

HRI 체어퍼슨노트

# CHAIRPERSON NOTE

2011.06.13 (통권352호)



## 경제이슈

미국 경기둔화 우려감 증대

한국은행 기준금리 인상

## 경영노트

성공을 부르는 실패 관리법

## 사회 트렌드

K-POP 인베이전

## 저널 브리프

세계의 뉴비즈니스 아이디어

## 洗心錄

하이쿠(俳句)

□ 미국 경기둔화 우려감 증대

- 6월 8일 미국 연준(FRB)이 발표한 베이지북에 따르면 최근 미국의 경기회복세가 둔화 조짐을 나타냄
  - 동부지역 경기 둔화 : 연준 산하 12개 지방은행의 관할지역 중 필라델피아, 뉴욕, 애틀란타, 시카고 등 동부 4개 지역의 경제 회복속도가 둔화
  - 제조업 회복 속도 둔화 : 경기 회복에 대한 불투명한 전망과 원자재 가격 급등의 영향으로 미국 대부분 지역의 제조업 회복 속도도 둔화
  - 미국 신용등급 강등 가능성 : 국제신용평가사 피치가 미국의 재정적자 문제를 거론하며 미국의 신용등급가능성을 경고함에 따라 미국 경제상황에 대한 불안감이 가중됨
  
- 미국 경기 둔화 조짐이 가시화됨에 따라 미국의 출구전략은 상당기간 늦춰질 전망이다, 또한 3차 양적완화 등 추가 경기 부양책 가능성도 대두

□ 한국은행 기준금리 인상

- 금융통화위원회는 10일 정례회의를 열어 한국은행의 기준금리를 전월보다 0.25%p 인상한 연 3.25%로 결정
  - 배경(가계부채) : 2010년말 가계부채는 전년 대비 8.9% 증가한 937조 3천억원으로 향후 저금리 기조가 지속될 경우 가계부채 증가로 하반기 한국경제에 위협요인으로 작용
  - 배경(물가) : 5월 소비자물가는 전년 동월 대비 4.1%, 근원물가는 3.5% 상승으로 여전히 높은 수준 유지하고 있으며 하반기에 전기·가스·시내버스 등 공공요금이 인상될 전망으로 인플레이션 압력 가중
  - 기준금리 추이 : 2009년 2월 2.0%에서 2010년 7월, 11월 2011년 1월, 3월, 6월에 0.25%p씩 총 다섯 차례 기준금리 인상으로 현재 3.25%를 유지
  
- 6월 기준금리 인상으로 물가상승 압력은 다소 완화될 전망이나, 가계와 기업의 자금조달 비용과 이자상환 부담은 커질 전망

□ 성공을 부르는 실패 관리법<sup>1)</sup>

- 실패의 경험은 직관적인 판단을 향상시킬 수 있으며, 지능적 실패<sup>2)</sup>와 같은 실패의 관리는 불확실성이 큰 환경에서 성공의 바탕이 될 수 있음
  - MS의 Xbox 360<sup>3)</sup> 개발팀은 과거 Web TV, 비디오카드 등 다양한 실패의 경험을 바탕으로 비용구조 및 공급망을 개선하고 수익을 창출
  - 한편 물류 업체인 UPS는 허용할 수 있는 실패를 고객에 영향을 미치지 않는 범위로 제한하며 실패의 기준을 마련하고 전략적으로 관리
- 혁신적인 조직일수록 실패를 가정한 계획 수립과 공유, 불확실성 요소의 제한과 학습 방법의 관리 등 전략적 실패 관리를 통해 경쟁력을 축적함

< 전략적 실패 관리법 >

	내용
성공과 실패를 가정하고 실험 과정을 계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>•프로젝트의 수행 전에 성공과 실패의 시나리오를 작성하고 이를 조직원들과 공유하여 수행 기간 동안 동일한 정보를 갖도록 해야 함</li> <li>•이를 통해 수행 중 새로운 정보 획득이나 돌발 변수 발생으로 계획 변경 시 모든 조직원이 성공 혹은 실패의 지식과 경험 축적이 가능</li> </ul>
실패한다면 빠르게, 최소의 자원을 사용	<ul style="list-style-type: none"> <li>•프로젝트 요소의 사전 테스트를 통해 실패로 판단되면 빠르고 단호한 프로세스 진행으로 실패의 원인 도출을 용이하도록 만들어야 함</li> <li>•지속적으로 혁신 제품을 개발하는 3M은 다양한 신제품을 적게 생산하는 실험 전략을 활용하여 실패의 자원 사용을 최소화</li> </ul>
실패할 수 있는 불확실성 요소를 최소화	<ul style="list-style-type: none"> <li>•글로벌 컨설팅 기업 베인앤컴퍼니는 실패를 통한 효율적 학습을 위해서는 불확실성 요소를 가장 중요한 한가지로 제한하라고 조언</li> <li>•IKEA는 동일 제품의 복수 지역 판매(시장 요소), 웰스파고는 동일 고객에 복수 상품 판매(상품 요소) 등으로 불확실성을 제한</li> </ul>
지능적 실패를 장려하는 분위기 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>•조직원들은 실패가 경력에 해가 된다고 느끼고 있어 지능적 실패를 두려워하지 않는 문화를 조성하고 필요하다면 이를 명문화해야 함</li> <li>•P&amp;G의 前 회장 A.G. 래플리는 성공이 지속될수록 새로운 시도와 혁신이 필요한 시기라고 주장하며 실패를 피하지 않는 문화를 구축</li> </ul>
실패로부터의 경험과 학습을 문서화	<ul style="list-style-type: none"> <li>•실패를 통해 축적된 경험과 학습이 보다 큰 효과를 발휘하기 위해서는 조직원들과의 공유가 필요하며, 이는 문서화가 효과적임</li> <li>•어떤 원인으로 변화가 발생했고, 어떤 결과로 이어졌는가를 정확히 기술한 문서는 경험하지 않은 데이터 수치보다도 높은 가치를 지님</li> </ul>

1) 본 자료는 ‘Failing by Design (Harvard Business Review, 2011. 5)’를 요약 정리함  
 2) Intelligent Failure. 신상품·신사업, 실험 등 미래 성장을 보장할 수 있는 실패를 의미.  
 3) MS의 콘솔 게임. 舊버전인 Xbox는 ‘01~’05년 동안 40억 달러 손실을 입었음.

□ K-POP 인베이전<sup>4)</sup>

- 지난 6월 10일과 11일 파리 제니트 공연장을 가득 메운 프랑스·영국·독일·이탈리아·스웨덴·폴란드 등 유럽 각지의 한류 팬들은 SM엔터테인먼트 아이돌 그룹들이 펼친 ‘SM타운 월드투어’ 공연에 눈물 흘리고 환호성을 지르며 열광
  - 이날 공연의 성공은 40여 년 전 텅스텐, 오징어, 실을 수출하며 국제 사회에 허름한 명함을 내놓았던 대한민국이 경제적 부흥을 이룬 데 이어 문화적으로도 서구 선진국과 어깨를 나란히 하게 됐음을 보여주는 상징적 사건
  - 프랑스 르몽드지의 보도처럼 “일본과 중국 사이에 끼어 있고, 자동차·전자제품의 수출로만 알려졌던 나라가 이제 문화를 알리게 된 것”임
  
- K팝의 유럽시장 공략을 진두지휘하고 있는 이수만 SM엔터테인먼트 회장은 11일 유럽 작곡가와 프로듀서 70여 명을 파리 시내 호텔로 초청해 콘퍼런스를 열고 ‘3단계 한류 확산’ 전략을 소개
  - 1단계는 한국인 감독, 아티스트가 만든 작품을 수출하는 단계임
  - 2단계는 한국인과 외국인 혼성 공연팀을 만들어 그 작품을 전 세계에 수출하는 방식으로 현재 한국 한류가 도달한 단계
  - 마지막 3단계는 한국 기획사가 외국에서 현지 기획사와 합작기업(joint venture)을 만들고 이를 통해 창출한 부가가치를 공유하는 단계
  
- 14년 전 K팝을 아시아 시장에 진출시켰던 이 회장은 이후 연예 영재를 발굴해 집중 교육하고 독특한 뮤직 비디오를 제작해 이들을 세계 시장에 홍보하는 SM엔터테인먼트 만의 독특한 스타 양성 프로그램인 ‘컬처 테크놀로지(CT)’ 방식을 개발
  - 가령 3~7년 후 바뀔 얼굴과 모습, 목소리까지 시뮬레이션해 가능성 있는 인재를 발굴하고, 노래, 춤, 연기, 작곡은 물론 외국어까지 교육시키며 글로벌 아티스트로 성장시킴

---

4) “K-POP 인베이전”(조선일보, 2011.6.13) 참조

□ 세계의 뉴비즈니스 아이디어<sup>5)</sup>

■ 트렌드 전문사이트인 ‘스프링와이즈닷컴’과 ‘넛케이트렌디넷’은 최근 주목할 만한 세계의 비즈니스 아이디어를 소개함

① 일본의 ‘가격 파괴’ 선글라스 전문점

- 오존층 파괴로 자외선 양이 증가함에 따라 야외 스포츠를 즐기는 일본인들 사이에서 백내장과 각막염 등 눈 관련 질병이 크게 늘고 있음
- 이에 저가 안경 전문점인 ‘진스(JINS)’는 최고급 선글라스 렌즈인 ‘NXT’를 채용하면서도 가격은 3,990엔~9,900엔 정도로 저렴한 선글라스를 출시, 선풍적인 인기를 끌고 있음

② 독일의 소셜 기반 보험 서비스

- 독일의 ‘프렌드슈어런스(friendsurance)’는 보험 가입자가 청구한 보험료가 자사가 제공할 수 있는 금액을 초과하면 가입자의 SNS 친구들로부터 보조받을 수 있는 서비스를 제공함
- 이 같은 소셜 보험 사업은 가입자를 효과적으로 관리할 수 있고, 허위 신고의 폐해도 줄일 수 있어 보험료가 저렴하다는 점이 장점임

③ 미국의 셀프 주문·결제용 태블릿 PC

- ‘이라카르테(ElaCarte)’는 최근 레스토랑의 테이블에 비치돼 고객이 직접 주문과 결제를 할 수 있는 태블릿 시스템을 선보임
- 레스토랑은 이를 이용하여 인건비를 줄이고 음식을 기다리는 고객에게 음식 무료 제공 이벤트를 개최하여 홍보효과도 얻을 수 있음

④ 네덜란드의 초간단 휴대전화

- 지난해 네덜란드의 ‘존스폰(John’s Phone)’은 발·수신 기능만 갖춘 초간단 휴대전화를 출시하였음
- 카메라, 문자 등 부가기능은 전혀 없으며 통화를 위한 볼륨조절, 잠금장치, 이어폰, 단축다이얼만 갖추고 있어 어린이와 노인에게 적합함

⑤ 시민 저널리즘과 전문 리포터 기능이 결합된 뉴 미디어

- ‘CNN’은 지난 3월 시민 기자들의 단발성 기사와 코멘트·사진 등을 모아 전문 언론인이 하나의 기사로 완성하는 집단지성형 뉴스 미디어인 ‘오픈 스토리즈(open stories)’ 서비스를 개설하였음

5) 「주목받는 ‘세계 뉴 비즈니스’...시장을 만드는 톡톡 아이디어 ‘붓물」(한경 Business, 2011.6.1) 참조

□ 하이쿠(俳句)

이러령 전 장관이 일본을 ‘축소 지향적’이라고 규정했듯이 일본은 작은 것에는 일가견이 있다. 하이쿠란 일본을 대표하는 시 장르가 그렇다.

하이쿠란 총 17字(5-7-5)로 된 짧은 시이다. 우리의 시조도 짧은 축에 속하지만 45자나 되니까 하이쿠 3개나 되는 장시다. 하이쿠는 짧은 시에도 불구하고 그 안에 담겨진 촌철살인의 날카로움 때문에 세계적으로도 인기가 있다.

하이쿠가 짧다는 걸 말해주는 유명한 일화가 있다. 미국의 한 대학에서 하이쿠를 강의하게 되었다. 교수가 하이쿠 한 수를 감정을 넣어 외었다고 한다. 한 학생이 손을 들었다. “교수님, 이제 제목 말고 내용을 말씀해 주세요!”

여전히 세계적으로 하이쿠가 인기를 누리는 것은 짧고 단순한 데에 진리가 있음을 자연스럽게 깨닫게 해 주는 그 오묘함에 있다. 다음은 일본에서 인기 있는 하이쿠들인데, 몇 수 외워두면 삶의 정곡을 느끼는 데 좀 도움이 되지 않을까 한다.

얼마나 놀라운 일인가/ 번개를 보면서도/ 삶이 한 순간인 걸 모르다니  
(바쇼)

이 숲도 한때는/ 흰눈이 없힌/ 나뭇가지였겠지 (이싸)

나는 떠나고/ 그대는 남으니/ 두 번의 가을이 찾아오네 (부손)

밝은 불빛에서 보아도/ 이 얼굴은/ 여전히 추워 보이네 (이싸)

돌아눕고 싶으니/ 자리좀 비켜주게/ 귀뚜라미여 (이싸)

몸무게를 달아보니/ 65 킬로그램/ 먼지의 무게가 이만큼이라니 (호사이)

“어느 한 사람이 혼자서 꿈을 꾸면 그것은 그저 꿈이다. 그러나 우리 모두가 함께 꿈을 꾸면, 그것은 현실이 된다.”  
- 돔 헬더 카마라(Dom Helder Camara, 1909~1999) : 브라질의 카톨릭 신학자