



07-34 (통권 161호)

2007.8.24

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 7월중 실업률 3.2%로 전년동월대비 0.2%p 하락
- 미국 가계부문 총소득 대비 총부채 비율 1.0 기록

경영 노트

- CEO의 브랜드 가치

사회 트렌드

- 일본 20대, '미니멈 라이프族' 늘어
- 온라인 컨트리클럽

저널 브리프

- 불붙은 서브프라임 충격 논쟁

洗心錄

- 강태공이 말하는 '조직의 성공 조건'

□ 7월 중 실업률 3.2%로 전년동월대비 0.2%p 하락

- 통계청이 발표한 7월 고용동향에 의하면, 7월중 경제활동인구는 2,454만 5천 명으로 전년동월대비 1.1% 증가하였고, 경제활동참가율은 62.6%로 전년동월대비 0.1%p 상승하였음
 - 취업자는 2,375만 명으로 전년동월대비 1.3% 증가한 반면 실업자는 79만 5,000 명으로 전년동월대비 3.4% 감소하였음
 - 이에 따라 실업률은 3.2%를 나타내어 전년동월대비 0.2%p 하락하였으며, 청년층 실업률도 7.6%로 전년동월대비 0.4%p 하락하였음
 - 한편 비경제활동인구는 1,466만 명으로 전년동월대비 0.8% 증가함

- 그러나 취업시간대별 취업자를 살펴보면 36시간 미만 취업자는 431만 2천 명으로 전년동월대비 44.4% 증가한 반면, 36시간 이상 취업자는 5.1% 감소하였음

□ 미국 가계부문 총소득 대비 총부채 비율 1.0 기록

- 미국 가계부문의 총소득 대비 총부채 비율은 1980년대 0.6을 나타낸 이후로 크게 증가하여 2000년대에는 1.0을 기록함
 - 인구구조의 변화, 주택가격의 상승, 다양한 금융상품의 개발 등이 이러한 총소득 대비 총부채 비율의 증가에 일조를 한 것으로 평가됨
 - 가계부문의 차입증대로 인하여 가계부문이 급격한 자산가치의 변동에 따른 위험에 노출되는 정도가 심화되었으며
 - 또 다른 한편으로는 소득에 비해 과다하게 높은 부채비율로 인하여 예상치 못한 소득과 이자율의 변동이 가계부문의 불안정성을 증폭시키는 결과를 초래하고 있음

- 동 기간 중 가계부문의 저축성향도 크게 하락하여 개인저축률의 경우 1980년대에는 9.1%의 상대적으로 높은 수준을 나타내었으나 2000년대 들어와서는 1.7%로 급락하였음

□ CEO의 브랜드 가치*

- (개요) CEO 이미지가 기업 이미지 및 신뢰도에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라, CEO 브랜드 가치가 새롭게 주목받고 있음
 - CEO 브랜드와 주식가치의 연관성을 계량화한 데이비드 라커 교수에 의하면, CEO 브랜드 가치가 10% 오르면 주식가치는 24% 상승한다고 함
 - 실제로 2000년 GM으로부터 제임스 맥너니가 3M의 CEO로 선임될 것으로 알려지면서 3M의 주식가치는 2일 만에 11%나 급등했었음
 - 안철수 연구소가 코스닥 시장에 상장할 당시, CEO의 후광 효과로 공모가격이 10~20% 상승한 것으로 알려짐
- (PI 중요성) 기업들마다 CEO의 이미지를 기업 이미지에 투영시키는 ‘이미지 통합’(PI : President Identity)에 적극 나서고 있음
 - CEO의 언행, 구체적으로 옷차림이나 대화법, 매너, 사진은 물론, 취미와 음식, 애창곡 등 외부에 영향을 미치는 모든 요소가 관리 대상임
 - PI 전담조직을 구성하거나 홍보대행사를 통해 컨설팅을 받는 기업들이 늘어나고 있으며, PI마케팅이 경영전략의 하나로 자리 잡고 있음
 - 과거에는 제품이나 서비스를 내세워 기업이미지를 홍보하던 기업들도 최근엔 CEO의 현장경영이나 고객만남 등을 부각시키고 있음
- (PI 시장 현황) 국내 대기업 CEO의 PI 시장규모는 85조원을 웃도는 것으로 추산되고 있으며, 전 세계적으로도 PI마케팅 시장은 확대되고 있음
 - 국내의 경우, 삼성, 현대차, LG, SK 등 4대 그룹총수를 중심으로 한 PI 마케팅시장은 무려 60조 원에 이르고 있음
 - 외국의 경우, 마이크로소프트 빌 게이츠 회장의 PI마케팅 규모가 50조 원, 야후의 제리 양은 20조원에 이르는 등 PI 시장은 급속도로 확대됨
- (시사점) CEO는 기업을 대표하는 얼굴로서, CEO 브랜드는 기업의 이미지를 좌우하는 핵심가치로 작용함을 인식해야 함
 - CEO의 모든 언행은 기업 이미지와 신뢰도는 물론, 미래의 기업 가치에도 미치는 영향이 크다는 사실을 인식하고 전략적 관리가 필요함

* 이 글은 서울경제(2007.8.1)에 게재된 기사를 요약, 편집한 내용임

□ 일본 20대, '미니멈 라이프族' 늘어

- 생계와 직접 관련된 것을 제외하고는 돈을 거의 쓰지 않는 '미니멈 라이프族'이 일본 20대 사이에서 늘고 있음
 - 20대를 대상으로 한 닛케이 유통신문 여론조사에 의하면 34.4%는 아예 또는 거의 술을 마시지 않는다고 조사됨. 돈이 아깝다는 것임
 - 비용 절감을 위해 휴대전화는 통화보다 문자메시지로 이용. 이에 따라 젊은 층의 휴대전화 이용 요금은 해마다 줄고 있는 것으로 나타남
- 최소 비용으로 사는 이들 '미니멈 라이프族'은 소비를 줄이면서 행동까지 소극적으로 나타나 교우관계까지 좁아지고 사회 활동마저 위축되는 결과를 가져옴
 - 자동차에 대한 20대의 관심이 53.5%로 5년 전보다 20.6% 포인트 낮아짐 ⇒ 유지비 부담이 원인
 - 43.1%가 청소나 빨래를 하면서 휴일 집에서 보냄 ⇒ '움직이면 돈'이라는 인식에 커짐
 - 하지만 매달 10만 엔 이상을 저축하는 20대가 18.3%에 달함 ⇒ 미래가 불안하다고 생각(39.5%)하기 때문임

□ 온라인 컨트리클럽

- 부유하고 잘 나가는 젊은이들 사이에 폐쇄적인 네트워킹 사이트가 각광을 받고 있다고 하는데 그 대표적인 사이트가 '어스몰월드'(aSmallWorld)임 (비즈니스위크 인터넷판 소개)
 - 'aSW'라는 약자로 더 알려진 이 프라이빗온라인네트워킹 사이트가 부유층이나 권력층에게만 문을 개방하는 컨트리클럽처럼 회원 자격을 제한하는 일종의 온라인컨트리클럽과 같다고 소개함
- '어스몰월드'가 뜨면서 이보다 더 폐쇄적인 사이트도 등장
 - 외모까지 평가해 회원을 선발하는 뷰티플닷넷, 다이아몬드라운지 등은 광고수입이 아닌 회비와 프리미엄 서비스에 대한 별도 요금 부과 등을 통해 사이트를 운영
 - 비즈니스위크는 이 폐쇄적 커뮤니티 사이트에 대해 끔찍한 엘리트주의의 산물이라는 비난과 훨씬 더 배타적으로 운영해야 한다는 두 가지 시각이 공존하고 있다고 설명

□ 불붙은 서브프라임 충격 논쟁*

- (현황) 서브프라임 모기지 사태가 세계 증시를 뒤흔드는 가운데서도 한국 등 다른 아시아 국가에 비해 외국인 자금의 유출입이 제한된 중국은 영향을 덜 받음
 - 시장 전문가들은 통제 및 감독 시스템이 원활하게 작동하고 있다는 점을 중국 금융시장이 서브프라임 파동에 출렁이지 않는 이유로 꼽음
 - 최근 홍콩 언론은 중국의 은행들도 미국의 서브프라임 모기지 문제에서 자유로울 수 없다고 전해 중국에서도 논쟁이 일고 있음

- (중국 금융시장의 우려) 중국의 은행들이 미국 서브프라임 모기지 증권에 투자해 거액의 손실을 볼 수 있으며, 중국의 부실 부동산 담보대출 위험성이 크게 부각되고 있음
 - 중국 공상은행(ICBC), 초상은행(CMB) 등은 서브프라임 관련 상품 투자액이 극히 미미하거나 전무한 실정이라고 전하지만 실제 중국 은행권의 달러화 표시 자산 투자를 감안하면 투자액이 클 것으로 추정됨
 - 국제 금융시장을 강타한 미국발 서브프라임 모기지 위기 자체의 영향보다 이 사태가 중국 내 부동산 금융의 위험성을 부각시키고 있다는 데 더 큰 문제점이 있음
 - 중국 주택 담보대출의 질이 미국의 서브프라임 대출보다 부실하여 누구나 쉽게 주택 대출을 받을 수 있기 때문에 부실 대출규모도 크며, 또한 부동산 거품 붕괴시 부실 대출 비중이 급격히 늘면서 야기될 금융시장 혼란이 우려되고 있음

- (시사점) 중국 정부의 잇따른 경기과열 억제 조치에도 소비자물가지수는 5%, 국내총생산 증가율은 11%가 넘어 리스크가 커지고 있는 만큼, 對中 투자 포트폴리오의 재검토 및 지속적인 투자리스크 관리가 이루어져야 할 것임

* 이 글은 『한경BUSINESS』(2007.8.27)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

□ 강태공이 말하는 ‘조직의 성공 조건’

강태공(姜太公)은 주(周)나라 무왕이 은(殷)나라를 멸망시키고 천하를 평정하는 데 큰 도움을 준 재상이다. 본명은 강상(姜尙)으로 위(渭)숫가에서 낚시질하며 때가 오기를 기다렸다고 해서 유명하기도 하다. 한편 그는 육도(六韜)라는 병법서의 저자이기도 한데, 이 책에는 인재(將軍)를 선발하는 8가지 기준이 제시되어 있다.

- ① 문지이언이관기상(問之以言以觀其詳) : 질문을 하여 얼마나 그 질문에 대해 상세히 알고 있는지를 살펴보아라!
- ② 궁지이사관기변(窮之以辭觀其變) : 어렵고 힘든 상황을 설정하여 얼마나 잘 대응하는지 살펴보아라!
- ③ 여지문간모이관기성(與之間諜以觀其誠) : 얼마나 성실한지(충성스러운지) 사람을 보내 살펴보아라!
- ④ 명백현문이관기덕(明白顯問以觀其德) : 명백하고 뻔한 질문을 통해 얼마만큼 덕이 있는지를 살펴보아라!
- ⑤ 사지이재이관기염(使之以財以觀其廉) : 재물을 맡기어 얼마나 청렴한지를 살펴보아라!
- ⑥ 시지이색이관기정(試之以色以觀其貞) : 여색을 써서 얼마나 정조가 강한지를 살펴보아라!
- ⑦ 고지이난이관기용(告之以難以觀其勇) : 어려운 현실을 알려주고 얼마나 용기가 있는지 살펴보아라!
- ⑧ 취지이주이관기태(醉之以酒以觀其態) : 술에 취한 다음의 태도를 살펴보아라!

이상 보았듯이 강태공은 인재를 선발함에 있어서 전문성, 리스크 관리 능력, 성실성과 충성심, 인격, 청렴함, 정조, 용기, 강한 의지의 8가지 기준을 중시했다는 것을 알 수 있다. 더욱이 이들 8가지 기준 가운데는 상당한 시간이 필요한 것도 있어, 인재의 선발에는 역시 많은 시간과 노력이 필요하다는 것 또한 알 수 있다. 국가나 기업의 경쟁력이 고급 두뇌의 확보와 활용에 달려 있다는 점에서 우리 기업들은 강태공이 제시한 8가지 조건을 갖춘 인재를 확보하기 위해 어떤 노력을 기울이고 있는지 살펴볼 필요가 있을 것이다.

**용기는 전염성이 있다. 용기 있는 한 사람이 대항하면,
다른 이들도 함께 강해진다.**

빌리 그레이엄(1918~) : 美 개신교 목사, 전도사