

# 1983 冬季 CES에 나타난 新製品 動向



83년 1월 6일부터 4일간 미국 네바다주 라스 베가스에서 개최되었던 83년 동계 CES (Consumer Electronics Show)는 당초의 예상을 대폭 상회하여 제조업자, 판매업자 등 약 8만명의 내방자를 기록하였다. 컨벤션 센터를 주전시장으로 60만 평방피트의 면적에 오디오, 비디오 메이커를 비롯하여 IBM과 ATT의 자회사인 AMERICAN BELL의 첫 등장 등 정보처리 관련 기업 등 모두 1천여개사가 출품하여 내방자수, 전시면적, 출품회사 수 등에 있어서 과거의 기록을 크게 갱신하는 전시회가 되었다.

## □概 觀

10% 이상의 失業率로 深刻化되고 있는 美國市場의 景氣에 밝은 展望을 비추어 주기라도 하듯 이번의 CES는 매우 활발한 生動感을 느끼게 하였다. CES 擴大의 배경은 家庭用 電子機器市場을 확대하지 않으면 안 된다는 모습을 여실히 보여준 것이 이번 CES라고도 할 수 있다. 昨年 CES 이상으로 아타리, 바스텔, 코모돌, TI, 소프트 셀을 위시하여 비디오 게임 퍼스날 컴퓨터의 하드 소프트웨어 메이커가 舞台 中央에 크게 부각되므로써 日本의 파나소닉, NEC, 홈 일렉트로닉스 등과 VTR과 TV, 오디오機器 등과 합쳐 퍼스날 컴퓨터를 전시하였다.

현재 붐을 이루고 있는 감이 있는 코드레스 電話 裝飾電話機 등을 大小의 出品會社가 화려한 디스플레이로 장식하여 한층 돋보였다.

한편 급변하는 CES 演出 가운데에는 自社의 新技術, 未來에 대한 적극적인 開拓 자세를 솔직이 어필 시킨 메이커도 있었다. 東芝의 FST 브라운管 技術, NEC홈일렉트로닉스의 홈 워킹 센터, GE의 디지털TV技術, 홈 防災 시스템, 日立멧셀의 磁氣 종합 메이커 등에서 디스플레이한 것 등을 꼽을 수 있다. 新製品이라는 면에서는 금년 여름 發賣 예정인 베타클 프카베다 하이파이, 베타 하비를 전시하여 데몬스트레이션을 행하였다. 日本 三洋은 콤팩트 포터블 베타도 소개 하였다. 콤팩트 디스크(CD)는 이번 쇼에서 크게 각광을 받았다. 商品別 市場 展望을 보면 다음과 같다.

### 1. TV

長期的인 不況의 가운데 TV도 예외는 아니다. 美國의 작년 出荷가 1,420万台가 되었으나 81년의 出荷가 1,115万台였으니까 매우 약한 증가를 보이고 있다. 한편 業界의 在庫도 약간 감소되어 300万台 전후라는 말도 있다. 가을부터 TV販賣가 크게 떨어져 판매가격, 이익이 다같이 내려갔다는 대메이커 販賣店의 말과 같이 苦戰이 이어지고 있다. 그러나 프로젝션 TV는 수년간 순조롭게 市場이 확대되어 82年은 20萬에서 25萬台로 추정되나 統計上으로는 3/4分期까지가 前年同期比 88.3%로서 前年을 하회 하였

다. 딜러 단위로는 판매가격도 내려갔으나, 여성 주부층의 인기가 올라가고 있다는 말과 같이 흥분이 었갈리고 있다.

CES展示場의 各社 展示는 메인展示場인 컨벤션 센터에는 매년 웨이트를 더하여 퍼스날 컴퓨터 관련 등에 비하여 새로 개발되는 것은 어떤 것인가를 보면, AV 컴포넌트化에의 対応이 급속히 이루어지고 강조되어 전시되었다. AV 시스템 用 모니터에 있어서 画質, 音質이 향상되므로써 오디오 비디오用 端子, 퍼스날 컴퓨터와 TV게임用 디스플레이에 있어서 RGB端子 케이블 対応을 포함한 多채널化 등이 주된 내용으로 伸張되고 있는 분야에의 적극적인 排戰과 어떻게 해서라도 高附加價值 商品을 실현하려는 느낌이 나타났다.

#### ●화려한 콘솔형

日本에는 캐비넷이 화려한 콘솔 타입은 그리 많지 않으나 CES展示場에는 19型的 일부 25型, 26型 등 大型 機種에 콘솔 타입이 많았다. AV시스템에 있어서의 展示 예에 있어서도 마그나복스社 등이 超豪華 木製 캐비넷으로 장식된 시스템의 예를 전시한 바 있다. 따라서 美国에서도 점차 테이블 타입과 포터블 타입 등 小型機의 웨이트가 늘고 있다.

#### ●FST 採用 모니터

새로운 技術을 강조한 展示를 행한 것은 東芝이다. 日本 国内에서는 이미 발표된 바 있으나 新型의 브라운관 FST를 채용한 모니터가 전시되어 관심을 집중하였다. 東芝 아메리카에서는, 현재의 TV 16種 가운데 모니터가 3모델로서 15% 정도를 점유한다. 후반에는 FST採用機의 發售도 있어 TV는 10~15% 上昇할 전망이라고 말하고 있다. 또한 CES展示場에는 最小의 画面을 과시하는 카시오의 液晶TV 「카시오비전」이 出品되어 이것도 人氣를 집중하였으며 약 250弗로 발매될 예정이라는 關係者의 말도 있었다.

#### ●40~45인치 一體型에 注力

82年の 市場은 저조하였으나 프로젝션 TV에 있어서의 各社가 다투어 전시하였다. 40~45인치 一體型에 各社가 주력하고 있었다. 기타 室内外에서 전시가 이루어져 放送衛星 受信用의 파라볼라 안테나와 受信機도 눈에 띄게 전시가

늘고 있는 모습이였다.

TEXT(文字多重)와 CAPTION, 페이 TV 등 새로운 미디어가 이미 시작된 것이다. 美国에도 TV市場은 저조하여 價格을 포함한 競爭은 극심하다. 이러한 가운데 AV컴포넌트 지향은 새로운 映像時代에의 제안과 高附加價值 판매에의 挑戰이 눈에 띄었다.

## 2. 비 디 오

82年の 冬季CES에서는 各社가 競爭的으로 전시한 것이 비디오 디스크였다. 그러나 今年의 4/4分期 제일탄으로 내놓게 되는 것은 무엇인가라는 말을 듣게 되는 VHD 그룹의 JVC 등이 전시를 행하였으며 기타 光学式의 各社도 마그나복스社가 AV시스템을 實演한 정도이고 파이오니어 비디오산 등도 부스에서 전시되었다. CED그룹은 RCA의 부스를 중심으로 三洋, 日立, 東芝가 그룹으로서 合同展示, 소프트 PR을 강조하였다.

#### ●소프트 90%가 賃貸

磁氣테이프 메이커도 TDK, 富士필름, BASF 등 各社가 출품하였고 VHS의 長時間 타입과 VHS-C 타입用의 카세트 등을 다투어 전시하였다. 비디오 소프트도 需要는 急增하고 있음에 따라 82年은 650万券 전후에 달하고 있음에 따라 中小各社를 중심으로 다투어 전시하였다. 하우스物, 映画, 音樂 등 芸能物 등의 구역은 변화가 없다. 비디오 소프트 테이프 市場에는 90%가 賃貸業者에 의하여 움직인다. 기타 눈에 띄는 점은 소니가 自社부스 내에 베타 하이파이用의 自社 브랜드의 소프트 테이프를 전시하였다. 패시픽 어스 비 테오레코드社와의 提携에 의한 것이기 때문에 2月경까지는 45種類를 내놓고 15弗 95센트부터 17弗 75센트로 販賣할 예정이다.

#### ●期待 商品

비디오 디스크도 기대의 商品의 하나였으나 冬季 CES展示場에는 그다지 盛況을 보인 것으로 보이지는 않는다. 昨年은 25万台 이상이라는 소리도 있으나 CED 그룹의 제니스社 등 지역 한정이라는 문제가 있어 상당히 낮은 價格으로 판매하는 등 문제도 많이 있었다. 發售時 期를 명확히 하지 않은 VHD 그룹은 冬季 CE

S에서 전시하였으나 이에 앞서는 光学式 그룹도 마그나복스社가 AV시스템을 実演한 정도였다. CED 그룹은 RCA를 중심으로 日立, 東芝, 三洋 등이 그룹으로 전시하였다. CED 그룹이 점차 늘어남에 따라 市場에의 자극도 있고 光学式에도 좋은 영향을 미칠 것이라는 予測도 있다. 캘리포니아를 중심으로 15個 상점을 갖고 있는 프에테레 테스트 그룹으로는 6번째의 規模라는 로스앤젤레스市內 상점의 매니저는 레이저와 CED는 75% 對 25%며 RCA 등 CED의 값싼 機種이 일시 움직임이 있었으나 레이저의 것이 더욱 포폴러 하고 소프트도 충실하다는 말도 있다.

### 3. 오디오

이번 쇼에서 오디오는 종래 제품과 비교하여 크나큰 변화는 없다. 그러나 지금부터 新市場을 창조한 商品에 스포트 라이트가 비추어지고 있다.

#### ●DAD도 한물 꺾여

내방자의 관심을 모은 것은 디지털 오디오는 물론 小型 콤포넌트, 헤드폰 스테레오를 중심으로 한 포터블 오디오, 크라리온이 처음 出品한 가라오케라는 広義의 의미로 되어 있는 오디오인 베타 하이파이 등을 들 수 있다. 디지털 오디오에 있어서 來訪者가 관심을 보인것에 몇 개社를 제외하고 전반적으로 메이커側은 전시에 소극적이었으나 이미 하나의 盛況을 보였다 한편 各社의 出品을 보면 대대적인 소리를 내며 実演을 하는 경우가 적지 않았다. 즉 新技術보다도 새로운 아이디어에 의하여 新市場 創造를 노릴 수 있는 제품의 展示에 各社가 힘을 들였다. 그 가운데 하나가 小型 콤포넌트로서 파이오니어, 아이와, 三洋電機, 아카이 등의 큰 전시면적을 차지하게 되었다. 美國市場에는 왜 특별히 小型化할 필요가 있는가라는 의문도 있으나 이번 쇼에 온 딜러의 反應을 듣는다면 各社가 이구동성으로 상당히 행할 것이라는 것이다. 日本에서는 뉴 오디오라고 불리는 商品이 美國市場에도 등장하게 되는 것이다. 헤드폰 스테레오는 저조한 美國 오디오 市場에 있어서 구세주적인 존재이다. 日本, 美國, 韓國 등 東南亞의 각 메이커에서도 폭넓게 展示品을 내놓았

다. 松下電器(파나소닉), 三洋電機, 소-니, 아이와, 東芝 등에서 제품 수가 많아 특히 눈에 띄었다. 특히 파나소닉과 東芝의 小型 스테레오 라디오가 來訪者의 관심을 불러 일으켰다. 변하지 않는 것은 오디오 테크니카의 헤드폰 스테레오 타입의 레코드 플레이어 「미스터 디스크」가 특히 눈에 띄는 존재가 되었다.

#### ●CD플레이어를 뒤쫓는 것

주목되는 新技術 商品인 CD플레이어를 따라잡는 것은 뜻밖에도 가라오케라는 것이다. 가라오케를 出品한 메이커는 크라리온과 피셔의 2個社이다. 특히 크라리온은 스테리오 가라오케 SM-5000을 特設코너에서 전시하였다. 소프트도 美國用으로서 재즈, 호비라 등 全 200曲을 갖추어 프로싱거가 가라오케이션을 피로하였다. 그러므로 갑자기 가라오케는 盛況을 보여 美國에는 보급할 수 없다는 先入觀을 깨끗이 씻게 하였다.

#### ●実演에 긴 行列

넓은 의미에서 오디오라고 할 수 있는 베타 하이파이가 최대로 불리어졌다.

특히 三洋電機는 오디오 콤포넌트와 시스템화한 AV機器라는 매력을 강조하였다. 소니의 부스에는 미니스아타를 설치하여 베타 하이파이가 오디오性이 우수한 제품이라는 것을 기타의 AV機器의 다이내믹 크레션과 比較 說明하고 試聽을 행하였다. 開演 전에는 同미니스아타 앞에 긴 行列을 이루었다. 이러한 展示品 가운데 高級 오디오 메이커의 베타 그룹이 가세하고 있는 것도 주목된다.

기타 눈에 띄는 경향은 오디오 비디오 관련 악세사리 메이커가 지금까지 보다 큰 전시면적을 차지하고 적극적인 자세를 보였다. 레코톤, 디스크 워셔 등은 세트 메이커를 능가하는 展示 내용을 보였다.

한편 電子樂器의 뚜렷한 약진도 눈에 띈다. 카시오計算機가 同社 부스에 거의 電子樂器를 전시하였고 비디오 게임 메이커인 마텔社의 電子드럼 등이 인기를 불러 일으켰다.

### 4. 디지털 오디오

83 冬季 CES를 본다면 CD가 크게 부각 될 것이라는것이 開幕 전의 대부분의 예상이었

다. 그러나 기대할 만큼 盛況을 보이지는 않았다. CD플레이어를 전시한 메이커는 소니, 東芝, 日立, 三洋電機, 新日本電氣(NEC), 파이오니어, 피셔, 山水電氣, 아이와, 테논, 赤井電機, 京세라 등이다. 기타 샤프도 展示場 가까운 호텔의 스위트 룸에서 CD플레이어를 피로하였다. 메인 展示場에서 적극적인 전시를 벌인 業体는 三洋電機와 피셔로서 三洋電機는 부스내에 試聽室을 설치하고 CD플레이어와 PCM 프로세서에 의하여 디지털 사운드의 신선미를 만끽하도록 하였다. 또한 피셔도 디지털 오디오 시스템이라는 큰 네온사인으로 장식된 룸에서 CD사운드를 흘러 보냈다. 소니, 日立, 테논 등도 主展示場에 따로 설치된 룸에서 CD플레이어의音を 내보냈다. 한편 현지 메이커로서 CD플레이어를 出品한 것은 스피커 메이커의 JBL이 소니와 NEC의 CD플레이어를 써서 同社의 스피커를 울리게 하는 것은 주목된다.

●포리그램이 가장 두드러져

그 외의 메이커는 CD플레이어를 내놓았으나 헤드폰 정도로서音を 듣는 것이 고작이었다. 한편 소프트 메이커側은 歐洲의 대표적 레코드 메이커인 포리그램이 단독으로서 부스를 설치하고 各社의 CD플레이어를 한자리에 진열하고 同社의 디스크를 들도록 하여 가장 돋보였다. CD플레이어 이외의 디지털 오디오에 있어서는 샤프가 DAT (Digital Audio Tape Deck)의 試作品을 발표, 디지털 오디오에 대한 적극적인 자세를 과시하였다. 또한 山水電氣는 트리코트 PCM 프로세서를 전시하였다. 그리고 美國의 CD플레이어 発売에 있어서는 소니가 1/4分期 내에 발매할 것으로 발표하였으나 현실적으로는 2/4分期에로 미루어질 것으로 보인다. 가격은 1,000弗 이상으로 初期 導入店은 全美 150個상점에 이른다. 기타 메이커도 이것을 따라갈 公算이 크다.

●가을까지는 発売

소프트면에서는 CBS, 테논이 하드와 합쳐 발매할 것이다. 이번에 눈에 띄는 포리그램도 내년 後半 일찌기 발매를 서둘 것으로 보인다. 또한 RCA와 기타 레코드 메이커도 수개의 타이틀을 늦어도 가을까지는 발매할 것으로 보인다.

메이커 各社가 意外로 적게 전시한 背景은 발매한다고 하나 활발한 買氣를 보여주는 商品이 없어 천천히 정세를 관찰한다는 생각에서 더욱 장식에 치중하지 않은 듯도 하다. 내방한 딜러들도 CD가 구하여 줄 것이라고 생각하는 경우는 적고 메이커側도 한물 간 것이 아닌가 하는 생각도 있으나 내방자는 세심히 CD에 몰입하고 있었다. 이러한 의미에서 전시 내용에 대한 효과는 크다고 할 수 있다. 따라서 CD를 좀더 크게 전시하였으면 하는 생각도 있어 소극적인 부스 展開를 염려하는 소리도 있었다.

5. 카 오디오

冬季 CES는 夏季 CES 보다 제너럴 오디오에 중점을 두고 있다. 그 가운데에서도 중심이 되는 것이 카 오디오이다. Motorization이 이루어지고 있는 美國의 카 오디오 메이커는 日本에 비하여 적다. 그러나 크고 적은 메이커가 새로이 CES에도 등장한 것이 이번 쇼의 하나의 현상이다.

● 3월부터 美 市場에서 発売

소니의 뮤직 서틀 시스템은 헤드폰 스테레오로서 着脫이 가능한 카 오디오이다. 이것은 車에 타고 가거나 걸으면서 아우트 도어 뮤직 라이프를 즐길 수 있는 유니크한 商品으로 오는 3월부터 美國市場에서 발매할 예정이다.

그 외에 現地 메이커인 아메리칸 오디오社가 2인치 黑白TV를 組立한 카 오디오를 出品하였다. 현재 카 오디오 市場에서 최대로 화제가 되고 있는 것은 AM 스테레오인데 美國 聯邦通信委員會(FCC)의 방침에 의한 方式 결정은 市場의 선택에 맡겨질 것이나 5 方式이 난립하고 있다.

●山水電氣, 5 方式에 対応

AM스테레오에 대한 카 오디오 메이커 側의 움직임에는 적극적으로 대응하여야 할 것이라는 것과 情勢를 서서히 관망하여야 할 것이라는 慎重派의 두 가지로 나누어져 있는데 이러한 경향은 이번 CES에서도 보였다. 積極派의 눈에 띄는 움직임은 6월에 美國 市場에도 発売를 개시할 것으로 보이는 山水電氣가 同期檢波 回路에 의한 AM 스테레오 5 方式(엄밀하게는 베타 方式 이상의 4 方式)으로서 受信할 수 있는 카

튜너를 발표하고 AM 스테레오의 새로운 반응을 보여주고 있다. 美国 최대의 카라디오 메이커인 텔코사가 모토로라 방식을 채용한 것 때문에 美国 카오디오 업계는 큰 움직임을 보이고 있다. 이것에 대항하는 것으로는 이번 CES에서는 마그나복스 방식 채용의機種이 많이 출품되었다. 東南아시아의 메이커가 많고 포터블 오디오를 포함하여 4個社로 있다. AM 스테레오가 話題性을 높이는 것 가운데에는 파이오니아사가 改定한 FM에 주목할 필요가 있다. TSI (Three Signal Intermodulation)을 改善하여 한층 확실한 FM受信을 가능케 한 슈퍼 튜너Ⅲ을 발표하였다.

#### ●AM 対応機 出品

카 오디오로는 最大의 스페이스를 차지한 現地 메이커인 젤센은 해리스 방식의 채용을 결정하였으나 AM 스테레오 대응機種은 출품하지 않았다. 5方式 가운데 하나를 개발한 모토로라는 하나의機種을 AM 스테레오에 대응하고 있다.

파나소닉은 카 오디오 부문에 따로 부스를 설치 Ambinuance 효과를 전시하였다.

#### ●야마하 참가 表明

여기에서 신규 参加로 화제가 된 것은 카오디오 業界에 CES가 개막된 6日에는 야마하(日本樂器製造)가 同市場에 새로이 참가를 표명하고 금년 중에 新製品을 발매한다는 것이다.

### 6. 퍼스날 컴퓨터

퍼스날 컴퓨터의 出品은 비약적인 확대를 보였다. 前回까지는 비디오 게임機가 全盛을 이룬 감이 있으나 금회에는 컴퓨터에 있어서 汎用性이 두각을 나타냈다.

#### ●IBM, ATT의 登場

IBM과 ATT라는 컴퓨터와 通信의 兩巨人이 CES에 처음으로 등장하였다는 것은 時代의 變換을 말하여 주는 것이다. 특히 참가 1年만에 비즈니스用的 퍼스날 컴퓨터의 年間 판매금액 擘어로서 2위에 올라선 IBM은 家庭用 영역에 있어 電算機 분류에 있어서도 남은 유일한 市場의 장악을 노리고 있다. 퍼스날 컴퓨터와 비디오 게임機(카트리지 交換式)에는 가격 차이가 없다. 情報處理 巨大企業 진출이 보여준 일

종의 건전치 않은 인상과 같이 最低價格帶 영역에서 금회에도 격렬한 價格競爭이 나타났다. 퍼스날 컴퓨터도 게임機도 價值는 소프트에 의하여 결정된다. 퍼스날 컴퓨터의 가격 저하와 소프트의 충실은 相乘效果를 불러 작년 후반부터 家庭用 需要가 비약적으로 확대되었다. 저가격 퍼스날 컴퓨터의 強豪는 아타리, 코모돌, TI, 타이벡스 싱크레이어 등이다. 특히 코모돌과 TI의 최근 伸張은 경이적이다. 또한 199弗의 가격 중 100弗을 價 마진으로 하고 있는 TI 99/4A 및 實勢 가격 150~170弗의 코모돌 VIC 20의 작년 11月, 12月의 月販賣量은 각기 5万台~7万台에 달하였다. 대수가 늘어나는 것은 자연 소프트가 따라서 늘고 있는 것으로 당연하다는 업계의 觀측이다.

#### ●99弗機 새로이 등장

TI는 그 가운데 今回 쇼에 컬러 機能은 없으나 99/4A컴버처블의 99弗機 99/2를 등장시켰다. 79년에 1,150弗로 등장하였던 16비트 퍼스날 컴퓨터가 이번에는 대폭 내린 가격으로 선을 보인 것이다.

그러나 소프트는 매우 충실해졌다. 소프트의 태반은 게임기이나 今回는 콘트롤 데이터가 開發한 教育用 소프트웨어 Plato를 實演한 것이 주목된다. 100弗 이하의 선구자 타이벡스 싱크레이어는 거꾸로 48KB 內藏, 컬러 機能을 가진 모델 2000을 199弗에 발표하였다. 코모돌 64는 이미 10万台를 돌파, 메모리 코스트의 擘 매력을 보였다. 타이벡스의 모델도 같은 효과를 노리고 있으나 코모돌 64의 價 가격이 360弗로부터 250弗로 가격 인하를 하였다는 말이 전시장에 흘러 이 분야의 경쟁이 극심하여 보여 주었다. 한편 코모돌은 CRT, FDD 一體의 포터블을 공개하고 오스폰이 先導된 市場에 價格 壓迫을 주고 있다.

#### ●마스텔도 本格化

또한 게임業界 2位の 마스텔은 16色 컬러 機能과 Logo 言語를 채용한 150弗機 아크아리아르로서 이 市場에 본격적으로 뛰어들었다. 同時에 게임機 人 테라비전의 디자인 一新을 도모하여 퍼스날 컴퓨터에 전환할 수 있는 키보드 電子樂器에도 쓰여지는 鍵盤을 擘 손할 수 있는 폭넓은 확장성을 보였다. 아타리도 고급 게임

機 5200用 키보드를 최근 발표할 전망이다. 게임機的 베스트 셀러 VCS 2600用 키보드가 他社로부터 出品되어 게임機로부터 퍼스날 컴퓨터에의 크레트 업이라는 현상을 보였다. 마그나복스, 스펙트라비전의 新機種도 게임機的 요소를 남겼으나 풀 키보드 일체로 가격 경쟁력을 십분 고려한 퍼스날 컴퓨터이다. 엄밀한 게임 專用機의 新製品은 거의 찾아볼 수 없었다.

●日本도 적극 展示

日本電氣, 파나소닉, 카시오의 各社는 前回와 같은 형태의 적극적인 展示를 행하였다. 에프손, 三洋電機, 東芝도 今回의 CES에 본격적으로 뛰어 들었다. 新製品에는 카시오의 100弗 이하의 Handheld FX700P와 PB300로서 이 분야에도 新機種을 등장시킨 TI, 코모돌도 주목된다. 日本 메이커의 出品은 소프트面에서 저조한 인상을 남겼고 今年 300万台를 바라보는 家庭用 市場은 業界가 관심을 집중시키게 되었다.

7. 電話機, 로봇

CES를 무대로 경쟁 격화의 양상은 매년 더하여 가고 있으며 그 가운데 電話機가 있다. 그 가운데 多機能 버튼 電話, 裝飾電話, 코드레스 電話에 있어서 이러한 경향은 현저하다. 이 분야에 있어서 今回의 중대한 변화는 ATT社의情報處理 子會社 American Bell社의 등장이다. 발족 3日 만에 新會社가 CES 展示場에 新製品을 出品한 것은 의외로 많은 사람을 놀라게 하였다.

●堅固한 ATT의 牙域

電話機市場에 있어서 ATT의 존재는 지금까지 독점적이었으며 82년에 全美에서 사용된 1億 1,290万台 가운데 1億 400万台를 점유하였다. 78年 이래 ATT社 이외의 獨立系 메이커는 電話機 市場에 참가할 가능성이 있으나 아직 ATT社의 牙域은 견고하다. 82年の 電話機 市場은 2,800万台(26億弗)였으나 그 가운데 판매된 것은 440万台였다.

●78년에 비해 10倍 초과

이 ATT社의 리스, 렌탈을 제외한 販賣市場에는 현재도 격렬한 경쟁이 계속되고 있다. ATT社에 의한 83年の 販賣市場 展望은 1,080万台로서 이는 78年 당시의 10.8倍의 규모를 예측

하는 것이다. ATT社의 22地方電話 子會社는 分離 獨立 후 電話機 판매사업에 참가할 가능성이 있다. 따라서 84年 이후 이처럼 팽창한 市場에 대한 메이커 各社의 판매가 시작될 것으로 보인다. 今回의 개발 경쟁은 이것을 전제로 하여 매우 활발하게 전개되고 있다. 展示場에는 American Bell社를 위시하여 ITT社, GTE社, Northern Telcomm社 등 大메이커가 많았다.

●2, 3台目の 需要 創出

單機能 일반 電話機의 가격 경쟁은 격화되고 있으며 ATT社의 가격은 아직 65弗 이상이나 獨立系 메이커의 제품은 15~25弗이다. 단순한 것은 8弗짜리機種도 출현하여 가격 차는 큰 매력이 되고 있다. 코드레스에의 참가도 속출하여 2台目, 3台目 需要創出에 대한 裝飾電話가 크나큰 역할을 연출하였다. 製品적으로 보아 주목되는 것은 마이크로 프로세서 메모리 內藏의 多機能 버튼 電話로서 이 분야에서 선발의 ITT, Northern Telcomm. 各社에 대한 American Bell社가 중전의 이미지를 일신한 지에네시스 테레시스시스템을 등장시켜 다대한 관심을 집중하였다. 지에네시스는 番号 메모리, 自動再다이얼, 오픈 다이얼, 스피커 폰 등의 기능을 가진 것으로 최대의 특징은 LCD 디스 플레이, 프라스트 키 및 메모리 모듈의 추가로서 기능을 유력하게 확장한 점이다.

●디지털TV와 HA

기타 今回의 CES에서 나타난 새로운 경향은 家庭用 로봇의 TV로서 당면한 市場性은 전혀 불선명하나 퍼스날 컴퓨터의 보급과 같이 장래에 크나큰 가능성을 가지고 있다. 특히 인기를 부른 것은 아타리社의 創始者 노란 프시넬氏가 설립한 안드로보드社의 BOB로서 인텔8088를 3個 內藏해 7個의 센서에 의해 視聽覺 기능을 가진 이 로봇은 단순한 퍼스날 컴퓨터로서 프로그램이 가능할 뿐만 아니라 學習判斷能力도 가진 것이 특징이다. 또한 新技術을 강조한 전 시에는 General Electronics社가 디지털TV와 Home Automation System을 實演하였다. Home Automation은 TV 兼用 콘트롤러를 중심으로 防災 모니터, 電氣機器 제어를 행하기 때문에 버튼電話에 의하여 외부로부터 프로그램도 가능하게 된다.