

# 비즈니스의 새로운 기회, “SLOW”(2)

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 회귀하는데서 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 건강에도움이 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.

## ● II. 슬로 비즈니스의 유망 분야

### 1. 슬로 트렌드의 비즈니스화

- 느림의 가치를 기존 산업과 비즈니스에 접목해 새로운 시장을 창출하고 경쟁구도를 변화
- 즉시성, 속도가 핵심 경쟁력인 비즈니스에 느림을 활용하여 차별적 가치를 창출하는 逆발상을 시도
- 프레스니스버거, 크라제버거 등은 親환경 재료를 사용하고 시간이 더 걸리는 직화구이 등의 조리법을 내세워 패스트푸드의 대명사인 햄버거의 가치를 변화시키고 프리미엄 햄버거 시장을 창출

- 효율성과 스피드만으로는 차별적인 경쟁우위를 확보하기 어려워지고 있으므로, 친환경, 감성적 만족 등의 가치로 재무장할 필요

### 〈혼다가 F1에서 철수한 이유〉

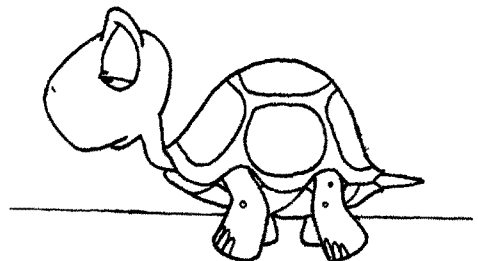
- ▷ 혼다는 2008년 12월 FI(국제자동차연맹이 주최하는 세계 최고의 자동차경주대회)에서 철수하기로 결정하고 관련 팀을 매각
  - 혼다는 창업 이듬해인 1964년부터 F1에 진출하여 불황기에 2차례 불참을 제외하고 44년간 꾸준히 참가해왔음
- ▷ 혼다의 F1 철수는 단순히 비용절감 차원이 아니라 자동차 산업의 패러다임이 변화하고 있음을 시사
  - 혼다의 F1 철수는 스피드, 출력에서 친환경, 소형으로의 콘셉트 변화에 대한 대응
  - F1에 투입되었던 연구인력 400여명을 하이브리드 자동차, 배기량 1,300cc 이하의 경차 등 친환경 자동차 개발에 투입

### □ 고령화와 웰빙 트렌드 확산에 대응하여 심신에 여유를 부여하고 일상에 휴식을 제공하는 '슬로 비즈니스'가 기업의 새로운 성장동력으로 주목

- 베이비부머(1955~1963년 출생)의 은퇴는 '슬로 비즈니스' 활성화의 기폭제로 작용
  - 약 810만 명의 베이비부머가 건강한 노년(strong senior)을 형성함으로써 여유시간을 소비하는 休 관련 시장이 확대될 전망
- 고령사회가 될수록 더 큰 성장기회는 시간절약형 비즈니스가 아니라 시간소비형 비즈니스에서 발생

### □ 스피드 경쟁에 익숙한 기업일수록 미래 '슬로 비즈니스' 선점을 위한 대응책 마련이 필수

- 유럽에 이어 미국에서는 'The Natural Step' 신념에 근간한 친환경 비즈니스가 뚜렷한 성과를 나타내고 있는 실정
  - 인터페이스, 이케아 등의 기업은 내추럴 스텝에 근거해 재료 구매, 제조, 운송, 시설 건설, 폐기물 관리 등 모든 프로세스를 변화



〈비즈니스(business)가 비지(busy)해야 한다는 생각은 착각!〉

- ▷ 생태적이고 느린 비즈니스가 모든 면에서 뒤떨어지지 않는다는 사실이 세계 곳곳의 여러 사례를 통해 증명
- ▷ '슬로 비즈니스'는 타자를 부정하거나 우열을 다투지 않고 '슬로' 개념에 충실하게 있는 그대로 인정하고 받아들이기 때문에 우군을 확보하는 데 유리  
(자료: 츠지 신이치(2003). 슬로우 이즈 뷰티풀. 빛무리.)

2. 슬로 비즈니스의 4대 유망 분야

- 슬로 트렌드를 활용하여 기업의 새로운 성장동력을 창출하기 위해서는 슬로 트렌드의 키워드에 대응하는 분야를 적극적으로 발굴할 필요
- 물질적인 측면의 삶의 질(건강, 식사 등)과 정신적인 측면의 삶의 질(스트레스나 걱정이 없는 즐거움)을 제고하는 비즈니스를 창출

〈슬로비즈니스의 4대 유망 분야〉

슬로의 키워드	비즈니스 성격	대표 사례
감속	시간에 가치를 부여	머스크, 루이비통, 몰스킨
親 환경	풍요로운 공간 창출	슬로시티 증도
감성	마음의 여유를 제공	움프쿠아은행, 리소나은행
건강	건강한 신체 유지	기적의 사과

① 시간의 슬로 비즈니스 : 시간에 가치를 부여하는 비즈니스

◎ 머스크(Maersk) : 화물선의 감속 운항으로 비용절감 실현

- 세계 최대 해운선사인 덴마크의 머스크는 컨테이너선의 항해 속도를 절반으로 줄여 원가를 절감하고 환경보호에도 선제적으로 대응
- 세계 주요 항로의 컨테이너선 항해 속도를 기존 시속 24~25노트(44~46km)에서 시속 12노트(22km)로 감속
- 이로 인해 이산화탄소 30% 감축, 연료비 30% 절감, 비운항 선박 투입을 통한 선복과잉 문제 개선 등의 효과가 발생

□ 비용과 빠른 배성에 초점이 맞춰져왔던 운송업계에 새로운 기준이 되고 있는 환경적 측면에서의 지속가능성에 발 빠르게 대응

- 유가가 고공행진을 거듭하고 온실가스 배출량 감축을 통한 환경보호가 새로운 화두로 등장하면서 '느림의 효율' 이 새롭게 조명받기 시작
- 고객을 대상으로 운송 속도를 줄이는 대신 연료절감과 지구 온난화 방지 효과를 거두는 것이 얼마나 중요한지를 설득
  - 빠르게 돌아가는 기항 스케줄은 선박을 추가로 투입하여 해결
- 국내에서도 한진해운, 현대상선 등이 감속운항 움직임에 동참

#### 〈 퇴물이 된 초고속 선박, 머스크버몬트(Maerk Beaumont)〉

- ▷ 머스크의 초고속 선박 머스크버몬트가 연료가격 상승과 수요감소로 무용지물화
    - 세계에서 가장 빠른 선박(시속 30노트)으로 일반 화물선보다 3배의 연료 사용
    - 머스크는 운항 속도가 떨어지더라도 연료 사용량을 줄이는 전략을 선택하고 머스크버몬트급의 선박을 개조해 속도를 늦추는 방법을 검토 중
- (자료 : World's fastest container ships mothballed, (2010, 2, 23.), Financial Times.)

◎ 루이비통 : 철저한 수작업 정성이 탄생시킨 대표 명품 브랜드

□ 장시간의 수작업을 통해 고품질을 유지하여, 제품에 담긴 시간가치를 중시하는 소비자의 신뢰를 획득

- 고급 가방을 제작하던 匠人 루이 비통(Louis Vuitton)이 1854년 여행용 가방 판매점을 오픈하면서 브랜드 역사가 시작
  - '우아함(Elegance)과 독창성(Creativity)으로 브랜드 전통과 품질을 표현해야 한다'는 사명하에 장인의 수작업 원칙을 고수
- 타의 추종을 불허하는 엄격한 제품 테스트를 거치며 재고는 할인 없이 폐기하되, 일단 판매한 상품에 대해서는 평생 수리보증 서비스를 실시
- 루이비통의 대표 디자인인 '모노그램 캔버스'가 꾸준한 인기를 얻은 결과 글로벌 금융위기 중에서도 고성장을 창출



② **공간의 슬로 비즈니스 : 공간을 풍요롭게 하는 비즈니스**

◎ **슬로시티 '증도' : 느리게 사는 삶을 추구**

- 전라남도 신안군에 소재한 증도는 갯벌과 염전, 그리고 습지가 공존하는 지역으로 인정 받아 2007년 아시아 최초의 '슬로시티' 로 지정
  - 여의도 면적 2배에 달하는 140만평의 국내 최대 규모인 태평염전은 국내 천일염의 70%를 생산
  - 소금창고 건물을 개조한 소금박물관(2007년 근대문화유산 등록), 갯벌 생태전시관 등 증도의 자연과 문화를 체험할 수 있는 시설을 조성
  - 도보체험관광 등 슬로 여행의 인기로 증도 방문객 수가 2년 사이에 3.5배 증가(2007년 10.7만 명 → 2009년 37.3만명)
  
- 민관 협력으로 염전 보존, 인프라 구축 등의 다양한 노력을 전개
  - 섬 곳곳에 400여대의 자전거를 비치하여 누구나 무료로 이용할 수 있는 친환경 교통시스템을 구축
  - 주민들 스스로 증도를 '담배연기 없는 건강한 섬' 으로 선언하여 금연조례를 제정하고 자율 금연거리 지정

③ **마음의 슬로 비즈니스 : 마음을 여유롭게 하는 비즈니스**

◎ **움프쿠아(Umpqua) 은행 : 은행과 카페의 결합으로 편안함을 제공**

- 미국 서부 오리건 주에 있는 중소 지방은행인 움프쿠아은행은 은행과 카페를 결합하여 고객이 오랜 시간 머무를 수 있도록 공간을 조성
  - 호텔급의 안내 데스크, 고급카페, 인터넷 이용 회의실 등을 설치하여 첨단, 스피드, 신뢰 등으로 대표되는 은행의 이미지를 편안, 친근으로 변화
  - 영화상영, 요가, 뜨개질 강습, 디자인 강좌 등을 정기적으로 개최해 은행을 잘 찾지 않던 젊은 층, 가정주부 등을 고객으로 유인
  - 감동 서비스를 제공하기 위해 직원들을 리츠칼튼의 서비스 스쿨에 파견하여 40시간의 교육과정을 이수하게 함



- 은행과 카페를 결합한 지점의 평균 예금액은 일반 지점의 130%이며, 금융상품 판매액은 일반 지점의 200%

#### ④ 신체의 슬로 비즈니스 : 건강한 신체를 유지시키는 비즈니스

##### ◎ 기무라 아키노리의 기적의 사과 : 자연농법으로 썩지 않는 사과를 재배

□ 일본 아오모리 縣의 기무라 아키노리는 시간이 걸리더라도 이에 구애받지 않고 비료 등 성장촉진제를 완전 배제한 100% 자연농법을 시작하여 10년 만에 썩지 않는 사과를 재배하는 데 성공

- 후쿠오카 마사노부가 쓴 “자연농법”을 읽고 감동하여 자연농법으로 사과를 재배하기로 결심

-사과는 농약을 안 쓸 경우 수확량이 90% 이상 감소하기 때문에 2년 연속 무농약 재배를 할 경우 수확량은 0%

- 자연농업 재배 9년 만에 처음으로 사과 꽃이 만개하고 10년이 되는 해에 드디어 썩지 않는 사과가 탄생

-기무라의 사과는 온라인 판매에서 3분만에 품절되고, 이 사과를 재료로 만든 수프는 1년이나 기다려야 할 정도로 선풍적인 인기

-1991년 태풍이 아오모리 縣을 휩쓸어 대부분 사과농장이 도산했지만 기무라의 농장은 자연농법으로 내성이 강해져 80%의 수확량을 확보



□ 농약, 화학비료, 천연비료, 농기계를 사용하지 않고 자연의 힘으로 사과나무가 스스로 회복하도록 최대한 방치한  **nghịch발상** 이 성공의 시작

- 잡초, 해충, 들쥐, 토끼도 방치했고 사과나무가 병에 걸릴 경우 식초 물을 공급하며 나무와 진심 어린 대화를 나누는 것이 전부

- 숲 속 토양의 풍요로움을 깨닫고 잡초 등을 방치한 결과 자연의 균형이 유지되었고 사과나무는 스스로 건강을 회복

▶ 다음호에 계속