

출판계 이끌 ODM 편집프로덕션 ‘천재공장’

글_백원근

✦ 일본 출판계의 지지대 역할을 해온 편집대행사

출판은 완전한 외주(아웃소싱)형 업종이다. 대부분의 원고는 저자가, 제작은 편집대행사와 인쇄소가, 판매는 온·오프라인 서점 등 다양한 소매점들이 대신할 수 있다. 여기에서 기획 및 원고집필 대행, 해외 저작권 에이전시, 창고 보관 및 배본 대행, 언론사 홍보 및 광고 대행, 이벤트 대행 등의 틈새까지 합하면, 출판은 콘텐츠의 생산-유통-판매 공정에 관련된 종합기획 및 대행사 관리 기능만으로 운영이 가능한 ‘올트라 에이전시 업종’임이 분명하다. 이 가운데 가장 전통적인 외주 분야는 출판물의 편집·제작을 대행시키는 편집대행사(혹은 기획사)이다.

일본의 편집대행사(편집프로덕션)는 출판사 직영부터 독립 운영에 이르기까지 1,000사(중견 이상은 약 300사)가 넘는 것으로 알려져 있으며 매출 규모도 약 2조 원에 이를 것으로 추정되고 있다(일본출판학회 편, 《출판백서出版白書》). 이렇게 편집대행사의 비중이 커진 배경은 출판사의 비용 절감, 출판물의 다양화와 속도 경쟁, 편집자 감소 및 노동환경 변화, 유통경로 다변화 대처 등을 이유로 1980년대부터 출판사들의 편집 외주가 급증했기 때문이다.

유일한 업계 단체인 일본편집제작협회(www.ajec.com)는 1983년에 설립된 이래, 현재 60여 중견업체가 공동이익을 위해 계약서와 요금표 표준화, 실무 연수교육, 매년 열리는 도쿄도서전에서 ‘편집제작 프로덕션 페어’ 등을 개최하고 있다. 협회가 발간하는 《경영백서》(2002년판)에 따르면 회원사들의 외형은 평균적으로 자본금 1억 4,210만 원, 회사의 운영기간 21년, 대표자 연령 55세, 매출액 36억 원, 사원수 14명이지만 회사 규모별 실제 격차는 큰 편이다. 경영자는 출판계 생리에 정통한 출판사 출신들이 적지 않은 듯하다. 매출과 관련해 전체의 79퍼센트가 ‘전년 대비 매출이 증가했다’고 응답했고 ‘향후에도 늘어날 것’이란 전망이 40퍼센트나 되었는데, 이는 출판계가 장기 불황에 처한 점을 감안할 때 주목할 일이다. 한국 출판계가 전반적으로는 불황이지만 유독 해외 저작권 에이전시의 매출이 늘어나는 것과 같은 ‘생산 의존도 증가’의 영향이라 하겠다.

편집대행사는 크게 분야별로 교재, 일반서, 기업출판 등으로 나뉜다. 《경영백서》에 따르면 근로자의 고용환경은 정사원 66퍼센트, 계약사원 13퍼센트, 아르바이트 21퍼센트의 구성

이며, 평균 연령은 31세, 매년 채용 실적은 각사 평균 3명 내외이다. 주요 업무는 편집제작 대행이 62퍼센트, 디자인 관련 업무가 31퍼센트로 편집·디자인이 주류이다. 거래처는 70퍼센트 이상이 출판사이고, 기타 일반기업이나 광고회사·인쇄회사 순이다.

물론 편집대행이라고는 하지만 원고 의뢰부터 제작·광고계획에 이르기까지 편집·제작·마케팅 일체를 대행하는 곳이 있는가 하면, 이벤트 또는 편집인력을 알선해 주는 대행사나 내국인 저자 관리 중심의 편집대행사도 있다. 전자의 경우 간기면에 ‘협력’ 등으로 편집대행사 이름이 표기된다. 방송에서 특정 프로그램을 제작하는 외주제작사와 마찬가지로, 잡지나 신문의 특정 부분을 도맡아 편집하는 사례도 있다. 그 외에도 사보, 음악, 미술, 서예, 요리, 여행, 사진, 영어교재, 해외 아동 번역서, 지역정보, 여성, 전집물, 심지어 도박 등 특화된 분야에 전문성을 갖춘 곳들이 많아 자연스럽게 출판사들과의 협업관계가 성립된다. 최소한의 기획만 있으면, 아니 자본만 있으면 기획까지도 윈스톱 서비스가 이뤄지는 것이 일본의 편집대행 시스템이다.

한편 편집대행사의 경영상 현안으로는 제작단가의 하락, 상시적인 일감의 확보, 자금 변동, 후계자 문제, 인재 부족 등이 거론되고 있다.

✦ OEM에서 ODM으로 진화하는 편집대행사, ‘천재공장’

기존의 전통적 편집대행사는 출판사의 의뢰와 지시를 받아 제한된 편집 공정을 수행하는 단순 수탁 생산의 OEM(주문자 상표 부착 생산) 방식이었다. 그런데 이제 상품의 기획 생산을 통해 토탈 서비스를 제공하는 ODM(Original Development Manufacturing) (제조사 설계 생산) 방식으로 부가가치를 키우는 대행사들이 늘고 있다. 출판사의 핵심 영역이던 기획까지 포괄함으로써, 출판사는 주문자의 위치가 아닌 구매자로 바뀌게 된다.

대표적인 예는 요시다 히로시(吉田浩)가 운영하는 ‘천재공장(www.tensaikojo.com)’이다. 이곳의 비즈니스 모델은 기본적으로 새로운 기획이나 원고(저자)를 출판(출판사)으로 연결시키고 중개하는 ‘출판 복덕방’ 체제의 편집프로덕션이다. 매년 100종 내외의 책이 이곳을 거쳐 발행되는데 1/3이 증쇄된다. 하지만, 놀랍게도 사원은 대표자 본인 1명이다. 작가·편집자·디자이너·카메라맨 등 500여 명의 프리랜서와 출판사 100사를 회원제로 연결시켜 이메일과 전화로 작업을 중개한다. 책마다 분야별 프리랜서들을

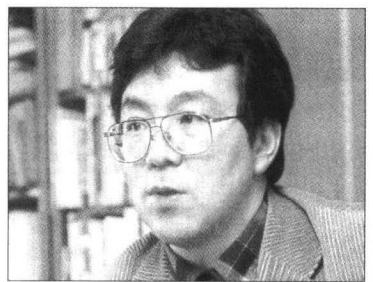
결합시킨 프로젝트팀으로 만들어 기획안 확정 후 평균 2개월이 면 완성도 높은 책이 나올 만큼 속도와 품질에서 타의 추종을 불허한다. 2주 만에 출간된 책도 있다. 아날로그 '인맥'을 바탕으로 둔 정보집약·제휴형 출판 콘텐츠 기업으로 앞서가고 있는 것이다. 전자출판 프로젝트를 통해 모든 원고를 우선 전자책으로 발행하여 출판사에 종이책 출판권을 판매하기도 한다. 말하자면 유·무명 저자, 출판사, 프리랜서, 관련 편집대행사 모두가 만족하고 상생하는 시스템으로 출판시장에 활력을 불어넣고 있다.

1989년 (주)리쿠르트의 신규사업개발실이 주최한 '천재학원'에 모인 사람들이 설립한 기획그룹 '천재공장'은 그 핵심 멤버였던 요시다가 1999년 유한회사를 설립하면서 본 궤도에 오르게 된다. 동물점 붐을 탄 《동물 캐릭터 내비게이션》(日本文藝社, 2000)이 52만 부, 혈당지수가 낮은 음식 섭취를 통해 즐겁게 다이어트하는 방법을 설명한 《저인슐린 다이어트》(新星出版社, 2001) 63만 부, 《만약 세계가 100명의 마을이라면》의 후폭풍으로 9·11테러 직전에 요시다 본인이 쓰고 편집한 《일본마을 100명의 친구들》(日本文藝社, 2002) 45만 부 등 대형 베스트셀러가 속속 탄생하면서 출판계의 제작 의뢰가 쇄도하고 있다.

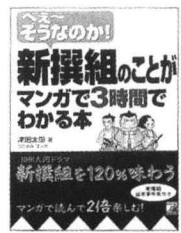
동화작가이기도 한 요시다는 오랜 자유기고가 이력을 거친 까닭에 프리랜서 작가들의 꿈을 실현시키자는 설립 취지를 가지고 있었다. 그래서 무명 저자 발굴에도 힘을 쏟는다. 작년 1년간 '기획 인큐베이터企画のたまご屋さん' 공모를 통해 응모자들이 내놓은 200개 이상의 기획 가운데 71종을 계약시켰다. 1/3의 성공률이다. 이 가운데 20명은 신인 저자였는데, 소속된 출판 프로듀서(프리랜서)들이 매일처럼 저자와 만나 기획안을 짜낸 성과였다. 작가나 출판사의 회원 등록비는 없으며 계약이 성사되었을 때 비로소 편집대행료에서 분배하는 완전한 성공보수제로 접근권을 제고시킨 것도 빼놓을 수 없는 특징이다.

요시다는 이러한 출판 프로듀서들을 장 지오노의 《나무를 심은 사람》이라는 그림책에 나오는 주인공과 마찬가지로 '씨 뿌리는 사람'이라 부른다. 홈페이지, 이메일, 블로그 등을 통한 홍보나 《저자로 데뷔하는 노트》라는 출판기획서 작성법 관련서를 직접 쓴 것 모두가 출판의 열매를 위해 씨를 뿌리는 행위라 단언한다. '천재공장'을 거친 시간 중에서는 간호사가 죽음을 맞은 환자들을 생각하면서 쓴 《천사의 마지막 메시지》를 비롯, 《행복의 기적을 일으키는 책》 《지식 제로에서 시작하는 맥주 입문》, 원조교제 경험을 밝힌 《16세였다》 등 수만 부 단위로 팔린 책들이 수두룩하다. 모두 독자가 기획안을 내서 쓰고 독자 눈높이에 맞춰 만든 책들이다. 그리고 도쿄대, 게이오대 연합 출판 동아리인 '피카소'를 통해 전국 대학생들로부터 기획안을 모아 출판하는 사업도 지원한다. 만인 저자시대를 주도하고 출판계의 젊은 인재 양성을 위해 씨를 뿌린다는 그의 철학이다. 그에게 출판 불황론은 허구이다. **한민**

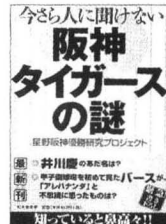
주목받은 출판 기획·편집 프로덕션 '천재공장'을 거쳐 탄생한 베스트셀러와 요시다 히로시 대표.
(사진: 宣傳會議, 《編集會議》2004. 6)



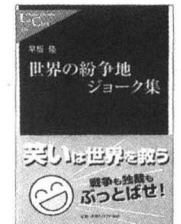
『低インシュリンダイエット』
永田孝行 著 新星出版社 998円
テレビでとりあげられ一躍話題になった
ダイエット法をわかりやすく解説



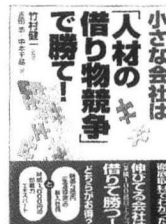
『新撰組のことがマンガで3時間でわかる本』
津田大祐 著 つぐみん マンガ 明日香出版社 1365円
大河ドラマ人気をいち早くフィーチャー。
「マンガで～」はシリーズ化



『今さら人に聞けない 阪神タイガースの謎』
星野英伸 後援 研究プロジェクト 著 岩冬舎 480円
虎フィーバー真っ最中に発売。「にわか」を「通」に、「通」を「マニア」に



『世界の紛争地 ジョーク集』
早坂隆 著 中央公論新社 756円
悪化した「企画のたまご」第1弾。世
界情勢も違う見方ができるかも？



『小さな会社は「人材の借物競争」で勝つ!』
「人材」一語 55万部 中央公論 著 岩冬舎 147円
人材活用の新しい形。「天才工場」の
理念・ノウハウをもっと知りたい人に



『日本村100人の仲間たち』
早坂隆 著 中央公論新社 899円
詳細な統計データを元に、絵本風に優
しく解く日本の姿。皮肉も効いてる



『愛子さま「モノ」語り』
松原新 監修 天才工場 編 集英社 1575円
愛子さま御用達の品々約100点を徹底
取材。紹介。贈り物選びにも最適



『動物キャラナビ』
弦本裕裕 著 日本文芸社 700円
動物占いの生みの親である著者が教える
四柱推命×個性心理学の真髄!

● 이 글을 쓴 백원근은 현재 (재)한국출판연구소 책임연구원으로 재직하고 있으며 일본출판학회 정회원으로 일본 마스크 주간지 《문화통신文化通信》에 칼럼을 연재하고 있다. 2002년 일본 문화청에서 주최한 (동아시아 출판문화 심포지엄)에 한국 대표로 참가했으며 펴낸 책으로는 번역서 《출판광고》 등이 있다.