

世界 家電機器의 中長期 展望

- EIAJ 最終報告書 要約 -

本稿는 世界 家庭用 電子機器 市場의 中·長期 展望을 조사하기 위하여 日本 電子機械工業會가, 中·長期비전合同委員會를 설치해서 81, 82년에 걸쳐 장기간 調査 研究를 실시 그 결과를 「家庭用 電子機器의 中·長期 展望」 최종 報告書로 발표한 것을 入手, 要約한 것이다.

1. 調査 배경과 目的

本調査는 세계를 무대로 해서 제품 開發, 生産, 販賣의 각 분야에 걸쳐서 적극적인 활동을 계속하고 있는 日本의 家電産業이 앞으로도 국제적인 위치를 지키며 건전한 발전을 계속해 가기 위한 對應戰略을 고려한 基盤 위에서, 중요시되고 있는 다음의 문제를 分析· 전망하기 위한 目的으로 행한 것이다.

- (1) 日本 및 해외의 家電機器 總需要
- (2) 日本 및 海外의 新製品 개발의 可能性
- (3) 日本과 해외의 주요 지역별로 본 市場 조건과 成長 商品

(4) 家電機器의 需要 구조 변화와 日本 家電産業과의 관계

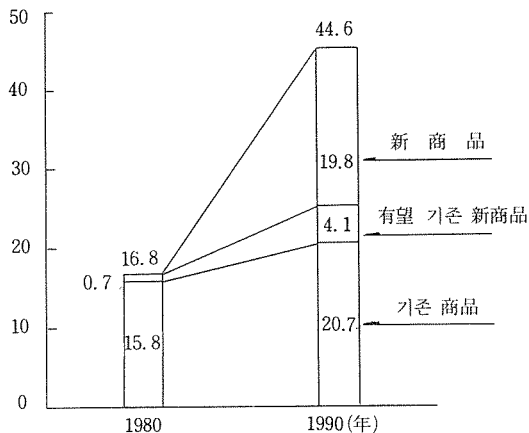
(5) 日本 家電産業의 戰略 전개에 관한 課題의 검토

위와 같은 목적으로, 기존 상품·기존 유망 상품·新商品의 3개 부문에 걸쳐 90년까지의 需要 예측을 실시한 것이며, 需要·供給의 내외 환경에 대해서도 전망을 하고 業界와 政府에의 提言을 다루고 있다. 本調査는 調査機關으로 定評있는 NRI(野村研究所)의 協력이 컸었다.

2. 需要 予測 結果의 概要, 需要 推計· 予測 Process

本調査에 있어서 家電機器의 需要性 평가는 기존 상품(TV, 라디오, Stereo), 有望 기존 상품(VTR, Video Disc, Video Camera, CD Player) 그리고 新商品에 걸쳐 실시되었다. 이러한 예측의 기본적인 배려는 各國의 保有 수준을 우선 예측한 후 그것을 토대로 需要에 결부시키는 방법을 취하였다.

80년부터 90년까지 기존 상품의 需要 성장률은, 가격을 일정하게 한 경우 약 3%선 미만에서 머물며, 여기에 有望 기존 新商品을 포함해서도 약 4%강에 불과하다. 그러나 新商品의 需要를 더한 경우 90년의 家電機器 需要는 총액 약43兆円에 달하고, 80년부터 年率 약 10%의 성장 가능성을 갖고 있다. (圖1 참조)



資料: NRI

圖1. 世界 家電機器의 需要 展望

이 家電機器의 성장률은 80년부터 90 까지의 세계 消費 支出의 伸張 8%를 상회하는 것이다.

여기서 지역별 需要·세계 需要 推計·예측의 Base로 하기 위해 추출한 Case 國은 表1의 32 개국(대상 약 170개국)으로 행하였다. 이 작업 에서는, 保有率, 보유대수의 推計에 世帶 수 및 世帶 數當의 소비 지출을 이용하고 있으나, 表 1에 80年, 85年, 90年의 이러한 値를 나타 냈다.

市場 推計·예측에 있어서는, 우선 각 機器의 보유율을 推計하고, 假定된 壽命을 이용해서 需 要를 산출하였으나, 이 수명은 과거의 需要 수

준, 보유 수준을 비추어 보아서 國家間에서 조 정을 행한 경우도 있다.

3. 既存 商品의 需要 推計·予測

세계적으로 90年까지의 성장이 기대되는 것 은, 컬러TV, Radio Cassette, Stereo 등이 다. 80년부터의 성장률에서 본 컬러 TV는 4.4 %, Radio Cassette 3.5%, Stereo 3.4%의 성장이 기대된다.

한편 表 2에 90年의 각 機器의 需要를 나타내 고, 表 3에서 80년부터의 절대적인 수량 증가

表 1. 個別 需要 推計·予測 對象國의 經濟社會 指標

區分 國 名	消費 支出(10億弗)			世 帶 數(1000世帶)			世帶當消費支出 (1979 1000弗)		
	1980	1985	1990	1980	1985	1990	1980	1985	1990
日 本	612.10	726.76	870.38	35,388	38,018	39,185	17.30	19.12	22.21
韓 國	33.03	38.92	46.61	7,825	8,803	9,627	4.22	4.42	4.84
臺 灣	17.23	21.16	26.44	4,130	4,559	4,840	4.17	4.64	5.46
香 港	13.88	17.40	21.62	1,005	1,076	1,144	13.81	16.16	18.89
필 리 핀	20.00	23.56	28.44	8,348	9,730	11,213	2.40	2.42	2.54
태 국	18.48	22.47	27.53	8,213	9,593	11,082	2.25	2.34	2.48
말레이시아	10.60	13.24	17.06	2,583	2,966	3,369	4.11	4.47	5.07
싱 가 폴	6.54	8.48	10.68	510	590	633	12.82	14.36	16.86
인도네시아	38.70	46.78	56.61	25,820	29,255	32,774	1.50	1.60	1.73
사우디아라비아	18.82	24.33	29.26	1,327	1,544	1,794	14.18	15.75	16.31
쿠웨이트	3.90	3.39	3.34	212	268	329	18.38	12.65	10.15
美 國	1,485.42	1,588.90	1,791.95	79,090	83,616	87,497	18.78	19.00	20.48
캐 나 다	132.17	141.47	157.59	7,936	9,277	9,923	16.65	15.25	15.88
멕 시 코	73.23	91.06	114.44	14,644	17,331	20,425	5.00	5.25	5.60
브 라 질	164.48	191.95	238.97	23,467	26,938	30,776	7.01	7.13	7.76
아르헨티나	38.83	41.88	48.18	6,014	6,373	6,790	6.46	6.57	7.10
베네주엘라	24.80	30.71	38.42	2,784	3,216	3,685	8.91	9.55	10.43
칠 레	14.61	17.96	22.10	2,225	2,436	2,649	6.57	7.37	8.34
호 주	83.19	93.17	105.04	4,736	5,158	5,567	17.56	18.06	18.87
西 獨	400.00	409.44	466.30	21,936	22,231	22,702	18.23	18.42	20.54
이탈리아	194.46	207.02	238.08	17,322	17,687	18,047	11.23	11.70	13.19
英 國	210.56	210.15	222.11	21,576	22,007	22,504	9.76	9.55	9.87
프 랑 스	334.45	370.02	434.83	19,247	19,928	20,544	17.38	18.57	21.17
스페인 / 포르투갈	130.34	146.16	181.19	13,561	14,177	14,826	9.61	10.31	12.22
화란 / 벨기에	155.87	164.33	193.93	8,458	8,835	9,082	18.43	18.60	21.35
스웨덴 / 노르웨이 / 핀란드	99.82	104.38	117.11	6,141	6,262	6,378	16.25	16.67	18.36
스위스 / 오스트리아	95.45	101.58	116.63	4,810	4,899	4,994	19.84	20.73	23.35
토 고	41.92	51.13	63.90	8,269	9,423	10,692	5.07	5.43	5.98
나이지리아	37.15	45.09	50.14	12,803	14,885	17,371	2.90	3.03	2.89
이집트	13.49	16.48	20.01	7,624	8,537	9,523	1.77	1.93	2.10
리비아	7.37	7.30	7.89	537	628	730	13.73	11.62	10.81
남아메리카	29.02	32.55	37.02	8,379	9,678	11,125	3.46	3.36	3.33

資料 : NRI

분을 볼 경우, 컬러TV에서 2,230만대, Radio Cassette에서 2,060만대, Stereo에서 780만대에 예측된다.

지역별의 商品別 성장률을 表 4에 나타냈다. 多數 商品에 걸쳐서 폭넓게 높은 성장이 기대되는 것은 아시아, 中南美 등의 開發途上國이다.

선진국에서의 성장률은 일부 例外를 제외하고 전반적으로 낮다.

이러한 기존 商品은, 70年代에서처럼 높은 需要의 伸張을 보이지 않는 것의, 表 5에 보인 분야에서 附加價値 상승이 기대된다.

表 2. 需要 推計 · 予測 (1990年)

(單位: 千臺)

		既 存 製 品 群												
		TV計			VTR	Tuner計			Tape計			Stereo計		
		컬러	黑白	라디오		라디오 카세트	Tape Recorder	Stereo 세트	Compo Stereo					
日 本		8,008	7,618	390	4,800	11,575	5,425	6,150	2,600	8,750	3,409	1,580	1,829	
北 美		20,179	16,228	3,951	7,846	39,096	28,139	10,957	10,002	20,959	8,354	4,487	3,867	
	美 國	18,659	14,988	3,668	7,077	34,131	24,131	10,000	9,467	19,467	7,568	4,046	3,522	
	캐 나 다	1,523	1,240	283	769	4,965	4,008	957	535	1,492	786	441	345	
西 歐		17,708	15,117	2,591	8,186	37,319	22,428	14,891	3,303	18,194	9,197	4,107	5,090	
	獨 逸	3,167	3,167	450	1,946	8,641	4,661	3,980	641	4,621	2,279	1,062	1,217	
	英 國	3,145	2,643	502	2,037	5,921	3,717	2,204	406	2,610	1,550	600	950	
	프 랑 스	3,143	2,573	570	1,320	6,686	4,632	2,054	987	3,041	1,664	620	1,044	
	기 타	7,803	6,734	1,069	2,883	16,071	9,418	6,653	1,269	7,922	3,704	1,825	1,879	
아 시 아 · 호 주		7,385	4,264	3,121	2,008	20,296	10,261	10,035	1,390	11,425	1,621	783	838	
	호 주	884	787	97	610	2,311	1,658	653	120	773	435	221	214	
	기 타	6,501	3,477	3,024	1,398	17,985	8,603	9,382	1,270	10,652	1,186	562	624	
中 南 美		10,292	6,661	3,631	1,261	13,276	9,088	4,188	735	4,923	2,210	1,363	847	
	브 라 질	3,805	2,650	1,155	450	5,605	3,931	1,674	194	1,868	699	371	328	
	멕시코	2,587	1,097	1,490	274	1,581	1,266	315	152	467	613	418	195	
	기 타	3,900	2,914	986	537	6,090	3,891	2,199	389	2,588	898	574	324	
中 東		6,024	4,350	1,674	1,505	22,992	8,760	14,232	1,560	15,792	443	88	355	
아 프 리 카		3,660	1,564	2,096	826	8,081	4,253	3,828	684	4,512	1,126	690	436	
自 由 經 濟 圏		73,256	55,802	17,454	26,382	635	88,354	64,281	20,274	84,555	26,360	13,098	13,262	
소련 · 東歐 · 共産圏		17,760	7,860	9,900	1,350	45,423	38,995	6,428	2,027	8,455	1,318	655	663	
	中 共	6,820	730	6,090	150	/	/	/	/	/	/	/	/	
	기 타	10,940	7,130	3,810	1,200	/	/	/	/	/	/	/	/	
世 界 計		91,016	63,662	27,354	27,782	198,058	127,349	70,709	22,301	93,010	27,678	13,753	13,925	

資料: NRI

表 3. 主要 家電機器의 80~90年の 需要 규모의 확대

(單位: 千台)

	TV			1/2"VTR	라디오	라 디 오 카 세 트	Tape Recorder	Stereo		
	合 計	컬 러	黑 白					合 計	Stereo 세트	Compo Stereo
日 本	714	791	-77	3,452	1,725	878	160	1,254	980	274
北 美	1,711	4,436	-2,725	6,998	-811	5,507	-3,078	1,344	-443	1,787
西 歐	297	4,039	-3,742	6,939	-5,743	4,815	-1,548	3,041	1,284	1,757
아시아/호주	2,392	2,098	294	1,759	17	1,755	-658	728	308	420
中南美	3,020	3,198	-178	1,128	-1,605	1,831	-422	602	79	523
中 東	2,001	2,337	-336	1,230	384	1,740	30	65	60	5
아프리카	1,515	858	657	722	768	2,233	204	430	296	134
共産圏	3,246	4,586	-1,340	1,298	-2,197	1,876	-532	373	128	245
世界計	14,896	22,343	-7,447	23,526	-7,462	20,635	-5,844	7,837	2,692	5,145

資料: NRI

表 4. 製品別 地域別の 成長率 比較(1990 / 80)

	컬러 TV	黑白 TV	라디오	라디오 카세트	테이프 레코더	스테레오 세트	컴 포 스테레오
日 本	1.1	-1.8	3.9	1.6	0.6	10.2	1.6
北 美	3.2	-5.1	-0.3	7.2	-2.6	-0.9	6.4
西 歐	3.2	8.5	-2.3	4.0	-3.8	3.8	4.3
아시아 / 호주	7.0	-1.0	0.0	1.9	-3.8	5.1	7.2
中 南 美	6.8	-0.5	-1.6	5.9	-4.4	0.6	10.1
中 東	8.0	-1.8	0.4	1.3	0.2	12.1	0.1
아 프 리 카	9.3	3.8	2.0	9.1	3.6	5.8	3.7
共 産 圏	8.2	-1.3	-0.5	3.5	-2.3	2.2	4.7
世 界 計	4.4	-2.4	-0.6	3.5	-2.3	2.2	4.7

表 5. 既存 商品의 高附加價値化

	從來開發機能의 보급	비교적 새로운機能의 보급
컬러 TV	大型化	高精細度 TV
黑白 TV	Remote Control Stereo化	多機能 Digital TV Perscom TV 文字多重 TV Captain 對應 TV 雙方向 畫像 傳送用 TV 衛星放送用 TV System TV Digital 放送用 TV AV 結合 機能
라디오	Hi-Fi 化 電子同調 Memory 選局	新方式 放送 受信 機能
Radio Cassette Tape Recorder	Stereo 化 大出力 Multi Speaker Radio Cassette 電子同調 Memory 選局	가라오케 機能 可變速 再生 Digital Audio의 導入
Stereo	Remote Control	CD 對應 機能 PCM Tape Deck PCM 放送 對應 Microcassette의 導入 Full Digital Audio System Wireless System AV 結合 機能

資料 : NRI

註 : Perscom : Personal Computer, AV : Audio Video
CD : Compact Disc

4. 有望 既存 商品 需要 推計 · 予測

本調査에서는 有望 기존 商品으로 금후 크나 큰 需要 확대가 기대되고 있는 VTR, Video

Disc, Video Camera(8mm Video 一體型을 포함), CD Player를 다루었다.

有望 기존 상품의 90년에 대한 需要 규모는 表 6 처럼 예측되고 있다. 이러한 商品 중에서도 VTR은, 90년에는 2,500 만대를 넘어 70年代 中半의 컬러TV와 같은 需要 수준까지 성장할 것으로 예상된다. 한편 Video Disc, Video Camera, CD Player는 잠재적인 需要性이 높지만, 90년까지에는 기술적 환경, 市場的 환경 요인으로 하여 잠재적으로 지니고 있는 제품 展開의 일부 영역에서 效用을 활용하는 정도로 되어 비교적 低位에 머물게 된다.

VTR을 포함해서 Video Disc, Video Camera, CD Player 등의 유망 기존 新商品으로 기대되는 제품 전개로서는 表 7 의 사항이 있다. 이들 제품 전개의 대부분은 기존 機器의 輕薄 短小化되고 있다. 그 외에 있어서는 다른 機器와 의 시스템化가 행해지고 있다. 즉 Audio·V-

表 6. 90年度 有望 기존 新商品 需要 수준

(單位 : 千臺)

	V T R	Video Disc	Video Camera	CD Player
日 本	4,800	2,027	572	1,405
北 美	7,846	3,964	1,159	2,145
西 歐	8,186	2,526	1,645	1,415
아시아 / 호주	2,008	405	223	305
中 南 美	1,261	696	245	253
中 東	1,505	77	47	123
아프리카	826	150	112	212
共 産 圏	1,350	197	80	59
合 計	27,782	10,042	4,083	5,919

資料 : NRI

ideo와의 이른바 A-V 결합이 主體가 되고 있는데, 금후는 여기에 덧붙여 Personal Computer, 가정용 事務機器 등 情報處理機器와의 결합에 의한 新商品으로의 전개도 기대된다.

表 7. 有望 기존 新商品에 기대되는 제품 展開

製品名	製品 展開
VTR Video Disc	小型化 8mm 記錄, 記錄交換機能 可搬性 低價格化 Audio와의 結合
Video Camera (8mm 一體型을 포함)	小型化 輕量化에 의한 可搬性 低價格化
CD Player	記錄, 記錄交換機能 可搬性 低價格化 Video와의 結合

資料: NRI

5. 新商品의 抽出 · 需要性 評價

여기서는 家電 분야에서 이용되는 情報를 취급하는 機器에 대해서 新商品의 抽出 및 市場性 평가를 실시하였다. 각종 방법에 의해 공급되는 情報를 受信하는 機器에는 情報의 처리, 기록, 표시를 행하는 기기가 포함되어 있다. 表 8에 抽出된 新商品을 家庭內 端末 분야, 娛樂 시스템 분야, 家庭內 通信(In House Communication) 시스템 분야, 家庭內 事務學習機器 분야, Hi-Fi Video 機器 분야, Pocketable 機器 분야 등의 90년에 대한 市場을 나타냈다.

이러한 商品 전체의 市場은 소비자 端末 가격 평가로 약 20兆円에 달하여 80년에 있어서의 世界의 家庭用 電子機器의 需要 규모를 넘는 새로운 市場의 출현이 기대된다.

表 9에 이러한 新商品의 市場性이 확실하기

表 8. 新商品 Image 分野別 新商品 年間 潛在需要 규모(90年)

(單位: 億円)

商品別 Image 分野	日 本	美 國	캐 나 다	西 獨	英 國	프 랑 스	合 計
家庭內 情報端末	2,100	8,057	934	1,124	1,116	1,027	14,359
娛樂 시스템	8,853	34,408	3,989	5,587	5,546	5,104	63,486
家庭用 通信	1,494	10,255	1,189	1,298	1,289	1,184	16,711
家庭內 事務學習機器	5,974	16,691	1,935	2,555	2,536	2,334	32,024
Hi-Fi Video 機器	3,881	12,177	1,412	1,616	1,604	1,476	22,166
Pocketable 機器	1,999	6,565	761	1,069	1,061	976	12,431
總 合 計	24,301	88,153	10,219	13,249	13,151	12,104	161,177 (註 1, 2)

資料: NRI

註 1: 新商品 Image 분야의 需要 規模 比較를 하기 위하여, 複數 분야에 대해서 중복하여 포함된 新商品에 대해서는 각각의 분야에 計上되어 있으며, 合計에 중복 計算이 있으나 그 規模는 2兆円 정도.

註 2: 世界 전체의 需要 規模는 약 20兆円.

表 9. 家電機器의 成長 潛在性을 지원하는 80年代 中 · 後半의 技術 課題와 環境 변화

技術 課題	環 境 變 化
Flat Display 音聲認識 · 合成 半導體 Laser 固體 攝像素子	放送衛星, CATV의 보급 情報 Network의 進展 Perscom의 보급 文字多重放送, Captain Service의 보급
高密度 Micro Floppy Disc 記錄 가능한 Disc 材料 Dispasable Disc 材料	高品位 TV放送의 보급

資料: NRI

위한 關鍵이 되는 중요한 技術 및 관련 市場 환경 요인을 정리하였다.

6. 日本 家電産業의 環境 評價

세계 家電機器의 供給基地로서 日本은, 그 공급 가능성의 문제를 떠나서, 공급 市場의 運轉을 결정짓는 세계 需要는 90년까지 보았을 때, 기존 商品에 있어서도 年率 4% 정도의 양적인 확대를 기대할 수 있으며 아울러 高附加價値

表10. 新商品の Idea

新商品 분야	新商品の Idea
家庭内 情報端末 Home Banking, Shopping 端末 및 각종 予約·發券 등을 행하는 端末도 포함 娛樂 시스템	電卓 타입 情報端末, 電話 타입 情報端末, TV 타입 情報端末, Perscom(WP) 타입 情報 UEF (Universal Electronic File) 筆記 Memo傳送 端末, 家庭内 情報傳送裝置
家庭内 通信 시스템 (In House Communication System)	Intelligent Home System, 휴대용 Home Control 端末, Electronic Answering Machine, 家庭内情報 傳送 機器
家庭内 事務·學習機器	家庭計算지원 시스템, Program 自動作成器, Program 言語變換器, Drumless Copier, Pencil Copier, UEF (Universal Electronic File), 電子黑板, 音聲入力 Typewriter, 發音聽取裝置, 教育·취미용 CD, 小型 CAI 端末, 幼兒用 保育機, Keyboardless Perscom, 音聲入力可能翻譯機
Hi-Fi Video 機器	高品位TV, 高品位 畫像用 Video Disc, 高品位 畫像用 VTR, Animation 作成機, VTR 編輯裝置, 立體 TV, One Cut式Video Camera, 電子Canvas, Simulator
Pocketable 機器	IPE (Intelligent Pocketable Equipment), 電子新聞 Leader, Pocket 無線機, Pocketable TV, 휴대용 多目的 計測機器, 휴대용 警報器, 音聲入出力 可能 翻譯機

化의 가능성도 남게 된다.

제품별 지역별로 보아 컬러TV에 있어서 아
시아/濠洲, 中南美, 中東, 아프리카, 共產圈,
Radio Cassette에서는 北美, 中南美, 아프리
카, Compo Stereo에서는 北美, 아시아/호주,
中南美, 그리고 Stereo에 있어서는 日本, 中東
에서 높은 성장률이 기대되고 있다.

上記와 같은 觀點에서, 有望 기존 商品의 분
야에서도 VTR 같이 폭발적인 현상은 보이지
않지만 양적인 확대 폭은 크고, 90年 이후의
展開에 크나큰 기대가 남게 된다.

그리고 上記를 제외한 新商品에 대해서도 90
년에, 80年の 세계 家電機器 市場과 거의 같
은 규모의 市場 出現 가능성이 있다.

이처럼 家電産業은 컴퓨터, 通信, LSI, 記
憶, Display 등 폭넓은 電子技術의 보급에 따
라, 라디오, 黑白TV, Radio Cassette, Color
TV, Stereo, VTR 같이 차차 대형 商品의 출
현이 계속된 60年代, 70年代의 성장에는 미치
지 못하지만, 新商品의 개발 보급이 순조롭게
진행되면 80年代를 통하여 약 10%의 성장 가능
성을 갖고 있다.

이 성장 중에서, 컴퓨터, 通信 그리고 Soft-
ware, 尖端 素子와 관련되는 고도 技術 商品이

表11. 世界 電子産業의 構造

	需 要	生 産
(美國)		
家電機器	12.4 (32.5)	5.0 (13.1)
情報産業機器	56.8 (48.3)	70.9 (60.3)
計	69.2 (44.4)	75.9 (48.7)
(歐洲)		
家電機器	14.0 (36.6)	9.0 (23.6)
情報産業機器	32.3 (27.5)	28.0 (23.8)
計	46.3 (29.7)	37.0 (23.7)
(日本)		
家電機器	6.0 (15.7)	16.2 (42.4)
情報産業機器	15.4 (13.1)	17.8 (15.1)
計	21.4 (13.7)	34.0 (21.8)
(其他)		
家電機器	5.8 (15.2)	8.0 (20.9)
情報産業機器	13.1 (11.1)	0.9 (0.8)
計	18.9 (12.1)	8.9 (5.7)
(合計)		
家電機器	38.2 (100.0)	38.2 (100.0)
情報産業機器	117.6 (100.0)	117.6 (100.0)
計	155.8 (100.0)	155.8 (100.0)

資料 : NRI

註 : 共產圈은 제외

需要面에서 중요성을 높여 가는 것이 특색이다.
또한 家電産業의 中점인 Hardware Business
에 더하여 Software Business의 확대, 또한 관

런 支出로서의 回線 서어비스 등 서어비스料의 확대가 예상된다.

이러한 需要를 뒷받침하는 經濟 환경은 80年代 前半은 제 2차 Oil Shock 이후 3年 계속된 세계적 不況의 영향을 받아 低成長을 면치 못하였으나, 82年 後半부터 Energy Cost가 需給의 불균형, 需要側에서의 省Energy 對策의 효과도 있어서 장기적으로도 上昇 압력은 약하고, 동시에 先進諸國의 景氣 회복에 따라 80年代 후반에 걸쳐, 70年代 후반에 가까운 성장이 기대되고 있다. 이제 이 성장에는 金利, 開途國의 누적된 債務 문제 등 不確定의 요인도 있다.

한편, 通商 문제의 중심적 문제가 되고 있는 貿易 마찰과 이에 관련된 保護貿易의 동향은, 각국에서 産業 구조의 전환, 국제경쟁력의 향상이라는 해결에 시간이 걸리는 문제를 내포하고 있기 때문에 産業 협력 등에 의한 日本 입

장에서 적극적인 對應策이 필요하게 되었다.

日本의 電子産業은 歐洲, 美國과 비교했을 때 家電用 및 情報·産業用 電子機器의 양분야에서 純輸出國으로 활동을 하고 있는 유일한 지역이며 국가인 것이다. 특히 家電用에서의 생산 S-hare는 높고 自由經濟圈에서 총계 40% 정도에 달하는 것으로 추정된다.

이 高占有率은 당장 크게 후퇴할 것으로는 보이지 않는다. 그러나 日本이 비교적 弱勢인 Software 개발, 情報·通信시스템 관련 商品에서 적절한 대응을 취할 수 없는 경우, 금후 商品에 대하여 중요성을 증가시키는 만큼 供給 Share를 낮출 가능성도 있다. (表11)

家電産業에 초점을 맞추어 日本의 國際競争力을 보면, 기존 商品의 생산·판매면에서는 가격, 비가격의 양면에 걸쳐서 자유 경쟁하에서는 他를 압도하는 높은 경쟁력을 갖고 있다. (表12)

表 12. 日本 家電産業의 強·弱點

分 野	強 點	弱 點
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 확립된 高品質 이미지 • Buyer에 의지하지 않는 世界的 Network • 확립된 自主 Brand • 産業資本에 의한 販賣의 安定性 	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽系 메이커에 劣勢인 中東·아프리카 지역에서의 販賣力 • 日本 메이커간의 과당 경쟁 • 프랑스, 西獨, 이탈리아, 스페인 등에서의 販賣力
生産 技術 開發	<ul style="list-style-type: none"> • 高品質, 풍부, 조속한 納期の 部品 供給力 • 高度의 生産 技術 • LSI, Display, Optoelectronics 등 장래 技術에 대한 生産 技術力 • 빠른 Design Cycle을 가능케 하는 綜合 技術力 및 産業 構造 • 獨創性 있는 Design • 컬러TV, Hi-Fi, VTR, Stereo Cassette 등에서 확립한 生産 규모 	<ul style="list-style-type: none"> • 低品質의 部品를 잘 이용하는 技術, 體制의 취약 • 일반 라디오, 黑白TV에서의 작은 生産 규모 • Microprocessor 등에서의 獨創性 있는 基礎 技術 개발의 欠如 • Software, 材料 개발면에서의 技術 開發力
기 타	<ul style="list-style-type: none"> • 폭넓은 電氣 메이커로서의 환경 對應力 과 각종 효과 (日本의 家電用 産業 복합 체로서의 強點) • 良質, 풍부한 中間 勞動力, 일반 勞働者 • 新製品 개발, 新生産技術 개발의 驅動力 으로서 지니고 있는 日本 根性 • 안정된 資金 Cost와 長期的 投資를 허용 하는 환경 • 電子産業 분야에서 풍부한 産業資本家 	<ul style="list-style-type: none"> • 超長期的 觀點에서의 投資 행동의 취약 • 높은 間接費 • 높은 人件費 • 약한 政治力 • 약한 獨創性的의 企業 行動 • 短期的인 對應 能力 • 對日 貿易 赤字 문제로 인해 非關稅 장벽을 받기 쉽다. • 장래, 家庭用에서의 需要확대 효과가 기대되는 通信 Network 개발의 지연

資料 : NRI

한편 제품 개발의 능력면에서도 80年代의 家電産業 성장 Base인 것이다. LSI, Display, Optoelectronics, Robot 등의 기술에 대해서 많지 않게도 生産技術面에서 세계적으로 정상 지위에 있다. 이러한 가운데서도 제품, 기술 개발면에서 가일층의 노력이 필요하게 되는 것은 다음의 이유에서이다.

- New Medea에 관련한 제품, System 概念의 先取
- Micom의 System Soft와 일부 Application 등의 Software (Graphics, Pattern 認識)
- 素材·材料 개발, 機能化 및 그 設計 Software

7. 提言——日 家電産業의 발전을 위한 對策

日本の 家電産業에 대한 金후의 對策을 策定하여 얼마쯤 效果를 거두어 우선 同産業이 처하고 있는 国内·국제적 立場에 對하는 關係자의 넓은 視野에 先, 강한 自覺이 요망되고 있다.

즉, 家電産業 포함한 電子産業은 情報化의 進, 工場에서 가정에 이르는 Automation 化의 進전에 힘입어 金후 세계 經濟의 성장을 뒷받침하는 중요한 先頭 産業이다.

이 중, 金後 調查 對象으로 한 세계의 家電

表13. 日本 家電産業 發展의 對策

	對 先進 國	對 開 途 國	對 國 內
需 要 環 境 的 整 備 改 善	<ul style="list-style-type: none"> • 世界 經濟의 규모 확대에 공헌 • 先進的 商品의 開發 公금 	<ul style="list-style-type: none"> • 世界 經濟의 규모 확대에 공헌 • 當該國 經濟 규모 확대, 安定性 확보에 公헌 • 라디오·TV 등의 放送 環境, 기타 Medea 環境의 整비·充實에 公헌 • 電力 環境(電力源, 送配電) 充實에 公헌 • 教育 수준 향상에 公헌 	<ul style="list-style-type: none"> • 国内 經濟의 확대에 公헌 • FM·CATV 放送 環境의 整비 • 通信 New Media 環境의 整비 • 新Energy 및 低價格 Energy 연구 開發의 촉진
供 給 環 境 的 整 備 改 善	<ul style="list-style-type: none"> • 国内 電子産業의 自立·再活性化를 목표로하는 국가에 對한 自立 수준에 맞는 部品·Kit의 公금, 技術 제공, 협력의 촉진 • 流通·保守 활동의 充實 	<ul style="list-style-type: none"> • 国内 電子産業의 자립을 목표로하는 국가에 對한 自立 수준에 맞는 部品·Kit의 公금 또 技術제공, 협력의 촉진 • 開途國에 對하여 效率 生産 품목의 技術·生産의 積極적 移轉 • 流通·保守 활동의 充實 	<ul style="list-style-type: none"> • 高度 技術 商品의 生産·판매·保守·체제의 整비 (New Media, 情報化에 對應)
諸 基 盤 的 整 備 改 善	<ul style="list-style-type: none"> • 圓滑한 국제적 技術·情報·流通 확보를 위한 日本의 技術情報 개시 및 정당한 情報 획득 활동의 유지 • 효율적 연구 開發을 위한 海外와 의 공동 연구 • Software Business 확대에 對한 대응 	<ul style="list-style-type: none"> • 開途國戰略의 강화 - 最 適 生産 系統 개발 - 저가 價 品 公금 戰略의 充實 - 國際적 情報 수집·관리 充實 - 開途國을 포함한 國際人材의 充實 • 進 步 世 界 적 인 組織 管理 能力의 향상 	<ul style="list-style-type: none"> • 研究 開發의 가일층 充實 • 新技術 분야의 研究開發 강화 - IC, Optoelectronics 분야의 基 礎 應 用 技術 - Software (Graphic, 高速 演算) - 電子機能 材料 - 通信系統 及 利用 技術 • New Media 環境의 整비 • 技術情報의 國際化 촉진 • Software Business 확대에 對應
通 商 交 易 的 整 備 改 善	<ul style="list-style-type: none"> • 産業 育成·振興의 支援·협력 • 집중호우적 수출, 国内 경합의 수출, Offer 제출 등에 對한 當該國 기업·산업·사회에 對한 과도 자극의 회피 • 日本 国内사회 等 對日 理解 향상에 對한 公헌 	<ul style="list-style-type: none"> • 産業 育成·진흥의 支援·협력과 기술이전 及 輸入의 촉진 • 當해 國家 經濟 규모 확대, 수출 확대, 安定성 확보에 對한 公헌 	<ul style="list-style-type: none"> • 經營戰略의 策定에 對하여 對外 關係에 對한 優先度 부여 • 国内 市場·사회 개방에 對한 公헌

資料: NRI

表14. 開途國의 Media·電力 환경(例) (單位: %)

	컬러放送 Coverage	黑白放送 Coverage	電力普及率
대 만	90	95	100
말레이시아	30	50	70
태 국	70	80	45
인도네시아	80	80	20
브 라 질	75	75	90
아르헨티나	60	70	95
나이지리아	70	70	15
이 집 트	100	100	75
리 비 아	80	80	60
케 나	30	50	20

資料: NRI

産業은 기존 상품, 有望 기존 新商品에 대한 需要를 合計하면, 金후 10년간 年率 10% 정도 성장 가능성을 갖고 있다.

또한 家電機器에 대한 세계의 消費者 Needs와 기대는 대단히 넓고 크다. 그 중 日本의 家電産業은 자유 經濟圈에서 40%의 Share를 확보하고 있으며 金후의 건전한 발전에 대해서 강한 영향력과 동시에 크나큰 責務도 나누어 갖고 있다. 이 책무를 수행해 가기 위해서는 經營戰略, 기업 행동의 레벨에서 다음 세 가지의 理念에 의거하는 일이 요망된다.

① 市場 Mechanism의 原理에 좇아 資源의 적

정 配分이라고 하는 관점에 서서, 세계적 장기적인 레벨에서의 最適연구 개발, 최적 生産 체제, 최적 供給 체제의 확립에 대한 노력을 경주한다.

② 국내적으로도 국제적으로도 사회의 一員으로서라는 自覺에 서서, 사회 환경과의 조화를 목표로 활동한다.

③ 先進諸國과의 貿易 마찰, 開途國과의 수직·수평 分業의 進진, 기술 이전 등 國家 레벨·民族 레벨의 Free Cushion에도 적절히 대응한다.

여기서 내세우는 理念은 상호 모순되는 점이 있으므로 이것을 계속 조화시켜 현실적인 諸對策을 수행해 가는 일이 金요하다.

家電産業의 關係자는 上記의 責務·理念에 입각해서 日本 家電産業의 건전한 발전의 대책을 책정하는 것에 맞추어 그 목표로서 다음의 네 가지 사항을 유의할 것이 요망된다.

① 세계의 家電機器 需要 확대를 목표로해서 需要 환경의 整備·개선에 주력해야 한다. (需要 환경의 정비 개선)

② 세계의 家電機器에 대한 원활한 공급 확대를 목표로 공급 환경의 정비·개선에 노력해야 한다. (供給 환경의 정비 개선)

③ 日本 家電産業의 長期的 전개를 뒷받침하

表15. 地域別로 본 컬러TV 完製品에 대한 輸入關稅 수준

地 域	0~20%	21~40%	41~60%	61~80%	81~100%
東 南 亞		臺 灣 싱 가 폴	말레이시아	韓 國	필 리 핀 태 국 인도네시아
中 東	사우디아라비아 쿠 웨 이 트	이 라 크	토 고 이스라엘		이 란
		호 주			뉴질랜드
유 럽	스 웨 덴	E E C 노르웨이 핀 란 드 오스트리아 그 리 이스	폴 투 갈 스 페 인		
아프리카	리 비 아 자 이 레	알제리아 나이지리아 이디오피아	이 집 트	케 나 모 로 코	南아연방
北 美		캐 나 다			
中 南 美			멕 시 코		브 라 질

資料: NRI

는 諸基盤(기술, 제품 개발, 제조, 經營)의 정비·충실·개선에 노력한다. (諸基盤의 정비·충실·개선)

④ 當時, 계속적으로 通商 마찰을 피하기 위해 노력한다. (通商 마찰의 회피)

家電産業에 관련한 企業 및 業界團體가, 상기 목적을 달성하기 위하여 직접 간접을 불문하고 적극적으로 實踐할 필요가 있는 對策을, 對先進國, 對開途國, 그리고 對國內에 걸쳐서 目的別로 해서 表13에 나타냈다.

그 중에는 個別 企業戰略이라는 관점에서 보면, 도저히 손이 닿기 어려운 對策도 있으나, 여기서 말하는 諸對策을 염두에 두고 가능한, 이 목적에 맞추어 각 개별 기업이라고는 하지만 실천하는 일이 요구된다.

비록 短期의 개별 기업에의 利害에 역행해서라도 세계와 日本의 家電産業의 中長期的 발전에는 반드시 플러스되도록 한다고 생각되기 때문이다.

또 이 諸對策의 실천에 있어서는 民間의 노력만으로는 해결하기 어려운 課題도 많고, 産業을 초월하고 國家를 초월해서의 施策을 포함해서 日本 政府가 다음의 諸政策을 더욱 더 충실히 해 가는 것이 유효하다고 생각된다.

(外交 교섭·弘報 레벨)

• 對 海外 Country Identification Project의 추진

• 日本 技術의 세계적 공헌에 관한 弘報의 강화

• 제품·情報·서어비스 各 方面에 대하여 自由貿易 체제 유지의 필요성에 대한 對外 啓蒙 활동의 강화

(海外 援助)

• 각종 大型 Project, 累積 債務 문제에 대응하기 위한 資金 援助·融資

• 對日 輸出 促進團 파견 Project에 대한 원조

• 放送 환경, 電力 환경 확충, 개선 Project에 대한 원조

• 電子工業 技術者, 政策(通商, 政策, 規格, 기타) 담당자 研修, 파견 Project의 확충 (國內 經濟·産業 政策面에 대한 政策)

• 國際政治·國際經濟, 國際社會學 관련 教育의 확충

• 海外 生産 적합 技術 연구의 實施와 民間 노력에 대한 원조

• Software, 素材 개발면에서 政府 관련 研究 開發·教育, 공동 Project에 대한 投資의 확대, 이용 환경의 정비

• 技術 情報의 국제적 流動性 확대를 위한 施策

• 輸入·對日 投資 확대를 위해 억제적으로 실시되는 規制의 완화

• 對 先進國, 開途國의 産業 협력 Project에 대한 資金 및 Soft面에서의 지원

表10에는 각 분야마다 本調査에서 新商으로 나타난 것을 표시하였다.

