

“엔터테인먼트로서 디지털 사진의 인화·출력 수요 개발이 마케팅의 관건”

한국후지필름(주) 김학수 영업이사

“디지털은 메시지다” 라고 말한 마셜맥루한의 말을 굳이 인용하지 않아도 될 만큼 디지털기술은 우리 생활 깊숙한 곳으로 스며들고 있다. 90년대 초, 폭발적인 보급력을 지닌 디지털카메라는 메시지가 담긴 이미지커뮤니케이션을 가능케 한 커뮤니케이터다. 과거 아날로그 시대에서부터 최첨단 디지털카메라까지 한국후지필름(주)의 김학수 이사는 26년간 한국후지필름(주)에서 기획실, 영업, 관리, 신규사업을 거쳐 인화지/아날로그 현상소 영업을 비롯해 필름, 디지털 인화점 등 사진관련 분야의 여러 곳을 섭렵한 베테랑이다.

아날로그의 깊은 멋과 디지털의 세련됨을 함께 지닌 김 이사는 95년도 통신 분야에서 디지털화의 기틀을 마련한 경험을 바탕으로 사진업계의 디지털화를 구축하고 있다. 김 이사는 “사진을 일상의 엔터테인먼트로 사용하는 유저들이 촬영 후 디지털 인화/출력 문화로의 연계가 업계의 관건”이라고 언급했다.

취재 | 윤미선 객원기자 |

Q 한국후지필름(주)과의 인연, 그리고 시각예술의 아날로그에 대한 견해는?

A 한국후지필름(주)이 롯데그룹의 일원으로 편입되기 전인 1980년 2월 미화사진필름(주)의 신입 사원으로 처음 사진업계에 발을 들여놓게 됐다. 당시엔 70년대 말부터 흑백에서 컬러카메라로 전환되면서 감재 산업이 큰 활황을 맞던 시기로서 사진을 통한 시각예술이 더욱더 활기를 띠었다. 90년대 이전에는 사진 수요의 70% 이상이 필름 매출이 차지했고 그 다음이 케미컬, 인화지 순이었다. 흑백에서 컬러 카메라로의 전환이 우리에게 부흥과 새로운 도약의 기틀을 마련해 줬다면, 현재 아날로그에서 디지털 카메라로의 전환은 사진인들에게 새로운 패러다임을 제시하고 있는 셈이다.

Q 한국후지필름(주)의 디지털화 현황과 주력제품은?

A 디지털토탈 솔루션 기업으로 거듭나고 있는 한국후지필름(주)은 디지털인화점인 FDI 스테이션의 재정비 및 온라인 인화 사이트와 후지칼라(www.fujicolor.co.kr), FDi-net(www.fdinet.co.kr)와의 연계와 프로용 Spro 디지털카메라를 비롯해 준 전문가용 파인픽스 S 시리즈 등 다양한 주력제품을 생산하고 있다. 특히 9월 출시 예정인 900만 화소 네오 SLR '파인픽스 S9500'은 10.7배 광학 줌을 실현한 28mm~300mm 후지논 렌즈를 탑재한 렌즈 일체형 제품으로 빛을 모아 5세대 Super CCD HR상에 정확하게 화상을 형성하는 특장점을 지니고 있다. 또한 Super CCD HR은 새로 개발된 RP(Real Photo)프로세서와 연동하여 첨단 화상처리를 초고속을 수행할뿐만 아니라 보다 사실적인 해상도와 선명한 콘트라스트를 위한 새로운 윤곽선 보정 프로세싱이다.



▶김학수 이사는 “사진을 일상의 엔터테인먼트로 사용하는 유저들이 촬영 후 디지털 인화·출력 문화로의 연계가 업계의 관건”이라고 언급했다.

Q 아날로그와 디카시대의 차별화된 마케팅 전략은?

A 디지털카메라 문화의 활성화는 현재 사진을 업으로 하는 이들에게 상당한 패러다임의 변화를 요구한다. 디카 유저들은 촬영 후 할인점이나 온라인 비즈니스를 통해 사진을 인화하거나 블로그를 통해 디지털이미지를 공유하는 새로운 문화를 형성하고 있다. 디지털사진의 총 수요의 30%가 온라인 비즈니스가 비중을 차지하고 있으며 할인점(25%), 로드샵 운영(45%)순이며 로드샵 운영자들의 매출 체감은 매우 크게 다가오고 있는 실정이다. 현재는 디지털카메라 유저들의 수요와 소비패턴을 통해 새로운 마케팅 수법이 필요하다고 본다. 한국후지필름(주)의 디지털카메라 트렌드 조사 결과 과거보다 사진촬영 컷수가 4~5배 정도 증가했으며 현재는 프린팅의 비율이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다. 디지털 사진의 인화, 프린팅의 관건은 소비자 수요를 자극할 만한 새로운 요소의 개발이다.

Q ‘디지털 시대에 대처하기 위한 사진인의 자세’에 대해 이야기 한다면?

A 디지털기술은 우리 생활 깊숙한 곳까지 파고들어 새로운 패러다임을 형성하고 있다. 다른 업계보다 디지털화의 변화에 둔감했던 업계의 특성, 사진은 산업이라는 측면보다는 창작/예술로 접근했던 시각에서 비즈니스 마인드로 재무장하여 침체된 사진업계에서 새로운 사진문화 패턴을 만들어나가야 한다. 과거 광학/아날로그 시대에는 카메라의 기계적 우수성과 퀄리티가 주요소였지만 디지털 시대에는 디지털기계의 운용과 활용, 촬영 후 포토샵을 통한 후속작업 등이 중요한 요소가 되고 있다. 한국후지필름(주) 사진기술 연구소에서 개설하고 있는 디지털사진강좌를 비롯해 프로 디지털사진가를 위한 기계사용법, 로드샵 영업기술, 기계정비기술 강좌나 여타 업체에서 실시하는 교육프로그램을 통해 디지털사진에 대한 관련 지식 습득과 여타 비즈니스와의 연계 및 커뮤니케이션 활성화를 꾀하는 것도 한 방법일 듯싶다.



▶후지필름의 디지털제품 전시관 앞에서 포즈를 취한 김학수 이사

Q 디지털 시대의 새로운 마케팅 패러다임을 제안한다면?

A 95년도 통신 분야의 디지털화를 접했을 때 통신의 디지털화가 우리 사회상을 변화시키는 과급력은 대단했다. 현재 휴대폰의 급속한 성장은 휴대폰 속의 카메라, MP3, DMB 방송 등 다양한 기능을 함축하고 있다. 미래사회는 뉴 미디어에 의한 멀티미디어 사회로의 전환이 불가피하다. 이제 디지털사진을 이미지 보관, 저장의 툴로 바라보지 않고 소비자들의 일상생활 패턴과 함께하는 엔터테인먼트 요소의 한 과정으로 바라보고 이에 따른 새로운 시장에 대한 정확한 분석과 전략적 마케팅 수립이 시급한 실정이다.

사진업계가 '제 2의 전환기' 를 맞이하고 있다. 70년대 말 흑백에서 컬러 카메라로의 변신 이후 디지털카메라의 급속한 성장은 과거, 아날로그의 영광을 재현하기 위한 업계의 발 빠른 행보에 가속도를 더하며 디지털이미지와 함께하는 엔터테인먼트 세상을 만들어나가고 있다.

사진촬영 → 인화의 아날로그적 명제를 바꿔버린 디지털카메라와 블로그 마케팅, 온라인비즈니스 등의 새로운 물결 속에서 사진업계의 오랜 터줏대감인 한국후지필름(주)은 디지털 인화점(FDI 스테이션)을 비롯하여 온라인 인화사이트 구축, 디지털카메라 '파인픽스' 시리즈 등을 출시하며 디지털사진의 변화를 주도해나가고 있다. 또한 디지털인화점인 FDI 스테이션의 재정비 및 온라인 인화 사이트와 후지칼라(www.fujicolor.co.kr), FDi-net(www.fdinet.co.kr)와의 연계를 통해 온·오프라인의 서비스를 강화하고 사진출력수단의 다양화를 꾀하고 있다. 또한 전문가용 디지털카메라 Sprio 시리즈를 비롯해 디지털카메라 '파인픽스' 시리즈, 필름, 인화 및 현상, 영화용 필름, 기록미디어, 현상 기기, 배터리까지 사진촬영과 인화의 모든 과정을 소화하는 디지털 토탈솔루션 기업으로 거듭나고 있다.

『광학세계』 원고모집

한국광학기기협회에서 발간하는 '광학세계' 의 원고를 모집하고 있습니다.

'광학세계' 에 관심을 갖고 계신 관련업체, 학계, 연구계 및 개인 구독자 여러분의 많은 참여를 부탁드립니다.

... 원고모집 안내 ...

1. 원고내용 : 연구논문, 회사소개, 제품소개, 국내·외 기술동향, 이달의 독자, 수필 등
2. 원고분량 : 제한 없음
3. 원고마감 : 수시 접수중

※기사로 활용할만한 좋은 소재를 알고계신 경우 연락주시면 직접 방문하여 취재하겠습니다.

• 연락처 : 한국광학기기협회 '광학세계' 편집부 • Tel. (02)3481-8931 • Fax. (02)3481-8669