뉴 노멀 시대 - 새롭게 형성된 경제 질서

시대의 변화에 따라 새롭게 부상하는 경제적인 표준을 똣한다.

세계 경제가 3% 이상의 줄기찬 성장을 해온 시대가 2008년 금융위기를 맞이해 막을 내린다. 그 이후, 세계경제는 ‘저성장, 저금리, 저물가’ 라는 3저 시대에 도래하게 된다. 새로운 시대에 우리는 자연스럽게 새로운 개념 체계를 가지게 되는데 지금의 경제 위기가 극복 되더라도 새로운 정상의 기준이 일상화되어 이전의 ‘정상’으로 돌아가기란 어렵다고 보기에 ‘뉴 노멀’이 형성된 새 시대가 도래했다고 주장하는 바이다.

그렇다면 ‘올드’ 노멀과 뉴 노멀는 어떻게 다른가?

일본과 서유럽에서 보는 것처럼 인구 고령화와 디지털 경제로의 급격한 변화와 같이 근본적인 환경 변화로 당분간 뉴 노멀의 시대는 지속될 것으로 생각된다. 과거 파이프라인 경제 (pipeline economy)에서 소싱, 제조, 물류, 마케팅, 판매, 애프터서비스(After Service)등의 부가가치 사슬 중 하나에 특화하여 빨대를 가지고 있으면 지속 성장했던 모델이 급격히 그 유효성을 상실하고 있다. 디지털 경제는 일종의 플랫폼 경제(platform economy)로 진화하면서 산업간 융합과 컬래버레이션이 새로운 부가가치를 창출하고 있다. 더불어 고객들이 SNS 등을 통해 긴밀히 연결되어 있고 시장의 투명도가 획기적으로 높아졌다.

그 결과 기업의 생존에 이해관계가 없는 일반인(shapeholder)들도 비시장위험\*으로 급부상되고 있다. 기업생존에 시장위험뿐 아니라 비시장위험이 등장하면서 그야말로 ‘착한 기업만이 지속성장할 수 있다’라는 가설이 급부상하고 있는 것이다. 기업윤리 의식을 강화하고 비시장위험도를 관리하는 기업들이 지속성장하는 시대가 온 것이다. <http://acrc.go.kr/acrc/briefs/201802/sub.html>

키워드: 저물가, 저성장, 저소비, 높은 실업률, 규제 강화, 고위험

* 저물가:
* 뉴 노멀 시대 이전과 비교했을 떄 상품이나 서비스의 가격이 낮아진 상황.
* 특히 2014년 말부터 시작된 ‘저유가’가 가장 특징적인 변화라고 볼 수 있다. 유가가 낮아짐으로 인해 생산단가와 공급가가 떨어지기 때문이다.
* 우리나라의 물가 상승률은 평소의 2~3%보다 낮은 1%대로 예상된다
* 저성장:
* 금융위기로 인해 국가들마다 높은 가계 부채를 가지고 있다
* 인구 고령화로 인한 성장률 둔화
* 둔화된 성장 속에 과감한 투자가 줄어든다.
* 저물가로 인해 실현될 수 있는 소득이 늘어나더라도, 부채 상환이나 노후 대비 저축을 늘릴 가능성이 높다
* 저금리
* 여러 국가에서는 경제 활성화를 위해 시장에 유통되는 화폐의 양을 인위적으로 증가시켜 소비를 촉진시키고 경기를 부양하기 위한 여러 국가들의 노력을 반영한 현상이다.
* 물가가 낮아지고 국민들의 소비가 촉진되는 상황 속에서 경기를 부양하고자 하는 정부는 금리를 올릴 이유가 없다.

한국의 뉴 노멀

* 미국의 초저금리 기조의 유지
* 우리나라에 대한 외국인들의 투자 확대로 이어질 것으로 보인다.
* 중국의 뉴노멀 시대 공식 선언 이후 ‘성장’에서 ‘안정’으로 바뀐 정책 방향: 중국의 경우 우리나라의 수출액의 25% 이상을 차지하는 최대 수출국이다
* 우리나라의 대 중국 수출액은 하락할 것으로 보인다. 이는 국가 성장률의 하락으로 이어질 전망이다.

———————————뉴노멀의 뉴노멀—————————------------

포스트 코로나 제2의 뉴노멀 시대란?

뉴노멀 시대에 우리는 코로나 글로벌 팬대믹 직격탄을 맞게 된다. 2020년 1월 부터 시작되어 현재 90만 명 이상의 사망자를 남기고 약 2850만명 확진자를 발생시킨 이 바이러스는 뉴노멀에 또다른 뉴노멀을 불러왔다.

한층 높아진 고위험

1. 외부 환경

- 정부 규제로 물리적 이동의 제한

- 더불어 외부접촉에 대한 부담감이 극대화되어 비대면을 지양하게된 사회

- 주 감염경로가 외부인과의 접촉이기 때문에 낯선자에 대한 두려움 및 신뢰정도가 떨어진다

- 재택 근무제 도입 (화이트 칼라 블루 칼라 사회적 양극화)

1. 세계 경제 - 세계 공급망

* 포춘 1000대 기업의 94%가 COVID-19의 영향을 받아 업스트림과 다운스트림 공급망 파트너 모두 차질을 빚고 있다고 보도했다(2020년 포춘지).
* ILO(2020년)는 COVID-19가 전 세계적으로 2억명에 가까운 정규직 감원을 일으킬 수 있다고 추산했다.
* COVID-19는 세계 공급망에 전례 없는 파괴적 영향을 미침으로써 세계 경제, 인간 보건, 고용 시장에 전례 없는 피해를 입혔다.

- 예측 불가능한 리스크에 대한 대비가 이루어져야하는 시대

발빠른 대처능력이 가장 중요

- 그 중에서도 트레이스백이 잘되는 국가들이 특히 대처능력이 뛰어난 것으로 보아

올바른 정보와 정보의 전달력이 중요함

정보수집에 더 적극적인 자세로 변한 인구

- 정보에 대한 의존도가 높아짐

변하는 시대에 사람들도 변한다

- 정보에 대한 의존도가 높아짐으로 인해, 소비자들을 공략하기 위해서는 그들이 수용하는 정보에 걸맞게 서비스가 제공될 수 한다.

배달음식 시장이 늘어난 현상도 이와 같은 이치다

- 편리성

- 안정성 (식당에서의 외부인과 접촉을 피해갈 수 있다 / 문고리에 음식을 걸어서 배달을 해주는 등 자동결제 시스템으로 배달기사들마저 철저하게 비대면으로 음식을 전달 받는게 가능해짐)

그러나, 우리나라 음식배달 시장에 큰 과제가 남아있다

- 폐플라스틱이 가파르게 증가하고 있다

소비자 패턴에 변화

그 누구도 정확한 정상 재영업 시기를 가늠할 수 없다.

이와 같은 상황에서 식당들이 영업을 이어갈 수 있는 유일한 방법은 배달 혹은 테이크아웃 서비스를 활용하는 것이었다. 전면 휴업에 들어갔던 식당들은 차츰 전문 음식 배달 플랫폼, 식당 자체 배달 서비스 등을 통해 부분적으로 영업을 재개했고 4월에 이르러서는 49%의 식당들이 영업을 재개하였다. 이처럼 온라인 주문을 통한 배달 서비스와 같은 FoodTech를 이용한 서비스의 다양화로 식당들은 점차 매출을 올려가고 있다. Food Tech는 음식의 검색, 추천, 배달, 식재료 배송등을 포함하는 식품(food)과 기술(technology)이 접목된 4차 산업을 의미한다.

외식업 전문 컨설팅 기업 Food Service Vision의 설립자 프랑수와 블루앵(François Blouin)씨는 KOTRA 파리무역관과의 인터뷰에서 “코로나19 이후 식당들의 위생관리에 대한 소비자의 기대는 매우 엄격해질 것”이라고 설명했다. 그가 실시한 조사에 따르면 81%의 프랑스인들은 식당들이 영업재개를 하자마자 다시 외식을 원한다고 답했다. 하지만 코로나19과 함께 식당의 청결과 위생에 대한 소비자들의 기준은 더욱 엄격해졌을 뿐만 아니라 테이블 수 감소, 유통단계 절감, 비접촉 결제 방식에 대한 새로운 기대가 생겨났다고 강조했다. 나아가 위생 등의 이유로 식당들이 한 번에 손님을 수용할 수 있는 능력이 줄어들었기 때문에 그에 따른 손실을 막기 위해서 배달 및 테이크아웃 서비스는 이제 선택이 아닌 필수 조건이 될 것이라 전망했다.

두 전문가의 의견을 종합해볼 때, 앞으로 프랑스 외식업계는 사람 간의 접촉을 최소화 하는 위생 목적의 FoodTech와 소비자에게 투명하게 음식의 공정과정을 공유하는 건강식 제조 FoodTech, 두 축을 중심으로 성장해 나갈 것이라 판단된다.