

24시간 편의점, 책 관련 멀티 플레이어로 변신

글 _ 백원근재단법인 한국출판연구소 책임연구원

일본은 세계 제일의 편의점 왕국이다. 2004년 기준 편의점 체인 상위 12개 업체의 점포 수는 3만 7,918개이며 총 매출은 6조 8,346억 엔에 이른다. 이 가운데 도서 및 잡지 매출액은 6.7퍼센트로 4,579억 엔이나 된다. 또한 편의점 전체의 출판물 매출액(4,910억 엔)은 서점 매출액 1조 5,481억 엔의 1/3에 해당하는데, 모든 유통 경로를 포함한 2조 3,482억 엔의 출판시장에서 21퍼센트의 비중을 차지한다.

일본 최대 서점은 세븐일레븐(?)

출판시장 축소 경향과 인터넷서점의 약진 등 급변하는 출판유통 환경에도 불구하고 편의점의 출판유통 점유율이 1/5 수준에서 유지되는 것은 일본 편의점들의 막강한 유통 파워를 보여준다. 특히 최대 점포망(1만 826개)을 자랑하는 세븐일레븐 재팬의 출판물 매출은 1,879억 엔으로서, 일본을 대표하는 체인서점인 기노쿠니아紀伊國屋의 매출 1,184억 엔보다도 훨씬 많다. 이쯤 되면 세븐일레븐이 일본 최대 서점으로 비유되는 것이 무리가 아니다.

특히 동네 중소서점들의 감소를 대체하며 독자들의 편의점 수요가 상대적으로 높아지는 경향이 나타나면서 편의점들은 도서·잡지 판매정책을 강화하는 추세이다. 기존의 만화잡지나 문고본 위주에서 하드커버 도서와 전문잡지까지 구색 범위를 넓혀 나가고 있다.

웨이마트는 지난 1월 24일부터 《토요타식 업무 교과서》 등 경제경영서 7종과 잡지 4종을 전국 약 6,600개의 점포에서 판매 개시했다. 출판사 입장에서는 점포수가 지나치게 많고 대량의 재고가 필요한 편의점 공급을 기피하기 십상이지만 판매력을 앞세워 교섭을 펼쳤다. 앞으로 10여 종의 책을 1~2개월 빈도로 교체할 계획이

며, 문예물 판매도 준비 중이다.

세븐일레븐 재팬은 1월 초 잡지 주문판매 서비스 ‘매거진군’을 쇄신했다. 이를 통해 주문구매가 가능한 대상 잡지 수는 기존의 267종에서 1,100종으로 4배나 확충됐다. 또 가맹점이 고객 자택을 방문해 상품 주문을 받는 외관 영업을 강화해 잡지 주문구매와 연동시켰다.

로손LAWSON 역시 올 봄부터 비즈니스 신서新書を 전체 점포에서 판매할 예정이다. 지난 1월에는 수도권 수백 개 점포에서 여성용 할리퀸소설에 방향제를 붙여 판매하기도 했다. 얼마 전 총 180만 부의 초판이 발행되어 화제를 모은 《다빈치 코드》 문고본 3권 세트와 영화 티켓, 영화 주요 장면이 담긴 오리지널 DVD 부록을 묶어 3,040엔의 기획상품으로 내놓았으며, 한류 스타 최지우 주연의 신작 영화 《연리지》 예약 티켓에도 예고편 DVD가 붙어 있다.

오리지널 문화콘텐츠로 틈새시장 개발

24시간 편의점들이 독자적으로 개발해 판매하는 PB 상품Private Brand Goods은 식품, 잡화류를 거쳐 이제는 책, CD, DVD 등 문화콘텐츠 상품 제작 전반으로 확대되고 있다. 그 배경에는 극심한 경쟁 속에서 차별화 전략을 꾀하려는 편의점의 경영전략과 새로운 유통망을 확보하고자 하는 콘텐츠업체의 일치된 이해관계가 자리잡고 있다.

웨이마트가 2004년 4월 이래 50여 종의 독자 개발 아이템으로 누계 100만 부를 판매한 출판물이 ‘화미마(웨이마트) 콘텐츠’. 편의점의 판매 데이터와 소비자의 관심사를 바탕으로 책의 테마를 설정한 시리즈이다. 편의점을 자주 이용하는 고객 200명의 의견을 듣고 내용을 선정했으며 편집·제작은 대행사에 위탁했다. 편의점의

출판물 판매량에서 상위권에 든 점술, 다이어트, 컴퓨터 등의 키워드를 중심으로 책을 만들었다. 소프트웨어 해설서, 건강 관련서, 브랜드 정보 등 실용적인 내용으로 매월 3종 안팎이 발행된다. 작년 11월부터는 도서와 잡화를 세트로 만든 'ギフト 박스' 판매도 시작했다. 예를 들어 《알프스의 소녀 하이디 트럼프점》은 인기 애니메이션과 고객 수요가 높은 점술을 결합하여 책과 트럼프로 구성됐다. '화미마 콘텐츠'는 B6판 사이즈, 500엔 대의 가격으로 평균 2만 부를 발행하는데, 아예 ISBN을 부착하지 않고 JAN(일본상품번호) 코드로만 관리한다.

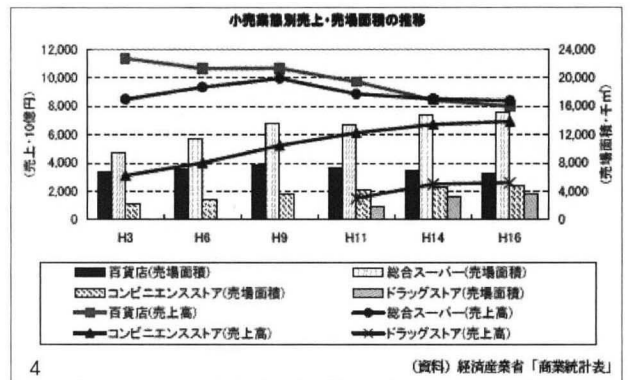
세븐일레븐 재팬도 오리지널 잡화류 개발에 적극 나서고 있다. 실용잡지의 명가 리크루트사와 손을 잡고 2004년 12월에 독자적인 스키 정보지를 발매한 데 이어, 2005년 9월에는 애완동물 동반여행 무크지를 개발해 시판했다. 또 지난 11월에는 IT전문 출판사 임프레스와 함께 연하장 작성용 소프트웨어를 부록으로 붙인 무크지를 펴냈다.

이러한 편의점 상품기획의 강점은 무엇보다도 매우 정교한 판매 데이터를 활용해 발빠른 틈새시장을 공략한다는 점이다. 이를테면 애완동물 동반여행 무크지의 경우 애완동물 식품 판매 담당자의 정보 분석을 기초로 반드시 팔릴 것이라는 판단 아래 입안된 기획물이다.

서클K선크스는 음악CD에 승부를 걸고 있다. 작년 8월 여러 아티스트의 곡을 모아 500엔의 저렴한 가격에 발매하여 높은 판매량을 보인 데 이어, 발렌타인데이에 맞춘 로맨틱한 앨범을 펴내는 등 후속 CD와 DVD 발행을 계속하고 있다. 세븐일레븐도 인기 방송 프로그램을 재편집한 오리지널 DVD를 속간하고 있다.

“도서관 장서도 대출해 드립니다”

작년 6월 도쿄 인근의 사이타마(埼玉)현 도쿄로자와(所澤)시에 있는 웨미리마트 점포 두 곳에서는 공공도서관의 장서 대출을 중개하는 서비스를 시작했다. 대출 신청, 전달, 반납까지 매장에서 한꺼번에 처리한다. 도서관의 개관 시간에 구애받지 않고 24시간 이용할 수 있으며 이용자의 접근성이 높다는 강점을 통해 고객의 매장 방문 빈도를 높이려는 상술이다. 도서관 역시 장서 이용률 제고에 도움이 된다. 편의점까지의 배송료는 도서관이 부담하며, 도서관은 이용자가 신청한 책을 편의점에서 언제 찾아가라고 친절하게 전화까지 해준다.



1. 세븐일레븐의 잡지 주문구매 서비스 '매거진' 소개 홈페이지 화면
2. 《다빈치 코드》 문고본, 한국영화 《연리지》 등을 영화 티켓, 오리지널 예고편 CD로 묶은 로손의 기획상품.
3. 서점 서가를 방불케 하는 웨미리마트의 비즈니스서 코너.
4. 편의점의 매장면적과 매출 증가와 반비례하여 백화점 및 슈퍼마켓의 침체가 뚜렷이 나타난 1991~2004년 소매시장 지표

4 (資料) 経済産業省「商業統計表」

도서관 장서의 편의점 대출 서비스는 폐관 시간이 빨라 책을 빌려보기 어렵다는 이용자들의 민원을 해결하기 위해 도서관측이 웨미리마트에 제안하여 2004년 6월에 처음으로 시도했었다. 주민들의 호평을 받고 있어 실시 지역이 확대될 전망이다.

편의점은 이제 출판사, 서점, 도서관 기능까지 통합 수행함으로써, 잡화뿐 아니라 책과 관련된 원스톱 센터를 자임하고 나섰다. 24시간 편의점의 발빠른 행보 앞에 이 래저래 서점들의 고민이 깊어지고 있다. ☞