카메라시장 현황 및 전망

작년 35mm 시장 1,000억 규모 예상 올 업체 경쟁 치열, 시장 활성화 기대

올 해 35mm 카메라 시장 규모는 전년에 비해서 소폭 성장할 것으로 전망되나,
일본업체들의 본격적인 마케팅과, 삼성카메라의 적극적인 수성 지키기,
LG상사의 의욕적인 카메라 사업 참여 등으로 업체별 경쟁은 더욱 치열할 것으로 예상된다.
디지털카메라 시장은 130만~200만 이상의 고화소 제품을 중심으로 시장이 형성되고,
시장규모도 급속한 성장을 거듭하면서 200억 이상이 될 것으로 예상된다.

글:황충현 팀장/삼성항공산업(주) 국내영업팀

국내 카메라 시장 개괄
유통방식에 일대 혁명
사이버 쇼핑몰 급성장

1. 시장 현황

1999년은 과거 시행되었던 수입선 다변화 제도가 7월을 기점으로 완전 해제되었던 해로, 제품 및 유통 등 카메라 산업 전반에 걸쳐 다양한 변화가 일어났다.

가장 큰 변화는 유통 부분으로 기존 전문/전자점 위주의 유통에서, 대형 할인점/양판점 및 사이버 쇼핑몰 등 새로운 유통 방식으로 빠르게 확대되고 있다.

또한, 일본 업체가 국내시장에 진입하면서 업체별 광고/판촉 경쟁 등으로 카메라 노출도가 빈번해 지면서 국내 카메라 시장규모도 성장하였다.

신규유통의 확대 및 노출도 제고, 제품의 다양한 등의 변화로 인한 소비자 선택의 폭도 다양해지면서 고객만족을 위한 여러 가지 이벤트 및 프로그램 개발 등 카메라업계의 강력한 마케팅 활동이 시장 활성화에 큰 영향을 미친 한해였다.

2. 시장 규모

국내 35mm 카메라 시장은 그 동안 꾸준한 성장을 지속하여 IMF 이전인 1997년 추정 시장규모가 1,400억 규모에 이르렀으나, IMF로 인한 소비 급감으로 1998년에는 전년 대비 약 50% 수준이 감소한 770억 수준으로 급격히 감소하였다.

1999년은 수입선 다변화 해제로 인한 각 업체의 광고, 판촉 강화 및 점진적인 경기회복에 따라 전년대비 45%가 성장하여 1,000억 규모의 시장이 추정된다. DSC(Digital still Camera) 시장도 급속도의 성장을 거듭하면서 1999년 150억 규모로 성장하였다.

2000년 시장 전망
35mm 카메라 경쟁 가열
DSC 시장 200억 예상

1. 국내시장 전망

35mm 카메라 시장 규모는 전년대비 소폭 성장이 전망되나, 업체별 경쟁은 더욱 치열할 것으로 보인다. 국내시장의 점유율을 높이기 위한 일본업체의 본격적인 마케팅 활동과 국내카메라 시장에서 독보적인 역할을 해온 삼성카메라의

카메라시장 현황 및 전망

수성 지키기 경쟁이 가열되면서 시장은 활성화될 것이다. 올해에는 LG상사가 카메라 사업에 본격적으로 참여할 것 등이 예상되면서 국내 카메라 산업은 예상보다 큰 폭으로 성장할 가능성도 배제할 수 없다.

DSC 시장은 130만~200만 이상의 고화소 제품을 중심으로 시장이 형성될 것으로 예측되며, 시장규모도 급속한 성장을 거듭하면서 200억 이상이 될 것으로 전망하고 있다.

2. 세계시장 전망

가속되는 디지털화 추세에 따라 카메라업체별 사업 전개 분야는 35mm나 APS 카메라 분야보다 디지털 카메라 분야의 신제품 출시와 홍보가 보다 강화될 것으로 전망된다.

지난 해에는 200만 화소급 DSC를 각 업체별로 출시한 데 이어 올해에는 보다 고화소인 300만 화소급의 신제품들이 첫선을 보일 것으로 예상된다.

현재 DSC 시장은 약 30개가 넘는 일본, 미국의 업체들이 시장에 참여하고 있으며, 1999년 한해 동안 일본에서만 약 60여 개의 신제품이 출시되는 등 경쟁이 치열한 시장이다. 선두업체는 FUJI, OLYMPUS, KODAK 등 3개사로 전체시장의 50% 이상을 차지하고 있으며 SONY, EPSON, CANON 등이 그 뒤를 따르고 있다.

수량기준으로 볼 때 35mm 카메라가 약 4,300만대, APS 카메라가 약 870만대로 필름 카메라의 전체규모는 약 5,200만대로 전망된다.

DSC는 현재 약 460만대의 시장을 형성하고 있으나 매년 큰 폭으로 성장하여 오는 2003년에는 약 3배인 1,300만대 규모로 성장할 것으로 예상되고 있다.

삼성카메라 목표 및 계획
세계 시장 점유 15% 계획
디지털 카메라 본격 참여

삼성카메라는 지난해, 총 350만대의 카메라를 판매하여 단일품목으로 약 2억불의 수출을 기록하였으며, 오는 2003년까지 세계 카메라시장 점유율 15%를 확보하여 업계 리더로서의 위치를 확고히 할 방침이다. 국내시장에서도 최고 카메라업체의 자리를 지키기 위한 적극적인 마케팅 활동과 강력한 홍보를 실시해 현재의 M/S 1위의 고수는 물론 M/S 확대를 통해 세계 3대 카메라 업체로 진입하는 초석의 해로 삼고자 한다.

삼성카메라는 양적인 성장과 더불어 질적인 면에서도 괄목할 만한 성장을 거두어 '99년 출시 기종인 4배줌 카메라 'KENOX 140IP'가 지난해 일본업체를 제치고 카메라의 노벨상이라 불리우는 EISA 및 TIPA상을 동시에 수상하면서 '94년 ECX-1, '96년 Slim Zoom 145S에 이어 양대 상 3회 수상이라는 기록을 남기며 국내외의 주목을 받았다.

2000년에도 35mm 카메라 분야에서 세계 최고의 위치를 확고히 하기 위하여 세계 최소형 5배줌 카메라인 KENOX 170IP(가칭)와 초소형 3배줌 KENOX 120IP(가칭)를 출시할 예정이다.

또한, 금년에는 최근 각광을 받고 있는 디지털 카메라 사업의 강화를 통해 본격적인 디지털 영상기기 업체로의 변신을 가속화 할 예정이다.

지난해 하반기 80만화소급 신제품 DIGI-MAX 800K를 출시한 데 이어, 올해에는 DSC 사업을 대폭 강화하여 총 5개의 신제품을 내놓을 예정이다. 고화소급 제품으로는 210만화소에 3배줌 렌즈를 갖춘 최상위 모델 Digimax 210SE와 130만화소급 3배줌 모델 Digimax 130Z를 하반기에 출시하고 N세대를 겨냥한 본격적인 Net-Work 환경 DSC인 Cyber Max와 MP3기능을 넣어 고음질의 디지털 음악을 즐길 수 있는 Cyber Max Plus를 상반기에 출시하여 디지털 카메라 시장에 본격적으로 참여할 예정이다.

디지털카메라 분야

올 판매 목표는 대중화와 시장확대
고가·중저가 시장 구분 뚜렷할 듯

자료 제공/한국후지필름(주) 정보영상팀

2000년도 디지털 카메라 시장의 화두는 디지털 카메라의 대중화와 시장확대로 파워유저와 전문가 대상의 200만~300만 화소대(수퍼메가픽셀급) 고가 시장과 100만 화소급(메가픽셀급)이 주종을 이루는 중저가 시장으로 확연히 구분될 전망이다. 삼성전자, 한국후지필름 등이 지난 11월과 12월 초부터 화소수가 비교적 높고 여러가지 부가기능을 갖추었으면서도 가격은 30만원~40만원대인 중저가 보급형 제품을 속속 선보이고 있는 데다가 코닥, 한국후지필름 등 주요 디지털카메라 메이커들이 300만 화소급 제품의 출시를 예고하고 있기 때문이다.

1999년은 국내 디지털카메라 업계가 21세기를 준비한 한해였다고 할 수 있다. 디지털카메라는 은염카메라에 비해 색상 재현력이 떨어지고 출력이 불편하다는 인식이 자리잡고 있는데다가 IMF 한파까지 겹쳐 암울하기만 했던 디지털카메라 시장이 99년 6월 말을 기점으로 점차 활성화되기 시작했다. 35만화소, 80만화소, 131만 화소, 150만 화소 제품이 일반소비자용으로 주종을 이루던 차에 한국후지필름(주)이 230만 화소의 MX-2700 제품을 내놓으로써 고화소대 제품을 국내시장에 선보였으며 그 후 각 디지털카메라 메이커들이 경쟁적으로 200만 화소급 제품을 내놓았다.

200만 화소급 제품의 출시는 국내 디지털카메라 시장에서 상당한 의미가 있다. 디지털카메라는 해상도가 낮아 아날로그 카메라에 비해 화질이 떨어진다는 불명예를 회복한 데다가 사용자들이 불편하게 생각했던 촬영매수, 배터리 용량, 인터페이스 면에서 저화소 기종들의 문제점을 해결했기 때문이다.

200만 화소급 제품들이 디지털카메라에 대한 소비자 인식을 새롭게 했지만 대부분 100만원에서 150만원 사이의 높은 가격대를 이루고 있어 소비자들의 가격저항이 만만치않은 실정이다.

이 같은 시장상황을 이해하고 지난 11월부터 시장에 내놓은 제품이 바로 중저가 보급형 디지털카메라이다. 삼성전자는 85만 화소 제품(SDC-80)을 30만원 대로 내놓았으며 뒤이어 한국후지필름이 131만 화소 제품(MX-1200)과 150만 화소 제품(MX-1500)을 각각 40만원대, 60만원대에 출시했다. 삼성전자의 경우, 내년도 디지털카메라 시장을 10만대 이상으로 성장시키겠다고 선언하고 있으며 한국후지필름 역시 이 기종들이 출시되기 전부터 용산의 디지털카메라 유통업체들로부터 주문이 쇄도했다고 밝히고 있다.

매출 규모로 보았을 때 국내 디지털카메라 시장의 규모는 97년도에 2만 5천대 수준이었으며 98년도에는 IMF로 인한 경제여건의 악화로 판매실적이 감소하는 양상을 보였으나 99년에는 기업 및 일반소비 시장의 활성화에 힘입어 약간 성장한 3만대-3만5천대 수준이었다. 각 디지털카메라 메이커들은 2000년도에 올해에 비해 30~40% 신장된 매출 계획을 잡고 있는 것으로 알려지고 있다.

중저가 보급형 제품

업체명	모델명	특 징	가 격
한국후지필름	MX-1200	131만원소	소비자가격 49만원
	MX-1500	150만화소	소비자가격 65만원
	MX-1700Z	150만화소 광학 3배줌	실구매가 80만원대
삼성전자	SDC-80	85만화소	실구매가 30만원대
	SDC-100	108만 화소	가격미정

고화소급 제품(가격은 소비자가격 기준)

업체명	모델명	특 징	가 격
한국후지필름	MX-2900Z	230만화소 광학 3 배줌	165만원
	MX-2700	230만화소	150만원
한국코닥	DC-280	230만화소	110만원
	DC-290	336만화소	198만원
아주포커스	C-2000 줌	211만화소	165만원
	C-2500L	250만화소	198만원
	C-2020 줌	211만화소	140만원대
신도시스템	RDC-5000	230만화소	165만원
	RDC-5300	230만화소	165만원
소니인터내셔널코리아	DSC-F55	211만화소	150만원
아남인스트루먼트	쿨픽스 700	211만화소	129만 8천원
	쿨픽스 950	211만화소	192만 5천원