

## Web Office를 앞세운 Google의 Office 전략

2007.6. 4

Google은 지난 2월 그동안 무료로 제공해오던 '구글 앱스(Google Apps)'를 유료 서비스로 전환한데 이어, 4월에는 미국에서 열린 'Web2.0 Expo'에서 자사의 Docs & Spreadsheets SW에 프레젠테이션(presentation)과 슬라이드 쇼(slide show)를 추가하겠다고 밝히는 등 오피스 강화 전략을 본격화하고 있다.

Google은 MS와 경쟁하기 위한 조치가 아니라고 밝히고 있으나, 관련업계는 이로 인해 오피스를 둘러싼 MS와 Google 양사의 경쟁은 더욱 고조될 것으로 전망하고 있다. Google은 이후 대표적인 SaaS 기업인 Salesforce.com과 협력해 오피스 제품군을 서비스로 제공하는 방안을 적극 모색하고 있다.

이에 맞서 Microsoft는 올해 훨씬 강력해진 기능을 제공하는 '오피스 2007'을 출시한데 이어 인터넷으로 오피스를 제공하는 '오피스온라인(OfficeOnline)' 서비스를 준비하고 있다. '오피스 온라인'을 통해 Google Apps를 견제하는 동시에 훨씬 강력한 기능을 제공하는 '오피스 2007'을 앞세워 기능과 성능의 차이를 부각시키는 전략을 취하고 있다.

### Google의 오피스 강화 움직임

Google은 2004년 Gmail을 시작으로 온라인상에서 무료로 이용할 수 있는 업무용 애플리케이션들을 지속적으로 내 놓고 있다. Google은 지난 2월 새로운 웹 기반의 오피스 소프트웨어인 'Google Apps'를 출시했다.

Google Apps는 크게 두 개의 프로그램으로 구성되어 있다. 첫 번째 프로그램은 이메일, 메신저, 웹 페이지 구성, 일정관리 등과 관련된 기능이 포함되어 있으며, 두 번째 프로그램이 Docs and Spreadsheets로 Microsoft의 Microsoft Word나 Excel로 작성된 문서의 수정과 열람을 할 수 있는 기능을 제공하고 있다.

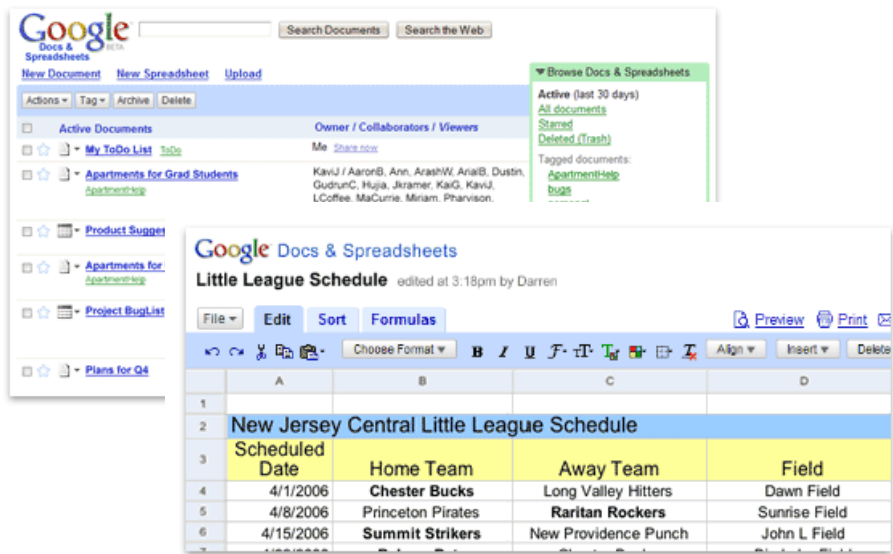
더욱이 Google은 지난 4월 미국에서 열린 'Web2.0 Expo'에서 자사의 Docs & Spreadsheets 소프트웨어에 프레젠테이션(presentation)과 슬라이드 쇼(slide show)를 생성할 수 있는 기능을 추가하겠다고 밝혔다. Google의 Eric Schmidt CEO는 이 자리에서 프레젠테이션 서비스를 직접 시연하기 까지 했다.

Schmidt CEO는 “Google Docs는 MS-Office와 직접적인 경쟁 상품은 아니다”라고 말하면서도, "PC 중심적인 MS-Office에 비해 Google Docs는 웹 기반 협업 (cooperation)에 중점을 맞추고 있다"고 차별성을 강조했다.

Google이 제시하는 가장 큰 차별성은 MS Word나 Excel은 CD, USB 드라이브 등을 이용해 문서를 가지고 다녀야 작업이 가능하지만, Google의 새로운 오피스 소프트웨어는 언제든지 인터넷을 이용해 자신의 문서나 자료를 열람·수정할 수 있다는 점이다. 이용자들이 문서를 가지고 다녀야 하는 불편을 없앤 것이다.

현재 Google Docs에서 제공되는 이동성은 프레젠테이션 서비스에서도 구현돼 인터넷을 통해 여러 사람들이 작업을 나누어 실행하고 이를 공유, 저장할 수 있도록 지원하고 있다. 또, MS 파워포인트 프로그램을 통해서도 Google의 애플리케이션을 이용해 작성한 데이터를 가져와 읽고 작업할 수 있다.

그림 1 Google의 Docs & Spreadsheets



자료: Google

Google은 출시 후 6개월 이상 무료로 제공해 오던 Google Apps for Your Domain 서비스를 최근 유료로 전환시키며 Google Apps Premier Edition(GAPE)을 새로 선보였다.

메일 서비스인 'Gmail, 메신저인 'Google Talk', 일정 관리 프로그램인 'Google Calendar', 워드 프로세서와 표 계산 소프트웨어인 'Google Docs &

SpreadSheets’, 온라인 웹 페이지 저작 서비스인 'Google Page Creator' 등의 기본 서비스는 여전히 무료로 제공되나, 용량 추가나 고객지원 등을 유료로 전환한 것이다. GAPE에는 기존 서비스들과 프레젠테이션 기능 등이 여기에 추가된다.

현재 GAPE에서 이용이 가능한 애플리케이션은 모두 광고가 표시되는 무료 버전이며, 유료 버전에는 동일한 애플리케이션에 대한 고객 지원 강화, 스토리지 용량 10 GB, 광고가 없는 애플리케이션, 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스(API) 등의 추가 기능이 제공된다. 유료 사용자들은 계정 1개당 약 50달러로 1년 동안 GAPE를 이용할 수 있다.

표 1 Google의 Web Office 관련 소프트웨어 출시 History	
일시	출시 서비스
2004.04	• Gmail 서비스 제공 시작
2006.08	• Google Apps for Your Domain(무료) 발표
2006.10	• Docs & Spreadsheets 출시 → 워드 프로세서와 엑셀의 기능을 하나의 애플리케이션에서 구현할 수 있도록 통합
2006.02	• Google Apps Premier Edition(유료) 출시 → 메일 서비스 Gmail, 메신저 Google Talk, 일정 관리 프로그램 Google Calendar, 워드 프로세서와 엑셀 소프트웨어 Google Docs & Spreadsheets, 온라인 웹 페이지 저작 서비스 Google Page Creator 등 포함
2007.04	• Docs & Spreadsheets에 프레젠테이션 기능 및 슬라이드 기능 추가

자료: 스트라베이스

이러한 Google의 공세에 대해 Microsoft는 올해 초 새로운 운영체제 Vista 출시에 맞춰 훨씬 강력해진 통합 기능을 제공하는 ‘오피스 2007’을 출시한데 이어 인터넷으로 오피스를 제공하는 '오피스온라인(OfficeOnline)' 서비스를 준비하고 있다. ‘오피스 온라인’을 통해 Google Apps를 견제하는 동시에 훨씬 강력해진 오피스 2007을 앞세워 기능과 성능의 차이를 부각시키는 이원화된 전략으로 맞서고 있다.

### SaaS 모델과의 접목으로 경쟁력 극대화

최근 웹(Web)이 인터넷 서비스뿐 아니라 소프트웨어(Software)의 플랫폼으로 변해가는 추세가 진행되고 있다. 아직까지 데스크톱을 완전 대체하기는 역부족이지만 Google이 웹상에서 무상으로 사용할 수 있는 오피스 서비스들을 출시하면서 플랫폼으로서 웹의 가능성은 점점 커지고 있다.<sup>1)</sup>

1) ‘웹=플랫폼(The Web as Platform)’은, 2004년 8월 Web2.0의 개념을 정의한 Tim O’Reilly와 John Bettle이 제시한 Web 2.0의 7가지 핵심 명제 중 첫 번째 개념이기도 하다.

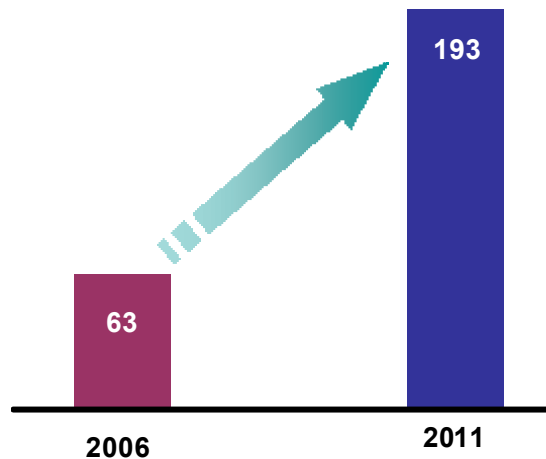
이에 따라 MS가 장악한 데스크톱 OS와 오피스 시장이 Google 등 새로운 경쟁자들에 의해 잠식당할 수 있는 환경이 확산되고 있으며, 소프트웨어 유통공간이 웹이라는 플랫폼으로 서서히 옮겨가고 있다.

이와 관련, 최근 들어 소프트웨어가 CD를 기반으로 출시되는 단독 패키지 상품이 아니라 지속적으로 업데이트되고 관리되는 서비스로 제공되어야 한다는 ‘SaaS(Software as a Service)’의 개념이 확산되고 있다.

SaaS 시장은 그동안 성장 잠재력이 부족하다는 이유로 주로 중소기업 위주로 형성돼 있었으며 상대적으로 규모가 큰 소프트웨어 업체들은 이 분야 진출을 꺼렸다. 그러나 Google이 Word-Processor, Spreadsheet, email 같은 프로그램을 웹에서 유료로 이용할 수 있는 상품을 선보이며 시장 확대에 불을 붙이기 시작했다. 최근에는 Cisco가 Reactivity<sup>2)</sup>를 1억 3,500만 달러에 인수하며 이 분야에 새로 진출하기도 했다.

시장 조사 기관 Gartner는 전 세계 SaaS 시장이 2006년 63억 달러에서 2011년에는 193억 달러 규모로 성장할 것으로 전망하면서 “오는 2011년에는 모든 소프트웨어 어플리케이션의 약 1/4가량이 SaaS 형태로 출시되면서, SaaS 모델이 소프트웨어 시장의 중심에 서게 될 것”이라고 예측하고 있다.

**그림 2** 전 세계 SaaS 시장규모 전망 (단위: 억 달러)



자료: Gartner, 스트라베이스 재구성

2) 1998년에 창립된 직원 수 56명의 기업. Reactivity의 제품은 소프트웨어를 조합한 형태의 하드웨어로, 기업들은 이를 이용해 네트워크상의 XML 트래픽의 양을 분산시키거나 증가시키는 등의 조절이 가능하다.

이러한 SaaS 시장은 웹과 결합되면서 더욱 커다란 성장 국면을 맞을 것으로 전망되는데, 특히 Web2.0의 개념이 소프트웨어 시장에까지 확산되면서 전통적인 개발사와 사용자의 개념을 깨뜨리는 새로운 패러다임이 형성될 것으로 기대된다. 즉, 특정 개발자가 소프트웨어를 개발하고 소비자는 이를 수동적으로 사용하는 것이 아니라, 소비자들이 소프트웨어의 사용자이자 개발자로 인터랙티브하게 참여하면서 필요에 따라 사용하고 있는 소프트웨어를 쉽게 커스터마이징(customize) 할 수 있는 유연한 시장이 열릴 것으로 예측된다.

이에 따라 소프트웨어 유통방식 역시 ▼PC 번들, ▼단독 패키지구매, ▼라이선스 구매, ▼불법복제 유통 등의 전통적 방식에서 웹을 통해 확산되는 새로운 방식으로 전환될 것이며, 수익모델 역시 광고나 가입자 기반 서비스로 바뀌게 될 것으로 예상된다.<sup>3)</sup>

웹 오피스 시장의 전개와 관련된 또 하나의 관전 포인트는 Google과 MS 양사 경쟁양상의 전개방향이다. MS와 오피스 애플리케이션 시장에서 경쟁할 의사가 없다는 Google의 발표에도 불구하고 대부분 업계 전문가들은 Google이 MS의 데스크톱 소프트웨어에 상응하는 각종 온라인 소프트웨어를 제공함으로써 MS의 수익원을 겨냥하고 있다고 입을 모은다. 더구나 최근 Google이 프리미엄 서비스를 출시하며 기존 무료서비스의 유료화를 단행한 바 있어 이러한 분석은 더욱 설득력을 가진다.

아직까지 Google이 제공하는 Web Office와 MS의 Office는 기능적인 면과 관리데이터의 양에서 직접적인 비교가 어려울 만큼 큰 격차가 존재한다. 또한 상당수의 기업들은 기업 정보가 외부에 저장돼 관리된다는 점을 꺼리는 풍토가 강해 Google의 서비스가 기업 시장에서 상당한 고전을 겪을 가능성도 존재한다.

이런 이유에서 연간 50 달러를 지불하는 유료 사용자가 크게 늘어나지 않는다 해도 Google은 이미 기존의 광고 기반 무료 서비스만으로도 오피스 시장에서 충분히 성공했다는 평가를 듣고 있다. 따라서 Google은 저렴한 가격과 다양한 웹 서비스와의 연계를 무기로 내세워 MS의 오피스 애플리케이션들이 제공하는 모든 기능을 필요로 하지 않는 low-end 고객층을 중심으로 서서히 시장을 잠식해 나갈 것으로 관측된다.

---

3) IDC는 2008년 모든 소프트웨어 라이선스 수익의 34%가 가입자 기반에서 나오고 2010년에는 SW 벤더의 73%, 일반 사용자 70%가 가입형태의 SW 서비스를 사용할 것으로 전망했다.