

# 일본 출판계 2003+2004

Japan

백원근 | 재단법인 한국출판연구소 선임연구원

## 지난해, 불황 속 꾸준한 응진

2003년 일본 출판계는 불황의 시름을 덜지 못했다. 몇 년 연속 마이너스 성장이라는 숫자 헤아림이 무 의미할 만큼 구조불황인데, 굳이 말하자면 7년 내내 시장 축소가 이어졌다. 도매상 기준 가결산 자료를 보면 -4퍼센트 정도이다. 돌이켜보면 1960년부터 1975년까지는 두 자릿수 성장, 1996년까지는 한 자릿수 성장세를 보였으나, 그 이후는 추락 일로로 시장 단층화 현상이 뚜렷하다. 더구나 작년에는 예년에 구세주로 등장했던 《해리포터》 효과도 없었다. 한국은 작년 10월부터 《해리포터》 제5권이 발행되었는데, 일본은 올해 9월에야 발행될 예정이다. 꼼꼼한 번역을 위해서라지만, 우리의 속도감으로는 납득하기 어렵다. 1월에는 부인생활사가 도산한 데 이어, 2월에는 고단샤가 전후 최초 적자결산을, 6월에는 쇼각간이 2년 연속 적자결산을 발표하는 등 출판계의 쌍두마차조차 자갈밭을 달렸다. 반면 비교적 소규모의 일부 신예 출판사들은 베스트셀러를 연발하는 등 활기를 띠었다. 불황의 여파는 서점 현장에 고스란히 나타났다. 대형 서점인 리브로가 7월에 도매상 닛판에 매각되었고, 연말에는 보린도 서점이 본사 빌딩을 매각했다. 매출 침체와는 거리가 멀었던 체인서점의 경우도 기존 점포만으로는 적자였고, 신규 점포를 합해야 겨우 적자를 면할 정도로 악화됐다. 출판사가 매출 저하를 보전하기 위해 신간 발행총수를 늘리는 '사전거 조업'의 악순환이 서점에도 연출된 한해였다. 이로 인해 체인서점의 대형화와 중소서점의 절멸이라는 양극화가 진행중이다. '최대 서점'인 편의점의 매출성장이나, 전년 대비 40퍼센트 신장했다는 인터넷서점(3,300억 원 규모) 등 유통형태의 다양화를 감안하면 중소서점의 침체는 도드라진다. 중소서점이나 전문서 도매상의 폐업은 더 이상 뉴스 거리조차 못 된다는 자조가 나오고 있다.



일본도 불황을 겪기는 우리 출판계와 마찬가지로이다. 불황탈출을 위해 일본 출판계는 '서점 대상'을 만드는 등 다양한 마케팅을 시도중이다.

이런 불황국면을 타개하려는 시도도 거듭되었다. 고단샤는 랜덤하우스의 제의로 합작법인을 만들어 마케팅 중시의 구미식 판매방법을 시도했다. 지역 서점이 발굴해 홍보한 책들이 베스트셀러에 오르는 일이 속출하자 서점인들은 스스로 최고의 책에 주는 '서점대상'을 만들었다. 최대 도매상 닛판은 주요 출판사와 공동 출자로 반품처리 협업화 시설인 하스다蓮田 센터를 가동했고, 시중 재고 파악 목적의 'www프로젝트'를 출범시켰다. 유통의 효율화·협동화를 통한 공동이익의 추구, 가맹 서점의 판매 데이터를 출판사에 제공하는 도매상과 체인서점의 네트워크 구축, 경직된 위탁제에서 탈피하려는 노력도 이어졌다. 독서운동 역시 활발했다. 초·중·고의 수업 전 '아침독서' 운동은 참가 학교가 1만 5천 개를 돌파했는데(전국 학교의 38퍼센트, 약 500만 명 참여), 아침독서 맞춤형 세트와 청소년 도서 판매량이 급증했다. 영유아 대상 독서 프로그램인 북스타트 운동에 참여하는 지방자치단체도 500개로 늘었다. 이 역시 출판시장에 순기능으로 작용했다. 요미우리나 아사히 같은 신문사들은 앞장서 독서문화의 중요성을 알리는 지면구성과 강연회, 토론회 개최를 주도했다. 국회의원들도 뒤질세라 초당파적인 '활자문화 의원연맹'을 발족시켰다. 서점은 물론이고 아동용품 매장에까지 구연동화가 일상화되고 있다. 출판계는 대어권 도입과 서점의 도난방지 등 시장방어 활동에도 주력했다. 신형 중고서점 증가에 따른 만화 매출침체를 우려해 2002년 10월에 설립된 것이 '21세기 만화작가의 저작권을 생각하는 모임'이었다. 그런데 작년 4월부터 중고책방 체인인 북오프, 소프트웨어 대어전문점

게오 등이 도서대여를 본격화하자 5월에는 출판계를 포함해 '대여권연락협의회'가 구성되었고 저작권 사용료 징수 시스템 구축에 나섰다. 이런 노력으로 올 봄의 저작권법 개정을 거쳐 내년부터는 대여권 도입이 확실시되고 있다. JPO(일본출판인프라센터)가 주도하는 IC태그를 이용한 RFID사업은 심각해진 도난대책 같은 소극적 활동보다는 SCM(공급망관리) 등 도서 단품관리 시스템을 혁명적으로 바꾸는 데 핵심이 있다. 올해 2월부터는 IC태그 실증실험이, 6월부터는 잡지 코드에 5자리 보조코드를 붙여 단품관리가 시행된다.



《바보의 벽》은 일본 서점가에서 '바보' 책만 모은 전시회가 열리는 등 큰 반향을 불러왔다.

### 베스트셀러 '요모조모'

작년 일본 최고의 베스트셀러에 오른 책은 요로 다케시의 《바보의 벽》(250만 부), 카타야마 교우이치의 《세상의 중심에서 사랑을 외치다》(145만 부)가 꼽힌다. 사람들의 자기 멋대로식 사고방식을 파헤친 《바보의 벽》은 유행어가 될 정도였다. 저자인 요로 다케시는 지금까지 무려 153종의 책을 펴낸 뇌 전문 해부학자로, 이 책 출판(2003. 4) 이후에도 15종의 책을 낼 만큼 정력적인 글쓰기와 강연활동으로 유명하다. 제목에 '바보'를 붙인 책이 흔한 일본에서, 이 책의 히트 이후 '바보' 책만 모은 서점 전시회나 저자의 관련서 코너가 만들어지기도 했다. 한편 《세상의 중심에서 사랑을 외치다》는 무라카미 하루키의 《상실의 시대》(1987), 아사다 지로의 《철도원》(1997) 이래의 문학 밀리언셀러이다. 백혈병으로 죽은 연인을 추억하는 고등학생 화자를 주인공으로 한 순정소설이다. 2001년 발행된 이 책은 거의 묻혀 있었으나, 이 책을 감명깊게 읽은 한 서점원의 집중적인 POP(매장 판촉) 노력으로 돌연 판매가 불붙기 시작했다.

분야별 베스트셀러 동향을 보자. 문예물은 메스컴셀러가 대부분으로 충동구매 현상이 여전했다. 특히 위의 《세상의...》나 한국 TV 드라마로는 이례적으로 NHK(위성방송)에서 앵콜 방송될 만큼 높은 시청률을 기록해 화제가 된 《겨울연가》( '겨울 소나타' ) 소설판을 비롯해, 상대 주인공의 죽음과 추억을 공통 컨셉으로 삼은 책들이 인기를 끌었다. 10~20대 젊은 작가층의 부상도 두드러졌다. 논픽션에서는 《게이샤》(40만 부) 등 유명 연예인 관련서, 성공법칙이나 인생의 교훈, 삶의 지혜를 설파한 책들이 주류를 이뤘다. 경제경영서 분야에서는 우리와 비슷한 '부자' 키워드 책, 비즈니스 기술 관련서가 베스트셀러에 등극했다. 일본 정부의 경제회복 기초 발표와 달리 여전히 개인들에게는 암울한 불황에서 상비약이 필요했기 때문이다. 이를테면, 몇 억을 벌자거나 《아침 10시까지 일을 끝내자》는 책들이다. 《연수입 3천만원 시대에 살아남는 경제학》 등 연금 생활자나 노후생활을 위한 가이드북, 각종 제도나 시스템을 한눈에 파악하는 도해圖解 시리즈, 불세출의 부호나 경영자 이야기도 변치 않는 블루칩 분야였다. 인문·사회·자연과학 분야에서는 국민들의 의료비 부담 증가에 따른 의료 관련서가 확대 경향을 보였다. 건강 관련서로 《먹지마 위험해!》 《면역혁명》 등이 주목을 받은 가운데, 의료 관련 출판시장은 8천억 원대를 돌파했다. 학력 저하 관련서도 호조를 보였고, 올해 로스쿨 정식 개교를 앞두고 법률서가 들쭉였다. 국제정치 분야는 미국의 이라크 침공을 다룬 책과 북한 관련서가 평정했다.



..... 한국 TV 드라마로는 이례적으로 NHK(위성방송)에서 앵콜 방송될 만큼 높은 시청률을 기록해 화제가 된 《겨울연가》( '겨울 소나타' ) 소설판을 비롯해, 상대 주인공의 죽음과 추억을 공통 컨셉으로 삼은 책들이 인기를 끌었다.

과거 일본인 납치 문제를 김정일이 고백한 이후 일본 메스컴은 연일처럼 거품을 물었는데, 그 영향으로 《만화 김정일 입문》이 55만 부나 판매되고 납치가족 등의 수기류가 부상하는 등 '위험한 북한, 해피한 김정일' 론이 출판 아이টে็ม으로 이어졌다. 문고판은 데이브 펠저의 아동학대 실화 《It라 불린 아이》(소니매거진, 전3권)가 250만 부 판매되어 이채를 띠었을 뿐(한국판은 《세상이 나를 버려려 해!》), 전반적으로 부진을 면치 못했다. 기타 영화나 TV와 연동된 책, 《말을 듣지 않는 남자 지도를 읽지 못하는 여자》 등 수년 전 인기 단행본의 문고판 출판에 따른 후폭풍이 특징적이었다. 신서新書판은 《바보의 벽》 등 몇몇 인기작의 영향으로 논픽션물이 전년 대비 10퍼센트 정도 성장했고 발행량도 1,500종에 달했다. 실용서 분야에서는 《1m 워킹 다이어트》가 17만 부 판매되는 등 건강·다이어트책이 꾸준한 가운데 요리, 미용, 인테리어, 자격증 관련서가 호조였다. 정세 불안으로 해외여행서는 시장규모가 15퍼센트 정도 감소된 반면 일본 국내여행 관련서는 약진했다. 한편 게임 공략서는 가정용 게임의

히트작 부재로 저조했고, 사전·전집류에서는 고단샤판 《유사어 대사전》이 6만 5천 원의 고가임에도 14만 부가 판매되었다. 에도(江戸)막부 개막 400주년을 기념해 200여 종의 다양한 출판물이 선보인 것도 화제였다. 한편 밀리언셀러의 멀티 출판 경향도 두드러졌다. 《해리포터》 제1권이 신서판과 낭독 CD북으로, 누계 175만 부 팔린 《소리 내어 읽고 싶은 일본어》가 CD북으로 발행됐다. 총 123만 부 팔린 《나이를 거꾸로 먹는 건강법(원제 生きかた上手)》역시 신장판新裝版, 문고본, 수첩, CD북 등 다양한 출판형태로 부가가치를 창출했다.

### 올해 이슈는 전자책과 정가제

2004년 일본 출판계의 최대 이슈는 단연 전자책이 될 전망이다. 작년 9월 마츠시다, 토시바와 출판사들의 발기로 '전자서적 비즈니스 컨소시엄'이 창립된 데 이어 11월에는 이에 대항하는 양상을 보이며 소니, 고단샤 등이 중심이 된 '퍼블리싱 링크'가 설립되었다. 실험 수준에 그쳤던 전자책 시장을 본격적으로 올리려는 움직임이다. 가전업계의 양축 마츠시다와 소니의 대결 구도가 재연될 전자책 단말기 판매전쟁에 출판계가 동원됐다는 일부의 비아냥에도 불구하고 출판계의 기대는 높다. 중국 교육시장을 최대 타깃으로 겨냥한 야심만만 마츠시다의 전자책 단말기 '시그마북(ΣBOOK)', 세계 최초로 e-페이퍼 채용 전자책 뷰어를 발표한 소니의 'Time Book Library' 대출 시스템은 올 봄 대격전을 앞두고 있다. 작년 2월 '선 전자책, 후 종이책' 발행체제 공표로 관심을 끌었던 IT출판사 임프레스의 <전자서적 비즈니스 조사보고서 2003>에 따르면, 일본의 전자책 시장규모는 100억 원, 발행종수 2만 5천 종이다. 우리의 300억 원, 3만 종 규모보다 적다. 하지만 결정적 차이는 우리 전자책 시장이 도서관과 학교 등 관공시장에 대부분 치중됐고, 세계 최초로 전자책의 부가가치세가 면제될 만큼 국가 주도적인 데 비해(B2B 의존) 일본은 철저히 일반 독자를 대상으로 한다는(B2C) 점이다. '퍼블리싱 링크'의 초대 사장에 취임한 출판기획의 귀재 마츠다 테츠오 치쿠마쇼보(筑摩書房) 전무는 "보안을 고려해 포맷은 소니가 독자 개발한 XML 기반 저작물 BBeB를 채용하고, 제작은 가능한 인쇄회사를 통해 종이책, 전자책, POD(주문형출판)를 일원화시킬 계획"이라 밝혔다. 기존의 판매 방식이 아닌 대여(2개월간) 형태를 취한 점도 특색이다. 도서관, 신형 중고서점, 만화카페, 대여점 등을 이용한 대여도서 시장이 출판의 주류로 부상한 상황에서는 대여 방식이 독자 지향적이며, 전자책의 특성상 갖은 기술환경 변화에 대응할 수 있기 때문이라고 설명한다. 인기 높은 컬러 콘텐츠를 적극 발굴해 시장을 일군다는 복안이다.

도서정가제의 향방도 초미의 관심사이다. 그간 100퍼센트 정가제를 고수해 온 일본 출판계는 야마다전기 같은 가전 양판점 및 일부 서점과 5퍼센트 이상 마일리지 적립 서비스로 마찰을 빚어왔다. 오히려 출판계 편을 들고 있는 공정거래위원회와 할인업체 간 법정공방까지 예상되는 등 '정가제 전선' 변화의 귀추가 주목된다. 백화점이나 대형 상가에 입주한 서점은 건물 전체의 마일리지 시스템에 따를 수밖에 없고, 마일리지 적립 할인판매가 아닌 별도의 경품제공은 현행 제도상 정가제에 저촉되지도 않아 신경전을 치뤄 왔다.

작년도 국내 출판 발행통계를 보면, 번역서 가운데 일본책은 여전히 50퍼센트에 육박하여 국가별 순위에서 굳건히 1위를 지키고 있다. 시장 상황을 반영하는 올해 벽두의 베스트셀러 리스트를 보아도 줄줄이 '바보의 벽' 같은 '일본의 벽'에 갈려 있다. 더욱이 올해부터 우리는 일본 대중문화에 밋장을 활짝 열었다. 일본문화 관련서와 동아시아 담론이 풍성해질 전망이다. 그러나 매출이 많은 일부 부품(콘텐츠)을 과당경쟁하며 일본에서 들여와 조립·생산하는 출판계판 원자재 의존구조 심화가 우려된다. 일본출판을 참조·응용하는 자세와 직수입 만능주의는 그 본질이 다르다.

'문지마 과거'를 외치는 일본(당시 일제)에 의해 강제로 을사보호조약(1905년)이 체결된 지만 1세기를 앞두고, 새삼 우리 출판의 일그러진 자화상이 떠오른다. 정녕 이대로 좋은가. **한민**



새해를 맞아 일본인들은 40억 장의 일반 연하장, 개인이 만든 잉크젯프린트 연하장 20억 장을 보냈다. 때문에 연하장 건본집에 CD-ROM을 붙인 '연하장책'도 인기를 모아 70종, 300만 부나 판매됐다. 사진은 일본 최고의 연하장책 판매서점으로 알려진 도쿄 북스토어 히라마츠 초지점. (IT출판사 아스키 사진제공)

**\***  
이 글을 쓴 백원근은 현재 (재)한국출판연구소 선임연구원으로 재직하고 있으며 일본출판학회 정회원으로 일본 매스컴업계 주간지 <文化通信>에 칼럼을 연재하고 있다. 2002년 일본 문화청에서 주최한 <동아시아 출판문화 심포지엄>에 한국 대표로 참여했으며 펴낸 책으로는 번역서 《출판광고》 등이 있다.