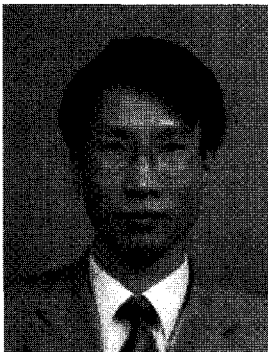


국내 디지털 복합기 시장의 현황과 전망

올 디지털화 약 4.7%로 관심 미미 사무환경 급변 속 크게 성장할 것

한 대로 복사기, 팩스, 프린터의 3가지 기능을 다 하는 디지털복합기는 고객의 생산성 향상과 원가 절감에 크게 기여한다. 사무환경이 신속한 정보전달과 높은 생산성 창출을 요구하며 빠르게 변하고 있는 가운데 시장 전망이 밝다. 국내 사무기 시장은 아직 디지털화율이 빈약하지만, 1999년 약 3,000대(디지털화 비율 약 4.7%)에 이어서, 2000년에는 약 7,000대(디지털화 비율 약 10%)로 비약적인 성장을 거둘 것으로 기대되고 있다.

글:이춘수 과장/한국후지제록스(주) 마케팅팀



▲ 이춘수 과장

1. 머리말

현재 복사기 산업에 일대 변혁이 시작되고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다.

십 수년간 한국의 복사기 시장은 아날로그 복사기로서 꾸준히 성장해 왔다.

그렇다면 현재 국내 환경은 어디로 가고 있을까?

Internet, Digital 방송, Digital 신문, Digital 카메라, Digital 피아노, 전자 문서 등 우리 일상 생활에는 이미 Digital이란 단어가 깊숙이 파고들어 와 있다. 오피스 환경도 급격하게 Digital/Network화 되어 가고 있으며, 새로운 천년을 맞이하는 우리에게 더욱더 많은 Digital 제품이 소개될 것으로 보인다.

경제 환경의 변화와 고객 오피스 환경의 변화가 Digital/Network란 제품을 등장시켰고, 아날로그 상품의 L/L (Light Lens)복사기에 한하지 않고 Digital Multi-Function 제품(복사기, 팩스, 프린터)이란 새로운 수요가 형성돼 가는 추세이다.

'96년 처음으로 코리아제록스(현 한국후지제록스)에 의해 한국에 보급되기 시작한 Digital 복사기는 '97년부터 본격적인 Digital Multi-Function제품을 선보이며, 아날로그 복사기 시장을 대체해

나가고 있는 실정이다. 아직은 미미하지만 향후 몇 년 내로 아날로그 복사기가 Digital Multi-Function 제품으로 급속하게 대체될 것으로 생각된다.

지난해 IMF 상황 아래서도 Digital Multi-Function제품은 꾸준하게 성장하였음을 우리는 다음에서 볼 수 있다. IMF환경의 어려운 경제 상황에서도 분명 Digital화는 가속되고 있는 것이다

2. 디지털 복합기 시장의 현황

OA 시장 환경은 Down Sizing화, Digital화, Network화, Multi-Function화를 통한 사무 환경의 효율화를 요구하고 있으며, 이를 통하여 정보의 공유, 신속한 정보의 전달, 공간 절약, High Quality, High Productivity를 얻고자 하고 있다. 이러한 환경 변화에 대응하기 위하여 OA업계 관련 회사들은 Digital Multi-Function 제

품을 선보이며 OA 시장의 Digital화, Multi-Function화를 추진하기 시작했다.

Digital Multi-Function제품(복사기, 팩스, 프린터)의 시장 형성 과정을 보면, 국내 복사기 산업을 주도하여 왔던 한국후지제록스, 신도리코, 롯데캐논에 의해 보급되었다. '96년 한국후지제록스에서 국내 처음으로 Able Series출시(Digital 복사기/팩스)를 필두로 '97년 신도리코의 Sigma Series 및 롯데캐논의 GP-215 Digital 복사기의 출시로 Digital 복사기 시장에서의 경쟁이 시작되었다. '98년 7월 신도리코는 Aficio 200 Series를 저가로 출시하며 Market Share 경쟁에 참여하기 시작했으며, '97년 3월 한국후지제록스는 Network Print기능(Digital 복사기/팩스/프린터)을 제공하는 최고급 Digital Multi-Function 제품을 출시하여 본격적인 High Volume Multi-Function 제품을 고객에게 제공하게 되었다.

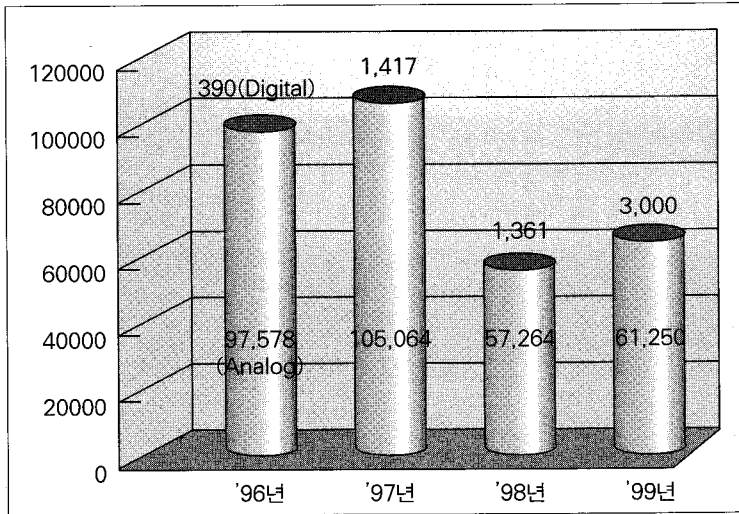
Market Size면에서 분석하여 보면, '96년 390대의 Digital Multi-Function 제품 판매를 시작으로 '97년 1,417대로 263%의 고속 성장을 하였으나, '98년 IMF의 영향으로 1,361대로 4%의 성장을 기록하여 IMF의 어려움을 겪게 되었다. '99년 상반기에는 IMF영향으로 미루어오던 투자가 활발히 전개되어 '98년 상반기 대비 132%의 고속 성장을 하였다. 따라서 '99년 전체는 '98년 대비 120% 이상의 성장이 예상된다.

OA 시장에서의 Digital화 측면에서는 '96년 0.4%, '97년 1.3%의 Digital화가 순조롭게 진행되었으며, IMF환경인 '98년 OA 시장의 Market Size는 -45%의 성장을 보였으나, Digital화는 2.3%의 Share를 차지하며 지속적인 성장을 하였으며 '99년에는 4.7%의 고성장을 예상하고 있다(표, 그래프 참고).

〈표〉 아날로그·디지털 제품의 M/S

(unit : 대)

구 분	1996년		1997년		1998년		1999년	(예상)
		성장률		성장률		성장률		성장률
Analog	97,578	-	105,064	7.7%	57,264	-45.5%	61,250	7.0%
Digital	390	-	1,417	263.6%	1,361	-4.0%	3,000	120.4%
Total	97,968	-	106,481	8.7%	58,625	-44.9%	64,250	9.6%
Digital Share율	0.4%	-	1.3%		2.3%		4.7%	



〈그래프〉 아날로그·디지털 제품의 M/S

3. 디지털 복합기 시장의 전망

디지털 복합기는 복사기, 팩스, 프린터 등의 기능이 일체형으로 만들어진 제품을 말한다.

현재 국내 경제 환경은 IMF라는 파고뿐만이 아니라, 각 기업마다 생산성 향상 및 채산성을 확보하고자 다양한 각도에서 허리띠를 졸라매고 어려운 경제 환경을 헤쳐 나가고 있다.

특히 기업은 각종 비용(관리비, 경비) 및 직원의 생산성 향상, 공간 절약, 신속한 정보의 전달 등을 통하여 비용을 절감하고 수익성을 개선할 수 있는 Solution을 요구하고 있다.

또한 앞에서도 언급했듯이 사무 환경은 Copy Volume보

다 Print Volume이 많아지고, 단순히 PC와 일 대 일 대응의 Print 환경에서 Network Printer 환경으로 빠르게 변하고 있으며, 정보 공유 및 정보 전달의 신속성을 통한 업무 개선을 요구하는 시대이다.

Network 환경에서 10Mbps에서 100Mbps로 전환되는 추세이며, 이러한 추세로 볼 때 고객은 신속한 정보의 전달 및 High Productivity를 요구하는 것으로 볼 수 있다.

이러한 요구에 의해 만들어진 디지털 복합기 제품의 전망은 매우 밝다고 예상된다.

과거 복사기, 팩스, 프린터가 각각 별도로 자리를 차지했던 시대에는 많은 사무 공간을 필요로 했으며, 자원의 공유도 불가능했다. 그러나 디지털 복합기 한 대로 3가지의 기능을

대신 함으로써 적은 사무 공간에서도 자원의 공유가 가능하게 되었다.

디지털 복합기 제품의 기술로 발달함에 따라 복사기, 팩스, 네트워크 프린터에 스캐너 기능이 추가된 제품을 금년 하반기에 한국후지제록스에서 발표할 예정이다.

한편, 국내 OA 사무기기 전문 회사인 한국후지제록스, 신도리코, 롯데캐논을 중심으로 향후 다양한 디지털 복합기 제품을 선보이며 시장을 리드해 나갈 것으로 보인다. 수입선다변화 해체에 따라 다른 많은 중소기업에서도 디지털 복합기 사업에 뛰어들 것으로 전망된다.

이에 따라서 아날로그 복사기의 수요는 점차 줄어들 것으로 전망된다.

'99년 디지털 복합기의 예상 수요는 약 3,000대, 디지털화 비율은 약 4.7%로 예상되며, 2000년에는 1999년 대비 약 133%가 증가한 7,000대로서 디지털화 비율은 약 10%가 예상된다.

이러한 디지털 복합기 제품의 확산은 고객에게 생산성 향상, 원가 절감, 쾌적한 사무실 환경, 고품질 문서, Network Scanner 기능을 통하여 Hard Copy 문서의 전자 문서화, Network Printer 등의 고부가가치를 제공하게 될 것이다.