

스페인의 Home Video Consoles 시장동향

1. 수요동향

1) 주재국의 연간 총수요 규모

스페인의 Home Video-Consoles 시장규모는 Sega, Nintendo 및 Atari사가 소개한 첫번째 모델이 스페인에 진출한 해인 '88년부터 크게 성장되고 있다. 아래 도표에서 볼 수 있는 바와 같이 동지역시장에서의 동품의 Apparent Consumption은 '88년도에는 US\$2.4백만에 불과하던 것이 '90년도에는 US\$17.5백만이상 증가하여 불과 2년 사이에 약 630%의 성장세를 보였다.

이같은 추세는 '91년도에도 계속되었는데, 89년도와 '90년도의 연증가율을 볼때 '91년도의 동지역 시장의 Apparent Consumption은 US\$35백만에 달하였을 것으로 추정된다. 또한 '91년도의 스페인의 동품 시장규모는 총 US\$70~90백만으로 추산된다.

2) 수요증감추세, 전망 및 증감요인

금년도(92년) 2/4분기는 Nintendo가 신규상품인 Hand-held Video-game Console (Game Boy)와 16-bit Home Video-game Console (Supernintendo)의 판매촉진을 위해, 착수한 놀라운 광고활동으로 특징지어지고 있다. 곧 이어서 Segas도 자사의 광고활동으로 대응하였다. 이 양개사는 현재 자사의 상품 마케팅에 거액을 투자하고 있다.

이와같은 광고전쟁으로 인해 비디오게임 시장이 고부되고 있어서 모든 형태의 Video-game과 Video-game Console의 단기 수요는 크게 증가할 것으로 전망되고 있다.

이같은 추세는 중장기적인 면에서도 지속될

것인지는 아직은 두고 보아야 하겠지만 경제 전문가들은 스페인의 Video-game과 동품기기(소프트웨어와 하드웨어) 시장규모가 금년도 아니면 내년도에는 연간 US\$400백만에 달할 것으로 예측하고 있다.

3) 수요패턴

가) 품질

일반적으로 Sega사와 Nintendo사의 Console은 Speed, Power, 디자인, 품질 등 모든 면에서 여타사의 Console 보다 우수하다. 또한 Game Cartridge를 구입하여 Console을 사용하면 되므로 기왕에 Console을 가지고 있는 사람도 오랜동안 자기의 Console이 유행에 뒤지는 "구식"이 되지 않을 거라고 생각하게 되었다. 메모리에 저장된 게임을 가진 Console은 비교적 빨리 구식이 되기 쉽다.

나) 가격

Sega와 Nintendo의 Top-of-the-line Home Console은 소매가격이 약US\$70이다. 여타 제조업체의 Home Video-game Console 소매가격은 약US\$100, Hand-held Model의 소매가격은 약US\$20이다.

다) 소재

Sega와 Nintendo사의 Console은 최신 첨단 기술로 제조되었기 때문에 당지역 시장에서 가격이 가장 싸다. 이 양개사만이 16-Bit 기술을 사용하기 때문에 이 업체들의 Console에 Game이 작동되면 여타 Console에 작동되는 Game보다 스피드가 빠르고 화면도 더 선명하다.

라) Video-game Console의 유형

당지역 시장에는 Hand-held Console과 Home Console 등 두가지 유형이 있다.

Hand-held 비디오 게임은 배터리로 작동되며 Built-in LCD스크린을 가지고 있다.

Home Video-game Console은 교류전원을 사용하여 일반 TV에 연결해서 쓴다. 일반적으로 Home Console은 Hand-held Console보다 가격이 고가이다. 당지역 시장에는 역시 Game Cartridge System과 Stored Game System 등 두가지의 Game System이 있다.

Sega와 Nintendo사는 Game Cartridge System을 사용하는 대표적인 업체이다. 이것은 Console에 플러그로 연결하여 사용하는 상호교환할 수 있는 Video-game Cartridge 시스템이다. Cartridge에는 게임 프로그램이 들어있는데 이것은 별도로 판매되고 있다. 한가지 유형의 Console에 사용하도록 만들어진 Cartridge는 다른 유형의 Console에는 사용할 수 없으며 한 업체가 만든 Cartridge는 다른 업체의 Console에 사용할 수가 없다.

대부분의 제조업체들이 사용하는 또 다른 시스템은 비디오 게임이 Console의 메모리에 저장된 것이다. Home Video-game Console은 보통 150개나 되는 메모리로 저장된 게임을 가지고 있다.

2. 수입동향

1) 총수입 규모 및 증감요인

스페인 관세청이 사용하고 있는 상품분류시스템으로는 Hand-held Video-game Console은 기타 전자완구로 분류되고 있어서 동품의 정확한 수입통계 파악은 불가능하다. 다음 도표에 나와 있는 스페인의 Home Video-game Console의 수입실적을 통해서 동품의 수입이 '88년부터 크게 신장되어 '89년도에는 전년대비 109%, '90년도에는 US\$19.3백만을 기록하

여 전년대비 202%의 증가율을 보이고 있음을 알 수 있다. 이같은 추세가 '91년도에도 지속되었다고 볼때 '91년도 동품의 수입은 약US\$57백만으로 추산되고 있다.

2) 주요국별 수입실적 및 증감요인

아래 도표에서 볼 수 있듯이 일본은 '88~'90년 기간중 대 스페인 수출실적이 US\$382,000에 불과하던 것이 US\$6.1백만으로 급증하여 팔목할만한 신장세를 나타냈다. 이것은 스페인 총수입의 31.9%를 점하는 금액이다.

일본 다음으로 대만은 '90년도에 US\$4백만을 수출하여 총수입의 21%를 점유하고 있다.

스페인의 대스페인 수출은 높은 증가율로 계속 신장하고 있으나 경쟁국만큼 빠른 속도는 아니다.

중국의 대스페인 수출실적은 '88년 US\$168,000에서 2년후인 '90년도에는 US\$3.5백만 이상을 기록하여 스페인 총수입의 18.4%를 차지하는 점유율을 보였다.

3) 수입전망 및 전망근거

상기한 바와 같이 SEGA 사와 NINTENDO사가 벌이고 있는 광고전쟁은 Video-game Console 시장을 고무시키고 있어서 증대되고 있다. 동품의 현지생산은 전무하므로 수요증가는 수입신장으로 자동적으로 해석해도 무방하다.

3. 수입관리제도

1) 수입규제여부 및 규제내용

Zone C 지역국가(한국포함)산 Home Video-game Console을 수입할 경우 자유화되어 있기 때문에 통관시에 어떠한 수입서류도 특별히 요구되지 않는다.

2) 관세율 및 기타 수입관련 세금

'92년 1월부터 아국의 대 EC 수출은 GSP 혜택을 받게 되었다. 수혜국산인 동품에 대한 수입관세율은 2.2%이다. GSP 수혜국이 아닌 Zone C 지역국가산 상품에 대한 수입 관세율은 8.0%이다. 홍콩은 GSP 수혜국이지만 이국가산 동품에 대해서는 8.0%의 수입 관세율이 부과되고 있다.

4. 경쟁동향

1) 주요경쟁국 현황 및 진출형태

가. 각국의 현황

가) 일본 : 일본의 대스페인 동품 수출은 당지역시장을 석권하려는 SEGA와 NINTENDO사의 노력에 혜택을 받고 있다. 기타 일본의 Video-game 제조업체는 당지역시장에 없다.

나) 대만 : 대만의 동품 수출업체들은 동품이 주재국에 소개된 이래 당지역시장에 진출하여 시장쉐어 유지에 전력을 집중하고 있다. 대만의 성공여부는 가격과 품질에 달려있다고 보겠다.

다) 중국 : 중국의 동품 제조업체들은 주로 저가의 저품질 Console을 당지역시장에 수출하는 전략에 성공을 거두고 있다. 일부 수입상들은 판매마진이 크기 때문에 중국산을 선호하고 있다.

나. 시장진출전략

SEGA와 NINTENDO사의 마케팅 전략은 잘 알려진 바와 같이 마진이 적더라도 가능한 많은 Console을 판매하는 것이다. 이와같은 방법으로 양개사는 앞으로 자기들의 Game

Cartridge를 지속적으로 구매할 고객을 광범위하게 확보하고 있다. 이들의 이익금은 장래의 Game Cartridge 판매에서 나오는 것이지만 Console 판매로는 기대할 수가 없다.

그러므로 일단 바이어가 하나의 시스템을 선택하게 되면 오직 그 시스템에 대한 Game Cartridge를 앞으로 구매하게 될 것이므로 무엇보다도 바이어가 Game System을 사용하도록 설득하는 경쟁이 치열하게 벌어지고 있다.

2) 주재국 제품과 수입품과의 경쟁관계

주재국의 동품 생산은 전무함.

3) 주요경쟁국별 경쟁요인 분석

5. 진출대책

1) 적정 수출가격

품질좋은 대만산 Home Video-game Console 이 FOB 가격으로 대당 US\$18.00~20.00에 당지역시장에 수출되고 있다. 대만산 Hand-held Video-game Console은 대당 FOB 가격 US\$4.00~7.00에 당지역시장에 들고 오고 있다.

2) 경쟁력 있는 품질 및 디자인

당지역시장에서 경쟁하기 위해서는 아국의 동품 제조업체들은 대만산에 비해 보다 경쟁적인 가격과 품질을 제시해야 할 것이다. 대만산 Console은 모두가 다 8-bit Micro-processor를 사용하고 있으며 보통 약 150개의 Video Game이 메모리되어 저장되어 있다. 아국 제조업체들은 메모리 게임 저장수효를 늘려 대만산 제조업체와 동일한 가격으로 수입상에게 오피하여야 할 것이다.

당지역시장에서의 소비자들의 브랜드 인지도는 동품 시장을 주도하고 있는 SEGA사와 NINTENDO사로 국한되어 있다.

3) 공업표준규격과 최저품질 기준

EC나 스페인 정부는 동품에 대해 어떤 의무적인 공업표준규격도 정해놓고 있지 않으며 최저품질기준도 요구하지 않고 있다.

世界電子市場情報

유럽 컴퓨터 업계 동향

1. 유럽자본의 업계현황

가. 올리베티.

올리베티사의 1991년 적자는 약 2,900억리라였다.

올리베티사의 매출은 8조 6,000억리라 규모였다. 이 적자액은 결산발표 직전, 스위스 Daros에서 개최되었던 세계경제 회계에 출석한 Benedetti 회장이 설명한 수자 (약4,000억리라)을 하향수정하기 위하여 공표되었다.

동회장은 Daros 회의에서 IBM으로부터의 제휴진단이 있었던 것을 확실히 함과 함께, 이것을 IBM사 제품의 RISC chip의 실질 표준화를 겨냥한 것으로써 올리베티 사에 있어서 유익한 것이 아니었다고 평가, '동사의 경영의 독립성 유지에 강력한 의욕을 나타냈다. 그러나, 한편 타사와의 협력관계구축의 가능성에 즈음하여, 금후도 파트너 상호의 이익이 되는 범위라면 제품레벨 및 기술레벨의 교류를 적극적으로 추진할 계획이라고 언명하였다. 이탈리아 소식통 등이 전하는 바에 의하면, 일본기업과 접촉을 개시하고 있는 가능성도 부정되고 있지 않다.

1991년에 적자를 계상한 올리베티사는 퍼스컴 조립부문의 Asia로의 이전을 비롯하여, 여러 가지의 재건계획을 표방하고 있는데, 이탈리아내의 2개공장의 폐쇄와 그것에 따른 2,500명의 삭감안을 금년초에 이브레라본사에서 조

합에 제시했다. 동사 종업원수는 세계전체로는 4만 6,000명, 이탈리아 국내가 2만 2,500명으로 일컬어지고 있는데, 금회의 합리화로 전체의 11%의 인원삭감, 인건비는 약4,130억리라의 절감이 기대되고 있다.

Benedetti회장이, 신규사업의 확대에 의한 경영안정화를 지향하여, 1991년 11월, 이탈리아공업 노동부에 대하여, 업적이 좋은 정부계 소프트웨어회사 Finsiel사(이탈리아의 정부조달 관련사업을 독정적으로 책임지는 정책회사, 매출규모도 올리베티사의 컴퓨터 부문의 2배에 달하고 있다)에의 참가를 타진하였다.

그러나, 공업·노동부는 올리베티사가 민간기업이라는 것을 이유(이 이외에도 정부와 Benedetti회장의 사이에는 커다란 격차가 있었다. 예를 들면 Benedetti회장이 지배하는 월간지 "La Repubblica"는 우정부계 신문으로써 알려져 있다.)로 이것을 거절하였다. Carlo De Benedetti회장은 방향을 전환하여, 프랑스의 소프트 하우스 Cap Gemini Sogeti사와의 기업연합을 모색하였다.

그런데 그 직후 BULL-IBM사의 업무제휴합의의 뉴스가 유럽을 강타했다.

유럽 컴퓨터연합의 일각이 맥없이 무너져버렸다. 즉시, Benedetti회장은, 프랑스 정부 및 Bull사를, 유럽시장을 IBM사에게 인도하는 "트로이의 목마"라고 부르고, 불쾌감을 표면적으

로 나타냈다. 이탈리아공업부도 흔들렸다. 민간기업이라는 이유로 정부계 산업개발회사 IRI 산하의 기업과의 연합은 말할 나위도 없고, 정부조달에서도 올리벤티사를 따돌린 종전의 정책을 철회, IRI회사 산하의 소프트 하우스: Fin siel사, 전자통신사업의 Stet공사 및 반도체의 SGS-Thomson사를 포함한 이탈리아 하이테크 기업군의 재편계획에 올리벤티사의 컴퓨터 사업재편문제를 집어 넣음으로써 순수유럽자본 기업의 구제를 착수하였다.

그럼으로써, 금년중에 예정되어 있는 Olivetti사의 이탈리아내 2공장의 폐쇄에 의하여 발생한 3,000명의 실업자도, 그중 1,000~1,500명에 대하여는 정부의 비용으로 흡수되게 되었다.

현지 소식통들에 의하면, SUN, H/P, IBM, Mips(ACE), DEC간에서 실질 표준획득을 위한 유저확보가 격화되었던 UNIX Base의 RISC 칩 개발분야에서 DEC사가 올리벤티를 획득했다.

올리벤티 부사장이 밝힌 바에 의하면, 동사는 DEC사의 RISC Chip, Alpha를 탑재하는 새로운 워크스테이션의 개발에 이미 착수, 연내에 프로토타입이 출현할 예정이라고 한다.

Conpaq, Microsoft, 도시바와 함께 Mips사가 제공하는 R3,000 chip을 채용한 ACE머신을 DEC 스테이션 5,000~25로서 시장에 공급하고 있는 DEC사가 보다 한층 더 강력한 독자적인 아키텍처를 갖는 Risc-Alpha 164bits, 200MHZ, 400Mips)를 2월에 공표하였기 때문에, 동일하게 ACE머신 개발 Group에 소속되어 있던 올리벤티가 Risc-Alpha에 흥미를 보였다라고 한다. 올리벤티는 이 보도에 관한 코멘트를 공표하지 않았으나 ACE머신의 개발을 지속하는 DEC사의 Alpha를 엔진으로 하는 새로운 워크스테이션의 개발을 동시에 실시한다고 한다.

또한, Alpha는 현재, Cray Reseach사 및 일본의 구보다 Computer가 채용하고 있다.

나. Siemens-Nixdorf (SNI社)

지멘스의연초 발표에 의하면(91. 9월 결산) 전체로는 17억 7,300만 DM로 대폭 이익이 증가하였지만 반도체부분의 5억 DM 적자, SNI의 7억 8,100만 DM 적자를 계상하고 있다.

또한 동사의 구동독용 미회구 투자잔고는 약 2억 4,800만DM에 달하고 있다고 한다.

SNI사는 전년대비 2%증가한 총매출 121억 DM를 기록한 것인데, 영업손익에서 7억 8,100만 DM의 적자를 계상하였다.

이 때문에, Uixdorf사로부터 계속 이어진 누적손실이 더욱 팽창하게 되어, 결과적으로 적자가 1991년말에 15억 8,000만 DM에 달하였다고 한다.

다. Machines Bull社

프랑스의 국영컴퓨터기업인 Bull사의 모기업으로 유명한 Machines Bull사의 1991년 결산이 1992년 2월 중순에 공표되어, 많은 전문가의 예측대로, 총매출액이 전년대비 3.2% 감소한 334억 Fr.으로 확실해졌다.

자회사인 Bull사의 누적손실액 등에 대해서는 현시점에서 불명이다.

라. Cap Gemini Sogeti사(프랑스)

유럽의 최대 소프트 하우스인 프랑스의 Cap Gemini Sogeti사가 지난 2월 스웨덴 최대의 소프트하우스인 Programator사를 공개주식취득 방식으로 매수하였다. Programator사는 종업원수 2,500명, 연간 매출규모 약 20억 Fr.으로, 컴퓨터 서비스 분야에서는 스칸디나비아제국에서 가장 큰 기업이다.

Cap Gemini Sogeti사는 '90년에 영국 및 독일에서의 대형기업매수로 유럽 최대의 컴퓨터 서비스회사의 지위를 획득하였다.

1991년의 매출규모는 약115억 Fr. 이익은 6억 5,000만 Fr.으로 예상되고 있다.

마. 핀란드의 NOKIA社,

핀란드의 세계적인 산업전자·통신업체인 NOKIA사의 1991년 경영실적에 의하면 매출규모가 전년대비에 16%감소한 156억 9,000만 F.M (핀란드 마르크)에 머물렀기 때문에 세액공제前실적은 9,700만 F.M의 적자 규모이다. 또한 동사의 1990년의 손익은 약 11억 F.M의 흑자였다.

2. 다국적기업의 동향

가. IBM

세계최대의 컴퓨터업체인 IBM사가 최근 발표에 의하면, 금년 여름에도 Asia제품의 IBM PC 호환기종이 미국계의 새로운 판매 루트에서 유럽 퍼스컴시장에 제공될 것이라고 한다. 동 Clone기는 IBM사의 브랜드는 아니지만, 제 2의 브랜드 제품으로써 유럽시장에서 판매될 것이라고 한다.

나. 스위스 PC시장에서의 Apple

지난 3월에 발표된 데이타퀘스트의 자료에 의하면, 스위스의 1991년 상반기의 퍼스컴시장 수량기준에서, Apple의 보급형 PC가 최고의 점유율을 차지했다.

Apple의 보급형 PC(Mac classic 및 Mac LC)가 등장한 1990년 말 이후, 프랑스어권의 PC시장에서 가격경쟁이 격화, 딜러업체의 경영파문과 재편이 급속히 진행되는 가운데 Apple이 예상외의 판매대수를 기록하였다.

1991년 상반기의 스위스에서 PC 총판매대수 27만 2,000대중에 16.4%에 해당하는 4만 5,000만대를, 판매, IBM을 제치고 정상의 자리를 차지하였다.

명사별의 점유율은 아래와 같다.

스위스의 퍼스컴 시장의 현황(1991년 1~6월)대수
베이스 판매 점유율

[단위 : %]	
Apple	16.4
IBM	15.4
Commodore	10.0
Compaq	8.6
Olivetti	5.6
Atari	3.6
Tandem	3.5
NCR	2.9
AST	2.9
기 타	31.1
총판매대수	12.7만대

(자료 : European monitor vol. 8, No. 3, March 1992, Dataquest)

