

일본 VTR 시장 및 제품 동향

1. 시장 개요

일본에서 장기간에 걸쳐 침체가 계속되고 있는 VTR시장도 거치형 VTR에서 회복의 조짐이 나오므로써 급속히 호전되고 있는데 카메라 일체형 VTR(비디오무비)은 일찍 회복이 되었지만 거치형의 회복으로 드디어 본격적인 상승 궤도에 오를 것으로 보인다.

작년 카메라 일체형 VTR는 액정모니터 부착 등 신용도를 개척하는 새로운 컨셉트 상품 등이 등장한 점이 시장을 활성화시켜 출하대수가 3년만에 전년을 상회하는 116만 9,000대, 전년대비 103.4%를 기록했다. 침체를 계속하고 있던 거치형 VTR의 작년도 출하대수는 448만 6,000대로 전년대비 97.6%에 그쳤지만 11월부터 금년 1월까지 3개월 동안의 출하대수는 전년을 상회하여 회복조짐을 보이고 있다.

VTR은 AV시황의 척도가 되는 만큼 수요의 회복은 가전업계에 있어서 낭보가 되는데 단가 하락이 심해 아직 진정한 회복이라고 볼 수는 없다는 신중한 견해도 있지만 긴 터널을 빠져 나온 것임에는 틀림없는 것으로 보인다. 거치형 VTR은 교체구매 수요를 배경으로, 카메라 일체형 VTR은 신용도, 새로운 유저개척을 도모한 새로운 컨셉트 상품에 의해 시장의 활성화가 기대되고 있다.

2. 거치형 VTR의 동향

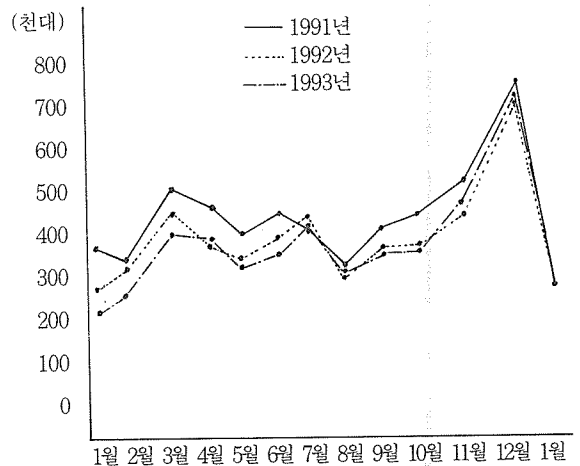
일본전자기계공업회(EIAJ)가 집계한 1월

거치형 VTR의 일본국내 출하대수는 24만 9,000대로 전년 동월대비 10.7% 증가되어 11월, 12월에 이어서 3개월 연속 전년대비 플러스가 되었지만 아직 금액에서는 전년을 밑돌고 있다.

1월의 타입별 출하상황을 보면 고화질 VTR은 3만대로 전년 동월대비 9.1% 감소되었지만 마이너스 폭이 감소되었으며 고화질 이외의 타입은 21만 9,000대로 동 14.1% 증가되어 작년 6월 이후 플러스가 계속되고 있다. 또한 BS튜너 내장타입은 6만 3,000대로 4.5% 감소되었다.

거품경제 붕괴후 VTR도 고기능, 고단가 타입이 경원시되어 기본기능을 확보하면서도 저렴한 상품이 인기를 모으고 있는데 작년부터의

거치형 VTR의 동향



VTR 출하동향에도 이런 경향이 분명히 나타나고 있는 것이다.

BS, CS방송 등 미디어의 다양화, 컬러TV의 와이드화 등도 VTR의 수요를 자극하게 될 것으로 보이며 소비자의 구매기피도 드디어 한계에 달했다는 견해를 보면 사용에 편리하고 컴팩트하면서도 필요한 기능을 모두 탑재한 코스트 퍼포먼스가 좋은 상품을 중심으로 금년도 VTR 수요는 호조를 보일 것으로 보인다.

거치형 VTR의 상품경향도 최근 몇년동안 크게 바뀌고 있는데 VTR의 고화질 타입과 고화질 이외의 타입을 보면 S-VHS 등 고화질 타입이 침체되고 있는 것이 분명해지고 있다. 고화질 타입은 '89년에 3%에서 '90년에는 22%, '91년에는 23%로 구성비율이 높아졌지만 그후 감소경향을 보이고 있다. 그것은 저렴한 하이파이 VTR에서 화질이 대폭 향상된 상품에 인기가 모아지고 있기 때문이다.

BS내장 타입의 구성비율은 거의 30%로 안정되고 있는데 '93년에는 BS를 내장하지 않은 타입이 호조를 보였다. '92년에는 BS내장이 33% 였는데 '93년에는 BS내장이 30%로 하락되고 있는 바 이것도 경기에 기인한 최근의 소비경향을 반영하고 있다.

구입형태는 보급률의 상승과 함께 신규가 대폭 감소한 것에 비해 교체구매와 추가구매가 78%를 차지하고 있는데 일본 경제기획청의 '92년도 조사에서는 신규가 21.1%, 교체가 46.5%, 추가구매가 32.4%였던 바 VTR은 완전히 교체구매와 추가구매의 2차구매 상품이 되고 있는 것이다.

간단 예약녹화인 G코드를 탑재한 VTR이 증가되고 있다. 신문, 잡지 등의 미디어와 하드웨어 메이커에 라이선스를 하고 있는 쟁스터사에 의하면 전국지, 지방지의 G코드 커버율은 70%에 달하고 있으며 G코드 내장 VTR은 약 60모델로 증가되었다고 한다. 소비자가 사용에 편리한 기능을 요구하는 경향과 부합되어 구미에서 앞서 사용된 G코드는 일본에서도 완

전히 정착되었다고 할 수 있다.

일본시장에서도 G코드가 시작된 것은 재작년 4월인데 초기에는 활자 미디어에의 G코드 게재와 G코드를 탑재한 VTR의 상품화가 보조를 맞추지 못해 고전을 했지만 작년부터 전국신문에 추가해 지방지에서도 본격적으로 G코드를 TV프로그램안에 게재하기 시작함으로써 G코드내장 VTR의 상품화도 활발해지고 있다.

이런 미디어의 움직임과 병행하여 G코드를 탑재한 기기의 상품화도 활발한데 1월말 현재 G코드를 탑재한 모델은 58기종이며 금년 봄 신제품에서는 더욱 늘어나고 있다. G코드는 텔레비디오와 TV에도 탑재가 추진되고 있는 것이 최근의 경향인데 G코드를 탑재한 VTR의 일본국내 출하대수는 '92년도에 65만대, '93년도에 250만인 것으로 보여지고 있다. G코드 탑재 VTR의 누계보급률도 10%대에 가까워지고 있어 점차 G코드 기능은 VTR에서 필수적인 기능이 되기 시작하고 있는 것이다.

최근 몇년동안 VTR의 수요 동향중 무시할 수 없는 것이 수입 VTR의 급증인데 작년 1년 동안 수입량은 68만대로 전년대비 39.6% 증가되었다. 최근 1~2년동안 발생한 급속한 엔고를 배경으로 각사가 보급타입 VTR의 생산을 인건비 등 코스트 저하를 기대할 수 있는 동남아시아시장으로 이전하여 이 지역에서의 수입증가가 두드러지고 있다.

또한 모노럴타입 VTR이 중심이지만 서서히 하이파이 타입의 수입도 증가되고 있는데 수입 VTR은 저가격을 무기로 하지만 기본 기능은 충분히 소비자의 만족을 얻고 있는 제품이 많아 앞으로 계속 증가될 것으로 보인다.

작년도 수입량 68만대중 말레이시아에서의 수입이 24만 4,000대로 전년대비 7.9% 증가되어 1위를 기록했으며 타이, 싱가포르, 중국에서의 수입도 확대되고 있어 TV처럼 수출이 감소되고 수입이 증가되는 추세가 더욱 명확해지고 있다.

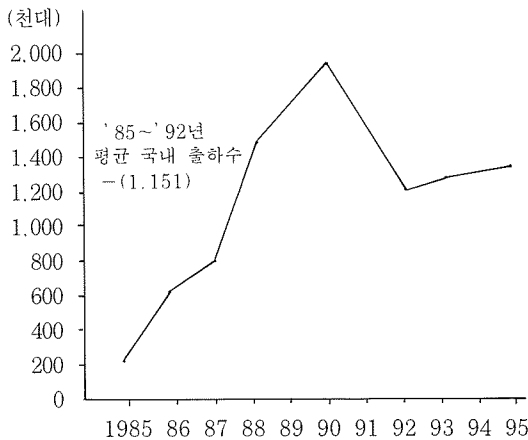
과거 몇년동안 VTR 수입량은 '88년 36만 6,000대, '89년 47만 2,000대, '90년 26만 4,000대, '91년 31만 6,000대, '92년 48만 7,000대, '93년 68만대였다.

3. 카메라일체형 VTR의 동향

봄판매전 돌입과 함께 카메라일체형 VTR의 시장도 활기를 띄고 있는데 카메라일체형 VTR은 '91, '92년에 모두 전년실적을 밑도는 등 부진을 보였지만 작년에는 3년만에 전년실적을 상회했다. AV기기중에서 가장 빨리 침체를 벗어난 상품이 되는데 작년도의 출하대수는 116만 9,000대로 전년대비 103.2%가 되었다. 금년 1월의 출하도 4만대로 전년동월대비 105.3%가 되어 호조를 보이고 있다.

카메라일체형 VTR은 작년년부터 메이커가 몇개 회사로 줄어드는 경향을 보이고 있지만 액정모니터 부착 등 종래의 상품과는 다른 사용을 제안하는 상품의 등장 등에 의해 새로운 유저를 확대시키고 있는데 카메라일체형 VTR은 제안상품으로 다시 각광을 받고 있다고 할 수 있을 것이다.

카메라일체형 VTR의 동향



침체기미를 보이고 있던 카메라일체형 VTR

시장을 부활시킨 것은 샤프가 발매한 업계최초의 액정 모니터부착 카메라일체형 VTR인 액정뷰컴인데 중심분야의 액정기술을 카메라일체형 VTR에 채용한 것이 예상을 상회하는 큰 히트에 연결되어 동사의 웨어를 일거에 대폭 향상시킨 외에 비디오 카메라 시장 전체의 활성화에도 연결되었다.

금년 2월부터 이 카메라일체형 VTR에서 톱웨어인 소니가 액정모니터를 사용하면서도 샤프의 액정뷰컴과는 상품컨셉트가 다른 핸디컴 커믹스를 발매해 호조의 판매를 보여 큰 히트의 조짐을 나타내고 있으며 후지사진필름도 액정모니터를 착탈식으로한 심플 하이8을 금년 봄판매전에 맞춰 발매하고 있다.

일련의 이런 새로운 상품컨셉트를 가진 카메라일체형 VTR의 등장이 새로운 유저층을 개척하여 시장 자체의 활성화에 연결되고 있는데 카메라일체형 VTR의 작년 일본국내 출하대수는 116만 9,000대로 전년대비 103.4%를 기록했다. 수요가 본격적으로 증가 된것은 '88년경부터로 '88년의 출하대수는 128만대로 처음으로 100만대를 돌파한 바 있다.

그후 '89년 159만대, '90년 186만대로 순조로운 성장을 보였지만 '91년에는 152만대, '92년에는 113만대로 2년연속 마이너스가 되었는데 작년은 1~5월의 5개월 동안 계속 전년동월실적을 상회했으며 그후에도 7, 10, 12월이 전년동월실적을 상회하여 연간으로는 3% 정도이지만 전년 실적을 상회하게 된 것이다.

카메라일체형 VTR의 최대 니드는 어린이의 성장기록인데 이 시장이 전체의 60~70%를 차지하고 있다. 그 다음으로 많은 것이 여행수요로 '91, '92년의 침체는 소니의 TR55를 계기로 급속히 확대되었던 여행수요가 일단락되었기 때문으로 새로운 용도제안이 요구되고 있다.

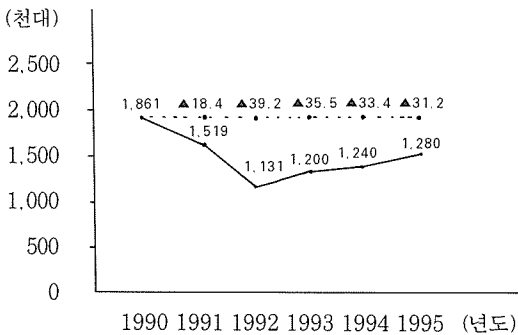
그러나 이런 새로운 용도제안의 흐름은 작년 부터 본격화되어 금년은 큰 흐름이 될 것으로 보이는데 이 새로운 용도제안의 하나가 샤프의

액정뷰컴이었다. 구입자는 이제까지의 카메라 일체형 VTR과는 달리 연령층도 50세 이상이 전체의 35% 이상을 차지하는 등 높았으며 여성층 등도 많았다. 사용빈도도 많아진 것이 큰 특징이다.

작년 가을 마쓰시다 전기산업이 발매한 녹화 전용으로 8만엔대인 패들도 주부층을 과감하게 노린 상품이며 히다치제작소의 10만엔 이하의 8밀리 비디오인 [8밀리 폰파], 후지사진 필름의 심플 하이8 등이 모두 새로운 용도개발을 도모하여 호평을 받고 있다.

카메라일체형 VTR은 일본빅터가 제안한 세계최초의 색추적기능과 오토팬닝기능 등을 채용한 고급기종인 G-SZ3, 마쓰시다전기산업의 고화질 손진동방지를 채용한 NV-58, 나아가 소니의 대히트모델인 TR3으로 대표되는 TR 시리즈 등이 주요 시장을 형성하고 있는 것은 확실하다.

카메라일체형 국내 수요 추이와 피크시의 비교



점선부분은 '90년도의 수요 피크
점선 상단의 ▲수치는 피크시의 비중(%)

그러나 이 주요시장을 더욱 확대시키고자 하는 것이 작년부터 금년에 걸쳐 속속 투입된 일련의 새로운 컨셉트 상품인데 소니가 금년 2월부터 발매를 시작한 하이8 8밀리 비디오인 핸디캠 커믹스는 3형 액정모니터 부착으로 샤프

의 액정뷰컴과 컨셉트가 다르다. 누구나 스틸 카메라의 감각으로 촬영할 수 있는 비디오 카메라를 목표로 하고 있는 것이다.

동사의 퍼스널 비디오 사업 본부장은 핸디캠 커믹스는 한손으로 간단히 촬영할 수 있는 것을 최대 특징으로 하고 있는데 샤프의 액정뷰컴은 새로운 시장을 만드는데 큰 공헌을 하였다고 생각하고 있어 TR시리즈와는 다른 유저를 확대 시켰지만 커믹스는 콤팩트 카메라 감각의 비디오 카메라로써 새로운 시장의 확대를 목표로 하고 있으며 각사가 시장 확대에 각자 노력하면 카메라일체형 VTR 시장은 아직 확대 될 수 있을 것이라고 생각한다고 말하고 있다.

각사가 각각 보유하고 있는 기술을 구사하여 유저니드를 확대시키는 노력을 계속해야 되는 것이 3년만에 회복된 카메라일체형 VTR을 현실적으로 만드는 것이고 300만대 시장도 실현할 수 있을 것으로 보인다.

4. 비디오테이프의 시장 동향

비디오테이프의 일본 국내시장은 권수베이스에서 전년과 같은 실적을 유지하고 있지만 가격의 난도가 격렬하여 금액 베이스에서는 2자리수의 하락으로 추이되고 있다.

수요전체로서는 연속극 붐과 J리그를 비롯한 스포츠열의 고조, 더 나아가 BS튜너의 보급에 의해 녹화대상 프로그램이 늘어난 것 등이 좋은 영향을 주고 있어 경기침체 속에서도 견고한 움직임을 보이고 있다. 텔레비디오의 성장에 의해 VTR데크의 일본국내 수요가 오랜만에 플러스로 전환된 점과 G코드를 비롯한 간단녹화기능의 보급 등 하드웨어 측의 움직임도 효과를 나타내고 있다.

그런데 팩전용품을 중심으로 한 가격의 난조가 심각하다. 예년에 7~8%에서 억제되었던 실제 판매가격의 연간 하락률이 작년은 일부상품에서 20%에 달하였으며 금년에 들어서도 하락경향이 계속되고 있다. <80page에 계속>

지역별로는 연안성에 위치한 기업들이 100대 기업의 60%를 차지함에 따라 지역편중현상이 심화되고 있는 것으로 나타났다. 특히 광동성과 강소성에 소재한 기업도 40개에 달했다.

10. 아·태지역 고도성장 지속

올해 아시아·태평양지역 주요 국가의 경제성장률은 평균 4.1%를 기록할 것으로 예상된다고 태평양경제협력회(PECC)가 연례 경제보고서에서 밝혔다.

이같은 전망은 지난해 이 지역의 평균경제성장률 3.8%보다 높은 것으로 미국의 경기회복과 일본경제의 침체탈출이 경제성장을 가속화시키는 요인이 될 것으로 지적됐다. 이 보고서는 경제성장 추세가 내년에도 이어져 '95년중 물가상승률을 감안한 아·태지역의 평균 경제성장률은 4.1%를 기록할 것으로 전망했다.

PECC의 로렌스 클라우스연구원은 지난해 아·태지역 주요 18개국은 89년이후 가장 높은 경제성장률은 5.8%에 달한다고 밝혔다.

클라우스연구원은 경제성장에도 불구하고, 80년대 후반과 같은 물가불안이 나타나지 않았다면서 이같은 안정성장세는 내년까지 지속, '94년과 '95년은 아·태지역에 있어 평화와 번영의 시기가 될 것이라고 전망했다.

또 아·태지역 각국의 경제성장은 교역확대로 연결 지난해 이 지역의 총교역에서 역내교역이 차지하는 비중은 70%를 기록했다고 클라우스연구원은 전했다.

<75page에 이어서>

이때문에 판매점의 이익은 감소되고 있고 메이커의 채산도 악화되고 있다.

더욱 문제가 되고 있는 것이 유저의 가격에 대한 불신감이다. 점포에서는 60%이하, 70%이하라는 표시도 쉽게 볼 수 있어 표준가격에 대한 소비자의 신뢰가 현저하게 낮아지고 있

다. 이러한 상황에 대응하여 최근 스미토코(주우) 3M은 실제가격에 가까운 가격을 설정한 신제품을 발매함과 동시에 현행품의 가격을 4월 30일부로 오픈화하기로 결정하였다. 또한 소니도 4월 10일에 발매하는 V시리즈의 가격을 종래품에 비해 20~30% 인하했다.

PECC 보고서에 따르면 올해와 내년 아·태지역의 경제성장은 중국경제의 고도성장에서 상당한 도움을 얻을 것으로 보인다. 지난 2년간 평균 25%에 달했던 중국의 수입증가율은 올해도 20%대를 기록할 것으로 예상되며 올해와 내년 중국의 경제성장률은 지난해의 13.4%보다는 낮지만 10%와 8.5%를 각각 기록 역내 다른 국가들의 수출증가 및 경제성장에 크게 기여할 것으로 분석됐다.

이밖에 말레이시아와 태국은 올해 8.1%의 비교적 높은 경제성장률을 달성할 것으로 보이며 한국과 싱가포르의 성장률도 각각 7.6%, 7.0%로 전망됐다.

또 미국은 지난해의 3.0%보다 높은 3.6%의 경제성장률을 기록할 것으로 보이며 일본과 멕시코의 성장률은 각각 1%, 2.6%로 조사됐다.

11. AFTA 전면수정 협의

동남아국가연합(ASEAN) 6개국은 다음달 22일부터 말레이시아에서 비공식 ASEAN경제장관회의를 개최 동남아 자유무역지역(AFTA)내용을 전면수정하는 협의에 들어갈 전망이라고 일경산업신문이 싱가포르발로 보도했다. 태국의 스파차이 부수상은 이번회의에서 수정된 역내 자유화구상안을 밝힐 계획인데 그 내용은 자유화 실시기간을 현행 15년에서 10년으로 앞당기는 외에, 제외품목을 최소한으로 하고, 최종적인 역내 관세인하 목표를 제로로 설정하며, 신규회원국 자격을 마련하고, 환경·인권과 무역문제에 대해선 ASEAN측 행동을 통일하자는 것 등으로 돼 있다.

다. 이러한 상황에 대응하여 최근 스미토코(주우) 3M은 실제가격에 가까운 가격을 설정한 신제품을 발매함과 동시에 현행품의 가격을 4월 30일부로 오픈화하기로 결정하였다. 또한 소니도 4월 10일에 발매하는 V시리즈의 가격을 종래품에 비해 20~30% 인하했다.