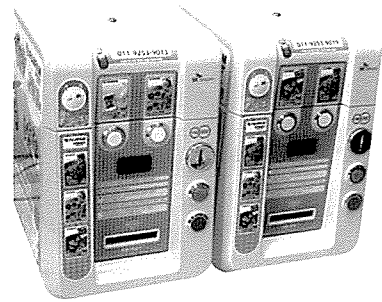


핸드폰 전용즉석사진 인화자판기, '마이펀픽'



최근 어뮤즈먼트자판기 시장이 매우 부진한 양상을 보이고 있는 가운데 새로운 시장 도전이 활발히 진행되고 있지 못한 편이다. 특히 디카·폰카 인화자판기의 총체적 실패를 경험한 이후 투자이익이 크게 위축되어 있는 상태. 이 분야에 너무도 많은 업체와 에너지가 집중이 된 탓에 실패의 후유증이 적지 않은 상황인 것이다. 하지만 이러한 시장상황은 역으로 보면 좋은 기회가 될 수가 있다. 독자적이고 경쟁력 있는 콘텐츠를 제공할 수 있는 아이템을 들고 나온다면 현재의 무주공산(無主空山)에 가까운 시장상황이 오히려 기회가 될 수 있다. 지금 어뮤즈먼트자판기 시장은 새로운 시장 흐름을 주도할 뉴 페이스의 출현을 목이 빠지게 기다리고 있다.

최근 등장한 '마이펀픽' 핸드폰 전용즉석사진인화자판기는 이러한 기대를 머금게 하는 야심에 찬 사업 아이템이다. 이 제품은 휴대전화로 찍은 사진을 컬러 메일로 전송해 즉석사진으로 인화하는 서비스를 제공한다. 얼핏 보면 기존의 디카·폰카인화자판기와 비슷한 제품 컨셉이지 않냐 하는 시각을 가질 수 있다. 하지만 기존 디카·폰카인화자판기의 단점을 벤치마킹하여 차별화를 진행한 새로운 아이템이다. 어뮤즈먼트 자판기 시장의 뉴트랜드 제품인 '마이펀픽'의 남다른 경쟁력은 과연 어디에 있는 지를 살펴봤다.

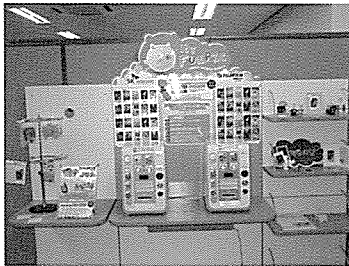
이 점을 주목하라

디지털고社(대표: 이태우, www.myfunpic.co.kr)의 '마이펀픽'은 소비자의 카메라 폰에 저장된 사진을 핸드폰의 기본기능인 MMS기능(친구에게 문자 혹은 사진을 전송하는 기능)을 이용해 지정된 전화번호로 송부하면 즉석에서 인화가 되는 제품이다. 방식 자체가 무선으로 사용이 편리하다는 점에서 유선방식으로 불편함이 앞섰던 디카·폰카인화자판기와 차별화된다. 유선방식은 불편한 것도 문제이지만 여러 기종을 아우르는 호환성을 갖추는 문제가 까다로웠기 때문에 디카·폰카인화자판기가 가졌던 아킬

레스 건이었다.

이용자는 핸드폰의 종류와 이동통신사에 관계없이 '마이펀픽'을 이용할 수 있다. 요금을 투입하고 제품에 기재된 전화번호로 사진을 전송한 후 원하는 캐릭터 필름을 선택하면 30여초 만에 사진이 출력된다. 사진은 폴라로이드 필름방식(후지 인스탁스 필름)으로 선명도가 뛰어날 뿐만 아니라 깜찍한 사이즈로 휴대하기 편리하다. 필름은 유명 디즈니 캐릭터로 디자인되어 있어 신세대 취향에 적합한 재미와 실용성이 제공된다.

전화를 걸면 사진이 출력되는 시스템이라 이용자들



이 무척 신기해 한다는 점도 장점이다. 이러한 방식은 세계적으로도 최초로 선보이는 것으로 새로운 휴대폰

사진 인화 문화를 선도하게 된다. 기존에도 전용 포토프린터를 이용하거나 온라인 인화서비스를 이용하면 휴대폰사진을 인화할 수 있었지만 휴대폰 기종에 따라 전용 프린터가 다르고, 온라인 인화서비스를 이용하면 시간이 오래 걸리는 게 불편했다. '마이편픽'은 편리성과 즉시성 측면에 있어 큰 장점이 있는데다가 사진의 품질 역시 우수하기 때문에 큰 시장 파급력이 기대된다.

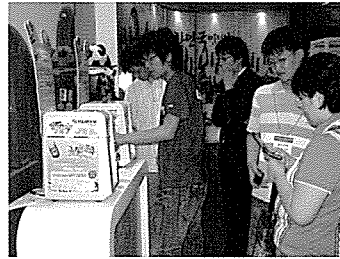
시스템의 안정성도 '마이편픽'의 장점이다. SK텔레콤의 최신 CDMA 망과 연결이 되어 속도도 무척 빠르고 안정적이다.

제품 사이즈는 컴팩트한 소형 타입이다. 제품 크기는 271mm(넓이)X350mm(폭)X 400.5mm(높이)로 주로 실내 로케이션 설치에 적합하다. 제품 설치 부스가 구비되어 있어 이 안에 '마이편픽'을 설치한다. 기능은 깜찍하고 외형은 앙증맞은 게 '마이편픽'의 특징이다. 기존 디카·폰카인화자판기와 차별화된 여러 기능을 갖추었음에 비해 소비자 가격대가 저렴한 점도 유망한 시장성을 예견케 하고 있다. 현재 책정된 소비자는 229만원(부가세 포함)이다. 보통 디카·폰카인화자판기 가격대가 700~1000만원이었음에 미루어 볼 때 뛰어난 가격경쟁력을 갖추고 있다. 제품 가격대가 상대적으로 낮다는 점은 그만큼 운영효율을 올리기가 수월하다는 얘기이다. 적은 투자로도 높은 수익성을 기대할 수 있다는 점에서 좋

은 시장 반응이 예상되고 있다.

어뮤즈먼트 자판기 시장 돌풍, 가능한가

디지털과 심혈을 기울여 개발한 '마이편픽'을 가지



▲ IT전시회 SEK에 참가한 SK텔레콤 부스에 설치된 '마이편픽'



고 본격적인 시장 전개를 진행하게 된다. 올해 들어 신촌, 강남 등지에서 로드쇼를 펼쳐 신세대 층의 폭발적인 반응을 불러 일으켰다. 신세대층은 처음으로 보는 이 신기한 자판기에 눈이 휘둥그레져 서로 이용하려고 줄을 섰다고 한다. 강남역 행사에서

는 1500원을 책정해 유료로 했음에도 불구하고 제품 2대에서 5시간동안 130장의 매출을 기록했다고 한다.

지난 6월 21일부터 24일까지 COEX에서 개최된 국내 최대의 IT전시회 SEK에도 제품을 선보였다. 사업제휴사인 SK텔레콤 부스에 제품을 설치해 많은 관람객들로부터 인기를 끌었다.

참관객들은 이 신기한 자판기에 많은 관심을 보이며 직접 사진 인화를 시연하기 위해 문전성시를 이루었다.

디지털고는 최근 들어 A급 필드 로케이션이라 할 수 있는 곳들을 대상으로 설치를 늘리며 소비자 인식 확대를 도모하고 있다. 현재 제품이 설치된 로케이션을 살펴보면 지나월드 아셈타워점, 1300K 강남역점, 신

새로운 방식의 사진관련 자판기인 '마이편픽'의 시장 성공에 대한 기대가 크다. 지금 기세라면 디카·폰카 인화 자판기가 못다 풀 한을 풀어 줄 듯한 분위기이다. 스티커자판기 시장이 과거 한번의 시장 대박으로 스티커사진 문화를 만들어 냈듯이 '마이편픽'은 폭발적인 폴라로이드 휴대폰 사진 문화 확산을 노리고 있다.

촌안다미로엔터, 바이더웨이 압구정 2호, 바이더웨이 종로코아점. 강남역 씨티극장, 스타샷아셈점, DCX이대점, 1300K홍익대점 등을 들 수 있다. 사업 초기단계이지만 제품에 대한 소비자들의 좋은 반응은 회사 측을 고무시키기에 충분했다. 일단 제품에 대한 컨셉이 젊은 층에 먹힐 수 있다는 확신을 갖게 된 것이 큰 수확이다. 디지털고는 제품의 주 고객층을 10대~20대 여성으로 잡고 있다. 이들 연령층은 아기자기한 사진을 찍어 즐기는 문화가 익숙한 만큼 '마이편픽'에 대한 많은 관심을 보일 것으로 기대하고 있다.

디지털고는 시장성에 대한 높은 자신감을 바탕으로 '마이편픽'의 집중적인 필드전개를 진행하게 된다. 사업 방향은 크게 보면 두 가지 방식이다. 한 가지 방식은 SK텔레콤 등 이동통신사와 연계한 사업이다. 휴대폰 사진의 다양한 재미와 실용성을 즐길 수 있다는 점에서 이동통신사 마케팅 장비로서 활용가치가 높다. 디지털고는 SK텔레콤 대리점과 판매 제휴 계약을 맺었다. 광범위한 SK텔레콤 영업망을 이용한 판



▲ 강남 로드쇼 전경



▲ 신촌로드쇼 전경



▲ 꾸미기에 열중하는 이용객들의 모습

매가 활성화된다면 그 파급력을 실로 막대하다.

두 번째 방식은 자체 유통망 구축을 통한 사업진행이다. 이는 일반 자판기 시장을 겨냥한 전략으로 지역 총판 구축을 통해 판매시장 개척을 진행하게 된다. 최근 자판기 시장에 있어 유망한 사업아이템이 부족한 상황인 만큼 '마이편픽'이 뉴트랜드 상품으로서 시장돌풍을 주도할 계획이다.

새로운 방식의 사진관련 자판기인 '마이편픽'의 시장 성공에 대한 기대가 크다. 지금 기세라면 디카·폰카 인화자판기가 못다 풀 한을 풀어 줄 듯한 분위기이다. 스티커자판기 시장이 과거 한번의 시장 대박으로 스티커사진 문화를 만들어 냈듯이 '마이편픽'은 폭발적인 폴라로이드 휴대폰 사진 문화 확산을 노리고 있다. 그 도전이 과거 스

티커자판기의 대박신화만큼의 파급력을 불러 일으킬 수 있을지, 뜨거운 관심사가 아닐 수 없다.