

# 세계 카메라 시장 동향

## - 컴팩트한 다기능 제품선호 -

대한무역투자진흥공사 정보사업부에서는 세계 카메라 시장동향과 관련하여 자료를 발표했다.

이중, 영국, 미국, 독일, 러시아의 카메라 시장동향에 대해 게재하니 관심있는 독자들의 많은 참고바란다.

-편집자 주-

### 1. 개 요

세계 카메라시장은 전반적으로 정체 상태를 보이고 있지만 미국 경기의 지속적인 호황 및 최근 EU 경기 회복에 따라 선진국을 중심으로 그 수요가 꾸준히 증가할 것으로 기대된다. 일반 카메라의 경우 고급 줌카메라와 파노라마 기능의 고급 기종이 주종을 이룰 것으로 보이며 또한 최근 선진국을 위주로 각광을 받고 있는 디지털 카메라의 수요 또한 급신장할 것으로 보이므로 우리 업계에서도 이에 대해 적극적으로 대처해야 할 것으로 판단된다.

관련 업체에 의하면 우리나라 카메라는 특히 35mm카메라를 중심으로 최근 일본산과 견줄 정도로 그 품질이 크게 향상돼 향후 지속적인 기술 개발 및 작고 가벼운 다기능의

편리한 제품 생산 등을 통해 브랜드 이미지를 제고할 경우 세계 시장에서 상당한 폭의 시장 점유율 상승을 기대해 볼 수 있을 것이다.

### 2. 영국시장 동향

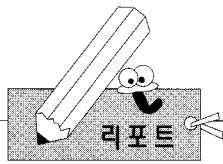
-영국, 35mm 카메라 수요 꾸준히 증가-

영국에는 카메라 생산업체가 폴라로이드사 1개사만 존재하고 있는데 이 회사는 주로 즉석 카메라 생산에 주력하고 있으며 최근에 사업다각화의 일환으로 APS부문과, 프로젝터, 슬라이드, 디지털 포토-스캐너 및 기타 예술, 의료용 카메라 생산에도 참여하고 있다. 연간 즉석 카메라 생산대수는 94년 480만대, 95년 445만대, 96년 400만대로 점점 감소세를 보이고 있다.

영국의 카메라시장은 신기술의 도입에도 불구하고 88년 460만대(일회용 카메라 제외)를 기록한 이후 계속 감소해 96년에 290만대에 그치고 있다. 금액면으로도 이 기간중 2억7,500만파운드에서 2억2천만파운드로 감소했으며 평균 단가는 60파운드에서 75파운드로 증가한 것으로 나타나고 있다.

이와 같은 시장규모 축소는 89/90년의 불황에서 아직 수요가 회복되지 않고 있고, 캠코더 등의 보급 확산으로 카메라에 대한 수요가 대체품으로 이전된 것에 기인한 것으로 분석되고 있다.

그러나 전반적인 카메라시장의 축소에도 불구하고 APS(Advanced Photo System)카메라를 포함한



〈표 1〉 영국의 카메라시장동향

(단위 : 백만대, 백만파운드, %)

구 분	1992	1993	1994	1995	1996
수요량	3.4	3.3	3.4	2.9	2.9
금 액	235	230	235	220	220
품목별 구성비					
- 35mm	82	83	84	85	86
- 110	9	7	8	6	5
- SLR	6	6	5	5	5
- 즉석카메라	3	2	3	4	4
계	100	100	100	100	100

주 : - 구성비 : 수량기준  
- 일회용카메라 제외

〈표 2〉 영국의 카메라 수입현황

(단위 : 천만파운드, %)

EU	국별	1995		1996		1997.1~9	
		금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
역내	독일	27,897	17.9	27,519	15.7	20,451	16.1
	벨기에	12,880	8.3	14,947	8.5	14,346	11.3
	프랑스	6,139	3.9	6,666	3.8	7,531	5.9
	화란	7,889	5.1	8,704	5.0	7,227	5.7
	기타	1,224	0.8	1,931	1.1	1,763	1.4
	소계	56,039	36.0	59,767	34.1	51,318	40.4
역외	일본	25,556	16.4	28,733	16.4	18,173	14.3
	홍콩	20,964	13.5	25,211	14.4	15,075	11.9
	대만	14,612	9.4	13,467	7.7	9,313	7.3
	미국	5,084	3.3	13,727	7.8	9,098	7.2
	한국	3,801	2.4	6,847	3.9	6,226	4.9
	중국	11,913	7.7	11,796	6.7	5,316	4.2
	기타	17,745	11.4	15,766	9.0	12,636	9.9
	소계	99,675	64.0	115,547	65.9	75,837	59.6
총 계	155,714	100.0	175,314	100.0	127,155	100.0	

자료 : 영국 통계청  
-HS CODE 9006.10-59 기준

35mm 카메라시장은 꾸준히 성장해 90년의 시장점유율 74%에서 96년에는 86%로 성장했으며, 이는 모델의 다양성에 기인한 것으로 분석되고 있다. 또한 일회용 카메라시장도 94년의 50만대 수준에서 96년에 430만대 수준으로 성장했으며, 금액면으로는 3천만 파운드의 시장을 형성한 것으로 조사되고 있다.(표 1 참조)

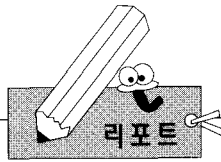
영국 관세율표상의 품목번호 9006에 해당되는 카메라는 품목에 따라 최저 0%에서 최고 4.8%의 수입관세가 부과되고 있으며 품목별 관세율은 다음과 같다. 이외에 수입가의 17.5%에 해당하는 정상적인 부가가치세 이외의 수입제한 조치나 관리제도는 없다.

영국의 카메라시장은 브랜드별 시장점유율이 매월 바뀔 정도로 경쟁이 매우 치열하며, 이와 같은 시장점유율상의 기복은 신제품의 출시에 상당한 영향을 받는 것으로 알려지고 있다. 97년 3월에 조사된 영국의 35mm 카메라 판매 10대 모델중 삼성중 145s 카메라가 순위에 포함되어 있었다.(표 2 참조)

- 시장 점유율, 신제품 출시에 크게 좌우됨 -

한편 시장점유율이 가장 높은 35mm카메라의 소비자 가격은 〈표 3〉과 같다.

최근 소비자 설문기관에 의



〈표 3〉 영국 카메라 소비자가격

(단위 : 파운드)

종 류	브랜드	모델명	가 격
35mm 수동감기	Konica	Pop Junior	14.99
	Vivitar	BV 30	19.99
35mm 자동감기	Canon	Snappy QT	34.99
	Olympus	Trip 300	34.50
	Nikon	AF 230	49.00
35mm Auto Focus	Canon	Supershot 80 Tele	89.00
	PENTAX	Espio 738	98.00
35mm Zoom	Samsung	Sum Zoom 70S	99.99
	Samsung	Slim Zoom 145S	249.00
	Pentax	Espio 140 Zoom	249.00

주 : 98년 4월 현재 무역관 실사가격임.

해 조사된 바에 따르면 영국 가구의 카메라 보유동향에 다소 변화가 있으며 이 중 3분의 1인 35mm형 카메라를 보유하고 있으며 14%가 SLRs형 카메라를, 12%가 110s형의 카메라를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 또한 즉석 카메라 보유가구수는 5%내외를 유지하고 있으며 특이할 사항은 일회용 카메라 보유가구수가 3.8%를 기록해 처음으로 수치상 의미를 가질 정도로 성장했다는 것이다.

### 3. 미국시장 동향

-미국, 일회용 제품 매년 30% 이상 신장-

카메라는 종류별로 볼때 크게 35mm LS(Lens Shutter), 전

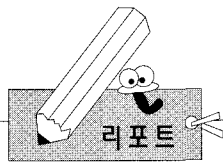
문가용 SLR(Single Lens Reflex), 폴라로이드등의 인스턴트, 카트리지 타입의 110mm 디스크 카메라 등으로 구분할 수 있다. 일회용 카메라의 경우 카메라 또는 필름 양쪽으로 모두 분류될 수 있어 모호한 위치에 있다.

미국의 각종 카메라 생산업체는 이스트만 코닥, 폴라로디, 비비타, 콩코드등 수개사에 불과하며 이들 업체들은 일회용 카메라 및 필름 생산에만 집중하고 있으며 35mm분야는 경쟁력을 잃고 거의 대부분 자사의 브랜드로 동남아 등지에서 OEM방식으로 수입하고 있는 형편이어서 미국내 35mm카메라 수요의 거의 전부가 수입품으로 충당되고 있다. 미국 포토마케팅협회

(PMA)에 의하면 일회용을 제외한 미국내 카메라 판매는 96년기준 총 1,540만대로 나타나고 있는데 종류별로는 35mm LS 자동(990만대), 35mm SLR(80만대), 인스턴트(220만대), 110mm 카트리지(250만대) 등이다. 일회용의 경우 수량면에서는 4,330만개로 가장 많은 것으로 밝혀지고 있다.

카메라 종류별 미국 시장점유율을 보면 수량기준으로 35mm LS 자동이 64.4%, 전문가용 35mm SLR이 4.5%, 110이 15.2%, 인스턴트타입이 15.9%를 차지하고 있으며, 금액면에서는 35mm LS 25.9%로 LS타입이 압도적으로 많으며 이 타입은 시장점유율이 지속적으로 높아질 것으로 예상되고 있다.

미국 시장에서 주요 기종별 상황을 보면 35mm LS의 경우 조작하기가 편리하고 Long-Range 줌카메라가 계속 개발돼 전통적인 SLR 카메라에 못지 않은 기능을 보유, 시장점유율이 지속적으로 높아지고 있으며 미국 카메라시장의 주류로 자리잡아 가고 있다. 이 제품은 크게 줌카메라와 스탠더드 카메라로 구분해 볼 수 있는데 두 제품의 시장점유비율은 현재 58대 42로 큰 변화를 보이지 않고 있으며 PMA에 의하면 매년 7~800



만대의 LS 타입이 대체되고 있다고 보고 있다. 35mm SLR은 렌즈를 갈아 끼울 수 있으며 다양한 프로그래밍 등 기능이 뛰어나 사진 애호가나 사진 전문가용의 High-End 제품으로 LS 카메라보다 훨씬 고가이다 조작하기 어렵고 휴대하기 불편하다는 점 때문에 최근에는 줌카메라에 밀리고 있으며 시장점유율이 계속 정체 내지는 하향세를 보이고 있다. 렌즈타입으로 구분해 볼때 자동초점과 수동의 시장점유 비율은 73대 27정도로 나타나고 있는데 이 시장은 일본산이 석권하고 있다.

카드리지 타입의 110mm 디스크 카메라는 35mm LS(렌즈셔터)가 나오기전 60

년대에 미국에서 유행하던 제품으로 미 시장에서 점점 자취를 감추고 있다. 해변가, 파티장, 리조트 등지에서 주로 사용되는 일회용 카메라는 최근 수요가 크게 늘어 지난 3년간 해마다 30~40%의 판매신장을 기록한 것으로 나타나고 있다. 이는 미국의 주요 카메라 제조업체들이 일회용 카메라의 기술개발을 통해 소비자들의 신뢰도를 향상시켰기 때문이며 이제는 품질보다는 가격이 가장 중요한 판매관건이 되고 있다.

미 Consumer Report지가 최근 미 시장에서 주류제품으로 자리잡아 가고 있는 35mm LS 중 줌카메라에 대한 품질을 조사한 바에 의하면 니콘사

Zoom Touch 800(37~15mm)과 후지사 Discovery 1000 Zoom(35~80mm)은 자동초점/노출에다 필름장전이 손쉬우며 플래시 작동이 우수하고 특히 FUJI의 경우 가볍고 화면이 선명하며 가격 또한 저렴해 모든 것을 종합해 볼 때 뛰어난 제품으로 평가됐다.

카메라의 가격을 보면 브랜드 및 기능에 따라 차이가 나고 있는데 카탈로그 통신판매 및 할인전문점 Service Merchandise의 카메라 가격은 <표 4>와 같다.

거의 대부분 수입에 의존하고 있는 일반 35mm 카메라는 97년말 현재 수입액이 부품을 포함, 전년대비 5.0%가 증가한 16억6,500만달러를 넘어

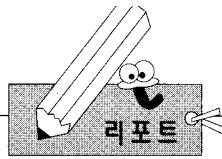
<표 4> 미국의 카메라 가격

(단위 : US\$)

브랜드 모델명	성능	가격
Kodak Wedding Party Pack	결혼식 편집, 플래시, 2파운드	44.97
Samsung Maxima 105QD	38~105 파워줌, 4단계 플래시, LCD판넬, 접사기능	199.86
Nikon One-Touch Zoom Quartz Date	38~70mm 파워줌, 자동타이머	149.97
Pentax Ezy Zoom Camera	38~70mm 파워줌, 자동단합, 자동타이머	129.97
Canon Sureshot Owl Quartz Date	35mm, 자동초점, 뷰파인더, 자동타이머	99.97
One Step Auto Focus Maxxium 400SI	선명영상, 2피트 초고감도	49.97
Vivitar PS60 Focus-Free Camera	미놀타 35~70MZ 렌즈 내장, 자동촬영	419.94
	35mm F/5.6렌즈, 시간표시	39.97

자료 : Service Merchandise

주 : 세금 미포함 가격임



서고 있으며 연평균 5~6% 정도의 증가세를 보이고 있다. 미 카메라 수입시장은 97년에 일본, 중국, 말레이시아 3개국이 전체의 65%이상을 차지, 3개국이 과점하는 양상을 보이고 있으며, 영국을 제외하고는 대만, 홍콩, 필리핀, 인도네시아, 한국 등 거의 대부분 아시아지역 국가에서 수입되고 있다.

- 35mm 카메라, 대부분 일본을 비롯한 아시아 국가에서 수입 -

국별로는 97년도의 경우 고급 줌카메라 및 SLR카메라 등 중고가품을 주로 공급하고 있는 중국이 4억7,100만달러를 수출해 미 수입시장 점유율 29.7%로 최대 공급국으로 부상했으며, 반면에 일본산의 대미수출은 계속 감소하고 있는 추세이다. 일회용 및 저가 LS 카메라를 주로 공급하고 있는 중국은 높은 가격경쟁력과 저급품시장 확대해 힘입어 매년 수출이 급증하고 있다. (표 5 참조)

한편 수입관리제도를 살펴보면 35mm카메라는 미 수입통관시 품목에 따라 관세가 다르며 보통 0.6~6.8%의 일반 관세가 부과되고 있다. 캐나다와 멕시코, 이스라엘, GSP/CBI 수혜 개도국에는 무관세가 적용되고 있다. 이외에 특별한 비관세무역장벽은 없다.

미국의 카메라시장은 일회용 및 폴라로이드 등 인스턴트 카메라 부문에서는 미국산이 시장을 장악하고 있으나 35mm LS, SLR 등 일반 카메라 부문에서는 일본산이 시장을 석권하고 있다. 일본이 국내에서 생산, 공급하고 있는 제품은 대부분 고기능 줌카메라와 하이엔드 35mm SLR이 주류를 이루고 있으며 가격경쟁력 유지를 위해 저가제품은 거의 대부분 말레이시아, 필리핀 등 동남아시아와 중국등지에서 생산, 수출하고 있어 실제로 일본업체들의 대미시장 점유율은 70% 이상이 되는 것으로 알려지고 있다.

최근 일본업체들은 원가절감을 통한 가격경쟁력 제고를

위해 35mm SLR기종도 생산기지를 해외로 이전하는 추세가 뚜렷해지고 있는데 니콘의 경우 지난해부터 저가 SLR기종을 태국에서 연간 12만대 규모로 생산하고 있으며 이러한 추세는 일본의 여타업체도 마찬가지인 것으로 알려지고 있다.

미 업체들은 경쟁력 상실로 코닥, 폴라로이드 등 일부만이 미국내에서 소량 생산하고 있으며 나머지 업체들은 자사의 브랜드로 해외에서 공급받고 있는 실정이다. 실제로 코닥 카메라의 경우 저렴한 35mm 및 일회용 카메라를 중국에서 조립생산, 미국내에는 코닥드, 키스톤 브랜드로 수입해오고 있는 것으로 나타나고 있다.

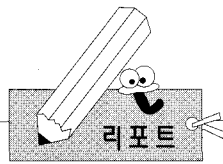
〈표 5〉 미국의 카메라 수입실적

(단위 : US\$백만, %)

국 별	1995	1996	1997	증감율
중 국	369	392	495	26.2
일 본	448	399	360	-9.6
말레이시아	183	198	151	-23.7
대 만	108	91	135	48.9
인도네시아	57	90	96	6.8
영 국	88	85	96	12.2
멕시코	24	91	74	-18.9
홍 콩	62	47	63	33.7
필리핀	53	53	54	0.7
한 국	39	23	31	34.6
총수입	1,531	1,585	1,665	5.0

자료 : World Trade Atlas(HS 9006)

주 : 카메라 부품을 포함한 실적임.



아시아의 주요 공급국인 말레이시아, 중국, 필리핀, 인도네시아 등의 경우 일본 및 미국업체들이 가격경쟁력 유지를 위해 이 지역에서는 생산량을 계속 늘려가고 있어 이들 제품과 경쟁관계에 있는 한국산에 위협이 되고 있다. 유럽 지역에서 유일하게 대미 수출에 활기를 보이고 있는 영국의 경우 인스턴트 카메라 수출이 주류를 이루고 있어 미 시장에서 판매되고 있는 35mm카메라는 거의 전부 일본을 비롯한 아시아지역 일부국가가 공급한다고 볼 수 있다.

한국업체들이 수출하고 있는 제품은 35mmLS타입이 거의 대부분이며 이 중에서도 줌카메라를 주력 품목으로 마케팅활동을 하고 있다. 한국업체들은 브랜드인지도 열세로 중저급 LS기종에서는 일본의 중국, 동남아 현지 생산 브랜드의 저가공세에 밀리고 있으나 High-End 줌카메라 부문에서는 안정된 품질을 바탕으로 신기술, 신제품을 계속 선보이며 어느 정도 경쟁력을 유지하고 있는 것으로 나타나고 있다.

- 한국산, High-End 줌카메라 반응 좋아 -

미국의 카메라시장의 기종별 시장점유율을 보면 LS 카메라가 60% 이상을 차지하고 있을 정도로 압도적이다. 이 중에서도 특히 작동하기 쉽고

컴팩트해 휴대하고 편리하며, 기능 또한 SLR타입에 뒤지지 않는 줌카메라가 계속 인기를 끌고 있어 이 타입에 대한 수요도 당분간은 강세를 보일 것으로 예상된다.

또한 미 소비자들은 크기는 작으면서도 보다 슬림화되고, 기능이 많은 제품을 선호하고 있는 추세여서 Long-Range 줌카메라는 인기를 더해가고 있는 것으로 알려지고 있다. 삼성을 제외하고 브랜드인지도가 낮은 한국업체들의 경우 중급 줌카메라시장에 초점을 맞추고 있으나 일본, 미국업체들이 중국, 동남에 생산비중을 늘려감에 따라 어려움이 가중되고 있는 실정이다.

한국업체들이 브랜드지명도 열세를 만회하고 제값을 받기 위해서는 미래의 주력품목으로 부상하고 있는 고급 줌카메라와 현재 유행하고 있는 파노라마 기능을 가진 고급기종에 마케팅의 초점을 맞춰야 할 것이며 과감한 기술개발 투자를 통한 신제품 및 디자인 개발로 이 분야에서의 독자적인 영역을 구축하는 것이 바람직하다고 현지 업계에서는 보고 있다.

#### 4. 독일시장 동향

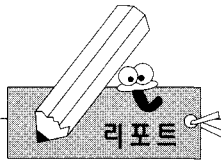
- 독일, APS 타입이 주종 이됨 -

최근년도에 출현한 디지털 카메라를 제외한 일반카메라의 총 시장 규모는 96년말 기

준 388만개에 달하는 DM 9억 2,500만의 판매고를 보이고 있으며 디지털 카메라는 96년 중 DM 4,300만에 달하는 3만 5천개가 판매된 바 있으나 97년중에는 DM 8,500만 8만개 수준으로 대폭적인 신장세를 보이고 있어 디지털 카메라시대로 접어드는 조짐을 보여주고 있다. 현지 카메라업계에서는 향후 3년 이내에 디지털 카메라의 시장점유율이 20%로 상승할 것으로 예상하고 있다.

그러나 아직도 주류를 이루고 있는 제품은 일반 카메라로서 이 중 APS(Advanced Photo System)타입이 97년 판매분의 90%를 이루고 있다. 이 APS타입은 상당기간이 경과한 후 비로소 최근 시장에 정착된 신기술제품으로 촬영시 사진인화 규격을 3가지 규격으로 미리 선택할 수 있어 촬영 후 인화효과가 종래보다 훨씬 선명하고 우수하며 필름도 카트리지식으로 돼 있어 필름 장착시 누구나 쉽게 할 수 있을 뿐 아니라 자동처리되는 등 필름처리장치가 다른 특색을 가지고 있다.(카트리지 필름은 'Advanced'로 표기가 돼 있음)

또한 일반 카메라에서는 Reflex카메라가 수입시장의 주류를 이루고 있으며 이 중에서도 Spiegelreflex카메라는 촬영시 사진효과를 미리 예상



할 수 있어 사진의 선명성을 보장해 줄 수 있는 고급 제품으로 인지되고 있다.

- 일반부문 리플렉스 카메라가 주종 -

자동식 콤팩트 카메라분야에서는 올림푸스, 리플렉스 카메라에서는 캐논이 시장을 주도하고 있으나 그 외의 유명 브랜드인 니콘, 미놀타, 롤라이(삼성) 등과 품질 및 기능상의 차이점은 소비자들에게 인식되지 못하고 있는 상태이다. 또한 특기할 만한 점은 최근 2년간 카메라의 색상이 금색, 은색, 청색 등 유색의 Futurist Design이 출하되면서 새로운 고객 창출을 시도하고 있다는 점이다. 아울러 카메라 가격대는 DM 300~700선이 주류를 이루고 있으며 하계 휴가시즌 전과 크리스마스 전기간이 구매 성수기로 나타나고 있다.

카메라 종류별로 수입시장 구조가 다르게 나타나고 있어 97년 중 진출실적기준으로 보

면 리플렉스 카메라 타입에서는 일본산이 66%, 촬영즉시 현장에서 인화되는 인스턴트 카메라 분야에서는 영국산이 83%, 저가의 Disposable Camera 분야에서는 96년 61%를 차지했던 중국산을 제치고 일본산이 57%로 수위를 지켜 시장판세가 크게 바뀌고 있는 등 소수국의 독점체제 진출구조를 형성하고 있다.

- 종류별로 수입시장 구조상 -

디지털 카메라 분야에서는 전체적인 수량규모 이외 각국별 수입실적은 발표되지 않고 있으며 일반카메라 분야에서도 97년도 수입실적은 7월 중 발표 예정으로써 부분적으로 집계된 국별 수출입 통계만 비공식적으로 입수 가능한 실정이다. (표 6 참조)

한편 카메라 수입시 특별한 수입상의 관리제도가 없어 누구나 수입이 가능하며 정상수입관세율은 7.2%이고 판매시

부가가치세 16%가 부과된다. 현재 독일에서 새로운 시자용으로 성장하고 있는 디지털 카메라 분야에서는 세계 각국산이 각축을 벌이고 있어 우리나라의 경우에도 삼성전자, 현대전자등에서 제작한 디지털 카메라가 최근에 시장에 출하되는 등 향후의 시장진출에서 유리한 고지 선점을 위해 분전하고 있어 마케팅 능력에 따라 시장진출이 크게 좌우될 것으로 보인다.

- 디지털 카메라, 새로운 시장 급부상 -

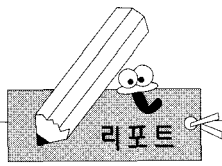
일반 카메라 분야에서는 리플렉스 타입에서 일본, 중국에 이어 우리나라산이 12%의 시장점유율을 보이고 있는 가운데 대만산보다 훨씬 우세한 입장에서 꾸준한 신장세를 보이고 있으며 여타의 카메라 분야에서는 극히 미미한 진출실적을 나타내고 있어 경쟁성이 전혀 없는 상태이다.

디지털 카메라의 경우 무엇

〈표 6〉 독일의 카메라 종류별 수출입 실적

(단위 : US\$천)

구 분	1995		1996		1997	
	수 입	수 출	수 입	수 출	수 입	수 출
Reflex camera	253,210	64,781	276,558	48,477	346,713	103,614
Instant Camera	50,943	5,693	46,445	7,575	46,617	5,123
Other Camera<35mm	64,872	5,894	148,953	13,800	220,716	58,086
Disposable " = 35mm	37,281	18,800	34,857	25,604	2,460	41,660
Other Camera = 35mm	605,117	311,811	620,549	361,980	701,439	368,685
Other Camera > 35mm	24,969	39,515	20,094	32,706	20,427	34,707
총 계	1,036,392	446,494	1,147,456	490,142	1,338,372	611,875



보다도 소비자에게 쉽게 카메라의 기능이나 효과를 설명할 수 있는 세일즈 접근방식이 확립되지 않고서는 제품의 특성상 판매가 불가능하다. 따라서 현장 DEMONSTRATION 및 조작법, 기능에 대한 설명등이 쉽게 이루어 질 수 있도록 전문점에서의 판매, 백화점내의 카메라 전문코너점 운영 등 효율적인 세일즈망 형성 및 유능한 세일즈맨 확보가 가장 중요한 요소로 지적되고 있다.

일반카메라 분야에서는 유명 브랜드의 차별적 이미지 부각보다는 기능을 특징적으로 부각할 수 있는 기능 전문화에 주력함으로써 소비자에게 더욱 어필할 수 있는 기능 차별화를 시도해야 하며 또한 판매 가격간의 함수관계에 따라 구매 결정이 이루어지므로 포인트식 광고 및 제품안내가 요구된다.

## 5. 러시아시장 동향

- 러시아, 지난해 수요 270만대 규모 -

러시아에는 Krasnogorsk Plant(Moscow Region)와 LOMO(St. Petersburg)사 2개사가 카메라를 제조중인데 시장경제체제 도입이후의 전반적인 경제위기는 카메라 생산에도 영향을 미쳐 생산량은 최근 수년간 지속적으로 감소됐다. 97년에는 14만3천개가 생산돼 92년이후 5년간 약

1/11로 감소됐다.

생산감소 추세와는 반대로 러시아 국민의 카메라 수요는 상당히 높은 편인데 개방 경제체제 도입후 전국적인 필름현상 인쇄소의 수적 증가와 함께 카메라 판매도 증가해 현재 러시아 국민의 3분의 1 이상(모스크바는 47%)이 카메라를 소유하고 있다. 전문가에 의하면 97년 현재 카메라 수요는 270만대에 이르며 향후 몇 년간 수요가 꾸준히 증가할 전망이다.

- 러시아 카메라 수요, 꾸준히 증가할 듯 -

마케팅전문회사 Common-2에 의하면 과거 러시아에서 가장 많이 유통된 카메라는 조정렌즈가 부착된 Mirror-Type의 카메라로 러시아 국민의 20%가 소유하고 있으며 95년에는 러시아와 벨로루시산 Zenit카메라는 국내 판매량의 2분의 1을 점유했다 한다. 그러나 현재 수요는 현대적인 콤팩트 카메라로 이동하고 있는데 주로 모스크바와 상트페테르부르크 등 대도시에서 수요가 높아 모스크바는 인구의 5.8%, 상트페테르부르크는 인구의 6.3%가 소유하고 있다.

플라로이드와 같은 스냅샷 카메라는 러시아에서는 생산되지 않으며 과거 한때 유행했으나 현재 수요는 축소되고 있다.

한편 카메라의 수입동향을

살펴보면 콤팩트 카메라를 중심으로 해외 유명 기업제품의 수입이 증가하고 있다. 공식 수입통계에 의하면 96년의 수입량은 3,273만9천달러로 나타나지만 전문가에 의하면 세금회피를 목적으로 한 수입금액 인하 관행 및 기타 정식 통관절차를 밟지 않은 수입을 감안시 실제 수입금액은 약 7천만달러 가량인 것으로 추정되며 당분간 수입량은 증가할 전망이다.

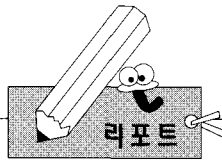
- 콤팩트 카메라 지속 증가 -

독일은 96년에 600만5천달러를 수출, 대러수출 1위 국가이며 홍콩, 영국, 화란 등이 그 뒤를 따르고 있다. 한국은 96년에 91만7천달러를 수출, 전년 대비 34%증가율을 보이고 있으며 러시아에서 한국 대기업의 인지도가 높은 점을 감안, 향후 대러수출실적이 증가할 전망이다.

공식적인 통계부재로 정확한 품목별 카메라 수입량을 파악할 수는 없지만 관계전문가에 의하면 가장 많이 수입되고 있는 향후 유망한 수입품목은 손쉬운 취급을 위한 다양한 기능을 가진 콤팩트 카메라인 것으로 나타났다.

Mirror-Type은 러시아산 'Zenit'보다 품질대비 높은 가격으로 인해 미미한 수입실적을 보이고 있고 스냅샷 플라로이드 카메라붐도 시들해져 수





입량도 정체상태를 보이고 있다.(표 7 참조)

현재 러시아 시장에서 품목별 경쟁동향을 살펴보면 다음과 같다.

1) 브랜드별 경쟁동향

종류에 관계없이 러시아 업체를 제외한 외국업체 중 현재 진출이 활발한 업체는 캐논, 니콘, 올림푸이며 코닥과 플라로이드의 시장점유율은 감소중이다.

-캐논(일본) : 사무소와 자체 딜러망 보유, 시장점유율은 6% 판매망을 급속히 확장 중. 캐논의 'Canon Prima-Super 28V' 모델은 유럽 Imaging & Sound협회에 의해 95~96년의 'Best European Camera'로 선정

-코니카(일본) : 사무소와 자체 딜러망 보유. 필름판매. 주력모델은 'Konica Z-up 135 Super(4배 Zoom)'

-미놀타(일본) : 사무소 보유. Mirror-type 위주로 진출. 인기모델은 'Minolta Riva Zoom 140(4배 Zoom)'

-니콘(일본) : 자체 딜러망 보유. 전문가용 카메라수준은 높으나 러시아 진출은 미미

-올림푸스(일본) : 사무소 및 딜러를 보유

-삼성(한국) : 콤팩트 카메라를 시장에 출하, 경쟁제품보

다 20~30% 저럼  
-코닥(미국) : 사무소 보유. 디지털 카메라 분야에서 시장주도.

러시아에서는 일반적으로 콤팩트 카메라가 가장 선호되며 모양은 심플하고 색상은 검정색 또는 암회색이 현재 러시아에서 보편적인 콤팩트 카메라의 디자인이다. 청소년용의 최저가 모델로 빨강, 노랑, 파랑 또는 초록색상의 카메라가 일부 유통되고 있다.(표 8 참조)

카메라의 특별한 구매시장은 없으나 크리스마스전과 여름 휴가철에 판매량이 증가하며 콤팩트 카메라 가격은 다양성 및 품질에 따라 다르나 보통 고정 초점 카메라는 30~120달러 수준이고 자동

초점 카메라는 90~570달러 수준이다.

〈수입관리제도〉

가. 조세제도

-수입관세 : 기본관세율은 20%이나 한국은 GSP 적용으로 15%임.

-부가가치세(VAT) : 20%

-물품세 : 없다.

나. 비관세장벽 : 품질인증 및 안전증명 등 기타 비관세장벽 없다.

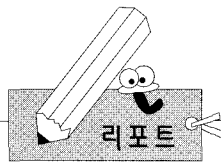
러시아 바이어는 거래 추진 시 세원노출 및 이자부담을 꺼려 T/T거래를 선호하는 데 계약시 거래대금 일부를 지불하고 물건 인수후 잔금을 지불하는 경우가 많다. 동제품은 일단 구입하면 장기간 사용하기 때문에 부품의 지속적인 공급

〈표 7〉 러시아의 카메라 수입동향

(단위 : US\$천)

국 별	1993	1994	1995	1996
중 국	40	-	375	1,408
독 일	53	104	5,595	6,005
홍 콩	20	49	610	4,240
일 본	156	294	555	1,750
한 국	828	3	208	917
네델란드	4,642	9,802	18,296	3,251
스 위스	-	5	719	1,131
영 국	117	-	1,709	3,377
미 국	109	126	3,094	1,114
기 타	453	633	2,222	3,546
합 계	6,418	11,016	33,383	32,739

자료 : 러연 관세위원회



등 A/S여부가 소비자구입시 주요 고려 요인이 되고 있다. 러시아 시장은 광고 효과가 매우 큰 시장이므로 매스미디어를 통한 적극적인 광고 전략이

필수적이며, 경쟁이 심한 러시아 카메라시장에서 유력한 바이어와 거래하기 위해서는 신용거래, 소량주문 등 바이어의 요구에 탄력적으로 대응할 필

요가 있다. Kodak사의 경우 필름등 관련 제품을 병행지출시키고 있는데 이는 제품 이미징 및 인지도면에서 보다 효율적인 시장 진출 방법이다.

〈표 8〉 러시아 내 카메라 브랜드별 소매가격 비교

(단위 : US\$)

모델 · 브랜드	국 별	가 격	비 교
LOMO(Compact)	러시아	35	
Zenit(Mirror-type)	러시아	95~140	
Polaroid(Snapshot)	독일	600,600 plus, 636	고정초점
		Impulse AF	자동초점
		Speetra	자동초점
Kodak(Compact)	USA	FS	고정초점
		375	고정초점
		Star 735	고정초점
Konica	일본	AF-200	자동초점
		BM-610	자동초점
Minolta	일본	AF35RQD	자동초점
		Riva	줌기능
Samsung	한국	AF333	자동초점
		AF-Slim-R	자동초점
		AF-Zoom1050	줌기능
Canon	일본	Zoom Max	줌기능
Olympus	일본	IS-100(Mirror-type)	
Casio	일본	QV-10 (APS-Advance Photo System)	

자료 : 98년 4월 무역관실사