



08-40 (통권 218호)  
2008.10.10

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 글로벌 금융위기의 공동 대응
- 한국은행 정책금리 인하

## 경영 노트

- 직원 1인당 최고 이익 내는 '닌텐도'의 비결

## 사회 트렌드

- 권력상실 우울증

## 저널 브리프

- 차별화하되 아주 단순화하라

## 洗心錄

- '프랙탈(fractal)'이론으로 본 행복한 인생

## □ 글로벌 금융위기의 공동 대응

- 글로벌 금융위기로 인한 국제금융시장의 붕괴를 막고자 세계 주요 국가들은 금리인하 등 공동보조를 취하기로 합의함
  - 미국, 유럽, 일본, 등 7개국 중앙은행(10월 8일, 현지시간)은 금융위기의 확대로 경제성장률이 하락할 가능성이 증대하였고 물가상승 압력은 감소하였다고 발표함
  - 일본을 제외한 미국(0.5%p), 유럽(0.5%p), 영국(0.5%p), 스웨덴(0.5%p), 캐나다(0.5%p), 스위스(0.25%p)는 0.25%p~0.5%p씩 금리를 인하하였고, 일본은 공동보조를 맞추기로 함
  - 이러한 금리인하는 유동성 증가를 통해 세계 금융시장의 안정화를 이루고 세계 경기 둔화세를 억제하고자 하는 목적임
- 한편, 세계 주요국의 동시적인 금리인하에도 불구하고 미국 및 유럽 증시는 등락을 거듭하는 등 세계 금융시장은 안정을 찾지 못하고 있음

## □ 한국은행 정책금리 인하

- 한국은행(10월 9일)에 발표한 통화정책에 따르면 국제금융시장 불안 및 국내 경기 둔화 등으로 기준금리를 인하함
  - 10월 9일에 개최된 금융통화위원회는 한국은행의 정책금리를 현재의 5.25%에서 0.25%p 인하하여 5.0%로 하기로 결정
  - 국내 경기는 수출증가세가 여전히 높은 수준을 유지하고 있으나 내수 부진으로 인해 둔화의 움직임이 뚜렷한 가운데, 국제금융시장 불안, 세계 경기 위축 등으로 성장 감소의 요인이 높아짐
  - 국제유가가 안정세를 위협으로써 소비자물가는 상승률이 점차 낮아지고 있으나 원/달러 환율 상승 등에 기인하여 당분간 높은 오름세를 나타낼 것으로 보임
- 한국은행의 평가에 따르면 이번 정책금리 인하는 금융시장 불안을 완화하고 경기가 과도하게 위축되지 않도록 하기 위한 것임

□ 직원 1인당 최고 이익 내는 ‘닌텐도’의 비결

- 직원 1인당 이익이 약 160만 달러에 달하는 닌텐도의 수익창출에 세계 우수 기업들이 주목하고 있음
  - 닌텐도는 일본 전체 기업 중 시가총액 기준으로 9월말 현재 도요타, 미쯔비시UFJ, NTT도코모 다음 4위로 총 6조 1,059억 엔에 달함
  - 이는 경쟁 업체인 소니(3조 1,843억 엔)보다 배 이상의 수준으로 소니를 제친 닌텐도만의 참신한 경영전략에 관심이 쏠리고 있음

<닌텐도 & 소니의 시가총액 비교> <단위: 억 엔>

회사	시가총액(동종 제1부 기준)		
	06년 12월말	07년 12월말	08년 9월말
닌텐도	43,775	94,209	61,059
소니	51,108	62,243	31,843

자료 : 동경 증권거래소

■ 닌텐도의 성공 비결

구 분	내 용
막대한 R&D비용과 높은 투자 효율성	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 다른 기업이 흉내 낼 수 없을 정도의 막대한 연구비(3700억 엔, 2007년 매출액 대비 22%)로 여러 가지 종류의 게임기를 개발 하지만, 시장반응이 좋지 않으면 바로 개량작업에 들어감</li> <li>예) 처음 ‘닌텐도DS’의 시장반응이 좋지 않아, 곧 ‘닌텐도DS Lite’를 출시</li> </ul>
‘치킨게임’을 하지 않음	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 경쟁사와의 과다 경쟁에 따른 출혈을 막고, 후발업체가 자사를 따라올 때쯤 새로운 컨셉으로 제품 출시하여 선점 효과를 누림</li> </ul>

자료: 일본경제신문

- 닌텐도는 기존의 소니가 가지고 있던 게임 마니아를 위한 ‘중후장대’ 전략에서 벗어나, 게임에 누구나 쉽게 접근하도록 시장을 변화시켜 성공함
  - 금융위기의 실물경기 영향으로 가계의 소비축소로 이어지는 가운데 국내 기업들 또한 소니를 눌러 1위 자리를 획득한 닌텐도와 같은 고객 중심의 경영혁신의 자세가 필요함

□ 권력상실 우울증\*

- ‘권력상실 우울증’이란 권력의 최정점에 있던 대통령이나 기업체 대표가 현직을 떠나 야인으로 돌아가거나, 유명 연예인이 시청자들로부터 외면을 받을 때 찾아오는 허탈감과 두려움으로 인해 앓는 우울증을 말함
  - 최고위직에 오른 사람 가운데에는 성격이 지나치게 완벽하면서도 성취에 대한 집착이 강한 사람이 많은데, 이들의 경우 권력상실 우울증에 걸릴 가능성이 큼
- 심리학자 라이카르드는 은퇴 후 적응 양식을 다섯 가지 유형으로 분류
  - (① 성숙형) 은퇴 후 늙어가는 자신의 삶을 큰 어려움 없이 있는 그대로 받아들이고 자신의 일생이 값진 것이었다고 평가
  - (② 은둔형) 이들은 지금까지 가지고 있던 무거운 책임에서 벗어나 조용한 생활을 하게 된 것을 감사하게 생각함
  - (③ 무장형) 이들은 늙어감과 소외에 대한 불안감이 심하고, 은퇴 후 수동적인 면이나 무력함을 받아들이지 않고 계속 무엇인가를 함으로써 자신의 능력 감소를 막으려 노력함
  - (④ 분노형) 이들은 자신의 인생 목표를 모두 달성하지 못하고 은퇴했다고 비통해 함. 또한 실패 원인을 다른 곳으로 돌려 남을 질책하고 은퇴 후 자신의 처지를 인정하지 않으려 함
  - (⑤ 자학형) 이들도 은퇴 후 자신의 삶을 실패로 보고 비통해 함. 그러나 분노형과 달리 그 원인을 자기 자신에게 돌리고 자신을 꾸짖음
- 이 중 성숙형이 가장 이상적이라고 한다면 은둔형과 무장형은 비교적 잘 적응한 경우고, 분노형과 자학형은 적응에 곤란을 겪고 있는 것임
  - 이러한 적응 양식은 일생을 통한 성격 형성 과정의 결과로 나타나며 성숙된 성격을 형성한 사람이 은퇴 후에도 행복한 생활을 누리게 됨
  - 자신이 어떤 유형이 될 것인지를 돌아보고 은퇴 후 스트레스를 예방하고 극복하기 위한 계획(재충전 등)을 세우고, 성공하지 않으면 안 된다는 강박관념에서 벗어나, 은퇴를 긍정적으로 받아들이고 주어진 생활에 만족하는 성숙한 자세가 필요함

\* 이 글은 매일경제(2008.10.11) 기사(전홍진 삼성서울병원 정신과 교수의 글 포함)를 요약 정리

□ 차별화하되 아주 단순화하라\*

- 레드오션인 신용카드 시장에 후발 주자로 참여한 현대카드가 시장점유율과 인지도 면에서 상위권에 올라 이에 대한 이목이 집중되고 있음
  - 특히 마케팅·브랜딩·광고는 여러 기업에게 벤치마킹 대상이 되고 있고, 최근에는 일괄된 아이덴티티로 기업문화 측면에서도 주목을 받고 있음
- 현대카드의 성공 요인
  - 마케팅이나 브랜딩은 단순하고도, 강력한 전략으로 환경변화에 빠르게 대응하는 기본원칙에 충실해야 함

<현대카드의 성공 요인 분석>

구 분	내 용
1. 무색무취 상품에 개성을 불어넣어라	· 현대카드는 선발회사와의 철저한 차별화를 원칙으로 기존 업체와는 다른 방식으로 접근 예) 카드 플레이트 디자인에 집중해 새로운 소재, 디자인 제시
2. 과학과 예술을 결합하라	· 고객 데이터 축적 및 세분화를 통한 분석 능력과 창의적인 상상력을 결합 시켜야함
3. 단순화 하라	· 상품의 컨셉트나 핵심판매요소(Key Selling Point)를 한마디로 정의할 수 있는 상품전략 및 광고 실시 · ‘Less is More(적을수록 좋다)’
4. 브랜드 정책성 유지에 몰두하라	· 직원 모두가 아이덴티티를 새기고 모든 고객과의 접점에서 아이덴티티를 유지·고수해야함 · 자기 아이덴티티가 확실한 브랜드는 성공할 확률이 높음
5. 신속하게 움직이고 끊임없이 변화하라	· 70% 완성도가 있는 전략을 신속하게 처리하는 것이 100% 완벽한 전략으로 늦게 실행하는 것보다 좋음

- 기업 외부의 다양한 요소에 의해 급변하는 비즈니스 환경에서 경쟁업체보다 앞서나가기 위해서는 마케팅 전략의 단순화와 차별화가 중요함
  - 각 기업은 자사만의 특성과 아이덴티티를 유지할 수 있는 상품 개발 및 홍보 전략으로 금융위기로 위축된 시장에서 자사의 성장을 꾀어갈 것임

\* 이 글은 『이코노미스트』 (2008.10.7)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임

## □ ‘프랙탈(fractal)’이론으로 본 행복한 인생

복잡계 이론을 세상에 널리 알린 사람들 중 하나로 프랑스계 미국인 수학자인 멘델브로트(Mandelbrot, Benoit, 1924~)가 손꼽힌다. 특히 그는 1975년 그리스어로 ‘깨어진’ 또는 ‘조각난’의 의미를 가지고 있는 ‘fractus’로부터 온 ‘프랙탈(fractal)’이라는 말을 고안한 인물로 알려져 있다. 프랙탈은 ‘전체는 복잡하지만 부분은 단순하다’거나 ‘단순한 부분들이 합쳐져 복잡해진 것이 전체다’라는 그 이전까지 우리가 가져왔던 믿음을 정면으로 부정하였다. 멘델브로트는 전체가 복잡한 것만큼 부분도 별 차이 없이 복잡한 것이 오히려 일반적이라고 주장하였던 것이다.

만약 그의 말이 사실이라면 모든 것을 부분으로 나누어 분석한 다음 다시 이를 조합하여 전체를 설명하는 방식을 의미하는 ‘환원주의(還元主義, reductionism)’와 이에 의존해온 현대의 학문체계 또한 틀린 것이 되어버린다. 당연히 이에 대해 기존의 학계는 노골적으로 불편한 심정을 드러낼 수밖에 없을 것이다. 그러나 학문적인 논란과 상관없이 우리의 인생을 놓고 보았을 때는 타당한 면이 적지 않다. 누구도 인생이 행복한 시기로만 이루어져 있으리라고 생각하지 않는다. 행복하다고 생각하는 시간과 불행하다고 생각하는 시간이 함께 섞여있다고 믿고 있으며 전자가 후자보다 길 때 행복한 인생을 살았다고 생각한다. 그런데 프랙탈 이론을 적용하면 한 사람의 긴 인생을 비교적 행복했던 기간과 비교적 불행했던 기간으로 나눌 수 있는 것과 같이 하루 또는 순간도 행복한 부분과 불행한 부분으로 나뉜다고 할 수 있다.

신라의 원효(元曉)대사(617~686)는 젊은 시절 당나라로의 유학길에서 사람의 해골에 담긴 물을 잠결에 꿀물같이 마셔버린 사실을 다음날 아침에 발견하고선 ‘정(淨)한 것과 부정(不淨)한 것은 사람 마음먹기에 달렸다’는 깨달음을 얻었다. 프랙탈 이론과 원효대사의 가르침은 매순간에 불행과 행복이 함께하는 것이 정상이라는 믿음을 갖고 행복하다고 생각하는 부분을 극대화 시킨다면 인생 전체가 행복해질 수 있다는 논리로 연결된다.

**“신용은 거울과 같은 것이다.  
한 번 금이 가면 다시는 회복되지 않는다.”**

- 아미엘(1821~1881) : 스위스의 프랑스계 문학자·철학자 -