



海外市場情報

西独 Siemens, 美·日 대항 半導체에 - 半導체 생산에 대규모 投資 계획 -

西独의 Siemens社は 현재 Mega project 라고 칭하는 半導체 생산 계획을 추진 중인데 同社は 80年代末까지 同project에 100억 마르크의 투자를 실시할 방침이다.

同社の 카스케 会長에 의하면, 同社の 半導체 부문은 일시적으로 不況을 겪고 있지만 3년 만에 다시 黒字를 보일 것이라고 하였다.

향후 美·日과의 경쟁을 위해 특히 Micro Electronics 분야가 성패의 Key를 장악하고 있다는 판단에 의한 것이다. 日本系 기업에서는 이미 유럽에서 日立, 東芝, 富士通, NEC, 沖電氣, 三菱 등이 64K Memory의 생산을 하고 있으나, 유럽 메이커에서는 Siemens 1個社가 64K Memory를 생산하고 있을 뿐이다.

Siemens社は, 86년에 日本 메이커가 1MBit級을 생산 개시할 것으로 보고 있는데, 同社は 내년에도 Austria에서 256K Chip을 생산할 예정으로 있다. 同社は 당면 제일 단계로 1M Chip의 제조 및 개발에 4억 마르크를 투자할 방침이다. 美·日 半導體 戰爭이 유럽의 先頭 메이커에도 옮겨진 상황이어서 앞으로의 귀추가 주목된다.

美 Home Computer 市場 年末에 好況 - 低價格 Perscom 市場에 활기 예상 -

美國의 Home Computer 市場은 年末에 걸쳐서 83年을 능가하는 好況이 기대되고 있다. 소매업자, Dealer의 대부분은 Atari社의 회복으

로 Commodore社에 의해 지배되었던 低價格 Perscom(Personal Computer) 市場에 활기가 넘쳐 4/4分期만의 실적으로도 3/4分期까지의 賣上을 상회할 수 있을 것으로 보고 있다.

금년의 저가격 Perscom市場에서는 Commodore社와 직접 거래할 수 없는 中小 소매업자 및 百貨店은 도매업자를 통해서 在庫를 확보할 수 밖에 없어 대규모 量販 Chain店과 비교해서 품귀 현상에 고심하는 경우가 많다.

그러므로 이들 店에서는 프랑클린, 三洋, Royal, Epson, 그리고 Apple II 시리즈에 힘을 쏟는 등의 對策을 강구하고 있다.

이들이 年末에 주력 상품으로 크나큰 기대를 걸고 있는 것이 Atari社의 800XL이다. 이것은 Commodore社의 베스트셀러機 C-64와 같이 64KBit의 RAM 용량을 갖고 있다. Commodore社에서 退社해서 Atari再建을 맡은 잭 트라미엘氏가 이 800XL을 대폭 가격인하시켜 C-64에 대항한다는 것이다.

그는 Atari社의 현행 Line 가격 인하 외에도 폭넓은 대항책을 마련중인 것으로 알려져 있는데, 그 제일탄인 800XL 가격인하는 Commodore社에 상당히 苦戰을 하게 할 것이다.

販賣店에서는 이 일을 市場 확대에 기여하는 것으로 환영하고 있다. 어떤 소매업자는 800XL은 200~300대만 發注할 예정이었으나 이제 더 가격 인하가 행해지면 1만 8,000대를 Order할 것이라고 밝혔다.

800XL의 가격에 대해서는 여러 추측이 나돌고 있으나, 몇몇 Dealer들은 Atari社로부터 199弗이라는 가격 제시를 들었다고 말하였다. 또 Commodore社가 C-64의 가격을 139弗로 인하한다는 말도 있다.

추정에 의하면 C-64의 제조 / 선전 Cost는 1대당 60~90弗로 同社에서는 戰略적으로 아직

여유가 있다고 한다.

新生 Atari에 있어서 가격 인하가 실시되는 경우 Dealer에 대한 보호는 어떻게 될 것인가 하는 점에 대해서 어떤 대규모 Chain은, 이제 Atari는 자기들을 필요로 하고 있다고 말하였으며, 다른 구매 담당자는 잭 트라미엘氏가 훌륭한 비즈니스 맨이라고 높이 평가하였다.

어쨌든 세계 최대 시장인 美國의 Home Computer市場은 年末에 성황 속에서 一戰을 맞게 될 것이다.

第3의 音 Visual Sound를 提案

— Pioneer, Audio 市場의 活性化를 위해 —

Pioneer는 최근 Audio市場의 活性化를 도모하기 위해 이제까지의 A(Audio), New V(Visual)에 덧붙여 새로운 제3의 音인 VS(Visual Sound)를 提案, 가까이는 VS System 또는 同 Component의 形으로 市場 도입을 추진해 가고 있다. 이것은 同社가 업계에서는 제일 낮은 보급 가격의 CD Player, Private의 新시리즈를 발표하면서 밝힌 것으로, 日本 내의 Audio市場 活性化를 다각적으로 분석, Audio가 Mono로부터 Stereo로 전환되어 비약적으로 HiFi Sound로 되었던 것과 마찬가지로 VS를 제3의 Sound로 만들어 적극적인 商品化와 市場 개척을 해 나가겠다는 주장이다.

同社는 83년에 「音과 光의 미래를 개척하자」를 슬로건으로 映像 분야에의 참여를 강화, 사실 LD Player, Perscom, HiFi VTR, 컬러 TV SD 시리즈 등에 충실을 기했으며, Audio市場에 대해서는 同業 他社에 비해서 新모델의 개발이 부진하였다.

그러므로 금년 上半期에는 苦戰을 하여 Home Audio 부문에서는 前年同期 실적을 20% 정도 밀도는 결과를 초래하고 말았다. 이 때문에 同社에서는 본격적인 가을·年末 시즌에 대비, 예년보다 1개월 정도 빨리 新제품을 발표 이미 成長이 현저한 Mini Component를 Full Model C-

hange, CD Player에 대해서도 업계 최저가격인 8만 9,800圓의 新모델을 投入 8月末에 發賣를 시작하였다. 아울러 집중호우式으로 新제품을 發매할 계획이다.

이 중에서 주목되는 것이, 기존의 A(Audio) 분야 및 New V 상품에 덧붙여 VS 상품의 출현이다. 同社에 의하면 ①A에 New V를 더해서 제3의 Visual Sound(VS)를 제안, A市場의 活性化를 도모한다. ②CD에 의한 생활혁명을 제안하여 A市場의 活性化를 도모한다. ③CD, LD보다 질 높은 Software를 개발해서 A市場의 活性化와 더불어 New V市場의 창조를 도모하며, VS를 제3의 Sound로 하는 상품기획, 개발을 추진하고 있다.

이런 제안의 배경에는 이미 同社의 치밀한 계획에 따라 VS에 대해서 LD Software에 의한 제3자의 裝置別 評價를 얻고 있으며, 같은 Source(Software)에서도 사용하는 장치, 組合에 의한 그 聽感, 감동의 차이는 倍 정도의 우열이 있다.

예를 들면 LD Software를 ①LD+Stereo 裝置(音뿐) ②LD+Compo TV SEED (內裝 Speaker) ③LD+SEED+Stereo裝置 ④LD+SEED+Sound System 등 각 장치에서 再生한 경우 10點 滿點法으로 따져 보면, 음악에서는 ①의 장치에서는 4.1點 ②의 장치에서는 4.7點 ③의 장치인 경우는 7.7點까지 올라가고 ④의 장치에서는 9.0點으로 ①에 비해 倍 이상의 평가가 나타난다.

映畫의 경우도 마찬가지로 이런 장치別 評價法을 써서 最適한 장치, 組合을 종래의 Mono, Stereo Sound 외에 제3의 Sound로서 인정되고 있다.

또한 VS의 조건으로는, High Quality한 映像, Sound, Source로 손꼽고 있고, A의 분야 및 New V 분야로부터의 급속한 접근, 융합에 의한 新市場으로서 기획, 개발 Potential을 대대적으로 주입해 갈 계획이다.

이미 Hardware(商品)로는 HiFi VTR, 防磁型 Speaker, AV Selector, Compo TV SEED 등을 罫두에 두고 今後는 그 組合, 사용방법

등 구체적인 제안을 펴 나가고 있다.

歐洲의 情報産業 고도 成長 예측

— 年率 25~30%씩 성장 계속 —

스위스의 Business International 社의 調査에 의하면 歐洲의 情報處理産業은 고도 성장을 한다는 결과가 나왔다. 그에 따르면 85年 년에는 연간 10억 弗의 市場으로 예측되고 있다.

즉, 동업계의 賣上高는 81년에 4억 3,300 만 弗, 82년에 5억 3,200만 弗에서 83년에는 7억 弗 推定으로 증가되고 있다. 歐洲의 情報處理産業 매상고는 美國에 비해 저조한 수준이지만 향후 수 년간의 成長은 年率 25% 내지 30%에 달하여 美國의 23.3%를 상회한다는 전망이다.

그러나 歐洲의 업계는 특히 자금 및 숙련노동자의 부족, 각종 System간의 호환성 결여, 판매 전략상의 調整 부족 등 일련의 문제를 안고 있어, 이러한 要因이, 예측되고 있는 성장을 저해할 가능성이 있다고 Business International 은 지적하고 있다.

臺灣, 半導體를 대량으로 輸出

— 한편에선 품귀 현상이란 모순도 —

최근 臺灣의 소식통에 의하면, 同國의 半導體 市場은 대량의 수출을 행하는 한편 일각에서는 극심한 품귀 현상을 빚고 있는 모순 현상이 일고 있다.

電子部品 업체에 따르면, 臺灣에서는 연간 8억 개의 Transistor를 수출하고 있는데, 國內의 전자제품에 필요한 Transistor는 90%가 日本으로부터의 공급에 의존하고 있다.

이 때문에 금년에는 日本製 Transistor가 극단적으로 부족하였다. 즉, 한편에서는 부족에도 불구하고 臺灣製의 Transistor가 대량으로 수출되고 있고, 한편에서는 소요량의 대부분을

수입해 들여오고 있는 모순을 보였다.

이 원인은 전자제품 업체와 전자부품간에 긴밀한 연관이 없기 때문인 것이다. 어떤 업체에 의하면, 臺灣의 TV, 음향기기, Tape Recorder, VTR 등에 필요한 Transistor는 메이커가 日本 規格의 제품에 익숙해져 있으므로 90% 정도를 수입해다 사용할 수밖에 없다는 논리를 펴고 있다.

한편 臺灣의 주요 Transistor 메이커는 美國 規格의 제품을 주로 생산해 내고 있을 뿐만 아니라 美國의 情報機器 및 주변기기 메이커에 공급하기 때문에 대량으로 수출하고 있는 것이며, 電子機器 메이커와 部品 메이커간에 협력이 어렵고, 기기 메이커가 Transistor의 부족에 고심하는 데에도 불구하고 部品 메이커는 어떻게 해볼 도리가 없다고 하는 기현상이 벌어지는 것이다.

Transistor 업계의 말에 의하면, 臺灣의 업체는 日本 規格의 Transistor를 제조하는 능력을 갖고 있으므로, 需要量이 큰 電子機器 메이커가 Transistor 업체와 계약을 맺어 연간 일정량을 구입하기로 한다면 협력이 이루어질 것이라고 전망하였다.

同國의 工業局이 컬러TV의 機種 통일, 컬러 TV, 음향기기, TV用 IC 제조 계획 등을 실행하면 Transistor 메이커와 機器 메이커간의 협력에 진일보하게 될 것으로 풀이된다.

8 mm Video, 美에서 技術論爭

— Tape와 Head의 Interface 등으로 —

美國의 VTR 및 Video Tape 메이커간에는 8 mm Video의 기술적 문제에 관한 論議가 활발히 일고 있다.

주요 爭點이 되는 것은 Tape와 Head의 Interface 문제와 Metal Tape와 蒸着 Tape 중 어느 쪽이 적합한가가 바로 그것이다.

주요 Tape 메이커측에서는 Tape의 量産에 있어서 기술적·경제적 문제점도 무시할 수 없는

실정이다.

論爭의 발단은 GE(General Electric)社가 금년 여름에 예정했던 發賣를 연기하였던 것에서부터 시작된다. 同社의 스포크스만은 그 이유로, VTR Head와 Tape의 Interface 문제를 들고 있다. 「소비자가 현실적으로 사용한다고 생각되는 조건하에서의 Test 실시 결과, Tape가 Head와 접촉하는 점에서 자밍 및 스트리핑 등 走行不良이 발생하는 것이 판명되었다. 문제가 해결될 때까지 出荷 예정을 잡지 않을 것이며, 出荷日이 확정되기까지 Dealer에게도 8mm Video의 선전과 販促을 행하지 않을 것」을 밝혔다.

GE의 연기는 Metal Tape(Metal 塗布)와 蒸着 Tape(Metal 蒸着) 중 어느 방식이 적합한가 하는 복잡한 문제에 관계가 깊은 것으로 알려져 있다. 종래의 1/2inch VTR은 酸化鐵 Tape를 사용하였으나, 이것은 8mm라고 하는 좁은 Tape 폭에 충분한 情報를 기록할 수 없기 때문에 Metal을 이용한 8mm Video用의 新方式이 개발되었다.

두 타입 모두 市場에 처음으로 등장한 것이기 때문에 아직 판매용으로 量産에는 이르지 않고 있다. Metal Tape는 Audio Tape의 생산과 같은 기술을 어느 정도 사용하므로 비교적 만들기 쉽다고 알려져 있는데, 업계 내에서 추진되고 있는 연구 개발 활동의 대부분은 蒸着 Tape에 집중되고 있다.

Polaroid社 磁氣事業部の S. 슈발츠 部長은 「증착 방식 전체의 기본적 문제의 하나는, 技術 Process가 품질과 Cost가 중요시되는 市販用 Use에 이르지 못했다고 하는 점」이라고 지적하였다.

슈발츠 部長에 따르면, 증착 Tape의 走行性이 시간의 경과에 따라 저하되어 자밍 같은 문제를 일으킨다고 하는 점도 제조의 장애 요인 중 하나가 되는 것인지도 모른다는 견해를 밝혔다.

BASF社의 L. 라로 課長은 Metal Tape에 관해서도 역시 같은 장애가 일고 있다는 견해를 피력하였다.

「Metal Tape를 이용해 온 어떤 메이커가 Head에 대해서 견뎌 내지 못하는 것을 발견했다고 하는 Report를 갖고 있다. 어느 정도 Play 시키고 나면 Metal Coating이 Tape로부터 떨어져 버린다」고 하는 게 同課長의 견해였다. 어쨌든 8mm Video는 곧 出荷될 것이고, 그 이전에 Tape의 논쟁은 종결을 짓게 될 것이지만 그 향방이 궁금해지고 있다.

Casio, 손목時計 1억개 出荷 돌파

— 9年 9개월 만에 金字塔 —

日本의 Casio計算機는 지난 8月 1日, 74年 11월에 처음으로 電子손목時計를 發賣한 이래 9年 9개월을 경과한 7月 20日 시점에서 出荷누계가 1억개를 돌파하여 1억 192만 4,000개에 달했다고 발표하였다.

同社は 74년에 月産 1만개 규모로 출발 75年の 25만 6,000개로부터 매년 판매량을 늘려 83년에 이르러서는 2,663만 9,000개를 판매, 同年末에는 누계 9,278만 9,000개에 달했다.

74~83年 사이에는 정밀기계기술로부터 電子技術로의 손목時計 기술이 변모를 하여, 電子化에 일찌기 대응한 日本 메이커가 세계의 先頭走者가 되었던 시기였다.

同社에서는 이러한 추세에 맞추어 LSI化를 도모, Auto Calendar 기능(74年) 및 閏年の修正을 자동적으로 해결해 주는 Full Auto Calendar, 월요일부터 일요일까지 요일을 표시하는 Calendar, 12 ↔ 24 시간제 표시 교체, 世界時計, 별도時計, 100分の 1秒인 Stopwatch, Timer 기능 등을 순차적으로 채용, 단순히 시간을 알려 준다고 하는 일을 벗어나 「손목의 情報機器」로서 새로운 기술 개발을 추진해 온 지 10년이 채 못되어 1억개를 달성하는 원동력이 되었다.