

카폰 및 휴대용 전화 시장동향

카폰 및 휴대용전화 시장 동향

카폰 및 휴대용전화의 보급이 快調의 페이스로 신장하고 있다. 이미 국내(日本) 보급은 70万台를 돌파했다. 금년에는 年間 40万~50万台의 보급은 확실시 되고 있다. 서비스 부문의 확대, 휴대용전화기의 콤팩트化, 요금인하 등 카폰 및 휴대용전화의 보급 확대 요소는 많다. 물론 카폰 및 휴대용전화의 편리함은 사람들에게 널리 알려져 있다.

'90年代는 이동통신의 時代라고 일컬어지고 있는데, 그 기둥은 뭐니 뭐니해도 휴대용전화이다. '90年代를 대표하는 퍼스널 커뮤니케이션으로써 발전을 기약하고 있다.

소비자가 얻게되는 메리트 外, 통신단말기기 업계에 있어서도 매력이 넘치는 시장이다. 각 메이커가 모두 대응하고 있다. 自由化까지는 아직 2年 정도가 걸릴 것으로 생각하는데, 벌써 商戰은 自由化되고 있다. 한편 일본뿐만 아

니라, 해외시장도 확대일로를 걷고 있다. 歐美를 비롯하여 아시아地區에서도 의욕적인 상담이 추진되어 그 성과도 착실히 나타나고 있다. 현지생산을 주제로 Global한 활동이 세계의 유명 메이커에 의하여 강력히 추진되고 있다.

전화도 바야흐로 고정식 통신형태로는 부족하게 되었다. 사용하는 사람의 이동범위가 좁으면 코드리스 폰 넓을 경우나 자동차에서 사용하게 되면 카폰 및 휴대용전화(셀룰러 전화)로 옮겨지고 있다. 카폰 및 휴대용전화의 수요가 증대하는 것은 당연한 것이다.

미국 AT&T가 1964년 개시

셀룰러 전화 서비스가 개시된 것은 1964年美國 AT&T에 의하여 시작되었다. 그후 1972年에는 독일도 개시했다. 日本은 1979年 10月에 서비스를 시작했다. 그후 英國이 1985年부터 노르딕諸國이 1981年부터, 서비스는 세계로 확대되었다.

아시아 지역에서도 중국, 싱가폴, 인도, 말레이지아, 인도네시아, 태국, 홍콩, 한국이 서비스를 개시했다. 오스트레일리아도 꽤 진행이 빠른 나라이다.

이와 같은 셀룰러 전화의 보급확대를 겨냥하고, 機器 메이커의 대응은 더욱 노력을 기울이고 있다.

선두기업 Motorola

無線은 美國 Motorola가 선두기업이라는 것은 그 누구도 부정할 수 없다. 셀룰러전화도 Motorola가 발전에 커다란 힘을 발휘했다. 美國 시장은 Motorola와 존슨(현재는 철퇴), 沖電氣工業이 최초의 머신을 제공(試作), 실용은 Motorola와 沖電氣를 중심으로 우선 개시하고, 그후 캐나다의 노바텔, 日本으로부터는 松下通信, 日本電氣, 富士通, 三菱電氣, 東芝, 日立, 日本無線, UNIDEN, SHINTOM, Kyocera,

한국에서는 金星이 차례 차례 상륙하여 격전을 전개했다.

Motorola에 의한 덤핑 제소도 있어, 美國 외의 각 메이커는 현지생산화로 대응하고 있다. 日本메이커 중 日本電氣는 오레곤, 三菱電機 沖電機, 松下通信은 죠지아, 富士通는 텍사스에서 생산 활동중이다. 개발도 일부에서 시작하고 있다. 현지 조달률의 향상 등 소비국에서 생산하는 기본 방향을 정하여 노력하고 있다. 沖電機는 죠지아를 셀룰러 전화의 本社로서 기본으로 하고, 여기에서 他國으로 공급(對日本을 제외) 하는 체제를 구축하고 있다.

美國에서도 중심은 휴대용전화이다.

Motorola의 Micro TAC에 대응한 日本電氣의 P-3 등 강력상품이 발매되어 격전상황을 보였다. 전반적으로 값싼 물건은 도태되고, 어느 정도 수준이상의 상품이 선택되고 있다. 미국 전역에는 이미 400万~500万台가 보급되고 있는 것으로 보이는데, 인구 1,000명당 약 20台의 보급으로 추진되고 있다.

歐洲는 노르딕諸國(노르웨이, 스웨덴 등)에서의 보급이 추진되고 있다. 機器제공은 현지 메이커가 많은데, 日本메이커도 일부 참식하고 있다. 英國에서는 日本메이커의 건투가 눈에 띄고 있다. 松下通信, 日本電氣가 현지생산을 실시하고 있다. 歐洲시장도 발전 가능성이 크다.

기대되는 아시아地域

앞으로 보급될 것으로 기대되는 지역은 아시아이다. 이제서야 시작되었기 때문에 보급은 앞으로 이루어질 것으로 전망된다. 日本은 네트워크面의 지원을 하면서, 단말의 셀룰러 전화기도 침투시켜 갈 생각이라고 한다.

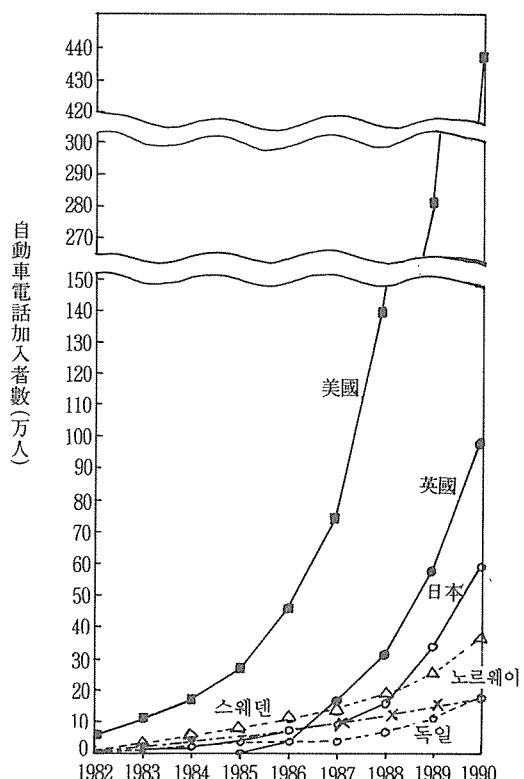
셀룰러 전화의 日本 시장도 드디어 발전기를 맞이하고 있다. 최근은 휴대용전화가 카폰을 상회하여, 주역은 휴대용전화로 바뀌었다. 경쟁제도가 도입되어 關東·中部는 NTT와 IDO,

기타는 NTT와 DDI系 셀룰러 전화회사 등 2社 체제이다. 또한 1개사가 추가 동향도 있는데, 현재는 1社 경쟁으로 추진할 계획이다. 이 3社의 소형휴대용전화 경쟁은 치열하다.

DDI系가 200CC의 Micro TAC(Motorola製)을 투입, 이어서 IDO가 미니모(松下通信製)를 '90년 가을부터 제공 개시했다.

휴대용전화는 NCC(新電電系) Lease로 움직이고 있는데, 이것을 반격할 생각으로 NTT는 '91年 4月(예정)부터 150CC, 230g의 휴대전화 4기종(日本電機 富士通, 三菱電機, 松下通信이 각각 제조)을 등장시킨다. 앞으로 시장이 어떻게 바뀔지 귀추가 주목된다. 당연히

각국의 연도별 카폰 보급 추이



註) 서비스開始時期

일 본 : 1979. 10	スウェ덴 : 1981. 10
영 국 : 1985.	노르웨이 : 1981. 10
미 국 : 1964. (自動交換方式)	독 일 : 1972.

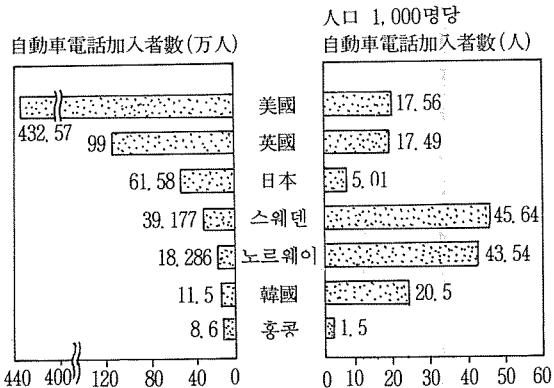
NCC 2社(계열)도 NTT 대항기를 투입할 것으로 생각된다.

향후 디지털機로 이전

이와 같은 경쟁은 아날로그機의 경쟁인데, 數年後에는 디지털機로 이전될 것으로 생각된다. 비화성 등 유리한 디지털 셀룰러 전화가 어떻게 될지 주목된다. 歐洲는 일찌기 GSM方式을 표방했고, 日本은 TDMA方式을 표방했다. 日本이 TDMA방식을 채용하는 방향을 표방한 것은 美國이 TDMA方式의 방향에 있기 때문이다. 그러나 美國에서 최근 스펙트럼 확산을 사용한 CDMA방식이 제창되어 미묘한 상황이다.

메이커는 어떤 방식에도 대응할 수 있도록 폭넓은 연구개발을 추진하고 있다.

각국의 카폰 보급현황 (1990. 7)



日本에서는 NTT와 松下通信, 日本電氣 등의 日本메이커, 또한 Motorola, Ericsson에 의하여 실용화로의 개발이 추진되고 있다. 次世代 셀룰러 전화는 면혹날의 이야기가 아닌 바로 오늘의 이야기인 것이다.

