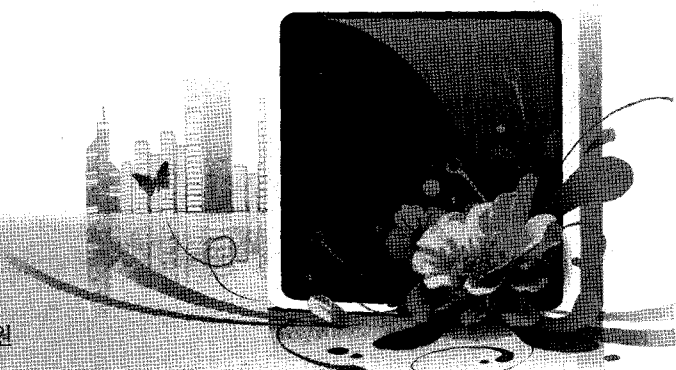


국내외 전자출판물 시장 동향

남동선 | 한글과컴퓨터 표준기술팀 팀장 책임연구원

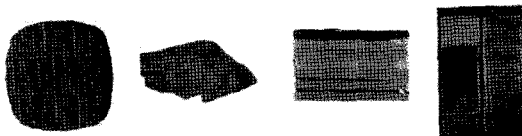
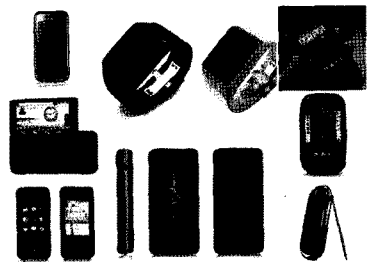
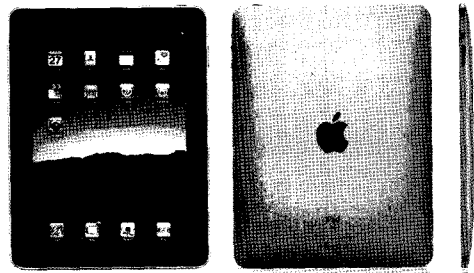


1. 머리말

100만 년 전 인류가 지구상에 출현했으나 문자를 비롯한 다양한 형태의 기록 수단을 사용한 것은 6000년 밖에 되지 않는다. 오늘날 종이와 가장 유사한 형태로 평가되고 있으며 페이퍼(Paper)의 어원이 된 파피루스(papyrus)는 기원전 2500년경에 만들어진 정보를 담아내는 매체였다. 그 밖에 인류의 역사상에는 진흙판, 대나무 조각, 갑골, 양피지 등 다양한 형태의 정보를 담기 위한 매체가 존재했으며 현재의 정보를 기록, 보존하고, 출판물 생산에 가장 널리 이용되는 종이는 중국 한나라 시대(25년~220년)에 와서 체계적으로 정리되어 이후 약 2000년이라는 긴 세월 동안 사용되어 오고 있다.

이렇듯 기존의 종이를 기반으로 잉크 등으로 표현된 것을 '기존출판물'이라고 정의한다면, '전자출판물'은 디지털화된 형태로 정보를 기록하고 표현하는 것이라

고 할 수 있으며, 이러한 새로운 정보 기록 방식 출현의 원인과 출판물 시장에서의 사용자 요구 변화의 중심에는 앞부분에서 간략하게 설명한 매체의 변화와 발전이라고 말할 수 있다. 특히 21세기에 등장한 안드로이드, 아이폰OS, 윈도우 모바일 등 다양한 플랫폼 기반의 스마트폰과 아이패드(iPad)와 같은 미디어 디바이스



[그림 1] 다양한 과거의 정보를 담는 매체

[그림 2] 새로운 정보 매체

와 같은 새로운 매체의 출현으로 인해 출판물 생태계가 빠르게 변화하기 위해 기록 방식, 형태의 변화를 꾀하고 있다고 할 수 있다.

본 고에서는 국내외 전자출판물 시장 동향 소개에 앞서 이러한 매체의 변화에 대해 간략하게 소개하고 e-북, e-신문, e-잡지 등 다양한 형태의 전자출판물 콘텐츠 표현 방식(포맷)의 변화와 차이점 등을 소개해 시장 동향의 방향성에 대한 이해를 돕고, 최근 전자출판물로 전자책 위주의 시장 동향과 실제 전자책을 일반도서 시장과 교육 관련 시장으로 구분하여 소개하도록 한다.

2. 매체와 전자출판물의 진화

지난 2010년 4월 3일 토요일 미국에서는 수천 명의 사람들이 애플의 새로운 태블릿형 PC인 아이패드를 구입하기 위해 애플의 오프라인 스토어 앞에서 인산인해를 이루었다. 이 중에는 아이패드가 어떤 기능을 갖고 있으며, 어떤 용도로 사용할지도 확신하지 못하면서 단지 애플의 최신 기기를 소유하고자 하는 광팬들도 있고, 단순히 가볍고 휴대가 편한 컴퓨터를 사고 싶어서 구입하려는 사람들도 있다.

2008년, 2009년 이후에 국외에서는 아마존의 킨들(Kindle), 국내에서는 교보문고, 인터파크 등 온/오프라인 책 유통회사를 통해 다양한 전자종이(e-Ink) 기술 기반의 전자책 전용 디바이스(e-Reader)가 발표되었고, 많은 사람들이 전자종이 기술 기반의 전용 디바이스를 바탕으로 하는 전자책 산업이 국외의 킨들과 같은 사례와 같이 국내에서도 새로운 전기를 맞이할 것이라고 기대하게 되었다. 그러나 2009년 말부터 현재까지 기존 LCD 방식 인 투과모드(Transmissive Mode)와 전자종이

방식인 반사모드(Reflective Mode)를 동시에 지원하는 Pixel Qi, 소니의 OLED 기반의 전자종이 기술, 컬러 전자종이(e-Ink)의 상용화 등 다양한 컬러 기반의 전자종이 디스플레이 기술을 채용한 전자출판물을 위한 매체가 출현될 것이 예상된다. 뿐만 아니라 아이폰OS, 안드로이드, 윈도우모바일7 등 다양한 플랫폼을 채용한 스마트폰들이 대거 출시되고 있어 전자책 시장의 또 다른 발전 가능성과 방향성을 예고하고 있다.

이러한 매체의 변화는 IDPF(국제디지털출판물포럼)에서 전자책 표준으로 제정하여 시장 표준(De facto)으로 자리잡은 ePUB과 같은 기존의 흑백 전자종이에 적합한 콘텐츠 표현 표준에도 변화를 가져오며, 정적인 콘텐츠를 표현하던 수준의 표준에서 현재 W3C에서 개발되고 있는 HTML5가 오디오, 비디오, SVG와 같은 동적인 콘텐츠를 웹의 기본 요소로 포함하는 것처럼 ePUB도 진화할 것이라는 것을 예상¹⁾할 수 있다.

따라서 향후 가까운 미래의 전자출판물은 현 기술로 표현할 수 있는 것 보다 풍부한 기능과 내용을 갖는 진보된 형태의 콘텐츠 요소를 포함하는 형태로 진화할 것이라 예상할 수 있으나, 최근 급변하는 매체 기술 발전과 그에 따른 사용자 새로운 요구로 인해 정확한 발전 방향을 쉽게 예상하기는 어려운 상황이라고 할 수 있다. 즉 애플의 아이패드와 안드로이드 기반의 구글 위패드, 삼성 S패드(가칭)와 같은 미디어 디바이스(Media Device) 및 스마트폰의 비중이 전 세계적으로 높아짐에 따라 전자출판물 시장에도 무선 환경과 이동성, 다양한 디스플레이 크기 등을 제공하는 모바일 디바이스의 시장 규모는 이를 위한 전자책 시장의 점유율과 콘텐츠 비중의 향후 발전 방향의 큰 결정 요인이 될 수 있다.

이러한 관점에서 전자책 전용 디바이스의 동향과 스

1) http://www.idpf.org/idpf_groups/epub2twg/IDPF-EPUB-WG-Charter-5-7-2010_v.11.html

마트폰에서의 시장 동향을 살펴보는 것이 중요하다고 할 수 있다. 우선 아이폰 등의 스마트폰 시장 동향을 살펴보자. 본 고에 자료를 포함하지는 않았지만 특징적인 부분은 아이폰의 경우, 2009년 2Q 점유율 상승이 전년 대비 375%의 증가를 보였다는 점이며 2009년 3Q에도 증가세를 이어갔다. <표 1, 2>는 스마트폰 시장의 점유율과 전 세계 지역별 사용자 예상치에 대한 자료이다.

전자출판물의 시장 동향을 파악하기 위해서 단순히 스마트폰이나 모바일 디바이스 사용자의 수가 증가했다는데 그 중요성이 있는 것은 아니다. 해당 디바이스 사용자가 전자출판물을 어느 정도 활용하느냐가 중요하다 할 수 있으며, 앞서 예상한 바로는 매체의 수가 늘어나고 전자출판물의 형태나 내용이 그 특징에 맞게 진화해 간다는 가정 하에 시장의 규모는 늘어날 것이라는 예상을 했던 것이다. 이러한 예상은 [그림 3]의 아이폰과 관련된 동향 자료로 증명된다고 할 수 있다. [그림 3]과 같이 2009년 1월부터 7월까지 6개월이라는 단기간에 아이폰에서 이용되는 앱(App) 기반의 전자책 사용자의 규모가 300% 증가했다.

또한 아이폰이나 안드로이드폰과 같은 스마트폰에서 활용되는 애플리케이션이라고 하면 2005년에서 2008년 사이였다면 당연히 게임 콘텐츠나 애플리케이션을 생각했을 것이다. 이 당시 모바일 게임의 시장 규모는 한국게임산업개발원이 발간한 게임백서²⁾에 있는 자료에 의하면 2,000~3,000억 원대로 추정되었다. 이러한 만큼 전자책 콘텐츠 보다는 게임 시장에 스마트폰과 미디어 디바이스가 활용될 것이라고 예상할 수 있고 필자의 경우도 막연히 게임 콘텐츠가 많을 것이라 생각했다. 그러나 실상은 [그림 4]와 같이 2009년 8월~9월 사이에 게임 콘텐츠의 비중이 17%에서 16%로 낮아진 반면 전자책 콘텐츠의 경우, 16%에서 18%로 증

<표 1> 스마트폰 판매 2009년 3Q

| Company | 3Q09 Sales | 3Q09 Market Share(%) | 3Q08 Sales | 3Q08 Market Share(%) |
|--------------------|------------|----------------------|------------|----------------------|
| Nokia | 16,156.4 | 39.3 | 15,472.3 | 42.3 |
| Research in Motion | 8,522.7 | 20.8 | 5,800.4 | 15.9 |
| Apple | 7,040.4 | 17.1 | 4,720.3 | 12.9 |
| HTC | 2,659.5 | 6.5 | 1,656.3 | 4.5 |
| Samsung | 1,320.6 | 3.2 | 1,114.8 | 3.0 |
| Others | 5,368.0 | 13.1 | 7,793.3 | 21.3 |
| Total | 41,067.6 | 100.0 | 36,557.4 | 100.0 |

*Note: For HTC, Gartner counts only the company's own-branded devices, including the G1.
*Note: Totals may not add to 100.0 percent due to rounding.

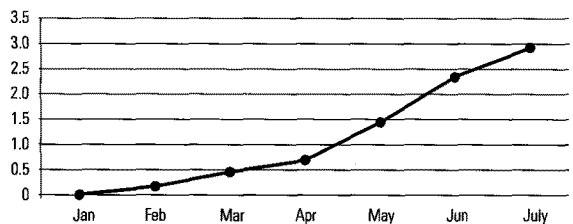
※출처: Gartner(November 2009)

<표 2> 모바일 디바이스 사용자 예상치 Worldwide, 2007-2011 (Thousands of Units)

| Region | 2008 | 2009 | 2010 |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Asia/Pacific | 453,100.1 | 479,862.6 | 546,770.8 |
| Eastern Europe | 96,068.0 | 81,145.1 | 84,995.0 |
| Japan | 40,588.1 | 34,871.7 | 34,897.9 |
| Latin America | 142,323.1 | 119,737.5 | 126,772.7 |
| Middle East and Africa | 133,471.9 | 128,879.6 | 140,305.1 |
| North America | 182,245.8 | 182,571.6 | 190,130.8 |
| Western Europe | 174,455.3 | 186,950.5 | 198,498.9 |
| Worldwide | 1,222,252.30 | 1,214,018.60 | 1,322,371.20 |

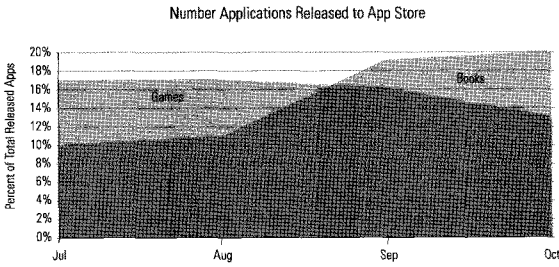
※출처: Gartner(December 2009)

Active Users, e-Books Applications



[그림 3] 아이폰 사용자의 전자책 콘텐츠 사용 비율

2) 한국게임산업개발원 산업정책팀(역은이)한국게임산업진흥원(ISBN13)



[그림 4] 앱 스토어에 출시된 게임 및 전자책 애플리케이션 비중

가하여 게임 콘텐츠의 비중을 추월했으며, 10월에는 20%를 넘는 비중을 차지하는 것을 볼 수 있다. 이와 같이 전자출판물 시장은 다양한 매체의 발전과 많은 연관관계가 있다고 할 수 있다.

이제는 전자출판물의 형태별 동향에 대해서 간단히 설명하도록 한다. 전자출판물은 대표적으로 e-북, e-신문, e-잡지 등으로 나누어 볼 수 있다.



ePUB

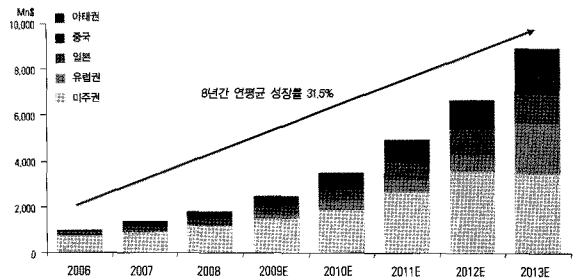
첫 번째, e-북의 경우 ePUB³⁾이라는 시장 표준의 정의에 따라 생성되고 유통되고 있으며, 교보문고, 인터파크, Yes24와 같은 국내 전자책 유통업체와 구글, 애플과 같은 글로벌 업체도 ePUB 전자책을 판매 또는 유통하고 있으며, 전자책 전용 디바이스의 가장 기본이 되는 표준 형식이라고 할 수 있다.

두 번째, e-신문의 경우 NewsML⁴⁾이라는 표준이 존재한다. 현재 국내 여러 신문사에서 뉴스 정보를 교환하는데 표준으로 활용하고 있으며, TTA 단체 표준으로 제정되어 있다. 마지막으로 e-잡지이다. e-잡지가 일반적인 전자책과 차별화되는 부분은 다양한 이미지와 복잡한 레이아웃, 화려한 폰트 등을 꼽을 수 있다. 그러한 현재까지 e-잡지에 대한 표준화가 진행된 바는

없으며, 대부분 애플리케이션으로 구현하여 활용되는 상황이다.

이상과 같이 전자출판 시장의 동향을 이끌어가고 방향을 결정짓는 많은 요인이 존재하며, 출판물의 형태에 따라 다양한 형식을 이용한다는 것을 설명했다. 그럼 이러한 전자출판물의 시장 상황은 어떠할까? 일부 전자책 종사자나 일부 업체는 근래 전자책 관련 시장에 대단한 거품이 존재한다는 의견도 있다. 그러나 소비자의 관심을 받는 만큼 시장의 규모가 실질적으로 커지진 않았을 지라도 성장의 가능성은 그만큼 크다고 말할 수 있을 것이다. [그림 5]에서는 글로벌 e-북 시장의 규모를 예측하고 있다.

iPress의 보고서 자료를 근거로 한화증권에서 분석한



※ 출처: 한화증권 산업분석 리포트, 2010년 1월 14일

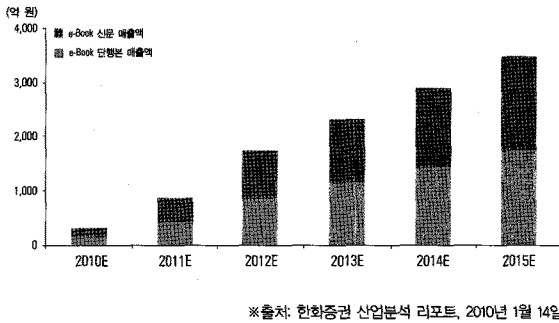
[그림 5] 글로벌 e-북 시장 규모

자료에 따르면 전 세계 e-북 시장 규모는 3.6조 원이 될 것으로 전망하고 있으며, 지역별로 미국 56.8%, 유럽 8.4%, 일본 14.8%, 중국 4.4%, 아태권 15.5%를 차지할 것으로 전망하고 있어 거꾸로 관련 매체(디바이스)의 매출에도 영향을 줄 수 있을 것이라 전망하고 있다.

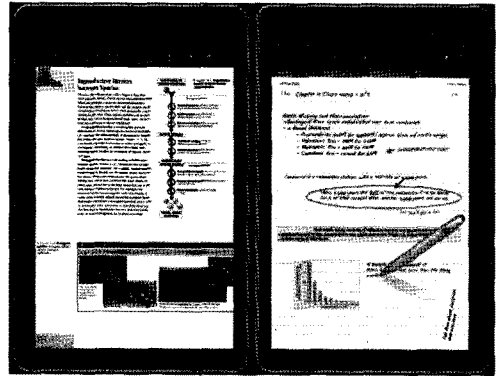
국내 시장의 경우 대형 유통사를 중심(교보문고, 인터파크, Yes24 등)으로 전자책 전용 디바이스 제공 및 콘텐츠의 양적 확보(대형서점을 필두로 2010년 내 20

3) International Digital Publishing Forum: <http://www.idpf.org>

4) International Press Telecommunications Council: <http://www.iptc.org>



[그림 6] 한국 e-북 콘텐츠 시장 전망



[그림 7] 디지털 교과서 e-Reader

만 권 콘텐츠 확보 예상)로 긍정적인 향후 시장을 예측하고 있다.

특히, 2010년 4월 발표된 문화체육관광부의 전자출판산업 육성방안⁵⁾으로 인해 정책적 시장 활성화가 추진될 예정이고, 이동 통신사와의 연계 서비스를 통해 매년 10% 이상의 고성장을 예상할 수 있다. 그러나 국내 전자출판 시장의 핵심은 풍부한 콘텐츠 확보이고, 이러한 관점에서 콘텐츠 저작권자들의 참여가 필수적이지만 현재 국내 콘텐츠 부족, 저작권 확보 어려움, 출판사의 보수적인 태도, 중장기적 전망의 부재는 시장 발전을 위한 저해 요소이며, 시장 주도의 표준적인 유통 형식을 제정하는 것도 시장을 활성화하고 발전시키는 데 중요한 사항이라고 할 수 있다.

■ 3. 맺음말

본문의 마지막에 언급한 문화체육관광부의 전자출판산업 육성 방안에서 “전자출판산업은 출판콘텐츠를 핵심 기반으로 하는 신성장 동력산업으로 뉴미디어 시대를 이끌 첨단산업이면서 친환경 녹색산업으로 세

계적으로 급성장이 기대된다.”고 언급하고 있다. 또한 2010년 6월 교육과학기술부에서는 아이패드, S패드(가칭), 킨들과 같은 전자책 단말기로 볼 수 있는 디지털 교과서 개발에 착수해 2012년까지 개발을 완료하겠다고 밝히기도 했다. 이처럼 앞으로 전자출판시장의 가능성과 응용 적용할 수 있는 분야는 방대 다양하고 많은 발전 가능성이 있는 분야이다. 10여년 전 한국의 전자책 시장의 일시적인 붐 이후에 다시 찾아온 전 세계적인 전자출판 붐 속에서 살아남기 위해서는 가능성을 발굴하고 구체화하여 발전시키는 과정과 장기적인 계획, 기술 개발 그리고 풍부한 콘텐츠 개발이 성공을 위한 열쇠라고 생각된다. TTA

5) 문화체육관광부 출판인쇄산업과 - 담당자: 하재열