

## 1. 끊임없이 바뀌어 가는 세상

- 진화생물학의 개념 중 하나인 ‘공진화(共進化)’는 한 생물 집단이 진화하면 그와 관련한 다른 생물 집단도 진화하는 현상을 뜻하는 단어로, 생물학은 물론, 군사학, 경제학, 경영학 등에서도 자주 사용되는 개념이다.
- 흔히들, 소설 <거울나라의 엘리스>에 등장하는 캐릭터 붉은 여왕의 에피소드를 차용해서 설명하는데, 붉은 여왕은 끊임없이 달려나가는 세계에서 가만히 있으면 저절로 뒤로 쳐지기 때문에 늘 달려야 하는 존재로 등장한다. **이로부터 ‘붉은 여왕 효과(Red Queen Effect)’**라는 단어가 생겨났다.
- 실제로, 공진화와 붉은 여왕 효과 즉 레드 퀸 이펙트는 **기업 경영의 많은 분야에서 발견**되는데, 일본 프로야구가 여성고객을 적극적으로 유치하게 된 사례 등에서도 발견된다. 이를 우리는 혁신이라고 하는데, 과거에는 이러한 혁신이 일회성이었다고 하면 **언젠가부터 우리에게 혁신은 ‘일상화’**가 되었다.

## 2. 공간과 업(業)의 성격의 변화

- 기업 혁신의 대표적인 모습 중 하나가, 자신들이 일하는 공간, 그 중에서도 자신들을 가장 대표할 수 있는 공간인 **본사 건물을 자신들을 대표하고 상징할 수 있는 공간으로 변모**시키고, 그를 외부 특히 **고객에게 적극 개방**하여 하나의 쇼룸으로 활용하는 것이다.
- 그 대표적인 기업들은 프로축구 구단, IT기업에서 많이 찾아볼 수 있는데, 뜻밖에도 나이키 역시 세계에서 가장 멋진 본사를 꾸며놓고 그를 적극적으로 외부에 노출시키고 있다.
- 예전에는 과정이 어찌되었건, 누가 만들건 최종 단계의 제품과 서비스만 괜찮으면 사람들은 별로 신경을 쓰지 않았지만, 비슷비슷한 수준의 제품과 서비스들이 시장에 쏟아지면서 경쟁이 치열해졌고 소비자들이 과거에 비해 훨씬 더 똑똑해지고, 많은 정보를 갖게 되면서, 사람들은 **어떤 제품, 얼마의 서비스냐에 더해 어떤 사람들, 어디서, 어떻게, 만드는지를 제품이나 서비스 선택의 주요한 요소**로 여기게 되었기 때문이다.

### 3. 나이키가 꿈꾸는 새로운 판

- 세상은 엄청난 속도로 변화하고 있다. 제품만 잘 만들면 알아서 팔리던 시대에서, 어떤 조직문화에서 만들어 내는 물건인지를 밝혀야, 겨우 고객을 만족시킬 수 있는 시대가 되었다. 뿐만 아니라, 기존에는 전혀 경쟁자로도 생각하지 않았던 **신흥국의 기업들이 엄청난 속도로 발전해서 새롭게 경쟁 속으로 뛰어드는 현상**이 수시로 발생하고 있다.
- 세상의 변화 속에서 이제 **변화는 선택이 아니라, 필수인** 시대가 되었다. 우리 모두가 레드 퀸이 되어 끊임없이 진보와 진화를 추구해야 하는 시대라 되었다.
- 나이키는 현재 부동의 업계 1위 기업이지만, 여전히 각종 조사에서 **최고의 혁신 기업**으로 꼽히고 있다. 이는, 나이키가 현재에 안주하지 않고, 고객과 시장 등 외부의 변화, 외부의 자극, 외부의 메시지에 대해 열린 마음으로 반응하고, 그에 적극 대응하여, 변화되는 것이 아니라, **변화를 주도하고 있기 때문**이다.