

미국 인쇄 산업 2012년 결산 5만8000개 업체 · 132만 종사자 · 2300억 달러 매출

NAPL(National Association for Print Leadership; 미국의 인쇄리더십협회)의 수석 경제학자가 2012년의 미국 인쇄산업을 결산하며, “최근의 조사결과에서 미국의 많은 인쇄사는 아직도 인쇄산업에 많은 기회가 있다고 여기는 것으로 나타났다. 하지만 이는 동일 장소에서 오랜 기간 같은 일을 반복하고 있는 회사에게는 통용되지 않는 사실이다”라고 밝힌 바 있다. 이는 미국 인쇄산업의 현 주소를 단적으로 보여주는 말이다.

글 | 조갑준 기자 kjcho@print.or.kr



인쇄관련 산업의 통계를 집계할 때는 항상 논란거리가 있기 마련이다. 미국에서 최근 ‘국가 산업’에 관한 리포트를 발간할 때도 이러한 논란은 있었는데, 결국에는 인쇄와 관련된 모든 종류의 회사 및 업무를 범주에 포함시키기로 했다. 이에 따라 NAPL은 상업인쇄사, 디지털 인쇄사, 킥프린터(소형인쇄업체), 북미산업분류시스템(NAICS) 코드 32311에서 ‘인쇄’라고 명명된 것에 포함되는 기타 업체 등의 4개 그룹으로 분류했다. NAPL에 따르면 NAICS 32311 코드에서의 기타 인쇄업체는 ‘출판사, 컨버터, 사내공장은 물론이고, 주 업무는 아닐 지라도 인쇄작업을 진행하고 있는 모든 업체’를 포함한다. 또한 기존에는 킥프린트사와 소형 인쇄사를 따로 분류했었지만, 이제는 의미 있는 구별을 할 수 없기에 같은 개념으로 보기로 했다.

82% 이상이 20인 이하 소규모

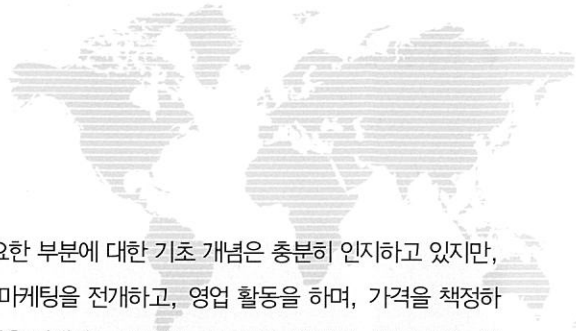
미국에서 영업 중인 인쇄 관련 업체는 과연 얼마나 될까? 경제 센서스의 데이터를 보면, 상기 4개 영역에서 3만1000개를 조금 상회하는 업체가 있는 것으로 나타났다. 여기에 복사점과 무역중개업체를 포함하면 약 4만개에 이른다. 책자를 비롯한 시기물과 신문 출판사를 포함하면 5만8000개 업체에서 총 132만명이 종사하며 2300억달러의 매출액을 올리는 것으로 추정된다. NAPL은 여기에 사내공장, 컨버터, 기타 인쇄기나 디지털 인쇄 및 복사 시스템을 운영하는 업체들을 추가할 경우에는 적어도 이 수치의 2배에 달할

것이라고 판단하고 있다.

순수하게 4개의 인쇄 그룹을 살펴 볼 경우, 가장 많은 그룹은 소형 업체였다. 82% 이상이 20인 이하 사업장이고, 70% 정도는 10인 이하 사업장이었다. 반면에 100인 이상의 대규모 업체는 4% 정도에 불과했다. 그럼에도 불구하고 4% 규모인 100인 이상 업체에서 차지하는 매출액은 인쇄산업 전체의 약 50%에 달했다.

영업 영역 비인쇄 부문으로 확대

인쇄산업은 황금기를 구가하는 동안 잉크를 통한 인쇄물을 생산해냈다. 그러다가 디지털 인쇄를 도입하면서 토너를 활용하기 시작했다. 디지털 인쇄 방법이 도입되기 전까지 인쇄사들은 종이를 통해 거의 대부분의 영업이익을 실현했다. 그렇지만 최근 PRIMR(Print Industries Market Information and Research; 미국의 인쇄산업시장정보연구소)에서 발표한 보고서에 따르면, 종이인쇄는 전체 인쇄산업 매출액의 86.6%를 차지하고, 비인쇄 부문 매출량이 13.4%에 달한 것으로 나타났다. 비인쇄 부문 매출은 주로 고객주문처리 업무 및 물류 서비스(29%), 우편발송 서비스(27%), 디자인서비스(25%) 등을 들 수 있다. 이외 마케팅 서비스(6%), 데이터 관리 서비스(6%), 웹 및 인터넷 서비스(4%), CD/DVD/USB 복제 서비스(2%), 사진 및 동영상 서비스(1%) 등도 포함된다.



6년 간 디지털인쇄 비중 2배 증가

NAPL의 통계는 시시각각 변하는 인쇄산업의 트렌드 변화를 보여 준다. 2004년만 해도 평판인쇄는 매출액의 76.7%에 달했고, 디지털 프린팅 및 부가가치는 18.2%에 불과했다. 하지만 딱 6년 후 전체 매출액에서 평판인쇄가 차지하는 비중은 54.6%로 급감한 반면에, 디지털 인쇄 및 부가가치 부분은 37.8%까지 확대됐다. 아울러 NAPL은 동 연구보고서를 통해 앞으로는 디지털 인쇄, 웹투프린트, 원투원 크로스 미디어 마케팅, 메일링, 와이드포맷, 아트디자인·크리에이티브, 4색 평판, 데이터베이스 관리, 고객주문처리 등의 순으로 성장할 것으로 전망했다.

이는 최근 PIA(Printing Industries of America; 미국인쇄산업기구)가 메일링 및 고객주문처리, 데이터베이스 관리, 워크플로 솔루션, VDP 및 개인화, QR코드, PURLs, 서치 엔진 마케팅, 소셜 미디어, 디자인서비스, 웹서비스와 같은 비전통적 부문이 크게 성장할 것이라고 전망한 결과와 비슷하다.

메일링 등 비인쇄 부문 수익활동 전개

위와 같은 보고서를 통해 미국 인쇄산업의 몇 가지 트렌드를 발견할 수 있다. 첫째, 많은 인쇄사들이 이미 메일링, 고객주문처리, 와이드포맷, 아트 및 디자인 등과 같은 일부 비인쇄 부문에서 수익 활동을 벌이고 있다. 둘째, 디지털 인쇄가 오프셋 평판인쇄의 작업을 지속적으로 대체하고 있다. 셋째, 많은 인쇄업체가 비전통적인 분야가 잠재된 수익원이라는 것을 인지하고는 있지만, 이를 실제로 활용하는 경우는 아직까지 많지 않다.

대부분의 미국인은 크리스마스와 같은 이벤트를 앞두고는 저마다 판촉경쟁에 나선 업체들이 보내는 수십 개의 제품홍보 카탈로그를 받는다. 이처럼 인쇄사들은 판촉활동을 벌이는 많은 업체들과 작업을 함께 한다. 그리고 몇몇 업체들은 스마트폰을 통해 온라인숍에 접근할 수 있는 QR코드를 인쇄하는 등 발 빠른 대처를 보여주기도 한다. 그렇지만 대부분의 인쇄사는 변화하는 트렌드에 맞춰

개발이 필요한 부분에 대한 기초 개념은 충분히 인지하고 있지만, 이에 대해 마케팅을 전개하고, 영업 활동을 하며, 가격을 책정하고, 직접 일을 진행하는 방법에는 확신이 부족하다. 예를 들어, 원투원 가변데이터인쇄 프로그램을 이론적으로 명확하게 이해하고 있더라도 합당하게 구성된 ROI(투자수익률)와 고객을 설득하기 위해 추가적으로 들어가야 할 비용에 대한 가치를 산출하는 데는 어려움을 겪는다.

킵프린트 분야 연평균 8% 성장

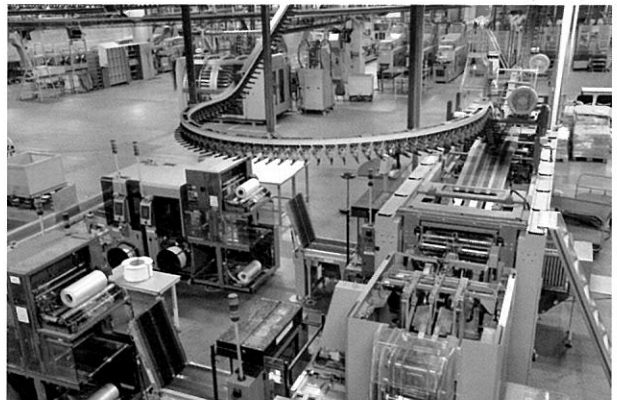
경제 환경이 어떻더라도 실적이 좋은 업체는 항상 존재하기 마련이다. 이러한 업체들은 경쟁업체에 비해 보다 많은 수익을 올린다. 그렇지만 전혀 그렇지 못한 업체들도 있다. 최근에 발표된 보고서에 따르면 킵프린트 분야 '톱 100'에 상정된 업체들의 총매출액은 8% 성장한 것으로 나타났다. 그중에는 타 회사를 인수함으로써 무려 600% 이상의 매출 성장을 기록한 아주 특수한 경우도 있었다. 이와는 다르게 전통적이면서도 일반적인 방법을 통해서 26~191%까지 성장한 업체들도 눈에 띄었다. 그렇지만 대부분의 업체들은 한 자릿수 성장을 기록하거나 전년과 비슷한 실적을 올렸다. 물론 일부 업체는 두 자릿수의 큰 감소세를 보이기도 했다.

근로자 1인당 매출액 부문에서 톱100에 든 업체는 모두 20만 달러를 초과했는데, 17개의 업체는 1인당 매출액이 12만5천 달러 이하에 머물렀다. 특히 3개의 업체는 1인당 매출액이 겨우 9만 달러에 불과했다. '톱 100'의 기준이 되는 매출액은 225만 달러였는데, 총매출액이 회사 이익률을 가능하는 가장 중요한 지표가 아님을 알 수 있다. 총매출액과 근로자 1인당 매출액의 비율이 서로 상응하지 못했기 때문이다.

이들 업체는 대체로 좋은 실적(25%), 평균 실적(50%), 나쁜 실적(25%) 등의 3개 층으로 나눌 수 있다. 당연히 좋은 실적을 올린 업체가 항상 높은 수익을 올렸다. 그리고 여기에서 한 가지 좋은 정보를 얻을 수 있었다. 나쁜 실적을 올리는 업체들을 통해 인쇄산업의 어느 분야가 지속적으로 감소하는지 가늠할 수 있다는 사실이다. ↻



인쇄산업은 황금기를 구가하는 동안 잉크를 통한 인쇄물을 생산해냈다.



킵프린트 분야 '톱 100'에 상정된 업체들의 총매출액은 8% 성장한 것으로 나타났다.