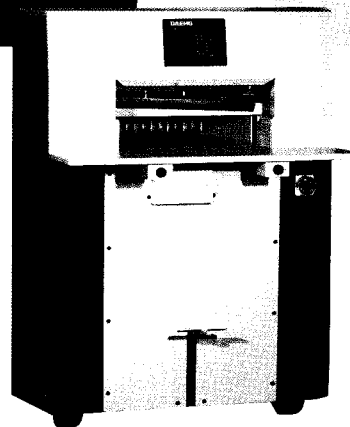


후가공 솔루션 전문기업으로 활짝



후솔(대표 김주호)은 지난 6월부터 변경된 대호솔루션즈의 새 이름이다. 새로운 출발을 다짐하고 사명을 바꾸는 경우는 흔하지만 후솔에는 단순한 이름 변경을 넘어서 그 무엇이 있다는 것이 회사 측과 주위의 평이다. 후솔은 인쇄후가공 솔루션의 약어이다. 상호처럼 상업인쇄 및 디지털 인쇄 후가공 시스템을 공급하는 전문기업을 지향하고 있다. 또한 30여 년 동안 종이 재단기 및 주변장비를 생산해 온 대호기계가 모체라는 것은 업계에 널리 알려진 사실이다.

후솔은 세계적으로 급변하는 인쇄시장의 요구에 따른 소량 다품종의 제품을 생산하기 위해 필요한 프리프레스, 프레스와 더불어 포스트 프레스 인쇄후가공의 장비를 생산 및 보급하고 있다. 또한 이를 구체적으로 뒷받침하기 위해 우리나라 인쇄산업의 메카인 서울 충무로에 자체 POD센터와 후가공 전시장을 운영하고 있어 고객들이 원할 경우, 인쇄 전후 과정에 필요한 장비인 오프셋, 디지털 인쇄는 물론 재단기, 제책기, 오시기, 싸바리기, 접지기, 중철기 등을 직접 테스트 출력을 할 수

있게 지원하고 있다. 고객 맞춤형 솔루션을 통해서 현장에서 바로 인쇄결과물을 받아볼 수 있음은 물론이다. 한편, MAMURI(마무리)라는 후솔의 대표 제품 브랜드로써 인쇄 후과정(Post Press)에 필요한 모든 장비를 인라인 또는 니어라인(near-line)으로 구성, 제품을 판매하고 있으며 대부분의 장비를 국산화하여 만성적인 수입초과 현상을 보이는 인쇄기자재업계에 수입대체 효과를 안겨줄 것으로도 기대를 모으고 있다.

생산업체에서 후가공 컨설팅업체로 변신

후솔은 전신인 대호솔루션즈 시절부터 재단기 전문생산업체인 대호기계의 장비를 공급해 왔다. 그러나 이때도 후가공 솔루션을 책임지는 후가공 컨설팅 업체를 염두에 두며 사업구조 조정을 진행해 왔다. 시간이 걸린 것은 모체라고 할 수 있는 대호기계와의 업무적인 관계를 조정하고 효율적인 체계를 준비하느라 신중하게 대처하다 보니 시간이 걸렸다. 현재는

서울 중구 필동에 위치한 후술은 외형상으로는 이전과 별다른 차이가 없이 후가공기계를 공급, 판매하고 있는 것으로 보인다. 그러나 이전과 분명히 달라진 것은 협력 관계에 놓여 있는 것은 맞지만 더 이상 대호기계의 재단기와 장비들을 단순하게 제작, 판매하는 것만이 하지는 않는다는 사실이다. 김 대표는 사실 이전의 사명으로 인해 실제로는 그렇지 않음에도 불구하고 고객들이 대호기계의 별도법인이라거나 자회사로 오인하는 경우가 많았다며 이제는 그런 오해를 불식시킬 수 있게 되었다고 말했다.

그렇다면, 후술이 지향하는 목표는 어디에 있을까. 기존의 오프셋인쇄기와 그 후가공 기계는 이미 대기업을 비롯한 많은 업체들이 선점하고 있어 앞으로의 전망과 수익성이 밝지 않은 레드오션이지만, 디지털인쇄는 상대적으로 짧은 역사를 갖고 있으며 기존의 오프셋인쇄와는 차별화되는 후가공라인을 구성해야 하기 때문에 새로운 시장을 창출할 수 있고 수익성도 기대할 수 있는 블루오션인 디지털인쇄 후가공라인에 목표를 두고 있다. 이에 따라 디지털인쇄기에 적합한 후가공라인 전체를 구성하도록 컨설팅 하는 것이 후술의 주요 사업이며 이를 위해 김 대표는 고객의 입장에서 서서 이해하고자 실제로 현장에서 사용되는 디지털 포토 전용 후가공 장비를 갖추고 있다. 특히 단순하게 자사의 장비를 판매하고 끝나는 제조사가 아니라 고객의 수익성을 고려하고 고객과 함께 성장해나가는 것이 컨설팅사의 업무이기에 컨설팅 고객 만족과 사업 수익성을 동시에 향상시키고 고객에게 합리적이고 효율적인 인쇄물을 제공하고자 많은 노력을 기울이고 있다.

철저한 동반자 정신으로 고객 대해

후술의 브랜드인 'MAMURI(마무리)'는 후가공을 책임지고 컨설팅 하겠다는 의미를 담고 있다. 이는 자사의 제품만을 공급, 판매하는 제조회사와 달리 철저히 고객 입장에서 생각해서 후가공 라인을 구성하고 고객에게 컨설팅 해야 하는 후가공 전문 컨설팅업체로서 보다 넓은 시야를 갖고 고객을 대하겠다는 것이다. 그 일환으로 후술은 신도리코에서 공급하는 넥스프레스 2500을 도입, POD센터를 직접 운용하면서 디지털 인쇄장비를 도입, 운용하고 있는 고객의 실제적인 요구와 필요에 대해 직접 체감하고자 노력하고 있다. 이는 디지털 인쇄시스템이 날이 갈수록 후가공 시스템의 새로운 변화를 요구하고 있는 상황에 대한 적극적인 대처이며 고객으로부터 직접 주문을 받아 상품을 제작 납품하면서 디지털 인쇄기의 활용방안과 생산량, 품질, 소모품 사용량, 설치와 운용, 작업과정 등에 관련된 모든 사항을 점검하고 확인해 이를 후가공라



기록전시회에 참여한 후술

인 구입을 검토하는 고객에게 최적화된 라인을 소개하는데 활용하고 있다.

디지털 인쇄 성장에 발 맞춰 후가공시장 공략

김 대표는 아날로그 인쇄와 달리 시간과 지역에 제한 없이 작업하며 데이터를 온라인으로 접수하는 디지털 인쇄의 성장 가능성과 시장확대는 충분한 가능성이 있는 것으로 보고 있다. 물론 아직은 전체 인쇄시장에서 차지하는 비중이 10%대에 그치고 있지만 현재 인쇄시장에서 소량 다품종 인쇄물을 가공하는 POD가 높은 성장세를 보이고 있으며 수년 내로 디지털 인쇄가 인쇄 시장에서 차지하는 비중이 30%까지 확대될 것으로 예상되고 있어 이에 초점을 맞춘 디지털 후가공기계를 공급하고 있다. 이는 아날로그 인쇄기의 작업방식과 디지털인쇄 방식은 많은 차이를 보이고 있어 이에 적합한 후가공기계를 공급하기 위한 것이다. 특히 100, 200권 단위의 소량다품종 인쇄물에 대응하는 후가공과 수천, 수만권 단위를 작업하는 기존의 오프셋 인쇄에 대응하는 것은 판이하게 다르기 때문에 후가공 작업라인 구성은 달라져야 하고 여러 가지 특수한 후처리 공정을 선호하는 소비자들의 트렌드가 변하고 있기 때문에 이에 따른 대처도 적절하게 이뤄져야 한다는 것이 김 대표의 생각이다.

후가공컨설팅, 전망 밝아

김 대표는 아직까지 디지털인쇄에 적합한 후가공라인 구성을 위한 컨설팅 한다는 것에 대해 생소해 하는 고객사들이 적지 않다고 말한다. 사실 전혀 새로운 것은 아님에도 일부 고객들은 이 같은 형태의 서비스를 제공받아 본 적이 없기에 낯설어 하지만 후술이 지향하는 바를 이해하게 되면 충분히 후술과 파트너십을 맺고 함께 할 수 있을 것으로 보고 있다.

“지금까지는 재단기를 만들고 판매해 왔습니다만 앞으로는 고객과 운명을 함께 하는 후가공전문컨설팅업체로서 고객의 이익과 성공을 최우선적으로 생각하고 이를 위해 행동하는 후술이 되고자 한다”고 김주호 대표는 강조한다. ☺

김상호 부장 kshulk@print.or.kr