

문화의 아이콘

# Kodak Moments

조지 이스트먼은 "버튼을 누르면 나머지는 저희가 해드립니다."

“You press the button - we do the rest“ 라는 슬로건 아래 1888년 전  
세계의 소비자를 위한 최초의 간편한 카메라를 출시했습니다.

‘코닥모멘트’는 무인셀프스튜디오로  
‘코닥’의 브랜드 명성과 최첨단 무인 촬영 장비  
및 키오스크 시스템 기술 기반으로 MZ세대의  
개성표현에 최적화된 환경으로 무인사진  
시장의 경쟁력 확보

**Kodak Moments**





# Index Content

- I 사업소개
- II 시장분석
- III 추진계획

친구, 연인과 함께 나누는 추억

**Kodak** Moments



## I. 사업소개

1. 무인셀프스튜디오
2. 키오스크 소개
3. 사업배경 및 목적
4. '코닥'의 경쟁력



# Kodak Moments

우리는 우리가 함께 보내는 순간들이  
가장 중요한 순간이라고 믿습니다.

시간을 멈춰버리는 큰 사건부터  
작고 미묘하고 덧없는 사건까지,

이 모든 순간들이  
특별하기  
때문입니다.



## ‘코닥’의 명성을 그대로

최고 사양의 무인 셀프 촬영 키오스크

- ✓ Canon Camera
- ✓ 간편결제 시스템(T-Money, 신용카드, 현금 등)
- ✓ Kodak Printer



## “코닥의 명성 그대로 무인사진 촬영 시장의 새로운 브랜드 인지도 확보”

MZ세대의 개성 표출을 위한 소비 욕구 충족으로  
무인셀프 사진 시장의 새로운 강자로 도약

### 무인사진 트렌드 시장

1

- MZ세대의 개성 표현 수단인 무인사진 트렌드를 반영한 무인 셀프샷 구축 운영
- SNS 등 매체와 시너지를 통해 개성 표출의 방법으로 시장 급성장 추세

### 코닥 인지도 기반의 경쟁력

2

- ‘코닥’의 브랜드 인지도를 기반으로 브랜드 이미지 확대를 안정적 고객확보 기반 구축
- 코닥 브랜드 이미지를 활용한 마케팅 및 홍보 운영으로 고객 유치 기반 제공

### 차별화 시스템

3

- 고화질 촬영 장비와 출력 장비의 시스템을 통해 촬영 결과물의 차별화 확보

## 코닥모멘트 무인셀프스튜디오

1

### 무인사진 기능

- 무인 촬영 기기 시스템을 통해 간단한 촬영 서비스
- 4컷 인화, 파일전송 등 기능 제공



2

### MZ세대 트렌드

- 자유롭게 자신의 개성을 표출하는 MZ세대 수단
- SNS를 통해 자신을 표출하는 MZ세대 트렌드





‘코닥’의 명성과 MZ세대와 친숙한 이미지를 기반으로 무인사진 新사업에 대한 경쟁력 확보

## 브랜드 명성

코닥 필름의 오랜 브랜드 명성으로  
사진 관련 사업의 브랜드 경쟁력 확보

## 사진 신뢰

코닥의 사진 기술의 신뢰 이미지를  
통해 무인사진 기술의 신뢰 전달



## 친숙한 브랜드

코닥어패럴의 캐주얼 패션 브랜드 이미지를  
통해 MZ세대의 친숙한 이미지 확보

## MZ세대 소통

코닥의 신뢰 이미지를 통한 MZ세대의 소통  
마케팅 운영으로 안정적 소비 확보 가능

친구, 연인과 함께 나누는 추억

**Kodak** Moments



## II. 시장분석

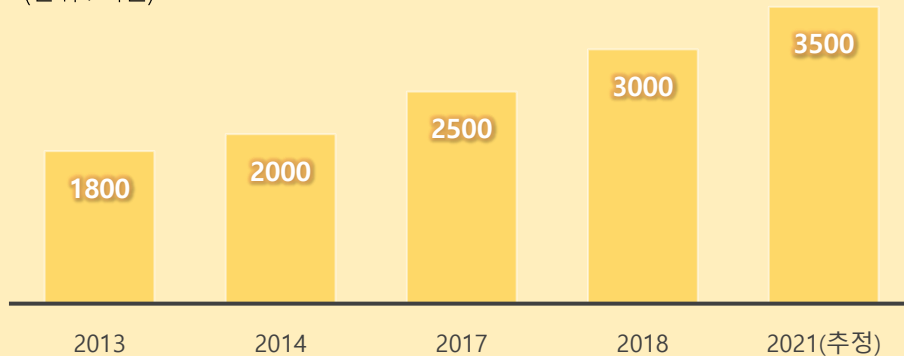
1. 언택트 문화에 따른 무인화 기계의 셀프서비스 확대
2. 개성 있는 자신의 표현을 위한 셀프 촬영 트렌드
3. MZ세대 특성에 따른 시장성
4. 주요 소비계층으로 부상한 MZ세대

## 1. 언택트 문화에 따른 무인화 기계의 셀프서비스 확대

- ❖ 무인화 사회에 접어들면서 신(新) 소비 트렌드인 언택트 문화(Untact Culture)가 젊은 사람들을 중심으로 빠르게 확산되고 있으며, 언택트(Untact)란 접촉을 뜻하는 'Contact'와 부정의 의미를 더하는 'Un'이 붙어 만들어진 신조어로, 사람과 직접 대면하지 않아도 상품이나 서비스를 주고받는 행위를 말함
- ❖ 언택트 문화를 바탕으로 무인화 사회는 빠른 속도로 확산되고 있으며 이미 우리 사회에 많은 부분이 무인화 기계로 바뀌어 가면서 셀프서비스가 발전해 가고 있음

### 국내 키오스크 시장 규모 추이

(단위 : 억원)



[자료 : 신한금융투자]

### 비대면 서비스



85.9%  
점원 없는  
조용한 쇼핑 선호

62.0%  
무인점포 이용  
의사 있음

[자료 : 엠브레인 트렌드모니터]

## 2. 개성 있는 자신의 표현을 위한 셀프 촬영 트렌드

- ❖ 개성을 나타내는 다양한 콘셉트의 사진관이 성행하고 있으며, 밀레니얼 세대를 중심으로 트렌드로 자리 잡은 이러한 사진관들은 비싼 가격에도 불구하고 예약조차 하기 쉽지 않은 것으로 나타남
- ❖ 이는 있는 모습 그대로의 나를 표현하는 2030의 ‘나나랜드’ 트렌드가 사회관계망서비스(SNS)를 만나 ‘사진’을 매개로 발현하고 있는 것으로 나타나며, 무인 사진 전문기업의 매출 현황을 통해 급속도로 성장하는 것을 유추할 수 있음
- ‘L’사는 2018년 2억5300만원 매출에서 2020년 123억6000만원으로 약 50배의 성장세를 보임

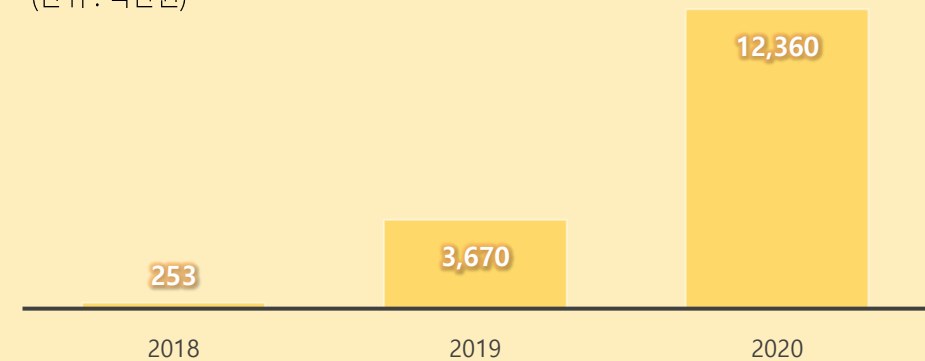
### 있는 그대로 개성의 표현, 셀프 촬영



[자료 포토매틱]

### 무인 사진 전문기업의 매출 추이

(단위 : 백만원)



[자료 : (주)엘케이벤처스 회계자료]

## 3. MZ세대 특징에 따른 시장성

- ❖ MZ세대의 특징을 보면 자신만의 스타일 추구하고 신기술에 친숙하고 SNS를 통해 가치관을 표현하는 것으로 파악됨
- ❖ 코인 무인사진 사업은 이러한 MZ세대의 특징을 모두 반영할 수 있는 사업으로 MZ세대 중심의 소비가 확대될 전망이다

### 다양한 인정

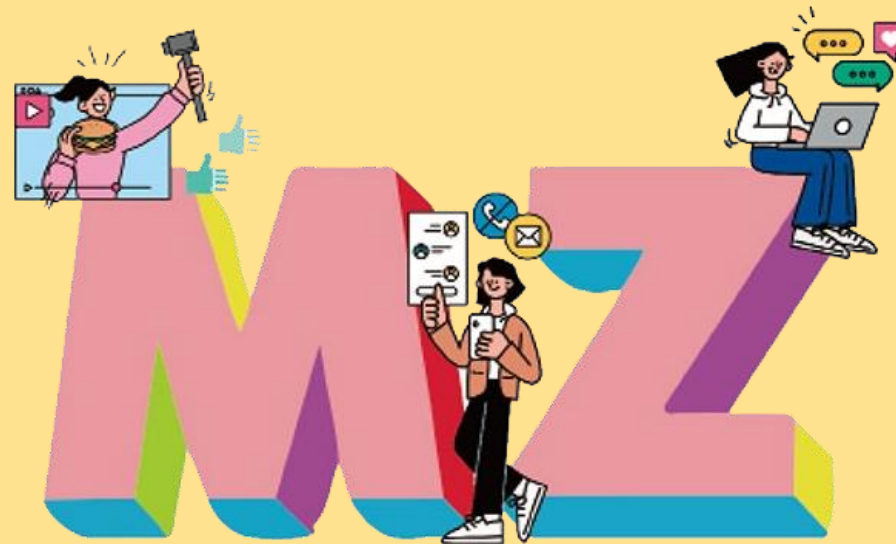
- ✓ 타인의 취향 존중
- ✓ 삶의 방식은 선택사항

### 여가 중시, 현실성

- ✓ 일과 삶의 균형 중시
- ✓ 노력 대비 보상, 현재 중시

### 환경·윤리적 가치 중시

- ✓ 가치관 기반 소비
- ✓ 선한 영향력



### 자기 중심적 소비

- ✓ 나만의 스타일 추구
- ✓ 맞춤형 선호

### 디지털 네이티브

- ✓ 신기술에 친숙
- ✓ SNS로 가치관 표현

### 재미 추구

- ✓ 즐기는 소비·투자·일
- ✓ 취향 공유

## 4. 주요 소비계층으로 부상한 MZ세대

- ❖ ‘통계청’의 2019년 인구 총조사에 따르면 MZ세대에 해당하는 인구는 총 1797만4000명으로 전체 인구의 34.7%를 차지하고 있으며, 이들의 큰 특징은 디지털 환경에 익숙하다는 점으로 SNS 등의 인터넷 사용에 익숙하며 스마트폰을 손쉽게 이용하고 있는 것으로 나타남
- ❖ ‘한국지능정보사회진흥원’의 ‘2020 스마트폰 과의존 실태조사’에 따르면 MZ세대에 해당하는 20대 대다수의 응답자가 ‘스마트폰 이용’을 주 여가활동으로 꼽기도 했으며, MZ세대는 개성을 중요하게 생각하기 때문에 개인의 취향을 존중하려고 하는 성향이 강하게 나타남
- ❖ 주류회사 ‘무학’은 호불호가 심하게 갈리는 민트초코를 사용해 MZ세대 저격을 통해 ‘민트초코소주’는 취향 존중을 키워드로 SNS에서 화제를 일으켰으며, 성공적인 마케팅 효과로 출시 한 달이 되기 전 100만병이 판매됐고, ‘삼성전자’에서는 ‘갤럭시 Z플립3’을 출시하는 동시에 △노티드 △디즈니 △네이처 리퍼블릭 △위글위글 △삼성 라이온즈 등 40여 개의 다양한 브랜드 협업해 액세서리 기획전을 펼쳐 MZ세대에게 선풍적인 인기를 얻음



▲ SNS를 통한 가치관 표현 및 취향 공유



▲ MZ세대 저격으로 SNS 화제 된 ‘민트초코소주’



▲ 삼성전자 MZ세대 대상의 액세서리 기획전

친구, 연인과 함께 나누는 추억

**Kodak** Moments

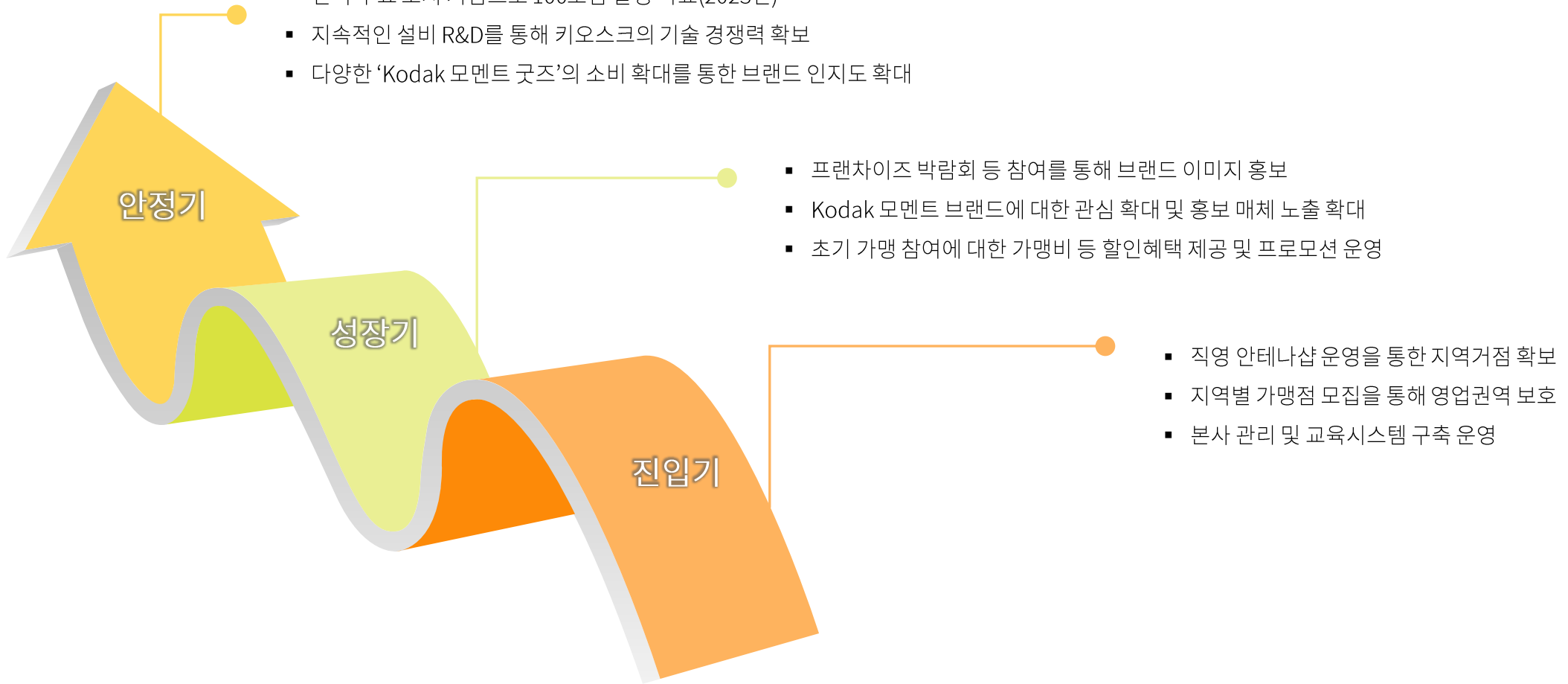


## IV. 추진계획

1. 사업추진전략
2. 키오스크 운영계획
3. 고객 유치 전략
4. 지역별 관리계획
5. 마케팅 전략
6. 시장경쟁 우위 전략

## Kodak 브랜드 기반의 무인 셀프 스튜디오 로

### 시장 경쟁우위 확보





## 키오스크 시스템을 통한 운영 편의성 제공 및 **효율적인 유지보수** 지원 운영



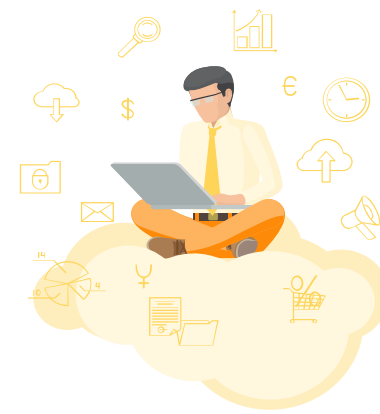
### 편리한 운영 환경 제공

맞춤형 설치 운영과 통합 매출관리,  
다양한 결제 시스템 운영으로 소비 접근성과  
운영에 대한 관리의 편의성을 제공



### 유지보수 지원 운영

가맹점 계약 시 키오스크 유지보수에  
대한 지원을 약속하며, 가맹점 운영 기간동안 작동  
이상 등 문제에 대해 A/S 지원



### 효율적인 원격 지원

키오스크 문제 발생 시 원격 지원을  
통해 고장 진단 및 원격 수리 운영으로  
효율적으로 빠르게 A/S를 지원

## MZ세대 중심의 고객 유치를 통한 시장 확보

### 브랜드 홍보

- ✓ 포털 키워드 검색
- ✓ SNS 공식 채널 운영
- ✓ 유튜브 홍보영상 배포
- ✓ 페이스북 광고 등 다양한 매체의 브랜드 노출

### 고객 프로모션

MZ세대의 관심과 흥미를 유발할 수 있는 다양한 프로모션 행사를 진행하여 적극적인 MZ세대 참여로 '코닥' 브랜드의 신뢰 구축

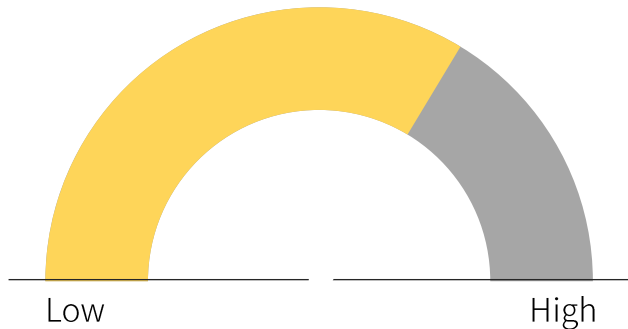
- ✓ MZ세대가 좋아하는 브랜드 이미지 구축으로 가맹점의 MZ세대 접근성 확보로 지속적인 고객 유입 제공



인건비 DOWN  
수익률 UP

1

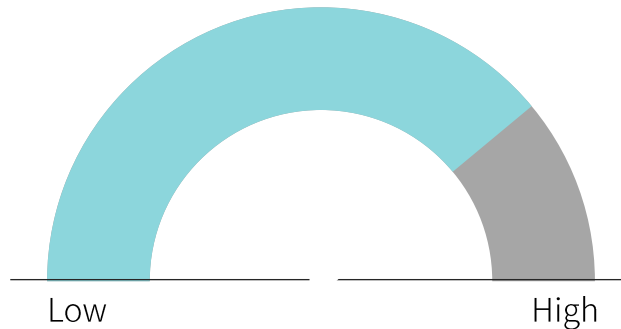
매년 상승하는 인건비 부담으로 창업을 망설이는 예비 창업자들의 접근성 확보  
비용은 최소화, 수익은 극대화 하는 무인 창업!  
코닥모멘트 무인셀프 스튜디오는 인건비 ZERO!



손쉬운  
운영관리

2

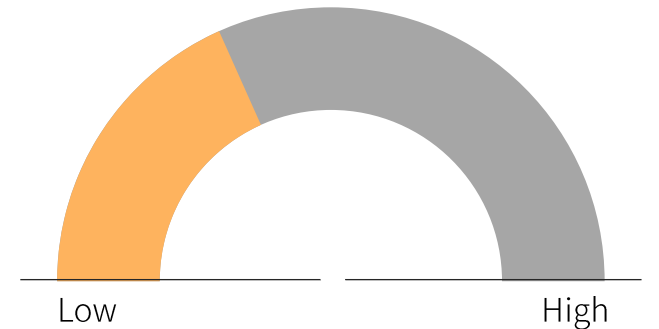
창업 이후 체계화 된 A/S 시스템 운영과 코닥모멘트 무인셀프 스튜디오만의 노하우를 통해 오류 없는 프로그램 제공으로 경험이 없는 가맹점주의 손쉬운 관리 환경을 제공



24시간  
무인운영

3

매년 상승하는 인건비 부담으로 창업을 망설이는 예비 창업자들의 접근성 확보  
비용은 최소화, 수익은 극대화 하는 무인 창업!  
코닥모멘트 무인셀프 스튜디오는 인건비 ZERO!



믿을 수 있는 코닥모멘트의 경쟁력

## 타 브랜드와 차별화 확보

### 타 브랜드

- ✓ 잦은 프로그램 오류와 서버 마비
- ✓ 高비용의 키오스크 가격 부담
- ✓ 부실한 A/S 응대
- ✓ 高비용 인테리어



VS



### 코닥모멘트

- ✓ 코닥만의 노하우로 세팅된 프로그램
- ✓ 신속한 A/S 응대 시스템

‘코닥’의 명성을 그대로 이어 **MZ세대의 대표 문화**로 자리매김!



브랜드 인지도

코닥필름, 코닥어패럴 등  
제휴 운영으로 ‘코닥’ 브랜드  
인지도 확산을 통한 고객 유치



코닥 이미지 활용

무인사진의 이모티콘 기능을  
활성화 하여 코닥의 다양한  
굿즈 이미지 합성을 통한 차별화



MZ세대 소통

SNS 채널 등을 통해  
셀럽 광고와 MZ세대 소통으로  
MZ세대의 대표 문화로 자리매김

01

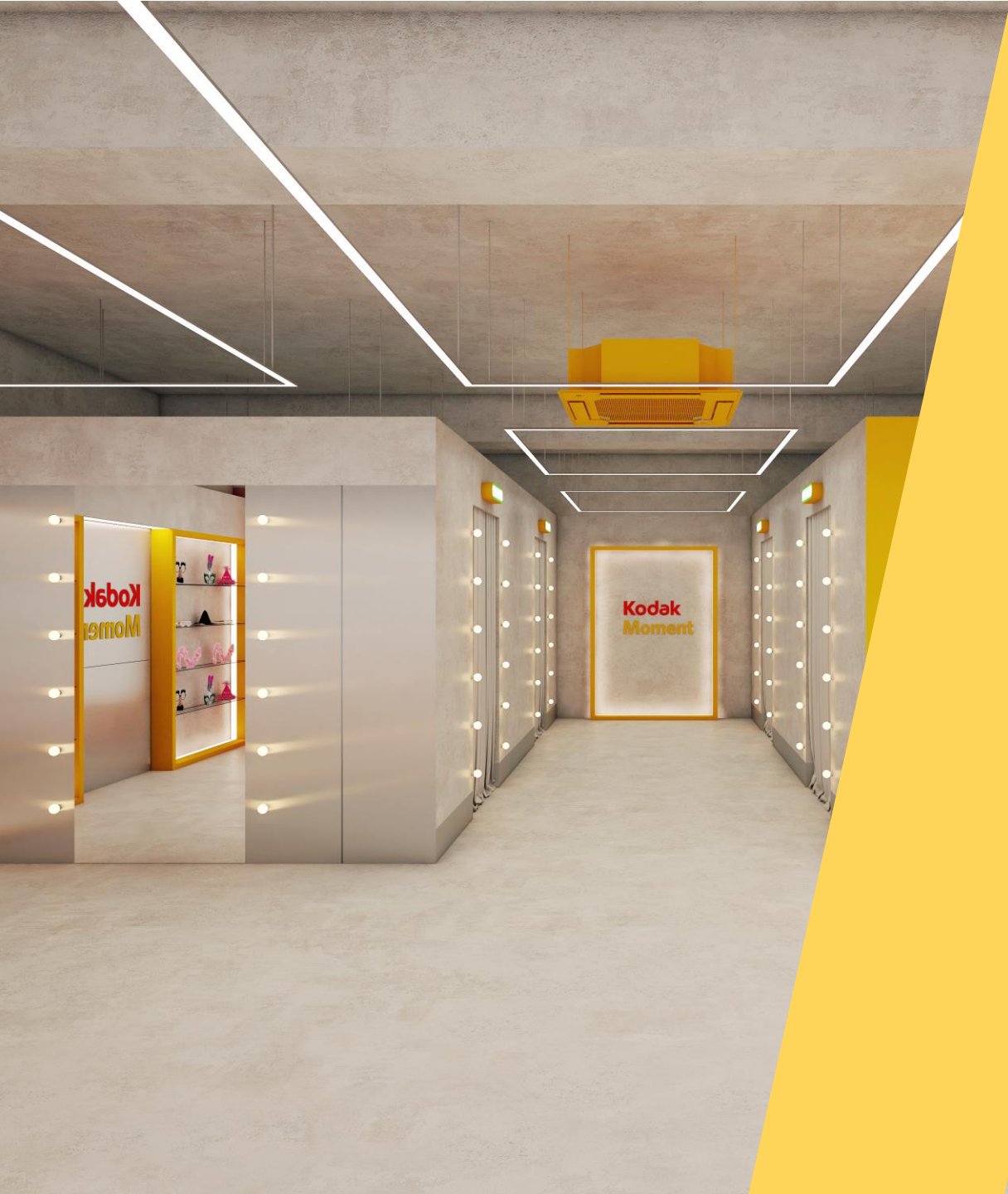
02

03



압구정동 로데오 1호점

- 2021년 12월 “코닥모멘트” 브랜드 런칭
- 2022년 6월 압구정동 로데오 1호점 OPEN
- 2022년 7월 3개점 오픈예정
- 2023년 100호점 오픈 목표



코닥 무인사진 가맹사업

THANKS

코닥 무인사진 가맹사업

THANKS

