

틈새 공략한 이색 서점들

독자의 잠재력을 정독正讀하라, '틈새' 나온다 '웬디북', '서울셀렉션', '타센', '책으로 크는 큰나무 아동도서'

머리를 손질하긴 해야 하는데 면도약 냄새 풍기는 이발소는 싫다. 그렇다고 여자들로 득실거리는 미용실로 향하기도 싫다. 정해진((주)리컴 인터내셔널 대표) 씨는 젊은 남성들의 이런 심리를 잘 읽어내 '대박신화'를 이뤘다. 그가 1998년에 연 남성 전문 헤어샵 '블루클럽'은 단돈 5,000원으로 개성 있는 머리를 연출해주는 남성들만의 쾌적한 아지트로 자리잡았다. 이처럼 다수 혹은 소수이더라도 자기색을 뚜렷이 가진 특정 부류의 잠재육구를 읽어낸 '틈새시장 공략'이 출판계에서도 가시화되고 있다. 규모는 크지 않지만 나름의 차별화 전략을 구사하며 마니아 고객을 붙잡는 이색서점도 예사롭지 않은 사업 아이템이다.

웬디북, "나 다시 돌아갈래!" 외치는 킷덜트를 잡아라!

* 풀하우스의 송혜교 패션, 얼마 전 로맹 갤러리에서 성황리에 개최됐던 나라 요시토모의 전시가 갖는 공통점은? 바로 '킷덜트 문화'다. 킷덜트란 아이의 킷(kid)와 어른의 어덜트(adult)의 합성 신조어로, 몸은 어른이지만 동심으로 돌아가고파 하는 사람들을 총칭하는 용어다.

온라인서점 웬디북www.wendybook.com은 이같은 킷덜트 마니아들의 사랑을 톡톡히 받고 있다. 일산의 소호형 오피스텔을 사무실 겸 물류창고로 만들어놓은 사장 김지수 씨는 이 서점에서 판매하는 책을 '재미있고 신기한 외국책'이라고 표현한다. 대답이 추상적이다 싶지만 김씨가 소개하는 책들은 대체로 어른들이 갖고 놀기 좋은 어린아이의 감수성이 물씬한 책들, 즉 킷덜트들의 잠재된 호기심과 꿈을 자극하는 책들이다.

어린 소녀처럼 여전히 인형, 판타지, 드레스 패션 등에 관심이 많다는 김씨는 신기한 팝업북부터 갖가지 드레스를 입은 공주가 등장하는 패션 일러스트책 등 킷덜트 코드의 외국서적들을

을 구입해 왔다. 그리고 비슷한 관심을 공유하는 지인들에게 보여주기 시작했다. 외국에서 사들여온 이 책들을 소개하는 횟수가 잦아지자 지인들은 "아예 서점을 차리라"고 권했고, 김씨는 제작년부터 본격적으로 서점을 창업했다. 초기엔 거의 하루 종일 해외 인터넷 서점을 서핑하는 데 시간을 보냈다. 새로 출간된 책 리뷰를 꼼꼼히 검토하고 구입을 고민하는 데만도 적잖은 시간이 소요됐다.

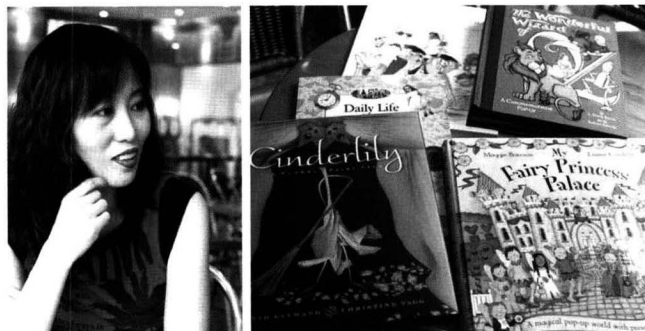
웬디북에서 판매하는 외국서적은 일반 대형서점에서 판매되는 책들과 비교할 때 저렴한 편이다. 대형서점이 중간마진을 남기는 까닭에 비싼 가격에 판매된다면 웬디북의 책은 상대적으로 매우 싼 편이다. 중간유통과정 없이 김씨가 직접 온라인 혹은 팩스로 신청해 구입해 온 덕분이기도 하지만, 김씨 스스로 자신과 같은 마니아들과 취향을 공유하고픈 뜻으로 마진을 많이 남기지 않는 까닭도 있다. 물론 배편, 비행기편 경로에 따라 가격은 조금씩 차이가 나지만, 팝업북도 싸게는 2만 원선에서 구입이 가능해 선물용으로도 인기가 높다.

김씨는 처음엔 적자일 정도로 힘들었지만 시간이 지날수록 마니아층 독자들의 재구매율이 높아지는 추세라며 '충성독자층'이 형성됐다고 말했다. 또한 "내가 최초는 아니었지만 웬디북에서 국내에 들여온 로버트 사부다 등의 팝업북 아티스트들이 주목받을 땐 나도 모르게 기분이 좋다"고 밝히며, 잘 알려지지 않은 책을 소개하는 보람이 남다름을 전했다.

대학로 '타센' 고품격 예술서 취향의 독자를 유혹한다

* 예술인들의 동네 대학로 동숭아트센터 부근에는 '타센'이란 북카페가 있다. 책이나 그림 혹은 문화에 조금이라도 관심이 있는 사람들은 알 만한 독일의 유명 예술전문출판사 '타센'과 동명의 북카페다. 상호에서도 짐작이 가듯 이 공간은 출판사 타센과 인연이 깊다. 북카페 타센의 계열사로 이 카페 위층에 자리하고 있는 마로니에북스는 2003년 예술출판사로 출범 하면서 타센의 베이직 아트 시리즈 한국어판을 출간했고, 이를 계기로 올 1월부터 타센사의 영어 원서를 한국 독점 에이전트로 수입하게 됐다. 그리고 1층에 위치한 타센 카페에선 그렇게 들여온 400여종의 타센 원서를 판매하고 있다.

단순히 카페인 줄 알고 이 공간을 찾았다가 말로만 듣던 유명책을 보고 놀라는 사람들도 많다. 입구부터 카페 한가운데에 이르기까지 곳곳에 전시, 소개된 무하마드 알리 사진집《GOAT, The collector's edition》, 에로틱한 누드 및 패션 사진



해외서적을 전문으로 판매하는 온라인서점 '웬디북'의 김지수 사장. 동심과 꿈의 감성을 잠재하고 있는 킷덜트 독자들 사이에서 잔잔한 반향을 얻고 있는 서점이다.



독일의 유명 예술 출판사 '타센'의 책을 소개하고 있는 대학로 북카페 '타센'. 문인부터 연극인, 스타디를 준비하는 학생들까지 예술 콘텐츠에 관심이 많은 사람들의 명소가 알려져 있다.

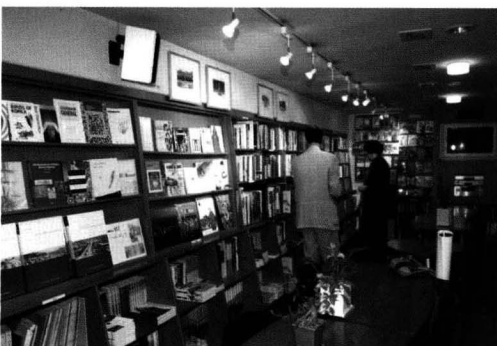
으로 알려진 헬무트 뉴턴의 사진집 《Helmut Newton's SUMO》 등 '명품'이 즐비하다. 마로니에북스 측은 베이직아트 한글어판을 10권 출간한 데 이어, 올해 안으로 약 20종을 더 출간할 계획이고 한글어판도 50여 권 더 기획할 것이라고 밝혔다.

카페로 사람들을 부르는 데 목적이 있는 '고객 유치'용의 전시가 아닐까 싶지만, 마로니에북스의 저작권 담당자 박옥순 씨의 대답은 그런 생각을 무색케 한다. "날이 갈수록 예술서가 한국시장에서 입지를 다질 것으로 예상은 했었지만 생각했던 것보다 판매실적이 좋다"는 것. 또한 북카페 매니저 이영임 씨 역시 "대학로 유동인구의 특성을 잘 읽은 것 같다"면서 시인 신현림 씨를 비롯, 문인이나 연극인들 등 예술서를 좋아하는 유명인들이 자주 방문하는 바람에 입소문도 많이 났다고 전했다.

*** 시간동 서울셀렉션, '한국문화 궁금증 시원하게 풀어주는 외국 독자들의 베이캠프'**

"영어로 된 한국책은 없나요?"라고 묻는 외국인들을 위한 서점도 있다. 경복궁에서 삼청동 방향 초입의 아담한 북카페 서울셀렉션 www.seoulselection.com은 한국문화를 좋아하는 외국인들 및 출판계 관계자들 사이에선 이미 명소가 됐다. 이 공간에선 영어로 번역돼 나온 한국책부터 한국어 관련서적, 한국문화 관련서적 약 500여 종, 영문자막을 입힌 한국영화 DVD 400여 종 그리고 한국 관련 문화상품들을 판매한다.

통신사 기자로 일하다 4년 전부터 이 공간을 운영하게 된 김형근 대표는 "한국문화의 힘을 다지기 위해선 해외 진출이 필수인데 멀리 갈 것 없이 '그물 속 고기'를 잡으면 된다는 생각으로 외국인들을 주대상으로 하는 공간을 마련했다"고 밝혔다. 초반 홍보 작업은 김 대표가 통신사 시절부터 알고 지내던 외국 대사관 직원들에게 뉴스레터를 보내는 것으로 시작했다. 이후 뉴스를 정기적으로 받아보겠다고 한 사람들에게 한해 지속적으로 메일을 보냈고 그 수가 점차 늘어나 현재는 3,000명이 훌쩍 넘는



경복궁과 인사동 일대를 찾는 외국인들, 한국문화를 알리는데 관심이 많은 출판인들 사이에서 가교역할을 해주는 '서울셀렉션' 영어로 된 한국책, DVD 등을 판매하고 있다.

이들이 소식지를 받아보는 중이다. 정보를 입수한 외국인들의 방문으로 서울셀렉션의 아담한 공간은 평일에도 주말 극장가처럼 북적거린다.

서울셀렉션 측은 "4년 정도 되니 한국 거주 외국인이나 여행자들이 소문을 듣고 자주 찾아온다"면서 "경복궁이란 지리적 특성, 영문으로 된 한국서적을 판매한다는, 특화된 성격이 잘 먹혀든 것 같다"고 말했다.

*** 고양시 '책으로 크는 큰나무 아동도서', 육아·독서교육 정보를 나누는 엄마들의 아지트**

경기도 고양시에 있는 12평 남짓의 아담한 아동대형기획물 전문서점, '책으로 크는 큰나무 아동도서'는 파리 날리는 소형서점들과는 풍경이 다르다. 종일 주부들의 발길이 끊이지 않는다. 소개하는 책이 다른 것도 아니요, 공간이 화려한 것도 아닌데, 이유가 무얼까. 순전히 이복희 대표의 남다른 생각 때문이다.



'책으로 크는 큰나무 아동도서'의 이복희 사장. 이사장은 독서 콘텐츠 제공은 기본, 유아교육 전반에 관련된 지식을 두루 제공하면서 서점을 주부 고객들의 새로운 아지트로 만들었다.

이 대표는 자신의 서점을 차별화된 동네서점으로 꾸리기 위해 아이디어를 내왔다. 아동 대형기획물을 찾는 독자 특성상 독서지도를 원하는 이들이 많다는 걸 알고, 유아교육, 독서교육 콘텐츠를 부지런히 익히고 무료상담을 실시한 것. 특히 웅진싱크빅, 차일드아카데미 등 출판사에서 강사 교육을 해왔던 전력은 큰 도움이 됐다. 그 결과 그는 웬만한 교육전문가나 편집자 못지않은 어린이책 정보 및 육아정보를 두루 제공하고 있다. 이 대표 스스로 "편하게 들락날락 하는 곳이 서점이어야 한다"는 철학을 내세운 것처럼 고객들은 부담 없이 이곳을 찾는다. 물론 그들 대부분은 책이 필요할 때 반드시 이곳에서 책을 구입하고 상담을 받는다. 이 대표가 일부러 유도하지 않아도 그의 신뢰감 있는 상담을 통해 좋은 책을 살 수 있고, 가격 면에서도 문제가 없다는 고객들의 반응이다.

그러나 고정적인 수익을 올리기까지 어려움도 많았다. 그는 "고학력의 젊은 학부모들에게 노련하게 설명하는 노하우도 익히고, 2시간 이상 책에 대해 설명할 수 있는 언변도 길러야 한다"고 설명했다. 또한 "아동서점은 흔히 여성에게 어울릴 것이라고 생각하지만, 주고객이 아이들을 둔 주부들이면 만큼 남자분들이 창업에 도전하면 성공확률이 더 높을 것이고 그야말로 이색서점이 될 것"이란 말도 남겼다. **★**

취재_김침연 기자 | 사진_박신우 기자