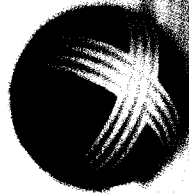


“디지털인쇄를 통한 고부가가치 실현을 도울 것”

한국후지제록스 우에노 야스아키 사장

FUJI XEROX



약력

1960년생
1983년 도쿄이과대학 경영공학과 졸업
1983년 후지제록스 사업기획부 입사
1992년 해외 OEM 사업기획부
1999년 제록스 인터내셔널 파트너스(XIP)
상품기획 매니저
2000년 제록스 인터내셔널 파트너스
(XIP) 상품기획 및 사업개발부장
2003년 제록스 인터내셔널 파트너스(XIP)
MA(Major Account) 사업부장
겸 이사
2005년 제록스 인터내셔널 파트너스(XIP)
MA(Major Account) 부사장
2008년 후지제록스 상품개발본부 OEM
영업부장

지난 6월에 주주총회에서 한국후지제록스의 사장으로 선임되어 부임한 우에노 야스아키 사장이 지난 10월 15일 서울 본사 사옥에서 기자 간담회를 가졌다. 한국에서 근무한 것은 처음이지만 빠르게 한국을 이해하고 있다는 우에노 사장에게 앞으로의 경영 계획과 포부 등에 대해 들어 보았다.

2010년의 실적과 계획에 대해 말씀해 주시지요.

올해 상반기 실적은 국내 매출과 영업이익 모두 계획을 달성하는 호조를 보였습니다. 특히 컬러장비는 판매 대수에서 전년 대비 72% 성장했으며, 철저한 고객서비스 관리로 10년 연속 고객만족도 1위를 달성한 것도 큰 성과라고 자부합니다. 하반기에도 이런 성장세를 유지해나갈 계획이며 PSB 부문에서는 매출 기준으로 전년 대비 약 30~40%의 성장을 목표로 하고 있습니다. 특히 지난 9월부터 런칭하기 시작한 신제품 Color 1000 Press와 Light Production 시장에서 인기 제품인 700 DCP(700 디지털 Color Press)를 필두로

컬러 장비 시장을 더욱 적극 공략하고자 합니다. 또한, 수익성 있는 비즈니스 모델과 애플리케이션 개발에 힘쓸 것이며 상대적으로 활동이 약세였던 하이엔드 시장 공략에 적극 나서 신제품의 성공적 고객 사례를 ‘리퍼런스(reference)’로 발굴하는데 집중해 신제품 판매에 박차를 가할 계획입니다.

디지털 인쇄 사업의 성공을 위해서는 무엇이 필요하다고 생각하시는지요?

디지털 인쇄 시장은 성장하고 있는 시장으로 가능성이 무궁무진하지만, 남들과 동일한 기기와 애플리케이션으로는 성공을 장담할 수 없습니다. 디지털만의 강점인 다품종 소량 생산 및 가변 콘텐츠 활용을 통해 부가 가치를 향상시키고자 하는 지속적인 노력이 이뤄져야 할 것입니다. 디지털 인쇄를 통해 고부가가치를 창출하기 위해서는 양질의 콘텐츠, 디자인 등의 소프트웨어를 개발함으로써 기존 전통 인쇄와 차별화해야 할 것입니다. 특히 시장의 트렌드와 고객의 니즈를



읽는 안목이 필요하며 최근 스마트폰의 보급 및 소셜미디어의 성장으로 대중의 커뮤니케이션에 급속한 변화가 이루어지고 있습니다. 인쇄물도 커뮤니케이션 수단 중 하나이므로 이러한 변화는 인쇄에도 분명 영향을 미칠 것입니다. 그러므로 그 파급 효과에 대해 생각해보고 새로운 커뮤니케이션의 트렌드를 디지털 인쇄와 어떻게 접목시킬 수 있을지에 대해 고민해야 할 것입니다.

국내 디지털 인쇄 시장의 전망에 대해 어떻게 보시는지요.

W2P(Web to Print) 솔루션을 통한 디지털 인쇄 패러다임의 변화가 진행되고 있습니다. 이는 디지털이라는 장점을 적극 이용하여 원청으로부터 인쇄 물량 주문을 기다리는 것이 아니라, 고객에게 직접 Web을 통해서 직접 수주, 고객에게 직접 상품을 제공함으로써 능동적인 영업으로의 전환을 의미한다고 봅니다.

그 동안 오프셋의 영역이었던 패키징이 디지털 인쇄에서도 주목받기 시작할 것으로 예상되는데 이는 유통업계에서 VVIP 고객 대상의 마케팅이 활발하게 진행되고 있으며 소수의 VVIP 고객을 위한 고급 패키징 및 1:1 마케팅은 디지털 인쇄의 활용도가 높은 분야이기 때문입니다. 고부가가치 산업인 패키징을 수행하기 위한 프로그램, 후처리기 등의 개발과 함께 이 시장이 좀 더 확대될 것으로 전망합니다. 마지막으로 인쇄의 특수 효과를 활용한 독창적 인쇄물들이 각광받을 것으로 보입니다. 다양한 특수지 활용, 코팅 효과, 보안 효과를 줄 수 있는 마이크로 텍스트 입력 및 적외선 식별이 가능한 인쇄물을 제작하는 글로스 마크(gloss mark) 등 디지털 인쇄를 활용해 독창적인 비즈니스 모델을 개발하는 방향으로 나아가리라 예상합니다.

일본, 중국, 한국시장의 차이점 및 특징에 대해 말씀해 주시죠.

일본과 중국의 디지털 인쇄 시장의 경우 수익 구조면에서 한국과 차이가 있는 것 같습니다. 일본과 중국은 디지털 인쇄물의 원가 대비 시장 판매가가 높아 자연히 수익이 발생합니다. 오프셋과 디지털, 그리고 흑백과 컬러의 시장 판매가의 차이가 큼니다. 그러나 한국의 경우, 일본이나 중국에 비해 상대적으로 시장 판매가가 낮아 수익을 내기가 어려운 상황입니

다. 국내 시장에서는 수익을 생성하기 위해 1:1 등 디지털만이 구현할 수 있는 비즈니스 모델 개발이 필수적입니다.

일본 대형인쇄사들이 e-Book과 POD Service를 동시에 제공하는 하이브리드 인쇄 방식을 추구하고 있는데, 어떻게 변화해 나갈 것이라고 예상하시는지요?

현재 교보문고가 국내 도서 유통서점 최초로 디지털 인쇄기를 활용한 POD 서비스를 실시하고 있으며 이 서비스를 이용해 도서 제작을 의뢰하는 고객은 매일 평균 1000명에 달할 정도입니다. 그만큼 국내 POD 시장에 새로운 성장 동력으로 기대됩니다. 또한 금년 초부터 국내에 e-Book 전용 단말기들이 본격적으로 출시되면서 콘텐츠 수요가 높아진 만큼 국내 POD 시장과 함께 지속적으로 성장하리라 전망합니다.

현재 한국후지제록스의 판매 트렌드는 어떤 것인가요.

‘디지털’을 통해 신규 비즈니스의 기회를 찾는 고객이 늘어나면서, 시장은 그 어느 때보다도 다양한 사업에 유연하게 대응할 수 있는 기기와 솔루션을 원하고 있습니다. 현재 한국후지제록스는 어떠한 시장 및 고객 상황에도 디지털 인쇄 비즈니스를 시작 및 유지할 수 있는 완벽한 포트폴리오를 보유하고 있습니다. 특히 라이트 프로덕션인 700 DCP는 2009년 2월 출시 이후 현재까지 약 200대가 판매되었으며 현재도 매월 10대 이상의 판매를 기록하고 있는 주력 상품입니다. 또한 전월 출시한 Color 1000 Press도 향후 디지털 인쇄 시장을 더욱 성장시킬 주력 상품이 될 것으로 기대하고 있습니다. 높은 생산성과 고품질, 다양한 옵션들로 구성되어 맞춤형 구성이 가능한 후처리 장비들, Clear Dry Ink를 통한 다양한 애플리케이션 및 비즈니스 개발 가능성을 제공해 디지털 인쇄 시장의 선도자가 될 것이라 생각합니다. ☺

김상호 부장 kshulk@print.or.kr