일본의 액정 컬러TV 동향

액정 컬러TV의 수요구조가 크게 변하고 있다. 單體수요에서 비디오 일체형 및 프로젝터 등으로의 확산을 보이고 있다. 液晶의 화면 사이즈도 초기의 2″型에서 해마다 대형화되어 현재는 3″型과 4″型을 주로 5″型, 5.3″型까지 상품화되고 있다. 畵像도 고화질화가 진전되고 있다. 일본의 총수요는 액정 TV 單體는 보합시세로 추이하고 있으나 複合·應用機器를 포함하면 전체적으로 착실히 신장하고 있다. 今年은 이 액정 컬러TV 부착 포터블 비디오와 액정 프로젝터 등의 신장이 기대되는데 그와 더불어 액정 컬러TV 單體도 견고하게 추이되면서 액정 TV 전체의 수요는 착실하게 신장될 것으로 예상된다.

액정 TV가 日本에서 최초로 개발, 상품화된 것은 1983년 6월이다. 2.7″型의 흑백 포켓 비디오 TV-10을 카시오 계산기가 표준가격 3萬 9,800円에 출하했다. 그리고 '84年 8月에 服部 Seiko와 Seiko Epson의 Seiko 그룹이 2″型의 컬러 액정 TV ET-10을 표준가격 8萬 4,800円에 시판을 개시했다. 흑백 액정 TV는 7年前에, 컬러 액정 TV는 6年前에 각각 시판되었다.

비교적 가격이 싼 單純 Matrix 타입과 가격은 高價이지만 畵質이 비교적 좋은 Active Matrix 타입의 두타입이 공존했다. 초기에는 포켓용 작은 TV라는 신기함 때문에 반향을 불러 일으켜 많은 수요를 보였다.

각사의 코스트다운 활발

單純 Matrix 타입과 Active Matrix 타입은 가격차도 있어 「單純」 Matrix 타입이 비교적 구입하기가 쉬워 수요량이 많았다. 그러나 시간이 지남에 따라 유저측에서는 더욱 선명하고 밝은 고화질화의 요구가 강력해졌다. 컬러 액정 TV가 등장하고 3年째인 1986年 7月에 가전업계에서는 처음으로 松下電器가 TFT Active Matrix 방식의 3″型 TR-3 LT1 (5萬 9,800円)으로 시장에 참가했다.

지금까지 시판되었던 어떤 액정 컬러 TV 보다도 화질면에서는 우수했다. 그러나 지금까지의 제품은 모두 2인치臺이고, 최대 사이즈가 시티즌의 2.7″型 05-TA (5萬 4,800円) 이었으므로, 사이즈는 최대화면이고 가격도 시티즌 것보다 저렴하였다. 그 당시 가격적으로 가장 저렴한 타입은 Casio의 2.6″型 TV-200 (3萬 9,800円) 이었으나 松下의 3″型은 화면이 대형이어서 보기 쉽고 화상-1 선명하다고 평가되었다.

그것이 자극이 되었던지 先發 메이커도 보다 고화질의 제품을 개발하지 않으면 안되게 되어 기술진은 박차를 가하기 시작했다. 이 해에 Casio는 HQM (High Quality Matrix) 방식이라는 고화질화·고생산성의 기술을 산출했고 그 다음 해에는 Seiko 그룹이 MIM (Metal Insulator Metal) 방식을, 시티즌시계는 CSM (Citizen Super Matrix) 방식의 화질을 더욱 향상시

킨 신기술을 첨가하여 대항해 전반적으로 액정 TV의 화질이 한층 더 개선되었다.

또한 코스트도 각사의 노력으로 조금씩 인하되고 있다.

Active Matrix방식은 Seiko 그룹의 第1號機의 가격이 1인치 當 4萬 2,400円이었으나, '86年에는 2萬 1,100円까지 인하되었고, 현재는 2.6″型(3萬 4,800円)이 인치 當 1萬 3,385円이다. 單純 Matrix 타입에서는 Casio가 발표한 第1號인 2.6″型이 인치 當 2萬 2,307円이었으나, 현재는 2″型이 인치 當 9,900円, 3.3″型은 円 1萬 545円, 4″型은 同 1萬 1,250円까지 인하되었다.

시티즌이 발표한 單純 Matrix 方式의 第1號機인 2.7″型(5萬 4,800円)은 인치 當 2萬 296円이었으나, 현재는 2.6″型이 同 1萬 1,461円, 2.2″型의 P422(1萬 9,500円)가 인치當 8,864円으로 업계에서 가장 저가격 제품을 자랑하고 있다.

이와 같이 초기와 비교하여 가격은 반에서 1/3로까지 인하되었다.

그동안 정밀기기·시계 업계에 이어서 가전업계의 松下電器가 참가를 하여 같은 해인 '86年에 Sharp가 흑백 타입의 2.5″型으로 시장에 참가했고 '87년에는 3″型의 TFT Active Matrix LC-X30(4萬 9,800円)으로 컬러 액정 TV도 처음으로 상품화했다. 3″型 Active로서는 처음으로 5萬円을 하회하는 가격이었다. 그러나 그해에 Seiko 그룹이 3.3″型을, 당시 시장에서는 최대 화면 사이즈로 4萬 7,800円의 저렴한 가격으로 시판을 개시하는 등, 대형화, 고화질화, 저가격화의 경쟁을 벌였다.

이렇게 컬러 액정TV가 코스트 다운됨에 따라 흑백과의 가격차가 축소되어 수요의 대부분은 컬러로 이전되어 1987年에 대부분의 업체들은 흑백 액정TV에서 물러났다.

'87년 末에 카메라 메이커인 旭光學이 OEM으로 시장에 참가했다.

전자업계의 활발한 참여

1988年 들어 電子업계의 시장참여가 계속되었다.

우선 日立製作所가 '87년 12월에 샘플출하로 업계에서는 당시 최대 사이즈였던 5″型 C5-LC1(9萬 5,000円)을 1月부터 시판 개시했다, 2″, 3″臺의 액정 컬러TV가 주종이었던 시장에서 대담한 대형기종의 등장이었으나 同社는 TV 화면을 본다는 관점에서 최소로 5″ 이상이 아니면 안된다는 것을 개발의 기본이념으로 하고 한번에 최대 사이즈의 5″型으로 시장에 참가했다.

그 후 Sony와 일본 Victor가 각각 OEM으로 상품화했다.

Sony는 2.7″型의 AM-FM 부착 FDL-302(5萬 9,800円)를 일본 Victor는 3″型 LT-30(4萬 9,800円)을, 이어서 東芝는 前年까지 OEM으로 「單獨」 타입으로 시장에 참여했으나 自社개발의 TFT Active Matrix의 4″型 LZ-400D(7萬 4,800円)로 시장에 참여했다. 지금까지 그 인치臺가 주류를 차지했으나, 요즈음 3인치 및 4인치의 대형화면으로 지향하여 점점 고화질화의 욕구가 강력해지고 있다.

작년 '89年에는 單純 Matrix 타입에서는 Casio 계산기가 한기종도 신제품을 발표하지 않고 前年의 舊모델을 계속 연속 판매해 왔다.

이것은 同社도 고화질화의 요구에 부응하여 Active Matrix를 개발해야 되겠다는 필요에서 상품화를 착수했기 때문이다. 그 해 末에 同社에서는 최초로 Active Matrix 타입의 4″型 TV-9000에 캘린더를 부착하여 7萬 4,800円에 발매했다. 또한 單純 Matrix 타입 분야에서는 시티즌時計가 이해 末에 2.2″型의 업계 최저가격 제품 P422를 1萬 9,500円에 발매하는 등 兩社는 대조적인 동향을 보였다.

한편 TFT Active 方式을 추진하는 各社는 3″型에서 5″型까지의 제품을 상품화했고, 신규참여 업체로는 三洋電機가 3.3″型의 C-33LC2(6萬円)를, 日本 마란츠가 3″型의 3LC2050

(5萬 7,000円)을, 日電 HE가 4.3″型의 C-LD 430(8萬円)을, OEM으로는 Canon이 3″型의 LM-30D(4萬 9,800円)를 출하했다.

치열해지고 있는 판매 경쟁

日本 시장에서 컬러 액정TV를 판매하는 업체는 13개사인데, 카 전용의 Alpine를 포함하면 14개사이다.

'89年에 컬러 액정TV의 일본 수요는 전년대비 보합세인 65萬臺 정도를 나타냈으나, 금년은 65萬臺에서 70萬臺를 나타낼 것으로 예상된다.

單體는 거의 보합시세였으나 내용은 單純 Matrix 타입에서 Active Matrix 타입으로 이전되었고, 또한 單體뿐만 아니라, 액정 컬러TV가 부착된 포터블 또는 Lap-top VTR의 수요가 신장되고 있다.

또한 單體 액정TV는 이 외 항공기, 열차 등의 업무용 수요도 증가하고 있어 단순한 컬러TV에 의해 액정 디스플레이를 사용한 비디오 시스템으로서 전개되고 있다. 單體로서는 더욱 고감도화, 고화질화, 저가격화가 추진됨에 따라 서서히 수요가 신장될 것으로 예상된다.

(자료 : 전파신문)

日本 市場進出을 위한 OTO案內

1. O.T.O(Office of Trade and Investment Ombudsmad) 란?

○O.T.O 事務局은 經濟企劃廳 調整局이며, 1983. 1月에는 市場開放問題에 관해 학식경험이 있는 8명의 위원으로 구성된 "O.T.O 諮問會議"를 설치하였고 1986. 11月부터는 O.T.O의 第3者 機關的 性格을 강화하기 위하여 學識經驗者 5명이내로된 "苦情處理特別會議"를 열고 있음(O.T.O의 운영방침, 중요 個別案件處理 등에 대해 이들 諮問會議 및 특별회의의 의견을 존중하여 고정처리)

2. O.T.O의 主要機能

○政府介入의 축소
○國際規格·기준에의 정합화
○外國 검사 데이타의 입수
○규격·기준의 명확화·정량화
○檢查手續 등의 간소화·신속화
○기타 國內制度의 투명성 확보 등

3. 苦情事項 신청방법

○申請接受
- O.T.O 事務局(經濟企劃廳 調整局)
- 관계성청
- 大使館, 領事館
- JETRO 사무소 등에 설치된 O.T.O 창구

○申請方法
고정내용이 명확하기만 하면 형식불문(窓口來訪, 편지, 전화 등)

○申請資格
- 당사자 본인 원칙
- 다만, 外國政府機關, 在日外國公館, 外國政府關係機關으로 貿易振興에 관계되는 기관, 기타 O.T.O 本部가 적당하다고 인정하는 자(在日外國商工會議所, 日本의 주요한 商工會議所나 민간의 주요한 경제단체)를 대리인으로 하여 當事者 본인의 성명을 밝힘이 없이도 고정신청을 할 수 있음.