

한국hp 디지털 출판 컨퍼런스

글 | 임남숙 차장 sang@print.or.kr



한국HP는 지난 5월 26일 서울 그랜드하얏트호텔 남산룸에서 '디지털 어드밴티지-출판의 미래'라는 주제로 디지털 출판인쇄 컨퍼런스를 개최했다.

출판유통진흥원(원장 김종수) 후원으로 열린 이날 행사에서는 100여명의 출판인들이 참여해 디지털 출판에 대한 세계적인 현황과 함께 디지털인쇄의 장점과 성공사례발표를 경청했다.

김종수 출판유통진흥원장은 "출판시장이 어려워짐에 따라 출판사에서도 다양한 방책들을 모색하고 있다. 이에 다품종 소량인쇄를 할 수 있는 디지털인쇄를 고민하는 출판사들이 많아지고 있다. 이번 컨퍼런스를 계기로 디지털인쇄에 대한 많은 정보를 얻기를 바란다"고 말했다.

김병수 한국hp 이미징 프린트그룹 그래픽솔루션 비즈니스 사업부 상무는 "국내 출판산업은 재고부담, 생산 및 유통비용 절감, 소량 맞춤형 출판수요, 납기 등 변화하는 환경에서 디지털인쇄기술의 글로벌 선도기업인 hp가 새로운 비즈니스 기회를 마련하고 미래 출판산업의 핵심이 될 다양한 신기술과 제품을 소개하고자 이 자리를 마련하게 됐다"며 "끊임없이 진화하고 있는 출판환경에서 어떻게 출판사들이 성장기회를 만들고 디지털환경에서 어드밴티지를 얻을 수 있는지에 대한 솔루션을 제시하고 디지털 출판인쇄를 위한 최신 기술 및 성공사례 정보를 얻을 수 있을 것"이라고 말했다. 그는 또 "디지털인쇄가 증가하면서 시장이 커지고 있으며, 세계적으로 1년 사이에 260억 페이지가 늘었고 2000억 페이지가 디지털인쇄로 옮겨지고 있다. 이러한 추세라면 2013년 디지털인쇄시장은 175조원 규모로 크게 확대될 것으로 보인다"고 말했다.

세계적인 디지털인쇄출판 현황

이날 컨퍼런스에서는 현재 콜드로직 대표이며 전 라이트닝소스 대표인 커비(Kirby Best)씨가 '변화하는 출판환경에서 어떻게 출판사들이 디지털인쇄를 활용해 새로운 기회를 만들 수 있는지에 대한 강연'을, hp 아시아퍼시픽 매니저인 위니 흥(Winnie Hung)씨와 hp IPG 잉크젯부문 매니저인 더글라스(Douglas Sexton)씨가 '출판업계 디지털인쇄 성공사례'에 대해 발표했다.

커비씨는 "현재 내가 운영한 회사중의 하나인 '라이트닝소스'는 세계에서 가장 큰 주문형 출판회사이다. 평균 카피매수는 180만 카피인데, 보통 디지털로 인쇄하고 있으며, 디지털 라이브러리에 저장된 목록은 200만권 정도가 된다. 한 달에 인쇄하는 부수는 150만부다"라며 "라이트닝소스의 가장 큰 특징은 주문이 발생하는 즉시 인쇄를 하는데, 한권이라도 인쇄를 요청하면 어느 곳이든 배송을 해준다는 것이다. 이것은 출판사에서 중요한 컨셉 중의 하나다. 이렇게 주문이 들어온 즉시 인쇄가 들어가면 절판되는 도서가 없어진다. 절판되는 책 자체가 없기 때문에 수익이 끊임없이 날 수가 있다. 또한 기존의 인쇄방식과는 다르게 필요한 정확한 부수, 즉 1000부 2000부가 아닌 5221부, 38권 등 원하는 정확한 부수로 구매가 가능하다. 특히 미국에서 가장 큰 총판중의 하나인 아마존닷컴의 24시간 운송시스템 덕분에 판매가 증가하고 있다"고 말했다.

디지털인쇄, 부가가치창출 비용절감에 적합

위니씨는 "출판업계와 인쇄업계가 함께 윈윈하기 위해서는 부가가치 창출의 기획모색과 비용의 최적화가 중요한 문제가 된다. 디지털인쇄를 하게 되면 5가지의 부가가치 창출 기회를 갖게 된다. 우선 주문시간이 줄어들고, 재고보유량이 줄어든다. 소비자의 주문시간 단축과 출판사의 재고보유량 축소는 출판사에 이익을 가져온다. 디지털인쇄를 하게 되면 우선 출판사의 가장 고질적인 문제중의 하나인 재고보유량이 줄어든다. 필요한 만큼만 인쇄를 하기 때문에 재고를 쌓아둘 필요가 없기 때문이다.



1. 한국hp '디지털 어드밴티지-출판의 미래' 컨퍼런스 전경
2-6. 한국hp 컨퍼런스에 참가한 김종수원장, 김병수상무, 더글라스씨, 위니씨, 커비씨 7. 최근 대학에서는 여러 교재에서 자신에게 맞는 부분만을 뽑아 맞춤형 교재를 만들어 사용하는 경우가 많아지고 있다. 피어슨출판사에서 맞춤형 출판물 통해 출판된 책 8. 컨퍼런스에 전시된 디지털인쇄물

세 번째로 책을 처음 출판할 때 테스트로 소량을 인쇄한 후 판매추이를 지켜본 후 계속 디지털인쇄를 할 것인지 오프셋인쇄를 할 것인지 결정하면 된다. 판매량이 그리 많지 않은 책의 경우 일정량만을 디지털인쇄로 하고, 베스트셀러의 예감들이 경우에는 오프셋인쇄기로 대량인쇄를 하면 된다. 이외에도 소량이지만 끊임 없이 판매가 되는 통테일북의 경우 디지털인쇄가 더욱 유리하다"고 말했다.

더글라스씨는 "피어슨 출판사(pearson publishing)는 2007년에는 50억 파운드의 매출을 올렸다. 그리고 연간 5만권을 출판하고 있으며, 이것을 페이지로 환산하면 1000페이지정도가 된다. 그런데 출판된 책의 28%정도가 출판사로 다시 들어오기 때문에 수익부분에서 1억파운드 정도 마이너스가 되고 있다. 이러한 구조를 바꾸기 위해 우선 인쇄를 하고 판매가 활발하기를 기다리는 것이 아니라 판매현황을 보고 인쇄를 하는 것으로 바꾸었다. 그 이유는 효율성을 높이고, 출판물의 폐기양을 줄여 친환경으로 바꾸기 위함이었다"고 말했다.

그는 또 "디지털출판이 발달하기 위해서는 여러 가지 해결해야 할 문제가 있다. 우선 오프셋인쇄품질과 같은 퀄리티를 보장해야 하며, 오프셋인쇄를 했을 때보다 디지털인쇄에서 페이지가 더 두꺼워지는 경우가 많은데 이러한 경우도 없어야 한다. 물론 가격도 저렴해야 한다"고 말했다.

한편 발표가 끝난 후 많은 출판인들이 디지털인쇄사례에 대한 질문이 이어져 디지털인쇄에 대한 관심이 높음을 알 수 있었다. ↻