

2011서점포럼

# 서점업계의 활성화 방안 모색

## 정책적 지원 늘리고, 다양한 콘텐츠 개발해야

한국서점조합연합회는 지난 11월 3일 서울 마포구립 서강도서관에서 침체된 서점업계의 활성화 방안을 찾는 '2011 서점포럼'을 개최했다. '서점의 생존전략'을 주제로 열린 이번 포럼에서 히로시 카가와 일본 IBC 퍼블리싱 회장은 '콘텐츠 생태계의 변화와 서점'이라는 주제 발표에서 "온라인이라는 발상을 자신의 편으로 만들었을 때 비로소 서점이 미래의 새로운 모델을 낳는다"며 온라인서점과 오프라인서점, 종이책과 전자책이 시너지 효과를 누리며 공존하는 방안을 찾아야 한다고 말했다. '서점의 현실과 전망'에 대해 주제발표를 한 이민우 군산 한길문고 대표는 정착되지 못한 도서정가제와 종이책 수요 감소, 과도한 신용카드 수수료 등으로 서점이 2000년대 초 3천500여 개에서 지난해 1천800여 개로 절반 가까이 줄어들었다고 전했다. 본지에서는 일본 IBC 퍼블리싱 히로시 카가와 회장의 '콘텐츠 생태계의 변화와 서점'을 요약, 소개한다.

글 | 안세민 기자 heroic127@print.or.kr



### 콘텐츠 생태계의 변화와 서점, 일본의 사례를 중심으로

히로시 카가와 (일본 IBC 퍼블리싱 회장)

중소형서점은 대형서점의 공세와 온라인서점과 전자책의 진출에 시달리고 있다. 아무리 노력해도 경영 압박을 피할 방법을 찾기 어려우며 이런 현상은 이미 수년 동안 반복되어 왔다. 미국에서는 올해 들어 전자책이 태블릿PC를 통해 다각적으로 유통되었으며 새로운 포맷과 컴퓨터언어의 개발로 문자와 음성, 영상을 포함한 콘텐츠의 융합이 더욱 다채롭게 변하고 있다. 이런 상황은 위협스러운 것이 맞지만 어떻게 서점비즈니스를 영위해 나갈 수 있느냐를 진지하게 생각할 기회가 되는 것도 사실이다.

인쇄업계의 사례를 들어 보면, 인쇄업계는 출판물이 전자책화된 뒤에도 살아남을 수 있을 것인지 불안을 품고 있다. 예를 들면 미국에서도 인쇄업계에서 인쇄에 관한 새로운 비즈니스 모델이 아직 나오지 않고 있다. POD사업을 본격적으로 가동하고 있는 대형도서출판 인그렘은 본래 콘텐츠데이터를 관리하는 역할을 담당하는 인쇄업계를 대신하여 전자책을 위해 서적콘텐츠과 일을 변환하여 전자책디바이스에 공급하는 사업을 적극적으로 추진했다. 본래 인쇄업계의 업무를 다른 업종이 운영, 성공하고 있는 이유는 무엇일까. 말할 필요도 없이 이 업계의 사람들이 소비자들과 직접 연결된 서점과 생산자인 출판사에 가장 가까운 곳에 있으며, 각각의 절실한 요구를 읽을 수 있었기 때문이다.



◀ 박대춘 (한국서점조합연합회 회장)  
 ▶ 히로시 카가와 (일본 IBC 퍼블리싱 회장)

이 예는 서점경영을 생각할 때도 참고가 될 것이다. 여태까지 다른 업계에서 서점사업에 뛰어든 사례는 많다. 한국에서는 교보문고가 그 예가 된다. 그럼 서점업계가 출판계의 다른 업종에 진출하는 것은 가능한 것일까. 서점업계가 출판계의 다른 업종과 연계하여 새로운 비즈니스를 전개하는 것은 불가능한 것은 아니라고 본다.

참고를 할만한 사례로 일본과 미국의 대형서적체인을 들어 보면, 일본 마루젠(丸善), 준쿠도(ジュンク堂), 그리고 키노쿠니야(紀伊國屋)란 3개의 대형서적체인과 중형점포를 다수 운영하는 분쿄도(文教堂)와 프랜차이즈를 전개, 확대한 미야와키서점(宮脇書店) 등이 있었다. 90년대 후반 이후에는 CD와 DVD 대여점으로 성장한 츠다야(TSUTAYA)가 전국규모의 서점체인으로 군림했다.

이 3사는 경영난으로 모두 인쇄업계 최대기업인 다이니폰인쇄(大日本印刷)의 계열로 편입되어 준쿠도를 주축으로 한 거대 서점체인그룹으로 변모했으나 아직 실적개선에 고민하고 있다.

이와 대조적으로 미국의 최대서점체인 보더스(BORDERS)는 미국에서 2천여개의 점포를 갖고, 외국진출에도 적극적이었으나 경영의 한계로 파산신청에 들어갔으며 결국 보더스는 파산하고 600개의 서점이 단번에 미국에서 소멸했다. 이런 사실은 서점의 재편이란 정말 가능한가라는 문제를 우리에게 던져주었다.

이런 문제를 생각하는 동안에도 IT산업은 날마다 진화하고 있으며 이렇게 콘텐츠 자체가 IT기술과 함께 하루가 다르게 변모하고 있는 와중에서, 서점이 지금의 서점으로는 살아 있을 수 없는 날이 온다는 것은 이미 현실이다. 다이니폰인쇄가 마루젠 등에 한 투자에 대해 많은 사람이 무모한 시도라고 비판했다.

하지만 다이니폰인쇄의 입장에서 보자면, 인쇄업계의 미래도 불안한 것이어서 이번의 대형투자로 다이니폰인쇄는 서점경영

뿐만 아니라 마루젠의 자사인 마루젠출판 등을 통해 출판노하우 전반에 접근이 가능해진 것을 간과해서는 안된다.

다이니폰인쇄는 연간매출이 1조 엔을 넘는 대기업이기 때문에, 그 접근방법이 그대로 다른 사례에 적용될 수 있다고는 할 수 없다. 그러나 서점이 출판업계 여타업종의 노하우에 접근하여 거기에서 복합적으로 사업을 구성해가며 생존을 도모하는 것이 결코 불가능한 것은 아니다.

그러면 어떻게 해야 하는가. 우리는 원점에서 생각해야 한다. 출판은 사람과 책상과 컴퓨터가 있으면 된다. 최소한 컴퓨터로 우수한 편집자와 저자가 네트워크 된다면, 사실 출판사라는 회사 없이도 출판활동은 가능하다. 인쇄업계와 긴밀한 연계가 필요하지만, 전자책이라면 그 필요조차 희석될 것이다.

지역에 뿌리를 둔 독립서점이 로컬 콘텐츠를 시야에 넣어 소량출판을 시도하는 것도 좋은 방안이 될 수 있다. 서점경영과 카페 등을 복합하는 경우도 많이 있으나 더 나아가 출판에만 한정짓지 말고 온라인이라는 발상을 갖고 미래의 새로운 모델을 낳을 때이다. 서점을 찾는 독자, 서점에 전화나 메일로 문의하는 독자에게, 재고가 없는 도서를 온라인으로 제공하고, 인터넷에서 찾은 책의 실물을 독자에게 제시하는 시너지를 만드는 것은 불가능한 것이 아니라 보아야 한다. 가상과 현실의 진정한 융합에 대해 이제 생각해야 할 것이다.

결론적으로 공포를 받아들이고 그것을 품어야 한다. 경쟁서점 사이에서도 지역 간 연계와 협조를 조성하여 일본의 넷21(Net21)처럼 공동으로 구매활동을 전개하여 대기업과 비슷한 구매조달력을 가지는 것도 필요하며 그 파워를 갖고 IT비즈니스에 파고드는 것은 반드시 꿈같은 이야기만은 아니다. 불가능해 보이는 테마를 진지하게 생각해서 더 제대로 된 문자콘텐츠를 차세대에게 계승해가는 것은 서점이 짊어져야 할 사명이다. ☞