

海外業界動向

'93 세계 반도체 제조장치 매출 40.5% 증가

'93년도 세계 반도체 제조장치의 판매액이 전년대비 40.5% 증가한 115억 8,600만 달러를 기록하였다.

이는 유럽과 아시아지역이 고성장을 기록하고, 일본도 높은 신장률을 보였기 때문이다.

특히 한국, 대만을 주체로 하는 아시아 시장은 80%라고 하는 대폭적인 신장을 나타냈다.

메모리, 마이크로 프로세서 등 세계의 반도체 메이커는 '93년도에 일제히 투자를 확대하였으며, 일본도 '92년도의 마이너스 성장에서 '93년도에는 회복세를 보임으로써 '94년도에도 안정세에 진입하고 있다.

그러나, 이번 일본의 회복세는 해외시장이 중심이 되고 있어 일본 반도체 제조장치 기업들은 수출비율이 높게 나타나고 있다.

세계 반도체 제조장치의 판매액은 일본 반도체 제조장치협회(SEAJ)와 SEMI, SEMI 재팬이 조사해 발표한 것으로 시장별로는 북미가 전년대비 36.4% 증가한 39억 8,437만 9,000달러, 유럽이 동 39.4% 증가한 15억 5,282만 5,000달러를 기록하였고 일본시장은 동 24.9% 증가한 34억 7,915만 4,000달러로 구미에 비해 적은 신장률을 나타냈다.

대폭적인 신장을 보인 국가로는 한국, 대만 등으로 아시아 지역에서의 적극적인 투자의욕을 보이고 있다.

장치별로는 웨이퍼 제조용 장치가 전년대비 58.8% 증가한 1억 4,513만 2,000달러, 웨이

퍼 프로세서가 동 46.7% 증가한 74억 84만 1,000달러, 조립용 장치가 동 28.4% 증가한 10억 4,448만 8,000달러, 검사용 장치가 동 36.1% 증가한 24억 2,929만 7,000달러이며, 마이크 레티클 제조용 장치가 동 11.7% 감소한 1억 2,666만 2,000달러로 유일하게 감소를 보였다.

반도체 제조장치용 관련장치는 동 19.7% 증가한 4억 3,969만 6,000달러의 신장을 기록하였다.

미국의 반도체 수요가 견조하고 일본, 유럽도 증가 경향에 있어 4M DRAM이 물품부족 현상을 보이고 있다.

16M DRAM도 PC나 워크스테이션용 수요가 확대해 메이커들은 생산을 증가시킬 계획으로, 일본 메이커는 엔고 부담을 회피할 목적도 있어 해외거점에 대한 투자를 높이는 경향이 있으나, 16M DRAM과 64M DRAM의 수요에 대응해 국내에서도 공장건설을 추진하는 것으로 알려지고 있다.

반도체 제조장치 업계는 고집적도와 생산 효율이 높은 설비에로의 대응이 요구되어지고 있는데, 일본의 반도체 제조장치 업계는 작년 봄부터의 회복세도를 타고 회복이 늦어지고 있던 본더 등의 후공정 장치도 작년 후반부터 수주가 상승하는 등 각사 모두 글로벌화를 강화해 수출판매에 힘을 기울이고 있다.

'94년도에도 일본 국내시장의 회복과 해외 수출시장의 확대로 실적이 더욱 향상될 것으로 기대되고 있다.

〈 '93년도 반도체 제조장치 세계시장규모〉

단위 : 천불

장치분류	연월 시장	'93년도누계	'92년도누계	전년동기비
		93.4~94.3	92.4~93.3	'93/'92년도
마스크 레티클 제조용장치	일본	57,081	70,110	81.4%
	북미	46,077	50,647	91.0%
	유럽	11,417	14,129	80.8%
	기타	12,087	8,544	141.5%
	소계	126,662	143,430	88.3%
웨이퍼 제조용장치	일본	44,502	35,441	125.6%
	북미	44,828	34,652	129.4%
	유럽	33,184	9,009	368.3%
	기타	22,618	12,285	184.1%
	소계	145,132	91,387	158.8%
웨이퍼 프로세서용 제조용장치	일본	2,109,888	1,647,485	128.1%
	북미	2,607,521	1,855,652	140.5%
	유럽	1,144,366	775,866	147.5%
	기타	1,539,066	765,494	201.1%
	소계	7,400,841	5,044,497	146.7%
조립용장치	일본	298,203	253,408	117.7%
	북미	219,311	186,935	117.3%
	유럽	83,848	82,301	101.9%
	기타	443,116	290,998	152.3%
	소계	1,044,478	813,642	128.4%
검사용장치	일본	725,905	575,352	126.2%
	북미	944,792	682,810	138.4%
	유럽	267,056	215,379	124.0%
	기타	491,444	311,504	157.8%
	소계	2,429,197	1,785,045	136.1%
반도체 제조장치용 관련장치	일본	243,575	203,242	119.8%
	북미	121,850	110,412	110.4%
	유럽	12,954	17,378	74.5%
	기타	61,317	36,400	168.5%
	소계	439,696	367,432	119.7%
시장별 합계	일본	3,479,154	2,785,038	124.9%
	북미	3,984,379	2,921,108	136.4%
	유럽	1,552,825	1,114,062	139.4%
	기타	2,569,648	1,425,225	180.3%
총 합 계		11,586,006	8,245,433	140.5%

일본반도체제조장치협회
SEMI, SEMI 재팬

미국, 경제 파트너는 "유럽"

미국경제전략 연구소는 아시아 중시 정책을 펼치고 있는 클린턴 정권에 경고를 발하고, 유럽과의 관계 강화야말로 미국 경제에 있어 최대의 이익을 줄 것이라는 논문을 발표하였다.

「수축하는 대서양」이라는 제목의 본 논문은

① '80년 이래 미국의 누적 무역적자의 75%는 아시아에 대한 것이었으나, 유럽과는 '89년 이후 거의 균형을 이루고 있다.

② 미국내의 외국기업의 고용자 수 중 유럽 기업은 62%를 점하고 있으나, 아시아는 20%에 지나지 않는다. 등을 강조하고, 또 「무역, 투자, 기술협력의 어떤 분야에서도 유럽쪽이 보다 중요한 파트너다」라고 말하고 있다.

또한 「아시아 카드를 사용해 유럽을 견제하는 정책은 유럽의 블록화를 초래한다」고 지적하고 아시아 태평양 경제협력회의 (APEC)와 중국에의 최혜국대우 갱신 등 아시아 중시정책을 펼치고 있는 미정권에 자중을 촉구하였다.

동 연구소는 종래 유럽의 자본주의와 일본과 아시아제국의 자본주의는 기본적인 사고방식이 다르다고 강조해 왔는데, 프레스트 위트 소장은 「아시아를 배제할 생각은 아니나, 유럽과의 관계를 소중히 하는 것이 결과적으로 아시아에서도 우위에 설 수 있는 최선의 길이라는 것을 전달하고자 했다.」고 말하였다.

미국 에너지성, 병렬 슈퍼컴퓨터용 소프트 민
관공동 개발

미국 에너지성의 고성능 프로세서 개발계획의 일환으로, 크레이칩의 최신제품인 T3D 대규모 병렬형 컴퓨터를 사용해, 동성의 로렌스 리버모어 국립연구소와 로스아라모스 국립연구소 등이 협력키로 한 것이다.

개발목표는, 석유탐사에 유효한 지질분석 소프트웨어와 오염물질의 지하수에의 침투모의실험 소프트웨어 등 15개 테마로 비용은 에너지성과 참가기업이 각각 절반씩 부담키로 하였다.

슈퍼컴퓨터의 주류가 되고 있는 병렬형의 개

받은 미국이 가장 앞서 있는 데, 그 보급의 열쇠를 쥐고 있는 소프트웨어를 민간공동으로 개발하려는 것은, 일본과의 간격을 더욱 넓혀 미국의 기술적 우위를 확립하려는 목적도 있는 것으로 보여진다.

미국기업, 중국진출 붐

홍콩 언론에 의하면, 미국정부가 5월말 대중국 최혜국대우의 갱신과 인권문제를 언급하지 않겠다는 결정을 내린 후, 미국기업의 중국진출이 눈에 띄게 늘었으며, 진출분야도 자동차, 항공기에서 컴퓨터, 서비스업, 은행, 보험, 식품시장까지 광범위에 걸쳐 있다고 보도하였다.

우선, 수년전에 트럭과 부품의 2개의 합작공장을 설립한 제너럴 모터스(GM)는 금년 5월 10억\$을 초과하는 부품 생산라인 투자를 결정하였다.

항공기 제조회사인 보잉사도 금년 5월 737-700 여객기의 공동설계에 중국과 협력키로 결정하였고, AT&T도 5월 부수상을 미국에 초청해 5억\$의 계약을 성공시켰다.

컴퓨터에서도 애플컴퓨터는 현재 중국 PC 시장의 5% 밖에 점하고 있지 않으나, 6월초 베이징에서 상담회를 열고 선전을 강화하였으며, 현재 중국에 28개 대리점을 갖고 있는 켄터키 프라이드 치킨도 우선 2억\$을 투자해 200개 대리점으로 확장한다는 계획을 발표하였다.

미국, 와이어레스 LAN 시장 확대

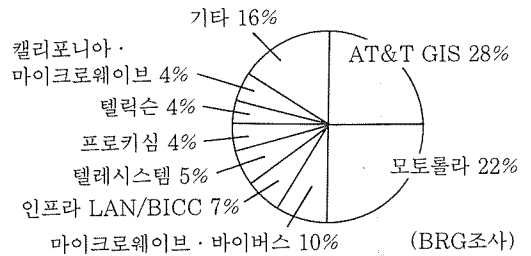
미국의 와이어레스 LAN 시장은 '93년의 3,600만\$에서 2천년까지 3억 5,000만\$의 규모로 확대할 것이라고 미국의 조사회사인 비지니스 리서치 그룹이 최근 밝혔다.

회선을 사용하는 대신 주파수를 이용해 구내 통신망을 구축하는 와이어레스 LAN은 '90년에 시장에 등장한 이래 미국에서 급속히 신장

되어 왔는데, 기업별로는 AT&T 글로벌·인포메이션·서비스(AT&T GIS, 1일 NCR)와 모토롤라가 28%와 22%를 각각 점해 미국시장의 절반을 차지하고 있다.

동 보고서는 또 2,000년에는 5억\$의 규모가 되며, 그때 미국은 전세계시장의 70%를 점할 것이라고 전망하였다.

<'93년 미국 와이어레스 LAN 시장의 기업별 쉐어>



유럽레이저디스크협회, 「유럽광디스크·플레트 폼」(EPOC)으로 조직개편

유럽 레이저 디스크 협회(ELDA)가 새로이 「유럽광디스크·플레트 폼」(EPOC)으로 스타트하게 되었다.

ELDA는 파나소닉(송하전기) 파이오니아, 필립스, 폴리그램, 소니, 텔레미디어, 벨틸스만, 워너홈·비디오 라고 하는 하드와 소프트웨어 유럽 7개사가 레이저 디스크의 보급을 목적으로 '90년에 설립하고 그 후 수개사가 추가로 가입한 단체인데, 유럽의 레이저 디스크 시장은 '89년말 시점에서 설치대 수 5만대이던 것이 '94년말에는 누계 50만대의 보급에 이를 전망이다.

그러나, ELDA에서는 시장을 더욱 확대시키기 위해서는 새로운 기능과 신제품 투입외에 광디스크 시스템과 캐리어를 포함시켜 영역을 넓히는 것이 우선해야 한다는 판단에서 EP-OC로 조직개편을 단행하게 된 것이다.

EPOD는 ① 하드, 소프트웨어, 가정용 광디스크

시스템과 캐리어의 생산에 대한 정보교환 ② 규격의 상호이해와 승인에의 동의 ③ 가정용 광디스크 시스템과 캐리어에 관한 마켓데이터의 수집 ④ 광디스크 시스템과 캐리어에 관해 가정용의 잠재 시장조사의 4가지를 주요 활동 목표로 하고 있다.

또 EPOD는 하드, 소프트, 디스크 제조분야에서의 가맹은 OPEN되어 있어 EPOD 자체도 ELDA와 마찬가지로 특정기업에 편중되지 않는 중립을 유지해 가려고 하고 있다.

독일의 소프트 기업 수익률 감소

독일의 유력지인 프랑크푸르트·아루게마이네는 소프트기업 상위 15개사의 현황을 정리해 게재하였다.

이에 의하면, 매년 소프트 시장 동향을 분석 발표하고 있는 조사기관인 류넨동크는 「93년은 소프트 역사상 최악의 해」라고 말하고, '92년의 영업규모가 전년대비 11.6% 신장한데 비해 '93년에는 5.6%로 거의 반감하였다고 밝혔다.

또, 독일 국내에서 2,000개사를 헤아리는 소프트기업의 총 영업규모는 작년에 223억 마르크를 기록하였으나, 이중 상위 25개사는 65억 마르크로 14%의 신장률에 머물고 있다.

그러나, 그 신장률의 태반도 SPA사 등 6개사에 의한 것으로 타사 및 중소 영세기업은 정체나 매상 감소를 보이고 있다.

프랑크푸르트·아루게마이네는 또 런던의 「소프트웨어·퍼블리셔즈·어소시에이션」의 분석을 이용해 「수년 내에 미미한 성장률은 그 양상을 바꾸어 이익 감소 경향을 띠 것으로 전망된다」고 논평하고 있다.

그 분석에 의하면, 과거 4년간의 영업건 수는 70% 증대하였으나, 판매단계가 평균 30% 이상이나 떨어짐에 따라 판매액은 겨우 10% 신장에 머물렀다고 한다.

또 각사는 격렬한 쉐어 경쟁을 전개하고 있

고, 특히 스탠다드 소프트의 주도로 가격인하가 계속되고 있기 때문에, 각사는 어쩔 수 없이 제작·판매·서비스 정책의 재검토를 행하지 않을 수 없는 상황에 직면하고 있다.

독일의 바이엘사, 태양전지 사업 강화

독일의 종합화학기업인 바이엘사는 기업매수에 의해 태양전지사업을 강화하고 있다. 태양전지는 차세대의 주요 에너지일 뿐만 아니라, 환경면에서도 클린 에너지가 요구되고 있기 때문에, 이를 장래 사업의 일환으로 강화코자 한 것이다.

바이엘사가 매수한 것은 바이에른주 브루크하이젠에 있는 위커·케미트로닉사의 실리콘 광전지 사업부문과 삭센주 프라이베르그(구 동독)에 있는 프라이베트가 전자제작회사(FEW)로, 바이엘사는 독일연방 카르텔칭의 승인을 조건으로 쌍방을 8월 1일부로 취득하게 된다.

특히 삭센주에서는 FEW를 조직개편하여 신회사인 「바이엘·솔라」를 설립, 5,000만 마르크를 투자해 실리콘 웨이퍼의 생산공장을 건설하고 150명을 고용할 계획인 바, 바이엘은 위커의 실리콘 광전지 사업부문과 FEW 쌍방의 취득에 의해 태양빛을 전기에너지로 직접 변환하는 태양전지 분야에서 확고한 기반을 굳히게 되었다.

독일의 슈나이더사, 레이저 TV 개발 추진

작년도 영업규모를 크게 축소해 적자폭이 크게 늘어났던 독일의 중견 음향기기 메이커인 슈나이더 라디오공업(주)는 기사회생책으로써 「레이저 TV」의 개발을 서두르고 있다.

“영화 화면과 같은 고품질 TV”의 선전문구로, 멀티미디어시대의 신기술으로써 동사가 개발에 전력을 기울이고 있는 동제품은 아직 많은 개발작업을 남겨놓고 있다고는 하지만, 내년

정기총회때는 시작품 제1호를 시연한다는 방침을 세워놓고 있다.

주식시장에서도 이 신기술의 성공을 예견하여 작년부턴 동사 주식의 인기가 상승해 작년 초 100 마르크였던 것이 금년 6월 8일에는 278마르크까지 상승하였다.

그러나 최대의 걸림돌은 자금력의 부족인데, 작년의 영업규모는 재작년보다 1억 마르크 이상이나 감소한 4억 170만 마르크로 적자폭은 재작년의 1,630만 마르크에서 2,040만 마르크로 오히려 증가하였다.

금년에는 업적이 다소 나아져 연말에는 흑자도 예상되고 있지만, 중국에 달한 개발작업을 확실한 것으로 하기 위해서는 자금력이 있는 파트너가 요구되고 있다.

슈나이더사는 레이저 TV 개발을 목적으로 한 레이저·디스플레이·테크닉(LDT) 유한회사를 독자적으로 설립하고 동사에의 자본참가를 호소하고 있으나, 지금 현재로써는 파트너를 찾지 못하고 있는 데, 이는 독일의 다이무라·벤츠나 칼·투아이스, 영국의 제너럴 일렉트로닉 등의 지지는 오로지 기술부문에 한정되어 있기 때문이다.

유력지인 남독일 신문에 의하면, 슈나이더사의 본사가 있는 바이에른주의 바이에른 연구재단의 도움에 기대를 걸고 있으나, 이것도 아직 확실치 않다고 한다.

하이비전 카메라, 개발에 박차

디지털 논쟁에 의해 좋은 싫든 주목을 끌어들던 하이비전 방송은 일시적인 혼란 상황을 탈피해, 당분간 HDTV(고정세 TV)는 하이비전이 실용시스템으로써 활약하리라는 점을 확인시켜 주게 되었다.

하이비전 방송은 '97년도부터 BS-4에 의한 방송이 될 것이라는 발표에 의해 발전의 길을 걷고 있으나, 이러한 흐름에 맞추어 저가격 하이비전 카메라의 개발도 활발히 진행되고 있

으며, 또 수요측에서도 최고급 카메라만으로는 하이비전 카메라의 필요량 확보가 어려워, 저렴한 기종의 개발을 희망해 왔다.

하이비전 보급을 위해서는 여러가지 조건을 갖추는 것이 필요하나, 최대의 테마는 프로그램의 내용으로, 이를 위해서는 기획력과 함께, 기자재의 충실이 필요하다.

최근 스포츠 중계에서는 10대 이상의 카메라가 사용되는 것이 일반적으로 그중의 대부분은 기동력있는 카메라라고 할 수 있어, 하이비전 카메라의 개발은 소형·경량·저가격의 카메라가 강하게 요구되고 있는 점에 부응한 것.

일본 빅터사는 업무용 하이비전 카메라를 개발, 연내에 상품화를 목표로 하고 있는 데, 「방송국으로부터의 사전 조치가 예상 이상으로 좋다」고 한다. 백만 개의 CCD의 채용 등으로 가격을 저렴화한 데다, 신개발한 LSI 등으로 화질에 있어 방송국을 만족시킨 것이다.

또, 지상통신기기로써는 4CCD 타입을 개발하고, R·G·B용의 3개의 CCD외에 G광을 2분할하는 파라미터 1장을 사용하는 2/3인치 CCD를 위해 코스트 다운을 도모하고 있다고 한다.

히다치전자는 2/3인치 수퍼-HARP관을 사용한 하이비전 핸디 카메라를 NHK와 공동으로 개발하였는데, 이것은 초고감도, 감도가 변 등의 특징도 갖추고 있다.

소니는 하이비전에서의 이용을 목적으로 한 4:3/16:9 변환 카메라를 개발하여 와이드화제의 과도기에 대응토록 하고 있으며, 이외에 마쓰시다 전기, 도시바 등도 저가격 하이비전 카메라의 개발에 주력중이다.

다수의 카메라를 사용해 다양한 앵글로 촬영함으로써 보다 우수한 하이비전 영상을 창조한다는 의미에서 하이비전 카메라는 충실이 주목받기 시작하고 있는데, 이들 카메라는 또 방송용 외에도 의료·산업용분야에서의 활발한 도입이 이루어질 것으로 기대되고 있다.

일본의 '94 설비투자 전자기계 13.4% 증가

통산성은 금년 3월 30일 현재의 주요 업종별 '94년도 설비투자동향을 발표하였는데, 이 중 전자전기 기계산업의 설비투자계획을 보면, '94년도에는 전자기계가 전년대비 13.4% 증가, 전기기계는 동 1.0%의 증가를 나타내고 있다.

'93년도에 있어서의 산업용전자기계의 생산액은 전년대비 6.7% 감소한 9조 8,563억 엔으로, 수출액도 동 7.1% 감소한 3조 4,302억 엔이었다.

전자부품·전자디바이스의 '93년도 생산액은 동 0.2% 감소한 7조 9,494억 엔이었으며, 수출은 동 3.8% 증가한 5조 5,637억 엔이었다. 이에 대해 '93년도의 설비투자 실적은 전년대비 0.6% 감소한 9,920억 엔으로, 이는 상반기에 11.1% 감소하였으나, 하반기에는 10.6% 증가로 호전되었기 때문이다.

그리고 '94년도 계획에 의하면 설비투자액은 전년대비 13.4% 증가한 9,271억 엔으로 훨씬 활발한 투자를 계획하고 있다. 이 내역은 생산관련투자 42.9%, 연구개발투자 22.6%, 합리화·성력화 투자 14.1%로, 어느 것이나 투자계획은 대폭적으로 증가하고 있다.

'93년도 전기기계의 생산액은 전년대비 8.1% 감소한 12조 5,502억 엔, 수출은 동 15.3% 감소한 3조 7,712억 엔이었다.

이중 중전기기는 전년대비 5.6% 감소한 3,120억 엔이었으며, 가정용 전자기기는 동 14.2% 감소한 3조 627억 엔으로 수출액도 동 22.4% 감소한 1조 7,517억 엔으로 전년을 크게 하회하였다.

가정용 전자기기의 생산은 동 8.5% 감소한 2조 5,866억 엔, 수출도 동 23% 감소한 3,725억 엔이었으며, 경전기(조명·전구·축전지 등)의 생산은 동 3.0% 감소한 1조 6,052억 엔을 나타냈다.

이러한 동향에 근거하여 볼때 '94년도의 설

비투자계획은 '93년도의 실적인 4,094억 엔(전년대비 80.5% 감소)과 거의 동액이 될 것으로 예상된다.

'94년도 정보서비스 산업, 증수증익 예상

'93년도 결산은 집계 20개사중 16개사가 수익이 감소하였고, 이중 2자리 감소는 10개사에 이른다. 경상이익은 11개사가 감소하고, 3개사는 결손을 보였다.

통산성의 특정서비스산업 동태 통계에 의하면, 정보서비스업의 매상고는, '92년 5월부터 '94년 3월까지 23개월 연속하여 전년 동월대비 감소로 침체장기화의 기록을 갱신하고 있어, 복합불황의 긴 터널을 빠져나가지 못하는 것으로 나타났다.

업계 각사는 인원삭감·제1선에의 인사이동·조직개편·외주삭감·경비삭감 등 리스트라/슬람화 노선을 계속 강화하고, 또 수요구조의 변화에 대응한 기술개발과 영업력 강화에 노력하여, '94년도는 합계 18개사중 14개사가 증수, 16개사는 증익이 예상되며, '93년도의 침체기를 벗어나 '94년도에는 상승세로 전환할 것이라는 기대가 지배적이다. 이러한 패턴은 최근 3년간 계속되었으나, 이번에는 실감할 수 있다는 것이 업계의 반응이다.

우선, 경기가 전반적으로 상승하고 있고, 호전된 업종이 사업전개에 직결된 점을 들 수 있다. 게다가 「투자역제 부작용이 보인다」고 표현되는 바와 같이 본래 필요한 정보화의 축소·연기·중지가 한계점에 도달했다고 하는 것으로, 일반 관리코스트를 삭감하는 수준으로 정보화를 정제시킬 수는 없기 때문이다.

그 뿐만이 아니라 보다 포지티브한 국면이 확대되고 있는 데, 그것은 리스트라/감량경영이라고 하는 시점이 아닌, 보다 라디칼하게 업무를 수정해 혁신하고, 경영전반 조직체제를 개편한다는 새로운 대응(=리엔지니어링)이 활발해지고 있다.

그것은 최신의 정보기술(IT=인포메이션·테크놀로지)의 적극적인 도입을 의미하고 있으며, 하드/소프트/네트워크의 경신과 새로운 시스템 구축에 연결되는 것이다.

정보서비스 산업 각사는 불황대책과 동시에, 최근 네오다마로 상징되는 신조류에의 대응을 착실히 추진하고 있어 Needs와 Seeds가 잘 조화된 커다란 흐름을 형성하고 있다.

업계는 수주산업적 성격이 강한 것은 분명하나, 한편으로는 PC/WS 베이스의 크라이언트·서버 시스템과 패키지 비즈니스가 진전하고 있고, 시황호전이 업적에 반영되는 사이클도 단축되고 있어, 서서히 상승조류가 밀려오는 느낌이 강하다고 말할 수 있을 것이다.

광자기 디스크 「3.5인치」 시장, 순조로이 확대

3.5인치 광자기(MO) 디스크 시장이 작년말부터 순조로이 확대하고 6월 이후에는 230-MB 타입이 본격 출하되고, 또 128MB의 염가판이 시중에 나오고 있어 '94년도의 수요전망은 드라이브에서 40만대, 디스크(미디어)에서 500만장이 될 것으로 추측된다. 또한 매킨토시 User 중심으로 드라이브 한 대당의 사용매수가 증가하고 있어 600만장을 넘을 것이라는 강한 견해도 나오고 있다.

3.5인치 MO디스크 수요는 작년말 드라이브(유닛)의 실세가격이 10만 엔까지 다운되면서 급속히 신장세를 띄어 매월 실적이 상승해왔다. 5월 실적은 이제까지의 반동에서 전월실적에 조금 못미쳤으나, 6월에 들어서 230MB 타입이 본격 출하되고 있고, 128MB 타입도 회전수는 느리지만(1,800회전), 가격 메리트를 추구하는 기종이 발매되어 Mac User에서 Dos/V, 나아가 PC-98 User에로 수요의 폭이 확대하고 있어 금년말의 상품전을 향해 매상이 가속화 될 전망이다.

3.5인치 MO디스크 시장규모의 추이를 보

면, '91년도 드라이브 4만대, 디스크(미디어) 10만장, '92년도 드라이브 18만 5,000대, 디스크 100만~140만장 '93년도 드라이브 25만대, 디스크 250만~300만장으로 추측(디스크는 누계 드라이브 베이스) 된다.

드라이브 한 대당의 디스크 사용매수로 보면, '91년도 2.5장, '92, '93년도는 5~6장이 다. '94년도의 수요전망은 기업에 따라 다르나, 약 40만대가 될 것으로 보인다.

드라이브 한 대당의 사용매수를 6장으로서는 계산하면 500만장이 되나, 디자이너나 의사 등 Mac User로 연간 200만장이나 사용하는 파워 User도 나오고 있는 점 등을 감안하면 한 대당의 사용매수는 확실히 증대하고 있다고 할 수 있으며, 한 대당 7장으로 하면 600만장이라는 견해도 가능하다.

수정진동자, 해외시장 의존도 심화

수정진동자 각사에 있어서 해외시장에의 의존도가 심화되고 있다. 동남아시아의 영상 음향기기의 생산증대, 유럽에 있어서의 이동체 통신시장의 확대를 배경으로 주요 각사에서는 아시아권에서의 현지 생산을 증강하고 있으나, 수요증가에 대해 생산이 쫓아가지 못하는 상황이 계속되고 있고, 이동체 통신용의 제품이 국내생산 주도라는 점에서 수출규모가 계속 확대, 매상고에 접하는 수출비율은 상승기조를 타고 있다.

일본전과공업에 있어서 지난 1/4분기 수출액은 전년대비 9.5% 증가한 162억 9,600만 엔으로, 이것은 전 매상고의 49.1%에 해당하며 전기보다도 1.3포인트 높아진 것이다.

킨세키는 지난 1/4분기의 수출액이 전기대비 16.6% 증가한 103억 1,200만 엔에 달해 수출비율은 36.9%에서 3.9포인트 상승하여 40%대에 이르게 되었다.

또한 동양통신기에서도 수정기기 부문의 지난 1/4분기 매상고는 전기대비 11.8% 증가한

276억 9,400만 엔을 확보하였으나, 그 신장은 SAW 디바이스, 수정필터, 수정발진기를 중심으로 수출규모가 확대된 것에 의한 것이다.

수정진동자 기업들은 TCXO(온도보상형 수정발진기)를 중심으로 수요를 생산이 쫓아가지 못하는 상황이 계속되고 있으나, 이는 국내의 휴대전화 자유화에 의한 수요증가 외에 미국, 유럽에 있어서의 이동체통신의 신장에 의해 수출규모가 증가하고 있는 것도 한 요인으로 볼 수 있다.

또한 일본계 세트메이커를 중심으로 동남아시아, 중국에의 생산 거점 이전이 가속화한 점에서 칼라TV, VTR, 음향기기라고 하는 가정기기용 수정진동자의 현지 생산이 급속히 확대하고 있다. 일본 전파공업, 킨세키, 등이 현지 생산을 강화하고 있지만 수요증가를 커버할 수 없어, 일본으로부터의 수출 의존도는 여전히 높을 것으로 보인다.

중국 1/4분기, 외자기업 진출 반감

중국 영자신문인 차이나 데일리가 국가공상 행정관리국의 발표를 인용해 보도한 바에 의하면, 금년 제1/4분기에 중국에 진출한 외자기업은 10,739개사로 전년동기대비 43.6% 감소하고, 투자총액과 등기자본액에서는 동 50% 감소한 것으로 나타났다.

동관리국에서는 과거 2년간의 급격한 외자 진출에는 불건전한 바가 있어, 진출 속도의 다운은 자연스러운 것이라고 보고 있으나, 붐이 일었던 외자의 대중국투자에 그림자가 생긴 것이라는 분석도 나오고 있다.

외자의 진출이 저하한 이유로서 동관리국에서는 ① 외자에의 우대조치를 줄이고 새로운 세제를 도입하였고, ② 아시아국가들이 외자 우대책을 강화하고 있으며, ③ 중국의 긴축경제정책에 의한 것이라는 이유를 들고 있다.

중국에는 작년말 현재 167,000개사의 외자기업이 진출하고 있는데, 작년의 진출기업 수는 재작년에 비해 거의 2배 가까이 증가하였다.

중국, 포켓 벨 수요 급증

중국에서 포켓벨(삐삐) 이용자가 급증하고 있다. 우전부의 발표에 의하면, 현재 가동대수는 646만개로 이것은 미국, 일본에 이어 세번째인 숫자로 최근 1년간 이용자는 무려 85만 2,000명이나 증가하였다. 이동체 전화의 설치도 증가해, 연초의 63만 4,000대에서 3월말에는 78만 4,500대에 달하였다.

우전부는 국내 통신망정비에 작년 400억원을 투자한데 이어 금년에도 이를 상회하는 536억원을 투자할 계획이다.

대만의 대외투자, 전년대비 70% 증가

금년 1~5월까지 대만 투자 심의 위원회의 인가를 얻은 대외투자는 8억 2,340만\$에 달해, 전년동기대비 70% 증가를 보였다. 투자선은 동남아시아가 대부분으로, 특히 말레이시아, 싱가포르, 태국에의 투자가 많다.

말레이시아에의 투자는 전년동기대비 730% 증가, 태국과 싱가포르에는 각각 180% 증가를 보였다.

인도네시아는 반화교 폭동 때문에 59% 감소하였으며, 베트남에의 투자도 0.25%의 미미한 감소를 보였다.

투자업종별로는 금융보험업에의 투자가 273% 증가한 3억 7,972만\$로 가장 많고, 이어 도매와 소매업에의 투자가 778% 증가, 전기전자제품업에의 투자는 171% 증가, 교통수송업에의 투자는 479% 증가하였다.