

시장 데이터 근거

알라딘

판매지수 **12,038**
 현재 사회과학 주간 82위
 최고 사회과학 주간 5위 · 25.06

예스24

판매지수 **6,453**
 현재 사회정치 59위
 최고 사회정치 12위 · 25.06.21

교보문고

판매지수 **미제공**
 현재 인문 75위
 최고 월간 종합 240위 · 26.07

● 알라딘 사회과학 주간 ○ 예스24 사회정치 일간 □ 알라딘 종합 주간 | 2026 인문교양 대상 2위 선정

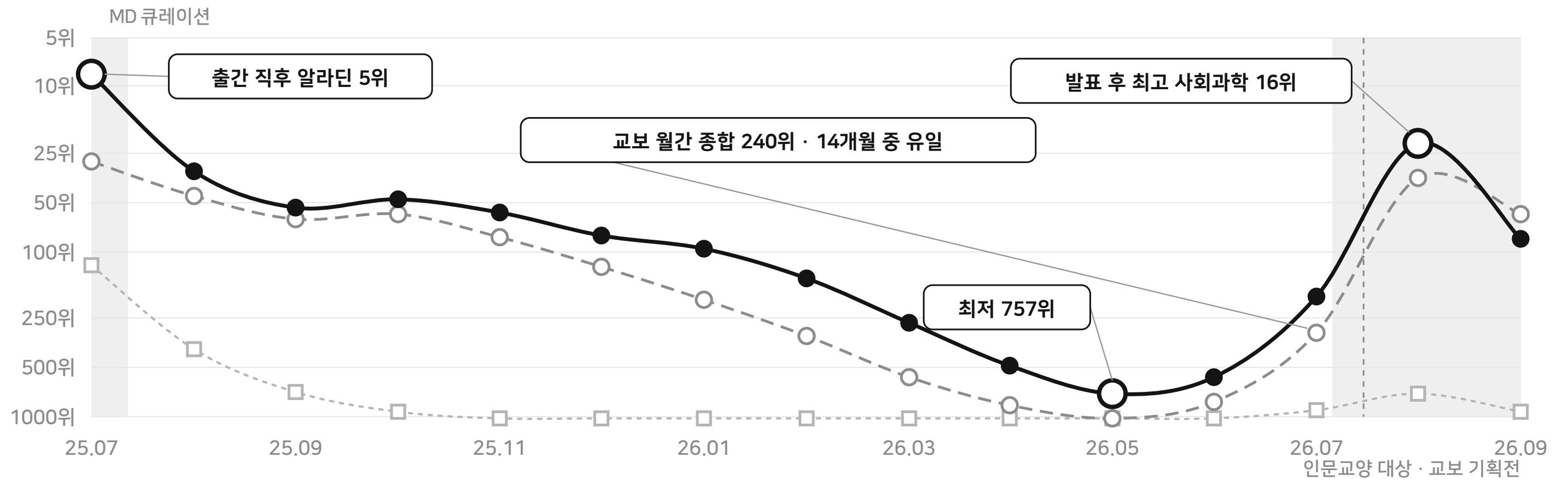


그림-1 선정도서 온라인 서점 베스트셀러 동향 추이 종합 그래프

마케팅 저노출 근거

서평단 모집 · 신간 보도자료 · 굿즈 이벤트 등 출판사 기본적인 마케팅 활동만 진행

■ 출판사 마케팅 활동 □ 외부 큐레이션 · 추천

2025.06 ~ 07 출간 2주 (신간)

- 공식 X 서평단 모집 (06.11)
- 표지 시안 공개 (06.11)
- 신간 보도자료 배포 (06.19)
- 공식 X 미니 키팅 이벤트 (06.26)
- 알라딘 눈에 띄는 새 책 (06.21)
- 알라딘 편집장의 선택 (06.27)
- 교보 오늘의 선택 (07.01)

2025.08 ~ 2026.06 구간 침체기

- 선정도서 추가 마케팅 활동 없음
- 공백의 책단장 8.1천 뷰 (25.12)
- KBS 라디오 송길영 추천 5.2천 뷰
- 왓챠 박시영 추천 22.2만 뷰
- 서울국제도서전 부스 운영 (26)

2026.07 ~ 재점화

- 교보 인문교양 대상 2위 (07.13)
- 예스24 진입률 3.9% → 67.3%
- 알라딘 사회과학 16위 재진입

지역 서점 · 독서모임



이후복스 · 진주문고 등 5곳
추천도서 · 독서모임 선정

언론



경향 · 문화 · 조선 등 16건
출간 직후에 집중

소셜미디어



인스타 태그 1,000+ · 유튜브 3건
순위 변동 영향 없음

도서 선정 배경

출간 후 14개월 시기 베스트셀러 순위 재진입 — 신간 효과가 큰 국내 시장에서는 드문 사례

예스24 사회정치 일간 TOP100 진입률



알라딘 사회과학 주간 평균 순위



전국 공공도서관 월 대출 건수



그림-2 교보 2026 인문교양 대상 발표 전후 비교 그래프

1기	신간 반응	25.06.20 ~ 25.08.19	출간 후 알라딘 사회과학 주간 5위
2기	구간 침체	25.08.20 ~ 26.07.12	알라딘 최저 757위(26.03)까지 하락
3기	재점화	26.07.13 ~ 26.09.02	알라딘 16위 재진입

01 구간 도서의 역주행

- 알라딘 사회과학 259위 → 36위
- 예스24 진입률 3.9% → 67.3%
- 교보 월간 종합 240위 재진입

02 지속적인 판매·대출

- 2025.06 출간 후 15개월간
- 알라딘 사회과학 주간 62주 체류
 - 예스24 사회정치 TOP100 13주
 - 도서관 월 대출 최고 321건

03 국내에서 드문 논픽션

문학 구매 비중이 높은 국내에서 논픽션 도서가 꾸준히 팔린 드문 사례. 민음사가 인류학 도서 시리즈 '땅'을 출시한 흐름과도 맞닿아 있음

04 출판 마케팅 사례로서의 가치

출판사의 마케팅 전략을 분석하기에 적합한 사례

경쟁 도서 분석

항목	경쟁도서 1	경쟁도서 2	선정도서
제목	먼저 온 미래	물고기는 존재하지 않는다	청킹맨션의 보스는 알고 있다
저자 / 출판사	장강명 / 동아시아	룰루 밀러 / 곰출판	오가와 사야카 / 갈라파고스
콘텐츠 접근법	전현직 프로기사 30명을 인터뷰한 르포. 2026 교보 인문교양 대상 1위	해외 '2020년 최고의 책' 선정. 서점 올해의 책 · 기관 추천도서	이민자 보스 '카라마'를 밀착 관찰. 오야 소이치 논픽션상 · 가와이 하야오 학예상 동시 수상
강점	대중 인지도를 갖춘 저자 브랜드. 증언 중심 서사로 진입장벽이 낮음	흥미로운 제목과 예측 불가한 전개. 271쪽 · 17,000원의 낮은 부담	인물 중심 서사로 소설처럼 읽히는 가독성. 새로운 공생 윤리 제시
약점	368쪽 분량과 '바둑' 소재가 주는 진입장벽	데뷔작으로 저자 인지도 없음. 중반까지 내용 전개가 느림	저자 국내 인지도 낮음. 학술적 부제가 주는 부담. 출간 이후 출판사 추가 마케팅 없음
기회	교보 인문교양 대상 1위로 확보한 권위. 기관 강연 교재로 활용	고전 중심의 과학 분야 시장에서 새로운 기획. 접근이 쉬운 에세이로 2030 독자군 유입	교보 2026 인문교양 2위 도서 선정. 『중경삼림』 재유행 흐름
위협	AI 도서 과다로 유사 도서 간 경쟁 심화. 담론 주기가 짧음	12월 출간으로 매대 노출 수명이 짧음	번역 논픽션 시장 축소

핵심 타깃 > 포지셔닝 > 콘셉트

페르소나 김서연(가명) · 28세

나이 / 성별	만 26~33세 여성
직업	수도권 사무직 3~5년 차 / 대학원생
라이프스타일	서울 1인가구 / 퇴근 후와 주말에 넷플릭스 다큐 · 여행 유튜브 시청 / 1~2년에 한 번 아시아 단기 여행
미디어 소비 습관	인스타, 유튜브 등 소셜미디어로 신간 발견 · 예스24, 알라딘, 교보문고 MD 큐레이션에서 확인 후 도서 구매
지금 이 사람의 고민	인문서는 어렵고, 소설처럼 읽히는 논픽션 분야 도서를 찾고 있다

핵심 독자	기존 한국 여성 작가 소설, 아시아권 번역 문학을 주로 읽어 온 20대 후반 ~ 30대 초반 수도권 여성 중에서 학술서에 입문하고 싶지만 부담스러워하는, 다큐멘터리처럼 누군가의 삶을 알고 싶어 하는 인문 논픽션을 찾고 있는 독자군
확산 독자	인류학이나 논픽션 입문 독자군 & 독서모임 · 서점 · 도서관 · 인플루언서 큐레이션 대상 독자군
유입 독자	홍콩 영화『중경삼림』의 낭만이나 청킹맨션에 관한 내용을 기대하는 독자군

포지셔닝

인문서는 어렵고 소설은 아쉬운 2030 독자를 위해
일본 논픽션 최고상 2관왕이 검증한,
소설처럼 읽히는 인류학 입문서

콘셉트

자본주의 사회 속 신뢰하지 않고도 상대와 공생하는 윤리를
탄자니아 출신 이민자, 청킹맨션의 보스 카라마의
일상에서 발견하는, 넷플릭스 다큐멘터리 같은
문화인류학자 오가와 사야카의 에세이

USP · 독자 행동 변화

I USP (특장점)

- 1 작품성과 대중성을 입증한 수상작**
일본 제51회 오야 소이치 논픽션상 · 제8회 가와이 하야오 학예상 동시 수상 & 17쇄 기록
- 2 실제 인물의 삶에서 발견하는 인류학적 통찰**
홍콩 청킹맨션의 보스 카라마를 중심으로 이민자의 삶과 관계 맺기를 인물 · 현장 중심 서사로 분석
- 3 신뢰가 없어도 지속되는 새로운 관계 방식 제시**
'준 만큼 받아야 한다'는 교환 논리에 질문 → '검사검사' 돕고 공생하는 유연한 관계 제시

I 독자 행동 변화

탄자니아 이민자 일상



자기반성



인간관계 재해석



새로운 삶의 태도 수용

표지 · 표지 분석 · 서점 노출



표지 분석

- 제목 『청킹맨션의 보스는 알고 있다』가 장소 자체를 궁금하게 만들
- 부제에 '인류학'을 명시해 분야와 내용을 분명히 함
- 『중경삼림』 재유행으로 오른 '청킹맨션' 검색량을 그대로 흡수
- 일본 논픽션상 2관왕 이력을 헤드 카피로 올려 권위 확보
- 130×195mm / 296쪽 / 18,500원

서점 · 온라인 노출

- 교보문고 24개 매장 재고 55부 · 인문학 베스트셀러 평대 5개 매장
- 알라딘 눈에 띄는 새 책 · 편집장의 선택 큐레이션 진입
- 교보 오늘의 선택 & MD의 선택, 알라딘 송길영의 서재 기획전
- 2026 교보 인문교양 대상 2위 · 한국출판문화상 올해의 번역서
- 청킹맨션 · 검사겸사 · 인류학 · 공유경제 키워드로 확장 가능

인류학 에세이 시장의 흐름

국내 인류학적 르포르타주 도서의 흐름

| 계보



01

현장으로 들어가는 인류학

저자가 직접 관찰 도구가 되어 특정 공동체의 삶을 기록하는 에스노그래피

02

학술에서 대중으로 확장되는 인류학

문화인류학자가 학술 용어를 덜어내고 독자를 대상으로 한 편안한 에세이 형식

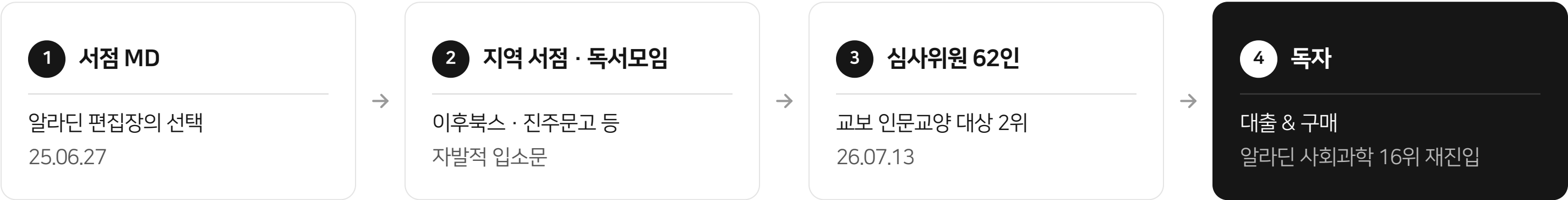
03

타인의 삶에서 동시대 사회를 바라보는 인류학

실제 현장에서 얻은 저자의 경험이 현대 사회와 독자의 삶에 대한 질문으로 확장

입소문 채널 · 본문 텍스트의 힘 · 독자 반응

| 노출 경로 (시간순)



| 독자 행동 동기

- 01

완독 후 도서의 '재미' 언급

리뷰 절반 이상 '넷플 다큐 같다' 등 재미, 가독성 언급
- 02

낯선 개념을 자신만의 언어로 재정의하며 인용

'검사검사'를 자기 언어로 바꿔 인용
- 03

작품의 주인공에 대해 논평

보스 카라마를 언급한 리뷰가 많다

| 이 책에서 공유할 만한 문장

지금 우리가 사는 세계는 ‘안심’, ‘안전’을 부르짖으며 미래를 예측 가능하게 만들고 리스크를 줄여야 한다는 사고방식을 전면에 내세우고 있다. 이런 사고방식은 ‘준다는 확약 없이는 줄 수 없는’ 사회적 관습을 강화하고 ‘빌려준 것’과 ‘빌린 것’을 즉시 청산하려는 태도를 낳는다.

259쪽

성공 요인 · 넥스트 · 인사이트

01

추천이 만든 자발적 입소문

서점 MD · 지역 서점 · 독서모임이 14개월간 판매를 이어 감
→ 교보 인문교양 2위로 재점화

02

해외 수상으로 검증된 원고

일본 출간 후 17쇄 · 논픽션상 2관왕
→ 작품성과 대중성을 이미 검증

03

'쉽게 읽히는' 논픽션

인류학 지식을 인물 중심 서사로 전달
→ 공생의 윤리로 시대적 공감 형성

넥스트 베스트셀러는?

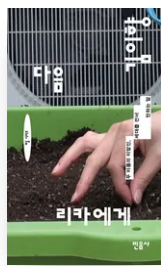
민음사『땅』 시리즈

젊은 인류학 연구자가 장소와 사람을 직접 찾아가 참여 관찰하고 기록한 인류학 도서 시리즈



땅 01

날로 노는 홍대
홍성훈 · 2026.04



땅 02

다음 리카에게
김이향 · 2026.04



땅 03

래퍼와 공원
송재홍 · 2026.04

기획	김세영 편집자
타깃	2030 젊은 독자군 공감 유도
선정 이유	논픽션 한국 현지화 · 젊은 저자 섭외

인사이트

- ① 좋은 원고는 자발적 입소문으로 확장된다
마케팅이 아니라 콘텐츠 자체가 독자 추천을 이끌어냄
- ② 서점 MD 큐레이션은 강력한 노출 장치다
MD 추천이 초기 노출과 독자 유입에 유의미하게 작용
- ③ 낯선 저자의 권위는 '독자의 언어'로 전달한다
친숙한 표현과 카피로 전문성을 번역하는 전략이 필요
- ④ 표제는 독자를 유입시킬 수 있도록 설계해야 한다
검색량 높은 키워드와 친숙한 표제 문법을 적극 활용