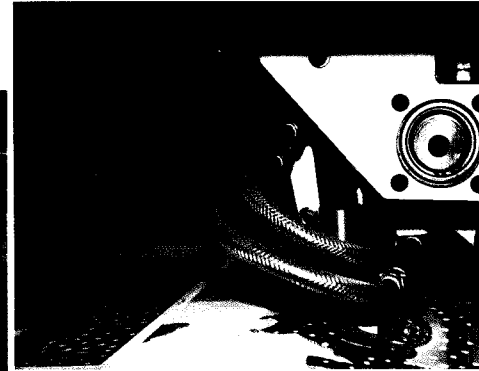


거세게 불어 닦친 디지털인쇄 바람

최악 불경기 견뎠지만 본격적인 회복은 요원
장비업계 부진 지속, 원부자재 가격 큰폭 상승

2010



2010년 한 해 동안 인쇄업계는 지난해의 세계적 불황에서 벗어나 회복세를 보였다. 여러 경제지표를 통해 발표되는 수치를 기준으로 볼 때는 좋은 실적을 거둔 것이라고 보아도 무방할 정도였다. 그러나 그 전년의 실적이 나쁘다에서 오는 '기저효과'에 많은 영향을 받은 것으로 보아야 하며 더 중요한 것은 경제 전체의 회복세에 따른 성장으로 보기 어렵다는 점에서 발표되는 수치를 전적으로 받아들이기 어려울 것으로 보인다.

실제로 2010년 1~9월까지의 인쇄업 생산지수 이동추이를 보면 1/4분기에 109.3(1월), 104.8(2월), 110.7(3월)을 보인데 비해 2/4분기에는 103.0(4월), 99.6(5월), 99.9(6월)로 둔화되는 추이를 보였다. 3/4분기에도 99.5(7월), 100.2(8월), 99.0(9월)에 그쳐 급속한 경기후퇴까지는 아니더라도 간신히 현상을 유지하는 수준에 그쳤다. 4월 이후에는 실질적으로 상승세를 보이지 못한 것이다. 전체제조업과 비교하더라도 1~2월에는 인쇄업이 전체 제조업의 108.1(1월), 101.9(2월)보다 높았으나 3월에 120.7 대 110.7로 뒤집어진 이후 9월까지 다시 앞서지 못했으며 줄곧 3~10p의 낮은 수치를 보여 왔다.

경기 동향을 진단하는 또 다른 지수인 인쇄업 업황 경기지수(BSI)는 전망치와 실적치가 최저 74~76에 그쳤다. 최고치는 110에 달하기도 했으나 대부분 85~100 수준을 맴돌아 본격적인 경기회복과는 거리가 있음을 보여 주었다.

BSI 전망치는 1월 110, 2월 86, 3월 76, 4월 95, 5월 85, 6월 85, 7월 85, 8월 79, 9월 100, 10월 95 수준을 보여 극심한 불경기에 시달린 지난해에 비해서는 호전되는 양상을 보였지만 실질적인 경기확장을 뜻하는 100을 사실상 넘어서지 못했다. 이는 BSI 실적치가 1월 85, 2월 86, 3월 84, 4월 95, 5월 95, 6월 100, 7월 74, 8월 90, 9월 95에 그쳤기 때문이다. 한 마디로 극심한 바닥을 벗어나기는 했으나 탄탄한 성장세를 보이지는 못한 데 따른 것으로 풀이된다.

수출입 부문에서 두드러진 것은 수입부문의 대폭적인 신장세이다. 이는 지난해 수입부문이 대부분의 세부항목에서 20~50%대의 대폭적인 감소율을 보인데 따른 것이며 수출은 상대적으로 적은 한 자리 숫자의 감소율을 보인데 따른 것이다. 특히 인쇄기자재의 수입은 올해 9월까지의 수입액이 11억 9250만 달러에 달해 지난해 전체 수입액인 12억 8447만 달러에 근접한 실적을 올렸다. 2월에 6.2% 감소한 것을 제외하면 최소 20.0%~49.6%에 달하는 성장률을 보여 세계적 금융위기 이전의 17억 달러 수준을 기록할 것으로 전망된다.

인쇄물의 경우, 수출이 호조세를 보여 9월까지의 실적만으로도 3억 654만 달러에 달해 지난해의 실적인 2억 6935만 달러를 넘어섰으며 수입은 지난 9월까지 2억 5070만 달러를 기록, 지난해와 비슷하거나 다소 감소한 실적을 거둘 것으로 예상됐다.



2010년의 화두는 스마트폰과 디지털인쇄

한편, 지난해의 화두가 위기설과 친환경이었다면 올해는 스마트폰과 디지털 인쇄가 한 해 동안의 높은 관심을 받았다. 아직까지 인쇄업계에 별다른 영향을 미치지 못할 것으로 보이는 스마트폰의 활성화는 앞으로 다양한 프로그램의 개발과 어우러질 경우에 급속한 인쇄 수요 감소를 가져올 수 있다는 점에서 관심을 모았다. 또한 정부의 상생경영으로 대표되는 중소기업 정책이 인쇄업계에 다소나마 긍정적인 결과를 미칠 것인지에 대해서도 관심이 모였다.

수년째 범업계적인 화두가 되었던 환경 친화는 여전히 중요한 자리를 차지했지만 새롭게 돌출된 대형 이슈들로 인해 다소 가려지는 느낌을 주기도 했다. 금융위기 이후 한동안 최고의 이슈였던 환율은 예상대로 별다른 돌발변수 없이 하향안정세를 보였다. 아직 급등하기 전의 수준으로 돌아간 것은 아니지만 안정적인 경영을 하기에는 무리가 없는 수준이었다는 평을 들었다. 오히려 달러화의 경우 지속적인 약세를 보여 현재에 비해 더욱 낮아질 경우, 수출 채산성이 우려된다는 염려를 낳을 정도였다. 엔화는 강세를 보여 일본으로부터 인쇄기자재를 수입, 공급하는 업체들은 울상을 지었고 유로화는 약세를 보였다.

제지업계는 상반기 질레에서의 지진으로 국제 펄프가격이 요동치면서 필요한 수요 확보에 어려움을 겪었다. 이에 따른 지속적인 가격 상승은 제지업계에 부담이 되었으나 일정 부분의 부담이 인쇄업계로 넘겨졌으며 제지업계의 수익성이 호전되었다는 경제연구소들의 평가를 받았다.

하반기 들어 제지업계는 고객사인 인쇄업계와 상생해야 한다는 다양한 프로그램이 진행되어 눈길을 끌었다. A사에서 인쇄사의 수익 창출을 위한 컨설팅프로그램을 진행한 것을 시작으로 B사는 품질자문단을 운용키로 하고 모임을 정례화하여 명실상부한 공생의 모습을 보였다. 또한 이전 제품을 업그레이드한 다양한 신제품을 잇달아 선보이기도 했다. 제지업계는 국내에서 유일한 제지-펄프 일관공장이 완공되고 중국에서 대규모 설비 증설이 이뤄지는 내년에 시장의 유동성이 커질 것으로 예상되고 있다.

출판, 불황의 골 깊어

출판업계는 여전히 어려움을 겪고 있는 것으로 드러났다. 지난 9월까지의 납본된 신간 도서의 발행 종수는 총 32,273종으로 전년에 비해 7.9% 감소한 것을 비롯하여 대부분의 분야에서 10% 이상의 감소세를 보였다.

이 같은 결과는 온라인 서점의 할인 경쟁에 따른 출판사의 부담 증가, 독서인구 및 아동 인구의 감소, 6월의 지방선거, 월드컵 열기 등이 복합적으로 작용하면서 출판사들이 적극적인 출판을 꺼린데 따른 것으로 보인다. 더욱이 스마트폰에 적용될 다양한 앱이 개발될 경우에는 전자책의 활성화로 이어져 종이책 시장을 잠식할 것으로 예상되고 있다. 미국의 경우에는 신간의 경우, 전자책으로 발행되는 경우가 종이책의 발행



보다 더 많은 것으로 알려지고 있으나 우리나라는 미국과 다른 출판시장의 유통구조를 갖고 있을 뿐 아니라 독자들의 성향이 달라 선부른 판단은 쉽지 않을 것으로 보인다.

어도비와 코렐로 대표되는 디자인업계는 예년에 비해 별다른 움직임 없이 안정적인 경영을 전개한 것으로 보인다. 서체부문은 비교적 활발한 움직임을 보인 가운데 문화체육관광부의 지원으로 인협이 주관으로 2차 인쇄용 서체개발 사업이 진행되었다. 2차 사업이 완료되면 서체 사용에 어려움을 겪어 온 인쇄업계에 적지 않은 도움을 줄 것으로 기대를 모으고 있다. 옥외광고 부문은 행정적인 규제가 집중되고 경기 침체의 영향을 크게 받으면서 수년째 지속되어 온 어려움에서 벗어나지 못했다. 또한 환경문제를 거론할 때 주범으로 거론되면서 옥외광고 시장의 위축을 가져왔으며 정부와 지방자치단체로부터의 발주도 감소해 어려움을 더했다.

가동률 저하, 수익률 악화에 시달린 인쇄업계

2010년 한 해 동안 인쇄업계는 크게 나빠진 것은 없어도 딱히 좋아진 것도 없는 상태가 이어졌다. 즉, 여전히 매출 부진에 시달렸으며 설비의 가동률은 상반기에 72.2% ~ 76.5%에 달했으나 하반기에 들어서서는 다시 60%대로 떨어지는 모습을 보였다. 상반기에 중소제조업 평균을 웃돌았던 것에 비하면 하반기에는 4~5%가량 밀도는 저조한 실적에 그친 것이다.

이런 결과가 빚어지는데는 올해에도 전반적인 원부자재가격의 상승이 이어졌기 때문으로 보인다. 이로 인해 수익성이 더욱 낮아졌으며 다소나마 숨통을 트여줄 것으로 기대했던 6월의 지방선거도 기대에 미치지 못하는 물량에 그치면서 인쇄업계 전체에 영향을 주지는 못했다. 또한 디지털인쇄의 성장세가 두드러지면서 오프셋인쇄의 상대적인 부진과 대조를 보였다. 인쇄업의 생산지수는 평균적으로 중소제조업의 그것을 밀돌았다. 최저 85에서 최고 110에 달해 전년의 40~60대에 비하면 대폭적인 상승을 한 것으로 보이지만 이것은 수치상의 착각에 지나지 않는다. 2009년이 글로벌 금융위기라는 극적인 상황이었기 때문이며 올해 보여준 수치는 바다를 벗어난 뒤의 완만한 회복세로 보아야 할 것이다.

그러나 기업은행경제연구소의 조사결과 2010년 현장에서 체감하는 인쇄업은 이보다 더 얼어붙었던 것으로 보인다. 전월과 비교한 생산증감률이 1월부터 8.2%의 감소를 보인데 이어 2월에는 32.1%의 대폭적인 감소를 보이기도 했다. 지방선거의 인쇄물량이 있던 5~6월에는 2.9%, 2.8%의 감소로 개선되는 양상을 보였으나 8월과 9월에는 다시 11.1%, 13.8%로 감소의 폭이 확대되었다. 이처럼 낮은 가동률과 수익성의 악화로 인해 설비투자 의향은 여전히 얼어붙어서 글로벌금



용위기에 비해 하나도 나아진 것이 없는 모습을 보였다. 전년 동월에 비교한 설비투자 의향은 68.5~75.2%의 대폭적인 감소세를 보였다. 이는 지난해와 비교해서도 전혀 나아진 것이 없는 수치이다. 더욱이 인쇄업계의 설비투자는 줄어든 가운데서도 기계장치에 대한 투자가 감소 전체 투자에서 70%에 미치지 못하는 달이 많았다. 전체 생산능력을 기준으로 본 수주물량의 비율은 38.5~50.5%에 달하는 응답자가 생산능력에 비해 수주물량이 부족하거나 크게 부족하다고 답했다.

지난해 환율의 급등으로 인해 수입이 급감하면서 대폭적인 무역수지 적자폭이 개선효과를 보았던 인쇄기자재는 경기의 회복에 따른 대폭적인 수입의 증가로 다시 예년과 같은 적자를 보일 것이 확실해 보인다. 최대 50%에 달하는 월별 증가세를 보인 인쇄기자재의 수입이 금융위기 이전의 평균 실적인 17억 달러에 달할 것으로 예상되고 있기 때문이다. 인쇄물의 수출이 호조세를 보이며 지난해에 비해 10% 이상 증가할 것으로 보이는데 비해 인쇄물의 수입은 지난해의 실적을 다소 밑돌 것으로 전망된다.

2010년 인쇄업계는 B2B에 관심을 기울이는 업체들이 늘어나면서 앞으로 관련 분야가 확장될 것인지, 찻잔 속의 태풍이 될 것인지에 대해 관심이 쏠아지기도 했다. 스마트폰의 대중적인 보급이 어떤 형태로든 인쇄업에 영향을 끼칠 것으로 예상하면서 발 빠르게 이에 대처하는 인쇄사들이 나오기도 했다.

경쟁 불붙은 CTP시장

CTP시장은 인쇄업계 및 관련시장의 전체적인 부진에도 불구하고 비용의 절감과 생산성 향상을 기대할 수 있는 저가형 CTP와 판재 시장을 중심으로 공급업체간의 경쟁이 더욱 격화되었다. 이런 경쟁은 CTP장비에 국한되지 않고 판재시장에서도 치열하게 전개된 것이 특징이다. 최근 수년 동안에 저성능, 저가라는 이미지를 불식한 저가형 CTP와 판재 공급업체들은 과거에 비해 개선된 성능과 경제성을 내세워 시장을 빠르게 넓혀 나갔으며 실제로 최고급은 아니더라도 손색없는 품질의 출력과 저렴한 운용비용 등을 시장에서 인정받았다.

이에 비해 기존의 CTP공급업체들도 기존의 대응방안이던 품질의 우수성과 장기적인 공급의 안정성 외에도 다분히 저가형 CTP시스템을 의식하는 모습을 보였으며 단순한 한 대의 장비가 아닌 전체적인 워크플로 속에서의 기능과 조화를 강조하는 마케팅을 펼쳤다.

한편 판재시장에서도 치열한 경쟁이 벌어졌다. 국내 판재공급업체들은 생산시설을 확장하면서 내수시장 지키기와 해외 수출 확대라는 두 마리 토끼 잡기에 나섰다. 화광은 국내업체와 정식으로 총판계약을 하면서 단순한 수출에서 벗어나 고령적인 거래처 확대 등을 겨냥한 적극적인 국내시장 공략에 나섰다. 대형 CTP판재 공급업체들은 기존의 판재 공급에 더해 저가형에 대응하는 제품을 공급하거나 이를 고려하는 모습을 보이고 있으나 아직까지 본격적인 대응에 들어가지는 않은 것으로 보인다. 앞으로도 각각의 장점이 엇갈리고 있고 충성도가 높은 수요처를 갖고 있기 때문에 어느 한 업체로 기우는 모습은 없을 것으로 예상된다.

다. 이에 따라 CTP시장은 운영비의 절감에 관심을 가진 인쇄업체들의 관심과 CTP를 사용하는 신규업체의 증가로 전반적인 증가세를 유지할 것으로 보인다.

전반적 부진속 디지털 부문 호조, 인쇄기 공급업체

인쇄기 공급업체들은 지난해의 악몽에서 벗어났지만 따뜻한 온기를 느끼기에는 턱 없이 모자란 한해였다. 이는 외부적인 IT기술 혁신에 의한 인쇄수요 감소의 위기감이 확대되었고 내부적으로는 인쇄업계의 만성적인 낮은 가동률, 낮은 수익률의 영향을 고스란히 받아 설비투자 마인드가 크게 위축된데 따른 것이다.

실제로 한 경제연구소의 조사에 따르면 인쇄업계의 설비투자에서 기계장치가 차지하는 비율이 불과 5~6%에 그쳐 예년 평균에 비해 20% 이상 하락하기도 했다. 이에 따라 인쇄기 공급업체들은 지난해와 크



게 다르지 않은 저조한 판매 부진에 시달렸다. 그런 가운데 디지털인쇄기 공급업체들은 POD인쇄 시장의 성장과 불경기를 겨냥해 비용 절감 및 새로운 수익원 창출로 극복하려는 인쇄업체의 요구에 적합한 저가 및 보급형 모델을 적극 런칭했다.

특히 대형 모델이 갖는 기능과 품질을 거의 발휘하면서도 상대적으로 저렴한 가격으로 공급된 이들 제품들은 주머니가 가벼운 인쇄업체들에게 많은 호응을 받았다. 모 업체의 경우 2년이 채 안 되는 동안에 200대에 가까운 판매대수를 기록한 것으로 알려지기도 했을 정도였으며 디지털인쇄기업체들의 보급형 모델은 정도의 차이는 있지만 대부분 판매 호조를 보였다. 더욱이 디지털인쇄기의 이 같은 판매 호조는 소량다품종 인쇄 수요가 늘어남에 따른 것이어서 앞으로도 지속적인 성장 가능성이 높아 지금까지 10% 수준에 머물고 있는 디지털인쇄와 6~700대 수준에 머물고 있는 POD인쇄가 가능한 디지털인쇄기의 판매는 더욱 증가할 것으로 전망된다.

이에 비해 오프셋인쇄기는 대규모 신규 수요를 찾기 어려울 것으로 예상되는데다가 인쇄설비의 가동률이 저조한 수준을 벗어나지 못하고 있기 때문에 단기간 판매가 회복되기는 어려울 것으로 보인다.

디지털 바람 거센던 주변기기업계

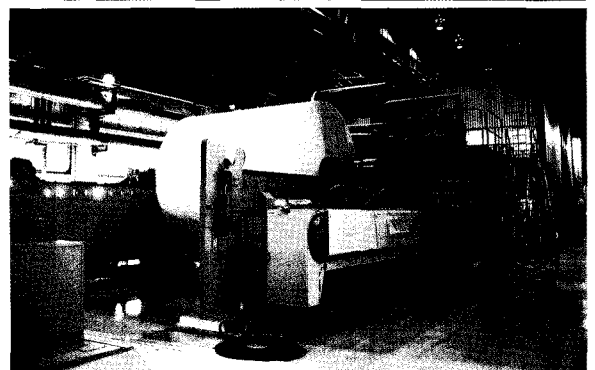
라미네이팅기, 라벨기 등 주변기기 업계의 국산 제조업체들은 지난해와 같은 환율에 따른 반사이익은 없었지만 크게 나쁘지 않은 한해를 보낸 것으로 보인다. 대폭적인 환율효과를 볼 수는 없었지만 일정부분 영향을 받았으며 인쇄기처럼 장비의 디지털화와 워크플로를 감안한 전체적인 공정 속에서의 역할에 주목하는 경향을 보였다. 또한 주변기기 시장은 단순히 장비의 디지털화에만 영향을 받은 것이 아니라 POD인쇄 등의 확산에 따라 새롭게 성장하는 시장인 포토티프 등으로 진입을 도와주는 다양한 제안으로 디지털화된 주변기기를 인쇄업계에 선보였다. 물론 인쇄업계의 극심한 부진에 따라 활발한 신규수요가 일어나지 않는 것은 부담이 되었지만 국내 보다 해외 시장에서 품질과 실력을 인정받고 있는 몇몇 기업들은 지속적으로 수출 지역 다변화와 수출 확대를 추진했다.

또한 주변기기 제조업체에 머물지 않고 디지털 인쇄기와 일관된 라인을 구성할 수 있는 디지털화된 주변기기들을 공급하는데서 그치지 않고 컨설팅하는 업체들이 등장, 앞으로의 활동과 그 역할에 대해 업계의 관심이 집중되기도 했다.

국제 펄프가 인상, 신규 설비 투자한 제지업계

제지업계는 지난해 수년간 진행되었던 구조조정이 마무리 되면서 그 효과로 전반적으로 실적이 개선되는 경향을 보였다. 특히 인쇄용지 부문에서는 내수 부문에서 안정적인 실적을 거둔 것으로 평가된다. 수출 부문에서도 제지업계는 덤핑 수출이 사라져 경영 개선효과를 거두었다. 한솔제지와 무림페이퍼, 한국제지 등의 5개사로 재편된 결과가 각 업체의 시장점유율 상승으로 이어졌다.

특히 한솔제지, 무림페이퍼, 한국제지의 메이저 3사의 시장 점유율은 60~70%에 달하고 있으며 국내 제지시장의 주도권을 장악했으나 올 초 칠레에서 발생한 지진으로 펄프 제조시설에 피해가 발생하면서 국제 펄프가격이 급등한데다가 지방선거의 사재기 수요까지 겹쳐 2~3개월 사이에 인쇄용지의 가격이 20%에 가깝게 급등하고 일부 백상지의 경우에는 공급이 제대로 이뤄지지 않는 사태가 빚어지기도 했다. 흥미로운 것은 올 하반기에 들어서 본격화된 인쇄업계와의 상생을 위한 다양한 프로그램이 대형 제지업계를 중심으로 진행된 것이다. 인쇄업체의 수





검수업

공정하기
비판용유제 2
(Medium)
0914-908-9024

공부를 닦은 이집트처럼 아메인 내기 심은 공짜가
치음으로 물을 피우던 날의 그 고로 섬세임으로
머리를 잃고 난 후 청운을 잃고 무로 하늘을 바라볼
때의 그 눈부신 감동으로 비은 뒤의 햇빛 속에
나무들이 둘러싸는 그 깨끗한 목소리로 빛이 아닌
일로 마음이 흔들 잃어 붙었던 친구와 오랜만에
회합한 후의 그 티없는 웃음으로 나는 항상 모든
사람을 사랑하고 싶다 못 간다게 힘든 아메도 다시
기뻐하고 다시 사랑하여 끝내는 꽃피를 닦은 머리로
적힌 한층의 아름다움은 편지로 매일을 살고 싶다.

익창출을 위한 컨설팅을 진행한다든지 인쇄용지에 대한 인쇄업체들의 의견을 듣고 제품 개발에 이를 반영하는 자문단을 운영한다든지 하는 움직임이다.

스마트폰 등장으로 기대감 커진 전자 출판

출판산업이 전체적으로 불경기의 여파로 어려움을 겪는데 비해 전자출판업계는 당장 폭발적인 성장이 보인 것은 아니라고 하더라도 중장기적으로 밝은 전망을 기대하는 한해가 되었다. 출판업계는 학습참고서를 제외한 모든 분야에서 최대 29.0%에 달하는 발행부수 감소를 보였다. 특히 만화 분야는 전문 출판사의 폐업이 잇따르고 종합출판사들이 만화 발행을 줄였기 때문이다. 온라인 서점의 할인 경쟁이 출판사의 부담으로 전가되어 수익성을 더욱 떨어뜨린 것도 출판시장의 불황을 부추긴 요소가 되었다. 그동안 꾸준한 호조를 보였던 번역 출판 시장도 지난해부터 감소로 돌아선 이후 올해는 지난해에 비해 12.4%나 감소해 충격을 안겨주었다.

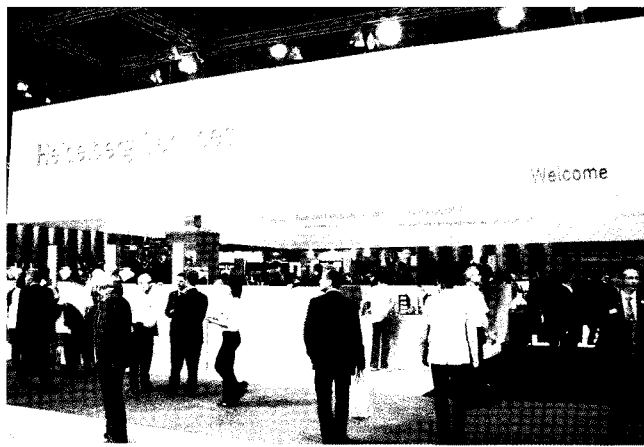
스마트폰의 보급이 확대되면서 전자책 시장의 성장이 예상되고 있으며 미국 일부 대형인터넷서점 가운데 하나는 신간의 경우에 전자책 출판이 종이책을 앞지르기도 한 것으로 알려져 충격을 주었다. 그러나 우리나라에서도 똑같은 현상이 일어날 것인지에 대해서는 속단하기 어려운 것으로 보인다. 이는 출판 유통시장의 구조가 미국과 다르고 국내 대형 출판사들이 아직까지는 전자책 시장에 참여에 소극적인 태도를 보이고 있기 때문이다.

어도비, 코렐 다양한 신제품 출시

편집시장을 좌우하고 있는 한국어도비시스템즈는 2010년 한 해 동안 온라인과 모바일과 관련된 투자를 강화하는 모습을 보였다. 지난 8월 발표한 '어도비 온라인 마케팅 스위트'를 비롯, 다양한 제품군들이 웹 사이트와 모바일에서의 원활한 사용을 염두에 둔 것이다. 이는 최근 페이스북, 트위터를 비롯, 다양한 모바일 디바이스 등 새로운 커뮤니케이션 방법이 등장하고 있어 다양한 온라인 사용자들의 이용 행태를 분석, 데이터를 기반으로 한 객관적이고 통합적인 마케팅 전략을 수립하고 실행할 수 있도록 돕기 위한 것이라고 어도비는 밝혔다.

뿐만 아니라 미래지향적인 오피스환경을 겨냥한 Acrobat X 소프트웨어를 새롭게 선보였다. 효과적인 PDF 커뮤니케이션을 지향하며 손쉬운 공동작업과 통합적인 기능을 수행, 작업 주기를 50% 단축할 수 있는 것이 특징으로 알려졌다.

한편 지난해 코렐페인터11을 발매했던 코렐코리아는 올해 100개 이상의 파일형식 지원, 1만개 이상의 클립아트, 1000개의 로열티 없는 고해상도 사진 등 한층 업그레이드 된 '코렐드로우 그래픽X5한글'을 출시한데 이어 마이크로소프트 윈도우7에 최적화되어 빠르고 효과적이고 안전한 업로드와 다운로드, 파일 압축과 해제 기능을 제공하는 윈집 14.5 한글 제품을 실시, 기존 고객에 대한 서비스 향상과 새 고객 공략에 나섰다.



디지털 서체 개발 바람, 인협 2차 인쇄전용 서체 개발

2010년 서체업계는 디지털 바람이 세계 불어 닦쳤으며 전문서체업체가 아닌 공공단체와 일반 기업체에 서 공익과 마케팅 차원으로 서체를 개발하는 경향이 두드러졌다. 포털업체인 네이버가 12개월에 걸쳐 약 5억 원을 투입해 나눔글꼴(나눔고딕, 나눔명조)을 개발해 무료로 배포했다. 인터넷 쇼핑몰인 인터파크도 통일된 이미지 구축을 위해 '인터파크고딕' 체를 개발, 배포했다. 인터파크고딕체는 볼드체, 미디움체, 라이트체 3종으로 구성해 한글 2350자, 특수기호 986자, 영문 95자로 이루어져 있다.

한편, 전문서체업체인 윤디자인은 인터넷용 서체(제목용 트루타입 폰트, 본문용 웹폰트)를 주요업체들과 협약을 통해 제공했으며 산돌커뮤니케이션도 온라인 쇼핑몰과 협약을 맺고 웹용 서체를 공급하기로 하는 등 이전에 비해 관심이 높아진 인터넷 서체시장에 직, 간접적으로 관여하는 양상을 보였다. 한편, 인협은 문화체육관광부의 지원사업으로 2차 인쇄공용 서체 개발 사업에 나섰다. 개발업체는 심사위원회의 엄정한 심사 끝에 윤디자인연구소가 선정되었으며 앞으로 인쇄에 적합한 서체가 개발되어 인쇄업계에 실질적인 도움이 될 것으로 기대를 모으고 있다.

규제 탓 업황 부진, 옥외광고센터 역할 논란

옥외광고업계는 지난 2008년 이전까지의 업계 관행을 완전히 뒤엎는 옥외광고센터를 오픈하고 각종 규제를 합리적으로 개혁해 지지부진한 옥외광고업계를 위한 획기적으로 발전시켜나갈 것을 기대했다. 그러나 지난해에 이어 올해도 실망감을 더했다는 것이 옥외광고업계 관계자들의 주장이다.

옥외광고센터의 기능과 역할이 불분명하다는 업계 내부의 비난은 제쳐놓더라도 사업권 대행 입찰이 계속적으로 유찰되는가 하면 입찰을 받더라도 막상 사업을 하기 위해 필요한 시도 자치단체의 강한 규제를 통과하지 못하는 경우가 많아 막대한 선금을 내고도 제대로 사업을 시행하지 못하는 이중고를 겪고 있는 것으로 알려졌다.

국내외 전시회는 성황

지난 5월 영국 버밍엄에서 개최된 IPEX2010은 인쇄산업 전반에 걸친 다양한 기자재와 프리프레스와 프레스, 포스트프레스 등 보다 다양한 워크플로를 선보였다. 최근 수년 동안 인쇄업계의 화두가 된 디지털인쇄는 이번 전시회에도 큰 영향을 끼쳤다. 많은 회사들이 '디지털'을 기반으로 한 다양한 프린팅 비즈니스 모델을 선보였으며 특히 신기술과 솔루션이 모두 POD에 초점을 맞춰 POD가 디지털화와 맞물려 인쇄·출판 분야의 큰 흐름임을 보여줬다. 인협은 IPEX전시회 사상 처음으로 한국인쇄관을 운영했다. 인쇄 및 기자재 업체 23개사 카탈로그와 인쇄물을 위탁 전시했으며 외국인들의 수출 상담과 참관이 줄을 이었다.

세계 최대 도서행사인 2010 프랑크푸르트도서전이 10월 6일부터 5일간 개최됐다. 62회째를 맞는 올해 도서전에는 전 세계 113개국 6930개 출판업체가 참가했으며, 신간 10만2867종을 포함해 총 30만9885종의 도서가 전시되었다. 우리나라는 75개 업체가 참가해 860여 종의 도서를 전시했다. 키에스2010전시회는 불경기의 여파에도 불구하고 역대 최대 규모 개최, 내실 있는 전시관 구성과 신제품 소개, 비즈니스 편의 시설의 확충 등으로 실속 있는 전시회로 평가받았다. 4일간의 전시회 기간 동안 2만여 명의 관람객이 전시장을 찾은 것으로 집계되었으며 인협은 지지 및 현대인쇄를 홍보하는 부스를 설치 운영하기도 했다. ☞

김상호 부장 kshulk@print.or.kr