

net communication net communication net communication  
net communication net communication net communication

http://www.naotech.com

## “끊임없는 변화와 도전 통해 세계속의 광학렌즈 전문메이커로 자리매김할 터”

### 광학렌즈 연마, 조립 전문업체 (주)나오텍

약 20여년간 글라스 렌즈 연마쪽에서 많은 노하우를 가진 광학전문업체를 모체로 2003년 설립된 (주)나오텍(대표·김영기)은 각종 카메라에 사용되는 완제품 렌즈를 생산, 국내 및 해외 시장에 판매하고 있다. 후발주자지만 끊임없는 교육과 재투자, 신경영기법을 적용한 적극적인 마케팅 활동 등으로 인지도를 넓혀나가고 있으며 짧은 시간동안 급성장을 이루며 탄탄한 내실을 다지고 있다.

취재 | 박지연 기자

(주)나오텍은 5년 전부터 국내 광학 업체로는 가장 먼저 중국 산둥성 영성시에 자체 생산 기지를 마련, 일찍부터 시장에서의 치열한 원가 경쟁과 품질 관리를 위해 만전을 기해 왔다. 20여년간 광학렌즈의 연마, 심취, 초팅, 접합 등 부품의 생산공정에만 주력해오다가 나오텍으로 새롭게 출발하면서 조립라인까지 갖추고 완제품까지 생산하고 있다. 현재는 한국 본사에서는 개발과 샘플라인만을 담당하고 양산은 중국공장에서 하는 식으로 이원화되어 있다.

나오텍의 주력품목은 소형 PC카메라에 사용되는 렌즈에서부터 디지털카메라, 감시카메라, 휴대폰 카메라용 렌즈 등에 이르기까지 다양하다.



▶나오텍의 숨은 노력이 담긴 다양한 인증서 앞에서 포즈를 취한 김영기 대표이사



2003년 9월 회사 설립과 함께 1/3" CCD 이미지 센서용 92도 렌즈 개발을 시작으로 그 이듬해인 2004년에는 1/5" CMOS 이미지 센서용 렌즈양산과 함께 세계 최대 PC CAM 판매 업체로부터 동사의 모델이 채택되는 큰 성과를 거두었으며, 2005년에는 1/3" CCD 이미지 센서용 130도 렌즈와 1/4" CMOS 이미지 센서용 90도 렌즈를 양산하는 등 끊임없는 제품개발과 양산, 그리고 시장개척에 힘써왔다.

이를 바탕으로 나오텍은 늦은 출발에도 불구하고 시장 확대에 주력한 결과, 2004년 대비 2005년 매출을 200% 이상 달성하는 급성장을 이루었다. 여세를 몰아 2006년을 회사발전의 원년으로 삼고 수출 100만 불 달성을 목표로 해외시장 개척에도 박차를 가하고 있다.

**2006년은 회사발전의 원년, 수출 100만 불 달성 목표**

나오텍이 짧은 시간동안 시장에 안착하여 급성장을 할 수 있었던 주요 요인은 시장변화에 발빠른 대응과 체계적인 관리시스템이 한몫 한다. 최근 화두가 되고 있는 'CRM기법'을 창업 초기부터 적용, 전 직원에 이르기까지 한 마음이 되어 적극적으로 고객 관리를 실천하고 있으며, 이와 같은 노력이 시장의 고객들로부터 좋은 반응을 얻기 시작하고 있다.

자체적으로 대규모 원 부품 생산라인부터 조립 라인까지 갖추어 시장에서 요구하는 품질 및 사양을 모두 맞출 수 있도록 최적화를 이루어 놓았으며, 광학 설계부터 최종 제품 생산에 이르기까지 A부터 Z까지 모든 공정의 품질 관리를 자체적으로 관리하여 최고의 고객 만족을 실현하고자 끊임없이 노력하고 있다.

영업과 관리를 맡고 있는 박규홍 팀장은 "고객 만족의 본질을 살펴볼 때 새로운 기술을 개발하고 납기일을 잘 맞추는 것도 중요하지만, 특히 중소기업에는 시장환경변화에 신속하고 정확하게 대응해 나가는 것이 무엇보다 중요하다"며 "가령 영업을 하면서 최근 고객들로부터 가장 많이

듣는 소리는 중소 부품업체에서 최근 이슈중에 하나인 유해물질사용지침(RoHS)에 대해서도 제대로 모르고 있다는 데에 많은 불만을 토로한다"고 말했다.



▶나오텍으로 거듭나기까지 많은 어려움이 있었지만 신앙으로 극복하고 어려움을 함께 나눈 직원들과 주변 지인들이 있었기에 지금의 자리에 설 수 있었다는 김영기 대표이사.



▶가족적인 분위기의 나오텍 임직원들이 함께 포즈를 취했다.



▶나오텍에서 생산하고 있는 각종 광학렌즈 제품들.



나오텍도 이러한 부분이 상당히 중요한 사안이라 인식하고 올 3월에 국제환경규격인 'ISO 14000' 을 인증받았다.

중소기업으로서 많은 취약점을 가지고 불리한 조건에 놓여있던 나오텍이 이처럼 환경변화에 능동적으로 대응해 나갈 수 있었던 원동력은 중소기업진흥공단이나 산업자원부 등 유관기관의 제도를 적절히 활용한 결과다. 대기업과는 달리 직원 1명이 1인 3역, 4역 이상도 해야하는 중소기업 여건상 직원들 교육시간을 빼기가 무척 어려운 상황이지만 각 기관에서 주최하는 교육과 경영기법 세미나에 김영기 사장 이하 모든 직원들은 빠지지않고 참석하고 있다. 또한 이들 기관을 통해 기술자문과 컨설팅도 적극 활용하고 있으며 최근에는 시장개척에 많은 정보와 자문을 구하는 중이다.

---

### **시장환경변화에 신속·정확한 대응이 빠른 성장 비결**

---

회사 설립후 만 3년이 채 안되는 기간동안 '회사 알리기'에 주력해온 나오텍은 2006년에는 해외시장 개척에도 박차를 가하여 수출 100만 불을 달성 하고자 한다.

박규흠 팀장은 "올해에는 질적인 성장을 이루기 위해 내부 소프트웨어를 갖추는데 주력할 것이

며 그중에 하나가 부설연구소를 설립하는 것"이라며 "고객들의 요구에 얼마나 빠른 답변을 주고 기술력으로 대응하느냐가 관건인만큼 부설연구소의 설립은 한단계 회사가 도약하는 계기가 될 것"이라고 말했다.

5년전, 한참 중국으로 생산기지 이전에 대한 관심이 높아지면서 다른 업체들은 망설이고 있는 사이 중국에 먼저 진출하여 많은 어려움을 헤치며 지금까지 숨가쁘게 달려온 나오텍은 여전히 변화의 중심에 서있다. 광학시장이 워낙 변수가 많은 시장이라 상황예측도 쉽지않은데다 시장 개척하는 일이 가장 힘들다고 말하는 김영기 사장. 그는 국내는 물론 중국에 진출한 한국업체들이 하루가 다르게 추격하고 있는 중국업체를 이겨내기 위한 돌파구는 '업계 공동대응'이라고 생각한다. 그러나 광학부품업체들의 모임 등 교류자체가 희박하다는 현실을 안타까워한다.

김영기 사장은 "부품업체들이 견실해야 완성품업체들이 살 수 있다"며 "부품업체들의 모임을 활성화하여 당장 좋은 방안이 없다하더라도 자꾸 모임을 갖고 교류하다보면 언젠가는 좋은 방안이 나오지 않겠냐"고 되물었다. 또한 그는 "당장 참여율이 저조할지라도 협회에서 광학업체들이 필요로 하는 정보와 자료를 제공하고 세미나와 간담회 자리를 자주 마련하여 업체들에게 정보교류와 시장동향에 대해 접할 수 있는 기회를 많이 제공해주기를 바란다"고 당부했다.