

필름과 아날로그 미니랩은 무대 뒤편으로.. 다카와 디지털 미니랩 '선방' 미니랩 및 포토프린팅 시장 동향

국내에 처음 완전 디지털 미니랩 장비가 출시된 것은 불과 5년 전. 2001년부터 보급된 디지털 미니랩은 연평균 2배 이상의 성장을 기록하며 사진출력시장을 견인하고 있다. 관련 업계에 따르면 현재 국내에 보급된 미니랩 장비는 작년 말 기준으로 총 3400여대로 이중 디지털 미니랩이 차지하는 비율은 메이커마다 제시하는 수치에 있어 다소 차이가 있지만 대략 60% 정도인 2000여대로 추정된다. 올해는 남아있는 아날로그 사진관에 디지털기기 보급의 마지막 해가 될 것으로 보이며 메이커들은 마지막 시장 선점을 위해 저가의 보급형 기종을 내세워 치열한 판촉경쟁을 벌일 것으로 보인다.

취재/박지연 기자

■ 디지털 사진 인화, 필름 사진 앞질러

관련업계에 따르면 불과 1~2년 전만하더라도 필름 사진 인화율과 디지털사진 인화율은 8:2였으나 작년 연말을 기점으로 4:4로 역전됐다. 디지털카메라는 지난해부터 포화상태를 이룰 정도로 이미 대중화의 길로 들어섰고 이제는 필름카메라를 쓰는 사람을 찾아보기 힘들 정도이다.

가까운 일본만 살펴보더라도, 필름카메라는 일본 내 출하대수가 2001년 301만대에서 4년 만에 10분의 1로 줄어드는 등 사실상 내수산업으로서의 명맥이 끊어졌다. 코니카미놀타가 디지털카메라 사업을 소니에게 넘기고 필름카메라 사업에서 완전 철수한 경우나 니콘의 경우 디지털카메라사업은 강화하는 반면 필름카메라 8개 기종중 6개 기종을 생산 중단하는 등 대부분 과거 필름카메라를 생산 하던 메이커들이 대부분 필름 카메라 생산을 대폭 축소하거나 중단을 선언한 상황 등이 이를 잘 대변해준다.

그러나 디지털사진 인화율이 필름 사진 인화율을 눌렀다 하더라도 아직까지는 디지털카메라가 등장 이전 평균 필름 인화율에 비해서는 턱없이 부족한 상황이라는 것.

한국후지필름의 고기봉 회장은 “필름카메라에서 디지털카메라로 넘어가면서 사진 찍는 양은 7배 이상 늘었으나 출력량은 많이 줄었다”며 “후지필름을 비롯하여 메이커들의 고민은 어떻게 하면 사진 출력량을 필름 카메라 수준만큼 올릴 수 있을까에 집중되고 있다”고 말했다.

■ 2005년 시장-고가·보급형 미니랩 양분화, 온라인 프린팅 시장 강세

2005년 미니랩 시장은 전체 시장에서 디지털기기 비중이 50% 이상을 넘어가면서 정점을 이룬 한 해였다. 메이커들은 남아있는 아날로

그 사진관의 디지털화를 타깃으로 한 보급기종을 앞다퉀 선보이며 판매 경쟁에 열 올렸다.

작년 미니랩 장비 시장의 트렌드는 한마디로 대용량의 고가장비 시장과 저가의 실용적인 보급형 장비 시장으로 양분화됐다고 할 수 있다. 메이커들은 각 시장상황에 맞는 제품을 보급하는데 주력했으며, 무엇보다 기존 제품보다 디지털 작업의 처리속도가 증가되어 '원스톱' 서비스까지도 가능한 다양한 기능의 고효율의 디지털 미니랩을 출시했다.

대용량 고가장비에 있어서는 디지털 미니랩 장비가 도입되기 시작한 초창기 2000년~2001년에 구매했던 대규모 사진관을 중심으로 교체구매가 본격 이루어지기 시작했으며, 소용량 장비의 경우 아직까지 아날로그 미니랩을 사용하며 디지털 기기의 구매를 고려하는 고객을 타깃으로 메이커들의 판촉경쟁이 그 어느 때보다 치열했다.

한국후지필름 관계자는 "후지필름의 경우 연초 소형기기 판매가 30%에서 연말로 가면서 50%로 뛰어 올랐다"며 "2006년에도 후지필름을 비롯한 타 메이커들도 향후 남아있는 아날로그 미니랩 사용 사진관을 타깃으로 한 제품 출시와 판촉 경쟁이 치열할 것"이라고 말했다.

노리츠강기 서울사무소의 관계자는 "기존 디지털 미니랩 사용자들이 보다 효율적이고 저렴한 서비스 제공을 받기 위해 연간으로 A/S계약을 체결하는 경향이 뚜렷해지고 있는 것이 지난해 가장 두드러진 특징"이라고 말했다.

한편, 이밖에 지난해 국내 사진프린팅 시장의 특징으로는 온라인 주문사진 및 홈프린팅 시장의 급성장을 꼽을 수 있다. 3~4년 전 처음 온라인 전문 현상소가 생겨나기 시작하고 시장이 처음 형성된 이후, 온라인 주문 솔루션은 온라인을 통한 주 수입보다 소비자들의 주문 편리성을 고려하고 지역고객을 확보하기 위한 하나의 수단이 되어가고 있다.

한국코닥 관계자는 "현재 추세로 보면 온라인 프린팅 시장의 강세는 꾸준하게 이어질 것이며, 온라인 프린팅 시장에서 경쟁이 더 치열해지면서 기반이 탄탄하지 않은 업체는 줄어들 것이지만 새로운 온라인 프린팅 업체가 생겨나면서 전체 시장은 전년과 동일한 수준이 될 것으로 보인다"며 "저가 경쟁이 치열해지면서 저질 인화지, 약품 등이 유통될 조짐도 보이고 있다"고 우려를 나타냈다.

현재 포토프린터의 경우 저가형 기기는 10만 원 선으로 가격이 지속적으로 낮아지고 있는 것은 사실이지만 대량

인화를 하지 않을 경우 인화지, 잉크 등 유지비가 많이 든다는 단점이 있다. 그러나 온라인 환경에 친숙한 국내 여건상 소비자들은 온라인 주문서비스를 통한 점포 인화를 더욱 선호하는 경향이 작년 시장에서도 압도적이었다.

■ 2006년 시장-후지필름과 노리츠의 글로벌 제휴 등 시장의 지각변동 심화

관련 업계에 따르면, 올해 디지털 미니랩 판매량은 760대 시장이 될 것으로 예상된다. 이미 전체시장에서 디지털 미니랩으로의 전환이 60% 이상 진행된 가운데 올해는 남아있는 아날로그 사진관에 디지털기기 보급의 마지막 해가 될 것으로 보인다. 현재 남아있는 아날로그 사진점들은 대부분이 소규모·소자본의 영세한 곳으로서 메이커들은 저가의 보급형 기종 판매에 주력할 것으로 보인다. 아울러 신규 업소나 온라인 업소들 역시 어느 정도 꾸준한 판매가 예상되는 가운데 특히 초창기 디지털 미니랩을 구입했던 업소들의 교체수요가 본격 줄을 이을 전망이다.

한국후지필름의 관계자는 "디지털로의 전환되기 이전 30년간 아날로그 기기가 계속 유지돼오면서 교체수요가 이어져왔듯이 앞으로는 디지털기기에 대한 교체수요가 줄을 이을 전망"이라고 말했다.

노리츠강기 서울지점 관계자는 "올해는 기존 디지털 미니랩 사용자를 대상으로 하는 교체수요에 의한 판매가 더욱 강화될 것"이라며 신제품 경향에 대해 "지난해보다 좀더 출력용량이 줄어든 반면 작업처리속도는 향상된 저가형 미니랩의 판매가 주류를 이룰 것으로 예상되며 이에 따른 프린트 생산성 증대 및 생산 원가 절감이 기대된다"고 말했다.

그러나 무엇보다 올해 사진출력시장의 가장 큰 특징은 일본의 카메라·필름산업이 거센 구조조정 회오리에 휘말리면서 그 여파가 국내 시장에도 크게 미칠 전망이다. 아그파에 이어 코니카미놀타의 미니랩 사업 중단 이후 일본 노리츠강기와 후지필름이 디지털 미니랩 개발 및 애프터서비스 부문에서 글로벌 제휴를 맺은 것이다. 현재 노리츠는 코닥에도 기기를 공급하고 있는데 후지필름과의 제휴 이후 노리츠에서는 기존 코닥 인화지와 약품 전용의 기기와 후지필름의 인화지와 약품 전용 기기 두 방향으로 공급하게 된다.

제휴 이전 후지와 노리츠 양사의 판매율만 전체시장에서

국내 사진영상산업의 현재와 미래

80~90%를 차지했던 것을 감안해 볼 때 현재 이 시장에 후지필름, 코닥, 노리츠가 공존하지만 시장상황이 결국엔 한 메이커의 독과점 체제로 가는 건 아닐지 우려의 소리도 나오고 있다.

한편, 지난해와 마찬가지로 올해에도 메이커들은 온라인 주문 솔루션에 집중하여 온라인 현상소 활성화에 더욱 주력해 나갈 것으로 보인다.

또한 디지털 업소들이 디지털 프린트 외에 앨범, 디지털특화상품 등 다양한 제품을 개발하여 시장에 선보일 것으로 예상된다.

이밖에 최근 사진 프린트 시장의 한 축으로 떠오르고 있는 홈프린팅 시장도 간과할 수 없다. 현재 시장에는 삼성전자, 캐논코리아비즈니스솔루션, HP, 엡손 등이 “간편하게 홈프린팅 하자”라는 컨셉으로 공격적인 마케팅을 펼치고 있는 가운데 후지필름, 코닥 등에서는 사진의 질적인 면을 강조하며 “점포에서 인화하자”고 맞대응하고 있는 상황이다.

후지필름 등 미니랩 메이커들은 온라인 주문 프린팅을 더 선호하는 국내 시장 특성상 홈프린팅 시장의 확산은 디지털 미니랩 시장에 큰 영향을 미치지 않는다는 입장이다. 메이커들은 홈프린팅에서 지원할 수 없는 섬세한 이미지 보정과 저렴한 가격의 고품질 등을 내세워 홈프린팅과 차별화된 다양한 제품을 시장에 선보인다는 전략이다.

지난해까지 디지털 미니랩 판매대수가 1천만대를 돌파한 **한국후지필름**은 올해 초 판매목표를 480대로 잡았으나 일본 본사의 노리츠 합병 계획 발표이후 목표수정에 들어갔다. 지난해에 이어 올해에도 디지털 미니랩 장비의 보급 및 온라인 전문 현상소의 활성화를 도모하고자 온라인 사진인

화전문점인 ‘FDi’에 대한 TV광고 및 점포 프린팅에 관한 캠페인을 지속적으로 펼쳐나갈 계획이다. 기존 교체시장에 대한 대형 기기와 신규시장을 겨냥한 소형기기에 대한 신제품도 준비 중에 있다. 현재 대형기기인 ‘프론티어 570’의 업그레이드 기종으로 속도 및 출력대수가 더욱 빨라진 ‘프론티어 590’을 선보일 예정이고 소형기기에서도 ‘프론티어 340’에 기능이 보강되어 속도 및 기능을 더욱 업그레이드 시킨 기기를 선보일 예정이다.

노리츠강기는 점차 다양해지고 있는 소비자들의 비즈니스 환경에 부합하는 맞춤형 시스템 구성으로 보다 실용적이고 생산성 및 효율성 높은 보급형 저가 디지털 미니랩을 시장에 선보일 예정이다. 또한 프로시장을 겨냥한 24인치 출력장비를 하반기에 출시할 예정이다. 대형 출력 서비스를 외주작업에 의존하지 않고 직접 출력 및 판매를 원하는 프로 시장의 고객을 대상으로 최대 폭 24.5인치, 길이 100인치의 출력이 가능한 보급형 대형 레이저 프린터를 시장에 공급할 계획이다.

한국코닥에서는 현재 3%정도밖에 되지 않는 인화율을 올리는데 주력하여 소비자 프로모션을 온·오프라인 모드 채널에서 활발히 펼친다는 전략이다. 지난해 말 디지털 관련 제품 및 Retail business를 강화한 「코닥익스프레스 플러스(Kodak Express Plus)」를 이미 선보인바 있는 코닥은 테마앨범, 포토캘린더, 액자 앨범류 등 부가수익을 창출할 수 있는 아이템을 꾸준히 개발, 추가하고 소비자 프로모션을 시즌별로 시행할 계획이다. 또한 디지털 미니랩 장비가 있는 코닥 익스프레스를 대상으로 업소 홈페이지를 만들어 오프라인 매장과 함께 온라인 비즈니스의 기반을 마련, 디지털 사진환경변화에 적극 대응해 나갈 계획이다.