

비디오 산업의 동향과 과제



김 영 준
(주) 삼성사 전무

1. 머리말

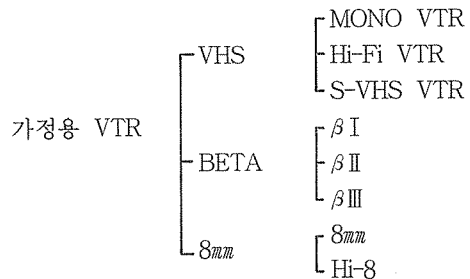
국내 VTR산업은 1985년 수출을 개시함에 따라 급속한 성장을 이룩하여, 국내 전자산업 및 관련 산업의 성장에 크게 기여하며 가전산업의 총아로 부각 되었다. 그러나 1986년 이후 누적된 원화절상, EC 등 주요 수출시장에서의 통상

마찰, 일본 기업의 동남아시아 현지생산, 그리고 세계 수요의 급속한 변화에 대응한 제품개발의 지연 등으로 1986년 이후 급속히 경쟁력이 저하되어 1986년에 전년대비 생산 4.9%, 수출 6.3% 감소를 보였다.

더우기 VTR제품이 고도의 첨단기술을 요하는 고부가가치 제품으로 진전됨에 따라 세계 VTR시장을 석권하고 있는 일본의 견제도 심해지고 있다. 일본업체는 기술이전에 따른 부머랭 효과를 우려하여 국내업체로의 기술 유출에 대해 매우 민감한 반응을 보이고 있어 캠코더, S-VHS, VTR 등 새롭게 성장하는 제품들에 있어 국내 업체들의 제품 경쟁력 확보가 매우 어려운 실정이다. 이러한 부정적인 요인을 극복하고 지속적인 성장을 이룩하기 위하여 근본적인 대책을 수립해야 할 시기이다.

2. Video 산업의 동향

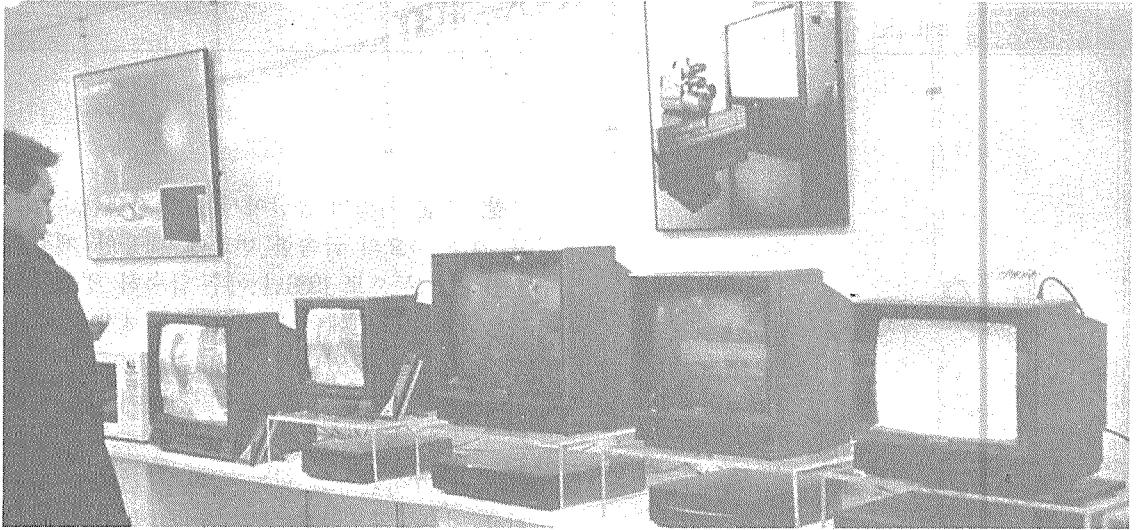
음성 및 영상 신호의 기록 재생이라는 VTR의 기본적인 용도를 구현하는 방법에 따라 <도-1>과 같이 구분되어 질 수 있다.



<도-1> 가정용 VTR의 분류

1) 세계수요 동향

최근 세계 VTR 수요의 특징은 첫째, 미국, 일본 등 주요 시장의 수요가 성숙됨에 따라 전



독자적인 제품개발 능력을 확보하는 노력이 절실하다.

체적인 수요증가 둔화추세를 보이고 있으며 둘째, 대체 수요의 증가에 따라 수요의 고급화를 보이고 있다. 이러한 추세는 미국의 경우 1987년, 일본의 경우 1989년을 기점으로 수요감소 현상을 보이고 있으며 EC 및 기타 지역에서도 수요 증가가 둔화되고 있어 1989년부터는 세계 수요가 정체현상을 보이고 있음으로 알 수 있다.

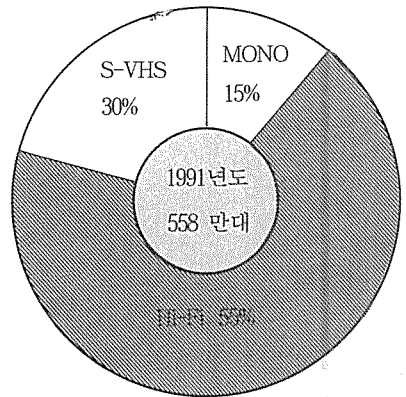
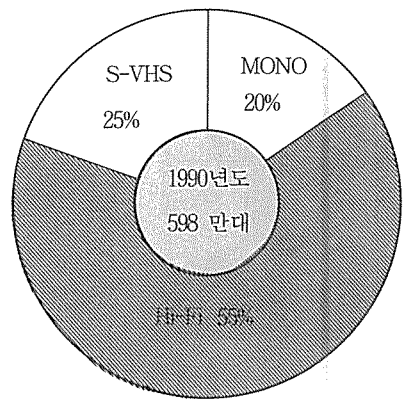
한편 일본 업체들 사이의 기술개발 경쟁과 이에 따른 가격하락으로 고급제품의 수요가 증가되고 있다. 제품의 고급화는 제품성능의 고기능화 및 기능의 다양화, 사용자 입장에서 편리성 추구로 요약될 수 있으며 이는 특히 일본 시장에서의 S-VHS 및 Hi-Fi VTR의 수요증가가 두드러지고 있으므로 알 수 있다.

〈표-1〉 세계주요 지역별 VTR 수요동향

(단위 : 천대)

	1988	1989	1990	1991
미 국	10,750	9,750	10,120	10,500
유 럽	10,820	11,180	11,670	12,680
일 본	7,520	7,090	5,980	5,580
기 타	8,610	10,240	12,940	14,680
계	37,700	38,270	40,710	43,440

자료 : EIA, Electronic Market Data Book



자료 : 일본, 「가전 Business」, 1991. 3

〈도-2〉 일본의 VTR수요전망

2) 일본기업의 해외 생산동향

일본 기업들은 1982년 이후 미국, EC, 동남아 등지에서 해외 생산을 시작, 그 생산 Capa를 지속적으로 확대시키고 있다. 이는 EC시장 통합에 대처하기 위한 것과 한국 Maker와의 가격경쟁을 위한 것으로, 특히 동남아 현재 생산은 동남아시아의 저렴한 인건비의 활용, 동지역 VTR수요 증가 물량의 흡수, 미국, EC 등 주요 수출시장에 대한 우회수출기지 등의 복합적인 목적으로 추진되고 있다.

〈표-2〉 일본기업의 세계 현지생산 현황

(단위 : 천대)

	주요 Maker	생산규모(연산)
미 국	日立, 東芝, 松下	276
유 럽	日立, 東芝, 松下 JVC, Sony, 三洋	5,190
동남아시아	松下, JVC, 日立 Sharp, Sony, 三洋	7,320

자료 : 일본, 과학신문사, 「민생용 전자기기 시장 요람」 1989

3) 국내 동향

국내 VTR산업의 생산, 수출이 급속한 성장을 이룩하였던 1985~1988년 기간동안 국내업체에 의한 국내 시판규모도 국내 제품의 품질 향상과 Video S/W보급 등으로 연평균 52.2%의 폭발적인 증가를 보였으며, 생산과 수출이 어려움을 겪던 1989년에도 TV과의 실시 등으로 전년비 36.3%의 높은 증가를 보였다. 이에따라 1989년 국내 VTR내수 규모는 131만대 3,000억 원에 달하였다. 그러나 1990년에 들어서는 국내 시판이 100만대 수준을 넘어서면서 정체현상을 보이고 있어 전체 내수 규모는 130만대 수준으로 유지되었으며 금년 7월 1일 이후의 유통시장에 대한 개방조치로 수입 비중이 확대될 것으로 예상되고 있다.

단계별 시장개방 계획의 일환으로 추진된 유통시장 개방은 국내 가전 3사로 하여금 새로운 위기 국면을 극복할 것을 요구하고 있다(표-4 참조).

〈표-3〉 국내수요 동향

(단위 : 천대)

구 분	'87	'88	'89	'90
국내시판수	427	867	1,182	(1,180)
수입	54	89	127	(120)
계	481	956	1,309	(1,300)

[주] ()는 예측치

〈표-4〉 시장개방 단계

구 분	기준년도	개 방 내 용
제1 단계	'89	-기술도입 및 도매업 투자폭의 확대 -외국지사 규제 완화
제2 단계	'91	-소매업의 선별 개방 (점포수, 면적 제한 완화)
제3 단계	'93	-제한 범위의 대폭축소 -자유화의 전단계

국내 가전유통은 전문 대리점 조직을 통한 판매가 주류를 이루고 있으며 국내 가전 3사의 대리점수는 약 4,000점, 평균 면적 17평으로 여신, 판촉, 경영지도를 해당업체로부터 지원받는 상태에 있다. 이러한 상황에서 외국의 유명업체의 국내 가전유통시장 진출은 기존 대리점에 비해 매장규모, 자금력, 판매력의 월등한 우세로 국내 가전대리점의 도산을 초래할 우려가 있으며, 막강한 판매력과 자금력을 배경으로 국내 가전 업체에 공급 가격인하 압력을 불어 넣어 국내 내수기반의 붕괴 및 손익악화로 대외 경쟁력 약화를 초래하게 되어 결국 국내 가전산업 자체의 존립을 위협하는 결과가 예상되고 있다.

따라서 유통시장 개방은 국내 가전업체뿐만 아니라 가전 대리점 등의 유통업체에도 큰 위기가 아닐 수 없으며 가전 업체에서도 이를 극복하기 위해 기존 대리점에 대한 육성 강화, SVC력 강화, 가전업체의 유통시장 참여 등 다각적인 대응 방안을 수립, 추진하고 있다.

3. 기술발전 동향

가정용 VTR은 1975년 소니가 베타맥스방식의 VTR을 1976년 일본 빅터가 VHS방식을 발

표하여 이 두그룹에 의하여 세계 VTR시장이 분할되어 왔다. 그러나 1986년을 기준으로 VH S방식이 전세계 시장의 95%를 차지하여 세계 VTR시장은 사실상 VHS방식으로 단일화 되었다. 이같은 열세를 만회하기 위해서 베타그룹이 전략적으로 등장시킨 것이 캠코더(카메라 일체형 VTR)이다. 소니는 1983년 대형사이즈의 캠코더 베타무비를 개발하였으나, 곧이어 1984년 VHS진영의 마쯔시나도 VHS 무비를 개발하였다.

이후의 VTR제품 동향은 고화질화, 고음질화, 다기능화 등 성능 및 기능의 향상, 그리고 사용자가 편리하게 이용하도록 소형 경량화하는 경향을 띠게 되었으며, 이 밖에도 HDTV (High Definition TV)에 대응한 HD-VTR이 개발되고 있고, 1990년대의 신제품으로서 디지털 VTR이 주요 VTR업체들에 의해서 발표되고 있다.

<도-3>에서 보듯이 국내 VTR산업은 1979년 VTR을 생산하면서 시작되었다. 이후 1981년 전자식 VTR, 1984년 4헤드 VTR, 1985년에는 Hi-Fi VTR 및 음성다중 VTR을 개발하는 등 국내 VTR업체들은 일본 VTR업체와의 격차를 좁혀 가면서 제품개발에 힘써 왔다.

제품의 국산화면에서도 1985년 70%의 국산화율을 1990년에는 94%까지 향상시켰으며, Hi-Fi

VTR의 경우도 1990년에는 90%의 국산화율을 실현하였다.

그러나 국내 VTR산업은 주로 일본으로부터의 기술도입에 의해 제품개발을 해왔고, 부품에 있어서도 캠코더, S-VHS VTR 등 고급제품의 경우 국산화율이 50%정도로 저조한 상태이다. 따라서 국내 VTR업체들이 기술도입으로 인하여 지불하는 로열티가 전체 VTR 제품원가의 8~10%에 달하고 있으며, VTR전용 IC, 캠코더의 생산에 소요되는 CCD(고체촬상소자), 렌즈 등 핵심부품을 일본으로부터의 수입에 의존하고 있어서 원가절감이 곤란한 형편이다.

<표-5> 우리나라 VTR의 연도별 국산화추이 (단위: %)

구 분	'85	'86	'87	'88	'89	'90
VTR	70	75	80	85	90	94
VCP	74	79	84	89	94	97
Hi-Fi	65	70	75	80	85	90
S-VHS	-	-	-	-	50	50
Camcorder	-	-	-	-	-	50

자료: 상공부, 「산업, 기술, 주요자료보고서」, 1990. 6

더욱이 최근에는 국내 VTR 업체를 주된 경쟁상대로 인식하고 있는 일본의 VTR 업체들이 C-VHC VTR 및 S-VHS 캠코더, 고정밀헤드 등 핵심기술에 대한 기술이전을 기피하고 있어서 국내 VTR 업체들의 제품개발이 차질을 빚

<도-3> 한·일 VTR제품 개발 역사

	1970	1980	1990
일 본	기계식(75) → 전자식(79)	→ 4 HD(82) → Hi-Fi(83) → HQ(85) → S-VHS(87) 8mm(83) → Video Movie(84) → VHS-C(86)	→ Digital VTR
한 국	기계식(79)	→ 전자식(81) → 4 HD(84) → Hi-Fi(85) 8mm(86) → Video Movie(87)	→ S-VHS(91) → VHS-C(89)
주요기술동향	Mono → Top Loading 2 HD → 3 HD → D/A	Hi-Fi 음다 → Stereo → PCM Pront Loading, Slide Loading 3 HD → 4 HD → D/A 4HD → FE HEAD → 9HD OSD, Digital Memory, Field, Memory	Digital 신호처리
	Analog		Digital

고 있다.

또한 <도-3>에서 보듯이 제품개발 및 주요 기술동향이 점점 Digital화 추세로 나아가고 있으며 이는 1990년대에 이르러 신규방송 방식의 채용으로 더욱 가속화 될 것이다. 신규방송방식의 채용은 기존 VTR 산업구조를 완전히 재편하는 결과를 가져올 것이며 이는 국내 가전업체의 흥망을 가늠하는 하나의 큰 Event가 될 것이다.

결론적으로 정보화 Intelligence化, Digital化 등 이 세가지 명제가 향후 2000년대에 대비한 국내 가전업체의 필연적인 기술과제라 하겠다.

4. Video산업의 육성 방안

전술한 바와 같이 국내 VTR 산업은 1980년대에 생산, 수출면에서 놀라운 성장을 보여 국내 가전산업에 있어서 성장의 견인차 역할을 해왔으며 전세계 제2위의 VTR생산, 수출국으로 부상하였다.

그러나 이같은 급속한 향상으로 인해 국내 VTR 업체들은 일본 및 EC 등의 VTR 생산업체들의 견제 대상이 되었으며, 1988년 이후 원화 가치의 상승, 세계적인 기술보호주의 확산, 국내 자금의 상승 등 주위환경이 악화되자 잠재되었던 문제점들을 드러내기 시작했다.

즉, 국내 VTR산업은 전적으로 기술도입에 의존한 제품개발로 독자적인 제품개발능력을 갖추지 못하고, 짧은 기간동안의 급속한 성장과 개발부품업체의 영세성과 기술력 부족으로 부품재료의 높은 대일의존도를 야기시켰으며, 이러한 제반 문제점들이 주변환경의 악화와 더불어 일시에 표출하기 시작하여 결과적으로 1989~1990년 기간동안의 수출, 생산의 감소로 나타난 것이다.

따라서 이러한 문제점들을 극복하고 지속적인 성장을 위해서는 아래와 같은 선결 과제를 해결해야 한다.

1) 고기술·고부가가치제품의 조기 상품화

국내 VTR산업은 중저급의 제품을 불량위주

로 수출함으로써 성장해 왔으나 일본의 기업들은 지속적인 기술혁신으로 8mm 캠코더, S-VHS VTR 등 고기술·신제품의 가격을 하락시켜 중저급 제품과의 가격차를 축소하고 있을 뿐만 아니라, 중저급품 시장에서는 일본계 기업의 동남아시아 현지생산제품의 저가공세가 치열하게 전개되고 있어서 국내 VTR산업은 급속히 경쟁력을 상실하고 있다. 따라서 고기술·고부가가치의 신제품을 조기개발, 상품화하여 시장 기회를 상실하지 않도록 하는 한편 기술력향상에 박차를 가하여 후진생산국의 추격에서 벗어나 국내 VTR 산업의 국제경쟁력을 조속히 회복해야 할 것이다.

2) 부품·재료산업의 육성

그동안 업계 및 정부의 노력으로 중저급 VTR에서는 90%이상의 높은 국산화율이 이루어졌지만 아직도 VTR전용, IC, CCD 등 많은 부분을 일본으로부터의 수입에 의존하고 있으며, 캠코더 등 고기술제품에서는 50% 내외의 저조한 국산화율을 보이고 있는 실정이다. 이는 국내 전자부품산업의 기술력 부족과 영세성에도 문제가 있으나 한편으로는 연관소재산업, 사출금형·도금·절삭가공 등 주위산업의 취약성도 커다란 장애요인이 되고 있다.

따라서 VTR산업, 나아가서 국내 전자산업의 조속한 지위를 이룩하기 위해서는 기술력 부족과 영세성을 면치 못하고 있는 부품재료산업의 육성대책이 시급히 마련되어 집중적인 투자가 필요하다.

3) 독자적인 연구개발능력의 확립

최근 국내가전업체들은 연구개발의 중요성을 깊이 인식하게 됨에 따라 연구인력을 확충하고, 연구개발투자를 확대하는 등 기술력을 배양하는데 열중하고 있다. 그러나 과거의 제품개발이 그렇듯이 아직도 독자적인 연구개발보다는 기술도입에 의한 상품화에 치중하고 있어서 독자적인 제품개발능력은 매우 취약한 실정이다. 따라서 장기적으로 가전분야의 선두주자인 일본과 기술격차를 축소하고, 나아가서 향후 대

등한 위치에 서기 위해서는 중요한 기술의 변화에 대한 정확한 정보의 입수 및 이에 기초한 독자적인 제품개발능력을 확립하는 데에 최대의 노력을 경주해야 될 것이다.

5. 결 론

현재 Video에 있어서의 상황은 Audio와 비슷하다. 중저가제품은 동남아시아를 비롯한 신흥공업국으로 이전되고 있으며 고가 및 첨단제품은 일본의 독점영역으로, 국내 가전업체의 진

출을 억제하고 있다. 제품 및 기술의 발전추세는 Digital화 되어가고 있으나 국내 기술수준은 초보단계에 머물고 있다.

또한 국내 가전업체의 수익발판인 내수기반이 유통시장 개방이라는 태풍을 만나 예측불허의 상황에 놓여 있다.

이렇듯 어려운 상황에서 이를 극복하고 지속적으로 성장하기 위해서는 정부와 기업체 등 고객에게 만족을 주는 개발, 생산, MKT을 하면서 성장할 수 있도록 모든 분야에서 협력과 노력을 경주해야 하겠다.