



2020 WINTER VOL. 99

INSIDE

이수인의 이중생활

사진, 모든 일상이 결정적 순간

팀업뿔뿔

이수화학 온산공장 안전환경2팀

OUTSIDE

이수 테이블

마라, 어디까지 먹어봤니?

스페셜 리포트

밀레니얼의 감성을 공략하라



04

INSIDE

- 06 Focus & News
- 12 리더의 책장
김상범 회장 추천 도서
<말센스>
- 14 이슈를 잡아라
통권 100호 발행 앞둔 이수사보
- 18 커뮤니케이션 Talk
이수인들의 속 시원한 카운슬링
- 22 이수인의 이중생활
이수그룹 4인의 사진가들
- 28 팀업뽀뽀
이수화학 온산공장 안전환경2팀
- 33 이수타그램
사진과 해시태그에 담긴 아름다운 추억들
박종일 대리(이수페타시스 인사노무팀)
이홍권 사원((주)이수 브랜드전략팀)

35

OUTSIDE

- 36 이수 테이블
알싸한 매운맛의 매력
'마라, 어디까지 먹어봤니?
- 40 스페셜 리포트
밀레니얼 세대의 '갬성'을 공략하라
- 45 마이레알트립
이국적인 풍경과 맛
스트리트 푸드 파이터 시티
- 52 이수의 PICK
살고 싶은 집이 없어 직접 지었어
- 57 Ombudsman
- 58 퀴즈 및 엽서

이수가족 여러분!

2020년 경자년 새해가 밝았습니다. 새해에는 여러분 모두의 가정에 평안과 행복이 가득하시기를 기원합니다. 우선 지난해 대내외의 어려움을 극복하기 위해 각자의 자리에서 고군분투하며 노력해준 임직원들께 감사드립니다.

올해도 우리가 속한 산업환경은 악화 일로에 있고, 기업활동 관련 법규는 더욱 강화될 전망입니다. 그에 반해 우리의 사업구조, 기업 체질과 경쟁력은 혁신적인 변화 없이 정체되고 있어 우리가 처한 상황은 생존이라는 화두 속에서 그 어느 때 보다 엄중해 보입니다.

이러한 위기를 극복하기 위해 저는 2020년 이수그룹의 모든 구성원들에게 “목표 달성”, “자율과 책임”, “혁신” 3가지에 중점을 둔, 따뜻함과 냉혹함이 균형을 이루는 독한 경영을 주문하고자 합니다.

“목표 달성”, 각 사는 금년도 수립한 경영계획과 전략을 철저히 이행하여 반드시 달성하도록 합니다. 특히 적자 회사는 반드시 흑자 전환하고, 각 사 모두 독자 생존 가능한 사업구조를 구축하도록 합니다. 조직과 개인이 목표로 세운 것은 반드시 실천하고, 끝까지 매달려서 될 때까지 해내고 만다는 비상한 각오로 임해주시기 바랍니다.

“자율과 책임”, 임직원 모두 조직 내에서 성과를 통해 자신의 가치를 증명합니다. 회사가 여러분에게 부여한 자율은 개인이 그 책임을 다했을 때 의미를 가질 수 있습니다. 성과에 대한 책임을 질 수 있는 사람만이 자율 속에서도 자신을 통제할 수 있고, 성장할 수 있는 것입니다. 이를 위해 조직의 모든 구성원이 성과에 책임지는 행동주의자가 되고, 이것이 문화로 정착될 수 있도록 힘써 주시기 바랍니다.

“혁신”, 현재의 사업을 새롭게 정의하여 완전히 게임의 룰을 바꾸는 혁신이 필요합니다. 단순히 원가를 절감하고 매출을 늘려 이익을 내겠다는 수준에서 벗어나 전혀 새로운 게임을 준비합니다. 회사 내에 당연한 것으로 받아들여졌던 모든 것을 다 바꾸겠다는 각오를 가져주시십시오. 철저한 혁신을 위해서 어떠한 것도 당연시되어서는 안 되며 모든 프로세스와 조직, 문화까지 철저하게 바꾸어야 합니다. 그리고 이 주체와 대상은 최고경영진부터 신입사원까지 어느 누구도 예외가 될 수 없을 것입니다.

이런 모든 활동은 미래의 가치로 평가될 것입니다. 미래 가치를 창출하지 못하고 비전을 제시할 수 없다고 판단되면, 제 살을 도려내는 심정으로 한계 사업을 정리하여 회사의 생존력을 강화해야 할 것입니다. 이런 시각에서 그룹의 사업 포트폴리오 역시 미래의 비전을 제시할 수 있는지에 중점을 두고 재점검할 것입니다.

지금 우리는 그룹의 생존을 결정하는 절체절명의 기로에 서 있습니다. 앞으로 3년 내 그룹이 빠른 변화를 이루어내지 못한다면 미래 생존을 장담할 수 없습니다. 빠른 변화를 저해하는 모든 요소는 철저히 제거하고 하부조직의 사소한 아이디어 조차 사장되지 않도록 경영진과 관리자들은 발로 뛰며 직접 확인하여 현장의 목소리가 즉각 반영되도록 솔선수범합니다.

사랑하는 이수가족 여러분!

저는 우리가 처한 상황이 아무리 어렵다 하더라도, 여러분과 함께라면 이 어려움을 극복하고 더 높이 도약할 수 있으리라 믿습니다. 이를 위해 우리 모두가 하나 되어, 목표와 변화에 대한 강한 열망으로 무장합니다. 우리가 기울이는 성실, 도전, 노력들이 모여 이수그룹의 더 큰 도약을 위한 밑거름이 될 것이고 그 과실은 우리 모두가 향유하는 자랑스러운 미래로 돌아올 것입니다.

새해 복 많이 받으십시오. 감사합니다.

2020년 1월 2일

이수그룹 회장 김상범 



2020 혁신의 시작 현장 경영에서 해법을 찾는다



시무식을 통해 철저한 혁신에 나설 것을 당부하는 김상범 회장



CES 2020을 참관중인 김상범 회장



이수페타시스 대구공장 신규설비를 둘러보는 김상범 회장

이수엑사보드 실무진으로부터 보고를 받고 있는 김상범 회장

2020년 이수화학 온산공장 시무식 참석

김상범 회장은 지난 1월 2일 이수화학 온산공장에서 열린 2020년 시무식에 참석했다. 이날 행사에는 (주)이수, 이수화학 등 주요 계열사 사장단과 이수그룹 임직원들이 참석해 향후 3년간 빠른 변화를 통해 도약의 계기를 마련하고, 올해의 주요 경영 방침도 확립했다. 김상범 회장은 신년사를 통해 그룹 모든 계열사를 대상으로 '목표달성', '자율과 책임', '혁신'이라는 세 가지 키워드를 강조했고, 생존을 위해 철저한 혁신에 나설 것을 당부했다.

혁신 경영 첫 행보로 CES 2020 참관

김상범 회장이 이수그룹 '혁신 경영'을 위한 첫 행보로 세계 최대 IT·가전 기술 박람회 'CES 2020'을 참관했다. CES 2020은 지난 1월 7일부터 10일까지 미국 라스베이거스에서 진행됐다. 이번 참관은 이수그룹과 관련된 산업의 최신 기술과 트렌드를 파악하기 위한 것으로, 이수그룹의 계열사들이 스마트팜, 5G 통신장비 등 4차산업에 본격적으로 뛰어든 만큼 산업 전반의 변화를 현장에서 직접 느끼고 반영해 혁신을 도모하기 위함이다. 현재 이수그룹은 이수화학(스마트팜)을 비롯해 이수페타시스(5G 통신장비부품), 이수시스템(IoT 및 ICT 솔루션) 등이 4차산업에 주력하고 있다.

이수페타시스 대구공장 방문

지난 10월 25일, 이수그룹 김상범 회장은 이수페타시스 대구공장을 방문하여 신규부지 활용 방안을 검토하고 신규설비로 정비된 공장을 시찰하는 자리를 가졌다. 아울러 이수페타시스의 중장기적 경영 전략 목표를 달성하기 위한 과제와 주요 경영현황을 점검하며, 임직원들을 독려하고 결속을 다지는 뜻깊은 시간을 보냈다. 한편, 이수페타시스는 지난해 11월 국내 상장기업 1천여 곳을 대상으로 한 ESG 등급 조사에서 하드웨어 및 IT 장비 부문 최고등급인 'AA'를 부여 받았다. 사회적 책임투자 컨설팅사 서스틴베스트가 평가하는 ESG 등급 조사는 기업의 경영 활동이 환경과 사회에 친화적이고 지배구조가 건전할수록 높은 등급이 부여된다.

이수엑사보드 방문해 임직원 격려

지난 11월 12일, 김상범 회장은 이수엑사보드를 찾았다. 이 자리에서 김상범 회장은 안전-인천 공장 통합 이후의 주요 공정 라인을 돌아보았으며, 실무진으로부터 통합 운영 방안 전반에 대한 보고를 받았다. 더불어 인쇄 공정 화재 현장 복구 등 어려운 경영 여건에도 최선을 다하고 있는 임직원을 격려했다.

이수화학

온산공장 자체소방대
울산시장 표창 수상



지난 11월 19일 울산시 동천컨벤션에서 개최된 '산업단지 기업체 CEO 안전간담회'에서 이수화학의 자체소방대가 울산시장 표창을 수상했다. 이번 간담회에서 이수화학은 온산공장에서 운영 중인 자체소방대의 재난 예방 활동을 높이 평가 받았다. 이날 행사에는 유관기관단체장 및 업계 주요 관계자 등 130여 명이 참석했으며, 최수현 상무보가 참석해 대리수상했다.

이수페타시스

2019년 사랑의
김장나눔행사



이수페타시스는 지난 11월 27일 어려운 이웃을 돕는 사랑의 김장나눔행사를 실시했다. 이수페타시스 구내식당에서 열린 이날 행사에는 20여 명의 직원들이 참여했으며, 직접 담근 100포기의 김치를 대구 달성군종합사회복지관에 전달했다. 직원들은 이번 행사가 어려운 이웃에게 따뜻한 선물이 될 수 있도록 정성을 다해 김치를 담그며 훈훈한 정을 나누는 화합의 시간을 가졌다.

이수건설

평택
고덕지식산업센터
신축공사 수주



이수건설은 지난 11월 5일 평택 고덕지식산업센터 신축공사 도급계약을 체결했다. 경기도 평택시 고덕국제화지구에 위치한 고덕지식산업센터는 지하 1층~지상 10층 1개동에 연면적 약 14,300여 평 규모의 복합지식산업센터로 거듭날 예정이다. 특히 고속철도(SRT), 고속도로, 광역버스 등의 교통망이 구축되어 있으며, 현재 진행 중인 평택고덕 국제신도시 개발과 맞닿아 높은 미래가치를 창출할 수 있을 것으로 기대된다.

이수시스템

강북구청에 LTE무전기
솔루션 통한
재난안전훈련 지원



이수시스템은 지난 11월 1일 서울 우이동 소재 백두산사우나에서 실시한 '2019년 재난대응 안전한국훈련'에 참가 및 지원했다. 강북소방서 14개 유관기관 및 단체 등 총 400여 명이 참여한 이번 훈련에는 이수시스템이 강북구청에 공급한 '강북 스마트 재난협력대응 시스템'을 활용해 진행됐다. 이를 통해 향후 강북구는 재난 지원 요청에 대한 즉각적 대처가 가능해질 것으로 기대를 모으고 있다.

이수앱지스

‘차이나 헬스케어 서밋 2019’에서 ISU104 연구 성과 발표



이수앱지스가 지난 11월 18일부터 20일까지 중국 상하이에서 열린 ‘차이나 헬스케어 서밋 2019’에 참가해 항암 혁신 신약으로 개발 중인 ISU104의 연구 성과를 발표했다. ISU104는 경정약물 대비 뛰어난 ErbB3 결합능력을 차별점으로 내세워 세특시삽 내성 모델 등 다양한 동물모델에서 항암 효능을 입증했으며, 임상 1상 시험에서 우수한 안전성이 확인되어 행사 관계자들의 많은 주목을 받았다.

이수엑사켄

탈방향 용제 및 기타 파생 제품 업무 협약식



이수엑사켄이 현대오일뱅크와 탈방향 용제와 기타 파생제품 영업권에 대한 재계약을 맺었다. 지난 11월 26일 성사된 계약을 통해 이수엑사켄은 현대오일뱅크가 사용하는 일반 용제, 탈방향 용제, 석유 제품에 대한 내수 및 해외 수출시장 독점 판매권을 확보했다. 최근 미중 무역 분쟁으로 경쟁이 치열해진 가운데 이수엑사켄은 기존 파트너사와 더욱 돈독한 관계를 형성하여 새로운 영역으로 확장을 시도할 수 있는 좋은 발판을 마련한 것으로 풀이된다.

이수창업투자 이수C&E

2020년 개봉작 소개



이수창업투자가 지난 1월 15일 선보인 영화가 화제를 모으고 있다. 웹툰 원작 영화인 <해치지않아>는 기상천외한 동물원 살리기 프로젝트를 그린 내용으로 훈훈한 감동과 함께 신선한 웃음을 전할 것으로 기대하고 있다. 한편 2020년 상반기 이수C&E가 흥미진진한 영화로 관객을 찾아간다. <가디언즈 오브 갤럭시>에서 드랙스를 연기한 데이브 바티스타 주연의 <마이 스파이>는 유쾌한 코믹 액션을 펼쳐 보이며 극장가를 사로잡을 예정이다.

이수AMC

우수 부동산서비스사업자 인증 취득

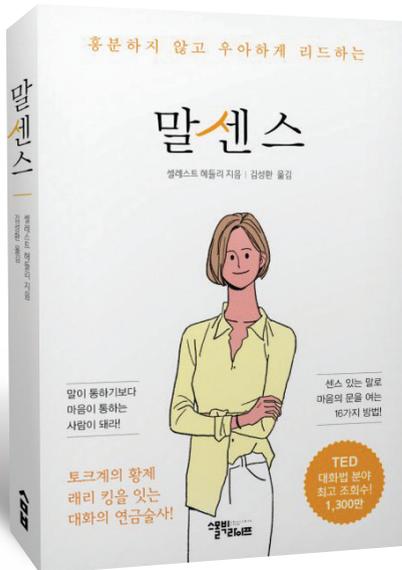


이수AMC가 지난 10월 30일 국토교통부로부터 우수 부동산서비스사업자 인증을 취득했다. 최근 부동산에 대한 인식이 '소유에서 거주로 전환되면서 정부는 우수한 품질의 부동산 종합서비스를 제공하는 사업자를 발굴하고 육성하는 인증제도를 도입해 시행하고 있다. 이수AMC는 이번 인증을 계기로 경쟁력을 확보하고 부동산 관리 및 임대업 확장의 동력을 마련하여 연계사업자와의 시너지 효과를 통해 향후 발전과 성장을 기대할 수 있게 됐다.

흥분하지 않고 우아하게 리드하는 대화법 말센스

저 자 셀레스트 헤들리

출판사 스몰빅라이프



“

“말하고 싶은 욕구를 참는 법부터 배워야 한다”. CNN, BBC, MSNBC 등 이름만 들어도 알법한 유명 방송사에서 20년 넘는 세월 동안 방송인으로 활동한 저자는 딱 잘라 이렇게 말한다. 말센스를 향상시키고 싶은 당신에게 필요한 것은 말재주나 선부른 충고가 아니라 상대방의 입장을 먼저 생각하는 능동적인 듣기의 기술이다. 누군가와 진심어린 대화를 나누고 싶다면 내가 말하고자 하는 욕심을 버리고 먼저 상대의 이야기에 귀 기울이는 자세가 필요하다.

”



말을 잘하려면 어떻게 해야 할까? 대화에 관해 사람들이 오해하는 것 중 하나가 단순히 ‘말’을 주고받는 행위라는 생각이다. 사실 대화란 ‘말’이 아니라 ‘마음’을 주고받는 것임을 모르는 사람들이 많다. 말이란 마음을 주고받기 위한 수단일 뿐이라는 단순명료한 원칙만 이해한다면 서로 마음을 통하기 위해 반드시 갖춰야 할 것이 말센스라는 점도 금세 알 수 있다.

20년간 방송국에서 일하며 수많은 사람들과 마주 앉아 대화를 나눈 이 책의 저자는 말을 잘 한다는 것이 논리적이거나, 언변이 좋거나, 목소리가 유창하기 때문만은 아니라고 이야기하고 있다. 마음을 주고받기 위해 반드시 말솜씨가 좋아야 할 필요는 없기 때문이다. 생각해보면 우리는 대화를 나눌 때 내가 하고 싶은 말만 하기에 급급하다. 적어도 상대방이 하는 이야기의 주인공은 상대방이 되어야 한다는 뜻이다.

그러자면 일단 대화 상대에게 질문을 해야 한다. 최근 감명 깊게 읽은 책은 무엇이며, 어떤 영화를 재밌게 봤는지 혹은 앞으로 제일 하고 싶은 일은 무엇인지 묻는 일은 상대방에 대한 호감과 관심을 드러내는 행동이다. 사실 우리가 알고 있는 소통의 달인들은 의외로 말솜씨가 유창하지 않은 경우가 많다. 대신 그들은 말을 절제하면서도 과도한 몸짓을 하지 않고, 오히려 묵묵히 들어주는 일에 익숙하다. 중요한 것은 상대의 말과 어조, 몸짓까지 살피는 세심함이다.

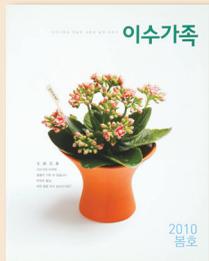
지금 우리에게 필요한 것은 말재주를 향상시켜 달변가가 되는 것이 아니라 적재적소에 필요한 단어와 문장을 사용해 필요한 말을 하는 센스다. 내가 말하고 싶은 욕구는 잠시 내려놓고 앞에 있는 사람이 진심으로 하고 싶은 말을 끌어내는 일이어야말로 진정한 말센스라 할 수 있다. 먼저 말하기보다 들어주고, 재촉하기보다 기다려주고, 논쟁보다는 공감기가 필요하다. 이것이야말로 진심으로 상대방과 소통할 수 있는 이 시대의 말센스가 아닐까.

※ 본 코너 추천도서는 향후 이수그룹 러닝센터에서 만나보실 수 있습니다.



통권 100호 발행 앞둔 이수사보 SNS보다 살가운 이수인의 스킨십

지난 1996년 봄, 상하 커뮤니케이션의 언로(言路)라는 지향점을 가지고 출발한 이수사보가 오는 4월 100호 사보를 발행하게 된다. 회사 안팎의 소식을 알리는 소식지로, 그리고 임직원들이 서로의 체온을 느낄 수 있는 스킨십의 공간으로 역할 해 온 이수사보가 쉽없이 걸어온 세월은 '이수'라는 이름의 아이덴티티이자 문화로 꽃 피웠다.



24년 동안의 커뮤니케이션 역사

이수그룹과 계열사 가족들에게 소식을 전하는 이수사보가 통권 100호 발행을 앞두고 있다. 지난 1996년 3월 세상에 선보인 창간호 이후, 무려 24년에 걸쳐 이어져온 이수사보는 월간에서 계간으로 발행 주기가 변경되고, 제호 또한 '이수가족'에서 'ISU'로 바뀌었지만 사내 임직원들을 위한 스킨십의 역할은 변함없이 유지해 왔다. 이수사보가 쉽없이 걸어온 세월 동안 이수그룹은 90년대 외환위기와 2000년대 금융위기를 지혜롭게 극복하였고, 그룹의 모체가 되었던 이수화학이 지난해 창립 50주년을 맞이했으며 지주회사인 이수그룹 또한 지난 2017년에 20주년을 넘어 '이수 100년'의 원대한 꿈을 향한 반환점을 돌았다.

99번째 사보가 발행되기까지는 그 누구보다 사보 기자들의 노고가 컸다. 사보기자의 주된 업무는 각 계열사의 소식을 정리해 사보를 총괄하는 담당자에게 전달하는 것이지만 때로는 회사 주변 맛집을 추천하거나 인터뷰할 인물을 선정하는 일에 도움을 주는 등 앞에서 이끌고 뒤에서 밀어주며 사보 제작에 물심양면으로 힘을 보탰다. 이들의 노고 덕분에 이수사보는 모든 임직원들이 발행을 기다리는 반가운 간행물이자 읽고 싶은 사보로 굳게 자리매김하게 되었다. 창간 당시 CEO의 메시지였던 모두가 공감할 수 있는 '상하 커뮤니케이션의 언로(言路)'가 활성화 되는 일에 큰 몫을 수행해 낸 것이다.

따뜻한 감성 커뮤니케이션

은 세상이 디지털로 급격하게 재편되면서 수없이 많은 종이 매체들이 사라져가고 있다. 이러한 상황

속에서도 아날로그 미디어인 이수사보가 24년의 세월을 이어올 수 있었던 까닭은 소통을 중요시하는 이수의 기업문화에서 기인한다. 특히 SNS, 블로그, 유튜브 등 디지털 미디어가 과거에는 상상도 할 수 없는 영향력을 행사하고 있는 상황에서 이수사보의 가장 큰 역할 중 하나는 사내 주요 이슈를 전달하고 다양한 의견을 수렴한다는 데 있다. 사보를 펼치면 계열사의 새로운 프로젝트 수주는 물론 해외공장 건설현장 소식과 MOU 체결 그리고 사회적 봉사활동까지 시즌마다 회사 안팎의 굵직한 소식들을 알 수 있다.

또한 일상과 업무 속에서 균형을 이루며 생활하는 이수인의 합리적인 라이프 스타일을 공유하면서 사보를 통한 스킨십을 가능하도록 한다. 예를 들어 임직원들의 고민상담 코너인 '커뮤니케이션 Talk', 다채로운 취미생활을 다루는 '이수인의 이중생활', 계열사 각 부서의 구성원들이 환상의 팀워크를 선보



이는 '팀업뽀뽀' 등은 서로 만나지 않고도 친밀감을 느끼게 할 수 있는 계기를 만들고 있다. SNS는 콘텐츠가 전파되는 속도와 물량면에서 엄청난 힘을 발휘하는 장점이 있지만 종이 매체처럼 두고두고 다시 읽을 수 있는 묵직한 맛은 부족하다. 최근 10여 년 사이 기업들이 사보를 폐간하거나 온라인으로 전환했다는 소식도 들려오지만 아날로그 매체인 사보는 회사에 대한 올바른 정보를 제공하는 것은 물론 종이 매체 특유의 따뜻한 감성으로 임직원들 사이에 활자를 통한 스킨십의 환경을 만들어 주기도 한다. 또한 이러한 콘텐츠들은 모든 임직원이 참여하는 대화의 장이라는 점에서 직급을 뛰어넘어 상하간의 공감대를 형성하고 커뮤니케이션이 더욱 원활

해지는 긍정적 결과를 낳고 있다. 서울과 대구, 울산 등 거리가 멀어 평소 소통이 쉽지 않던 계열사 임직원들은 서로의 이야기를 사보를 통해 접하기 때문. 특히 독일, 중국 등 해외 현장에서 근무하는 임직원의 경우 이역만리 타지에서조차 여전히 사보를 통해 회사 소식을 듣고 있다는 사실은 이수사보가 지니는 무형의 가치와 그 존재의 의미에 대해 다시 한번 반추하도록 만든다. 이수사보는 사외보 역할도 겸하고 있다. 특히 대학가에 배포되는 이수사보를 통해 많은 대학생들이 이수그룹의 정보를 미리 접할 수 있어서 입사 준비에 큰 도움이 되고 있다고 한다. 가까운 미래 이수 가족이 될지도 모를 대학생들에게 이수그룹의 소식과 함께 사내 문화를 적극적으로 알릴 수 있



는 좋은 기회인 것이다.

사보에서 꽃피운 이수문화

아흔아홉 번 발행된 이수사보의 면면을 가만히 들여다보고 있노라면 이수그룹의 역사와 함께 세월을 관통하는 철학과 대중문화가 고스란히 드러난다. CEO 추천도서를 소개하는 '리더의 책장'에는 우리 시대 천재적 석학들이 제시하는 논리적 해법은 물론 누구나 분반아 마땅한 소설가와 고대 철학자의 통찰력이 그간 소개한 수십 권들의 책과 함께 깃들여 있다. 한편 많은 임직원들이 엽서를 통해 가장 많은 호감을 표하는 사보 속 콘텐츠는 여행(마이 레알 트립) 섹션이다. 특히 여행 섹션의 경우 지금까지 매우 다양한 국가와 도시들을 다루었다. 비경이 숨

겨진 대한민국의 오지에서 미국 뉴욕의 도심 한복판까지, 단지 읽는 것만으로 전 세계 유랑을 할 수 있었다. 문화(이수의 PICK) 섹션에도 큰 관심을 보였다. 조선시대 역사에서 한류의 최전선에서 활약하는 아이돌 신드롬까지 폭넓은 스펙트럼으로 이수인들의 지성에 부응해왔다. 이는 향후 이수사보가 나아갈 방향이기도 하다. 지금까지 해왔던 바와 같이 사내외 소식을 살뜰하게 전하는 일을 중심으로 경제, 문화, 사회현상 등 이수인들의 지식과 소양을 풍부하게 만들어 줄 다양한 콘텐츠의 발굴에 더욱 공을 들여야 할 것이다. 이러한 모든 요소들은 임직원들이 미래에 대비할 수 있게 하며, 공통의 관심사를 나누는 과정을 통해 결속력을 다지는 계기를 마련한다. 사보를 통해 독창적인 이수문화가 꽃피우길 기원해 본다.

Q & A

톡·톡·톡
사이다 상담소

이수인들의 속 시원한 카운슬링

새롭게 한 해를 시작하는 이맘때는 늘 고민이 많아지곤 하죠. 직장 혹은 사회나 가정에서 어렵게 느껴졌던 문제들을 명쾌하게 풀어 드립니다. 때로는 선배가, 때로는 동료와 후배가 해결해주는 알쏭달쏭한 고민들. 톡·톡·톡 사이다 상담소에서 전해드립니다. 이수 가족을 위한 상담소의 문은 언제나 활짝 열려있답니다!

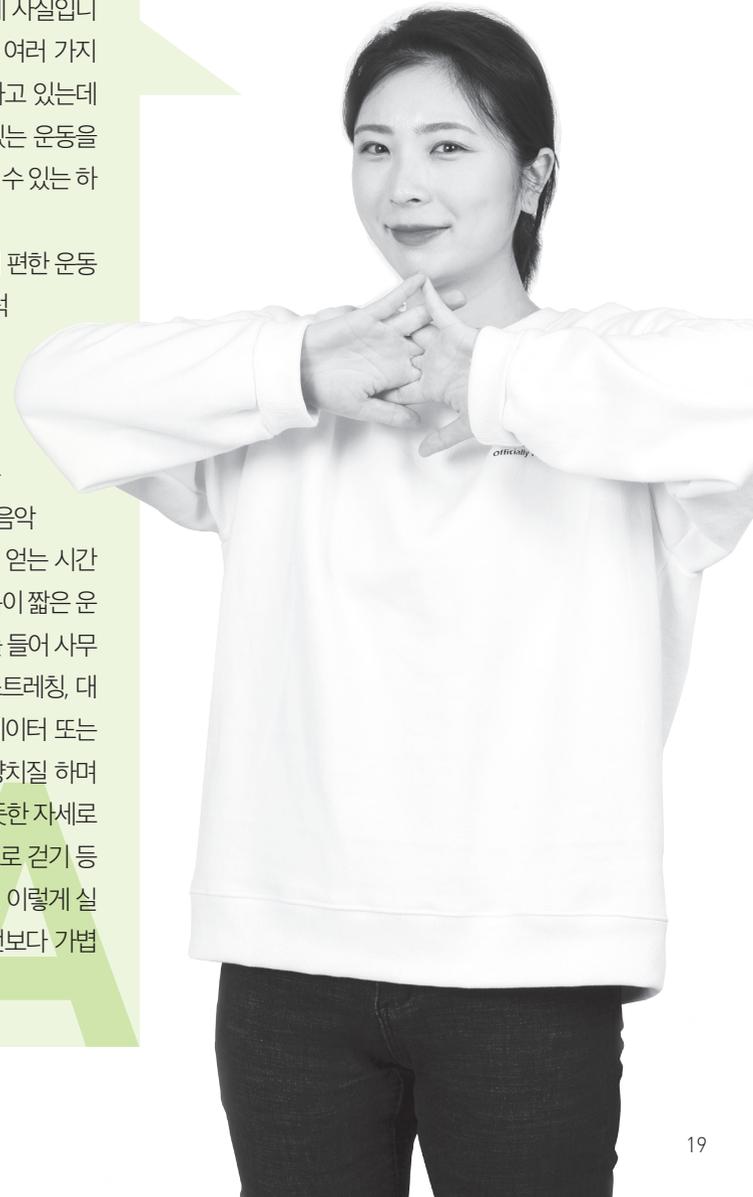


이두리 사원(이수역사캠 관리팀)

저는 운동이 평생의 숙제라고 생각해요. 전문가의 도움을 받거나 헬스장 같은 시설을 이용하는 것도 좋겠지만 일단 운동과 친해지기 위해 부담 없고 쉬운 것부터 시작해보면 어떠세요? 직장인들은 운동이 하고 싶고, 즐기고 싶고, 또 배우고 싶더라도 시간을 내기가 쉽지 않은 게 사실입니다. 저 또한 평소의 마음과는 다르게 여러 가지 이유로 꾸준히 헬스장에 가지는 못하고 있는데요. 특별한 도구 없이도 쉽게 할 수 있는 운동을 시작하시는 게 좋습니다. 당장 시작할 수 있는 하루 만보 걷기부터 실천해 보세요. 먼저 딱딱하고 불편한 구두 대신 발이 편한 운동화를 신고 출근해보세요. 걸을 때는 턱을 쪽 당기고, 등을 쪽 펴고, 팔을 자연스럽게 흔들며 한 걸음씩 내딛으면 됩니다! 이렇게 올바른 자세로 걷기만 해도 적지 않은 운동 효과를 볼 수 있죠^^ 거기다 부장님의 최애 음악을 들으며 걷는다면 마음의 힐링까지 얻는 시간이 될 수 있겠네요. 일상생활에서 틈틈이 짧은 운동 시간을 갖는 것도 방법입니다. 예를 들어 사무실 의자에 앉아 할 수 있는 기지개 스트레칭, 대중교통 기다리며 뒤통치 들기, 엘리베이터 또는 에스컬레이터 대신 계단 이용하기, 양치질 하며 스쿼트 하기, TV는 투명의자에 앉은 듯한 자세로 시청하기, 평소보다 조금 빠른 걸음으로 걷기 등은 효과가 분명한 일상의 운동입니다. 이렇게 실천하다보면 부장님의 몸이 어느새 전보다 가볍게 바뀌어 있을 거예요!

건강을 위해 운동을 시작했으면 하는데, 어떻게 하는 게 좋을까요? 재미있고 부담 없이 시작할 수 있는 방법이 있다면 공유 부탁드립니다.

서한석 부장(이수시스템 신성장 사업팀)



이승환 사원(이수페타시스 마케팅팀)

자아성찰, 생각 정리, 힐링 등을 위해 가장 중요한 것은 아무것도 안 하고 멍하게 있는 시간을 갖는 것이라고 생각합니다. 흔히 말하는 '멍 때리는 시간' 말이죠. 현대인들은 무언가 끊임없이 뇌에 정보를 입력하려는 일종의 강박증이 있어서 뇌뿐만 아니라 몸도 쉽게 피로해진다고 해요. 일이나 공부는 물론, TV 시청이나 스마트폰을 사용하는 시간조차 뇌는 갖가지 정보를 처리하기 바쁘다고 하네요. 이럴 때는 이유 불문하고 머리를 쉬게 해주는 것이 가장 중요하다고 말씀드리고 싶어요. 멍 때리는 순간이야말로 나에게 온전히 휴식을 선물하는 시간이랍니다.

시간적 여유가 있다면, 캠핑장을 찾아보면 어떨까요. 모닥불 앞에 앉아 구워 먹는 고기나 감자, 옥수수의 맛도 일품이지만 은근하게 타오르는 불을 보고 있노라면 이내 잡념은 사라지고 마음이 차분해지는 것을 느낄 수 있으니까요. 옛날 옛적 어둠과 짐승으로부터 인간을 보호했던 불은 현대인에게는 힐링을 선사한다고 생각하거든요. 요즘은 날이 추우니 음식과 장작만 챙기셔서 당일로 다녀오시는 것도 괜찮고, 봄이 와서 날이 풀리면 하룻밤 지내시면서 등산이나 낚시 등과 함께 즐기는 방법도 좋을 것 같습니다. 물론 꼭 캠핑이 아니어도 괜찮습니다. 바쁜 일상 속에서도 짬을 내 혼자만의 시간을 갖는 게 중요하니까요.

나를 돌아보고, 힐링도 경험할 수 있는 혼자만의 시간을 잠시 가지고 싶습니다. 좋은 아이디어나 경험이 있으면 공유해주세요.

최인준 부장(이수화학 신규사업팀)

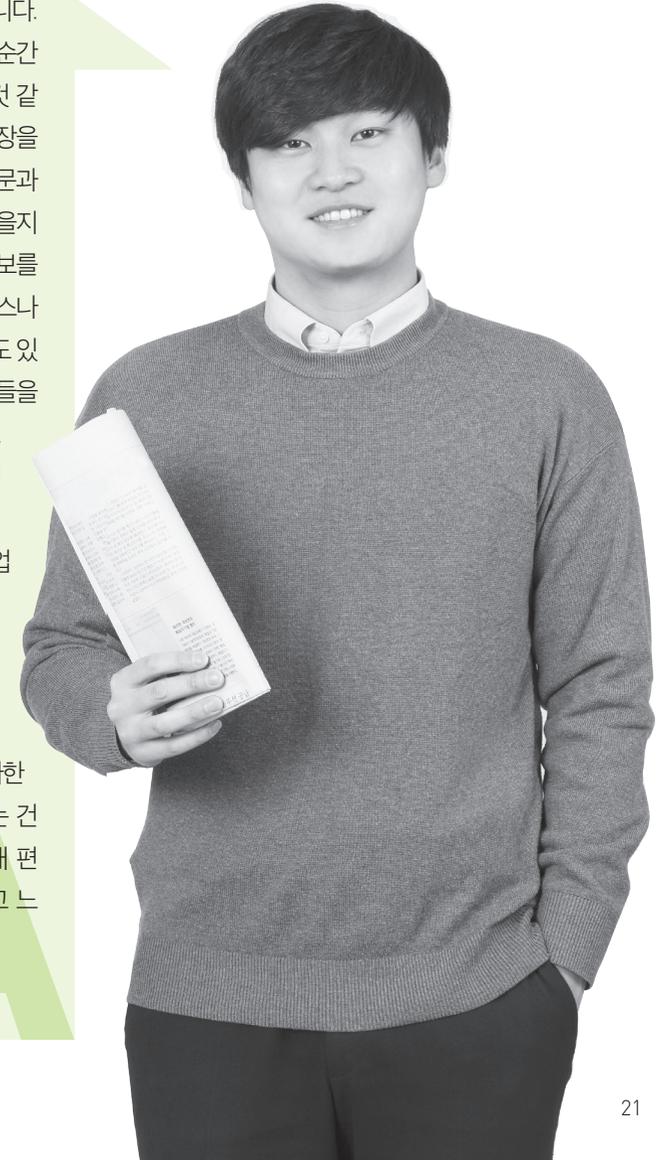


신재민 사원(이수화학 기획팀)

저는 요즘 흔히 말하는 끈대라는 것이 상대방의 입장은 전혀 고려하지 않고 자신의 생각을 강요하는 사람이라고 생각합니다. 대학생 아들이 아버지에게 대하여 반감을 갖지는 않을까 걱정하시는 것을 보니 상무님은 해당되지 않는 것 같네요^^ 사실 저도 부모님과 매우 친하다고 생각하지만 가끔은 서로 생각이 많이 다르다고 느낄 때도 있습니다. 그래서 부모님과 대화할 땐 유독 조심스러운 순간이 종종 있어요. 상무님도 비슷한 생각이실 것 같습니다. 이럴 때 필요한 것은 각자 서로의 입장을 공감하기 위한 노력 아닐까요? 아드님이 신문과 뉴스를 보지 않는 데는 그럴 만한 이유가 있을지도 몰라요. 아마 스마트폰을 통해 필요한 정보를 충분히 접하고 있다고 생각하거나, 아직 뉴스나 신문의 필요성을 절실하게 느끼지 못했을 수도 있겠죠. 중요한 점은 대화를 통해 이러한 생각들을 나누보는 겁니다. 이렇게 하면 상무님은 아드님을 이해할 수 있고, 아드님도 상무님이 걱정하고 조언하시는 것을 이해할 거예요. 저도 대학생 때는 신문을 읽지 않았지만, 졸업을 준비하면서 경제신문을 구독했어요. 저 스스로 더 다양한 정보를 접해야 한다고 느꼈기 때문입니다. 아드님 스스로 읽고자 하는 생각이 들었을 때 언제든지 신문을 구독할 수 있도록 "나중에 읽고 싶은 신문이 생기면 아빠한테 편하게 얘기해"라고 한 마디 건네 보시는 건 어떨까요? 아마도 아드님은 상무님이 '늘 내 편에서 나를 이해해주는 든든한 지원군'이라고 느끼게 될 거예요.

올해 대학생이 된 아들에게 스마트폰은 멀리하고 뉴스나 신문 등을 자주 접해 세상 돌아가는 사회현상이나 정치에 관심을 가지라고 했는데요. 설마 제가 흔히 말하는 기성세대 끈대는 아닐까요?

이용진 상무(이수건설 기획담당)



일상의 모든 순간이 결정적 순간이죠 이수그룹 4인의 사진가들



왼쪽부터 시계방향으로 김혜만 사원(이수시스템 HR사업팀), 이복구 사원(이수화학 안전환경1팀), 박영호 사원(이수화학 품질관리팀 실험2파트), 이동혁 과장(이수페타시스 설계기술팀)

“평생 삶의 결정적 순간을 찍으려 했으나, 삶의 모든 순간이 결정적 순간이었다”. 프랑스의 저명한 보도사진가 앙리 카르티에 브레송의 명언이다. 그는 찰나적 순간을 영원으로 기록하는 ‘사진’이라는 매체를 통해 삶의 단 한 순간도 헛되이 흘러보내서는 안 된다는 철학적 통찰을 우리에게 건네고 있다. 브레송의 말처럼 이수그룹 사진가들의 대화 속에는 일상과 업무 모든 면에서 경자년 새해의 하루하루를 허투루 사용하지 않겠다는 뚜렷한 다짐이 엿보였다.

대담 진행_ 구혜현 대리(주)이수 브랜드전략팀

자기 소개 부탁드립니다

이동혁 과장 반갑습니다. 이수페타시스 설계기술팀 이동혁 과장입니다. 현재 설계 기술팀에서 디자인 검토 및 FAE업무를 하고 있습니다.

김혜만 사원 안녕하세요. 걱정 반 설렘 반 첫 출근 하던 신입사원 시절이 무색하게도, 어느덧 입사 3년차가 되어가는 김혜만 사원입니다. 저는 이수시스템 HR사업팀에서 인사솔루션 개발 및 구축 업무를 담당하고 있습니다.

이복구 사원 안녕하세요. 이수화학 안전환경1팀에서 근무하고 있는 이복구 사원입니다.

박영호 사원 안녕하세요. 이수화학 품질관리팀 실험2파트 박영호 사원입니다.

처음 사진을 시작하게 된 계기가 무엇인가요.

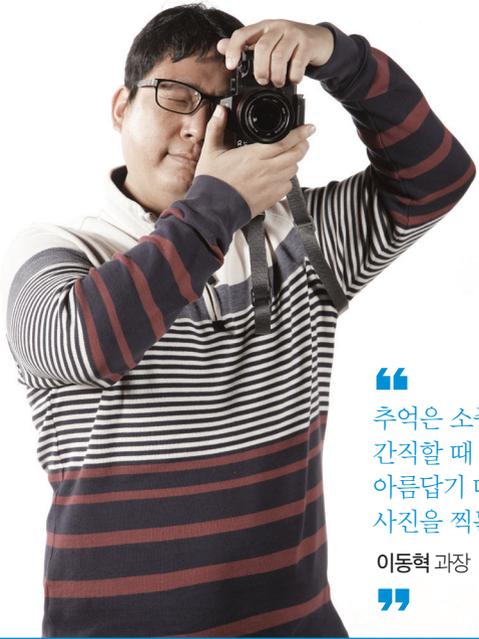
이동혁 과장 벌써 10년 넘게 사진을 찍고 있는 까닭은 ‘추억의 공유’입니다. 제 사진인생의 시작은 사실 남들처럼 진지한 목적은 아니었어요. 대학 다닐 때 친구들과 놀리는 수단으로 시작했거든요(웃음) 동기들과 함께 놀러 갔을 때 엽기적이거나 웃긴 사진들을 찍곤 했었는데요. 훗날 그 시절 사진 한 장으로 웃고 즐기며 공감대가 형성되더라고요. 그때

깨달았어요. ‘사진이라는 것이 추억을 공유하는 매체가 되는구나’라고 말이지요. 그 뒤로 카메라를 놓지 못하겠다는 거예요. 사진의 숨은 매력에 빠졌다고 할까요.

김혜만 사원 저희 아버지께서 사진을 찍으셨기 때문에 어릴 때부터 집에는 캠코더, 필름, 디지털 카메라, 삼각대 등 사진촬영에 필요한 장비들이 많았습니다. 어린 나이에 이런 장비들을 자연스럽게 접하게 되어서 관심이 많았어요. 처음에는 사진을 찍는 것보다 찍히는 것이 더 좋았지만 필름카메라로 촬영해 인화된 사진들을 보면서 점차 사진의 메커니즘과 찍는 행위에도 관심이 생기기 시작했습니다. 어릴적 자연스럽게 카메라를 접하게 되었고, 사진에 대한 관심이 커지면서 이제는 일상 속의 소소한 즐거움이 되었네요.

이복구 사원 생각해보면 거창한 계기는 없었던 거 같아요. 그저 남들처럼 일상에서 벗어나 새로운 곳을 가거나, 맛있는 음식을 먹을 때 기록으로 남기는 게 전부였어요.

박영호 사원 솔직히 사진에 관심을 가진 지 얼마 되지 않았어요. 이제 그 재미를 알아가는 중이죠. 오늘 사진 선배님들 이야기를 경청해서 많은 걸 배워가겠습니다(웃음)



“ 추억은 소중한
간직할 때 가장
아름답기 때문에
사진을 찍는다
이동혁 과장 ”

자신만의 사진 촬영 노하우를 공개해주세요.

이동혁 과장 처음에는 인터넷 사진 동호회 같은 곳에서 다른 사람들이 촬영한 사진을 보고 비슷하게 따라 찍어보려 노력했습니다. 사진 촬영의 기술 중 꼭 필요한 요소인 ISO(감도), 셔터 스피드 및 조리개 수치 등을 공부하게 되더라고요. 그 후로 색감, 분위기, 구도에 대한 나만의 노하우가 생긴 것 같습니다.

김혜만 사원 우선 찍고자 하는 피사체를 발견하면 원하는 구도로 촬영 가능한 곳에 자리를 잡습니다. 그리고 프레임에 들어가면 좋을 것 같은 사진의 구성 요소들이 화각 안으로 들어올 때까지, 빛이 적당하게 비출 때까지, 또는 하늘의 구름들이 예

쁘게 자리 잡을 때까지 기다리고 또 기다립니다. 바라던 그 순간이 찾아왔을 땐 최대한 많이 찍습니다. 그 중에서 가장 마음에 드는 사진을 선택하여 보정 작업을 거쳐야 해요. 이렇게 일련의 과정을 계속 반복하다 보면 점차 나만의 시선과 색감을 담은 사진이 완성됩니다. 기다림과 반복, 이 두 가지가 제가 사진을 잘 찍기 위해 가장 노력하는 부분이지요.

이복구 사원 혹시 1만 장의 법칙이라는 말 아세요? 만 컷을 찍으면 그 중 최소 한 장은 마음에 드는 사진을 건질 수 있다는 말인데요. 저는 마음에 드는 사진을 찍기 위해서 여러 각도에서 혹은 동일한 각도라도 가로나 세로 등 여러 구도로 사진을 여러 번 찍고는 합니다.

박영호 사원 사진 교수님들 앞에서 사진에 대한 이야기를 하러니 조금 쑥스럽네요. 일단은 최대한 자주, 되도록 많이 찍다 보면 노하우가 생기지 않을까 생각하는데요. 그래서 전 흘러가는 일상의 모든 순간을 잘 포착해보려고 노력하는 중이에요.

인물, 풍경 등 사진도 여러 종류가 있는데 어떤 사진을 주로 찍으시나요?

이동혁 과장 저는 여행 사진을 많이 찍습니다. 휴가 계획을 세우고 여행을 떠나면 소중한 추억들이 오래 남겨지길 바라는 마음이 커서 여행지에 반드시 카메라를 가져가고, 돌아오면 찍은 사진을 찬찬히 다시 훑어보며 회상하게 되더라고요.

아빠가 된 지금은 인물사진을 주로 찍어요. 무력무력 자라는 아들이 커가는 과정을 성장 앨범처럼 남기고 싶기도 하고, 나중에 아이가 더 크면 함께 사진을 보며 과거를 추억하고 싶은 마음이 들더라고요.

김혜만 사원 예전에는 여행지에서 풍경과 건축물 등 정적인 모습들을 기억에 남기기 위해 사진을 찍곤 했습니다. 그런데 지금은 우연한 순간의 매력에 빠져 동적인 스냅 촬영을 주로 하고 있습니다. 사람들의 표정에서 드러나는 다양한 감정들, 빠르게 지나가는 차량들의 속도감 등 사진을 찍는 순간의 느낌을 최대한 전달하기 위해 노력하고 있어요.

이복구 사원 사실 이 자리에 오기 전에 '나는 주로 어떤 사진을 찍고 있나라는' 궁금증이 들더라고요. 그래서 제가 찍은 사진들을 쭉 한번 봤죠. 인물, 풍경, 여행 등 다양하게 찍었더라고요. 공통점이라면, 풍경의 전체보다는 부분에 집중하거나 스쳐가는 찰나의 순간을 포착한 사진이 많다는 거예요.

박영호 사원 주말이나 휴일에 나들이를 겸해서 돌아볼 겸 울산 근교 명소들을 촬영하러 다니고 있어요. 바쁜 일상 속에서 따로 짬을 낸다는 게 쉽지는 않지만 몽돌 해변이나 벽화마을, 고래문화마을처럼 울산의 특징이 드러나는 장소 위주로 다니고 있습니다.

가장 기억에 남는 일은 무엇이었나요?

이동혁 과장 2015년에 싱가포르에 들른 적이 있습니다. 잠시 시간이 나서 마리나베이샌즈호텔 인근에서 사진을 찍고 돌아왔는데 메모리 카드를 잃어버린 기억이 나네요. 메모리 카드 용량이 작아서 다른 카드를 교체해가며 찍었는데, 가방에 넣고 빼다가 잃어버린 것 같더라고요. 결국 반쪽짜리 추억만 남게 돼 어찌나 속상하던지. 그 사건이 큰 교훈이 됐는지, 요즘도 메모리 카드는 무조건 용량이 큰 걸로 구매하고 있어요.

김혜만 사원 친한 친구가 결혼을 앞두고 결혼식 촬영을 부탁했어요. 기쁜 마음으로 찍어줬는데, 친구가 섭외한 웨딩 사진작가보다 제 사진을 더 마음에 들어 하더라고요. 저 같은 경우에는 슬럼프를 극복하는 확실한 방법이 하나 있는데 기존 카메라 장비를 교체하는 겁니다. 기왕이면 화소나 기능면에서 좀 더 좋은 것으로 말이지요. 새로운 장비에는 어떤 새로운 기능이 있을까? 혹은 성능면에서 어떤 점이 좋아졌을까? 불편한 부분은 없을까? 장비를 바꾸면 궁금해서라도 카메라를 들고 나가 사진을 찍고 있는 제 자신을 발견하거든요.

이복구 사원 며칠 전에 있었던 일인데요. 평소와 다를 바 없이 퇴근 후 운전전을 하며 집에 가는 길이었었는데 그날따라 하늘의 색감이 말도 안 되게 예쁘

“ 내 모든 순간을 기록하는 사진은 삶의 즐거움이다
김혜만 사원 ”



더라고요. 아름답다라는 감탄사를 연발하는데, 시간이 조금 더 흐르면 지금 보고 있는 느낌이 곧 사라지겠다는 생각이 들더라고요. 곧바로 주변에 차를 정차해두고 사진을 찍기 시작했습니다. 차에 같이 타고 있던 동기들이 그 모습을 보더니 “아니 지금 사진을 찍겠다고 중간에 차를 멈춘 거야? 네가 무슨 감성충이냐?”라는 핀잔을 들은 적이 있습니다. 누구나 자신이 원하는 어떤 분야에 몰두할 때가 가장 멋있는 법이잖아요. 저는 그 순간을 사진첩에 담았으니 그걸로 충분합니다.

박영호 사원 얼마 전에 대왕암공원에 다녀왔는데 그곳에 100년이나 된 등대가 있었던 게 인상 깊었습니다. 경주가 아니라 울산에도 대왕암이 있다는 사실을 알게 되었고, 바위섬의 엄청난 크기에도 놀랐어요. 주차장에서 대왕암까지 가는 길목에 울창한 소나무숲을 통과해 걸어갔는데 유난히 공기가 좋고 하늘도 맑아 사진도 정말 깨끗하게 나왔죠.

“ 사진은 일상에 즐거움을 가져다주는 행복한 미소다 ”
박영호 사원



사진 촬영을 하면서 부수적으로 얻어진 긍정적인 변화가 있다면 알려주세요.

이동혁 과장 사진을 찍기 전에는 밖에 나가는 걸 내켜하지 않았어요. 사진의 재미를 알게 된 후에는 근교를 중심으로 풍경이 멋진 숨은 명소들을 찾게 되었고, 계절마다 찾아가는 장소를 달리하며 촬영을 다니게 되었죠. 성격도 조금씩 외향적으로 바뀌더라고요. 신기하죠? 아마 여유로운 시간을 경험하는 것만으로도 스트레스 해소는 물론, 새로운 생각을 할 수 있는 활력소가 되는 것 같습니다.

김혜만 사원 본격적으로 사진에 흥미를 가진 후 업무나 일상에서 여러 변화가 생겼어요. 업무에서 보자면, 사진을 보정하고 편집하면서 생긴 꼼꼼한 습관이 소스 코드와 데이터베이스를 다루는 일에 큰 도움이 되더라고요. 또 일상에서는 사소한 것도 지나치지 않고 관찰하는 습관이 생겼고요.

이복구 사원 가끔은 혼자 깊은 생각에 빠지는 시간이 필요하다고 생각해요. 왜냐하면 생각을 정리하거나 비우고 나면, 집중이 더 잘되기 때문인데요. 업무도 그렇고요. 전, 추억의 사진을 보고 나면 훌가분한 마음이 들더라고요.

박영호 사원 무료했던 일상이 사진 덕분에 조금 더 재밌어졌다고 할까요. 제 모든 일상이 기록이 된다고 생각하니 하루도 허투루 쓸 수가 없겠더라고요. 그래서 맡은 일도 더 열심히 하려고 노력 중입니다.

앞으로 사진과 관련된 목표나 계획에 대해 각자 한 말씀 부탁드립니다.

이동혁 과장 앞으로 사진 보정에 대해 좀 더 배우려고 합니다. 사진을 잘 찍는 것도 중요하지만 보기 좋게 만들기 위해서는 후보정이 필수거든요. 아직 서툴러 잘 사용하지 않지만 어도비 라이트룸과 같은 사진 보정 프로그램으로 제가 원하는 느낌의 사진을 만들기 위해 노력해보고 싶습니다.

김혜만 사원 취미로 가볍게 시작하긴 했지만 시간이 갈수록 더 좋은 사진을 찍고 싶다는 욕구가 강해집니다. 사진전에 출품하여 입상도 해보고 싶고 온라인에서는 사진을 테마로 하는 인플루언서가 되고 싶기도 해요. 물론 지금은 포토그래퍼인 척 하고 싶은 프로그래머일 뿐이지만 훗날 포토그래퍼 겸 프로그래머라는 타이틀을 달면 좋겠어요. 물론 일과 취미를 겸하기 위해서는 두세 배의 노력이 필요할 테니 모든 면에서 더욱 열심히 노력해야겠죠.

이복구 사원 1년에 적어도 세 번 정도는 전시회를 찾고 싶어요. 지난해에는 한 번 밖에 가지 못했는데

올해는 조금 더 부지런 떨어져 보다 많은 전시를 찾아다니려고 해요. 보고 싶은 사진이나 그림을 보면서 구도와 색감을 공부하고 싶고 같은 것을 다르게 바라보는 시선도 갖고 싶어요. 물론 그렇게 하자면 일을 더 열심히 해야 할 것 같습니다. 업무도 완벽하게 처리를 할 수 있어야 좋아하는 취미를 오래 유지할 수 있잖아요.

박영호 사원 사진 선배님들 말씀이 전부 가슴에 와 닿네요. 저는 이제 몇 개월 되지 않은 햇병아리라 그저 열심히 찍는 것 말고는 다른 부분은 생각할 겨를이 없을 것 같습니다. 한 가지 바람이 있다면 몇 년 뒤에는 우리 회사 사람들의 인물 사진을 연작으로 찍어보고 싶습니다.(웃음)

“ 즐거운 기억을 복기하게 만드는 사진은 추억 소환장치다 ”

이복구 사원



이수화학 온산공장 안전환경2팀 모두의 안전을 책임지는 8人的 어벤져스

안전환경2팀은 이수화학 온산공장 내 모든 시설에 대한 사고 예방과 임직원의 안전을 책임지는 드림팀이다. 공장 내 모든 공간들을 예의주시하며 안전 사각지대로부터 시설과 인명을 보호하는 이들의 노고 덕분에 이수화학 온산공장은 지난해 무사고 2주년 달성과 함께 울산광역시로부터 안전관리 우수 기업체로 선정되는 성과를 이루어내기도 했다. 올해 스페셜 케미컬 기업으로 도약을 앞두고 있는 이수화학 온산공장에서 모두의 안전을 책임지는 안전환경2팀 최정에 멤버들을 만났다.



왼쪽부터 이용렬 차장, 홍원표 차장, 박대우 차장, 김주현 과장, 남복식 팀장, 윤정일 과장, 장민수 차장, 이상화 대리



안전환경2팀은 지난해 12월 12일 이수화학 온산공장 무사고 2주년을 달성했다

지난해 이수화학 온산공장에는 겹경사가 있었다. 온산공장 무사고 2주년 달성과 함께 이수화학이 연고지인 울산광역시에서 안전관리 우수 기업체로 선정되면서 자체소방대가 울산시장상을 수상한 것이다. 울산시는 이수화학 온산공장 자체소방대가 연간 10회 이상의 전 공장 소방훈련 및 소방서와의 합동훈련 그리고 협력업체에 대한 안전교육을 시행하는 등 화재예방에 만전을 기한 점을 높이 평가했다. 무사고는 철저한 예방으로부터 시작된다는 사실에 비춰보았을 때 자체소방대가 울산시장상을 수상할 수 있었던 배경에는 온산공장 안전환경2팀의 부단한 노력이 뒷받침되었음을 의미한다.

무사고는 철저한 예방에서 시작

이수화학 온산공장 안전환경2팀은 부서명에서 알 수 있듯 공장 내 안전·보건 및 환경 관련한 직무를 수행하는 부서다. 각종 법규에 따른 사업주의 의무 이행에 관해 조언하며, 근로자의 안전수칙 준수를 통한 사고예방 그리고 환경법규 준수로 안전하고 건강한 사업장 유지에 힘쓰고 있다. 또한 무사고 사업장 유지 및 녹색경영 사업장 실현 등 안전과 환경문화 정착도 수행해 나가고 있다. 안전환경2팀은 이를 위해 공장 내 시설 및 현장 안전·환경 점검으로 매일의 일과를 시작한다. 불안정한 상태나 위험한 행동을 찾아 개선함으로써 사고를 예방하는 것은 물론 비상상황 발생 시에는 즉시 현장으로 출



심폐소생술 교육을 받은 사내 직원이 일상생활 중에 응급환자에 대한 심폐소생술을 실시하여 생명을 구한 일화도 있다. 또한 온산공장 자체소방대는 연간 10회 이상 소방훈련을 실시하고 있다



공장 내 시설 및 현장 안전 점검을 위해 긴장의 끈을 놓지 않는 팀원. 온산공장 임직원들은 사내에 비치한 안전 소망나무에 다짐을 적어 붙이며 안전에 대한 결의를 되새긴다



동하여 사태를 수습해야 하므로 팀원들 모두 언제 어디서든 긴장의 끈을 놓지 않는 습관을 생활화하고 있다. 그 결과 2019년 정기보수기간 동안 단 한 건의 경미한 사고도 없이 안전하게 1년을 마무리할 수 있었다.

수평적인 조직문화는 업무능력 향상의 원동력

이수화학 온산공장 안전환경2팀은 공장운영과 가동에 대해 막대한 책임과 권한을 가지며, 이수화학 전 임직원 및 자산을 보호하고 작업 관련 상해나 건강상 장애의 예방에 철저히 힘쓰고 있다. 예컨대 평소 공장 내 근무자들이 작업하는 현장을 직접 방문하여 사고가 발생할 수 있는 원인이 발견됐을 경우 담당자들에게 환기시키는 일과 심폐소생술 실습 교육을 매년 실시하는 것이 가장 대표적

인 예라 할 수 있다. 이러한 직무의 특성상 구성원들은 기본적으로 안전과 보건, 환경에 대한 법규 준수를 위한 법적 지식은 기본적으로 갖추어야 하는데, 각 공정에 대한 이해도가 높을수록 법적인 검토 및 문제 해결에도 유리하다. 그러나 무엇보다 중요한 것은 소통 능력이다. 관계 기관 및 회사 안팎의 관계자들과 정확한 의사소통은 원만한 업무처리와 함께 각종 안전사고의 예방을 위한 핵심 요소이기 때문이다. 수평적인 조직문화 역시 요구된다. 자유로운 의사소통은 안전환경2팀의 장점이자 가장 큰 성장 동력이기 때문이다. 특히 과거의 수직적이고 딱딱한 상하관계를 벗어나 직급에 상관없이 자유롭게 의견을 나누는 과정을 통해 팀원간 유대관계는 더욱 끈끈해지며 이는 곧 업무처리 능률을 향상시키는 원동

력이 되고 있다. 아울러 주요 유관기관인 관공서 및 협력업체와의 긴밀한 소통과 새로운 정보 및 자료 공유도 공장 내 안전도의 진일보에 큰 역할을 했다.

우리의 안전은 우리가 책임진다

돌발적으로 발생하는 사건 사고들에 대한 후속처리 및 매일 발생하는 다양한 문제를 풀어나가는 일이 녹록지만은 않다. 또한 각종 점검 및 인허가와 관련해 관공서를 직접 대면하는 업무 역시 기간 까다로운 일이 아니다. 점점 강화되는 법적 규제 및 화학업계의 각종 사회적 이슈 등은 법적 분쟁으로 비화될 수 있어 고스란히 부담으로 다가오기 때문이다. 그러나 안전환경2팀은 '안전은 우리가 책임진다'는 책임감과 자부심으로 무장하고 적극적인 상호보완의 협업으로 이러한 난제들을 하나씩 해결해 나가

고 있다. 반목이 아닌 협력은 문제 해결을 위한 가장 큰 동력이며, 업무 외적인 유대관계 증진을 위해 사내외에서 여러 활동들을 함께 하는 점 역시 안전환경2팀 특유의 팀워크가 밑바탕이 되었기에 가능한 일이다.

이 같은 자발적 참여와 협업으로 인해 팀 내 분위기는 이전보다 유연하게 바뀌었으며 사내 다른 부서들과 더욱 유연하고 긴밀한 체계를 갖춰 나가는 모습은 매우 긍정적인 변화를 이끌어 냈다. 최근 안전환경2팀의 막내 이상화 대리의 결혼식에 참여하여 축하해주는 모습은 마치 형제 같은 끈끈한 모습을 보여주어 귀감이 되었다.

안전사고 제로(0)달성을 위한 혼신의 노력

안전환경2팀이 경자년 새해를 맞이하는 각오는 다

른 어느 해보다도 남다르다. 올해 최우선 과제는 이수화학이 스페셜 케미컬 기업으로 도약을 위한 첫 신규사업의 일환으로 실시되는 NOM(n-Octyl Mercaptan)/NDM(n-Dodecyl Mercaptan) 프로젝트다. 지난해 12월 공정설비 신축이 완료되어 시운전 및 완제품 생산이 시작된 NOM/NDM은 고분자 분자량 조절제 및 합성 고무용 산화방지제 원료로 사용되

는 물질로 향후 높은 부가가치가 기대되는 제품이다. 이에 따라 안전환경2팀에서는 신규 시설 준공에 따른 안전환경의 법적 문제사항 및 이슈 사항들을 적극 해결해 나가며, 안전사고 '제로(0)' 달성을 위해 전력을 다하고 있다.

온산공장 내 모든 임직원의 안전과 환경법규 준수를 기반으로 녹색경영 사업장을 유지하는 일에도 역점을 둘 예정이다. 지난해 12월에 달성한 무사고 2주년의 영예를 올 한 해도 유지하여 '무사고 3주



년 달성'을 달성하는 일 역시 팀의 가장 큰 목표 또한 올해부터는 환경 분야에서 정부차원의 강도 높은 정책들이 시행될 예정이며, 그에 따른 법규의 이해와 관련 제도를 현장에 적용함으로써 이수화학이 환경 친화적 기업으로 한 단계 더 성장할 수 있는 기회가 될 것으로 여겨진다. 이러한 목표 달성을 위해 공장 내 전 임직원들에 대한 안전문화 정착과 현장 안전환경 관리에 모든 팀원들이 혼신의 노력을 다하고 있다.

Leader's Message

남복식 팀장(이수화학 온산공장 안전환경2팀)

안전환경2팀에서 가장 중요한 덕목은 '술선수범'이라 생각합니다. 많은 선진 기업들이 안전을 최우선의 가치라고 이야기 하지만, 실천하지 않는 안전이란 존재하지 않기 때문입니다. 내가 실천하지 않으면서 다른 사람에게 안전을 요구한다면 웃음거리밖에는 안 됩니다. 현장의 안전을 확보하기 위해 나부터 술선수범하여 안전을 지켜나가는 것이야말로 안전한 이수화학을 만드는 가장 중요한 가치일 것입니다. 지난 한 해 수많은 사안들에 대응하여 우리 이수화학을 안전하고 환경 친화적인 기업으로 만들어 준 팀원 여러분의 노고에 다시 한번 감사드립니다. 우리가 하는 일은 그 성과가 가시적으로 잘 드러나지 않지만 여러분의 노력이 사고 없는 안전한 이수화학의 초석이라는 사실에 자부심을 가지길 바랍니다. 모두 하나로 뭉쳐 무사고 2주년을 넘어 3주년, 4주년까지 달성할 수 있도록 나아갑시다.



이수스타그램



박종일 대리(이수페타시스 인사노무팀)



출퇴근길이 빛나는 순간 찰칵!

올가을 여기저기 수많은 SNS에 올라왔던 핑크몰리가 여러분들 회사 근처에 있다면 어떨까요? 저는 출퇴근길에 우연히 발견한 핑크몰리를 체험하고 왔습니다. 항상 그냥 지나치기만 했던 출퇴근길이었지만, 이렇게 아름다운 볼거리가 많은 곳에서 근무하는 행복한 직원이라는 것을 새삼 깨닫게 되네요. 파란 하늘과 푸른 잔디 그리고 붉게 물들어 가는 단풍들이 바쁜 일상 속에서도 여유를 느끼게 해준다는 것도 느꼈고요. 보통은 상업적인 관광지가 대부분인데 제가 간 곳은 숨어있는 핑크몰리 명소여서 아직도 회사에서 아는 사람이 거의 없을 정도입니다. 모두 바쁘시겠지만 '망중한'이라는 말처럼 여러분들도 사랑하는 사람들과 주말에 근교로 드라이브나 힐링 여행을 떠나시는 게 어떨까요?

#핑크몰리 #회사근처 #소확행 #드라이브 #힐링 #분위기강패



이흥권 사원((주)이수 브랜드전략팀)

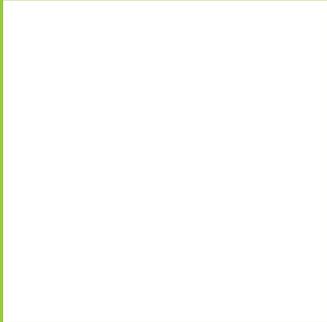


나홀로 등산, 한라산에서 담아온 인생샷

지난 10월, 홀로 제주도 여행을 다녀왔습니다. 혼밥, 혼술, 혼영(영화), 혼여(여행) 등 가끔 나만의 시간을 즐기는 편이지만, 지금껏 혼자 '산'에 오른 적은 없더라고요. 오랜 시간 묵묵히 산을 오르며 앞으로의 인생계획을 그려보고자 한라산으로 향했습니다. 예쁘게 물든 단풍에 들뜬 마음도 잠시, 후들거리는 다리와 쏟아지는 땀 때문에 인생계획은 커녕 앞으로 올라가야 할 수많은 계단을 생각하니 막막했습니다. 그 순간 제가 할 수 있었던 건, 정상에 오르겠다는 거창한 계획이 아니라 지금 당장 눈앞에 보이는 계단에 한 발 또 한 발 내딛는 일뿐이었어요. 그렇게 계속 오르다보니 어느덧 백록담의 장대한 풍광이 눈앞에 펼쳐지더군요. 포기하지 않고 한 발 한 발 내딛는 삶의 자세가 얼마나 중요한지를 깨닫는 시간이었습니다.

#제주도 #혼여 #한라산 #등산 #포기하지마 #백록담

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 : lhg764 / 이메일 : q.hyun@isu.co.kr

麻辣

알싸한 매운맛의 매력

‘마라(麻辣)’ 어디까지 먹어봤니?

마라(麻辣) 열풍이 심상치 않다. 혈중 마라농도, 마세권, 마라 주간 등 마라의 인기를 실감나게 하는 신조어들이 이를 증명하고 있다. ‘혈중 마라농도’는 혈중 알코올 농도에 빗댄 말이며, ‘마세권’은 마라 음식점이 있는 지역을 뜻한다. ‘마라 주간’은 마라 요리를 먹는 주간을 말하고 있다. 국내에 처음 선보였을 때만 해도 몇 개월 뒤 다른 먹거리로 대체될 것으로 보였던 중화풍 음식 마라가 한국인의 입맛을 사로잡게 된 비결은 무엇일까?



쓰촨의 청따오 거리. 쓰촨은 중국을 대표하는 매운 음식으로 유명하다

쓰촨(四川)의 매운맛 한국을 강타하다

마라는 마비 혹은 마취를 뜻하는 ‘마(麻)’에 매울 ‘랄(辣)’을 더한 단어로 입이 마비될 만큼 자극적인 매운맛이 특징이다. 건고추를 비롯해 육두구, 산초, 후추, 정향 등을 주재료로 만들어지는 마라 요리들은 한국인이 좋아하는 매운맛에 독특한 향이 가미된 맛 덕분에 처음에 거부감을 보이는 사람들도 익숙해지고 나면 중독되는 경향을 보인다.

쓰촨(四川) 지역의 요리에 쓰이는 향신료인 마라가 중국 내에 보급되기 시작한 것은 청나라 말기로 알려져 있다. 이 지역은 예부터 산초와 생강으로 맛을 내는 요리가 많았는데 여기에 고추가 더해지면서 마라가 탄생하게 된 것. 국내에서도 ‘사천(四川)’ 하면 우선 매운맛부터 떠올릴 정도로 ‘쓰촨’은 그 특유의 알싸한 매운맛의 대명사로 통하

고 있다.

과거 서울 대림동처럼 중국인이 밀집해 있는 일부 지역에서나 맛볼 수 있었던 마라는 대략 2년 전부터 유행하기 시작하면서 지금은 전국구 먹거리로 명성을 떨치고 있다. 요즘 가장 인기가 좋은 마라 요리는 마라탕(麻辣?)과 마라상귀(麻辣香鍋)이다. 마라탕은 마라 소스를 넣은 매운 국물에 해산물, 고기, 채소, 어묵, 건두부, 당면 등 각종 재료를 넣어 끓였기 때문에 얼핏 짬뽕과 비슷해 보인다. 마라상귀 역시 마라 소스에 다양한 식재료를 넣지만 국물 없이 볶아서 요리한다는 점이 다르다.

배달음식에서 과자까지, 입맛을 평정한 마라

중국 특유의 강한 향과 입안이 얼얼할 정도의 매운맛에도 젊은 층을 중심으로 하는 마라 열풍은



마라 소스에는 고추를 비롯해 육두구, 산초, 정향 등 매운 식재료가 들어간다

좀처럼 사그라질 기미가 보이지 않는다. 배달의 민족과 요기요 등 국내 대표적인 배달음식 서비스 애플리케이션에 등록된 마라 관련 요식업체 수가 지난해 1월부터 6월까지 각각 10배와 4배에 달하는 수치를 기록할 정도로 크게 증가했다. 7월에는 마라 요리를 판매하는 음식점 37곳이 식품위생법 위반으로 적발되면서 잠시 주춤하는 듯 했으나 라면, 과자, 치킨 등 다양한 형태로 변형된 마라는 열기를 계속 이어갔다. 라면업계는 마라 인기에 발 빠르게 대응하여 마라상귀

면, 마라고수 마라탕면, 포기하지 마라탕면 등 다양한 제품을 선보였으며 어느 라면업체의 마라탕면과 마라볶음면은 출시 이후 2~3개월 동안 400만 개 이상이 판매되기도 했다. 마라맛 과자 역시 인기가 좋아 모 제과업체의 마라맛 과자의 경우 출시 1개월 만에 50만 봉 이상의 과자가 팔려나갈 정도였다.

우리나라를 대표하는 한국형 패스트푸드인 떡볶이에서도 마라의 인기를 실감할 수 있다. 배달의 민족 통계에 따르면 마라 떡볶이의 주문량이 지난해 9월과 10월에 전체 떡볶이류 주문량에서 2위를 차지하기도 했다. 물론 절대강자인 고추장 떡볶이가 절반 이상의 주문량을 차지하며 여전히 강세를 보였지만 마라 떡볶이는 3위인 국물 떡볶이보다 2배 많은 수치를 기록했다.

치킨집과 편의점에도 진출한 마라 열풍

국내 굴지의 치킨 프랜차이즈들 역시 일찌감치 마라 치킨을 출시했으며 전체의 절반에 가까운 매출이 마라 관련 메뉴로 채워지는 업체도 있다고 한다. 편의점 역시 자체 브랜드를 통해 마라 관련 제품을 선보였는데 라면, 만두, 김밥, 족발, 핫바 등 대표적인 한국 간식거리는 물론 피자과 부리또 같은 서양 패스트푸드에도 마라를 응용해 좋은 반응을 보이고 있다.

이처럼 온라인과 오프라인을 가리지 않는 마라의 알싸한 매력은 당분간 계속될 것 같다. 앞서 언급한 것처럼 마라의 인기가 워낙 좋다보니 제품의 종류가 일일이 손에 꼽기 어려울 정도로 많은데다 업체들이 보다 다양한 마라 관련 제품들의 출시를 준비하고 있기 때문이다.



한국인들은 바쁜 일상 속에서 이국적인 매운맛을 통해 여유를 찾으려 하고 있다

당신의 혈중 마라농도는 얼마인가요?

도시화, 현대화가 진행될수록 사람들은 자극적인 음식을 찾게 마련이다. 이는 사회가 고도화되고 경쟁이 치열해지면서 사람들이 자극적인 음식으로 스트레스를 해소하기 때문이다. 오래전 중국 쓰촨에서도 극심한 전란으로 인해 인구가 대폭 감소하는 등 사회가 각박해진 탓에 매운 음식인 마라가 성행하기 시작했다고 한다. 다른 점이 있다면 한국의 젊은 층은 혈중 마라농도, 마라주간 등 재치 넘치는 신조어를 통해 흥미로운 문화를 전파하며 매운맛을 즐기고 있다는 사실일 것이



다. 어쩌면 마라 열풍은 바쁜 일상 속에서 이국적인 맛을 통해 여유를 찾으려는 한국인 특유의 기지와 임기응변이 만들어낸 문화가 아닐까.



밀레니얼 세대의 **갬성** 을 공략하라

밀레니얼 세대는 1980년대 초반에서 2000년 사이에 태어난 20~30대 중반의 젊은 층으로 향후 20년 이상 경제를 견인할 시장의 큰 손으로 불리고 있다. 도대체 무엇이 이 세대의 독특한 감성을 낳은 걸까. '디지털 네이티브', '미 제너레이션', '편 슈머' 등의 키워드는 밀레니얼 세대의 성향을 이해하는 중요한 단서다. 그들의 감성을 이해하는 것이야말로 경제와 산업의 중대한 과제로 부상하고 있다.

글. 정덕현(대중문화칼럼니스트)

밀레니얼 세대를 탄생시킨 사회적 배경

'밀레니얼 세대'는 1980년대 초부터 2000년대 초까지 출생한 세대를 일컫는다. 베이비붐 세대 부모에게서 태어나 부모들의 남다른 교육열로 이전에 없던 높은 수준의 교육과정을 거쳤고, 어느 세대보다 치열해진 경쟁 속에서 다양한 스펙을 쌓기 위해 끊임없이 노력했다. 그러나 녹록치 않은 현실은 밀레니얼 세대들이 새로운 선택을 하게 만들었다. 연애, 결혼, 출산, 취업, 내 집 마련 같은 전통적인 가치를 차례로 포기하며 이른바 'N포세대' 같은 신조어가 만들어졌고 그들은 거창한 목표 대신 눈앞에 보이는 소소하지만 확실한 행복 즉, 소확행을 추구하기 시작했다. 밀레니얼 세대의 독특한 소비 성향과 감성의 기반은 이처럼 여러모로 높은 교육 수준에도 과거처럼 풍요롭지 못한 경제적 상황들이라고 볼 수 있다.

밀레니얼 세대 이야기를 할 때 또 하나 빼놓을 수 없는 것은 '디지털 혁명'이다. 태어나면서부터 인터넷과 모바일 기기를 손에 쥐고 놀았던 '디지털 네이티브'들은 소비를 할 때도 이 막강한 정보 취사 능력을 발휘했다. 인터넷과 SNS, 유튜브를 통해 정보를 비교 분석하는 등 가치 실현을 위해 디지털과 모바일의 장점을 그 어느 세대보다 유용하게 활용한다.

정치와 경제, 문화까지 온 세상이 디지털로 급속히 재편되면서, 그들은 개인으로 머무르면서도 네트워크로 묶여진 집단이 만들어내는 사회적 변화를 경험했다. 내가 세상의 중심이되 네트워크로 다양하게 연결되는 특성은 '성공신화의 종말'과 '현실 가능한 행복'을 통해 그들만의 독특한 가



치와 문화를 만들어냈다. 이른바 밀레니얼 세대는 이런 경제적, 미디어적인 환경이 탄생시킨 새로운 종족이다.

세상의 중심은 나, 미 제너레이션(Me Generation)

<타임>지는 자기 위주로 생각하고 행동하는 이들 밀레니얼 세대를 가리켜 '미 제너레이션(Me Generation)'이라고 표현하기도 했다. 미디어 혁명의 관점에서 밀레니얼 세대의 세상의 중심이 '나'라는 전제는 당연해 보인다. 과거 매스미디어 시대에는 개인보다 집단이 함께 공유하는 가치와 이익이 우선이었다. 하지만 모바일처럼 개인화된 미디어들은 저마다 자기만의 세계를 갖고 그것을 중심으로 세상을 바라본다. 온 가족이 함께 모여 TV를 보던 시대가 끝나고 이제는 각자의 공간에서 모바일로 정보를 취사선택하는 시대가 도래함에 따라 미디어는 이른바 '개인화 서비스'를 선보이기에 이른다. 넷플릭스나 유튜브에서 어떤 콘텐츠



츠를 선택하면, 절묘하게 자신의 취향에 맞는 콘텐츠들이 추천된다. 데이터 알고리즘을 이용한 이러한 개인화 서비스는 단지 정보 습득의 방법만이 아니라 세상을 들여다보는 방식의 차이를 이끌어낸다. 집단 속에 매몰된 내가 아닌 '나 중심의 세상'이라는 새로운 시각이 만들어지는 것. 밀레니얼 세대의 소비는 그래서 '나 자신'이 가장 중요하다. 소비의 주요 트렌드로 떠올랐던 가성비가 이제는 '가심비'로 바뀌고 있는 것이나, 단지 비싸기만 한 것이 아니라 나만의 아이덴티티를 드러낼 수 있는 '한정판' 선호 현상처럼 특별한 물건에 쏠리는 관심은 바로 나를 중심으로 하는 가치관의 변화를 잘 드러내는 사례들이다. 편의점에서 삼각

김밥으로 끼니를 때우더라도 자신이 좋아하는 취미나 문화생활에는 돈을 아끼지 않고, 단순히 기능이나 미적 취향을 넘어선 특별함을 소비한다.

워라벨, 관태기 그리고 일상공유

내가 중심이 되면서 과거 회사와 일 중심이던 삶에도 변화가 찾아왔다. 때문에 '워라벨(Work and Life Balance)'은 빼놓을 수 없는 밀레니얼 세대의 키워드다. 과거에는 일과 노력이 성공을 위한 공식이었던 적이 있었다. 하지만 90년대 외환위기와 2000년대 전 세계를 강타한 서브프라임 모기지 사태를 겪은 뒤 성공에 대한 굳은 신뢰가 무너지면서 밀레니얼 세대들은 직장생활에 지나치게

매몰되기보다 퇴근 후의 생활을 중시하게 되었다. 물론 이것은 '평생직장'이라는 개념이 깨지면서 생겨난 변화이기도 하다. 모든 일에 나를 중심에 두는 밀레니얼 세대는 사회적 관계에 있어서도 이전 세대와는 다른 특성을 보인다. 이른바 '관태기(관계+권태기)'라고 불리는 신조어처럼 관계를 맺기보다는 혼자 놀기를 선호한다는 것이다. 물론 혼자 사는 라이프스타일에 익숙하지만 고립되는 걸 원하지는 않는다. 따라서 깊은 관계는 피하면서도 서로의 취향을 공유하는 가벼운 관계를 통해 유대감을 가지려는 성향을 보인다. '스티커 관계'라고도 불리는 이 독특한 성향은 '따로 또 같이'를 추구하는 모바일 미디어의 영

향과도 무관하지 않다. 결혼보다 비혼을 추구하는 나홀로족이 새로운 소비 집단으로 떠오른 것 역시 밀레니얼 세대의 성향이 원인이라고 볼 수 있다. 홀로 있는 시간을 즐기지만 세상과 연결되고 싶은 욕망은 네트워크를 통한 '일상 공유'라는 경향을 낳았다. '모모세대(More Mobile)'라고도 불리는 밀레니얼 세대는 인중샷, 허세샷, 인생샷 같은 일상 사진을 통해 세상과 소통하고 있다.

재미있거나 힙하거나, 경계란 없다

밀레니얼 세대를 사로잡기 위한 또 다른 소구법은 '펀 슈머(Fun+Consumer)' 마케팅이다. 쓸모를 가장 우선시했던 과거와 달리 물건을 선택할 때 재





미라는 요소가 매우 중요한 조건으로 인식되는 경향이 두드러지게 된 것이다. ‘팔도네넴뎨(팔도비빔면)’이나 ‘쓱(SSG)닷컴’ 같은 문자 파괴는 대표적 사례다. 함부로 바꾸거나 변형해서는 안 되는 것으로 인식됐던 브랜드 네임에 재미의 요소를 적극 도입한 편 슈머 마케팅은 밀레니얼 세대들의 마음을 사로잡았다.

최근 유행하고 있는 뉴트로 열풍도 밀레니얼 세대 사이에서 ‘힙한 문화’의 하나로 자리하고 있다. 스마트폰이나 디지털 카메라로 찍는 사진이 대세인 요즘 아날로그 감성의 필름 카메라가 다시 유행한 다거나, 스트리밍으로 손쉽게 음악을 듣는 디지털 음원 대신 LP판을 듣는 식의 문화가 그렇다. 또한 ‘온라인 탐골공원’ 같은 90년대 가요를 다시 듣는

문화현상이 생겨난 것 역시 과거를 추억하기보다 아날로그의 소비가 힙한 문화이기 때문이다. 그만큼 밀레니얼 세대들에게는 힙하고 특별한 것이 더 중요하다.

2018년 1월을 기준으로 밀레니얼 세대로 추산되는 인구는 이미 25억명을 넘어섰다. 이는 전 세계 인구의 3분의 1을 넘긴 수치다. 이전 세대와는 비교가 어려울 만큼 규모가 큰 밀레니얼 세대는 그 독특한 성향으로 정치, 경제, 문화 전반에 걸쳐 막강한 영향력을 행사하고 있다. 굉장한 성공보다 소소한 일상의 만족을 원하고 불확실한 미래보다 오늘의 행복에 집중하는 ‘나’ 중심의 가치를 추구하는 밀레니얼 세대의 새로운 라이프스타일은 경제와 산업 전반의 변화를 요구하고 있다.

이국적인 풍경과 맛에 빠져 보실래유? 스트리트 푸드 파이터 시티

인기 케이블 예능 프로그램인 ‘스트리트 푸드 파이터’ 두 번째 시즌이 방영을 시작하면서 새로운 도시에서 펼쳐지는 미식 방랑기에 대한 호기심이 여행자들을 자극하고 있다. 이국적인 풍경과 문화 그리고 지역 특유의 정서가 오롯이 녹아있는 맛있는 먹거리들은 여행이라는 이름의 인문학 탐방을 완성하는 화룡점정 같은 요소다. 뉴욕, 멕시코시티 그리고 페낭까지 세 곳의 도시에서 로컬처럼 먹고, 마시고, 즐기는 여정을 시작해볼까?

글. 류재민(여행작가)



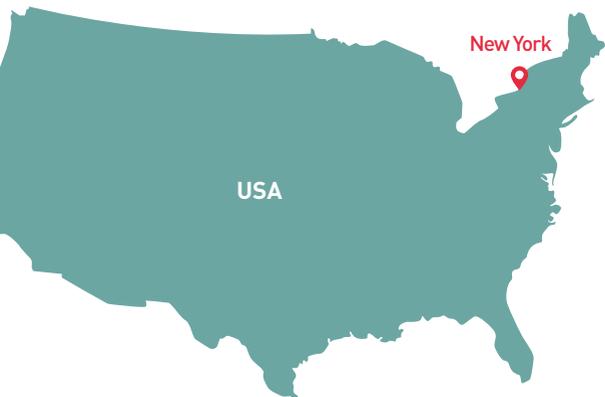


베이글과 커피 사들고 뉴요커처럼 산책해 볼까

미국 뉴욕

New York, USA

이른 아침 허드슨강변을 산책하고, 금방 구워낸 따뜻한 베이글과 함께 즐기는 커피 한 잔의 여유는 누구나 한 번쯤 꿈꾸는 미국 뉴욕의 일상이다. 옐로우 캡(Yellow Cap)이라 불리는 노란 택시들의 물결, 엄청난 교통체증 그리고 밤거리에 모락모락 뿜어져 나오는 하얀 스팀이 연출하는 풍경들은 영화나 사진 등을 통해 자주 접하다 보니 아예 뉴욕을 상징하는 아이콘처럼 굳어져 버렸다. 여행자들이 버킷 리스트에 반드시 포함시킨다는 이 평범한 일과는 세계 경제와 패션의 중심지 뉴욕에서만 경험할 수 있는 사소하지만 특



별한 일상이다.

도심 속의 거대한 녹색지대인 센트럴파크에서 피크닉을 즐기거나 그리니치 빌리지에서 커피를 들고 느릿하게 산책하기 그리고 그 유명한 삼각형 모양의 플랫 아이언 빌딩을 구경하는 일 등 영화 속에서나 보았던 일상이 펼쳐지는 곳이 바로 뉴욕이라는 도시다.

한편 뉴욕은 박물관과 미술관 관람을 좋아하는 사람에게도 천국이다. 구겐하임미술관, 휘트니미술관 등이 모여있는 뮤지엄 마일(Museum mile) 투어에 나서거나 세계적인 현대 미술관인 'MOMA(뉴욕 현대 미술관)'를 방문하는 계획만으로도 몇 날 며칠을 보낼 수 있기 때문. 만약 뉴욕 토박이 뮤지션인 빌리 조엘의 80년대 명곡 'New York State of Mind'의 노랫말처럼 반려견인 그레이하운드와 함께 허드슨강변 산책을 즐길 수 있다면 아마도 뉴욕 여행은 평생 잊히지 않을 꿈같은 기억으로 남겨질 것이다.

뉴욕 최애 먹거리 3대장

베이글 Bagel

와인에 치즈가 따라가듯 커피에 마리아주가 있다면 아마도 베이글일 것이다. 많은 사람들이 뉴욕을 대표하는 먹거리로 베이글을 꼽는다. 갓 구운 베이글은 겉은 단단하고 속은 쫄깃해 그냥 먹어도 좋지만 크림치즈를 발라 먹을 때가 가장 맛있다. 베이글 본연의 맛을 만끽할 수 있는 플레인을 기본으로 블루베리, 어니언, 갈릭파마산 등 종류도 다양해 자신의 취향에 맞는 종류로 마음껏 골라 먹을 수 있는 점도 좋다.



피자 Pizza

뉴요커들은 뉴욕의 소울 푸드 중 하나로 주저하지 않고 피자를 추천한다. 칼이나 포크를 사용하지 않고 손으로 피자를 들고 먹는 것이 뉴요커들의 피자 먹는 법이라고 한다. 그 유명한 브루클린 브릿지 인근에 위치한 그리말디와 줄리아나는 뉴욕 여행자들이 꼭 한 번 들러 간다는 이 지역 최고의 피자 맛집이다. 물론 이 가게를 말고도 짧게는 수십 년에서 100년 넘게 이어온 전통의 레시피로 만든 피자의 맛은 진한 뉴욕의 정서를 느끼기에 부족함이 없다.



스테이크 Steak

뉴욕에는 무려 150년을 이어온 스테이크 전문점이 있을 정도로 오래된 스테이크의 역사를 자랑한다. 과거 뉴욕 일대에 즐비하던 수백 곳의 정육점들은 거의 사라졌지만 스테이크 전문점들이 살아남아 그 명맥을 유지하고 있다. 피터 루거, 갤러거 스테이크 하우스, 벤자민 스테이크 하우스 등은 뉴욕 여행자들이 SNS 인증샷을 남기기 위해 반드시 방문하는 유명한 스테이크 가게. 여행자들은 만만치 않은 가격에도 그 맛을 보기 위해 비용을 아끼지 않는다.





아즈텍의 신비와 멕시코 요리의 환상적인 궁합

멕시코 멕시코시티

Mexico City, Mexico

멕시코의 수도 멕시코시티는 해발 2,000미터가 넘는 고지대에 위치하고 있는 여행지로 아즈텍왕국 시절부터 수도였던 유구한 역사의 도시다. 미국이 지금과 같은 강대국의 자리에 오르기 전까지는 아메리카 대륙에서 가장 융성한 도시의 하나로 꼽힐 정도였으므로 그 위세를 짐작할 만하다. 현재도 인구가 2,000만 명이 넘는 정도로 규모가 크며 GDP(국내총생산)가 미국 4대 도시 다음으로 커 우리가 상상하는 것 이상의 경제력도 갖추고 있다.



멕시코시티의 가장 큰 특징은 아직도 베일에 가려진 부분이 많은 신비의 왕국 아즈텍 문명과 함께 식민지시대 건축양식 그리고 멕시코 정서가 한데 어우러진 문화의 융광로라는 점이다. 과거 한때 스페인 지배하에 있었던 탓에 고색창연한 유럽풍의 건물들이 많을 뿐 아니라 곳곳에 오래된 교회, 분수, 동상 등이 자리하고 있어 '중남미의 작은 유럽'으로 불리기 때문에 답사를 겸한 여행으로 다녀오기에도 최적의 장소다.

멕시코시티는 물론 나라 전체를 통틀어 최고의 박물관으로 꼽히는 국립인류학박물관(Museo Nacional de Antropologia)을 비롯해 소칼로 광장의 대성당, 소나 로사 지역, 산토도밍고 광장 그리고 아메리카 대륙에서 발견된 최대 규모의 피라미드 유적지 테오티우아칸 등은 멕시코시티를 찾는 여행자들이 반드시 들른다는 명소다.



멕시코시티 최애 먹거리 3대장

타코 Taco

가장 대중적인 멕시코 요리로 타코를 떠올리는 사람들이 많을 것이다. 고기와 해물, 각종 채소 등 다양한 재료를 밀가루 반죽을 납작하게 펴서 익힌 토르띠야에 싸서 먹는 이 음식은 멕시코 사람들이 평소에 즐겨 먹는 별식이기도 하다. 취향에 따라 라임즙을 뿌리기도 하지만 가장 중요한 점은 살사 소스를 적당히 첨가해 먹어야 한다는 것. 살사 소스는 타코를 완성하는 화룡점정이라고 할 수 있을 정도로 중요하다.



판시타 Pancita

멕시코에서 핵인싸가 되고 싶다면 판시타를 먹어보자. 한국으로 말하자면 해장국과 비슷한 멕시코 전통 요리로 현지인들은 과음을 한 다음 날 숙취 해소를 위해 판시타를 먹는다. 몰레 데 판자(Mole de Panza)라고도 불리는 이 음식의 주 재료를 보면 더욱더 한국의 해장국과 비슷하다는 확신을 갖게 된다. 소의 위에 해당하는 간양을 비롯해 감자, 양파, 고추, 허브 등을 넣고 수프처럼 끓여내기 때문에 얼핏 보기에도 해장국과 매우 흡사하다.



엘로떼 Elote

'멕시코의 국민 간식' 혹은 '마약 옥수수'의 원조' 등으로 불리는 엘로떼는 프라이팬에 버터를 두르고 양파, 마늘과 함께 옥수수를 함께 볶은 뒤 물을 넣고 충분히 끓여내 소금과 후추로 간을 하면 완성된다. 조리 방법이 간단하며 기호에 따라 치즈, 고춧가루, 마요네즈 등을 얹어 먹을 수 있어 멕시코에서 가장 흔한 간식으로 꼽히기도 한다. 우리나라의 마약 옥수수처럼 옥수수를 통으로 구운 뒤 치즈가루를 뿌려 먹는 방법도 있다.





공치 김치찌개와 팔빙수를 맛볼 수 있다고?

말레이시아 페낭

Penang, Malaysia

말레이시아는 말레이 반도와 보르네오 섬의 북부에 길게 뻗어있는 동말레이시아를 포함하는 반도와 섬이 혼합된 국가다. 국토의 대부분이 울창한 밀림과 습지대인 말레이시아 북서쪽 바다에 위치하는 섬 페낭은 영국령이었던 18세기에 무역의 거점 역할을 하게 되면서 동서양 문화가 혼재하는 독특한 면모를 갖추게 되었다.

동서양이 뒤섞인 이국적인 풍경을 보고 싶다면 페낭의 주도인 조지타운을 찾아야 한다. 조지타운은 한때 식민지였던 페낭의 역사가 고스란히 남겨져 있는 장소로 고풍스러운 유럽식 건물과 다양한 종교사원 그리고 식민 통치하에 있던 시기에 조성된 거리가 뒤섞인 독특한 풍경을 감상할 수 있다. 조지타운은 이러한 특징들 때문에 지난 2008년에 유네스코 세계문화유산으로 등재되었다.

페낭 하면 떠오르는 또 하나의 여



행 테마는 휴양일 것이다. 전형적인 동남아 기후를 보이는 페낭은 사계절이 온화하기 때문에 휴양지로 알려진 역사가 제법 오래 되었다. 바투 페랑기 해변이 18세기 유럽 귀족들의 휴양지로 유명했을 뿐 아니라 대문호 헤르만 헤세도 인도 여행으로 지친 몸을 페낭에서 쉬며 회복했을 정도라고 한다. 또한 말레이시아는 지진이나 화산 등 자연재해에 의한 피해를 거의 입지 않아 '신의 은총을 받은 땅'이라는 이야기가 전해진다.



페낭 최애 먹거리 3대장

나시 르막 Nasi lemak

나시(Nasi)는 밥, 르막(Lemak)은 기름이나 지방을 뜻한다. 현지인들이 삼시세끼 즐겨먹는 나시 르막은 말레이시아를 비롯해 인접 국가인 브루나이, 싱가포르, 태국에서도 대중적인 음식이다. 코코넛 밀크로 밥을 지을 때 판단잎, 레몬, 생강 등을 섞어 요리하는 말레이시아 전통 먹거리로 튀긴 멸치와 함께 '삼발'이라 불리는 이 지역 특유의 소스를 넣어 비벼먹는다. 식당에 따라 조금씩 다르지만 보통 오징어 볶음이나 튀긴 닭을 얹어 먹기도 하는데 바나나잎이나 종이로 포장되어 있어 거리에서 혹은 이동하면서 먹기 편리하다. 물론 페낭 현지에는 접시에 담아 제대로 서빙하는 집도 있다.



아쌘 락사 Assam Laksa

생선을 넣어 끓인 매콤한 국수로 몇 년 전 필리핀 마닐라에서 열린 '세계 길거리 음식 대회'에서 가장 인기가 좋은 음식 중 하나였다. 언뜻 보기에 고기국수와 비슷하면서도 낯선 모습이지만 맛은 한국인에게 너무나 친근한 공치 김치찌개와 비슷한 맛이라고 한다. 생선국물에 고추, 양파, 레몬그라스, 파인애플, 동남아 지역에서 자라는 콩의 일종인 타마린드 등을 넣어 끓이기 때문에 독특하면서도 깊은 국물 맛이 인상적이다.



첸돌 Cendol

동남아에서 탄생한 디저트로 말레이시아 주변의 여러 국가들에서도 유명한 먹거리다. 첸돌은 나라마다 지역마다 조금씩 그 조리법이나 형태에서 차이를 보이는데 말레이시아에서는 코코넛밀크와 팜슈거가 첨가되며 곱게 간 얼음과 국수 젤리를 얹은 뒤 기호에 따라 연유를 추가해 먹기도 한다. 마치 팔빙수처럼 시원하고 달달하기 때문에 더위에 특효약이며 한국 돈으로 천원 안팎에 불과한 금액으로 사먹을 수 있어 부담 없다.



구해줘 홈즈! 살고 싶은 집이 없어 직접 지었어

우리가 꿈꾸는 새로운 주거문화



아파트 전세보증금도 되지 않는 비용으로 내 집을 갖는다? 불가능한 이야기처럼 들리지만 요즘 이런 일들이 실제로 벌어지고 있다. 작은 창고나 세울 수 있을까 싶은 자투리땅을 이용해 집을 짓는 신개념 주거문화가 시작된 것이다. 공간의 한계를 극복하고 오밀조밀하게 구성된 공간에 집주인과 가족의 취향을 오롯이 반영한 집. 성냥갑 같은 건물들이 모여 있는 도심 속에서 우리가 꿈꾸는 삶의 공간에 대한 해답이 그곳에 있을지 모른다.

글_윤선아(대중문화칼럼니스트)

나만의 주택을 찾아 나선 까닭

주거공간을 소재로 하는 예능 프로그램들은 과거 신동엽의 <러브하우스>처럼 대체로 인기가 좋은 편이었다. 최근 방영중인 MBC <구해줘 홈즈> 역시 비슷한 맥락의 예능 프로그램으로, 출연자들을 두 팀으로 나누어 의뢰인의 요구에 딱 맞는 집을 구해주는 과정이 자못 흥미롭다. 우리는 왜 이러한 콘텐츠에 끌리는 것일까? 아마도 집이 삶의 기본 요소인 의식주 중 하나이기도 하지만, 그보다 자가 주택에 대한 남다른 애증을 가진 우리네 대중들의 정서 때문이기도 하다. 우리는 어느 지역의 몇 평짜리 집에 사느냐가 그 사람의 사회적 지위를 드러내는 현실 속에 살고 있지 않은가. 성냥갑처럼 똑같은 집에서 살아가는 이 시대 사람들은 TV에 등장하는 주택의 다양하고 아기

자기한 모습에 매료된 것이다. 또한 그런 집에 산다는 게 쉬운 일은 아닌지라 판타지처럼 대리만족이라도 하는 맛이 있기 때문이다.

그런데 그 중에서도 더욱 시청자들의 시선을 잡아 끈 것은 바로 협소주택이었다. 지난해 9월 방영 분량에 소개된 강북 수유동의 협소주택은 사생활을 분리하되 공동 양육을 할 수 있는 한 지붕 아래 두 집을 원하는 자매의 의뢰로 찾아간 집이다. 숲세권을 자랑하는 그 협소주택은 2층에 넓은 주방과 방 하나 그리고 화장실이 구비되어 있었고, 3층에는 방이 3개로 나뉘어 있었으며 문이 따로 나 있는 1층에 방 하나 그리고 지하에도 넓은 방이 있었다. 대지면적은 작지만 대신 위로 건물을 높게 올려 층마다 충분한 공간을 마련한 이 집은 4층 옥상에서 북한산을 조망할 수 있는 경관까지 갖춘



보다 나은 삶을 추구하는 현대인들을 위해 기존 주택의 대안으로 협소주택이 떠오르고 있다

데다 웬만한 아파트 한 채 가격으로 두 가구가 거주할 수 있는 점이 매력적으로 다가왔다.

한양도성과 숲 조망권이 있는 집

서울 한 복판에 어떻게 이런 집이 가능했을까? 종로구 낙산공원에서 동대문으로 넘어가는 동네에 망루처럼 높게 지어올린 '세로로(SERORO)'라는 이름의 협소주택을 보면 절로 그런 의문이 든다. 불과 10평 남짓한 자투리땅 위에 세워진 주택이지만 한양도성과 숲 조망권을 거느리고 있는데다가 대학로까지 슬슬 걸어서 다녀도 될 만큼 입지도 훌륭하다.

이 집을 직접 지어 살고 있는 최민욱 씨(스몰러컨

축 소장)는 직장이 있는 대학로까지 서울성곽과 낙산공원을 넘어 걸어서 출퇴근하고 있다. 1층 주차장, 2층 서재 겸 작업실, 3층 주방과 거실, 4층 침실 그리고 5층은 옷방과 욕실로 구성된 이 협소주택은 실제 각 층의 평수가 5평 남짓에 불과하지만 숲 방향으로 낸 2개의 커다란 창으로 인해 답답한 느낌이 없다.

협소주택의 특징 중 하나는 이처럼 작은 공간의 단점을 해소하기 위해 집밖의 풍경을 집안으로 끌어들이는 방식을 쓰기도 한다는 점이다. 아파트에서 생활하는 사람이라면 창을 통해 집 안으로 쏟아져 들어오는 사계절의 풍경에 매료될 수밖에 없다. 사시사철 기후에 따라 옷을 바꿔 입는 숲, 불현

듯 찾아오는 동물들과 인사하는 삶이 그곳에 펼쳐지기 때문이다.

작지만 풍요로운 공간의 매력

사당동 도심에 지어진 'The GRIGO' 하우스처럼 마치 카페 건물 같은 도회적인 이미지의 협소주택도 있다. 11평 대지에 지은 집이지만 도로와 일조권 확보를 위해 실제 건물이 올라선 터는 5평 남짓에 불과하다. 하지만 이 집을 지은 윤정상 부부는 공간의 협소함에 대한 우려는 하지 않았다고 한다. 일찌감치 협소주택이 유행했던 일본에서 다년 간 살아본 경험으로 작은 공간도 어떻게 구성하느냐에 따라 충분히 편하게 살 수 있다는 사실을 알고 있기 때문이다.

이 같은 이유로 협소주택은 애초 설계 단계부터 가구나 가전이 들어갈 공간까지 꼼꼼히 계산하는 철저한 사전 준비가 필요하다. 자투리땅은 좁기만 한 것이 아니라 사각형이 아닌 삼각형이나 오각형인 경우도 적지 않기 때문. 반면 이러한 단점 때문에 도심의 다른 땅보다 싼값에 매입할 수 있는 장점도 있다. 10평의 땅을 평당 1천만 원에 1억 원을 주고 매입하면 건축비가 2억 원 정도 들어간다 해도 총비용 3억 원으로 도심 한 가운데 집 한 채를 지을 수 있다는 결론이 나온다. 아파트 한 채가 10억 원을 호가하는 도심에서 전세보증금도 되지 않는 비용으로 내 집을 가질 수 있는 것. 최근 젊은 세대들의 협소주택에 대한 관심이 급증하고 있는 이유다.

좁은 공간의 혁명, 협소주택

협소주택은 도시 미관에도 긍정적인 영향을 미친다. 지난해 서울시 건축상을 수상한 서울 서초



이동식 목조주택은 협소주택과 함께 거주문화의 대안으로 주목 받고 있다 ©간삼생활디자인

구 잠원동의 '얇디얇은 집'은 마치 책 한권을 세워놓은 듯 지어진 4층 규모 협소주택으로 폭이 1.4~2m에 불과한 것이 특징이다. 본래 경부고속도로 소음을 막기 위한 완충녹지를 만들고 남은 자투리땅은 도무지 주택을 지을 수 없을 것 같은 공간이었지만 길고 좁다는 단점을 극복하고 나자 마치 하나의 건축 작품 같은 모습으로 완성됐다. 얇디얇은 집의 사례처럼 협소주택은 점점 정형화되고 있는 도시의 주택들이 주는 물개성 속에서

오히려 그 존재감을 뚜렷하게 드러낸다. 언비슷한 형태의 주거공간들이 세워지고 있는 도시의 풍경 속에서, 협소주택은 그 단조로움을 깨는 대안적 주택으로 주목받고 있다. 개성과 미적 가치로 도시를 아름답게 만들어내고 있다.

아예 교외로 나가 소형 목조주택을 선택하는 사람들도 늘어나고 있다. 특히 이동식 목조주택이라 불리는 조립식 주택은 건축주가 주문을 하면 한 달여 만에 집을 완성해 원하는 장소로 배달해 설치해 주는 간편한 방식이 특징이다. 해외에서는 이미 대중화되어 있는 소형 목조주택의 경우 도심에 고집할 필요가 없는 사람들에게 적합한 주거 방식으로 상대적으로 더 적은 돈을 가지고도 내 집 마련을 할 수 있어 세컨드 하우스로 선택하는 사람이 점차 증가하는 추세다.

미니멀 라이프를 실천하고 싶은 당신께
 물론 협소주택의 이러한 경제성과 미적 가치를

추구하기 위해서는 전제되어야 할 것이 있다. 우선 공간 자체가 좁기 때문에 집안에 많은 것을 채워 넣겠다는 욕심은 버려야 한다. 그래서 많은 전문가들은 협소주택 거주자에게 가장 필요한 요소로 '미니멀 라이프'를 언급하고 있다. 일반적인 주택이나 아파트에 살다가 협소주택을 지어 이주하겠다고 마음먹었다면 갖고 있던 많은 물건과 가구 등을 일정 부분 포기해야 한다는 것. 이는 많이 소유하는 삶과는 정반대의 삶의 방식이기도 하다. 이처럼 협소주택은 한정된 공간과 온전한 삶의 공존을 위한 치열한 고민의 결과로 볼 수 있다. 공간이 좁아지는 만큼 가진 것을 줄이는 미니멀 라이프를 받아들이는 일은 삶의 방식을 근간부터 바꾸는 모험일 수도 있기 때문. 따라서 단순히 집의 소유나 단조로운 도시를 아름답게 만들어내는 변화에 국한된 이야기는 아닌 것이다. 협소주택은 우리에게 최소한의 공간에서 본질에 집중하는 삶에 대해 질문하고 있다.

이동식 목조주택은 한 달여 만에 집을 완성해 원하는 장소에 설치해 주어 간편하다. ©간삼생활디자인



귀담아 듣는 독자엽서



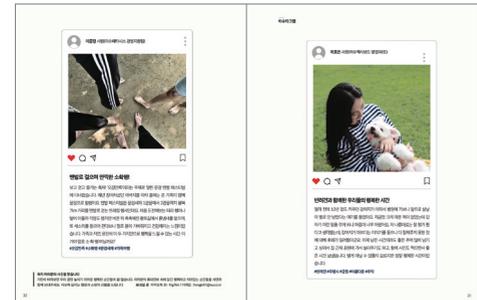
중국 신장성 스마트팜 응원합니다
 스마트팜 관련 기사가 흥미로웠습니다. 이수그룹이 새롭게 진출하는 분야라는 이야기에 관심이 가기도 했지만 예전에 제가 취업 준비를 하면서 스마트팜 관련하여 이것저것 자료 조사를 많이 했던 경험이 있거든요 그 때문에 기사내용도 더욱 재밌었습니다. 박상정 님(이수화학 품질관리팀 노항택 사원 배우자)

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.



가오슝에서 인생샷 찍어 올게요~
 인생샷 찍을 수 있는 해외여행 기사가 유독 눈에 띄었어요 평소에도 여행을 너무 좋아해서 정말 풍경이 예쁜 장소를 자주 알아보고는 하거든요. 올 겨울에 대만 가오슝으로 여행을 떠날 예정이라 더욱 더 궁금이 갔습니다. 참고 할게요~^^
 이금란 대리(이수화학 울산생산팀)



추억하고 싶은 아름다운 사연들
 이수스타그램을 즐겨 읽고 있는 독자입니다. 실제로 인별그램을 보는 것처럼 짧고 간결한 글과 저마다의 사연이 담긴 사진을 보여주기 때문에 읽기 좋고 흥미롭거든요. 반려견과의 추억을 오래 기억하고 싶다는 몽글한 사연이 오래 기억에 남을 것네요.
 이지수 님(이수화학 안전환경2팀 이상현 부장 자녀)



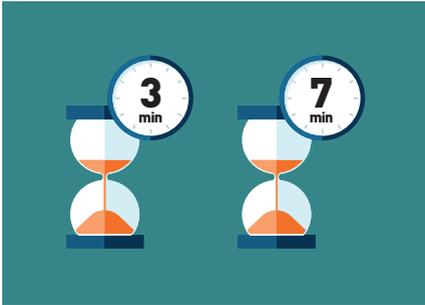
B급 문화의 힘이 돋보이는 기사
 병맛의 반란이라는 제목부터 시선을 확 잡아끄네요. B급 문화의 영향력에 대해 여러 가지 구체적인 예를 들어가며 설명해 주니 머리에 쑥쏭 들어와서 참 좋았습니다. 특히 현대의 트렌드를 잘 설명한 구성이 돋보였습니다. 다음에도 좋은 주제 기대할게요.
 김중훈 사원(이수화학 울산생산팀)

이수 뇌섹남녀를 위한 두뇌 트레이닝 QUIZ

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

Level 1

3분짜리 모래시계와 7분짜리 모래시계가 있다. 2개의 모래시계로 정확히 10분을 측정하려면 각 시계를 몇 번 뒤집어야 할까?



Level 2

친구가 집들이를 하면서 아파트 호수를 맞히라는 퀴즈를 냈다. 3개의 숫자를 재배열하여 43으로 나눌 수 있는 숫자로 만들어야 한다. 무엇일까?



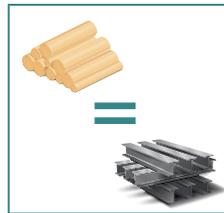
* 한 개의 퀴즈만 맞혀도 선물을 드립니다. 모두 함께 도전해보세요!

여러분의 참여를 기다립니다

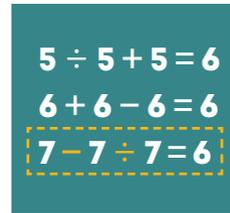
2019년 가을호 당첨자

- 박상정 님(이수화학 품질관리팀 노항택 사원 배우자)
- 고민숙 님(이수화학 품질관리팀 양정민 선임기장 배우자)
- 이지수 님(이수화학 시스템경영팀 이상현 부장 자녀)
- 배준일 차장(㈜이수 기획팀)
- 이금란 대리(이수화학 울산생산팀)
- 민성진 대리(이수화학 총무2파트)
- 이복구 사원(이수화학 안전환경1팀)
- 김중훈 사원(이수화학 울산생산팀)

*가을호 정답



두의 무게는 동일하다



7 - 7 ÷ 7 = 6

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 봄호 원고 마감은 4월 20일입니다.

