

올해 디지털미니랩 확산 최고 정점 맞아 메이커간 치열한 격돌 예상

디지털미니랩 시장의 동향 및 전망

사진시장 전반에 걸친 급속한 디지털화는 디지털카메라의 보급 확산으로 인한 디지털 출력 욕구가 늘고 온라인 디지털출력시장이 급성장하는 요인으로 작용했다. 현재 사진시장에서 전체 미니랩 수는 3500여대로 추산되는 가운데 이중 지난해까지 국내에 보급된 미니랩 수는 1500여대 내외로 추정하고 있으며 올해는 전체 시장의 50%까지 디지털화가 확산될 것으로 예상된다. 특히 올해는 디지털화로의 막차를 탄 영세 사진관과 초창기 디지털 미니랩 장비 구입자들의 교체수요를 겨냥한 메이커들의 마케팅 경쟁이 그 어느때보다 치열한 한 해가 될 것으로 보인다.

취재/박지연 기자

디지털카메라 시장의 성장은 곧바로 프린팅 시장과 연결이 되면서 온라인 사진인화서비스, 포토프린터, 인화용지 등 전반적인 사진산업을 견인하는 역할을 하고 있다. 특히 기존 아날로그 미니랩 시장이 디지털카메라에 영향을 받아 급속하게 디지털 미니랩 시장으로 변화되고 있다.

국내에 디지털 미니랩이 보급된 것은 불과 4년 전. 2001년부터 보급된 디지털 미니랩은 연평균 2배 이상의 성장을 기록하며 사진출력시장의 선방에 나서고 있다.

관련 업계에 따르면, 현재 국내에 보급된 미니랩 장비는 작년 말 기준으로 총 3500여대로 추정되며, 이중 디지털 미니랩은 메이커마다 제시하는 수치가 다소 차이가 있지만 종합해보면 1500여대, 규모면에서 1200~1300억원 정도의 시장규모로 예측된다.

현재 국내시장에서 한국후지필름, 노리츠, 아그파포토, 우성필름 등에서 디지털미니랩을 선보이고 있으며, 국내 제조업체인 캐리마에서 기존 아날로그 현상기에 쉽게 장착하여 빠르게 디지털 인화를 할 수 있는 '디지털 캐리어'를 통해 틈새시장을 공략하고 있다.

한편, 관련 업계에 따르면 올해 디지털 미니랩 시장은 그 어느 해보다 메이커들 간 시장 선점 경쟁이 치열할 것으로 보인다. 지난해까지 미니랩시장의 디지털화는 35% 이상 진전된 상태에서 올해는 50%까지 성장이 예상되는 가운데, 시장성장률 50%를 정점으로 하여 성장세가 둔화되는 점으로 미뤄본다면 올해가 시장 점유율을 늘려나가기 위한 마지막 기회가 될 것이기 때문에 메이커들의 막바지 시장 선점 경쟁이 치열할 것으로 예상된다.

2004년 시장 동향

디지털장비의 소형화·저가화의 확산 등 큰 폭 성장

2004년 미니랩 시장은 본격 디지털 미니랩 판매가 본 궤도에 들어서면서 메이커들 간의 판매 경쟁이 가장 치열했던 한 해였다. 이는 각 메이커에서 다양한 처리용량과 기능성을 갖춘 디지털 미니랩을 출시하면서 그 어느 때보다 소비자들 입장에서는 선택 폭이 넓어졌고 메이커들의 판촉 경쟁이 치열했다.

작년 미니랩 장비 시장의 트렌드는 한마디로 빠른 스피드의 고가장비시장과 저가의 실용적인 보급형 장비 시장으로 양분화됐다고 말할 수 있다. 메이커들은 각 시장상황에 맞는 제품을 보급하는데 주력했으며, 상반기에서 하반기로 갈수록 보급 기종에 대부분 주력하는 모습을 보였다. 이는 저가 보급형 미니랩시장이 향후 남아있는 아날로그 사진시장의 디지털화에 기반이 되는 시장이 되기 때문에 메이커들이 가장 관심 있어 하는 분야이고, 올해 역시 이 같은 시장을 주 타깃으로한 메이커들간 판촉 경쟁이 치열할 전망이다.

이밖에 지난해 사진프린팅과 관련한 국내 미니랩 시장의 특징을 꼽으라면 온라인 사진시장의 급성장을 들 수 있다. 2~3년 전 온라인 전문 현상소가 생겨나기 시작하고 자리를 잡으면서 온라인 시장이 처음 형성된 이후, 최근에는 소규모의 작은 현상소만의 홈페이지를 두고 온라인 주문 솔루션을 갖추는 것이 필수처럼 되어 가고 있다.

아그파 포토의 한 관계자는 “온라인 주문 솔루션은 온라인을 통한 주 수입보다 소비자들의 주문 편리성을 고려하고 지역고객을 확보하기 위한 하나의 수단이 되어가고 있다”며 “온라인 전문 현상소 시장은 온라인이라는 특성상 많은 자본을 가지고 온라인 마케팅을 할 수 있는 소수의 업체들의 경쟁으로 정리가 되어가고 있는 반면, 일반 오프라인의 고객들을 유지하고자 하는 현상소들에게는 여전히 성장하고 있는 시장이다”고 말했다.

이러한 상황에 맞춰 작년에는 아그파포토, 후지필름, 우성필름 등이 온라인 현상시스템을 통해 적극적인 마케팅을 펼쳤다. 아그파포토에서는 온라인 전문 디지털 장비인 'netlab' 등을 대형 온라인 전문현상소에 판매하며 좋은 반응을 불러 모았고, 후지필름은 “점포에서 프린트 하자”는 광고성 캠페인과 함께 FDi TV광고를 통해 온라인 전문현상소로서의 새로운 이미지를 구축해나갔다. 우성필름 역시 KDPE(Konicaminolta Digital Photo Express)구

축 강화 및 온라인 은염프린팅 활성화를 위해 다양한 프로모션을 전개했다.

2005년 시장 전망

디지털 미니랩 보급률 최정점의 해, 그 어느 때보다 메이커간 치열한 경쟁 예상

지난해까지 국내에 보급된 디지털 미니랩은 1500대 내외로 추정되고 있는 가운데 올해는 메이커마다 제시하는 수치에 다소 차이는 있지만 최소 400대에서 최고 800대 이상 디지털 미니랩이 판매될 것으로 예상된다.

특히 올해는 그 어느 때보다 메이커들간의 디지털 미니랩 장비 시장 선점 경쟁이 치열할 것으로 보인다. 지난해까지 디지털 미니랩 장비 보급률이 35%정도로 추정되며 올해는 50% 이상의 보급률을 예상하고 있는 가운데 업계에서는 올해가 디지털기기 보급의 막바지라고 판단하고 다양한 전략을 수립하고 있는 상황이다.

한국후지필름의 최경준 계장은 “작년 일본 디카시장은 세대당 디카 보급률이 50%를 넘어서면서 성장률이 둔화된 것에서 보이는 것과 같이 일단 시장 점유율이 50% 넘어가면 성장률의 둔화가 시작된다”며 “디지털 미니랩도 올해를 기점으로 성장둔화가 나타나기 시작하고 2006년에는 전체의 90%가 디지털화될 것으로 예상된다”고 말했다. 따라서 올 한해는 마지막 디지털화로의 막차를 탄 소규모 사진점 운영자들을 주 타깃으로 메이커간 경쟁이 치열할 것으로 예상된다.

현재 남아있는 아날로그 사진점들은 대부분이 소규모·소자본의 영세한 곳으로서 메이커들은 저가의 보급형 기종 판매에 주력할 것으로 보이고, 이 부분이 미니랩 장비 판매의 관건이 될 것으로 보인다. 아울러 신규 업소나 온라인 업소들 역시 어느 정도 꾸준한 판매가 예상되는 가운데 초창기 디지털 미니랩을 구입했던 업소들의 교체수요에도 마케팅 활동을 강화해 나갈 것으로 보인다.

앞서 언급한 것처럼 메이커들은 온라인 주문 솔루션에 집중하여 온라인 현상소 활성화에 더욱 주력해 나갈 것으로 전망된다. 이밖에 현재 디지털 업소들의 사업은 일반 DP(Digital Print)에서 특화된 상품들이 실제 수익과 연관이 되고 있는 상황에 착안하여 이에 관련한 다양한 제품을 개발하여 시장에 선보일 것으로 보인다.

아그파포토의 한 관계자는 “DP사진이 온라인 시장에서

국내 사진산업의 현황 및 전망

점점 가격이 내려가고 있기 때문에 실제 수익은 DP사진에 비하여 판매단가가 높은 앨범 또는 디지털 특화상품”이라며 “따라서 2005년에는 더욱 다양한 상품들이 시장에 선보일 것으로 보이며 그에 따른 메이커들의 마케팅 또한 중요할 것으로 보인다”고 말했다.

코닥의 한 관계자는 “고화소 디카시장이 주류로 자리 잡음에 따라 단순히 모니터로 감상하기 보다는 크게 인화하여 보관하려는 욕구도 증가할 것”이라며 “올해는 특히 디지털 미니랩과 디지털 포토프린터 시장, 인화서비스 시장도 함께 큰 폭으로 성장할 것으로 예상된다”고 말했다.

한편, 디지털 미니랩을 큰 축으로 한 사진 프린트 시장에 최근 변수로 떠오르고 있는 포토 프린터 시장도 간과할 수 없다. 포토 프린터는 사진 인쇄 전용 프린터로서 PC나 노트북과 연결하지 않고도 디지털 카메라에 직접 연결해 사진을 뽑거나 메모리카드에 저장된 그림파일을 바로 출력할 수 있는 기기를 말한다. 업계에서는 포토 프린터 시장이 올해 13만대에서 최고 15만대로 잉크젯 프린터의 15% 이상 차지할 것으로 내다보고 있다. 현재 사진 시장에서는 삼성전자, 롯데캐논, HP, 엡손, 등이 “간편하게 홈프린팅을 하자”라는 컨셉으로 공격적인 마케팅을 펼치고 있는 가운데 후지필름, 코닥, 아그파포토, 우성필름 등에서는 사진의 질적인 면을 강조하며, “점포에서 인화하자”고 맞대응을 하고 있는 상황이다.

그러나 후지필름 등 미니랩 메이커들은 포토 프린터 시장의 확산이 디지털 미니랩 판매에 큰 영향은 미치지 않는다는 입장이다.

노리츠의 박지영 대리는 “홈프린트 시장이 확대되면서 사진의 출력사업 규모가 영향을 받는 것은 사실이나 홈프린팅 시장 영역의 한계가 있는 부분에 관하여 서비스를 강화하여 다양한 제품에서 다양한 프린트물과 디지털상품 등을 서비스 할 수 있도록 디지털 서브 제품군의 라인업에도 치중하면서 시장에 대응하고 있다”고 말했다.

한국후지필름에서도 최근 무선 적외선데이 터송수신(IrDA)

과 픽트브리지 기술을 지원하는 초소형 포토 프린터 'PiVi(MP-100)'을 출시한데 이어 한국코닥도 최근 홈 디지털 인화시스템(제품명: 프린터 독)과 디지털카메라의 번들 패키지 판매 및 홍보에 주력하고 있는 등 미니랩 메이커들이 홈 프린팅 시장에 대응하여 다양한 서브 제품군을 출시하고 있는 것을 알 수 있으며, 올해 더욱 강화하여 나름대로의 디지털 사진인화의 트렌드를 유도해 나갈 것으로 보인다.

2005년 메이커들의 마케팅 전략

저가형 시장 및 신규 디지털 미니랩 교체수요 시장 선점경쟁 총력

한국후지필름은 작년에 디지털 미니랩 장비의 보급 및 온라인 전문현상소의 활성화를 도모하고자 온라인 사진 인화전문점인 'FDi'에 대한 TV광고를 통해 회사 이미지 제고는 물론 소비자들의 인식 전환에 초점을 맞췄다. FDi와 인터넷을 연계하여 고객이 인터넷으로 사진인화 주문 신청하면 고객이 집 근처에 있는 현상소에서 사진을 찾을 수 있도록 한 시스템을 운영중이다. 향후에는 고객들에게 프로그램 CD를 무상으로 나눠주어 프로그램을 컴퓨터에 깔면 인터넷을 통해 집 근처 FDi점으로 자동 연결되어 사진서비스를 받을 수 있게끔하는 '마이후지칼라프린트'를 시행할 계획으로, 현재 시스템 구축 중에 있다.

출력해상도가 뛰어난 '프론티어 355/375'가 주력이었던 한국후지필름에 있어 작년 한해는 소형모델인 '프론티어 340'의 매출도 많이 늘었다. 따라서 올해 역시 보급형 디지털 장비 공급에 중점을 두면서 신규 또는 교체 수요에도 적극 관심을 두고 마케팅 활동을 펼쳐나갈 계획이다. 또한 점포의 사진 인화를 활성화를 위해 지난해에 이어 올해도 5월부터 FDi TV광고와 다양한 프로모션을 전개해 나갈 계획이다.

현재 국내 미니랩 시장에서 부동의 1위 자리를 굳히고 있는 한국후지필름은 현재 800여점에 조금 못 미치는 수의 디지털 미니랩 점포인 프론티어점을 오픈 했으며, 올해 10월까지 1000점 개설을 목표로 하고 있다.

아그파포토에서는 앞으로 장비 판매에 포커스를 맞춰 주력 사업으로 가져간다는 계획이다. 특히 2005년에 디지털 미니랩 시장의 추세와 관련하여 지난 4월 '최저투

자, 최대이익'을 목표로 새롭게 시장에 선보인 디지털 미니랩 장비 'd-lab.1s starter'의 판매에 주력할 계획이다. 이 제품은 소자본으로 현상소의 디지털화를 원하는 고객들을 위하여 'd-lab.1'의 모든 장점을 그대로, 생산속도만 550장으로 줄이면서 가격도 부담 없다. 추후에 'd-lab.1s basic 2' 모델까지의 업그레이드도 가능하므로 이후 사업 확장이 쉽다는 장점이 있다. 아그파포토에서는 아날로그에서 디지털로 전환하는데 있어 자본 문제로 어려움을 겪고 있는 업소들이 부담 없이 디지털로 전환할 수 있도록 이끌어 준다는 목표 하에 저렴하고 실속 있는 가격과 서비스로 마케팅을 펼쳐나갈 계획이다. 또한 이미 온라인 시장에서 그 성능을 인정받으며 있는 온라인 인화 전문 미니랩인 'netlab'에 대한 마케팅도 지속적으로 펼쳐나갈 계획이다. 이밖에 디지털 미니랩에서 부가 창출을 할 수 있는 다양한 아이템을 제안하고 온라인을 통한 각종 이벤트와 서비스 지원을 위하여 홈페이지를 새롭게 단장했으며, 작년 새롭게 개발한 "아그파넷" 온라인 인화 솔루션의 보급 및 온라인 마케팅에도 힘쓸 예정이다.

노리츠는 시장에서 저가 보급기종에 대한 고객의 니즈(Needs)와 적절한 시기에 맞물려진 'QSS-32시리즈'에 대한 고객의 인지를 높이고자 국내의 대형 포토관련 전시회인 'Photo/Digital Imaging'에 자체적으로 제품전시회를 기획하여 작년 하반기부터 협력사인 한국코다과 서울 및 전국 대도시에서 'DIGITLA PHOTO' 전시회를 가졌으며, 별도로 제품데모 시연회를 소그룹으로 진행하며 소기의 성과를 거두었다. 기존 미니랩에서 출력되던 12×18인치의 출력 사이즈가 'QSS-32 시리즈'에서는 12×36인치까지 출력이 가능하여 웨딩이나 베이비 사진에서도 수요가 증가하였으며, 디지털 미니랩의 초기 구매자였던 고객들이 디지털 기기를 교체 및 추가 구매를 하기도 했다. 또한 저가의 보급형 미니랩인 'QSS-3000'에 대한 수요도 증가하여 작년 한해 약 240대의 디지털 미니랩을 국내에 공급했다. 지난 2월 필름과 디지털미디어에서 동일한 출력속도와 기능을 갖추고 콤팩트형 초소형 디자인으로 설치면적을 혁신적으로 줄인 '노리츠 QSS-3300Digital'을 선보인 노리츠는 올해 다양한 제품군으로 고객이 비즈니스 규모에 맞게 장비를 선택할 수 있도록 할 계획이다. 특히 저가형 미니랩 시장을 고품질의 제품으로 선점할 수 있도록 다양한 프로모션을 기획중이고 디지털 기기의 구매와 동시에 매출증가에 도움이 되는 다양한

부가 서비스를 제공할 계획이다.

코니카미놀타의 디지털미니랩을 공급하고 있는 **우성필림**은 지난해까지 국내에 250대의 디지털 미니랩을 보급한 가운데 고성능 고해상도 필름 스캐너의 도입으로 고품질의 화상을 획득하고 큰 사이즈 작업에 효율적인 'R2 Super시리즈'를 주력기종으로 마케팅 활동을 펼쳤다. 우성필림은 디지털 장비를 통해 중점 두는 점은 워크플로우 효율화와 오퍼레이터의 효율성 향상을 통하여 궁극적으로 점포의 작업성 향상이다. 우성필림은 앞으로도 고효율, 저가의 보급형 프린터의 출현이 두드러지고 일반 소비자를 공략한 홈프린팅 시장이 지속적으로 성장할 것으로 예측하고 은연 프린팅 활성화 방안으로 적극적인 프로모션과 KDPE(KonicaMinolta Digital Photo Express)구축을 강화해 나갈 계획이다. 또한 우성필림의 계열사인 우성포토교역에서 코니카미놀타 잉크젯페이퍼를 국내에 공급하고 있어 홈프린팅 시장 공략에도 박차를 가한다는 전략이다. 한편, 우성필림은 5월 26일부터 29일까지 코엑스에서 열리는 'Photo/Digital Imaging 2005'에서 신제품 'R3 Super시리즈'를 선보일 예정이며 7월부터 국내에 본격 공급할 계획이다. 이 신제품은 12×18인치의 대형사이즈 출력이 가능하며 기존 제품 기능에 한층 업그레이드되어 올해 우성필림의 주력제품이 될 것으로 보인다.



▶ 한국우지필름의 프린터 355/375. 스캔용량의 증대에 따라 'SP-3000'으로 스캔한 이미지를 대형출력기로 인화할 때에도 고품질의 사진 출력이 가능하고 CCD의 출력해상도가 기존 'SP-2000'에 비하여 월등히 향상되어(출력해상도 : 76MB지원) 'SP-3000' 자체로도 모든 디지털 프린터에 조합이 가능하다.

국내 사진산업의 현황 및 전망



▶아그파포토의 디지털 미니랩 장비 d-lab.1s starter. 소자본으로 현상소의 디지털화를 원하는 고객들을 위하여 다양한 기능은 물론 생산속도만 550장으로 줄이면서 가격 부담이 없으며, 추후에 업그레이드가 용이하여 사업 확장이 쉽다는 장점이 있다.



▶고성능 고해상도 필름 스캐너의 도입으로 400×800dpi의 고품질의 화상을 획득하고 10×15인치의 대형 사이즈 작업에 효율적인 우성필름의 코니카미놀타 R2 Super시리즈



▶노리츠의 QSS-3300Digital. 다양한 기능성을 겸비한 콤팩트 제품으로 대용량 출력 및 CD-R 서비스를 향상시켰고 300dpi의 레이저 노광시스템을 통해 고품질의 출력물을 얻을 수 있다.



▶한국코닥이 최근 선보인 홈 디지털 인화시스템인 '프린터 독'. 디지털카메라와 함께 번들 패키지 판매 및 홍보에 주력하고 있다.