



08-29 (통권 207호)
2008.07.25

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 美 고용시장 악화
- 부동산 관련 세계 완화 움직임

경영 노트

- 성공CEO의 리더십 비결

사회 트렌드

- 아트 바캉스族
- ‘개스트로섹슈얼’ 뜬다

차이나 리포트

- 중국 무역흑자 축소 실태 및 원인

저널 브리프

- 브랜드 존재의 이유

洗心錄

- 인재가 없는 것이 아니라 인재를 볼 줄 아는 안목이 없다

□ 美 고용시장 악화

- 미국 노동부(23일)가 발표한 자료에 따르면, 6월중 미국 대량일시해고(mass layoffs) 건수가 6년래 최고 수치를 보임
 - 6월중 미국 대량해고건수 1,643건을 기록함으로써, 총 16만 5,697명의 근로자가 해고되었고, 실업보험청구 건수는 2002년 이래 최고 수치를 기록함
 - 6월중 실업청구가 전월대비로는 5,690건 줄었으나, 대량해고 건수는 17건이 증가하였음
 - 세부적으로 보면, 제조업에서 541건의 대량해고가 발생하였고, 이와 연관된 실업청구건수는 7만 6,514건을 기록함

- 한편, 2008년 전반기의 대량해고는 9,258건으로 전년동기대비 1,695건 증가하였고, 실업청구는 올해 전반기에 94만 9,639건으로 전년동기대비 16만 9,176건이나 증가하였음

□ 부동산 관련 세제 완화 움직임

- 정부는 종합부동산세 과세기준 완화 등 부동산 관련 세제 완화 움직임을 보임
 - 정부는 주택분 재산세 과표 적용비율을 55%로 상향조정하도록 규정한 지방세법의 개정을 통해 50%로 동결한다는 방안을 마련
 - 또한, 종합부동산세의 부과기준 상향조정(6억에서 9억으로) 및 개인별 합산으로 환원, 양도소득세 기준완화 등에 관한 방안이 제안됨
 - 부동산시장의 안정화의 틀에서 부동산세제가 완화되면, 건설경기 제고가 경기 침체를 완화로 이어질 가능성은 크다고 예상됨

- 한편, 정부의 부동산세제 완화로 인해 최근 몇 년에 걸쳐 이룩한 부동산 시장 안정화가 훼손될 수도 있다는 반대 여론도 적극 수렴할 필요성이 있다는 의견이 지배적임

□ 성공 CEO의 리더십 비결*

- 성공한 CEO는 ‘성과’와 ‘인재’ 어느 한쪽에 치우치지 않고 균형을 유지하는 공통점을 갖고 있음
 - CEO가 실적에만 집중하면 직원들의 의욕이 떨어져 장기 역량을 상실하는 반면, 직원 만족도에만 치중하면 대외 경쟁력이 떨어지기 때문임
- 성공한 CEO들은 재무적 성과 이상의 책임감을 갖고 있고, 항상 조직의 중심에 서있으며, 경영 비전의 제시를 통해 회사를 통합하고, 동료와 일에서 일정거리를 유지하는 등 특징이 있음

<성공 CEO의 리더십 비결>

성공CEO의 리더십 비결	주요 내용 및 사례
재무적 성과 이상의 책임감	-성공한 CEO는 단지 숫자로 드러나는 재무적 성과만을 위해 일하지 않고, 회사의 장래에 대한 강한 책임감을 갖고 있음
항상 조직의 중심에 서있음	<ul style="list-style-type: none"> ·솔직함으로 신뢰를 얻음 ·직접적인 의사소통 ·목표 일관성 ·집중력 유지
경영비전의 제시를 통해 회사를 통합	<ul style="list-style-type: none"> -루드위그 CEO는 SAP프로그램의 오작동에 대한 자신의 책임을 공개적으로 밝히고 문제점을 고쳐 성공적인 경영에 밑바탕이 됨 -로열메일그룹의 앨런 라이트 회장은 1600여개 배달사무소를 방문해 직원들과 대화하고, 12주일마다 사무소 관리자 전체와 미팅을 함 -CEO는 수천 명의 사람들의 행동을 변화시키기 위해 특별한 집중과 목표의 일관성이 요구됨
동료와 일에서 일정거리를 유지	<ul style="list-style-type: none"> -직원들의 비전공유가 없으면 회사가 제대로 돌아가기 어려움 -성공한 CEO들은 직접 개발한 프로그램을 통해 리더를 육성하고 멘토 역할을 담당 -인사문제에 있어 정실주의에 빠지지 않을 만큼 경영진과 간격을 유지 -가족이나 지역사회활동 등 회사 일 이외의 삶에도 충실하려고 노력함

- (시사점) 일방적으로 지시만 하는 리더는 단기적 성과를 낼 수 있을지는 몰라도 조직원의 신뢰를 얻어 장기적 성공에 이르는 어려움
 - 성공한 CEO들은 ‘무엇을 하느냐’보다 ‘어떻게 일을 하느냐’에서 차이가 있으며,
 - CEO는 분명한 목표 하에 조직 구성원과의 공감대를 높이고, 재미있고 신뢰할 수 있는 분위기를 조성하는 데 주력해야 함

* <한국경제, 2008.07.14>를 요약, 정리한 것임

□ 아트 바캉스족*

- 휴가철 도심 미술관이나 화랑에서 더위를 식히며 작품을 감상하는 ‘아캉스족’(Art+Vacance)을 겨냥한 전시회가 많아짐
 - 올해는 라틴아메리카 거장전, 이탈리아 조각전, 비디오아트전 등 굵직한 작품전이 잇달아 열림
- 불황에 몰가 상승이 겹친 요즘 여행을 가지 못한 사람들은 이들 전시장을 찾아 ‘문화 휴가’를 즐기고 있음
 - 칵테일을 마시면서 작품을 감상하도록 전시장에 미니바를 꾸며놓는가 하면 그림이나 영화를 연계시킨 이색 프로그램 등 형식도 다양함
 - 전시장에서 점심을 먹으며 그림을 꼼꼼히 감상하는 미술전도 등장함

□ ‘개스트로섹슈얼’ 뜬다**

- 저명한 TV 요리쇼 진행자인 영국의 제이미 올리버(Oliver)나 한국의 가수 알렉스처럼 요리 솜씨로 여성을 매혹시키는 남자, 일명 ‘개스트로섹슈얼’(gastrosexual)이 새로운 유행으로 떠오르고 있음
 - 개스트로섹슈얼이란 미식가를 뜻하는 ‘개스트로놈’(gastronome)과 성적 매력을 암시하는 ‘섹슈얼’(sexual)의 합성어임
 - 이들은 요리를 ‘가사노동’이 아니라, ‘놀이’와 ‘취미’로 생각함
- 영국 소비자 조사단체인 퓨처파운데이션(Future Foundation)이 최근 내놓은 ‘개스트로섹슈얼의 부상’이란 보고서에서는 개스트로섹슈얼을 ‘주변 사람에게 요리를 해주면서 즐거움을 느끼는 25~44세의 남성들’로 정의
 - 이들은 여행을 많이 다니고, 다양한 경험을 중시하고, 아시아 음식을 가장 좋아함
 - 이 보고서에 따르면, 18~34세 영국 남성의 23%가 여성을 유혹하려고 요리를 하며, 또 18세 이상 영국 여성 중 절반 가까이(48%)가 요리를 잘하는 남자에게 매력을 느낀다고 답함

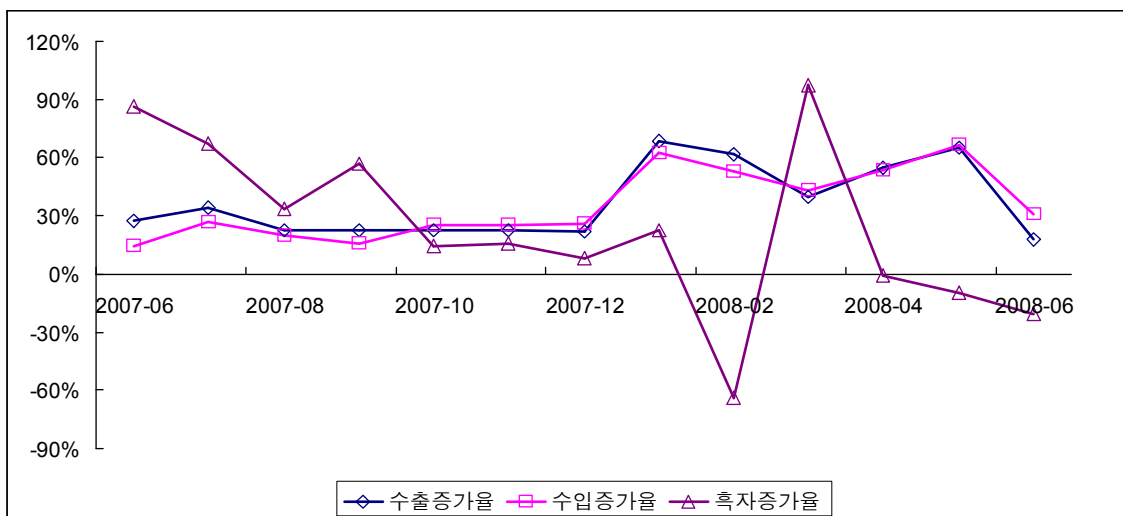
* ‘미술관으로 여름휴가 떠나볼까’(한국경제신문, 2008.7.25일자) 참조

** ‘개스트로섹슈얼 뜬다’(조선일보, 2008.7.24일자) 참조

□ 중국 무역흑자 축소 실태와 원인

- (현황) 중국의 무역흑자 증가율은 2008년 4월 첫 마이너스를 기록한 이후, 6월까지 3개월 연속 감소 추세를 이어감
 - 2008년 6월 중국의 무역흑자는 전년 동기 대비 20% 이상 급감하였는데 그 원인은 수출 둔화에서 비롯된 것임
 - 2008년 5월 전년 대비 중국의 수출 증가율은 64.9%에 달했으나 6월에는 17.5%로 급감함
 - 2008년 6월 중국의 전년 대비 수입 증가율은 31.0%에 달한 반면, 수출 증가율은 17.6%에 그침

< 중국의 수출·수입·흑자 증가율 추이 (2007.6~2008.6) >



자료 : 중국 상무부, 수출입통계.

- 미국 경기 침체에 따른 대미 수출 둔화와 위안화 가치와 인건비 상승 및 수출 부가가치세 환급률 인하에 따른 가격 경쟁력 약화가 원인임
 - (대미 수출 둔화) 2008년 들어 미국 경기 침체로 중국의 대미 수출 증가율은 큰 폭으로 하락함
 - 2008년 1월 중국의 대미 수출 증가율은 9.1%에 달했으나 4월에는 0.4%까지 하락하였다가 5월에 다시 5.4%로 증가함

- (위안화 가치 상승) 2008년 들어 중국 위안화는 주요 교역 대상국 통화에 대해 강세를 보이고 있음
 - 2008년 1월부터 6월까지 중국 위안화 환율은 미국 달러화, 일본 엔화, 홍콩 달러화 대비 각각 6.0%, 1.3%, 6.0% 상승함
- (인건비 상승) 2008년 1월부터 『신노동계약법』이 시행되고 강제적 사회보장제도가 강화됨에 따라 기업의 인건비가 큰 폭으로 상승함
 - 『신노동계약법』 시행에 따른 인건비 상승효과는 20~30%에 달하고, 주요도시의 평균 최저임금수준은 2007년에 비해 7.1% 인상됨
- (부가가치세 환급률 인하) : 2007년 7월부터 중국은 2,268개 수출 품목에 대한 부가가치세 환급률 인하 조치함
 - 중국의 최대 수출 품목인 방직·의류 제품의 경우, 부가가치세 환급률이 기존 13%에서 11%로 2%p 인하됨

■ (한국경제에의 영향) 중국의 무역 흑자 축소는 장기간 대 중국 무역흑자를 기록한 한국에 수지균형 압력으로 작용할 수 있으며, 중국에 부품과 중간재를 수출하는 기업과 중국 진출 기업의 채산성이 악화될 것임

- 2008년 1월부터 5월까지 한국은 교역 규모로는 미국과 일본에 이어 중국의 3대 교역국이지만, 흑자 규모는 일본을 제치고 1위를 기록함으로써 중국의 수지 균형 요구가 거세질 것으로 전망됨
 - 2008년 1월부터 5월까지 한중 교역 규모는 758.2억 달러이고 흑자 규모는 174.6억 달러에 달함
- 중국의 수출 둔화로 인해 중국에 부품과 중간재를 수출하는 국내 기업과 중국진출 기업의 채산성이 악화될 우려가 있음
 - 2007년 한국 기업의 대 중국 수출 중 부품과 중간재 비중은 대략 60%이고, 중국 진출 한국 기업들의 매출 중 70% 정도는 수출에 의존함

□ 브랜드 존재의 이유*

- 브랜드 개발과 육성의 본질적인 출발점은 브랜드의 존재 이유를 담은 ‘브랜드 미션’의 정립에서 시작
 - 브랜드 미션이 정립되면 그것은 고객에 대한 약속이 되고 그 약속을 지키기 위한 내부 임직원들의 헌신적인 행동이 뒤따르게 됨
 - 미션이 담긴 브랜드에 대해 소비자가 그 진정성을 알게 되면 브랜드에 대한 충성도가 높아지게 됨
- 브랜드 미션 정립의 기본은 기업의 시각이 아닌 소비자의 관점에서 시작되어야 하며 소비자 관점의 브랜드 정립 사례는 다음과 같음

<소비자의 관점에서 브랜드 미션을 정립한 사례>

브랜드 미션 정립 사례	주요 내용
레브론 (Revlon)	‘레브론’이라는 브랜드는 ‘We sell cosmetics’가 아닌 ‘We sell hope’를 브랜드 미션으로 삼고 있다. 즉 화장품이라는 상품을 파는 것이 아니라 화장품이 고객에게 주는 의미 즉 예뻐진다는, 또 아름다워 보일 수 있다는 희망과 기대를 파는 것이 브랜드의 존재이유다. ‘희망’을 주는 것이 화장품만은 아니기 때문에 다른 제품을 내어 놓아도 무분별한 다각화는 되지 않는다.
제록스 (Xerox)	이 회사는 브랜드 미션을 ‘가장 좋은 복사기 제공’으로 좁게 규정하지 않고 ‘사무생산성 향상을 돕는다’는 소비자 관점의 브랜드 미션을 설정하여 브랜드 가치의 향상을 도모하였다.
소니 (Sony)	소니는 전자제품이 아닌 ‘즐거움의 제공’을 브랜드 미션으로 삼아서 향후 기업 정체성을 해치지 않고 엔터테인먼트 산업에 진출할 수 있는 운신의 폭을 넓혔다.

- 브랜드 정립활동은 고객과의 약속이라는 인식이 필요하며 소비자에게 주는 본질적 가치를 창조하는 데 노력해야 함
 - 브랜드 만들기를 ‘이름 짓기’나 ‘얼굴 바꾸기’ 정도로 인식하면 전략적인 개념이 표현되지 않은 ‘이름뿐인 브랜드’를 도입할 가능성이 높음
 - 브랜드 개발에서 소비자에게 주는 핵심가치가 함축될 수 있도록 노력해야 하고 너무 제품중심으로 설정되지 않도록 주의해야 함

* 이 글은 『Economic Review』 (2008.07.22)에 실린 글을 요약, 정리, 재구성한 것임

□ 인재가 없는 것이 아니라, 인재를 볼 줄 아는 안목이 없다

진나라 목공 때, 좋은 말을 잘 골라내는 손양이라는 사람이 있었다. 그의 별명은 중국 고대 전설에 나오는 천마를 관장하는 신(神)의 이름을 따서 백락(伯樂)이라고 불렸다. 백락이 한번 고개를 돌려 보아주면 말 값이 열 배를 뛰었다. 여기서 유래된 말이 백락일고(伯樂一顧)이다. 명마가 백락을 만나 세상에 알려진다는 뜻으로 알아주는 사람이 있어야 능력을 발휘할 수 있다는 말이다.

그런 백락이 어느 날 긴 고갯길을 내려가다가 명마 한 마리가 소금을 잔뜩 실은 수레를 끌고 오르는 것을 보게 되었다. 분명 천리마인데 이미 늙어 있었다. 무릎은 꺾이고 꼬리는 축 늘어졌고 소금은 녹아내려 땅을 적시고 있었다. 무슨 사연이 있어 천리마가 이 꼴이 되었는가.

천리마도 백락을 보고는 ‘히힃’ 하고 슬픈 울음을 울었다. 명마로 태어났으면서도 천한 일을 하는 게 서러웠던 것이다. 백락도 같이 울면서 자기의 비단옷을 말에게 덮어 주었다. 그 말은 하늘을 쳐다보며 길게 울부짖은 후 천천히 수레를 끌며 다시 언덕을 오르기 시작했다. 여기서 하루에 천리를 달리는 준마가 헛되어 소금 수레를 끄는 의미의 기복염거(驥服鹽車)란 고사성어가 나왔다.(驥 천리마 기, 服 복종할 복, 鹽 소금 염, 車 수레 거)

한유는 말했다. 천리마는 항상 있으나 백락이 항상 있는 것은 아니다. 천리를 가는 말은 한번 먹을 때 곡식 한 섬을 다 먹지만 말을 먹이는 자가 천리마의 능력을 알지 못하고 먹이니 천리마가 비록 천리를 가는 능력이 있으나, 먹는 것이 배부르지 못하여 힘이 부족해서 그 천리를 가는 재주를 밖으로 나타내지 못한다. 채찍질을 하여도 천리마에 합당한 도로써 하지 못하고, 먹여도 그 재주를 다할 수 없게 먹이며, 울어도 그 뜻을 알아주지 못하고 다만 채찍을 대면서 말하기를 ‘아 천하에 좋은 말이 없구나’ 한탄만 한다. 천리마가 없는 것인가 아니면 말을 알아보는 자가 없는 것인가. CEO들이여 주위에 인재가 없다고 한탄하지 말지어다. 오히려 인재를 볼 줄 아는 백락의 재주가 자신에게 없음을 탓해야 할 일이다.

**“수많은 사람들이 인생에서 출세하지 못하는 이유는
기회가 문을 두드릴 때, 뒤뜰에 나가 네잎 클로버를 찾기 때문이다.”**

- 월터 크라리슬러 -