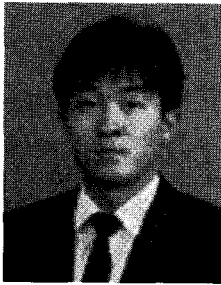


복사기 시장 현황 및 전망

작년 성장세 이어 8% 신장할 것 디지털화 위해 기술력 확보 시급

1999년은 국내 복사기 시장이 살아난 해였다. 벤처기업, 소호(SOHO)의 창업이 급증하면서 복사기 수요가 꾸준히 늘어 국내 복사기 시장은 연초부터 경기 회복세가 뚜렷해져 국내 복사기 시장의 전체 규모는 88,000대 정도가 될 것으로 보인다. 올해도 1999년의 회복세가 계속 이어지며, 수출도 꾸준히 늘고, 판매업자들의 구조조정이 어느 정도 완료돼 약 8% 성장한 95,000대 정도를 형성할 것으로 보인다.

글:강성림 과장/(주)롯데캐논 영업기획



그런 의미에서 1999년은 그 동안에 노력이 물거품이 되어 끝없는 경제 침체로 가느냐, 아니면 위기를 극복하고 다시 소생하느냐 하는 중요한 의미를 갖는 해였다.

다행히 1999년 국내 복사기 시장은 연초부터 경기 회복세가 뚜렷해져 벤처기업, 소호(SOHO), 출판사업자를 중심으로 기업체 수요가 꾸준하게 늘어나면서 전체 시장규모는 88,000대 정도가 될 것으로 보인다. 이것은 지난해 66,000대 규모로 추락했던 것에 비하면 33%신장을 기록한 것으로 비교적 시장이 살아나고 있는 추세임을 말해준다. 하지만 IMF이전인 97년도 11만대에 비하면 아직도 회복기인 셈이다.

2. 1999년 국내 기술 동향

국내 복사기 기술의 발달사를 보면 60년대 디아조식에서, 70년대에 정전식의 습식복사기로 전환했고, 다시 간접정전식(PPC)으로 변화했다. 현재 우리가 사용하고 있는 복사기는 보통 현상제가 드럼에 현상된 후 보통용지에 복사되는 PPC방식을 말한다. 90년대 초부터는 기술이 급속도로 발전을 하면서 선명도와 속도가 빨라졌고, 축소와 확대, 다양한 편집기능, 분할 복사기능의 추가, 양면 유니트, ADF, RDF, Sorter 등이 개발되었다.

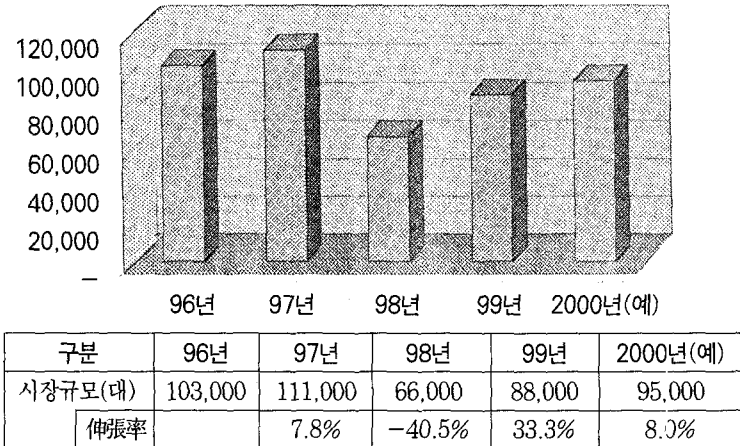
1990년대 들어 정보화 사회의 진전에 따라 복사기 기술은 사무 자동화 기기의 핵심 기술로 대두되어 그 역할이 더욱 중요시되고 있다. 특히 복사기 분야에서는 1990년대 이후

1. 1999년 국내 산업 규모 및 동향

국내 복사기 시장은 국내 산업의 태동기인 1960년대 단순기능의 디아조식 복사기의 등장으로 시작되었다. 그후 국내 업체들의 지속적인 기술투자 와 선진 기술과의 제휴로 국내 복사기 시장은 놀라운 성장을 거두었다. 특히 1990년대 들어 국내 복사기 시장은 평균 15%에 달하는 꾸준한 성장을 계속하다가 IMF라는 국가적 위기로 인해 다소 주춤했다.

복사기 시장 현황 및 전망

(표 1) 국내 복사기 시장 규모



ANALOG에서 DIGITAL 기술로 변화되고 있으며, 기능적으로는 단순 복사뿐만 아니라 기록, 편집, 재생까지 자유로워지고 있다.

최근에 복사기 기술동향의 최대 이슈는 뭐니 해도 DIGITAL化와 SYSTEM化로 대두될 수 있을 것이다. DIGITAL化는 PC와 1대 1로 대응하는 프린터 환경에서 네트워크 프린터 환경으로의 변화를 말한다. 현대의 정보 공유와 신속한 전달이 필수적인 환경 속에서 필연적이라고 할 수 있다. 복사기, 팩스, 프린터 등의 기능이 합쳐진 복합기는 PC만 있으면 모든 업무처리가 가능하기 때문에 공간을 최대한으로 활용할 수 있고, 효율성과 생산성도 높아진다. 따라서 사무환경의 디지털화가 안 될 경우에는 네트워킹이 불가능하기 때문에 기업 경쟁력은

그만큼 뒤질 수밖에 없다.

하지만 이러한 이점에도 불구하고 국내에서 디지털 시장이 성장하지 못하는 가장 큰 이유는 가격문제 때문이다. 아날로그는 국내 업체들의 기술 수준의 발달로 90% 이상이 국산화가 되었지만 디지털 기술은 아직까지 부품 국산화율이 30%정도밖에 안된다. 이러한 문제는 국내의 기술 개발과 부품 및 금형의 국산화를 통한 국내 조달이 이루어지면 해결 될 것으로 보인다. 그러면, 앞으로 출시되는 제품의 가격이 많이 다운될 수 있을 것이다.

3. 2000년 시장 전망

2000년 시장을 전망해 보면 1999년의 경기 회복이 올해에도 계속 이어지고, 수출도 꾸준히 늘 것으로 보인다. 또, 판매 업체들의 구조조정이 어느

정도 완료됨으로써 2000년에는 약 8% 성장한 95,000대 정도를 형성할 것으로 보인다.

사실 세계 복사기 시장은 전문 기업들이 90% 이상 점유율을 차지하고 있다. 국내에서도 롯데캐논, 신도리코, 한국후지제록스 등이 시장의 95%를 분점하고 있다. 80년대 후반 정부의 수출 경쟁력 강화라는 명목으로 대기업들의 참여를 유도해 삼성, 현대, 대우, LG들이 도시바나 미놀타 등과 협력, OA시장에 참여한 바 있으나 현재는 대우를 제외하고는 모두 사업을 포기한 상태이다. 따라서 새천년 시장판도의 원년인 2000년도에는 국내 복사기 3사 롯데캐논, 신도리코, 한국후지제록스의 시장 점유율을 확대 경쟁이 한층 심해질 것으로 보인다.

표 2에서 볼 수 있듯이 현재 국내 복사기 시장의 열쇠는 디지털 복합기로의 전환 시기라고 할 수 있다. 1999년만 해도 국내 복사기 시장은 전체의 95% 이상이 아날로그 기종이 차지하고 있으며, 디지털 복합기 시장은 5% 미만에 그치고 있다.

한편 세계 복사기 시장은 이미 디지털 복합기가 주종을 이루고 있다. 10년전부터 디지털 복합기를 보급해온 일본 시장은 현재 신제품의 80%가 디지털 제품으로 출시되고 있으며,

복사기 시장 현황 및 전망

미국은 약 50%, 태국·말레이시아·인도네시아·대만·홍콩·뉴질랜드·오스트레일리아 등 환태평양 연안국들의 디지털 복합기 보급률도 평균 30%를 상회하고 있다.

이에 반해 한국의 디지털 복합기 시장은 아직 5%를 넘지 못하고 있는 실정이다. 국내적으로 볼 때 사무 환경 디지털 화율은 매우 낮은 수치라고 할 수 있다. 이것은 디지털화가 상당히 진행된 선진국의 기업들에 비해 국내기업의 경쟁력이 떨어지는 주요 원인임이 명백하다.

하지만 사무기기 업계에 종사하는 한 사람으로써 우리의 미래를 볼 때 부정적인 측면만 있는 것은 아니다. 지금까지의 시장이 작다는 것은 앞으로의 발전 가능성도 그 만큼 크다는 것이기 때문이다. 전문 업체들은 2~3년 내로 국내 시장도 아날로그기에서 디지털기로의

전환이 이뤄질 것으로 내다보고 있다.

하지만, 그러기 위해서 아직 우리에게 넘어야 할 산은 너무도 많다. 우선, 전문업체들의 디지털 기술력 확보를 통한 가격 다운과 고객들의 의식 전환이 무엇보다도 시급하다고 할 수 있다. 디지털화에 대한 공감대를 형성하기 시작했고, 고객들도 그 필요성을 느끼기 시작했다는 것은 우리에게 호신호일 것이다. 더 나아가 디지털 시대에 맞는 더 나은 기술력을 쌓는 것은 새천년 우리에게 주어진 몫이라고 생각한다.

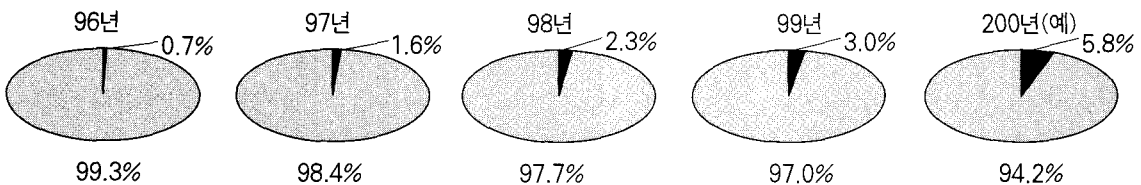
4. 세계 시장 동향

국내시장과는 달리 이미 세계시장은 디지털화가 상당히 진행되어 있다. 최근에 세계시장의 흐름은 COLOR복사기, DIGITAL 복사기, 개인용 복사기뿐만 아니라 복합 다기능

기를 개발하여 타 OA기기와의 시스템화를 도모하고 있는 추세다.

세계시장의 흐름을 주도하는 일본의 최근 추세는 복사기 산업이 디지털 복사를 주축으로 한 복합사무기기로 변모되고 있음을 잘 보여주고 있다. 일본의 복사기 산업은 컬러복사기, 고속 디지털 복합기 및 복사 시스템 S/W의 발달 등의 고부가가치 산업으로 더욱 발전하고 있다. 또한 PC와 연동되는 Printer Board 및 복사원고 데이터를 가공하여 컴퓨터에 전달하는 RIP장치의 발달이 강조되고 있어, 컴퓨터 산업 및 LBP산업의 발달과도 밀접한 관계가 있음을 보여준다. 이 부분은 미국 등지의 회사가 선두 지위를 차지하고 있으며, 일본의 각 회사도 각국에 맞는 솔루션 개발에 박차를 가하고 있는 실정이다.

〈표 2〉 국내 디지털 복사기 시장 현황



구분	96년	97년	신장률	98년	신장률	99년	신장률	2000년(예)	신장률
Digital	690	1,780	158.0%	1,490	-16.3%	2,670	79.2%	5,500	106.0%
Analog	102,310	109,220	6.8%	64,510	-40.9%	85,330	32.3%	89,500	4.9%
총시장	103,000	111,000	7.8%	66,000	-40.5%	88,000	33.3%	95,000	8.0%