

일본의 디지털 사진과 시장의 변화

기라리(Kilali)스튜디오의 성공전략

한국의 드라마 "겨울戀歌" 한편으로 일본이 떠들썩하다. 그러나 이 드라마 주인공 배용준(윤사마) 열풍은 2년 전부터 시작됐지만, 우리의 '韓流' 사진은 겨울 연가보다도 더 먼저인 수년전부터 유행을 하기 시작해서 일본의 많은 사진가들이 우리나라를 찾고 있다. 변화하는 한국의 사진과 인터넷이나 디지털 사진, 세계속에 한국을 꽃피우는 훌륭한 사진들을 보기 위해 한국으로 모여들고 있고 한국의 사진은 이렇듯 일본에 있어 관심거리이다. 금년에도 코엑스에서 열리는 'Photo&Digital Imaging 2005' 에 많은 일본의 사진인들이 방문할 예정이다. 한·일 사진 교류의 장이 되는 것도 중요하지만 우리의 사진이 세계의 중심이 될 수 있도록 세계의 사진을 우리가 주도해 갈 수 있도록 사진의 '韓流' 를 만들자.

편집자 주



김 광 호

롯데스튜디오 대표
대한프로사진가협회 국제위원장
한국 PGC 회장

일본의 영업 사진관은 2~3대까지 가업을 잇는 전통적인 스튜디오가 주류를 이루고 있으며, 평균 50~60년의 역사를 가지고 있다. 또한 디지털 작업보다는 아날로그 작업을 하는 사진관이 대부분이다. 한국보다 보수적인 사진관이 많은 게 아이러니할 정도이다. 그러나 역사와 전통을 자랑하는 일본의 전통적인 스튜디오 중에서도 변화에 발빠르게 대처하고 디지털로 앞서가는 스튜디오도 있기 마련이다. 따라서 본 고에서는 그러한 스튜디오의 성공 전략과 최근 변화하는 일본의 사진 시장을 소개하고자 한다.

동경 이케부크로역에서 지하철로 약 40분 거리에 있는 사이타마 현 가와 고에(川越)시의 기라리(Kilali) 스튜디오는 1935년 10월 1일에 창립되어 70년 된 스튜디오로서 2대인 아버지와 3대인 아들이 같이 근무하는 일본 전통의 영업 사진관이다.

현재 사장인 시모다 가즈오시(霜田一良)씨는 아버지로부터 가업을 잇기 위해 경영 수업의 일환으로 1972년 미국에서 2년간 사진학을 수학했고, 장남도 미국 브룩스 대학에 유학을 시켜서 현재는 그 아들과 함께 새로운 사진을 연구하고 발전을 거듭하고 있는 성공한 스튜디오의 대표적인 예이다.

기라리(Kilali) 스튜디오는 시설에 있어서도 영화 촬영소와 같은 야외 촬영 세트를 만드는 등 타 스튜디오와는 확연히 차별화가 된다. 기라리(Kilali) 스튜디오의 시모다 가즈오시(霜田一良) 사장은 기발한 아이디어를 바탕으로 다양한 사진앨범, 촬영 세트를 개발하기도 하고 독특한 촬영 기법과 영업력으로도 정평이 나있다. 기라리(Kilali) 스튜디오가 남다른 점은 타 스튜디오에 비해 끊임없는 개발노력의 결과라 할 수 있다. 그 중에서도 가즈오시 사장이 가장 관심을 갖고 있는 분야는 촬영 소품이다. 시중에서 판매되는 소품은 거의 사용하지 않고, 자신이 직접 만든 특이한 아이템들을 사용하고 있으며 'Best one' 보다는 항상 'Only one' 정신과 독창적인 방법으로 스튜디오를 운영하기로 유명하다. 특히 2년 전부터 디지털 스튜디오로 완전 전환하여 지금은 촬영에서 출력까지 모든 과정을 자체에서 해결하고 있다.

■ 2년전 디지털 스튜디오로 전환, 촬영에서 출력까지 'One stop'

기라리 스튜디오는 2년 전부터 미국에서 유학하고 돌아온 아들의 도움으로 디지털 스튜디오로 전환을 시도, 35mm 디지털 카메라와 120 디지털 팩에서 출력 시스템을 도입하는 등 과감한 투자를 통해 자체적으로 모든 사진을 만들어내고 있으며, 품질이나 납기 공정에서 탁월한 시스템 체제를 구축하였다.

2대가 함께 운영하는 기라리 스튜디오는 부자기간이 담당하는 분야도 확연히 다르다. 아버지는 아날로그에 관한 문제와 대외적 영업, 경영, 관리를 맡고 있으며, 아들은 디지털 사진 분야를 담당하고 있다.

한편, 기라리 스튜디오에서 디지털시스템을 도입하기까지는 여러 해에 걸쳐 시스템 점검과 검토, 그리고 완전한 포토샵 등을 마스터하는 충분한 준비과정을 가졌다. 따라서 시행착오 없이 디지털 시스템이 원활히 가동되고 있는

것으로 알려졌다. 기라리 스튜디오와 마찬가지로 일본인들은 한번 결정하면 시스템을 기계와 환경에 적응시키는 신중함을 보이고 있다. 'Only One'을 중요시하는 마케팅 전략으로 일본 사진을 대대로 이어가고 불황에도 끄떡하지 않고 나가는 불굴의 장인 정신 속에 기라리 스튜디오의 장래는 매우 희망적이다. 이는 사진을 하는 우리로서도 본받을 점이 아닌가 싶다.

■ 기술은 기본! 고객의 눈높이에 맞는 마케팅

일본도 불경기이기는 마찬가지이다. 특히 디지털화 이후 사진 영업이 매우 부진하다. 그래서 기라리 스튜디오가 가장 신경쓰는 것은 바로 사진기술. 특히 다른 사진관에서 흉내낼 수도 없는 사진을 만들고, 타 사진관에 없는 세트나 소품이 있기로 유명하다.

그러나 지금은 사진 마케팅에 주력을 한다. "살아남기 위한 작전"에서 벗어나 적극적인 자세로 공격적 영업으로 전단지, DM도 하지만 젊은 세대를 겨냥한 인터넷 영업을 강화하고 있다.

■ 급격히 디지털화 하는 일본 사진

일본에 대해서는 여러 가지 얘기를 들었을 줄로 알지만, 일본은 다데마에(겉마음)와 혼네(속마음)가 다르다. 그리고 너무나 신중하고 보수적이다. 그래서 남한테 자기의 속내를 잘 드러내지 않기 때문에 일본을 이해 못할 때가 많다. 디지털 카메라를 만드는 세계적인 나라가 정작 자국의 디지털 화는 더디게 나간다는 게 아이러니하지 않은가. 그 이유는 디지털 화에 따른 일본인의 신중한 태도의 혼넨 것 같다. 지금까지 누가 디지털화를 시도해서 성공을 하는지 실패를 하는지를 지켜보고 관망했던 것 같다.

그러나 이제는 검증이 되어서 상황이 다르다. 테스트 사용도 해봤고, 편리성, 신속성, 합리성 등을 깨달았기에 이제는 급격히 디지털화를 추진하고 있다. 2년 전과 작년이 다르고 작년과 올해는 급격히 달라지고 있는게 사실이다. 바야흐로 일본은 디지털화가 본격적으로 시작되고 붐이 조성되었다고 본다. 조금 늦게 시작했을 뿐이지 대형화, 고급화로 급격히 변화하고 있다.

국내 사진산업의 현황 및 전망

■ ■ 무서운 신세대 프로 사진가

일본의 디지털 사진은 더디게 진행되는 것이 사실이다. 그러나 디지털의 기초 이론이나 실기 등에 있어 평균 연령은 우리보다도 훨씬 높다. 특히 오십 대 이후의 사진가들은 우리들 보다 디지털의 수준이 현저히 높다.

일본은 디지털 교육열이 매우 높다. 정기·비 정기적인 각종 세미나가 수없이 많고 좋은 교육 프로그램이나 전시회가 많은 편이다. 또한 외국의 유명 강사를 초빙하여 대형 강좌를 많이 연다. 그래서 일본의 사진 미래는 우리보다 기초가 튼튼하고 저변 확대가 잘되어서 전망이 매우 밝다고 본다. 우리로써는 정말 부러울 따름이다.

■ ■ 세계화·대형화 추세 속에 세계적 사진 전시회로 거듭난 'PIE 2005'

세계적으로 사진 전시회가 대형화되고 있는 추세이다. 독일의 PHOTOKINA, 미국의 PMA와 PPA 등 세계적인 전시회가 대표적이고, 중국 상해 전시회 또한 세계적인 추세에 맞추어 독일과 손을 잡고 대형 전시회를 지향해 나가고 있지 않는가.

세계의 카메라, 디지털 사진 산업을 선도하는 일본에서는 “이대로는 안 되겠다”고 판단하여 금년 3월

부터 'Photo Imaging Expo 2005'를 빅 사이트에서 개최하였다. 즉 일본의 모든 사진 전시회를 통합하여 개최하였고, 여기에는 세계적인 전시회로 발돋움하겠다는 야심이 차있다. 프로 사진 관련은 오히려 시기가 안 맞아 어려움이 있지만, 그래도 일본의 사진 관련 단체가 단합하여 대형 전시회를 개최했다는 데 큰 의미가 있었다고 생각한다. 내년에는 금년도 문제점을 보완하여 더욱 큰 전시회를 열 계획이라고 한다.

■ ■ 사진에도 “韓流” 열풍

한국의 드라마 “겨울戀歌” 한편으로 일본이 떠들썩하다. 그러나 이 드라마 주인공 배용준(은사마) 열풍은 2년 전부터 시작 했지만, 우리의 ‘韓流’ 사진은 겨울 연가보다도 더 먼저인 수년전부터 유행하기 시작해서 일본의 많은 사진가들이 우리나라를 찾고 있다. 변화하는 한국의 사진과 인터넷이나 디지털 사진, 세계속에 한국을 꽃피우는 훌륭한 사진들을 보기 위해 한국으로 모여들고 있고 한국의 사진은 이렇듯 일본에 있어 관심거리이다. 금년에도 코엑스에서 열리는 'Photo&Digital Imaging 2005'에 많은 일본의 사진인들이 방문할 예정이다. 한·일 사진 교류의 장이 되는 것도 중요하지만, 우리의 사진이 세계의 중심이 될 수 있도록, 세계의 사진을 우리가 주도해 갈 수 있도록 사진의 ‘韓流’를 만들자.