



## ‘사람은 책을, 책은 사람을 만든다’

교보문고 25주년 ... 복합 지식문화공간 지향

교보문고, 정확히는 광화문점이 지난달 개점 25주년을 맞이했다. 교보문고는 1981년 6월 1일 우리나라 서울의 심장부라 할 수 있는 종로가 1번지에 문을 열어 국내 서점 최초로 대형서점의 역사를 시작했다. 총 2,700 여평의 면적에다가 길이가 27킬로미터에 이르며, 단일면적 으론 세계 최대의 서점으로 손색이 없다.

1981년 당시 지금의 면적보다 조금 작게 시작한 후, 91년엔 고객 눈높이에 맞는 리뉴얼을 실시, 재개점하면서 명실상부한 국내 최고의 서점으로 자리 잡았다. 규모뿐 아니라 책의 종류도 국내 최고를 자랑한다.

이용객들의 숫자도 상당해, 성수기에는 잠실야구장 관객수에 버금가는 약 5만명 가량의 독자들이 교보문고 광화문점을 이용하고 있다.

기에 그 사랑도 돌려드리고 자축도 할겸, 독자들을 위한 생일잔치 행사를 다채롭게 진행했다”는 김 점장의 설명. 여러 행사 가운데도 국내 출판사들과 함께 진행한 ‘역대 베스트셀러 전시회’와 ‘스테디셀러 대표도서 특설전’ 등은 그중 주목을 받으며 인기를 끌었다.

교보문고는 또 출입구에 연도별 베스트셀러 전시장을 개설했고, 영업장 중앙통로에 연도별 베스트셀러 목록 및 도서 전시를 하기도 했다. 이와 함께 25주년을 기리는 의미에서 25명의 국내 유명 작가들이 축하 메시지를 보냈다.

‘지식놀이공원’ 컨셉트 주력...고객 수요에 충실

교보문고는 최근 오프라인 서점을 이른바 지식놀이공원 컨셉트로 재정립하고 있다고 밝혔다. 김 점장은 “저희 교보문고를 단순히 책을 파는 서점으로만 생각지 말아 주시기 바란다”며 “그보단 지식놀이공원으로 불리길 원한다”고 말했다.

지식놀이공원은 우선 원하는 책과 관련된 모든 정보를 쉽게 구할 수 있는 공간이어야 하며, 문구·음반·팬시·기프트상품을 보고 구입하며, 유행에 앞서갈 수 있도록 해주는 ‘꺼리’가 있는 즐거운 공간이랑게 교보측 설명. 또 북카페처럼 편안하고 아늑한 분위기에서 책을 보며 쉴 수 있는 ‘휴식’이 있는 공간을 제공한다는 얘기다. 지식과 즐거움 그리고 휴식을 한자리에서 즐길 수 있는 복합문화공

2천700평 매장, 하루 5만명 내방객

김홍필 광화문점장은 “‘사람은 책을 만들고 책은 사람을 만든다’ 라는 고(故)신용호 창립자 뜻에 따라 교보문고가 처음 세워졌다”면서 “국민교육진흥과 독서인구의 저변확대를 통해 국민 문화 수준을 향상시키고, 사회·교육적 기능을 살린 문화 공간을 창출한다는데 창립이념을 두고 있다”고 말했다.

한편 교보문고는 25주년을 기리기 위해 지난달 다양한 행사를 가졌다. “오랜 세월동안 독자의 많은 사랑을 받았

간을 지향한다는 것이다.

교보문고는 특히 다른 곳과 가장 차별화될 수 있는 무기로 '사람'을 내세우고 있다. 교보문고 직원이라면 그 누구보다 책에 대해서 많이 알고 있고, 독자와 고객이 무엇을 원하는지를 먼저 알고 방향까지 제시해 줄 수 있다는 것이다.

“예를 들어 방황하는 자녀에게 필요한 존재의 가치를 형성시킬 수 있는 책, 인생의 지혜를 얻을 수 있는 책을 추천해 주는 의사와 같은 그런 역할까지도 할 수 있다는 것입니다. 현재 60명 가까이 되는 북마스터의 역할이 바로 이런 것입니다”

#### 북마스터 제도 등 차별화된 서비스

국내 서점가는 온라인 서점이 급성장을 하는 반면, 오프라인 서점 특히 소형서점들의 침체가 심한게 현실이다. 이는 서점뿐만 아니라 유통업계 전반의 문제로 지적되기도 한다. 교보문고 남성우 홍보팀장은 “예를 들어 지금 월드컵으로 가장 화제가 되고 있는 나라 독일의 경우, 소형서점들이 강력한 네트워크로 연결돼 대형 유통업체 못지 않은 유통망과 시스템을 갖추면서 활력을 찾아가고 있다.”고 말했다.

그래서 교보문고의 경우 오프라인 서점도 고객의 수요에 맞춰 차별화된 서비스를 개발하고 새로운 블루오션을 창출해낸다면 충분히 새로운 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 전망하고 있다. 이를 위해 교보문고에선 '북마스터 제도'를 최근 본격적으로 활성화시키고 있다. 또 일대일 맞

춤서비스 제도인 북마스터 제도는 교보문고가 이를 확산 시킴으로써 하나의 인기 있는 직업군으로 인식되기 시작했다. 교보문고는 차별화된 각종 다양한 문화행사를 기획·진행하여 독자의 만족도를 높이는데 주력하고 있다.

#### 온라인 사업, 채널 맞는 특유의 컨셉트로 승부

김 점장은 “독자, 고객의 기대 수준을 우리의 역할이 넘어설 수 있게 하는 것”이 북마스터와 교보 '사람'들의 목표라고 했다. 나아가선 도서전문가, 도서컨설턴트로서의 역할을 해낼 수 있도록 교육과 연수를 지속적으로 반복하고 있다. 실제로 교보문고는 국내 최초로 전문 북마스터를 대거 양성, 현장에 투입할 계획이어서 안팎의 관심을 끌고 있다.

교보문고는 이 밖에 고객의 작은 불편이라도 즉시 보상해주는 '서비스 품질보증제도', '고객 모니터제도'를 실시, 호응을 얻고 있다. 또 온라인 사업은 그 채널에 맞는 컨셉트를 개발해 꾸준히 발전시킴으로써 미래지향적 사업 아이템으로 성장시킨다는 전략이다. 김 점장은 “현재의 종이책 시장에 머물지 않고 시대적 상황과 변화에 따라 디지털 콘텐츠를 개발하고 더 나아가 지식문화 포털 사이트로 나아갈 계획”이라고 밝혔다. **☞**

취재 송보경 기자 | 사진 박신우 기자

## INTERVIEW 김홍필 광화문점장

### '내면의 성장과 풍요로운 삶' ...교보문고의 '꿈'

광화문점 김홍필 점장은 “지난 25년간 저희 교보문고가 지식문화기업의 선두가 될 수 있었던 것은 책과 문화를 사랑하는 독자여러분이 있었기 때문”이라고 머리를 숙였다.

“저희 교보문고는 '사람은 책을 만들고 책은 사람을 만든다'는 창립자의 뜻에 따라 세워졌습니다. 독서문화기반이 매우 취약했던 우리나라에 나름대로 의미있는 역할을 해왔다고 자부하고 싶습니다. 하지만 앞으로 가야 할 길과 해야 할 일이 너무도 많이 남아 있기에 한편으론 어깨가 무겁습니다.”

강남점장을 지내다 지난해 교보문고 1번지라 할 광화문점을 맡게 된 김 점장은 “교보문고는 꿈이 있다”고 말했다.

“모든 사람이 저희 교보문고를 통해서 자신의 역량을 키우고 내 자신이 커 나가는 즐거움을 맛보았으면 합니다. 그래서 보다 나은 풍요로

운 삶을 살게 되는 것. 이것이 바로 저희 교보문고가 꾸는 꿈입니다.”

국민 모두가 책을 많이 읽어 '책 읽는 가정, 책 읽는 학교, 책 읽는 기업 (학습하는 기업), 책 읽는 지자체 (학습도시)'가 되어 사회 전체가 학습하는 사회가 되면 지식문화강국은 멀지 않다는 생각이다.

“그 어떤 민족 어떤 나라보다도 세계를 이끌어가는 리더가 될 수 있다고 봅니다. 저희 교보문고는 이런 꿈을 이루기 위해 지식문화기업으로서 사명을 구현하고자 더욱 열심히 노력하겠습니다. 앞으로도 저희 교보문고가 어떻게 커 나가는지 지켜봐 주시기 바랍니다”

취재 송보경 기자 | 사진 박신우 기자