

CHAIRPERSON NOTE

체어퍼슨노트

2009.02.27 (통권237호)

경제 이슈

- 美 씨티그룹 국유화
- 국내 저축성수신 및 대출 평균금리 하락

경영 노트

- 불황기에 오히려 기회가 찾아올 수 있다

사회 트렌드

- 코피스族
- 고쳐 쓰는 나라(Fix It Nation), 미국

차이나 리포트

- 중국 조선 산업 진흥계획의 주요 내용과 시사점

저널 브리프

- 회사 이미지를 높이는 홍보전략

洗心錄

- '수많은 처음'

□ 美 씨티그룹 국유화

- 미국 정부는 은행권에 대한 정부보증 및 부실자산 취득에도 불구하고 금융시장 불안이 해결되지 않고 있어 씨티그룹을 국유화하고자 함
 - 미국 정부는 금융시장 안정을 위해 씨티그룹의 보통주 지분을 최대 40%까지 확대함으로써 국유화하고자 함
 - 씨티그룹은 정부의 추가 공적자금을 지원받지 않는 대신 최대 250억 달러 가치의 우선주를 보통주로 전환하여 민간 투자자를 유치하기로 합의
 - (국유화의 의미) 미국 납세자의 위험부담은 커지지만 씨티그룹이 위기를 극복하게 되면 수익을 창출할 수 있는 잠재력은 증대됨
- 정부는 이번 국유화 조치 이전에 450억 달러 규모의 공적자금을 지원하였고 3,000억 달러의 씨티그룹 자산에 대한 지급보증 조치를 취했음

□ 국내 저축성수신 및 대출 평균금리 하락

- 한국은행(27일)에 따르면 국내 은행권의 저축성수신 평균금리와 대출 평균금리 모두 전월대비 하락함
 - (저축성수신 평균금리) 2009년 1월에 연 4.16%로 2008년 10월 6.31% 이후 하락세이고 전월대비 1.42%p 하락하는 가운데 기준금리 인하에 따라 정기예금 등 순수저축성 예금금리도 4.26%로 전월대비 1.40% 하락함
 - (대출 평균금리) 평균금리도 2009년 1월에 연 5.91%로 10월 7.79% 이후 하락세이고 전월대비 0.98%p 하락하는 가운데 CD유통수익률 등 시장금리 하락을 반영하여 가계대출 및 기업대출금리가 모두 하락
 - (시장금리) 국고채 3년물은 2009년 1월 3.4%로 2007년 12월 대비 1.92%p나 하락하였고 CD(91일)는 2009년 3.22%로 2007년 12월 대비 2.51%p 하락
- 한편, 비은행금융기관인 상호저축은행의 예금금리는 1월에 7.07%로 전월대비 0.73%p, 신용협동조합은 6.30%로 전월대비 0.30%p 하락

□ 불황기에 오히려 기회가 찾아올 수 있다*

- 불황이 기업에 부정적인 영향을 미치는 것은 사실이지만 경기 침체를 철저히 대처한 기업에게는 오히려 기회의 시작임
 - 최고경영자는 경기 침체가 자사의 비즈니스에 미치는 영향을 예측하고, 이를 최소화해 생존게임 이후 살아남는 기업만이 이익을 독식하는 ‘생존자의 효과(Survivor's Effect)’를 누려야 할 것임
- 위기를 기회로 만들기 위해 다음 네 가지 전략적 요인을 고려해야 함

< 4가지 전략적 요인 >

핵심요소	내용 및 사례
시장 우위	<ul style="list-style-type: none"> - 불황기에는 생존을 위한 전략적 행동이 빨라져, 이를 통해 시장 후발업체는 지위를 개선할 수 있음 - 일본 및 대만 D램 제조업체인 엘피다-파워칩-프로모스의 합병으로 탄생할 기업은 세계 2위 반도체업체로 부상하여 선두업체 위협
소비패턴 활용	<ul style="list-style-type: none"> - 경기 침체기에는 평상시보다 더 싼 것을 구매하거나, 오히려 구매를 미루는 등 소비행동패턴이 빠르게 변하는 경향이 있음 - 맥도널드는 최근 프리미엄 커피를 경쟁사보다 저렴하게 판매하여 지난 1월 전 세계 매출이 전년 동월비 7.1% 증가했음
단순성 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 제품 기능의 복잡성은 기업의 비용을 높이고 기민한 대응을 방해하는 요소임 - 일본 자동차 업체가 미국 경쟁사 이길 수 있었던 까닭은 저렴한 비용과 더불어 제조의 단순성에서 큰 우위를 가지고 있기 때문임
비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> - 많은 기업들이 비용관리보다 매출에 신경을 쓰지만 경기 침체기에 이런 관행은 오히려 독이 되어 돌아옴 - 경기 침체기에는 비용 절감을 위해 지속적인 혁신을 추구해야 함

- 선제적 대응만이 불황을 극복하면서 동시에 불황기 이후 호황을 구가할 수 있는 최적의 수단임
 - 불황은 후발기업들에게 오히려 시장 지위를 역전할 수 있는 기회를 제공하기 때문에 경영자의 빠른 상황파악과 과감한 결정이 요청됨

* 이 글은 “불황 이기는 준비된 기업”(동아비즈니스리뷰, 2009.2.19)에 실린 글을 요약, 재구성한 것임

□ **코피스族***

- **커피전문점을 사무실 삼아 일을 하거나 공부하는 코피스族이 늘고 있음**
 - 코피스(Coffice)는 커피(coffee)와 사무실(office)을 합친 말
 - 휴대전화와 노트북으로 무장한 코피스족은 윗사람 눈치를 볼 필요도 없고 잡무와 회의에 불려 다닐 필요도 없는 커피전문점에서 2~3시간 동안 자기만의 업무에 집중
 - 코피스족을 늘어나면서 이들을 잡기 위해 무선 인터넷 공유기와 전원 콘센트를 구비하는 커피전문점들도 늘고 있음
 - 대학 캠퍼스 주변 커피전문점에는 아예 아침에 ‘등교’해 저녁에 ‘하교’하는 ‘캠퍼스 코피스족’까지 등장

- **이러한 현상은 미국 드라마의 세련된 영상이 젊은 층에 어필한 데다, 무선랜의 활성화 추세에 힘입어 일반적인 패턴이 될 것으로 전망됨**
 - 또한 대학 시절 커피전문점에 익숙했던 세대가 직장인이 되어서도 사무실보다는 편한 곳을 찾기 때문에 벌어지는 현상이라고 분석

□ **고쳐 쓰는 나라(Fix It Nation), 미국****

- **경제 위기를 맞은 미국에 ‘고쳐 쓰기’ 분위기가 확산되면서 구두·옷 수선점과 자동차 정비소, 각종 가전기구 수리점 등이 활황을 맞고 있음**
 - 일생 동안 단 한번도 구두수선점을 찾지 않던 많은 미국인들이 구두 살 돈을 아끼려고 신던 구두를 수선하면서 매출이 작년 4분기 대비 25~40% 매출 신장을 기록

- **다만 지나친 절약이 경제 회복에 커다란 장애로 작용할 것을 우려**
 - 일본도 겉으로는 90년대 ‘잃어버린 10년’에서 회복된 것처럼 보였지만 실제로는 소비의 실종이라는 ‘제2차 잃어버린 10년’에 들어갔다고 함

* “우린 Coffice族”(조선일보, 2009.2.24) 참조

** “미국인들 구두를 수선하기 시작했다”(조선일보, 2009.2.24) 참조

□ 중국 조선 산업 진흥계획의 주요 내용과 시사점

■ (개요) 2월 11일 중국 국무원 상무회의(常务会议)는 선박공업협회가 제출한 조선산업 진흥계획을 원안대로 통과

- 중국의 선박 건조량은 2008년 말 현재 전 세계의 25%에 달해 한국에 이은 세계 2위를 기록
 - 글로벌 경기침체의 영향으로 해운 물류에 대한 수요가 급감함에 따라 해운사들의 수주 취소가 잇따르고 있어 중국 조선업은 극심한 침체 국면에 직면
- 수출의존도 증가 : 중국은 2005~10년까지 총 3,100만 DWT, 2010~20년까지는 총 4,200만 DWT의 선박 수요가 예상됨
 - 중국의 연간 건조량이 1,500만 DWT 정도인 점을 감안하면 1,000만 DWT를 수출에 의존

■ (주요 내용) 중국의 조선 산업 진흥계획에는 구조조정을 통한 산업 집중도 제고와 기술 향상을 통한 신성장 동력 확보를 주요 내용으로 포함

- 구조조정 : 구조조정을 통해 선박 건조량을 통제하는 한편, 초대형 조선사를 육성시킴으로써 종합경쟁력을 제고
 - 노후 선박의 교체를 유도하고 단일 선체 유조선을 강제 퇴출시키며, 향후 3년 동안 조선사의 도크 건설을 금지
- 금융 지원 : 중국 선박을 구매하는 해외 선사에 대한 금융지원을 확대함으로써 수주의 안정성 향상과 경영리스크 최소화 도모
 - 국내 선사에 대한 현행 선박구매 융자 지원 정책을 2012년까지 연장하고, 해외 선사의 선박구매에 대해서도 자금 지원 확대
- 기술향상을 통한 신성장 동력 확보 : 중앙정부 재정에서 조선사의 기술개발지원 펀드를 조성, 첨단 선박과 해양 플랜트 기술개발을 지원

- 원양어선, 특수 목적용 선박 및 해양 시추 플랜트 관련 기술 개발에 투자함으로써 선박산업의 고부가가치화를 통해 수출시장 확대를 도모

- (전망) 중국의 조선산업 진흥계획의 성공적인 추진으로 인해 조선사의 경쟁력 제고는 물론, 2015년까지 세계 1위의 조선 강국으로 도약할 전망
 - 산업 내 핵심 기업 위주의 구조조정으로 인해 산업 내 집중도가 높아져 경쟁력이 향상
 - 중앙정부의 막대한 금융지원으로 인해 수출도 신장세를 지속할 전망
 - 특수 목적용 선박, 해양 플랜트 등에 대한 기술 진보로 조선 산업의 고도화를 이룩하고 양적으로 뿐만 아니라 질적으로도 경쟁력을 갖출 전망
 - 그러나 자국 화물의 자국 선사 운송 비중을 높이고(国油国运) 자국 선사의 국산 선박 구매 비중을 늘리는(国轮国造) 조치는 경쟁국의 거센 저항에 부딪칠 전망

- (시사점) 중국 조선사들의 추격을 따돌리기 위해 국내 조선사들은 제조공정의 효율성을 높이고 고부가가치 선박기술 개발에 투자를 확대할 필요가 있음
 - 국내 조선사들의 최대의 강점이라고 할 수 있는 납기 준수와 품질 관리 수준을 지속적으로 향상 시켜야 할 것임
 - 기술 함량이 높고, 부가가치가 큰 선박 설계와 건조에 집중 투자함으로써 중국에 대한 항구적인 기술적 우위를 지켜 나아가야 함
 - 조선산업에 대한 구조조정을 통해 산업 내 집중도를 높이고 비효율을 제거함으로써 전반적으로 경쟁력을 제고시켜야 할 것임

□ 회사 이미지를 높이는 홍보전략*

- 미디어를 비롯한 사회 환경이 급변하고 있는 만큼 기업들의 커뮤니케이션 전략과 방식을 바꿔야할 필요성이 제기됨
 - 인터넷을 통한 이해관계자들의 적극적인 의사표현이 가능해지면서 한 번의 부정적인 메시지로 인해 기업이 치명타를 입을 수 있는 환경이 조성됨
 - 이전의 일방적인 홍보 전략에서 벗어나 기업 고유의 목소리를 선제적·능동적으로 전달하기 위한 새로운 홍보 전략이 필요함
- 일관되고 적극적인 홍보로 소비자의 신뢰를 얻는 커뮤니케이션
 - 글로벌 컨설팅 업체인 AT커니는 ‘소비자의 신뢰를 얻는 새로운 홍보 전략을 제시

< 신뢰받는 홍보전략 >

전 략	내 용
적극적으로 대응하라	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자들은 윤리, 경영 이슈와 관련하여 특정 기업의 입장을 밝힐 것을 더 자주, 강하게 요구하고 있음 · 이를 타당한 논리로 소비자들을 납득시키고 기업의 영향력을 높이는 기회로 활용
공격이 최선의 방어다	<ul style="list-style-type: none"> · 회사 이미지를 높일 수 있는 다양한 이슈들을 발굴해 사내외 이해관계자에게 앞서 제시하는 것이 필요 · 기업은 전달하고자 하는 핵심 메시지를 주기적으로 점검하고 홍보 관련 조직을 정비
CEO가 일관된 원칙을 고수하라	<ul style="list-style-type: none"> · 대중은 모호하거나 어정쩡한 메시지를 불신하므로 기업의 메시지는 일관적이고 진정성이 담겨있어야 함 · CEO는 소비자에게 전하고자 하는 메시지를 직접 챙겨 기업이 통일된 목소리를 낼 수 있도록 조치

자료: AT커니

- 경영자는 철저한 트렌드 분석으로 소비자들의 관심이슈를 파악하여 먼저 다가가는 홍보 전략을 펴는 것이 필요함
 - 더불어 이러한 활동을 지원할 수 있는 홍보 조직 구축과 임직원간의 원활한 의사소통 체계 마련을 고려해볼 수 있음

* 이 글은 『한국경제』(2009.2.25)에 실린 글을 요약, 재구성한 것임

□ ‘수많은 처음’

케인스가 세상으로부터 외면받기 시작하였던 1970년 초 31세의 소장 역사가 스키델스키(Robert Skidelsky)는 케인스의 삶을 정리하는 작업을 시작하였다. 그는 케인스가 사람들의 관심에서 멀어질 때 그의 생애에 케인스가 다시 주목을 받을 것으로 예견했는지도 모른다. 맥밀런 출판사와 계약을 맺을 때 그는 2년이면 마무리할 수 있을 것으로 생각했다. 하지만 1983년에 가서야 1권이 나왔고, 3부작의 마지막 권은 2000년이 되어서야 출간되었다. 무려 30년에 걸친 세밀한 자료 조사와 실존 인물들과의 인터뷰를 통해 케인스 경제 사상의 핵심과 역사적 맥락을 보여주고 있다. 그는 여기에 그치지 않고, 2003년에는 세 권의 방대한 분량이 독자의 부담으로 작용하는 점을 고려, 원본 내용을 40% 줄인 케인스 전기를 펴냈다.

이와 같은 노작이 나올 수 있었던 것은 작업을 시작할 때의 마음을 잃지 않고 처음의 마음을 잃지 않기 위해 ‘수많은 처음’을 30년간 다짐했기에 가능하였다.

서브프라임 모기지 부실에서 시작한 국제금융위기는 세계 최대 금융기관인 씨티은행과 AIG의 지급불능 우려, 세계 최대 자동차 회사인 GM의 파산 가능성으로까지 확산되면서 그 깊이를 헤아릴 수 없는 상황으로 확산되고 있다. 조지 소로스는 “대공황 때보다 더 심각한 세계 금융시스템의 붕괴를 목격하고 있다”고까지 하였다. 이에 금융위기의 구원자로서 그 동안 잊혀졌던 케인스가 다시 대안으로 떠오르고 있다. 미국 시사 주간지 <타임>紙는 2008년 올해의 인물로 케인스를 선정하여 표지에 장식하기까지 하였다.

지금 케인스를 다시 읽는다고 해서 현재의 금융위기를 돌파할 수 있는 구체적인 대안을 찾아내는 것은 쉽지 않을 것이다. 하지만 돌파구가 보이지 않는 시점에서 케인스의 재림이 스키델스키의 ‘수많은 처음’이 있었기에 가능했다고 주장하는 것은 그의 노작에 대한 너무 과대한 평가일까?

“수많은 사람들이 인생에서 출세하지 못하는 이유는 기회가 문을 두드릴 때, 뒤뜰에 나가 네잎 클로버를 찾기 때문이다.”
- 월터 크라이슬러 (1875~1940) : 크라이슬러 자동차 설립자