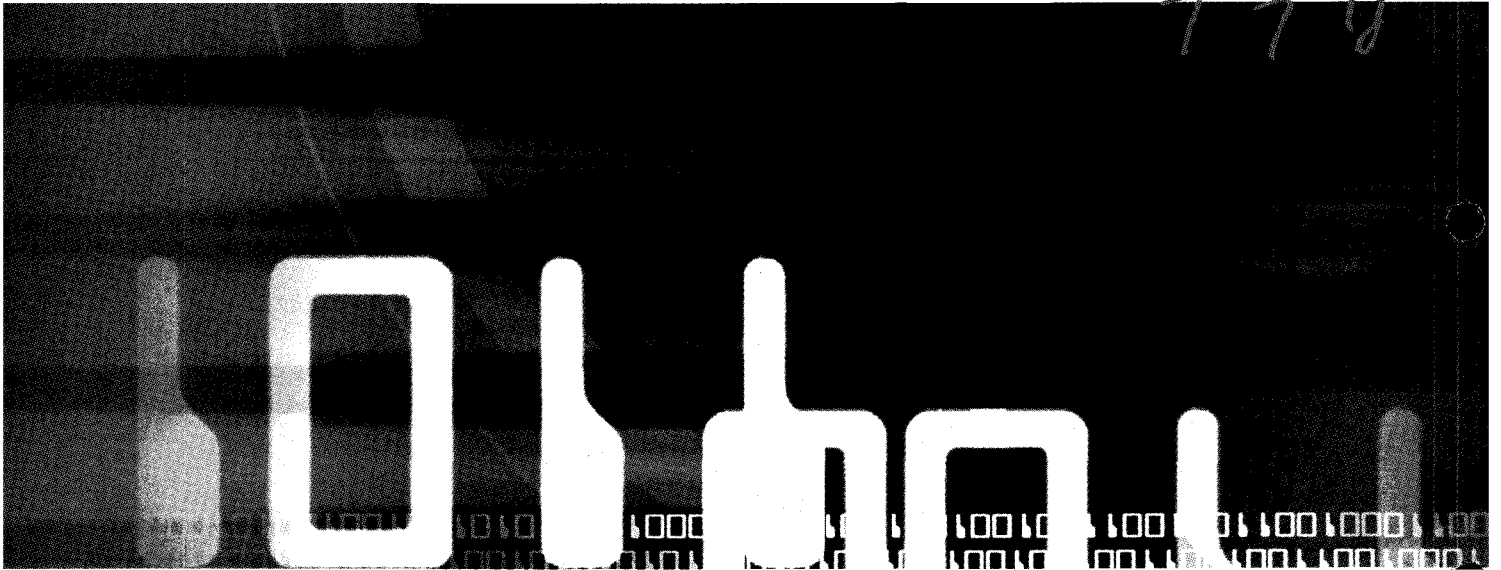


기획특집
774



아날로그에서 디지털로 안착, 거세게 불어 닥치는 복사기의 '컬러화' 바람

국내 복사기 시장의 동향 및 전망

최근 디지털복합기가 전체 복사기 판매량의 70%까지 상승하면서 본격적인 '성숙기'에 접어들었다. 2004년 전체 복사기 시장은 8만대 규모가 예측되는 가운데 올해 연말까지 디지털 비중이 80%에 달할 전망이다. 아날로그는 올해 20% 규모에서 내년에는 10% 이내로 대폭 줄어들면서 복사기 업체들은 아날로그 복사기를 단종하고 디지털복합기에 주력하는 수익성 위주의 영업 전략을 펼쳐 나갈 것으로 예상된다. 한편, 지금까지는 복사기 시장이 아날로그에서 디지털로의 변화가 이슈였다면 이제는 흑백에서 컬러화로 급진전에 관심이 모아지고 있다. 또한 기존에는 복사기 판매를 통한 시장불륨 확대가 주였다면 이제는 전자문서시대에 맞는 사무환경의 구축 및 설계와 관련하여 솔루션 제공 쪽으로 시장이 변모해 가고 있으며, 향후 복사기를 포함한 사무기기 시장은 고객중심의 솔루션 제공이 마케팅 능력의 관건이 될 것으로 보인다.

취재/박지연 기자

시장 성숙기에 접어든 디지털 복합기

사무기기 시장과 환경이 디지털 복합기의 확산과 컬러화 바람으로 급변하고 있는 가운데 아날로그 복사기의 시대는 서서히 막을 내리고 있다.

기존 아날로그 복사기와 달리 디지털 복합기는 디지털 데이터 형태의 정보저장이 가능하기 때문에 저장된 데이터를 다양한 형태로 편집, 가공이 가능하다. 원본 문서를 필요로 할 때마다 서류함에서 꺼내 복사할 필요 없이 보관된 데이터를 네트워크를 통해 언제든지 문서화할 수 있다. 디지털 복합기는 수신된 데이터에 가치를 부과할 수 있는 생산적인 기기다. 수신된 정보는 복합기를 통해 언제나 공유할 수 있으며 그 자체에서 가공되어 또 다른 정보를 생산할 수 있다. 이렇듯 디지털 복합기는 공간과 비용, 시간을 절약함으로써 업무의 질적, 경제적 향상을 부가하기도 한다.

지난해까지 시장에서 아날로그와 디지털의 비율이 50 : 50을 유지하다가 올해 들어 디지털 복합기가 전체 복사기 판매량의 70%까지 상승했으며, 올해 전체 복사기 시장은 8만대 규모가 예상되는 가운데 연말까지 디지털 복합기의 비중이 80%에 달할 전망이다. 물론 이 수치는 소형복사기를 제외한 나머지에 대한 수치이고 복사기 주요 3사 기준이다. 이에 따라 아날로그 복사기는 올해 연말까지 20%를 점하다가 2005년에는 10% 이내로 대폭 줄어들면서 복사기 업체들은 아날로그 복사기를 단종하고 디지털 복합기에 주력하는 등 수익성 위주의 영업 전략을 펼쳐 나갈 것으로 보인다.

표 1. 국내 복사기 수급동향

〈자료 : 2004. 5. 3 기술표준원 제품안전 정책과〉

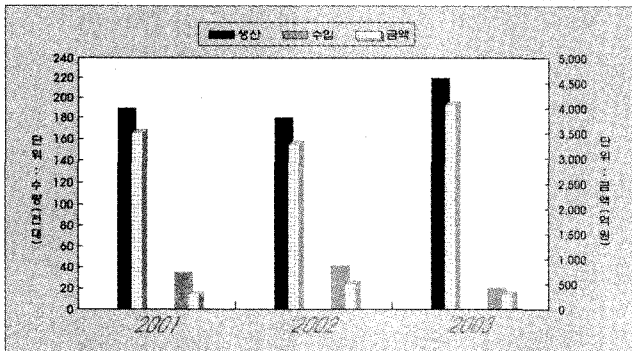
(단위 : 수량(천대), 금액(억원))

구분	2001		2002		2003		
	수량	금액	수량	금액	수량	금액	
공급	생산	195	3,534	181	3,399	220	4,230
	수입	34	387	43	564	24	396
수요	내수	116	2,203	128	2,518	98	2,392
	수출	113	1,718	96	1,445	146	2,234

- 삼성, 신도리코, 후지제록스, 롯데캐논 이외 태흥, 인코믹스, 청호, 대흥 4개사 내수실적은 추정치(총시정10%)
- 불법 수입기 금액은 연도별 시장 평균단가 적용

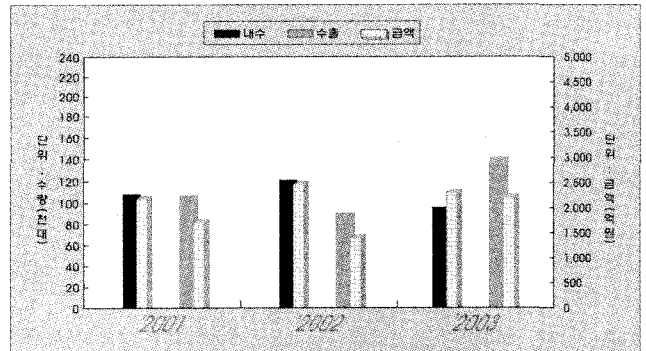
■ 복사기 공급동향

단위 : 수량(천대), 금액(억원)



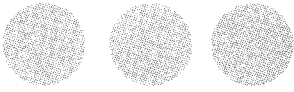
■ 복사기 수요동향

단위 : 수량(천대), 금액(억원)



가속화 되는 디지털 복합기의 '컬러화' 바람

얼마 전까지는 전체 복사기 시장에서 디지털화가 얼마나 빠르게 확산될 것인가에 초점이 맞춰졌었다면 지금은 컬러화에 관심이 모아지고 있다. 컬러시장의 경우 이제까지 저가형 컬러 프린터 및 고가형 고부가가치 상품 군으로 이분화되고 특정 분야에만 집중적으로 편향되어 시장이 형성되어 있었다. 그러나 컬러 복합기의 등장으로 인해 특정 시장만이 아닌 일반 오피스 시장으로의 진출이 활



성화되는 등 컬러 복합기의 수요가 급속히 신장되고 있다.

그동안 컬러인쇄물을 출력하려면 잉크젯이나 기껏해야 저속형 레이저프린터가 주류를 이루었으나 잉크젯은 속도면에서 20매까지 나오지만 소모품 값이 만만치 않고 레이저프린터는 속도가 느리다는 문제가 있었다. 그러나 요즘 복사기 업계에서 판촉에 열 올리고 있는 컬러 디지털복합기는 러닝코스트나 속도에 있어 일반 흑백복사기로 복사를 할 때와 비교해서 별 차이가 없다. 보통 일반사무실에서는 평소에 주로 흑백을 쓰다가 프리젠테이션 용과 같이 특정 보고서가 필요할 때 컬러를 쓰는 경우가 많은데 이러한 환경에 컬러 디지털복합기가 맞아 떨어지고 있는 것이다.

롯데캐논의 이경한 과장은 “요즘 나오는 컬러 디지털복합기는 흑백하고 컬러 겸용으로 나오기 때문에 보통 많이 쓰는 흑백에 대해서는 흑백기만 구동해서 기존과 별 차이 없는 코스트로 출력해서 쓸 수 있고, 가끔 컬러가 필요할 때마다 컬러기로 쓰기 때문에 그런 면에서 업무효율성이 좋아졌고 제품자체 가격도 과거에는 2천~3천만 원 하던 것에서 최근에는 1천만 원 선으로 많이 저렴해졌다”고 말했다.

따라서 전체 복사기 시장에서 컬러 디지털복합기가 차지하는 비중이 점차 늘어나고 있는 추세다. 올해에만 2~3천대 시장을 예상하고 있는데 올해 전체 복사기 시장을 8만대에서 8만 5,000대 시장으로 봤을 때 아직 5%도 채 안되지만 작년과 비교해서 2배 이상 성장한 수치이다. 이웃 일본만 보더라도 작년에 전체 복사기 시장에서 컬러 디지털복합기가 차지하는 비중이 10%대에서 올해 급격하게 20%대로 올라선 예를 보더라도 우리나라의 컬러 디지털복합기는 매년 2배 이상 성장할 것으로 예상된다. 업계에서는 매년 2배씩 성장하면 2006년쯤이면 전체시장의 20%를 컬러 디지털복합기가 차지하지 않을까 내다보고 있다.

업계에 따르면 올해 5월까지 판매한 컬러 디지털복합기는 850대 정도로 집계되는데 이는 지난 한 해 동안 판매한 880개와 거의 맞먹는 수준이다. 6개월 만에 작년만큼의 수준을 팔았다는 얘기다.

현재 컬러기 시장에서는 한국후지제록스와 롯데캐논이 공격적인 영업을 펼치고 있는 가운데 신도리코에서도 저속기형 제품을 선보이고 있는 상황이다. 그러나 신도리코에서는 올해 9월 20매 이상급 텐덤방식의 고속 컬러 디지털복합기를 출시할 계획이고 인코믹스 또한 최근 컬러기 시장에 합류하는 등 속속 이어지는 신제품 출시로 말미암아 올 하반기에는 작년보다 200%이상의 신장도 기대되고 있다.

컬러 디지털복합기의 경우 A3문서를 기본으로 출력할 수 있을 뿐 아니라 상대적으로 유지비용이 저렴하여 컬러복사기에서 컬러복합기로의 급속한 판매이전이 두드러졌다. 또한 이와 같은 컬러 복합기의 등장은 기존 그래픽 관련 업체나 보험사, 복사점 등의 특정 분야 대상의 시장을 오피스 대상 시장으로 영역확대를 가져왔다.



기기간 경계붕괴, 더욱 치열한 양상을 띠는 시장구도

전체 복사기 시장에서 올해 디지털 복합기의 비중이 80%에 달할 전망이다. 이러한 디지털 복합기의 ‘대중화’와 함께 시장 환경에도 많은 변화가 있었다. 신도리코·한국후지제록스·롯데캐논 등이 주도해온 이 시장에 인코믹스, 태흥아이에스, 청호컴넷, 프리스 등 후발업체들이 가세하고 있으며, 프린터 업체인 삼성전자와 한국HP가 복사기 기반 디지털복합기 시장에 출사표를 던지며 새로운 경쟁자로 나섰다.

한국HP는 지난 4월 자사 최초의 복사기 기반 디지털복합기인 ‘HP레이저젯 9005/9065’와 사용한 만큼만 비용을 지불하는 PPU(Pay per use: 사용량별 요금지불) 프린팅 서비스 등 기업시장공략을 위한 다양한 솔루션을 발표했다.

삼성전자의 경우도 공식발표는 안했지만 자체 기술로 기존 복사기 업체들의 제품과 필적할 만한 중속기 개발을 완료했고 본격 시장

진입을 위해 발 빠르게 움직이고 있다는 사실은 이미 업계에서도 다 아는 사실이 되었다.

그런가 하면 대흥멀티미디어통신은 최종 부도처리 되었고 그 빠진 자리에 카이시스라는 신흥 업체가 진입을 노리고 있는 것으로 파악됐다. 기존에 대형출력기를 취급하던 카이시스는 도시바의 한국대리점 역할을 하며 새롭게 국내 시장에 진입할 것으로 보인다.

이처럼 기존의 프린터 및 사무기기 업체들이 복사기, 팩시밀리, 프린터 등의 단품에서 디지털 복합기로 사업의 중심을 이동하면서 기기간의 경계가 모호해지고 더욱 경쟁이 치열해지는 춘추전국시대를 방불케 하고 있다.

이미 시장에서 기반을 닦아온 복사기 업체들은 그동안의 시장 인지도는 물론, 탄탄한 유통조직과 사후서비스의 중요성을 등을 들어 프린터 업체들의 공세에도 자신 있다는 입장이다. 현재 시장구도에 있어 큰 지각변동은 일어나지 않을 것이라 예상이지만 삼성전자나 한국HP 등과 같은 대기업에서 대규모 투자를 하고 시장에 진입한 만큼 몇%의 시장 점유율을 가지고 갈 것인가에 관심을 보이고 있다.

한편, 일본 코니카와 미놀타 양사가 경영권을 통합함에 따라 이들 회사의 국내 제휴사인 인코믹스와 태흥아이에스 간의 사업부문 조정 문제도 지난해에 이어 올해도 관심사중 하나이다. 둘 중의 한 회사가 선택되는 경우, 두 회사가 통합되는 경우, 두 회사 외에 전혀 다른 업체가 선정되는 경우 등 여러 가지 가능성이 점쳐지고 있는 가운데 인코믹스 측은 올해 연말 전후로 어떤 결론이 내려지지 않을까 내다보고 있다.

고객 중심의 솔루션 제공이 시장을 리드해 나가는 관건

앞서 말한 대로 올해 전체 복사기 시장은 8만대 규모가 예상된다. 업계에서는 지난해 예상했을 당시에는 올해 하반기부터 경기가 풀리면서 사무기기 시장이 활성화될 것으로 내다봤는데 실제 상반기를 지내고 보니 하반기 시장은 더욱 어두울 것이라고 전망했다.

단지 한 가지 기대를 거는 것이 있다면 중고 수입복사기 시장이 깨끗하게 정리되어 정상적인 유통체계로 가는 것이다. 신도리코의 정진용 과장은 “관세청 자료에 따르면 한 해에 수입 중고복사기가 8천대 정도가 국내에 유입되는데 이는 국내 복사기 시장의 10%에 해당하는 큰 시장”이라며 “그 시장이 기술표준원의 집중단속에 의해 위축이 된다면 상대적으로 실제 복사기 시장이 좀 더 확대되는 측면이 있다”고 말했다.

앞에서 살펴본 바와 같이 점차 시장 환경은 더욱 치열해져가고 있는 가운데 업계에서는 이제 디지털 복합기는 성숙기에 접어들었다고 보고, ‘컬러화’에 너도 나도 집중하는 형태를 띠고 있다. 또한 기존에는 기기를 판매하여 대수 늘리기에 중점을 두었다면 이제는 문서관리를 최대한 극대화 시키는 솔루션 제공 및 관리시스템에 관심을 갖고 다양한 활동을 펼치고 있다. 이전 양적인 마케팅보다는 질적인 마케팅에 주안점을 두겠다는 의지로 받아들여진다.

인코믹스 옥재진 과장은 “현재 디지털복합기 점유율이 70%를 넘어섰고 조달비율도 75%에 육박하고 있어 디지털복합기 시장은 이미 성숙기에 접어들었다고 볼 수 있는데 현재 시장상황으로는 특별한 이슈가 없는 상황”이라며 “시장 성숙기에 들어가자마자 치열한 가격경쟁을 통해 전체 가격도 많이 내려간 상황에서 업계는 수익창출을 위해 새로운 길을 모색할 수밖에 없다”고 말했다. 또한 그는 “아직 컬러기의 시대가 열렸다고 할 수는 없는 상황이지만 업계가 스스로 이슈를 만들어가야 할 것이고, 따라서 각사에서 준비를 많이 해야 할 것”이라고 말했다.

앞서 살펴본 바와 같이 2005년에는 아날로그 제품이 사라지고 단일기능을 제공하는 독립적 복사기에서 네트워크 기능을 지원하는 디지털 복합기로 전환되고 있다. 초기단계에는 네트워크 기능이 주를 이루겠지만 고객들의 문서관리에 주안점을 둔 어플리케이션과 서비스가 늘어남에 따라 업체들도 다양한 솔루션 제공자로서 비즈니스 모델을 가질 것이다.

이제 디지털 복합기는 단지 복사와 프린터만 하는 기기가 아니라 모든 문서처리에서 중심이 되는 기기로 역할이 변화하고 있다. 출력물뿐 아니라 정보의 입력, 관리, 분배에서 디지털 복합기를 활용하여 업무효율에 편의성이 극대화되고 있는 것이다.

이와 같은 복사기 시장의 발전상황에 부합하기 위해 업체들은 단지 기기판매가 아닌 솔루션 제공이 시장을 이끌어 갈 수 있는 필수 불가결한 요소로 자리 잡고 있다. 따라서 업체들의 솔루션은 업무효율성 증대, 출력비용 감소, 커뮤니케이션 향상, 자산의 효율적 관리, 차별화된 서비스 등의 요소를 만족시켜야 할 것으로 보인다.

후지제록스의 조윤재 과장은 “전체 시장이 디지털로의 변화를 위해서는 고객의 문제점을 개선함으로써 고객의 이익을 지속적으로 창출해내는 고객중심의 솔루션 제공이 요구된다”며 “이에 대응할 수 있는 능력을 갖춘 업체만이 시장에서 자사의 위치와 영역을 확고히 할 수 있을 것”이라고 말했다.

롯데캐논의 한광범 회장은 “아날로그 시대와는 달리 이젠 기기 한대를 판매하는 것으로 끝나는 것이 아니라 기기와 맞물려 사무환경 자체의 시스템을 구축해주고 설계해주는 것이 진정한 솔루션 영업”이라며 “전자문서화가 계속 진전된다면 그것을 DB화시켜주는 일련의 작업이 필요한데 이와 관련하여 OA업계에서는 소프트웨어 위주로 가기 위해 이쪽으로 많은 관심을 기울이고 있는 상황”이라고 말했다.

조사한 바로는 현재 한국후지제록스를 비롯하여 롯데캐논, 신도리코, 인코믹스 등에는 솔루션팀을 신설하고 사무환경의 솔루션화에 적극 대응해 나가고 있다. 한국후지제록스의 경우 자체적으로 ‘솔루션 영업 성공 사례’ 집을 정기적으로 내놓고 이 분야에 적극 집중하고 있는 상황이다.

결론적으로, 이러한 상황을 놓고 봤을 때 현재 디지털복합기의 판매에 있어 이미 성숙기로 접어든 시점에 삼성전자나 한국HP가 가세하는 것은 단순히 디지털복합기 판매를 위해서만은 아닌 듯 여겨진다. 복사기 업체들이 아날로그 복사기를 판매하던 시절부터 이미 디지털 기반의 프린터 영업을 해오던 이들 업체들은 사무환경의 네트워크 환경 구축 및 설계하는 대열에 합류하여 솔루션 제공을 통해 시장을 이끌어 가겠다는 의미로 해석할 수 있을 것이다.

어쨌든 현재 사무기기 시장의 전반적인 흐름과 이슈는 컬러화와 네트워크화, 솔루션 쪽으로 맞춰지고 있다.

당장은 컬러화로로의 진전이 더디겠지만 흑백 복사기에 비해 컬러 복합기는 매출액 측면에서 한층 더 높은 성장을 할 것으로 보이며, 고객중심의 솔루션 제공이 업체별 마케팅 능력의 관건이 될 것으로 보인다.

업체별 주력 제품 소개

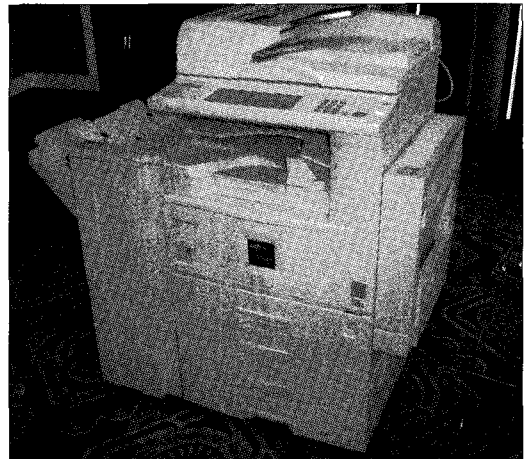
●●(주)신도리코- '디지털스'

이 제품은 복사기능 외에 프린트·팩스·스캔 기능이 하나로 통합되어 네트워크상에서 PC와 연동되는 통합형 사무기기로 사용자 편의성을 최대로 높인 것이 큰 특징으로, 기존 일부기능에만 한정하여 몇 가지 기능이 융합된 디지털복합기와는 크게 차별화된다.

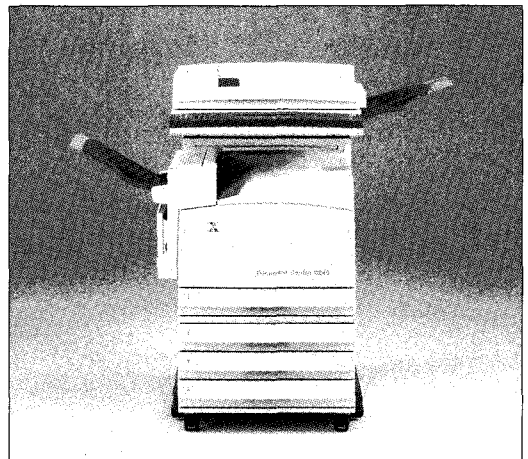
인터넷 기반에서 사용하기 편리하도록 원격지 관리가 가능한 네트워크 운영이 가능하며, 앞면에 9인치 대형 터치스크린을 탑재해 사용자가 그래픽 메뉴를 보고 손쉽게 조작할 수 있다. 또한 인터넷 사용과 솔루션 통합의 선별적 활용을 위해 사용자별 권한 부여기능 및 사용내역 추적기능 등을 탑재, 조직 내 정보환경의 제어도 가능하다.

●●한국후지제록스(주) -Document Centre C240

세계 최초의 흑백/컬러 겸용 디지털 복합기인 드림엑스 시리즈의 후속제품으로서 흑백이 분당 24매, 컬러가 분당 13매 속도로 흑백과 컬러 문서의 동시출력이 가능한 이 제품은 지난해 후지제록스에서 출시한 세계 최초의



▶디지털스



▶Document Centre C240

흑백/컬러 겸용 디지털 복합기인 드림엑스 시리즈의 후속제품으로서 기존 시리즈보다 속도와 가격을 낮춰 출시됐다. 이 제품은 컬러 프린터에서 흑백 문서를 출력 시 화질과 속도가 느린 점을 획기적으로 개선하여 컬러 문서와 흑백 문서를 동일한 품질로 동시에 출력할 수 있을 뿐만 아니라 일반 용지에도 컬러 프린트가 가능한 것이 특징이다.

●●(주)롯데캐논- iR2800/3300

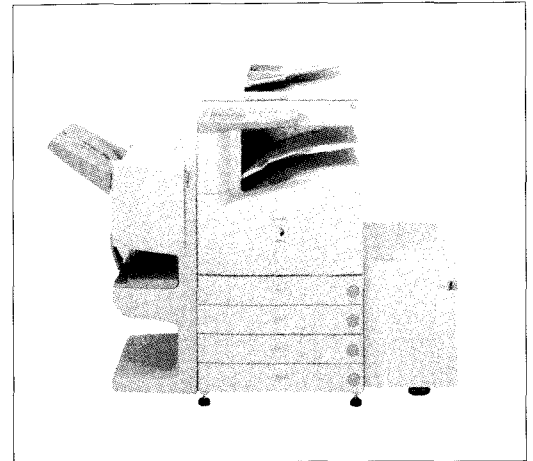
미국에서 최고 사무실 설비산업상을 시상했으며, 미국 BUYER LAB INC.의 테스트 결과 2002년 추천기기에 선정되는 등 이미 제품성능에서 큰 호평을 받은 바 있는 이 제품은 해상도 1200dpi×600dpi로 분당 28~33매의 빠른 복사가 가능하다. 자동양면 출력기능이 기본으로 장착되어 있어 별도의 옵션 없이 고속으로 양면 출력함으로써 높은 생산성을 실현했으며, 출력물의 방향을 바꿀 수 있는 전자소트기능이 있어 대량의 복사 및 프린트 업무에 적합하다.

특히 네트워크와 연동을 통해 2400dpi×600dpi의 고해상도로 28ppm~33ppm의 레이저 프린트가 가능하고 웹 브라우저를 통해 원격 조작 및 관리가 가능하다. 또한 '넷스팟 스위트(NetSpot Suite)'를 탑재해 네트워크 프린트 상태를 한눈에 확인하고 설정할 수 있게 한다.

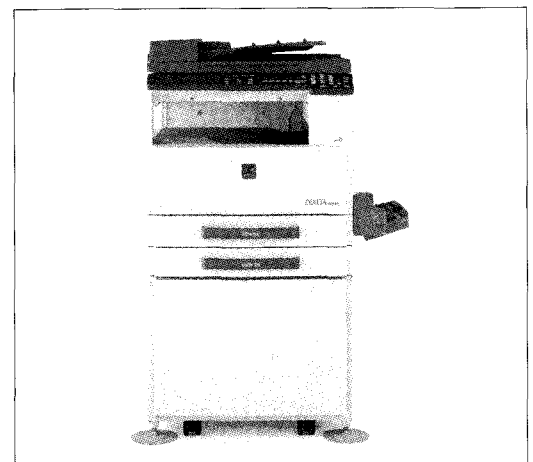
●●(주)인코믹스-디알타 Di201

새로 출시된 제품은 A4용지(가로)기준으로 분당 출력속도가 20장인 '디알타 Di201'과 16장인 '디알타 Di1611'로 최대 600dpi 해상도를 지원한다. 또 추가옵션 없이 그래픽 데이터 인터페이스(GDI) 방식으로 A3용지까지 레이저 인쇄가 가능하며, 최대 16페이지의 인쇄분량을 단면 1장에 인쇄할 수 있다. 더불어 양면 기능을 이용하면 최대 32페이지 분량을 양면 1장에 인쇄할 수 있어 용지와 소모품 비용을 크게 절감할 수 있다.

이외에도 USB포트가 기본으로 장착되어 있어 노트북 등 다양한 PC와 쉽게 연결하여 출력할 수 있어 편리하다. 팩스키트, 네트워크 카드, 스캔키트 등 옵션기기를 장착하면 슈퍼 G3팩스 기능의 고효율 데이터 압축방식(JBIG)으로 고속 전송이 가능하다.



▶iR3300



▶디알타 Di201