

# 유럽의 家電製品 流通網

□ 編輯者 註

本稿는 日本의 電波新聞社가 16명의 일행으로 「유럽 流通市場 視察團」을 구성, 1986년 1월 4일부터 13일까지 10일간의 일정으로 英國, 이탈리아, 프랑스 등지의 家電製品 流通網을 시찰하고 온바, 同 視察團이 방문한 대표적인 家電販賣店과 業界 관계자에 의한 Seminar의 내용을 정리 작성한것을 수록함을 밝힌다.

## 1. 英 國

영국에서는 東芝의 현지법인 판매회사인 東芝 영국社를 방문, 同社의 安井俊英사장 및 金川隆二取締役(상품기획담당)으로부터 영국에서의 전반적인 경제사정과 가정용전자기기 시장의 현황 등에 대해 청취했다.

安井사장에 의하면 東芝의 영국에서의 활동은 가전제품의 판매를 중심으로 전자부품, 브라운관 등도 취급하고 있는 東芝英國社 외에 重電을 담당하는 東芝Int'l社의 금융관련업체인 東

芝 Int'l Finance社 그리고 제조공장의 4개 거점이 있는데 곧 이어 5번째의 회사로서 Office Computer 관련의 판매회사가 추가될 예정이다.

東芝英國社は 1973년에 설립, 당초 10명 정도에서 출범했으나 현재는 250명 이상의 진용이다.

프리머스공장에서 생산된 컬러TV, VTR, 電子렌지 등을 영국 내에서 판매하는 것이 동사의 주요한 활동이다.

金川取締役은 「영국의 가전시장」이라는 제목을 단 세미나에서 영국경제를 비롯하여 유통과정에 이르기까지의 개황을 일본과 영국을 비교하면서 다음과 같이 소개했다.

稅金の 부담률은 일본이 평균 25%인데 대해 영국은 42%로 높으며 실업률도 300만명(13% 이상)으로 일본의 2.9%를 대폭 웃돌고 있다.

특히 16세까지의 의무교육을 마친 신참자에게 직업을 주지 못하는 것이 사회문제화되고 있다. 정부는 `졸업과 동시에 무직자가 되는 자에 대해 지금까지 사회보장의 일환으로서 일정액의 수당을 지급해 왔으나 懸崖이라는 비판이 일부에서 나왔기 때문에 職業訓練(2년)을 받을 것을 조건으로 하는 등 이에 대응하고 있다고 한다. 훈련을 마친 후의 취업도 어려운 상황이며 20~30%의 실업률을 보이고 있다.

家庭用電子機器 분야의 주요 제품의 보급률을 보면 컬러TV가 85~90%, VTR이 37~38%, 세탁기가 84%, 냉장고(냉동고 포함)가 9%, 電子렌지가 18%로 되어 있다. 電子렌지는 유럽 내에서는 앞서고 있다고 하나 일본과 미국에 비하면 상당히 낮다고 아니할 수 없다. 영국에서는 역사적인 사정에서 單機能제품이 90%를 차지하고 있다.

영국에서는 TV의 스테레오방송은 아직 하고 있지 않아 HiFi-VTR을 구입하는 것은 Soft가 중심이 되고 先行투자가 된다. Video Soft에 차지하는 HiFi Stereo의 비율은 약 20%이며 VTR기능에서 가장 요구되고 있는 것은 휴가기간중에 프로그램을 녹화하기 위한 不在者録画 기능이다.

또 하나의 특징은 VTR의 대여 비중이 높다는 것이다. 2, 3년 전까지는 구매 및 대여의 비

율이 50대 50이었으나 작년 말에는 65대 35로 대여비중이 감소한 것은 제품의 품질이 향상되었기 때문이다. 대여의 Merit는 교환이 간단하고 수리 및 서비스를 대여회사가 부담하기 때문에 상품의 信賴性이 낮은 경우에는 대여가 유리해 진다는 것은 명확하다. 품질면과 더불어 收入所得의 향상으로 앞으로 대여비율이 낮아질 것으로 보고 있다.

영국의 家電販売店數는 1만 2,000~1만3,000으로 일본의 5분의 1 정도이다. 이 가운데 독립된 소매점이 약70%를 차지하며 메이커의 계열점포와 같은 제도는 존재하지 않는다.

따라서 서비스는 서비스전문점이나 개개의 점포(소매점)가 행한다.

최근 새로운 家電流通형태로서 대두하고 있는 것이 LEB(London Electricity Board, 電力庁公社)라 불리는 각 전력회사가 직할하는 판매점과 「코메트」등과 같은 디스카운트전문점들을 수가 있다. LEB는 전력회사로 원래 전력요금의 징수, 소비자의 크레임, 상담에 응해왔으나 현재는 오븐, 전기곤로 등 調理器를 중심으로 전기다리미, 냉장고 등 가전제품을 판매하고 있다. LEB는 약 1,000점포가 있으며 특히 調理器관련에서 힘을 발휘하고 있는 일대 세력이다.

코메트는 TV, Audio, HiFi전문의 디스카운트 점포로 「Cash & Carry」(현금만을 취급)가 원칙으로 되어있다. 신문광고를 통한 판매가 중심이며 정가와 동점포의 가격을 싼고 상품선택에는 제한이 있으나 저가격을 무기로 매상액을 늘리고 있다.

量販店인 「딕슨즈」(300점포)는 작년에 같은 量販店인 「캐리즈」(500점포)를 흡수, 小가 大를 잡아 먹었다면서 주목을 받았다. 현재 영국 전역에 800여 점포를 보유, 힘을 과시하고 있다.

딕슨즈는 「SAISHO」, 캐리즈는 「MATSUI」 등 각각 일본적인 이름을 브랜드에 사용하여 수요자에게 呼訴하고 있는데 日本製品의 신뢰성이 높다는 것을 나타내는 것이라 할 수 있다.

크리스마스 세일이 끝난 연말부터 1월에 걸쳐 각 점포가 한결같이 중급품과 약간 흥미 있는 제품을 40~50% 할인하여 「1월세일」이란

이름 아래 판매하고 있다.

London 시내에서 북쪽으로 30분 정도에 있는 「Brand Cross Shopping Center」내에 있는 딕슨즈점포에서도 세일로 붐비고 있었다. 동점포에서는 VTR, TV, Home Computer, Radio Cassette 등 오디오제품을 特價로 판매하고 있었다.

VTR은 「SAISHO」브랜드의 보급형을 290파운드(약 8만 9,700円)으로 판매하고 있었던 것을 비롯하여 Panasonic(389파운드), AKAI, 日立(각 399파운드), Fisher(449파운드) 등을 취급하고 있었다.

컬러TV는 원적조정장치가 없는 14"가 180~190파운드(약 5만 4,000円)가 표준 가격인데 딕슨즈에서는 160파운드로 판매하고 있었다. 量販店인 독립 소매점에 대한 가격정책의 하나라 할 수 있다.

Home Computer에서는 Attari, Commodore, Sinclair의 제품이 약 반액으로 팔리고 있으며 「Sinclare QL」은 게임·소프트 5개(무료)가 달려서 199파운드(5만 9,700円)였다. 영국 Home Computer시장의 가격경쟁이 치열한 것과 시장의 침체양상을 인상깊게 보았다.

London의 고급백화점인 하로즈의 전기제품 코너에서는 Hi-Fi, TV, VTR 등을 「Sony」, 「Sharp」, 「JVC」, 「AKAI」와 같이 브랜드별로 전시하고 있으나 제품의 수는 그다지 많지 않았다.

오히려 CD플레이어의 대두로 Compact Disk가 충실해지고 있음을 볼 수가 있다.

레코드 소프트코너를 쪽 훑어 봤을 때 CD가 약 절반을 차지하고 있다.

제품의 애프터서비스에 대해서는 컬러TV를 예로 들면 320파운드(약 9만 6,000円)의 제품을 구입했을 경우 80파운드(약 2만 4,000円) 정도 지불하면 5년간 무료로 보장하는 것이 일반적인 것 같았다.

## 2. 이탈리아

이탈리아의 家電시장은 세탁기, 냉장고 등을 제조하는 자누시社 등 현지의 대형메이커가 있으나 Hi-Fi, VTR, TV 등 가정용전자기기는 모

두 외국으로부터의 수입제품이다. VTR 제품은 Philips, Grundig, Telefunken 등 유럽메이커製 또는 일본製(현지생산 포함)이며 Hi-Fi는 모두 일본제가 차지하고 있다.

「유럽유통시장시찰단」일행은 이탈리아 밀라노의 대표적인 대형점포인 FAREF를 방문하여 동점포의 파브리산오 파브리시社長으로부터 동점포의 개황과 판매상황 등을 들었다.

파브리시사장에 의하면 FAREF의 월간 매출액은 7~8억리라(약 1억円)이며 종업원은 52명. 종업원의 평균연간수입은 총2500만 리라(약322만円), 稅後收入이 1,400만리라(약175만円)이라고 한다. 稅부담이 다른 유럽제국과 마찬가지로 높지만 물가는 일본에 비해 상당히 싸다.

작년의 크리스마스판매에서는 호황을 누려 「12월에는 20억리라(약 3억円)로 보통 달의 3배이상의 매출을 올릴 수가 있었다」(파브리시 사장)고 한다.

동사장이 스스로가 일본을 방문한 일이 있는데 「国情이 다른 것과 생산능력이 강하다」는 인상을 받았다고 한다.

동점포의 선진 중심은 잡지광고이며 다른 점포와 마찬가지로(일본과는 다름) 방문판매는 하지 않으며 배달 및 장치는 해 주어도 점포에서만 판매한다.

판매는 93%가 현금판매이며 나머지 7%는 할부판매(크레딧)라고 한다. 매상마진은 세탁기, 냉장고, Hi-Fi관계가 18~20%, 컬러TV가 15%, 종업원의 판매, 기술연수는 1년에 1, 2회 실시하고 있다.

FAREF는 이탈리아 全國에 250개 지점을 가지고 있는 구매단체인 「에크스파트」에 가맹하고 있으며 에크스파트로부터 상품을 구매하고 있다.

에크스파트는 컴퓨터 集中管理에 의한 일괄 구매를 하고 있으며 컴퓨터의 端末은 각 가맹 점포에 설치되어 있으며 컴퓨터에 의한 受注活動을 벌이고 있다.

동점포에서는 일부제품을 제외하고 제품에는 가격을 표시하고 있지 않다. 이것은 가격경쟁이 치열하여 가격표시를 하면 중소기업의 점포 등에서 이를 밀도는 가격을 붙이는 것

등을 우려하기 때문이다. 「점포의 규모가 크다고 하여 반드시 Price Leader가 된다고는 볼 수 없다」(동사장)는 생각이 있기 때문이다.

동점포에서는 세탁기, 냉장고 등 가전제품 외에 VTR, 8mmVideo, TV, Hi-Fi기기를 폭넓게 전시하고 있으며 2층의 침실에는 특히 Hi-Fi의 고급품을 두고 있다.

밀라노 市内에 4~5 점포의 지점을 가지고 있는 GBC점은 부품 등 작은 제품의 판매가 약 절반을 차지하고 그외에 TV, VTR, Hi-Fi 제품을 취급하고 있다. 종업원은 30명이며 평균급여는 80만~100만리라(12, 3만円), GBC의 칼로 몬체리니 점포사장에 의하면 연간매상추이는 「1~9월은 평탄하지만 9월 하순부터 12월에 걸쳐 피크를 맞이한다」고 한다.

작년의 크리스마스商戰에서는 VTR이 신장했다고 한다. 1~2월의 세일에서는 旧製品의 在庫処分이 중심이 되지만 「세일에 내놓을 것인지는 그때 그때 본부에 문의한다」(동점포사장)고 한다.

VTR의 方式別 판매비율을 보면 VHS가 80%, Beta가 20%이지만 Beta는 Sony의 브랜드(知名度가 높다)를 구매하는 고객이 많다고 한다.

동 점포에서는 이탈리아에서의 定年制(여성 55세, 남성 60세)를 채용하고 있다.

電氣製品 이외로는 考古學이나 금속 채집을 목적으로 한 金屬探知機를 취급하고 있으나 南이탈리아에서는 잘 팔리고 있다고 한다.

### 3. 프랑스

영국과 이탈리아를 방문한 후에 「유럽 유통시장시찰단 일행」은 파리에서 大型판매 체인점인 DARTY 및 NAC를 견학했다.

DARTY는 파리에 9개 점포, 프랑스국내에 총30점포(85년12월 현재)를 연결하여 ① 24시간 서비스체제 ② 低價格의 제품공급 ③ 5년간 보증(구입시에 보험료로서 플러스 알파 요금을 지불) 등을 소비자에게 주시킴과 점포수를 확대하여 일대 세력을 형성하고 있다.

이 가운데 파리의 마드리느寺院地下에 있는

DARTY마드리스店은 1층이지만 점포면적이 넓고 대형 세탁기, 냉장고 등 가전제품을 비롯하여 Hi-Fi, VTR, Car Stereo 등 AV機器, 포터블라디오, 시계, 電卓 등 소형상품에 이르기까지 폭넓게 취급하고 있었다.

한편 파리의 새로운 얼굴로 지목되고 있는 포르메달(旧中央市場)에 있는 쇼핑센터(지상 1층, 지하 4층) 내에는 약 250개 점포가 있는데 이가운데서도 FNAC는 Audio기기로부터 Video Club, 서적, Record, Video Camera를 취급하는 외에 스포츠 클럽, 여행, 觀劇 등 레저산업을 포함한 다각적인 종합 오락전문점으로서 눈부신 성장을 보이고 있다.

AV機器관련으로는 8mm Video의 최신 모델을 포함하여 각사의 VTR이 한자리에 선을 보이고 있는 외에 FST(Flate Square Tube) TV, Hi-Fi Component, 카메라 등 각종 상품이 풍부하여 젊은층의 인기를 모아 연일 북적거리고 있다.

이외에 CD Soft Corner, 레코드(카세트, LP) 코너에서는 일본의 새 음악을 포함하여 각국의 Soft가 즐비하여 주목을 받고 있다.

프랑스의 VTR 시장은 85년의 판매대수(소매베이스)가 70만대로 추정되고 있으나 금년도에는 「일본계메이커의 유럽생산에 의한 저가격상품의 등장 등으로 83만대까지 증가할 것」(스위스의 시장조사회사 Ad Merca社)이라는 예측도 나와 있다.

프랑스의 VTR 판매 루트는 전문소매점 경영이 48%, DARTY 등 대형 대량판매점이 32%, 슈퍼가 16.5%, 백화점이 3%, 기타 1%로 되어 있다. 이가운데서 특히 大型量販店에 의한 판매비율이 높아지고 있는 것이 최근의 경향이다. 이 경향은 유럽 최대 家電메이커인 Philips가 V2000에서 VHS시스템으로 교체한 이래 同社 제품이 가격의 주도권을 쥐고 있기 때문으로 보고 있다.

프랑스의 据置型 Video의 시장 점유율(Ad Merca社 조사)은 현지 대메이커인 Thomson이 37%로 강세를 보이고 있으며 Philips와 더불어 일본의 AKAI가 11%로 건투하고 있는 것이 두드러지고 있다.

이하 JVC, 日立, Grundig, Panasonic과 같은 브랜드제품이 상위를 차지하고 있다.

VTR의 소매가격에 관해서는 유럽내에서는 가격하락이 심한 서독과 영국에 비하면 프랑스는 안정되어 있다.

주목을 받고 있는 CD Player는 Sony 및 Philips의 2社가 시장의 60% 가까이를 차지하여 단연 톱이다. Sony는 D-50, Philips는 CD104가 이의 견인차가 되고 있다.

Hi-Fi Component로는 W·Cassette Turntable, Amp에서 AKAI가 각각 10% 이상의 세어(최근의 월간 판매실적)를 차지하여 톱을 달리고 있다.

작년에는 Stereo型 VTR이 신장하여 VTR 전판매액의 12%를 차지했으나 금년에는 어떻게 진전할 것인지, 또 8mmVideo를 포함한 카메라一體型 VTR이 본격화할 것인지 주목되고 있다.

프랑스의 据置型 VTR市場

業体 및 Brand	점 유 율(%)
Thomson	37
Philips	11
AKAI	11
JVC	9
日立	9
Grundig	6
Panasonic	4
Sharp	2
Sony	1
其 他	10
計	100

資料 : Ad Merca社 보고서