



■ 국내 카메라업체, APS 디지털카메라 수입선 다변화 지정건의

카메라업체가 신사진시스템(APS) 카메라와 디지털카메라를 수입선다변화 품목으로 지정해줄 것을 정부에 건의할 방침이다.

최근 관련업계에 따르면 삼성항공과 현대전자 등은 국산 카메라산업 육성을 위해 당분간 APS 카메라와 디지털카메라를 수입선다변화 품목으로 지정할 것을 정부에 건의키로 했다.

이들 업체는 APS 카메라와 디지털카메라를 수입선다변화 품목으로 지정하지 않을 경우 일본산이 대거 유입돼 개발단계인 국내업체가 자생력을 갖지 못할 것으로 우려하고 있다.

삼성항공은 국산품이 경쟁력을 갖출 때까지 이들 제품을 수입선다변화 품목으로 묶어줄 것을 정부에 건의할 방침이다.

현대전자도 제품개발단계에 있어 제품이 출시될때까지 수입선다변화 품목으로 지정해야 한다는 건의서를 정부에 제출

할 계획이다.

현재 삼성항공은 APS카메라와 디지털 카메라를 개발해 양산을 준비중이며 현대전자도 제품을 개발하고 있다.

한편 35mm 카메라만 수입선다변화 품목으로 지정돼 일본산의 수입이 금지돼 있을 뿐 규격이 다른 APS 카메라와 디지털카메라에 대한 규정은 마련돼 있지 않다.

■ 국내 1회용 카메라 시장 가열

-올수요 3백만대 예상-

1회용카메라 판매경쟁이 가열되고 있다.

최근 관련업계에 따르면 한국코닥과 한국후지필름·코니카필름 등 필름 업체는 3백만대로 전망되는 1회용 카메라시장의 점유율을 높이기 위해 디자인을 새롭게 한 신제품을 앞다퉈 내놓고 있다.

한국코닥은 최근 유선형으로 디자인한 제품을 내놓고 본격적인 판촉에 들어갔다. 한국코닥은 앞으로 수중 1회용 카메라를 내놓는 등 현재 3개인

제품 모델수를 늘리는 한편 재생품과 경쟁을 위해 디자인이 차별화된 제품을 주력으로 내세울 계획이다.

한국후지필름은 1회용 카메라의 수요가 많은 관광지, 유원지의 점포와 독점공급계약을 체결해 시장점유율을 끌어올릴 계획이다.

코니카도 최근 기존 모델을 컴팩트한 신모델로 완전 대체하고 본격적인 영업에 들어갔다.

코니카는 1회용카메라의 경우 휴대성이 뛰어나야 한다고 보고 미니제품판매에 주력하는 한편 각종 매체를 이용해 광고를 펼치는 등 본격적인 판촉에 나설 방침이다.

■ 현대전자, 3배줌 카메라 독자 모델 개발

현대전자가 자체기술로 3배줌 카메라(모델명 하이퍼 줌 120)를 개발해 4월부터 양산에 들어간다고 최근 밝혔다.

지난 94년 8월부터 총 40억원의 연구비를 들여 기초설계

에서부터 양산에 이르기까지 순수 자체기술로 개발한 이 카메라는 렌즈의 왜곡현상을 보정하기 위해 球面렌즈 2개를 사용하는 기존방식과 달리 1개의 非球面렌즈를 채용해 기존 제품보다 렌즈 무게를 줄이고 선명한 사진을 얻을 수 있다.

또 제품 윗부분에 액정 표시 장치(LCD) 화면을 부착, 필름 사용매수·줌거리·노출정도 등 각종 정보를 한눈에 확인할 수 있도록 설계했다.

현대전자는 이 모델을 수출 주력 모델로 선정하고 연간 30만대를 생산, 카메라 선진국이라 할 수 있는 미·주·유럽·일본 등지에 약 25만대를 수출할 예정이다.

한편 현대전자는 이 카메라를 지난 3월 26일 라스베이거스에서 폐막된 PMA쇼에 출품해 해외바이어에게서 2천만달러 이상의 주문을 받았다고 밝혔다.

한국인 기술자 나중열씨, 초소형 카메라 제작

한국인 기술자가 카메라의 본고장 일본에서 독자기술로 장래가 유망한 초소형 카메라 제작에 나서 화제가 되고 있다.

반도체 기술자인 나중열씨(60)가 개발한 「하이 치즈」는 현재까지 개발된 카메라중 「카드 카메라」에 가장 가까운 초

소형으로 두께도 1cm에 불과해 간단히 와이셔츠 주머니에 들어간다.

나씨는 자본금 3억엔의 개발 회사 「레믹스」를 설립, 「하이 치즈」를 제작해 최근 시작품을 선보였다. 나씨는 일본 중소기업사업단 등이 창조적인 모험기업과 투자자와의 만남의 장으로서 기획한 「벤처 플라자 펜」에 응모해 입선했고 지난 3월 18일 투자자들과 만나 실용화 계획을 설명했다.

외산 디지털카메라 수입급증

디지털카메라 수입업체가 늘고 있다.

최근 관련업계에 따르면 한섬시스템과 데이터뱅크·신도시스템 등이 최근 외국유명 디지털카메라업체와 제품공급 계약을 체결하거나 추진중에 있어 한국코닥과 현대전자 등 기존업체와 시장경쟁이 치열해질 것으로 보인다.

한섬시스템은 지난해 12월 일본 치논사와 보급형 디지털카메라(모델명 ES 3000) 국내 공급계약을 맺고 이달 말부터 제품을 판매할 예정이다. 이 회사는 제품의 소비자를 1백 30만원으로 책정했으며 직판 위주로 실수요자에게 공급한다는 계획이다.

컴퓨터 일출력장비 수입업체인 데이터뱅크 도입업체인

데이터뱅크도 미국 다이캠社와 1월초 디지털카메라(모델명 10C)의 국내 독점공급계약을 맺었다.

캐논, 코닥 등 APS 카메라 생산 상향조정

일본의 APS 카메라업체들이 APS 카메라 생산계획을 잇따라 상향 조정하고 있다.

「日本經濟新聞」의 최근 보도에 따르면 카메라업체들은 4월 22일부터 시판되는 새로운 사진규격 APS 카메라에 대한 당초 생산계획을 상향조정했다.

캐논은 콤팩트형 카메라 「IXY」의 생산목표를 당초 예정한 월 4만대에서 6만대로 늘려 잡았다.

또 일본코닥도 콤팩트형 카메라 「ADVANTIX3600ix」 등에 대한 판매대리점으로 부터의 주문이 당초 예상보다 50% 이상 많다고 판단, 증산준비를 서두르고 있다.

미놀타는 6월초 발매계획인 「백티스 S-1」의 생산목표를 당초 월 3만대에서 4만대 이상으로 높일 방침이다.

카메라업체에서 신제품의 발매계획을 시판 이전에 상향 조정하는 것은 극히 이례적인 일로 이번 증산계획은 이 제품의 시장성에 대한 확신이 없어 사업화를 늦추고 있는 아사히 광학공업·리코 등 다른 업체

들의 사업전략에도 영향을 미칠 것으로 전망된다.

■ 삼성항공, 일본 아사누마사와 카메라 공급계약 체결

삼성항공은 최근 일본 유통업체인 아사누마사와 카메라 공급계약을 맺고 일본지역 카메라 수출을 확대키로 했다고 최근 밝혔다.

삼성은 주문자 상표부착 생산(OEM)방식의 일본수출을 최대한 줄이고 자기상표로 수출한다는 전략에 따른 것이라고 설명했다. 이 회사는 또 서비스망 강화를 위해 일본 관동 카메라서비스사와 계약을 체결, 고장수리 서비스를 대행토록 할 계획이다.

■ 후지, 코닥사 4월부터 APS 1회용 카메라 생산

1회용 카메라의 크기가 지금의 4분의 3정도로 작아진다.

1회용 카메라의 양대생산업체인 일본의 후지필름과 미국의 이스트먼코닥사는 최근 오는 4월부터 은도금필름의 새로운 규격인 「어드밴스드 포토 시스템(APS)」을 채택한 1회용 카메라를 생산할 계획이라고 밝혔다. 이에 따라 1회용사진기의 크기는 기존 제품에 비해 25% 줄어들게 됐다.

후지필름은 특히 일부 1회용

카메라의 경우 크기가 일반 명함정도밖에 안되는 초소형 제품도 선보일 예정이다.

양사는 앞으로 APS를 채택한 1회용 카메라생산을 점차 확대, 내년에는 전체 생산량중 40%를 APS로 전환키로 했다. 일본의 코니카필름도 APS 1회용 카메라생산을 확대할 방침이어서 앞으로 소형 APS 제품이 세계 1회용 카메라시장을 주도해 나갈 것으로 전망되고 있다.

■ 일본 NEC, 상온촬영 적외선 카메라 개발

일본 NEC가 냉각장치가 필요없는 적외선카메라 「인플러비전 IRV2010」을 개발, 시판에 들어갔다고 일본 「日刊工業新聞」이 최근 보도했다.

이 카메라는 티탄박막저항의 온도변화를 이용하는 적외선센서를 내장해 상온에서도 촬영할 수 있다. 또 냉각제와 고압가스 등 냉각장치가 필요치 않아 장치의 소형화·低소비전력화도 가능하다.

이 장치의 크기는 가로 1백10mm, 세로 2백50mm, 높이 1백30mm로 가격은 1백98만엔이다.

이 카메라에 채용된 적외선센서는 실리콘LSI 표면에 1백28×1백21개의 화소를 형성한다. 또 10미크론대의 적외선을

감지할 수 있어 대기산란현상과 안개·연기 등의 영향을 거의 받지 않는다. 적외선카메라는 물체의 적외선 방사 에너지를 감지, 영상화하는 장치이다. 이 카메라는 방범·화재방지뿐만 아니라 공업·의료·화산관측 등 다양한 용도로 사용할 수 있다.

■ 후지필름, 미국에 첫 필름공장 설립 -1억불 투입, 내년 월 1천만롤 생산-

일본 후지사진필름사가 미국에서는 처음으로 1억달러를 투자, 필름처리 공장을 설립했다고 미국 「월스트리트 저널」紙가 최근 보도했다.

이에 따르면 일본 시장에서의 필름 불공정 거래행위를 둘러싸고 미국 이스트먼 코닥과 무역분쟁을 빚고 있는 후지사진필름은 미국에서 이와 같은 분쟁의 소지를 제거하는 한편 시장점유율 확대를 위해 남부 캘리포니아지역에 필름처리를 위한 시설 설치를 은밀히 추진해 왔다는 것이다.

이에 따라 현재 일본 및 네덜란드로부터 완성된 필름을 들여와 미국시장에 판매하고 있는 후지사는 네덜란드에서 필름원료만 수입해 미국공장에서 커팅, 스폴, 패키징 등의 처리를 하게 되며 이미 출하준비를 모두 완료한 것으로 알려졌다.

이 공장은 초기에 월5백만롤을 출하하고 점차 생산량을 늘려나가 내년에는 월1천만롤을 출하할 계획이다.

후지는 이번 설비구축으로 고객의 주문에 신속히 대응, 유통시간을 줄이고 재고관리도 효율적으로 할 수 있게 될 것으로 기대하고 있다.

■ 현대전자, 전국 유통망 구축
-90년까지 3천억 투입, 멀티플라자 1천곳 개설-

현대전자는 98년까지 모두 3천억원을 투자, 전국에 멀티미디어플라자 약 1천개를 개설하는 등 대대적인 유통망 확충에 나선다. 올해는 약 6백억원을 투자해 서울, 경기, 광역시 및 지방중심 상권지역에 약 3백개 매장을 확보할 예정이다.

현대전자는 지금까지 제품별 소규모로 취급하던 판매망을 약 40평 규모 「멀티미디어 플라자」점으로 통합, PC를 포함한 전화기, 휴대폰, 삐삐 등 정보통신기와 카메라, 복사기 등 정밀기기, 기타 게임기 등 멀티미디어관련 제품을 총괄 취급하는 종합매장으로 전환할 계획이다.

이를 위해 현대전자는 지난 2월부터 플라자 설명회를 갖고 대리점 확장에 나섰다.

현대전자는 이와 관련 통신정밀 뉴미디어 등 각 사업부문

을 통합, 국내영업본부를 신설했으며 올해를 '국내영업 활성화 원년'으로 정하고 공격적인 국내영업에 나서기로 했다.

■ 삼성항공, APS 카메라 연내 출시계획

삼성항공이 지난 3월 미국에서 열린 PMA '96에 출품한 APS(Advanced Photo System) 카메라는 디지털 카메라와 함께 차세대 카메라로 주목받고 있는 신제품이다.

APS카메라는 카메라 자체보다는 필름의 혁신에 초점이 맞춰져 있다. 필름형태면에서 볼때 기존의 필름은 카메라 뚜껑을 열고 톱니모양에 끼워맞추어야 하는 롤형인데 비해 APS필름은 통째로 그냥 넣기만 하면 되는 카세트형이다. 어린이, 노인, 여성들도 손쉽게 필름을 넣고 꺼낼 수 있는 편리함을 갖추었다.

필름의 크기도 대폭 작아졌다. 기존 필름이 35mm인데 APS필름은 24mm로 카메라의 크기도 초소형으로 줄일 수 있다. 기능에서도 APS는 몇가지 장점을 지니고 있다. 필름에 정보자기테이프가 부착돼 있어 사진에 촬영장소와 시간 등 사진타이틀을 입력할 수 있다. 또 조리개 사용상태, 셔터 스피드 등 사용 당시의 정보를 제공한다. 소비자는 이 정보를 토대로

필름현상시 사진색깔을 보정할 수 있다.

필름의 크기가 줄어들고 여러가지 기능이 부착됨에도 불구하고, 사진의 화질은 조금도 떨어지지 않는 점도 APS의 장점이다.

카메라의 가격은 기존 카메라와 비슷하거나 조금 높은 수준. APS필름은 15~40장 1통이 5~8달러로 기존 필름의 두 배정도로 책정될 예정이다. 세계 필름시장의 절반이상을 차지하고 있는 미국 코닥사와 일본 후지사는 연합으로 APS 프로젝트를 추진, 4월중 본격 판매에 들어간다. 삼성항공은 사진인화기 보급의 추이를 보아가면서 연내에 APS필름채택 카메라를 양산할 계획이다.

삼성 APS카메라 주요특징

사 이 즈	110×62×32mm
무 게	210g
쥘	2,860mm
사 용 필름	APS(신필름시스템)
특수기능	인포메이션 자기테이프부착

■ 코닥, 코니카 제휴, APS용 필름 공동 생산기로

미국의 이스트만 코닥사와 일본의 코니카사가 필름업계 최초로 제휴, 차세대 카메라인 APS용 필름을 공동개발해 생산기로 했다고 니혼게이자(日本經濟) 신문이 최근 보도했다.

■ 독일, 여가용 망원경 수요 증가

독일의 망원경 생산역사는 오랜 전통을 자랑하고 있으나, 대량으로 보급되기 시작한 것은 1차대전 무렵부터였다. 2차대전 이후 망원경 생산은 주춤했으나 80년도부터 여가용으로 급속히 수요가 확대되면서 망원경의 수요가 높아졌다. 여가용으로도 여러 종류가 출현되고 있는데 예를 들어 사냥용, 극장관람용, 경마관람용 등이다. 망원경의 수요는 해마다 차이가 있기는 하지만 대개 DM 1억 선에서 안정되고 있다.

1,2차 세계대전을 치르는 과정에서 군사용 망원경을 집중적으로 개발한 독일의 망원경 생산기술은 세계첨단이라고 해

도 과언이 아니다.

대표적인 메이커는 Leupold & Stevens, Steiner, Zeiss 등인데 이들 기업은 최고급제품을 생산해 고급품 시장에서 두각을 드러내고 있다. 93년도 독일 망원경업체의 총생산액은 DM 9,169만이었다.

독일의 수출은 93년 DM 6,184만으로 92년에 비해 약 4.5%가 증가했으며, 94년 1~9월사이 수출액은 DM 4,901만에 이르렀다.

94년 1~9월을 중심으로 주요 수출대상국을 살펴보면 대미국 수출이 DM 1,029만에 이르러 최대였으며, 대프랑스 수출이 DM 561만으로 2번째로 대규모였고, 다음은 DM 529만에 이른 대영국 수출이

었다.

독일의 망원경 수입은 꾸준한 증가세를 보이고 있는데, 이는 주로 여가용 중급품수입이 증대하고 있기 때문이다. 93년도 독일의 망원경 수입액은 DM 6,914만으로 92년의 DM 6,142만에 비해 12.6% 가량이 늘어났다.

독일의 망원경 수입시장은 중국, 일본, 스위스, 한국 및 포르투갈 등 5개국이 과점상태를 보이고 있다. 94년 1~9월을 중심으로 국별실적을 살펴보면 전통적으로 최대공급국인 일본의 위치가 흔들리지 않고 있다.

이 기간에 일본은 DM 2,006만을 수출했으며, 계속 증가세를 보이고 있다. 최근에는 중국의 진출이 두드러지게 나타나고 있는데, 중국은 이 기간에 DM 1,045만을 공급했다. 그밖에 주요 공급국으로는 포르투갈, 스위스, 한국 등을 들 수 있는데, 한국의 경우 92년 DM 933만을 공급해 중요한 수입국의 위치를 점하였으나, 93년에는 DM341만으로 대폭 감소했다.

망원경은 독일 수입통관시 6%의 일반관세가 부과되고 있으며 특별한 비관세 장벽은 없다.

한편, 한국의 경우 Form A(원산지 증명)를 첨부한 경우 관세혜택이 주어져 관세가

• 시장동향

(단위 : DM천)

구 분	'92	'93	'94. 1~9
생 산	-	91,689	76,041
수 입	61,418	69,135	49,881
수 출	59,177	61,839	49,010

자료 : Statistisches Bundesamt

• 수입동향

(단위 : DM천)

구 분	'92	'93	'94. 1~9
포 르 투 갈	13,271	9,847	5,854
스 위 스	178	2,066	3,237
중 국	10,456	17,949	10,445
한 국	9,334	3,414	4,854
일 본	24,003	28,088	20,057
기 타	4,176	7,771	5,434
합 계	61,418	69,135	49,881

자료 : Statistisches Bundesamt

2.1%로 인하된다.

망원경의 수요동향을 사용 용도를 기준으로 살펴보면 군사용, 학술용, 산업용, 여가용으로 매우 다양하다. 과거에는 군사용 수요가 높았으나, 현재는 군사비지출 감소경향 등으로 대폭 저하되고 있는 상황이다. 그러나 여가용 수요는 계속 증대추세에 있는데, 결과적으로 망원경을 공급하는 가정이 늘어나고 있다. 여가용으로는 대개 중급품에 대한 수요가 높는데 최근에는 여행용, 연극 및 스포츠관람용으로 수요가 높아지고 있다.

독일 소비자들은 망원경 구입시 품질에 세심한 관심을 기울이는 것으로 알려지고 있는데, 가벼우면서도 고성능의 컴팩트형이 선호되고 있다. 또한 컬러 망원경의 수요도 점점 많아지고 있는데, 숲과 잘 어울리는 녹색계통이나 은색계통을 많이 구입하고 있다.

여가용을 중심으로 소비자가 관심을 갖는 성능조건을 살펴보면, 연극관람용은 컴팩트, 스포츠용은 컴팩트 및 넓은 시야와 고배율, 여행용으로는 컴팩트와 넓은 시야가 중요시되고 있다.

제품 가격별 수요를 살펴보면 여가용으로 수요가 가장 높은 중급제품의 경우 DM 50~100대의 제품에 대한 수요가 가장 높다. 학술용 및 산

업용의 경우 DM 1천 이상에서 거래되는 경우도 허다하다.

경쟁동향을 살펴보면 고가품시장과 중저가품시장으로 구별이 확연하다. 고가품은 주로 안경점 및 카메라점을 통해서 거래되고 있다. 최고가 제품시장에서는 독일제품의 시장점유율이 높는데, 대표적인 메이커는 Steiner 및 Zeiss 등이다. 또다른 고가품으로는 일본의 pentax, Nikon, 미국의 Swift, Tasco 등이 있다.

고급품의 경우 각 메이커는 가격과 품질 뿐아니라 완벽한 서비스망을 갖추고 있다. 이 메이커들은 대규모 안경 및 카메라 체인과 독점거래 계약을 체결해 완전한 서비스를 보장해주고 있으며, 이에 따라 제3의 메이커가 시장에 침입하는 것이 어렵게 되어 있다.

중저가 시장의 경우에는 한국·포르투갈·중국산의 시장점유율이 높다. 한국은 가격은 저렴하나 품질면에서는 손색이 없는 제품으로 정평이 나있었기 때문에 수요가 많았으나, 중국의 거센 도전으로 밀리고 있는 상황이다.

현지 수입상의 의견에 따르면 한국산은 중국산에 비해 가격면에서는 높으나 품질이나 디자인면에서 월등히 우수해, 충분한 경쟁력을 확보하고 있다. 그러나 최근들어 고가시장과 중저가시장으로 망원경 시

장이 확연히 분화됨에 따라서 한국제품이 들어설 공간이 좁아지고 있다.

한국 제품의 경우 가격면에서는 중국에 경쟁 대상이 되지 못하므로 가격경쟁력 확보를 위해 노력하기 보다는 품질개선을 통해 고급품시장에 침투하는 것이 시장확대에 도움이 된다. 특히, 독일의 경우 중저급품시장에 비해 고급품시장의 규모가 월등히 크다는 사실을 고려해 고급품 개발에 노력을 경주하는 것이 요청된다.

또한 독일 소비자들은 신중하며, 한번 선택한 메이커는 잘 바꾸지 않는 경향을 고려해 먼저 제품홍보물이나 카탈로그 등을 송부해 제품에 대해 상세히 설명하려는 노력도 요청된다.

■ 쌍안경, 컴팩트화와 폐선화 바람

스포츠 경기장을 찾는 관람객이 해마다 늘어나면서 경기현장을 좀더 가깝게 볼 수 있는 쌍안경이 인기를 끌고 있다.

쌍안경 제조업체들은 이러한 수요에 맞춰 무게와 부피를 줄여 휴대가 간편하고 디자인이 세련된 제품을 속속 내놓고 있다. 카메라처럼 줌기능을 갖춰 7배에서 50배까지 배율을 단계적으로 높일 수 있는 제품이 나왔고 외제중에는 자동 초점조절 기능을 갖춘 것도 있다.

쌍안경 시장은 월 1억~1억5천만원 규모로 추정된다. 국산품과 함께 「펜탁스」 「니콘」 「다이아 스톤」 「비비타르」 「니켈」 등 외국브랜드도 많이 팔린다. 국산제품 가격은 5만~15만으로 비교적 저렴한데 비해 외제는 10만~45만원에 달해 가격이 상대적으로 비싼 편이다.

무슨 용도로 사용할지를 먼저 결정하고 이에 맞춰 쌍안경을 구입해야 한다. 등산용은 휴대하기 편하고 가벼운 제품이 좋아 한다.

경기관람용은 크고 무거워도 무관하며 클수록 경기를 즐기는데 유리하다. 쌍안경의 대물렌즈 지름이 길면 시야가 넓어져 상대적으로 빠른 움직임을 포착하기 쉽다. 경기관람용의 배율은 무조건 높다고 좋은 것이 아니며 7~10배가 가장 적합하다.

■ 국내 복사기 시장 과열양상

복사기 판매를 둘러싼 업체간 경쟁이 갈수록 치열해지면서 가격질서까지 문란해지는 등 복사기 시장이 과열양상을 보이고 있다.

최근 관련업체에 따르면 복사기 판매를 위한 업체간 과열경쟁으로 권장소비자가는 물론 대리점 공급가보다도 낮은 가격으로 시장에서 제품이 판매되는 등 복사기 유통질서가 크

게 흔들리고 있다.

이에 따라 제품에 대한 대리점 공급가가 실제 판매가격과 동일시되는 현상이 보편화돼 제품 외부에 표시되는 소비자 가격이 유명무실해지고 있다.

이같은 양상은 마진폭이 크고 고속기인 경우 더욱 극심해 제품 한 대를 둘러싸고 심할 경우 5개 업체까지 경합이 붙어 대리점 공급가보다도 낮은 제품가를 제시하는 등 과당경쟁이 성행하고 있다.

최근 모업체의 복사기 구매와 관련해 판매경쟁에 참여했던 한 관계자는 '경쟁업체가 소비자가 1천8백30만원인 제품을 대리점 공급가 수준인 1천3백만원대에 제시하고 여기에 12개월 무이자 할부를 조건으로 내걸어 응찰을 포기했다'고 밝혔다.

그러나 일부 복사기업체는 '복사기 시장의 경우 제품판매보다 사후서비스와 소모품 판매에서 마진이 좋다'며 '시장 규모에 비해 경쟁업체 수가 많고 복사기 가격이 생산단가에 비해 지나치게 높게 책정돼 있어 복사기의 가격정책이 근본적으로 재검토돼야 한다'고 지적해 주목된다.

■ 복사기, 소모품 비정품 유통으로 소비자 피해 우려

최근 용산 전자상가를 중심

으로 정품에 비해 질이 떨어지는 비정품인 복사기 소모품이 대량으로 나돌고 있어 소비자들의 피해가 우려되고 있다.

최근 사무기기 전문 대리점주 및 관련업체에 따르면 현재 시중에서 유통되고 있는 용지·드럼·토너 등 복사기 소모품중 적어도 15~20%가 비정품을 용산상가나 개인사무기기업자를 통해 유통되고 있는 것으로 추정되고 있다.

사무기기 전문업체 대리점을 통해 유통되는 정품 소모품은 제품에 회사로고나 제품의 일련번호가 정확하게 새겨져 있으나 사무기기 개인업자를 통해 유통되는 비정품은 이같은 식별표시가 없다.

그러나 일반 소비자의 경우 비정품과 정품을 육안으로 구별하는 방법을 모르기 때문에 비정품을 정품으로 알고 잘못 사는 사례가 빈발하고 있는 것으로 알려졌다.

복사기アフ터서비스요원들에 따르면 드럼의 경우 전문 3사에서 출하된 정품은 6만~8만장까지 사용할 수 있지만 비정품은 2만~3만장을 복사한 뒤 교체해야 하기 때문에 분당 25~30장을 복사할 수 있는 중속 복사기를 기준으로 소비자들이 비정품을 구입할 경우 평균 2배 이상의 손해를 보게 된다고 밝히고 있다.

인쇄용 분말가루인 토너도

정품이 7천장에서 1만장까지 사용할 수 있으나 비정품은 4천~5천장이 최대 사용량이다.

비정품을 사용할 경우 이처럼 소모품의 사용기간이 크게 단축될 뿐만 아니라 대개 5년 시한으로 출하된 복사기의 사용연도도 크게 단축돼 비정품 사용에 따른 피해확산이 우려되고 있다.

또 복사기가 자동차처럼 정기점검을 해줘야 하는 품목인데 비정품을 쓰게 되면 정기점검이나 토너가루를 닦아주는 청소횟수가 훨씬 늘어날 수밖에 없어 사용하는 데도 많은 불편을 겪게 된다는 지적도 나오고 있다.

■ **선경, 복사기 할부보증 대폭 완화**

(주)선경은 할부판매제도 개선, 본사 차원의 대고객순회 방문 서비스와 지속적인 지방순회 전시회 등 다각적인 대고객 서비스를 마련해 지난 4월 1일부터 본격 시행에 들어갔다.

선경은 이에 대해 '자사의 복사기가 주로 1천만~4천만원대의 고가 기종이기 때문에 영업확대를 위해서는 보급형 복사기를 판매하는 업체보다 더욱 철저한 고객관리가 필요하다는 자체분석에 따른 것'이라고 설명했다.

이를 위해 선경은 주로 할부 형태로 이루어지고 있는 고가

복사기의 매매를 활성화하기 위해 할부보증 조건을 대폭 완화하는 방안을 수립, 이달 중으로 시행할 예정이다.

또 이달말 일본의 기술자를 초빙, 이들과 함께 본사 차원에서 고객을 직접 방문하고 애로사항을 수렴하는 한편 자사제품에 대한 이미지 제고를 위해 5월부터 부산·광주 등 대도시를 중심으로 지방순회 전시회를 개최할 방침이다.

■ **일본 가정에 팩시밀리 보급 확대 -5가구당 1대 보급-**

팩스가 일본사람들의 안방을 급속도로 파고들고 있다.

5가구당 1대꼴로 보급이 급속 확산되면서 팩스가 대중통신수단으로의 입지를 확대·강화하고 있다. 오피스텔의 사무용으로 통해온 종전의 이미지에서 대중통신수단의 하나로 탈바꿈하고 있는 것.

지난해 일본에서 팔린 가정용팩스는 약 2백13만대. 94년에 비해 2배 이상 증가한 것이다. 지난해 9월말 기준 가구별 팩스보급률은 16.1%에 달한다. 가정용 팩스의 보급속도를 감안할 때 올해에는 20%선을 돌파할 전망이다. 97년에는 3가구당 1대꼴로 높아질 것이라고 업계의 분석이다.

이같이 가정용팩스 보급률이 급상승하고 있는 것은 무선

전화부착 팩스를 비롯 다양한 기능을 갖춘 팩스가 저렴한 가격에 속속 등장한데 따른 것. 소비자들이 전화기를 사는데 신 같은 값이면 전화기능을 갖춘 팩스를 선택하고 있기 때문이다.

현재 무선전화부착 팩스의 소매가격은 대당 4만~5만원 선으로 팩스와 전화를 따로따로 구입하는 것보다 오히려 싸다.

팩스 저가격시대의 포문을 연 곳은 규슈마쓰시타(九州松下)전기. 이 회사는 지난 93년 초 자동응답전화를 부착한 팩스「KX-PW3TA」를 업계 처음으로 5만원대(5만8천엔)에 내놓았다.

이는 기존의 8만~9만원대 팩스의 절반수준인 파격적인 가격. 규슈마쓰시타는 이어 지난해 9월 무선전화부착팩스「KX-PW6CL」(5만9천8백엔)을 시판, 업계간 가격경쟁을 주도하고 있다.

규슈마쓰시타의 저가격 공세에 대비한 경쟁업체의 맞불 작전도 만만치않다. 샤프 산요(三洋) NEC 등은 차별화한 다기능 제품전략으로 맞서고 있다.

샤프는 지난해 9월 스캐너를 팩스본체에서 떼어내 책등을 복사할 수 있는 핸드복사기능을 탑재한「UX-T8CL」을 선보였다. 비디오캡처(2만엔)를

사용하면 TV화상까지 볼 수 있는 제품이다. 샤프는 앞으로 더욱 새로운 기능을 부가한 팩스로 수요를 창출한다는 전략.

NEC도 업무용의 고도기술을 활용, 경쟁대열에 끼여들었다. 지난해 10월 시판한 「speax22시리즈」 2개기종은 독자개발의 커터기를 채용한 것 외에도 고속으로 읽어낼 수 있는 핸드스캐너기능까지 갖췄다. 시판 첫해에 당초 목표였던 40만대를 웃돌만큼 순조로운 판매를 보이고 있다.

산요는 수화기없이 통화할 수 있는 전화기능강화에 주력할 계획. 최근 시판에 들어간 「SFX-70CL」(7만7천엔)은 손으로 써넣은 번호를 자동적으로 읽어내 송신할 수 있는 기능을 갖추고 있다. 기계조작에 서투른 고령자계층에게 인기를 끌고 있다.

이같은 보급열기를 감안할 때 97년에는 일본 가정용 팩스 보급률이 30%를 돌파할 전망이다. 이에 따라 일본의 가정용 팩스 시장 쟁탈을 위한 업계간 경쟁은 더욱 뜨거워질 전망이다.

**솔라 일렉트로닉스, 이대리업체와
판권계약으로 비디오 프로젝터
3종 시판**

솔라 일렉트로닉스는 이대리아의 맥스비디오와 독점판매 계약을 체결, 와이드 스크린

(가로·세로의 화면비율이 16대9)까지 구현할 수 있는 3개 모델의 비디오 프로젝터(모델명 Eclipse시리즈)의 시판에 나선다.

솔라 일렉트로닉스가 시판에 나선 비디오 프로젝터는 사내시청각 회의실이나 비디오 교육용, 회사광고 및 브리핑용, 종교집회, 세미나 등 영상화면이 필요한 곳이면 어디든 손쉽게 설치·사용할 수 있는 제품으로 리모컨 작동은 물론 손쉬운 화면 크기 조절이 특징이다.

7백60루멘의 밝기와 9백라인의 해상도를 가지며 50인치에서 2백50인치까지 화면크기를 마음대로 조절할 수 있다.

**디지털제품 출시로 국내 OA업계
판도변화 예고**

그동안 신도리코가 독주해 온 국내 사무기기 시장에 일대 변화가 예고되고 있다. 신제품 출시경쟁과 신규사업에 대한 과감한 투자등 업체들의 변신 노력이 적극 추진되면서 치열한 순위다툼이 예상되기 때문이다.

이같은 시장재편 분위기에 가장 직접적인 영향을 미치고 있는 것은 디지털복사기.

컴퓨터와 네트워크 환경의 확산에 힘입어 복사기의 경우 올해 아날로그에서 디지털로의 대전환을 시작할 것으로 예상

됨에 따라 업체들간 시장선점을 위한 경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 신시장을 누가 먼저 개척, 선점하느냐가 기업들의 미래를 좌우할 것으로 예상되기 때문이다.

뿐만 아니라 디지털복사기의 경우 아날로그와는 비교도 안될 정도의 고부가가치를 창출하고 있어 기업의 수익측면에서도 중요한 역할을 담당할 것으로 기대되고 있다.

실제 일본 후지제록스의 경우 지난 95년 전체 매출중 디지털복사기 판매수익이 아날로그를 능가한 것으로 집계되고 있다. 판매대 수면에서는 아날로그와 비교할 수 없이 적은 숫자였지만 기업의 수익측면에서는 디지털복사기가 효자노릇을 한 것이다.

복사기 시장에서 2,3위를 달리고 있는 업체들의 입장에서 볼 때 지금이 정상 정복의 더없는 호기가 될 것임은 두말할 나위도 없다. 아날로그 시장의 선두가 디지털분야에서도 1위를 차지한다는 보장이 없기 때문에 기존의 시장질서가 전면 재편될 가능성이 어느때보다도 높다는 것이 복사기업체들의 분석이다.

업계 관계자들은 이로 인해 앞으로의 2~3년이 40여년에 이르는 국내 복사기 시장 역사에 일대 획을 그을 대전환의 시기가 될 것이라고 입을 모으고

있다.

디지털복사기와 함께 사무기기업체들이 추진하는 또다른 변신은 고부가가치 산업에의 집중투자.

코리아제록스는 아날로그 제품은 수출에 주력하는 대신 고속 대형기와 레이저플로터 컴퓨터 시스템 등 고부가가치 산업을 집중 육성할 계획이다. 롯데케논도 올 하반기부터 디지털제품에 대한 생산을 시작하면서 컴퓨터 시스템분야에 투자를 강화할 방침이다.

사무기기 시장에서 선두를 점하고 있는 신도리코는 계열사를 통해 통신사업을 추진하는 등 정보통신과 컴퓨터 시스템부문의 확대를 중장기 전략으로 제시하고 있다.

이같은 분위기에 편승, 국내 사무기기업체들은 올 하반기부터 디지털제품을 속속 출시하는 한편 팩시밀리나 복사기와 관련한 신종서비스들도 제공할 방침이어서 사무환경 전반에 걸친 일대 변화도 예고되고 있다.

■ 대우전자, 4세대 광픽업 국산화

대우전자는 CD롬을 비롯, 디지털 비디오디스크(DVD) 등 차세대 영상 음향기기의 핵심부품인 '광디스크용 픽업'의 자체 개발에 성공, 오는 5월부터 양산에 돌입한다고 최근 밝

혔다.

대우전자는 약 30억원의 연구비를 투입, 3년여 만에 개발한 이 제품이 레이저 다이오드(LD)·포토다이오드(PD)·회절격자·IC등 광학계를 일체화하는 데 성공, 소형 경량에 대응할 수 있을 뿐아니라 조립 조정이 가능한 '제4세대 광픽업'이라고 설명했다.

대우는 특히 이번에 신제품의 제조기술은 물론 생산설비와 라인까지 자체개발, 원가 및 생산성 경쟁력을 확보했다고 판단해 양산 돌입과 함께 세계 시장 공략에 적극 나설 계획이다.

대우는 주안공장 내에 연간 50만개 규모의 자동차 CD용 광픽업 생산시설을 갖추고 오는 5월부터 양산에 들어갈 계획이며, 내년부터는 CD롬 및 오디오용 광픽업의 생산에도 나서는 등 생산품목 및 규모를 해마다 늘려 오는 2천년까지 연간 3천 6백만개를 생산, 세계 수요의 12%를 공급할 계획이다.

■ 일본 산요, 새디지털캠코더 화상 기술 개발

산요(三洋)전기가 기존 비디오카메라보다 4배나 빠르게 화면을 처리할 수 있는 새로운 디지털비디오카메라 화상처리 기술을 개발했다고 日經産業신문이 최근 보도했다.

이 기술의 핵심은 기존 카메라에는 없는 전하결합소자(CCD)로서 이것을 이용하면 화면을 4분의 1로 압축할 수 있어 이전보다 4배나 빠르게 화상을 처리할 수 있다.

산요전기는 이 기술을 무기로 현재 소니, 마쓰시타, 빅터, 샤프 등이 진출해 있는 디지털비디오카메라 시장에 진출할 계획이다.

■ 삼성전기, 광부품사업 참여 -98년까지 5백억 투입, 표면광 LED 올 상반기중 시판-

삼성전기가 차세대 멀티미디어 기기의 핵심장치인 광부품 사업에 신규 진출한다.

삼성전기는 최근 디지털비디오 디스크(DVD)용 적색레이저 다이오드등 첨단 광부품의 종합생산체제를 구축하는 것을 골자로 한 광부품 사업계획을 확정, 발표했다.

삼성은 이를 위해 오는 98년까지 모두 5백억원을 투자, △전광판용 발광다이오드(LED), △첨단 사무기기용 감광드럼등 광부품 관련 일관생산체제를 갖추기로 했다. 삼성은 우선 올 상반기중 DVD에 사용되는 광픽업 장치인 적색레이저다이오드의 상업용 샘플을 출시할 계획이다. 또 3월부터 고밀도컴팩트디스크(CD), △바코드리더, △레이

저프린터 등에 사용되는 적색 다이오드를 연간 60만개씩 생산에 들어갔다.

삼성전자와 삼성종합기술원이 공동개발한 表面光레이저다이오드는 상반기중 사업화한다는 목표로 관련 설비를 도입중이라고 삼성은 덧붙였다.

삼성전기는 이밖에 △전광판이나 리모컨에 사용되는 LED(발광다이오드)를 3월부터 월 2천만개씩 생산하고, △휴대폰이나 카폰등 이동통신기에 들어가는 칩타입의 발광다이오드는 하반기부터 양산체제에 들어가기로 했다.

한편 청색다이오드등 고휘도용 제품은 오는 98년까지 순차적으로 개발해 사업화한다는 방침이다.

삼성은 이와함께 레이저빔프린터 팩시밀리등 첨단사무기기용 레이저스캐너 유닛도 4월부터 양산체제에 들어간다고 밝혔다.

삼성전기 관계자는 '전광 수입에 의존하던 광부품을 자체 생산하게 되면 2천년까지 모두 4천억원의 수입대체효과가 발생하게 된다'며 '이를 기반으로 의료기기 광통신 우주항공 분야 등으로 사업영역을 확대할 계획'이라고 밝혔다.

■ 암전정밀, 광학기기 국산화 박차

광학기기 전문업체인 암전

정밀광학은 올해 투시물환등기(OHP)와 실물화상기·현미경 등 광학기기 국산화를 적극 추진기로 했다. 또 중국 등 해외 시장 개척에 적극 나서 올해 1백50억원의 매출을 달성할 계획이다.

암전정밀은 최근 컴퓨터나 TV에 장착할 수 있는 보급형 화상입력기를 개발하고 단품위주 판매정책을 바꾸어 입력에서 화상출력까지의 기기를 시스템화해 기업체 등에 저렴한 가격으로 공급할 계획이라고 밝혔다.

암전정밀은 화질을 높이는 등 주력품목인 OHP의 기능향상에 힘쓰고 쓰리엠 등 외산품과 경쟁기 위해 애프터서비스를 강화할 예정이다. 또 최근 수출을 전담할 무역부를 신설하고 내수 위주에서 해외로 눈을 돌려 올해부터 중국 및 동남아시아 시장 개척에 나설 방침이다.

■ 한국 HP, 신도리코 OA부문 제휴체결

각각 프린터와 복사기분야의 선두주자인 한국HP와 신도리코가 손을 잡았다.

복사기와 팩시밀리 기능을 각각 주요 기능으로 하는 HP사의 복합사무기기 '카피젯'과 '오피스젯'의 국내 시판을 위해 양사가 유통 및 판매, 애프터서비스부문에서 전략적 제휴

를 체결한 것이다.

이번에 제휴한 두 회사 모두 각기 프린터와 복사기 분야에서 선두를 달리는 업체라는 점에서 국내 사무기기 시장에 미치는 파장은 결코 적지 않을 것이라는 업계관계자들의 예상이다.

이달말부터 시판될 '카피젯'이나 이의 판매를 담당할 신도리코의 영업망 모두 국내 시장에서는 거의 최고 수준이기 때문이다.

'카피젯'의 경우 컬러복사기와 프린터의 기능을 갖추고 있는 복합사무기기로 프린터 전문업체인 美HP사가 복사기 시장의 문을 두드리면서 야심차게 선보였던 제품. 컬러출력이 가능하면서도 가격은 복사기가 격과 비교가 안될 정도로 저렴해 이미 미국 등 세계시장에서는 큰 호응을 얻고 있는 상태다. 이의 판매를 담당할 신도리코는 국내 복사기 시장에 관한 한 자타가 공인하는 영업력을 갖춘 업체. 신도리코의 영업망을 이용할 경우 '카피젯'의 판매량 증가는 시간문제라는 것이 일반적인 평가다.

하지만 범에 날개를 단듯한 양사의 제휴를 두고 관련업체는 그 배경에 주목하고 있다.

HP의 명성과 제품력으로 국내 프린터 시장에 일대 희오리를 일으켰던 한국HP가 왜 '카피젯'과 '오피스젯'의 판매를

위해 신도리코의 손을 빌렸는가 하는 점이다.

이에 대한 해석으로는 한국 복사기 시장의 특수성이 가장 주요한 원인으로 꼽히고 있다.

복합사무기기의 경우 일반 소비자가 아닌 사무실등 특수 사용자가 주 시장층을 형성해 프린터의 가장 중요한 경쟁요소인 가격이 별 의미가 없다는 것.

또 한국HP 입장에서는 경험도 없는 복사기 영업에 많은 시간과 돈을 투자하느니 보다는 신도리코에 일정 정도의 판매이윤을 내주는 쪽이 오히려 경제적이라는 결론을 내렸을 것이라는 게 일반적인 예상이다.

신도리코 역시 한국HP의 가세로 기존 시장구조가 흔들리는 것을 결코 원치 않았기 때문에 이같은 조치를 취한 것으로 해석되고 있다.

'카피젯'이 이미 해외에서 '팬찮은 제품'으로 인식되고 있어 저가제품을 선호하는 자사의 고객층을 상당부분 흡수할 것으로 우려됐기 때문이다. 제품에 대한 별도의 홍보 없이 자사의 복사기 영업과 병행해 제품을 판매, 제품 수익을 거두는 것도 신도리코로서는 팬찮은 장사인 셈이다.

따라서 관련업계에서는 이번 양사의 제휴가 현재 복합기 업체의 최대 과제인 복합사무기기의 시장창출에는 큰 영

향을 미치지 못할 것으로 분석하고 있다. 즉 '카피젯'과 '오피스젯'이 보급형 복합기기의 시장확대 촉매제라기 보다는 오히려 복사기와 팩시밀리 시장을 위축시킬 수 있는 소지로 작용할 수도 있다는 것.

또 한편으로는 당초 3백만원 이하로 출시가 예상됐던 '카피젯' 판매에 신도리코가 개입함에 따라 유통마진의 반영으로 제품가격이 높아질 가능성이 커 소비자들에게도 아쉬움을 남겨줄 것으로 보인다.

롯데 캐논, 컬러프린터 BJC-210s 신제품 발표

롯데캐논이 잉크젯 프린터 사업에 승부를 걸었다.

창사 10주년을 맞은 롯데캐논은 올해로 제2도약의 원년으로 삼고 그동안 명성에 비해 부진을 면치 못했던 잉크젯 프린터 사업을 전략사업으로 설정, 전사적인 노력을 경주해 나가기로 했다.

이의 일환으로 롯데캐논은 지난 3월6일 롯데호텔 잠실점에서 전국 4백여 대리점장을 초청한 가운데 올해 전략상품으로 개발한 국내 최저가·초소형 컬러 잉크젯 프린터(모델명 BJC 210s)의 발표회를 가졌다.

이번에 발표된 컬러 잉크젯 프린터는 현재 국내에서 판

매되는 기종 중 최저가인 25만 9천원으로 경쟁사보다 무려 20~30% 정도 싼 가격이다.

여기에도 이 제품은 크기가 현재 국내에서 시판되고 있는 동급기종의 70% 수준에 불과, 협소한 사무공간에서 사용이 편리할 뿐 아니라 동급기종중 가장 큰 40KB의 버퍼메모리를 탑재해 인쇄출력속도(컬러 출력시 A4용지를 분당 3.4장 인쇄)를 크게 높인 게 특징이라고 李寅榮 롯데캐논 첨단사업부 영업담당이사는 설명했다.

李이사는 '이번에 국내 최저가의 컬러 잉크젯 프린터를 출시함으로써 롯데캐논은 휴대형에서 오피스용까지 총 11종의 잉크젯 프린터를 보유, 국내에서 유일하게 플라인의 잉크젯 프린터 공급체제를 구축하게 됐다'고 밝혔다.

'홈PC용 잉크젯 프린터 사업에서 성공하기 위해서는 가격과 애프터서비스가 관건'이라고 밝힌 李이사는 '이를위해 롯데캐논은 국내 최저가의 잉크젯 프린터를 공급하게 됐으며 전국에 9개 출장소와 20여개 애프터서비스센터를 통해 고객에게 만족할 만한 애프터서비스를 제공할 계획'이라고 밝혔다.

한국원자력연구소, 자유전자 레이저 개발 완료계획

한국원자력연구소는 오는 97년까지 광화학반응 분광학 반도체 및 초전도체물성 등의 연구에 이용할 수 있는 원적외선 자유전자레이저를 개발하기로 했다.

자유전자레이저는 레이저기술과 가속기기술이 결합된 새로운 개념의 레이저로 넓은 범위에서 연속적으로 파장을 변화시킬 수 있고 기존 레이저로 얻을 수 없는 파장도 쉽게 발생시킬 수 있기 때문에 '차세대 레이저'로 각광받고 있다.

이 연구소의 양자공학 랩 고출력 레이저기술개발팀은 지난 94년말 밀리미터파 자유전자 레이저 개발에 성공한데 이어 97년까지 총 15억원을 투입, 원적외선 자유전자레이저를 개발한다는 목표아래 올해 개발 작업에 본격 착수했다.

개발팀은 올해 원적외선 자유전자레이저를 설계하고 전자빔가속기 교전자장기 등 핵심요소기술을 개발할 계획인데 자유전자레이저가 실험실에도 설치할 수 있을 정도로 소형이어서 활용도가 매우 높고 상업화가 가능할 것으로 기대되고 있다.

자유전자레이저는 고에너지 전자빔을 이용하기 때문에 전자빔의 에너지에 따라 밀리미

터파에서 X-선에 이르기까지 모든 파장 영역에서 원하는 파장을 얻을 수 있다는 장점이 있다.

현재 일본 러시아 중국 미국 등 세계 각국에서 경쟁적으로 자유전자레이저를 개발하고 있는 가운데 최근 러시아와 미국이 공동으로 자유전자레이저를 이용한 탄소동위원소 분리실험에 성공, 자유전자레이저의 효용성을 입증하기도 했다.

특히 일본 '자유전자레이저 연구소'의 경우 원적외선에서 자외선 영역까지 발전하는데 성공, 원자력 의료 물성연구 등 다양한 분야의 기초연구에 활용하고 있다.

원자력연구소 관계자는 자유전자레이저 개발에 필요한 여러가지 기술을 해외에서 구하기 위해 그동안 미국, 일본, 러시아, 중국 등 이 분야의 기술선진국들과 기술교류를 활발하게 추진해왔으며 특히 러시아 부드커핵물리연구소와 소형 마이크로트론, 자장가변형 교전자장기 등을 공동 개발하고 있다고 밝혔다.

엠에스셀텍, 레이저 마킹 장비 국내 공급

엠에스셀텍은 최근 일본 우시오전기의 레이저마킹장비(모델명 UNIMARK-SC)를 지난 3월부터 국내 공급에 들

어갔다.

엠에스셀텍이 일본 우시오전기와 국내 독점공급계약을 체결, 시판에 나설 레이저마킹장비는 컴퓨터에 입력된 문자 또는 도형을 연속발진하는 레이저빔을 주사해 글자를 새기는 스캐닝방식의 RF-CO2마킹장비로 반도체 및 전자부품의 마킹은 물론 식품·음료 등의 포장에도 활용이 가능한 것이 특징이다.

특히 기존 장비와는 달리 스텐슬마스크가 필요없으며 10.6 μ m의 CO2레이저를 활용, 0.8m에서 72m까지의 문자를 초당 1백50자까지 새길 수 있으며 넓은 면적의 마킹이나 고속이동체 마킹 등 풍부한 표현력과 유지보수비용이 저렴하다.

이와 함께 가격도 기존 펄스방식에 비해 70% 수준으로 저렴하며 영문·한문·한글·숫자·특수기호 등을 핸드콘솔에서 간단하게 입력할 수 있고 1백여종의 로고마크와 3백여가지의 마킹패턴을 입력, 필요시 사용할 수 있다.

엠에스셀텍은 본격시판에 대비, 전자업체 및 식품·음료업체들을 대상으로 수요처에 맞는 무료컨설팅에 나서는 한편 시연회도 개최하는 등 영업활동을 본격화하고 있다.

**연합기계, 기계류 전문 할부 금융
영업개시**

-할부, 팩토링 동시취급, 월 5천억 규
모 지원계획-

자본재산업 육성을 위해 설립된 기계류 전문 할부 금융회사인 연합기계할부금융이 지난 4월3일 영업을 들어갔다.

연합기계할부금융은 국산기계 구입자에 대한 할부금융과 기계류 판매회사에 대한 팩토링금융을 취급하게 된다.

48개 기업이 출자, 1천억7천만원으로 출범한 이 회사는 올해중 5천억원 규모(할부금융 3천억원, 팩토링 2천억

원)의 여신을 취급할 계획이다.

특히 할부금융 취급액의 50% 이상을 중소기업에 지원할 계획인 이 회사는 건당 5천만원 내외로 1만2천 여건 정도의 여신을 계획하고 있다.

기계류 구입자금 전액을 지원하는 할부금융의 할부기간은 60개월 이내에서 고객이 선택할 수 있게 되며 이자율은 年利 12.5% 수준으로 예상되나 신용도에 따라 다소 낮게 적용받는다.

이 회사는 앞으로 매년 3천억원정도의 여신규모를 확대해 나가기로 했다.

보현산 천문대 준공

-국내 최대 망원경 설치, 태양 흑점도
관측가능-

국내에서 가장 큰 망원경이 설치된 보현산천문대가 4월3일 오후 준공됐다. 경북 영천시 의해발 1천1백24m 보현산 정상에 세워진 이 천문대는 국내에서 소백산천문대에 이어 두 번째 국립 천문대 망원경 도입 및 설치비 55억원과 천문대 건설비 74억2천만원등 1백30억원을 들여 건설됐다.

이 천문대에 설치된 지름 1.8m짜리 광학 망원경은 국내 최대의 것으로 12km 떨어진 곳에서 1백원짜리 동전 크기의 물체를 식별할 수 있는 성능이다. 별의 위치를 컴퓨터에 입력하면 자동으로 망원경을 조절해 별을 정확히 맞춰 관측한다.

또 태양 표면에서 발생하는 흑점이나 플레어(불길 같은 현상)를 관측할 수 있는 태양 플레어 망원경도 이 천문대가 자랑하는 시설이다.

중소기업 기술지도 및 자동화 지원사업 본격화

-중기청 '상시체계', 전흥공단 '지원센터' 가동-

중소기업의 기술력과 생산성 향상을 위한 기술지도사업 및 자동화 지원사업이 본격화하고 있다.

할부금융 대상품목

분류 번호	업 종	분류 번호	업 종
28	조립금속제품	321	전자관 및 기타전자부품
281	구조금속제품 탱크 및 증기발생기	322	통신기기 및 방송장비
29	기타기계 및 장비	323	방송수신기 및 기타영상, 음향기기
291	일반목적용기계	33	의료정밀 광학기기 및 시계
292	특수목적용기계	331	의료 측정시험 및 기타정밀기
293	달리분류되지 않은 가정용기구	332	사진 및 광학기기
30	사무계산 회계용 기계	333	시계
300	"	34	자동차 및 트레일러
31	기타전기기계 및 전기변환 장치	341	자동차용 엔진 및 자동차
311	전동기 발전기 및 전기변환장치	342	자동차 차체 및 트레일러
312	전기공급 및 제어장치	343	자동차부품
313	절연선 및 케이블	35	기타운송 장비
314	축전지 및 1차전지	351	선박 보트건조 및 수리
315	전구 및 조명장치	352	철도장비
319	달리 분류되지 않은 전기장비	353	항공기 및 우주선
32	영상, 음향 및 통신장비	359	기타 운수장비

중소기업청은 최근 증가추세를 보이고 있는 중소기업의 기술지도요구에 탄력적으로 대응키 위해 '상시 기술지도체제' 마련에 들어갔으며 중소기업진흥공단도 경기도 시화공단에 중소기업의 생산자동화 지원사업을 담당할 자동화지원센터를 개관하는 등 중소기업의 생산성 향상에 박차를 가하고 있다.

중기청은 올들어 지난 3월부터 중소기업의 기술지도에 대한 요구가 급증함에 따라 수시로 발생하는 경영 및 기술지도요청에 신속히 대응하기 위해 상시 기술지도체제를 마련하게 되었다고 밝혔다.

중기청은 앞으로 중소기업의 기술지원요청이 있을 경우 현재 지방청 및 지방사무소에서 운영하고 있는 이동기술지원단과 홈 닥터 책임지도제를 적극 활용하는 한편 지방에서 처리하기 어려운 기술지원분야에 대해서는 중소기업진흥공단에서 직접 처리할 수 있도록 협조체제를 구축해 중소기업에 대한 기술지도가 즉각적으로 이루어지도록 할 방침이다.

지난 4월3일, 문을 연 중진공의 자동화지원센터는 중소기업의 자동화교육훈련에서부터 기술지도·시스템개발지원·정보제공·자금지원 등에 이르기까지 중소기업의 자동화와 관련된 각종 지원사업을 수행

하게 된다.

중진공은 이에 따라 중소기업의 자동화시스템을 위해 각종 운영프로그램을 대행 개발해 주기로 했고 중소기업이 개발한 소프트웨어의 시운전 및 검증작업도 실시, 자동화설비에 대한 효용성을 극대화하기로 했다.

■ 자본재 전략품목 311개중 광학 관련 품목 10개 선정

통상사업부는 자본재산업 육성대책의 일환으로 경제적, 기술적 파급효과가 큰 3백11개 자본재품목을 전략품목으로 선정, 고시하고 이를 품목 개발을 위해 2천억원의 시제품 개발자금을 지원키로 했다고 최근 발표했다.

이번에 선정된 광학관련 전략품목은 △필름현상기 △레이저 바코드시스템 △그린레이저 광픽업유닛 △디지털제어식 동작자동감시카메라 △멀티카메라 △광학필터 △줌카메라용 캠 및 관련부품 △편광현미경 △Nd:YAG 레이저 수술기 △내방사선카메라 이다.

통산부는 대형과제는 품목별로 20억원 이내, 중·소형 과제는

10억원 이내의 자금을 각각 지원할 예정이다. 또 양산단계에 있으나 설비자금 조달에 어려움을 겪고 있는 67개 양산품목에 대해서는 고시를 통해 시설자금을 우선 지원키로 했다. 통산부는 이번에 자본재 전략품목을 선정하면서 연간 수입액이 1천만 달러 이상인 품목과, 향후 완전 수입자유화에 대비해 성능·품질 제고가 시급한 품목, 단기간 육성으로 국제경쟁력 확보가 가능한 품목 등을 우선대상 품목으로 지정했다.

통산부는 이들 제품의 개발로 수입대체 63억5천7백만 달러와 수출증대 62억8백만 달러 등 총 1백25억6천5백만 달러의 경제적 효과가 기대된다고 밝혔다.

'96 광학관련 자본재산업 주요 전략품목

〈대형 전략품목〉	
정밀기계	
○필름 현상기	
전자·전기	
○레이저 바코드 시스템	
○그린레이저 광픽업 유닛	
○디지털제어식 동작자동 감시카메라	
○멀티카메라	
〈중소형 전략품목〉	
정밀기계	
○광학필터	
○줌카메라용 캠 및 관련 부품	
○편광 현미경	
○Nd:YAG 레이저 수술기	

삼성카메라 패밀리 브랜드 케녹스 (KENOX) 개발



삼성항공산업(주)는 국내카메라 전문 생산업체로서 이미 지체고와 세계의 유명메이커들과 당당히 겨룰 수 있는 최고의 명품을 만들겠다는 의지의 표현으로 삼성카메라의 가족브랜드(family brand) 케녹스(KENOX)를 개발했다.

브랜드 전문개발업체인 한국상표자료센터와 함께 개발한 브랜드KENOX(케녹스)는 보다, 알다의 뜻을 갖고 있는 Ken과, 신기하고 색다른 것이라는 novelty, 그리고 최고 훌륭한 것의 뜻을 갖고 있는 excellent를 합성하여 만든 조어로서, OPTO-MECHANICAL을 지향하는 삼성항공 카메라부문의 의지를 강하게 담고 있다.

세음질의 짧은 단어로 강하면서도 기억에 오래남을 수 있으며 타상표들과 차별화하고, 세계적인 브랜드로서의 명성을 높이기 위해 읽히는 마크인 영문 워드마크의 형식을 취하였으며, 별다른 디자인 요소를 사용하지 않았음에도 첨단기술의 이미지와 인간본연의 휴머니즘이

느껴지는 훌륭한 디자인으로서 개발단계에서 부터 많은 전문가들로부터 호평을 받았다.

디자인 작업은 지난 '93년 삼성그룹 CI개정에 참여했던 CI 전문제작업체인 가이드어 소시에이츠에서 진행되었다.

기본적인 모티브는 영문자 "K"와 "X"의 획을 늘려줘서, 흔히 우리가 사진을 찍거나 그림을 그릴 때, 구도를 잡기 위해 왼손엄지와 오른손 검지손가락을 모아서 보는데 이러한 앵글을 잡는 모습을 K와 X의 두글자 만을 갖고서 상징화 한 것이다.

삼성케녹스카메라는 앞으로 삼성항공에서 생산되는 국내 모든 제품에 "삼성케녹스카메라"로서 사용이 되며 국산카메라가 세계유명 브랜드와 당당히 경쟁할 수 있는 좋은 계기가

될 것이다.

(주)롯데케논 ISO 9001 인증획득

OA 전문회사인 (주)롯데케논은 최근 영국 인증기관인 BV-QI로부터 ISO(국제표준화기구: International organization for standardization) 9001에 대한 인증을 획득했다.

(주)롯데케논은 '94년 제품생산에 대한 제조, 검사, 방침에 대한 국제규격인 ISO-9002를 획득한데 이어 이번에는 생산되는 복사기를 비롯한 모든 제품의 기획, 설계개발, 제조, 애프터서비스를 동일 기업내에서 행하고 있는 경우로 그 기업에 대한 국제품질보증인 ISO 9001 인증을 획득함에 따라 품질보증체계 및 서비스



▲ 롯데케논은 최근 영국 인증기관인 BV-QI로부터 ISO 9001에 대한 인증을 획득했다 (좌측이 롯데케논 김정린 사장, 우측이 BV-QI 한국지부장 최춘성 씨).

체계를 구축, 고객의 신뢰성을 확보하는 등 국내적인 기업 이미지 제고는 물론 국제시장 경쟁력이 향상되어 수출 확대에도 기여할 것으로 기대하고 있다.

한편, '95년도에 품질경영 100선 기업선정, A/S인증마크를 획득한바 있는 롯데캐논은 이번 인증획득에 앞서 금년도 주력사업으로 부상시키고 있는 BJ(Bubble Jet) 프린터 부문에서도 국내 품질인증인 "Q" 마크도 지난 3월초 별도로 획득함으로써 생산되는 모든 제품의 국내외 경쟁력 강화 및 소비자에 대한 제품품질 향상 및 서비스를 향상시켜 수출확대와 더불어 프린터시장에서 시장점유율의 확장도모로 금년 주력품목으로 복사기 부문과 프린터 부문의 사업을 한층 강화한 것으로 알려졌다.

한국코닥(주), 코닥 뉴엑타크롬 필름 출시기념 특별할인판매 행사 실시

한국코닥(주)에서는 5월부터 신제품 코닥 뉴 엑타크롬 프로페셔널 필름을 시판하면서 소비자들을 대상으로 특별할인 판매 행사를 실시한다.

1세기에 걸친 코닥의 노하우와 기술이 집결된 제품으로 미국 PMA쇼에서 참가자들의 이목을 집중시킨 신제품 뉴 엑타크롬 필름은 기존 슬라이드 필

름분야에 혁명을 가져올 것으로 평가받았다.

신제품 뉴 엑타크롬 필름은 코닥 고유의 T-그레인 에멀전 공법과 새로운 필름 테크놀로지인 PCDT 공법을 적용시킴으로써 증감 현상시에도 컬러 밸런스가 그대로 유지되는 특장점을 지니고 있으며, 뉴트럴 컬러 밸런스를 지난 엑타크롬 100(E100)을 기준으로 강한 컬러 밸런스의 엑타크롬 100S(E100S), 그리고 강하면서도 따뜻한 톤의 엑타크롬 100SW(E100SW) 등 세가지로 나뉘어 진다.

한편, 한국코닥은 이번 행사를 통해 5월10일부터 25일까지 Q-LAB을 비롯한 코닥 제품 취급점에서 뉴 엑타크롬 E100S 및 E100SW 필름을 구입하는 모든 소비자에게 30%의 할인혜택을 제공하는

것으로 알려졌다.

한국코닥(주), 제6회 생활사진 콘테스트 가족사진작품 접수

한국코닥(주)는 제6회 생활사진 콘테스트를 4월부터 10월까지 7개월간에 걸쳐 스포츠조선과 공동으로 실시한다.

일반인들이 보다 친숙하게 사진을 접할 수 있는 기회를 제공하고 창작의욕을 높이기 위해 마련된 한국코닥의 생활사진 콘테스트는 가족사진, 레저사진, 문화사진의 3단계로 진행되고 있다. 그 첫번째 주제인 가족사진 공모전은 부모 공경 및 자녀 사랑의 한국적인 가정생활을 담은 작품이나 가족간의 화목한 모습을 촬영한 사진을 대상으로 오는 6월8일까지 계속될 예정이다. 이번 콘테스트의 연말 본상 입상자에게는

한국코닥(주), 제6회 생활사진 콘테스트 응모요령

구 분	내 용
주 제	부모 사랑 및 자녀 사랑의 한국적인 가정생활을 담은 작품이나 가족간의 화목한 모습을 촬영한 사진
작품규격	컬러 부모사랑 및 흑백 공히 8"×10"로 인화한 작품(응모작품 수 제한없으며 코닥필름과 인화지를 이용하면 더욱 좋습니다)
응모방법	작품뒷면 우측 하단에 제목, 촬영장소, 카메라명, 사용필름, 출품자성명, 주소, 연락처화 명기
접수기간	96년 6월8일까지(당일 도착분 마감)
접 수 처	(110-606) 광화문 우체국 사서함 603호 스포츠조선 생활사진콘테스트 담당자 앞(직접 또는 우편접수)
입상작 발표	96년 6월16일자 스포츠조선에 게재
입상작 전시	본상 입상작품은 96년 11월27일~12월3일까지 코닥포토살롱에서 전시

삼성카메라 제5회 전국 가족 사진콘테스트 공모요강

구 분	내 용		
작품내용	가족을 테마로 한 사진으로 미풍양속에 유해하지 않는 작품		
작품규격 및 출품수	5×7인치 컬러사진, 1인당 5점 이내		
응모기간	'96년 5월 20일~6월 5일		
응모방법	방문접수 또는 우편접수(단, 우편은 당일소인까지 유효)		
접수처	(135-283) 서울시 강남구 대치동 944-31 섬유센타 3층 전국 가족사진콘테스트 담당자 앞		
심 사	6월 11일(저명사진가로 구성된 심사위원단의 공개심사)		
발 표	7월 1일(일간스포츠 지상전시 및 개별통보)		
시 상	7월 8일 오후 3시(장소 : 삼성포토갤러리)		
전 시	7월 8일~7월 13일(장소 : 삼성포토갤러리)		
문의처	서울방송 (02)369-1591~5 삼성카메라-서울) 528-0311~3, 부산) 465-6686 대구) 742-3097, 대전) 621-0810, 광주) 527-6578		
시상내역	구 분	점 수	시 상 내 역
	대 상	1	중국여행 5박6일(3인가족기준) 삼성카메라 1대
	금 상	1	동남아여행 4박5일(3인가족기준) 삼성카메라 1대
	은 상	2	제주도여행 2박3일(3인가족기준) 삼성카메라 각 1대
	동 상	3	삼성카메라 각 1대
	장려상	10	삼성카메라 각 1대
	가 작	50	삼성쌍안경 B.7~15×35 각 1대
	일 선	100	삼성쌍안경 B.7×24 각 1대
기 타	-7월 22일~8월 지방(대구, 부산, 광주, 대전지역) 순회 전시 예정 -국내·외에 발표되었거나 타 작품의 모방성이 강한 작품은 제외함 -입상자는 개별통보후 1주일 이내에 주최사로 필름원판을 보내야 하며 6월 20일까지 필름이 도착되지 않는 입상작은 수상을 취소할 수 있음 -수상작의 판권은 주최사에 귀속됨(수상작의 필름은 반환하지 않음) -접수시 사진뒷면에 작품명, 성명, 전화번호, 주소 필히 명기		

사진작가협회의 입회 점수가 부여되고 입상작들은 오는 11월 27일부터 코닥포토살롱에서 전시회를 갖게 된다.

삼성항공산업(주), 제5회 전국 가족사진콘테스트 개최
-응모기간 5월 20일~6월 5일-

삼성항공산업(주)에서는 제 5회 전국가족사진콘테스트를 개최한다.

서울방송이 주최하고 일간스포츠가 후원하는 삼성카메라 제5회 전국가족사진콘테스트 응모기간은 '96년 5월 20일부터 6월 5일까지이며, 접수처는 서울 강남구 대치동 944-31 섬유센타 3층(전국가족사진콘테스트 담당자 앞)이다.

또한 응모된 작품의 발표는 7월 1일 일간스포츠 및 개별통보로 한다.