



일본의 고부가가치 특수인쇄 동향 고객 선택 받기 위한 새로운 솔루션 제안

긴 역사를 갖고 있으며 기술력에 자신이 있는 기업이라면 고객에게 새로운 가치를 제공할 수 있을 것이다. 특히 고부가가치를 얻을 수 있는 특수 인쇄나 특수 가공을 제안함으로써 사업의 영역과 기회를 확장해 나갈 수 있을 것이다. 일본의 고부가가치 특수인쇄 동향에 대해 알아본다.

글 | 김상호 객원기자

금박이나 은박과 같은 각종 '박' 기술을 요하는 특수인쇄 수요는 해마다 11월부터 집중적으로 몰리곤 한다. 크리스마스나 설날과 같이 특별한 날일수록 고부가가치 인쇄물에 대한 수요가 집중되기 때문인데, 12월 중순과 하순이 최고의 성수기라고 할 수 있다. 이때를 즈음한 1달이나 1주는 인쇄사에게 있어 한해의 매출을 결정할 만큼 중요한 시기다.

고객 관심 끌기 위한 도구

금은 각종 箔押 및 浮出형식별로 지기 가공을 전문으로 하는 마루에이의 대표는 '箔がつく(박을 붙이자)'가 앞으로 그 가치를 더욱 높일 것이라고 예상했다. 그는 "이는 예로부터 칠기 등에 금박을 붙여서 가치를 높였다는 역사적 사실에서 온 말로서 매우 비싸고 가치가 높아질수록 관록이 붙는다는 뜻에서 '箔がつく(박이 붙다)'라는 의미가 굳어졌다"라고 밝혔다.

箔押(박압) 및 浮出(부출)·空押(공압) 주문형 인쇄도 높은 부가

가치를 만들어 낸다. 최근에는 특수 인쇄 및 가공을 이용한 잡지 광고, 포스터, DM 등의 시장이 성장하는 동시에 주목을 받고 있다. 그들은 확실히 효과를 거두고 있고 특히 청소년이나 여성을 타깃으로 하는 잡지는 매출액까지 좌우할 정도로 그 영향력이 크다. 그러나 고객의 측면에서 보면 자사 제품의 차별화를 도모하려면 지금까지의 '빛나는' 기술에 추가적인 부가가치의 요소를 추구해야 한다는 것을 의미한다. 인쇄 측에서는 지금까지의 기술로는 표현이 어려웠던 3D이며, 특수 가공인 '홀로그램' 등이 이에 해당된다고 할 수 있다. 이를 기존의 보유 기술이나 제품과 함께 어울릴 수 있도록 처리하는 것으로 보다 고급스러움을 표현할 수 있도록 한다.

전자책 가치도 높이는 특수인쇄

인터넷의 영향을 받는 산업은 수없이 많지만, 인쇄에 국한해서 말하자면 정보 전달 수단으로서 인쇄의 영향력과 물량은 분명히 감소

하고 있다. 이는 정보를 전달하는 도구가 종이에서 다른 매체로 완전히 이전했다기보다는 종이 유일하고 절대적인 전달 방법이 아니라는 것을 입증하고 있다는 것으로 이해할 수 있다. 또한 전자책의 성장이 드디어 활성화돼 정상적인 성장궤도에 오르면서 출판 인쇄도 감소하고 있다. 이에 비해 패키지 등은 인쇄산업의 전반적인 트렌드와 관계없이 성장을 거듭하고 있다.

웹을 이용한 인쇄도 빠르게 변화하고 있다. 특히 출판 사업은 큰 영향을 받았다. 인터넷이나 전자책으로 특별한 장애 없이 세상에 유통되고 있지만 부가가치가 높은 도서는 종이책으로 발간되는 현상이 보편화될 것이다. 이때 종이책은 가치가 높으면서 콘텐츠를 생성할 수 있는 고부가가치 서적으로 분화될 가능성이 있다. 지금도 블로거의 신뢰성을 판단하는 기준 중의 하나가 종이책의 출판 여부에 있는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

이때 제책 기술은 높은 부가가치를 창출하는 도구가 된다. 당연히 위에 언급된 특수후가공이 높은 평가를 받고 있으며, PP 등을 사용하는 특수 가공에도 잠정적인 가치가 있다고 볼 수 있다. 만일 표지에 '박' 표현이 들어가면, 그야말로 '箔がつく'가 구현된 것이라고 할 수 있다.

2D/3D가 만드는 새로운 '창조성'

아마구치 증권인쇄는 기차표나 버스승차권 등의 유가 증권 인쇄를 전문으로 1921년 창업한 이래 92년의 역사를 자랑한다. 현재는 승차권뿐만 아니라 선물카드, IC카드나 사원증, 회원카드 등을 다루면서 위조방지번호, 미싱, 빼기 등의 특수가공과 UV인쇄 등을 도입해 활용하고 있다.

2003년에는 기획, 디자인, 편집, 상품 개발을 할 INCENX(인센쿠

스) 사업부를 발족, 2D/3D, 동영상, 웹, 간판, 노벨티 등의 사업을 제공하고 있다. 2D/3D 포스터 및 패키지 등을 고객 관점에서 다루는데, 구체적으로는 2D이면서 입체감과 홀로그램의 빛을 겸비한 3D 인쇄 기술의 응용이 있다. 또한 凸金형 평면의 수지 소재에서 디자인을 떠오르게 하여 2D 포스터에서 3D 모양으로 떠오르는 포스터를 제작하고 있다.

이 부문을 담당하는 크리에이티브&프린팅 사업부 이사인 야마구치씨는 "고객의 차별적이고 전략적인 의도를 충분히 이해하고 우량으로 가치가 높은 콘텐츠를 제공하기 위해 프로듀서, 디렉터, 마케터가 내부에 있는지가 중요하다"고 말했다. 그리고 '창조성'을 축으로 고객 이 안고 있는 과제를 해결하기 위해 없어서는 안 될 존재가 되는 것을 목표로 하고 있다고 밝혔다.



기술은 높은 부가가치를 창출하는 도구가 된다. 당연히 위에 언급된 특수후가공이 높은 평가를 받고 있으며, PP 등을 사용하는 특수 가공에도 잠정적인 가치가 있다고 볼 수 있다.

특수인쇄 가공 강점으로 활용

특수인쇄 및 특수가공의 세계는 기술적으로 문턱이 높게 느껴질 수 있다. 또한 인쇄 비즈니스에 문제가 없다고 생각해 버리기 십상이다. 하지만 고객 커뮤니케이션 사업의 지원을 한다는 관점에서 보면 말지 않을 수 없다. 오히려 적극적으로 공략해 인쇄 비즈니스의 가능성을 넓힐 수 있을 것이라고 볼 수 있다. 이를 위해서는 자신뿐만 아니라 가능한 곳과 제휴를 맺는 것도 경우의 수에 포함시켜야 할 것이다.

한 회사에서 할 수 없는 것도 관계를 넓히면 가능한 일이 많다. 큰 의미를 두지 않고 하는 잡담이나 단순한 업종 교류의 과정에서도 사업의 발전을 위한 힌트가 숨겨 있을 수 있다. 고객이 어떤 방식으로라도 '기존 제품을 만들고 싶지만 가능성은 여러 곳에 있다'라며 직접 상담을 걸어올 경우에는 아직 기회가 있다는 것을 의미하는 것이다. ↻



박을 이용한 카드인쇄물을 통해 고부가가치를 실현하고 있다.

출처 | 일본 인쇄정보 2013년 11월호