



광·학·뉴·스·라·인

〈카메라〉

삼성항공, 카메라시장 '대반격'
- 모델 교체·신제품 출시
- 기존제품 대응 나서 -

삼성항공(정공부문대표 유무성)이 오는 7월 예정된 수입선다변화 해제에 대비한다는 포석아래 일산 카메라에 대한 대반격에 나선다.

삼성항공은 지난해 일본 업체들이 엔저를 무기로 카메라 가격을 20%나 인하하는 바람에 큰 어려움을 겪었으나 올들어 엔고로 인해 일본 업체들의 가격인하가 한계에 다다랐고 채산성도 악화되고 있어 총공세를 통해 국내 시장을 선점한다는 전략을 세우고 있다.

삼성항공은 이를 위해 총 19개 모델 중 12개를 한꺼번에 교체하고 통상 하반기에 실시했던 출시시기도 상반기로 앞당겨 오는 18일부터 미국 로스엔젤레스에서 개최되고 포토마케팅협회(PMA)에서 발표할 방침이다.

삼성항공은 올해 신제품을

단초점 4개 모델과 2배줌·3배줌·4배줌등으로 구색을 맞추고 취약했던 어드밴스트 포토시스템(APS)제품도 단초점과 2배줌 및 4배줌으로 다양화해 가격과 품질에서는 물론 제품 라인업에서도 일산제품을 주도할 계획이다.

삼성이 이번에 출시하는 신제품은 콤팩트화에 초점을 맞춘 설계와 양판점 중심의 모델로 개발됐으며 미국과 유럽 등 지역별로 디자인을 차별화시켰다.

삼성항공은 이들 신제품을 주문 즉시 생산이 가능한 동기화생산방식으로 가격경쟁력까지 제고시킬 경우 세계시장에서 일산 제품과의 경쟁력을 갖출 것으로 기대하고 있다.

〈유호성기자〉
(전자신문, 99. 2. 2)

美, 디지털 카메라시장 '장밋빛 미래'
35mm 재래식 수요대체...
1회용 제품도 인기

미국내 사진기 생산은 국내의 수요증가에 따라 매년 지속

증가해 왔다.

미 상무부 통계자료에 따르면 89년부터 96년사이의 사진기 생산은 연간 평균 1.4%로 증가했고 98년 생산은 전년대비 2.0% 증가한 250억달러에 달할 것으로 추산하고 있다.

98년부터 2002년까지의 미국내 생산 증가율은 훨씬 둔화된 연간 평균 0.8%일 것으로 예측하고 있는데 이는 미국내 사진기 생산업체들이 제품 생산을 원가를 절감할 수 있는 외국으로 전환시켜가고 있기 때문이라 한다.

현재 미국내에서 유통되고 있는 보편적인 사진기로는 35mm필름용 재래식 카메라, 즉석인화 카메라, 1회용 카메라, 디지털 카메라를 들 수 있다. 그중 1회용 카메라와 사진기와 디지털 카메라의 수요는 크게 증가하고 있고 즉석 인화 사진기와 재래식 카메라의 수요는 다소 둔화되어 가고 있는 것으로 조사되었다.

또한 미국 연방 통계청에서 발표한 미국내 상품별 판매 성장률을 살펴보면 사진기 판매

● 수입현황

(단위 : US \$ 백만)

국 별	1995	1996	1997	98.1~9
중 국	368	392	498	426
일 본	447	398	357	273
맥 시 코	24	91	74	112
말 레 이 시 아	183	198	151	98
한 국	39	23	31	31
기 타	469	481	556	390
총 계	1,530	1,583	1,667	1,330

[자료 : 미국 상무부]

성장률은 93년 이후 연간 평균 5.8%인 것으로 나타났다. 97년 미국내 사진기 판매의 컴퓨터나 스포츠용품, 오디오 제품, 소형 전자제품의 판매 성장률 보다는 약간 뒤지지만 국민 총 소비 성장률 및 다른 제품들의 판매 성장률 대비 비교적 높은 편이다.

특히 컴퓨터와 같은 하이테크 관련 제품의 수요는 97년 판매 성장률 76%로 가장 높는데 카메라 제품의 높은 판매 성장은 부분적으로 컴퓨터의 신형상기술 발달에 연관되어 있는 것으로 분석된다.

먼저 97년 미국내 1회용 카메라 수요동향을 살펴보면 97년 판매된 1회용 총 판매수는 8,930만개로 전년대비 24.5% 성장한 수준이었다.

한편 미국내 디지털 카메라 수요동향을 살펴보면 97년 총 디지털 카메라 판매수는 89만대로 전년대비 154.3% 성장했으며 98년 판매수는 전년대

비 35.9% 성장한 121만개로 예측하고 있다.

이러한 디지털 카메라 수요의 급성장 요인으로는 여러가지들을 들 수 있는데 우선 디지털 카메라는 일반 카메라와 달리 사진현상에 소요되는 현상비, 현상시간, 필름비가 들지 않기 때문이다.

화질면에서도 디지털 카메라는 1000-by-800 픽셀의 고화질로 다른 스튜디오 사진에 대비 육안으로는 식별이 불가능할 정도의 고화질 사진을 찍어내고 컴퓨터를 통해 다양한 색상 선택과 조정이 가능하다.

또한 원하지 않은 사진은 프린트하기 전에 손쉽게 삭제할 수 있고 사진현상에 필요한 유해 화학물질을 사용할 필요가 없다.

미국내 한 전문연구잡지인 Research Alert에 따르면 카메라와 컴퓨터를 모두 소유하고 있는 50% 이상의 가정이 자신들이 소유하고 있는 컬러

프린터를 이용해 가정에서 직접 디지털 이미지를 현상하기 원하고 있는 것으로 밝혔다.

또다른 디지털 카메라 판매의 급성장 요인으로는 인터넷 사용자가 날로 급증하고 이들 인터넷 사용자들이 사적 또는 비즈니스 목적으로 홈페이지에 이미지를 띄우는데 스캐너보다는 디지털 카메라를 사용하기 원하고 있기 때문이다. 이 밖에도 디지털 카메라 사용에 따른 많은 이점들이 있고 앞으로 가격도 저렴해져 디지털 카메라의 수요는 향후 급성장할 것으로 전망된다.

또한 98년 3/4분기까지의 카메라 종류별 대외 수입현황을 살펴보면 롤필름 35mm 카메라의 총수입은 전년동기대비 25.67% 성장한 7억3,300만 달러였고 LEN뷰파인더 카메라의 총수입은 20.72% 성장한 1억9,900만달러였다. 롤필름 35mm 이하 카메라는 26.22% 감소한 1억1,300만 달러였고 즉석인화 사진기는 13.34% 감소한 7,300만달러였던 것으로 조사되었다.

사용편리, 가격도 더 내릴듯

현지 카메라 제조업체들은 신상품 및 신기술 개발, 광고선전 확대를 통해 자기시장 확대를 위한 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 특히 현지 중·고가 카메라 시장의 대부분을 장악하고

있는 일본 카메라 제조업체들은 요즘 신제품이자 인기상품인 디지털 카메라에 대한 신기술 및 신상품 개발, 광고선전 확대에 열을 올리고 있다.

도시바 아메리카는 98년들어 2종류의 신 디지털 카메라를 추가로 판매하기 시작했는데 그중 소비자가격이 699달러인 PDR-M1은 150만 픽셀 화상을 내기 위해 0.5" Charge Coupled Device(CCD)센서를 장착하고 있다. 또 다른 종류의 디지털 카메라는 PDR-5인데 소비자가격이 399달러이며 2.5" LCD, 39mm글래스렌즈, 4-모드 플래시를 장착하고 있고 640×480의 화상을 낼 수 있다.

소니일렉트로닉스는 금년 7월 중순경부터 새 기종의 디지털 Mavica를 시판하고 있는데 이번 신기종은 원래 기능에 새로운 디자인과 3.5" 플로피디스크에 화상을 저장할 수 있는 신기술을 추가했다. 소니는 이번 신기종 디지털 카메라를 미국내 인기 인터넷 채널과 여러 트레이드쇼를 통해 선전하고 있다.

또한 미놀타는 금년 11월부터 Ex Zoom 1500디지털 카메라를 시판하고 있는데 이 기종은 DCAM-101 이미지 마이크로프로세서, MiniRISC Million Instructions Per Second Processor, 16M Onboard RAM을 장착하고 있어 지능적 디지털 카메라를

창출해내고 소비자 가격은 1천 달러이다.

자기 브랜드를 가지고 현지 시장에서 판매되고 있는 한국산 카메라는 삼성 제품 이외에는 없고 다른나라 제품들 역시 일본 제품에 밀려 거의 판매되지 않고 있는 상황이다. 이런 시장 상황을 극복하고 미국 시장을 개척하기 위해서는 광고선전과 전시회를 통해 브랜드 이미지를 더욱 확충하고 신기술과 함께 세련된 디자인 개발에 더많은 노력과 투자가 필요할 것으로 보인다.

※수입상 명단

- Wolf Camera & Video
150 14th Street N.W.,
Atlanta, Georgia 30318
Tel : 404-892-1703
Fax : 404-898-8734
Contact : Joshe Weber,
Purchasing Agent
- Ritz Camera
6711 Ritz Way, Beallsville,
Maryland 20705
Tel : 301-419-0000
Fax : 301-419-2995
Contact : New Products
Division
- HIP International
186 21st Street, Brooklyn, NY 11232-1302
Tel : 718-768-8800
Fax : 718-768-2141
Contact : Jerrold Berger,

President

- The Good Guys
7000 Marina Blvd, Brisbane, CA 94005
Tel : 650-615-5000
Fax : 650-615-6371
Contact : Hyde Josonton,
Purchasing Agent
- Circuit City
9950 Maryland Drive,
Richmond, Virginia 23233
Tel : 804-527-4000
Fax : 804-527-4196
Contact : Christin Scott,
Purchasing Agent
- J & S Distributors
1916 N.W.94th Ave.,
Miami, FL 33172-2330
Tel : 305-592-1436
Fax : 305-447-0158
Contact : Roger Kwatra,
Purchasing Agent
(일간 해외시장, 99. 1. 5)

**우크라이나社, 사진 관련제품
수입희망**

- 앨범·카메라 등 -

우크라이나의 Yugkontrakt사가 앨범, 카메라, 필름, 인화지, 배터리 등을 신속하게 공급할 수 있는 한국업체를 찾고 있다.

Yugkontrakt사가 생각하는 바람직한 파트너는 서류업이나 폴란드, 체코 등에 유통기지를 보유하고 있어 바이어의 오더가 있을 경우에 즉시 딜리버리

해 줄 수 있는 회사이다.

즉, 제조업체보다는 신속한 딜리버리 체제를 갖추고 있는 무역업체를 찾고 있다.

이 회사는 오더 발주시에 10%를 선불로 T/T송급하고, 물품발송 준비가 돼 있다는 통보를 받으면 90%를 지불함과 동시에 물품을 현장에서 인수하는 조건으로 거래하기를 희망하고 있다.

단, 카메라의 경우에는 좋은 가격으로 선적할 수 있는 업체가 있으면 딜리버리가 길어도 괜찮다고 한다.

□ 수입희망 품목 및 스펙

○ 사진앨범

- slip-in pocket, paper covering
 - 10×15, 36(photos)
 - 10×15, 24(photos)
 - 10×15, 96(photos)
 - 9×13, 36(photos)
 - 9×13, 24(photos)
 - 9×13, 96(photos)
- slip-in or self adhesive, paper-covering or leather covering
 - 10×15, 100(photos)
 - 10×15, 200(photos)
 - 10×15, 300(photos)
 - 9×13, 100(photos)
 - 9×13, 200(photos)
 - 9×13, 300(photos)

○ 건전지 : 모든 사이즈 및 전

압의 alkaline 및 manganese 전지

- 카메라 : 삼성, KONICA 브랜드 제품
- 필름 및 인화지 : KODAK, FUJI, KONICA 브랜드 제품
- 충전가능한 배터리 및 충전용 디바이스

□ 연락처

- Yugkontrakt
 - 48, Degtyaryovskaya Str., Kiev, 252000, Ukraine
 - Tel/Fax : 380-44-241-9225, 241-9226, 219-49270
 - Contact : Mr. Golovin Alexandr(Director)
 - Mr. Sherbako Oleg(Manager CI)
 - (일간 해외시장, 99. 2. 18)

유럽, 디지털 사진기 시대 '눈앞' - 업체 앞다퉀 신제품 출시 - 가격인하·사용 용이성 관전 -

지금까지 전문가들에 의해서만 사용되고 있는 디지털 사진기의 대중화 움직임이 일어나고 있다. 컴퓨터를 사용하지 않고도 사진을 재생할 수 있는 인쇄기술이 발달해 디지털 사진기의 보편화가 기술적으로 가능하게 되었기 때문이다.

이에 따라 많은 사진기 제조업체들이 앞다투어 신제품을

시장에 내놓고 있다. Olympus사는 최근 쾰른에서 열린 Photokina(사진분야 전문전시회)에 1,200만픽셀(pixel)로 구성된 디지털 사진기를 전시했다. 현재 시중에서 시판되고 있는 대부분의 디지털 사진기는 190만픽셀을 넘지 못하고 있다.

캐논사의 PowerShot70, Rollei d 30 flex와 소니사의 DSD-C700도 종전제품보다 기능이 향상되었다. 그러나 이 두 제품의 소비자 가격은 1,700~2,290달러사이로 매우 비싼 편이다. Olympus사의 디지털 사진기 역시 가격이 너무 비싸 혁신적인 기능에도 불구하고 소비자들의 구매를 선뜻 유발하지는 못하고 있다.

현재 콤팩트 사진기의 평균가격은 57~86달러에서부터 286달러 정도로 비록 디지털 사진기의 품질이 좋다고 하더라도 일반가격이 857~2,286달러 상당의 디지털 사진기를 사기는 이른 것으로 평가되고 있다.

디지털 사진기가 가격은 높지만 사진으로 원하는 생일사진카드나 결혼기념카드 등을 만들 수 있다는 장점으로 소비자들의 구매욕구를 불러일으킨다 하더라도 여전히 단점으로 지적되고 있는 것은 작동이 기술적으로 복잡해 일반 소비자들이 기능을 자유자재로 구사할 수 없다는 점이다.

따라서 현지 유통업체들은 디지털 사진기가 일반화되려면 판매가 인화와 아울러 사용기술 간소화가 필수라고 평가하고 있다.

디지털 사진기로 영상포착기(CMOS)를 통해 필름없이 사진을 찍을 수 있는 사진기도 개발되어 있으나 컴퓨터가 반드시 있어야 하므로 사용에 익숙치 않은 사람에게는 여전히 큰 매력을 주지 못하고 있다.

이러한 점을 감안해 최근 후지사는 컴퓨터가 필요없는 디지털 사진기를 개발, 선보이고 있다. 이 회사가 개발한 제품은 전자카드(SmartMedia)와 프린트기가 내장되어 포토스크프의 기능을 가진 사진기로, 찍은 영상이 전자카드에 메모리되고 메모리된 영상을 아무때나 불러와 볼 수 있으며 프린터를 통해 영상을 재생할 수도 있으므로 사진을 찍은 후 집으로 돌아와 컴퓨터를 통해 인쇄하지 않아도 되는 편리한 점이 큰 장점으로 소비자들간에 평가되고 있다.

또한 후지사는 포토스크프에 연결될 수 있는 담뱃갑 크기 만한 소형 휴대용 현상기도 개발, 선보이고 있는데 이 현상기를 통해 사진을 즉석에서 뽑아 볼 수 있을 뿐 아니라 나중에 언제든지 컴퓨터 화면으로 사진을 자유자재로 제작할 수 있는 장점을 가지고 있다.

후지사의 이 신제품은 현상

과정에서의 화학물질로 인해 즉석에서 뽑은 사진이 매끄럽지 못하다는 아직은 기술적으로 미흡한 점이 있다. 그러나 현지 유통업체나 사진전문가들은 앞으로 약간의 기술만 향상되면 후지가 개발한 디지털 사진기술이 향후 이 카메라 시장을 지배할 것이라고 전망하고 있다.

전문가용 디지털 사진기분야에 명성이 높은 벨기에 아그파그룹도 기존 틀에서 벗어나 일반인용 디지털 사진기 개발에 한창으로 새로운 포토스코프와 스캐너, 사진용 종이 등을 선보이고 있다.

(일간 해외시장, 99. 2. 6)

〈복사기〉

日 복사기업계
디지털기종에 '무게 중심'
- 사무환경 디지털·네트워크화로
수요 늘어 -

일본 복사기업계가 디지털 기종에 사업전략을 맞추고 시장공략에 박차를 가하고 있다고 '전파신문'이 보도했다.

이에 따르면 일본 복사기업체들은 기업내 사무환경의 디지털·네트워크화가 급진전하면서 디지털 복사기 수요가 전세계적으로 확대되는 추세를 보임에 따라 디지털 복사기의 생산비율을 끌어올리고 주력품목도 기존의 저속기종 중심에서 중·

고속기종으로 전환하고 있다.

전체 복사기시장은 신장세가 둔화되고 있는 반면 디지털 기종의 수요는 지난해 일본의 경우 6.1%가량 늘어났으며 현재 디지털 기종보급률이 10%에 머물러 있는 미국·유럽시장은 89.2%나 늘어난 것으로 나타났다.

이같은 디지털 복사기시장의 확대에 대처하기 위해 일본의 주요복사기업체들은 디지털 기종의 라인업을 보강함과 동시에 관련 소프트웨어 개발 및 서비스 지원체제 강화에 주력하고 있다.

캐논은 지난해 디지털 복사기의 비율을 60%까지 끌어올린 일본은 물론 앞으로는 미국·유럽지역에 디지털 기종을 전략적으로 공급해 이 지역의 시장을 선점한다는 계획이다.

후지제록스도 지난 97년 80%에 달하던 디지털 복사기의 비율을 지난해에는 85%로 끌어올리는 등 디지털 복사기로 무게중심을 옮기고 있다.

코니카의 경우 기업체의 네트워크화에 맞춰 네트워크를 지원하는 디지털 고속 기종 중심으로 판매전략을 세워놓고 제품군을 보강하고 있다.

최근 프린터와 복사기를 일체화한 제품을 선보인 샤프도 올해에는 디지털 복사기 비율을 일본의 경우 70%까지 끌어올리고 미국·유럽 등 해외 지

역에서도 60% 수준까지 높인다는 계획이다.

이밖에도 도시바테크는 현재 25%에 머물러 있는 디지털 기종의 비율을 내년에는 70% 수준으로 높이기로 했으며, 리코와 마쓰시타전송시스템도 일본 및 해외시장에서의 디지털 기종 비율을 대폭 끌어 올리기로 하고 제품 보강에 박차를 가하고 있다.

〈주문정 기자〉

(전자신문, 99. 1. 25)

**외국복사기업체들, 한국진출 머뭇
- 완전 개방 불기 IMF로 시장
크게 위축 -**

국내 복사기 시장이 완전 개방됐으나 해외 복사기제조 업체들의 국내 직접 진출은 당분간 어려울 전망이다.

국내 복사기 제조업체들은 올 1월 1일자로 복사기 품목이 수입선 다변화 품목에서 해제되는 등 국내 복사기시장이 완전 개방됨에 따라 샤프·NEC 등 해외 복사기 제조업체들이 직접 진출을 꾀할 것으로 우려했으나 당초 예상과 달리 이들 업체가 이렇다할 움직임 보이지 않고 있다.

복사기 업계는 △올해 국내 복사기 시장이 지난해와 비슷한 수준의 규모를 유지해 기존 업체들의 생산물량만으로도 포화상태를 이루는 데다 △IMF

체제 지속으로 고부가가치의 디지털복합기 시장이 당분간 활성화하지 않을 것으로 예상, 해외 주요 복사기 제조업체들의 연내 국내 직접진출이 사실상 불가능할 것으로 분석했다.

현대전자와 복사기 사업을 제휴해오다 지난해 초 이 회사의 복사기사업 포기로 국내 사업기반을 잃은 일본 샤프는 지난해 중순부터 현대전자 등 국내 전자업체들과 국내 복사기 시장 기반확보를 위한 제휴 협상을 추진해왔으나 최근 직접진출을 유보한 것으로 알려졌다.

또 NEC·마쓰시타전기 등 일본업체들도 국내 복사기 시장개방을 앞둔 지난해 말에 국내시장 진출을 적극 검토한 것으로 전해졌으나 시장규모 축소와 디지털복합기 시장위축에 따라 최근까지 진출을 위한 이렇다 할 움직임을 보이지 않고 있다.

복사기 업계 한 관계자는 이와 관련, 『이미 리코·캐논·제록스 등 세계 빅3 복사기 업체가 각각 신도리코·롯데캐논·코리아제록스 등과 합작이나 지분투자 등을 통해 오래전부터 국내 시장공략을 가속화하고 있다』며 『특히 이들 빅3 업체가 지난해부터 기존 제휴업체에 대한 지분 확대와 완전인수로 국내시장기반을 크게 강화하고 있기 때문에 샤프, NEC등 상대적으로 사업규모

가 작은 업체들의 국내 진출이 쉽지 않을 것』이라고 밝혔다.

또 다른 관계자는 『복사기는 AS와 기술대리점 등 사업개시에 전국 영업조직이 필요한 생산재 상품인 만큼 해외업체들이 국내 시장에 진출하려면 일반 소비재와 달리 초기 투자비용이 막대하게 소요될 것』이라며 『특히 지난해 국내 복사기 시장이 전년에 비해 40% 가량 축소되는 등 시장이 크게 위축되고 있는 상황에서 해외복사기 제조업체들의 국내시장 진출은 당분간 어려울 것』이라고 내다봤다.

〈신영복기자〉

(전자신문, 99. 2. 11)

**일본기업의 환경문제 대응현황
- 사무기기 메이커 -**

일본 리코사는 11월 중순부터 부품의 재사용률이 높은 OA 기기에 '리사이클 레이블'을 부착해 환경에 특별히 배려한 기종을 명시한다. 설계면의 배려 등 5개 항목의 자사 기준을 정하고 기준 자체도 공표한다.

후지쓰(富士通)도 자사기준을 충족시킨 퍼스널 컴퓨터를 '그린제품'이라고 명명해 판매를 개시했고, 마쓰시타(松下) 전기산업은 에너지절약 대책 표시 레이블을 부착한 제품을 대폭 늘린다

지구온난화와 폐기물 문제

에 대한 관심 고조에 대응해 제품의 환경정보도 적극적으로 공개하는 움직임이 확산되고 있는 것이다.

제품의 환경에 대한 배려를 표시하는 환경레이블은 국제표준화기구(ISO)가 표준화를 검토하고 있으며, 기업이 자율적인 기준으로 환경개선을 나타내는 형식도 포함돼 있어 리코 등의 레이블 부착은 이러한 추세를 반영한 것이다.

리코는 리사이클 설계, 부품의 재사용률, 회수시스템, 재자원화, 환경안전성 등 5개 항목의 자사 기준을 책정하고 이 모두를 충족시킨 품목에 한해 레이블을 부착하게 된다.

리사이클 설계의 기준은 '대형 수지부품에 대한 이물질 재료 접촉금지' 등 해체의 용이성에까지 배려하고 있고, 부품의 재사용률은 중량의 40% 이상을 기준으로 했다. 또 안전성면에서는 전선용 등 일부를 제외하고 염화비닐수지는 사용하지 않는데, 이는 소각방법이 좋지 않을 경우 다이옥신이 발생할 우려가 있기 때문이다.

리코는 복사기 '스피리오' 시리즈 현행 기종 중 2개가 이 기준을 충족시키고 있기 때문에 레이블을 부착시켜 판매하며, 팩시밀리와 프린터에도 부착해 간다.

자사기준의 내용은 인터넷 홈페이지와 카탈로그에 공개할

예정이다.

(일간 해외시장, 99. 1. 23)

〈레이저〉

**대우고등기술 研,
차량용 철판레이저 용접
- 원하는 모양 마음대로 성형...
제조비 절감-**

자동차에 사용되는 각종 철판을 마치 옷을 재단하는 것과 같이 필요한 모양대로 절단해 레이저로 용접할 수 있는 새기술이 국내에서 개발됐다.

이 기술은 자동차 용접라인에 적용될 경우 제조비를 절감하고 차체의 무게도 크게 줄일 수 있어 선진 자동차업체들도 앞다퉈 개발하고 있는 것이다.

대우고등기술연구원은 생산기술연구실 이경돈 박사팀이 대우자동차 대우중공업과 공동으로 자동차 패널 용접라인에 적용할 수 있는 차세대 패널 제작방식인 레이저 용접기술을 개발했다고 밝혔다.

지금 사용되는 점(spot)용접 방식이 철판 하나하나를 각각 성형(프레스를 이용한 찍어내기)한 후 높은 전류를 흘려 용접하는 데 비해 '태일러드 블랭크 시스템'으로 불리는 이 기술은 각각의 용도에 맞게 절단된 철판을 레이저로 용접한 후 한꺼번에 성형하는 게 특징이다. 따라서 프레스 및 차체공정이

단순해지고 금형비 용접비 등도 절감된다. 재료가 줄어든 만큼 차량을 경량화할 수 있다.

고등기술연구원은 이 방식을 용접라인에 적용할 경우 기존 방식에 비해 15%정도의 제조비 절감과 경량화 효과를 이룰 수 있을 것이라고 말했다.

연구원은 또 레이저 용접방식을 이용하면 철판의 용접이 끝난 후 원하는 금형에 따라 자유롭게 성형할 수 있어 자동차 디자인을 훨씬 다양화할 수 있는 장점이 있다고 설명했다.

(0335)330-7356

〈중종태기자〉

(한국경제, 99. 1. 7)

〈기타 광학기기〉

**日本, 값싼 휴대형 내시경
'이지스코프' 개발**

의료기기 업체인 일본 디베이스는 住田光學과 함께 가격이 저렴한 휴대용 내시경을 개발했다. 유리섬유 일부에 비교적 원가가 저렴한 성분을 많이 사용함으로써 원자재 비용을 줄였다. 중견 제조업체 제품의 절반 가격 정도에 판매할 예정이다. 현재 미국과 동남아시아 등지에도 수출할 계획으로 생산 첫해인 올 판매 목표는 1000개.

상품명 이름은 이지스코프(SMS-ESI)다. 광원과 전원을 내장했으며 휴대하기가 쉽도록

했다. 옵션으로 전하결합소자 (CCD)카메라가 있는데 이를 이용, 화상 저장도 가능하다. 이 제품은 마취과 의사의 조언을 참고로 설계됐으며 수술할 때에 사용하기 편하도록 모양새에 신경을 썼다. 가격은 확정되지 않았는데 40만엔 정도 될 것으로 보인다.

- * 일본디베이스(東京) :
03-5805-5390
- * 주전광학(浦和市) :
048-8321-3165
(일간무역, 99. 1. 27)

**공작기계·공구류·광전자산업 분야
대만업체, 한국산에 밀리자
공존관계 모색**

한국산 공작기계, 공구류, 광전자산업 등이 원화 평가절하에 따른 가격경쟁력 향상과 수출마케팅 강화로 해외시장에서 대만의 최대 경쟁국으로 떠오르면서 대만 수출시장을 급속히 잠식하고 있는 것으로 조사됐다. 그러나 대만의 일부 공작기계 업체들은 한국산 공작기계 가격이 대만보다 30%정도 저렴한 점을 활용해 한국을

대만의 공작기계 OEM 기지로 삼는 등 양국간 산업경쟁관계가 협력을 통한 공존관계를 모색하는 단계로 발전하는 양상도 나타나고 있다.

공작기계의 공구류 또한 한국과의 경쟁에 부딪치고 있는데 지금까지 중저가 공구류의 최대 경쟁대상국은 중국이었으나 한국이 금융위기를 겪으면서 원화 가치가 중국 인민폐에 대해 상대적으로 하락해 가격경쟁력이 급속히 제고됨에 따라 한국이 대만 공구류 수출에 있어 최대 경쟁대상국으로 부상했다고 대만 공작기계공회 이사장이 밝혔다.

한국 공작기계 및 공구류 업체가 대만 최대 경쟁국으로 부상함에 따라 일부 대만업체는 한국과의 가격경쟁을 포기하고 협력관계 구축을 통한 공존을 모색함으로써 좋은 성과를 보고 있는 것으로 나타났다.

광전자산업 역시 한국과의 경쟁관계가 한층 심화되고 있다고 재단법인 光電科技協進會가 밝혔다. 光電科技協進會는 현재 광전자산업 분야에서 한국과 대만간 가장 경쟁이 치열

한 분야는 TFT-LCD 등 액정 모니터와 광전자통신분야라고 말하고 한국이 그 동안 민관합동으로 기술개발 투자에 힘쓴 결과 현재 제품생산단계와 기술력이 일본에 거의 근접하는 등 대만 광전자업체의 최대 경쟁대상국이 되었다고 말했다.

또한 중국은 전체적인 광전자산업의 경쟁력부면에서 아직 뒤떨어져 있으나 저렴한 인력과 방대한 내수시장, 장기 연구개발 투자 등으로 향후 발전이 주목된다고 말하고 특히 모니터, 광통신, CD-ROM드라이브 등에서 강점을 보일 것으로 전망했다.

대만의 광전자산업은 경기침체에도 불구하고 TFT-LCD, 스캐너, CD-ROM드라이브 등의 생산호조로 98년 생산액이 사상 최초로 NT \$ 2천억을 돌파했으며 일본, 한국, 미국 등 광전자 선진국을 제치고 29.7%의 고성장을 기록해 세계 최고의 성장세를 기록했다. 광전자산업 경쟁력 분석에서 대만은 일본과 미국에 이어 세계 3위로 부상했다.

(일간, 해외시장, 99. 2. 6)

정 기 구 독 안 내

한국광학기기협회에서 발행하는 정기간행물 "광학세계" 지를 정기구독하고자 하는 분은 1년간 책자 우송료 1만2천원을 지불하시면(국민은행 084-01-0156-856, 예금주: 한국광학기기협회) 책자를 무료로 보내드리겠습니다.

또한 정기구독 기간중 주소 및 전화번호가 변경된 경우 본 협회(전화: (02)581-2321~2)로 꼭 연락주시기 바랍니다.