



사진시장의 급속한 디지털화와 더불어 올해 미니랩시장 최고의 활황 예상

미니랩 시장의 동향 및 전망

2001년에는 저가의 보급형 미니랩이 출시되어 기존 제품의 수요가 이미 소진됐다는 것을 반증했으며, 2002년에는 보급형 기종간의 경쟁이 치열할 것으로 예상된다. 국내 아날로그를 포함한 전체 미니랩기기는 약 7천여대로 추정되며 현재까지 디지털 미니랩이 170여대로 아날로그 기기를 대체하는데 시장 확대 수요는 많은 여유가 있다고 예상된다.

글/한국후지필름(주) 영업2부 프론티어팀 정동기 팀장



국내 미니랩 시장의 변화

디지털카메라의 급속 보급과 함께 사진시장의 디지털화 촉진

2000년부터 본격 시작된 국내 미니랩 기기의 디지털 바람이 2001년에는 더욱 가열되어 판매 이커가 본격적으로 참여하거나 준비중에 있어 2002년에는 국내 디지털 미니랩시장은 최고의 활황이 예상된다.

앞으로 사진시장은 더욱더 다양해지는 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 자의든 타의든 생존

을 위해서라도 디지털 미니랩의 도입을 적극 검토해야 될 것이다.

급속도로 판매되는 디지털 카메라의 추이를 보면 국내 디지털에 대한 발전속도를 가늠할 수 있다. 현재까지는 아날로그 카메라의 10% 수준도 안되지만 금년 월드컵 특수등 경기호전을 예상한다면 단시일내 30-40%수준까지 보급될 것은 시간문제일 것 같다. 이러한 디지털카메라의 급속한 보급은 사진시장의 디지털화를 촉진시키고, 더구나 전세계적으로 앞서고 있는 우리나라의 인터넷 문화까지 감안한다면 현재 서서히 규모를 형성하고 있는 온라인 프린팅 시장등 디지털 프린팅 시장규모도 동시에 커질 것이며, 이에 미니랩에서도 디지털기기의 보급이 뒤따를 것이다.

사진관련으로 전 상품을 취급하는 한국후지필름은 이러한 디지털시대의 도래를 예견하고 일본후지필름과 공조하여 벌써 수년전부터 연구투자를 해왔다. 그리하여 다른 어떤 브랜드보다 빨리 디지털 미니랩장비인 프론티어 시리즈를 도입 발매했다. 프론티어가 한국에 처음 소개된 것은 99년 5월 매년 한국광학기기협회 주관하에 서울 코엑스에서 개최되는 국제광학기기전에서



였는데 이때까지만 해도 디지털 미니랩은 너무나 생소하여 거의 아무런 관심을 끌지 못했다.

그러나 그 해 10월, 1호기 판매를 시작으로 서서히 일기 시작한 디지털미니랩의 바람은 지금까지 2년 남짓되는 기간동안 약 100여대가 판매됐으니 판매가격이 2억여원 이라는 점을 감안한다면 시장의 디지털화가 얼마나 빨리 진행되고 있는지 짐작케 한다.

이러한 사진시장의 급속적인 디지털화는 후지필름의 프론티어가 실질적인 역할을 했다해도 과언은 아닐 것이다. 또한 앞으로 또 얼마나 빨리 디지털화가 진행될지 자못 궁금할 정도이다.

2001/2002년 동향 및 전망

저가 보급형 디지털미니랩의 치열한 경쟁의 해가 될 듯

2001년말 현재 후지필름의 프론티어가 전체 디지털 미니랩의 60% 이상을 차지하고 있고 2001년 하반기부터 기기전문메이커인 노리츠가 상당히 약진한 것으로 파악된다. 코닥은 브랜드 네이밍은 높지만 자체 보유 기기가 없어 프랑스 KIS사와 제휴를 맺어 SYSTEM 88이라는 저가형 기기공급을 시작했고, 아그파는 2002년 봄에 완전 디지털 미니랩을 도입할 것으로 예상된다.

2001년의 특기할 것은 기존의 2억대 장비에서 1억대의 보급형 디지털 미니랩의 발표가 있었다는 점이다. 출력속도와 일부 시스템 방식을 바꾸어 저 자본으로도 QS점에서 디지털 기기를 구입할 수 있도록 신모델을 발표한 것이다. 시장에서 저가의 보급형이 출시되었다는 것은 결국 기존 제품의 수요가 거의 소진되었다는 것을 말하며, 향후의 시장은 보급형 기종이 주류를 이룰 것이라는 것을 의미한다.

2001년에는 이러한 보급형 기종이 소개만 되고 판매는 각 브랜드가 거의 없는 상황이라

2002년에는 이 보급형 기종간의 경쟁이 치열할 것으로 예상된다.

현재 후지필름의 프론티어 시리즈는 전부 출력방식에 있어 레이저주사방식을 채택하고 있다. 이 레이저방식은 아마 출력방식에 있어서는 현존하는 모든 시스템중에서 최상의 방식일 것이다. 그 어떠한 방식도 레이저 방식만큼 프린트 화질을 나타내지 못하기 때문인데 타사의 후속 모델들이 대부분 레이저 방식을 채택하거나 하려고 하는 것이 그 반증이다.

후지필름에서는 2001년 9월에 신모델 보급형 기종인 Frontier 330을 전국 주요도시에서 지역 QS점을 초청, 발표회를 가졌고 향후 이 기종에 대해 큰 기대를 갖고 있다. 출력부는 기존 프론티어와 똑같이 레이저 주사방식을 채택하고 스캐닝 속도는 조금 떨어지지만 LED 광원을 채택하여 빛의 안정적인 공급으로 사진의 고화질을 실현한 것이다. 프린트 속도가 조금 느리게 흡이긴 하지만 사진성을 가장 우선으로 생각하는 후지필름으로서는 속도를 빠르게 하기 위해 사진성을 떨어뜨릴 수 없었기 때문이다. 또한 디지털 미니랩의 중요한 부분이 메이커의 안정적이고 지속적인 소프트웨어공급인데 후지필름은 계속적인 시장의 요구를 수렴하여 다음 버전에 반영하는 소프트웨어 업그레이드를 해 준다. 즉 지속적인 업그레이드를 함으로서 1년전 기기구입자나 현재 기기구입자나 기기의 성능과 내용은 똑같고 보다 더 향상된 기기로 바뀌게 해준다. 이것은 디지털장비 선택의 최우선 포인트가 되어야 하며 실제 가장 중요한 사항이다.

2002년은 이러한 사항을 바탕으로 보급형 기종의 치열한 경쟁의 해가 될 것이며 사진시장의 디지털미니랩 보급확대는 기존 QS점의 생존여부를 심각하게 검토하게 할 것으로 예상된다.

또한 2002년에는 이미 2001년에 어느정도 시장과 기술력이 형성된 온라인 프린팅 시장의 활성화가 이뤄질 전망이다. 후지필름은 온라인



프린팅 활성화는 무엇보다 시장규모의 확대를 위한 환경 조성이 최우선이라 판단, 그간 유명한 포탈사이트와 제휴하여 홍보에 주력해왔다. 2001년 12월부터는 마이크로소프트사가 새롭게 선보이는 WINDOE XP 프로그램내에 온라인 프린팅 마법사 소프트웨어를 개발하여 온라인 프린팅 서비스를 개시했다. 이러한 온라인 프린팅의 적극적인 연구와 KNOW-HOW는 예상되는 디지털카메라의 급속적인 판매에 의한 디지털 프린팅 시장의 확대에 적절한 대응력을 갖게 할 것이다. (물론 프린팅은 후지필름의 사진 기술연구소에 설치되어 있는 프론티어가 담당한다.) 이렇게 온라인 프린팅이 어느정도 시장규모와 홍보가 이뤄지면 후지필름의 프론티어 시리즈를 구입한 업소-Fdi Station-로 프린팅을 배분하여 업소의 수익력을 배가토록 할 계획이다.

2002년 사진시장의 디지털화 전세계적으로 급속히 가속화 예상

2002년은 이러한 후지필름의 온라인 프린팅 계획과 타사의 온라인 시장참여로 활황이 되는 한해가 될 것으로 전망된다. 이것은 곧 프론티어와 같은 디지털 미니랩의 보급확대와도 직접적으로 연결될 것으로 보며, 업소에서도 앞으로의 장비투자는 디지털장비가 되어야 한다는 것을 의미한다.

이러한 사항을 감안할 때 2002년은 2001년보다 더 많은 디지털 미니랩이 판매 가동될 것으로 보인다. 즉 국내 아날로그등 전체 미니랩기기가 약 7천여대가 있는 것으로 추정되는데 현재까지 디지털 미니랩이 170여대로서 아날로그 기기를 대체하는 시장 확대 수요는 많은 여유가 있다고 보기 때문이다.

이러한 국내의 상황은 세계적으로 볼때도 비슷한 양상이다. 한때 2-3년전만 하더라도 미국,

일본과 같은 선진국에서 단종한 미니랩 기기가 한국에서는 최신 모델로 도입되곤 했는데 인터넷의 발달과 정보의 세계화가 되면서 신 모델은 전 세계가 동시에 소개가 됨으로서 시차가 거의 없어졌다. 즉 미니랩의 디지털화는 비단 한국 뿐만 아니라 세계적인 추세이다. 후지필름의 디지털 미니랩 프론티어는 짧은 3년의 기간동안 전 세계 8천여대가 공급됨으로서 디지털 미니랩의 스탠다드가 되고 있다. 사진시장의 디지털화는 이와 같이 한국뿐만 아니라 전세계에서 동시에 일어나고 있는 현상이며, 향후 계속 급속도로 진행될 것으로 보인다.

메이커들은 디지털에 대응한 전략을 재수립해야

미니랩의 디지털화로 인해 미니랩 시장은 단순히 현상, 인화를 제공하는 서비스 영역을 넘어 다각화되어 가고 있다. 또한 일반 소비자들은 이미 여러부문의 디지털화에 익숙해져 있어 어떤 분야에서든 각자 개성을 추구하고 있으므로 기존의 아날로그 방식으로는 사진시장의 욕구를 충족시키지 못할 것이다. 이러한 문제로 이미 많은 소비자들이 사진 시장을 외면하고 있다고 본다면 미니랩의 디지털화는 소비자들의 다양한 욕구에 비해 늦은감이 없지 않은 것 같다.

향후 전 메이커는 이왕에 사진시장이 디지털화로 전이가 분명하다면 새롭게 발생하는 수요를 위해 하루빨리 전략을 재수립하여 새로운 시장을 개척해 나가야 할 것이다. 또한 잉크젯 프린트와 같은 디지털 프린트에 있어 최고의 경쟁자가 될 것으로 예상되는 부분에 더 많은 준비와 신경을 써야 앞으로의 사진시장을 키워 나갈수 있지 않을까 생각된다.