

## 국내 일회용카메라 취급업체들의 최근 현황과 마케팅전략



취재 / 연정희 기자

최근 국내외적으로 일회용카메라 수요가 급격히 신장됨에 따라 필름메이커들의 일회용카메라 판매전이 뜨겁게 달아오르고 있다.

휴대가 간편하고, 사용하기가 편리하다는 이유 외에도 여행시 카메라를 '깜박' 잊고 왔을때, 또는 장거리여행시 분실 및 파손 등의 위험으로 카메라를 들고 가기가 꺼려질경우, 이때 일회용카메라의 효용가치는 극대화되며 아울러 그 존재 가치를 인정받게 된다.

하지만 일회용카메라는 아직 가격적인 면에서 6천원~1만2천원 선의 비교적 고가에 공급되고 있어 소비자들에게 어필하는데는 다소 어려움이 뒤따르고 있는 실정이다.

이와함께 또한 최근 사회적 분위기가 자원 및 환경보존 차원에서 '일회용품 사용을 자제하자'는 쪽으로 흐르고 있어, 향후 일회용카메라 시장이 계속 큰 폭으로 신장하는 데에는 다소 한계가 있을 것으로 관련 메이커들은 내다보고 있다.

이에 본란에서는 지난 '89년 상반기부터 국내에서 본격 시판, 매년 20~30%의 신장세를 보이고 있는 일회용카메라의 국내시장규모 및 관련업체들의 최근 현황을 살펴보았다. -편집자 주-

## 일회용 카메라의 일반 현황 및 국내 시장규모

일회용카메라는 여행시 카메라를 깜박 잊고 왔다거나 또는 바다나 호수가 등에서 크고 무거워 손상을 입기 쉬운 일반카메라의 대체품으로 최근 소비자들로부터 큰 애호를 받고 있다.

이와같이 일본, 미국을 비롯한 세계 각국에서 폭발적 인기를 누리고 있는 일회용카메라는 세계적 필름메이커인 일본 후지필름이 필름수요 정체현상을 보이고 있던 일본시장에서 시장규모 확대를 위한 일환으로 지난 '86년 7월에 세계 최초로 개발한 것으로 알려졌다.

초기 16mm필름을 사용한 일회용카메라를 선보인 일본 후지필름에서는 '87년 7월, 다시 35mm필름이 내장된 제품을 개발했으며, 그해 12월에는 플래시가 내장된 제품을 계속해서 선보여 폭발적인 인기를 누리고 있는 것으로 전해지고 있다.

아울러 일본 후지필름의 경쟁사인 미국 코닥필름과 일본 코니카도 일회용카메라 시장에 참여, 현재 일본후지필름과 치열한 판매경쟁을 벌이고 있다.

이상의 필름업체 외에도 일본 미쓰비시제지, 마쓰시다전기 등 타업종의 업체들



## 한국후지필름(주)에 이어 한국코닥(주), (주)우성필름 및 제일합섬(주)가 일회용 카메라 판매경쟁에 나서



도 일회용카메라 시장에 참여, 최근 일본내 일회용카메라 판매전은 뜨겁게 달아오르고 있는 것으로 알려졌다.

한편 국내에서 일회용카메라가 처음 알려지기 시작할 때는 지난 88올림픽 개최시 한국코닥(주)에서 외국인 관광객을 겨냥, 시험적 판매를 하면서 부터이다. 그후, 한국후지필름(주)가 '89년 5월부터 일본후지필름으로부터 일회용카메라를 수입, 판매하면서 일회용카메라의 국내시장이 본격화 되었다.

한국후지필름(주)가 국내 일회용카메라 시장을 집중 공략하고 나서자 한국코닥(주)와 (주)우성필름에서도 '89년 8월과 11월에 각각 일회용카메라 판매경쟁에 나섰다.

아울러 지난해 10월에는 제일합섬(주)가 2년 여의 연구 끝에 국내 고유브랜드를 단 'SAMSUNG ONE TOUCH CAMERA'를 새로이 개발, 시장참여를 선언

함으로써 현재 국내 일회용카메라 시장은 4파전의 양상을 보이고 있다.

한편, 관련업체에 따르면 지난 '89년 상반기부터 국내 첫 시판된 일회용카메라는 '90년 30만대, '91년에 50만대가 팔리는 등 시장규모가 매년 20~30% 정도의 꾸준한 신장세를 보이고 있어, 올해의 경우 1백30만대(1백억원 규모)의 수요가 있을 것으로 전망하고 있다.

한편 관련업체에서는 '장기적인 측면에서 일회용카메라의 수요가 필름처럼 기하급수적 신장은 불가능할 것'으로 예상하고 있는데, 그 이유는 '최근 사회적으로 일회용품 사용을 자제하고 있고 또한 아직 일회용카메라의 소비자가격이 비교적 고가로 공급되고 있기 때문인 것'으로 밝혔다.

현재, 내수시장에서 판매되고 있는 일회용카메라 소비자가격은 그 종류에 따라 최저 6천원에서 최고 1만2천원 선이다. 맑은 날 또는 구름이 약간 낀날, 야외촬영이 가능한 일회용카메라는 6천원~7천원선에, 그리고 플래시가 내장되어 있어 실내에서나 야간촬영이 가능한 제품과 수중촬영이 가능한 일회용카메라 가격은 보통 1만원~1만2천원 선이다.

일회용카메라가 필름가에

비해 보통 3~6배 가량 비쌌는데도 불가하고 특히 청소년층과 노약자들 사이에서 인기를 독차지 하고 있는 이유에 대해 업계관계자들은 '작동방법이 간단하고 휴대가 간편하며, 또한 분실의 위험이 적기때문'이라고 밝힌다.

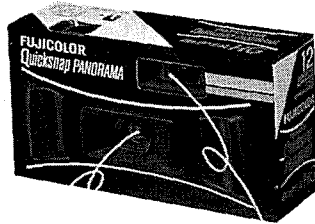
이와같이 일회용카메라의 인기가 상승함에 따라 그 제조업체들은 수요층 확대를 위해 다양한 기능을 갖춘 신제품들을 속속 개발하고 있으며, 아울러 최근에는 환경보호단체들의 쓰고버리는 일회용품들에 대한 비판제거로 부품의 재활용이 가능한 일회용카메라 제조방법을 모색하고 있는 것으로 전해지고 있다.

### 국내 일회용카메라 취급업체들의 최근 현황과 마케팅전략

#### 〈한국후지필름(주)〉

지난 '89년 4월, 국내 최초로 일회용카메라 퀵스냅을 수입, 발매한 한국후지필름에서는 현재 퀵스냅 외에도 퀵스냅플러스, 퀵스냅파노라마, 퀵스냅마린을 국내시장에 공급하고 있다.

퀵스냅은 맑은 날 또는 약간 구름낀 날 야외촬영시 이용 가능하며, 퀵스냅플러스는 플래시 및 건전지가 내장



후지필름의 퀵스냅

되어 있어 실내에서나 야간에도 촬영이 가능한 일회용 카메라이다.

또한 퀵스냅파노라마는 보통사진보다 두배나 큰 3.5×10인치로 단체사진이나 긴다리, 고층빌딩 촬영시 이용 가능하며, 퀵스냅마린은 맑은 날 수심 3m의 수중에서도 촬영이 가능한 수중용 일회용카메라이다.

한국후지필름은 '경쟁사 우위전략의 하나로 관광지, 유원지 그리고 전국 소매점까지를 직판관리하고 있으며, 매년 20% 정도의 판매신장을 보여 올해는 40만대를 판매할 계획인 것'으로 이 회사의 한 관계자는 밝혔다.

아울러 현재, 한국후지필름의 일회용카메라 전체 매출액 구성비를 보면 퀵스냅이 60~70%를 그리고 퀵스냅플러스가 20%를 점하고 있는데, 퀵스냅파노라마는 국내 20개 파노라마사진 전문현상소에서만 현상, 인화

가 가능하기에 판매신장면에서 한계를 보이고 있는 것으로 알려졌다.

한편 '최근 환경문제와 관련, 국내외적으로 일회용품 사용에 대한 사회적 비판이 제기됨에 따라 한국후지필름에서는 적극적 판촉활동보다는 수요발생에 대응하고 있는 실정이다'고 이회사의 한 관계자는 밝혔다.

#### 〈한국코닥(주)〉

한국후지필름에 이어 지난 '89년 8월부터 미국 코닥필름으로부터 일회용카메라를 수입, 국내 판매를 하고 있는 한국코닥에서는 현재 내수시장에 코닥필름, 코닥스트래치, 코닥위크엔드 일회용카메라를 공급하고 있다. 코닥스트래치는 단체사진 등에 적합한 파노라마카메라이며, 코닥위크엔드는 해안이나 강변은 물론 스키장에서도 촬영 가능한 완전방수의 전천후 카메라인 것으로 알려졌다.

이밖에도 한국코닥에서는 85mm 망원렌즈가 내장되어 먼 거리의 피사체를 선명하고 간편하게 촬영할 수 있는 일회용 텔레포토카메라(Kodak Fun saver Telefoto 35)를 7월부터 시판할 계획인 것으로 이회사의 한 관계자는 밝혔다.

한편 지난해 11만대에 이



코닥의 일회용 카메라

어 올해 30만대의 일회용카메라 판매계획을 갖고 있는 한국코닥에서는 올해의 마케팅전략으로 우선 경쟁사와 동일한 가격유지정책을 시도할 방침인 것으로 알려졌다.

아울러 한국코닥에서는 수도권 신주거지역 및 관광지 등에서의 일회용카메라 판매확대를 위해 '92년 소비자 구매태도 및 지역별 구매성향 조사'를 계획하고 있는 것으로 알려졌다.

**《(주)우성필름》**

일본 코니카로부터 일회용카메라, '필름인'을 수입, 지난 '89년 11월부터 국내 판매를 시작한 우성필름의 경우, 올해 일회용카메라 판매계획을 전년 대비 60% 신장된 22만대로 잡고 있는 것으

“  
**제일합섬(주)는 독자적인 디자인과 설계기술로 2년여의 연구끝에 국내 고유 브랜드의 일회용 카메라 자체 개발**  
 ”

로 알려졌다.

아울러 우성필름의 한 관계자에 따르면 국내 일회용카메라 시장의 경우, 당분간 20~30% 수요신장이 있을 것으로 기대되고 있다. 그러나 우성필름에서는 '일회용카메라의 마진폭이 적고 또한 필름에 비해 취급상 어려움이 큰 관계로 현재 영업에는 큰 비중을 두지 않고 있다'고 이 회사의 한 관계자는 밝혔다.

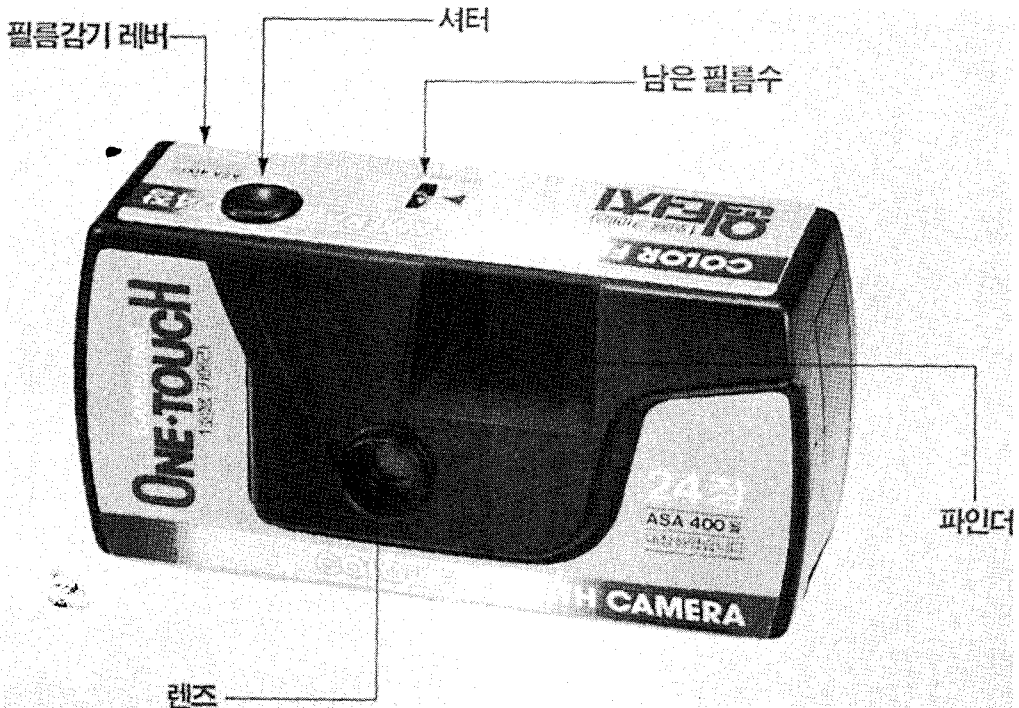
**《제일합섬(주)》**

한국후지필름, 한국코닥 및 우성필름과는 달리 제일합섬은 국내 고유브랜드의 일회용카메라를 자체 개발, 지난해 10월부터 본격 국내 시판에 들어갔다.

독자적인 디자인과 설계기술에 의해 2년 여의 연구 끝에 국산화에 성공한 제일합섬의 일회용카메라 브랜드네임은 삼성 원 터치(SAMSUNG ONE-TOUCH)로, 여기에는 아그파XRG 400 필름이 내장되어 있다.

후발로 국내 일회용카메라 시장에 참여한 제일합섬에서는 지난해 일회용카메라 2만개를 판매한데 이어, 올해는 30만개 판매목표를 계획하고 있는 것으로 알려졌다.

한편, 플래시가 내장된 일



제일합섬(주) 삼성원터치 일회용카메라

회용카메라를 조만간 새로이 시판할 계획인 제일합섬에서는 현재, 해외시장 개척도 적극 추진중인 것으로 전해지고 있다.

아울러 OEM방식으로 삼성항공을 통해 미국시장 진출을 겨냥하고 있는 제일합섬에서는 동남아 시장진출을 위한 시장조사도 이미 완료한 것으로 알려졌다.

**(기타)**

삼성항공산업(주), (주)금성사 및 현대전자산업(주)등 국내 일반카메라 제조업체들도 지난 '90년 하반기부터 찾아든 경기침체로 판매부진

“  
**국내 일회용  
 카메라시장이 덜  
 성숙한 상태이고  
 또한 수출전략  
 에도 맞지않는  
 상품이라 판단,  
 일반 카메라  
 메이커들은  
 일회용 카메라  
 시장참여에 대해  
 유보적인 입장.**”

현상에 직면, 대체로 일회용 카메라 시장참여를 검토한 것으로 전해지고 있다.

하지만 일회용카메라 시장

참여를 위해선 자체적으로 필름 생산기술을 보유하고 있거나 또는 안정적인 필름 확보가 보장되어야 하기때문에 대체로 일반카메라 메이커들은 현재 일회용 카메라 시장 참여에 대해 유보적 태도를 보이고 있는 것으로 나타났다.

아울러 일반 카메라메이커들은 국내 일회용카메라 시장이 아직 덜 성숙된 상태이고 또한 일회용카메라가 수출전략에도 맞지않는 상품이라 판단하고 있기에, 당분간은 필름메이커들간의 치열한 각축전이 지속될 것으로 예상된다.