

이제는 하드웨어가 아니라 유통이 문제

죽느냐 사느냐, 2006년 기로에선 e-북 예스24, 교보문고 디지털콘텐츠 유통사업 런칭

지난 2월 9일 각 출판사는 예스24로부터 'u-Book 및 도서본문 검색 서비스' 오픈 안내 및 홍보참여 요청'이라는 제목의 공문을 하나 받았다. 북토피아의 도움을 받아 자사의 책을 디지털콘텐츠로 변환하면 이를 활용한 마케팅과 유통을 예스24가 지원하겠다는 게 주요 내용이었다. 출판사들은 잠시 고민에 빠졌다. '과연 때가 된 것일까?'

디지털과 유비쿼터스로 독서환경 진일보

디지털출판 유통에 불이 붙을 전망이다. 먼저 치고 나온 것은 예스24다. 예스24는 작년 12월부터 대표 e-Book업체이면서도 소비자와의 접점을 찾지 못해 고민해온 북토피아와 손잡고 무료로 e-Book을 체험하게 하는 공동 마케팅을 펼치고 있다.

예스24가 펼치고 있는 서비스는 도서본문검색서비스와 유비쿼터스북 서비스다. 도서본문검색서비스는 제목, 저자, 서평 등 일반적인 책 정보는 물론 자신이 관심을 가지고 있는 주제가 어떤 책 어디에 있는지 확인할 수 있는 서비스다. 이미 네이버가 세계에서 최초로 이러한 서비스를 선보였지만 유통과 연결시켜 서비스한 것은 이번이 처음이다. 이를 통해 예스24의 종이책과 북토피아의 e-book 구매가 가능하게 된 것이다.

유비쿼터스 e-Book 서비스는 유무선을 연동한 e-book 서비스로 한 번의 구매로 PC, PDA, 휴대전화에서 동일한 e-Book을 열람할 수 있는 서비스다. 북토피아는 2005년 12월 SK텔레콤과의 제휴로 세계 최초 유무선 연동 e-Book 서비스인 U-북 서비스를 오픈했고, 올 4월과 6월 각각 KTF와 LGT 고객들도 동

일한 서비스를 이용할 수 있도록 제휴를 넓혀갈 예정이다. 예스24 주세훈 선임팀장은 "e-Book의 성공여부는 이제 하드웨어에 있는 것이 아니라 어떻게 유통하는 것이냐"라며 "종이책 독자를 대상으로 올 4월까지 무료 체험 마케팅을 실시하고 이후부터 유료로 전환해 출판사들이 마케팅에 적극 활용할 수 있도록 할 계획"이라고 밝혔다.

교보 '디지털리' 런칭으로 e-Book 시장 가세

비록 선수는 빼앗겼지만 교보문고도 디지털출판과 새로운 형태의 독서문화를 겨냥한 '디지털리Digitari' 런칭에 박차를 가하고 있다.

교보문고는 지난 7월부터 교보문고 사이트 내에서 e-Book(키즈북), 만화책(코믹북), 오디오북(다운로드샵), 국내학술 논문서비스를 제공해온 디지털리를 독립 사이트로 운영한다는 계획이다. 이로써 독립된 '디지털리'는 단행본 및 전집류 등의 e-Book 서비스와 종이책과 동일한 포맷의 하이라이트 도서본문검색 서비스, 그리고 플래시 애니메이션 e-Book을 보장하여 e-Book 서비스를 대폭 강화하게 된다. e-Book 5만, 도서본문검색 3만종 서비스를 목표로 하고 있다.

오디오북은 종이책에 부록으로 제공되는 콘텐츠의 디지털 변환, 북텔러가 읽어주는 오디오 콘텐츠, 그리고 국내외 콘텐츠 제공사와의 전략적 제휴를 통해 디지털 기기에서 사용이 가능하도록 지원할 예정이다. 향후 CD, DVD 상품으로 제작하여 교보문고 매장 및 각종 사업체와의 제휴를 통해 오디오북 마케팅을 전개하게 된다. 또 북세미나 서비스는 2005년 11월 북세미나닷컴과

제휴를 통해 가장 빠르고 깊이 있는 저자 인터뷰 및 저자강연회를 동영상으로 제작하여 연간 100종 이상 서비스할 예정이다.

교보문고 성대훈 팀장은 “활자 매체는 디지털 매체의 뿌리”라며 “합법적인 저작권 및 전송권 계약을 통해 책읽는 국민이 더욱 확산되고, 숨어있는 소중한 ‘책’ 지식정보를 본문 검색을 통해 부활시키는 게 목적”이라고 밝혔다.

수요예측, 독자 의견 반영, 개인도서관 구축, 자원절약 등 가능성 무궁

현재 가장 관심을 보이는 출판사는 유통 기한이 짧은 비즈니스 분야의 책을 주로 내는 출판사와 저작권 문제를 빠르게 해결할 수 있는 국내 작가를 많이 보유한 출판사들이다.

출판사에서 기대하는 효과는 먼저 마케팅에 얼마나 효과적으로 활용할 수 있느냐는 것이다. 《살아 있는 동안 꼭 해야 할 49가지》와 ‘해커스 토익’의 성공이 이러한 관심을 더욱 증폭시켰다. 독자들에게 e-Book 형태로 미리 책의 일부를 볼 수 있게 함으로써 책의 수요를 예측할 수 있는 것이 무엇보다 매력으로 다가오고 있는 것이다. e-Book업체는 예약판매보다 더 빠르고 정확하게 수요를 예측할 수 있을 뿐만 아니라 ‘해커스 토익’의 사례와 같이 이러한 과정에서 독자의 요구를 책에 반영할 수 있게 됨으로써 종이책 출간시보다 독자들의 만족을 높일 수 있다고 강조한다. 또한 신간 한 권에 구간을 무료로 제공하는 ‘1+1’ 행사를 할 때 e-Book을 제공하게 되면 비용부담 없이도 똑같은 효과를 얻을 수 있을 것이라고 말하고 있다.

두 번째 효과는 절판을 막음으로써 책의 라이프사이클을 무한 연장시킬 수 있다는 점이다. 특히 재판을 찍을 시점에 수요가 충분하지 않다고 했을 때 종이책 대신 e-Book으로 유통하게 되면 생산과 물류에 대한 부담 없이 필요로 하는 독자에게 책을 공급할 수 있게 된다.

세 번째로 유통업체들은 책의 콘텐츠가 디지털화 되면 사회적으로 지식이 축적되는 결과를 얻을 수 있다고 강조한다. 콘텐츠가 책이라는 형태를 통해 도서관이나 특정 장소가 아니라 개인의 데스크톱에 저장됨으로써 모든 사람이 개인전자도서관을 보유하는 결과를 얻을 수 있다는 것이다.

이외에도 수요를 예측한 출판으로 인한 자원절약, 콘텐츠 이동성 확보로 인한 출판에 있어서 한류의 가속화 등이 가능하다는 게 유통업체의 설명이다.


예스24 주세훈 팀장은 “도서본문검색(2005년 12월 14일) 서비스 시작 전후 3주를 비교한 결과 본문검색이 제공된 후 10퍼센트 정도의 매출이 상승됐다”며 “연말과 겹친 탓이 있어 객관적인 자료로 활용하기는 힘들지만 서비스된 책에서 공통적으로 매출이 상승했다는 것은 주목할 만한 변화”라고 말했다.

불법복제전송 우려, e-Book에 대한 거부감 여전

물론 이러한 변화에 부정적인 견해를 보이는 출판인들도 있다. 우

선 e-Book이 활성화될 경우 라이프사이클이 짧은 경영서나 실용, 킬링타임 도서 등에 비해 상대적으로 무거운 인문사회 학술 출판물의 판매는 더욱 부진해질 것이라는 주장이다. 한국출판영업인협회의 게시판에 ‘출판인’이라는 아이디로 글을 남긴 한 영업자는 “물론 e-Book이 홍보의 역할을 한다고 말하기도 하지만 그것보다는 종이책 시장의 축소로 인한 출판사의 이익감소가 더 크게 나타날 것으로 보인다”며 의견을 구하는 글을 남기기도 했다.

또한 불법복제전송도 앞으로 불거질 문제 중 하나다. 예스24측은 북토피아를 사업파트너로 선정한 이유 중 하나가 북토피아가 e-Book을 서비스한 이후로 한번도 해킹을 당한 적이 없다는 점을 들고 있다. 하지만 e-Book이 보다 대중화될 경우에도 해킹에서 안전할 것인지에 대해서는 장담하기 힘들다는 게 일각의 우려다.

네이버 지식iN에 글을 남긴 한 누리꾼은 기본적으로 e-Book의 성공에 회의적이라는 의견을 남기기도 했다. 음악의 경우 처음부터 MP3로 음악을 듣는 세대가 나왔지만 책의 경우 아직까지도 글을 종이책으로 익히고 보기 때문에 e-Book을 읽는 것 자체에 거부감이 해소되기 힘들다는 의견이다. 또 e-Book은 용량이 작아 P2P를 이용하지 않고 이메일로도 전송이 가능하고 최근 복합기들은 문자스캔이 가능하기 때문에 워드입력 없이 스캐닝 한 번으로 컴퓨터에 텍스트를 저장할 수 있게 된 것도 걸림돌로 꼽았다. 

취재 신동섭 기자