

일본 컴퓨터산업 현황과 전망

조 사 부

Ⅰ 개 요

'96년 일본 컴퓨터산업은 고성장이 예상된다. PC는 국내출하 40% 전후의 신장으로 720만대 이상이 전망되고 있으며, 세대보급률은 4월에 10%를 초과할 것으로 보인다.

이에 더하여 기업의 정보화 투자가 부상하려는 조짐을 나타내고 있어 상승기조를 확실하게 해주고 있다.

동시에 클라이언트 서버 시스템은 새로운 시스템 구축을 위해 인프라를 변화시키려 하고 있으며, 메인프레임도 대담한 코스트 절감으로 출하대수가 상승하고 있다. 또 기업의 기간시스템의 재구축으로 어플리케이션의 개발이 시작되고 있는 바, 컴퓨터산업의 '96년의 진로에 대해 메인프레임, 서버, PC, 주변기기, 네트워크, S/W, 정보서비스의 7개분야로 초점

을 맞추어 살펴보면 다음과 같다.

'96년 컴퓨터·OA업계의 키워드는 네트워크이다. 컴퓨터, OA, 사무기로 구분하는 것 자체가 그다지 의미가 없어져가고 있기 때문에 이러한 것들을 통틀어 네트워크로써 다룰 수 밖에 없다.

컴퓨터는 반세기 이상 커다란 시장을 만들어 왔고 다양한 바リエ이션을 갖기에 이르렀지만 핵이 되는 기술은 한가지로 이것이 다른 제품분야에 들어가 확산된 결과, 호칭과 외관이 다른 제품이 많이 나타났으나 결국은 동종의 제품이라 말할 수 있다.

업계의 영역이 소멸한다고 하는 것은 새로운 시대에 들어간다고 하는 것을 의미하며, 이것은 곧 네트워크시대에 돌입하는 것으로써 이에 대한 업계의 의식이 변혁이 요구되고 있는 것이다.

금년의 키워드는 네트워크로 업계를 글로벌하게 묶기 위해서는

이 단어를 사용할 수 밖에 없다.

'96년의 업계는 어떻게 움직일 것인가? 우선 보드레스화가 정착되고 그 속에서의 경쟁이 격화될 것이다. PPC와 스캐너, 프린터, FAX로 구분하는 것은 이제는 더 이상 불가능하다.

프린터 메이커가 사무기 메이커인지 정밀기계 메이커인지를 구분해 말하려고 하는 것은 의미가 없게 된 것이다. 메인프레임 CSS와의 기본적인 의미는 넓다. TV수상기와 PC는 동일한 것의 다른 형태에 지나지 않는다. CD-ROM, PVD, MO 등은 멀티미디어의 매체로 이제 어느 곳에서나 사용하게 된 것이다.

지금까지 이러한 의미에서의 보드레스화의 진행은 지적되어 왔으나, 오늘날에는 이것이 형식 그 자체가 되고 있다. 요컨대 하드에서의 차별화가 아닌, 소프트웨어에서의 차별화시대인 것이다.

또 하나의 흐름은 가격의 과격적인 하락이다. 지금까지와 같은 드래스틱한 저하를 금년에도 할 수 있을지는 미지수이나 가격하락이 계속될 것만은 확실하다. 왜냐하면 가격인하는 보급의 요건이며, 대중화의 원동력이기 때문이다.

어쨌든 CSS에 있어서는 메인프레임의 대수는 떨어지지 않으나, 가격은 대폭적으로 내려가고 있다. 대폭적으로 내려가고 있는 기계를 위해 높은 코스트를 들여 소프트웨어를 개별적으로 개발하는 것은 경제적이지 못하다.

따라서 기성품의 소프트와 반기성품의 소프트를 사용할 수 있는 오픈 시스템으로 이행하고 있는 것이 현재의 흐름이 되고 있다. 시장이 커지면 소프트는 저렴해지는데, 오픈 시스템으로 이행하고 있는 것은 저렴하고 빠르게 시스템을 만들 수 있기 때문이다. 인건비가 많이 들어가는 소프트 개발이 오픈 시스템으로 이행하고 있는 것도 코스트가 저렴하기 때문이다.

컴퓨터는 하이테크 제품으로 코스트적인면에서 벗어나 있는 것처럼 보여진 시대도 있었으나, 오픈화를 추진하게 된 것은 경제원칙 때문이다. 바로 이 경제원칙이 업계를 움직이는 최대의 힘으로 기술은 그것을 실현하기 위한 수단에 지나지 않는다는 것을 경쟁을 통해 깨닫게 된 것이다.

그렇다면 금년에 업계는 어떻게

움직일 것인가? EL(일렉트로닉 라이브러리)가 기사로써 게재한 내용건수를 지수화해 EL트렌드 지수로 나타내면 '95년('94.11~'95.11말)까지의 1년간)의 상위 키워드 200을 보면 1, 2위가 고베 대지진과 음진리교, 15위에 인터넷, 27위에 ISO 9001, 45위에 ISO 9002, 49위가 윈도 95, 58위에 홈 페이지가 들어있다. 이외에 200위까지 들어가 있는 것은 PL법, CALS, 팬티엄, 컴퓨터 네트워크, 멀티미디어, VOD, 전자메일 등이다.

이것은 트렌드지수 '96에서 과거 4년간의 경향을 나타내고 있는 것으로서 단년도의 포인팅수에서는 인터넷이 '94년의 437회에서 '95년에는 일거에 10배 이상인 5,665회 게재되었다.

또한 키워드에 대한 앙케이트 조사에 의하면 '96년에 주목되는 키워드의 톱은 인터넷이며 이하 3위에 윈도우즈 95, 4위가 DVD, 5위 홈페이지, 6위 CALS, 그리고 VOD, 전자메일, PC통신, 휴대전화, CD-ROM이 12위에서 16위까지 나란히 차지하고 있다.

이것은 메스컴에서 다루어질 것으로 예상되는 '96년의 키워드이지만 곧 정보·통신업계의 방향을 보여주고 있는 것이라 말할 수 있다.

CALS, 인터넷은 '96년에 비지니스로써 큰 비중을 차지할 것으로는 보이지 않으나, 비지니스화하기 위해 각사 모두 이것에 전력

을 투입할 것이다. 왜냐하면 CALS와 인터넷은 네트워크시대를 상징하는 어플리케이션이기 때문이다.

한편, 하드에서는 보드레스化하는 정보시스템이 네트워크에 흡수되어 연결되는 형태로 발전해 가려고 하는 것이 '96년의 모습이라고 말할 수 있다.

'96년에 업계를 움직이는 파워

1위	인	터	넷	
2위	윈	도	95	
3위	D	V	D	
4위	홈	페이지		
5위	C	A	L	S

자료 : EL이 예측한 '96년 키워드 (본래는 2위에 내진성이 들어있기 때문에 2위이하는 하나씩 밀림)

2 메인프레임

메인프레임(범용기)은 최근 2~3년간 계속된 User의 정보화투자 감각의 영향을 가장 많이 받아 일부 메이커를 제외하고는 출하대수와 금액 모두 전년대비 마이너스를 나타냈으며, 전년대비 플러스를 기록한 메이커도 때마침 리프레시를 맞아 일시적으로 출하량이 늘어난 것에 지나지 않았다. 하지만 각사에서 발표한 병렬(파라렐)형 범용기의 출하가 개시되기 시작한 '95년도 부터는 출하대수의 신장이 나타나 '96년에는 오래간만에 메인프레임의 출하대수가 2자리 숫자로 상향할 것으로 예상되고 있다.

병렬형 범용기는 종래의 범용기

가 고성능이기는 하지만 고가적인 ECL칩을 탑재하고 있었던데 대해, 저가적인 CMOS칩을 탑재해 가격의 대폭적인 인하를 실현한 기종으로 CMOS는 PC 등에 탑재되어 왔으나, 종래 고속처리가 요구되는 범용기에는 사용되지 않았었다.

그러나, 정보기기 전체의 가격이 대폭적으로 하락하는 가운데 범용기도 가격인하가 대명제가 되었고, 이 결과 CMOS 칩의 탑재에 이르게 된 것이다.

한편 처리성능을 떨어뜨리지 않기 위해 복수의 CPU를 병렬로 배치해 병렬처리성능 소프트웨어 소프트웨어함으로써 각사 모두 병렬형 범용기를 실현시키게 되었다.

후지쯔는 「GS8200」을 '95.7에 출하시킨데 이어, '95.10에는 「GS8400」의 출하를 개시하였다. '95.11말의 출하대수는 8200이 200대, 8400이 40대로 「생각보다 훨씬 많다」(吉原忠雄상무)는 상황이 되고 있다.

이제까지는 한개의 CPU였으나 '96.2부터는 최대 32개의 CPU가 장착된 멀티 크라스타의 출하가 개시되어, 대수의 신장은 전년대비 50% 증가도 꿈이 아닌 현실적인 것이 되고 있다. 단, 금액에 대해서는 자가격화의 결과, 전년대비 마이너스가 되는 것은 피할 수 없을 것으로 보인다.

NEC는 타사에 앞서 병렬기인 파라젤 ACOS의 출하를 개시하였으나, '95년도의 ACOS 시리즈의

출하예상 1천대중 파라젤 ACOS는 900대에 달해 「타기중 User에서의 채용도 나오고 있는 상황이다」'96년 초에는 프랑스와 공동개발자인 초대형 파라젤 ACOS의 발표를 행하고 '96년말에는 출하를 예정해 놓고 있는데, 同機는 종래기인 ACOS 3700, 3900의 후속 기종에 해당하는 것이다.

이 외에 '96.3에는 대형기인 PX 8700의 출하가 개시되는 등 '96년에는 파라젤 ACOS시리즈의 본격적인 보급의 해가 될 것으로 보인다.

히다치제작소는 병렬기 “M파라젤시리즈”중 「MP 5800」 「MP5500」의 출하를 '95.10부터 개시하였는데, M5800의 수주대수는 '95년도 상반기에 61대, 하반기에는 300대를 기록할 전망이다(해외:국내=6:1). 「5년전 M880을 출하했을 때에 비해 성능은 3배나 향상했으며, 대수는 1.5배 늘었다」고 동사 범용컴퓨터사업부의 小高俊彦사업부장이 말하듯이 대단히 순조로운 상황이다.

타사가 CMOS칩 하나만을 장착하는데 비해 동사만 ECL/CMOS 혼합칩을 탑재해 주목을 받고 있는데, '96년에는 IBM으로부터 CMOS칩을 공급받아 새로운 병렬기종의 발표를 행할 예정으로 있어, 금후에는 두가지 형태의 전략을 추진할 것으로 보인다.

일본 IBM은 '95. 6에 CMOS 베이스의 병렬서버 「9672-R2/3」

의 판매를 위해 '95.8부터 출하를 개시하였다. 「'95년도 중에는 종래의 범용기보다 병렬 서버의 출하폭이 늘 것이다」라고 라이지 시스템즈 사업계획부의 上口辛生 부장은 말한다.

전세계 IBM 범용기의 신장은 MIPS값 환산으로 '94년도에 비해 40% 증가한 호조를 보이고 있으며, 또 '95년도 일본 국내의 범용기 사업은 MIPS값으로 환산하면 전년대비 50% 증가가 예상되는 등 강세를 나타내고 있다.

일본 유니시스는 '96년 초반에 병렬형 범용기의 발표를 행하고, 이의 판매상황에 따라 새로운 전략을 세워 시장을 개척해 나갈 계획이다.

3 PC

PC는 실로 고성장에 들어선 제품이 갖는 기세로 진화하고 있다. '96년에는 PC자체도 다양화하며, PC이외의 상품으로도 변신하기 시작할 것 같다.

즉, PC의 기능을 갖춘 다른 용도의 신상품으로의 변신인 것이다. 「PC만큼 사람과 기계의 대화에 우수성을 보인 것은 없었다」고 인텔 재팬의 西岡사장이 말하고 있듯이, PC의 우수한 특징은 네트워크, 멀티미디어와 PC의 융합화가 급속히 진행될 것으로 보여지는 '96년 만큼 주목받는 해는 없었다.

업계의 사업전략이 PC메이커는

OEM사업을 포함해 세계에 약 300개사가 존재하는 것으로 부품 메이커는 보고 있는데 이외에도 IHV, ISV 등 PC에 밀착한 관련 상품으로 액티브에 참여하고 있는 벤처기업 등이 있어 예상하기 어려운 점이 있으나, PC의 성장력은 그 형태를 바꾼다면 더욱 폭발적인 잠재력을 갖고 있다고 말할 수 있다.

금후의 PC의 상품개발, 가격, 용도 등을 제기하는 약 2,300개사의 에너지는 PC와 멀티미디어를 네트워크로 연결하는 비즈니스 찬스에 향해지고 있는 바, '96년의 PC사업 전개의 향방은 다음과 같은 것으로 예상된다.

첫째, 구미에의 진출이 강화된다. 일본메이커의 현지생산·판매로는 도시바와 NEC가 실적을 올리고 있는데, 도시바는 노트북에서 최근 22%의 틈새어를 점하였으며, 이는 2위, 3위에 비해 약 2배에 달하는 것으로써 성공 패턴을 확립한 것으로 평가된다.

또한 NEC는 PC서버까지를 포함해 사업이 확대되는 상황에 있다.

'96년에는 도시바가 데스크탑 PC를 가을부터 구미에서 발매할 예정인데, 동사는 DVD-ROM 탑재기로 가정시장부터 공략할 계획이다. DVD-RAM 및 동 ROM 박형은 '97년 신제품에 장착되어 제공될 예정인데, 도시바와 NEC는 모두 PC사업에서 살아남기 위해 필사적이다.

히다치제작소도 PC사업의 현지 법인을 설립해 금년 봄부터 가동시킬 계획으로 있으며, 샤프, 엡슨도 노트북 PC를 이미 대형 양판점에 공급하기 시작하고 있는바 일본 메이커는 평균단가가 높고 고밀도 실장기술을 필요로 하는 노트북 PC시장에 대해 참여할 것으로 보인다. 마쓰시다 전기나 도시바를 비롯한 일본 메이커 테스트탑 PC시장에 참여하지 않을 수 없는 이유는 노트북은 2000년도 전체 컴퓨터 시장중에서 35%를 점유할 것으로 전망되기 때문이다.

또 소니뿐만 아니라 파이오니아, 아이와도 각각의 콘셉트로 상품개발을 강화중에 있으나, 컴퓨터 사업을 지키기 위한 PC사업 확대를 '95년부터 선명히 하고 있는 것은 후지쯔로 「'96년 쉐어 35% 확보」는 컴퓨터 사업의 성과를 오픈된 CSS으로 계승하는데 필요한 사업기반이 되어줄 것이다.

금년은 또 컴퓨터의 법인 User에 있어 6년간 동결된 채로 있던 진부화한 시스템을 경신하지 않으면 안되는 해이기도 한데 오피스뿐만 아니라 개인에게 있어서도 Desk Power을 단기간에 침투시켜 서버와 크라이언트를 후지쯔製로 교체할 확률이 높다.

이것은 「아키하바라에서 알려져 있는 PC가 아니면 오피스에서 판매가 어렵다」는 분석에 의한 것으로 이때문에 히다치제작소와

미쓰비시전기는 가두판매도 강화하고 있다.

후지쯔는 '96년에도 '95년의 전략을 고수할 것임을 밝히고 있다.

④ 서버

기업의 기간정보시스템의 재구축이 '96년에 본격적으로 스타트할 것으로 컴퓨터업계는 보고 있다.

거품경제 붕괴후 6년간 전사적인 규모의 정보화에 대한 투자는 동결되어 왔다고 해도 과언이 아니다.

따라서 그동안 각사의 시스템은 진부화하여 이제는 시스템을 재구축하지 않을 수 없게 된 것이다. 하지만, 기업 User가 직면한 재구축에 있어서는 시스템구축의 인프라가 크게 변화하고 있는 와중에 있는 바, 현재는 CSS의 구축이 지향되고 있으나, 서버나 NOS 등 플랫폼(Flat form)이나 DBMS, 개발 TOOL, 나아가 발전성과 타임 리미트 등 검토해야 할 과제가 많다. 특히 서버는 가장 선택폭이 넓어 고민거리가 되고 있는데, 서버로써는 메인프레임, 오피스 컴퓨터 등 프로 프라이어트리 시스템을 서버로써 위치 부여하는 사용법과 오픈화한 오피스 컴퓨터, UNIX서버, PC서버가 있으나, 이중에서는 '96년에 PC서버 전용기가 본격적으로 보급되든가 그렇지 않으면 '97년 이후로 출전이 보류되는가에 초점이 맞추

어질 것 같다.

왜 PC서버에 관심이 집중되고 있는지 한마디로 말한다면 제품으로써의 성장성이 예상되고 있기 때문이다.

'95년의 PC서버의 출하대수를 JEIDA(일본전자공업진흥협회)에서는 15만6천대로 보고 있으며, UNIX 플랫폼은 18만8천2백대로 보고 있다. 후자는 서버로서 반드시 사용되고 있는 것은 아니나, 세상에 나온지 10년이상이 되는 선배격으로 특히 TCP/IP의 네트워크제어나 OLTP 등 서버로써 요구되는 요건에서는 실적이 있다.

'96년 PC서버의 출하예측은 25만8천대이며, UNIX 플랫폼 품은 20만3,300대 PC서버의 출하금액은 1,808억엔, UNIX 플랫폼 품은 5,660억엔인데, 평균단가는 PC서버가 70만엔, UNIX 플랫폼이 278만4,000엔이다.

이와 관련해 '96년도 PC서버 전용기의 평균단가는 1백만엔, UNIX계 서버 전용기에서는 1천만엔이상이 될 것으로 예측된다. 컴퓨터는 PC뿐만 아니라 서버, 메인 프레임까지 구매해야 하는 시장으로, 무엇보다 평균단가가 낮은 쪽이 양적 성장을 올릴 것으로 보인다.

PC서버의 평균단가는 UNIX 플랫폼 품의 약 1/4로 가격면에서는 PC서버쪽으로 기우는데 PC서버는 펜티엄 프로세서에 네트워크 또는 윈도 NT 등의 NOS와

연결해 사용할 수 있으며, 최근의 오픈화를 지향한 오피스 컴퓨터에서는 윈도우즈 NT 혹은 펜티엄 프로세서를 제2의 CPU로써 탑재하는 케이스도 등장하고 있다.

PC서버 전용기의 프로세서로서는 펜티엄 프로세서가 등장하였는데, 펜티엄 프로세서 탑재기의 '96년의 일본의 출하는 약 70만대로, PC서버의 능력을 갖는 머신의 새로운 출현이 예상된다.

대기업이 일괄 채용을 단행할 것인가에 있어서는 일단 판매정보를 신속하게 처리하는 네트워크로써 UNIX 플랫폼 품이 채용되었는데 신뢰성과 코스트를 둘러싼 '96년의 전개가 주목된다.

5 주변기기 시장

주변기기 시장은 금년에도 두자리에 가까운 성장이 기대된다. '96년의 시장 특징의 하나는 디지털 스틸 카메라를 비롯해 새로운 타입의 제품이 본격적으로 보급되는 해가 될 것이라는 것이며, 이와 함께 카메라의 장착이 당연한 흐름이 된다는 것이다.

또한 이동체통신의 보급에 맞추어 PDA와 같은 포터블 단말이 여러가지 나올 가능성이 있다는 것이다.

게다가 규격이 통일된 DVD가 등장하는 것도 금년으로 금년의 주변기기 시장은 이제까지와는 달리 화제가 많은 한해가 될 것 같다.

하드 디스크는 매년 대용량화하고 있으나, 금년에도 이러한 경향은 변화가 없을 것으로 보인다. 또한 금년에도 저소비형 CPU의 출하, 칼라 LCD의 저가격화 등에 따라 노트, 서브노트 PC가 신장하고, 2.5인치 이하의 HDD의 수요도 신장할 것이다.

프린터는 작년에 대폭적인 가격인하가 있었는데, 특히 잉크젯형에서는 3만엔 이하의 칼라기가 등장해 연말 상품전에서 인기를 모았다. 퍼스날 유스의 프린터는 잉크젯기가 다른 제품을 압도하고 있는데, 금년에도 같은 상황을 보일 것으로 예상되며, 저가격화에 따라 탑재율은 올라갈 것이다.

한편, LBP도 저가격화는 진행되지만 금년의 테마는 칼라 대응과 다기능화로 캐논은 4월에 칼라의 신기종을 발매할 계획이다.

캐논과 경쟁하는 메이커는 캐논과 달리 오히려 잉크젯 칼라기로 대항하는 형태도 예상된다.

금년에 주목되는 신상품의 하나는 디지털 스틸 카메라인데, 작년 2월에 발매된 카시오 계산기의 QV-10이 인기를 모아 '95.11말 현재 누계 8만대(이중 국내는 50~60%)에 달하고 있다.

이것은 PC용 화상입력용으로써 판매되었는데, 이를 쫓아 카메라 메이커, 필름메이커, 도시바, 소니가 신제품을 발매한 '95년의 상품전은 제1라운드로, '96년에 그 열기를 더할 것으로 보인다.

PC의 보급대수와 판매대수로

보면 몇십만대의 오더 수요를 기대할 수 있는데, 리코는 통신기능을 강화한 제2탄을 1월에 발매하였으며, 소니는 5월에 발매할 계획으로 '96년에는 카메라도 PC의 멀티미디어化와 같은 형태로 진행될 것이다.

차세대 CD-ROM이라고도 말하는 DVD의 규격을 둘러싼 도시바, 소니 양진영은 격렬한 논쟁을 벌였으나 드디어 타협을 보고 규격을 통일하게 되었다. CD-ROM은 금년 후반부터 발매될 예정인데 PC의 영역뿐만 아니라 엔터테인먼트 등의 분야에서 본격적으로 채용되는 것은 '97년 이후로 보이지만 주변기기 업계에 있어서는 가장 주목해야 할 대형상품이라고 말할 수 있다.

이외에 PD카드리지도 규격통일을 도모하고 있는데, 이러한 미디어를 어떻게 활용할 것인가가 중요한 문제로, 서버분야에서는 디스크 어레이장치와 비디오 서버가 본격적으로 활성화될 것으로 예상된다.

⑥ 네트워크

일본전자공업진흥회의 예측에 의하면 일본의 PC LAN시장은 '94년도에 급격히 확대해 약 6천 억엔에 이르고 있으며, '97년도에는 1조 7천억엔의 시장이 예상된다.

또한 LAN 접속화율에 대해서는 '94년도에 22.3%, '95년도에

는 30.2%로 보급화율 30%를 돌파할 것으로 전망된다.

이러한 배경에는 PC의 급속한 보급을 들 수 있는데, 이미 대기업에서는 사원에 대해 1인 1대의 체제가 갖추어져 있는 상황이다. 또 소프트웨어에서도 로터스의 CC:Mail은 대형 전기메이커 등을 중심으로 보급되어 작년 가을에 50만대의 User를 돌파하였으며, 노이스 등의 그룹웨어의 보급도 눈부시다.

일부에서는 PC의 LAN 접속비율이 작년 1년간 10% 신장하였으며, 30% 가까이 신장했다고 보는 견해도 있다.

국산 네트워크의 대형 메이커인 아라이드 텔레시스의 高木弘幸 사장은 「미국에서 '93년에 PC의 네트워크화율이 30%를 돌파하자 일거에 60% 정도까지 신장한 시기가 있었다. 마켓의 인지도가 대

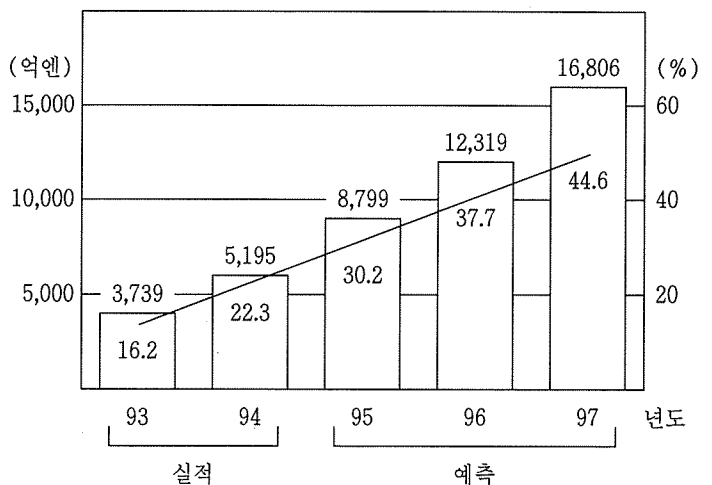
단히 높아져 하나의 트렌드로써 각 기업의 LAN 도입이 일거에 진행된 것이다.

일본에서의 그 시기를 '97년 경으로 예측한다면, 금년 중반부터 후반에 걸쳐 미국과 같은 상황이 일어날 가능성도 있다」고 말한다.

한편, 후지 제록스 네트워크기기 사업부의 平松敏之 사업부장은 「PC가 급격히 보급되어 내년에는 720만대의 보급이 예측되고 있으나, 네트워크의 분야는 아무래도 1~2년 후이나 이러한 보급이 가능할 것이다. 다시말해, 최대의 비즈니스 찬스는 2~3년 후로, 물론 지금도 시장의 연간 신장률은 40%를 초과하고 있는 상황이지만 2~3년 후에는 그 이상 신장을 기대할 수 있다」고 말하고 있다.

현재 시장의 신장을 받쳐주고 있는 것은 인터넷형의 아답터와

PC LAN의 연도별 시장규모와 보급률



자료 : 일본전자공업진흥협회

년인텔리젼트하브 등으로 「국내
매상은 전년대비 60% 가까운 신
장을 보이고 있다.

하지만 주력은 아답터 등 종래
제품이며, 작년말에 발표한
100Mbps 관련상품이 매상에 접
하는 비율은 금년에도 10% 정도
로 신제품은 발표하고 나서 아무
래도 1년은 걸린다」고 高木사장
은 말한다.

한편, 작년부터 휘스트 인터넷
의 신제품 발표가 계속되고 있는
것도 사실이나, 주로 서버 등 고
성능이 요구되고 있는 경우에 한
해 사용되고 있다.

「PC에서 메인은 10Mbps 제품
이며, 서버는 휘스트 인터넷,
ATM」은 백본(Back Bone)이라
고 하는 영역구분이 앞으로 3년
간은 계속될 것이다」라고 高木사
장은 보고 있다.

또 앞서 말한 平松 사업부장도
「ATM 분야가 활발해지는 것은
아직 2년정도 후의 일로 앞으로
테스트를 거쳐 실용화 될 것이며
캠퍼스라든가 백본에 의해 수요가
창출될 것이다」라고 말하고 있다.

회사명을 앙가망 버스에서 UB
네트워크스로 변경한 野澤宏-사
장은 「UB는 허브와 NIC가 메인
이라고 하는 인상이 강하였으나,
금후는 ATM 솔루션에 주력할
계획이다」라고 포부를 밝혔다.
ATM을 PC단말에까지 통일시키
는 것을 목적으로 이미 작년말
PC용 ATM 아답타를 판매개시하
였으나, 또 슬림 재팬의 飯田裕사

장도 「아답타와 휘스트 인터넷 제
품의 판매가 순조로와 매상은 전
년대비 3배」라고 말하고 있다.

LAN 아답타의 대형메이커인
인텔 재팬도 100Mbps LAN 대
응의 인터넷 카드를 11,800엔에
서 발매하고 있고, 베이네르워크
와 공동개발한 12포트의 허브도
출하를 개시하고 있어 네트워크
업계에서는 금년에도 대폭적인 신
장을 전망하고 있다.

7] 소프트웨어

PC 소프트웨어계의 신년도 키워
드는 「윈도 95」와 「인터넷」이라
고 하는 것이 일반적인 시각이다.
윈도 95는 「성능을 초월한 업계
표준」이라는 말도 있으나 이에 대
한 대응은 작년말부터 금년에 있
어 중요한 과제가 될 것은 확실하
다.

작년말 로터스에서 윈도 95에
대응한 데스크 탑 소프트웨어 4기종
을, 또 금년 1월에는 오피스 제품
인 「로터스 슈퍼 오피스 96」이
발매되었다.

이미 마이크로소프트는 어플리
케이션의 대부분을 윈도 95 대응
으로 발매중이며 또 썬셋은 중
합형 일본어 워드프로세서 소프트
인 「오로라 에이스 95」를 시만테
크 등에서는 유틸리티 소프트나
월스 대책 소프트웨어를 발매하고 있
다.

그러나, 게임을 제외하고 비지
니스 소프트웨어의 대부분은 User에

게 있어 선택의 폭이 좁아 시장의
활성화가 금년의 과제라 할 수 있
다.

로터스의 윈도 95 대응제품은
생산성, 통합성, 팀 컴퓨팅 각각
의 기능향상을 기동으로 독자적인
확장기능을 갖는 것이 특징이다.

특히, 로터스 스크립트는 「비쥬
얼 베식 라이크한 언어로, 스크립
트에서 만든 것은 노트북에서도
그대로 사용할 수 있다. 로터스는
언제나 타사에 앞서 공동 User
인터페이스와 Tool을 탑재해 왔
는데, 이번에는 더욱 메뉴를 다양
하게 하여 관심을 끌고 있다.

윈도가 있는 곳이라면 책상에서
의 서랍처럼 필요한 것이 되도록
한다는 발상으로 일반 User도 알
기 쉽게 하기 위해 노력하고 있
다」고 菊池三朗 사장은 말한다.

이미 발매되고 있는 마이크로
소프트의 「오피스 95」가 예상외
로 호조를 보이고 있는 가운데,
로터스처럼 윈도 95발매후 1개월
만에 대응체제를 갖춘 것은 아직
까지는 빠른 편에 속한다.

소프트 벤더의 대부분은 3개월
후에나 겨우 대응이 가능한 것이
일반적인 상황이기 때문이다.

국산 소프트웨어 벤더중 대기업인
자스트 시스템도 윈도 95 대응의
「이찌 따로오 7」을 3개월 늦게
발매하였는데, 동사의 浮川和宣사
장은 「오브젝트 지향의 개발기술
을 삽입하여 부품화한 콤포넌트의
필요한 것만을 조합함으로써 어플
리케이션을 만드는 선진 콤포넌트

웨어 기술을 채용하였다」고 오리 지날성을 강조하고 있어, 마이크로소프트와의 한판 승부는 피할 수 없을 것으로 보인다.

한편 인터넷에 대해서는 워드프로세서 96과 일찍이 발매된 로터스 노이스의 新버전에서는 인터넷을 삽입하고 있는데, 인터넷에 데스크탑의 콤팩트를 싣는 것도 계획중」이라고 菊池사장은 밝히고 있다.

또한 PC통신 소프트의 개발에 이커인 인터콤의 高橋啓介사장은 「뒤쳐지면 큰일이다. 인터넷을 사용한 비디오 콘퍼런스와 오디오 텔레포니 분야에서 4월 무렵에는 신제품을 발표할 것이다」라고 적극성을 보이고 있다.

대형 소프트업체인 오빅 비즈니스 컨설턴트의 和田成史사장도 「인터넷과 32비트의 윈도 95의 보급으로 정보화사회의 기반이 확립되고 있는 바, 소프트회사도 단순한 제조에서 벗어나 정보의 가치관을 변화시켜야 한다.

이를 위해서는 우리 소프트 벤더도 변혁이 요구되고 있다」고 말한다.

소프트업체인 보란드의 大木博사장도 「인터넷은 보란드의 비약을 위해 매우 훌륭한 인프라이다」라고 적극적인 자세를 보이고 있다.

따라서 금년의 소프트 벤더의 과제는 이러한 인터넷을 어떻게 비즈니스로 연결짓느냐에 있다고 말할 수 있을 것 같다.

Ⅷ 정보서비스

정보서비스산업은 신규 투자사업에 대한 평가가 행해지는 한해가 되며, 또 코스트 다운을 위한 동남아시아와 인도 등への 전개가 커다란 과제가 될 것으로 보인다.

정보서비스산업은 '92년도의 매상고 7조1천억엔을 피크로 하강을 계속해 '94년도에는 6조1천억엔대로 피크시에 비해 1조엔이나 하락하였다. '95년도에 들어 부상할 조짐이 보여 매월 매상고는 전년동기대비 3~4% 증가추세를 보이고 있는 바, 이대로 가면 6조 3천억엔~6조4천억엔에는 달할 것으로 전망된다.

하지만, 업계를 둘러싼 어려운 환경에는 변화가 없다. 매상의 감소는 경기침체의 요인도 있으나, 근본적으로는 정보시스템의 비혁신에 그 원인이 있다. 정보서비스의 영업기반인 소프트의 수탁개발업무, 프로프라이타리 시스템을 베이스로 하는 정보처리비즈니스가 현재 크게 침식당하고 있기 때문이다.

질풍노도와 같은 기세로 나아가고 있는 새로운 바람에 정보서비스 산업은 뒤쳐지고 있다.

또 것처럼 가속이 붙어 진전하리라고는 누구도 예상하지 못했다 고도 말할 수 있다.

정보서비스업계는 이러한 변화를 이제 드디어 직시하고 위기감을 갖게 되었는데, '95년에 각사가 일제히 내세운 경영전반에 걸

친 개혁은 그 회답이었다.

다운 사이징과 마켓에의 적극적인 대응을 위한 사업체제 및 기술 개발체제의 확립에 힘을 기울이는 한편, 멀티미디어, CALS, 인터넷 등 신규사업의 기반조성에 적극적으로 뛰어든 것이다. 물론 오픈비즈니스, CSS에의 대응은 말할 것도 없다.

또한 하드에서 추진한 가격과파괴적 움직임은 소프트 서비스에도 파급되어 경량경영의 철저, 개발 코스트의 다운정책 및 오리지널한 시스템에 의한 고부가가치 비즈니스의 증대를 도모하고 있다.

코스트다운을 위해서는 고정비의 삭감, 종업원의 적정배치 등에 더하여 중국, 동남아시아, 인도 등への 진출이 강구되어야 하는 바, 현재는 테스트적인 단계에 있으나 상당한 효과가 나타나고 있다고 말할 수 있을 정도이다.

이러한 지역에서의 소프트개발이 궤도에 오르면, 소프트의 다운사이징화는 급속히 진행될 것이다.

여기에 발생하는 문제는 고부가가치 비즈니스의 확립이라는 것으로 정보서비스업의 상품개발력 등 오리지널리티가 평가받는 국면이 올 것이다.

'96년에는 새로운 바람에 대응한 사업을 어느정도 확대할 수 있는가와 코스트다운 및 부가가치 기획상품의 개발이 과제로써, 한마디로 말하면 종래의 정보서비스업으로부터의 탈피가 '96년의 주요 목표가 될 것이다.