

# 일본 카메라공업의 위기극복을 위한 지혜

-1950~1980년대를 중심으로-

본 자료는 일본사진기공업회 30년 발자취를 담은 「일본카메라공업사」 내용의 일부를 발췌한 것이니 관심있는 분들의 많은 참고와 업무에의 활용을 바랍니다.

아울러 다음호에는 '기술혁신에 의한 일본카메라기술 발전과 모방으로부터의 탈피'가 게재됩니다-편집자 주-

일본이 현재 구가하고 있는 세계 최고의 광학제품기술의 저변에는 그들이 위기에 처했을때 어떻게 대처하여 왔는가를 알면 쉽게 이해할 수 있을 것이다.

일본카메라 공업의 예를 들어 그들의 위기관리 능력과 세계시장의 지배를 위한 노력에 대하여 기술하여 보고자 한다.

## 1. 카메라 생산 재개

1945년 8월15일, 일본 패망시 주요 카메라 메이커의 실태는 다음과 같다.

우선 小西六寫眞機工業(주)는 전시중 항공사진기등의 병기를 생산하였었지만, 주력공장인 淀橋, 日野공장이 피해를 모면하여 1945년 10월 카메라 생산을 재개했다. 그러나 카메라 생산에 필요한 자재, 부품의 구입난때

문에 수제부품으로 월 10-20대 정도를 만드는데 불과했으나 본격적인 생산은 원자재의 수급상황이 호전되기 시작한 1946년 봄부터였다. 전시중 항공사진기, 조준기, 쌍안경등을 만들었던 미놀타社도 1945년 많은 공장이 화재를 당했으나 1946년 생산을 재개함과 함께 재출발했다.

이와같이 카메라 메이커들은 전시중에는 광학병기를 생산하는 가운데 그기술을 유지하여 전쟁중 커다란 피해를 당한 가운데에서도 제품을 가장먼저 생산할 수 있었다.

## 2. 「岩戶景氣」의 도래

1959년이 되면서 경기는 회복되기 시작하였으며, 고도성장, 소득증대로 「레저」, 「바캉스」라고하는 단어가 유

행하는등 관광붐이 일어 카메라산업은 일취월장하게 된다. 이른바 「岩戶景氣」를 맞이한 것이다. 이때의 생산은 1,798천대(전년대비42% 증가), 국내출하 1,013천대(전년대비 34%증가), 수출712천대(전년대비 32%증가)로 크게 신장하여 1964년 10월 동경올림픽에 이르기까지 순조로운 성장을 계속했다.

## 3. 동경올림픽 후의 카메라 산업

카메라공업은 1961년이래 왕성한 내수시장을 기반으로 급속하게 성장을 계속하였고, 올림픽을 계기로 한층 성장할 것이라고 기대했다.

사진공업회는 올림픽 선수촌에 Japan Camera Center를 설치하고, 사진기, 필름의 판매, 사진 현상인화, 수리서비스 등을 함과 동시에 업체

“  
**올림픽 이후,  
 경기반동으로 발  
 생한 불황은 일본  
 경제가 고도성장시  
 대에서 안정성장으로 이행하는 정책  
 전환의 과정에서  
 발생.**  
 ”

는 외국인 관광객의 수요를 기대하여 대폭적인 증산계획을 세웠다. 이 카메라센타의 판매액은 Still Camera, 8mm Camera, 교환Lens, Projecter, 노출계, 필름, 현상인화 등을 포함하여 2,798만엔에 달했다. 1964년의 Still Camera생산은 4,541천대(전년대비 21%증가), 국내출하 3,104천대(전년대비 21%증가), 수출 1,315천대(전년대비 15%증가)로 출하량이 늘었지만, 올림픽이후 경기의 반동으로 발생한 국내불황으로 인하여 카메라 업계도 심각한 타격을 입게되었던 것이다. 이 불황은 일본경제가 고도성장시대에서 안정성장으로 이행하는 정책전환의 과정에서 발생한 금융긴축에 의하여 한층 심각하게 되어 철강, 섬유 등 전산업으로 파급되었다.

카메라의 경우 우선 제품제고의 증대때문에 가격인

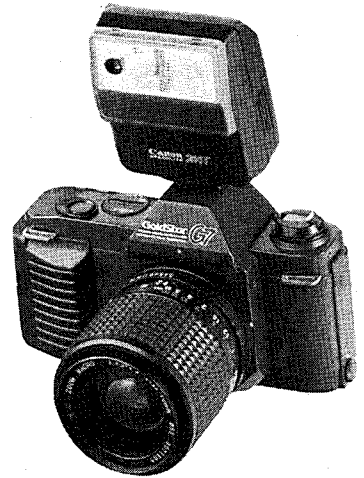
하, 경품판매, 등 할인판매 경쟁이 치열하여 사진기공업회에서는 1964년 11월 17일 이사회를 개최, 각사 1할의 감산과 경품판매 등에 의한 과당경쟁의 즉각 중지를 결의하고, 불황카르텔 실시의 준비에 들어갔으며 통산성에서도 11월 18일의 간부회의에서 철강, 전기등과 함께 카메라를 불황업종으로 지정, 조업단축 권고 등의 행정지도 실시를 결정하였다.

**4. 경품판매의 규제와 불황 카르텔**

**1) 경품판매에 대한 공정경쟁규약의 설정**

1965년 1월 29일 사진기공업회는 임시총회를 열고 '65년도 사업계획으로서 과당경쟁의 자숙, 생산, 출하의 자주적 조정을 결정하고, 또한 여행자용 면세카메라에 대해 자발적으로 일본사진기검사협회의 검사(수출검사기준에 의한 의뢰검사)를 받도록 했다.

또한 동공업회는 3월의 정기이사회에서 국내에서의 부당한 경품판매 경쟁방지를 위한 공정경쟁규약을 체결할 것을 결정하고, 동년 10월15일 정부의 인가를 받았다. 이 규약의 주된 내용은 일반소비자에게 제공하는 경품은 거래상품의 소매가격 3%이내 판매업자에 대한 경품을 제조업자 판매가격의 1.5%



이내로 한정하는 것으로 당시의 과당 경품판매경쟁을 시정할 목적이었던 것이다.

**2) 불황카르텔의 실시**

1965년 6월16일 카메라업체 12개사는 공정거래위원회에 대하여 35mm카메라를 대상으로한 생산수량제한카르텔 결성 인가를 신청, 동월 30일 인가를 받았다. 카르텔은 당초에는 1965년 6월부터 4개월간을 예정으로 하였지만, 공정거래위원회의 승인을 얻어 '66년 3월까지 연장하였다.

이와같은 생산제한은 업체들에 의해 매우 엄격하게 지켜져 평균 2할의 감산을 하도록 하였으며 채산성 없는 기종의 단종과 경비절감, 경영다각화 등의 불황대책이 진행되어 나갔던 것이다. 불황카르텔 전후의 Still Camera 생산, 내수판매, 수출추이는 아래표와 같이 생산 내수가 축소되어 새로운 국면을 맞게되었다.



불황카르텔 전후의 Still Camera추이

(표1)

(단위:천대)

년도\구분	1963	1964	1965	1966	1967
생 산	3,758	4,541	3,732	3,145	3,604
내 수	2,558	3,104	2,018	1,398	1,580
수 출	1,144	1,315	1,619	1,858	2,070

자료 : 일본사진기공업협회통계

2) 유럽지역의 수입자유화와 수출협력회

① 유럽시장개척을 위한 노력

유럽시장개척은 미국시장 개척때와 비교하여 상당한 어려움을 겪었다. 그 첫번째 어려움은 강력한 카메라 생산국인 독일과의 경쟁이었으며, 두번째는 전후 외화사정에 의한 극심한 수입제한이었다. 그다음 세번째가 미국의 경우, 일본에 주재하고 있던 주일미군병사들에 의해 일본카메라의 우수성이 알려져있었던데 반하여 유럽에서는 전혀 알려지지 않았던 점 등이다. 이러한 장애를 극복하기 위하여 홍보와 함께 정부간의 통상교섭에 노력을 경주하였다.

또한 일본사진기공업회에서는 1959년 6월, 간부회의에서 수출진흥위원회를 설치하기로 결정, 유럽시장개척

5. 구미시장으로의 적극진출

1) 구미시장으로의 진출

전후 카메라수출은 주일미군과 구상무역물품이 주력이었으나, 1956년 부터 본격적으로 해외시장에 대한 수출을 시작하게 되었다. 이시기에 뉴욕카메라센터가 개설되었다. 1956년이후 10년간의 수출은 옆의 (표2)와 같다.

주요지역별 Still Camera 수출추이

(표2)

(단위:천대)

년 도	북미(미국)	유 럽	아시아	전지역
1954	17( 15)	4	16	161
1956	166(139)	38	39	368
1957	341(290)	46	36	532
1958	302(250)	57	42	540
1959	348(276)	83	52	712
1960	321(249)	100	85	714
1962	459(372)	303	110	1,025
1964	533(425)	403	180	1,315
1965	550(437)	477	195	1,619

을 추진하기로 하고 유럽 주요 업계전문지 기자 7명을 동경에서 개최되는 일본카메라쇼에 초대하여 일본제품에 대한 이해를 구하고, 유럽 주요 사진잡지에 홍보를 실시하였다. 아울러 이탈리아 로마에 설치되어있던 세계상품 전시장에 업계의 출품을 장려하고 공업회에서는 주재원을 파견, 상품설명과 유럽시장에 대한 조사를 실시 하였다.

### ② 영국의 수입자유화와 수출협력회의 설립

1963년 1월, 영국이 일본산 카메라에 대한 수입을 자유화하였고 이에 대응하여 일본사진기공업회 회원사 46개사는 '일본사진기수출협력회'를 설립, 동년 2월 '영국과의 수출관련 국내거래협정'을 체결하였다. 이 협정은 '수출거래협정'의 기초가 되었으며, 각 업체의 출하금액, 거래계열의 정비, 신제품 출하제한 등을 정함으로써 일본제품의 과당경쟁을 자주적으로 규제하기 위한 것이었다.

### 3) 의장의 모방방지화 수출업자 협정

#### ① 의장모방의 문제점

수출산업으로서 일본카메라 산업의 목표는 카메라 선진국인 독일을 추격하는 것이었다. 독일은 제2차 세계

대전으로 인하여 상당히 큰 피해를 입었고, 특히 국토가 동서로 양분됨으로서(카메라 메이커 주력공장이 동독측에 잔존함)서독카메라업계의 상처는 매우 컸다. 그러나 전후 가장 먼저 재건을 시도하여 1950년 독일의 카메라 수출은 4천6백만 마르크(약40억엔)에 달했다. 당시 일본의 해외수출은 3억엔에 불과했다.

일본이 카메라수출을 본격적으로 시작한 1955년경, 세계최대 카메라시장인 미국에서의 독일의 지위는 매우 확고했다. 미국의 이스트만 코닥사가 생산하는 카메라가 수량면에서는 압도적이라해도 저가격의 보급기가 대부분이었던데 반해 중, 고급기는 독일제품이 많았다. 이러한 상황에서 일본제품이 진출을 시도하고 있었다. 솔직히 말해서 일본카메라는 독일제품의 모방에서 부터 출발하였다. 일부 개량을 하고, 독창적인 것이 있긴하였지만 일반적으로 독일카메라의 모방이었다는 것을 부정할 수 없다. 따라서 독일측의 항의와 고소가 뒤따랐다.

#### ② 모방방지와 덤핑수출의 규제

모방에 대한 클레임은 1958년 3월 미국으로 부터 떨어졌다. 일본사진기공업회는 즉시 임시 간부회의를 개

최하여 협의한 결과 수출입 거래법 제11조 제2항에의거 업자협정을 체결, 문제의 미국 및 캐나다로의 수출에 대해서는 의장심사위원회를 설치하여 의장제한과 디자인의 인증을 하고 수출가격의 제한을 결정하였다. 이 업자협정은 처음에는 사진기공업회를 중심으로하여 시행할 생각이었으나, 법적인 문제가 있어 관련업체가 일본기계수출조합에 가입, 수출조합의 협정으로 실시하게 되었다.

이 협정은 '사진기, 8미리 영사기 및 부속품 등에 관한 가격 및 의장에 관한 협정'으로서 1958년 9월 16일부터 실시되었다. 의장심사는 위원회를 업계대표 및 전문경험자로 구성하고, 수출카메라 등의 디자인 심사와 인증을 행하였다. 또한 이는 외국제품의 디자인 도용과 동종수출품의 의장분쟁을 방지하기 위한 것이었다.

이상의 업자협정 가운데 의장심사는 1959년 '수출품 디자인법'이 제정되어 재단법인 일본기계디자인센터가 실시하였으나 1월 1일부터 일본사진기검사협회가 위탁을 받아 수출검사와 병행하여 실시했다.

검사협회의 수출검사합격증의 라벨에 "PASSED JCII"와 함께 "JMDC"의 문자가 들어가 있는 것은 이러

한 이유때문이다.

③ 수출협정의 내용과 조합원의 규정

수출가격의 규제에 관한 협정은 미국, 캐나다, 홍콩, 기타 13개국을 대상으로 수출최저가격, 수리보증의무, 거래선 및 상표의 등록, 선전 광고의 규약 등을 정해놓고 있다. 그러나 일부 소매업자에 의하여 외국의 일반소비자에게로 직접수출이 성행하게 되어 판매후의 애프터서비스 등을 행하지 않기때문에 거래질서의 혼란을 야기시키고, 일본 제품에 대한 신뢰도를 실추시키기에 까지 이르렀다.

이와같은 사태를 방지하기 위하여 1964년 9월에 협정내용에 수리보증의무를 추가하고 이를 보장하기 위하여 동년 12월 '수출입거래법 제28조 제2항'에 의해 '조합원의 자의 규제명령'을 제정하여 조합원외자라도 수리보증을 의무화하여 통산장관의 승인을 얻지 아니하면 수출을 할 수 없게 하였다. 이와같이 디자인 모방방지, 수출거래질서의 유지조치가 외국으로부터의 크레임을 없애게 하였다.

4) 독일을 추월한 일본

카메라

1965년경, 일본은 카메라 수출체제를 정비하고 본격수

“  
**일본은  
 1965년경,  
 카메라 수출체제를  
 정비하고 본격 수출  
 에 나서... 수출문제  
 해소를 위한 일본 사  
 진기 검사협회는  
 1954년 설립**  
 ”

출에 나섰다. 일본사진기공업회가 설립된 것이 1954년 이고, 그 해회창구로서 1965년에는 뉴욕카메라센터가 설립되었으며, 1972년에는 런던에 공업회의 주재원사무소가 개설되었고, 74년에 뉴욕, 런던, 뒤셀도르프에 카메라 담당주재원이 배치되었다. 구미 주요국에는 카메라메이커 주재원사무소, 현지법인, 대리점이 잇따라서 개설되었다.

수출에 대한 문제해소를 위해 수출검사기관인 일본사진기검사협회가 1954년 설립되었고, 가격협정 및 의장검사체제가 1958년에 만들어졌다. 이러한 체제정비에 의하여 '일본제카메라는 질 좋고 가격이 낮다'는 평가를 해외에서 얻어 성장의 가두를 탈리게 되었다.

6. 오사카 박람회와 그후  
 일본국내시장

1970년 3월 15일 부터 9월 13일 까지 오사카에서 일본만국박람회가 개최되었다. 당시개최된 박람회는 일본경제번영의 상징이 되고있으며, 박람회에 의하여 일본국내 카메라 판매가 호조를 띠었다. 그러나 1970년말 부터 1971년에 걸쳐 포스트 박람회는 그불황의 색채를 더해갔다. 이에 따라 일본국내시장은 활기를 잃었으며, 물동량 둔화로 재고가 증대하여 염가판매경쟁이 격화될 기미가 보였다. 따라서 일본사진기공업회 이사회에서는 카메라 재고조정이 필요하다는데 의견일치를 보고 자주적인 생산조정을 행하게 되었다.

7. 공동판매실시와 물품세 인하

1965년초의 불황카르텔 실시와 병행하여 적극적으로 국내수요 증대를 위한 일본사진기공업회의 합의로 불황카르텔이 실시중인 1965년 10월 15일 부터 다음해 1월 5일까지 공업협회가맹 29개사에 의하여 공동 캠페인이 전개되었다.

카메라 물품세가 과중하게 부과된것은 1937년부터이며 당시의 세율은 20%였다. 그 후 1938년에 15%로 줄어들었다가, 다시 1940년에 20%

로 늘어났으며, 1941년에는 50%, 1944년에는 120%로 상승하였다가 1946년에는 100%로 감소되었고, 1948년에는 80%로, 이후계속 낮아져 1966년 4월에는 15%로 하락하였다. 이 물품세는 1986년 3월말 부터 현재까지 그대로 유지되고 있다.

### 8. 오일쇼크에 대한 대응

카메라공업이 불황에 빠진 1971년 당시 구미에서도 경기후퇴의 양상을 나타내었고 특히 미국에서는 현저한 무역수지 적자로 1971년 8월 닉슨 미대통령은 텔레비전 보호를 위한 금, 달러 교환정지를 포함하는 8개항의 긴급 조치를 발표했다. 계속해서 동년 12월에는 스미쏘니언체제라고 하는 각국통화의 새로운 교환환율(1달러당 308엔)이 정해졌다. 그 이후에도 달러불안은 해소되지 않았고, 한편 일본의 대미수출은 계속 증가하였다.

일본정부는 미국으로부터의 엔절상압력을 회피하기 위하여 1972년 10월 카메라를 포함한 18개 품목의 수출억제조치를 강구하였지만, 1973년 8월 해제되었다. 이러한 상황에서 발생한 것이 오일쇼크였다.

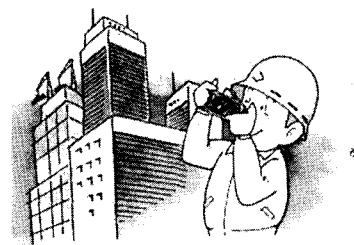
1973년 10월 제4차 중동전쟁이 발발하여 중동국가는 석유를 전략무기로서 이스라

엘에 대한 지원국가를 대상으로 원유가격을 기준유가보다 4배 인상함과 함께 공급물량을 감소시키는 조치를 취하였다. 이에 따라 석유가격은 급등하고, 이것이 모든 물가의 급상승을 초래하였고, 세계경제의 대혼란을 야기시켰다. 이것이 이른바 제1차 오일쇼크이다. 일본은 에너지원으로서 사용하는 석유를 대부분 중동지역에서 수입하기 때문에 문자 그대로 최대의 위기에 직면하였다.

물가의 급격한 상승 및 자원부족은 카메라공업에도 커다란 문제였고 특히 자재문제에 대해 Working Group을 설치하여 대책을 협의하였다.

제1차 현안인 광학유리는 다행히도 위기를 면하게 되었지만, 공급부족이 예상되는 강재에 대한 조사결과 5mm 이하의 봉강에 대해서는 JIS규격이 없는 것도 있어, 그 재질, 치수, 공차등의 사양이 각사별로 천차만별이라는 것을 발견, 표준화작업을 행하고 그 규격을 1975년 3월 일본사진기공업규격으로 제정하였다.

오일쇼크에 의한 원자재의 가격상승, 30%에 가까운 인건비 상승, 엔고의 악조건하에서 각사는 그 대책에 고심하였다. 전후 최대의 경제위기였지만, 일본은 국내외시



장에 있어서의 제품가격 인상, 생산합리화에 의한 원가 절감, 판매체제의 강화로 위기 극복을 위해 노력하였다. 1975년 이후부터 진행된 카메라의 전자화는 소비자의 욕구에 맞는 제품 개발과 동시에 생산원가절감에 크게 기여를 하였다. 세계경기의 침체에도 불구하고 수출은 호조를 보였고, 국내출하도 일정한 수준을 유지, 오일쇼크를 훌륭히 극복하였다.

### 1) 일본카메라 협의회

카메라의 유통문제에 관해서는 1954년 8월에 발족한 카메라3연협의회(일본사진기공업회, 사진도매업회, 전일본사진재료상조합연합회)의 3단체로 구성)가 정기적인 회합을 갖고 카메라판매의 부당한 경쟁방지를 위한 정책 등에 관해 협력을 하고 있다.

1972년 7월 동 구성단체들은 '일본 카메라 협의회'를 새롭게 구성하고, 발족시켰다. 일본카메라협의회는 메이커, 도, 소매의 유통문제에 관한 자유토론과 정보교환의

장으로로서 운용되고 있다. 당초에는 각단체로 부터 참석인원도 많고, 방청도 허용하는 등 공개적인 장이었지만, 1980년 부터는 각 단체의 참석인원도 한정하고, 비공개로 운영되고 있다.

2) 사진PR 협의회

1958년 11월 카메라, 감재, 용품, 도,소매의 5개단체(후에 미니랩이 참가)로 결성된 사진PR협의회는 업계공동의 PR기관으로 사진수요확대를 위한 협의의 장이 되고 있다.

9. 유통문제와 공정거래추진협의 설립

1965년 부터 1970년에 걸쳐 카메라 시장가격의 붕괴는 커다란 문제로 제기되었다. 카메라라는 메이커가 정한 표준가격(희망소비자가격)이 있고, 업계의 관습으로 정한 도매가격은 보통 표준가격의 8할 정도이며 그리고 메이커가 도매상에 넘기는 가격은 도매가격의 9할이었다.

1) 양판점의 증가

시장가격(실매매가격)이 표준가격보다 2할이 낮은 것은 양호한 것이고, 30~40%의 덤핑판매현상이 발생했다. 이러한 현상을 부채질한 것이 양판점의 등장이었다.

1965년 부터 '유통혁명'이라고 하는 단어가 유행하게 되

고, 대량구입, 대량판매방식이 소매업계에 퍼지게 되었다. 사진재료점의 경우도 1965년 이후 양판점의 시장점유율이 급속도로 확대되어, 그 낮은가격이 중소 카메라점을 위협하게 되었다. 무엇보다 유명한 것은 동경의 신주쿠에 있는 대형소매점마다 TV, 팜플릿, 포스타 등의 선전매체를 이용하여 강력한 고객유치경쟁을 전개하는 것이다.

사진재료상의 전국단체인 전일본사진재료상조합연합회(약칭「전연」)는 1975년 이후부터 슬로건으로 '3할 마진의 확보'를 걸고 메이커측에 실현을 요구하였지만, 그것은 2할 할인, 3할할인이 일반화된 상황하에서 2할 마진은 실현될 수 없는 요구였다.

한편 메이커측에서는 명목상 '마진폭을 인상시켜 주더라도 가격인하율을 더욱 크게할 뿐 실익이 적고, 메이커측의 코스트 인하도 한계가 있기때문에 3할 할인을 하기 위해서는 표준가격을 인상하지 않으면 안되었다. 또한 이것은 소비자의 카메라 구매를 떨어뜨리는 결과를 초래한다는 것으로 대응하였다.

2) 표준가격화 시정조치

전연(전일본사진재료상조합연합회)에서도 이때의 사정을 이해하고, 1983년경에는 '3할 마진의 확보' 대신 '표준가격화의 시정'을 요구하게 되었다.

결국 표준가격과 실매매가격과의 커다란 차이는 소비자의 카메라가격에 대한 불신만을 초래하게 하였다.

1984년 4월부터 표준가격과 실거래가격과의 차이가 현저한 카메라의 표준가격을 철폐하고, 다시말해 Open Price제 실시를 검토하여 다음해인 1985년 3월에는 일본사진기공업협회 회원과 전연의 합의하에 다음과 같은 항목으로 가격표시의 적정화를 시도하게 되었다.

① 신제품의 표준가격 설정에 있어서는 실매매가격보다 20%이상 되지않도록 표준가격을 결정한다.

② 현행제품의 실제가격이 표준가격의 65%이하로 된 경우에는 조속히 표준가격을 철폐한다.

③ 상기 ①②항의 조치는 즉각 Still Camera, 교환렌즈, 8mm촬영기, 슬라이드영사기 및 카메라메이커의 브랜드 발매하는 사진용품에 대하여 실시한다.

④ 또한 소매점에 대한 Rebate 등(수량할인 등의 합리적이고 공평한 기준에 의한 것은 제외)은 자제한다.

3) 파견점원문제

다음으로 전연측이 제기한 것으로는 메이커측이 소매점에 제공한 파견점원문제였다. 카메라 업계에서도 양판점으로 상시파견이나, 일반카메라

점의 전시직판을 돕기위해 파견 하는등 파견판매점원이 증가하는 실정이었다. 판매촉진을 위해 파견하는 경우는 다르지만, 상대방의 요청에 의하여 파견하는 경우 파견을 하는쪽에서는 경제적으로도, 종업원 대책상(휴일 근무 등)으로도 매우 부담이 된다.

한편 파견을 받는쪽에서는 인건비가 절약되므로 가격인하의 원인을 제공하는 것이 된다고 하는 전연측의 주장이 있어, 파견점원의 자제를 중심으로하는 거래의 공정화에 관한 자율규제가 사진유통상사연합회, 전연, 사진기공업회 등 3단체에 의하여 의견일치를 보았다. 이 3단체외에 사진감광재료공업회, 일본사진용품공업회, 전일본칼라렙협회연합회 등 3단체가 가세하여 6단체가 자율규제기준을 정하는 작업에 들어갔다.

우선적으로 착수된 것은 ① 파견점에 관한 자율규제기준 및 ② 메이커, 도매업자가 소매업자에게 행한 판매활동을 위한 협찬금, 분담금에 대한 자율규제기준의 작성이었다.

자율규제기준의 작성작업과 함께 이것을 실시하는 기관으로 '전국사진업계공정거래추진위원회'의 설립준비가 진행되었고, 1982년 12월 23일 6개 단체를 구성원으로 하는 협의회가 공정거래위원회의 승인을 받아 설립되고, '거래업자

1978년~1979년  
까지의 엔고가  
일본사진기  
공업에  
커다란  
문제였으나  
일안리플렉스의  
수요가 안정을 유  
지 하고 있었기 때  
문에 무난히 극복

와의 거래 공정화에 관한 업계의 자율규제'를 정하여, 즉각 판매점원에 대한 업계의 자율규제에 들어가게 되었다.

10. 수효확대 캠페인

일본사진기공업회가 1960년 3월 동경 高島屋에서 제1회 일본카메라쇼를 개최한 이래 東京, 大阪, 名古屋, 福岡, 札幌에서 매년 정기적으로 개최되며 이에 덧붙여 5,6개 도시를 선정하여 계속 개최하여 왔으며, 1979년에는 제20회, 1984년에는 제25회 전시회를 개최하였다.

매년 카메라쇼를 동경에서 2월말 부터 3월초까지 개최하는 것이 관례화되었고, 이 카메라쇼가 그해 카메라 시장의 판도를 나타낸다는 점은 처음이나 지금이나 별 차이가 없다.

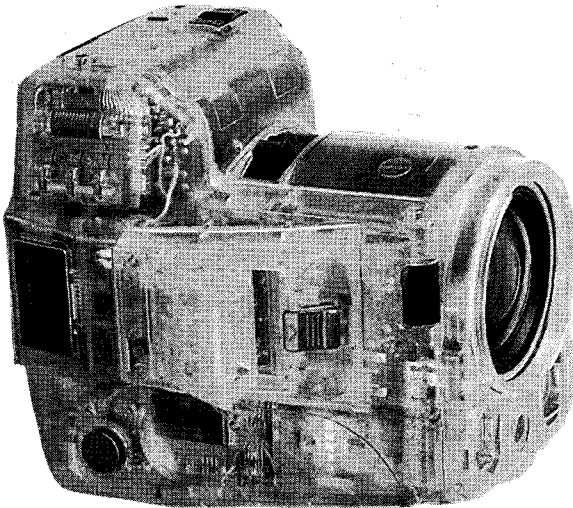
11. 급격한 엔고

1985년에 들어와서 카메라 공업은 새로운 국면에 처하게 된다. 일본시장에서는 35미리 일안리플렉스, 35미리 렌즈셔터카메라의 신제품 발표가 활황을 이루었지만, 수출면에서는 대미수출이 정체현상을 띠고 있었기 때문에 EC, 제3세계로의 수출증대에도 불구하고 낮은 성장에 머무르고 말았다. 그러나 무엇보다도 커다란 사건은 1985년 9월부터 시작된 엔고현상이었다.

1985년 상반기 1달러당 200엔 전후에서 선진5개국의 달러안정화시책에 의해, 1986년 5월중순에는 160엔 전후로 되었으며, 7월말에는 154엔 전후가 되었다. 1978~1979년까지의 엔고가 일본 사진기공업에 커다란 문제를 일으켰지만, 당시의 미국시장은 호황이었고, 특히 일안리플렉스의 수요가 안정을 유지하고 있었기 때문에 약간의 수출저하는 있었지만, 무난히 극복할 수 있었다. 그러나 1985년 10월 이후의 엔고영향은 어떠하였을까? 사진기공업회 통계에 의하여 1978년과 1985년의 스틸카메라 및 교환렌즈의 대미수출을 비교하면 다음의 표와같다.

이 도표에서 보는바와 같이 1978년부터 1985년까지의 대미수출은 스틸카메라의 경우 수량 1.75배, 금액 1.45배, 교환렌즈의 경우 수량 1.33배,





스틸카메라 및 교환렌즈의 대미수출추이

	스틸 카메라	35mm포칼플 랜서터 카메라	35mm렌즈서 터 카메라	교환 렌즈	금액계
1978년 (A)	3,808 (85,288)	2,007 (68,175)	606 (8,083)	959 (16,458)	(101,746)
1985년 (B)	6,657 (123,926)	2,102 (65,358)	4,113 (56,041)	1,277 (21,123)	(145,049)
(B/ A) %	174.8 (145.3)	104.7 (95.9)	678.7 (693.3)	133.2 (128.3)	(142.6)

(상단수량 : 천대/ 하단( )금액 : 백만엔)

금액 1.28배로 되어 두가지 합친 금액의 경우 1.43배 증가하였다. 또한 1978년의 스틸카메라, 교환렌즈 총수출액중 대미수출이 차지하는 비율은 43.4% 였었는데 반하여 1985년에는 41.5%로 다소 저하되었으나, 대미수출이 일본의 카메라공업에서 차지하는 비중은 상당히 크다는 것은 명확하다. 문제는 미국 카메라수요의 동

향이다.

앞에서 밝힌바와 같이 미국에서의 총수요는 최근 몇년동안 계속 정체되고 있으며, 단지 35mm 카메라만이 신장을 보이고 있으나, 소매가격은 일본의 양관점가격과 비슷하였다. 하지만, 기종에 따라서는 더욱 가격을 인하하지 않으면 안되었다. 결국 채산성이 빠듯한 거래를 하였던 것이다.

1985년말의 엔고현상에 대하여 일본 카메라 메이커는 1986년초 부터 환차를 보상하기 위하여 가격인상을 단행하고, 가격인상과 합리화에 의한 경비절감, 신제품의 개발등으로 대응해 나갈 것이라고 구상을 하였으나, 시장환경이 언제까지 가격인상을 받아들여 줄 것인가에 대한 예측이 어려웠고, 전부터 유럽에서 미국으로 유입되던 밀수가 이번에는 역으로 미국에서 유럽으로 유출되는 움직임도 포착되었다. 1985년의 경우에는 유럽통화도 달러에 대하여 강세를 보였기 때문이었다.

1978년부터는 미국시장이 변하였으며, 일본카메라의 대미수출규모가 커졌고, 게다가 시장가격이 낮아진 상태에서 엔고현상으로 일본메이커의 대응도 한결 어렵게 되었다.

## 12. 신제품개발의 움직임.

1985년에 새로운 타입의 기종이 나타났다. 사용하기 간편한 것을 추구함과 함께 지금까지 다루기가 까다로운 조건하에서의 촬영을 용이하게 하는 시도가 계속되었다. 또한 프로, 고급아마추어가 구사하는 고도의 기능을 갖춘 카메라도 출현하였다. 1가구 1카메라의 시대를 넘어 개인이 사용목적에 맞추어 몇대라도 구입해서 쓸 수 있는 시대로 들어선 것이다.