3. 尖端 産業 動靜

■ 日 반도체 업계, 300 밀리 웨이퍼 時代 突入

300 밀리 웨이퍼는 대용량 메모리 생산에 필수적이며 반도체 생산의 코스트를 크게 절감시킴

○ 大容量化로 코스트 절감

- 일본의 대형 반도체 업체들은 직경 300밀리의 실리콘 웨이퍼를 사용하는 차세대 생산 라인의 건설에 박차를 가하고 있음
  - · NEC, 후지쓰는 내년부터 연구시설과 試作 라인에 300 밀리 웨이퍼를 도입하며 미쓰비시는 금년에 착공하는 高知工場부터 이를 채택할 예정임
- 300 밀리 웨이퍼는 현재의 200 밀리 웨이퍼의 2배 이상의 크기로 1기가 비트級 대용량 메모리 생산에 필수적
  - · 또한 200 밀리 웨이퍼에 비해 칩 1개당 코스트를 약 20% 절감하는 효과가 있음
  - · 2000년까지 일본의 대형 반도체 10社 중 7社가 300 밀리 웨이퍼 생산 체제를 구축할 예정임

(「日本經濟新聞」, 97. 6.6)

■ 토요타 자동차, 5月 對美 수출 6% 감소

토요타 자동차는 일본의 對美 무역 흑자 확대에 대한 배려로 대미 수출을 자율 규제하고 있음

○ 무역 흑자 확대에 대한 배려

- 토요타 자동차의 5월중 對美 수출은 12만 1천대로 前年同月에 비해 6% 감소를 기록하였음
  - · 이 중 승용차 수출은 15% 감소하였으며, 특히 주력차인 「캄리」의 수출이 크게 줄었음
- 同社는 円低를 배경으로 일본의 對美 흑자가 다시 확대되는 조짐을 보이는데 대한 배려로 對美 수출을 자율 규제하고 있기 때문임
  - · 이 영향으로 미국 시장에서 승용차의 供給 不足이 표면화하고 있음
  - · 「캄리」의 경우, 재고량 부족으로 주문에 생산이 따라가지 못하는 실정임
  - · 同社는 미국 공장의 생산 능력 확대와 종업원의 고용 증대로 이에 대응할 방침임

(「日本經濟新聞」, 97. 6.4)

■ 엑스트라넷(Extranet)을 통한 기업 네트워크의 확장

인터넷 활용이 단순 마케팅에서 전략적 네트워크 구축으로 발전하고 있음

○ 기업의 인터넷 활용 진화와 엑스타라넷의 등장

- 기업의 인터넷 활용 양상이 단순하고 정적인 마케팅에서 전략적인 네트워크 구축으로 확대되고 있음
  ① 웹사이트 구축 시대: 주로 기업 홍보에 활용
  ② 인트라넷 구축 시대: 인터넷 기술을 이용하여 기업내 네트워크 구축
  ③ 엑스트라넷 구축 시대: 인터넷 기술을 이용하여 지사, 협력 업체 및 고객과의 네트워크를 구축

엑스트라넷은 구축비용이 저렴하고, 연결되는 조직간에 공동의 보안 노력이 필요함

○ 엑스트라넷의 주요 특징과 구축 방안

- 엑스트라넷은 기존의 전자결제시스템(EDI)과 기능상 비슷한 면이 있으나, 구축 비용이 훨씬 저렴함
  · 기존의 EDI는 대기업만이 구축 가능했으나 엑스트라넷은 중소기업도 구축 가능하며, 전반적으로 전자상거래를 촉진시킬 것임
- 엑스트라넷 구축의 핵심은, 네트워크로 연결되는 외부조직과 보안 문제를 함께 해결해야 한다는 것임
  · 내부적으로 보안체계가 무너지면 다른 파트너의 보안체계에도 영향을 미침
- 엑스트라넷의 완벽한 구축을 위해서는 단계적인 전략이 필요함
  · 인트라넷을 통해 네트워크의 활용성과 안전성을 내부적으로 검증한 후, 외부와의 연결로 확대하는 것이 바람직함

단기적으로는 인트라넷 구축이 활발해지고, 이것이 엑스트라넷으로 발전할 것임

○ 엑스트라넷 구축 동향

- IBM이 전세계의 2,357 개 업체를 조사한 결과, 약 20%가 인트라넷의 구축과 그것의 외부 연결을 완료했거나 진행중이라고 조사됨
- 1998년까지는 각 기업들의 인트라넷 구축이 활발하게 진행되고 점차 엑스트라넷으로 발전할 것임

(Financial Times, 1997. 6/4)