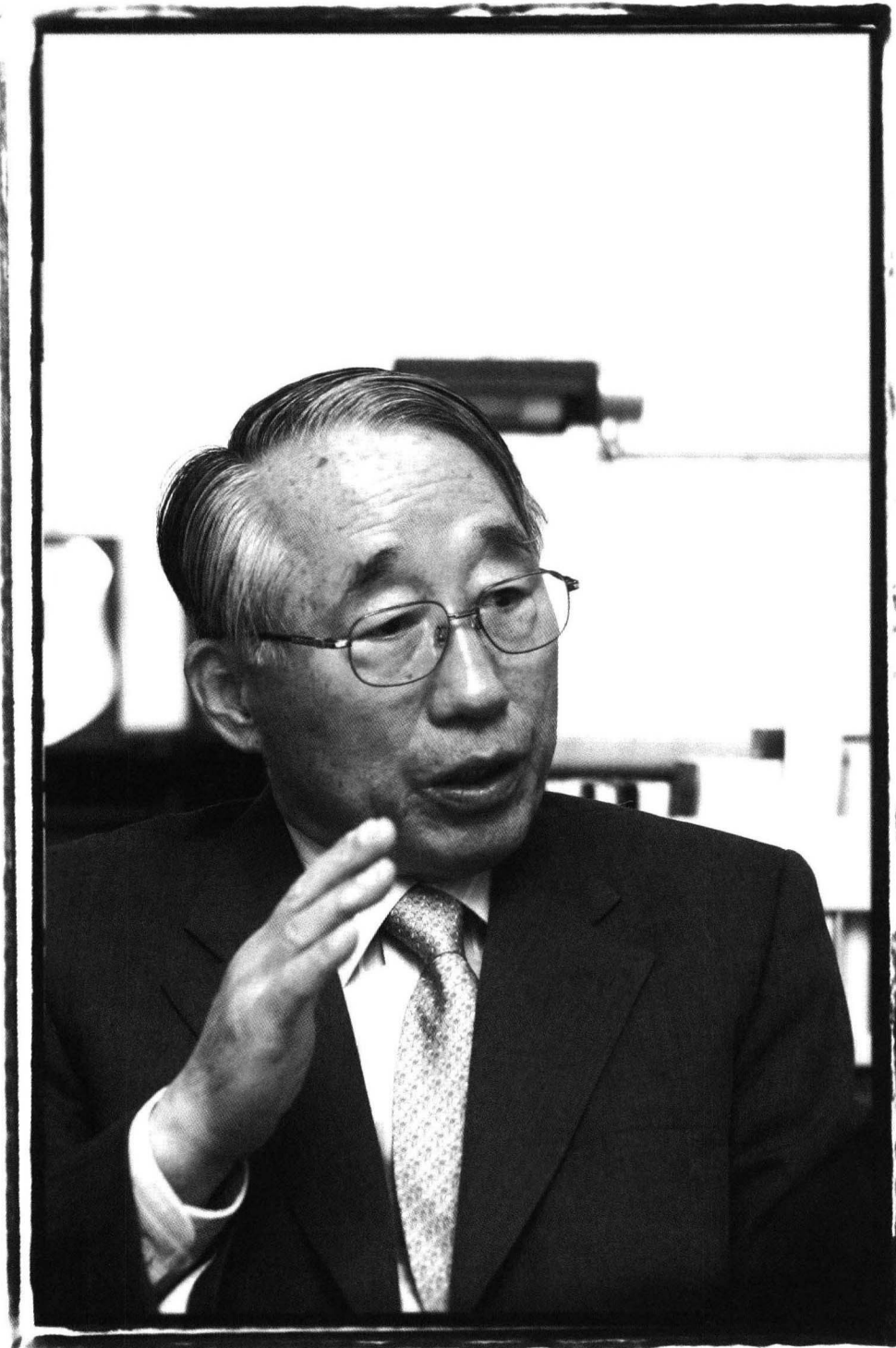


“외국에는 수십 대의 공기청정기로 고객들에게 쾌적한 실내공기를 제공하는 서점이 있다. 우리나라 서점은 왜 그런 생각을 하지 못했을까?”

“외국에 있는 한 서점은 고객들이 찾는 책이 없으면 무료로 배송해준다. 우리나라 서점은 왜 그런 생각을 하지 못했을까?”

개점 이전, 티저광고로 많은 호기심을 갖게 했던 반디앤루니스 종로타워점 개점식이 지난 4월 22일 치러졌다. 반디앤루니스가 서점계와 사람들의 이목을 집중시킨 데는 ‘종합문화공간’을 제공한다는 콘셉트 아래 새로운 서비스와 문화공간의 의미를 실현했기 때문이다. ‘없는 책은 3일 안에 무료배송’, ‘책읽기 편안한 환경 도모’, ‘쾌적한 환경’ 등은 다른 서점과의 차별을 시도하고 있는 예다. 이는 실무자들의 기획과 운영 능력도 큰 몫을 했지만, 서점에 대한 남다른 애착을 가진 서울문고 김천식 대표가 있기에 가능한 일이었다. 최근 서점 ‘집들이’ 준비에 여념이 없는 그를 만나보았다.

## 서울문고 김천식 대표



김 대표가 서점계에 받을 들여놓게 된 것은 1988년, 적지 않은 나이였지만 다니던 직장을 그만두고 무언가 다시 시작해야겠다는 생각으로 시작한 것이 서점 경영이었다. 어릴 때부터 서점이라는 곳에 막연한 동경을 가지고 있었던 그다. 최근에 가장 힘을 쏟았을 종로타워점 얘기부터 꺼내니 “이제 좀 정리가 돼 간다”며 한시름 놓은 듯 말을 이었다. 그가 건넨 명함 뒷면에는 ‘안녕하세요 대표이사 김천식입니다. 제가 안내해 드리겠습니다. 즐거운 하루 되세요.’라는 문구가 스마일 그림과 함께 새겨져 있었다.

“제가 학교를 다닐 적, 종로는 그 자체로 문화의 거리였습니다. 음악감상실과 책방들이 종로1가에서 3가까지의 거리를 가득 메웠지요. 하지만 시간이 흐르면서 점차 없어지기 시작하더니 급기야는 종로서적까지 문을 닫고 말았습니다. 이후 교보문고와 영풍문고가 들어선 것은 다행스런 일이었지요. 그래도 아쉬움이 크다보니 저희들로선 새로운 ‘욕심’을 내게 됐습니다.”

건물주인 삼성측과의 협의도 원만히 이루어졌다. 종로 한복판에 거대하게 자리 잡은 종로타워가 문화적인 이미지로 개선돼야 함은 삼성측도 진작 생각하고 있던 터였다. 무엇보다 ‘유희의 거리’로서의 이미지가 강한 종로를 문화적으로 되돌려야 한다는 데 동의했다.

종로구청장도 서점 앞 ‘종로 르네상스 광장’으로 조성된 공간의 임대를 허락하며 뜻을 함께했다. 플라스틱으로 갈대숲을 조성해 친환경적인 분위기를 돌우고 시대별로 구분한 베스트셀러 서가를 벽 쪽으로 붙인 것은 방안처럼 친숙하고 따뜻함을 느끼게 하기 위해서다. 광장 이름의 ‘르네상스’는 과거 활발했던 출판과 문화의 부흥을 꾀한다는 의미이기도 하다.

● ‘장차 지상으로 서점 공간 옮겨야’…  
‘종로 르네상스 광장’ 도심의 문화공간으로

“처음부터 큰 뜻을 품고 일을 시작한 것은 아닙니다. 한 해 한 해 운영해 나가다보니 욕심이 생기고 생각도 달라지더라고요. 책장사라는 게 많은 수익을 기대할 만한 사업은 아니지만 이왕이면 사회, 문화적으로 이윤을 돌릴 수 있는 일을 해보고 싶었습니다. 지식사회, 지식국가의 기반은 출판산업이 왕성한 데서 이루어지는 법이지요.”

그는 특히 “1인당 도서구매율은 미국이 1위, 영국이 2위, 일본도 10위권 내에는 든다”며 순위를 매기기도 민망할 정도로 턱없이 낮은 우리나라의 도서구매율을 개탄했다. 그런 만큼 그는 ‘책이 많이 팔리기’를 소원한다. 서점 운영자로서 이익을 추구하려는 상업적 의미가 아니다. 책이 많이 팔리는 국가야말로 강대국이라는 사실을 굳이 거론치 않더라도 한 나라의 시민으로서 책 구매에 인색한 풍토는 더없이 안타까운 일이기 때문이다.

그가 지적하는 가장 큰 문제는 국내 서점이 가지고 있는 공간과 위치에 관한 것이다. 실제로 대형서점이 모두 지하에 자리 잡은 우리나라와는 달리 미국의 Barnes&Noble, Borders, 일본의

마루젠을 비롯한 해외 대형서점들은 대부분 지상에 위치해 있다.

“우리나라처럼 대형서점이 지하에 들어와 있는 경우는 드뭅니다. 겨우 한 군데가 있을까 말까 할 정도예요. 토지 이용에 대한 가치기준이 다른 때문이 아닐까 합니다. 도서산업의 이익률을 따져봤을 때 지상에서 하기엔 마땅치 않다는 인식이 강한 탓이지요. 그러나 서점이 지상에 있으면 길을 걷다가, 또는 차를 타고 가다가 서가에 꽂힌 책이 쉽게 보이겠지요. 얼마나 좋습니까. 그 자체로 구매율을 높이는 효과도 가져올 수 있고요. 중요한 것은 독자들이 수시로 서점으로 안내해야 한다는 것입니다. 그런 의미에서 종로 르네상스 광장은 이러한 효과를 기대하는 하나의 시설이라고 할 수 있어요. 친구들과의 약속장소로, 데이트장소로 서점을 찾아주기만 해도 만족합니다.”

● 인근 교보·영풍문고,  
‘견제보단 상생의 시너지 효과 기대’

아울러 그는 반디앤루니스 종로타워점을 점차 지상으로 확충할 계획이 있음을 조심스럽게 밝힌다. 구체적인 계획은 준비 단계에 있지만 ‘지하’라는 어감 자체에서 오는 어두운 이미지를 탈피하고, 좀더 쉽게 자주 이용할 수 있으며 오가기에 편한 서점이 되도록 다방면의 노력을 멈추지 않을 계획이다.

오래 전부터 대형서점의 대명사로 군림해 온 인근의 교보문고나 영풍문고에 대한 견제 심리가 강할 법도 한데, 오히려 그는 “종로에 대형서점이 몰려 있다는 사실만으로도 독자들의 발걸음이 잦아질 것이라 기대할 수 있기 때문에 책방은 모여 있을수록 더 좋다”고 했다. 아직 인근 두 서점에 비해 많이 알려져 있지는 않았지만 어느 때보다 지금이 반디앤루니스가 뚜렷한 특징을 가진 서점이라는 인식이 확산되길 기대한다고 덧붙였다.

장시간 서서 일하는 직원들에게 “고생한 만큼 월급을 많이 주지 못해 미안하다”는 그는 직원들의 근무 조건이나 작업 환경 까지도 배려하는 아버지 같은 자상한 기업인이다. 책에 관한 지식이 풍부해지는 직원들의 모습이 대견해 “열심히 벌어서 월급을 많이 줘야겠다는 생각은 늘 하고 있다”고 웃으며 말했다.

1988년 8월, 강남 코엑스 내 반디앤루니스를 처음 개점한 이후 줄곧 서점 운영에만 집중해 온 그에게 지금도 새로 개발한 각 지역 상권에서는 입주와 관련한 제의가 많다. 무조건 확충은 배제하더라도 서점에서 시작되는 문화, 그 문화에서 국가의 기반이 만들어지도록 지속적인 발전을 해 나가야 함은 김 대표의 바람인 동시에 사회적인 차원에서도 선행되어야 할 부분이다.

“종로는 문화의 향수가 남아 있는 곳입니다. 서울사에서 추진하고 있는 청계천복원사업도 ‘문화적인 도시’로 가꾸려는 의미가 강하듯, ‘안전’과 ‘개방’을 기본으로 설립·운영되고 있는 저희 반디앤루니스도 그러한 일의 한 맥락으로서 성장해 나갈 것을 약속드립니다.”

취재 홍이현기자 | 사진 박신우기자