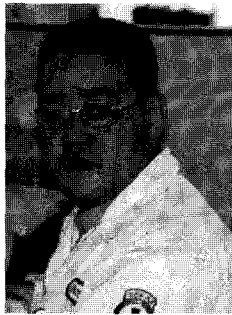


### 3. 복사기 분야

## 맞춤형 SYSTEM 영업 제안 필요 디지털에 대한 소비자 인식 변화 시급

2000년 복사기 시장은 데이콤, 태흥IS, 청호컴넷 등 신규업체의 진출과 디지털 신제품의 돌진이 두드러졌다. 올해는 디지털 복합기 중심의 매출 전개로 약 5~6%대로 완만하게 성장하며, 2~27매 내외의 중급기 시장을 중심으로 큰 폭의 신장이 예상되고 있다. 그러나 DIGITAL化를 위해서는 많은 사전 준비가 선행되어야 하기 때문에 복사기 시장의 리드는 여전히 ANALOGUE 중심으로 진행될 것으로 보인다.



글·한홍주 주임/(주)롯데캐논 영업기획부 영업기획

#### 2000년 복사기 시장 REVIEW 총시장 8만9천대 예상돼 신규업체 진출 러시 이뤄

1960년 국내에 처음으로 복사기(신도리코, RICOPIY505)가 소개된 지 40년이 지난 현재, 15~27매의 아날로그기 중심으로 성장하여 연간 약 9만대의 복사기 시장으로 성장하였다.(초저가형 복사기 제외)

IMF라는 터널을 통과하는 과정에서 부실금융기관의 정리 및 기업들의 구조조정 작업 등 어려움을 겪은 후 벤처기업의 활발한 기업활동 등에 힘입어 1999년 복사기 총시장 7만8천대로

회복기에 접어들었으며, 2000년도에는 총시장 8만9천대까지 회복할 수 있었다.(표1)

2000년도에는 대우통신에서 분사한 데이콤을 시작으로 태흥IS, 청호컴넷 등 신규업체의 시

표 1. 복사기 총 시장(대수, 신장률)

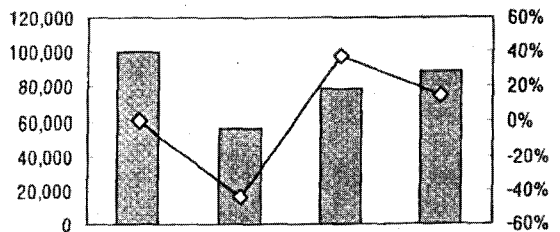
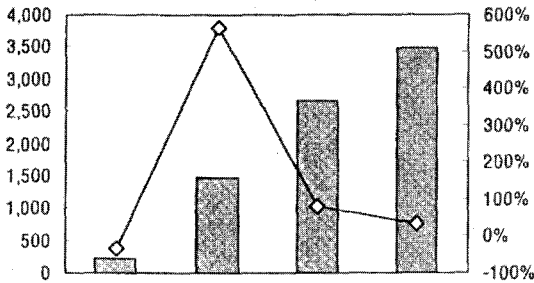


표 2. DIGITAL 복사기 총시장(대수, 신장률)



장 진출과 함께 디지털 신제품의 돌진이 두드러진 한 해이기도 했다.

1999년 대비 2000년 판매추이를 GRADE(분당속도 기준)별 기준으로 살펴보면, DIGITAL 기가 3천5백대로 31.2%의 가장 높은 신장률과 3.9%의 구성비를 기록하였다.

이는, 20세기말에 시작된 3차 혁명인 디지털 혁명인 만큼 SYSTEM化 / NETWORK化 라는 시대적 요청에 따른 당연한 결과라고도 할 수 있겠다.

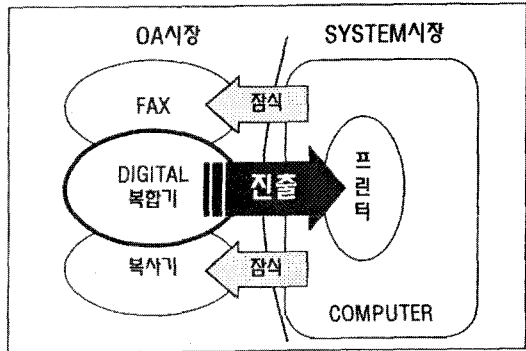
이러한 추세는 디지털 신제품의 연이은 출시와 함께 2001년에도 디지털 성숙단계를 위한 행진은 더욱 가속되리라 전망된다.(표 2)

복사기 시장을 리드하고 있는 그레이드는 전체시장의 64%를 차지하고 있는 분당 복사속도 15~27매급의 아날로그 중·보급기 그레이드이다. 이 그레이드는 가장 두터운 고객층과 외부 사회적 요인에 가장 민감한 고객층인 중·소기업 및 벤처기업을 주 대상으로 하는 100만원대 복사기로 가장 많은 기종이 분포하고 있으며, 메이커의 주요 캠페인 대상이 되기도 했다.

### 2001년 복사기 시장 전망 최대 이슈, '디지털 성장' 각종 이벤트 경쟁일 것

2001년 복사기 시장은 디지털 복합기 중심의 매출 전개로 약 5~6%대의 완만한 성장세가 기

표 3. 2001년 DIGITAL 판매 추이



대되고 있다.

2001년 복사기 시장의 최대 이슈는 한마디로 '디지털 성장기'라 할 수 있다. 사회전반에 걸친 디지털 혁명 전개로 사무환경의 PC보급률 급증과 NETWORK化·SYSTEM化에 따라 단순 복사기능에서 FAX, PRINTER, SCANNER 기능까지의 디지털 복합기에 대한 수요가 급속히 증가할 것으로 예상된다.(표 3)

또한, 공급 면에서도 기존의 OA 3사(신도리코, 롯데캐논, 한국후지제록스)이외에도 신규업체들의 신제품 시장 진출을 위한 각종 이벤트 행사가 주류를 이룰 것으로 예측된다.

세계의 복사기 시장을 선도하고 있는 일본의 경우는 90%대의 디지털 판매 구성비를 보이고 있으며, 미국시장은 65%대, 유럽시장은 50%대의 판매 구성비를 보이고 있는 반면, 국내의 경우는 2000년 기준 4%에 머물고 있는 실정이다.

이 수치는 국외 사정과 비교해 보면 분명 낮은 수치임에는 틀림없으나, 앞으로의 성장가능성을 점치기에 충분히 낙관적이라 생각된다.

표 4. 향후 복사기 시장 전개방향

2000년	2001년 (예상)
3,500대	8,000대

129%신장

2001년도 디지털 복합기 시장에서도 22~27  
 배 내외의 중급기 시장을 중심으로 큰 폭의 신장  
 이 예상되고 있으며, 복사기 단순기능에서 복합  
 기 기능으로 판매가 활성화될 것으로 전망한다.

또한, 복합화(多機能化)됨에 따라 FAX시장  
 뿐만 아니라 SYSTEM시장으로의 진출이 가능  
 케 된 것도 DIGITAL化로 얻을 수 있는 큰 효과  
 라 할 수 있겠다.(표4)

그러나 2001년도 복사기 시장의 리드는 사회  
 환경상의 한계로 아날로그 중심으로 진행될 것  
 으로 예측된다.

디지털화를 위해서는 많은 사전 준비가 선행  
 되어야 하기 때문이다. 일명, '체력영업' 이라 해  
 서 구두창이 닳도록 돌아다니며 방문판매를 하  
 는 기존의 영업방식에서 고객 한명 한명의 필요  
 (NEEDS)에 맞는 '맞춤형 SYSTEM 제안영  
 업' 으로 바뀔 필요가 있다.

이를 위해서는 각종 OS환경의 이해와  
 PRINTER에 대한 교육이 필요하다. 무엇보다  
 디지털에 대한 소비자들의 인식이 먼저 바뀌어  
 야 하는 까닭이다.(표5)

표 5. DIGITAL기에 대한 소비자 불만 사항

소비자 불만 사항	구성비
DIGITAL기에 대한 기계 성능 및 A/S에 대한 불신	25%
FAX, PRINTER에 이미 익숙해 있기 때문에 복합기능의 편리성에 대한 문제 제기	17%
ANALOGUE기와의 가격 차이로 인한 가격 부담	43%
기타	15%

시장환경은 끊임없는 변화에 변화를 거듭하고  
 있으나, 아날로그에서 디지털로 변화하는 데에  
 는 그 어느 누구도 반문할 수 없는 시대적 요청  
 임에는 틀림없다.

국내 시장 환경에서 디지털이라는 인프라 구  
 축은 이미 성숙단계로 접어들어 있다. Output  
 product 업계도 디지털화라는 보다 성숙된 자세  
 가 요청되는 시점이다.

### '광학세계' 가 여러분을 기다립니다

한국광학기기협회에서 발간하는 '광학세계' 의 원고를 모집하고 있습니다.  
 광학세계 에 관심을 갖고 계신 관련 업체, 학계, 연구계 및 개인 구독자 여러분들의  
 많은 참여 부탁드립니다.

1. 원고내용 : 연구논문, 회사소개, 제품소개, 국내·외 기술동향, 전시회 참관기 등
2. 원고분량 : 제한 없음
3. 원고마감 : 수시접수중

\* 기사로 활용할 만한 좋은 소재를 알고계신 경우 연락주시면 직접 방문 취재하겠습니다.

한국광학기기협회 편집부 : TEL. (02)581-2321 FAX. (02)588-7869

E-mail. koma98@ unitel.co.kr