

海外市場情報

家電機器 붐을 맞는 中共

— 日과 輸出 합병 生産 등 강화 —

中共에서는 農工業 生産의 확대에 따라 국민 소득의 상승이 견인차가 되어 家電製品의 붐이 일고 있다.

컬러TV, 세탁기 등은 生産이 需要를 따르지 못하는 상태가 계속되고 있으며 최근에는 電氣 면도기, Hot Color 라고 하는 신변 장신구도 선보이기 시작하였다. 이러한 家電 붐을 배경으로 日本의 家電業界도 제조설비 및 現地 조립용 部品の 對 中共 수출 및 합병 生産에 힘을 기울이고 있다.

동업계에 따르면, 몇 년 전만 해도 中共에서 인기가 있던 제품은 재봉틀, 라디오, 손목시계 자전거 등이었으나 현재는 컬러TV, 세탁기, 냉장고, Radio Cassette式 Stereo가 「家庭의 내가지 現代化」라고 일컬어지고 있다.

TV의 매상 수량은 83년에 컬러와 黑白이 합계 680만대였으며, 금년에는 25% 증가된 850만대로 예상되는데 이를 상회할 展望도 크다.

家電製品의 평균 가격은 14inch 컬러TV, 냉장고가 20만원 전후, 세탁기가 10만원 정도인데, 勞働者 1인당 평균 月給이 2만원에서 2만 2,000원 수준이므로 컬러TV 및 냉장고는 거의 1년 분의 급여에 해당되는 액수가 된다.

世界の 電子産業 年 8.5% 成長

— Mackintosh, 82年 3,250억弗에서
92年 7,430억弗로 —

세계적인 英國의 調査會社인 Mackintosh International Limited社는 향후 世界の 電子産業에 대해서, 그 市場 규모 및 生産액이, 82年

의 3,250억弗로부터 10년 후인 92년에는 7,430억弗에 달할 것이라고 예측한 報告書를 발표하였는데, 이는 연평균 8.5%의 성장을 내다본 것이다.

同報告書는 세계 電子産業의 市場 규모, 生産액에 대해서 國別 豫測과 그 성장률을 분석하는 한편 유럽의 電子産業에 대한 見解에 대해서도 피력하고 있는데, 電子産業 豫測에 관해서는 다음과 같이 예상하고 있다.

市場 규모는 전체적으로 82년에 3,250억弗에서 92년에는 7,430억弗(연평균 성장률 8.5%)이 된다. 國別로는 美國이 1,120억弗로부터 2,200억弗(연평균 성장률 7%)로, 日本이 360억弗에서 1,170억弗(同11.5%)로, EC諸國이 150억弗에서 270억弗(同6%)로, 그 외 西歐 諸國이 900억弗에서 2,520억弗(同11%)가 될 것이다.

또한 生産액은 전체적으로 82년의 3,250억弗에서 92년에 7,430억弗(연평균 성장률 8.5%)이 되는데, 國別 내역은 美國이 1,220억弗에서 2,400억弗(연평균 성장률 7%)로, 日本이 590억弗에서 1,590억弗(同10.5%)로, EC 諸國이 680억弗에서 1,110억弗(同7%)로, 기타 西歐가 650억弗에서 2,150억弗(同13%)로 나타나 있다.

한편 유럽의 電子産業에 대해서, 同報告書는 EC 諸國이 電子産業의 분야에서 유럽 이외의 국가들과 共存하기 위해서는 상호 위협이라는 생각에서 벗어나 우호적인 파트너로서 협력해 나아가지 않으면 안 된다고 다음과 같이 主張하였다.

즉, EC 各國은 自國 내에서의 電子産業의 전략을 세웠다고 하는, 복잡하게 시간을 요하는 작업에 몰두하지 말고 EC 전체의 이익과 완전한 조화를 이루도록 해야 할 것이라고 하였다.

同報告書에 의하면, 이렇게 할 수 있었던 초기의 時期에는 유럽의 기업은 유럽 외의 대규모 競争社와 대등하게 싸울 수 있었으나, 최근 약 20년 사이에 유럽의 電子産業의 경쟁력이 현저하게 저하된 사실을 배경으로 들어 견해를 밝힌 것이다.

또한, 同報告書는 이 기간 동안 유럽의 電子産業은 美, 日, 일부 東南亞 諸國 등의 급성장에 밀리게 되었고 극히 일부의 예외를 제외하고는 Market Share 면에서도 이미 Leader의 자리를 내놓게 되었다고 설명하였다.

또한, 유럽은 오늘날까지 경제 및 人材資源의 埋藏量의 對應만으로는 電子産業의 능력을 확립시킬 수 없었다는 것으로, 유럽 諸國의 失敗 原因은 복잡하므로 다양하게 말할 필요는 없으나, 경영의 실패와 財務 위기로 政府의 무관심이 겹쳐서 패퇴한 企業이 많았다고 지적하였다.

이 경향은, 92년까지의 세계적 시장 규모와 생산액 予測으로도 계속될 것으로 분석되고 있으며, EC 諸國의 電子産業 貿易 赤字는 82년의 30억 弗로부터 92년에는 160억 弗에 달할 것으로 예측하고 있다.

Sony, 多機能 Digital TV 發表

— 高畫質 · 高密度로 10월 21일부터 販賣 —

컬러TV의 次世代 유력 商品으로서 Digital TV가 주목되어 왔는데, Sony는 高品質을 도모한 高密度 타입과 확장 기능을 지닌 多機能 타입의 Digital Trinitron 컬러TV를 발표, 10월 21일부터 점차 판매에 들어간다.

이 신제품은 高密度 타입이 14 및 21인치형의 컬러 Monitor와 Digital Scan Converter로 조립되어 있고, 多機能 타입은 27인치형으로 TV 電話번호부, 電子카렌더 등 Digital Canvas 기능을 구비하고 있다.

이미 업계에서는 松下電器가 販賣하고 있고 東芝, 日立 등도 계획하고 있는 등 Digital TV의 열기는 점차 높아지고 있다.

이번에 발표한 것은 고밀도 타입으로서 Multi Scan Trinitron Color Monitor 14인치型 KX-14HD1 (12만 5,000엔, 10월 21日 發賣), 21인치型 21HD1 (未定, 85年 1月 하순 出荷) 과 여기에 접속할 Digital Scan Converter DSC-10 (20만엔 예정, 12月 중순 出荷), 多機能 타입으로서는 27인치型 KV-27DXR1 (33만 8,000엔, 10월 21日 發賣) 등 4 기종이다.

14인치型은 月産 4,000대, 27인치型은 1,000대를 예정하고 있다.

Digital Scan Converter DSC-10은 走査線과 주사선간에 Digital 처리를 하여 1개의 주사선을 더 삽입, Non Interless 표시로 변환하는 것으로, 이에 의해 주사선이 거의 보이지 않고, 흐트러짐이 없는 高畫質의 영상을 얻을 수 있다. RGB 入力端子 附로 되어 있다.

Digital Color Monitor는 이 DSC-10으로부터 전송된 倍速 Non Interless 信號를 재현하는 것으로, 다시 Multi Scan 機能에 의해 광범위한 走査周波數 (15-34KHz)로 연속해서 자동 追從되어, Perscom (24KHz), Captain System (31.5KHz) 등 고해상도의 畫質을 재현한다.

어느 것이든 Fine Black Trinitron으로 21인치型은 Flat한 Square 신형 Braun管을 채용하였다. 入力端子도 Analog 21 Pin, Digital 8 Pin의 RGB端子를 처음으로 풍부하게 지니고 있다.

27인치型 KV-27DXR1은 기능의 확장을 꾀한 것으로 2,000字 文字 대응의 신개발 Fine Black Trinitron을 채용하고 Digital 빛型 Filter에 의해 高畫質化를 꾀한 것이다.

확장 기능으로서는 ① 32인분의 이름과 전화번호를 Memory할 수 있는 전화번호부, ② 12항목까지 스케줄을 Memory할 수 있는 TV Memo철, ③ 電子카렌더, ④ 5 항목까지 프로그램 予約 기능, ⑤ 현재 시각 표시 등을 할 수 있는 등 새로운 사용 방법을 제시한 것이다. 주요 사항은 KX-14HD1, 同21HD1, KV-27DXR1의 순으로, 크기=폭 358×높이 347×너비 434mm, 同502×439×465mm, 同700×547×478mm이며, 중량은 12.5kg, 28kg, 48.8kg이다.

美 Cellular 自動車 電話에 참여 붐

— 키를 켜는 것은 Cost에 의한 競爭力 —

美國에서는 Cellular (小 Zone 方式) 自動車 전화에 대한 기대가 점차 높아지고 있다. 利權을 노려 여러 投資家들이 FCC (美聯邦通信委員會) 에 Cellular Service의 실시를 신청하는 한편으로, 機器 메이커측의 참여도 늘고 있어 점차 경쟁이 격화되고 있다.

그러나 실제의 운용면에서는 그렇게 큰 진전을 보이고 있지 못한 것이 實狀이기도 하다.

Cellular 自動車 電話의 가입자 수는 착실히 증가되고 있으며, 당초의 기대가 아주 컸던 이유도 있으므로 현재는 생각했던 만큼 급속한 伸張은 보이지 않고 있다.

83年 10月부터 Cellular Service가 개시된 시카고 지역을 살펴보면, Ameritech社는 최초의 10주간에 5,000대의 Cellular 自動車電話를 판매하였지만 그 후 별로 신통치 않아 금년에 들어와 8개월간 판매누계는 불과 4,000대에 지나지 않고 있다.

워싱턴 지역에서도 같은 보고가 있었는데 1개월 평균 판매대수는 300대 전후에 머물고 있다. 이것은 종래의 自動車電話의 User와 가입된 사람이 일제히 Cellular에 참여한 후, 신규 User가 되는 사람이 그다지 없다는 일 때문이다.

신규 가입자를 저해하고 있는 최대의 장애는 Cost가 높은 점이다. 기기의 가격이 2,500弗이 되면 매월 150弗 이상의 電話料를 지불해야만 하므로 일반 소비자의 손이 미치지 못하고 있다.

美國에 있어서 종래의 自動車 電話의 가입자 수는 15만명 정도로서 가입을 기다리고 있는 사람이 약 5만명 정도가 된다. Cellular의 보급에 따라 90년까지에는 가입자 수가 200만 전후로 늘어 연간 3억弗을 능가하는 市場으로 성장해 갈 것으로 예상된다.

그러나 이같은 市場 예측도 Cost의 저하를 전제로 한 것으로, 현재 상황과 같은 코스트로는 어려운 상황이다. 機器 메이커에서는 코스트를 낮추기 위한 量産이 필요하며 그를 위해서는 더

욱 더 Cellular가 보급되지 않을 수 없는 입장이다.

그러나 한편으로는 신규 참여 메이커가 점차 늘고 있으며 경쟁이 격화되어 가고 있다. 또 하나의 Key를 쥐고 있는 것이 Service코스트. 이것이 어느 선까지 하락될 것인가는 사업자가 얼마나 빨리 設備 투자를 회수할 수 있느냐에 달려 있다.

中央交換裝置에 100만弗에서 500만弗, 小 Zone에 설치된 送受信 Tower 하나에만 50만弗 정도의 투자가 필요하다.

이러한 현실과는 다르게 Cellular Service의 License를 추구하는 利權 경쟁은 정점에 달하고 있다. FCC에서는 年内에 30개 도시에서의 Cellular Service가 개시될 수 있도록 그 申請을 7월말에 마감시켰다. 최종적으로 신청건수는 5,200건에 달했던 것으로 알려졌다.

IBM 新機種 PC/AT, 美에서 품귀

— PC/XT보다 Customer에 人氣 집중 —

IBM社의 新機種 PC/AT가 일약 美國의 Dealer 손으로 들어가기 시작하였으나 중요한 가을 商戰에 들어가면서부터 심각한 품귀 현상을 겪기 시작하였다.

클리브랜드의 Computerland社는 IBM社가 금년 후반의 동기종 供給 계획을 축소하였다고 술회하였다. 「IBM社는 이전에 1 상점에 1개월에 10대의 PC/AT를 공급할 방침이라고 발표하였으나 현재는 1 상점에 2대라고 말한다」라고 同社의 공동 經營者 J. 코닝씨는 말하면서 「이러한 제한은 現金 수입에 영향을 주고 있다. 이것은 많은 Customer가 PC/XT로부터 동기종 PC/AT로 Order를 변경했기 때문이다」라며 불만을 토로하였다.

동기종의 심각한 품귀는 舊型인 IBM社製 것을 포함해서 Computer의 대량 Order에도 지장을 받고 있다. 코닝씨는 「Customer는 클리브랜드의 여러 Dealer에게 주문하고 필요한 것이 수중에 들어오면 Order를 キャンセル할 것이다. 우리

는 잠시 동안 입수할 수 없었으나 돌연 대량의 재고를 안게 되었다」고 설명하였다.

뉴잉글랜드에 본부를 두고 7개의 체인점을 갖고 있는 Northeast Computer Stores社에서도 PC/AT가 부족하다고 한다. 「가게에는 1대밖에 남지 않았다. 이나마도 회사에 남겨져 있는 최후의 1대」라고 말하는 사람은 同社의 웨스트 하트포트 支店의 Manager인 C. 자나코프로스씨.

그는 또, 「10월까지 공급을 기대할 수 없다고 전해지고 있다. AT는 비교적 근소한 가격 증가로 실질적으로는 XT보다 기능면에서 上位인데, Customer는 XT 대신 AT를 구입하는 경향이 있다」라고 관측하였다.

뉴욕의 Morris Decision System社에서도 희망하는 구입 물량을 밀두고 있다. 「공급이 나쁜데 上位 기종의 경우가 더욱 어렵다. 상위 기종보다 기본 Version쪽이 재고가 많다. Business用的 Customer는 상위 기종에 부착되어 있는 20MB의 Hard Disk를 좋아한다」고 덧붙였다.

IBM社가 가장 최근에 발표한 PC/AT는 Key Board가 종래의 PC 및 PC/XT와 비교해서 많은 機能을 개량한 新 Design으로 美 部品業界의 주목을 받고 있다. IBM社는 몇 개의 Key를 크게 만들고 일부의 배치를 변경해서 표준적인 Typewriter에 가깝게 대규모적으로 Design을 바꾸어서 PC와 XT에 대한 Key Board의 비판에 대응한 제품이라고 전문가들은 분석하였다.

이 PC/AT의 Key Board 등장에 따라 IBM이 머지않아 PC 및 PC Junior 傘시리즈의 Option으로 84년 Key Model을 내놓는 것은 아닐까 하는 의혹이 높아지고 있다.

그러나 전문가들 사이에는 PC 및 XT의 현행 83 Key Board型을 중지시켜서 장래의 표준 Key Board로 할 것임을 점치는 쪽도 있다. IBM에서는 신 Key Board는 이번에 AT 專用만이라고 밖에 밝히지 않았다.

PC/AT의 Key Board는 自社製로 PC, XT와 마찬가지로 靜電容量 Switch 기술을 채용하였다. PC 및 PC Junior와 같이 이 Key Board도 장래는 외부 공급자에게 바뀌어질 가능성에 대해서 IBM社에서는 코멘트를 하고 있다.

PC와 XT用 Key Board로 불편한 위치에 있던 에스케이프, 킬드, Print Screen, 백슬러쉬라고 하는 Key가 보다 사용하기 손쉬운 장소로 옮겨져, 이제까지 작았다고 비판이 집중되었던 Return 및 Shift의 Key도 사이즈를 크게 하였다.

이러한 개량에 따라 新 Key Board는 Word Processing이 보다 쉽게 되었다. PC와 XT의 Key Board는 최초의 PC Junior 전용 고무製 Switch 정도로는 아니더라도 Word Processor 및 打字에는 적합치 않다는 비판이 있었다.

PC Junior는 최근 개량되었으나 소형사이즈, 導電 고무 Switch, 64Key라는 점은 변함이 없다.

PC와 XT를 사용하는 打字手が 직면하는 큰 고심거리인 Shift Key를 두드렸을 때에 잘못해서 인접해 있는 Back Slush Key를 두드리게 되는 사례가 많이 발생하는 것이었다.

IBM에서는 이 점을, Back Slush Key를 자리 이동시켜서 Shift Key를 크게 만드는 것으로 해결하였다. 또 AT用 Key Board에는 System Request Key를 추가, 이제까지의 83Key로부터 84Key로 하였다. 또한 外販 메이커가 OEM 및 都賣市場에 출하하고 있는 PC Compatible (兩立할 수 있는) Key Board로서 인기 있는 LED 표시 기능도 채용하였다.

IBM社 Entry System 事業部の PC/AT Planning 담당 B. 던킨 課長은, 新 Key Board는 Word Processor에 최적합하고 사용하기 쉽고 생각하며, 신제품 개발이 批判의 소리에 응답하는 찬스를 주게 되었다고 말하였다.

巨人 IBM의 끊임없는 新製品 개발은 이제 Computer 本體 생산메이커는 말할 것도 없이 周邊 端末機器 메이커의 死活까지도 위협하기에 이르렀다.

西獨, VTR의 붉은 지나갔다

— ZVEI, DHFI의 조급한 豫想은 무엇인가 —

西獨電機工業中央聯盟(ZVEI)의 家庭用 電子

部會 및 西獨 HiFi研究所(DHFI)는 同國의 VTR 붐이 일음 지나갔다는 견해를 밝혀 주목을 받고 있다.

DHFI의 브레 所長에 따르면, 83年 43억마르크였던 Video市場은 금년에 45억마르크에 달해, 이 중 Software의 비율이 33%로부터 35%로 확대된다고 예측하였다. VTR의 판매대수는 83年의 140만 내지는 150만대(業界 추정)로부터 150만 내지 170만대로 증가하고, 보급률은 금년 말경에는 20~22%에 달할 것이라고 밝혔다.

이 중 휴대용 VTR의 비율은 과거 2년간 연속 10%였으나 금년에는 5%로 후퇴하고, 이것과 관련해서 Video Camera 판매도 下落이 예상

되고 있다.

금년에 148억~150억 마르크로 예상되는 西獨 家庭用 電子機器 市場에 대한 VTR 부문의 비율은 약 20%로 전수준을 유지하고 컬러TV 판매는 금년에도 250만대 이상으로 29%(83年 30%)가 될 전망이다.

또한 上半期의 VTR 평균 단가는 裝備의 향상에도 불구하고 점차 저하되었다. 이 외에 Hi-Fi 부문은 新製品 및 Compact Disk의 好調에 힘입어 21%(22%)로 안정되고, 기타 가정용 전자기기 부문은 Home Computer 판매의 증가 추세에 따라 19%(17%)로 확대할 것으로 예상하였다.

用語解説

■ Inverter(인버터)

Inverter는 정확히 말하면 DC(直流)를 AC(交流)로 변환하는 장치이다. 이에 대해서 AC를 DC로 변환하는 장치를 Converter라고 한다.

汎用 Inverter는, Converter를 內藏하고 있지만 최종적인 機能이 있는 Inverter를 가리켜 일반적으로 Inverter라고 부른다. 汎用이란 말은 특정 用途를 가리키는 것이 아니고 널리 여러가지 용도에 적용할 수 있는 것을 나타내는 것이다. 그러나 최근에는 Fan pump에 초점을 맞춘 Series를 내놓는 경우도 있다.

(Inverter 可變速의 原理)

일반적으로 Motor의 回轉은 다음 式에 의해서 결정된다. 120(定數)에 周波數를 곱한 숫자를 Motor의 極數로 나눈다. 여기서 얻어진 수가 1分當의 回轉數가 된다. 예를 들어 4極 Motor의 경우, 50MHz 地區에서는 (120×50)을 4로 나누면 1,500이라고 하는 수가 나온다. 고로 每分當 1,500회가 그 Motor의 回轉數가 된다.

Inverter는 Converter에서의 交流를 일단 直流로 변환하여 周波數設定器로 電壓/周波數의 組合에 의한 指令을 받게 하여 電壓·周波數를 바꾸면서 다시 交流로 Motor를 回轉시킨다.

■ ROM

ROM은 Read only Memory의 略字. 제조 工程에서 情報를 넣은 Mask ROM, 외부로부터 高電壓을 걸므로써 情報의 入力을 할 수 있고 紫外線의 照射에 의해 情報를 消去가 가능한 EP·ROM(UV Light Erasable and Programmable ROM), 여기에 電氣的으로 정보의 入力, 消去가 가능한 EEPROM(Electrically Erasable and Programmable ROM) 등이 있다.

情報의 入出力이 가능한 RAM과 같이 각종 ROM도 大容量化가 추진되고 있으며 Mask ROM에서는 현재 1MBit級까지 상품화되고 있다. 주로 漢字 Printer 및 Wordprocessor의 漢字 Data 수록용 Memory로 사용되는 것으로 1MBit 棧種에서는 2개의 IC로 16×16Dot 文字로 漢字 4,000字를 수록할 수 있다.

EP·ROM은 최대 256KBit 棧種이 개발되어 있다. 이 Memory는 각종 Micro Computer應用 System으로 특히 多品種小量用으로서의 사용이 중심이 된다.

Micro Computer에서는 EP·ROM이 부착된 Piggy back type이라고 불리어지는 것도 증가되어 왔다. EEPROM은 16KBit 정도의 棧種이 생산되고 있으며 EP·ROM에 비해 高價格이므로 큰 市場을 형성시키는 못하고 있다.