



ISU

2020 AUTUMN VOL. 102

**INSIDE**

**이수인의 이중생활**

슬기로운 집콕생활을 위한 이지 클래스

**팀업뽀뽀**

이수시스템 HR사업팀

**OUTSIDE**

**이수 테이블**

2020년 우리들의 최애 먹거리

**스페셜 리포트**

소유에서 경험으로, 구독경제의 시대



## Contents

# 01

### Cover story



#### 표지 모델

왼쪽부터 시계 방향으로 황선백 과장, 배정민 대리,  
권덕우 팀장, 문경준 과장, 이송아 대리

가을호 표지에는 이수시스템 HR사업팀 소속 임직원 다섯 명의 모습을 일러스트로 담아 보았다. 긍정적인 마인드와 끈끈한 유대감으로 뉴노멀 시대를 헤쳐 나가고 있는 그들의 이야기를 '팀업뽀뽀'에서 들어본다.

# 04

### INSIDE

#### 05 Focus & News

#### 10 리더의 책장

김상범 회장 추천 도서  
<포도 사피엔스>

#### 12 이슈를 잡아라

Space ISU 갤러리 탐방

#### 18 커뮤니케이션 Talk

이수인들의 속 시원한 카운슬링

#### 22 이수인의 이중생활

슬기로운 집콕생활을 위한 이지 클래스

#### 26 팀업뽀뽀

이수시스템 HR사업팀

#### 31 이수타그램

사진과 해시태그에 담긴 아름다운 추억들  
남소정 대리(이수앱지스 연구기획팀)  
김태호 사원(이수엑사보드 인사총무팀)

# 33

### OUTSIDE

#### 34 이수 테이블

짜파구리에서 마크정식까지  
2020년 우리들의 최애 먹거리

#### 38 스페셜 리포트

소유에서 경험으로, 구독경제의 시대

#### 44 마이레알트립

가을빛 내려앉은 황금빛 바다  
갈대와 역새 드라이브

#### 51 이수의 PICK

환경오염 시계를 되돌리는 타임머신  
제로 웨이스트(Zero Waste) 운동

#### 57 Ombudsman

#### 58 컬러링 테라피 및 엽서

이수그룹 계간 사보 2020년 가을호 통권 102호

발행일 2020년 10월 21일

발행인 김상범

발행처 (주)이수

주 소 서울시 서초구 사평대로 84

총괄진행 구혜현 02-590-6658

사보기자 이수화학(이정구·김태준) 이수페타시스(이준경)

이수건설(한수진) 이수시스템(김용훈) 이수창업투자(김경문)

이수앱지스(박에스터) 이수엑사캠(박수영) 이수엑사보드(김슬기)

이수C&E(김현주) 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.

## 김상범 회장, 계열사 현장 경영 브라운스톤 부평 모델하우스 방문 및 격려



김상범 회장은 지난 7월 7일 '브라운스톤 부평' 모델하우스에 방문해 각 단위세대 및 공용 홀 등을 돌아 보았다. 브라운스톤 부평은 최근 높아진 수분양자의 요구에 맞춰 야구, 축구, 전력놀이 등 65종의 콘텐츠를 경험할 수 있는 VR 체험실 등 다양한 커뮤니티 시설과 미세먼지 저감용 미스트 분사 시설 및 당사 아파트 최초의 삼성 안면인식 도어록 등이 적용됐다. 이러한 시설을 둘러본 김상범 회장은 브라운스톤 부평 아파트에 도입된 다양한 스마트 IoT 기술에 대한 칭찬과 격려를 아끼지 않았다. 인천 부평구 삼산동에 위치한 지하 2층~지상 25층 7개동 726세대 규모의 브라운스톤 부평은 지난 7월 17일 사이버 모델하우스를 오픈한 바 있다.

㈜이수

‘파란책방’ 캠페인  
통해 소외계층에  
도서 기부



이수그룹은 지난 8월 31일 국제개발협력 NGO단체 '지파운데이션'에 임직원 기증 도서 1,000여 권을 전달했다. 기부된 책은 국내 사회복지기관과 저소득 및 한 부모 가정 등 취약계층에 전달될 예정이다. 이수그룹은 지난 2017년 사회적 가치 실현을 위해 '파란책방' 캠페인을 마련했으며, 임직원들의 자발적인 참여로 지속적인 도서 나눔 활동을 실천해오고 있다.

이수건설

이수건설  
울산신항3부두  
플랜트 수주



※ 해당 이미지는 기사 내용과 무관합니다

이수건설은 지난 8월 14일 플랜트 부문의 정일스토틀헤븐 울산신항3부두 '황산 저장시설 건설공사'의 수주가 확정되어 본격적인 착공에 돌입했다. 이번 플랜트 공사는 울산광역시 울주군 온산읍 산암리 973번지에 황산저장시설 4기(32,600KL) 및 부대시설을 설치하는 프로젝트이며, 이수건설 단독 시공으로 오는 2021년 6월에 완공될 예정이다.

이수시스템

데이터 바우처 지원  
사업으로 SI 기반  
사업 첫발



이수시스템이 지난 8월, 정부가 데이터 산업과 중소기업 진흥을 위해 진행하는 데이터 바우처 지원 사업에서 SI 데이터 가공 바우처 부문 2건을 수주했다. 이수시스템은 PCB 생산 공정의 불량률 데이터 분석 및 예측이 가능한 시스템의 구축 그리고 구인자와 구직자 채용 정보를 SI 학습 모델로 변환해 실시간 매칭이 가능한 시스템 구축을 제안 받아 사업에 착수했다.

이수창업투자

ISU-콘텐츠코리아  
모험펀드 결성



㈜이수창업투자는 지난 7월 23일 이회섭 대표이사와 조하원이 참석한 가운데 'ISU-콘텐츠코리아 모험펀드'의 결성총회를 개최했다. 문화체육관광부가 신규 출자분야로 조성한 이 펀드의 약정 총액은 215억 원으로 우수한 콘텐츠를 적극 발굴, 육성할 뿐만 아니라 다양한 분야의 콘텐츠 개발사업에 투자를 진행해 신기술 기반 콘텐츠 기업의 성장에 기여할 계획이다.

이수앱지스

온라인 세미나 통해  
ISU104 임상  
1상 결과 공유



이수앱지스는 지난 9월 18일 ESMO(European Society for Medical Oncology; 유럽종양학회) Virtual Congress 2020 포스터 세션에서 발표한 ISU104 임상 1상 파트 2 결과를 전사에 공유하는 온라인 세미나를 개최했다. 이번 세미나를 통해 기존 항암제 치료 경험이 있는 18명의 재발성/전이성 두경부암 환자 대상에서 ISU104의 안전성과 유효성을 확인했다는 긍정적인 결과를 밝혔다.

이수엑사캠

창립 19주년 행사  
개최



이수엑사캠은 지난 9월 3일 창립 19주년을 맞아 기념행사를 진행했다. 정부의 코로나 19 관련 지침을 준수하며 치러진 이번 창립 행사에서는 참석자 전원이 마스크를 착용했으며, 소수의 인원만 모여 장기근속자에 대한 메달 수여만 간략하게 진행했다. 장기근속 메달은 이수엑사캠 영업1팀 오재욱 부장과 기획팀 권상우 과장이 수상했다.

이수C&E

가을 개봉작  
2편 소개



이수C&E가 추석을 맞아 <극장판 포켓몬스터 뮤츠의 역습 EVOLUTION>을 개봉했다. 이번 작품은 포켓몬스터 시리즈 사상 최초로 풀 3D 영상으로 제작돼 큰 기대를 모았다. 제 71회 칸영화제 진출로 작품성을 인정받은 <태양의 소녀들>도 준비했다. 이 작품은 극단주의 무장조직 IS에 맞선 아다지족 여성들의 전투 부대 '걸스 오브 더 썬'의 실화를 바탕으로 제작됐다.

이수AMC

브라운스톤 계양스카이  
도급관리용역 수주



크리스빌딩

브라운스톤 계양스카이

이수AMC가 서울 서초1동 크리스빌딩 건축공사와 인천 계양구 작전동에 위치한 브라운스톤 계양스카이 도급관리용역을 수주했다. 크리스빌딩은 근린생활시설과 단독주택으로 구성된 지하 1층~지상 7층 규모의 건물로, 이수AMC는 이번 수주를 계기로 향후 민간공사 수주를 더욱 확대해 나갈 것으로 기대된다. 브라운스톤 계양스카이는 10월 30일 입주를 앞두고 있다.

## 스마트폰이 낳은 신인류 포노 사피엔스

저 자 최재봉

출판사 쌤앤파커스



“

스마트폰은 과연 인간을 멍청하게 만들고 있는 것일까? 우리가 스마트폰의 놀라운 혁신성을 간과하고 있는 것은 아닌지 고민해보아야 할 때다. 이미 세상은 스마트폰을 손에 쥔 '포노 사피엔스'가 움직이기 시작했다기 때문이다. 디지털 신인류 '포노 사피엔스'가 바뀌낼 현재와 미래가 궁금하다면 책 속으로 빠져들게 될 것이다.

”



'포노 사피엔스'는 스마트폰을 신체의 일부처럼 여기며 삶의 방식을 재정의한 사람들을 말한다. 스마트폰이라는 디지털 캐릭터로 인해 그들은 전혀 새로운 방식의 삶을 살고 있다. 지금, 포노 사피엔스가 몰려오고 있다. 그들에 의해 세상의 모든 문화, 경제, 사회, 정치가 움직이고, 그들 스스로 문명의 표준이 되어 비즈니스 생태계를 재편하고 있다.

이 문명을 받아들인 기업은 폭발적으로 성장해 전 세계 비즈니스 시장을 평정하고 있지만 이를 거부한 기업은 쇠락의 길을 걸으며 경쟁력을 상실하거나 시장에서 사라지게 될 것이다. 이 책이 말하고자 하는 바는 명확하다. 포노 사피엔스 문명을 이해하느냐 그렇지 않느냐에 따라, 앞으로 전개될 4차 산업혁명 시대의 명운이 달려있다는 점이 그것이다.

'문명을 읽는 공학자'라고 불리는 저자 최재봉 교수는 인문과 공학을 아우르는 통찰력과 체계적인 데이터 분석으로 지난 10년간의 급격한 시장 변화를 <포노 사피엔스>라는 책을 통해 풀어냈다. 신인류의 등장과 그들이 '축이 된 새로운 문명의 실체, 산업군별 시장 변화와 소비행동의 변화, 포노 사피엔스 시대의 성공 전략과 새로운 시대의 인재상에 대해 진지하게 성찰하고 있다.

기회와 위기, 두 얼굴로 다가온 새로운 문명의 교체기는 인간에게 도약의 계기가 확실하다. 그것은 이 책 속의 명확한 데이터들이 말해주고 있다. 또한 급격한 변화 속에 혼란스러운 사람들에게 위기감에 사로잡히기보다 보다 넓은 시야로 기회를 볼 수 있도록, 불안함보다는 현명함을 지니고 헤쳐나갈 수 있도록 도울 것이다.

※ 본 코너 추천도서에는 향후 이수그룹 리딩센터에서 만나보실 수 있습니다.

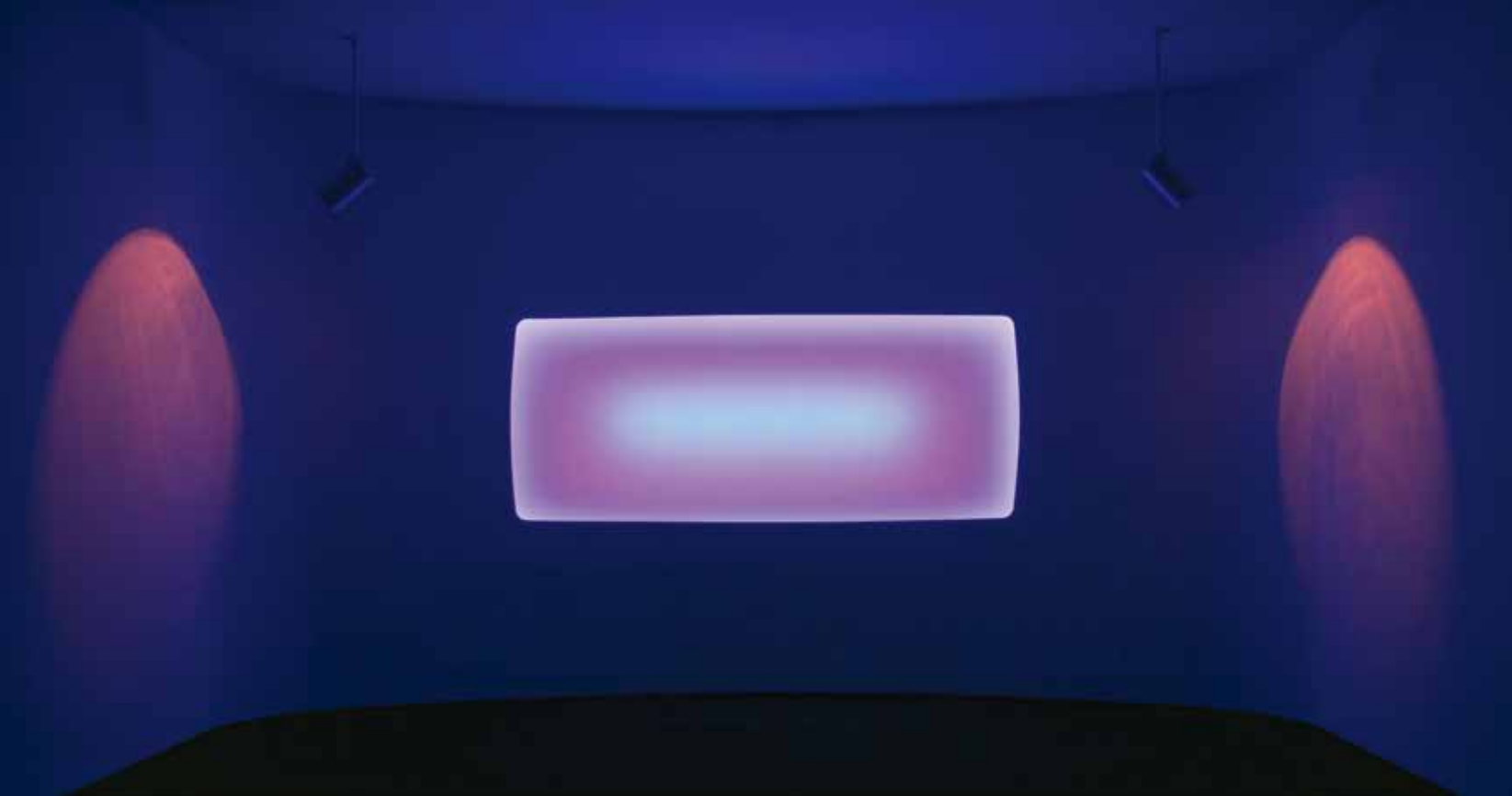
## Space ISU, 종이 위로 떠나는 랜선 갤러리 탐방

지난 5월 28일, 갤러리 '스페이스 이수'가 서울 반포동 이수그룹 본사 사옥 1층에 문을 열었다. 뉴노멀 시대와 함께 개관식을 치른 스페이스 이수는 전시의 본질로 돌아가 좋은 작품을 감상할 수 있는 공간에 포커스를 맞췄다. 어려운 상황 속에 문을 열었지만 향후 스페이스 이수는 보다 많은 사람들이 훌륭한 예술 작품을 접할 수 있는 공간으로 거듭날 예정이다. 현재 스페이스 이수에 전시된 작품들의 면면을 페이지 위에서 만난다.



스페이스 이수의 개관과 함께 진행되고 있는 <레조넌스(Resonance)>는 '빛과 반영', '반성', '반향'을 모티브로 기획된 전시다. 또한 전시의 기본으로 돌아가 의미 있는 감상을 위해 좋은 작품을 선별해, 작품이 주는 감동과 예술의 의미 그리고 더 나아가 감상의 가치에 대해 되새기고자 했다. 이번 전시에서 작품을 감상할 때는 두 가지를 눈여겨보아야 한다. 하나는 제임스 터렐, 메리 코스, 안젤라 블로흐가 작품을 통해 표현한 빛의 조형성이다. 또 다른 하나는 예술과 일상 혹은 미술과 디자인을 구분

하는 이분법적 잣대를 넘어 예술의 역할과 기능에 대해 던지는 본질적 질문이다. 토비아스 레베르거, 호르헤 파르도, 서도호의 작품에 바로 그러한 물음이 투영되어 있다. 스페이스 이수에 전시된 이 시대의 작가 6인의 작품을 소개한다.

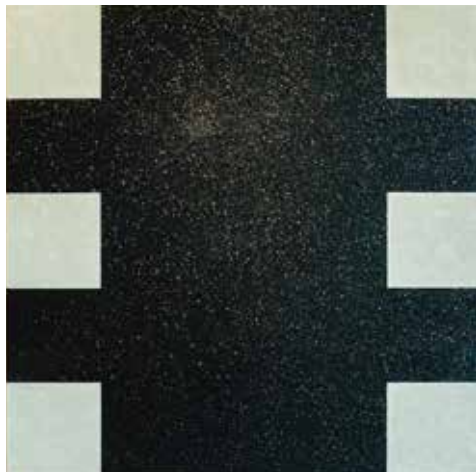


<Pelée>, Wide glass, 218×405×50cm, 2014

## James Turrell

‘빛의 미술사’라 불리는 미국 작가 제임스 터렐(James Turrell, b. 1943)의 2014년 작품으로 다채로운 색깔의 LED 패널이 스크린에 투사되는 ‘와이드 글래스’ 연작이다. 2시간 30분 동안 스크린에 비춰지는 100개의 컬러는 천천히 색깔이 바뀌며 어두운 공간을 부드럽게 채워준다.

제임스 터렐, 메리 코스,  
안젤라 블로흐는 작품을 통해  
빛의 조형성을 말하고 있다



<Untitled(Black Light Painting)>, Acrylic squares, glass microspheres, and acrylic on canvas, 274.3×274.3cm, 1975

## Mary Corse

1960년대 중반 캘리포니아에서 활동을 시작한 메리 코스(Mary Corse, b. 1945)의 작품. 작가는 이 작품에서 반짝이는 공업재료 글래스 마이크로스피어(glass microspheres)를 이용해 끊임없이 변화하는 평면적 추상 세계를 표현했다.

## Angela Bulloch

안젤라 블로흐(Angela Bulloch, b. 1966)의 ‘RGB 구(RGB Spheres)’ 연작 중 하나다. 하얀 벽 위에 빛의 삼원색인 빨강, 초록, 파랑색 조명이 들어오는 구 형태의 램프들이 각각 다른 속도로 어두워졌다 밝아졌다를 반복하며 협주를 펼친다.

<RGB Spheres III>, 17 polycarbonate spheres, lamps, lampholders, DMX-controller, dimming mechanisms 300×300×50cm, 2005







<The Postman Always Rings Twice-Sleeping Room Cabinet>, DF, acryl, wooden panel, television, DVD-player, DVD 241×160×67cm, 2004

<Killing Wife-Sleeping Room Cabinet>, MDF, acryl, wooden panel, television, DVD-player, DVD 190×188×55cm, 2004

## Tobias Rehberger

독일 작가 토비아스 레베르거(Tobias Rehberger, b. 1966)는 미술에서 건축까지 여러 영역을 아우르는 다채로운 작업을 하고 있다. 스페이스 이수에 선보인 그의 작품은 'Sleeping Room Cabinet' 연작. 컬러풀한 2개의 옷장 안에 설치된 각각의 DVD플레이어에서는 영화 <포스트맨은 벨을 두 번 울린다>와 <마누라 죽이기>가 재생되고 있다. 관람객들은 두 영화의 영상은 물론 소리도 들을 수 없으며, 단지 옷장의 문틈 사이로 새나오는 빛만 볼 수 있다.

토비아스 레베르거,  
호르헤 파르도, 서도호는  
작품에 예술의 역할과  
기능에 대한 본질적인  
질문을 담았다

## Do Ho Suh

한국의 작가 서도호(Do-Ho Suh, b. 1962)는 색다른 재료와 규모(scale)를 활용한 설치 작업을 통해 다양한 주제를 재치 있게 다루어 왔다. '청록교(Blue Green Bridge)'와 '도어매트: 웰컴(Door mat: Welcome)' 출입구나 복도 등 공공의 공간에 놓일 법한 두 작품은 작은 인형들로 윗부분을 채워 놓았다. 특히 '청록교'라는 작품은 이름 그대로 파란색과 초록색 인형들이 11m 길이의 다리 위를 빼곡하게 채워 관람객의 시선을 붙잡는다.



<Blue Green Bridge>, plastic figures, steel structure, polycarbonate sheets, 61×129.5×1137.9cm, 2000



<Door mat: Welcome (Green)>, Polyurethane rubber 30×254×127cm, 2000



<Untitled>, Lamp installation, PVC, lightbulbs, electricity, 2002

## Jorge Pardo

쿠바 출신의 호르헤 파르도(Jorge Pardo, b. 1963) 작가가 선보인 작품으로 실제 인테리어 조명으로 사용할 수 있을 정도로 실용적인 면모가 돋보인다. 7개의 램프로 구성된 이 작품은 복잡하면서도 유쾌한 디자인을 통해 관객에게 보는 즐거움을 선사한다.



톡·톡·톡  
사 이 다  
상 담 소

## 이수인들의 속 시원한 카운슬링

파란 하늘, 맑은 바람과 함께 가을이 찾아왔어요  
직장 혹은 사회나 가정에서 어렵게 느껴졌던 문제들을 명쾌하게 풀어 드립니다.  
이번호에는 사보 기자들이 상담을 의뢰해 왔는데요. 그들이 사이다 상담소를  
찾은 사연은 무엇인지, 카운슬링 토크에 귀 기울여 볼까요?

**Q**

주말에 집에 있다 보면  
한없이 게을러져 가까운  
시간을 그냥 흘려보내게  
됩니다. 특별한 시간 관리  
노하우가 있다면  
알려주실 수 있을까요?

김현주 대리  
(이수C&E 마케팅팀)

**A**

문정현 사원  
(이수화학 기술팀 기술2파트)



김현주 대리

평소에 항상 열정이 넘치는 편이고 취미 생활을 위해 외출도 자주 하는데, 반대로 집에만 가면 한없이 게을러져 침대에 누워 있을 때가 있어요.

문정현 사원

활동적인 성격이시라 외부에서 많은 시간을 소비하고 그 만큼 에너지도 많이 쏟으시는 거 같네요. 집에서는 사실 아무것도 안 하고 쉬고 싶은 마음이고요. 그죠?



김현주 대리

맞아요!! 혹시 퇴근 후나 주말에 시간을 알차게 보낼 수 있는 노하우가 있다면 알려주실래요?

문정현 사원

이렇게 해보면 어떨까요? 평소 즐겨 하는 활동에 소비되는 시간을 정리해보는 거예요. 특정 부분에 너무 많은 시간을 들이고 있지는 않은지, 반면 꼭 필요한 행동에는 시간이 적게 부여되고 있지 않은지 말이죠.



김현주 대리

좋은 방법인 것 같아요. 평일에도 그렇지만 주말이 지나고 나면 책을 읽는 것도 아니고 청소도 못했다는 생각이 들어 '아차' 싶을 때가 종종 있거든요.

문정현 사원

요즘 같은 시기에는 외부 활동 몇 가지는 집에서 해보는 것도 좋을 것 같아요. 예를 들어 홈 캠핑, 홈 파티, 홈 트레이닝처럼 혼자든 물론 여럿이 함께 할 수 있는 활동들 말이에요. 사소한 것 부터 실천하다보면 밖에서든 집에서든 균형감 있는 생활을 유지할 수 있을 거예요 ^^



김현주 대리

좋은 방법 같아요. 하나씩 실천해 봐야겠네요.

문정현 사원

여기서 포인트가 있습니다. 계획하고, 지키는 것에 대한 압박에서 자유로워지는 거예요. 계획은 그저 실천을 위한 도구일 뿐이라고 가볍게 생각하시는 게 어떨까요?



김현주 대리

생각해보니 그러네요. 정해진 시간에 무엇을 해야겠다는 강박관념을 버리고 계획과 활동의 밸런스를 조절해간다면 일상생활 관리에 효과적일 것 같아요~

Q

만약 시간을 거슬러 올라가 신입사원 시절로 돌아갈 수 있다면, 반드시 해보고 싶은 일로 무엇을 꼽으시겠어요?

박수영 대리  
(이수엑사캠 영업3팀)



박수영 대리

날씨가 선선해진 탓인지, 예전 추억들이 생각나곤 하는데요. 요즘은 부쩍 신입사원 때가 떠오르더라고요. 차장님께서는 만약 신입사원으로 돌아간다면 '이것만은 꼭 해봐야지' 하는 것 있으세요?

강필구 차장



해외여행이 아닐까요. 아마 저와 비슷한 세대의 사람이라면 단연 1위일 것 같습니다. 해외여행을 실행에 옮기기가 쉽지 않았던 시절이어서 더욱 그렇게 느껴요. 그 때는 왜 그리 어렵게 느껴졌는지 모르겠어요. 부담되는 여행 경비와 낯선곳에 대한 막연한 두려움 때문이었을까요?



박수영 대리

코로나19 전까지의 상황이긴 하지만요. 확실히 요즘은 해외여행이 전보다 훨씬 쉬워진 것 같아요. 저가 항공사들도 많이 늘어나고 여행정보 얻기도 쉬워진 것 같아요.

강필구 차장



그렇죠. 요즘 밀레니얼 세대들이 전혀 두려움 없이 여행 계획을 짜고, 현지에서 알차게 시간을 보내는 것을 보면 신기하고, 놀라기까지 합니다. 이게 바로 세대 차이인가요?



박수영 대리

밀레니얼은 최근 많이 회자되고 있는 '워라밸'이라는 말이 일상화 되어서 더 그런 것 같아요.

강필구 차장



그래서 신입사원 때 못했던 해외여행을 지금이라도 해보고자, 4년 전부터 1년에 한 번씩 해외여행을 가고 있습니다. 물론 아이들과 함께 말이죠. 아이들이 낯선 환경에도 곧잘 적응하고, 새로운 음식이나 문화를 경험하는 일이 정말 소중하게 느껴져 뿌듯하네요. 저와 아내에게도 삶에 활력소가 되고요.



박수영 대리

세상이 바뀌는 만큼 가치관도 빠르게 변하고 있는 것 같아요. 아마도 밀레니얼 이후의 아이들은 해외여행이 지금보다도 훨씬 쉬워지겠죠 ^^

강필구 차장



처음엔 워라밸이라는 말이 생소하더라고요. 매체에서 자주 다루지는 데다, 팀원들과 자주 얘기를 나누다보니 이해가 잘 되더라고요. 그래서 팀원들의 워라밸을 적극 지지하고 존중합니다. 또한 그것이 상사로서의 미덕이라고 생각하고요. 코로나19가 하루 빨리 종식되어 다시 해외여행을 자유롭게 갈 수 있는 날이 왔으면 좋겠습니다~

A

강필구 차장  
(이수페타시스 마케팅팀)

Q

얼마 전 옥상에 텃밭을 마련하고 어설프지만 작물을 가꾸기 시작했습니다. 그런데 무엇을 어떻게 해야할지 막막하기만 하네요.

김슬기 사원  
(이수엑사보드 인사총무팀)



김슬기 사원

안녕하세요.부장님^^ 초보 농부 김슬기 사원입니다. 옥상에 개인 텃밭을 마련해서 작물을 심고 가꾸려고 하는데요. 무슨 작물을 어떻게 키워야 할지 막막한 느낌입니다.

손영우 부장



와우~ 먼저 농부의 길에 입성한 것을 진심으로 축하드립니다. 짹짹!!



김슬기 사원

감사합니다! 농사에 관해서는 전문가시라고 들었는데 노하우 전수 좀 부탁드립니다 될까요? ㅎㅎ

손영우 부장



작물은 살아있는 생명체이므로 정성을 다해서 키우는 게 가장 중요하답니다. 작물의 생장에 가장 큰 영향을 미치는 건 물주기와 벌레 제거 그리고 좋은 토양입니다. 물주기는 해가 없는 시간에 땅이 충분히 젖을 정도로 등뺍 줘야 합니다. 지나치게 물을 정도로 많이 줘도 괜찮습니다. 흙이 마르지 않고 퇴비의 유실도 막아 주려면 비닐로 덮어 주는 것도 좋은 방법이에요.



참 그리고 땅속 벌레를 퇴치하기 위해선 파종이나 모종 전에 퇴비와 분사를 혼합하여 살포하는 것도 좋습니다. 또 몸에 좋은 유기농을 위해서 농약 사용은 하지 않는 게 좋겠죠. 사진 참고하시면 조금 더 이해하기 쉬울 것 같아요 ㅎㅎ



김슬기 사원

네네~ 지금 이 계절에는 어떤 작물을 심는 것이 좋을지도 알려 주시면 정말 감사하겠습니다!!

손영우 부장



요즘 많이 심는 작물로는 김장을 대비한 배추와 무 그리고 쪽파를 추천합니다. 배추는 모종, 무는 띄엄띄엄 파종을 하는 것이 편하고, 쪽파 모종은 대충 심어도 잘 자랍니다. 배추밭에 막걸리와 참기름을 섞어 뿌리면 벌레 퇴치에 효과가 있습니다.



김슬기 사원

도무지 감을 잡을 수가 없었는데 이렇게 중요한 포인트만 콕콕 집어 설명해 주시니 귀에 쏙쏙 잘 들어오는 것 같아요.

손영우 부장



농사는 뿌린 만큼 거두는 게 아니고 가꾼 만큼 거둔다는 사실을 명심해야 해요. 시행착오는 있었지만 인내심을 가지고 하니물 해결하다 보면 어느새 멋진 농부가 되어 있을 겁니다. ^^

A

손영우 부장  
(이수건설 외주팀)



# 맛있는 가을 홈카페 도전해 볼까?

삼삼오오 카페에 모여 수다를 떨거나 차맥으로 스트레스를 해소하는 대신 집콕의 시간이 점차 늘어가면서 아예 집을 카페처럼 이용하는 사람들도 폭발적으로 증가하는 추세다. 방이나 거실, 베란다를 카페처럼 꾸미고 드리퍼와 서버 같은 커피 드립 도구 혹은 캡슐 커피머신을 구입하는 등 집안을 카페로 만드는 이른바 '홈카페족'들이 늘어나고 있는 것. 커피와 함께 달콤, 상큼한 홈카페 메뉴를 준비해서 가을이라는 계절에 낭만 한 스푼 더해 볼까?

글·사진\_ 장진영(<재미있고 맛있는 15분 캠핑요리> 저자)



※ 이번호부터 모든 이수인이 집에서 다양한 취미생활을 즐길 수 있도록 홈클래스 코너를 신설합니다. 코로나19로 인해 이수가족이 직접 참여하는 취미생활은 잠시 쉬어갑니다.

## 오렌지 바닐라 커피

핸드드립 커피 그 자체만으로 따뜻한 가을을 즐길 수 있지만 오렌지 슬라이스와 바닐라 시럽을 더하면 달콤, 향긋한 이색적인 커피로 재탄생하게 된다. 오렌지는 신선한 것 혹은 말린 것 어느 쪽을 사용해도 무방하다.

**Tip.** 냉장고에 식혀 차갑게 즐겨도 좋다.

### 재료



# Orange Vanilla Coffee



1\_ 원두를 갈아 핸드드립 커피를 내린다



2\_ 오렌지 슬라이스와 바닐라 시럽을 넣어서 완성



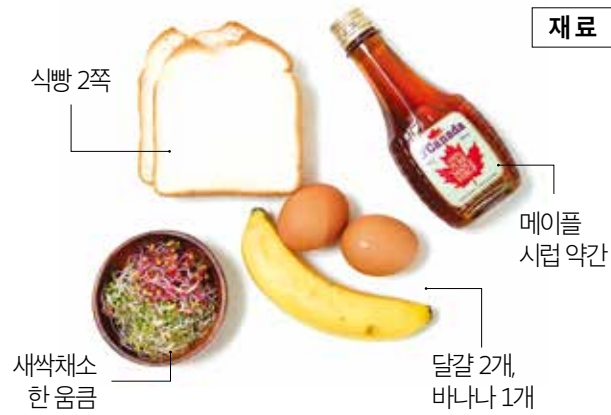
## 프렌치 바나나 토스트

달걀물 입혀 구워낸 식빵은 브런치의 고전이라 할 수 있다. 여기에 달콤함을 더하고자 스윗한 바나나를 올렸다. 새싹채소와 메이플 시럽까지 더하면 브런치로도 손색없는 프렌치토스트가 완성!

**맛 tip.**

바나나를 구워서 올리면 단맛이 더 강해진다.

## French Banana Toast



1\_ 달걀을 풀어 식빵을 적신다



2\_ 식빵을 팬에 노릇하게 굽는다



3\_ 바나나를 썰어 올리고 새싹 채소로 마무리

## 리코타 치즈 샐러드

부드러운 식감, 새콤한 맛의 리코타 치즈는 어느 재료와도 잘 어울린다. 풍성한 샐러드 채소 위에 연한 리코타 치즈를 버무렸고, 토마토와 견과류를 올려 씹는 재미까지 더했다. 여기에 빵을 곁들인다면 한 끼 식사로도 충분하다!

**맛 tip.**

리코타 치즈는 단단한 것과 부드러운 것 두 가지가 있는데 단단한 리코타 치즈는 토마토와 궁합이 잘 맞아 카프레제 샐러드로도 변신 가능하다.



## Ricotta Cheese Salad

**재료**



1\_ 토마토는 깍둑썰기하고 견과류는 잘게 다진다



2\_ 접시에 채소, 토마토, 리코타 치즈를 담고 견과류와 드레싱을 올려 마무리

## 이수시스템 HR사업팀 과감한 실행력과 끈끈한 팀워크로 HR솔루션 시장을 개척하다



기업을 위한 인사관리 솔루션을 제공하고 있는 이수시스템 HR사업팀은 올해 상반기 전년대비 120%의 매출액을 달성하며 순항중이다. 코로나19라는 예측 불가의 난관 속에서도 이 같은 성과를 이루어 낸 비결은 빠른 판단과 실행력에서 기인한다. 업무 미팅이 형식적으로 끝나는 것이 아니라 논의를 통해 도출된 내용을 실행에 옮긴 뒤 긍정적인 부분은 더욱 장려하고 잘못된 부분은 보완해서 다시 실행하는 자세는 매년 성장할 수 있는 원동력이 되고 있다.

※ 해당 콘텐츠는 코로나19 감염 예방수칙을 준수하며 안전하게 촬영되었습니다.



이수시스템 HR사업팀은 국내 여러 기업의 임직원에게 다양한 인사 서비스가 제공될 수 있는 HR솔루션을 제공한다

이수시스템 HR사업팀은 국내 여러 기업의 임직원들에게 다양한 인사(human resources) 서비스가 제공될 수 있도록, 그 기반이 되는 인사관리 솔루션을 중심으로 사업을 진행해 나가는 팀이다. 해당 기업에 제공되는 HR솔루션은 보통 임직원들의 채용에서 퇴직까지 전 과정을 프로세스화하고 그에 따른 성과와 보상, 육성 등을 관리 할 수 있는 기능을 제공한다. 이에 따라 이수시스템 HR사업팀은 영업, 프로젝트 수행, 유지보수 3개의 파트로 구성이 되어있다.

우선 솔루션 영업 파트는 HR시스템 도입을 희망하는 기업의 인사 담당자 혹은 IT 담당자들과 미팅을 통해 해당 기업의 비즈니스를 구체화하는 역할 그리고 기존 고객과의 지속적으로 소통을 이어가는 창구 역할을 하고 있다.

프로젝트 수행 파트는 영업을 통해 수주한 각 고객사의 요구사항에 대한 컨설팅 및 커스터마이징을 통해 최적의 시스템을 구축하게 된다. 무엇보다 고객사의 요구사항을 정확하게 이행하는 것이 중요하기 때문에 프로젝트의 진척도를 체크해 완성도를 높이는 것이 중요하다.

유지보수는 수행 파트에서 구축한 시스템을 안정적으로 운영하면서 변경되는 정책들을 유연하게 적용해야 한다. 따라서 유지보수 담당자들은 시시각각 변화하는 근무환경과 기업의 제도에 맞추어 발 빠르게 대응하고 있다.

### 연이은 대형 프로젝트 수주로 매출액 120% 달성

이수시스템 HR사업팀은 올해, 팀이 생겨난 이래로 가장 많은 대형 프로젝트(MG새마을금고중앙회,



이수시스템 HR사업팀은 국내외 약재 속에서도 전년 대비 120%의 목표를 달성했다.

한국투자증권, 오투기 등)를 수주하고 수행했다. 이에 따라 코로나19라는 약재 속에서도 매출액은 전년대비 120%를 달성하며 현재까지 순항하고 있다. 또한 구축과 유지보수 모든 분야에서 고객 만족을 최우선 과제로 설정해 수행한 결과 시장에서 이수시스템 HR솔루션의 위상 및 평판도 점차 좋아지고 있다.

물론 이러한 과정이 결코 쉽지 않은 않았다. 우선 외적으로는 코로나19로 인해 업무 진행에 많은 어려움이 있었다. 고객과의 커뮤니케이션이 주된 업무인데다 한정된 시간으로 인해 근무환경에 제약이 발생했고, 실무자 간 대면 기회마저 줄어들면서 동일한 업무를 진행해도 과거에 비해 보다 많은 시간이 요구되는 상황에 직면했기 때문이다.

내적으로는 솔루션의 품질 관리가 가장 중요한 이슈였다. 솔루션의 안정성과 확장성의 확보가 사업의 성공을 담보한다는 공감대를 팀원 전체가 갖고

있는 만큼 현재 다양한 프로젝트 현장에서 쏟아지는 이슈를 중앙에서 수집하여 정리하고 이를 HR솔루션 제품에 녹여내는 표준화 관리를 진행 중이다.

**매출 신장의 비결은 빠른 피드백과 끈끈한 팀워크**

어려운 상황 속에서도 120%의 성과를 달성할 수 있었던 이유는 팀원들의 적절한 대응 덕분이다. 민첩한 상황 판단과 결단력을 바탕으로 고객들의 불편사항이 무엇에서 기인했는지 인터뷰와 현장 점검을 통해 분석하고 해결책을 제시하는 능력이 빛을 발한 것이다. 유지보수에 있어서도 빠른 피드백으로 고객의 만족도를 끌어올릴 수 있도록 노력했다.

이러한 결과를 위해서는 끈끈한 팀워크가 매우 중요한 역할을 한다. 때문에 이수시스템 HR사업팀은 소속감이나 구성원들 사이의 결속력 유지에 중점을 두고 있다. 팀 내에서 가장 큰 업무 중 하나인



이수시스템 HR사업팀의 동료애는 빼놓을 수 없는 큰 장점이다.



HR시스템 구축 프로젝트는 고객사 현장에서 수행하게 되는데 해당 업무를 진행하는 팀원들은 6개월에서 길게는 1년 가까운 기간을 외부에서 생활해야 하기 때문에 팀워크의 사각지대에 놓일 수 있다. 이를 방지하기 위해 되도록 자주 팀원들이 소통하는 기회를 만들기 위해 노력하고 있다.

이수시스템 HR사업팀 구성원들의 동료애 역시 빼놓을 수 없는 큰 장점이다. 하나의 솔루션을 중심으로 공동의 목표를 향해 달려가는 업무의 특성상 깊은 유대감을 바탕으로 서로에 대해 배려하고 존중하며 업무에 임하기 때문이다. 또한 프로젝트나 유지보수 파트는 경쟁구도가 아닌 상호 보완적인 관계로 각자의 역량 안에서 서로의 결핍을 메꾸며 함께 성장하고 있다.

**국내 HR솔루션 시장에서 달라진 위상**

이수시스템 HR사업팀은 고객사에서 많은 비용을

들여 솔루션을 도입하고 투자한 효과를 피부로 직접 느낄 때 가장 큰 보람을 느낀다. 지난해 솔루션 구축을 완료한 고객사의 인사팀장이 직접 전화를 걸어와 감사의 마음을 전달한 것을 좋은 사례로 꼽을 수 있다. 해당 고객사는 이수시스템 HR사업팀의 인사관리 솔루션을 도입하고 나서 수작업, 자료 추출, 보고서 작성 등의 분야에서 많은 비용과 시간을 절감할 수 있었다. 더불어 해당 고객사의 담당자들은 솔루션 도입으로 절감한 시간을 보다 가치 있는 업무에 쓸 수 있게 되었다고 하니 이보다 더 모범적인 사례는 없을 것이다. 이는 업계의 인사담당자 모임을 통해 회자되어 이수시스템 HR솔루션에 대한 이미지가 좋아지는 결과를 낳기도 했다.

그러나 무엇보다 고무적인 소식은 이수시스템 HR사업팀의 국내 HR솔루션 시장 내 입지가 튼튼해졌다는 점이다. 업계의 후발 주자로 상위 업체들을 뒤따르던 입장에서 벗어나 지금은 경쟁사들을 하나

둘 추월하는 단계에 접어들었다. 업계에서의 브랜드 파워 역시 점차 좋아지고 있다. 덕분에 팀원들도 업무 수행에 자부심을 느끼고 있다. 코로나19에 위축되지 않는 능동적인 자세 역시 주목할 만한 점이다. 온라인 세미나가 그 대표적인 예라 할 수 있다. 이수시스템 HR사업팀에서는 매년 고객사의 연말정산 업무 담당자를 초청해 오프라인

세미나를 진행해왔으나 현재 코로나19로 인해 제한된 공간에 다수의 사람들이 모이기가 어려운 상황이다. 이에 따라 온라인 세미나를 계획 중이며 현재 진행 방식에 대해 구체적인 논의가 오가고 있다. 처음 시도해 보는 세미나 방식이지만 그간 진행해 오던 오프라인 세미나와 견주었을 때 부족함이 없도록 준비에 만전을 기하고 있다.

**이수시스템 HR사업팀(총 28명)**

권덕우 팀장, 김현중 부장, 최범수 부장, 최인철 부장, 한덕희 부장, 고승한 차장, 봉하익 차장, 서명석 차장, 문경준 과장, 서지혜 과장, 조선구 과장, 황선백 과장, 김세운 과장, 김명준 대리, 김정우 대리, 김찬수 대리, 김현준 대리, 노광욱 대리, 배정민 대리, 이송아 대리, 이재경 대리, 정민욱 대리, 정원석 대리, 최영민 대리, 피지훈 대리, 최귀영 사원, 김태완 사원, 박문순 사원

**Leader's Message**

권덕우 팀장(이수시스템 HR사업팀)



저에게 있어 우리 팀을 이끄는 가장 중요한 가치는 '기본에 충실하자'입니다. 모든 분야에서 기본기가 잘 갖춰진 사람은 좋은 환경에서 더욱 더 크게 성장할 수 있고, 어려운 환경 속에서도 흔들리거나 쉽게 무너지지 않기 때문이죠. 다소 시간이 걸리더라도 기본기로 잘 다져진 팀과 조직의 힘이 향후 이수시스템 HR사업팀이 성장해 나갈 수 있는 가장 중요한 요소라고 생각합니다. 현재에 만족하지 않고 더욱 발전하고 성장할 수 있는 방법이 무엇인지 함께 고민하고 실행해 우리 팀뿐만 아니라 구성원들 각자가 최고가 될 수 있도록 노력하는 미래를 꿈꾼다면 더 바랄 것이 없을 것 같네요. 이 자리를 통해 전국 각지의 현장에서 팀의 목표를 위해 각자의 역할을 묵묵히 수행하고 있는 팀원들에게 감사의 마음을 전하고 싶습니다. 올해 결혼을 했거나 예정인 팀원들에게도 당부의 말을 전합니다. 코로나19로 예식 문화에 많은 변화가 있었지만 가정이 주는 안정감과 책임감은 자신을 더욱 성장시키고 단단하게 만들 겁니다. 결혼을 다시 한번 축하합니다.

**이수타그램**



남소정 대리(이수앱지스 연구기획팀)



**행복주택이 주는 소소한 행복**

회사 건물 정문부터 시작되는 좁은 길의 끄트머리에 거대한 회색 가림막이 생긴 지 1년이 훌쩍 넘었습니다. 올해 여름이 끝나갈 때쯤, 드디어 가림막이 철거되고 행복주택이 모습을 드러냈습니다. 판교테크노밸리 특유의 무채색 통유리 건물의 미학도 좋지만, 출근길에 행복주택 정면의 알록달록한 발코니들을 보며, 북유럽 여행 때 보았던 아파트가 생각나서 괜히 기분이 좋아집니다. 행복주택은 작은 공원과 맞닿아있는데, 그 공원이 처음부터 행복주택 바로 옆에 있던 것처럼 잘 어울려 놀랐습니다. 입주가 시작되면 지금과는 또 다른 새로운 느낌으로 바뀌겠지요. 그 전까지 새 건물이 주는 분위기를 마음껏 즐기기 위해 조금 더 자주 행복주택으로 산책하러 나갈 것 같습니다.

#판교테크노밸리 #이수건설 #알록달록 #행복주택 #산책





김태호 사원(이수엑사보드 인사총무팀)

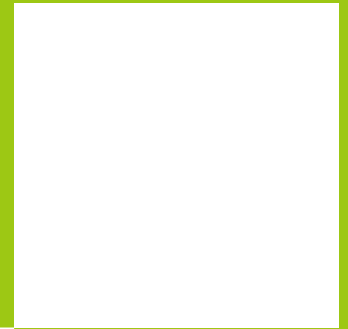


### 시작과 끝이 공존했던 어느 여름날

어느 무더웠던 여름날, 오랫동안 살았던 옛집을 떠나 이사를 했습니다. 열심히 집을 정리하다가 잠시 나갔던 새집 근처에서 오늘 하루 뜨겁게 달아올랐던 태양이 사라지는 것을 한참 동안 바라보았습니다. 새로운 환경 속에 살아가야 한다는 낯선 부담감과 고단했던 하루의 끝에서 앞으로 다가올 미래에 대한 각오를 다지며 새로운 기운을 충전해 돌아왔습니다. 앞으로 살면서 문득 힘들고 어려운 일로 좌절 할 때마다 오늘처럼 삶에 대한 새로운 의지를 다잡아 보려고 합니다. 여름이 지나간 자리에 가을이 찾아오고, 또 다시 겨울이 찾아오겠지만 새로 동지를 튼 이 곳에서 처음 느꼈던 바다 냄새와 여름 향기를 잊지 못할 것 같습니다. 내년 여름, 다시 이곳에 돌아와 지난날을 되돌아보며 저의 앞날도 그려나가 보겠습니다.

#이사 #새로운시작 #에너지충전 #지난여름날

OUT  
SIDE



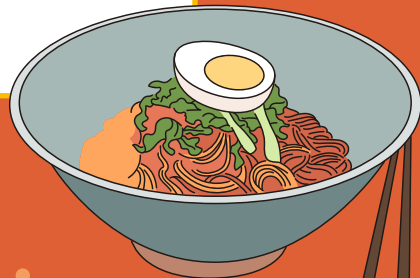
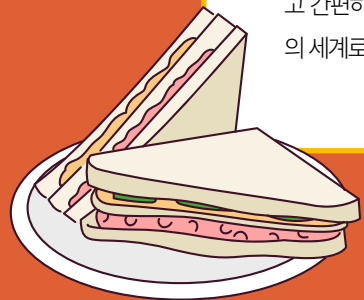
#### 독자 여러분의 사진을 받습니다

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



## 짜파구리에서 마크정식까지 2020년 우리들의 최애 먹거리

기나긴 집콕생활 속에서 매일 비슷한 배달음식을 시켜먹는 것조차 지쳤을 때, 맛도 비주얼도 독특한 별미는 사람을 행복하게 만든다. 행복 호르몬이라 불리는 세로토닌의 대부분이 위장에서 분비된다고 하지 않던가. 몸에 이롭거나 맛있는 음식을 먹을 때 행복을 느끼는 것도 이러한 이유 때문이다. 코로나 블루라는 신종 우울증을 지혜롭게 극복하려면 무엇보다 우선 입이 즐거워야 하는 까닭을 여기서 찾을 수 있다. 영화 <기생충>이 촉발시킨 이색 먹거리 열풍의 주인공 짜파구리에서 편의점 표 식재료를 조합해 만든 마크정식이나 사리곰탕 만두국 그리고 간편하게 즐기는 밀키트까지. 2020년을 빛낸 최애 먹거리의 세계로 초대한다.



근로채널을 담은 영화 <기생충> 속 짜파구리

### 짜파구리, 미술랭 레스토랑의 식탁에 오르다

연초부터 큰 화제를 몰고 왔던 먹거리는 간편식의 대명사인 라면이었다. 라면의 변종 메뉴인 짜파구리는 사실 마트에서 쉽게 구입할 수 있는 짜파게티와 너구리를 섞어 만든 음식으로, 스프의 혼합 비율에 조리법의 핵심이 숨겨져 있다. 짜파게티 스프 1봉지를 넣을 경우 너구리 스프는 ½봉지만 넣어야 특유의 고소하면서도 매콤한 맛을 재현할 수 있기 때문. 이러한 레시피 덕분에 짜파구리는 이미 오래전부터 소비자들 사이에서 별식으로 알려져 왔다. 짜파구리는 몇 년 전부터 간간히 TV 예능 프로그램에 등장하다가 올해 초 영화 <기생충>이 아카데미 시상식에서 4관왕의 타이틀을 거머쥐면서 그 수요가 폭발적으로 증가하기 시작한다. 영화 속에서 빈부격차를 상징하는 절묘한 영화적 장치로 등장했기 때문이다. 이후 전 세계적인 <기생충> 신드롬은 짜파게티와 너구리의 매출을 무려 60%나 뛰게 만들었다. 게다가 인기 유튜버들까지 짜파구리 먹방을 콘텐츠로 내세우면서 한국의 짜파구리 열풍은 해외로 이어진다. 미국 뉴욕의 어느 미술랭 레스토랑에 짜파구리가 정식 메뉴로 등장할 정도였다. 결국 짜파구리는 올해 4월 정식 제품으로 출시되면서 해외 수출까지 시작했다. 또한 제조사의 상반기 영업이익은 전년 대비 무려 405%나 성장하며 K푸드의 위엄을 과시했다.

### 우리 동네 편의점에서 발견한 소확행

짜파구리처럼 기존의 제품을 자신만의 방법으로 변형해 조리하는, 이른바 모디슈머(Modisumer = Modify + Consumer)의 아이디어가 가장 빛을 발하는 곳은 편의점이다. 게다가 최근 편의점은 코로나19로 인해 대중으로부터 더욱 호응을 얻고 있다. 사람 많은 식당이나 빠른 배달음식을 대신할 간편식은 물론 기발한 조리법으로 완성할 수 있는 요리 재료들을 동네 편의점에서 언제든지 쉽게 구할 수 있기 때문이다.

그 중에서도 \*마크정식, 사리곰탕 만두국, 오감자 치즈 후라이 등은 SNS에서 '편의점 꿀조합'같은 해시태그가 달리며 자주 회자된다. 이미 몇 년 전 한 차례 유행했던 이 메뉴들은 편의점에서 판매하는 간편식들의 조합을 통해 상상 밖의 새로운 맛을 창조해 냈다.

우선 마크정식은 컵 떡볶이와 컵 스파게티, 프랑크 소시지, 스트링 치즈, 모짜렐라 치즈 등이 주재

\* 아이돌 그룹 갓세븐의 멤버인 마크를 알리기 위해 팬이 만든 편의점 레시피



컵라면과 과자 등 편의점에서 쉽게 구할 수 있는 재료를 조합해 창조한 먹거리는 꾸준한 인기를 모으고 있다



로다. 우선 스파게티와 떡볶이를 조리법에 따라 익혀준 뒤 한데 섞는다. 다음에는 소시지를 얇게 썰어 올리고 그 위에 모짜렐라 치즈를 뿌리고 마지막으로 스트링 치즈를 예쁘게 얹은 뒤 치즈가 녹을 때까지 전자렌지에 돌려주면 된다. 먹기 전에 컵 속의 내용물을 비비듯 섞으면 칼로리와 맛의 끝판왕 마크정식이 완성된다. 사리곰탕 만둣국은 이름에서 유추할 수 있듯 전자렌지로 데운 만두를 사리곰탕 컵라면에 넣어 먹는 매우 간단한 메뉴다. 늦은 밤 혹은 주말 새벽에 진한 곰탕 국물에 끓여낸 만두국이 갑자기 생각난다면 지금 당장 편의점 앞으로 돌진해볼까? 만두는 기호에 따라 물만두 혹은 교자만두나 김치만두 등 원하는 종류의 만두를 첨가하면 된다. 마지막 메뉴인 오감자 치즈 후라이는 오감자와 스트링 치즈 단 두 가지 재료만으로 만들 수 있는 초간단 간식이다. 접시에 오감자 스낵을 적당량 덜어 놓은 뒤 스트링 치즈를 세로로 잘게 찢어 위에 올려주면 맛있는 술안주가 탄생한다.

### 연휴 앞두고 불티나게 팔렸던 밀키트

평소 요리계의 흠손이라 놀림 받던 사람이라도 이것 하나면 칭찬받을 수 있다. 흔히 밀키트(Meal kit)라고 불리는 HMR(Home Meal Replacement)을 이용하면 5~10분 만에 똑똑 고깃집에서 맛보았던 진한 된장찌개 혹은 캠핑장 인기 메뉴로 손꼽히는 밀피유나베와 감바스가 만들어진다. 실제로 밀키트는 싱글족이나 신혼부부 같은 1~2인 가구를 중심으로 큰 인기를 하고 있다. 지난 4월 부처님 오신 날과



1~2인 가구를 중심으로 큰 인기를 모으고 있는 밀키트

5월 어린이 날 그리고 8월 광복절 연휴를 앞두고 밀키트의 판매량이 급증했던 점이 이를 증명하고 있다. 또한 유례없이 길었던 장마철에 사람들이 외식 대신 선택한 대안이 밀키트였다는 보도는 HMR 시장이 우리나라에서 이미 단단하게 입지를 다졌다는 사실을 알게 해준다. 밀키트가 이처럼 큰 인기를 얻고 있는 것은 깨끗하게 손질된 식재료를 1~2인이 먹을 수 있는 양으로 판매하기 때문이다. 식재료를 세척해서 끓이

거나 익히면 바로 먹을 수 있을 정도로 조리법도 간단할 뿐 아니라 맛도 괜찮아 소비자들에게 후한 점수를 받고 있다. 이마트가 발표한 자료에 따르면 지난 7월 1일부터 8월 6일까지의 밀키트 매출이 82.7%나 증가했다고 한다. 인파를 피해 캠핑장에 나가거나 가족끼리 오붓하게 저녁식사를 즐길 때도 밀키트 몇 가지만 준비하면 합리적인 비용으로 다양한 먹거리를 맛볼 수 있으니 당연한 현상일 것이다.



## ‘구독’ 어디까지 해봤니? 소유에서 경험으로, 구독경제의 시대

영화와 음반을 수집하던 컬렉터의 시대가 저물고, 바야흐로 구독경제의 시대가 도래하고 있다. 디지털 네트워크가 이미 구독경제의 질주를 위한 고속도로를 깔아줬다면, 코로나19는 이 새로운 형태의 소비문화를 순식간에 우리 일상 속으로 끌어들이고 있다. 과연 구독경제는 우리의 일상을 어떤 방식으로 바꿔나가고 있을까.

글 정덕현(칼럼니스트)



### 넷플릭스에서 멜론까지, 콘텐츠에 깃든 경험의 소비

구독경제(subscription economy)라는 단어는 어딘가 모르게 낯설게 느껴진다. 사실 구독은 우리에게 이미 오래 전부터 익숙했던 소비 방식 중 하나였는데도 말이다. 예를 들어 아직까지 과거의 배달 방식이 유지되고 있는 신문, 잡지, 우유 같은 상품들을 우리는 정기적으로 ‘구독’해서 소비해왔다는 사실에 대해서는 부연 설명이 필요 없을 것이다. 그런데 최근 들어서 굳이 ‘구독경제’라는 다소 거창한 용어가 등장하게 된 것은 이 소비문화의 변화가 일부 상품들에 국한되지 않고 우리 일상 전반에 광범위하게 확산되고 있어서다. 가장 피부에 와 닿는 구독경제의 사례는 넷플릭스나 왓챠, 멜론이나 벅스 같은 디지털 콘텐츠 소비의 변화가 아닌가 싶다. 과거에는 영화를 보려면

극장에 가거나, DVD를 구매하는 일이 당연했지만 이제는 굳이 그럴 필요가 없어졌다. 원하는 영상 스트리밍 서비스에 가입해 월정액을 지불하면 보고 싶은 콘텐츠들을 무한정 볼 수 있으니 말이다. 음악도 마찬가지다. 레코드판이나 CD를 구입하던 음반의 시대가 저물고, 음원을 구독하는 ‘디지털 음원’이 시장을 주도하는 방향으로 판도가 완전히 바뀌었다. 여기서 주목해야 할 점은 소비를 하기 위해 소유해야 했던 과거의 방식이 더 이상 유효하지 않다는 사실이다. 소유하지 않아도 일정 기간 비용을 치르고 경험하는 방식으로 전환되었다는 점이다.

이러한 구독경제 방식의 콘텐츠 소비는 기존 산업에도 지각변동을 일으켰다. 영화라는 콘텐츠를 소비하던 극장과 바로 그 콘텐츠를 공급하던 영화 제작사들이 구독 서비스를 제공하는 플랫폼에게

주도권을 내어주고 있기 때문. 넷플릭스가 600억 원의 제작비를 투자해 만들었던 봉준호 감독의 <옥자>는 이러한 연유로 극장산업으로부터 반발을 불러일으키기도 했다. 따로 배급이 필요치 않은 플랫폼이 극장에 위기감을 주고 있어서다. 해외 유수의 영화 시상식 관계자들 또한 넷플릭스가 제작한 영화를 수상 대상에 포함시킬 것인가를 두고 첨예한 논쟁을 벌인 것도 그 때문이다. 하지만 구독 방식의 영화 소비가 일반화되면서 이러한 갈등은 점차 사라지고 있다. 게다가 코로나19로 인해 극장을 찾는 관객들이 급감하면서 영화 제작자들은 넷플릭스 같은 OTT(온라인 동영상 서비스)를 통한 글로벌 상영을 대안으로 받아들이기 시작했다. 드라마나 음악 역시 구독 방식의 디지털 플랫폼이 등장하면서 소비의 형태가 달라졌다. 본방사수가

국룰이던 드라마 소비는 이제 OTT를 통한 ‘몰아보기’ 방식으로 바뀌고 있으며, 톱100 차트에 맞춰 소비되던 음악은 이제 개개인의 파편화된 취향에 맞는 선택적 소비로 변화하는 추세다. 이러한 변화가 가능해진 건 디지털 콘텐츠에 깃든 ‘개인화 서비스’ 덕분이다. 수많은 구독자들의 선택에서 도출된 빅 데이터를 기반으로 취향에 맞는 비슷한 콘텐츠들을 추천하는 알고리즘은 현재의 디지털 구독경제가 갖는 서비스의 특징을 분명하게 보여준다. 가능한 오랫동안 소비를 하도록 만드는 ‘구독경제’의 특징을 유지하려면, 구독자가 계속 소비를 할 수 있도록 그들의 취향에 딱 맞춘 서비스들이 지속적으로 동반되어야 한다는 것. 다시 말해 구독경제는 상품이 아닌 서비스를 판매하고 있다는 의미다.



### 다양한 영역으로 퍼져나가는 구독경제

구독경제는 디지털 콘텐츠 소비에 그치지 않고 다양한 영역으로 확대되고 있다. 구독경제의 대상으로 주목받고 있는 분야는 지속적인 소비를 할 수 밖에 없는 품목들이다. 셔츠, 양말, 생리대, 면도날 같은 생필품은 물론 소유의 개념이 강했던 자동차도 구독경제의 영역으로 편입되고 있다.

뉴노멀 시대를 불러온 코로나19의 대유행은 이제 막 태동하기 시작한 구독경제 열풍에 기름을 부은 격이다. 간편식 시장의 성장이 그 대표적인 사례다. 집에서 생활하는 시간이 점점 늘어나고 있는 현 시국에 맞춰 구독 방식의 간편식 수요가 급성장하고 있는 것. 본래 간편식이 처음 시장에 도입된 이유는 1인 가구의 급증에서 비롯됐다. 전체 가구 수의 40%에 육박하는 1인 가구들은 외식 대신 집에서 보다 간편하게 조리해 먹을 수 있으며, 양이 많아 남길 필요도 없는 간편식의 강력한 수요자들이었다.

그런데 코로나19가 장기화 되면서 간편식 시장은 1인 가구를 넘어 2~3인 이상으로 구성된 가족들까지 구독자로 포용하기 시작했다. 아무래도 외식이 꺼려지는 지금 이 시기에 집에서 매 끼니를 챙겨야 하는 부담을 갖기 마련인데 간편식을 정기배송으로 주문하면 간단히 조리해 먹을 수 있는 밀키트나 반찬류를 손쉽게 먹을 수 있다.

특히 먹거리 분야의 구독경제는 유독 도드라져서 구독경제의 영역은 빵이나 과자, 아이스크림 등으로 확대되고 있다. 월정액을 지불하면 매일 직접 매장을 방문해 빵을 픽업해 갈 수 있는 제과점 서비스가 생겼고, 매달 새롭게 구성된 과자나 아이



스크림을 집에서 맛볼 수 있는 서비스도 생겨났다. 심지어 막걸리와 안주, 차(茶)까지도 정기적으로 배송 받을 수 있는 시대가 열렸다. 가구 업체들은 판매로 끝나는 것이 아니라 지속적인 가구 케어 서비스를 제공하고 있으며, 심지어 귀걸이나 목걸이 같은 귀금속은 물론이고 의류업계에도 구독 서비스가 등장하고 있다. 정수기나 공기청정기 등 예전부터 익숙하게 써왔던 ‘가전 렌탈 서비스’ 역시 구독경제의 큰 축을 담당하고 있지만 요즘은 가전의 종류가 전에 비할 바 없이 다양해지고 있다.

최근에는 추석을 맞아 명절 선물세트 구독권이 등장해 화제가 되기도 했다. 명절에 선물로 들어오는 한우나 청과, 참치, 햄, 식용유 등은 보통 세트로 판매되므로 양이 많아 단기간에 먹기가 어렵고 보관 또한 쉽지 않다. 선물세트 구독권은 이러한 불편한 점에서 착안해 선물을 받는 사람이 몇 회에 나누어 원할 때 상품을 받을 수 있는 서비스다. 구독경제에 기발한 아이디어를 접목해 다양한 분

야에서 응용되고 있다는 사실을 잘 보여주는 사례가 아닐 수 없다.

### 패러다임의 전환, 공유경제에서 구독경제로

사실 몇 해 전까지만 해도 새로운 소비문화로 주목받았던 것은 구독경제가 아닌 공유경제였다. 대표적인 사례가 에어비앤비와 우버다. 개인이 소유한 집을 공유하는 개념의 숙박 플랫폼 에어비앤비나, 차량을 공유하는 우버는 당시만 해도 지속 가능한 경제를 위한 필연적인 선택으로 여겨졌다. 이미 포화상태에 다다른 잉여 생산품들의 재고를 떠안는 부담을 덜어내면서 수익을 창출할 수 있는 경제 모델이었기 때문이다.

하지만 이 경제 모델은 '중개 플랫폼'이라는 사실로 인해 예상보다 빨리 한계를 드러냈다. '공유'라는 새로운 가치 소비를 전면에 내세웠지만 중개 수수료에 대한 비판에 직면한 것. 또한 공유경제를 선도하는 중개 플랫폼들은 스스로 제품을 생산



하기보다 새로운 방식으로 판매하는 것이었기 때문에 기존 산업계의 반발도 만만치 않았다. 예컨대 에어비앤비에 대한 전통적인 숙박업계의 반발 그리고 우버에 택시 업체들의 반발이 그것이다.

구독경제는 공유경제의 이러한 문제점에 다른 방법으로 접근했다. 단순 중개가 아니라 소비자와 생산자가 직접 연결되는 구조는 제품 소비의 가성비를 높였고 서비스의 질도 향상시킬 수 있게 만들었다. 가구 케어 서비스처럼 제조한 물품들을 그저 판매하는 것에 그치지 않고 지속적으로 서비스를 제공하겠다는 마인드 전환이 구독경제를 통해 구현되고 있는 것. 소비자 입장에서 이보다 합리적인 선택은 또 없지 않을까.

이렇게 서서히 바뀌고 있던 소비의 패러다임에 코로나19가 가속도를 붙였다. '사회적 거리두기'로 인해 스마트폰으로 간편하게 신청하는 구독 방식의 소비가 점차 일상으로 자리매김하고 있다. 지금 이 시대를 살아가는 사람들의 구독경제에 대한 경험은 아마도 포스트 코로나 시대에도 계속 이어질 것으로 보인다. 이미 구독경제 방식의 소비가 훨씬 경제적이고 합리적이라는 사실을 깨달았기 때문이다.

### 모든 세대를 변화시키는 새로운 소비 방식

소비자들의 이러한 판단에 대한 근거는 수치가 증명하고 있다. 트렌드모니터가 조사한 2020년 구독 서비스 관련 조사에 따르면 '최신의 정보(제품)를 제공받을 수 있다(71%)', '한 건씩 구매하는 것보다 저렴하게 이용할 수 있다(64.5%)', '나만의 맞춤형 서비스를 제공받을 수 있다(60.2%)', '월



정액으로 서비스를 이용하는 것은 가성비가 있다(43.8%) 등을 장점으로 꼽았다. 소비자들에게 구독경제는 이미 가성비가 뛰어나고 서비스의 질이 좋은 소비로 여겨지고 있는 것이다. 실제로 상품을 구매하고 나면 문제가 발생했을 때 케어를 받는 '애프터 서비스'의 시절과 비교해보면, 구독경제는 애초에 문제 발생의 여지가 없도록 꾸준히 지속적인 서비스를 받는다는 점에서도 큰 차이를 보인다.

구독경제가 우리 시대의 성큼 다가온 미래라고 말하게 되는 이유는 그 중심에 디지털 네이티브로 불리는 밀레니얼 세대들이 자리하기 때문이다. 구독경제의 근간인 디지털화된 삶이 밀레니얼 세대들에게는 너무나 익숙한 것이기에 이 새로운 소비문화 또한 그들에게는 일상다반사다. 심지어 이들은 매스 미디어가 내놓는 뻔한 정보에 만족하지 않고, 자신들의 관심사나 취향에 대한 보다 특

화된 정보들을 얻고 싶어 한다. 예를 들어 서핑에 관심이 있는 이들은 서핑 관련 온라인 커뮤니티나 SNS를 통해 실시간으로 정보를 얻는데 기존의 정보 창구인 신문을 참고하지는 않는다는 것이다. 이렇게 특화된 정보들을 원하는 밀레니얼 세대들의 취향을 맞추려면 지속적인 정보와 서비스를 제공할 수 있는 방식만이 그들을 만족시킬 수 있다. 구독경제가 바로 그것이다.

최근에는 구독경제의 저변이 밀레니얼 세대에 국한되지 않고 모든 세대로 폭넓게 확산되고 있다. 아날로그와 디지털을 모두 경험한 386세대를 비롯해 X세대, Y세대도 비대면이 일상으로 성큼 다가온 이 시대의 구독경제를 재빨리 받아들이고 있기 때문이다. 넷플릭스가 단지 소비 방식을 바꾸는데 머물지 않고 더 나아가 그 상품(영화)의 콘텐츠까지 변화시키고 있는 것처럼, 구독경제는 모든 산업 전반에 커다란 변화를 가져오고 말 것이다.

# 가을빛 내려앉은 황금빛 바다 갈대와 억새 드라이브

상쾌한 바람과 구름 한 점 없이 청명한 하늘이 펼쳐지는 계절이 시작됐다. 이 무렵이면 우리 땅의 산과 들, 물가에는 황금빛으로 반짝이는 갈대와 억새의 물결로 가득하다. 단지 사진을 감상하는 것만으로도 마음 깊은 곳으로부터 위안을 얻을 수 있는 풍경. 가을빛 내려앉은 드라이브 길 위에는 그리운 추억들이 낙엽처럼 퐁퐁고 있을 것이다.

글\_ 류재민(여행작가)



금강 하구에 일렁이는 갈대의 물결  
서천 신성리 갈대밭

충남과 전북의 경계를 이루며 흐르는 금강은 우리나라 6대 하천의 하나로 예부터 그 물빛이 곱고 아름다워 이름에 비단 금(錦) 자를 넣었다고 한다. 장수, 옥천, 영동, 공주, 부여의 옥도를 적시며 흐르는 금강은 서천땅에 이르러서야 마침내 황해와 만난다. 하천이 바다로 흘러드는 금강 하구 언저리에는 면적이 무려 25만㎡에 이르는 광활한 신성리 갈대밭이 펼쳐진다.

지난 여름, 푸르렀던 신성리 갈대밭은 가을이 깊어갈수록 진한 황금빛으로 물들어간다. 어른 머리 높이를 훌쩍 뛰어넘을 정도로 무성한 갈대 군락지 사이를 걸으면 나무판에 새겨진 시들이 가을 애상을 더욱 짙게 채색하는 듯하다. 전국에서 갈대가 이 정도로 빼곡한 장소를 찾기란 쉽지 않은 터라 신성리 갈대밭은 영화 <공동경비구역 JSA>의 촬영지로 낙점되기도 했다. 갈대밭에는 탐방로와 전망대가 조성되어 있어 계절의 낭만을 만끽하며 산책하듯 둘러보기에 더 없이 좋다. 바람이 불면 갈꽃이 마치 눈처럼 흩어지는 광경도 놓치지 말자.



📍 충남 서천군 한산면 신성리 125-1



## 핫 플레이스 in 서천

### 금강하구 철새도래지 ㉠

신성리 갈대밭에서 금강 하구 방면으로 내려가면 우리나라의 이름난 철새도래지로 잘 알려진 금강하구 철새도래지에 도착하게 된다. 머나먼 북녘에서 날아들기 시작한 50여만 마리의 철새들이 겨울을 나는 곳이 바로 금강하구다. 새하얀 자태가 아름다운 고니를 비롯해 청둥오리, 큰기러기, 쇠오리, 물닭 등 40여 종에 달하는 다채로운 철새들이 하루씩 일원에서 휴식을 취하고 밤에는 먹이활동을 위해 주변 논밭으로 날아간다.

❖ 충남 서천군 마서면 장산로 916



### ㉡ 장항 스카이워크

서천군 장항읍 바닷가에 펼쳐진 해송숲에 가면 높이 15m의 하늘길이 해변까지 이어진다. 사계절 푸른빛을 잃지 않는 숲과 스카이워크는 서천이 자랑하는 서천9경의 하나로 곳곳에 벤치와 원두막이 마련되어 있어 걷다가 지치면 잠시 쉬어갈 수 있어 좋다. 숲을 가로질러 바다로 뻗어있는 스카이워크는 '시인의 하늘길'과 '철새 하늘길' 그리고 '바다 하늘길'로 나뉜다. 주변에 식당이나 위탁시설도 없으니 아무런 방해도 받지 않으며 조용히 계절을 느껴보자.

❖ 충남 서천군 장항읍 장항산단로34번길 74-45

### 동백정과 마량포구 ㉢

서천군의 북쪽 끝자락에 위치하는 서면 마량리에는 한 겨울에도 붉은 꽃을 피워 올리는 동백나무들이 작은 언덕 위에 웅기증기 모여있다. 해질녘이라면 동백정이라 불리는 전통 정자 주변을 에워싸고 있는 언덕 위에 올라 오력도라 불리는 작은 섬과 함께 동백꽃처럼 붉은 황혼을 감상해보자. 근처에 위치하는 마량포구는 갈고리 모양으로 튀어나온 지형 때문에 서해에서 드물게 일출을 볼 수 있는 장소. 제철을 맞이한 전어도 꼭 맛보도록 하자.

❖ 충남 서천군 서면 서인로 235번길 103



아름다운 연안 생태계의 보고

## 순천 순천만습지

이 땅의 남녘 끝자락, 남도의 가을은 생태의 보고인 습지와 함께 익어간다. 고흥반도와 여수 사이의 항아리처럼 움푹 패인 만(灣)을 가리켜 순천만이라 부른다. 순천만은 국내 최대 규모의 연안습지이자 세계 5대 연안습지로 꼽히는 우리들의 소중한 자연유산이다.

순천만 일대는 먹이가 풍부해 천연기념물 제 228호 흑두루미를 비롯해 노랑부리저어새, 큰고니, 민물도요 등 220여 종의 철새들이 이곳에서 겨울을 난다. 뿐만 아니라 갯벌 위를 붉게 덮은 칠면초, 통통마디, 갯길경처럼 이름조차 낯선 염생식물도 200여 종이나 순천만을 터전으로 살아가고 있다. 그야말로 연안 생태계의 집합체라고 해도 과언이 아닌 것이다. 물론 순천만 탐방의 하이라이트는 대대포구 일원을 뒤덮은 광활한 갈대밭일 것이다. 갈대밭은 내륙에서 흘러온 동천과 이사천이 합류하는 지점에서 시작해 바다와 만나는 곳까지 4km에 걸쳐 펼쳐진다. 또한 조금 시간이 걸리더라도 용산전망대에는 꼭 들러보길 바란다.



❖ 전남 순천시 순천만길 513-25



## 핫 플레이스 in 순천

### 순천만국가정원

지난 2013년 개최된 순천만국제정원박람회를 계기로 조성된 순천만국가정원은 이름 그대로 꽃과 나무가 어우러진 다채로운 모습의 정원이 펼쳐지는 공간이다. 봄부터 가을까지 다양한 종류의 초화가 꽃을 피워 아름답고, 이 무렵에는 5만 그루의 팽나무와 느티나무가 가을빛으로 퇴색해 낭만적인 풍경을 연출한다. 순천호수정원의 봉화언덕은 나선 모양의 독특한 형태 덕분에 방문객들의 단골 인증샷 촬영지로 인기가 좋다.

◀ 전남 순천시 국가정원1호길 47



### 낙안읍성민속마을

지금까지 남아있는 이 땅의 읍성들 중 드물게 실제로 사람들이 살고 있는 장소로 현재 동내리, 남내리, 서내리 3개 마을이 낙안읍성에 속해 있다. 왜구의 침입에 대비하고자 조선 전기에 토성으로 쌓았던 것을 15세기 돌로 다시 쌓았으며 이후 여러 차례 개축을 거쳐 지금의 모습에 이르렀다. 성곽 안팎으로 수많은 초가집들이 늘어서 있는 모습은 전국에서 거의 유일하게 이곳 낙안읍성에서만 볼 수 있는 풍경이다.

◀ 전남 순천시 낙안면 충민길 30



### 선암사

신라시대 도선국사가 창건한 것으로 알려진 고찰로 매화에서 동백까지 사계절 끊임 없이 꽃들이 피어나는 꽃절로 알려져 있다. 주차장에서 일주문에 이르는 웅숭깊은 숲길은 가을철에 단풍으로 곱게 물들어 방문객들을 반겨준다. 특히 중간에 만나게 되는 무지개 모양의 승선교와 그 너머로 보이는 강선루는 오래전부터 선암사를 대표하는 정경으로 손꼽혀왔다. 선암사가 기대어 있는 조계산의 서쪽 자락에 위치하는 송광사 역시 꼭 둘러볼 만한 명찰이다.

◀ 전남 순천시 승주읍 선암사길 450



오름의 천국 제주에서 만난 비경

## 제주 산굼부리

오래전 옛날 천지를 울리는 가스 폭발과 함께 생성된 산굼부리는 섬나라 제주에서 가장 유명한 관광지이자 오름이다. 산굼부리란 '산이 구멍난 부리'라는 의미이며 오름은 제주 고유의 방언으로 한라산 주변에 위치하는 기생화산들을 일컫는다. 산굼부리를 이 무렵에 찾아야 하는 이유는 가을의 전령사 역새 때문이다.

산굼부리의 서쪽 사면을 덮고 있는 역새밭은 10월이면 은빛으로 변해가며 제주의 중산간 지역을 더욱 아름답게 만들어 준다. 입구에서 역새밭을 거쳐 분화구 주변 서쪽과 북쪽 일부만 볼 수 있도록 탐방로가 조성되어 있으므로 지정된 탐방로를 중심으로 오름을 둘러보면 된다. 어차피 둘레가 2km가 넘을 정도로 규모가 커서 짧은 시간에 전체를 둘러보기에는 어렵다. 화구 안쪽의 가장 움푹한 곳은 깊이가 거의 150m에 달할 정도로 깊어 난대에서 온대까지 매우 다양한 식생이 분포하며 한겨울에 꽃이 피기도 한다고 알려져 있다.



◀ 제주시 조천읍 교래리 166-2

## 핫 플레이스 in 제주

### 거문오름 ㉠

산굼부리에서 가까운 조천읍 선흘리에 위치하는 거문오름은 지난 2007년 유네스코 세계자연유산에 등재된 기생화산이다. 이후 2009년 환경부 선정 생태관광 20선, 2010년 한국형 생태관광지 10선에 이름을 올렸을 만큼 그 가치를 인정받고 있다. 북동쪽으로 터진 말굽형 오름으로 분화구와 사면 안팎을 연결하는 3개의 탐방코스가 조성되어 있다. 입구에서 전망대를 거쳐 다시 원점으로 돌아오는 정상코스를 추천한다.

㉡ 제주시 조천읍 선흘리 478



### ㉢ 만장굴

거문오름에서 흘러나온 용암은 제주의 북동쪽으로 흘러 바다까지 흘러 나가며 여러 개의 동굴들을 만들어 놓았다. 이를 통틀어 거문오름 용암동굴계라고 부르는데 그 중에 가장 대표적인 흔적이 제주시 구좌읍 김녕리에 위치한 만장굴이다. 만장굴의 전체 길이는 7km에 달할 정도로 길지만 일반인에게 공개된 구간은 제2입구에서 약 1km 구간이다. 석회동굴처럼鍾유석이 나 석주 등의 볼거리는 없지만 용암이 꿰뚫고 간 거대한 흔적은 또 다른 느낌이다.

㉣ 제주시 구좌읍 만장굴길 182

### 월정리해변 ㉤

거문오름의 용암이 흐르고 흘러 바다와 만난 곳에는 월정리해변이 기다린다. 해변의 규모는 크지 않지만 하나둘 생겨나기 시작한 예쁜 카페들이 모여 지금은 카페거리를 형성하고 있다. 커피와 수제버거, 달콤한 디저트를 맛보거나 알록달록 페인트로 칠한 의자들을 배경으로 기념 사진을 남겨보자. 서쪽의 김녕 혹은 세화 방향으로 이어지는 해안도로를 따라 가을 바다를 바라보며 여유롭게 드라이브를 즐겨도 좋다.

㉥ 제주시 구좌읍 월정리 33-3



이수의 PICK

# Zero 환경오염 시계를 되돌리는 타임머신 제로 웨이스트 운동 Waste

지구의 환경오염 정도를 알리는 '환경오염 시계'가 점차 빨라지고 있다. 일회용품 사용을 줄이고 자 공공기관이 내놓은 다양한 대책들은 코로나19라는 암초를 만나 제자리걸음을 하고 있다. 그런데 역설적으로 급작스러운 일회용품 사용량의 증가가 생각보다 많은 소비자들을 각성시키고 있다면 어떨까? 당장 우리 앞에 들이닥친 기상이변과 함께 코로나19로 인해 환경오염에 대한 관심이 깊어진 그들이 제로 웨이스트 운동에 동참하고 있는 것이다. 지구의 환경오염 시계를 되돌리는 타임머신, 제로 웨이스트 운동은 과연 무얼까? 글\_차선우(칼럼니스트)



**“모두가 버리지만 모두가 채우지는 않는 세계에서 어떻게든 해보려는 사람들이 있다. 어쩔 수 없다고 말하지 않는 이들이 있다.”**

(출처: 이슬아 작가 - 쓰레기의 시간)

우리가 무심코 쓰레기를 버리는 행위와 그것을 바로잡으려는 사람들에 대한 이야기. 헤엄 출판사 대표이자 문학 작가인 이슬아 씨가 ‘일간 이슬아’에 발표한 ‘쓰레기의 시간’이라는 제목의 칼럼은 많은 것을 시사하고 있다. ‘버리는 사람 따로, 줍는 사람 따로’. 마치 70~80년대 공익광고나 공공기관 포스터 공모전에서 입상한 커피를 연상시키는 이 문구가 불현듯 현실로 다가가 환경오염에 대한 경종을 울리고 있기 때문이다.

바다 속에 버려진 폐그물에 고래와 거북이가 걸려

발버둥치고, 원인불명으로 죽은 새들의 몸 안에서 수 없이 많은 플라스틱 조각이 발견됐다는 신문 기사는 요즘 그다지 놀랄 것도 없는 일상처럼 되어버렸다. 한 보고서에 따르면 2050년까지 공해 상에 떠다니는 거대한 해양 쓰레기 섬은 600종이 넘는 바다 생물의 생존을 위협할 것이라고 한다. 물론 그 속에서도 많은 기업들과 환경단체 그리고 의식 있는 사람들에 의해 환경오염을 막고자 하는 실천들이 꾸준히 행해지고 있다. 그러한 실천의 하나가 바로 제로 웨이스트(Zero Waste) 운동이다.

### **리사이클, 업사이클을 넘어**

### **제로 웨이스트 운동으로**

일회용 컵과 빨대, 비닐봉지, 각종 먹거리를 담는

포장이나 용기 등 우리 인간은 매일 헤아릴 수 없이 많은 일회용품을 소비하여 환경오염을 유발하고 있다. 제로 웨이스트 운동은 이처럼 각종 쓰레기가 유발하는 환경오염으로부터 지구를 지키려는 사람들의 작은 실천에서 비롯됐다. 제로 웨이스트 운동의 원칙은 간단명료하다. 환경을 위해 쓰레기를 유발하는 일회용품의 사용을 줄이자는 것이다.

언뜻 들으면 리사이클(Recycle) 혹은 업사이클(Upcycle)과 비슷한 개념인지라 구체적으로 어떤 차이점이 있는지 궁금해 하는 사람들도 있다. 세 가지 개념 모두 환경보호를 공통 전제로 하고 있지만 리사이클은 쓸모를 다한 제품을 다시 원료 형태로 가공하는 재활용에 초점을 맞췄다면, 업싸

이클은 훼손된 부분을 수선하거나 해당 제품의 다른 용도를 찾아내어 기존 제품을 버리지 않고 다시 사용하는 리폼(Reform)에 무게를 두고 있다. 제로 웨이스트는 여기서 한 발 더 나아가 처음부터 일회용품을 사용하지 않거나 불가피하게 사용해야 한다면 발생하는 쓰레기를 최소화하는 보다 적극적인 환경보호 운동이라고 할 수 있다. 우리들 각자가 하루에 사용하고 버리는 수많은 일회용품들 중 몇 가지만이라도 그 사용량을 줄인다면, 그것이 쓰레기 발생량 감소에 미치는 영향은 결코 무시할 수 없는 수준이기 때문이다.

### **현재 우리나라의 환경오염 시각은 9시 46분**

그렇다면 대한민국의 환경은 현재 안심할 수 있는



상황일까? '환경위기 시계'를 기준으로 했을 때 그에 대한 답은 '아니오'에 가깝다. 우리나라의 환경단체인 환경재단과 일본의 공익재단인 아사히글라스재단이 해마다 발표하는 환경오염 지표인 환경위기 시계는 전 세계 100여 개 나라의 2,000명이 넘는 정부, 학계, 시민단체, 기업 등의 환경 관련 담당자들과 전문가의 설문조사를 바탕으로 하고 있다. 이 조사는 기후변화, 생물다양성, 수자원, 인구, 식량, 소비습관 등 9가지의 평가항목을 기반으로 환경오염의 정도를 시각으로 변환하는데 0~3시는 '양호', 3~6시는 '불안', 6~9시는 '심각', 9~12시는 '위험'을 나타낸다. 2019년에 발표된 우리나라의 환경위기 시각은 9시 46분이므로 '위험' 단계에 해당한다. 이는 2018년에 비해서 1분 앞당겨졌지만 3년 전인 2017년과 비교하면 25분이나 지난 시각이라고 한다.



제한했으며, 지난 2018년에는 카페 내에서의 일회용 컵과 빨대 사용을 금지하는 등 환경오염에 대응하는 다양한 정책들을 시행하고 있었다. 환경부는 이 같은 정책의 효과로 지난 2015년 61억 개에 달했던 일회용 컵의 사용량이 오는 2022년에는 40억 개로 감소할 것이라 내다보기도 했다. 이 같은 일회용품 사용의 제한은 초기에는 여러 문제로 인해 사회적 마찰을 빚거나 혼란을 야기하기도 했지만, 전 세계에서 미국 다음으로 폐기물 배출량이 많은 한국의 상황을 고려했을 때 꼭 필요한 조치로 평가받았다.

그런데 올해 들어 전혀 예상치 못한 원인으로 인해 국내 일회용품 사용량이 증가하며 과거로 회귀하고 있다. 코로나19로 인해 사회적 거리두기가 일상화 되면서 식당이나 카페처럼 밀폐된 공간에 머물 수 없게 되자 포장과 배달 수요가 폭발적으로 증가했기 때문이다. 통계청이 발표한 자료에 따르면 온라인 쇼핑에서 올해 1~7월 사이의 배달 음식

### 코로나19로 인해 다시 증가하고 있는

#### 일회용품 사용

실제로 우리나라에서는 오래 전부터 마트, 빵집 등지에서 물건을 살 때 무분별한 비닐봉지 사용을

식 거래액은 8조6574억 원을 기록해 지난해 같은 기간 대비 무려 73.6%나 늘었다. 또한 국내 최대 배달 음식 플랫폼인 배달의 민족의 경우 코로나 확산이 심해졌던 8월 24~30일에는 7월 마지막 주에 비해 주문 건수가 26.5% 늘었다고 집계하기도 했다. 국내 환경단체에 의하면 분리수거한 플라스틱이 재활용되는 양은 30%에 불과하다고 알려져 있다. 배달 음식 주문의 증가는 곧 재활용이 아닌 폐기되는 일회용품의 증가로 이어진다는 뜻이다. 그로 인해 지금까지 해왔던 여러 환경오염 방지 활동들도 무색해질 수 있는 실정이다.

#### 포장지 없는 물건 사세요!

이러한 상황 속에서 제로 웨이스트 운동을 실천할 수 있는 온라인 및 오프라인 숍들이 주목을 받고



있다. 제로 웨이스트 운동을 실천하고 싶어도 마땅한 방법을 찾지 못했던 소비자들에게 제로 웨이스트 숍이 핫 플레이스로 주목 받고 있는 것. '제로 웨이스트 제품'을 판매하고 있는 가게는 말하자면 포장지가 없는 물건을 파는 가게라고 생각하면 이해가 쉽다. 이 가게들은 소비자들이 직접 가져온 용기에 가게에서 파는 물건을 담아 가져가는 것을 원칙으로 하고 있다.

국내 제로 웨이스트 숍의 원조에 해당하는 '더 피커(The Picker)'는 제로 웨이스트 제품이라는 개념 자체가 생소했던 2016년 서울 성수동에서 문을 연 더 피커 매장은 유기농 설거지 비누, 유기농 에코백, 신문지 연필, 생분해 천연 치실 등 친환경적인 방법으로 생산된 제품을 포장 없이 판매하고 있다.

더 피커가 오픈한 뒤 서울을 비롯해 대구와 부산



등 대도시를 중심으로 제로 웨이스트 숍들이 하나둘 늘어나고 있다. 그 중에서 가장 주목 받고 있는 곳은 서울 마포구에 위치한 '알맹 상점'이다. 이 가게에서는 '알맹이만 팔고 있다'는 뜻을 담은 상호 그대로 천연 재료로 만든 세제와 화장품 등 포장지가 없거나 최소화한 상품들만을 판매하고 있다. 플라스틱 병뚜껑, 종이팩, 실리콘 제품 등 재활용되지 않는 물품들을 모아 재활용 가능한 곳으로 보내는 '알맹 커뮤니티 회수센터'를 운영하고 있는 점도 돋보인다.

또 다른 한편에서는 채식 위주의 식습관을 바꾸는 것으로 제로 웨이스트 운동에 동참하자는 사람들도 목소리를 높이고 있다. 지나치게 산업화된 축산업과 그로 인해 가축들의 사료로 소비되는 곡물의 양이 기하급수적으로 늘어나게 되어 이 역시 온실가스 배출 등 지구의 온난화에 영향을 끼치고 있다는 것이다. 육식을 완전히 금할 수는 없더라도 한 달 혹은 일주일로 기간을 정해 두고 육류의 양과 횟수를 줄여보자는 것이다.

일회용품 사용을 제로(zero)로 만들 수 없더라도 생활 속의 작은 실천이 지구의 시간을 되돌릴 수 있다면 그 무엇보다 값진 행동이 될 것이다. '제로 웨이스트 운동'을 위해 우리가 일상 속에서 실천할 수 있는 것으로는 구체적으로 무엇이 있을까? 아래 목록은 제로 웨이스트 제품을 판매하는 더 피커가 제안하는 '쓰레기를 줄이는 10가지 방법'이다. 각자 실행에 옮기기 쉬운 항목 한두 가지를 체크해두었다가 오늘 당장 실천해 보는 것은 어떨까?

### 쓰레기를 줄이는 10가지 방법(더 피커)

- 1. 일회용 휴지보다 손수건을 사용을 일상화하기
- 2. 일회용 플라스틱 컵 대신 개인 텀블러 이용하기
- 3. 플라스틱 빨대를 미리 거절하고 다회용 빨대 사용하기
- 4. 플라스틱 비닐봉지 대신 재사용 가능한 용기나 면 주머니 사용하기
- 5. 필요한 만큼 포장 없는 벌크 제품 구입하기
- 6. 플라스틱 칫솔 대신 자연 친화적인 대나무 칫솔 사용하기
- 7. 일회용 식기 거절하고 가능한 개인 식기 사용하기
- 8. 배달 및 인스턴트 음식을 줄이고, 유기농 제철 음식 위주로 먹기
- 9. 나에게 필요 없는 물건(홍보 전단지, 샘플, 1+1 등)은 거절하기
- 10. 공동체형 동네 중고 직거래 마켓을 이용하기



## 귀담아 듣는 독자엽서

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 선물 배송에 착오가 없도록 정확한 이름과 소속을 기재해 주시기 바랍니다.



### 집콕 생활도 즐기게!!

코로나19로 인해 전 세계 모든 사람들이 집콕해야 하는 요즘, 다른 사람들의 집콕 생활에 대한 이야기를 듣고 볼 수 있어서 좋았어요. 지금은 취미도 혼자 즐길 수밖에 없는 시기잖아요. 이렇게라도 서로 취미를 나누어서 즐기기도 하고 좋네요.

최윤주 님(이수건설 토목조경팀 최영훈 부장 자녀)



### 스페이스 이수가 궁금했어요

스페이스 이수 갤러리 개관식 풍경을 볼 수 있어 좋았습니다. 몇 달간 가림막에 가려져 있던 공간이 어떻게 변할지 궁금했거든요. 또 스페이스 이수에 전시된 각 작품에 담긴 뜻도 궁금했는데, 기사를 통해 궁금증이 해결되었습니다.

김혜만 사원(㈜이수 DT팀)



### 이수엑스캠 영업2팀 화이팅!

팁업뽀뽀 꼭지에 우리 팀이 소개되어 정말 재밌게 읽었습니다. 평소 사보를 읽으면서 팀업뽀뽀 촬영은 어떻게 진행되나 궁금했거든요. 즐거운 집콕 생활에는 사진이 좀 더 많이 들어가면 좋을 것 같습니다. 참, 두뇌 트레이닝 퀴즈도 매번 재밌게 풀고 있어요~

서태식 사원(이수엑스캠 영업2팀)



### 면식기행 다녀오고 싶네요~

이번 여름호에서는 이수 테이블 코너에 실린 '농로로드'를 가장 재미있게 읽었던 것 같습니다. 각 지역마다 이렇게 다양한 면목이 있다는 사실을 알고 나니 한 번 가보고 싶어지더라고요. 앞으로 맛집 관련된 콘텐츠 계속 부탁드립니다.

표형수 사원(이수시스템 ERP사업팀)

### 이수가족을 위한 아트 힐링 컬러링 테라피

여름호를 마지막으로 '두뇌 트레이닝 퀴즈'가 마감되었습니다. 이번 호부터 이수 임직원은 물론 가족들까지, 누구나 즐길 수 있는 '컬러링 테라피' 코너가 시작됩니다. 컬러링 북은 선으로 그린 그림이나 도안을 모아 엮은 책으로 아이들은 물론 성인들도 장소에 구애받지 않으며 어디서나 즐길 수 있는 취미생활입니다. 즐거운 마음으로 각자 원하는 색깔로 그림을 채워가노라면 자연스럽게 마음을 다스려 정서적인 안정 효과도 누릴 수 있다고 합니다.

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

#### 응모 방법



01 컬러링을 한다



02 인증샷을 찍는다



03 사진을 전송한다

보내실 곳 | 카카오톡 ID : hee895 / 이메일 : jhk653@isu.co.kr

### 여러분의 참여를 기다립니다

2020년 여름호 당첨자(※가나다순)

김혜만 사원((주)이수 DT팀)

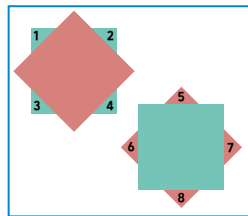
서태석 사원(이수엑사캠 영업2팀)

최윤주 님(이수건설 토목조경팀 최영훈 부장 자녀)

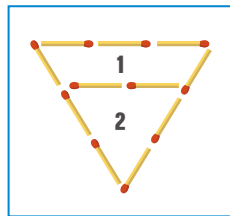
표형수 사원(이수시스템 ERP사업팀)

황정목 대리(이수건설 플랜트영업팀)

#### \*여름호 정답



막대기의 단면을 서로 맞닿게 한 뒤, 하나를 45도 돌리면 4개의 삼각형이 보인다. 반대편 막대기 역시 4개의 삼각형이 보이므로 총 8개의 삼각형이 만들어진다.



1의 면적이 더 넓다. ※내부에 상남개비를 넣어서 삼각형을 만들어 보면 (1)은 5개의 삼각형, (2)는 4개의 삼각형이 들어가므로 (1)이 더 넓다.

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 가을호 원고 마감은 12월 15일입니다.

