

2011년 출판 생태계를 관통한 키워드 도서정가제와 전자책

기고 | 정세일(유티러스연구소 연구위원)

기대 반 우려 반으로 시작된 2011년

2010년 말에서 2011년 1월 사이 국내 주요 언론에서 다루어졌던 출판산업의 핵심 의제는 도서가격의 정상화와 전자책이었다. 2010년 11월 국내의 일부 인터넷 오픈마켓 및 인터넷 서점에서는 도서를 최고 50%까지 할인 판매하는 가격파괴 행사를 실시했다. 이 같은 도서가격 파괴행사는 도서정가제에 보장된 할인율과 자체 마일리지 할인 적용, 그리고 이에 더하여 통신사의 멤버십 할인 등을 추가 적용하여 이루어졌다. 한국출판인회와 주요 출판사 등은 이 같은 가격파괴 행사가 독자들의 도서가격에 대한 신뢰 상실로 이어질 수 있으며, 이로 인해 출판산업 생태계의 선순환적 재생산 구조 정착이 어렵게 될 수 있다는 측면에서 강력하게 반발하였다. 그리고 이 문제는 도서정가제의 불합리성에 대한 논의로 이어지기도 하였다. 당시 도서정가제는 신간도서의 경우 1년6개월 동안은 정가의 10% 할인에 추가 마일리지 10%를 제공할 수 있도록 허용하고 있어 이 같은 도서가격파괴 행사가 가능하였기 때문이다.

한편 이 시기에는 스마트폰과 태블릿PC 등 스마트미디어 보급의 확산에 따라 국내에서도 모바일 전자책 시장의 확장이 예견되면서 이에 대한 출판산업계의 기대와 불안이 교차하기도 하였다. 출판산업계는 모바일 스마트미디어 환경에서 출판산업 생태계가 어떻게 변화할지에 대해 촉각을 기울였다. 그리고 이러한 변화에 대응할 수 있는 전략이 무엇인지를 적극적으로 모색하였다. 출판산업계 일부에서는 미국 아마존의 전자책 '킨들'이 재고를 많이 찍을 필요가 없는 예약판매제도 등을 정착시키고 있으며, 다수의 저자들이 특정한 주제에 대해 콘텐츠를 함께 출판하고 내용도 언제든지 업데이트할 수 있는 다양한 형태의 전자책 출판도 가능하게 한다는 점에 근거하여 전자책이 국내 출판산업 생태계의 지속 발전에 긍정적인 기여를 할 것이라는 기대를 제시하였다. 하지만 전자책의 확산이 출판산업의 생존을 위협할 수도 있으며, 출판사와 서점이 기존의 방식과는 전혀 다른 새로운 생존 전략을 모색하지 않을 수 없게 만들 것이라는 우려 섞인 전망이 등장하기도 하였다.

이처럼 2011년 국내 출판산업 생태계는 도서가격과 전자책이라는 두 가지의 큰 화두를 가지고 출발하였다. 그렇다면 2011년 국내 출판산업 생태계의 구조는 어떠한 변화가 있었을까? 그리고 도서가격과 전자책이라는 거대한 화두는 출판산업 생태계 내에서 긍정적인 해결을 실마리를 찾게 되었을까?



지속적으로 유지된 도서가격 할인

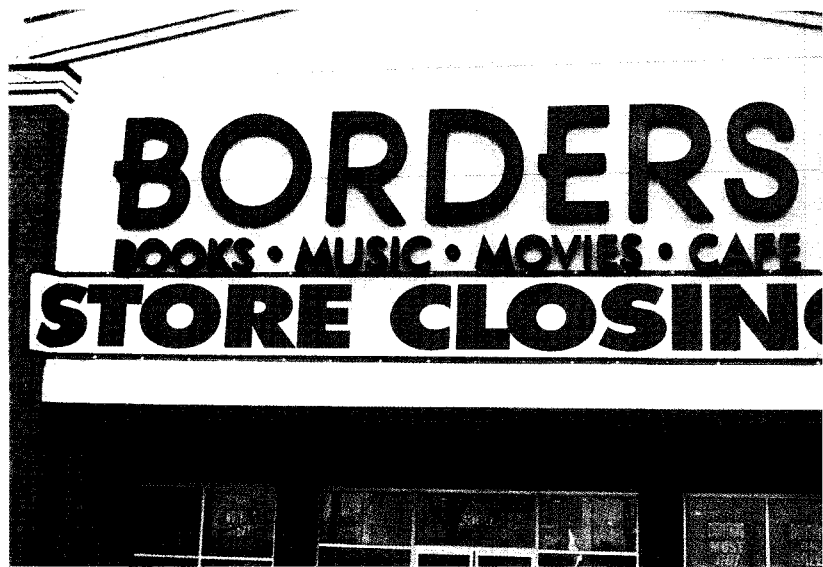
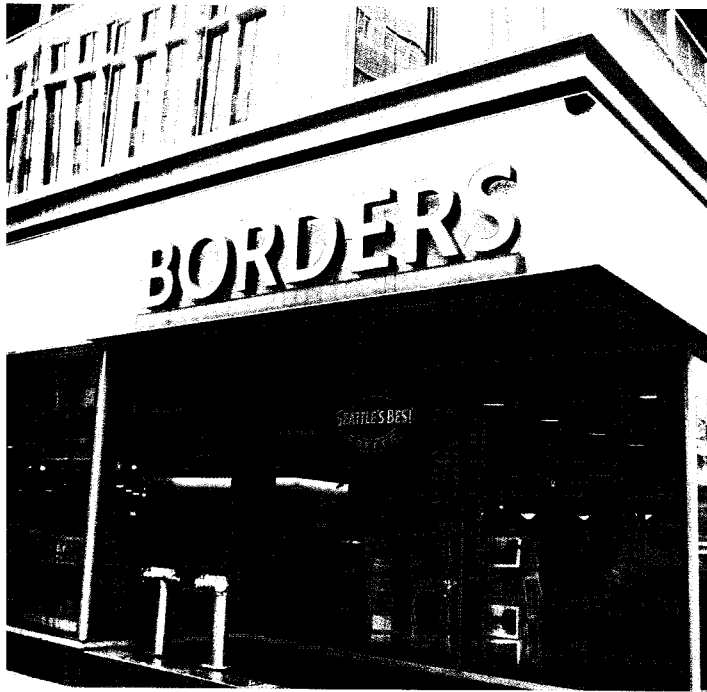
결론부터 얘기하자면 2011년 국내 출판산업 생태계에서 도서가격 문제는 여전히 효과적인 해결책을 찾지 못한 채 생태계를 훼손하는 대표적인 문제점으로 지속적으로 기능하고 있다. 또한 전자책은 종이책 생태계와의 선순환구조를 형성하지 못한 가운데, 전자책 생태계와 종이책 생태계의 생태계간 경쟁이 진행되고 있는 실정이다.

도서가격 문제는 2011년 출판산업 생태계에서도 계속적으로 뜨거운 이슈가 되었다.

금년에도 도서가격에 대한 편법할인이 대형 할인점, 인터넷서점, 인터넷 오픈마켓, 그리고 소셜커머스 업체 등으로 경쟁처럼 확산되었다. 그리고 이로 인해 지역의 중소형 서점들은 폐업 직전의 상황에 직면해 있다. 이 같은 도서가격의 편법할인 경쟁은 도서정가제도상의 문제점과 함께 온라인과 오프라인 서점에 대한 공급가격의 차이에서 비롯되고 있다.

우선 현행 도서정가제는 출판업계로부터 '무늬만 도서정가제'라는 비아냥거림의 대상이 되고 있다. 지금과 같은 도서정가제 아래에서 도서의 정가는 할인율에 대한 명목가격 이외의 큰 의미가 없기 때문이다. 도서정가제가 존재하는 가운데서도 주요 인터넷 서점에는 '최고 70% 할인'이나 '반값 도서'와 같은 광고 카피를 흔하게 접할 수 있다. 출판업계 내부에서는 도서정가제가 시행되고 있음에도 불구하고 각종 유통 경로를 통해 파격적인 할인 가격에 의한 도서 판매가 이루어지고 있는 현실이 지속될 경우, 출판업계의 공멸할 것이라는 위기감이 존재하고 있다. 따라서 출판업계는 이 같은 상황을 개선하기 위해 '출판유통 건전화'를 위한 '사회협약'을 맺어 할인 경쟁을 자제하는 공감대를 형성하기도 하였으나 결국 현재까지도 구체적인 실천방안을 내놓지 못하고 있다. 또한 이 같은 도서가격 할인경쟁의 현실에 대한 해결을 제도개선을 통해 이루려는 노력도 실패하였다. 2010년 발행 18개월 미만 도서에 대해 출판문화산업 진흥법이 정한 10%의 할인 외에 추가로 10% 한도에서 물품, 마일리지, 할인권 등 경제상 이익을 제공할 수 있게 한 시행규칙이 재산권 등을 침해한다며 청구된 헌법소원심판이 2011년 4월 각하 선고를 받았다. 그리고 같은 시행규칙 등을 문제 삼아 출판단체와 출판사 대표 등이 인터넷서점 에스24를 상대로 낸 위법행위금지 청구 소송도 법원에서 기각됐다.

현행 도서정가제와 더불어 온라인과 오프라인 서점에 대한 도서 공급가격의 차이도 이러한 도서가격 할인 문제가 대두되는 원인이 되고 있다. 현재 출판사들은 온라인에는 도서 정가의 45~60%에 도서를 공급하는 반면, 오프라인 서점에는 60~75%에 공급하는 게 일반적이다. 따라서 온라인 서점은 낮은 입고가에 기초하여 큰 할인폭을 전략적으로 동원할 수 있게 된다. 더욱 문제가 되는 것은 온라인을 통한 도서유통이 증가하고 있다는 점이다. 대한출판문화협회가 발간한 <2011 한국출판연감>에 따르면 2010년을 기준으로 전체 도서 시장에서 인터넷을 통해 창출된 매출은 9천 270억 원으로 전체의 39.0%를 차지한 것으로 나타났는데 이는 2009년의 32.8%보다 6.2%포인트 증가한 것이었다.



2011년 파산한 미국 2위 서점체인 보더스(Borders)

더 큰 문제는 온라인을 통해 큰 폭으로 할인된 도서들을 일반 오프라인 서점들도 구매한다고 있다는 점이다. 출판사의 오프라인 서점 공급가에 비해 저렴한 온라인 유통 도서 구입하여 팔면 보다 많은 수익을 창출할 수 있기 때문이다. 이렇게 구입된 도서 중 판매되지 못한 도서들은 반품이 가능하다. 따라서 결국 도서의 가격할인은 오프라인 서점은 물론 출판사의 생존까지도 위협하는 문제가 되고 있다.

최근에는 소셜커머스를 통한 반값 할인 사례도 증가하고 있다. 일부 소셜커머스는 특정 시간대, 특정 책을 공히 일정한 수의 소비자를 한정하여 특정 온라인 마켓에서 도서를 구입할 수 있는 반값 티켓을 제공하고 있다.

지난 7월, 미국 2위 서점 체인으로 40년의 역사를 지켜오던 보더스(Borders)가 경영난으로 파산보호 신청을 제기하였다. 보더스는 1990년대 중반부터 아마존 등 인터넷 서점들과의 경쟁과정에서 경쟁력을 상실하기 시작하였고, 전자책 이용이 확산되면서 결국 파산 절차를 밟게 되었다.

국내에서도 많은 중소규모의 서점들이 이미 문을 닫은 상황이다. 현재 국내 중소 서점들은 자신들의 생존을 위해 카드수수료를 1.5%로 낮추는 제도 개선을 요구하는 절박한 상황에 직면해 있다. 온라인 서점을 중심으로 한 가격과기가 계속된다면 종이책 생태계의 핵심 유통망인 중소규모 서점이 사라질지도 모른다.

전자책과 종이책의 경쟁 심화

2011년 한 해 동안 국내 출판산업 생태계가 경험한 가장 큰 변화는 전자책 생태계의 출현이라 할 수 있다. 하지만 기존 종이책 중심의 출판산업 생태계와 전자책 생태계가 유기적으로 선순환 되지 못하고 있으며, 상호 간의 치열한 경쟁이 펼쳐지는 양상을 나타내고 있다.

국제출판협회의 자료에 따르면 2011년을 기준으로 세계에서 도서시장 대비 전자책 점유율이 가장 높은 국가는 미국(8%)인 것으로 나타났다. 영국이 3%로 내외로 미국 다음으로 높은 전자책 점유율을 나타냈고, 다음으로 스페인 1.6%, 남아공 1.5%, 일본 1.1% 순으로 나타났다.

국내의 경우 전자책 점유율에 대한 통계가 조사되지 않고 있다. 하지만 2011년 11월 대한출판문화협회가 발간한 <2011 한국출판연감>에 따르면 전자책 이용 경험을 묻는 질문에 성인의 11.2%, 학생의 45.3%가 이용해 본 적이 있다고 응답한 것으로 나타났다. 또한 교보문고의 2011년 상반기 전체 매출(B2B 포함)은 전년 동기대비 63.8% 증가한 반면, 대소비자(B2C) 전자책 판매량은 730%나 늘어난 것으로 나타났다. 교보문고는 올해 상반기에만 판매된 전자책이 약 87만 권인 것으로 발표하였다.

전자책 생태계에서는 독자, 작가, 출판사, 판매사 등 가치사슬의 경계가 사라지고 있다. 종이책 출판산업 생태계에서 뚜렷하게 구분되던 각 가치사슬 주체들의 역할들이 전자책 생태계에서는 융합되고 있는 것이다. 작가가 스스로 출판사가 되고, 하드웨어 회사나 통신사가 대형 서점의 자리를 넘보고 있는 것이다. 해리포터의 작가 조앤 롤링이 대표적인 사례이다. 조앤 롤링은 포터모어라는 홈페이지를 개설하고 해리포터 전자책을 이 사이트를 통해서만 판매할 계획을 밝히기도 하였다. 또한 국내 최대 서점 교보문고는 1인 출판 지원 시스템을 구축, 본격적인 출판 사업을 추진하고 있다. 교보문고는 1인 출판 시스템인 '펍플(PUBPLE)' 서비스를 시작하였다. 이 시스템은 개인 저자들이 직접 계정을 생성하고 콘텐츠를 제작, 판매할 수 있는 자가출판시스템으로 출판사나 개인 저자가 교보문고 시스템에 등록된 후 전자책을 직접 만들어 유통하고, 원하면 이를 종이책으로 출판하게 하는 것이 핵심이다. 이처럼 전자책 생태계에서는 저자와 출판사, 그리고 유통플랫폼의 경계를 명확히 구분하기가 어렵다. 저작도구 개발사가 전자책 유통 플랫폼을 서비스하고 출판사가 직접 전자책을 '제작'해 인쇄사의 기능을 하기도 하며, 저자가 저술과 출판사의 역할을 동시에 진행하고 있다. 상황이 이렇다 보니 전자책 생태계는 출판사보다는 이동통신사와 거대 서점, 그리고 전자책 단말기 사업자 등 유통과 소비의 주체들에 의해 주도되고 있다. 반면 종이책 생태계는 여전히 출판사의 주도권이 공고한 상황이다. 종이책 출판생태계와 전자책 생태계는 공존과 균형을 통해 상호간의 지속성장의 선순환 구조를 확립해야 한다. 그러나 종이책 생태계와 전자책 생태계는 국내 출판산업의 주도권을 놓고 생태계간 경쟁을 벌이고 있다. 전자책 생태계의 등장으로 종이책 생태계를 주도하던 출판사와 서점은 새로운 역할과 기능을 고민해야 할 상황에 직면해 있다.

2012년, 시너지 창출과 공존 번영의 원년이 되길

2012년에도 도서가격 문제와 전자책 생태계와 종이책 생태계의 경쟁은 출판산업의 핵심적인 이슈가 될 것으로 예상된다. 도서가격 문제는 온라인서점과 오프라인의 중소서점 사이의 생존권이 걸린 문제이고, 전자책과 종이책의 경쟁은 미디어 환경의 패러다임 교체가 그 배경이 되고 있다.

세계 경제의 패러다임은 경쟁 중심에서 협력과 공존을 핵심가치로 하는 패러다임으로 변화하고 있다. 따라서 국내의 온라인서점과 오프라인서점, 그리고 전자책과 종이책 모두 상호간의 협력을 통한 시너지 창출과 공존 번영할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

온라인서점과 오프라인 중소규모 서점의 공존을 위해서는 완전한 도서정가체가 정착되는 것이 시급하다. 현행 도서정가제의 허점을 이용하여 변칙적인 가격할인을 시도하는 것은 중국에는 국내 출판산업 생태계를 파괴하는 일이라는 인식이 공유되는 가운데 온라인서점과 오프라인 서점이 모두 공존할 수 있는 협력모델을 개발하여야 할 것이다.

전자책과 종이책도 상호 협력 모델을 개발해야 한다. 현재는 종이책을 전자책으로 변환시키는 작업이 주로 이루어지고 있다. 하지만 향후에는 전자책으로 우선 출판된 도서를 종이책으로 변환하여 출판하는 등의 새로운 협력 모델 개발이 더욱 활성화되어야 할 것이다. 