

까다로운 일본 사진 시장에 진출, 제품력에서 당당히 인정받아

촬영의상 및 소품 전문업체 엔젤피아

1998년 설립되어 아기들의 촬영의상과 소품을 전문으로 생산해온 엔젤피아(대표 · 김성동)는 점차 특화되고 세분화되어가는 사진시장에서 고급스럽고 다양한 아기촬영 의상을 주력제품으로 국내 시장은 물론 2000년부터 일본에 수출을 시작, 까다롭기로 소문난 일본시장에서도 인정을 받고 있다. 지난해는 독일 포토키나 전시회에 처음 참가하면서 유럽시장 공략에도 나서는데 최근에는 해외시장 개척에 박차를 가하고 있다.

취재 | 박지연 기자

예전에는 한 사진관에서 아기의 백일 및 돌 사진, 가족사진, 웨딩사진 등을 복합적으로 다뤘으나 최근에는 세분화되고 특화되는 추세이다. 그중 아기사진과 웨딩사진 분야는 이미 전문화된 시장으로 발돋움한 상태이다. 날로 시장경쟁이 치열해지는 상황에서 사진시장이라고 예외가 될 수 없다. 자사만의 전문성 및 독창성이 없으면 살아남을 수 없다는 시장경제 원리가 사진 시장에서도 그 위력을 발휘하고 있다.

그런 의미에서 볼때 아기들의 촬영의상과 소품을 전문으로 생산하며 국내는 물론 해외에 수출을 하고 있는 엔젤피아는 전문성과 차별성을 고

루 갖춘 업체이다.

“초창기 사진 스튜디오를 운영하면서 느낀 점은 인물의 사진을 좀 더 돋보이게 할 수 있는 촬영 의상이나 소품이 마땅히 없다는 것이었습니다. 사진인들이 진정으로 마음에 들어하는 사진을 얻을 수 있도록 다양한 촬영의상과 소품을 개발해보자는 욕심에 엔젤피어를 설립하게 됐습니다.”

이처럼 김성동 사장이 엔젤피어를 설립할 수 있었던 동기는 86년도부터 오렌지간 현장에서 일하며 느꼈던 모든 것들이 집대성되어 그의 강한 의지와 함께 이루어진 결과라 하겠다.

**사진인들이 진정 맘에 들어하는 의상 및
소품 만들어 전파**

엔젤피아는 서울시 마포구 망원동 성산시장 부근에 제품생산 공장과 촬영의상전시장을 각각 갖추고 있다.

공장에서는 1년에 2회 정도 신제품 출시를 하고 있으며 신제품 및 다양한 의상은 근처에 위치한 촬영의상전시장에서도 직접 살펴볼 수 있다.

촬영의상전시장은 복합적인 장소이다. 일반인들에게는 사진촬영스튜디오로 알려져 있는데 엔젤피아에서는 일반 소비자를 상대로 신제품 테스트를 해 볼 수 있는 기회로 활용하고 있다. 또한 전시장 더 안쪽으로 들어가보면 무수히 걸려있는 울긋불긋 화려한 의상과 소품들에서 알 수 있듯이 스튜디오 운영자들이 직접 전시장을 방문하여 자신의 스타일에 맞는 제품을 선택할 수 있는 전시장으로 적극 활용하고 있다.

김성동 사장은 “전시장을 오픈하기전에는 촬영 의상을 제품 카다로그나 인터넷 홈페이지(www.iangelpia.com)에서 살펴보고 주문하는 경우가 많았으나 촬영의상은 다른 촬영보조품과 달리 모델이 직접 입고 촬영된 의상을 비교해 보아야 정확한 선택을 할 수 있다”며 “최상의 선택을 돕고자 전시장 내에 별도의 모니터실을 두고 의상과 의상을 입을 모델을 촬영한 사진을 대형 모니터로 비교해 볼 수 있도록 하고 있다”고 말했다.

특히 주 고객인 아기사진 스튜디오 운영자들의 의상 선택에 도움을 주기 위해 엔젤피아의 의상 디자이너가 나서 상담도 하고 있으며, 전국 어디에서든 요청하면 영업사원이 직접 방문하여 제품에 대해 친절하게 설명해주는 ‘찾아가는 서비스’를 시행하고 있다.

무엇보다 엔젤피아가 남다른 것은 다양하고 특색있는 제품에 있다. 통상적으로 아기사진이라 하면 백일과 돌 사진만을 떠올리는데 엔젤피아에서는 3·5·7세 어린이들의 촬영의상과 가족 사진촬영의상까지 다양하게 개발하여 스튜디오에 공급하고 있다.

이곳 아기의상의 특징은 색깔이 튀는 원색 계통



▶아기들 사진촬영 소품중 인기제품인 매직 요람 '플라워커버'

보다는 아기의 얼굴을 보다 살려줄 수 있는 무난한 톤의 색상을 많이 사용한다는 것. 또한 아기가 입었을때 편안함을 느낄 수 있도록 부드러운 소재를 사용하고 있다. 의상과 별도로 사진소품도 큰 인기를 끌고 있는데 아기들의 다양한 포즈가 나올 수 있도록 만든 촬영소품인 '매직요람 세트'가 가장 큰 인기를 모으고 있다고 한다.

한편, 엔젤피아는 2000년부터 본격 일본시장을 공략하기 시작하여 현재는 내수와 수출이 매출 비율로 볼때 50:50이다.

작년에는 한국광학기기협회와 한국공동관으로 독일 포토키나 전시회에 처음 참가하면서 유럽 시장 진출을 모색하고 있는 가운데 향후 해외시장 개척 및 시장 다변화에 중점을 둘 계획이다.



▶엔젤피아에서 제작한 다양한 의상들과 소품들이 전시된 촬영의상전시장 전경





인터뷰/엔젤피아 김성동 대표

“해외시장 개척 및 시장 다변화에 주력할 터”

김성동 사장이 98년 엔젤피아 창업당시는 IMF 한파가 맞바로 국내에 상륙한 직후였다. 많은 업체들이 도산하고 사회적인 혼란이 야기됐었지만 엔젤피아에 있어서는 이때가 오히려 기회였다고 말한다. 위기를 기회삼아 새로운 상품과 전략으로 시장에 뛰어든 결과 오히려 주목을 받으며 승승장구 할 수 있었다는 것. 김성동 사장은 오히려 그때보다 지금이 위기라고 생각한다. 국내 경기도 안좋은데다 경쟁사들도 많이 늘어 시장상황은 악화되었고 지금이야말로 다시한번 위기를 기회삼아 기존의 틀에서 벗어나 사진스튜디오 시장이 특색있게 나서야 할때라고 말한다.

현재 사진기자재협회에서 총무를 맡고 있는 김성동 사장은 회원으로 가입한 기자재업체 60개 업체와 힘을 합쳐 국내외 사진관련 전시회에 적극 참가하며 국내 사진시장 업계 활성화는 물론 해외시장 개척에 적극 나서고 있다.



인터뷰



▶김성동 사장

Q 사진시장에서 아기사진이 차지하는 규모 및 전망은?

A 요즘에는 베이비·웨딩·가족사진 등 시장이 구분되면서 전문화되어가고 있다. 외형적으로 봤을때는 금액단위부터가 큰 웨딩시장이 큰것처럼 보이지만 베이비사진과 웨딩사진의 규모가 거의 비슷하다고 본다. 최근 베이비사진도 기존 틀에서 벗어나 고급화되고 특색있게 찍는 곳이 많아지면서 촬영비만 최소 60만원, 100만원을 호가하는 경우도 있다. 스튜디오도 점차 전문화·대형화되는 쪽으로 발전해 갈 것이다. 사람들이 차 한잔을 마셔도 분위기 좋은 커피숍을 찾듯이 사진관도 마찬가지다. 점점 고객들은 시설 투자를 많이 한 곳을 찾는 추세이다.

Q 매출 극대화를 위한 향후 계획은?

A 디지털카메라의 보급이 늘어나면서 오히려 사진인화 시장쪽은 축소가 된듯하다. 바로 영향을 받는 곳이 사진관이다. 사진관도 사진의 디지털화에 대응하여 다양한 변화를 시도해야한다고 보고 엔젤피아에서는 사진관의 매출 극대화를 도모할 수 있도록 촬영의상과 별도로 다양한 사진관련 용품들을 개발, 생산할 계획이다.

또한 촬영의상전시장의 공간을 더욱 늘리고 의상 및 소품 전시물량을 늘려 전문 전시장으로서 면모를 갖추는데 손색이 없게끔 할 계획이다. 더 나아가 스튜디오운영자들이 언제라도 방문해서 편안하게 제품을 둘러보고 구매상담은 물론 사진인들이 편하게 모여 서로 정보를 교류할 수 있는 정보제공의 장이 되는 복합공간으로서 활용을 더욱 극대화할 것이다.

마지막으로 이제까지는 일본시장에만 주력으로 수출해왔으나 시장다변화를 위해 해외시장 개척에 주력할 계획이다. 이를 위해 작년 포토키나 전시회에 처음 참가하여 교두보를 마련한 바 있는데 내년에도 포토키나 전시회에 참가하여 유럽시장, 더 나아가 미국 등에도 수출할 수 있도록 새로운 상품개발 및 해외마케팅에 중점을 둘 계획이다.

Q 한국광학기협회에 바라는 점은?

A 엔젤피아를 비롯하여 국내 많은 사진기자재업체들의 과제는 해외시장 개척이다. 우수한 품질의 제품을 개발 생산하고 있는 국내 사진기자재업체들이 해외시장에 원활하게 진출할 수 있도록 해외시장 정보를 비롯하여 마케팅, 영업전략, 비즈니스 관계 등에 있어 많은 자문과 적극적인 도움이 있었으면 한다.