



2019 SUMMER VOL. 97

**INSIDE**

이수인의 이중생활

워너비 패셔니스타 in ISU

팀업뽀뽀

이수건설 브라운스톤 하이포레티

**OUTSIDE**

스페셜 리포트

음식 배달앱 천만 시대

마이레알트립

여행, 떠나지 말고 살아봐!

제주·후쿠오카·스트라스부르



# Contents

# 01

## Cover story



### 표지 모델

유혜수 사원(이수엑사캠 영업3팀), 정세미 사원((주)이수 기획팀), 설영태 과장(이수건설 토목조경팀), 원경호 대리(이수화학 영업지원팀)

옷 잘 입는 센스가 경쟁력인 시대. 튀지 않으면서도 감각적인 스타일링을 할 줄 아는 4인의 이수 패셔니스타가 한 자리에 모였다.

# 04

## INSIDE

### 05 Focus & News

### 10 리더의 책장

김상범 회장 추천 도서  
<한국이 소멸한다>

### 12 이슈를 잡아라

이수 3x3 바스켓 챌린지 2019  
성공적으로 개최

### 16 커뮤니케이션 Talk

이수인들의 속 시원한 카운슬링

### 20 이수인의 이중생활

우리는 워너비 패셔니스타

### 26 팀업뽀뽀

이수건설 브라운스톤 하이포레팀

### 31 이수타그램

사진과 해시태그에 담긴 아름다운 추억들  
김혜만 사원 이수시스템 솔루션개발팀  
김영은 대리 이수앱지스 기획관리팀

# 33

## OUTSIDE

### 34 이수 테이블

멋과 맛을 아는  
힙스터들의 성지 을지로

### 40 스페셜 리포트

줄 서지 말고 주문하세요  
음식 배달앱 천만 시대

### 44 마이레알트립

여행, 떠나지 말고 살아봐!  
제주·후쿠오카·스트라스부르

### 51 이수의 PICK

엔드 게임 시키고 싶은  
스포일러와의 전쟁

### 57 Ombudsman

### 58 퀴즈 및 엽서

이수그룹 계간 사보 2019년 여름호 통권 97호

발행일 2019년 7월 5일

발행인 김상범

발행처 (주)이수

주 소 서울시 서초구 사평대로 84

총괄진행 김정희 02-590-6895

사보기자 이수화학(이정구·김태준) 이수페타시스(이준경·김다혜)

이수건설(이진우) 이수시스템(김용훈) 이수창업투자(김경문)

이수앱지스(박예스터) 이수엑사캠(박수영) 이수엑사보드(김슬기)

이수엑사보드 인천공장(심경미) 이수C&E(전선경) 이수AMC(이홍휘)

제작디자인 크리스마스 기획실장 우인재, 디자이너 조현경

인쇄 캠프로세스

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.

# IN SIDE

## 김상범 회장, 해외 및 계열사 현장 경영 중국 스마트팜과 부산·대구 방문해 실무진 격려



'브라운스톤 하이포레' 현장을 시찰하는 김상범 회장

이수화학 중 스마트팜 건설현장

이수페타시스 창립 30주년 기념행사

### 이수건설 '브라운스톤 하이포레' 현장 방문

김상범 회장은 지난 4월 26일, 이수건설 '브라운스톤 하이포레' 현장을 방문했다. 공사 진행상황 전반에 걸친 업무보고를 받은 김상범 회장은, 최고의 품질과 무사고 기원을 당부하고 현장 직원들에 대한 격려도 아끼지 않았다. 부산광역시 서구 동대신동에 위치한 '브라운스톤 하이포레'는 지하 3층~지상 27층의 554세대 규모로, 2020년 3월 준공 예정이다.

### 이수화학 중 스마트팜 건설현장 방문

김상범 회장은 지난 5월 22일 중국 이닝시의 이수화학 스마트팜 건설 현장을 방문했다. 업무 보고를 받은 김상범 회장은 스마트팜 시공 현장 및 딸기 시험재배실을 돌아보며 업무 진척도를 점검하였고, 신규 비즈니스 모델 구축을 위해 노력하고 있는 임직원을 격려했다.

### 이수페타시스 창립 30주년 기념행사 참석

김상범 회장은 지난 6월 14일 이수페타시스 창립 30주년을 맞이하여 대구 공장에 방문했다. 김상범 회장은 "30년 전 단면 PCB로 시작해 초고다층 PCB로 전문화하면서 글로벌 선두기업들이 고객 이 됐다"며 "지난 30년처럼 끊임없는 도전과 노력을 계속해 달라"고 당부했다. 한편 이날 행사에서는 장기근속상 시상을 비롯해, 사업파트 별 우수한 성과를 보여준 임직원들을 대상으로 모범상, 우수기능상 시상도 이뤄졌다.

㈜이수

‘이수 3x3 바스켓  
챌린지 2019’  
성공적 개최



이수그룹은 지난 6월 1~2일 이틀간 ‘이수 3x3 바스켓 챌린지 2019’를 성황리에 마쳤다. 부천시내체육관에서 열린 이번 대회는 총 상금 1,300만원으로 국내 단일 3대3 농구대회 역대 최대 규모다. 순수 아마추어 48개 팀이 참가한 이번 대회에서는 치열한 연장 접전 끝에 ‘슬로우 피벗’ 팀이 첫 대회 우승을 차지했다.

이수화학

담양군과 딸기 재배  
MOU 체결



이수화학은 지난 5월 9일, 담양군과 딸기 재배 협력을 위한 업무협약식을 가졌다. 이날 행사에는 이수화학 이경수 그린바이오사업본부장 및 담양군 농업기술센터 소장 등 10여 명이 참석했다. 이수화학은 이번 업무협약을 통해 오는 9월 준공 예정인 스마트팜 온실에서 딸기를 생산하여 중국, 베트남 등지에 공급을 추진할 계획이다.

이수페타시스

‘Top Direct  
Component Supplier’  
선정



지난 4월 4일 미국 캘리포니아에서 개최된 ‘주니퍼 네트워크 2019 Supplier Summit’에서 이수페타시스가 PCB 공급업체 최초로 ‘Top Direct Component Supplier’로 선정됐다. 주니퍼 네트워크는 이번 행사에서 부품 공급업체들 중 고객 대응력, 납기 탄력성, 가격 등의 만족도가 높은 공급업체를 대상으로 시상을 진행했다.

대구시  
산업평화대상  
수상



이수페타시스가 지난 5월 1일 진행된 근로자의 날 기념행사에서 ‘제1회 대구시 산업평화 대상’에 선정되었다. 산업평화대상은 대구고용노동시민정협의회가 노사상생 협력과 선진 노사문화 확산 등에 기여한 공로를 인정해 수여하는 상이며, 부상으로 근로환경 개선 사업비(최대 4,000만원)를 지원 받게 된다.

## 이수시스템

### 한화종합화학 P&ID 일치화 프로젝트 수주



이수시스템은 지난 6월, 한화종합화학 P&ID(배관 및 계측 다이어그램) 일치화 프로젝트를 수주했다. P&ID 일치화는 관리가 어렵던 종이문서 형태의 P&ID 도면을 설비 3D 스캐닝을 통해 디지털 도면화 하는 작업이다. 금번 프로젝트를 통해 한화종합화학의 설비가 3D 도면자료로 디지털화 되어 관리의 용이성을 확보하게 될 것으로 기대된다.

## 이수창업투자 이수C&E

### <사자> <커런트 워> 등 여름 개봉작 소개



이수창업투자가 이번 여름 개봉을 앞두고 있는 영화 두 편을 소개한다. <청년경찰> 김주환 감독의 신작 <사자>는 종교적 오컬트 환타지물로 해외 18개국에 선 판매된 기대작이다. '에디슨과 테슬라의 전류 전쟁'이라는 실화를 소재로 한 <커런트 워>는 마블 <닥터 스트레인지>의 히어로 배네딕트 컴버비치가 출연해 화제가 된 작품이다. 영화 <커런트 워>의 배급은 이수C&E가 맡아 진행하고 있다.

## 이수앱지스

### '희귀질환 극복의 날' 맞아 사내 캠페인 개최



이수앱지스가 5월 23일 '희귀질환 극복의 날'을 기념해 희귀난치질환 환우를 위한 사내 행사를 열었다. 이번 행사에서 임직원들은 지난 2월 28일부터 진행된 캠페인의 마지막 날인 희귀질환 극복의 날(5월 23일)을 기념해 배지 착용을 재정비하고, 국내 희귀난치질환 환우들을 응원하는 희망메시지를 작성했다.

## 이수엑사캠

### '2019 도심 숲 조성' 임직원 봉사활동 진행

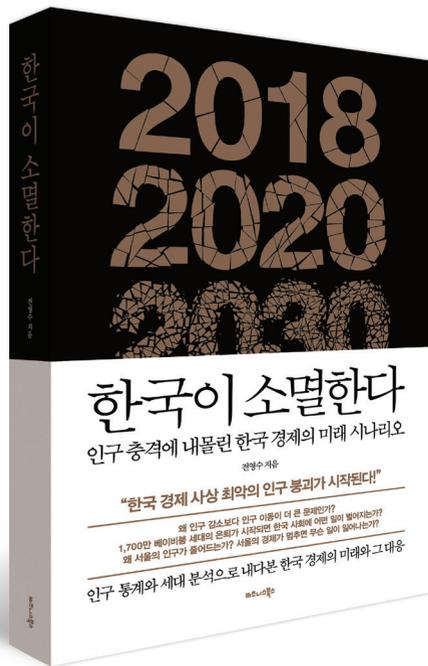


이수엑사캠은 지난 4월 29일 '도심 숲 조성' 봉사활동을 진행했다. 이날 행사에서 이수엑사캠의 모든 임직원들은 서울 잠원생태한강공원에서 조팝나무 1,000주 가량을 식재했다. 또한 이수엑사캠은 나무 심기를 후원하는 환경기금 300만원을 환경실천연합회에 기부했다.

## 외환위기와 금융위기보다 더 거대한 위기에 대비하라 한국이 소멸한다

저 자 전영수

출판사 비즈니스북스



“

경제학자 전영수 교수가 집필한 <한국이 소멸한다>는 인구 변화로 인해 한국 경제가 겪게 될 미래를 보여주는 책이다. 그간 인구 통계와 세대 분석으로 사회 변화를 읽어내고 경기흐름을 전망해 왔던 전 교수는 이 책을 통해 인구 변화로 인한 거시경제 측면의 전망에서 한 발 더 나아가 실제 청년, 중년, 노년이 겪게 될 생애의 변화까지 알려준다.

”



<한국이 소멸한다>의 저자인 전영수 교수는 이 책을 통해 지금 벌어지는 인구 변화가 한국 경제의 운명을 바꾸는 결정적 변곡점이 될 것이라고 말하고 있다. 2017년을 기점으로 생산인구가 감소세로 접어들면서 한국 경제 사상 초유의 인구 변화가 시작됐다. 한국이 고령화사회(Aging Society)를 지나 고령사회(Aged Society)로 완전히 진입하게 된 것이다. 이는 소비, 세수, 투자 등 경제성장을 이끄는 각종 요소의 감소를 의미한다. 이로써 한국 경제가 생산인구의 감소로 경제성장이 지체되는 '인구 오너스(demographic onus)'의 시대에 직면했다.

문제는 '인구 오너스'의 기초가 장기간 이어지게 될 전망이다. 저출산과 고령화 현상이 좀처럼 나아질 기미가 보이지 않는다. 출산율은 인구 유지를 위한 최소선인 2.1명보다 더 떨어져 위기선인 1.3명 아래에서 20년 넘게 요지부동인 상황이다. 고령화율 역시 마찬가지. 고령사회로 진입한 속도가 미국은 73년, 일본이 24년 걸린 것에 비해 한국은 18년도 걸리지 않았다.

앞으로 우리 사회에 인구위기는 외환위기, 금융위기보다 더 거대하고 오래도록 지속될 전망이다. 인구 문제가 본격화되기 전에 점진적으로 대응하지 못하면 인구 충격의 파고를 먼저 겪은 일본보다 더 깊고 큰 경기침체가 예상된다. 게다가 한국 전쟁 당시보다 더 심각한 생산인구의 감소는 한국이 처음 맞는 변화로, 장기적인 접근과 대응이 요구된다. 정부가 '4차 산업혁명', '일자리', '균형발전'과 함께 '인구 절벽'을 혁신과제로 제시한 것 역시 그러한 맥락이다.

저자는 <한국이 소멸한다>에서 우리가 겪게 될 변화를 언급하며 개인과 가계, 정부의 역할까지 짚어준다. 정확한 문제인식이 선행될 때 효과적인 대응이 가능한 법이다. 인구 문제가 국가경제를 넘어 개인경제와 가정경제에도 직결되는 사안임을 인지하고 한국 경제를 내다보는 이 책은 나와 가족, 한국의 미래를 가능하기 위한 지혜로운 길잡이가 되어줄 것이다.

※ 본 코너 추천도서는 향후 이수그룹 러닝센터에서 만나보실 수 있습니다.

## ‘이수 3×3 바스켓 챌린지 2019’

# 역대 최대 규모 3대3 농구대회 성공적으로 개최

48개 팀이 참가한 이번 대회는 단일 3대3 농구로는 역대 최대 규모로 열렸다



이수그룹이 주최한 '이수 3×3 바스켓 챌린지 2019'가 그 첫 대회를 성공적으로 끝마쳤다. 48개 팀이 참가한 이번 대회는 단일 3대3 농구로는 역대 최대 규모로 열렸을 뿐 아니라 내실 있는 운영과 선수들은 물론 관중까지 배려한 세심한 프로그램으로 호평 받았다. 지난 6월 1일부터 이틀간 열린 '이수 3×3 바스켓 챌린지 2019' 그 열기의 현장을 찾아가 본다.

### 역대 최대 규모의 아마추어 3대3 농구대회

지난 6월 1일과 2일 양일간 부천시실내체육관에서 진행된 '이수 3×3 바스켓 챌린지 2019'가 첫 대회를 성공적으로 마무리 했다. 48개 팀이 참여한 이번 대회는 총 상금이 1,300만원으로 국내 단일 3대3 농구대회로는 역대 최대 규모로 개최되어 큰 화제를 모았다. 3대3 농구가 오는 2020년에 열리는 제32회 도쿄 올림픽에 정식종목으로 채택되면서 농구 마니아들 사이에서는 벌써 농구에 대한 열기가 서서히 달아오르고 있던 터라, 이번 대회가 아마추어 농구인들의 농구경기에 대한 갈증을 달래주는 단비가 되었다.

이번 대회에는 대한민국농구협회, 한국프로농구연맹 그리고 3대3 프로리그에 선수로 등록되지 않은 순수 아마추어 팀들만 참여했으며, 모두 48개 팀이 조별 예선을 거친 뒤 본선에 진출한 팀들이 토너먼트 방식으로 최종 우승자를 가렸다. 무엇보다 이수그룹이라는 대기업이 프로가 아닌 순수 아마추어 스포츠 경기에 관심을 가지고 적극 후원하여 치러진 대회이기에 더욱 뜻 깊은 대회라 할 수 있다. 이수그룹은 스포츠 경기를 매개로 삼은 사회공헌 즉, CSR(Corporate Social Responsibility)의 일환으로 이번 대회를 준비했다.

### 선수과 관중이 하나 된 흥겨운 문화축제

이번 '이수 3×3 바스켓 챌린지 2019'의 가장 큰 특징 중 하나는 단순히 3대3 농구의 최강자를 가리는 농구대회가 아니라 참가 선수와 관객이 대회 자체를 즐길 수 있는 '문화축제'로 기획했다는 점이다. 이를 위해 이수그룹은 경기 외에도 다양한 프로그램을 준비해 모든 사람들이 즐겁게 대회에 임하도록 배려했다. 챌린지 리그, 3

점슛 챌린지, 스킬스 챌린지, 하프코트 챌린지 등 본 경기 외의 프로그램들이 바로 그것이다.

예컨대 챌린지 리그의 경우 비록 탈락한 팀이라 할 지라도 다시 게임을 뛸 수 있는 기회를 가질 수 있게 했다. 토너먼트에 진출한 팀을 제외한 나머지 팀들이 둘째 날에도 또 다시 코트 위를 누비며 열정을 불태울 수 있도록 한 것. 또한 참가 팀들을 위한 마사지 룸을 따로 마련한 것과 체력소모가 심한 선수들을 위해 피자를 제공한 것 역시 돋보이는 점이었다. 주최측은 여기서 그치지 않고 선수들을 응원하기 위해 경기장을 찾은 관람객들이 즐길 수 있도록 PS4 농구게임, 슈팅 머신, 점프마스터, 블라인드 슈팅 등 다양한 체험거리들을 마련했다. 결과적으로 이번 대회는 경기에 참여한 모든 팀들을 위한 잔치가 되었다.

### 수준 높은 기술 마음껏 뽐내며 만끽하는 경기

토너먼트와 대망의 결승전이 치러지는 둘째 날에도 즐거운 분위기는 계속 이어졌다. 8강 경기가 끝난 뒤에는 이수그룹의 임원들이 참여한 슈팅 챌린지 이벤

트가 시선을 모았다. 오랜만에 자녀와 호흡을 맞추며 슈팅 챌린지에 도전하는 임원들의 모습히 흐뭇한 미소를 자아내도록 만들었다. 경기 참가 선수들이 직접 참여한 스킬 챌린지의 경우 수준 높은 기술들을 마음껏 뽐내는 자리여서 더욱 큰 박수갈채를 받았다.

대망의 결승전이 시작되기에 앞서 래퍼 녀석이 등장해 노래로 장내 분위기를 더욱 고조시켰다. 치열한 예선과 토너먼트를 통과해 결승에 진출한 행운의 팀은 '슬로우피벗'과 '몽치면산다' 두 팀이지만 탈락한 팀의 선수들은 물론 이들을 응원하기 위해 경기장을 찾은 관중들까지 모두 혼연일체가 되어 결승전을 관전하며 축제 분위기를 이끌었다. 치열한 접전 끝에 연장까지 이어진 결승전은 슬로우피벗의 극적인 역전과 함께 마무리 되었으며, 우승팀은 상금 400만원과 함께 '이수 3x3 바스켓 챌린지 2019' 초대 챔피언이라는 영예를 획득하게 되었다. 내실 있는 경기 운영과 꼼꼼한 프로그램 구성 등 첫 대회라고 믿기 어려울 정도로 성공적이었던 대회였기에, 내년에 있을 '이수 3x3 바스켓 챌린지 2020'을 더욱 기대하도록 만든다.



행사가 진행된 부천시내체육관 곳곳은 '이수 3x3 바스켓 챌린지 2019' 로고로 산뜻하게 차장되었다



이틀간 열린 '이수 3x3 바스켓 챌린지 2019'는 경기 외에도 다양한 체험 프로그램들을 준비해 선수와 관중이 하나 되는 흥겨운 문화축제의 현장이었다

# Q & A

톡·톡·톡  
사이다 상담소

## 이수인들의 속 시원한 카운슬링

직장에서, 사회에서 혹은 가정에서 어렵게 느꼈던 문제들을 명쾌하게 풀어 드립니다. 때로는 선배가, 때로는 동료와 후배가 해결해주는 알쏭달쏭한 고민들. 여름 향기 물씬한 이 계절에는 마치 넓은 바다처럼 고민의 범주도 넓어지고는 하지요. 이수가족을 위한 상담소의 문은 언제나 활짝 열려있습니다.



# Q

## 중2병에 걸린 아들이 사춘기를 심하게 겪고 있는데요. 아빠가 해줄 수 있는 일이 무엇이 있을까요?

전범석 부장(이수페타시스 영업2팀)



김혜만 사원(이수시스템 솔루션개발팀)

중학생 시절이 기억나네요. 제 경우 그 무렵 2차 성징, 정서적 방향과 함께 사춘기가 시작되었습니다. 말 그대로 '중2병'이 시작된 것이죠. 불안했고, 혼란스러웠고, 이따금 우울했습니다. 막연히 학교에는 나가고 있지만, 왜 학교에 나가고 있는가? 또 무엇이 되고 싶은가? 왜 노력해야 하는가? 등등의 질문이 꼬리에 꼬리를 물기 시작했습니다. 당장이라도 학교, 학원, 집 등 나를 움직이는 울타리를 벗어나고 싶은 충동을 느끼곤 했습니다. 그나마 다행인 것은 반항심은 없었고 부모님과 의 갈등도 크지는 않았습니 다. 이제와 생각해보니 당시 부모님의 대처가 참 현명했던 것 같습니다. 저를 언제나 의사결정의 주체로 인정해주셨고, 스스로 해결책을 찾을 수 있도록 기회를 주셨습니다. 그 속에서 저는 다양한 것들을 시도하며 좋아하는 것, 해야 할 것과 하지 말아야 할 것이 무엇인지 깨달을 수 있었습니다. 이렇게 저는 남들보다는 비교적 짧은 시간 안에 사춘기를 매듭지었습니다.

<이습우화>의 '해와 바람' 이야기를 기억하시나요? 나그네의 외투를 벗기는 것은 강한 바람이 아닌, 따뜻한 햇볕이라는 존재였습니다. 아이를 부모의 틀 안에서만 지내야 할 어린이가 아닌 인간 그 자체로 인정하고 존중해 주시는 것은 어떨까요? 걸어 잠근 방문을 강제로 열기보다 스스로 밖으로 나와 마음을 열어줄 때까지 기다리는 게 무엇보다 좋은 해법일지도 모르겠습니다.

서승훈 사원(주)이수기획팀

급여체는 직장인 버전의 급식체입니다. 직장  
에서 주로 사용하는 말, 직장 내 은어 혹은 가  
능한 부드럽게 돌려 말하는 완곡어법 등 다양  
한 표현이 포함되어 있는데, 요즘 회사에서 많  
이 쓰이는 급여체 세 가지를 소개해 드리려고  
합니다.

먼저, '넵', '녕', '네', '네네' 등의 '기본대답체'가  
있습니다. 기본대답체는 기분, 상대방과의 친  
분 그리고 당시 상황에 따라 변주 될 수 있다  
는 점이 포인트입니다. 가령 '넵'에 느낌표를  
더해 상사의 말을 아주 잘 이해했다는 점을강  
조합니다. 또한 '넵..', '넵구' 등은 긍정적인 말을  
쓴 적극적인 부정이라는 점에도 유의해야 합  
니다.

다음으로는 '크로스 체크 부탁드립니다'라는  
'책임공동분담체'가 있습니다. 본래 양쪽에서  
처리한 결과를 서로 대조해본다는 뜻이지만  
급여체에서는 '문제가 발생할 경우 책임도 함  
께 진다'는 의미도 포함하는 무시무시한 표현  
이라고 할 수 있겠습니다.

마지막으로 '휴먼독촉체'로 불리는 '일정 확인  
부탁드립니다'가 있습니다. 기한을 맞추기 위  
해서 독촉하는 의미를 함축하고 있는데요 이  
와 함께 자주 쓰이는 동음이의어로 'ASAP'도  
있습니다. As soon as possible의 약자로 '가능  
한 빨리'를 의미하며, 급여체에서는 '아삽'으로  
읽는다고 합니다. '아삽으로 처리해 주세요~'  
와 같이 활용하면 됩니다.

## 요즘 유행하는 급여체 (회사에서 쓰는 줄임말)를 알려주세요!

이희용 부장(이수건설 인사총무팀)



김명호 사원(이수페타시스 영업3팀)

안녕하세요! 부장님. 답변 드리기에 앞서 '끈  
대'의 사전적 정의를 찾아보았습니다. 끈대는  
70~80년대 아버지나 선생님 등 자신보다 나  
이가 많은 남자를 지칭하는 학생들의 언어였  
다고 해요 조금 더 구체적으로는 옹고 그림을  
떠나서 자신의 사고방식을 타인에게 강요하  
는 어른들을 이야기 하는 것으로 직장에서는  
앞뒤 꼭 막힌 상사를 뜻하는 단어로 쓰인다고  
합니다.

요즘 흔히 말하는 '끈대'는 자신의 생각은 맞  
고, 남의 생각은 무조건적으로 틀리다고 주장  
하는 사람들을 말하는데요 제가 생각하는 회  
사 내에서의 끈대의 조건은 '권위의식'인 것  
같습니다. 물론 회사에는 분명 직급과 체계라  
는 게 존재하지만, 서열이나 위계로부터 비롯  
되는 강한 권위의식에 눌러 저희들의 의견을  
과감하게 이야기하지 못하게 되면 정신적으  
로도 힘들고, 주눅이 들기도 하거든요 저희가  
상사에게 먼저 다가가기도 힘들고요.

이럴 때는 한 번쯤 입장을 바꿔 생각해주는  
게 필요하다고 느낍니다. 조금 더 후배들의 의  
견에 귀 기울여주세요. 환경은 물론 직장 내  
문화 역시 예전과는 아주 많이 달라졌기 때문  
에 함께 진솔한 대화를 나누면서 서로 알아가  
는 시간이 중요하다고 생각해요 많이 대화하  
고 서로 알아가는 시간이 늘어난다면 훨씬 편  
하고 가까운 사이가 될 수 있을 것 같아요!

## 후배들이 생각하는 끈대 상사의 기준과, 끈대 상사가 되지 않고 후배들과 잘 지낼 수 있는 방법이 무언지 궁금합니다

권덕우 부장(이수시스템 HR사업팀)



# 이수사의 이중생활 패션 앤 더 시티 워너비 패셔니스타 in ISU



미국의 패션 디자이너 마이클 코어스는 “옷은 좋은 식사이며, 좋은 영화, 좋은 음악과 같다”라고 말했다. 우리는 근무 공간에서 그리고 일상 속에서도 옷을 잘 갖춰 입는 센스가 경쟁력인 시대에 살고 있다. 지나치게 튀지 않으면서도 감각이 돋보이는 스타일링을 할 줄 아는 사람에게 호감이 느껴지는 것은 당연한 현상이 아닐까. 자신만의 뚜렷한 패션 철학을 가지고 있는 4인의 패셔니스타가 한 자리에 모였다. 평소 스타일링에 관심이 많았던 이수가족이라면, 지금 그들의 대화에 귀기울여보자.

### 자기소개 부탁드립니다.

**설영태 과장** 안녕하세요 설영태 과장이라고 합니다. 이수건설의 토목조경팀에서 구매입찰업무를 담당하고 있습니다. 우리 회사에 저보다 옷을 잘 입는 분들이 정말 많은데 제가 선정된 건 제가 오늘 일정이 바쁘지 않아서인 것 같아요(웃음) 아무튼 많이 부족한 저를 오늘 이 자리에 불러주셔서 정말 감개무량합니다.

**원경호 대리**제 이름은 원경호 입니다. 이수화학 영업지원팀에서 구매업무를 하고 있습니다. 사실 지금도 조금 당혹스럽구요 회사에 저보다 옷을 잘 입는 분들이 많으신데 제가 선정되어서 정말 영광이고, 앞으로 옷을 더 잘 입고 다닐 수 있도록 노력해 야겠네요(웃음)

**정세미 사원**안녕하세요 저는 (주)이수 기획팀에서 근무하고 있는 정세미라고 합니다. 정말 영광입니다. 제가 패션을 잘 안다고 생각해 본 적이 단 한 번도 없는데 오늘 이 자리에 불러주셔서 정말 감사드립니다.

**유혜수 사원**이수엑사캠 영업3팀 유혜수 사원입니다. 평소에 스스로 무난한 패션 감각의 소유자라고 생각했는데 저와 어울리지 않게 과분한 자리에 불러주신 것 같습니다.

“  
패션은 나 자신을  
표현하는 수단이다

설영태 과장

”



**오늘의 패션에 대하여 간단히 설명해주세요. 평소 선호하는 브랜드도 궁금합니다.**

**설영태 과장** 블루입니다. 원래 더 편하게 입으려고 했는데 그래도 오늘 촬영한다고 신경을 조금 썼어요 평소에도 블루와 블랙 계열의 의상을 선호하는 편입니다. 최근에는 bon과 SIEG(지이크)라는 정장 브랜드를 선호합니다. 제 체형에 잘 맞기도 하고 저의 출근

“  
패션은 내 성격을  
나타내는 거울이다  
원경호 대리  
”



복장이 정장 위주라서 자주 이용합니다.

**원경호 대리** 특별한 건 없어요. 저는 항상 깔끔하고 저의 몸에 딱 맞는 옷을 입는 편이에요. 여름에는 가볍게 입을 수 있는 H&M 브랜드를 선호하고, 겨울에는 코트를 즐겨 입기 때문에 옷감의 질을 생각해 백화점 브랜드를 많이 입습니다.

**정세미 사원** 오늘 컨셉은 안전한 여신 컨셉인데 주변에서 다들 상견례 가냐고 하시더라고요.(웃음) 저는 딱히 선호하는 브랜드가 있지는 않아요. 길을 가다 예쁜 옷이 보이면 구입합니다. 그러다 보니 제가 가진 옷들을 보면 브랜드, 보세 정말 다양해요.

**유혜수 사원** 사실 평소에 즐겨 입는 옷이라서 따로 컨셉은 생각해보질 않았어요. 굳이 컨셉을 정하자면 저녁에 와인 한 잔 하러 가고 싶을 때 적당한 복장이랄까요. 특별히 좋아하는 브랜드는 없지만 나이키라는 브랜드를 좋아해요. 지금 입은 의상과는 상반되지만 스포티하면서 멋진 감성이 마음에 듭니다.

**쇼핑은 주로 어떤 방법으로 하는 편이신가요?**

**설영태 과장** 제가 서양인 체형에 가깝다보니 온라인 쇼핑몰 의상은 제 체형에 잘 안 맞더라고요. 그래서 주로 직접 해외 브랜드 매장을 찾아가는 편이죠. 정장 스타일을 즐겨 입다 보니 내 몸에 잘 맞는 사이즈를 찾기 위해 직접 입어보고 구매하는 편이에요.



**원경호 대리** 저도 설영태 과장님처럼 오프라인 매장에 직접 나가 옷을 구입합니다. 인터넷 쇼핑물에서 옷을 구매한 적이 단 한 번도 없어요. 제 몸에 맞는 옷을 찾아 입기 때문에 직접 입어보고 핏을 확인하고 구입하기 위해 무조건 오프라인에서 구입합니다. H&M 매장과 백화점 편집매장을 자주 이용합니다.

**정세미 사원** 저는 원래 오프라인 매장에서 쇼핑하는 걸 좋아하는데 직장인이 된 이후 쇼핑에 투자하는 시간이 줄어서 요즘은 인터넷을 많이 이용하고 있어요. 특정 쇼핑물을 이용하지는 않고 인터넷 쇼핑을 하다 눈에 들어오는 예쁜 옷을 고릅니다.

**유혜수 사원** 저는 인터넷 쇼핑물을 주로 이용해요. 점프 슈트, 여신룩 등 그때그때 원하는 스타일을 키워드로 검색해서 마음에 드는 코디네이션을 확인한 뒤에 유사한 형태의 옷과 브랜드를 찾아서 구입하는 편이에요.

**옷을 잘 입는 혹은 잘 사는 꿀팁이 있다면?**

**설영태 과장** 우선 자신의 체형과 치수를 잘 파악해야 합니다. 제 경우에는 하체가 두껍고 상체가 슬림한 편이라서 같은 사이즈라도 어떤 브랜드의 옷은 잘 맞지 않을 때가 많아요. 그래서 내 몸이 어떤 브랜드와 상성이 좋은지 정확하게 파악한 뒤 얼굴 톤과 맞는 컬러를 선택한다면 옷을 잘 입을 수 있습니다.

**원경호 대리** 저도 체형을 잘 파악하는 게 중요하다고 생각해요. 옷을 입을 때 꼭 지켜야 하는 저만의 기준이 있어요. 남거나 꼭 끼지 않아 내 몸에 딱 맞는 핏이죠. 사실 신체 스펙은 중요하지 않다고 생각

“  
패션은  
본인의 센스를  
나타내는 척도  
정세미 사원  
”



해요. 보통의 브랜드는 기성품이라 내 몸에 꼭 맞기 힘들지만 수선을 통해 내 몸에 맞출 수 있으니까요. **정세미 사원** 여름옷은 가볍게 한 철 입고 버리기 부담스럽지 않은 보세 옷, 겨울옷은 오프라인 매장을 방문하여 옷감의 질이 좋은 옷을 구입해서 오래 입는 편이에요. 합리적인 옷 쇼핑을 할 때 가장 기본이 되는 팁이죠.

**유혜수 사원** 저는 무조건 친구와 함께 쇼핑을 가야 한다고 생각합니다. 본인의 개성과 만족도 중요하지만 결국 내 패션은 다른 사람의 눈에도 예뻐야 하는 법이니까요. 그래서 제가 생각 없이 옷을 고를 때 옆에서 거침없이 조언해 줄 친구와 꼭 동행하고는 합니다. 간혹 친구의 만류로 사고 싶은

옷을 포기할 때가 있는데 그 옷은 사지 말아야 할 옷입니다.

**현재 입은 옷은 어떤 상황에 맞춘 복장인가요?**

**설영태 과장** 평상복이나 출퇴근 복장으로 많이 이용해요. 회사 복장 규정이 엄격한 편은 아닙니다만 지금의 스타일이 저만의 출근 복장으로 자리 잡았죠. 주말에는 좀 더 편한 느낌으로 캐주얼하게 청바지에 티셔츠를 즐겨 입는 편이에요. 언제나 깔끔하게 입는 걸 좋아합니다.

**원경호 대리** 저는 데이트, 소개팅, 술자리, 출근 언제나 지금 같은 스타일이예요. 물론 장소에 따라 격

식을 갖춰야 하거나 복장이 제한되는 상황도 있겠지만 그런 장소를 제외하고는 소화 가능해요. 내 몸에 맞춘 내 몸에 최적화된 의상들이기 때문에 옷에 관한 포인트를 주지 않아도 패션이 되니까요.

**정세미 사원** 데이트를 하거나 가족끼리 외식, 그리고 가끔이지만 회사에서도 입어요. 형광색처럼 너무 튀는 의상은 조금 힘들겠지만 회사의 복장이 자유로운 편이라 이렇게 밝고 화사한 컬러의 의상도 입을 수 있죠.

**유혜수 사원** 거의 모든 장소라고 설명하면 될까요? 분위기 좋은 와인바에서 한 잔 하고 싶다가거나 할 때 많이 입어요.



**본인 패션의 철학(자부심), 패션은 이런 것이다?**

**설영태 과장** 패션은 나 자신을 표현하는 수단이지. 겉모습이 전부는 아니지만 중요한 것도 사실이에요. 첫 인상은 그 사람에 대한 신뢰성을 판단하는 첫 관문이기도 하니까요. 외모도 중요하지만 패션이 더 큰 비중을 차지한다고 생각합니다. 단점은 보완하고 장점은 부각시켜 최고의 컨디션으로 상대방을 마주해야 하는 것이 바로 패션입니다.

**원경호 대리** 성격이 옷 입는 스타일에 투영되는 것 같아요. 물론 개인차는 있겠지만 옷을 깔끔하게 입는 분들은 대부분 성격은 물론 업무적으로도 역시 깔끔한 편이더라고요. 복장에 따라 사람의 행동거지가 달라지는 것처럼 자신의 단점을 보완할 수 있는 방법 역시 패션입니다. 그래서 저는 패션은 나를 나타내는 거울이라고 생각합니다.



“  
개성과 대중성이  
공존해야 하는  
패션은 모순이다  
유혜수 사원  
”

**정세미 사원** 패션은 본인의 센스를 나타내는 척도죠. 이 세상에 완벽한 사람은 없어요. 장단점도 각자 다 다르죠. 각각 자신의 개성이 타인에게 호감으로 비춰지도록 다듬는 게 패션의 센스이며, 옷을 잘 입는 사람과 못 입는 사람의 차이라고 생각해요.

**유혜수 사원** 패션은 모순 투성이라 정말 어렵게 느껴질 때가 있어요. 남들과 똑같으면 패션이 아니듯이 분명 개성이라는 요소가 필요하죠. 하지만 저는 남들 눈에도 예쁜 옷을 골라요. 개성이 중요하지만 개성만 좇다가 아름다움을 놓친다면 그것 또한 패션이 아니에요. 그래서 패션은 어렵고 모순 그 자체라고 생각합니다.



## 이수건설 브라운스톤 하이포레 소통과 화합의 팀 문화로 완성하는 스마트 컨스트럭션

부산광역시 서구 동대신동에 위치하는 동대신 브라운스톤 하이포레는 산자락을 끼고 있어 녹지가 풍부한 '숲세권 아파트'이자 홈네트워크와 IoT를 활용한 '스마트 아파트'라는 장점으로 청약접수 당시 매우 높은 경쟁률을 기록한 바 있다. 착공 뒤 벌써 2년여의 시간이 흐른 지금 브라운스톤 하이포레 현장은 목표 대비 8%가량 높은 공정률을 보이며 순항 중이다. 내년 4월 입주를 위해 한여름 더위 따위는 아랑곳하지 않은 채 묵묵히 최선을 다하고 있는 이수건설 브라운스톤 하이포레 팀을 만났다.



이수건설 브라운스톤 하이포레팀

현장소장 한성희 부장 | 공사부분 김한상 부장, 김덕수 차장, 이현식 차장, 최철호 과장, 황선준 과장, 성주호 대리 | 공무부분 김성식 차장 | 안전관리·보건부분 이영진 차장, 김득용 과장, 이유경 사원, 박보람 사원, 류동양 안전반장 | 품질부분 윤성훈 대리 | 기계설비부분 윤선웅 차장, 박재국 사원 | 전기설비부분 문성오 과장

2017년 착공한 부산광역시 동대신 브라운스톤 하이포레 아파트는 지난 6월 초 아파트 기준층 철근 콘크리트공사를 완료하며 순조로운 공정률을 보이고 있다. 지하 3층~지상 27층 규모, 6개동 554세대에 이르는 동대신 브라운스톤 하이포레는 2년 전 청약접수 당시 평균청약률이 178:1에 달했을 정도로 부산시민들의 관심과 사랑을 한 몸에 받은 바 있다.

브라운스톤 하이포레팀은 이러한 관심에 보답하기 위해 모든 팀원들이 한마음으로 뜻을 모아 급년 중 모든 공정을 마감하고 입주 전(2020년 4월 중 입주)까지 미비한 부분이 없도록 하기 위해 최선을 다하고 있다. 하자 없고 살기 좋은 고품질, 고품격의 주거공간을 입주자들에게 제공하기 위해 팀 내 모든 구성원들은 향후 공정이 끝나는 그날까지 철저한 확인과 점검 및 보수 과정에 매진할 생각이다.

### 스마트폰으로 제어하는 똑똑한 아파트

동대신 브라운스톤 하이포레는 최근 아파트의 대세로 자리 잡아가고 있는 똑똑한 아파트로 설계되었다. 홈네트워크와 IoT 연동을 통해 입주자들이 보다 편리한 삶을 누릴 수 있으며 일부러 창문을 열지 않아도 환기가 가능한 자연환기 시스템도 도입했다. 자연환기 시스템은 결로 예방 및 공기청정기 사용시 매우 효율적이다. 이를 위해 주차관제, 무인택배시설, 엘리베이터 등 공용시설과 각 세대 내 시설들을 IoT 전용앱(loT@home)을 통하여 제어할 수 있도록 하였다. 스마트 키를 지니고 있으면 차량이 주차장으로 진입한 뒤 공동현관에서 별도의 과정 없이 자동으로 출입 가능하며, 엘리베이터까지 자동으로 호출된다.

또한 CCTV 서버와 IoT앱을 연동해 입주민이 스마트폰으로 단지 놀이터 등에 설치된 CCTV 영상을 실시간으로 확인할 수 있도록 구성해 아이들이 놀이터에서 안전하게 놀고 있는지 수시로 모니터링할 수 있다. 그 밖에도 입주민들은 각 세대 내 구축되는 홈IoT플랫폼을 통해 스마트폰 앱에서 조명, 난방, 가스의 제어와 화재감지 등 빌트인 시스템의 이용은 물론 별도로 구매한 가전제품도 IoT 기능이 있을 경우 통합 제어할 수 있도록 했다.

### 발 빠르고 합리적인 대응으로 난제를 해결하다

2년여의 시공기간 동안 동대신 브라운스톤 하이포레 현장의 가장 큰 난제는 토공 및 흙막이공사와 파일공사기초를 다지기 위해 강관이나 콘크리트 말뚝을 땅에 박는 공사였다. 이는 부산지역의 특성에서 기인한 것으로 조함에서 실시한 기존 지질조사보고서와 다른 전석층, 암반층, 붕적토 등의 지질층이 등장하면서 파일 시공공간에 대한 전면 재검토를 실시했다. 파일은 건물을 떠받치는 역할을 하기에 어느 것보다 중요한 공정으로 여겨진다. 우선 각 동별 각 위치별 보링 테스트(토질의 공학적 특성 파악을 위해 드릴로 지중에 구멍을 뚫은 뒤 흙의 시료를 채취하는 방법)를 실시하였으며, 현장 여건상 보링 테스트가 불가능한 구간은 파일 천공장비 및 오거 장비를 활용하여 지중 암반층까지 굴착하여 지반 현황을 전면 재조사했다.

고저차가 약 30m에 달하는 현장의 지형도 문제였다. 건물을 안착시키기 위해 경사가 심한 산자락에 대한 토공 및 흙막이 공사를 진행해야만 했다. 그러나 정착 지반에서 연약 점토 및 호박돌 등이 출현했으며 특히 연약 점토층의 경우 다량의



도면을 보고 현장 상황을 점검하는 팀원들

지하수를 함유하는 포화점토라는 점이 문제였다. 이러한 지반에서 흙막이 공사를 진행할 경우 엄청난 토압을 흙막이가 부담해야만 한다. 3개월 동안 각 구간별 시험천공, 어스 앵커(Earth Anchor) 정착장 부분 지반개량, 어스 앵커 각 구간별 정착장 길이 연장을 병행했다. 현장을 이끄는 한성희 부장은 당시 어려움을 극복할 수 있었던 원동력이 발 빠르고 합리적인 대응 덕분이었다고 회상한다. “흙막이 공사를 진행하기 전부터 현장 여건에 맞게 설계변경을 진행했고, 문제점들을 파악해 토질 및 기초기술자 등의 전문가들과 협의 및 검토하여 흙막이 공사를 진행했습니다. 그 결과 아무런 사고 없이 흙막이 공사와 역L형 옹벽 공사를 마무리 지을 수 있었습니다.”

### 근로자의 안전을 최우선으로 하는 건설현장

브라운스톤 하이포레팀이 철저한 공정 관리와 아파트 건축의 최신 트렌드 만큼 중요하게 여기는 게 또 하나 있다. 최일선에서 일하는 근로자들의 안전이 바로 그것이다. 이를 위해 동대신 브라운스톤 하이포레 현장에서는 지속적으로 ‘위험공종 근로자 간담회’를 실시하고 있다. 보통 이러한 성격의 간담회는 관리자 위주로 진행되기 마련이지만 브라운스톤 하이포레 현장의 간담회는 실제 근로자와의 대화를 통해 고위험 작업의 이해도를 높이고, 그 과정에서 근로자 의견을 적극 수렴하여 반영했다. 이를 통해 근로자가 안전기준을 개선하는 의사결정자라는 의식의 전환을 이끌어 내고 보다 현실적인 안전기준을 만들어



브라운스톤 하이포레팀은 소통과 화합을 가장 중요시 여긴다

가는 것이 최종 목적이다. 이 같은 철저하면서도 합리적인 관리는 결국 커다란 보상이 되어 돌아왔다. 지난 2018년 12월 31일, 브라운스톤 하이포레팀의 김성식 차장이 부산지방국토관리청으로부터 표창장을 수여받는 괄목할 성과를 얻은 것. 인근 몇몇 현장에서 흙막이 붕괴 사고가 여러 건 있었을 뿐 아니라 이로 인해 학교건물의 절반이 무너지거나 상수도 관로의 침하 및 파손, 산복도로 붕괴로 인해 주민들이 대피하는 등 많은 사고가 이어졌던 터라 브라운스톤 하이포레팀의 성과는 더욱 빛을 발했다. 또한 김성식 차장이 부산건축지원시스템(BASS)에 성실하게 자료 등을 기재하였고 관할관청과 지속적인 유대관계를 유지한 결과 지난해 12월 28일 부산

광역시의 착한기업인증 제도에서 이수건설이 착한기업인증 '대상'을 수상하는 뜻 깊은 일도 있었다.

**실패를 두려워하지 않는 소통과 화합의 팀 문화**

소통을 중요시하는 브라운스톤 하이포레 팀의 분위기는 현장에 고스란히 반영되고 있다. 건설사의 경우 각 구성원의 전문분야에 대한 지식과 경험에 따른 성향으로 인해 마찰이 빚어지는 일들이 잦은 편. 특히 경험이 많은 고참 기술자일수록 타인의 의견을 받아들이는 것을 거부하는 경우가 많다. 때문에 현장을 합리적인 방향으로 이끌어가기 쉽지 않은 것도 사실이다.

그러나 동대신 브라운스톤 하이포레 현장은 그렇지 않다. 본사에서 팀원들 간 상성을 고려하여, 서

로의 관계를 매끄럽게 이끌어줄 인물을 적재적소에 투입해 팀원들의 화합을 도모하고 있으며, 각 구성원들 역시 본사의 노력에 부응하여 희생과 양보의 정신으로 지금의 성과를 이끌어 낼 수 있었기 때문이다. 개개인의 욕심과 아집을 내려놓는 화합의 정신이 지금의 브라운스톤 하이포레 팀을 만들어 낸 팀 고유의 문화라 할 수 있다. 한성희 부장은 이러한 합리적인 팀 문화의 원동력을 '실패를 용인하는 문화'에서 찾았다.

"흔히 사람들은 실패의 원인을 스스로의 무능력으로 돌리고는 합니다. 하지만 실패를 '성장의 과정'으로 생각하는 사고의 전환은 끊임없이 새로운 도전을 할 수 있는 환경을 제공합니다. 구성원이 어떤 난관에도 좌절하지 않고 더 나은 방향을 찾아 능동적으로 일하는 모습을 보고 싶다면 실패를 격려하는 팀 문화를 구축하는 일이 먼저입니다."



보건을 담당하고 있는 이유경, 박보람 사원이 여름철 현장에서의 유의사항에 대해 의견을 나누고 있다.

## Leader's Message

한성희 부장(브라운스톤 하이포레팀)



브라운스톤 하이포레팀에서 가장 중시하는 부분은 '실패를 용인하는 문화'입니다. 실패를 격려하는 조직 문화는 구성원의 도전정신을 키우고 좋은 성과를 내기 위해 다양한 시도를 할 수 있는 건강한 초석이 되기 때문입니다. 좋은 성과를 내기 위해서는 '심리적 안정감'이 우선 되어야 합니다. 물론 안정감과 편안함은 다릅니다. 다양한 의견을 말하고 다소 기대에 미치지 못하는 업무 결과를 내더라도 징계 받지 않는다는 믿음을 뜻합니다. 현재 목표 대비 8%가량 높은 공정률을 달성하고 있습니다. 지금까지 철저한 선후 공정관리로 성실히 임해준 하이포레 팀원들에게 감사의 말을 전합니다. 앞으로 얼마 남지 않았지만, 조금만 더 힘을 내어서 준공이라는 뜻대를 향해 힘차게 전진하는 하이포레팀이 되도록 합시다. 부산경남 지역에 '브라운스톤 하이포레'라는 방점을 찍는 날까지 화이팅!

## 이슈타그램



김혜만 사원(이수시스템 솔루션개발팀)



### 행복은 폭우 뒤에 찾아온 푸른 하늘처럼..

여름하면 뭐니 뭐니 해도 축제가 가장 먼저 떠오릅니다. 얼마 전 회사 옆 방배카페골목에서도 '방배한마음축제'라는 이름으로 축제가 열렸습니다. 화살 같은 폭우가 잠시 내렸지만, 이내 먹구름이 걷히고 맑고 푸른 하늘이 맨 얼굴을 드러내더군요. 갑작스러운 폭우로 울상이던 동네 주민들은 그제야 비로소 웃음을 보이며 행복한 시간을 보냈는데요. 운 좋게도 이런 드라마틱한 상황을 말해주는 사진 한 장을 포착할 수 있었습니다. 이수가족 여러분들 모두 어둡고 슬픈 일들은 금세 지나가고 늘 밝고 행복한 일만 가득했으면 좋겠습니다.

#축제 #폭우 #아름다운 #반영 #행복하세요



김영은 대리(이수앱지스 기획관리팀)



### 우리 성윤이에게 동생이 태어났어요!!

성윤이는 얼마 전에 오빠가 되었습니다. 바로 둘째 수윤이가 태어났기 때문 인데요~ 사진 속의 모습처럼 병원에 찾아간 성윤이는 동생에게서 쉽게 눈을 떼지 못하고 바라보는 모습이었습니다. 난생 처음 보는 동생이 너무 예뻐서인지 혹은 꼬물꼬물 자그마한 손발이 신기해서일지도 모르겠네요. 그리고 또 한 가지. 오빠가 되었기 때문일까요? 아직 어리기만 해 보였던 성윤이가 어쩐지 의젓해 보이는 것 같아요. 든든한 오빠 성윤이와 어여쁜 동생 수윤이가 앞으로도 서로 의지하면서 건강한 모습으로 잘 자라주었으면 합니다. ^^

#의젓한 #오빠 #예쁜 #동생 #건강하게 #자라다오

OUT  
SIDE



#### 독자 여러분의 사진을 받습니다

가만히 바라보면 우리 곁엔 놓치기 아까운 행복한 순간들이 참 많습니다. 여러분의 휴대전화 속에 담긴 행복하고 의미있는 순간들을 사연과 함께 보내주세요. 사보에 실리는 행운과 소정의 선물을 드립니다. 보내실 곳 카카오톡 ID : hee895 / 이메일 : jhk653@isu.co.kr

## 빈티지 카페에서 간판 없는 피자집까지 인사들의 아지트, 을지로 골목길을 거닐다

을지로3가역 일대에는 수십 년 동안 이곳에서 영업해온 인쇄소들이 밀집해 있다. 그런데 쇠락해 가던 을지로가 요즘 '힙지로'라는 새로운 이름으로 불리고 있다. '최신유행' 혹은 '신선하다'는 뜻을 담은 '힙(hip)'과 '을지로'의 합성어. 바로 이곳 힙지로 골목길을 거닐다 보면 마치 보물처럼 꼭꼭 숨겨진 독특한 감성의 카페와 바 그리고 오랜 역사의 노포들을 만나게 될 것이다. 멋과 맛을 즐길 줄 아는 힙스터들의 아지트로 환골탈태한 을지로 골목길로 초대한다.

을  
지  
맥  
옥

을지 OB 베어  
SINCE 1980  
을지로에서 처음으로 만든 연전



### 쇠락한 인쇄골목에서 힙한 골목 상권으로

서울특별시 중구 을지로 일대는 한때 총무로와 함께 인쇄업으로 흥했던 우리나라 인쇄의 메카로 손꼽히는 지역이다. 을지로 인쇄의 역사는 물경 600년 전으로 거슬러 올라간다. 조선왕조실록에 의하면 그 옛날 활자를 찍어내고 서적을 발간하던 주자소(鑄字所)가 지금의 을지로 인근인 중구 주자동에 위치했던 것으로 짐작해볼 수 있다.

수백 년 세월을 거치며 궁궐로 옮겨지거나 다른 곳으로 옮겨지기도 했던 주자소의 인쇄 명맥은 을지로로 이어진다. 1900년대 초, 일제강점기에는 을지로에 경성극장, 중앙관 같은 극장이 들어서면서 영화를 홍보하는 전단지 찍느라 호황이었고, 1980년대에는 선거용 인쇄물의 수요로 인해 사상 최고의 전성기를 맞이하기도 했다.

그러나 21세기의 개막과 함께 디지털 시대가 도래하면서 인쇄업은 쇠락의 길로 접어든다. 인쇄소와 제본소, 지류업체를 오가며 종이를 배달하는 오토바이와 소형 지게차의 물결로 가득했던 을지로의 골목 역시 빈 점포들이 하나둘 늘어갔다. 서적, 전단지, 명함, 스티커 등의 인쇄작업을 의뢰하기 위해 이곳을 찾던 사람들의 발길이 전보다 뜸해지자 그 많던 식당과 주점, 가게도 손님이 줄어 을지로 골목은 활기를 잃고 말았다.

### 힙스터의 아지트로 환골탈태한 을지로

몰락해가는 을지로에 새로운 바람이 불기 시작한 것은 대략 3년 전부터다. 2016년 무렵 을지로3가역을 중심으로 독특한 감성으로 치장한 카페와 바가 하나둘 생겨나면서 을지로는 힙스터들의 아지트로 환골탈태하기 시작한다. 먼저 문을 연 가게들



을지로 골목과 고층빌딩의 대조적인 풍경  
세운상가 안에 위치한 카페 '호랑이'

의 인기에 힘입어 덩달아 또 다른 가게들이 생겨나 자을지로는 전에 없이 생기를 되찾아갔다.

개성 넘치는 가게들이 승승장구 할 수 있었던 가장 큰 이유 중 하나는 을지로 골목이 간직한 낡고 오래된 풍경 덕분이다. 나이를 반백 살은 먹었음직한 오래된 건물들은 엘리베이터는 고사하고 그나마 있는 계단도 좁고 가팔라 마치 70년대를 배경으로 한 영화 세트장 같은 분위기를 자아낸다. 을지로 대로변 뒤쪽으로 펼쳐지는 골목 안 풍경도 낯설다. 이 면도로와 셋길 사이를 걷다 보면 방향 감각을 상실하는 일은 다반사. 한 뼘 간격으로 빼곡하게 들어서 있는 옛 건물들이 마치 미로 같기 때문이다. 하늘을 손바닥으로 가릴 수 있을 만큼 비좁은 골목은 전깃줄이 어지럽게 얽혀 있다. 지금은 철거되어 사라진 홍콩의 구룡성채(九龍城寨)가 떠오르는 생경한 순간이다. 그러나 이곳에서라면 한 번쯤 길을 잃어도 상관없을 듯하다. 낡고 비좁은 골목에서 마주한 낯선 느낌은 불안보다는 안온함에 가까우니까.

### 예스럽지만 세련된 빈트로 카페

요즘은 뉴트로를 넘어 빈트로라는 신조어가 유행하기 시작했다. 옛것을 활용한 빈티지에 뉴트로를 더해 '오래된 것도 세련될 수 있다'는 뜻을 담았다고 한다. 요즘 가장 핫한 트렌드인 빈트로를 을지로에서 느껴보려면 미로 같은 골목에 숨겨진 카페 커피한약방을 찾아가야 한다.

편의점과 중국집 사이, 사람 하나 겨우 비집고 들어갈 수 있는 협소한 골목 안으로 접어들면 개화기풍 카페인 커피한약방과 만나게 된다. 벽화가 그려진 이 골목은 을지로 힙스터들의 단골 인증샷 장소이기도 하다. 호그와트행 기차를 타기 위해 9와 3/4



좁은 골목을 너머에 있는 커피한약방에서는 직접 원두를 로스팅하는 모습도 볼 수 있다.



을지로의 핫플들은 간판 찾기가 어려운 게 특징이다

승강장을 통과하곤 했던 해리포터는 아마도 이런 두근거림을 느끼지 않았을까.

오래된 건물 내부를 그대로 활용한 카페 실내에는 어렸을 적 할머니 댁에서 보았던 자개장과 패종시계 그리고 턴테이블, 오르간 등이 놓여있다. 의자와 테이블 역시 새것이라곤 하나도 없다. 커피를 마시다 어디선가 고소한 향기가 난다 싶으면 원두 대 쪽으로 가보자. 기계가 아닌 손으로 직접 원두를 볶는 진기한 광경을 볼 수 있을 것이다. 달달한 디저트가 먹고 싶다면 커피를 주문해서 맛은 편에 위치한 헤민당으로 가면 된다.

### 간판 없는 맛집 찾아볼까?

을지로 탐험 또 하나의 모미는 간판 없는 맛집을 찾아다니는 재미다. 공사장에서 주워온 듯한 합판으로 간판을 대신하는 집이 있는가 하면 은박지에 매직으로 상호를 써넣은 가게도 있다. 그나마 가게가 1층에 있으면 다행이다. 을지로에 위치하는 많은 수의 카페와 바들이 2층이나 3층, 심지어 5층에 위치하는 곳도 있다. 엘리베이터마저 없어 계단으로 건물 5층까지 오르고 나면 진땀캐나 흘릴 것을 각오해야 한다.

아예 엉뚱한 간판을 달고 있는 특이한 케이스도 있다. 을지로3가역 7번 출구와 가까운 경일옥 피자리아는 화덕에서 구워낸 정통 이탈리아안 피자류 유명한 맛집이다. 그런데 이 집은 손님이 몰려 가게 밖으로 대기 줄이 이어지는 시간대가 아니라면 우선 찾아가는 일이 급선무다. 자그마한 입간판 외에는 가게 외관에 피자집이라는 사실을 알리는 그 어떤 단서도 없기 때문. 가게 앞을 그냥 지나치기를 수차례 반복하다 물어 물어 '홍복문화사라는 인쇄소 간

판이 달린 가게가 경일옥 피자이라는 사실을 알게 되는 사람이 태반이다. 그러나 어렵게 찾은 집일 수록 음식 맛은 더 좋은 법. 주인장이 이탈리아에서 갈고닦은 실력으로 만들어 내는 화덕 피자에 페로니 생맥주를 한 잔 곁들이면 세상 부러울 것이 없다.

### 을지로의 역사는 노포(露布)의 역사

물론 을지로에서 새로운 가게들만 득세하는 것은 아니다. 70년 넘는 역사를 자랑하는 곰탕집 하동관을 비롯해 남한 5대 평양냉면집으로 꼽히는 을지면옥, 양대창이 맛있는 양미옥, 노가리 골목의 호프집들은 수십 년을 이어가며 을지로 역사의 한 페이지를 장식하고 있다.

하동관은 곰탕 하나로 80년 가까운 세월을 버텼다. 개발로 인해 지금의 명동 초입 2층 건물로 이전했으나 처음의 마음가짐을 유지하고자 청계천변 수하동 시절의 나무 대문을 가져다 달고 식탁도 그대로 가져왔다. 또한 곰탕 국물과 식재료를 절대 남기지 않는 철칙을 지키기 위해 오후 4시까지만 장사를 하고 있다. 을지면옥의 담백한 육수와 툇툇 끓여지는 면발은 새콤달콤한 요즘 냉면과는 맛을 달리한다. 젊은 층은 SNS 인증샷을 찍기 위해 방문하지만 머리가 하얀 노신사는 옛맛을 잊지 못해 오늘도 을지면옥을 찾아온다.

홍복문화사라는 엉뚱한 간판을 달고 있는 '경일옥 피자리아'



하동관, 을지면옥, 양미옥은 을지로 맛집의 전설로 회자된다



그러나 을지로는 지금 재개발이라는 위기에 직면해 있다. 낮은 건물을 부수고 새 건물을 짓는다면 매끈하고 보기 좋은 풍경을 만들기는 쉬울 터. 하지만 새로운 것이 커져이 쌓인 시간의 무게는 모사할 수 없는 법. 개발이 결코 만능은 아님을 우리 모두 곰곰이 생각해볼 문제다. 을지로만의 독특한 분위기와 풍경은 일부러 만들 수 없다는 사실을 잊지 말자.



# 맛집, 줄서지 말고 주문하세요 음식 배달앱 사용자 1천만 시대

20조 규모의 음식 배달 시장이 배달앱 서비스를 중심으로 재편되자 배달의 민족, 요기요가 양분하고 있는 기존 배달앱 시장에 쿠팡과 위메프까지 가세해 경쟁이 가속화 되고 있다. 1인 가구의 증가와 미식에 대한 사회적 관심의 증가 등 경제와 사회문화 전반에 걸쳐 다양한 스펙트럼이 반영된 혁신적 플랫폼 폭발적으로 증가하고 있는 음식 배달앱 시장의 명과 암을 통해 구태를 벗어던진 배달 시스템이 IT와 상생하는 미래를 엿본다.

글\_ 차선우(자유기고가)



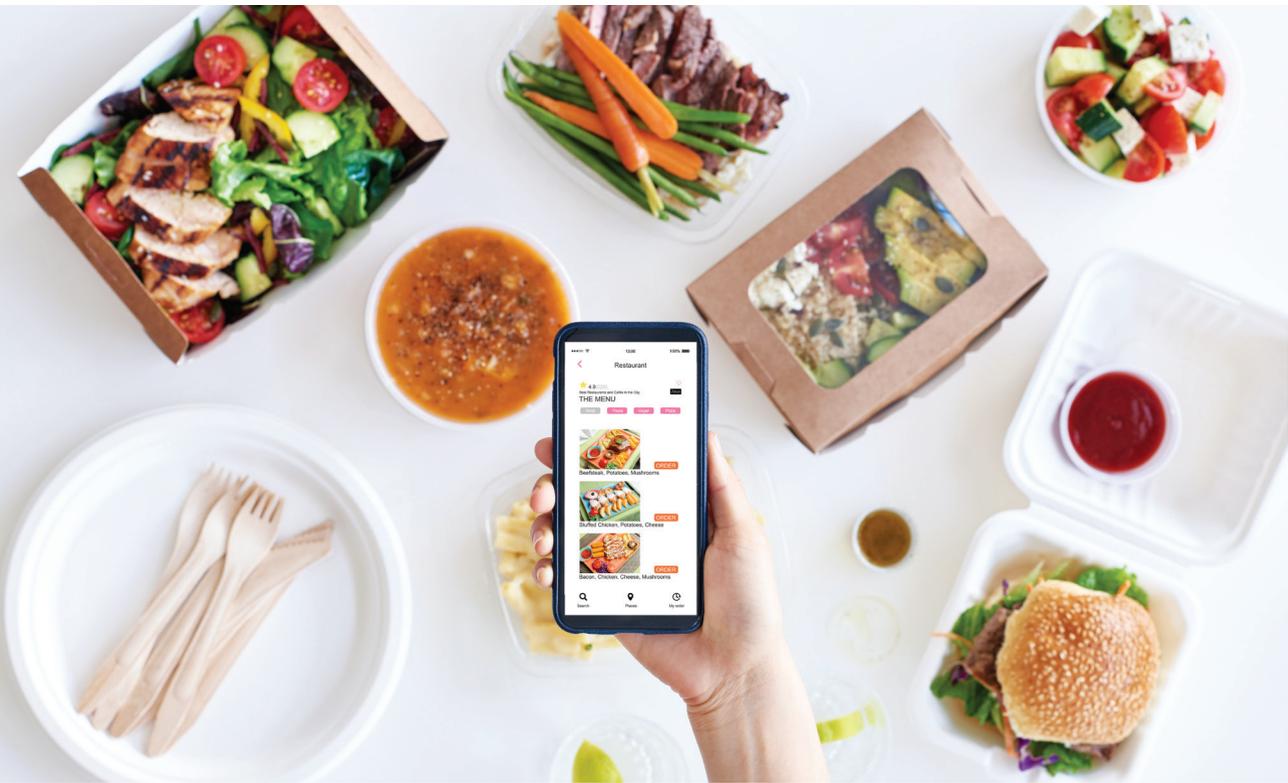
모바일 디바이스로 간편하게 주문하는 배달앱 이용자가 폭발적으로 증가하고 있다

## 20조 배달 음식 시장에 펼쳐진 전장

전통의 배달음식 짜장면에서 홈디족을 위한 팔빙수까지. 다양한 먹거리들을 집 앞까지 배달해주는 '배달앱' 시장이 끝을 모르고 성장하고 있다. 국내 최대 배달앱 서비스인 '배달의 민족' 월간 이용자가 지난 4월을 기준으로 1천만 명을 돌파했으며, 주문 건수를 기준으로 하면 이미 3천만 건을 넘어섰다고 한다.

현재 배민(우아한형제)과 요기요(딜리버리히어로) 코리아가 양분하고 있는 배달앱 시장 규모는 약 8조원으로 각각 5조2천억원과 3조원대의 거래액을 기록하고 있다. 1인 가구의 증가와 함께

음식 배달의 수요가 폭발적으로 늘어나면서 주문과 결제가 간편한 배달앱 시장의 규모 역시 그에 비례해 점유율을 늘려가고 있는 것. 게다가 쿠팡과 위메프 같은 이커머스 업체들까지 음식배달 앱의 전선에 뛰어들면서 배달앱 시장은 유례없는 경쟁을 예고하고 있다. 도대체 이커머스 업체까지 배달앱 시장에 눈독을 들이는 이유는 무얼까? 현재 우리나라 전체 음식 배달시장 규모는 총 20조 8조원을 점유하고 있는 배달앱이 약 40%를 차지하고 있으므로 아직 12조원이라는 엄청난 시장이 남아있기 때문이다.



패스트푸드, 한식, 중식 등 다양한 메뉴를 주문할 수 있는 배달앱

### 1인 가구의 증가와 미식에 대한 사회적 관심

배달앱 시장의 성장은 1인 가구의 증가와 케를 같이 한다. 1인 가구의 특성상 바쁜 일상 속에서 음식을 직접 해먹기가 쉽지 않은데다 식재료가 상해서 버려야 하는 일이 태반이다 보니 혼자 사는 싱글들에게 배달앱의 등장은 마치 구세주와 같았다. 1인 손님을 달가워하지 않는 식당에서 눈치밥을 먹기보다 집에서 시켜 먹는 편이 낫다는 이유도 한몫하고 있다. 또한 초기에는 짜장면, 족발, 치킨, 피자 등이 미 전화로 주문해서 먹고 있던 음식들이 배달앱 주

문의 주류를 이루었지만 최근에는 홈디족(홈 디지털 족)을 겨냥한 빙수와 케이크, 편의점 인스턴트 먹거리까지 배달되고 있어 메뉴 선택의 폭도 넓다. 배달앱 시장의 이러한 양상은 음식 배달 시장의 주도권이 이미 사용자에게 넘어갔음을 시사한다. 과거 제한된 정보 속에서 동네 중급집을 선택해야 했던 소비자들은 반경 10km 이상의 제법 먼 지역에 있는 맛집에서도 원하는 음식을 주문할 수 있다. 뿐만 아니라 배달앱에 게시되는 해당 점포의 후기를 통해 맛있는 집을 거를 수 있는 혜택까지 주어졌다.

### 음식 배달앱의 미래를 낙관할 이유

그러나 배달앱이 풀어야 할 문제도 적지 않다. 최근 배달원 노조 라이더 유니온의 출범과 함께 사회적으로 큰 이슈가 되었던 배달요금의 현실화 그리고 영세 자영업자에 대한 과도한 수수료 부과 논란 등 아직도 크고 작은 문제들이 걸림돌로 작용하고 있어서다.

중소기업중앙회가 배달앱 가맹점을 대상으로 조사한 결과 56%의 점주들이 배달앱 수수료가 과도하다는 의견을 내비쳤으며, 배달 노동자들은 노조를 출범시키면서 4대 보험 가입 등 배달원에 대한 처우 개선을 촉구하기도 했다. 플라스틱 용기, 비닐봉

투 같은 일회용품 사용의 증가와 배달앱 서비스 업체 간 과도한 경쟁으로 인한 쿠폰의 비정상적인 사용도 부정적 이슈다.

그러나 이러한 문제점들에도 불구하고 많은 사람들이 조심스럽게 배달앱의 긍정적인 미래를 점치고 있다. 배달앱으로 인해 서민경제의 큰 축을 담당하고 있는 자영업자의 판매 채널이 다변화 될 수 있으며, 배달앱과 기존 다른 배달앱들과의 시너지로 인한 새로운 수익원 창출할 수도 있다는 것이다. 이용자 1천만 시대에 진입한 배달앱의 킬러 콘텐츠는 적절한 경쟁에 의한 서비스 질의 향상과 합리적인 수수료 실현 등 자정작용이 될 수도 있을 것이다.

배달요금의 현실화 등 배달앱이 풀어야 할 문제도 적지 않다



환상의 섬나라 제주에서 낭만의 스트라스부르까지

# 인생 땡작 여행, 떠나지 말고 살아봐!



짧게는 2~3일 길어도 일주일을 넘기지 않는 여행 패턴은 현지의 정서를 오롯이 느끼기에 터무니없이 짧은 기간이다. 아침부터 저녁까지 부지런 땡 필요 없는 여유로 가득한 여정을 꿈꾸는 사람들은 그래서 '한 달 살기'를 실천하고 있다. 현지인이 되어 게으르고 느릿하게 살아보는 특별한 한 달. 한국 제주에서 프랑스 스트라스부르까지 살기 좋은 3국의 도시로 안내한다.

글 류재민(여행작가)

이국적인 풍경, 말 잘 통하는 대한외국 섬나라

## 제주 Jeju Island | KOREA

하루 평균 100여 편의 국내선 비행기가 뜨고 내리는 섬나라 제주는 대한민국에서 속해 있지만 풍경은 영 판관인 이국적인 여행지다. 하와이의 축소판 같은 이 화산섬에는 해안선을 따라 눈부신 화이트 비치와 펼쳐져 있어 요즘 인싸들의 레포즈라는 서핑은 물론 스쿠버다이빙, 카약, 요트까지 다양한 해양 레포츠를 즐길 수 있다. 게다가 여름 날씨는 동남아나 태평양의 휴양지 지리 가랄 정도로 화사해 한 달 살기를 실천하기에도 제격이다. 한 달 살기를 위한 제주의 가장 큰 장점은 무엇보다 말이 통한다는 점이다. 혹자는 제주를 가리켜

'말 통하는 외국'이라는 표현을 쓰기도 한다. 해외의 경우 절차가 복잡하고 비용이 부담스럽기도 하지만 당장 언어가 다르기 때문에 주저하게 되는데 제주는 이러한 문제점이 전혀 없다는 것이 한 달 살기의 큰 메리트로 작용한다. 집을 구할 때도 해외처럼 보증인이 필요하지 않을뿐더러 제주시내 일부를 제외하면 자동차가 많지 않아 운전하기 편하다. 이러한 여러 가지 편의성 덕분에 20~30대 젊은 층은 물론 방학 때 초등학교 자녀를 둔 엄마들도 아이들을 데리고 제주에서 한두 달 살다 돌아가는 케이스도 아주 많다.



이국적인 풍경을 자랑하는 제주는 한 달 살기를 실천하기에 가장 이상적인 장소

## 한 달 살기 TIP!



제주 한 달 살기를 실천하는 비율은 남성에 비해 여성이 압도적으로 많다. 상당수의 여성들이 안전을 우려해 인적이 드문 바닷가보다는 제주 시내 혹은 시내와 인접한 애월이나 함덕 등지의 다세대 원룸을 렌트한다. 또한 많은 수의 제주 이민자들은 '제주 한달살기'라는 키워드로 검색해 인터넷 카페나 블로그를 참고하거나 제주버룩시장, 제주오일장 등의 정보신문에서 적당한 집을 물색하고 있다.



철저하게 튼튼이로 지낼 생각이 아니라면 렌터카를 강추한다. 1개월 계약을 맺을 경우 며칠 빌리는 것보다 훨씬 저렴한 가격에 자동차를 이용할 수 있다. 생각보다 버스가 드문드문 운행한다는 점을 고려한다면 렌터카를 빌릴 이유는 더욱 분명하다.



제주의 식당은 대부분 관광객을 대상으로 하기 때문에 혼자 식사를 할 만한 식당이 생각보다 부족하다. 혼밥이 가능한 로컬 식당을 단골집으로 확보하자.



제주



돈이 부족한 대학생이라면 게스트하우스에서 청소와 정리 등 소일거리로 아르바이트를 하며 한 달 살이를 하는 경우도 있다. 페이는 없거나 미미한 수준이지만 제주에 머무는 동안 숙식을 해결할 수 있기 때문이다.



육지 사람이 제주에 도착해 가장 적응하기 어려운 것은 강한 바람과 변화무쌍한 날씨라고 한다. 또한 우리나라에서 가장 큰 섬인 제주가 좁다고는 할 수 없지만 비행기나 배를 타지 않으면 외지로 나갈 수 없다는 고립감 역시 극복해야 한다.

혼행족이 가장 선호하는 북큐슈의 힐링 시티

## 후쿠오카 Fukuoka | JAPAN

항공권 가격 비교 사이트인 스카이스캐너가 지난해 발표한 통계에 따르면 홀로 한 달 살기를 하려는 한국인들이 가장 많이 방문한 도시로 태국 방콕, 베트남 호치민과 함께 일본 후쿠오카가 꼽혔다. 일본은 우리나라와 정서가 비슷하고 치안이 좋아 해외에서 한 달 살기를 하려는 한국인이 가장 선호하는 나라 중 하나다. 그중에서도 후쿠오카는 비행시간이 짧고 휴스나 간사이의 대도시에 비해 상대적으로 물가가 낮고 여유로워 한 달 살기에 최적의 도시다.

후쿠오카는 일본의 다른 지역과 마찬가지로 지하

철, 버스 노선이 발달해 있어 대중교통이 편리하고 외국인들에 한해 구매 가능한 저렴한 교통 패스가 다양하다. 지리적으로는 일본열도의 서남쪽 끝자락에 위치하는 큐슈의 관문 역할을 하고 있어 유후인, 벳부, 나가사키 등 큐슈의 주요 여행지들을 돌아보기도 편리하다. 또한 음식 역시 전반적으로 한국인이 적응하기 쉬운 편이며, 흔히 물갈이라고 하는 배앓이는 거의 없다고 보아도 된다. 무엇보다 도쿄나 오사카와 비교했을 때 인구밀도가 낮고 관광객 수도 적은 편이어서 훨씬 여유롭게 생활할 수 있다는 점이 매력적이다.



일본 후쿠오카는 해외 한 달 살기 혼행족이 가장 선호하는 도시

## 한 달 살기

TIP!



일본에서 한 달 살기를 할 때 가장 부담스러운 것은 역시 월세다. 1개월 살기 위한 방을 계약하는 것 역시 경우에 따라 연대보증인(일본인)을 요구하기도 하는 등 까다롭다. 최근에는 '쉐어리 스타일 하우스' 같은 세어하우스에서 머무는 사람이 점차 증가하고 있지만 이 역시 6개월 이상 장기 체류자에게 적합한 숙박 시설이 그것저것 복잡한 게 싫다면 시설이 깨끗한 비즈니스 호텔이나 레오파레스 같은 임대 주택을 선택하는 방법도 있다. 일본에는 등급에 따라 매우 다양한 형태의 호텔이 존재하므로 선택의 폭도 넓다.



알다시피 일본은 철도가 발달해 있어 기차나 전철을 이용해 원하는 거의 모든 장소를 찾아갈 수 있다.



한 달 내내 맛집을 찾아다닐 수는 없는 노릇이기 때문에 숙소 근처 구동집 위치를 알아두도록 하자. 요시노야, 스키야 등의 규동(일본식 덮밥) 매장은 일본의 높은 물가를 생각했을 때 저렴할 뿐 아니라 24시간 운영하는 곳이 많아 편리하다.



후쿠오카



후쿠오카는 생각보다 작은 도시다. 중심가의 경우 천천히 둘러보아도 일주일이면 주요 스팟들을 다 둘러볼 수 있다. 기차로 1~3시간 거리인 나가사키, 온천의 낙원 유후인과 벳부 등 북큐슈의 여행지들을 포함한 짧은 여행 계획도 미리 세워두길 권한다.



한 달이나 머물 수 있으니 쇼핑도 느긋하게 즐겨보자. 공항 인근의 마리노아울렛을 비롯해 캐널시티 그리고 최근에 개장한 마크이즈 등 대형 쇼핑몰이 곳곳에 위치한다. 스팟 세일 하는 타이밍에 방문한다면 우리나라보다 훨씬 저렴하게 브랜드 옷이나 아웃도어 용품들을 구매할 수 있다.

프랑스의 낭만과 독일의 실용이 공존하는 동화 속 마을

## 스트라스부르 Strasbourg | FRANCE

프랑스 동부 바랭주의 라인강변에 위치하는 스트라스부르는 알퐁스 도데의 소설 <마지막 수업>의 배경이 되었던 소도시다. 전세계 주요 도시들 중에서도 물가가 높기로 유명한 파리에 생활하기가 부담스러운 사람들은 한 달 살기를 위해 주로 프랑스 남부의 프로방스 지방이나 아를, 몽펠리에 혹은 이곳 스트라스부르에서 머물고는 한다. 스트라스부르는 파리에 비해 상대적으로 물가가 낮을 뿐 아니라 이웃한 독일과 왕래가 자유롭기 때문에 두 나라의 감성을 동시에 느껴볼 수 있는 것 또한 장점으로 꼽힌다. 스트라스부르에 거주하는

한국인들은 대부분 라인강을 사이에 두고 다리로 연결되어있는 독일의 작은 도시 켈(Kehl)로 건너가 장을 보고는 하는데, 이는 독일의 마트 물가가 유럽에서 손꼽힐 정도로 저렴하기 때문. 장을 볼 때도 자전거를 타고 다녀올 정도로 가까워 편리하다. 한 달 이상 장기간 머물 예정이라면 현지에서 어학원을 다니며 프랑스어를 배우고자 하는 사람도 있을 것이다. 어학원에 다닐 생각이라면 스트라스부르대학 부설 어학원을 고려해 보자. 운이 좋다면 대학교 기숙사에서 숙식을 해결할 수 있어 예산에 대한 부담을 덜 수 있다.



프랑스의 옛 건물들이 고스란히 남아있는 스트라스부르

## 한 달 살기

TIP!



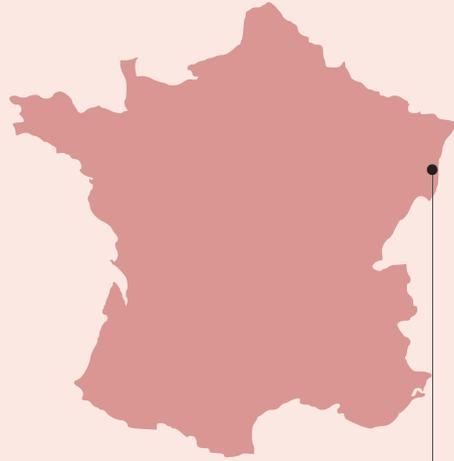
유럽의 다른 나라와 마찬가지로 스트라스부르 찾는 많은 한국인들 역시 에어비엔비를 통해 집을 렌트하거나 한인민박을 이용하기도 한다. 그러나 짧게는 1달, 길게는 반년 이상 살아갈 집을 직접 확인하고 계약하기를 원하는 사람들은 우선 일주일 정도 저렴한 호텔에 머물면서 발품을 팔아 집을 구하기도 한다.



스트라스부르는 세계적으로 유명한 크리스마스 마켓인 막세드 노엘(marché de Noël)이 열리는 고장이기도 하다. 막세드 노엘의 낭만을 느끼기 위해 유럽 전역에서 많은 사람들이 스트라스부르를 찾아오는 터라 12월 한 달간은 숙소를 잡기가 매우 어려울 정도. 시즌을 잘 맞추어 크리스마스 마켓이 열리는 계절에 스트라스부르에 머물도록 하자.



가까운 거리는 자전거를 이용하자. 주말마다 열리는 플라마켓에서 저렴하게 중고 자전거를 구입할 수 있다.



스트라스부르



장기 체류를 고려한다면 학생비자를 발급 받는 편이 유리하다. 관광비자의 경우 최장 3개월, 학생 신분이라면 1년에 한 번 비자를 갱신하며 머물 수 있다. 또한 학생이라면 외국인일지라도 집 렌트비 일부를 정부에서 보조해 주기도 한다.



주요 교통수단인 트램을 이용할 경우 무조건 1달 정기권을 구입해야 저렴하다.

## 엔드 게임 시키고 싶은 스포일러와의 전쟁

초유의 화제작 <어벤져스: 엔드게임>의 개봉과 함께 영화 주요 내용이나 결말 등의 스포일러를 의도적으로 노출시키는 현상이 커다란 쟁점이 되고 있다. SNS와 커뮤니티 게시판 심지어는 포털 뉴스 페이지의 댓글에서도 스포일러를 유출하는 행위가 만연하다. 이 정도면 거의 신드롬 수준의 사회현상으로 보아야 될 정도. 아마도 <유주얼 서스펙트>(1995년), <식스 센스>(1999년) 이후 20여 년 만에 영화관에서 벌어진 최대의 이슈가 아닐까. 과거에 비해 다양해진 채널 그리고 예측이 어려운 기상천외한 방법의 스포일러 유출로 인해 '스포일러 증후군'을 앓고 있는 우리 사회의 단면을 살펴본다.

글 정덕현(대중문화 칼럼니스트)



## 영화 스포일러의 천태만상

영화를 보기 전에는 인터넷을 잠정적으로 끊는다. 포털 사이트에도 사설 게시판에도 들어가지 않고 심지어 관련 뉴스는 물론이고 댓글란도 보지 않는다. 영화 예매는 되도록 개봉일 첫 회에 맞춰한다. 그리고 영화를 보러 가는 날에는 꼭 귀에 이어폰을 끼고 음악을 크게 들어 외부의 소리들을 차단한다. 영화관 화장실이나 엘리베이터는 자칫 며칠간 해운 노력이 한 순간에 수포로 돌아갈 수 있는 '위험지대'다. 그러니 차라리 귀를 꼭꼭 막는 편이 더 안전하다.

이것은 최근 스포일러를 피하기 위한 영화 관객들의 새로운 천태만상이다. 물론 스포일러로 인해 불거진 이슈는 어제 오늘의 이야기가 아니다. 스포일러라는 단어가 등장한 시기는 1970년대지만 국내에서 큰 화제가 되었던 때는 1995년 <유주얼 서스펙트> 개봉 즈음이었다. 표를 사기 위해 극장 앞에 줄선 사람들을 향해 큰 소리로 "○○○가 범인이다!"라고 외쳐 관객들이 집단으로 멘붕에 빠지게 만든 희대의 사건이다. 이후 1999년 개봉한 <식스 센스>에서도 '사실은 주인공이 ○

○'라는 스포일러는 꽤나 중대한 이슈로 다뤄진 바 있다. 그 후 간간히 영화 스포일러에 대한 이슈들이 이따금 커지기는 했어도 어느 정도는 피할 수 없는 일로 치부되었지만 최근 몇 달 스포일러가 사회적 반향을 일으키고 있다. 그것은 마블의 <어벤저스: 엔드게임>과 봉준호 감독의 칸 영화제 수상작 <기생충> 때문이다.

### <어벤저스: 엔드게임>의 개봉으로 촉발된 전쟁

특히 <어벤저스: 엔드게임>과 <기생충>의 스포일러가 이토록 큰 이슈로 떠오른 건 이 작품의 특성과도 무관하지 않다. <어벤저스: 엔드게임>은 2008년 <아이언맨> 개봉 이후 이어져 온 <어벤저스> 시리즈의 11년 역사를 정리하는 대단원이다. 때문에 그 연작이 어떻게 끝을 맺을 것인가에 대해 초미의 관심이 쏠릴 수밖에 없는 상황이다. 또 <기생충>의 경우는 봉준호 감독이 칸 영화제 황금종려상을 수상했다는 사실 때문에 국내 개봉 전부터 관객들의 관심을 한몸에 받았다. 게다가 작품의 특성상 반전요소들이 중요하다보니 스포일러가 영화를 감상하는데 있어 중대한 이슈로 떠



스포일러 이슈의 시작이었던 영화 <식스센스>(왼쪽)와 <유주얼 서스펙트>



<어벤저스: 엔드게임>의 개봉과 함께 스포일러가 사회적 현상으로 불거지고 있다

오르게 되었던 것. 영화 제작사와 감독 그리고 홍보 대행사들은 그야말로 '스포일러와의 전쟁'이라는 표현에 걸맞은 행보들을 보였다. <어벤저스: 엔드게임>을 연출한 루소 형제는 팬들에게 스포일러 자제를 호소하는 편지를 남긴 것은 물론, 글로벌한 '노 스포일러 캠페인'까지 벌였다. 뿐만 아니라 영화 내용의 유출을 염려한 나머지 촬영 당시 다수의 배우들이 결말을 모른 채 연기를 했다는 사실이 뒤늦게 알려지기도 했다. 한편 <기생충>의 봉준호 감독은 개봉 전 보도자료를 통해 "기사를 쓰실 때 스토리 전개에 대해서 최대한 감춰주신다면 제작진에게 큰 선물이 될 것

같다"며 간곡한 당부의 말을 전하기도 했다. 홍보 과정에서 제작사는 수많은 관련 기사들을 서칭하며 스포일러가 될 만한 내용이 포함된 기사의 경우 해당 기자에게 직접 전화를 해 양해를 구하는 일까지 했다.

### 쏟아지는 스포일러, 이제는 소비의 권리 문제로

이런 스포일러 논란은 영화에만 한정되지는 않는다. 미드의 명가 HBO가 제작한 <왕좌의 게임>처럼 전 세계적인 인기를 끌고 있는 작품 역시 스포일러로 인한 논란이 끊이지 않았다. 최근 <왕좌의 게임>이 최종 시즌을 방영하면서 스포일러는 더욱 중대한 이슈가 되었다. 제작진은 스포일러를 막기



<기생충>의 봉준호 감독은 스포일러를 자제해달라는 간곡한 당부의 말을 전했다.

위한 특단의 조치로 여러 버전의 '거짓 엔딩'을 촬영했다고 한다.

이처럼 최근 들어 스포일러 이슈가 더욱 심해지는 까닭은 무엇일까? 가장 큰 이유는 인스타그램, 페이스북 등 SNS의 영향력 때문이다. 과거 <유주얼 서스펙트>나 <식스 센스>가 개봉했던 시절에는 정보의 유통이 신문이나 방송 같은 몇몇 거대 미디어들을 통해서 이루어지곤 했다. 말하자면 미디어 관리를 통해 어느 정도 스포일러의 통제가 가능했던 셈이다.

그러나 SNS의 등장으로 인해 스마트폰과 컴퓨터를 사용하는 모든 사람이 저마다 미디어의 창구 역할을 하고 있다. 언제 어디서든 스포일러에 노출될 수 있는 상황인 것. 각종 SNS나 온라인 커뮤니티 게시판이 감상평을 가장한 스포일러가 튀어나올 수 있는 공간이다. 심지어 영화나 대중문화

와는 아무 관련 없는 포털 사이트의 스포츠 뉴스에 달리는 댓글 속에 스포일러에 당하는 네티즌도 적지 않다. 마치 지뢰처럼 숨겨진 스포일러에 노출된 사람들 중에는 매우 격앙된 반응을 보이는 사람들도 있다. 그만큼 자신이 원하는 콘텐츠를 온전히 소비하고픈 욕구가 크다는 반증일 것이다. 무분별하며 의도적인 스포일러 노출은 결국 현실 세계에서 큰 사고를 부르곤야 말았다. 지난 4월 홍콩 코즈웨이베이의 극장에서 <어벤져스: 엔드게임>을 보고 나온 한 남성이 영화의 결말을 큰 소리로 외쳤다가 다른 관객들에게 집단 폭행을 당한 것이다. 이쯤 되면 스포일러는 이제 그저 웃어넘길 수 있는 해프닝이 아니라, 보다 적극적으로 지켜내야 하는 관리의 문제로 보아야 한다. 일각에서는 분노한 네티즌들이 '스포츱(스포일러 하는 벌레)'이라는 신조어를 사용할 정도다.



미국의 한 극장에 걸린 스포일러 금지 안내판

### 노출하려는 자, 당하는 자, 막는 자의 심리

타인에게 스포일러를 노출하려는 심리는 도대체 무얼까. 진화심리학에서는 이것이 인간의 진화과정에서 생겨난 일종의 본능이라고 설명한다. 원시 상태에서 정보는 생존 그 자체일 수 있고, 따라서 정보를 가진 자가 권력을 독점할 수밖에 없다는 것이다. 남이 모르는 걸 나는 알고 있다는 점에서 비롯된 우월의식이 스포일러를 통해 일종의 성취감을 준다는 뜻이다.

물론 스포일러가 과연 콘텐츠 감상에 있어 커다란 장애를 만들어내는가에 대해서는 아직 이론의 여지가 있다. 영화가 주는 긴장과 이완의 재미를 오히려 느끼기 위해서는 아무런 사전 정보 없이 감상하는 편이 가장 효과적인 건 사실이다. 그러나 영화 감상은 단지 이처럼 감각적인 부분에만 국한

되는 건 아니다. 당장의 놀라움과 반전, 행복감과 슬픔의 경험이 주는 즐거움도 있지만, 여러 번 반복해 보면서 그 속에 숨겨진 의미들을 찾아내고 깨달아가는 '해석의 재미' 또한 적지 않기 때문이다. 실제로 <기생충>을 본 관객들 중에는 또 다른 의미를 찾아내기 위해 재관람을 하는 이들도 적지 않다. 이런 관객을 염두에 두고 생각해보면 스포일러가 단지 영화 감상 모두를 방해하고 있다고 단언하기는 어렵다.

그런 의미에서 스포일러에 대한 극단적인 반감들은 현대인들의 영화 감상이 해석보다는 말초적이며 즉각적인 반응에 초점이 맞춰져 있다는 점을 시사한다. 멀티플렉스 영화관들이 4D나 5D 시설을 내세워 인간의 오감을 자극하는 테마파크의 역할을 하고 있으며, 그곳에서 상영되는 영화 역시 마치 비디오 게임처럼 화려하고 자극적인 콘텐츠가 주류를 이루는 경향에서 달라진 영화 감상의 트렌드를 읽을 수 있다.

### 스포일러, 영화 흥행의 척도이기도 해

한편 영화 제작자나 감독 그리고 홍보대행사들의 스포일러에 대한 입장들이 저마다 다르다. 흥행성적에 민감하게 반응하는 홍보 및 배급사의 경우, 스포일러는 반드시 막아야 할 '해악'으로 취급한다. 관객들이 제대로 영화를 감상했으면 하는 바람이 그 누구보다 강하기 때문이다. 하지만 다른 면에서 스포일러는 '관심의 표현'일 수 있다. 스포일러가 곧 대중들의 뜨거운 관심에 대한 방증일 수 있기 때문이다. 그러나 무조건 막을 일만은 아니고 또 현실적으로도 막기는 어렵다는 주장도 나온다. 사실 스포일러를 막는 이들이라고 해도 '전혀 스포일러



가 없는 상태를 바라지는 않는다. 어느 정도의 스포일러가 흥행의 척도가 되기도 하기 때문이다. 그래서 항간에는 홍보사나 감독의 과잉된 '스포일러 자체'가 그 자체로 하나의 마케팅 수단이 되기도 한다고 지적한다. '스포일러 자체'의 의미는 이미 흥행하고 있다는 걸 전제하는 것이고 또한 영화가 그렇게 숨겨야 할 재미들이 존재한다는 뜻이기도 하기 때문이다.

또한 출연자의 존재 자체가 스포일러가 되는 경우도 있다. 반전 요소로 등장하는 배우의 경우 그래서 한창 상영 중인 경우에는 그 영화가 흥행에 성공해도 자신의 얼굴을 드러낼 수 없는 상황에 처하기도 한다. 스포일러에 예민해진 시대가 만든 새로운 풍경들이다.

### 임금님 귀는 당나귀 귀

스포일러에 지나치게 엄격한 잣대를 들이대며 금지한다면 자칫 작품에 대한 다양한 담론의 장을 막는 일이 되기도 한다. 특히 <기생충> 같은 작품의 경우 보는 관점에 따라 다양한 시각과 생각들이 전개될 수 있고, 그것이 다양한 사회적 담론을

만들어낼 수 있다. 하지만 스포일러 방지는 이런 소통 자체를 어렵게 만든다. 영화의 행간에 담긴 뜻을 세밀하게 분석해줘야 작품 속 의미들이 더욱 풍부해질 수 있지만, 그 자체가 엄청난 스포일러가 될 수 있기 때문에 암묵적인 자기검열을 하게 된다는 뜻이다.

그렇다면 스포일러에 가이드라인을 설정하는 것은 가능할까? 사실상 정해진 기준은 없다. 다만 영화를 개봉하고 어느 정도 시점이 흘러(관계자들은 보통 2-3주 정도를 본다) 이제 영화를 볼 사람들은 다 봤다고 여겨진다면 스포일러를 해도 큰 문제는 없다는 것 하지만 이 와중에도 지켜야 할 에티켓은 분명히 존재한다. 만일 인터넷 게시판이나 매체에 스포일러가 있는 글을 게재하거나 영상을 올리게 된다면 사전에 스포일러가 포함되어 있다는 사실을 주지시키는 게 제작자나 관객들에 대한 당연한 도리가 될 것이다.

개인 미디어들이 대체로 자리매김하고 있는 요즘, 향후 스포일러는 점차 더 늘어날 것이 불을 보듯 뻔하다. 그것은 대나무숲에서 "임금님 귀는 당나귀 귀"라고 외쳤던 이발사처럼 본능적인 욕망일지 모른다. 하지만 그러한 욕망으로 인해 누군가 피해를 입지 않도록 적당한 선에서 자제하고 지킬 것은 지키는 에티켓이야말로 더 중요한 일이다.

현재와 같은 미디어 환경에서 완벽하게 스포일러를 차단하기란 매우 어려운 일이다. 근본적으로는 '표현의 자유'라는 인권의 문제도 걸림돌이다. 하지만 나의 '표현의 자유'가 타인의 '소비의 권리'를 빼앗는다면 그 또한 도의적인 책임에서 자유롭기는 어렵다. 나의 권리만큼 타인의 권리도 소중하게 여기는 성숙한 관객의 에티켓이 전제되어야 하지 않을까.

## 귀담아 듣는 독자엽서



### 사보에서 만난 이수 가족들

제가 이수그룹 직원은 아니지만 종종 사보를 들춰보고는 합니다. 회사 안팎의 소식들과 취미, 문화 관련 다양한 기사들을 읽을 수 있거든요. 이번 호에서는 이수퍼티스 사람들 이야기엔 눈길이 가더군요. 일면식도 없지만 이수그룹 태열사 분들을 사보 책자에서나마 만날 수 있는 기회가 되어 좋았습니다. **연은숙** 사원 배우자(이수엔시스 기획관리팀)



### 아빠의 고민상담이 인상 깊었습니다

우리 아빠가 직접 쓰신 인터뷰 원고를 읽을 수 있어서 좋았습니다. 아빠가 다니시는 회사 분들의 고민이 이렇게나 다양했군요. 스트레스 해소법과 회사생활에 있어 좋은 습관 그리고 아빠가 조언해 주신 신입사원으로 돌아간다면 꼭 하고 싶은 것들까지 하나하나 새겨들을 좋은 내용이었다고 같아요. **권지윤** 님(㈜이수 경영개선팀 권오석 차장 자녀)

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

이수 사우 및 가족들의 많은엽서가 도착하고 있습니다.엽서 당첨자에게 드리는 선물을 배송에 착오가 없도록 정확한 이름과 소속을 기재해 주시기 바랍니다.



### 회사 대표 농구 선수인 동생이 자랑스러워요

지금까지 남동생이 회사 대표로 농구를 한다는 이야기만 들었지 경기하는 걸 제대로 챙겨 본 적은 없었던 거 같아요. 3대3 길거리 농구대회에 참여하기 위해 주말도 반납하고 팀원들과 함께 열심히 연습한다고 들었는데, 사보에 이렇게 멋지게 실린 모습을 보니 누나로서 자랑스럽고 기분 좋았습니다. **손주은** 님(이수엑스팩 영업3팀 손정규 과장 누나)



### 유튜브에 대한 기사가 흥미로웠어요

유튜브 관련 원고인 '1인 크리에이터들의 랜선 라이프' 재미있었습니다. 매달 재미있게 사보를 읽고 있지만 이번에는 특히 관심 있게 보았습니다. 유튜브는 평소 제가 워낙 관심 있던 분야여서 ㅎㅎ 스타 유튜버들이 어떤 콘텐츠를 가지고 것처럼 성공할 수 있었는지 짐작할 수 있었네요. **김중훈** 사원(이수화학 울산생산파트)

## 이수 뇌섹남녀를 위한 두뇌 트레이닝 QUIZ

※ 사보 <ISU>는 여러분의 창의력을 키워줄 퀴즈를 연재합니다. 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.

### Level 1

이모티콘을 보고 어떤 영화인지 짐작해보라

= 라이프 오브 파이  
 = 인터스텔라  
 = ?

### Level 2

그림 수식을 통해 가장 아래 수식이 성립하게 만들라

+ + = 60  
 + + = 40  
 + + = 26  
 + × = ?

\* 한 개의 퀴즈만 맞춰도 선물을 드립니다. 모두 함께 도전해보세요!

## 여러분의 참여를 기다립니다

### 2019년 봄호 엽서 당첨자

- 권지윤 님(㈜이수 경영개선팀 권오석 차장 자녀)
- 심현석 대리(㈜이수 기획팀)
- 홍도기 대리(㈜이수 HR팀)
- 신기연 사원(이수화학 신규사업팀)
- 박영호 사원(이수화학 실험2파트)
- 김중훈 사원(이수화학 울산생산파트)
- 노혜경 님(이수페타시스 생산1파트 외경 김현길 기정 배우자)
- 안도연 님(이수건설 재경팀 안영환 차장 자녀)
- 이호균 차장(이수시스템 전략사업팀)
- 연은숙 사원 배우자(이수앱지스 기획관리팀)
- 손주은 님(이수엑스캠 영업3팀 손정규 과장 누나)

\* 봄호 정답

발 없는 말이 천 리 간다

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 여름호 원고 마감은 8월 15일입니다.

# 두통남는 혼술말고 여운남는 혼책할까요?

## 미세먼지 가득한 요즘 파란책방과 3차까지 즐기는 방법

- 1차 가장 편안한 자세로 여유롭게 책 즐기기
- 2차 책장에 안보는 책 찾기
- 3차 출근길에 파란책방에 기부하기

우리, 파란책방과 함께해요

**파란책방**  
 파란책방은 이수 구성원들이  
 채워가는 즐거운  
 도서기부공간입니다.

파란책방의 새롭고  
따뜻한책독이  
여운남을 기다립니다.



비채나 박스!

지방 사업장은 기존대로 비채나 박스에 넣어주세요  
 기부문의 TEL : 02-590-6819 (주)이수 브랜드전략팀 정현진 과장 e-mail : jerry\_hyunjin@isu.co.kr

