



『 日 전자서적(e-book) 시장동향 』

○ 작성 취지

- 일본 전자서적(e-book) 시장은 **매년 증가추세**에 있는데, IT전문출판사 ImpressR&D ‘전자서적 비즈니스조사연구서2009’에 따르면, ‘04년 45억 엔 시장규모가 ‘08년 464억 엔으로, 4년 만에 10배 이상의 시장으로 확대되었음
- 한편 현재 전자서적 전용 열람 단말기인 美 아마존사의 ‘Kindle’과 iPhone보다 큰 대화면과 다양한 애플리케이션이 매력적인 애플사 ‘iPad’의 시판으로 전자서적 시장에 대한 관심이 더더욱 높아지고 있음
- 일본의 경우, ‘03년부터 본격적으로 유료 핸드폰용 전자서적 서비스가 도입되면서 ‘08년 전체 시장 중 86%가 핸드폰 전자서적으로, 일본 전체 전자서적시장의 견인차 역할을 해오고 있는 바, 이에 대한 동향, 특징 및 정책 등을 살펴보도록 함

※출처 : 「정보미디어백서2010」(텐츠), 「정보통신데이터북2010(NTT)」 및 관련 사이트, 잡지 등

○ 작성 순서

1. 「전자서적(e-book)의 정의 및 종류」
2. 「전자서적(e-book) 시장규모 및 동향」
3. 「전자서적(e-book) 관련 日 정부정책·전략동향」
4. 「동향종합 및 시사점」

1. 『전자서적(e-book)의 정의 및 종류』

□ 「전자서적(e-book)의 정의」

- 새삼 '전자서적' 정의를 선행 제시하는 것은, 다양한 용어로 사용되고 전자서적에 대한 일본 내 조사·분석의 범위를 명확히 하기 위함
- 일본에서 '전자서적(e-book)' 용어에 관해서는,
 - '전자서적' 외에 '전자 북', '디지털서적', '디지털 북', 'e-Book' 등의 용어가 혼재 사용되고 있으나, 대부분의 사전에서는 '전자서적'으로 용어 통일
- 「소학관의 '전자서적'」
 - 'Electronic Book', 전자화된 서적 데이터로, 종이에 인쇄하는 것이 아니라 PC나 휴대폰, 전용 표시장치 등에 데이터를 입력하여 열람
 - 문자 이외에 동영상이나 음성을 재생할 수도 있음
 - 또한 '전자 북은 SONY의 상표'이기 때문에 전자화된 출판물 또는 서적 데이터를 표시하는 일반명사로서 '전자서적'을 사용

☞출처 : 디지털다이제센(大辞泉) Ver. 4.0 (iPod touch/iPhone용)
- 「닛케이퍼스컴용어사전2009 편의 '전자서적'」
 - 종이에 인쇄되어 있는 서적을 디지털화하여 PC나 독서전용 단말기에서 읽을 수 있도록 한 것
 - 전용 단말기에서는 서적 데이터가 들어간 메모리카드를 단말기에 삽입하여 디스플레이에 표시
 - 2004년 2월 마츠시타 전기산업(현 Panasonic), 2004년 4월 SONY가 전자서적 독서전용 단말기를 각각 발매하였으나, 일본에서는 크게 저변확대가 되지 않음
 - 한편, 미국에서는 미 Amazon.com이 2007년 11월에 전자서적리더 Kindle을 발표하여 인기를 모으고 있음

☞출처 : Nikkei PC Online (<http://pc.nikkeibp.co.jp/word/page/10104086/>)

□ 「전자서적(e-book)의 종류」

- 「전자서적(e-book)의 종류」
 - 전자서적에는 크게 소설, 사전 등과 같은 일반서적, 만화, 신문, 잡지 등의 4분류로 크게 나눌 수 있으며,
 - 소설과 같이 일반 다운로드형, 사전, 신문과 같이 스트리밍형 2종류가 있음

○ 「전자서적(e-book) 리더의 종류」

- 초창기 전자서적 리더(전용단말기)는 단말기와 전자서적을 별도 미디어에 내장, 일반 CD플레이어처럼 하드 구매 후 원하는 소프트웨어를 별도로 구매하는 방식이었으나, 현재는 인터넷 등 통신수단의 발달로 다운로드 형식 구매 방식이 정착
- 또한 현재는 다양한 포맷의 전자서적이 서비스되고 있어, 기존의 전용단말기 외에 PC, 핸드폰, MP3플레이어, PMP 등으로 복합단말기로의 서비스도 확대되어 가고 있음
- 향후의 전자서적은, 서비스(서비스 전자서적 보유량, 인터넷, 요금 등)종류와 단말기(전용단말기, 복합멀티미디어기) 사양에 따라 판매구도가 변화할 것으로 전망됨

2. 『전자서적(e-book) 시장규모 및 동향』

□ 「시장 규모 및 특징」

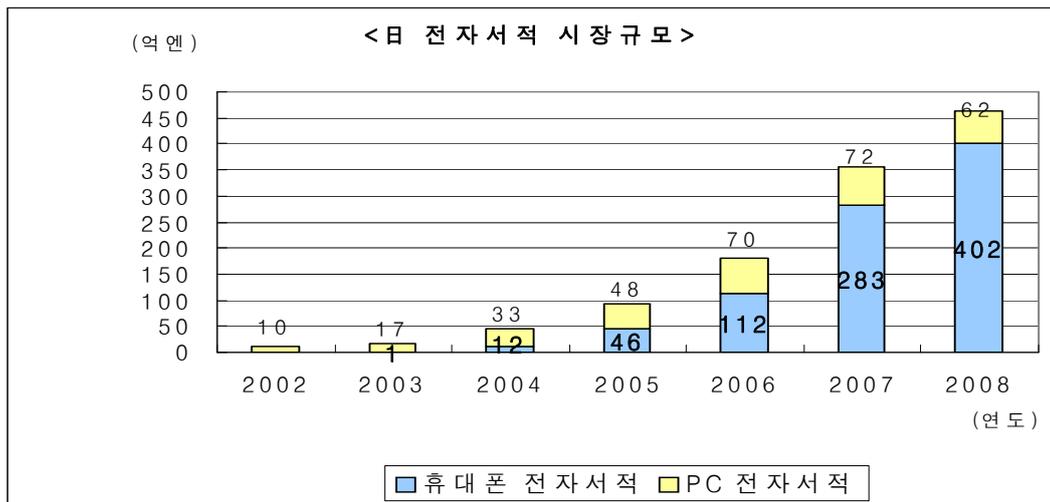
● 총괄 규모

- ImpressR&D가 작년 7월 발매한 ‘전자서적 비즈니스조사보고서2009’에 따르면, '08년 전자서적 시장규모는 **총 464억 엔**으로 4년 전보다 10배의 시장규모가 됨

< 참고 비교 >

- 日 '08년 출판 시장규모(서적/잡지) : 14,817억엔 (※정보미디어백서2010, 덴츠종합연구소 편)
- 그 중 출판 만화시장 규모 : 단행본/잡지 포함 전체 4,483억엔(※출판과학연구소 조사)
- 한국 '08년 출판 시장규모(서적/잡지) : 25,252억엔 (※2009문화산업통계, 문화체육관광부 발간)

- 이번 조사는 iPhone 등으로 실제 전자서적 서비스를 이용하는 유저 약 **8,000명**을 대상으로 한 조사결과이며, **이용 단말기 및 서비스 사이트 등의 동향도 정리 발표**



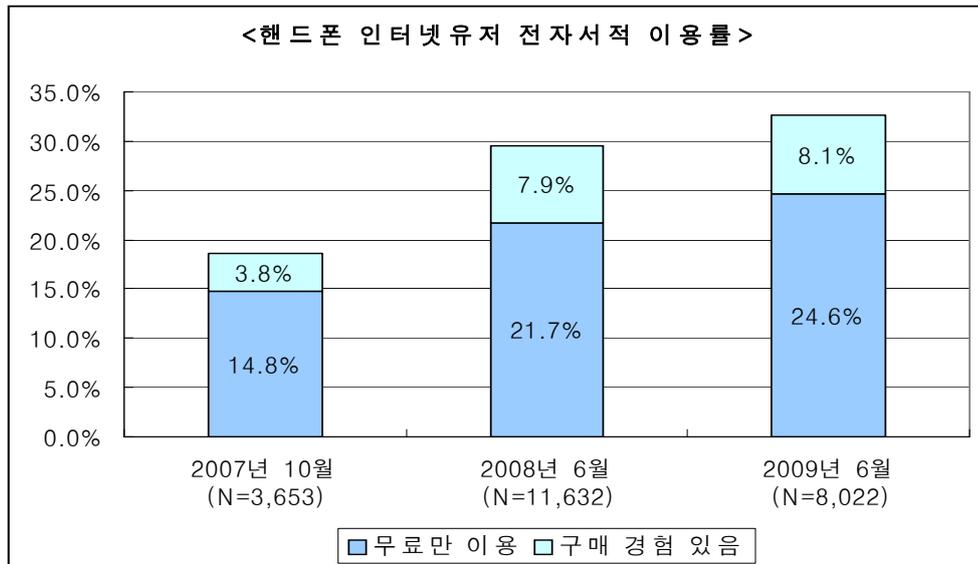
※출처 : 전자서적 비즈니스조사보고서2009 ((주)ImpressR&D 편)

- 일본 '08년 전자서적 시장규모(추계치 464억엔)을 연도별로 비교해 보면, √'07년(355억엔)과 비교하면 **131% 성장**
√'06년부터 전자서적 시장을 견인하고 있는 것은 **핸드폰 전자서적 시장('08년, 402억엔)이 전체 전자서적 시장의 86%**를 점하고 있음

※핸드폰 전자서적 시장이 확대된 주요 원인

- 각 출판사가 보유하고 있는 콘텐츠의 전자화에 대해 적극 대응하고 있다는 점과 서비스 정비에 따른 유통 원활화 및 타이틀수 증가에 따른 콘텐츠의 충실 등으로 판단됨

- 한편, PC용 전자서적 시장은 '07년 72억엔에서 '08년 62억엔으로 전년 대비 86%로 처음 마이너스로 감소되었으며, iPhone, 안드로이드 기반의 스마트폰 등의 새로운 플랫폼 발매에 대한 기대는 높은 편임



※출처 : 전자서적 비즈니스조사보고서2009 ((주)ImpressR&D 편)

- 동사가 '09년 6월에 실시한 핸드폰 인터넷 유저의 전자서적 이용 동향조사(유효 회답수 8,022명)에서,
- √ 핸드폰 전자서적 이용률은 32.7%, 이 중 '무료만 이용' 24.6%, '구매경험 있음' 8.1%(유료구매 이용)로 구성됨
- √ 유료 구매 이용률은 작년 7.9% 대비 0.2포인트 증가했지만, 미흡한 편임

□ 「모바일 전자서적 관련 사업자 동향」

○ 「양케이트 조사결과」

- I모드, EZWeb, Yahoo!휴대폰 공식사이트로 전자서적을 제공하고 있는 사업자를 대상으로 양케이트를 실시한 결과(유효회수 46사), iPhone을 시작으로 새로운 모바일 플랫폼(스마트폰 등)으로의 참여 표명
- iPhone의 App Store로의 참여의향은 '참여하고 싶으며, 유료 전자서적을 판매하고 싶다'가 28.3%, '참여할 생각은 없다'도 21.7%로 사업자간 사고방식이 크게 2분화되어 있음
- 또한 App Store뿐만 아니라 Andoroid Market, Ovi Store(노키아 핸드폰 애플리 스토어) 등과 같은 모바일 애플리 마켓 플레이스로의 흥미에 대해서는 '참여하고 싶다'가 10.9%, '당분간 상황을 보겠다'가 52.2%, '참여할 생각은 없다'라고 부정적인 견해는 6.5%에 그치고 있어, 향후 플랫폼 보급에 따라 큰 영향을 미칠 가능성은 높음
- 그 외 전자서적 전용단말기로서 SONY 'Reader'의 일본 내 정식발매가 예정됨에 따라 이에 대형출판사들이 협력할 준비를 하고 있는 등 향후 일본 내 전자서적 단말기 및 전자서적 콘텐츠의 다각적인 전개가 기대됨

※참고 : 「주요 애플리케이션 스토아 일람」

기업명	애플리케이션 스토아 명	개시 시기
Apple(미)	App Store	2008년 7월 개시
Google(미)	Android Market	2008년 10월 개시
삼성(한)	Samsung Application Store	2009년 1월(베타) 개시 2009년 9월 정식판 개시
RIM(캐나다)	BlackBerry App World	2009년 4월 개시
Nokia(핀란드)	Ovi Store	2009년 5월 개시
SonyEricsson(영)	PlayNow arena	2009년 6월 개시
Palm(미)	App Catalog	2009년 6월(베타) 개시
LG(한)	LG Application Store	2009년 7월(베타) 개시
Microsoft(미)	Windows Marketplace for Mobile	2008년 10월 개시

- 2008년 7월, 미 Apple사가 제공한 ‘App Store’는 개설이후 1년 경과한 2009년 7월에 등록 애플리케이션이 65,000개 초과
- 애플리케이션의 충실은, 이용자에 의한 액세스를 유도, 누계 다운로드 수는 동시에 15억 회 초과

□ 「전자서적 단말기 관련 사업자 동향」

○ 「일본 단말기 사업자 동향」

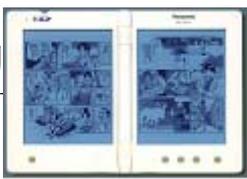
- 전자서적 단말기는 일본에서 통상 ‘전자북 리더’로 불리지만, 전자서적뷰어, 전자서적 전용단말, 디지털 북 리더, e-Book리더 등을 혼용 사용하고 있음
- 일본 최초 전자서적 읽기 전용단말기는 SONY를 통해 1990년 첫선을 보였는데, 당시에는 디지털방식의 8cm CD-ROM에 전자서적 콘텐츠를 저장 단말기 외 별도 판매하였음
- 이후 Panasonic 등이 후발주자로 참여하면서 전용사이트를 통한 전자서적 판매가 일반적인 비즈니스모델이 되었지만, PC나 핸드폰처럼 개인이 필수로 가지고 있는 단말기에서는, 콘텐츠만의 별도 구매가 아닌 단말기도 구매해야 하는 부담도 있는데다 유선 인터넷을 통해야만 구매할 수 있다는 단점이 있어, 불협으로까지 조성이 되지는 않았음

○ 「미국 단말기 사업자 동향」

- 일본에서 처음 ‘전자북 리더’라는 단말기를 발표했음에도 미국에서 보다 활성화된 계기로는, 2007년 9월 Amazon의 Kindle때문
- √ 3G무선통신 기능과 광대한 전자서적을 갖춘 Kindle Store라 불리는 온라인서점 사이트를 통해, Apple사의 iTunes와 같은 수직통합형 비즈니스 모델을 완성하였기 때문이라고 봄

- 미국에서는 전용단말기를 통해 서적과 신문 등을 인쇄물보다 저렴하게 구매해서 본다는 장점과 서적 콘텐츠를 3G 무선인터넷을 통해 구매하는 편리함 때문에 SONY의 Reader와 Amazon Kindle이 각광을 받고 있음
- 작년 Amazon.com이 발표한 크리스마스 당일(25일) 매출 중, 처음으로 전자서적이 종이매체의 서적보다 더 많이 팔렸다고 발표하였으며, 이와 더불어 Kindle이 자사 사이트 내 크리스마스 판매상품 중 가장 많이 팔린 제품이라고 발표
- 전자북 리더 전용 단말기는 아니지만, 올 4월 미국에서 처음 발매된 iPad의 전자서적전용 서비스 플랫폼인 iBooks를 App Store 애플리케이션을 통해 탑재할 수 있어 전자서적 시장에 압도적인 점유율을 자랑하는 Amazon에 반격을 가하고 있는데, Amazon이 iPad용으로 Amazon이 제공하는 콘텐츠의 열람소프트(Kindle for iPad/iPhone)를 무료로 제공할 것을 발표하고 있어 아직은 유동적이라고 볼 수 있음

○ 「전자북 리더 단말기 역사」

구분	대표 단말기	특징
1세대 (외부 미디어 이용형)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Data Discman(SONY) <ul style="list-style-type: none"> - '90년 최초모델(DD-1(58,000엔)이 발매되었음 (8cm CD-ROM 장착) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 최초의 전자서적 리더 ○ 8cm CD-ROM에 전자서적 콘텐츠 별도 판매 
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시그마북(ΣBOOK) (Panasonic) <ul style="list-style-type: none"> - '04년 발매되었으며, SD카드 장착 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 7.2인치 다크그린 모노 액정화면의 양면 열람식의 전자북 리더로, 마츠시타 전기가 직접 운영하는 사이트를 통해 구매 
2세대 (콘텐츠 내장형)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 리브리에(LIBRIé) (SONY) <ul style="list-style-type: none"> - '04년에 발매되었으며, - 기존의 저장미디어 장착 외에 전용사이트를 통한 콘텐츠 대여 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인터넷 경유 전자서적 대여 및 PC 경유 텍스트 저장할 수 있으며, 디스플레이는 EINK 방식 전자페이퍼 채용 
3세대 (3G통신경유 다운로드형)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 아마존 킨들(Amazon Kindle) <ul style="list-style-type: none"> - '07년 미국에서 첫 발매한 전자서적 리더로, - 전자서적 전용단말기의 무선통신 기능을 통해 전자서적 다운로드 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전용단말기(Kindle) 판매뿐만 아니라 iPhone, iPad상에서도 전자서적을 읽을 수 있는 애플리케이션 공급 중 ○ 비즈니스모델로서는싼 값(약 10\$)에 전자서적 판매 ※신간 단행본 정가 : 약 27\$ 

A. 주목 단말기① : 「Amazon Kindle」

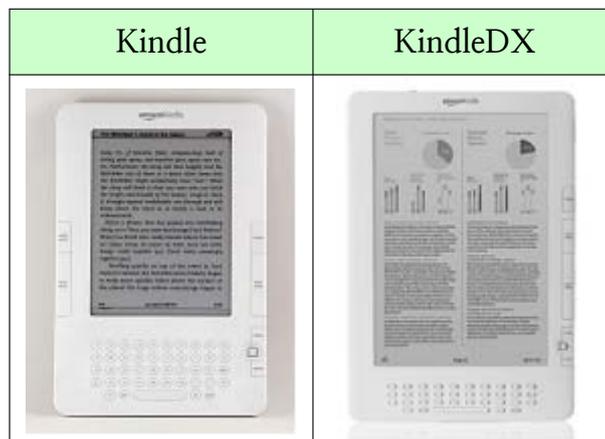
◇ 단말기 사양

모델	Kindle	Amazon KindleDX
보존용량	180MB(약 200권)	4GB(약 3,500권)
외부메모리	SD메모리카드	없음
디스플레이	600×800픽셀(6인치) 4단계 그레이스케일	824×1200픽셀(9.7인치) 16단계 그레이스케일
웹브라우저	Basic Web(플래시 미대응)	
통신방식	HSDPA network(Wi-Fi 미대응)	
전지수명시간	2일(통신상시 ON시) ~ 1주(통신상시 OFF시)	
대응파일포맷	AZW, TXT, PDF, MOBI, PRC	
사이즈	높이 191mm, 폭 135mm, 두께 18mm	높이 264mm, 폭 183mm, 두께 9.7mm
	292g	536g

◇ 단말기 특징

- 미 대형 서적 통신판매업체인 Amazon이 제조 판매하는 전자북 리더 단말기 소프트웨어 및 서비스의 총칭
- 2007년 11월 19일 미국에서 첫 발매이후 2009년 2월 2세대 Kindle, 2009년 6월에 9.7인치 디스플레이를 탑재한 PDF리더 표준내장의 KindleDX 발매
- 올해 1월부터 미국 이외 지역에서도 KindleDX 판매를 실시하고 있으나, 텍스트는 일본어 미 대응이지만 pdf파일로의 일본어 표시는 가능
- 전자북 라이브러리에서는 아마존서점의 약 400,000권, 신문 100개지 이상, 39종의 잡지를 유료로 다운로드 가능

< Amazon Kindle >



B. 주목 단말기① : 「애플 iPad」

◇ 단말기 사양

모델	Wi-Fi	Wi-Fi+3G
프로세서	1GHz Apple A4 System-on-a-chip (1GHz, ARM CPU, PowerVR계 GPU내장)	
보존용량	16GB, 32GB, 64GB(플래시메모리)	
디스플레이	768×1024픽셀, 9.7인치 IPS LCD	
통신방식(Wi-Fi)	Wi-Fi(802.11 a/b/g/n), Bluetooth2.1+EDR	
통신방식(3G)	미 대응	UMTS(W-CDMA)/HSDPA(850, 1900, 2100MHz) GSM/EDGE(850, 900, 1800, 1900MHz)
배터리	전압 3.75V, 24.8W 리튬 폴리머 전지	
OS	iPhone OS 3.2	
사이즈	높이 242.8mm, 폭 189.7mm, 두께 13.4mm	
	680g	730g

◇ 단말기 특징

- 미 Apple사가 내놓은 멀티플레이어 기능의 UMPC
- 일본은 미국 발매보다 약 한달 늦은 5월 28일 발매
- Wi-Fi모델 외에 고속 이동통신망의 3G모델 2종이 발매되어 있어, iPhone의 확대판이라는 평가도 있음
- iPad의 주목 애플리케이션으로는 iBooks와 iWork가 있는데,
 - √ iBooks는 EPUB(미 IDPF의 오픈전자서적 파일포맷)형식을 채용, iTunes Store내 iBookstor에서 전자서적을 다운로드 구매할 수 있음
 - √ iWork는 Apple사의 오피스소프트로 Keynote(프레젠테이션), Pages(워드프로세서), Numbers(표 작성)의 3개로 구성, Mac판과 호환

< 애플 iPad >

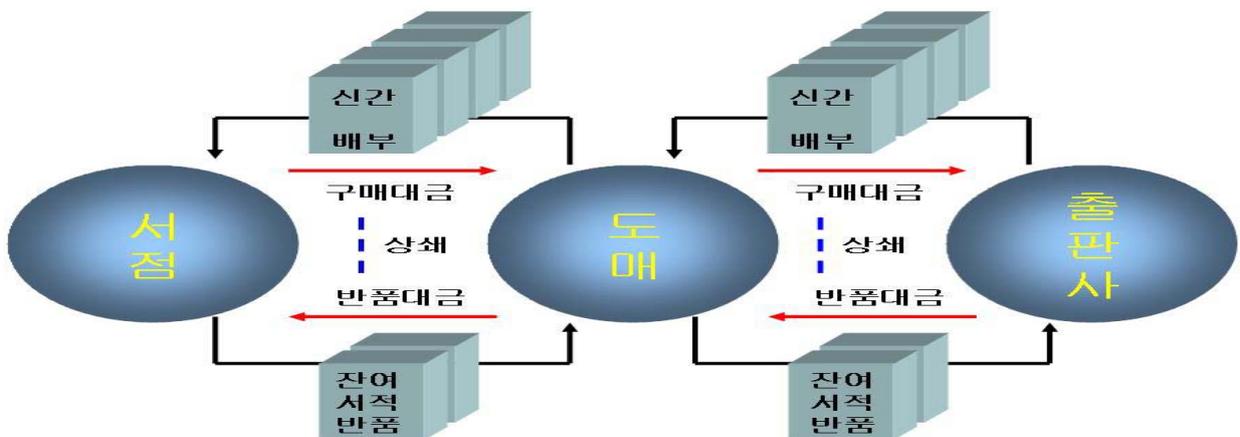


□ 「출판 및 방송업계 반응 및 동향」

○ 「업계 전반 반응」

- 일본의 전자서적시장은 크게 성장하고 있으나, 전체 출판시장에서 차지하는 비중은 약 3%수준으로 매우 미미한 실정임.
- 일본 출판시장을 선도하는 대형 출판사도 전자서적 시장진출에 소극적이며 iPhone, iPad의 일본 상륙에 대해 전반적으로 관망하는 입장이 대세임
- 출판업계가 전자서적 시장진출에 소극적인 배경에는 일본의 독특한 구조(출판사→도매업→서점) '3위 일체구도'가 기능하고 있음.

(그림) ㉔ 출판업계 삼위일체 구도



(출처) 주간 이코노미스트 6월 1일 호(마이니치신문사 발행)

<일본 출판업계가 전자서적 시장 진출에 소극적인 이유>

- ◇ 일본의 출판산업 구조는 신간이 발매되면 도매상이 구입대금을 출판사에게 지급하고 도매상은 다시 서점에 서적을 공급하고 서적으로부터 대금을 지급받는 구조임. 자금난에 있는 출판사는 신간을 발매하면 일단 자금을 조달가능하며 서적반품에 따른 출판사의 대금지급은 다음 신간 발매시 상쇄할 수 있는 금융기능도 하고 있음
- ◇ 한편 만약 전자서적시장이 커져 서점경영이 어려워지면, 서적 반품률도 높아져 그 만큼 출판사 경영을 압박하게 됨. 따라서 3위 일체구도를 통해 현 출판시장을 유지해왔다고 할 수 있음
- ◇ 두 번째는 현재로선 전자서적 시장규모가 작고 종이서적시장의 파이가 더 크기 때문임. 따라서 출판사가 전자서적시장에 진출할시 선행투자리스크를 감수해야하는 어려움이 존재함
- ◇ 세 번째는 저작권 계약이라는 허들이 존재함. 지금까지 출판사와 저작자는 계약서를 교환하지 않은 경우가 대부분이었으나 전자서적 출판시 저작자로부터 출판허락을 받아야 하는 번거로운 과정이 생기게 되는 것임.

○ 「업계반응① : 일본 출판업계 최대의 전자코믹 동향」

- 전자코믹 시장은 2000년대 초반부터 휴대폰을 중심으로 시장을 형성해왔음
- 일본의 전자서적시장 가운데 가장 큰 시장은 휴대폰이며, 이 가운데 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 장르는 전자코믹임

⇒ 휴대전화용 전자서적시장 가운데 전자코믹이 330억엔으로 82%를 차지

- 전자코믹은 한 회당 50엔 정도로 서비스되고 있으며 토탈 구매시 할인혜택
- 1회는 무료, 2회째부터 결제하는 방식이 대부분
- 휴대전화이용요금과 병합 징수되는 간편한 과금체계 등으로 이용확산

- 수년전 남자간의 동성애 및 10대의 러브스토리를 다룬 코믹이 인기를 끌기도 했으나, 과격한 성 묘사 등이 문제가 되어 최근 미성년자의 이용을 방지하기 위한 필터링 기술 도입
- 일본 국내 전자코믹시장의 성장을 발판으로 'NTT소루마레'는 유럽, 인도, 중국 등 29개국에서 일본산 전자코믹 전송비즈니스 전개

○ 「업계반응② : 전자잡지 동향」

- 잡지의 전자서적 발매는 비교적 활발한 편임.
- '콘데나스토 퍼블리케이션스 재팬'은 자사의 '보그 닛폰'등 3종잡지를 iPad용 애플리케이션으로 판매
 - √지면 일부를 터치하면 디자이너 인터뷰 및 패션쇼 영상, 음악 등을 즐길 수 있으며, 가격은 종이 잡지(680엔)의 60~70% 수준임.
- '스타츠 출판'은 여성정보지 '오즈매거진'등 3개 잡지의 애플리케이션을 발매
 - √미용 살롱 및 레스토랑 기사를 터치하면 곧바로 예약사이트로 연결됨
- 작년 9월 텐츠와 전자서적개발·판매회사인 '얏파' 공동으로 iPhone용 '마가스토야'를 운영중이며 iPad도 대응가능 ('마가스토야'는 현재 55개 잡지 판매)
- 도쿄도서점 상업조합과 소프트웨어 개발사인 '아쿠세스'가 운영하는 휴대전화용 전자서적 판매사이트 '북카즈'도 iPad용 애플리케이션에서 10개잡지 판매예정

○ 「업계반응③ : 신문업계 동향」

- 일본 신문업계는 인터넷에 기사의 일부만을 무료공개하고 있는 곳이 대부분
- 니혼게이자이신문은 인터넷을 통해 유료전자판 화면을 iPad or iPhone에서 제한적으로 열람할 수 있음
- 아사히신문은 지난 4월부터 연재물 및 타 출판사 잡지 기사를 판매하는 'Astand'를 운영중이며, 요미우리신문도 작년 10월 유료의료정보사이트를 개설
- 산케이신문은 인터넷상에서 현재 모든 지면을 유료로 제공하고 있으나, iPhone용으로는 무료로 서비스하고 있음

- 마이니치신문은 iPad용으로 ‘주간 이코노미스트’ 등의 뉴스 콘텐츠 일부 전송을 검토 중

○ 「업계반응④ : TV업계 동향」

- TV업계는 iPad의 일본 상륙에 대해 별다른 반응을 보이지 않고 있음
- 그 이유는 도쿄의 키스레이션과 지역방송이 네트워크관계로 맺어진 방송구조 속에서 저작권리를 행사할 수 있는 도쿄의 키스레이션이 지역방송과의 계열관계를 중시해 뉴미디어 유통에 적극적으로 나설 수 없는 처지이기 때문

○ 「업계반응⑤ : 기타업계 동향」

- 일본 최대 출판사인 ‘고단샤’(講談社)는 지난 5월 20일 나오기상 수상작가 교오고쿠 나쓰히코(京極夏彦)의 신간 ‘죽으면 좋겠는데’의 전자판을 iPad로 발표
√ 종이서적은 1700엔, 전자 판은 900엔
- 소설 및 만화등 약 4,000권을 전자서적화해서 판매해온 온라인 서점인 ‘리소쇼텐’(理想書店)은 iPad도 대응가능하며 저작권이 소멸된 작품을 인터넷에서 공개하고 있는 ‘아오조라문고(靑空文庫)’의 데이터를 iPad로 읽을 수 있는 소프트도 등장예정
- ‘디스카버 트웬티원’은 지난 4월 ‘전자서적의 충격’의 전자판을 종이서적 발매 1주일 전에 iPhone애플리케이션으로 발간
√ 종이서적은 1,155엔이며, 전자판은 종이서적 발간 전에는 110엔, 발간이후에는 1000엔으로 설정 (1주일간의 다운로드 수는 약 1만 건 기록)

※관련협회① : 「일본 전자출판협회」

구분	주요 내용
단체명	일본전자출판협회(Japan Electronic Publishing Association(JEPA))
설립	1986년
회장	세키도 마사오((주)KENKYUSHA 대표이사)
주요사업	위원회를 결성, 전자출판관련 활동 추진 - 운영위원회 외 별도 7개 위원회 운영 (저작권, 홍보, 디지털정보비즈니스연구, 차세대사전연구, 크로스미디어, 전자도서관, 플랫폼연구) ※플랫폼 연구위원회 내 iPhone출판연구회, ePub연구회, TTS연구회로 운영
회원사	DNP, 키노쿠니야서점, 소학관, Microsoft, 국립정보학연구소 등 129개 회사 및 단체
URL	www.jepa.or.jp

※ JEPA는 영어사전 전문출판업체인 (주)KENKYUSHA 사장을 주축으로 전자출판문화촉진 및 시장발전을 위한 연구회 성격이 강한 사단법인

※관련협회② : 「(사)일본전자출판사협회」

구분	주요 내용
단체명	일반사단법인 일본전자서적출판사협회 (The Electronic Book Publishing Association of Japan(EBPAJ))
설립	2010년 2월 1일
대표이사	노마 요시노부((주)코단샤 대표이사부사장)
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> - 전자출판사업에 관한 제작, 유통, 서비스 등 연구조사 - 전자출판사업에 관한 정보수집 및 제공 - 전자출판사업에 관한 법 환경 정비 및 제언 - 전자출판사업에 관한 내외관계기관 등과의 교류 및 협력 - 상기 각 항 이외 당 법인 목적 달성을 위한 필요사업
회원사	小學館, 講談社, 集英社, 문예춘추, NIKKEI BP 등 31개 회사
URL	www.ebpaj.jp

※ EBPAJ는 대형출판사를 중심으로 올해 출판사로만 결성된 사단법인

3. 『전자서적(e-book) 관련 日 정부 정책 · 전략동향』

□ 「정부 정책 동향」

○ 「관계부처의 정책 동향」

- 총무성, 문화과학성, 경제산업성 등이 지난 3월부터 <디지털 네트워크 사회 출판물의 이용 및 활용의 추진에 관한 간담회> 개최

- 디지털 네트워크 사회에 걸맞은 출판물의 수집 및 보존, 원활한 유통
- 국민 누구나가 출판물에 접근할 수 있는 환경정비 등

○ 「기타 관련 정책 동향」

- 총무성 : 「ASP·SaaS안전·신뢰성에 관한 정보전시인정제도」 등

- (재)멀티미디어진흥센터가 심사·인정하는 것으로, SaaS사업자에 의한 안정성 및 신뢰성에 관한 정보전시 촉진
- 주요 정책경과

발표시기	정 책 명
2008년 4월	·ASP·SaaS 안전·신뢰성에 대한 정보전시인정제도
2008년 10월	·지방공공단체 ASP·SaaS 활용추진회의
2009년 5월~	·Cloud·Computing시대의 데이터센터 활성화 추진회의
2009년 7월	·ASP·SaaS사업자가 의료정보 취급 시 안전관리에 관한 가이드라인
2008년 7월~	·Smart·Cloud 연구회 - Cloud 활용방법, 표준화/상호관련성 확보, Cloud·N/W기술 등

- 경제산업성 : 「중소기업대상 SaaS 활용기반(J-SaaS)」 등

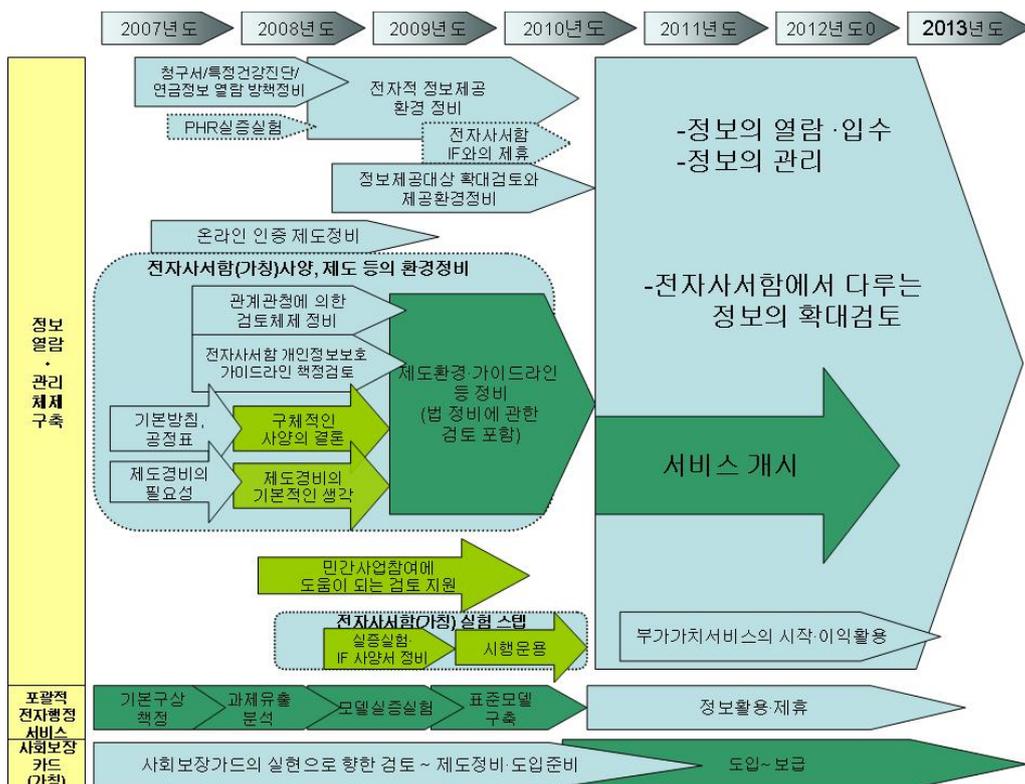
- 주로 중소기업 대상으로, 재무회계 및 경리, 급여계산, 판매관리, 그룹웨어 등의 기능을 SaaS로서 원스톱 제공 목표 (현재 16사 22 Application)
- 주요 정책경과

발표시기	정 책 명
2008년 1월	·'SaaS용 SLA가이드라인' 공표 - 이용자와 SaaS 제공자간 인식해야 하는 서비스레벨 항목 등
2009년 3월	·중소기업용 SaaS 활용기반(J-SaaS) - 주로 중소기업 대상, 다양한 종류의 SaaS서비스 원스톱 제공
2009년 7월	·Cloud·Computing과 일본의 경쟁력에 관한 연구회 - 장래비전 실현을 위한 로드맵, 이용확대 가이드라인 책정 등

(참고) 「i-Japan전략2015」

- IT전략본부는 일본 IT전략의 기본이 되며, 디지털시대를 대비한 「i-Japan2015」를 책정, 3대 중점분야를 표명함
 - 「전자정부·전자지자체」, 「의료·건강」, 「교육·인재」
- 「전자정부·전자지자체」 추진방향
 - 전자신청 등의 취급단계 수를 이용자 관점을 중시, 「이용도」 기준으로 설정
 - 또한 행정사무의 간소효율화표준화, 행정 가시화 등의 실현을 목적으로 함
 - 그 실현을 위해 국민 스스로가 행정정보를 안심해서 연계할 수 있도록 하기 위한 기반으로 「국민전자사서함(가칭)(※)」을 2013년까지 정비
- 「향후 전망」
 - 전자행정 구상 중 중요한 위치를 차지하게 될 ‘국민전자사서함’의 정비·추진 은, 이제까지의 전자정부·전자지자체의 대처결과에 대한 경험축적과 반성 등으로부터 출발
 - 나아가 구축 및 환경의 정비 등은 물론 정비 후 실제 운용도 고려하여 이용자가 여러 가지 조치들을 신뢰할 수 있도록 주지·계발 등도 추진

※ 「전자사서함 실현 공정표」



4. 『동향종합 및 시사점』

- 일본의 전자서적 시장은 꾸준히 성장하고 있으나, 전체 출판시장에서 차지하는 비중은 매우 미미한 실정
- 출판시장을 선도하는 대형출판사는 전자서적 시장진출에 소극적이며, iPhone, iPad의 일본진출에 대해서도 관망하는 입장
- iPad 보급, 일본어 대응, 수익분배 비율 여부가 일본 출판업계의 전자서적 시장 진출을 가늠하는 잣대가 될 전망
- 일본 출판업계는 당분간 종이서적을 통한 기존의 수익모델에 충실하면서 한편으로 전자서적 시장의 추이 등을 지켜보고 진출시기를 가늠할 것으로 전망
- 네트워크의 고도화와 더불어 페이퍼리스(종이 없는) 세대의 확대 등으로 전자서적 시장의 성장 잠재력은 크다고 인식
- 현재 전자서적 시장의 성장을 견인하고 있는 것은 전자코믹임
 - 일본의 전자서적 시장은 당분간 모바일(휴대단말)을 축으로 전자코믹이 주도하는 구도가 지속될 것으로 보임
- 확대되는 전자서적 시장을 정비하려는 정부와 현장의 노력도 가시화되고 있음
 - 관계부처(총무성, 문부과학성, 경제산업성)가 전자서적의 이용과 활용을 활성화하기 위한 제도적 환경정비(전자서적의 수집 및 보존, 원활한 유통, 보급을 위한 환경정비)를 강화하고 있음
 - 작가와 출판사와의 저작권 계약문화 확립, 개인용 휴대 단말에서의 성 표현 등 청소년 보호문제, 기성작가에의 이용집중을 개선해 신인작가의 등용기회 확보하려는 시도 등의 다양한 과제에 직면하고 있음