

MZ의 웰니스 트렌드

아주 고통스럽거나 매우 비싸거나

취재 | 정연욱 작가 alexjung1504@gmail.com

“젊은 사람들이 더 관리한다.” 요즘 웰니스 트렌드를 요약한 문장이다. 노화가 오기 전에, 지금의 상태를 계속 유지하고, 노화를 예방하는데 많은 시간과 노력을 들인다. 다소 유난스러운 그들의 웰니스 코드는 고통(Pain)과 돈(Price)으로 요약할 수 있다. 그들은 아주 고통스러운 경험을 하거나, 매우 비싼 제품과 서비스를 구매하며 젊음을 유지한다. 극한의 상태로 자신을 밀어 넣거나, 아니면 더 좋은 제품과 서비스를 구매하며, 선제적으로 노화에 대응한다. 그들이 생각하는 웰니스와 항노화는 무엇일까? 젊음을 유지하기 위해 그들이 마주하는 ‘고통과 돈의 이중주’를 추적해 보았다.





그림1 러닝과 근력, 전신운동을 섞은 실내 피트니스 운동 하이록스(하이록스코리아)

Part1

나를 죽이지 못하는 고통은 나를 더 강하게 만들 뿐이다.

■ 직장인 27세 이지은씨는 콜드 플런지 마니아다. 흔히들 얼음 목욕이랑 비슷하다. 차가운 냉탕에 물을 담고, 추위를 참는다. 그는 욕조에 가장 찬물을 받아놓고, 얼음을 추가한다. 직장인 축구 동호회에서 활동하는데, 경기가 끝나고 집에 오면 이렇게 자진하여 냉탕에 입수한다. 경기 후 피로 해소와 근육통이 풀리는 것 같다고 한다. 확실히 몸이 덜 빠르고, 부기도 덜하다고 덧붙인다. 고인 물이 살에 닿는 순간, 고통스럽지만 이 고통을 이겨내는 자신이 대단하다고 말한다.

■ 대학원생 김형준씨는 아침에 일어나자마자 냉수 샤워를 즐긴다. 처음에는 정말 죽을 것 같지만, 이게

익숙해지면 아침에 정신이 번쩍 난다고, 주변 사람들에게 적극적으로 권한다. 그는 밤에도 일부러 보일러를 끄고 잔다. 겨울에도 보일러를 끄고 버텼다. 전기 매트나 온수 매트도 절대 사용하지 않는다. 1월에도 그는 방 온도를 16도로 맞춰놓았다. 냉골에서는 그는 더욱 잠을 깊이 잘 수 있다고 믿는다. 그는 ‘노화의 종말’이라는 책에서 이러한 방법을 배웠는데, 실제로 해보니 좋은 것 같다고 설명한다. 그는 요즘 항노화 전문가들의 인스타그램, 유튜브 채널을 살펴보면서 정보 습득에 몰입한다.

■ 작은 카페를 운영하는 33세 김진희씨는 간헐적 단식을 좋아한다. 마지막 식사 후 최소 18시간을 굶는다. 예를 들어, 전날 저녁 식사를 7시에 마쳤으면, 아침은 건너뛰고, 오후 1시 정도에 첫 식사를 가볍게 한다. 그는 간헐적 단식이 낮은 에너지 상태를 유지하면서, 안티에이징에 좋다는 말을 접했다. 속이 가볍고, 좀

더 일에 집중할 수 없다는 장점도 있다. 단식하니 체중과 체지방도 빠졌다. 야식도 먹지 않게 되니 더욱 좋다. 일하다가 배고파서 쾅한 느낌과 다소 의욕이 떨어지지만, 거울 속에 비친 날씬한 모습에 자신감이 생겼다. 다소 어질어질하다 싶으면 냉수를 들이켜며 다시금 마음을 굳게 먹는다.

■ 금융회사에서 일하는 32세 직장인 이성욱씨는 하이록스를 좋아한다. 하이록스(HYLUX)는 최근 젊은 층에게 큰 인기를 얻고 있는 러닝과 근력, 전신운동을 섞은 실내 피트니스 운동이다. 퇴근 후, 그는 여의도 근처의 피트니스 센터에 가서 8km 러닝과 함께 전신, 근력운동을 함께 한다. 1km 뛰고 근력 운동하고, 다시 1km 뛰고 다른 근력운동을 한다. 몸의 상태가 좋으면 매일 빠뜨리지 않는다. 그와 같이 하이록스를 함께하는 운동 친구들도 생겨서 서로 경쟁하기도 한다. 여럿이 기록 경신에



그림2 콜드플런지(mersewellness.com)

집중하니 운동의 효과는 배가된다. 운동 후, 사우나도 잊지 않는다. 될 수 있는 대로 오래 앉아있으려고 한다. 땀과 함께 미세 플라스틱이 배출된다는 이야기를 들었다. 이 모든 과정이 힘들지만, 사우나를 마치고 밖에 나서는 순간, 세상을 다 얻은 것 같다. 커다란 성취를 경험하는 느낌이다.

그들이 경험하는 고통의 면면은 조금씩 다르지만, 궁극적인 목적은 같다. 바로 영원한 젊음(never young)이다. 고통을 경험하면서, 내 몸의 성능을 확인하고, 강화하는 과정이라고 말한다. 고통을 견디고, 내 몸이 변할 수 있다는 기쁨과 성취감을 경험한다. 일부는 고통을 참아내는 면면을 담아서 인스타그램 등에 올리기도 한다. 일종의 보여주는 고통(performative suffering)이다. 사람들에게 내가 얼마나 고통을 견딜 수 있는지 적극적으로 보여주려고 한다.

Part2

나의 통장 잔액이 나의 젊음을 지켜줄 것이다.

■ 회사원 31세 김지은씨는 피부 시술에 큰돈을 쓴다. 해마다 최소 1000만 원 정도 지출하는데, 점점 늘어나고 있다. 회사에서 보너스를 받거나 주식 시장에서 큰돈을 벌었다 싶으면, 피부과로 달려간다. 그녀는 먼저 탄력에 좋은 고주파 시술, 피부 속 상태를 좋게 만드는 각종 주사 등을 정기적으로 찾는다. 시술도 많이 경험하니 노하우가 생겨서, 나에게 꼭 맞는 시술을 찾는다. 나름 합리적으로 효과를 기대할 수 있는 시술을 골라서, 전략적으로 지출한다. 큰돈을 쓰지만, 그래도 거울을 보면, 결과물에 만족한다고 강조한다.

■ 광화문에서 일하는 27세 김서현씨는 웰니스 관련 소비재를 습관적으로 구매한다. 마침 회사 근처에서 ‘올리브 베러’라는 올리브 영의 웰니스 버전 매장이 생겼다. 그녀는 점심 시간이나 퇴근 후, 거의 매일 구경한다. 매번 구매하지는 않지만, 새로운 제품이 무엇이 나왔는지, 나에게 필요한 것은 무엇인지 고민한다. 그녀에 따르면, “견문을 넓히는 과정”이라고 했다. 정보와 경험이 중요하다고 했다. 예전에는 건강기능식품을 중심으로 구매했다면, 이제는 건강기능식품의 소비를 줄이고, 수면 관련 제품이나 몸 가꾸기에 더 집중한다. “막상 먹어보니 무엇이 좋은지 모르겠고, 오히려 수면이 훨씬 중요한 것 같아요.” 재정 상태가 좋아지면, 탄탄한 매트리스를 사고 싶다고 했다. 그렇게 오늘도 그녀는 매의 눈으로 나에게 필요한 웰니스 아이템을 선별한다.



그림3 올리브 영의 웰니스 버전 매장 올리브 베러 (© 올리브영 홈페이지)

■ 35세 회계사인 김정석씨는 건강한 식단에 관심이 많다. 그는 틈만 나면, 의사들이 소개하는 의학 관련 콘텐츠를 시청한다. 오래 앉아있는 직업이다 보니, 의식적으로 좋은 몸을 만들겠다고 노력하는 중이다. 자연스럽게 운동과 식단을 병행하면서, 좋은 단백질, 건강한 식단, 몸에 좋은 요리법에 관심이 많다. 패스트푸드는 끊었다. 밀가루나 탄수화물도 대개 피한다. 행여나 친구들과 짬뽕, 탕수육이라도 먹는 날이면, 온종일이 우울해진다고 했다. 대신 노르웨이산 연어, 비싼 올리브유, 견과류와 블루베리를 섭취한다. 처음 보는 사람과도 식단에 대해서 최소 한 시간은 이야기할 수 있다. 앞서 중국 음식 먹고 나면 찾아오는 스트레스 때문에, 그는 친구들과 금요일이나 주말에 만나지 않는다. 만나면 술을 마실 게 뻔한데, 알코올 섭취는 치명적이니 근처에도 가지 않는다. 혼자 있는 시간이 자연스럽게 늘어나고, 그 시간에 운동하거나, 건강한 식단에

관한 공부에 매진한다. “눈을 뜨면 새로 사야 할 것이 매일 쏟아져요.” 웰니스 제품을 판매하는 매장에서 만난 30대 여성이 말했다. 웰니스 제품과 서비스는 생활필수품은 아니다. 하지만 이미 생수와 같은 아이템이 되었다. 구매하지 않거나, 경험하지 않으면 시대에 뒤쳐진 사람이 될 것만 같다고 느낀다. 정리하면, 20~30대들은 노화에 대한 공포심을 느끼고 있으며, 이를 해결할 수 있는 과제나 숙제라고 여기며, 많은 시간과 돈을 소비한다. 특히 인터뷰를 통해서, 나와 비슷한 나이대인 사람보다 내가 얼마나 젊어 보이는지에 주목한다는 것을 알 수 있었다. 모든 사람에게 노화는 찾아오지만, 덜 늙는 것이 중요한 과제가 되었다.

이러한 과정에서, 아직 필요하지 않은 제품이나 서비스를 남용하는 것은 아닌지도 생각해 볼 일이다. 강남에서 피부과를 운영하는 A 전문의에 따르면, 요즘은 20대 초반에도 리프팅 시술을 시작한다고 한다. 노화에 관한 관심이 생기는 최초 시점이 점점 어려워지는 추세다. 그래서 웰니스 시장의 전망은 밝지만, 그 과정에서 필요하지 않은 서비스나 제품들의 사용을 부추기는 것은 아닌지 한번 점검할 시점이기도 하다.



필자 | 정연욱

연세대학교 신문방송학과를 졸업하고 동 대학원에서 경영학을 공부했다. 제일기획에서 스마트폰 광고 기획 및 전략을 담당했으며, 화장품 회사에서 신제품 기획 및 온라인 전략을 맡았다. 저서로는 <페르소나 인터뷰>(2025), <소비자와 기업의 행복한 연결, ESG 커뮤니케이션>(공저, 2023) <2030 인류학 보고서, 구독, 좋아요, 알림설정까지>(2021) 등이 있다.