

# 도매상 공급 일원화, 출판유통 개선을 위한 대안인가

물류비용 · 반품률 감소, 영업비 절감 등 긍정적 효과 많아

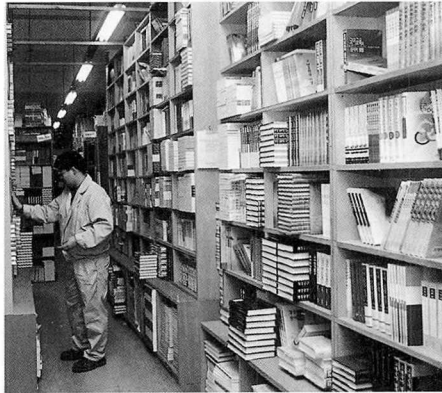
도매상 일원화에 대한 출판계의 관심이 높아지고 있다. 도매상 일원화란 출판사가 거래하는 도매상을 한 도매상으로만 집중하는 것을 가리킨다. 현재 도매상 단일화를 도입하고 있는 도매업체는 한국출판협동조합, 한국출판유통, 송인서적 등 세 곳이다.

한국출판협동조합은 1993년부터 일원화를 도입했다. 현재 국학자료원, 전과과학사, 아르케 등 80개 회원사가 한국출판협동조합으로 도매상을 일원화했다. 한국출판유통은 1997년부터 시작했다. 웅진, 서광사, 열화당, 청년사 등 65개사가 한국출판유통으로 공급을 일원화한 출판사들이다. 송인서적은 2000년부터 본격적으로 일원화를 도입했다. 현재 뜨인돌, 예코리브르, 세계의여성 등 8개 출판사가 송인서적으로 공급을 일원화하고 있다.

그러나 아직 이 모든 출판사가 전국 도매상에 대한 공급을 일원화하고 있는 것은 아니다. 한국출판협동조합과 한국출판유통의 경우 많은 출판사들이 도매상을 정리해 공급 일원화를 실시하면서도 서울과 지방의 중대형 도매상과 따로 직거래하고 있다. 송인서적으로 공급일원화한 출판사들은 그래도 전국 일원화 원칙을 어느 정도 고수하고 있는 편이다. 이렇게 완전 일원화가 정착되지 못한 것은 완전 일원화했을 때 출판사 매출이 감소하는 것을 우려하기 때문이다. 또한 각 도매상이 아직은 전국의 모든 소매서점을 아우르지 못해 도매상 사이에 도도매가 이뤄지는 것도 그 이유다.

## 물류비용 줄일 수 있지만 초기매출 감소해

한 도매상으로 공급 일원화를 했을 경우 가장 좋은 점은 출판사에서 물류비용과 반품률을



최근 출판계는 난이처럼 얽힌 유통문제를 해결하기 위한 한 방안으로 도매상 일원화 공급에 주목하고 있다. 사진은 한 도매업체의 물류창고.

줄일 수 있다는 것이다. 일단 거래 도매상을 하나로 집중함으로써 출판사는 도매상 한 곳만 거래하면 되기 때문이다. 또한 물류단계를 줄임으로써 안정적인 할인율로 책을 공급할 수 있고, 소매상의 중복거래와 과당경쟁으로 일어나는 가수요를 없앨 수 있다는 장점도 있다. 일일이 도매상들을 찾아다니면서 수급을 해야 하는 번거로움도 없어져 영업비도 절감된다. 일원화를 실시하면 판매와 잔고, 반품 상황을 한눈에 파악할 수 있어 편리한 점도 있다. 도매업체로서는 소매상에 공급하는 책들이 다양화됨에 따라 영업망을 늘릴 수 있다는 장점이 있다.

그러나 출판사가 공급일원화를 실시했을 때는 초기매출의 감소를 어느 정도 감안해야 한다. 대부분 출판사들이 공급 일원화를 꺼리고 있는 것도 이 초기매출 감소에 대한 불안감 때문이다. 그러나 이런 현상은 많은 거래처를 한꺼번에 정리해서 나타나는 일시적인 현상일 뿐 일단 안정권으로 들어서면 실수효 매출이 늘어난다는 게 각 업체 관계자들의 공통된 의견이다. 공급 일원화를 하더라도 아직은 서

울이나 지방의 대형서점을 출판사가 직접 관리해야 한다. 대형서점이 직접적인 시장조사의 거점이기도 하고, 베스트셀러에 진입하려면 마진율이나 유통성면에서 대응력을 유지해야 하기 때문이다.

## 출판사 성격에 맞는 도매업체 선택해야

뜨인돌은 올 1월부터 본격적으로 송인서적에 전국 도매상 공급을 일원화해 성과를 거뒀다. 일원화를 실시한 이후 30%이던 반품률이 3~5%대로 줄어들었다. 당초 일원화를 시작하면서 매출 감소를 우려했지만 뜨인돌의 올해 매출은 작년보다 3~4배 가량 늘었다. 또한 도매상의 매출 비중이 다소 줄어들 것으로 예상했지만, 도매상 대 소매상의 매출 비중은 과거 5:5에서 현재는 6:4로 오히려 도매상의 매출비중이 커지는 결과를 낳았다. 뜨인돌의 김완중 부장은 책을 공급하는 데 2중 3중으로 복잡한 단계를 거칠 필요가 없다고 생각해 공급 일원화를 실시하게 됐다고 밝혔다.

“거래하던 도매상들의 반발도 많았다. 그러나 도매상 공급을 단일화한다고 책 공급에 차질을 빚지는 않으므로 과감하게 시작하게 됐다. 공급 일원화로 상대적으로 시간이 많이 남지만 오히려 새로운 마케팅 전략을 계획하느라 더 바빠졌다.”

한국출판마케팅연구소 한미화 실장은 도매업체의 특성에 따라 출판사가 파트너를 선택하는 것이 중요하다고 말했다. 가령, 한국출판유통은 대도시와 수도권 지역에서 영업력이 뛰어난 데 비해 송인서적은 지방에서 강세인 편이다. 이같은 특성을 고려해 출판사의 성격이 어느 도매업체와 맞는지 분석해야 한다는 것이다.

한실장은 “유통보다는 물류의 중요성이 확산되고 있다. 도매상의 공급 일원화는 물류가 생산을 주도하는 시스템으로 중요한 과정이 될 것”이라고 내다보고 “각 출판사들이 자사 이기주의를 버리고 출판유통을 개선하는 데 힘을 모아야 할 것”이라고 강조했다.

—김장근 기자