



e-Book 시장 동향 및 전망

기고_ 김원제 유틸러스연구소장

닷컴의 붕괴와 함께 침체에 빠졌던 전자출판 시장을 2007년 아마존 '킨들'이 부활 시키면서 전 세계 e-북 시장성장을 견인하고 있다. 세계 e-북 산업은 구글, 야후, 아마존 등 미국 대기업을 중심으로 가장 큰 시장을 형성하고 있다.

아마존의 '킨들' 출시 및 구글의 '디지털도서관' 추진 영향으로 국내 e-북 시장에서도 사업 진출이 본격화되고 있다. 삼성, LG 등 대기업 중심의 단말기 제조사와 교보, 인터파크 등 대형 유통사 등이 결합된 e-북 출시 등으로 과열조짐이 보이기도 한다.

e-북 시장은 출판업계의 새로운 패러다임 변화를 예고한다. e-북 산업은 아마존 '킨들' 성공사례에서 보듯이 단순한 단말기 제조뿐 아니라, LCD 산업 등 연관산업의 동반성장 동력으로 작용한다. e-북 산업은 출판콘텐츠는 물론 무선데이터산업, 유통, 솔루션, 단말기제조사, IPTV 등 타 산업과의 확장 역할을 하는 것이다.

시행착오 거쳐 부흥기 맞은 e-북 시장

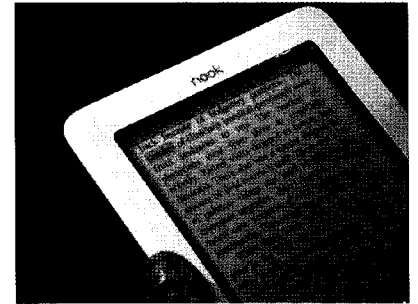
e-북 시장은 두 번의 시행착오 후 오늘에 이르고 있다. 1차 시행착오는 1990년대 말로, 업계 간 공조 미흡 및 기술표준 난립이 그 이유였다. 1990년대 초기 혁신적 뉴미디어 분야로 관심을 끌었으나, 제작사와 출판사간 공조가 미흡했다. 단말기 제조사 중심으로 일본은 소니-NEC가, 미국은 누보미디어 전용단말기가 등장하였으나, 출판사의 참



닷컴의 붕괴와 함께 침체에 빠졌던 전자출판 시장을 2007년 아마존 '킨들'이 부활시키면서 전 세계 e-북 시장성장을 견인하고 있다. 세계 e-북 산업은 구글, 야후, 아마존 등 미국 대기업을 중심으로 가장 큰 시장을 형성하고 있다.

여가 저조했던 것이다. 2000년 대형 출판사 참여 및 소프트웨어 업체 진출에 따라 성장 이 기대되었으나, 기술표준 부재 등으로 소비자들은 외면했다. 반즈앤노블, 램던하우스 등 대형 출판사 진출과 어도비, MS 등 참여, 각기 다른 파일 포맷(PDF, XML, 플래시 등) 사용으로 기술표준이 난립했던 것이다.

2차 시행착오는 2000년대 중반으로, 다양한 콘텐츠 확보에 실패한데서 그 이유를 찾을 수 있겠다. 일본의 경우 독서시장을 겨냥해 단말기 제조사 주도로 콘텐츠 판매와 결합된 사업모델을 본격적으로 도입했다. 파나소닉은 03년 '시그마북', 06년 '위즈기어'를 출시했다. 소니는 04년 E-Ink, 필립스, 동판인쇄와 공동으로 문고판 사이즈의 e-Book 전용단말기 'Librie'를 출시했다. 그런데 기술적 우수성에도 불구하고, 충분한 콘텐츠를 확보하지 못해 독자 유인에 실패했다. 파나소닉, 소니 등은 1만대 미만의 저조한 판매로 시장에서 철수했다. 소니는 실패원인을 e-북에 대한 시장조사가 불충분해 소비자에게 종이책과 차이를 명확하게 보여주지 못했기 때문으로 분석했다. 한편, 국내 e-북 시장 상황을 정리하면 다음과 같다.



첫째, 다양한 콘텐츠 확보 및 킬러콘텐츠의 부족 등 강력한 성장 동력 부재이다. 불법 유통을 우려하는 출판사의 기피로 다양한 신규 출판물의 디지털화가 부족한 실정이다. 따라서 베스트셀러 등 고객을 유인할 킬러 콘텐츠가 절대적으로 부족하다고 하겠다.

둘째, e-북 포맷 표준화 부재로 독자의 이용불편이 문제다. HTML, XML, PDF 등 포맷 혼재로 다종의 뷰어와 변환도구가 필요한 상황이다.

셋째, 주도적 사업주체들의 사업추진 의지가 불투명하다. 자본력 있는 사업주체가 없어 e-북 시장개척 및 선도가 미약한 상황이다.

넷째, 디지털도서관 구축 등 공적예산에 의존한 B2B 위주의 시장한계도 문제다. 공공도서관의 디지털화에 따른 B2B 시장 형성으로 B2C 시장의 한계를 결과하고 있다.

다섯째, 온라인 위주 e-북 시장으로 전용 단말기의 다양화가 미흡한 실정이다. 온라인 e-북 시장위주에서 독서에 적합한 다양한 e-북 전용단말기가 부족하다는 것이다.

시장 동향 및 단말기 현황

세계시장 동향을 정리하면 다음과 같다. 아마존의 e-북 전용단말기 '킨들'은 현재까지 100만대 이상을 판매한 것으로 추정된다. 그 이유는 27만여 종이나 되는 e-북이 서비스된다는 매력 때문이다. 구글은 디지털도서관 프로젝트를 진행 중이다. 미국 내 국립공립도서관 장서 700만권을 서비스할 계획이다.

일본의 경우 소니는 e잉크단말기 'PRS' 시리즈 e-북 전용 리더기를 출시했다. 일본 만화 출판업계는 모바일서비스를 통해 08년 한해에만 329억엔(4200억원)의 매출을 기록했다. 베스트셀러에 모바일 소설이 진입하고 있는데, 모바일소설 1위 작가 가코스타

츠는 연 500억 원 의 수익을 거두었다.

유럽은 아마존, 구글 등의 움직임에 예의주시하면서 e-북 사업 진출을 고심하고 있다. 영국 DK출판사(헝귄그룹 계열)의 경우 종이책과 e-북을 동시에 출간하고 있다.

단말기 상황을 보면, e잉크 단말기와 스마트폰 기기의 발전으로 직사광선과 이동 중에도 독서를 할 수 있으며, 단말기에 수천 권의 책을 탑재할 수 있어 e-북산업의 폭발적 성장이 예상된다. e잉크는 600DPI 해상도로 종이책과 비슷하고, 1천 권 이상의 책을 담아 들고 다닐 수 있는 e-북 전용단말기이다. 일부 독자 계층이나 얼리어답터에 한정(미국 100만대, 한국 10만대 내외)되어 있어, 아직 비즈니스 모델로 정립되지는 못한 상황이다. 스마트폰은 컴퓨터와 핸드폰이 결합된 제품으로 풀브라우징, 터치스크린 기능이 특징이다. 멀티미디어 복합기, 핸드폰 전화기능, 내 손안의 도서관 최적화 등의 장점을 가진다. 국내 아이폰 출시에 따라 와이파이 기능 가능, 글로벌 유통 진출 가능에 따라 스마트폰이 e-북산업 활성화에 결정적 역할을 할 가능성이 크다 하겠다. 여기에 최근 멀티미디어 복합단말기가 부상하고 있다. 넷북 대중화, IPTV 대중화에 따라 10인치 크기 내외의 다양한 단말기 등장으로 스마트폰과는 또 다른 형태의 e-북 대중화가 이뤄질 가능성이 크다고 하겠다.

현재 시장에 출시되었거나 예정인 국내 단말기들을 정리하면 다음과 같다.

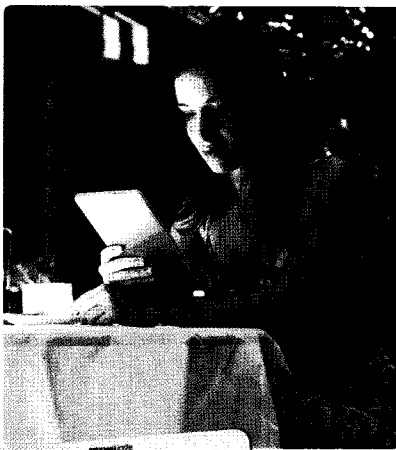
삼성전자는 e잉크 단말기 'SNE-50k' 를 출시했다. 중앙일보, 한국경제와 뉴스서비스를 계획하고 있으며, 교보문고와 콘텐츠 제휴를 맺었다. 조만간 플렉서블(말대로 접을 수 있는 디스플레이) 기반 e-북을 출시할 것으로 알려졌다. 네오릭스는 e잉크단말기 'NUUT' 에 이어 'NUUT2' 를 출시했다. 조선일보, 국민일보와 제휴해 뉴스 서비스를 시작했으며, SK텔레콤과 제휴를 논의 중인 것으로 알려졌다. 국내 전자사전 시장 점유율 2위를 차지하고 있는 아이리버는 e-북 '스토리' (6인치)를 기반으로 오픈포맷 시장에 진출했다.

인터넷서점의 경우, 교보문고는 삼성전자와 제휴/ e잉크단말기 기반 e-북 서비스를 준비 중이다. 인터파크 역시 e-북 사업을 준비 중이며, 예스24는 알라딘과 함께 e-북 사업 진출을 선언했다. 최대 유통사 중 하나인 북센이 e-북 사업을 시작했다. 이동통신사의 경우 SK텔레콤이 e-북 사업을 계획하고 있으며, KTF와 LG텔레콤 역시 e-북 사업 진출을 준비 중인 것으로 알려지고 있다.

e-북 시장의 미래성장 조건

e-북 시장의 미래를 결정할 중요한 영향변수를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 공통 파일 포맷의 확산이다. 현재 판매되고 있는 대부분의 e-북은 모두 특정 디바이스에서만 이용할 수 있다. 예를 들어 아마존의 킨들은 소니 리더와 호환되지 않는다. 하지만 e-북 시장이 확장되기 위해서는 각 디바이스 사이의 콘텐츠 호환이 필요하다. e-북 디바이스 사이의 콘텐츠 호환이 완전하게 가능해지면, 사용자들은 어떤 디바이스를 통해서라도 자신의 e-북을 이용할 수 있게 되기 때문에 e-북 이용이 증가될 것이다. 이 같은 필요성에 따라 국제 디지털 출판 포럼(International Digital Publishing Forum, IDPF)은 디지털 서적을 위한 공통 파일 포맷인 ePub의 개발을 추진하였다. 2009년 8월 현재 ePub 포맷을 지원하는 주요 출판사로는 하퍼 콜린스, 휴턴 미플린, 랜덤 하우스, 사이몬 & 슈스터 등이 있다. 세계 최고의 서점 중 하나인 반즈&노블도 2009년 7월 e북 스토어를 개설하면서 ePub 서적만을 유통하고 있으며, 소니 또한 2009년 말에 공개할 계획인 자신들의 새로운 e-북 리더 제품군에 ePub 표준을 적용할



아마존의 킨들



계획인 것으로 알려졌다. 하지만 킨들을 통해 e-북 시장을 지배하고 있는 아마존은 공통 파일 포맷의 확산에 소극적이다. 아마존은 현재의 e-북 시장의 구조가 자신들에게 유리한 구조를 형성하고 있는 상황에서 다른 기업에게도 이익이 되는 공통 파일 포맷의 도입을 꺼려하고 있다.

이 같은 아마존의 태도를 변화시킬 수 있는 요인은 애플이 준비하고 있는 태블릿에 ePub 표준이 적용되는가 하는 것이다. 만약 애플 태블릿이 공통 파일 포맷을 지원한다면, 아마존은 고립에 직면하게 될 것이기 때문이다.

둘째, DRM을 대체할 보안기술의 도입이다. 콘텐츠 불법복제를 막기 위해 e북에 적용되고 있는 DRM(Digital Rights Management : 디지털저작권관리)은 사용기간, 사용자 제한, 단말기 제한 등의 기능도 지원하기 때문에 e-북의 호환성을 높여 시장 자체를 확장시키는데 방해요인이 될 수 있다. 따라서 호환성 확대를 통해 시장규모의 확대를 추진하는 기업들은 DRM 이외의 다른 보안기술 도입을 시도하고 있다. 소니는 올 연말에 출시할 새로운 e-북 리더 제품군에 DRM 대신 어도비의 복제 방지 소프트웨어를 적용할 계획이다.

업계에서는 DRM이 문서를 보호하는데 근본적인 기술적 한계를 지니고 있을 뿐 아니라 콘텐츠 공유를 어렵게 하기 때문에 e-북 시장의 미래를 위해서는 보다 강화된 보안성을 지원하면서도 콘텐츠 공유를 가능하게 하는 새로운 보안기술의 도입을 심각하게 고려하고 있는 상황이다.

셋째, 콘텐츠 무료 제공 전략이다. 반즈&노블이 70만권에 달하는 e-북 콘텐츠를 보유한 세계 최대 규모의 e북 서점을 공개하고 e-북 콘텐츠의 가격은 아마존과 같은 수준으로 설정하면서, e북 콘텐츠의 가격은 9.99달러로 표준화되었다. 하지만 유료 콘텐츠와는 별도로 콘텐츠의 무료 제공을 통한 콘텐츠 판매 증진 전략이 새로운 마케팅 전략으로 시도되고 있기도 하다. 구글은 이미 소니의 e-북 단말기 이용자에게 e-북 50만권의 콘텐츠를 무료로 이용할 수 있도록 하는 파트너십을 맺은 바 있다. 또한 킨들 사이트에서도 '무료' 콘텐츠 코너를 별도로 운영하고 있다. 관련 사업자들은 e-북 콘텐츠의 무료 제공에 우호적이며, 이를 새로운 수익으로 연결시키는 마케팅 전환의 일환으로 인식하고 있다. 무료 콘텐츠를 제공하는 마케팅 전략에 적극적인 출판사들은 e-북 시리즈의 1권을 무료로 제공하고, 이후 출판되는 후속편들을 유료로 제공한다. 많은 출판사들이 이 같은 전략을 활용해 후속편들의 판매 증가를 경험하였다.

위와 같은 세 가지 이슈들은 글로벌 시장 전체에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 국내 e-북 산업 역시 이러한 이슈들에 대응책을 모색해야 할 것이다.

e-북은 창조비즈니스, 정책적 지원 시급

e-북 산업은 1인 창조산업 및 녹색성장 산업으로 차세대 성장동력이다. 하여 그 성장기반을 공고히 하는 정책적 지원책이 마련되어야 할 것이다. 우선 콘텐츠 기획, 제작, 유통에 대한 총괄적인 지원으로 1인 출판사 창업을 촉진할 수 있겠다. e-북 공동제작센터 활용 및 공공기반 오픈마켓, 디지털(웹, IPTV 동시 연동) 유통망 기반 연계 지원방안도 모색되어야 한다. 무엇보다 e-북 산업 경쟁력 강화를 위한 창작활동 활성화 기반을 조성해야 할 것이다. 저작권, 보안 문제 등 시장진입 규제요인을 찾아내야 한다.

기술표준 및 수익배분 가이드라인 제시를 위한 협의체를 구성해야 한다. 인터넷 제공업체(유통), 콘텐츠 제작사, 출판사, 작가가 참여한 적정수준의 수익배분 가이드라인이 마련되어야 한다. 제작 및 인터넷 서점, 솔루션, 단말기 제조사, 이동통신업체간 기

술표준 마련을 위한 협의체를 구성 운영함으로써 방안을 모색할 수 있을 것이다.

마지막으로 e-북 산업 육성을 위한 범정부적 협조 체계가 마련되어야 할 것이다. 부처 간 분산되어 있는 e-북 연관산업에 대한 종합적 검토가 필요한 시점이다. 문화체육관광부(콘텐츠), 방송통신위원회(모바일 및 단말기 등), 교육과학기술부(디지털교과서), 지식경제부(이러닝) 등에 대한 통합적 검토가 요구된다.

관계부처 업무협의를 통한 시스템 구축 및 효율성 제고가 관건이다. e-북 산업은 아마존 '킨들' 성공사례에서 보듯이 단순한 단말기 제조뿐 아니라, 출판콘텐츠, 무선데이터산업, 유통, 솔루션, IT업계, IPTV 등 타 산업과의 확장에서 시장 전략을 모색할 수 있기 때문이다. ☞