

독립 출판사 웹사이트 UX 분석 및 설계

보고서

사용자 중심 경험 설계를 위한
분석 및 개선 방향 제안

제출자 : 오재은

제출일 : 2025년 9월 9일

1. 수행 개요

본 보고서는 독립 출판사 웹사이트 구축을 위한 UX(User Experience) 분석 및 설계 제안을 목적으로 합니다. 급변하는 출판 시장 환경 속에서 독립 출판의 양적 성장은 주목할 만한 현상이며, 이와 함께 형성된 독자층의 심리적, 문화적 니즈를 심층적으로 분석하는 것이 중요합니다.

분석 목표

독립 출판사 웹사이트의 사용자 중심 경험 설계를 위한 사용자 경험(UX) 전략을 수립하고 분석을 수행하여 다양한 사용자 유형을 분석하고 페르소나를 설정한 후, 서비스 사용성 및 편의성을 고려한 사용자 경험 중심의 서비스 시나리오를 제작합니다.

분석 대상은 크게 두 가지 핵심 이해관계자로 구성됩니다:

주요 분석 대상

- **창작자:** 창의적인 콘텐츠를 생산하는 독립 출판 창작자(작가 또는 1인 출판사)
- **독자:** 독특한 작품을 소비하고 교류하는 독립 출판물 독자

보고서 구성

1. 시장 현황 분석을 통한 사용자 특성 파악
2. 주요 사용자 유형을 구분하는 4사분면 모형 제시
3. 페르소나와 서비스 시나리오 구체적 제작
4. UX/UI 개선 방향 및 기능 아이디어 제안

2. 사용자 분석

2.1 독립 출판 시장 및 사용자 특성 분석

시장 현황 및 구조적 변화

최근 몇 년간 한국 출판 시장은 역설적인 통계적 특성을 보이고 있습니다. 전체 시장 규모는 위축되고 있지만, 문화체육관광부에 등록된 출판사 수는 2012년 약 4만2천 개에서 2019년 6만2천 개 이상으로 대폭 증가했습니다.

주요 통계

- 등록 출판사 중 실제 출판물 발행: 10% 초반
- 오프라인 서점 매출: 연평균 0.3% 감소
- 온라인 서점 매출: 연평균 12.5% 증가
- 독립 서점 수: 2022년 기준 815곳

이러한 현상은 기존 대형 출판 시스템이 해체되고 개인 단위의 창작 생태계로 재편되는 '파편화' 현상을 시사합니다. 특히, 출판 불황으로 인해 설 자리를 잃은 베테랑 편집자나 마케터 등 기존 출판계 전문 인력들이 1인 출판사를 차리는 경우가 많다는 점에서, 이는 단순한 신규 진입을 넘어 '경력직 이탈에 의한 시장 재구성'이라는 본질적인 특성을 가집니다.

독립 출판 창작자(작가/출판사) 특성

독립 출판 창작자들은 상업적 제약 없이 내용, 디자인 등 모든 면에서 자유롭게 작업할 수 있고, 빠른 출판 속도와 저작권, 수익을 온전히 소유할 수 있다는 점을 가장 큰 장점으로 꼽습니다.

창작자들의 이분법적 고민

원하는 것: 창작에 집중

현실: 제작, 유통, 마케팅 등 모든 과정을 혼자 감당해야 하는 부담

독립 출판 독자/사용자 행동 및 심리적 특성

독자들은 독립서점의 '분위기와 감성'을 매력적으로 느끼며, 단순히 독서만을 위한 공간이 아니라 그 자체로 경험을 소비하는 경향을 보입니다. 그들은 책방 주인의 안목과 큐레이션, 그리고 책에 담긴 '개인의 취향'을 높이 평가합니다.

독립 출판 독자의 특성

- 독서 모임, 북토크, 워크숍 등 커뮤니티 활동 참여 비율 높음
- '우울', '페미니즘', '퇴사'와 같은 특정 주제에 높은 관심
- 책이 가진 '이야기'와 '문화적 경험'을 소비
- 대형 출판사가 다루지 못하는 '마이너한 취향' 선호

결론적으로, 독립 출판 독자는 단순히 책이라는 '상품'을 구매하는 것이 아니라, 그 책이 가진 '이야기'와 그를 둘러싼 '문화적 경험'을 소비하는 경향이 짙습니다.

2.2 사용자 유형 구분: 4사분면 모형

독립 출판 웹사이트 사용자의 핵심 동기를 두 가지 축으로 설정하여 4사분면 모형을 제작했습니다.

구분 축

- 탐색 동기 (X축): 정보 지향 ↔ 구매 지향
- 관계 지향성 (Y축): 기능 지향 ↔ 관계 지향

관계 지향 ↑

2사분면: 창작 열망가 직접 독립 출판을 해보고 싶 거나, 관련 정보 및 영감을 얻 고자 하는 사용자	1사분면: 취향 탐험가 자신의 마이너한 취향을 충족 시키고, 책의 배경 스토리나 작가의 세계관에 몰입하고자 하는 사용자
3사분면: 정보 검색자 특정 도서 정보, 출판사 공지, 이벤트 등 필요한 정보를 효 율적으로 찾고자 하는 사용자	4사분면: 효율적 구매자 특정 책을 빠르고 간편하게 구매하기 원하는 사용자

구매 지향 →

2.3 주요 사용자 그룹 세부 특성 기술

'취향 탐험가' 그룹 분석

물리적 특성

주로 20~30대 MZ세대이며, 콘텐츠를 소비하고 직접 만드는 데 익숙한 연령층입니다. 스마트폰 사용이 보편화되어 온라인 플랫폼을 통해 정보를 습득하는 데 능숙합니다.

심리적 특성

주류 문화보다는 '마이너한 취향'을 존중받고 싶어 하며, 책이 담고 있는 '감성'과 '분위기'를 중요한 가치로 여깁니다. 대형 서점에서는 찾기 어려운 독창적이고 '개인적인' 경험을 추구합니다.

경험 및 지식 특성

인스타그램, 블로그 등 개인 콘텐츠 플랫폼을 활발하게 이용하며, 독립서점 지도 앱이나 소셜 미디어 채널을 통해 새로운 책이나 서점을 발견하는 경험이 있습니다.

이용 행태적 특성

대형 온라인 서점의 베스트셀러 순위를 따라가기보다는, 자신의 취향과 맞는 키워드나 추천 시스템을 통해 책을 탐색합니다. 웹사이트를 방문할 때 단순 구매보다는 워크숍이나 이벤트 참여 등 능동적인 행태를 보입니다.

'창작 열망가' 그룹 분석

물리적 특성

기존 출판업계에서 이탈한 경력자들로 구성된 1인 출판사 대표이거나, 콘텐츠 제작에 열정을 가진 아마추어 작가들입니다.

심리적 특성

자신의 창작물을 세상에 내놓고, 독자와 직접 소통하려는 강한 열망을 가지고 있습니다. 하지만 '창작'이라는 본질적 가치에 집중하고 싶어 하며, 현실적으로는 유통, 홍보, 정산 등 부수적인 업무에 대한 부담과 피로감을 느끼고 있습니다.

이용 행태적 특성

유통 플랫폼을 통해 입점과 정산을 간편화하려 하며, 자신의 소셜 미디어를 통해 작업 과정을 공유하고 독자와 소통합니다. 단순히 책을 판매하는 채널을 넘어, 자신의 책이 큐레이션되고 독자들에게 가치 있게 전달되는 공간을 찾고 있습니다.

3. 페르소나 및 시나리오 제작

3.1 페르소나 설정

사용자 분석을 바탕으로, 주요 사용자 그룹의 특징을 대표하는 두 가지 페르소나를 설정했습니다.

이유진 (Yu-Jin Lee)

28세 | 콘텐츠 크리에이터 (프리랜서 디자이너)

배경 및 특징

- 대형 서점의 베스트셀러에 대한 피로감을 느끼고, 자신만의 독특한 취향을 만족시켜 줄 책을 찾고 있음
- 온라인에서 오프라인 독립서점 특유의 '개인적인' 느낌과 '진정성'을 느끼고 싶어 함
- 책의 내용뿐만 아니라, 작가의 철학이나 책이 탄생하게 된 비하인드 스토리에 관심이 많음
- 인스타그램에 책 리뷰 및 일상 기록을 남기는 것이 취미

김민준 (Min-Jun Kim)

35세 | 독립 출판 작가 (1인 출판사 대표) | 10년 차 출판 편집자 출신

배경 및 특징

- 출판 불황으로 조직 구조조정 후 독립하여 1인 출판사 운영
- 기획, 편집, 디자인에 보람을 느끼지만, 유통과 홍보에 가장 큰 어려움을 겪음
- 복잡한 개별 컨택이나 낮은 마진율에 지쳐 효율적인 온라인 유통 및 홍보 채널을 찾고 있음
- 창작에 집중할 수 있는 환경을 갈망함

3.2 시나리오 1: 페르소나 '이유진'의 웹사이트 이용 경험

이유진은 평소 팔로우하던 인스타그램 계정에서 우연히 발견한 독립 출판물에 호기심을 느낍니다. 이 책이 다루는 '우울'이라는 주제는 대형 서점의 흔한 에세이와는 다른 진솔함을 담고 있는 것 같아 더 깊은 정보를 탐색하고자 해당 출판사의 웹사이트에 접속합니다.

경로 및 니즈:

1 진입: 웹사이트 메인 페이지에서 '감정별 큐레이션' 섹션을 발견합니다. '위로가 필요한 날', '퇴사 이후의 삶', '일상의 기록' 등 자신의 감정 상태와 연결된 키워드들을 통해 책을 탐색하며 흥미를 느낍니다.

2 발견: '작가 스튜디오' 코너에서 책을 쓴 작가의 인터뷰와 작업 비하인드 스토리를 읽으며 책에 대한 깊은 유대감을 형성합니다. 작가의 개인 블로그나 인스타그램도 연결되어 있어 더욱 몰입하게 됩니다.

3 참여: 해당 작가가 진행하는 '북토크' 이벤트를 보고, 온라인으로 손쉽게 참여를 신청합니다.

4 구매: 북토크 참여 후, 책이 단순히 상품이 아니라 '경험의 총체'라는 인식이 강화되어 책을 구매합니다. 복잡한 절차 없이 간편하게 결제를 완료합니다.

문제점 및 개선된 경험:

기존 온라인 서점은 주로 '효율적 구매자'를 위한 기능에 초점을 맞춰 '검색-장바구니-결제'의 단순한 전환율에만 집중하는 경향이 있습니다. 이는 이유진과 같은 '취향 탐험가'가 원하는 '탐색의 즐거움'이나 '감성적 경험'을 제공하지 못합니다.

개선된 웹사이트의 가치

오프라인 독립 서점의 '다채로운' 경험을 디지털로 옮겨와, 이용자가 책을 발견하는 과정 자체를 즐길 수 있도록 만듭니다.

3.3 시나리오 2: 페르소나 '김민준'의 웹사이트 이용 경험

김민준은 첫 책을 출간한 후, 온라인 유통 및 홍보 채널 확보에 어려움을 겪고 있습니다. 유통 플랫폼을 통해 입점 신청 절차를 확인하는 과정에서, 특정 출판사의 웹사이트가 작가 지원 프로그램을 운영한다는 것을 알게 됩니다.

경로 및 니즈:

1 진입: 웹사이트의 '작가 지원' 섹션을 방문하여 '원고 투고', '출판 상담' 메뉴를 발견합니다. 자신의 출판 철학과 맞는 곳인지 확인하기 위해, 다른 작가들의 '작업실' 페이지를 둘러보며 영감을 얻습니다.

2 소통: 웹사이트 내 1:1 채팅 기능을 통해 출판사 담당자와 직접 소통합니다. 유통, 마케팅, 정산 등에 대한 현실적인 고민을 나누고, 체계적인 솔루션을 얻습니다.

3 연결: 웹사이트 내 '커뮤니티' 게시판에서 다른 작가들과 소통하며 연대감을 느낍니다. 자신의 책에 대한 독자들의 솔직한 리뷰를 확인하며 다음 작업에 대한 동기를 얻습니다.

4 효율성: '유통정보시스템'을 통해 자신의 책 판매량과 정산 내역을 투명하게 실시간으로 확인합니다. 이는 유통의 부담을 덜고 '창작'에만 집중할 수 있는 환경을 제공합니다.

문제점 및 개선된 경험:

기존 독립 출판 유통 플랫폼은 주로 B2B에 초점을 맞추어 '사업자 회원'과 '제휴 서점'을 강조하며 유통의 편리성을 제공하지만, 작가와 독자가 직접 소통하는 온라인 공간은 부족합니다.

개선된 웹사이트의 역할

김민준에게 단순한 유통 채널을 제공하는 것을 넘어, '성장'과 '소속감'을 제공하는 커뮤니티 역할을 수행합니다.

4. UX/UI 개선 방향 및 아이디어 제언

4.1 기존 출판 웹사이트 UX 분석 (경쟁사 분석)

대형 출판사 웹사이트 특징

대형 출판사들의 웹사이트는 단순한 책 판매를 넘어 '브랜드 경험 확장'과 '커뮤니티 형성'에 초점을 맞추고 있습니다.

성공 사례

- **민음사:** '민음북클럽'과 '독서 성향 테스트'를 통해 방문자의 체류 시간을 늘리고 브랜드 로열티를 강화
- **창비:** '주간논평'이나 다양한 문학상 공모 소식을 통해 문화 플랫폼으로서의 역할을 수행

독립 출판 시장의 디지털 경험 격차

독립 출판 시장은 상대적으로 '디지털 경험 격차'를 보이고 있습니다:

- **유통 플랫폼:** 제작자-서점 간의 유통 및 정산 자동화 등 B2B 기능에 강점
- **독립 서점:** 오프라인 매장을 중심으로 SNS나 간편한 제3자 플랫폼 연동

기회 요소

독립 출판 시장에서 독점적이고 정제된 온라인 경험을 제공하는 '플랫폼의 부재'라는 중대한 기회가 존재합니다.

4.2 사용자 니즈 및 문제점 반영

'이유진' (취향 탐험가)의 니즈

- 마이너한 취향을 충족시킬 수 있는 책 발견의 용이성
- 책과 작가의 비하인드 스토리를 탐색하고 싶음
- 감정이나 분위기에 따라 책을 탐색하고 싶음
- 온라인에서 오프라인 독립서점의 분위기를 느끼고 싶음

'김민준' (창작 열망가)의 니즈

- 창작에 집중하고 유통과 홍보의 부담을 줄이고 싶음
- 독자 및 다른 창작자들과 직접 소통하고 싶음
- 신뢰성 있는 작가 지원 시스템이 필요함

기존 웹사이트의 문제점

- 대부분의 온라인 서점은 '카테고리-장르' 중심의 검색에 머물러 감성적 탐색을 지원하지 못함
- 작가와 독자 간의 직접적인 교류를 위한 공식적/비공식적 채널이 부재함
- 독자들에게 책을 '소비'하는 공간에 불과하여 '커뮤니티'로의 확장성이 부족함
- B2B에 초점을 맞춘 플랫폼이 많아 브랜드 경험을 제공하지 못함

4.3 핵심 개선 방향 및 기능 아이디어

방향 1: '탐색의 즐거움' 제공을 위한 큐레이션 강화

단순한 상품 리스팅업을 넘어, 독자의 감성적 경험을 극대화하는 큐레이션 기능을 제공하여 웹사이트 방문 자체를 즐거운 경험으로 만듭니다.

기능 아이디어

- **테마별/감정별 큐레이션:** '우울한 날 위로가 되는 책', '일상의 기록을 남기고 싶을 때' 등 심리적 키워드 기반의 큐레이션 섹션을 메인 페이지에 배치
- **작가 큐레이션:** '작가 스튜디오' 페이지를 통해 작가의 인터뷰, 작업 비하인드 스토리 등을 심층적으로 담아 독자와 작가 간의 유대감을 형성
- **맞춤형 추천 시스템:** 사용자 행동 데이터(클릭, 스크롤 등)를 기반으로 '나만의 취향 도서'를 추천하여 책 발견의 즐거움을 높임

방향 2: '커뮤니티의 연결' 강화

독자와 작가, 그리고 독자 상호 간의 교류를 활성화하여 웹사이트를 단순한 판매 채널이 아닌 살아있는 커뮤니티 공간으로 만듭니다.

기능 아이디어

- **소통 채널:** '작가에게 한마디' 게시판이나 실시간 1:1 Q&A 채팅 기능 등 작가와 독자가 직접 소통할 수 있는 채널을 제공
- **독서 모임/워크숍 허브:** 독립서점이나 작가가 주최하는 독서 모임, 북토크, 워크숍 정보를 한눈에 볼 수 있는 캘린더 및 공지 시스템을 구축

- **'리뷰어스' 프로그램:** 책을 읽고 리뷰 활동을 하는 독자들을 위한 공식 프로그램을 구현하고, 활동에 따른 혜택을 제공하여 콘텐츠 확산을 유도

방향 3: '창작자의 성장' 지원

독립 출판 창작자가 본연의 가치인 창작에 집중할 수 있도록 유통 및 홍보 부담을 덜어주는 시스템을 제공합니다.

기능 아이디어

- **출판 과정 공유 기능:** 책의 기획부터 출간까지의 과정을 '스토리' 형태로 공유하여 독자의 기대감을 높이고, 작가에게는 자연스러운 홍보 채널을 제공
- **원고 투고/상담 채널:** 1인 출판사들이 겪는 어려움을 해결하기 위해 체계적인 상담 및 원고 투고 시스템을 구축하여, 유통 및 마케팅 전문가의 도움을 받을 수 있는 창구를 마련

4.4 페르소나 니즈와 개선 기능 연관성

페르소나	핵심 니즈	개선 기능	연관성
이유진 (취향 탐험가)	취향 기반 탐색	테마별/감정별 큐레이션	마이너한 취향 충족
	책/작가 비하인드 스토리	작가 큐레이션	작가 세계관 및 비하인드 스토리 제공
	커뮤니티 참여	독서 모임/워크숍 허브	능동적인 참여 기회 제공
김민준 (창작 열망가)	유통/홍보 부담 완화	원고 투고/상담 채널	유통/마케팅 고민 해결
	독자/작가와 직접 소통	소통 채널/커뮤니티	독자 및 다른 작가와의 교류
	신뢰성 있는 지원 시스템	출판 과정 공유	홍보 부담 경감

5. 결론 및 제언

5.1 핵심 분석 결과

독립 출판 시장은 기존 대형 출판 시스템의 해체와 개인 중심 창작 생태계로의 재편이라는 구조적 변화를 겪고 있습니다. 이 과정에서 창작자와 독자 모두 기존의 상업적 출판 모델과는 다른 가치와 경험을 추구하고 있음을 확인했습니다.

주요 발견사항

- 독자:** '취향 탐험가'와 '창작 열망가'로 대표되는 사용자들은 단순한 상품 구매를 넘어 감성적 경험과 커뮤니티 참여를 중시
- 창작자:** 창작에 집중하고 싶지만 유통과 홍보의 현실적 부담으로 인한 이분법적 고민을 겪고 있음
- 시장:** 독점적이고 정제된 온라인 경험을 제공하는 통합 플랫폼의 부재로 인한 기회 존재

5.2 UX 설계 방향성

분석 결과를 바탕으로, 독립 출판사 웹사이트는 다음과 같은 방향으로 설계되어야 합니다:

1. **감성적 탐색 경험:** 기능적 검색을 넘어 감정과 취향 기반의 큐레이션 시스템
2. **커뮤니티 중심 설계:** 작가-독자, 독자-독자 간 소통과 교류가 활발한 생태계
3. **창작자 지원 시스템:** 유통과 홍보 부담을 덜어주는 체계적인 지원 체계
4. **브랜드 경험 확장:** 단순 판매 채널을 넘어 독립 출판 문화 플랫폼으로서의 역할

5.3 향후 발전 방향

본 보고서에서 제안한 UX 설계 방향을 기반으로, 독립 출판사 웹사이트는 단순한 온라인 서점을 넘어 작가-독자 교류와 문화적 가치 확산을 위한 종합적인 플랫폼으로 발전할 수 있을 것입니다.

참고 자료

1. 독립출판 늘어나지만 경쟁력은 물음표 - 인쇄산업신문
2. 출판문화산업 진흥 계획 - 문화체육관광부
3. 매해 3000곳 늘어나... 이 많은 출판사는 어디서 왔나 - 한국일보
4. 독립서점 전국에 815곳 운영중...1년새 70곳 늘어 - 한겨레
5. 동네서점 트렌드 Bookshopmap Trend 2023
6. 특별함이 있는 그곳, 독립서점의 생존법 - 매거진한경
7. 독립 출판이란 무엇이고, 자비 출판은 무엇인가? - 동틀녘
8. 독립서점이 꼽은 2018년 독립출판 키워드는 '우울' - 이로운넷
9. 책방라이브, 독립서점이 꼽은 올해의 독립출판 키워드 '우울' 선정 - 뉴스와이어
10. 인디펍: 독립출판 플랫폼
11. 독립서점 제휴 - 독립출판 플랫폼 | 인디펍
12. 나만의 색을 드러낼 수 있는 창구, 독립출판물과 독립서점
13. 독립서점의 인기 이유와 우리가 몰랐던 이야기들 - 뉴닉
14. 독립서점 데이터로 알아보는 오늘의 동네서점
15. 다시서점
16. 커피 한 잔 값으로 독립출판 책만들기 | 텀블벅 - 크리에이터를 위한 클라우드펀딩
17. 민음사 상상독서단 테스트 서울국제도서전 연계 독서 성향 테스트 웹사이트 - 스투키 스튜디오
18. 민음사 출판그룹
19. 창비 Changbi Publishers
20. 독립출판 문화를 애정하는 인디펍 리뷰어스를 위한 안내서