

A→D' 변화 이후 또 다시 프린팅 시장의 큰 변화 예고

국내 프린터 시장 동향 및 전망

지난 해 국내 프린터 시장은 급격히 팽창하며 변화의 폭이 컸다. 지난 몇 년간 소비자용 프린터는 잉크젯이고, 기업용 프린터는 레이저프린터라는 지배적인 인식은 보급형 컬러 레이저프린터의 확산으로 인해 변화한 것이 특징이다. 기업용 프린터 시장의 경우, 하드웨어 및 소프트웨어와 서비스를 결합한 솔루션 비즈니스와 MPS(통합문서출력서비스) 비즈니스가 새로운 트렌드로 부상했다. 한편, 2008년 하반기부터 1년여의 기간은 국내 프린팅 시장에 큰 변화가 일어나는 시기가 될 것으로 예상된다. 즉, 개인용 시장은 잉크젯 대신 레이저가, 흑백 대신 컬러가 주종을 이룰 것이며, 기업용 시장에서는 컬러 레이저의 사용비율이 증가하고, A3 복합기는 A4 복합기로 대체될 것이고, 개별적인 프린팅 환경 관리에 어려움을 겪는 기업을 중심으로 통합문서출력 관리 서비스 및 프린팅 아웃소싱 수요가 크게 늘어날 것으로 전망된다.



글/삼성전자(주) 디지털프린팅사업부 전략마케팅팀 성미정 차장

2007년 국내 프린터 시장 동향

▶ 컬러 레이저프린터 시장의 급성장

지난 해부터 시작된 컬러 레이저프린터 시장의 급격한 성장세는 2008년 1분기까지 계속해서 이어지고 있다. 시장조사기관 IDC에 따르면 전체 프린터 시장은 2010년까지 연평균 4%의 완만한 성장률이 예상되는 반면, 컬러 레이저프린터 시장은 매년 10% 이상의 급격한 성장세가 예상된다.

IDC 자료에 따르면, 국내 컬러 레이저 시장은 2005년 5만 여대 규모에서 2007년 15만 대 규모로 단 2년 사이에 3배 가량 성장했다. 특히 컬러 레이저 복합기의 경우 2006년에는 5천 여대 규모의 작은 시장이었지만 2007년에는 4만4천 여대 규모로 약 8배의 폭발적인 성장을 이루어냈다. 한편, 2007년 국내 컬러 레이저 프린터 시장은 총 8만 4000여대 규모로, 2006년 7만 여대 규모의 컬러 레이저 프린터 시장에서 큰 폭으로 성장했다. 올 해에는 이보다 더 확대될 것으로 전망되어 전체 시장 규모가 10만대를 넘어설 지에 관심이 쏠리고 있다.

프린터 업계는 이처럼 급격히 팽창하는 컬러 레이저 시장 공략에

사무기기산업의 현재와 미래

힘을 쏟고 있다. 지난 해 국내 컬러 레이저프린터 시장 1위에 오른 삼성전자는 초소형 컬러 레이저프린터인 'CLP-300'에 이어 컬러 레이저복합기 '레이(CLX-2161K)'를 앞세워 컬러 레이저 시장 확대를 주도했다. 이에 HP와 후지제록스 등도 20~30만 원대의 보급형 컬러 레이저 프린터를 선보이며 대응에 나서고 있다.

▶ 프린팅 아웃소싱 서비스의 부상

지난해 기업용 프린팅 시장에서는 프린팅 아웃소싱 서비스가 화두로 떠오르며 MPS(통합문서출력관리서비스)가 확고한 비즈니스 모델로 자리를 잡았다.

기업들은 회사 내 출력비용이 연간 지출액의 평균 3%에 이를 정도로 과다해 이를 줄이기 위한 대책으로 MPS라는 통합문서출력서비스에 관심을 갖게 되었다. 연일 계속되는 고유가와 원자재 상승 등 국내외 안팎의 어려운 경제 사정 역시 기업 내 낭비요소를 제거하려는 노력으로 이어졌다. 기업의 문서출력환경을 통합 관리함으로써 낭비요소를 제거하고 문서보안 환경구축을 통해 기업의 경쟁력을 높여주는 아웃소싱 모델인 MPS는 출력량이 특히 많은 금융권을 중심으로 프린터의 설치부터 소모품 관리, AS 등을 일괄적으로 아웃소싱하는 형태로 진행되었다.

실제로 MPS 구축은 TCO(총 소유비용) 측면에서도 비용절감 효과가 발생하여 긍정적으로 평가되고 있지만, 그 외에도 아웃소싱 서비스를 통해 보다 신속하고 정확한 업무가 가능해져 업무 효율이 증가한다는 점에서 도입 의의가 크다. 이는 초기 MPS 도입 시, 단순히 출력 장비의 속도만을 비교하던 것과는 달리, 회사 내 출력 환경과 기업의 요구에 맞는 솔루션을 선택해 MPS를 도입하려고 한다는 점에서 그 흐름의 변화를 짚어볼 수 있다.

삼성전자는 MPS 솔루션인 '카운쓰루(CounThru™)' 솔루션에 기반한 기업용 프린팅 아웃소싱 서비스를 선보였으며, 국내 최고의 영업망 및 서비스 인프라를 무기로 한국은행, 에버

랜드, 기업은행의 굵직한 레퍼런스를 확보하며 B2B 시장에서 주목할만한 성과를 올렸다.

지난 해 동국제강그룹, 대우증권, 인텔, 웅진 코웨이 등에 MPS를 구축한 한국HP도 호텔과 식음료 업종에서 MPS 구축 사례를 확보하며 삼성전자와 기업용 시장에서 경쟁하고 있다. 또한 복합기 전문 업체에서 솔루션 업체로 변모한 한국후지제록스도 2006년 ING 생명에 이어 꾸준히 아웃소싱 고객사를 확보하고 있으며, 자사의 아웃소싱 서비스에 대해 알리는 TV 광고를 집행하는 등 공격적인 행보를 보이고 있다. 이밖에 국내 시장 공략을 강화하고 있는 한국렉스마크도 기업용 시장에 뛰어들어 팽팽한 경쟁을 벌였다.

프린팅 시장에서의 삼성전자의 위상과 시장 대응 현황

삼성전자는 지난 해에 이어 2008년 1분기에도 국내 레이저 시장 전 부문에서 판매율 및 점유율 1위를 달성하는 성과를 올렸다. 이는 개인용 프린터 시장에서는 계속해서 초소형 크기와 차별화된 디자인, 사용자 편의적 기능을 강조한 제품을 출시하며 소비자의 다양한 요구를 만족시켜왔기 때문으로 풀이되고 있다. 또한 이 같은 삼성전자의 노력은 보급형 컬러 레이저프린터의 출시와 함께 지난 해 컬러 레이저프린터의 대중화와 시장 확대를 가져온 주요 원인으로 꼽히고 있다.

컬러 레이저프린터 시장은 지난 해 14,638 대의 제품을 판매해 46.9%의 시장 점유율로 1위를 차지했으며, 2008년 1분기 역시 24,132대의 제품을 판매해 56%의 점유율로 1위를 차지했다. 이 같은 컬러 레이저프린터 시장의 폭발적인 성장은 컬러 레이저 출력물에 대한 고객의 요구에 발 빠르게 대응해 'CLP-300'과 같은 세계 초소형의 혁신적인 제품을 개발한 것이 주요인으로 분석되고 있다.

삼성전자의 괄목할만한 성과는 컬러 레이저복합기 시장에서 더욱 두드러진다.

삼성전자는 지난 한 해 총 44,050 대의 컬러 레이저복합기 제품 중 34,372 대의 제품을 판매해 78%의 점유율로 국내 시장 1위를 달성했다. 이 같은 성과는 2008년 1분기 까지 이어져, 2007년도 동기간 대비 60% 이상 성장한 88.9%의 점유율을 달성하는 성과를 올렸다. 이 같은 성과는 세계 초소형 컬러 레이저복합기 제품인 '레이(CLX-2161K)'의 선전 때문인 것으로 분석된다. 특히 복합기 제

품 최초로 캐릭터와 애칭을 사용하는 등 고객에게 가깝게 다가가려는 독특하고 친근한 마케팅 활동에 힘입은 것으로 풀이된다.

삼성전자는 개인용 시장에서의 성공을 기업용 시장에서도 계속해서 이어 나가기 위해, 작년 말 초고속 디지털 복합기 '멀티익스프레스 6345N' 등 기업 고객을 대상으로 한 다양한 프린터와 복합기 제품을 출시했다. 이로써 삼성전자는 출력량이 많은 기업 고객들을 위한 혁신적인 초고속 제품들과 함께 A3 사무기기에서 A4 기반 사무기기로 변화하는 비즈니스 환경에 맞춘 폭넓은 기업용 제품 라인업을 갖추게 되었다. 아울러, B2B 전문 영업 및 마케팅 인력을 보강하고, 개별 고객에게 최적화된 솔루션을 개발하는 등 기업용 프린팅 시장을 적극 공략하기 위한 준비를 모두 마쳤다.

삼성전자는 이제 빠르게 성장하고 있는 프린팅 시장에서 본격적으로 역량을 발휘하기 위해 컬러레이저 시장에서는 고유한 기술과 초소형 디자인의 차별화된 제품으로 시장 리더십을 주도하는 한편, 기업용 시장에서는 비즈니스 환경에 최적화된 솔루션과 효율적인 MPS 서비스 개발로 기업 시장 공략을 더욱 강화해 나갈 예정이다.

향후 프린팅 시장 전망

▶ 통합문서관리 서비스의 본격적인 수요 확산기 도래

IDC에 따르면, 전 세계 MPS 시장규모는 지난 2005년 438억 달러에서 연평균 5.5% 성장세를 보여 2010년에는 574억 달러에 달할 전망이다. 이 같은 수치는 전 세계적으로 통합문서 출력 환경이 기업의 중요한 경영혁신 키워드 중 하나로 인식되고 있으며, 단순히 출력비용을 줄이기 위한 MPS 도입 초기의 목적과는 달리, 더욱 줄어든 업무 프로세스를 통해 업무 효율 증대를 꾀하는 방향으로 변화하고 있음을 시사한다.

국내 통합문서출력관리 시장은 2007년부터 올 상반기까지 선도기업 위주의 초기 도입 단계를 거쳐 2008년 하반기와 2009년에 본격적인 수요 확산기를 맞을 것으로 전망되고 있다. 국내 통합문서관리 시장은 삼성전자, 한국 HP, 한국후지제록스 등 서비스 공급업체들의 차별화된 기업용 통합문서관리 솔루션의 확보 경쟁과 함께 금융권과 제조, 서비스 등 다양한 산업에서 성공사례를 창출하는데 성공, 그 가치에 대한 인식이 확대됨에 따라 앞으로 가파른 시장 확대가 이뤄질 것으로 기대를 모으고 있다.

▶ 레이저 프린터와 복합기 시장의 컬러화 본격화

흑백이 주종을 이뤘던 레이저 프린터와 복합기 시장에서는 지난해부터 시작되었던 컬러 바람이 더욱 크게 일 것으로 예상된다.

삼성전자가 선보인 초소형 컬러 레이저 제품들이 돌풍을 일으킴에 따라 국내 레이저 프린터 시장은 개인용을 중심으로 빠르게 컬러로 전환하고 있는 추세이다. 여기에 기업 환경에 걸맞은 경제성과 뛰어난 인쇄 품질, 속도를 갖춘 비즈니스용 컬러 제품이 대폭 늘어나고, 가격까지 하락함에 따라 흑백 위주의 비즈니스 문서 환경에 컬러 문서 사용 비율이 꾸준히 확대될 것으로 예상된다.

이와 함께 비즈니스 프린터 시장에서 A4 기반의 흑백 및 컬러 레이저 프린터와 복합기 수요가 크게 늘어날 것으로 전망되고 있다.

IDC 자료에 따르면, 기업 문서 환경에서 A4문서가 98%를 차지하고 있고, 여기에 성능과 가격 경쟁력을 갖춘 A4 레이저 제품이 크게 늘어남에 따라 경제성과 효율성, 업무 생산성 향상을 고민하는 기업으로부터 A4 기반의 레이저 프린터와 복합기 수요도 상당폭 늘어날 전망이다.

▶ '흑백→컬러', 'A3→A4', 프린팅 아웃소싱 증가 등 큰 변화 예고

국내 프린팅 시장은 지난해 삼성전자의 급 성장과 함께 '컬러'와 '레이저'에 초점을 맞추며 빠르게 확대되고 있다. 개인용 시장에서 기록적인 성장을 거듭하고 있는 삼성전자가 한국HP가 주도하고 있는 기업용 프린팅 시장을 공략하기 위해 2008년 상반기에 기업용 프린팅 장비를 대거 출시함에 따라 앞으로 국내 시장은 한층 치열해진 경쟁 양상과 함께 폭발적인 성장이 이뤄질 것으로 예상된다.

이에 따라 2008년 하반기부터 1년여의 기간은 국내 프린팅 시장에 큰 변화가 일어나는 시기가 될 것으로 예상되고 있다. 즉, 개인용 시장은 잉크젯 대신 레이저가, 흑백 대신 컬러가 주종을 이룰 것이며, 기업용 시장에서는 컬러 레이저의 사용비율이 증가하고, A3 복합기는 A4 복합기로 대체될 것이고, 개별적인 프린팅 환경 관리에 어려움을 겪는 기업을 중심으로 통합문서출력관리 서비스 및 프린팅 아웃소싱 수요가 크게 늘어날 것으로 전망된다.