



08-15 (통권 193호)
2008.04.18

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 미, 경기 둔화 심화
- 원/달러 환율 나홀 연속 상승

경영 노트

- CEO가 주주에게 알려야 할 것들

사회 트렌드

- 디지털실버族(Digital Silver)
- 테크파탈(Tech Fatale)

저널 브리프

- 중국, 불붙은 핫머니 위기론

洗心錄

- 고객에 대한 핵심가치, 진정성(Authenticity)

□ 美, 경기 둔화 심화

- 미국 연방준비제도이사회(FRB)의 베이지북(4.16)에 의하면 연방은행 해당 지역 12개 중 9개 지역의 경제 성장세가 둔화된 것으로 나타났고, 소비, 노동, 주택경기 등의 여건도 악화된 것으로 보고됨
 - 소비 지출 위축, 노동 시장 여건이 악화 되었고, 제조업과 서비스업의 경기도 개선되지 않았으나 상대적으로 비용 전가가 쉬운 제조업 부문이 서비스업보다는 양호한 실적을 보임
 - 주택시장은 신규주택 착공 건수가 3월 현재 947,000호에 머물러 전월 대비 11.9% 감소하였고, 건축허가 건수도 927,000채로 5.8% 감소
- 미국 경기의 둔화 상황이 미국 경제지표로 재확인 되는 가운데 그나마 서브프라임 모기지 시장이 더 이상 악화되지 않아 다소 희망적이나 은행들의 대출 기준 강화로 대출 수요는 줄어들었다고 보고됨

□ 원/달러 환율 나홀 연속 상승

- 조선 업체의 대규모 수주 증가에 힘입은 달러 매물 증가로 인한 환율 하락 요인이 있었으나, 고유가로 인한 정유회사 들의 달러 수요, 외국인 주식 매도로 인한 역송금 수요 등의 영향으로 원/달러 환율은 상승함
 - 국제원자재 시장에서 원유가격 역시 상승하여 정유사의 결제수요가 증가함으로 인해 974.9('08.4.11)로 시작한 원/달러 환율은 나홀 연속 상승하여 17.1원 상승한 992.0원(4.17)에 마감
 - 정부의 원/달러 환율에 대한 의지가 확고하여 정부가 생각하는 하한선 밑으로 떨어지기는 어려운 가운데 고용과 성장을 중시하는 정책 기조에 따라 환율 상승에 대해서는 용인하고 있다는 전망이 지배적임
- 전주 말 G-7 회담에서 달러 환율의 과도한 변동성에 공동으로 대처한다는 선언을 통해 달러화가 급락의 가능성은 희박해졌으나, 구체적인 대안 부재로 인해 약달러 추세로 인한 원/달러 환율 상승 가능성은 존재

□ CEO가 주주에게 알려야 할 것들

- 올해 초 예정된 GE 주총에 앞서 제프리 이멜트 회장이 전 세계 주주 400만여 명에게 보낸 서한이 공개됨
 - 서한에서 이멜트 회장은 글로벌 초우량기업 CEO로서 자신의 역할을 강조하고, 회사를 둘러싼 경영 환경과 회사가 갈 길을 정확히 제시
 - 1년 전의 서한에서 이멜트 회장은 조직 구성원간 팀워크에 기반한 혁신을 강조하면서 구체적인 재무 목표와 투자 계획을 밝힌 바 있음
- 이멜트 회장은 CEO로서 자신의 역할, 회사의 투자 계획, 경영진의 능력, 미래에 대한 확신 등을 알려야 할 포인트로 제시

<CEO가 주주들에게 알려야 할 포인트>

CEO가 주주들에게 알려야 할 포인트	주요 내용
1. CEO 역할을 강조하라	<ul style="list-style-type: none"> · 매출과 영업 목표에 대한 자신감 · 회사에 대한 헌신적 자세 · 경영 환경에 대한 대처 능력
2. 회사 투자계획을 알려라	<ul style="list-style-type: none"> · 성장을 이끌 핵심 비즈니스 · 미래 먹을거리에 대한 투자 계획 · 구체적인 투자액 제시
3. 경영진 능력을 자랑하라	<ul style="list-style-type: none"> · 임원들의 리더십 홍보 · 촉망받는 미래 인재 언급 · 임원의 구체적 혁신 사례 제시
4. 회사 미래에 대해 확신을 줘라	<ul style="list-style-type: none"> · 회사 경쟁력의 원천을 제시 · 성과 창출의 핵심 메커니즘 강조 · 목표 제시와 이에 대한 자신감

- CEO는 주주와의 지속적이고 주기적인 커뮤니케이션을 통해 주주와의 공감대를 형성하고 이들의 지지를 얻어내야 함
 - CEO는 주주총회를 적극 활용하여 경영현안에 대한 진솔한 대화와 토론의 장이 벌어지는 축제의 장으로 만들 필요가 있음
 - CEO는 주주들에게 정기적으로 서한이나 뉴스레터를 발부함으로써 회사의 뉴스와 현안들을 알리려는 능동적인 자세가 필요

□ 디지털실버族(Digital Silver)

- ‘디지털실버族’이란 젊은층 못지않게 디지털 기기를 잘 쓰는 노인들을 말함
 - 이들은 손자 손녀들이 부리는 재롱을 폰카에 담고, 해외에 거주하는 아들·딸들과 PC로 화상전화와 인터넷 채팅을 하며, 디지털 카메라를 휴대하며 수시로 사진을 찍고, 지하철에서는 닌텐도 게임기로 치매 예방 게임도 즐기고 있음
- 디지털 기기에 대한 노인 수요가 늘면서 이를 겨냥한 전문 강좌도 성황
 - PC, 디지털카메라 교육반이 매번 조기 마감될 정도로 인기가 높음
 - 전문가들은 노인들에 대한 디지털 교육을 강화해 세대 간 디지털 디바이드(정보 격차)를 없애는 것이 시급하다고 강조함

□ 테크 파탈(Tech Fatale)

- ‘테크 파탈’은 새로운 IT 제품에 관심을 갖고 적극적으로 구매하는 여성들을 지칭하는 신조어임
 - ‘테크 파탈’이란 기술(Tech)과 팜므파탈(Femme Fatale: 치명적 매력을 가진 여자)을 합친 합성어로서 마케팅 서적인 ‘마이크로트렌드’에 처음으로 등장한 용어
 - 전통적으로 IT 분야는 남성 위주로 움직였으며 제품 디자인, 마케팅 역시 남성 사용자를 중심으로 진행됐음
 - 하지만 어려서부터 IT 기기를 경험하면서 자란 1980년생 이후 여성들인 ‘테크 파탈’이 중요한 소비 계층으로 급부상하면서 IT 업계가 여성 사용자들을 주목하고 있음
- 테크 파탈들은 제품 기능이 조금 뒤떨어지더라도 디자인이나 브랜드 등 감성적인 부분을 중요시하는 특징을 보이고 있음
 - 이에 따라 그동안 신기술 개발에 치중하던 IT 업체들이 감성적인 부분에 눈을 뜨고 있는 것임
 - 또한 ‘회색기기’라고 불리던 IT 기기들에도 이제는 빨강, 노랑, 분홍, 연두 등 다양한 색상이 사용되는 등 컬러마케팅이 적용되고 있음

□ 중국, 불붙은 핫머니 위기론*

- (현황) 미국 서브프라임 모기지 부실 위기로 중국을 대피처로 삼았던 핫머니가 올 여름 자금수혈이 필요한 미국 투자은행들의 자금회수로 썰물처럼 빠져나가면서 '97년의 아시아 외환위기식 혼란이 재연될 수 있음
 - '21세기경제보도'에 따르면 2002~2007년까지 중국으로 유입된 핫머니 규모는 1조 달러에 달하는 것으로 추정됨
- (핫머니 유입 원인) 위안화 가치 상승, 미국과 중국 간 금리 격차뿐 아니라 무역을 가장한 핫머니의 유입이 가속
 - 위안화 가치는 중국이 복수 통화 바스켓 제도를 도입한 지난 2005년 2.6% 상승한 데 이어, 2006년에는 3.4%, 2007년에는 6.9%가 오르는 등 최근 위안화 가치 절상이 빠르게 진행되고 있음
 - 미국은 서브프라임 모기지 부실로 인한 신용 경색을 완화하기 위해 기준 금리를 2.25%까지 낮추었지만 중국의 경우는 1년 만기 대출금리와 예금금리가 각각 7.47%, 4.14%에 달하고 있음
 - 무역을 가장한 핫머니의 유입 또한 가속화되고 있는데 무역 신용을 포함한 단기외채가 2007년 기준 364억 달러가 증가하여 전체 외채의 72% 수준에 이름
 - 한편 중국 부동산 시장으로의 핫머니 유입이나 기부금 등의 경로를 통한 핫머니의 유입 또한 증가하고 있는 추세임
- (중국 당국의 고민) 핫머니의 대거 철수 여부는 불분명하나 핫머니의 유입은 중국 경제에 상당한 부작용을 유발할 가능성이 있으며, 핫머니의 철수는 더 큰 재앙을 가져올 것으로 전망
 - 핫머니 유입은 위안화 가치 상승 압력으로 작용하여 수출 기업의 경쟁력을 약화시킬 뿐 아니라 섬유 업종 등 인건비 비중이 높고 저비용에 의존해 온 중국 기업들의 줄도산을 유도할 수 있음
 - 핫머니의 철수는 중국 경제에 가장 큰 충격을 줄 것으로 전망되는데, 인민은행의 금융연구에 따르면 2,000억 달러 이상의 핫머니가 동시에 유출되면 중국 부동산 시장과 증시에 재난을 불러올 수 있다고 경고

* 이 글은 『한경BUSINESS』(2008.04.21)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임.

□ 고객에 대한 핵심가치, 진정성(Authenticity)

제임스 길모어와 조셉 파인은 최근 그들의 저서에서 현재의 고객들이 진정으로 원하는 것은 ‘진정성’이라고 주장한다.(『Authenticity; What Consumers Really Want』) 최근의 소비자들은 교묘한 상술을 이용해 그들을 현혹시키는 상품을 구매하는 것이 아니라 그들이 진정으로 존경하는 기업이 만든 상품과 서비스를 구입하길 원한다는 것이다. 따라서 이처럼 변화된 소비자들에게는 ‘진정성’을 바탕으로 좋은 경험을 주는 것이 오랫동안 성공하고자 하는 기업의 필수 과제라 하겠다. 이들은 진정성의 5가지 유형과 5가지 원칙을 다음과 같이 제시하고 있다.

<지각되는 진정성의 5가지 유형>

- ① 자연적인 필수품: 유기농 식품, 수공예품 등이 흥미를 끄는 것처럼 인위적이지 않은 것
- ② 선구자적 상품: 리바이스, 코카콜라, 애플 등과 같은 개척자의 상품
- ③ 특별한 서비스: 사우스웨스트 항공사와 같이 고객 요구에 대해 철저히 반응하는 특별하고 지속적인 서비스
- ④ 문화적 관습으로부터의 경험: 중국의 다도 등 오랜 세월동안 인간이 쌓아 온 경험으로부터 얻어지는 진정성
- ⑤ 존경과 영향의 원천: 친환경기업의 등장, 기업의 사회적 책임 강조 등 상호 영향을 주고 발전할 수 있도록 하는 원천에서 느껴지는 진정성

<진정성의 5가지 원칙>

- ① 스스로 진실하다고 주장하지 말라.
- ② 말과 행동을 일치시키거나 특정 대가를 치러라.
- ③ 진정성을 주장하지 말고 그냥 가만히 있어라.
- ④ 스스로의 가식됨에 대해 자연스럽게 인정해라.
- ⑤ 진정성을 가진 제품을 만들어라.

**“자기 나이에 알맞은 지혜를 갖지 못한 사람은
그 나이가 가지는 온갖 불행을 면치 못한다.”**

볼테르(1694~1778) : 프랑스 작가 및 계몽주의 사상가