

CHAIRPERSON NOTE

체어퍼슨노트

2009.05.29 (통권250호)

경제 이슈

- 미국 국채 가격 하락
- 국내 가계부채 규모

경영 노트

- 창조경영을 통한 기업 생존전략

사회 트렌드

- 웨저(weisure) 시대의 도래

차이나 리포트

- 중국 대 대만 8대 시혜(施惠) 조치의 주요 내용

저널 브리프

- 불황기에 나타나는 소비자의 구매 트렌드

洗心錄

- 천재의 노력

□ 미국 국채 가격 하락

- 경기부양 자금 마련을 국채 발행 증가 예상 등으로 미국 국채 가격은 하락함
 - 국채 가격 : 미국 국채(10년물)의 수익률은 5월 28일에 3.67%로 3월 말 2.71% 대비 0.96%p 상승함으로써 국채 가격은 하락
 - 국채 가격 하락 배경 : 경기부양 자금을 위한 국채 발행 증가로 인한 공급 증대, 정부 부채의 증가로 인한 인플레이션 가능성 증대, 안전자산 선호 감소 등이 원인으로 작용
 - 경기 회복 조짐 : 미국의 주택판매가 증가하였고 신규 실업자 수는 전주(18~23일)에 62만 3,000명으로 이전 수치보다 1만 3,000명이 감소

- 국채 수익률 증가(국채 가격 하락)는 각종 금리의 기준으로 사용되는데 주택담보대출 금리 등의 상승으로 이어질 경우 경기 회복을 지연시키는 요인으로 작용할 가능성이 큼

□ 국내 가계부채 규모

- 한국은행(28일)에 따르면 국내 가계부채 규모는 여전히 높은 수준을 유지하고 있는 것으로 보임
 - 가계부채 신용 : 2009년 1/4분기 중 전체 가계신용(가계대출과 판매신용)은 2008년 말 대비 4조 6,000억 원 감소한 683조 6,000억 원을 기록
 - 은행의 가계 대출 : 전체 가계부채 감소에도 불구하고 부동산 규제완화와 저금리 등의 영향으로 주택담보대출이 7조 6,000억 원 늘어남으로써 예금은행의 전체 가계대출 규모는 3조 5,000억으로 증가

- 특히, 2007년 말 기준 한국의 GDP대비 부채 규모는 82%로 일본, 프랑스의 비중인 65%, 48%에 비해 상당히 높은 수준이고 미국발 서브프라임 사태 이전의 미국 부채규모인 100%에 근접함

□ 창조경영을 통한 기업 생존전략*

- 급변하는 시장 환경에서 창조적 발상이 갖는 경제적 가치가 갈수록 증대되면서 ‘창조경영’이 주목받고 있음
 - ‘창조경영’은 한마디로 차별성과 독자성을 갖춘 제품을 만들어 새로운 시장을 창출, 기업의 생존전략을 찾는 것임
 - 즉, 물건만 잘 만들어 판매하는 시대는 지났으며, 기업은 소비자들에게 특정 제품에서만 얻을 수 있는 무엇인가를 제공해야 함
- 창조경영의 핵심 실천 수단은 창의적 인재 확보와 디자인 및 R&D에 대한 과감한 투자임
 - 이러한 창조경영의 대표사례로 2008년 일본내 이익규모 1위를 달성한 닌텐도, 아이팟으로 세계를 석권한 애플을 들 수 있음

| 구 분 | 내 용 |
|-----|--|
| 닌텐도 | <ul style="list-style-type: none"> - 120년 전 화투게임업체로 출발한 닌텐도는 창조경영을 바탕으로 오늘날 게임 시장을 석권, 일본 최대 기업으로 급부상 - 게임은 ‘마니아, 청소년층’만 하는 놀이가 아니고, 모든 연령층의 남녀노소가 즐길 수 있어야 한다는 명제하에 창조적 제품을 개발 판매했기 때문임 |
| 애플 | <ul style="list-style-type: none"> - 소니가 ‘워크맨’의 향수에 취해 있는 사이 애플은 ‘아이팟’이라는 MP3 플레이어를 개발하여 워크맨을 구석기 유물로 만들었음 - 최고경영자의 강력한 창조경영 의지 아래 창의적인 아이디어 하나가 기존의 기술과 상품들을 도태시키거나 탈바꿈시키게 만들었음 |

- 글로벌 경제위기 속에서 기업은 기업 내외부의 창조적 자원을 모두 집결하고, 이를 최대한 상업화 시킬 수 있어야 함
 - 또한 부서간 활발한 커뮤니케이션, 창의적 아이디어 및 인재 존중, 과감한 실행과 성과보상 등을 확고한 기업문화로 체화해야함.

* “낡은 유전자를 버리고 과감히 도전하라”(한국경제신문, 2009.5.28) 참조

□ 웨저(weisure) 시대의 도래*

- **일과 여가의 경계가 무너지는 ‘웨저(weisure)’ 시대가 도래**
 - ‘웨저’란 일(work)과 여가를 뜻하는 레저(leisure)를 합성한 신조어로서, 돌턴 콘리 뉴욕대 사회학과 교수가 최근 발표한 저서 ‘미국 어디에서나(Elsewhere U.S.A)’에서 처음 언급
 - 美·日 등 선진국에서 요즘 일과 여가의 균형을 맞춰 삶의 질을 개선하는 ‘워크 라이프 밸런스’ 캠페인이 추진되는 와중에 나온 말이라 급속하게 확산되고 있음
- **콘리 교수는 웨저 시대엔 매일 오전 9시부터 오후 5시까지 사무실로 출근해 일하는 현대인의 업무와 생활방식이 획기적으로 바뀔 것으로 전망**
 - 무선 기술의 발달로 집은 물론 백화점에서 쇼핑을 하거나 바다에서 요트를 즐기다가도 어디에서든 곧바로 일할 수 있기 때문임
 - 즉 웨저 사회에선 하루 24시간 여가와 일을 동시에 처리할 수 있음
- **일과 휴식의 경계가 모호해져 업무효율이 떨어질 것이라는 우려도 제기**
 - 그러나 인터넷 등 첨단 기술은 업무에 불필요한 시간을 줄이고 일의 처리량을 늘리는 한편 시간과 장소에 제약이 없기 때문에 업무 효율의 저하를 우려할 필요가 없다는 게 콘리 교수의 설명
 - 웨저 시대엔 일과 여가 두 가지를 조화롭게 다루는 능력이 중요해짐
- **웨저를 통해 개인주의 문화가 팽배한 미국 사회에서 인간관계, 사회적 교류에 큰 변화가 나타날 것으로 전망**
 - 가족과 여행을 하면서 직장동료와 휴대전화 인터넷 채팅으로 회의를 할 수 있고, 페이스북 등 친목 사이트나 온라인 게임을 통해 사귀 인터넷 친구가 비즈니스 상대가 될 수도 있음
- **그는 산업혁명 이후 개인의 삶에서 일이 차지하는 비중이 지나치게 높아진 것이 문제라며 조만간 웨저가 일상에서 자리잡을 것으로 전망**
 - 또한 “경제가 발전할수록 업무시간은 점차 길어져 왔다”며 “일과 여가를 동시에 처리해 시간을 아끼려는 미국인이 늘고 있다”고 언급

* “9to5 가고 웨저시대 온다”(동아일보, 2009.5.29) 참조

□ 중국 대 대만 8대 시혜(施惠) 조치의 주요 내용

- (개요) 중국 국무원은 작년 12월 「양안삼통(两岸三通)」을 합의 이후 대만에 대한 경제협력 구체화를 위해 8대 시혜 조치를 발표
 - 금번 조치는 4월 중순 개최된 뤼아오(博鳌) 포럼에서 원자바오(温家宝) 총리가 언급한 대만에 대한 5대 조치를 구체화한 것임
 - 원자바오 총리는 본토(大陆)기업의 대 대만 투자와 대만 제품 구매 확대를 포함한 5대 조치를 발표함으로써 양안 간 경제교류 활성화 분위기 조성

< 대만의 저 중국 경제교류 및 관광객 추이 >

(단위 : 억 달러, 백만 명)

| | 수출입 | | 투자 | 관광객 |
|------|---------|-------|------|-----|
| | 수출 | 수입 | | |
| 1998 | 239.5 | 198.4 | 20.3 | 2.2 |
| 2000 | 312.4 | 250.1 | 26.1 | 3.1 |
| 2002 | 395.0 | 315.3 | 67.2 | 3.7 |
| 2004 | 657.2 | 489.3 | 69.4 | 3.7 |
| 2006 | 881.2 | 633.3 | 76.4 | 4.4 |
| 2008 | 1,053.7 | 739.8 | 95.6 | 4.1 |

자료 : 대만 대륙사무국, 중국 상무부.

- 중국의 저 台湾 8대 시혜 조치는 5대 조치를 구체화한 것에 추가로 대만 기업과 주민의 본토 진출과 농업 분야의 교류확대를 명시
 - 본토기업의 대만 투자 확대
 - 중국은 올해 안으로 전자, 통신, 해운 등 9대 분야의 주요기업들의 저 대만 투자를 격려, 기업들이 단독으로 대만기업과의 합작법인 설립을 허용
 - 대만제품의 구매 확대를 위해 구매단(购买团)을 파견
 - 올해 안으로 대만에 두 차례의 농수산물 구매단과 세 차례의 공산품, 대만 특산품 구매단을 파견, 본토에서 대만 기업의 판촉 활동을 지원
 - 중국은 대만기업들의 본토시장 개척과 SOC 프로젝트 참여를 지원

- 중국 중앙 정부는 대만기업들의 SOC 참여와 관련하여 지방정부가 협조, 지원하도록 조치하고, 대만기업들의 사업 참여에 관한 구체방안을 주문
 - 본토 주민의 대만 관광을 확대하기 위해 유관 규정 정비
 - 본토 주민의 대만 관광 인원수를 점차 확대하여, 2009년 연내 60만 인차(人次) 돌파를 목표로 설정
 - 중국은 양안(两岸) 경제협력 기본협정(framework agreement) 체결을 제안
 - 이와 관련하여 중국 정부가 우선적으로 조사 준비와 기초 연구를 수행하고 협상 전개에 필요한 준비 작업에 착수
 - 대만 주민에 대해 본토 전문 자격증 응시 자격 부여 범위를 확대
 - 통계, 회계감사, 가격감정사, 사회복지사, 기업법률 컨설팅, 건축사 등 11개 항에 대해 대만 주민의 응시 자격을 추가로 부여
 - 양안(两岸) 간 농업분야 교류 확대
 - 중국 정부는 본토에 있는 대만 전용 농업단지를 기존의 11 개 지역에서 복건, 안휘, 강소 등 지역에 추가로 4 곳을 지정
 - 중국은 복주(福州)와 하문(厦門) 두 곳에 대해 대만 로펌(law firm)의 지사 설립과 대만 관련 민사 법률 컨설팅 업무를 허용
- 금번 조치로 인해 양안 간 경제교류가 활성화될 것으로 보이며, 이로 인해 양안 간 정치적, 사회적 화해 분위기가 확산될 것으로 기대
- 대규모 중국 자본의 대만 투자와 본토 관광객의 대만 관광이 확대됨에 따라 대만경제의 위기 탈출이 가속화될 것임
 - 대만 기업과 주민에 대한 시혜 조치는 대만 기업의 본토 시장 확대와 영향력 제고에 유리할 것으로 판단

□ 불황기에 나타나는 소비자의 구매 트렌드*

- 불황기 소비자들은 제품 구매에 있어서 이성적인 판단을 중요시함
 - 최근 불황으로 소비자들은 상품을 구매할 때 가격은 저렴하거나, 자기 니즈에 꼭 맞는 제품을 선택하는 경향이 더욱 두드러지고 있음
 - 불황기의 소비자 제품 선택 기준은 저렴한 가격, 가치추구, 자기만족 충족 등 3가지 키워드로 압축될 수 있음

< 불황기의 소비자 제품 선택 기준 >

| | 내 용 |
|-----------|---|
| 1. 저렴한 가격 | <ul style="list-style-type: none"> · 불황기 소비자들은 가격에 가장 민감하기 마련임 · 많은 기업들이 더 낮은 가격에 상품을 제공하기 위해 노력함 <ul style="list-style-type: none"> - 과잉 기능이나 서비스를 제거한 ‘뺄셈 마케팅’이 활발해짐 - 중고장터, 반품제품장터가 활성화됨 - 가구 같은 전통적인 오프라인 품목들을 라인에서 판매 |
| 2. 가치추구 | <ul style="list-style-type: none"> · 한 제품으로 여러 요구를 충족시킬 수 있는 다기능 복합 (Convergence) 제품 수요가 증가하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 맛과 건강을 동시에 추구하는 기능성 음료와 같이 다기능 복합제품이 각광을 받음 · 인지도가 높은 브랜드에의 의존도가 증대함 <ul style="list-style-type: none"> - 불황기에는 일상용품은 저렴한 것을 이용하면서 특정 용품에만 고급 소비를 집중하는 ‘로케팅(Rocketing) 현상’이 나타남 |
| 3. 자기만족 | <ul style="list-style-type: none"> · 외식과 같은 외부활동을 줄이는 대신, 저렴하게 스스로의 만족을 추구할 수 있는 아이템이 인기를 끌고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 가정활동 증대 : 가정에서 정원을 가꾸고, 파티를 여는 등의 가정에서의 행복추구를 위한 제품 구매가 증가함 - 자기계발 : 이력서 감수업체와 자격증 취득 학원에서 새로운 도전을 시작하는 사람들이 늘고 있음 - ‘소소한 행복’ 추구 : 손쉽게 기분전환을 할 수 있는 초콜릿이나 할리우드 영화 및 공상소설 등의 저렴한 취미 상품 매출이 증가하고 있음 |

* “불황 속에 웃는 사람들”(한경비즈니스, 2009.6.1) 참조

□ 천재의 노력

프랑스 소설의 거장, 귀스타브 플로베르(1821~1880)는 천재적인 언어 감각을 타고 났으나 선천적으로 몸이 약했다. 그는 “나는 몸이 아파서 하루에 몇 백 번이나 심한 고통을 느껴야 했다. 그러나 진짜 노동자처럼 이와 같이 괴로운 작업을 계속해 나갔다. 그렇다. 나는 소매를 걷어붙이고 이마에 땀을 흘리며, 비 오는 날이거나 바람 부는 날이거나, 눈이 내리거나 번개가 치는 속에서도 망치를 내리치는 대장장이처럼 글을 썼다.” 라는 말로 자신의 노력을 표현했다.

세계적인 문호 발자크(1799~1850) 역시 자신의 작품생활을 되돌아보면서, “나는 굴이 무너져 갭 속에 갇혀 버린 광부가 목숨을 걸고 곡괭이를 휘두르듯 글을 썼다.”고 말한다. 위대한 바이올리니스트 프리츠 크라이슬러(1875~1962)의 이야기도 비슷하다. 한 번은 한 열성 팬이 무대 뒤에 있는 그에게 다가와 말했다. “크라이슬러 씨, 당신처럼 연주할 수만 있다면 목숨이라도 내놓겠어요.” 그러나 프리츠 크라이슬러는 이렇게 대답했다. “부인, 전 이미 제 목숨을 내놓았답니다.”

이처럼 큰 성공을 이룬 천재나 대가(大家)의 뒤에는 언제나 범인의 상상과 한계를 뛰어넘는 노력이 존재한다. 몰입과 헌신 없이는 비록 타고난 천재라고 할지라도 좋은 결과를 만들 수 없기 때문이다.

아무도 이 이상은 할 수 없을 정도의 노력을 경주할 때 비로소 남다른 성과가 나온다는 것은 평범한 진리이다. 당연히 희생이 따르지만, 그 희생은 성공을 위한 정당한 대가로 지불되어야 한다. “희생”의 씨앗이 뿌려져야 “성공과 보상”의 열매가 맺어지는 것이다.

“ 논쟁이 길어질수록
그것은 쌍방 모두 틀렸다는 것을 뜻한다. ”

- 볼테르(1694~1778) : 프랑스의 작가, 대표적 계몽사상가