



## 海外業界動向

### '92년 세계 컬러 TV 수요 예측

세계의 컬러TV 수요는, 금년은 8,700만대내지 8,800만대로 증가하였다. 가전업계의 수요 예측을 종합하면, 금년의 컬러TV 시장은, 세계수요의 절반정도를 차지하는 구미시장이 침체상태에 빠진 반면, 중국, 아시아, 중근동시장이 증가할 것으로 예상되고 전체적으로는 4% 전후로 성장할 것으로 예상된다.

미국시장의 경기회복의 징조와 홍콩경유 중국시장, 서구경유 동구시장으로의 물류 등, 장악하기 어려운 면도 있지만, 업계에서는 연4내지 5%의 성장을 예상하고 있다.

컬러TV 세계수요는 작년엔 8,400만~8,450만대로 추정하고 있다. 대시장인 북미, 서구시장이 모두 2,100만대 정도에 머물러, 개인소비의 감소 영향을 받아서, 일본시장도 900만대로 보합수준에 머물렀다. 이것에 대하여 아시아, 중국, 중남미 등지가 증가했지만, 세계시장 전체에서는, 다소 전년을 밑돌았다고 할 수 있다. 한편, 금년은 북미시장이 작년의 보합수준이지만 최근의 경기회복이 반영되어 약간의 증가가 예상되는데, 2,100만~2,150만대가 전망된다. 또 하나의 대시장인 서구는, 계속 하락하고 있는데, 2,100만대의 보합수준에서, 약간 감소될 것이라는 견해도 있다. 이어서 1,000만대 시장을 나타낸 중국은 10%정도 증가할 것으로 예상된다. 작년의 1,050만대에 대하여, 1,150만대로

예측되고 있다. 일본은, 당초 920만대로 20%정도의 신장이 지배적이었으나, 금년에 접어들어서는 작년과 비슷할 것이라는 견해도 일고 있다.

업계에서는 7월말 부터 시작될 올림픽 특수가 열쇠를 쥌 것으로 보고 있다.

중국, 일본을 제외한 아시아는 작년의 520만대에서 550만대로 5%정도의 증가가 예상된다.

가장 높은 신장이 기대되는 것은 중근동지역이다. 재작년 후반부터 작년에 걸쳐 걸프전쟁의 영향을 받아서 수요가 격감하였으나, 회복의 경향이 현저하므로, 작년의 390만대 정도가 금년은 460만대 정도로 20%에 가까운 두자리수 성장이 예상된다.

약간 증가한 것은 중남미 지역이다. 작년은 450만~500만대였으나, 금년은 460만~500만대 정도로 약간 상회할 것으로 예상된다. 역으로 동구 소련지역은 저미·정치의 혼란과 외화부족의 나라가 많으므로, 작년의 800만대가, 금년은 730만대로 하락하여, 미감될 것으로 예상된다.

이외, 오세아니아, 아프리카는 각각 100만대, 50만대 전후로 보합세가 예상된다.

이 결과, 세계시장 전체에서는 작년의 8,400~8,450만대이었으나, 금년은 8,700만~8,800만대로 4%전후의 신장이 예상된다.

### 세계 FDD출하 동향

DISK/TREND Report에 의하면, '91년의 FD D의 세계출하량은 전년대비 1.3% 감소, 판매가 12% 하락하였다.

또한 '94년까지의 예측에서는 출하량은 평균 2.3% 상승할 것으로 예상되며, 판매는 치열한 가격하락 경쟁으로 2.5% 감소할 것이라고 한다.

FDD의 세계출하량 추이  
[단위 : 천대]

	예 측				
	'90년	'91년	'92년	'93년	'94년
8인치	141.6	86.2	48.1	15.0	-
5.25인치	14,946.2	13,136.3	11,180.0	9,088.0	6,945.0
마이크로플로피	29,445.9	30,696.0	33,756.0	36,552.0	38,962.0
5M Byte	81.3	90.6	420.6	793.0	1,377.0
합 계	44,615.0	44,009.1	45,404.3	46,448.0	47,284.0

(DISK/TREND)

### 세계의 반도체제조장치 시장 동향

'91 세계 반도체 제조장치시장에서 미국기업이 톱자리를 차지했다. VLSI Research사에 의하면, 미국계 설비의 점유율은 전년의 42%에서 47.1%로 상승하였다. 이것에 대하여 일본의 점유율은 48.7%에서 47%로 저하하였다. 미기업은 일본시장에서도 그 지위를 개선할 것으로 보여지고 있다. 호조의 원인에 대하여 미국에서는 SEMATECH에서 연구하고 있는 성과가 나타나기 시작하고 있다는 견해가 있다. 그러나 이것을 기회로 미업체가 과거 10년간에 걸쳐서 기반잠식 경향을 역전할 수 있을지, 없을지는 아직 확실하지 않은 상태이다.

미국의 점유율이 상승한 것은, 반도체 대기업들이 기계조달의 전략을 변경한 결과에 지나지 않는다는 지적도 있다.

특히 일본업체는 작년에 양산용기종보다도 특수기계에 대한 관심이 향상되었다.

### 미국에서의 AV기기 소비자 만족도 조사

미국에서의 AV기기 소비자 만족도(CS) 조사에서 일본제품이 단연 톱을 차지했다.

한편, 데스크톱 PC와 전기용품은 미국세가 소비자의 신뢰를 얻고 있었다. 이 CS조사는 조사회사 베리티 그룹이 시행하여, 동사의 제휴회사 스트레티지즈가 최근 발표한 것이다.

베리티 그룹은 전미의 성인소비자를 대상으로 작년에 10만회 이상의 전화인터뷰를 실시, 과거 3년간에 구입한 가전과 홈오피스기기에 대하여 5단계에 의한 사용 만족도, 불만족이유 동일 브랜드의 상품을 다음에 구입하는 의사유무, 구입처 차회 구입할 경우의 구입처 등을 조사하였다.

- ① 시장 점유율이 2%이상
- ② 5단계의 만족도 평가로 매우 만족하고 있다고 대답한 자의 빈도가 가장 많은 메이커
- ③ 만족도의 5단계평가에서 중간치가 더욱 높은 메이커
- ④ 불만족도가 가장 저조한 메이커
- ⑤ 동일 브랜드를 다음에 구입하고 싶다는 회답이 가장 많은 메이커

베리티 그룹에서는 만족도의 높낮이는 상품의 품질에 좌우되는데, 판매채널에도 많은 영향을 받고 있다.

판매점원의 상품설명과 동점원으로부터 어떤 서비스를 받을 수 있을지 등에 의해 동일한 상품에서도 사용 만족도는 다르다고 분석하고 있다.

이 조사의 결과, 톱기업은 다음과 같이 결정되었다.

#### [AV기기]

- 컬러TV 30"형 이상=파이오니아 • 동 25"~29"형=미쓰비시 • 19"~24"형=제니스 • 18"형 이상=제니스 • VTR 테크=RCA • 8mm 캠코더=캐논 • 풀 카세트 캠코더 마쓰시다=마쓰시다 스트레오 시스템=켄우드 • 스트레오 리시버=야마하 • 테이프 테크=JVC • CD 플레이어=일본 콜롬비 • 헤드폰 스트레오=Son

y • 포터블 스트레오=Sony • 카 스트레오=알파인

【Home office기기】

• 가정용 전화기=ATT • 자동응답전화기=ATT • 셀룰러 폰=Motorola • 데스크 톱 PC=Packard Bell • 컴퓨터용 프린터=HP • FAX=Canon

【전기용품】

• 냉장고=켄모아 시어즈 로백 • 전자렌지=아파하 • 렌지 오븐=월플 • 식기세척기=키친에이드 • 세탁기=메이텍 • 건조기=켄모아 • 에어컨=켄모아 등이다.

미 상무부, COCOM규제 대폭 완화

미국의 상무부는 최근, 일본 등 대공산권 수출조정위원회(COCOM)가맹국의 하이테크제품 수출관리 기준을 대폭적으로 완화한다는 방침을 발표하였다.

완화의 대책이 되는 것은 컴퓨터, 반도체제조 장치, 신소재 등인데, 앞으로는 수출과 관련하여 사전 승인이 필요한 것은 슈퍼 컴퓨터, 특수X선장치, 미사일 관련기술 등 지극히 소수의 하이테크 제품만으로 한정되어 있다. 또한 COCOM 가맹국으로부터의 제3국 수출에 대해서도 규제가 완화되고 있다.

금회의 규제완화는 동서냉전의 종결을 반영한 것으로써, 미국 상무장관에 의하면 규제완화의 대상이 되는 미국제품의 수출액은 연간 20억~30억불이 될 것으로 예상된다.

미국의 1/4분기 전자제품 공장 생산액

미국의 금년 1/4분기의 전자제품 공장생산액은, 전년 4/4분기보다 5.6% 증가하였다. 미전자공업회(EIA)에 의하면 동기간의 전자제품 출하액은 143억불로 5.5% 증가하였다. 통신기와 컴퓨터 및 주변기기도 8.2%, 9%로 각각 신장하여 순조로운 첫시작을 보였다.

개인소비의 신장의 지표가 되는 가정용전자에서도 작년 4/4분기보다 16.7% 증가한 23억불을 달성하였다.

유일하게 하락한 것이 방위·특수 통신기기이다.

이 분야에서는 출하액이 73억불로 2.3% 감소하였다

EIA의 회장은 「미전자공업의 생산부문이 다리와 허리가 강력하다는 것을 1/4분기 실적이 이야기하고 있다고 표명하였다.

미국의 오디오 출하(2월), CD제품이 주력

미전자공업회(EIA)가 발표한 2월의 Audio기기 출하실적(금액 베스)에 의하면, 포터블기기와 시판 차재용기기가 전년동기대비에서 30% 전후 신장하였다.

포터블기기 관련은 CD포터블, CD, 라디오, 카세트 등 모두 작년 가을 이후 호조였는데 CD 없는 퍼터블기기의 수요하락을 보완하여 금액적으로는 평균단가를 상승하는데 공헌하였다.

시스템에서는 미니미니 콤포넌트의 공급이 수요를 상회하여, 12월까지의 재고가 딜러에게 아직까지 남아있는 상황이다.

이를 위하여 1~2월의 딜러용 출하에 제동이 걸렸다. 그러나 업계에서는 시즌수요 등으로 약간씩 탄력이 생겨, 금후 크게 신장될 것이라는 견해도 일고있다.

미국의 오디오기기 출하액(2월)

【단위 : 천불】

품 목	2 월			전 년 동 기		
	'90년	'91년	신장률(%)	'92년	'91년	신장률(%)
포터블기기 가정용라디오포함	160,638	123,747	+29.8	319,304	264,183	+20.9
콤포넌트	118,283	126,818	-6.7	244,989	272,580	-10.1
시 스템	88,233	83,253	+6.0	175,240	177,814	-1.4
시판차재용기기	105,371	79,487	+32.6	201,928	162,246	+24.5
합 계	472,526	413,305	+14.3	941,461	876,823	+7.4

(자료 : EIA)

한편, 단품 콤팩트는 1~2월 합계에서 전년동기를 10%하락하며 부진한 상태를 나타냈다.

CD Changer, AV 리시버가 신장하고 있지만, 모두 단가하락이 급격하여 카세트 데크, CD싱글 플레이어 등의 하락을 커버할 수 없는 상황이다.

### 美 콤팩, ACE 탈퇴

월 스트리트 저널에 의하면 신세대 컴퓨터의 규격형성을 지향하는 ACE(선진컴퓨터환경) 구상으로, 예전에 리드역을 담당해왔던 Compaq Computer가 同構想에서 탈퇴하였다.

Compaq사 간부에 의하면, 동사는 약 200사의 미국기업이 참가하는 ACE로 부터의 이탈을 결정했다고 한다. 일부 산업평론가들은, 발족 1년이 지난 ACE구상은 끝났다고 말하고 있다. ACE에서 벌써 많은 대기업 數社가 탈퇴하였다. 한편 현재도 정채되어 있는 대기업, (DEC와 Microsoft의 2사는 최근, 양사간의 새로운 제휴를 표방했는데, ACE에 대한 인적, 물적자원과 관심이 기타 분야로 돌아갈 가능성도 생기고 있다.

ACE구상으로는 MIPS Computer의 RISC(축소명령 세트컴퓨터)형 마이크로 프로세서를 중심으로 시스템에 대응하고 있다. 그러나 업계환경의 변화로 Compaq에 있어서 RISC를 핵으로한 새로운 기술을 제안하는 긴급성은 희박해졌다.

현재 퍼스컴의 심장부인 마이크로 프로세서는 Intel의 독무대로 Intel은 신세대의 개발속도를 대폭적으로 높였으며 가격인하를 강요당하고 있다.

또한 ACE가 발족했을 때, ACE System과 경합할 수 있도록 워크스테이션을 제조했던 Sun Microsystems와 Next 등 대기업회사가 자사의 강력한SO(기본Soft)를 Intel Chip 대응으로 하고 있다.

### 유럽의 UNIX 컴퓨터 시장 동향

구주의 UNIX 컴퓨터시장은 작년에 16% 성장하였다. 시장조사회사인 IDC 독일에 의하면, 전년의 14%에 이어 두자리 성장으로, 컴퓨터시장 전체의 부진을 뒤로 하고 고성장을 기록하고 있다.

워크테이션과 퍼스컴분야에서 특히 호조를 보이고 있는데, UNIX기의 매출이 35% 신장되어, 28억불을 기록했다.

소규모적인 Multi User System에 있어서도 UNIX가 변함없이 신장되고 있다. 동 부문의 기종은 RISC(축소명령Set Computer)와 Intel사 MPU(소형연산장치)를 채용한 제품이 주체인데, Motorola의 680XO계에서 신장할 것은 Next Computer뿐이었다.

작년, UNIX 컴퓨터 시장에서 점유율을 신장시킨 기업은 HP, IBM, SUN, Next, Olivetti, ICL 등이다. DEC, Unisys, NCR은 시장의 성장율을 동반하지 못하고 점유율은 하락시키고 있다.

### 동유럽에서의 서측제품 인기

동구시장의 개방이 서구전기용품업계의 국제적지위 강화를 촉구할 것으로 예상되고 있다. 독일연방무역정보국(BFAZ)의 보고에 의하면, 동구의 인구는 3억 3,000만명으로 예상된다. 구매력이 낮기 때문에 수요가 급속히 확대될 것으로 전망하기는 어렵지만, 계속 국내생산이 저하하고 있으므로 소비자 사이에서 서측제품이 인기를 끌고 있으며 잠재수요 또한 매우 크다. 이 때문에 이미 서구의 가전업체는 장래에 대한 포석으로써 동구진출의 동향을 강화하고 있다.

물론, 한마디로 동구라고 해도 소비자의 행동양식은 나라마다 각양각색이다. 판매와 관련해서는 각시장과 조화를 이루는 마케팅전략이 필요한 것으로 예상되고 있다.

예를 들면, 세탁기를 프랑스에서는 세탁물을 위에서 집어넣는 기종이 70%를 차지하고 있다.

그런데 영국과 아일랜드에서는 98%가 앞에서 넣고 빼는 방식이다. 핀란드에서도 이러한 제품이 70%를 차지하고 있는데, 북구전체에서는 36%밖에 되지 않았다.

탈수기의 회전수에서도, 영국에서는 분당 1,000회전 이상이 일반적이는데 대하여 이탈리아에서는 400~500회전이 주류가 될 것으로 예상된다. 이러한 차이는 건조기와 냉장고 등에서도 보여지는데, 동구에서도 동일한 것이 생각되어지고 있다고 관계자는 지적하고 있다. 또한 서측경제권의 가전생산은 인구 3억 5,800만명인 서구가 6,700만대(대형가전 4,300만대, 소형 2,400만대) 동 2억 7,600만명의 북미가 4,400만명(대형2,900만명 소형 1,500만대) 1억 2,400만대의 일본이 4,900만대를 기록했다.

### 독일의 반도체시장 동향

독일의 반도체시장은 3월에 활황을 띠고 있다. 전기·전자공업중앙연맹(ZVEI)에 의하면, 매출이 1~2월의 전년 동기대비 1% 감소하여 2% 증가로 전환하였다. 1~3월에도 약간의 신장을 기록하고 있다.

출하와 수주의 관계를 나타내는 B/B Ratio는 3월에 0.95로 하락하였다. 반도체 부분이 금년에 완만하지만 플러스성장을 나타낼 것으로 예상하고 있다.

또한 B/B Ratio는 작년 12월이 1.08, 1월이 1.03, 2월은 2.04(수정치)였다.

### 독일, 기술·특허 무역적자 확대

감소경향을 견고 있던 독일의 기술 라이선스·특허무역의 적자가, '88/'89년의 평균 29억 마르크에서 '90/'91년에는 35억 마르크로 다시 확대되었다.

한편, 연구개발의 수탁, 및 기술서비스 수입

은 여전히 지출을 상회하고 있다.

그러나 그 금액은 '88/'89년의 평균 12억마르크에서 '90/'91년은 8억마르크로 감소하였다.

독일연방은행의 월보 발표에 의하면, 기술라이선스·특허료의 지불은 세계적으로 보아도, 자본재휴관계에 있는 기업간에서 시행되는 경우가 많다. '89/'90년의 국제특허·라이선스료 지불에는, 미일기업에 의한 외국기업에의 자본참가가 반영되었다.

미국기업의 직접투자는 발전도상국인 중남미, Asia 및 EC를 향하여, 일본기업은 구미기업으로의 투자를 확대하고 있다고 한다.

또한, 국제특허·기술라이선스의 거래가 주요공업국간에 집중하고 있다는 것을 지적, 총액의 90%이상이 상위 10개국에 의하여 점령당했다고 진술하고 있다.

수입이 많은 것은 미국(153억불), 이탈리아(이탈리아통계에는 영화의 배급료가 포함되어 있다)와 영국(26억불), 일본(25억불), 독일(19억불)의 순서('90년기준)였다.

지불은 일본의 60억불이 우수하다. 그 뒤를 이어 독일이 38억불이었으며, 작년의 2위인 이탈리아가 3위로 하락하였다.

수지면에서는 미국이 127억불인 흑자를 기록하였다. 그의 대부분의 나라는 적자이거나, 약간의 흑자밖에 없다. 기술라이선스 수출대국인 미국은 '90년에 세계의 라이선스료 수입의 절반정도를 독점하고 있다.

### 영국BT, GNS 다이렉트 서비스확대

영국BT는 현재 미일구 23개국에서 실시하고 있는 Global Network Service(GNS)의 다이렉트 서비스를, 금년말까지 아시아 태평양지역 1개국을 추가하는 것을 비롯하여, '94년까지 62개국으로 서비스지역을 확대할 계획을 확실히 하였다.

또한 Frame릴레이(FR)서비스에 대해서도, 2Mbps급 서비스를 '92년말까지 Global전개를

실시, 일본에서도 금년도 후반기에는 개시할 생각이라고 공표하였다.

GNS는 벌써 107개국에서 이용되고 있는데, BT는 23개국에서 Direct End To End Pace Service를 제공하고 있다. 태평양지구에서는 일본, 홍콩, 호주, 뉴질랜드 등에서 서비스중인데, '92년중반을 목표로 아시아 태평양지구에서는 싱가포르, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 한국, 대만, 태국 등 7개국으로 확대할 계획이다. 이외에 아프리카, 유럽, 중동 등 13개국에서도 실시, 연말에는 43개국이 될 것으로 전망된다.

이후 CIS(구소련) 각국과 아프리카 등 19개국으로 확대하여, '94년에는 62개국을 커버할 방침이다. 최근 5년간에 약 5억불을 투자할 계획이다.

GNS는 Managed Data Network 구축서비스, 유저설비의 관리, Network 어플리케이션 서비스(데이터전공, 전자Mail, 프로토콜 교환, 전자결재서비스 등)의 제공이 있는데, 보다 효과적인 네트워크 서비스를 제공하는 것이 목표이다. Direct Access는 이 GNS의 매력을 보다 향상시키는 법인고객용 서비스이다.

## 프랑스 톰슨 그룹의 결산

프랑스의 전자·전기, 방산업체인 Tomson 그룹은 최근 1991년의 결산은 7억 200만프랑의 적자를 나타냈다고 발표했다. '90년은 24억 7,200만프랑의 적자를 기록했다. 작년의 매출은 전년대비 5%감소한 712억 7,700萬프랑이었다.

가전부분이 24억 7,600만프랑의 적자를 내고 있으므로, 그룹전체로서도 적자를 나타냈다.

## 일본 전자부품업계, 하이비전에 기대

일본의 전자부품업계에서는 Hi-VisionTV용의 수요에 기대가 모아지고 있다. Hi-VisionTV는 현재까지의 컬러TV에 비교하여, 부품의 사용점수가 많았으므로, 고성능부품의 사용율이 상

승되고 있으므로, 부품메이커에 있어서는 금액, 수량 모두 수주면에서 작용할것으로 예상된다. 이 때문에 부품메이커 각사에서는 금후의 Hi-VisionTV의 상품화 동향에 뜨거운 시선을 보내고 있다.

하이비전TV는 Sharp가 간이MUSE Decoder 내장의 "100만엔 Hi-Vision"을 상품화한 데 이어서, 송하전기가 Full 스펙 MUSE Decoder를 내장한 Hi-VisionTV를 최근 발표했다. 종전의 Full 스펙 MUSE Decoder를 내장한 Hi-VisionTV에 비교하여, 대폭적으로 코스트를 절감시켰다. 또한 주요 각사에서도 바로셀로나 올림픽을 앞두고 신제품을 시장에 투입할 모양이다.

침체되어 있던 AV시장에 있어서 Hi-Vision TV는 부품업계에서도 화제가 되고있다. Hi-VisionTV는 가격을 포함하여, 전자디바이스의 기술동향이 주목되고 있는데, 회로부품메이커에게 있어서는 사용점수가 많은 현재가 일종의 비즈니스 찬스이기도 하다.

현재까지의 컬러TV에 비교하여, 고기능화에 따른 신호계회로가 증가하여, 사용하는 부품점수가 증가하는 등, 또한 고성능화는 전원에서 신호계회로까지 사용하는 부품의 고부가가치화가 도모되는 등, 수주가 저조하게 추이되고 있는 부품업계에 있어서는 밝은 재료이다.

어떤 수정진동자업체에 의하면, 「수정제품은 사용점수가 크게 변화가 없지만, 예를들면 수정발진기의 경우는 전압제어형이 사용되어지면, 고성능부품이 요구되기 때문에, 수주금액이 기존의 컬러TV보다도 더 커진다」고 한다.

또한, 저항기, 콘덴서 업계에서도 소비자가 Hi-VisionTV의 가격을 받아들일 수 있을지 없을지가 생산대수에 좌우된다. 현대계에서는 판매치수는 어느 정도 한정되어 있지만 사용점수가 많은 것이 매력이다. 주요메이커를 대상으로 상세하게 침투할 생각이라는 의견이 지배적이다.

여하튼 Hi-VisionTV는 금후 주요업체가 계속 신제품을 시장에 투입할 것으로 예상되는데, V

TR을 비롯하여 Hi-VisionTV 대응의 관련기기에 대해서도 신제품이 등장할 것으로 예상하고 있으며, 부품업계에 있어서는 AV기기용의 수요 부진이 Hi-VisionTV 관련으로 작용할 것으로 예상된다.

**일본업계, CS방송에 적극대응**

일본에서는 지난 4월 23일부터 CSTV 방송이 본격화됨에 따라 전자업계에서는 CS튜너의 상품화가 계속되고 있다. 일부를 제외한 대부분의 제품이 BS도 동시에 수신가능한 CS겸용 BS튜너이다. CS방송은 스카이포트방식, 코아텍 방식의 두가지 다른 스크램블이 존재하기 때문에, 이 Decoder 대응이 각사의 전략으로 알려져 있다.

송하전기는, 양방식의 Decoder 내장타입의 발매를 단행했는데, 스카이포트방식 코아텍방식의 두가지 중 한방식을 내장한 튜너에서도 어떤 방식에도 대응할 수 있는 단자를 장비하는 등 확장성을 고려하고 있다. CS도 현재의 BS와 마찬가지로 모두 내장화가 필요하며 현재로는 튜너단체 수요가 CS시장을 니드할 것으로 예상된다.

초년도의 튜너의 수요는 10만대, 내년도는 20만대로 예상하는 업체들도 많다.

CSTV 방송은 Star 채널, 일본 케이블 TV 2사가 4월 23일부터 스타트 되었다. 또한 5월 1일부터 Japan Sports Channel, Space가 서비스 방송을 개시, 7월에는 Music Channel, 11월에 위성영화 연극방송이 개국, 년내에 6국체제가 정비된다.

CSTV는 뉴스, 스포츠, 영화, 음악 등 전문 프로그램이라는 것이 종전의 TV프로그램과의 최대의 차이이다. 또한 선행한 BS 3채널과 함께, TV의 멀티 채널 시대를 개척할 것으로 예상된다.

그러나 이 CSTV 방송은, 우주통신(SCC)의 Super BirdB가 스카이 포트방식, JC-SAT 2호

가 코아텍방식으로 각각 다른 스크램블을 채용하고 있다.

이 때문에, 금년중에 개국할 6채널의 CSTV 방송을 전부 볼려면, 이 두가지의 스크램블을 해독하는 각각의 Decoder가 필요하다. BS튜너는 발매당초 20만엔 전후였으나, 보급 속도가 빨라진 것과 정비례하여, 급속히 단가가 다운되었다.

CSTV는 모두 양산화에 따라, 단가 다운은 필연적인데, 당초는 10 만엔대였다. 송하전기는 하나의 튜너에 양방식의 Decoder를 채용, 전 CS에 대응하는 타입도 발매될 것으로 생각되는데, 타사는 스키이 포드, 코아텍의 두가지 중의 한가지 방식의 Decoder를 내장하고, 단자를 장비하여, 확장성에 대응하고 있다.

이것은 「CSTV 방송은 전문프로그램이므로, 시청자도 모든 CSTV 방송을 보는 사람은 적다」는 견해를 하는 곳도 있지만, 하나는 가격면을 고려하고 있다.

송하전기는 「CS 방송의 보급을 위해서 전 6채널을 수신할 수」있다고 보고, 업계의 선행한 스카이 포드, 코아텍 양방식의 Decoder의 보급에 힘을 기울여 나아갈 계획이다.

모두 내장타입의 컬러TV, VTR도 등장할 것

CS/BS 튜너일람

업 체 명	스크램블Pe-Coder
송 하 전 기	코 아 텍 스 카 이 포트 스 카 이 포트
동 지	코 아 텍
삼 능	스 카 이 포트
Sony	스 카 이 포트
부 사 통 General	스 카 이 포트
일 본 전 기	스 카 이 포트
Home Electronics	코 아 텍
D X 안 테 나	스 카 이 포트
마 스포 로 전 공	스 카 이 포트 코 아 텍

으로 보여지는 CS이다. 당면 안테나도 포함하여, 전용수신기가 시장조정의 견인차 역할을 담당할 것으로 예상된다.

일본의 '91년 PC용 소프트웨어 출하

PC용 소프트웨어 패키지의 '91년 소프트웨어하우스의 출하액은, 2,638억엔으로, 전년대비 18.9%증가를 나타냈다. 일본 퍼스널 컴퓨터 소프트웨어 기술연구소의 제7회 조사에 의한 것으로, 신장률이 처음으로 20%대를 하회하였다.

'91년 여름 소프트웨어하우스의 예상 성장률 26.6%도 하회한 실적을 나타냈다.

'91년은 Windows판 대응과 LAN대응의 소프트웨어제품이 Flat form의 출하시기부터 뒤떨어져서, 대부분은 '92년에 출하가 예상을 빚나갔다. 이러한 이용환경의 단점기와 경기후퇴가 중복되어 동 조사개시 이후 30%대를 하회하지 않은 PC소프트의 출하액도 최저의 신장을 나타내고 있다.

소프트웨어의 출하대수도 처음으로 전년 이하를 나타내어, 하드에 사용하는 소프트웨어 패키지의 수요감소도 신장률 저하로 연결된 요인으로써 간과할 수 없다.

이 분야별 상위 5종의 소프트웨어는

- ① CAD=360억 4,000만엔(전년대비 16.7%증)
- ② 특정업종=324억, 8,000만엔(동21.5%증),
- ④ DS=186억 4,000만엔(동28.5%증),
- ⑤ 워드프로세서=186억 4,000만엔(동8.4%증),
- ⑥ 언어=170억 3,000만엔(동14.3%단)으로 상승하였다.

신장률에서는 전년대비 40%이상은

- ① 그래픽 작성=49.4%증(87억 4,000만엔)
- ② 통신=46.6%증(165억엔)
- ③ Utility 240.4%증(130억엔)의 3종이다. 역으로 마이너스 성장은
- ① 게임=19.1%감(157억 2,000만엔)
- ② Home=2.9%감(13억엔)의 2종이 있다.

'91년의 분야별 소프트웨어의 개황은 다음과 같다.

CAD는 토목, 전자가 순조롭게 신장하였다. 전자카타로그 시장과 워크스테이션과의 연휴로도 형태데이터의 호환성 대응을 실시한 기업은 호조로 신장하고 있다. 특정업종용 소프트웨어는 건축·토목용의 재무회계가 비약적으로 신장하였다. OS는 MS-Windows에 의한 신장이 주이다.

워드프로세서는 디스트리뷰터를 경유하여, 기업시장에서 신장하고 있는데, 또한 Font강화의 소프트웨어가 신장하고 있다. 일반 유저용이 침체상태에 있고 한자리 성장을 나타냈다.

Data Base는 2배 성장의 소프트웨어하우스가 적지 않다. OS와 기종을 초월하여 데이터 호환을 표방하고 있는 소프트웨어하우스는 신장하고 있다. 부문별 내역은 아래표와 같다.

PC용 소프트웨어 패키지 출하

[단위: 억엔]

	'91년출하액	'91/'90
C A D	36,040,393	16.7
특 정 업 종	32,480,614	21.5
O S	18,642,380	28.6
워드프로세서	18,635,137	8.4
언 어	17,528,813	14.3
Bata Base	16,503,016	31.3
통 신	16,502,890	46.6
계 입	15,773,534	-19.1
표 계 산	15,003,154	28.5
특 정 업 무	13,325,061	14.9
Utility	13,002,170	40.4
재 무 회 계	11,466,962	16.6
Graphic	9,129,850	18.1
그 래 프 작 성	8,740,350	49.4
통 합	7,278,303	18.4
D T P	3,964,788	20.1
A I	3,084,680	26.8
교 육	2,960,136	25.1
과학기술계산	2,490,825	7.0
가 정	1,303,156	-2.9
합 계	263,856,212	18.9

자료: 소프트웨어 연구소



### 제1회 펜입력 컴퓨터 국제 심포지엄 개막

「제1회 펜입력 컴퓨터 국제 심포지움」이 일본의 사이언스 포럼과 미국 빅밴 테크놀러지와 웨닉스 테크놀러지가 공동개최로 동경에서 개최되었다. 금회는 펜 컴퓨터의 비즈니스에 참가하고 있는 미국기업에서 63명을 비롯하여, 대만, 러시아로부터도 참가하였고 또한 일본으로 부터는 컴퓨터, 가전부품, OA기기, 교육시스템, 반도체, 통신기기 등의 업체에서 약 100사가 참가하였다. 개최일에는 「21세기의 Electric Paper, 펜 입력 컴퓨터 개발의 혁신 기술과 전망-제2세대의 실용화에의 과제와 돌파구」의 주제로 기초강연과 토론이 실시되었다.

이들제는, 펜 입력 컴퓨터가 극복해야 될 기술과제를 주제로한 6개의 워크샷을 분과회의 형식으로 개최하였다.

또한 시장참가와제휴 등을 추진하기 위하여 각주제별 최신경향을 전개하였다. 그 내용은

- ① 어플리케이션과 펜 입력
- ② 인터페이스의 새로운 동향
- ③ 펜 팜톱 개발의 전술론
- ④ 배터리 장수명화의 저전압회로
- ⑤ 대용량 메모리
- ⑥ 디지털타이저 개발동향 등 이었다.

일본측으로 부터는 와콤 삼양전기, PMC, 동경전기대학으로 부터도 참가하였다. 러시아로부터는 러시아과학 아카데미 회원이며 파나그라 창설자인 스테판 파시코아씨가 인식기술의 개발로 출석하였다.

상호 정보를 교환하여, 연구개발의 시간과 자금의 낭비를 없애고, 조기에 시장을 본격적으로 활성화시키려는 경향이였다.

### 일본의 「비디오 플러스」 판매 동향

거치형 VTR의 시장활성화 재료의 하나로써 기대되고 있는 간단녹화예약시스템 「비디오 플러스」의 일본내 출하대수가 20만대에 달했다.

현재, JVC, 히다치, 도시바, 미쓰비시가 자사 루트에서 판매를 개시하고 있는데, 7월말의 바로셀로나 올림픽을 향하여 2,3사로부터 동시스템의 내장형 VTR도 발매될 것으로 예상된다.

VTR본체의 예약녹화 Needs를 자극할 것은 물론 수요침체가 계속되고 있는 거치형 VTR의 시장회복탄력제가 될 것으로 예상된다.

거치형 VTR이 침체상태에 빠져, 작년의 출하대수는 약520만대, 3년 연속하여 마이너스 성장을 기록했다. 그러나 최근들어 CSTV방송이 개시, 여름철의 바로셀로나 올림픽 등 VTR시장을 자극하는 재료도 갖추어져 있다.

또한 생각하지 않았던 “원군”은 간단녹화예약시스템 “비디오 플러스”이다.

이 시스템은 신문의 TV란에 게재될 G코드(당초 朝日신문 일지가 선행)를 전용의 적외선 리모콘 「비디오 플러스」로 입력하면 간단하게 예약녹화를 할 수 있기 때문에 선행된 미국에서는 초년도의 300만대의 출하를 기록하고 있다.

이 「비디오 플러스」는 신문가관점, 문방구 등에서도 본격적으로 판매가 개시되어, 이 때문에 총출하가 신장되고 있다. 가전업계에서는, 재빨리 JVC가 판매를 단행했는데, 현재까지 히다치, 도시바, 미쓰비시에서도 자사의 특약점에서 판매를 하고 있다. 판매루트가 복수루트에 걸쳐 있기 때문에 「상품이 모자라는 듯한 느낌으로, 4월말까지 「비디오 플러스」의 총출하는 20만대에 달했다.

첫해의 일본 시장의 출하대수 전망은 120만대 였으나, 「대 일본시장으로 월 20만대의 출하체제를 확립」하고 있으므로, 첫해의 출하대수는 「200만대가 가능」하다는, 강력한 전망이 대두되고 있다.

가전업계에서는, 이 간단녹화예약시스템 내장의 거치형 VTR의 상품화에 의욕을 보이고 있는데, 7월말까지 JVC, 히다치, 도시바 등이 선행할 것으로 예상하고 있다.

또한 가을에는 대부분의 메이커가 상품화를

추진할 것으로 예상된다. 거치형VTR의 시장자극제로서 업계에서는 큰 기대를 하고 있다.

### 도시바, 말레이시아에서 4MDRAM 생산

일본의 도시바는 '95년도를 목표로 말레이시아에서 4MDRAM의 조립을 개시하는 계획을 밝혔다. 현행의 개별반도체 사업은 금후 태국 공장에 전면 이관함과 함께, '93년도까지 2억 4,000만(말레이시아 달러 약 120억엔)의 설비투자를 실시하여, IC전문공장으로 발족할 계획이다.

Toshiba Electronics Malaysia에서는 반도체 수요의 확대에 대응하기 위하여 '93년도까지 약 120억엔을 투자, 공장의 증설 공사를 착수할 계획이다.

근접되어 있는 20에이커(약8만 1,000㎡)의 공장용지를 취득하여, 신공장의 건설을 단행하였다. 동시에 Toshiba Semiconductor Thailand에 개별반도체 사업을 순차이관 동남아 지역에서의 생산품목의 국제분업체제를 확립할 계획이다.

IC의 전문공장으로 특화함으로써 '95년도에는 매출이 현재의 3배인 500억엔이상, 종업원 2,000명 규모로 지향할 계획이다.

생산체제의 국제분업화를 추진함으로써 일본으로부터 신규의 생산품목을 투입할 계획이다. 그중의 하나로서 '95년도말을 목표로 4MDRAM의 조립생산을 계획하고 있다.

### 일본 마쓰시다의 칼라TV 해외전략

송하전기는 대형컬러TV를 「화왕」의 금년도에 계획을 표명하였다.

컬러TV 「화왕」은, 국내시장에서 동사의 주력제품 시리즈에 위치설정하고 있는데, 동사에 해외시장에 대해서는, 파나소닉 컬러TV의 이미지 상품으로써 판매강화를 도모하고 있다.

별써 수출대상국은 20개국을 넘어서고 있는

데, 금년도는 27만대 수출을 계획, 전컬러TV 수출의 15%정도에 달할 것으로 예상된다.

한편, 해외생산은 미국에서 15만대를 계획하고 있을 뿐만 아니라, 호주에서도 생산하고 있다. 합계20만대를 생산할 계획이다. 또한 대만에서도 생산요망이 있기 때문에, 금후, 현지생산국과 대수는 증가할 것으로 예상된다. 이 결과, 수출 해외생산에 의한 해외판매대수는 금년도에 50만대 정도에 달할 것으로 예상된다. 동사는 고성능, 고기능, 고부가가치의 「화왕」을 해외시장에서 적극적으로 판매하므로써 파나소닉 컬러TV의 Image상품으로써 겨냥하고 있다.

### 일·NEC와 미·ATT-ME의 합작회사 설립

일본전기와 미국ATT Micro Electronics사(ATT-ME)는 일본에서 제품을 판매하기 위한 합작회사를 6월에 설립할 계획이다. 개발·제조면에서 반도체 업체의 제휴도 증가하고 있는데, 판매에 관하여 합작회사를 설립하는 것은 이번이 처음이다. 일본전기의 한 관계자는 「판매제휴까지 진전되지 않으면 파트너 Ship은 충분하다고 할수 없다.」고까지 말하고 있다. 미일반도체협정에 기인하여, 외국계 반도체 업체의 시장 확대에 대하여 관민모두 대응하고 있는데, 일본시장에서는 경기저미 등에 의하여, 외국계 반도체업체의 시장 점유율은 침체상태에 빠져 있다.

이번 합작회사에서는 일본전기측으로 부터 판매 Know-how를 제휴하여, ATT-ME사 제품의 수입확대를 도모하고자 하는 것이다.

신회사의 경영권은 ATT-ME사가 장악하고 있지만, 판매·기술 서포트면에서는 일본전기가 전면적으로 지원해 나아갈 계획이다.