美, Perscom 업계의 5大 戰略

—秋季 COMDEX '84 (美, 라스베가스) 로부터 —

작년 11월 14일부터 18일까지 5일간 美 네바다州 라스베가스에서 世界 最大의 컴퓨터展「秋季 COMDEX '84」가 열렸다.

同展覽會에서 중심을 이룬 것은 Personal Computer이며 특히 Business시장을 겨냥한 것이다.

IBM, ATT, Apple을 중심으로 세계의 H/W, S/W의 Maker 1,400社가 出品, 展示했다. '85년 세계의 Personal Computer업계의 행방을 점치는 행사에 어울리는 대규모의 競演이 전개되었다.

展示 스타일은 日本의 Data Show라든지 Business Show에서 볼 수 있는 화려한 것이 아니라 會場에서 철저하게 商談을 할 수 있다는 것이 마치 미국적이라고 그 특징을 말할 수 있다.

미국의 Personal Computer 시장은 '85년말에서 '86년까지는 Main Fram을 제치고 400억弗에 이를 것으로 예측되고 있으며, 擴大一路에 있는 市場性을 노려 세계의 Computer기업들은 領域擴大의 模索에 여념이 없다.

IBM의 液晶表示 Personal Computer의 발표와 발표되지는 않았으나 ATT의 LAN을 重視한 IBM PC/AT對抗機, 사파리 퍼(가칭)가 각사로부터 주목받은 Hardware, Software, 나아가서 페리페럴群 등의 많은 出品物들로 話題가 풍성했다. 同展覽會에서 구체화된 84년부터 85년에 걸친 미국 Personal Computer업계의 5大戰略이 Close up되었다.

1. IBM戰略의 浮上

COMDEX最大의 焦點은 무엇보다도 IBM이 Software전문의 獨立 Booth를 설치한 것이다.

Main Hall의 입구 가까이에 자리한 IBM Software Booth에서는 여름 이후에 발표한 40~50종류에 이르는 自社製 Software群을 Appeal.

大Screen을 活用한 展示效果는 제3그룹(獨立系 Maker)의 不必要性을 크게 강조했다.

8월 IBM이 Personal Computer의 最上位 機種에 해당하는 PC/AT를 발표. 동시에 PC, XT, PC-jr와 같은 현행 모델의 가격을 대폭인하하는 등 Compatible Maker를 재치려는 작전을 펴고 있다.

그리하여 이번 Software 분야의 적극적인 선전전략은 Software House를 무너뜨리려는 작전이라고도 볼 수가 있다.

IBM이 미국 Personal Computer업계에서 장기간에 걸쳐 Top Share를 유지해 온 Apple社를 단기간에 奪回할 수 있었던 要因은 Software House를 중심으로 하는 제3그룹(獨立系 Maker)에 市場參與의 기회를 주었기 때문이다. 바꾸어 말하면 제3그룹으로부터 지지를 받았기 때문에 단기간에 Top Share의 자리에 앉을 수 있었다는 것이 IBM이 성공한 이야기의 줄거리이다.

이 제3그룹이 사업을 확대하여 큰 利潤을 얻었다는 것을 알아차린 IBM은 이번에는 거꾸로 Soft전략에서 Compatible을 제치는 작전에 나선 것이다.

이를 확실하게 표현하면 Personal Computer 분야에서도 根本 사업전략과 마찬가지로 전체적인 사업전개를 세운 것이다.

이에 따라 IBM의 Compatible 路線을 내세우고 있는 Maker는 큰 상처를 입게 될 것이 확실하며 PC/AT의 특징을 띠고 있는 80286을 베이

스로 한 PC-DOS와 Multi User機能을 가지는 XENIX 對應의 早期 開發이 불가피해진 것이라 말할 수 있다.

2. Soft王國으로서의 早期對應

그러나 IBM 플러그 Compatible 전략을 내걸고 공세를 취하고 있는 ATT, 스페리, NCR과 많은 Software House는 Multi User시장에 이르는 폭넓은 Personal Computer 수요가 있는 것이 명확해졌다면서 살아남기 위한 새로운 도박을 시도하고 있으며, 年率 30% 전후의 신장이 약속된다는 Personl Computer Business에서 당당하게 IBM Compatible 路線을 계속할 방침으로 있다.

일본의 메이커 중에서도 IBM Compatible시장을 노린 대응에서 기세를 펴고 있는 곳이 많으며 EPSON, CANON, 三洋電機, 미놀타, 松下 등이 잇달아 新製品을 발표하는 등 정면에서 대응할 자세를 보이고 있다.

또 미국의 대형 Software House는Best Seller Software인 버존업으로 대응, 일본에서도 유명한 애슈튼테이트는 dBASEⅢ과 Frame Work를 Microprocessor는 워드스터 2000을 Micro forcus는 ANSI74하이레벨 코블 콤파일러를 디지탈 리서치는 컴커렌트 PC/DOS와 UNIX시스템V 라이브러리를 로터스는 로터스 1-2-3을, Micro Soft는 Multi Plan과 Data Base manager를 내세워 「85년 Soft전략」을 訴求하고 있다.

다만 일본시장에서도 이름이 잘 알려진 Soft가 많지만 이 가운데서도 dBASEⅢ의 日本語化와 로터스 1-2-3의 日本語化에 의한 市場性 등이 읽을 수 없다는 判斷이 있기 때문에 관계하고 있는 日本의 Software House와 빈번하게 Propose하고 있는 일본의 Software House는 이를 모색하고 있는 실정이다.

3. 日本 Software의 對美逆上陸

활발한 움직임을 보이고 있는 미국의 Software House를 상대로 Soft 王國인 미국에 逆上陸을 시도한 일본메이커가 탄생한 것도 이번에 열린 COMDEX에서 화제가 되었다.

그것은 Software House의 대메이커인 日本 SE그룹의 JSE International(小林英愛社長)과 소드(椎名堯慶社長) 등 2社이다.

JSE International은 일본에서 日電의 PC-9801용으로서 호평을 받았던 Personal CAD용 Package Soft「CAD Pac」를 IBM-PC용 英文 Version으로 移植하여 Packaging COMDEX의 會場인 시저스 팔레스에 Sweet room을 만들어 이에 큰 反響을 얻음으로써, 빌 스멜 副社長은 이를 계기로 Software 수출에 적극적으로 나서겠다는 뜻을 피력했다.

소드는 IBM Compatible 路線도 踏襲해 나갈 것이지만 한편에서 同社의 대명사로 불리우고 있는 PIPS의 新英文 Version「DS-PIPS」의 紹介와 Personal의 CAD인 Turn Key System 「CAD-BRAIN」의 展示도 하여 역시 Software의 對美逆上陸을 꾀한다고 소드 美國 支社의 副社長 小西眞裕는 강조하고 있었다.

양사의 Software 對美진출은 일본산 Software의 첫 시도이며 10년이라는 큰 격차가 벌어졌다고 일컬어진 美·日間의 Software 격차는 좁히는 것으로서 이의 성공에 기대가 크다.

4. Portable Personal Computer의 擡頭 擡

예상된 IBM, ATT, Apple의 新製品 발표는 없었으나 IBM이 PC/AT를 중심으로 한 Booth와 Software전문의 Booth, 그리고 PC-jr을 중심으로 한 3개의 Booth를 설치한 것이다.

또 ATT는 사파리 퍼로 있는 3B시리즈(Mini Computer)와 6300(Personal Computer)를 상호 접속시키는 「ATT·PC인터페이스」를 전시하여 사파리·퍼에 대한 布石을 했다.

더우기 Apple은 IBM-PC jr과의 競合에서 완전 승리했다는 느낌을 가지고 AppleⅡc를 중점적으로 Macintosh 등을 전시하여 많은 Apple 팬들에 보답하는 동시에 Software Hourse 協調路線을 내세운 것이 인상적이었다.

이같은 美Personal Computer界 3強者에 대한 Enclosure작전은 아니겠지만 COMDEX에서 너무나도 Epoch적으로 일어난 것이 液晶表示의 Portable Personal Computer를 발매한 것이라

할 수 있다.

진실로 Computer로부터 Braun管이 사라진 것이다.

일본에서는 작년 9월에 있은 Data Show에서 日本데이터 제너럴이 미국 DG社의 設計 Concept에 의해 상품화하겠다는 풀사이즈表示(80字×25行)의 「The Data General/ONE」을 발표하여 화제가 되었는데 COMDEX에서 DG社 의 Booth는 이 Portable Personal Computer일색이었다.

DG社의 전략이 미국의 液晶表示 Portable Personal Computer 열기에 불을 붙인 역할을 했고 COMDEX開幕 4일전에 TI(Texas Instrument)가 역시 풀라인表示의 Portable Personal Computer 「프로라이트」를 발표한데 이어 동전시회 개막 첫날에는 소드가 풀 사이즈의 「IS-11C」를 발표하고 전시했다.

더우기 NEC Home Electronics도 80×16行의 液晶 Portable Personal Computer 「PC-8401A」를 발표하여 COMDEX는 모름지기 液晶 Personal Computer의 祭典으로 부각되었다.

이외에도 ACT(Computers North America)社와 HP, 日本메이커로는 EPSON, Sharp 가 展示實演, 모두 10여개의 브랜드가 경연했다.

이 중에서도 풀 사이즈 表示로는 DG社가2,895弗 TI가 2,996弗로 데스크 톱의 가격수준을 설정했는데 반해 소드는 1,500弗을 밑도는 가격으로 발표했다. 더우기 대량판매에서는 10만대이상에 대해 單價가 900弗이라는 OEM가격을 설정한 것이 주목을 끌었다.

또 각사는 모두 Wordprocessing機能과 Communication機能의 충실을 강화하고 있으며 모두 IBM과의 Program Compatible 또는 Data Compatible을내세우면서IBM의Personal Computer사업과는 다른 Portable시장에서의 새로운 전략으로 나왔다고 할 수 있다.

그러나 늦어도 내년봄까지는 IBM도 液晶Portable Personal Computer에 참가할 것이라는 견해가 지배적이며 이 분야에서도 IBM의 합세는 시간문제라고 예상하는 측이 많다.

그러나 軽薄短小化 製品의 수요는 높아지기만 하며 「전화대신의 Personal Computer」 시대의 到來를 맞이하여 급격한 시장확대가 약속되고 있으며 신규 참가가 당분간 계속될 것으로 관측하고 있다.

5. 「Look West」로 주목받고 있는 日本·東南亜諸國

美國 Computer업계는 일본을 비롯하여 中共, 東南亜諸國을 중시하는 「Look West」의 움직임을 보이고 있다.

이것은 아직도 Software에서는 상위에 있는 미국 Computer System의 수출시장으로서 기대하고 있는 면도 있으나 그 이상으로 품질관리(QC)가 철저한 日本과 東南亜諸國의 기업을 높이 평가하고 있음을 알 수 있다. 또 Low Cost 量産技術이 뛰어나서 Hardware의 部品調達 과 조립에 最適이라는 면에서 視線을 끌고 있다.

Software 상위에 있는 美 Computer 業界는 값싼 Hardware에 高附加價値의 Software를첨가함으로써 아직도 Computer後進國의 추격에 충분히 대항할 수 있다는 판단이 작용하고 있기 때문이며 특히 Personal Computer는 年率 30% 증가가 확실하다고 예상되고 있는 만큼 市場擴大를 감안한 냉정한 계산이 성립하고 있다.

한편 日本과 東南亜諸國으로부터 COMDEX에 참가한 기업의 자세를 봐도 Printer, Floppy Disk 등페리페럴 관계가 대단히 넓은 스페이스를 차지하고 있으며 System展示를 하고 있는 곳도 겸허하게 미국 Computer Maker의 OEM 供給業體이며 部品 Maker라도 좋다는 내용을 보이고 있었다.

IBM-PC의 Printer에는 EPSON제품이 ATT의 Personal Computer에는 東京電氣(伊藤忠 일렉트로닉스経由)의 Printer가 각각 純正部品으로서 採用된 것으로 봐서 美日間의 이러한 교류가 활발하게 이루어지고 있다.

「Look West」는 Computer만이 아니라 州전체의 운동으로서 전개하고 있으며 半導體와 液晶Display, Printer, Disk 관련 등의 Mechatronics분야에 이르는 기업 유치까지 화제에 오를 정도이다.

다만 Apple의스커리 社長은 이같은 움직임에 대해 특히 「日本의 자동차산업과 마찬가지로 무역마찰이 일어날 것같다」고 우려했다.