

높은 성장세에 “하하” U북 상용화로 “호호”

교보문고 등 온·오프라인 서점 시장 진입 변수

우리나라의 국민 1인당 독서량은 OECD 가입국 중 최저 수준이다. 수치 상으로는 거의 제로에 가깝다. 이런 척박한 현실속에서 전체 서적시장의 10분의 1 규모에도 채 미치지 못하는 전자책업계가 희망을 찾고 있다. 우선 성장세가 두드러진다. 국내 전자책 시장은 2005년에 2004년 대비 두 배 가까이 성장했고, 올해는 지난해의 세 배가 넘는 1,500억원 규모의 시장이 형성될 것이란 전망이 대세다. 유비쿼터스(u) 북 등 새로운 이슈를 통해 전기를 마련해 나가고 있는 국내 전자책 시장을 분석했다.

글 양기석 기자

전 전자책시장이 꿈틀거리고 있다. 국내 독서인구가 워낙 적은 탓에 절대 시장 규모는 작지만 디지털콘텐츠 분야의 새로운 블로오션으로서 가능성을 확인해 나가고 있다.

지난 2000년 초에 유망사업 분야로 떠올랐던 전자책은 장밋빛 전망만을 뒤로한 채 과열 경쟁을 거치며 열기가 식어가는 듯 했다. 초기 시장임에도 불구하고 경쟁만 있고 수요는 없는 전형적인 레드오션이었던 셈. 하지만 기존 종이책 가격의 절반에 그치는 저렴한 무기로 꾸준히 명맥을 이어온 전자책은 최근 들어 PC나 휴대전화 외에도 PMP, DMB와 같이 디바이스가 다양해지는 등 사용자 인터페이스의 획기적 발전을 통해 가파른 상승세를 타고 있다.

차은숙 한국전자책컨소시엄 사무국장의 표현을 빌리자면 “국내 전자책시장은 과대 평가기와 과소평가를 거쳐 이제는 실질적인 성장 과정에 들어선 것”이다.

게다가 지난해 U북 서비스가 상용화되면

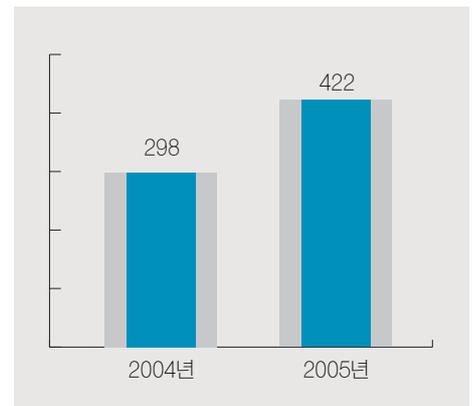
서 언제 어디서나 서비스를 즐길 수 있게 돼 궁극적으로 전자책시장의 보편적 확산에 대한 기대가 크게 높아지고 있다.

국내외 시장 가파른 상승세

한국소프트웨어진흥원이 최근 발간한 ‘2005년도 국내 디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서’에 따르면 국내 전자책 시장은 2004년 298억원에서 지난해 422억원으로 연평균 41.6%라는 높은 성장률을 기록했다. 성장률 면에서 전체 DC산업 성장률인 16.8%를 크게 웃도는 수치. 전세계 시장의 성장세도 국내 시장과 크게 다르지 않다. 2004년 8억8,400만달러 규모를 형성한 전세계 전자책시장은 지난해에는 14억5,800만달러를 기록하며 전년 대비 64.9%라는 경이적인 성장률을 보였다. 더욱이 오는 2010년까지 연평균 성장률이 45%에 이를 것으로 예상돼 국내외를 막론하고 전자책업계의 즐거운 비명은 지속될 전망이다.

이러한 장밋빛 전망은 최근 전자책시장에

(그림 1) 국내 전자책 시장 추이(단위: 억원)



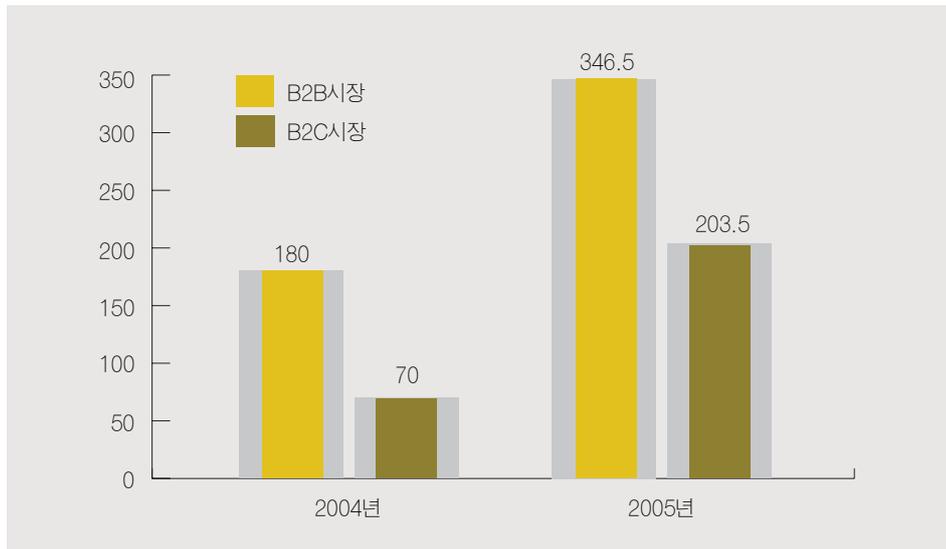
자료: 한국소프트웨어진흥원

진출한 교보문고의 자체 분석결과에서도 나타났다. 교보문고는 지난 2004년 국내 서적 시장에서 전자책이 차지하는 비중이 3%에 그쳤으나 오는 2010년이면 12%대로 크게 올라갈 것으로 전망했다. 아직 전체 서적시장에서 차지하는 비중은 낮지만 출판산업의 무게중심이 전자책으로 기울어가고 있다는 방증인 셈이다.

시장이 확대되면서 기존 B2B(전자책의 도

(그림 2) 국내 전자책 시장 분야별 매출 추이

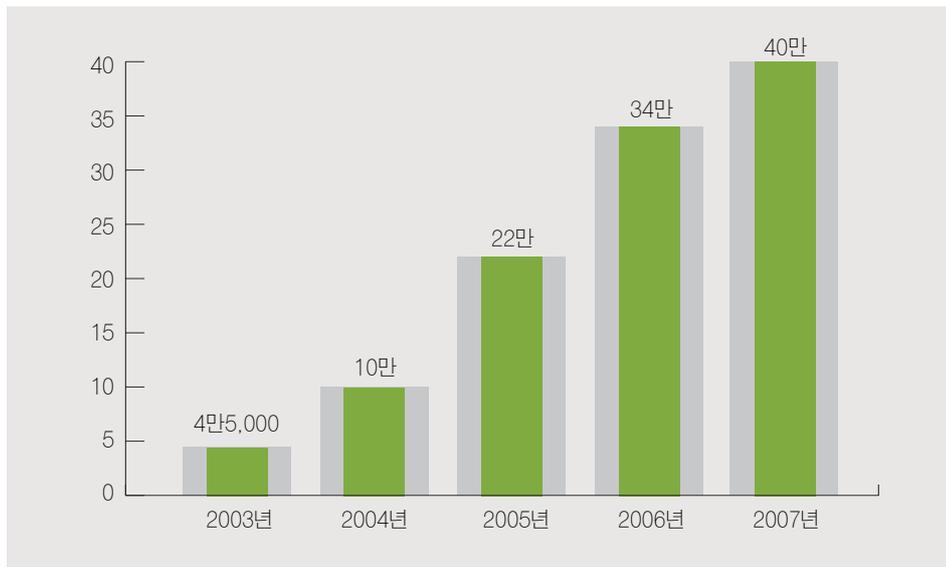
(단위: 억원)



자료: 한국전자책컨소시엄

(그림 3) 전자책 종수 추이

(단위: 권)



자료: 한국전자책컨소시엄

서관 납품 등) 중심의 시장 판도에도 변화가 나타나고 있다.

한국전자책컨소시엄(EBK)이 지난해 말 조사한 '2005년 전자책산업 현황 및 2006년 시장 전망'에 따르면 B2B시장의 비중이 점차 낮아지는 반면 일반 사용자들 대상으로 하는 B2C시장은 크게 확대되는 추세인 것으로 분석됐다. 특히 EBK는 B2C 전자책 시장이 크게 성장할 수 있었던 것이 다양한 비즈니스 모델 개발과 지난해 하반기 이뤄진 u북의 상용화에 기인한 것으로 분석했다. 또한 대형 포털

업체들을 중심으로 도서본문검색 서비스를 확대하고 있고 온오프라인 유통업체들의 전자책 시장 진출도 긍정적인 요인으로 작용했다는 것이 EBK측의 분석.

이에 대해 양과북을 운영하고 있는 강성욱 오름미디어 사장은 "시장이 확대되면서 향후 다양한 플랫폼에서 전자책을 접할 수 있는 기회가 늘어날 것이고, 소비자들은 전자책 콘텐츠를 보다 쉽고 저렴하게 구입할 수 있게 될 것"이라고 전망했다.

국내 전자책시장이 크게 확대되고 있는 가

운데 기술 발전 속도도 이미 세계 수준을 넘어 서고 있다. 국내에서 전자책 개념이 등장해 활성화 된지가 2~3년에 불과하지만 이미 유비쿼터스(u)북 시대가 현실화되고 있는 것.

주인공은 북토피아. 북토피아는 지난해 개최된 프랑크푸르트 북 페어에서 세계 최초로 u북 서비스를 선보였다. u북은 기존의 전자책 개념을 넘어서는 것으로 인터넷이 가능한 기기를 통해 언제 어디서나 서비스를 즐길 수 있는 것이 특징이다.

현재 국내에서 유비쿼터스 개념이 접목돼 상용화된 서비스가 <싸이월드>, 온라인음악 서비스 <멜론> 정도에 그치고 있는 것을 감안하면 u북 서비스 상용화는 전체 IT시장의 관점에서도 주목할만한 성과인 셈이다.

차별화전략으로 시장 수요 대응

전자책시장에 새로운 변화의 물결이 밀려 오면서 관련 업체들도 특화전략 마련에 부산하다. 새로운 콘텐츠 확보와 출판업체들과의 제휴 등을 통해서 시장 확장에 적극적으로 나서며 치열한 물밑경쟁을 벌이고 있다.

지난해 U북 서비스 상용화에 성공한 북토피아는 올해에는 이미 서비스가 되고 있는 SKT 외에 타 이동통신사로 u북 서비스를 확장하는데 전력하고 있으며, 엠팩스 등 포털과의 제휴를 통해 도서본문 검색 서비스 확대에 주력한 바로북은 기존의 로맨스 외에 동성애라는 새로운 장르를 개척해 타사와의 차별화를 모색하고 있다.

종합 전자책 서비스 기업을 지향하는 일부 업체 외에 전자책업계의 효자 노릇은 장르문학이 담당하고 있다. 규모의 한계에 따라 틈새 시장을 노릴 수밖에 없었던 대부분의 전자책 업체들이 일찍이 구매력이 높은 여성을 타깃으로 로맨스로 대표되는 장르문학을 기반으로 자리를 잡은 것. 다만 최근 들어 기존 로맨스 외에도 가정생활, 취미·여행 등의 일상생활과 밀접한 분야를 중심으로 시장이 크게 확대되고 있어 전자책이 광범위하게 확장될 가능성을 보여주고 있다.

이미 80년대부터 로맨스 소설 브랜드인 <할리퀸> 로맨스 소설을 국내에 독점 출간해

온 신영미디어는 지난 2000년부터 온라인 서비스를 시작하며 온오프라인을 아우르는 전문 로맨스 소설 출판사로서 위상을 확립했다. 양파북도 대중적인 감성·멜로물의 콘텐츠 기획과 제작 기반을 마련하는데 중점을 두고 있으며, 고이북은 로맨스는 물론 다양한 장르를 개척하는 동시에 유럽·중국·태국 등 해외 진출을 타진하고 있다.

한편, 그간 B2B시장에 주력해 온 조은커뮤니티는 대입 수능생을 위한 논술 필독서 1,000종을 갖추는 등 특화된 콘텐츠 개발을 통해 B2C 서비스 확장에도 대비하고 있다.

교보문고 등은 오프라인 서점도 시장 진출

올해에도 여전히 u북 서비스의 확대가 전자책업계의 초미의 관심사지만 오프라인 서점의 강자 교보문고의 전자책 시장 진출도 빼놓을 수 없는 화제다.

교보문고는 지난달 초 전자책을 비롯한 지식정보를 제공하는 사이트인 <제노마드>를 정식 오픈하며 전자책 시장에 성큼 들어왔다. 제노마드 사이트는 전자책을 비롯해 본문 검색, 오디오북, 북세미나 등으로 구성돼 있어 특화전략을 추구하고 있는 기존 전자책 업체들과 직접적인 경쟁이 불가피한 상황. 특히 교보문고는 최근 다음커뮤니케이션과의 전략적 제휴를 체결하고 도서 미리보기 및 본문검색 DB를 제공키로 해 포털을 통한 수입에 크게 의존하고 있는 기존 서비스업체들을 긴장시키고 있다.

현재 국내 400여 출판사 및 50여 콘텐츠 전문 업체들과 서비스 계약을 체결한 교보문고는 PDF 기반의 전자책 수집·구축 사업을 통해 종이책과 같은 판형의 전자책 활성화에 주력하고 있다. 교보문고는 향후 출판업체들과 전자책 서비스 계약을 강화해 연간 5만종의 전자책 콘텐츠를 확보할 예정이며 2007년 내 업계 최대 규모의 전자책 서비스 사이트로 성장한다는 복안이다.

교보문고의 시장 진입에 대한 전자책업계의 의견은 크게 두 가지로 나뉜다. 일부 업체들은 시장 특성 상 교보문고가 전자책 시장서 영향력을 행사하기 위해선 상당한 시일이 걸

릴 것으로 보고 있다. 특히, 장기간 운영 노후가 필요한 B2B시장에서는 원활한 시장 진입이 쉽지 않을 것이라는 것.

홍완수 조은커뮤니티 과장은 “올해 전자책 시장은 교보문고의 사업진출 등 변수가 있지만 시장지배력은 규모만으로 이뤄지는 것이 아니라는 점에서 성급히 시장 판도를 예단하기 힘들다”고 말했다.

한편 교보문고의 시장 진입으로 일반 사용자들이 전자책에 대한 주의를 환기 시킬 수 있어 시장이 확대되는데 긍정적인 요소로 작용할 것으로 보는 시각도 있다. 경쟁도 있겠지만 시장 확대를 위한 자극제가 될 것이라는 판단

이다.

유윤선 북토피아 이사는 “교보문고의 전자책 시장 진출로 일반인들의 전자책에 대한 인식을 변화시키는 데 적지 않은 역할을 할 것”이라고 내다봤다. 이에 대해 교보문고 측은 기존 전자책 서비스업체들과 공급망 확대 및 콘텐츠 경쟁을 통해 보다 우수 콘텐츠를 제공할 수 있을 것으로 판단하고 있다.

이밖에 대표적 온라인 서점인 예스24도 지난해 말 북토피아와 손을 잡고 도서본문검색 서비스를 개시한 것을 비롯, 올 1월에는 U북 서비스에 관한 제휴를 체결하기도 했다. 이 제휴로 예스24에서 종이책을 구매하면 같은 내

INTERVIEW

차 은 숙 한국전자책컨소시엄 사무국장

“지식정보사회의 주역은 전자책”



국내 전자책 시장 현황은.

전자책은 지난 90년대 말 관련 단말기가 출시되면서 시작됐지만 그간 조정기를 거치며 최근 들어서야 본격적인 성장기에 진입했다. 우리나라는 창조적인 이용자들이 많고 IT인프라가 갖춰져 있기 때문에 성장 가능성이 매우 높다. 특히 자체적인 조사결과에 따르면 올해 전자책시장이 지난해에 비해 세 배 이상 성장한 1,500억원 규모가 형성될 전망이다. 이는 m북의 활성화로 모바일 콘텐츠 시장의 성장세가 높은 것을 감안할 때 충분히 가능할 것으로 보인다. 물론 아직은 외서(외국서적) 등을 서비스하는데 어려움이 있지만 국내에서 출간되는 베스트셀러 등은 대부분 전자책으로 손쉽게 이용할 수 있다.

전자책이 종이책보다 비교우위에 있는 것은.

종이책과 비교할 때 전자책만의 최대 장점은 활용도가 뛰어나다는 것이다. 더욱이 U북 서비스가 상용화되는 등 전자책 인프라나 기술 수준도 크게 높아졌다. 아울러 전자책에 대한 구매력이 높은 20~30대의 경우 책에 대한 고정관념, 즉 종이책이나 전자책이나를 크게 따지지 않는다는 점도 고무적이다. 이는 전자책이 향후 출판산업의 블루오션이 될 수 있다는 방증이기도 한다.

현재 전자책 시장의 문제점이 있다면.

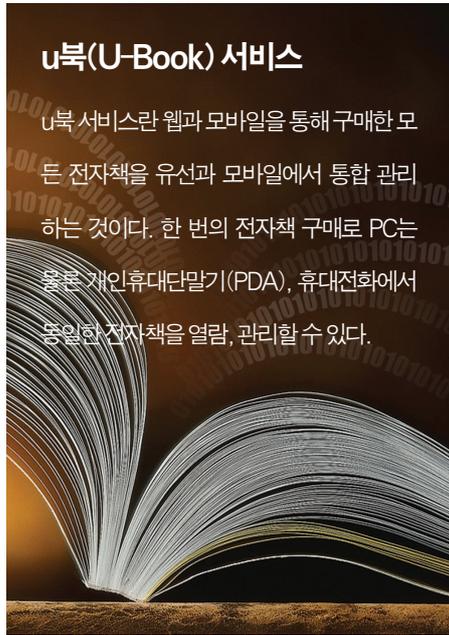
미국에서는 대기업이 포함된 컨소시엄 형태로 전자책 시장에 진입하는 경우가 많지만 국내에서는 대부분 벤처기업이라 자본 압박이 클 수밖에 없으며 업체들마다 동일한 콘텐츠에 대한 중복 투자의 가능성도 높다. 지난해 북토피아와 바로북의 제휴는 이러 측면에서 높게 평가할 만하다. 또한 전자책은 도서관 등 실제 현장에서 보편적으로 사용되고 있음에도 불구하고 정부의 지원이 적은 편이다. 전자책은 게임, 음악 등과 다르다. 엔터테인먼트가 아니고 지식정보산업이다. 향후에는 우리의 지식과 문화를 전자책이 담당해 나갈 것이고, 정부의 지원도 이러한 관점에서 이뤄져야 할 것으로 보인다.

용의 전자책을 u북 서비스로도 제공받을 수 있게 됐다.

강성욱 오름미디어 사장은 “최근 들어 대형 서점을 중심으로 전자책 시장 진출을 선언하는 경우가 나타나고 있는 가운데 불황타개책의 일환으로 중형 출판사조차 자신들만의 특화된 전자책서비스를 준비하는 경우가 많아 시장 경쟁은 더욱 치열해질 전망”이라고 말했다.

유기적 연계가 성장 관건

전자책 시장이 성공하기 위해서는 전자책 서비스, 솔루션 업체들과 출판업계 간 긴밀하고 유기적인 관계 형성이 중요하다. 서비스업체들과 출판업체들 간의 협력이 이뤄져야 서비스되는 전자책 콘텐츠의 종류도 다양해질 수 있기 때문. 현재 국내 전자책 콘텐츠의 종수는 2005년 기준으로 22만권으로 이른 것으로 나타났으며 올해에는 34만권에 이를 것으로 추정된다. 이처럼 전자책에 대한 인식이 개선되고 서비스되는 가짓수도 크게 늘었지만 아직까지 출판업체들은 전자책에 대해서 다



소 소극적이다. 이는 전자책시장이 전체 서적 시장의 10%에도 채 못 미치는 시장 점유율을 유지하고 있는데다 수익성 면에서 전자책시장에 적극적으로 나서기 위한 동기부여가 되지 않는 것이다.

더욱이 하루 평균 300여권의 오프라인 서적이 출간되고 있는 현실을 감안할 때 이 중 디지털화 할 수 있는 종이책도 제한적일 수밖에 없다. 안전한 'e거래'에 대한 확신이 없는 상황에서 자사의 주력 상품을 선택 디지털화하기가 쉽지 않은 것이 현실.

유운선 북토피아 이사는 “아직 대형 출판사조차도 웹과 인터넷에 대한 인식이 낮은 편”이라며 “전자책이 제 역할을 하기 위해서는 충분한 콘텐츠 확보가 전제조건인데 아직 출판업계의 습관과 문화가 전자책의 효용성을 충분히 이해하지 못하고 있다”고 지적했다.

하지만 희망적인 것은 전자책 서비스 업체들 간 소모적 경쟁이 지난해를 기점으로 일정 부분 해소됐다는 점이다. 전자책 분야에서 1, 2위를 유지하고 있는 북토피아와 바로북이 지난해 전자책 콘텐츠 공유를 위한 양해각서를 체결한 것. 콘텐츠 제작 시 중복 투자를 방지하자는 취지로 마련된 이 MOU에는 전자책 솔루션업체인 에피루스까지 동참하면서 일대 전기가 마련됐다는 평가가 나오고 있다. 이 제휴는 특히 콘텐츠의 공유뿐만 아니라 북토피아와 바로북이 같은 리더(전자책을 볼 수 있

는 뷰어)를 채택해 사용자의 불편을 최소화할 수 있게 됐다는 점에서도 의미가 깊다.

김영강 바로북 과장은 “당시 양사는 제휴를 통해 솔루션 통합, 콘텐츠 상호 서비스, 출혈 경쟁 자제 등에 합의해 침체된 전자책 시장을 활성화하는데 합의했고, 이는 실제로 지난해 매출 증대에도 큰 영향을 끼쳤다”고 말했다.

정부 정책의 실효성 중요

전자책시장이 차츰 자리를 잡아가면서 업계 일각에서는 정부의 적극적인 지원을 주문하는 목소리도 나오고 있다. 전자책에 대한 중요성을 인정하면서도 실제론 다른 DC산업에 비해서 지원 우선순위에 밀리고 있다는 것. 이는 전자책의 시장 규모가 작기 때문인데 궁극적으로 출판업의 새로운 패러다임을 지원한다는 측면에서 적극적인 지원이 필요하다는 것이 업계의 공통된 견해이다.

또 전자책 업계가 입지를 강화하기 위해서 해결해야 할 부분도 있다. 기존 오프라인 유통업체들과 관계 설정이 바로 그것. 신영미디어 등과 같이 종이책과 전자책 사업을 병행하는 경우도 있지만 대부분의 전자책 서비스 업체들은 전자책에만 포커싱 돼 있기 때문에 오프라인 유통업체들에게는 경쟁상대로만 인식되고 있다.

이승아 신영미디어 과장은 “전자책 시장의 매출이 커질수록 오프라인 출판 유통업체들과의 관계가 더 악화되지 않도록 하는 것이 당면 과제”라며 “종이책과 전자책업체들이 기존 독자들을 확보하기 위한 제살 깎기기를 지양하고 새로운 소비층을 흡수하기 위한 노력이 이뤄져야 한다”고 말했다.

아직까지 많은 문제점이 나타나고 있지만 전자책의 성장 가능성은 매우 높다. 전자책의 경우 기존의 종이책과 비교해 저렴하고, 편리하다는 장점을 가지고 있기 때문. 또한 전자책은 단순히 종이책을 디지털화한 것이 아니라 다양한 멀티미디어 정보와 연계돼 새롭게 재구성된 DC산업이라는 점에서 전체 DC산업 관점에서도 중요한 의미를 지니고 있다. ●

〈표〉 국내 전자책 시장 SWOT 분석

강점(Strength)
<ul style="list-style-type: none"> • 접근용이, 저렴한 가격 • 대중성, 대량생산 · 배포 가능 • 신속한 Feed back • 재고가 없고 수정판에 대한 빠른 업그레이드
약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 저작권자들의 부정적 생각 • 고객들의 선입견 • 대량유통에 따른 콘텐츠 질 저하 • 투자의 축소, 규모의 경제 대응 어려움 • 모바일 유통의 수익구조 문제점 • 포맷 파일의 상이함에 따른 퍼블리셔 · 리더 · 단말기의 혼재
기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> • 급변하는 IT 인프라 & 환경 • 사회문화현상 (싱글족 증대, 소비성향 변화 등) • 저작권 및 관리시스템의 강화 • 높은 수준의 기술로 해외진출 가능
위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 기존 출판업계의와의 대립 • 영상 미디어의 발달 • 이통사 종속적 시장 구조 • 전자책 디바이스의 급격한 소멸 가능성 • 저작권 침해 우려 및 보안문제