

# 헬로우 넥센

Vol. 85

HELLO NEXEN MAGAZINE  
2021 가을호

New  
Balance



한 해의 노력이 결실을 맺는 가을,  
급격히 변하는 세상의 흐름 속에서도  
중심을 잡고 새로운 균형을  
유지하는 것이 필요하다.



헬로우넥센은 환경부가 인증한  
친환경 재생용지를 사용하고 있습니다.



[www.nexentire.com](http://www.nexentire.com)

## New Balance

급격히 변화하는 세상의 흐름 속에서도

중심을 잡고 균형을 유지하며

새로운 패러다임을 만들어갑니다.





뉴노멀시대  
우리에게 필요한  
새로운 마인드셋은 무엇일까요?



**Cover Story** 뉴노멀시대의 새로운 패러다임을 이끌어가는 넥센타이어. 가을호 <헬로우 넥센>에서는 'New Balance'에 대한 다양한 이야기들을 소개합니다.

## CONTENTS

### Special

- 10** 넥센 24시간①  
넥센타이어, 지속가능경영 성과 담은 ESG 보고서 발간
- 12** 넥센 24시간②  
넥센타이어, 기아 첫 전기차 'EV6'에  
'로디안 GTX EV', '엔페라 스포츠 EV' 공급
- 14** 넥센 24시간③  
2021년 넥센타이어 신입사원 입문 교육
- 18** 넥센 24시간④  
멘토링 프로그램 첫 종료식 진행
- 20** 넥센 24시간⑤  
N'ack-a-thon 행사 개최!

### Listening

- 24** Special  
넥센타이어 '엔페라 레이싱팀' 출범
- 28** 타이어&  
모빌리티 공유서비스와 구독경제
- 32** 넥센's 평작  
'뉴 발런스'에 영감을 준 나만의 평작
- 36** #셀프소개  
나만 알고 싶은 힐링스팟(Healing Spot)
- 40** 뉴노멀 & Work  
직장에서 분노 잘 다스리는 법
- 42** NE Tube  
'NEXEN TIRE Brand Film' 편
- 44** 넥센's 설문조사  
넥센인이 생각하는 '새로운 균형'

### Healing

- 48** 넥스트 피플  
진화학자이자 스타트업 대표인 장대익이 바라보는 뉴 발런스
- 52** 케바케  
커피 한 잔에 담긴 가치와 철학
- 54** 트렌드 Now  
코로나, 새로운 산업을 열다
- 58** 조용한 Trip  
경주 단풍 여행
- 64** 컬처 큐레이션  
일상의 균형을 찾다
- 68** 키워드로 보는 이슈  
키워드로 보는 일과 삶의 균형
- 70** TV속 그 음식  
우리의 '소울 푸드', 김밥의 변신
- 72** 타이어 테크  
대전광역시 타이어테크 장대점
- 76** News

### 82 독자마당

2021년 가을호 통권 85호

정보간행물 신고번호 양산, 바00008

발행일 2021년 10월 6일

발행인 강호찬

발행처 경남 양산시 총령로 355 넥센타이어(주)

담당 문화혁신팀

기획·디자인 더에이치

이 책에 쓰인 글과 사진은 작가의 의견에 따른 것으로 넥센타이어의 의견과 일치하지 않을 수 있습니다. 책에 쓰인 글과 사진을 재사용하려면 <헬로우 넥센>과 저작권자 양측의 동의를 얻어야 합니다.



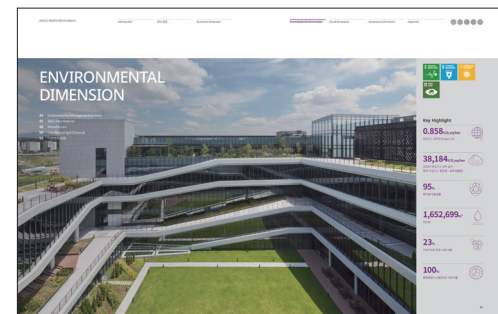
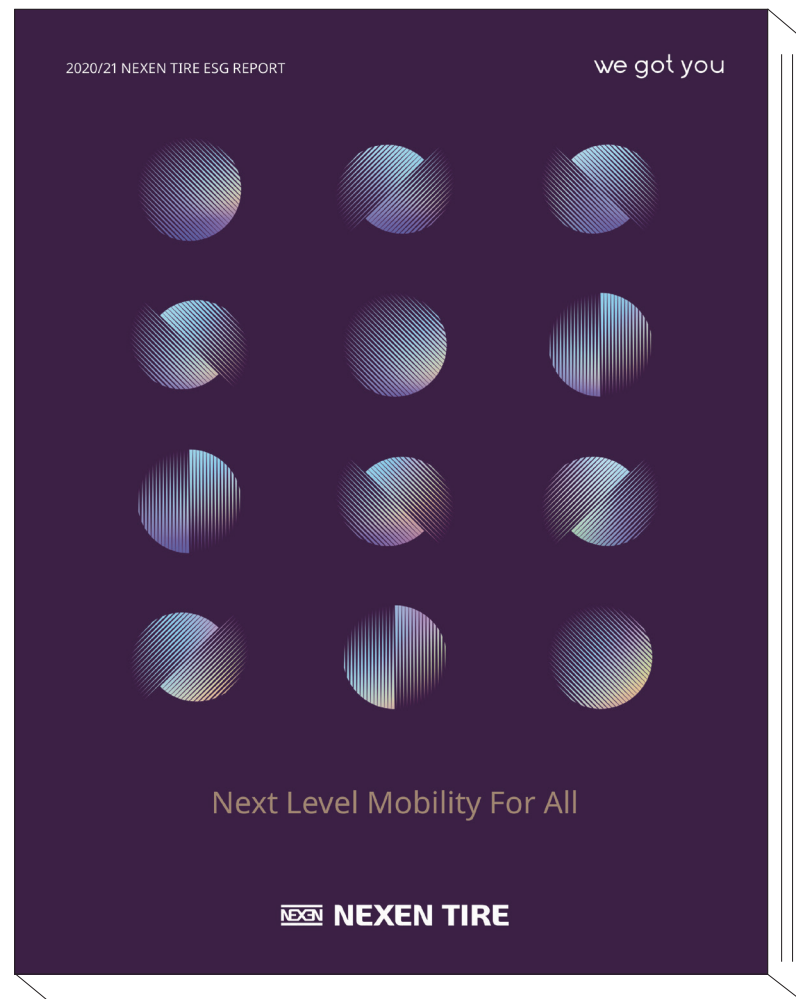
# Special

수확의 계절, 가을  
그리고 위드 코로나시대

변화를 받아들이고 적응해가며  
숨가쁘게 달려온 지난 시간.  
우리에게는 이제  
새로운 패러다임이 필요합니다.

## 넥센타이어, 지속가능경영 성과 담은 ESG 보고서 발간

글. 문화혁신팀 김희진 책임



넥센타이어가 지속가능경영 성과를 담은 2020/21 ESG 보고서를 발간했다. 지난해 처음 ESG 보고서(2019/20년)를 발간한 데 이어 ESG 경영을 더욱 확대해 고객 중심의 기업으로 거듭나기 위한 의지를 담은 두 번째 보고서 발간이다.

이번 보고서는 넥센타이어의 ESG 히스토리 및 환경, 사회, 거버넌스와 관련된 주요 활동들을 기록해 이해 관계자들에게 폭넓은 정보를 제공한다.

특히, 대기오염물질 배출 감축, 친환경 제품 생산을 위한 연구개발 등 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위한 넥센타이어의 다양한 친환경 경영 활동들을 투명하게 공개했다. 또한, 지역 사회를 위한 CSR 활동 및 고객의 다양한 니즈를 파악하고 이를 제품에 반영하기 위한 넥센타이어의 노력을 담았다.

넥센타이어 강호찬 부회장은 “세상과의 새로운 연결을 통해 더 많은 기회와 가치를 만들어 내는 일, 궁극적으로 인류의 삶을 보다 풍요롭게 만드는 것이 넥센타이어의 지향점”이라며, “ESG 중심의 경영 체계 구축을 확고히 하여 기업의 사회적 책임을 다할 것”이라고 밝혔다. 이 보고서는 국제 지속가능경영 보고 기준인 ‘GRI Standards’에 따라 작성됐으며, 지속가능성 회계기준 위원회(SASB)와 기후 관련 재무정보공개 태스크포스(TCFD) 등 글로벌 기관의 권고안 반영과 한국경영인증원의 제3자 검증을 통해 객관성과 신뢰성을 제고했다. 한편, 넥센타이어의 메인 컬러인 ‘넥센 퍼플’을 표지 디자인으로 사용해 기업의 상징성을 나타낸 이번 ESG 보고서는 회사 홈페이지를 통해 확인할 수 있다.

# 넥센타이어, 기아 첫 전기차 'EV6'에 '로디안 GTX EV', '엔페라 스포츠 EV' 공급

글. 문화혁신팀 김희진 책임

EV6 X ROADIAN GTX EV NFERA Sport EV



**NEXEN** NEXEN TIRE  
we got you



넥센타이어가 기아의 첫 순수 전기차인 'EV6'에 신차용 타이어를 공급한다. 'EV6'는 현대차 그룹의 전기차 전용 플랫폼 'E-GMP'를 기반으로 제작한 기아의 첫 전용 전기차 모델로, 1회 충전 시 최대 주행 가능 거리 475km, 초고속 충전 이용 시 18분 만에 SoC(State of Charge, 충전율) 10%에서 80%까지 충전 가능하다.

'EV6'에는 넥센타이어의 '로디안 GTX EV'와 '엔페라 스포츠 EV' 제품이 공급된다. '로디안 GTX EV'는 타이어의 안전성, 내구성, 저소음 등 전기차에 필요한 요구 성능들을 전부 만족시키는 올 시즌 프리미엄 타이어다.

'엔페라 스포츠 EV'는 빗길과 마른 노면에서 뛰어난 성능을 발휘하는 타이어로, 패턴 설계 최적화를 통해 고속 주행 안정성과 핸들링 성능을 대폭 높였고 그립 특화 컴파운드를 적용해 접지력과 제동력을 극대화한 것이 특징이다.

두 제품 모두 전기차 전용 타이어로 마모 성능에 특화되었을 뿐만 아니라 흡음 기술(Noise Reduction System)을 적용해 소음을 최소화했다. 운전자가 느끼는 소음은 기존 제품 대비 약 5dB 저감되어 정숙한 주행을 제공한다.

넥센타이어는 지난해 미국의 전기차 스타트업인 '카누'에 신차용 타이어 공급 체결을 비롯, 다양한 글로벌 카메라커의 전기차 차량 개발에 참여하며 시장 공략에 나서고 있다. 앞으로 도 변화하는 전기차 시장에 맞춰 미래 모빌리티 연구개발에 집중적으로 투자해 나간다는 계획이다.

## 2021년 넥센타이어 신입사원 입문 교육

지난 8월 23일부터 27일까지 2021년도 신규 입사자 44명(경력직 포함)을 대상으로 한 입문교육이 더넥센유니버시티 월석홀에서 진행됐다. 열정 가득했던 현장을 함께 살펴보자.

글. 인재개발팀 김소희 사원 사진. 인재개발팀 전재갑 책임



입문교육은 회사 전반적인 이해와 조직에 대한 소속감 및 네트워크 형성에 중점을 두었다. 특히 최근 수시채용 방식으로 이루어져 예전처럼 입사 동기를 만들기 쉽지 않은 점을 고려하여 조직생활에서 서로 도움 될 수 있는 인간관계를 형성해 주고자 최근 대부분의 교육이 비대면으로 전환됨에도 불구하고 방역지침 준수 하에 대면(출퇴근) 교육으로 운영되었다.

교육 기간 내 전원 마스크를 착용하고 진행되기 때문에 교육생들의 얼굴 사진이 담긴 명찰을 제작하여 연수 기간 내 착용하게 했고, 본인을 알리는 자기소개서를 미리 작성하게 하여 교육장 벽면에 게시함으로써 서로를 조금 더 잘 파악할 수 있도록 했다.



5일간의 교육은 이현중 사장의 환영사를 시작으로, 회사 역사와 타이어 산업 그리고 조직에 대한 강의와 선배와의 대화 시간 등 다양한 프로그램으로 구성되었다. 특히, 신입 및 경력사원을 통합하여 교육이 진행됨에 따라 신입 및 경력사원 간의 경계를 허물고 동기애를 형성할 수 있는 프로그램들도 적절하게 구성하여 즐거운 분위기 속에서 효과적으로 교육을 이수해나갈 수 있었다.

“전반적으로 너무 즐거웠고, 5일간의 출퇴근 교육이 너무 짧게 느껴져 아쉽다”는 교육생 후기가 다수이며, “동기들과 친해질 수 있었던 좋은 기회였고, 회사 생활을 이어나감에 있어 많은 도움이 되었다”, “다음에도 이러한 교육이 또 있었으면 좋겠다. 좋은 추억 남겨주셔서 정말 감사하다”라는 등 교육생들은 매우 만족한다는 후기를 남겼다.

인재개발팀은 신입사원 입문교육 이후에도 후속 교육을 비롯해 멘토링 제도 등 다양한 프로그램을 통해 신규 입사자가 조기 정착할 수 있도록 지원할 계획이다.

## 신입사원과 선배와의 만남 멘토링 프로그램 첫 종료식 진행

글. 사진. 인재개발팀 김소희 사원



7월을 끝으로 3개월간의 공식 멘토링 기간이 종료된 두 커플을 대상으로 첫 종료식이 진행됐다. 종료식에는 멘토-멘티를 비롯하여 멘티 팀장 그리고 주관처인 인재개발팀과 GHR BS장이 참석하였다. 또한, 멘토링 결연식 때 함께한 멘토-멘티의 임원 역시 종료식에 함께 자리하여 멘토링에 대한 소감과 에피소드를 공유하고 멘토와 멘티가 서로에게 감사의 인사를 전하며, 직접 준비한 선물을 교환하는 등 뜻깊은 시간을 가졌다.

회사 차원에서도 서로의 우산이 되라는 의미로 각자의 이니셜이 각인된 우산을 증정하였으며 공식 멘토링 기간은 종료되었지만, 앞으로도 인연을 잘 이어나가라는 의미에서 팀장과 임원이 직접 선물을 전달하기도 했다.

멘티는 “멘토링 프로그램을 통해 멘토로부터 많은 것을 배우고 소개 받으며, 회사에 잘 적응할 수 있었다”라고 전했으며, 멘토 역시 “신규 입사한 멘티의 마음가짐을 배울 수 있었다”라며 감사 인사를 전했다. 특히, “멘토로 활동하면서 누군가의 시작을 응원하고 격려해주는 일이 얼마나 조심스럽고 고민되는 일인지 다시 한번 깨닫게 되었다”며, “멘토 역시 배울 점이 많은 시간이었고 ‘경험의 무게’를 알 수

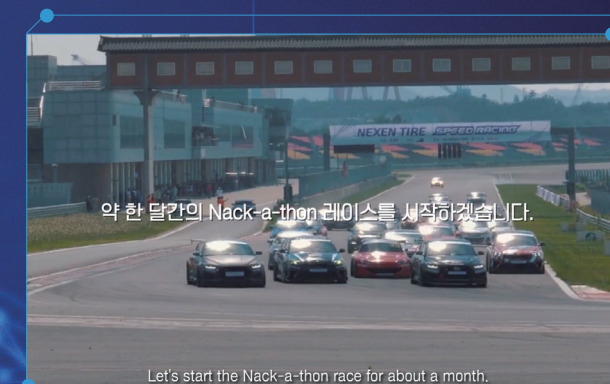
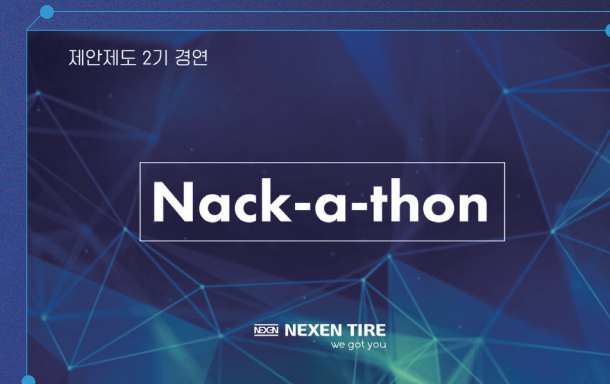
있는 좋은 기회였다”고 답했다. 한편, 올해 3월부터 시행 중인 ‘멘토링 프로그램’은 선배사원과 신규사원이 1:1로 매칭되어 멘토-멘티 관계를 맺고, 3개월 동안 멘토가 멘티를 돕고 지도함으로써 멘토에게는 코칭의 기회를 부여하고 멘티에게는 회사 생활 적응을 지원하여 서로 간의 잠재 역량을 이끌어내는 조직문화 활동이다.

멘토는 멘티의 팀장이 직접 후보군을 탐색하고 소속 임원이 최종 선정하며, 월 20만 원의 활동비를 지원한다. 멘토링 활동은 멘토와 멘티가 함께 식사, 커피 등을 비롯해 서로가 좋아하는 취미활동을 하는 등 자유롭게 진행된다. 코로나시대인 만큼 온라인을 통한 비대면 만남도 적극 권장한다. 현재 총 40커플이 멘토링 활동을 진행하고 있으며, 활동 내용은 온라인 학습 사이트 ‘넥스트레벨아카데미(NLA)’에 기록되어 누구나 조회 가능하다. 활동 기록에는 팀장 및 소속 임원이 댓글을 남기는 등 활발한 피드백과 소통도 이뤄지고 있다. 업무를 진행하다 보면 동거나 팀원 그리고 업무상 교류하는 직원 외에는 커뮤니케이션할 수 있는 사내 인적 네트워크가 많지 않은데, 멘토링 프로그램은 이 같은 업무 시스템의 한계를 극복하는 데 도움이 많이 된다는 호평을 받으며 활발하게 운영 중이다.

# N'ack-a-thon 행사 개최!

빛나는 아이디어의 경연대회가 열린다

글. 신성장사업TFT 이대성 책임



제2기를 맞이하는 N'dea는 그 실행력 향상과 평가 결과에 대한 공정성 및 투명성 확보를 위하여, 제안경연대회(이하, N'ack-a-thon) 방식을 도입하게 되었다.

Hack-a-thon은 'Hacking(해킹)'과 'Marathon(마라톤)'의 합성어로, 아이디어 제안자가 제한된 시간 안에 최대한 실제 결과물을 구현해 내 그 실행 가능성을 입증해 보이는 방식이다.

넥센타이어는 해당 방식을 N'dea의 최종 우승자를 가리는 결승전 성격으로 도입·개최하게 되었다.

각 제안자들은 자신의 아이디어를 구현하기 위해 직접 구성된 조원들과 함께 한 달간 실제 결과물 도출을 위한 여정을 하게 된다. 그리고 한 달 뒤 심사위원들 앞에서 아이디어와 그 결과물을 발표하게 되며, 이날 현장 심사와 우승자 시상도 동시에 진행될 예정이다. 이번 N'ack-a-thon 방식을 통해, 다양하고 새로운 아이디어들이 넥센타이어의 사업에 기여할 것으로 기대하고 있다.

HACKING  
+  
MARATHON  
NACK-A-THON



# Listening

우리의 일상이 늘 새로울 수는 없지만,  
늘 보았던 것도 달리 보는  
새로운 시각이 더해진다면  
하루하루가 특별함으로 가득 찰 것입니다.

주변의 익숙한 것에  
작은 의미들을 부여하는  
'일상력'을 발휘해보세요.

## 넥센타이어 '엔페라 레이싱팀' 출범 모터스포츠 활동 본격 시동

넥센타이어가 '엔페라 레이싱팀'을 출범하며 모터스포츠 강화를 위한 본격적인 활동에 나섰다.  
방역수칙을 철저히 지킨 가운데 진행된 출정식 현장 모습을 들여다보았다.

글. 모터스포츠PJT 김남희 책임

# N FERA RACING TEAM



넥센타이어는 8월 26일 서울 마곡에 위치한 넥센중앙연구소에서 '엔페라 레이싱팀' 출정식을 갖고 새로운 출발을 알렸다.

이날 행사에는 넥센타이어 강호찬 부회장과 임직원을 비롯해 '엔페라 레이싱팀'의 황도윤 선수 및 모터스포츠 관계자들이 참석했다.

'엔페라 레이싱팀' 명칭은 넥센타이어의 프리미엄 제품 브랜드인 '엔페라(NFERA)'를 활용했으며, 레이싱 타이어나 성능 육성 및 브랜드 인지도 또한 제고하겠다는 의지를 담고 있다.

엔페라 레이싱팀의 첫 드라이버인 황도윤 선수는 해외 유학파 출신으로 일본 포뮬러4 챔피언십, 블랑팡 GT 아시아 시리즈, 아시아 르망 시리즈 등 일본, 중국, 태국, 이탈리아의 각종 해외 경기에 출전했던 다양한 서킷 경험이 있는 선수이다. 또한, 한국인 최초로 유럽 스포츠카 제조사 소속 드라이버로 활동하며 람보르기니 슈퍼 트로페오 아시아 시리즈에서 다수 우승한 바 있다.



독일 'NLS & 24H Race'



국내 'CJ 대한통운 슈퍼레이스 챔피언십'



독일 'NLS & 24H Race'



독일 'NLS & 24H Race'



영상 보러가기

넥센타이어는 올 시즌부터 엔페라 레이싱팀이 출전하는 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십 대회 of SUPER 6000 클래스에 레이싱 전용 타이어를 공급하고 있다. SUPER 6000 클래스는 국내 최정상 종목이자, 국내 경주 차량 가운데 가장 빠른 속도와 마력을 지닌 차량인 스톡카(6,200cc, 최대 460마력)로 경쟁하는 종목으로, 넥센타이어의 '엔페라 SW01' 제품을 장착한 황진우 선수(ASA&준피티드)가 강한 빗속에서 치러진 개막전 경기에서 우승을 거머쥐며, 타이어 제조사로는 대회 첫 출전에 우승이라는 이례적인 기록을 남기기도 하였다.

아울러, 슈퍼레이스 챔피언십 대회의 BMW M4 차량으로만 경주하는 M클래스, 캐딜락 스포츠 세단 CT4 차량으로 경주하는 CT4 클래스의 공식 타이어 후원사이기도 하다. 넥센타이어는 한국, 독일, 미국, 일본 등 다양한 국내외 모터스포츠 대회에 지속적으로 후원 및 참가하고 있다.

국내 최대 규모의 레이싱 대회인 넥센타이어 스피드레이싱 대회는

프로, 세미 프로 및 다양한 아마추어 선수들이 참가하는 모터스포츠 대회로 넥센타이어는 국내 모터스포츠의 저변 확대 및 활성화를 위해 지속 노력 중이다. 해외에서는 독일 뉘르부르크링 서킷에서 진행되는 유럽 3대 내구레이스 대회인 ADAC TOTAL 24H Race(뉘르부르크링 24시 내구레이스) 및 NLS(Nürburgring Langstrecken Serie, 뉘르부르크링 내구레이스 시리즈) 대회에 참가하고 있으며, 넥센타이어를 사용하는 팀이 SP4T, V6클래스에서 라운드 우승, 준우승을 차지하며 해외 무대에서도 존재감을 드러내고 있다.

일본에서 개최되는 Toyota 86 차량의 원메이크 레이스인 Toyota86 · BRZ Race 대회의 프로페셔널 시리즈에도 지속 참가하여 세계 유수의 타이어 회사와 경쟁하고 있으며, 미국에서는 익스트림 모터스포츠 대회인 FORMULA DRIFT 참가 선수들에게 타이어를 후원하고 있다. 넥센타이어는 앞으로도 국내외 모터스포츠 대회 참가와 후원을 통해 제품의 기술력을 알리고 브랜드 이미지를 더욱 공고히 할 계획이다.

## 모빌리티 공유서비스와 구독경제

‘공유’는 모빌리티 산업을 탄생시키는 데 커다란 역할을 했고,  
앞으로도 오랜 기간 새로운 서비스를 이끌고 나갈 중요한 키워드다.  
산업 속에서 ‘공유’의 개념이 어떻게 확장되어 나가는지 살펴보자.

글. 차두원 모빌리티연구소 차두원 소장

### 우버의 등장으로 보는 한국형 공유경제

먼저 서비스 관점에서 모빌리티 산업의 ‘공유’라는 키워드를 살펴보기 위해선 2000년대 카셰어링(Car-Sharing)의 원조 격인 쥘카(Zip Car) 그리고 무엇보다 라이드 헤일링(Ride-Hailing)의 시초인 우버의 존재를 빼놓을 수 없다.

쥘카와 우버의 공통점은 공유의 형태가 다를 뿐 디지털 기술과 결합한 차량 공유 플랫폼의 본격적 효시로, 모빌리티 산업의 탄생을 이끌었고 자동차를 사용하는 새로운 방법으로 자리 잡았다는 것이다. 미국에서는 라이드 헤일링을 교통 네트워크 기업(Transportation Network Company)이라는 새로운 산업 분류를 통해 안착할 수 있었지만, 우리나라에서 대표 서비스인 우버 X가 불법인 것과 같이 모든 국가와 도시에서 합법은 아니다. 하지만 우버의 등장은 그랩, 디디추싱, 올라, 99 등 유사한 비즈니스 모델을 내세운 후예들을 탄생시켰고, 소프트뱅크는 비전펀드를 활용해 이들을 모두

품에 안아 미래 자율주행차로 대체하기 위한 네트워크와 시장 선점을 위한 포석을 두었다.

하지만 코로나19를 피해가지는 못했다. 대표적으로 우버는 펜데믹 상황이었던 2020년 2분기 서비스 횟수는 전년 동기 대비 73% 감소했고, 3분기에는 11억 달러의 손실로 전년 동기 대비 순이익 20%가 감소했다. 결국, 우버는 미래 먹거리로 공들였던 자율주행 사업부 ATG(Advanced Technology Group)를 오로라(Aurora)에, 도심 항공모빌리티 사업부 엘리베이트(Elevate)는 조비 에비이션(Joby Aviation)에 매각했고, 코로나19로 수요가 증가한 우버 이츠(Uber Eats)를 통해 적자를 줄이고 있는 실정이다.

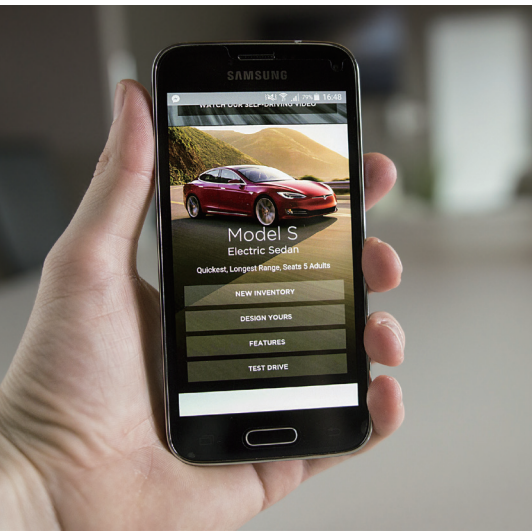
가장 커다란 이유는 펜데믹으로 복미 주요 도시의 이동제한과 재택근무 확산이었으며, 코로나19 감염을 우려해 다른 사람들이 단기로 탑승한 차량을 승차하지 않으려는 심리가 확산되었기 때문이다.

### 성장 잠재성이 큰 구독경제

이러한 변화는 모빌리티 공유경제 서비스에 구독경제 모델을 빠르게 확산시키고 있다. 주로 월 단위로 구매하는 구독경제는 기존 콘텐츠, 생활용품 등을 넘어 이제는 모빌리티 산업에도 급격히 확산되고 있다. 공유경제 확산으로 차량 소유를 기피했던 사람들이 차량을 새롭게 구매하기는 부담스럽고 대중교통과 택시, 코비드 감염을 피하기 위해 단기 임대 차량을 기피하면서 등장한 새로운 현상으로 볼 수 있다. 이와 함께 완성차 업체가 판매를 촉진하기 위한 전략으로 추진하고 있어 장기적으로 구독모델은 확산될 것으로 예상된다.

2018년 프로스트 앤 설리번(Frost & Sullivan)은 2018년 유연한 구독모델이 앞으로 자동차 구매의 대세로 떠오를 것으로 예측하기도 했다. 이미 미국과 유럽 가정의 다양한 구독서비스 활용은 소득의 10%를 넘어섰고, 2025~2026년까지 미국과 유럽 신차의 10%는 자동차 구독 프로그램이





차지할 것으로 언급했다. 2025년까지 약 1,600만 대, 신차 5대 가운데 1대는 구독형 모델이고 완성차 업체 딜러, 유지보수 회사, 보험사, 스타트업 등 다양한 관련 업계에 영향을 미칠 것이라는 전망도 제시했다. 글로벌 마켓 인사이트 2019년 자동차 구독 서비스 시장은 30억 달러를 넘었고, 2020년부터 2026년 연평균성장률(CAGR)이 40% 넘을 것으로 예측하는 등 앞으로 자동차 구독서비스는 MaaS(Mobility as a Service)의 한 축으로 성장할 잠재성이 크다고 진단했다.

구독경제는 다양한 제품과 서비스를 통해 소유보다 저렴한 제품과 서비스 활용을 경험한 세대가 정기적인 서비스로의 전환을 시도한 것으로 풀이할 수 있다. 일회성 소비 중심으로 기업들의 과도한 시장경쟁이 문제가 되어 왔던 공유경제 기업들과는 달리 상대적으로 고정 고객 확보가 용이해 안

정적인 매출과 수익 확보에 유리하다. 기존 공유경제가 공급자와 소비자의 중개구조로 수수료가 발생했다면, 많은 구독경제 모델들은 공급자와 소비자가 직거래하는 구조로 기존 기득권과의 충돌이 없다는 점도 비즈니스 측면에서 보다 수월하게 시장에 진입할 수 있는 장점이다.

소비자 입장에서는 큐레이션이 가진 소유와 공유보다 차별화된 사용자 경험, 소유를 위한 구매보다 저렴한 가격이 매력적이다. 기존의 소유(Ownership)에서 일회성 소비인 공유경제(Sharing), 소유와 공유의 중간 모델인 임시소유 혹은 멤버십(Temporary Ownership or Membership) 소비형태로 정의할 수 있다. 볼보는 2025년까지 구독 서비스가 매출의 50%를, 재규어랜드로버는 미국과 유럽에서 10%를 차지할 것으로 예상하는 등 완성차 업체의 구독모델 확대 전략은 한동안 지속될 것으로 보인다.



### 차량공유와 목적기반 차량

두 번째 ‘공유’는 목적기반차량(Purpose-Built Vehicle)이다. 전기차 경쟁이 본격적으로 시작되고, 운전자보조기능이 보편화되면서 새롭게 관심을 받는 분야다. 목적기반차량은 스케이트보드 혹은 슬라이드로 불리는 배터리와 구동 모터, 바퀴 등이 달린 플랫폼의 목적에 적합한 캐빈을 결합해 운행하는 다목적 차량이다. 즉, 스케이트보드 혹은 슬라이드를 공유해 사람의 이동, 물류 차량, 움직이는 편의점 등 다양한 목적으로 사용할 수 있어 차량 감소 효과와 함께 소음이 적은 전기차 특성을 이용해 공공 목적으로 심야에도 사용할 수 있는 장점이 있다.

2030년까지 두바이에 4천 대가 도입 예정

인 레벨4 자율주행차량인 GM 크루즈의 오리진(Origin)이 대표적이며, 카누(Canoo), 현대차그룹이 투자한 얼라이벌(Arrival) 등이 대표적으로 목적기반차량을 연구개발·생산하는 기업들이다. 특히, 차량 내부 공간과 인테리어 설계가 자유롭고 레고식 조립이 가능해 생산효율이 높은 것이 특징이다. 시장 수요에 민첩하게 대응할 수 있고, 주로 스마트 팩토리 혹은 마이크로 팩토리에서 생산되기 때문에 대량생산을 위한 공장 설비 등을 갖추기 위한 고정비도 최소화할 수 있다. 특히 탄소배출 감축 및 도시 내 혼잡도를 줄이기 위한 B2G 공공수요에 유리할 것으로 예상된다.

모빌리티 산업의 대표적 ‘공유’ 개념이 적용되는 차량공유와 목적기반 차량에 대해

살펴봤지만, 마이크로 모빌리티도 중요한 공유 대상 가운데 하나다. 코로나19 팬데믹으로 글로벌 공유전동킥보드 역시 어려운 시기를 보냈지만, 공공운송수단 기피 현상과 함께 공유전동킥보드 서비스를 허용하고 안전을 위해 팝업(Pop-Up) 자전거 도로 등을 확장했다. 영국과 미국 뉴욕주가 대표적인 곳이다. 뿐만 아니라 퍼스널 모빌리티 서비스 역시 보다 저렴하고 지속적인 유지 확보를 위해 구독경제로 진화하고 있다. 이처럼 ‘공유’는 모빌리티 전 분야에 걸쳐 적용되고 있으며, 특히 최근 많은 모빌리티 기업들이 목표로 설정한 MaaS 구축과 함께 구독경제와 공존할 것으로 기대된다.



## '뉴 발란스'에 영감을 준 나만의 핑작

바야흐로 가을. 한해를 세 달 남짓 남겨둔 시점에서  
삶의 새로운 방향성에 대해 고민하고 있다면 영화 속에서  
그 답을 찾아봐도 좋겠다. '뉴 발란스'를 찾는 데  
전환점이 되어줄 만한 추천작들을 만나보자.

정리. 박다연

### (유)OE기술팀 김병갑 선임

추천 작품: <싱크홀>



#### 🎬 영화 속 명장면

차승원, 김성균, 이광수 조합의  
유쾌한 케미가 돋보이는 영화. 누  
가 더 능청스러울 수 있는지 대결  
하는 재미가 시도 때도 없이 등장  
해 '뽕뽕 터지는' 웃음을 선사하  
기 때문에 모든 장면이 그야말로  
명장면인 듯!

이곳 역시 저러한 위험에 처하면 절대 안전할 수 없다'는 생각을 하게 함으로써 더욱 현실감 있는  
긴장감을 만들어낸다.

반면, '서울입성', '자가취득'이라는 원대한 꿈을 이룬 직장인의 행복이 너무나 허무하게 지하로 꺼  
져버리는 설정은, 어렵게 마련한 내 집에서 반드시 탈출해야만 하는 아이러니한 상황을 만들어내  
며, 마냥 웃을 수만은 없는 메시지를 전달하기도 한다. 싱크홀 같은, 어쩌면 더할지도 모를 '코로나  
19'라는 재난이 이어진 지 어언 2년째. 재난은 당장의 괴로움을 수반하지만, 언젠가는 반드시 극  
복될 것이라는 희망을 확인시켜주는 영화이다. 재난 속에서 빛을 만들어가는 영화, '싱크홀'을 추  
천한다.

타인의 꿈에 들어가 생각을 훔치는 특수 보안요원 코브  
(레오나르도 디카프리오)를 중심으로 전개되는 영화이  
다. 그를 이용해 라이벌 기업의 정보를 빼내고자 하는 사  
이토(와타나베 켄)는 코브에게 생각을 훔치는 것이 아  
닌, 생각을 심는 '인셉션' 작전을 제안한다. 성공 조건으  
로 국제적인 수배자가 되어있는 코브의 신분을 바꿔주  
겠다는 거부할 수 없는 제안을 하고, 사랑하는 아이들에  
게 돌아가기 위해 코브는 그 제안을 받아들인다. 그리고  
최강의 팀을 구성, 표적인 피셔에게 접근해 '인셉션' 작  
전을 실행하지만, 예기치 못한 사건들과 마주하게 된다.  
영화는 현실보다 더 현실 같은 꿈속을 넘나들며 꿈과  
현실의 경계에 대해 끊임없이 의문을 던진다. 개봉 당  
시 기본 2~3번은 관람할 정도로 마니아층을 형성하기  
도 했다. 보고 또 보아도 스토리의 짜임새나 CG의 퀄리티, 액션 등 그 어느 것도 빠지지 않는다는 점  
이 이 영화가 명작인 이유가 아닐까.



### 글로벌 OE품질팀 박두진 선임

추천 작품: <인셉션>

#### 🎬 영화 속 명대사

"불가능하진 않아.  
엄청 어려울 뿐이지."

## OE개발팀 김연조 사원

추천 작품: <어바웃타임>

### 영화 속 명대사

“사람의 인생에 있어서 정말 심각한 문제는 항상 생각해보지 못한 것이기 마련이다.”

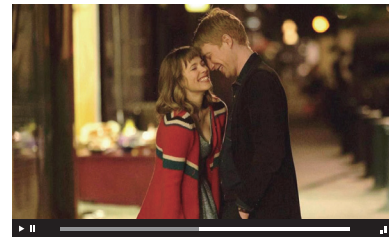
“인생은 누구나 비슷한 길을 걸어간다. 결국엔 늙어서 지난날을 추억하는 것일 뿐이다.”

“결혼은 상냥한 사람과 하거라.”

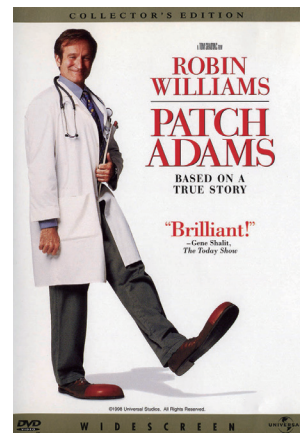
“인생은 모두가 함께하는 여행이다. 매일매일 사는 동안 우리가 할 수 있는 건 최선을 다해 이 멋진 여행을 만끽하는 것이다.”



살아가며 한 번쯤은 되돌리고 싶은 순간이 있게 마련이다. 이 영화는 ‘시간을 되돌릴 수 있는 능력’을 가진 한 남자로부터 시작된다. 꿈을 위해 런던으로 간 그는 우연히 만난 사랑스러운 여인에게 첫눈에 반하게 되고 그녀의 사랑을 얻기 위해 자신의 능력을 마음껏 발휘한다. 하지만 그녀와의 사랑이 완벽해질수록 그를 둘러싼 주변의 상황들은 미묘하게 엇갈리고 예상치 못한 사건마저 여기저기 터지기 시작한다. 인간은 누구나 죽기 때문에 태어나서 죽을 때까지 한정된 시간은 모두에게 소중하고 의미 있다. 그 시간에 무엇을, 어떻게 할 것인지는 개인의 선택이며, 그만큼 모두에게 의미가 있고 가치가 있다는 것이다. 수도 없이 본 영화지만, 볼 때마다 나에게 지금 주어진 이 시간을, 인생을 어떻게 보내고 있는지 늘 생각하게 하는 영화다.



미국의 실존 인물인 ‘헌터 아담스’의 이야기를 다룬 영화다. 불행한 가정환경으로 인해 사회에 적응하지 못하고 정신과에 입원한 그를 치료한 사람은 의사가 아닌 서로의 문제에 귀 기울일 줄 아는 동료 환자들이었다. 아담스는 생의 새로운 목표를 찾고 다른 환자들이 붙여준 애칭인 ‘패치’를 얻어 병원을 나온다. 이후 그는 광대 코를 달고 어린 암환자를 웃기고, 천사 날개를 달고 나타나 말기 환자들에게 ‘죽음과 친해지는 법’을 권하는 괴짜 의학도가 된다. 하지만 이러한 행동 뒤에는 의료행위에 대한 깊은 고찰이 숨어 있다. 단순한 병과의 싸움이 아니라 인간을 치료하는 것이 바로 진정한 의학이라는 메시지가 그것이다. 그의 이러한 생각과 행동들은 엄숙하지만 했던 의대 교수들의 반발을 사게 된다. 따뜻한 실화를 로빈 윌리엄스라는 배우가 연기해 더욱 감명 깊게 다가온 작품이다. 특히, 우리의 ‘관계’가 얼마나 중요한지를 다시 한번 생각하게 한다.



## NEXT LEVEL팀 렌탈파트 박재운 선임

추천 작품: <패치 아담스>

### 영화 속 명대사

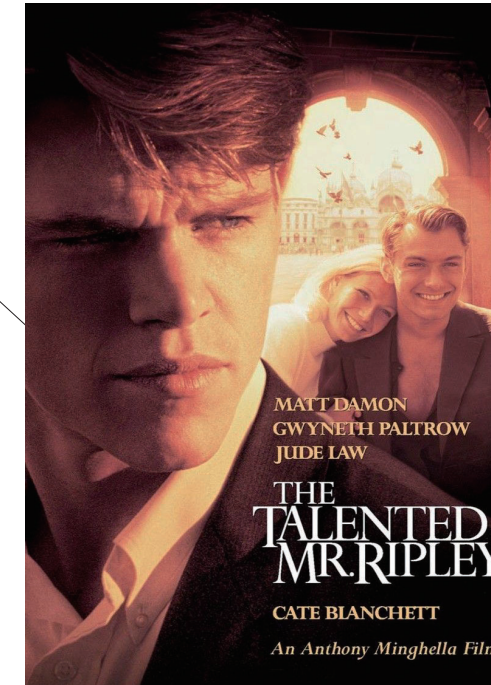
“다른 이들이 보지 못하는 것을 봐. 모든 사람들이 순응하고 따르는 것 때문에 보지 못하는 것을 봐! 매일 세상을 새롭게 봐.”

## 디자인팀 김진혁 연구원

추천 작품: <리플리>

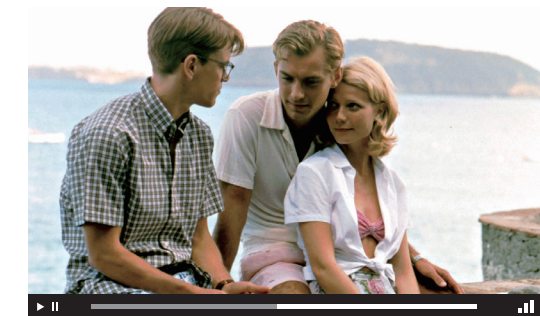
### 영화 속 명대사

“사랑하는 사람에겐 창고 열쇠를 주고 싶어. 문을 열고 들어가 보라고 하지만 안 돼. 그 안은 어둡고 더러우니까. 그 추잡함을 들키면 우울한 기분이 더 우울해져. 난 늘 그러고 싶어. 문을 활짝 열고 모든 걸 드러내고 싶다고. 큰 지우개가 있다면 모든 걸 지우고 싶어.”



넷플릭스에서 우연히 짧은 영화 소개글을 읽고 접하게 된 영화다. 1999년 작으로, 꽤 오래된 작품임에도 불구하고 등장 인물들의 심리묘사나 긴장감 등이 스틸러의 면모를 제대로 보여주는 작품이다. 흔히 알려진 ‘리플리 증후군’이라는 말은 이 영화에서 비롯되었다. 정식으로 인정된 정신질환명은 아니지만, 무능력한 개인이 과한 성취욕과 열등감으로 자신의 현실을 부정하고 허구의 인물로 스스로를 꾸며내는, 일종의 반사회적 인격장애를 일컫는다. 주인공 ‘톰 리플리’는 아주 가난한 청년이다. 종종 다른 신분의 연기를 해오던 그는 우연히 선박재벌의 눈에 띄게 되고, 그에게 자신의 한량 아들 ‘디키’를 데려와달라는 부탁까지 하게 된다. 이탈리아

에서 디키와 디키의 연인 ‘마지’와 함께 어울리며 꿈같은 나날을 보내던 그는 점점 자신의 현실을 망각하고 가짜 신분으로 산 가짜 삶에 몰들어간다. 하지만 남의 것을 욕심내면서부터 일은 돌이킬 수 없이 커지고 만다. 보는 내내 주인공의 거짓말이 부풀려지고 늘어날수록 두려움도 함께 커지면서, 모두가 진실을 빨리 알게 되어 주인공이 무너지길 바라는 마음이 공존했다. 탄탄한 극본과 중반부터 극적으로 뒤바뀌며 파국으로 치닫는 이야기의 흐름이 관객의 심장을 쫓기듯하게 만든다. 한편으로는 냉정한 소시오패스처럼 보이는 주인공이 측은하게 느껴지기도 했다. 스릴러나 범죄 장르를 좋아하는 사람에게 강추한다.



## 나만 알고 싶은 힐링스팟(Healing Spot)

‘위드 코로나시대’를 맞아 방역수칙을 엄격하게 지키는 가운데 일상 속에서 소소하게 즐기는 여행이 각광받는 요즘.  
챗바퀴 도는 듯한 일상이 살짝 지겨워질 때쯤, 가볍게 훌쩍 다녀올 수 있는 힐링스팟을 소개한다.

정리. 박다연

### 박한기 직장 (YP)정련파트



### 자전거 국토종주길

우리나라 국토종주 자전거길을 종주하고 인증까지 받았습니다. 자전거 국토종주길은 인천 아라서해갑문부터 부산 낙동강하굿둑까지 633km 자전거길이며, 국토종주 자전거길 인증센터에서 종주수첩에 스탬프를 찍으면 종주완료를 인증해줍니다. 작년엔 코로나19로 인해 쉬는 날이 많아 운동할 겸 자전거를 구입해 타기 시작했는데요.

바람을 가르며 달리는 상쾌한 기분도 좋고, 지역마다 특색 있는 풍경들도 무척 아름답습니다. 자전거길이 잘 구성되어 있어 큰 불편함 없이 라이딩을 즐길 수 있어요. 첫 스탬프를 찍고 하나씩 들어가며 느끼는 성취감이 자전거 국토종주의 매력인 것 같습니다.

📍 위치 인천 서구 오류동 1561 아라서해갑문/부산 사하구 하단동 낙동강하굿둑

### 김서연 사원 품질경영팀



### C27 다운타운

영종도에 위치하고 있는 카페입니다. 인천 을왕리와 가까워 바다도 볼 수 있는 일석이조의 스팟이에요. 영국, 프랑스, 스페인 등 각 나라의 특색을 인테리어에 반영하여 층마다 색다른 분위기를 느낄 수 있는데요. 덕분에 인증샷도 다양하게 찍을 수 있습니다. 음료만 판매하는 것이 아니라 베이커리류도 함께 판매하고 있어 탁 트인 바다뷰를 바라보며 여유 있게 디저트도 즐길 수 있어요.

📍 위치 인천 중구 마시란로 63



### 손호재 사원 국내영업팀 법인파트



### 성수미술관

‘주말에 아이와 함께할 것이 없다’, ‘데이트할 때 집→카페→영화→밥→집 이런 루틴이 너무 지겹다’, ‘취미활동으로 그림을 그리고 싶다’, ‘인스타그램에 업로드할 멋진 인생 사진 하나 건지고 싶다’, ‘집에 이쁜 그림 하나 두고 싶다’ 이 내용에 해당하는 사람은 모두 집중! 전국 18개 지점을 가지고 있는 국내 최초 드로잉카페, 성수미술관에서 이색카페 체험을 해보는 건 어떨까요? 그림을 그리기 어렵다고 생각하지 마세요. 도안이 준비되어 있으니 위에 색칠만 하면 됩니다. 그림만 그리고 가는 것도 좋지만, 음료도 한잔 마시고 사진도 찍으면 1석 3조의 혜택 아니겠어요? 서울, 부산, 천안 등 여러 지역에 성수미술관이 있으니 가까운 분들은 꼭 체험해보세요!

📍 위치 서울 성동구 성수일로8길 39 지층 B02 성수미술관 성수본점

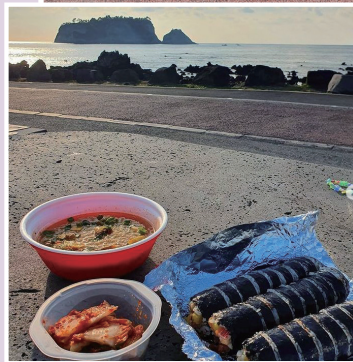
※ 타 지점 정보는 성수미술관 홈페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

김성훈 책임  
윤리경영팀

#### 제주도 법환포구 인근 올레길

지난해 가족과 제주도 한 달 살기를 하며 다녀왔던 곳 중, 넥센인들이 제주 여행을 할 때 한 번쯤 방문하면 좋을 곳을 소개합니다. 법환포구 근처 범섬이 보이는 바닷가 올레길인데요. 올레길에 마련되어 있는 돌의자나 차 트렁크에 앉아 범섬을 바라보며 미리 준비한 김밥을 먹고 있자니 한없이 편안해지고 기분이 좋아졌습니다. 날씨가 좋지 않다면 최근 오픈한 RUDDY'S Cafe&Pub에서 커피 한잔 하며 경치를 감상하는 것을 추천합니다. 법환포구에서는 운이 좋다면 해녀들의 숨비소리를 들을 수 있으며, 더 운이 좋다면 돌고래가 지나가는 모습도 볼 수 있어요. 법환막숙(시원한 용천수가 나오는 곳)에 둘러 시원한 물에 발도 담그며 쉬어 갈 수도 있습니다.

📍 위치 제주 서귀포시 법환동



오윤식 직장  
(YP)금형관리파트



#### 흰여울문화마을

제 고향인 흰여울문화마을을 소개합니다. 사실 영화 '변호인'의 촬영 장소로 이미 유명하긴 하지만, 저희 본가이기도 한 곳이라 특별한 의미가 있어요. 주변에 카페도 많이 있고 힐링되는 곳입니다. 탁 트인 바다가 보이는 태종대에서 아내와 함께 찍은 사진도 넥센인에게 공유합니다. 시원한 바다 함께 감상해요~

📍 위치 부산 영도구 영선동4가 605-3



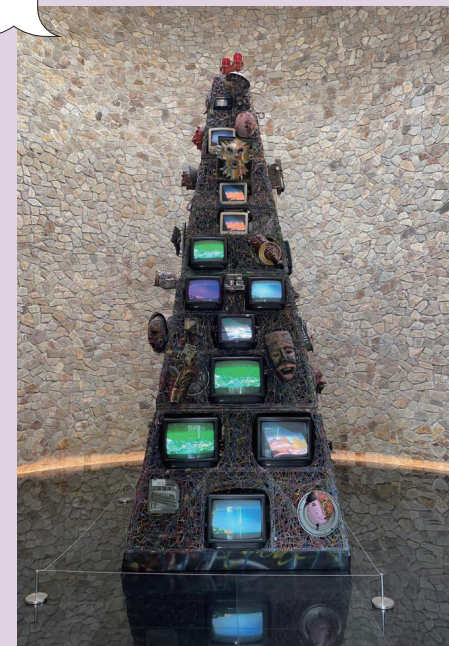
강영한 책임  
글로벌 유통전략 PJT



#### 뮤지엄 산(Museum SAN)

세계적인 건축가 안도 다다오가 설계한 문화 공간(미술관, 박물관, 특별전시관, 명상관 등)입니다. 답답한 가슴이 뻥 뚫리는 듯한 자연 경관과 고급스러움이 묻어나는 건축물의 조합이 인상적인 곳이에요. 외국에 온 듯한 착각을 불러일으키는 분위기에 취하기도 하고요. 특히, 미술관 한편에 전시된 이대원 작가의 '농원'이라는 작품을 본 순간 (조금 과장하면) 파리 오랑주리미술관에 전시된 모네의 '수련'이 떠오릅니다. 참고로 백남준 작가의 '커뮤니케이션타워' 작품도 있어요. 미술관을 좋아하시는 분, 힐링이 필요하신 분, 분위기 좋은 데이트 장소를 찾고 계신 분, 썸 타고 계신 분들에게 추천하는 핫스팟입니다.

📍 위치 강원 원주시 지정면 오크밸리2길 260



## 웃으며 회사 다닐 수 있는 '직장에서 분노 잘 다스리는 법'

출근 후 쌓이는 업무량과 누적된 피로는 우리를 웃는 게 웃는 게 아닌 상황으로 내몬다.  
하지만 기분이 태도가 될 수 없기에 모든 상황에 유연하게 대처하는 법을 길러야 한다.

글. 윤소정 참고. 책 <나도 아직 나를 모른다>, <감정사용설명서> 외



### 기분을 파악하는 감정일기 작성

계획했던 일이 갑자기 틀어졌을 때 우리는 심한 스트레스를 받는다. 스트레스를 제때 풀지 못하면 이는 쉽게 분노로 변한다. 가벼운 스트레스가 무거운 분노로 변하기 전, 감정일기를 작성해 분노를 다스리는 것이 좋다. 자신이 어떤 상황에서 웃고, 화내는지를 파악한다면 상황을 예측해 자신의 기분을 통제할 수 있는 것은 물론 상황을 객관적으로 바라보는 시각이 길러져 상황판단력 또한 좋아질 것이다. 감정일기는 문제 해결방법이 아닌 스트레스 유발 요인에 맞대응할 힘을 준다는 데 의미가 있다. 오래 묵힌 감정일수록 한번에 폭발하면 파괴력이 크니, 분노가 커지기 전 작은 스트레스부터 하나하나 제거해 나가자.

### 언제 어디서든 웃는 표정

억압은 분노를 부르는 가장 쉬운 방법이다. 특히 분노는 상대에게 내 의사를 표현하는 감정 요소 중 하나로, 분노를 무조건 통제하려는 것은 무의미하다. 하지만 상황에 따라 분노를 절제하는 것도 필요하다. 화가 나면 가장 먼저 변하는 것이 표정인데 내면의 분노가 얼굴로 표출되는 순간 화는 자신만의 것이 아닌 타인에게까지 전염된다. '웃는 얼굴에 침 못 뱉는다'라는 말처럼 화가 나도 얼굴에 미소를 머금어야 한다. 이 같은 행동이 억지스러워 보일 수도 있지만, 웃는 순간 타인의 표정뿐만 아니라 자신의 내면에서도 '생각보다 참을 만한데?'라는 긍정적인 반응이 일어날 것이다.

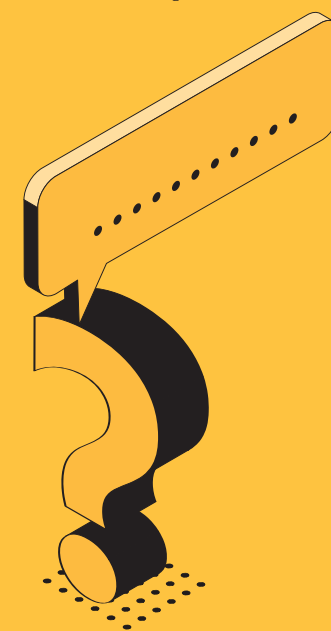


### 의미 부여하지 않기

사람은 사회적 동물이기에 대화할 때 느껴지는 상대방의 목소리와 눈빛, 제스처에 신경 쓰기 마련이다. 우연으로 이뤄진 행동임에도 이때만큼은 그 누구보다 멋진 소설가가 돼 부정적인 가설을 세우며 분노한다. 세상은 본인 중심으로 돌아가지 않는다. 주변에서 발생하는 모든 사건이 자신에게 특별한 의미를 지닌다고 확신하지 말자. 결국, 감정은 생각하기 나름이며 똑같은 상황이라도 어떻게 받아들이느냐에 따라 상대방과의 관계가 달라진다. 설령 상대방이 나에게 무례하게 대했어도 절대 휘둘리지 말자. 상대방이 내 인생을 좌지우지하게 만들면 안 된다.

### 실수는 실패가 아니다

실수를 하면 대부분이 실패했다고 생각한다. 아마 실수로 인해 자신의 평판이 부정적으로 바뀔 것을 걱정하기 때문일 것이다. 그래서 실수 후 동반되는 분노의 감정은 실패에 대한 두려움보다 실수에 대한 염려에 가깝다. 세상 사람들은 타인의 실수나 실패에 크게 관심이 없다는 것을 깨달아야 한다. 자신이 다른 사람의 실수나 실패에 큰 영향을 받지 않는 것처럼 말이다. 직장인으로서 자신의 결과물에 타인의 인정을 바라는 것은 당연하지만, 업무를 하며 자신이 했던 노력에 대해 잘 알지 못하는 사람에게 확신을 얻으려고 하는 것만큼 어리석은 일은 없다는 걸 잊지 말아야 한다.



# 언제나 당신곁에, 'WE GOT YOU'


## ‘NEXEN TIRE Brand Film’ 편

넥센타이어의 새로운 브랜드 슬로건 ‘WE GOT YOU’. 언제 어디서나 고객에게 편의를 제공함으로써 늘 고객의 든든한 지원군이 되겠다는 넥센타이어의 의지를 담은 브랜드 필름을 만나보자.

정리. 편집실


### # NEXEN TIRE Brand Film 편

▶




**0:03**  
넥센타이어의 새로운 브랜드 슬로건  
‘WE GOT YOU’

▶




**0:10**  
퀵음과 함께 쪽 뻗은 도로를  
질주하는 자동차

▶



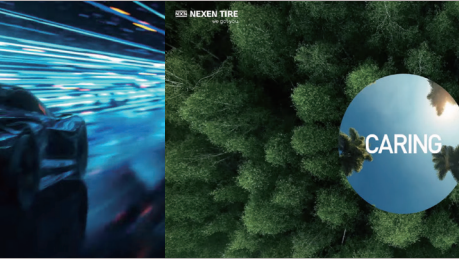
**0:20**  
이것은 ‘트렌드’에 관한 이야기이자,

▶




**0:25**  
‘혁신’에 관한 이야기

▶




**0:30**  
‘배려’에 관한 이야기

▶



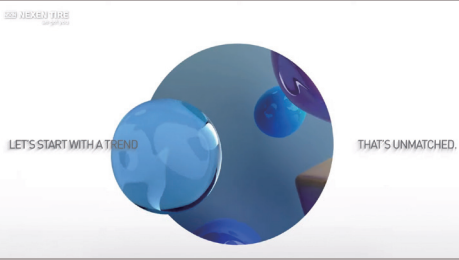
**0:33**  
그리고 이 모든 것들에 관한 이야기입니다.

▶




**0:35**  
우리는 결심했고  
우리는 실천하고 있습니다.

▶




**0:43**  
단지 스쳐 지나가는 유행과는 다른  
트렌드를 만들자.

▶




**0:47**  
단지 기발하기만 한 것이 아닌  
삶의 변화를 이끄는 혁신을 만들자.

▶




**1:02**  
누구를 위해?

▶



**1:06**  
그 대답은 바로 당신입니다.

▶



**1:22**  
당신의 여정에 새로움을 더합니다.

## 넥센인이 생각하는 '새로운 균형'

업무와 취미생활, 내적 자아와 외적 관리, 인간관계 등 모든 것에는 균형이 필요합니다.  
시대의 흐름, 그 속에서 변화는 늘 일어납니다. 변화하는 트렌드에 맞춘 '새로운 균형'의 의미, 자유롭게 들려주세요!

정리. 편집실 (설문기간: 2021.09.01.~2021.09.03.) \*참여자: 151명(중복응답 가능)

# Balance

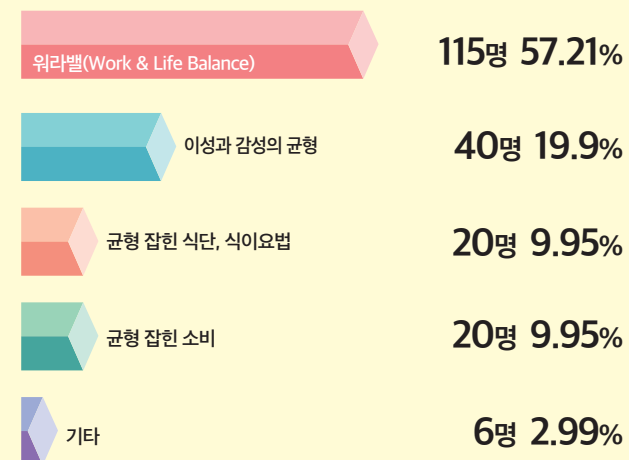


### Q. 근무시간에 집중이 안 될 때, 균형 잡힌 업무 수행을 위한 자신만의 팁은 무엇인가요?

- 양지원**  
선배 및 동료와의 커피타임!
- 정해철**  
잠시 모든 것을 내려놓고 먼 산을 바라보며 휴식
- 최웅일**  
혼자 명상하기
- 심도욱**  
가족사진 보기
- 김동현**  
팬딩이슈 작성 및 순위 정하기
- 이준우**  
귀 마사지
- 채동엽**  
일단 사무실 나와서 배회하기
- 오준환**  
정시퇴근한다는 마인드로 집중



### Q. 인생에서 중요하게 생각하는 '균형'은?



\*육감으로 느끼는 모든 것 - 황도인

\*생각과 행동의 균형 - 강영한

\*나와 다른 사람과 생각의 균형(의견, 아이디어, 감성, 기호 등) - 송강호

### Q. 일과 삶의 조화를 위해 업무 외 시간에 실천하는 것은 무엇인가요?



\*취미 생활 및 재테크 고민 - 탁세원

\*독서, 뉴스 보기 - 이희석

\*늘 새로운 정보를 탐색 - 김종호

### Q. 직장에서 팀 분위기의 균형을 맞춰주는 활력소는 무엇이라고 생각하나요?



\*신입사원 - 이성필

\*자유로운 소통 - 노영우

\*상대 인정 - 변강석

### Q. 업무 균형을 위해 새로운 트렌드나 정보는 어디에서 습득하나요?



\*외부 인원 - 김상문

\*인터넷(뉴스, 유머게시판, 기타 친목카페 등) - 오동진

\*학원 - 김종성



# Healing

WLB(Work-Life Balance)는  
현대인들에게 가장 필요한 균형감각일 것입니다.

적절한 휴식과 새로운 생각으로  
일상 속 나만의 힐링 밸런스를  
찾아보는 건 어떨까요.

# 인류의 과거를 짚어 '우리'라는 미래를 꿈꾸다

## 진화학자이자 스타트업 대표인 장대익이 바라보는 뉴 발란스

공감. 오랫동안 진화학을 공부하고 가르친 장대익 교수는 오로지 인간만이 가질 수 있는 능력이 공감이라고 말한다.

영겁의 세월을 지나 현대 사회를 일궈 낸 인간의 수많은 능력 중 하필 '공감'을 골라내는 것.

코로나 이후 잃어버린 수 없는 가치들 중 바로 '공감'을 집어내는 것.

그것은 교수와 사업가라는 이름 너머의 인간 '장대익'이 바라보고, 원하며, 일궈내고 있는 화두였다.

글. 정찬영 사진. 주호상

서울대학교 교수이자 스타트업 대표. AI 연구센터장이자 수많은 책을 집필한 작가. 그에게 물을 수 있는 주제도, 들을 수 있는 이야기도 너무나 많았지만 지금 함께 겪고 있는 현재를 그에게 물었다. 진화학자로서 코로나를 어떻게 바라보는지, 그리고 요즘의 당신은 어떤 돌파구를 찾고 있는지. 과거를 짚어 인간의 본성을 연구하는 그가 '상실의 시대'에서 발견해 낸 이 시대의 '뉴 발란스'는 무엇일까?



**Q. 코로나와 함께한 지 벌써 2년이 되어갑니다. 인간의 본성을 연구하는 진화학자로서 코로나 바이러스에 대한 의견이 궁금합니다. 코로나가 인간에게 끼친 영향은 무엇이 있을까요?**

사실 팬데믹은 인류 역사상 여러 번 있어왔습니다. 병원체에 의한 팬데믹이 크게 10번 정도 발생했고 코로나도 그중 하나죠. 바이러스가 크게 확산되면 인간은 두 가지의 반응을 나타냅니다. 첫 번째는 인지적으로 혼란을 겪으며 불안해하죠. 두 번째는 정서적 혐오입니다. 타인을 거부하기 위한 방편으로 역겨움이라는 정서를 불러일으킴으로써 자신을 보호하는 거죠.

**Q. 그렇다면 다른 팬데믹과 비교해 코로나만이 인류에게 끼친 영향은 무엇이 있을까요?**

모두 같은 팬데믹이지만, 코로나가 가지는 특수성은 100년 전의 인간과 현재의 인간이 누리는 환경이 너무 다르다는 것이죠. 매우 글로벌하게 서로 연결되어있던 와중에 이걸 끊어놓았으니까요. 그 와중에 인터넷으로 연결되어있는 세상이라는 점에서 특이한 현상이 발생해요. 혐오감을 확산시키거나, 가십거리가 되는 뉴스를 일파만파 퍼뜨리는 거죠. 그렇게 사람들 간의 갈등이 더욱 복잡하고, 심화된 것이 코로나가 주는 특징이라고 봅니다.

### about 장대익

서울대학교 자유전공학부에서 진화학과 과학철학을 연구하고 가르치며 초학제교육 AI 연구센터의 센터장을 맡고 있다. 지난해 11월에는 기존 화상 강의 플랫폼의 한계를 극복하고자 온라인 교육 플랫폼 '에보클래스'를 개발, 트랜스버스를 창업하였다. 대중성과 전문성 모두 놓치지 않으며 진화론을 둘러싼 논쟁을 탁월하게 전달했다는 평을 받고 있는 <다윈의 식탁>의 저자인 그는 <인간에 대하여 과학이 말해준 것들>, <사회성이 고민입니다> 등 다수의 책을 출간한 작가이기도 하다.



**Q. 사람이 주고받는 긍정적인 연결을 코로나가 끊어놓았다는 것  
이군요. 그런데 오히려 혼자만의 시간을 갖게 된 것이 진화학적  
으로 인류의 발전을 가져왔다고 보는 시각도 있을 것 같은데요.**  
아닙니다. 고독과 외로움의 차이를 분명히 해야 해요. 고독은 자신이  
자발적으로 고립을 선택한 것이지만, 코로나가 주는 감정은 타의에  
의해 주어지는 외로움입니다. 이걸 인간이 빨리 벗어나야 하는 것이  
기 때문에 긍정적으로 이야기할 수는 없어요. 마치 무리를 지어 사  
냥을 하러 갔다가 늑대에게 공격을 받을 때 혼자 낙오되는 것과 같  
은 거죠. 이걸 죽음에 대한 공포입니다.

**Q. 반면 혼자 있는 시간이 늘어나서 코로나 이후로 더 행복해졌  
다고 이야기하는 사람도 있습니다. 이에 대해서는 어떻게 생각  
하시나요?**

그 지점에서 코로나가 주는 특수성이 드러납니다. 원래 연결이 풍족  
했던 사람은 이제야 쉴 수 있겠다는 안도감을 얻죠. 하지만 코로나  
이전부터 소외되었던 사람들은 코로나로 이후로 '전염 때문에 어쩔  
수 없다'는 핑계와 함께 더 외로워지고 있죠. 또한, 청소년들은 학창  
시절에 사회 속에서 정서적 발달을 하는데 이게 지금 멈췄어요. 외  
로움조차 양극화된 현상이 몇 년 뒤에는 심각한 사회적 문제로 부  
상할 것이라고 생각합니다.

**Q. 그래서 '공감'을 이 시대의 가장 중요한 키워드라고 보신 거군  
요. 하지만 공감력을 키우는 것은 쉬운 일이 아니라고 생각하는  
데요, 자기 계발에 더욱 힘쓰고 있는 요즘 사회에서 타인에 대한  
관심도를 높인다는 것이 과연 가능한 일일까요?**

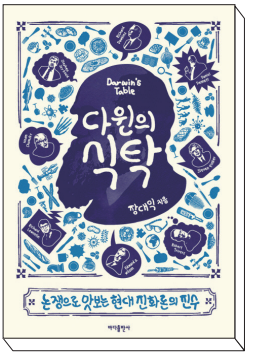
어렵죠. 심리학에서는 유능함이 차가운 성격과, 무능함이 따뜻한 성  
격과 연결되게 느껴진다는 연구가 있어요. 그래서 유능하고 따뜻한  
사람을 보면 우리는 그 사람을 존경하고요. 하지만 저는 우리가 유  
능함과 따뜻함을 모두 가진 사람이 될 수 있다고 생각합니다. 본능  
적으로 편하게만 살지 않고, 자신이 하는 행동에 문제가 없는지 점  
검하면 타인에 대한 공감능력이 자라나죠. 그리고 그 방법을 알려주  
는 것이 바로 '교육'이구요.

**Q. 그래서 교육 플랫폼 사업을 시작한 건가요? 온라인 수업 플랫  
폼 회사를 창업하셨다고 들었습니다.**

코로나 이후로 온라인을 통한 비대면 수업은 피할 수 없는 흐름이 되  
었습니다. 하지만 현재의 플랫폼은 강의를 하기엔 부족한 점이 너무



다른 이의 관점에서 바라보는 것.  
그것이 오직 우리 인간만이 가진 특별한 능력이다.



많아요. 거의 강의자 혼자 떠드는 방식으로 구현이 되어있죠. 그래  
서 저는 온라인에서도 사람 사이의 소통을 더욱 원활하게 할 수 있  
는 방식을 만들어야 한다고 생각했습니다. 그리고 또 하나는 청각장  
애인을 위한 플랫폼이 절실했어요. 듣지 못하는 사람이 강의를 들을  
수 있는 방법이 뭐가 있을까 생각하다가 자막을 활용하게 되었죠. 수  
업을 듣는 사람들이 모두 주체적으로 참여할 수 있는 통로를 만드는  
것이 저의 목표였습니다.

**Q. 기술에 인간의 본성을 녹여낸 거군요. 교수님이 연구하시는  
분야가 모두 합쳐진 사업이라는 생각이 듭니다. 교육자에서 사  
업가가 되면서 고충도 많았을 것 같은데요. 어려움은 없으셨나  
요?**

어려운 점이 많죠. 사실 정년이 보장된 직업을 가지고 있음에도 불  
구하고 어려운 길을 택한 거니까요. 매달마다 직원들의 월급을 주고,

사업을 확장시키는 모든 작업들이 정말 전쟁터에 나온 기분입니다.  
하지만 사업 역시 사람들이 무엇을 원할지 계속해서 타인의 관점에  
서 생각해야 하는 일이기 때문에 또 다른 재미가 있어요. 그리고 제  
가 추구하는 사회의 방향, 제가 만들어나가고 싶은 미래를 직접 만  
들어나갈 수 있다는 것이 굉장한 보람이죠.

**Q. 어떤 미래를 꿈꾸시는지 구체적으로 묻고 싶습니다. 어떤 어  
려움을 해결하고 싶으신가요?**

교육 격차를 해소하고 싶어요. 우리나라에서 방과 후에 방황을 하는  
중학생의 수가 무려 7만 5천 명이에요. 엄청나죠. 저는 이 학생들에  
게 새로운 배움의 터, 놀이의 장을 제공하고 싶어요. 그리고 중장년  
층도 교육에서 소외된 계층이에요. 저도 지금 50대가 되었는데, 제  
또래들과 이야기를 해보면 20대와는 인생에 던지는 질문이 달라요.  
내가 이렇게 사는 게 맞는지, 지금 이 사람들처럼 시간을 보내는 게

맞는지, 질문을 던집니다. 그래서 더 새로운 것을 배우고 싶어 해요.  
이렇게 교육에서 소외된 사람들을 한곳에 모을 수 있는 콘텐츠 프로  
그램을 만들고 싶습니다.

**Q. 플랫폼 개발에 이은 트랜스버스의 또 다른 사업이 되겠네요.  
사람들 간의 격차를 줄이고, 서로 끈끈하게 이어진 사회를 만들  
고 싶어 하시는 것 같습니다. 마지막으로 코로나를 겪어내고 있  
는 대중들에게 전하고 싶은 메시지가 있을까요?**

저는 이번 코로나로 인해 우리가 멈춤의 시간을 가질 수 있었다고 생  
각해요. 이렇게 발전하는 게 과연 맞느냐는 문제를 제시하는 거죠.  
때문에 우리는 더욱 '나'가 아닌 '너'를 돌아보아야 한다고 생각합니  
다. 타인의 입장에서 살펴보고, 나아가 동물과 식물의 입장에서까지  
생각해볼 필요가 있어요. 왜냐하면 그러한 공감 능력은 오직 우리 인  
간만이 가진 특별한 능력이니깐요.

# 커피 한 잔에 담긴 가치와 철학

스타벅스·블루보틀·프린츠

검고 진한, 그 매혹적인 향만으로 우리를 유혹하는 것이 아니다.

한 잔의 커피에는 감성과 문화가 녹아있고, 브랜드의 철학이 담겨있다.

이미 레드오션인 커피 시장에서 유독 큰 사랑을 받고 있는 커피 브랜드에는 어떠한 힘이 있는지 소개한다.

글. 황예슬



## 우아한 커피, 그 이상의 가치 스타벅스



저 넓은 바다에서 달콤한 노랫소리로 배의 선원을 유혹하는 '사이렌' 요정. 그 요정의 유혹 때문인지 우리는 스타벅스로 자연스레 발걸음을 옮긴다. 왜 많은 사람들이 스타벅스의 커피를 마시고, 다양한 프로모션과 굿즈에 열광하는 것일까?

미국 시애틀에서 평범한 커피숍으로 시작한 스타벅스는 현재 78개 나라에서 32,000개가 넘는 매장을 운영할 만큼 전 세계적인 기업으로 성장하였다. 스타벅스의 기업 색깔인 '녹색'은 소비자들에게 좋은 커피에 대한 이미지를 주는 동시에, 최고 경영자 하워드 쉘츠의 말처럼 '회색 빌딩 숲 속에서 한잔의 여유와 따뜻함'을 전해준다. 스타벅스에서는 직원이 1순위이고, 2순위는 고객이다. 파트타임 근무자도 정규직에 준하는 혜택을 받는다. 특히 수평적인 조직문화에 바리스타부터 대표에 이르기까지 모두 닉네임을 사용하며 고객에게도 닉네임을 사용하게 해, 특별함을 인식시켜준다. 또한, 스타벅스에는 진동벨이 없다. 이는 고객과 바리스타의 커뮤니케이션으로 스타벅스만의 특색 있는 분위기를 만들었다. 스타벅스에는 단순히 커피만 마시러 오지 않는다. 스타벅스 매장은 집이나 직장과는 다른 고급스럽고 이국적인 분위기, 친절할 서비스, 커피와 어울리는 음악 등을 제공해 고객에게 감성적 체험을 제공한다.

## 느림의 미학, 이유 있는 철학 블루보틀



'파란병', 블루보틀. 국내에 블루보틀이 오픈한 첫날부터 한 달여 동안은 3~4시간 줄을 서서 기다리는 건 당연한 일이었다. 이러한 블루보틀의 창업자는 커피 전공자가 아닌 교향악단의 클라리넷 연주자 출신이다. 그의 커피에 대한 애정과 철학은 현실과 타협하지 않고 블루보틀만의 특별한 브랜드 이미지를 만들었다. 하나로 통일된 컵 사이즈, 로스팅 48시간 이내의 원두, 최고급 에스프레소머신, 향을 내는 첨가물을 넣지 않은 순수한 커피.

지난 2002년 단돈 600달러로 시작된 블루보틀에는 마케팅 부서가 없다. 창업자 제임스 프리먼은 블루보틀의 마케터는 바리스타라고 소개한다. 누구보다 고객을 위해 정성스럽게 커피를 내리는 바리스타 그리고 그런 커피를 마시는 고객이 마케터이다. 고객은 최고의 맛있는 커피를 위해 기꺼이 기다릴 줄 알고, 느리더라도 최고로 맛있는 커피를 만들겠다는 것. 이것이 블루보틀의 아이덴티티이다. 블루보틀이 주목받는 이유 중 또 다른 것은 '열린 소통'과 '행복한 일터'이다. 매장의 카페 리더는 모든 직원과 일대일로 대화하며 서로를 배려한다. 이렇듯 느림의 미학으로 최고의 커피를 선사하는 '파란병'의 놀라운 이야기는 그들만의 이유 있는 철학에서 비롯되었다.

## 커피의 열정, '프린츠'의 이름으로 프린츠



커피 하면 대명사가 된 스타벅스나 블루보틀처럼 국내에도 사랑받는 커피 브랜드가 있다. 프린츠는 6명의 커피&베이커리 전문가가 모여 마포구 뒷골목의 오래된 한옥을 개조해 1호점을 오픈했다. 프린츠의 커피 전문가들은 커피 원두 직거래 농장을 1년에 직접 한 번씩 방문할 정도로 양질의 커피를 제공하는 데 최선을 다한다. 또한 커피와 빵의 질적인 향상을 위해 매일 아침 퀄리티 컨트롤 차트와 제빵 일지를 작성하고, 서로 기술을 나누는 배움의 시간을 마련한다.

커피 전문가, 프린츠는 디자인에서도 눈에 띈다. '한국적인 것이 시대를 막론하고 좋다'는 신념을 가진 브랜드 디렉터이자 공동대표인 김병기 대표의 확고한 철학에서 비롯되었다. 브랜드 로고인 '프린츠'는 'c' 받침을 통해 어딘가 낯설고, 로고인 '물개'도 특별한 의도가 없다. 그런 이유로 소비자는 호기심이 생기며 더 궁금해졌고 이는 곧 브랜드가 되었다.

이러한 프린츠는 외부 브랜딩뿐 아니라, 더 나은 회사를 만들기 위해 그들만의 다양한 프로그램과 제도를 운영한다. 프린츠의 모든 구성원은 행복하기 위해 자신의 직업을 소중하게 여기고, 그들의 즐거움이 고스란히 고객에게 전해지기를 바란다. '프린츠'라는 브랜드를 만드는 건 '사람'이기 때문이다.

## 코로나, 새로운 산업을 열다

코로나가 세계를 휩쓸고, 많은 사람의 일상은 코로나 전과 이후로 나뉘는 정도로 많은 변화가 있었다. 급변하는 사회 속에서, 누군가는 새로운 방법으로 위기를 기회로 돌파하고자 했으며, 누군가는 새로운 시장을 개척한다. 코로나 이후 새롭게 부상하고 있는 다양한 산업들을 살펴보면, 우리가 앞으로 걸어갈 내일을 짐작해 보자.

글. 정찬영

위드(with) 코로나시대를 앞두고 2년 남짓한 시간 동안 우리의 일상은 새로운 시대에 적응하는 과정이었다고 해도 과언이 아니다. 여행은 캠핑으로 대체되었으며, 집에 머무는 날이 늘어나 집안과 '나 자신'을 가꾸는 데 여념이 없다. 직접 만나 소통하는 횟수가 줄어들었지만, 사람들은 자연스럽게 IT 기술을 통해 만남을 지속하며 일상을 이어나간다.

### 코로나 이후 위기를 기회로 맞이하려는 여행업계 #여행 #항공 #호텔

코로나 이후 가장ダイ내믹한 변화가 있던 업계는 단연 여행업계다. 전염병의 확산으로 여행, 특히 해외여행이 불가능해지자 여행사들과 항공업계는 급작스러운 환경의 변화를 맞이해야 했다. 통계청 국가통계포털에 따르면 지난해 전국 15개 국제·국내 공항 이용객 수는 6502만7063명으로 전년 대비 58.8% 감소하였다. 지속적으로 성장 추세를 보이던 항공 업계가 매출이 감소한 것은 2008년 금융 위기 이후 처음이다. 특히 국제선의 경우 코로나 직전인 지난해 1월 출국한 내국인이 248만 명인 것에 비해 지난 4월에는 약 2만 명으로 급감한 수준이다.

하지만 위기는 기회가 되기도 하는 법. 여행에 대한 욕구를 채우고 싶었던 사람들은 캠핑으로 눈을 돌리며 최근에는 차에서 거주를 하는 '차박'이 유행하기도 했다. 올해 상반기 캠핑용품 수출액은 1억200만 달러로, 지난해 같은 기간보다 84.7% 높은 기록을

달성했다. 이는 코로나19 장기화로 해외여행이 불가함과 동시에 야외활동이 증가한 현상과 맞물려 여행과 야외활동을 접목시킨 캠핑 산업이 주목받는 것이라고 볼 수 있다.

또한, 대한항공의 경우 급감한 여객기 운항을 만회하기 위해 항공화물에 사업을 집중했다. 이런 상황에서 대한항공은 지난해 총 2,383억 원의 영업흑자를 내었다. 그 결과, 지난 6월 대한항공은 항공업계의 오스카상이라고 불리는 에어트랜스포트 월드(Air Transport World)의 '올해의 항공사'에 선정되기도 하였다. 이 외에 명소 방문이 핵심인 관광 여행의 시대를 지나, 이제는 숙소에 머무르며 휴식하는 '힐링 여행'이 대세로 떠오르기도 했다. 일명 '콕캉스(방콕+호캉스)'라 불리는 이 신개념 여행 방식은 전염병 확산에 대한 두려움을 막고, 집에서 벗어나 새로운 분위기에서 휴식을 취할 수 있어 주목받고 있다.



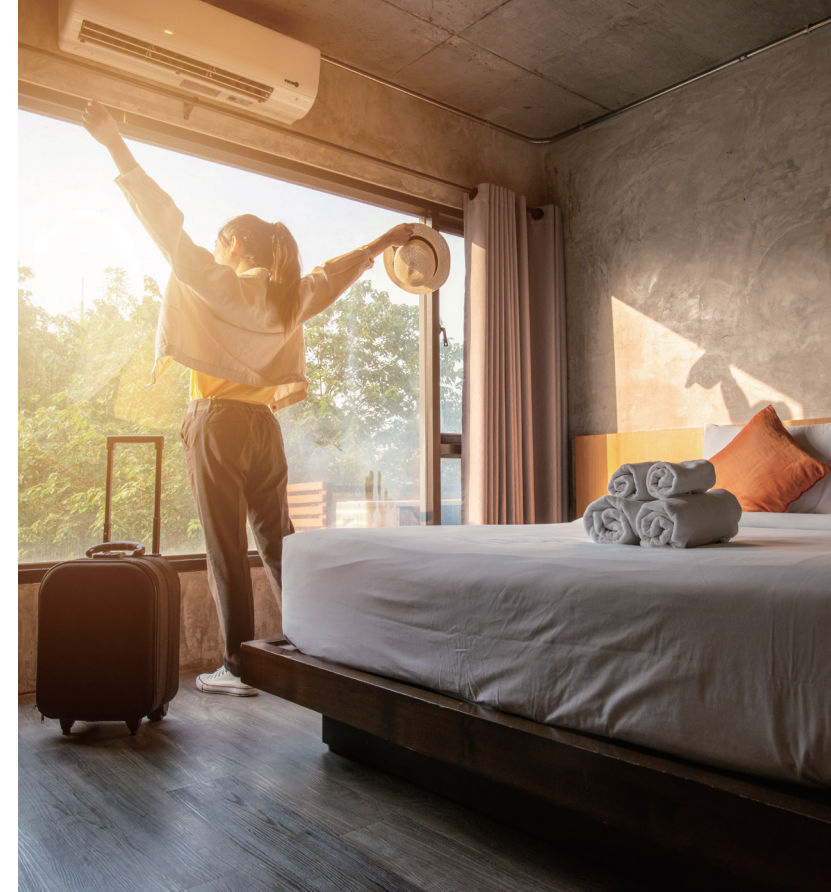
### #새로운 여행 트렌드

#### 워케이션(Worcation)

장기간 여행지에서 머무르며 일하는 형태의 여행. 재택근무가 보편화되면서 일터와 집의 경계가 무너져 일과 여가시간을 적절히 활용하는 사례가 늘고 있다.

#### 소도시 여행

안전에 대한 경각심이 높아지며, 기존 수도권 중심의 유명 관광지보다 붐비지 않으면서 나만의 시간을 보낼 수 있는 지역에 대한 관심이 높아지고 있다. 대표적으로 국내 섬 지역, 지방 소도시 등이 색다른 여행지로 꼽힌다.



## 내 집안은 내가 행진다! #홈트레이닝, 인테리어 그리고 커피 한 잔

코로나의 확산 이후, 각종 모임이 줄어들고 집에 머무르는 시간이 늘어나며 '나'에 대한 관심이 높아지기 시작했다. 회식과 모임으로 소비하던 시간에 이제는 집에서 혼자 자신을 가꾸기 시작한 것. 대표적으로는 운동기구와 인테리어 그리고 커피 한 잔의 여유가 있겠다.

코로나 이후 체중이 급증했다는 일명 '급찐자'도 증가했지만, 오히려 자신의 몸체에 대한 관심이 늘어났다는 이도 생겼다. 이들은 유튜브를 보며 집에서 홈트레이닝을 즐겼고, 헬스장에 구비되어 있던 운동장비를 사들이기 시작했다. 일명 '덤벨 이코노미'라 불리는 이 현상은 코로나가 장기화되면서 개인의 건강관리와 면역증강에 대한 소비가 급증한 것을 가리킨다.

또한, 코로나로 집에 있는 시간이 늘어나자 사람들은 자연스럽게 집을 꾸미기 시작했다. 그렇게 최근 인테리어와 리모델링의 수요가 급증하고 있다. 올해는 12월까지 리모델링 인테리어 예약이 꽉 차 있어 견적을 받는 것도 한 달여를 기다려야 한다고. 한국건설산업연구원에 따르면 작년 국내 인테리어 시장 규모는 41조 원으로 집계되었는데, 지난 10년간 연평균 성장률이 약 8%씩 상승한 것에 비해 올해는 코로나 장기화로



인테리어 수요가 급증한 점 등을 고려해 그 시장 규모가 60조 원을 웃돌 것이란 전망도 제기되고 있다.

코로나 확진자가 급증하면 가장 먼저 타격을 받는 곳 중 하나는 커피숍이다. 거리두기가 상응되어 모임의 인원이 줄어들며 커피숍에 대한 방역 수칙도 더욱 철저해졌다. 이 여파로 국내 커피시장의 희비가 엇갈렸다. 학원가 상권의 붕괴로 컵커피 매출은 급감한 반면, 재택근무 등으로 집에서 보내는 시간이 늘어나자 캡슐커피 등 집에서 커피를 즐길 수 있는 영역은 매출이 급증했다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터에 따르면 지난해 국내 캡슐커피 시장 규모는 1,980억 원으로 전년(1,387억 원) 대비 42.7% 성장했다. 이는 사회적 거리두기 영향으로 커피전문매장의 폐업 수가 급증한 것과는 정반대의 흐름이라고 볼 수 있다.



### #홈카페에서 즐기면 좋은 디저트

#### 크로플

크루아상 냉동반죽을 와플 기계에 올려 약 3분 정도 구운 후 메이플 시럽을 뿌리면 완성이다.

#### 허니브레드

통 식빵을 자른 후 버터와 시럽을 식빵 위에 뿌려 에어프라이어에서 10분 정도 굽는다.

## 코로나엔 역시 비대면, 온라인 플랫폼 #유튜브와 줌

정보통신정책연구원의 '코로나, 미디어 지형을 바꾸다' 보고서에 따르면 코로나 이후 가장 크게 영향을 받은 미디어 이용 형태는 유튜브 시청이었다. 2019년에 비해 유튜브 이용은 33%에서 47.9%로 크게 증가했으며, 이는 타 미디어와 비교해도 급격하게 증가한 수치다. 또한, 지난 1월 발표된 샌드박스네트워크의 '2020 유튜브 데이터 리포트'에 따르면 국내 유튜브 트래픽은 지난해 동안 급격하게 증가했다. 코로나와 함께한 2020년, 그 한 해 동안 유튜브는 월평균 약 300억의 조회수와 매월 약 6천만 명이 증가한 구독자수를 자랑했다. 코로나19로 인해 집에서 머무는 시간이 길어지며 유튜브 트래픽이 함께 증가한 것이다. 올해에는 월평균 350억의 조회수를 달성할 것으로 샌드박스네트워크는 분석했다. 실제로 유튜브는 지난해 3월에는 급증한 트래픽 수를 이기지 못하고 전 세계적으로 기본화질을 낮추겠다고 발표하기도 하였다.

온라인 화상회의 앱 '줌(Zoom)' 역시 비대면 사회의 최대 수혜업 중 하나다. 코로나19

이후 전염병 확산 방지를 위해 재택근무와 수업이 이루어지자, 자연스럽게 온라인 비대면으로 회의와 수업을 하기 위한 수단이 필요해졌다. 줌은 2019년(코로나 이전)에 비해 2020년(코로나 이후) 5~7월 사이 매출이 3.5배가 증가했으며, 올해 역시 지난해 대비 1분기 매출이 2.9배 증가하여 꾸준하게 성장하고 있는 것으로 나타났다.

유튜브와 줌은 모두 비대면으로 사람과 사람이 만난다는 공통점을 가지고 있다. 유튜브와 줌의 사용 증가 현상은 전염병이 창궐하여도 사람은 사람과 함께해야 한다는 것을 보여주고 있는 것은 아닐까. 다만, 그 방식이 이전과 달라 새로운 통로가 필요했었을 뿐.



### #코로나에도 멈출 수 없는 여가생활

#### OTT 플랫폼

코로나로 극장 찾기가 어려운 요즘, 영화계가 관객 선택을 받기 위해 극장과 OTT 동시 개봉을 택하고 있다.

#### 온라인 마켓

밖에서 쇼핑하기 두렵다면 식자재부터 화장품까지 누워서 쇼핑할 수 있는 온라인몰을 이용해보자.



# 창밖에 부는 바람 한 점에도 가을이 묻어난다

## 경주 단풍 여행

가을은 바람에 나뭇 겨를 닳았다. 붙잡고 싶지만 붙잡을 수 없고, 허무할 만큼 짧은 순간 머물다 겨울에 자리를 내어준다.

창밖에 부는 바람을 보니 어김없이 가을이다. 평생의 추억으로 고이 간직할 가을 여행을 떠날 때다.

경주의 조용한 산사에서 아침을 맞이하고, 발길 뚝한 은행나무 가로수길에서 경주를 감싼 색에 취한다.

글. 사진. 임운석 여행작가

1500년 전 찬란했던 신라의 역사를 고스란히 품고 있는 경주는 도시 자체가 하나의 박물관이라 해도 과언이 아닐 정도로 발길 닿는 곳마다 수많은 유적과 유물을 만날 수 있는 곳이다. 전통과 역사 속에 트렌디한 현대 문화가 조화롭게 어우러진 경주의 진면모를 만나보자.



경주 불국사에 대해 자세히 알고 싶다면  
QR코드를 찍어주세요!



### 고요에서 깨어나는 산사의 아침

여행지에서 맞이하는 아침은 언제나 설렌다. 그곳이 추억이 깃든 곳이라면 더욱 그렇다. 경주는 학창 시절 수학여행을 이유로 누구나 한 번쯤 찾은 곳이다. 특히 불국사는 경주를 대표하는 단골 여행지 중에서도 단골이다. 그 당시 불국사를 찾은 시각은 언제나 한낮이었다. 덕분에 단체 관광객들로 경내는 항상 붐볐다. 심지어 불국사에서 찍은 사진을 들춰보면 온통 사람들로 북적거린다. 수십 년째 여행하면서 깨달은 작은 원칙이 있다면, 유명한 곳일수록 아침 일찍 챙겨보자는 것이다. 그래야 그곳의 참 의미와 가치를 오롯이 마음 밭에 심을 수 있다. 우리는 살아가면서 문득문득 지난 추억을 꺼내 본다. 그때 마주한 추억이 형클어진 머리처럼 뒤엉켜있다면,

### #여행지와 어울리는 음악



**정경호**

<회상> 슬기로운 의사생활 2 OST Part 9

경주 여행은 추억과 맞물릴 때 깊어진다.  
이 곡은 추억으로 안내하기에 충분하다.



오늘도 내일도 과거와 크게 다르지 않을 것이다. 반면 추억의 책장을 넘겼을 때 수많은 상념의 끝이 한 방향으로 향하고 있다면, 추억 속에 있는 자신보다 성장한 나를 볼 수 있지 않을까. 여행이 삶을 풍요롭게 하는 이유다.

토함산이 품은 불국사는 불국정토를 속세에 실현하겠다는 신라의 꿈이 깃든 곳이다. 1995년 12월 석굴암과 함께 우리나라 최초로 유네스코 세계문화유산에 등재되었다. 고색창연한 사찰 건축물과 다보탑, 석가탑이 뿜어내는 아우라는 천 년의 역사를 품은 듯 신비롭다. 불국사 가는 길엔 단풍이 흐드러지게 물들어 있다. 이 구간에서는 천천히 드라이브를 즐겨보길 권한다.

### #셀프샷 추천 스팟



- 어둑할 정도로 우거진 불국사 진입로 단풍길
- 가을 불국사를 대표하는 인증샷



1. 가을에 물든 불국사 전경
2. 어둑할 정도로 우거진 불국사 진입로 단풍길
3. 고요한 아침, 불국사 경내를 오가는 스님들의 모습도 풍경이다.
4. 특유의 화려함이 돋보이는 다보탑



1



2



3

## 아직은 조심할 때, 탁 트인 가로수길

계절은 외비우스의 띠처럼 반복된다. 붉은 연두, 여름은 진초록, 가을은 한두 가지 색으로 규정하기 힘든 색의 결정판이다. 끝으로 모든 세상이 색을 잃은 듯한 겨울은 흑백이다. 색의 정점에 다다른 가을, 색의 도시 경주에는 노오란 꽃비가 내리는 곳이 있다. 휘~익 바람 불 때마다 노란 은행잎이 비처럼 흩날리는 그곳은 통일전 가로수길이다. 불국사에서 자동차로 20분이 채 안 걸리는 곳이라 찾기도 수월하다. 7번 국도를 달리다 통일전 삼거리에서 통일전 주차장까지 약 2km에 이르는 길에 노란 모자를 쓴 근위병들이 열병식을 하듯 한 줄로 길게 늘어서 있다. 직선 구간이라 오가는 차량들이 제법 속도를 낼 법도 하지만, 은행잎이 물들기 시작하면 노란빛에 취한 듯 거북이걸음을 한다. 쪽 뽀은 가로수길은 한눈에 봐도 가슴이 시원하다. 통일전은 삼국통일의 정신을 계승하고 다가올 남북통일을 기원하는 국민의 전당으로 조성됐다. 경내에는 삼국통일을 이끈 주역들의 영정이 있으며 긴 회랑을 따라 통일의 격전을 담은 기록화가 전시되어 있다. 통일전 계단 위에서 가로수길을 향해 서보자. 넓은 통일전 마당과 그 뒤로 노란 가로수길이 한눈에 담긴다. 시원한 풍경에 가슴 한편에 숨어 있는 코로나 블루가 자취를 감춘다.

### #여행지와 어울리는 음악



**김동규**  
<10월의 어느 멋진 날에>



시처럼 아름다운 가사와 서정미 가득한 곡이 가을 낭만을 더욱더 깊게 만든다.



### #셀프샷 추천 스폿



- 은행나무 아래에서 감성샷
- 통일전 계단 위에서 시원한 풍경과 함께 스냅샷

1. 통일전 계단에서 바라본 가로수길
2. 긴 회랑을 따라 기록화가 전시되어 있다.
3. 2km 정도 곧게 뻗은 은행나무 가로수길

## 건강한 몸, 편안한 마음 일상의 균형을 찾다

건강한 몸은 정신을 개운하게 만든다. 육체를 건강하게 관리할 때 스트레스도 해소되고 마음도 편안해진다.  
강한 자만이 살아남는 무한 경쟁시대에서 벗어나 몸과 마음의 균형을 찾는 작품을 소개한다.

글. 배미진 사진. 각 출판사·배급사



## 몸과 마음의 균형 찾기



### <최악을 극복하는 힘>

인간은 살면서 알게 모르게 스트레스를 받고 상처를 입는다. 특히 경쟁에서 이기고 성취를 얻기 위해 현대인은 더 많은 감정들에 노출된다. 그 탓에 정신적, 신체적으로 너털너털해지고 무기력증, 우울증, 강박증, 불면증 심지어 PTSD(외상 후 스트레스 장애)를 겪곤 한다. 이처럼 스트레스와

트라우마는 밀접한 관계에 놓여있지만, 인간 사회 전반에서 이런 사실을 놓치곤 한다. 우리가 받는 압박을 어떻게 견디는지가 아니라 어떻게 대처할 것인지가 중요하다. 저자는 자신의 경험을 고백하며 트라우마를 부인할 수밖에 없는 사회를 꼬집는다. 이 책은 각 개인이 스트레스와 트라우마를 극복하고 행복한 인생을 살 수 있도록 로드맵을 제시한다.

엘리자베스 스탠리 | 비잉(Being)



### <마음의 주인>

‘도대체 마음은 어디에 있는가? 인간의 마음은 왜 흔들리는가?’ 누구나 이런 질문에 휩싸인 적이 있을 것이다. 하지만 마음이 어떻게 작용하는지, 마음에서 어떤 일이 벌어지는지 명확하게 설명할 수 있는 사람은 없다. 더욱이 사람 마음엔 본인만 아는 강이 흐르기 마련이다. 밀리언셀러 <언어의 온

도>와 베스트셀러 <말의 품격>으로 많은 독자의 사랑을 받는 이기주 작가가 이번엔 마음에 관한 탐색을 시도한다. 이기주 작가는 일상을 비집고 들어가 포착한 시간과 공간에서 마음의 본질과 실체를 마주하고 그것을 여백 위에 잔잔한 문장으로 펼쳐놓는다. 세밀한 관찰력과 시려 깊은 표현으로 담아놓은 활자의 길을 찬찬히 걷다 보면 독자 스스로 마음의 안쪽을 들여다볼 수 있을지도 모른다.

이기주 | 말글터



### <나라는 식물을 키워보기로 했다>

끝날 기미가 보이지 않는 코로나 사태, 나를 알거나 잘 모르는 사람이 건네는 뽀족한 말, 예상치 못한 실수로 자신에 대한 자책과 실망이 반복되는 나날들. 유해한 것들에 둘러싸인 일상 속에서 인생의 커다란 결심 대신, 매일 나를 가꾸는 ‘셀프가드닝(Self Gardening)’을 시작하자.

저자는 통찰과 공감을 주는 글 그리고 창의적인 그림을 통해 새로운 시선과 창의적인 방식으로 위로를 건넨다. 책은 나 자신을 위해 좀 더 시간을 낭비하기를 권하고, 울기에 가장 안전한 장소를 묻고, 눈물과 울음을 비워낼 수 있도록 돕는다. 이 책을 읽다 보면 행했던 마음의 베란다에 녹색의 싱그러운 식물 한 그루, 바로 ‘나라는 식물이 새순을 싹 틔우는 걸 발견할 수 있을 것이다.

김은주 | 허밍버드



### <나는 왜 내가 힘들까>

“자아는 마치 인간에게 내려진 저주와도 같다.” 저자는 우리가 인생에서 겪는 가장 큰 고난들의 대부분은 직간접적으로 자아의 소행이라고 말한다. 다만 인간이 갖춘 이 정신적 도구를 어떻게 활용하고 통제할지 이해해야만 보다 분별력 있고 행복한 삶을 누릴 수 있다는 의미다. 이 책은

평화롭고 행복하고 만족스러운 삶을 누리는 것이 어렵면 이렇게 어려운지 고민하는 사람들을 위해 쓰였다. 책을 번역한 박진영 작가는 “심리학을 공부하면서 얻은 그 어떤 가르침보다도 내 삶에 가장 큰 변화를 가져왔다”라고 말했다. 대체 어디서 행복을 찾아야 할지 마음속이 혼란스러운 이들, 이유 없는 조바심에 허덕이던 이들 모두 자신의 고민에 대한 가장 과학적이고 명료한 해답을 이 책에서 얻어 가길 바란다.

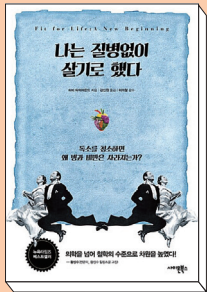
마크 R. 리어리 저 | 박진영 역 | 시공사



### <으뜸체력>

작은 몸으로 태어나 병원 문이 닳도록 오가던 몸이 약한 아이. 저자는 운동신경이 뛰어나았음에도 따라주지 않는 몸 때문에 도전하기를 두려워했다. 체육선생님의 제안으로 체대입시를 준비하며 운동을 시작했으나, 20대 초반 교통사고로 그의 몸과 정신은 완전히 망가졌다. 다행히 어떤 시련이 찾아와도 자신을 지키기로 결심한다. 맨몸운동, 필라테스 등 다양한 운동을 시작한 덕에 그의 몸은 180도 달라졌다. 저자는 운동을 단지 살을 빼기 위해, 강박에 의해 하는 것이 아니라 자신을 위해, 주변의 시선과 힘든 환경 속에서도 자신을 지키고 잃지 않기 위해 지금이라도 당장 시작하길 간절히 바란다. 부디 모두가 자신만의 '으뜸체력'을 만들어 인생의 터닝포인트를 만들길 바라며.

심으뜸 | 다산북스



### <나는 질병 없이 살기로 했다>

뉴욕타임즈 장기 베스트셀러로 어려운 의학용어 대신 몸의 자연치유 현상을 여러 가지 예를 들며 쉽게 설명한다. 저자 자신의 경험, 유방암에 걸린 여자를 살려낸 경험, 상업자본주의와 결탁한 현대의학의 어리석음 등을 특유의 유머러스한 필체로 흥미롭게 이야기하는 게 특징. 저자에 따르면

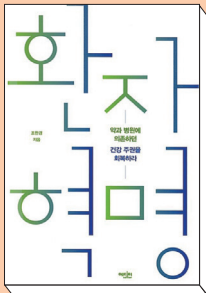
질병은 무기력증-독혈증-과민증상-염증-궤양-경화증-암의 7단계로 진행된다. 이 모든 병의 원인은 독소로, 이를 끌어내리기만 하면 병은 저절로 치료된다. 몸속에 독소를 더이상 들어오지 못하게 하고, 독소를 끌어내는 과일과 채소로 림프시스템이 하는 일을 돕기만 하면 모든 병은 저절로 치유된다고 소개한다.

하비 다이아몬드 | 강신원 역 | 사이몬북스

### <환자혁명>

현직 의사인 저자는 환자들을 향해 '병원에 오라'고 외치는 대신, '자기 병에 더 큰 관심을 가지라'고 잔소리한다. 기존의 의료 상식에 반기를 들면서 '약과 병원에 의존하지 말고 건강 주권을 회복하라'고 주장하기도 한다. '응급처치와 성형이 아닌 이상, 현대인의 질환 중 대부분을 차지하는 성인병 치료 성공의 열쇠는 어디까지나 환자 자신에게 달려 있다'고 강조한다. 환자라는 존재를 관중석의 구경꾼에서 필드의 플레이어로 역할을 바꾸어 준다. 의료와 질병 치료에 관한 한 수동적인 존재로서, 치료의 결과를 운에 맡기는 것에만 익숙했던 환자들을 질병 치료에 능동적으로 참여하는 존재로 이끌어내는 놀라운 힘을 갖고 있다고 말한다.

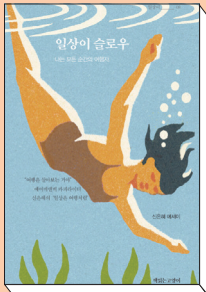
조한경 | 에디터



### <일상이 슬로우>

일을 잘하는 것보다 삶을 잘 사는 것을 꿈꾼다는 저자는 느림을 예찬한다. 익숙함 속에 봉인되었던 모든 순간의 반짝거림을 일깨운다. 평범한 일상도 '천천히 보면 예쁘고, 오래 보면 사랑스러움' 꽃과 같음을 알아차리게 한다. 평소에는 살 것만 얼른 사고 발길을 돌리던 시장도 여행지에선 미술관 못지않은 존재가 되고, 매일 뜨고 지는 당연한 태양과 구름, 노을도 여행지에서는 특별해진다. 이렇듯 평범한 나의 일상도 새삼스레 바라보면 하나하나 빛나지 않는 것이 없다. '여행은 살아보는 거야'의 이면에는 '일상은 여행처럼'이 자리한다.

신은혜 | 책읽는고양이



### 영화

성과를 위한  
직장인의 고군분투기  
《굿모닝 에브리원》



지방방송국 PD였던 베키 풀러는 예산 부족이라는 이유로 정리해고된 뒤 어렵게 메이저방송국에 취직한다. 하지만 그녀가 맡은 프로그램은 시청률 최저를 자랑하는 모닝쇼다. 베키는 시청률을 올리기 위해 전설의 앵커 마이크 포메로이를 영입하지만, 책임감 없는 그의 행동에 당황한다. 그래도 베키는 좌절하지 않는다. 어떻게든 프로그램을 살리기 위해 고군분투하는 그를 보면 내가 하고 있는 일, 나의 위치에 대해 한 번쯤 생각하게 되는 작품이다. 직장 권태기가 왔다면 초심을 떠올리며 감상해도 좋은 영화다.

### 영화

오늘보다 나은  
내일을 위하여  
《인디애어》



미국 전역을 돌아다니며 해고 전문가로 활동하는 라이언 빙햄. 그는 출장지에서 자신과 비슷한 성격의 여성을 만나 사랑에 빠지게 된다. 그리고 그녀를 만나며 지난 세월 기계 같이 일하며 타인에게 냉철했던 인생을 돌아켜보게 된다. 강철 같은 자신감과 자존감이 있다 해도 연대하지 않고서는 살아갈 수 없는 법. 영화는 인간은 홀로 살아갈 수 없는 존재라는 것, 인생은 혼자가 아닌 둘이 더 낫다는 것, 가족과 친구, 연인과의 관계를 통해 내면의 평화를 얻을 수 있다고 위로한다. 그래서 더 나은 삶의 가능성을 깨닫고 더욱 힘차게 일할 수 있는 에너지를 준다.

### 연극

노동과 일에 대한  
고민이 '놀이'로  
《내 일의 내일,  
내일의 내 일》



“내 일은 어디서부터 어디까지일까? 일은 도대체 무엇일까?”

연극은 공연예술가의 '내 일' 이야기를 유쾌하고 적나라하게 조명한다. 송고한 노동과 소외된 노동, 고용 등 '내 일'에 대한 수많은 이야깃거리가 다양한 표현들로 무대 위에 펼쳐진다. '내 일'에 대해 고민하던 배우들은 일의 본질이 결국 놀이에 있음을 확인하며 나의 '내일'에 대해 질문한다. 공연은 지금까지 인물의 서사 안에서 담았던 노동 이야기를 출연진 각자의 이야기로 확장해 다큐멘터리 형식으로 펼쳐진다. 또한, 놀이는 모든 곳에 스며있으며 삶은 놀이라고 외친다.

## 키워드로 보는 일과 삶의 균형

적절한 휴식은 업무 효율성을 높여준다. 사람들이 '워라밸'에 관심을 갖는 이유다.  
변화하는 세상 속, 워라밸의 트렌드는 무엇인지 살펴보자.

글. 최대규 참고. <트렌드 코리아 2021> 외 다수

### ‘워케이션’과 ‘워라밸’

직장인들의 근무 방식이 크게 바뀌면서 일과 삶의 균형을 뜻하는 ‘워라밸’의 의미도 달라지고 있다. 특히 사무실이 아닌 곳에서 장기간 머물며 일과 휴식을 병행하는 형태 등이 늘고 있는데 이처럼 일과 일상이 어우러진 삶의 방식들을 ‘워라밸(Work&Life Blending)’이라 부른다. 워라밸은 Z세대가 ‘온전한 자신의 삶’을 꿈꾸며 추구하는 방식으로, Z세대는 자신이 원하는 형태의 삶을 완성하기 위해 기꺼이 삶과 일의 경계를 없애고자 노력한다.

### 신경 끄기의 기술

불확실한 미래가 주는 불안감 속에서 사람들은 ‘신경 끄기의 기술’ 찾고, 집단보다는 개인 그리고 자신이 중요하다고 생각하는 것들에 집중하려고 한다. 또한, 이전보다 좀 더 냉정한 방식으로 다양한 사회 이슈에 대해 목소리를 내고 싶어한다. ‘오실모(오이를 싫어하는 사람들의 모임)’의 인기에서 보듯 이제 삶의 밸런스 유지를 위해 자신의 취향을 명확히 밝히고, 더 나아가 이런 취향의 사람들이 모여 ‘취향 씨족(Taste Clan)’을 형성하기도 한다.

### 칼림바

개인이 간단하게 즐길 수 있는 취미가 주목을 받고 있다. 특히 최근에는 집에서 간편하게 즐길 수 있는 취미로 칼림바가 주목받고 있다. ‘하루 만에 연주할 수 있는 악기’로 유명한 칼림바는 아프리카 민속 악기인데 주말에 침대에 누워 두들기는 것만으로도 마음이 평화로워진다는 평이 많다. 가격도 1~2만 원대로 저렴하고 무게도 300g 정도로 가볍다. 생김새는 실로폰을 닮았는데 그만큼 연주하기도 쉽다.



### 나포츠족

코로나19로 홈트가 대세가 되었지만, 여전히 많은 사람들이 퇴근 후 저녁 시간을 이용한 운동을 즐기고 있다. 나포츠란 밤(Night)과 스포츠(Sports)를 합성한 단어로, 퇴근 후 저녁시간을 활용해 자전거 타기, 뛰기, 트레킹 등의 스포츠를 즐기는 사람들을 말한다. 워라밸이 중요시되면서 퇴근 후에 자기계발 시간을 보내는 것이 일상의 중요한 부분이 되었는데, 개인 생활을 중시하는 젊은 직장인들을 중심으로 퍼져있는 운동 문화이다.

### 패스트 힐링

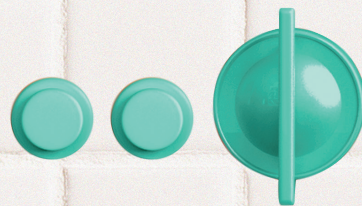
워라밸을 추구하는 Z세대 직장인들은 점심시간 등 짧은 여유시간을 활용해서 잠을 청하는 ‘패스트 힐링(Fast Healing)’을 즐기기도 한다. 간단하고 빠르게 허기를 해결하는 패스트푸드처럼 짧은 시간에도 제대로 휴식을 취하는 것을 의미하는데, 카페나 모텔 등에서 ‘낮잠’을 청하는 방식도 있지만, 숙면을 돕는 ‘슬립테크’를 활용하는 방법도 있다. 수면 안대, 메모리폼 베개, 아로마 향초 등을 활용하는 것이다.

## 우리의 '소울 푸드', 김밥의 변신

손꼽아 기다리던 소풍날, 친구들과 웅기종기 다정하게 모여 맛있게 먹던 김밥.  
소박한 재료와 정성이 들어간 김밥은 언제 어디에서나 즐길 수 있는 대중적인 음식으로 자리 잡았다.



글. 황예슬



김밥은 고슬고슬하고 윤기 나는 밥에 여러 가지 소박한 재료를 넣고 김으로 돌돌 말은 음식이다. 소풍이나 나들이, 운동회의 단골 메뉴인 김밥은 보다 다양한 식재료와 메뉴로 화려하게 변신 중이다.

### 김밥, 복(福)의 기원을 담다

김밥의 유래를 살펴보면 <경상도지리지>와 <동국여지승람>에 전라남도 광양군 태인도의 토산품으로 김이 처음 등장한다. 이를 통해 조선시대 이후 김을 재료로 하는 다양한 음식이 존재하였고 김과 관련된 음식문화가 발달하면서 근대에 들어와 김밥이 탄생한 것으로 보인다.

또한 <삼국유사>에 따르면 신라시대부터 김을 먹었다고 하며, 정월 대보름 풍습 가운데 김을 밥에 싸서 먹는 '복쌈'이라는 풍습이 존재하는데 김밥은 이 '복쌈'문화에서 비롯되었다고 한다. 쌈은 무엇을 싼다는 뜻이고 복쌈은 복(福)을 기원하는 기복행위와 풍년을 기원하는 형태로 그 의미가 크다고 볼 수 있다. 이 외에도 일제강점기에 일본에서 건너온 '노라마키'에서 유래되었다는 설도 있다.

이러한 김밥의 큰 장점은 무엇보다 간편하게 먹을 수 있다는 것. 먹기도 편하지만, 포장도 간편해 가지고 다니기에도 불편하지 않다. 게다가 고슬고슬하고 윤기 나는 밥에 고소한 참기를 더하고, 오색찬란한 갖가지 고명이 있어 고른 영양분과 함께 속도 든든하게 채울 수 있다.

또한, 김은 항암효과, 항산화 효과, 면역력 향상, 고혈압과 골다공증, 치매나 건망증 예방에도 효능이 있다고 한다.



### 김밥, 다양성을 추구하다

남녀노소 누구나 좋아하는 한국인의 음식, 김밥은 예전보다 더 다양한 재료와 메뉴, 모양으로 우리의 눈과 입을 또 한 번 즐겁게 해주고 있다.

바쁜 직장인과 현대인을 위한 삼각김밥부터 연인들의 하트김밥에 이르기까지.

우선, 김밥과는 재료 속이 살짝 다른 충무김밥은 속에 재료를 넣지 않는다. 대신 참기름을 바르지 않은 김으로 손가락만 하게 싼 밥에 오징어무침과 깍두기를 곁들여낸다. 이러한 충무김밥의 유래는 1930년대로 거슬러 올라간다. 뱃사람들이 바다에 일하러 나갈 때 도시락으로 준비한 김밥이 밥 먹을 시기를 놓쳐 속이 쉽게 쉬어버리는 바람에 그 해결책으로 김에 밥만 싸고 속은 잘 상하지 않는 무침 반찬으로 분리한 것. 충무김밥의 명성은 '국풍81'에서 '원조 똥보 할매, 어두이 할머니'가 판 김밥이 매스컴의 주목을 받으며 시작됐다고 한다.

최근 많은 사람들에게 큰 호응을 얻고 있는 키토김밥은 밥 대신 계란지단을 많이 넣어 칼로리를 최소화한 것이다. 또한, 김밥전문점에서는 소비자의 피드백을 적극 반영해 키토새우튀김 김밥, 키토크림치즈호두 김밥 등 다양한 메뉴를 선보이고 있다.

## 첫 손님도 단골로 변하는 타이어 맛집

### 대전광역시 타이어테크 장대점

지난 3월 문을 연 대전장대점. 나이 서른셋의 젊은 점장에게 이곳은 나고 자란  
고향이자 그의 꿈이 펼쳐지는 특별한 공간이다.  
처음 찾아온 고객 하나하나마다 진심어린 서비스를 선사하며  
단골손님으로 변하게 하는 그의 친절한 매력에 대전장대점은  
어느덧 지역사회로부터 인정받는 으뜸매장으로 자리잡아가고 있다.  
타이어테크 장대점을 찾아 고객의 마음을 사로잡은 비결을 들어보았다.

글. 임도현 사진. 장은주



## 넥센타이어

대전장대점  
양우석 대표

## 넥센타이어





대전장대점은 논산과 공주, 세종으로 통하는 길목에 위치해 있습니다. 유성IC를 빠져나오면 쉽게 매장에 닿을 수 있기 때문에 출퇴근하시는 고객님들이 많이 찾아오시죠. 대전 동부지역은 화물차들이 많아 대형 타이어 수요가 높고, 중심부인 오정동엔 농수산물시장이 있어 1톤 트럭 위주의 소형 타이어가 많이 팔리고 있는데요. 저희 장대점은 서부지역 교통의 요지라 대전에서도 상위권에 속하는 좋은 입지를 지니고 있습니다.



지난 3월 매장을 오픈하고 설레던 감정이 지금도 생생합니다. 처음 고객님이 오셨을 때 정성을 다해 응대하고 타이어를 교체해드렸거든요. 지금은 단골손님이 되어 가끔씩 커피 한잔하시러 찾아오곤 합니다. 요즘 고객님들은 아무리 친절할 척 응대를 해도 진정성이 없다면 금방 눈치를 채시거든요. 때문에 친절은 기본이요, 고객님께 인정받을 수 있도록 최선을 다해 서비스해드리고 있습니다. 그래서 인지 지금은 많은 고객님들이 입소문을 듣거나 소개를 받아 방문하시는 경우가 많아졌습니다.

대전은 큰 도시이긴 하지만 지역색이 살아있는 곳이에요. 수도권에서는 고객님들이 주로 검색을 통해 저렴한 매장을 찾아오시지만, 이곳에서는 특별한 서비스를 제공한다는 느낌을 드려야 고객님들로부터 인정받을 수 있습니다.

더욱 친절한 서비스를 제공하다면 이 지역 고객님들이 보다 많이 찾아주실 거라 생각해요. 최근에는 근처의 오토피아 카센터와 정비 협약을 맺고 고객을 하나하나 늘리고 있는데요. 명심해야 할 것은 고객 수가 많아진다고 해서 서비스를 결코 소홀히 해선 안 되다는 점입니다.

시간이 걸리더라도 지반을 튼튼히 다져놔야 높은 탑을 세울 수 있듯이, 코앞에 이익만을 좇거나 이 순간이 힘들다고 일을 대충대충 한다면 결코 좋은 결과를 얻을 수 없겠죠. 지금 매장에 찾아오는 한 분의 고객님을 위해 진심으로, 최선을 다하는 대전장대점의 책임자가 되고자 합니다.



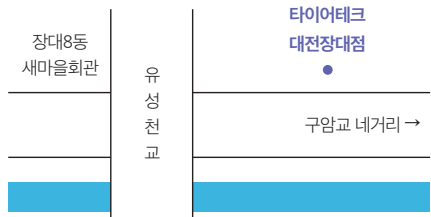
## Map

### 타이어테크 대전장대점

주소: 대전광역시 유성구 현충원로 533

영업시간: 평일 08:30~19:30

문의: 042-478-2007



## 넥센타이어, 이탈리아 프로축구 세리에 A 리그 ‘AC 밀란’ 공식 후원

넥센타이어가 이탈리아 세리에 A 구단인 ‘AC 밀란’을 공식 후원하며 유럽 내 마케팅 강화에 나선다. 넥센타이어는 이번 파트너십 체결을 통해 2021/22 시즌부터 2023/24년까지 3시즌 동안 AC 밀란을 공식 후원한다.

‘AC 밀란’은 1899년에 창단되어 오랜 역사와 함께 이탈리아를 대표하는 전통 명문 구단으로, 2020/21 시즌에는 세리에 A에서 준우승을 차지했다. 넥센타이어는 이번 후원으로 ‘AC 밀란’의 홈경기장인 ‘산시로(San Siro)’ 스타디움에 LED 전광판, A보드 등을 통해 브랜드를 노출시켜 이탈리아 및 유럽의 축구팬들에게 인지도를 높여나갈 예정이다. 또한, 파트너십을 활용한 고객 초청 프로그램 및 다양한 활동 등을 펼치며 고객과 소통 강화에 나설 계획이다.

한편, 넥센타이어는 영국 프리미어리그의 ‘맨체스터 시티’, 독일 분데스리가의 ‘아인트라흐트 프랑크푸르트’에 이어 이탈리아의 세리에 A의 구단과도 파트너십을 체결하며 유럽 곳곳에서 고객과의 접점을 확대하기 위한 다양한 스포츠 마케팅 활동을 펼쳐나가고 있다.



## 넥센타이어, 英 프리미어리그 2021/22 시즌 개막, 맨시티 공식 후원

넥센타이어가 8월 13일(현지시간) 개막한 영국 프리미어리그 2021/22 시즌에도 맨체스터 시티 FC(이하 맨시티)의 공식 후원을 지속한다.

넥센타이어는 2015년부터 맨시티를 공식 후원, 2017년부터는 프리미어리그 최초로 유니폼 소매에 기업 로고를 노출하는 방식의 슬리브 파트너십을 맨시티와 체결했다. 이로써 넥센타이어와 맨시티는 7번째 시즌을 함께한다.

맨시티는 지난 프리미어리그 2020/21 시즌에서 우승, 넥센타이어와 파트너십 체결 이후 프리미어리그에서 세 번의 우승을 기록했다. 카라바오컵 2020/21 시즌에서도 우승을 거머쥐었다. 넥센타이어는 2021/22 시즌에도 맨시티와의 파트너십을 활용한 다양한 마케팅 활동을 진행해 고객 및 축구팬들과의 접점을 확대해 나갈 계획이다. 지난 2020/21 시즌, 코로나19 확산으로 인해 넥센타이어는 온라인 플랫폼을 활용한 다양한 디지털 활동을 진행했다. 맨시티 경기를 온라인상에서 응원하는 형식의 ‘퍼플 라이브 디지털’, 가상 피트니스 챌린지인 ‘넥센 로드 투 맨시티’ 등 디지털 팬 참여 캠페인을 글로벌로 개최했다.

넥센타이어는 “맨체스터 시티와의 지속적인 파트너십을 통해 영국뿐만 아니라 유럽 전역에서 브랜드 인지도를 높일 것”이라며, “동시에 제품의 우수한 성능과 기술력을 알려 넥센타이어의 가치를 더욱 알려 나갈 계획”이라고 밝혔다.



## 넥센타이어, 체코 프로축구단 ‘SK 슬라비아 프라하’ 공식 후원

넥센타이어가 체코의 프로 축구단인 ‘SK 슬라비아 프라하’를 공식 후원하며 체코 시장 내 입지 강화에 나선다.

넥센타이어는 2021/22 시즌부터 2022/23 시즌까지 두 시즌 동안 ‘SK 슬라비아 프라하’(SK Slavia Praha)의 공식 후원사로 활동한다고 9월 16일 밝혔다.

1892년에 창단된 ‘SK 슬라비아 프라하’는 체코에서 가장 오래된 클럽일 뿐만 아니라 유럽에서 가장 오래된 축구 클럽 중 한 곳으로, 지난 시즌 체코 프로 축구 리그에서 우승을 차지한 강팀이다.

넥센타이어는 ‘SK 슬라비아 프라하’와 후원을 체결하며 홈경기장인 ‘에덴 아레나’(Eden Arena) 스타디움에 브랜드를 노출하며 마케팅 활동에 나선다. 먼저, LED 전광판을 통해 브랜드 로고 및 넥센타이어의 유럽형 프리미엄 스포츠 타이어인 ‘엔페라 스포츠’ 영상을 선보이며 체코 지역에서의 입지를 확대할 계획이다. 또한, 넥센타이어 제품을 활용한 CSR 프로그램 운영 등 ‘SK 슬라비아 프라하’와의 파트너십을 통해 지역사회를 위한 다양한 활동을 지원할 예정이다.

넥센타이어는 2019년 체코 자테츠 지역에 유럽 공장을 준공, 유럽 생산기지인 체코의 프라하 지역 및 오스트라바 지역 시내에서 트램 랩핑 광고를 하는 등 지역 내 홍보를 위해 다양한 활동을 펼치고 있다.



## 넥센타이어, 북미 아이스하키 리그(NHL), ‘애너하임 덕스’ 후원

넥센타이어가 ‘북미 아이스하키 리그’의 ‘애너하임 덕스’(Anaheim Ducks)를 후원한다.

넥센타이어는 미국 캘리포니아주 애너하임에 연고를 둔 북미아이스하키리그(NHL)의 ‘애너하임 덕스’팀을 2021/22 시즌부터 3년간 공식 후원한다. 북미 아이스하키는 미국의 인기 스포츠 중 하나로 지난 9월 25일(현지시간) 프리 시즌 개막, 오는 10월 12일 2021/22 정규 시즌이 시작된다.

애너하임 덕스는 1992년에 창단되어 2007년 ‘스탠리 컵’(Stanley Cup: 북미 아이스하키 리그의 플레이오프)에서 우승을 거머쥐었다. 이는 스탠리 컵에서 우승을 차지한 캘리포니아 출신의 첫 팀으로 기록되고 있다.

넥센타이어는 이번 후원을 통해 애너하임 덕스의 홈구장인 ‘혼다 센터(Honda Center)’ 내 디스플레이 및 옥외 광고를 통한 브랜드 노출의 후원 권리를 가진다. 또한, 애너하임 덕스 경기뿐만 아니라 콘서트와 스포츠 행사가 열릴 때도 넥센타이어 로고가 노출된다. 넥센타이어는 애너하임 덕스팀의 로고 활용을 이용한 마케팅 활동, 현지 소비자 및 딜러들을 대상으로 한 경기 초청 행사 등 다양한 이벤트와 마케팅 활동을 전개하며 미국 시장 공략에 박차를 가한다는 방침이다. 한편, 넥센타이어는 지난 2018년 미국 오하이오주 리치필드에 연구 개발(R&D)센터를 확장 이전하며 지속적인 연구개발을 통해 기술과 품질 능력을 강화하고 있다.



## 넥센타이어, 레이싱 전용 타이어 ‘엔페라 SW01’, 굿 디자인어워드 수상

-제품디자인·운송기기 부문에서 타이어 업체로는 유일하게 선정

넥센타이어가 '2021 굿 디자인 어워드(Good Design Award)'에서 우수디자인(GD)으로 선정됐다.

산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 우수디자인 상품 선정은 1985년부터 매년 시행되고 있는 대한민국 대표 디자인 인증 제도로, 공정한 심사를 거쳐 디자인이 우수한 상품에 정부 인증 심볼인 GD(Good Design) 심볼을 부여한다. 제품디자인 운송기기부문에서 타이어 업체로는 유일하게 우수디자인에 선정된 넥센타이어의 '엔페라 SW01'은 극한의 레이스 상황에서도 탁월한 성능을 자랑하는 레이싱 전용 타이어다. 균등한 면적으로 분배된 와이드 패턴 블록 디자인을 통해 모든 환경에서 넓은 접지면을 유지하여 안정적인 주행 성능을 실현해냈다.

또한, 배수 성능을 높여주는 폭넓은 종·횡 방향 그루브와 젖은 노면(Wet) 최적화 컴파운드를 적용하여 우천으로 인해 미끄러운 노면 상황에서도 고속 주행 및 코너링 성능을 극대한 것이 특징이다.

'엔페라 SW01' 제품은 2021 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십 'SUPER 6000' 클래스 개막전에서 처음 선보임과 동시에 우승을 기록하여 뛰어난 기술력을 입증하기도 했다. 'SUPER 6000'은 국내 경주 차량 가운데 가장 빠른 속도와 마력을 지닌 차량인 스톡카(6,200cc, 최대 460마력) 클래스다. 넥센타이어는 "이번 디자인어워드에서의 수상은 공인된 기관으로부터 회사의 디자인 역량에 대한 우수성을 인정받은 것"이라며, "앞으로도 지속적인 R&D 투자를 통해 혁신적인 제품과 고객 중심의 서비스를 선보일 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.



## 창녕공장 유경열 직장, 직업능력개발 유공 고용노동부 장관 표창 수상

-27년간의 현장경험을 바탕으로 지속적인 공정개선 노력과 분임조 성과창출 기여 공로

넥센타이어 창녕공장 생산팀 재료파트 유경열 직장(품질명장)이 현장 공정개선 노력과 분임조 지도를 통한 전국 품질분임조 대회 수상, 후배 양성에 기여한 공로로 2021년 직업능력의 달을 맞아 9월 17일 창원고용노동지청에서 열린 직업능력유공 표창 수여식에서 고용노동부 장관 표창을 수상했다.

직업능력유공표창은 사업주, 노동자, 우수 숙련기술인, 직업훈련기관 대표, 직업훈련 교원, HRD 자격 업무 종사자 등 6개 분야에서 직업능력개발에 공헌한 유공자를 선정·시상하는 고용노동부의 대표적인 포상이다.

유경열 직장은 꾸준한 자기개발 노력과 현장에서의 숙련기술 연마를 통해 공정개선 및 품질향상 등으로 기업의 생산성 향상에 기여한 공로와 2020년 NCS 교재를 집필하며 능력중심사회 조성에 일조한 공을 인정받아 노동자 분야에서 장관상을 수여받게 되었다.

유경열 직장은 "큰 상을 받게 되어 너무 영광스럽다. 앞으로도 현장경험을 바탕으로 생산, 품질, 안전, 환경 등 개선 활동에 앞장서서 모범을 보이고 후배들의 기능 향상에 기여할 수 있도록 최선을 다하겠다"라고 소감을 전했다.



## 넥센타이어, ‘글로벌고객만족도’ 타이어 부문 12년 연속 1위

넥센타이어가 글로벌경영협회 주관 ‘2021 글로벌 고객만족 역량 평가제도(이하 GCSI)’ 조사에서 타이어 부문 12년 연속 1위에 선정됐다. 올해로 17회를 맞는 GCSI는 산업통상자원부 산하 연구평가기관인 사단법인 글로벌경영협회가 주최·주관하며 글로벌 고객만족경영에 대한 인식을 제고하고 글로벌 산업경쟁력 지표 제공을 통해 보다 수준 높은 고객만족 경영을 지원하기 위해 제정한 글로벌 평가제도이다. 이번 평가는 지난 4월, 3주간 서울시 및 6대 광역시를 중심으로 온라인 조사 방식으로 진행되었다. 이번 조사의 유효 표본은 9만 7천여 명으로, 평가 항목은 고객만족 요소, 고객 가치, 글로벌 역량, 충성도 등으로 구성되어 있다.

넥센타이어는 2015년 업계 최초 타이어 렌탈 서비스를 론칭한 데 이어 작년에는 ‘넥스트레벨 GO’를 론칭했다. 업계 최초로 시행된 비대면 타이어 장착 서비스인 ‘넥스트레벨 GO’는 타이어 전문가가 최첨단 장비와 함께 고객의 차량이 위치한 장소로 방문해 타이어를 교체하는 프리미엄 서비스다. 또한, 안전운전을 위해 고객의 과실에도 타이어를 교환해주는 ‘新 명품보증제도’를 최고급 제품인 ‘엔페라 AU7’, ‘엔페라 AU5’와 ‘엔페라 RU5’뿐만 아니라 2021년 신제품 ‘엔페라 슈프림’에 확대 도입했다. 넥센타이어는 작년, 유럽에서 높은 영향력을 자랑하는 독일 자동차 전문지인 ‘아우토빌트’와 ‘아데아체 모터벨트’에서 실시한 테스트에서 강력 추천과 만족 등급을 받았다. 제품의 품질과 기술력을 지속적으로 인정받으며 최근 독일 프리미엄 자동차 제조업체인 포르쉐의 ‘파나메라’, 아우디 ‘A3’를 비롯, 다양한 글로벌 완성차업체에 타이어를 공급해 오고 있다.



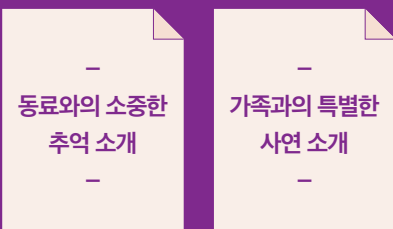
## 넥센타이어, ‘2021 국가서비스대상’ 타이어종합서비스 부문 2년 연속 대상 수상

넥센타이어가 산업정책연구원이 주최하는 ‘2021 국가서비스대상’ 타이어 종합서비스 부문에서 2년 연속 대상을 수상했다. ‘2021 국가서비스대상’은 산업정책연구원(IPS)이 소비자에게 올바른 가이드를 제공하기 위해 서비스가치, 소비자만족, 마케팅-커뮤니케이션 등 항목들을 정량화해 부문별로 한 해 동안 소비자들에게 널리 사랑받은 서비스를 선정하는 상이다. 넥센타이어는 2015년 업계 최초 타이어 렌탈 서비스인 ‘넥스트레벨 렌탈’을 론칭했다. ‘넥스트레벨 렌탈’은 고객에게 다양한 맞춤 렌탈 상품을 제공하며 보다 안전하고 편리하게 타이어를 관리할 수 있는 서비스다. 타이어 렌탈 시 타이어 상태 및 공기압 점검 등의 서비스를 받아볼 수 있는 ‘넥스트레벨 체크’뿐만 아니라 운전자 과실의 파손 및 조기 마모 부분까지도 무상으로 교체받을 수 있는 ‘무상보증제도’도 지난해 11월부터 시행, 고객 중심 서비스를 제공하고 있다. 여기에 국내 타이어 업계에서 처음 선보인 비대면 방문 장착 서비스인 ‘넥스트레벨 GO’를 작년 3월에 출시했다. ‘넥스트레벨 GO’는 소비자가 원하는 장소와 시간에 타이어 전문가가 최첨단 장비가 설치된 차량과 함께 고객의 차량이 위치한 장소로 방문해 소비자와 대면하지 않고도 타이어를 교체하는 프리미엄 서비스다. ‘픽업&딜리버리’ 서비스도 이용 가능하다. ‘넥스트레벨 GO’는 서울, 경기, 인천 등 수도권 지역과 지방 권역에서 운영 중이며 추후 서비스 지역을 더욱 확대해 나갈 계획이다. 넥센타이어는 앞으로도 고객의 안정성과 편의성을 위한 다양한 서비스를 확대해 나가며 고객 중심의 서비스를 지속적으로 제공해 나갈 것이다.



## 참여해주세요

<헬로우 넥센> 참여를 원하시는  
임직원분은 사연을 보내주세요.



참여 및 도움을 주신 분께는 소정의  
선물을 드립니다.

×

<헬로우 넥센> 구독 및 구독 정보  
변경을 원하시는 사내의 독자는  
넥센타이어 홈페이지의 사보  
게시판을 통해 신청할 수 있습니다.

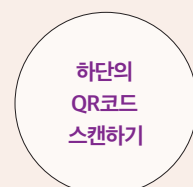
사보 담당자 문화혁신팀  
김희진 책임  
hellonexen@nexentire.com



## <헬로우 넥센> 가을호 이벤트 참여

헬로우 넥센 웹진 이벤트에 참여하시는 분에게  
추첨을 통해 소정의 선물을 보내드립니다.

### 이벤트 참여 방법



- \* 추첨을 통해 소정의 선물을 드립니다. (기프트콘 증정)
- \* 당첨자 확인과 상품 발송을 위해 성함, 연락처를 반드시  
남겨주시기 바랍니다.

we got you

소리 없이  
편안 하니까!

**N FERA Supreme**  
PC / SUV

럭셔리 클래스의 승차감과 조용함 | 업그레이드 된 주행 안정성  
동급 최고 수준의 마모성능 | 세단은 물론 SUV/CUV 까지 최적화

**NEXEN NEXEN TIRE**