



변화에 적응할 것인가, 도태될 것인가

한국후지제록스가 국내에 디지털 인쇄를 처음으로 소개하기 시작한 1990년대만 해도 '디지털 인쇄'라는 개념 자체가 시장에 성립돼 있지 않았다. 하지만 이제는 그 누구도 디지털 인쇄의 필요성에 대해 의문을 갖지 않는다. 지난 수년간 웹, 모바일, SNS 등 미디어의 급속한 변화와 함께 소비자들의 행동 양식과 커뮤니케이션 수단이 바뀌었고, 그에 따라 인쇄 시장에 대한 요구 또한 달라졌다. 이러한 변화의 급물살과 함께 2014년에도 큰 성장이 예상되는 디지털 인쇄 시장에는 어떠한 변화들이 있을까?



김중대 한국후지제록스 PS사업부 총괄 상무

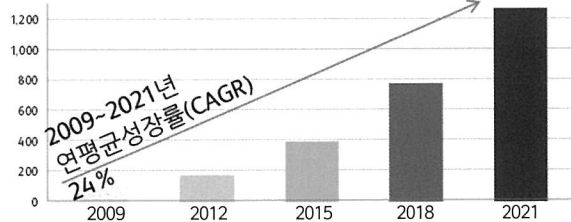
디지털 컬러와 애플리케이션의 성장

시장조사기관 캐슬론앤컴퍼니(Caslon & Company)에서 발표한 자료에 따르면, 디지털 인쇄 시장은 2021년까지 연평균 24%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 게다가 2012년에는 출력량이 1.2조 페이지를 넘어설 것으로 보고 있다고 하니 실로 어마어마한 양이 아닐 수 없다. 멀티미디어의 발전과 함께 종이 사용량이 줄어들 것이라고 예측하는 사람들도 있지만, 디지털 인쇄 시장의 출력량은 오히려 지속 증가할 것으로 보고 있는 것이다. 캐슬론앤컴퍼니가 발표한 애플리케이션별 디지털 컬러 출력량을 보면, 브로슈어, 카탈로그, DM, 트랜스프로모, 출판 등이 향후 10년 동안 컬러 디지털 인쇄 분야의 성장을 이끌어 나갈 것으로 보인다. 이 애플리케이션들의 연평균 성장률은 모두 20% 이상으로 전망된다. 최근 재고 관리를 위한 소량 출판, 맞춤형 인쇄가 인기를 끌고 있는 트렌드를 봤을 때 이러한 전망은 더욱 신빙성이 있다.

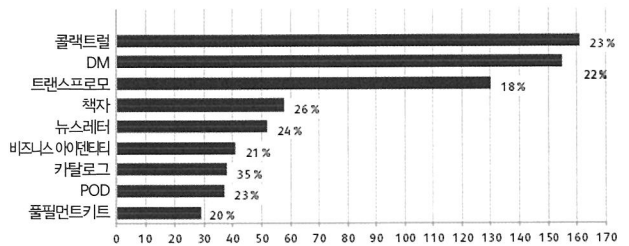
피라인터내셔널(PIRA International)에서 2011년 발표한 애플리케이션 시장 분석 자료를 보면, 2016년 디지털 낱장 인쇄 시장의 규모는 약 1500억 페이지이며, 이 중 상업인쇄 시장은 가장 큰 부분을 차지한다. 연평균 성장률은 10% 정도로 아주 높은 편은 아니나, 디지털 낱장 인쇄 시장의 가장 큰 분야로 여전히 양적 성장 가능성이 있다. DM은 2016년 출력량이 약 141억 페이지로 예상돼 성장 가능성이 큰 시장으로 보인다. 패키지 분야의 연평균 성장률은 13%이나, 2016년 예상 출력량이 1억4400만 페이지에 불과해 다른 인쇄 시장에 대비해 여전히 틈새 시장일 것으로 전망된다.

〈표1〉 연평균 세계 디지털 컬러페이지 성장률 전망

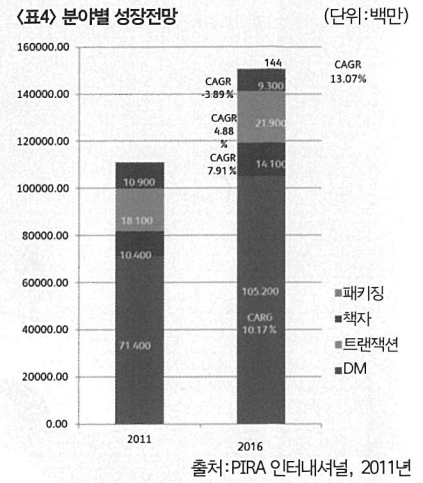
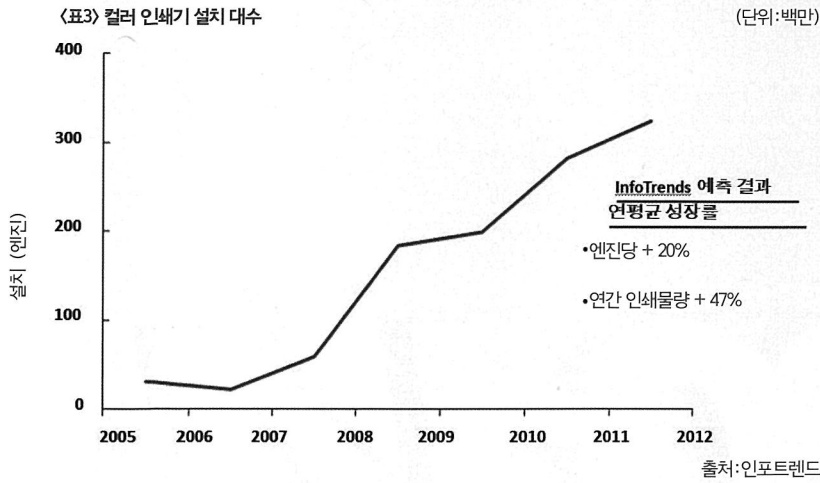
(단위: 10억페이지)



〈표2〉 응용에 따른 세계 디지털 컬러 페이지 전망



출처: 캐슬론앤컴퍼니



잉크젯 프린트 시장의 도약

위에서 언급한 성장 분야와 달리 디지털 낱장 인쇄 시장에서 명세서와 출판 분야는 성장률이 높지 않다. 그 이유는 이 분야에서는 디지털 잉크젯 연속지 프린팅이 성장할 가능성이 높기 때문이다.

높은 생산성과 빠른 처리 능력을 필요로 하는 출판, 명세서 등 하이엔드 시장의 경우, 설치 대수는 많지 않으나 출력량에서 차지하는 비중이 크다. 하이엔드 시장이 중요한 이유는 엔트리나 중소 시장의 출력량 추세는 일정한 반면 하이엔드 시장은 지속적으로 증가하고 있기 때문이다.

실제로 시장조사기관 인포트렌드(InfoTrends)가 발표한 자료에 따르면 월 1천만 매 이상을 출력하는 고속 잉크젯 컬러 프로덕션 시장의 성장률은 2008년부터 이후부터 가파르게 증가하고 있다. 특히 기기 대수의 증가율은 28%인 반면, 연간 출력량 증가율은 48%에 이른다. 한국을 포함한 아태지역 시장 또한 2016년까지 13% 이상의 성장을 기록할 것으로 전망된다. 특히 고지서, 명세서 시장의 연평균 성장률은 22.7%로 가장 성장폭이 큰 시장이다. 도서, 학습지 등의 출판 시장 또한 25.8%의 성장률로 높은 성장이 예상되는 애플리케이션 중 하나다. DM은 24%로 잉크젯 프린트 시장에서 성장 잠재력을 갖고 있다.

한국후지제록스도 잉크젯 프린트 시장의 이러한 성장 가능성에 주목해 최근 분당 100m(A4 환산시 분당 1312매)의 빠른 속도로 양면 풀 컬러 출력이 가능한 1400 잉크젯 컬러 연속지 프린팅 시스템을 출시했다. 동급 제품 중 세계에서 가장 작은 사이즈(폭 8200mm, 높이 1780mm)인 이 제품은 한 번의 작업으로 수만 페이지에 이르는 대량 출력이 가능하기 때문에 명세서, 서적, 학습지, 보고서, 매뉴얼, 신문 등을 단시간에 집중적으로 출력하기에 적합한 제품이다. 더욱 주목할 만한 점은 이 제품을 국내 고객사인 (주)아이엠씨가 전세계 최초로 도입했다는 사실이다. 빌링(청구서) 시스템 공급업체인 (주)아이엠씨는 가구별로 맞춤형 정보 및 이미지를 담은 고지서를 출력함으로써 보다 높은 가

치를 제공할 계획이다. 또한 저비용, 고품질의 잉크젯 프린팅을 활용해 향후 보고서, 뉴스레터 등을 컬러로 출력하는 상업 인쇄 로도 사업을 확대한다는 계획이다.

경쟁력 갖추기 위한 생산성·수익성 확보 필요

(주)아이엠씨의 사례처럼 사업 성장을 위해서는 현재의 인쇄 프로세스에서 개선할 수 있는 부분에 투자해 생산성과 수익성을 높이는 것이 필요하다. 예를 들어 인쇄에 있어 출력 비용이 차지하는 비중은 10~15%에 불과하고, 인건비, 유통비, 물류비, 폐기 비용 등 기타 비용이 더 크기 때문에 디지털 인쇄 사업의 성공을 위해서는 눈에 보이지 않는 이 비용들을 줄이는 것이 필요하다. 또한 대량의 인쇄 작업에서 교정, 컬러매니지먼트 등의 준비 시간은 상대적으로 중요하지 않게 보이지만, 다품종 소량 인쇄에 있어서는 이 준비 시간이 결국 전체 매출액에 영향을 끼친다. 그렇기 때문에 이러한 과정을 자동화해 줄 수 있는 제품과 서비스를 잘 고르는 것이 중요하다. 준비 시간을 줄이면 더 많은 작업을 처리해 생산성을 높일 수 있고, 이는 매출과 수익성 향상에 기여한다.

생산성뿐 아니라 고객을 만족시킬 수 있는 인쇄물을 제작하는 것도 중요하다. 고객은 이미지 품질, 모양과 형태, 일관성, 납기 등을 중요시 한다. 이러한 고객의 요구를 충족시키기 위해서는 오류가 적고 고품질 이미지를 구현하는 자동 컬러매니지먼트 툴, 후처리, 다양한 용지 수용성 등이 필요하다. 즉 수익성 있는 비즈니스 모델을 개발하고, 사업의 특성에 맞는 제품과 솔루션을 적용하는 것이다.

진화론자 찰스 다윈(Charles Darwin)의 “가장 강한 종(種)이 살아남는 것도, 가장 지능이 높은 종이 살아남는 것도 아니다. 변화에 가장 잘 적응하는 종이 살아남는다”라는 이론은 생물뿐 아니라 인쇄 시장에도 그대로 적용된다고 본다. 2014년을 성장을 위한 발판으로 삼아 도전할 것인지 과거의 방식을 답습하며 그대로 머무를 것인지 선택에 달려 있다.