

西歐의 VTR市場 動向

歐洲의 家電機器市場에서는 歐洲域內에서의 VTR 生産이 그곳 메이커와 日本系 메이커들을 포함, 올해에는 본격적인 활동에 들어갈 것으로 보고 있다.

歐洲域內에서의 VTR 需要를 86년도에 450만대로 볼 경우 歐洲域內에 있는 各社의 總生産量만으로도 이에 필적하므로 日本이나 韓國 등에서의 完製品 輸出 등, 경쟁조건이 어떻게 변화할 것인가 하는 문제가 최대의 관심사가 되고 있다.

경쟁의 측면에서는 技術, 價格兩面에 대한 경쟁력을 고찰해야 할 것이다. 技術面에 관해서는 獨逸系 메이커가 디지털方式VTR의 共同開發을 진행시키고 있는 것을 비롯하여 西獨, 日本系 메이커를 포함, 西獨放送 特有의 Feature인 VPS(비디오 프로그램 시스템)塔載에 의한 放送時間帶의 兪갈림에 대한 対応機能을 가진 製品을 연이어 발표하고 있다.

그러나 英國의 BBC放送 등에서는 時間의 兪갈림은 그다지 심한 편이 아니며 市場 형성은 西獨 중심으로 限定된다는 등의 문제점이 있다.

한편 歐洲域內는 不況이 定着化되다시피 되

어 있어 低所得層이 VTR을 구입하기 위해서는 低價格製品이 主宗을 이루고 있으나 多機能을 보유한 高價品 市場의 2極化로 進入하려 하고 있다.

歐洲에 있어서의 VTR市場에 대한 歐洲측과 日本측의 견해차이도 지적해야 한다. 歐洲측 견해는 이렇다. 즉 歐洲의 VTR 需要는 470~480만대 정도이며 市場은 固定되어 있다고 보고 있다. 따라서 이 이상 日本으로부터의 輸出의 兪지는 없을 것으로 보는 견해이다. 이와 같은 주장에 대한 배경에는 歐洲의 家電機器市場에서 1,300~1,400만대 규모로 알려지고 있는 TV市場을 겨냥한 내막이 있다는 것은 부정할 수 없다. 지금까지의 오디오, 하이파이 分野에서 물러설 때와 같은 일은 없을 것이라는 속사정이 있기 때문이다.

앞으로 TV를 터미널로 한 홈 일렉트로닉스 시스템 時代를 맞이하게 될 때에 TV의 附加價值가 높은 VTR分野에서 日本系에 지배된다는 것은 나아가서는 歐洲메이커의 牙城으로 불리는 TV市場에 중대한 영향을 미치게 될지도 모르기 때문이다.

이에 대해 日本측에서는 價格의 彈力性이 市場을 擴大시켜 왔으며 市場에의 浸透率이 높아져 量産化가 진전되면 多機能製品도 출현하여 지금까지의 自由競爭 속에서 예컨대 Cassette radio에서 있었던 것과 같은 값싼 製品은 몇천 円에서 高價品으로는 수10만 円 수준까지 市場이 擴大되었다는 것은 이미 경험했던 것으로 VTR에 있어서도 代替需要 등으로 市場이 있을 것으로 보고 있다.

歐洲메이커, 그 가운데서도 Philips社에서는 VTR의 市場性을 이미 알고있어 수년전부터 自社가 開發한 V2000시스템으로 日本메이커와 競爭했으나 競爭상대인 日本의 VHS Format로 代替, 당초에는 日本에 의존하면서 自社 生産에 의해 86년 이후 본격적으로 VTR 攻略에 나선 것으로 내다 보고 있다.

歐洲 메이커로서는 日本 VTR의 歐洲 進출을 産業界의 危機感으로까지 받아들이고 있어 輸入關稅率의 引上이나 自主규제 등으로 「自由貿易의 一時停止」를 施行하려는 일련의 움직임이 예측되고 있다.