

'99년 국내 카메라시장 전망 및 대응방안

글: 황충현 팀장/삼성항공산업(주) 광학기기사업부 카메라 국내 영업팀



▲ 황충현 팀장

국내 카메라시장 환경 변화

수입선 다변화 제도는 국내 산업보호 및 대일 무역 역조 개선을 위해 1978년부터 시행돼 왔다. 그러나 99년 1월 SLR카메라를 시작으로 99년 7월 LS카메라가 해제되면서, 그 동안

수입선 다변화 제도라는 보호막에서 성장해 왔던 국내 카메라 산업은 이제 세계시장의 80%를 점유하고 있는 일체 카메라와 일전을 앞두고 있다.

사실 그 동안 일본산 SLR카메라와 고급 컴팩트 줌 카메라 등이 공공연하게 Black Market을 통해 국내 시장에 반입되어 유통되고 있었던 것이 현실이었다. 올해부터 일본산 카메라 수입이 완전히 자유화되기 때문에 일본 업체들이 광고와 판촉 등을 강화해 국내 시장을 적극적으로 공략할 것이 예상된다. 이런 상황은 가뜩이나 IMF 이후에 위축된 국내 업체들에게 또 하나의 위협 요인으로 대두되고 있다.

또한 유통개방 이후 세계 빅

양판매 등이 국내에 진출하거나 점포를 확장하면서 기존의 카메라 전문점 중심 판매에서 양판매, 통신판매 등 Virtual Market 등으로 판매비중이 분산되고 있다. 99년에도 역시 각 양판매들이 계속 점포를 확장하고 소비자의 구매패턴이 변할 것이다. 이에 따라 신유통의 판매 비중이 계속 증대돼 카메라 업체들의 유통 전략에 변화가 올 것으로 보인다.

이러한 시장환경 변화는 열악한 국내 카메라 산업에 커다란 부담이 될 수 있다. 반면에 카메라 업체간 광고, 판촉 강화 및 유통의 다각화로 인한 카메라 노출도 제고 등으로 소비자의 구매심리를 자극할 수도 있다. 이는 침체되어 있는 국내

카메라시장의 판매를 활성화시키고 재도약할 수 있는 절호의 기회가 될 것으로 판단된다.

'99년 국내 카메라 시장 규모

국내 35mm 카메라 시장은 그 동안 꾸준한 성장을 지속하여 IMF 이전인 97년 추정 시장 규모가 1,400억원 규모에 이르렀다. 그러나 IMF로 인해 소비가 급감해서 98년에는 97년에 비해서 약 50%가 줄어든 700억원 수준으로 급격히 감소했다. 99년에는 수입선 다변화 해제로 인한 각 업체의 광고, 판촉강화 및 점진적인 경기회복에 따라 전년에 비해서 15% 정도가 성장한 800억원 규모가 될 것으로 전망된다. 특히 줌 카메라가 전체 시장의 70%를 점유할 것으로 예상되며 SLR, 단초점이 30%를 양분하여 점유할 것으로 예상된다.

시장환경 변화에 대한 당사의 대응방안

첫째, A/S 부문을 차별화한다.

삼성은 A/S 조직망을 꾸준히 보강하여 전국 어디서나 신속한 서비스가 가능하도록 ONE-DAY SERVICE를 지향하고 있다. 특히 타업체와 차별

화된 2년간 품질보증제도를 지속적으로 실시하고 수리 요금을 인하해서 실질적인 고객 감동 서비스를 추진하고자 한다.

전국 55개 자사 서비스센터, 100여 개 삼성전자 서비스센터, 그리고 약 1,000여 개 삼성전자 대리점을 통한 서비스 접수와 처리는 신속성, 정확성, 편리성 면에서 일체 카메라가 쉽게 대응하지 못하는 차별화된 강점을 보유하고 있다.

또한 수리기간이 2~3일 이상 소요되는 카메라는 서비스센터에서 보유중인 카메라를 무상으로 빌려 주는 카메라 대여 제도도 시행하고 있다. 이를 통해 고객의 편리성을 극대화하고 있으며, 향후에도 수리센터의 환경, 친절도 개선 및 수리비 인하 등을 통한 서비스를 강화해 나갈 계획이다.

둘째, 유통부문을 다각화한



'99년 카메라 시장은 수입선 다변화 해제로 인한 각 업체의 광고, 판촉강화 및 점진적인 경기회복으로 전년에 비해 15% 정도가 성장할 것으로 전망된다. 특히 줌 카메라가 70% 정도를 점유할 것으로 예상된다.



다.

그 동안 카메라에서는 비주력 유통으로 취급되었던 할인점, Virtual Market(전자상거래, 통신판매) 등의 판매강화를 통해 기존의 전자점, 카메라 전문점 중심의 판매에서 탈피, 유통채널을 다각화할 예정이다. 이러한 유통 다각화를 통해 소비자들이 언제, 어디서나 삼성카메라를 손쉽게 구매할 수 있도록 할 것이다

셋째, 제품 Line-Up을 강화한다.

일본 카메라 업체들은 그동안 DSC, APS 카메라 개발에 치중하여 35mm 카메라 신제품 개발을 소홀히 해왔다.(35mm는 OEM 주력) 그러나 삼성은 35mm 카메라 기술개발에 적극적으로 투자하여 매년 5~6개 이상의 보급형 및 고급형 신제품 카메라를 출시



**제품설계에서부터 주문, 생산,
물류가 일련의 공정으로 이루어지도록
컴퓨터 통합생산 방식인
CIM(Computer Intergrated Manufacturing)
시스템을 구축해, 향후에도 지속적인 개발,
투자를 강화해나갈 것이다.**



해서 소비자의 선택 폭을 넓히고 있다.

99년에는 총 13개 신제품을 출시할 계획이다. 수입개방 원년인 99년 한해에만 35mm, DSC, APS 카메라 총 13개 제품을 집중적으로 출시하여, 금년 7월로 예정된 콤팩트 카메라의 수입개방에 맞설 예정이다. 소비자의 욕구와 필요성에 맞는 제품으로 경쟁력을 제고 하려는 것이다.

삼성은 이를 위해 통상 하반기에 실시했던 신제품 출시 시기도 상반기로 앞당길 계획이다. 삼성은 지난 2월 18일부터 미국 라스베가스에서 실시된 PMA Show에서는 신제품을 발표해 바이어들로부터 호평을 받고 있다. 아울러 올해 신제품인 35mm 단초점 4개 모델과 2배줌, 3배줌, 4배줌 등을 비롯해서 그 동안 해외시장에서

만 소개되었던 어드밴스드 포토시스템(APS)도 단초점과 2배줌 및 4배줌으로 다양화해서 국내 시장에 출시할 계획이다.

넷째, 품질 및 가격 경쟁력을 강화한다.

세계시장의 80%를 점유하고 있는 일본제품에 유일하게 대응하고 있는 삼성은 그 동안 지속적인 개발 투자를 통해서 일본제품에 비해서 동등한 품질 및 가격경쟁력을 확보하고 있다.

세계시장에서의 일본제품과 치열한 가격경쟁에 대응하기 위해 삼성은 중국천진의 현지 생산거점을 활용해서 카메라와 부품의 조립, 생산, 구매를 실행했다. 이를 통해 원가절감 등을 통한 동등한 가격 경쟁력을 실현하였다.

당사는 제품설계에서부터 주문, 생산, 물류가 일련의 공

정으로 이루어지도록 컴퓨터 통합생산 방식인 CIM(Computer Intergrated Manufacturing) 시스템을 구축해, 향후에도 지속적인 개발, 투자를 강화해나갈 것이다. 이를 통해서 가격과 품질에서는 물론 제품 라인업체에서도 일본제품을 압도해나갈 계획이다.

맺음말

'79년 카메라 부품 조립으로 카메라 사업을 시작한 이후 당사는 지속적인 기술개발과 설비투자를 통해 기술력 확보, 부품 국산화 등 혁신적인 원가 절감을 이뤘다.

이 노력으로 현재는 전세계 100여 개국에 약 300만대 규모의 카메라를 수출하는 등 일본업체와 견줄 수 있는 유일한 비일본 카메라 제조업체로서의 위치를 확고히 했다고 자부하고 있다. 특히 카메라의 핵심 기술이라고 할 수 있는 렌즈의 설계/가공 기술, 서터 설계/제조 기술을 확보하여 90년대 이후 일본업체 추격에 박차를 가하고 있다.

99년 수입개방 원년을 맞아 당사는 위기보다 판매활성화의 기회로 삼아 더욱더 공격적인 마케팅을 전개할 것이다. 이를 통해 2000년대 세계 3대 메이커로 진입하는 초석으로 삼고자 한다.