

위기를 기회 삼아 적극적인 변화와 개혁만이 '성공열쇠'

디지털컨버전스 시대에 일본의 성공적 사진관 운영 사례

세계적인 경기 침체 영향으로 인하여 국내의 스튜디오나 일본의 스튜디오들도 예외 없이 어려운 상황을 면치 못하고 있는 것이 사실이다. 그러나 똑같은 상황이지만 위기 대처방법에 따라 사진관의 성패는 실로 엄청난 차이로 나타난다. 점차 문 닫는 사진관이 늘어나고 있는 시점에서 발전을 거듭하며 승승장구 하고 있는 사진관들은 어떠한 이유에서일까? 본고에서는 필자가 올해 초부터 일본의 몇 개 도시를 돌아보면서 목격한, 성공적인 사진관을 꾸려나가고 있는 동경무사시의 라칸 스튜디오, 이바라키 현 히다치나가시의 오노사진관, 산간지역 소도시인 나가노(長野) 이나시의 Photo-st21 등의 공격적이고 체계적인 마케팅 기법 그리고 기본에 충실하면서 변화를 이끌어가는 일본의 사진관들을 소개하고자 한다.

사례1) 공격적 마케팅의 동경 라칸 스튜디오(Laquan Studio)

동경 신주쿠역에서 삼십분 정도 가면 만날 수 있는 무사시 기지쵸지시에 있는 라칸스튜디오는 3대째대를 이어오고 있는 전통 있는 스튜디오이다. 지금의 사장인 스즈키 칸의 할아버지는 일찍이 뉴욕에 정착하여 사진관을 시작했으며 뉴욕에서도 주로 이곳의 정치인을 비롯한 유명 인사들을 촬영하여 유명세를 떨쳤고, 1940년대 일본으로 돌아와 지금의 터전을 잡았다.

미국에서 사진학을 전공한 스즈키 칸 사장이 가업을 이어받은 것은 10여 년 전으로, 그때부터 지속적인 성장을 해오며 최근 2~3년 사이에 매년 1~2개의 사진관을 신규로 오픈하며 주위의 부러움을 사고 있다.

더욱이 최근에는 일반 영업 사진관들이 어려울 정도로 사진시장 환경이 안 좋은 데다 주변의 베이비 전문 스튜디오들이 맹추격을 해오는데도 라칸 스튜디오는 오히려 더욱 공격적인 영업을 전개하여 지금은 동경과 주변 도시를 위시하여 8개점을 거느리고 있으며 오는 5월경에도 또다시 신규점 오픈을 준비하고 있다.

이처럼 라칸 스튜디오의 성공 비결은 발 빠른 정보를 통해 남들이 안하는 분야에 먼저 도전하는 적극성을 꼽을 수 있다.

스즈키 칸 사장은 미국에서 공부를 시작한 이래 세계적인 사진관련 전시회는 거의 빠지지 않고 참석하며 정보력을 모으는 열성파이다. 특히 한국의 코엑스에서 매년 4월에 열리는 P&I 전시회는 빠지지않고 참가하여 한국의 히트 상품, 신규 상품, 그리고 그 외 한국 스튜디오의 영업방식 등을 벤치

마킹하여 자신만의 전략으로 재구성하여 남들과 다른 판촉활동을 펼쳐나가고 있다.

예를 들면, 자체의 프로필 모델 선발대회를 개최하여 젊은 고객을 끌어들이고, 7세, 5세, 3세의 베이비 사진을 조기 판촉해서 고객이 한 번에 몰리는 상황을 해소하여 고객 관리면에서 효율적 운영을 통해 이익을 극대화하고 있다. 최근에는 한국으로부터 앨범 제작기를 구입하여 신속한 앨범 제작을 통해 고객 서비스 극대화와 원가 절감 효과를 창출하고 있다.

사례2) 기본에 충실한 오노(小野)사진관

일본 태평양쪽의 이바라키 현의 히다찌(日立)공장이 있는 도시, 히다찌나가에 있는 오노(小野)사진관은 베이비, 웨딩, 웨딩 컨설팅 회사와 함께 약 60여명의 직원을 거느리고 있다. 외형뿐만 아니라 매출에 있어서도 중소기업과 맞먹는 이곳은 연간 매출을 우리 돈으로 환산하면 약 90억원의 매출을 기록하고 있다. 주력 분야의 사진은 7세, 5세, 3세의 베이비 사진과 성인식 사진, 웨딩 사진 등이다. 특히 이곳만의 고객 밀착형 관리 서비스를 통해 한번 인연을 맺은 고객은 평생 고객이 될 정도다. 즉, 결혼식 사진을 촬영한 고객이 결혼 후 아기를 낳으면 다시 베이비 사진을 찍게 되고, 이어 가족 행사를 찍게 되는 등 포토 그래픽으로 연결 고리를 이어가고 있다.

이 회사가 큰 성공을 거두고 불황기에도 계속해서 발전을 거듭하고 있는 이유는 사원교육을 기본에 입각해서 철두철미하게 이행해 나간다는 사실에서 찾아 볼 수 있다. 특히 정평이 나있는 이곳의 직원교육 현황을 살펴보기 위해 필자도 작년 말과 금년 초에 이곳을 방문하여 매일 아침 8시40분에 실시하는 조화에 참석했는데 한마디로 너무나 감동적이었다. 우선 직원들이 아침 일찍 출근하여 청소를 깨끗이 하고 8시 40분이 되면 전 직원이 모인 가운데 리더가 사훈과 직장인의 각오 등을 외치면 모든 직원들이 같이 복창하는 모습을 볼 수 있었다. 직장인의 본분등에 관련한 정해진 교재가 있어서 직원들은 매일 읽고 스스로의 본분을 잃지 않도록 노력하고 있으며 암송을 통해서 각자 마음속에 각인시키고 있었다. 또한 아침 조회시간에 각자 돌아가면서 전날 일어났던 일 중에 잘한 일, 잘못된 일 등에 대해 서로 이야기 하면서 직원 전원이 정보 공유와 새로운 각오를 다지는 모습이 매우 인상적이었다. 모두가 회사 업무를 떠나 자기 일처럼 즐겁게 열심히 일하고

있었으며, 특히 고객의 불편, 불만 사항 등을 잘 체크하여 고객 만족과 서비스 개선을 위해서 최선을 다하는 모습에서 앞서가는 스튜디오의 저력을 확인할 수 있었다.

오노 사진관은 히다치나가시에서 가장 큰 스튜디오 군을 이루고 있는데, 오노 사장의 남다른 직원 교육과, '베스트 원' 보다는 오직 하나를 만들어도 정성들여 독창적인 사진을 만든다는 'Only One' 전략을 중심으로 톱클래스의 영업을 이어가고 있다.

작은 산간마을에서 성공한 나가노(長野) Photo-Studio 21

동경에서 3시간 남짓 걸리는 거리에 위치하고, 도시가 산으로 둘러있어서 풍광이 너무나도 아름다운 작은 고장, 이나(Ina)는 눈이 많이 내리는 산속의 마을이다. 이곳 산간 마을도 경기 불황으로 인해 많은 점포들의 문이 닫혀 있었다. 더욱이 올해는 온난화 영향으로 눈도 많이 오지 않아 관광객이 급감하면서 경기가 더욱 나빠졌다고 한다.

그런데 이런 열악한 산간 마을에 자리한 '포토 스튜디오 오 21'은 공격적인 영업을 전개해서 성공한 스튜디오이다. 이곳의 야지마 사장은 비록 작은 마을에서 사업기반을 이루고 있지만 새로운 장비 시스템을 도입해서 지금까지 외주 처리하던 앨범, 코팅 작업을 자체 처리함으로써 작업의 효율성을 높이고, 납기의 단축 및 품질의 안정화를 이루며 차별화된 영업을 전개하고 있다.

내달에는 인근에 대형 쇼룸이 개장하는데 그 곳에 직접 가서 젊은 신세대를 겨냥한 베이비 전문 스튜디오로 재오픈을 위해 한창 인테리어 공사를 벌이고 있다.

야지마 사장이 이렇게 공격적인 영업을 통해 사진시장의 불황을 타개할 수 있었던 요인은 사진 스튜디오를 운영해 오면서 가지고 있었던 지금까지의 고정관념을 과감히 버리고 새로운 정보를 받아들여 그만의 방식으로 정착화시켰기 때문이다. 일본의 전통 사진관 운영방식으로는 발전이 없다고 판단한 야지마 사장은 한국식 베이비 사진관과 같이 기존과는 전혀 다른 컨셉의 베이비 사진과 젊은이들의 관심을 사로잡는 특화된 사진관을 만들고자 한국을 수차례 방문하며 벤치마킹을 했다. 이러한 그의 도전과 열정이 지금의 성공적인 결과를 낳았다. 더욱이 '포토 스튜디오 오 21'은 작은 도시에 존재하는 단 하나뿐인 스튜디오라 손님이 늘 끊이지 않고 승승장구하고 있다.

야지마 사장의 성공사례에서 볼 수 있듯이 투자는 경기

사진영상산업의 현재와 미래

가 좋을 때 하는 것이 아니고 어려울 때 하여 효용가치를 극대화하고 새로운 시장을 창출해 나가는 것이 중요하다는 교훈을 배울 수 있다.

앞서서 소개한 일본 사진 스튜디오들의 사례에서 볼 수 있듯이 사진경기가 안좋은 때이지만 환경만을 탓할 것이 아니라 변화와 개혁의 중심에서 서서 냉철한 판단과 과감한 투자, 그리고 공격적이고 적극적인 영업활동 등을 통해 '위기를 기회'로 만들어 가는 스튜디오들을 주변에서 어렵지 않게 찾아 볼 수 있다. 특히 적극적인 변화를 모색하고 지역의 사진 시장을 리더하며 새로운 사진문화를 만들어가고 있는 이들 스튜디오들의 영업 전략을 눈여겨보아야 할 것이다.



김광호

한국후지필름 정보영상팀장을 거쳐 한국프로사진가협회 국제위원장, 산업관리인력공단 사진자격시험 심사위원, 노동부 사진자격시험 심사위원 등을 지냈으며, 8년 동안 서울국제사진영상기자재전의 일본 바이어 유치 총괄을 담당했다. 일본내 다수 사진대회 강사 및 심사위원으로 활동 중이며, 일본 사진 관련 유력잡지에 활발히 기고활동을 하고 있다. 현재 롯데스튜디오 대표로 있으며 한국 PGC 회장을 맡고 있다.

한국광학기기협회 회원 가입안내

한국광학기기협회는 산업발전법에 의하여 설립된 산업자원부 산하단체로서 우리나라 광학산업 발전을 위한 공익사업 및 회원사 지원업무를 수행하고 있습니다. 21세기 첨단기술산업으로 각광을 받고 있는 국내 광학산업의 공동발전을 위해 회원가입을 안내하오니 희망업체에서는 신청해 주시기 바랍니다.

1. 회원구성 : 정회원 및 특별회원

2. 회원 서비스 및 특전

- 국내외 광산업 관련 정보 및 자료제공
- 기술개발지원 자금안내 및 사업참여
- 동종업계 공동사업 참여 및 교류
- 협회발간 '광학세계'에 업체 및 생산제품 홍보
- 정책지원 대상업체 추천, 확인 및 수혜 안내

3. 가입금 및 기본회비 : 업체규모에 따라 차등

4. 가입신청 및 문의

- 전화 : (02)3481-8931
- 홈페이지 : www.koia.or.kr