

e-러닝, 글로벌지식산업 강국 견인

우리나라는 최첨단 IT 기술과 인프라를 갖춘 e-러닝 산업 적격지로서, 차세대 성장 동력으로 떠오른 e-러닝에 대한 관심이 뜨겁다. 각종 정부정책 발표로 한층 고무된 e-러닝 산업은 솔루션, 콘텐츠, 서비스 등으로 영역을 확대하며 글로벌지식산업 강국을 견인해갈 주역으로 부상 중이다.



인터넷 등 정보통신기술을 이용해 시공간의 제약 없이 쌍방향으로 이루어지는 교육 형태를 지칭하는 e-러닝(e-learning). 1990년대 후반 초고속통신망이 확산되면서 등장하게 된 e-러닝은 디지털시대 교육의 새로운 패러다임으로 점차 자리매김하고 있다.

우리나라의 e-러닝 산업은 2003년 국제경제분석기관인 이코노미스트 인텔리전스 유닛(EIU)이 발표한 'e-러닝 준비도' 평가에서 스웨덴, 캐나다, 미국, 핀란드에 이어 세계 5위를 차지했을 만큼 세계적 수준을 자랑한다. 최첨단 IT 기술과 인프라를 바탕으로 e-러닝 산업의 성장에 필요한 최적의 조건을 갖추고 있기 때문이다.

급부상 중인 블루오션, e-러닝

산업자원부와 전자거래진흥원이 발표한 '2005년 e-러닝 산업 실태조사'에 따르면 지난해 국내 e-러닝 시장 규모는 1조 4700억원으로, 전년의 1조 3000억원에 비해 13% 이상 증가했다. 사업자 수는 지난해보다 48% 이상 성장한 381개를 기록했다. 전 세계 시장규모도 지난해 190억달러에서 2010년 538억달러로 연평균 23% 이상 성장할 것으로 전망된다. 정부는 e-러닝 시장이 매년 15~20%의 성장률을 기록할 것으로 내다보고 있다. 솔루션, 콘텐츠, 서비스 등으로 산업범주가 확산되는 동시에 시장규모도 가팔라지고 있는 덕분이다. 게다가 최근 e-러닝 시장의 범위가 u(유비쿼터스)-러닝, m(모바일)-러닝으로 확대되고 있어 IT 기술의 발전이 e-러닝 시장의 성장세에 크고 작은 영향을 줄 것으로 보인다.

이처럼 무한한 잠재력을 지닌 국내 e-러닝 시장규모를 더욱 키우기 위해 무엇보다 필요한 것은 시장의 자생력을 키울 수 있는 정책이다. 앞으로 교육시장 개방 등에 따른 글로벌지식산업 경쟁에서 우위를 점하기 위해서는 세계 일류의 교육콘텐츠는 물론 e-러닝 스타기업의 탄생을 절실하고, 이를 뒷받침해줄 다각적 지원 또한 필요하다.

e-러닝 산업은 이제 도입기를 지나 확산기에 접어들었다. 디지털 콘텐츠 중 가장 상위의 복합콘텐츠인 e-러닝이 앞으로 디지털 경제 경쟁의 핵심



e-learning

분야로 떠오를 것이라는 전문가들의 견해에 귀를 기울여야 한다. 내실 있는 백년 산업의 근간으로서 e-러닝 선도기술을 개발할 수 있도록 e-러닝 산업 육성에 힘을 쏟아야 하는 이유가 바로 여기에 있다.

정부, 정책 수립으로 화답

산업자원부가 2004년 1월 세계 최초로 'e-러닝 산업발전법'을 제정한 것을 시작으로 e-러닝 산업을 육성하기 위한 정부의 노력이 전개됐다. 올해 1월에는 9개 부처가 참여해 'e-러닝 산업발전 기본계획'을 수립해 시행 중일 뿐 아니라, 지난 3월에는 '2006년도 e-러닝산업발전시행계획(안)'을 발표해 산업육성에 박차를 가하고 있다.

정부는 올해를 'e-러닝 산업 확산 원년'으로 삼겠다는 방침이다. 표준화, 기술개발 등 e-러닝 경쟁력 제고와 서비스 확대 등 수요창출에 집중하겠다는 것이다. 이를 위해 올해 e-러닝 산업분야에 총 1263억원을 투입할 계획이며, 6대 정책과제에 대한 37개 세부실천 과제를 선정해 시행한다. 정부는 e-러닝 산업 국내표준을 제정해 해외시장을 선점한다는 방침도 수립했다. 실제로 3월부터 민간전문가, e-러닝기업, 관련부처 등이 모두 참여한 'e-러닝표준위원회'를 구성·운영하고 있으며, 하반기부터는 e-러닝 표준 발표, ISO 국제규격 상정 등을 통해 산업표준화도 진행할 계획이다.

최근 발표한 'e-러닝 통합품질인증체계 구축계획'도 e-러닝 산업의 지속성장과 경쟁력 강화를 위한 방안의 하나이다. 우선 e-러닝 품질인증위원회를 구성해 인증기준을 마련하고 지금까지의 문제점을 개선한다는 계획을 세웠다. 또한 올 하반기부터는 인증기관을 지정하고, e-러닝 품질 인증을 실시하는 등 e-러닝 품질인증체제를 운용하게 된다. 품질인증 획득기업을 대상으로 정부 기술개발사업, 인력·금융지원 시 우대하는 방안을 추진함으로써 e-러닝 산업의 발전과 품질인증제도 활성화를 촉진해 나갈 것이다.

e-러닝과 함께하는 벤처



중앙아이씨에스(대표 정현경)



e-러닝 대표기업으로 손꼽히는 중앙아이씨에스는 지난 4월 13일 한국방송통신대학교와 'IT 교육 서비스' 제공에 관한 계약을 체결했다.

이번 계약을 통해 양측은 정보화 시대에 발맞춰 한국방

송대학교 재학생 및 교직원들을 대상으로 정보화 능력 함양을 위한 수준별, 단계별 교육 과정을 제공한다. 특히 중앙아이씨에스는 이번 계약을 계기로 37년간의 IT 교육 노하우를 기반으로 개발된 수준 높은 IT 교육 콘텐츠를 ASP 형태로 대학에 제공하기로 했다.

에듀위즈(대표 문승주)



e-러닝과 콘텐츠 개발에 주력하기 시작한 2001년부터 지방벤처기업으로는 보기 드물게 한국HP와 손을 잡고 사업기반을 다져왔다. 현재 한국HP의 국내 유일한 정보

보호 서비스 및 콘텐츠 개발 협력기업으로 선정되는 등 대외적으로 기술력을 인정받고 있다. 이 회사의 주력제품은 한국HP의 공인교재인 4개 분야의 18과목에 달하

는 정보보호 훈련교재와 플래시, 동영상, 전자교재 등의 방식으로 다양하게 개발된 정보보호 e-러닝 콘텐츠 등이다. 특히 정보보호 훈련교재는 한국HP를 비롯해 KT, SK텔레콤, 행정자치부, 한국전산원 등 기업과 기관의 정보보호 실무자 연수교재로도 활용되고 있다. 정보보호 인식에 초점을 맞춰 다양한 형태로 개발된 e-러닝 콘텐츠를 영문 화해 판매하거나 미국 현지의 정보보호 인식 전문기업과 상호협력해 공동 개발하는 방안도 추진 중이다.



클릭전자정보시스템(대표 송영우)



복잡한 방송장비를 PC로 간편하게 제어할 수 있는 디지털 통합 방송시스템 클릭마스터를 개발했다. PC환경에서 마우스로 아이콘만 클릭하면 방송실 내 대부분의 전원장치 및 방송기기를 다룰 수 있기 때문에 학교의 방송실 시스템용으로 적합하다.

또 PC를 방송에 접목함으로써 PC에서 제공되는 음악 동영상 등 다양한 콘텐츠를 방송에 활용할 수 있다. 이 시스템의 또 다른 특징은 PC가 작동되지 않을 경우 사용자가 LCD 터치스크린을 이용해 수동으로 제어할 수 있다는 것이다. 시보방송, 예약방송 및 PC 하드디스크에 녹화, 저장, 원격제어 등도 가능하다.



솔루션

메디오피아테크날리지(대표 장일홍)



온라인상에서 학습관리뿐 아니라 다양한 학습참여 방법을 제공해 학습자의 동기를 유발하는 웹기반 e-러닝 솔루션 '에듀트랙'을 내놓았다. 교수자, 학습자, 관리자 간 협업학습 체제를 구축해 1대1 맞춤형 서비스를 통한 효과적인 사이버 교육 시스템 구성이 가능한 것이 장점. 수요자 중심의 취업포털 솔루션과 학사행정 통합정보 솔루션도 제공한다.

스페이스인터내셔널(대표 심재석)



최고의 인기 유틸리티 CDSpace 개발사로 멀티미디어 콘텐츠 저작도구인 에듀보드를 출시했다. 3D아바타와 음성합성엔진을 지원하는 멀티미디어 콘텐츠 저작도구인 에듀보드는 e-러닝 강의용 교안제작은 물론 제안서, 제품소개서 등 효과적인 프레젠테이션 자료를 제작할 수 있으며 기존 동영상(VOD)자료를 제작하는 것보다 시간과 비용이 훨씬 저렴한 것이 특징이다.

세중나모(대표 김상배)



웹 환경에 적합한 교구 작성이 가능할 뿐만 아니라 아래아한글, 파워포인트, 엑셀, 워드프로세서 파일 등의 다양한 형식의 교안을 갖고 있는 사용자들이 일본의 형식을 최대한 유지한 상태로 변환할 수 있는 e-러닝 솔루션 'ICT 클래스 2005 플러스'를 출시했다. 기존 e-러닝 솔루션 제공 이외에도 홈페이지 제작업체인 애니파인더(대표 신재욱)가 직접 학교 홈페이지 및 e-러닝 관련 커뮤니티 사이트를 제작해 주는 등 e-러닝 관련 솔루션과 서비스를 제공하는 것이 특징이다. 경제적인 가격과 우수한 기능을 가진 e-러닝 솔루션을 제공하고, 멀티미디어 학교 홈페이지 제작까지 해주는 것이 강점으로, 이를 기반으로 국내 e-러닝 솔루션 1위 업체 위치를 확보할 계획이다.

지란지교소프트(대표 오치영)



기업 내 KMS(지식관리서비스)기반의 그룹웨어 제품인 '쿨웨어'와 업무용 메신저인 '쿨메신저'를 필두로 e-러닝 시장에 진입했다. 업무용 메신저인 쿨메신저는 그룹웨어인 쿨웨어와 연동이 가능하고 알람 기능이 있어 사내게시판, 전자결재, 일정관리, 명함관리 그리고 전자메일 등과 같은 그룹웨어의 기본 기능들을 제공하며, 모든 기능들이 메신저와 긴밀하게 연동이 된다는 것이 가장 큰 장점이다. 그룹웨어에 등록되는 업무공유게시판의 새 글이나 일정관리 정보 및 각종 공지사항들을 쿨메신저의 알람기능을 통해 바로바로 통보받을 수 있어 실시간 의사소통이 가능하다. 쿨메신저는 이미 학교 시장의 50% 이상을 점유하고 있으며, 앞으로 협업솔루션 점유율을 더욱 늘려 나갈 계획이다.

온라인게임업체 해외매출 급증

국내 온라인게임 시장이 2조원 시대를 맞이하면서 글로벌 무대로 뻗어나가려는 움직임이 본격화되고 있다. 선두업체의 견재와 게임포털의 약진, 후발업체의 꾸준한 성장이 맞물려 온라인게임 시장을 든든히 받치고 있는 가운데 퍼블리싱과 콘텐츠 가치 상승이 눈에 띈다.

● 국내 온라인게임 시장의 2조원 시대 개막이 눈앞으로 다가왔다. 세계 최초·최대 시장을 이끌고 있는 국내 온라인게임 산업이 성장의 고비라 할 수 있는 2조원을 돌파한다는 것은 의미가 매우 큰 일이다.

엔씨소프트, 넥슨 등 선두업체의 적극적인 시장 확대는 이 같은 성과에 큰 기여를 했다. 이들은 글로벌 온라인게임 시장 개척자로 임무를 수행함으로써 해외매출 신장을 이루어냈다. NHN(한게임), 네오위즈(피망), CJ인터넷(넷마블) 게임포털 3인방의 매출 약진도 두드러진다. 외부 개발자 퍼블리싱과 자체 콘텐츠 확대로 올해도 이들 게임포털은 성장세를 이어갈 것으로 보인다. 특히 NHN과 네오위즈는 각각 온라인게임 개발과 일본시장 진출이라는 새로운 전략을 내세웠다. 기존의 게임포털 업체 위치에서 얼마만큼 다변화를 이루어내고 경쟁력을 제고할 수 있을지가 관심을 모은다.

그밖에 엠게임, 제이씨엔터테인먼트, 윈디소프트 등 중후발 업체들이 개발한 온라인게임이 큰 성공을 거두면서 전체적으로 국내 온라인게임 시장이 활기를 띠게 됐다.

온라인게임 무대 확장

한국게임산업개발원에 따르면 국내 게임의 해외수출 규모는 2004년 3877억원에서 2005년 4826억원으로 증가했다. 이중 온라인게임 비중은 70%가 넘는다. 해외수출국도 다각화하고 있다. 과거에는 중국과 일본 등 동아시아권이 중심이었으나 최근에는 북미, 유럽 비중이 늘어났다.

국내 최대 온라인게임업체인 엔씨소프트의 경우 '길드워' 등 대표 게임이 국외에서 호평을 받으면서 전체 매출의 절반 가까이를 해외에서 올리고 있다. 해외매출 비중은 지난해 2분기 41%, 3분기 45%, 4분기에 49%로 점차 증가하는 추세다. 철저한 현지화 전략을 펼쳐 각 나라 게이머들의 플레이 스타일, 취향을 파악해 게임을 개발한 결과 성공적 해외진출을 이루어낸 것이다.

온라인게임의 해외매출이 국내매출을 앞지를 정도로 급성장하고 있는 현 상황은 전 세계 게임시장에 큰 변화를 몰고 올 가능성이 크다. 우리나라가 가장 먼저 개발해 상용화에 성공했고 기술적 우위에 서 있는 온라인게임이 세계 게임시장에서도 힘을 발휘하게 됐다는 의미



온라인게임시장 지각변동!

• NHN 본격 가세

NHN(대표 최휘영)은 자회사 NHN게임스(대표 김병관)가 극비리에 개발해온 정통 MMORPG 'R2(Reign of Revolution)'의 시범서비스를 4월 19일부터 실시함으로써 대작 온라인게임 경쟁에 뛰어들었다. 비공개 형식이지만 다른 경쟁작들의 공개서비스 시점 중간인 4월을 런칭시기로 잡아 현 시장구도에 일대 파란을 불러일으키는 것은 물론, 게임산업 전체의 대세 반전을 노리고 있다. NHN은 막강한 자금력과 함께 포털, PC방 등 온오프라인을 아우르는 강력한 마케팅 채널을 확보하고 있는 것이 장점으로 작용해 'R2'의 성공적인 시장 진입 여부가 주목을 받고 있다.



이기 때문이다. 그에 따른 선점효과는 국내 온라인게임 시장의 성장을 더욱 부추길 전망이다.

게임 퍼블리싱으로 윈윈

대형 게임사들의 퍼블리싱 열기도 주목할 만하다.

자사에서 부족한 콘텐츠를 다양하게 확보하고 수익선을 다변화하는 효과를 누리는 것. 일례로 넥슨은 회원수 1800만명의 '넥슨닷컴'을 통해 '2005년 대한민국 게임대상'에서 온라인부문 우수상을 수상한 정통 무협 3D MMORPG(다중접속온라인게임)인 '구룡쟁패(www.ninedragons.co.kr)'를 오는 6월부터 통합 서비스한다.

이는 기존 상용화 서비스에 도입한 게임을 다시 퍼블리싱하는 새로운 방식의 사업 제휴로, 서로의 장점을 통합해 시너지효과를 얻을 수 있다. 넥슨은 콘텐츠 다양화를, 신생게임사인 인디21은 콘텐츠 개발에만 매진할 수 있는 환경 조성을 이뤄낸 것이다.

한편 웹젠도 지난 2월 28일 미국의 레드5스튜디오와 신작 온라인게임에 대한 퍼블리싱 계약을 체결했다. MMORPG '썬'의 공개시범서

비스에 도입한 웹젠은 이번 계약을 통해 세계적인 게임 콘텐츠를 확보할 수 있는 발판을 마련한 것으로 평가된다.

콘텐츠산업 효자로

온라인게임의 사업성은 단순히 게임에만 머무르지 않는다. 성공한 온라인게임의 캐릭터가 완구로 등장하거나 도서, 팬사용품, 의류와 식음료에 이르기까지 다양한 상품으로 활용되면서 콘텐츠의 가치가 높아지고 새로운 수익모델로 떠오르는 것. 이러한 멀티유즈 사업전략은 대형 온라인게임 업체들을 중심으로 서서히 확대되고 있는 추세다. 더불어 디지털 컨버전스 시대를 맞아 인기 콘텐츠의 멀티플랫폼화 전략 또한 수행하고 있으며, 일부 업체는 복합장르 게임으로 컨버전스 시대를 주도하고 있다.

넥슨의 경우 레이싱게임 '카트라이더' 캐릭터의 멀티유즈 사업을 최근 본격화하고 있다. 지금까지 출시한 상품은 손목시계와 아동용 가방 등이다. 지난해 11월에는 카트라이더 캐릭터 이미지를 이용한 '푸키푸키' 게임시리즈를 선보이기도 했다.



• 네오위즈 일본 진출

네오위즈(대표 박진환)는 4월 11일 자회사 네오위즈재팬(대표 이상규)을 통해 게임포털 '게임츄(www.gamechu.jp)'를 오픈하고 해외진출 신호탄을 쏘아 올렸다. 네오위즈는 오픈 1년 만에 대한민국 대표 게임포털로 성장시킨 '피망'의 성공노하우에 일본 현지에서 축적한 현지화 전략을 더하고, 피망이 가진 최고 수준의 게임 서비스 역량을 접목시켜 '게임츄'를 2007년까지 명실상부한 일본 대표 게임포털로 키워나간다는 전략이다. 또한 향후 경쟁력 있는 게임들을 지속적으로 선보이고, 일본 자체적으로도 퍼블리싱 사업을 전개해 본격적인 게임 서비스 및 퍼블리셔로서의 위상을 확립해 나갈 계획이다.