



카메라 밀수 근절 대책 시급

최근 인기몰이를 하고 있는 디지털카메라를 비롯해 고가의 콤팩트카메라와 SLR카메라 밀수가 기승을 부리고 있는 것으로 나타났다.

지난 99년 수입선다변화 해제와 더불어 밀수문제가 심각해질 것이라는 업계의 우려가 현실로 나타난 것이다.

카메라 업계에서는 현재 시중에 유통되는 카메라의 10%가 밀수이고, SLR의 경우 유통량의 절반이 밀수라고 추정할 만큼 밀수제품이 성행하면서 유통질서를 흐리고 있어 심각한 문제로 대두되고 있다.

취재/박지연 기자

지난 1999년 6월 수입선다변화 조치가 해제 되어 국내 카메라 시장이 완전 자유경쟁체제로 접어들었지 2년 남짓 흘렀다.

그동안 국내 카메라 시장 및 유통체제에도 많은 변화가 있었다. 저가 보급형 카메라를 중심으로 내수 50% 이상 시장을 장악하고 있는 삼성테크윈이 국내 유일의 제조업체로 남아 있는 상황에서 니콘, 캐논, 펜탁스, 미놀타, 올림푸스 등이 그때까지 일본으로부터 직접 들여오지 못한 고급형 콤팩트카메 등 다양한 제품들을 속속 선보이고 있다. 특히 컴퓨터와 인터넷의 확산으로 디지털 카메라의 급속한 보급이 이뤄져 이 부문에 있어서도 춘추전국시대를 방불케 할 정도다.

한편, 일본제품의 대거 유입과 더불어 일본업계의 직접 진출 및 자금유입도 큰 특징중 하나다. 그동안 정안물산을 통해 수입되던 올림푸스 카메라가 지난해 현지 법인으로 출범한 것이 그 예이다. 이를 두고 아남인스트루먼트의 조광열 과장은 "현재 국내에 수입되는 일산 카메라가 많이 있는데 올림푸스처럼 언제 어느 메이커가 직접 국내에 들어올지는 모르는 일"이라며 우려의 빛을 나타냈다. 그도 그럴 것이 국내 카메라시장은 세계 10위권에 들만큼 적지 않은 규모인데다 전 세계 시장에서 90% 이상 현지법인 형태로 운영하고 있는 일본업계가 장악하지 못하고 있는

유일한 곳이기 때문. 하지만 LG상사의 지흥민 과장은 현재 일본측과 공고히 관계를 맺어가고 있는 점을 지적하며 직판에 대한 우려를 일축해 버렸다.

그러나 수입선다변화 해제와 더불어 밀수는 더욱 성행할 것이라는 업계의 우려는 적중한 듯 하다. 관세청의 밀수검거실적에 따르면 수입선다변화조치가 해제된 시점인 1999년에 일시적으로 밀수가 주춤하더니 다음해부터는 부쩍 늘어가고 있는 것이 이를 뒷받침 해준다. 업계에서도 현재 시중에 유통되고 있는 카메라의 10%정도는 밀수품으로 추정하고 있어 그 심각성을 엿볼 수 있다.

현재 국내 카메라 시장 현황 및 유통체제의 변화

밀수카메라의 심각성을 논하기에 앞서 수입 선다변화조치 이후 국내 카메라 시장현황 및 유통체제의 변화를 짚어볼 필요가 있다.

현재 국내에는 카메라 제조업체가 유일하게 삼성테크윈만이 있는 상황에서 거의 수입에 의존하고 있는데, KOTIS통계에 의하면 지난 한해 동안 디지털카메라를 제외한 국내에 수입된 카메라 총 액수는 4,033만 달러에 이르는 것으로 나



타났다. 또한 올해 6월 현재까지 2,512만 달러를 기록, 전년 같은 동기에 비해 절반 이상이 늘어난 상황으로 하반기에 이르러 더욱 늘어날 것으로 보인다. 더욱이 작년 하반기부터 급성장을 보인 디지털카메라의 수입액까지 감안한다면 훨씬 높은 성장세를 나타낼 것으로 예상된다.

〈표1〉에서 보듯 수입선다변화 이후 1999년부터 시작해 올해 상반기까지 살펴보면 전반적으로 총수입액이 눈에 띄게 늘어났음을 볼 수 있다. 일본만 보더라도 콤팩트 카메라는 전년에 비해 1999년 5배 이상 늘었고, 2000년도에는 23.4%의 성장률을 보였다. 그러나 전체 수입액에서는 중국이 일본을 앞서고 있다. 작년 한 해만 보더라도 중국에서만 들여온 제품이 전체 수입액 2,762만 달러의 70% 이상을 차지하는 2,225만 달러를 차지하고 있다. 이는 삼성테크윈이 중국 현지 공장에서 조립 생산해 들여오는 제품이 포함돼 있는 데다 니콘, 캐논, 올림푸스 등 일본의 대부분 카메라 업체들이 생산거점을 중국, 대만, 말레이시아 등 동남아시아로 이전해 원산지 표시에 기인하는 것으로 보여진다.

100% 수입에 의존하고 있는 SLR는 수입선

다변화 이후 높은 수입증가를 보이고 있다. 〈표 2〉에서 보듯 수입다변화 이후 1999년에는 전년도 90만 달러에 비해 7.6배가 늘어난 776만 달러에 달하더니 2000년에는 1,271만 달러로 계속 꾸준한 증가세를 보이는 가운데 일본에서 들어오는 제품이 전체 수입액중 70% 이상을 차지하고 있다. 또 하나 특이할 만한 것은 1998년에 전혀 수입 실적이 없던 싱가포르, 필리핀, 태국 등지에서 수입이 급증하는 것과 미국과 홍콩에서의 수입도 꾸준히 늘고 있다.

지난해 초 생산라인을 모두 접고 전면 수입판 매로 돌아선 아남인스트루먼트와 때를 같이해 일본 캐논카메라를 보급하고 있는 LG상사 등이 중심이 되어 수입업체들의 투자가 계속 이어지고 있다.

한편, 지난해 하반기부터 달아오르기 시작한 디지털카메라가 카메라시장의 변수로 떠올랐다. 니콘, 캐논, 올림푸스, 한국코닥, 한국후지필름, 아그파코리아 등이 국내 마케팅에 적극 나서고 있는데, 업계는 올해 상반기를 기점으로 신제품을 속속 출시하며 본격적인 경쟁체제에 돌입했다. 이 때문에 일본 콤팩트카메라의 수입이 저조

〈표 1〉 콤팩트 카메라 수입 현황

(단위 : 천\$, %)

연도	총액		일본		중국		대만		홍콩		미국	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1993	16,982	-	3,450	-	428	-	8,017	-	2,186	-	317	-
1994	15,688	-7.6	1,345	-61.0	1,504	251.7	6,643	-17.1	2,540	16.2	835	163.2
1995	24,498	56.2	1,839	36.8	9,426	526.7	7,014	5.6	1,507	-40.7	234	-71.9
1996	41,494	69.4	4,424	140.6	25,188	167.2	3,927	-44.0	826	-45.2	64	-72.5
1997	33,913	-18.3	2,561	-42.1	21,881	-13.1	5,435	38.4	560	-32.2	882	1,278.0
1998	8,473	-75.0	276	-89.2	7,286	-66.7	155	-97.1	4	-99.3	1	-99.8
1999	22,782	168.9	1,508	445.5	17,723	143.2	521	235.3	130	3,415.3	109	7,486.4
2000	27,621	21.2	1,861	23.4	22,259	25.6	178	-65.9	177	36.2	1,412	1,192.3
2001. 6월 현재	21,459	36.4	1,336	121.3	16,130	19.1	378	4,659.8	238	178.2	1,379	139.3

*자료 : KOTIS



〈표2〉 SLR 카메라 수입 현황

(단위 : 천\$, %)

연도	총액		일본		중국		대만		홍콩		미국	
	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율	금액	증가율
1993	4,037	54.3	2,083	127.5	366	-35.1	12	-55.6	1,453	32.3	2	-81.9
1994	4,840	19.9	3,861	85.4	193	-47.4	17	42.1	644	-55.7	7	275.4
1995	3,285	-32.1	2,412	-37.5	557	189.2	47	168.2	126	-80.3	6	-13.0
1996	2,077	-36.8	334	-86.2	631	13.3	-	-100.0	296	133.8	72	1,200.0
1997	2,996	44.3	1,463	338.1	786	24.5	218	-	95	-67.9	45	-37.5
1998	902	-69.9	50	-96.6	389	-50.5	300	37.5	1	-99.0	49	9.2
1999	7,757	760.0	5,435	10,769.9	634	62.8	668	122.6	10	950.1	101	106.8
2000	12,717	63.9	6,493	19.5	2,754	334.2	1,828	173.8	491	4,696.5	131	28.6
2001.6월 현재	3,668	-35.4	1,160	-55.4	843	-13.7	729	-24.8	2	-99.5	5	-96.1

*자료 : KOTIS

한 요인에 한몫 하는 것으로 분석되고 있다.

최근 카메라시장 유통체제의 변화도 두드러진다. 수입선다변화와 직접적인 연관성은 없지만 점차 '신유통 체제'로 전환하고 있다. 이는 기존의 삼성대리점과 LG전자대리점 등과 같은 전문 대리점과 전자상가를 중심으로 한 유통체제에서 E마트와 같은 대형전자할인점을 비롯해 다브랜드를 취급하는 양판유통체제로의 전환과 전자제품점이 대형화되고 있다는 것을 의미한다. 또한 'CJ39쇼핑' 등의 홈쇼핑의 활성화와 인터넷 전문 쇼핑몰의 등장이 그것.

현재 회원 14만여 명의 zoom-in(줌인)이라는 홈페이지를 운영중인 삼성테크윈의 한 관계자는 "요즘은 예전과 달리 업체가 제품 광고에 있어 신문과 TV 보다는 인터넷을 적극 활용, 회원들에게 DV를 통해 신제품을 홍보하고 있다"고 전하고, "그러나 아직까지는 인터넷 접속률과 회신

율이 낮아 큰 효과를 보지는 못하고 있다"고 말했다.

카메라 업체들이 인터넷 마케팅에 열 올리면서 가장 문제되는 것은 일부 인터넷 쇼핑몰에서 일본과 싱가포르 및 홍콩을 통해 밀수입된 카메라들이 정품으로 둔갑해 정품보다 싼 가격으로 유통되고 있는 것이다. 이 때문에 소비자와 카메라 업체들이 본의 아니게 피해를 보고 있다.

최근 디지털카메라를 비롯, 수입선다변화 이후 밀수 늘어

〈표3〉에서 보듯 관세청에서 집계한 광학기기구류 밀수검거실적을 보면, 1999년 65건으로 일시적으로 밀수가 줄어들었다가 2000년에는 81건으로 늘어 금액 면에서 20배 가까이 증가한 것으로 나타나 최근 밀수품이 기승을 부리고 있다는

〈표3〉 광학기기구류(카메라, 복사기 등) 밀수검거실적

(단위 : 건, 백만원)

연도	1997		1998		1999		2000		2001.6월 현재	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
내용	88	954	67	1,770	65	419	81	8,195	46	2,162

*자료제공 : 관세청



것을 단적으로나마 증명해주고 있다. 아쉽게도 카메라만 단독으로 통계낸 수치가 없고 광학기류로 묶었는데 이 안에는 주로 카메라와 복사가 주 품목이라고 한다.

소매유통조사 전문업체인 GFK마케팅서비스 코리아의 시장분석팀 이은정 과장은 “최근 전자 대리점 및 판매점을 통해 카메라 판매현황 자료를 받아보면 국내에 공식 수입된 품목이 아닌 제품이 버젓이 팔리고 있는 것으로 나타나고 있는 경우를 많이 본다”며 “일반 전자제품쪽은 밀수가 줄어드는 추세인데 반해 카메라 쪽은 계속 늘어나는 추세인 듯 하다”고 말했다.

LG상사의 한 관계자에 따르면 “현재 국내 유통되는 카메라중 콤팩트카메라가 60만대, SLR 카메라를 6만 여대로 추정하고 있는데 이중에서 정확하게 밀수품 비율을 따지기에 무리가 있지만 많게는 10% 정도로 보고 있다”며 “SLR의 경우는 총 6만 대중 절반이 밀수로 추정된다”고 말했다.

그러나 서울 세관 조사관실의 안춘현 반장은 “관세청에서는 예전부터 밀수 신고센터를 24시간 운영하고 있는데 최근에는 카메라의 밀수 신고와 검거가 대폭 줄어든 것으로 알고 있다”며 관세청에서 집계낸 결과에 대해 의외라는 듯 상반된 반응을 보였다.

이와 관련해 예전부터 여행객이나 보따리상들을 통해 암암리에 국내 유통되고 있고 전자상가의 대부분 매장에서는 밀수품을 적지 않게 구비하고 판매하고 있다는 것을 알만한 사람은 다 아는 얘기다.

테크노마트 4·5층 수입가전 상우회의 엄익선 홍보이사는 “일본 내수제품을 소량씩 여행객이나 보따리상들이 공급하는 것을 상우회차원에서 일일이 통제할 수 없다.”며 밀수품의 유입을 부정하지 않았다. 또한 같은 상가 내에서조차 카메라 동일 제품의 가격이 천차만별인 것에 대해 “시중 시세에서 40% 이상만 초과하지 않으

면 큰 문제될 것이 없기 때문에 가격에 대해 상우회 차원에서 조정에 나설 수도 없는 일”이라고 말한다.

밀수로 인해 가격질서 흐려져…유통시장서 제살 깎아먹기 식

밀수품이란 정식 수입통관을 거치지 않기 때문에 세금 없이 국내에 들어오는 제품을 말한다. 한마디로 불법으로 들어오는 제품이다. 관세 8%와 부가세 10%, 특소세 등을 내지 않기 때문에 정품보다 싼 수밖에 없는데 밀수업자들은 밀수품이라 하지 않고 ‘일본 내수제품’이란 말을 쓴다. 또한 소비자들에게 ‘일본의 내수제품은 성능이 좋고 한국 등에 수출하는 제품은 질이 떨어진다’는 유언비어까지 퍼뜨리고 있다고 한다. 더욱이 ‘정품이 일본 내수품보다 비싼 이유는 한국 수입업체들이 폭리를 취하고 있기 때문’이라고 해 소비자들을 현혹시키고 있다는 것.

밀수가 성행하는 이유는 정식 수입을 하려면 국가정식승인을 거쳐 안전검사 및 사전 마케팅활동 등 비용과 시간이 만만치 않기 때문인 것으로 풀이된다. 더욱이 디지털카메라를 수입하려면 정부로부터 전자파적합규격과 형식승인을 거쳐야 하는데 필름카메라의 경우 이런 절차 자체가 없어 더욱 밀수가 성행하고 있다는 지적이다. 또 하나 가격 경쟁력이 있기 때문이다.

LG상사의 한 관계자는 “밀수업자들은 대의명분을 앞세워 소비자가 원하는 제품을 싸게 공급하고 있다고 주장하는데 가격대가 형성돼 있는 정품과 달리 가격이 들쭉날쭉한 밀수품으로 인해 정상 유통채널 가격이 무너진다”며 “무턱대고 팔고 보자는 식인데 결국 제살 깎아먹기 식이란 것을 모른다”고 분통을 터뜨렸다.

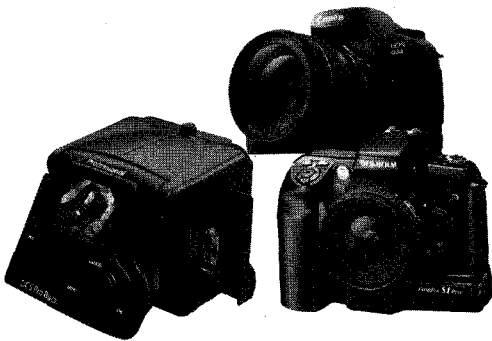
테크노마트 상우회의 엄익선 홍보이사는 “최근 인터넷상에 전자상가에서 파는 가격보다 싼 가격으로 제품이 뜨는 경우가 있어 소비자들로부터



터 향의를 받는 일이 많아졌다”고 말해 가격문제가 수입업체뿐만 아니라 전자상가 등 결국 카메라 시장 전체의 문제인 것임을 알 수 있다.

이처럼 밀수품이 초래하는 문제는 소비자들의 피해는 물론, 카메라시장의 가격체계를 무너뜨려 유통질서를 흐린다는 것과 국가적 차원에서는 1년에 약 26억원 가량으로 추정되는 막대한 세금을 잃고 있는 것으로 결론지을 수 있다.

한편, 밀수품과는 차별화 되는 '병행수입제품'도 문제다. 병행수입제품이란 밀수와는 틀리게 정식 수입권을 갖고 있지 않는 사업주가 정식 수입통관을 거쳐 세금을 내고 들여온 제품을 말한다. 예를 들어 소니코리아나 올림푸스코리아처럼 한국법인이 있어 이들 브랜드 제품은 반드시 한국법인을 거쳐야 하지만 그전에 거래하던 수입상들이 자체적으로 유통시키는 경우가 있다. 이들 제품은 세금을 냈어도 가격이 싸다. 이유는 국제시장에서 흘러 다니는 덤핑제품이나 동남아시아 등에서 판매하다 남은 제품으로 가격할인을 많이 받고 들여온 제품이기 때문이다. 물론 밀수는 아니다. 그러나 품질에 문제가 있을 수 있고 구 모델을 신모델인양 속여 파는 경우가 있어 소비자들의 주의가 요망된다.



▲ 현재 SLR에만 특소세를 부과하는데 밀수는 고가 제품에 편중되어 있어 이것이 밀수를 조장하는 요인으로 작용하고 있다는 지적이 일고 있다.

밀수에 대한 뚜렷한 근절대책 없어 업계 고민

이처럼 밀수가 성행한다는 것을 알면서도 업계에선 뚜렷한 근절방안이 없어 고심하고 있는 것으로 나타났다.

아남인스트루먼트의 정인엽 과장은 “밀수품 근절을 위해 정품 스티커나 보증서를 동봉하고 소비자들 상대로 계몽하는 것 외에 따로 손쓸 방법이 없다”며 “밀수품에 맞춰 무턱대고 가격을 내릴 수단도 없는 일이기 때문”이라고 토로한다. 특히 고가제품으로 갈수록 정품과의 가격 차이가 많이 나기 때문에 가격차를 얼마만큼 줄이느냐가 수입업체들의 과제라고 할 수 있다. LG상사의 관계자에 의하면 최근 가격을 낮추기 위해 캐논 본사측에 ‘물량을 어느 정도 더 가져가겠으니 가격을 낮춰줄 것’을 요구하는 등 나름대로의 대책안에 고심중이라고 전한다.

결국 수입업체들이 밀수 근절을 위해 하고 있는 것을 요약해 보면, 마케팅비용을 줄여나가면서 가격을 줄이는 것을 비롯해 정품의 중요성을 알리는 소비자 계몽을 지속적으로 펼쳐나가는 것과 서비스 차별화를 두는 것 등으로 정리해 볼 수 있다.

업체들의 노력과 별도로 소비자들의 이성적인 선택도 요구된다. 당장 밀수품이 싸긴하지만 무료 AS나 기타 혜택을 받을 수 없다는 것을 염두에 두어야 할 것이다.

업체들은 밀수품 근절 대책으로 포장에 가장 신경을 쓰고 있다. 제품 상자가 열리는 부분에 정품을 확인해주는 스티커를 붙여 진열된 상태에서 절대 개봉할 수 없도록 하고 있다. 또한 제품 사용 설명서가 한국어로 잘 번역이 돼 있는지도 살펴봐야 한다. 번역이 되어 있으나 인쇄상태가 지지분한 경우도 밀수품이 아닌지 의심해봐야 한다. 그래도 요즘은 인쇄기술이 좋아 얼마든지 복제가 가능하다는 것이 문제다. 가장 중요한 것은 제품보증서와 수입제품에 각각 붙는 '시리얼 넘



버'를 확인하는 것이다.

LG상사에서는 근절방안으로 요즘 염두에 두는 것이 S/W업계에서 많이 쓰는 홀로그램스티커를 붙이는 것인데, 홀로그램스티커는 복제하기엔 단가가 비싸기 때문에 큰 효과를 거둘 것으로 보고 있다.

올림푸스한국에서는 필름카메라인 'MU카메라' 출시 10주년 기념행사와 더불어 9월중에 밀수품 및 불공정 거래 타파를 선도하기 위해 대대적인 '정품 캠페인'을 실시할 계획이다. 참고로 MU카메라는 시중에 가장 많은 밀수품이 유통되고 있다는 오명을 갖고 있는 카메라이다.

이밖에 아남인스트루먼트의 니콘이나 동원정밀의 펜탁스카메라도 계속해서 소비자 계몽에 힘써 나갈 계획이다.

다시 불거져 나오는 특소세 폐지론

LG상사 지홍민 과장은 밀수품의 근절을 위해서는 "카메라에 부과되는 특소세부터 없어야 할 것"이라고 강조한다. 그나마 고급사진기 1개당 100만원을 초과하는 금액에 30%이었던 것이 완화되어 200만원을 초과할 때 30% 부과하는 것으로 바뀌었지만, 고급사진기 관련 제품(렌즈, 보디, 삼각대, 노출계, 섬광계 등) 1개당 50만원을 초과하는 금액의 30% 부과하는 등의 특소세를 부과하게 돼 있다.

현재 SLR에만 특소세를 내게 돼 있는데 지홍민 과장은 "밀수는 고가 제품에 편중돼 있는 만큼 이것이 밀수를 조장하는 것"이라고 지적하며 "캠코더는 작년에 특소세가 풀리면서 밀수가 급격히 줄었는데 카메라가 빠진 건 잘못된 것"이라고 목소리를 높였다. 또한 이로 인해 "국내처럼 사진을 업으로 하는 사람들이 대접을 못 받고 음지에서 소외당하는 데다 사진단체가 제 역할을 못하고 결속력을 약하게 만들고 있다"고 지적했다.

사진을 통해 생계수단이나 교육기자재로 이용되는 카메라에 부과되는 특소세로 인해 사진관련 시설 투자나 사진문화 발전을 저해해 왔다는 데에 업계 모두가 공감하는 얘기다. 지난해 한국광학기기협회를 비롯해 사진관련 단체들이 주축이 되어 재정경제부에 사진기 및 관련 제품의 특별 소비세 관세대상 제외를 요청한 일도 같은 맥락에서였다.

지홍민 과장은 "일본 업체들은 이익을 많이 냄으로써 그 이익으로 포토살롱을 운영하고 각종 전시회를 개최하며 사진문화를 발전시키는데에 일조를 하고 있는데, 국내에서 고작 소비자들에게 해줄 수 있는 것은 AS밖에 없다"며 "업계가 주축이 돼서 특소세 철폐운동을 다시 벌이려 한다"고 말했다.

결론적으로 카메라 밀수 근절은 정부의 특소세 철폐, 업계의 정품사용 소비자 계몽 및 투명한 가격정책, 소비자의 이성적 판단, 이상 삼박자가 들어맞아야 가능할 것으로 여겨진다.



▲ 웅산전자상가의 카메라 전문매장들. 웅산전자상가와 터미널 상가 등은 예전부터 밀수카메라 유통이 암암리에 이뤄지고 있는 곳으로 알려졌다.