

2. 레이저 프린터 시장 동향 및 전망

올해 35만대로 안정적인 성장세 예상

금년 레이저 프린터 시장의 규모는 2001년 30만대에서 조금 성장한 35만대로 예측되며 그중 디지털 복합기의 시장 규모는 5% 정도인 15,000대 전후가 될 것이라는 것이 업계 전반의 예측이다. 금년 레이저 프린터 시장의 성장은 IMF 이후 성장하기 시작 한 보급형 레이저 프린터의 수요에 힘입은 내용으로 실제적인 중·고가 레이저 프린터 시장의 성장은 크지 않다고 할 수 있다.

글/삼성전자(주) 프린팅 사업부 신현대 부장

2002년 레이저 프린터 시장은 안정적인 성장세를 보일 것으로 예상되는 가운데 디지털 복합기 시장이 독립적인 시장으로 형성될 수 있는 기반이 마련 될 것으로 생각된다.

금년 레이저 프린터 시장의 규모는 2001년 30만대에서 조금 성장한 35만대로 예측되며 그중 디지털 복합기의 시장 규모는 5% 정도인 15,000대 전후가 될 것이라는 것이 업계 전반의 예측이다.

금년 레이저 프린터 시장의 성장은 IMF 이후 성장하기 시작한 보급형 레이저 프린터의 수요에 힘입은 내용으로 실제적인 중·고가 레이저 프린터 시장의 성장은 크지 않다고 할 수 있다.

국내 레이저 프린터 시장은 삼성의 독주 속에 HP, 캐논, 삼보, 브라더 등의 기업이 참여하고 있으며, 최근 신도리코가 삼성에 이어 두 번째로 국내 독자 기술로 레이저 프린터 개발에 성공하여, 기존 업체에게 강력한 도전장을 낸 상태이다.

보급형 레이저 프린터 시장

IMF 이후 꾸준히 증가한 보급형 레이저 프린터 시장은 금년에는 전체 시장의 40% 정도인 14만대에 달할 것으로 예측되어 레이저 프린터

시장 성장의 원동력이라고 할 수 있다. 특히 유지비용에 민감한 학생이나 공간에 민감한 SOHO를 중심으로 꾸준히 그 판매량이 늘고 있어, 그 비중은 계속해서 늘어 날 것으로 예측된다.

금년 상반기 보급형 레이저 프린터는 10ppm 전후의 속도를 가진 30만원대의 제품이 주류를 이루고 있으며 삼성, HP가 시장의 대부분을 점유하고 있는 가운데, 삼보, 브라더, 캐논 등이 시장에 참여하고 있는 추세이다. 하지만 향후 보급형 프린터 시장은 공격적인 마케팅을 펼치고 있는 신도리코의 '블랙 풋' 약진이 예상된다.

보급형 레이저 프린터 시장은 레이저 프린터 시장의 성장과 기술 발전에 힘입어 제품의 성능은 점점 좋아지며, 가격은 하락할 것으로 예측되어 금년 하반기에는 20만원 후반대의 가격으로 시장이 형성 될 것으로 생각된다.

중고가 레이저 프린터 시장

2002년 사무형 A3, A4레이저 프린터 시장은 보급형 레이저 프린터 시장과는 달리 office 시장을 중심으로 판매되고 있다. 이 시장은 제품의 성능과 가격이 물론 중요하지만 이에 추가하여

각자의 사무환경에 적합한 제품 보급과 AS라는 요소를 지니고 있는 시장이다.

10여년 전 21C에는 사무실에서 종이가 사라질 것 이라는 전문가들의 판단과는 달리 종이의 소모량은 점점 증가되고 있는 것이 사실이다. 물론 저장 매체로서의 종이의 소모량은 줄어들었지만, 수많은 정보들이 공급되고 있는 시점에서 인쇄를 통한 종합적인 정보 판단에 대한 수요는 늘어나고 있는 것이다.

현재 중고가 레이저 프린터 시장에서 가장 중요한 것은 사무 환경에 적합한 프린터를 공급하는 것이다. 이를 위하여 각 사들은 channel별로 영업을 실시 할 수 있는 조직을 운영하고 있다.

〈중고가 레이저 프린터 시장 환경〉

20ppm 전후의 중고가 레이저 프린터는 기업체나 정부 위주로 시장이 구성되어 있다.

보급형 레이저 프린터의 주요 sales point가 가격과 성능, 그리고 브랜드 이미지라면, 중고가 레이저 프린터는 이에 부가하여, 사무 환경과의 적합성, AS, 그리고 유지비용이 추가된다.

위와 같은 시장 특성상 조직적이며 넓은 판매망이 중시된다. 현재 국내에서는 삼성을 필두로 하여 HP, 청호 등이 시장을 이끌고 있으며, 보급형 시장과는 달리 참여 업체가 많은 것이 특징이다. 하지만 대부분의 회사들이 자체 기술보다는 주요 부품을 수입·조립 판매하는 관계로 많은 회사들이 반짝 판매 후 사라진다. 실제적으로 시장을 꾸준히 이끌어 가는 업체는 극소수라고 할 수 있다. 최근 독자적인 기술을 가진 업체로 참가한 신도리코가 향후 시장의 변수가 될 수 있다.

시장 특성상 한번의 계약으로 많은 수량의 판매가 이뤄지는 관계로 가격은 계약 물량이나 기능 등에 따라 다르게 책정된다.

단일 시장으로 가장 큰 시장은 정부 시장(행방)이지만 민수시장 수량(일반 기업체들이 구입

하는 수량)에 비하면 크지 않다. 따라서 일반 기업들에게 신뢰를 줄 수 있는 브랜드 인지도도 중요하다.

〈중고가 레이저 프린터 시장 예측〉

작년과 상반기 주류를 이루었던 제품은 16ppm 전후의 속도를 가진 제품이었다. 하지만 금년 하반기부터는 20ppm급 제품이 시장의 중심이 될 것으로 예측된다.

2001년 시장에 대비하여 2002년 상반기 중고가 레이저 프린터 시장은 침체기라고 할 수 있다. 이러한 상황은 레이저 프린터의 제품 수명 주기가 3~4년인 것을 알게 되면 쉽게 이해할 수 있다. 1998, 1999년 경제 위기시 IT 제품의 구매 감소가 일어났으며, 이 고객들은 2000, 2001년 제품을 집중구매 하였다.

따라서 금년에는 기존 제품의 교체 구매 수량이 크게 줄어 상반기의 중고가 레이저 프린터 시장이 위축되었다고 말 할 수 있다. 하지만 금년 하반기부터 제품의 성능이 업그레이드되는 관계로 기존 제품을 대체하며 구입하는 고객이 증가할 것이며, 판매 증가에 따른 고성능 제품의 가격 인하는 시장의 활성화를 가져 올 것으로 예측된다.

중고가 프린터 시장은 보급형 프린터와 디지털 복합기 사이에서 office용 sub 프린터로서 존재하게 될 것으로 예측된다. 따라서 대형 A3 프린터기보다는 문서 출력용 A4 프린터가 향후 주류를 이루게 될 것이다.(자주 안쓰는 A3는 Center printer나 디지털 복합기에서 출력하게 될 것으로 예측됨)

디지털 복합기 시장

2002년의 최대 이슈는 디지털 복합기 시장의 성장이 어느 정도 이뤄 질 것인가 하는 것이다. 2002년 세계 레이저 프린터 시장에서 레이저 복

합기기가 차지하는 매출 비중은 전체 레이저 시장의 50% 이상이며, 이 비중은 점점 높아질 것으로 예상된다.

국내의 레이저 프린터 시장에서 레이저 복합기 시장은 그 비중이 다른 나라에 비하여 그리 크지 않은 것이 사실이지만 2002년 잉크젯 복합기기의 폭발적인 성장세가 보여주듯이, 시장 환경은 복합기기를 수용할 수 있는 여건이 마련되어 있다고 판단된다. 향후 레이저 복합기기의 성장은 각 사들의 line-up 확충과 마케팅 전략에 의해 그 성장세가 결정 될 것으로 생각된다.

최근 이슈(issue)가 되고 있는 디지털 복합기 시장은 국내뿐만 아니라 해외에서도 아직 본격적인 성장기에 다다르지 못한 시장이라 할 수 있다.

특이한 점은 해외의 경우 레이저 복합기기의 성장에 따른 복합기기에 대한 이해도가 높아진 이후 디지털 복합기의 수요가 발생했지만, 국내의 경우 레이저 복합기기와 디지털 복합기의 수요가 같이 꾸준히 증가한다는 점에서 그 차이점을 발견할 수 있다. 이는 다른 정보산업과 같이 빠른 성장세를 보이고 있는 한국 시장의 특수성이라고 할 수 있다.

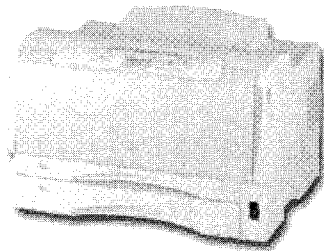
디지털 복합기는 차세대 사무기기라는 점에서 각사들이 총력을 다하여 개발에 힘쓰고 있다. 이 시장은 세계 유수의 기업들이 선점을 위하여 힘쓰고 있는 시장이며, 국내 시장의 경우 복사기 업체들이 디지털 복합기 시장의 초기를 형성한 것도 하나의 특이한 경우라고 할 수 있다.

각자 다른 시장을 형성하고 있는 프린터 업체들과 복사기 업체들이 만나는 접점이라는 것에서

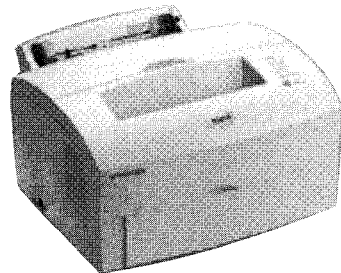
복사기나, 프린터와는 다른 하나의 새로운 시장이 형성 될 것이라는 것은 분명하지만, 향후 사무실 업무 환경이 어느 제품의 연장에서 형성 될 것인가에 대해서는 아직 속단을 내리기는 힘든 것이 사실이다.

레이저 프린터사들의 입장에서는 프린터의 고속화, 고급화에 따른 센터(center) 프린터의 등장과, 이에 이은 부가 기능을 장착한 디지털 복합 프린터기기로서의 디지털 복합기를 생각하고 있지만, 복사기 제조사로서는 복사기기에 프린터 기능을 추가한 제품으로 디지털 복합기를 생각하고 있는 것이다.

이러한 논란은 차후 사무 환경이 어떻게 형성 되는가에 따라 결정되어 지겠지만, 사무기기의 복합화가 미래 시장의 추세라는 점은 분명하다고 할 수 있다.



▲ 삼성전자의 '리제트'



▲ 보급형 프린터 시장에서 공격적인 마케팅을 펼치고 있는 신도리코의 '블랫'