



라벨 및 라벨인쇄 업계 제언

Message of Label&Label Printing Industry

라벨인쇄는 1970년대 초로 거슬러 올라간다.

산업발전과 공업화로 인해 제품의 얼굴이라 할 수 있는 상표가 필요했고 이때부터 본격적인 레이벨인쇄가 시작된다.

초기 라벨 인쇄물은 주로 일본에서 수입되었는데 제품의 수량과 색상, 내용 등을 담은 정보기능도 겸했다. 일본에서 수입되면서 용어 자체도 쉐링이었다. 쉐링인쇄는 80년대 중반까지 이어졌다. 우리나라 산업이 70년대 고도 성장에 이어 80년대 글로벌경제 바람이 불면서 일본외에 미국, 유럽, 남미 등지로 다원화되면서 쉐링의 용어도 스티커로 변했고 이어 곧 스티커로 변모하면서 90년대 후반까지 이어진다. 밀레니엄시대인 2000년대에 접어들자 라벨로 정리되었으며 곧이어 라벨인쇄로 완전한 국제용어가 정리된다.

현재 라벨인쇄는 종이류 인쇄 외에 필름류 인쇄까지 포함하고 있으며 소재의 종류도 날이 갈수록 다양해지고 있는 추세이다.

라벨인쇄가 종이 및 필름류에 주로 인쇄한다면 의류에 붙이는 라벨이 있다. 천으로 된 이 인쇄는 그 소재만해도 100여가지가 넘는데 대개 우리가 입고 다니는 의류 뒷면이나 옆에 붙이는 이 인쇄를 라벨이라고 한다.

라벨 및 라벨인쇄는 지금까지 주로 한 인쇄사에서 한꺼번에 생산해 왔는데 최근 품질과 서비스 등이 전문화, 차별화되면서 분리되는 추세에 있다. 왜냐하면 설비자체가 고급화, 특성화되고 있고 생산성 향상에 따른 부가가치가 다르기 때문이다.

현재 우리나라에는 라벨 및 라벨인쇄사가 약 2,000여곳이 있다.

서울을 비롯한 수도권에 60% 이르는 1,200여개사가 있고 부산 150여개사, 대구와 경북 230여개사, 울산 및 경남 150여개사, 광주 및 전남북 120



박 종 세
인쇄산업신문 국장

여개사, 대전 및 충남북 110여개사, 강원 40여개사 등으로 분포돼있다.

매출액은 1개사당 평균 2억원이며 우리나라 전체로는 4,000억원에 이른다. 대부분 영세하여 종업원 5인이하가 70%에 이르나 시대변화에 따른 시장이 계속 커나가고 있어 매년 7~8% 성장하고 있다.

이런 추세는 세계적으로 상업용인쇄물 증가 폭보다 라벨 및 포장인쇄물의 증가속도가 훨씬 높다는데서 비롯되고 있다.

70년대 초기에는 일본에서 기계를 수입해 사용했으나 곧바로 일본기계를 카피해서 제작된 국산화가 진척을 이뤘다. 처음 국산기계는 내구성이 떨어지고 정밀성과 성능까지 떨어져 많은 외면을 받았으나 지금은 프레스기계는 거의 국산화가 이뤄졌다고 할 정도로 95%이상 점유율을 기록하고 있다.

프레스기계 외에 90년대 들어서면서부터 레터프레스, 2000년 플렉소기계가 수입되기 시작했다.

레터프레스는 주로 일본에서 수입된 기계로 우리나라에서는 로터리기계라고 부르고 있다.

플렉소는 일본 외에 미국이나 유럽등지에서 수입된 기계 환경과 다양성을 존중하면서 최근 도입추세가 늘고 있다.

레터프레스가 원색라벨인쇄물에 강세를 보이고 있다면 플렉소는 주차권, 승차권, 복권, 라벨인쇄, 지기인쇄물, 연포장, 전산폼 및 택배인쇄물까지 그 영역을 서서히 넓히고 있는 추세이다.

라벨인쇄사들이 일부업체를 중심으로 한층 다양성을 갖추면서부터 포장용기 인쇄물까지 넘보고 있는 추세이며 전자, 식품, 생활용품

인쇄를 하고 있다.

설비의 경우 프레스 및 레터프레스를 판매하는 업체는 국산 6개사 외산 4개사가 있다.

부자제도 기계발달과 더불어 빠르게 발달하고 있는데 인쇄용점착제품(원단)의 경우 외산과 국산이 상존하고 있으나 90% 이상이 국산화되어 있다.

국산생산업체는 12개사, 외산은 경우에 따라 3~5개사에 이르고 있다. 지금까지 소외업종으로 별다른 혜택을 받지 못했으나 주거래업체들이 대기업과 정부관공서에 이르기까지 다양화되고 직·간접 수출이 이어지면서 독자산업으로 확실한 위상을 굳히고 있다.

세계·금융지원은 물론 1993년 창간된 인쇄산업신문의 전폭적인 정보서비스를 받으면서부터 라벨, 라벨인쇄인들의 위상회복과 자부심이 대단하다.

라벨엑스포전시회에 매년 참가하고 있으며 해외기술습득과 정보교류에도 그 폭을 확대하고 있다.

몇 년전부터 비공인단체인 한국라벨정보산업협회를 비롯하여 전국에 걸쳐 20여개의 사교단체들이 존재한다. 그러나 이런 단체들도 2,000여개사에 이르는 라벨 및 라벨 인쇄사를 총괄하는데는 분명한 한계를 보이고 있다.

회원수가 턱없이 부족하고 공동구매와 판매, 단체수익계약 미체결 등 정책적인 뒷받침은 전혀 하지 못하고 있어 일부 인쇄인들의 친목단체에 불과한 수준이다. 정책과 행정서비스는 아직 부족한 수준이나 인쇄산업신문을 중심으로 빠르고 멩치고 있어 머지 않아 독자산업으로 확실한 영역을 형성할 것으로 분석되고 있다. [ko]