



# 웅진씽크빅 출판부문, 임프린트 시대 본격 개막

편집자 전문성과 자본이 만든 '9개 임프린트' 순항

출판계 시스템에 대한 고민들이 가시화되던 올 초 웅진씽크빅(회장 윤석금) 출판부문(이하 웅진씽크빅)은 새로운 행보를 택했다. 386세대 에디터들이 영세한 창업이나, 기존 시스템에서 월급쟁이로 안주하느냐를 고민하던 때 일종의 탈출구처럼 등장한 임프린트(유능한 전문 편집자를 영입해 별도의 독자 브랜드를 주고 경영책임을 맡기는 제도) 시스템을 도입한 것. 연매출 1,000억 원을 목표로 본격적인 단행본 출판의 닻을 올린 웅진씽크빅이 어떤 향해를 하고 있는지 그 근황을 알아보았다.

단행본 그룹	WOONGJIN	단행본 그룹
단행본총괄본부장실		웅진지식하우스 임프린트
단행본사업기획실		실용팀
단행본사업관리팀		무크팀
마케팅 1,2,3팀		문학출판팀
웅진주니어 임프린트		인문교양팀
아동교양팀		웅진월스 임프린트
아동문학팀		캘리온 임프린트
유아출판팀, 만화팀		뉴런 임프린트
개발기획팀		사업지원본부
		제작물류팀



웅진씽크빅에서 출간한 책들.

웅진씽크빅의 출판 임프린트 '웅진웍스'의 사무실 풍경. 임프린트 시대의 맞을 올리고 바지런히 노를 젓는 분위기다.

### 임프린트마다 순조로운 출발과 안착

지난 1월경의 어수선한 분위기는 이미 가신 지 오래. 인력 세팅 및 사무실 정비 등을 완료한 후 단행본 시대의 맞을 올린 웅진씽크빅은 제 항로를 찾아 바지런히 노를 젓는 분위기였다. 최봉수 대표와 함께 임프린트 전도사로 알려진 김민기 실장(단행본그룹/단행본사업기획실)에게 먼저 임프린트 체제의 안착에 관해 물었다.

“우려도 많았지만 기존 인력들과 새로운 인력들이 급세 화합을 했고 임프린트 제도 정착도 생각보다 빠른 시일 내에 이루어졌습니다. 출관계 분들도 이름만 보곤 모르는 분들이 많더라고요. 소개하자면 현재 9개의 임프린트가 있고, 문학 전문 임프린트도 곧 출범할 예정입니다. 작년까지는 웅진주니어와 웅진지식하우스 두 브랜드 체제였는데, 지금은 여기에 웅진웍스, 갤리온, 뉴런, 씽크하우스 등의 임프린트가 더해졌지요. 외부 임프린트인 리더스북과 노블마인, 프로네시스도 활발하게 활동하고 있습니다.”

### 개발·지원, 웅진씽크빅의 두 축

현재 웅진씽크빅은 크게 개발과 지원의 두 축으로 꾸려지고 있다. 전문 에디터들로 구성된 임프린트가 콘텐츠를 기획, 개발해 책을 만드는 데 매진하면 별도로 마련된 사업기획실에선 마케팅, 재무관리업무를 도맡아 진행한다. 이렇게 일하는 인원이 총 100여 명. 에디터와 사업기획실의 비율은 약 7대 4로 나뉜다.

아홉 개 임프린트의 특성을 살펴보면(표 참조) 흥미롭게도 중복되는 분야가 몇 있다. 가령 문학 일부와 인문·교양, 실용적인 무크 등 광범위한 분야를 다루는 웅진지식하우스의 경우는 장르상 노블마인, 웅진웍스 등과 겹칠 여지가 많을 법하다. 이에 김 실장은 ‘장르의 중복’은 당연한 결과라고 말하고 있다.

“가령 푸른역사와 다산 모두 역사물 출판사이지만 지향하는 바와 색깔이 다르잖습니까. 모기업은 같지만 저희 임프린트들은 분야가 겹치더라도 각각 다른 색채를 갖고 있습니다. 다양성을 보여줄 수 있다는 점이 임프린트의 특성이자 장점이지요. 세느 강변에 가면 내로라 하는 작은 전문 출판사들이 즐비한데, 이들 대부분이 대형 출판사의 몇몇 임프린트입니다. 분야가 아니라 출판사 고유의 색깔로 승부를 내는 것이죠.”

### 전문 에디터에게 제2의 창업 기쁨 선사

웅진의 윤석금 회장은 체제 개편시 기존 출판 환경속에서는 독립된 목소리를 내기 힘든 에디터들에게 창의적이고 자유롭게 책 만드는 환경을 마련해주고 싶은 의지를 드러냈다. 그런 점에서 각각의 임프린트 대표에게 편집권을 전권 부여하는 형태의 임프린트는 웅진이 택할 수 있는 최적의 시스템이었다. 심지어 웅진측은 에디터들의 성장을 위해 일정 부분의 이익까지도 그들을 위해 재사용하겠다는(출판부문 사업이익의 30%를 재무 인센티브로 제공하는 제도) 의지까지 공표했다. 실제로 “최적의 환경을

## INTERVIEW

출판부문 최봉수 대표

“임프린트, 출판 다양성  
해친다는 생각은 오해”

1분기 실적 토대, 연매출 300억 달성 무난할 듯



“대략 두 가지 목표가 있었습니다. 임프린트 시스템으로 체제를 개편해서 그 제도가 정착되는 것이 하나요, 덜 활성화된 분야 즉, 블루오션을 개발하고 매출 300억 원을 달성하는 것이 다음 목표였죠. 무엇보다도 임프린트 시스템이 너무도 안정적으로 자리를 잡아 만족스럽습니다.”

지난 해 말 랜덤하우스중앙에서 임프린트를 선보여 제도 정착에 힘쓰다 웅진에서 본격 임프린트를 시도한 최봉수 대표(웅진씽크빅 출판부문·사진)와 김민기 실장은 지금까지의 상황을 ‘순항’이란 말로 표현했다. 초반에 내건 ‘미션’ 중 매출 부분 역시 큰 무리 없이 이루어지고 있다. 4월 순매출이 약 25억 원에 달하면서 금년 들어 총 100억 원에 이른다. 이런 추세라면 큰 무리 없이 올 연말에 순매출 300억 원을 달성할 수 있다는 계산이 나온다.

또한 얼마 전에는 윤 회장이 공표한 인센티브 제도에 관한 구체안이 나와 임프린트 대표선까지 공유된 상황. 그야말로 연봉 1억 원 이상 받는 편집자, 마케터 출현의 현실적인 스케치가 완성되고 있는 셈이다. “그러나 이에 만족하긴 아직 이릅니다. 올해 여러 임프린트가 본격 출범을 한 만큼 임프린트와 관련된 체제 정비, 인력 지원 등에 더욱 심혈을 기울이고 있어요” 최 대표는 “현재 시도되고 있는, 인력 전문화를 위해 직원교육 프로그램 등도 그런 노력의 일환”이라며 “이는 웅진씽크빅의 임프린트 시스템이 ‘실험’이 아닌 하나의 ‘역할모델’로 자리를 굳힐 수 있도록 지속적인 고민을 하겠다는 의지의 표명”이라고 밝혔다.

“많은 이들이 출판 대형화의 부작용을 걱정하시지만, 임프린트 시스템 내에선 오히려 더욱 다양하고 창조적인 출판물이 생산될 수 있습니다. 에디터들에게 최적의 환경을 제공하고 저자와 책에 대해서도 최적의 판매 환경을 제시할 수 있는 방안이죠. 지금의 9개 임프린트의 책들을 보면 알 수 있겠죠. 좋은 사업계획안들이 꽤 많이 나오고 있으니, 앞으로 임프린트의 숫자도 점차 늘어날 것으로 예상됩니다.”

취재\_ 김청연 객원 기자 | 사진\_ 박신우 기자

제공하겠다. 창의적이고 의미 있는 책을 만들어보라”는 윤 회장의 뜻에 고무돼 이곳에 발을 디딘 이들도 있을 정도다.

임프린트 시스템 내에서 책을 만들게 된 에디터들은 만들고 싶은 책을 자유롭게 만들 수 있다는 데서 만족감을 드러내고 있다. 거대 자본력이 개입돼 다양성을 해칠 수 있다는 우려도 있었다. 그러나 우려와는 달리 각각의

임프린트 대표가 합리적인 사업계획을 세워 제출하면, 그 계획에 따라 자금을 집행하는 시스템이 정착돼 오히려 아이디어가 번뜩이는 다양한 콘텐츠들이 자연스럽게 생산되고 있다. 각 임프린트별로 한 해 출간계획 및 출간규모, 신간 매출 계획 등의 사업계획안을 제출하면, 이에 따라서 예산이 책정되고, 정해진 예산 안에서 임프린트 대표는 전권을 행사할 수 있다. 에디터 인력들 중에선 출판계에서 오랫동안 에디터 노하우를 쌓아온 이들이 적지 않다. 켈리온은 랜덤하우스중앙 출신, 뉴런은 두앤비컨텐츠 출신, 웅진윙스는 한언출판사 출신들로 주로 구성된 상태다.

## 책 특성 맞는 최적·통합 마케팅, ‘임프린트의 장점’

“마케팅, 재무관리 영역에 관해서만 사업기획실과 의논을 하고 그 외에는 간섭 권한이 없습니다. 책 개발, 저자와의 인세 상의 등에 대해서도 상식에 어긋나지 않는 한 자율에 맡깁니다. 에디터들의 진로가 나홀로 창업 및 중·소규모 창업 그리고 에디터 역량을 극대화하는 변형된 창업으로 나뉜다고 볼 때, 임프린트 시스템은 후자의 전형적인 모델이라 할 수 있습니다.”

김 실장은 “창업자금이 들어가지 않고, 사업계획만 합리적으로 수립하면 자신이 원하는 분야에서 내 뜻에 맞는 에디터들과 최상의 팀을 꾸려 원하는 책을 만들 수 있다”며 “창업을 해도 여러 가지 여건상 에디터의 경험과 역량에 걸맞는 출판을 펼쳐 나가기 쉽지는 않은 현실에서, 임프린트 시스템은 새로운 대안의 하나가 되리라고 본다”고 밝혔다.

또한 임프린트 시스템에선 중·소 출판시스템에선 쉽게 할 수 없었던 각각의 책에 대한 ‘대우’를 제대로 해줄 수 있다. 전문 마케터들로 구성된 사업기획실에서 책의 성격에 맞는 ‘통합 마케팅’을 구상해 최적의 판매 전략을 짜고 이를 실현하기 때문이다.

실제로 올 상반기 톱 베스트셀러였던 두 권의 책 《핑》(웅진윙스)과 《경제학 콘서트》(웅진지식하우스)는 임프린트 시스템의 마케팅 파워를 잘 보여준 경우. 두 책 모두 베스트권에 들어갈 만한 콘텐츠를 가진 것은 분명한데, 기존 출판 규모에서 한두 명의 마케터가 서점을 커버했다면 지금의 성과는 상상하기 힘든 게 사실이다.

“15~20명의 마케터가 통일된 마케팅 전략 아래서 광고와 홍보, 판촉과 서점 관리를 체계적으로 진행합니다. 마케팅이란게 안 되는 걸 되게 할 순 없지만, 되는 걸 더 잘

### 웅진주니어

**웅진주니어** '책과 함께 건강한 아이들'을 꿈꾸는 웅진주니어는 아동, 청소년 전문 임프린트, 유아에서 청소년까지 성장하는 아이들을 위한 그림책부터 창작동화, 교양서, 만화 등의 단행본을 전문으로 출간하고 있다. <사진과 그림으로 보는 한국사 편지> <아빠의 답사여행> <아빠의 놀이여행> <맹공이 서당> 등의 책이 있다.

### 웅진지식하우스

**웅진지식하우스** 촘촘한 지혜의 서까래와 따뜻한 감성의 대들보로 튼튼한 집을 짓듯 오래 곁에 두고 보는 책을 만들고자 하는 임프린트, 문학, 인문교양서를 중심으로 책을 만들고 있다. <경제학콘서트> <책 읽는 여자는 위험하다> <지문 사냥꾼> 등의 책을 냈다.

### 웅진웍스

**웅진웍스** 독자들 삶에 '날개'가 되는 자기계발/실용 전문 임프린트, 실질적으로 독자들의 몸과 마음, 삶의 질 향상에 도움이 되는 지식과 정보를 제공하는 책을 만들고 있다. 경제경영, 자기계발, 논픽션과 청소년 실용분야의 도서를 주로 출간한다. <핑> <건강과 성공 10제질에 답이 있다> <비타민 혁명> 등의 책을 냈다.

### 갤러온

**갤러온** 기존의 장르와 시장의 분류를 뛰어 넘어 새로운 출판 장르 시장을 창출해나가려는 창의적인 에디터 그룹, 새로운 스타일과 실험적인 기획으로 출판의 미래를 개척하는 브랜드로 알려져 있다. <사랑을 잃고 나는 쓰네> <언니네 방> <지혜로운 컬러> 등의 책을 냈다.

### 뉴런

**NEWRUN** 글로벌과 디지털을 키워드로 새로운 감각의 실용서를 추구하는 임프린트, 어학과 IT를 중심으로 질 높은 삶을 살기 위해 갖춰야 할 지식과 기술을

즐겁게 익힐 수 있도록 하는 책을 출판하고 있다. <파워포인트 필살기> 등 필살기 시리즈, <지금, 영어공부하러 갑니다> 등의 책을 냈다.

### 씽크하우스

**씽크하우스** '생각을 담는 집, '생각을 만드는 집'이란 의미를 갖고 있는 브랜드로 수많은 가능성을 품고 있는 아이들의 생각을 더 크고 깊게 만드는, 진정한 '생각쟁이'를 위한 어린이책을 만들고 있다. <판타지로 만나는 한국사 명장면> <뿌까는 궁금한 건 못참아 1,2> 등의 책을 냈다.

### 리더스북

**리더스북** 열린 세상을 향해 촉수를 들이던 리더들의 책을 만드는 임프린트, 경제경영서를 중심으로 실용적인 지식과 교양의 가치 증대를 위해 참신하면서도 유익한 책들을 꾸준히 출간하고 있다. <너무 일찍 나이들어 버린, 너무 늦게 깨달아 버린> <타인전략> <경영의 최전선을 가다> 등의 책을 냈다.

### 노블마인

**노블마인** 일곱 빛깔 상상으로 빛은 소설과 마음 풍경을 담은 에세이를 만들고자 하는 소설, 에세이 전문 임프린트, 인물과 스토리의 비주얼화에 익숙하고 새로운 트렌드에 민감한 독자들을 대상으로 재미와 감동을 주는 이야기를 발굴해 출간하고 있다. <신의 유전자 1,2> <대박난감 세상만사> 등의 책을 냈다.

### 프로네시스

'실천적 삶의 지혜'라는 뜻을 담고 있는 인문-과학 브랜드, 박제된 지식이 아니라 살아 숨쉬는 지혜를 지향하며 새롭고 도전적인 지적 모색을 담보하면서 유쾌한 즐거움까지 주는 책들을 만들고 있다. <20세기 영화가 남긴 메시지> <인간 생명의 시작은 어디인가> 등 지식선람회 시리즈를 내놓고 있다.

되게 하긴 쉽거든요. 물론 무조건 베스트만 추구하는 것은 아닙니다. 베스트 될 만한 책은 베스트로, 스테디 될 만한 책은 스테디로 분석을 제대로 한 후 각각에 맞는 마케팅 전략을 집행하는 겁니다.”

### '박상순 씨', 문학 분야 임프린트 대표 영입

얼마 전 웅진씽크빅은 출판계에 또 하나의 놀라운 소식을 안겼다. 근래 민음사 대표직을 내놓은 박상순 씨가 웅진의 문학 분야 임프린트 대표가 됐다는 소식. 특히 편집자들 사이에선 '역할모델'처럼 평가받던 이가 선택한 회사라는 점에서 웅진씽크빅의 차후 행보는 또다시 주목 거리가 되고 있다.

“사건이라고 생각하시는 분들도 많죠. 우리 문학의 산실이 많이 약해진 상태에서 우리 문학, 그리고 작가들의 미래가 불투명한 게 사실이거든요. 돈으로 뭔가를 하겠다

는 게 아니라, 이런 때에 우리 문학적 토대를 이룰 만한 출판문화를 이룩하면 좋겠다는 마인드를 가졌던 것이며, 그게 박상순 대표와 통한 것이지요.”

김 실장은 “웅진이 문학을 한다고 할 때는 굉장히 어렵고 긴 길을 가야만 하는데, 문학의 미래와 현재에 관심을 갖고 꾸준히 투자를 하고자 한다면 박상순 대표 같은 책임자가 없지 않겠느냐”고 반문했다.

웅진씽크빅은 출판부문 임프린트가 열정을 가진 한국의 출판 인력들에게 새로운 모색과 활로가 되길 기대하고 있다. 새로운 사업계획안 접수 창구도 언제든 열어두고 있다. 이같은 행보는 “출판에 대해 열정과 꿈을 가진 차세대 출판인들의 뜻을 읽고, 그들을 지지하고 비전을 수립해 주는데 뜻이 있다”는 설명이다. ■