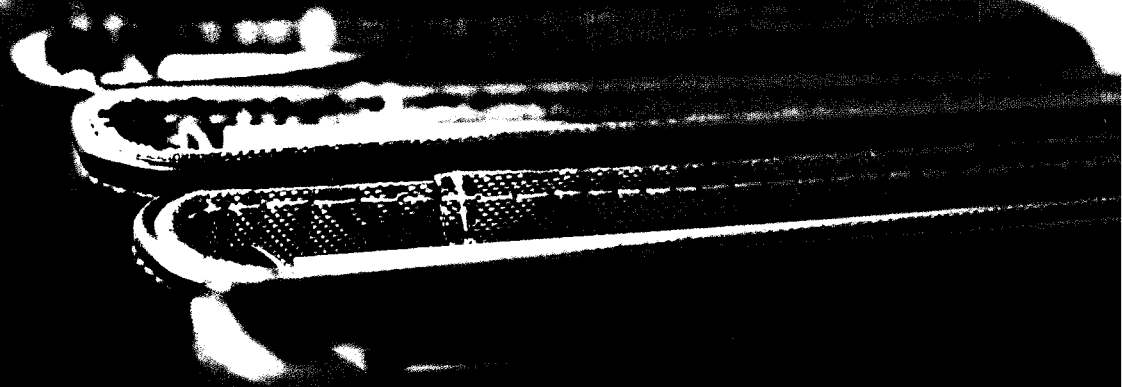
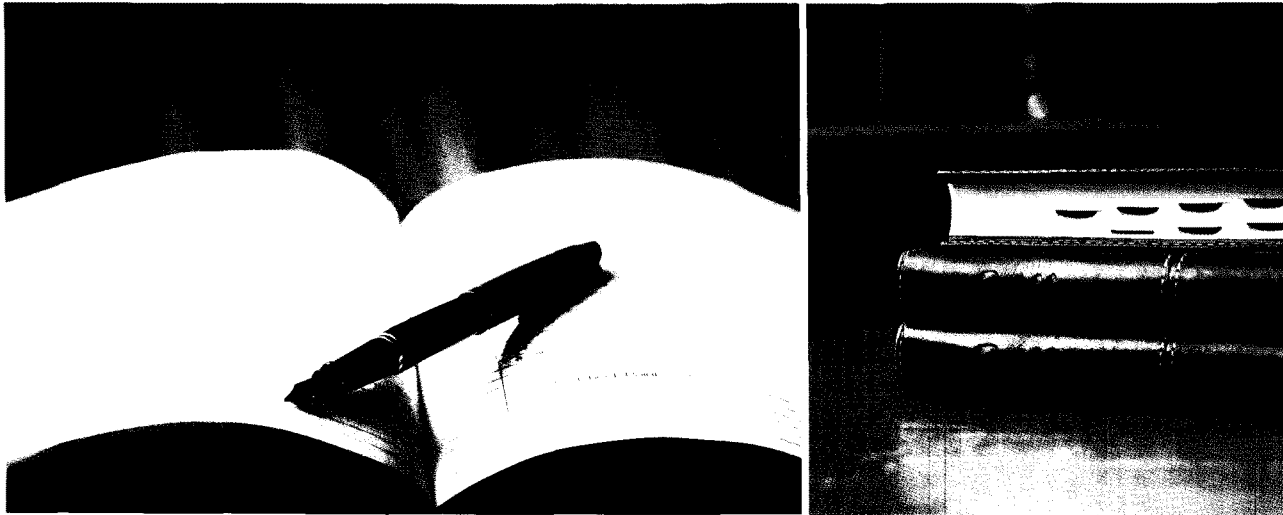


다이어리

출혈경쟁에 스마트폰까지 어려움 가중
브랜드화 · 디자인 고급화로 승부



어느덧 2010년도 막바지에 이르러 11월이 되었다. 이쯤 되면 항상 “2010년 새해가 엇그제 같은데...”라는 말을 하곤 한다. 올 한해를 되돌아보면 정말 한 것도 하나도 없이 시간만 보냈구나라는 생각이 든다. 그러면서 내년에는 “정말로 부지런히 바쁘게 시간을 아껴서 보낼 거야”라는 다짐과 함께 그 증표로 다이어리를 구매하곤 한다. 물론 최근에는 스마트폰이 각광을 받으면서 스마트폰으로 일정정리를 하는 사람이 많아지긴 했지만 그래도 마음을 다잡는데는 아날로그인 다이어리를 따라올 만한 것이 아직은 없다고 하겠다.

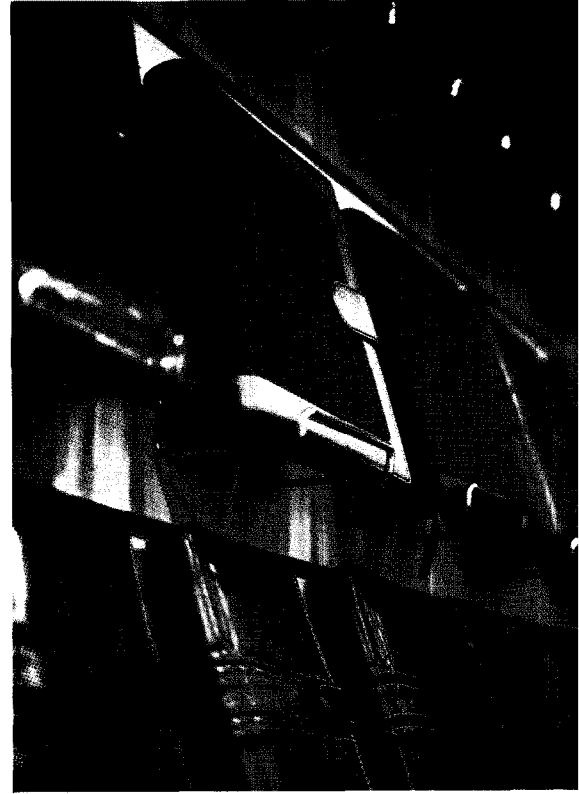
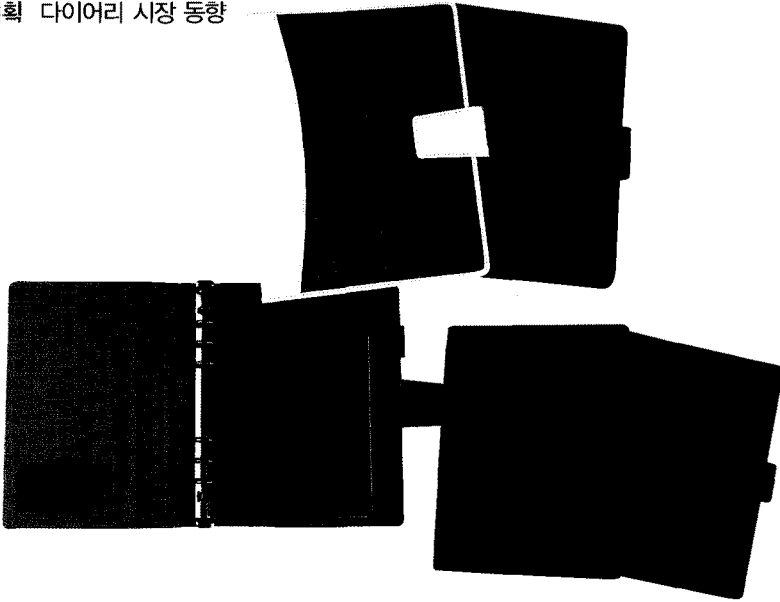


11월 성수기를 앞두고 다이어리 업계는 바쁜 하루하루를 보내고 있다. 이미 10월 중순부터 내년 다이어리를 준비하는 사람들의 발걸음이 빨라지고 있기 때문이다. 11월에 피크를 맞이하는 다이어리 시장은 바쁜 가운데에서도 변화에 적응하기 위한 노력들을 하고 있다. 이러한 상황은 그동안의 침체된 경제상황과 맞물려 스마트폰이라는 거대한 공룡을 만났기 때문이다. IT산업의 발전에 따른 물량 감소와 회복기에 접어들었다고는 하지만 불경기로 인한 주문량의 감소가 적지 않기 때문이다.

한 다이어리업체 사장은 “요즘에 어렵지 않은 사람이 없다고는 하지만 다이어리업계만큼 어려운 사람들도 없을 것입니다. 최근 경기침체로 다이어리를 제작하는 중소기업들이 줄면서 다이어리 산업이 전반적으로 축소되고 있습니다”라고 말했다. 이러한 상황을 반영하듯 중소기업에서는 다이어리 제작을 안하는 경우가 많아졌으며, 그나마 다이어리를 제작하는 중소기업들도 다이어리 크기를 기준으로 가격을 책정하는 것이 아니라, 가격을 기준으로 그것에 맞는 다이어리를 찾는 경우가 많았다.

고급형 다이어리의 경우에는 적정 수준의 이윤이 유지되고 있어 비록 그 수량이 적더라도 수익성을 내고 있기 때문에 다이어리업체들로서는 고급형 다이어리의 매출확대가 중요하다. 다이어리업계의 한 관계자는 “이전에는 저가형 다이어리를 팔더라도 3~400원대의 이윤을 낼 수 있었지만 이제는 가격경쟁의 여파로 인해 저가형 다이어리의 1권당 이윤은 한 자리 숫자 또는 적자를 보는 수준으로 떨어진지 오래여서 제작비를 갚아먹고 있는 실정”이라고 말했다.

역시 수년째 충무로에서 다이어리를 편집, 제작하고 있는 한 업체의 관계자도 “불경기의 여파인지는 몰라도 다이어리 시즌의 시작이 늦어지는 경향이 있으며 단골 고객을 제외한 신규고객들의 경우에는 가격대에 민감한 반응을 보이고 있다”며 “기획 및 편집비를 제외한다면 제작단가의 상승에 비해 수주가격은 뒷걸음치고 있어 회사를 꾸려가기에도 벅찬 상황이 지속되고 있다”고 말하기도 했다. 다이어리 업계에서 메이저급 회사를 이끌고 있는 한 업체의 대표도 “어렵다는 말을 하기도 지칠 정도”라고 말하며 이어 그는 “다이어리 시장의 수익성이나 대폭적인 성장이 이뤄지지 않기 때문에 어려운 것보다는 지나친 저가경쟁을 유발하는 일부업체들에 의한 과당경쟁 때문에 더 어려운 것이 문제다”는 주장을 펼치기도 했다.



다이어리 시장의 흐름

우리나라 사람들의 경우 다이어리는 외국과는 달리 구매하는 것이 아니라 얻는 것이라는 인식이 강하다. 그래서 평소 알고 지내는 업체 관계자들로부터 연말 인사 중 받는 선물중의 하나였다. 그래서 얼마 전까지만 해도 일반 기업이나 관공서, 은행 등에서는 다이어리를 제작해 주요 고객들에게 배포했다. 인쇄관련업체도 마찬가지다. 코닥, 어도비 등 대형 업체들도 다이어리를 제작해 인쇄사 및 관련업계에 선물하곤 했다.

그러나 이러한 상황은 경기불황이 장기화되면서 바뀌어 버렸다. 다이어리를 제작하는 중소기업들이 줄면서 다이어리 산업 역시 줄어들거나 정체상태에 놓여 있다. 이러한 상황을 바꾸기 위해서는 다이어리 업체들 스스로 변화를 이끌어야 한다는 목소리가 높다. 사람들의 눈높이가 높아진 만큼 디자인 기능도 강화하고 친환경다이어리로 사람들의 눈길을 사로잡는 업체가 많아지고 있다. 또한 일반기업처럼 자신들이 만드는 다이어리를 브랜드화 하는 경향이 뚜렷해지고 있는 것도 주요 특징의 하나이다.

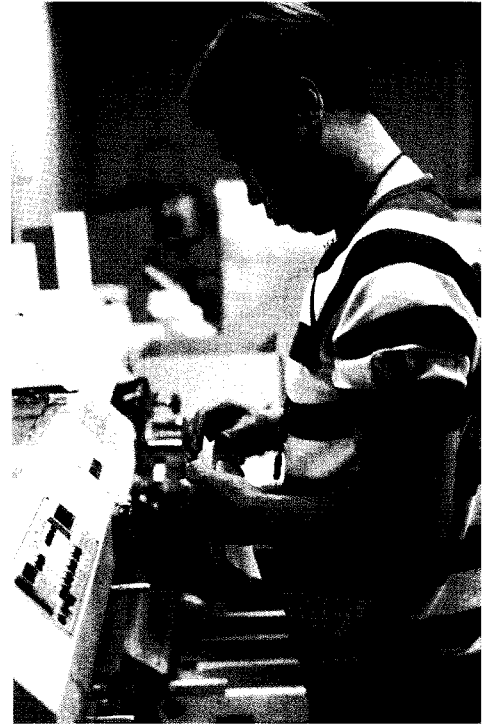
고급화되어 가는 다이어리

눈길을 끄는 변화로는 고급화로 표현되는 이색적이고 고급스러운 소재의 사용을 들 수 있다. 일부업체에 국한된 것이기는 하지만 촉감이나 광택 면에서 차별성을 확연히 느낄 수 있는 다이어리를 선보이고 있으며 자사만의 고유한 상품을 내세우는 사례도 점차 늘어나고 있다. 이런 변화에 대해 다이어리 관계자들은 “일반적이고 특색이 없는 다이어리는 가격적인 차이를 제외하면 차별성을 찾을 수 없을 만큼 차이가 없는 기술 수준을 보이고 있기 때문에 벌어지는 현상”이라고 말하고 있다. 그러나 다이어리업계는 더 이상의 가격인하가 어려울 정도 적정이윤을 밀도는 수주가격에 시달리고 있기 때문에 앞으로도 제살 깎아먹기식의 가격 경쟁은 쉽지 않을 것으로 전망된다.

이에 따라 다이어리업계에서는 비가격적인 차별화로 관심을 돌리고 있다. 그리고 그 방향성은 첫째, 브랜드 구축 둘째, 고급화된 커버제작 셋째, 디자인의 강화 등을 들 수 있다.

브랜드 구축

각 다이어리 업체들마다 디자이너가 있어 해마다 새로운 다이어리 제품들을 선보이고 있지만 총무로에 있는 다이어리 업체들의 경우 비슷비슷한 다이어리를 판매하는 경우가 대부분이다. 한 업체에서 수없이 많은 노력 속에 한 개의 신제품이 개발되면 다른 곳에서도 비슷한 제품이 선보인다. 이러한 상황이 되풀이되다보니 디자인과 품질을 통한 경쟁이 아닌 가격경쟁이 되어버린 것도 현실이다. 이러한 상황을 극복하고자 일부 업체에서는 자신만의 브랜드를 만들어 판매하는 경우가 많아지고 있다. 원일문화사의 경우 <blue tree 푸른 소나무>라는 브랜드로 자신들이 만든 제품들을 공급하고 있다. 태성바인텍의 경우도 <고도다이어리>라는 자체 브랜드를 개발했다. 최근 들어서는 이들 메이저급 업체들만 브랜드를 내놓는 것이 아니라 중견업체들도 납품 일변도에서 벗어나 자사의 브랜드를 개발, 구축하는데 관심을 기울이고 있다.



고급화된 커버제작

친환경 및 소득수준의 향상은 다이어리의 수준도 고급화되고 있다. 과거에 비해 고급화되는 경향이 두드러지고 있는데 이는 다이어리 커버의 고급화로 직결된다. 다이어리는 커버의 디자인 및 재질에 따라 가격이 결정되는데, 최근에는 고급 소재를 사용하는 경우가 많아졌다. 홍애선 블루트리 실장은 “무료로 선물하는 다이어리는 하지만 받는 사람이 기분 좋게 하기 위해 고급소재의 다이어리를 선호한다”라고 말했다.

그래서 예전에는 저가의 고주파비닐의 커버가 주를 이뤘다면 최근에는 봉제작업을 한 중가정도의 다이어리가 주종을 이루고 있다. 원단도 예전에는 DS라고 불리는 저가원단에서 이태리 원단이나 가죽으로 된 고급 원단을 사용하는 다이어리가 주를 이루고 있다. 이처럼 다이어리 커버가 고급화되고 있는 가운데 회사로고를 새기는 것도 황금박, 형은박처럼 뚜렷하게 보이는 방식이 아닌 은은한 느낌을 주는 형압을 주로 사용하고 있다.

디자인의 강화

다이어리업체의 경우, 같은 계절상품인 캘린더와는 달리 기성품이 강세를 보이고 있다. 이 기성제품들은 대부분 충무로에서 디자인을 하고 제작은 중국에서 하는 경우가 많다. 인건비를 감당하기 어렵기 때문이다. 그래서 다이어리 속지는 대부분의 업체에서 비슷하지만 다이어리 커버의 경우 각 업체마다 전문디자이너를 두고 개발을 하고 있다. 지금은 다이어리가 비슷비슷하지만 앞으로 디자인에 대한 저작권 개념이 강화되고 있어, 자신들만의 독특한 디자인이 대세를 이룰 것으로 보인다. 디자인의 강화는 소재의 다양화 및 소비자를 세분화하여 1:1 맞춤형에 손색이 없을 정도의 다양한 제품을 공급하는 것으로 현실화되고 있다.

다이어리도 온라인시대

이와 같은 흐름과 함께 다이어리의 영업 전략도 달라지고 있다. 지금도 대부분의 다이어리업체들이 충무로 등에서 오프라인 매장을 통해 소비자들에게 제품을 공급하고 있지만, 인터넷 홈페이지를 통한 온라인마케팅에서 힘을 쏟고 있다. 포털사이트에서 ‘다이어리’라는 검색어를 쳤을 때, 스폰서링크, 프리미엄링크 등 홈페이지 제일 위에 자신의 홈페이지를 올리기 위해 많은 홍보비를 지출하고 있다. 홍애선 블루트리 실장은 “지금 충무로 다이어리 골목에는 수많은 오프라인 매장들이 있지만 앞으로는 매장이 없어지고 온라인으로 모든 제품을 판매하는 때가 곧 오리라고 생각한다. 그 때를 위해 지금부터 온라인 마케팅에 온 힘을 쏟고 있다”라고 말했다. ☺

interview

“표지 디자인 우리가 최고” 자부합니다

아트프린팅 임영철 대표

업체에 대한 소개를 부탁드립니다.

지난 1997년 설립되었으며 다이어리 및 캘린더 제작으로 방향을 잡고 그동안 대형고객사를 대상으로 지속적으로 제작, 납품해 온 풍부한 경험을 갖고 있습니다. 자체적인 브랜드를 갖기 보다는 대형 업체에 OEM제작을 해 오면서 엄격한 품질관리로 호평을 받아 왔습니다. 현재 30여명의 전 임직원이 철저한 품질관리와 자체 디자인 연구 및 개발에 전념하고 있습니다.

주력하는 다이어리는 어떤 제품이며 특징은 무엇입니까?

자체 브랜드를 고객들에게 선보인 것이 2011년 시장을 대상으로 한 것이 처음이지만 저희들은 고객들이 다양한 선택을 할 수 있도록 올해 8종의 시스템다이어리를 새롭게 선보이고 있습니다. 고유모델은 회사 이름의 영문이니셜을 딴 AP-1로 시작하는 모델명을 채택하고 있습니다. 제작상의 특징은 전문성을 갖추었을 뿐 아니라 어느 업체와 비교해도 뛰어난 경쟁력을 갖춘 디자인 전문인력을 들 수 있습니다. 아트프린팅은 표지 디자인을 차별화 한다든가 개성이 넘치는 재질을 채택한다든가 하는 것으로 차별화를 기하고 있습니다.

주요 고객사는 어디이며, 어떤 특징을 갖고 있습니까?

프랭클린 플래너는 처음부터 지금까지 꾸준히 관계를 맺고 있는 주요 고객사입니다. 주로 고급형 다이어리를 공급해 왔습니다. 영국으로 10년째 수출을 해오고 있으며 유럽과 미국 등 4개국에 꾸준한 실적을 쌓아 오고 있습니다.



추천 제품 AP7-PU-SYSTEM

- ◎ 크기 148×210mm
- ◎ 표지 습식PU
- ◎ 표지 재질 80미색모조 224p
- ◎ 특징 좌,우 수납공간, 인덱스, 투데이저(자석형)
- ◎ 주소 : 서울시 금천구 독산동 1000-19호
- ◎ 전화 : 02)805-8874
- ◎ 팩스 : 02)805-8890
- ◎ 홈페이지 : www.artprinting.kr

예년과 비교할 때 올해 다이어리 시장은 어떻습니까?

비교적으로 어렵다고 볼 수 있을 듯합니다. 아트프린팅의 입장에서 자기 브랜드로 고객에게 처음으로 인사드리는 것이기 때문에 큰 욕심을 부리거나 무리수를 두지는 않을 생각입니다. 저희는 기획에서부터 제작라인까지 원스톱으로 일관해서 품질을 관리할 수 있는 것이 타사와의 차별을 가할 수 있는 장점이기에 앞으로 이를 강조해 나갈 계획입니다. 무엇보다 디자인 면에서의 경쟁력을 자신하고 있습니다.

인터넷 발달로 시장변화가 빠르게 진행되는 요즘입니다. 어떤 경영전략을 세우고 계신지요?

일부 온라인업체들을 중심으로 지나친 저가경쟁과 품질을 소홀히 하는 사례가 있는 것으로 알고 있습니다. 이제 자기 브랜드로 시작이니만

큼 처음부터 사이트를 짜임새 있게 구축하고 온라인 쇼핑물의 운영에 관한 것도 차분하게 준비해 나갈 계획입니다.

앞으로 다이어리 시장 전망은 어떻습니까?

아직까지 다이어리에 메모를 하는 것은 일종의 관습이니만큼 갑작스러운 시장축소 현상이 발생하리라고 생각하지는 않습니다. 또한 고객의 요구에 부응하고 좋은 품질의 제품을 공급한다면 어렵다고는 해도 이를 헤쳐 나갈 수 있으리라 생각합니다. ☞

김상호 부장 kshulk@print.or.kr

기술력 자부 ... 브랜드 제고에 역점

고도다이어리 시판사업부 **최병희** 과장

업체에 대한 소개를 부탁드립니다.

고도다이어리는 지난 2001년 이후 자체 기술력과 디자인으로 고객들에게 공급되어 호평을 받아온 국내 다이어리 시장의 유력한 브랜드입니다. 지난 1982년 설립된 이래 30년 가까운 세월동안 제책기술의 결정판이라고 할 수 있는 성경책, 사전류 등 얇은 재질의 책자를 오랫동안 사용할 수 있도록 하는데 심혈을 기울여 왔기 때문에 제작 노하우가 축적되어 온데 따른 결실이라고 말씀드리고 싶습니다.



주력하는 다이어리는 어떤 제품이며 특징은 무엇입니까?

먼저 제품의 장점으로 장기간 사용해도 책의 중간이 갈라지거나 날장이 떨어지지 않고 180도로 자연스럽게 펴지는 평활도가 매우 뛰어난 것이 고도다이어리의 장점입니다. 이는 양장 제책 기술을 다이어리에 적용시킨 것이라 할 수 있습니다. 주력하는 다이어리 제품은 천연가죽과 같은 부드러운 촉감, 패턴, 디자인, 색상 등에 자사만의 독자적인 기술로 이뤄낸 고급 제품으로 이전의 어두운 색상을 벗어나 과감하게 핑크, 오렌지, 그린, 블루 등 젊은 세대들이 선호하는 색상으로 보다 다양한 라인업을 확장한 것이 특징입니다.

주요 고객사는 어디이며, 어떤 특징을 갖고 있습니까?

고객사의 요청으로 이름을 밝힐 수는 없지만 이미 여러 해 동안 국내 유수의 대기업 여러 곳에 각각 수천 권 이상의 다이어리를 공급해 오고 있습니다. 그에 더해 500여 중소기업에 대해서도 고객의 요구를 적극 반영해 다양한 제품을 수

추천 제품 에브리데이 25

- ◎ 크기 1150×224mm
- ◎ 표지 재질 습식PU+봉제
- ◎ 본문 미색모조 384p
- ◎ 특징 간단한 외국어 한마디 수록, 인덱스 기능

- ◎ 주소 : 서울시 금천구 가산동 327-30
- ◎ 전화 : 02)855-9825
- ◎ 팩스 : 02)855-9826
- ◎ 홈페이지 : www.gododiary.com

권에서 수백 권씩 납품하고 있습니다. 고도다이어리의 고객들은 특정 분야에 치우치지 않고 골고루 다양하다는 것이 오히려 특징이라고 볼 수 있습니다.

예년과 비교할 때 올해 다이어리 시장은 어떻습니까?

다이어리 시장의 경쟁은 여전하고 시장규모가 크게 늘어나지 않고 있기 때문에 예년에 비해 큰 폭의 성장을 기대하기는 어려울 것으로 예상하고 있습니다. 그러나 저희 회사는 고객들의 라이프스타일 및 디자인에 따라 세분화하여 수십 종에서 100여 종에 달하는 다양한 제품을 공급하여 맞춤형 다이어리에 손색이 없을 정도로 뛰어난 품질과 특색 있는 디자인을 갖춘 다이어리를 공급하고 있습니다.

앞으로 다이어리 시장 전망은 어떻습니까?

고도다이어리는 단순히 기록과 스케줄을 관리하는 도구의 개념을 넘어 역사적 위인들의 과학적인 노트습관을 연구해 성공적인 미래를 위한 다이어리의 표준을 제시하고자 하는 것이 회사의 목표이자 마케팅 목표입니다. 앞으로 다이어리 시장의 급성장하거나 갑작스레 축소되기 보다는 정체 수준에서 큰 변화는 없을 것이라고 보고 있습니다. 고도다이어리는 끊임없는 탐구적 가치를 콘셉트로 특화 시켜 나가는 노력을 계속할 것입니다. ☺

김상호 부장 kshulk@print.or.kr

Interview 3

푸른소나무 다이어리로 1년을 준비하세요

원일씨엔피 하동선 대표

업체에 대한 소개를 부탁드립니다.

1990년 창사이래, 저희 원일문화사는 최고의 Creative를 자부하는 젊고 패기 넘치는 전문 인력과 15년 이상의 축적된 노하우와 경험을 바탕으로 다양한 다이어리 제작에 전념해 오고 있습니다.

저렴한 가격, 최상의 인쇄, 최고의 원자재 공급으로 고객의 신뢰에 부응하고자 최선을 다하고 있습니다.

현재 자동 트윈스프링 제본기 5대와 자동정합기 2대, 자동천공기 1대, 수동천공기 3대, 자동금구 제본기, 종이 재단기 시설 등을 보유하고 있습니다.

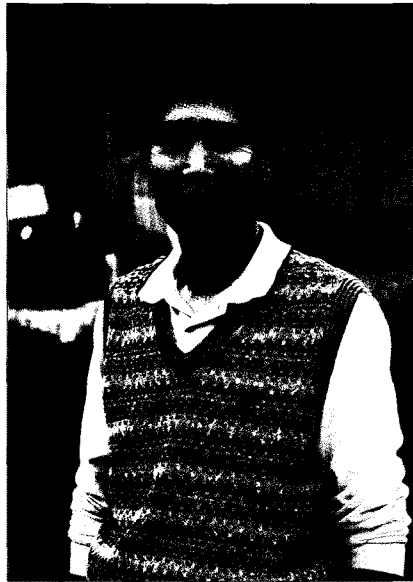
주력하는 다이어리는 어떠한 제품이며, 특징은 무엇입니까?

원일문화사는 창립부터 다른 다이어리업체와는 달리 우리만의 고유한 브랜드를 만들었습니다. 바로 <blue tree 푸른 소나무>가 그것입니다. 자사의 블루트리제품을 사용하시고, 1년 후 다시 찾게 되는 다이어리를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

올해 새로 추가된 다이어리 제품이 여러 개가 있으나, 그 중에서 가장 추천하는 제품은 <네모 포인트(25절 시스템 다이어리)>입니다. 네모 포인트 안쪽은 텍스처있는 소재로 되어 있으며, 테두리쪽은 고급 가죽원단으로 되어있습니다. 컬러는 브라운과 블랙이 있으며, 원하시는 내용으로 로고인쇄서비스가 가능합니다.

예년과 비교해 올해 다이어리 시장은 어떻습니까? 그리고 앞으로 다이어리 전망은 어떤 것이라고 보십니까?

전반적인 경기침체와 스마트폰의 등장은 다이어리 시장을



추천 제품 네모포인트 6공 자석단추

◎ 크기 25절 180x230mm(커버)
150x215mm(내지)

- ◎ 주소 : 서울시 중구 인현동1가 38-8
- ◎ 전화 : 02) 2277-0304
- ◎ 팩스 : 02) 2268-6732
- ◎ 제1공장 : 경기도 파주시 교하읍 동패리 237-2
- ◎ 전화 : 031) 942-1228
- ◎ 팩스 : 031) 942-1229
- ◎ 홈페이지 : www.wonilcnp.co.kr

압박하고 있습니다. 앞으로도 이러한 형상은 계속되어 기성품은 앞으로 줄어들 것으로 보입니다. 하지만 외부환경이 어렵다하더라도 내부적으로 디자인 개선, 오프라인이 아닌 온라인 영업으로의 변화 등을 꾀한다면 이 위기를 헤쳐 나갈 수 있을 것이라 믿습니다. “보기 좋은 떡이 먹기에도 좋다”는 옛 말처럼 소비자의 눈높이 향상은 지류 및 부자재 선택은 물론이고 커버의 고급화를 불러왔습니다. 그래서 우리 <푸른 소나무>도 고급 재료의 다이어리 커버를 공급하고 있는데, 인기가 좋습니다.

또 하나 인터넷의 발달은 우리 다이어리 업계에도 큰 영향을 미치고 있습니다. 지금은 오프라인 매장을 방문하시는 분들이 많이 줄었습니다. 이러한 추세를 보서는 몇 년 안에 오프라인 매장을 방문하시는 분도 거의 없어질 것이라고 예상합니다. 그 때를 위해 미리 온라인 사업을 강화하는 것이 필요합니다.

인터넷발달로 인한 시장변화가 빠르게 진행되는 요즘입니다. 어떠한 경영전략을 세우고 계신지요.

앞서서 말씀드린 대로 인터넷의 발달은 다이어리 시장에도 큰 영향을 미치고 있습니다. 우리 회사는 원일문화사의 홈페이지와는 별도로 <푸른소나무>의 홈페이지(<http://www.bluetrees.co.kr>)를 통해 다이어리, 내지, 수첩 등을 판매하고 있습니다. 아직은 초기단계라 부족한 부분도 있겠지만, 고객들의 편의를 위해 끊임없이 업그레이드할 예정입니다. ☺

임남숙차장 sang@print.or.kr