

# 디지털 카메라의 성장에 따른 사진현상업의 미래

정리 / 편집자 주

필름판매의 감소와 함께 전문/비전문 분야를 통틀어 필름으로부터 인화되는 매수는 2000년의 1,350억 매에서 2008년에는 1,000억 매까지 감소할 것으로 보이며 일반 소비자 및 기타 영역을 포함한 디지털 캡처장치로부터 인화되는 매수는 2000년 30억 매에서 2008년 680억 매로 증가할 것임을 감안하여 볼 때 전체 인화 매수는 2000년 1,380억 매에서 2008년에는 1,680억 매로 증가할 것으로 예상할 수 있다. 전세계적으로 디지털 캡처장치로 촬영된 이미지를 출력하는 방법으로는 현재까지 가정에서의 일반 인쇄가 지배적이다. 이에 전문 현상소를 통한 인화가 지나는 시간·가격·전문성 등의 장점을 내세워 전문 현상소들은 적극적인 홍보에 나서야 할 것이다. 이 글은 포토피니싱 뉴스(Photofinishing News) 발행자인 돈 프란츠(Don Franz)씨의 2003년 GfK Imaging Summit 연설에서 발췌한 것이다.

“사진제작(picture-making) 사업의 세계적인 조망을 하면서 나는 이 기사의 제목을 ‘전망의 문제(A Matter of Perspective)’라고 정하고 싶다.”

지난 한 해 동안 본 인터내셔널 컨택트 (INTERNATIONAL CONTACT)지의 독자들은 전통적인 필름용 카메라의 매출감소와 필름 판매량 저하에 관한 기사들을 접해왔을 것이다. 또한 디지털 스틸 카메라의 급속한 매출증가에 대해서도 익히 들어왔을 것이다. 그러나 이러한 대체적인 경향은 미국, 서유럽, 일본 등과 같은 “사진 선진국”들에 한해 적용되는 추세라 볼 수 있다. 포토피니싱 뉴스에서는 사진업과 관련하여

전세계 국가들을 ‘사진 선진국’과 ‘사진 개발도상국’ 두 가지 범주로 분류하고 있다. 사진 선진국들은 빠르게 디지털화 되어가고 있는 반면 “떠오르는 시장”으로 인식되고 있는 사진 개발도상국들은 여전히 종래의 필름 카메라에 크게 의존하면서 필름과 일반 카메라 양쪽 분야 모두에서 높은 성장률을 보이고 있다. 우리는 지난 2년 동안 호주, 인도, 일본, 러시아, 한국 등의 여러 국가를 방문하면서 사진시장에 대한 조사를 행한 결과 사진 현상 산업에 대한 매우 국제적인 전망을 얻을 수 있었다.

불과 2년 전까지만 해도 우리는 사용하는 필름의 양 만으로도 세계 각 시장에서 제작될 사진 인화물의 양을 예측할 수 있었으나 이제는 그 산출과정이 훨씬 복잡해졌다. 디지털 카메라(DSC)로 찍은 이미지, PC 및 온라인을 통해 저장된 이미지, 그리고 심지어는 무선 카메라폰(WCP)의 이미지로부터 인화되는 인쇄물의 수가 지 고려해야 되기 때문이다.

**필름 판매량 2000년 35억 롤에서 2008년에는 29억 롤까지 감소 예상**

포토피니싱 뉴스지는 미국, 캐나다, 서유럽, 일본 이외 대부분 국가에서의 필름 사용량이 아직까지 증가 추세에 있음을 감안하더라도 전문, 비전문 분야를 합친 필름 판매량은 2000년 35억 롤에서 2008년에는 29억 롤까지 감소할 것으로 예상하고 있다. 또한 2004년에는 중국의 필름 소비량이 일본의 소비량을 능가할 수도 있을 것으로 보인다. 2002년에 중국에서 소비된 필름 양은 2억 5천만 롤로 추정되며, 사진촬영의 가장 큰 비중을 차지하는 관광산업이 사스(SARS)로 인해 큰 타격을 받았음에도 불구하고 2003년에도 8% 수준의 증가가 예상되고 있다. 일본에서 주로 소비되는 필름은 24매 롤인데 비해 중국에서는 36매 롤이 주요 소비품목이라는 점까지 감안한다면 2003년에는 소비자들의 총 촬영매수에서 중국이 일본을 앞지를 수도 있을 것으로 보인다. 인도의 경우 2003년의 필름 소비량은 1억 롤을 넘어설 것이며 향후에도 10% 수준의 꾸준한 증가율을 보일 것으로 전망된다. 또한 러시아의 연간 판매량은 1억 마르크 수준을 향해 꾸준한 증가 추세를 보이고 있다.

이번 2월에 발표된 공동연구인 '세계 사진현상 산업에 미치는 무선 카메라폰의 영향(The Impact of Wireless Cameraphones on the Worldwide Photo Imaging Industry)'에서 포토피니싱 뉴스지와 국제 무선 커뮤니케이션 컨설턴트 Gillott Research는 이러한 디지털 이미지 캡처 장치들이 일반시장으로 유입됨에 따라 제공되는 기회에 대해 검토하고 있다.

어떤 면에서 사진산업은 금/은 보석산업이 처한 난제와 비슷한 문제에 직면했다고 볼 수 있다. 이는 어떻게 하면 젊은 층의 흥미를 유발시켜 이들이 제품을 구입하도록 할 것인가 하는 문제이다. 디지털 카메라와 카메라폰이 젊은이들로 하여금 사진과 보다 가까워지도록 유도해 내기는 하였으나 이는 아직까지 장기간 지속될 추세라기 보다는 근본적으로 '일시적인' 흥미 차원에 머물고 있다고 봐야 할 것이다.

아직까지 우리는 전세계 아날로그 및 디지털 사진촬영 매수가 2000년 1150억 매에서 2008년 2150억 매로 증가할 것으로 예상하고 있다. 물론 이렇게 촬영된 모든 사진이 인화되지는 않을 것이다. 실제로 이러한 이미지 캡처장치들을 통해 만들어질 수 있는 인화 매수를 산출해 내기 위해 해결해야 할 과제 중 한 가지는 이러한 이미지들을 추적하는 일이다. 과연 얼마나 많은 이메일과 MMS 전송에 차후에 저장 및 인화될 이미지들이 첨부되어 있을 것인가?

필름판매의 감소와 함께 전문/비전문 분야를 통틀어 필름으로부터 인화되는 매수는 2000년의 1,350억 매에서 2008년에는 1,000억 매까지 감소할 것으로 보이며, 일반 소비자 및 기타 영역을 포함한 디지털 캡처 장치로부터 인화되는 매수는 2000년 30억 매에서 2008년 680억 매로 증가할 것임을 감안하여 볼 때 전체 인화 매수는 2000년 1,380억 매에서 2008년에는 1,680억 매로 증가할 것으로 예상할 수 있다.

전세계적으로 디지털 캡처장치로 촬영된 이미지를 출력하는 방법으로는 현재까지 가정에서의 일반 인쇄가 지배적이다. 이처럼 일반 가정에서의 출력은 앞으로도 계속해서 빠른 속도로 증가할 것이나 우리는 소비자들이 전문적인 인화의 장점을 인식하게 될 것이라는 점에 대해 매우 낙관적인 기대를 가지고 있다. 또한 국제적인 사진 현상업계에서 이처럼 대부분의 인화가 가정에서 이루어지는 것을 바라보고만 있지는 않을 것이며 전문 현상소를 통한 인화가 지나는 시간·가격·전문성 등의 장점을 적극적으로 홍보할 것임을 확신하고 있다.

따라서 우리는 2008년까지는 디지털 캡처 장치의 인화에서 가정에서의 일반출력이 차지하는 비율이 50% 이하로 떨어질 것으로 내다보고 있다. 이미지 소스와 관계없이 전세계적으로 생산되는 모든 사진인화를 고려할 경우 수 년 동안은 할로겐화은 출력이 주된 출력 방식으로서의 자리를 지킬 것이다. 2008년 할로겐화은 출력방식을 통한 인화물의 수량은 2000년의 경우보다 큰 폭으로 증가하여 전체 사진 인화물의 73%에 달하는 수준을 차지하게 될 것이다.

현재 인화작업에서 발생하는 이윤에 크게 의존하고 있는 사진 현상업의 미래에 대한 우리의 전망은 미국의 위대한 작가인 마크 트웨인의 다음과 같은 말로 요약될 수 있을 것이다. "나의 죽음에 대한 소문은 지나치게 과장된 것이었다."

**미, 디카 소유자의 약 90%정도가 출력, 이들 중 90%는 현재 집에서 출력**

뉴욕 NPD 그룹의 선임 회계 관리자 리즈 커팅(Liz Cutting)이 제공한 디지털 카메라 사용자 관련자료에 의하면 다소 가변적이기는 하나 일반적으로 디지털 카메라를 가지고 있는 사람들은 여성보다는 남성, 그리고 생활수준 및 연령이 평균수준 이상인 사람들이 많은 것으로 나타났다. 메모리 카드 판매는 12개월 연속 매출액 기준 65%의 증가를 보였으며 용지 판매는 47% 증가율을 기록했다. 2002년 여름까지 6+ 컬러프린터의 판매는 미미한 수준이었으나 2003년 초가을 무렵에는 전체 프린터 판매의 40%를 차지했다.

이러한 경향은 미국 가정에서의 일반적인 출력에 따른 결과로 볼 수 있다. 디지털 카메라 소유자의 약 90%정도가 촬영한 이미지를 출력하며 이들 중 90%는 현재 집에서 출력을 행한다. 이렇게 집에서 출력하는 것에 대해 불만을 지니는 사람은 극히 소수에 불과하며 또한 현상소에서 인화하는 사람들의 만족도도 이와 비슷하게 높은 수준을 유지하고 있다. 리즈커팅(Liz Cutting)의 설문조사에 응한 사람들은 현상소에서 인화한 사진의 품질이 약간 더 좋다는 반응을 보였다.

일반적으로 사진의 품질에 보다 민감한 사람들이 현상소에서 인화를 하는 것으로 나타났다. 이번 조사에 따르면 현재 현상소를 이용하지 않는 사람들의 현상소 혹은 온라인상 인화에 대한 관심도는 미미한 것으로 나타났다.

CeWe Color社의 이사회 의장 홀랜더(Hollander) 박사는 2003년 독일에서 사용되는 카메라의 13%가 디지털 카메라인 것으로 추정하고 있다. 유행을 주도하는 부류, 유행에 민감한 부류, 일반 대중, 유행에

뒤떨어진 부류, 유행에 무관심한 부류를 기준으로 볼 때 홀랜더박사에 따르면 디지털 카메라는 이제야 유행에 민감한 부류 이상에 해당하는 특수 대상에서 벗어나 일반 대중을 대상으로 하는 대중화 상품의 영역으로 자리잡아가고 있는 단계에 있다고 한다. 전체 인구의 90% 정도를 차지하는 이러한 일반 대중들은 PC, 기술사향, 카메라 기기 등에 관심이 있다기 보다는 단순히 자신의 가족, 아이들, 휴일 등을 담아낼 수 있는 사진을 찍기를 원할 뿐이다. 이들은 편리하고 저렴하며 좋은 화질의 사진을 인화할 수 있기를 원하며 이러한 인화 과정이 쉽고 간단했으면 하고 바란다.

홀랜더 박사는 인화작업이 가능한 시스템에 대한 설명과 함께 이들이 사용하여 CeWe에서 현재 생산되고 있는 인화물의 수와 성장률을 제시했다. 한 예로 CeWe는 2003년 상반기 9개월 동안 디지털 이미지로부터 거의 7천만 장의 인화물을 생산해냈으며 이는 2002년 한 해 동안의 생산량에 비해 400%의 증가에 해당한다. 반면 디지털 카메라의 판매 대수는 전년 대비 "겨우" 126%의 증가에 그쳤다. 이는 시장구조의 근본적인 변화를 가리키는 것으로 볼 수 있을 것이다.

Centric Consultant社의 이사 피터 샘웰(Pwter Samwell)은 디지털 카메라가 서서히 시장에서의 제품 원숙기로 접어들면서 제품 구입자들의 성향과 요구에 주된 변화들이 발생할 것이라고 한다. 그는 캐나다의 한 연구 결과를 인용하면서 판매된 디지털 카메라의 19%가 카메라를 처음 구입하는 사람들에게 판매되었음을 지적하였다.

소매상들은 낮은 마진과, 대당 가격의 지속적인 하락, 디지털 카메라의 짧은 판매 유효기간 등으로 인한 위협 요소에 대하여 해결책을 모색해야 한다. 이러한 문제에 대한 해결책으로 그는 자신의 카메라 옵션 모델을 제시한다. 그는 자동차 판매에서 추가 옵션을 활용하는 것과 같은 방식으로 카메라 부속장치들이 취급되어야 한다고 주장한다.

그는 디지털 카메라와 함께 판매될 수 있는 21가지의 부속장치들을 제시했다. 샘웰은 단지 4개의 기본 아이템(케이스, 배터리, AC 어댑터, 메모리 카드)만으로 구성된 키트를 판매함으로써 450유로의 디지털 카메라 한 대를 판매하는 경우에 해당하는 수익이 발생한다고 설명했다.

그는 또한 매장의 레이아웃과 디자인에 관해서도 언급했다. 카운터 뒤에서 있기를 해서는 안된다고 말하며 이상적인 매장에 대해 설명했다. 그는 소매상들이 그들의 매장을 보다 목적화된 장소로 바꾸어 나갈 수 있기를 바란다.

Future Image社 사장 알렉시스 저라드(Alexis Gerad)는 인간은 시각적으로 의사소통을 하고자 하는 근본적인 욕구를 지니고 있

다고 주장했다. 새로운 디지털 기술은 소비자가 고도의 전문적인 기술없이도 신속하고 광범위하게, 이전에는 전혀 불가능했던 방식으로 저렴한 의사소통을 할 수 있도록 해 준다.

저라드 사장은 “카메라폰의 엄청난 성공은 이 제품이 인간의 시각적 의사소통에 대한 욕구를 정확하게 충족시켜 주는 첫 제품이기 때문이다. 이는 대중 통신장치와 이미지 캡처장치의 결합으로서 지금까지의 그 어떤 제품보다도 가장 강력한 이미지들의 범람을 불러올 것이다.”

그에 따르면 2005년에는 디지털 카메라가 40억 가량의 이미지를 생산해 내는데 비해 카메라폰은 이의 10배에 해당하는 이미지들

을 만들어 내게 될 것이라고 한다. 전문적인 분야에서의 이러한 수요를 설명하기 위해 그는 이베이(E-bay)를 예로 들었다. “이베이는 연간 3억 5천만 건의 경매를 수행하며 이러한 각각의 경매는 평균 3.5개의 이미지를 필요로 한다. 즉 이베이에서 만들어 지게 되는 이미지만도 12억개에 달하게 되는 것이다. 장기적으로 볼 때 수백억 수천억의 이미지들이 만들어질 것이다.”

표 1. 세계 인화장치 출하량

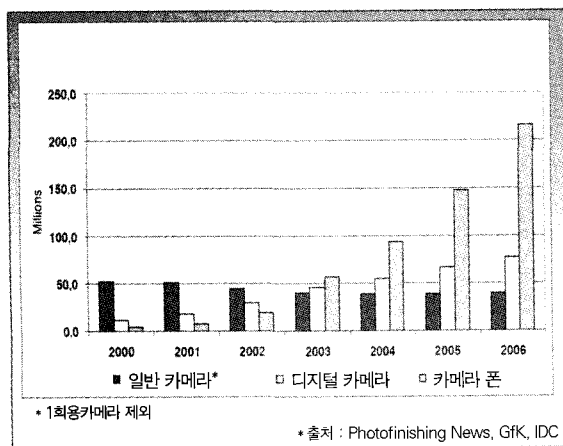


표 2. 세계 사진촬영 매수

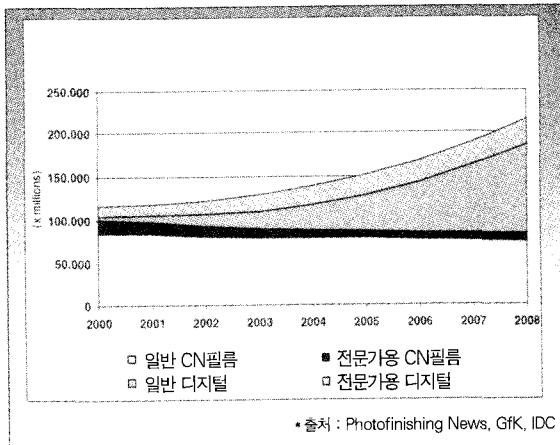


표 3. 유형별 세계 총 사진 인화량

