

# 전자책 시장 활성화를 위한 기업 요구사항과 CPND 가치사슬 분석

나윤빈\*, 유종선\*\*, 이승하\*\*  
중앙대학교 문화예술경영학과\*, 중앙대학교 문예창작학과\*\*

## Study on analysis of the Corporate requirements and CPND Value chain for e-book Market Activation

Yun-Bin Na\*, Jong-Sun Yu\*\*, Seoung-Ha Lee\*\*  
Dept. of Culture-Art Business Administration, Chung Ang University\*  
Professor, Dept. of Literary Creation, Chung Ang University\*\*

요 약 본 연구는 국내 전자책 시장 활성화를 위해 전자책 기업들의 요구사항과 CPND 가치사슬을 분석하여 정책 적 시사점을 도출하였다. 먼저 30개 기업에게 전자책 시장 전망, 제작 및 유통 현황, 서비스 활용인식, 정책지원의 요구사항 등에 대해 질문하였다. 그 결과, 기업에게 필요한 지원사항은 ‘시장진입 및 판로개척을 위한 홍보·마케팅 지원’(27%) 항목이 가장 높았고, 다음으로 ‘인건비, 사업비 등 재정지원’과 ‘해당 분야별 전문성을 길러주는 인력 재 교육 지원’ 항목이 각각 22%로 높았다. 전자책 기업에 대해 유효한 지원사항은 외부 지원 프로그램(35%), 자금지원 (30%)의 순으로 높게 나타났다. 가치사슬 측면에서는 플랫폼 비즈니스를 중심으로 기존 종이책 시장의 일직선상 체 계와는 다른 구조를 나타냈다. 특히 공동도서관과 글로벌 유통사의 서비스가 주요 변수로 작용할 것으로 예상되었다. 이러한 연구결과를 종합하면, 국내 전자책 기업의 경쟁력 확보를 위해서는 1)e-pub3 저작도구 및 SNS 마케팅의 활용 교육 2)유통판매망의 통계 구축 3)과금체계의 다양화 4)전자책 콘텐츠 품질 인증 등이 필요한 것으로 나타났다.

주제어 : 전자책, 출판사, 요구사항, CPND, 가치사슬

**Abstract** This study derived the policy implications and market strategies by analysis the e-book companies requirements & the CPND value chain structure, in order to revitalize the e-book market in Korea. Specifically, we examined the prospect of e-book market in Korea, current situations of production and distribution, awareness of service utilization and requirements for support policy with targets of 30 companies. As a research, the most needed item for e-book companies is ‘PR and marketing support to enter and open the markets’(27%), which is the highest. ‘Financial support such as labor costs and business expenses’, ‘support for retraining personnel to develop the expertise in respective fields’ are followed and they account for 22%. Currently, the most effective support item is the external support program(35%) and funding power(30%) is followed. Unlike a paper book market, e-book is turned into a platform business in terms of the value chain. Based on these research content, e-book market activation and corporate competitive strategy was derived as follows : 1)literacy reinforcement about SNS marketing and e-pub3 authoring tool. 2)statistical DB construction of retail sales channels. 3)diversification of the billing system. 4)The quality of the e-book content certification.

**Key Words** : E-Book, Publisher, Requirements, CPND, Value Chain

\* 이 논문은 2015 World Conference on Business Management 발표 논문을 수정 보완하였음(2015.06.29)

Received 29 January 2016, Revised 30 March 2016

Accepted 20 April 2016, Published 28 April 2016

Corresponding Author : Jong-Sun, Yu(Chung-Ang Univ.)

Email: sisanrang153@hanmail.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved.

This is an open-access article distributed under the terms of the

Creative Commons Attribution Non-Commercial License

(http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0), which permits

unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in

any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

국내 출판산업에서 종이책 시장의 규모는 꾸준히 감소하는 반면, 전자책 시장은 계속 증가하고 있다. 이와 같은 일은 비단 국내 뿐 아니라 미국, 유럽, 일본 등 많은 출판강국들의 공통 현상이며, 출판인쇄업의 디지털 변환은 더 이상 늦설지 않다[1]. 그러나 아직까지 종이책이 전자책으로 변환되어 출간되는 종수는 그리 많지 않다. 국내에서 연간 발행되는 전자책 수는 2011년 기준 약 30만 권(이중 종이책 변환 전자책이 20만종으로 순수 전자책으로만 발간된 숫자는 8만종에 불과함)인데[2], 그나마 대다수의 전자책은 로맨스, 판타지 등의 장르물에 편중되어 있고 영세한 소규모 편집업체나 자가출판에 의존하고 있어 종이책의 편집 디자인에 비하여 콘텐츠 품질 역시 뒤떨어진다. 또한 표준화된 DRM이 아닌 각 유통사의 뷰어 체계를 따르고 있어 호환이 어려운 점도 전자책의 확산을 막는 이유 중 하나다[3]. 따라서 현재의 전자책 시장을 낙관적으로만 보기 어려우며, 출판시장에서 우수 전자책 콘텐츠들이 왜 나오지 않는지 살펴볼 필요가 있다. 이를 알아보기 위해서는 현장의 실무자, 즉 전자책 기업체를 대상으로 하여 전자책을 제작하는데 어떠한 점이 가장 어려운지, 출간을 위해서는 어떠한 지원이 이어졌으면 하는지를 조사하는 것이 가장 정확하고 효율적인 방법이라고 할 수 있다. 이를 위해 본 연구에서는 전자책 기업 30개를 대상으로 설문을 실시하여 전자책 제작과 유통 등에 있어 필요한 요구사항을 파악하고 종이책에서 전자책으로 진화해가는 출판계의 복잡한 생태 구조 파악을 위해 CPND 가치사슬을 분석하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 전자책 지원의 필요성

전자책 기업의 대부분은 독자적인 비즈니스와 자생력 확보가 어려운 상황이며, 이를 타개하기 위한 연구와 지원이 필요하다. 전자책 기업의 지원을 위한 조사가 중요한 이유는 다음과 같다. 첫째, CPND 생태계 관점에서 전자책 산업은 산업연관 및 파급효과가 뛰어난 융복합 산업이다. 여기서 C는 콘텐츠, P는 플랫폼, N은 네트워크, D는 디바이스를 뜻하는데, 전자책 산업은 이 네 가지 영

역 모두에 걸쳐 있으며 이들 영역의 동반 성장을 추구한다. 둘째, 전자책이 지니는 이야기, 즉 원천 콘텐츠로서 가지는 스토리텔링은 OSMU 효과와 부가가치가 뛰어나다[4]. 전자책은 종이책과 마찬가지로 다양한 매체로 확장될 가능성이 있으며, 아날로그 기반의 종이책에 비해 여타의 디지털 콘텐츠물로 보다 빠르게 전환될 수 있다. 셋째, 디지털 패러다임의 변화로 인해 기존 아날로그 기반의 종이책 업계가 디지털 기반의 전자책 업체로 도약하기 위해서는 일정 수준의 인력, 기술적 지원이 담보되어야 한다. 판이하게 달라진 가치사슬 체계에서 소규모 출판사 및 전자책 기업들은 비용과 시간 측면에서 상대적으로 더 높은 부담을 안고 있다. 넷째, 종이책과 더불어 독서매체의 확장은 독서문화를 함양하는데 긍정적인 역할을 하는데, 이는 단순히 전자책의 양적 증가만이 아닌 질적 성장을 필요로 한다[5]. 책 읽는 사회를 지향하기 위해서는 독자들의 다양한 취향과 요구에 부합하는 콘텐츠가 만들어져야 하고, 보다 근본적으로는 이러한 복잡한 콘텐츠를 생산하게 될 전자책 기업체의 니즈가 무엇인지부터 파악할 필요가 있다.

### 2.2 CPND 가치사슬

CPND는 ICT 거버넌스 구축을 위하여 하나의 정보통신 관련 산업을 Contents, Platform, Network, Device 등 네 가지 영역으로 나누어 살펴보는 개념으로써[6], ICT 산업에서의 생태계는 C-P-N-D라는 가치사슬의 존재를 전제로 이루어지며 기존 가치사슬의 구성 주체들이 협력과 경쟁을 통해 다양한 활동과 관계를 맺으면서 생태계가 구축되는 것이라고 할 수 있다[7]. CPND가 중요한 이유는 복잡해진 현대의 융복합 IT사회에서 산업별로 흩어져 있는 핵심 기능들을 CPND 간의 유기적인 연계로 통합하여 효율적인 산업육성을 추진할 수 있다고 보기 때문이다[8]. 즉, CPND 생태계를 파악함으로써 기존 가치사슬에는 포함이 되지 않았던 신사업 기업군의 분류를 가능하게 하고, 각 영역별 활성화 정도를 비교하여 부진한 영역에는 정책적 지원을 시행하거나 향후 생태계의 발전을 가능할 수 있게 된다. 아마존, 애플, 구글과 같은 글로벌 IT기업들은 이미 자사의 생태계를 구축하여 소비자 뿐 아니라 파트너들에게도 Lock-In 효과를 끼치고 있고 지속가능한 비즈니스 모델도 함께 추구하고 있다[9].

국내의 경우에는 현재 플랫폼과 네트워크 영역이 전

자책 시장에서 높은 비중을 차지하고 있으나 향후에는 플랫폼과 더불어 콘텐츠의 위상이 높아질 것으로 예상되고 있으며[10], 이들 플랫폼과 콘텐츠 영역을 기반으로 하는 생태계 구축이 이뤄지는 가운데, C-P-N-D 각 영역 간의 동반 성장과 수평적 규제를 위한 정책 개입이 부분적으로 필요하다. 왜냐하면 CPND에서는 어떤 영역도 소외시킬 수 없으며, 네트워크는 망중립성, 디바이스는 사물 인터넷 등 국가산업 전반에 중요한 이슈들이 존재한다. 전자책 역시 CPND 동반 성장을 추구하므로, 복잡해진 가치사슬을 CPND로 파악하는 것이 맞춤형 정책을 도출하는데 보다 적합하다.

### 3. 조사 방법

기업체 조사는 2015년 3월부터 2개월 간, 한국전자출판협회의 협조를 구하여 협회의 전자책 인증제도를 이용한 경험이 있는 회원을 대상으로 실시하였다. 설문지가 담긴 이메일 발송 후, 자율적인 회신을 받았다. 모든 설문 항목은 복수 응답 기입이 가능하도록 작성하였으며, 설문 말미에 주관식 기입란을 만들었다. 이를 통해 전자책을 제작하였거나 제작하고 있는 기업체 총 30개를 대상으로 국내 전자책 시장 전망, 제작 및 유통 현황, 서비스 활용 인식, 정책 지원의 요구사항 등에 대해 파악하였다. 설문 항목은 설립년도, 매출액, 주력 장르, 홍보 매체 등 기업 기본사항 9개, 제작 포맷, 지원 뷰어, 중점 개발 전자책 소스, 적정 DRM 방식, 이용 중인 전자책 제작 도구 등 기업 기술 및 콘텐츠 정보 10개, 전년 대비 시장 판매 상황, 정부의 유용한 지원사항, 가장 필요한 지원사항 등 기업 인식정보 7개, 인증 신청 동기, 인증 애로사항 등 인증 서비스 2개, 소유권의 대안으로 접근권의 적합 여부, 도서정가제 시행의 영향 평가, 공공도서관의 전자책 대여 평가 등 기타사항 6개로 구성되었다. 설문에 참여한 기업 명단은 다음과 같으며 회신률은 전체 이메일 발송의 약 20%로 비 면대면 설문 방식의 특징인 다소 낮은 응답률을 보였다. 1. J&H, 2. KDMT, 3. 길벗출판사, 4. 다우인큐브, 5. 산수야, 6. 승지연, 7. 오린, 8. 레인보우컨설팅, 9. 로망띠끄, 10. 보뉴벤, 11. 비상교육, 12. 비전비엔피, 13. 안북출판사, 14. 에듀씨코리아, 15. 엔블록, 16. 온이퍼브, 17. 이북스윙, 18. 이북코리아, 19. 이새의나무, 20.

바로북, 21. 유페이퍼, 22. 인사이브리즈, 23. 조선뉴스프레스, 24. 조은커뮤니티, 25. 차이나하우스, 26. 콘텐츠코리아, 27. 한국이퍼브, 28. 한중일영 한자센터, 29. (사)한국전자출판협회, 30. 윌북

## 4. 분석 결과

### 4.1 설문 분석

전자책 기업체를 대상으로 설문을 실시한 결과, 우선 시장 전망에서는 다음과 같은 결과가 나타났다. 첫째, 작년(2014)과 비교하여 올해(2015) 국내의 전자책 시장 판매 상황을 전망하는 질문에서는 개선(52%), 동일(28%), 악화(20%)로 나타나 시장 상황이 개선될 것으로 보는 의견이 여전히 압도적으로 높게 나타났다. 둘째, 국내의 현재 전자책 시장 전반에 대한 전망에서는 매우 긍정적(4%), 긍정적(28%), 보통(32%), 부정적(36%), 매우 부정적(0%)의 비중으로 나타났다. 앞의 질문과 연결해보면, 국내 전자책 판매에 있어서는 시장 여건이 개선될 것이라 보면서도, 한편으로는 잠재적 시장 가치에 비해 질적으로 성숙하지 못한 시장의 현실적인 미흡함에 대한 우려 역시 존재하고 있는 것으로 풀이된다. 전자책 시장을 부정적으로 바라본 이유에 대해서는 50% 이상이 책 자체를 읽지 않는 독서 문화를 꼽았으며, 뷰어 설치 및 표준화 문제(30%), 전자책의 콘텐츠 부족(10%) 등을 대답했다. 특히 과반이 지적한 독서 문화의 미흡함은 그간 정부 차원에서도 여러 차례 활성화 방안을 내놓고 있으나 일선에서는 아직까지도 별다른 효과를 못 느끼고 있어 단기적인 독서장려 캠페인보다는 소비자 관점에서 만족도를 근본적으로 고민하는[11], 중장기 대책 마련이 필요할 것으로 보였다. 반대로 전자책 시장을 긍정적으로 바라본 이유에 대해서는 전자책 시장의 성장성(40%), 아마존 등 선진 플랫폼의 국내 진출(25%), 디지털 콘텐츠 사회의 도래(25%) 등을 꼽았다. 이 역시 그간 선행연구에서 바라본 전자책 시장의 잠재적 가치 판단 이유와 크게 다르지 않았다.

다음으로 제작 현황에서는 주로 제작하는 전자책의 장르를 묻는 질문에 소설, 아동, 외국어가 각각 14%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 과학, 인문, 에세이가 10%, 그밖에 예술(6%), 경영, 여행, 자기개발, 가정(4%)

의 순으로 나타났다. 평균 제작 기간은 30일 미만(50%), 1-2개월(35%), 2-3개월(10%), 3-6개월(5%)의 순으로 나타나 경비절감을 위해 오랜 시간을 소요하기보다는 가볍고 빠르게 만들 수 있는 방법을 선호하는 것으로 나타났다. 제작하는 포맷 타입을 묻는 질문에는 e-pub2(50%)의 활용이 압도적으로 높은 가운데, 여전히 PDF(22%) 파일도 활용하고 있고, e-pub3(20%)는 아직까지 미진한 것으로 나타났다. e-pub3를 채택하지 않은 이유는 뷰어 구현의 어려움과 비용 및 시간의 부담, 관련 업계의 이용 부진 등을 꼽았다. 향후에 활용할 예정인 리소스를 묻는 질문에는 동영상(26%), 이미지(21%), 사운드(18%), open API(12%) 등을 꼽았으며 그밖에 폰트/디자인, 3D 모델링, LBS의 요소도 포함되었다.

그 다음으로 유통 현황에서는 주로 이용하는 플랫폼을 묻는 질문에 교보문고가 약 40%로 월등히 높은 가운데 리디북스(15%), 예스24(10%), 유페이퍼(10%) 등의 순으로 나타나 아직까지 아마존이나 구글플레이, 앱스토어 등의 해외 유통 플랫폼의 활용은 미미한 것으로 나타났다. 해당 플랫폼을 주로 이용하는 이유로는 높은 인지도(30%), 객관적인 홍보 및 추천 서비스(30%)가 가장 높게 나타난 가운데, 판매집계 및 대금결제 신뢰성(15%)이 그 뒤를 따랐고 그밖에 간편한 거래절차, 낮은 수수료, 장르 특성에 따른 연계 등이 포함되었다. 전자책 유통 활성화를 위한 적정 DRM을 묻는 질문에는 다운로드의 개념 없이 인증된 구매자에 한해 적용(25%)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 제한된 횟수의 다운로드와 제한된 인증 단말기만 재생(22%), 제한된 횟수의 다운로드와 인증이 필요 없는 단말기(19%), 무제한 다운로드와 단말기 간 복사 및 전송 금지(17%), Free DRM(17%)의 순으로 나타났다. 이를 보면 DRM 방식은 전자책 유통 활성화를 위해 최소한으로 적용되거나 사라지는 것이 바람직하다고 보는 시각이 더 우세한 것으로 풀이된다. 기업 입장에서는 독과점 수익 등 사적인 비즈니스 측면을 극대화하는 것이 일반적이나 전자책 시장 자체의 비활성화로 현재 단계에서는 당장의 이익보다는 표준 공유 → 시장 확대 → 이익 증가의 단계를 바라는 것이라고 할 수 있다.

다음으로 지원사항에서는 정부의 전자책 기업 지원사항 중 유효한 부분을 묻는 질문에 외부 지원 프로그램(34%), 자금 확보(30%), 기획력(11%) 등의 순으로 나타났다. 이밖에도 편집 능력, 마케팅 능력, 우수 저자 확보

등이 포함되었으며, 아예 지원이 없다고 보는 시각도 11% 가량 존재하였다. 전자책 기업에게 필요한 지원사항이 무엇인지 묻는 질문에는 시장진입 및 판로개척을 위한 홍보 및 마케팅 지원(27%)이 가장 높게 나타났고, 인건비 및 사업비 등 재정지원(22%), 해당 분야별 전문성을 길러주는 인력 재교육 지원(22%)이 같은 비중으로 나타났으며, 신규 사업모델 개발 지원 및 투자유치(12%), 전문 경영 컨설팅(5%)의 순으로 나타났다. 그 밖에 요소로는 사무 및 작업 공간 지원, 공공도서관의 전자책 구매 금액 증액, 표준화의 확정 및 공유 등이 포함되었다.

마지막으로 서비스 전망에서는 소유권을 구매하는 종이책과 달리 전자책은 읽을 권리만을 구매하는 것이 타당한지 묻는 질문에 매우 긍정적(15%), 긍정적(43%), 보통(20%), 부정적(18%), 매우 부정적(5%)로 나타나 접근권만을 허용하는 전자책 서비스 모델에 대해 긍정적인 시각이 부정적인 시각보다 두 배 가량 우세한 것으로 확인되었다. 공공도서관의 전자책 대역은 향후 전자책 시장에 어떠한 영향을 끼칠 것인지 묻는 질문에 매우 긍정적(7%), 긍정적(45%), 보통(7%), 부정적(26%), 매우 부정적(15%)의 비중으로 나타나 긍정적인 전망과 부정적인 전망이 대립했다. 이는 공공도서관에 대한 판매 루트나 노하우가 확보된 기업과 그렇지 않은 기업 사이에서 공공도서관의 서비스 영역을 바라보는 시각이 엇갈린 것으로 해석되었다. 비슷한 맥락으로 글로벌 유통사의 월정액 대여 서비스는 향후 전자책 시장에 어떠한 영향을 끼칠 것인지 묻는 질문에 매우 긍정적(8%), 긍정적(27%), 보통(15%), 부정적(30%), 매우 부정적(20%)의 비중으로 나타났는데, 공공도서관의 공익성과 달리 민간 기업의 무제한에 가까운 서비스는 일반 전자책 기업체에 아무런 이득을 주는 것이 없다고 보는 시각이 우세하기 때문인 것으로 풀이되었다.

#### 4.2 CPND 가치사슬 분석

ICT 거버넌스를 둘러싼 국내 CPND 생태계 관점에서 전자책 시장은 다음과 같이 나누어 볼 수 있다. 우선 콘텐츠 영역은 스토리가 담긴 텍스트 및 이미지 등 원천 소스의 제작과 편집을 맡은 업체들이 포함된다. 다음 플랫폼은 이렇게 제작된 콘텐츠를 사고파는 유통 영역으로 거래 중계를 담당하는 포털, 온라인 서점 등의 웹사이트가 해당된다. 네트워크 영역은 콘텐츠의 이동 및 제어를

담당하는 이동통신사로서 주로 모바일로 언제 어디서나 콘텐츠를 이용할 수 있도록 서비스를 제공한다. 디바이스 영역은 전용 단말기를 제작하는 하드웨어 제조업자로서, 이들은 e-Ink, DRM 등 콘텐츠 이용을 위한 부가적 서비스를 제공한다. <Table 1> 참조.

<Table 1> CPND Role of e-Book Market

Classification	Role
Contents	e-Book : Text, Sound, Image and Video editing
Platform	Website : Books Sale, Upload, Download and Advertising
Network	Mobile Operators : Image transfer, communication billing
Device	HW manufacturer : Realization of DRM, Format Compatibility and Viewing Technology

한편, 출판사 실무자를 대상으로 국내 전자책 시장의 CPND 항목별 중요도를 계층평가(AHP)한 연구에 따르면, 콘텐츠는 (0.43), 플랫폼(0.35), 디바이스(0.11), 네트워크(0.05)의 순으로 중요성이 나타나 CPND 내에서도 시장에 대한 영향력이 상대적으로 차이가 있는 것으로 파악되고 있다[10]. 여기에서 플랫폼과 네트워크의 경우, 콘텐츠의 유통을 도모한다는 점에서 일부 역할이 중복되기도 하는데, 국내에서는 망중립성 선언에 따른 통신망 개방 이후, 플랫폼의 역할이 약진하여 대다수의 전자책은 플랫폼에서 취급되고 있다. 물론 과거에는 오프라인 서점에서 실물 도서를 확인 후, 구매 여부를 판단할 수 있었으나 온라인 서점에서는 정보 검색의 한계가 있었다. 그러나 2004년 네이버와 북토피아의 제휴를 시작으로 도서 전체의 20%까지를 공개하고 키워드를 통해 본문 검색이 가능한 서비스가 출시되면서 포털의 위상이 강화되었으며, 특히 포털은 온라인 서점별 가격 비교, 서평 및 별점 제공 등 기존 오프라인 서점과 차별화 전략으로 출판계의 새로운 마케팅 수단으로 떠올랐다[12]. 특히 포털의 마케팅은 방문자 분석시스템을 통해 방문자 수, 유입 경로 등 관련 정보가 집계됨에 따라 투입비용 대비 효과

측정이 가능하고 대응방안을 마련할 수도 있다[13].

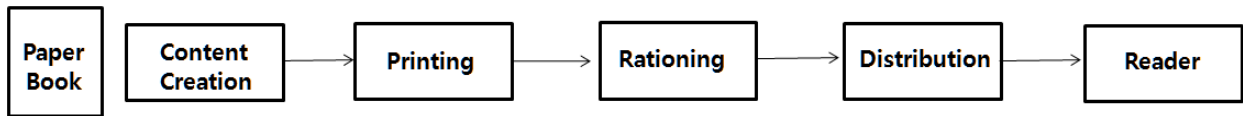
한편 전자책 시장의 가치사슬 구조 변화를 연구한 Lee(2014)에 따르면, 전자책 유통시장의 1세대는 로복, 유페이퍼, 교보문고, 조은커뮤니티, 누리미디어, 리틀팍스, 시공미디어, 북큐브 등이며, 후발업체는 디북스, 인터파크, 예스24, 알라딘, 반디앤루니스, 리브로, 영풍문고, 대교 등이고, 개발업체 중에 글루, 엠아이북, 유엔젤, 인크로스, 판다모코리아 등도 콘텐츠 유통시장 사업자이며, 이동통신사 KT, SK텔레콤, 단말기 사업자 삼성전자, 팬택, 아이리버, 언론사 조선일보, 대기업 신세계아이앤씨, 포털업체 네이버, 다음, 네이버 등도 전자책 유통플랫폼의 주요 이해관계자라 할 수 있다[14]. 다만, 현재 이들 중 삼성, 신세계, KT 등 일부 대기업은 수익 악화나 성급한 잠재시장 예측 등의 이유로 사업 철수에 이르렀다.

한편 국내에서 디바이스 영역의 경우, 해외 상황과는 다르게 전자책 전용 단말기의 판매 실적이 부진하여 적자를 면치 못하고 있다[15]. 이러한 단말기의 판매 부진은 e-Ink 적용의 한계, 대체제인 스마트폰 보급 확산, 즐길 만한 콘텐츠 부족[16] 등이 주요 원인으로 꼽히고 있다. <Table 2>는 국내외 주요 기업들을 실제 사례로 하여 CPND 영역별로 나누었다.

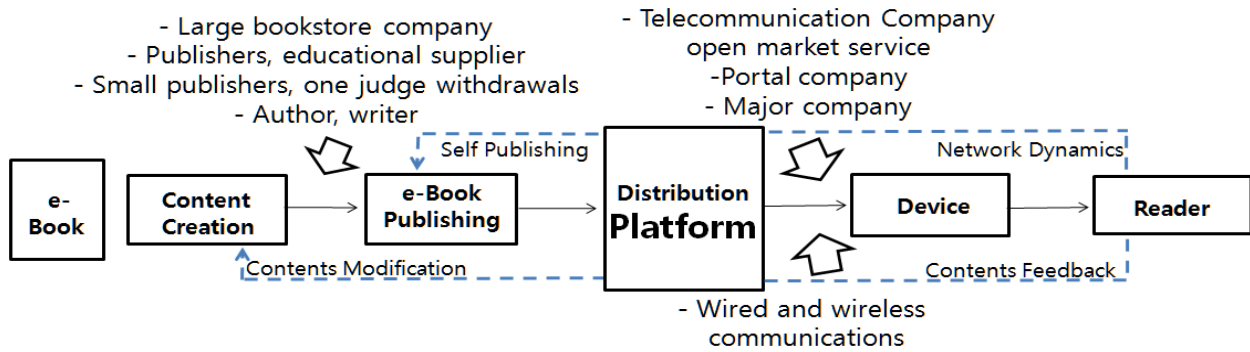
오프라인 기반의 기존 출판시장에서 아날로그 콘텐츠인 종이책의 유통 구조는 [Fig. 1]과 같이 일직선상에서 일방향으로 흐르는 비교적 단순한 흐름을 띄고 있다. 제작에서부터 인쇄, 유통을 거쳐 독자에게 전달되는 이러한 구조는 한 번 시작된 콘텐츠 유통을 되돌리기 어려웠다. 따라서 저자와 독자의 소통이 어렵고 이해관계자 간 단절된 의사소통 구조로 중간 마진이 부풀려질 가능성이 높았으며, 콘텐츠를 둘러싸고 있는 최신의 트렌드와 이슈를 즉각적으로 반영하기도 어려웠다. 콘텐츠 자체가 여러 단계의 편집을 거쳐 제작되기 때문에 기간이 오래 걸리는 상황이었다. 물론 장점도 있다. 단순 구조이기 때문에 그만큼 정부 입장에서는 출판산업의 이해관계자 주

<Table 2> CPND Stakeholder in ROK' e-Book Market

Classification	Key Player of Korea	Key Player of Overseas
Contents	Minumsa, Changbi, Sigongsa, 21st Century Books..	Person, Thomson Reuter, Elsevier, McGraw-Hill Education..
Platform	Kyobo, Yes24, Ridibooks, Youpaper..	Amazon, iBooks, Googlebooks, Barnes & Noble..
Network	SKT, LGT, KT, MVNO..	China Mobile, Vodafone Group, Telefonica Group, AT&T..
Device	Biscuit, Sam, Crema, Story-K..	iPAD, Kindle, Nook, Nexus..



[Fig. 1] value chain structure of a typical paper book market(Lee, 2014)[14]



[Fig. 2] value chain structure and main features of the e-book market(Lee, 2014;Article modification)[14]

책, 이들의 시장 규모와 활동 내역을 파악하기가 편리하고, 시장에서 소외되거나 열악한 주체를 분석하여 이들에 대해 지원을 해주는 방안을 기획하는데 있어서도 용이하였다. 즉 이러한 구조는 각 주체들을 출판산업이라는 거대한 울타리로 묶어주는데 도움을 준다. 산업의 분명한 경계선으로 인해 출판인과 비출판인을 구분하고 지원대상과 수혜효과를 파악하기가 수월해지는 것이다. 또한 지속적으로 감소하는 종이책의 생산 및 소비에도 불구하고 오랜 시간 출판계는 정부 지원과 함께 독자적인 노하우들로 하여금 생존할 수 있는 바탕이 된다.

그러나 전자책 시장이 활성화되면서 기존의 출판산업에 대한 정책은 변화를 맞이하게 되었고 출판계 역시 생존에 대한 치열한 경쟁을 요구받고 있다. 이는 디지털 콘텐츠인 전자책의 특성에 따른 자연적인 결과로 전자책 시장에서는 가치사슬 자체가 선순환적인 플랫폼 기반의 생태계 구조를 띠게 되어 어느 한 주체만을 지원하기가 어렵게 된 부분이 있다. 또한 다양한 이해관계자가 참여하게 되어 시장의 범위를 규정하는 것부터 매우 난해해졌으며 각각의 주체들이 활동하는 비즈니스가 융합이 심화되어 활동 내역 역시 불분명해지는 경향이 생겼다[17]. 아울러 전자책 시장에서는 단말기와 네트워크 등 기존 출판산업에서는 존재하지 않았던 새로운 주체들이 등장하였고, 기존의 인쇄 사업자와 같은 아날로그 관련 사업자들은 필요치 않게 되었다는 특징이 있다. 특히 새로운 전자책 플랫폼 생태계에서는 기존 메이저 출판사들의 편

집 권한, 출판 계약 독점 등과 같은 비즈니스 활동이 약화되고 셀프 퍼블리싱과 같은 개인 저자들의 활동이 강화되었다는 측면도 커다란 특징 중 하나로 꼽힌다[18]. 이로 인해 기존 가치사슬과 달리 저자와 독자 간의 유통창구가 짧아지기도 하여 마진이 줄어드는 효과도 있다. 즉각적인 피드백 반영이 가능하여 최신의 트렌드나 실시간 독자 서평 등을 담은 등 상호소통이 가능하다는 점도 특징이다. 이렇게 달라진 전자책 가치사슬의 구조는 아래 [Fig. 2]와 같다. CPND 기반 가치사슬은 크게 보아 유통서점(교보문고와 예스24, 영풍문고와 같은 온·오프라인 대형서점, 리디북스, 매키아, 북큐브와 같은 전자책 전문서점), 전자책 콘텐츠 제공자(종이책을 전자책으로 변환하거나 전자책 신간을 내는 전문 출판사 및 장르문학 위주의 자가출판 개인 저자), 콘텐츠 제작자(DRM업체, 전자책 포맷 제작 프리랜서, 뷰어제작업체 등), 독자 그룹(공공도서관 및 학교 구매, 일반 소비자) 등 네 가지 영역으로 이루어진다.

### 5. 결론 및 시사점

본 연구는 크게 두 가지 분석 부분으로 시사점을 나누어 볼 수 있다. 우선 기업 요구사항을 요약하자면, '시장 진입 및 판로개척을 위한 홍보·마케팅 지원'과 '인건비, 사업비 등 재정지원', '해당 분야별 전문성을 길러주는

인력 재교육 지원'에 많은 관심을 보였으며, 시장 전망에 서는 작년 대비, 전자책 시장이 개선될 것으로 보는 시각이 52%, 동일할 것으로 보는 시각이 28%, 악화될 것으로 보는 시각이 20%로 나타나 여전히 전자책 시장의 잠재적 가능성을 높게 평가하는 것으로 나타났다.

다음으로, CPND 가치사슬 측면에서는 플랫폼 비즈니스를 중심으로 기존 종이책 시장의 일직선상 체계와는 다른 상호작용 기반의 구조를 나타내었다[19]. 특히 공공도서관과 글로벌 유통사의 영향력이 막강해져 이들의 서비스가 주요 변수로 작용할 것으로 예상되었다. 공공도서관의 전자책 대여 서비스가 전자책 시장에 긍정적이라는 의견이 다소 우세하게 나타난 가운데, 아마존 등 글로벌 유통사의 월정액 대여 서비스는 부정적이라는 의견이 다소 앞서는 것으로 나타났다. 이는 공공도서관의 전자책 구매에 대해 B2B 시장의 한 축이 될 것이라는 기대가 있는 반면, 글로벌 유통사의 무제한 대여 서비스는 국내 시장에 활력을 불어넣는 역할보다는 시장 생태계를 교란시킬 것이라는 우려가 더 크게 작용한 것으로 추측되었다.

이러한 분석 결과를 종합하면, 국내의 전자책 기업의 경쟁력 확보를 위해서는 크게 네 가지의 정책적 지원이 필요하다. 첫째, 전자책 기업을 대상으로 e-pub3 저작도구 및 SNS 마케팅의 활용 교육이 필요하다. 국내의 중소출판사들은 전자책보다 종이책에 대한 편집 실력과 경험이 우세하고 전자책을 제작하고 이를 홍보하는데 있어 종이책 기반의 전략을 취하기 때문에 한계점에 부딪치고 있는 것으로 나타났다. 전자책은 같은 출판산업에 속하기는 해도, 근본적으로 종이책과는 속성 자체가 다르며 전자책을 만들고 판매하는 일에 익숙해지도록 시장 형성 초기에는 이들 출판사를 도와줄 필요가 있다. 또한 이러한 교육비를 제공함으로써 사실상의 간접적인 자금지원 역할도 겸할 수 있다. 둘째, 유통판매망의 통계 구축이 필요하다. 국내에서 종이책은 한국콘텐츠진흥원, 한국출판문화산업진흥원, 대한출판협회 등을 통해 연간 출판시장 규모, 신간 종수, 판매량 등이 집계된다. 그러나 전자책은 민간단체인 한국전자출판협회만이 관련 통계 자료를 보유하고 있었고, 이마저도 인증제도를 이용하는 것이 필수가 아니었으며 전자책 업체의 의무신고 사항도 아니기 때문에 불완전한 수집 데이터였다. 종이책 시장보다 가치사슬이 복잡하여 시장의 주체와 활동의 경계가 모호해진 만큼, 신뢰성 있는 시장 통계 구축을 통해 정책 지원

의 완성도를 높일 필요가 있다. 셋째, 과금체계의 다양화가 요구된다. 전자책은 종이책과 달리 CPND 측면에서 소비자가 단말기, 뷰어, DRM, 네트워크 이용료 등 지불해야 될 요금들이 많았다. 따라서 종이책처럼 하나의 완벽한 상품을 판매하는 방식보다는 콘텐츠의 분절화를 통해 접근권, 대여권, 목차의 일부 보기 서비스 등 다양한 판매 전략을 통해 가격을 낮추는 전략이 필요하다. 전자책은 종이책의 인쇄 비용이 빠지기 때문에 많은 소비자들은 전자책의 저가 판매를 당연시 생각한다는 점도 유의해야 한다. 넷째, 전자책 콘텐츠 품질 인증이 필요하다. 현재 국내에서는 셀프 퍼블리싱이 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타나, 이들의 콘텐츠의 품질 향상 노력이 요구된다. 전자책의 대중화와 저가 판매는 바람직한 현상이지만 정작 양질의 읽을 만한 콘텐츠가 종이책에 비해 아직까지 부족하다는 점은 시장을 위축시킬 수 있다. 이를 개선하기 위해서는 이러닝 콘텐츠 유통시장처럼 정부가 지원한 대학에서 만든 콘텐츠·서비스를 임대하거나 [20,21], 한국전자출판협회에서 시행 중인 전자책 인증 제도 등을 강화하여 콘텐츠 품질 및 서비스 품질에 대해서 인증 마크를 의무적으로 시행하는 방식이 바람직하다[22].

한편, 본 연구는 전자책 기업체의 실질적인 요구사항을 파악하였다는 점에서 시사점이 높으나, 낮은 설문 응답률로 인해 30개 기업의 표본 조사만 시행하였고, 현재 문광부의 통합 DRM 플랫폼 구축 등의 이슈가 새롭게 부각되고 있으므로 후속 연구에서는 이를 반영하여 업계의 추가적인 의견 수렴으로 시장지원 정책을 보완할 필요가 있다.

## ACKNOWLEDGMENTS

This Paper was complementary to the published thesis in the Conference '2015 World Conference on Business Management'(2015.06.29.)

## REFERENCES

- [1] Joe, S. H., "Major Player's Recognition on Current Status and Promotional Solution for Domestic e-Book Industry", The Graduate School of Konkuk

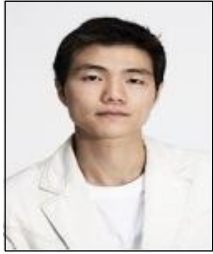


- University, 2013.
- [2] Yoon, H. Y., "For National Literature ever encompass the Collection, Analysis and Publication Published Status Deposit and Collect improvement Study", Daegu, ROK: The National Library of Korea, 2012.
- [3] Kim, T. H · Kang, H. G · Kim, Y. H · Cho, S. H., "A Study of License acquisition Method Supporting Mutual Compatibility of EPUB-based eBook DRM", The Institute of Internet, Broadcasting and Communication, Vol. 13 No. 1, pp.205-214, 2013.
- [4] Na, Y. B · Kwon, H. I · S. H. Lee., "A study on the conceptual change in audience and reading activity for the development of e-book", Korea Humanities Content Society, Vol. 35, pp.75-93, 2015.
- [5] Jeong, M S., "Print und digitale Medien", Zeitschrift fur Deutsche Sprache und Literatur, Vol. 63, pp.285-304, 2014.
- [6] Korea Communications Commission, "A study on Connectivity & Creativity-based National Strategy for ICT Development", 12-10, p.157, 2012.
- [7] Ministry of science, "ICT and Future Planning, Network Management Policy for the Balanced Development of Ecosystem under the CPND Structure", p.6, 2013.
- [8] Choi, C. H., "C-P-N-D Ecological System and ICCT", Journal of Digital Convergence, Vol. 12, No. 3, pp.7-16, 2014.
- [9] Korea Information Society Development Institute, "Internet of Things era CPND ecosystem", Trends, Vol. 27, No. 3, pp.29-35, 2015.
- [10] Kwon, H. I · Na, Y. B., "Research on e-book Market Activation Factor in the viewpoint of CPND Eco-system : Focused in the Publisher AHP", Journal of Digital Convergence, Vol. 13, No. 4, pp.51-59, 2015.
- [11] Na, Y. B · Lee, S. H., Myeong, Y. J., and Jo, S. R., "Effects on the System, Contents, and Service Quality of e-book User Purchase", Journal of Digital Convergence, Vol. 14, No. 1, pp.141-150, 2016.
- [12] Park, J. M., "A study of snack contents use to vitalize e-book market", Hang Yang Univ. Colligation of Master's Thesis, 2015.
- [13] Chang, Y. H., "A Study on the Marketing Performance Using Social Media : Comparison between Portal Advertisement, Blog, and SNS Channel Characteristics and Performance", Journal of Digital Convergence, Vol. 10, No. 8, pp.119-133, 2012.
- [14] Lee, J. Y., "Status of the Electronic Book Market and Outlook, the Book Publishing Market in the Value Chain Structure Change", Korea Information Society Development Institute, Vol. 26, No. 8, pp.1-21, 2014.
- [15] Lee, S. W., "An Exploratory Study on New E-Book Purchase Models", The Korea Digital Publishing Society, Vol. 3, pp.29-37, 2014.
- [16] Oh, M. J · Cho, Y. S · Shin, S. W., "A Delphi Survey for Establishment of Standards Development Strategy in Digital Publication", Journal of Korean Society for Internet Information, Vol. 14, No. 3, pp.1-13, 2013.
- [17] Baek, J. W., "E-book Lending Service in Public Libraries : Issues and Possible Countermeasures", The Korean Society for Library and Information Science, Vol. 48, No. 3, pp.113-135, 2014.
- [18] Chang, Y. H · Kong, B. H., "The emerging process and ensuing typology of e-book platform in Korea publishing industry : The case study on Kyobo eBook, Barobook, Bookcube, Ridibooks", Vol. 38, No. 1, pp.105-145, 2012.
- [19] Chang, Y. H · Kong, B. H., "The emergence and ensuing typology of global ebook platform : The case study on Google eBook, Amazon Kindle, Apple iBooks Store", Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society, Vol. 13, No. 8 pp. 3389-3404, 2012.
- [20] Tae, I. H., "A Study on Analyses of e-Learning Contents Development Cost and Rational Alternatives for Policy Making", Journal of Digital Convergence, Vol. 10, No. 6, pp.361-368, 2012.
- [21] Yeob-Myeong Son, Byeong-Soo Jung, "Convergence Development of Video and E-learning System for Education Disabled Students", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 4, pp. 113-119, 2015.
- [22] Sunghyun Yun, Keunho Lee, Heuiseok Lim, Daeryong



Kim, Jung-hoon Kim, "The Method of Digital Copyright Authentication for Contents of Collective Intelligence", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 185-193, 2015.

나 윤 빈(Na, Yun-Bin)



- 2011년 8월 : 중앙대학교 문예창작학과(문학사)
- 2013년 8월 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학석사)
- 2013년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 문화예술경영학과(경영학박사수료)
- 관심분야 : 전자책 플랫폼, 콘텐츠산업 생태계 분석

· E-Mail : nsapiens@naver.com

유 종 선(Yu, Jong-Seon)



- 2003년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과(문학사)
- 2006년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과(문학석사)
- 2011년 2월 ~ 현재 : 중앙대학교 문예창작학과(문학박사수료)
- 관심분야 : 동화, 동시, 그림책, 아동문학

· E-Mail : sisarang153@hanmail.net

이 승 하(Lee, Seung-Ha)



- 1984년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (예술학사)
- 1987년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (문학석사)
- 1996년 2월 : 중앙대학교 문예창작학과 (문학박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 문예창작학과 교수

· 관심분야 : 현대시, 스토리텔링, 문화비평

· E-Mail : shpoem418@hanmail.net