

‘반디모아, 포토박스,’
디자이너·아트북 1번가

홍익대학교 캠퍼스에서 신촌 방면 100m 쯤에 위치한 ‘반디모아’는 홍대 미대의 ‘브랜드’와 구색이 맞는 미술전문 서점이다. 얼마 전 까지만 해도 경쟁업체라고 할 만한 서점이 한두 군데 있었으나 고전을 면치 못하고 모두 문을 닫아 현재는 ‘반디모아’만 남은 상태. 서점 문을 열 때부터 같은 자리를 지켜온 반디모아의 나이는 벌써 19년.

“1987년에 문을 열었죠. 홍대 미대가 전국적인 명문이다 보니, 미대생을 겨냥한 미술·디자인서적이 ‘전망’이 있을 것으로 생각했어요.”

‘반딧불 밑으로 모으라’는 상호를 지었다는 박관수 대표(45)는 어느새 홍대 앞 터줏대감이 됐다. 처음 서점을 시작할 당시 주변엔 건물이 별로 없었다. 매장 규모는 예나 지금이나 똑같지만 책이 많지 않았고, 특히 디자인 서적은 귀했을 때라 한 권만 있어도 대우를 받던 시절이었다. 미8군에서 흘러나오는 패션잡지류는 인기 품목 중 하나였다.

‘반디모아’…국내 미술학도 망라, 단골 고객 네트워크

현재 28평 남짓한 반디모아는 해외 수입 원서들로 가득하다. 디자인 관련 잡지만 해도 150여 종이 나 진열돼 있다. 작년에 내부 인테리어를 새롭게 단장해 깔끔하고 세련된 분위기의 서가가 한결 돋보인다. “사실 요즘 대학생들은 책을 많이 안보는 편입니다. 대학원생과 강사, 미술계 전문가들이 많이 오는 편이죠. 인터넷을 통한 정보가 많다보니 사람들이 책을 잘 안 보려고 하죠. 5~6년 전부터 고객이 줄었습니다.”

그래도 장안의 미대생들 사이에선 알아주는 곳이다. 홍대 앞에서만 강산이 두 번째 변했으니 찾아오는 손님들도 예사롭지 않다. 웬만한 미술계 인사들 치고 이 서점을 거쳐 가지 않은 사람은 드물 정도다. 1987년부터 꾸준히 찾아주던 고객들이 나중에 내로라 하는 미대 교수들이 되기도 했다. 자연스레 전국을 커버하는 단골 고객 네트워크가 형성된 셈이다. 작은 전문 서점으로 시작해 지금은 1,000종, 10만 권의 디자인 도서를 보유(창고 보관용 포함)하면서 전국 학교와 기획 사무실로 판매 영역을 넓혀가고 있다. 디자인 서적은 일반 도서에 비해 가격이 높은 탓에 선뜻 지갑 열기가 쉽지 않다.

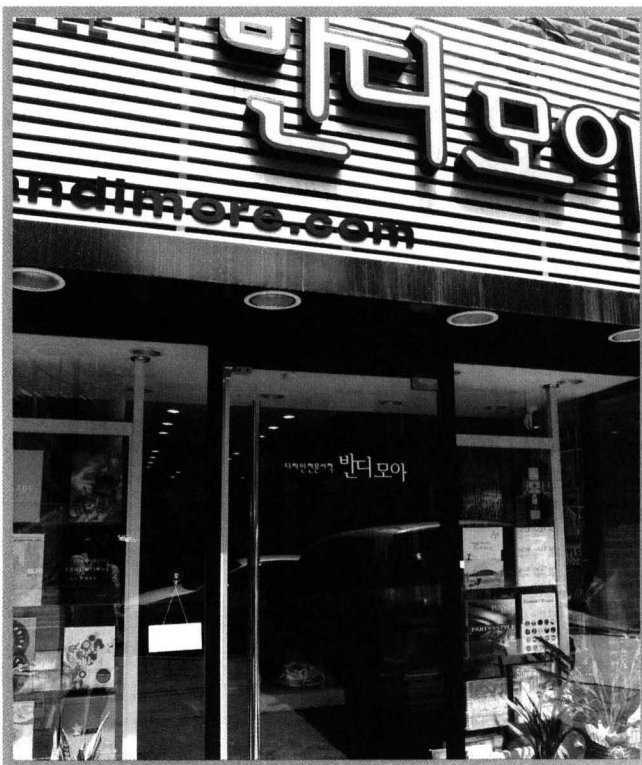
누구나 맘껏 책 볼 수 있어’ 갤러리 운영도

“그래서 늘 적당한 가격대를 유지하기 위해 애쓰고 있어요. 독보적인 서적을 들여오고 싶어도 고민돼요. 수입원가를 맞추어야 하고, 그러다 보면 책값이 비싸기 때문이죠.”

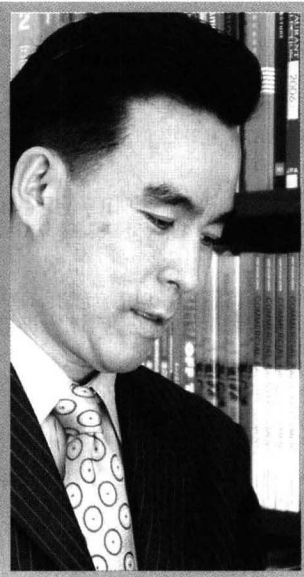
어떤 책이든 주문이 들어오면 어떻게든 책을 구해 제공한다. 인터넷으로 주문하면 익일 배송을 원칙으로 한다. 최근 반디모아는 매장 지하에 갤러리를 마련했다. 흔히 카페를 마련해 독자들에게 공간을 열어놓는 형태와는 또다른 특징이 엿보인다.

“디자인 쪽은 서점 운영만으로 경쟁력이 떨어진다고 생각했어요. 몇몇 친분있는 교수들의 도움을 얻어 35평 규모의 갤러리를 운영할 계획입니다. 상설 전시·대관 기능을 가능하게 해서 서점 내방 고객들과 소통할 수 있는 공간으로 만들려고 해요.”

“누구든 부담없이 방문해 마음껏 책을 볼 수 있는 곳이 반디모아의 장점”이라는 박 대표의 “명문 미술대 앞이라는 입지적 이점이 있음에도 불구하고, 서점을 운영하는 것이 쉬운 것만은 아니”라며 “전문서적을 다수 보유할 수 있는 운영 노하우가 중요하다”고 강조했다. 전문 서적을 취급하는 것이 결코 만만한 일이 아니라는, 후배 경영자들에게 대한 조언이다.



디자인도서 전문서점 반디모아 전경



반디모아 박관수 대표

충무로 아트 북 전문 서점

'포토박스'

충무로는 '영화판'으로 통하는 지역이다. 한창 잘나가던 영화 제작사들이 기실 강남으로 대이동을 시작한 것이 1990년대 중반. 이제는 인쇄업체와 예전 명성을 추억하는 몇 개의 영화사들만이 존재할 뿐인데도 그렇다. 아트 북 서점 '포토박스'의 김주혁 대표는 그런 곳의 좋은 '가게목'을 찾아 광화문에서 충무로로 이전한 경우다.

"당시(1987년)에는 충무로가 '사진'(을 업으로)하는 사람들이 가장 많을 시기였어요. 92~93년도부터 강남분이 불기 시작해 다들 옮겨가는 바람에 매출에 영향을 받았죠. 지금은 건축 인테리어, 그래픽 책방들이 강남에 주로 있어요."

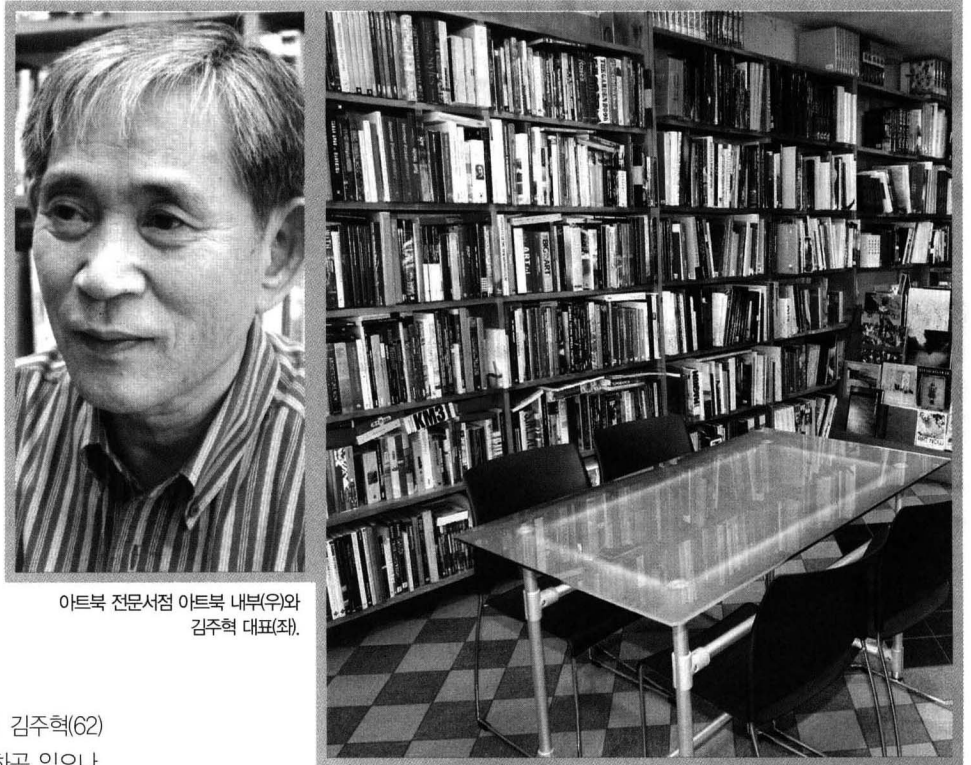
매출에 영향을 준 '사건'인데도 김주혁(62) 대표는 여유롭다. 아트 북 서점을 표방하곤 있으나, '포토박스'라는 상호에서 나타났듯 처음에는 사진 분야 도서를 전문으로 취급했다. "서점을 한다면 큰 욕심 부리지 않고 살 수 있을 것"이라는 친구의 권유로 책방을 열었다. 여러 분야의 책을 취급하다가 신구대학 사진과 홍순태 교수의 권유로 사진 분야 서적만 수입하기 시작했다.

"건강이 나빴을 때 그런 권유를 받았죠. 처음엔 광화문의 두 평 반짜리 매장에서 시작했어요. 전문화하려니가 수입서적 밖에 없더군요. 다른 사람을 통해 수입을 하다가 중간마진 부담을 없애려 직접 수입을 결심한 뒤 90년부터 미국을 다니며 현지 시장에서 책을 사왔죠."

해외 대형 도매상과 직거래, 고객 수요 충족

본래 우리나라에서 양서 수입을 본격화 한 것은 1990년대 초부터다. 교보나 영풍 등 대형서점이 뛰어들면서 수입상들이 생겨나기 시작했으며, 개인 소매상 자격으로 김 대표가 처음 미국시장을 찾았을 때는 주로 노점에서 책을 구입했다. 일명 '블랙마켓'으로 불리는 곳이었었는데, 흔히들 알고 있는 암시장이 아니라 합법적인 노점시장이었다. 일반 매장보다싼 가격에 구입할 수 있었다. 그러나 수요가 많아질수록 공급처에도 변화가 필요했다. 블랙마켓에서 정식 책방으로 거래를 시작했고, 미술 전문 출판사를 상대로 구매영역을 넓혔다.

"이제는 좀 더 다양한 출판사의 책들을 손님들이 찾아요. 최근엔 미국 대형 도매상과 거래해서 여러 출판사의 서적들을 다룰 수 있게 됐습니다." 사진서적으로는 서울 시내에서 가장 많은 도서 종을



아트북 전문서점 아트북 내부(우)와 김주혁 대표(좌).

보유중이라고 김 대표는 자부한다. 약 500여 종의 작품집과 관련 도서가 있다. 대형서점에서도 찾을 수 없는 책들이 대부분이다.

"문을 열고 초기 3~4년은 사진만 하다가 그것만으로는 충족이 되지 않아 건축, 그래픽으로 분야를 확장했어요. 1990년대 들어와 본격적으로 패션, 인테리어, 건축, 파인아트도 다루고 있죠."

'포토박스'는 책 보유량 보다는 보유 리스트가 더 중요하다고 말한다. 똑같은 책 10권 이상은 수입하지 않는다. 또한 의상, 순수미술 분야를 아우르고 있어 다른 서점과 년 매출액으로 비교하면 이익률이 나쁘지 않은 편이다.

풍부한 노하우... '국내 최고 전문인터넷 서점' 계획

"아무래도 오래 전문서적을 다루다 보니까 나름대로 책 고르는 안목이 생기더군요. 작가, 출판사 선택에 있어서도 그렇고, 독자 성향 파악에서도 노하우가 필요합니다."

오랜 경영의 혜택에다 지인들의 조언도 귀담아 듣는다는 김 대표는 '사진이나 미술 전문 분야는 독자들이 원하는 각양각색의 요구를 잘 부응하는 것이 관건'임을 자연스레 체득했다. 덕분에 오랜 단골들이 찾아와도 늘 할 이야기가 많다.

작은 서점일수록 온라인 홍보도 중요한 시기에 '포토박스'는 그나마 개설했던 인터넷 사이트의 활용마저 잠시 보류한 상태다. 전문서적들은 어떤 분야든 정보가 가장 중요한데 우리나라 인터넷 상거래 시장을 보면 단순 정보 제공으로 그치는 경우가 많은 까닭에 실제 매출에 도움을 주지 못하는 때문이다.

"2~3년 안에 인터넷 서점을 본격화할 계획이긴 합니다. 몇 년 전 조금 운영을 하다 보니 내실은 없더군요. 하지만 나이도 있고 해서 체력적으로 힘에 부칠 때 그동안의 노하우를 가지고 꽤 괜찮은 인터넷 서점을 운영할 예정입니다."

김 대표가 자신감을 내비치는 이유 역시 그동안의 경영 노하우와 책을 고르는 안목 덕분이다. 다른 책은 몰라도 그동안 취급한 서적들이라면 한국 사람들이 선호하는 작가, 도서 패턴 등이 눈에 보인다고 한다. '인터넷 서점의 특징을 살리고 운영 포커스를 색다르게 맞춘다면 승산이 있을 것'이라고 말한다. **취재**

취재_ 송보경 기자 | 사진_ 박신우 기자