



- **경제 이슈** : 생산자물가 17개월 연속 하락  
미국 2014 경제성장 전망 하향 조정
- **경영 노트** : 복잡성의 덩
- **사회 트렌드** : 여미족(the Yummy)  
서울시민 물소비량, 뉴욕·상하이의 2배
- **저널 브리프** : 미디어 대응 원칙 7가지
- **금주의 도서** : 아카루스 이야기
- **洗心錄** : 이 군대로 무슨 일인들 못하겠습니까?

□ 생산자물가 17개월 연속 하락

- 한국은행에 따르면 2월 생산자물가는 전년동월대비 0.9% 하락하여 역대 최장인 17개월 연속 하락세를 기록
  - 농림수산물 : 사과, 귤 등 과실류(7.2%) 및 축산물(8.1%) 가격은 전년대비 올랐으나 배추, 양파, 파 등 채소류(-17.9%)의 가격이 내려 농림수산물 물가는 전년동월 대비 3.1% 하락
  - 공산품 : 휘발유 등유, 경유 등 석탄 및 석유제품(-8.2%)의 가격이 전년동월에 비해 내려 공산품 생산자물가는 전년동월대비 2.6% 하락
  - 서비스 : 음식점 및 숙박(1.1%), 운수(2.4%), 부동산(1.7%) 등의 가격이 올라 서비스 부문의 생산자물가는 전년동월대비 1.3% 상승
  
- 생산자물가는 일정 시차를 두고 소비자물가에 반영됨에 따라 국내의 저물가 기조는 향후에도 당분간 이어질 가능성이 높음

□ 미국 2014 경제성장 전망 하향 조정

- 미국의 연방준비은행(Fed)은 19일 연방공개시장위원회(FOMC) 정례회의 직후 '경제전망 보고서'를 발표하고, 2014년 미국 경제성장률 전망치를 하향조정했다고 발표
  - 경제성장률 전망치 조정 : 올 겨울 한파와 폭설로 경기 활동이 크게 위축됐지만 안정적인 경제성장을 예상하였고, 2013년 12월 제시한 전망치 2.8~3.2%에서 2.8~3.0%로 하향 조정
  - 실업률 전망치 조정 : 2014년 실업률은 6.1~6.3% 수준을 유지할 것이라고 발표하여, 지난 전망치 6.3~6.6%보다 크게 낮춤
  - 개인소비지출 인플레이션 : 지난 예상치인 1.4~1.6%보다 좁혀 1.5~1.6%로 수정. 연준은 장기 정책목표 달성을 위한 인플레이션 목표를 2%로 책정한 뒤 과반 이상의 FOMC 이사가 2015년 말까지 정책금리를 1%이하로 인하할 것으로 전망
  
- 연준은 최근 몇 달간 경제지표들이 둔화세를 기록했던 이유는 겨울철 한파와 폭설이 기업과 가계의 경제활동을 악화시켰기 때문이라고 판단

□ 복잡성의 뒷1)

- ‘복잡성의 뒷’은 기업이 성장함에 따라 필연적으로 나타나는 현상이지만, 제대로 관리하기는 매우 어려움
  - ‘복잡성의 뒷’은 제품·조직·프로세스가 정렬되지 않고 마구잡이로 얽혀 있는 상태를 의미
  - IBM이 최고경영자들을 대상으로 실시한 글로벌 조사에 따르면, 응답자 중에서 80%가 복잡성이 가장 큰 문제라고 지적
  - 그러나 경영자 중에서 49%만이 복잡성 증대에 미리 준비하고 있거나 적절하게 대응하고 있다고 응답
- 기업은 복잡성을 부르는 유혹에 빠지지 않도록 끊임없이 기업의 제품·조직·프로세스를 점검해야 함
  - 기업은 소비자들에게 최대한 많은 선택의 기회를 주면 고객이 만족할 것이라는 잘못된 믿음을 갖고 있음
  - 또한 “계란을 한 바구니에 담지 말라”는 포트폴리오 이론도 기업의 복잡성을 부추기는 주된 원인
- 도요타는 모든 기업이 따라하던 단순하고 효율적인 경영방식의 대가였으나, 복잡성의 뒷에 빠져 실패를 경험

< 도요타가 빠진 ‘복잡성의 뒷’ >

	내 용
제품 복잡성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1990년대까지 엔진 6종, 시트 프레임 2종에 불과하던 도요타의 생산라인은 2010년 말 엔진 21종, 시트 프레임 28종으로 크게 증가</li> <li>• 제품이 늘어나면서 부품 등에 관한 통제 가능한 범주를 넘어 효율이 떨어지는 상태에 직면</li> </ul>
조직 복잡성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 과거 도요타는 매트릭스 형태로 커뮤니케이션이 활발한 조직이었음</li> <li>• 그러나 최근 급격한 조직 비대화 및 글로벌화로 특유의 일사불란함, 중앙통제 능력, 커뮤니케이션 효율성 등이 떨어짐</li> </ul>
프로세스 복잡성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로세스 복잡성은 제품 복잡성과 조직 복잡성 때문에 발생</li> <li>• 효율적인 프로세스의 모범 답안이었던 도요타는 2009년 북미 지역에서만 목표량 대비 300만 대 이상을 과잉생산하여 20조 원 이상의 손실을 봄</li> <li>• 이는 수요 및 판매 예측에 실패한 나머지 설비를 과도하게 확충함으로써 생산 프로세스를 낭비한 결과</li> </ul>

1) ‘복잡성의 뒷이 새로운 경영위험으로…무모한 다양서보다 단순함이 미덕’(한경Business, 2014.03.03)을 요약 정리함.

## □ 여미족(the Yummy)<sup>2)</sup>

- 대도시에 거주하며 외모에 아낌없이 투자하는 20~40대 남성 '여미족'이 새로운 소비층으로 주목받고 있다고 파이낸셜타임스(FT)가 보도
  - 여미족은 젊은(Young), 도시(Urban)에 거주하는 남성(Male)을 결합한 신조어
  - 이들은 화장을 하거나 성형수술을 하는 등 외모를 가꾸는 데 관심이 많음
  - 아웃도어 스포츠 장비나 명품 의류 및 액세서리 소비를 즐기며 인터넷으로 쇼핑 정보를 공유함
  - 쇼핑의 목적은 대부분 스스로의 삶의 질을 높이기 위한 것임
  - 패션에 민감하고 외모에 관심이 많은 남성을 뜻하는 '메트로 섹슈얼'이란 단어는 이미 20년 전에 등장했지만 이들이 지갑을 열기 시작해 '여미족'으로 탈바꿈한 건 최근의 일임
- 여미족의 등장을 가장 반기는 건 명품업계
  - 명품 소비자는 여전히 여성이 남성보다 많지만 남성 비율이 점점 높아지는 추세
  - 1995년 명품 소비자 중 남성의 비율은 35%였지만 지난해 40%로 증가
- 1980년대 소비를 주도하던 여피족과 비교해 여미족은 더 개인화되었음
  - 여피족은 도시 근교에 살며 전문직에 종사하는 고소득 젊은이를 뜻함
  - 여피족은 최첨단 전자기기나 고가의 자동차를 주로 구매
  - 인생의 목표는 승진이었고, 명품도 주로 여자 친구나 아내를 위해 소비

## □ 서울시민 물소비량, 뉴욕·상하이의 2배<sup>3)</sup>

- 서울시민 1명이 하루에 물 286ℓ를 소비하는 것으로 집계
  - 이는 뉴욕, 상하이 등 세계 주요 도시 1인당 물 사용량의 2배에 가까운 수치
  - 지난해 OECD가 '2050 환경전망 보고서'를 통해 한국을 '물부족 국가'로 분류했지만 여전히 물을 펄펄 쓰고 있는 셈
  - 서울시민 1명당 하루 급수량과 물 사용량<sup>4)</sup>은 2003년보다 각각 53ℓ, 8ℓ씩 감소
  - 최근 10년간 물 사용량은 줄었지만 다른 나라 대도시에 비해서는 여전히 많은 수준. 뉴욕, 상하이, 런던 1인당 물사용량은 100~200ℓ에 그침

2) '외모에 아낌없이 투자 ... 젊은 도시남 여미족 뜬다'(한국경제, 2014.3.24)을 요약 정리함

3) '서울시민 물소비량, 뉴욕·상하이의 2배'(매일경제, 2014.3.22)를 요약 정리함

4) 급수량은 정수장에서 공급되는 물의 양을, 사용량은 수도꼭지에서 나온 물의 양을 뜻함

□ 미디어 대응 원칙 7가지<sup>5)</sup>

○ 미디어와 우호적인 관계를 유지하기 위한 7가지 대응 원칙을 소개

- 기자, 저널리스트 등 미디어를 상대로 한 민첩한 브리핑과 활발한 커뮤니케이션은 위기를 기회로 전환할 수 있는 동력이 될 것

① 즉각 대응하라

- 발생 사건의 전모 공개를 늦추면 늦출수록 나쁜 루머가 발생할 가능성이 높기 때문에 사건 발생 24시간 이내 즉각적으로 대응해야 함

② 미디어센터를 활용하라

- 홍보팀, 기획팀, PR전담반, 기획조정실, 대외협력실 등 위기관리팀이 상시적이고 유기적으로 가동되고 위기 발생 시 미디어 대책을 진두지휘할 수 있는 미디어 전략가의 리더십이 준비되어야 함

③ 정기적으로 정보를 제공하라

- 기자들은 항상 취재의 대상을 찾고 있기 때문에 정기적으로 홍보 리포트를 제공하는 등 밝고 긍정적인 취재거리를 지속적으로 제공하며 우호적인 커뮤니케이션을 구축한다면 기자들도 역으로 우량 정보를 제공할 수 있음

④ 일체의 비난 행위를 하지 마라

- 시니컬한 브리핑은 국민들에게 신뢰성 없는 조직으로 낙인찍힐 수 있기 때문에 조직에 위기가 닥쳤을 때 경쟁사를 비난하거나 언론보도를 탓해서는 안되며 특히 소비자 및 일반 국민에게도 잘못이 있다는 양비론은 금물

⑤ 모든 취재진을 공평하게 대하라

- 특정 언론사만 편애하는 것은 가장 초보적인 홍보 실수이며 혹시 여타 언론사에게 네거티브 꼬투리가 잡힐 경우 문제가 더 확대될 수 있음

⑥ 노코멘트, 오프 더 레코드라고 말하지 마라

- 기자들은 원활한 소통을 원하는데 사건 발생에 대해 침묵으로 일관할 경우 자신에 대한 부정적인 보도를 자초하는 등 역효과를 초래할 수 있다.

⑦ 문제 해결을 위한 진정성 있는 태도를 보여라

- 기업에 닥친 위기에 대해 적극적으로 브리핑하고 고난을 타개하고자 백방으로 노력하는 태도를 보일 경우 미디어가 이유 없이 왜곡할 이유는 없음

---

5) '위기 때 빛나는 미디어 대응 7원칙'(더아시아엔, 2014.01.15)참조.

## □ 이카루스 이야기<sup>6)</sup>

세스 고딘은 터프츠대에서 컴퓨터과학과 철학을 공부하고 스탠포드대 비즈니스 스쿨에서 마케팅과정 MBA를 취득했다. 컨설팅기업 Squidoo.com의 설립자 및 CEO이고, 기업가, 베스트셀러 작가, 필자, 강연자로 활동하고 있으며, 주요 저서로는 <퍼미션 마케팅>, <보랏빛 소가 온다> 등이 있다.

### ○ 이카루스의 속임수

- 그리스 신화에서 건축과 공예의 명인인 다이달로스는 미노스왕의 뜻을 거역한 죄로 아들 이카루스와 함께 본인이 제작한 미로에 갇히게 됨
- 다이달로스는 밀랍이 달린 날개를 만들어 이카루스와 함께 미로를 탈출하며 아들에게 밀랍이 녹으니 태양에 가까이 날지 말라고 당부하지만, 이카루스는 본인의 능력을 과도하게 평가하고 너무 높게 날아올라 바다에 떨어져 죽음
- 이 신화의 교훈은 “자만하지 말라”, “아버지 말씀을 어기지 말라” 등으로 겸손을 미덕으로 하는 산업시대에 맞춰짐

### ○ 현재 우리 사회는 산업경제시대를 지나 연결경제시대로 이동 중

- 산업사회가 우리에게 요구하는 것은 대량생산, 표준화를 통한 생산성의 향상이며, 소란을 피우지 말 것, 지도자에게 복종할 것, 힘들어도 인내할 것 등, 태양을 향해 너무 높게 날지 말 것만을 강요
- 그러나 새롭게 다가오고 있는 연결경제시대에는 자신을 드러내기, 새로운 것을 창조하기, 사람 간의 신뢰를 통한 연결 만들기 등이 중요함
- 우리는 이카루스의 속임수를 넘어서서 태양에 더 가까이, 더 높게 날 수 있도록 태도와 행동을 바꿔야 함

### ○ 창조적인 아트를 하는 아티스트가 되어 혁신에 도전하자

- 신화는 신에 관한 이야기가 아니라 ‘우리’에 관한 이야기이고 우리는 신화를 하나의 거울이자 우리가 걸어가는 길이며, 넘어야 할 산으로 인식해야 함
- 현실에서 신화적인 존재가 되기 위해 기존 질서에 도전하는 용기와 통찰력, 창조성과 결단력을 갖춘 아티스트가 되어 위대한 작품을 창조하기 위한 노력이 필요
- 이를 위해 자신의 약점을 자신 있게 드러내고 실수로 인한 수치심을 극복하며, 산업시대에 중요한 덕목이었던 완벽함에서 벗어나 새로운 것을 시작, 도전해야 함

---

6) 세스 고딘(Seth Godin)지음, “이카루스 이야기”, 한국경제신문, 2014.1.

## □ 이 군대로 무슨 일인들 못하겠습니까?

요즘 드라마에서 '정도전'이 인기다. 정도전에 관한 책들도 서점가에서 많이 판매되고 있다. 왜 요즘 정도전이 관심을 끌고 있는 걸까? 집권세력의 미움을 사서 귀양과 유배 생활을 거듭했던 정도전이 이성계를 만나 위화도 회군, 과전법 공포, 조선 개국, 한양 천도 등으로 화려하게 부활했지만, 태조 7년에 이방원의 부하들에게 살해당하는 파란만장한 스토리는 누구에게나 관심을 끌만하다. 역사는 시대의 거울이다. 현재의 어려움을 과거 역사에 비추보면 문제의 해법을 구하는데 도움이 된다. 게다가, 드라마 제작진은 고려 말 당시의 토지제도 문란과 양극화 심화, 원(元)의 쇠퇴와 명(明)의 부상으로 복잡했던 한반도 주변상황 등이 요즘과 비슷하다고 판단했을지도 모른다.

정도전은 전라도 나주로 귀양을 가 밑바닥 양민들의 실상을 몸소 체험했다. 10여년의 귀양과 유배 생활 속에서 토지제도 개혁안을 완성하게 된다. 고려 말 당시 지배층의 부패와 양극화로 군대는 오합지졸이었고 왜구들이 내륙 깊숙이 들어와 노략질을 해도 제대로 양민들을 보호해주지 못하던 시절이었다. 이런 시절에 정도전은 권력을 잡고 있던 이인임 등의 친원(親元)정책에 반대하다 귀양을 가게 되었고 오랜 유배생활 끝에 당시 함길도 함주에 있던 동북면도지휘사(東北面都指揮使) 이성계를 찾아가게 된다. 정도전은 이성계의 군대가 군기가 엄정하고 잘 정비되어 있는 것을 보고 이렇게 말했다고 한다. '훌륭합니다. 이 군대로 무슨 일인들 못하겠습니까?'

당시 대부분의 군대가 오합지졸이었지만 이성계의 군대는 새로운 나라를 세울 수 있을 정도로 준비되어 있었다. 전국 각지에 창궐했던 왜구를 소탕했고, 이웃했던 원나라와 명나라가 두려워할 정도로 막강했다. 정도전 역시 개국 플랜이 준비되어 있었다. 문란했던 토지제도를 개혁함으로써 백성들로부터 역성혁명에 대한 지지를 이끌어냈고, 과전법과 성리학으로 신홍사대부들 역시 새 왕조에 충성하게 만들었다. 이처럼 철저하게 준비된 사람들에 의해서 역사는 새롭게 써졌던 것이다.

**준비된 사람에 의해 역사는 새롭게 써진다.**

- 홍길동: 조선 연산군 때 활동한 도적