



## 미국 오프셋 인쇄의 미래는?

얼마 전 퀵 프린팅(QP) 설문조사 내용 중 단일컬러 오프셋인쇄기의 판매량이 2000년도의 14.4%에 비해 4% 하락한 것으로 나타났다. 다중컬러 오프셋 인쇄기 역시 판매량에서 차지하는 비율이 큰 폭은 아니지만 감소했으며, 판매량은 17.8%에서 19.3%로 떨어졌다. 한편 4컬러 오프셋은 판매량이 4.3%에서 8.3%로 약 2배 증가했다. 이러한 변화의 뒤에 있는 추진요인은 디지털 기술이다. 흑백 오프셋은 그러한 작업들이 단일컬러 복사기·인쇄기로 옮겨간 디지털 시대의 최초의 주요 희생양이다. 2컬러 및 3컬러 오프셋은 작업공정(run lengths), 품질 관련사항, 컬러 장당 과금(click charges) 덕분에 그러저럭 버텼다. 4컬러 오프셋은 더 길어진 실행 길이와 품질의 요건을 만족시키기 위해 더욱 발전했다. CTP는 인쇄 자동화 및 능력 면에서 한발 앞서있기 때문에 오프셋이 버텨내는데 확실히 도움이 되었다. 문제는 디지털 기술이 품질과 작업속도 문제에 대응하고 잉크젯 같은 새로운 출력 기술이 경쟁에 가담함에 따라 오프셋이 계속할 수 있는 역할은 무엇인가라는 것이다.

대부분의 대답은 “디지털이 많은 영역에서 오프셋을 대신하고 있지만, 오프셋이 곧 사라지지는 않을 것 같다”라는 전망이다.

### 우리의 현 위치

이 프랜차이즈 설문조사의 결과는 지난 10년 동안 오프셋 인쇄기의 판매량

이 38%에서 30.1%로 떨어졌음을 보여준다. NAQP(국제퀵프린팅협회)산업에 대해 여러 면밀한 설문조사를 수행하고 있는 QP 컬럼니스트 존 스튜어트(John Stewart)는 “사내 4컬러 오프셋이 미래에는 이 업계의 우리 부문에서 사라져가는 역할을 할 것이라고 생각하지만, 단일 및 다중 컬러의 역할은 상대적으로 안정적으로 남아있을 것이라고 생각합니다. 설사 12~15년 전에는 오프셋이 판매량의 40~45%에 달했다 하더라도 여러 해 동안 감소를 계속한 후 지금은 판매량의 32~36%에서 안정된 것으로 보입니다. 현재와 그리고 예측 가능한 미래까지는 이 수준을 유지할 것이라고 생각합니다”라고 말했다.

스튜어트의 퍼센트가 프랜차이즈 설문조사에서의 퍼센트보다 다소 높기는 하지만, 그것들은 동일한 기본적인 감소를 반영한다.

## 미국 오프셋인쇄의 미래

## 동종 비교

프랜차이즈 부문은 쾌속 및 소규모 상업 인쇄 산업 전체로서는 작은 일부에 불과하지만, 그 동향은 대표적이라고 할 수 있다. 스튜어트의 설문조사와 자사 자체의 QP 톱 100 설문조사는 오프셋의 역할이 똑같이 감소하고 있음을 보여준다. 그렇지만 우리는 프랜차이즈의 수로 시작을 했기 때문에, 프랜차이즈 사람들이 오프셋에 대해 무슨 할 말이 있고 그들이 디지털로의 이동을 어떻게 처리하고 있는지를 아는 것은 유익한 일이다.

알레그라 네트워크(Allegra Network)의 CEO 칼 게르하르트(Carl Gerhardt)에 따르면 “오프셋이 계속해서 빠른 속도로 감소하는 역할을 할 것입니다. 우리가 하는 대부분의 새로운 프랜차이즈들은 매치메이커(MatchMakers)이지만, 일부 신생업체들을 선별해 마케팅 서비스에 좀 더 주력하고 인쇄에 덜 신경 쓰는 방향으로 일을 추진하기도 합니다. 우리는 이들 신생업체에 오프셋이 아닌 메일링이 되는 디지털 장비를 갖추게 하고 있습니다”라고 말했다.

알파그래픽스(AlphaGraphics)의 CEO 케빈 커싱(Kevin Cushing)은 “저희 디지털 비즈니스 센터(오프셋 인쇄 아님)는 3~4년 전에 내놓은 자사의 표준이 되는 새로운 센터가 되었습니다”라고 말한다. “사장들은 오프셋 인쇄에 변화를 요구할 수 있고, 규모가 커진 후 많은 것을 추가할 수 있고, 작업을 사내로 가져와 이득을 얻고 싶어 합니다. 우리는 그들이 개업을 하기 전에 소싱(다른 알파그래픽스 센터)을 설치하는 것을 돕습니다. 장비 및 숙련된 노동력과 관련된 고정 비용은 신생업체에게는 타당하지 않습니다. 저희 네트워크의 약 13.5%는 현재 디지털 비즈니스 센터로 구성되어 있습니다”라고 말했다.

또한 커싱은 “오프셋이 곧 더 이상 쓸모없게 될 것이라고 생각하는가”라는 질문에 “오프셋은 디지털 컬러의 뒤에 있는 예측 가능한 미래를 위한 제2의 이익센터가 될 것입니다. 그러나 수익의 퍼센트 면에서 볼 때 오프셋은 연간 1~2%의 속도로 계속해서 감소할 것이라고 예상됩니다. 2009년에는 오프셋 판매량이 전체 판매량의 20.38%였습니다. 아웃소싱(외부위탁) 오프셋을 비롯해 마무리 등을 포함하는 판매량은 전체 판매량의 15.22%였습니다. 4컬러는 항상 하나의 요인이 되겠지만, 더 짧아진 작업공정, 더 빨라진 회송시간, 디지털 인쇄 같은 ‘오프셋’ 기술에 자리에 내주게 될 것입니다. 개인화의 효율성 역시 오프셋이 차지하는 비율을 감소시킬 것입니다”라고 말했다.

## 현장의 관점

그러므로 그것이 바로 프랜차이즈 선두주자들이 오프셋의 미래에 대해 할 말인 것이다. 프랜차이즈에 대한 현장의 관점에 어떤가? 애리조나주 스코츠데일(Scottsdale)에 있는 서 스피디 프랜차이즈의 CEO 셰리 스타트 버카우(Sheri Statt Bercau)는 “오프셋 인쇄는 오랫동안 상업 인쇄 및 대부분의 쾌속 인쇄 회사들의 핵심이었습니다. 저희 회사는 지난 10년 동안 오프셋이 감소했는데, 계

속해서 감소할 것이라고 그것도 훨씬 더 빠른 속도로 감소할 것이라고 진심으로 믿습니다. 이제 방대한 대다수의 구매자들이 디지털 인쇄를 수용하고 있습니다. 대부분의 회사들의 경제적 여건으로, 작업공정이 엄청나게 감소했습니다. 주문식 인쇄 역시 널리 받아들여지고, 다량의 주문이 계속해서 빠르게 감소하고 있습니다. 더 짧아진 작업공정은 디지털로 운영되기 때문에 더욱 경제적입니다. 이제 우리는 많은 상업 인쇄회사들이 경쟁을 위해 디지털로 바꾸는 것을 볼 수 있습니다. 대부분의 상업 인쇄회사들은 그것을 어떻게 판매하는지 또는 빠른 회수시간을 어떻게 처리하는지 몰랐습니다. 이는 빠르게 변화할 것입니다. 기술은 우리의 미래입니다. 쾌속 인쇄 산업은 종이에 잉크나 토너를 들어가지 않는 서비스를 어떻게 판매하는지 알아야 합니다. 웹투프린트 기술은 이것이 미래가 될 것임을 증명하였습니다. 한 예로, 다운로드할 수 있는 다양한 용도의 작품이 있는 온라인 카탈로그 생성을 이들 사이트에 통합할 수 있습니다. 다운로드 수수료는 프로세스(처리과정)에 연결시킬 수 있습니다. 웹사이트 개발 및 마케팅 서비스는 단 한 장의 종이도 필요 없이 서비스에 대한 요금을 청구할 수 있는 몇 가지 다른 방식일 뿐입니다. 우리 업계도 이제 적응을 해야 합니다”라고 말한다. PIA의 2010 포캐스트(Forecast)가 전통적인 오프셋 인쇄의 감소와 디지털 인쇄의 증가를 예측하는 한편, 버카우가 열거한 것 같은 그런 ‘부수적인 서비스’의 상당한 성장도 내다보고 있다. “오프셋은 위축되었지만 곧 사라지는 않을 것이며 디지털 출력은 완벽한 출력 방식으로서 계속 성장할 것이다”에 모두 합의하는 것으로 보인다. 출처 [www.printingnews.com](http://www.printingnews.com) (미국) 번역 박성권 기자 [vovsys@print.or.kr](mailto:vovsys@print.or.kr)