



이수그룹 25주년 기념 사보  
2021 SPRING VOL. 104



25<sup>th</sup> ANNIVERSARY

# 04

## 25th SPECIAL

- 04 **축사**
- 06 **8 BEST KEYWORD**  
8가지 키워드로 살펴본 이수그룹의 미래
- 14 **DIGITAL TRANSFORMATION**  
새로운 가치 창출을 위한 첫걸음
- 18 **SPACE ISU**  
한지로 그려내는 빛의 질감

# 22

## INSIDE

- 23 **Focus & News**
- 28 **리더의 책장**  
김상범 회장 추천 도서 <지식의 반전>
- 30 **커뮤니케이션 Talk**  
이수인들의 속 시원한 카운슬링
- 34 **이수 플레이리스트**  
내 고막을 책임져 줄 인생 음악 공유해 줘!
- 37 **이수타그램**  
사진과 해시태그에 담긴 아름다운 추억들

## OUTSIDE

- 40 **ISU PLACE**  
가벼움과 진지함의 경계를 오가는 팝아트
- 44 **이수 테이블**  
요리이도 할 수 있는 초간단 푸드 레시피
- 48 **스페셜 리포트**  
능동형 소비자 '팬슈머'를 아시나요?
- 53 **이수튜브**  
코시국 탈출, 여행 유튜브 채널
- 60 **옴부즈맨**
- 62 **컬러링 테라피 및 엽서**

## 이수가족 여러분!

그룹 출범 25주년을 맞이하여 오늘의 이수를 만들어 주신 임직원 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

이수그룹은 지난 1996년 그룹의 체계를 갖춘 이래 현재는 화학, 건설, IT, 바이오, 투자 등의 사업군 내 11개의 기업을 보유한 그룹으로 성장하였습니다. 과거를 돌아보면 이수그룹은 외환위기, 글로벌 금융위기 등의 풍파 속에서도 이를 잘 극복하고 성장하였으며, 지난해 세계적인 팬데믹 충격 속에서도 견조한 경영실적을 달성하였습니다. 더욱이 새로운 사업기반 확대를 위해 이수화학은 차세대 전고체 배터리소재, 콜드체인용 PCM 등을 개발 중이고, 이수앱지스는 CDMO 사업 진출과 동시에 코로나백신 위탁생산을 추진하고 있습니다. 또한 이수건설은 '브라운스톤' 리뉴얼과 함께 적극적으로 수주를 확대해 나가고 있으며, PCB 부문은 제품 개발을 통해 5G 시장 선점을 준비하는 등 끊임없이 미래를 준비하는 저력을 보여주었습니다. 이 모든 것의 근간에는 임직원 여러분의 각고의 노력이 있었음을 잘 알고 있습니다.

## 사랑하는 이수가족 여러분,

저는 이제 막 25세 생일을 맞이한 청년 이수그룹의 임직원 여러분에게 100년 이상 지속적으로 성장하는 장수 기업의 공통된 핵심 DNA 중 '변화'와 '혁신성' 2가지를 강조하고자 합니다.

## 첫째, 시의적절한 '변화'입니다.

글로벌 장수 기업은 미래 경쟁력을 확보하기 위해 스스로의 변화를 두려워하지 않고 기업의 본질까지 바꾸는 사례도 적지 않았습니다. 한 우물만 파는 시대를 지나 시대적 흐름을 빠르게 읽어 기회를 포착하고 도전하는 자세야말로 미래까지 이어지는 오랜 경쟁력의 필수 불가결한 조건입니다.

## 둘째, 고객만족을 위한 '혁신성'입니다.

오랜 시간동안 시장을 이끌어온 장수기업들은 시시각각 변하는 시장의 트렌드와 고객의 수요를 면밀히 파악하여 시장이 필요로 하는 혁신적인 제품을 공급하는 것을 게을리하지 않았습니다. 한발 더 나아가 이를 바탕으로 한 새로운 시장과 수요를 창출하였습니다.

## 이수가족 여러분,

저는 신년사를 통해, 2021년을 그룹 퀀텀점프의 원년으로 선포한 바 있습니다. 우리 모두 열린 자세로 기회를 포착하고, 두려움 없이 도전하는 청년 창업가 같은 조직이 되어야 합니다. 그간의 경험과 노하우는 살리되, 새로운 도전을 멈추지 않는 열정을 동시에 가져 주시기를 당부드립니다. 이런 매일매일의 노력이 모여 이수그룹의 새로운 미래를 만들고, 이것이 이수그룹을 유구한 역사의 지혜를 간직하면서도 신생기업 못지않은 역동성을 갖고 성장하는 장수기업으로 이끌 것입니다.

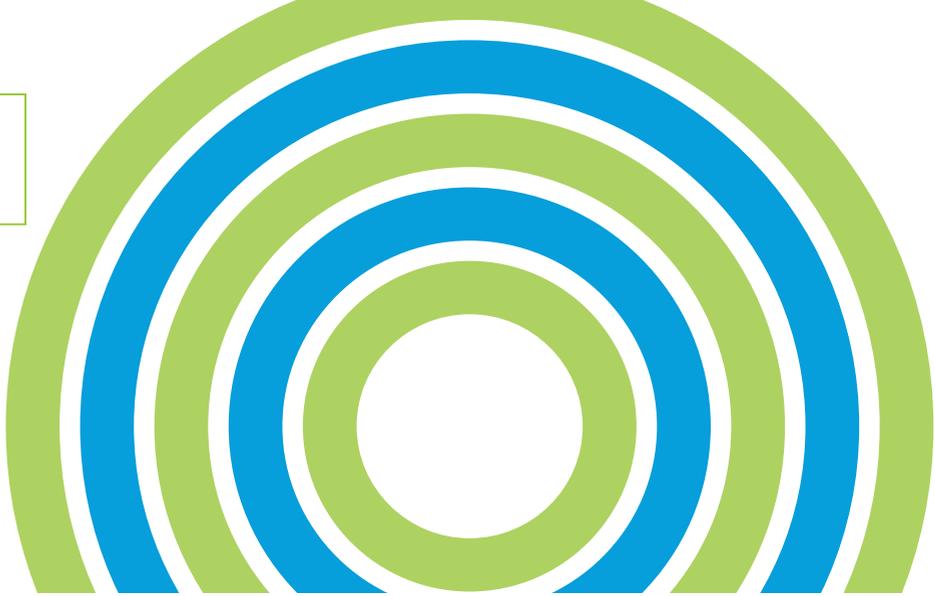
여러분의 가정에 항상 행복과 건강이 가득하시기를 기원하며, 이수그룹 출범 25주년을 진심으로 축하합니다.

감사합니다.

2021년 4월 15일

이수그룹 회장 김상범 





## 8가지 키워드로 살펴본 이수그룹의 미래

이수그룹은 '인류의 삶에 풍요와 편리를 더한다'는 경영 철학을 통해 화학, IT, 건설, 문화&투자 그리고 바이오&제약 등 우리 삶을 풍요롭게 이어나갈 수 있도록 만드는 기업의 역할을 수행해 왔다. 25주년을 맞이한 이수그룹의 넥스트 스텝을 위한 혁신을 한눈에 알 수 있는 8개의 키워드를 통해 스물다섯 이수그룹의 미래를 본다

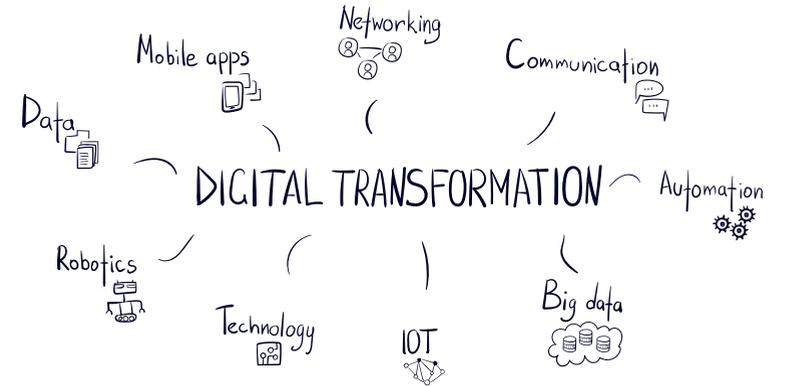
- #디지털\_트랜스포메이션
- #사내벤처
- #친환경\_수소경제
- #차세대\_배터리\_핵심원료
- #스마트팜
- #알쓸신약\_면역항암
- #컬처\_큐레이션
- #포스트\_코로나



## #디지털\_트랜스포메이션

### 디지털 전환은 선택 아닌 생존

IBM 기업가치연구소가 발표한 보고서에 따르면 디지털 전환이란 '기업이 디지털과 물리적인 요소들을 통합하여 비즈니스 모델을 변화시키고, 산업에 새로운 방향을 정립하는 전략'을 말한다. 세계적인 기업들이 디지털 전환에 집중하고 있는 것은 DT가 더 이상 선택이 아닌 생존의 문제이기 때문이다. 도미노 피자는 주문과 배달 과정에 디지털 기술을 더해 편의성을 혁신적으로 증대시켰고, 미국의 거대 마트 체인 월마트는 자사를 위협하는 온라인 상거래 기업에 대해 소비자가 인터넷으로 구입한 상품을 오프라인에서 직접 픽업할 수 있도록 만들었다. 이수그룹 역시 전 계열사에 대한 사내 디지털 전환(Digital Transformation)을 추진하고 있다. 그룹 역사상 최초로 도입되는 클라우드 솔루션과 업무 협업 툴은 회사 안팎 어디에서나 원격으로 업무가 가능한 환경을 제공함으로써 큰 변화를 불러오게 될 것이다.



## 이수그룹, 거의 모든 것의 역사 1



### 4cm의 작은 공으로 세계를 호령하다

이수그룹은 20여 년의 세월 동안 국내 프로골프의 발전을 위해 다양한 활동들을 이어왔다. 지난 2005년 브라운스톤 골프팀 창단 이후로 골프 꿈나무는 물론 현역 프로골프 선수들에게도 꾸준히 후원활동을 해왔다. KPGA 메이저 대회인 '이수그룹 KPGA 챔피언십'과 이수그룹이 공동 주최자로 나선 '영건스 매치플레이' 역시 골프의 저변 확대를 위한 후원활동의 일환이었다. 이러한 활동은 몇 년 전부터 결실을 맺고 있다. 2019년에는 이수그룹이 후원하는 케빈 나 선수가 PGA 찰스 슈왓 챔피언십에서 우승했으며, 지난해에는 박희영 선수가 LPGA투어에서 7년만에 우승을 일궈내기도 했다. 또한 올해 1월 케빈 나 선수가 PGA투어 소니오픈에서 우승하면서 이수그룹의 브랜드 인지도 제고에도 효과를 거두고 있다.

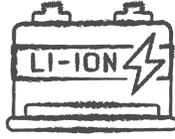
## #사내벤처

### 리스크 너머에서 혁신을 꿈꾸다

도전정신과 창의력의 산물, 'ISU-사내벤처 프로젝트'가 본격 궤도에 올랐다. 창의적 아이디어와 비즈니스 아이템을 발굴해 적극적으로 지원하는 사내벤처 제도가 어떤 혁신의 바람을 일으킬지 기대를 모으고 있다. 사내 우수 인력의 능력을 최대한으로 끌어올려 활용함으로써 투자수익을 기대할 수 있는 신규 사업군을 확보한다는 복안이다. 이를 위해 모든 임직원이 참여할 수 있도록 진입장벽을 낮췄을 뿐 아니라 외부인력도 영입할 수 있는 파격적인 가이드라인도 제시했다. 선발된 임직원들에게는 비즈니스 모델 사업화에 집중할 수 있도록 업계 전문가의 교육, 샘플 구매 등 소정의 사업개발비 지원과 함께 독립적인 사무 공간 같은 실질적인 사업화 지원도 제공받게 될 것이다.



## 3



## #차세대\_배터리\_핵심원료

### 전고체 배터리 국책 과제 참여 기업

전고체 배터리는 양극과 음극 사이의 전해질을 고체 물질로 사용하는 배터리다. 기존의 불안정한 액체 형태 전해질을 고체로 바꾸게 되면 내열성과 내구성이 눈에 띄게 좋아지므로 화재나 폭발의 위험이 현저히 낮아진다. 이 때문에 세계 각국은 바로 이 전고체 배터리 개발에 사활을 걸고 있다. 전기차와 에너지 저장장치(ESS·Energy Storage System) 등 미래 먹거리의 패권을 거머쥘 수 있는 분야에 배터리가 핵심 부품으로 들어가기 때문이다. 전고체 배터리 국책 과제 참여 기업으로 선정된 이수화학은 현재 전고체 배터리 황화수소(H<sub>2</sub>S) 관련 억제 기술을 보유하고 있는 국내 유일의 기업이다. 전고체 배터리는 제작 관련 공정에서 이수화학의 황화수소 억제 기술이 필수적이며, 특히 황화물계 전고체 배터리의 경우 고출력 및 안전성을 동시에 실현 가능해 상용화 가능성이 가장 높은 것으로 평가받고 있다.

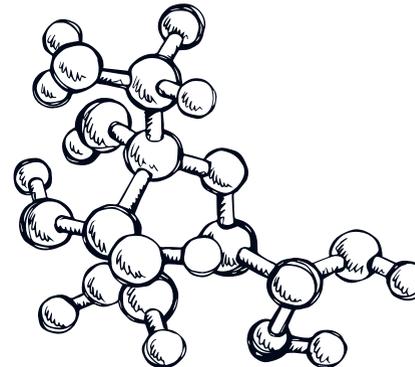
## 4

## #친환경\_수소경제

### 친환경 선도 기업으로 도약

전 세계적으로 주목받고 있는 '수소경제'로의 패러다임 전환을 위해 수소는 반드시 필요한 에너지원으로 인정받고 있다. 수소경제란 수소(H<sub>2</sub>)를 주요 에너지원으로 사용하는 경제산업 구조이며, 전문가들은 향후 5년이 수소경제 전환의 골든타임이 될 것이라는 예측을 내놓고 있다. 또한 미국 골드만삭스에 따르면 2050년에는 수소시장 규모가 12조 달러에 이를 전망이다. 이에 따라 우리 정부도 수소 분야에 43조 원을 투자해 수소경제로의 대전환을 예고한 바 있다.

미래 에너지 자원인 수소는 여러 가지 방법으로 만들어 낼 수 있지만 화학공정 중에 발생하는 부생수소가 지금까지 가장 경제적인 방법으로 알려져 있다. 최근 이수화학은 국내 화학공정 산업 최초로 '부생수소 활용 방안'을 통한 온실가스 감축에 성공하면서 연간 2만6000톤 규모의 탄소 배출권을 획득했다. 이수화학의 이 같은 성과는 3차 계획기간(2021~2025년) 동안 총 13만tCO<sub>2</sub>-eq 규모의 탄소 배출권을 추가로 인정받는 성과를 가져올 것이다. 한편 이수화학의 친환경 기술력은 지속적으로 그 기술력을 인정받고 있다. 지난 2016년 기후위크 2016을 통해 산업자원부 장관상을 수상한 것을 비롯해 2018년 '에너지챔피언 자객', 2019년 '탄소배출권 거래제 우수업체' 선정 등이 이를 증명한다. 이수화학의 친환경 기술력이 이수그룹의 밝은 미래를 예고하고 있는 것이다.



# 5

## #스마트팜

### 'K스마트팜' 중국 신장성 이닝 스마트팜

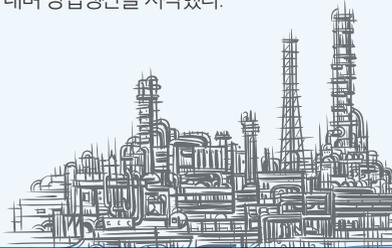
스마트팜이란 농업에 정보통신기술(ICT)을 적용해 농작물의 재배환경을 원격 및 자동으로 관리 하는 최첨단 농장을 의미한다. 글로벌 트렌드로 자리 잡아가고 있는 스마트팜은 매년 빠른 성장률을 보여주고 있다. 이수그룹은 ICT(정보통신기술)를 농업과 접목해 머나먼 중국 땅에서 러시아와 중앙아시아에 수출할 파프리카와 방울토마토를 재배하고 있다. 이를 위해 이수화학과 이수시스템은 한국전자통신연구원과 손잡고 스마트팜 ICT 기술 고도화에 집중하고 있다.

이수그룹은 미래 스마트팜 청년 창업능 육성에도 발 벗고 나섰다. 경북 의성군이 시행하는 '청년농업인 스마트팜 조성단지 민간위탁 운영사업'에 참여하고 있는 이수화학은 시설관리를 비롯해 약 50여 명의 스마트팜 창업 희망 청년들을 대상으로 창업 실습 프로그램을 진행하게 된다. 이 프로그램에는 이수화학의 스마트 온실에서의 딸기 육묘, 재배 관리, 유통 및 수출, 자동화 ICT 운영 등이 포함된다.

## 이수그룹, 거의 모든 것의 역사 2

### 이수화학이 세계 3번째로 개발한 '세계 일류상품'은?

1969년에 설립된 이수화학은 석유화학 과 정밀화학 등 우리나라 화학제품의 살아있는 역사라고 해도 될 만큼 다양한 화학제품을 개발 및 생산해왔다. 특히 세탁 세제의 원료가 되는 LAB와 LAB의 원료인 NP를 국내에서 유일하게 생산하고 있으며, 자체 개발한 고분자 합성수지 조정제 TDM은 세계 3대 메이커의 위상을 갖추고 있을 정도다. 2019년에는 고부가 플라스틱 제품 생산에 필수적으로 사용되는 차세대 화학 첨가제 노말옥틸메르캅탄(NOM) 및 노말도데실메르캅탄(NDM)을 전 세계 3번째로 독자 개발해 내며 상업생산을 시작했다.



# 6

## #알쓸신약\_면역항암

### 항암 신약 개발 바이오텍 기업으로 도약

인류는 신약과 백신의 중요성이 그 어느 때보다 강조되고 있는 시대를 살고 있다. 지난 3월 28일 설립 20주년을 맞이한 이수앱지스는 그간 생명공학 기술을 바탕으로 높은 가치의 치료방법을 제공하여 암 및 희귀질환을 앓고 있는 난치성 환자의 삶의 질을 향상시키고자 노력해왔다. 이수앱지스는 최근 러시아의 코로나19 백신 생산을 위한 준비에 들어가면서 더욱 주목받고 있다. 현재 코로나19의 확산세가 지속되고 있음에도 전 세계적으로 백신공급이 원활하지 않은 상황이기에 더욱 그러하다. 또한 이수앱지스는 항암 신약 개발 바이오텍을 중심으로의 사업 전환도 꾀하고 있다. 이를 위해 신약 개발을 위한 전문가 영입을 마쳤으며, 향후 면역 및 항암 분야의 신약개발을 진행할 계획이다.



## 이수그룹, 거의 모든 것의 역사 3

**뇌졸중, 심장마비 예방하는 국내 최초 항혈전 치료제**  
바이오의약품 전문 기업으로 발돋움하고 있는 이수앱지스는 지난 2001년 설립 이후 희귀의약품 개발에 역량을 집중해 국내에서 유일하게 3종의 희귀의약품 개발이라는 성과를 이루었다. 2007년 항혈전 항체 치료제 '클로티넵' 출시에 이어 2013년에는 고셔병 치료제 '애브서탄'을, 2014년에는 파브리병 치료제 '파바갈'을 선보인 것이다. 이 중에서도 특히 클로티넵은 국내 최초의 항혈전 항체 치료제로 주목을 받았다. 2013년 국내에서 세계 일류상품으로 인증받은 클로티넵은 현재 세계 10여 개국에 수출되고 있다.





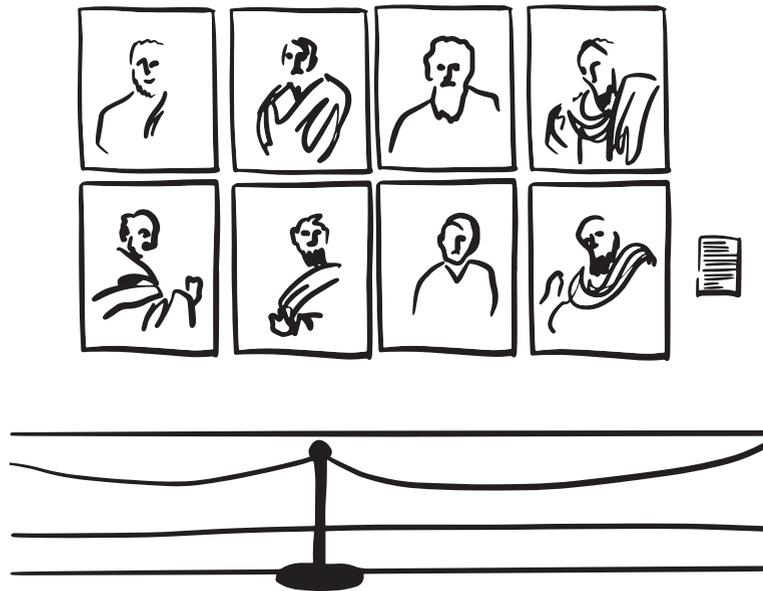
## #컬처\_큐레이션

### 스페이스 이수, 일상을 큐레이팅하다

유럽의 대표적인 경제학자이자 미래학자인 자크 아탈리는 지난해 국내에서 개최된 제11회 문화소통포럼에 화상통화로 참여해 “미래에는 모두가 예술가가 될 것”이라 말했다. 비단 자크 아탈리 뿐만 아니라 시대의 지성이라 불렸던 세계의 석학들은 ‘문화가 발전한 나라가 진정한 강대국’이라고 입버릇처럼 말하고는 했다. 문화는 국가나 인종의 장벽을 가리지 않는 지구촌의 공통 언어이기 때문이다.

반포사옥 1층에 위치한 ‘스페이스 이수’는 문화를 바라보는 이수그룹의 눈높이를 알려주는 뚜렷한 족적이라 할 수 있다. 150여 평의 넓은 공간 전체를 라운지이자 갤러리로 활용하고 있는 스페이스 이수는 ‘일상을 큐레이팅하는 공간’을 지향한다. 누군가를 맞이하는 공간인 건물 로비에서 이 시대의 현대미술을 만날 수 있기 때문이다. 향후 예술계의 메세나(Maecenas) 역할을 이어가게 될 이수그룹의 행보에 예술가와 대중의 시선이 집중되는 이유도 이러한 이유 때문이라.

스페이스 이수는 개관 기념으로 열렸던 <레조넌스>를 시작으로 큐레이터와 예술가를 궤도 공명 상태를 이루는 천체에 비유한 <궤도공명(welcome back)> 그리고 한지에 빛을 접목한 권중모 작가의 개인전까지 성공적으로 치러냈다. 또한 오는 6월에는 팝아트 계에서 독보적인 커리어를 쌓아가고 있는 옥승철 작가의 개인전도 열릴 예정이다.

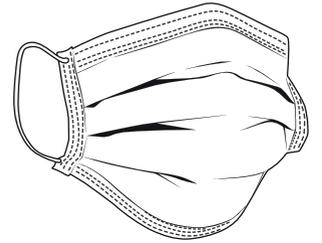


## #포스트\_코로나

### 비대면, 언택트의 일상화가 불러온 변화

재택근무와 온라인 미팅이 자연스러워진 요즘, 집에 머무는 시간이 폭발적으로 증가하면서 새로운 전기를 맞이한 분야가 있다. 타인과의 관계보다 자신에게 투자할 시간이 늘어난 사람들의 유튜브나 넷플릭스, 왓챠 등 OTT(Over The Top) 서비스 이용이 많아지면서 네트워크의 중요성이 새삼 강조되고 있기 때문이다. OTT 서비스란 불특정 다수의 접근이 용이한 범용 인터넷으로, 이 플랫폼을 이용하면 자신이 원하는 영상을 언제 어디서든 감상할 수 있다.

이러한 변화는 통계가 말해주고 있다. 2018년 전체 42.7%였던 국내 OTT 서비스 이용자가 코로나 팬데믹 이후인 2020년에 66.3%로 증가했기 때문이다. 이로 인해 영상 시청 데이터 트래픽이 증가하고, 네트워크 전송속도에 대한 니즈 또한 늘어나고 있다. 전송속도의 상승과 데이터 저장용량 증가에 대응하기 위해서는 네트워크 장비 수요도 증가하게 마련이다. 그로 인해 초고다층 인쇄회로기판 전문 생산 기업인 이수페타시스 역시 반사이익을 얻고 있다. 전문가들은 OTT 서비스 시장이 지속적인 상승세를 이어갈 것이라고 내다보았다.



## 새로운 가치 창출을 위한 첫걸음 디지털 트랜스포메이션을 묻다

비즈 이노베이션 담당 김세민 전무



글로벌 톱 기업들이 디지털 트랜스포메이션(DT)의 물결에 속속 동참하고 있다. 디지털 전환을 선도하고 있는 애플, 아마존, 테슬라 등은 물론 스타벅스와 레고, 나이키처럼 디지털과는 크게 연관이 없을 것 같은 기업들조차 DT를 통한 체질 개선에 사활을 걸고 있다. 올해로 출범 25주년을 맞은 이수그룹 역시 앞으로 다가올 포스트 코로나 시대에 대비하기 위해 전사적 역량을 집중시킬 DT 프로젝트에 착수했다. 반세기를 이어온 이수그룹 역사의 변곡점이 될 디지털 혁신, 비즈 이노베이션 부문을 담당하고 있는 김세민 전무에게 ‘디지털 트랜스포메이션’을 묻는다.



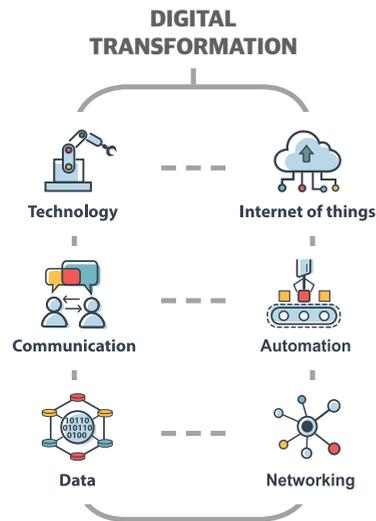
※ 인터뷰 영상이 궁금하다면  
QR코드를 촬영해 보세요.

### 디지털 트랜스포메이션(DT)이란?

디지털 기술을 업무 전반에 적용하여 기업 구조에 혁신을 불러오는 일을 말한다. 이를 위해서는 클라우드 컴퓨팅, 블록체인, 인공지능 그리고 빅데이터 등 정보통신기술을 기반으로 지금까지의 기업 운영 방식에 큰 변화를 불러오는 것이 필연적이다.

가깝게는 스타벅스 코리아가 도입한 ‘사이렌 오더’ 서비스를 예로 들 수 있다. 전 세계 스타벅스 중 한국이 최초로 론칭한 사이렌 오더는 스마트폰에서 미리 주문한 커피나 푸드를 픽업할 수 있는 모바일 서비스다. 이 서비스는 커피를 주문할 때 줄을 설 필요가 없는 새로운 경험을 소비자에게 제공하면서 식음료 시장에 일대 혁신을 불러왔다.

미국의 스포츠 용품 기업인 나이키 역시 DT를 통해 제조업의 한계를 극복하고 있다. 신발 안에 센서를 부착한 뒤 애플의 아이팟과 연동해 달리기 정보를 관리하거나 마이크로소프트의 게임기인 X-BOX의 동작 인식 장치인 키넥트를 활용해 가상으로 트레이닝 코칭을 받는 게임을 출시한 것이 DT의 대표적인 예로 볼 수 있다. 최근에는 애플워치와 컬레버레이션을 진행해 웨어러블 디바이스를 통한 건강관리 기능을 강화하고 있다. 디지털 트랜스포메이션은 더 이상 선택이 아닌 필수인 것이다.



### 디지털 트랜스포메이션은 혁신을 위한 밑거름

이수그룹은 디지털 트랜스포메이션을 어떻게 준비하고 있을까. 비즈 이노베이션(Biz Innovation)을 담당하고 있는 김세민 전무는 “이수그룹은 클라우드 솔루션과 협업 툴 도입을 통해 디지털 전환의 첫걸음을 뗐습니다”라며 “이는 디지털(Digital) 시대에 맞게 우리 사업 전반을 바꾸는 변화(Transformation)의 과정이기도 하다”라는 설명으로 운을 뗐다.

“블록체인, 인공지능, 빅데이터 등 요즘 떠오르는 기술들이 참 많은데요. 이러한 기술들이 진정한 가치를 가지려면 무언가를 변화시켜야 한다고 생각해요. 각 사업의 여러 영역들이 디지털 기술과 결합해서 근본적인 변화를 일으킨다면 그것을 DT라고 부를 수 있는 거죠. 결국 최신 디지털 기술과 우리의 역량을 잘 결합해 새로운 변화를 이끌어 내고, 더 나아가 새로운 가치를



창출할 수 있는 밑거름을 만드는 작업이 이수그룹을 위한 디지털 트랜스포메이션의 정의라고 보면 될 것 같습니다.”

### 그룹 역사상 최초로 도입되는 클라우드 솔루션

이수그룹은 현재 클라우드를 기반으로 하는 마이크로소프트의 MS365를 중심으로 디지털 트랜스포메이션을 진행하고 있다. 또한 그룹 역사상 최초로 도입되는 클라우드 솔루션과 협업 툴을 통해 코로나19로 바뀐 업무환경에도 적극적으로 대응할 수 있는 기반이 마련되었다. 그룹 전반의 업무 방식 변화를 이끌어 내는 것과 동시에 포스트 코로나 시대에도 대응하고 있는 것이다. 김세민 전무는 MS365를 활용하는 이수그룹의 디지털 전환 프로세스가 순조롭게 이루어지고 있음을 강조했다.

“MS365는 사내는 물론 외근 중에도 어디서든 팀원들과 자료를 공유하고 작업하며, 화상회의를 할 수 있는 등 리모트 워크(Remote work)가 가능한 환경을 제공합니다. 기존의 메신저는 MS팀즈로 대체함으로써 기업 자료의 유출을 막는 것은 물론 사적인 영역을 업무와 분리해 보호할 수 있게

되었죠. 클라우드에 저장된 자료들은 이전에 비해 활용도가 높아지기 때문에 자연스럽게 데이터 풀까지 구축하게 될 것으로 기대하고 있습니다.”

### 스마트폰조차 필요 없는 시대의 도래

물론 지금까지 일하던 방식과의 차이에서 오는 낯선 환경은 실무자들에게 많은 변화를 요구하게 마련이다. 이 때문에 초기에는 새로운 환경에 적응하는 데 적지 않은 노력과 시간이 소요될 수도 있다. 예컨대 스마트폰을 바꿀 경우 새로운 모바일 운영 체제에 적응해야 하는 것처럼 업무환경의 변화에 적응하려면 물리적인 시간이 필요하다. 이러한 변화는 이전에 비해 편하고 효율적으로 일하기 위해 반드시 거쳐야 하는 과정이라고 생각해야 한다. 불과 30여 년 전인 90년대만 해도, 현금이 없으면 하루 일과가 어려웠던 시절이었다. 당장 대중교통을 이용해 출근할 때 현금이 있어야 했기 때문이다. 2000년대 들어서면서 신용카드가 급속하게 보급되었고, 이제는 신용카드도 필요 없는 세상이 되었다. 스마트폰을 이용한 모바일 서비스 하나만으로 모든 소비 생활이 가능해졌기 때문이다.

“가까운 중국만 보더라도, 현금을 받지 않는 가게들이 생겨나고 있습니다. 쿼알코드를 이용해 구걸을 하는 시대라는 소식도 어렵지 않게 접할 수 있고요. 심지어 스마트폰조차 필요 없는 세상이 올지도 모릅니다. 익숙한 방식에서 벗어나는 것은 처음엔 불편할 수도 있습니다. 하지만 우리는 새로운 디지털 환경에 익숙해지면서 과거보다 훨씬 편리한 생활을 즐길 수 있게 되었잖아요.”

### DT는 선택이 아닌 생존의 문제

물론 새로운 가치 창출을 위한 변화에는 준비 과정이라는 전제가 필요하다. 최근 글로벌 기업들이 경쟁적으로 DT를 도입하고 있지만 이수그룹과 같은 B2B 중심의 전통적인 제조업을 영위하는 기업이라면 더욱 신중하고 체계적인 과정이 요구되기 때문이다. 김세민 전무는 이러한 점에 포커스를 맞추고 가장 먼저 이수그룹의 현재 상황을 점검해, 단계를 세분화 한 뒤 기술을 도입하는 과정이 선행되어야 한다는 사실을 강조했다.

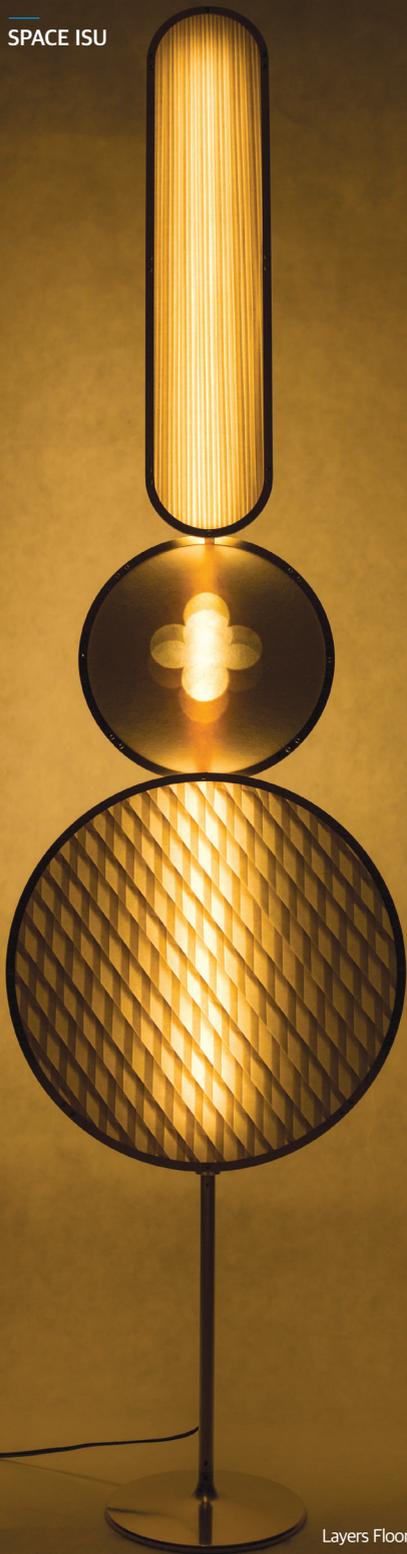
“고객과의 접점이 많아 트렌드에 민감한 B2C 기업과 달리 우리는 변화의 흐름에서 조금 벗어나 있다고 보아야 합니다. 때문에 남들이 시나 클라우드를 도입한다고 해서 우리도 써야한다는 단순 논리보다는 근본적인 변화를 고민하고 시스템 도입이 가져올 혁신의 결과물을 공유하고자 합니다. 방향이 결정된 후에는 과감히 움직이고 추진할 예정입니다. 우리에게 생존이 달린 문제니까요.” 김세민 전무는 DT의 도입으로 인해 다양한 분야에서 효율성이 높아질 것이라는 청사진도 그려보고 있다. 스마트 팩토리나 시를 활용한 공정이 그

러한 예가 될 것이다. 흔히 업무 자동화라고 부르는 이 시스템이 도입되면 임직원들은 단순 반복적인 작업에서 벗어나서 시간을 더 가치 있게 사용할 수 있게 된다. 이를 위해서는 현업에 있는 임직원들의 도움이 절실하다. 각자의 업무 프로세스를 공유하거나 자동화 할 수 있는 부분을 찾아가는 과정도 필요하다.

“요즘은 유행의 패턴이 다양해 세상도 너무 빠르게 변하고 있습니다. 이런 흐름에 맞추어 시장을 잘게 다져서 분석한 뒤 대응해야 하는데 전통적인 방식으로는 이 같은 요건을 충족시키기 어렵다고 생각합니다. 여러 가지 기술들 덕분에 과거에는 상상으로 그쳤던 일들이 실현되는 세상이 왔잖아요. 상상력을 현실로 구현하는 도구가 디지털이라면 이러한 일련의 과정을 DT라고 부를 수 있는 것이지요. 상상력이 DT로 이어지는 선순환 과정을 통해 우리는 전혀 생각지도 못했던 결과물을 만들어 낼지도 모르는 일입니다. 기존의 사고에 갇히지 말고, 새로운 사고와 상상력을 실현시키려는 마인드를 키워봤으면 합니다.”

김 전무는 디지털 트랜스포메이션을 이수그룹의 넥스트 스텝을 위한 생존의 문제로 보고 있다. 변화하는 세상 속에서 적자생존의 헤게모니를 쥐고 있는 주인공이 바로 디지털 트랜스포메이션이기 때문이다.

“이수그룹이 DT를 통해 이끌어내고자 하는 궁극적인 변화는 더 나은 내일입니다. 이수인의 삶에 풍요와 편리를 더하기 위해 저와 DT팀 모두 최선을 다하겠습니다.”



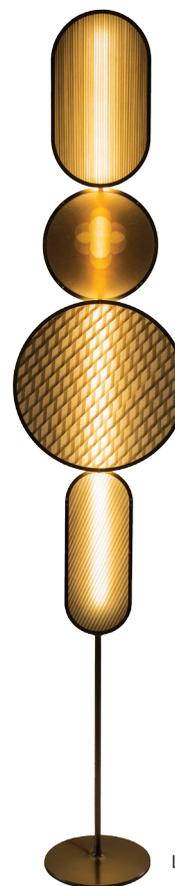
Layers Floor03 Bs

## 한지로 그려내는 빛의 질감

권중모 작가 개인전

권중모 작가는 한지에 빛을 접목하여 아름다우면서도 간결한 구조를 가진 조명을 디자인하는 작가다. 한지공예라는 전통적인 소재와 기법을 차용하여 현대적인 시각으로 재해석한 작품을 통해, 빛의 시각적 질감을 구현한다. 권중모 작가의 개인전은 오는 5월 30일까지 개최 예정이다.

“  
빛은 밝음에서 어두운 그림자까지  
미세하고 많은 음영의 영역이 있습  
니다. 빛이 만나는 재료에 따라 빛  
이 연출되는 이미지가 달라집니다  
”



Layers Floor03 TL

### 한지와 빛의 시각적 질감

스페이스 이수는 예술을 통한 일상의 '새로보기'를 제안하며, 이를 위해 다양한 작가들의 작품 세계를 제시하고 있다. 레조넌스와 궤도공명 등 현대미술 전시의 뒤를 이어 2021년 첫 번째 전시로 권중모 작가의 개인전을 선보임으로써, 모든 이에게 열려 있는 일상 속 예술 공간으로의 본격적인 첫 발을 내딛고 있다.

권중모 작가는 손으로 만질 수 없는 빛을 시각적으로 터치할 수 있도록 하는 작품을 위해 한지, 옷, 범랑 등 전통적 재료 속에서 새로운 가능성을 끊임없이 발견하며 자신만의 작품 활동을 이어 나가고 있다. 권 작가는 스페인 유학시절 한지와 빛의 접목에 대한 아이디어를 얻게 되었다. 함께 배우던 동기들이 각자 자신들의 나라에서 가져온 아이덴티티를 작품으로 구현하는 모습을 보았던 그는 한국적인 소재에 대해 고민하기 시작했고 한지를 떠올리게 된 것이다.



Layers Pendant 5p



White screen Lamp 19



Layers Pendant

“  
 빛을 다룰 때는 각각의 재료의 특성에 따른 빛의 음영의 영역들이 어떻게 그려지는지 연구하는 것과, 재료에 따라 빛의 색온도가 시각적으로 미세한 차이를 나타나게 된다는 점을 생각하면서 작업합니다  
 ”

#### 심미적인 기능성의 예술

스페이스 이수는 관람객이 권중모 작가의 작품을 가까이에서 관람할 수 있도록 공간을 구성했다. 조명이 공간에 부여하는 다양한 형태의 아름다움과 그로부터 경험할 수 있는 다양한 감각들이 갤러리에서 공유될 수 있도록 말이다.

로비에 들어섰을 때 이질감 없이 자연스럽게 작품과 대면할 수 있는 점도 돋보인다. 로비에 놓여있는 의자, 테이블이 작품과 자연스럽게 어우러져 새로운 공간에 온 것 같은 경험을 선사하고, 관람객으로 하여금 조명이 만들 수 있는 공간의 또 다른 이야기를 상상하도록 이끈다.

한지, 옷, 법랑, 유리, 황동, 철, 자수 등 다양한 소재를 재해석한 권중모 작가의 작품은 안온한 느낌의 빛과 함께 심미적인 기능성을 공통분모로 하는 작업의 결과물이다. 이번 개인전에 선보인 작품은 모두 구입 가능하다.

ISU



작가가 이번 전시를 위해 특별히 디자인한 Lighthouse ISU 에디션은, 이수그룹의 로고에서 차용한 픽셀을 모티프로 한다. 에나멜과 황동을 주 재료로 하여, 묵직하지만 간결한 선들이 은은한 빛의 영역을 만들어낸다.

# IN SIDE

## Focus & News

### (주)이수

#### 출범 25주년 맞이한 이수그룹



이수그룹이 지난 4월 15일 그룹 출범 25주년을 맞았다. 1996년 출범 이후 2000년 1월 김상범 회장 체제로 들어선 이수그룹은 그간 적극적인 투자와 거듭된 혁신을 통해 전 계열사의 성장기반을 마련했다. 이수그룹은 현재 이수화학을 비롯해 PCB 부품 제조사인 이수페타시스 등 포함 총 11개의 계열사를 두고 있다.

### (주)이수

#### MS365 전 계열사 도입



이수그룹이 디지털 트랜스포메이션의 일환으로 마이크로소프트 MS365를 전 계열사에 도입했다. 클라우드 기반의 MS365는 기업의 IT 수준을 평준화시키는 것으로 평가받는 협업 솔루션이다. 이수그룹의 모든 계열사는 향후 문서 및 일정 관리, 온라인 회의 등 온라인 기반의 클라우드 서비스를 통해 업무환경을 획기적으로 변화시킬 기반을 마련하게 되었다.

## 이수화학

### 수소 저장기술(LOHC) 기술협력 과제 참여



※ 해당 이미지는 기사 내용과 무관합니다.

이수화학은 지난 4월 6일 울산광역시와 화학연구원이 주관하는 정밀화학 기술협력과제 참여 협약을 진행했다. 이번 협약을 통해 이수화학은 수소 저장기술인 LOHC(Liquid Organic Hydrogen Carrier) 물질 합성 및 공정 개발 과제를 2년간 진행할 예정이다. 수소 저장 및 운송 분야는 수소생산에 비해 연구가 활발하지 않아 기술 개발의 필요성이 높아지고 있다.

## 이수페타시스

### 2021년 사회공헌 후원금 2,200만 원 전달



지난 1월 이수페타시스는 대구광역시 달성군 종합사회복지관에 사회공헌 후원금을 전달했다. 이수페타시스는 2007년부터 전 사원이 성금을 모금해 사회공헌활동을 이어가고 있다. 지역 내 저소득층(아동, 청소년, 노인 등) 결연금 지원, 청소년 진로설계 프로그램, 가족 문화체험활동, 연탄 지원 등을 통해 지역사회를 위한 사회공헌활동에 적극 참여하고 있다.

## 이수건설

### 거암초등·중학교 교사 신축공사 수주



이수건설은 지난 3월 15일 조달청이 발주한 '거암초등학교 및 거암중학교 교사 신축공사' 최종 계약자로 선정됐다. 해당 사업은 서울 송파구 거여동 산 49 일대에 지하 1층~지상 5층, 연면적 29,090.48㎡ 규모다. 이수건설은 올해 첫 공공부문 수주를 시작으로 종합심사 낙찰제 및 기술제안사업, 정비사업 등 활발한 수주 영업활동을 진행하여 올해도 수주 목표를 초과 달성할 계획이다.

## 이수시스템

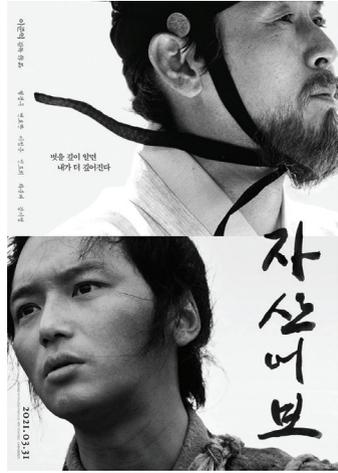
### SK트리캠 변경관리 시스템 구축 수주



이수시스템은 지난 1월, SK머티리얼즈의 합작회사로 탄생한 반도체 소재 생산기업 SK트리캠의 변경관리 시스템 구축에 착수했다. 이수시스템이 자체 개발한 변경관리 시스템은 통합환경관리법과 화학물질관리법 등에 의해 산업 규제가 강화되는 환경에 대응하는 솔루션이다. 이를 통해 플랜트를 운영하는 기업이 공정안전관리제도(PSM)제도를 준수하며 그 이력을 관리할 수 있다.

## 이수창업투자

### 개봉작 소개, 이준익 감독의 <자산어보>



지난 3월 31일 개봉한 영화 <자산어보>가 침체에 빠져있는 국내 극장가에 활력을 불어 넣고 있다. <자산어보>는 한국 사극영화 장르의 거장 이준익 감독의 여덟 번째 역사 이야기다. 서해 끝자락의 흑산도로 유배된 조선 후기의 실학자 정약전이 우리나라 최초의 어류 도감인 '자산어보'를 집필하는 과정을 극화한 이 영화는 실화를 바탕으로 하고 있다.

## 이수앱지스

### 창립 20주년 기념 라이브 스트리밍 진행



지난 3월 28일 창립 20주년을 맞은 이수앱지스가 서울 대치동 앙트 스튜디오에서 기념 행사를 개최했다. 코로나19 확산 방지를 위해 최소한의 인원만 참여한 가운데 진행된 라이브 스트리밍은 유튜브와 줌을 통해 실시간 생중계되었다. 이수앱지스는 올해 면역 향상 신약 개발의 본격화, 러시아 코로나19 백신 생산 준비와 위수탁생산(CDMO) 신규 사업을 시작하는 등 사업의 전환점을 맞이하고 있다.

## 이수엑사캠

### 신입 및 경력사원 OJT 실시



이수엑사캠은 지난 3월 8일부터 3일간 2021년 신입 및 경력 입사자들을 대상으로 OJT를 실시하였다. 이번 OJT에서는 각 부서별 인원 및 업무소개와 질의응답 시간을 가졌으며, 신입 및 경력 입사자들과의 질의응답을 통해 다양한 이야기를 나누었다. 또한 이러한 과정은 회사와 담당 업무에 대한 구성원들의 의지와 열정을 엿볼 수 있는 시간이었다.

## 이수엑사보드

### 불량 추방 결의대회 개최



지난 2월 이수엑사보드는 1공장 A동에서 불량추방 결의대회를 열었다. 제품의 취급 부주의로 인한 폐기 발생은 기업의 손실로 연결되는데, 이번 행사는 불량 제로를 통한 품질 향상을 위한 것이다. 또한 이수엑사보드는 불량 감소를 위해 '목표 없이 계획 없고, 실행 없이 혁신 없다'라는 슬로건을 내걸고 5월까지 TF팀을 꾸려 불량을 최소화하기 위한 만전을 기할 예정이다.

## 당신의 잘못된 상식을 바로잡는 지식의 서 지식의 반전 General Ignorance

저 자 존 로이드·존 미친슨

출판사 해나무



“

<지식의 반전: 호기심의 승리>와 <지식의 반전: 거짓말주의보>는 잘못된 과학, 지리, 역사, 의학 상식의 오류를 바로잡는 지식의 보고와 같은 책입니다. 이 책은 문어의 다리 개수나 물이 어는 온도 혹은 MSG가 건강에 해롭다는 오해처럼, 우리가 당연하다고 생각했던 지식의 오류에 대해 유머러스한 해답을 제시하고 있습니다.

”



점심시간이 끝나고 식곤증이 솔솔 몰려오고 있는 순간이라면 옆자리 동료에게 재밌는 질문을 하나 던져볼까요? “문어의 다리는 몇 개일까?”, “물은 섭씨 몇 도에서 얼지?” 너무 쉬운 질문이라고 생각한 나머지 동료가 황당해하며 코웃음을 칠지도 모르겠습니다. 그런데 알고 보니 문어의 다리는 8개가 아니고, 물은 섭씨 0도에서 얼지 않는다면 어떨까요? 심지어 동전을 던졌을 때 앞면이 나올 확률도 50%가 아니라고 합니다.

이 책은 누구나 당연하다고 여겼던 질문, 바로 그 상식에 대해 예상을 깨는 뜻밖의 대답을 제시하고 있습니다. 우리의 무지함을 슬쩍 들춰낸 뒤 유쾌한 가르침을 주고 있습니다. 창가에 기대어 한 장 또 한 장, 책장을 넘길 때마다 과연 우리가 알고 있는 지식은 옳은 것인가 하는 의구심을 불러일으키게 되는 책이랄까요.

<지식의 반전>은 잘못된 출처, 표기 오류, 속설들을 예로 들어가며 황당무계한 거짓말이 탄생하게 된 배경을 유머러스하게 소개해주기 때문에 술술 읽혀 내려간다는 점도 좋습니다. 한없이 얇은 지식의 가벼움을 증명이라도 하듯, 뻘한 답이 나올 법한 질문으로 함정을 파기도 하고요. MSG에 대한 오해, 화장실에서 세균이 가장 많은 물건은 칫솔이라는 사실 그리고 불일을 본 뒤 손을 씻는다고 말한 사람 두 명 중 한 명은 거짓말을 한다는 사례까지 제시하며 그동안 우리가 알고 있던 상식을 간단히 뒤집어 놓는 거죠.

<지식의 반전>은 영국 BBC 최고의 인기 퀴즈 프로그램인 ‘Q(Quite Interesting)’에서 다뤄진 내용을 단행본으로 엮은 책이라고 합니다. 팀 동료나 직장 상사가 퀴즈 마니아라면 혹은 박학다식을 추구하는 사람이라면 이 책을 반드시 권하고 싶어질 거예요. 유머와 재치를 겸비한 이수그룹의 지식인들에게 이보다 더 좋은 선택은 또 없지 않을까요.

※ 본 코너 추천도서는 향후 이수그룹 리닝센터에서 만나보실 수 있습니다.



## 이수인들의 속 시원한 카운슬링

기나긴 겨울이 물러간 뒤에 찾아오는 새봄은 더욱 화사하지요.  
직장 혹은 사회나 가정에서 어렵게 느껴졌던 문제들을 명쾌하게 풀어 드립니다.  
때로는 선배가, 때로는 동료와 후배가 해결해주는 알쏭달쏭한 고민들.  
그들이 사이다 상담소를 찾은 사연은 무엇인지, 카운슬링 토크에 귀기울여 볼까요?

### Q

개인 친목 모임과 회사  
그리고 가정 사이에서  
어떻게 하면 시간을  
효율적으로 나누어  
사용할 수 있을까요?

이선민 대리  
(㈜이수 기획팀)



이선민 대리

안녕하세요. 과장님. 입사 5년차, 결혼을 앞둔 이선민 대리입니다.

윤석호 과장

우선 결혼을 진심으로 축하드립니다. 준비해야 할 것, 신경 써야 할 일들이 많아 바쁜 시간을 보내고 있겠네요.



이선민 대리

네 결혼으로 인해 바쁘다보니 시간을 효율적으로 쓰는 방법에 대해 더 고민하게 되더라고요. 사적인 시간과 공적인 시간을 관리하는 방법이 따로 있으시다면 공유해 주실 수 있을까요?

윤석호 과장

관계 유지와 개인 시간 사이에서 균형을 찾기 위해 많은 고민을 하고 계신 것 같네요.



이선민 대리

맞습니다. 정확하게 짚으시네요.

윤석호 과장

새로운 관계가 생겨나면 개인 시간은 줄어들게 마련입니다. 시간을 효율적으로 분배하기 위해서는 우선순위를 정할 필요가 있어요. 관계에 신경쓰다보면 자신의 시간이 줄어들면서 무료함을 느끼고 때론 힘들게 느껴질 수도 있거든요.



이선민 대리

어떻게 하면 이 시간들을 효율적으로 나누어 사용할 수 있을까요?

윤석호 과장

관계의 중요성과 필요성, 만남의 횟수 등을 고려해 일정을 정하는 편이 좋습니다. 하지만 그 틈에서 짧게라도 자신을 위한 시간도 분명 가져야 하죠. 휴식이든 취미 활동이든 오롯이 자신만을 위한 시간이 있어야 다른 관계도 원만하게 유지될 수 있어요.



이선민 대리

입사 전에는 대학교, 소모임 등 개인 친목 모임이 주를 이뤘다면 입사 후에는 회사라는 조직이 더해졌고, 지금은 결혼을 앞두고 새로운 가족을 이루게 되면서 시간 분배에 어려움이 많습니다.

윤석호 과장

대리님 자신이 행복해야 주위 사람들도 나와의 관계로 인해 행복해질 수 있다는 점을 잊지 않으셨으면 좋겠어요!

### A

윤석호 과장  
(이수화학 R&D 3팀)

# Q

나만의 춘곤증 극복 방법이 있다면 소개 부탁드립니다.

도재현 사원  
(이수화학 총무1파트)



도재현 사원

이제 곧 봄이 시작되는데다 외출도 쉽지 않아 춘곤증을 어떻게 극복할지 고민입니다.

박정환 사원



저는 퇴근 후에 운동을 하며 체력을 기르고 있습니다. '휴트'라는 단어 아시죠? 집에서 쉽게 할 수 있는 팔굽혀펴기, 스쿼트, 턱걸이나 스트레칭(맨몸과 밴드 활용)을 꾸준히 하고 있어요.



도재현 사원

아 운동을 하시는군요 조금 더 자세히 알고 싶습니다.

박정환 사원



그럼요 얼마든지 알려 드릴 수 있습니다. 평일에는 팔굽혀펴기와 스쿼트를 각각 50~70개, 턱걸이는 초보라서 총 30개(점프 턱걸이 포함)를, 주말에는 팔굽혀펴기, 스쿼트는 각각 100개 이상, 턱걸이는 30개 이상 하려고 노력하고 있습니다. 거기에 밴드를 활용한 어깨 스트레칭, 골반 스트레칭 및 플랭크(1~2분)를 매일 혹은 상황에 따라 격일로 실천하고 있죠.



도재현 사원

와우~ 저도 평소에 운동에 관심이 많았는데 대단하시네요.

박정환 사원



사실 제가 운동을 좋아하는 편은 아니었어요. 전에는 커피로 졸음을 쫓고는 했는데요. 3년 전에 어깨를 다쳐 재활치료를 받으면서, 운동과 스트레칭에 관심을 갖기 시작했습니다. 당시 재활 치료사께서 밝은 분위기로 치료를 도와주시고, 유익한 스트레칭과 운동을 많이 알려주신 부분도 영향이 컸던 것 같습니다. 덕분에 자연스럽게 체중이 줄어 몸이 한결 가벼워졌고 확실히 나른해지는 것도 많이 줄었다는 걸 느낄 수 있었네요.



도재현 사원

운동과 스트레칭 외에 또 어떤 것들을 실천하고 계신가요?

박정환 사원



음식을 가리지 않고 잘 먹는 것도 극복 방법 중 하나라고 생각합니다. 특히 과일을 무척 좋아하는데요. 어릴 때부터 과일을 즐겨 먹었고, 요즘은 영양소를 골고루 섭취하는 게 중요하다고 느껴 더욱 자주 챙겨 먹는 편입니다.

# A

박정환 사원  
(이수시스템 Cloud서비스팀)

# Q

대중교통으로 출퇴근하는 중에 여유 시간 활용하는 노하우가 궁금합니다.

이건우 대리  
(이수AMC 관리팀)



이건우 대리

전에는 매일 직접 차를 몰고 출퇴근을 하다가, 대중교통을 이용하고 있습니다. 대중교통으로 이동 중에 여유 시간을 조금 더 가치 있게 활용할 방법이 없을까요?

권도영 사원



출퇴근 여유 시간에 미리 그날의 업무를 준비하거나 업무에 도움이 되는 자기 계발 혹은 건강관리를 해보시는 건 어떨까요?

저희 팀원들은 오전 9시가 되기 전에 그날 진행해야 할 업무 관련 활동을 다른 부서에 미리 고지합니다. 그래서 출근하는 길이나 사무실에 일찍 도착했을 때 항상 이메일을 먼저 확인해요. 지난 밤 쌓였던 이메일을 확인하고 미리 타부서에 업무 협조 요청을 하면 일을 신속하게 시작할 수 있어서 좋더라고요.



이건우 대리

좋은 방법이네요. 사실 저도 매일 그날 어떤 일을 할지 계획하고 움직이는 편입니다. 그렇게 미리 대비하면 업무를 시작하는 마음 가짐도 달라지는 것 같아요.

권도영 사원



자투리 시간을 활용하는 측면에서 보면 사무실에서 할 수 있는 간단한 맨손 체조나 계단 걸어 오르기 등 간단한 운동을 하면서 건강을 챙기는 것도 좋을 것 같습니다.



이건우 대리

퇴근 후에는 보통 자투리 시간을 어떻게 활용하시는지도 궁금하네요. 저뿐만 아니라 이제 직장생활을 시작하게 될 후배들에게도 도움이 될 것 같습니다.

권도영 사원



퇴근 후 시간이 남는다면 업무에 도움이 되는 자기계발을 하면 좋을 것 같아요. 예를 들어 전 세계 시장동향을 파악해야 하는 업무를 담당하고 있다면 뉴스를 읽고, 컴퓨터와 관련된 업무라면 그와 관련된 언어 등을 공부하는 시간을 가져 보면 어떨까요?

# A

권도영 사원  
(이수페타시스 해외영업팀)

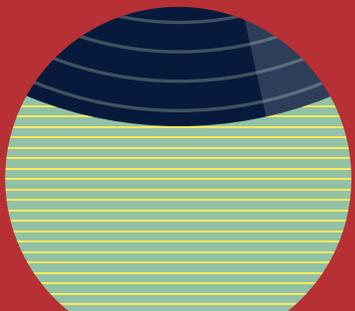
HEY!  
이수 퍼플~

## 내 고막을 책임져 줄 인생 음악 공유해 줘!

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



MUSIC



## 음악에 취했던 우리의 청춘을 기억하며

김륜현 사원 | 이수화학 R&D 3팀

조금 오래된 곡이긴 하지만 최호섭의 '세월이 가면'을 추천하고 싶습니다. 요즘 세대에게는 약간 낯선 노래일 것 같은데요. 아마도 드라마 <응답하라 1988>에서 들어본 사람도 있을 것 같네요. 바로 그 드라마의 OST로 리메이크된 기현의 '세월이 가면'도 좋습니다.

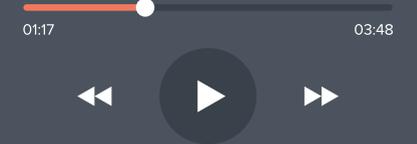
고등학교 때 잠시 음악을 배웠던 적이 있는데요. 연습하고 싶은 곡을 정해 오라는 선생님 말씀에 문득 '세월이 가면'을 골랐던 기억이 떠올랐습니다. 함께 음악을 배우던 친구들은 "너무 옛날 곡 아니냐"며 울산 촌놈이라는 별명을 붙여 주기도 했어요.

"세월이 가면 가슴이 터질 듯한 그리운 마음이야 잇는다 해도 한없이 소중한 사랑이 있었음을 잊지 말고 기억해줘요" 제가 이 노래에서 가장 좋아하는 부분입니다. 가사가 아름답기도 하고 벽차오르는 감정을 절절하게 느낄 수 있어 좋은 것 같습니다.

### comment

평소 제가 조금 쳐져 있을 때 들으면 기분 좋아지는 곡들을 꼽아 보았습니다. 이 곡을 듣는 여러분의 기분도 '업' 되기를 바랄게요.

세월이 가면  
최호섭 1집(1988)



### 나만의 추천 평곡 리스트

- 멜로디  
ASH ISLAND
- 적외선 카메라  
원슈타인
- At My Worst  
Pink sweat\$
- 너로 물든다  
신용재
- 멀리  
선주

형(兄)  
노라조 싱글 '야심작'(2009)



01:17 03:48

나만의 추천 평곡 리스트

- 새로운 곳으로 여행을 갈 때  
**Starman** (영화 마션 OST)  
David Bowie
- 비가 올 때 차에서  
**Storm song** (LG오브제 광고 음악)  
Phildel
- 옛 추억이 떠오를 때  
**Grown man**  
Jermaine Dupri
- 내면의 중2병이 몸부림칠 때  
**Love the way you lie**  
Eminem & Rihanna
- 노곤노곤한 주말 오후에  
**Somewhere in the world**  
슬레이어즈 OST, 피아노 버전

## 지친 마음에 위로를 주는 노래

홍도기 과장 | ㈜이수 HR팀

누구나 살아가며 사회에서 혹은 직장에서 목표했던 바를 다 이루지 못하는 경험을 하게 됩니다. 이 노래는 그런 사람들에게 젊은 날의 실패에 너무 좌절하지 말고 묵묵히 감내해 낼 것을 조언하는 따뜻한 노래입니다. 실패를 담담히 받아들이고 나면 그 경험도 언젠가는 또 하나의 추억이 될 것이라는 의미들이 위로가 되어줄 거예요. 그 당시에는 당장 포기해버리고 싶은 마음이 굴뚝같았겠지만 지나고 나면 별것 아니었다고 생각되는 것들이 있잖아요. 이 노래는 제가 지쳐있을 때 그러한 평범한 교훈을 다시 일깨워주고는 했습니다.

특히 "사람을 믿었고 사람을 잃어버린 자 어찌 너 뿐이라. 맘껏 울어라 억지로 버티라 내일은 내일의 해가 뜰 테니. 더 울어라 젊은 인생아. 저도 괜 찮아 넘어지면 어때. 살다 보면 살아가다 보면 웃고 떠들며 이 날을 넌 추억할 테니"라는 대목은 제가 가장 좋아하는 부분입니다.

### comment

TV를 자주 보는 것은 아니지만 OST를 좋아하는 편입니다. 여행 떠날 때, 비 내리는 날 차안에서 혹은 주말 오후에 듣기 좋은 곡들을 골라 보았습니다.



김민정 사원(이수건설 분양마케팅팀)



### 끝은 새로운 시작이다!

영원히 끝날 것 같지 않던 6년간의 대학 생활에 종지부를 찍었습니다. 학교 생활 4년과 휴학 2년은 마치 끝이 보이지 않는 긴 터널처럼 느껴졌어요. 터널 끝에 무엇이 기다릴지 모르기에 더욱 두려웠답니다. 하지만 그 시간의 끝자락에서 이수를 만났습니다. 그렇기에 두려움을 떨쳐버리고 희망을 향해 앞으로 나아갈 수 있었지요. 끝은 곧 새로운 시작인 것처럼, 지금은 새내기 시절에 느꼈던 설렘으로 가득한 공기와 봄의 따스함이 느껴지는 나날을 살아가고 있습니다. 모두에게 찾아온 새로운 계절, 이 봄날을 아름답게 시작하기를 소원해봅니다.

#졸업 #새로운시작 #설렘 #봄날 #희망을향해서



최지영 사원(이수페타시스 생산관리팀)



### 보랏빛으로 물든 카파도키아의 하늘

코로나19 이후 해외여행이란 단어조차 낯설어진 요즘, 2018년에 다녀왔던 터키 여행을 생각하면 그 시간들이 전생이 아니었나 싶을 정도로 아련하게 느껴집니다. 열기구를 타고 하늘을 날았던 일도 짜릿했지만 땅에서 보았던 보랏빛 하늘이 저에게는 더욱 인상 깊었습니다. 짙은 보랏빛 하늘에 등실 떠있는 열기구들과 카파도키아의 독특한 지형은 마치 모네의 풍경화가 눈앞에 펼쳐지는 듯했습니다. 눈으로만 담기에도 아까워 사진을 제대로 남기지 못한 것이 못내 아쉽네요. 이수 가족 여러분들도 행복했던 추억을 잠시나마 되돌아보시면 좋겠습니다.

#터키여행 #보라빛황혼 #열기구 #카파도키아 #모네의풍경화

OUT  
SIDE



#### 독자 여러분의 사진을 받습니다

가만히 바라보면 우리 곁엔 놓치기 아까운 행복한 순간들이 참 많습니다. 여러분의 휴대전화 속에 담긴 행복하고 의미 있는 순간들을 사연과 함께 보내주세요. 사보에 실리는 행운과 소정의 선물을 드립니다. 보내실 곳 카카오톡 ID : creativekeym / 이메일 : hjkim1@isu.co.kr



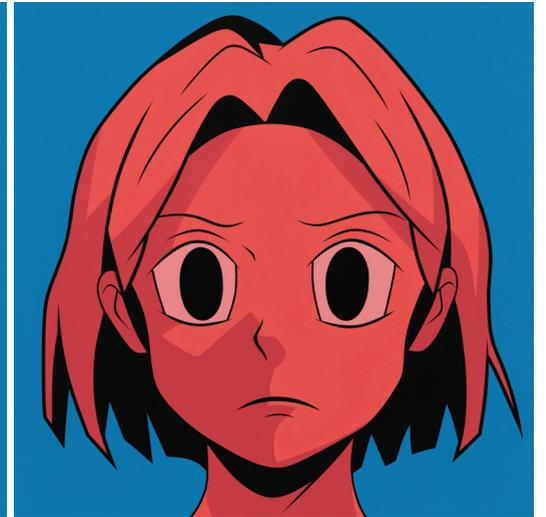
가벼움과 진지함의 경계를  
오가는 팝아트

옥승철 작가

지난해 이수그룹 반포사옥 1층에 문을 연 예술 공간 스페이스 이수가 오는 6월에 있을 옥승철 작가의 개인전을 준비하고 있다. 가벼움과 진지함의 경계를 오가며 독특한 작품 세계를 구축해가고 있는 옥승철 작가는 현재 국내 미술계에서 가장 주목받는 아티스트 중 하나로 꼽히는 인물이다. 세 번째 개인전을 앞두고 있는 옥승철 작가의 작품 세계로 초대한다.



ID picture, 2020, Acrylic on canvas, 90×90cm



#### 미술과 비(非)미술의 경계에서

옥승철 작가는 포스트 디지털아트의 관점에서 디지털의 관습과 미술의 관습이 교차하는 자신의 작업 과정을 부각시키는 아티스트다. 이를 위해 애니메이션의 여러 장면이나 인물들을 조합해 재창작한 디지털 이미지를 원본 삼아 회화, 조각 혹은 영상 등의 매체를 아우르는 작품을 선보이고 있다. 현실과 가상, 미술과 비(非)미술의 경계를 오가는 작품의 이미지는 하나의 형식으로 고착되지 않고 그 안과 밖에서 서로 상호작용을 하며 여러 형태와 질감으로 구체화된다. 또한 출력된 외피의 가벼움과 진지함이 공존하는 모순을 강조해 원본성의 의미를 새로운 관점에서 살피고 있다. 이러한 맥락에서 그의 작품이 전시되는 공간은 디지털 원본을 다양한 미술형식에 담아 공급하는 장소로 설정되고 있다.

이를 위해 갤러리 공간은 원본 JPEG 파일에 미술

의 전형적 형식과 물리적 형태, 질감을 부여함으로써 예술작품의 요건을 갖추고, 그 고유의 아우라와 차별성을 감상자에게 서비스하는 플랫폼 역할을 하게 되는 것이다.

#### 무수히 다른 모습으로 변화하는 예술적 화법

2018년 열렸던 옥승철 작가의 첫 번째 전시는 우선 작가의 디지털 원본 이미지가 회화, 조각 등 예술작품의 전통적 형식부터 굿즈, 앨범, 커스텀에 이르기까지 현실과 가상, 미술과 비미술의 경계를 넘나들며 출력되고, 전유된다는 데서 출발했다.

옥승철 작가의 작품은 1970년대부터 2010년대 사이의 다양한 일본 애니메이션에 등장하는 인물 이미지의 원본을 복제한 뒤 각 요소를 재조합하여 해당 이미지가 본래 가지고 있던 맥락을 삭제한 모습으로 재창조된다. 마치 하나의 밈(meme)이 무수히 다른 모습으로 바뀌어 유행하고 퍼져나가는



Mimic, 2019, Acrylic on canvas, 230x200cm(3pieces)

것처럼 말이다. 그의 회화 속에서 서로 매우 유사해 보이는 얼굴은 처음 만들어진 JPEG 파일을 원본으로 삼아 다양하게 변화하는 일종의 돌연변이로 풀이해야 한다.

따라서 밈이란 단어아말로 옥승철 작가의 의도를 집약해 풀어내는 중요한 키워드라고 볼 수 있다. 그 때문일까? 옥승철 작가의 작품은 특히 온라인에서 컬트적 인기를 모으고 있다. 인스타그램, 트위터, 블로그 등지로 퍼져나가는 작품들은 그 자체로 조금씩 변신하며 끊임없이 자가복제를 하는 밈 현상과 다르지 않다.

이처럼 독특한 예술적 화법은 대중들에게도 큰 반향을 불러일으키고 있다. 카카오테이크스와 옥승철 작가가 콜라보해 선보인 특별판 굿즈는 금세 품절되고 말았을 정도다. 그는 무한 복제가 가능한 디지털 이미지와 유일성이 강조되는 회화, 조각이 대비되는 모순을 부각시켜 동시대성의 틀 안에서 작가적 질문을 던지고 있다. 오는 6월 이수그룹 반포사옥에서 보게 될 옥 작가의 작품이 스페이스 이수의 공간에 어떻게 녹아들게 될지 자못 궁금하다.

### Profile

#### 옥승철 작가

중앙대학교 서양화과를 졸업한 옥승철 작가는 2018년 갤러리 기체에서 첫 번째 개인전 <UN ORIGINAL>을, 지난해에는 두 번째 개인전인 <JPEG SUPPLY>를 개최했다. 국립현대미술관 진흥재단 다시보기 프로젝트를 비롯해 플랫폼 엠, 대구미술관, 롯데뮤지엄, 스페이스 K, 카카오프로젝트 스페이스, 갤러리 기체 등에서 열린 다수의 기획전에 참여했다.



## [브랜드 뮤지엄]

기업과 창업자의 철학과 역사, 기술력, 브랜드 가치를 담은 공간으로 예술과 문화를 아우르는 컬처 스페이스를 지향한다.



#### 시몬스 테라스 버추얼 제티

요즘 경기도 이천에서 가장 핫한 공간으로 꼽히는 시몬스 테라스는 지난해 무려 25만 명이 다녀간 시몬스의 브랜드 뮤지엄을 겸하고 있으며 카페, 체험 공간 그리고 플래그십 스토어가 한자리에 모여 있다. 현재 시몬스 테라스 라운지에서는 가상의 여행을 체험할 수 있는 체험형 전시회 'Virtual Jetty: 버추얼 제티'가 열리고 있다. 버추얼 제티는 뉴노멀 시대 속에서 여행에 대한 갈망을 풀어주고자 마련된 전시로 4개의 여정을 담은 작품을 다채로운 형태로 시각화해 가상의 여행을 체험할 수 있도록 만들었다.

경기 이천시 모가면 사실로 988 | 031-631-4071 | www.simmons.co.kr



#### 아라리오 뮤지엄 인 스페이스

기업인이자 화가인 ㈜아라리오 창업자 김창일 회장의 컬렉션을 중심으로 탄생한 컨템포러리 아트 뮤지엄. 사무실, 영화관, 모텔로 사용했던 건물의 역사적 가치에 현대미술의 가치를 더해 유니크한 아트 스페이스로 재탄생 시켰다.

서울 종로구 율곡로 83 | 02-736-5700 | www.arariomuseum.org



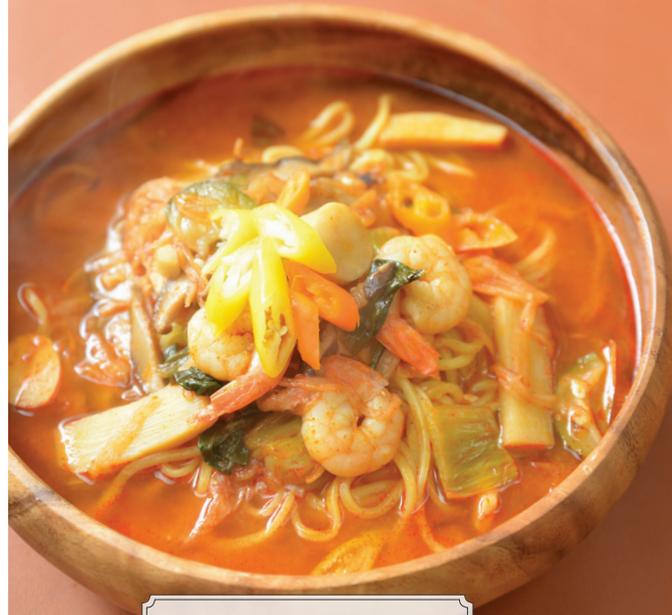
#### 오설록 티뮤지엄

한국 전통차 문화를 소개하는 티(tea) 전문 뮤지엄으로 건물 앞으로는 초록빛 서광다원이 광활하게 펼쳐진다. 개관 당시 세계 10대 미술관에 선정되기도 했던 오설록 티뮤지엄의 차 문화 체험공간 '티스톤'에서는 태고의 숲 곳자왈을 바라보며 티 클래스를 체험할 수 있다.

제주 서귀포시 안덕면 신화역사로 15 | 064-794-5312-3 | www.osulloc.com/kr/ko/museum

## 요린이도 할 수 있는 초간단 푸드 레시피

집에서 요리하는 시간이 폭발적으로 증가하고 있는 요즘 심플한 푸드 레시피로 누구나 요리해 먹을 수 있는 메뉴들이 인기다. 케이블 예능 프로그램에 등장해 화제가 되고 있는 곰탕파스타, 조선호텔 중식당 메뉴인 '호경전'의 밀키트 버전인 이마트 삼선짬뽕 그리고 백종원 '군만두전'까지. 요린이들을 위한 초간편 레시피를 공개한다.



조선호텔 삼선짬뽕



유퀴즈 곰탕파스타



백종원 군만두전

### 사리곰탕과 우유의 부드러운 만남 유퀴즈 곰탕파스타

tVN 인기 예능 프로그램 <유 퀴즈 온 더 블록>에 소개되면서 큰 화제가 되었던 레시피. 농심 사리곰탕면 스프 개발자가 추천한 이 레시피는 사리곰탕면과 우유의 조합만으로도 크림 파스타의 맛을 낼 수 있는 쉽고 간편한 조리법이 특징이다.

재료 : 사리곰탕면, 우유(350ml), 간 마늘 3~4개, 양파 1/2개, 체다 슬라이스 치즈 1장

- ① 양파와 마늘을 적당한 크기로 잘라준다. 소시지나 베이컨을 추가해도 좋다.
- ② 팬에 기름을 두르고 썰어 놓은 양파와 마늘을 볶다가 소시지(혹은 베이컨)를 넣어 함께 볶는다. 다진 마늘을 추가해도 좋다.
- ③ 양파와 마늘이 노릇하게 변할 무렵 우유를 붓고 스프를 절반만 넣는다.
- ④ 우유가 끓기 시작하면 면을 넣은 뒤 적당히 익었을 때 체다 슬라이스 치즈 1장을 넣어 조금 더 끓이면 완성!



**TIP**  
냉장고에 소시지나 베이컨, 양파, 청양고추 등이 있다면 결들인 뒤 예쁜 접시에 플레이팅하면 유명 파스타집 못지않은 인증샷을 남길 수 있다.

## 여기가 바로 밀키트 짬뽕 맛집 조선호텔 삼선짬뽕

밀키트 전성시대인 요즘 젊은 층을 중심으로 인기몰이를 하고 있는 간편식. 튀기지 않은 생면을 비롯해 청경채, 죽순, 오징어, 소라, 가리비 등 채소와 해산물을 아낌없이 사용해 맛이 훌륭하다. 요리 흡수도 밀키트 레시피만 잘 따라 하면 그럴싸한 맛을 낼 수 있다.

재료 : 조선호텔 삼선짬뽕 밀키트(2인분), 다진 마늘 약간

- 1 3분 50초 동안 면을 삶아 찬물에 헹군 뒤 물기를 빼준다.
- 2 크기가 넉넉한 냄비나 팬에 식용유를 두르고 약한 불에서 다진 마늘과 대파를 볶다가 센 불에서 양파, 표고버섯, 죽순, 호박, 청경채 순서대로 볶는다. 채소는 너무 익히지 않는 것이 좋다.
- 3 짬뽕 소스를 넣고 볶다가 물(700ml)을 붓고 국물이 끓기 시작하면 1분 30초 동안 더 끓여준 뒤 해산물을 추가해 30초간 끓인다.
- 4 건져놓은 면을 뜨거운 물에 살짝 데친 뒤 그릇에 옮겨 담고 완성된 짬뽕 국물을 부어 준다.



**TIP**  
칼칼한 맛을 원한다면 청양고추를 얇게 저며 다진 마늘, 대파와 함께 볶아주고, 오일은 식용유를 사용해야 더 풍부한 맛을 낼 수 있다.



## 진짜 맛있을 만두 하쥬? 백종원 군만두전

특별한 식재료 없이 냉장고 털이를 할 수 있는 백주부의 꿀템 레시피. 냉동 만두와 밀가루 혹은 튀김가루만 있으면 고소한 군만두전을 완성할 수 있다. 겉바속촉 군만두전을 맛보고자 한다면 약한 불과 중간 불을 오가며 은근하게 익히는 것이 비결이다.

재료 : 냉동 만두, 밀가루(튀김가루나 전분도 OK), 대파 약간, 물 1/2컵(종이컵 기준)

- 1 작은 그릇에 물 반 컵 정도를 붓고 밀가루 1스푼을 넣어 멍치지 않게 잘 풀어준다.
- 2 팬에 식용유를 두르고 만두를 올려 준 뒤 지글지글 튀겨지기 시작하면 밀가루 물을 부어준다. 이때 가능한 얇게 부어야 바삭한 식감을 맛볼 수 있다.
- 3 대파를 썰어 위에 군만두전 위에 솔솔 뿌려주면 더 좋다.
- 4 적당히 익었다면 접시 위에 뒤집어서 얹어주면 완성된다.



**TIP**  
군만두가 아니어도 상관없다. 물만도, 찐만두, 납작만두 등 취향에 따라 그러면 냉동 만두라도 응용 가능하다.



## 살테니까 만들라고!! 능동형 소비자 '팬슈머'를 아시나요?

팬과 소비자가 만나 탄생한 용어인 팬슈머는 요즘 세계 시장에서 가장 강력한 영향력을 발휘하고 있는 파워 컨슈머다. 이들은 원하는 제품을 찾는 것이 아니라 직접 발 벗고 나서 만들어내고 있으며, 심지어 자신이 선호하는 타입의 팝스타를 데뷔시키는 단계까지 이르렀다. 큰 손으로 등장한 '팬슈머'를 알아야 시장의 미래가 보인다.

글 김태진(칼럼니스트)

팬슈머란 팬(fan)과 컨슈머(consumer)를 합성한 신조어다. 이들은 단순히 시중에 팔고 있는 기성 제품에 만족하지 않고 기획 단계에서부터 적극적으로 의견을 개진해 자신들이 원하는 제품을 얻어내고야 마는 소비의 신인류라 할 수 있다. 팬슈머는 대기업이 만드는 가전이나 자동차, 식품 트렌드에 영향을 미칠 뿐 아니라 최근에는 K팝 아이들에게 영향을 미치는 단계까지 이르렀다. 팬으로서 좋아하는 제품이나 아이돌과 관련된 제품, 서비스 등을 적극 소비하지만, 다른 한편으로는 비판도 주저하지 않는 것이 팬슈머의 가장 큰 특징이라 할 수 있다.

그들은 성에 차지 않으면 직접 제조사를 물색하고 유통 판로까지 뚫는 집념과 저력의 소비자다. 제품에 직접 투자하고 제조 과정에도 적극 참여하여 더 우수한 품질의 제품을 만들어 내며, 심지어 직접 나서서 브랜드를 키워내기도 하는 완전히 다른 개념의 인류라고 해도 과언이 아니다.

### 16년의 기다림 끝에 출시된 파맛 시리얼

특히 식품유통 업계에서 팬슈머의 파워는 압도적이다. 농심켈로그에서 생산하고 있는 시리얼 제품인 체크스 파맛의 국내 출시는 그 대표적인 예로 볼 수 있다. 지난 2004년 신제품 홍보 과정에서 파맛을 가미한 체크스가 광고를 통해 언급된 이후 구매자들은 오랜 시간 해당 제품의 출시를 기다려왔다. 이후 네티즌들의 끊임없는 요구가 인터넷 밈으로까지 이어지면서, 지난해 마침내 체크스 파맛이 한정판 상품으로 출시되는 놀라운 결과를 이끌어 내기에 이른다. 무려 16년이라는 세월의 기다



팬슈머의 지속적인 요구로 16년 만에 출시된 농심켈로그의 체크스 파맛

림 끝에 이루어진 이 해프닝은 국내 식품유통 마케팅계에 두고두고 회자될 사건으로 기록되었다. 출시 이후 농심켈로그는 '16년간 기다려온 그 맛이 온다'라는 슬로건을 내걸고 신제품 시식단을 모집하기도 했다. 또한 해당 제품에 관심이 전혀 없던 사람들까지 '파 맛이 나는 시리얼 스낵'이 궁금하다며 직접 구입해 맛을 보는 사례도 적지 않다. 비록 소비자들의 강력한 요구에 못 이겨 출시한 제품이지만 농심켈로그는 예상치 못한 성과를 달성하기도 했다. 체크스 파맛 광고가 구글이 주최하는 '2020 유튜브 워즈 어워드'에서 '베스트 유튜브 신규 브랜드 론칭' 부문을 수상했기 때문이다.

### 캔디바 맛 우유 드셔보셨어요?

바나나 우유의 대명사인 빙그레가 소비자의 의견을 적극 반영해 출시한 '캔디바 맛 우유'도 소비자



빙그레 바나나 맛 우유는 소비자들의 니즈를 적극 반영해 다양한 한정판 제품을 선보이고 있다.

들 사이에서 화제가 되고 있다. 목이 짧고 배가 볼록한 단지를 담은 음료 용기로 인해 '단지 시리즈'라 불리고 있는 빙그레 바나나 맛 우유는 무려 40년이 훌쩍 넘는 오랜 기간 동안 사랑받아온 스테디셀러다. 빙그레의 역사와 다를 바 없는 바나나 맛 우유는 1974년 출시 이후 47년의 세월 동안 가공유 부문 최고 매출을 기록하고 있는 부동의 넘버원 제품. 그러나 빙그레는 이에 안주하지 않고 '단지가 궁금해'라는 프로젝트를 통해 다양한 한정판 제품을 선보이고 있다. 지난 2018년 출시된 오디맛을 시작으로 꿀, 리치피치, 바닐라, 호박 고구마 맛 등이 출시됐는데 캔디바 맛 우유 한정판 역시 소비자 의견을 반영해 지난 1995년 출시된 빙그레 캔디바의 맛과 컬러를 도입한 제품이다. 단종 됐던 제품이 팬슈머에 의해 부활하는 사례도 있다. 맘스터치의 할라피뇨 통살버거나 CJ제일제당의 면 식품 전문 브랜드 '제일제면소'의 예가 그렇다. 특히 제일제면소의 경우 브랜드를 부활시키면서 기존 면요리 키트에서는 볼 수 없던 부산밀 면과 속초 코다리냉면 같은 지역의 특색을 살린

제품을 출시해 환영 받기도 했다. 제일제면소는 브랜드 론칭 당시 특정 지역의 토속 먹거리로 인기를 끌었지만 차별화된 원료로 인해 원가 부담이 높아지면서 한때 판매가 중단되기도 했다. 제일제면소 제품이 마트에서 사라지자 소비자들 이 판매처를 문의하는 과정에서 재출시 요청으로 이어졌고 이에 힘입어 제일제면소 제품의 재출시를 결정하게 된 것이다. 자신의 의견을 적극적으로 관철시키는 팬슈머의 파워가 여실히 드러나는 대목이다.

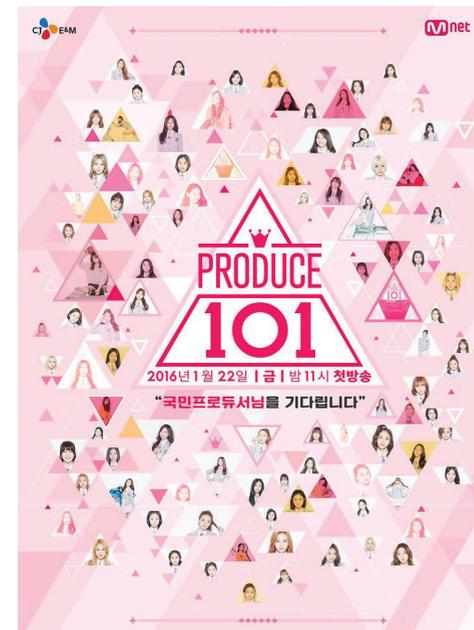
#### 연습생을 아이돌로 데뷔시키는 피드백의 파워

팬슈머는 단지 상품이나 브랜드에 국한되지 않는다. 아이돌 연습생들이 출연하는 오디션 프로그램을 시청하다가 마음에 드는 사람에게 전화나 모바일을 통해 투표하고 직접 온라인에 홍보를 하는 등의 행위 역시 팬슈머에 해당되기 때문이다. 연습생이 이러한 과정을 거쳐 성공적으로 데뷔했을 때 그들에게 지지와 비판을 아끼지 않았던 팬들은 요즘 표현으로 '찐팬'으로 거듭나게 된다. 국내 오디션 프로그램의 원조 격인 <슈퍼스타K>

를 비롯해 <K팝스타>, <팬텀싱어>, <프로듀스 X 101> 등을 비롯해 최근 폭발적인 인기를 모으고 있는 케이블 채널의 트로트 오디션 프로그램 등은 모두 팬덤이 팬슈머의 영역으로 확장된 결과물로 볼 수 있다.

특히 이들 프로그램에 출연한 아이돌 혹은 연습생들에 대한 피드백은 거의 실시간으로 이루어질 만큼 강한 즉시성을 띠고 있다. 인터넷과 SNS의 발달 덕분에. 과거와 분명히 다른 점이 있다면 시청자들은 자신이 좋아하는 출연자에 대해 투표와 홍보 등을 통해 긍정적인 지지만 보내는 것이 아니라 적극적으로 비판도 하고 있다는 사실이다. 이러한 관여와 간섭은 실제로 해당 출연자에게 전달 되면서 오디션의 당락이 바뀔 정도로 극적인

오디션 프로그램은 팬슈머가 가장 활발하게 활동하는 분야다.



변화를 불러오기도 한다. 심지어 최근에는 드라마 주인공이 교체되거나 드라마 자체를 종영시키는 사례도 나와 문화계 전반에 큰 반향을 불러일으키기도 했다.

이 같은 팬슈머들의 적극성은 연예인 관련 굿즈를 뜻하는 '팬아트' 상품에도 큰 영향을 끼치고 있다. 팬아트 굿즈의 판매량이 매년 큰 폭으로 상승하고 있어 관련 업계의 주목을 받고 있는 것. 지난해 지마켓이 발표한 팬아트 상품의 판매량 통계에 따르면 전년도인 2019년 대비 최대 3배나 증가한 수치를 보여주었다고 한다. 달력이나 다이어리, 화보집 외에도 의류나 응원봉 등이 소위 '잘 팔려나간' 인기 상품이다. 펍수 달력이나 다이어리 등 캐릭터 관련 굿즈들도 마찬가지로 216%에 달하는

팬수의 캐릭터 굿즈와 같은 팬아트 상품은 매년 판매량을 경신하고 있다.





자신에게 꼭 맞는 제품만 골라서 구입할 수 있는 크라우드 펀딩은 폭발적인 성장세를 기록하고 있다.

매출 신장이 이루어진 것으로 집계 됐다.

### 소극적인 소비자, 팬슈머로 변신하다

팬슈머 파워의 근원은 네트워크와 디지털 디바이스의 발달에서 기인한다. 인터넷과 모바일 환경이 좋지 않았던 과거에는 제품의 소비 패턴이 지금과는 사뭇 달랐다. 제품을 기획하고 제작해 상품으로 출시하기 위해서는 관련 시장을 분석하거나 사용자의 이용 행태를 조사하고 이를 반영하는 과정이 필요하다. 물론 과거에도 이러한 과정은 동일했으나 구매자의 의견이 이토록 적극적으로 반영되는 사례는 찾아볼 수 없었다.

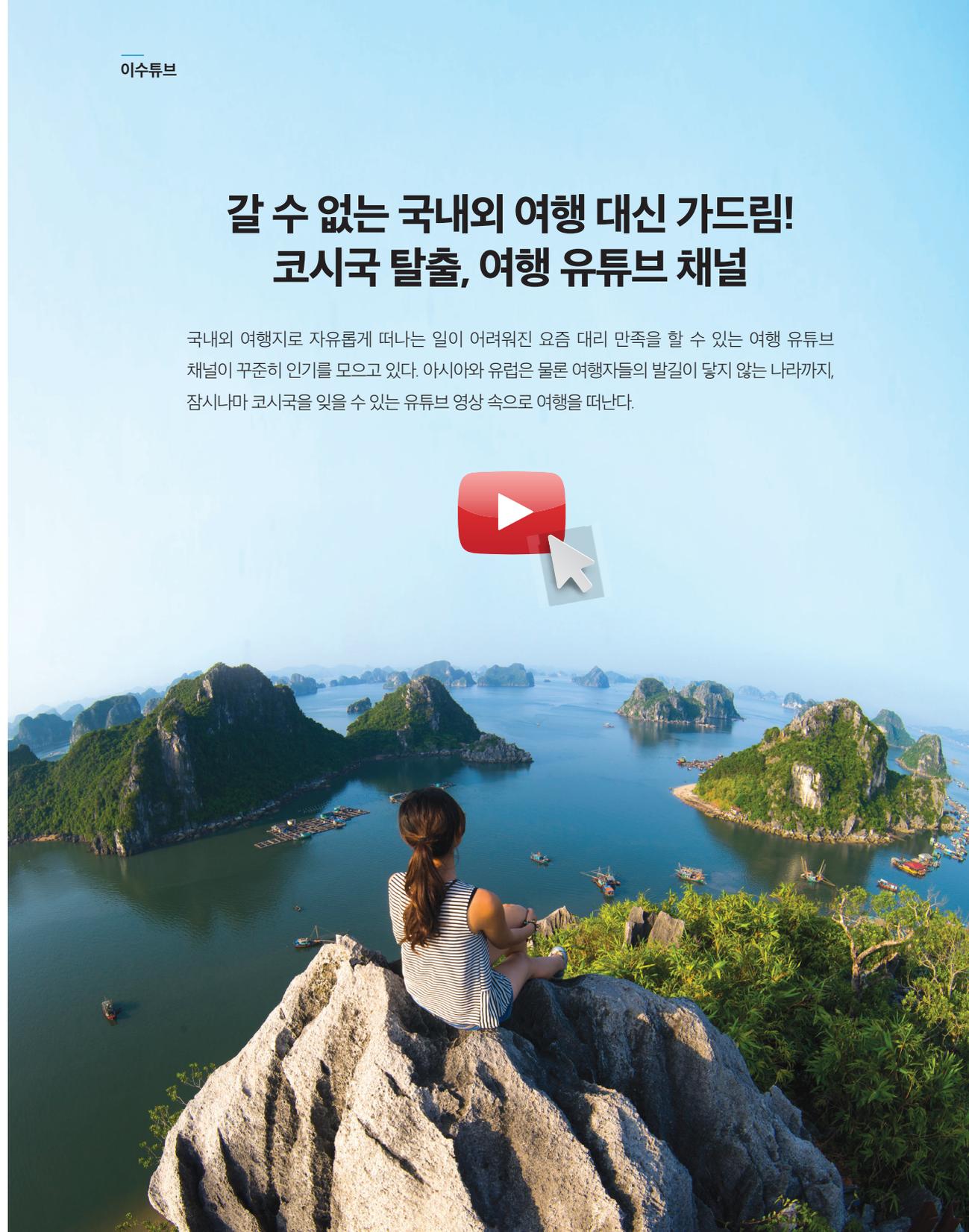
물론 사람들의 의식이 변화했다는 점도 큰 변수로 작용한다. 소극적이었던 소비자들이 과거에 비해 훨씬 적극적인 자세로 소비에 임하고 있기 때문이다. 그 대표적인 예로 크라우드 펀딩을 들 수 있을

것이다. 국내 대표적인 크라우드 펀딩 업체인 와디즈의 2014년 펀딩 규모는 4억 원에 불과했다. 그러던 것이 이듬해 5배에 달하는 21억 원을 기록한 이후 매년 폭발적인 성장세를 이어가고 있다. 2019년에는 펀딩 금액이 1600억 원에 달했으면 2020년에는 5천억 원을 넘어섰다고 한다. 자신이 찾던 꼭 맞는 제품만 골라서 소비할 수 있는 크라우드 펀딩의 특성이 팬슈머의 성향과 어우러져 지속적인 성장세를 기록하고 있는 것이다.

팬슈머는 단순히 불매하는 것을 넘어서 적극적인 피드백으로 제조사와 소통하고 결국 자신이 만족할 수 있는 수준의 제품을 만들어내는 완전히 새로운 소비자다. 만우절 장난 같았던 기발한 제품을 현실로 소환하고, K팝 연습생을 아이돌로 탄생시키며 제품의 유통과 판매에 관여하고 문화 콘텐츠의 본질까지 변화시키는 소비자의 시대가 마침내 도래했다.

## 갈 수 없는 국내외 여행 대신 가드림! 코시국 탈출, 여행 유튜브 채널

국내외 여행지로 자유롭게 떠나는 일이 어려워진 요즘 대리 만족을 할 수 있는 여행 유튜브 채널이 꾸준히 인기를 모으고 있다. 아시아와 유럽은 물론 여행자들의 발길이 닿지 않는 나라까지, 잠시나마 코시국을 잊을 수 있는 유튜브 영상 속으로 여행을 떠난다.

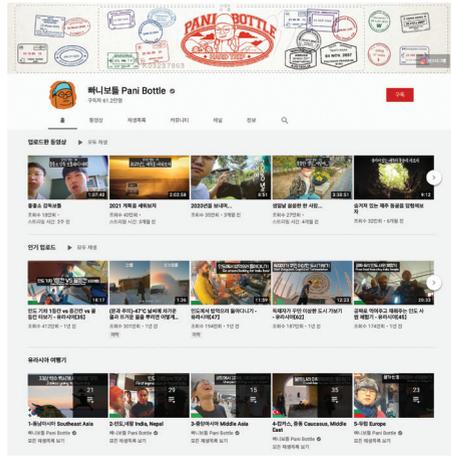


## ▶ 빠니보틀

지갑은 가볍지만 마음은 두둑한 청춘 여행 | 구독자 61.1만 명



중아시아와 인도를 거쳐 유럽까지, 최소한의 비용으로 떠나는 세계 여행을 체험하고자 하면 빠니보틀을 클릭하라! 현지인들과 뒤섞여 버스와 기차를 타고 이동하는 것은 물론 복사거리는 시장통을 누비며 거리 음식으로 배를 채우기도 한다. 젊은 패기 하나 배낭에 챙겨 넣고 여행자들이 가기 어려운 국가를 다녀온 영상도 눈길을 끈다. 우크라이나와 몰도바 사이에 끼인 트란스니스트리아 같은 작은 나라도 다녀올 수 있다. 가장 히트수가 높은 콘텐츠는 인도 기차의 1등~3등석 비교 체험과 전 세계에서 가장 추운 마을로 알려진 러시아 오미야콘에서 뜨거운 물을 공중에 뿌려 얼리는 영상이다.



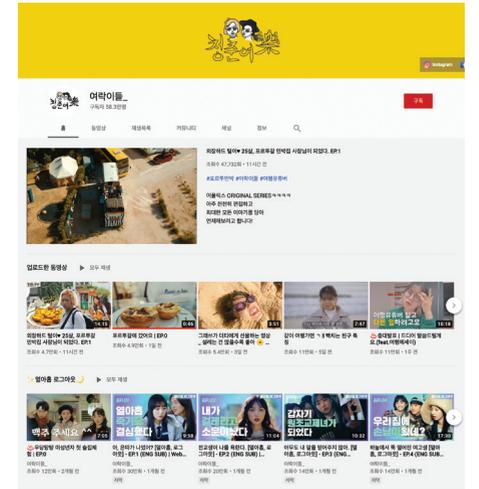
해외여행이 어려워진 최근에는 본격적으로 국내여행 콘텐츠도 업로드 되고 있다. 특히 다마스 캠핑카를 타고 떠나는 전국일주 시리즈는 영종도 해변, 폐가, 숨겨진 계곡 등 흥미로운 영상들 덕분에 조회수가 높은 편이다.

## ▶ 여락이들

2인 여성 크리에이터의 발랄한 세계 여행 | 구독자 58.2만 명



누적 조회수 1억2000만 회를 자랑하는 세계 여행 채널이다. 그래픽과 더티라는 2인 여성 크리에이터가 제작하는 영상들은 영화나 뮤직비디오를 연상시키는 아기자기하고 감각적인 연출과 편집이 매우 돋보인다. 특유의 인싸력으로 현지인들과도 금세 친해져 함께 인증샷을 촬영하거나 술자리를 하기도 한다. 여행과 관련된 여러 분야로 점차 영역을 넓혀가고 있는 여락이들은 최근 자신들의 경험담을 책으로 옮겨낸 여행 에세이 <설레는 건 많을수록 좋아>(상상출판)를 출간하기도 했다.



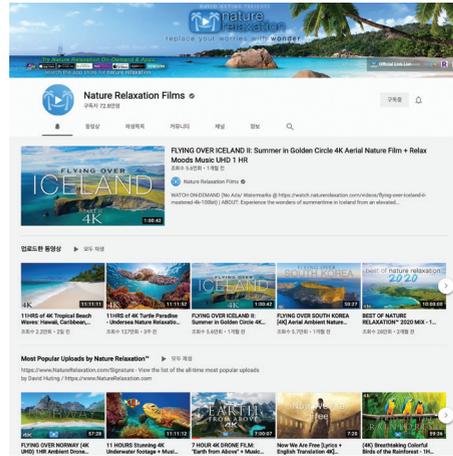
두 여성이 겪은 난감하거나 공포스러운 상황들을 가감 없이 보여주는 영상들은 최대한 유쾌하게 풀어냈지만 실제로 해외여행을 준비하고 있는 사람들에게 현실적인 가이드라인으로 작용할 것이다.

## ▶ Nature Relaxation

버킷 리스트에 숨겨 두었던 낙원 | 구독자 72.6만 명



전 세계의 아름다운 여행지 풍경들을 담은 힐링 영상 채널. 주로 드론을 이용한 항공 촬영 영상이 대부분이지만 스쿠버 다이빙 촬영한 컬러풀한 바닷속 영상과 여행자들이 가장 그리워하는 여행지 중 하나인 휴양지의 해변 풍경도 조화수가 높다. 사람이 거의 등장하지 않고 정해진 스토리가 있는 콘텐츠가 아니기 때문에 집중할 필요가 없어 그야말로 긴장을 놓고 감상하도록 만드는 점이 매력적이다. 1시간 분량의 '노르웨이' 영상의 경우 무려 2천만 회를 넘어서는 엄청난 조회수를 기록하고 있다.



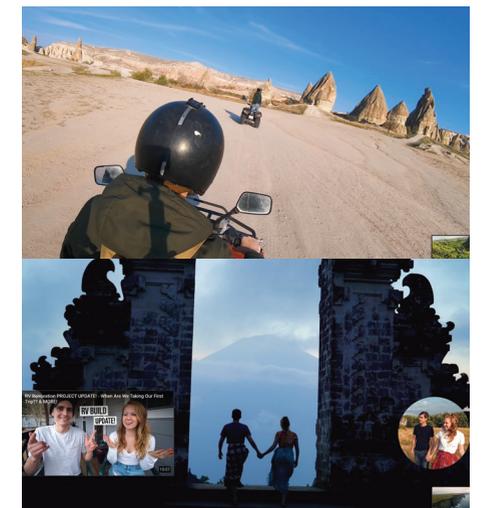
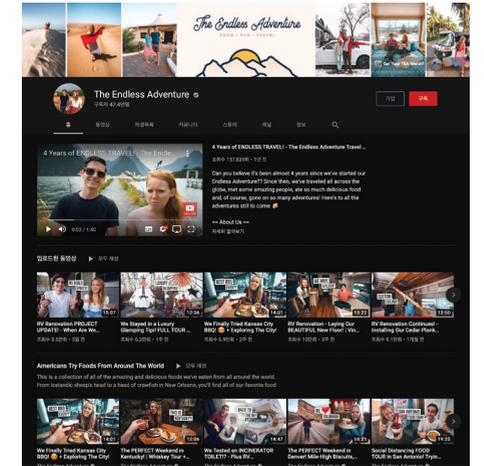
아이슬란드, 피지, 버뮤다 등 여행 버킷리스트에 꼭꼭 쟁여 두었지만 실제로 가보기는 어려운 여행지들을 고화질 4K 영상으로 생생하게 체험해보자.

## ▶ The Endless Adventure

캠퍼밴으로 전 세계를 누비다 | 구독자 47.4만 명



화물용 밴을 캠핑카로 개조해 4년째 세계 여행을 다니고 있는 에릭과 앨리슨 부부의 유튜브 채널이다. 동남아의 휴양지에서 쉬어가거나 중동의 모래사막을 4륜 구동 자동차로 질주하고 싶다면 혹은 미국 텍사스의 광활한 초원에 피어나는 야생화 군락지를 산책하고자 한다면 바로 이 채널이 제격이다. 마치 채널 이름처럼 에릭과 앨리슨의 놀라운 모험 이야기가 끝도 없이 펼쳐진다. 코시국이 끝나고 캠핑카를 이용한 여행을 계획하고 있다면 이들 부부가 직접 RV 자동차를 개조하는 영상도 꼭 한 번 시청하길 권한다.



밴을 타고 여행하기 때문에 숙소를 중심으로 움직이는 여행과는 결이 다르다. 각 나라의 로컬 분위기를 더욱 진하게 느껴볼 수 있을 뿐 아니라 현지에서 구한 식재료를 이용해 요리를 해먹는 점 역시 보통의 여행과는 다르다.

## 서울 워커

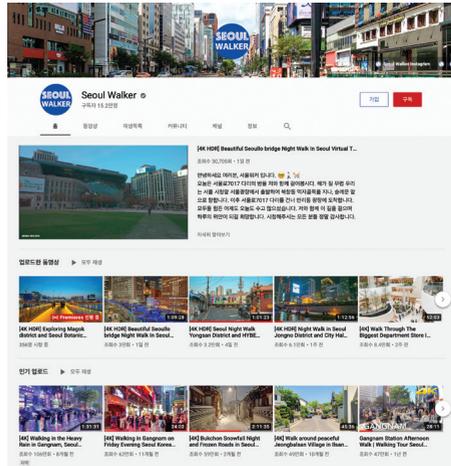
내 방에서 서울 곳곳을 산책하다 | 구독자 15.1만 명



코로나19로 인해 해가 저물고 나면 인적이 드물어지는 낮선 풍경. 서울워커는 서울 시내를 마음껏 돌아다니던 예전으로 돌아간 기분이 들도록 만들어 주는 채널이다. 특히 행인들이 마스크를 쓰지 않은 채 자유롭게 거리를 걷는 모습을 담은 2019년의 영상들을 보고 싶노라면 코로나19 이전의 시절에 대한 향수마저 느껴진다. 북촌한옥마을, 삼청동, 청계천 일원, 홍대, 강남 등 서울 거리의 풍경을 감상하며 산책하는 기분을 느낄 수 있는 영상 덕분에 서울워커는 국내보다 해외 구독자들에게 훨씬 더 인기가 좋다. 음악은 물론 영화와 드라마 등 K컬처가 세계적인 인기를 끌고 있는 요즘 한국에 대한 호감도는 급상승하고 있지만 외국인의 한국 여행은 현재 불가능에 가깝기 때문이다.



채널 명칭은 서울워커지만 인천, 강원도, 제주도, 부산의 거리 영상도 볼 수 있다. 전체 영상 중 서울 영상은 150여 개에 달하며 그 외 지역은 10~25개 가량이다. 최근 업로드하기 시작한 중로와 용산 거리 4K HDR 영상도 추천한다.



## K팝 역주행의 역사

흐르는 강물을 거꾸로 거슬러 오르는 K팝 차트

### 1 롤린 by 브레이브 걸스

사실상 은퇴 수순을 밟아가던 K팝 걸그룹이 엄청난 기세로 역주행을 이어가고 있다. 몇 달 전까지 존재감조차 없던 걸그룹에 대해 '브브걸 코인 탑승'이라는 말이 생겨나고 있을 정도. 폭발적인 파급력은 언제 끝날지 아무도 예측을 못하고 있다. 2016년부터 본격적으로 시작된 군부대 위문공연으로 인해 형성된 두터운 남성 팬층에 여성 팬들까지 합세하고 있기 때문이다. 2017년에 발표된 곡인 '롤린'이 역주행의 중심에 있으며, 데뷔 10년 만에 지상파 음악 프로그램에서 1위에 오르는 등 각종 차트에서 1위를 기록해 지상파와 케이블 채널의 러브콜을 독차지하고 있다.



### 2 위아래 by EXID

K팝 씬의 역주행 넘버원으로는 누가 뭐래도 EXID의 '위아래'가 레전드로 꼽히고 있다. EXID의 차트 역주행은 팬들이 직접 촬영한 영상인 직캠이 계기가 되어 불이 붙기 시작했다. 현재 EXID 공식 유튜브 계정에 등록된 '위아래' 뮤직 비디오 영상은 공개 5년여 만인 지난해 1월 조회수 1억 뷰를 넘는 대기록을 달성하기도 했다.



### 3 아모르 파티 by 김연자

2013년에 발표된 '아모르 파티'는 열린음악회 출연과 함께 SNS를 통해 퍼져 나가면서 2017년 무렵부터 이슈가 되기 시작했다. 중독성 강한 후렴구로 인해 20~30대 젊은 층에서 폭발적인 인기를 누렸으며, 이후 가수 김연자가 TV 예능 프로 '무한도전'에 직접 출연하기에 이른다.



# 귀담아 듣는 독자엽서

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

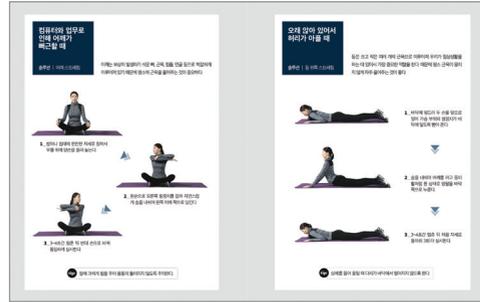
이수 사우 및 가족들의 많은 엽서가 도착하고 있습니다. 엽서 당첨자에게 드리는 선물 배송에 착오가 없도록 정확한 이름과 소속을 기재해 주시기 바랍니다.



## 코로나가 끝나면 떠나고 싶어요

이번호에서는 여행 기사를 가장 재미있게 읽었어요. 2020년 이 결혼 10주년이라 신혼여행 때 갔던 곳으로 여행을 떠나고 싶었는데 코로나 때문에 조용히 집에서 보냈어요. 그래도 사보 덕분에 멋진 곳들을 눈으로 구경해서 행복했습니다.

박병선 기선 배우자(이수페타시스 공무팀 설비파트)



## 홈 트레이닝 도전!!

그러지 않아도 요즘 운동량이 부족해 홈트를 해볼까 싶었는데 마침 관련 기사를 기획해 주셨네요. 특별한 도구 없이도 이렇게 운동을 할 수 있다는 점이 정말 좋았습니다. 스트레칭을 하고 나니 찌뿌둥한 느낌이 사라지는 것 같아요.

이홍권 사원(주)이수 브랜드전략팀



## 이수그룹의 새로운 얼굴 반가워요

올해 입사한 이수그룹 공채 26기 신입사원들의 자기소개 코너가 눈에 띄네요. 이름을 따서 지은 삼행시는 젊은 감각의 센스 넘치는 것들이 많아 웃으며 읽었습니다. 어려므로 어려운 시기에 입사한 만큼 앞으로 즐거운 일들만 있기를 바랄게요.

서태석 사원(이수익사캠 영업3팀)



## 콜라보 굿즈가 이렇게 다양하다니

요즘 기업들이 전혀 다른 분야에서 전개하고 있는 콜라보 마케팅이 참 흥미롭더라고요. 호빵 모양 정류장, 밀가루 맥주와 핸드크림, 소주 회사가 선보인 두꺼비 문방구는 정말 기발하다는 생각이 절로 들었습니다.

신기연 사원(이수화학 기획팀)

## 컬러링 테라피 갤러리

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

### 컬러링 응모작



김태현 차장 (이수건설 플랜트기술팀)



김민정 사원 (이수건설 분양마케팅팀)



노현서 님 (이수화학 인사팀 노기성 팀장 자녀)



박도영 님 (이수페타시스 공무팀 설비파트 박병선 기선 자녀)



염가은 님 (이수건설 의정부장암 재개발 현장 염문섭 차장 자녀)



이지윤 님 (이수화학 온산생산팀 제품운영파트 이관후 주임 자녀)

## 이수가족을 위한 아트 힐링 컬러링 테라피

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



전호균 대리  
(이수업지스 QC팀)



정민욱 대리  
(이수시스템 Cloud서비스팀)

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

### 응모 방법



컬러링을 한다



인증샷을 찍는다



사진을 전송한다

보내실 곳 | 카카오톡 ID : creativekeym / 이메일 : hjkim1@isu.co.kr

### 2021년 신년호 당첨자 (※가나다순)

김태현 차장(이수건설 플랜트기술팀)  
김민정 사원(이수건설 분양마케팅팀)  
노현서 님(이수화학 인사팀 노기성 팀장 자녀)  
박도영 님(이수페타시스 공무팀 설비파트 박병선 기선 자녀)  
염가은 님(이수건설 의정부장암 재개발 현장 염문섭 차장 자녀)  
이지윤 님(이수화학 온산생산팀 제품운영파트 이관형 주임 자녀)  
전호균 대리(이수업지스 QC팀)  
정민욱 대리(이수시스템 Cloud서비스팀)

사보 ISU는 여러분의 적극적인 참여를 기다리고 있습니다. 진솔한 생각과 마음이 담긴 글이나 사진을 보내주세요. 채택된 자료는 소정의 원고료를 지급합니다. 여름호 원고 마감은 6월 20일입니다.



# MS365 GRAND OPEN!

매신저부터 공동작업까지-  
모든것이 가능한MS365로  
업무가빠르고 간편해집니다

