

# 글로벌 소싱, 세계 출판시장의 중심으로 향한 첫.걸.음.



왼쪽부터 에이지출판사 하라다 에이지 사장과 북21 김영곤 사장 그리고 한·일 공동 프로젝트 매니저 하명란 씨, 간자와 타카히로 씨.

‘글로벌 소싱’을 목표로 한·일 출판사간의 공동프로젝트가 출범했다. (주)북21(대표 김영곤)과 일본의 (주)에이지출판사(대표 하라다 에이지)는 지난 7월 자본과 인력이 50퍼센트씩 투자된 공동프로젝트팀을 구성하고 오는 9월부터 2003년 말까지 6개월간 《내 두뇌에 날개를 달아주는 생각의 도구》(일본) 《아침형 인간》(일본) 《초등학생이 가장 궁금해 하는 경제이야기》(한국) 등 3권을 발간할 계획이다.

특히 이번 공동프로젝트는 한·일 양 출판사의 합작법인을 준비하는 과정으로 이 기간 동안 구축한 역량과 사업기반을 토대로 2004년 초 별도의 합작 출판사를 만들게 되고 또한 공동으로 미국시장 진출을 모색하게 된다. 그동안 한국출판의 미래를 위해서는 세계시장을 겨냥해 출판을 기획하고 필자를 섭외하는 글로벌 소싱의 필요성이 심심찮게 거론되기는 했지만 막상 이를 실천에 옮긴 출판사는 북21이 처음인 셈이다.

지난 8월 20일, 《내 두뇌에 날개를 달아주는 생각의 도구》 출판을 앞두고 한국을 찾은 하라다 에이지 씨와 김영곤 사장 그리고 한·일 공동 프로젝트 매니저 간자와 타카히로, 하명란 씨를 만나 그동안의 진행과정과 앞으로의 계획을 들어봤다.



어려운 시장상황에 오랜만에 들리는 반가운 소식이다. 우선 그동안 사업이 어떻게 진행되어왔는지 설명해 달라.

간자와 · 내가 코리아제록스에 다닐 때 사귀었던 친구가 김 사장과 잘 아는 사이였다. 작년 초 출판 동향을 살피기 위해 일본에 온 김 사장을 그 친구의 소개로 만날 수 있었다. 그때 이야기를 나누다 '글로벌 소싱'에 대한 김 사장의 생각을 들을 수 있었는데 하라다(간자와씨와 하라다 사장 역시 친구 사이) 사장의 생각과 비슷한 점이 많았다. 사실 보수적인 일본출판계에서 이런 생각을 하는 사람은 많지 않다. 서로 뜻이 통하는 사람들이 만나면 도움이 되겠다 싶어 두 사람을 연결했다.

사업을 시작하기 전에 서로 상대 시장에 대해 분석을 했을텐데 어떤 점이 매력이었나?

하라다 · 두 가지였다. 하나는 가격 면에서 일본과 큰 차이가 없었다. 시장성에서 매력이 있었다. 둘째 일본보다 IT기술이 잘 갖춰져 있다는 것이다. 일본의 경우 아직 많은 사람이 오프라인 서점을 이용하고 있어 홍보와 판매를 영업사원에 의존하고 있는 형편이다. 온라인 서점과 더불어 잘 발달된 대형서점은 적은 인력으로 마케팅할 수 있는 여건이 된다. 결국 한국은 인력보다 머리로 승부할 수 있는 환경을 갖추고 있는 셈이다.

김영곤 · 일본시장은 이미 우리나라에 잘 알려져 있다. 하지만 영업대상으로보다는 다른 나라의 출판문화 정도로만 이해하고 있는 수준이다. 기본적으로 일본은 한국시장보다 10배 이상 더지만 현재의 여건으로 일본시장에 진출한다는 건 쉬운 일이 아니다. 우리는 우선 일본에 진출할 수 있는 보다 쉬운 채널을 확보했다는 데 의의를 두고 있다. 물론 우리는 일본에 비해 경제경영서 저자나 기획이 풍부한 편이 아니기 때문에 일본 독자들이 원하는 콘텐츠를 제공하는 부분은 보다 어려운 문제다. 이번 공동출간을 계기로 이 문제를 적극적으로 고민하면 좋은 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대한다.

공동프로젝트의 첫 작품으로 《내 두뇌에 날개를 달아주는 생각의 도구》를 준비했는데 특별한 이유는?

간자와 · 《내 두뇌...》는 이미 아마존에서 5주간 베스트셀러가 돼 10만부 이상 판매된 책이다. 새로운 사업을 시작하는 현시점에서 새로운 시장에 안착할 수 있는 아이템을 고르는 것이 중요했

다. 또한 둘 다 비즈니스출판을 모태로 한 회사이기 때문에 두 출판사의 성격(홍보와 마케팅)에 맞는 책을 선정했다.

공동프로젝트가 성공하면 합작법인을 설립할 것이라고 했는데 여기서 성공은 어느 정도 수준을 이야기하는 것인가?

하라다 · 물론 적자가 안 나는 것이 중요하지만 그렇다고 무조건 많이 팔리는 것을 원하지 않는다. 보다 중요한 것은 양쪽에서 과학적인 분석을 통해 수요를 예상하고 그 예상만큼 팔리는 것이다. 이때 우리는 성공했다고 말할 수 있을 것이다. 물론 예상수요가 적중하지 않았을 경우 서로가 이해할 수 있는 합당한 이유가 있어야 한다. 이는 서로 사업을 지속할 수 있는 신뢰와도 연관된다.

그렇다면 이번에 낸 책의 판매 예상은?

간자와 · 《내 두뇌...》의 경우 5만 부, 많게는 7만 부까지 팔릴 것으로 예상하고 있다. 앞서 말했듯 첫 책은 이미 시장에서 검증받았고 한국인의 정서를 고려한 것이기 때문에 충분히 가능하다고 본다. 《아침의 인간》은 3만 부 정도다. 일본에서도 3만 부 이상 팔린 것으로 단지 일본책 번역에 그친 게 아니라 번역을 맡은 공병호 박사와 함께 한국적 상황에 적용될 수 있는 콘텐츠를 넣는 작업을 했다.

6개월 후에는 법인이 설립되는데, 법인 규모를 말해달라.

김영곤 · 아직은 이야기하기 쉽지 않은데 우리가 예상하는 대로 진행된다면 자본금 3억 원, 인원 7,8명 선 정도가 될 것이다. 작은 규모는 아니다.

양측 모두 다른 국가와는 처음 하는 작업으로 알고 있다. 그 과정에서 새롭게 경험하거나 인식할 수 있었던 것은 무엇인가?

김영곤 · 우선 우리 책을 보는 시각이 달라졌다. 공동프로젝트 책 뿐만 아니라 자체적으로 준비하는 책에 대해서도 국제적인 시각이 생긴 것이다. 일례로 현재 이윤기 씨와 황미나 씨와 함께 세익스피어 전작을 만화로 만드는 작업을 진행중에 있다. 처음엔 상식적으로 국내독자를 염두에 두었지만 에이지출판사와 작업을 진행하면서 이것 역시 세계독자를 대상으로 해야겠다는 생각이 들었다. 그래서 원고와 그림을 보다 국제적인 마인드에서 접근해 작업하고 있다.

하라다 · 나 역시 같은 경험을 했다. 이전까지 서점에 가면 어떤 책을 낼까 참고하는 수준에서 책을 보았는데 이제 이 책이 한국



간자와 씨는 이미 고령화 사회로 접어든 일본의 경우 평균연령이 50대라며 1966년생인 자신은 일본사회에서 여전히 '애기' 라고 말한다. 젊은 사람들의 입장에서 머릿위에 큰 돌이 올려져 있는 것과 같아 미래에 대한 꿈과 희망이 없다는 것이다. 출판에 있어서도 치열한 지적생산을 하기보다는 한없이 가벼운 쪽으로 흐른 지 오래다. 이처럼 '늙은 사회'의 일본 젊은이들로서는 월드컵에서 보았던 한국의 역동적인 사회가 새로운 가능성으로 비춰지고 있다.

에서 팔릴까 하는 시각에서 책을 본다. 또 한 가지는 한국은 할인을 하고 다양한 마케팅을 펼치는 등 시장이 복잡하고 경쟁이 치열하다는 것을 알았다. 사실 이러한 점이 우리에게 도움이 된다. 일본의 경우 할인을 할 수 없다. 물론 경쟁이 치열하지 않은 것은 아니지만 큰 틀에서 출판업을 보호하고 있기 때문에 한국보다는 덜하다. 우리가 국제적인 비즈니스를 펼치기 위해서는 한국시장에서 그 치열함을 배울 필요가 있다.

#### 한국출판에서 어떤 책이 일본에서 성공할 수 있을 것이라고 보는가?

간자와 · 일본에서 《겨울연가》(소설판)가 많이 팔렸다. 이미 드라마로 일본에 알려졌기 때문이다. 우선은 드라마 음악, 영화 콘텐츠와 관련되어 있는 책이 성공할 가능성이 높을 것이다. 하지만 영화나 음반에 비해 일본에서는 아직 한국출판에 대한 인식은 거의 없다고 볼 수 있다. 우리는 그래서 오히려 시장성이 더 있다고 판단하고 있다. 특히 월드컵 이후 일본젊은이들의 한국에 대한 관심이 무척 높아졌다. 현재 국내 출판사나 언론에서 양 출판사를 주목하는 것은 아직까지 이와 같은 선례가 없기 때문일 것이다. 그만큼 이번 프로젝트의 성공여부는 많은 것을 시사한다.

하라다 · 물론 가장 중요한 것은 서로에게 도움이 되는 콘텐츠를 출판하는 것이다. 하지만 이보다 앞서 선행되어야 할 게 이러한 콘텐츠가 이동할 수 있는 경로를 만드는 것이다. 개인적으로 출판은 뜨겁고 간절한 마음을 전달하는 것이라고 생각한다. 한국 사람의 뜨거운 마음을 일본에 전달하고 싶다 생각되었을 때 우리가 만들어 놓은 경험과 노하우, 시스템 등 인프라를 이용했으면 좋겠다. 이를 사업적으로 이야기한다면 '컨설팅' 이라고 할 수 있을 것이다. 일본출판사가 한국에서 사업을 하고 싶어할 때 기획이나 영업 등에 대해 우리가 컨설팅을 하고 역으로 한국출판사가 일본에 진출하고 싶어할 때 북21이 그 역할을 했으면 하는 것이다. 양측의 질 높은 콘텐츠는 이를 통해 자연스럽게 오고 갈 것이다.

김영곤 · 이번 사업이 성공적으로 진행될 경우, 단기적으로 '질 높은 일본도서가 선별되어 국내에 소개될 뿐만 아니라, 장기적으로는 우수한 국내 도서를 발굴해 일본에 소개하는 것도 활성화 될 수 있을 것이다. 더 나아가 한·중·일 아시아권 내의 활발한 교류는 새롭게 대두되는 동아시아권 경제연합 더 나아가 세계 출판 시장에서도 중요한 위치를 차지할 수 있을 것이다. 개인적으로

이번 프로젝트의 성공은 북21의 성공이 아니라 한국출판의 가능성을 높이는 계기가 될 것이라고 본다.

#### 미국 진출 계획은 어느 정도 구체화되고 있는가?

하라다 · 우리가 미국으로 가려는 이유는 간단하다. 미국은 저자가 많고, 역시 세계 어디로든 팔 수 있는 콘텐츠가 풍부하다. 우리가 추구하는 글로벌 소싱이 가장 용이하게 이루어질 수 있는 곳이다. 현재 우리가 작성한 기획서를 일급 저자들에게 보낸 상태다. 물론 그들의 명성 때문에 쉽지 않겠지만 만약 계약이 성립될 경우 바로 미국현지 법인을 만들어 나갈 계획이다. 이때 북21이 파트너로서 함께 갔으면 한다.

김영곤 · 우리는 현재 자체적으로도 글로벌 소싱을 추진중에 있다. 일례로 《열두 살에 부자가 된 키라》의 저자 보도 새퍼와 다음 작품의 (독일을 제외한) 전세계 판권을 계약한 상태다. 우리는 아직까지 외국의 현지법인을 생각한 적이 없지만 에이지출판사에서 미국에 현지 법인을 설립할 경우 공동참여 할 수 있을 것이다.

#### 어떤 사업비전을 가지고 있는지 궁금하다.

하라다 · 우리는 기본적으로 절판을 안 한다. 오늘 나온 책은 지금의 세대들뿐만 아니라 이후 세대들이 읽어야 하기 때문이다. 또한 출판의 자유도를 높이고 싶다. 학술도서나 무명작가의 작품 등 가치있는 책을 낼 때 북펀드와 같은 방법을 통해 출판하는 것이다. 지금은 독자의 주머니에서 이익을 추구하는 비즈니스모델이지만 우리는 앞으로 모든 콘텐츠를 사회화시키는 여러 방법을 모색하고 그 인프라를 만드는데 힘을 쏟을 것이다.

김영곤 · 사실 에이지 출판사는 4년밖에 되지 않은 젊은 출판사지만 오히려 우리가 배울 것이 많다. 가령 에이지출판사가 하고 있는 주문제작POP·Publish On Demand이나 북펀드Book Fund는 우리도 관심을 가지고 있는 분야다. 이처럼 일본이 가지고 있는 장점과 노하우를 적극 받아들이겠다. 또한 우리는 과학적이고 투명한 출판경영을 통해 출판인이 60세까지 비전을 가지고 일할 수 있는 출판사를 만드는 것이 목표다. 한국출판이 발전하기 위해서는 글로벌소싱과 같은 외적인 노력이 필요하겠지만 내적으로는 출판인들이 직업정신과 미래비전을 가지고 일할 수 있는 환경조성이 시급하다. **▶▶**

취재 신동섭 기자 · 사진 박신우 기자