



팀업뽕뽕

이수시스템 워크업 TF팀

이슈를 잡아라

이수그룹 그룹웨어 리뉴얼 프로젝트

이수 테이블

민어, 여름을 나는 명품 생선

이수튜브

요즘 인싸들 사이에서 난리 난 유튜브 쇼츠

스페셜 리포트

머니볼, 2조 시장 움직이는 아구의 경제학

ISU PLACE

이동기 작가 개인전

CONTENTS



04 Focus & News

10 이슈를 잡아라

이수그룹 그룹웨어 리뉴얼 프로젝트
최적화된 디지털 업무 환경을 실현하다!

14 커뮤니케이션 Talk

이수인들의 속 시원한 카운슬링

18 팀업뎀뎀

이수시스템 워크업 TF팀



24 이수 플레이리스트

내 고막을 책임져 줄 인생 음악 공유해줘!
배용준 차장(이수앤지스 경영지원팀)
최원규 대리(㈜이수 경영개선팀)
김광언 사원(이수화학 R&D3팀)

28 이수타그램

사진과 해시태그에 담긴 아름다운 추억들
박무진 사원(이수화학 기술1파트)
윤성준 대리(이수엑사캠 글로벌영업팀)

30 이수튜브

1분 안에 구독자들을 웃겨드립니다
요즘 인싸들 사이에서 난리 난 유튜브 쇼츠

36 이수 테이블

왕의 수라와 서민의 제사상
민어, 여름을 나는 명품 생선



40 스페셜 리포트

머니볼(MONEYBALL)
2조 시장 움직이는 야구의 경제학

46 ISU PLACE

대중의 이미지에서 찾아낸 사회적 기호와 맥락의 예술
이동기 작가

50 퀴즈 이벤트

이수그룹×SSG랜더스
VIP 관람시설 입장권 증정 이벤트

52 컬러링 테라피 및 엽서

COVER STORY

이동기 작가의 작품 <세 개의 눈>
한국 팝아트 1세대 대표 주자인 이동기 작가의 개인전
이 오는 8월부터 스페이스 이수에서 개최된다.



본지에 실린 글, 그림, 사진 등 모든 자료들은 어떤 경우
에도 이수그룹의 동의없이 사용할 수 없습니다. 본지에
게재된 내용은 해당 필자들의 견해이며, 이수그룹의 입
장과는 다를 수 있습니다.

이수그룹 계간 사보 2022년 여름호 통권 109호

발행일 2022년 7월 15일
발행인 김상범
발행처 ㈜이수
주 소 서울시 서초구 사평대로 84
총괄진행 안영준 02-590-6811
사보기자 이수화학(김찬희·신기연) 이수페타시스(이준
경·한수진) 이수건설(한수진) 이수시스템(김
용훈) 이수창업투자(김경문) 이수앤지스(양
예슬) 이수엑사캠(박준범) 이수AMC(이홍휘)
제작디자인 크리스마스 기획실장 우인재,
디자이너 김소현
인 쇄 캄프로세스

※이수그룹 사보는 친환경 FSC인증 필프로 만든 용지를 사
용해 제작합니다.

FSC인증은 국제산림관리협회가 만든 친환경 인증으
로 지속가능한 방식으로 생산된 종이와 상품에 부여됩
니다.

김상범 회장 현장 경영 이수페타시스 하이엔드 PCB 신공장 착공식 방문

지난 6월 17일 이수페타시스 제4공장 착공식이 이수그룹 김상범 회장 등 주요 관계자들이 모인 가운데 거행되었다. 서영준 대표이사는 “이수페타시스가 미래를 위하여 도약의 첫발을 내딛는 역사적 순간”이라 선포하며, “4공장 신규부지에 공정을 통합하고 물류 합리화 및 자동화에 기반한 CAPA 증설을 진행할 계획이며, 향후 3년 내 생산 매출 연간 6천억 원까지 확대할 것”이라는 포부를 밝혔다. 제4공장은 2024년 가동을 목표로 하고 있으며, 전 세계 데이터센터 시장 성장과 급증하는 5G 서비스 증가로 통신 및 네트워크 장비용 고부가 MLB 시장수요에 대응하기 위해 생산설비 증설과 신규고용을 계획하고 있다. 또한 기존 1~3공장 노후설비 교체 및 다관절로봇 신규 배치를 통한 자동화 공정 도입과 물류 이동의 합리화로 생산 효율을 높일 수 있을 것으로 기대된다.



이수그룹 김상범 회장(왼쪽에서 3번째)과 임직원들이 참여한 가운데 이수페타시스 제4공장 착공식이 개최됐다.



(왼쪽 4번째부터) 서영준 부사장, 김성민 부회장, 김상범 회장, 김학봉 부사장, 김세민 전무, 이오연 부사장



이수화학

美 솔리드파워와
황화리튬(Li2S)
MOU 체결



이수화학은 6월 미국 솔리드파워(Solid Power)와 고체전해질 원료인 황화리튬(Li2S) 공급을 위한 MOU(비구속적 업무협약)를 체결했다. 솔리드파워는 포드, BMW, SK이노베이션 등의 투자를 받은 미국 배터리 기술 개발 기업이다. 또한, 이수화학은 지난 4월 고체전해질 개발 업체인 에코프로비엠과 MOU를 체결한 바 있다. 황화리튬 데모 플랜트는 올해 말 완공될 예정으로, 수요처들과의 협업을 통한 신규 사업의 확장이 기대된다.

이수페타시스

대구시와 국내 4공장
건립 신증설
투자 협약 체결



이수페타시스는 지난 5월 25일 대구시청 별관에서 서영준 대표이사와 권영진 대구시장 이 참석한 가운데 통신장비용 고다층 인쇄회로기판을 생산하는 국내 4공장 건립의 신증설 투자협약을 체결했다. 이번 투자 협약은 전 세계적으로 급증하는 통신 및 네트워크 장비 비용 고부가 MLB 시장수요에 대응하기 위한 것으로, 오는 2024년까지 약 838억 원을 투자해 달성1차산업단지 내 부지 10,024㎡에 국내 4번째 제조공장을 건립하고, 글로벌 시장 공략을 본격화할 예정이다.

이수페타시스

제33주년
창립기념 행사 개최



이수페타시스는 지난 6월 14일 창립 33주년을 맞이하여 기념행사를 개최했다. 이수페타시스 대구 공장에서 진행된 이번 행사는 회사 발전을 위해 각자의 자리에서 최선을 다한 이수페타시스 임직원의 노고에 감사를 표하는 자리이기도 했다. 이수페타시스는 장기근속, 모범상, 우수기능상 등을 시상했으며 설계자동화 TF팀에게 특별상을 표창하였다. 이 자리에 참여한 서영준 대표이사는 임직원에게 "더 큰 성과를 창출할 수 있도록 끊임없이 노력하여 앞으로 이수페타시스가 지속 성장할 수 있도록 다 같이 노력하자"라는 당부를 전했다.

이수건설

서울 도봉동
가로주택정비사업 등
도시정비사업 2건 수주



이수건설은 지난 4월 8일 서울 도봉동 가로주택정비사업과 하월곡동 소규모재건축사업 등 2건의 도시정비사업을 수주했다. 도봉동 가로주택은 도봉구 도봉동 625-80번지 일대에 지하 2층~지상 15층 2개 동, 총 209가구와 근린생활시설을 짓는 사업이며, 하월곡동 동신아파트 소규모 재건축은 지하 2층~지상 20층 2개 동, 146가구와 부대복리시설을 건설하는 사업이다. 이수건설은 축적된 시공 노하우를 바탕으로 안전과 품질이 최우선 되도록 총력을 다 할 것이다.

이수시스템

스마트오피스
도입으로 협업 강화
및 공간 효율 증대



이수시스템은 지난 3월 말, 이수빌딩과 신규 임차한 덕명빌딩까지 스마트오피스 도입을 완료했다. 스마트오피스의 전면 도입으로 자율좌석제를 시행하면서 직급과 팀에 무관하게 협업이 필요한 곳으로 자율적으로 이동하여 근무할 수 있는 환경이 갖추어졌다. 이를 통해 유휴공간을 활용할 수 있게 되므로 더 많은 인원을 수용하고, 남은 공간은 회의실과 휴식 공간 등으로 활용한다. 이수시스템은 스마트오피스 도입을 통해 향후 보다 나은 사무 환경을 조성해 갈 계획이다.

이수창업투자

2022 여름
개봉작 소개



이수창업투자가 올여름 개봉을 앞두고 있는 영화 두 편을 소개한다. 역대 박스오피스 1위작 <명량>의 후속편 <한산: 용의 출현>은 해전 역사상 가장 위대한 승리인 '한산대첩'을 그린 전쟁 액션 대작으로, 김한민 감독이 연출하고 안성기, 박해일, 손현주 배우가 출연하는 기대작이다. 대한민국 대표 흥행 감독인 최동훈 감독의 6번째 장편영화 <외계인+인>도 대기 중이다. 400억 원의 제작비로 한 번에 1, 2편을 동시에 제작한 이 작품은 류준열, 김태리, 김우빈, 소지섭 등 역대급 캐스팅과 함께 국내에서는 흔치 않은 '외계인'을 소재로 한 SF 판타지 장르이다.

이수앱지스

알츠하이머 신약
'ISU203' 국제 특허
출원 완료



이수앱지스는 혁신 신약(First in Class)으로 개발 중인 알츠하이머 신약 'ISU203'의 국제 특허 출원을 완료했다. 'ISU203'은 알츠하이머병 환자의 혈액에 과활성화돼 있는 염증 유발 물질인 ASM(Acid Sphingomyelinase)을 저해하는 항체 치료제다. 'ISU203'의 해외 특허 등록을 위한 발 빠른 행보는 비임상 단계에서의 조기 사업화 추진 목표와 맞닿아 있다. 기술 수출(L/O) 진행에 앞서, 특허를 통해 진입장벽을 구축함으로써 'ISU203'의 가치를 확고히 하기 위한 포석인 셈이다.

이수엑사켄

금호석유화학과
라텍스 생산
유화제(ADPOS)
공급 MOU 체결



이수엑사켄은 금호석유화학과의 라텍스 생산시 유화제로 사용되는 ADPOS (Alkyl-diphenyloxide Disulfonate, 알킬디페닐로사이드 디설포네이트) 공급 MOU를 체결했다. ADPOS는 의료용 고무장갑, 라텍스 폼 등의 원료인 NB Latex, SB Latex의 중합 반응 시 계면 활성 촉진을 위해 사용되는 음이온성 유화제이다. ADPOS는 2023년부터 연간 4,500톤 규모로 국내 최초 JMC에서 생산 예정이다. 수입산에 의존하던 국내 업체들 역시 이번 협약을 통해 공급 안정성을 확보할 수 있게 되었다.

이수그룹 그룹웨어 리뉴얼 프로젝트 통합 그룹웨어 구축으로 최적화된 디지털 업무 환경 실현

이수그룹이 기존 그룹웨어의 부족한 점을 보완하고 MS365와 통합하기 위한 그룹웨어 리뉴얼 작업을 완료했다. 이번 리뉴얼 작업으로 그룹웨어의 불편사항은 대부분 해소될 예정이며, 이를 통해 이수그룹 임직원들은 PC와 모바일 등 다양한 환경에서 최적화된 디지털 업무가 가능하게 되었다.



문제점 보완하여 사용자 불편사항 해소에 중점

이수그룹이 기존 그룹웨어의 부족한 점을 보완하고 잔여 문제점을 해소하며 나아가 MS365와 통합하기 위한 그룹웨어 리뉴얼 및 고도화 작업을 완료했다. 이수그룹 및 전 계열사가 사용중인 그룹웨어는 그간 지적된 문제점 외에 지난해 MS365 도입으로 인해 추가적으로 여러 가지 문제점이 노출되면서 보완이 필요하다는 의견이 대두되었던 터라 이번 리뉴얼 작업을 통해 이수그룹 임직원들의 불편사항은 대부분 해소될 것으로 보인다.

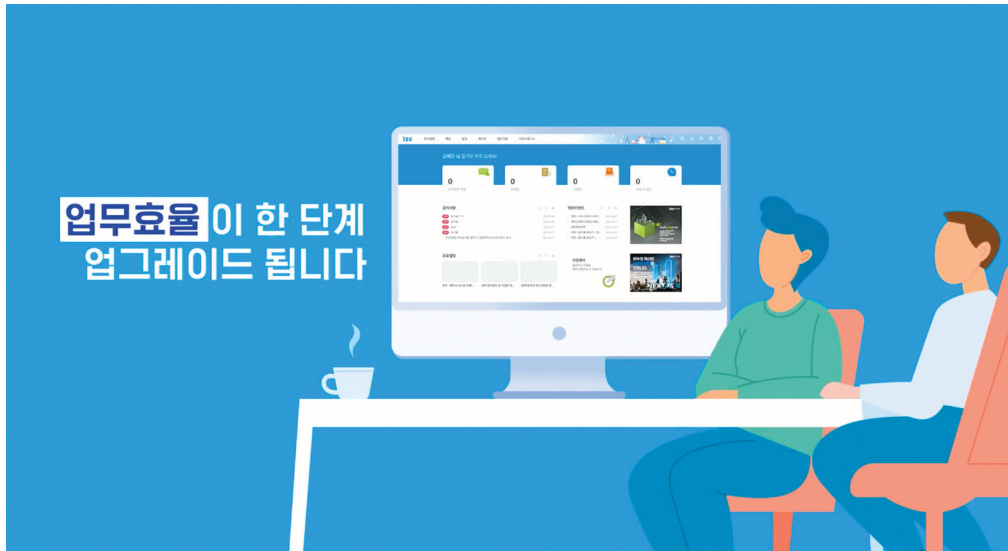
이수그룹 전 계열사에서 사용 중이던 그룹웨어는 데이터 공유가 어려워 업무효율이 저하되었으며, 프로그램이 각각 기능별로 분리되어 있어 사용자가 여러 개의 프로그램을 사용하면서 초래되었던 불편, MS365를 사용할 수 없는 환경에 있는 파견 직원과의 소통 부재, 그리고 전자결재가 어려웠던 점 등 기능의 한계가 지적되어왔다.

웹 브라우저인 '인터넷 익스플로러'의 서비스 종료에 따른 적절한 대응이 필요하다는 의견도 제기

되었다. 기존 그룹웨어가 인터넷 익스플로러에 최적화되어 있어 마이크로소프트 엣지(Edge), 구글 크롬(Chrome) 등 다른 웹 브라우저에서는 화면 오류가 발생했기 때문이다. 그룹웨어 고도화 작업의 일환으로 시스템 업그레이드를 병행해 다양한 웹 브라우저 환경에서 그룹웨어를 문제없이 사용할 수 있도록 개선했다.

편리한 업무 처리 위한 통합환경 구축

그룹웨어 리뉴얼 프로젝트는 궁극적으로 모든 직원이 편리하게 업무를 처리할 수 있는 통합환경을 구축하는 데 목적을 두고 있다. 이는 그룹 포털, 계정 관리, 전자결재, 웹메일, 게시판, 일정 관리, 자원 관리 등 전체 그룹웨어의 고도화를 이루기 위한 방안이다. 이를 위해 우선 새로 구축된 서비스를 포함한 그룹의 모든 서비스를 통합하는 그룹 포털을 구성했으며, MS365 업무환경과 호환이 가능한 업무 단위 서비스 구축과 MS Teams의 기능 연동을 통해 편리한 업무 환경을 제공하여 협업의 효율을 극대화하는 일에 중점을 두었다. 이



리뉴얼 프로젝트를 거친 그룹웨어는 협업의 효율이 극대화되었다



그룹웨어 리뉴얼 홍보 포스터

로써 업무 환경에 따른 제약을 최소화하고 업무 관계자들이 모두 동일한 콘텐츠를 공유하고 협력할 수 있는 업무용 통합 인프라를 제공할 수 있게 되었다.

세부적으로는 그룹웨어 포털의 계열사 별 디자인 구성, 전자결재의 다양한 결재 유형 지원 그리고 게시판에 웹 에디터가 적용된다. 일정·설문·자원관리 분야에서는 설문 생성 및 통계, 자원 예약 및 현황 조회 등이 추가되며 모바일 그룹웨어의 경우 안드로이드와 iOS에 모두 대응할 뿐만 아니라 첨부파일에 대한 문서 뷰어 솔루션이 도입되어 과거에 비해 원활한 업무 수행이 가능해졌다. 또한 기간제 시스템 연동(HR, ERP 등), ADFS(Active Directory Federation Service) 기반 통합인증 등이 적용되었다.



그룹웨어는 팀즈, 웹 브라우저, 모바일 등 다양한 클라이언트를 지원하는 유연함이 돋보인다

클라우드 기반의 최적화된 디지털 업무 환경을 실현하다

무엇보다 MS365 클라우드 서비스와 연계하여 최적화된 디지털 업무 환경을 제공한다는 점이 눈에 띈다. 이수그룹 본사를 비롯해 계열사, 관계사, 협력사가 모두 MS365 클라우드 기반의 통합된 솔루션을 통해 PC, 웹 브라우저, 아웃룩, 팀즈, 모바일 등을 유기적으로 연결, MS365 팀즈 애플리케이션에 통합하여 제공하게 된다.

사용자가 원하는 환경을 제공하고 다양한 플랫폼에 유연하게 대응한 점도 돋보인다. 계열사별 메인 화면과 테마를 아이덴티티에 맞게 적용하여 멀티 컴퍼니와 다중 접속을 지원하는 점 역시 사용자들에게 환영받을 만한 부분이다. 이는 계열사별 메인 포털과 관리자 설정을 통한 테마 변경, 웹파

트 구성을 통한 사용자별 홈 화면 구성 등의 기능을 제공하며, 팀즈, 웹 브라우저, 모바일 등 다양한 클라이언트를 지원해 각 그룹사별로 차별화된 업무 시나리오 제공이 가능해진다. 크롬, 엣지 등 멀티 브라우저 지원도 신규 그룹웨어의 대표적인 특징으로 볼 수 있다.

이러한 대대적인 리뉴얼 작업에는 데이터의 보존과 이슈 해결이 관건이다. 이를 위해 게시판과 전자결재 데이터 모두 순차적으로 이관 작업을 진행해 불편을 최소화했다. 또한 리뉴얼된 그룹웨어의 안정화를 위해 지속적인 기능 및 성능 이슈 해결도 수반될 예정이다. 상반기에 진행된 그룹웨어 리뉴얼 및 고도화 작업은 이수그룹 및 계열사 전체가 보다 진보되고 완전한 디지털 업무 환경을 갖추기 위한 초석이 될 것으로 기대하고 있다.



톡·톡·톡
사이다
상담소

이수인들의 속 시원한 카운슬링

에메랄드빛 바다, 싱그러움 여름 향기로 가득한 시즌이 시작됐습니다.
직장 혹은 사회나 가정에서 어렵게 느껴졌던 문제들을 명쾌하게 풀어 드립니다.
때로는 선배가, 때로는 동료와 후배가 해결해주는 알쏭달쏭한 고민들.
그들이 사이다 상담소를 찾는 사연은 무엇인지, 카운슬링 토크에 귀기울여 볼까요?

Q

요즘 아이를 키우는 맞벌이 부부가 부쩍 많아진 느낌이예요. 집안일과 육아, 직장 생활을 병행하는 노하우가 있다면 알려주세요.

이홍휘 사원
(이수AMC 관리팀)



이홍휘 사원

안녕하세요 대리님. 아이를 키우며 직장을 다니는 게 쉽지 않다는 사실을 절감하는 요즘입니다. 직장 업무와 육아, 가사를 병행해 보셨던 선배님으로서 경험담이나 팁을 전해드릴 수 있으실까요?

한수진 대리



네 반가워요 맞벌이 10년 차이며 한 아이를 돌보는 엄마의 입장에서 공감해 보았어요. 제 생각에 가장 이상적인 맞벌이 부부란 완벽한 호흡의 선수들로 구성된 하나의 팀처럼 움직여야 한다고 생각합니다. 거기다 일일이 얘기하지 않아도 다음 스텝을 미리 준비하는 센스까지 갖췄다면 아마 번아웃으로 연결될 수도 있는 육아와 집안일 스트레스가 조금은 덜하지 않을까 합니다.



이홍휘 사원

'완벽한 호흡의 팀'이라는 표현이 정말 와닿는 것 같습니다.

한수진 대리



아마 많은 맞벌이 부부가 이러한 표현에 공감하실 거예요. 부부 중 한 사람이 아무리 뛰어난 멀티플레이어라도 혼자 이 모든 것을 소화하기에는 무리가 따르기 때문이죠. '팀워크'라는 요소는 스포츠 경기뿐만 아니라 우리 일상에서도 아주 중요한 부분이거든요.



이홍휘 사원

네 맞아요. 맞벌이 부부라면 모두 비슷한 심정이 아닐까 싶습니다. 무엇이든 한 사람에게 일이 몰리면 과부하가 걸리기 마련이니까요.

한수진 대리



팀이 승리를 하기 위해서는 모든 선수가 각자의 자리에서 최선을 다해야 하는 것처럼 매일 반복되는 집안일과 육아일지라도 각자의 위치에서 내가 더 잘하는 일 더 잘할 수 있는 일을 하고 서로 배려해 주어야 해요.



이홍휘 사원

직장생활과 마찬가지로 역시 부부 간에도 배려가 가장 중요한 키워드네요.

한수진 대리



그렇죠. 부부가 환상의 팀워크를 가지고 움직인다면 서로가 할 수 있는 휴식시간을 단 10분이라도 더 확보할 수 있다는 점도 꿀팁으로 알려 드리고 싶습니다.

A

한수진 대리
(이수건설 플랜트영입팀)

Q

해가 갈수록 여름이 더욱 뜨거워지고 있는 것 같아요. 더위를 이길 수 있는 나만의 방법이 있으시다면 알고 싶습니다.

정수진 대리
(이수페타시스 기획팀)



정수진 대리

불볕더위가 시작되는 여름이 오고 말았어요. 해마다 더위가 점점 심해지는 것 같은데 대리님께서 혹시 나만 알고 있는 여름 나기 방법이 있으실까요?

김진우 대리



일단 저는 덥다고 해서 에어컨 바람 쐬며 집에만 있자는 주의는 아닙니다. 하하 열기에 지치는 이 계절의 피서법으로는 역시 물놀이 만한 게 없죠.



정수진 대리

와우 여름을 피하기보다 적극적으로 즐기시는 타입이시네요! 물놀이라면 수영장이나 바다로 가시는 건가요?

김진우 대리



저는 수많은 물놀이 방법 중에 수상레저 놀이기구를 선호합니다. 서핑이나 웨이크보드 등의 수상 스포츠에 비해 따로 배울 필요가 없어 누구나 쉽고 즐겁게 물놀이를 즐길 수 있다는 게 가장 큰 장점이거든요.



정수진 대리

앗 저도 유튜브를 통해 보았던 기억이 나요. 강물 위에 바지(barge)를 설치하고 미끄럼틀을 타거나 물속으로 다이빙하는 장면들이 정말 재밌어 보이더라고요.

김진우 대리



맞아요. 사실 바다나 계곡에 놀러 가서 물놀이를 하며 시원하게 노는 것도 재밌지만 그보다 조금 더 스릴과 액티브하게 즐길 수 있어서 더 좋아하는답니다. 가능하면 매년 여름마다 수상레저를 즐기려 하는 것이 저의 시즌 목표이고 더위를 이겨내는 노하우입니다.



정수진 대리

저도 이번 여름에는 수상레저 놀이기구로 삼복더위를 물리쳐 봐야겠네요.

김진우 대리



강력 추천합니다. 코로나19로 인해서 지쳤던 지난날들은 수상레저도 즐기고 끝난 뒤 시원한 맥주 한 잔으로 더위를 날려 버리세요! 다만 물놀이할 때는 항상 안전수칙을 지키시고 선크림은 듬뿍 바르셔야 합니다! 시원한 여름 나세요!

A

김진우 대리
(이수시스템 ERP사업팀)

Q

인생 선배로서 그리고 상사 입장에서 생각하셨을 때, 팀의 막내가 직장 내에서 사랑받기 위해 실천해야 할 덕목이 있다면 어떤 것이 있을까요?

조수빈 사원
(이수페타시스 품질보증팀)



조수빈 사원

안녕하세요. 과장님. 인생 첫 사회생활이다보니 직장 관련 여러 가지 궁금증이 많이 생기는 요즘입니다. 이제 입사한 지 2개월 차 팀의 막내인 제가 사랑받기 위해 실천해야 할 것으로는 무엇이 있을까요?

유연재 과장



안녕하세요. 유연재 과장입니다. 신입사원 입문과정을 진행하면서 많이 받는 질문이기도 한데요. 입사한 지 겨우 2개월이신데 이런 질문을 했다는 것만으로도 이미 사랑받을 자격을 갖춘 분이라는 느낌이 드네요.



조수빈 사원

앗 칭찬 감사드려요. 이래저래 배워야 할 것들이 많다보니 점점 더 궁금한 사항들이 많이 생기더라고요.

유연재 과장



그렇죠. 한창 궁금한 게 많을 때 일거예요. 가장 유념해야 할 점 한 가지 이야기해 볼게요. 요즘 유행하는 '알잘딱깔센'이라는 말 아시죠? '알아서 잘 딱 깔끔하고 센스 있게'의 줄임말인데요. 직장에서 이 말이 부족하지도 않고 과하지도 않아서 딱 적당한 일처리를 뜻하지 않나 싶어요.



조수빈 사원

신입사원에게는 가장 어려운 부분이 바로 알잘딱깔센이 아닐까 싶습니다. 그런데 조금 더 구체적으로 '알잘딱깔센'은 어떤 부류의 사람일까요?

유연재 과장



보통 사회 초년생들의 경우 의욕이 앞서 실천한 행동이 난감한 결과를 낳는 경우를 종종 보고는 한답니다. '사바사', '팀바팀'이라는 말처럼, 각 계열사나 팀마다 고유하게 지켜지는 룰이나, 암묵적인 약속들이 있게 마련인데요. 우선은 선배들의 행동과 말을 관찰하고 따라하려고 노력하되, 잘 모르겠다 싶을 때는 몇 번이고 질문하는 것이 사랑받을 수 있는 덕목이라고 생각합니다. 질문하지 않는 게 부끄럽지, 모르는 건 부끄러운 게 아니거든요.

사실 누구에게나 처음은 있는 것이고, 신입이 질문하는 걸 귀찮아 할 선배는 없다고 생각하시면 돼요. 선배가 알려준 것은 메모해서 잘 보이는 곳에 붙여놓거나, 스마트폰에 입력해서 꺼먹지 않고 숙지하려고 하는 노력까지 보여준다면 금상첨화겠죠? 화이팅입니다!



조수빈 사원

좋은 말씀 정말 감사합니다. 선배님!!

A

유연재 과장
(㈜이수 HR팀)

이수시스템 워크업 TF팀 인사시스템 솔루션 시장의 뉴 블러드

이수시스템 워크업 TF팀은 '원하는 모든 것을 다 해보자'를 모토로 삼고 있다. 워크업 솔루션을 제대로 기획하고 설계해 만들어보자는 일념 하에 구성된 TF팀은 그간 시도하지 않았던 마케팅 기법을 전개할 계획이며, 다양한 프로세스 또한 정립해 나가고 있다. 새로운 환경과 기회라는 주춧돌 위에 팀원 각자의 젊은 에너지와 긍정적인 마인드를 더한다면 인사업무 솔루션 시장에 새로운 바람을 불러일으키게 될 것이다.



비용 부담을 줄인 차세대 인사시스템 솔루션

이수시스템 워크업(WORKUP) TF팀은 지난 6월 신규 편성된 워크업 TF팀이다. TF팀장 김명준 과장은 전반적인 솔루션과 대내외 업무들을 관리하고, 최지영 대리는 마케팅, 김진석 대리는 SM 및 개발업무를 담당하고 있다. 현재는 인원이 다소 부족한 상태지만 영업과 사업기획 분야에서 각각 1명씩 신규 채용을 진행중이며 총원이 완료되면 총 5명의 팀원으로 TF팀이 구성될 예정이다. 이수시스템 워크업 TF팀이 지난해 말 론칭한 '워크업'은 클라우드 기반의 인사시스템 솔루션으로 구축형 인사시스템과는 다방면에서 차이를 보인다. 기존에 사업을 진행해왔던 구축형 인사시스템은 비교적 넉넉한 비용으로 고객사별 기준에 맞춰

커스터마이징 및 신규 개발 등에 중점을 두었던 반면, 워크업은 클라우드 기반 솔루션이기 때문에 비용 부담을 줄인 점이 가장 큰 특징이다. 회사별 커스터마이징 없이 범용적인 기능들을 바로 사용하여 인사업무 전반을 관리할 수 있는 솔루션으로 완성한 것이다. 거기서 그치지 않고 다양한 마케팅을 통한 솔루션 홍보와 도입 문의 그리고 자동 결제까지, 업무 프로세스를 자동화할 수 있는 인프라 구축을 중심에 두고 업무를 진행하고 있다.

인사업무에 대한 폭넓은 이해와 지식이 낳은 긍정적 결과물

인사시스템 솔루션 개발은 그 특성상 인사, 조직, 급여, 근태 등 인사업무에 대한 이해가 기본이 되



“ 빠른 시일 내에 영업과 기획 업무 책임자가 나타나 TF팀에 새로운 활기를 불어넣어 주길 기대하고 있습니다. ”



김명준 과장

어야 한다. 지식이 특정 부분에 국한되지 않으며 전반적으로 모두 파악하고 있어야 채용부터 퇴직, 근태 및 근무를 연계한 자동 급여 계산까지 인사 업무가 어떠한 프로세스로 연계가 되는지 구상하고 설계할 수 있기 때문이다. 또한 이러한 이해를 바탕으로 어떻게 하면 인사 담당자들이 더 이해하기 쉽고 사용하기 편한 시스템으로 만들 수 있을지 끊임없이 고민하고 시도하는 적극적인 자세 또한 중요한 덕목이라고 볼 수 있다. 업무에 대한 이러한 자질과 능력이 결과에 긍정적 영향을 끼친 사례는 김명준 팀장이 참여한 프로젝트에서 찾아볼 수 있다. 김명준 팀장은 지난해 워크업 구축 프로젝트에서 급여모듈 PL(Project Leader)로 참여, 전체적인 화면 구성 방식과 데이

터 연계, 계산 로직을 설계 및 작업했다. 다년간의 프로젝트 진행 및 유지보수 경험을 토대로 해서 직관적으로 급여 계산식을 구성할 수 있도록 하는 것은 물론 원하는 대상자의 기준을 직접 등록할 수 있게 했으며, 한 화면에서 급여의 모든 절차를 순차적으로 진행할 수 있도록 개선하는 등 다양한 측면에서 사용 편의성을 고려하여 진행했다. 이처럼 효율적인 설계와 작업 진행으로 인해 고객들의 만족도를 눈에 띄게 끌어올리는 결과를 볼 수 있었다. “최종 결과물이 나온 뒤 기존 고객을 비롯해 신규 고객사들과 협력업체 관계자를 통해 긍정적인 피드백을 받아보니 노력하고 고민한 것에 대해 어느 정도 보상을 받은 것 같아 보람을 느꼈습니다.”

“ 이제 막 태어난 팀이기에 가시적인 성과를 보여줄 단계는 아니지만 다양한 마케팅과 프로세스를 통해 새로운 솔루션을 선보이겠습니다. ”



최지영 대리

**SNS·동영상 활용한
새로운 마케팅 기법에 도전하다**

워크업 TF팀이 사내 다른 팀들에 비해 상대적으로 연령층이 낮다는 것도 강점으로 작용한다. 젊은 팀의 특성상 회의나 업무를 진행할 때 자유로운 분위기에서 각자의 의견을 적극적으로 개진하고, 수동적인 자세에서 탈피해 오픈 마인드를 갖겠다는 점 역시 가장 두드러지는 특징이다. 기존 프로세스를 고수하려 하지 않고, 필요하다면 모든 분야에서 과감히 변화를 추구하며, 팀원들 각자 본인이 가장 합리적인 방향이라 생각하는 의견을 제시하고 진행하는 분위기가 워크업 TF팀의 최대 강점으로 작용하고 있는 것이다.



김명준 과장을 포함한 팀원들 모두 올해 어떤 목표에 집중해야 할지 고민하는 것은 물론 그 목표를 달성하기 위한 방법과 전략도 기획하고 있다. 따라서 지금 팀에서 진행하고 있는 모든 것들이 사실상 주요한 이슈이며 도전이다. 일례로 이수그룹 내 최연소 TF팀장 발령을 비롯해 SNS와 동영상 등을 매개로 시도해보지 않은 분야에서 마케팅과 프로모션을 적용한 솔루션을 판매한다는 점 그리고 타 팀과의 협업으로 그룹사 최초 구독형 자동 결제 시스템을 적용하는 등 현재 진행되는 업무들이 모두 중요한 프로젝트라고 보아야 한다. 물론 신생 팀들이 겪는 어려움이 없는 것은 아니다. 현재 가장 시급한 과제는 각 분야 전문가를 총원하는 일. 영업과 사업기획 담당자가 없기 때문에 내부적으로 계획한 일부 업무들의 진행속도가 더딘 점이 지금으로서는 가장 큰 어려움으로 다가온다. 팀원들이 기존 업무와 병행하며 이러한 공백을 최소화 하고 있지만 하루빨리 좋은 인재를 영입해 부족한 부분을 채워주기를 기대하고 있다.

새로운 인사시스템 솔루션으로 각인시키다

향후 홈페이지, 블로그, SNS, 동영상, 네이버 키워드 광고 등 다양한 루트의 온라인 마케팅을 전개해 나갈 예정이며, 기존 고객사와 더불어 워크업 솔루션에 관심 있는 업계 관계자들을 위한 오프라인 론칭 행사도 준비하고 있다. 영업적인 측면에서는 인원, 사용 모듈과 기간 등을 고려해 무료 프로모션 등을 검토하고 있으며, 개발 쪽에서는 모바일, 채용 모듈 등을 9~10월경 오픈하는 등 서비스 범위도 점차 확대해 나갈 예

정이다. 그밖에 전자계약서, 복리후생 등 지속적으로 신규 기능을 도입하여 버전 업그레이드를 마친다면 인사시스템 경쟁사들 사이에서도 크게 화제가 될 만한 솔루션으로 각인시킬 수 있을 것이다. 태어난 지 이제 막 한 달여가 지난 워크업 TF팀은 현재 계획 중인 여러 마케팅 전략들의 경우 디테일한 업무 협의와 제작 기간 등을 고려했을 때 6주~8주 정도 지나야 결과물이 나오기 시작한다. 때문에 정량적인 측면에서 목표를 세우는 것도 중요하지만 하반기 남은 기간의 사업 방향은 물론 전략적 측면에서 어떠한 준비와 프로세스 정립이 필요할 지가 더욱 중요할 것으로 내다보고 있다.

김진석 대리



“ 매사에 주인의식을 가지고 적극적인 자세로 모든 업무에 임한다면 우리 팀의 지속적인 성장에 큰 도움이 될 것이라 생각합니다. ”

Leader's Message

김명준 팀장 | 이수시스템 워크업 TF팀



제가 팀장이라는 직함은 달고 있지만 우리 팀원들 개개인이 팀의 대표 선수라는 마인드로 업무에 임한다면 좋겠습니다. TF팀이라는 조직은 특정 업무에 집중하려고 만들어진 것일 뿐만 아니라 배정된 인원들 모두 상대적으로 젊은 층을 중심으로 구성되었기 때문에 위촉되지 말고 우리가 하고 싶었던 모든 일들을 자신 있게 추진해 나가야 합니다. 저 스스로도 그동안 알게 모르게 정체되어 있을지도 모를 부정적인 요소들은 가능한 버리려 하고 있는데요. 여러 가지 부침으로 인해 시도하지 못했던 기능이나 계획들을 자유롭게 펼치고 싶다는 생각을 되뇌이고 있습니다. 팀원들 역시 모두 한마음으로 달려 나갔으면 합니다. 그러기 위해서는 팀원들 각자 서로의 부족한 부분들은 채워주며 원하는 방향으로 전진할 수 있도록 도와주는 좋은 파트너십이 형성되어야 하겠죠. 저 또한 부단히 노력하고 있으니 서로 믿고 의지하며 앞으로 나아갑시다. 앞으로도 잘 부탁드립니다.



내 고막을 책임져 줄 인생음악 공유해줘!

누구나 한 곡 정도는 인생 명곡이 있게 마련이다. 기분 좋은 순간 기쁨을 배가시켜 주는 노래, 운치 있게 눈 내리는 날 감성을 한껏 자극하는 노래 그리고 행복했던 추억을 생생하게 되살려주는 노래까지. 우리의 고막을 책임져 줄 이수 가족들의 인생 음악을 들어볼까?



따뜻한 바이닐 감성에 젖고 싶다면 들려주고픈 노래

배용준 차장 | 이수앱지스 경영지원팀

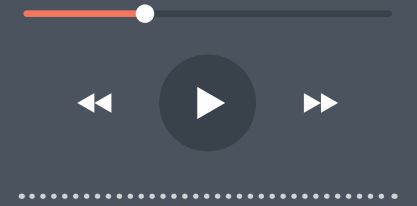
최근 턴테이블을 장만하여 열심히 LP(레코드판)를 모으고 있습니다. 초등학교 때 집에 있던 낡은 전축이 폐기된 후로는 그 감성을 잊고 살았는데 최근 레트로 열풍이 일면서 다시 턴테이블과 바이닐(Vinyl)에 관심을 갖게 되었고, 덕분에 구하기 힘든 Michael Jackson, Stevie Wonder 등의 레어 LP들도 여럿 소장하게 되었습니다. 제가 추천하고 싶은 노래는 LP처럼 시간이 지날수록 더욱 가치가 높아질 것 같은 곡인데요. 한국에서 소울의 본고장인 미국의 모타운(MOTOWN) 사운드를 제대로 구현할 수 있는 팀은 브라운아이드소울이 유일하고 독보적이라 생각하기에 더더욱 관심을 갖고 좋아하게 된 것 같아요. 특히, 연필 자켓으로 유명한 3집 앨범은 제가 사회 초년생이었던 2010년 발매되었는데, 수록곡인 'Blowin' My Mind'는 저의 출퇴근길을 책임지던 힐링 송이었습니다. 그 중에서도 하모니로 속삭이는 "You Blowin' My Mind~"라는 후렴구가 이 곡의 킬링 포인트가 아닐까 생각합니다.

comment

브라운아이드소울의 다섯 개 정규 앨범에서 각각 한 곡씩 골라 추천합니다. 브라운아이드소울 공연의 시그니처가 된 연세대학교 노천극장 공연을 볼 수 있는 날이 다시 오길 기대해 봅니다.

Blowin' My Mind

브라운아이드소울

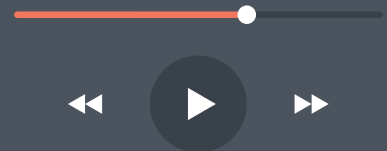


나만의 추천 명곡 리스트

- My Everything**
브라운아이드소울
- 바람인가요**
브라운아이드소울
- Love Ballad**
브라운아이드소울
- HOME**
브라운아이드소울
- Sing Your Song**
브라운아이드소울

일종의 고백<나의 해방일지> OST

곽진언



나만의 추천 평곡 리스트

사랑하기 때문에
유재하

영원히
성시경

사랑이 아니라 말하지 말아요
(원곡 이소라) 미노이

바라봐줘요
조지

fearless
르세라핌

나를 해방시키는 감미로운 멜로디에 푹 빠져 보실래요?

최원규 대리 | ㈜이수 경영개선팀

요즘 화제가 되고 있는 드라마 <나의 해방일지>에 나왔던 노래인 '일종의 고백'을 추천하고 싶습니다. 사실 저희 팀장님의 추천으로 이 드라마를 알게 되었는데, OST 멜로디가 잔잔하니 마음에 들었는데, 이참에 피아노 레슨 과제로 해보아겠다는 생각에 자주 듣게 되었습니다. 원곡자는 인디 뮤지션 이영훈이라는 분인데, 국민 여성 포크 듀오 옥상달빛의 김윤주라는 가수가 <스웨덴 세탁소>라는 드라마 주제곡으로 불러서 주변에 알려진 노래라고 해요. <나의 해방일지>에서는 '헨'이라는 여성가수와 '곽진언'이라는 남성 가수가 부른 두 가지 버전이 있습니다. 이 노래가 요즘 유행하는 이유는 아마 모든 게 늘 마음대로 되지 않는 시절에 누군가 나를 위로해줬으면 하고 바라는 마음을 담담하게 녹여내어 따뜻한 선율로 전달했기에 많은 사람들이 공감하는 것 같습니다. 드라마 속 인물을 연기한 손석구와 김지원에 몰입하신 분들은 아마 공감하실 수 있을 거 같네요.

comment

요즘 감성이 메말랐는지 이전에는 잘 와닿지 않았던 감성적인 노래를 즐겨 듣는 편입니다. 가사보다 멜로디를 중점적으로 듣는데 멜로디가 좋은 곡들 추천해 봅니다.

꿈을 이루기 위해

김광언 사원 | 이수화학 R&D3팀

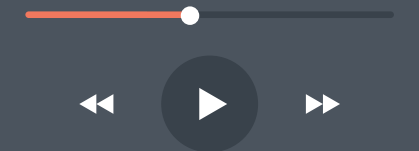
얼마 전 대학원을 같이 다닌 동기가 학교 선배들과 함께 스타트업을 시작했다는 소식을 듣게 되었습니다. 대학원에서 하던 연구를 바탕으로 하는 기술 창업인데요. 회사에 입사해서 전공과 다른 업무를 하는 저와 다르게 본인의 전공을 살려 도전하고 있다는 생각이 들었습니다. 그러던 중 우연히 유튜브를 통해 <비긴 어게인 코리아>라는 프로그램에서 god의 '길'을 리메이크하여 부르는 영상을 보게 되었습니다. 어떤 길이 맞는지, 꿈은 무엇인지 등 현재 저의 상황에 맞는 노래라 많은 생각을 했던 것 같습니다. 노래 가사 중 "사람들은 길이 다 정해져 있는지 아니면 자기가 자신의 길을 만들어 가는지"라는 가사가 가장 크게 다가왔습니다. 미래는 알 수 없기 때문에 조금 더 지켜봐야겠지만 훗날 저와 친구 모두 옳은 길을 선택했다는 생각을 할 수 있다면 좋겠습니다.

comment

사실 저는 특별히 좋아하는 노래의 장르가 없어 들어보고 마음에 들면 담아두고 계속 듣는 편인데요. 사회 초년생 분들이라면 공감할 수 있는 노래일 것 같아 추천드립니다.

길 (Song by 아이유, 헨리, 조현아, 양다일)

god



나만의 추천 평곡 리스트

리무진
BE`O(비오)

신호등
이무진

형
노라조



박무진 사원(이수화학 기술1파트)



이수가 선사한 '되돌아봄'의 여유

윗지방에서 나고 자라, 대학과 군생활까지 윗지방에서 마친 저는, 입사 전 까지 고속열차를 타 볼 기회가 거의 없었습니다. 무엇이 그리 급했는지 휴 학도 해보지 않았어요. 남들은 대부분 2학년 마치고 가는 군대도 저는 1학 년 학기 끝나고 바로 입대했습니다. 취업 준비에 급급한 나머지 젊은이들 이 많이들 간다는 '내일로' 열차 여행도 생각해보지 못했어요. 하지만 이수 그룹의 일원이 된 후, 본가와 회사를 오고 간다는 명분으로 요즘은 고속열 차를 즐겨 타고 있습니다. 비행기, 버스, 자동차 등 그 어떤 이동수단도 제공 하지 않는 '역방향' 이동 서비스를 만끽하고 있지요 ^^ 역방향 좌석에 앉아 창밖으로 보이는 자연 풍경, 지역, 시간의 변화들을 감상하며, 짧다면 짧고 길다면 길 수 있는 저의 27년 인생을 되돌아보게 됩니다. 또한 앞으로 제게 펼쳐질 미래의 행복도 작게나마 꿈꾸어 봅니다. 열차 여행이 주는 소소한 행복은 바로 '이수화학'이 제게 선사한 '선물'이라고 여기며, 오늘 하루도 감 사히 마무리해 봅니다. 😊

#타보세요 #역방향 #캠성캠캠 #이수그룹 #감사합니다 #사랑합니다



윤성준 대리(이수엑사켄 글로벌영업팀)



걷기는 스트레스 해소의 특효약이라는 사실 아세요?

재충전을 위해 무엇을 하시나요? 저는 주로 퇴근하고 아심한 저녁이나, 주 말 낮에 걸으면서 재충전의 시간을 갖습니다. 코스는 따로 정해져 있지 않 고 그날, 그날 기분 따라 목적지를 바꿔가며 한 시간, 두 시간 걷습니다. 정처 없이 걸으면서 최근에 있었던 고민이나, 저질렀던 실수를 머리 속으 로 생각하며 저만의 시간을 갖는데요. 제 자신과 대화하며 걷다 보면 어느 새 고민을 해결할 실마리를 찾게 되고, 실수에 대한 반성도 하게 됩니다. 또 시원한 바람을 쐬며 자연을 감상하면 덤으로 기분까지 좋아지게 되더라고 요! 이때가 바로 쌓여 있던 노곤함과 스트레스가 한 순간에 풀리는 순간입 니다. 다들 격무에 지쳐 피곤하시겠지만, 딱 한 번 힘내고 주위를 걸어보는 게 어떠신가요? 분명 걷기의 묘미를 느끼시게 될 겁니다.

#재충전 #산책 #나자신과대화 #힐링 #걷기의묘미

독자 여러분의 사진을 받습니다

가만히 바라보면 우리 곁에 놓치지 가까운 행복한 순간들이 참 많습니다. 여러분의 휴대전화 속에 담긴 행복하고 의미 있는 순간들을 사연과 함께 보내주세요. 사보에 실리는 행운과 소정의 선물을 드립니다. 보내실 곳 카카오톡 ID : hello8909 / 이메일 : ahn621@isu.co.kr

1분 안에 구독자들을 웃겨드립니다

요즘 인싸들 사이에서 난리 난 유튜브 쇼츠

지난해 유튜브가 '쇼츠'라는 이름의 숏폼 콘텐츠 서비스를 시작했다. 스마트폰을 통한 업로드만 가능하며, 모바일 친화적인 세로 비율 동영상을 지원하는 유튜브 쇼츠는 1분의 러닝 타임으로 감상하기 부담스럽지 않으며 기발한 아이디어로 가득한 영상들이 많아 현재 전 세계적인 대세 트렌드로 자리매김하고 있다. 유튜버 중 쇼츠를 중심으로 콘텐츠를 제작하는 채널을 소개한다. 최근 인싸들 사이에서 폭발적인 인기를 모으고 있는 유튜브 쇼츠 채널의 세계로 안내한다.



진돗개 진솔이가 바라본 세상

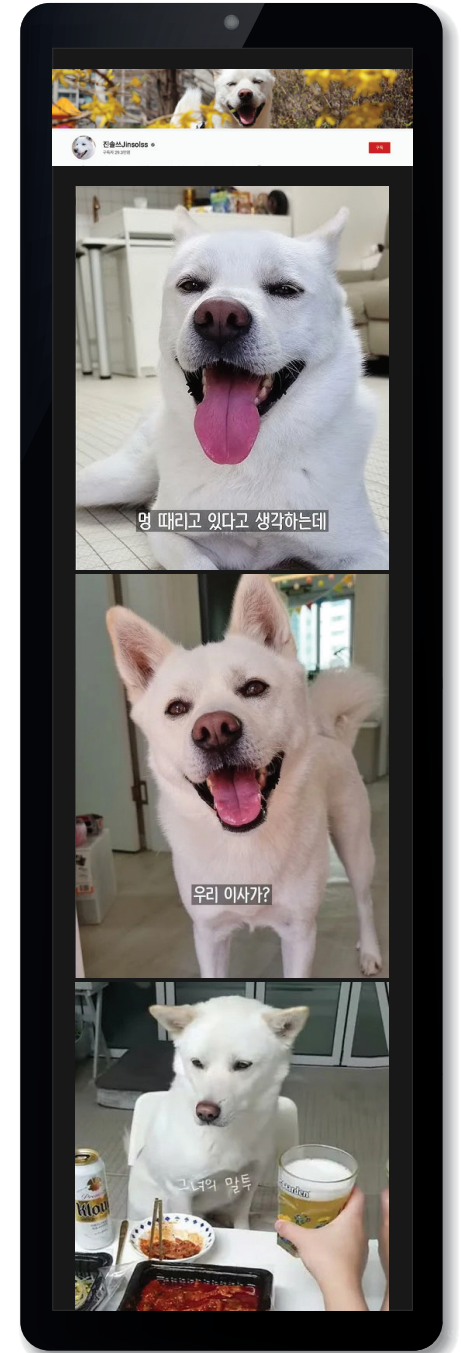
진솔쓰 Jinsolss

구독자 | 29.3만 명

2017년에 태어난 것으로 추정되는 진돗개 '진솔이'의 일상을 담아내는 반려견 유튜브 채널이다. 사지 않고 입양해서 더욱 애뜻하게 느껴지는 진솔이의 이야기는 수많은 반려인들의 입소문을 통해 유명세를 타기 시작했으며, 새 콘텐츠 업데이트가 뜬 지금도 꾸준히 구독자 수를 늘려가고 있다. 특히 '허언증 일기', '해명 일기', '차박 일기' 등의 쇼츠 시리즈는 영상이 짧아 시청하기 부담 없으면서도 반려견 진솔이를 의인화한 독특한 구성 덕분에 조회수가 200~300만 회를 넘을 정도로 인기가 좋으며, 간혹 등장하는 진도 믹스견 사촌 동생 '몽드'도 재미를 더해주고 있다. 현재 1년 넘게 새로운 영상이 업데이트되지 않고 있어 많은 팬들이 진솔이의 건강에 대한 우려를 나타내고 있다. 그러나 콘텐츠를 촬영 및 편집하는 진솔이의 주인이 생업으로 바쁘다는 사실이 알려지면서 걱정은 기우에 그쳤다.



» 진솔이를 처음 접하는 사람이라면 재생 목록에서 '진솔쓰 정주행'과 '진솔쓰 역주행'을 시청하는 것도 괜찮다. 모든 영상을 시간 순서 혹은 역순으로 통합해 놓아 편리하다.



맥락 없고 황당한 재미를 찾는 당신의 취저 영상

강예찬

구독자 | 32.3만 명

2000년생 20대 초반의 유튜버 강예찬의 채널로 맥락 없는 재미를 추구하며 쇼츠를 소비하는 요즘 유튜브 구독자들의 취향저격 영상들로 가득하다. 여동생 강예인을 비롯해 부모님은 물론 조부모와 햄스터 모찌까지 온 가족이 총출동해 만들어가는 쇼츠 영상들은 대부분 일상을 소재로 하고 있어 더욱 친근하고 흥미롭다. 아빠의 생일 선물, 꿈 주는 애들 퇴치법, 열린 물방울떡 이상한 소스에 찍어 먹기 등 평범할 것 같은 소재에 특유의 개그 연출을 더한 콘텐츠들은 특히 10대 구독자들을 중심으로 엄청난 지지를 얻고 있다. 인터넷에 떠도는 무서운 이야기를 각색해 1분 미만의 짧은 드라마로 제작한 '무서운 이야기' 시리즈는 어설픈 연기에 실소가 터져 나오면서도 은근한 공포감을 선사한다.



» 큰 이슈 물의를 하며 품질상태를 빚었던 포켓몬빵에 띠부띠부 씬을 얹어놓고 끓인 시럽을 부어 '탕후루'를 만들어 먹는 영상은 경악을 금치 못할 엽기적인 재미를 맛보여 준다.



스토리 텔링 푸드 레시피에 빠져 보실까요?

요리용디 Yori Yongd

구독자 | 77.7만 명

보통의 요리 유튜버들과는 다르게 스토리 텔링을 가미한 레시피 영상으로 77만 명에 달하는 구독자 수를 달성했다. 처음 이 채널에 접속한 사람들은 대부분 1분 안에 과연 요리 레시피 콘텐츠를 완성할 수 있을까 싶은 의문을 품지만 엄청난 스피드와 짜임새 있는 레시피에 놀라고는 한다. 빠른 화면 전환으로 유튜브 쇼츠의 러닝타임 1분 제한을 최대한 활용하면서도 목소리 톤에 변화를 주거나 식재료를 특이하게 활용하는 등 요리 레시피 콘텐츠의 신기원을 열었다고 해도 과언이 아니다. '스팸으로 젠가를 만들어야 하는 이유', '무인도에서 최후의 부대찌개' 등 제목으로 유혹한 뒤 반전으로 구독자를 놀라게 만드는 점 역시 매력적이다.



» '아마존 소울리스와 마라탕'이나 '여동생 차로 차박 가면 생기는 일(feat. 아이오닉5)'처럼 최신 트렌드를 반영한 콘텐츠 역시 감상하는 재미를 더한다.



'유퀴즈'에 출연하며 화제를 모은 댄스 크리에이터

▶ 땡강 DanceKang

구독자 | 61.2만 명

케이팝 아이들과의 콜라보 영상으로 유명한 댄스 크리에이터로 지난해 tvN 예능 프로 <유 퀴즈 온 더 블럭>에 출연하면서 큰 화제가 되었던 인물이다. 현직 아이돌이라고 해도 믿을 정도로 월등한 댄스 실력을 갖췄을 뿐만 아니라 의상 준비나 표정 연기 등도 뛰어나 댄스 크리에이터 중에는 독보적인 존재로 알려져 있다. 댄스 커버 영상으로 인기를 얻기 시작했지만 땡강의 유튜브 채널에서 가장 압도적인 조회수를 기록하는 콘텐츠는 역시 아이들과의 콜라보 영상이다. ITZY, 우주소녀, 오마이걸, 프로미스나인, 청하, IVE 등 케이팝 아이들과의 콜라보 영상은 대부분 수백만 회의 조회수를 기록할 만큼 폭발적인 반응을 보여준다.



▶▶ 카메라 워크와 연출을 눈여겨보자. 격렬한 댄스를 따라가는 안정적인 촬영, 화면전환 기법, 소품의 활용 등 프로의 실력 뽐치는 촬영과 연출이 놀랍다.



시간 순삭! 거리에서 시연하는 쇼킹 매직

▶ 쇼킹매직 Show Kim Magic

구독자 | 28.6만 명

코로나19로 인한 팬데믹 기간에 가장 괄목할 만한 성장을 한 유튜브 채널이며, 온라인으로 유료 마술강좌를 진행할 만큼 내실 있는 콘텐츠 구성이 돋보인다. 처음 쇼킹매직을 접하는 구독자라면 한두 시간 정도는 우습게 순삭시키는 콘텐츠의 흡인력에 깜짝 놀랄 준비를 해야 할 것이다. 손안에 쥐고 있던 물건이 어느샌가 손등에 붙어있거나 카드 속 그림이 순간이동 하는 등 실시간으로 심장박동이 상승하는 놀라운 마법들을 볼 수 있다. 길거리라는 환경의 제약으로 인해 대규모 마술을 시연하는 일은 어렵지만 소소한 재미를 주는 다양한 마술과 그에 반응하는 시민들의 표정을 보는 재미가 쏠쏠하다.



▶▶ '거리마술 짧은 동영상'은 무언가 본격적으로 하기에는 애매하고 무료한 시간에 보면 좋을 쇼츠 영상으로 쇼킹매직 채널에서 가장 인기 있는 콘텐츠들을 한데 모아놓았다.



民魚



민어는 예부터 왕이나 사대부들이 즐겨 먹어 귀한 대접을 받았다. 매년 여름이면 조선시대 임금님도 복날을 건강하게 나기 위해 민어탕을 먹었기 때문에 민어는 이품, 도미는 이품, 보신탄은 삼품으로 쳤다는 구전도 있을 정도다. 목포와 신안 앞바다에서 잡히는 남도 특산물, 명품 생선 민어 이야기를 들어볼까?

왕의 수라와 서민의 제사상
여름이면 만나기 명품 생선

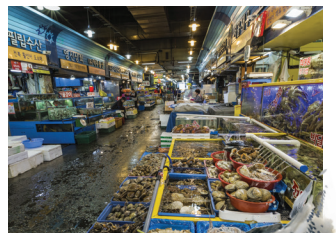
민어



민어, 여름을 찾아 풍요의 바다에 오다

여름철 보양식으로 명성이 높은 생선 민어(民魚)가 돌아왔다. 난류성 어류인 민어는 우리나라에서는 여름이 되어야 잡히는 어종으로 서해와 남해가 만나는 목포와 신안 앞바다 일대에서 계절의 특산물로 손꼽힌다. 보통 수심 40m~120m의 근해 바닥에서 서식하는 민어는 몸이 전체적으로 은회색이며 지느러미는 암갈색을 띠는 생선이다.

산란기를 앞두고 우리나라 서남해안으로 이동하는 민어는 한여름 이맘때 신안군 임자도 인근 해역으로 몰려들기 시작한다. 보통 5월 초에 모습을 드러내기 시작해서 7~8월이면 떼로 이동하는데, 신안 앞바다는 우리나라 전국 물량의 90%가 잡히는 민어잡이의 전진기지라 볼 수 있다. 코로나19로 인해 잠시 휴지기를 갖고 있지만 신안군은 매년 임자도 대량해수욕장에서 민어축제를 개최해왔을 정도로 민어에 대해 각별한 관심을 보여 주고 있다. 축제기간 중에는 민어 경매 이벤트, 민어 전시관 관람, 후릿그물 체험, 밤의 해변 시네마, 해변 연인 마라톤, 해변 승마 퍼레이드 등 한여름을 시원하게 만드는 다채로운 체험이 준비되고는 한다.



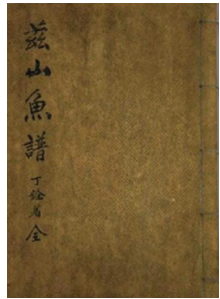
민어축제가 열리는 신안 임자도 대량해수욕장. 신안군의 어시장에서는 여름 한철 민어와 함께 풍성한 해산물을 맛볼 수 있다.

수백 년 전 과거에는 민어가 지금보다 더 북쪽에서 잡히기도 했다. 조선시대 <세종실록지리지>, <신동국여지승람>의 기록에 따르면 전라도와 함께 충청도, 황해도는 물론 평안도까지 한반도 서남해안 전체에 분포했던 것을 알 수 있기 때문이다. 다양한 지역에 서식했던 만큼 이름도 많았다. 요즘은 크기에 따라 '깜부기' 혹은 '통치' 등으로 부르기도 하며 무게가 3kg 이상 나가면 민어라고 칭하는 게 일반적이지만 흥치, 부둥거리, 가리, 어스래기, 보굴치, 민초, 개우치 등의 이름이 붙여지기도 했다.

왕의 수라상, 서민의 제사상

민어는 조선시대에 이미 보양식으로 인정받은 생선이기도 하다. 당시 서남해의 먼 바다에 위치한 흑산도로 유배되어 귀양살이를 했던 실학자 정약전(丁若銓)은 자신이 저술한 어류도감 <자산어보(茲山魚譜)>에 면어(鮠魚)라는 이름으로 민어의 모양과 습성 등을 기록했다. 여기서 면(鮠)이란 참조기를 뜻하는 한자로 조선시대에는 면어라는 이름으로 불리다가 획이 많아 쓰기가 어렵다는 이유로 백성민(民)자로 바꾸어 부르기 시작했다는 말도 전해오고 있다.

민어는 그 이름만 백성의 물고기일 뿐 실제로는 상류층만 맛볼 수 있었던 고급 요리로 전해진다. 당시 서민들의 경우 제사상에나 간신히 제례음식으로 올렸던 정도라고 한다. 지금처럼 발달된 선박과 어로



“큰 것은 길이가 4, 5자이다. 몸은 약간 둥글며 빛깔은 황백색이고 등은 청흑색이다. 비늘이 크고 입이 크다. 맛은 담담하고 좋다. 날 것이나 익힌 것이나 모두 좋고 말린 것은 더욱 몸에 좋다. 부레로는 아교를 만든다.”

- 자산어보 중에 -



신안군의 횡집에서 맛볼 수 있는 민어

(漁撈) 기술이 없었던 시절이었기에 어찌 생각하면 당연한 일이다. 게다가 살이 많고 맛이 좋았던 탓에 조선시대에는 왕의 수라상에 오르는 귀한 먹거리로 대접받기도 했다. 회를 뜨고 남은 살과 뼈를 넣고 끓이는 민어탕은 조선의 절대 권력자가 여름철을 건강하게 나기 위한 복달임 음식으로 즐겨 먹던 보양식으로 사랑받았다.

여름철 수산시장에서 가장 귀한 대접받는 손님

머리부터 꼬리까지 아낌없이 주는 민어는 살은 회, 찜, 구이, 전으로 먹었고, 껍질은 구이로, 뼈는 매운탕과 지리로 조리해 먹었으며 드물게 부레까지 회로 먹을 수 있는 몇 안 되는 생선으로 분류된다. 우선 가장 대중적인 민어 요리는 회다. 다 자란 민어는 길이가 최대 1m에 달하기 때문에 회를 뜰 수 있는 속살도 풍부한 편으로 크기가 작은 생선들과는 달리 두툼하게 썰어야 먹음직한 회를 맛볼 수 있다.

몸의 부위에 따라 맛도 다르다. 회를 뜬 살은 대체로 연분홍색을 띠고 담백한 맛을 내지만 배 부위로 갈수록 기름지고 쫄깃한 식감이 돋보인다. 뼈와 머리, 내장은 다른 생선들과 마찬가지로 몽근하게 끓여탕으로 먹고, 껍질과 부레는 소금과 기름을 섞은 기름장에 찍어 먹는다. 특히 부레의 경우 옛말에 '민어가 천량이면 부레가 구백냥'이라는 말이 있을 정도로 그 가치를 높게 쳐주고 있다. 민어처럼 덩치가 큰 생선은 뼈에 다양한 무기물이 함유되어 있어 오래 끓였을 때 마치 소뼈를 우려낸 곰탕처럼 뽀얀 국물을 얻어낼 수 있다.

다양한 부위를 맛볼 수 있는 연유로 여름철 민어는 수산시장에서 가장 비싼 가격에 팔리고는 한다. 횡감은 1kg에 평균 7~8만 원의 가격을 형성하지만 최고 10만 원을 호가하는 시기가 있을 정도다. 물론 이마저도 암치(암 민어)와 수치(수 민어)에 따라 가격이 다르며 신선하고 크기가 클수록 값을 더 쳐준다. 5kg 이상은 되어야 제 맛을 느낄 수 있기 때문이다.

이처럼 만만치 않은 가격대를 형성하고 있음에도 여름철 수산시장의 귀한 손님으로 대접받는 민어를 맛보지 않고서는 제대로 보양을 했다고 말하기 어렵다. 민어 한 마리로 풍성해지는 밥상, 올여름에는 꼭 한 번 경험해 보는 것이 어떨까?

관아재(觀我齋) 조영석의 <어선도>
조선시대 민어는 서민들은 맛보기 어려운 고급 음식이었다.



머니볼 MONEYBALL 2조 시장 움직이는 야구의 경제학



야구장은 기업들이 공격적으로 마케팅 수단을 활용하는 최전선이다. 몸값이 비싼 선수들의 플레이가 향상될수록 KBO 리그의 인기는 높아지고, 이에 따라 경기장을 찾는 야구팬들의 발길도 잦아질 것이다. 이는 또 다시 야구 마케팅으로 이어지며 경제적 파급 효과로 이어진다. 선수의 연봉과 승률의 상관관계, 관객 및 수입현황이 야구 발전에 끼치는 영향, 기업들의 야구 마케팅 활용법 등 숫자를 통해 2조 규모의 야구를 움직이는 통계의 경제학을 살펴본다.

글 김태진(칼럼니스트)



통계로 달성한 메이저리그 20연승의 기록

기록의 스포츠라 불리는 야구는 통계로 승부하는 숫자놀음이다. 1998년 메이저리그 만년 하위 팀인 오클랜드 애슬레틱스의 단장으로 취임한 빌리 빈은 팀을 회생시킬 방법을 찾기 위해 고심을 거듭하다가 묘안을 생각해낸다. 경제학을 전공한 피터 브랜드를 영입한 그는 철저히 통계에 기반한 전술을 통해 무려 20연승이라는 전무후무한 기록을 달성하기에 이른다. '머니볼(Moneyball)' 이론이라 불리는 이 방법은 경기 데이터를 철저히 분석한 뒤 그 데이터를 이용해 선수들을 기용, 승률을 높이는 게임 이론이다.

영화 <머니볼>에서 보았듯 빌리 빈 단장은 바로 이 통계를 이용해 메이저리그에서 완전히 새로운 역사를 써내려가 야구계의 '스티브 잡스'라는 별명까지 얻었을 정도다. 그에 앞서 출간된 소설 <머니볼>은 지난 2003년 초판 출간 이후 아마존

베스트셀러에 등극했으며, 야구팬들은 물론 금융과 비즈니스계에서도 주목을 받으며 필독서 반열에 올랐다. 이처럼 리그 최하위 팀을 다섯 차례나 포스트 시즌에 진출시키고, 140년 메이저리그 역사상 최초로 20연승을 이끌어낸 업적만으로도 빌리 빈 단장의 독창적인 전술은 그 가치를 인정받아 마땅한 숫자놀음이자 통계의 과학이다. 바로 이 통계에 기반한 야구의 경제학은 인류 역사상 유례를 찾아보기 어려운 감염병의 강을 건너 엔데믹 시대로 접어든 지금도 유효하다.

야구 1,000만 관중의 시대를 기다리다

대한민국의 10개 야구 구단들은 꼬박 2년여 기간 텅 빈 관중석을 바라보며 한숨 지어야 했다. 코로나 19로 인한 사회적 거리두기의 영향으로 2020년 32만여 명, 2021년에는 122만여 명에 불과한 관중 수를 기록하는 데 그쳤기 때문이다. 지난해 구

단들의 실적을 보면 더 암울하다. 코로나19로 리그 전체가 철퇴를 맞은 여건 속에서도 수십억 원의 흑자를 기록한 구단도 있지만 상당수가 많게는 78억에서 적게는 20억까지 적자를 보았다. 올해로 리그 창설 40주년을 맞이한 KBO리그 역사상 최악의 2년이었던 셈이다.

지난 2016년 800만 명을 돌파한 프로야구 관중 수는 리그 출범 이후 꾸준히 상승의 그래프를 그리며 발전해 왔다. 1982년 창설 당시 3억 원에 불과했던 방송 중계권료는 2010년 160억, 2015년 360억 원을 거쳐 현재 600억까지 상승해 200배에 달하는 증가세를 보였다. 출범 첫 해인 1982년 158만 명으로 시작했던 관중 수는 2000년 324만 명, 2010년 592만 명, 2016년에는 840만 명을 기록하며 1,000만 관중 시대를 향해 질주하기 시작한다. 코로나19 팬데믹으로 인

해 대부분의 경기가 무관중으로 치러지면서 잠시 주춤하긴 했지만, 그간 억눌려 왔던 야구에 대한 팬들의 관심은 그 어느 시기보다 고조되어 있기 때문에 1,000만 관중 돌파도 얼마 남지 않았다는 관측도 나오고 있다.

야구는 보고 먹고 마시는 복합 엔터테인먼트

팬데믹의 종식과 함께 그간 스포츠 직관에 목 말랐던 팬들의 야구장 러시가 이어지고 있다. 관중 수의 증가는 필연적으로 야구장 먹거리의 매출 증대로 이어진다. 이미 10여 년 전부터 야구장 관람 문화는 단순히 경기를 보는 문화에서 벗어나 '보고', '먹고', '마시는' 복합 엔터테인먼트로 완전히 변화했다. 더구나 여성 팬의 폭발적인 증가 그리고 가족과 함께 야구를 직관하며 즐기는 계층이 늘어나면서 '야구장 먹거리 시장'은 이제 유명 푸

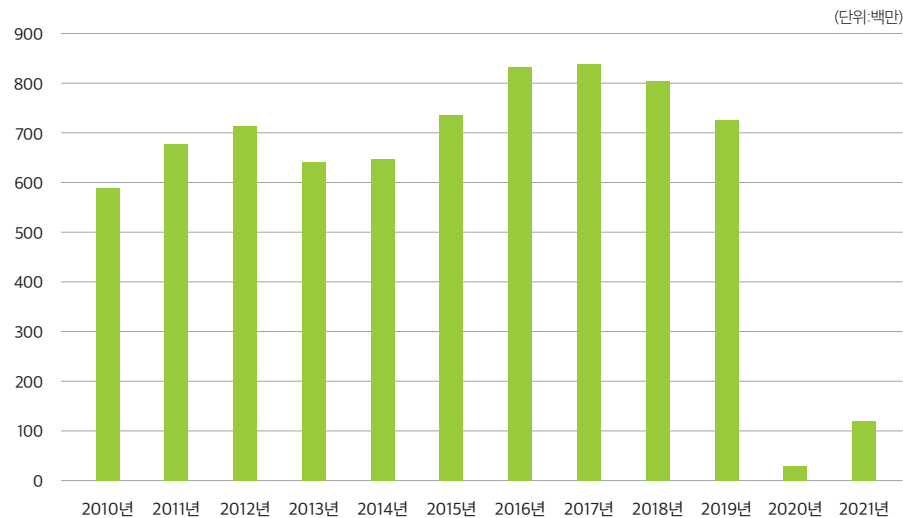
드 프랜차이즈들이 앞다투어 매장을 오픈하려고 줄서는 경쟁의 장이 되고 있는 판국이다. 야구장에서 가장 많이 팔리는 메뉴는 치킨이라는 것에 누구도 반대하지 않는다. 지난 5월, 야구장 내 취식이 허용되면서 치킨과 버거 매장의 매출이 급증한 것으로 나타나고 있다. 특히 치킨 판매량은 야구장 외부의 일반 매장에 비해 최대 3배에 달하는 매출을 올렸다고 한다. 치킨이 맥주와 떼어놓을 수 없는 안주라는 사실을 고려했을 때 맥주업계의 매출 증가에 대한 기대감도 한껏 치솟고 있다. 경기당 25,000명의 관중이 방문하고 있는 잠실 야구장의 BBQ치킨 매장의 주말 하루 매출이 2,000만 원을 넘어섰으며 평일에도 1,000만 원 이상의 매출이 발생하는 것으로 전해진다. 버거 매출도 덩달아 뛰어 올랐다. 신세계푸드의 버거 프랜차이즈 노브랜드 버거는 인천 SSG랜더

스의 홈구장에서 개막전 이후 1달여 동안 2만 개가 넘는 버거를 판매하는 기록을 세웠다. 주말 경기가 있는 날이면 하루 2,500개가 넘는 버거가 팔려나가기도 한다는 것이 관계자의 전언이다. 이 때문에 노브랜드 버거 인천 SSG랜더스필드점은 점원을 5명에서 10명으로 두 배 늘렸을 정도다.

10년 만에 2,000억까지 상승한 중계권료

잠시 주춤했던 방송 중계권료 수익도 증가 추세다. 한국야구위원회(KBO)가 2020년 지상파 3사와 체결한 'TV중계방송권' 계약 규모는 4년간 총 2,160억 원이다. 이를 통해 지상파 3사는 프로야구를 직접 방송할 수 있는 권리뿐만 아니라 케이블 방송, IPTV 사업자에게도 방송권을 판매할 수 있게 되었다. 불과 10여 년 전만 해도 200억 원대에 머물렀던 중계권료가 이처럼 큰 폭으로 상승할

프로야구 입장 관중 수 현황 (2010~2021)



출처: 한국야구위원회(KBO)



SSG랜더스필드의 노브랜드 버거 매장. 야구장 취식 허용으로 치킨과 버거의 판매량이 급증했다

수 있었던 요인으로는 국내 최고의 스포츠이자 최대 팬층을 보유한 스포츠인 것이 주효했다. 중계 권료를 판매해 발생하는 수익이 10개 구단에게 분배된다는 점을 고려했을 때 이는 각 구단에게도 적지 않은 도움이 된다.

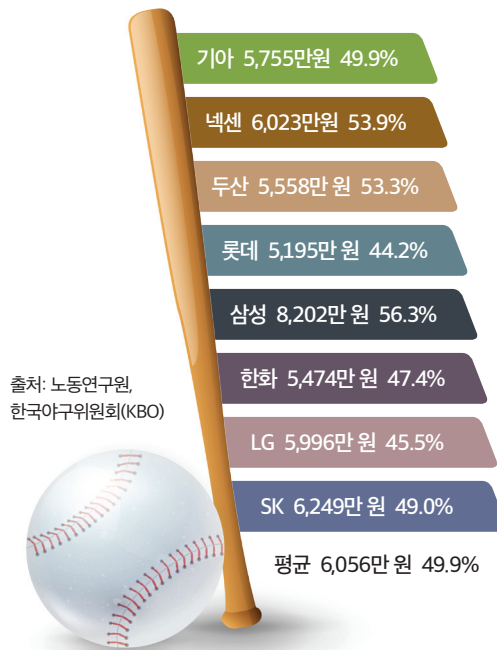
일반적으로 프로야구를 좋아하는 팬들이 야구 경기를 시청하는 경로가 지상파에 한정되지 않고 다변화되어 있다는 사실에 비추어 보았을 때, 이 같은 계약 조건은 더욱 큰 경제적 효과를 불러올 것으로 기대하고 있다. 또한 지난 2019년에 통신포털 컨소시엄과 체결한 연간 220억 원(5년간 1,100억 원)에 달하는 유무선 중계권 계약까지 추가한다면 야구 중계권 시장은 3,000억 원을 초과하는 수익을 달성하는 셈이다. 국내 스포츠 프로리그의 양대 산맥이라 할 수 있는 프로축구의 중계권료가 연간 200~250억 원인 점을 감안했을 때 이는 커다란 성과로 보아야 한다. KBO는 이와 함께 멀티뷰 중계 영상의 제작과 미디어 센터 신설, 영상 아카이브 구축 등의 계획도 밝힌 바 있다. 시청자들에게 더욱 풍성한 볼거리를 선사하기 위해서다.

고액 연봉 선수의 몸값, 팀의 승리로 이어질까?

이번에는 한국 야구 경기장 안으로 한 발짝 들어가 살펴보자. 과연 선수의 연봉과 팀의 승률 사이에는 어떤 관계가 성립할까? 단순화시켜 보자면 선수의 평균 연봉이 높은 팀일수록 성적도 좋아야 할 것이다. 한국노동연구원이 12년간(1998~2009년)의 프로야구팀 성적과 각 구단 선수들의 연봉을 활용해 선수 간 임금 격차가 승률에 미치는 영향을 분석한 결과가 이를 말해 준다.

실제로 1998년부터 2009년까지 12년간의 자료를 기준으로 했을 때 선수들의 평균 연봉이 가장 높았던 구단인 삼성(평균 연봉 8,200여만 원)의 경우 승률이 56.3%로 가장 높은 것으로 나타났다. 반대로 같은 기간 연봉이 가장 낮았던 롯데(평균 연봉 5,100여만 원)는 44.2%를 기록해 가장 낮은 승률을 보여주었다. 그러나 지금까지 프로야구에서 우승을 했거나 상위권을 유지했던 모든 팀의 면면을 살펴보면 높은 연봉이 팀을 무조건 상위권으로 이끌지는 않는다는 점도 주목할 필요가 있다. 일례로 두산의 평균 연봉이 5,558만 원으로 6위권이었지만 승률은 53.3%로 3위에 올랐다.

프로야구 팀별 평균 연봉 및 승률 (1998~2009)



영화 <머니볼>에서 보듯 만년 최하위 팀도 경우에 따라서는 독창적인 전술이나 선수 기용, 끈끈한 팀워크 등을 통해 상위권에 올라설 수도 있다는 결론이 나온다. 이러한 의외성 역시 프로야구 전체에 긍정적인 영향을 준다는 점은 주지의 사실이다.

마운드 위에 펼쳐지는 기업들의 마케팅 경연

야구장은 기업들이 공격적인 마케팅 기법을 활용하는 경제전의 최전방이다. 매년 100~200억 원이 넘는 운영비를 지출하지만 잘해야 보전을 찾는다는 야구팀에 국내 굴지 대기업들이 투자를 아끼지 않고 다양한 브랜드가 스폰서로 붙는 현상은 야구라는 스포츠 이면에 숨겨진 경제적 효과가 그 이상의 가치를 내포하고 있기 때문이다.

최근 야구 마케팅에 가장 공을 들이고 있는 기업은 신세계다. 지난해 인천 SSG랜더스 야구팀은 모그룹인 신세계의 대표 브랜드 스타벅스와 협업해 '스타벅스 데이' 행사를 개최했다. 행사 기간에 출시된 유니폼과 모자는 판매 시작과 동시에 완판되었으며, 야구장 앞에는 바로 이 컬래버레이션 굿즈를 구입하려는 팬들이 밤새 줄서서 기다리는 진풍경을 연출하기도 했다. 신세계는 향후 SSG랜더스와 계열사를 연계한 야구 마케팅을 적극 펼쳐갈 계획이다.

문화체육관광부가 2019년 2월 발표한 '스포츠산업 실태조사'에서 국내 4대 프로 스포츠 리그 중 가장 규모가 큰 분야로 단연 야구를 꼽았다. 또한 2016년 국민체육진흥공단이 발표한 '국내 4대 프로스포츠의 경제적 파급 효과 분석'에 따르면 프로야구는 국내 모든 스포츠를 누르고 1조



판매와 동시에 완판된 스타벅스×SSG랜더스 콜라보 유니폼

1,838억 원으로 시장 점유율 1위를 차지했다. 이 통계는 프로야구의 생산 파급 효과 8,018억 원에 부가가치 파급 효과 3,820억 원을 더한 수치로 경기장을 찾아오는 관중들의 식음료와 숙박 등 주변 산업 분야에 사용하는 비용의 파급 효과가 매우 크기 때문에 가능한 결과다. 팬데믹 이전에 이미 800만 관중을 돌파한 야구의 경제 파급 효과는 약 2조 원으로 추산된다. 야구라는 스포츠가 인기를 높여갈수록 그 주변에 파생되는 효과는 또 다른 경제적 파급 효과로 이어지며 긍정적 소비를 유도한다. 엔데믹 시대의 도래와 함께 가속도를 붙여갈 야구의 경제학이 지금 대한민국 스포츠 세계에서 가장 주목 받는 이유가 바로 여기에 있다.



<세개의 눈 Three Eyes> 2020, acrylic on canvas

이동기작가 개인전 대중의 이미지에서 찾아낸 사회적 기호와 맥락의 예술

한국 팝아트 1세대 대표작가인 이동기 작가의 개인전이 오는 8월 스페이스 이수에서 개최된다. 대중문화 속에서 광범위하게 유통되는 이미지들로부터 사회적 기호와 맥락을 암시하는 상징성을 찾아 '아토마우스', '절충주의' 시리즈를 탄생시킨 그의 작품 세계는 현대미술의 주요한 이미지로 자리매김하고 있다.

대중문화와 현상을 담아내는 상징적 이미지

스페이스 이수는 오는 8월 24일부터 11월 27일 까지 한국 팝아트 1세대 대표작가인 이동기 작가의 개인전을 개최한다. 이동기 작가는 대중문화 속에서 쉽게 소비되고 광범위하게 유통되는 이미지에 특별한 관심을 가져왔고, 현대사회의 상투형들을 작품에 직접적으로 사용하면서 대중문화에 뿌리를 둔 예술임을 작품 전면에 나타내 왔다. 지난 1993년, 이동기 작가가 미국의 미키마우스와 일본의 아툼을 합성하여 만든 혼성 이미지로 탄생한 '아토마우스'는 이후 사회적 기호와 맥락을 암시하는 여러 상황에서 묘사되면서 대중문화 뿐만 아니라 현상을 담아내는 현대미술의 주요한 이미지로 자리 잡았다.



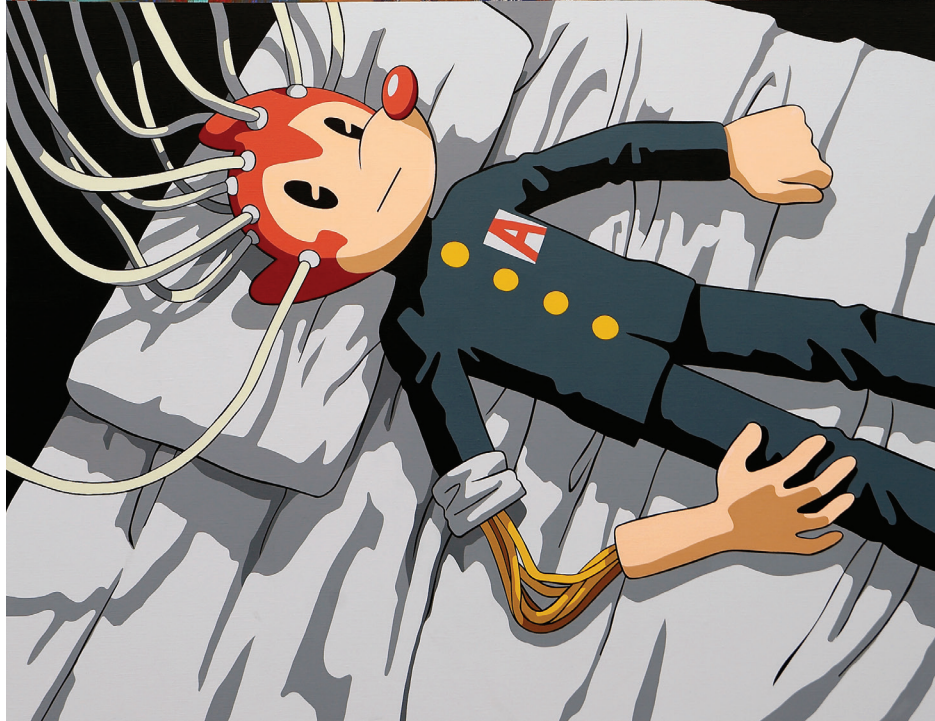
<해변에서 On the Beach> 2016, acrylic on canvas

1세대 한국 팝아티스트의 작품 세계를 재조명하다

이동기 작가는 현대사회의 다양한 현상을 다루지만 이를 1차원적으로 지시하는 데 그치지 않고 만화, 광고, 인터넷에서 고전 작품과 모더니즘 회화, 추상미술에 이르기까지 다양한 시각적, 철학적 요소들을 차용해 이들이 사회 속에서 하나의 복잡한



<에르메스 Hermes> 2021, acrylic on canvas



<두뇌 유출 Brain Drain> 2008, acrylic on linen

총위를 이루는 양상을 화면 위로 드러낸다. 사물과 현상들, 그리고 이질적인 영역 간의 복잡한 관계들은 굴절되거나 때로는 암시의 형태로 나타나는데 상이한 기호로서의 요소들이 혼용되고, 나열되고, 중첩되면서 그것들의 상호관계가 작용한다. 스페이스 이수는 이렇듯 수많은 갈래로 뻗어져 있는 이동기 작가의 작품들을 재조명하여 작가의 작품 근간을 이루는 태도와 방식을 살펴보고자 한다. 이수그룹은 2022년 다이어리와 캘린더 콜라보레이션 작가로 이동기 작가와 협업을 진행하였으며, 그의 대표 시리즈인 '아토마우스'와 '절충주의' 시리즈로 구성하여 작가의 전반적인 작품 세계를 담은 바 있다.



이동기(b. 1967)

이동기 작가는 1993년 '갤러리온'에서의 첫 개인전을 시작으로 피비갤러리, 일민미술관, 도쿄 고바야시갤러리, 베를린 마이클슈츠갤러리 등에서 30여 회의 개인전을 가졌다. 이동기의 작품은 국립현대미술관, 수원시립아이파크미술관, 삼성미술관 리움, 아트선재센터, 월록 프로퍼티, 순얏센 기념관, 하이트컬렉션 외 다수의 기관에 소장되어 있다.



(위) <욕조속의 여인 Woman in Tub> 2014, acrylic on canvas
(아래) <안경을 쓴 남자 Man with Glasses> 2013, acrylic on canvas

ISU × SSG LANDERS VIP 관람시설(스카이박스) 입장권 증정 이벤트

지난 4월, 이수그룹이 프로야구팀 SSG랜더스와 2022 시즌 스폰서십 계약을 체결했습니다. 스폰서십 기념 촬영에 SSG랜더스의 추신수 선수가 직접 참여해 화제가 되기도 했는데요. 후원을 통해 이수그룹은 올 시즌

SSG랜더스의 홈구장인 '인천 SSG랜더스필드' 내 △분부석 LED △덕아웃 인터뷰존 △가로전광판 등에 이수그룹 브랜드를 홍보함으로써 기업 인지도를 높여 나갈 계획이라고 합니다.



“000박스”

인천 SSG랜더스필드에 이수그룹 전용 VIP 관람시설이 있다는 사실 아세요? 이처럼 스포츠 경기장에 관망석과 별도로 설치되는 고급 관람시설을 무엇이라 부를까요? 정답을 맞히신 이수가족에게 **추첨을 통해 SSG랜더스필드 VIP 관람시설 무료 입장권을 선물로 드립니다.**

정답 응모하실 곳 ※응모 기한: 7/29(금)까지
카카오톡 ID : hello8909
이메일 : ahn621@isu.co.kr

'스카이박스'가 궁금하다면
규약코드를 촬영해 보세요



※이수그룹 임직원 및 가족 대상 이벤트입니다.

이수엑스몰 인스타그램 팔로우 이벤트 당첨자 발표

2022년 봄호에 진행했던 '이수엑스몰 오픈 기념' 이수그룹 굿즈 이벤트 당첨자를 발표합니다.
당첨되신 임직원 및 가족들이 보내주신 '굿즈 인증샷'도 함께 공개합니다.
이벤트에 응모해 주신 많은 분들께 다시 한 번 감사드립니다.



권미숙 님
(㈜이수 기획팀
박건태 부장 배우자)



이하연 사원
(이수화학 기획팀)



김주경 사원
(이수화학 검사2파트)



음두환 사원
(이수화학 R&D2팀)



한정희 기정
(이수페타시스 생산2팀)

컬러링 테라피 갤러리

이수가족이 정성껏 채색해 주신 컬러링 응모작을 소개합니다. 기나긴 집콕 생활의 작은 행복, 컬러링 테라피 코너에 앞으로도 많이 응모해 주세요.



최민정 님
(이수페타시스 경영지원팀 최정호 부장 자녀)



김병재 기선
(이수페타시스 품질관리팀 AO)

이수가족을 위한 아트 힐링 컬러링 테라피

컬러링 북은 선으로 그린 그림이나 도안을 모아 엮은 책으로 아이들은 물론 성인들도 장소에 구애받지 않으며 어디서나 즐길 수 있는 취미생활입니다. 즐거운 마음으로 각자 원하는 색깔로 그림을 채워가노라면 자연스럽게 마음을 다스려 정서적인 안정 효과도 누릴 수 있다고 합니다.



사보 <ISU>는 마음의 안정과 힐링을 선사할 컬러링 코너를 연재합니다. 컬러링을 마친 인증샷을 보내주시면 추첨을 통해 소정의 원고료를 지급합니다. 많은 관심과 참여 부탁드립니다.

응모 방법



컬러링을 한다



인증샷을 찍는다



사진을 전송한다

보내실 곳 | 카카오톡 ID : hello8909 / 이메일 : ahn621@isu.co.kr

2022년 봄호 당첨자 (※가나다순)

권미숙 님(㈜이수 기획팀 박건태 부장 배우자)
김병재 기선(이수페타시스 품질관리팀 AOI)
김수환 기정(이수화학 온산생산파트)
김주경 사원(이수화학 검사2파트)
음두환 사원(이수화학 R&D2팀)
이하연 사원(이수화학 기획팀)
최민정 님(이수페타시스 경영지원팀 최정호 부장 자녀)
한정희 기정(이수페타시스 생산2팀)

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 가을호 원고 마감은 9월 15일입니다.



WORKUP

클라우드 HR솔루션



워크업 홈페이지



워크업 미리보기



ISU 이수시스템

02.6494.2998 | www.workup.plus