



2001년 이후 은염카메라 감소, 디지털카메라 인지도 80%에 도달

미국의 사진·이미징 시장 동향

미국 PMA(Photo Marketing Association International)의 마츠모토 마케팅 리서치 부장이 '미국 사진·이미징 시장 동향-은염과 디지털'이란 제목으로 지난 6월 11일 동경 JCI빌딩에서 강연을 했다. (주최: 사진가협회). 다음은 그 내용에 대한 것이다. <출처: Photo Market 2002년 7월호>

글/마츠모토 PMA 마케팅 리서치 부장

필름의 감소가 눈에 띄다

2001년 미국 사진업계에서는 「필름과 필름처리의 감소 불황」 「9월 11일 미국 중추부에 가해진 동시다발적 테러」 「디지털의 성장」 등이 주요한 토픽으로 다뤄지고 있으며, 이밖에 「1991년, 1992년 불황시기보다 하락된 것」, 「은염카메라의 매출이 떨어지고 디지털카메라의 매출이 상승했다는 것」, 「닷컴의 부진」, 「디지털카메라 사용자층의 새로운 전개가 시작되었다는 것」 등을 꼽을 수 있다.

사진소비시장의 총 매출은 92년에서 2000년까지 완만한 상승을 나타내 99년이 156억달러, 2000년이 166억달러이며, 2001년은 161억달러로 예측하고 있다. 매출의 주요항목으로서 2000년과 2001년을 비교하면, DPE(현상출력기)는 3.7% 감소, 필름은 1.4% 감소, 은염카메라가 17.7%의 감소로 떨어지고 있으나 디지털카메라는 19.0% 증가로 신장하고 있다. 주요항목으로서 최악의 변화를 95년과 2000년을 비교하면 DPE가 1.3% 감소, 필름이 2.3% 감소, 은

염카메라가 0.6% 감소(일본에선 DPE가 4.6% 감소, 필름이 3.8% 감소, 은염카메라가 5.6% 감소)로 돼 있다.

가정사진이 증가한다

필름매출수량의 변화를 전년대비로 보면 2001년 7월 7.0% 감소, 8월 3.7% 감소, 9월 2.6% 감소 추이로 회복경향을 유지하고 있으나, 테러직후 10월은 11.5%로 대폭 감소 이후 3개월간 완만한 회복을 보여 2002년 1월엔 1.3%로 크게 회복했다. 이후 2월은 2.2% 감소, 3월은 3.1% 감소로 됐다.

필름처리 수로 보면 2001년 5월 0.6% 증가 이후로, 6월에 3.5% 감소, 7월 1.6% 감소, 8월 0.5% 감소, 9월부터 완만한 하락추세를 나타냈다. 2002년 2, 3월에 회복세를 보이고 있다.

필름처리에서는 테러의 영향이 큰데 가정사진이 증가했고 필름처리 수의 점포별 점유율은 할인매장이 큰 비중을 차지하고 있다.

스냅셔터의 참가

다음으로 카메라를 보면, 카메라의 총 매출(은염+디지털카메라)은 95년부터 2000년까지 증가경향을 유지하고 있는데, 2000년이 은염 19.7백만대와 디지털 4.5백만대를 합쳐서 24.5백만대가 됐다. 2001년은 개괄적인 계산으로 은염 14.4백만대와 디지털 6.9백만대를 합계 23.3백만대, 2002년은 은염 14.4백만대와 디지털 9.3백만대를 합쳐 합계 23.7백만대가 예측되고 있다. 2000년까지 은염과 디지털카메라가 모두 신장했으나 2001년은 은염카메라가 감소되어, 앞으로 은염은 계속 감소경향이 나타날 것으로 예상하고 있다.

은염카메라의 평균가격이 98년 111달러, 99년 107달러, 2000년 88달러로 크게 떨어지다가 2001년은 94달러로 어느정도 회복하고 있다. 타입별로 스틸카메라의 평균 가격을 보면, 2001년은 전년에 비해 35mmLS가 2달러, APS의 LS가 9달러, 35mmSLR이 2달러 각각 싼편으로 나타났다. 디지털카메라는 90달러가 썩 정도로 크게 가격이 떨어지고 있다.

인터넷을 통한 스틸카메라의 매출수량은 2000년부터 3.2% 감소로 하락. 타입별로는 디지털카메라가 11.0% 감소, 35mmLS가 0.6% 감소, 35mmSLR이 5.2% 감소, APS가 0.2% 감소되고 있다. 매출수량의 비율은 디지털카메라가 17.8%, 35mmLS가 2.3%, 35mmSLR이 8.4%, APS가 3.8% 등으로 나타났다.

일회용카메라는 2000년에 들어서 신장률이 약간 둔화되고 있으나 2001년에는 12% 증가하여 향후에도 증가경향이 이어질 것으로 보인다.

카메라의 보급률을 보면, 96년 94%, 97년 87%이었던 것이 2001년에는 77%로 떨어지고 있다. 이유는 일회용카메라만을 사용하는 층이 증가하고 있다는 것과 종합가전제품이 늘어나고 있는 것을 들 수 있다.

장래(3년 이내)에 카메라 구입 예정은 17.5%로 나타났다. 그 속에 디지털카메라는 10.2%, 35mmLS가 3.0%, 35mmSLR이 1.9%, APS가 0.9%, 폴라로이드가 0.7%로 구성돼 있다. 구입 예정 가격은 은염카메라가 218달러, 디지털카메라가 337달러, 35mmLS가 133달러, 35mmSLR이 324달러, APS가 279달러이다.

스틸카메라의 주 사용자는 여성사용자가 증가경향을 보이며, 특히 35mmSLR카메라 사용자가 늘어나고 있다. 디지털카메라에서는 여성이 남성을 초과하여 평균연령도 더 젊어졌다. 디지털카메라의 주사용층은 컴퓨터 사용자만이 아니라 이른바 스냅셔터가 포함되어(30%로 차지) 있어 앞으로 인푸라 정비가 포인트가 되고 있다는 것을 보여준다.

디지털카메라의 인지도는 2001년 80%에 도달. 판매수는 98년이 1.1백만대, 99년이 2.2백만대, 2000년 4.5백만대, 2001년 6.9백만대, 2002년 9.3백만대를 예측하고 있다.

보급률은 99년이 4%, 2000년 8%, 2001년 14%, 2002년 22%가 예측된다.

디지털카메라의 구입률을 보면, 인터넷이 23%에서 14%로 매우 떨어지고 있으며, 전기·비디오점 카메라전문점이 늘어나고 있으나 특히 카메라전문점은 6%에서 12%로 증가가 예상됐다.

전문점의 프린터 3%

조사에 따르면, '12개월간에 디지털카메라를 찍은 모든 사진의 보관 및 처리방법'은 '보존·보관했다'가 2000년 63%에서 2001년 68%로, '이메일로 했다'가 2000년 16%에서 2001년 13%로, '프린트를 작성했다'가 2000년에 12%에서 2001년 14%로 됐다. 프린트를 만드는 소유세대의 비율은 99년이 54%, 2000년 57%, 2001년 55%. 디지털카메라 화상 1매당 프린트



수는 평균 3.5대로 나타났다. '어떻게 프린트를 만드느냐'에 대해서는 「가정에서 프린트를 작성한다」가 97%(전년비 0.1% 증가), 「가정의 컴퓨터용 프린터를 사용한다」가 92%(동 0.0%), 「디지털카메라용 사진프린터를 이용한다」가 12%(동 1.0% 증가), 「가정밖에서 프린터한다」가 4%(3% 감소), 「디지털필터」가 2%(2% 감소), 「카메라점, 기타 이미지 전문점에 가져간다」가 3%(동 0.0%), 「온라인 인터넷을 이용한다」가 5%로 나타났다.

'앞으로 디지털카메라가 주요 기능으로 되어 늘어날 것인가'에 대해선 「디지털카메라 본체나 기록미디어로 가치 실감」, 「고품질 가정용프린터」, 「기능, 조작성」, 「DPE점의 인프라 장비」 등을 들고 있다.

디지털키오스크(스티커 사진 자판기) 인지도는 작년과 변함없이 37%로 나타났다. 「사용한 적이 있다」는 대답은 2000년 7.8%에서 2001년 9.6%로 상승했다. 키오스크에 입력하는데 사용하는 것에 대해서는 「사진프린트」가 90%, 「네가」가 8%, 「FD」가 4%, 「CD-ROM」이 2%, 「디지털카메라의 메모리카드」가 2%로 나타났

다. '어떻게 처리했느냐'에 대해서는 「프린트 작성」이 90%, 「이메일의 조정·향상」이 32%, 「수정」이 18%, 「문자입력」이 10%, 「FD로 적어넣는 방법」이 2%로 나타났다.

온라인 인터넷 사진서비스를 사용하는 세대의 비율은 99년 3.3%, 2000년 7.2%, 2001년 7.2%로 나타났다. 카메라소유 전세대로서는 8.9%, 디지털비디오카메라소유세대수는 17.2%, 디지털카메라 13.5%, APS가 12.8%, 35mmSLR이 12.7%, 35mmLS는 9.4%로 나타났다. 또 프린트를 주문한 세대는 99년 0.7%, 2000년 2.1%, 2001년 2.0%로 나타났다.

또한 '프린트를 주문한 이유'는 「단지 시험삼아 해봤다」가 46%, 「무료였기 때문에」가 46%, 「가족, 친구들과 공유」가 46%, 「편리해서」가 28%, 「돈을 절약할 수 있다」가 22%, 「통상의 현상보다 품질이 좋다」가 8%로 나타났다.

온라인으로 프린트를 주문한 뒤 받는대까지 걸리는 시간은 평균 8일이었다. 만족도는 「완전 만족」에서 「대만족」이 6%, 「만족」이 3%, 「만족하지 않는다」가 1%를 차지하고 있다.

