



한국코닥(주) 이수범 대표이사는 지난 1월 5일 서울 상암동에 위치한 본사 회의실에서 취임 이후 첫 기자 간담회를 갖고 대표 취임소감을 비롯, 신년 계획, 국내 시장에 대한 견해 등을 밝혔다. 다소 늦은 취임 3개월여 만에 공식적으로 언론에 모습을 드러낸 이 대표는 시종일관 자신감 넘치는 모습으로 다양한 사안에 대한 의견을 피력했다. 간담회의 주요 내용을 소개한다.

## 한국코닥 이수범 대표이사 “넥스프레스 SX모델 곧 출시 고객 수익창출에 최선”

한국코닥의 대표를 맡으신 소감과 각오를 말씀해주시지요.

전임 대표가 외국 분이였기 때문에 한국인 사장이라는 점이 새로운 느낌을 줄 수 있다고 봅니다. 그러나 실무적인 면에서는 별다른 차이는 없을 것입니다. 한국인 직원들에 대한 장악력은 분명히 높아질 것으로 기대합니다. 상대적으로 글로벌 네트워크에서 의사소통이 상대적으로 약점이 될 수도 있을 것으로 생각하지만 장점은 살리고 단점은 보완하기 위한 노력을 기울여 이 같은 문제에 적극 대처해 나갈 것입니다.

개인적으로 보면 한국코닥에 몸을 담은 것이 10년이 되는데 공교롭게 입사한 이래로 전사적인 어려움이 본격화된 시기였고 그 기간 동안 계열사의 매각, 인수 및 합병 같은 대규모 변화가 많았습니다. 지금의 시점에서 코닥은 전환점을 지나서 본격적인 성장을 할 수 있는 때가 된 것이 아닌가 하고 생각합니다. 제가 할 일은 원활한 성장을 할 수 있도록 조직을 추스르고 비전을 제시하는 것이라 생각합니다.

코닥은 인쇄시장에서 경쟁력 있는 회사로 평가받고 있는데 그 이유를 무엇이라고 생각하십니까

코닥이 인쇄시장에서 인정을 받는 것은 상업인쇄, 신문, 포장, 데이터센터 등 다양한 영역을 커버할 수 있는 코닥의 폭넓은 제품군 때문이라고 생각합니다. 디지털파일의 입력 부분이라 할 수 있는 워크플로에서 최종 인쇄물을 만드는 디지털인쇄기까지 모든 제품군을 보유하고 있는 것이 코닥의 장점이며 전 제품군의 시장점유율이 1~3위의 시장점유율을 차지하고 있는 이른바 시장에서 검증된 제품들입니다.

국내 디지털인쇄 시장의 전망과 이웃 나라인 일본, 중국 시장과 비교할 때 국내 시장의 다른 점은 무엇이라고 생각하시는지요. 또 디지털시장의 키워드를 무엇이라고 생각하십니까.

현재 제품수명주기로 보았을 때 디지털인쇄기의 보급은 이미 얼리어답터의 수준을 넘어서 중심시장으로 넘어갔다고

판단됩니다. 다만 국내시장의 규모가 일본과 중국에 비해 상대적으로 적다는 점에 한계가 있긴 합니다만, 올해에도 디지털인쇄기의 보급은 지속적으로 이뤄질 것입니다. 중국의 경우에는 전 산업군의 성장속도가 무척 빠르지만 인쇄 시장도 최근 2~3년간 연 평균 30%를 넘는 성장을 이룬 것으로 평가되고 있습니다. 중국은 지난해 11월까지 중국 시장의 65~70%를 차지하고 있는 코닥

의 CTP판매 대수만도 260여대에 달할 정도로 대형시장으로서의 면모를 확인시켜 주고 있습니다. 국내 인쇄시장은 일본 인쇄시장과 유사한 모습을 보이고 있다고 보는데 내수 시장의 규모가 제한되어 있어 '수익모델'로서의 포지셔닝이 지속되어야 하는데 이는 판매자 뿐만 아니라 사용자측면에서도 다양한 노력이 있어야 할 것으로 봅니다.

#### **올해 넥스프레스(Nexpress)의 신모델이 출시되는 것으로 알고 있습니다. 소개 및 발표 시기에 대해 알려 주시지요.**

코닥은 이미 지난해 독일 포토키나 쇼와 시카고 프린트 쇼에서 넥스프레스 SX모델을 선보여 좋은 평가를 받은 바 있습니다. 특히 타사 제품의 출력과 비교하면 더욱 사진과 인쇄의 느낌을 동시에 느낄 수 있다는 호평을 받았습니 다. 국내 시장에는 올해 상반기 중 출시를 준비하고 있습니다.

#### **올해 한국코닥이 가장 중점을 두고 있는 경영 및 마케팅 계획은 무엇입니까.**

코닥은 인쇄시장의 세분화된 시장별로 많은 제품군을 보유하고 있습니다. 그 중에서도 가장 큰 부분을 차지하고 있는 것은 CTP장비와 판재 부문입니다. 최근 수년간 국내 시장에서 CTP의 판매대수는 대략적으로 연평균 80여대에 달하는 것으로 보고 있습니다. 현재 코닥은 이 두 부문에서 강력한 경쟁력을 갖고 있으며 추가적인 솔루션으로 시장을 리드해 나갈 것입니다. 이와 함께 넥스프레스와 같은 낱장 방식의 컬러 디지털인쇄기와 연속지 형태의 디지털인쇄기인 Prosper Press를 2011년 한국코닥의 대표 제품군으로 삼아 시장을 넓혀갈 계획입니다.

#### **올해 인쇄관련 그래픽아트 사업을 어떻게 전망하십니까.**

인쇄 선진국이라 불리는 미국과 유럽의 경기가 아직 부진하고, 알루미늄, 은 및 석유 같은 원자재가격 등의 인상으로



미래를 예측하기 힘든 것이 사실입니다. 하지만 그 가운데서도 디지털인쇄분야에서는 많은 역동적인 변화가 예상되고 있습니다. 예컨대 잉크젯 시장에서 많은 제품들이 선보일 것으로 예상되면 국내 시장에서도 원자재가격의 인상요인 등 불안한 가운데서도 지난해와 비슷한 성장이 가능하리라 생각합니다. 새로운 디지털인쇄기와 새로운 제품들도 속속 선보일 계획입니다.

#### **올해도 IGAS2011이 일본에서 열리고 국내에서는 매년 개최로 변경된 KIPES2011이 열릴 예정입니다. 한국코닥의 전시 참가 계획이 있습니까.**

참가계획이 있습니다. 아직 최종적으로 확정된 것은 아니지만 IGAS의 경우, 일본 코닥에서 참가해 세계 각국에서 오는 고객과 코닥직원들을 맞을 예정입니다. 4년에 한 번씩 개최되는 IGAS전시회를 통해 다양한 분야에서 또 다른 제품군들이 선보이게 될 것이며 코닥도 세부 제품이 확정되지는 않았지만 신제품을 선보일 예정입니다. 지난해 여러 사정으로 불참했던 KIPES에는 올해는 참가를 긍정적으로 검토하고 있습니다.

#### **직원들에게 강조하고 싶은 것은 무엇입니까.**

회사에서 가장 중요한 것은 '사람'이라고 생각합니다. 똑같은 제품, 똑같은 사건이 발생한다고 해도 사람이 어떻게 대처하느냐에 따라 결과는 -100 ~ +100까지 벌어지게 됩니다. 엄청난 차이가 발생하게 되는 것입니다. 회사 내의 인적 자산 양성을 꾸준히 진행하고 자기 계발에 보다 많은 시간을 쏟아 주었으면 하는 바람입니다.

#### **대표님의 경영철학과 개인적인 목표에 대해 말씀해 주세요.**

코닥은 한때 경영학에서 대표적인 실패 사례였으나, 이제는 실패에서 성공으로 반전한 대표적인 사례로 인용되고 있습니다. 저는 코닥이 오랜 어려움을 견디어 냈고 이제는 새로운 성장을 시작할 때라고 믿고 있습니다. 개인적으로는 머지않은 시기에 국내에서 1억 달러 수준의 매출 목표를 달성했으면 하는 바람입니다. 또한 대 고객관계에서 끈끈하게 맺어진 팬클럽과도 같은 관계를 맺고, 유지하도록 최선을 다할 것입니다. ☺

김상호 부장 kshulk@print.or.kr