

공격적 마케팅으로 매출 신장 디지털화 따라 동반 상승 기대

1999년 한해 국내 각 필름 업체는 본격적인 마케팅에 뛰어들어서 가격 경쟁을 벌였으며, 전년 대비 20% 이상의 매출회복세를 이룬 것으로 알려졌다. 일부에서는 디지털 제품 보급의 급신장으로 전통사진의 위상이 축소될 것이라는 우려가 있으나 관계자들은 오히려 디지털사진과의 접목을 통해서 시장이 더욱 밝아질 수도 있다고 전망한다.

정리:편집부

1999년 국내 필름 산업 규모 및 동향 공격적인 마케팅으로 매출 회복, 할인점 묶음 판매 비율 급신장

IMF 이후 국내 아마추어 필름 시장은 급격한 수요감소로 침체기를 맞이하였다.

경기 양극화에 따라 필름의 주 수요층이라고 할 수 있는 중산층이 붕괴되고 소비자들의 생활이 위축돼 해외여행 등 가족놀이 문화가 감소된 것이 주된 원인이다. 한편으로 환율 인상 등으로 필름 가격인상이 한 몫을 했기 때문인 것으로 분석되고 있다.

우리 나라의 소비자 필름 가격은 다른 나라에 비해 상당히 저렴한 편이었으나 수입원가가 상승하면서 소비자 가격도 동반해서 상승했다. 또한 사진 촬영 후 인화비용도 같은 비율

로 상승하여 소비자의 필름소비 위축에 영향을 끼친 것으로 분석되었다.

1998년도 필름감재 시장은 어느 메이커를 불문하고 30~40%의 판매수량 감소를 경험했으나 1999년 들어 경기가 회복되면서 서서히 예년과 동일한 수준의 판매 신장세를 보이고 있다.

IMF 경제위기가 예상했던 시기보다 빨리 회복돼 경기회복지수가 빠르게 성장됨과 동시에 국내 필름공급업체들은 전년의 매출부진을 만회하기 위한 다양하고 공격적인 마케팅 전략을 펼쳤다.

이에 따라 1999년 한해 각 업체는 전년 대비 20~30%까지 매출회복세를 이뤘다. 모 필름사는 IMF 이후 소비심리 위축과 중산층 붕괴로 인한 소비자 의식을 간파하고 저가 전략을 펼쳐 필름시장의 가격혼

란을 부추긴 반면에 시장점유 향상을 실현하기도 하였다.

전반적으로 시장경제 침체로 가격경쟁이 두드러졌던 한 해였다고 볼 수 있다.

또 하나 1999년 큰 변화는 유통구조의 전환에서 찾을 수 있다.

이제까지 메이커에서 1, 2차 대리점, 전문도매점, 현상점, 소매점으로 이어지던 것이 대형할인점, 디스카운트 스토어, 회원제 창고형 할인점의 급팽창으로 저가 묶음판매 비율이 급신장했으며, 메이커는 이 또한 소비자의 필름구매 채널의 큰 변화로 받아들이고 있다.

2000년 필름 시장 전망 국내 수요 8천만롤 추정

현재 국내 필름감재 시장의 총수요는 약 8천만롤 수준으로

필름 시장 현황 및 전망

추정되며, 후지필름과 코다이 전체의 약 70% 수준을 양분할 것으로 예상하고 있다.

국민 1인당 필름소비량은 1.6~1.8롤 수준으로, 일본의 3~4롤에 비하면 턱없이 낮은 편이다. 구미 국민 1인당 6~8롤 정도의 필름소비량을 자료로 분석해 볼 때 국내 필름시장은 여전히 성장 가능성이 있다는 역설적인 해석이기도 하다.

필름산업은 세계적인 독과점 품목이자 초정밀기술을 요하는 장치산업이기 때문에 막대한 설비와 자본투자를 필요로 하며, 세계적으로도 생산국은 일본, 미국, 독일 3개국뿐이다

정보화, 디지털, 인터넷 시장의 급신장으로 인한 디지털 분야의 광학기자재의 수요 증가는 눈에 보듯 분명하다. 이에 따라 기존 은염 사진 시장에 큰 변화가 올 것이며 각 메이커는 기존 필름시장이 저성장시대에 돌입했음을 간파하여 새로운 대체시장 개발과 시장 선점률 향상을 위해 외부에 자사정보를 철저히 차단하고 있기도 하다.

업계는 차별화된 제품으로 판도변화를 새롭게 모색하고 있다.

**해외 기술 및 산업 동향
美, 필름·DP 꾸준히 신장**

세계 최대규모의 사진기자재전의 하나인 PMA 2000이 지난 2월 3일부터 6일까지 미국 네바다주 라스베가스 컨벤션 센터에서 개최되었다.

전세계 100여 개 PMA 회원국에서 750여 개의 출품사가 사진 관련 기자재를 출품하였으며, 이중 디지털 관련 사진기자재는 275개사가 출품했다. 2000년 PMA SHOW에서 보듯이 전세계 유수의 광학기자재 및 사진감광재 메이커별로 새롭게 선보인 기술의 내용은 디지털 이미징과 디지털 미니랩 기계, 인터넷 서비스, 점두 프린터기 등이었다.

PMA 2000쇼를 전체적으로 평가해 볼 때 디지털화로 의 눈부신 기술개발이 진행되고 있음을 볼 수 있다. 디지털 이미징 사업영역으로 가일층 확대되고, 새로운 필름 시리즈 기술개발로 광학기 분야의 시대적 흐름을 선도하기 위한 사진 메이커들의 노력을 볼 수 있었다.

일본과 독일의 사진시장은 점차적으로 디지털 장비의 급신장이 이루어지고 있고, 미국은 사진기재, 필름, DP 부분에서 꾸준히 신장하고 있다. 이는 21세기의 사진산업의 향방이 디지털화로 변모해 나간다는 하더라도 은염사진을 기본 바탕으로 상호양존하는 방식으로 확장될 것임을 전망하게 한

다.

오늘날 사진은 급격하게 변하고 있다. 컴퓨터와 디지털 기술의 급격한 발달로 이제 사진도 과거의 화학처리방식에서 벗어나 디지털 데이터로 이미지를 합성, 재생하는 신시대를 맞이하고 있다. 디지털 사진은 종래의 환경문제도 해결할 수 있다. 시간이 흐를수록 디지털화의 시장변화는 거부할 수 없는 현실이며 더욱 확산될 것이다.

그러나 어떤 경우이든 화학처리되는 전통사진기술은 소멸되지 않을 것이라고 믿는 사람들도 많다. 이들은 오히려 디지털 시대의 급신장으로 전통사진에 디지털사진이 접목된다면 필름시장은 더욱 성장해 나갈 것이기 때문에 필름시장의 전망이 밝아질 수도 있다고 생각한다. 현재 급격한 판매 신장세는 나타나고 있지 않지만 카메라의 일대 혁신을 몰고 올 디지털카메라의 보급률 신장은 전체 사진산업의 양적 팽창을 분명히 가져올 것이다.

국내 필름 관계자들은 소비자의 수요 욕구를 선도하는 틈새시장 공략을 통해 카메라와 필름에 대한 매우 낮은 인식도를 개선한다면 일본이나 구미의 선진국에 견주어 지속적으로 성장해 갈 것으로 전망하고 있다.