

HRI 체어퍼슨노트

# CHAIRPERSON NOTE

2011.10.31 (통권372호)



## 경제이슈

글로벌 증시 급등

경상수지 적자 지속

## 경영노트

소비자 혁신에 주목하라

## 사회 트렌드

세계 인구 70억 명 돌파

## 저널 브리프

미래가 기대되는 기업

## 洗心錄

사회적 불공정성

□ 글로벌 증시 급등

- 유럽 재정 우려감 완화, 미국 성장세 회복 등 글로벌 경기 불안 요인이 해소되며 세계 증시가 동반 급등
  - 유럽 재정위기 해법 합의 : 27일 유럽각국 정상은 그리스 국채 50% 탕감, 1조 유로 규모의 유럽재정안정기금 확충, 유럽권 은행 자기자본비율 9%로 확대하는 유럽재정위기 해결방안에 합의
  - 미국 3분기 경제성장률 상승 : 같은 날 발표된 미국 3분기 GDP 증가율(전기대비 연율)은 2.5% 지난 2분기 1.3%에 비해 크게 상승하여 미국 경제가 꾸준히 상승세를 지속하고 있음을 시사
  - 세계 증시 동반 급등 : 유럽 재정위기와 미국 더블딥 우려가 대폭 완화됨에 따라 27일 프랑스와 독일 증시가 각각 6.3%, 5.3% 급등하고 미국 다우지수도 3.3% 상승하는 등 세계 증시가 동반 급등
- 유럽 재정위기 및 미국 실물 경기둔화에 대한 우려가 금융시장으로 전이될 가능성이 완화되며 주식시장을 중심으로 투자심리가 개선되는 양상

□ 경상수지 흑자 지속

- 한국은행이 발표한 9월중 국제수지에 따르면 경상수지는 31.0억달러 흑자로 19개월 연속 흑자를 기록
  - 상품수지 : 상품수지는 자동차, 철강제품, 석유제품 등을 중심으로 수출이 호조를 보인 반면 수입은 다소 줄어 전월 3.7억 달러에서 23.7억 달러로 확대
  - 서비스수지 : 서비스수지는 여행수입 증가와 여름방학 및 휴가 등 성수기가 끝나면서 여행지출이 감소하여 0.7억 달러 흑자로 전환
  - 소득수지 : 본원소득수지는 외국인 투자자에 대한 이자지급이 늘어 전월의 7.0억 달러에서 5.4억 달러로 축소, 이전소득수지는 대외송금 감소로 전월 -2.0억 달러 적자에서 1.2억 달러 흑자로 전환
- 경상수지는 원달러 환율의 등락에도 불구하고 중국 등 아시아 주요국의 수출이 견조하고 유럽의 재정위기 해결을 위한 노력으로 대외여건이 개선되어 당분간 흑자 기조를 유지할 전망

□ 소비자 혁신에 주목하라<sup>1)</sup>

- 혁신은 기업 주도로 이루어진다는 통념과 달리 상당수의 혁신은 개인적 필요에 의해 제품을 개조하는 소비자들에서 비롯됨
  - 소비자 혁신을 기업이 상품화한 오래된 사례로는 어린이들이 나무판에 스케이트의 바퀴를 달아 타고 다니며 탄생한 스케이트보드가 있음
  - 이처럼 소비자가 기존 제품을 자기 욕구에 따라 바꾸는 데 투자하는 비용은 소비자 기업 R&D 투자 대비 33%(미국)에서 144%(영국)에 달함
  
- 소비자가 가진 아이디어의 상품성 여부만 판단할 수 있다면 기업은 거의 무료로 참신한 혁신 제품을 개발할 수 있음
  - 연구에 따르면 제품 혁신을 위해 노력하는 대부분의 소비자들은 다른 사람이 자신의 아이디어를 모방하는 것에 거부감을 갖지 않음
  - 한편 기업은 물론 소비자들조차도 다른 소비자가 스스로 개발한 제품에 대부분 무관심하며, 상품화된 후에야 큰 호응을 보냄
  
- 스스로 제품을 혁신하는 소비자들은 자기 아이디어가 실제 제품에 반영되는 것 자체만으로도 만족한다는 사실을 알고 이를 적극 활용해야 함

< 소비자 혁신의 활용법 >

	내 용
소비자 혁신을 방해하지 마라	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일부 소비자들이 Xbox용 동작인식 게임 키넥트를 다른 방식으로 사용하고자 제품을 해킹했을 때 MS는 이를 막는 대응 방안을 수립</li> <li>• 하지만 며칠 후 이 같은 소비자의 행동들이 회사와 소비자 모두에게 이득이 될 수 있다고 판단하고 키넥트의 해킹을 장려</li> </ul>
소비자 혁신을 지원하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회사가 원하는 혁신의 방향을 공개하고 소비자가 아이디어를 제공할 수 있는 인터페이스를 구축</li> <li>• 또한 소비자들이 혁신의 대가로 원하는 바를 파악하고 제공하는 것이 중요하며, 대가의 대부분은 무료 부품이나 사내 개발자와의 교류 등 사소한 것들로서 걱정할 필요가 없음</li> </ul>
혁신의 공로를 인정하라	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 많은 기업들은 소비자의 아이디어를 바탕으로 새로운 제품을 개발하도 스스로의 혁신을 통해 개발한 제품인 것으로 홍보</li> <li>• 반면 S/W 기업인 매스웍스, 스타타코프나 장난감 기업 LEGO 등은 소비자가 지적 재산을 주장하지 않더라도 그들의 공로를 인정</li> </ul>

1) 본 자료는 MIT Sloan Management Review의 'The Age of the Consumer Innovation(2011. 10)'을 요약 정리함

□ 세계 인구 70억 명 돌파<sup>2)</sup>

- 10월 31일 전 세계 인구가 70억 명을 돌파
  - 1999년 60억 명을 돌파한 지 12년 만임
  
- 세계 인구는 1804년 10억 명에서 1927년 20억, 1959년 30억, 1974년 40억, 1987년 50억, 1999년 60억, 2011년 70억 명으로 급증
  - 유엔인구기금(UNFPA)은 ‘2011년 세계인구 현황’ 보고서를 발표하고 세계가 지속 가능하고 번창할 것인지, 환경 악화와 경제 위기 등으로 후퇴할 것인지는 지금 우리의 대응에 달려 있다고 강조함
  
- 인구기금은 인구 70억 명 시대의 문제점에 대한 전문가 해법도 제시
  - 폴 에를리히 스탠퍼드대 생물학·인구학과 교수는 식량 부족과 환경 파괴를 가장 큰 문제로 꼽음
  - 인구 증가로 이미 전 세계적으로 10억 명이 기아에 시달리고 있고 기후 변화에 따른 환경 재앙 가능성을 높이고 있음. 2050년까지 추가로 20억 명이 증가하면 그 문제는 더욱 심각해 질 것으로 내다봄
  - 따라서 이를 막기 위해 각 국가에서 남녀의 동등한 권리를 보장하고, 낙태를 포함한 출산통제권을 갖도록 하는 것이 필요하다고 지적
  - 또 각 나라 정부가 과도한 출산을 제어할 수 있는 정책을 시행해야 한다고 주장
  
- 로버트 앵겔만 월드워치연구소 대표는 고령화를 가장 큰 문제로 지적
  - 지구에는 유례없이 많은 노인이 살게 될 것이고 이들이 건강한 삶을 살 수 있게 하는 것이 큰 과제가 될 것
  - 따라서 노인이 가진 능력과 자산을 생산적으로 활용하는 방법을 찾는 데 집중해야 한다고 조언

---

2) “31일 세계인구 70억 명 넘어”, 매일경제, 2011.10.28.

□ 미래가 기대되는 기업<sup>3)</sup>

■ 최근 일본 경제주간지 ‘닛케이비즈니스’는 앞으로 10년이 기대되는 일본 기업 6곳을 소개함

① 로토제약: ‘대중 공략형’

- ‘멘소래담’ 연고로 유명한 로토제약은 신흥국 시장에서 특히 수요가 높은 저렴한 가격과 지역적 특성을 갖춘 제품을 선보이면서 아시아 지역에서의 매출을 확대하고 있음

② 니콘: ‘가치 창출형’

- 카메라 제조사인 니콘은 2000년대 들어 향후 디지털카메라가 일상품이 될 것임을 정확하게 포착, ‘품질이 좋으면서도 일반인 누구나 쉽게 사용할 수 있는’ 카메라 제조사로 거듭남

③ 산리오: ‘협조 창조형’

- 캐릭터 ‘헬로키티’로 유명한 산리오는 제조업체나 유통업체에 헬로키티 캐릭터 라이선스를 제공하여 매출을 올리는 비즈니스 모델로 전환,
- 세계 청소년들에게 큰 인기를 얻고 있는 헬로키티를 자사 제품에 접목하고자 하는 해외 제조·유통업체들과 협력을 통해 부가가치를 창출함

④ 이비덴: ‘자유자재 변신형’

- 부품업체 이비덴은 제2차 세계 대전 이후 카본, 1960년대에는 비료와 건자재, 1970년대에는 프린트 1반, 1990년대 이후에는 PC용 부품사업, 최근엔 매년 저감장치로 세계 시장을 공략하는 등,
- 시장과 시대 변화를 살피면서 가능성 있는 사업에 경영자원을 집중 투자하는 전략으로 생존을 도모함

⑤ 기린홀딩스: ‘M&A 돌파형’

- 음료업체 기린홀딩스는 맥주 등 음료수의 경우 지역과 문화에 따라 취향이 크게 달라 현지에서 처음부터 브랜드를 만들어 키우려면 매우 오랜 시간이 걸린다는 점을 감안,
- 아시아와 오세아니아 지역에서 영향력 있는 음료업체를 인수해 세계 시장점유율 확대를 적극적으로 도모함

⑥ 에자이: ‘인재 경쟁형’

- 제약회사 에자이는 최근 인재개발책임자(Chief Talent Officer, CTO) 직책을 신설하고,
- 이 CTO를 중심으로 전 세계 사업소에서 ‘경영에 직접적으로 관여하는 중요 포스트’에 있는 150명도 선정, 인재 관리 체계화를 선언함

3) “미래 10년 기대되는 日 기업”(매경이코노미, 2011.11.2) 참조

□ 사회적 불공정성: ‘옆 계산대 줄이 더 빨리 줄어들면 화가 난다’

마트 계산대에 서있는 여러분은 다음 세 가지 중 어느 상황에서 가장 크게 짜증이 나거나 화가 납니까? 순서대로 나열해 보세요.

- ① 친구와 이야기를 나누면서 계산대 앞에서 줄 서 있을 때
- ② 자신보다 나중에 온 손님이 옆 계산대에서 먼저 계산을 끝냈을 때
- ③ 자기 앞에 선 손님이 계산을 질질 끌고 있을 때

아마 대부분의 사람들이 ②,③,①로 답할 것이다. 우리는 옆 계산대와 비교한 상대적인 시간을 가늠해, 내 줄이 옆 계산대의 줄보다 빠르면 계산대에서 기다리는 시간이 짧다고 느낀다. 반대로 옆줄이 더 빠르면 크게 스트레스를 받는다.

계산대에서는 앞에 줄 선 사람이 먼저 계산을 마치는 것이 당연하며, 이것이 ‘사회적 공정성’이다. 그런데 옆줄에서 나보다 뒤쪽에 서 있던 사람이 더 빨리 계산을 마치게 될 때가 있다. 공정하지 못한 현상이 발생한 것이다. 이로 인해 나는 대기 시간이 길어지는 것도 문제지만 왜 ‘사회적 불공정’한 가에 말할 수 없는 짜증을 느낀다.

‘사회적 공정성’이 어긋나는 상황에 직면하게 되면 우리는 크게 스트레스를 받는다. 정치인은 물론 금융기관, 기업 등 사회 리더 위치에 있는 개인과 조직은 사회적 공정성을 유지하는 데 무척 신경을 써야 한다. 위의 계산대 사례에서 나는 정상적으로 계산을 기다리고 있는데 늦게 온 사람이 서비스를 먼저 받게 만든 마트가 불공정성을 만든 책임이 있다. 마트는 계산대 점원의 교육을 강화해 빨리 처리하도록 육성하던가, 또는 이보다 나은 ‘포크형 줄서기’와 같이 한 줄로 대기하고 있다가 빈 계산대에 한사람씩 보내는 방식을 채택해야 할 것이다.

최근 전 세계적으로 ‘점령(Occupy)’이라는 단어가 휩쓸고 있다. 단순히 ‘루저(loser)’의 외침으로 여기지 말고 어딘가에 ‘사회적 공정성’을 깨뜨리는 상황이 있는지 둘러보는 자세가 요청된다.

과욕보다 더 큰 불행은 없다. 불평보다 더 큰 죄악은 없다.  
탐욕보다 더 큰 재앙은 없다.

- 노자 : 중국 고대의 철학자, 도가(道家)의 창시자