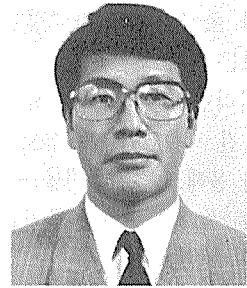


국내 팩시밀리 시장동향과 전망



윤 재 gap
(주)신도리코 영업기획부장

국내 팩시밀리 시장이 형성되기 시작한 것은 1981년으로 거슬러 올라간다.

물론 그 이전에도 외제품을 들여와 시험용으로 사용한 적은 있었으나, 1980년 팩시밀리에 대한 국제규격(CCITT GⅢ : A₄ 표준 원고 1분내 전송)이 새로 제정된 이후 팩시밀리의 실용화의 필요성이 시급하게 되었고, 이에 따라 최초의 국산 팩시밀리인 FAX-3300H(신도리코)가 등장하여 국내 일반 전화회선을 이용한 팩시밀리 사용이 가능하게 되었다.

15년도 채 안되는 짧은 기간이지만 그간의 팩시밀리 시장은 각 업체간의 경쟁에 따른 浮沈과, 새로운 기능의 개발, 평균단가의 하락 등 많은 변화를 거치면서 현재는 10여개 업체가 수량면에서는 25만대, 금액면에서는 1,000억을 상회하는 시장을 놓고 각축을 벌이는 양상을 보이고 있다.

이 글에서는 지금까지 팩시밀리 시장이 변천해 온 중요한 계기들

과 앞으로 전개될 시장의 전개방향에 대한 예측을 해 보고자 한다.

95년 250만대 성장 예상

팩시밀리 시장의 성장 추이를 살펴보면, '83년 총시장 규모 1,000대를 돌파한 이래 '84년 2,000대 돌파, '85년 4,000대 돌파 등 '89년까지는 매년 2배 이상의 가파른 성장을 계속하였다.(그림 1 참조)

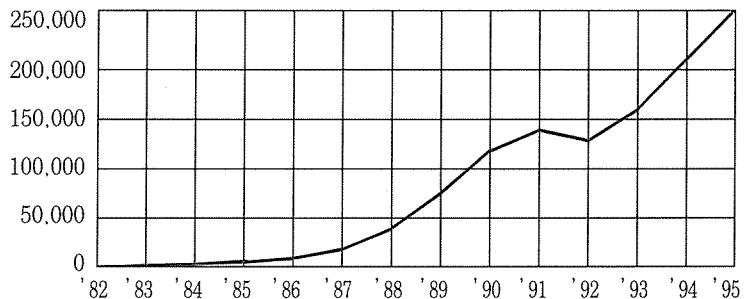
그러나 '91년에 이르러서는 다소 성장세가 주춤하는 양상을 보였고 급기야 '92년에는 시장규모

가 전년대비 10% 감소하기까지 이르러 되었다. 이렇게 감소하게 된 가장 큰 원인은 '90년도부터의 전반적인 경기침체에 있다고 하겠지만, 팩시밀리 업체들의 전체 시장에 대한 지나친 낙관에 따라 신제품 개발 및 판촉활동에 다소 소홀했던 것에도 일부 원인이 있다고 볼 수 있다.

'93년 들어 전반적인 경기가 회복세를 보이면서 팩시밀리 시장도 제2의 도약을 준비하게 된다.

'93년 이후 팩시밀리 시장이 또 한번의 급성장을 할 수 있었던 데에 대한 배경은 가전 3사를 중심으

(그림 1) 팩시밀리 국내시장 성장 추이



구분	'82	'83	'84	'85	'86	'87	'88	'89	'90	'91	'92	'93	'94	'95(예)
대수	278	1,114	2,189	4,224	7,800	19,000	42,000	75,000	120,000	139,700	125,000	157,400	212,000	250,000

로한 초저가기의 판매량 증대에 있다는 것이 중론이다.

이러한 평균단가 저하 추세는 당분간 지속되리라 예상되며 이에 따라 올해도 초저가기를 중심으로 20% 정도의 총시장 증가를 점치고 있다.

홈 팩시밀리 저가기 등장

팩시밀리가 국내에 처음 소개될 당시 그 가격은 거의 집 한채 값과 맞먹는 것이었다.

당시만 해도 팩시밀리는 고가의 최첨단 기기로서 자리매김 되고 있었으며, 이러한 가격체제는 '80년대 중반까지 유지되다가 '87년 200만원 이하기종이(FAX-200: 신도리코) 처음으로 나타나게 되었고, '89년에는 K-7이라고 하는 기종이 당시로서는 파격적인 ₩ 875,000라는 가격으로 발매되어 팩시밀리 가격 인하 경쟁의 불을 붙이게 되었다. 이후의 팩시밀리 시장은 메모리 기능을 갖추고 B4 사이즈 이상 송수신이 가능한 고급기 시장과 A4 송수신의 기본기능만을 갖추고 자동 커팅 등의 부가기능을 탑재하지 않은 저가기 시장, 그리고 그 사이에 일부 편리 기능이 추가된 중, 보급기 시장으로 나누어지게 되었다. 가격대로

는 고급기가 소비자가 200만원 이상, 중보급기는 100만원이상 그리고 100만원 이하의 저가기로 Grade를 구분할 수 있었다. 그러나 '90년대에 들어 소비자가 50만원 이하의 초저가기가 탄생하였고, 또한 감열지를 쓰지 않는 보통지 팩시밀리에 대한 수요가 급격히 증가하면서 이러한 GRADE 구분은 그 의미가 반감되었다.

'93년 이후의 시장은 50만원 이하의 초저가기화의 급속한 증가와 함께 보통지 팩시밀리 비중의 급속한 확대로 특징지워지는 양극화의 길을 걷게 된다. 또한 송수신 사이즈 면에서도 A4 전용 팩시밀리 공급되는 상태에 이르렀다.

이에 따라 Grade의 구분도 보통지 팩시밀리 시장과, 송수신 사이즈 B4 이상인 감열 팩시밀리 시장, 그리고 A4 송수신 전용팩시밀리중 High-End시장, Low-End시장의 4가지 Grade로 분류하는 것이 보다 타당한 방법이라고 여겨지게 되었다.

이중 보통지와 A4 Low-End 시장이 급속한 신장세를 보이는 반면 B4 감열과 A4 High-End시장은 상대적으로 축소 추세에 있다고 볼 수 있다.(그림 2 참조)

'94년 하반기 LG전자에서 발매한 20만원대 Home Fax '가가

호호'는 팩시밀리가 사무기기 개념을 벗어나 가전제품의 범주에 포함될 수 있다는 가능성을 보여준 것으로 주목되고 있다.

이에 대응하기 위해 삼성전자도 자사의 'MYFAX' 가격을 인하하고 가전 대리점 유통을 확대하고 있다.

양사는 대대적인 광고를 통해 Home Fax에 대한 Boom을 조성하고자 힘쓰고 있으며 어느정도의 성과를 거두고 있는 것도 사실이다.

그러나 업계의 전반적 진단은 아직 우리나라에서의 Home Fax 시장은 지극히 유치한 단계에 그치고 있다는 것이 공통된 의견이다.

Home Fax 시장이 성장하려면 가정에서 활용할 수 있는 정보의 범위가 현재보다 훨씬 확대되어야 한다.

현재 한국통신에서 제공하고 있는 'FAX 정보 서비스'는 정보의 범위가 제한적이기 때문에 이를 이용하기 위해 가정에서 추가로 FAX를 구입한다는 가정을 하기엔 무리가 있다.

본격적으로 Home Fax 시장이 활성화 되기 위해서는 Fax를 이용한 Home Shopping, Home Banking, 행정업무 처리 등이 가능하도록 제반 여건 조성이 필요하다.

이는 Fax 보급률이나 활용도면에서 우리보다 월등한 일본시장의 경우에도 가정의 FAX 보급율이 10% 내외에 그치고 있다는 사실

구 분	'93. 상	'93. 하	'94. 상	'94. 하	'95. 상
보통지	2,400	3,800	6,000	12,000	20,000
B4 감열	10,000	11,000	12,000	12,000	9,000
A4 HIGH	20,000	31,200	30,000	24,000	18,000
A4 LOW	40,000	39,000	48,000	68,000	75,000
계	72,400	85,000	96,000	116,000	122,000

에서 입증되고 있다. 이렇게 볼 때 앞서 언급한 국내 20만원대 팩시밀리가 가정용으로 보급되고 있다고는 생각되지 않으며 단지 저가의 출현에 따른 소규모 사무실, 자영업자, 프리랜서, 기업체 간부 등의 개인용 신규 수요가 증가한 것으로 여겨진다.

보통지 팩시밀리 급성장

20만원대 초저가 기종이 각광을 받고 있는 것과 함께 최근 내수 시장의 두드러진 변화는 보통지 팩시밀리 시장의 급속한 확대이다. 보통지를 사용하게 되면 새로 복사하지 않고도 오래 보존할 수 있으며, 글씨를 쓴다거나 도장을 찍어 바로 결재할 수 있으므로 여러모로 편리한 점이 있게 된다.

초저가 시장이 신규고객을 중심으로 확대되고 있는 반면에 보통지 시장은 기존 사용자의 교체, 증설 수요에 의존하고 있는 부분이 상대적으로 큰 비중을 차지하고 있다. '92년 이전의 보통지 팩시밀리는 모두가 열전사 방식을 채택하였다. 이 방식은 Thermal Head에서 열을 발생하여 화상을 기록한다는 점은 일반 감열 팩시밀리와 동일하나 감열지를 쓰지 않고 보통지와 Thermal Head 사이에 카본지를 끼워 넣어 Thermal Head가 카본지에 열을 가하면 가열된 부분이 보통지에 전사되어 화상으로 기록된다는 점에서 감열방식과 차이가 있다.

'80년대 중반이후 코리아제록

스에의 몇몇 기종이 이러한 방식으로 보통지 시장의 명맥을 유지해 왔으며 본격적인 보통지 팩시밀리는 '92년도에 신도리코, 삼성전자에서 발매한 레이저 팩시밀리를 꼽을 수 있다.

레이저 방식은 화상 및 소모품비 면에서 열전사 방식보다 월등히 우수할 뿐아니라 다양한 편리 기능을 고루 갖추고 있어 고급기종으로 자리잡기에 손색이 없으나 단지 기계 구조상 가격이 고가일 수 밖에 없다는 점이 단점으로 여겨져 왔다.

그러나 레이저 팩시밀리 가격도 점차 낮아지는 추세에 있다. '92년 레이저 팩시밀리가 처음 선보였을 때만 해도 그 가격이 300만원대를 초과했던 것이 '94년 신도리코에서 처음으로 200만원대 제품을 발매하였고 금년에는 100만원대 제품이 예정되고 있어 레이저 팩시밀리의 저가화가 계속 진행되고 있다.

'94년에 삼성전자에서 발매한 LED 팩시밀리는 기능이나 화상면에서는 레이저 방식보다 다소 뒤떨어지나 200만원 내외의 저가격을 실현하여 감열지 고급기 시장의 수요를 크게 잠식할 수 있었다. 올해에는 이러한 보통지 팩시밀리의 저가화 추세가 더욱 가속되리라 예상되며, 이로 인해 보통지 시장은 전년의 2배이상으로 확대될 것으로 예측된다. 올 초 롯데캐논에서 잉크젯 방식의 프린터 겸용 팩시밀리를 출시하였고 신도리코, 삼성전자, LG전자, 대우통

신 등도 저가격 다기능의 보통지 팩시밀리의 출시를 계획하고 있다.

이러한 추세로 보통지 팩시밀리 시장이 확대 된다면 금년 하반기에는 잉크젯 방식을 채택한 100만원 이하의 보통지 기종이 출현하면서 감열 팩시밀리의 수요가 급격히 보통지 방식으로 전환될 가능성도 배제할 수 없는 상황이다.

잉크젯 방식을 사용한다면 프린터에서 그러했듯이 레이저나 LED 방식에 비해 훨씬 저가화가 용이하기 때문이다. 이렇게 된다면 금년말 이후로는 보통지 팩시밀리를 중심으로 한 사무용 시장과 초저가 감열 팩시밀리를 중심으로 한 개인용 시장으로 팩시밀리 시장이 양분될 것으로 예측된다.

B4 송수신 사이즈 팩시밀리 선호

B4 이상의 송수신 사이즈를 원하는 감열 팩시밀리의 수요는 감소 추세에 있다고는 하지만 나름대로의 고유영역을 유지할 수 있을 것으로 판단된다.

그 이유는 현재 발매하고 있는 보통지 제품 중 신도리코를 제외한 거의 모든 기종이 송수신 사이즈 A4 전용기종이기 때문이다.

B4 또는 A3 송수신 기종을 사용하던 중, 대형 사무실의 경우 A4 전용기종을 사용할 경우 불편함을 느끼지 않을 수 없고 따라서 보통지의 장점을 포기할지라도 송

수신 사이즈가 큰 기종을 선호하게 되리라는 예측도 할 수 있다.

이러한 부분에 대해서는 가전3사(삼성전자, LG전자, 대우통신)과 OA 3사(신도리코, 코리아제록스, 롯데캐논) 사이에 다소의 관점 차이가 있다.

가전 3사의 경우 개인용 수요에 큰 기대를 걸고 있으며, B4 이상의 송수신 사이즈는 더 이상 큰 의미가 없다고 생각하는 반면 OA 3사의 경우 사무용 수요에 더 큰 관심을 보이면서 송수신 사이즈 B4 이상의 기종에 대한 판촉을 게을리 하지 않고 있다.

이러한 차이는 유통구조로 설명될 수 있다. 가전 3사는 주로 자체의 통신 대리점망을 이용한 유통을 하는 한편 최근에는 가전대리점에서 매장판매를 강화하고 있다.

반면에 OA 3사는 방문판매 방식을 계속 유지하고 있으며, 직판의 비중이 상대적으로 높고, 팩시밀리 이외의 주요 취급제품도 복사기, 프린터 등 사무용 기기인 점에서 가전 3사와의 차이점이 드러난다.

기기 복잡화 현상 대두

100만원 미만의 보통지 팩시밀리가 탄생하게 될 경우 팩시밀리 시장이 또 한번의 커다란 변화를 겪게 되리라는 것은 이미 언급한 바 있다.

이와 더불어 예측되는 또 다른 변화는 기기의 복잡화 현상이다. 이미 프린터 기능과 팩시밀리 기능이 결합된 기종이 발매되었고 올 상반기중 이와 같은 기종 2~3개, 하반기중 2~3개가 속속 발매될 예정이다.

나아가서는 여기에 복사기 기능 및 스캐너 기능이 추가되어 1대로 4가지 기기로 활용할 수 있는 본격 복합기가 탄생하게 될 것이다.

팩시밀리나 프린터를 중심으로 이루어지는 복합기가 있는 한편, 디지털 복사기를 중심으로 하여 팩시밀리, 프린터, 스캐너 등의 기능을 추가하는 복합기가 있다.

모체가 어느것이냐에 따라 가격 및 기능에는 큰 차이가 있을 것으로 예상된다.

그러나 이러한 복합기가 중, 대형 사무실에 보급될 것으로는 예상되지 않는다. 왜냐하면 각각의 기기의 사용량이 많은 경우에는 그 기기가 통합되어 있는 경우 불편한 점이 더 많을 것이기 때문이다.

예를 들면 프린터나 팩시밀리로 이용시 복사기로 사용할 수 없거나, 고장시 4가지 기능을 모두 사용하지 못한다는 것 등이다.

따라서 각각의 기기에 대한 사용량이 적은 거래처나 개인용으로 작은 공간을 차지하며 여러가지 기능을 수행한다는 장점을 가지고 복합기 고유의 시장영역을 개척해 나가리라는 예상을 할 수 있다.

G4 Fax 실용화 단계

ISDN망이 구축되면 현재 개발 중인 GIV FAX가 실용화될 것이며 이로써 2초이내의 전송이 실현될 것이다. 또한 컬러 원고를 원본의 색상 그대로 수신할 수 있는 컬러 팩시밀리의 실용화도 머지않은 장래에 이루어질 것으로 예상된다. PC 보급이 확대되면서 결국은 모든 OA 기기가 PC와 연계될 것이라고 전망된다.

LAN이나 VAN, 전자결재시스템 등의 보급이 늘어날수록 사무실에서의 종이의 펜의 역할은 점점 축소되고 이에 따라 팩시밀리 등 OA 기기 또한 멀티미디어라는 커다란 범주속에 포함될 날이 다가오고 있다.

