



XEROX의 商術成功

— 必要와 叡智의 結合所産 —

XEROX 라면 美國會社名인 동시에 電子寫眞을 찍어 내는 複寫機의 商標이기도 하다.

이 전자사진법의 基本發明者는 체스터 F. 칼슨이란 사람이며 그는 젊었을 때 매로리會社의 特許部에 종사하면서 夜間學校에서 法律을 공부했다. 그는 圖面이나 筆寫가 主業務이므로 이 복사 방법을 연구하기에 이르러 당시 코닥에서는 銀鹽法에 의한 복사를 試圖하고 있음을 알아차리고 새로이 개발한 것이 靜電複寫法이었다. 그 해가 1938년이며 첫實驗의 성공과 아울러 特許를 出願했다.

그러나 그에겐 돈의 뒷받침이 아쉬웠다. 資本을 求하기 위해서 IBM·RCA·GE 또는 코닥 등에 協力을 提議했으나 모두 거절 당했다. 그러는 동안에 조금씩 技術이 개량되었고 6년이 지난 어느날 바텔研究所에서 개발에 대한 支援을 自請해 왔다. 條件은 칼슨의 발명을 商品化하기 위해서 개발을 하되 特許權은 바텔의 所有로 하고 뒤에 특허로부터 技術料가 收入되면 그 중 25%를 칼슨에게 支拂한다는 조건이었다.

또 2년이 지난 뒤 해로이드社에서 개발을 시작했고 1945년 2次大戰이 終戰되던 해에 「코닥 먼스리 어보스트라트 브리틴」이란 雜誌에 칼슨의 정전복사기술이

간단하게 紹介되었다. 이때 해로이드社長인 존 윌슨이 이 기사에 관심을 갖기에 이르렀다.

그래서 해로이드는 바텔研究所의 年間 25,000달러에 정전복사로 얻는 수입의 8%를 로열티로 지불하기로 契約하고 적극 개발에 착수했다. 그 결과 1948년에는 정전복사기의 試作品을 발표했고 그러는 동안 기술상의 문제점이 없지 않았으나 이를 무릅쓰고 1955년에는 社名을 해로이드 제록스로 改稱하였으며 1956년에는 칼슨의 특허를 바텔연구소로부터 완전히 引受했다. 이때까지 해로이드가 投資한 總經費는 200만달러가 되었다.

그로부터 4년이 지난 1960년에는 新製品인 「제록스 914」를 발매하여 國際적으로 인기를 얻었고 이 새복사기에 대해 IBM의 위트슨會長이 직접 共同開發을 제의하였으나 거절당하기도 했다.

이같이 驚異의인 발명도 商品化로서 脚光을 받기에는 22년이란 긴 세월이 걸렸으며 자본이 투입되어 개발에 착수한지도 14년이 흐른 것이다.

따라서 제록스社는 제록스 914를 市販하기 시작하던 初期에는 연간 幾千萬달러에 지나지 않았으나 불과 10년만에 賣出額은 20배인 20億달러, 利益은 17배가 되는 5억달러에 이르렀다.

아직도 XEROX 商標와 복사기는 健在하다. 美國內 言論機關에서까지 노름이라고 비웃음을 받던 제록스가 오늘이 있는 秘訣은 한마디로 필요에 의한 獨創의發明이 果斷性있는 企業人의 叡智로 햇빛을 보게 된 것이다. 그리고 商術적으로는 자본이 특허를 活用했다는 것과 그를 契機로 계속해서 基本發明을 개량, 발명하여 排他獨占權이라는 특허권의 城壁을 쌓아 올리는 등 특허의 그

몰이라고 하는 現代式 武器를 適切히 處놓은 점이다.

한마디로 特許戰略이란 아무나 필수 있는 企業手段인 동시에 아무도 마음대로 꾸밀수가 없는 까다로운 商術이기도 하다. 그러나 現代企業은 특허라고 通稱하는 工業所有權의 存在나 민권을 等閑視하고는 原價面에서 또는 市場確保를 위하여 競爭이 성립될 수가 없다. 科學技術이 발전할수록 公營소유권의 必要性은 急増하는 것이다. ■

코닥과 아그파의 特許競爭

— 特許와 브랜드의

結合戰略으로 發展 —

美國의 코닥과 아그파 兩社는 필름 메이카로서 코닥은 全美國의 90%와 유럽 外市場을 掌握하고 아그파는 全유럽시장을 獨占하다시피한 大라이벌 企業이다.

코닥은 1963년 코닥·인스터매틱카메라와 코닥카메라의 新技術을 연구 발표하였는데 내용인즉 필름을 매거진에 넣어 간단히 裝填하는 것으로서 特許까지 取得했다.

또한 코닥은 필름의 크기를 바꾸어 이를 코닥박사이즈의 規格으로 만들었다.

그러나 아그파도 1년 뒤에 이른바 래피드시스템을 개발하고 ① 아그파의 래피드시스템은 特許料 없이 實施하게 할뿐더러 技術支援도 한다. ② 다만 제조된 필름에는 반듯이 래피드라는 브랜드를 부친다. ③ 日本製 코닥필름을 사용하는 인스터매틱카메라를 유럽에 수출하지 말라는 特許와 브랜드의 結合 戰略을 펴기까지에 이르렀다. 두 회사의 특허전략은 이만큼 熾烈했으나 이것이 비단 이들 카메라메이카에 局限된 事例는 아니다. ■