



海外市場情報

美·半導體 出荷 37% 증가 예상

— EIA, 금년도 150억弗 돌파 —

美半導體工業會(SIA)의 예측에 의하면 금년의 美·歐 半導體 메이커의 出荷額은 前年對比 37% 증가된 150억弗을 초과할 것으로 알려졌다.

이 중 IC의 賣上高가 前年對比 43% 伸張을 보여 120억弗을 점유할 전망이다. 그 중에서도 최고의 성장률을 나타내는 것이 Digital CMOS 제품으로 同63% 증가된 14억弗이 出荷가 예상된다. 한편 Digital Bipolar도 同48% 증가된 36억弗로서 好調가 계속될 것이다.

Discrete Device의 出荷는 前年對比 20% 증가된 32억弗, Opt Electronics가 24% 증가된 6억弗을 달성할 전망이다.

SIA의 T. 핑켈만 會長에 의하면 이러한 낙관적인 予測은 ①83년의 出荷 실적이 예상을 상회하였던 점, ②84년 1/4分期에도 受注 붐이 계속되었던 점, ③End User(實需要者)의 수요가 신장중인 점 등에 기인한 것이다.

8월경이 되면 日本을 포함한 全世界의 半導體産業의 出荷 예측을 확실히 발표할 수 있을 것으로 同會長은 보고 있다.

IBM, PC Junior 販賣 위해 改良

— Apple社의 Apple IIc 추격에 當황 —

美 IBM社는 가정용 Perscom(Personal Computer)인 PC Junior(愛稱 Peanut)의 판매不振을 타개하기 위하여 최근 Keyboard의 변경, 내부 記憶 능력의 확충 등 표준 장비의 일

부의 改良을 단행할 예정이라고 New York Times紙가 보도하였다.

이것은 최근의 市場 調査에서도 Perscom을 購入하고 싶다는 생각을 하고 있는 사람들이 구하고 있는 가격대가 730弗 이하 60%, 1,500弗 이상이 27%로 나타나 있는데, PC Junior는 그 중간선으로 需要層도 불과 14%였다.

同紙는, 가정용으로서의 가격대가 높고 사무용으로서의 機能이 빈약하기 때문에 Apple社의 Apple IIc 등에 추격을 당하고 있다고 밝혔다.

計算機 겸용 Credit Card 人氣

— 日 Casio 등 3社 공동 개발 —

Casio社는 5월 23日 計算機 겸용의 Credit Card를 2個社(新京都信販, 大日本 印刷)와 공동 개발, 26日부터 이 카드를 이용해서 新京都信販이 會員 접수를 시작하였다고 발표하였다.

이 Card는 Casio의 Film 電卓 SL-800을 Base로 한 것으로 計算 기능을 附加시킴에 따라 휴대성, 使用率을 향상시킨 것이다.

주요 치수는 85.5×54×1.05mm, 무게 15g, 電池는 Amorphous Silicone 太陽電池가 쓰이므로 반영구적이다.

美 가정용 大型 電氣製品 好調

— 금년의 出荷 수량 上向 수정 —

美 大型家電製品製造業者協會(AHAM)은 금년의 대형 家電製品의 出荷量을 연초의 예상치보다 5% 上향 조정하므로써, 컬러TV 등의 Dumping 協의로 타격을 받고 있는 우리나라 業界

의 활발한 대응이 절실히 요망되고 있다.

AHAM에 의하면 금년의 대형 가전제품出荷량은 3,560만대로서, 73년의 3,580만대에 육박하고, 85년에는 이를 넘어서서 3,680만대에 달할 것으로 발표하였다.

84년의 출하량 예측은 業界 史上 최고의伸張을 보였던 83년의 실질出荷량을 10% 상회한 것으로, 연초의 예측과 비해서도 200만대 증가된 것이다. 만약 금년 실적이 73년의 기록을 깨뜨리지 못한다 하더라도 85년에는 100만대 정도 更新할 수 있을 것으로 보고 있는 AHAM은出荷 대수의 Top으로 電子렌지를 꼽고 있는데 금년에 680만대, 내년에는 720만대로 전망하였다.

다음은 냉장고로서 금년에는 576만대, 내년 580만대로 예측하고, 세탁기는 금년의 출하량이 489만대, 衣類 건조기 350만대, 食器 닦기 342만대, 電氣오븐 300만대, Room Aircon 260만대로 보고 있다.

이것이 85년에는 세탁기 500만대, 건조기 360만대, 食器 닦기 348만대, 電氣오븐 316만대, Aircon 280만대가 될 것이라 한다.

이러한 AHAM의 기록적인 예측 수량은 83년 4/4 分期의 전년동기대비 31.1% 증가, 금년 1/4 分期에 同 36.5% 증가라고 하는 최근의 好調에 힘입은 바가 큰 것이다. 금년 1, 2, 3月の 출하는 계속 300만대를 넘어서고 있으며 이것은 1~3期에서 또 하나의 기록적인 숫자였다.

90년의 Home Electronics 主要國 需要

— EIAJ, 연도별 有望 機器 需要 발표 —

최근 EIAJ(日本電子機械工業會)는 美·日을 비롯한 주요 선진국에 대한 Home Electronics (HE)化的 課題와 中期의 需要 예측 등 조사 결과를 발표하여 주목을 받고 있다. 이것은 앞서 同工業會가 발표한 바 있던 「家電機器의 中長期 展望」 중에서 New Media 관련 機器를 중심으로 하는 신규 商品의 需要에 대하여 상세하게 그 발전, 성장의 과정을 정리한 것이다.

HE의 概念으로서는, 産業界에서 OA化 및 FA化가 진행중에 있으므로 해서 그 영향은 가정에도 계속 파급되고 있으며 구체적으로는 Intelligent化, 복합화·System化, 新技術化 등 세 방향으로 진전되고 있다.

Intelligent化는 電氣機器의 경우 Micom制御에 의한 Aircon, 電子렌지 등이며 電子機器에서는 Remocon TV, 자동 録畫 기능 등, 기타 기기에서는 AF (Auto Focus) Camera 등을 예로 들 수 있다.

복합화·시스템化에서는 電氣機器에서 System Kitchen, 家事 Robot, 電子機器에서는 Perscom 내장 TV, Video Disc, 기타 기기에서는 Home Control System, Home Security System 등을 들 수 있고, 新技術에서는 電氣機器가 電磁調理器, 전자기기에서는 VD, CD, Pocket TV 등, 기타에서는 Home Computer, 8mm Video 등이 있다.

주요 국가의 유망 HE 機器의 需要 예측은 別表와 같다. 8mm Video의 경우 85년에 약 20만대, 90년에는 600만대의 需要가 있을 것이다.

90년에는 제각기 VD Player가 460만대, CD Player가 562만대, DAT (Digital Audio Tape Recorder) Dech가 339만대의 규모가 될 것이다.

또 주요 선진국에 있어서 HE化的 특징, 진전에도 언급되어 있는데, 西獨은 Package系 Media가 先行되고, 英國에서는 Videotext, Teletext 등이 實用化 되어 英語圈을 위한 美國의 Software를 이용할 수 있어서, 西歐에서도 HE化는 더욱 빠른 템포로 진전 될 것으로 보인다.

90년에 이르러 世界의 가정용 전자기기의 需要는 45조円이 다소 밀돌 것으로 추정, 그 중 44%가 이러한 신규 商品으로 구성될 것으로 보인다.

Intel, 同社 舊式 Device 제조업체 물색

— 新Process 부문에 여유 갖기 위해 —

美國의 유명한 Intel社는 고도의 Microproc-

essor 및 Microcontroller의 생산 능력에 여유를 갖기 위하여 舊世代의 몇몇 제품의 생산을 外部 메이커에 이전시킬 계획하에 대상을 물색하고 있다.

經濟 전문가에 의하면, Intel의 A. Grove 社長은 舊技術을 이전할 수 있는 Wafer 제조 업체와 商談을 진행시키고 있다고 밝혔다 한다.

어떤 제품이 대상인가는 명확치 않으나 8086 이전의 제품일 가능성이 높다. 8Bit 8080 Microprocessor 및 Popular한 8048 1 Chip Microcontroller가 포함될 가능성도 있다.

교섭 상대도 명확하지 않으나, 적어도 6個의 半導體 메이커와 교섭하여 그 중에서 海外 메이커와 日本의 기업도 포함되어 있다.

舊技術의 移轉으로 여유가 생긴 製造 Line은 8086/88 Microprocessor Family 및 8051 같은 Microcontroller에 사용된다. Grove 社長에 의하면 不況의 사이에, 次世代의 Process技術의 도입과 제조 능력의 확대를 계속해 가고 있으며, 83년에만 1억弗 이상의 設備를 구입하였다.

Intel社는 4inch Wafer 제조 Line을, 이미 뉴멕시코의 알바카키에서 稼動을 시작한 6inch Wafer Line으로 계속 변경해 가고 있다. 장래의 予想에 대해서 Grove 社長은, 半導體 産業은 資本 投資의 新時代에 進入하고 있으며, 1 μ m의 時代라고 불리어지는 무서운 時代로 들어갈 것이라고 강조하였다. 1 μ m의 工場에 필요한 자금은 약 2억弗로 이 금액은 石油化學이나 철강 産業의 工場을 건설하는 데에 소요되는 액수에 필적한다. 이 투자액과 보조를 맞추어서 1 μ m 工場은 Intel의 연간 賣上高를 3억弗에서 9억弗로 증대시킬 것이다.

1K RAM의 개발 Cost는 100만~200만弗이라고 Grove 社長은 밝혔다. 16K RAM에는 1,000만弗, 64K RAM에는 3,000만弗이 필요하다. 1M Bit Dynamic의 R&D 코스트는 약 1억弗이 든다는 것이다.

또한 社長은, Intel이 Micro Computer 제품의 需要에 대응해 가고 있음을 밝히면서, 계속 여러 가지 要求에 대응해 가고 있는데, 금후 5

년간은 마치 騷動이 일어난 듯 예측할 수 없는 흥분 상태가 계속될 것이라고 전망하였다.

臺灣, 世界의 電子部品 등의 拠點

— 經濟部 部長이 開發·投資 지시 —

臺灣 經濟部の 趙耀東 部長은 최근 同國이 세계의 電子部品과 반제품의 거점이 되기 위해서는 ① Computer와 그 중요 部品·반제품의 개발을 전면적으로 추진한다. ② 그를 위하여 모방하지 않고 보호시키지 않는다는 조건하에서 컴퓨터, Software와 Hardware의 輸出 총액이 세계 市場의 2%를 점유해야 한다고 工業局에 지시하였다.

첫째, 臺灣이 세계의 컴퓨터와 電子부品の 賣入 拠點으로 되기 위해 컴퓨터와 電子의 주요 部品과 반제품, 예를 들면 Servo Motor, 중요한 IC 등, 고급한 제조기술을 개발한다.

둘째, 모방을 허락하지 않고, 輸入 제한에 의한 보호를 시키지 않아 臺灣人 스스로 컴퓨터 産業에 투자하도록 권장한다.

셋째, 연구와 개발의 기초를 다진다.

네째, 電話機의 輸出 품질검사를 강화하여 낮은 가격, 나쁜 품질이라는 나쁜 상황을 개선한다.

工業局이 趙耀東 部長에 보고한 바에 의하면 금년 1/4分期에 臺灣의 電子와 電氣機械産業의 수출 총액은 14억弗에 달해 83년의 同期對比 49%가 성장하여 금년의 輸出 금액은 55억弗을 돌파할 것으로 전망되고 있다.

가정용 電氣製品의 世界 需要 中期 豫測

— 年率 16% 신장, 90년에 1,266억弗 —

냉장고, Aircon 등 20개 품목의 가정용 電氣製品을 대상으로 한 세계 市場의 中期 需要 豫測이 日本電機工業會에서 발표되었다.

그에 따르면, 가정용 전기제품의 총수요는 연평균 16.3% 신장해서 대폭 회복, 90년에는 1,266억弗에 달한다고 한다. 지역별로 보면 北美, 유

럽은 成熟期에 접어들고 中東, 東南亞, 中南美, 아프리카 등은 차이가 있을지라도 高成長이 기대되는 품목이 많은 것으로 나타나, 이에 대한 우리 業界의 적절한 計劃과 대응이 요구되고 있다. 이번에 발표된 세계 市場에 있어서의 家電品 需要 예측은 同工業會가 83年度 Project 로 선정했던 것으로 「세계 家電品 市場의 現狀과 展望」이란 주제하에 1년간 조사, 분석한 것이다.

Data로서는 同工業會의 82年版 「세계 家電市場 Handbook」을 기초로 한 것이지만 이제까지의 과거 Data 分析에 머물지 않고 中期的으로 수요 예측을 시도한 것이다.

조사 대상 품목은 Aircon, 냉장고를 비롯한 각종 電熱機器, 回轉機器 등 모두 20개 품목으로 대상 국가는 77개국이었다.

71年の 家電品 需要는 123억弗이었으나 79년까지는 年率 평균 14.5%의 伸張, 79년에는 3배가 다소 밀도는 363억弗에 달하였다.

79년부터 85년까지는 2차 石油波動에 따라 70年代에 비하여 伸張률은 크게 감소, 年率 환산으로 평균 8.6%에 그쳤고, 85년에는 593억弗의 규모가 될 전망이다.

그 후 5년간은 세계 經濟의 실질 伸張률을 年평균 3.4%(70年代는 同 3.9%)라고 가정하여 家電品의 총수요 伸張은 크게 회복, 年평균 16.3%의 伸張으로 90년에는 1,266억弗에 달할 것으로 예측하였다. 71年을 기준으로 20년간에 약 10배의 伸張을 하는 셈이다.

國別로 85~90年代의 中期 예측을 보면 北美, 유럽 등은 家電品 市場이 伸張기에 들어서서 각 품목 모두 低成長의 것이 많고, 그 규모는 크지만, 고도 伸張 商品은 냉장고, Aircon 등에 한정된다.

中東, 東南亞, 中南美, 아프리카 제국은 나라에 따라 큰 차이가 있어서, 일부 나라에서는 中南美, 아시아 지역의 伸張기, 마찬가지로 아프리카, 유럽 지역에서의 Aircon같이 高成長이

有望 HE(Home Electronics) 機器의 需要

단위 : 천대

H E 機器		1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
8 mm Video	日本	-	-	-	50	100	200	380	700	1,250
	美國	-	-	35	90	190	410	870	1,720	3,000
	西獨	-	-	-	20	40	80	160	300	500
	이탈리아	-	-	-	25	60	130	290	570	940
	프랑스	-	-	-	15	25	45	80	130	220
Video Disc Player	日本	35*	140*	400	700	960	1,100	1,130	1,150	1,220
	美國	240*	440*	850	1,260	1,590	1,830	1,990	2,100	2,160
	西獨	6*	30*	90	175	270	360	430	490	520
	이탈리아	20*	60*	120	185	250	300	345	375	400
	프랑스	4*	20*	55	110	170	230	270	310	340
C D Player	日本	30*	100*	200	380	650	970	1,300	1,600	1,800
	美國	-	35*	140	360	720	1,160	1,640	2,080	2,460
	西獨	-	30*	45	100	190	290	400	500	600
	이탈리아	-	20*	25	45	80	140	190	240	290
	프랑스	-	25*	35	70	140	230	320	400	470
DAT Dech	日本	-	-	-	50	140	300	540	800	1,080
	美國	-	-	-	20	90	270	590	1,030	1,540
	西獨	-	-	-	-	20	50	120	210	310
	이탈리아	-	-	-	-	10	30	70	120	170
	프랑스	-	-	-	-	20	50	110	190	290

*는 추정치임.

예측되는 품목이 많고 금후 成長期에 들어가게 된다.

품목별로는 냉장고, 전기다리미, 調理器, 헤어 Dryer, Mixer, 세탁기, 청소기, 선풍기 등은 北美, 유럽 등 선진국 市場에서는 여하간 성숙기에 처하게 되고, 東南亞, 中東 등의 나라에서는 금후 본격적인 보급 단계에 들어갈 것으로 예측된다.

한편 이러한 분석 결과로부터 Marketing 戰略 책정의 前提가 되는 市場 기회의 평가와 최적 Product Mix에 대해서 다음과 같이 마무리 지었다.

市場 기회 評價의 例로서는 ① 적극적인 Marketing 노력을 집중하여 잠재 市場의 顯在化를 도모할 수 있도록 검토해야 할 對象國(홍콩, 싱가포르, 멕시코, 브라질 등), ② 점차 적극적으로 市場 개척을 하여 기존 市場에서의 판매 증강을 도모해야 할 나라(한국, 臺灣, 이란, 英國, 아르헨티나 등), ③ 기존 市場을 保守·유지하여 Cost 삭감 등에 따라 이익 향상을 추구해야 할 대상국(노르웨이, 스웨덴, 프랑스, 西獨, 共產圈 등), ④ Marketing 노력의 성과가 기대되기 어렵고 진출에 신중을 기해야 할 대상국(인도, 파키스탄 등)으로 분류하였다.

최적한 Product Mix에 대해서는 需要의 Life Cycle의 성장, 성숙도에 맞춘 市場 개척, Marketing 노력, Cost 삭감 등의 전략을 시작하고 있다.

두 항목을 총괄해서 東南亞, 中東, 라틴 아메리카, 아프리카 등의 有望國을 선택하여 냉장고, 면도기, 전기다리미, 調理器, 세탁기, 청소기, 선풍기, Mixer 등 적극적인 市場 개척, Marketing 노력을 제창하였다.

한편 美, 유럽 등 선진국에 대해서는 수익 향상을 중심으로 조리기, Mixer, 냉장고, 면도기, 전기다리미, 세탁기, 청소기, 선풍기 등을, 또한 유망 상품으로서 電子렌지, 냉장고, Aircon, 그릇닦기 등의 적극적인 市場 개척, 판매 강화 Shift의 제안을 하였다.

中共, 電子製品 생산 급증 추세

— 금년 1/4分期에 20억弗 규모 —

中共의 英字紙인 China Daily에 의하면 江沢民 電子工業相은 中共의 電子製品 생산이 금년 1/4分期에 약 20억弗에 달하여 前年 同期對比 37.8% 증가되었다고 밝혔다고 한다.

이중 TV는 同 34% 증가된 약 19억弗이었으며 각종 Computer는 2배 이상으로 증가되었다고 하였다.

美國의 自動車 電話 高成長 계속

— 90년에 30억弗, 많은 革新 예상 —

美國의 Cellular 電話의 성장성은 아주 높은 것으로 예상되어 90년에는 市場 규모가 연간 30억弗에 달할 것이라고 한다.

이는 西獨聯邦情報局(BFAI)의 New York 駐在員이 밝힌 것인데, 이 自動車 電話는 實用化가 극히 한정된 것이어서 현재 볼티모어, 시카고, 와싱턴 3개 도시에서 사용되는 데에 불과하지만 수개월 중에 뉴욕에서도 사용을 위한 계획을 추진시키고 있는 정도이다.

동제품의 대 메이커는 Motorola와 Oki Advanced Communications社인데, Panasonic도 생산을 시작하였고 Western Union 및 NEC도 진출을 검토하고 있다.

업계에 의하면, 同市場에서의 경쟁은 아직 시작에 불과하지만 금후 아주 심한 革新과 변화가 예상된다. 최근의 技術 혁신은 Motorola가 발표한 Potable 電話인 Dina TAC 8000X로, 이것은 승용차의 電源에 접속할 필요 없이 電池로 작동되는데 판매 가격은 3,995弗이다. 동제품을 포함한 電話機 市場은 통상적으로 아주 치열한 가격 경쟁을 그 특징으로 하고 있으며, 금후 예상되는 需要의 질적 변화에 따라 현재의 中小 메이커의 상당수가 정리되는 사태가 불가피한 것으로 전망이다.

美下院, 半導體 Copy 禁止法 승인

— 78年 이래 Chip의 海賊版 방지 노력 —

美下院 司法委員會는 5月 1日, 컴퓨터의 半導體 Chip을 무단으로 Copy하는 것을 금하는 法案을 만장일치로 가결시켰다.

同法案을 제출한 에드워드, 미네타 두 議員(캘리포니아 출신으로 民主黨)은 한개의 Silicon Chip을 발표하려면 1억弗 정도의 거액이 투자되어야 하는데 다른 한편에서는 그 Chip을 5만弗 정도를 들여 Copy한다고 슬회, 이 法案이 Silicon Valley로부터의 강한 要請에 기초한 것임을 밝혔다.

美國의 Computer 기업은 외국의 경쟁자에 의한 Copy가 증가되고 있음을 호소하고 있다. 이 半導體 Chip의 해적판 방지 法案은 두 議員이 78年 이래 추진해 왔으나, 美 업계는 최근까지 이 法案의 구체화에 대하여 합의하지 않았었다.

法案에서는 Silicon Chip의 개발자에 대하여 10년간 所有權 보호를 보증하였다. 위반자는 25만弗의 벌금 또는 실제로 손해를 입힌 금액을 개발자에게 지불하도록 규정하였다.

美·日, 미래의 Bio Chip 研究 몰두

— 1 μ m 크기로 현 集積回路의 10億倍 —

松下電器, 日本電氣 등은 현재의 半導體에 완전 代替될 미래의 Computer素子라고 하는 Bio Chip(生體情報素子)의 연구개발에 몰두하고 있는 것으로 알려졌다.

현재의 Chip 제조기술로는 가까운 장래에 集積度, 演算速度面에서 벽에 부딪히게 된다는 판단 아래, Bio Chip이 실현되면 컴퓨터의 超小型化가 가능해질 것이므로 각 方面에서의 기대도 크다. Bio Chip은 遺伝子工學의 기술을 응용해서 分子 Level의 단백질을 연합시켜 만드는 素子로 美國은 이미 2年 전부터 본격적인 연구, 개발에 들어갔다. 현 단계에서는 어떻게 단백질

을 규칙적으로 배열, 素子化 하느냐는 등 기본적인 문제가 남아 있어서 實用化는 21世紀가 되어야 할 것으로 보고 있다.

그러나 Bio Chip은 불과 0.1 μ m 크기로 기억 용량도 연산속도도 현재의 集積回路의 1億倍에 해당하는 능력을 지니고 있으므로 컴퓨터의 超小型化는 물론 生體 내埋入型 臟器制御 System 등 응용 범위도 넓다.

그러므로 현재 日立製作所, 富士通, 日本電氣, 東芝, 松下電器, Sharp, 三洋電機 등 주요 半導體 메이커는 먼저 개발해 내기 위하여 遺伝子 기술을 중심으로 연구, 개발에 힘을 쏟고 있다.

한걸음 앞서고 있다는 것으로 알려져 있는 Sharp는 곧 分子膜의 제조설비의 건설에 착공, 抗體(단백질의 一種)의 배열 방법의 연구를 개시할 계획이다. 이외에 東洋紡, Santory 등 첨단 技術에 적극적으로 나서고 있는 메이커도 自社의 遺伝子工學 技術을 응용할 수 있게 기초적인 연구를 추진시키고 있어서 금후 Bio Chip의 연구개발 경쟁은 한층 치열해질 것으로 보인다.

編輯者 註: Bio Chip은 遺伝子工學으로 만들어진다. 有機分子를 단백질의 基板에 옮겨 붙여서 酵素의 움직임으로 반도체와 같은 機能을 갖게 한 것인데 美國을 중심으로 연구, 개발이 추진되어 가고 있다.

불과 0.1 μ m의 크기로 현재 集積回路의 10億倍에 달하는 기억용량이 있고 演算速度는 64K Bit RAM의 1億倍을 기대할 수 있다고 한다. 化學 반응을 이용하기 때문에 電氣가 불필요하고 發熱의 문제도 없다.

Bio Chip이 실현되면 현재의 大型 컴퓨터는 한개의 Bio Chip으로도 충분히 커버할 수 있을 뿐만 아니라 超小型化를 가능케 하는 未來의 컴퓨터 素子라고 불리어진다.

美 Video Game 市場 不調 현상

— 85년까지는 好轉 없고, 금년 50% 감소 —

美國의 금년도 Video Game 市場은 계속 수

령으로 빠져 들고 있다. 금년 賣上高는 前年對比 50%나 감소되고 市場 규모도 15~20%축소가 불가피할 것이다. 이것은 Activision社 James Levy 會長이 밝힌 資料에 따른 것이다.

同會長은 할인 가격으로 Software를 판매하는 것은 금후도 市場의 고민거리가 될 것이며, 현재 이런 판매는 Software전체의 절반에 달할 것이고, 이 상태의 개선은 내년 이후가 되리라는 전망을 하였다. 또한 5弗이라는 저 가격의 판매가 없어지지 않는 한 정상적인 市場은 기대할 수 없다고 하였다. 일단 저가격의 Software를 판매하는 일도 가능하게 될 것이다.

世界の景氣展望 계속 밝다

— 西獨의 코멜츠 Bank는 分析 발표 —

西獨의 저명한 코멜츠 Bank는 최신의 景氣分析에서, 경기는 세계적으로 계속 밝아지고 있다는 것을 다음과 같이 분석, 기술하고 있다.

1. 美國의 경제 성장률은 금년 1/4分期 에는 약해졌으나 失業者 수가 83年 12月の 1,180만명에서 금년 3月の 770만명으로 크게 감소하였다. 不況期로 생기는 遊休 設備도 이제는 대부분이 이용될 것이다. 物價의 상승율은 다시 빨라질 것이다.

財政 赤字 걱정은 최근의 歲入 見積으로 다소 완화되었으며 기업의 資金 수요는 急增이 예상된다.

2. 日本의 경기는 활발히 상승하고 있어서 政府의 금년도 성장 목표는 달성될 것이다. 수출이 주요 推進力이며, 투자가 거의 증가하지 않고 있음이 우려된다. 근로소득이 극히 미약하게 늘고 있어서 內需 기초가 약하다.

3. 英國도 好景氣의 환경이 계속되고 있다. 83年末에 염려하였던 上昇力의 저하도 일고 있지 않다. 工業 생산은 전년도를 3% 상회하는 정도지만 82년부터 이미 경기 회복이 본격적으로 되고 있음을 주의해야 한다. 投資財도 좋고 개인 소비도 支出 붐이 일고 있으나 失業이 고

수준을 계속 유지하여 대조를 이루고 있다.

4. 프랑스의 경기는 최근 경제 數字上 상당히 어둡다. 실업자 수는 이미 83年 수준을 9% 상회하고 있어서 年內에 더 증가될 것이다. 貿易収支도 예상보다 나쁘다. 소비자 소득은 停滯해 있으며, 개인 소비에서는 경기 자극을 기대할 수 없다.

5. 東南亞의 中進國들이 특히 세계적 好況의 덕을 입어 83年의 발전에 이어 금년도는 더욱 상승세를 보이고 있다. 특히 韓國의 경제가 확실한 성장 과정에 있으나, 기대에 반해서 自動車 産業만이 停滯해 있다.

台灣도 상승력이 계속되고 있으며 物價는 統制되고 있다. 홍콩 경제는 계속적인 政治 불안이 있으나 最惡 상태를 벗어나 금년에는 6.5%의 성장이 가능할 것으로 보인다. 다만 投資가 상당히 감소되는 것이 장애가 되고 있다.

美 NBC, 85年 중반 音聲多重放送

— 금년에 실시해도 不定期 정도 —

美國의 3대 Network局의 하나인 NBC는 85年 中반부터 TV 音聲多重放送을 개시한다고 발표하였다. 同社는 Network 산하의 WNBC-TV(뉴욕), KNBC(로스앤젤레스), WRC-TV(와싱턴)을 통해 인기 프로그램인 쥘리 커슨 Tonight Show와 Friday Night Videos를 Stereo Sound로 방송할 계획이다.

이제까지 美 3대 Network 各社는 TV 音聲多重放送의 방송 시기에 대하여, 가까운 장래에 TV 音聲多重放送을 개시할 계획은 없다고 단히 신중한 자세를 취하였다.

公式적으로 개시 시기를 발표한 것은 NBC가 처음이다. NBC의 개시 시기 결정은 3대 Network 他社에 크나큰 영향을 미치게 될 것이다. ABC는 산하에 있는 WLS-TV(시카고)로 夏季 CES(6月 3~6日)의 개최 기간 중에 예정되어 있던 TV 音聲多重放送의 실험도 취소하였다. 이유는 개시 시기를 85年 봄까지 연기한다는 것

이다.

CBS는 현재 코멘트를 피하고 있으나 美 업계 情報에 의하면 내년 이후 개시될 것이라고 한다. 한편 家電 메이커 各社는 금년 가을에는 TV 音聲多重放送이 개시될 것으로 전망, 同 Tuner 內藏 TV 및 Decorder를 발표하였다.

그러나 美 放送界의 최근 동향을 판단해 보면 본격적으로 보급하기까지는 시간이 걸릴 것이다. 금년 가을부터 同放送을 시작하는 것도 不 定期的일 뿐 定期的인 것은 내년 이후가 될 것이다.

英, 衛星放送 80年代 중에 개시

— BBC를 중심으로 한 企業이 추진 —

英國의 브리턴 內相은 최근 同國의 衛星 TV 放送이 80年代 중에 도입할 계획이 있음을 밝혔다. 한편 계획은 BBC를 중심으로 하는 企業 Group에 의해 추진되고 있다.

Credit Card 사이즈 Radio 9월부터 發賣

— 두께 3.9mm, 무게 38g의 超薄型 —

松下電器는 세계에서 제일 얇고 가벼운 Credit Card 사이즈의 AM/FM Stereo Headphone Radio RF-H25을 금년 9월부터 美國에서 발매한다고 밝혔는데, 금액은 99弗 95센트이며, 이어서 유럽에서 순차적으로 판매할 계획이다.

同社는 금년 1월에 있었던 冬季 CES에서 半 導體, 抵抗, Condenser를 1 Chip化한 RHC (Radio 高密度回路)를 사용해서 세계 최경량인 FM Stereo Headphone Radio RF-H5를 발표한 바 있었다. 新製品 RF-H25는 이 RHC 응용의 제 2 단 제품이다. 무게도 불과 38g에 불과해 거의 Credit Card와 비슷하다.

두께 역시 세계에서 제일 얇은 3.9mm이며 Nickel Cadmium電池를 內藏하고 있어서 5시간 充電으로 5시간을 사용할 수 있다. 당초 月産 2,000

대를 계획하고 있으나 8月 후반부터 量産 체제에 들어갈 계획이다.

同製品은 5月 27日부터 개최되는 London Radio Show와 6月 3日부터의 夏季 CES에서 集中 展示된다. 한편 동제품은 두께 2.5mm의 RHC를 채용할 수 있었기 때문에 가능했는데, 이 RHC를 2mm로 만들 경우 두께 3mm 전후의 라디오 오도 나올 수 있다는 게 업체측 의견이다. RHC는 라디오 외에 小型 Radio 외에 Headphone Stereo, Car Stereo, VTR 등 소형화가 필요한 제품에 채용될 수도 있다.

FM Stereo Headphone Radio RF-H5는 發賣 당초, 對美 수출용으로 月 2,000대를 出荷였으나 예상 외로 반응이 커서 현재는 月 2만 5,000대를 출하하고 있다. 이를 미루어 보아 RF-H25는 크나큰 반응을 불러 일으킬 것 같다.

日의 BS-2a 衛星 고장에 GE社 고민

— GE, 사과와 더불어 對策 제시 —

日本이 요란하게 떠들었던 實用 放送衛星 BS-2a의 故障으로, 심장부를 제작했던 美國 GE社는 지난 5月 18日 日本 郵政省을 방문, 同衛星의 고장에 대해 사과하고 원인 규명에 전력을 기울이고 있음을 밝혔다. 이에 대해 鵬 電波監理局長은, 일본 국민들이 放送衛星에 거는 기대가 컸던 만큼 충격도 컸는데 이것은 美國이 상상하는 차원을 넘어선 것이므로, 가능한 한 빠르게 원인 규명을 하여 故障 회복에 최대한의 노력을 기울여 달라고 당부하였다.

한편 GE社는 뜻하지 않은 故障을 해결하기 위해 몇 가지 의견을 제시했는데 40명의 Team 구성으로 정확한 원인 규명에 들어갔다는 것과 中繼器의 進行波管의 메이커인 프랑스의 Tomson社와 日本側 제작을 맡았던 東芝, GE 3社가 5月 22日부터 Paris에서 사고 규명을 위한 구체적 토론에 들어가자고 제의하였고 Black Box 부분에 대해서는 OMC (國務省 軍需品管理部)가 군사 관계를 체크한 위에 情報 Data를 제

공하고 싶다는 등이었으며, 日本의 국회를 포함해서 日本 내에 크나큰 충격을 준 데 대하여 충분히 인식하고 있다는 사과문도 포함되어 있었다.

말레이시아, 電話 사업 民營化

— 新會社 설립으로 완전 民營 방침 —

말레이시아 政府는 머지않아 電話公社에 대신해서 그 활동을 계승할 新會社를 설립한다. 다크 통신相에 의하면, 이것은 電話事業의 완전 民營化를 향한 제일보로서, 신회사의 株式은 일반公募시켜 同國 政府의 브미푸트라 政策의 기준에 합치되면 外國 投資家도 신회사의 株式을 취득할 수 있다는 것이다.

말레이시아 電話 사업의 완전 民營化에는 數年이 필요한 것으로 보인다. 현재는 외국 Consultant의 손을 빌려 公社의 資産을 평가하고 있다.

電話公社는 국영 기업 중에서도 경영이 좋은 편으로 82년은 7억 7,900만 M弗(말레이시아 Dollar)의 수입으로 2억 6,000만 M弗의 이익을 올렸다.

同國의 마하틸 首相은 모든 政策 중에서 國營 기업의 民營化를 특히 중요시 하고 있다. 이 민영화 계획에 대해서는 다른 연립 與黨 내부로부터 반대의 소리가 있었으나 首相은 최근 발표된 제 4차 말레이시아 計劃 中期 改定案 가운데서 국영 기업의 비대화와 경제적 비효율을 지적하고, 財政 赤字에 대처하기 위해서도 民營化를 급히 실시하지 않을 수 없다는 견해를 밝혔다.

電話公社 외에도 몇 국영 기업에 대한 민영화 계획이 발표되고 있으나 아직은 준비 단계에 머물고 있다.

西獨 家電 市場, 映像機器가 주도

— VTR 금년도에 180만대 需要 豫상 —

西獨의 가정용 電子機器 市場에서는 작년에

이어 VTR, 컬러TV 등의 映像機器가 主役의 자리를 차지하고 있다. 西獨의 VTR 보급률은 현재 17%, 작년의 판매 대수는 147만대였으나 금년에는 수량면에서 EC(歐洲共同體)의 輸入 規制 한도가 설정되어 있기 때문에 160만~180만대 수준일 것으로 전망된다.

유럽에 상당수 진출해 있는 日本 기업 중에서는 東芝도이즈社의 경우, 6월부터 VHS 캠페인을 개시하고, 三洋의 西獨 子會社인 Fisher HiFi Europe社는 9월부터 月産 1만대의 VHS를 생산할 계획이며, NEC는 Beta 방식에 덧붙여 VHS에도 힘을 기울일 것이라는 계획이 확인되고 있다.

이에 대해서 V2000의 Philips, Grundig 陣營은 西獨, 西獨, 벨기에에서는 계속 V2000을 판매할 방침이다. 또 Sony를 필두로 하는 Beta Group에서는 Betamovie 등으로 반격을 가하고 있다.

컬러TV는 83년에 240만대(이 중 日製는 推定으로 30만대)가 판매되어 보급률은 83年末 단계에서 85%에 달해 성숙기에 들어섰기 때문에, Dealer도 금년 전반기에는 在庫 정리를 중심으로 하다가 후반기부터 본격적인 판매에 들어갈 것이라고 도이즈松下측은 보고 있다.

컬러TV에 관해서는 Grundig, Philips, Telefunken 등 本拠地 생산 메이커간의 경쟁이 격심한 가운데, 輸入이란 형태로 日本 메이커가 참여하고 있어 Share 쟁탈전이 활발하게 전개되고 있는 상황이다.

26inch型의 機種에서는 현지 메이커가 강세를 보이고 있다. 또한 컬러TV의 Stereo化도 착실히 추진되고 있는데 현재 이미 50% 이상의 점유율을 보이고 있어 주목을 받고 있다.

西獨版 Videotex인 Btx(文字圖形情報 System) 對應型의 모델도 증가 추세를 보이고 있다. 이런 모델은 83년에 全컬러TV의 20%에 달하였을 것으로 추정된다.

VTR, TV에 이어 Audio 方面에서는 Stereo Radio Cassette에서 가격 하락 추세가 눈에 띄고 있는데 가격대는 200마르크(약 7.8만원) 전후가 중핵을 이루고 있다.

(P. 54로 계속)

project를 시작하였다. 英國의 AIT 計劃(고도情報技術 計劃), 프랑스의 Electronics 5 個年 計劃, EC의 ESPRIT 計劃(歐洲情報通信 연구 개발 戰略) 등이 있으나, 제각기 거액의 資金 投入을 계획하고 있는데, 今後 계획대로 전개되고 있는가는 不透明하다. 그러나 이러한 公同 認識은 마찰 발생의 가능성과 保護貿易主義化의 傾向을 강화시키는 요인이 될 것이다.

4. 今後的 展望

이상 두 가지의 문제점을 더듬어 보고 日本이 自國 IC産業에 부과한 課題를 총괄해 보면, ① 구조적 問題에 대처할 수 있는 綜合力의 강화, ② 마찰 회피를 통한 장기적 視點에서의 國際企業化, 多國籍化, ③ 自主 技術 개발의 확립과 共存共榮을 모색하기 위한 적극적인 技術 移轉, 公同 開發의 촉진 등 産業 協力이 되고, 이러한 것들에 대한 적절한 企業 戰略의 확립이 요망된다.

또 先進 제국에 부여된 課題로서 自由貿易下에서 民間 활력을 引出, 生成하는 일에 따른 世界 經濟 활성화, Frontier의 확대에 의해 當面 年率 20% 成長이 예상되는 IC 需要에 대한 各國 IC産業의 건전한 成長과 公존공영의 體制를 구성할 필요가 있다.

이런 관점에서도 産業 Base에서의 상호 現地 生産 원활화를 촉진시킬 市場· 制度의 整備가 급선무가 될 것이다. 美·日 IC産業과 그 주변 産業의 상호 突入은 이에 이르러 상당히 나타나게 되었다.

日本 企業의 海外 現地生産(IC의 경우 先進 제국에서의 일관 生産을 가리킨다)의 속도는 마찰의 動向 정도로는 이른 일이 되겠으나, 걱정되는 국내 設備 投資의 감소, 空洞化라고 하는 事態도 外資 企業의 진출에 따라 묻혀 버려 간다고 하는 상호 補完 관계 성립이 요청된다.

이에 따라 마찰의 요인으로서 高度化 機種의 생산기지 偏重 및 突出한 比較優位의 형성이라는 사태를 상당히 회피할 수 있게 된다.

今後は 美 IC 및 同周邊 産業의 日本에 대한 生産 진출이 ① 日本 市場(世界 市場의 1/4)의 예상, ② 有力 User에 대한 對應, ③ 質 높은 노동력(TI美浦, 日本 IBM 野洲 등에서 實證) 등의 점에서 보다 적극화될 것이다.

최후에 産業 協力으로서의 技術 移轉, 公同 開發에 대해서도 적극화의 징조가 나오고 있어, 금후 촉진시키는 것이 요청된다. 상호 同乘과 더불어, 상호 技術優位를 낚는 國際 分業(예를 들면 設計는 美國, 量産은 日本) 및 公동 分担 개발이라고 하는 방향도 共存共榮의 模索이 될 것이다.

(P. 45로 부터)

Compact Disc(CD) Play의 가격 하락도 심해지고 있는데, 83년에 있어서는 예상했던 판매 수량의 약 절반인 2만대 정도 밖에는 판매되지 않은 것으로 나타나, 市場의 본격 開花는 아직 시작되지 않은 것으로 볼 수 밖에 없는 상황이다.

Home Computer 관련에서는, Sharp의 견해로는 생산이 지나치지 않을 정도로 판매되고 있으며, 東芝도이츠의 말로는 MSX Computer 를 점차 취급해 갈 것임을 밝히고 있다.

유럽에 있어서의 가정용 電子機器 市場의 금년 중 High light는 8월에 개최될 예정인 있는 HiFi Video 展示會(西獨의 杜셀도르프市) 일 것으로 의견을 모으고 있는데, 이 展示會에서 각 메이커들은 나름대로의 목표를 설정하고 제각기 戰略을 전개할 것으로 보여 귀추가 주목되고 있다. 西獨의 가정용 電子機器는 多機能, 高級化 그리고 가격 하락 속에서도 계속 호조를 보이고 있어 이에 대한 우리나라 電子業界의 적극적인 참여와 對應이 요망되고 있다.