



개점 6개월 맞은 소빅스문고 김영관 대표

## 스토리가 있는 서점으로 진화해야만 합니다

지난해 9월 8일 용산 아이파크몰에 개장한 소빅스문고가 개점 6개월을 맞았다. 국내 대표적인 교육문화기업 대교가 서점 사업에 진출한다는 점에서 많은 관심을 불러일으켰던 소빅스문고. 여성과 아동 전문 서점을 표방한 소빅스문고의 6개월의 여정과 앞으로의 발전 방향을 김영관 대표에게 들어보았다.

먼저, 독자들을 위해 소빅스문고의 설립 배경을 간단하게 설명해 주시면 좋겠습니다.

주변에서 요즘 같은 때 서점을 한다고 우려를 많이 했습니다. 그러나 다른 나라들처럼 도서관이 많지 않은 우리나라 현실에서는 서점도 하나의 교육기관 역할을 한다고 생각합니다. 많은 분들이 대교를 교육기업을 생각하고 있는 현실에서 나름대로 교육기관의 역할을 할 수 있는 서점을 하나 갖는 것은 이상할 것이 없다고 생각한 겁니다. 그것이 결국 지금까지 우리를 사랑해 준 독자와 회원들에게 환원하는 길이라고도 생각합니다.

용산이라는 입지가 처음에는 낯설다는 느낌을 받았습니다.

최근 우리나라도 서구처럼 몰(mall) 개념이 확대되고 있어

요. 윈스톱 쇼핑 개념이 확대되는가 하면 복합문화공간으로 소비자들이 이동하고 있습니다. 결국 서점도 몰과 함께 가야 가능성이 있다고 판단했습니다. 반디앤루니스의 경우 한국의 대표적 몰인 코엑스몰에 있지 않습니까? 대형서점 3곳이 지점을 확대하고 있지만 용산 지역으로는 아직 없었다는 점도 크게 작용했지만, KTX와 지하철, 국철 등 전국과 서울시내 사통팔달인 것이 크게 작용했습니다. 지역구로 승부하기보다 전국구로 승부하고 싶었다고 해야 할까요? 그러나 아직 갈 길은 멍니다.

소빅스문고는 여성과 아동 전문 서점을 표방한 국내 첫 대형서점입니다. 여성과 아동에 초점을 맞춘 배경은 무엇인가요?

다른 서점에 비해 후발주자여서 역사와 경쟁력이 떨어진다 는 것을 솔직하게 인정하고 시작한 겁니다. 그러나 우리에게 지난 30여 년간 축적된 아동과 유아, 여성에 대한 노하우가 있습니다. 우리 사업은 이 부분에 강점이 있기 때문에 장점을 최대한 부각하고자 한 것입니다. 지금도 그 부분에 대한 더 많은 투자를 모색하는 준비과정에 있습니다. 어린 시절을 한번 생각해 봅시다. 돈이 없어서 서점 한 구석에서 쭈그리고 앉아 만화책이

나 책을 보던 기억이 다들 있을 겁니다. 그런데 요즘은 모두 비닐로 포장해 두죠. 이런 작은 배려에서 시작하는 겁니다. 또 우리나라 서점들은 사실 편한 공간이 없다고 봐야죠. 우리는 소빅스존을 만들어 엄마와 자녀들이 좀더 편하게 다가가고 있다는 것이 의미라면 의미일 것입니다. 그러나 장기적으로는 엄마와 자녀들에게 더 어필할 수 있는 스토리가 있는 서점으로 변모해야 할 거라고 생각합니다.

어떤 서점이든 안정기에 들어서려면 1년 이상의 시간이 필요하다고 합니다. 이제 6개월을 전후한 시점인데요, 다음 행보에 대해서도 구상하고 계신 바가 있을 것 같습니다.

안정기에 접어들려면 더 긴 시간 필요할 겁니다. 3년 이상 걸리지 않을까요? 또 그만한 대가도 치러야 할 겁니다. 그러면서 경험을 축적해 가겠죠. 첫 술에 배부를 수는 없으니, ... 2호점, 3호점을 낸다고 아직 구체적으로 생각해 보지는 않았습다. 만약 한다면 꼭 대형서점이 아니라 시장 상황에 맞추어 중형 혹은 소형이 될 수도 있을 겁니다. 실제도 대교는 북스캔이라는 작은 서점 25개를 가지고 있는데, 이들 서점과 협력하면서 우리 위치 내에서 성장할 수 있는 기틀을 모색하는 단계입니다.

인터넷 서점들의 급부상으로 오프라인 서점들은 많은 영향을 받고 있습니다. 인터넷 서점과의 차별화가 필요한 시점입니다. 소빅스문고의 차별화 전략을 무엇인지 궁금합니다.

인터넷서점뿐 아니라 쇼핑몰, 할인점들이 서점 대형 역할을 수행하고 있는 때입니다. 교보나 영풍이 지점을 확대하고는 있지만 행복하지만은 않을 것입니다. 이제는 다양한 형태로 책과 결합해야 합니다. 용산이라는 지역 역시 책만으로 되지 않는다고 생각합니다. 책과 함께 이익을 창출할 수 있는 복합매장으로 전환해야 한다고 봅니다. 유비쿼터스, 하이브리드 매장이라고 해야 할까요? 지금까지 고객이 찾아오는 공간이었다면, 이젠 고객을 찾아가는 공간으로 변신해야 할 필요도 있습니다.

한편으로 대형서점의 지방화 전략으로 중소형 서점들이 문을 닫고 있습니다. 마음의 빛으로 작용할 수도 있는데, 대형서점과 중소형 서점들이 상생하며 공존하는 방안에 대해 구상해 보셨는지요.

사실 교보는 어려운 상황입니다. 중소형 서점이 사라지는 것이 꼭 교보의 탓이겠습니까? 다른 원인들 중 하나인 셈인데, 역할이 다르다고 생각해야지 않겠는가 생각해 봅니다. 한편으로는 글을 쓰는 사람, 책을 만드는 사람들에게는 정부가 관심을 기울이지만 서점하는 사람들은, 최전선에서 책의 유통을 담당

하는데, 그냥 책장사라고만 여깁니다. 이런 사람들에게도 관심을 기울이고 훈포장이라도 하는 것이 일종의 생활독서운동 아니겠습니까? 서점의 역할을 인정하는 그런 풍토가 마련되어야 한다는 말입니다.

**그렇다면 대표님이 보시는 해결책은 무엇입니까?**

문제는 출판시장이 작다는 것입니다. 더 키울 필요가 있습니다. 실질적으로 중요한 것은 출판시장과 독서시장을 키우는 것입니다. 한 가지 예를 들어보겠습니다. 문화접대비에 연극이나 뮤지컬 항목은 있지만 책에 대한 항목은 없습니다. 꼭 공연을 봐야 문화접대인가요? 직원들에게, 거래처에 책을 선물하는 것도 일종의 문화접대입니다. 제가 최근 학급문고에 신경을 쓰고 있는데요, 그 운용 실태가 천차만별입니다. 획일적인 기준은 아니더라도 표준안을 마련해야 한다고 봅니다. 회사 차원에서 그 운영 방안을 모색 중에 있습니다. 이런 식으로 책의 범주를 좀더 확대해 나갈 필요가 있다는 것입니다.

소빅스문고의 모체가 대교베텔스만입니다. 대교베텔스만은 출판계에서 출판, 북클럽, 서점 등으로 전방위적으로 성공을 거두고 있습니다. 출판계의 사업 다각화의 모델이 될 수도 있지만, 출판계의 시선이 굵지 않을 수도 있습니다. 이에 대한 대표님의 생각은 무엇인지 궁금합니다.

일단 외국자본에 잠식당한다는 우려가 가장 많은 것이 사실인데요, 지금은 글로벌 시대입니다. FTA가 체결되면 출판시장도 글로벌화될 수밖에 없습니다. 미국이나 일본의 대형출판사의 하나의 시장규모는 우리 출판계의 시장규모와 비슷합니다. 자본의 논리를 편다기보다는 앞서 말씀드린 것처럼 시장의 확대해야 한다는 것이 제 생각입니다. 경쟁하면서 성장하는 것이 오히려 건강합니다.

**앞으로 소빅스문고가 추구하는 성장방향과 올해 계획을 설명해 주십시오.**

거창한 목표보다는 한 걸음씩 착실하게 나갈 생각입니다. 교육기업으로서의 역할에 충실하면 독자들도 소빅스문고를 잊지 않을 거라고 생각합니다. 또 엄마와 자녀가 함께 와서 더 편안하게 책을 볼 수 있는 공간을 많이 확보하도록 최선을 다할 생각입니다. **■**

취재 장동석 기자 | 사진 박신우 기자