

interview

코닥GCG
스테판 플레처 부사장

“일관되고 안정적인 고객지원 최선”

지난 5월 4일 서울 상암동 한국코닥 본사에서 코닥월드와이드그룹 부사장 겸 EPS부문 월드와이드그룹 이사를 겸하고 있는 스테판 플레처 부사장과 중국코닥 대표 겸 아태지역 이사인 빙 왕 대표가 내한, 기자회견을 가졌다.

스테판플레처 부사장은 이번 기자회견의 의미를 한국코닥이 거둔 전반적인 성장과 EPS(Electrophotographic Printing Solutions)부문의 성과를 확인하는 한편으로 앞으로의 지속적인 성장과 고객지원을 하기 위해 방한하게 되었다고 밝혔다. 다음은 주요 질의, 응답의 내용이다.

코닥 EPS월드와이드그룹에 대한 설명과 함께 한국 방문의 목적은 무엇인가요.

코닥에서 말하는 EPS사업부는 넥스프레스 및 디지마스터 등의 디지털인쇄기를 비롯하여 관련된 솔루션을 개발, 공급하는 부서입니다. 세계적으로 1천여 직원이 근무하고 있습니다. 핵심시장으로 상업인쇄 분야를 갖고 있으며 세부적으로는 브로슈어, 캘린더, 포토북 등을 들 수 있습니다. 한국코닥에서 진행 중인 EPS사업부문에 대한 중간점검과 현재 코닥의 장비를 사용 중인 한국 고객들의 견해를 청취하기 위한 것이라고 밝혔다. 또한 한국시장에 대한 이해를 높이고 이를 토대로 적합한 마케팅 계획을 수립하는 것에도 의미를 두고 내한했습니다.

EPS시장은 어떤 분야라고 정의할 수 있을까요. 또 어떤 전망을 하고 있는지요.

EPS는 상당히 포괄적이고 넓은 영역을 담고 있습니다. 너무 개괄적으로 얘기를 하게 되면 초점을 잡을 수도 없고 두루뭉술하게 넘어갈 수도 있기 때문에 오늘은 주로 디지털인쇄에 관해 말씀드리고자 합니다. 저희는 한국에서의 EPS시장은 도입과 성장단계를 거쳐 성숙단계로 접어드는 단계에 있다고 보고 있습니다. 즉, 블루오션은 아니지만 안정적인 성장이 가능할 것으로



보고 있다고 말씀드릴 수 있습니다. 기술 및 생산성의 향상에 초점을 맞추고 있습니다. 코닥 자체적으로는 오는 2015년이 성장의 한 획을 긋는 전환점이 될 것으로 예상하고 있습니다.

한국 EPS시장의 현황을 어떻게 보고 있는지요. EPS의 마케팅 전략에 대해서도 소개해 주세요.

코닥은 한국에서의 EPS사업을 차근차근하게 전개해 나갈 것입니다. EPS시장에서 코닥이 지향하는 3가지 주안점을 들면 생산 및 이미지 관리에 있어서의 일관성 구축, 관련 디지털 장비의 안정감을 들 수 있으며 고객들이 장비의 운용을 쉽게 할 수 있도록 하는 것을 들 수 있습니다. 달리 말한다면 코닥의 디지털장비들이 안정적으로 운용되면서 최대생산능력을 발휘할 수 있도록 지속적인 투자와 관리를 하는 것이 EPS시장에서의 코닥의 마케팅전략이라고 말할 수 있습니다.

코닥이 성장동력으로 삼고 있는 분야는 무엇인가요.

여러 가지 노력을 들 수 있겠지만 기존의 디지털인쇄장비들의 사용성을 확장하는 것과 잉크젯기술을 디지털인쇄분야에 접목시키기 위해 차세대기술로 집중투자를 하고 있습니다. 높은 해상도이미지, 폭넓은 용지의 사이즈 수용, 높은 생산성은 코닥이 추구하는 차별화의 핵심적인 내용입니다.

EPS분야에서의 코닥의 새로운 관심사는 창의적으로 부가가치를 창출할 수 있는 분야에 투자하고 있습니다. 예를 들면, 1대의 장비로 엠보싱 가공을 할 수 있게 한다든가 기존 상업인쇄에서 보다 확장된 개념, 진보된 기술을 갖는데 투자를 계속하고 있습니다.

IPEX에 참가하는 코닥의 목표는 무엇인가요.

고객의 욕구와 수요를 확인하고 채울 수 있는 장으로서 IPEX를 적극 활용할 계획입니다. 특히 고객의 요구사항이 대폭적으로 반영될 신제품을 선보이게 될 것입니다. 무엇보다 디지털 장비가 강세를 보이는 전시회가 될 것이며 실제로도 강세를 보일 것으로 기대하고 있습니다.

올해 EPS시장에 출시될 새로운 제품군은 어떤 것이 있는지요.

구체적인 것을 말씀드릴 수 없음을 먼저 양해해 주셨으면 합니다. 그렇지만 코닥은 고객들이 운영비를 절감할 수 있는 방향으로 신제품의 개발을 진행해 왔으며 앞으로도 변함없는 노력을 기울일 것입니다.

최근 중국시장에서의 코닥의 성장에 대해 말씀해 주시고 또 일부 중국산 CTP판에 대한 코닥의 대응에 대해 말씀해 주시지요.

(답변을 한 빙 왕 중국코닥 대표는 현재 중국코닥의 사장 겸 아시아태평양지역에서 이사로 재직중이다) 중국코닥은 소비재에서 디지털 컬러 장비 군에 이르는 다양한 범위에서 성과를 내왔습니다. 그래픽커뮤니케이션그룹에 속한 시장에 대해 말씀을 드리면 올해 초를 기점으로 필름사업에서 완전히 손을 떼게 될 수 있습니다.

코닥의 사업군은 아날로그와 디지털이 공존하고 있습니다만, 코닥은 사양부문과 성장부문에서 집중과 선택에 대해 신속한 의사결정을 진행하고 있습니다. 코닥중국은 그래픽아트 부문에서 해마다 20%이상 성장하고 있으며 디지털프린팅부문에서는 3년 전에 비해 100%성장하는 성과를 거두었습니다. 한편, CTP판재에 약 25%의 시장점유율로 업계 2위를 차지하고 있으며 해마다 20%내외의 성장을 유지하고 있습니다. 중국산 판재가 가격경쟁력에서 우위에 있는 것은 사실입니다만, 중국



코닥은 CTP판재만을 판매하는 것이 아니라 고객에게 종합적인 솔루션을 제공하기 때문에 동일하게 비교하는 것은 무리가 있다고 생각합니다. 판재는 가격적인 면이 중요하다는 것을 잘 알고 있지만 고객의 장비 운영, 사후관리에 이르기까지 다양하고 종합적인 측면에서 접근하는 것이 중국코닥의 차별성이라고 말씀드릴 수 있습니다. 코닥의 CTP라인은 대부분 중국에서 생산되고 있지만, 각 부품 및 자재들은 세계 각지에서 직접 또는 협력사와의 협력을 통해 조달하고 있어 코닥의 판재는 최고 수준을 유지하고 있다고 자부합니다.

코닥의 아시아 시장에 대한 인식과 향후 1~2년 내에 변화를 어떻게 예상하십니까.

코닥은 아시아시장의 중요성을 정확히 인식하고 있으며 중시하고 있습니다. 특히 EPS분야에서는 아시아시장의 성장에 관심을 갖고 우수인력을 우선적으로 배치하고 있습니다. 미래에 시장이나 고객의 변화를 정확히 예측하는 것은 매우 어려운 일이지만 코닥은 변화에 대응할 수 있는 시스템을 잘 갖추고 있다는 점을 말씀드릴 수 있습니다.

2010년 EPS시장을 겨냥한 코닥 아시아 태평양 사업부의 계획은 무엇인가요.

매출면에서 30% 이상의 시장점유율을 올릴 수 있도록 다각적인 지원책 마련에 노력하고 있습니다. 아태지역의 EPS시장은 시장별 구분과 솔루션별 구분의 2가지 기준을 적용하고 있습니다. 예를 들면, 기업체와 관공서의 사내출력부문과 일반부문으로 나눠 공략에 나서고 있습니다.

상업인쇄에서는 단가를 강조하는 경향이 강합니다만 코닥은 고객에게 부가가치 창출을 제안하고자 노력하고 있습니다. 고객들도 단편적인 원가절감에서 벗어나서 다양한 솔루션을 통한 새로운 수익창출에 관심을 기울여 주셨으면 합니다. 코닥은 컬러장비뿐만 아니라 흑백장비에서도 수익창출과 판매확대에 관심을 기울이고 있습니다.

전 세계 및 아시아 지역의 디지털 인쇄시장의 현황과 전망에 대한 개인적인 생각을 듣고 싶습니다.

폭발적으로 성장하는 시장이라고 보고 있습니다. 그 배경은 경기가 회복됨에 따라 신규 투자의 증가가 이어질 것으로 예상하고 있습니다. 제품군의 질적인 수준 향상도 고객의 신규 구매를 부추길 것으로 봅니다. 개인적인 견해이지만 오프셋인쇄와 디지털인쇄의 조화를 이룬 발전을 추구하는 것이 바람직하다고 생각합니다. 아직 공식적으로 밝힐 수는 없지만 코닥은 글로벌 규모에서 이런 방향으로의 변화와 협력을 추구하고 있습니다. ☺