

개인화 인쇄물이 뜬다

개인화 인쇄물이 늘고 있다. 이른바 X세대를 표방하면서 개인주의적 사고에 익숙해져 있던 세대들이 구매력을 가진 2~30대로 올라서면서 인쇄업체들 또한 고객들의 입맛을 맞추기 위해 일부 발빠른 업체를 중심으로 개인화 인쇄물 서비스를 실시하고 있는 것이다.

개인화 인쇄 서비스 업체는 기존 인쇄업체들과는 확연히 달라 보인다. 이들은 사무실에 앉아서 손님을 기다리기보다는 인터넷을 이용해 고객과의 만남을 시도하고 있으며, 고객의 주문을 원형대로 받아들이기보다는 고객보다 획기적인 아이템으로 고객의 주문을 이끌어내고 있다. 연말 성수기 속 불황이라는 인쇄업계의 어려움 속에서도 이들 개인화 인쇄물 서비스 업체는 기획인쇄라는 새로운 대안을 제시하며 불황의 늪을 벗어나고 있다.

인터넷, 디지털 카메라, 디지털 인쇄기 보급으로 기반 다져져

개인화 인쇄물 시대는 인터넷을 기반으로 하는 통신망의 발달과 디지털 카메라, 스캐너 등 사진 이미지를 디지털화 할 수 있는 장비들의 보급, 그리고 소량 인쇄물 출력이 가능한 디지털 인쇄기의 보급이 뒷받침 해 주고 있다.

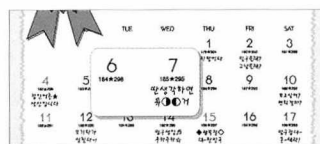
개인화 인쇄물 서비스는 대량 주문을 내는 기업이 아닌 소량 주문을 내는 개별 발주자를 찾아 나서야 한다. 영업 사원으로서의 한계에 부딪칠 수 있는 일은 영업 사원이 아닌 인터넷이 해결해 준다.

인터넷 사용인구 3,000만 명이라는 고객 인프라가 개인화 인쇄물 서비스 업체가 고객을 일일이 방문하지 않더라도 영업이 가능하도록 한 것이다.

인터넷의 발달로 인해 고객들은 자신이 마음에 드는 기획 인쇄물을 인터넷을 통해 고를 수 있으며, 고객이 원하는 사진을 대비해 봄으로써 추후 고객의 손에 전해질 인쇄물을 미리

만나볼 수 있다.

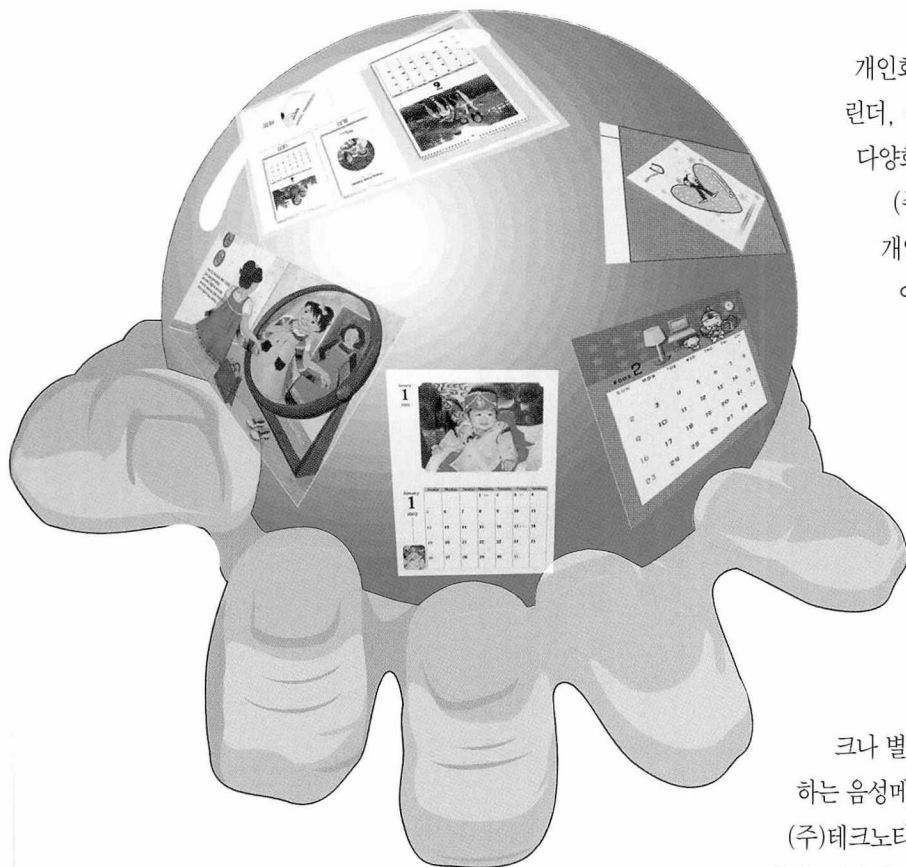
디지털카메라나 10만원 대 스캐너 장비의 보급도 개인화 인쇄물 시대가 가능하게 한 요소이다. 스캐너나 디지털카메라 등이 보급되지 않았더라면 고객들은 사진을 찍고 현상 및 인화의 과정을 거쳐서 마음에 드는 사진을 골라서 우편으로 보내는 번거로운 작업을 거쳐야 한다. 하지만 스캐너와 디지털 카메라 등은 복잡한 작업 공정 없이 원하는 이미지를 손쉽게 디지털화 시켜준다.



◀ 맞춤 캘린더.



◀ 기동력.



캘린더 / 동화책 / 엽서 / 청첩장 등 종류 다양

개인화 인쇄물의 종류는 간단한 엽서부터, 캘린더, 동화책, 청첩장 등 다양해지고 있으며, 다양화 추세는 갈수록 늘어날 전망이다.

(주)테크노티는 (주)하트모어넷과 함께 개인화 인쇄물 서비스를 실시하고 있다.

이 회사 개인화 인쇄물의 가장 큰 특징은 음성서비스가 함께 제공된다는 것인데, 온라인을 통해 작성된 고객의 메시지는 오프라인의 엽서, 카드 등을 통해 고객이 원하는 사람에게 전달된다.

(주)테크노티는 발주자가 인터넷을 통해 접속한 다음 카드 뒷면에 필요한 글을 올릴 수 있게 했으며, 쌍방향 음성이 지원되는 마이

크나 별도의 녹음기를 통해 고객이 전달하고자 하는 음성메시지를 녹음할 수 있다.

(주)테크노티는 이주의 추천카드, 이 달의 생일카드, 축하, 감사카드, 군인카드, 스타카드, 어린이카드, 셀프캐릭터카드, 점자카드, 향기카드 등 다양한 상품으로 고객을 유혹하고 있으며, 원하는 고객의 경우 고객의 사진을 카드나 엽서 등에 삽입할 수 있다.

(주)한국광양사는 자회사인 iprint(www.iprint.co.kr)를 통해 개인화 인쇄물 서비스를 실시하고 있다.

iprint(www.iprint.co.kr)사는 어린이 전용 사진관인 키즈포토와 계약을 통해 오프라인과 온라인에서 동시에 개인화 인쇄물 서비스를 실시하고 있다. 또한 키즈포토 이외에도 자사 홈페이지를 통해 맞춤형 캘린더, 청첩장 등 개인화 인쇄물과 기업체 사업제안서, 프리젠테이션용 보고서 등 발주수량이 적은 소량 인쇄물에 대한 주문도 소화하고 있다.

(주)인디플러스도 다양한 개인화 인쇄 서비스를 실시하고

실제로 개인화 인쇄물 서비스 업체의 경우 별도의 스캐너를 구비하고 있지만 대부분의 이미지는 고객들의 손에 의해 디지털화 되어서 주문되고 있다.

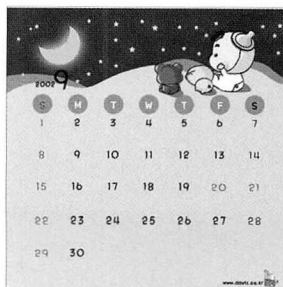
하지만 개인화 인쇄물 시대의 일등 공신은 디지털 인쇄기이며, 가장 큰 수혜자 역시 디지털 인쇄기를 운영하는 업체들이다.

개인화 인쇄물의 발주 물량은 극히 소량이다. 이 같은 소량 인쇄물은 소량인쇄가 가능한 디지털 인쇄기가 있었기에 가능한 것이다. 만약 디지털 인쇄기가 아닌 일반 인쇄기로 개인화 물량을 작업했다면, 그렇지 않아도 부담되는 소량인쇄물의 발주 단가는 현재와는 비교할 수 없을 정도로 올라갔을 것이다.



▶ 탄생력들.

◀ 맞춤 캘린더.





◀ 맞춤 동화책.

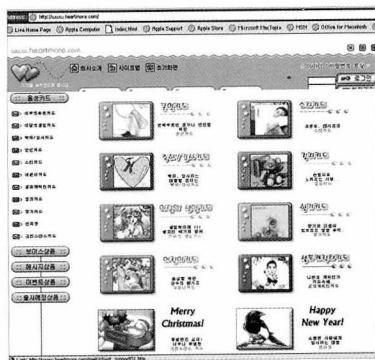


◀ 테크노티에서 만든 생일카드.

◀ 음성카드.



◀ 온·오프라인에서 개인화 인쇄물을 하고 있는 아이프린트.



◀ 테크노티에서 생산한 각종 카드를 온라인에서 판매하고 있는 하트머넷.

있다.

충무로에 위치한 디지털 인쇄 전문점과 계약을 맺고 있는 이 회사는 맞춤카드, 맞춤 캘린더, 맞춤 동화책 등의 서비스를 실시하고 있다.

맞춤 카드 서비스의 경우 특정 품을 정해 놓고 고객들이 원하는 사진을 카드에 인쇄해 주는 방식을 채택하고 있으며, 맞춤 캘린더는 커플, 웨딩, 가족, 유아 캘린더 등 다양한 캘린더가 주문되는데 지난 11월~12월의 경우 11,000원에서 33,000원까지 호가하는 가격에도 불구하고 캘린더 주문량이 일일 100여 개를 넘어서는 바람에 제때에 소화를 다 못하기

까지 했다.

이 회사가 선보이고 있는 또 다른 개인화 인쇄물은 '맞춤형 책자' 서비스이다.

'백설공주', '콩쥐팥쥐' 등 고전 동화에서부터 '나도 할 수 있어요' 등 창작 동화책까지 다양한 종류의 책이 맞춤형 서적으로 제공되는데 책 속의 이미지는 책이 원래가지고 있는 이미지인 반면 책 속의 텍스트는 창작된다. 즉 독 사과를 먹고 깊은 잠에 빠진 공주의 이름은 고객의 이름이 되며, 잠자는 숲 속의 공주를 깨우는 백마 탄 왕자님의 이름 역시 '영희', '철수' 등 고객의 이름으로 채워진다.

표지 포함 총 36면에 지나지 않는 맞춤형 책자의 가격은 권당 7,000원의 가격에도 불구하고 고객들이 주문이 끊이지 않고 있다.

이 회사는 갈수록 다양해지고 늘어나는 고객들의 주문을 소화하기 위해 현재 계약중인 한곳의 인쇄시설 외에 별도의 인쇄업체를 한곳 더 계약할 예정이다.

(주)데이트즈는 기둘력, 엘력, 탄생력 등 맞춤형 캘린더 서비스를 주 품목으로 하고 있다. 이 회사의 캘린더들은 시중 캘린더와는 별도로 움직인다. 만년지 200일을 기념하기 위한 캘린더의 첫 표지 첫째날은 만년지 201일째 되는 날로 표시되며, 군대에 간 남자친구 선물용으로 기획된 기둘력의 달수는 1년 12달이 아닌 26개월 짜리 달력으로 구성된다. 기존 개인화 인쇄물 업체들이 디지털 인쇄기를 이용해 서비스를 실시하고 있는 반면 (주)데이트즈는 캐릭터 등이 포함된 기본 캘린더 제작 품을 일반 인쇄업체에서 제작하고 있다. (주)데이트즈는 디지털인쇄기로서는 표현 불가능한 풍부한 색감을 기존 인쇄업체를 통해 실현해 내면서도 고객들이 원하는 개인 주문 내용은 레이저프린터 등을 통해 만족시킴으로써 색상과 고객의 개인주의 성향을 동시에 만족시키고 있다.

중견 인쇄업체들도 진출

시장경쟁 치열해질 듯

개인화 인쇄물의 성행으로 일부 업체들이 불황의 늪을 벗

소량 다품종 인쇄물 급격히 늘어

기획 · 디자인능력 향상시켜야

어나고 있지만 개인화 인쇄물이 인쇄업계에 미치는 긍정적 인 영향은 현재로서는 미비한 상태이다.

오히려 개인화 인쇄물의 대두로 소량 주문이라도 소화해 야할 영세 업체들은 기획력과 디자인 능력의 미비로 인해 새 로운 복병을 만난 셈이다.

재단법인 체성회는 대표적인 경우이다.

체성회에서 선보이고 있는 '나만의 우표 서비스'는 두 장 의 우표로 구성되어 있는데 한 장은 조폐공사 인쇄장에서 미 리 인쇄되어 나오고 있으며, 고객의 사진이나 캐릭터가 자리 할 비워진 면은 인쇄기가 아닌 성능이 뛰어난 프린터로 인쇄 되고 있다.

사진 전문 업체들의 영역 침해도 갈수록 심해지고 있다. 특히 매킨토시 보급이 일반화되면서 사진 전문업체들 또한 불황을 타개하기 위한 방법으로 부가가치를 높이기 위해 업 서 내지는 카드, 캘린더 제품까지 손을 대고 있는 실정이다.

개성을 강조하는 세대들이 소비 주체로 올라서면서 개인 화 인쇄물에 대한 소비자들의 요구는 점차 늘어날 것으로 보 인다.

스캐너, 디지털 카메라 보급의 일반화, 매킨토시 보급의 확대, 뛰어난 성능의 출력 제품들의 출시 또한 개인화 인쇄 를 부추기는 요소로 작용할 것이다.

개인화 인쇄물은 카탈로그나 엽서처럼 추후에는 인쇄업계 의 한 품목으로 자리매김 할 것이 확실해 보이며, 개인화 인 쇄물에 대한 욕구가 커지면 커질수록 관련업체들의 인쇄영 역 침범도 심해질 것이다.

개인화 인쇄물의 수혜자는 대형 업체보다는 발주 물량이 상대적으로 적은 중소형 업체가 될 수 있다. 문제는 이들 중 소형 업체들이 현행 개인화 인쇄물 서비스를 실시하고 있는 업체와 비교했을 때 상대적으로 기획력과 디자인 능력 면에 서 낙후되어 있다는 사실이며, 추후에도 개선 가능성이 크지 않다는 점이다.

기획실이나 산학 협력 등 별도의 조치를 마련하지 않는 한 개인화 인쇄물의 수혜자는 인쇄업체가 아닌 기획실 등이 될 것이며, 인쇄업계는 이들 개인화 인쇄 서비스 업체들과의 경 쟁에서 승리할 수 없을 것이다.

이용우 기자 <photoyw@print.or.kr>

나 이 에 알맞는 식사법 따로 있다

30대에 알맞는 식사법

30대는 혈기왕성하게 일을 많이 할 나이가기 때문에 항상 피로감 을 제일의 적으로 여기면서 신경을 써야 한다. 그러므로 저녁 늦게 음식을 먹어 수면을 망친다거나 과음을 하지 않도록 해야 하며 피로 회복에 좋은 아재즙이나 과일주스 등을 아침마다 먹는 것이 좋다.

물론 아침식사를 꼬박꼬박 챙겨먹어야 하는 것은 두말할 나위가 없다. 또한 30대는 직장생활로 인해 외식이나 모임이 잦은 나이이므 로 술을 먹을 때도 항상 안주 등에 신경을 써야 한다. 그냥 분위기에 이끌려 먹다보면 한도 끝도 없이 먹게 되어 과식으로 몸을 망치게 되기 때문이다. 따라서 항상 많이 먹지 않겠다는 의식을 갖도록 하고 술 안주는 아체나 과일로 정하는 것이 바람직하다.

40대에 알맞는 식사법

그동안 누적되었던 피로감이 몰려오고 나쁜 습관들이 몸에 배어 쉽사리 고쳐지지 않는 나이이다. 고혈압이나 당뇨 등 각종 성인병과 비만에 노출되어 있는 위험한 시기이기 때문에 귀찮더라도 음식 하 나하나를 꼼꼼히 따져가며 먹는 습관을 들이자. 또한 피도 깨끗하지 못하고 몸 구석구석에서 건강의 적신호가 나타나는 시기이므로 최대

한 육류를 자제하고 아체나 채소 버섯이나 어패류로 식단을 짜는 것 이 좋다. 만약 육류를 선호하는 사람이라면 소고기나 돼지고기 대신 닭고기를 먹는 것이 좋다.

50대에 알맞는 식사법

아침식사는 소화가 잘 되고 에너지로 빨리 변하는 당질이나 탄수 화물을 중심으로 섭취하는 것이 좋다. 특히 아침식사를 하지 않으면 바로 혈당치가 낮아지면서 공복감이 바로 나타나는 시기이므로 아침 식사가 무엇보다도 중요하다.

사실 이 나이가 되면 그렇게 많이 먹지는 않게 된다. 또한 자신의 신체상태에 대해 잘 알고 있기 때문에 이것은 먹어도 좋다, 혹은 먹 지 않아야 한다는 사실을 누구보다도 잘 알고 있다. 식성도 변하게 되어 시거나 기름기가 많은 것도 좋아하지 않게 된다.

따라서 대체적으로 이 나이에는 스스로 절제할 줄도 알고, 건강관 리에도 관심을 갖게 되는 시기이기 때문에 적당한 음식섭취와 운동 을 함께 병행하면서 활력을 찾기 위해 노력해야 한다. 특히 한번 아 프기 시작하면 회복이 힘드므로 각종 질병을 막을 수 있도록 최대한 신경써야 한다.