



일본 VTR 시장 동향

조사부

1. 시장개요

VTR은 거치형 VTR(VTR, 데스크)이 다시 성장궤도에 오르기 시작해 이번 4월의 국내 출하대수는 전년 동월대비 24% 증가의 대폭적인 신장을 보였다.

1월부터 4월까지의 누계로도 24% 증가로 추이하고 있어 작년의 8% 증가를 크게 상회하고 있다.

한편 비디오 카메라(카메라 일체형 VTR)는 작년에는 9% 증가로 2년연속 신장을 보였으나, 금년 1~4월까지의 미미하지만 작년의 기록에 못미치는 상황이 다.

하지만 4월만으로는 전년과 거

의 동등한 수준까지 회복하고 있어 비디오 카메라도 금후는 안정 성장을 기대할 수 있으리라 예상된다. AV시장의 활성화는 커다란 견인차 역할을 맡고 있는 칼라 TV와 VTR의 동향에 달려있다.

이처럼 기대되는 VTR은 테크가 교체 사이클을 맞이하고 있어 작년 후반부터 본격적인 회복세를 띄고 있다고 하는 밝은 소식이 들리고 있다.

이제까지의 저가격 지향에서 화질 등 본질적인 기능의 수정이 추진되고 있는데 BS/CS 튜너 내장, S-VHS 등 고부가가치 기종의 출하도 급증하고 있으며, 와이드 TV의 시장확대에 따라 금후 고품질 VTR의 신장도 기대된다.

비디오 카메라도 종래형의 고품질, 고성능 타입에서 수정이 가해지고 있으며, 또 참여업체가 늘고 있는 액정모니터가 부착되어 있는 VTR도 여전히 호조를 띄고 있다. 금년의 수요는 거치형 VTR이 600만대 정도, 비디오 카메라도 140만대 전후의 시판을 기록할 것이라는 기대가 높아지고 있다.

2. 거치형 비디오 시장

일본 전자기계공업회가 최근 발표한 4월 거치형 VTR의 국내 출하대수는 46만 1,000대로 전년 동월대비 24.3% 증가하였다.

이 결과 1~4월 누계 출하대수

거 치 형 V T R

(단위 : 대, %)

	통산성 기계통계연보 속보						대장성 무역통계				EIAJ	
	생산수량		출하수량		재고수량		수출수량		수입수량		국내출하수량	
		전년대비		전년대비		전년대비		전년대비		전년대비		전년대비
1989	28,242,110	100.3	28,546,275	100.5	1,921,374	146.2	23,129,882	105.8	472,797	128.9	6,617,000	92.5
1990	27,920,854	98.9	29,982,583	105.0	1,293,216	67.3	25,839,199	111.7	264,401	55.9	5,712,000	86.3
1991	26,058,385	93.3	26,471,404	88.3	1,992,600	154.1	21,991,439	85.1	316,880	119.8	5,219,000	91.4
1992	19,650,730	75.4	20,920,146	79.0	1,252,879	62.9	17,732,020	80.6	487,427	153.8	4,597,000	88.1
1993	15,839,052	80.6	17,439,113	83.4	827,586	66.1	14,813,978	83.5	680,270	139.6	4,486,000	97.6
1994	15,390,338	97.2	17,102,380	98.1	931,739	112.6	15,235,400	102.8	1,339,796	197.0	4,854,000	108.2
1995.1~4	4,502,692	91.6	4,806,938	92.8	-	-	3,962,284	70.2	715,256	337.8	1,680,000	124.3

※ 1988년에 수출품목 구분이 개정됨
 ※ 수출은 사시·키트를 포함

※ 통산성 통계 : 1995년 3월분은 기계통계월보에 의해 수정
 1995년 4월분은 동 속보에 의한다.

는 168만대로 전년 동기대비 24.3% 증가를 보였다. 1~4월 누계 출하대수중 S-VHS 등 고화질 타입은 19만 7,000대로 전년 동기대비 38.2%, 하이파이 VTR 등 기타 VTR은 148만 4,000대로 동 22.7% 증가를, 또 BS 튜너내장 타입은 40만 3,000대로 동 19.3% 증가하였다.

금년에 들어서의 거치형 VTR 출하의 특징의 하나는 후나이 전기 등 새로이 통계에 더해진 업체도 있어 신장률이 전년대비 25% 가까이 증가하는 대단히 높은 신장률로 추이하고 있다는 점이다.

하이파이 VTR을 중심으로 한 저가격화가 수량 베이스에서의 대폭적인 신장에 촉매 역할을 하고 있는데 동남아시아 등 해외생산 VTR의 수입이 급증해 보급가격대에서의 시장을 확대시키고 있는바, 이러한 경향은 VTR 전체의 단가하락과 연결되어 금액면에서의 신장은 대수만큼의 신장을 보이지는 못하고 있다.

그러나, 금년에 들어서서 작년까지와 크게 다른 점은 보급타입만이 아니라 S-VHS나 하이엔드 등의 고화질 VTR과 BS튜너 내장타입 등 단가가 높은 고부가가치 기종이 예상 이상으로 신장하고 있다는 점이다.

작년의 거치형 VTR 국내 출하대수는 6년만에 플러스로 전환하였는데 '94년의 국내 출하대수는 485만 4,000대로 전년대비 8.2% 증가하였다.

그러나 이것은 보급가격인 하이파이 VTR의 대폭적인 신장에 의한 것으로 즉, 하이파이 VTR은 368만 5,000대로 전년대비 17.4%의 높은 신장을 기록하였으나 고화질 VTR은 53만6,000대에 머물러 동 6.1%의 마이너스 성장을 기록하였고, 또 BS튜너내장 VTR도 134만 4,000대로 동 2.7%의 미미한 증가를 보였던 것이다.

금년 1~4월까지는 고화질 VTR이 전년대비 38.2%, BS내

장타입이 동 19.3%로 대폭 신장하고 있는데 이러한 경향은 금후에도 계속될 것으로 예상된다.

어쨌든 6년간이나 침체상태에 있던 거치형 VTR도 이제 “긴 터널”을 벗어나 다시 성장궤도에 올라섰다고 말할 수 있는데 이것은 버블경제 붕괴후 오랫동안 계속되고 있던 “교체대기” 분위기가 이윽고 완화되어 구매의욕이 나온 것도 하나의 원인으로 볼 수 있으며, VTR의 경우 이러한 요인에 더하여 작년 무렵부터 교체 사이클기에 돌입하게 된 것을 들 수 있다.

거치형 VTR의 출하추이를 보면, 86년부터 급격히 늘기 시작해 '87~'89년의 3년간 커다란 수요곡선을 그리고 있다.

'86년에 485만 3,000대로 전년 대비 21.1%, '87년 633만 1,000대로 동 30.5%, '88년에는 사상 최고인 715만대로 동 13.0%를 기록하였다. '89년에는 661만 7,000대로 동 7.5%의 마이너스

로 전환하였으나 그래도 작년의 480만대에 비해 200만대 정도가 많다.

가전제품의 교체 사이클은 냉장고나 세탁기 등이 약 10년이나 취미성이 강한 AV는 사이클이 좀더 짧은 7~8년으로 보고 있다.

다시 말해 작년부터의 VTR의 회복은 '86~'89년에 걸쳐 형성된 수요기의 교체 사이클에 의한 바가 크다고 말할 수 있다.

작년의 경우 교체 사이클기에 들어가면서도 소비는 저가격대 VTR에 집중되었었다.

그러나 금년에는 이러한 경향에 변화가 생겨, 고화질 지향, BS, CS 등의 멀티채널 지향이 강하게 나타나고 있다. 와이드 TV시장의 확대가 고화질 S-VHS를 달리 생각케 하고 있는데 와이드 영상의 녹화에는 수평해상도 400분이라고 하는 고화질의 S-VHS나, 하이엔드가 최적이라는 인식이 서서히 자리잡고 있는 듯 하다.

BS, CS 등 멀티채널화 경향도 BS나 CS튜너 내장 VTR에의 관심을 높이고 있다. BS수신자 수도 이번 봄에 800만 세대를 돌파한 CATV 보급의 영향으로 예상을 상회하는 추이를 보이고 있으며, CS TV방송도 작년 가을 무렵부터 본격화되고 있는 바 고화질 Needs나 멀티채널 Needs에의 대응으로써 S-VHS, 하이엔드, 나아가 BS, CS 내장제품의 시장이 활기를 띄게 될 것이다.

물론 코스트 지향의 보급타입

VTR의 시장은 앞으로도 확대할 것이다. 이 분야는 어디까지나 기본기능을 증시하면서 가격지향을 1차적으로 강화해 금년에는 작년보다도 훨씬 해외생산 제품의 수입에 박차를 가해질 것은 당연하다.

작년의 수입 VTR의 수량은 133만 9,000대(대장성 무역통계)에 달해 전년대비로는 97%나 증가하였다. 금년에는 이러한 경향에 더욱 박차가 가해지고 있는데 1~4월의 누계 수입대수는 71만 5,000대, 전년 동기대비 37.8%로 3배나 증가하였다. 4월만으로도 22만대의 수입을 기록, 전년대비로는 303.2%의 증가를 보였으며, 이중 말레이시아로 부터의 수입이 9만 4,000대로 동 281.7%인데 그 대부분은 일본계 업체의 말레이시아 VTR 공장으로부터의 수입이다.

VTR의 시장구조는 보급가격화와 고화질, 고기능화의 2극화 경향이 강화되고 있는데 금년에는 이것이 더욱 현저해질 것으로 보이며, 이러한 가운데 금년의 거치형 VTR의 수요 자체는 505만대를 크게 상회해 600만대에 육박하는 기세로 신장될 것 같다.

3. 비디오 카메라 시장

비디오 카메라(카메라 일체형)는 작년 국내 출하대수가 127만대로 전년대비 8.7% 증가해 2년 연속 전년을 상회하였다.

과거 최고였던 '90년의 186만

1,000대에는 아직 못미치고 있다고 하지만 착실히 상승세를 보이고 있다. 금년에 들어서는 1~4월의 누계 출하대수 35만 3,000대로 전년 동기대비 6.5%의 마이너스를 기록하고 있지만, 이번 4월만으로는 11만대 출하로 전년과 거의 동등한 수준까지 회복하고 있다.

비디오 카메라가 본격적으로 등장한지 10년, VHS, S-VHS의 VHS타입, 또 8mm, 8mm 하이엔드인 8mm 타입의 양 장르에서의 상품화가 진행되어 10년간의 누계 출하대수는 금년 3월 현재로 1,189만대이며, 보급률은 경제기획청의 「소비동향조사」에 의하면 31.3%로 상승하고 있다.

금후는 2대째, 3대째의 비디오 카메라를 구입하려고 하는 교체나 추가구입이 나타날 것이며, 재작년 무렵부터 급속히 신장하고 있는 액정모니터 부착 비디오 카메라는 User의 확대에 기여하고 있다. 비디오 카메라는 '85년의 출하가 불과 24만대였으나, 그후 '90년에는 186만 1,000대의 높은 신장률을 기록하였다. 그러나 거품경제 붕괴후의 불황은 신장을 계속하고 있던 비디오 카메라에도 커다란 타격을 주어 '91, '92년 연속 마이너스를 기록하였으나 이윽고 '93년에 들어 116만 9,000대 출하로 전년대비 3.4% 증가, '94년에는 127만대로 동 8.7% 증가하는 상승세로 전환하였다.

금년들어 1~4월은 마이너스 성장이었으나 연간 140만대 전후

일본의 비디오 카메라 시장 동향

(단위 : 천대, %)

	국 내		년 도	국 내	
	출하대수	전년대비		출하대수	전년대비
1985	※239	—	1985	※328	—
1986	647	270.7	1986	737	224.7
1987	942	145.6	1987	1,023	138.8
1988	1,281	136.0	1988	1,265	123.7
1989	1,585	123.7	1989	1,678	132.6
1990	1,861	117.4	1990	1,796	107.0
1991	1,519	81.6	1991	1,442	80.3
1992	1,131	74.5	1992	1,163	80.7
1993	1,169	103.4	1993	1,212	104.2
1994	1,270	108.7	1994	1,246	102.7
1995 1~3	243	90.7			
누계대수	1985년7월~1995년3월		1,189만대		

※ 1985년 7월부터 조사

(주) 칼라 비디오 카메라 内の 수치
(자료 : 일본 전자신문 95. 6. 9일차)

는 기대되기 때문에 3년연속 플러스가 될 것은 틀림없다.

비디오 카메라의 수요구조는 보급가격으로 누구나 간단히 사용할 수 있는 타입과 고화질로 훨씬 고성능인 타입의 2극화가 추진되고 있으며, 또 User층의 확대, 용도 개척을 목적으로 한 상품구성도 활발하다.

교체, 추가구입 상품의 경우 종래에 없던 기능 등이 요구되고 있는데 최근 경향의 하나는 와이드 TV의 확대에 따른 와이드 대응기능의 충실로 마쓰시다 전기나 일본 빅터, 소니 등이 힘을 기울이고 있다.

마쓰시다 전기는 광화각 촬영의

와이드 대응기능을 가지고 있으며, 일본 빅터는 원터치 탈착식인 와이드 컨버전스를 장비하고 있다.

고화질화, 고배율화의 흐름도 여전히 활발한데 고배율에 따라 흔들림 방지기능도 주력모델의 필수기능이 될 것 같다.

소니는 디지털 32배(광학 16배) 마하 줌이나 신 액티브 프리즘 방식 흔들림 보정기능 등에 더해 픽쳐 에펙트나 와이드 TV모드를 탑재한 하이엔드 8mm 비디오 신제품을 6월 10일 발매할 예정이다. “시선입력”을 제안한 캐논은 8mm 비디오 카메라로써 세계 최고의 20배라고 하는 고배율 광

학 줌렌즈를 탑재한 신제품을 투입하고 있다.

각사 모두 종래형 비디오 카메라 시장에서는 보급가격화를 도모함과 동시에 고성능화로 수요의 활성화를 꾀하고 있다.

제작년부터 시장이 급속히 확대하고 있는 액정모니터 부착 비디오 카메라는 시장 구성비도 40~50%를 점할 전망이다.

샤프는 「액정 뷰컴」의 신제품 5기종을 4월 하순부터 순차적으로 발매하고 있으며, 이에 맞추어 예쁜 세일에서의 옵션판매의 강화를 도모하고 있다.

액정 모니터 부착은 소니가 일거에 6기종, 후지사진 필름이 2기종을 발매해 호평을 얻고 있으며, 이외에 마쓰시다 전기, 일본 빅터, 코세라 등이 라인 업하고 있다.

그리고 히다치가 금년 7월 1일부터 카메라를 탈착할 수 있는 액정 모니터 부착 하이엔드를 발매, 액정모니터 부착시장에 본격적으로 참여한다.

액정모니터 부착 비디오 카메라는 비디오카메라의 새로운 User를 확보하고 있는데, 금년의 비디오카메라 수요가 140만대를 돌파할 수 있는지 여부는 이 “액정” 타입이 얼마만큼 시장을 개척할 수 있는지가 관건이라고 말할 수 있다.