

# 국내 복사기 산업의 현황과 전망

글 : 황흥국 차장/코리아제록스(주) 마케팅팀



▲ 황흥국 차장

## 1. 머리말

십수년간 황금알을 낳는 산업으로서 고성장을 구가해 온 복사기 산업이 이제 새로운 국면을 맞고 있다.

우선, 경제 환경의 변화와 고객 오피스 환경의 변화가 디지털/네트워크란 제품을 등장시켰고, 아날로그 상품의 L/L(Light Lens)복사기에 한하지 않고 복합기(복사기, 팩스, 프린터)란 새로운 수요가 만들어지고 형성되어가고 있다.

지난 해 IMF 상황을 한차례 겪으면서 아날로그 복사기 상품에 대한 시장 수요가 수년 전으로 퇴보하긴 했다. 한국 OA 시장 및 환경이 아직까지는 일본의 시장 추세를 뒤쫓아가고 있는 현실을 감안할 때 다소 시기의 빠

르고 늦은 차이는 있지만 각 복사기 메이커들은 단순한 복사기 영역을 벗어나 새로운 변화를 추구해 나가리라 보인다.

## 2. 복사기 산업의 현황

### 1) '98 복사기 시장의 개황

지난 98년 IMF 체제 하의 실물경기는 고물가, 고금리에 의해 내수가 극히 위축되는 변화를 겪었고 이로 인한 생산 감소에 의해 각 기업들의 부도가 급격히 증가되었다. 이에 따른 투자 부진은 결국 고실업·소득 감소로, 다시 내수 위축으로 이어졌다. 이러한 악순환에 의해 아날로그 복사기를 중심으로 한 시장 수요가 급감해서 수년 전 상황으로 퇴보했으며, 급기야 수요 자체가 97년 대비 절반 수준으로 위축됐다.

최근 복사기 시장의 수요는 평균 10% 수준의 순조로운 성장을 누려왔고 실제 97년에는 약 9% 성장을 했다. 그러나 98년에는 전년에 비해서 마이너스 44% 성장이라는 새로운 국면을 맞고 있다.

### 2) 복사기 산업의 현황 및 추세

이와 같이 아날로그 복사기

를 중심으로 새로운 국면을 맞고 있는 OA산업은 오피스 환경의 변화에 따른 고객의 문제점 및 과제들을 보다 빨리 고객과 공유하기 위해서 이를 해결하는 수단으로 디지털 방식의 MultiFunction복합기 및 컬러 상품을 내놓았다. 이것은 기업 내의 정보 네트워크화 추세와 더불어 예상 이상의 속도로 확산되고 있다.

한편으로 복사기 사업의 'C/V BUSINESS'란 기본적인 개념에 Printer Business의 Printer Volume(P/V BUSINESS)의 확보란 과제가, 신규 관계의 수요를 창출하기 힘든 불황의 시대에 이러한 After Business를 획득하기 위한 부문에 각종 자원을 투자하고 있다. 그리하여 SVC 계약의 체결에 의한 사후 이익의 확보에 총력을 기울이고 있다.

그러나 이와 같은 메이커들의 노력과는 반대로 일부 중소기업자들이 유통 암거래 및 소모품의 비정품을 시장에 유통시킴으로써 채산성을 악화시키고 있다. 뿐만 아니라 99년부터 수입 다변화가 해제됨에 따라 일본 메이커의 중고기계에 눈

〈표 1〉98년 전체 복사기 시장 규모

97년 시장 수요(대)	성장률	98년 시장 수요(대)	성장률	비고
106,000	8.7%	57,000	-44%	디지털 수요 포함

을 돌리며 시장의 질서를 어지럽게 할 움직임도 보이고 있다.

### 3) 복사기 산업에서의 대두 과제

이러한 복사기 산업의 추세와 흐름은 과거 영업사원 중심의 '체력영업', 즉 구두창이 닳도록 돌아다니며 반복해서 고객을 방문해 단순히 상품, 그 자체만을 판매하는 방식에서 대전환을 요구하고 있다.

다양한 상품, 호환성 등 하드웨어뿐만 아니라 소프트웨어에 대한 기대가 가속돼 가는 네트워크화에 부응해서 디지털 제품에 의한 솔루션 영업을 필연적으로 요청하고 있다. 때문에 이러한 충족의 요구가 다양한 직종의 탄생(영업 및 SVC 사원에 System Analyst, System Engineer, Program Manager 등)을 가져와 '구조적인 문제'가 커다란 과제로 대두되고 있다. 다시 말해서 노동집약적 구조에 의한 인건비의 비대화가 중요 과제로 대두되리라 예상된다.

### 3. 향후 복사기 산업 전망

#### 1) '99년 복사기 시장 환경의 전망

'99년 한국 경제는 아시아의 금융위기가 전세계로 전염되는 것을 방지하기 위한 선진국의

정책 공동 보조 여부가 큰 관건이다. 그러나 미국 경제의 둔화 조짐, 구조 조정에 휩쓸린 일본 경제를 감안하면 많은 위험성을 가지고 있다.

정부의 적절한 대응 정책에 의해 모든 것이 합리적으로 풀린다면 국내 총생산(GDP) 성장률이 연평균 -1%~1%, 설비투자 증가율이 4% 수준에 머물 것으로 예상되며, 2/4분기를 기점으로 하반기에 증가세로 다소 반전이 예상된다.

복사기 시장 역시 98년에 아날로그 제품 중심으로 마이너스 성장을 기록했지만 99년은 다소 낙관적으로 예측하면 설비투자 증가율이 4% 정도 성장할 것으로 예상된다. 또한 디지털 부문에서 성장을 감안하면 4% 이상 성장하리라고 보인다.

과거 십수년 간 복사기 산업의 추세가 설비 투자 증가율과 비슷한 곡선을 그려온 것을 감안하면 98년의 침체에서는 다소 벗어나리라 예측된다. 하지만 상반기에는 다소 부진이 예상되며 민간투자도 제한적일

수밖에 없어 성장은 하반기 이후 다소 기대될 것으로 보인다.

#### 2) 향후 복사기 산업의

##### 내용상 질적 변화

시장환경은 끊임없이 변해가고 있어 현재의 단순한 'Mono Culture'는 'Multi-Culture'로 전환할 것을 요구한다. 그러나 'Mono Culture'에서 'Multi-Culture'로 전환을 했다고 해도 다음 순간 이것은 이미 'Mono Culture'로 되어 버린다. 그러므로 'Multi-Culture'로 계속 발전하기 위해서는 끊임없이 변하는 것이 필요하다.

고객 및 시장의 급속한 변화는 각 메이커들의 구조적 개혁(인건비 축소)을 요구하거나 생산성의 개선에 의해 대응될 것이다. 즉, 고객의 다양화/복잡화에 대응하기 위한 전문성의 획득과 고객의 변화에 빠르게 대응할 수 있는 체제 및 조직을 만들어갈 것으로 보인다.

다시 말해서 기존 아날로그 시장에 적절히 대응해나가면서 새롭게 변해가는 시장을 각 메이커들이 만들어나갈 수 있는 '창조의 마케팅'이 강력히 요청될 것이다.

〈표 2〉연도별 디지털 제품의 판매 추세

	'97년 디지털 시장 수요	'98년 디지털 시장 수요	'99년 디지털 예상 수요
판매 대수(대)	1,400	1,500	2,400
디지털화 비율	1.5%	3%	7%