

일본의 전자 북 시장 동향

일본의 전자 북(전자책, e-북) 시장은 컴퓨터 전용단말기 대신 핸드폰을 이용한 모바일 서비스를 중심으로 확대 일로에 있으나, 콘텐츠 충실화 등의 측면에서 아직 보완해야 할 여지가 많은 것으로 지적됨.

□ 일본의 전자 북 시장은 컴퓨터 전용 단말기가 아닌 모바일 중심

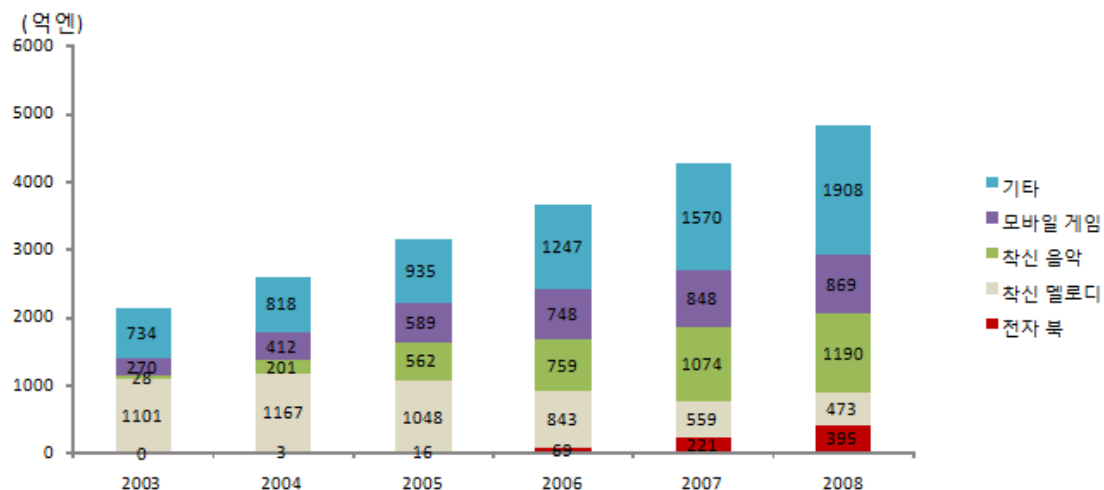
- 최근 구글북스의 저작권 문제와 아마존 닷컴의 전자 북 리더 ‘Kindle2’ 발매('09.2월) 등을 계기로 일본에서도 전자 북 시장에 관한 관심이 고조되고 있음.
- Kindle2의 특징은 3G 핸드폰 회선을 사용한 데이터통신기능을 내장함으로써 Kindle 전용회선(Sprint Nextel 제공)을 사용하여 통신료 무료로 전자북 콘텐츠(35만 권의 서적, 비즈니스 잡지, 일간지 등)를 다운로드할 수 있다는 점임.
- 일본에서는 아마존 닷컴처럼 컴퓨터 전용 단말기를 이용한 서비스가 아니라 휴대폰을 이용한 전자 북 서비스를 중심으로 시장이 형성
- 소니와 파나소닉은 각각 ‘LiBRie’^{*}와 ‘워즈기어(Words Gear)’^{**}라는 전자 북 전용단말기를 판매한 적이 있으나 모두 시장에서 철수

* 소니가 2004년 4월부터 시판에 나선 LiBRie는 2007년 5월 생산을 중단하였고, 전자 북 사이트 ‘Timebook Town’도 2009년 2월말에 서비스 제공을 중단함.(단, 소니가 2006년 9월 미국에서 시판한 ‘Sony Reader’ 라는 전자북 전용단말기(음악 청취도 가능)는 유럽에서도 시판 예정임.)

** 파나소닉은 2006년 1월 전자북 전용단말기 ‘워즈기어’를 시판함과 동시에 콘텐츠 제공 서비스도 시작하였으나 2008년 9월 시장철수

- 한편, 일본의 모바일 전자 북 시장은 2004년부터 형성되기 시작하여 2008년 말에는 시장규모가 395억 엔으로 확대됨.
- 이는 전자 북 관람용 단말기로서 스마트폰을 포함한 핸드폰이 일정한 지위를 확보한 것으로 해석할 수 있음.

〈그림 1〉 일본의 모바일 콘텐츠 시장규모의 추이



주: ‘기타’에는 아바타/아이템 판매, 교통정보, 운세, 장식메일 등이 포함됨.
 자료: 일본 총무성(2009.7)

□ 일본 전자 북 업계의 향후 최대 과제는 콘텐츠 보장

- 그러나 일본의 모바일 전자 북 시장은 콘텐츠가 코믹에 편중되어 있는 데다, 휴대폰의 유료 사이트에서 제공되는 기사 역시 종이 매체물의 대체 서비스 수준에는 미치지 못하고 있음.

- 나아가 아마존 닷컴의 전자북 서비스*에 비하면 일본의 모바일 전자 북 시장은 아직 소비자의 편리성 측면에서도 많이 부족하다는 평가

* 아마존 닷컴의 전자 북 서비스는 원스톱으로 서적을 구입할 수 있고 가격도 저렴(뉴욕타임즈의 경우 종이신문에 비해 40% 정도 저렴)한 편임.

<참고자료>

総務省, 「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」, 2009.7.17.

NTTデータ経営研究所, Info-Future, 「日本の電子書籍市場拡大に向けて」, 2010.3.16.