

글로벌 디지털 광학 이미징 제품 전문 기업, 캐논코리아컨슈머이미징(주)

+ 이진범 방송과기술 기자



CANON KOREA CONSUMER IMAGING INC.

■설립연도 : 2005년 9월 13일

■대표 : 강동환

■주소 : 서울시 강남구 삼성동 168-12 캐논 BS 타워

■직원수 : 300명

■홈페이지 : www.canon-ci.co.kr

■사업영역 : 디지털 카메라, 렌즈, 디지털 캠코더, 포토 프린터, 프로젝터 등

캐논광학제품 수입, 판매 및 서비스 제공



캐논의 시작이 된 1933년의 '한사캐논'

캐논코리아컨슈머이미징(주)는 캐논 본사의 100% 투자로 설립된 캐논 한국 법인으로서
2005년 9월 13일 출범 이래 캐논 디지털 광학제품의 정식 수입과 판매, 서비스를 담당하고 있다.



삼성동 캐논 본사 전경

2006년 3월 정식 법인 등록 후 6개월 만에 국내시장 점유율 50% 이상을 차지하며 단숨에 소비자들의 마음을 사로잡는 등 단기간에 큰 성과를 거둘 수 있었던 주요 요인으로 캐논의 기술력과 고객중심의 기업철학을 들 수 있다. 지난 1987년 창립 50주년을 맞이하여 선포한 캐논 그룹 제2의 창업 비전이자 기업 철학인 공생(共生, Kyosei)은 “회사의 성장과 번영을 통하여 인류의 번영과 행복에 기여하자”라는 의미를 내포하고 있다. 이를 바탕으로 고객의 목소리를 듣고, 고객을 위한 가치를 높이기 위해 전 세계 캐논 직원들이 함께 노력하고 있다.

현재 캐논코리아는 디지털카메라, 렌즈, 포토프린터, 디지털캠코더 등의 광학 이미징 제품들을 국내 소비자들에게 판매하고 있으며, 특히 2009년에는 전 세계 최초로 캐논의 다양한 첨단 디지털 광학 이미징 제품들을 전시, 판매하고 문



방송과기술 Partner 탐방기

방송과기술과 함께하는 파트너를 소개하고, 알아보는 코너입니다. 첨단 방송기술은 최상의 방송장비로 구현됩니다. 영상, 음향, 네트워크, NLE, 전송 등 많은 방송장비가 있고, 이를 운영하고 관리하는것 역시 사람의 몫입니다. Partner 탐방기는 바로 이런 방송장비회사의 역사와 비전을 알아보고, 평범한 사람으로서의 고민과 소망 등을 같이 공유하는 장입니다. 진솔한 이야기와 구성으로 매달 찾아가겠습니다.

화로서의 사진을 체험해 볼 수 있는 복합 문화 커뮤니케이션 공간인 '캐논 플렉스'를 오픈해 고객들과 다양한 소통의 장으로 활용하고 있다. 캐논플렉스와 더불어 문화사업으로 캐논은 '미래작가상'이라는 이름으로 박근혜문화재단과 함께 캐논 장학프로그램을



2013 미래작가상 시상식

진행하고 있다. 한국 사진학계의 발전과 우수 사진 문화 정착을 위해 인재 양성의 기반을 마련하고, 세계적으로 우수한 작가 발굴하기 위해 기획 및 운영되고 있다. 또한, 캐논 아카데미를 운영하여 DSLR 카메라에 생소한 고객을 위한 수준별 강좌를 매달 진행하고 있다. 캐논 제품 및 렌즈에 대한 강의와 사진 구도, 인물 및 풍경 사진 촬영 기법, DSLR 왕초보 교실 등 카메라와 관련된 기법 및 이론을 통해 사진 촬영의 보급과 대중화를 위해 힘쓰고 있고, "카메라를 메다"라는 네이버 블로그를 통해 12주간의 사진초보탈출 프로젝트를 진행하기도 했다.



복합 문화 공간 캐논 플렉스 내외관 모습



캐논 아카데미 교육장

캐논은 캐논 특유의 색감으로 풀프레임 DSLR 카메라 EOS 5D의 기록적인 성공 이후, 동영상 기능을 추가한 EOS 5D Mark II와 EOS 5D Mark III 등으로 기존의 영상 및 방송 촬영 영역의 장벽을 순식간에 낮추어 놓았다. 누구든 간단한 조작법만 익히면 얕은 심도와 풍부한 색감의 동영상 촬영을 할 수 있고, 이미 캐논의 영상미가 사회 전반에 걸쳐 다양하게 사용되고 있다. 방송용 캠코더인 XF305/XF300 역시 방송 및 영상 시장 전반에서 꾸준히 판매되고 있고, C100, C300 역시 캐논의 입지를 점차 늘리고 있다.



EOS 5D Mark III



C300



XF305/XF300

이후, EOS 1D-C를 시작으로 캐논도 4K 촬영이 가능한 카메라를 시장에 내놓기 시작했고, 그 중심에 있는 C500은 영화와 드라마, 다큐멘터리, 스포츠 중계 등 4K 영상의 대중화를 위한 캐논의 역작이라고 할 수 있다. 한편, EOS 100D와 G1 X Mark II 등의 등장은 기존 컨슈머 시장에서도 캐논만의 고객 지향적인 생각이 현실화된 제품들로 볼 수 있다. 방송과기술은 고객과 소통하고, 고객이 원하는 제품을 만들어내는 캐논의 다양한 모습 및 CEO 인터뷰를 통해 캐논의 오늘을 이야기해보고자 한다.



EOS 1D-C



C500



4K 모니터 DP-V3010

INTERVIEW

강동환

캐논코리아컨슈머이미징(주) 대표이사



대표님께서 LG상사 이후로 30년간의 직장 경험을 근간으로 현재의 캐논코리아컨슈머이미징을 일궈오셨는데, 대표님만의 노력이나 노하우에 대해 들어보고 싶습니다.

비즈니스는 감성보다 이성이 지배하는 세계라고 할 수 있습니다. 하지만, 업무효율을 극대화하고 생산성을 높이기 위해서는 감성적인 분위기가 중요하다고 생각합니다. 업무분위기를 좋게 만드는 데는 회사의 각종 제도나 시스템이 우선한다고 생각하는 이들이 있지만, 실상 업무현장을 들여다보면 시스템이나 제도가 해결하지 못하는 부분이 많이 있습니다. 특히 한국인들은 근본적으로 이성보다 정을 존중하는 민족입니다. 회사가 힘들어도 동료들이 좋아 배고픔을 달래가며 동고동락하면서 공동의 목표를 향해 내달리는 이들이 많습니다. 이것은 감성이 회사의 규모와 인원수에 관계가 없으며 지극히 기업 내부에 자리 잡

은 내면적인 문화이기 때문입니다. 그래서 작지만 항상 신입사원이 들어오면 환영 엽서를 전달하고 있습니다. 그리고 거기에 늘 언급하는 글귀가 있습니다. 바로 캐논을 '그 회사'가 아니라 '우리 회사, 나의 회사'라고 자연스럽게 느낄 수 있도록 사장님과 직원들이 물심양면 도와줄 것이라는 내용입니다. '나의 회사, 우리 회사'라고 느끼는 직원들이 많으면 많을수록 가족보다도 끈끈한 애정과 결속력은 자연스럽게 따라올 것이기 때문입니다.

지식사회로 갈수록 사람의 마음을 움직이는 것은 지식보다 감성이라고 생각합니다. 고객감동은 기업경영의 궁극적 목표이지만 직원들을 감동시키지 못하는 CEO가 고객과 주주들을 만족시킬 수는 없을 것입니다. 그렇기 때문에 평소 직원들의 감성을 만족 시키면 회사도 큰다는 생각으로 회사를 경영하고 있습니다.

현재의 캐논이 되기까지의 과정에 대해 짧게 알려주시기 바랍니다.

2006년 3월 캐논코리아 법인이 정식으로 설립되면서 캐논의 글로벌 사업장 가운데 처음으로 일본인이 아닌 한국인으로서 초대 대표이사를 맡아 지금까지 캐논의 살림을 꾸려나가고 있습니다. 설립 6개월 만에 국내시장 점유율 50% 이상을 차지하며 단숨에 소비자들의 마음을 사로잡았고, 이후 매년 가파른 성장세를 기록하며 국내 사진영상 문화를 주도하는 디지털 이미지 넘버원 기업으로 자리잡았습니다. 현재는 국내에서 11년 연속으로 렌즈교환식 및 DSLR 카메라 시장 점유율 1위를 기록하는 등 명실상부 디지털 이미지 업계 1위의 기업으로 자리매김했습니다.

캐논코리아의 국내 영업이 굉장히 활발하다고 느껴집니다. 이에 대해 한국 시장의 전략에 대해서 한 말씀 들어보고 싶습니다.

우선 업계 1위의 광학 기술력에 기반한 풍부한 제품 라인업을 국내에 소개하며, 국내 소비자들의 다양한 니즈와 카메라 사용에 대한 분석을 통해 세분화된 제품 전략을 전개하고 있습니다.

또한, 단순히 제품을 판매하는 것을 넘어 소비자와 보다 가까이 소통하고 국내 사진 문화의 저변을 확대하기 위해 노력하고 있습니다. 가장 대표적인 것으로는 캐논 역사상 처음으로 선보인 플래그십 스토어 '캐논 플렉스'가 있습니다. 고객과 직접 소통할 수 있는 커뮤니케이션 접점을 넓히고 아울러 국내 사진영상 문화 발전에 기여하기 위해 오픈한 캐논 플렉스는 단순한 매장이거나 제품 전시장의 개념을 뛰어 넘어 교육 및 사진 문화 체험, 휴식이 어우러진 복합 문화 공간입니다.

저희는 캐논 플렉스를 개장함으로써 캐논이 추구하는 사진 영상 문화 전문 회사, 문화를 파는 기업으로서의 브랜드 이미지를 강화하고, 타사와 차별화된 서비스 제공을 통한 고객과의 결속력을 높이고 있습니다.

캐논 플렉스를 비롯해 캐논아카데미 등 전국의 매장과 AS가 잘 마련되어 있는데, 캐논 코리아가 바라보는 고객의 의미는 어떻게 되는지요?

캐논코리아가 한국에서 지속 성장하며 업계 1위를 고수할 수 있었던 이유는 제품의 기술력뿐만 아니라, 꾸준한 고객의 관심과 사랑이 있었기 때문입니다. 때론 고객의 쓴소리도, 칭찬의 말씀도 저희가 한 단계 성숙할 수 있도록 겸허히 받아들이고 고심하며, 이를 통해 회사의 전략을 수정하기도 합니다. 이런 의미에서 고객은 저희에게 무한경쟁시대의 이정표와 같은 존재입니다. 고객 최접점인 영업 현장 또는 AS센터에서의 고객의 행동 하나, 말씀 한마디에 더욱 귀를 기울이고 관심을 가질 수 있도록 노력하는 캐논코리아가 되겠습니다.

일본 본사와의 교류와 직원들의 교육 등은 어떻게 이루어지는지요?

우선 캐논에서 진행하고 있는 교육은 크게 두 가지를 중심으로 설명할 수 있습니다. 첫 번째는 현장에서 고객과 직접 응대하는 판매사원들에 대한 교육입니다. 고객 접점에서 근무하는 판매사원들의 말과 행동은 회사의 이미지를 대표한다고 할 수 있기 때문입니다. 대표적인 프로그램이 사진 및 카메라 전문가 양성 프로그램인 F-ACE Program 이라고 할 수 있습니다. 프로그램 명인 F-ACE는 Frontline ACE, 최전방의 전문가라는 뜻과 캐논을 대표하는 얼굴이라는 중의적인 뜻을 가지고 있습니다. 단순히 세일즈

스킬 및 서비스 마인드를 교육하는 것이 아니라, 직원들이 사진 및 카메라 전문가로 성장할 수 있도록 체계적인 프로그램을 제공하고 있습니다. 두 번째는 내부 직원들에 대한 교육입니다. 캐논에서는 일반 기업들에서 시행하는 직무교육 및 리더십 교육 외에 사진 및 카메라 교육을 중요하게 생각하여 매년 시행해 오고 있습니다. 특히 반기 1회 시행되는 Company Window라는 행사는 캐논의 조직 문화 및 교육을 대표하는 프로그램이라고 할 수 있습니다. Company Window에서 직원들은 팀워크와 창의력을 발휘하여 사진 및 영상 촬영 과제를 수행하고, 그 결과를 공유하며 관련 지식을 쌓아가고 있습니다.

마지막으로, 일본 본사와의 교류 활동은 일본에서 개최되는 도쿄 세미나가 대표적이라고 할 수 있습니다. 본 행사는 글로벌 기업 캐논을 이끌어가는 주요 행사 중 하나로서, 2년에 한 번 열리며 세계 각국의 캐논 대표단이 참석하여 캐논 본사의 전략 및 캐논의 새로운 성장 동력을 공유하는 자리입니다. 이 외에도 제품의 성능과 기능의 품질 유지를 위해 정기적으로 캐논 본사에 기술 직원을 파견하여 고품질의 기술 교육도 이수하고 있습니다. 이와 같이 캐논 본사와의 다양한 네트워크 자리를 마련하여 주요 정보를 공유하고, 상호간의 우정을 쌓아가는 기회를 제공하고 있습니다.

5D Mark II를 시작으로 방송사에서도 DSLR을 비롯해 캐논의 제품을 많이 사용하고 있습니다. 앞으로의 방송 및 영상 시장에서 캐논의 성장에 대해서 어떤 생각을 갖고 계신지 궁금합니다.

방송 및 영상 촬영 시장에서 이미 캐논 DSLR 카메라가 새로운 시장을 만들었다고 생각합니다. 기존에는 방송용 캠코더로 촬영을 했지만 이제는 거의 모든 방송국, 프로덕션에서 캐논의 DSLR 카메라로 드라마, 예능, 다큐멘터리 등을 촬영하는 것을 확인할 수 있습니다. 아마도 이 시장은 점점 커질 것으로 기대합니다. 캐논도 그에 맞추어 EOS 5D Mark II의 후속 EOS 5D Mark III와 EOS 7D 등의 DSLR 카메라를 통해 지속적으로 시장을 키워나갈 계획입니다.

또한 이러한 DSLR 카메라의 기술력이 시네마 EOS 시스템 탄생의 모태가 되었고 그러한 기술력을 인정받아 현재 다양한 인기 드라마와 다큐멘터리 등에서 많이 사용되고 있습니다. 캐논의 광학기술력이 그대로 담긴 60여 종의 'EF렌즈'가 호환되어 마치 필름 영화와 같은 표현과 연출이 가능한 것도 강점입니다. 캐논의 전문 영상 촬영 전문 영상 촬영 시스템인 '시네마 EOS 시스템'이 앞으로 시장에서 점점 더 그 영향력을 키워나갈 것으로 기대하고 있습니다.

캐논에서는 C500, EOS 1D C 등으로 4K를 준비해 나가고 있는데, 이에 대한 대표님의 의견을 들어보고 싶습니다.

캐논은 프로 방송 장비분야에서 렌즈가 강한 회사였지만 5D Mark II에 보내주신 성원에 힘입어 이를 바탕으로 방송환경에 맞는 새로운 카메라 라인인 시네마 EOS 시스템을 2년 전에 출시하였습니다. 특히 C500과 1D-C는 UHD 시대를 맞이하는 캐논의 대응이라고 말할 수 있습니다. 작고 가벼우며 편하게 촬영할 수 있는 컨셉의 카메라로 UHD의 대중화에 도움을 줄 수 있는 4K 라인업입니다. 타 회사에 비해 물론 프로 방송용 카메라의 도입은 늦었지만 향후 전개해 나갈 캐논 방송용 카메라의 진화를 기대해 주시기 바랍니다. 



2014 서울국제사진영상기자대전 캐논 부스 모습