

ISU

2017 WINTER VOL. 87

INSIDE

신고합니다

23기 신입사원 소개

Show me the 팀워크

평택 브라운스톤 험프리스 현장

OUTSIDE

몸도 마음도 힐링

세계 일출 명소

What's new?

새롭게 떠오르는 2017 트렌드 키워드



Contents

01

Coverstory



표지 모델

왼쪽부터 정지현 대리(이수건설), 이슬 사원(이수엑사캠), 김상엽 사원(이수시스템), 서소현 대리(이수앱지스)

표지 작가_ 변영재

이수그룹의 혼밥러들이 뭉쳤다. 혼자만의 시간을 통해 자유를 만끽하고 삶의 에너지를 얻는다는 오늘의 주인공들. 혼밥러 문화와 1인가구 등에 대한 다양한 이야기를 들어본다.

05

INSIDE

06 Focus & News

12 신고합니다

23기 신입사원_ Young하고 Powerful한 이들이 뿔다

20 이슈를 잡아라

이수홀딩스상하이, 플리나쌍쌍 1호점 오픈

22 꽃보다 혼밥러

#혼밥 전성시대, 이수 혼밥남녀를 만나다

28 Show me the 팀웍

팡택 브라운스톤 험프리스 현장

32 Photo essay

사진으로 말하는 그들만의 이야기

안영준_ (주)이수 브랜드관리팀 사원

서진우_ 이수페타시스 연구1팀 도금파트 사원

34 리더의 책장

김상범 회장 추천 도서_

<무엇을 버릴 것인가>

37

OUTSIDE

38 What's new?

새롭게 떠오르는 2017 트렌드 키워드

44 스페셜 리포트

쉬지 못하는 현대인, 탈출구는 '몰입'

48 몸도 마음도 힐링

세계 일출 명소

54 Hot & New

타이어 회사의 참신한 마케팅이 만든 <미쉐린 가이드>

57 Ombudsman

58 퀴즈 및 엽서

(주)이수 계간 사보 2017년 신년호 통권 87호

발행일 2017년 1월 13일

발행인 김상범

발행처 (주)이수

주 소 서울시 서초구 사평대로 84

총괄진행 김정희 02-590-6895

사보기자 이수화학(이장구·김태준) 이수페타시스(이준경·김다혜)
이수건설(김다나) 이수시스템(김가혜) 이수창업투자(정유숙)
이수앱지스(김영은) 이수엑사캠(김재용) 이수엑사보드(김슬기)
이수엑사보드 인천공장(심경미)

제작디자인 크리스마스 기획실장 홍주희, 디자이너 민수기

인쇄 삼우아트(주)

본지에 실린 글, 그림, 사진 등 모든 자료들은 어떤 경우에도 이수그룹의 동의없이 사용할 수 없습니다. 본지에 게재된 내용은 해당 필자들의 견해이며, 이수그룹의 입장과는 다를 수 있습니다.

이수가족 여러분!

2017년 정유년을 맞이하여 우리 이수가족 모두의 가정에 평안과 만복이 깃드시길 기원합니다. 그룹 출범 20주년을 보낸 지난해, 우리는 외부 환경의 급격한 변화 및 불확실성의 증가에도 불구하고 전년 대비 개선된 경영 성과를 창출하였습니다. 이 자리를 통해 감사의 말씀을 전합니다.

이수가족 여러분!

우리를 둘러싼 환경은 결코 우호적이지 않습니다. 인공지능으로 대표되는 4차 산업혁명은 이미 도래했습니다. 미래학자들은 1차 산업혁명과 비교하여 시장 규모에서는 300배, 사회적으로는 3,000배의 영향을 미칠 것이라 예견하고 있습니다. 말 그대로 우리의 모든 사업 구조 및 생활 환경에 일대 변화가 올 것이라는 의미입니다.

이러한 변화에 대응하기 위해 우리가 할 일은 결국 기본과 원칙을 바탕으로 변화를 받아들이고 도전하는 '혁신'이 조직이 되는 것입니다. 기본에 충실하게 준비하는 조직만이 기회를 만들 수 있습니다. 아울러 성공의 좋았던 기억은 가슴 깊이 새기고, 실패의 쓰라린 경험은 반복하지 않도록 해야겠습니다. 이를 바탕으로 원대한 목표를 항상 가슴에 품고 되새기면서 노력해 나갈 때, 언젠가는 정상이 눈앞에 와 있을 것입니다. 또한, 스스로 한계를 규정하고 현재에 만족하는 경우가 없는지 되돌아 보았으면 합니다.

비단잉어 중 '코이'라는 물고기는 자신이 살고 있는 환경에 따라 자라는 정도가 다르다고 합니다. 예컨대 어항에서는 5~8cm, 연못에서는 15~25cm, 강에서는 90~120cm까지 성장하는 것으로 알려져 있습니다. 결국, 어떤 꿈을 꾸느냐에 따라 우리의 미래가 달라짐을 알 수 있습니다.

이수가족 여러분!

변화의 속도는 점점 빨라지고 변화의 방향은 '기술융합'과 '네트워크'라는 키워드 속에 우리가 기존에 가진 경험 및 학습한 내용과 다르게 움직이고 있습니다. 이러한 변화에 대응하기 위해서는 관행에서 벗어나야 하겠으며 아울러 기존 사업과 차별화된 신성장 사업을 지속적으로 발굴, 추진해야겠습니다. 각 사별 신성장 사업을 발굴하여 내년 이때쯤에는 또 다른 결과물을 가지고 논의할 수 있도록 준비해주시기 바랍니다.

이제 스무 살의 이수를 넘어 백 년의 이수 역사를 써 나가기 위한 새로운 발걸음을 모두 함께 해주시기 바랍니다. 감사합니다.

2017년 1월 2일 이수그룹 회장 김상범 

IN
SIDE



김상범 회장, 현장 방문 안전과 소통 강조해

이수페타시스 대구공장

지난 10월 28일 김상범 회장은 이수페타시스 대구공장을 찾았다. 김상범 회장은 대구공장의 주요 경영 현황을 듣고, 환경 안전 및 업무 개선 사항에 대한 점검도 빼놓지 않았다.

이수건설 브라운스톤 청북 현장

지난 11월 11일 김상범 회장은 이수건설 '브라운스톤 청북' 현장을 방문했다. 김상범 회장은 실무진과 함께 현장 및 견본세대를 둘러보며, 최고의 품질과 무사고 완공을 당부했다. 한편, 평택청북택지지구에 위치한 지하1층~지상18층의 아파트 12개동, 총 581세대 규모의 '브라운스톤 청북'은 2015년 성공적인 분양을 마쳤으며, 2017년 11월 입주를 앞두고 있다.



(주)이수



이수그룹 공채 23기 신입사원 입문과정 진행

이수그룹은 2017년 신입사원 공개채용을 통해 최종 선발된 60명을 대상으로 지난 1월 3일부터 13일까지 신입사원 입문과정을 실시했다. 가평에 위치한 교원비전센터연수원에서 진행된 이번 교육은 경영이념 교육, 비즈니스 매너, 프리젠테이션 스킬 등 기본 역량을 비롯해 다채로운 학습의 장으로 구성됐다.

이수화학



기후변화 대응 '최우수 사례' 선정, 산업통상자원부 장관상 수상

지난 11월 29일 이수화학은 서울 코엑스에서 개최된 '2016년 기후 위크' 행사에서 산업통상자원부 장관상을 수상했다. 이수화학은 한국에너지공단이 주관하는 이번 행사에서 수소 외부 전환 공사, 청정 연료 사용, 전력 소비량 감축의 세 가지 항목에서 높은 점수를 받아 최우수 사례로 선정됐다.



지역사회 소외계층 생필품 지원 'I LOVE 나눔' 행사

이수화학은 지난 12월 5일, 온산공장에서 연말 생필품 종합선물상자 지원사업인 'I LOVE 나눔' 행사를 가졌다. 약 4시간 동안 진행된 이날 행사에는 류승호 대표이사를 비롯한 임직원 30여 명이 참여, 선물 상자 750개를 포장했다. 포장된 선물 상자는 울산광역시 사회복지협의회에 기증되어 독거노인, 저소득층 장애인 등 울산광역시 내의 소외계층에 전달됐다.

이수페타시스



협력업체 동반성장 간담회 개최

이수페타시스는 지난 11월 4일 협력업체 동반성장 간담회를 개최했다. 간담회는 상생경영을 통한 동반성장의 가치를 실현하기 위해 정기적으로 개최되고 있으며, 교육 프로그램을 비롯해 소통채널을 운영하고 있다. 이날 행사에는 협력업체 및 페타시스 임직원을 포함한 40명이 참석했으며, 금년 주요 경영성과 및 이슈사항, 협력업체 애로사항, 향후 계획 등을 공유했다.



'제4회 대한민국 사랑받는 기업 정부포상' 대한상공회의소 회장상 수상

지난 11월 14일 이수페타시스는 산업통상자원부에서 주최한 '제4회 대한민국 사랑받는 기업 정부포상' 최초 보고서(CSR보고서) 발간 부문에서 대한상공회의소 회장상을 수상했다. 페타시스는 2015년 이래 CSR 거버넌스 체계를 구축, UNGC(UN Global Compact: 기업의 사회적 책임 국제협약기구)에 가입하는 등 적극적인 활동을 선보였고, 2015년 말 최초로 발간한 CSR보고서는 중견기업의 모범적인 사회적 책임 경영을 보여준다는 평가를 받았다.

이수건설



연이은 수주 성공

이수건설은 지난 11월 '인천 신리아파트 주택 재건축정비사업'을 총 공사금액 442억 원에 수주했다. 국내 최초 개발신탁형 정비사업으로 진행되는 이 아파트는 지하2층~지상33층의 총 282세대 규모로 수요자의 선호도가 높은 전용 85㎡ 이하 중소형 평형으로 구성되며, 2017년 하반기 분양 예정이다. 더불어 12월에는 조경사업부문에서 서울시 영등포구로부터 '2016년 생활권 공원녹지 조성공사'를 수주했다.

이수시스템



신규사업 기반 마련에 박차

2016년 매출 성장의 신기록을 또다시 갱신한 이수시스템은, 지속적인 성장을 이어나가기 위해 다양한 신규사업에 박차를 가하고 있다. 신규사업 진행에 따른 주요 실적은 '2016 사물인터넷 국제전시회(IoT Korea Exhibition 2016)' 참가(10/12~10/14, 코엑스), BI(Business Intelligence) Qlik 파트너 등록 및 첫 외부 프로젝트 수주(10월), SK네트웍스서비스와 IoT사업 확대를 위한 업무제휴 MOU 체결(12/12)등이다. 이와 더불어 신규사업 집중을 위해 조직 개편(12/1)을 단행하였다.

이수창업투자



상영작품 소개

이수창업투자는 한국영화 및 외국영화에 지속적인 투자를 진행하고 있으며, 그룹 임직원분들에게 좋은 작품을 소개하려고 노력하고 있다. 10~12월에는 한국영화 <마스터>, <형>, <스플릿> 등이 관객들의 많은 관심을 받으며 상영됐다. 1월에는 한국영화 <더 킹>, <논의 여왕3>가 개봉을 시작했다. 상영작품들에 많은 관심과 성원을 부탁한다.

이수앱지스



제53회 무역의 날 '500만 불 수출의 탑' 수상

이수앱지스는 지난 12월 5일 서울 코엑스에서 열린 제53회 무역의 날 기념식에서 '500만 불 수출의 탑'을 수상했다. 제49회 기념식에서 '100만 불 수출의 탑'을 수상한 지 불과 4년 만에 다섯 배 넘는 수출 실적을 기록한 것이다. 이 같은 성과는 유전성 희귀 질환인 고셔병 치료제 '애브서틴'의 해외 수출 확대 덕분이다.

이수엑사캠



구룡마을 연탄 봉사활동

이수엑사캠은 지난 12월 9일 구룡마을에서 연탄 봉사활동을 가졌다. 직원들은 '따뜻한 한반도 사랑의 연탄나눔운동' 재단의 도움을 받아 구룡마을 내 7개 가구에 200장씩 연탄을 전달했다. 이수엑사캠은 연탄 봉사활동을 마치며 내년에도 어려운 이웃과 함께하고 우수한 경영성과를 달성하자고 파이팅을 외쳤다.



Young하고 Powerful한 이들이 뒀다

2017 이수그룹 23기 신입사원들!

2017년을 빛낼 이수그룹 신입사원들이 약 2주간의 입문 교육을 마쳤다. 경영이념을 비롯해 비즈니스 매너 등 실무에 필요한 다양한 역량을 쌓을 수 있었던 시간이었다. 열정과 능력, 준비된 마인드로 뚝뚝 뭉친 60명의 인재들은 이제 진짜 '이수인'으로 거듭나려 한다. 이수의 '빛과 소금'이 되겠다는 당찬 이들의 유쾌한 포부를 들어보자.

이수화학
"우리는 정예 멤버
Best-Eleven"

안녕하십니까. 저희는 이수화학의 'Best-Eleven'이 될 2017년 신입사원입니다. 축구는 개인의 역량도 필요하지만 무엇보다 팀워크가 중요한 운동입니다. 저희 11명은 각자의 직무와 역할은 다르지만, 이수화학 23기라는 하나 된 이름으로 이수의 미래를 이끌어 갈 최고의 구성원이 되겠습니다. 재빠른 몸놀림으로 상대 팀을 제압하는 공격수, 팀의 연결고리인 미드필더, 든든한 버팀목인 수비수, 큰 그림으로 팀을 조율하는 골키퍼와 같이, 이수화학의 곳곳에서 자신의 역할에 최선을 다하며 최상의 하모니를 만들 줄 아는 신입사원이 되겠습니다. 선배님들의 사랑과 응원으로 무럭무럭 자라 이수의 기쁨과 자랑이 되는 23기가 되겠습니다.



이수페타시스
"막강 파워를 가진
드래곤볼이 되리라"

이수페타시스의 '드래곤볼'이 될 신입사원 인사드립니다. 드래곤볼 일곱 개가 한 자리에 모이기까지 수많은 여정이 필요하듯, 이 자리에 오기까지 저희도 오랜 시간 다양한 경험과 도전을 통해 성장해 왔습니다. 이수인이 되겠다는 꿈을 이룬 만큼, 지금 이 순간부터는 이수페타시스의 핵심목표와 가치를 이루기 위해 온 열정과 노력을 다하겠습니다. 선배님들이 지켜오신 업적과 일구실 역사에 함께 할 수 있어서 영광입니다. 그 발걸음에 힘이 되도록 기대하셨던 것 이상으로 든든한 후배가 되겠습니다.



이수앱지스
"이수의 비타민이
되었습니다"

WOW! 이수앱지스의 '비타민'이 될 2017년 신입사원입니다. 앞으로 저희는 달콤 상큼한 비타민처럼 선배님들의 피로를 해소하는 피로회복제가 되겠습니다. 이수앱지스가 희귀의약품 시장 1위에 우뚝 서는 그날까지 저희는 앱지스의 진정한 일꾼으로 거듭나겠습니다. 그 간절한 마음을 모아 5행시를 준비했습니다!

- 이 : 이제는 제약업계에서
- 수 : 수직 상승할
- 앱 : 앱지스를 이끌어갈 미래의 주역으로서
- 지 : 지금보다 더 나은 내일을 위해
- 스 : 스페셜리스트가 되겠습니다. 믿어주세요! 감사합니다!



이수엑사보드의 'via-hole'이 될 2017년 신입사원입니다. 저희는 층과 층 사이를 연결해주는 via-hole처럼 선배님들과 저희, 더 나아가 이수가족 전체를 이어주는 연결고리가 되겠습니다!

그토록 원하던 이수인의 꿈을 이루었습니다. 이제, 이수엑사보드를 넘어 이수의 꿈을 함께 이루겠습니다!

이수엑사보드
"무엇이든 연결하는
via-hole 같은
고리가 될게요"



(주)이수
"우리는 파릇한 싹을
틔울 알찬 씨앗들"



안녕하십니까? 저희는 (주)이수의 '씨앗'이 될 2017년 신입사원입니다!

작년 한해는 이수인이 되기 위해 준비하는 치열한 시간이었습니다. 때론 힘들고 지쳐서 그만두고 싶은 적도 많았습니다. 하지만 묵묵히 이겨내고 나니 그토록 원하던 '이수인'이 될 수 있었습니다. 모든 것이 막막하고 답답했던 취업준비생 시절, 좌절도 적지 않았지만 지금 생각하면 씨를 잘 심을 수 있었던 중요한 시간이었습니다. 이제, 저희는 그 씨앗이 뿌리를 내려 멋진 싹을 틔울 수 있도록 최선을 다할 것입니다.

저희는 엑사켐의 '미래의 주역'이 될 주인공들입니다. 취업 준비를 하면서 이수인을 꿈꿨고, 이수엑사켐에 입사하면서 꿈을 이루게 되었습니다.

취업준비생 시절의 간절함을 기억하며 식지 않는 열정과 패기로 건강한 이수인이 되었습니다. 더불어 2017년은 새마음 새 뜻으로 무엇이든 열심히 배우겠습니다.



이수엑사켐

"미래의 주역은 바로 나"

이수건설

"소원을 말해봐~ 별뚝별이 있잖아!"

저희는 이수건설의 소원을 들어주는 '별뚝별'이 되었습니다. 더불어 그 소원을 이루기 위해 세 가지 약속을 하겠습니다.

첫째, 망설이지 않겠습니다! 항상 모든 일에 적극적으로 참여하는 신입사원이 되겠습니다.

둘째, 걱정하지 않겠습니다! 이수의 핵심가치와 목적, 선배님들의 가르침을 믿고 두려워하지 않겠습니다. 셋째, 지치지 않겠습니다! 에너지의 한계를 모르고 활활 타오르는 패기를 보여드리겠습니다. 3가지 약속을 가슴에 새기며 곧 인사드리겠습니다!



지난 1월 3일부터 13일까지 진행된 공채 신입사원 입문과정은 이수가족화, 조기전력화, 프로사원화라는 세 가지 목적 하에 진행되었습니다. 이수의 가치와 문화, 경영현황에 대한 학습과, 조직 조기 적응을 위한 태도 및 업무스킬에 대한 기본적인 학습으로 구성되었습니다.

회사와 신입사원들 모두 길고 긴 준비의 끝에 처음 만나는 자리를 갖고 있습니다. 간절히 바라고 기다렸던 자리이기에 서로에게 거는 기대가 크고 부담이 많이 되었지만, 이수가족여러분들의 적극적인 도움과 공채 23기 신입사원들의 열정적인

호응으로 2주간의 입문과정을 무사히 마칠 수 있었습니다.

만고 끝에 선발해 주신 훌륭한 묘목들이 이수라는 기름진 밭에서 올바르게 성장하여 조직에 새로운 바람을 불러일으키는 재목이 되기 위해 그 성장의 초석을 다지는 과정을 거쳐 당당한 사회인이 될 준비를 마쳤습니다. 이 어린 나무들이 이수의 미래를 이끌어 나가는 거목으로 성장할 수 있도록 좋은 별과 맑은 물이 되어주시리라 믿습니다.

정유년 새해 회사와 구성원 모두에게 좋은 일들만 가득하길 바랍니다. 감사합니다.

이수의 새바람,
신입사원들의
활약을 기대합니다

홍도기 대리 (주)이수 HR팀





◀ 매장 입구 ▶ 오픈식



▲ MD 상품



▲ 스타월

이수홀딩스상하이 플리나씽씽 1호점 오픈

이수홀딩스상하이는 지난 12월 11일 PLENA127에 이어 신규브랜드 PLENA星星(PLENA XINGXING, 플리나씽씽)을 선보였다. 플리나씽씽은 한류를 사랑하는 중국의 2030 트렌드 세터들을 타깃으로 하며, PLENA127의 '정통 고급 한식'을 기반으로 젊은층의 입맛을 사로잡을 '퓨전한식'을 가미했다. 특히 상하이는 글로벌 혁신도시로 떠오르며 모든 분야에서 일대 퓨전이 일고 있는 곳이다. 유행에 민감한 F&B시장에서 한국의 트렌디한 맛을 즉각적으로 반영할 수 있는 퓨전한식 컨셉의 플리나씽씽은 이수홀딩스상하이가 중국 외식업계에 뿌리를 내리는데 중요한 역할을 할 것으로 기대된다. 플리나씽씽 1호점이 자리 잡은 곳은 젊은이들이 많이 모이는 징안구 크리스탈 갤러리아다. 유행과 패



션을 선도하는 크리스탈 갤러리아는 플리나씽씽의 컨셉과도 일치해 손쉬운 타깃 확보와 폭넓은 홍보 효과를 톡톡히 누리고 있다. 플리나씽씽은 한식을 베이스로 한 퓨전요리 48종의 메뉴와 40종의 음료와 주류로 구성된다. 그 중에서도 김치미트미니버거, 치즈닭갈비, 바삭불고기, 장조림버터밥은 현지인들이 엄지를 치켜드는 베스트 메뉴다. 플리나씽씽의 인기 비결은 캐주얼하고 모던한 인테리어에도 있다. 문화공간과 레스토랑을 합쳐 놓은 듯한 실내는 2030 여성 고객들의 시선을 사로잡는다. 한류스타들의 싸인을 넣은 '스타월'과 '스타애비뉴', 한국의 인기 콘텐츠를 시칭할 수 있는 대형 스크린은 멀티태스킹을 선호하는 젊은이들의 오감을 자극한다.

플리나씽씽의 성공에는 오픈 전부터 기획했던 F&B(플리나씽씽)와 콘텐츠(씽씽라이라)의 결합이라는 새로운 마케팅 기법도 한몫했다. 이수홀딩스상하이는 '스타 창업 리얼버라이어티' 성격의 예능 프로인 '씽씽라이라(星星来啦)'에 참여했다. 한국 스타는 정일우, 중국 스타로는 유리나(刘虞佳), 프린스맥(麦亨利) 등이 출연하며 상권조사, 인테리어, 메뉴 개발, MD 상품개발 등 창업을 준비해 나가는 이야기다. 매주 목·금요일 저녁 9시 30분에 중국 대형 미디어 플랫폼인 Baidu(바이두), Youku(요우쿠), Iqiyi(아이치이)등에 방영된 '씽

라이라(星星来啦)'는 2천만 뷰를 돌파하는 쾌거를 올리기도 했다. 실제로 단순 제작에 그치지 않고 플리나씽씽을 창업해 스타들이 직접 메뉴 개발에(우영떡잡채(유리나), 닭강정(정일우), 한국포차떡볶이(프린스맥)나서는 등 리얼을 제대로 살렸다는 호평도 받았다. PLENA127에 이어 플리나씽씽으로 선전을 거듭하고 있는 이수홀딩스상하이는 치열한 메뉴 개발을 비롯해 중국 소비자들에 대한 끊임없는 이해, 효율적인 운영 방식의 사업 철학을 고수하며 2017년 상해 지역에 플리나씽씽 5호점까지 열겠다는 계획이다.



▲ 매장 내 고객들



▲ 인기 메뉴 김치미트미니버거

꽃보다 혼밥러

#혼밥 전성시대
이수 혼밥남녀를 만나다



혼밥러 시대가 시작됐다. 이제는 '혼밥, 혼술, 혼영, 혼행' 등 혼족 문화를 가리키는 말들이 생경하지 않다. 국내 1인 가구수는 총 520만 가구로 전체 가구의 27.2%를 차지, 현재 우리나라에서 가장 많은 가구 형태다. 시간이 지남에 따라 그 비율 또한 눈에 띄게 증가한다고 하니 그야말로 1인 가구가 대세 중 대세다. 사회의 흐름이나 트렌드를 가장 빨리 읽는다는 대중매체도 선견을 보였다. MBC의 '나 혼자 산다', tvN의 '식사를 합시다'와 '혼술남녀' 등은 당시만 해도 신선한 프롤라며 눈길을 끌었다.

그러나 언제부터인가 그런 모습들은 너 나 할 것 없는 우리들의 자화상이 돼버렸다.

사회가 '혼밥러'를 바라보는 시각은 다양하다. 하지만 중요한 것은 누가 어떻게 그들을 바라보느냐가 아니라 나 일지도, 어쩌면 내 가족일지도 모르는 혼밥러들이 얼마나 당당하고 행복하게 살아가느냐이다. 이제 하나의 라이프 스타일과 사회문화로 자리 잡은 혼밥이 외로움, 고독, 개인주의 등의 부정적인 인식을 견어내고, 현명하고 합리적인 긍정의 아이콘으로 자리 잡길 바란다.

대담 진행 _ 김정희 대리 ((주)이수 브랜드관리팀)

자기소개 부탁드립니다.

정지현 대리 _ 안녕하세요? 저는 이수건설 기획팀에 근무하는 정지현입니다. 제가 혼자 지내기 시작한 것은 대학생 시절부터이니, 횡수로는 12년이 되었네요.

서소현 대리 _ 이수앱지스 신약개발팀 서소현입니다. 혼밥러로 지낸 지는 7년 차입니다.

김상엽 사원 _ 이수시스템 전략사업팀 김상엽입니다. 대학생 때 서울로 올라오게 되면서 자연스럽게 혼밥러가 되었습니다. 이제는 혼자가 편한 6년 차 혼밥러입니다.

이슬 사원 _ 안녕하세요! 이수엑사캠 관리팀 이슬입니다. 독립해서 혼자 산지는 7년이 되었습니다.

혼자라서 가장 좋은 점은 무엇인가요?

정지현 대리 _ 아무래도 자유인 것 같아요. 나만의 공간에서 내가 하고 싶은 걸 하면서 지낼 수 있으니까요.

“
혼밥러, 삶의 방식이
변한 것이지 사회문제는 아니랍니다!
”

정지현 대리
(이수건설 기획팀)



서소현 대리 시간 활용도가 높다는 점이에요! 식사, 운동, 쇼핑 등 자신의 라이프 스타일에 따라 시간을 나눌 수 있어서 좋아요.

김상엽 사원 저 역시 자유를 꿈꿨습니다. 시간과 장소에 구애받지 않고 내가 하고 싶은 것을 스스로 선택하고 결정할 수 있다는 건 참 기쁜 일이에요. 가끔 아무것도 하고 싶지 않은 날, 이럴 때 누구에게도 간섭 받지 않고 쉴 수 있다는 건 행복이죠.

이슬 사원 제 생각엔 부담 없는 것이 가장 좋은 점인 것 같아요. 조금 이기적일지도 모르지만 다른 사람 눈치 볼 필요 없이 저만 잘 살아가면 되니까요.

일각에서는 혼밥러를 개인주의가 낳은 사회문제라고 말하기도 합니다. 이런 시각에 대해서 어떻게 생각하시나요?

정지현 대리 삶의 방식이 변한 것이 문제라고 생각하지는 않습니다. 시드니랑 밴쿠버에서 어학연수 할 때 느낀 거지만, 그쪽 문화권에서는 점심시간에 혼자 식사를 하는 걸 당연하게 생각하죠. 먹고 싶은 메뉴도 다르고, 그 시간 동안 하고 싶은 것도 다르기 때문에 누구는 해변에서 간단히 도시락을 먹는 경우도 있고, 누구는 유명한 레스토랑에 가서 먹는 경우도 있고요.

서소현 대리 1인 가구로 인해 개인주의가 강화된다는 시각은 1인 가구가 공동체 생활과 단절되어 있다는 생각에서 비롯된 것 같습니다. 하지만 1인 가구는 오히려 자유시간이 많아 자신이 관심 있는 분야에 대한 활동량이 많습니다. 즉, 관심 분야와 관계된 다양한 집단과 소통하며 인간관계를

형성하죠. 그런 관계 속에서 타인에 대한 이해의 폭도 조금씩 넓어진다고 생각합니다.

김상엽 사원 점점 개인의 권리가 커지고 있는 시대입니다. 하지만 지나치게 자신의 생각과 행동을 주장하는 것은 지양해야 합니다. 우리가 사는 사회에서 서로를 이해하고 배려하기 위한 소통은 절대적으로 중요합니다. 본인만의 영역과 타인과 함께하는 영역을 구분해서 어울릴 땐 서로가 조화되고, 타인에게 피해주지 않는 선에서 개인의 시간을 갖는 매너가 필요합니다.

이슬 사원 대부분의 사람들이 하루의 반 이상을

“오로지 나에게만 집중할 수 있는 시간은 에너지를 얻는 원천이 되죠!”



이슬 사원 (이수엑사캠 관리팀)



혼밥문화에 대해 이야기를 나누고 있는 직원들. 왼쪽부터 정지현 대리 (이수건설), 서소현 대리 (이수앱지스), 김상엽 사원 (이수시스템), 이슬 사원 (이수엑사캠)

학교나 직장에서 보내고 있습니다. 일과가 끝난 후에라도 다른 것에 얽매이지 않고 혼자서 쉬고 먹는 등, 혼자만의 활동은 스트레스를 해소해주죠. 어떨 땐 혼자 집에서 가만히 있는 것만으로도 힐링이 될 때가 있으니까요. 오히려 자기 자신에게 투자하고 나를 사랑하는 것이 사회에 더 큰 에너지를 보여줄 수 있다고 생각합니다.

스스로 생각하기에 나는 혼밥러로서 레벨 몇에 해당하나요?

정지현 대리 개인적으로는 나가서 혼밥을 하기 보다는 주로 배달을 시켜 먹거나 제가 만들어 먹는 경우가 많습니다. 굳이 레벨로 따지자면 5 정도 될 거 같네요. 일반음식점에서 혼자 먹을 때 부끄럽다거나 하는 감정은 없고, 자연스럽게 편안합니다.

서소현 대리 저는 레벨 4 정도 되는 것 같습니다. 요즘은 2인 테이블을 이용해 주위 눈치 없이

편안하게 식사를 하는데요, 여러 가지 메뉴가 먹고 싶을 때는 혼자 2가지 메뉴를 시켜 일부는 포장해 가기도 합니다.

김상엽 사원 저는 레벨 5 정도 되는 것 같네요. 한번은 패밀리 레스토랑에 간적이 있는데, 저 말고도 혼자서 오신 분들이 많더라고요. 업장 측에서는 자연스레 겸상을 유도하더군요. 다른 남성분과 맞은편에 앉아서 먹는데 너무 불편해서 음식도 제대로 안 넘어가더라고요. 그 뒤론 일반음식점까지만 이용하고 있어요.

이슬 사원 저는 부끄러움이 많아서 혼자 뭘 하지를 못하겠더라고요. 예전에 심야영화를 혼자 본적이 있습니다. 심야영화라 사람이 없는 걸 노린 거죠. 하지만 영화관이 텅 비어있어서 괜히 무서운 느낌이 들었습니다. 또 혼자라서 그런지 재미도 덜한 것 같았어요. 기분 탓이었겠지만 그 뒤로 혼자 영화는 보지 않습니다.

'혼밥'을 깨뜨리는 결혼, 여러분에게 결혼은 어떤 의미인가요?

정지현 대리 개인적으로 결혼은 새로운 삶의 시작이라고 생각해요. 결혼이란 게 단순히 두 명이 한집에 같이 사는 게 아니잖아요. 크게는 두 가족의 결합이고, 개인적으로는 책임져야 할 사람들이 늘어나는 거죠. 책임이라는 말이 들어가서 부정적으로 보일지는 모르겠지만, 결혼에 대해 부정적인 생각은 없어요. 인생의 전환점이고 평생을 함께하고 싶은 사람을 빨리 만나고 싶어요.

서소현 대리 결혼을 하게 될 때 나이나 상황에 쫓겨 하게 된다면 결혼은 헬게이트가 될 것 같아요. 하지만 서로를 충분히 이해할 수 있는 사람

“
결혼, 평생의 동반자를
만나는 중요한 일.
그날이 빨리 오기를 기다리고 있죠!
”



서소현 대리
(이수앱지스 신약개발팀)

을 만나 결혼을 한다면 서로를 성장하게 할 좋은 원동력이 될 것 같습니다.

김상엽 사원 결혼을 한다는 것은 끝을 알 수 없는 마라톤에서 함께 뛸 파트너를 만나는 것이죠. 마라톤은 지구력과 인내심을 필요로 하는 운동이기에 너무 힘들어 중간에 포기하는 경우도 많습니다. 앞으로 나아가는 숱한 어려움 속에서 서로를 포기하지 않도록 끝까지 도와주는 조력자를 얻는 것, 그게 바로 결혼이라 생각합니다.

이슬 사원 결혼은 제2의 시작점입니다. 주변에 친구들을 보면 결혼한 뒤 안정감, 소속감, 책임감을 갖게 됨으로써 내적으로 성장하는 것 같습니다.

혼밥러이고 싶지 않을 때는 언제인가요?

정지현 대리 사실 특별히 그런 때가 없긴 해요. 생일이나 크리스마스 때에도 친구들이나 가족들과 함께하지 못할 사정이 생긴다면, 그런 날에도 혼밥에 대한 부담감은 없어요. 혼자라고 할지라도 내가 먹고 싶은 것들을 사서 좋아하는 영화나 미드를 보면서 충분히 즐길 수 있거든요.

서소현 대리 토요일 저녁에는 혼밥러이고 싶지 않습니다. 사실 평일에는 혼자서 평온한 저녁시간을 만끽하고 싶지만 토요일에는 친구들과 맥주 한잔 마시며 마음 편하게 이야기하고 싶어요.

김상엽 사원 아무래도 혼자 가장 힘들고 서러울 때는 아플 때인 것 같아요. 내 몸이 내 몸 같지 않을 때는 걱정해주는 말 한마디가 큰 힘이 되거든요.

이슬 사원 한 주의 활력소가 되는 주말에는 혼자이고 싶지 않습니다.

마지막으로 나에게 '혼자'란 어떤 의미인가요?

정지현 대리 20세 때부터 혼자 살면서 이 생활을 즐기고 있는 것 같아요. 특별히 불편함을 느끼는 부분은 없거든요. 앞에서도 얘기했지만 자유가 절 행복하게 만드는 것 같아요.

서소현 대리 나에게 '혼자'란 나를 채울 수 있는 시간입니다. 혼자 생활을 하며 즐길 수 있는 다양한 취미들을 통해 생활에 활력이 생기고 업무에 조금 더 집중할 수 있게 되는 것 같습니다.

김상엽 사원 싱글은 나만의 시간, 나만의 선택, 온전히 '나'를 중심으로 생각할 수 있는 영역이죠. 하지만 옆에서 마음을 맞춰 함께하는 사람이 있다면 그와 나누는 시간이 더 좋을 것 같습니다. 이제 혼자 놀기 노하우는 누군가에게 물려주고 싶네요.

이슬 사원 저에게 싱글이란 자유입니다. 올해 결혼 예정인데도, 아무래도 결혼을 하게 되면 포기해야 될 것들이 많아질 것 같습니다. 얼마 남지 않은 싱글 생활을 가족과 친구들과 함께 알차게 보낼 계획입니다.

“
혼밥은 개인주의?
혼밥러는 다양한 자기계발을 즐겨 관련 분야의 많은 이들과 소통을 중시하죠!
”

나의 혼밥러 지수는?
혼밥 Level Test

- Level 1 편의점에서 혼자 먹기
- Level 2 푸드코트에서 혼자 먹기
- Level 3 분식집에서 혼자 먹기
- Level 4 패스트푸드점에서 혼자 먹기
- Level 5 중국집 등 일반음식점에서 혼자 먹기
- Level 6 맛집에서 혼자 먹기
- Level 7 패밀리레스토랑에서 혼자 먹기
- Level 8 고깃집, 횡집에서 혼자 먹기
- Level 9 술집에서 혼자 먹기



김상엽 사원
(이수시스템 전략사업팀)

평택 브라운스톤 험프리스 현장 최선의 입주 AS로 고객만족을 더하다

갈수록 더해지는 건설업계의 어려운 상황 속에서도 이수건설은 연이은 수주와 높은 분양률로 눈부신 성과를 내고 있다. 그 중에서도 평택 브라운스톤 험프리스는 견고한 시공과 뛰어난 조경 및 편의시설로 세간의 주목을 받고 있다. 현재 입주 AS를 진행하며 마무리 작업에 매진 중인 평택 브라운스톤 험프리스 현장팀. 그들을 만나 지금의 성과는 어디에서 비롯됐는지 알아본다.



Brown Stone

손발이 척척, 환상의 하모니

이수건설 브라운스톤 험프리스 현장팀은 공정, 원가, 품질, 안전관리를 통해 준공승인을 받아 입주까지 관리하는 업무를 담당한다. 정철 부장의 지휘 아래 팀원들은 근속 15년 이상의 직원은 물론 이제 갓 들어온 신입사원까지 다양하다. 이렇다 보니 처음에는 세대차이로 인한 문제가 생기진 않을지 내심 걱정이 앞섰다고 한다. 하지만 선배는 모범을 보이기 위해서 더 열심히 뛰었고, 후배는 그런 선배의 모습을 따르고 보필하는 환상의 궁합을 탄생시켰다.

그도 그럴 것이 공사가 한창 진행 중일 때에는 관리해야 하는 협력업체만 30여 군데, 현장 근로자만 500여 명 이상이 된다. 발 빠르게 돌아가는 현장에서 누구 하나 손발을 맞추지 못하고 삐걱거리면 금세 문제가 생긴다. 그래서인지 팀원

들은 흡사 이인삼각 경기처럼 마음을 맞추며 서로를 돕고 배려하는 것이 습관이 됐다. 혼자 빨리 가는 것이 아니라 함께 완주하는 것이 중요하다는 팀원들은 황제펍권이 허들링으로 극한의 추위를 이겨내는 것처럼 힘든 부분은 서로 나누고 거들면서 각자의 고충과 과제를 함께 해결해 나간다.

우리는 가족, 아침식사는 모두 함께

“아무리 바빠도 아침식사는 팀원들이 모두 함께 합니다.”

팀웍과 업무의 효율성을 극대화하기 위한 정철 부장의 아이디어다. 처음에는 담당하는 업무가 다르고 바쁜 일 처리로 시간 맞추기가 어려웠지만 이제는 하루를 여는 당연한 일정이 됐다. 팀원이 함께하는 ‘아침식사’는 단순히 밥을 같이 먹

는 것 그 이상의 의미를 갖고 있다. 첫째는 본사 지시사항이나 현장 운영계획을 공유하는 자리로 활용한다. 신입사원까지 현장의 현안 문제를 자세히 알 수 있는 계기가 되고, 팀원들은 다양한 의견을 나눌 수 있다. 둘째, 팀원의 생일을 챙기거나 집안의 크고 작은 일들을 이야기하면서 보이지 않는 손으로 서로의 어깨를 다독이는 시간을 갖는다. 이런 과정들은 자연스럽게 동료로 넘어 동료애를 갖게 하고 팀을 진짜 가족으로 만든다.

크고 작은 사고들이 끊이지 않는 건설현장이지만 현장팀의 세심한 노력들은 평택 현장을 완공으로 이끌었다. 자칫 프로젝트팀의 특성상 현장 업무 완료 후에는 해체되기 때문에 원활한 소통과 팀웍은 무색해질 때가 많다. 하지만 정철 부장과 팀원들은 모든 업무를 마칠 때까지 어느 것 하나 소홀하지 않겠다는 생각이다.



브라운스톤 험프리스, 평택의 랜드마크가 되길

브라운스톤 험프리스 현장팀은 적기 준공과 원가 절감, 준공승인이라는 결실로 그간의 노고를 대변했다. 특히 건설 현장이 많은 평택은 준공승인을 받지 못하는 시공사가 속출할 만큼 경찰서, 소방서, 행정관청의 관리 감독이 촘촘해 어려운 부분이 적지 않았다. 하지만 현장팀은 빠른 대처와 차질 없는 계획 실행으로 지난해 11월 28일 준공승인을 이뤄냈다.

브라운스톤 험프리스 현장은 대지 면적이 약 18,800평으로 축구장 8.7배에 달하는 단지다. 삭막한 황무지에 능률하게 빛나는 브라운스톤 험프리스를 올려 세운 현장팀은 AS 업무를 원활히 마치는 것이 최종 미션이다. 이제 마침표 하나를 남겨놓은 시점, 잠시 숨을 골라도 되겠지만 오늘도 그들은 처음 그때처럼 두 주먹을 불끈 쥐고 현장을 누비고 있다.



평택 브라운스톤
험프리스
이것이 다르다!



수익형 미군 렌탈 아파트

미군 기지 정문에서 도보 5분 거리에 위치, 입지부터 설계까지 미군들의 라이프 스타일에 최적화된 최초의 수익형 미군 렌탈 아파트.

웰빙 아파트

휘트니스 센터, 카페테리아, 독서실, 북카페, 유아놀이방 등이 조성되어 있으며 문화재로 등록된 농성공원이 인접.

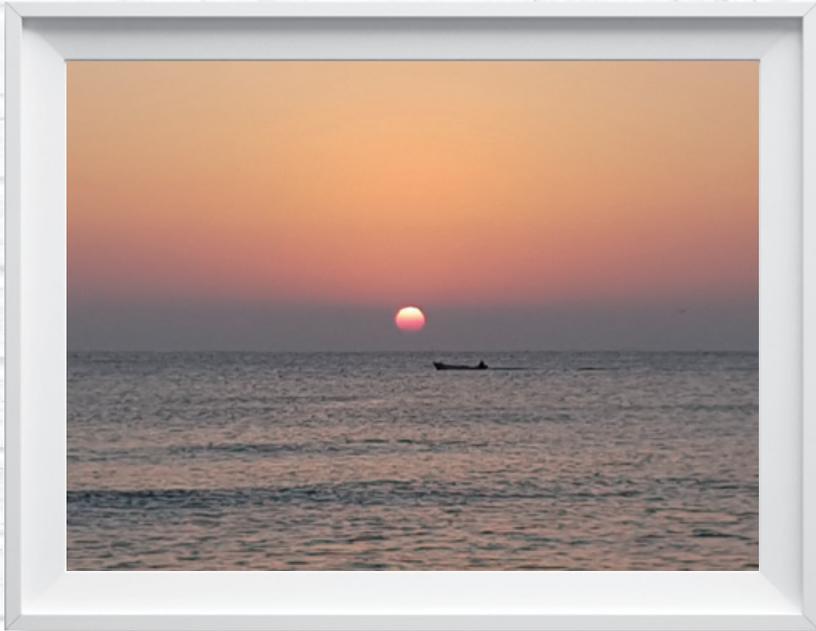
최적의 교통망

국철 평택역, KTX 신평택역, 평택버스터미널로 서울과 수도권 어디든 빨라진 생활. 45번 국도(땡성로)와 안성~평택IC, 어연IC 등 5개 IC가 인접한 쾌속 광역 교통망.



정철 부장의 신년 Message

안녕하십니까! 이수가족 여러분~ 저는 평택 브라운스톤 험프리스 현장을 담당하고 있는 정철이라고 합니다. 새해 복 많이 받으시고, 동료들 아끼고 사랑하는 마음으로 임하는 2017년을 만들어 갔으면 좋겠습니다. 감사합니다!



정유년 일출 사연_ 서진우 사원 (이수페타시스 연구1팀 도금파트)

2017년의 새해 일출을 보러 영덕 덕천 해수욕장을 다녀왔습니다.
 많은 사람들이 저마다의 소원을 품고 두 손을 모으고 있었습니다.
 저 역시 '우리 가족 건강하게 해달라'는 늘 해오던 소원을 품고 간절함을 모았습니다.
 드디어 하얀 구름 위로 찬란한 태양이 떠올랐습니다.
 주위엔 저처럼 기도를 하는 사람, 탄성을 지르는 사람, 사진을 남기는 사람 등
 각자의 방법으로 새해맞이를 하고 있었습니다.
 재빨리 소원을 빌고, 팡팡 얼은 손으로 핸드폰을 들었습니다.
 그리고 정유년을 멋지게 이끌어 줄 2017년 1월 1일의 첫 해를 카메라에 담았습니다.
 이수가족 여러분들도 함께 보시면서 그 기운을 담아 가시기 바랍니다.
 새해 복 많이 받으시고, 건강하세요!



대만, 지우편(九分) 사연_ 안영준 사원 ((주)이수 브랜드관리팀)

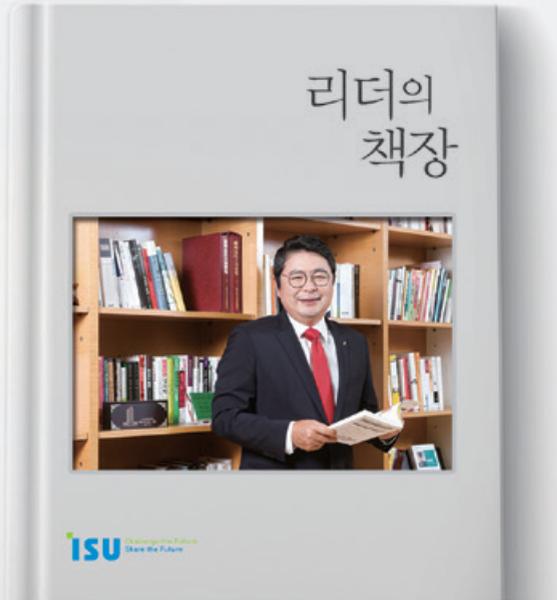
작년 12월, 대만 지우편의 골목길 모습을 담아봤습니다.
 대만의 많은 명소들을 여행했지만 그 중에서도 지우편(九分)이 기억에 남습니다.
 이곳은 바로 제가 좋아하는 일본 애니메이션 <센과 치히로의 행방불명>의 모티브가 된
 곳이기 때문입니다. 비탈길을 따라 늘어선 소소한 가게들과 골목 사이사이로 자리한 예
 스러운 집들은 마치 과거로 가는 타임머신을 탄 듯 합니다. 특히, 달빛 좋은 저녁에 홍
 등 사이를 거닐면 옛 정취와 낭만에 취하는 달콤함도 맛볼 수 있습니다.
 다시 이렇게 사진을 꺼내보니 거리마다 주렁주렁 달렸던 홍등과 구수한 취두부 향이 무
 척이나 그립니다.
 아무래도 오늘 밤은 <센과 치히로의 행방불명>을 보며 마음을 달래야 할 것 같습니다.

<독자 여러분의 사진을 받습니다>

가만히 바라보면 우리 곁엔 놓치기 아까운 행복한 순간들이 참 많습니다. 여러분의 휴대전화 속에 담긴 행복
 하고 의미있는 순간들을 사연과 함께 보내주세요. 사보에 실리는 행운과 소정의 선물을 드립니다.

보내실곳 카카오톡 ID: hee895 / 이메일: jhk653@isu.co.kr

이수인에게 권하는 김상범 회장의 '좋은 책'



2017년이 밝았습니다.

우리는 다시 새로운 각오로 멋진 계획들을 실천해 나갈 것입니다.

그러기 위해서는 마르지 않는 샘물이 필요합니다.

여러분의 한 해를 조금 더 의미 있게 만들어 줄 '좋은 책'.

올해도 변함없이 마음을 다해 전하겠습니다.



위기의 시대를 이기는 단 하나의 질문

무엇을 버릴 것인가

| 저 자 | 유필화

| 출판사 | 비즈니스북스

저자 소개

성균관대학교 SKK GSB(Graduate School of Business) 교수. 서울대학교에서 경영학을 공부한 후 미국 노스웨스턴 대학교에서 MBA를, 하버드대학교에서 경영학 박사 학위를 받았다. 독일 빌레펠트대학교의 초빙교수로 재직 한 후 독일 경영연구원(USW)에서 활동했다. 1987년부터 성균관대학교 경영학 교수로 재직 중이다. 그는 일본 게이오기주쿠대학교 비즈니스스쿨과 서울대학교 경영대학에서 초빙교수로 근무했고 한국경영학회의 편집위원장, 한국마케팅학회 회장, 제일기획과 KT의 사외이사, 성균관대학교가 삼성그룹과 매사추세츠공과대학의 지원으로 설립한 SKK GSB의 학장을 역임한 바 있다.

독일을 대표하는 경영석학 헤르만 지문과 함께 <유필화와 헤르만 지문의 경영담론>을 출간하기도 했으며 마케팅, 특히 가격관리 분야에서도 선구자적인 입지를 구축해 왔다. 영어, 독일어, 일본어에도 능통해 국내외 수많은 논문을 비롯한 <아니다, 성장은 가능하다> <가격관리론> <역사에서 리더를 만나다> <현대마케팅론(현재 제 8판)> <CEO, 고전에서 답을 찾다> <부처에게서 배우는 경영의 지혜> 등 20여 권의 경영학 관련 저서를 출간했다.

마이너스 성장, 냉혹한 구조조정

차이나머니의 침략...

어떻게 살아남을 것인가

대한민국은 세계 11위의 경제대국으로 우뚝 자리했지만, 경제를 이끄는 기업, 산업계에서는 2008년 글로벌 금융위기 때보다 더 심각한 수준의 위기라는 분위기가 팽배하다. 삼성전자, 포스코, 현대중공업, 두산... 20대 기업 중 13곳이 마이너스 성장을 했고, 한국 주력 기업의 65%가 매출이 줄어 들었으며, 그중 6곳에서는 1조 원이 넘는 대형 적자까지 낸 것이다. 대기업의 사정이 그러하니 중견, 중소기업의 사정은 말할 것도 없다. 문제는 그 여파가 기업에 그치는 일이 아니라는 것이다. 구조조정 위 협으로 불안해하는 직장인들, 점점 구하기 어려워지는 일자리로 방황하는 젊은이들, 고령화

시대를 대비하지 못해 은퇴 이후를 초조하게 기다리는 이들은 점점 어려워지는 불확실한 환경 속에서 생존을, 미래를 걱정하고 있다.

그렇다면 지금과 같이 살아남는 것이 곧 성공이 되는, 사상 초유 위기의 시대를 돌파할 수 있는 길은 없는 것일까?

30년간 1,500회의 강연에서 10만이 넘는 리더들과 고민을 나누고 해결하며, 이론과 현장에 모두 강한 경영학자로 평가받는 유필화 교수가 위기의 시대에 갈피를 잡지 못하는 기업, 그 기업과 조직을 이끄는 리더들에게 필요한 지혜를 담아낸 신작 <무엇을 버릴 것인가>를 출간했다. 이 책에서 그는 한 치 앞도 보이지 않는 시대일수록 절대 바뀌지 않는 원칙 하나를 손에 쥐고 있어야 한다고 말한다. 그러면서 '무엇을 버리고 무엇을 취할 것인가'라는 고민을 통해 만든, 어떤 역경에도 흔들리지 않는 경영의 원칙을 소개한다.

위기 속에서도 성공을 만들어 내는

'경영의 원칙 28'

대한민국은 더 빠르게, 더 많은 것을 쌓음으로써 성장해 왔다. 하지만 이미 그런 성장 모델은 그 효력을 잃었다. 심지어 생존조차 위협받는 오늘날에는 그렇게 기존 방식을 고수하는 일이 조직과 기업을 위기로 빠뜨리기 십상이다.

그러나 이렇게 열악한 상황과 환경 속에서도 세계 시장을 주무르며 승승장구하는 강한 기업들

은 분명 있다. 과거에는 이보다 더한 역경을 이겨 내고 살아남은 리더와 조직이 있었다. 그들은 선택과 집중을 통해 변신을 꾀하고 차별화된 고객가치를 만들어 내며 생존을 꾀했다. 스티브 잡스가 애플로 복귀하자마자 고민한 것이 '무엇을 할 것인가'가 아니라 '무엇을 하지 않을 것인지'에 관한 결단이었고, 알리바바의 회장 마윈이 리더가 항상 유념해야 할 것으로 '무엇을 버릴 것인가'를 강조했던 것, 세계적인 전략가 마이클 포터가 전략의 본질을 '무엇을 하지 않을 것인지 선택하는 일'이라 했던 이유 역시 같은 맥락이다. 그렇다. 조직과 기업을 살리는 선택과 집중 전략을 가능하게 하는 것이 바로 '버림'이다. '무엇을 버릴 것인가', '무엇을 취할 것인가'의 고민을 통해 기업의 존속을 가능하게 하는, 수익에 정말 도움이 되는 사업과 전략들만 남기는 것 말이다. 이 책은 치열한 전장에서 살아남은 역사 속 인물, 과거의 전장과 비견되는 비즈니스 현장에서 승승장구하는 기업들을 통해 우리가 무엇을 버리고 살아남을 것인지에 관한 지혜를 이야기하고 있다.

OUT
SIDE



01 지금 이 순간 '올로 라이프'

'올로'(YOLO)는 'You Only Live Once'의 줄임말이다. 직역하자면 '당신은 오직 한번만 산다'이지만 의역하면 '한 번뿐인 인생'으로 풀이된다. 2011년 미국의 인기 래퍼 드레이크가 발표한 음반에서 처음 등장한 이 표현은 '인생은 한 번뿐이니 후회 없이 살아라'라는 메시지로 젊은층 사이에서 공감을 사며 유행어처럼 사용됐다. 실제 해외에 배낭여행객이 주로 모이는 게스트하우스에는 '헬로(Hello)'나 '굿럭(Good Luck)' 대신 '올로'인사가 유행하고 있다. 올로 라이프는 대학에 진학하고 안정적인 일자리를 갖고 결혼을 하고 아이를 낳아 가정을 꾸리는 정형화된 생활에서 벗어나 나만의 방식으로 살아가는 사람들을 응원하고 지지한다. 직장을 그만두고 세계여행을 떠나거나 노후자금 대신 취미생활에 돈을 투자하는 것, 남들의 눈치나 부모님의 기대



에서 벗어나 자신이 원하는 일에 도전하는 행위가 한 번뿐인 인생의 가치를 더한다는 것이다. 하지만 막 살자는 것은 아니다. 내일을 위해 오늘의 즐거움을 희생시키지 말자는 뜻이다. 이러한 올로 라이프는 고령화, 1인 가구화가 빠르게 진행되며 다양한 연령대로 더 확산될 것으로 예상된다.

붉은 닭의 해

새롭게 떠오르는 2017 트렌드 키워드

불확실성의 시대. 매일 수많은 제품이 쏟아져 나오고 기술은 빠르고 다양하게 진화한다. 2017년에는 어떤 키워드가 우리 문화를 관통하고 생활을 변화시킬까? 현재에 충실한 올로 라이프부터 픽미세대의 각자도생까지. <트렌드 코리아 2017>에서 제시한 소비 트렌드 10가지를 통해 그 답을 찾아보자.

글 _ 박소연(자유기고가)

02 새로운 'B+ 프리미엄'

'프리미엄'이라고 한다면 가방이나 차, 고객의 회원권으로 이용하는 서비스 라운지를 떠올릴 것이다. 하지만 최근 소비시장에는 일반 소비재와 같은 대중 제품에 프리미엄을 더해 B+ 등급으로 끌어올리는 B+ 프리미엄이 새로운 트렌드로 주목 받고 있



다. 커피나 편의점 도시락, 볼펜, 커피숍 등 매일 소모하고 일상적으로 사용하는 물건이나 공간에 프리미엄을 더해 합리적인 가격에 좋은 품질과 서비스를 누릴 수 있다는 게 장점. 지난해 히트 아이템인 '콜드브루 커피'나 '김혜자 편의점 도시락', '노브랜드 버터쿠키' 역시 B급 제품이라는 선입견을 버리고 좋은 품질로 승부하며 큰 호응을 얻었다. 가격과 브랜드가 소비의 기준이었던 과거와는 달리 브랜드의 품질이 평준화되고 디자인과 기능이 뛰어난 제품이 늘어나면서 이러한 B+ 프리미엄의 수요층은 더욱 두터워지고 있다.

03 나는 '픽미세대'

과거 X세대가 젊은이의 반항과 개성을 표현했다면 요즘 젊은 세대들은 이른바 '픽미세대'라고 불린다. 101명의 경쟁자들 사이에서 좋은 평가를 받기 위해 자신의 매력과 재능을 뽐내며 "Pick Me Up"을 외치는 서바이벌 오디션 프로그램 <프로듀스101>에서 차용된 이 표현은 치열한 경쟁시대에서 인정받기를 열망하는 요즘 세대를 상징한다. 이들은 SNS를 통해 끊임없이 자신의 일거수일투족을 인증하고 다른 사람들의 '좋아요'와 댓글 등의 반응을 즐긴다. 짧은 태그(#)로 이어지는 SNS 게시물처럼 발랄하고 화려

하게 자신을 포장하고 타인과 취향을 공유하는 것을 중요하게 여긴다. 하지만 그 이면에는 저장 시대 경쟁 사회를 사는 요즘 젊은이들의 불안과 현실 도피의 심리가 담겨 있다. 타인에게 주목 받고 싶은 열망과 자기 자신에 대한 확신 부족이 절박한 인정 욕구로 이어지는 것. 최고의 스펙을 갖췄음에도 '나를 뽑아 달라'고 외치는 픽미세대는 내가 아닌 타인의 기준으로 스스로를 평가하는 우리사회의 풍조를 담고 있기도 하다.



04 보이지 않는 배려 기술, '캠티크'

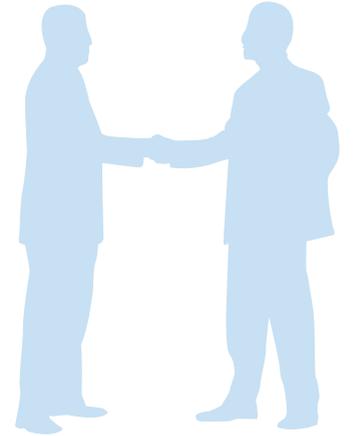
'캠티크'는 조용하다는 의미의 캤(calm)과 기술(technology)의 합성어로 일상생활 환경에 센서와 컴퓨터, 네트워크 장비를 보이지 않게 내장하고 이를 활용해 사람들이 인지하지 못하는 상태에서 각종 편리한 서비스를 제공하는 기술이다. 쉽게 말해 매년 전원 버튼을 누르고 기기를 조정하는 번거로운 과정 없이 그 기기가 갖고 있는 기술을 제공 받는 것이다. 팔목에 차고만 다녀도

심박수와 운동량을 감지해 건강을 관리해주는 스마트밴드, 인체 감지 카메라가 장착되어 주변 사람의 수나 위치, 활동량을 감지해 냉방 온도를 자동으로 조절하는 에어컨 등이 그 예다. 마치 보이지 않는 조력자가 옆에서 도움을 주듯이 간편하고 세심하게 서비스를 제공하는 캠티크 기술은 지난해 열풍을 이끈 핀테크와 IoT(사물인터넷)에 이어 주거 환경을 변화시킬 핵심 기술로 꼽힌다.



05 영업의 시대가 온다

지난해 인공지능로봇 '알파고'가 세간의 화제를 모으며 향후 20년 안에 세계 직업의 45%가 사라질 것이라는 예견이 돌았다. 하지만 AI 시대에도 여전히 유효한 직종이 바로 '사람의 마음을 움직이는 영업'이다. 전문가들은 기술이 발달해도 '대면 영업'의 비중은 줄지 않고 오히려 새로운 형태로 더 확대 발전될 것으로 예상한다. 여기서 영업은 단순히 물건을 파는 행위에서 벗어나 소비자의 니즈와 특징을 파악해 맞춤형 서비스를 제공하는 전문가적 마인드를 전제로 한다. 금융상품을 판매하는 재무설계사처럼



영업직원이 직접 소비자와 만나 어려움을 해결해주고 좋은 상품을 제안하는 시스템이 일반 상품으로 더욱 확산되리라는 전망이다.

06 내멋대로, '1코노미'

우리나라의 1인 가구는 500만. 전체 가구 중 약 26%가 '나홀로족'이다. '1코노미'는 이렇게 1인 가구의 보편화로 변화된 소비 형태를 뜻한다. 혼밥, 혼술은 기본. 혼자 여행도 가고 문화생활도 혼자 즐기는 사람들이 늘면서 이러한 나홀로족을 겨냥한 상품도 속속들이 선보이고 있다. 소분으로 포장된 음식 자재와 1인 전용 식당, 1인 전용 영화 좌석도 등장했다. '나를 위한 소비'에 충실한 것도 이들의 특징이다. 생필품이나 음식을 구입하는 것보다는 취미와 연계된 제품을 구입하고 고급 전자제품보다는 분위기를

전환시켜 주는 인테리어 용품에 눈이 간다. 더불어 키덜트 용품과 반려동물 시장이 활발해지는 것도 이러한 1코노미 트렌드의 확산과 연관되어 있다.



TREND
KOREA
2017

07 버려야 산다, 바이바이 센세이션

지난해 일본에서 방영된 드라마 <우리 집엔 아무것도 없어>는 극도의 미니멀리즘을 실현하는 미니멀리스트의 이야기다. 주인공은 쓸모없는 것을 버린다는 철칙을 실천하는 것뿐 아니라 버리는 행위 자체에 쾌감을 느낀다. 집에 찾아온 손님에게 차를 대접한 후 손님이 다 마신 찻잔을 바로 갖다 버리는 식. 지난해 우리나라에서도 <나는 단순하게 살기로 했다> <잘 버리는 법> 등의 책이 오래도록 베스트셀러에 오른 것을 보면 우리나라 역시 이러한 '버리기 열풍'이 트렌드로 자리 잡은 것은 확실하다. 미니멀리즘이나 단순한 생활방식의 추구는 '과도한 물건의 흥수'에서 벗어나고픈 욕망을 반영한다. 물질적으로

풍요로운 사회를 살고 있지만 오히려 부를 쫓는 것이 불행하다고 느끼는 현대인들에게 '버림'은 소유보다 큰 만족과 행복을 준다. 무엇을 버릴지 판단하는 것은 무엇이 소중한지 깨닫는 과정이기도 하다.



08 소비자가 만드는 수요중심시장

'수요중심시장'은 형태가 없는 시장, 앱이나 온라인 플랫폼을 기반으로 하는 수요와 공급의 장을 뜻한다. 실제 수요자인 소비자가 필요하다고 느끼면 어느 장소, 어느 시간이라도 물건과 서비스를 공급하는 시스템이 올해에도 더욱 확산되리라는 전망이다. 배달 앱 카카오택시, 우버 같은 O2O 서비스도 이러한 예시다. 이러한 수요중심시장은 소비자와 공급자의 연결 과정을

단축시켜 빠르고 편리하게 서비스를 누릴 수 있다는 점에서 만족도가 높다. 바쁜 현대인의 니즈를 반영해 일상생활 속에서 서비스의 폭도 점차 확대되어가고 있다. 저녁에 주문해도 바로 다음 날 새벽에 반찬을 집 앞에 놓아두는 배달 서비스, 주차 장소로 직접 방문하는 세차 서비스, 세탁물을 직접 수거한 뒤 세탁 후 배송해주는 세탁 서비스도 인기다.



09 경험 is 원들

지난해 강원도에는 특이한 관광 상품이 등장했다. '포켓몬 잡기 코스 강원도 관광'이 그것. 인기 증강현실 게임인 '포켓몬 GO'를 즐기기 위해 강원도 지역을 찾는 관광객이 늘어나면서 생긴 상품이었다. '경험 is 원들'은 이러한 경험 중심의 문화 트렌드를 뜻한다. 가치 있는 경험을 위해서 시간과 돈을 아낌없이 투자한다는 것. 아이들이 부모가 선물을 사주는 것보다 함께 놀이동산에 가서 신나게 놀아줄 때 더 큰 행복감을 느끼고 큰 돈을 들여 떠난 여행에서 값진 깨달음을 얻는 것처럼 경험과 체험은 돈으로 살 수 없는 가치와 만족감을 준다. 경험의 가치는 VR 기술의 발달과 함께 엔터테인먼트 분야로 더욱 확대될 전망이다.



10 각자도생의 시대

영화 <부산행>속 좀비 바이러스보다 더 큰 공포를 준 것은 지난해 우리나라를 덮친 지진 공포다. 바야흐로 안전지대는 없는 시대. 자연재해뿐 아니라 사회 전반에서도 '혐오' 정서가 번지며 나 자신은 내가 지켜야 하는 경각심이 높아지고 각자 살아남을 방도를 꾀하는 '각자도생의 시대'가 도래했다. 실제 재난 시 대피 물품을 구비한 '생존가방'이 판매되어 인기를 끌었고 지진 정보를 제공하는 앱도 등장했다. 누구도 믿지 못



하는 불신과 불안이 만든 키워드지만 내일 일을 예측하기 힘든 현대 사회에 미래를 위한 준비가 필요한 것은 분명한 사실이다.



* 위의 내용은 우리나라를 대표하는 트렌드 전문가 김난도 교수를 비롯해 서울대 소비트렌드 분석 센터에서 발간한 <트렌드 코리아 2017>의 내용을 참고하였습니다.

쉬지 못하는 현대인, 탈출구는 '몰입'

몇 해 전부터 서점의 판매대에서는 기현상이 일어났다. 책이라고는 하는데 텍스트가 전혀 없는 그림책이 유행하기 시작한 것이다. 10만 부가 넘으면 대형 베스트셀러로 여겨지는 국내 출판 시장에서 이미 수십만 부가 팔려나가면서 베스트셀러의 대열에 오른 지도 꽤 되었다. 처음에는 나뭇잎과 꽃, 기하학적인 문양 정도에 불과했던 소재도 점점 다양해지고 있다. 새와 곤충 등 자연은 말할 것도 없고 패션 디자인, 여행, 요리, 건축 일러스트까지 끊임없이 진화하는 중이다. 아이들을 위한 색칠공부용 교재가 아니라 이렇듯

근사한 컬러링북이다. 그러나 아무리 봐도 책은 아니다. 그림 가득한 스케치북일 뿐이다. 이것을 펼쳐 든 독자들은 읽는 대신, 꼼꼼하게 색을 채우는 데 열중한다. 실제로 주말이면 카페마다 색색깔의 색연필을 꺼내들고 빈칸 채우기에 몰입하는 어른들의 모습을 심심찮게 볼 수 있다. 조카들의 학교 숙제를 대신해주고 있다고 하기엔 그들의 태도가 너무 진지하다. 도대체 이 어른들은 무엇을 하고 있는 것일까. 이들은 '여가를 즐기는 중'이라고 입을 모은다.

이런 현상에 대해 전문가들은 다양한 스트레스

에 노출되어 있는 현대인들의 힐링 욕구와 정확하게 맞물려 나타난 현상이라고 설명한다. 정신의학적으로도 인간은 무언가에 집중하게 되면 동시에 심리상태가 이완되는 것으로 알려져 있다. 손으로는 끊임없이 무언가를 하는 것 같지만 실제로는 뇌가 쉬는 시간이라는 뜻이다. 이미 그려져 있는 그림이니 따로 생각할 필요도 없이 그저 테두리를 따라 자기가 원하는 색을 칠해나가기만 하면 된다. 이러한 행위에 집중하다 보면 점차 잡념이 사라지고 뇌를 쉬게 하는 효과가 나타나 는 것이다.

비단 컬러링북뿐만이 아니다. 수십 년 전에 유행하던 십자수나 프랑스자수 놓기가 다시 유행하고 구슬을 꿰어 장신구를 만드는 사람들이 급격하게 늘어나고 있다. 인터넷 쇼핑몰에서는 아예 자수에 필요한 용품과 가이드북을 패키지로 묶어서 판매하는 상품들까지 출시되어 날개 돋친 듯 판매되고 있다고 한다. 심지어 오프라인에서는 자수강좌도 열린다. 한때는 나이 지긋한 50~60대의 여성들이 소일하듯 하던 일이었지만 요즘은 20~30대의 직장 여성들까지 가세했다. "집에 돌아와 차분히 자수를 놓다보면 회사에서 직장 동료들과 부대끼느라 쌓인 스트레스도 금세 사라진다"고 말하는 이들은 하루 종일 지친 마음을 자

정신의학적으로도 인간은 무언가에 집중하게 되면 동시에 심리상태가 이완되는 것으로 알려져 있다. 손으로는 끊임없이 무언가를 하는 것 같지만 실제로는 뇌가 쉬는 시간이라는 뜻이다.



수로 달라고 있다는 것이다. 이런 힐링 효과 덕분에 '자수 테라피'라는 신조어도 생겨났다. 종이접기나, 구슬 꿰매기 같은 단순한 행위들에 집중하는 현대인들이 점점 늘어나고 있는 것도 비슷한 현상이라고 할 수 있다. 이런 현상을 아날로그를 그리워하는 대중들의 심리라고 말하기는 부족한 점이 있다. 디지털기기를 활용한 현상들도 심심찮게 나타나고 있기 때문이다. 특히 모바일게임들 중에는 쉽고 단순한 게임들의 다운로드 수가 급증하고 있다고 한다. 이 역시 한때 롤 플레이 게임이나 스타크래프트 같은 전략게임이 유행하던 과거와 비교되는 현상이다. 복잡한 개념도 재빠른 컨트롤도 요구하지 않아 남녀노소 누구나 쉽게 즐길 수 있는 캐주얼 게임들이 대부분이다. 단순하지만 몰입력이 강한 게임들이라는 특징이 있다.



아날로그가 되었던 디지털이 되었던 이런 현상들은 기본적으로 어딘가에 간절히 몰입하고 싶은 혹은 집중하고 싶어 하는 현대인들의 욕구가 반영된 현상일 것이다. 내일 당장 보고해야 할 서너가지의 보고서 목록을 생각하면 머릿속이 멈춰버릴 것 같은 직장인들도, 가족들 대소사며 집안일 챙기느라 늘 긴장해 사는데도 매번 뭔가를 깜빡깜빡해 '정신을 어디에 빼놓고 사느냐'는 타박을 들어야 하는 주부들도 마찬가지 일 것이다. 잠깐만이라도 '지금 이 순간에 온전히 집중할 수 있다면' 얼마나 위안이 될 수 있을까.

“쓰으쓰으 사각사각...” 누군가 칼로 비누를 깎는다. 아주 얇게 비누를 깎는 손놀림이 일정하게 리듬을 탄다. 시간이 지날수록 비누의 크기는 작아지고 깎여나간 비누는 가루가 되어 수북하게 쌓이지만 그뿐이다. 비누를 깎는 그가 누구인지 왜 깎는지는 나오지 않는다. 이 반복되는 행동을 보여주는 영상은 무려 45분 동안 계속되지만 비누를 깎는 그가 누구인지 왜 깎는지는 드러나지 않는다. 그저 쓰으 거리는 소리에만 집중할 수밖에 없다. 그런데 비누 깎는 영상은 유튜브에 올린 지 3개월 만에 조회 수가 550만 건이 넘었다. '도대체 왜?' 싶다. 이런 의아함에 대답하듯 한 누리꾼은 “소리를 최대한 키운 채 듣고 있으면 마음이 평온해진다”고 댓글을 달아 놓았다. 이들은 이 단순한 영상을 보며 무념무상 상태를 즐기는 셈이다.

비누 깎는 소리를 담은 이런 영상을 사람들은 ASMR 영상이라고 부른다. 자율감각 쾌락반응(Autonomous sensory meridian



response)의 약자이다. ASMR은 뇌를 자극해 심리적 안정을 유도하는 원리를 말한다. ASMR은 미국 대체의학 사이트를 중심으로 논의된 심리치료 효과를 현실에 적용한 사례로 알려져 있다. 아직 과학적으로 증명된 것은 아니지만 하나의 문화로 자리 잡을 만큼 큰 인기를 얻고 있는 것은 사실이다.

이런 사례들은 디지털 기기를 통해 전파되고 있기는 하지만 디지털 시대의 현상이라고 할 수는 없다. 그 방식이 너무 단순하고 무의미하기 때

뇌에도 휴식이 필요할 수밖에 없다. 그래서 사람들은 단순한 일에 매달리는 것인지도 모른다.



문이다. 오히려 진짜 디지털기기는 세상의 모든 것을 계량화, 수치화함으로써 그 복잡성을 더해가며 인간의 지적 능력에 도전하고 있다. 삼성경제연구소의 2011년 보고서에 따르면, 하루에 발송되는 이메일은 약 2,100억 개며 유튜브에 하루 업로드 되는 동영상의 수는 미국의 메이저 방송사인 ABC, NBC, CBS 등 3개 방송사가 지난 10년간 방영한 프로그램 수와 맞먹는 것으로 나타났다. 또한 현대인들이 하루에 접하는 정보량은 19세기말부터 20세기 초를 살던 사람들이 평생 접하는 정보량에 육박한다. 인간의 뇌가 적응하기에는 너무 짧은 시간에 급속한 기술의 발달이 일어난 것이다. 뇌에 과부하가 걸리는 건 당연한 일이다. 뇌에도 휴식이 필요할 수밖에 없다. 그래서 사람들은 단순한 일에 매달리는 것인지도 모른다. 부지런히 색칠을 하고, 자수를 놓고, 단순한 게임을 즐기는 사이 뇌에게는 달콤한 휴식이 주어지는 것이다. 부지런히 손발을 움직여 머리를 비우는 행위, 현대인들의 지혜이자 새로운 놀이문화라 할 만하다.

세계의 비경 속에서 맞이하는 정유년 새해 첫 일출

정유년 새해가 밝았다. 새해를 맞이하는 지구촌 곳곳의 풍경은 모두 다르지만 두 손을 맞잡고 새 희망을 꿈꾸는 사람들의 마음은 한결 같을 것이다. 20억 년 전 태초의 풍경이 펼쳐지는 미국 그랜드 캐니언에서 유네스코 3관왕에 빛나는 제주 성산일출봉까지. 2017년의 첫 일출을 감상하면 좋을 세계의 일출 명소로 떠난다.

열기구 타고 여행하는 지구촌 외계 행성

터키 카파도키아

수도 이스탄불에서 남쪽으로 약 300km 떨어진 카파도키아는 '요정의 굴뚝'이라는 이름으로 불리는 기암지대이다. 기원전 6세기경 이 지역 일대를 지배하던 작은 왕국의 이름이기도 한 이곳은 헤아릴 수 없을 만큼 수많은 버섯 모양의 바위들이 남한의 4분의 1에 해당하는 면적에 펼쳐져 있다. 예전 사람들은 이곳 바위에 구멍을 뚫어 암굴가옥을 짓기도 했으며, 한때는 종교 탄압을 피해 숨어든 기독교인의 피난처 역할을 하기도 했다. 일출과 함께 카파도키아 풍경을 감상하려면 열기구를 타고 하늘로 오르는 것을 추천한다. 발아래로 뽕족하게 솟아오른 기괴한 바위들은 화산분출로 생성된 응회암이 오랜 세월을 걸쳐 비바람과 홍수에 침식되면서 지금의 형태로 변형됐다. 마치 외계의 어느 행성에서나 볼법한 풍경 덕분에 SF 영화의 전설이 돼버린 <스타워즈>에도 등장한 바 있다.

20억 년 전 태초의
자구로 떠나는 시간여행

미국 그랜드 캐니언



그랜드 캐니언은 미 대륙 남부의 애리조나주와 네바다주에 걸쳐있는 거대한 협곡이다. 마치 20억 년 전 태초의 시간으로 돌아간 것 같은 이곳은 미국을 대표하는 명소 중 한 곳. 스카이워크(Grand Canyon Skywalk), 앤텔로프 캐니언(Antelope Canyon), 홀스슈 벤드(Horseshoe Bend) 등 수많은 비경들은 이미 사진과 방송을 통해 익숙할지도 모르겠다.

방위를 기준으로 노스(North), 사우스(South), 이스트(East), 웨스트 림(West Rim)으로 구분되는 그랜드 캐니언은 그 범위가 워낙 광대해 전체를 돌아보려면 한 달로도 부족하다. 관광객들이 주로 찾는 권역은 일출 명소인 매더 포인트(Mather Point) 그리고 야바파이 포인트(Yavapai Point), 지질학박물관이 위치하는 사우스 림으로 다른 곳과 달리 1년 내내 출입통제를 하지 않아 아무 때나 방문할 수 있다.

① www.nps.gov



인류역사상 가장 거대한 건축물 중국 만리장성



인류역사상 가장 거대한 건축물은 무엇일까? 동양문화권 사람이라면 아마도 만리장성을 떠올릴 것이다. 이집트 피라미드, 로마 콜로세움 등과 함께 세계7대 불가사의의 하나로 꼽히는 만리장성은 고대 중국 진나라의 시황제가 이민족의 침입에 대비해 기존 성곽을 보수하고 없는 부분은 새로 축조해 완성한 거대한 성곽이다. 허북성(山海關) 산해관에서 시작해 간수성(甘肅省) 가옥관에 이르는 2,700km의 만리장성은 지난 1987년에 일찌감치 유네스코 세계문화유산에 등재되었다.

만리장성은 중국대륙 북쪽 전역에 걸쳐 있지만 수도 베이징을 통해 방문하는 것이 보통이다. 만리장성 8개 코스 중 가장 오르기 편하고 경관이 좋다는 '팔달령'이 대중적인 코스로 꼽힌다. 케이블카를 이용해 장성 코앞까지 오르기 때문에 힘들 걱정은 없다. 장대한 성벽 너머 겹겹이 쌓인 산등성으로 떠오르는 태양은 좀처럼 만나기 힘든 장면이다.

① www.mutianyugreatwall.com



자동차로 쉽게 오르는
하와이 최고의 일출 명산
하와이 할레이칼라



태평양 한가운데 솟아오른 화산섬 하와이는 본섬을 비롯해 오아후, 마우이, 올로카이 등 여섯 개의 섬들이 모여 이룬 군도다. 우리에게도 신혼여행지로 널리 알려져 있지만 하와이는 오롯이 쉬다 돌아오는 휴양은 물론 등산과 트레킹, 스쿠버다이빙과 서핑 등 육지와 바다를 넘나드는 액티비티의 본고장이기도 하다. 서핑의 명소 빅비치를 품은 마우이섬 남쪽에는 하와이 최고의 일출 포인트 할레이칼라산이 우뚝 솟아있다. 최고봉 높이가 해발 3,055미터에 달하는 할레이칼라 국립공원은 등산도 가능하지만 여행자 안내센터까지 자동차로 이동할 수 있다. 특히 호수처럼 잔잔한 대양 너머로 떠오르는 태양을 보기 위해 새벽 시간 많은 관광객들이 몰린다. 열대의 섬에 위치한 산이지만 해발고도가 높기 때문에 동트기 전은 물론 한낮에도 기온이 낮다.

① www.nps.gov/hale



환상의 제주 동쪽에
솟아오른 왕관섬
제주 성산일출봉



먼 옛날 설문대할망이 빚어 놓은 성산일출봉은 제주 동쪽 끝자락에 매달린 왕관 모양의 분화구이다. 우리 땅 최고의 비경과 일출 명소로 꼽히는 이곳은 5천 년 전 수중에서 분출된 화산이 풍화작용에 의해 침식되면서 지금의 비경을 완성했다.

한편 성산일출봉은 유네스코 3관왕(자연유산·지질공원·생물권보전지역) 달성과 함께 세계적으로 그 가치를 인정받은 보석 같은 존재. 높이는 해발 182미터에 불과하지만 바닷가에 인접해 있어 정상에 오르면 가슴이 탁 트이는 시원한 풍경을 자랑한다. 동쪽으로는 햇살이 스며들어 반짝이는 에메랄드 빛깔 바다가, 서쪽으로는 오름의 바다가 펼쳐지는 전망은 제주 으뜸으로 꼽아도 부족함이 없다.

① jejuwnh.jeju.go.kr

타이어 회사의 참신한 마케팅이 만든 미쉐린 가이드

지난해 11월 <미쉐린 가이드 서울편>이 발간됐다. <미쉐린 가이드>는 프랑스 타이어 회사 미쉐린(michelin)이 발간하는 여행안내서·레스토랑 평가서로 서울편은 일본, 중국, 싱가포르에 이어 아시아에서 4번째, 세계 발간 기준으로는 28번째다. 서울편에서는 총 24곳이 선정됐는데, 이 중 별 세 개를 받은 곳은 한식당 가운데 신라호텔 한식당 라연. 에디션 '2017 워싱턴 DC' 편에서 별 세 개 식당이 나오지 않았던 것을 감안하면 만족할만한 결과라 할 수 있다. <미쉐린 가이드>에 대한 평가는 분분하지만 외국인 관광객 유치와 미식산업 발전에 미치는 영향은 무시할 수 없다. 타이어 회사의 마케팅에서 비롯된 다이닝의 최고 권위서 <미쉐린 가이드>. 그 이면에 숨겨진 이야기를 좀 더 나눠보자.



“타이어가 많아야 타이어를 많이 팔지!”

<미쉐린 가이드>는 현대식 프랑스 음식 누벨 퀴진으로 유명한 셰프 폴 보퀴즈(Paul Bocuse)도 “내가 신뢰하는 레스토랑 가이드는 <미쉐린 가이드> 하나뿐이다.”라며 깊은 신뢰를 보였다. 지금은 역사와 권위 면에서 경쟁자가 없을 정도로 최고의 경지에 올랐지만 그 시작은 거창하지 않았다.

웬지 요식업계에서 만들어 냈을 것 같은 <미쉐린 가이드>는 프랑스 미쉐린 형제가 설립한 미쉐린 타이어 회사가 만든 책이다. 그들은 회사의 성장을 위해서 타이어를 빨리 마모시켜 타이어 판매를 올리기 위한 전략으로 1900년, 여행을 다니는데 필요한 맛집과 숙박시설 정보를 담은 무료 가이드북을 만든다. 형제의 선견지명인지 적절한 마케팅이 빚어낸 효과인지, <미쉐린 가이드>의 발간과 함께 회사는 급성장 하기 시작한다. 회사의 발전과 인기에 힘입은 <미쉐린 가이드>는 1904년 벨기에 가이드를 시작으로 유럽 국가에서도 속속 발간된다. 그때까지만 해도 많은 사람들에게 돌아갈 수 있도록 무료로 배포되던 <미쉐린 가이드>는 1920년대 초 유가지로 바뀌는 전환점을 맞는다. 사건의 전말은 이렇다. 우연히 정비소에 들른 미쉐린 형제는 그곳에서 자신들이 애지중지하는 <미쉐린 가이드>가 작업대 지지대로 이용되는 것을 보고 충격을 받는다. 그 후로 사람들은 돈 주고 사지 않은 물건은 소중히 여기지 않는다고 판단, <미쉐린 가이드>를 권당 7프랑의 가격으로 판매하기 시작했다.



‘별 3개의 영광’ 미쉐린 스타 시스템 도입

1900년에 최초 발간된 가이드에는 맛집과 숙박 시설을 비롯해 타이어를 교체하는 방법, 주유소의 위치 등 다양한 정보들이 실렸다. 당시만 해도 꽤 쓸쓸한 정보를 무료로 제공받을 수 있는 <미쉐린 가이드>는 많은 사람들의 애독서가 된다. 이런 뜨거운 관심에 힘입어 미쉐린 형제는 좀 더 객관적이고 깊이 있는 정보를 제공하기 위해 익명의 전문 평가원들을 고용해 레스토랑을 방문하고 평가하는 암행 시스템을 도입하게 된다. 뒤 이어 1926년, 훌륭한 레스토랑에 별점을 부여하는 미쉐린 스타 시스템이 도입되고, 1936년부터는 별점 한 개의 평가 시스템이 별점 세 개로 세분화된다. 1957년에는 합리적인 가격대에서 좋은 음식을 선보이는 레스토랑을 알리는 ‘빔 구르망’이라는 새로운 카테고리를 추가해 지금의 모습에 이른다.

시대를 앞섰던 미쉐린 형제의 아이디어는 최고의 레스토랑 평가서로 인정받는 <미쉐린 가이드>를 만들어 냈다. <미쉐린 가이드>는 1900년부



〈미쉐린 가이드 서울 2017〉 스타 레스토랑 리스트

〈미쉐린 가이드 서울 2017〉에 수록된 맛집과 호텔 관련 콘텐츠는 guide.michelin.co.kr에서

터 지금까지 3천만 부가 넘게 팔렸고, 4대륙 28개국의 약 4만여 개의 레스토랑 및 호텔을 평가해 왔다. 100년이 넘는 시간 동안 꾸준히 그 명성을 이어오고 있는 〈미쉐린 가이드〉. 아마도 그 힘을 변하지 않는 철칙 바로 ‘맛’이라는 평가 기준을 흔들림 없이 지켜왔기 때문일 것이다.

확인할 수 있다. 또 외국인 관광객을 위한 영문 예약과 영문 지도 서비스도 마련돼 있다. 참고로 별 개수에 대한 평가 의미는 다음과 같다.

- ★ (별 1개 표시): 요리가 훌륭한 레스토랑
- ★★ (별 2개 표시): 요리가 훌륭해 멀리 찾아갈 만한 레스토랑
- ★★★ (별 3개 표시): 요리가 매우 훌륭해 맛을 보기 위해 특별한 여행을 떠날 가치가 있는 레스토랑

등급	레스토랑 이름	요리 종류	주소	전화번호
★★★	가온	한식	강남구	02-545-9845
	라연	한식	중구	02-2230-3367
★★	곳간	한식	영등포구	02-2055-4445
	권숙수	한식	강남구	02-542-6268
★	피에르 가니에르	모던 프렌치	중구	02-317-7181
	다이닝 인 스페이스	모던 프렌치	종로구	02-747-8105
	라미띠에	프렌치	강남구	02-544-9621
	라스토르테 예오	모던 이탈리아	강남구	02-3445-1926
	밍글스	모던 한식	강남구	02-515-7306
	발우공양	시찰음식	종로구	02-733-2081
	보름식	바비큐	강남구	02-569-9967
	보트르 메종	모던 프렌치	강남구	02-549-3800
	비체나	한식	용산구	02-749-6795
	스와의에	퓨전	서초구	02-3477-9386
알라프리마	퓨전	강남구	02-511-2555	
유유안	중식	종로구	02-6388-5500	
이십사절기	모던 한식	강남구	02-518-4818	
정식당	모던 한식	강남구	02-517-4654	
제로 컴플렉스	퓨전	서초구	02-532-0876	
진진	중식	마포구	02-5035-8878	
코지마	스시	강남구	02-2056-1291	
큰기와집	계장	종로구	02-722-9024	
폼	한식	용산구	02-777-9007	
하모	한식	강남구	02-515-4266	



귀담아 듣는 독자 엽서

사보 ISU에 대한 독자 여러분의 의견을 듣고 싶습니다. 관심 있게 보신 기사나 사보에 관한 다양한 의견을 보내주세요.

이수 사유 및 가족들의 많은 염서가 도착하고 있습니다. 염서 당첨자에게 드리는 선물 배송에 착오가 없도록 정확한 이름과 소속을 기재해 주시기 바랍니다.



공통의 관심사는 언제나 흥미롭죠!

저는 35세 기혼 남성입니다. '꽃보다 아재'에서 알 수 있었던 젊은 친구들이 생각하는 아재, 더불어 바라는 아재상을 보니 도움이 많이 되었습니다. 저도 젊은 마음으로 소통할 줄 아는 꽃중년으로 나이 들고 싶네요.

배준일 과장(㈜이수 HR팀)



궁금한 '김영란법' 잘 알 수 있었어요!

매스컴에서 난리가 났던 '김영란법'이죠. 막상 어떤 법인지 정보가 너무 많아 분별하기 쉽지 않았는데, 사보를 보고 쉽게 알 수 있었습니다. 또, 제가 지금 둘째 임신 중인데요, 포토에세이에서 아들 둘에 예쁜 딸 하나를 소개하신 이선우 기선님의 사연도 후춧했습니다. 권오연 주임 배우자(이수화학 품질관리팀 실험파트)



'리더의 책장' 늘 만족하고 있습니다!

이번에 회장님께서 소개해 주신 (시를 읽은 그대에게는 마음을 풍요롭게 해주는 좋은 책이었습니다. 각박해진 우리들의 삶을 촉촉하게 만들어 줬다고 할까요? 덕분에 앞으로는 시집도 많이 읽게 될 것 같습니다. 감사합니다. 정유진 과장(㈜이수 경영지원팀)



이수인들의 모든 맛집을 공유해주세요!

맛있는 음식, 맛집은 언제나 모든 사람들을 행복하게 해주죠. 더욱이 회사 근처 이수인들의 맛집을 공유한다는 것은 신선한 아이디어였습니다. 앞으로도 이수인들의 입맛으로 검증된 최고의 맛집을 많이 소개해주세요. 신혜정 사원(이수페타시스 인사노무팀)

신년호 Mini Quiz

다른 그림 찾기 1번과 2번 사진의 다른 그림 5개를 찾아주세요.



1.



2.

여러분의 참여를 기다립니다

2016년 가을호 정답



2016년 가을호 엽서 당첨자

- (주)이수 HR팀 배준일 과장
- (주)이수 경영지원팀 정유진 과장
- 이수화학 품질관리팀 실험2파트 권오연 주임 배우자
- 이수화학 울산생산파트 김재형 기감 자녀 김현진 님
- 이수페타시스 설계기술팀 김진현 대리
- 이수페타시스 생산관리팀 이연식 과장 자녀
- 이수페타시스 인사노무팀 신혜정 사원
- 이수페타시스 생산2파트 적충1 오수훈 기정 자녀 오민지 님
- 이수건설 성남여수택지현장 강대관 대리 배우자 한송이 님
- 이수건설 상품개발팀 박종필 차장 자녀

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 복호 원고 마감은 3월 31일입니다.

문의 _ (주)이수 브랜드관리팀 (02)590-6895



당신은 이 세상에서 가장 큰 내일을 봅니다

눈으로 보이는 세상보다 보이지 않는 가치의 무한한 힘을 아는 당신. 당신에게서 더 큰 내일을 봅니다

ISU IS U

보내는 사람

주소(소속 회사)

이름

부서

직급

가족관계

전화번호

(보내는 사람이 가족인 경우 어느 사우의 가족인지 적어주시기 바랍니다)

사내 통신망을
이용할 때는
우표를
붙이지 마세요



서울시 서초구 사평대로 84
이수화학 빌딩 (주)이수 브랜드관리팀
사보편집실

0 6 5 7 5

신년호 Mini Quiz 다른 그림 찾기

(다른 그림 5개를 찾아주세요!)



1.



2.

귀담아 듣겠습니다

여러분들의 의견이 사보 <ISU>를 만드는데 소중한 자료가 됩니다.

1. 이번 호에서 가장 흥미로웠던 코너를 선정하고 그 이유를 적어주세요.
2. 이번 호에서 가장 아쉬웠던 코너를 선정하고 그 이유를 적어주세요.
3. 사보 <ISU>에서 다뤘으면 하는 주제나 소재, 그 외 편집실에 전하고 싶은 말을 적어 주세요.

