

유럽 · 미국 · 일본의 가전산업전망

1. 유럽의 가전산업전망

유럽 AV시장은 하계 올림픽과 유럽축구 선수권에 기대했던 TV, VTR 등이 저조하여 가정용 전자기기는 전년대비 20% 감소할 것으로 보인다. 그러나 카메라 일체형 VTR의 호조와 미니 콤포넌트 등 HiFi의 호조로 AV 전반에서는 작년과 비슷한 수준을 보일 것으로 예상된다.

유럽의 가정용 전자시장은 작년에 820억 마르크 규모이며 TV, VTR, 카메라 일체형 VTR, 위성방송수신기, HiFi, 카 오디오 등을 합쳐서 독일이 28%를 차지하고 있다. 유럽의 가정용 전자 메이커는 차세대 TV, HDTV를 지향하여 16대9의 와이드TV 신제품이 차례차례 등장했다. Philips, Thomson, Nokia, Siemens, Grundig, Telefunken 등을 포함하여 20개사 정도이다. 알베르빌 동계올림픽, 바르셀로나 하계 올림픽, 유럽 축구 선수권 등을 HDTV로 실험방송하여 구주 50개 도시에서 수신, 선전에 노력했다.

유럽의 HDTV 방식은 잠정적으로 D2MAC로 하여 '98년에는 본격적인 HDMAC방식으로 방송이 시작될 것으로 예상되는데, 벌써 새로운 것에는 작용하지 않는다는 「구주적 보수성」도 작용할지도 모른다.

VTR은 TV보급대수 정도는 판매될 것으로 보였으나 뒤에 숨겨져 있는 비밀이 있는 것 같다. VTR 보급률이 주요국에서 50%를 초과하고 있는 것도 한 요인이라고 할 수 있을 것이다. 독일에서는 작년에 전년을 10만대 하회하여 310만대 매상을 보였다고 독일조사회사 GFK는 표명하고 있다.

한편, 독일 조사기관 GFU에 의하면 '91년 독일에서 컬러TV는 560만대가 팔렸다고 한다.

그러나 작년은 매상 대수에서는 약간 신장했다고 해도, 시장둔화로 가격하락이 계속되고 있으므로 매상고는 보합세라는 견해가 많으므로, 35%감소라는 비관적인 관측도 있다.

일계 기업에서는 5%감소라고 보는 견해도 있다.

영상기기 중에서 유일한 팔림세는 카메라일체형 VTR이다. 독일에서는 '91년에 100만대를 초과하여, 작년은 120만대를 보인 것이 GFU의 예측이다. 영국, 프랑스, 이태리, 스페인에서도 카메라일체형 VTR은 순조로운 팔림세를 보여, VHS가 감소를 보인데 대하여 Hi-8을 포함한 8mm가 신장하고 있다. 주요 5개국 합계에서 금년도 250만대 이상의 수요가 예상된다.

카메라일체형 VTR은 일본세가 독무대를 보였다. 주요제품을 살펴보면, 독일에서는 브라우퐁크트 2종과 Grundig 뿐이다.

HiFi 시장은 작년에 이어 금년도 순조롭게 시작될 것으로 보여진다. 독일 GFK에 의하면 작년은 8% 신장하여, 미니 시스템이 13% 증가를 나타냈다. 독일 HiFi 시장은 24억 마르크라고 한다.

일본은 미니 시스템이 압도적이었으나, 구주에서는 미니가 시장의 64%, Full 사이즈가 15%의 점유율을 나타냈다. 디자인의 변화와 2대목 구입의 경향이 수요를 신장시키고 있다.

일계기업에서는 Sony, Aiwa, 송하전기가 미니에서 두자리의 신장을 보였고, JVC가 마이크로 폰에서 파이오니아도 신장하고 있다. 영국, 프랑스에서 Aiwa, Sony 등이 호조를 보였다.

그러나, HiFi에도 TV, VTR과 같이 가격경쟁이 치열하다. 대수 베이스에서의 신장은 현저하지만 금액은 전년과 비슷했다. 전반적으

로 가정용 전자기기 시장은 정체하고 있는 가운데, 작년의 영국 파운드, 이태리 릴라가 유럽통화제도의 EMS(환율메카니즘)으로부터의 탈세가 영향을 미쳤고, 이탈리아와 스페인 시장이 가장 치열했다.

작년 가을부터 발행한 미니 디스크(MD)와 DCC의 관심은 높다. MD에서 Sony는 영, 독, 불, 이, 네덜란드에서 X-MAS 직전의 발매를 보였다. 워크맨형 2종과 Car 스테레오에서, Play Back 1녹음 Model이 1,200 마르크, 재생만은 900마르크, 카 스테레오는 1,800 마르크의 소매가격이다. 금년부터 소프트를 포함한 구주 전역에서 「Audio 라이프 스타일 혁명」을 지향하여 확판에 들어갔다.

DCC에서는 파나소닉(송하전기)이, 작년말부터 “테크닉스”의 상표로 「RS DC10」을 발매, 금년에 접어들었다. 유럽세에서는 Philips가 작년 가을, DCC 양판에 들어갔으나 CD-I과 함께 금년부터 본격적인 판매활동에 들어갈 것으로 예상된다.

Car Audio는 자동차메이커의 부진이 현저하게 영향을 미쳤다. Low-end 상품은 판매되고 있지만, 역시 정체를 보였다.

미니 디스크의 DCC의 Car Audio에의 도입이 가까이 있는 만큼 조기 경기회복이 예상된다.

2. 미국의 가전산업 전망

미국의 가전업계내에서는 완만한 경기의 회복기조를 배경으로 금년도 작년과 비슷하게 예측하는 관계자가 많다.

개인소비는 회복세를 보이면서 아직 본격화되지 않았다. 작년말의 X-MAX호재에도 11월말의 감사축제 직후의 첫출발이 호조였던 대신에 12월중의 상황은 각사에서 상승이 결여되는 결과로 끝났다.

작년에는 영상기기, Audio기기 모두 출하대수는 전체적으로 호조였다. 정확한 수치는 아

직 발표되지 않았지만, 영상기기는 직시형 컬러TV가 약 2,100만대, Projection TV가 21만대 거치형 VTR이 1,230만대, 카메라 일체형 VTR이 290만대 정도 출하되었다. '91년대비에서는 직시관, Projection 모두 8~9% 증가, 거치형VTR도 16%가 신장한 계산을 보였다. 미국 시장은 불황, 소비재 감소로 일궈지면서, 작년도 2,000만대 이상의 컬러TV를 판매하였다.

한편, 가전판매사, 유통소매점의 수익은 작년에 더욱 후퇴하였다. 일계의 가전 각사는 「수는 겨우 나왔으나 벌지 못했다」고 표명하였다. 출하증가 가운데에서 수익면에서 고전한 1년이었다. 수익의 확보가 금년 업계의 최대의 과제이다.

소비자의 가격지향은 경기둔화에 더욱 강력해졌다. 유통에서는 디스카운터의 K마트, Concept와 회원제 웨이퍼 하우스 클럽의 페이스 등을 통하여 가격치에서 대량의 가전 Electronics 상품이 유통하는 시대를 맞이하였다.

중전의 가전루트에서도 이것을 쫓는 형태로 지역양판, 광역전문 야판체인이 가격전쟁이 격화되었다. 2Head의 거치형 VTR을 라디오 카세트와 비슷한 100불대로 판매하는 상황을 나타내고 있다.

가격경쟁에 미칠 수 있는 지역전문소매점은 고부가가치화, 고급전문화로 대응하고 있다. Theater제안, 서비스내용의 충실, 커스텀화 기술로 특정한 고객과 깊이 교제하는 경향이 강력해지고 있다. 써킷트 시회 등 광역양판 체인에서도 최근은 이 섬세한 서비스와 정보제공으로 수익성을 확보하고자 하는 동향이 주목되고 있다.

또한 이것과는 달리 작년에 Tandy가 오레곤과 텍사스에 Open한 대형점은 10만 평방 Feet의 부지, 11만 평방Feet의 대표소에 컬러 TV 350대, 카메라 일체형 VTR 70대를 진열하는 등, 월등한 물량과 전시규모를 관심거리로 하고 있다.

상품면에서는 「단순한 다기능화 부가가치가

아니라, 소비자가 추구하는 것을 실현한 부가가치상품」(파나소닉)에 대한 기대가 모아진다.

TV는 금년 봄부터 미국에도 16대9 와이드 스크린이 등장하였다.

초기에는 캘리포니아와 인디애나주에 출하를 한정할 계획이지만, 이것은 「LD의 최 보급 시장에 파격을 맞춘 전략」이라고 설명하고 있다. Panasonic도 4월부터 50인치 Projection 타입으로 도입을 예정하고 있다. 가격은 Thomson, Panasonic 모두 4,999불을 예정하고 있다.

또한 Sharp는 9월부터 테네스주 동사의 엔피스공장에서 연산 1만대 규모의 Wide Screen TV의 어셈블을 개시할 예정이다. 이 외, 금년 중에 동시장 참가를 희망하는 것은 Philips, 일립, JVC의 각사이다. 이것은 와이드 스크린에 대하여 방송프로그램이 없어, 3~5년후에 예상되는 HDTV시대의 개막을 앞두고 소비자를 마구 혼란시킨다는 이유에서 동지, Sony, 삼능의 각사는 도입에 신중한 자세를 보였다.

미국에서는 「장애자보호법」에 기인하여 미연방통신위원회(FCC)가, 금년의 7월 이후 미국내에서 제조 혹은 수입되는 13인치 이상의 모든 TV를 대상으로 CCD 회로의 탑재를 의무화하였다.

이를 위하여 메이커 각사는 이미 '93년에 신기종으로써 작년말부터 발표한 Model에서 동회로의 탑재를 개시하였다.

동지에 의하면, 「동회로의 탑재는 제조단계에서 1대당 5~7불의 코스트 증가, 소매단계에서 15~20불의 부담증가가 될 것으로 예상되는데, TV업계 전체에서는 작년도에 1억~2억불의 부담가가 될 전망」이라고 한다. 이 부담증가는 판매가격을 인상시켜서 수익자부담이 되는 것이 불가능하기 때문에, 메이커 및 소매업계에 있어서는 수익을 압박하는 새로운 요인이 될 것으로 염려된다. 업계에서는 Closed Caption 기능을 단순한 시청자 대책으로써가 아니라, 장래의 Teletext Service 전개에

의 포섭은 불가능한지」라는 검토가 전개되고 있다.

금년은 또한, 쌍방향TV, 디지털 신호압축 기술을 도입하여 신멀티 채널 Cable TV 등 신서비스의 등장이 차례 차례 예상되고 있는데, 가전업계에의 영향은 아직 작을 것으로 예상된다. 또한 휴즈의 DBS의 위성의 발사는 금년말로 예정되어 있다. TV의 수요동향으로써는 계속 대화면 기종으로의 Shift가 계속되어 27인치에서 35인치의 시장확대가 TV수요를 견인할 것으로 예상된다.

또한 미국의 45인치 이상의 Projection 시장은 일본의 10배 이상의 규모를 갖는다. 신규모메이커도 증가하여, 가게에서의 전시 스페이스 확보에 메이커간의 경쟁도 더욱 치열해질 것으로 전망된다.

거치형VTR은 VCR플러스 내장기종이 부가가치 판매의 좋은 대상이 될 것으로 예상된다. 또한 TV/VTR 콤포넌트도 톱슨, 동지 등에서 신규참가를 예정하고 있다. 시장은 순조롭게 확대될 것으로 전망되는데, 수익면에서는 어려운 면도 남는다. 카메라일체형 VTR은 과잉재고의 소화가 추진되어, 금년은 2년 연속 무도장 상태에서 탈피하여 10% 전후의 신장을 업계측에서는 예상하고 있다.

Audio에서는 단품 콤포넌트를 제외한 포터블 시스템(미니 콤포넌트), 시판 Auto 사운드도 모두 서서히 증가할 것으로 전망된다. 금년도 계속 CD관련이 시장을 견인할 것으로 예상되는데 작년 후반에 CD 라디오 카세트의 가격이 혼동되어서, 100불을 초과하는 상품도 등장하고 있다. 아날로그의 포터블기의 동향이 둔화되고 있는 만큼, 디지털 상품에서의 수익확보도 금년의 과제가 될 것으로 예상된다.

PCC와 MD는 판매점의 기대상품이다. 모두 하드, 소프트의 공급량 부족의 해소에 시간이 걸리고 있다. 포터블기가 시장침투의 열쇠가 될 것으로 보이는 점에서 메이커와 판매점은

일치하고 있다.

3. 일본의 가전산업 전망

금년의 일본 가전시장은 '92년과 동일한 수준으로 예상된다. '92년이 10% 수준으로, '91년을 밀도는 등 예상밖으로 저조한 해로 끝났다. 그러나 금년은 하락세가 주춤해지면서 후반부터 경기회복을 배경으로 한 약간의 상승이 전망된다.

주요 가전품 중에서도, 특히 걱정이 되는 것은 에어컨이다. 작년의 냉동연도의 국내출하대수는 작년의 709만대에서 전년대비 12% 감소한 625만대가 되어, 약 100만대 정도로 감소하였다. 기후불순이 커다란 이유인데, 그래도 600만대를 유지했다. 금년에는 650만대 전후의 수요가 전망되는데, 전년대비 2% 정도의 신장이 기대되고 있다.

이외에 냉장고, 세탁기, 청소기 등 전기용품, 전자밥통, 전자렌지 등 조리기기 등은 포함수준이지만 견고한 수요가 기대된다. 작년 가을 이후 냉장고가 비교적 호조를 보였다. IH 전자밥통이 히트하였다. 또한 알칼리 이온수 생성기 등 건강기구 등도 금년에도 판매가 기대된다.

AV는 작년에 4년연속 감소를 나타냈다. 비디오부문이 10% 정도의 마이너스, 오디오는 15%의 마이너스를 나타냈다. 금년은 거의 전년대비 포함수준으로 전망된다.

칼라TV가 820만대 전후, 거치형VTR이 450~460만대, 무비가 120만대, 스테레오 세트가 150만대, CD라디오 카세트가 350만대 등으로 예상된다.

AV 추세중에도 새로운 동향이 대두될 것으로 예상된다. 16대9의 와이드 화면TV는 각사가 연말 상전을 향하여 적극적인 판촉을 전개하고 있어, 소비자의 관심도 급속히 상승하고 있다. 금년의 와이드TV의 시장은 30만대 수준이다.

하이비전시대를 향한 동향도 더욱 박차가 가해질 것으로 예상된다. 이 하이비전의 동향은 Full스펙의 하이비전, 또는 와이드TV 등의 흐름은 있지만, Full스펙은 32형이 130만원, 36형이 150만원까지 가격이 하락하고 있다. Full스펙에서 100만원을 하회하는 상품도 금년에 등장할 것으로 예상된다. 또한 Muse방식 하이비전 LDP의 상품화도 금년은 확실한 것으로 보여진다.

'95년의 EDTVII에 의한 지상파 프로그램의 와이드화, '97년의 BS4발사에 의한 하이비전방송의 본격화 등을 향하여 칼라TV의 와이드화, 하이비전화가 커다란 흐름인데, 동시에 패키지 소프트웨어의 충실도 기대되고 있다. BS에 계속되는 새로운 미디어로써 작년 4월부터 시작된 CSTV방송도, 금년이 "CS원년"이다.

Audio는 DCC, MD 등 New Digital Audio에 의한 시장활성화가 기대된다. DCC는 종전의 카세트의 대체수요가 기대되고 있는데 휴대용 MD의 녹음기, 재생기 외에 자동차용도 기대된다. 거치형VTR은 2차수요 주체의 상품전략이 열쇠를 쥌 것으로 예상된다. 무비는 용도개발이 포인트이다.

한편 해외시장은 미국에서 회복경향이 나오고 있지만 유럽은 당분간 치열할 것으로 예상된다. 중국을 포함한 아시아가 커다란 가능성을 안고 있다. 일본 가전업계 각사는 말레이시아, 태국, 싱가포르, 대만, 중국 등으로의 생산거점을 이전해 왔다. 보급형 제품을 적극적으로 해외이전하고 있는데, 현재까지는 아시아가 세계시장으로의 수출거점이었다. 그러나 아시아 각국의 내수로의 대응과 일본으로의 수출거점으로써 위치설정도 나오고 있다.

작년부터 중국에서의 칼라TV, VTR의 수요가 크게 신장하고 있는데 그 대응방법도 금년의 관심거리이다.

일본의 '93년 전자정보산업 예산 및 세제 요약

1. 예산

(단위: 억엔)

항 목	1992 예산액	1993 예산액	비 고
4차원 컴퓨터의 연구개발(신정보처리기술개발)	8.8	36.1	
제5세대 컴퓨터의 연구기반화	35.9	13.9	
원자·분자 극한 조작 기술(아름 테크놀로지)의 연구개발	0.3	5.0	
정보대학교 구상 등의 추진	1.4	1.5	
소프트웨어 생산기술의 연구개발(신규)	-	2.4	
업무 EDI 빠이롯트 모델의 조사연구 개발 등	0.5	1.0	
개방형 기반 소프트웨어 등의 연구개발	3.7	4.1	
Mellow Society 구상의 추진	2.0	2.3	
영상에 의한 정보공급의 촉진(신규)	-	1.3	

2. 一般財投

(단위: 억엔)

항 목	1992 예산액	1993 예산액	비 고
범용전자계산기 보급촉진(JECC)	(700)	(705)	융자대상
소프트웨어 개발 투자 촉진(신규)	-	정보·통신기반정비태두리	하한의
교육용 전자계산기 보급 촉진(ECS) 금리 인하	-	2,300억엔의 내수	인하

3. 정보처리 진흥사업협회(IPA) 産投出資

(단위: 억엔)

항 목	1992 예산액	1993 예산액	비 고
고도프로그램 안정공급사업	3	33	
소프트웨어 생산공업화 시스템 강화사업	8	8	
지역 소프트웨어 공급력 개발사업	8	5	

4. 세제

항 목	구 분	비 고
전자계산기 賣損 준비금제도의 연장·확충	연 장	2年間 연장
프로그램 등 준비금제도의 적용기한의 연장	적용기한의 연장	2年間 연장, 범용프로그램 개발준비금에 대해서는 기본 프로그램에 관계되는 적립률의 인하(25%~10%)
반도체 집적회로 제조설비의 耐用 年數의 특례조치의 연장	연 장	일반의 기계조치로 하고, 耐用年數를 소자수 500 이상의 것은 5年, 1500미만의 것은 7年.
소프트웨어 고도화 기반정비 준비금제도의 창설	창 설	범용프로그램 개발준비금의 적용대상에 고도의 소프트웨어 서비스의 개발비에 충당하기 위한 준비금을 인정한다.(적립율 10%)
통합시스템 관리·운영준비금제도의 창설	보 류	
전자계산기 이용 환경정비세제의 창설	보 류	
시험연구비의 금액이 증가한 경우 등의 법인세액의 특별공제의 연장	연 장	2년간 연장
중소기업 등 기반강화세제의 연장	연 장	〃
제품수입촉진 세제의 연장·확충	연 장	〃
광공업 기술연구조합의 세제상의 특례조치의 적용기한의 연장	적용기한의 연장	〃
광공업 기술연구조합법의 개정에 따른 세제조치의 창설	창 설	〃
에너지 사용합리화 사업촉진 세제의 창설	창 설	에너지사용 합리화를 위한 실시계획에 기인하여 취득하는 설비 및 원료전송설비를 에너지 세제의 대상으로 추가.
환경보호 세제	창 설	시험연구비의 6% 세액공제, 재생자원의 이용확대에 따라 발생하는 비용에 충당하기 위한 준비금을 적립
영상정보화 지원시설의 民活세제 대상시설로의 추가	확 충	(적립률 15% 일부: 5%)
脫 특정물질대용형 설비투자촉진세제의 창설	창 설	21% 특별상가
省 프레온 세제의 연장	연 장	