

---

‘초심’이란 말을 자주 듣는데,  
사실 어찌라는 건지 모르겠어요.

초심으로 돌아가라는 건, 어미를 찾으라는 거라고 했지?

그리고 어미를 찾으라는 건, 요즘 많이 쓰이는 ‘자기다움’을  
찾으라는 말로 바꿀 수 있어.

세상을 지배하던 코닥Kodak 필름, 타워레코드Tower  
Records, 팬암PanAm 항공사, 컴팩Compaq 컴퓨터, 보더스  
Borders 서점, 블록버스터Blockbuster 비디오 대여점... 승승장구  
하던 이 기업들이 왜 길을 잃고 나락으로 떨어졌을까?

이들의 실패 이유 중 유일한 공통점은 ‘자기다움’을 잃었다는  
거야. 반면 추락 직전에 ‘자기’를 찾아 살아난 기업도 꽤 많  
아. 디지털카메라 시대에 위기에 처했던 라이카, 서점인데 CD  
와 DVD도 대여한다는 조그만 차별점마저 점차 잃어갔던 츠타  
야, 통일감 없이 매장 수만 늘려갔던 무지 양판점 등.

레고도 사망 직전에 기사회생한 사례인데, 조금 자세히 들여  
다볼까? 레고는 1932년에 설립돼 차분히 커가다가 1958년부  
터 1993년까지 엄청나게 성장했어. 자네도 80년대생이니 어려  
서 레고 갖고 많이 놀았겠군.

그런데 1980년대 중반에 콘솔 게임이란 것이 생겨나더  
니, 90년대부터는 인터넷 게임도 슬슬 등장하네? 그 바람에 레  
고의 매출이 주춤하다 떨어지기 시작했어. 이럴 때 대부분의 기  
업은 트렌드에 얼른 올라타보곤 해. 그러면 잠깐은 매출이 오르  
거든. 그러다 뚝뚝 떨어지지만 말야. 레고도 비디오 게임과 테  
마파크 등으로 사업을 키워봤지만, 잠깐 반짝하더니 속절없이  
내리막길을 걷기 시작했지.