

유럽의 가전·AV 시장 동향

유럽의 가전·AV시장은 R&D가 생명이라고도 할 수 있는 가전업계에서 어셈블과 판매만으로는 명문의 이미지를 실추시키게 된다는 것으로, 경영권을 쥐고 있는 유럽가전의 왕자인 네덜란드 필립스의 원조가 있어도 R&D가 이루어지지 않으면, 독자성을 가질 수 없는 것이다. 한편, 필립스는 프랑스의 톰슨과 함께 유럽규격의 고품위 TV인 HDTV의 연구개발에 2억달러를 투자하였으나, EC위원회의 「디지털화」로의 전환방침에 따라 연구개발이 중단될 상황에 직면해 있다. 필립스의 또 하나의 두통거리는 DCC의 판매부진으로 '93년 DCC 매출은 15만대로 목표의 1/5에 그쳤는데, 이에 필립스는 '94년부터 차량탑재용 DCC플레이어를 유럽시장에 투입함과 동시에 미국시장에도 확장해 카오디오의 표준장비기기가 될 수 있도록 자동차 메이커와 교섭해 나간다고 하는 전략을 세워두고 있다.

이러한 움직임과 관련하여 독일 마쓰시다 전기의 근본은수 사장은 오디오 시장을 이제부터 이끌어가기 위해 장기적인 시야에서 DCC의 수요를 확보해 나가겠다는 장기전략론을 밝히고 경기정체와 수요 후퇴는 '94년에도 계속될 것으로 보이기 때문에 소비자의 가격지향에 맞춰 상품을 배치함으로써 '93년의 실적을 더욱 신장시킬 계획이다.

한편, '93년부터 영국의 카디페에서 생산을 시작한 「GAOO」를 주력으로 한 대형 칼라TV의 고급기 지향도 강화되고 있는데, 엔고로 인해 파라스닉은 '93년말 코드리스 전화기의 가격을 인상해 900MHZ 제품을 중심으로 전

상품 모두 2자리 성장이 가능한 판매전략을 세우고 있다.

MD의 소니도 장기전략론을 취하고 있는데 일본에서 '93년 11월부터 양산을 개시한 MD 포터블 「MZ-R2」를 '94년부터 유럽에 투입해 공세를 가할 생각임을 밝히고 '93년 베를린의 국제 오디오 비디오전(베를린 쇼)에서 발표한 액정 모니터 부착 캠코더의 「핸디캠 CCD-SC5」를 일본에 앞서 유럽시장에서 '94년 1월부터 발매키로 하였다.

또한 동사는 영국 웨일즈의 펜코더에서 건설한 제2TV공장의 생산 UP으로 유럽수출을 더욱 높일 계획이다.

히다치 가전은 TV 돌비 사운드 프로로직 사운드를 전면내 내세우고 있는데, 동시스템은 전후좌우 4개소의 스피커 중 앞면과 좌우의 스피커로 부터는 영어와 중국어가 나뉘어져 나오고, 화면에서 달리는 열차 등의 이동 소리가 생생한 현장감을 극대화 한 것. 동 상품은 히다치와 독일 노르망디만의 「독점상품」인데, '93년말에는 재고가 바닥날 정도. 히다치 가전은 주요도시의 40개 판매점에 영업맨을 파견해 엔드유저용의 PR전략을 전개해 나갈 계획이다.

칼라 일체형 VTR은 유럽시장에서 전반적으로 최악의 상황인데, 고화질기인 하이8의 「UM-H38」은 독일 전문지 「비디오·액티브」의 조사에서 베스트셀러가 되어 '93년에 대수로 100% 증가를 기록하였고, '94년도에도 톱을 목표로 하고 있는데, VTR의 「쇼부」(G코트) 기능부착도 '93년의 순조로운 판매를 가

속화 시킨 주요 요인으로써 꼽을 수 있다.

액정 모니터 부착 「뷰컴」으로 칼라일체형 VTR시장에서 유일하게 쉐어를 확대해 의기충만해 있는 샤프는 「94년은 뷰컴을 중심으로 이노베티브한 상품제공을 염두에 두고 이미지 개선을 도모하며, 또 4헤드의 쇼부 기능부착 VTR과 대형칼라TV의 고급기종에 중점을 둘 계획이다.

미쓰비시 전기는 업무용 세큐리티 시스템 등의 기종선택을 행하면서 종래의 「양」의 전략에서 「질」의 전략으로 궤도 전환을 고려하고 있다.

VTR의 하이파이 기능을 높이고, 교체, 증설 수요에 중점을 두어 쉐어를 넓혀나갈 계획이다.

유럽시장에서 칼라TV와 VTR을 주력으로 하는 도시에는 고품위 TV와 HDTV에의 포석을 강화하기 위해 HDTV용 방송용 디지털·하이비전 VTR의 공동개발을 독일 브로드 캐스트·TV시스템사(BTS)와 '94년부터 행하여 1.2G비트/초 D2카세트 탑재 등 양사의 디지털 HDTV기술을 통합해 영상전송기술의 실용화를 촉진시킬 계획이다.

유럽의 HDTV 잠정규격인 D2마크는 가로 길이가 시네마 사이즈라고 하지만, 디지털이 아니기 때문에 영국 등의 반대로 EC위원회에서 개발을 중지키로 결정함으로써, 2,000년의 디지털 시대를 목표로 EC규격에 맞는 R&D를 추진하고 있는 등 일렉트로닉스 기술에서 일·미에 뒤져 있는 유럽으로서는 TV에서 만큼은 질 수 없다고 의지가 대단하다.

PAL의 개선판인 「PAL 플러스」가 주목받고 있는데, '93년의 베를린쇼에서 독일 국영 제2 TV인 ZDF, 영국 BBC 등 TV국 7개사와 메이커가 연구개발촉진 운영위원회를 결성하고, 메이커에는 그룬디히, 필립스, 톰슨, 노키아 외에 소니가 일본 메이커로 최초로 참가하였으며, RAL플러스에 대항하는 방식인 북유럽판 「HD 디바인」방식에 북유럽 3국의 통신사업자, 방송국, 노키아가 개발에 참여하고 있다.

양 방식은 '95년에 모두 상품화할 계획이다.

독일 전자전기 공업중앙회(ZVEI) 등에 의하면, 유럽제국의 AV수요 침체의 상황은 심각하여 '93년 상반기에 스페인은 금액으로 전년 대비 20%, 네덜란드는 8%, 영국도 약 1% 감소를 보였고, EC총액의 1/3을 점하고 있는 독일은 10% 감소하였다. 기기별로 보면, 카메라 일체형 VTR이 급격히 하락해 매상이 60%나 감소한 메이커도 있는데 독일에서 '93년의 판매대수 추정치가 100만대에도 미치지 못하였다.

한편, 샤프와 히다치가전은 어려운 가운데에서도 분투한 결과 하이파이에서 5% 감소에 그칠 전망이다.

하이파이에서 미년에 강한 아이와는 '94년부터는 기기의 부가기능을 높이고, CD그래픽에도 진출할 계획인데, JVC의 하이파이 「UX」 시리즈는 2년전 발표 이래 10만대를 넘는 호조를 보이고 있다. 파이오니아는 고급기종을 강화하고, RDS(라디오 데이터 시스템)기능을 강화하는 한편, 디자인 개선으로 미니시스템 시장에서 쉐어 UP을 도모할 계획이다.