

VI. 尖端 産業 動向

업계 최대의 TFT
방식 액정표시장
치, 벽걸이 TV에
활용 계획

샤프社, 최대 액정표시장치 개발

○ 업계 최대 LCD

- 샤프社, 업계 최대 화면 사이즈(40인치)의 TFT(薄膜트랜지스터) 방식 액정 표시 장치(LCD) 개발
 - 최대의 單板 패널인 29인치 LCD 2장을 접합한 것임
 - 상품화의 시기가 가격은 비정
 - 고화질의 디스플레이를 사용, 벽걸이 TV 등에 응용될 전망

○ 화면의 대형화에 대응

- 試作品은 칼라 패널로써 시야 각도가 좌우 120도, 상하 90도임
- 2장의 패널을 이음매가 눈에 띄지 않게 붙이는 미세 접합 기술을 채택
- TFT 방식 LCD를 單板 패널로 대형화하기는 현단계에서 곤란함
- 향후에도 20인치 등 소형 패널을 접합하는 기술을 개발, 화면의 대형화 추세에 적극 대응할 방침

○ PALC방식도 조기 개발 계획

- 샤프社는 소니社와 제휴, 플라스마 방전으로 구동하는 新방식의 플라스마 액정(PALC)도 개발할 계획
 - 早期에 量産 가능한 PALC를 투입, 나가노 올림픽 개최 시기인 98년도에 벽걸이 TV를 제품화할 예정
 - 후지쓰社, NEC社도 플라스마 방전의 원리를 이용한 PDP(플라스마 디스플레이 패널)의 상품화를 서두르고 있음
- 샤프社는 TFT 방식 LCD 접합 기술을 이용하여 PALC보다 고화질인 고급 디스플레이도 곧 상품화할 것으로 보여짐
- 샤프社는 2000년 100만대에 달할 것으로 예상되는 薄型大畫面 裝置 시장을 PALC와 TFT 방식 LCD 兩 디스플레이로 공략한다는 전략임

(「日本經濟新聞」, 9月 28日)

日本 企業의 美國 PC市場 再攻略

미국 컴퓨터 시장에서 일본 기업이 차지하는 비중은 매우 작음

- 美國 컴퓨터 시장에 첫 번째 진출에서 실패한 일본 기업
 - 도시바만이 노트북 컴퓨터 시장에서 일부 성공
 - 소니: 80년대 초반 미국 시장에 PC를 출시하였으나 운영체제 선택에서 실패함
 - NEC: 일본 컴퓨터 시장을 주도하는 업체이지만 미국에서의 성과는 미미함

멀티미디어 시대의 교두보를 확보하기 위해 미국 시장 진출을 다시 시도

- 미국 시장에서 다시 투자를 확대
 - 미국 컴퓨터 시장에 다시 관심을 기울이는 이유
 - PC와 TV가 가정 기기의 주도권을 놓고 경쟁하는 시점에서, PC 부문의 교두보 없이는 이에 대응 할 수 없음
 - 미국은 세계 컴퓨터 시장의 40%를 차지하는 거대 시장일 뿐 아니라, 표준화와 제품 동향을 선도하는 시장임
 - 가격 경쟁 전략에서 탈피하여 다양한 시장 전략을 시도
 - NEC는 기존 업체에 대한 지분 투자를 확대하고 있으며, 히다치와 후지쯔는 기존의 관례를 깨고 미국인 경영자의 권한을 확대한 독립 법인을 설립함
 - 소니와 도시바는 가정용 멀티미디어 시장에, 히다치, 후지쯔, 샤프 등은 휴대용 시장에 주력하고 있음

부품 생산 능력과 종합 전자 업체로서의 특징을 장점으로 하여, 높은 시장 성장이 예상되는 미국 시장에서 어느 정도 성과를 거둘 것으로 전망

- 일본 기업들은 성공할 것인가?
 - 미국 컴퓨터 시장의 높은 성장성이 낙관적 요인
 - 향후 수년간 15-20%씩 성장할 것으로 전망(데이터퀘스트)
 - 과거의 실패 경험을 바탕으로 일본 기업들이 어느 정도의 성과를 올릴 수 있을 것으로 전문가들은 전망함
 - 거의 모든 부품의 자체 공급이 가능한 일본 기업들은 시장 성장에 원활히 대응할 수 있음
 - 특히, 여러 부문이 통합되는 멀티미디어의 진행은 종합 전자 업체인 일본 기업을 유리하게 하고 있음

(NEWSWEEK, 1996. 9/2)