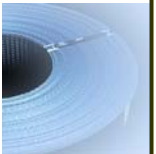


2006.9.18

POSRI CEO REPORT

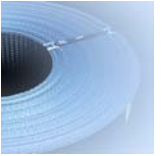
글로벌 100 대 기업 분석과 시사점



철강연구센터

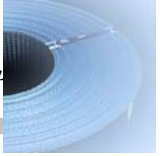
조문제, 이종민, 박찬욱, 탁승문

Executive Summary



〈글로벌 100대 기업 분석과 시사점〉

- 글로벌 100대 기업은 위대한 기업들이 추구하는 지향점으로, 고성과 기업의 판단기준이자 명성과 시장영향력의 척도라는 전략적·상징적 의의를 지님
- 매출 기준: 글로벌 100대 기업의 총매출은 최근 10년간(1995~2005년) 연평균 4.8% 성장했으며 그 중요한 특징은,
 - 100대 기업 위상의 지속 가능성이 매우 어렵고(최근 10년간 생존율 45%), 동일 산업군에 속하는 기업 간에도 성과에서는 큰 차이를 보여, 기업 성과는 외부환경 보다는 내부 요인에 의해 결정된다는 점임
- 기업 가치 기준: 글로벌 100대 기업의 총 기업 가치는 2002년 신경제 버블 붕괴로 인해 급감했으나, 이후 안정적 상승세를 보임
 - 업종별 특징은 첨단제조업인 IT 컴퓨터 업종과 이동통신 업종의 부진으로 기업가치가 감소된 반면에 전통제조업은 고유가에 따른 석유·가스 업종의 강세로 기업가치가 증가하였음
- 한편, 기업 가치 100대 기업의 평균 순이익률(11.9%)이 매출 기준 100대 기업의 평균 순이익률(5.5%) 보다 배 이상 높았음. 이는 기업 가치가 성공기업 또는 고성과 기업 판단기준으로써 보다 의미 있는 척도임을 뜻함
- 신규 100대 기업에 진입한 기업들의 공통된 전략적 특징은 M&A를 통해 대형화/다각화 하였거나 또는 사업구조와 제품혁신을 통해 성장동력을 확보하였다는 점임
- 기업이 장기적 성장 비전의 하나로, 상징적 의미를 갖는 글로벌 100대 기업 진입을 고려할 수 있으나, 매출보다는 기업 가치 제고에 보다 초점을 맞추어야 할 것임



목 차

I. 글로벌 100대 기업의 의의	1
II. 매출 기준 글로벌 100대 기업의 특징	2
III. 기업 가치 기준 글로벌 100대 기업의 특징	4
IV. 매출액과 기업 가치 기준 글로벌 100대 기업 비교	6
V. 시사점	8
< 부표 >	9

I. 글로벌 100대 기업의 의의

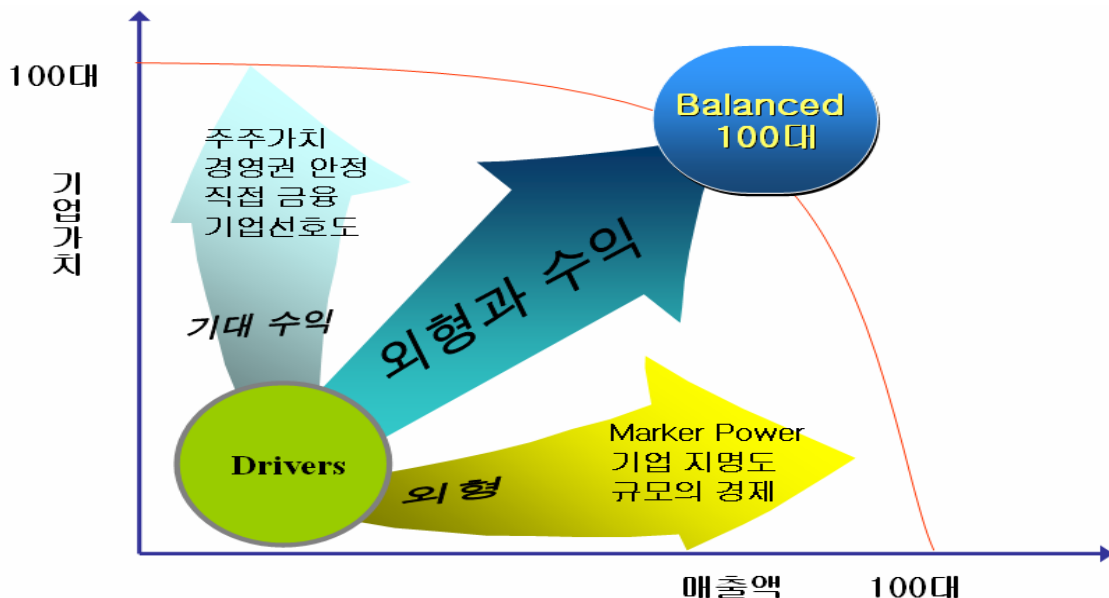
□ 글로벌 100대 기업은 위대한 기업들이 추구하는 지향점으로서 다음과 같은 전략적 의의를 가짐

- ‘성공한 기업’ 가치판단 기준의 글로벌 스탠더드
- 기업명성과 브랜드 가치, 시장영향력의 평가 척도
- 100대 기업의 지속적 유지시 ‘생명력 있는 고성과 기업’이란 상징성

□ 글로벌 100대 기업 판정 기준은 선정기관에 따라 다양함

- 「Financial Times」는 기업 가치를 기준으로, 「Fortune」은 매출액과 Most Admired Company, Fast Growing Company 기준으로 선정함

□ 가장 보편적인 글로벌 100대 기업 평가 기준은 매출액 및 기업 가치며, 이 두 가지 기준을 동시에 충족하는 100대 기업은 41개사에 불과함



☞ 매출과 기업가치 기준, 글로벌 100대 기업의 특징을 분석함으로써 기업의 지속적 성장동인이 무엇인지를 재 고찰 해봄

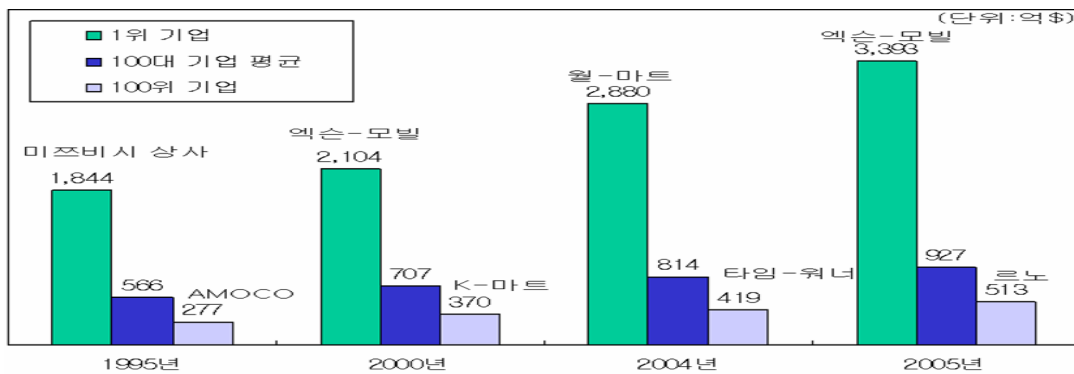
II. 매출 기준 글로벌 100대 기업의 특징

1. 총 매출액 추이 및 업종별 특징

□ 「Fortune」에 의하면, 100대 기업의 매출은 최근 10년간(1995~2005년) 연평균 4.8% 성장하였음

○ 1위 기업 매출액은 동기간 중, 연평균 5.7% 성장했으며, 100위 기업 매출액도 연평균 5.8% 증가함

< 매출 기준 글로벌 100대 기업 >



○ 1990년대 후반 퇴조했던 전통제조업이 최근 자동차, 정유산업의 M&A 등 대형화로 약진한 반면, 첨단제조업은 다소 위축되는 양상임

< 100대 기업의 업종별 매출 비중 변화 >

구분	1995 년		2000 년		2004 년		2005 년	
	기업 수	매출비중	기업 수	매출비중	기업 수	매출비중	기업 수	매출비중
첨단제조업	19	17%	24	18%	22	18%	20	16%
전통제조업	40	39%	32	36%	37	42%	38	38%
서비스업	39	42%	42	44%	39	39%	40	45%
복합기업	2	3%	2	3%	2	2%	2	1%

☞ 성장 잠재력 측면에서 첨단제조업의 부각에도 불구하고, 매출액 등 외형 측면에서는 전통제조업과 서비스업이 강세를 보임

2. 100대 기업의 생존율

□ 1995년 100대 기업 중 45개사만이 2005년 100대 기업에 생존함으로써, 글로벌 100대 기업의 지속적 유지가 얼마나 어려운 것인가를 단적으로 보여줌

○ 매출 기준 자동차 1위 업체인 GM, 기업 가치 기준 가전 1위 업체인 SONY의 최근 위기에서 보듯이, 업종 1위 기업이나 업종 대표기업도 결코 안심할 수 없는 경쟁 환경이 도래했음을 의미함

□ 최근 10년간의 변화를 업종별로 보면, 전통제조업이 가장 높은 생존율을 기록했으나, 2000년 이후에는 금융업의 생존율이 72%로서 타업종을 압도함

○ 전통제조업은 1990년대 후반 자동차와 정유업체 등의 대형화·통합화 영향으로 기존 대표 기업들이 2000년 100대 기업에서 대거 탈락하였으나, 이후 통합화된 전통 제조업체들은 안정적인 생존율을 보였음

○ 서비스업은 2000년대 들어 일본계 상사의 대거 탈락 등과 같은 서비스 산업의 구조변화로 인해 전반적으로 낮은 생존율을 보였으나, 금융업의 경우는 상대적으로 높은 생존율을 보였음

< 100대 기업의 생존율 >

구분	1995 년→ 2000 년	2000 년→ 2005 년	1995 년→ 2005 년
첨단제조업	63%	54%	50%
전통제조업	50%	66%	54%
서비스업 (금융업)	56% (50%)	41% (72%)	31% (47%)
복합기업	50%	50%	50%
합계	55%	60%	45%

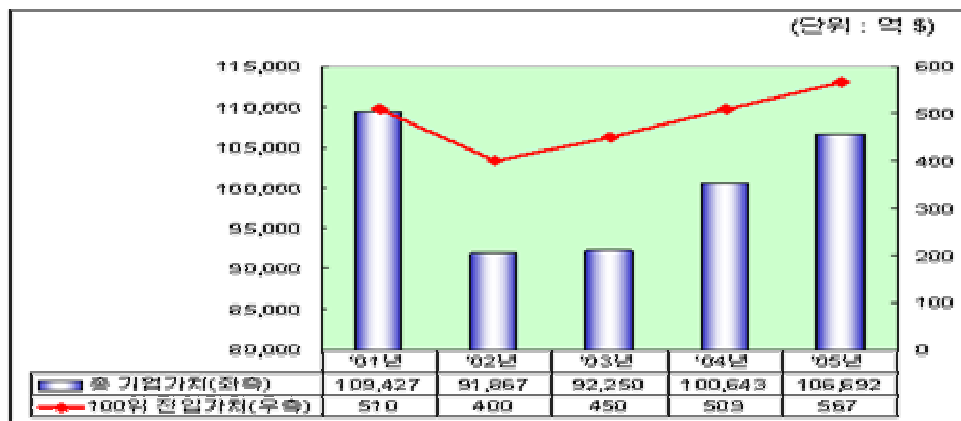
☞ 과거 40년간(1955~1994년) 100대 기업의 생존율은 39%를 보인 반면, 최근에는 10년간(1995~2005년) 생존율이 45%에 그쳐, 기업 경쟁 환경이 급변하고 있음을 확인할 수 있음

III. 기업 가치 기준 글로벌 100대 기업의 특징

1. 총 기업 가치 추이 및 업종별 특징

- 글로벌 100대 기업의 총 기업 가치는 2002년 신경제 버블 붕괴로 인해 급감하였으나, 2003년 이후 안정적 증가세를 보임

< 글로벌 100대 기업의 총 기업 가치 추이 >



- 글로벌 100위 기업 가치도 2002년 400억 달러로 감소하였다가 2005년 567억 달러로 증가하여 전체 기업 가치와 유사한 추이를 보임
 - 업종별 특징은 첨단제조업이 크게 감소한 반면, 전통제조업과 서비스업의 기업 가치는 증가하였다는 점임(<부표 1> 참조)
 - 첨단제조업의 경우, 최근 IT/컴퓨터 업종과 이동통신 업종의 부진으로 인해 총 기업 가치, 기업 수, 평균 기업 가치 등에서 전반적으로 크게 줄어들어 그 위상이 약화되었으며, 전통제조업은 고유가에 따른 석유·가스 업종의 강세로 증가하였고 서비스업은 큰 변화가 없었음
- ☞ 최근 5년간, 글로벌 100위 기업의 연평균 기업 가치 증가율은 2.6%에 그쳤으며, 이는 단기간 내 기업 가치를 제고시키는 것이 쉽지 않음을 의미함

2. 신규 진입 기업의 특징

- 최근 5년간 100위권 밖에서 100대 기업에 신규로 진입한 기업 수는 첨단제조업과 전통제조업이 각각 10개사, 서비스업 12개사, 복합기업이 2개사로 전체 34개사에 달함

< 글로벌 100대 신규진입 기업 수(2001년 대비 2005년) >

분류기준	기업 수	업종별			
		첨단제조	전통제조	서비스업	복합기업
기업 가치	34	10	10	12	2

- 업종별 신규기업 진입 수를 보면, 전통기업도 첨단제조업과 동일 수준에서 약진하고 있다는 점이 특징임
- 또한 100대 기업에 신규 진입한 기업들의 전략 Mode는 첨단제조업과 복합기업의 경우 혁신제품 개발을 통해 그리고 전통제조업과 서비스업은 주로 M&A를 통해 진입하였음
 - 혁신제품 개발: 제약·바이오 업종(Sanofi-Aventis, Genentech 등)을 중심으로 한 첨단제조업과 3M 등의 복합기업들은 주로 혁신적인 신제품 개발을 통해 기업 가치를 제고하여 100대 기업에 신규 진입함
 - 한국의 경우, 삼성전자가 유일하게 진입하였는데, 2001년 225위에서 2005년에 32위로 기업 가치가 급상승한 것이 특징임
 - 인수 및 합병: Gazprom 등 석유·가스 업종을 중심으로 한 전통제조업체들과 금융업(Wachovia, Sumitomo Mitsui Financial , Unicredito Italiano, HBOS 등)을 중심으로 한 서비스업체들의 경우, 대부분이 M&A를 통해 글로벌 100대 기업에 진입하였음

☞ 신규 100대 진입 기업들의 공통된 전략적 특징은 M&A를 통해 대형화/다각화 하였거나, 사업구조와 제품혁신을 통해 성장동력을 확보하였다는 점임

IV. 매출액과 기업 가치 글로벌 100대 기업 비교

□ 첨단제조업의 경우 매출 기준으로는 20개사만이 100대 기업에 포함되었으나, 기업 가치 기준으로는 40개사가 포함됨

- 이처럼 상대적으로 첨단제조업이 매출액 대비 기업 가치가 높은 이유는 첨단제조업의 미래 성장가능성이 반영된 결과로 해석됨
- 반면 전통제조업에서는 매출 기준 대비 기업 가치 기준 100대 기업 수가 매우 적음. 자동차산업의 경우 매출 기준으로는 12개사가 랭크되었으나, 기업 가치 기준에서는 도요타(9위)만이 포함됨

< 매출 기준과 기업 가치 기준 글로벌 100대 기업 비교('05년) >

	업종별 기업 수			
	첨단제조업	전통제조업	서비스업	복합기업
매출 기준	20	38	40	2
기업 가치 기준	40	22	34	4
매출 + 기업 가치	9	12	19	1

□ 그리고 기업 가치와 매출 100대 기업을 동시에 충족하는 기업은 41개사에 불과함

- 이 중에서도 순이익율 10% 이상의 초우량기업은 17개사(<부표 2> 참조)에 불과함 (금융 9개, 전통 6개, 첨단 1개, 복합 1개)

☞ 기업 가치와 매출액 모두 100대 기업을 충족하는 기업의 수가 전통제조업이 첨단제조업보다 많음에도 불구하고, 상대적으로 전통제조업의 미래 가치는 첨단제조업 등 타산업에 비해 저평가되고 있음.

이는 기업 가치 측면에서 전통제조업의 한계를 보여주는 것으로 Balanced 100대 기업에 전통산업만으로 성장, 진입하는 것이 매우 어렵다는 것을 의미함

□ 2005년 기업 가치 100대 기업의 평균 순이익률이 11.9%인 반면, 매출액 100대 기업의 평균 순이익률은 5.5%에 그침

○ 글로벌 100대 기업의 평균 순이익률 5.5%는 2004년 국내 100대 기업의 평균 순이익률(6.7%)에도 못 미치는 수준임

☞ 이는 매출액 보다는 기업 가치가 성공기업 또는 생명력 있는 고성과 기업 판단기준으로써 보다 의미 있는 척도임을 뜻함

□ 동일 산업군 내 최고-최저 순이익률 기업간 편차는 기업 가치 및 매출액 기준 모두에서 업종 구분 없이 20% 이상의 매우 높은 수준을 보였음(<부표3> 참조)

○ 세부 업종별로 보더라도, 자동차산업의 경우 매출 100대 기업에 속한 12개 기업의 최고-최저 순이익률 기업간 편차는 13.6%에 달함

- 세계 최대 자동차 업체인 GM의 순이익률이 -5.5%에 그치는 반면, 도요타나 르노 등은 매우 높은 수준을 보임

☞ 이상의 분석 결과는 동일한 산업 환경 하에서도 개별 기업의 성과는 크게 차이가 난다는 것을 의미함. 결국, 기업의 성과는 외부 환경요인 보다는 개별 기업들의 역량이나 능력 등과 같은 내부요인에 의해 결정된다는 점을 시사함

V. 시사점

- 글로벌 100대 기업은 일반적으로 성공한 기업의 가치판단 기준으로서의 상징적인 의미를 가지고 있으나, 100대 기업의 실질적인 성과는 기업 규모나 산업 환경과는 크게 관련성이 없음
 - 동일한 산업군에 속하는 기업간에도 실질적인 성과에서는 큰 차이를 보이고 있는데, 이는 산업 환경 등 외부 요인 보다는 개별 기업들의 역량이나 능력 등 내부 요인에 의해 성과가 결정된다는 점을 시사함
- 글로벌 100대 기업의 생존율 분석 결과는, 100대 기업 진입 못지 않게 지속적 유지가 얼마나 어려운가를 단적으로 보여줌
 - 최근 10년간 매출 기준 글로벌 100대 기업의 생존율이 45%에 불과하고, 최근 5년간 기업가치 기준 100대 기업의 생존율도 66%에 그침
 - 매출기준 자동차 1위 업체인 GM, 기업가치 기준 가전 1위 업체인 Sony의 최근 위기에서 보듯이, 업종 1위 기업이나 업종 대표기업도 우월의식에 빠져 급변하는 경영환경 변화에 적응하지 못하면 도태될 수밖에 없음
- 한편 매출액 보다는 기업 가치가 성공기업 또는 생명력 있는 고성과 기업 판단기준으로써 보다 의미가 있는 척도임
 - 이는 기업 가치 기준 글로벌 100대 기업의 평균 순이익률(11.9%)이 매출 기준 100대 기업의 평균 순이익률(5.5%) 보다 2배 이상 높은 수준을 보였다는 점에서 확인할 수 있음
 - 또한 최근 빈번해지고 있는 적대적 M&A 시도에 대한 최선의 대응책 역시 세계 최고 수준의 경쟁력과 수익성을 바탕으로 한 기업 가치 제고에 있음을 재인식할 필요가 있음
- 결국, 급변하는 경영환경에 신속하게 적응하고, 끊임없는 도전 정신과 지속적인 혁신노력이 없는 한 고성과 기업의 유지는 불가능할 것으로 사료됨.

< 부표 1: 글로벌 100대 기업의 업종별 기업 가치 비교 >

구분	2001년			2005년		
	총기업 가치	기업수	평균가치	총기업가치	기업수	평균가치
첨단제조업	60,454	54	1,120	38,582	40	965
전통제조업	18,532	18	1,030	28,474	22	1,294
서비스업	24,130	25	965	33,057	34	972
복합기업	6,312	3	2,104	6,577	4	1,644

주: 1)첨단제조업- IT/컴퓨터, 제약/바이오, 이동통신, 미디어/오락

2)전통제조업- 석유/가스, 자동차, 화학, 생활용품 등

< 부표 2: 초우량 기업 (2005년 기준) >

기업가치 순위	기업명	기업가치(억\$)	매출액(억\$)	순이익율(%)	대표업종
1	General Electric	3,703	1,572	10.4%	복합기업
2	ExxonMobil	3,495	3,399	10.6%	전통제조업
4	Citigroup	2,455	1,310	18.8%	서비스업
8	Procter & Gamble	1,940	567	12.8%	전통제조업
10	Bank of America	1,853	840	19.6%	서비스업
11	HSBC	1,808	935	17.0%	서비스업
17	Altria	1,556	691	15.1%	전통제조업
18	Total	1,537	1,524	10.0%	전통제조업
21	JP Morgan Chase	1,389	799	10.6%	서비스업
23	Berkshire Hathaway	1,363	817	10.4%	서비스업
31	ENI	1,107	926	11.8%	전통제조업
35	UBS	1,033	847	13.3%	서비스업
41	Royal Bank of Scotland	960	712	14.0%	서비스업
44	China Mobile Hong Kong	938	836	15.5%	첨단제조업
49	Santander Central Hispano	823	538	14.4%	서비스업
60	Petrobas	743	563	18.4%	전통제조업
66	E.ON	713	663	13.9%	서비스업

주: 매출 및 기업 가치 100대 기업을 동시에 충족시키면서, 순이익률이 10% 이상인 기업

< 부표 3: 100대 기업의 이익률 비교 (2005년 기준) >

< 매출액 100대 기업의 업종별 순이익률 >

구분	2005년 순이익률(%)		
	평균	최저	최고
첨단제조업	1.4	-59.9(Vodafone)	11.6
전통제조업	6.3	-3.6	19.4
서비스업(금융제외)	2.6	0.5	7.2
금융업	9.4	1.8	19.6
복합기업	6.4	2.4	10.4
전체평균	5.5	-59.9	19.6

< 기업 가치 100대 기업의 업종별 순이익률 >

구분	2005년 순이익률(%)		
	평균	최저	최고
첨단제조업	12.4	1.8	37.6
전통제조업	10.1	4.3	25.5
서비스업	12.3	2.3	32.5
복합기업	13.5	7.2	20.8
전체평균	11.9	1.8	37.6

조문제 (Tel 03-3457-8213, e-mail: mjcho@posri.re.kr)

이종민 (Tel 03-3457-8164, e-mail: fermi@posri.re.kr)

박찬욱 (Tel 02-3457-8074, e-mail: pcw@posri.re.kr)

탁승문 (Tel 02-3457-8227, e-mail: smtak@posri.re.kr)