



Chairperson Note

Vol. 55 / 2005. 7. 13.

경제 이슈

- 국제 유가 급등으로 수입물가 상승세로 반전
- 주가, 사상 최고치 넘본다

경영 노트

- 리더십 바이러스(Leadership Virus)

정치 현안

- 남북경협추진위원회, 남북 경협의 새로운 전기를 마련

사회 트렌드

- 김삼순 신드롬
- 알러레드닉 증후군 (Allerednic Syndrome)

저널 브리프

- 중국발 세계 경제 침체 가능성

洗心錄

- 브랜드 일관성의 법칙

□ 국제 유가 급등으로 수입물가 상승세로 반전

- 6월 수입물가는 국제 유가 급등과 원화 환율 상승으로 전월 대비 2.8% 증가한 반면, 수출물가는 1.1% 증가에 그침
 - 수입물가는 국내 설비투자의 부진으로 자본재 부문이 감소세 (-0.9%)를 기록하였으나 원유가 포함된 기초 원자재 부문이 7.2% 증가함에 따라, 5월 -2.7%에서 2.8%의 증가세로 반전됨
 - 한편 수출물가는 국제 유가 상승으로 석유화학 수출 제품 가격이 상승하였으나, 이외 대부분 품목들이 세계 시장에서 수요 부진과 경쟁 격화에 직면하여 가격이 하락함에 따라 1.1%의 증가세에 그침
- 수입물가가 수출물가를 상회하는 현상이 지속될 경우, 국내 물가 상승에 따르는 소비 및 투자 심리의 위축, 국민들의 실질 구매력 악화(이미 올해 1/4분기 실질 GNI* 증가율은 전월비 0.9% 하락한 바 있음)를 유발하여, 내수 회복을 지연시키는 요인으로 작용할 전망이다

□ 주가, 사상 최고치 넘본다

- (현황) 경기 회복이 불투명한 가운데에도, 주가는 7월 13일 1,050포인트를 돌파하였으며 하반기 중 사상 최고치를 경신할 가능성도 제기됨
 - 2005년 들어 국내 주가는 유가 급등, 성장률 하향 조정 등에도 불구하고, 바이코리아 열풍이 일었던 5년 전 수준으로 상승함
 - 더욱이, 많은 전문가들은 현재의 주가 상승세가 지속되어 3/4분기 중에는 역사상 최고점(1994년 11월, 1,139)을 갱신할 것으로 예상하고 있음
- (원인과 전망) 최근의 주가 급등은 주식 수급의 구조적 변화에 기인하며, 향후에도 주가 상승은 지속될 전망이다
 - 외국인 순매수 지속, 간접 주식펀드 판매 급증 등으로 장기 투자 성향이 높은 자금들이 증시에 유입되는 한편, 경영권 안정을 위한 기업의 자사주 매입과 유상증자 자제 등으로 인해 주식의 초과 수요 현상이 심화됨
 - 더욱이, 정부가 부동산 가격 안정을 위해 주식투자에 대한 각종 세제 지원을 고려하고 있어 향후에도 주가는 계속 상승할 가능성이 높음

* 한 나라의 외형적인 생산 측면뿐만 아니라, 교역 조건을 반영한 대표적인 구매력 평가 지표임. 2004년 GDP증가율은 4.6%이고 GNI증가율은 이에 미치지 못하는 3.8%임.

□ 리더십 바이러스(Leadership Virus)*

- (개요) 새로이 발탁된 리더 혹은 임원들이 실패하는 이유 중의 하나는 ‘리더십 바이러스’에 감염되었기 때문임
 - 리더십 바이러스는 사람의 내면에 잠재해 있다가 리더가 되었을 때 활동을 시작해 리더의 성격, 성향, 성품 등에 변화를 일으켜 전혀 다른 사람으로 만들어 버리는 바이러스의 일종임
 - 리더로 발탁된 후, 쉽게 분노와 질투, 의심하는 말이 많아지고, 타인의 말을 잘 듣지 않으며, 늘 초조하고 근심하는 증상을 동반함

- (감염 및 증상) 리더는 조직원의 꿈을 비전으로 실현시켜 주는 슈퍼맨이어야 한다는 부담감으로 ‘리더십 VAR 바이러스’에 쉽게 감염됨
 - **(Vision 바이러스)** 조직의 비전 실현이 어려워짐에도 불구하고, 리더, 스스로 자신의 비전이 옳다는 집착을 유발함
 - **(Authority 바이러스)** 리더가 가진 권한을 권력으로 변질시켜 조직원을 자신의 의지대로 규제함
 - **(Responsibility 바이러스)** 비전 실현의 실패가 리더 자신의 책임감 부족으로 발생했다고 생각해, 스스로 책임감을 부담감으로 변질시킴으로써, 후에는 타인에게 책임을 전가시키는 행동을 보임

- (예방) 리더십 바이러스에 대응하기 위해서는 다음과 같은 리더 스스로의 자기 평가와 인식이 요구됨
 - 스스로 ‘리더도 인간이기 때문에 비전 실현에 실패할 수 있다’라는 인식을 하게 되면, Vision 바이러스로 인한 집착감을 예방할 수 있음
 - ‘자신의 권한도 권력으로 변질될 수 있다’라는 리더의 자각심이 Authority 바이러스로 인한 감염을 예방할 수 있음
 - ‘비전 실현의 책임은 리더뿐만 아니라 조직원 모두에게 있다’라는 것을 인식함으로써, Responsibility 바이러스로 인한 부담감을 극복할 수 있음

* 본 내용은 『리더십 바이러스』 (김우형·김영수·조태현 저, 고즈윈, 2005.6)에서 발췌, 요약한 것임

□ 남북경제협력추진위원회, 남북 경제의 새로운 전기를 마련

- (주요 내용과 의미) 남북경제협력추진위원회 10차 회의에서 민족 경제의 균형 발전과 실용주의 원칙 하에 새로운 방식의 경제 협력 추진 등이 합의됨으로써, 남북 경제가 한 단계 도약할 수 있는 새로운 전기가 마련됨
 - 12개항에 걸친 합의 도출은 정동영-김정일의 6.17 면담과 15차 장관급 회담의 후속 성과물로서, 향후 실현 가능성이 높아졌다는 데 큰 의미가 있음
 - 특히, 남북한의 자본과 기술, 자원을 결합하는 새로운 경제 협력 방식에 합의한 것은 양측의 경제력 격차와 장단점 등을 고려한 실용주의적·상생의 경제 협력 방안 모색으로 해석됨
 - 또한, 남북경제협력사무소 개설과 통행·통관 절차의 개선, 기합의된 남북경제 9개 합의서의 발효 등에 합의함으로써 경제 협력의 제도화와 안정성 제고는 물론, 경제 협력을 통한 한반도의 긴장 완화 조성에도 크게 기여할 것임
 - 이외에도 수산협력실무협의회 구성과 북측 민간 선박의 제주 해협 통과 등의 합의로 공동 어로와 양식 등의 수산업 및 해운 협력과 제3국 어선의 불법 어로 차단 등의 일석 3조의 효과가 기대됨

- (전망) 기존의 3대 경제 협력 사업의 활성화는 물론, 경공업과 지하자원 개발 등의 새로운 분야로의 확대를 남북 경제가 본격화될 것으로 기대됨
 - 개성공단 15개 시범공장 건설과 본공단 분양, 경의선·동해선의 개통 등을 연내 완료키로 합의함으로써 대규모 물적·인적 교류가 확대될 전망이다
 - 남북 양측의 생산요소를 결합한 새로운 경제 협력 방식 합의로 경제 협력이 종전의 일방적 지원이나 위탁가공 수준에서 벗어나 경공업과 탄광·유전 등의 지하자원 개발로 확대되고, 청산결제 도입으로 규모도 늘어날 것으로 예상됨
 - 더욱이 정부의 '중대한 제안'과 북한의 6자회담 복귀 선언 등 최근의 긍정적인 변화는 남북 경제에 상승 작용할 것으로 예상되어 對北 투자가 본격화될 것으로 기대됨
 - 다만, 북핵 해법에 대한 북미 양자 간의 입장 차이와 깊은 불신의 존재로 북핵 문제가 단기간 내 해소되기는 어려울 것이므로, 전략물자 반출 제한 규정 등이 본격적인 남북 경제 확대를 제약하는 요소로 작용할 것임

□ 김삼순 신드롬

- 최근 '내 이름은 김삼순'이라는 **MBC** 드라마가 꿈의 시청률이라는 **40%**를 넘으면서, 가히 '김삼순 신드롬'을 유행시키고 있음
 - 극중 주인공인 김삼순(김선아 분)은 가식과 내숭 벗어던지기 그리고 자기 연민에 빠지지 않는 낙관주의를 통해 똥똥한 노처녀 앞에 놓인 사회적 편견을 헤쳐 나가는데, 바로 이 대목에서 이 드라마는 이색 로맨스물을 뛰어넘어 사회적 의미를 획득하고 있음
- 이와 관련 업계에서도 이른바 '삼순이 마케팅'이 인기를 끌고 있음
 - 드라마에서 선보인 '르 꼬르동 블루'(국내 모 백화점에서 운영)의 산딸기 무스 케이크(일명 '삼순이 케이크')는 드라마 방영 이후 매출이 2배가량 늘어남. '르 꼬르동 블루'(솜씨 좋은 요리사)는 드라마 주인공인 삼순이가 기술을 배워 파티시에(partissier, 제빵·제과 기술자)가 된 프랑스 최고의 제빵·제과 교육기관
 - 온라인 쇼핑몰에서도 삼순이와 관련된 '요리'나 '다이어트' 등에 대한 기획 코너가 마련되고 있음. '통통녀'인 삼순이의 활약과 함께 '빅 사이즈' 여성 의류 판매 급증
 - 식당 등 요식업 여성 종사자들의 가명도 '삼순이'가 인기라고 함

□ 알러레드닉 증후군(Allerednic Syndrome)

- 신데렐라의 반대 의미를 가진 말
 - 알러레드닉은 영국의 옛 동화 속 주인공 왕자인데, 공주와 결혼하지만 그 공주를 하녀로 만들어 버림
 - 즉 한 남자가 똑똑하고 성공한 여성과 결혼한 뒤 그 아내의 발에서 유리 구두를 벗긴 후 강제로 고된 부엌일과 육아에만 전념하게 만든다는 뜻임
 - 英 에섹스 대학의 조너단 거슈니(Jonathan Gershuny) 교수에 의해 처음 쓰여짐
- 이 말은 사회의 한 단면을 보여주는 개념으로서 향후 많이 쓰일 것임
 - 여자 토탈런트들이 재벌가에 시집을 가서 외부 활동이 금지되면, 결국 이를 견디지 못하고 이혼을 하는 것도 이러한 현상의 하나임

□ 중국발 세계 경기 침체 가능성*

- 중국에서 공급과잉된 저가 상품이 전 세계에 파급되면서, ‘중국발 세계 디플레’에 대한 우려가 확산되고 있음
 - **(① 걸 다르고 속 다른 중국 경제)** 2004년 9.5%의 성장률을 기록한 중국은 2005년 1/4분기에도 9% 이상의 성장세를 보이고 있으나, 2005년 5월 소비자물가지수가 전월 대비 0.2%p 하락하여 고성장 속 물가 하락이라는 表裏不同한 경제 상황이 연출되고 있음
 - **(② 문제는 과잉 공급)** 소비자물가의 지속적인 하락 배경에는 최근 수년간 지속된 과잉 투자로 업계 전반에 걸쳐 공급 과잉 현상이 심화되고 있기 때문인데, 700여개 주요 제품 가운데 70%가 공급 과잉 상태에 있음
 - **(③ 또 다른 불안 요인-생산원가 상승)** 과잉 공급과 더불어 또 다른 큰 문제는 원자재 가격 상승에 따른 생산자물가지수의 급상승(전년 동월 대비 2005년 5월 생산자물가지수 5.9%)으로, 소비자물가지수와 생산자물가지수의 괴리가 4.1%p로 1996년 이후 가장 큰 괴리를 보임
 - **(④ 기업 수익 악화)** 따라서 시장 가격과 출하 가격과의 괴리로 인해 발생하는 부담이 기업 수익을 압박, 2005년 1~5월 중국의 대형 제조업체(전체 국유 기업 및 매출 500만 위안 이상의 민영기업)의 적자규모는 전년 동기 대비 56.1% 증가했음
 - **(⑤ 투자수요 둔화)** 투자 의존형 성장구조인 중국 경제의 과열 현상을 방지하기 위한 중국 정부의 투자억제 정책으로 2005년 1~5월 고정자산투자 증가율은 2004년 28%에서 26.4%로 둔화되는 양상을 보이고 있음
 - **(⑥ 디플레 수출)** 결국 중국 내수 시장의 급격한 위축은 중국 기업으로 하여금 외수시장에 대한 의존도를 높이는 결과(2005년 1~5월 수출액은 2,764억 달러로 전년 동기 대비 33.2% 증가, 무역흑자 규모는 300억 달러로 2004년 수준 초과)를 초래, 저가 중국 제품이 세계 시장에 쏟아지면서 중국은 ‘세계적인 디플레 진원지’로 비난받고 있음
 - **(⑦ ‘중국발 세계 경기 침체’ 가능)** 유일한 중국의 ‘디플레 수출’ 방지 수단은 위안화 평가절상이나 수출 감소 등의 부정적인 영향 때문에 중국 정부는 위안화 평가절상을 미루고 있으며, 그 결과 ‘중국발 세계 디플레’를 통한 ‘세계 경기 침체’ 가능성이 높아지고 있음

* 이 글은 『한경비즈니스』(2005.7.18)에 실린 글을 요약, 정리한 것임

□ 브랜드 일관성의 법칙

브랜드와 관련해 가장 빈번하게 위반하는 법칙이 일관성의 법칙이다. 브랜드가 사람들의 기억 속에 자리잡게 되면, 경영자들은 종종 그것을 바꿔야 하는 이유를 생각하곤 한다. “시장이 변하고 있어. 그러니 브랜드를 바꿔야 해!”

브랜드 전문가 알 리스(Al Ries)는 브랜드를 바꾸는 것이야말로 정말 어리석은 일이라고 주장한다. 소비자들의 기억 속에 일단 확고하게 자리잡은 특성들이 바뀌어선 안 된다는 것이다.

탠퀴레이(Tanqueray)는 선도적 고급 진(gin)이다. 압솔루트(Absolute)와 스톨리크나야(Stolichnaya)가 고급 보드카를 찾는 추세를 만들어냈다. 그러자 탠퀴레이가 ‘탠퀴레이 보드카’를 내놓았다. 탠퀴레이 보드카가 압솔루트 시장을 잘라 먹을 수 있을까? 절대로 불가능한 일이다.

코카콜라를 좋아하던 아이들도 청년이 되면 버드와이저 맥주를 즐긴다. 그럼 코카콜라가 이런 고객들을 계속 붙잡아두기 위해, “코카콜라 맥주”라는 새로운 제품을 내놓는 것이 현명한 일일까? 이견 년센스다.

볼보(Volvo)는 40년 가까이 ‘안전성’(Safety)을 팔아왔다. 직원 하나가 아이디어를 내놓는다. “우리가 안전성 때문에 둔하고, 덜 세련된 세단에만 집착하고 있을 이유가 뭐람? 멋진 스포츠카를 내놓지 못할 이유가 뭐지?” 그리하여 볼보는 일련의 스포츠카와 컨버터블까지 내놓았다. 이들 차들이 볼보 브랜드에 어떤 영향을 주었을까? 아무 것도 없었다. 안전성이라는 메시지를 희석시키는 것 이외에는.

브랜드와 관련해 “무슨 이유로 우리 스스로를 묶어두지?” 라는 말이 나오면, 그건 적색 신호이다. **브랜딩의 요체는 자신의 브랜드에 국한해서 일관성을 유지하는 것이다. 당신의 브랜드는 사람들의 기억 속에서 단순하고 좁게 어떤 물건을 대표해야 한다. 일관성과 결합된 제한성이 바로 브랜드를 형성한다.** 로마는 하루 아침에 이루어지지 않았다. 로마노(Romano)치즈라는 브랜드 역시 하루 아침에 이루어진 것은 아니다.

**나는 특별히 재능이 있는 것이 아니고,
단지 굉장히 호기심이 많을 뿐이다.**

아인슈타인 (1879~1955) : 독일 태생의 美 물리학자, 1921년 노벨상 수상