



07-24 (통권 150호)

2007.6.15

CHAIRPERSON NOTE

경제 이슈

- IMF, 올해 한국 경제성장률 4.4% 전망
- 2007년 1/4분기 기업경영 분석 결과

경영 노트

- 핵심사업 확장 성공 전략

사회 트렌드

- 미드 열풍
- 예상 정년 45세

저널 브리프

- 인도 중앙은행의 딜레마 : 물가 vs. 환율

洗心錄

- 네오 노마드

□ IMF, 올해 한국 경제성장률 4.4% 전망

- 국제통화기금(IMF)은 한국과의 IMF 연례협의를 가진 뒤 올해 한국의 경제성장률이 4.4%에 달할 것이라고 전망함
 - 이는 지난 4월 지역경제보고서를 통해 4.4%로 상향 조정된 수정 전망치를 그대로 유지한 것임
 - 내수가 살아나고 수출이 여러 산업에 걸쳐 좋은 성과를 보이고 있는 점이 긍정적인 요인으로 작용함
 - 그러나 주택가격 하락, 중소기업 대출의 급증, 고령화로 인한 재정 압박 등이 한국 경제를 불안정하게 만드는 잠재적인 위험 요인으로 지목됨
- 최근 금융감독원이 주택담보대출 실태 조사와 중소기업 대출 현황 파악에 나선 것도 이러한 한국 경제 내의 잠재적인 위험 요인을 제거하기 위한 것으로 풀이되고 있음

□ 2007년 1/4분기 기업경영 분석 결과

- 상장등록법인의 기업경영 분석 결과 성장성은 양호하나, 수익성이 소폭 하락하고 재무구조 안정성은 그대로 유지되는 모습을 보임
 - 내수 제조기업을 중심으로 매출이 호조를 보임에 따라 전산업 부문에 걸친 성장성은 양호한 모습을 나타냄
 - 수익성 지표의 경우 비제조업은 소폭 하락한 반면 제조업은 지표 움직임이 혼재된 모습을 보임
 - 부채 비율과 차입금 의존도가 계절적 요인과 차입금 증가 등으로 소폭 상승하고, 자기자본 비율이 소폭 하락하는 등 재무구조 안정성은 다소 약화되었으나 여전히 안정적인 수준을 유지하고 있음
- 매출 호조에 따라 기업이 성장하는 과정에서 수익성이 하락하는 추세가 지속된다면, 현재 유지되고 있는 재무구조 안정성이 약화될 가능성이 있으므로 재무구조 안정성에 유의할 필요가 있음

□ 핵심사업 확장 성공 전략*

- (개요) 고위험의 경영환경 속에서 신사업 성공과 관련해 기업이 가질 수 있는 대안 중 하나는 기존 핵심사업의 확장임
 - 그러나, 많은 경영자들은 언제 핵심사업의 확장을 추구해야 하는지, 그리고 어떻게 바뀌어야 성공할 수 있는지에 대해 고민하고 있음
- (확장 시기) 기존 수익원의 감소나, 원가 우위의 경쟁업체 등장, 시장 차별화 요소의 감소가 나타났을 때가 핵심사업의 확장 시기임
 - (수익원 감소) 세계 1위 플로피 디스크 제조기업인 이메이션은 CD롬·하드디스크 등 대용량 저장 장치의 가격 하락으로 위험에 처함
 - (경쟁업체 등장) 1991년 PC시장 1위였던 컴팩은 우편 판매와 전화 서비스로 원가우위 경쟁력을 갖춘 델컴퓨터 등장으로 매출이 감소함
 - (차별화 요소 감소) 세계적인 유통업체인 홈디포는 똑같은 형식의 창고형 매장과 제품을 판매하는 로즈社의 모방으로 시장점유율이 감소됨
- (확장이동의 원칙) 핵심사업의 확장에 성공하려면 인접 사업으로 이동, 성장 공식의 반복적 적용, 핵심역량의 확대 적용의 3원칙에 충실해야 함
 - (인접사업 이동) UPS는 지역 운송센터에서 지역포장 배달 → 전국 화물운송 → 익일 항공운송 서비스 → 서비스 부품 물류사업으로 이동함
 - (성장공식 적용) 나이키는 육상, 농구, 골프 등의 사업 군에서 신발 → 스타마케팅 → 의류 → 운동기구로의 확장공식을 반복적으로 적용함
 - (핵심역량 확대 적용) 레저형 차량에 특화된 냉장고 제조기업인 미국 도메틱社는 냉장고 관련 기술을 적용해 에어컨, 발전기 등으로 확장함
- (시사점) 경영환경이 불확실한 환경에서는 기업의 핵심역량을 적극적으로 활용한 성장전략에 관심을 가질 필요가 있음
 - 우선, 핵심사업 확장에 성공한 기업들은 기존 핵심사업의 안정적 유지에 집중적으로 노력함
 - 기존 사업군과 연계된 새로운 기술이나 근접사업 군으로 한 번에 한 영역씩 진출함으로써 사업 포트폴리오를 확장하는 것이 필요함

* 이 글은 매일경제신문(2007.05.29)에 게재된 “핵심사업 확장에 성공하려면... 계단오르듯 인접사업으로 한걸음 한걸음”을 요약·재구성한 것임

□ 미드 열풍

- 미드(미국 드라마)가 20~30대를 중심으로 마니아 층까지 형성하면서 큰 인기를 얻고 있음
 - 한국의 여배우가 출연한 화제작 ‘로스트’ 시리즈를 비롯하여 ‘CSI’, ‘그레이 아나토미’, ‘24’, ‘프리즌 브레이크’, ‘크리미널 마인드’ 등이 큰 인기를 얻으면서 미드 동호회 및 마니아까지 형성되고 있음
 - 정치에 관심이 적고 개인주의가 강하고 남과 다른 사적인 공간과 시간을 추구하는 젊은 층이 중심이며, 다양한 문화를 흡수하려는 젊은 CEO 들조차도 주요 화제로 미드를 이용하고 있음
- 국내 드라마가 노하우와 제작비 등에서 ‘미드’에 크게 못 미치고 있어 미드 열풍이 유행으로 그치지 않을 수 있다고 생각됨
 - 국내 드라마는 주로 멜로와 로맨틱 코미디에 국한되어 있는 반면, 미드는 메디컬 드라마, 범죄 수사물 등 탄탄한 정보와 구성으로 시청자들을 압도하고 있음
 - 한국 드라마가 ‘미드 짝퉁’으로까지 치부되는 상황에서, 가장 영향력이 큰 TV 매체를 통해 문화의 핵심 주체인 20~30대가 이끄는 미드 열풍이 문화적 변이를 가져올지도 모른다는 우려감이 들

□ 예상 정년 45세

- 직장인들이 생각하는 정년은 평균 45.5세로 나타남
 - 직장인들이 생각하는 예상 정년은 남성은 45.5세, 여성은 39.4세이며, 절반 이상이(56%) 정년 전 자발적 퇴직을 고려하고 있는 것으로 나타남
 - 특히 응답자의 연령이 낮을수록 정년이 짧아져, 20대는 38.5세, 30대는 45세, 40대는 52.8세, 50대 이상은 61.8세를 정년으로 보고 있음
- 이러한 경향으로 젊은 층의 조기퇴직 경향이 커질 것으로 예상됨
 - 조사 결과는 ‘삼팔선’(38세 퇴직), ‘사오정’(40~50대 정년), ‘오륙도’(50~60대 직장인은 도둑)이란 말을 더 이상 신조어가 아닌 현실로 직장인들이 받아들이는 분위기라는 것을 보여주고 있음
 - 특히 젊은 세대일수록 불안감을 크게 느껴 직장을 고집하기보다는 적극적으로 제2의 인생을 준비하려는 경향이 강해지고 있으며, 이로 인해 창업이나 샐러던트(공부하는 직장인)의 인기가 높아지고 있음

□ 인도 중앙은행의 딜레마: 물가 vs. 환율*

- (루피화 강세) 인도 뭄바이 시장에서 거래 되는 루피화는 현재 달러당 40루피 초반으로 1998년 이후 9년 만에 가장 낮은 수준으로, 이는 달러화 유입 급증에 따름
 - 인도의 외환 보유액은 최근 1년 사이 480억 달러나 불어나, 총 1,931억 달러(3월말 기준)로 한국(2,428억 달러)에 이어 세계 6위임
 - 이는 인도 기업들의 해외 차입 규모 증가 및 단기 차익을 노리는 해외 투기 자금(핫머니)의 본격적인 유입으로부터 초래

- (인도 경제에의 부작용) 환율 하락으로 국제 시장에서 인도 제품의 가격 경쟁력이 떨어져 수출의 감소로 이어질 가능성이 대두
 - 경상수지 적자 : 환율하락은 수출 감소를 비롯한 수입의 증가를 초래하였고, 이로 인해 3월 무역 수지 적자액은 1년 전에 비해 38%증가함
 - 아웃소싱 경쟁력 악화 : 루피화 강세로 인도 주도의 아웃소싱 산업이 베트남, 필리핀 등 동남아 국가들에게 위협받고 있음
 - 또한, 최근 유입된 단기자금이 일시에 빠져 나갈 경우 인도 경제에 부동산 가격 급락, 증시 침체, 성장률 하락 등의 큰 충격을 줄 수 있음

- (물가 안정을 중시하는 인도 중앙은행) 루피화 강세로 인한 부작용에도 불구하고 '물가 안정'을 우선시 하여 별다른 조치를 취하지 않고 있음
 - 인도 중앙은행의 물가안정을 위한 기준금리 인상 조치는 큰 효과를 보지 못하고 있는데, 3월 물가상승률은 6.7%로 목표치인 연 5%를 초과
 - 환율 상승은 수입품 가격을 하락시켜 소비자 물가를 떨어뜨리므로 물가 상승의 억제 요인이 될 수 있어 적극적 금리 인상책 도입이 어려움

- (전망) 인도 중앙은행은 물가안정을 위한 환율하락보다는 루피화 환율 방어를 통해 경제 전반의 리스크를 완화하려 할 것이며, 기업들의 해외 차입 한도를 늘려 주려던 계획도 당분간 연기될 것임

* 이 글은 『Business』(2007.6.11)에 실린 글을 요약, 재구성한 것임.

□ 네오 노마드

21세기를 ‘네오노마드(Neonomade:신유목민)의 시대’라고 한다. 농사를 짓는 농경정착민들에게 가장 중요한 것은 하늘과 땅이었다. 그래서 이들은 위와 아래를 바라보는 수직적 마인드가 발달하였다. 반면, 유목민들에게는 생존을 위해 끊임없이 옆을 바라보고 모험을 하기 때문에 수평적 마인드가 발달하게 되었다. 컨버전스 시대, 장벽이 없는 시대, 변화와 혁신이 끊임없이 일어나는 시대에 살고 있는 현대인들은 신유목민이다. 이러한 현대에서 성공하기 위해서는 수평적 마인드의 열린 사고와 창의적 사고가 필요하다. 수평적 마인드에 가장 큰 장애 요인은 바로 고정관념이라는 성(城)이다.

‘호리’라는 물고기는 어항에 있으면 10mm, 연못에 있으면 5cm, 강에 있으면 15cm, 바다에 있으면 50~60cm 자란다고 한다. 코끼리의 조련사는 코끼리가 도망가지 못하도록 어릴 때부터 말뚝에 묶어두는데 어른이 되어서도 고정관념으로 인해서 그 말뚝을 뽑지 않는다고 한다. 이러한 사례들을 통해 고정관념의 위력과 그것의 타파가 어떠한 변화를 가져올 수 있는지 알 수 있다. 달나라를 팔아 70억을 벌어들인 사람들, 그리고 새로운 개념의 인터넷 쇼핑몰 ‘옥션’으로 1,700억을 벌어들인 이준희씨는 그러한 고정관념의 성(城)을 깨서 얻어낸 신화를 보여주고 있다. 이준희씨는 최근 하루에 한 제품만 파는 또 다른 신개념의 ‘원어데이’ 온라인 몰로 다시 화제를 일으키고 있다.

여러 가지 고정관념으로 인해 사고(思考)는 제약을 받고 이는 창의력을 저해한다. 오랫동안 굳어진 고정관념을 깨는 것은 어려운 일이지만 열린 사고를 가진 자만이 미래를 주도해나갈 수 있다. 학벌, 지역, 직업, 종교, 민족, 성별 등의 고정관념을 깨고 다양성을 포용할 수 있는 사고와 마음가짐, 그리고 변화를 받아들일 수 있는 용기가 필요하다. 끊임없이 고정관념을 깨고 변화를 주도하는 네오노마드가 되어야 한다.

**“잘난 사람들은 남을 반박한다.
현명한 사람들은 스스로를 반박한다.”**

- 오스카 와일드(1854~1900) : 아일랜드 태생의 영국 작가