

### 1. 특허라는 비밀이 없어지는 세상

- 엘론 머스크와 그가 창업한 전기차 기업 테슬라는 **자신들이 보유한 특허를 아무런 대가 없이 시장에 공개**하기로 결정했다. 그들이 그런 결정을 내린 이유는 혁신이라는 자기들의 정체성을 잊지 않고, 자신들의 기술적 우위를 대외적으로 홍보하려는 목적 외에 아직까지 **내연기관자동차 시장에 비해 열세인 전기차 시장을 확대**시키기 위함이었다.
- 소니가 개발한 베타맥스 방식의 VCR기술은 JVC가 개발한 VHS방식에 비해 음질과 화질 등에 있어서 기술적 우위를 자랑했다. 그러나, **자신들의 기술을 공개하고 더 많은 기업이 해당 기술을 활용한 다양한 제품들을 선보이도록 배려한 VHS진영**에 비해 베타맥스 방식은 폐쇄적으로 자신들이 모든 것을 주도하려 했고 **결국 시장은 VHS의 손을 들어 주었다.**

### 2. 판을 키우기 위한 노력

- 제러미 벤담을 위시한 많은 학자들은 **‘파이를 어떻게 나눌지 걱정하기 전에, 파이 자체를 키울 것을 걱정하라. 그러면 모두에게 돌아갈 몫이 커진다’**라고 주장했다. 그러한 철학을 철저하게 따른 것이 산업화 시기 대한민국이었고, 눈부신 경제성장이라는 결실을 얻은 대신 여러 가지 불평등의 문제들을 안게 되었다.
- 그에 대한 반작용으로 **‘파이가 공정한 룰에 따라 제대로 분배되어, 사회적으로 가장 약한 위치에 있는 사람도 최소한의 인간적인 삶이 가능해야 한다’**는 주장을 했던 학자들이 새롭게 부각되고 있다. 두 가지 관점 모두에서 보다 균형 잡힌 시각으로 변화하는 시대에 적합한 답을 찾아내려는 노력이 필요하다.
- 일본을 대표하는 랜드마크인 롯폰기 힐스는 **입점한 기업 모두가 성공해야 더 큰 사업적 기회가 찾아온다**는 것을 일찍부터 자각하고, 입점 업체들에 대한 세심하고 간간한 관리를 실시하는 것에 더불어 **롯데폰기 힐스라는 판 전체를 키우기 위한 노력**을 해오고 있다.
- 나이키 역시 부동산의 1위 기업이지만, 그에 안주하지 않고, 자신들이 몸담고 있는 스포츠용품 시장 더 나아가 **스포츠 전체의 판을 키우기 위해 헌신적인 노력**을 아끼지 않고 있다.

### 3. 나이키의 즐거움이 아닌 스포츠 본연의 즐거움

- 나이키는 캠페인성 이벤트를 진행하는데 있어 자신들의 제품이나 브랜드를 부각시키기 보다는 사람들이 스포츠의 즐거움과 매력에 저절로 빠져들게 만드는데 더 많은 노력을 기울이고 있다. 때문에 자신들의 경쟁자가 전통적인 스포츠 용품 기업이 아니라, 가정용 게임기, 다이어트 식품, 자동차 업체라고 생각하는 것이다.