

필름업체들, e-비즈니스에 적극 나선다!

국내 사진시장의 현황과 필름메이커들의 디지털시대 대응방안

디지털카메라의 대중화를 필두로 하여 사진시장의 디지털화가 급진전되고 있는 가운데 한때는 사진감광재료 및 아날로그 사진 시장에서만 큰 수익을 올리던 필름업체들이 마케팅 방향을 급선회하고 있다. 주춤거리는 아날로그 시장의 성장률을 계속 끌어 올리면서 무한한 잠재력을 지니고 있는 디지털시장에서의 새로운 수익창출이라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 기존의 필름업체로서의 이미지 탈피와 토털 솔루션 업체로서의 새로운 이미지 부각을 위해 다양하고 공격적인 마케팅에 나서고 있어 귀추가 주목되고 있다.

취재/박지연 기자

이젠 더 이상 필름업체로 인식되길 거부한다!

업계에 따르면, 올해 국내 디지털카메라 시장은 금액으로는 1,800억원, 대수로는 40만대 규모가 예상되고 있다. 이처럼 카메라 시장의 디지털화가 급진전되면서 기존의 필름 등 감광재료 영업에서 큰 재미를 봤던 필름업체들이 디지털사진시장에 대응한 나름대로 자구책 마련에 적극 나서고 있다.

지난해까지 소폭이나마 꾸준한 성장세를 유지하던 필름시장이 올해를 기점으로 성장세가 크게 둔화되면서 점차 디지털분야로의 시장확대가 이뤄질 것으로 전망되는 가운데 후지필름, 코닥, 아그파, 코니카 등 주요 필름업체들은 기존의 필름업체라는 이미지에서 탈피하여 '토털 솔루션 업체'라는 새로운 이미지를 부각시키며 다양한 마케팅을 전개해 나가고 있다.

토털 솔루션이 지향하는 것은 바로 사진 입력 단계에서부터 출력단계까지 전 과정에 걸쳐 다양한 기자재와 서비스를 제공하겠다는 의미로, 특히 업체들은 기존의 아날로그 제품과 새로운 디지털 환경을 이어줄 수 있는 스캐너와 프린터 등

각종 제품군 확충에 상당히 노력을 기울이는 모습이다.

지난 99년 디지털카메라 사업을 접었던 코니카(우성필름)가 2년여만에 다시 디지털카메라 사업을 재개한 것도 토털 솔루션 업체로서의 균형을 지향하는 자사의 차별화 전략중 하나다. 그런가 하면 아그파코리아는 경쟁력 있는 고수익성 사업분야에 전념한다는 회사의 중장기 전략에 따라 지난해 말부터 디지털카메라와 스캐너 사업에서 손을 떼고 수익성이 높은 사진인화시장 선점에 적극 나서고 있다.

또한 필름업체들이 디지털카메라의 대중화에 대응해 디지털사진인화 시장에 대응해 기존 사진인화점들의 디지털화와 새로운 온라인 유통망 강화에 발빠르게 나서고 있는 상황이다.

이처럼 필름업체들이 디지털분야의 투자확대를 통한 체질개선에 나서는 것은 아날로그 필름 시장의 급격한 위축이 진행되기 때문인 것으로 풀이된다. 따라서 업체별로 '수익창출'이라는 대전제를 두고 다양한 전략을 펼치며 디지털 사진 환경에 적극 대응해 나가고 있는 가운데 '당장 누가 더 많은 수익을 창출하냐'의 차원이 아니라 급진전되고 있는 사진의 디지털환경에 대응할 수

있는 토탈 솔루션을 누가 먼저 완벽하게 갖춰나가는가에 초점이 맞춰질 것으로 보인다.

올해 필름시장 6,500만롤(5%성장), 아날로그시장 유지를 위한 대안 마련에 부심

현재 국내필름업체는 후지필름, 한국코닥, 아그파코리아, 코니카필름을 공급하는 우성필름과 현대교역 등의 5개 사이다.

국내 필름시장은 후지, 코닥, 코니카필름이 대동소이한 수치로 시장을 점유하고 있는 가운데 업체별로 필름성장률을 조사한 바에 따르면, 지난해에는 적게는 13%에서 많게는 19%까지 성장률을 기록했고 필름의 인구 1인당 연간 소비량은 1.5롤 정도인 것으로 나타났다.

그러나 올해는 5% 성장에 그칠 것으로 전망되고 올해를 기점으로 성장률이 둔화되면서 점차 감소추세로 갈 것으로 예상되고 있어 필름업체들이 이에 대한 대책 마련에 부심하는 모습을 보이고 있다.

그러나 아직까지는 이들 필름업체의 전체 매출에서 필름판매량이 차지하는 비중은 상당히 높다. 더욱이 필름카메라가 국내 시장에 수천 만대 이상 깔려있는데다 필름카메라 사용자들이 40, 50대의 상당한 구매력을 가지고 있는 층으로 구성되어 있기 때문에 필름업체들은 더 이상의 성장은 고사하고서라도 지금까지의 아날로그 시장을 유지해 나갈 수 있는 마케팅 전략에 초점을 맞추고 있다.

한국후지필름은 온라인 유통망 확대, 필름의 디지털인화서비스, 다양한 소비자 행사 등의 활발한 마케팅 활동을 통해서 필름판매 활성화에 노력을 기울이는 한편, 올해 월드컵에 이어 대선이 기다리고 있는 상황에서 필름에 대한 수요확충의 호기로 보고 다양한 소비자 행사를 통해 판매를 활성화한다는 전략을 펼치고 있다.

또한 99년 초까지 폴라로이드 카메라가 즉석







▲ 우성필름(코니카)은 최근 본사 1층에 종합전시장을 오픈하고 토탈 솔루션 기기를 갖춘 사진메이커로 새롭게 발돋움 한다는 의지를 내보이고 있다.

카메라의 고유명사처럼 인식되고 있는 상황에서 즉석카메라인 '인스탁스(Instax)' 시리즈를 선보이며 시장판도에 변화를 부추겼고, '인스탁스 미니 7' 같은 경우 지난 4월 출시 한달 만에 5,000여대 판매라는 놀라운 성과를 일궈낸바 있다. 이처럼 즉석카메라에 대한 마케팅 전개와 후지필름이 세계최초로 개발, 특허권을 소유하고 있는 일회용카메라에 있어서도 유통망 확대와 소비자 행사를 적극 펼쳐나가며 시장을 리드해나가겠다는 전략이다.

한국코닥은 최근 기존의 칼라현상인화장비로 사진을 출력할 수 있는 흑백필름 '코닥 black&white 400'을 선보이며 꾸준히 제품군을 확장하고 있는 가운데, 필름에 대한 소비자 교육 강화와 코닥에서 전략적으로 내놓은 프리미엄 제품인 '코닥 Max(감도 400)' 홍보에 중점을 둔다는 전략이다.

또한 지금까지 모든 고객을 대상으로 해오던 프로모션에서 벗어나 타깃화된 제품에 타깃화된 고객을 대상으로 효과적인 프로모션을 펼쳐나가고 있다. 이밖에 소비자의 구매 행동론에 기초를 둔 제품 진열기법인 한국코닥의 'plan-o-gram'

〈표 1〉 메이커별 아마추어 필름 히트상품 현황

메이커	히트상품	특징
후지	수퍼리아 오토오토 200 	-1999년 3월 1억롤 돌파 판매기록 -세계 최초로 4감광층 신기술을 도입한 전천후 자동카메라용 필름으로 자동카메라의 약점을 보완, 일반인들이 어떠한 상황에서도 자동사진으로 스냅사진을 찍을 때 유리.
코닥	맥스 400 	-감도 100, 200에만 머물던 소비성향을 필름의 활용에 대한 이해와 홍보를 통해 감도 400의 소비를 이끌어내는데 기여. -전천후 다용도 필름. 어떠한 조건 하에서도 환홀한 컬러 새추레이선과 정확한 컬러 재생의 완벽한 결합으로 깨끗하고 선명한 사진을 얻을 수 있다.
코니카	센추리아 200 	-발매와 동시에 폭발적 인기와 함께 코니카 필름 매출 10% 이상 상승에 기여. -인물 사진 표현에 있어 가장 좋은 평을 듣고 있으며, 폭넓은 상황에서 탁월한 색 재현성을 자랑한다.
아그파	비스타 200 플러스 	-아그파의 독자 기술인 'Eye Vision Technology' 로 2001년 '유럽영상음향협회' 선정 유럽 최고의 칼라 필름 선정 -간편하게 찍기 위한 자동 카메라용 필름으로 어두운 곳, 밝은 곳, 플래시 촬영 등 모든 조건에서 최적의 사진을 표현해 주는 전천후 필름

을 보다 강화하여 소비자들이 보다 쉽게 제품을 구매할 수 있게 하고 소매상인에게는 보다 많은 마진을 안겨준다는 전략이다. 이밖에도 일반 카메라, 일회용카메라, 수중카메라 판매 강화를 위한 프로모션도 전개해 나가고 있다.

아그파코리아에서는 일반 슈퍼마켓, 편의점 및 사진현상소 등 과거의 주요 필름 판매 채널은 물론 최근 2~3년전부터 필름판매가 급성장하고 있는 수도권 및 중·소도시 할인점에 적극적인 판촉활동을 펼치고 있다. 아그파는 국내 할인점 시장이 급성장하고 있는 것을 주목해 국내의 Private Brand(유통점 자체 브랜드) 필름을 정착시키기 위해 주력하고 있으며 할인매장과의 협력 관계를 적극 모색하고 있다.

또한 매출 신장과 아그파 브랜드 이미지 제고를 위해 기존 아그파 현상소를 대상으로 매장 인테리어를 새로이 단장해주는 '아그파 이미지 센

터 프로그램'을 전국적으로 확산시키면서 매년 정기적인 소비자 및 딜러 프로모션을 실시하고 있다. 이외에도 일회용 카메라 시장의 성장을 따라잡기 위한 새로운 판로개척 및 지방 대리점을 통한 중소도시에서의 시장 점유율 강화를 위해 주력하고 있다.

'인물사진에는 코니카'라는 인식을 확고히 다지면 필름시장에서 꾸준히 성장해온 우성필름(코니카 필름)은 필름판매 극대화를 위해 전국에 있는 9개 영업소를 중심으로 영업사원에 대한 교육을 실시, 대형매장, 마트 등의 소비자들에게 자사 필름의 특징 및 사용환경에 따른 필름의 선택방법 등을 이해시키는가 하면, 최근 새롭게 단장한 인터넷 사이트를 통해 적극 홍보하는 방법을 취하고 있다.

또한 대형 마트나 편의점 등에서 여러 가지 제품과의 패키지 상품으로 판매하는 방법과 카메라



▲ 한국후지필름은 국내시장에 디지털 프론티어(Frontier)를 160여대 판매하며 국내시장을 리드해가고 있다. 사진은 'FDi station' 100호점 기념행사 광경.

를 구입했을 시 필름을 사은품으로 증정하는 방법 등도 적극 활용하고 있다. 이밖에 필름소비와 연관이 되는 필름카메라 판촉에도 중점을 두고 있다.

디지털사진인화시장 연간 100억원 규모, 업체들 e-비즈니스에 적극 나서

지금까지 필름업체들이 필름과 인화지 등 사진감광재료를 메인 아이템으로 해서 커왔으나 앞으로는 디지털 포토 솔루션 사업을 얼마만큼 잘 전개해서 사진 감광재료에 대한 매출비율을 커버하느냐에 마케팅 초점이 맞춰질 것으로 보인다.

디지털사진인화 시장은 연간 100억원 규모로 어마어마한 시장으로 급부상하자 일찌감치 벤처업체들이 시장에 뛰어든 것을 시작으로 최근엔 필름업체들도 이 시장에 적극적으로 뛰어들고 있다.


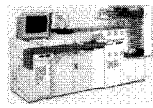

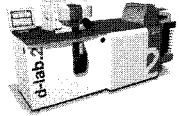
업체들은 기존 사진현상인화 가맹점들이 디지털 사진을 인화할 수 있도록 디지털화를 유도하는 한편, 통신업체 및 인터넷 사이트 업체와 전략적 제휴를 통해 디지털사진과 관련한 각종 서비스를 펼치고 있다.

이처럼 필름업체들이 사진인화시장에 적극 나서는 것은 앞에 언급한대로 사진인화시장 단편적으로 보더라도 큰 시장이지만 넓은 의미에서 사진 전반에 걸친 인프라를 구축한다는 점에서 큰 의미를 찾을 수 있다. 이를 통해 필름업체들이 네트워크를 통한 토털솔루션의 비즈니스를 펼칠 수 있는 기반이 형성되기 때문이다.

다.

디지털미니랩 '프론티어(Frontier)' 시리즈를 통해 디지털사진인화 시장에 제일 먼저 뛰어든 한국후지필름은 디지털사진 현상소인 'FDi Station'을 160여 곳 확보한 가운데 원하는 고객에 한해 촬영한 사진을 엽서, 명함, 캘린더 등 다양한 형태로 출력한 뒤 CD에 보관해주는 서비스를 펼치고 있다. 또한 99년 말부터 야후! 코리아와 연계해 인터넷 사진관 '야후! 포토' 운영을 시작으로 지난해 말에는 자체 온라인 사진관인 '후지칼라(www.fujicolor.co.kr)'를 개설한 바 있다. 'FDi Station'을 P2P를 이용한 사진 중계 솔루션으로 연결한 디지털 사진인화서비스 전국 네트워크 망을 구축을 통해 온라인 사진관 사용자들이 인화서비스 신청을 하게 되면 전국의 디지털 사진 인화점으로 디지털 이미지가 실시간

〈표 2〉메이커별 디지털미니랩 주력 장비

메이커	주력 제품	특징
후지	 프론티어 330	고기능, 콤팩트 사이즈의 보급형 풀 디지털 미니랩/고속 CCD스캐닝 입력장치와 주사방식 출력시스템 일체화로 공간활용/ 슈퍼CCD 허니컴 기술로 깨끗하고 생생한 화질 구현/발열 및 전력소비 최소화/다양한 디지털 미디어에 폭넓게 사용, 다양한 출력/업그레이드 통한 시스템 확장
코닥	 노리스 QSS-2901	필름, CD, Zip 디스크, PC카드, 다양한 디지털미디어에 폭넓게 사용 및 다양한 출력/손쉬운 작업/디지털이미지를 일반 인화지에 고화질 출력/연하장, 명암, 앨범 등 다양한 프린트 서비스/고해상도 이미지를 다양한 미디어에 저장
코니카	 QD-21	초고품질의 디지털 프린트/손쉬운 터치 스크린 간편 조작/초스피드의 Dry to Dry 시간 79초 (인화지 현상시간)/다양한 디지털 프린트 가능한 콤팩트형 통합 시스템/ 초 안전형 원터치 장착의 타블렛 약품/네트워크 구성을 통한 멀티샵 운영 / 업그레이드를 통한 시스템 확장
아그파	 d-Lab2	100% 디지털 미니랩 장비/다양한 디지털 미디어의 출력이 가능/d-TFS (디지털 토털 필름 스캐닝) 기술로 색상 · 농도조절, 콘트라스트 및 해상도 관리/노출부족 및 과다노출 교정/필름의 먼지 및 스크래치 자동 제거기능/400ppi의 고해상도/ 최대 12" x 18" 사이즈까지 출력/Film-on-CD 기능

으로 전송되어 가까운 곳에서 직접 수령할 수 있어 우편이나 택배로 받는 것보다 서비스 기간이 상당히 단축됐다.

이밖에도 젊은층의 소비자를 새로운 사진인화 서비스의 고객으로 확보하기 위해 KTF와 제휴를 맺고 모바일을 활용한 사진전송서비스를 지난 5월부터 새롭게 펼치고 있다.

필름업체중 유일하게 디지털미니랩을 생산하지 않는 한국코닥은 일본 '노리스'의 사진인화장비를 아웃소싱방식으로 공급하여 코닥 현상소의 디지털화를 적극 유도해 나가고 있다. 또한 SK텔레콤과 전략적 제휴를 통해 모바일을 활용한 사진전송서비스를 실시하면서 신규 비즈니스 모델을 지속적으로 개발하고 있으며, 인터넷사이트(www.kodakonline.co.kr)와 전국 1,800여개 코닥익스프레스, 대한칼라, 한일칼라 등 국내 대형 현상소를 연계하여 고객이 사진인화서비스를

의뢰 및 수령할 수 있도록 할 계획이다.

이밖에 아날로그와 디지털시장 쪽의 사용자를 폭넓게 수용하기 위해 아날로그 사진의 장점을 부각시키며 아날로그에 디지털을 접목시키는 방법으로 소비자들에게 다양한 스캐너를 공급해 아날로그 사진을 디지털 장비로 출력하게끔 유도한다는 전략을 쓰고 있다. 또한 코닥 현상소인 '프로랩'의 활성화를 위해 P2P를 이용한 스튜디오와 현상소를 온라인 네트워크로 이어주어 효율적인 사진작업이 가능하도록 한 '웨딩클럽 소프트웨어'도 12월중에 선보일 예정이다. 또한 베이비 사진 쪽으로 매일유업과 SBS쪽과의 제휴사업을 준비중에 있다.

전국에 20여 곳의 대리점과 사진촬영, 현상, 인화서비스를 위한 '아그파 이미지센터'를 500여 곳 갖고 있는 아그파코리아는 빠른 성장을 보이는 고수익성 사업분야에 전념하겠다는 본사의



▲ 아그파코리아는 유일하게 12인치 대형사이즈까지 인화할 수 있는 사진인화기 'd-dab2'를 내세워 디지털사진시장에 적극 나서고 있다.

전략에 따라 지난해를 끝으로 경쟁력이 약한 디지털카메라의 생산을 중단했다. 대신 고도의 출력품질과 세계에서 유일하게 12인치의 대형사이즈까지 인화할 수 있는 사진인화기 'd-dab2'를 내세워 웨딩 및 베이비 사진시장 선점에 적극 나서고 있다.

또한 중단기적으로 디지털 장비에 대한 투자가 점차 중소형 규모의 스튜디오 및 현상소에까지 이전되어갈 것에 대비하여 작은 규모의 비즈니스에 상응할 수 있는 장비개발과 초대형 사진 현상소를 위한 일련의 디지털 입출력 장치의 개발에도 박차를 가하고 있다. 이밖에 인터넷을 이용한 사진서비스 사업의 활성화에 대해 적극 검토하고 있다.

한국에서는 필름업체로만 부각이 됐지만 4년 전 미국 PMA에서 풀 디지털미니랩을 세계 최초로 선보인 바 있는 코니카는 한국시장에는 작년 5월 코엑스에서 열린 사진영상기자재전에서 처음 선보이는 등 뒤늦은 출발을 보였다.

우성필름에서는 올해 말까지 5~6가지의 디지털카메라 신제품을 비롯하여 11월중에는 보급형 디지털미니랩인 'R1-슈퍼' 출시를 계기로 적극



▲ 한국코닥은 최근 기존의 칼라현상인화장비로 사진을 출력할 수 있는 흑백필름 '코닥 black&white 400'을 선보이며 꾸준히 제품군을 확장하고 있다.

적으로 국내 시장을 공략해 나간다는 전략이다. 이제까지는 감광재료를 메인으로 팔았지만 이번을 계기로 감광재료에서 입력장비, 출력장비에 이르기까지 모든걸 커버하는 토털 디지털 솔루션 업체로 커나가겠다는 의지가 배어있다. 이를 뒷받침 해주듯이 지난 7월 본사 1층에 전시장을 마련하고 내부에서는 각종 사진 인화 및 현상 장치, 디지털 카메라, 필름 등을 전시 및 구동하고 있으며, 다양한 이미지 입출력 시스템을 갖추고 있어 현재 가장 앞서가는 이미지 솔루션을 보고 체험할 수 있도록 했다.

우성필름은 내년 말까지 센터랩의 역할을 할 수 있는 디지털미니랩 망을 100곳을 확보하고, 현재 1,000여 곳에 달하는 감광재료공급 사진숍의 아날로그 미니랩을 디지털라이징시키는 작업을 통해서 전국이 디지털 포토 비즈니스가 가능하도록 한다는 계획을 실행해 나가고 있다.