

세계의 가전시장 동향과 전망

1. 미국의 가전시장 전망

걸프전쟁의 참전국이었던 미국에서는 작년초부터 전쟁이 소비자심리를 압박하여 구매욕 감퇴, 경기침체와 함께 1년이 되었다. 가전시장의 견인차가 되고 있는 컬러TV의 출하대수가 작년이하인 경향을 나타냈다. 작년 12월시점에서의 컬러TV 판매대수는 1,800만대로 전년동기대비 4.3% 감소를 나타냈다. 이 결과 미국에서는 연간 판매대수는 2,000만대라는 선에 도달할 가능성도 나오고 있다.

미전자공업회는 아직 작년 1년간 가정용전자기기의 출하대수를 발표하지 않았으나 11월 시점에서는 컬러TV 1,870만 6,000대(同 4.3% 증가), 캠코더 261만 8,000대(同 2.2% 감소)이었다.

그러나 컬러TV는 TV/VTR 일체형이 작년에도 폭적으로 신장되었다. 11월 시점에서는 60만대로 전년동기대비 60%가 증가하였고, Projection도 34만대로 작년 동기보다 3만 5,000대

증가하고 있다.

그러나 누계로는 캠코더가 작년과 비슷한 수준을 유지할 것으로 전망된다.

캠코더의 출하대수는 작년 11월 시점에서 261만대로 작년 이하를 나타냈다. 그러나 미국에서는 수요가 강력한 풀 카세트형의 신장 이상으로 Compact형 등 무비 타입(VHS-C와 8mm형)의 수요가 수량에서 30% 이상으로 신장될 것으로 보고 있다.

Format별로는 C가 29%, 8mm가 35% 정도 신장할 것으로 전망하고 있다.

미국의 캠코더 보급률은 아직 13%로, 시장의 잠재성은 여전히 크다.

가전 각사는 무비의 가격이 하락하면 수요가 계속 지속될 것으로 보고 있다.

미국에서는 Sony가 작년 초부터 600弗대의 8mm기종 판매를 개시, 「저가격 고기능기종」의 치열한 경쟁이 시작되었다.

금년은 또한 Entry Level기로 500弗을 하회하는 기종이 등장할 것으로 예상된다.

VTR 각사에서는 캠코더 수요를 유지하기 위해서도 한쪽에서도 고급기를 투입하는 한편, 대수 수준의 향상에는 신기종 판매로 약간 낮은 가격설정이 필요하다는 견해가 나오고 있다. 이러한 저가격기의 투입으로 금년은 미국에서 350만대로까지 수요가 확대될 것이라는 기대가 일고 있다.

미국의 가정용 전자기기업체는 캠코더 외 VTR 테크에 대한 기대가 여전히 크다. VTR 테크의 가정에서의 보급률이 76%라는 현상은 성숙상품이라고 볼 수 있다.

그러나 각사가 기대하고 있는 것은 2대째의 중복수요이다. TV 프로그램의 녹음을 간단하게 하는 「VCR 플러스」 등 장치가 보급되면, 소비자에게 2대째의 테크 구입의 기운이 상승할 것이라는 기대감도 있다.

미국에서는 레이저 디스크 플레이어도 가전제품의 신상품으로써 20만대 정도의 수요로 해마다 판매대수가 신장하고 있다.

2. 歐洲의 가전시장 전망

歐洲의 가정용전자기기 시장은 작년에 정체되어 주력상품인 컬러TV와 VTR이 수량기준으로 구주 각국에서 '90년 대비 5% 정도로 감소될 것으로 보여진다. 그러나 캠코더는 수량기준으로 변함없이 호조로, 그 자리의 신장을 유지하고 있다.

구주 최대의 가정용 전자시장 독일은 작년에 240억 마르크의 규모였으나 금년도 전년과 비슷할 것으로 예상된다. 재작년 구동독에서의 수요가 증가했으나 작년은 가전수요가 더욱 하락되었다.

프랑크푸르트의 시장조사회사 GFU에 의하면, 작년에 컬러TV가 560만대로 재작년보다 20만대, VTR테크가 350만대로 同20만대가 감소했다.

이와는 반대로 판매가 호조를 보인 것은 캠코더이다. '90년의 판매대수는 110만대로 독일을 비롯하여 구주에서 새로운 취향의 기종이 차례 차례 등장했다. 손바닥 크기의 사이즈로 무게 800g을 하회하는 소형기가 Sony, 松下電器, 일본Victor(JVC), Canon 등에서 판매되고, 三洋電機는 Fuzzy 기술 탑재기를 투입했다. 컬러LCD 채용의 View Finder 부착기는 Sharp가 타사에 앞서 판매를 개시했다.

캠코더 생산은 현재 일본메이커가 일본에서 생산, 세계시장에 공급하고 있는데 일본에서 최초로 발매후 仕様을 변경하여 수출되고 있다.

그러나 최근은 수출전용기가 등장, 현지의 Needs에 맞추어 설계를 도입하고 있는 경우도 있다.

무비의 Fomat별로는 구주에서도 8mm가 우세이다. 현지시장에서는 VHS-C를 판매했던 기업이 8mm에도 참가하는 케이스가 많다. 日系에서는 日立가 VHS-C에서 8mm로 노선을 전환했다.

독일의 Audio기기는 CD 플레이어의 여전히 호조를 보이고 있다.

주요 가전제품의 세계 수요전망 (1)

(단위 : 만대)

구 분	컬러TV		거치형TV		캠 코 더	
	'91	'92	'91	'92	'91	'92
세 계 전 체	8,500	8,900	4,100	4,100	1,100	1,230
북 미	2,100	2,200	1,100	1,100	400	430
미 국	2,050	2,100			370	400
카 나 다	145	150			30	30
중 남 미	430	460	250	240	20	22
유 럽	2,790	2,850	1,280	1,300	402	463
영 국	340	360	195	185	55	60
프 랑 스	270	290	180	170	55	60
독 일	520	540	290	290	130	140
동구·구소련	890	850	130	100	2	3
아 시 아	2,680	2,900	1,200	1,230	230	260
일 본	905	930	510	520	175	200
중 국	1,000	1,100	320	330		
중 동	250	270	150	150	12	15
오 세 아 니 아	90	92	80	80	20	25
아 프 리 카	80	80	40	40	10	11

작년은 재작년보다 40만대가 많은 270만대가 판매된 것으로 추정되고 있다. 카 오디오도 690만대에서 790만대로 증가했고, 위성방송 튜너는 130만대로 '90년대비 35만대 증이라는 것이 독일에서의 수요이다.

한편, 프랑스에서는 캠코더를 제외하고 전반적으로 저조했다.

영국에서는 컬러TV와 VTR의 판매대수가 '90년을 밑돌았다. 단 영국에서는 지상파를 이용한 NICAM이라고 불리는 새로운 디지털 음성 서비스의 TV방송이 작년여름에 시작되었는데 각사는 컬러TV에 NICAM 수신기능을 부착하여 세일즈 포인트로 하고 있다.

작년 봄 Thomson이 구주에서 선수를 친 화면비 16대 9의 대형 화면TV의 판매를 개시했다. 작년 여름의 베를린 Show에서 구주메이커 각사가 대형화면기종을 일제히 출품했다. 단 가격은 아직 9,000~1만 마르크로 일반소비자에게는 손이 미치지 않는 가격이다.

소비자는 1만 마르크라는 가격에 아직 뒤도

돌아보지 않지만 가격이 5,000 마르크까지 하락했다는 것과 대형화면TV의 프로그램 소프트웨어의 증가 등 어느정도의 여건만 갖추어지면 모든 것에 있어서 보수적인 구주에서 조금은 판매될 것이라는 전망도 있다.

구주 시장은 작년, 신장에서는 담보상대를 나타냈으나, 금년은 동夏季 올림픽과 구주축구 선수권대회가 개최되기 때문에 컬러TV와 VTR에서 대체수요와 신규수요가 예상된다.

특히 올림픽이 HDTV방식으로 실험방송이 되고 있어 受像 모니터 1,000대가 구주 각지에 배치될 것으로 예상된다. 구주의 일반소비자가 처음으로 가두에서 HDTV의 영상을 봄으로써, 장래의 하드웨어 판매로 연결될 것이라는 기대가 상승하고 있다.

3. 일본의 가전시장 전망

금년의 일본 가전산업 시장은 전년대비 3~4%로 신장되는 한편 해외시장은 구미의 경기둔화, 동구·구소련 정세의 불안정성 등 예측을 불허한다. 이 가운데에서 AV기기는 하이비전(HDTV), BS·CS의 본격화 등 다채널시대로의 돌입, 전기용품도 고부가가치화, 시스템화로 수요의 활성화가 기대되고 있다. 또한, 정보가전의 비중은 더욱 증가할 것으로 예상된다. 가전유통도 큰 전환기를 맞이하며, 도한 廢가

전 문제 등 지구에 적합한 환경조성에 어떻게 대응해 나아갈지 21세기를 향하여 신장해 가는 가전산업에 있어서 커다란 테마가 될 것으로 생각된다.

작년의 일본 가전시장은 작년까지는 에어컨 전기용품이 시장을 주도하였다. 특히 에어컨은 시즌년도에 약 700만대로 전년대비 두자리로 신장되었다. 대형냉장고, 세탁기 등도 고부가가치기종을 중심으로 호조로 판매되었다.

그러나, 에어컨도 여름철인 7,8월이 침체상태에 빠져 초가을 이후 400리터 이상의 대형냉장고 등도 약간 수요가 둔화되고 있다.

반면에 AV기기는 기대이하로 침체를 보였다. 컬러TV가 초가을 이후의 각사의 대공세로 각각 상승하였으나 VTR은 거치형 VTR의 둔화, 급성장을 계속해 온 캠코더도 작년에는 크게 감소를 나타냈다.

전화기, 워드프로세서, FAX 등 정보가전은 다소 신장세를 보였다.

작년의 일본 가전시장은 대체적으로 3~4% 증가에 머물렀다. 일본의 '92년 경제환경은 작년 후반부터의 경기감속경향이 표면화되어 적어도 상반기는 낙관을 할 수가 없다. 실질GNP의 성장율은 3%대로 약간 둔화, 개인소비, 설비투자 등도 감속이 우려된다.

금년의 일본 가전시장의 신장률은 「전년대비 2~3%, 낙관적으로 보아 4%」수준이라는 것이 일반적이다.

이 중에서 전기용품은 호조이며, 에어컨은 더욱 신장이 기대된다. 전화기, 워드프로세서, FAX 등의 정보가전은 금년에도 호조를 보일 것으로 예상된다.

가전시장에서 열쇠를 쥐고 있는 것은 AV기이다. 작년의 주요AV기기는 전년대비 94%로 감소를 나타냈다. 따라서 금년은 컬러TV가 견인차 역할을 함과 함께 수요가 저미한 VTR, Audio도 상승이 기대된다.

특히 바로셀로나에서 개최되는 하계 올림픽을 앞두고, 컬러TV, VTR 등을 중심으로 위성

주요가전제품의 세계수요전망(2)

(단위: 만합)

구 분	냉 장 고		세탁기		전차렌지		에 이 콘	
	'91	'92	'91	'92	'91	'92	'91	'92
세계전체	5,100	5,400	5,000	5,100	2,400	2,500	1,800	1,900
북 미	750	755	660	680	850	900	430	430
유 럽	2,070	2,130	2,050	2,100	950	1,000	100	110
아 시 아	1,700	1,800	2,000	2,100	460	470	1,000	1,150
일본	467	475	515	520	325	330	715	740
중 동	100	100	100	110	4	5	85	90
기 타	500	600	100	100	110	125	130	140

주: 유럽은 서구 및 동구 그리고 구 소련을 포함한 것임.

세계 및 아시아의 AV 수요 전망

(단위 : 台, %)

구 분	1985		1990		'85~'90 연평균		1995		'90~'95 연평균	
	세 계	아시아	세 계	아시아	세 계	아시아	세 계	아시아	세 계	아시아
칼라TV	6,296	1,256	8,422	1,552	6.0	4.3	10,203	2,115	3.9	6.4
VTR	2,621	174	4,071	538	9.2	25.3	5,432	780	5.9	7.7
캠코더	147	8	825	24	41.1	24.9	1,617	52	14.4	16.7
VDP	39	—	146	30	30.2	—	868	123	42.9	32.4
CDP	364	7	1,443	137	31.7	84.0	1,897	182	5.6	5.8
카스테레오	3,335	58	5,303	243	9.7	33.2	6,550	331	4.3	6.4
테이프레코더 (라디오 부착된 것)	6,921	957	9,376	1,662	6.3	11.7	10,336	2,539	2.0	8.8
테이프레코더 (라디오 없는 것)	3,194	498	4,176	698	5.5	7.0	4,541	961	1.7	6.6

자료 : 일본전자기계공업회

방송관련기기의 신장이 기대되는데, 금년 '봄부터 CS 6개채널을 실현하여 지상방송과 기존의 BS를 합치면, 본격적으로 TV방송의 다채널시대에 돌입할 것으로 예상된다. 이것은 AV업계에 있어서 큰 호재인 것이다.

또한 '91년 11월 25일부터 시작된 하이비전(HDTV)의 시험방송이(하루에 8시간 방송) 실현되었고 또한 바로셀로나의 하이비전중단도 영향을 미쳐서 드디어 하이비전(HDTV)시대에 돌입할 것으로 예상된다.

Audio도 DAT에 이어, 디지털 콤팩트 디스크(DCC), 미니 디스크(MD) 등 디지털 신제품들이 시장에 등장할 것으로 예상된다. 침체를 계속하고 있는 Audio에 新風이 불 것으로 예상된다.

해외시장은 円高, 구미의 경기회복 지연 등으로 수출환경은 어렵다.

동구 및 구소련은 수요 침체 내지는 전망이 어려운 실정이며 이 중에서 Asia 시장의 대두가 현저하다. 해외생산 이전이 가일층 추진되는 가운데, 원재료 부품의 해외조달의 활발화, 현지설계화 등이 대폭적으로 진전 「밖으로·밖으로」의 경향이 강력해져 국내와 해외와의 생산의 구분인 "OUT, IN"이 본격화될 것으로 예

상된다.

한편, 가전의 유통구조도 커다란 변혁기를 맞이하고 있다. 가전판매업계는 예전의 소비자의 생활형태의 변화에 대응한 점포조정, 취급상품의 신분야·신상품으로의 확대 등으로 대응해 왔으나 재작년부터의 大店法緩和措置, 작년말의 상관행 수정, 또한 "경기 감속" 등이 대응을 촉구하고 있다.

또한 가전산업은 廢家電品 문제에 대한 대응은 풍부한 국민생활을 형성해 나아가는데 있어서 피할 수 없는 문제이다. 폐가전품의 회수시스템의 본격화가 부득이 하므로, 또한 설계단계에서 본격화, 再資源化, 처리의 용이화를 전제로 한 제품제법이 금년의 중요한 테마가 되고 있다. PL문제에 대한 대응도 다각적인 관점에서 논의가 기대된다.

또한 정보 Network 등의 정비로 보다 생산에서 판매까지의 토탈관리의 실현 등에 의해, 소비자에게 정확하고 신속하게 또한 결점이 없는 상품공급체제의 확립이 더욱 요구될 것으로 예상된다.

4. 주요 가전제품의 세계 수요 전망

“세계동시불황”이라고 일컬어지고 있는 현재 세계의 가전시장은 결코 어둡지는 않다. 지역에 따라 차이는 있지만 금년 중반부터 경기의 회복이 예상되는 곳도 있고 주요 가전제품에서는 시장이 성장 단계에 있는 지역도 많기 때문이다.

금년의 주요 가전제품 7개품목의 세계수요는 거치형VTR이 보합시세가 예상될 뿐만 아니라, 최저 2%에서 최고 12%의 증가가 예상된다. 무엇보다도 성장이 기대되는 캠퍼더는 北美, 歐洲, 日本에서의 신장이 지탱될 것이라는 견해이다. 또한 시장규모가 작은 기타 지역에서도 모두 수요증가가 예상되고 있다.

이어서 5.9%의 신장이 예상되는 것은 냉장고이다. 일본을 포함한 Asia지역에서 5.9% 증가가 예상되고 있고 아프리카, 중남미, 오세아니아 지역에서는 두자리 성장이 예측된다. 또한 룸 에어컨은 5.6%의 증가가 예상된다. 세계최

대의 시장인 일본이 미치는 영향은 반드시 작지는 않다.

대형가전으로써 최대의 시장규모를 찾는 칼라TV는 4.7% 증가로 북미, 구주에서 회복이 기대되고 아시아에서의 신장이 현저하다.

전자렌지는 4.2%의 증가가 예상된다. 북미와 구주가 50만대씩 증가할 것으로 예상된다(지역별수요의 합계와 세대합계와는 다소의 차이가 있음).

한편 일본 전자기계공업회는 AV8개 제품의 세계수요 예측결과를 발표하였다(1991. 4월). '95년의 수요를 예측한 것으로 금년의 수요예측은 거치형VTR, VDP를 제외하면, 평균성장률과 거의 일치한다고 할 수 있다.

또한 지역별로는 아시아지역의 신장이 가장 높으므로 성장 주도시장이 아시아라는 것을 알 수 있다.

