

1. 국내 디지털복합기 시장 동향, 업체별 시장 대응 방향

디지털복합기 시장 올해가 분수령 될 듯

사무기기 시장의 혁명을 가져다준 디지털복합기 시장형성에 있어 올해가 최고 분수령이 될 전망이다. 그동안 IT분야에서 유독 디지털화가 더딘 것으로 지적됐던 복사기 시장에서 디지털복합기가 지난해 처음 10%를 웃도는 점유율을 나타낸 것을 시작으로 올해 저가형 디지털복합기의 수요 확산 및 디지털복합기의 정부조달품목으로의 등록 등에 힘입어 대폭 수요가 늘 것으로 보이기 때문이다. 이에 따라 복합기시장을 초기에 형성한 복사기 선발업체간의 선두경쟁이 치열해질 전망이며, 프린터업체들 및 신생 일본업체들의 대거 시장 진입이 예상되는 가운데 올해 국내 디지털복합기 시장의 향방에 귀추가 주목되고 있다.

취재/박지연 기자

올해 사무기기시장의 화두는 당연 디지털복합기가 아닐까 한다. 특히 IT분야에서 유독 디지털화가 가장 더딘 것으로 지적됐던 국내 복사기 시장이 저가 디지털복합기를 중심으로 꾸준한 성장세를 보이는 가운데 지난해 디지털복합기는 전체 복사기 시장에서 10% 이상을 차지하며 본격적으로 성장할 수 있는 기반을 마련했다. 이 말은 바꿔말하면 여전히 90% 가까이 아날로그 복사기가 각 메이커들의 주구매층을 형성하고 있다는 말도 되지만 2002년을 기점으로 디지털복합기가 급성장할 것은 분명하다.

복사기의 총시장은 미국과 일본 등의 경제불황과 맞물려 우리나라에도 영향을 끼쳐 소비심리 억제 및 기업의 투자심리 등을 위축시키는 결과를 낳아 2000년 95,000여대 수준에서 2001년 86,000여대 수준으로 마이너스 성장을 한 반면, 불과 3년전까지만 하더라도 국내 복사기 시장에서 차지하는 비율이 3%를 밑도는 미미한 수준이던 디지털복합기는 전년대비 약 120%가량 신장한 9,800여대 이상이 판매되는 등 1999년을 기점으로 매년 200% 가까운 급신장을 보이고 있다.

디지털복합기의 장점은 복사기, 팩스, 프린터,

스캐너 등의 기능이 일체형으로 만들어져 확장성(공유성) 및 뛰어난 응용성으로 인해 생산성 향상, 관리 및 보수가 용이하다는 장점이 있다. 또한 프린터와 팩시밀리를 각각 사용할 때보다 소모품 비용이 절약되고 공간도 절약되는 효과를 거둘 수 있다. 이처럼 기능 면에서는 아날로그복사기보다 월등한 우위를 차지하고 있는 것이 분명하지만 그동안 높은 가격과 소비자들의 디지털에 대한 인식 부족으로 시장에서의 점유율은 그다지 높지 않았다.

그러나 최근 디지털 제품의 가격이 상당히 낮아졌으며, 각 메이커들을 중심으로 다양한 기종과 보급형 기종이 출시되고 활발한 영업활동을 펼치고 있어 향후 디지털복합기 시장은 급속도로 발전할 것으로 전망된다.

<표1> 국내 복사기 시장 동향

(단위 : 대수)

구 분	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년
아날로그	97,578	107,583	58,458	79,301	90,079	76,958
디지털	390	1,417	1,342	2,699	5,903	9,886
전체 복사기시장	97,968	109,000	59,800	82,000	95,982	86,844
디지털 점유율	0.4%	1.3%	2.3%	3.3%	6.2%	11%

*자료 : 복사기 업계 추정치

2002년 디지털복합기 점유율 20%이상 고속 성장 예상

디지털복합기 시장의 본격적인 태동의 시기는 2001년 중순부터이며, 하반기부터 잠재 성장성이 본격 가시화되기 시작했다.

주요 원인에 대해 업계에서는 대체적으로 크게 2가지 요인을 꼽는다. 첫째는 업계의 홍보와 맞물려 소비자들의 인식변화 및 디지털제품에 대한 저변 확대를 들 수 있다. 이를 통해 분당 20매 아래로 가격이 200만원 또는 그 이하의 저가형 디지털복합기의 수요가 대폭 늘면서 15~20매기 사이 기종에 대한 경쟁이 특히 치열했다. 이유는 복사기를 기반으로한 레이저복합기와 프린터를 기반으로한 레이저복합기, 잉크젯복합기 등과 영역이 겹쳐지는 것에 기인한다. 따라서 대부분의 복사기업체들은 최근 25~35매기 이상 기종에 더욱 주력하는 모습을 보이고 있다.

둘째는 올해부터 디지털복합기가 정부조달품목으로 등록됨에 따라 기존의 아날로그 복사기에서 단시간 내에 디지털로 변화하는 사회적 환경변화를 고객들에게 강하게 어필(Appel)하는 계기가 되었다. 조달업체간 경쟁도 그만큼 치열했는데 2002년 조달품목 디지털복합기는 컬러 1종과 흑백 21~25매기, 26~30매기, 31~35매기, 36매기 등 총 5개 품목으로 입찰이 실시됐으며 신도리코·한국후지제록스·롯데캐논·데이통콤·태홍아이에스·대홍멀티미디어·청호컴넷 등 7개사가 조달업체로 등록됐다.

이처럼 각 메이커들의 경쟁적으로 한국시장에 맞는 저가형의 디지털복합기 출시와 초기시장 선점을 위한 치열한 경쟁 등 모든 것을 종합해 볼 때 올해 연말까지 전체 복사기 시장에서 디지털복합기가 차지하는 비율을 적게는 15%에서 많게는 20%대까지 올라갈 것으로 전망되고 있다.

한국후지제록스 관계자는 "지난해까지 디지털복합기의 점유율이 10%였는데, 일반적인 사례

에 비추어 볼 때 10%를 기점으로 하여 시장 점유율이 폭발적으로 늘어나는 경향이 있으므로 디지털복합기 시장 역시 긍정적인 예측을 가능케 하고 있다."고 말했다.

롯데캐논의 강성림 과장은 "예전엔 디지털복합기가 아날로그에 비해 가격이 무척 높았는데 지금은 20매기 이하기종이 300만원 이하에 맞춰지는 등 가격대가 아날로그복사기 수준으로 맞춰지고 있는 상황이라 올 연말정도 되면 디지털복합기의 점유율이 30%가까이 꺾충 뛰어 오를 것으로 보인다."고 말했다.

이처럼 향후 디지털복합기 성장을 두고 메이커들에 따라 상당한 편차를 보이고 있는 것만 보더라도 디지털 시장은 변수가 많은 예측불허의 시장이고, 내년 디지털복합기의 점유율을 최고 50%까지 높게 잡는 메이커도 있을 만큼 향후 디지털복합기 시장 전망은 밝다고 보이며, 이에 따른 업체들의 초기시장 선점을 위한 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 보인다.

국내 대기업 및 신생 일본업체들의 대거 가세, 치열한 경쟁구도 예상

복사기를 기반으로 하여 초기 디지털복합기 시장을 형성한 복사기 업체를 한 축으로 하여, 프린터 기반의 디지털복합기를 선보이고 있는 프린터 업체들간 영역이 겹쳐지면서 올해는 각 메이커간의 경쟁은 그 어느 때보다 치열할 것으로 보인다.

특히 복사기, 프린터업체들이 내놓는 다기능 제품은 엄밀히 따지자면 제각각 특성과 쓰임새가 다름에도 불구하고 모두 '디지털복합기'라는 용어로 불리어져 소비자들의 혼란을 가중시키는 결과도 낳았다.

데이통콤 관계자는 "복사기를 기반으로 한 복합기와 프린터를 기반으로 한 복합기는 서로 장·단점이 있으며 타깃으로 하는 시장도 분리돼

있으나 지속적 기술개발로 이러한 차이는 갈수록 작아질 수밖에 없으며 결국 시장도 공유할 수밖에 없게 될 것"이라고 말했다. 또한 "결국 디지털 시장은 완벽한 A/S와 B/S의 제공 능력과 영업력, 그리고 솔루션의 차별화로 평가받게 될 것이며, 각 업체는 이런 환경을 준비하는데 전력을 다할 것"이라고 말했다.

한편, 올해 이 시장에 많은 메이커들이 진입할 것으로 예상하고 있다. 먼저 디지털복합기 시장을 형성한 선발 복사기 메이커를 비롯하여 후발 업체들의 공격적인 마케팅과 기존 프린터 업체인 삼성전자가 가세함에 따라 이 시장이 더욱 활기를 띠며 올해를 기점으로 디지털복합기 시장이 본격 형성돼갈 것으로 예상된다.

태흥아이에스 관계자는 "일본이 장기적인 불경기로 이어짐에 따라 새로운 타깃으로 한국을 점찍고 올해를 기점으로 많은 일본 메이커가 진입할 것으로 보인다"며 "그러나 점차 시간이 지날수록 이 안에서 스스로 도태하는 업체도 생기면서 자연스럽게 시장이 정리될 것"이라고 말했다.

문제는 사무환경의 디지털화와 함께 기존 아날로그 복사기 시절, 복사기업체들의 고유영역이었던 복사기 시장의 영역이 깨지면서 더 많은 업체들과 경쟁해야 하는 상황으로 전개됨에 따라 과당경쟁으로까지 치달을 것이 염려되기도 한다. 이에 양 업체는 자신들만의 고유 장점을 내세우며 시장 선점에 유리한 위치에 있다고 주장한다.

신도리코 관계자는 "OA기기는 탄탄한 유통조직을 통해 밀착 A/S가 가능해야하는데 이 부분에 있어 프린터업체보다 복사기업체들이 우위에 있다"고 말했다. 또한 "복사기의 경우 본체가격이 비싼 대신 소모품 가격이 싸다는 장점이 있어 복사량이 많은 중소기업 이상의 사무실에 가장 적합하다"며 "복사기 업체와 프린터 업체의 경쟁은 복사 매수에 기준해서 확연히 갈릴 것"이라

는 견해를 밝혔다.

데이콤 관계자는 "디지털의 개념확산이 예상보다 빠르게 진행되고는 있지만 중·소규모 사무실 및 소호(SOHO)시장에서는 초기 투자금액의 부담, 사무환경의 특성상 저가형 복합기를 선호하는 것이 사실이다."며 "그러나 모노(MONO)복합기 시장은 다양한 기능을 보유하고 저 유지비용의 장점을 갖고 있는 디지털복합기가 점차 이 시장을 잠식해 가리라 생각한다."고 말했다.

그러나 태흥아이에스의 관계자는 사무기기중 복사기가 가장 뒤늦게 디지털화된 것을 지적하며 "복사기업체들은 네트워크환경에 대한 경험이 없는데 반해 프린터 업체들은 이 분야에서 그간 쌓은 풍부한 경험을 살려 우위를 다져나갈 수 있을 것"이라며 "복사기업체들은 우선 복사기를 기반으로 했을 때 나머지에 대해서는 부가기능이라고 생각하는 인식에서 벗어나야 할 것"이라고 꼬집어 말했다.

디지털복합기 시장은 각 업계에서 내세우는 기종의 특징에 따라 소비자의 선택에 영향을 미칠 것으로 예상되는 한편, 네트워크 환경에 대한 대응을 통한 A/S가 관건이 될 것으로 보인다. 이에 따라 업계에서는 얼마만큼의 네트워크환경 전문가를 확보하느냐가 또한 중요한 사안으로 떠오르고 있다. 최근 신도리코를 비롯하여 복사기 및 프린터 업체들은 자체적인 직원들 교육에 비중을 크게 두고 MS, 시스코 등에서 인증하는 네트워크 관련 자격증 취득에도 적극 나서고 있는 등 나름대로 교육에 열을리고 있는 것으로 알려졌다.

한국후지제록스 관계자는 "이젠 서비스 망이 관건으로 단지 기기적인 메커니즘에 대한 서비스에서 떠나 네트워크화되고 사용자 편의에 맞춰 전화 한통화로도 서비스가 가능해지도록 해야 한다"며 "요즘같이 일일이 찾아다니며 고쳐주고 어디가 고장인지 몰라 기계자체를 본사로 들고 오는 등의 서비스 방식은 비전이 없다"고 지적한다.

또한 기술적인 부분이 중요하다. 복합기는 수명이 짧기 때문에 CPU가 바뀌는 속도에 따라 기기도 바뀌어야 하기 때문이다. 예전 아날로그 복사기가 5~6년 정도 갔다면 디지털복합기의 메이저 기기 교체기간은 2~3년, 마이너 기기의 교체기간은 1~2년으로 보기 때문에 업체들이 얼마만큼 저렴한 가격으로, 또한 리얼타임으로 신기종을 선보일지가 역시 관건이 될 것으로 보인다.

특히 사무기기 선진국 일본에 비해 PC보급률 및 인터넷환경 인프라 등에서 월등히 앞서는 국내시장 상황에서 '가격' 문제만 맞춰진다면 디지털복합기 시장이 급속도로 발전하는 것은 시간문제라고 업계 관계자들은 입을 모은다.

결국 디지털복합기라는 새로운 시장형성에 있어 복사기업체 및 프린터업체들이 얼마만큼의 기술개발과 빠른 영업을 펼쳐나가느냐에 따라 이 시장의 구도가 그려질 것으로 보인다.

메이커별 영업전략 및 주력제품

올해 복합기 시장은 국내 사무기기 시장중 40%의 점유율을 차지하고 있는 25매전후(20~29ppm)급 제품 시장을 중심으로 업계의 치열한 경쟁이 예상되고 있다.

한국후지제록스에 따르면, 이 시장은 최근 3년 간 연 평균 39,000대 규모의 시장을 형성하고 있으며 이중 디지털 제품의 비율은 평균 약 4.8% 정도인 것으로 나타났는데, 신도리코, 롯데캐논, 한국후지제록스 등을 비롯하여 신규 진출하는 삼성전자에서도 이 시장에 적극 나설 것으로 전망되고 있다.

(주)신도리코

디지털복합기 시장 1위 목표, 아날로그의 명성에 도전
지난 1964년 국내 최초의 복사기를 선보인 이

래 40년이 가까이 아날로그 복사기 시장에서 부동의 1위를 지키고 있는 신도리코의 올해 가장 큰 계획은 디지털복합기 시장에서도 40%점유율을 차지하며 아날로그 복사기에서의 명성을 이어가겠다는 것.

이를 위해 디지털복합기만 담당하는 디지털사업부를 독립 사업부로 신설하고 본격적인 마케팅 활동을 벌이고 있다.

신도리코의 정진영 과장은 "현재 신도리코에 600개 대리점 및 영업점이 있는데 디지털솔루션을 팔아본 경험이 많지 않기 때문에 영업활동시 애로사항에 대해 중점 지원해 준다."며 "전담인원만 20명 있으며 지방은 각 지사에서 디지털전문가를 육성하고 있다."고 말했다.

또한 상반기에는 600개 대리점에 디지털복합기를 자체업무 교육용으로 1대씩 지원한 바 있는데, 이를 활용하여 디지털환경에 대한 경험을 쌓고 자체 교육을 진행하는 등 적극적으로 시장 환경에 대응해나가고 있다. 이처럼 디지털환경에 대한 장기적인 교육프로그램을 실시하고 있는 동사는 본사직원에 대한 교육을 마치고 올해는 대리점 및 간접 판매조직의 교육강화에 중점을 둘 계획이다.

정진영 과장은 "현재 신도리코는 디지털복합기의 자체 설계 및 생산하는 단계까지 와 있다."며 "주력기기인 22매기 등은 일본 및 세계에 수출할 계획이고, 현재 개발테마가 3개제 들어갔는데 내년에는 그 상위기종을 출시하여 수출과 내수에 주력할 계획이다."고 밝혔다. 또한 올해 하반기부터 컬러고속기 개발에 들어가 내년 상반기 중 선보일 계획이다.

(주)롯데캐논

디지털복합기 저변화에 가장 중점

과감한 기술개발 및 디지털 투자를 바탕으로 디지털복사기를 국산화하여 미주와 유럽, 동남아

지역 등에 수출하고 있는 롯데캐논에서 가장 중점을 두는 것은 디지털복합기의 저변화이다.

그동안 고속 디지털복합기 중심의 마케팅을 펼쳐온 동사는 앞으로 분당 16매, 20매 출력 및 복사하는 IR시리즈를 통한 중속 및 중저가형 디지털복합기 라인업을 구축하여 시장 점유율을 높여나갈 계획이다. 즉, 우수한 제품력을 바탕으로 시장 상황에 맞춰 2~300만원대의 저렴한 가격으로 시장을 공략한다는 계획이다.

현재 일본 캐논사와 함께 35%의 시장점유율을 뜻하는 'TMS(Target Market Share)35'란 슬로건을 내세워 한·일 공동으로 전담운영위원회를 운영하며 광고 등의 마케팅활동에 적극 투자를 하고 있다.

한국후지제록스(주)

디지털복합기 시장 국내 선두자리 고수

지난 1월 Document Center 285/235 시리즈 총 9기종을 출시, 분당 10매급에서 초고속 DocuTech 6180까지 총 32기종의 디지털복합기 제품을 라인업을 갖춘 한국후지제록스는 이를 바탕으로 국내 사무기기 시장에서의 디지털 제품 보급률을 급속히 확대시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또한 작년에 출시한 다양한 보급형 복합기를 비롯하여 추후 지속적인 제품 출시를 통해 디지털시장에서의 우위를 계속 유지해 나간다는 전략이다.

특히 그간 디지털복합기가 다소 고가였다는 점 때문에 특정 시장 중심으로 판매가 이뤄졌으나 최근 가격 대비 성능이 뛰어난 Document Center 285/235시리즈의 경쟁력을 통해 일반 사업장으로써 시장기반을 확대, 대중화에 적극 나서고 있다.

한편 동사는 기존 회사 내 서비스 센터(A/S센터)에서 담당하던 고객 서비스를 서비스 전문회사를 통해 제공함으로써 서비스의 질을 대폭 향

상시킨다는 방침 하에 전문화된 인력과 시스템을 통한 지역 밀착적인 서비스 제공에 적극 나서고 있다. 이에 따라 지난 2월 1일 중점시장인 서울 지역에 서비스 부문 자회사인 서울 후지제록스 서비스 주식회사를 설립하고 본격적인 지역 밀착 서비스에 나섰다. 이와 연계하여 앞으로도 전국 주요 지역권별 서비스 주식회사 설립을 추진, 서비스에 중점을 두어 나가겠다는 전략이다.

(주)데이콤

디지털환경에 적극 대응목적, 디지털전문 A/S팀 운영

일본의 미놀타와 교세라 등의 복사기를 국내에 판매하고 있는 데이콤은 지난해 디지털복합기 중 고속기인 'Di550'의 인기 여세를 몰아 올해에도 틈새시장에서 효과적으로 공략할 수 있는 고속기(디알타 Di351, Di651)를 주력 제품으로 내세워 시장에 대응해 나갈 계획이다.

동사에서는 디지털화에 적극 대응해 나가기 위해 별도의 디지털 전문 A/S팀을 운영하고 있다. 이를 통해 발생 가능한 H/W 및 S/W적인 모든 문제점을 인지하고 해결하기 위해 대리점을 통해 판매한 제품에 대한 서비스도 본사에서 깊이 관여하고, 네트워크 관련 교육과 프린터, Fax 및 관련된 제반 기술에 대한 교육을 지속적으로 실시하고 있다.

또한 다양한 PC 및 네트워크환경과 고객의 요구를 충족시키기 위한 각종 솔루션을 제공할 수 있도록 TFT를 운영하고 있으며, 이를 세분화·전문화하여 확대 운영할 계획이다.

삼성전자(주)

디지털복합기사업 준비완료, 올해 본격 시장 형성에 박차

현재 프린터를 기반으로 한 잉크젯복합기 시장에서 주부·학생뿐 아니라 직장인들에 이르기

까지 폭넓은 구매층을 확보하고 있는 삼성전자가 이번에는 복사기업체들이 경합을 벌이고 있는 중·고속기 디지털복합기 시장에 나선다.

원래 올해 4월부터 본격 신제품을 선보이기로 했던 삼성전자는 제품 라인업 및 대리점 정비를 다 마치고 좀 더 시장상황을 지켜보며 A/S에 중점을 둔 시범운영에 들어가 있는 상황이다.

이미 12매 짜리 레이저디지털복합기(모델명 SCX-5312F)를 내놓은 삼성전자는 분당 20매에서 40매 이상까지 다양한 중·고속 디지털복합기 개발을 마무리한 상태로 전체 라인업된 신제품을 한꺼번에 공개할 예정이다.

예전에 아날로그복사기 시장에 진출했다가 사업을 접었던 경험이 있는 삼성전자에서는 그때부터 디지털복합기 시장에 대응하기 위한 준비를 쌓아왔다고 밝힌다.

삼성전자 관계자에 따르면 “당시 삼성전자가 사업을 접었던 이유는 자체기술이 아닌 일본과 협업을 통한 진출을 모색했기 때문에 문제가 있었다”고 말하고 “이번에는 독자기술의 레이저엔진을 사용하여 품질 및 가격에 있어 경쟁력을 가지며, 특히 자체개발 능력이 있기 때문에 어떠한 기술적인 문제에 있어서도 처리가 가능하다”며 A/S에 대한 강한 자신감을 나타냈다.

또한 “이미 기존 복사기 영업망에 대한 철저한 분석을 끝낸 상태”라고 전하고, “현재 디지털복합기 시장은 소비자의 욕구를 만들어가야 할 시기로 보고 삼성전자는 이 점에 중점을 두어 사무기기환경 개선 쪽으로의 노하우를 살려 적극적인 영업을 펼쳐나갈 계획”이라고 밝혔다.

(주)태흥아이에스

독자적인 프린팅솔루션 개발 진행 및 공격적 영업으로 시장 공략

91년 프린터 전문업체로 시작하여 2000년 9월부터 일본 코니카사와 기술제휴로 디지털복합기 시장에 뛰어든 태흥아이에스는 프린터 영업에서 쌓은 네트워크환경에 관한 노하우를 바탕으로 공격적인 마케팅을 펼치고 있는 업체이다. 코니카 디지털복합기만의 제품성을 앞세워 30매 이상의 고속기 디지털복합기에 주력하고 있는 동사에서는 과거 레이저 프린터 콘트롤러를 개발했던 경험을 살려 현재 디지털복합기에 들어가는 콘트롤러를 자체 개발 중에 있기도 하다.

김찬우 부장은 “디지털기기는 라이프사이클이 짧은 것이 특징인데 태흥에서 판매하는 디지털복합기는 품질이 뛰어나고 리얼타임으로 신제품이 공급되는 점이 강점”이라며 “특히 기존의 프린터를 판매하며 쌓은 경험이 바탕이 되어 네트워크환경에 신속하고 정확하게 대응해나가고 있다”고 말했다.

선발 복사기업체에 비해 브랜드 이미지가 약한 태흥이 택한 영업방식은 고객을 수시로 찾아다니며 ‘데모’를 선보이고 디지털복합기의 활용적인 면으로 유도하는 것. 이에 따라 동사에서 판매하는 복합기에 프린트 장착률은 50% 이상이라고.

이밖에 태흥은 올해 35매기 이상의 고속기 영업에 주력할 계획이고, 현재 8~10매기 컬러기가 나와있는데, 내년에는 50매짜리 컬러기를 본격 선보이며 저렴한 가격으로 판매에 나설 계획이다.

디지털복합기 메이커별 주력 제품

(주)신도리코

Aficio 270

: 중소기업 이상의 일반 사업장에 적합

Aficio 270은 분당 27매의 복사가 가능하며, 전자 회전 Sorting 및 다양한 편집기능을 제공하고, 3초대의 팩스 송·수신이 가능하며, 프린터 옵션을 설치하면 A3 고속 네트워크 프린터로의 확장이 가능하다.

고속복사기 기능으로는 600dpi의 고품위 화질을 자랑하고 최대 A3까지 복사가 가능하다. 또한 원고의 방향에 관계없이 회전 출력되며 A3에서 A4로의 축소 복사시에도 최전 축소 복사됨으로 빠른 복도 속도를 얻을 수 있다.

레이저 프린터 기능으로는 2400dpi상당×600dpi의 고품질 Ultra Smoothing 기능의 채택으로 작은 글자, 미세한 그림자나 곡선부분을 더욱 부드럽게 재현하는 기술로 보다 선명한 화상을 얻을 수 있다. 또한 고속 64bit RISC CPU, 고속메모리, 화상전용 Chip 등 최신기술을 탑재한 고속기 전용의 'EX Controller'를 채택함으로써 분당 27매의 초고속을 실현했다.

이밖에 스캔 받은 문서를 PC에서 다운로드 하거나 그 자리에서 이메일로 보낼 수 있고, 다른 문서화일과도 병합하여 저장 가능하며, 스캔한 문서를 네트워크를 이용하여 간단히 PC로 전송할 수 있다.

(주)롯데캐논

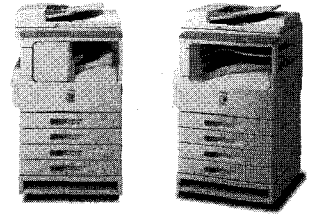
iR 2000/1600

: 일반사무실에서 SOHO 까지의 중소기업에 적합

iR 2000/1600은 대량의 복사 및 프린트 업무가 많은 중소기업 사무실과 인터넷 및 인트라넷이 보급되어 있는 네트워크 비즈니스 환경에 적합한 신기종이다.

1,200dpi X 600dpi로 고품질 해상도를 자랑하는

iR2000/1600은 각각 분당 20매/16매의 빠른 복사가 가능하다. 대용량 메모리 탑재로 여러 가지 출력을 실현하며, 축소·확대 시에는 출력



사이즈에 적합한 용지의 크기 및 방향을 자동으로 판단, 회전하여 출력하는 기능도 갖추고 있다. 별도의 옵션장치가 없어도 출력물의 방향을 바꿀 수 있는 전자소트가 가능, 많은 양의 원고를 여러 부 복사할 때 매우 유용하며 대량의 복사/프린트 업무에 적합하도록 최대 1,100매까지 용지를 급지할 수 있다. 절전기능과 드럼/토너 분리형 카트리지를 사용, 유지비 절감 면에도 매우 효과적이다.

iR2000/1600은 네트워크와 연동을 통해 2400dpi 상당×600dpi의 초고해상도로 20ppm/16ppm의 레이저 프린트가 가능하며 웹 브라우저를 통해 원격조작 및 관리까지 할 수 있어 네트워크에서의 활용도를 최대한 배가시켰다. 또한 최첨단 네트워크 프린트 매니지먼트 툴인 넷스팟 스위트(NetSpot Suite)을 탑재하여 네트워크 프린트 상태를 한눈에 확인하고 설정할 수 있게 해주며, 인쇄 완료, 에러 발생 등을 알려주는 등 프린트 드라이버와 연동 가능하여 업무 효율성을 높여 준다

프린터 드라이버에서 패스워드를 입력해야 출력할 수 있는 보안 프린터 기능과 PC에서 작성한 문서를 프린터 이미지 서버에 보관, 필요할 때 출력할 수 있는 메일박스 기능도 제공한다.

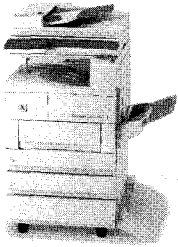
한국후지제록스(주)

도큐먼트 센터(Document Centre) 285/235

: 중소기업 일반 사업장에 적합

'Document Centre 285/235' 시리즈는 600 dpi

디지털복합기 메이커별 주력 제품



의 고품위 화질과 분당 28매(23매)의 초고속 출력 속도를 자랑하며, 분당 50매의 초고속 스캔과 2초대의 팩스 전송이 가능한 최첨단 디지털 복합기이다.

네트워크 스캔기능을 살펴보면, 매분 50매의 고속 스캔으로 네트워크 상의 문서 공유화를 실현하고, PC에서 직접 FAX 송신을 지시할 수 있으며, 수신한 FAX를 PC로 자동 전송할 수 있는 기능이 있다.

네트워크 프린터 상에서 단면은 분당 28매, 양면에서도 분당 22.5매의 고속 출력(도큐먼트 센터 235는 분당 23매)이 가능하다. 또한 KS, TIFF, HPGL-1 등으로 KS 시장과 도면 등 엔지니어링 시장에서 이용이 가능하다.

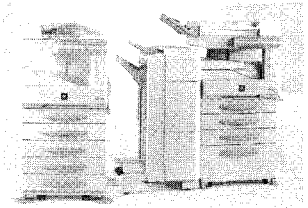
고속 복사기 기능으로는 4.5초의 신속한 최초 복사로 1매씩 출력하거나 복사시 높은 생산성을 자랑하는데, 여러 매의 원고를 한 매로 출력이 가능하여 복사 비용을 절감할 수 있다. 또한 중철 문서 작성에 편리한 소책자 기능과 엽서나 봉투 급지가 가능하고, 옵션의 후처리 기능(스테플러)으로 출력, 제본 작업까지 가능하다.

이밖에 고속팩시밀리 기능으로는 2초대의 팩스 전송과 고화질(600dpi) 고속(28매/분) 송수신이 가능하고, 복사나 출력 중 팩스 송수신도 동시 처리가 가능하다.

(주)데이통콤
디알타(DIALTA) Di351

: 관공서 및 금융업, 벤처기업, 일반 사무실 환경에 적합

분당 37매의 초고속 복사는 물론 최대 A3크기의 프린터, 스캐너, 팩시밀리 기능까지 갖췄다. 1200dpi 상당의 고화질 재현이 가능하며 25~400%까지 와이



드 줌 기능이 있어 다양한 사이즈의 출력이 가능하다. 또한 양면복사기장치를 기본으로 장착했으며, OHP나 엽서용지도 일반복사용지처럼 카세트에 직접 장착하여 복사할 수 있는 다기능카세트를 채용하여 편리성을 크게 향상시켰다.

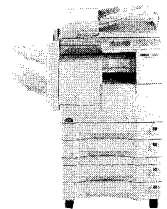
특히, 팩시밀리 기능은 Super G3(33,600bps)모드로 매당 0.7초 이하의 고속 스캔과, 3초 이하의 초고속 전송(A4기준), 그리고 2장의 원고를 1장으로 집약시켜 전송해 주는 기능 등으로 장거리 통신요금을 절감할 수 있으며, 최대 A3 크기의 송·수신도 가능하다.

네트워크프린터는 복사속도와 동일한 분당 37매의 고속출력제공과 2가지 파일형식(PDF, TIFF)으로 분당 70매의 초고속 원고 스캔을 할 수 있으며, 스캔한 데이터는 네트워크를 통해 서버나 PC에 저장하거나 메일로 보낼 수가 있다. 이밖에 저소음 및 공간절약형 설계, 분류·그룹, 홑편치기능 등 사용자의 편의성을 최대한 살렸고, 여러 장을 한 장으로 복사해주는 용지절약복사기능과 에너지절약모드, 전원자동차단기능 등 국제 에너지스타 마크를 획득했다.

(주)태흥아이에스
Konica 7030M

: 관공서 및 금융업, 벤처기업, 일반 사무실 환경에 적합

분당 30매 고속 출력기로 600dpi 고품질 문서를 출력하고 최대 A3까지 출력이 가능하다. 또한 1 Scan 다매 출력 방식이고, 자동양면기능 및 전자



디지털복합기 메이커별 주력 제품

Sorting을 기본 장착했으며, Toner 재활용기능으로 실현되는 친환경적인 운용이 특징이다.

스캐닝과 복사, 프린터 출력시 모두 600dpi의 고품질을 유지하고 첫장 속도가 약 5초로 매우 빠르며, 전원을 켜 후 30초 이내에 워밍업이 이뤄진다. 또한 대형 LCD화면을 보면서 편리하게 버튼을 조작할 수 있는데 FAX Kit를 장착할 경우 조작패널에는 20개의 원터치 다이얼기능을 추가할 수 있어 자주 사용하는 곳에 쉽게 FAX송신을 할 수 있다.

네트워크 프린팅과 스캐닝 기능으로는 옵션의 Controller(옵션 : IP011/IP421)를 장착하여 LAN에 연결하면 완벽한 네트워크 입출력 기능을 구현한다. 즉, IP011를 장착하면 기본 프린팅 업무용으로

최적 16MB의 기본 메모리로 30ppm의 쾌속출력을 지원하고, IP421을 장착시에는 166MHz Intel Pentium processor와 32MB의 기본 메모리 구현, Postscript 장착시 (PS341) 윈도우 등 다양한 시스템을 지원한다. 또한 IP421(네트워크 포함)에 하드디스크(HD103)을 장착하면 RADF와 Platen Glass를 통하여 600dpi로 이미지 및 텍스트를 스캔하여 PC에서 편집 및 보관할 수 있다.

기본으로 장착되어 있는 자동양면 인쇄장치는 원고를 쌓지 않고 이송, 양면 인쇄하여 신속 정확한 문서를 출력해주며, 500매 급지대가 2개가 기본 장착되어 있다.

