

# 아동인구 감소 시대의 어린이책 출판

글 \_ 백원근 재단법인 한국출판연구소 책임연구원

우리나라에서는 결혼율 감소와 이혼율 증가, 급격한 저출산 경향, 독신가구 증가, 수명 연장과 고령화 등으로 인구 피라미드의 역삼각형화가 어느 나라보다 심각하다. 이러한 인구 동태는 국가 경제는 물론 사회 각 분야의 커다란 지각변화를 초래할 것이다.

이런 측면에서, 우리보다 앞서 아동인구 감소와 고령화 시대를 선형학습한 일본 출판의 경험은 참고할 만하다. 일본 총무성 통계에 따르면, 65세 이상 인구는 이미 전체 인구의 20%에 이른 반면, 14세 이하 아동인구는 지난 7년(1998~2005) 사이에 150만 명이나 감소했다. 고령자가 주요 독자층으로 정착된 다양한 분야의 신서(新書), 치매 예방용 워크북, 파트 워크북(分册百科), 그리고 노인용 잡지와 대활자본 등 실버출판 관련 분야는 이제 출판시장의 주요 부분으로 자리 잡고 있다. 아동출판 역시 인구 감소 추이와는 상반되게 7년 전의 700억 엔대에서 900억 엔대로, 《해리포터》 번역판 발행이 있을 경우 1,100억 엔대까지 성장했다.

아동출판의 성장 요인은 돌출 변수인 《해리포터》 이외에도 아동서 원작본의 잇단 영상화에 따른 화제작이 이어지면서 매출 호기가 지속됐기 때문이라는 분석이다. 반면 기존에 아동서 시장에서 버팀목 역할을 하던 스테디셀러 명작들의 판매가 부진에 빠지는 등 근본적인 시장 변동 조짐도 감지되고 있다. 최근의 아동출판 현황을 소개한 〈출판월보〉(출판과학연구소, 2006.6) 특집을 중심으로 살펴보자.

## 아동서 시장의 동향

일본에서 아동서의 주요 대상으로 구분하는 14세 이하 인구의 감소는 계속되고 있으며, 여성 1인당 출산율은 1.25명으로까지 떨어졌다. 그럼에도 불구하고



아동서 시장 규모는 눈에 띄게 성장했다. 아동서로 분류되는 《해리포터》 등의 판타지문학 번역물의 호조, 성인 독자들의 그림책 구입 확대가 주요인으로 보인다. 《해리포터》 효과가 없는 해를 기준으로 보아도, 고전을 면치 못하는 다른 출판 분야들과 달리 불과 수년 사이에 아동서 시장이 200억 엔 이상 신장된 것은 경이적이다.

전체 신간 발행 종수는 지난 수년간 3% 전후로 증가한 데 비해 아동서는 2005년에 전년 대비 12% 늘어나는 등 3배 이상의 증가율을 보이며 4,754종이 발행됐다. 도서 분야별로는 단행본이 2003년 이후 6~14%, 그림책이 2000년 이후 7~17% 매년 성장률을 갱신했다. 발행 부수 증가율은 더욱 두드러진다. 작년에 도서 전체 발행 부수는 0.4% 증가하는 데 그쳤으나 아동서는 《해리포터》 발행 없이도 9.8%나 신장했다.

이와 같이 아동인구 감소 시대에 아동서 출판시장이 확장된 것은 번역 판타지물 붐과 그림책 시장의 영토 확장에 기인한다. 또한 아동서가 주력이 아닌 출판사들까지 신규 진입한 것도 요인으로 꼽힌다. 기존 아동서 주력 출판사들의 신간 발행 종수에 변화가 거의 없다는 사실에서 이를 알 수 있다. 다만 스테디셀러 판매의 비중이 줄고 신인 작가의 등장이 정체되어 있는 양상은 앞으로 풀어야 할 숙제로 부각되고 있다.

## 장르별 동향

가장 특징적인 현상은 판타지 번역물의 급증이다. 《해리포터》 이후 지난 6년간 번역출판된 판타지소설은 총 220종으로 한 달 평균 3종 꼴이었다. 이들 중에는 《반지의 제왕》처럼 영화 덕택에 독자층을 끌어들이는 책이 있는가 하면, 여성이나 초등학생 등 특정 독자층을 중심으로 소구한 책들도 있다. 초기에는 《해리포터》 효과에 편승한 판매 마케팅 기법을 구사한 곳들이



지난해 아동서 베스트셀러 상위권을 휩쓴 장난꾼 《괘걸 조로리》(포플러사) 시리즈 남자 아이들의 바이블로 통하는 이 시리즈는 초판 30만 부를 발행한다. 인기 캐릭터답게 일반도서 외에 수수께끼 대백과, 인기곡 CD를 부착한 팝업 그림책, 문고본 등으로 발행하며 애니메이션도 중요한 부가 수익원이다.



많았으나 시장 성숙과 더불어 차츰 독자적인 노선을 펼친 곳이 늘었다. 즉 《해리포터》 독자들로 형성된 매스마켓에서 세분화·특화 전략으로 변화된 것이다.

다음으로 아동서 시장의 기초라 할 수 있는 그림책은 어린 시절 읽었던 책을 부모가 되어 아이에게 읽혀주는 '회귀성' 높은 분야로 판매의 안정성이 매력으로 꼽힌다. 그림책은 크게 보아 영유아용 그림책, 이야기 그림책, 지식 그림책, 놀이책 등으로 나뉜다. 영유아용 그림책은 아이에게 책 읽어주기의 중요성이 강조되는 추세와 함께 확고한 판매 장르로 자리 잡았다. 이야기 그림책은 아동서 출판사의 핵심 수익원이었지만, 장기간 팔리는 창작 그림책은 극히 제한되어 있고 미디어 노출로 순간 폭발력을 가진 책도 역시 제한적이다. 요즘 초판 발행은 5천 부 정도인데 증쇄되는 경우는 드물다. 《나뭇잎 프레디》 이후 시민권을 얻은 성인용 그림책 역시 사정은 크게 다르지 않다.

지식 그림책에서는 영문 병기 영아도서와 도감류 방식의 편집이 증가했으며, 《하루 10분으로 그림을 잘 그릴 수 있는 책》처럼 기획력이 돋보이는 책들이 인기이다. 유아용 놀이책 장르에서는 캐릭터 스티커북의 판매량이 압도적이다. 500엔 정도의 싼 값에 종류도 다양하여 추가구매 상품으로 제격이다. 팝업북이나 사운드북은 제작비 단가 문제로 해외 제작이 대부분이고 관리상의 난점이 있어 출판사들의 참여가 많지 않다.

신서판(新書版) 사이즈의 아동문고는 주 독자인 초·중등 학생들이 직접 구매하기에 가장 적합한 책이다. 주요 아동서 출판사들이 대부분 시리즈를 속간하고 있다. 명작문고와 엔터테인먼트 장르로 대별되는데, 명작문고는 성인 문고본과 마찬가지로 여름철이 대목이며 최근에는 입시 대책용으로 읽는 경우도 많

다. 엔터테인먼트문고는 탐정물과 판타지가 중심이며 일부 논픽션도 판매 호조를 보이고 있다. 대체로 초등학교 고학년에서 아동문고를 졸업한 아이들은 성인문고와의 징검다리 역할을 하는 청소년(영 어덜트, YA) 문고 시리즈로 입학하는 추세가 두드러진다. 아동서와 마찬가지로 아동문학 작가들이 주로 집필하므로 청소년들에게는 '익숙한 입맛'을 이어갈 수 있다.

2005년 베스트셀러에 오른 아동서를 보면 판다지 번역물, 인기 시리즈의 신간, '가라오케 그림책', 황족이 애독했다고 소개된 책, 인기 아동문고 신작, 영화화된 원작 그림책 등이다. 시리즈물로 압도적인 세몰이를 한 것은 장난꾼 《괘걸 조로리》 시리즈이다. 지난해 아동서 베스트셀러 1, 3, 4위를 독차지했다. 전체적으로는 일반 성인도서와 마찬가지로 미디어믹스에 의해 영상화되거나 매스컴 주목도가 높은 책들에 의한 시장 과점 현상이 강화되는 추세이다.

#### 울창한 독서 생태계 조성이 관건

여기서 일본 아동출판 성장의 배경으로 빠트릴 수 없는 것이 출판계가 적극 후원하는 독서운동의 노력이다. 지자체 571곳으로 확산된 영유아 대상 '북스타트' 운동, 2만 2천 개 초·중·고의 10분간 '아침 독서', 서점의 구연동화 행사를 정착시킨 출판문화산업진흥재단(JPIC)의 독서 어드바이저 양성, 각종 독서 관련법 제정에 이은 출판 단체들의 활발한 후속 활동 등이 대표적이다. 어린이와 아동출판은 출판문화의 미래를 키우는 묘목이다. 우리 출판계가 울창한 독서 생태계와 지식 강국의 열매를 바라다면 독서습관의 뿌리 내리기에 필요한 환경 조성에 과감한 지원을 아끼지 말아야 한다. 뿌린 대로 거두는 법이다. **한미**