

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 소비 심리 3개월 연속 냉각
- 中 위안화, 1달러=7위안 시대 도래하나

경영 노트

- ‘디자인드 인’(Designed in)의 시대
- 경영혁신을 위한 CFO의 역할

사회 트렌드

- 미국 사회, 주부(Jubu) 증가
- 석유정치(Petropolitics)의 법칙

저널 브리프

- 중국 금리 인상의 영향

洗心錄

- 미켈란젤로 동기

□ 소비 심리 3개월 연속 내각

- 현재와 비교하여 6개월 후의 경기, 생활형편, 소비지출에 대한 소비자들의 기대심리를 나타내는 소비자기대지수가 올해 1월에 104.5를 기록한 이후 3개월 연속 하락하여 4월에 100.6까지 악화됨
 - 소득 계층별로 보면 월평균 소득 100만 원 미만 계층을 제외한 모든 계층에서 전월보다 하락하였으며, 연령대별로는 20대를 제외한 전 계층에서 전월보다 하락함
 - 한편 6개월전과 비교하여 현재의 경기, 생활형편에 대한 소비자들의 평가를 나타내는 소비자평가지수는 87.2로 3월의 90.1보다 2.9p 하락함

- 작년 하반기 이후 소비 심리 상승세가 올해 들어 하락세로 전환된 것은 그동안 경기 회복에 대한 소비자들의 기대감만 확산되었을 뿐 고용 시장 개선 미흡, 교역 조건 악화 등으로 국내 소비자들의 실질구매력이 확충되지 못한 데에 따르는 실망 심리가 작용한 것으로 판단됨

□ 中 위안화, 1달러=7위안 시대 도래하나

- 2005년 7월 위안화 평가절상(2.1%) 이후 달러화에 대한 위안화 환율이 지속적으로 하락하고 있음
 - 2006년 5월 9일 은행간 장외거래에서 위안화는 달러 대비 8.0044위안을 기록하여 2005년 7월 위안화 평가절상 이후 최저치를 기록함
 - 특히 미국의 고질적인 對中 무역적자 문제 개선을 위해 ‘환율조작국 지정’ 등과 같은 위안화 평가 절상 압력을 고조시키고 있어 향후 위안화는 달러당 7위안대에 진입할 가능성이 높아지고 있음
 - ※ 미국 재무부는 자국 상품의 가격 경쟁력 강화를 위해 의도적으로 자국 통화를 평가절하하는 국가를 환율 조작국으로 지정하여 환율 절상을 강요하고 있음

- 위안화의 지속적인 평가 절상에 따라 900원대가 위협받고 있는 원/달러 환율도 동반 하락(평가절상)할 우려가 높아지고 있어 국내 수출업체들의 채산성 악화가 불가피할 전망이다

□ ‘디자인드 인’(Designed in)의 시대

- 선진 기업들은 새로운 생존전략의 키워드로 ‘메이드 인(Made in) △△’이 아닌 ‘디자인드 인 △△’를 강조
 - 애플사의 미디어 재생기 아이팟(iPod)에는 ‘미국에서 디자인, 중국에서 생산(Designed in the USA, built in China)’이라는 문구가 쓰여져 있음
 - 실제로는 중국에서 생산되지만, ‘중국산’이라는 말이 주는 다소의 부정적인 어감을 상쇄함으로써 미국산 상품임을 강조함
- 가격 경쟁력에 위협을 받고 있는 선진 기업들은 창의성을 바탕으로 한 보다 나은 디자인으로 승부하는 길을 선택
 - 중국, 인도 등은 이미 생산 단계에서 가격 경쟁력뿐만 아니라 상품의 질 측면에서조차 선진 기업들을 위협하고 있는 상황임
 - 아이디어의 우위를 바탕으로 한 디자인의 강조는 저가 생산국에 맞선 선진국 기업들의 불가피한 미래 전략을 상징함

□ 경영혁신을 위한 CFO의 역할

- CFO(Chief Finance Officer)가 과거 ‘장부기록자’의 소극적 역할이 아닌 기업의 모든 업무 영역에 간여하는 적극적 역할자로 변화하고 있음
 - 컨설팅업체인 액센츄어가 7개국 170여개 주요 글로벌 기업들을 대상으로 조사한 결과 70%의 기업이 CFO가 포괄적인 업무 영역에 적극적인 경영 참여를 함으로써 높은 성과를 내고 있는 것으로 나타남
- 경영혁신 추진시 모든 업무 활동에 대한 현금흐름 측정이 가능하고 업무 프로세스의 이해 능력이 바탕이 되는 CFO의 참여가 반드시 필요
 - CFO는 재무분석은 기본이고 마케팅·영업 인프라를 활용한 수익 창출 능력, 고객관계·공급체인망이나 구매·연구개발(R&D), 물류 프로세스 등 기업의 모든 업무 영역에 대한 이해 능력이 요구됨
 - 이를 바탕으로 업무 프로세스별 원가 및 수익성 측정 등을 통해 포괄적인 경영혁신의 제안과 실천이 가능하게 함

□ 미국 사회, 주부(Jubu) 증가

- 로스엔젤레스 타임스 보도에 의하면, 미국에 유대인이면서 불교를 통해 정신 수양을 하는 주부(Jubu)가 눈에 띄게 늘고 있다고 함
 - ‘주부’란 유대인을 뜻하는 ‘주이시’(Jewish)와 불교 신자라는 의미의 ‘부디스트’(Buddhist)를 합친 말임
 - 주부의 정확한 숫자는 파악되고 있지 않지만, 최근 불교신자로 등록하는 이들 중 30%는 유대인이라는 얘기가 나올 정도로 주부가 급증한다 함
 - 일부 전문가는 ‘유일신을 믿는 유대교와 초월적 존재를 인정하지 않는 불교의 역설적 결합’이라고 평가하고 있음
- 불교가 유대인들에게 인기가 있는 이유에 대해 데이비스 고틀립(『불교도 유대인에게 보내는 편지』의 저자)은 “불교는 인생의 고통(suffering)을 받아들이는 데 그치지 않고 수행을 통해 고통을 초월하는 방법을 제시한다는 점에서 호소력이 크다”고 말함

□ 석유정치의 법칙

- 기름값이 올라가면 산유국의 민주주의는 후퇴한다는 주장이 제기됨
 - 뉴욕타임즈의 컬럼니스트이며 세계화 이론가인 토마스 프리드먼이 외교전문지 포린폴리시(5-6월호) 최근호에 ‘석유정치(Petropolitics)의 법칙’을 내놓음(국제 유가와 산유국 민주주의는 반비례)
- 구소련, 이란, 나이지리아, 베네수엘라의 사례가 이 법칙에 맞아떨어짐
 - 그는 “소련 체제가 공식적으로 막을 내린 1991년 12월 25일의 국제 유가가 배럴당 17달러에 불과했다”며 “소련을 무너뜨린 것을 로널드 레이건이 아니라 저유가”라고 주장함
 - 이란의 경우 국제유가가 배럴당 16~20달러이던 97년만 하더라도 모하마드 하타미 대통령이 조용히 민주화를 추진. 그러나 유가가 급등하면서 마무드 아마이네자드 대통령은 연간 360억 달러의 석유자금을 믿고 강경 노선으로 일관, 이란의 경제 자유화를 최소 10년 후퇴시킴
 - 나이지리아 올루세군 오바산조 대통령도 유가가 낮았던 99년까지는 ‘인권 대통령’이었지만, 유가가 60달러를 웃도는 요즘은 대통령직 종신화를 위한 개헌을 추진하는 등

□ 중국 금리 인상의 영향*

- (중국 인민은행의 금리 인상) 중국 인민은행은 급증하는 투자 억제를 위해 지난 2004년 10월 이래 처음으로 대출 금리를 인상함
 - (대출 금리 인상) 중국 인민은행은 2006년 4월 27일 기준금리인 1년 만기 대출 금리를 기존 5.58%에서 5.85%로 0.27%p 인상함
 - (대출 금리 인상 원인) 중국의 금리 인상의 최대 이유는 총통화 증가와 대출 규모 급증에 의한 경기 과열을 억제하기 위함임
 - 총통화의 급증: 2006년 3월 총통화는 전년 동기 대비 18.8% 증가한 31조 1,000억 위안을 기록하였으며, 인민은행은 올해 2006년 총통화 증가율 목표를 16%로 잡고 있음
 - 대출 규모 급증: 이러한 통화량의 급증으로 2006년 1/4분기 중국 내 대출 규모는 전년 동기 대비 70%나 급증함
 - 유동성 급증의 영향: 풍부한 유동성으로 상품 가격이 급증하면서 사상 최고치 행진을 지속, 부동산과 제조업 분야에서는 공급 과잉 현상이 일어남
 - (대출 금리 인상 영향) 대출 금리 인상 소식이 전해지면서 중국의 상품 수요가 둔화될 것이라는 전망이 퍼지면서 국제 상품 시장에서는 구리와 아연 가격이 급락하고 유가 하락 폭도 확대됨
- (중국 금융정책 전망) 이번 대출 금리 인상은 중국 국내의 과도한 유동성을 일시적으로는 축소시킬 수 있으나 외부로부터의 대규모 유동성 유입을 완전히 차단시킬 수는 없으므로 향후, 중국 정부의 금융긴축정책은 금리정책에서 위안화 개혁으로 전환될 가능성이 높음
 - (위안화 개혁으로의 금융정책 전환) 많은 전문가들은 이번 대출 금리 인상 조치가 중국내로 유입되는 국제유동성에 제동을 걸 수 있을 만한 수준이 아니므로 중국 당국은 자국내 유동성 축소를 통한 경기과열 방지를 위해 위안화 평가 절상을 선택하지 않을 수 없을 것으로 전망
 - 위안화 변동 폭 전망: 바클레이즈캐피털의 헤이즈하우 후앙은 향후 위안화의 하루 변동 폭이 $\pm 1.5\%$ 까지 확대될 가능성이 있다고 지적

* 이 글은 『한경 비즈니스』(2006.05.15)에 실린 글을 요약, 정리한 것임.

□ 미켈란젤로 동기

미켈란젤로 동기라는 개념이 있다. 칭찬, 이익, 출세 등 외적인 보상이 아닌 성취감과 같은 순수한 내면적인 동기 부여를 가리키는 말이다.

르네상스를 대표하는 화가 미켈란젤로(1475~1564)는 고집이 세고 자신의 작품에 대해 굉장한 자부심을 가졌던 인물로 유명하다.

1508년 교황 율리우스 2세의 명령으로 시스티나 성당의 천장벽화(600평방미터 넓이)를 그리게 되었을 때는 사람들의 성당 출입을 막고 무려 4년 동안이나 성당에 틀어박혀 그림에만 매달렸다.

어느 날, 천장 밑에 세운 작업대에 앉아 고개를 뒤로 젖힌 채 천장 구석 구석에 정성스레 그림을 그려가던 미켈란젤로에게 한 친구가 물었다.

“여보게, 그렇게 잘 보이지도 않는 구석에 뭘 그렇게 정성을 들여 그림을 그리고 있나? 완벽하게 그려졌는지 누가 알거나 한단 말인가?”

그러자 미켈란젤로가 무심한 듯 한마디를 던졌다. “내가 안다네.”

이런 내적 동기를 ‘미켈란젤로 동기’라고 부른다.

외적인 보상에 의존하면 그 보상이 사라지는 순간 열정과 흥미도 거품처럼 사라져 버리기 마련이다. 하지만 내적 동기에서 나온 행동은 주위에 강력한 영향을 미치게 될 뿐 아니라, 자신에게도 커다란 만족감을 준다. 크게 성공하는 사람의 경우 미켈란젤로 동기를 가진 사람들이 많은 이유다.

미켈란젤로 동기를 가진 구성원이 많은 조직이 고성과를 내는 것은 당연하다. 그리고 이런 구성원을 많이 보유하고, 또 길러내고 하는 것은 리더의 몫이다.

“자기 자신을 사랑한다는 것은
평생 계속되는 로맨스의 시작이다.”

- 오스카 와일드(1854~1900) : 아일랜드의 작가