

1991년도 국내 복사기 시장 현황 및 전망

코리아제록스(주) 영업계획부

장 원 종 대리

1. 전반적인 시장상황

년초의 GULF전쟁, 기초·광역의회 선거, 사회의 불안정 등 '91년 상반기는 매월 커다란 정치·경제·사회면에서 굵직한 사건이 연이어 터지는 등 국내 경기를 크게 위축시켰으며 불투명한 경제 환경은 국내 복사기 시장에도 영향을 미쳐 작년 동기 대비 17%정도의 판매량의 성장을 기록했을 뿐이었다.

당초 각 전문업체들은 '91년도 시장 성장율을 40%정도 증가한 8만대로 추정하였으나 '91년도 상반기 TOTAL 판매 실적은 3만4천6백대에 머물렀다.

그러나, 각 업체들의 년초 목표를 달성하려는 의지력과 각종 판매전략 수립 및 경제 회복세에 힘입어 '91년도 총 판매대수는 약 7만 3천대정도는 가능하지 않겠는가하는 각 업체들의 분석이다.

(표1) '88~'91년 복사기 Band별 실적 추세('91년 Forecast)

구 분		1988년	1989년	1990년	1991년
LOW-END (9CPM이하)	판매대수(대)	0	1,780	4,415	5,000
	성장율	-	-	148.0%	13.3%
	점유율	-	4.9%	7.5%	6.8%
LOW (10~16CPM)	판매대수(대)	3,882	4,265	10,071	15,000
	성장율	-	9.9%	136.1%	48.9%
	점유율	13.6%	11.8%	17.1%	20.5%
MIDDLE (17~31CPM)	판매대수(대)	23,465	29,482	42,928	50,700
	성장율	-	25.6%	45.6%	18.1%
	점유율	82.4%	81.6%	73.1%	69.5%
HIGH (32CPM이상)	판매대수(대)	1,125	607	1,314	2,300
	성장율	-	Δ46.0%	116.5%	75.0%
	점유율	4.0%	1.7%	2.2%	3.2%
TOTAL	판매대수(대)	28,472	36,134	58,728	73,000
	성장율	-	26.9%	62.5%	24.3%

2. 1991년도 상반기 시장 분석

가. 대기업들의 본격적인 시장참여

년초 현대전자의 시장참여와 함께 시작된 복사기 시장은 BIG 3라고 하는 - 과거 10년이상 TOTAL MARKET SHARE 90%이상을 점유하던 전문회사 - 코리아 제록스, 신도리코, 롯데캐논의 MARKET SHARE가 83%로 저하된 반면 시장참여 5년째를 맞이하는 대기업인 삼성전자, 금성사의 시장 점유율이 9.4%로 큰 신장세를 보이고 있다.

이것은 대기업들이 초창기 복사기 시장의 특성과 유통구조의 취약성, 판매 Model의 절대수 부족 등을 극복하지 못한채 고전을 해왔지만 이후 꾸준히 전문인력 양성, 다양한 Model도입, 판매 Know how축적 등을 통하여 어느정도

복사기 시장에 기반을 구축한 것으로 평가된다. 또한, '91년 새로이 시장에 참여한 현대전자와 '91년 하반기중 복사기 산업에 참여하게 될 대우통신 등이 시장개척에 본격적인 힘을 가동할 경우 대기업의 시장 점유율은 더욱 높아질 전망이다.

나. 고속기 시장의 급증

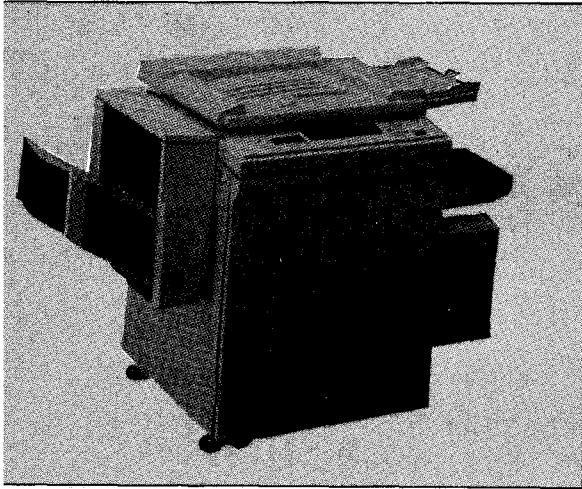
'89년 하반기부터 시장이 활성화되기 시작한 50CPM이상 고속기 시장에 '91년 상반기부터는 삼성전자를 제외한 모든 업체들이 1~3개 Model을 시장에 판매하고 있다. 현재 매년 100%이상 판매신장을 기록하고 있는 50CPM이상의 고속기는 기계 본체가격은 다소 비싼것이 흠이지만 높은 생산성과 부가가치로 향후 복사기 시장의 매출 증대에 일익을

(표2) BIG 3 업체와 대기업의 시장 점유율 추세표

구 분	1987년	1988년	1989년	1990년	1991년상반기
BIG 3 (코리아제록스,신도리코,롯데캐논)	91.1%	88.5%	87.9%	87.3%	83.0%
대 기업 (삼성전자,금성사,현대전자)	6.3%	6.9%	7.0%	6.6%	9.4%

(표3) 국내 고속기 년도별 실적 및 현 판매 기종

구 분		1989년	1990년	1991년 예상
실 적	판매대수(대)	174	772	1,700
	매출(백만원)	1,914	6,948	12,750
<ul style="list-style-type: none"> ○ 코리아 제록스 : X-5075, VIVACE-500 ○ 신도리코 : FT-6350, 6550, 6850 ○ 롯데캐논 : NP-6150, 6650ERF, 8582RF ○ 금성사 : GCM-9100, 9240 ○ 라이카 : DC-5555 ○ 현대전자 : HS-9700 				
이상 6개 업체 12개 Model				



담당할 것이다. 과거 코리아 제록스의 독점 시장이었던 고속기 시장에는 롯데캐논이 본격적으로 참여한 이래 6개업체 12개 Model이 판매되고 있다.

다. 중급기시장

국내 수요의 중심시장이며 가장 많은 Model수와 판매실적을 가지고 있는 중급기 시장은 급격히 변화하는 시장은 아니지만 업체들의 주력기종이 몰려있고, 이 시장에서의 판매신장 여부가 업체의 사활과 직결되는 만큼 각 업체들은 대부분의 전략기종과 다양한 판매 정책을 중급기 시장에 쏟아 놓고 있는 실정이다.

표1에서 볼때 '91년 상반기 성장율이 전년에 비해 다소 저조한 것은 '90년 상반기 약 4천5백대 정도의 교육기관 특별수요가 발생했기 때문이며 매년 25%~30%의 안정적인 성장을 계속하고 있다.

3. 1991년 하반기 복사기시장 예측

가. 영업 정책

다소 부진했던 상반기시장을 마감하면서 각 업체의 MARKETING부서들은 '91년의 남은 6개월동안에 어떻게 하면 실적을 증대시킬수 있을까 많은 고심을 하고 있는데 대부분의 업체들이 상반기 목표달성을 하지 못했기 때문이다. 상반기 부진했던 업체들은 실적증대를 위하여 각종 Contest정책 실시 및 유통 경쟁력 강화를 통하여 만회하려 할 것이고 상반기에 어느정도 성과를 올린 업체는 시장 점유율 유지와 함께 이익 증대를 도모할 것으로 예측된다.

전문업체를 중심으로 전개되고 있는 중요 영업정책을 구분해 보면

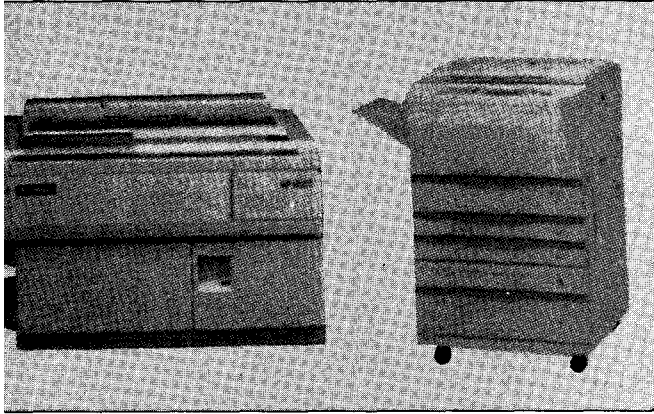
첫째, 영업생산성을 높이기 위한 유통 조직 개편

둘째, 주력기종 판매를 증대시키기 위한 Contest정책

셋째, 대단위 수요 고객 개발 등을 들 수 있다.

(표4) 각 업체들의 하반기 발매예상 신기종수

구분	코리아제록스	신도리코	롯데캐논	삼성전자	금성사	현대전자	라이카	대우통신	Total
LOW-END			1						1
LOW	1	1		1				2	5
MIDDLE					1	1			2
HIGH	1			1				1	3
TOTAL	2	1	1	2	1	1	0	3	11



나. 제품 정책

상반기 각 업체들이 많은 기종을 발매했기 때문에 하반기의 발매 예상기종 수는 많지 않겠지만 각 업체별로 1~3개 기종을 발매할 것으로 예상된다.

각 업체들은 하반기 새로운 기종의 발매보다는 영업 활성화를 위한 판매정책 개발에 힘을 기울여 판매 증대에 주력할 것으로 예상된다.

다. 기타

'91년 하반기 시장의 변수는 지난 7월 '91년도 정부기관조달 연간 단가계약이 갱신됨에 따라 민간시장의 20%정도를 차지하고 있는 관수시장 점유율의 변화이다. '90년도와는 달리 각 업체의 주력 기종이 납품기종으로 선정되었기 때문에 하반기 관수 시장 점유율은 누구도 점치기 어려운 상황이다.

또한, 하반기 대우통신의 시장참여는 몇대를 판매하느냐는 둘째치더라도 국내 굴지의 재벌 기업인 삼성, 금성, 현대, 대우가 국내 복사기시장에 참여함으로써 코리아 제록스, 신도리코, 롯데캐논 등 전문회사를 위협하는 상황이 되고 있다

고 볼 때 앞으로 5년이후 시장 판도는 누구도 예측하기 어려울 것으로 생각된다.

4. 전망과 대책

'91년도 시장은 향후 10년간의 업체들의 시장내에서의 위치를 결정짓는 첫걸음이라는 공통인식 아래 각 업체들은 제품, 유통, 판촉, 가격정책을 다각도로 구사하고 있다. 특히 과거와는 달리 극심한 경쟁상태에서 1~2개의 Hit상품으로 시장의 주도권을 잡기 어려운 현실에서 다양한 제품군으로 고객들의 NEEDS에 최대한 부응하는 MODEL을 가지고 대응하고 있다. 고객의 입장에서는 과거의 업체주도로 복사기를 구입하는 것이 아니고 고객자신이 필요로하는 Model을 자유롭게 구입할 수 있어 대단히 편리해진 것은 사실이다. 그러나, 업체들이 판매에만 급급한 나머지 그에 따른 고객 SERVICE를 소홀히 한다든지 과도한 경쟁에 의한 DUMPING판매가 늘어나 기존의 유통질서가 흐려지는 문제도 자주 발생하고 있다.

이상 몇가지 부정적인 상황이 발생하기도 했지만 각 업체들이 과거 무차별적으로 일본의 기술만을 도입하는 행태를 지양하고 연구와 기술개발에 많은 투자를 하고 있는 것도 사실이다. 현재 국내 복사기 시장 보급율이 10% 정도에 머물고 있고 국내 시장이 걸음마 단계를 겨우 벗어난 수준이라는 것을 감안해 볼때 몇년내에 필히 이루어 질것으로 예상되는 복사기 시장개방에 대처하기 위하여서도 각 업체들은 많은 투자와 연구를 통하여 국내 복사기 산업을 높은 수준으로 끌어 올려야 한다고 생각된다.