



인협, 2011일본시장개척단 파견

대일본 인쇄물 수출 증가로 관심 증가 국내업체 기술력 향상, 현지 이미지 제고

대한인쇄문화협회(회장 김남수)는 구랍 1일부터 3일까지 3일간에 걸쳐 문화체육관광부의 국고 지원을 받아 인쇄물 신규 해외시장 개척과 선진국의 고품질 고부가가치 인쇄시장을 파악하고 공략하기 위해 '2011 일본시장개척단'을 파견하여 상담회를 도쿄 신주쿠에 위치한 미시바빌딩에서 개최했다.

이번 일본시장개척단의 파견은 정부사업으로 운영되고 있는 인쇄수출센터가 추진한 주요사업의 하나로 대한인쇄문화협회 김남수 회장을 단장으로 동방인쇄공사, 두성칼라, 새한문화사, 아시아프린팅, 영인정보시스템, 청아문화사, 청우, 타라티피에스의 8개사, 13명을 비롯하여 인쇄문화협회의 임직원을 포함한 16명으로 구성되었으며 일본에서는 현지 스태프 13명이 추가적으로 시장개척단을 지원했다. 이번 개척단은 수출시장에 처음으로 관심을 갖고 참여하는 업체와 기존의 수출경험이 많은 업체들이 비슷한 비율로 구성이 되어 많은 경험과 패기가 조화를 이룬 가운데 경쟁 보다는 서로를 보완할 수 있는 분위기를 조성한 시장개척단이라는 평가를 받았다.

글 | 안세민 기자 heroic127@print.or.kr

대일본 인쇄물 수출 2011년 들어 급증 추세

우리나라 인쇄업계의 최근 5년간 전체 인쇄물 수출량 가운데 10%내외를 차지하던 일본시장은 2011년에는 1월부터 5월까지 3900만 달러로 급증세를 보였다. 5월을 기준으로 전체 수출 물량 가운데 33.3%를 차지해 전년도 수출량을 초과 달성했다. 이는 미국, 태국을 제치고 인쇄물 수출의 최대 시장으로 부상한 것이며 하반기에도 전반기에 비해 다소 떨어지기는 했지만 증가세는 이어져 10월말까지의 실적을 기준으로 볼 때, 5600만 달러에 달해 전년도 12개월 총 수출액인 3045만 달러에 비해 83.9%나 급증한 것으로 파악됐다.

이에 따라 수동적으로 수주에 대응하기보다는 보다 적극적으로 대 일본 인쇄물 수출을 늘리기 위한 목적을 갖고 이번 시장개척단 사업이 진행되었다. 현재 대 일본 인쇄물의 수출이 증가하는 현상이 나타난 것은 지난해 3월에 발생한 동일본 지진 및 쓰나미가 직접적인 이유로 작용했다. 큰 피해를 입고 폐업을 하거나 가동불능 상태에 빠진 일본 인쇄사들이 예상보다 많았고, 인쇄 작업 외적인 이유로는 전력 사정이 열악해지고, 다른 사회적인 인프라가 파괴된 것도 많은 영향을 끼쳤기 때문이다. 이에 따라 고품질 인쇄물의 작업 기준을 요구해온 일본 고객사들에게 정상적인 납기에 납품하는 것이 어렵게 되었다. 또한 어느 때보다 강해진 한류바람으로 인해 많은 일본 업체들이 한국의 인쇄물 제작 수준과 인쇄물의 품질에 대한 이미지가 긍정적으로 변하게 된 것도 빼놓을 수 없다. 물론 가격적으로 저렴하면서도 품질면에서는 일본업체들과 견줄 수 있는 고품질 인쇄물을 생산해 낼 수 있기 때문에 어려움에 처한 일본인쇄업체들에게 한국의 인쇄사들은 적합한 파트너로 떠오른 것이다.





1. 2011시장개척단의 상담이 진행된 미쓰비시당 입구전경

2-3. 상담실 내부전경. 각사들의 개별상담 보장을 위해 가림막을 설치하였다.

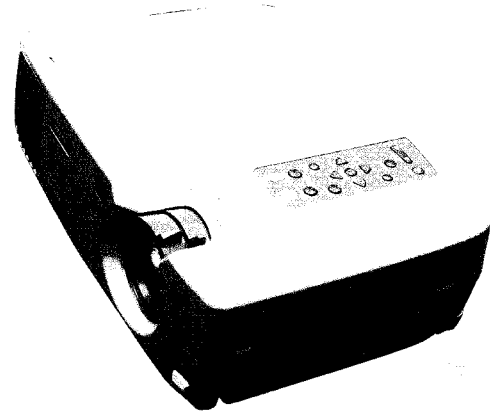
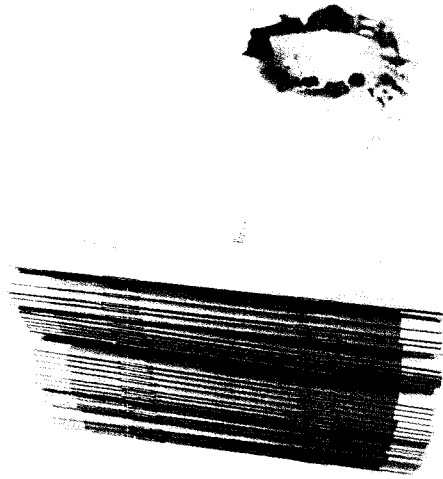
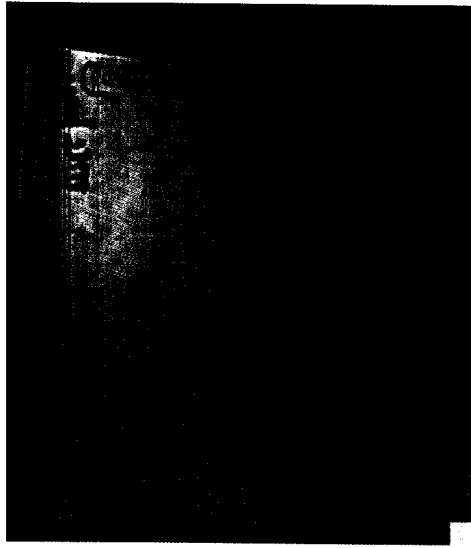
4. 2011시장개척단에서 일본업체와 상담중인 참가업체

개별 상담 보장해 깊이 있는 상담가능... 대기실에서는 직지 홍보

이번 시장개척단의 상담회는 개척단에 참여한 국내업체들과 현지 업체들 사이에 철저한 개별상담이 보장되었다는 것이 특징이었다. 상담실과 일본업체들이 대기할 수 있는 대기실을 별도로 준비해 깊이 있는 상담을 가능하게 했다.

대기실에서 상담을 기다리는 현지 업체들을 위해 한국의 전통인쇄문화를 상징하는 '직지'를 홍보하는 영상을 준비하여 상영하였으며 한국의 인쇄업계를 소개하는 브로슈어를 비치하여 상담에 앞서서 이해를 돕는 시간을 갖도록 했다.

실제 상담이 이뤄진 상담실에서는 테이블별로 파티션을 설치하여 업체들이 편안한 분위기에서 심도 깊은 상담을 진행할 수 있도록 편의를 제공했으며 현지 업체들과의 상담은 일본 현지로 출발하기 전 참가한 8개 업체의 주력 업무분야를 고려하여 개별 상담을 원칙으로 고르게 분배하여 국내 업체 사이에 혼선이 일어나지 않도록 하였다. 물론 당일에 일부 현지 업체들이 급한 회사 사정으로 참가하지 못하



5-7. 2011시장개척단의 상담이 진행된 대기실에는 프로젝터를 이용하여 직지홍보영상을 상영하였고 한국인쇄를 알릴 수 있는 인쇄물을 비치하였다.
 8. 대기실전경 9. 2011시장개척단에서는 업체와 상담후 폴라로이드 사진을 제공하였다.

는 사례가 발생하기는 했으나, 불참한 업체에게도 연락처와 참가할 예정이었던 담당자를 확인한 다음에 국내 참가업체에게 전달하여 전화나 이메일로 추후에 상담이 가능하도록 뒷받침 하여 시장개척단 파견의 취지를 살리도록 세세한 부분까지 지원했다.

상담이 끝난 후에는 각 업체별로 준비한 기념품과 샘플들을 한지쇼핑백에 담아 증정하였고 업체별로 상담한 업체들을 기억하고 메모가 가능하도록 폴라로이드 카메라를 이용하여 촬영 후 한국과 일본 업체에게 각각 제공하여 원활한 상담 진행과 함께 우호적인 분위기의 조성을 지원했다.

모든 상담이 끝난 후에 가진 간이 품평회 시간에는 첫 시장개척단임을 감안하면 잘된 점이 많았다는데 대부분 공감을 표했으며 앞으로 보다 발전적인 방향을 논의하고 효율적인 진행방향을 찾기 위해서는 추가적인 연구와 정기적인 시장개척단 파견이 필요하다는 의견 등을 나누며 첫 시장개척단의 품평회를 마무리 했다.



수출에 대한 향후 지원 방안 논의

구립 12일 인쇄문화회관에서 '2011 일본시장개척단'의 해단식이 거행되었다. 이날 해단식에는 이번 시장개척단의 단장인 대한인쇄문화협회 김남수 회장의 진행으로 두성칼라 김영철 대표, 새한문화사 윤문상 대표, 영인정보시스템 최원영 대표, 타라티피에스 이원순 대표이사, 이영상 매니저, 청우 황정혜 대표와 인협 이종찬 국제부 부장이 참석하여 구체적인 상담실적 확인과 현재까지의 진행사항을 확인하였으며 2012년에 진행될 시장개척단에서 개선, 보완할 점에 대해 토의했다.

이번에 진행되었던 시장개척단은 기존에 진행되었던 시장개척단과는 다르게 일본업체와 한국의 업체가 1대1로 상담하는 시스템을 채택하여 국내업체 간의 불필요한 경쟁으로 인한 가격 덩핑을 미연에 방지한 가운데 상담할 수 있었던 점이 매우 좋았으며 개인적으로 외국업체를 선정하기 어려운 상황에서 1대1 상담을 하면서도 3~4개 업체들을 상담할 수 있어서 만족했다는 의견이 많았다.

다음으로 시장개척단이 보완할 점에 대해서 가장 많은 의견을 차지한 것은 상담과 관련하여 시간을 좀 더 늘려주었으면 내용이 그 뒤를 이었다. 개별업체와의 상담시간을 여유 있게 늘리고 추가적으로 전체 상담시간을 늘려 개인적으로 만날 수 있는 바이어들도 참가하여 상담을 할 수 있었으면 한다는 내용이었다. 또한 바이어선정을 시장개척단 출발 한 달 전에는 섭외하여 어느 정도 참가업체들이 모여 리허설과 토의를 하고 의견을 나누는 자리를 만든다면 보다 나은 성과를 창출할 수 있는 시장개척단이 될 수 있을 것이라는 의견이 제시되기도 했다.



10. 구립 12일 인쇄문화회관에서 '2011 일본시장개척단'의 해단식이 진행되었다. 11. '2011 일본시장개척단'의 해단식에 참여한 타라티피에스 이원순 대표이사
 12. 영인정보시스템 최원영 대표 13. 타라티피에스 이영상 매니저 14. 청우 황정혜 대표 15. 새한문화사 윤문상 대표 16. 두성칼라 김영철 대표

해단식에서는 또 2012년도에 진행될 시장개척단에 대한 논의도 이루어졌는데 각사 대표들은 내년에도 최소 1~2회 정도 일본시장개척단을 진행하여 성과를 올릴 수 있게 하자는 의견에 원칙적으로 합의했으며 추후에 협회에서 운영하는 국제경쟁력강화위원회를 통하여 2012년 시장개척단의 지원방향 등을 논의하기로 했다. 2012년 협회의 마지막 국고사업으로 진행되었던 이번 시장개척단은 협회 차원에서 처음 진행하는 사업임에도 불구하고 일본 시장개척활동으로 국내 인쇄업체의 해외수출에 대한 가능성을 확인하는 성과가 있었고 해외 시장 개척에 한 획을 그었다는 의미를 부여할 수 있었다.

인협은 앞으로도 현지시장 조사 및 자료제공, 유력 바이어와의 상담주선, 통역서비스 등을 지원하여 해외시장정보 및 관련 상품 동향 등 관련정보를 지속적으로 제공해 국내 인쇄업체들의 새로운 해외시장 개척을 지원한다는 방침이다. ☞