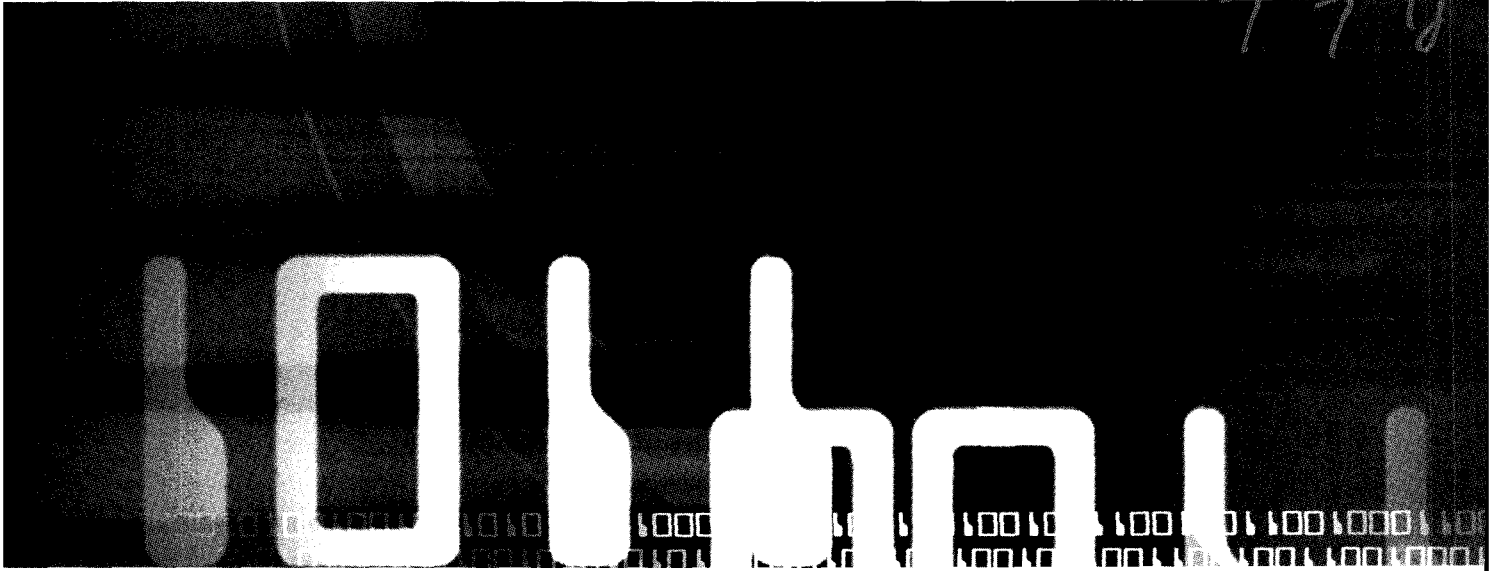


기획특집
7.7.8



디지털 프린팅, 인쇄시장의 대안이 될 수 있나?

인쇄시장에서의 디지털 프린팅 동향

'디지털' 자체가 화두가 되어버린 지금 업계에 불어 닥치고 있는 개별 마케팅의 바람을 타고 디지털 프린팅에 대한 관심이 부쩍 높아졌다. 개별 마케팅이란 고객에 대한 개별적인 정보관리를 통하여 그 고객에게 가장 적합한 마케팅을 실현하는 기법으로서 이를 위해서는 브로슈어나 프로모션용 출력물을 제작 시 고객의 요구에 적합한 맞춤형 정보 및 서비스가 제공되어야 하며, 이 경우 소량 다품종 출력이 가능한 '1:1 디지털 프린팅'의 활용이 필수적이다. 따라서 대부분의 사람들이 인쇄시장에서의 디지털 프린팅을 만병통치약과 같은 대안으로 생각하는 경우가 많은데, 이보다는 기존 인쇄 영역에서 포괄하지 못하는 부분을 채워주는 보완재로서 디지털 프린팅이 자리매김을 할 때에 비로소 하나의 영역으로 거듭나고 발전해 나갈 것으로 예상된다.

글/한국후지제록스(주) 마케팅실 한옥경

옵셋(인쇄) 프린팅 그리고 기존 아날로그 방식의 복사 방식에 익숙해있던 많은 사람들이 '디지털 프린팅'을 변해야 하는 방향의 큰 물줄기로 얘기하고 있다. 모든 일에서 그렇듯이 현재의 상황이나 문제점을 뒤엎고 하나의 대안으로 얘기가 된다고 하는 것에는 최소한 이 전보다는 나아져야 한다는 전제가 깔려있다. 과연 디지털 프린팅이 그런 일반 전제를 충족시켜 줄 수 있을 것인가.

컬러 디지털 프린팅 시장, 흑백 보다 빠르게 매년 10% 이상 성장

'디지털 프린팅'은 여러 가지 면에서 기존 아날로그 방식과는 반대되는 차이를 보인다. 예전의 아날로그 방식이 각종 문서나 인쇄물들을 수요가 발생하기 전 미리 주문·제작해 놓은 후 필요 시 사용했다면, 디지털 프린팅은 문서나 인쇄물들에 대한 요구가 발생한 후 요구에 맞춰 정확한 양으로 찍어내게 해 준다. 또한 기존의 제작 공정에서 소요되던 시간을 획기적으로 줄여주며, 무엇보다도 가변 데이터 출력 (Variable Data Printing)을 가능하게 해 준다. 여기서 말하는 가변 데이터 출력이란 각종 필요한 문서들을 개별 요구에 맞게, 개인의 관심사에 맞게 '맞춤화' 시켜주는 것을 의미한다. 점점 더 많은 고객의 요구들이 소량의 인쇄물을 원하는 시간에, 빠르게, 다양화 시키는 쪽으로 변화한다는 것을 생각해 보면 '디지털 프린팅'이 위에서 언급했던 하나의 대안으로 떠오르는 것은 너무나 당연하다고 할 수 있다.

하지만 국내 인쇄시장의 경우 이런 디지털 프린팅의 이점이 크게 부각되지는 못하고 있는 것이 현실이며, 그 수요나 반응이 폭발적이라고 말하기도 어려운 실정이다. 따라서 디지털 프린팅 시장의 변화 방향 자체에 대해서 국내 시장의 사례를 활용하기는 어려우며, 외국의 경우를 빗대어 그 방향을 잠깐 얘기해보고자 한다.

미국의 경우 흑백 디지털 시장은 크게 5가지 분야로 세분화되어 있다. 일반 기업체에 퍼져 있는 소형 분산 프린팅, 일반 기업체의 집중 출력실, 마스터 인쇄 업체, 인쇄 편의점, 그리고 DM 등을 출력하는 전문 서비스 업체인 Data Center가 그것이며 현재 210억 달러 규모의 시장을 형성하고 있다.

흑백 디지털 시장의 경우 여전히 성장세를 보이고는 있으나 성장률 자체는 크게 줄고 있다. 시장 자체가 이미 포화되었다는 것이 일반적인 견해이며 경쟁 자체도 매우 심각하다. 흑백 디지털 프린팅 시장의 현재 관건은 높은 생산성과 저렴한 유지 비용으로 고객의 관심을 끄는 것이라 할 수 있다.

반면에 컬러 디지털 프린팅 시장은 매우 빠르게 성장하고 있다. 매년 10% 이상의 성장률을 보이고 있으며, 흑백 디지털 프린팅과 비교할 경우뿐 아니라 기존 옵셋(인쇄) 프린팅의 성장률(2%)과 비교해 볼 때에도 컬러 디지털 프린팅 시장의 높은 성장세를 알 수 있다. 10여 년 전만 하더라도 '컬러 프린팅'은 일종의 사치품이라고 할 수 있었다. 하지만 이제는 컬러 프린팅 또한 하나의 영역이며 그 수요가 크게 증가하고 있는 성장 시장이라는 것이 공통 의견이다.

컬러 디지털 프린팅 시장도 크게 5가지 분야로 세분해 볼 수 있다. 전문 디자인 서비스, 일반 기업체의 집중 출력실, 인쇄 편의점, 옵셋 인쇄 업체, 그리고 Data Center 등이 디지털 컬러 프린팅의 세분화된 영역이며 각 분야에 맞게 출력하는 인쇄물들도 매우 다양하다.

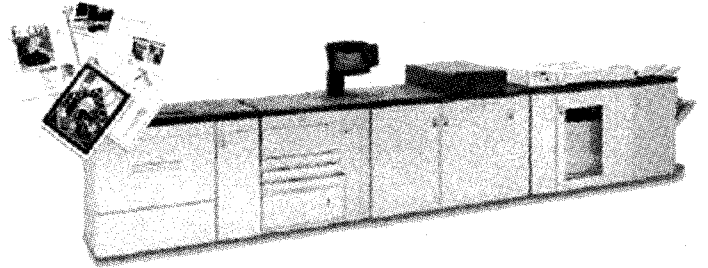
국내 디지털 프린팅 시장, 아직은 '찬밥' 신세

그렇다면 외국에서와 같이 기존 아날로그 방식의 인쇄와 함께 하나의 영역으로서 성공적으로 자리잡은 디지털 프린팅이 우리나라에서는 아직 찬밥(?) 신세를 면하지 못하고 있는 이유는 무엇일까? 그것은 '디지털 프린팅'이라는 것 자체를 하나의 장비나 기술, 그 자체로 바라보는 시각 때문은 아닐까. 우리는 흔히 디지털 프린팅이 옵셋(인쇄)을 완전히 대체하는 신 개념으로 생각하는 경향이 있으나 그건 사실이 아니라는 것이다. 옵셋(인쇄)의 영역과 디지털 프린팅의 영역은 확연히 구분되는 것이다. 각종 문서나 인쇄물들을 제작하는 데에는 거기에 걸맞은 목적이 있다. 원활한 정보 공유, 고객과의 활발한 커뮤니케이션, 정확한 의사 전달 등 목적도 매우 다양하리라 생각된다. 기술이라는 것 자체는 그러한 목적들을 달성하기 위한 하나의 수단일 뿐 목적 자체를 실현해 주는 것은 아니다.

기획특집



따라서 디지털 프린팅을 바라보는 시각도 현재와는 달라져야 한다는 것이다. 디지털 프린팅이 기존의 것을 완전히 무시한 채 만병 통치약처럼 모든 것을 포괄할 수 있는 것으로 얘기되어지는 것이 아니라 기존 옵셋(인쇄)의 영역에서 포괄하지 못하는 부분을 채워주는 보완재로서 자리매김을 할 때 비로소 하나의 영역으로 거듭나는 것이 아닐까 한다.



업계소식

(주)조우나-사이텍스, 1:1 디지털 프린팅 세미나 개최

100% 데이터 전환 처리가 가능한 초고속 완전칼라 프린팅 시스템 및 솔루션 개발업체인 사이텍스 디지털프린팅사와 이 회사의 국내 고객사인 (주)조우나 사가 지난 4월 25일 독산로호텔에서 기자 간담회를 겸한 1:1 디지털 프린팅 세미나를 개최했다.

이날 세미나에서는 지난 40년간 혁신적인 잉크와 프린트 헤드, 프린터를 제작해온 사이텍스 디지털프린팅사의 신제품인 '비즈니스 컬러(Business Color)'의 소개와 제품 시연회를 비롯하여 사이텍스 디지털 프린팅 기술을 소개하고 외국의 디지털 프린팅 기술 사례를 통해 마케팅 및 프린터 업체가 사이텍스 솔루션을 통해 얻을 수 있는 장점을 소개했다.

이날 사이텍스 관계자는 "한국은 매년 17억장의 프린트 물량을 소화하고 있으며, 이중 90~95% 이상이 청구서 제작 이전에 인쇄된 것으로서 고객 1:1 커뮤니케이션이 불가능하나 사이텍스 디지털프린팅의 버사마크 비즈니스 컬러 프레스를 이용하면 사전 인쇄물의 불필요한 비용을 줄이고 맞춤형 광고를 시행할 수 있다"고 밝혔다. 또한 "사이텍스 시스템은 청구서와 회원지, DM 또는 단기 요청 인쇄물에 활용할 수 있을 것"이라고 말했다.



▶사이텍스 디지털프린팅사와 (주)조우나 사가 지난 4월 25일 독산로호텔에서 기자 간담회를 겸한 1:1 디지털 프린팅 세미나를 개최했다.