

신규 시장으로 주목받는 Enterprise Search

2006. 10. 16

기업용 검색(Enterprise Search) 시장이 급성장하고 있다. 오뎀(ovum) 보고서에 의하면 2005년 기업용 검색 서치 시장은 전년 대비 34% 성장한 8억 9,900만 달러의 규모를 이룬 것으로 나타나고 있으며, 2010년까지 연평균 22.9%라는 높은 성장이 가능할 것으로 전망되고 있다.

이에 따라 구글을 비롯한 마이크로소프트, 오라클, IBM 등 거대 IT 기업들의 기업용 검색 솔루션에 대한 투자가 집중적으로 이뤄지고 있다. 이 같은 모습은 검색 시장의 중심축이 기존 인터넷 환경에서 점차 기업 내부로 이동하고 있는 데 따른 것이며, 검색을 통해 세계적 기업으로 성장한 구글의 성공에 힘입어 구글이 아직 장악하지 못한 기업용 검색 시장을 둘러싸고 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 것이다.

또한 최근에는 특정 분야에 특화된 전문 검색 솔루션들이 출현해 업종별 특화(Vertical)가 이뤄지는 모습도 나타나고 있다. 다양한 움직임 속에 아직 초기 시장을 형성하고 있는 기업용 검색 시장은 2007~2008년쯤 시장 경쟁이 극에 달할 것으로 전망되고 있다.

기업용 검색 시장 규모

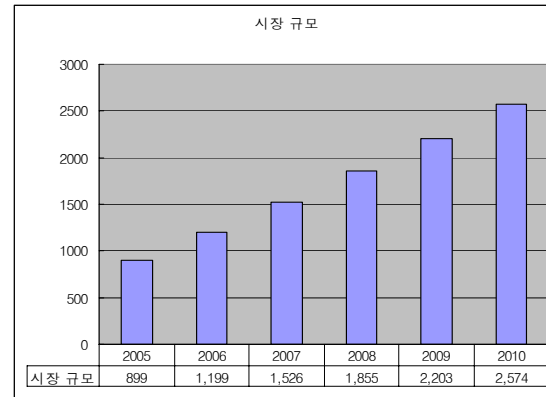
기업용 검색 소프트웨어의 부각은 비즈니스 환경 변화에 따른 자연스런 현상이라고 볼 수 있다. 정보의 종류와 양이 기하급수적으로 증가하고 있는 상황에서 기업과 사용자들은 적절한 시점에서 정확한 정보의 확보를 필요로 하고 있다. 또한 사용자들은 이메일, 파일서버, 인트라넷, 엑스트라넷, 웹 등의 다양한 콘텐츠 저장장소에 구애받지 않고 신속한 정보 액세스를 원하고 있다.

기업들의 입장에서는 정확한 정보의 신속한 확보와 동시에 내부 정보의 유출 방지에도 큰 관심을 기울이고 있어 접근 권한에 따른 데이터 액세스 관리가 가능한 기업용 검색 솔루션의 도입을 적극적으로 고려하고 있다.

이에 따라 기업용 검색 솔루션 시장은 2010년까지 빠른 성장을 지속할 것으로 전망되고 있다. 오뎀은 작년 기업용 검색 시장이 전년 대비 34% 성장해 8억 9,900만 달러에 달했으며, 2010년까지 연평균 22.9%의 성장을 통해 25억 3,000만 달러의

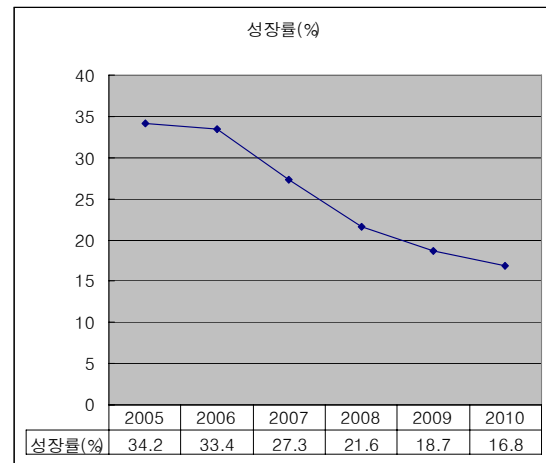
규모를 이룰 것으로 전망하고 있다.

그림 1 기업용 검색 솔루션 시장 전망 (단위 : 백만 달러)



source : ovum

그림 2 기업용 검색 솔루션 시장 성장률(2005~2010)



source : ovum

현재 기업용 검색 솔루션의 수요는 북아메리카 지역을 중심으로 형성되고 있다. 북아메리카는 전체 매출의 46%(4억 1,300만 달러)를 차지하고 있으며, 28%(2억

5,000만 달러)를 기록한 서유럽이 그 뒤를 잇고 있다. 아태지역은 1억 3,100만 달러로 3위를 기록하고 있다.

가트너 역시 기업용 검색 시장의 빠른 성장을 예상하고 있다. 가트너는 기업용 검색 부문을 콘텐츠 분류(classification), 클러스터링, 텍사노미(taxonomy) 생성과 관리, 정보 프리젠테이션 등과 연계된 정보 액세스(Information Access) 분야<sup>1)</sup>로 분류하고 있으며, 2010년까지 라이선스 매출이 연 평균 9.4%의 성장이 가능할 것으로 예측하고 있다. 작년 기업용 검색 솔루션의 라이선스 매출은 3억 3,540만 달러에 달한 것으로 나타나고 있다.

**표 1** 기업용 검색 솔루션 라이선스 매출 전망 (단위 : 백만 달러)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	평균 성장률(%)
라이선스 매출	335.4	368.9	405.8	442.3	482.1	525.5	9.4

source : Gartner Dataquest(2006 02)

**국내 시장 규모**

전 세계 기업용 검색 솔루션 시장의 성장과 함께 국내 시장의 성장도 빠르게 나타날 것으로 전망되고 있다. 국내 기업용 검색 솔루션 시장은 1,500만 달러로 아태 지역에서 일본, 중국, 호주에 이어 4번째 규모를 이루고 있는 것으로 나타나고 있다.<sup>2)</sup>

**표 2** 아태 지역 기업용 검색 솔루션 매출 전망 (단위 : 백만 달러)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
중국	19	27	35	45	56	68
인도	8	10	14	17	21	26
호주	16	21	27	33	39	45
인도네시아	4	5	7	9	11	13
일본	78	103	130	155	181	210
<b>한국</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>37</b>	<b>43</b>
말레이시아	2	3	3	4	5	6
뉴질랜드	2	3	4	5	6	7
싱가폴	3	4	5	6	7	8
타이완	7	10	13	16	19	22
태국	2	3	4	5	6	7

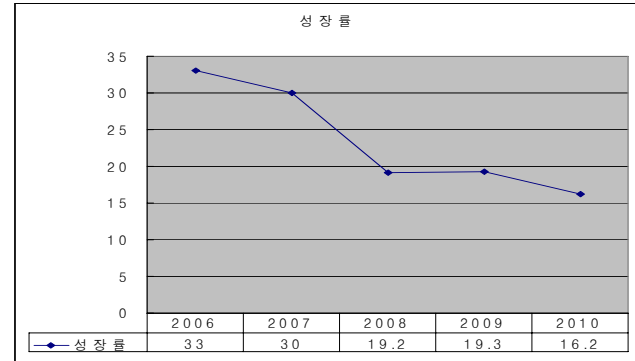
source : ovum

1) 정보 액세스 분야 중 기업용 검색 솔루션은 단독(Stand-alone) 애플리케이션으로 제공되고 있으며, 나머지는 임베디드 형태로 다른 애플리케이션에 포함되어 제공되고 있다.

2) source : ovum 보고서 <Enterprise Search and discovery forecasts>

국내 시장은 올해 33%의 성장을 시작으로 2010년까지 연평균 23.5%의 성장이 예상되고 있다.

**표 3** 기업용 검색 솔루션 국내 시장 성장률



source : ovum / 재구성

국내 기업용 검색 솔루션 시장의 성장 전망과 함께 최근 국내 시장 변화조짐도 나타나고 있다.

국내 기업용 검색 시장은 그동안 코리아와이즈넷, 다이퀘스트, 코난테크놀로지와 같은 국산업체들이 주도해 왔으나, 최근 들어 급성장하고 있는 노르웨이의 페스트서치엔트랜스퍼와 DBMS 시장의 최고 강자인 오라클 등이 국내시장에 진출하고 있다.

또한 베리티(Verity)를 인수한 오토노미(Autonomy) 역시 베리티의 국내총판이던 쓰리소프트를 통해 공략에 나서고 있어 외산 제품의 국내 시장 공략이 한층 강화되고 있다.

그 동안 국내시장에서는 코리아와이즈넷이 공공기관을 비롯한 엔터프라이즈 시장에서, 다이퀘스트는 쇼핑몰에서, 코난테크놀로지는 웹 검색에서 강세를 보여 어느 정도 영역이 구분되어 있었으나 점차 그 구분이 무너져 가고 있다.

외산 제품의 국내 시장 진출에 대해 국산 업체들은 다소의 영향은 있겠지만 검색 솔루션의 특성상 다수의 커스터마이징 작업과 한글 지원 작업이 필요해 큰 과장으로 이어지기에는 한계가 있을 것으로 보고 있다.

그러나 기업용 검색 솔루션의 중요성이 점차 증대되고 있는 상황에서 국산 업체들이 내세우는 용이한 커스터마이징과 유지보수, 저렴한 가격과 같은 장점들은 점차 외산 제품들이 제시하는 풍부한 해외 사례와 다양한 기능 등에 의해 압도될 가능성이 충분히 존재하고 있다.

**성장 동인과 장애물**

기업용 검색 솔루션은 비즈니스 환경 변화에 힘입어 크게 성장하고 있으나 동시에 해결해야할 과제도 다수 안고 있다.

우선 시장 성장을 이끌고 있는 성장 동인으로 꼽을 수 있는 것들은 적절한 시점에서 정확한 정보 확보에 대한 필요성 증대, 엔터프라이즈 포털에 대한 투자 증대, 전자정부의 대두, 인텔리전스와 보안 서비스 투자 증대, 컴플라이언스와 거버넌스의 등장, 구글 및 인프라스트럭처 벤더들(IBM, 오라클, 마이크로소프트, SAP 등)의 시장에서의 활발한 활동 등을 들 수 있다.

엔터프라이즈 포털에 대한 투자 증대는 사내 정보의 체계적인 관리와 활용을 위한 것으로, 검색 솔루션의 활용이 기존에는 인터넷과 같은 개방된 환경에 국한되었으나 이제는 기업 내부로 옮겨가는데 큰 역할을 하고 있다. 검색 솔루션이 기업 내부에서 활용되기 위해서는 접근 권한에 따른 차등화 된 검색 결과를 보여주는 등 보다 고도화된 기능을 필요로 한다.

컴플라이언스나 거버넌스의 부각은 올바른 의사결정을 위한 지원도구로서 검색 솔루션의 중요성이 대두되고 있다. 특히 컴플라이언스 영역에 속한 법적 분쟁이나 소송의 경우 정해진 기한 내에 법규 준수여부와 관련된 증거 일체를 제출해야 하므로 신속하고 정확한 검색이 필요하다. 검색된 결과물 역시 공식적인 자료는 물론 이메일을 통한 공지 여부와 확인과 같은 매우 세밀한 영역까지 지원해야 하므로 검색 솔루션의 확장된 가능성이 요구된다.

기업용 검색 솔루션의 고도성장을 위해 해결되어야 할 과제로는 다양한 제품의 산재로 인한 고객의 혼란, 소프트웨어 벤더들의 장기 로드맵의 부재, 과당 경쟁과 빈번한 인수합병으로 인한 고객들의 불안감 고조, 일부 벤더들의 무료 제품의 출현 등이 거론된다.<sup>3)</sup>

현재 IBM, 마이크로소프트, 오라클, 기타 대형 벤더들은 공공(Public) 버전, 일반

3) source: Gartner <Forecast : Information Access and Search Technology in the Enterprise 2006-2010>

사용자(Consumer) 버전, 엔터프라이즈 버전, 개인용 지식 검색 버전 등 매우 다양한 제품군을 제공하고 있어 사용자의 혼란을 불러오고 있다.

또한 이런 상황에서 기업들은 대형 소프트웨어 벤더들의 뚜렷하고 쉽게 납득할 수 있는 기업용 검색 솔루션의 장기 로드맵을 원하고 있으나 아직까지 대형 벤더들은 이를 제시하지 못하고 있다. 기능적으로도 빈약한 텍사노미, 인텍싱, 분류 체계의 미흡 등으로 인해 검색 결과물에 대한 신뢰 부족이 아직 남아있다.

검색 솔루션을 둘러싼 빈번한 인수합병 역시 시장성장의 저해 요소로 지적되고 있다. 이로 인해 기업들은 구매 결정에 어려움을 겪고 있으며 제품 통합의 경우 향후 일정에 대해서도 의구심을 갖고 있다.

이외에도 광고 기반의 무료 제품과 같은 비 라이선스(non license) 소프트웨어의 출현은 새로운 비즈니스 모델로는 큰 의미를 갖으나 관련 시장의 성장에는 부정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

이러한 장애 요인이 존재하고 있으나 정보의 리소스 비용(시간, 돈, 감점 등)을 고려하면 기업용 검색 솔루션의 도입은 갈수록 유용해 수요는 증가할 것으로 예상되고 있다.

**시장의 움직임**

**인프라스트럭처 벤더들의 적극적인 투자**

기업용 검색 솔루션 시장은 구글을 위시해 IBM, 오라클, 마이크로소프트 등 대형 벤더들의 움직임이 매우 활발하게 나타나고 있다. 구글은 지난해 초 구글 미니(Google Mini)라는 중소형 기업용 검색 제품을 발표해 기업 시장 공략에 적극 나서고 있다.

구글은 이에 앞서 2002년에 10만 건 이상의 문서를 검색할 수 있는 검색 어플라이언스를 발표해 기업 시장 공략에 나서고 있다. 구글이 검색 어플라이언스를 발표할 당시만 해도 구글의 광고 수입에 비해 극히 일부분에 불과한 매출밖에 기대할 수 없는 부수적인 영역으로 평가됐으나 점차 그 위상이 크게 높아지고 있다.

한발 앞서 가는 구글에 맞서 오라클, IBM, 마이크로소프트 등도 기업용 검색 소프트웨어 개발에 적극 나서고 있다. 오라클은 지난 3월 기업용 검색 소프트웨어 신제

품으로 오라클 시큐어 엔터프라이즈 서치 10g를 발표해 시장에 뛰어 들었다.

IBM은 2004년말 OmniFind와 2005년 iPhrase Systems를 인수해 기업용 검색 제품을 보유하고 있으며, 현재 XML에 기반한 기업 내 정보 검색 엔진과 동영상, 이미지 등을 검색할 수 있는 소프트웨어를 개발하고 있는 것으로 알려지고 있다.

마이크로소프트는 오피스 2007과 윈도우 비스타에서 기업용 검색 기능을 핵심 요소로 가져가고 있다. 마이크로소프트는 지난달 윈도우 라이브 서치(Window Live Search) 베타 버전을 공개했으며, 1년 내 정식 가동을 시작한다고 발표했다.

마이크로소프트는 라이브 서치가 유저 인터페이스가 개선됐으며, 검색 기능이 한층 강화됐다고 밝히고 있다. 이외에도 마이크로소프트는 정보 검색에 적합하게 고안된 새로운 파일 시스템인 WinFS를 개발해 롱혼 서버에 적용을 계획하는 등 검색 부분에 대한 투자에 매우 적극적으로 나서고 있다.

대형 벤더들의 투자 강화로 검색 솔루션은 홀로 존재하는(Stand alone) 제품에서 인프라스트럭처의 중요 요소로 그 지위가 격상되고 있으며, 향후에는 기업의 사고의 통로(Enterprise's way of thinking)로서의 역할을 할 것으로 평가되고 있다.

구글을 제외한 여타 대형벤더들의 전략을 간단히 표현하면 인터넷 검색 시장 1위인 구글이 아직 장악하지 못한 기업용 정보 검색 분야에서 '구글이 못하는 것을 우리가 하겠다' 라는 것으로 이해할 수 있다. 즉 구글이 인터넷에서 하고 있는 역할을 기업내부에서 그들이 수행하겠다는 것이다.

**틈새 검색 시장의 부각**

구글을 비롯한 대형 벤더들의 진입이 속속 이뤄지고 있는 검색 솔루션 시장에서 한 분야의 전문 정보만 검색해 주는 '틈새 엔진'들이 잇따라 생겨나고 있다.

이들은 주택매물, 구직정보, 비행기 표나 호텔객실 예약, 책 구입과 같은 아주 구체적인 사안에 대해 빠르게 검색하고 결과를 알려주는 일종의 버티컬(Vertical) 검색 제품들이다.<sup>4)</sup> 대형 검색 엔진들은 수십억 개의 웹페이지를 저인망식으로 뒤지지만 버티컬 제품은 특정 산업과 관련된 사이트만 검색해 빠른 성능이 최대의 장점이다.

4) source : 미국 월스트리트 저널 / 한국경제신문에서 재인용

미국의 '레드라이트그린([www.RedLightGreen.com](http://www.RedLightGreen.com))은 특정한 책이 근처 공공 도서관이나 대학 도서관에 비치돼 있는지 알려주며, 넷라이브러리([www.NetLibrary.com](http://www.NetLibrary.com))는 10만여 권의 디지털 도서 및 오디오북을 구비하고 원하는 책을 검색해 컴퓨터로 읽을 수 있도록 하고 있다. 심플리하이어드([www.SimplyHired.com](http://www.SimplyHired.com))은 약 450만개의 구인 리스트를 보유하고 있으며 '매출이 5억 달러 이상인 기업'과 같은 식으로 검색 범위를 좁힐 수도 있다.

글로벌스펙([www.GlobalSpec.com](http://www.GlobalSpec.com))은 공인된 기술 표준, 미국 및 전 세계 특허권 신청과 같은 정보를 제공하고 있으며, 사이러스([www.Scirus.com](http://www.Scirus.com))는 2억 개 이상의 과학 관련 웹페이지에서 관련 정보를 찾아낸다.

또한 로크롤러([www.LawCrawler.com](http://www.LawCrawler.com))는 소송 관련 웹사이트와 판례 등의 데이터베이스 정보를 검색할 수 있다. 이 밖에 트룰리아([www.Trulia.com](http://www.Trulia.com)) 홈페이지즈([www.HomePages.com](http://www.HomePages.com)) 등의 검색 사이트는 집 매물을 띄워준다.

최근 이러한 동향을 두고 CNET은 “최근 검색 시장에서 새로운 벤처들의 활동이 감지되고 있다”며 “대부분의 신생 기업들은 여행 스포츠 헬스케어 등 버티컬 검색 기술을 개발하는 데 집중하고 있다”고 지적하고 있다.

언스트영의 자료에 따르면 미국에서 검색 분야에 투자하는 벤처 캐피탈은 2001년 8개에서 2004년 27개, 작년에는 31개로 크게 늘고 있으며 작년 투자 규모도 1억 7,690만 달러에 달해 2년 전에 비해 3배가량 늘어난 것으로 집계되고 있다.

**기업용 검색 시장의 향후 전망**

아직 기업용 검색 시장은 초기 시장으로 평가되고 있다. 향후 1~2년간은 구글의 강세가 나타날 것으로 보이며 그 이후에는 마이크로소프트의 영향력이 크게 증가할 것으로 전망되고 있다.

구글은 인터넷 검색에서 축적한 기술력과 인지도를 기반으로 기업용 시장에서도 시장 지배력을 유지할 것으로 보이며 오라클과 MS가 이를 뒤쫓는 양상이 나타날 것으로 예상되고 있다.

최근 검색 부분에 대대적인 투자를 진행하고 있는 마이크로소프트의 부각은 다소 시간이 필요할 것으로 보인다. 아직까지 고객들이 납득시킬 수 있는 장기 로드맵과 제품의 성능이 충분히 검증되지 못했기 때문이다. 하지만 장기적으로 MS의 검색 기능은 단독으로 존재하지 않고 웨어포인트 포털 서버에 임베디드 될 것으로 보이

며, 이 자체만으로도 구글을 비롯한 여타 벤더들에게 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다.

한편 오범은 시장 성장 과정에서 기업용 검색 시장이 크게 두 개의 시장으로 분리되어 형성될 것으로 전망하고 있다. 중소형 기업들을 대상으로 한 저렴한 가격에 기본적인 검색 기능이 제공되는 간단한 검색(Simple Search) 시장과 하이엔드 시장을 중심으로 한 다양한 기능과 높은 유연성이 제공되는 서치 플랫폼(Search Platform) 시장으로 양분될 것으로 전망하고 있다.

간단한 검색 시장에서는 구글과 오라클, 마이크로소프트 등이 주로 경합을 벌일 것으로 전망하고 있으며, 서치 플랫폼 시장에서는 오토노미(Autonomy)와 패스트 서치 앤 트랜스퍼(Fast Search & Transfer), 엔데카(Endeca) 등이 경합을 벌일 것으로 예상하고 있다.

오범은 구글이 간단한 검색 시장에서 큰 강세를 보일 것이며, 이를 통해 엔터프라이즈 소프트웨어 벤더로서의 입지를 다져갈 것으로 보고 있다. 오라클과 마이크로소프트의 시장진입으로 경쟁은 한층 치열해질 것으로 보이나 구글이 시장의 주도권을 유지할 것으로 전망하고 있다.

하이엔드 시장에서는 오토노미가 베리티(Verity) 인수를 통해 통합 시너지 구현에 적극 나설 것으로 보이며, 이 과정에서 패스트서치와 같은 벤더들과의 경쟁이 치열해질 것으로 예상되고 있다.

패스트서치는 당분간 높은 성장세를 지속할 것으로 전망되며, 오토노미와 시장 주도권을 다투는 주요 경쟁자로 부각될 것으로 보인다.<sup>5)</sup> 엔데카(Endeca)는 공공 시장을 중심으로 성장해 가고 있으며, IBM은 기존 클라이언트를 기반으로 저변을 넓혀나갈 것이며 특히 버티컬 시장을 중심으로 공략이 이뤄질 것으로 전망되고 있다.

가트너는 2009년까지 검색 및 정보 액세스 시장은 매우 치열한 경쟁이 예상되며 최소 1/3 이상의 벤더들이 인수되거나 시장에서 도태될 것으로 전망하고 있다.

5) 얼마 전 발표된 패스트서치의 2분기 실적보고에 의하면 2분기 매출액이 3,850만 달러에 달해 전년 동기 대비 60% 성장한 것으로 나타나고 있다.

이러한 수치는 패스트서치의 분기별 매출액 중 최고 기록에 해당되며 연속 14회째 기록 최고치를 갱신하고 있다. 포레스터 웨이브(Forrester Wave) 보고서에서는 패스트 서치가 기업용 검색엔진 솔루션 부문 1위로 선정되는 등 시장에서의 입지가 크게 강화되고 있다.