

IT와 섬유의 하이브리드 경영이 경쟁 상대 없는

사업 영역을 새로 개척 <1/2>

2009년은 리먼 쇼크(Lehman shock)로 이리저리 끌려 다니며, 매사에 좋지 않은 화제가 많았다. 경기의 앞이 보이지 않는 상황에서 기업들은 계속 악전고투하였다.. 그러한 속에서 2009년 4월에 다이와 방직(大和 紡績)은 다이와보 정보 시스템과 경영을 통합하고, 2009년 7월에 다이와보 홀딩스(holdings)로서 새로 태어났다. IT와 섬유라는 전혀 관련이 없어 보이는 두 회사를 통합함으로써 무엇을 기대하였는가? 다음은 국제 저널리스트(國際 journalist)인 가니세씨와 다이와보 홀딩스의 대표 사장인 간노씨가 2010년의 경제, 사회 IT를 예측하면서 기업의 미래에 대하여 대답한 내용이다.

◎ 불황으로부터의 회복을 기대하는 2010년

일본에서는 수출이 개선되고, 에코 포인트(eco point)의 도입, 정액 고속 도로 요금의 실시 등으로 일부에서 회복의 조짐이 보이는데 실업률이 개선될 것 같지 않다. 이런 상황에서 2010년 경기 동향을 살펴보면 아직도 리먼 쇼크 후유증을 극복하지 못한 상태로 일본 전체가 비관주의로 되어 위축된 상태이다. 일본에서는 100년에 한번 겪는 위기라고도 하는데 이렇게 표현하는 것은 세계에서 일본뿐이다. 지나친 표현이라는 것은 경제를 공부한 사람이라면 알 수 있다. 이번 위기를 일정 기간 눈여겨보는 능력이 있으면 그다지 무서워 할 필요는 없을 것이다. 그렇지만 ‘자, 어찌되었던 3년은 견뎌보자.’라는 마음가짐이 일본의 경영자에게는 부족한 것 같다. 10년이고 20년이고 이런 상태가 계속될 것 같은 캄캄한 관념에 빠져 있다.

정부의 정책을 보고 있으면 낭비를 삭감하기 시작한 것은 그 나름대로 좋게 평가할 수는 있지만 시행착오가 앞서가고 있으며 유감스럽게도 장기 국가 전략(國家 政略)은 아직 나오지 않고 있다.

일본 경제의 회복을 늦추고 있는 2개의 요인 중의 하나가 비관주의라고 하면, 또 하나

의 요인은 역시 ‘정책의 결여’이다.

디플레이션(deflation)이라고 알고 있는데 ‘디플레 선언(宣言)’을 하여, 일본의 주가를 떨어뜨리고 있다 일본은 비관주의와 정책 결여의 2가지 요인이 겹쳐서 매우 약한 상태가 되고 있다.

◎ 일본의 경기는 점차로 L자형으로 회복

일본은 시장에서 고급 브랜드가 잘 팔리지 않고 있는데, 이와는 반대로 퍼스트 패션(first/fast fashion)이 융성한 것을 모두 주시하고 있다. 에콜로지(ecology), 이코노미(economy), 이지(easy)를 3E라고 하는데, 이와 같은 시장의 변화는 자연의 흐름이라고 할 수 있다. 당연히 사람은 돈이 없어지면 돈 쓰는 것을 줄이게 되며 소비가 점점 식어간다. 이렇게 식어갈수록 물건은 팔리지 않으면 안 되는 기업에서는 할 수 없이 값을 낮추지 않을 수 없다. 값을 낮추게 되므로 판매액이 줄어든다. 그래서 그곳에서 일하고 있는 사람들의 급여도 줄어들게 된다. 일하는 사람들의 급여가 줄면 그 사람들이 쓸 수 있는 돈이 줄어든다는 악순환이 스파이럴(spiral) 모양으로 되풀이 된다. 싸게 파는 기업이 번창하는 시대란 사실은 나라 전체의 경제를 볼 경우에는 대단히 불행한 시대라고 말할 수 있다.

좀 더 큰 스펠(span)으로 보면 역시 세계화(globalization)라는 큰 흐름이 생기고 있어 이제까지 세계의 경제가 체험해본 일이 없는 파도가 발생하고 있다. 그리하여 2가지 일이 일어나고 있는데 하나는 세계의 가치관이 같게 됨으로써 가치관을 공유하게 된다. 정치에서는 민주주의가 되고 경제에서는 자본주의가 된다. 다음에 또 하나의 트렌드는 ‘임금의 평준화’이다. 개발도상국에서는 당연히 임금 상승 압력이 커진다. 그 대신 개발이 끝난 선진국에서는 임금이 적어지는 경향이 점차로 커진다. 그와 같은 흐름에 대응하고 있는 것이 유니클로(UNIQLO)와 같은 회사이다. 그러므로 선진국의 제조업에서는 이 세계화(globalization)에서는 힘든 입장에 서 있게 된다.

그러면 선진국의 제조업은, 선택지(選擇枝)가 둘 밖에 없다. 하나는 철저한 현지화이다. 일본을 떠나서 현지의 회사가 되어, 현지에서 수익을 올리는 방법이다. 또 하나는 온리원(only one)과 같은 기술이나 독자성으로 장사를 해야 한다. 세계의 기업이 아무리 애써도 모방할 수 없는 상품을 세상에 내놓고 파는 수법이다.

그러한 것이 가능한 데가 사실은 대기업이며 이것을 못하는 데가 중소기업이다. 물론 자금도 없고, 사람도 없고, 기술력도 없다. 그래서 기업간 격차가 점점 더 커진다. 대기업은 새로운 트렌드에 대응할 수 있는데 중소기업은 매우 어렵다. 그렇다고는 하나 일본 기업의 95%는 중소기업이므로 어떻게든 해야만 한다.

그와 같은 상황에서 2010년의 경제 동향을 살펴보면 바닥부터 조금씩 상승하는 L자형 회복을 보일 것 같다. 경제 활동 자체는 사람이 살아가는 속에서 절대로 없어지지 않는다. 그리고 사람의 수는 증가하고 있다. 그 중 44억 명 이상이 아시아권내에서 생활하고 있다. 다시 말하면 아시아에서는 맹렬하게 소비가 커지고 아시아를 중심으로 세계의 글로벌 마켓(global market)은 점점 커지고 있으며 줄어들 걱정은 전혀 없다. 문제는 이 세상에서의 경쟁에서 이길 수 있느냐이다.

아마도 2010년도 경영자에게는 선택의 해가 될 것이다. 한발 앞서 나갈 수 있느냐가 경영자에게는 어려운 결단이 되겠는데 기업의 존속은 이 선택에 달려 있다.

◎ 2010년의 IT사회를 전망

IT의 진화는 기업의 경영에도 큰 영향을 미치고 있다. 대기업뿐만 아니라 중소기업의 경영을 재검토하는 데에도 IT는 중요한 역할을 하고 있다. 2009년에는 ‘클라우드 컴퓨팅(cloud computing)’이라는 말이 유행하였는데 실제로 ‘클라우드’가 기업 경영에 미치는 영향을 생각하면, 현재는 큰 정보 혁명이 일어나고 있으며 그 최첨단에 있는 것이 클라우드 컴퓨팅이다. 클라우드 컴퓨팅이 가져오는 충격은 ‘하드(hard)’나 ‘소프트(soft)’를 자기 스스로 갖지 않아도 되는 점에 있다. 이를 잘 이용할 수 있는 기업과 이용할 수 없는 기업은 그래도 승자와 패자로 갈라지게 될 것이다.

이제부터도 IT 세계에서는 무서운 스피드로 변혁되어 간다. 그들의 IT는 이제까지의 비즈니스 모델(business model)을 바꾸고, 경제 구조를 바꿀만한 큰 충격(impact)을 가져올 것이다. 이제까지는 IT의 초기 시대라는 인식이었는데, 클라우드로 하나의 도달점을 맞을 이제부터가 정말로 IT 시대의 시작이라고 할 수 있을 것이다.

그런 뜻에서 2010년은 IT 업계에게도 어떤 뜻에서는 원년(元年)이 될 것 같다. 바로 숫자도 10년으로 잘 끊어져서 참뜻에서 원년이 될지도 모른다. IT를 도입하는 기업에서도 종래형의 비즈니스 모델을 갑자기 버리는 것이 아니고 IT를 이용하여 서서히 개선해 나

갈 필요가 있다. 다만 IT를 받아들이지 못하면 경쟁에서 지고 말 것이다. 예를 들어 보면 ‘컨비니언스 스토어(convenience store)’ 역시 POS(point of sales : 販賣 視點)에서 리얼 타임(real time : 即時 處理, 同時 處理)으로 수요를 장악하고 있는 곳이 성장해 나갈 것이다.

