

# ‘디지털 시대의 편집자’ 그리고 ‘10년 후 출판은’

한국 출판인회의, 일본 출판인 마츠다 테츠오 초청세미나  
상부상조 종이책의 동반자, ‘전자출판의 누명을 벗겨라’



지난 7월 5일 한국을 방문한 마츠다 테츠오 씨는 “전자책과 종이책의 관계는 이분법적인 천적관계가 아니다”라고 강조했다.

## 전자책, 종이책 독자 늘리고 출판문화에 순기능적 역할

누가 전자출판을 ‘종이책 살해’의 주범이라 부르는가? 지난 7월 5일 한국을 방문한 마츠다 테츠오 씨는 “전자책과 종이책의 관계는 이분법적인 천적관계로 설명할 수 없고, 상보적 동반관계로 볼 수 있다”고 강조했다. 마츠다 씨는 편집자, 에세이스트, TV 책 해설가 등 책과 관련된 다양한 행보를 보여주고 있는 일본의 유명한 출판인이다.

마츠다 씨는 방한 중 (사)한국출판인회의가 개최한 두 차례 세미나에 참석, <디지털 시대의 편집자의 자세> <10년 후, 출판은 어떻게 변화할 것인가-아날로그·디지털 양 측면에서>란 주제를 발표했다. 그는 세미나에서 전자책과 종이책의 관계와 미래 편집자들의 자세에 대해 자신의 의견을 소상히 밝히는 한편, “전자책이 대중적 독서기회를 늘리고 나아가선 종이책과 전반적인 출판문화에까지 순기능적 작용을 할 것”이라며 기존의 선입견과는 사뭇 다른 주장을 펴기도 했다.

## 불황 속 마이너스 성장 거듭하는 일본 출판시장

연간 7만 종 이상, 1일 200종의 신간이 쏟아지는 일본출판계는 사노 신이치가 《누가 책을 죽이는가?》를 통해 언급한 것처럼 “아무리 생각해도 정상이 아닌 형국”을 보여주고 있다. 이에 대해 방한 기간 마츠다 씨는 <디지털 시대 편집자의 자세>란 주제 발표에서 특히 매출 하락과 높은 반품률 속에서도 간행종수는 끝없이 증가하는 일본출판문화 현상을 가장 우려했다.

이 현상을 이해하기 위해선 출판 특유의 시스템을 이해할 필요가 있다. ‘위탁판매’에 의존하고 있는 출판업계의 특성상 출판사는 신간을 붓물처럼 쏟아낼 수밖에 없다. 유통업자에게 배분하는 단계에서 일단 매상이 오르기 때문이다. 그러나 서점 입장에선 신간이 마냥 달갑지만은 않다. 책이 들어온 단계까지 임시매상이 주어지기 때문에 팔리지 않는 책을 꺼안고 있을 경우 자금순환은 불가능해진다. 결과적으로 팔릴 가능성 없는 책은 금세 반품하는 게 서점으로서선 당연한 대응이 되는 셈이다.

그 때문에 책 한 권 한 권이 서점에 체류하는 시간은 점차 줄고 있다. 베스트셀러는 여기저기 포진해 있지만 그 외의 책들은 금세 사라지고 없다. 이는 일본 출판계가 안고 있는 난제이자 우리나라를 포함한 각국 출판계가 안고 있는 난제이기도 하

다. 마츠다 씨는 “이런 현상이 장기화될 경우 출판은 차세대 문화를 이끌어가는 지식기반으로서 역할을 수행하지 못하는 꼴로 전락할 위기까지 안고 있다”고 우려했다.

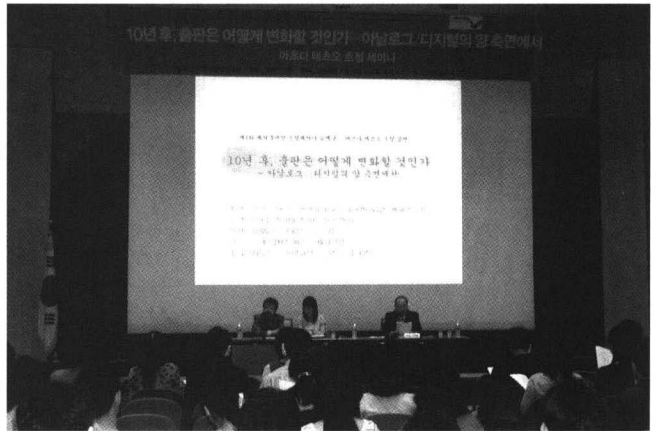
### 전자책, 양질의 반품 · 재고 출판물 저장 기능도

마츠다 씨는 “전자책은 이에 대한 해법으로 삼을 만하다”고 말했다. 세미나에서 그는 “전자책의 시장성은 이미 널리 인정받고 있다”며 “앞서 언급된 독서전용단말기를 예로 들면 독자들은 가볍고, 얇고, 배터리도 필요하지 않은 간편한 하드 자체에 후한 점수를 주고 있다”고 말했다. 또한 눈을 피로하지 않게 하면서도 종이책 질감에 가까운 느낌을 주고, 내장 메모리 안에 20권 정도의 책을 저장할 수 있어 대중적 상용화가 멀지 않을 것으로 예상했다.

마츠다 씨는 특히 “대중 상용화가 가능한 전자책이 베스트가 아닌 책들을 다수 반품해야 하는 서점의 고민을 해결할 수 있을 것”이라며 “전자책의 장점은 일단 데이터화해 두면 독자의 요청에 맞춰 언제라도 제공할 수 있다는 것인데, 실제로 다수의 일본 출판업체들이 전자책 서비스에 하나 둘씩 합류하고 있는 추세”라고 소개했다.

마츠다 씨에 따르면 전자책은 실제 제작비로 따져봤을 때도 ‘남는 장사’다. 종이책 제작 원가(200만~30만 엔) 10분의 1 정도면 충분히 만들 수 있으며, 종이책 데이터를 활용해 5만 엔 안팎 수준이면 전자책을 만들 수 있다. 또한 배송료, 반품료, 재고 관리비용 등이 소요되는 종이책에 비해 전자책은 미미한 수준의 서버관리비 정도만 들 뿐이다.

마츠다 씨는 “서적 매상이 감소하는 현실에서 출판계 사람들은 더 이상 종이책만으로 독서 이탈현상을 막는 것이 어렵다는 걸 절감하게 될 것”이라며 “전자책을 잘 활용하면 반품, 재고 도서가 되는 양질의 출판물을 장기 보유할 수 있다”고 설명했다. 또한 이로써 장기적으론 출판문화를 활성화시키고 종이책 구매를 활성화할 수도 있을 것으로 예측했다.



마츠다 씨는 <디지털 시대 편집자의 자세, 10년후, 출판은 어떻게 변화할 것인가-아날로그·디지털 양 측면에서>라는 두 개 주제의 세미나를 가졌다.

### 출판인, 전자책 등 새로운 상황변화에 적응 노력해야

마츠다 씨는 특히 “걱정스러운 것은 종이책의 종말이 아니라 편집자, 영업자, 서점인들의 사멸”이라고 했다. 본격적인 전자출판이 보급되면 저자와 독자, 그리고 책의 존재는 살아남지만 출판인력들의 미래는 오히려 미지수란 것이다.

그러나 마츠다 씨는 본인이 몸담고 있는 치쿠마쇼보 출판사의 사례를 들어 “불황이 곧 기회”라는 구호도 내밀었다. 이 출판사는 27년 전 도산했다가 다시 일어난 회사다. 일본출판계가 마이너스 성장에 빠졌을 때 오히려 업적을 올리고 있는 치쿠마쇼보 출판사는 아무도 시도하지 않았던 영가의 핸드형, 이동형 서적인 문고를 펴내 독자들의 호응을 얻었다. 마츠다 씨는 “호황일 땐 오히려 기존 노선을 견지하는 데만 머물 뿐이나, 불황기엔 누구나 신규사업을 자제하는 가운데, 시장엔 비슷한 제품만 있게 마련”이라며 “이때 신선한 아이디어를 잘 발휘한다면 독자들에게 히트 상품을 내놓을 수 있다”고 덧붙였다. **취재**

취재\_김청연 기자 | 사진\_한국출판인회의 제공

### 휴대전화 베스트셀러도 등장

일본에서 휴대전화로 베스트셀러가 된 책이 있어 화제다. ‘요시’라는 작가가 쓴 《딤 러브》가 대표적인 책. 이를 대표주자로 해서 《더, 살고 싶어》 등의 다양한 소설류가 대중적 인기를 얻고 있다.

휴대전화 책 읽기 서비스가 시작된 것은 지난 2002년. 첫 테이프를 끊었던 것은 신초사의 ‘신초휴대문고’였다. 이를 비롯해 휴대전화로 베스트셀러가 된 책들은 적게는 80만 부, 많게는 300여 만 부까지 판매고를 올렸다.

폭발적인 반응은 아니지만 일본의 지하철 풍경도 조금씩 변화되는 추세다. 여전히 대다수의 사람들이 지하철 안에서 책을 펼치고 있지만 일부 젊은층들 중엔 휴대전화 전자책 서비스를 즐기는 이들이 있다는 소식이다.

출판사 측에서도 휴대전화 보급률이 높은 만큼 휴대전화 전자책 서비스를 새로운 시장으로 검토하고 있는 분위기다. 출판계나 서점 측에는 기본적으로 독자의 서점 방문 횟수를 줄이는 걸림돌이 되긴 하지만, 크게 봤을 때 절판 작품이나 서점에서 더 이상 보유할 수 없게 되는 책들을 대신 공급해 준다는 점이 장점으로 꼽히고 있다.