

日 카메라社 판매액 및 수익

카메라 제조 회사들의 판매액과 수익은 2000년 3월까지인 회계연도 상반기 동안 엔고의 영향을 다소 받은 것으로 나타났다. 1999년 9월말로 상반기 회계를 마감한 7개 회사 가운데 올림푸스 사 등 4개사가 전년도 같은 기간에 비해서 판매액이 증가했고 나머지 3개회사는 감소한 것으로 보고했다.

자료/PHOTO INTERNATIONAL 2000년 4월호

올림푸스사의 판매액이 가장 높은 것으로 보고됐는데, 디지털 카메라 판매가 기여했다고 볼 수 있다. (캐논은 1월부터 12월까지의 회계연도를 사용해 판매량과 수익을 조사하는 범주에 포함하지 않음.)

전반적 사진 산업 실적이 긍정적이지는 않지만 예상했던 것처럼 나쁘지도 않았다. 엔화의 평가 절상 없이도 대부분의 회사들은 상반기 동안 판매액과 수익에서 증가를 보였고 2000년 3월 말 회계연도 나머지 분기 동안이라도 변하는 시장 조건에 성공적으로 적응한다면 성과가 좋을 것이라는 예측이다.

1. 후지필름사, 매출액과 수익 감소

후지필름사는 상반기 동안 엔화의 급격한 절상이 자사 실적에 부정적인 결과를 초래했다고 봤다.

본사 자체 판매액만 보더라도 4.7% 감소한 3,979억 엔을 기록했다. 또 순이익이 14.9% 감

소해서 299억 엔을 기록한 반면, 일반 수익은 13.2% 하락해서 527억 엔을 기록했다. 후지필름사는 세계 3대 시장의 경기는 좋았던 것으로 본다. 미국 경제는 자국내 강한 수요에 의해서 계속 호황이었고 유럽도 전반적으로 호조를 보였으며, 아시아는 경제 회복의 징후가 강하지는 않았지만 상반기 동안 꾸준한 것으로 본다.

분야별 판매액

• 영상 시스템 분야 - 판매액은 전년보다 3.8% 감소한 1,560억 엔을 기록했다. 전체 회사 판매액의 39.2%를 차지했으며 전에 비해서 0.3 포인트 증가했다. 상반기 동안 판매액을 늘리기 위해 벌인 노력 중 전문 사진가 용의 35mm 컬러 원판 Superia 시리즈와 Fujicolor PRO 400 컬러 원판의 시장 출시가 가장 두드러진다. 즉석 사진 시장의 새로운 수요를 창출해내기 위한 즉석 사진 시스템의 구성의 증대, 디지털 카메라 시장에서의 소비자들의 다양한 요구에 부응하기 위해서 몇몇의 새로운 제품의 추가 등도 판매액 증가에 기여한 것으로 나타났다.

• 인화 완성 시스템 분야 - 588억 엔을 벌어들였으나 1년 전에 비해서 6.9% 하락한 것이다. 전체 회사 판매액의 14.8%를 차지했으며 전에 비하면 0.3% 줄어든 수치이다. 미니 랩 시스템 Frontier 350과 370 Digital은 시장에서 두드러진 명성을 얻은 것으로 보인다. 다양한 디지털 미디어뿐만 아니라 컬러 원판 또는 역전 필름으로부터의 장시간 저장이 가능하다.

• 정보 시스템 분야 - 1년 전에 비해 4.6% 하락해서 1,830억 엔을 기록했다. 전체 회사 판매액의 46%를 차지하며 예전과 같은 수치이다.

Luxel Imagesetter F-9000 와 차세대 디지털 X-ray 영상 시스템의 Computed Radiography 5000 시리즈, 고도의 메디컬 영상 해상도를 만드는 드라이 레이저, DLT 타입 고용량 데이터 스토리지 미디어, 후지필름사의 특허인 Advanced Super-Thin Layer & High-Output Metal Media기술과 혼합될 수 있는 디지털 데이터 스토리지 4 등이 있다. 산업용 재료의 판매액은 개인용 컴퓨터 사용에 대한 수요의 증가와 WV필름과 액체 크리스탈 디스플레이 패널과 그 밖의 관련된 응용 장치를 위한 다른 재료들의 판매액과 더불어 증대되었다.

전체 판매액 3,979억엔 중에 일본 국내 시장 판매액은 0.6% 증가한 2,501억 엔을 차지한다. 반면 외국 시장 판매액은 1,477억 엔으로 12.5% 하락했다. 외국 시장 판매액은 전체 회사 판매액의 37.1%인데 1년 전 40.4%에 비하면 많이 감소한 것이다.

통합 판매액과 수익

93개의 그룹 회사들을 포함하는 통합 판매액은 작년에 비해서 4.8% 감소한 6,986억 엔이다. 순 이익은 468억 엔으로 9.1% 감소했다. 한 해의 통합 판매액은 1조4000억 엔, 순 이익은

850억 엔까지 상승할 것으로 예상된다.

2. 코니카사, 판매액과 수익의 감소

**감광성 제품 판매액의 감소와
카메라 판매액의 증가**

코니카사는 회계연도 상반기 판매액이 전년대비 11.6% 감소했다고 보고했으며 가장 큰 요인으로 엔고 현상을 들었다. 판매액은 1,668억 엔에 달한다. 경상 수익은 54억 엔이며 26.2% 감소한 것이다. 판매액의 감소에도 불구하고 순 이익은 30.9% 증가한 33억 엔이며, 지난 상반기에 일어난 구조조정의 결과로 분석된다.

코니카사는 1999년 6월에 '회사 내 회사 (Company-in-Company)' 체제를 시작했는데 회사의 사진 산업 디지털화 개발을 위한 것이었다. 올바른 경영을 강화하기 위한 조치를 취하였고 각 자회사마다 책임을 명확히 하기 위해 개발, 생산, 판매를 하나의 단위로 통합했다. 이것이 사업의 속도를 가속화했고 경쟁력을 높이는 결과를 낳았다. 구조조정 조치는 회사의 통합 판매액과 수익, 특히 미래의 통합 경영에서 통화의 흐름을 증대시킬 것으로 기대된다.

현재는 4개의 자회사가 Consumer Imaging Company, Medical & Graphic Company, Office Document Company, Opto Technology Company의 이름으로 운영되고 있다. 막 성장하기 시작한 2개의 새로운 사업이 바로 EM(Electronic Material) & ID Group 과 Camera & Digital Photo Group이다. 더불어 1999년 10월에 잉크 젯 테크놀로지 센터를 설립했다.

구조조정 노력의 결과로 2000년 3월로 끝나는 회계연도 동안 부실 사업을 완전히 정리하고, 다음 세기에는 세계적 기업으로 발돋움할 것으로 보인다.

분야별 매출액

• 감광성 제품 분야 - 판매액은 965억 엔에 달하며 지난해 1,036억 엔에 비하면 6.8% 감소한 것이다. 필름 판매액은 540억 엔이고 1998년 상반기의 552억 엔에 비하면 2% 하락한 것이다. 필름 판매액은 전체 감광성 제품 판매액의 32.4%를 차지했다. 종이 판매액은 149억 엔에 달하며 3.6% 상승한 것이고, 전체 중 9%를 차지했다. 다른 감광성 제품 판매액은 275억 엔으로 작년에 비해 19% 감소했으며, 전체 회사 판매액의 57.9%를 차지한다.(99년 54.9%)

• 정보 장치 분야 - 판매액은 426억 엔이었고 지난 해에 비해서 30% 감소했다. 복사기와 팩스 기계를 포함하는 이 분야는 전체 회사 판매액의 25.6%를 차지했으며 지난해 32.6%에 비해서 하락한 것이다.

• 카메라와 광학 제품 분야 - 판매액은 275억 엔이었고 일년 전 236억 엔에 비하면 16.7% 상승한 것이다. 전체 회사 판매액의 16.5%를 차지했으며 전년에 비해 12.5% 상승한 것이다.

전체 회사 판매액 1,668억 엔 중에서 일본 국내 시장 판매액은 755억 엔이었고 해외 시장 판매액은 912억 엔이었다. 해외 시장 판매액은 54.7%를 차지했고 일년 전 56.4%에 비하면 감소한 것이다.

2000년 3월에 끝나는 현재의 회계연도 동안 코니카사는 판매액이 3400억 엔까지 상승할 것이라고 예측하고 경상이익은 100억 엔, 순 이익은 50억 엔으로 내다보고 있다. 하반기 동안 엔 대 달러의 환율을 107.00엔으로 고정시켜 놓고 있다.

3. 교세라사, 매출액과 수익의 증가

**Contax 645 카메라의 시장 출시 덕택에
카메라 판매액 회복**

Kyocera사에 따르면 본사 자체만의 판매액과 수익이 각각 1999년 9월 회계연도의 상반기 동안 두 자리 수 증가한 것으로 나타났다. 판매액은 2,503백만 엔이었고 1년 전에 비해 14.3% 상승한 것이다. 경상이익은 22.4% 상승해서 314억 엔에 달했고 순 이익은 17.5% 상승해서 179억 엔을 기록했다.

판매액의 증가는 전세계 휴대폰 시장의 확대 덕분이다. 국내 시장 판매액은 20.2% 증가해서 1,645억 엔이다. 통신 장비와 반도체의 빠른 판매에 힘입은 것이다. 해외 시장 판매도 매우 활발해서 4.4% 증가해서 857억 엔에 달했다.

분야별 매출액

• Fine Ceramic 분야 - 245억 엔의 판매액을 올렸고 일년 전에 비해서 4.5% 증가했다. 일본 내 국내 시장 판매액은 변함이 없는 상태였던 반면에 해외 시장의 판매액은 빠르게 증가했다. 특히 반도체 처리장치를 함께 사용키 위해서 그리고 광학 통신 장치를 위한 세라믹 컴퍼넌트들이 좋은 성과를 거두었다.

• 반도체 분야 - 610억 엔의 매출로 전년대비 16.8% 상승한 것이다. SAW 필터와 크리스털과 관련된 부분들과 함께 사용을 위한 SMD 패키지의 판매액은 빠르게 증가하고 있다. 휴대폰 전화기 시장의 확대 덕분이다. 광학 통신 장비를 위한 세라믹 패키지의 판매액 또한 좋은 성과를 거두고 있다.

• Electro-Optics 분야 - 판매액에서 476억 엔을 기록하고 있으며 6.4% 증가한 것이다. TCXOs, VCOs와 함께 사용키 위한 세라믹 응축기와 발진기의 판매 역시 휴대용 전화와 개인용 컴퓨터 시장의 번성 덕택에 호조를 보이고 있다.

• Cutting Tools, Jewelry, Bioceram, Solar system, Ceramic-Applied - 9.0% 상승한 228억 엔어치를 판매했다. 가공 보석과 세라믹이 적용된 제품들의 국내시장 판매액은 부진을 보였는데 소비자 지출의 감소 때문으로 분석된다. Solar system, Ceratip cutting tools, Bioceram 판매는 좋은 성과를 거두었다.

• 통신 장비 분야 - 37.3%의 가장 큰 증가를 보이며 640억 엔을 기록했다. cdmaOne 스마트폰(이 업계에서 가장 소형인 64그램)의 판매액은 1999년 4월 일본에서 전국적인 서비스가 시작됨에 따라 두드러진 증가를 보였다. PDC시스템 폰 판매액 또한 59그램 폰과 함께 좋은 실적을 내고 있다.

• 정보 장치 분야 - 판매액에서 5.4% 감소한 182억 엔을 기록했다. Ecosys 프린터는 특히 유럽에서 잘 팔렸고 낮은 가격과 엔고 현상이 영향을 미쳤다.

• Contax와 Yashica 카메라 분야 - 2.7% 상승한 79억 엔을 기록했다. Contax 카메라와 디지털 카메라는 소비자 소득의 감소에도 불구하고 국내 시장에서 꾸준히 상승세를 보였다. 2,503억 엔을 기록한 전체 판매액 중 해외 시장 판매액은 전년대비 3.2% 감소한 34.3%로 857억 엔에 달했다.

통합 판매액과 수익

1999년 상반기 동안의 통합 판매액은 3,857억 엔에 이르렀으며 7.7% 상승한 것이다. 경상이익은 423억 엔에 이르며 39.9%의 두 자리 수 상승세를 보인 것이다. 순이익은 214억 엔으로 28.9% 증가한 것이다.

4. 미놀타사, 매출액 급격한 하락과 수익의 감소

카메라 판매액 9.5% 하락

소비자 지출의 감소, 개인 투자의 억제, 엔고 현상, 유로화의 약세, 동남 아시아의 미미한 경기 회복 등의 요소들이 불리한 요소로 작용해 지난 상반기 동안 판매액을 증가시키기 위해서 고군분투했다. 판매액은 1,464억 엔에 달하고 반면에 경상이익은 35억 엔을 기록했다. 경상이익이 61% 감소하는 동안 판매액은 4% 하락했다. 순 수익은 23억 엔에 이르며 이는 34.2% 하락했다.

지속적인 성장을 위한 경영 목적을 추구하고 있으며 4개의 기본경영 원칙이 있다: 1) 협동적인 관리의 현명한 경영 2) 그룹 관리를 강화하는 경영 3) 가치 있는 분야에 핵심적인 능력을 키우는 경영 4) 더 나은 사업 실적을 성취하기 위한 적절한 휴먼 리소스의 활용 경영.

네 개의 경영 원칙을 준수하는 동시에 효과적인 경영을 촉진하며 재정 기반을 강화하고 있다. 글로벌 마켓 플레이어로서 경쟁력을 확보하면서 성장하는 목표를 위해 필수 불가결한 사항들이다. 2004년 통합 판매액이 8000억 엔까지 증가할 것으로 보고 있으며 통합 순 이익도 190억 엔을 기록할 것으로 전망한다.

분야별 매출액

• 복사기와 팩스기를 포함한 정보 기기 - 매출은 지난해 1,065억 엔에 비해 1.6% 떨어진 1,047억 엔이었다. 해외시장 매출액이 지난해에 비해 2.7% 떨어진 905억 엔, 국내시장 매출액은 5.8% 감소한 142억 엔이었다. 한편 전체의 매출액에서 사무기기가 차지한 비율은 지난해 69.8%에서 71.5%로 증가했다.

• 광학제품 - 매출액은 지난해 460억 엔에서 9.5% 감소한 416억 엔이었고 해외시장 매출액이 4.5% 감소한 129억 엔, 국내시장 매출액은 11.5% 감소한 287억 엔이었다. 광학제품 매출액이 회사전체 매출에서 차지하는 비율은 지난해 30.2%에서 28.5%로 감소했다.

5. 니콘, 매출액과 수익 증가

카메라와 반도체 관련제품의 매출 증가

니콘사의 상반기 회계연도 매출액은 지난해 1,276억 엔에 비해 5.9% 증가한 1,351억 엔이었고, 경상이익은 지난해 같은 기간 22억 엔 적자에서 크게 향상되어 20억 엔의 흑자를 보였다. 순이익 역시 지난해 13억 엔의 적자에서 벗어나 11억 엔의 흑자를 기록했다.

니콘사는 반도체 시장의 변동에 만성적으로 좌지우지되는 취약한 경영구조에서 탈피하기 위해 1999년 10월부터 '회사 내 회사' 라는 관리체제를 운영하고 있는데 각각의 사업단위들에게 각자의 목적과 영업정책에 맞게 스스로 운영할 수 있는 자율권을 주는 것이다. 이와 함께 회사의 의사결정과정도 검토하였는데, 중요 사항의 집행은 이사회에서 결정하는 기존의 관리체제를 유지하면서, 사업단위나 기술자문단위는 임원영역, 새로운 사업계획이나 관리전략계획은 간부직원영역으로 구분함으로써 실무 집행을 각 담당 매니저들에게 전가시키는 것이다.

분야별 매출액

• 카메라와 같은 영상제품 - 매출액은 지난해 479억 엔에서 6.3% 증가한 510억 엔이었고 전체 회사매출액에서 차지하는 비율은 지난해 보다 0.1% 증가한 37.7%였다.

• 반도체 관련장비 - 판매는 지난해 549억 엔에서 10% 증가한 603억 엔으로 집계되었는데, 지난해 28%의 급격한 매출감소를 보이며 니콘사를 적자로 끌어내렸던 반면 올해는 상반기 매출과 수익을 증가시키는 중요한 역할을 했다.

• 현미경 및 측정기기 - 판매는 지난해 107억 엔에서 10% 감소하여 97억 엔에 그쳤고 전체 회사매출에서 차지하는 비율도 1.2% 떨어진 7.2%에 머물렀다.

• 자료조사 기기 - 판매는 지난해 52억 엔에서 8.8% 오른 56억 엔으로 전체매출에서 차지하는 비율은 0.1% 증가한 4.2%였다.

회사전체매출액 1,351억 엔에서 해외수출액은 896억 엔으로 지난해 62.1%에서 66.3%로 증가했다.

통합매출과 수익

35개의 자회사를 포함한 총 매출액은 1,628억 엔이고 운용수입은 40억 엔, 경상이익은 6억 2천 엔으로 나타났으며, 순이익은 지난해 182억 엔의 적자에서 탈피하여 17억 엔의 흑자를 기록했다.

1998년 3월에 마감하는 현 회계연도에서 통합매출과 수익은 각각 3천6백억 엔과 65억 엔으로 예상된다.

6. 올림푸스사, 고매출·저수익

디지털과 아날로그 카메라를 포함한 카메라 매출액 17% 증가

올림푸스사의 매출액이 엔고의 악재에도 불구하고 같은 기간에 비해 4.1% 증가한 1,385억 엔으로 집계되었는데 디지털 스틸 카메라의 판매

증가가 한몫을 했다. 하지만 운영수입과 경상이익이 두 자리 수까지 떨어진 것과 함께 엔고의 악재까지 겹쳐 회사 전체 수익에 불리하게 작용했고 신탁과 교환(Swap) 거래 부문에서 초래된 168억 엔의 평가 손으로 인해 145억 엔의 적자를 보았다. 올림푸스사는 이 거래를 올 회계연도 말까지 종결할 계획이다.

분야별 매출액

• 영상제품 - 판매액은 지난해에 비해 16.8% 오른 645억 엔이었고 해외시장판매액이 8.6% 상승한 484억 엔인 반면 국내시장매출액은 50%가 증가한 161억 엔이었다. 지난해 전체매출액에서 차지하는 비율은 41.5%에서 46.6%로 상승했다. 초미니 카메라 판매액은 유럽시장의 수출감소로 인해 하락하였다. 반면 회사의 부문별 판매촉진관리에 힘입어 디지털 스틸 카메라의 매출액은 급증했는데 특히 3X줌렌즈가 내장된 C-2000줌 모델은 국내외에서 불티나게 팔렸고 900줌과 830L카메라도 좋은 판매실적을 올렸다.

• 광학 기기 분야(주로 현미경 제품) - 매출액은 지난해에 비해 7% 감소한 115억 엔이었고 해외시장에서는 12%하락한 74억 엔, 국내시장에서는 28% 하락한 41억 엔의 매출액을 냈다. 회사전체판매액에서 차지하는 비율은 9.4%에서 8.3%로 감소했다. 산업분야 투자액의 감소와 더불어 엔화가치의 상향 재평가로 인해 유럽으로의 수출은 감소되었으나 동남아시아로의 수출은 각국의 경제회복에 힘입어 증가되었다.

• 파이버스코프 부문 - 매출액은 지난해에 비해 8.1% 감소한 462억 엔이고 해외시장매출액이 8.3% 감소한 276억 엔, 국내시장매출액은 7.8% 감소한 185억 엔이었다. 회사 전체 매출에서 차지하는 비율은 지난해 37.8%에서

33.4%로 감소했다. 파이버스코프 세척기거나 조사, 치료기기들의 매출액은 증가했지만 일본 병원들의 기기투자 감축으로 전체적인 파이버스코프 매출액은 감소했다. 비디오 스코프나 외과용 파이버스코프의 수출은 변동이 없었지만 엔고의 영향으로 전체적인 수익은 감소했다.

• 정밀분석기기 부문 - 지난해보다 18% 오른 46억 엔이었고 해외시장판매액이 34% 오른 25억 엔, 국내시장매출액은 3.6% 오른 21억 엔이었다. 전체 회사매출에서 차지하는 비율은 지난해 2.9%에서 3.3%로 올라섰다.

• 자동 혈액분석기와 수혈기계장치 - 판매액은 해외에서 모두 증가하였고 해외부문에서는 특히 미국에 대한 판매액이 좋은 성과를 올렸다.

• 정보 기기 분야 - 매출액은 지난해보다 3.6% 오른 115억 엔이었고 해외시장이 12% 오른 41억 엔, 국내시장이 0.7% 내린 74억 엔이었다. 회사 전체 매출에서 차지하는 비율은 지난해와 마찬가지로 8.4%에 머물렀다.

개인용 디스플레이인 Eye Trek의 국내판매가 좋은 성과를 거둔 반면 3.5인치 자기광학디스크 드라이브의 판매는 부진하였다. 하지만 Eye Trek의 출시와 소비성 대형 잉크젯 프린터의 꾸준한 판매 덕분에 전체 해외 판매는 증가했다.

2000년 3월에 마감하는 올 회계연도에서 올림푸스사는 총매출 2700억, 경상이익 50억을 기대하고 있지만 결국 68억 엔의 적자를 볼 것으로 예측된다.

올림푸스사는 지난 가을 5년짜리 경영계획을 발표했는데 이는 2004년에는 99년 회계연도 매출액의 3배가 넘는 600억엔의 연매출액과 99년의 2배가 넘는 75억엔의 운영수익 달성을 목표로 하고 있다.

7. 팬택스, 판매와 수익 모두 급감

카메라 매출액 29% 감소

팬택스사는 상반기 결산결과 판매와 수익이 모두 감소했다고 한다.

엔화가치의 상승이 수익에 부정적인 요소 중 하나였는데 매출액도 20.9% 감소한 387억 엔이었고 경상이익은 지난해에 비해 85.6% 급락한 5.4억 엔이었다. 순이익 역시 4.6억 엔으로 급락했는데 이는 오폭기 상품수출에 대한 우호적인 해결책으로서 미국정부에 지급한 미화 2만불이 주요 원인으로 작용했다고 한다.

팬택스사는 현재 소비자들에게 '더 큰 만족'이라는 구호를 내걸고 있고 중장기 전략으로서 회사의 관리자원을 핵심카메라 사업에서 의학, 정보, 통신과 같은 지속적 고수익이 보장되는 교체할 계획이다.

또한 국제시장에서 경쟁력을 확보하고 더 확고한 협력구조를 구축하기 위해 해야할 것들을 다음과 같이 제시하였다.

- 1) 경영자원의 교체와 수익력의 강화
- 2) 카메라 및 그 관련 제품의 디지털화에 대한 재빠른 대응
- 3) 재고 감소, 제품개발기간 단축, 정보사업추진, 저비용 관리
- 4) 통화 변동에 대한 위험방지 구축을 통한 자금관리 강화
- 5) 회사전체 매출과 수익의 시기적절한 관리 및 유지

분야별 매출액

· 카메라 판매 - 지난해 324억 엔에서 29.5% 내려간 228억 엔이었는데 이 중 해외 매출액은 36% 감소한 158억 엔이었고 국내 판매액은 9.4% 감소한 70억 엔이었다. 전체 회사매

출에서 차지하는 비율은 지난해 66.3%에서 59.1%로 하락한 것으로 나타났다.

· 의학 기기 판매 - 지난해 64억 엔에서 10.2% 내려간 58억 엔이었다. 해외시장판매는 10.9% 하락한 4,861백만 엔이고 국내시장 판매는 6.6% 떨어진 9.6억 엔이었으며 전체 회사매출 중 비율은 13.25%에서 15%로 증가했다.

· 정보통신기기 - 판매는 지난해 66억 엔에서 10% 하락한 60억 엔이었고 해외시장판매는 1.8% 하락한 34억 엔, 국내시장은 22% 하락한 25억 엔이었다. 회사전체 매출에서 차지하는 비율은 13.6%에서 15.5%로 증가했다.

주요 카메라 제조 회사 판매액과 수익

2000년 3월까지 회계연도 가운데 상반기
(1999년 3~9월까지)

(단위-100만엔)

	판 매 액	경상이익	카메라 판매
교 세 라	250,293 (14.3% 증가)	31,479 (22.4% 증가)	7,956 (2.7% 증가)
미 놀 타	146,438 (4.0% 감소)	3,532 (61.0% 감소)	41,668 (9.5% 감소)
니 콘	135,168 (5.9% 증가)	2,049 흑자 (전년2,203 적자)	50,989 (6.3% 증가)
올림푸스	138,519 (4.1% 증가)	2,043 (64.5% 감소)	64,544 (16.8% 증가)
팬 택 스	38,777 (20.9% 감소)	542 (85.6% 감소)	22,897 (29% 감소)
	판 매 액	경상이익	이미지제품판매
후지필름	397,906 (4.7% 감소)	52,687 (13.2% 감소)	156,064 (3.8% 감소)
코 니 카	166,805 (11.6% 감소)	5,419 (26.2% 감소)	96,554 (6.8% 감소) 카메라 27,587 (16.7% 증가)

- 후지필름 이미지 제품 판매액-포토그래피 장비와 원료(모션 픽처 필름, 전자 이미지 장비, 마그네틱 테이프) 포함. 사진 인화지 제외
- 코니카-필름, 종이, 기타 원료 포함