



중형서점 위기속, '변화'와 '개혁'으로 활로 찾아 타 지역 서점과 네트워크 구축, 인력·정보·프로그램 공유 '책'이 아닌 '문화'를 판다... 다양한 이벤트·지역 연계 프로그램·매장 리모델링 등

“서점은 더 이상 책과의 유희를 즐기는 곳이 아닙니다.” 불광문고 최낙범 대표는 단언했다. 더 이상 책을 사기 위한 목적만으로 서점을 찾지 않는다는 말이다. 그는 ‘문화’라는 단어를 입에 올렸다. 요즘 서점은 ‘문화’를 팔아야 살아남을 수 있다는, 절실한 고백이다. 이제 서점 경영 10년차에 접어든 최 대표의 말에선 서점의 대형화, 체인화에 밀리고 있는 중소서점의 절박함도 묻어난다. 그렇다고 앉아서 무너져내릴 순 없는 일. 그래서 새로운 변신으로 입소문 난 곳이 바로 불광문고다.

지방 5개 서점과 서점연대 발족, 중소서점의 위기 극복 나서

“최근 열었던 판화가 이철수 씨 전시회가 생각보다 반응이 좋았습니다. 지금까지 해 온 행사에 비하면 작은 규모인데도 호응이 컸어요.”

‘전시회’ 라지만 서점 입구나 복도, 매장에 진열된 책 사 이사이마다 엮서 형태의 판화를 내건 것이다. 보통의 중형서점들에서는 찾아보기 힘든 행사지만 이번 전시회는 불광문고를 포함한 전국 5개 서점이 함께 함으로써 의미를 더했다. 대전의 계룡문고, 충주의 책이 있는 글터, 진주의 진주문고, 춘천의 광장서적이 그들이다.

“단순히 전시회를 같이 하는 데만 의의가 있는 것은 아닙니다. 지난 7월 발족한 ‘문화를 만들어 가는 서점연대’(약칭 서점연대)를 함께 꾸려

가고 있어요. 문화마케팅을 통해 중형서점의 활로를 찾자는 데 의견을 같이 했기 때문입니다.”

한국서점경영인협회에서 5년 동안 2대 회장을 맡으며 전국 18개 서점과 함께 중형서점을 되살리려는 노력을 그치지 않은 최 대표는 “독자적으로는 생존할 수 없기에 새로운 마케팅을 흡수하는 서점들만의 모임을 만든 것”이라고 설명했다. 최근 2, 3년 사이에 어려워진 중형서점을 살려보려는 방법을 강구한 결과다.

“갑작스런 시장 변화에 우리 같은 중형서점들은 따라갈 여력이 없었습니다. 가장 큰 이유는 온라인, 홈쇼핑, 대형 할인마트 등으로 유통경로가 다변화된 점이에요. 도서정가제의 혼선은 설상가상의 악재였죠. 시장은

중소서점으로는 이례적으로 각종 문화행사를 실시하고 있는 불광문고.



변했고 자본은 넉넉치 않고, 정책적인 배려도 없으니 막다른 골목에 들어선 느낌입니다. 종로서점을 필두로, 한 시절을 풍미했던 1세대 서점들이 패스트푸드점에 밀리고 있는 현실이니까요. 대를 잇지 못하는 서점들도 수익을 기대할 수 있는 업소에 점포를 내줄 수밖에요.”

시장의 변화를 인정하지 않아 그 자리에 머물러 있어 ‘이미 서점으로서 수명이 끝난’ 1세대 중형서점들도 적지 않다. 그러나 이러한 변화에 물리적인 대응조차 하지 못하는 소형서점들에 비하면 상황은 나은 편이다.

중형서점이 앓고 있는 고질병 ‘인력의 전문성’ ...

“서점대표부터 문제 의식 필요”

불광문고는 이전부터 고객의 참여를 유도하며 꾸준히 문화이벤트를 기획해왔다. 생대답사, 도자기 만들기같은 체험학습 프로그램, ‘작가들과 함께 하는 글짓기 교실’ 등 초등학생을 대상으로, 지역 시민단체와 연계한 다채로운 프로그램을 진행해 왔지만 전문성 부족으로 그다지 성공적이지 못했다.

이러한 시행착오를 거듭하기를 8년. 지역 서점의 특색을 살리며 고객만족을 꾀하기 위해 가장 중요한 전문 인력 부족이 가장 큰 문제였다. 구멍가게만한 서점을 들락거리며 흔히 ‘주인아저씨’로부터 책을 추천받곤 하던 인간적 유대까지는 아니더라도, 책과 관련된 상담이나 추천은 서점이 제공해야 하는 최대한의 서비스라는 게 최 대표의 지론이다.

“현재 우리 서점에서 일하는 직원은 17명입니다. 전문적인 북마스터급은 아니지만 어느 정도의 상담능력을 갖춘 직원들도 더러 있어요. 물론 직원 모두가 전문성을 갖추면 더 없이 좋겠지요. 하지만 그렇게 되기까지가 쉽지 않습니다. 직원관리도 쉽지 않을 것이고요. 우선은 저부터 좋은 책을 보는 안목을 길러야겠지요.”

서점대표조차 ‘의식’이 없는 경우가 대부분이라고 지적한 최 대표는 “고급인력을 쓸 수 없는 중형서점에서는 적은 인원이라도 실력있고 전문성을 갖춘 직원이 있다면 서점거리라도 그들을 통합해 지역 차원에서 공유하고 활용해야 한다”는 의견을 내놓았다. 이런 시도들이 대형서점이나 대자본에 대항할 수 있는 굳건한 ‘틀’의 역할을 해준다는 것이다. 독립 서점으로서 확고한 자리를 지키며 성공사례를 만드는 것 또한 지금의 중소서점을 구제할 수 있는 ‘범’보다 확실한 표본이다.

전형적인 주택가 밀집 지대에 자리하고 있는 불광문고 주변엔 각급 학교가 적은 편이다. 그 때문에 학습서 매출 의존도가 낮아 다른 기획을 시도해 볼 생각이다. 학습서 매출 비중에 따라 서점의 명운이 좌우된다는 논리대로라면, 역설적으로 불광문고는 다양한 변화와 발전의 가능성을 안고 있는 셈이다.

“서점의 체인화는 효율성을 극대화시킬지는 몰라도 다양성은 파괴되기 때문에 하나의 ‘문화’로서 서점을 생각한다면 안타까운 일이 아닐 수 없습니다. 모든 것이 일률적으로, 급속하게 변해가다 보니 신간도 오래 비치해둘 여유를 주지 않아요. 안 팔리면 바로 반품이라는 얘지요. 현실적인 유



불광문고 최낙범 대표.

통과정을 따를 수밖에 없습니다. 언젠까지 그럴 수만은 없는 노릇이지만, 좋은 책이라고 판단되면 팔리지 않아도 갖고 싶은 욕심이야 당연하지요.”

불광문고의 서기는 벽이 높다. 책이 뿅뿅이 꽂혀 있어 ‘아 이 손이 들어가지 않을 정도’다. 비단 불광문고만의 얘기는 아닐 터. 최 대표는 ‘서가에 책이 비스듬히 놓여 있던’ 과거 동네서점을 생각하며 최근의 급변하는 유통 풍토를 아쉬워하기도 했다.

서점의 ‘오프라인 기능’ 강화, 독자들이 편히 찾는 서점으로 ‘고객만족’

하긴 지금은 편의점에서도 책을 사볼 수 있는 시대다. 서점만이 유일하게 도서 유통기능을 맡았던 일은 옛얘기일 뿐이다. 그래서 최 대표는 “서점은 ‘문화’를 함께 판매해야 한다”고 말했다.

“시장의 전체적인 구조가 바뀌니 마케팅조차 생존에 얼마나 많은 도움이 될지 확신이 서지 않습니다. 무뎠던 것은 책을 쌓아놓고 피는 시대는 끝났다는 것이지요. 끊임없이 새로운 것들을 연구하고 시도해야 합니다. 도서 진열은 가장 중요한 문제인데 세트별, 주제별로 책을 분류해 놓으면 독자들이 책을 찾아야 하는 번거로움을 덜 수 있어요. 효율적인 독서로 안 내할 수 있는 간접적인 방법이기도 하고요.”

새로운 패러다임을 받아들이고 그나마 중형서점이 할 수 있는 기능을 중심으로 무엇을 서비스해줄 것인가를 고민해야 한다는 말이다. “전망이 보이지 않지만, 좋아서 하는 직업이기에 아름다운 공간이 되도록 노력하겠다”는 최 대표는 앞으로 오프라인의 특장점을 한층 살릴 방침이다. 막연한 ‘갭’으로만 책을 주문, 결제하는 온라인 판매에 앞서, 직접 서점에 들러 책을 들춰보며 고르는 이들을 위해 늦은 감이 있지만 리모델링도 추진중이다. 현재 6개에 불과한 의자도 더 많이 들여놓을 계획이다. 특히 “혼자 고민하기보다는 연대 속에서 함께 나누고 시도해보고자 한다”고 말했다.

“고객은 더 이상 정보를 얻으러 서점에 오지 않습니다. 문화를 즐기러 오는 것이지요. 대응을 해도 살아남지 못할 한계점에 와 있습니다. 그나마 슬집보다는 서점이 들어선 모양새가 좀 낫기에, 존재 그 자체만으로도 미를 가지는 서점도 더러 있어요. 선택은 고객의 몫입니다. 고객들이 찾지 못한 서점이 마지막까지 생존할 것입니다”

최 대표는 결국 독자의 자리에 마지막 기대를 걸고 있다. 평일 낮인데도 서점 여기저기서 독서 삼매경에 빠져든 독자들이야말로 불광문고를, 중소서점을 살리는 든든한 자본이라는 것이다. **출판**

취재 홍이현 기자 | 사진 박신우 기자