



조선일보 위클리비즈 팀 3기

위클리비즈 인사이트 : 미래의 목격자들

출간일 : 2011년 10월 19일

정 가 : 19,800원

사 양 : 신국판 | 무선 | 480쪽 | 올컬러

출판사 : 어크로스

ISBN : 978-89-965887-8-8(03320)

“ 당신 생각의 크기가 곧 당신 세상의 크기다!”

짐 콜린스, 윤중용, 게리 해멀, 하워드 솔츠, 안도 다다오...

오늘 우리의 질문을 세계의 거인들에게 직접 물었다.

<조선일보>의 프리미엄 경제섹션인 <위클리비즈>의 명(名) 인터뷰 컬렉션인 이 책은 2009년부터 2011년 초까지 2년여간 세계 현자들과 이루어진 만남의 기록이다. 짐 콜린스부터 윤중용, 폴 스미스, 안도 다다오, 알 리스, 제임스 다이슨, 클레이튼 크리스텐슨에 이르기까지 34명의 대기들은 활동하는 분야도, 현실에 대한 인식도, 미래에 대한 전망도 각기 달랐지만, 모두를 아우르는 공통된 키워드가 한 가지 있었다.

'크고 다른 생각'이 그것이다.

이들은 우리와 같은 시대를 살고 같은 고민을 안고 있었지만, 다른 생각으로 다른 해법을 도출하고 있었다. 그리고 다른 해법은 다른 세상을 만들어내고 있었다. 10년은커녕 1년 앞도 내다보기 힘든 예측 불허의 시대에서, 미래를 전망하는 최선의 방법은 '스스로 만들어가는 것'. 그런 의미에서 이들 34명은 남다른 생각의 깊이와 폭으로 그들만의 미래를 개척해가는 '생각의 정복자들'이자 '미래의 목격자들'이다.

스티브 잡스가 애플을 통해 구현해낸 혁신의 걸모습은 기술과 디자인이지만, 이를 가능케 한 근원은 '생각'이었다. '생각의 혁명'을 외친 매킨토시의 'think different' 광고와 뒤에 이어진 아이팟, 아이폰, 아이패드의 출시는 다른 생각이 어떻게 다른 세상을 만들어낼 수 있는지를 보여준 가장 명확한 방증이다.

생각이 곧 세상으로 이어지는 지식경제의 시대, 당신 생각의 크기가 곧 당신 세상의 크기를 결정한다. 이 책에 실린 34가지의 크고 다른 생각과의 '조우'는 생각의 확장을, 그리하여 중국에 세상의 확장을 가능케 해줄 것이다.

● 추천사

우리는 모두 미래에 목마르다. 사람들은 혁명과도 같은 기술 진보의 승전가를 부르지만, 그 기술이 가지고 올 미래시장에 대해서는 여전이 무지하기 때문이다. 이 불확실성의 시대에 더 정확히 미래를 내다보는 방법이란, 보다 깊이 생각하고 보다 멀리 내다보는 현자들의 어깨 위에 올라가는 것이다. 여기 위클리비즈팀의 통찰력은 그 현자들의 탁견과 조우할 수 있는 마당을 마련하고 있다. 34명의 대가들의 농축된 지식을 접하노라면, 수십 권의 경제경영서보다 이 한 권의 책을 권하고 싶다. 이 책은 미래에 대한 생각의 크기를 키워줄 것이다.

- 김난도, 서울대학교 소비자학과 교수, <아프니까 청춘이다> <트렌드 코리아>
조선일보 위클리비즈 <김난도 교수의 트렌드노트> 저자

상상으로만 가능했던 일들이 도처에서 현실로 다가오는 변화무쌍한 시대에 우리는 살고 있다. 한 치 앞도 가늠할 수 없는 예측 불허의 시대. '미래의 목격자들' 은 우리가 그토록 갈망했지만, 도무지 알 수 없었던 미래를 구체적으로 그려준다. 남다른 시각으로 오늘을 진단하고, 예리한 통찰로 내일을 준비하는 경영구루들의 조언에 귀 기울인다면, 미래가 더 이상 두렵지 않을 것이다.

- 홍성태, 한양대 경영학부 교수, 한국마케팅학회 부회장



<조선일보 위클리비즈> 명(名)인터뷰 컬렉션

대가들의 위대한 직관, 날카로운 전략, 새로운 해법을 통해 인생과 비즈니스의 전략을 모색한다!

글로벌 금융위기가 활취고 간 상처가 채 아물기도 전에 다시 찾아온 경제위기, 급속으로 변하는 트렌드와 날로 까다로워지는 소비자의 입맛, 기술과 디자인의 혁명을 이끈 스티브 잡스의 죽음이 야기한 대중의 공황... 일 년은커녕 하루 앞도 전망하기 힘든 예측 불허의 시대이자 크고 작은 위기가 끊임없이 속출하는 영원한 위기의 시대. 우리는 어디에 주목하고 무엇을 어떻게 준비해야 하는가?

《위클리비즈 인사이트: 미래의 목격자들》은 바로 그 해답이 되어줄 책이다. 세계의 거인들이 냉철하게 분석한 '오늘' 과 예리하게 바라보는 '내일' 을 통해, 우리는 위기의 시대를 살아갈 지혜와 불확실한 미래에 대한 힌트를 얻을 수 있다.

◇ 위기는 반복되는가? 경제의 미래

글로벌 금융위기라는 중병重病을 겪은 뒤에 찾아온 회복세는, 막대한 경기 부양자금을 쏟아내 만든 신기루일 뿐이었다. 그야말로 영원한 위기의 시대. 대가들은 이러한 시대를 살아남기 위해 "기본으로 돌아가라" 고 입을 모은다. 주가 따위는 잊어버리고, 훌륭한 제품과 서비스를 생산해 소비자들이 지불한 것 이상의 가치를 제공하는 업의 본질로 돌아가라는 조언이다. 예컨대 파괴적 혁신이론으로 유명한 클레이튼 크리스텐슨 하버드경영대학원 교수는 "한국기업이 지금 위기에 직면에 있다" 고 경고하며 "밑바닥으로 다시 내려가라" 고 일갈한다. "본인이 세운 기업이 어떻게 성장했는지를 기억한다면, 절대로 중국이 가진 파괴적 혁신의 힘을 알보지 말라.

현대가 조선업에서 성장할 수 있었던 이유는 시장 밑바닥으로 내려가 거기서부터 올라왔기 때문이다. 지금 중국도 단순한 제품에서 시작해 시장 아래서부터 올라오고 있다. 반드시 기억해야 할 사실은 이런 방식이 바로 한국이 일본을 무너뜨린 전략이고, 또 중국이 한국을 무너뜨릴 수 있는 전략이란 것이다.”

◇ 세상에 없던 것은 어디에서 오는가? 생각의 미래

사람들은 애플의 혁신적 기술과 디자인에 놀라워하지만 이를 가능케 한 것은 스티브 잡스를 비롯한 애플의 직원들, 정확히 표현해 그들이 가진 생각이었다. 생각이 곧 세상이 되는 시대, 세상에 없던 것은 곧 사람의 생각에서 잉태된다. 이러한 새로움은 반복되는 시행착오를 통해서만 이를 수 있는 길고 긴 여정이다. 또한 새로움은 ‘머리’ 가 아닌 ‘손’ 으로 생각할 때 가능하다. 더불어 새로움은 지독한 비타협정신에서 나온다. 일본이 낳은 세계적 건축가 안도 다다오는 마르지 않는 창조력의 원천으로 ‘계속 도전하는 정신’ 을 꼽는다. “건축 공모전에서도 대개 낙선을 하고 돌아해보면 셀 수 없을 만큼 많은 패배를 체험했다. 연전연패, 쓰러졌다 일어나기를 거듭해왔다. 하지만 도전은 결코 헛되지 않았다. 이 과정을 통해서 다양한 아이디어가 축적되어어나가는 것이다. 이런 사고의 축적이야말로 창조를 가능케 하는 방법이 아닐까 싶다. 창조는 역경을 이겨내기 위한 싸움, 즉 도전을 계속하는 정신에 있다.”

◇ 살아남는 자의 조건은? 혁신의 미래

요동치는 경제환경, 급변하는 기술 속에서는 10년이 아니라 1년 앞도 예측하기 어렵다는 절박함, 그래서 혁신 없이는 1등기업에도 내일이 없다는 사실을 대가들은 강조한다. 위기를 극복하는 최선의 방법은 혁신뿐이라는 것이다. 또한 위기가말로 기회라고 주장하는 대가도 있다. 1등을 따라잡고, 뒤따라오는 추격자와의 거리를 벌일 수 있는 기회는 ‘다같이 어려울 때’ 에 찾아온다는 것이다. 1등을 추격하는 기회 역시 남들이 어렵다고 외면한 곳에서 나오기 마련이라는 것이다. 케리 해멀 런던비즈니스스쿨 교수는 혁신의 중요성을 다음과 같이 강조한다.

“삼성전자가 만일 애플이 거둔 것 같은 성공을 거두고 싶다면, 애플이 한 것과 같은 방식을 택해선 안 된다. 물론 애플이 명칭한 기업이라면, 애플이 만든 시장에서 삼성전자가 2등이라도 할 수 있을지 모른다. 하지만 애플은 결코 명칭한 회사가 아니다. 따라서 삼성은 자신만의 혁신적인 비즈니스모델을 찾아서 새로운 길을 열어야 한다. 그리고 그것은 애플이 한 것처럼 급진적인 아이디어야 한다.”

◇ 리더의 정의(定義)가 바뀌고 있다? 리더의 미래

리더의 덕목은 시대와 환경에 따라 바뀐다. 이 시대 리더에게 필요한 덕목은 무엇일까? 대가들은 이구동성으로 리더에 관한 기존의 통념을 반박했다. 그들이 말하는 리더의 새로운 정의는 더 이상 군림하고 꼭대기에 선 자가 아니다. “이래라 저래라” 하며 ‘어떻게’ 를 말하는 리더의 시대는 갔다. 우리가 왜 이 일을 하는지, 우리의 일에 어떤 의미가 있는지 ‘왜’ 를 이야기해야만 조직원을 하나로 결집시키고 목표를 향해 움직이게 하는 리더십이 가능하다는 것이다. 경영사상가 짐 콜린스는 ‘대의 앞에 겸손하라’ 고 조언한다.

“위대한 리더들의 야심은 자기 자신을 향해서가 아니라 밖을 향하고 있다는 것이 특징이다. 그리고 그들은 그 큰 무엇을 위해 어렵고 고통스럽고 때로는 잔인한 결정을 내린다. 그런 리더십은 전염성을 가진다. 리더가 자기 자신을 위해서가 아니라 더 크고 더 중요한 무엇에 매달릴 때 사람들은 거기에 공감한다. 다시 말해 리더에게 카리스마란 성격에서 나오는 것이 아니라 목적에서 나오는 것이다.”

● 책 속에서

모두가 위기가 끝났다고 생각할 때쯤 위기가 다시 찾아왔다. 2011년의 유럽미국발 재정위기는 우리가 아직도 위기의 소용돌이 속에 있음을 알리는 경고였다. ……중략…… 그야말로 영원한 위기의 시대이다. 이를 뛰어넘기 위해서는 우리의 생각부터 바뀌어야 한다. 사고의 프레임이 바뀌지 않는 한, 우리는 스스로를 위기에 몰아넣었던 바로 그 오류에 쉽게 다시 빠지고 말 것이기 때문이다. 문제는 사람의 생각이 쉽게 바뀌지 않는다는 것이다. 변화를 위해서는 만남이 필요하다. 나와는 다른 생각, 다른 통찰을 접했을 때 변화는 시작된다.

-프롤로그 중에서

따라서 이 시대의 리더들은 직원들에게 “이래라 저래라” 하며 ‘어떻게를 말하기보다 우리가 왜 이 일을 하는지, 일에 어떤 의미가 있는지, 우리의 일로 인해 지구상의 누가 조금이라도 더 행복해질 수 있는지, ‘왜’ 를 더 많이 이야기해야 한다. 대가들이 말하는 리더의 새로운 정의는 더 이상 군림하고 꼭대기에 선 자가 아니다. 앞으로 한 조직의 성패는 리더가 달라진 리더의 정의를 얼마나 마음 깊이 받아들이느냐에 달려 있다고 해도 과언이 아닐 것이다.

-Wave 01. ‘변화와 감동을 이끄는 힘, 리더의 미래’ 중에서

“사실 저는 경영이란 단어를 쓰는 걸 안 좋아하거든요. 저희 회사에선 저를 포함한 경영진을 ‘원숭이들’ 이라고 불러요. 회사 냄새가 덜 나잖아요. 그래도 굳이 정의해보자면 저한테는 다른 사람들이 가능한 한 많이 결정하게 해주고, 그들 앞에 놓인 장애물을 없애주고, 옆으로 비켜서 있는 겁니다.”

-Wave 01. ‘변화와 감동을 이끄는 힘, 리더의 미래’ 중에서

첫째, 실패를 두려워하지 말고 도전하라는 것이다. 일본이 배출한 세계적 건축가 안도 다다오는 “셀 수 없을 만큼 많은 패배, 그리고 끊임없이 도전하는 정신이 내 창조력의 밑거름” 이라고 했다. 연연연패, 쓰러졌다 일어나기를 거듭하는 과정에서 비로소 다양한 아이디어가 축적되어나가는 것이고, 이런 사고의 축적이야말로 창조의 원천이란 것이다. 날개 없는 선봉기로 유명한 다이슨의 창업자 제임스 다이슨 역시 “혁신은 결코 ‘유레카’ 하는 식으로 이뤄지지 않는다” 고 했다. 그는 자신의 63년 인생 중 40년이 실패였다고 했다. 혁신이란 반복되는 시행착오를 통해서만 이룰 수 있는 길고 긴 여정이다.

-Wave 02. ‘새로움을 부르는 낯선 시선, 생각의 미래’ 중에서

“누구의 말도 듣지 마세요. 다만 고객의 목소리를 들으세요. 그렇다고 ‘어떤 제품을 원하세요?’ 라고 물으란 이야기는 아닙니다. 소비자들도 자신이 원하는 걸 알지 못하거든요. 그들의 습관을 읽고 그들이 깜짝 놀랄 만한 걸 내놓아야 합니다. 당신이 원하는 걸 발명하는 건 충분하지 않아요. 사람들이 당신이 만든 걸 좋아하도록 이끌어야 합니다.”

-Wave 02. ‘새로움을 부르는 낯선 시선, 생각의 미래’ 중에서

한국기업의 이런 성공방정식이 앞으로도 계속된다고 낙관하는 사람은 많지 않다. ‘파괴적 혁신’ 이론으로 유명한 클레이튼 크리스텐슨 하버드대 교수는 “한국기업이 지금 위기에 직면해 있다”고 경고한다. 하드웨어는 중국이,

소프트웨어는 인도가 치고 올라오면서 한국의 자리를 위협하고 있다는 것이다. …… 중략 …… 기업의 원점은 사람일 것이다. 사람이 힘을 모아 기업을 움직이고, 사람을 위해 제품과 서비스를 만든다. 그러나 그 동안 기업들은 사람을 시야에서 잃어버렸다. 주주 자본주의가 금과옥조가 된 결과, 대부분의 경영자들은 주가에만 신경을 쓰게 됐고, 장기적으로 기업 펀더멘털을 키우거나, 고객이나 종업원, 지역사회를 생각하는 데는 너무 적은 시간을 보내게 됐다. 그리고 그것은 기업에 칼날이 되어 돌아 왔다. 이제 순서가 바뀌어야 한다. 사람이 우선이 돼야 한다. 기본으로 돌아간다는 것은 곧 사람으로 돌아가는 것이다.

-Wave 03. '위기의 다이내믹스, 경제의 미래' 중에서

2008년 경제위기 이후 2년여 간 <위클리비즈> 지면에서 가장 자주 등장한 단어 중 하나가 '혁신' 이었다. 이 책에 실린 34명의 대가들 역시 '위기' (202번)라는 단어만큼이나 '혁신' (223번)이라는 단어를 외쳤다. 요동치는 경제환경, 급변하는 기술 속에서는 10년이 아니라 1년 앞도 예측하기 어렵다는 절박함, 그래서 혁신 없이는 1등 기업에게도 내일이 없다는 점을 대가들은 강조했다. 휴대전화 세계 1위 노키아가 스마트폰시장의 속도 변화에 대응하지 못해 끝없이 추락하고 있는 것이 좋은 예이다. 매출 65조 원의 회사가 어느 날 갑자기 사라질 수도 있는 것, 이것이 바로 오늘의 현실이다.

-Wave 04. '영속하는 비즈니스의 조건, 혁신의 미래' 중에서

“삼성전자가 만일 애플이 거둔 것 같은 성공을 거두고 싶다면, 애플이 한 것과 같은 방식을 택해선 안 된다는 사실입니다. 물론 애플이 명칭한 기업이라면, 애플이 만든 시장에서 삼성전자가 2등이라도 할 수 있을지 모르죠 하지만 애플은 결코 명칭한 회사가 아닙니다. 따라서 삼성은 자신만의 혁신적인 비즈니스모델을 찾아서 새로운 길을 열어야 합니다. 그리고 그것은 애플이 한 것처럼 급진적인 아이디어야 합니다.”

-Wave 04. '영속하는 비즈니스의 조건, 혁신의 미래' 중에서

● 목차

프롤로그 같은 시대 같은 고민, 다른 생각 다른 해법

Wave 01. 변화와 감동을 이끄는 힘, 리더의 미래

Intro) 리더의 정의(定義)가 바뀌고 있다

당신은 '침팬지' 와 '고슴도치' 를 키우고 있는가?

: 경영사상가 짐 콜린스의 '위대한 기업' 으로 가는 로드맵

CEO여, 웃음은 험프게 입은 무겁게 하라!

: 리더십컨설턴트 마셜 골드스미스의 '모조' 리더십

직원들 앞에 놓인 장애물을 치워주고, 옆으로 비켜서 있는 일
: 토니 세 재포스 CEO의 행복경영론

진정한 위기감이란, 기회를 더 많이 보는 것
: 존 코터 하버드경영대학원 교수의 '진정한 변화' 를 일으키는 리더십

리더는 직원의 '자유' 를 관리하는 사람
: 칼 루드비히 클레이 머크 회장이 말하는 '불멸의 기업' 만들기

금요일에 복권 당첨돼도 월요일에 출근하고 싶은 회사?!
: 라젠드라 시소디아 벵틀리대학 교수의 '깨어 있는 비즈니스'

권한을 위임하라, 기적이 일어난다!
: 리더십이론가 켄 블랜차드의 '조직을 춤추게 하는' 비결

선장이 우선, 그다음이 배
: 마르쿠스 발렌베리 SEB 회장이 말하는 기업흥망의 열쇠

인간의 행복은 일하는 데 있다
: 오야마 야스히로 일본이화학공업 회장이 만든 '눈높이 일터'

행복한 젖소가 더 많은 우유를 생산한다
: 짐 콧나잇 쉐스 인스티튜트 회장의 직원만족경영

Wave 02. 새로움을 부르는 낯선 시선, 생각의 미래

Intro) '세상에 없던 것' 은 어디에서 오는가

자기 본능을 믿어라, 전문가의 말을 믿지 말라
: 제임스 다이슨 다이슨 창업자의 고정관념 뒤집기

남의 아이디어는 빈껍데기일 뿐이다
: 디자이너 폴 스미스의 영감을 얻는 기술

창조는 역경을 이겨내기 위한 싸움이다
: 건축가 안도 다다오가 말하는 창조력의 원천

머리가 아닌 발과 눈, 손으로 혁신하라
: 팀 브라운 아이디오 CEO의 이노베이션 기법

문제의 표현만 다를 뿐, 본질도 해결책도 같다
: 사이먼 리트빈 젠스리연구소 부사장의 TRIZ 활용법

성공기업은 역지로 꺾어짜지 않는다
: 장 클로드 라레슈 인시아드 교수의 모멘텀 이펙트

많을수록 적어지고 적을수록 많아진다
: 마케팅전략가 알 리스의 1등 되는 마케팅

브랜드 관리의 요체는 '시너지'와 '개성' 사이의 조화
: 프리츠 반 파센 스타우드 사장의 브랜드 차별화전략

Wave 03. 위기의 다이내믹스, 경제의 미래

Intro) 누가 살아남았는가?

시장 밑바닥으로 다시 내려가라
: 클레이튼 크리스텐슨 하버드경영대학원 교수의 '파괴적 혁신' 이론

주주 자본주의는 죽었다
: 로저 마틴 토론토대 교수가 보는 자본주의의 변화

분명 최악은 지났다, 그러나 안심은 말라
: 케네스 로고프 하버드대 교수의 금융위기 극복해법

남과 차이를 벌릴 수 있는 기회는 어려울 때뿐
: 와타나베 겐이치 노무라홀딩스 사장이 빼든 '세계화의 칼'

보고서만으로는 투자기업의 모든 것을 알 수 없다
: 마크 모비우스 템플턴자산운용 회장의 보물기업 발굴비법

금맥은 피라미드 맨 끝에 흐른다

: 스투어트 하트 코넬대 교수의 피라미드 저변이론

리스크 관리란 내가 안고 있는 위험을 이해하는 일

: 래리 핑크 블랙록 회장의 리스크 관리론

Wave 04. 영속하는 비즈니스의 조건, 혁신의 미래

Intro) 위기의 변곡점. 어떻게 새로운 판을 짤 것인가?

좋아하는 그 순간, 회사는 위험해진다

: 윤중용 삼성전자 고문의 초일류로 가는 생각

따라 해선 따라잡을 수 없다

: 게리 해멀 런던비즈니스스쿨 교수의 5단계 혁신론

어려울수록 핵심가치에 집중하라

: 하워드 슐츠 스타벅스 회장의 위기 극복 노하우

위기에서 빛나는 리더십? 현금이 왕이다!

: 경영컨설턴트 램 차란의 위기경영론

아웃소싱, 마누라 빼고 다 해준다

: 고팔라크리슈난 인포시스 CEO의 사업 확장 노하우

그댄 변하기 위해 심장을 도려낼 수 있는가

: 제라르드 클라이스터리 필립스 회장의 새 판 짜기

애초의 설계도에만 집착하지 마라

: 도널드 설 런던비즈니스스쿨 교수의 활동적 타성론

혁신의 다른 이름은 열정, 안내, 끈기

: 피에로 안티노리 안티노리 사주의 5P론

말을 선불리 갈아타면 망한다

: 스티브 엘리스 베인앤컴퍼니 CEO와 제임스 앨런 베인앤컴퍼니 전략부문 대표가 말하는 격동의 시기 생존법

저자 소개

조선일보 위클리비즈 팀 3기 | 위클리비즈는 <조선일보>의 주말 프리미엄 경제섹션이다. 경제경영 석학, 초일류기업의 CEO 등 세계적인 대가들과의 심도 깊은 인터뷰, 글로벌 뉴스의 심층 분석을 제공함으로써 오피니언 리더들에게 ‘퀄리티페이퍼Quality Paper’ 로 각광받고 있다.

이지훈 | 조선일보 경제부 금융팀장, 증권팀장, 위클리비즈 편집장을 거쳐 현재 경제부장을 맡고 있다. ‘글로벌한 시각과 심층 분석’ 을 입버릇처럼 외치는 글로벌리스트이자 완벽주의자다. 서울대 경제학과를 졸업하고 동 대학원의 석사를 거쳐 한양대에서 경제학 박사학위를 받았다. 저서로는 《혼창통》이 있다.

강경희 | 서울대 외교학과를 졸업하고 동 대학원에서 석사학위를 취득했다. 조선일보 과리특과원, 문화부·산업부 기자를 거쳐 현재 조선일보 경제부 차장대우로 재직 중이며 ‘글은 조용하지만 힘이 세다’ 라고 생각하는 이상주의자다.

박중세 | 조선일보 국제부·사회부·경제부와 뉴욕특과원을 지냈고, 현재 조선일보 사회정책부 차장대우로 재직 중이다. 서울대 국제경제학과를 졸업한 후, 동 대학원 석사, 미국 스탠퍼드대 나이트펠로우십을 수료했다.

김홍수 | 조선일보 사회부, 경제부를 거쳐 과리 특과원을 지냈고, 현재 조선일보 경제부 금융팀장(차장대우)으로 재직중이다. 서울대 정치학과를 졸업했다. 저서로 《돈 아는 만큼 보인다》가 있다.

배성규 | 조선일보 정치부, 산업부를 거쳐 현재 정치부 한나라당 팀장을 맡고 있다. 서울대 경제학과를 졸업했지만 정치부에 오래 몸담았다. 세상을 주유하며 다양한 사람을 만나고 싶은 마음을 위클리비즈로 풀었다.

김중호 | 조선일보 산업부, 경영기획실을 거쳐 현재 경제부 차장대우로 일하고 있다. 자동차, IT, 에너지 등 산업계와 경제부처를 취재해왔다. 고려대 법학과를 졸업했다. 소비자를 위한 기사에 관심이 많다.

홍원상 | 조선일보 산업부 기자로, 2005년부터 증권·금융·부동산분야를 맡아왔다. 연세대 정치외교학과를 졸업했으며 조선일보 사회부·경제부 등을 거쳤다.

탁상훈 | 조선일보 사회정책부 기자. 사회부, 산업부를 거치며 부동산과 IT 등을 담당했다. 연세대 화학공학과와 언론대학원을 졸업했다.

정철환 | 조선일보 사회정책부 기자로 IT와 금융 분야에 해박하다. 서울대 외교학과를 졸업했고, 한국일보 사회부와 산업부를 거쳐 조선일보 사회부와 경제부에서 활동했다.

박수찬 | 조선일보 산업부 기자로 사회부, 경제부를 거쳤다. 서울대 사회학과를 졸업했다. 논픽션을 사랑하고 유머 넘치는 글을 동경한다.