 하나가 되고 있는 양상이다.

또한 純正比率이 상승되는 가운데 Add-on타입의 상품군(FM Modulator 타입의 CD Changer, Super Woofer, Tweeter)도 호조로 추이하고 있다.

한편, 서서히 車載機器에도 Visual化的의 물결이 밀려오고 있는데, 카AV센터와 Car Navigation System도 본격적으로 상승하고 있다. 또한 새로운 요소로써, 小電力型 트랜시버 등의 통신기기와의 시스템업, 車內 Entertainment의 새로운 제안으로서의 가라오케 시스템, 車內音樂 소스의 충실을 초래하는 AM 스테레오화 등이 서로 경쟁을 하고 있다.

카 오디오의 세계는 다음단계로의 과도기에 접어들고 있다.

금년 일본의 생산출하는 카세트 일체형이 840万台(전년대비 103%) CD 플레이어가 160万台(전년대비 140%)로 예상된다. 이 중 애프터 마켓분은 합계 약 160万台로 前年對比 微增으로 추이될 것으로 예상된다. 상품 카테고리별로 볼 경우에는 카세트 테크가 하락하고, 그 나머지를 CD플레이어가 커버하는 형태로, 특히 Changer 타입의 CD 플레이어에 대한 인기가 한층 상승하고 있다.

1988년은 카 CD에서 차지하는 구성비가 10%에 달하지 못했던 Changer 타입이 '89년에는 40%를 초과하였고, 작년은 60%까지 상승했다. 금년은 이 경향이 더욱 강력해져, CD플레이어

의 7할 이상이 Changer 타입이 될 것으로 예상된다.

이 급격한 보급의 원인은 음 오디오에서 CD 플레이어 및 CD 플레이어 및 CD 소프트웨어의 급격한 보급, CD Changer의 대폭적인 저가격화에 있는데, 수년전까지는 예상도 할 수 없었던 대형시장이 등장했다.

카 CD전체를 살펴보면 작년은 전년대비 2배 증가 가까운 114万台의 일본출하를 기록했다. 애프터마켓의 신장이 60% 정도였는데 대하여, 純正市場의 신장은 100%, 즉 2배를 보인 것이 주목된다. 애프터마켓에서는 고부가가치상품의 CD플레이어의 판매에서 매상 고금액을 유지해 왔으나, CD플레이어의 라인 裝着率이 상승함으로써, CD Changer에의 대응자세가 강력해질 것으로 예상된다.

한편, 헤드 유닛은 시스템 업 가능형의 카세트 리시버가 주류로써 정착하고 있다. 음질 지향파를 타겟으로 하는 시스템으로써 「CD Changer Control 기능부착 카세트 리시버플러스 CD Changer」라는 조립이 일반화되고 있다.

또한 이 조립에 車室內 공간을 좋아하는 음장으로 바꾸는 DSP를 첨가함으로써, 單價업을 도모하는 판매점이 증가하고 있다. DSP는 CD 플레이어와 DAT로부터의 디지털 신호를 專用 LSI로 처리하여, 初期反射音과 시간축의 지연등을 디지털 제어하는 장치이다.

즉 左右의 스피커에 대하여 비대칭적인 운전석과 조수석에서도 자연스러운 前方音像定位를 얻을 수 있을 뿐만 아니라, 홀, 스타디움, 디스크, 교회 등의 音場再生, 디지털 이퀄라이징 등이 가능해졌다.

또한 카 오디오의 시스템업으로써 주목되는 것이 AV化的 경향이다. 종전의 카AV시스템은, 2DIN을 사용한 헤드 유닛 一體型 AV센터나, 혹은 카 오디오 시스템 플러스 기존의 液晶 TV였으나, 최근들어 Clarion의 C-bus, 富士通 ten의 F-BUS, Sony의 유니링크 등 車載AV 기기용 Bus 시스템의 등장에 의해 일관성을 가진

본격적인 카 AV시대가 막을 열었다.

이 BUS 시스템은 AV기기의 집중 콘트롤이 가능하며, 또한 同규격이라면 세대를 초월한 추가도 가능하므로 새로운 판매방법을 제안할 것으로 기대되고 있다.

3. 獨逸의 Car Audio 市場

독일에서도 車載用 CD 플레이어와 CD Changer의 수요가 착실히 증가하고 있다. CD 플레이어 개발대응에 뒤떨어진 현지메이커에게, 日本勢가 크게 차이를 지게 하였다. 튜너 카세트一體型은 현지, CD관련은 日系企業이라는 구분이 독일에서 명확해지고 있다.

업계측에 의하면 CD플레이어(튜너부착과 플레이어單體)CD Changer를 조립한 독일의 車載用 CD의 시장규모는 작년에 7万 6,000대로 '89년에 비교하여 두배의 신장을 나타냈다. 금액면에서는 7,500万마르크(약 60億圓)로 獨逸 Car Audio 전체의 8.2%를 차지하여, '87년부터 4년간은 거의 4배의 신장을 보이고 있다.

CD 플레이어가 독일에서 신장되고 있는 요인으로서 ① 소비자 사이에서 가격의 저렴화가 인정 ② 가정용 CD의 보급에 따라, 소비자가 아날로그 사운드로는 만족할 수 없게 되었다. ③ 日本의 브랜드에 저항감이 적은 젊은층에게 CD의 이용이 증가하고 있다는 점을 들 수 있다.

가격은 700마르크를 하회하여, 600마르크(약 4万 8,000圓~5万 6,000圓)의 車載用 CD 플레이어가 작년부턴 시장에서 출회하고 있을 뿐만아니라, 상점가격으로도 최근 1년사이에 100마르크는 싸졌다.

CD 플레이어의 보급에서는 가정용이 작년엔 230万台가 독일에서 판매되는 등, 각가정에 침투중이다. 이를 위해 소비자는 디지털에 의한 고음질 추구에 열심인데, 카 스테레오의 대체구입으로 CD를 지정하는 케이스가 두드러지고 있다고 한다.

또한 고연령층 소비자에게 유지되어 있었던 Philips 등은 Car Audio로 “절대적”인 브랜드를 갖는 메이커가 CD의 라인업이 적고, 若·中年層도 현지브랜드에 고집하지 않는다는 경향도 CD가 현지메이커 이탈을 초래하고 있는 원인이 되고 있다.

CD 플레이어 관련에서 간과할 수 없는 것은 CD Charger의 신장이다. '90년에 독일에서 7만 6,000대 판매되었던 CD관련에서 32%는 CD Changer이다. '89년에 CD Changer가 차지하는 비율은 5point 상회했다.

CD Charger에는 운전중에 소프트웨어를 교체할 번거로움이 없고, 디스크에 직접 손을 대지 않아도 좋고, 플레이어가 없어도 CD사운드를 즐길 수 있는 등의 이점이 있기 때문에, 독일에서도 수요가 점차적으로 신장하기 시작했다.

카 오디오 각사는 이러한 CD Charger 수요에 착안, 작년말 파이오니아는 「CDX-M50」 알파인 「592S」, 클라리온 「CDC9300」 브라우퐁크트 「CDX-M1」 등을 독일시장에 투입하고 있다.

또한 알파인과 같이 現行機種뿐만 아니라, 금월부터 8월까지의 사이에 「5959」 「5957」 「5952V」 등 3기종의 CD Changer를 판매하는 등, 라인업을 확충하는 동향도 각사에서 출현되고 있다.

수요가 왕성한 독일의 Car CD 시장에서 점유율 상위를 차지하고 있는 것은 역시 日系이다. Sony, Pioneer, 알파인, Kenwood 4社에서 80%로 압도적으로 높다.

東西가 통일되고 금월로 9개월이 되는 독일이다. 舊東獨民의 수요는 자동화, 가전, Hi-Fi 順으로 관심이 쏠리고, 카 오디오 구입은 아직 앞날의 일이다. 저가격 카 라디오의 팔림세는 더할 나위 없이 좋으면서, 500마르크 전후에서

上位 클래스를 판매하고 있는 日系企業은 아직 판매면에서 統一의 은혜를 입고 있는 것이 現狀이다.

RDS (Radio Data System) 대응의 튜너도 CD 플레이어와 마찬가지로 각사의 전략상품이다.

RDS는 FM 라디오 신호에 각종정보를 디지털방식으로 다중화하는 방송이다. 정보는 RDS 튜너의 디스플레이 부분에 표시된다.

RDS를 이용하면, 교통정보를 방송주인 라디오국을 선국하거나, 주행중에 수신의 라디오국으로부터의 전파가 약해졌을 경우, 튜너가 동일한 방송국의 전파를 차례 차례 따르기 위하여, 운전중에 손으로 Tuning하는 번거로움이 없다는 등의 메리트가 있다.

RDS는 歐洲放送聯合 (EBU) 이 규격을 정리한 것으로, 현재 歐洲 각국에서 이 서비스가 실시중이다. EBU가 결정한 서비스에는 프로그램 인식 (PI) 방송국各表示 (PS) 교통정보의 有無認識 (TA) 등을 포함하여 현재 5기종이 있다.

그러나 15종류중 시행되고 있는 서비스의 수는 나라에 따라서 다르다. 또한 실시되고 있지 않는 서비스도 나라에 의해서는 많다. 또한 試驗電波送信中이라는 서비스도 있다.

RDS 受信에는 Decoder를 내장한 전용 튜너가 필요한데, 通常의 카 라디오에서는 RDS의 受信은 불가능하다. 이를 위하여 카 오디오 메이커는 '88년 이후 RDS 대응기의 시장투입에 전력을 다하고 있는데, 독일에서도 대부분의 유력기업이 RDS機를 판매하고 있다.

또한 RDS 대응의 CD 플레이어도 출화되고 있는데, 카 오디오도 고기능 복합기가 독일에서 출화되기 시작하고 있다.