

'92Photokina show에 다녀와서

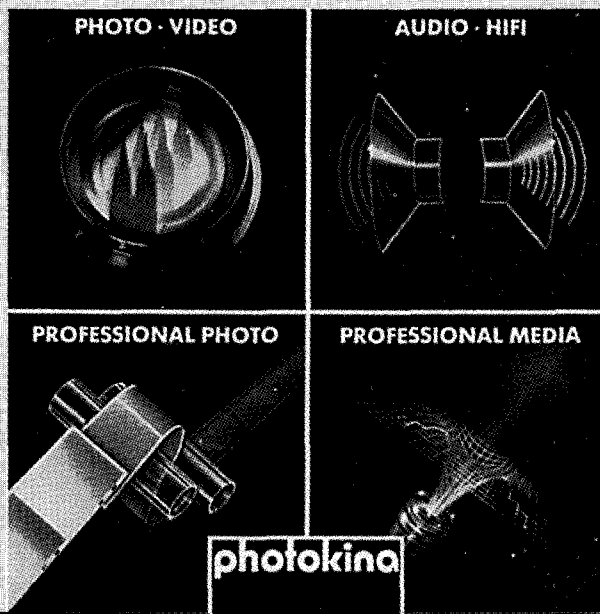
국제적 광학기기 전문전시회로 널리 알려진 '92Photokina show가 지난해 9월, 독일의 쾰른메세(Köln Messe; Cologne fairgrounds)에서 성대하게 개최되었다.

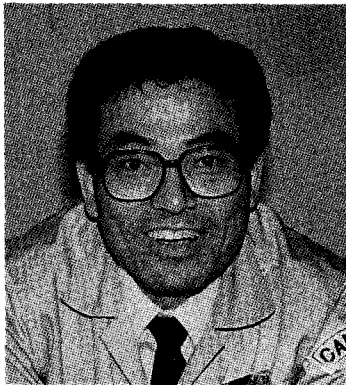
12개의 홀(23만 평방미터)로 구성된 전시장에는 세계 유명 광학기기, 오디오, 비디오, 및 하이파이 제품들이 출품되었으며, 국내에서는 (주)금성사, 삼성항공산업(주), 삼양광학공업(주) 그리고 (주)아이.엠.씨에서 카메라와 쌍안경을 각각 출품한 것으로 알려졌다.

이에 본보에서는 '지상좌담회'란을 마련, '92Photokina show에 출품한 (주)금성사, 삼성항공산업(주) 그리고 (주)아이.엠.씨의 관계자들로부터 '92Photokina show의 이모저모'와 '92Photokina show를 통해본 한국광학산업의 현주소'에 관한 종합적 견해를 듣는 기회를 마련해 보았다.

(주)금성사의 김경중 실장(설계실), 배석렬 과장(마케팅팀), 김광현씨(상품기획실)와 삼성항공산업(주)의 김정호 대리(수출2팀 해외사업부), 이정균 대리(수출팀, 북미담당) 그리고 (주)아이.엠.씨의 권정일 사장이 참여하여 '92Photokina show에서 보고, 듣고, 느낀 점을 진솔하게 지적해준 본 칼럼은 국내 광학업계 종사자들이 '국내 광학산업의 현 주소와 향후 나아갈 길'을 점치는데 커다란 보탬이 될 수 있을 것으로 여겨진다.

-편집자 주-
취재/ 연정희기자





(주)금성사, 김경중실장



세계 경기불황 때문인지 카메라 메이커들은 예전과는 달리 종전 제품을 약간 수정·보완하여 출품하는 경향을 보였습니다



=우선, '92Photokina show의 규모는 어느 정도였는지, 간단한 말씀 부탁드립니다.

김경중실장:12개 홀로 구성된 「필름메세」 전시장에는 약 1천5백 여 업체가 출품했으며, 이중 카메라, 앨범 및 사진기 관련업체서리 출품업체 수는 약 7백 여개사였던 것으로 기억됩니다. 그리고 부스(Booth) 확보면에서는 코닥, 아그파, 코니카 등의 필름업체와 캐논, 미놀타 아사히펜탁스, 라이카, 치논 등의 카메라업체가 상당히 큰 면적을 차지했던 것으로 알고 있습니다.

= '92Photokina show 출품업체들의 대부분이 기존 주력기종과 함께 신제품을 선보였으리라 보는데, 금번 전시회의 출품품목을 통해본 신제품 출품 경향은 어떠했는지요.

김정호대리:독일의 카메라 메이커들은 프로사진가들을 대상으로한 고급기종의 SLR 카메라를 출품한 반면, 일본메이커들은 SLR기종부터 콤팩트한 기종까지 아주 다양하게 출품을 했습니다.

또한 일본의 카메라메이커들은 관람객들의 관심을 끌만한 다양한 전시행사를 마련, 제품홍보에 주력하는 모습을 엿볼수가 있었습니다. 반면 일본을 제외한 대부분의 동남아 국가들은 상당히 정적인 분위기 속에서 수수담담에 치중했던 것으로 기억됩니다.

이밖에도 '92Photokina show에는 콤팩트한 슬림줌카메라와 생활방수카메라 및 염가형의 카메라들이 출품되어 관람객들의 시선을 끌었습니다.

김경중실장:최근 세계 경기불황 때문인지 카메라메이커들은 예전과는 달리 종전 제품을 약간 수정, 보완하여 출품한 경향을 보였습니다. 이는 제품의 라이프사이클을 짧게 하면 신제품을 개발하는데, 상당액의 연구개발비가 투입되어야 하기에 기존제품을 약간 변화시켜 염가형으로 만들던

지, 또는 성능을 좀 더 보완, 고급화 하므로써 소비자들의 욕구를 충족시켜주기 위한 것이라 봅니다.

아울러 '92Photokina show에 출품된 SLR카메라의 경우는 인체공학에 대한 디자인 강화와 고성능화 및 측광기술을 고도화한 경향을 보였으며, 렌즈와 셔터는 점점 더 작아지는 특징을 보였습니다.

권정일사장:쌍안경메이커로는 독일의 STEINER, LEITZ, ZEISS, DOCTOR OPTICS, 오스트리아의 SWAROVSK, 일본의 NIKON, KAMAKUR 그리고 여러 판매자(Distributor)들이 '92Photokina show에 출품한 것으로 알고 있는데, 이들 쌍안경메이커들의 출품경향은 대체로 종전과 큰 변화가 없음을 살펴볼 수 있었습니다. 쌍안경은 카메라와는 달리 디자인이나 기능면에서 큰 변화를 찾아볼 수 없을 정도로 상당히 보수적인 특징을 지니고 있는 제품인데다, 제품 자체도 고가품과 저가의 제품으로 양분, 전시되었습니다.

한편 '92Photokina show에서 보인 쌍안경 전시부스의 분위기는 전반적으로 정적이었다고 할 수 있습니다. 카메라 전시장에서와 같은 요란한 전시행사는 전여 찾아볼 수가 없었습니다. 쌍안경 전시부스에서 발견한 약간의 변화를 지적

한다면, 몇몇 쌍안경메이커들이 패션쪽에 약간의 신경을 쓰고 있었다는 것입니다.

쌍안경의 색상이 기존에는 검정과 회색 일변도였으나, 독일 STEINER사의 경우는 지난 '92Photokina show에서 쌍안경 바디를 흰색과 노랑색으로 장식, 색다른 면모를 보여주었습니다. 하지만 쌍안경 바디를 흰색상으로 변화시킨 것은 실상 우리회사에서 제일 먼저 시도한 것입니다. 쌍안경도 일종의 레저용품이기에 '다양한 색상과 콤팩트한 디자인을 추구해야 한다'는 생각으로 색다른 시도를 해봤는데, 현재는 긍정적인 반응을 받고 있는 실정입니다.

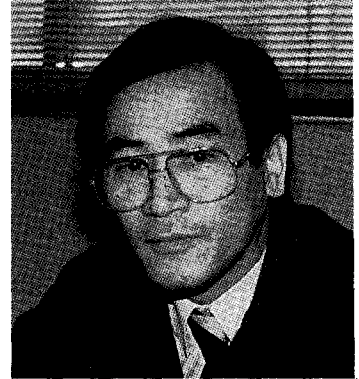
=지금까지 금성사는 Photokina show에 몇번 참여를 했는지요, 아울러 '92Photokina show에 출품한 카메라 기종은 어떤 것이었습니까?

김경중실장: 지난해 처음 참여를 했습니다. 그리고 '92Photokina show에는 메모리 슈퍼줌 1기종, 및 AF카메라 3기종으로, 모두 5개 기종을 출품했습니다.

=금성사의 경우, 이상의 카메라를 출품한 특별한 이유라도 있는지요, 아울러 세계 유수의 제품과 견주어 본 결과 어떤 평가를 내릴 수 있는지요.

김경중실장: 현재 세계 카메라시장에서는 SLR카메라의 장점을 취한 콤팩트한 제품의 선호도가 높은 실정입니다. 이에 따라 저희 금성사에서도 이와같은 세계 수요추세에 따라 AF콤팩트카메라를 독자적으로 개발, 출품하게 된 것입니다.

아울러 AF콤팩트카메라를 '92Photokina show에 출품해 본 결과, '제품의 인지도는 아직 미흡하나 성능면에서는 세



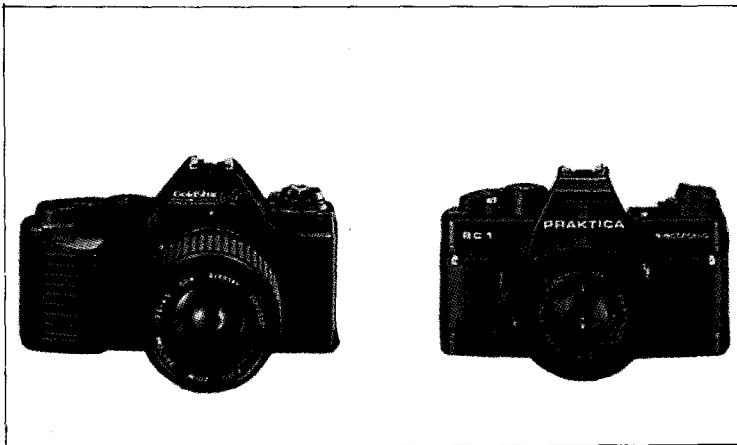
(주)아이·엠·씨 권정일사장

“ 전시기간동안 관람객들로부터 반응이 좋았던 모델은 RCF모델로, 이는 바닷가, 스키장, 야구, 승마, 카레이스 등 각종 스포츠 관람용 쌍안경 입니다

” 제 우수제품에 비해 결코 뒤지지 않는다'는 점을 발견했습니다.

=삼성항공에서는 지금까지 Photokina show에 몇번 참여했는지요. 아울러 '92Photokina show에 출품한 카메라 기종은 어떤 것이었으며, 전시장에서의 반응은 어떠했습니까?

이정균대리: 우리 회사에서는 지난 '92Photokina show때 슬림줌기종 소개에 주력했습니다. 슬림줌기종은 조만간 상품화될 것으로, 전시회에서 슬



'92Photokina Show에 출품한 (주)금성사제품



삼성항공산업(주) 이정균대리



'92Photokina Show에 출품한 삼성항공산업(주)제품

“

Photokina Show의 특징은 전시 출품업체들이 전시관람객들과 자유롭게 만나고 상담을 하는 것이라 단적으로 말할 수 있습니다.

”

럼중의 신기술을 앞서 소개를 한 상태입니다. 이밖에도 기존에 판매하던 8개기종의 카메라를 출품, 기술력을 과시했습니다.

한편 '92Photokina show에 우리회사에서 출품한 제품중 바이어와 전시관람객들의 관심을 끈 것은 초소형 일반 AF 카메라와 줌렌즈였습니다.

=삼성항공산업의 경우, '92PMA show에도 출품한 경험이 있어 '92 Photokina show와의 차이점을 잘 지적해 주실 수 있을 것 같은데, 어떤 차이점

이 있었습니까?

이정균대리:가장 큰 차이점은 PMA show에서는 전시 출품업체들이 주로 신제품 출품을 통해 기술력을 과시하는 반면, Photokina show에서는 보다 대중적인 이미지 전달에 치중한다는 점입니다. 즉 Photokina show에서는 전시 출품업체들이 관람객들로 하여금 전시품목에 보다 밀접하게 접할 수 있도록 각종 다양한 전시행사를 마련하고 또한 상담룸을 마련, 주로 상담과 전시행사 위주의 전시회가 되도록 하고 있습니다.

이밖에 Photokina show의 전시장 내부 부스배열이 PMA show때에 비해 훨씬 자유스럽다는 것도 차이점으로 지적할 수 있습니다. 일본의 기업들은 2백~3백평 규모의 부

스에서 각종 전시행사를 마련, 관람객들이 많이 모여들도록 한 반면, 대만의 기업들은 전시부스를 완전히 폐쇄적으로 레이아웃하여 부스에 들어온 사람들만이 제품을 볼 수 있도록 해놓았었습니다. 이에 비해 우리회사에서는 전시부스를 대각선으로 레이아웃하여 일반관람객들이 대각 횡단하면서 제품을 볼 수 있도록 했었습니다.

이처럼 Photokina show의 특징은 전시 출품업체들이 전시관람객들과 자유롭게 만나고 상담을 하는 것이라 단적으로 말할 수 있습니다.

=아이.엠.씨에서는 Photokina show에 몇번 참여를 했습니까?

권정일사장:2번 출품을 했는데, 예산상 독립부스는 갖

지 못하고 우리회사의 현지대
리점과 함께 출품했습니다. 지
난 '92Photokina show에는
네덜란드에 있는 우리회사 독
점대리점과 공동으로 출품을
했었습니다.

=아이.엠.씨에서는
'92Photokina show에
어떤 종류의 쌍안경을 출
품했습니까? 아울러 전시
기간동안 특히 반응이 좋
았던 모델은 어떤 것이었
는지요.

권정일사장: 그동안 우리
회사에서 제작한 기종은 모두
출품했습니다. 그리고 전시기
간동안 특히 바이어 및 전시관
람객들로부터 반응이 좋았던
모델은 RCF였습니다. RCF모
델은 강력한 자외선 차단용으
로 바닷가, 스키장, 야구, 축
구, 승마, 카-레이스 등 각종
스포츠 관람용 쌍안경입니다.

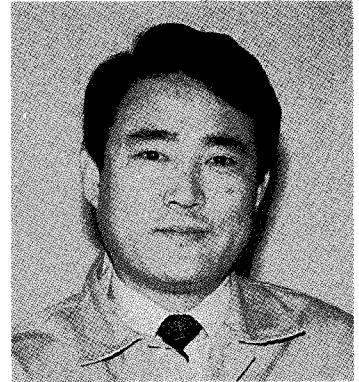


'92Photokina Show에 출품한 (주)아이·엠·씨의 제품

= '92Photokina show
때 신선한 충격으로 다가
온 제품이 있었다거나, 또
는 관심있게 본 제품이 있
었다면 소개를 부탁드립니다.

김정중실장: 코닥사가 필
립스와 공동으로 개발해 지난
'92Photokina show에 처음
선보인 'Photo CD Player'는
기존의 사진현상소(QSS)를
Photo CD디스켓 렌탈장소로
변화시킬 가능성을 보인 제품
이었는데, 이는 세계 상당한
충격으로 다가왔습니다. 또한
지금까지 SLR카메라를 고집
해 왔던 라이카가 슬림형타입
의 카메라를 선보인 것도 새로
운 변화라 할 수 있습니다.

이밖에도 '92Photokina
show때 특히 눈에 뜨인 신제
품으로는 리코의 'RZ Ric-
oZoom 105'를 들 수 있는데,



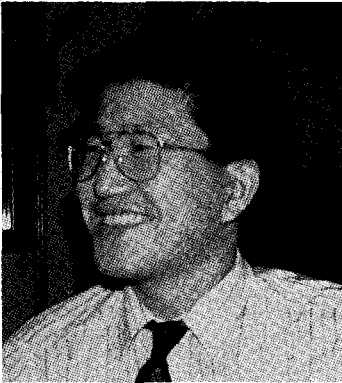
(주)금성사 배석렬과장

“ 비구면렌즈를 활용, 5.1배의
고배율화를 시도한 줌카메라
가 올림푸스사에 의해 새로이
선보여 많은 사람들의 시선을
끌었습니다

” 이는 38~105m/m까지 줌잉
(Zooming)이 되고, 또한 특별
히 보턴 하나만을 누르면
28m/m로 초와이드효과를
얻을 수 있는 것입니다.

아울러 'RZ Rico Zoom
105' 뒷면에는 프로그램 및 캡
션(caption)기능이 장착되어,
원하는 문자와 숫자를 사진에
새겨넣을 수 있도록한 특징을
지니고 있었는데, 이 또한 제
계는 신선한 충격이었다고 할
수 있습니다.

김정호대리 : 금성사에
서 지적한 것과 마찬가지로 코
닥에서 출품한 Photo CD
Player는 카메라 및 현상기업



삼성항공산업(주) 김정호대리



코닥사에서 출품한 Photo CD Player를 보면서 카메라기술을 광학산업의 영역에서뿐만 아니라 전자산업에서도 다뤄야 하는 산업간 균형문제를 고려해 봐야 할 것이라 생각했습니다



계 전체에게 위기감을 느끼게 한 제품이라 할 수 있습니다. 코닥이 출품한 Photo CD Player를 보면서 저는 '제품 개발이 이런방향으로 진행된다보면, 결국엔 카메라로 찍은 사진이 필름이 아닌 Photo CD에 자동으로 입력되는 시대가 조만간 도래할 수도 있겠다'는 생각을 해보았습니다.

아울러 '영상보관방법 자체가 변하다보면 이와관련한 카메라의 개념 자체도 아주 빠른 시간내에 변화될 것이며, 또한 카메라기술을 광학산업의 영역에서 뿐만 아니라 전자산업에서도 다뤄야하는 산업간 균

형문제를 고려해봐야 할 것'이라는 생각을 해왔습니다.

배석렬과장: 현재는 2~3배줌 카메라가 세계 카메라시장에서 주류를 이루고 있는 실정입니다. 그런데 '92Photokina show에서는 비구면렌즈를 활용, 5.1배의 고배율화를 시도한 줌카메라가 올림푸사에 의해 새로이 선보여 저를 비롯한 많은 사람들의 시선을 끌었습니다.

김광운: 저는 펜탁스의 미니줌카메라를 인상깊게 봤습니다. 펜탁스가 선보인 미니줌 카메라의 우아한 디자인은 전시장 분위기와 탁월한 조화를 이뤄 눈여겨 보지않을 수가 없었습니다.

이밖에도 펜탁스의 방수카메라, 니콘의 수중카메라 그리고 캐논에서 강조한 ADTV가 특히 신선한 충격으로 다가왔으며, 다른 제품들은 거의 비슷비슷했던 것으로 기억합니다.

권정일사장: 쌍안경쪽에서는 특별히 독창적이거나 새로운 상품이 눈에 띄질 않았습니다. 쌍안경의 경우, 다른 광학상품과는 달리 약간 보수적인 특징을 지니고 있기에 매년 획기적인 변화를 기대하기는 어렵습니다.

= '92Photokina show 기간중 인상 깊은 전시행사가 있었으면, 소개부탁드립니다.

배석렬과장: 아직도 생생하게 기억되는 몇가지 전시행사가 있었습니다.

캐논, 니콘, 라이카에서는 600~1000m/m의 대형렌즈를 높은 곳에 설치하여 관람객들로 하여금 직접 보도록 했으며, 펜탁스에서는 女身에 페인트 칠을 해놓고 이를 관람객들에게 직접 촬영 내지는 캠코더로 비취보도록 하는 이벤트를 마련했습니다.

또한 올림푸스에서는 마술사를 등장시켜 마술을 부리도록 한 다음, 이를 고배율줌으로 관람객들이 당겨볼 수 있도록 하는 인상적인 이벤트를 마련했었습니다.

= 배과장님의 이야기를 듣다보니 외국의 광학전시회는 상당히 동적인듯 합니다. 이런 국제적 전시회를 통해본 한국광학산업의 현주소를 무어라 이야기할 수 있을런지요.

김경중실장: 국내카메라산업을 세계적 추세에 견주어 봤을때, 그리 뒤지는 편은 아니라고 봅니다. 현재, 국내에서도 38~105m/m의 3배줌 카메라를 생산하고 있다는 것을 그 단적이 예로 들 수 있을 겁니다.

하지만 국제 카메라산업이 아직도 셔터류와 같은 주요 핵심부품을 일본에 의존하고 있는 실정이기에 향후 이 부분에 중점 투자를 한다면 조만간 일

본 카메라업계와 어깨를 나란히 할 수 있으리라 생각합니다.

아울러 현재 국내카메라의 기술수준은 대만이나 동남아보다는 훨씬 우위에 있고 일본보다는 아래에 있다고 봐야 할 것입니다.

이런점을 고려해볼때, 향후우리가 지향해야할 점은 여하한 연구개발에 전력투구해야 할 것이며, 또한 일본과의 차별화를 시도해야 하리라 봅니다.

김정호대리: '92Photokina show에 참가한 카메라업체들은 대부분이 일본 아니면 독일에서 온 기업들이었습니다. 이와같이 국가별 참가업체의 단순 통계치를 통해서도 한국카메라산업의 수준을 가늠해볼 수 있으리라 생각합니다.

아울러 '92Photokina show에 10개 이상의 카메라업체들이 출품, 서로의 기술을 공유 및 인정해주는 일본 카메라메이커들의 공존공생하는 모습은 보느라 하여금 부러움을 자아내게 했으며, 동시에 국내카메라업체들의 경우 더욱 고군분투해야 한다는 것을 절감했습니다.

= '92Photokina show 출품을 통해 얻은 소득이 있다면 말씀 부탁드립니다. 아울러 전시참가에 대한 나름대로의 총체적 평가를 부탁드립니다.

이정균대리: '92Photokina show출품을 통해 저희 삼성항공산업에서 얻은 소득이라고 하면 '세계시장에서 삼성카메라 브랜드의 입지를 확인했다'는 점과 아울러, '약 2천만불 가량의 수주를 올렸다'는 점을 들 수 있습니다.

또한 그동안 미처 개척하지 못했던 아프리카, 중동, 동유럽 및 중남미 등 신규거래선을 확보했으며, 아울러 이들로부터 인콰이어리를 받은 점 또한 '92Photokina show에 출품해서 얻은 소득이라 할 수 있습니다.

권정일사장: 독일의 일류쌍안경메이커들과 오스트리아의 SWAROVSKI사의 경우는 '우리회사 제품의 광학적 성질, 디자인 및 제품의 끝마무리가 자사제품에 비해 손색이 없다'며 칭찬해 주었습니다. 그리고 전시장에서 구라파와 아프리카지역 바이어들로부터 쌍안경 50개를 주문받았는데, 이 또한 '92Photokina show에 출품해서 얻은 소득이라 할 수 있습니다.

김경중실장: 저희 금성사에서 '92Photokina show에 참여해서 얻은 가장 큰 소득이라면 전시장을 통해 세계인들에게 '금성사에서도 카메라를 생산하고 있음'을 알렸다는 점입니다. 또한 세계 바이어들과의 상담을 통해 세계 카메라시장가격에 대한 감을 잡을 수

있었습니다. 그러한 감에 따라 '향후에는 더욱 원가절감을 하고 바이어들이 원하는 가격에 맞출 수 있도록 제품개발에 힘써야겠다'는 생각과 함께, '우리도 이제 하면 된다'는 희망을 갖고 돌아왔습니다.

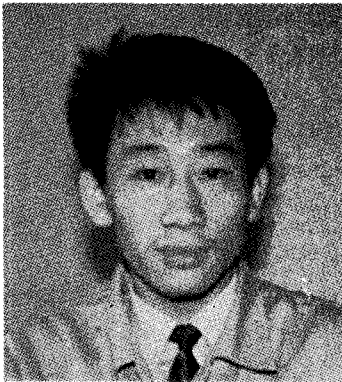
= '92Photokina show를 통해본 국내 카메라 및 광학기기에이커들이 향후보완 및 개선해야할 사항이 있다면, 말씀 부탁드립니다.

권정일사장:제가 생각하기에, 국내 쌍안경업체들은 우선 경험 부족으로 미래를 예측하지 못하는듯 합니다.

아울러 저 나름대로의 평가기준에 의하면 현재, 국내 쌍안경기술은 중급수준에 도달해 있다고 봅니다. 그러나 독일과 같은 첨단일류상품을 생산할 수 있으려면 우선은우리가 지니고 있는 기술력과자본력을 냉철히 분석, 그에어필하는 방향으로시장을공략해나가야 하리라 봅니다.

독창적인 기술과 디자인 개발을 통한 자사브랜드 판매 없이 단지 OEM에만 치중해선 발전이란 기대하기 어렵습니다. 이에따라 국내 쌍안경메이커들은 바로 이점에 유념해야 하리라 봅니다.

이정균대리: 한국의 카메라메이커들은 지금까지는 일본과의 기술적 갭(Gap)을 줄이는데 주력, 이제 어느 정도



(주)금성사 김광운

“

국내기업들도 이제는 일본제품의 흉내를 내는 차원에서 탈피, 우리만의 독특한 아이템을 개발하는데 주력해야 하리라 봅니다

”

는 일본의 기술수준에 접근을 했다고 볼 수 있습니다. 그런데 최근 일본의 카메라메이커들은 카메라의 제품싸이클을 점점 짧게 하며, 또한 대량의 물량을 전세계시장에 공급하는 전략을 쓰고 있는 것으로 나타났습니다.

이와같은 점을 고려해볼때, 한국의 카메라메이커들은 향후 카메라의 기본메카니즘과 관련한 기술력 확보에 더욱 신경을 써야 하리라 봅니다.

한편 '92Photokina show에

서 캐논사는 자사의 기술력 과시를 위한 전시공간을 별도로 마련해 놓았었습니다. 여러 카메라메이커들이 똑같은 줌카메라를 출품하였다고 할지라도 캐논사는 줌잉(Zooming) 소리가 전혀 들리지않는 제품을 전시, 기술력을 맘껏 뽐내는 모습을 엿볼 수 있었습니다.

이를 통해볼때, 단순히 '2배 줌이다' 또는 '3배 줌이다'며 카메라의 기본기능을 평가하는 시대는 이미 지났다고 생각합니다.

이에따라 국내 카메라업체를 포함한 관련부품업체들은 카메라의 기본기능 이외에도 세부적인 기본메카니즘에 대한 연구와 이를 위한 과감한 기술투자 및 기술협력을 추구, 선진카메라기술을 빨리 능가할 수 있어야 하리라 생각합니다.

아울러 현재 어려움에 처해있는 국내 광학업체의 활성화 차원에서 정부 및 유관기관의 꾸준한 정책지원이 필요하다고 생각합니다. 가령 국내 광학기메이커들이 국제적 이미지 제고와 브랜드영업을 위한 일환으로 국제광학기전사회에 참여한다고 할경우, 참여업체 숫자가 적다고 해서 지원이 중단되는 일이 발생해서는 않될 것으로 생각합니다. 어떤 단편적인 숫자관리를 통한 지원방침을 떠나서 산업 그

자체가 강한 산업인지 아니면 약한 산업인지의 여부를 고려, 정부에서는 이를 정책적 지원을 통해 육성산업으로 키워나가야 한다고 봅니다.

김정호대리:제가 생각하기에 세계시장에서 일본 카메라업체들의 토탈파(Total power)가 상당히 강하게 나타나는 이유가 각 카메라메이커들이 서로 어느정도의 기술력을 보유, 상호 보완작용을 하고 있기때문이 아닌가 싶습니다.

세계카메라시장에서 일본이 보이고 있는 위력처럼 국내 카메라메이커들도 집중적인 투자와 함께 컨소시움을 형성하여 기술 개발에 주력, 토탈파위를 발휘한다면 조만간 세계카메라시장에서 인정받을 수 있는 날이 오리라 생각합니다.

김경중실장:'92Photokina show를 둘러보면서 저는 '국산카메라의 기술적 경쟁대상이 더 이상 대만은 아니'라는 느낌을 받았습니다. 하지만 고배울의 콤팩트한 일산카메라를 보면서 '정말 우리도 정밀한 분야에 많은 투자를 해야 겠고 또한 일본으로부터 많은 점을 배워야겠다'는 생각을 했습니다.

김광운:'92Photokina show를 보고 놀란점은 일본기업들의경우, 경기불황에도 불구하고 과감한 투자와 함께 광학기술을 연관산업에 전이, 그 응용폭을 넓히는데 주력하고

있다는 것이었습니다.

이와같은 점을 고려해볼때, 국내기업들도 이제는 일본제품의 흉내를 내는 차원에서 탈피, 우리만의 독특한 아이템을 개발하는데 주력해야 하리라 봅니다. 특히 '제품개발을 할 때, 우리는 너무 고정관념에 빠져있다'는 생각을 '92Photokina show를 보면서 했습니다. 가령 국내 카메라메이커들의 경우, '카메라 모양은 이래야 된다'는 식으로 너무 고정된 틀에 얽매어 있는듯한데, 이런 고정관념에서 빨리 탈피해야만 국제경쟁력을 지닐 수 있으리라 생각합니다.

=마지막으로 '92Photokina show를 통해본 국내 광학기기 및 사진, 영상기자재전(Photo show seoul)이 향후 개선 내지는 변신을 기해야할 사항이 있다면, 한말씀 부탁드립니다.

김경중실장:'92Photokina show를 통해볼때, 국내에서 개최되고 있는 광학기기 전시회는 너무 정적이라는 생각이 들었습니다.

아울러 바람직한 전시회는 소비자와 호흡을 함께 할 수 있어야 하리라는 생각을 했습니다. 단지 제품을 전시, 상담하는 차원이 아닌 소비자들에게 직접 자사제품을 써보게 하고, 또한 그 특징을 자세히 설명해줌으로써 소비자들로 하



국내 광학기기 전시회도 이제는 국제적 전시회와 같이 전시분위기를 바꿔나가야 할 것이며, 전시출품업체들도 세계 우수기업들의 홍보 및 마케팅 기법을 적극 활용할 수 있어야 하리라 봅니다



여금 합리적인 선택을 할 수 있도록 해야하리라 봅니다.

배석렬과장:'92Photokina show는 국내 광학기기 전시회와는 많은 차이점이 있었는데, 특히 전시장 연출효과면에서 그러했습니다.

'92Photokina show의 전시장 분위기는 대체로 소박하면서도 알찬 감이 있었으며 또한 각 출품업체들의 마케팅 및 제품홍보기법은 아주 탁월했습니다.

이런 점을 고려해볼때, 국내 광학기기 전시회도 이제는 국제적 전시회와같이 전시분위기를 바꿔나가야 할 것이며, 또한 전시출품업체들도 국제 전시회 참가를 통해 세계유수기업들의 홍보 및 마케팅기법을 적극 활용할 수 있어야 하리라 봅니다.

이정균대리:우리회사를 비롯한 한국의 많은 기업들이 아직도 전시회를 상담 위주로

진행하고 있는데, 이는 그리 바람직하지 않은 방향이라 생각합니다. 전시출품업체들은 장기적인 관점에서 기획성이 갖든 다양한 전시행사를 마련, 눈앞의 고객보다는 다수의 잠재적 고객을 확보할 수 있는 방향으로 전시출품을 해야한다고 봅니다.

이와관련 현재, 저희 삼성항공에서는 관련사업부에서 전시출품을 준비, 참여를 하고 있는데, 향후에는 홍보팀이 주체가 되어 기획성이 가미된 다양한 전시행사 마련과 함께 제품이 출품될 수 있었으면 하는 바람입니다.

김정호대리:일본기업들이 국제전시회에 임하는 기본 자세를 국내기업들은 눈여겨 봐야 하리라 봅니다. 한국, 대만 및 홍콩의 기업들과는 달리, 일본기업들은 전시회때 각종 이벤트를 마련, 자연스럽게 일반대중들 속으로 침투하여 자사브랜드를 인식시키고, 또한 이를 수주기회로 연결시키는 것을 엿볼 수 있습니다.

아울러 일본기업들에게 있어 전시장은 일종의 축제마당과 진배가 없습니다. 이에 반해 국내기업들은 아직도 수주상담에 치중하는 경향이 강한 편입니다.

이에따라 국내기업들도 이젠, 일본업체들과 같은 방향으로 전시회를 활용해야 하리라 생각합니다.