

“한국 인쇄산업의 동향과 수출전략” 인쇄물수출 증대 가능성 많다

한국인쇄산업은 전반적으로 외형의 감소세를 보이고 있다. 이는 수년째 사업체수 및 종사자수가 감소한데 따른 것이다. 이에 비해 인쇄시설의 고급화와 IT시대를 맞아 자연스럽게 구조조정이 진행된 결과로 출하액과 부가가치는 지속적인 증가세를 보이고 있다. 국제인쇄포럼에서 김남수 대한인쇄문화협회 회장이 발표한 내용을 요약 정리한다.



김 남 수 대한인쇄문화협회회장

스마트폰 2천만시대의 인쇄

우리나라는 현재 스마트폰 보유자가 2천만 명을 넘어선 가운데 전자출판 시장이 활기를 띠면서 인쇄와 출판 산업이 위기론에 휩싸여 있다. 전자 소재와 종이 소재의 인쇄 및 출판물이 공존할 것이라는 전망에 대해 많은 사람들이 공감하고 있지만 인쇄업계는 IT시대에 따른 생존전략을 수립하는 것이 시급한 실정이다. 또한 디지털인쇄기의 보급이 확산되면서 생산방식과 요구 방식도 크게 변화하고 있다. 최근까지 단가를 감안한 소품종 대량인쇄의 경향이 짙었다면, 디지털인쇄기가 도입된 이후에는 다품종 소량인쇄가 더욱 활성화되었고 경쟁력을 갖게 되었다.

최근 들어 POD가 활성화되는 것은 디지털인쇄기의 도입에 기인한 것이며 POD는 일반소비자가 개인의 기호에 맞는 인쇄물을 제작할 수 있는 유용한 도구가 되고 있다. 이에 따라 단위당 인쇄물을 찍는 수량이 적어지고 고급인쇄물을 원하는 경향도 늘어나고 있다.

또한 환경에 대한 관심도 높아지면서 친환경 재활용용지, UV잉크, 무습수 인쇄, 콩기름 잉크 등 친환경 원료를 활용한 그린 인쇄에 대한 관심과 수요가 높아지고 있다. 한국에서도 컬러 표준화에 대한 움직임이 활성화되고 있는데 이 같은 디지털화, 다품종 소량화, 고급화, 친환경, 컬러 표준화 등은 전세계 인쇄업계에서 공통적으로 일어나고 있는 현상이다.

그러나 대부분의 인쇄사들은 중소기업여서 한 번에 관련 시설을 모두 도입하고 실행하기에는 투자할 비용과 부담이 너무 큰 실정이다. 특히 투자 대비 수익에 대한 보장도 불투명하여 선불리 도입하지 못하고 있다. 이에 따라서 아날로그와 디지털이 공존하듯이 현재의 기술과 역량을 최대한 활용하면서 새로운 기술과 환경에 적응해 나가는 방안을 모색하는 것도 적극 검토해야 할 것이다. 즉, 현재 한국의 우수한 기술을 활용해 해외 시장을 개척하는 방안과 블루오션을 창출하는 것이 과제라 할 수 있다.

〈표1〉 한국인쇄산업 동향 - 사업체수

(단위: 개, % - 전년대비 증감률)

구 분	사업체수						
	2007		2008		2009		
인쇄업	경인쇄업	7,798	-	7,414	-4.9%	7,304	-1.5%
	스크린인쇄업	2,162	-	2,119	-2.0%	2,121	0.1%
	기타인쇄업	4,833	-	4,283	-11.4%	4,107	-4.1%
	계	14,793	-	13,816	-6.6%	13,532	-2.1%
인쇄관련산업	제판 조판업	855	-	781	-8.7%	746	-4.5%
	제책업	920	-	1,030	12.0%	1,063	3.2%
	기타인쇄관련산업	1,111	-	1,082	-2.6%	1,083	0.1%
	계	2,886	-	2,893	0.2%	2,892	0.0%
총 계	17,679	-	16,709	-5.5%	16,424	-1.7%	

한국의 인쇄산업사업체 수는 2007년 이후 소폭 감소세에 있다. 특히, 오프셋인쇄와 그라비아인쇄등을 포함하는 기타 인쇄업에서의 감소세가 두드러지고 있으며 2010년 이후에는 스마트폰 등의 영향으로 전자책이 증가하고 있는 현실을 감안해 보면 그 감소폭은 더욱 커질 것으로 보인다. 또한 인쇄업 및 인쇄관련산업의 종사자도 인쇄산업 사업체 수 감소와 함께 감소하는 것으로 드러났다.

한편, 인쇄산업의 출하액은 사업체 수와 종사자 수 등 하드웨어적인 규모가 감소세인데 반해 예년과 비슷한 수준의 증가율을 보이면서 꾸준히 증가하고 있다. 다만, 제판 및 조판업은 2009년에 대폭적인 감소세를 보였다. 부가가치도 출하액과 비슷한 경향을 보이면서 꾸준히 증가하고 있다. 제판과 조판업은 부가가치 부문에서도 대폭적인 감소세를 보였다.

인쇄산업, 외적 정세에도 부가가치는 증가세

또한 디지털인쇄기의 증가와 전자출판의 활성화는 결과적으로 종이인쇄물 수요의 감소를 초래할 것으로 전망된다. 이에 대한 대안으로 인쇄업계는 IT와 접목한 블루오션을 창출하고, 국내 시장에서 벗어나 우수한 기술력을 바탕으로 삼아 해외시장을 적극 개척하는 전략을 마련해야 할 것이다.

인쇄물 수출동향

우리나라의 인쇄물 수출액은 지난 2009년을 제외하고 매년 15% 이상의 높은 성장세를 유지하고 있으며 이는 인쇄물 수출에 대한 긍정적인 신호라고 볼 수 있다.

〈표2〉 인쇄물 수출 동향

단위: 천 달러(USD)

기간	인쇄물 수출액	전년대비증감	전체 수출액	전체 수출액 중 인쇄물 비중
2006	184,868	-	325,464,848	0.057%
2007	213,100	15.27%	371,498,086	0.057%
2008	260,610	22.29%	422,007,328	0.062%
2009	250,764	-3.78%	363,533,561	0.069%
2010	357,882	42.72%	466,383,762	0.077%
2011.1~5	118,530	-		0.052%

지난해 우리나라의 인쇄물 수출액은 전년 대비 42.72% 증가하여 3억5788만 2천달러에 달하며 3억 달러를 넘어섰으나 이는 지난해 우리나라 전체 수출액인 4663억8376만2천 달러에 비하면 0.1%에도 미치지 못하는 0.077%에 그치는 미미한 비중을 차지하는데 그치는 것이었다. 한국의 인쇄물 수출 상위 10개국을 보면 전반적으로 최대 시장은 미국과 일본임을 알 수 있다. 미국의 경우, 한 해 평균 8~9천만 달러 이상 꾸준히 수출되고 있고, 일본 역시 매해 2~3천만 달러 수출되고 있다. 영국, 독일, 프랑스 등의 유럽시장과, 호주, 러시아, 홍콩 등에 대한 수출도 꾸준히 이뤄지고 있다. 현재 가장 눈길을 끄는 시장은 태국이다. 지난 2007년부터 대폭적인 증가세를 보였고 2010년에는 전체 인쇄물 수출량의 40%를 차지할 정도의 성장을 보였다. 태국의 전체 산업 규모를 고려할 때, 현재 한국 인쇄물 수출이 차지하고 있는 의미는 더욱 커질 것이지만, 2011년 들어서 태국에 대한 수출량이 크게 줄어들었기 때문에 이에 대한 원인을 파악하고, 앞으로의 가능성을 진단해 보아야 할 것이다.



올해 들어서 인쇄물 수출 동향은 이전과는 전혀 다른 모습을 보이고 있다. 대일본 수출량의 증가와 대태국 수출량의 감소가 대표적으로 두드러진 현상이다. 일본의 경우, 동일본 지진 피해의 영향이 국내인쇄시장에 긍정적인 결과를 가져왔다고 할 수 있다. 상반기까지의 수치이기는 하지만 일본에 대한 인쇄물 수출액은 3950만9천 달러에 달하며 전체 수출액의 33.3%에 달해 1위 수출국의 자리에 올랐다. 미국은 3421만4천 달러에 그치면서 28.9%의 점유율로 2위에 머물고 있다. 지난해 40%의 점유율로 1위를 차지했던 태국은 37만6천 달러에 그치면서 0.32%의 저조한 점유율로 10위안에도 들지 못한 11위에 그쳤다. 3위와 4위는 홍콩(1200만7천 달러)과 중국(352만4천 달러)이 각각 차지했다.

중국 및 홍콩에 대한 수출입 현황을 자세히 들여다보면, 그 성격이 판이하게 다름을 알 수 있다. 대 중국 인쇄물 수출입 금액과 무역수지를 보면, 무역 수지 적자폭이 계속 증가하고 있음을 알 수 있다. 이는 중국에 대한 인쇄물 수출의 대부분은 가공 무역을 위한 수출이 차지하고 있는데 따른 것으로 풀이된다. 홍콩의 경우는 무역수지가 흑자로 돌아서고 있어 이전의 가공무역 중심에서 실질적인 수출로 전환되고 있음을 알 수 있다. 앞으로 동남아시아에 진출할 경우, 함께 할 수 있는 방안을 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

한편, 대륙별로 본 인쇄물 수출동향은 국가별 수출동향의 영향을 많이 받았음을 알 수 있다. 최대의 인쇄물 수출시장인 미국이 포함된 북미 대륙은 2007년 42.6%의 점유율을 보이는 등 33.8% 이상의 높은 점유율로 줄곧 1위 자리를 지켜왔으나 지난해에는 24.6%에 그치면서 동남아시아지역에 1위 자리를 내주었다. 금액적인 면에서는 8800만8천 달러로 수년간 평균 수출액과 큰 차이가 없었으나 태국이 속해 있는 동남아시아지역에 대한 수출액이 최근 수년간의 평균 수출액인 3천만 달러에 비해 4배가 넘는 1억4755만3천 달러에 달하는 대폭적인 성장을 한데 힘입은 바 컸다. 중국 및 홍콩 지역은 최저 7.5%(2008)에서 최고 15.8%(2009)에 달하는 점유율을 보였으며 금액적으로는 1949만7천 달러에서 3955만6천 달러에 이르는 수치를 보였다. 특히, 홍콩은 앞으로 동남아시아에 본격적으로 진출할 경우에 함께 하는 방안을 고려할 만한 파트너가 될 수 있다.

대륙별 맞춤형 수출전략 수립해야

똑같은 인쇄물이라고 해도 대륙별로 다른 성향을 보이고 있기 때문에 이에 따라 차별화된 대응이 필요하다.

〈북미〉 대륙으로 파악, 면밀한 시장분석 선행해야

북미의 경우, 면적과 시장규모 면에서 한 개의 국가라기보다는 대륙으로서의 의미가 크기 때문에 면밀한 시장 분석이 필요하다. 유럽에 대한 수출액이 전체 시장의 6~7%라는 낮은 수준에 그치고 있으나 영국, 독일, 터키 등에 수출물량이 꾸준히 증가하는 점을 감안하면 확대를 위한 역량을 키워야 할 것이다. 또한 호주, 러시아, 중동 지역 등으로 지속적으로 거래가 이뤄지고 있다는 사실에도 주목할 필요가 있다.

〈동남아시아〉 신흥시장 성장 대비 적극 개척해야

〈표3〉 태국의 주요국가 인쇄물 연간수입액

단위: 천 달러(USD)

	2010		2009		2008		2007	
한국	120,198	38%	48,209	22%	102,830	34%	51,178	22%
미국	55,811	18%	55,815	26%	55,900	19%	52,787	23%
일본	31,797	10%	22,938	11%	23,520	8%	18,546	8%
중국	15,042	5%	12,011	6%	14,303	5%	13,257	6%
영국	20,029	6%	18,790	9%	23,049	8%	27,792	12%
싱가포르	119,820	4%	10,360	5%	14,290	5%	9,131	4%
총 수입액	312,380		216,930		299,990		233,255	

태국이 포함되어 있는 동남아시아 시장은 새로운 시장으로 부상할 수 있다는 점에서 관심을 가져야 한다. 이전에는 동남아시아는 낮은 경제 수준으로 인쇄물에 대한 수요도 적을 것이라는 우려가 있었지만 최근 수년간 보여준 태국의 사례에서 보듯이 인쇄물에 대한 수요가 경제 수준과 관계없이 상당히 높은 것을 알 수 있다. 더욱이 한국의 우수한 인쇄기술과 미국, 유럽, 일본 등에 비해 상대적으로 저렴한 가격 경쟁력을 바탕으로 개척할 가능성이 충분한 시장이라 할 수 있다.

〈유럽〉 권역별로 세분화한 대응 필요

유럽은 대륙별 인쇄물 수출동향에서 보았듯이 유럽 각 국가에 대한 인쇄물 수출액은 크지 않지만 유럽 대륙으로 보았을 때, 총액은 전체 인쇄물 수출액의 6~7%를 차지하고 있다. 국가별로 보았을 때는 터키, 영국, 독일, 이탈리아 등의 비중이 크지만 금액 자체가 소액이기 때문에 큰 의미를 부여하기는 어려운 실정이다. 이에 비해 폴란드, 루마니아, 체코 등의 동유럽 국가들에 대한 수출은 수십만 달러라는 미미한 수준에 머물고 있지만, 성장잠재력은 큰 편이라고 할 수 있다. 이에 따라 유럽에 대해서는 영국, 독일, 이탈리아 등의 서유럽권과 폴란드, 루마니아, 체코 등 동유럽권에 상황과 현지 시장의 요구사항에 맞추어 적극적으로 진출을 모색해야 할 것이다. 특히 유럽시장을 통해 러시아 등으로 진출할 발판을 마련할 수 있을 것이다.

〈일본〉 수입형태변화, 적극 대처로 시장 확대해야

일본은 전통적으로 인쇄물을 수출하기에 까다로운 조건을 충족시켜야 하기 때문에 일본 시장에 한국이 차지하는 비중은 2%대에 그치고 있었다. 일본이 내세운 조건을 어려움 없이 충족시킬 수 있는 미국, 프랑스, 영국 등의 점유율이 10~20% 후반에 달했다. 중국도 16~18%에 달하는 시장 점유율로 상위 3~4위권을 유지해 왔다. 서유럽과 미국에서 수입한 인쇄물은 대부분 출판물로 추정된다.

그러나, 올해 들어서는 기존의 수입형태가 크게 바뀌었다. 미국, 영국, 프랑스로부터의 인쇄물 수입이 3개국을 합산하더라도 30%를 겨우 넘기는데 그쳐 이전에 비해 20%이상 급감한 수치를 보였다. 대신 오스트레일리아가 0.1% → 6.9%, 홍콩이 0.8% → 5.6%, 타이완은 1.6 → 5.3%로 급증한 수치를 보였다. 한국은 2.7%에서 17.8%로 6배가 넘는 급성장으로도 금액 기준으로 전년 동기의 7억 엔에 비해 90억 엔을 넘는 13배에 달하는 대폭적인 신장세를 보였다.

● 기획2 국제인쇄산업대전

〈표4〉 일본의 주요국가 인쇄물 연간수입액

단위: 천 엔(Y)

	2010. 1-4		2011. 1-4	
	수입액	%	수입액	%
한국	705,320	2.7%	9,099,478	17.8%
중국	4,864,319	18.9%	2,724,400	5.3%
타이완	400,799	1.6%	3,482,545	6.8%
홍콩	213,539	0.8%	2,870,679	5.6%
싱가포르	1,398,196	5.4%	1,928,107	3.8%
영국	2,786,295	10.9%	5,947,825	11.6%
프랑스	3,725,421	14.5%	915,102	1.8%
미국	7,649,756	29.8%	9,649,495	18.9%
오스트레일리아	21,521	0.1%	3,513,757	6.9%
계	25,672,201		51,089,116	

이런 현상이 벌어진 것은 동일본 지진의 영향으로 일본의 인쇄물 수입 구조에 큰 변화가 나타난 것으로 추정할 수 있다. 그동안 까다로웠던 기준이 상대적으로 완화되는 경향을 보일 것으로 예상되기 때문이다. 이에 따라 현재 한국으로 오는 수주량을 늘리도록 노력하는 것은 물론이며 타이완, 홍콩, 오스트레일리아로 발주되고 있는 물량도 한국으로 올 수 있도록 하는 적극적인 전략의 필요성이 크다고 하겠다.

〈표5〉 태국에서 수입하는 한국 인쇄물의 품목별 금액 및 비중

단위: 천 달러(USD)

품 목	2011. 1 ~ 5	
	수입액	%
인쇄서적, 소책자, 리플렛, 이와 유사한 인쇄물	400	49.58%
신문잡지 및 정기간행물	25	3.03%
아동용의 그림책과 습학 책	3	0.32%
약보	26	3.18%
지도, 해도, 이와 유사한 차트	1	0.10%
설계도와 도안	2	0.26%
우표, 수입 인지, 기타 유가 증권	-	0.00%
전사물	70.0	8.64%
인쇄된 엽서, 인쇄카드	2.0	0.27%
캘린더	12	1.51%
기타 인쇄물(인쇄된 그림과 사진 등)	267	33.10%
계	808	

1. 자료 - 태국관세청
2. 품목 - HS코드 49류로 지정
3. % - 해당년도 총 수입액 가운데 해당 품목이 차지하는 비중
4. 수입액은 CIF 바트화를 현재 환율로 적용하여 USD로 일괄 환산하였으므로 한국 관세청 자료 (USD FOB 수출금액 기준)와 차이가 있을 수 있음

동남아에서 최근 수년간 눈에 띄는 성장세를 보인 태국의 인쇄물 수입 현황에 대해 살펴보면, 2007년 태국의 인쇄물 수입액은 2억3325만5천 달러였으며 그 후 2억1693만 달러(2009)에서 3억1238만 달러(2010)를 기록했다. 이 가운데 한국이 차지하는 비중은 22%(2007, 2009)에서 38%(2010)에 달했으며 금액으로는 2007년 5117만8천 달러, 2008년 1억283만 달러, 지난해에는 사상 최대치인 1억2019만8천 달러를 기록했다.



태국에서 수입한 한국 인쇄물의 세분화해서 보면 지도, 설계도와 사진류가 많은 것을 알 수 있다. 지도와 설계도 등은 한해 수입량이 늘면, 다음해에는 다시 감소하는 경향을 보였으나 사진류 등의 인쇄물은 지속적인 증가세를 보였다. 이런 현상은 지도, 설계도 등의 수요는 프로젝트의 유무에 따라 수입량이 크게 영향을 받은 것으로 보이며, 이에 비해 사진류 등의 기타 인쇄물의 경우는 한류의 영향을 받아 한류 스타의 사진, 화보 등이 주를 이루었을 것으로 보인다.

태국은 동남아 시장 진출에 있어서 중요한 시사점을 보여주고 있다. 즉, 한류의 영향이 큰 동남아 다른 국가에도 한국 인쇄물이 대량 수출될 수 있다는 가능성을 보여준 것이다. 그러나 한계점을 보인 것은 사진 류 등의 수출이 다른 인쇄물 품목으로까지 확대되지 못했던 점이고, 이것이 2011년 들어서 대 태국 수출량이 감소한 원인이라고 할 수 있다. 앞으로 이를 극복하기 위해서는 한류의 영향력이 큰 동남아 시장을 대상으로 한국의 우수한 인쇄술을 적극 홍보한 후에, 다른 인쇄물 분야인 서적, 브로슈어, 패키지 등에 이르기까지 시장을 확대할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

변화하는 요구와 이에 대한 대응방안

인쇄산업도 디지털화가 진전되면서 친환경인쇄, 다품종 소량인쇄, 고품질 인쇄 등에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 이런 요구는 서유럽 및 미국 시장을 중심으로 증가하고 있다. 서유럽과 미국의 일부 주정부에서는 친환경 원료를 이용하는 인쇄물에 대해 지원정책을 펴고 있으며 이들의 인쇄물을 수주하는 해외 거래처에 대해서도 FSC 등 그린 인쇄에 대한 인증을 획득한 인쇄사를 요구하고 있다. POD인쇄를 이용한 다품종 소량 인쇄의 선호도가 크게 높아지면서 소장 가치가 높은 고품질의 화보집, 사진집 등에 대한 수요도 높은 증가세를 보이고 있다.

이러한 대내외적인 변화와 요구에 대해서 국내 인쇄업계가 취할 수 있는 대응방안은 첫째, 재직자 교육을 통해 신기술을 습득할 수 있도록 적극 지원해야 할 것이다. 둘째, 친환경은 거스를 수 없는 대세임을 인지하고 관련 인증의 획득과 친환경 제지, 잉크, 기술 등을 적극 활용할 수 있도록 해야 할 것이다. 셋째, 고품질 인쇄에 대한 수요에 대응하기 위해서 설비에 대한 투자를 반드시 해야 한다. 오래된 설비를 정비하고 인쇄의 고급화 전략을 구축해야 할 것이다. 넷째, 수출전문인력 양성과 대한인쇄문화협회의 수출지원센터 역량 강화를 통한 수출지원업무 활성화가 반드시 필요하다. ☞