



# 2010-2011년 미국 인쇄산업 전망과 시사점

기고\_ 정세일 (유틸러스연구소 연구위원)

미국인쇄산업협회(Printing Industries of America)가 2010~2011년 미국인쇄산업을 전망하는 보고서인 <Mapping the Economy and Print Markets 2010~2011>을 공개했다. 이 보고서는 먼저 2007~2009년의 경제 불황에 미국 인쇄산업이 어떻게 대응하였는지에 대한 분석을 통해 거시 경제적 사이클과 인쇄산업의 변화 사이의 상관관계를 설명하고 있다. 또한 향후 2년간의 미국 경제에 대한 전망에 기반하여 인쇄산업이 경험하게 될 미래를 예측하고, 생존을 위한 전략적 팁(tip)도 제시하고 있다. <Mapping the Economy and Print Markets 2010~2011>은 비록 미국 시장에 대한 예측이지만, 한국 인쇄산업에서도 유용하게 활용될 수 있는 의미 있는 시사점들을 제공해주고 있다.

## 경제상황 변화와 인쇄산업지표 사이의 상관관계와 시간차

이 보고서는 2009년 말부터 GDP 등 각종 경제지표들을 통해 미국 경제가 서서히 회복되고 있는 것으로 확인되고 있지만, 인쇄산업은 아직까지도 극도의 침체 국면을 벗어나지 못하고 있다고 진단하면서 경제상황의 변화 사이클과 인쇄산업지표(Print

Market Index) 사이에는 약 6개월 정도의 시간차가 존재한다고 분석하고 있다.

즉, 경제가 불황에 접어들기 시작한 시기부터 6개월 정도 이후 인쇄산업도 침체 국면을 경험하기 시작하게 되며, 경제 회복 시점에서 6개월 정도가 지나야만 인쇄산업이 회복된 경기를 체감하기 시작하게 된다는 것이다.

보고서는 경제상황 변화와 인쇄산업지표 사이의 상관관계와 시간차를 2007~2009년 사이의 미국 경제 불황 국면에 대한 분석을 통해서도 설명하고 있다. 지난 경제 불황은 2001년 불황 이후 최초로 실질 GDP가 마이너스 성장을 기록한 2007년 4/4분기부터 공식적으로 시작되었다. 이후 미국의 경제상황은 2008년 1/4분기와 2/4분기에 잠시 회복되는 양상을 보이다가 이후 2009년 말까지 경제 침체가 지속되었다. 이같은 불황은 경제대공황(The Great Depression) 이후 가장 오랜 기간 동안 지속된 불황으로 기록되고 있다. 반면 미국 인쇄산업지표는 2008년 중반부터 마이너스 성장으로 돌아선 것으로 보고서는 설명하고 있다.

경제 불황 시작 이후 6개월여 만에 미국의 인쇄산업지표도 경제상황을 따라 침체에 접어들게 된 것이다. 그리고 미국의 거시경제상황이 2008년 1/4분기와 2/4분기에 잠시 회복되었던 것처럼 인쇄산업지표도 2009년 1/4분기에 잠깐 동안 반등하다가 이후에는 지속적으로 하락하고 있는 것으로 이 보고서는 진단하면서, 회복된 경제상황이 인쇄산업지표의 플러스 성장으로 이어지기까지는 일정한 시간이 필요한 것으로 전망하고 있다.

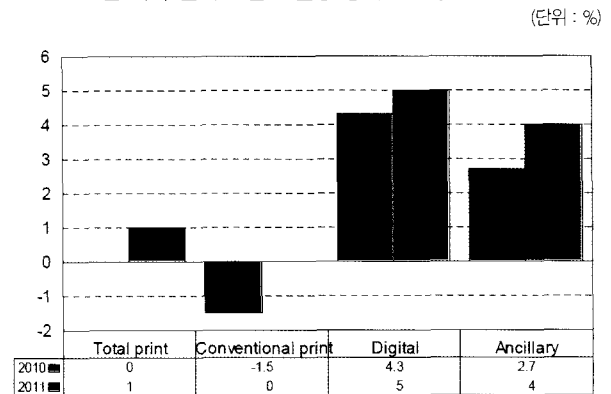
보고서는 2010~2011년 미국 경제가 미미하지만 지속적인 회복세를 보일 것으로 전망하고 있다. 그리고 인쇄산업의 어려움은 당분간 지속될 것이지만, 경제상황의 변화에 따라 상승하고 하강하는 인쇄산업의 사이클에 비추어 보았을 때, 멀지 않은 시일 내에 서서히 반등 국면에 접어들 것으로 예상하였다. 특히 2010년에는 국내 정치 일정과 경제회복 국면에 대응한 광고산업의 움직임이 더해져서 미국 인쇄산업의 성장을 견인할 것으로 예상되고 있다.

이 보고서는 2010년 미국의 선거 일정이 미국 인쇄산업에 대한 수요를 촉진하는 요인으로 작용할 것으로 분석하고 있다. 또한 미국 광고시장이 회복국면에 접어들었으며, 불황기에 적응하기 위해 절약형 라이프스타일이 일상화된 소비자들의 소비확대를 이끌어 내기 위해 기업들이 광고를 더욱 적극적으로 활용할 것이라는 점도 향후 미국 인쇄산업의 기회요

인으로 파악하고 있다. 하지만 이 같은 기회요인도 2010년 미국 인쇄산업의 산출량을 증가율을 플러스 수준으로 전환시키지는 못할 것으로 보고서는 전망하였다.

2011년 미국 경제는 2010년에 비해 더욱 성장할 것으로 전망되며, 이에 따라 인쇄산업의 산출량도 서서히 증가할 것으로 보고서는 예측하고 있다. 특히 디지털 인쇄산업의 경우에는 2010~2011년 사이에 4~5%의 성장을 기록할 것으로 전망되었다. 또한 디지털 프린트 관련 서비스 시장은 2010년 2.7%, 2011년 4%의 성장이 예상되었다.

2010~2011년 미국 인쇄 산업 산출량 증가율 전망



이 같은 보고서의 인쇄산업 전망 원리에 근거하면, 2010~2011년 국내 인쇄 산업이 어떠한 것인지를 보다 체계적으로 예측할 수 있다. 국내 경제상황의 경우, 2008년 4/4분기 이후 3분기 연속 마이너스 성장을 기록하였지만 2009년 3/4분기부터 플러스 성장으로 전환되면서 4/4분기에는 6.0%의 높은 성장세를 기록하였다. 더욱이 2009년 전체의 국내 경제성장률은 2.0%로 미국과 일본 등 OECD 주요국에 비해서도 빠른 회복세를 보이고 있다. 국제통화기금(IMF)은 주요 20개국(G20) 가운데 한국의 2010년 경제성장률이 5번째로 높은 4.5%로 예상하고 있으며, 2011년에는 4위까지 오를 것이라는 전망을 제시하고 있다. 따라서 2010~2011년의 국내 인쇄산업 역시 서서히 회복세를 나타낼 것으로 전망된다. 또한 국내 경제성장률이 2009년 3/4분기부터 플러스 성장을 시작했다는 점을 고려하면 인쇄산업의 회복세는 늦어도 2010년 상반기에는 본격화 될 것으로 예상된다. 이에 더하여 미국과 같이 국내에서도 2010년 지방선거가 예상되어 있어 인쇄산업의 회복세를 가속화 시킬 것으로 전망된다. 그리고 2005~2006년을 기점으로 지속적으로 감소해 왔던 국내 광

고시장이 2010년에는 전년 대비 10% 정도 증가할 것으로 전망되고 있으며, 남아공 월드컵과 광저우 아시안 게임 등 글로벌 빅 이벤트도 광고규모 증가에 영향을 미칠 것으로 분석된다. 이 같은 광고시장의 성장률 증가는 국내 인쇄산업의 회복세를 견인할 수 있는 중요한 기회요인으로 작용할 것으로 예상할 수 있다. 특히 미국과 같이 국내에서도 디지털 인쇄산업과 관련 서비스업이 전통적인 인쇄산업에 비해 상대적으로 더 큰 회복세를 기록할 것으로 전망된다.

### 인쇄산업의 재구조화 양상

한편 이 보고서는 경제불황이 인쇄산업의 구조변화에 미치는 영향도 설명하고 있다. 지난 경제불황에 의한 미국 인쇄산업 구조변화의 특징은 몇 가지로 정리된다. 첫째, 인쇄사와 고용규모가 크게 감소하였다는 점이다. 고용규모의 감소율 보다는 프린트 공장의 감소율이 상대적으로 컸다. 지난 불황기의 고용규모 감소율은 11.8%였지만, 인쇄사 감소율은 18%로 나타났다. 둘째, 인쇄사 당 고용인 수와 상품 가격이 증가하였다. 인쇄사 당 고용인 수는 7.7%, 가격은 6.3% 증가하였다. 따라서 지난 경제 불황은 적은 공장과 고용규모로 상대적으로 높은 가격에 비즈니스 활동을 펼치는 형태로 미국 인쇄산업을 재구조화시킨 것이다. 이 보고서는 상품가격의 증가 추세는 향후 2~3년 동안 지속될 것으로 전망하고 있다.

보고서는 2010년과 2011년을 거치면서 미국 인쇄산업의 공장은 인수합병과 파산, 그리고 기업청산 등의 증가로 인해 크게 감소할 것으로 전망하고 있다. 향후 2년 동안 약 6% 정도의 인쇄사가 감소할 것으로 예상하였다. 인쇄 산업 전체의 산출량 증가가 예상되는 가운데 인쇄사가 감소할 것이라는 전망은 2011년까지 시장에 살아남아 존재하는 인쇄사가 2010~2011년의 기간 동안 산업 전체의 산출량 평균보다 상대적으로 높은 산출량을 기록할 것이라는 점을 시사한다.

보고서는 2011년까지 살아남은 기업 및 공장의 산출량이 전체 산업 평균 산출량보다 7~8% 이상 많은 산출량을 기록할 것으로 분석하였다. 전통적인 인쇄산업의 산출량은 이 기간 동안 오히려 약 1.5% 정도 감소할 것으로 분석하였지만, 디지털 인쇄산업 및 관련 서비스산업의 산출량 증가율은 전체 인쇄시장 산출량 증가율의 약 두 배에 이를 것으로 전망되었다.

2010~2011년 미국 인쇄산업의 구조전환에 대한 이 같은 분석은 국내 인쇄산업의 향후 재구조화의 모습을 예측할 수 있게 한다. 국내 인쇄산업 또한 미국 인쇄산업의 구조전환 양상과 비슷한 형태로 디지털 인쇄산업 및 관련 서비스업 중심으로 재편될 가능성이 크다. 또한 소수의 디지털 프린트 기업 및 관련 서비스 기업이 국내 인쇄산업의 성장을 주도할 것으로 전망할 수 있다.

### 향후 2년 동안의 경쟁력을 담보하는 경영 전략

경제와 인쇄산업이 동반 성장할 것으로 예상되는 향후 2년 동안, 인쇄 기업은 성장 추세를 전략적으로 활용하는데 집중해야 한다. 성장추세가 모든 기업의 생존을 보장하



디지털 인쇄 산업의 미래를 보여준  
DPGshow 전경

지는 않기 때문이다. 이 보고서는 향후 2년 동안 시장에서 생존하기 위한 경영 전략에 관한 여섯 가지 팁을 제시하고 있는데 이 같은 팁들은 새로운 것이 아닌 기본적인 사항이지만 인쇄산업의 전환기에 반드시 지켜져야 할 사항이기도 하다. 따라서 보고서에서 제시하고 있는 팁들은 국내 인쇄산업계에서도 다시 한 번 되새길 필요가 있는 사항들로 판단된다. 이 보고서가 제시한 경영 전략의 팁을 소개하면 아래와 같다.

#### Tip 1. 종업원의 능력을 향상시켜라.

실업률이 증가하면서 종업원들은 일자리의 유지에 보다 많은 관심을 기울이게 되었다. 이 같은 상황은 산업 인력의 풀(pool)을 크게 증가시키고, 종업원의 회사에 대한 충성심도 향상시킬 것이다. 기업은 이 같은 상황을 경영 전략의 차원에서 효과적으로 활용해야 한다. 즉, 추가적으로 종업원을 보충할 필요가 없을 경우, 기업은 이 같은 상황을 활용하여 종업원 능력향상의 기회로 활용할 수 있다.

#### Tip 2. 은행권에 대한 신용 관리와 현금유동성 확보에 집중하라.

경제와 산업의 동반상승기에는 현금 유동성 확보가 중요하다. 따라서 은행권에 대한 신용관리 또한 전략적으로 이루어져야 한다. 은행권에 대한 신용관리는 향후 2년을 위한 단기적 전략이며, 동시에 인쇄기업의 장기적 핵심 전략으로 추진될 필요가 있다. 현금유동성 확보역시 경제와 산업의 침체기는 물론 향후 2년과 같은 동반상승기에도 필수적이다. 따라서 소비자들과의 거래에서도 현금유동성 확보를 위한 장치가 반드시 마련되어야 한다. 또한 즉각적으로 현금이 지불되어야 할 상황과 현금을 천천히 지불하는 것이 가능한 상황을 정확하게 다시 점검하고 이에 따라 현금유동성을 관리하는 것도 필요하다. 또한 급박한 상황에서 기업이 즉각적으로 동원할 수 있는 현금이 어느 정도인지도 미리 계산해 놓을 필요가 있다.

#### Tip 3. 고객과의 충분한 커뮤니케이션을 유지하라.

각각의 고객은 자신들만의 거래 전략과 노하우 및 정보를 지니고 있다. 따라서 기업은 고객이 원하는 점이 무엇인지를 파악하는 것은 물론이고 고객의 욕구를 충족시켜주면서도 손해를 보지 않는 방법은 무엇인지를 파악해야 한다. 예를 들어 고객이 낮은 가격에 제품과 서비스를 얻기를 원한다면, 기업

은 그 같은 고객의 욕구를 충족시키면서도 이윤을 발생시킬 수 있는 방법을 알고 있어야 한다. 이를 위해서는 고객과의 충분한 커뮤니케이션이 필요하다. 고객과의 충분한 커뮤니케이션을 통해 고객이 요구사항과 전략을 파악할 수 있으며, 고객의 대응방안 모색도 이 같은 정보를 기반으로 시작된다.

#### Tip 4. 시장상황을 정확하게 이해하라.

향후 2년 내에 인쇄산업은 성장세를 이어갈 것으로 전망되지만, 이 같은 상황에서도 많은 인쇄 기업들이 그 수명을 다할 것이다. 이 기간에 생존하여 수명을 다한 기업들의 시장 점유율까지도 확보하게 되는 기업들 또한 더욱 심화된 경쟁 상황에 내몰리게 될 것이다. 기업의 수는 감소할 것이지만, 생존한 소수의 기업들이 더욱 치열한 경쟁을 벌이게 될 것이기 때문이다. 따라서 매순간 시장상황의 변화를 정확하고 빠르게 파악하고 이에 대해 신속한 대응할 수 있는 시스템을 갖추는 것이 요구된다.

#### Tip 5. 현재의 계획을 점검하고 우발적 상황에 대한 대응 능력을 향상시켜라.

현재 진행되고 있는 비즈니스의 세부 계획을 보다 세밀하게 점검할 필요가 있다. 향후 2년간은 이제까지와는 또 다른 인쇄산업의 전환기에 해당하기 때문이다. 비즈니스 세부 계획은 예산과 목표하고 있는 성과 사이의 적절성 및 비용의 효과적인 통제가능성의 차원에서 보다 세밀하게 검토하는 것이 필요하다. 또한 비즈니스 및 시장에 대한 전망과는 다른 우발적 상황이 발생할 경우에 대응할 수 있는 능력을 향상시키는 것도 요구된다. 기업의 예상과는 다른 방향에서의 위기상황이 빈번하게 발생하고 있는 것이 시장현실이기 때문에 최악의 상황을 염두에 둔 경영 전략을 진행하는 것도 고려해야 한다.

#### Tip 6. 인쇄산업 내부의 멤버십을 적극 활용하라.

인쇄 기업 각각은 지역 및 자국 내부의 다른 인쇄 기업과 협조적 관계를 유지하여야 한다. 지역의 인쇄산업협회나 국가적 범위의 협회에 가입하는 것이 필수적이다. 이 같은 협회를 통해 고품질의 정보와 지원에 접근할 수 있게 되며, 협회의 비회원들은 경험할 수 없는 무형의 이익도 얻게 된다. ☞