

## 화소경쟁 NO~고감도 및 다양한 부가기능 경쟁 돌입! 디지털 카메라 시장 동향

올해 국내 디카 성장률은 작게는 20%에서 30% 정도로 약 230만대 내외의 시장이 될 것으로 보인다. 올해 역시 식을 줄 모르는 디지털카메라의 인기 행진이 계속되면서 특히 지난해부터 본격화된 초창기 300만 화소 이하의 저화소대 디카를 구매했던 소비자들의 교체 수요를 비롯한 시장 선점을 위한 메이커간의 경쟁이 그 어느 때보다 치열할 전망이다. 예전처럼 단순 화소 경쟁이 아닌 다양한 기능으로 차별화를 꾀하는 메이커들의 경쟁과 함께 국내 디카시장은 본격 성숙기에 들어설 것으로 보인다.

취재/박지연 기자

### ■ 세계 디카시장, 올해가 정점

지난해에 이어 고속성장을 거듭해오던 디지털카메라 시장이 본격 성숙기에 접어들면서 판도가 바뀌고 있다.

지난해에 이어 올해 상반기에 선보인 디지털카메라의 특징은 고감도, 손 떨림 방지, 충격흡수, 방수, 동시촬영 등 부가기능이 한층 강화됐다는 것이다. 이는 디지털 카메라 시장에서 고화소의 제품들이 확산되면서 메이커들이 단순 화소 경쟁에서 벗어나 다양한 기능으로 차별화를 꾀하려는 것으로 보인다. 이러한 요인에는 디지털 카메라 보급률의 확산으로 이미 있을 사람은 다 있고, 기존 사용자들은 새것으로 교체하는 시점이라는 것이다.

시장조사업체인 IDC에 따르면, 전 세계 디지털 카메라 시장은 2003년 4900만대에서 2004년에는 7400만대, 2005년은 8200만대를 기록한 가운데 올해에는 성장이 둔화되어 9000만대 이내 수준의 성장세를 기록할 것으로 분석했다.

이 같은 통계에서도 알 수 있듯이 디카시장은 선진국을 시작으로 이미 성숙기에 접어들었다. 파인낸셜타임스(FT)의 지난 1월 16일자 보도에 따르면, 최근 두 자리 수 성장세를 이어온 북미지역 디지털 카메라 시장은 지난해보다 약 7% 확대된 2800만대를 형성하고 이 같은 규모는 2010년까지 유지될 것으로 전망했다. 일찍부터 상승세를 탔던 일본 디지털 카메라 시장은 이미 2004년에 800만대 규모로 정점을 이뤘으며 서유럽은 2007년부터 정체가 예상된다고 보도했다. 그러나 전반적인 세계 디지털 카메라 시장은 계속해서 성장세를 거듭해 2010년 1억400만대 규모를 형성, 매년 6%의 성장률을 보일 것으로 예상했다. 이는 동유럽, 중국, 인도, 한국 등 새로운 시장에서의 수요가 늘었기 때문으로 풀이했는데 특히 급성장하는 아시아의 디카시장은 3배 가량 늘어날 전망이라고 이 신문은 전했다.

업계 전문가들의 의견을 모아보면, 올해 국내 디카 성장률은 작게는 20%에서 30% 성장한 약 230만대 내외이고 금액으로 따지면 1조원 내외가 될 것으로 추산된다.

국내 디카시장은 올해 디카의 인기 행진이 계속되면서 특히 지난해부터 본격화된 초창기 300만 화소 이하의 저화소대 디카를 구매했던 소비자들의 교체 수요를 비롯한 시장 선점을 위한 메이커간의 경쟁이 그 어느 때보다 치열할 전망이다.

국내 사진영상산업의 현재와 미래

■ ■ 2005년 국내 디카시장 동향

단순 화소경쟁에서 벗어나 다양한 부가기능의 고감도 제품 인기

2005년 국내 디카시장은 질적인 변화가 많은 한 해였다. 가장 두드러진 특징은 몇 년 전까지 시장을 달구었던 화소 경쟁에서 벗어나 어두운 곳에서도 또렷하고 흔들림 없는 사진을 찍을 수 있는 감도 경쟁으로 이동했다는 것이다. 특히 '고감도'와 '손 떨림 방지' 기능은 작년 한해 디카의 대표 트렌드라 할 수 있다. 그 외에도 충격흡수, 방수, 동시촬영 등 다양한 부가기능을 넣은 디카들이 대거 선보였다. 또한 기능을 넘어서 디자인이 독특하고 세련된 이너즘과 슬림형 디카를 메이커에서 앞 다퉈 내놓았고 소비자들을 사로잡았다.

제작년까지만 하더라도 메이커들은 화소를 높이는데 주력하는 모습이었다. 그러나 700만~800만 화소 이상 되는 제품이 속속 시장에 선보이면서 화소 경쟁은 더 이상 의미가 없어졌다. 화질이 충족되면서 어두운 곳에서도 사진을 선명하고 밝게, 움직이는 사물을 흔들림 없이 찍고 싶은 소비자들의 욕구를 충족시킨 핵심 기능이 '고감도'이다. 감도(ISO)란 빛에 반응하는 정도를 나타내는 수치인데 기존 디카들은 대부분 ISO 400 이하였다. 그러나 현재 일반 콤팩트 디카를 기준으로 ISO 1600~3200 되는 제품이 나오고 있다. 후지필름의 '픽인픽스 V10'은 ISO 1600을, 올림푸스의 '뮤 810'은 ISO 3200을 지원한다.

두 번째 특징으로는 일반 소비자들의 사진에 대한 욕구가 커지면서 디지털 렌즈교환식(DSLR) 카메라 시장의 성장을 불러온 가운데 100만 원대 이하의 보급형 DSLR 제품이 큰 인기를 모은 반면, DSLR 일변도 흐름에서 벗어나 콤팩트 디카 분야에서도 메이커들이 앞다퉈 하이엔드 기종을 선보이며 DSLR의 보완제품으로 떠오른 점이다. 하이엔드급 디카는 DSLR처럼 렌즈 교환은 불가능하지만 수동촬영 기능을 갖춘 고급형 카메라를 말한다.

한국후지필름 관

계자는 "하이엔드급 디카가 디지털에 더 근접한 사진을 얻을 수 있다면 DSLR은 광학에 더 근접한 사진을 얻을 수 있다는 구분이 있다"며 "하이엔드급 디카가 인기를 모은 이유는 DSLR처럼 렌즈 등 각종 액세서리에 대한 추가 비용 없이 간편한 조작으로 프로에 근접한 사진을 찍을 수 있기 때문"이라고 설명했다.

삼성테크윈이 지난해 10월 출시한 '프로 815'나 올림푸스의 'SP시리즈', 소니코리아의 'R1' 등이 대표적인 하이엔드급 디카이다.

마지막으로 지난해 카메라 시장의 특징 중 빼놓을 수 없는 특징 중 하나는 컨버전스와 디버전스 제품으로의 양분화를 들 수 있다. 카메라 고유의 기능에 MP3, 동영상(PMP), 오락 등 다양한 기능을 발휘할 수 있는 제품이 시장에 출시되어 소비자들로부터 큰 호응을 얻은 반면, 한편에서는 카메라 고유의 기능에 더욱 충실한 제품이 여전히 소비자들의 관심을 얻은 한 해였다. 이 같은 분위기는 메이커들의 마케팅 계획에도 큰 영향을 미쳤다. '샵1'에 이어 '샵1 MP3'과 '샵1 PMP' 등이 연이어 인기를 얻자 삼성테크윈은 컨버전스 제품 쪽으로 무게를 실은 반면, 올해 초 국내 현지법인을 설립한 캐논과 니콘, 그리고 올림푸스 등은 신제품 발표장에서 약속이나 한 듯이 컨버전스 제품을 만들지 않을 것이며 디버전스 제품에 충실할 것이라고 밝힌 것이다. 결국 최종 선택은 소비자가 하는 것이지만 컨버전스와 디버전스 제품의 양극화 현상은 지속될 전망이다.

■ ■ 2006년 국내 디카시장 전망

고감도·고기능성 제품 인기, 컨버전스와 디버전스의 양극화

디카 시장이 본격 성숙기에 접어들면서 그동안 폭발적인 성장세에 제동이 걸리기 시작했다. 업계 전문가들의 의견을 모아보면 올해 국내 디카 시장은 약 230만대로 금액으로 따지면 1조원 내외의 규모가 될 것으로 추산된다. 그러나 이는 30% 가까이 성장했을 때의 가정이고 이보다 보수적으로 20%, 더 안 좋게는 10% 내외의 주춤한 성장을 보일 것으로 전망하는 곳도 있다. 업계 관계자들은 실제 올해 들어 1월부터 3월까지 홈쇼핑에서 판매율이 예년에 비해 반 이상이나 줄었다고 말한다.

이 같은 요인에 대해 후지필름 관계자는 "첫째 디카를 가

질 사람은 이미 다 가졌다는 말이고, 두 번째 요인은 예전 싸이월드의 바람을 타고 디카 판매율이 치솟았던 것처럼 지금 시장상황을 크게 활성화시킬만한 큰 매개체가 없기 때문"이라고 지적했다.

따라서 올해는 그 어느 때보다 재구매 수요를 이끌어내기 위한 메이커들의 발 빠른 경쟁이 치열할 것으로 예상된다. 소비자들의 취향과 욕구가 다양해짐에 따라 디카시장도 다양한 기능이 결합된 컨버전스와 디버전스의 뚜렷한 양극화 현상이 예상된다.

소니 코리아의 관계자는 "향후 디카 시장은 전문사용자 중심의 고급기능을 갖춘 하이엔드형과 일반사용자 중심의 보급형제품으로 확연하게 구분 될 것"이라며 "보급형의 경우 이미 시장에서 선보여지고 있는 카메라, 캠코더, MP3 등 멀티형 컨버전스 제품들이 주류가 될 것으로 예상된다"고 말했다.

니콘이미징코리아 관계자는 "2/4분기 지나면서 홈쇼핑 시장에서의 디카 편성이 급격히 줄어들면서 전체적인 시장 수요는 주춤하고 있지만 여름성수기부터 수요가 회복세로 전환될 전망"이라며 "올해에는 600만 화소 이상의 2.5인치 LCD 채용은 기본으로 손 떨림 방지, Bright Capture, DOCKING System 등의 기능이 콤팩트 카메라 시장에서의 표준이 될 것으로 보인다"고 말했다.

한편, 디카 사용이 보편화되면서 보다 전문적인 카메라에 대한 인식이 높아져 올해는 DSLR 시장이 급성장 할 것으로 예상된다. 캐논과 니콘이 올해 초 국내 현지법인을 잇따라 설립한 것도 잠재성 높은 DSLR 시장을 선점하기 위한 전략으로 엿보인다. 삼성테크윈이 일본 펜탁스와 기술 제휴 이후 지난 1월 첫 DSLR 카메라 'GX-1S' 출시를 시작으로 이 시장에 뛰어들었고, 소니는 코니카미놀타의 DSLR카메라 사업부를 인수, 올 하반기에 국내 시장에 제품을 출시할 예정이며, 올림푸도 자체 개발한 DSLR카메라를 최근 출시하는 등 시장이 과열될 양상을 보이고 있다.

캐논코리아컨슈머이미징 관계자는 "한국의 DSLR 시장은 세계적으로 가장 폭발적인 성장세를 보이는 곳이며 수준 높은 소비자들이 인터넷 커뮤니티 등을 중심으로 시장을 이끌고 있는 매우 특징 있는 곳"이라며 "그런 의미에서 한국은 신제품의 Test Bed 역할을 수행하고 있으며, 많은 카메라 제조사들이 한국시장을 주시하고 있는 상황이다"고 말했다.

니콘이미징코리아 관계자는 "현재 한국의 DSLR 시장은 본격적인 증가세와 함께 삼성테크윈등 메이커들이 시장에 합류하면서 경쟁이 더욱 치열해질 전망"이라며 "콤팩트 카메라 사용자들의 사용기간과 함께 습득기술이 비례하는 가운데 하이기종 사용의 욕구가 확산되어 DSLR로의 교체가 증가하고 있는 점이 향후 전반적인 DSLR 시장의 증가로 이어질 것으로 내다본다"고 말했다.

■ 2006년 메이커들의 시장 대응 전략

교체수요 겨냥한 기능성과 디자인 살린 제품에 주력할 듯

현재 일본을 시작으로 전 세계적으로 디카업체들이 고전을 하고 있는 실정이다. 이유는 보급률 증가에 따른 판매 감소와 수년간 계속되고 있는 가격하락 경쟁 등으로 인해 수익성이 극도로 악화되었기 때문이다. 이러한 문제는 이미 작년과 재작년부터 가시화되어 디카사업을 포기하거나 사업구조를 재편하는 업체들이 속속 생겨나는 것에서 알 수 있다. 이미 교세라가 디카사업을 포기한 것을 시작으로 코니카미놀타 역시 올해 1월 디카 제조사업 부문을 소니에 매각했다.

대외적으로 디카 시장이 이렇게 급박하게 돌아가는 상황에서 국내 시장 역시 향후 판도변화에 귀추가 주목된다. 국내 토종 카메라제조업체인 삼성테크윈을 비롯하여 코닥, 후지필름, 올림푸스, 캐논, 니콘, 소니 등은 한 치의 양보도 할 수 없다는 입장에서 치열한 경쟁이 예상된다.

삼성테크윈은 '샵1' 이후 '샵1 MP3', '샵11PMP' 등 슬림



▶삼성테크윈의 '#11 PMP'  
18.5mm 두께의 슬림형 디카로서 2.5인치 대형 TFT LCD 채택, 휴대형 멀티미디어 플레이어처럼 동영상 재생기능을 갖춘 컨버전스 카메라이다.

국내 사진영상산업의 현재와 미래



▶한국후지필름의 '파인픽스 F11'  
1/1.7인치 630만 화소급 슈퍼 허니컴 HR CCD를 탑재, 후지는 3배줌 렌즈를 채택하고 수동기능을 지원한다.



▶니콘이미징코리아의 '쿨픽스 S5'  
페이스클리어 기능을 원터치로 설정할 수 있는 '페이스클리어 버튼'을 탑재, 촬영 화상과 음역을 조합하고 슬라이드 쇼 재생 기능 및 광시야각 170도의 대형 와이드 앵글 모니터를 탑재한 600만 화소급 디지털 카메라.



▶한국코닥의 '이저쉐어 V570'  
세계 최초로 듀얼렌즈를 탑재하고 23mm의 초광각을 구현하는 500만 화소급의 슬림형 디지털 카메라.



▶소니코리아의 준전문가용 'DSC-R1'  
1,030만 화소의 초대형 CMOS 센서 탑재, 초점길이 24mm~120mm에 달하는 칼자이스 바리오 조나 T-스타 코팅렌즈 장착된 하이엔드급 디지털 카메라.



▶캐논코리아컨슈머이미징의 'EOS 30D'  
'EOS 20D'의 후속 모델로 2.5인치 대형 LCD 탑재, 새로운 측광 모드를 채용하는 등 촬영의 편의성을 대폭 높인 제품이다.



▶올림푸스의 '뮤 810'  
전자식 손떨림 보정기능과 함께 최대 ISO 3200까지 지원 가능한 고감도 제품으로 어두운 실내나 야간촬영시 사진의 실패를 최소화할 수 있다.

형 컨버전스 제품들이 고공행진을 이어가고 있는 가운데 이 여세를 몰아 올해에는 작년의 판매대수의 2배 수준인 850만대 판매를 목표로 하고 있다. 무엇보다 카메라 사업의 후발주자로 그동안 기술력에 충력을 다해온 삼성테크윈의 이 같은 자신감은 컨버전스 전략도 주효했지만 콤팩트 카메라에서부터 하이엔드 기종, DSLR까지 풀 라인업을 갖추었다는 데에 기인한다.

삼성테크윈 상품기획팀의 장재원 과장은 “올 상반기에 고급기종의 DSLR 2기종을 출시하는데 이어 하반기에는 준전문가형 DSLR과 감각적이고 고급스런 디자인의 콤팩트 카메라를 출시할 계획”이라며 “특히 하반기는 고급형 콤팩트 카메라가 메인이 될 것”이라고 말했다.

월드컵 공식 스폰서 업체인 **한국후지필름**은 강점인 원천 기술을 앞세워 ‘고감도’ 디카를 만드는 회사로 강하게 소비자에게 어필하겠다는 전략과 함께 지난해 고감도의 손떨림 방지 기능, 이너줌 기능의 디카로 시장을 선도하며 선풍적인 인기를 불러 모았다. 올해에도 여세를 몰아 셔터를 한번 눌러 2장의 사진을 찍을 수 있는 ‘더블 샷’ 기능을 갖추고 흐린 날에도 선명한 사진을 찍을 수 있는 ‘파인픽스 V10’을 시장에 선보였다.

한국후지필름의 정해환 회장은 “‘파인픽스 V10’에 이어 5월말경 지난해 큰 인기를 모았던 ‘파인픽스 F10’의 업그레이드 기종인 ‘파인픽스 F30’을 비롯하여 올해에만 총 13~14기종의 신제품을 선보일 예정”이라며 “작년에 고감도 제품을 선도적으로 선보이고 시장의 주류로 자리 잡은 만큼 올해에는 더 앞서나가는 ‘초고감도’ 신제품을 시장에 선보일 예정”이라고 밝혔다.

2006년을 디지털사업 강화의 해로 선포한 **한국코닥**은 세계 최초로 카메라에 렌즈가 둘 달린 디카(이지웨어 V570)를 선보인 가운데 다양한 라인업을 선보일 계획이다. 프로페셔널 유저들을 위한 고성능 수동카메라인 ‘P시리즈’, 스타일리쉬하면서도 강력한 기능과 고화소로 무장한 ‘V시리즈’, 무선인터넷·터치스크린·3인치 LCD 등 코닥의 최첨단 디지털 이미징 기술의 총체라고 할 수 있는 ‘이지웨어 윈’, 고화소는 물론, 편리한 기능의 실용성이 돋보이는 ‘C시리즈’, 강력한 줌기능을 자랑하는 ‘Z시리즈’ 등 초보자에서부터 준전문가까지 자신의 개성을 표현할 수 있는 다양한 제품들을 선보인다는 계획이다. 그러나 무엇보다 코닥은 디카 판매량 증가에 따라 홈프린팅 시장에 더욱 주력한다는 전략이다.

4월 10일 신제품 발표회를 통해 DSLR 1종, 렌즈 2종, 콤팩트 디카 7종, 캠코더 4종 등 총 14종의 신제품을 발표한 **캐논코리아컨슈머이미징**은 2006년이 한국시장 출범 첫해인 만큼 보다 공격적인 광고홍보를 준비하고 있다. 광고매체를 통해 소비자 인지도를 강화시키고, 샤라포바 등의 스포츠 스타를 통한 마케팅을 지속, 강화해 나갈 방침이다.

**니콘이미징코리아**는 출범과 동시에 콤팩트형 디카 6종을 출시한 가운데 무엇보다 올해 목표는 뛰어난 품질의 경쟁력 있는 DSLR 제품을 출시할 계획이며 공격적인 마케팅 활동으로 DSLR 시장을 선점해 나간다는 전략이다. 그밖에 법인 출범을 계기로 소비자에게 친숙한 브랜드로서의 자리매김에 충력을 기울이고 이를 위해 젊은 감성 및 브랜드 매니아를 동시에 만족시킬 수 있는 브랜드 활동을 펼쳐 나갈 계획이다.

**소니코리아**는 디카 시장의 성숙기로 접어들면서 시장세분화와 그에 맞는 제품 라인업을 선보일 예정이다. 가격에 민감한 소비자들을 겨냥한 합리적인 가격대의 라인업과 중급, 가족형 사용자들을 위한 뛰어난 성능의 고배줌, 감성적이고 패셔너블한 디자인의 제품 등을 통해 카메라 신규고객 영역을 확대하고 제품 컨셉에 맞는 다양한 고객군에 어필하는 라인업 전략을 준비하고 있다. ‘DSC-T시리즈’, ‘M시리즈’, ‘N시리즈’, ‘S시리즈’, ‘슬림 W시리즈’ 등 다양한 라인의 풀 라인업을 갖추고 마케팅 활동을 벌이고 있는 소니는 최근 기존 하이엔드 콤팩트 카메라는 물론 코니카미놀타와 DSLR 개발 협력을 공표하는 등 DSLR시장에도 뛰어들어 조만간 디지털카메라 전제품 라인에서 다양한 제품 출시를 통해 시장에 대응해 나간다는 전략이다. 올해 초 9개의 고감도 고기능의 신제품을 선보인 **올림푸스**는 하반기에도 5종 이상의 카메라기능을 극대화한 디버전스 신제품을 출시할 계획이다. 또한 ‘E-500’에 이어 라이브 뷰 기능을 장착한 DSLR 카메라인 ‘E-330’을 출시해 보다 공격적인 보급형 DSLR 전략을 펼치고 있는 가운데 향후에도 보급형 DSLR과 준프로형 DSLR라인업을 구축해나갈 계획이다.