

본격 '북클럽' 국내서도 뿌리내린다

교보문고서 새해부터 시행...유통채널 다양화 계기 될 듯

지난해 6월 매장보수를 위해 휴장한 지 1년 만에 단일매장으로는 세계제일의 규모를 자랑하며 재개장했던 교보문고(대표 송세창)가 93년 새해를 맞아 '북클럽'을 조직 운영하고 있어 출판 서점계의 화제거리가 되고 있다. 이미 범우사를 비롯한 몇몇 중형출판사가 자사의 출판물을 '독서회원제'란 명칭으로 통신판매한 전례가 있지만, 본격적인 북클럽 운영은 이번이 국내에서는 처음있는 일이다. 현재 우리나라에서 발행되는 거의 모든 책을 취급하는 초대형서점이 운영주체라는 점에서 실효성과 영향력이 높을 것으로 기대되는 이 교보 북클럽은, 책판매에 있어 서점의존도가 절대적인 우리의 실정을 감안할 때, 유통채널 확장의 바람직한 전기를 마련했다는 점에서 예외없는 환영을 받고 있는 것으로 보인다.

선진국 북클럽 시장점유율 높아

매월 회원들에게 신간을 우편으로 공급하는 북클럽의 시초는 1924년 생긴 독일의 'DEUTSHE BUCH GEMEINSCHAFT'이며, 1927년 구성된 미국의 'LITERARY GUARD'가 현재까지 활동하는 전통을 자랑하고 있다. 서구에서 북클럽이 뿌리를 내린 것은 5, 60년대에 들어서면서인데, 초기에는 서점과 출판사의 수익을 침해한다는 비판도 있었지만, 현재는 서점과 함께 책 흐름의 요로로 인정받고 있다. 덴마크와 스웨덴의 경우, 북클럽의 시장점유율은 각각 47%와 34.2%를 기록하고 있으며, 선진국마다 점차 점유율이 늘고 있는 상태이다.

교보문고가 선진국에서 보편화된 북클럽제를 도입하기로 기획한 것은 지난해 9월초. 이후 약 두달 가량 해외현황과 우리의 현실성을 점검하는 기획검토작업을 한 결과 교보문고측은 전격적인 실시를 결정했다. 북클럽팀을 이끌고 있는 정석희과장은 "서구의 경우 마케팅 구조가 현대화되면서 도서의 통신판매비율이 급격히 늘어났다는 통계분석이 나왔다"면서 "따라서 우리 역시 적용이 가능하다는 판단을 내렸다"고 말한다. 독일과 영국, 미국, 프랑스 등의 나라에서 연간 총도서매출액의 5~15%가 북클럽에 의존하고 있다는 수치에도 자극받은 부분이 있었다.

그러나 외국에서 북클럽이 발달할 수 있었던 전체조건이 광대한 지역에 인구밀도가 낮았기 때문이란 점에서 회의적인 면도 없진 않았다. 우리나라는 인구밀도가 세계적인 수준이고, 지역이 좁아 효과가 없을 것이라는 우려도

재개장을 기념하고 책의 해를

맞아 기획된 '교보 북클럽'에 가입하면,

일반 도서의 할인은 불가능 하지만

외국도서와 음반류 그리고 교보의

출판물의 경우 10% 할인이 가능하다.

이밖에도 신간 정보지 「교보문고」와

선정위원회가 추천하는 좋은 책 열권의

정보를 비롯해 해외도서목록도

받아 볼 수 있고, 각종 행사에도

초대되는 혜택이 주어진다.

있었으나, "서점 특히 구색이 제대로 갖춰진 대형서점의 도시집중화가 심각하다는 데서 북클럽 시행이 적절할 수 있다는 판단을 내렸다"며 "우리나라 5대도시의 서점집중률이 일본의 37.4%에 비해 월등히 높은 53% 수준"이라고 강조했다.

그러나 기획팀은 우리의 출판문화와 밀접한 관계가 있는 일본의 북클럽을 조사하는 단계에서 다소 미심쩍은 부분을 발견했다. "미친듯이 책을 읽어치운다"고 평평이 나 있는 일본이 북클럽만은 지지부진한 상태를 극복하지 못하고 있는 것이었다. 교보 북클럽팀이 분석한 일본 북클럽의 실패원인은, 첫째 우리도 마찬가지지만 책의 할인판매가 이뤄지지 않는 데 있고, 둘째는 서점이 발달해서 전국 구석구석 어디가나 서점을 쉽게 드나들 수 있어 서점이용에 불편을 느끼지 못해서이다.

두번째 요인에서 일본과 우리는 전혀 다르다. 우리의 경우 대형서점은 물론이고 지방에는 소형서점조차 제대로 갖춰지지 않은 게 일본과의 큰 변별점이다. 또한 대형서점이 잘 발달돼 있는 우리 도시의 특징이 엄청난 교통난을 겪고 있다는 점도 일본과 다르며 이것이 북클럽이 받아들여질 수 있는 요인이 되기도 한다. 즉 대형서점이 있는 도시에 살면서도 복잡한 교통으로 인해 책구입을 위한 외출이 쉽지 않다는 얘기다. 참고로 성인을 대상으로 한 일본의 북클럽은 두개로 현재는 거의 업무정지 상태이고, 어린이용 북클럽과 학교도서관 납품을 주로 하는 북클럽 2개사가 그나마 활동중인 것으로 알려져 있다.

교보문고는 이번에 북클럽을 만들면서 한국형 북클럽이란 수식어를 붙이고 있는데, 그 이



「교보 북클럽」은 신간통신판매제로 국내에서는 첫시도여서 많은 관심과 기대가 모아진다.

유는 서구의 북클럽이 대개 출판사가 운영하고 있는 것과 대조적이기 때문이다. 외국의 북클럽은 90% 이상이 대형출판사가 시행하고 있다. 단 이태리와 인도의 북클럽 두군데가 예외적으로 서적상이 운영하는 정도. 그러나 우리 출판계의 특성상, 다시말해 대형출판사의 대부분이 아동물과 참고서출판에 주력하는 단조로운 성격을 띠고 있어, 다양한 독자의 욕구를 충족시키기 불가능하고, 중형출판사는 다분히 역부족인 면이 없지 않은 게 현실이다. 따라서 우리는 대형서점 주도의 북클럽이 우선 가능할 수밖에 없다.

불황타개와 독서붐 조성엔 큰몫

재개장을 기념하고 책의 해를 맞아 사회사업의 일환으로 마련한 교보 북클럽의 회원규약에는, 개인이나 단체가 연회비 8천원이나 도서구입 예약금 6만원을 납부해야 한다는 입회조건이 명시돼 있다. 이렇게 가입한 회원들에게 주어지는 혜택은, 현재 발행하고 있는 사보 「교보문고」를 개설했을 때, 신간을 중심으로 선정위원회가 고른 좋은 책 열권의 정보, 그리고 1년에 4회씩 발행하는 해외도서목록을 우송받는 것이다. 이밖에도 교보문고가 주관하는 각종 이벤트에 초대되는 혜택을 누릴 수 있다. 사실 가장 관심이 가는 것은 북클럽회원이 될 경우 책 구입에 있어 어떤 이득이 있느냐는 것인데, 정가판매를 원칙으로 하는 우리 출판계의 현실로 인해 할인판매는 일본과 마찬가지로 불가능하다. 다만 교보문고가 취급하는 외국도서와 LD, CD, LP 등의 음반류 및 교보문고가 직접 출판한 책은 10%의 할인이 가능하다. 또 매월 각 출판사의 재고도서 가운데

엄선된 책에 한해 당시의 판매가격보다 더 저렴한 가격에 회원들을 대상으로 판매한다.

"되도록이면 할인판매를 시행하려 했지만, 현실여건이 맞지 않아 불가능한 게 가장 큰 걸림돌입니다. 또한 현장구매에도 익숙하지 않은 독자들에게 통신판매제가 어떻게 받아들여질지가 의문이기도 합니다. 그러나 거의 홍보를 하지 않았는데도 불구하고 지난해말 현재 약 1천여명이 회원으로 가입해 전망이 밝습니다."

다소의 제약에도 불구하고 북클럽운영을 낙관적으로 점치는 정석희과장은 "할인문제와 더불어 발송비부담에 관한 것이 북클럽운영의 걸림돌이었다"고 덧붙인다. 보통의 단행본 한권의 등기우송료가 약 850원 정도여서 북클럽이 지불하기는 힘들지만, 1회 3만원 이상 구입시는 50%를, 5만원 이상이면 전액 북클럽이 부담한다는 원칙을 세웠다. 애당초 교보 북클럽측은, 회원자격에 규제조항을 뒤 제한적 가입을 유도할 방침이었으나 우선 붐을 조성하고 인식을 넓히기 위해 2년 정도는 무제한적인 가입을 허용할 예정이며, 북클럽이 정상상태에 진입한 후 단계적으로 특정 독자층에 대한 '공략'도 준비중인 것으로 알려졌다.

좁은 지역에서 인구밀도가 높은 불리한 여건 속에서 짝을 틈은 북클럽이 책의 해를 맞아 어떤 성과를 올리며 토착될지는 아직까지 미지수다. 다만 바라는 바가 있다면, 불황의 골에서 빠져나오지 못하고 있는 우리 출판계에 북클럽이 도약의 기폭제로 심본 작용했으면 하는 것이다. 여기에 교보 북클럽을 한 서점이 하는 사업으로만 보지 말고 출판계 공동의 사업으로 여기는 게 바람직하다는 까닭이 있다.

— 최태원 기자