

1. 카메라 시장

35mm 카메라의 지속적인 성장 올해 디지털카메라 시장, 630억원대 성장 기대

국내 카메라 시장은 1997년 약 1,300억원 규모까지 성장했으나, IMF로 인해 1998년에는 775억원 규모로 -40%의 역신장을 기록하였다. 1999년에는 35mm 카메라 시장규모가 1,000억원대로 회복 국면에 들어섰으며, 2000년 시장규모는 경기 침체 속에서도 1,150억원 수준에 도달해 전년 대비 성장했다. 2001년도 역시 35mm 카메라와 디지털카메라의 성장이 이어지는 가운데 디지털카메라 전체시장 규모는 약 630억원대에 이를 전망이다.

글/삼성테크윈(주) 광디지털시스템사업부 마케팅팀

국내 카메라시장의 규모와 시대적 흐름

1. 1970년대, 카메라 수요 증가 및 국내 카메라 제조업 진출

카메라 산업은 일찍부터 고부가가치 산업으로 인식되어 왔으나, 카메라의 제조에는 고도의 정밀기술이 필요하기 때문에 선진 공업국들 중에서도 독일, 일본 등 몇몇 국가들이 세계 카메라 시장을 과점적으로 지배하고 있었다. 1970년대 후반에 들어서는 우리나라 국민들의 1인당 국민소득이 1,300달러를 돌파하는 등 문화충족에 대한 욕구가 증가함에 따라 카메라의 수요도 증가하게 됐다. 그러나 국산 카메라 제조 및 판매 업체가 전무하여 이 시기의 국내 소비자들은 해외 여행을 통한 카메라 구입이나, 밀수 제품 구입 등 극히 제한된 경로에 의한 제품 확보만이 가능했다.

1979년 삼성테크윈(당시 삼성정밀)이 일본 업체의 기술 지도를 통해 국내 카메라 제조업체에 진출했는데 카메라 제조업의 성공 가능성이 보이자 여타 업체들이 앞다퉈 카메라 시장에 진출했다. 그 와중에서 한국 정부는 본격적으로 카

메라 산업을 육성하기 위하여 카메라 국산화 계획을 발표했으며, 카메라 제조업체에 대한 지원을 시작했다.

그러나 1980년대 초까지의 국내 카메라 제조업체들은 일체 카메라의 부품을 Knock Down 방식으로 들여와 생산 라인에서 조립·생산하는 수준에 지나지 않았으며, 소비자의 일체 카메라 선호로 인해 판매도 극히 부진하는 등 어려움을 면치 못했다.

2. 1980년대, 카메라의 대중적 소비 확산

1980년대 후반에 들면서부터는 원유가격의 하락, 달러화 약세에 따른 엔화 강세, 국제 금리의 하락 등 이른바 '3저 호황'에 힘입어 국내 경기의 고도 성장이 지속됐으며 1인당 GNP가 2,000달러를 상회하면서 소비자들의 카메라에 대한 인식도 서서히 변하기 시작했다. 즉, 종래의 카메라는 고가품으로서 주요한 재산목록의 하나로 치부됐으나, 다양한 모델의 중저가 전자동 카메라가 출현하면서 카메라의 대중적 소비가 확산됐다. 이러한 시대적 흐름속에 드디어 국

내 최초의 자체 개발 카메라가 탄생하게 됐다.

1986년 삼성테크윈이 출시한 국내최초 개발 카메라 'Winky'는 그 기능과 성능, 품질면에서 일본 제품에 뒤지지 않았으며, 국내 카메라 기술의 도약을 이끌어내는 기폭제가 됐다.

1980년대 말 들어서는 소비자가 자동으로 초점거리를 조정할 수 있는 전자동 줌 카메라가 등장하게 됐고 이후 고배율 줌 출시를 통한 카메라 제조 업체들의 기술력 과시가 이어졌다.

3. 1990년대, IMF로 -40% 역신장 이후 디지털카메라 등장과 함께 회복세

1990년대 초에는 삼성테크윈을 제외한 국내의 모든 업체들이 카메라 사업을 포기하기에 이르렀으며 이후 국내 카메라시장은 일본 업체의 필수 카메라와 국산 삼성 카메라의 대결 구도를 이루게 되었다.

이러한 어려움 속에서도 1994년 삼성테크윈이 세계 최초로 전자동 4배줌 카메라 'FX-4'의 개발에 성공해 드디어 국내 카메라 기술의 일대 패거리를 이루어냈다. 이후 보다 작고 휴대가 간편하면서도 고배율 줌이 장착돼 있는 제품의 출시가 이어졌고, 국내 카메라 시장 규모도 지속적으로 성장했다.

1996년에는 기존의 35mm 필름보다 크기가 작은 새로운 규격의 필름을 사용하는 신규격 APS 카메라가 개발되어 미국, 유럽, 일본 등 선진시장에서 20% 이상의 점유율을 차지하는 등 새로운 종류의 카메라로 자리를 잡아갔다. 그러나, 현상 및 인화관련 인프라 부재, 소비자들의 APS 카메라에 대한 인식 부족 및 뒤이어 등장한 디지털 카메라의 급속한 성장으로 인해 국내에서의 APS 카메라 시장은 완전한 실패로 끝나고 말았다.

지속적인 성장을 기록하던 국내 카메라 시장은 1997년말 IMF 사태에 따른 급속한 경기 하

락으로 인해 1997년에 약 1,300억원 규모까지 성장했으나, 1998년에는 775억원 규모로 -40%의 역신장을 기록했다.

그러나, 1999년에는 35mm 카메라 시장규모가 1,000억원대로 회복 국면에 들어섰으며, 디지털 카메라 규모도 약 150억원대를 기록해 기존의 35mm 카메라와 더불어 어엿한 카메라 시장의 한 축을 담당하게 되면서 전반적인 회복세에 일조를 했다.

2000년 국내 35mm 카메라 시장규모는 전반적인 경기 침체속에서도 1,150억원 수준에 도달해 전년 대비 성장했다. 어려운 시장 환경에도 불구하고 국내 카메라 시장이 성장할 수 있었던 계기는 1999년 수입선 다변화 해제로 국내시장에 진입하기 시작한 일본업체의 광고·판촉 공세가 본격화되면서 카메라에 대한 소비자의 관심이 높아졌다는 점과, 대형 할인점·양판점 및 사이버 쇼핑 몰 등 Pick-up Market으로 일컬어지는 신규 유통의 급성장으로 인해 보다 쉽고 편리하게 제품을 구입할 수 있는 환경이 조성됐다는 점을 들 수 있다.

디지털 카메라 시장도 업체별로 다양한 제품을 선보이면서 전년대비 약 30% 증가한 200억원 규모로 성장하여 전체적인 카메라 시장은 IMF 이전의 1,300억원 규모를 완전히 회복하게 됐다.

4. 2001년 시장 전망 200만~300만 화소대 인기

2000년에 이어 2001년에도 국내 경기 침체가 지속되어 어려움이 예상되나, 국내 35mm 카메라 시장은 소폭 성장할 것으로 전망된다.

국내시장에 진입한 일본 업체들이 지난해의 탐색전을 끝낸 이후 2001년도에는 자체적인 유통망을 조기에 구축, 시장 점유율을 높이기 위해 대규모의 마케팅 비용을 투입할 예정이며 적극

적인 마케팅 활동을 강화하고 있다.

국내시장에서 부동의 M/S 1위를 고수해 온 삼성카메라도 이에 맞서 적극적인 영업 전략을 수립하는 등 업체의 광고 판촉 활동 강화에 따른 카메라 붐이 조성될 가능성도 점차 볼 수 있다. 또한 2001년도에는 3개 정도의 홈 쇼핑 업체가 새롭게 선보이며, 대형 양판점·할인점이 전국적으로 40여개의 점포를 신규로 오픈하게 되면서 신규 유통 진입을 통한 판매 확대도 기대된다.

국내 디지털 카메라 시장도 세계적인 흐름에 발맞춰 고성장이 예상된다.

업체별로 다양한 제품들이 속속 선보이고 있으며, 인터넷을 통한 디지털 출력 서비스 업체 증가, 디지털 매니아를 중심으로 한 디지털 카메라 전문 사이트 증가 등 디지털 카메라 성장에 필요한 제반 요건 충족에 따라 양적인 성장과 함께 질적인 성장도 기대된다. 국내 소비자의 경우 고화소에 대한 선호도가 높아 200만~300만화소의 수요가 가장 클 것으로 생각되며 디지털 카메라 전체 시장규모는 약 630억원대에 이를 전망이다.

5. 2001년 세계 시장 전망 전년과 유사한 5,900만대 수준

PC의 보급과 이에 따른 새로운 화상 활용 매체로서의 인식이 높아지면서 확대된 디지털 카메라의 수요는 디지털 카메라 관련 인프라(디지털 출력 장치, 출력 서비스 업체 등)의 보강과 카메라의 저가격화 등에 의해 향후에도 지속적인 증가가 예상된다. 그러나 2000년을 기점으로 볼 때 공급이 수요를 어느 정도 뒷받침한 것으로 판단되며, 성장세는 둔화되어 2001년도에 55% 정도 성장된 2,100만대로 전망된다.

화소수별로는 100만~200만 화소의 시장이 전체의 39%를 차지하는 820만대로 점유율이 가장 높고 200만~300만 화소의 제품이 전체

24%를 차지하는 500만대로 뒤를 이을 것으로 예상된다. 그러나 점차 200만 화소 이상의 고해상도 비중이 높아질 것으로 보여진다.

한편 디지털 카메라의 영향으로 35mm 카메라 시장이 대폭 감소할 것이라는 전망도 있었으나, 2000년의 경우 실제로는 소폭 감소에 그친 것을 감안할 때, 2001년도의 35mm 카메라 시장도 지난해와 유사한 경향을 보일 것으로 예상된다. 특히 35mm 전체시장 규모 감소에도 불구하고 35mm 줌 카메라는 지난해에 미국 및 유럽에서 수량기준으로 5~7% 정도 오히려 성장했으며, 2001년 2월 미국에서 열린 세계 최대의 광학기기 전시회인 PMA 쇼에서 카메라 업체들이 35mm 줌 신기종을 대거 출시한 것을 고려하면 올해에도 35mm 줌 카메라 시장은 성장이 기대되는 반면, 35mm 단초점 및 SLR 카메라는 지속적인 감소가 예상된다.

신규격 필름을 사용하는 APS 카메라의 경우는 급감세를 면치 못할 것으로 판단된다. 일본을 제외한 대다수의 동남아 국가들에서는 APS 시장 자체가 형성되지 않고 있으며, APS 카메라의 비중이 높던 일본 및 유럽에서도 디지털 카메라의 성장으로 시장을 잠식당하는 등 감소 추세가 가속화될 것으로 여겨진다.

디지털 카메라의 꾸준한 고 성장세, 35mm 카메라의 약 보합세, APS 카메라의 급 감소세의 시장 상황을 종합할 때 2001년도 세계시장 규모는 2000년도와 유사한 5,900만대 수준이 될 것으로 전망하고 있다.

바로잡습니다

광학세계 3월호 10쪽에 실렸던 '복사기 분야의 동향 및 전망'의 필자인 한홍주 주임은 (주)롯데캐논이 아닌 (주)신도리코 소속임을 바로 잡습니다.