

# CHAIRPERSON NOTE

## 경제 이슈

- 참여정부, 부동산 투기 근절에 사활
- 한국 경제, 4%대의 저성장 국면으로 추락

## 경영 노트

- CEO의 첫 번째 의무 : 인재 법칙 5가지

## 사회 트렌드

- 퍼스널 쇼퍼
- 최근 日 이혼율이 떨어진 이유, '여성 이혼예비군'

## 저널 브리프

- 화상 자본

## 洗心錄

- 초점을 좁혀라

□ 참여정부, 부동산 투기 근절에 사활

- 정부는 8월 31일 수도권 신도시 개발을 통한 주택 공급 확대, 종합부동산세 과표적용률 현실화, 양도세 증과 등 부동산종합대책을 공식 발표함
  - 특히, 정부는 서울 강남 지역의 주택 수요를 대체하기 위해 송파구 거여동에 200만평 규모의 신도시를 건설하여 5만 가구, 또 현재 개발이 진행 중인 김포, 양주 등 4~5개 지구를 확대 개발해 14만 가구를 공급할 방침임
  - 한편 종합부동산세의 과표적용률을 기존 기준시가의 50%에서 2006년에 70%로 확대하고 2009년에는 100%에 이르도록 할 계획이며, 1가구 2주택자 등의 투기 거래에 대해서는 양도세율을 50~60%로 증과할 계획임
- 정부의 강력한 부동산 투기 억제 의지에도 불구하고 한은의 저금리 정책 변경 불투명, 9월 8·31 대책 관련 법안의 국회 통과 지연(또는 대폭 완화 수정 통과) 우려 등 정책의 효과를 반감시킬 요인들이 상존하고 있음

□ 한국 경제, 잠재성장률 4%대의 저성장 국면으로 추락

- 한국은행에 의하면 우리 나라의 잠재성장률은 90년대 6.1%에서 2001~2004년에는 4.8%로 하락함
  - 최근 잠재성장률의 하락은 글로벌 경쟁 심화와 같은 외적인 요인의 영향도 있지만, 대부분이 산업 구조 변화, 투자 위축, 노동력 공급 둔화, 경제의 불안정성 증대와 같은 대내 구조적인 문제에 큰 원인이 있음
- 특히 향후 고령화에 따르는 노동력 부족, 경제 구조의 비효율성 등 구조적인 문제에 민간과 정부가 적절한 대응을 하지 못할 경우 잠재성장률은 3%대로 추락할 위험도 상존함
  - 현 추세가 지속될 경우 2005~14년의 잠재성장률은 4.6%(중립적 전망), 현재 한국 경제의 구조적 문제점에 대해 정부와 민간이 적절한 대응을 할 경우 5.2%(낙관적 전망), 그리고 성장잠재력 확충을 소홀히 할 경우 4% 내외(비관적 전망)까지 급락할 것으로 전망됨

□ CEO의 첫 번째 임무: 인재 범칙 5가지\*

- CEO의 임무 중 가장 중요한 것은 기업을 인재들이 일한 만큼 보상 받을 수 있고, 일을 멋지게 추진할 수 있는 곳으로 재창조하는 것
  - 다가오는 신경제 환경에서는 지속적인 경영체제의 개선보다는 독특한 솔루션, 개발, 차별적인 가치의 실현, 멋진 디자인(wow design), 감동을 자아내는 브랜드 등이 주요 경쟁 요소로 등장할 것임
  - 이러한 요소들은 창조성과 상상력을 갖춘 유능한 인재들에 의해 실현되기 때문에 CEO는 이들을 잘 관리하고 유지해야 할 책임과 의무가 있음
  
- 비즈니스 사상가 톰 피터스는 유능한 인재를 효과적으로 관리할 수 있는 5가지 방법을 제시
  - (① **최고를 추구하라!**) 모든 업무에 대하여 최고의 인재를 고집하고, ‘하찮은’ 자리에까지 뛰어난 인재를 얹혀 놓는 기업만이 초우량기업으로 발돋움함
  - (② **인사부서를 쇄신하라!**) 인재의 시대에는 강력한 권한을 가진 인사부서가 반드시 필요하며, 또한 인사부서 스스로도 자신을 재창조해야 함
  - (③ **끊임없이 교육하라!**) 바이올리니스트가 한 시간의 공연을 위해 수천 시간을 연습하는 것처럼 인재들에게도 지속적이고 많은 교육이 필요함
  - (④ **원활한 커뮤니케이션을 장려하라!**) 인재들이 올바른 결정을 내릴 수 있도록 모든 정보를 개방하고, 조직 내 관료주의적 시스템을 척결
  - (⑤ **리더가 될 수 있는 기회를 제공하라!**) 리더의 자질은 나이와는 상관 없으며, 좋은 리더를 만드는 길은 리드하게 하는 것임
  
- 인재는 곧 제품이며, 브랜드이며, 기업의 모든 것임을 명심해야 함
  - CEO는 인재가 가장 중요하며, 전부임을 깨닫고 말보다는 실질적으로 인재 육성을 모든 기업 활동의 중심에 두려는 노력을 해야 함
  - 또한 인재들의 정체성을 확립하고 자신의 커리어를 개발할 수 있는 기회를 지속적으로 제공해야 할 것임

\* 본 내용은 톰 피터스의 『미래를 경영하라』(21세기 북스, 2005.1)에서 발췌, 요약한 것임

## □ 퍼스널 쇼퍼

- 퍼스널 쇼퍼(Personal Shopper, 쇼핑도우미)는 고객 대신 고객의 스타일에 맞게 이것저것 쇼핑을 도와주는 사람을 말함
  - 지난 해부터 백화점들이 우수 고객을 잡기 위해 상품 정보 제공에서 구입까지 모든 과정을 안내하는 서비스 경쟁을 펼치면서 생긴 신종 직업
  - 명품관을 운영하는 갤러리아백화점이 작년 3월 국내 처음으로 퍼스널 쇼퍼 제도를 도입
  - 가령 고객이 '파티에 가야 한다'고 상담해 오면 퍼스널 쇼퍼는 어울릴만한 파티복 30~40벌과 가방, 액세서리 등을 한곳에 모아 두고 고객 대신 골라줌(고객 한 명의 쇼핑을 돕는 데 평균 2시간이 걸린다고 함)
- 퍼스널 쇼퍼의 가장 큰 역할은 고객 관리로서, '돈 많이 쓰는' 고객을 붙잡아 매출에 기여하는 것임
  - 백화점들이 강력한 경쟁자로 부상한 할인점의 고급화 추세에 대응하기 위해 퍼스널 쇼핑 제도를 도입한다고 할 수 있음

## □ 최근 日 이혼율이 떨어진 이유, '여성 이혼예비군'

- 최근 일본에서는 남편과 갈라서는 시기를 늦추는 '여성 이혼예비군'의 증가로 이혼율이 낮아졌는데, 이는 2007년 4월 시행되는 '노령 후생연금 분할' 제도가 그 원인이라는 것임
  - 2004년도 일본의 이혼 건수는 2003년에 비해 1만 7,000건 줄어든 26만 7,000건을 기록. 2003년에도 전년에 비해 6,000건이 줄어듬
  - 일본의 이혼은 거품경제 붕괴 직후인 1991년부터 2002년까지 계속 늘어옴
- 이혼을 하면 아내가 남편의 노령후생연금을 나눠 가질 수 있도록 연금법이 바뀐 시기가 2003년인데, 바로 이 해가 이혼이 11년만에 감소한 시기임
  - 그런데 개정 연금법의 적용 시기는 2007년으로서 그 이후 이혼해야 남편의 연금을 나눠 가질 수 있음
  - 따라서 이혼을 생각하는 아내들 일부가 'D-데이'인 2007년까지 꼭 참고 이혼을 미루고 있을 가능성이 높다는 것임

□ 화상 자본\*

- (요약) 세계적으로 6,000만 명이 넘는 화인(華人), 아시아 500대 기업 중 370여 개에 이르는 화인 기업, 중국 GDP의 3배에 이르는 자금력……. 임오군란 이후 우리나라 인천에 첫 발을 내딛었던 화상(華商)들은 점차 그 세를 잃어갔지만, 세계적인 화인자본(華人資本)은 현재 중국경제의 급성장과 함께 세계의 주목을 받고 있음
- (화인자본 급부상) 최근 중국경제의 급성장과 함께 중국 외환 자유화 조치가 위안화 평가절상 이후 급진전되면서 국내 기업뿐만 아니라 세계 모든 기업들이 화인자본(華人資本) 유치에 적극 나서고 있음
  - 현재 화인자본은 對중국 외국인 투자 중 절반 이상을 담당하고 있음
  - 한국에서도 인천 경제자유구역 내 청라지구에 계획하고 있는 차이나타운에 10억 달러 내외의 대규모 투자 계획이 알려지면서 화인자본에 대한 관심 고조되고 있음
- (화인자본의 매력) 화인자본은 그 규모와 투자의 성격, 그리고 범중국경제권(凡中國經濟圈)과의 네트워크 구축이라는 측면에서 높은 평가를 받고 있음
  - 화인자본은 미국이나 유태계 자본과는 달리 장기 투자의 성격이 짙어 국가 경제 발전에 기여도가 상대적으로 큼
  - 화인자본과의 교류는 세계 최대 시장으로 급부상하고 있는 중국 경제권뿐만 아니라 그들이 세계 130여 개 국가에 구축한 싹틔줄 같은 네트워크와의 연계를 의미하므로 큰 파급 효과를 기대할 수 있음
- (대응 방안) 화인자본은 자기 이익을 잘 지켜주는 국가를 투자처로 선택하는 경향이 강한 만큼 이들 자본의 국내 투자를 가로막는 장애 요인을 제거하여 화인자본 유치를 촉진하고, 화인 기업과의 적극적인 연대를 통한 중국 시장의 우회적 공략 계획을 수립해 나가야 함

\* 이 글은 『한경비즈니스』(2005.9.5)에 실린 글을 요약, 정리한 것임

## □ 초점을 좁혀라

브랜드 전문가 알 리스(Al Lies)가 주장하는 ‘브랜드 축약의 법칙’에 의하면, 브랜드란 초점을 좁힐 때 더욱 강력해진다는 것이다.

### 스타벅스와 서브웨이

미국에는 작은 마을마다 커피 가게가 있다. 이 커피 가게에서는 온갖 것들을 먹을 수 있다. 아침, 점심, 저녁식사. 팬케이크와 머핀, 핫도그, 햄버거, 샌드위치, 파이, 아이스크림, 당연히 커피까지.

하워드 슉츠(Howard Schultz)는 커피만을 전문적으로 다루는 커피 가게를 열었다. 달리 말하면 그는 초점을 좁혔다. 이것이 단 1개의 소매점에서 출발해 제너럴 푸드(General Foods), 네슬레, P&G 등 커피 산업의 쟁쟁한 경쟁자들을 물리치고 오늘날 전 세계 2,000여 소매점을 거느린 세계 최고의 커피 브랜드로 성장한 스타벅스(Starbucks)이다.

미국에는 작은 마을마다 델리(delicatessen)가 있다. 델리에서도 뭐든지 먹을 수 있다. 수프와 샐러드, 샌드위치, 로스트 비프, 햄과 치즈, 하드롤과 소프트롤, 베이글. 머핀과 도너츠, 쿠키, 케이크. 맥주까지 포함한 온갖 종류의 음료. 여기에 신문과 담배, 복권까지도. 델리를 운영하는 사장들은 자신의 가게에 모든 것을 갖추었음을 자랑으로 여겼다.

하지만 프레드 델루카(Fred Deluca)는 무슨 일을 했을까? 그는 한 가지 샌드위치 즉, 서브머린 샌드위치(Submarine sandwich)로 초점을 좁혔다. 서브머린 샌드위치만 만들다보니 이 분야의 최고 전문가가 되어 맛도 최상이 되었다. 그리고 자신의 체인에 서브웨이(Subway)라는 이름을 붙였다. 서브웨이는 현재 전 세계에 만여 개 가까운 체인점을 가지고 있다.

### 토이저러스

라자루스(Charles Lazarus)는 어린이 가구와 장난감 두 가지 아이টে임을 파는 ‘어린이 슈퍼마트’라는 가게를 갖고 있었다. 그러나 그는 성장하고 싶었다. 무엇이 종래의 성장 방법이였을까? 팔 수 있는 품목을 더 늘리는 것이

었다. 그러나 그는 어린이 가구 부문을 건너치우고 장난감에만 초점을 맞추었다. 가구가 나간 공간에 더 많은 장난감으로 채워 구매자들에게 더 많은 선택의 여지를 제공하고 가게를 찾아올 이유를 더 만들었다. 이것이 오늘날 미국에서 팔리는 모든 장난감의 20%를 팔고 있는 토이저러스(Toys 'R' Us)의 시작이다.

### 브랜드를 축약할 때 좋은 일이 생긴다

이렇게 브랜드를 확장하기보다는 축약할 때 좋은 일이 생긴다. 그렇다면 왜 대부분의 마케팅 전문가와 CEO들은 브랜드를 확장하고 싶어할까? 이유는 간단하다. 그들은 성공한 회사들이 과거 어떻게 해서 성과를 이루었는가가 아니라 현재 성공한 회사들의 모습에만 주목했기 때문이다. 그들은 성공한 회사들이 확장을 통해서 성공을 거두었다고 생각한다. 예를 들어 스타벅스는 현재 고유 브랜드를 바탕으로 아이스크림에서 병음료, 머핀과 케이크에 이르기까지 모든 것을 취급하니까.

그런데 한번 진지하게 생각해 보자. 정말 부자들이 현재 하고 있는 일을 함으로써 내가 부자가 될 수 있을까? 부자들은 롤스로이스(Rolls-Royce)를 타고 롤렉스(Rolex)를 차고, 루이뷔통(Louis Vuitton) 여행용 가방을 들고 지중해의 리비에라에서 휴가를 즐긴다. 값비싼 집과 롤스로이스, 롤렉스를 사는 것이 당신을 부자로 만들어줄까? 그와는 정반대다. 당신을 가난하게 만들고 심지어는 파산으로 몰고 갈 것이다.

부자가 되고 싶다면, 부자들이 부자가 되기 전에 했던 일을 해야만 한다. 즉 그들이 부자가 되기 위해 무슨 일을 했는지 알아내야만 한다. 성공적인 회사를 갖고 싶다면 성공한 회사들이 성공을 거두기 전에 했던 일을 해야만 한다. 공교롭게도 그들은 모두 똑같은 일을 했다. 초점을 좁혔다.

책을 통해 얻어진 풍부한 다른 사람들의 경험은 교양이라 부르며,  
자신의 경험은 지혜라고 부른다.

고트홀트 에프라임 레싱(1729~1781) : 독일의 극작가, 비평가