

国内 Video Soft 産業의 現況과 方向

韓 鍾 局

(株) SKC 테이프販売管理部長

Video산업이라 하면 크게는 機器産業을 말하며 세분한다면 비디오테이프와 비디오 소프트웨어를 포함할 수 있을 것이다. 특히 비디오 기기산업과 밀접한 관련을 갖고 있는 비디오소프트산업은 소비자 욕구의 조사를 통한 상품화의 적용과 유통구조의 전문화 등으로 내수시장 확대와 공테이프의 품질개선, 비디오소프트물의 품질개선 등으로 품질경쟁력 강화를 이루어야 한다.

1. Video 産業과 Video Soft 産業의 定義 및 關係

지금까지 Video産業이라 하면, 일반적인 개념으로서 Color TV, VTR, Video Tape 産業을 중심으로 한 映像關聯産業을 총칭하는 廣義의 의미로 해석되어 왔다.

그러나, Color TV는 사실상 1家庭 1台라는 全國의인 보급을 70年代 以後 현재까지 이미 현실화하여, 이후 Video 産業에 처한 그 과급적 효과를 논의코자 할 경우, VTR과 이의 Soft産業으로서 이해되는 Video Tape 및 Video Soft가 主要 관심의 대상이라 할 수 있다.

이에 따라 '85年 이후 Video 産業을 주로 VTR 産業으로서 개념짓는 경우는, 그 前後方 關聯産業이 매우 다양하며, 이 前後方 關聯産業의 技術的 波及效果 및 雇傭效果를 고려할 때, 오히려 자연스러운 것으로 생각된다.

그러나, 진정한 Video 産業의 발전적 측면이 검토되기 위해선, 구태여 美·日 등 技術·流通의 先進國 例를 들지 않더라도 VTR의 Soft라 할 수 있는 Video Tape 및 Video Soft 産業에 처한 고려가 배제될 수가 없을 것이며, 本稿는 Video 産業中 특히 國內의 Video Tape를 포함하는 Video Soft를 中心으로 그 現況 및 展望을 살펴보려 한다.

2. Video Soft産業의 現況 - 外部 環境的 要因을 中心으로 -

가. VTR 普及 現況

1956年 美國의 Ampex社에서 産業用 VTR의 商品化를 실현한 이후, 1975年 日本 Sony社가 家庭用 VTR을 대량으로 生産하기 시작한 이래, 日本은 '87年 6月 현재 2,500万台 以上の VTR 보급으로 普及率 50% 이상을 이미 상회하였으



기기 및 소프트웨어를 포함한 비디오산업도 국제환경 변화에 능동적으로 대처하기 위하여 부품 및 설비자재의 국산화가 시급하다.

며, 미국의 경우 '85年度 27%의 VTR普及率에 이어 '89年度에는 普及率 40%를 상회하는 등先進各國은 VDP 등 대체상품의 개발에도 불구하고 그 普及速度는 加速될 展望이다. 한편 國內의 VTR普及 現況을 보면, '86年度에 10% 보급을 돌파한 이래 '87年度末에 이르러서는 약15%의 普及率을 予見할 수 있으며, '88年 Olympic을 기점으로 VTR의 普及擴散은 急增하리라 예상된다.

나. Video Tape의 需要

Video Hardware의 급격한 보급은 앞에서 지적한 바와 같으나, 이에 따른 Video Software (Video Tape)의 世界的 需要增加 또한 만만치 않은 것으로서, '86年度 世界需要는 이미 年 5億 2,000万台를 돌파하였고, '87年度에는 그 需要가 年 6億個에 達할 것으로 予測되어 前年對比 15% 이상의 增加를 예상케 한다. 반면 國內 Video Tape의 需要增加는 Video Soft物에 對한 일반인의 부정적 受容姿勢와 Soft物 製作上의 諸般限界로 인해 Hardware의 普及趨勢에 미치지 못하고 있음이 현실이다. 이는 Video產業이 Total的으로 指向해야 할 Video文化의 活性化를 阻害하고 단적으로는 Hardware의 普及趨勢마저 둔화시킬 수 있어 이의 타개를 위한 개선 방안이 모색되어야 할 것이다.

表 1 國內 VTR 普及台數 및 普及率

單位：千台，%

年 度	'84	'85	'86
普及台數	316	246	342
普及率累計	5.6	7.9	11.1

(表 1 : '85年度는 Video의 教育的 惡影響에 對한 一般 消費者의 不信이 팽배하여 VTR 판매에도 그 影響을 미친 전형적 例를 보여줌.)

다. Video Soft產業의 現況

上記에서 보듯이 특히 國內 Video 產業은 '88年 好材를 바탕으로 健전한 Video 文化의 발전이 豫見될 수 있으나, '85年의 例에서 보듯이 積極적인 Soft物의 製作·普及과 이를 통한 일반 소비자의 긍정적 受容姿勢로의 變化없이는 오히려 그 퇴보도 豫측할 수 있으며, 이와 함께 아직 많은 宿제를 안고 있는 Video Soft의 流通의 문제도 一考해야 할 것이다.

1) Video Soft物 製作의 國內 現實

文公부에 登錄된 國內 Video 製作會社는 約 40여개 業체에 이르며, Video Soft物을 실질적으로 製作·配布하는 製作會社는 Hardware maker를 포함하여 20여개 社에 達하고 있다. 그런데 이들 製作會社들이 '83年以後 製作·配布한 Video Soft物은 그 累計值가 '86年末 기준 約 3,000여편에 이른다. 이는 '84年 年 450여편의

製作·配布量과 '86年 年 1,200여편의製作·配布량을 비교할 때 年平均 80% 이상의伸張을 보여주는 것으로, '86年 日本의 경우 190여개 Video 製作会社が 約 2,000여편을 製作·配布한 것과 비교할 때 量的인 측면의 增加는 상당한 것으로 판단된다. 다만 日本의 경우가 1個 製作業体当年 平均 20여편 内外를 製作·配布하는 것에 비해, 国内 Video 製作業体的 경우 1個 製作業体当 60여편의 作品을 製作·配布하는 것으로 나타나 심의과정의 까다로움과 自体製作의 内的 한계를 생각할 때 다양한 消費者 욕구를 충족시키는 우수한 作品의 製作·配布 가능성에 의심을 갖게 된다. 사실상 국내에서 製作되는 대개의 作品이 外画 폭력물 내지는 中国 무술영화 등의 범주를 크게 벗어나지 못하고 있으며, Video라 하면 도색영화를 연상시키던 初期 Video認識이 잔존하여 무단 복제행위 및 대여행위가 아직도 성행하는 형편인 것이다.

이같은 현실은 당연히 教育的 환경을 主要視하는 国内 消費者들의 Video 産業에 對한 관심을 축소시키는 역할을 하고 있으며 궁극적으로는 映像文化의 可能性을 의심케 하는 것이다.

2) Video Soft 流通의 現實

国内에서 諸般業種에 비해 유난히 流通業이 낙후되어 있다는 것이 일반적 인식이나, 근래에 들어 대형 流通店, 체인 店들이 活性化되고 있는 추세임을 우리는 알고 있다. 다만 개별 商品에 있어서는 아직도 流通網이 정립되어 있지 않고 또한 非合理的인 소매점 亂立 등이 해결되어야 할 숙제들도 남아있는바, Video Soft 流通에서도 Video 關聯産業의 擡頭가 日淺함에 비추어 비슷한 문제점들을 안고 있다 할 것이다.

이와 관련하여 日本의 例를 보면, 專門 Video rental shop은 約 1만 1,000個店으로 일본 Video 協會에 가입된 정규 rental shop은 40% 정도인 4,500군데로 推定된다. 이는 日本의 VTR 보급이 2,500여万台로 1만 1,000個 shop을 기준할 때 1個 shop当 VTR 2,300여대에 해당하는 가능고객을 갖고 있다. 반면에 국내 Video Shop은 約 6,500여개店으로 국내 VTR 보급을 100여만대로 推定하면 1個 Video Shop当 VTR

154대에 해당하는 가능고객을 갖게 되는 것이다. 이는 日本의 경우에 비해 国内 Video Shop이 구조적으로 영세할 수밖에 없음을 단적으로 보여주는 것이며, Video Soft 産業은 映像産業으로서 一種의 情報産業이 갖는 機能的 다양함과 풍부함을 기본으로 한다고 할 때, 이러한 영세성의 문제는 고객의 욕구에 對한 管理 및 Service를 도외시키고, 점포의 1次의 운영에만 급급할 수밖에 없는 限界를 보여주는 것이다. 따라서 다시 언급되어지겠지만, 이제는 流通單位의 합리적인 발전이 国内 Video 全般産業의 活性化에 甚히 중요한 時点으로 생각되는 바, Video 産業이란 Hardware와 Software가 실과 바늘의 역할과 같이 서로의 盛衰를 還流시키는 특징을 갖기 때문에 더욱 그러한 것이 아닐까 한다.

3. 国内 Video Soft 産業의 方向

작금의 국제적 무역상황은 輸入原資材의 持續의 上昇 및 先進國들의 自國利益 우선의 保護貿易主義의 팽배와 이를 배경으로 하는 輸入規制強化, 元貨 平價切上의 부단한 압력 등 그 어느 때보다 어려운 환경에 처해 있으며 他品種에 비해 對外 輸出依存도가 높은 Video 産業의 그 例外가 아님은 당연하다.

한편, 국내 소비자의 購買類型 變化에서 보면 오늘날과 같이 国内外的으로 商品 및 關聯環境에 對한 많은 情報가 消費者들에게 신속·정확히 전달되는 사회에서는 그 어느 때보다도 消費者의 욕구 또한 多様해질 수밖에 없다.

이런 国内外的 環境變化에 準하여 国内 Soft 産業이 지향해야 할 方向은 다음과 같이 압축되리라 생각되는바, 主要 改善方向은 內需市場의 근본적인 擴大와 国内外的으로 品質改善, 新商品 開發을 통한 品質競爭力 強化, 部品·原資材의 國產化를 통한 効果적인 原價節減 등을 통해 근원적인 國際競爭力을 提高하는 眞理 眞實이다.

가. 內需市場의 擴大
1) 消費者 욕구의 調査 및 商品에의 適用
內需市場의 근본적 擴大를 위해선 消費者 욕

구에 처한 基礎調査 및 体系化를 통해 이를 根幹으로 하는 新技術 開發 및 新製品 開發로 消費者의 內在的 需要를 顯示化시키는 노력이 필요하다. 그 이유는 날로 進歩, 變化하는 消費者의 Needs를 무시하는 製品은 消費者로부터 외면받게 되며 企業은 安定과 발전이라는 兩面性을 추구하여 존속함으로써 社會에 이바지하는 것이라 할 때 궁극적으로는 企業의 존속과도 관련될 수밖에 없으며, 따라서 關聯産業의 퇴보는 당연한 귀결일 수밖에 없기 때문이다.

2) Video Soft流通의 專門化

流通의 部門別 專門化가 이루어지지 않은 國內 外연에서 Video Soft 流通의 專門化도 기대만큼 이루어지지 않고 있음이 현실이다. 日本의 例와도 비교하였거니와 Video Soft市場의 活性化는 Video Hardware市場의 擴大와도 連繫적으로 연계되기 때문에 전체적인 Video 産業의 國內 擴大를 위해서도 V/shop의 專門化, 大型化는 간과되어질 수 없는 문제로 생각된다. 이 문제의 개선을 위해서 商品의 흐름을 정상화시키는 流通構造의 組織化, 消費者의 신뢰를 구하기 위한 流通 단계별 적정 margin의 추구, 顧客管理의 合理化, 消費者의 needs를 감당할 수 있는 좋은 畫質 및 다양한 내용의 Video Soft物 製作·配布가 이루어져야 할 것이다.

이와 함께 최종 소비자와 직접 접촉하는 Video shop은 売場 및 效率의인 顧客管理를 위하여 利益의 일부를 再投資함에도 신경을 쓰므로써 명실공히 大型化된 專門 shop을 지향하여 地域內 優秀顧客의 확보 및 관리에 만전을 기해야 한다.

나. 品質競爭力의 強化

지금까지 國內企業은 극심한 競爭狀態를 價格의 측면과 原價節減의 측면을 통해 극복하여 왔음은 주지의 사실이다. 그러나 價格的 측면과 原價節減의 측면을 너무 강조하는 競爭體質은 企業의 사회적 책임과도 무관치 않아 消費者의 불신을 초래하는 경우가 왕왕 있어 왔다. 한편 냉혹한 國內外的인 企業環境은 우리에게 보다 심화된 競爭體質을 요구하고 있어, 이의 근본적인 대책이 절실한 상황이다. 이러한 시대적 여건에 비추어 볼 때 Video Soft産業에 있어서 品

質競爭力의 강화는 國際競爭 體質의 강화와 國內 消費者의 Soft needs를 충족시킬 수 있는 純機能的인 兩面性을 갖고 있으며, Video Soft에 있어서 品質改善은 Blank Tape 및 Video Soft物의 두가지 측면에서 고려되어야 할 것이다.

1) Blank Tape의 品質改善

Blank Tape의 品質改善은 Blank Tape 자체의 新技術 開發과 이에 따른 用途別 商品化를 필요로 한다. Video Blank Tape의 주요 용도는 撮影用, 家庭用 VTR을 이용한 녹화用, 製作會社의 대량 녹화用 등으로 대별되는바, 需要階層의 用途別 多品種化는 Video Soft의 대중화를 꾀하는 데 귀중한 보탬이 될 것이다.

2) Video Soft物의 品質改善

國內 Video 産業이 일정 수준 이상 발전치 못한 主要 이유중의 하나가 Video Soft物의 內容과 畫質의 빈곤에 기인하고 있음을 앞에서도 지적하였다. 이미 Hardware와 Software의 大量 생산체제가 이루어져 있으며, 이에 따른 普及價格의 현실화도 상당한 수준까지 와 있으므로, 내용 및 畫質이 우수한 Soft物의 製作·配布가 활성화되면 Video 內需市場의 擴充은 조기에 이루어지리라 여겨진다.

이를 위해 Soft物 製作會社 및 關聯企業은 보다 좋은 畫質을 提高키 위한 QC 制度의 정착과 폭력물 및 중국영화의 片面일률적 극영화 제작을 탈피하고, How to program과 販賣用 劇映畵의 製作을 위한 先導的 자세를 견지해야 할 것이다.

Video maker의 경우 Hardware分野나 Software分野가 어느 정도 규모의 기반을 확충하고 있어 生産性 및 原價節減에 크게 기여하고 있다. 그러나 部品 및 設備資材의 상당부분이 外國에 의존하는 현실에 비추어, 國際環境의 변화에 能動的으로 대처하여 國際競爭力을 提高하기 위해서 部品 및 設備資材의 國産化에도 최선을 다하여야 할 것이다.

또한 家電製品의 일반적 특성이 그러하듯이 Video部門도 小型 輕量化 및 대체 제품의 개발 추세를 보이고 있어, 이에 대한 기술적 노력도 게을리하지 말아야 할 것이다.