

이 되어서야 회사명을 바꾸고 스우시Swoosh 로고와 함께 기지개를 켜기 시작했어. 그때 이미 아디다스는 축구화 등으로 비교가 안 되게 명성이 높았지.

1970년대 초 미국에 조깅 붐이 불었는데, 아디다스는 ‘조깅은 진지한 스포츠라 할 수 없다’는 고착개념 때문에 별 관심을 두지 않았어. 그 틈에 나이키가 조깅화로 널리 호응을 얻으며 반전이 시작된 거야.

이런 전략적 실수는 나이키도 예외가 아니었어. 1980년대 초 미국에 피트니스 열풍이 불자 리복Reebok이 목 높은 에어로빅용 신발을 내놓았거든. 그런데 나이키는 ‘음악에 맞춰 춤추는 에어로빅이 무슨 스포츠냐?’라는 고착개념에 사로잡혀 이 시장의 잠재력을 무시했었지. 그나마 얼른 정신을 차려 아치 서포트arch support를 개선하고 목을 높인 에어조던 시리즈를 내놓으며 추격을 시작했으니 다행이었지만 말이야.

알겠지? 고착개념을 벗어나려면 어떤 사업도 뻔하다고 생각하지 않으면서 새로운 각도로 접근할 수 있어.

부산 온천장역 앞에서 시작한 ‘모모스’라는 카페가 있어. 젊은 창업자인 이현기 대표는 더 좋은 커피맛을 만들려고 초창기부터 랩(lab, 연구소)을 만들 정도로 열정이 넘쳤지. 내 강의를 들으려고 석 달 동안 매주 서울에 오더니 “본질이라고 생각하면서 고집스러운 기술자가 되어가고 있었음을 깨달았습니다”라더라. 카페 사업의 본질을 커피맛에서 찾고 말겠다는 고착개념에서 벗어난 훌륭한 깨우침이지.

‘제대로 알지 못했다는 것을 아는 것은 훌륭하다. 알지도 못하면서 안다고 하는 것이 병이다.’ 지부지상 부지지병(知不知上不知知病)이라고 <도덕경>에 나오는 말이야. 이제는 인기가 좋아져 부산에 가면 본점이든 영도 매장이든 꼭 가 봐야 하는 명소가 되었지.