필름업계 시장 동향

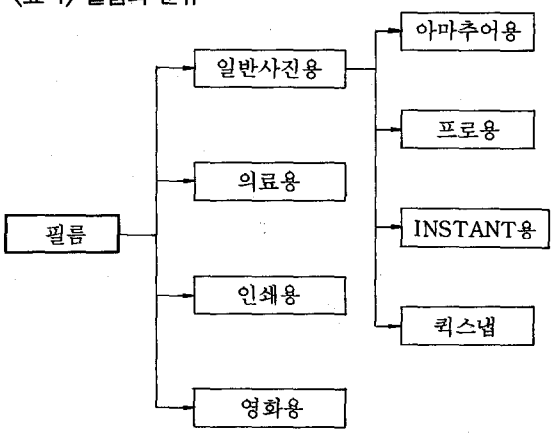
자료제공 : 한국후지필름(주)

1. 사진감재산업의 현황

일상용품중 광학산업과 가장 밀접한 연관을 맺고 있는 것이 사진감광재료인 필름과 인화지라고 할 수 있다. 필름은 초정밀화학공업에 속하는 고도의 화학기술과 첨단의 광학기술을 바탕으로 한 첨단산업 제품이다. 특히 필름은 "Know-How의 結晶"으로 불리울만큼 그 제조 기술이 선진 몇개국의 몇몇 업체에 의해 독점되고 있어 사진공업이 일천한 국내의 경우는 완제품 수입단계를 벗어나지 못하고 있는 실정이다.

국내에서는 FUJI필름만이 유일하게 가공공장을 보유, 필름 및 인화지의 가공생산과 현상처리용 약품을 제조하고 있는 상태로써 필름은 반제품을 수입 가공생산 하고 있다. 필름은 그 용도에 따라 〈표1〉과 같이 분류할 수 있다.

〈표 1〉 필름의 분류



이와같은 필름중 시장규모가 가장 크고 일상생활에 밀접한 아마추어용 칼라필름을 중심으로 시장을 전망해 본다.

2. 국내사진시장의 성장배경

가. 70년대

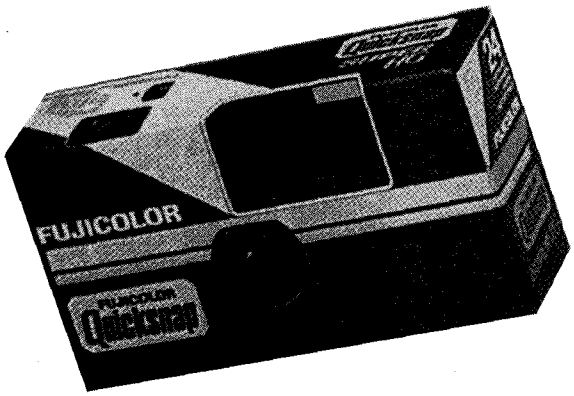
국내에 칼라필름이 도입되기 시작한 것은 60년대 후반으로 거슬러 올라간다. 60년대 후반부터 칼라필름이 도입되기 시작하였으나, 70년대 중반 FUJI필름이 국내 처음으로 가공공장을 설치 가동함으로써 본격적인 칼라필름시대에 진입했다. 70년대는 고도의 경제성장과 함께 필름시장도 급격히 성장하여 Market Share는 년간 40~50%의 고도 성장을 이룩했다. 이 기간중 각 Brand간의 치열한 시장확보전이 전개되었다.

〈표2〉 Brand별 국내도입 현황

업 체	Brand	도 입 선	비 고
한국후지필름판매	FUJI	富士사진필름(일)	
한국 후지 필름	FUJI	〃	국내가공생산
한국 코닥	KODAK	이스트만 코닥(미)	
우성 필름	KONICA	小西六사진공업(일)	
현대 교역	현 대	〃 (일)	OEM 수입
제일 합섬	AGFA	AGFA GEVART(독)	

나. 80년대

80년대는 경제의 안정성장에 따라 70년대의



필름에 셔터와 렌즈를 부착하여 카메라없이 사진을 찍을 수 있는 퀵스냅.

80년대는 경제의 안정성장에 따라 70년대의 고도성장세가 다소 둔화되기 시작하여 연평균 20%내외의 안정세가 유지되었다. 그러나 각 Brand간의 시장 쟁탈전이 더욱 심화되고 선진국의 세계적 Maker가 속속 한국 시장에 상륙하여 국내시장은 필름 Maker의 대리 전장화 구조로 재편되었다.

고도성장세가 다소 둔화되기 시작하여 연평균 20%내외의 안정세가 유지되었다. 그러나 각 Brand간의 시장 쟁탈전이 더욱 심화되고 선진국의 세계적 Maker가 속속 한국시장에 상륙하여 국내시장은 필름 Maker의 대리전장화 구조로 재편되었다. 이시기에 '86아시아 게임및 '88 올림픽의 특수를 겨냥한 KODAK의 집요한 M/S 공략이 두드러졌다.

86년부터 세계적 환율구조 변동에 따른 이상현상이 발생하여 환율의 변동에 따라 對日, 對美 지역으로의 역수출 현상이 일어나기 시작했다. 이로 인해 80년대 후반기의 국내시장규모는 8~10%의 안정성장으로 추정되었으나 각 Brand의 판매량은 국내시장의 확대규모보다 더욱 큰 폭으로 증가되는 왜곡현상이 발생했다.

3. 필름의 특성및 유통구조

가. 유통구조

필름의 유통구조는 대리점 체제와 직영 체제로 크게 대별되고 있으며 대체적으로 대리점 조직을 통한 판매에 주로 의존하고 있으나, FUJI와 현대는 직판조직이 상당히 활성화 되어 있다. 대리점 조직은 필름 도매점과 현상소를 통한 판매로 구별되고 있으며, 필름 도매점의 경우는 Maker와의 수직 계열화가 아닌 전 Brand 또는 복수거래로 구색취급함으로써 타 품목과는 상이한 현상을 보이고 있다. 따라서 각 Maker의 M/S는 필름도매점에서의 취급비율에 의해 좌우되므로 대리점체제 강화를 위한 치열한 공방이 계속 벌어지고 있다. 소매점의 경우는 전국 2만여개소 이상에 달하여 전업이 불가한 상태로써 주품목이 아닌 부품목으로 취급되고 있으며 필름 전용판매시설은 전무하고 전문적 지식이 부족한 실정이다.

나. 품질보장상의 특성

필름은 속성상 그자체로 품질을 파악할 수 있는 상품이 아니며 촬영→현상→인화의 단계를 거쳐 최종적인 품질이 결정되는 특수한 체계를 가진 상품으로서 각단계(촬영자, 현상소)에서의 취급상태에 따라 품질이 좌우되는 독특한 특성을 갖고 있다. 이에 따라 품질불량 발생

시 그 원인의 규명이 모호한 경우가 많아 각 Brand는 필름출하시 완벽한 사전품질보장 체제를 갖추고 있다. 그러나 일반 소비자들의 경우는 각단계에서의 불량발생 소지를 무시한채 "필름이 나쁘다"는 단순논리를 펴는 경우가 많아 각 Brand는 Before Service의 차원에서 소비자에게는 촬영기법 및 요령을 홍보하고 각 현상소에 대하여는 Q/C를 활발히 전개하고 있다.

4. 향후 전망

가. 장기 전망

선진국의 문턱에 다가선 한국경제의 발전과 함께 필름시장도 당분간은 지속적인 신장세가 이어질 것으로 예견되나 70년대 후반에서 80년대 중반까지 나타냈던 급속성장의 재현은 어려울 것으로 보인다. 현재 국민 1인당 필름 사용량은 연간 약1.3통으로 추정되나, 우리나라와 유사한 소비성향을 보이고 있는 일본의 경우는 1인당 필름사용량이 연간 약2.7통으로 나타나고 있어 우리나라에 비하여 2배에 달하고 있다. 미국의 경우는 1인당 필름사용량이 연간 약2.2통으로 나타내고 있어 우리나라의 약 1.7배에 달하고 있다. 이와같은 각국의 필름사용량에 의한 성장잠재력은 그리 크지않으며 최근 급격히 확산되고 있는 영상산업의 Video화에 따른 Video사진의 실용화에 의한 대체수요 등을 감안할때 필름시장은 안정성장후 성숙기에 진입할 것으로 전망할 수 있다.

〈표3〉 국별 국민 1인당 필름 사용량

구 분	한 국	일 본	미 국
연간 1인당 필름사용량	1.3통	2.7통	2.2통

안정성장이 예상되는 필름시장은 이제 질적인 도약을 위한 변화를 시도하여야 하는 바, 이를 위하여 사진감재 산업의 국산화를 위한 업계의 자체개발 노력과 함께 정부의 적극적인 지원정책이 병행되어야 한다. 유통측면에 있어서는 필름판매 전문점의 육성에 의한 질적인 개선이 필요하다. 이를 위하여 냉장시설등 완벽한 보관장비를 갖추고 전문지식으로 풍부한 정보를 제공할 수 있는 필름 전문 양판점의 육성이 시급한 실정이다.

나. 단기 전망

① 가격구조의 재편

필름가격은 꾸준한 물가상승에도 불구하고 과거 5년간 보합 또는 역현상으로 Maker는 물론 도매점들의 수익성 저하로 인한 시장질서의 혼란이 있었으나 근래에 이르러 제값받기에 대한 자각으로 덤핑 등 부정적 요인이 자제되는 기미가 있어 전반적인 가격안정에 의한 가격구조의 재편이 예견된다.

② 품목의 다양화

최근 Compact형 카메라의 보급확대와 함께 사진인구의 질적향상으로 인해 품목별 수요는 ISO 100, 135/24의 일변도에서 벗어나 고감도화 및 대량촬영용으로의 다양화가 급속하게 진행될 것으로 예상된다.

內型필름으로 外型필름을 능가하는 超高畵質을 실현, 필름부분까지 영역을 확대하여 "EUROPEAN AWARD"의 수상필름으로 선정되었다.

◎ 대량촬영용으로 이동 : 24장→36장

◎ 고감도용으로 이동 : ISO 100→ISO 200/400

프로용 필름의 경우는 90년에 FUJI가 개발한 Velvia의 발매를 계기로 내형필름으로 외형필름을 능가하는 초고화질시대가 개막되어 외형필름의 수요는 지속적으로 감소될 것으로 전망된다.

③ 신품목의 도입

FUJI에 의해 세계 최초로 개발되어 일본시장에서 호평을 받고 있는 퀵스냅은 국내에도 한국후지필름판매에 의해 약2년전에 도입되어 시장을 넓혀가고 있다. 퀵스냅 시장에는 KODAK, KONICA 등 각 Brand가 속속 진출함으로써 사진시장 규모의 확대라는 긍정적인 효과를 불러 일으키고 있다. 이에 따라 퀵스냅 시리즈의 신상품 도입이 활발히 이루어지고 있어 90년 25만개에 달하던 시장규모는 60%상당의 성장이 전망되어 91년의 시장규모는 약 40여만개에 달할 것으로 예상된다.

이상과 같은 단기전망에도 불구하고 필름시장은 최근 중동에서 발발된 걸프전쟁의 장기화 여부에 따라 시장증가폭은 매우 유동적이나 대체적으로 우리나라의 경제성장률과 유사한 수준인 8%내외의 성장을 보일 것으로 예상된다.

5. 결 론

안정성장이 예상되는 필름시장은 이제 질적인 도약을 위한 변화를 시도하여야 하는 바, 이를 위하여 사진감재산업의 국산화를 위한 업계의 자체개발 노력과 함께 정부의 적극적인 지원정책이 병행되어야 한다. 유통측면에 있어서는 필름판매 전문점의 육성에 의한 질적인 개선이 필요하다. 이를 위하여 냉장시설 등 완벽한 보관장비를 갖추고 전문지식으로 풍부한 정보를 제공할 수 있는 필름 전문 양판점의 육성이 시급한 실정이다.