



08-12 (통권 190호)  
2008.03.28

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 미국 주택경기 침체
- 미국 주택차압 유예 방안

## 경영 노트

- 성공기업을 위한 '열광코드'

## 사회 트렌드

- 착한 커피

## 저널 브리프

- 엔고에 고민하는 일본 기업들

## 洗心錄

- 미래를 내다보는 눈: F·U·T·U·R·E

## □ 미국 주택 경기 침체

- 서브프라임 모기지 부실로 촉발된 주택 시장 불안으로 주택 가격은 지속적으로 떨어지고, 이러한 과정에서 발생하는 주택 재고량 증가 및 판매량 감소는 주택 가격하락을 더욱 가속하는 주택 경기 침체 상태임
  - 케이스-실러 지수(2000.1월=100)는 2006년 226.29를 보인 이후 지속적으로 떨어져 2007년 12월 200.73, 2008년 1월 까지 떨어져 주택시장 상황이 악화되는 모습임
  - 주택판매량(기존주택)의 경우도 2007년 2월 660만 가구에서 지속적으로 감소하여 2008년 1월 489만 호에 그쳤음
  
- 한편, 미국 선행지수 중 하나인 건축허가 건수가 2007년에 들어선 이후는 급격히 하락하고 있는 점을 감안하면 주택경기 침체 상태가 올해 후반기를 넘어 내년까지 이어질 가능성도 배재할 수 없음

## □ 미국 주택차압 유예 방안

- 미국 정부는 경기 침체로 인한 주택차압(foreclosure)을 유예하는 프로젝트 라이프라인(project lifeline) 및 서브프라임 모기지 5년 동결 등의 방안을 통하여 주택시장이 악화되지 않도록 하고 있음
  - 라이프 라인의 목적은 주택소유자들과 모기지 대출금융기관들이 대출금 상환 이자율을 다시 조정할 수 있는 충분한 시간을 제공하기 위해 일시적인 유예조치를 취하는 것임
  - 서브프라임 모기지 금리 5년 동결은 지난 2005년부터 2007년 7월 말까지 변동 금리부 모기지 대출을 받은 주택 실제 거주자로 그 대상이 제한될 예정임
  
- 주택차압 유예방안은 모기지 채권 투자자의 손실이 예상되는 가운데 무리하게 빚을 내 주택을 구입한 주택구입자를 구제한다는 점에서 도덕적 해이를 초래한다는 비판을 받고 있음

□ 성공 기업을 위한 ‘열광코드’

- (개요) 항상 더 나은 가치를 추구하는 고객들의 충성심 고취를 위해 ‘고객만족’, ‘고객감동’의 시대를 넘어 이제는 ‘고객열광’의 시대가 도래함
  - 美 컨설팅사 ‘싱크토피아’의 최고경영자인 패트릭 한론은 성공한 브랜드와 그렇지 않은 것과의 차이는 ‘고객의 열광’에서 비롯된다고 함
  - 고객의 ‘열광코드’는 상품기획부터 마케팅, 브랜딩, 커뮤니케이션에 이르기까지 유용한 매뉴얼을 제공
- (열광코드 7) 브랜드에 대한 고객의 충성이 종교와 비슷한 메카니즘을 갖는 데 착안하여 고객의 충성심 고취를 위한 ‘열광코드 7’이 고안됨

< 열광코드 7 >

구분	열광코드	내용
1	기업 스토리를 만들라	모든 종교에는 창조 신화가 있듯이 성공한 브랜드도 창조 신화가 있어야 함
2	다름을 믿게 하라	고객과 직원들에게 타 기업과 다르다는 신념을 고착시켜야 함
3	이미지를 연상케 하라	십자가 없는 기독교를 상상할 수 없듯이 기업, 상품, 서비스에 대한 즉각 떠오르는 이미지를 구축해야 함
4	일상의 부분이 되게 하라	종교의 기도, 예배처럼 상품과 브랜드도 일상의 한 부분으로 만들어야 함
5	불신자를 알고 공략하라	충성도가 낮은 고객을 구분하고 대상에 맞는 전략을 구사해야 함
6	특별한 용어를 만들라	고객들이 특정 브랜드를 사용할 때 소속감을 느낄 수 있는 특별한 용어를 만들어야 함
7	훌륭한 리더를 키워라	고객과 직원들에게 믿음을 주고 비전을 제시할 수 있는 종교에서의 성직자와 같은 리더를 키워야 함

- (시사점) 현대의 기업 스토리는 그 자체가 모방 불가능한 자산으로서 현대만의 기업 이미지 구축을 위한 마케팅 전략에 적극 활용해야 함
  - 현대가 갖는 도전, 개혁 정신을 기존 사업의 시장 확대와 신규 사업 확장에 접목시킴으로써 기업 이미지의 일관성을 유지해야 함
  - 기업 시민으로서 현대는 정도경영과 책임경영을 통해 사회적 책임을 다하는 기업 이미지를 구축함으로써 사회적 신뢰 향상에 힘써야 함

□ 착한 커피\*

- 국내 한 백화점에서 ‘세계 공정무역 인증기구’(FLO, Fairtrade Labelling Organization)의 인증을 받은 원두커피를 판매하기 시작함
  - 공정무역(FT)이란 원래 국가 간에 혜택이 공정하게 분배되는 무역을 의미하는데, 구체적으로 노동 착취나 미성년자 노동 등 비윤리적 행위로 생산된 제품을 거부하거나, 원재료를 생산하는 국가에 정당한 가격을 지불하는 것 등을 말함
  - 초콜릿, 커피, 설탕 등을 공급하는 제3세계 국가와 개발도상국 노동자들의 열악한 노동·복지 환경을 개선하자는 취지임
  - 1997년 설립된 FLO는 이런 상품을 공인하는 국제기구임
- 이 백화점이 판매하는 ‘공정무역 커피’는 과테말라와 멕시코 등에서 생산된 커피로, 기존 시장가격보다 1파운드 당 100원 정도 더 주고 구입한 원두라고 함
  - 매장에는 공정무역의 취지를 알리는 안내문도 붙어있는데, 그 결과 핸드 메이드 커피를 구입하는 고객 중 80%가 공정 무역 인증 커피를 선택한다고 함
  - 다른 제품과 가격 차이도 없으니, 기왕이면 후진국 노동자 권익에 도움이 되는 제품을 소비하는 것임
- 최근 세계적으로 공정무역 제품에 대한 관심이 높아져 맥도날드와 스타벅스, 던킨 등 대형 업체들도 공정무역 상품의 거래 비율을 높이고 있음
  - 영국에서 판매되는 커피 5잔 중 1잔은 공정무역을 통해 만들어졌다는 통계도 있음
  - 일부 커피전문점의 메뉴판에도 커피명 뒤에 ‘FT’ 표시를 하고 있음
- 소비자의 ‘윤리적 구매’가 기업 활동을 변화시키고 있음
  - 기업들이 공정무역에 관심을 보이는 것은 비단 윤리적 이유 때문만이 아님
  - 이를 통해 기업 이미지를 높이고, ‘윤리적 소비’를 선호하는 고객을 붙잡기 위한 것임

\* 이 글은 조선일보(2008.03.28)에 실린 글을 요약, 정리한 것임

□ 엔고에 고민하는 일본 기업들\*

- 엔/달러 환율은 지난 3월 13일 100엔 선을 깨고 두 자릿수에 진입하였는데 이와 같은 엔화 강세는 1995년 이후 거의 13년 만임
  - 이는 달러에 대한 엔화 강세 추세가 최근 지속되고 있는 이유는 미국 경기 침체 우려로 인한 달러 가치 폭락 때문임
- 엔화 가치의 가파른 상승과 미국 경기 후퇴에 대한 불안감, 엔화에 대한 ‘글로벌 머니의 러시 현상’ 지속 가능성 등으로 일본 기업들의 고민이 깊어지고 있음
  - (엔화 가치 상승에 따르는 경쟁력 손실) 도요타자동차는 엔화 가치가 1엔 오를 때마다 약 350억 엔, 혼다도 200억 엔 가량의 손실을 보는 것으로 알려져 있으며, 소미나 마쓰시타 등 주요 전기전자 업체들의 경우는 20~60억 엔 정도씩의 손실이 있는 것으로 추정
  - (미국 경기 후퇴에 대한 불안감) 니혼케이자이신문이 최근 일본 주요 기업 사장 134명을 대상으로 실시한 설문조사에서는 응답자의 94.9%가 미국을 경기 후퇴 우려가 가장 강한 나라라고 꼽았으며, 76.9%가 미국 경기가 악화되고 있다고 응답함
  - (엔화에 대한 글로벌 머니의 러시 현상 지속 가능성) 미국 연방준비제도이사회는 베어스턴스 사태 등 금융 불안 수습을 위한 구제 금융 실시와 더불어 금리 인하를 단행하였는데, 이로 인해 발생된 유동성이 다시 국제상품시장에 유입되거나 엔화 매입에 사용될 가능성이 큼
- 엔화 강세는 일본 기업들의 실적 악화는 물론 수출에 의존해 오던 일본 경제에 악영향을 미칠 것으로 전망됨
  - (기업 실적 악화 우려) 노무라증권금융경제연구소는 2008년 일본 기업 경상이익 전망치를 작년 말 8.7% 성장에서, 최근 6.4% 증가로 수정
  - (일본 경제 성장률 하락 전망) 미쓰비시종합연구소는 달러 대비 엔화 가치가 10엔 오르면 실질 GDP 성장률이 0.4% 하락하는 효과가 있는 것으로 분석

\* 이 글은 『한경Business』(2008.03.31)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

## □ 미래를 내다보는 눈: 'F·U·T·U·R·E'

하잘 것 없어 보이는 작은 움직임이 나중에는 상상치 못할 커다란 변화를 이끌어내는 게 가능한 세상이 되고 있다. 현재 벌어지고 있는 여러 상황을 유심히 보고 거기서 어떠한 규칙 또는 힘이 형성되고 있는지, 또는 현재보다는 미래를 규명하는 데 지대한 영향을 미칠 수도 있는 요소를 읽어내고 이해하는 자기 훈련이 필요하다. 미래를 통찰할 수 있는 안목이 필요한 것이다.

월스트리트 저널이 '글로벌 변화의 구루'로 평가한 패트릭 디슨은 다가올 미래가 보여줄 양상을 'F·U·T·U·R·E'라는 여섯 가지로 정리하고 있다.

- F (Fast, 속도전): 너무 세상이 빨리 변해 모두에게 변화에의 적응을 강요
- U (Urban, 도시화): 경제 발전으로 도시화가 급진전되면서 지구 온난화, 물 부족 문제, 빈곤층·사회불만자 등 사회적 위협이 증대
- T (Tribal, 부족주의): 세계화 진전으로 같은 생각을 지닌 사람들이 모인 집단세력이 강대국보다 더 강한 힘을 가지게 됨
- U (Universal, 세계보편주의): 미디어를 통해 더욱 가속화된 세계화는 시장을 동질화시키고, 글로벌 스탠더드에 맞춘 정책 시행을 강요
- R (Radical, 급진주의): 디지털화, 세계화로 기존 정치 세력이 힘을 점점 잃어가고, 그 자리를 급진적인 성향을 가진 비영리단체가 채움
- E (Ethical, 윤리의식): 급격한 사회적 변혁에 대응해 새로운 질서를 만드는 데 윤리의식은 중요한 역할을 담당

우리들은 과거보다 눈을 더욱 넓혀서 광범위한 사고를 하고, 이를 새로운 방향으로 볼 수 있는 통찰력을 키워야 할 것이다. 미래 트렌드를 통찰하지 못하겠다면 자기 위치를 지킬 수 있는 유일한 방법은 '미래를 창조'하는 것뿐일 게다.

**“가장 중요한 것은 나의 내부에서 빛이 꺼지지 않도록 노력하는 일이다. 안에 빛이 있으면 스스로 밖이 빛나는 법이다.”**

앨버트 슈바이처(1875~1965) : 독일계의 프랑스 의사, 사상가, 음악가