

# 비즈니스의 새로운 기회, “SLOW”(1)

글 : 삼성경제연구소 ■ ■ ■ ■

세상이 빠르게 변화하고 있지만 역설적으로 느림과 여유도 중요한 가치로 부상하며 ‘속도의 경제’와 ‘느림의 미학’이 공존하고 있다. 소비자는 무조건 시간효율을 추구하는 것이 아니라, 오히려 속도를 줄이거나 정지, 때로는 과거로 회귀하는 데서 즐거움을 느끼고 있다. 또한 변화 속도가 빠른 도심 공간을 벗어나 자연친화적 공간에서 생활함으로써 여유를 찾고 있으며, 경쟁에 지친 자신의 마음을 돌아보는 것은 물론, 우열의 비교대상으로 여기던 타인의 마음까지 돌아보려는 경향이 있다. 이와 아울러 편의성을 쫓는 과정에서 소홀히 했던 건강을 돌보고 궁극적으로 건강에 도움이 되는 생활방식을 실천하고자 한다.

이러한 슬로 트렌드의 부상은 기업에 있어 새로운 비즈니스의 기회인 동시에 기존 경영관행에 변화를 요구하는 위협 요인으로 작용한다. 따라서 느림의 가치를 기존산업과 비즈니스에 접목해 新사업 기회를 탐색해야 한다.

## ● 1 느림의 가치와 슬로 트렌드의 키워드

### 부상하는 느림의 가치

- IT의 발달로 세상이 빠르게 변화하고 있지만 역설적으로 느림과 여유도 중요한 가치로 부상하며 ‘속도의 경제’와 ‘느림의 미학’이 공존
- 성장 중심 가치관이 지배하는 성과주의 및 경쟁심화에 대한 반작용으로 삶의 속도를 늦추고 정신적 여유를 찾으려는 욕구가 확산
- 명상, 도보관광 등 느림을 통해 삶의 본질에 대한 성찰과 여유를 되찾으려는 경향이 증가



○ 느림의 가치는 잠시 속도를 늦추고 주변을 둘러봄과 동시에 앞으로 나아갈 방향을 고민할 수 있는 여유를 찾는 것에서 발현

□ 느림의 가치가 부상하면서 시간이나 효율성, 성과 등에 대한 관점도 변화

○ 시간관리의 목표는 주어진 시간 안에 더 많은 일을 하는 것뿐 아니라 남은 시간을 잘 활용하여 여유와 재충전의 시간을 가지는 것까지 포함

- 창조경영의 시대에는 '잘 쉬는 것도 경쟁력'이라는 인식하에 임직원의 여가와 재충전이 경영의 중요한 과제로 등장

○ 더 빨리, 더 많이 만드는 것뿐만 아니라, 천천히 만들더라도 더 가치있고 고급스럽게 만드는 것이 효율적이라는 인식이 확대

- 느림의 가치가 담긴 슬로푸드, 수제품 등이 고급품으로 평가

○ 경제적 성과를 측정함에 있어서 GDP 위주의 양적 지표 이외에도 삶의 질이나 만족도를 평가할 수 있는 새로운 지표를 개발할 필요

### 소비문화로 정착되는 슬로 트렌드

□ 은퇴를 앞둔 베이부머와 고소득 젊은 층 등이 웰빙족에 합류하며, 衣·食·住·樂 전반에 슬로 트렌드가 깊숙이 침투

- 패스트푸드에 제동을 거는 슬로푸드 움직임과 더불어 한식의 현대화, 각종 질병 및 다이어트에 대한 관심이 맞물려 슬로 붐이 촉진
- 1990년대부터 '웰빙', '로하스', '오가닉'에 이어 최근에는 매크로 바이오틱 등 신개념 트렌드가 등장



- 발빠르게 유행을 따르는 '패스트패션'과는 달리 친환경과 정성에 초점을 맞춘 '슬로패션'도 중산층 소비자를 중심으로 인기
  - 의류에서 발생하는 유해가스를 줄이기 위해 오래 입고 다시 쓰자는 취지로 '슬로패션'이 등장 → 자연염색 재료를 사용하고, 유해성 원료를 전혀 사용하지 않는 의류를 고가에 판매
- '금전'과 더불어 소비자의 필수자원인 '시간'을 많이 보유한 은퇴자가 증가함에 따라 주거 및 여가에서 슬로 트렌드가 더욱 활성화될 전망
  - 도심을 벗어나 자연과 더불어 느리게 사는 슬로비(Slobbie)족의 등장으로 '슬로홈', '슬로시티'가 건설업계 新화두로 부상

#### 〈가장 빠른 CEO에서 가장 느린 CEO로 탈바꿈한 사나이〉

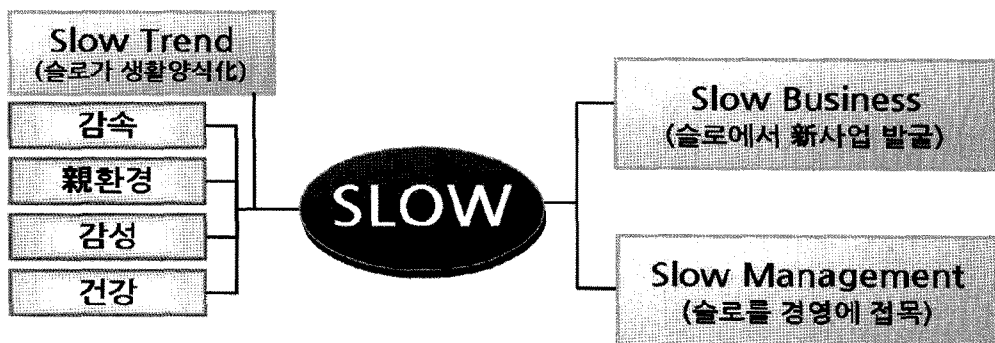
- ▷ 과거 인텔의 CEO로서 최첨단 기술을 섭렵했던 크레이그 배럿은 2009년 5월 은퇴 후 한적한 시골산장의 주인으로 변신하여 '느림의 미학'을 전파
  - 휴대폰 수신 불가 지역인 몬태나주 숲 지대에서 산장을 운영하며 제2의 인생을 시작
  - 산장 경영에 편안과 여유의 고객 서비스를 접목한 결과 1박에 최대 2,500달러에 이르는 비싼 숙박료에 불구하고 큰 인기

(자료 : Intel's former chief takes on hospitality. (2009. 9. 17.), Fortune)

### 슬로 트렌드의 4대 키워드 : 감속, 親환경, 감성, 건강

- 소비자는 슬로 트렌드에 담긴 新가치를 추구함으로써 만족과 균형감을 느끼고 속도경쟁에 따른 누적된 피로와 스트레스에 대처
  - ① 감속 (시간 가치 재해석) : 무조건 시간효율을 추구하는 것이 아니라, 오히려 속도를 줄이거나 정지, 때로는 과거로 회귀하는 데서 즐거움을 느낌
  - ② 親환경 (공간 가치 재해석) : 변화속도가 빠른 도심 공간을 벗어나 변화는 더디지만 자연친화적 공간에서 생활함으로써 여유를 창출
  - ③ 감성 (마음 돌보기) : 경쟁에 지친 자신의 마음을 돌아보는 것은 물론, 우열의 비교대상으로 여기던 타인의 마음까지 돌아봄
  - ④ '건강' (몸 돌보기) : 편의성을 쫓는 과정에서 소홀히 했던 건강을 돌보고 궁극적으로 건강에도움이 되는 생활방식을 실천
  
- 슬로 트렌드의 부상은 기업에 있어 새로운 비즈니스의 기회인 동시에 기존 경영관행에 변화를 요구하는 위협 요인으로 작용
  - 슬로 트렌드에 착안하여 유망한 新사업 기회를 탐색하는 한편, 기업 내부적으로 느림을 체화하고 이에 부응하여 조직을 재정비할 필요

#### 〈슬로 트렌드에 대응한 슬로 비즈니스와 슬로 경영〉



▶ 다음호에 계속