

주식 투자 및 비즈니스 기법 인기

상반기 비즈니스 관련도서 동향 ‘카피의 힘’으로 독자 관심 집중

글_ 백원근 재단법인 한국출판연구소 책임연구원

우리 출판계가 번역서로 선호하는 일본의 출판 분야 가운데 하나가 경제경영서이다. 비즈니스서로 통칭되는 실용 경영서는 앞서가는 창의성, 다양성, 쉽게 풀어쓴 콘텐츠 소구력으로 우리에게 인기가 높은 편이다. 마침 올해 상반기 일본 출판시장의 비즈니스서 트렌드를 분석한 <닛케이(日經)산업신문>(2006.7.3) 기사를 중심으로 최근 동향을 소개한다.

상반기에 화제가 된 비즈니스 도서들의 특징은 무엇보다 제목의 흡인력이 강하다는 점이다. 독자의 관심을 제목 하나로 집중시키는 카피의 힘이 느껴지는 책이 우세중이다. 대표적인 사례가 경영 컨설턴트인 오하시 겐타로의 <대단한 회의>(한국판 제목은 ‘위대한 회의’). 끝없이 늘어지기 일쑤인 비생산적인 회의의 개선책을 설명했는데, 파괴력 있는 제목은 일본 출판계에서도 화제가 되었다. 이 책을 계기로 <대단한 사고법> <대단한 해결> <대단한 창업> 등 같은 저자의 저서와 다른 저자의 관련서가 올 초까지 연달아 등장했다.

이 ‘대단한’ 시리즈에 자극을 받아 나온 <상사의 대단한 수완>도 주목 받았다. 유행하는 단어를 책 제목으로 쓰는 것은 후광 효과를 노리는 출판계의 오랜 관행이다. 작년 하반기부터 올 상반기까지 ‘대단한’은 비즈니스 도서의 키워드로 자리 잡았다. 바통을 이어 받은 것이 ‘위험한’으로 <위험한 경제학>은 그 신호탄으로 예견되고 있다.

출판시장을 양분하는 도매상인 토한의 상반기 베스트셀러 순위에서 2위, 닛판의 순위에서 3위에 오른 책은 <천 엔짜리는 줍지 마라>였다. 천 엔짜리를 줍는 사람은 그 옆에 만 엔짜리가 떨어져 있어도 모른다는 뜻이다. 명령형 제목에 저자의 주장이 강하게 느껴진다.



주식 관련서 등락, ‘웹2.0’ 부상

비즈니스 도서 베스트셀러 상위권을 휩쓴 것은 주식 투자 관련서 및 비즈니스 노하우를 다룬 책들이었다. <세계에서 가장 쉬운 주식책> <가장 많이 팔리는 주식잡지 ‘다이아몬드 자이’가 만든 주식 입문> <단 7일 만에 주식과 차트의 달인이 된다> <주식 차트 연습장> <평범한 대학생인 내가 인터넷 주식으로 3억 엔 벌어들인 비밀을 알려드립니다>와 같은 주식 투자 초보자용 텍스트가 대거 베스트셀러 목록에 올랐다. 하지만 주가 등락에 따라 변동이 많아 5월 이후 판매가 저조해지는 등 결코 안정적인 분야가 아님을 보여줬다.

이러한 주식책의 성황은 경기 회복 조짐이 뚜렷해지면서 주식시장이 활황으로 반전된 작년 이래의 현상이다. ‘100엔부터~’ ‘3억 엔’ 등의 구체적 숫자와 ‘알 수 있다’ ‘쉬운’ ‘벌 수 있다’ 등 수익 가능성이 높다는 점을 접목시켜 초보자들을 유혹하는 제목들이 범람하던 주식 입문서 군락이 한층 팽창한 듯하다. 특히 판매량이 좋았던 책의 공통점은 주식 전문가의 고급 가이드가 아닌 초심자들의 인터넷 거래 성공담이라는 것에서도 알 수 있듯, 재테크 수단으로 많은 독자들이 소액 주식 투자에 뛰어들고 있음을 보여준다.

새로운 회사법이 5월부터 시행되면서 해설서들이 잇따른 것도 상반기 비즈니스 도서 시장의 화두였다. 이 가운데 밀리언셀러 <동네 철물점은 왜 망하지 않을

까)의 저자가 쓴 《야마다 신야의 거저먹는 신 회사법》이 판매량 수위를 달렸고, 이용자 참여를 통해 인터넷 서비스 지형이 급변한다는 메시지의 ‘웹2.0’이나 《웹진화론》 등이 키워드로 등장해 관련서가 양산됐다. 반면 지난해까지 호조를 보이던 젊은 IT 기수들의 자서전은 신간 부족과 라이브도어 분식회계 사건으로 찬바람을 맞았다.

한편 업무 혁신이나 재테크에 도움이 될 만한 즉효성 있는 콘텐츠 이외의 경제경영 전문서는 맥을 못추는 형국이다. 중소기업에까지 능력 위주 인사고과가 침투하고 단기간의 성과 평가를 중시하는 경향이 커지면서, 기초 체력을 다지는 전문서의 입지는 상대적으로 줄어드는 축소 현상이 뚜렷하다. 경박단소형 콘텐츠를 선호하는 독자들의 성향이 더 깊어지고 있다는 반증이다. 웅전력 넘치는 인재에게 꼭 필요한 업무기술을 구체적으로 보여주는 《즉각적 웅전력을 기르는 법》, 고객 만족도를 높이는 서비스 방법을 소개한 《디즈니가 가르쳐주는 최고의 고객감동 방법》 등이 상반기에 새로 부각된 책이다. 붐을 일으켰던 화법 관련서나 잘 나가는 기업은 뭔가 다르다는 식의 기업 연구서도 여전히 꾸준한 판매량을 보이고 있다.

이러한 인스턴트 비즈니스 도서의 중심 독자는 젊은 회사원들이다. 에세이처럼 빠른 시간에 소화할 수 있는 내용 구성이 팔리는 비즈니스 기술서의 공통분모이다. 경기가 좋아졌다고는 하지만 개인 수입은 정체된 상태에서 업무 하중만 늘고 있는 회사원들. 이들의 입장에서는 적자생존을 위한 자기개발 필요성이 여전히 비즈니스 기술서의 인기는 여전할 것으로 관측된다.

알기 쉽게 요약하는 것을 잘 하는 일본적인 특색이 그대로 반영된 분야가 이른바 ‘업계 지도책’ 장르이다. 2002년부터 발행되고 있는 《도해(圖解) 업계지도》를 한눈에 알 수 있는 책이 히트하면서 완전히 정착된 이 분야는 회사원들은 물론이고 일반인과 취업 지망생, 주식 거래 초심자들까지 독자 수요가 넓어졌다. 기업간 인수합병과 통폐합이 활발한 시대를 맞아 이러한 산업지도 수요는 한층 확장될 것으로 보인다.

비즈니스만화도 체질 변화

미국에서 스포츠가 그렇듯, 비즈니스는 일본인들에

게 하나의 신앙이다. 그래서 경제경영 이외에도 비즈니스소설, 비즈니스만화처럼 여타 장르에서도 경제경영 콘텐츠 활용이 활발하다.

일본에서 비즈니스의 세계를 그리는 만화가 등장한 것은 20여 년 전이다.

1984년에 연재가 시작되어 ‘비즈니스만화의 금자탑’이란 칭호를 얻고 있는 히로카네 겐시의 <과장 시마 코우사쿠>(번역판 ‘시마과장’), 만화잡지 <비즈니스 점프> 창간, 《만화 일본경제입문》의 히트, 20년간 <빅 코믹>지에 장기 연재중인 <총무부 총무과 야마구치 로쿠헤이타> 등이 대표적인 초기 수확물이다.

젊은층 대상 잡지를 중심으로 비즈니스만화 작품은 지속적으로 증가 경향을 나타내고 있는데, 연제작들의 면면을 살펴보면 내용적인 변화가 뚜렷하다. 기업 조직 내에서의 활약과 출세, 영달을 그리는 스토리 위주이던 것이 이제는 조직으로부터의 독립과 창업을 통해 자수성가를 이루는 내용이 독자들의 인기를 모으고 있다. 작년 이래 발행 붐이 일고 있는 창업 관련 단행본과도 맥락을 같이 하는 현상이다.

예를 들면, 슈에이샤가 발행하는 <주간 영 점프>는 작년 11월 모토미야 히로시의 <샐러리맨 긴타로>의 연재를 재개했다. 전작은 1994년부터 시작됐는데, 폭주족 출신 주인공이 건설회사에 들어가 여러 난관을 헤쳐나가는 이야기로 2002년 초에 연재를 마친 바 있다. 이번에 부활된 작품에는 그 주인공이 외국계 은행의 트레이더로 전직하여 해외 헤지펀드 상대의 외환 선물 거래로 1조 엔 이상의 이익을 올리고 독자적인 투자 펀드를 운영하는 머니게임을 다룬다. 실물경기 회복으로 자신감을 갖게 된 일본경제와 함께 동반 상승하고 있는 비즈니스서 분야가 출판계 불황을 털어내는데 어떤 역할을 할지 주목된다. ■

