



07-18 (통권 145호)

2007.5.4

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- 중소기업 수출 증가율, 대기업 상회
- 유로지역 3월 실업률, 사상 최저

경영 노트

- 도요타의 경쟁력

사회 트렌드

- 잘 나가는 '뉴서티'(New Thirty)
- 한국의 '깁세대' 아버지 vs. 일본의 오야지즘

저널 브리프

- 중국의 반외자 정서 확산

洗心錄

- 쾌도참난마 (快刀斬亂麻)

□ 중소기업 수출 증가율, 대기업 상회

- 올해 1/4분기 중소기업 수출은 278.6억 달러로 전년동기대비 20.8% 증가하였으며, 이는 대기업 수출 증가율 12.1%를 크게 상회함
 - 품목별로는 반도체, 평판 디스플레이, 자동차 부품, 컴퓨터 등이 중소기업 수출증가세를 주도하였으나, 무선통신기기, 종이제품, 의류 등은 수출증가세가 둔화 또는 감소하는 모습을 나타냄
 - 지역별로는 중국, 중동, 중남미 등 신흥 시장 수출 호조가 지속되는 가운데, 일본, EU 등 선진국 시장에서도 대기업 수출 증가율을 상회함 (단 미국 지역에 대한 수출은 3.9%의 감소세를 나타냄)
- 그러나 이러한 외형상의 호조에도 불구하고, 환율하락 및 원자재 가격 급등에 따르는 채산성 악화, 중소기업 수출에서 약 20%를 차지하는 섬유 부문의 수출 감소세와 같은 구조적 문제점의 개선이 시급한 실정임

□ 유로 지역 3월 실업률, 사상 최저

- 유로화 단일 통화 지역인 유로존 13개국의 지난 3월 실업률은 7.2%로 전월대비 0.15%p, 전년동월대비 1.0%p하락하며 지난 93년 이래 가장 낮은 수준을 기록
 - 유로존의 실업률은 2004년 9월 8.9%를 기록한 후 꾸준히 개선되는 추세를 보이고 있음
 - 유럽 중앙은행은 견조한 성장세와 실업률의 감소가 임금 인상으로 이어지면서 물가 상승 요인으로 작용할 가능성에 대해 우려하고 있음
- 유로존의 실업률이 지속적으로 감소하면서 유럽중앙은행이 3.75%인 현재의 정책금리를 추가적으로 인상할 가능성이 높아짐
 - 외국의 주요 투자은행들은 유럽중앙은행이 상반기내에 정책금리를 0.25%p 인상하고 중기적으로 인플레이션 압력을 억제하기 위해 올 연말까지 한차례 더 인상할 것으로 전망하고 있음

□ 도요타의 경쟁력*

- (개요) 일본 도요타가 1/4분기 세계 자동차 판매에서 GM을 꺾고 1위에 오르면서 도요타의 경쟁력에 대한 업계의 관심이 집중되고 있음
 - 1/4분기 GM이 226만 대의 자동차를 판매한 반면, 도요타는 235만 대를 기록함으로써 세계 자동차 업계 순위가 바뀌었음
 - 도요타의 승리는 70년간 부동의 1위를 지켜온 GM뿐만 아니라 Big 3로 상징되는 미국 자동차 업계에 큰 충격을 안겨줌

- (경쟁력) 세계 자동차 업계 1위로 도약한 도요타의 경쟁력은 도요타 웨이(Toyota Way)와 혼(魂)의 마케팅, 생산시스템으로 요약됨
 - (도요타 웨이) ‘사람은 도요타를 만들고 도요타는 사람을 만든다’는 경영철학으로, 인간 존중을 통해 지속적인 개선을 유도함
 - ⇒ 직원을 중시하고 육성하는 것을 가장 중요한 문제로 생각하고, 직원들의 임금상승 요구 전에 기업이 최고로 대응함
 - (혼의 마케팅) 자동차 1대를 파는 것이 아니라 도요타의 혼(魂)을 판다는 영업마인드로 고객에 대응함
 - ⇒ 타 기업들처럼 말로만 고객제일주의를 외치는 것이 아니라 관리직이라도 영업직과 똑같이 고객만족을 위해 노력함
 - (생산시스템) ‘저스트 인 타임(JIT)’과 자동화를 통해 자원배분 상의 낭비를 감소시킴으로써 생산성을 증대시킴
 - ⇒ ‘현재를 넘어야 미래가 보인다’는 직원들의 공감대 하에서 내부 생산시스템의 낭비 요소와 문제점을 찾아 바로바로 현장에서 해결함

- (시사점) 경영철학-마케팅-생산으로 연결되는 도요타 경쟁력의 숨은 비밀은 창업자의 철학이 녹아든 기업문화의 전사적 내재화에 있음
 - 부도위기 등 어려움에서도 창업자인 도요타 기이치로가 강조한 변함없는 품질을 위한 제품의 결함수정, 비용절감, 공정 디자인이 발전해옴
 - 창업자의 철학은 직원들의 기숙사 난방절감을 비롯한 원가절감을 위한 협력업체와의 끝없는 회의까지 기업문화의 최우선 가치로 남아있음

* 이 글은 헤럴드경제(2007.04.25)에 게재된 “도요타 쇼크, 무너진 美 자존심”을 요약·재구성한 것임

□ 잘 나가는 ‘뉴써티’(New Thirty)

■ 30대 도시 직장인 세대가 최고의 소비 주체로 부상하고 있음

- ‘뉴써티’(New Thirty)’는 30대 중, 후반의 도시 직장인을 뜻하며, 안정된 경제력과 세련된 취향, 왕성한 소비력을 특징으로 함
- 패션업계에서 386세대와 구분되는 명품 취향의 30대를 지칭하는 말로 쓰기 시작해, 최근 소비 문화의 주류로 떠오른 30대를 가리키고 있음

■ 이들의 라이프스타일에 맞춰 특화된 상품들이 등장하고 있음

- 예를 들면, 바쁜 일과를 보내고 있는 이들을 대상으로 한 다이렉트 금융 서비스(인터넷, 전화로만 업무 처리)가 급성장하고 있음
- 신용카드도 다양한 혜택을 갖추는 대신 뉴써티의 라이프스타일에 맞춰 필요한 혜택만 받을 수 있는 ‘카테고리(category) 카드’가 등장함
- 개성을 중시하는 뉴써티의 감성에 맞춰 고객이 직접 통장 이름을 정할 수 있도록 만든 예금 상품까지 등장하고 있음

□ 한국의 ‘깁세대’ 아버지 vs. 일본의 오야지즘

■ (깁세대) 절대적인 전통적 가정 문화에 익숙한 반면, 자식들의 신세대 문화에도 적응해야 하는 40, 50대 가장들을 ‘깁세대’라고 함

- 우리 나라 남성의 85.0%는 ‘나보다 가족이 우선’이라고 생각하고 있는데, 이는 여성(76.5%)보다 8.5%포인트 높은 수치임
- 하지만 자녀 교육에 있어 남성이 주도권을 갖는 비율은 14.6%로 여성(42.6%)의 절반에도 못 미치고 있고, 이밖에도 집안의 대소사에 대한 의사결정 주도권도 여성에게 쏠리고 있음
- 깁세대는 일에 쫓겨 좋은 아버지 되기도 어렵고, 신세대 가정 문화에 적응하기도 어려워, 결국 가족들에게 외면당할 수밖에 없는 처지임

■ (오야지즘) 반면 일본에서는 중년 남성을 내세운 광고, 드라마 등 대중문화 콘텐츠가 인기를 얻으면서 ‘오야지즘’이란 새로운 유행어가 만들어짐

- 아저씨를 뜻하는 ‘오야지’와 주의·주장을 의미하는 ‘이즘’의 합성어
- 즉 수십년간 쌓인 삶의 경험에서 우러나오는 중년 남성의 매력을 요즘 뜨는 아이돌 스타들은 도저히 흉내낼 수 없다는 것임

□ 중국의 반외자 정서 확산*

- (개요) 최근 중국 정부와 NGO, 여론, 소비자들 사이에 ‘외제=완전무결’이라는 환상을 버려야 한다는 반외자 정서가 확산되고 있음
 - 무조건적인 반외자 정서가 아니라, 중국 내에서 왜곡되었던 기존의 외자 숭배를 바로잡아야 한다는 의도로 보임
 - 문제는 타의로 타깃이 된 외국 기업이 여론몰이식 비판을 받는 등 기업 신뢰도와 매출에 큰 타격을 입고 있다는 것임
- (유형) 반외자 정서의 유형은 크게 불량품 부각, 민족정서 침해, 뇌물 공여, 노동자 착취, 중국 경제의 적 등 5가지로 나누어 볼 수 있음
 - (불량품 부각) 보스(Boss), 제나스포츠 등 유명 브랜드의 신발 품질 문제를 부각시킨 사례처럼 ‘외제≠완전무결’을 부각시키는 여론몰이형
 - (민족정서 자극) 중국의 상징인 돌사자가 신형 자동차에 거수경례를 하는 광고를 제작했다가 중국인들의 비난을 받은 도요타의 사례처럼 중국의 민족정서를 이해하지 못한 마케팅으로 기업이 매도된 유형
 - (뇌물 공여) 미국 의료장비 업체인 DPC의 뇌물공여 사건처럼, 중국 특유의 관행을 잘못 활용하려다가 기업 이미지가 훼손된 유형
 - (노동자 착취) 패스트푸드점의 근무여건을 소개해 근로자들의 임금 지급 및 채용과 관련된 노동법을 위반한 경우로 부각시키는 유형
 - (중국 경제의 적) 외자기업의 인수·합병(M&A)으로 인한 기업 획득이나 탈세 등을 소개해 중국 경제에 해를 끼치는 존재로 부각시키는 유형
- (시사점) 중국 정부는 반외자 정서를 경제적, 정치적 수단으로 사용하고 있는 바, 중국에 진출한 국내 기업들의 각별한 주의가 요구됨
 - 경제적으로 국민들의 외제 숭배는 창조대국으로 가려는 정책에 위배되고, 더불어 정치적으로도 국민 단결의 수단으로 이용하려는 의도로 보임
 - 중국의 전통적 정서에 대한 이해를 통하여 철저한 현지화를 실현할 수 있는 세부적 진출 전략 수립이 필요함

* 이 글은 『한경비즈니스』(2007.4.30)에 실린 글을 요약, 정리한 것임.

□ 쾌도참난마 (快刀斬亂麻)

쾌도참난마(快刀斬亂麻)는 ‘잘 드는 칼로 헝클어져 뒤엉킨 삼 가닥을 단번에 잘라 버린다’라는 뜻으로, 복잡한 사안을 명쾌하게 처리하는 것을 비유하는 고사성어이다. 중국 남북조시대에 북제(北齊)를 세운 고양(高洋)의 고사(故事)에서 유래되었다.

동위(東魏)의 효정제(孝靜帝) 때 승상으로 있던 고훈(高歡)에게는 여러 명의 아들이 있었다. 어느 날, 아들들의 능력을 시험하기 위하여 고훈은 어지럽게 뒤엉킨 실타래를 하나씩 나누어 주면서 각자 잘 추슬러서 정리해보라고 하였다. 형제들은 뒤엉킨 실을 풀어내어 한 가닥으로 추리고 정리하느라 분주하였다.

그러나 둘째 아들인 고향(高洋)만은 칼을 뽑아 단번에 실타래를 잘라 버리면서 "어지러운 것은 베어 버려야 한다"라고 말하였다(帝獨抽刀斬之, 曰亂者須斬). 고향은 나중에 효정제를 몰아내고 북제(北齊)를 세워 즉위하니, 그가 문선제(文宣帝)이다.

리더에게는 수많은 난제들이 즐비하다. 이러한 문제들은 수많은 이해관계와 얽혀있어 문제를 하나씩 풀어가려고 하면 수많은 문제들이 더욱 복잡하게 얽히게 된다. 이런 상황에서 리더는 단호하게 칼을 빼들어야 한다. 모두 복잡하게 얽혀서 하나도 건지지 못하는 것 보다는 일부분을 잘라내더라고 실타래를 풀어야한다. 뒤엉킨 상태에서 모든 것을 갖고 끝까지 갈수는 없는 것이다. 따라서 리더는 ‘어떠한 부분을 잘라내야 보다 나은 조직을 만들 수 있는가’를 판단할 줄 알아야 한다.

**현명한 사람은 제시간에 할 일을 하고,
어리석은 사람은 마지막 순간에 할 일을 한다.**

- 하이너 리푸너 : 스위스의 경영자