

헬로우 넥센

Vol. 83

HELLO NEXEN MAGAZINE

2021 봄호



New
Trend

싱그런 에너지로 가득한 봄 <헬로우 넥센>이 주목하는 트렌드 속으로 들어가보자



헬로우넥센은 환경부가 인증한
친환경 재생용지를 사용하고 있습니다.



www.nexentire.com





봄에는 어떤 트렌드가
사람들의 검색창을 채웠을까요.





16



54

72

Cover Story 신년에 세웠던 계획들을 순차적으로 실행하는 봄. 이 시기에는 주요 트렌드가 본격적으로 펼쳐집니다. 2021년 봄 어떤 트렌드가 펼쳐질지 <헬로우 넥센>이 소개합니다.

CONTENTS

Special

- 10 넥센 24시간①
뉴-비전과 비전-북에 담긴 의미
- 14 넥센 24시간②
제 63기 주주총회 개최
- 16 넥센 24시간③
유럽 공장 '첫 OE 타이어 공급'
- 18 넥센 24시간④
양산공장 13년 연속 건강증진활동 우수사업장 인증
- 20 with 넥센
'사랑의 헌혈 캠페인' 진행

Listening

- 24 타이어&
자율주행자동차, 빅데이터? AI? 혁신에 대한 우리의 방향은?
- 28 넥센's 명작
따뜻한 봄날, 집콕극장을 채워 줄 명작
- 32 #셀프소개
홈 피크닉 시대, 넥센인의 요리 열전
- 36 뉴노멀 & Work
성공하는 사람들이 말하는 '일 잘하는 공식'
- 38 NE Tube
넥센에게 시키세요 'Next Level GO & Rental' 편
- 40 넥센's 설문조사
넥센인이 생각하는 '트렌드'

Healing

- 44 넥스트 피플
세상을 바꾸는 트렌드, 환경을 주목할 것 '타일러 라쉬'
- 48 케바케
지구를 지키는 패션이 뜬다
- 50 트렌드 Now
'반려식물'이 좋아하는 집 꾸미기
- 54 조용한 Trip
잔잔한 봄의 여운을 찾아서
- 60 컬처 큐레이션
뉴노멀족을 위한 언택트 문화생활
- 66 키워드로 보는 이슈
2021 패션 트렌드
- 68 TV속 그 음식
한국인의 소울푸드 '라면'·'치킨'
- 72 타이어 테크
경남 창원시 타이어테크 상남점
- 76 News
- 82 독자마당

2021년 봄호 통권 83호

정보간행물 신고번호 양산, 바00008

발행일 2021년 4월 2일

발행인 강호찬

발행처 경남 양산시 총령로 355 넥센타이어(주)

담당 문화혁신팀

기획·디자인 성우애드컴

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

매년 만나지만 봄은 늘 반갑습니다.

2021년 봄에는
어떤 일상들이 우리를 기다릴까요?
소소한 일상과 변화가 만나
시대를 이끄는 트렌드가 됩니다.

넥센타이어, 새로운 꿈을 품고 세상과 약속하다

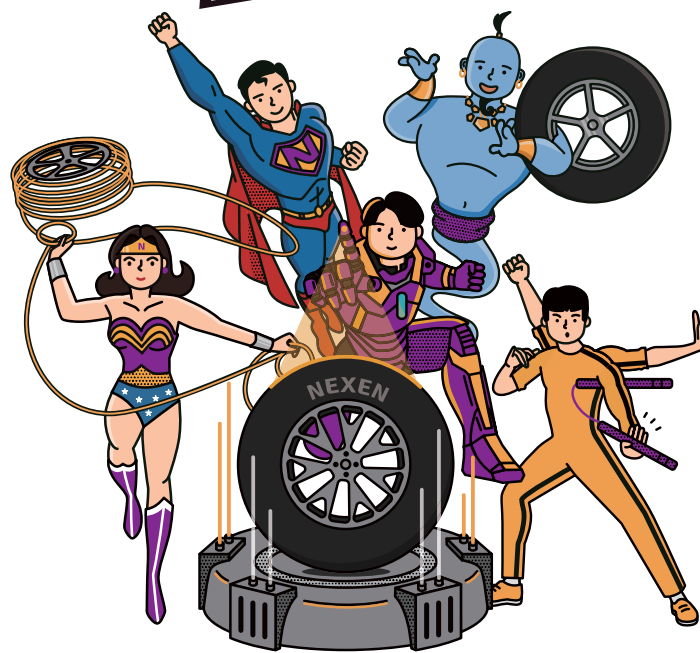
뉴-비전과 비전-북에 담긴 의미

“우리의 지향점은 세상과의 새로운 연결을 통해 더 많은 기회와 가치를 만들어내는 일이다.
궁극적으로는 인류의 삶을 보다 풍요롭게 만드는 데 있다.”
넥센타이어는 올해 초 뉴 비전과 브랜드 슬로건을 선포하며 새로운 도약의 시대를 알렸다.

글. 인재개발팀 최재환 팀장

NEXEN UNIVERSE

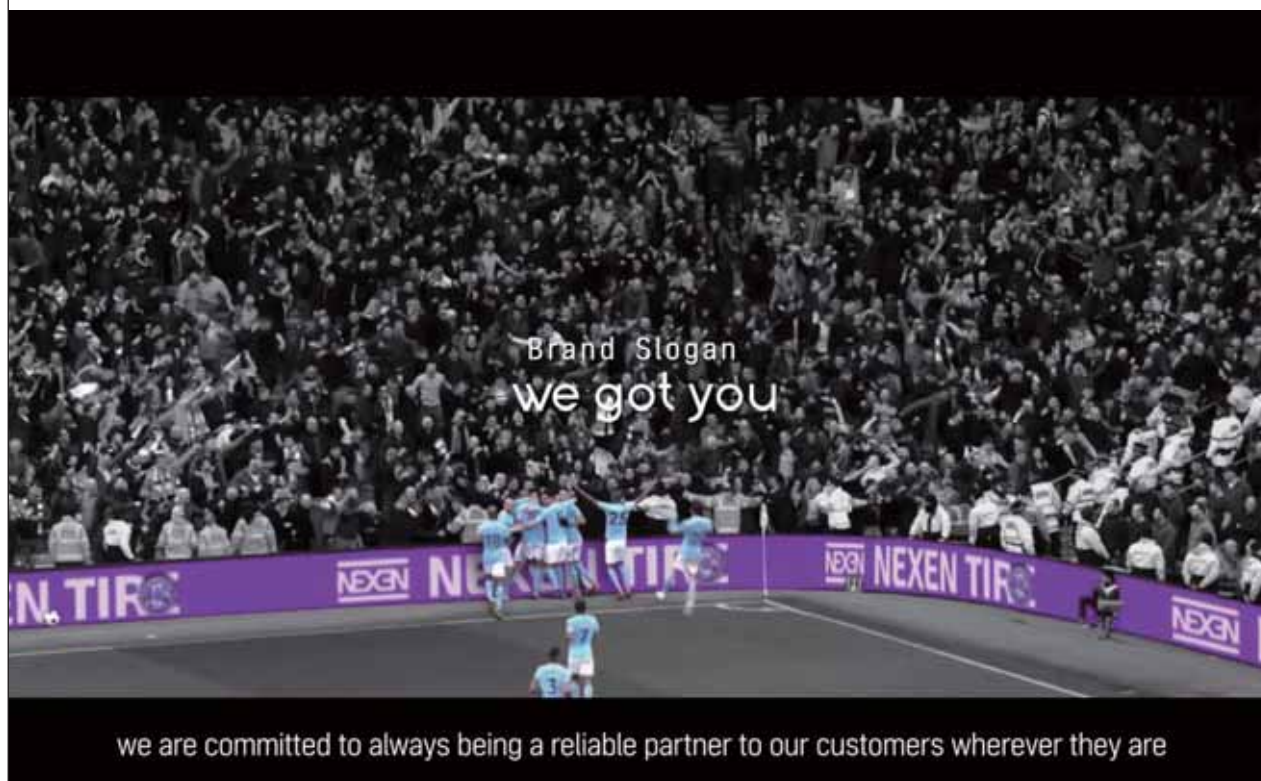
NEW VISION BOOK



Q. 새로운 비전은 어떤 의미인가요?

세계에서 가장 높은 곳에 설치된 케이블카 중 하나가 슬로바키아 타트라산맥에 있는 롬니카산(2634m) 케이블카 전망대입니다. 매년 설로 뒤덮인 2000m가 넘는 산이 파노라마처럼 펼쳐져 장관을 이루고 있는 곳입니다. 그런데 눈까지 덮인 깎아지른 절벽 위에 어떻게 케이블카를 설치할 수 있었을까요? 케이블카 설치 공사 중 가장 어려운 건 산 정상과 아래에 정류장을 세운 후 마지막 공정인 쇠줄을 끌어 올리는 작업입니다. 정류장 건설 자재와 장비는 사람들이 나눠 운반해 조립하면 되지만, 무게가 수십 톤(길이 3700여 m)에 이르는 쇠줄은 하나로 이어져 있어 운반하기 어렵기 때문입니다. 이에 대한 해답은 상대적으로 운반하기 쉬운 예비용 줄을 먼저 정상으로 올려 보낸 후 그 끝에 조금 더 굵은 줄을 묶어 위에서 끌어당기는 방식으로 해결합니다. 먼저 2t에 달하는 직경 10mm 쇠줄을 들고 산 위 케이블카 정류장에 올라갑니다. 쇠줄의 첫머리가 정상 정류장에 도착했을 때 그 줄 끝에 직경 17mm 쇠줄을 묶어 위에서 끌어 올립니다. 이어 직경 17mm 줄이 정상 정류장에 도착했을 때 직경 24mm 쇠줄을 그 끝에 묶어 끌어 올리는

작업을 이어가고, 최종적으로 24mm 쇠줄 끝에 직경 33mm 쇠줄을 묶어 끌어 올려 이것으로 케이블카 선을 최종 완성합니다. 즉, 직경 33mm 줄을 한 번에 끌어 올릴 수 없어 그 무게를 감당할 직경 10mm, 17mm, 24mm 예비용 줄을 차례로 사용하는 것입니다. 비전도 이와 같습니다. 넥센의 존재 이유인 ‘움직임에 가치를 담아 내일을 함께하는 우리’라는 미션은 궁극적으로 사람 간 연결을 통해 인류의 삶을 풍요롭게 만드는 데 있습니다. 하지만 이러한 미션을 한 번에 이루어내는 결코 쉽지 않기에 비전이라는 단계적 목표를 두어 한 발 한 발 다가가는 것입니다. 그리고 우리의 새로운 비전은 먼 미래의 막연한 목표를 이야기하지 않습니다. ‘Next Level’이라는 현실적 비전을 통해 ‘모두가 누릴 수 있는 모빌리티 세상’을 구현함으로써 보다 많은 사람이 이동의 경험과 연결을 통해 새로운 가치와 기회를 창출하도록 하자는 것입니다. 이미 우리는 타이어 렌탈과 O2O 방문 장착 서비스 등의 혁신 서비스를 통해 ‘Next Level Mobility for All’이라는 비전을 실현해가고 있습니다.



Next Level Mobility for All

우리는 어떤 어려움 속에서도 절대 멈추거나
되돌음치지 않았습니다. 어떤 난관에도 끊임
없이 부딪히고, 도전해나가는 움직임이
바로 지금의 넥센타이어를 만든 원동력이기
때문입니다.

Q. 비전-북이 독특합니다. 소개를 부탁드립니다.

골프를 치는 사람이 한 번쯤 해보고 싶은 게 있다면 홀인원일 것
입니다. 성인 남자를 기준으로 130~230여 m 거리에서 한 번의 스윙
으로 지름 108mm인 홀컵에 공을 넣는 것이니 홀인원은 실력이라
기보다는 운이라고 보는 편이 맞는지 모르겠습니다. 홀인원이 운이
라고 보는 이유는 골프를 치는 사람이라면 한 번쯤 해보고 싶지만
홀인원을 하겠다고 마음먹고 공을 치는 사람은 없기 때문입니다. 그
렇다면 골프 프로와 아마추어 중 누가 홀인원 확률이 높을까요? 홀
인원이 운이라면 프로 선수든 아마추어든 차이가 없어야 할 것입니
다. 하지만 골프 잡지 <골프다이제스트>에서 실험한 결과 130여 m
거리에서 프로 선수의 홀인원 확률은 3000분의 1 정도이고, 싱글
골퍼는 5000분의 1 정도라고 합니다. 아마추어의 홀인원 확률은 1만
2000분의 1 정도였습니다. 이 정도 확률이라면 보통 운이라고 봐
야겠지만, 프로 선수와 일반 골퍼의 홀인원 확률은 4배 차이가 납니
다. 이유는 홀컵이 있는 그린에 공을 한 번에 올릴 수 있는 그린 적중
률의 차이입니다. 운의 영역이긴 하지만 프로 선수가 아마추어에 비
해 4배 가까이 홀인원 확률이 높은 이유는 운을 4배 이상 높이는 실
력 차이라고 할 수 있습니다. 비전-북을 소개하면서 왜 홀인원 이야
기를 하는지 설명드리겠습니다. 코로나19 이후 기업 환경이 더욱 어
려워지고 있습니다. 지금 당장의 실적이 좋지 않은 것도 문제지만,
그보다는 앞으로 어떻게 될지 긍정적 예상을 할 수 없는 것이 더 큰
문제입니다. 그래서 많은 기업이 이왕 어려운 상황이니 우리만의 큰
목표(비전)를 만들어 직원들의 열정을 하나로 모으고자 합니다. 그

래서 비전을 만드는 것은 충분한 의미가 있습니다. 원하는 것이 없
으면 이를 것도 없기 때문입니다. 그러나 한 가지 더 생각해야 할 것
이 있습니다. 비전이 없는 것보다 있는 것이 100번, 1000번 낫지만
비전은 운이 아니라는 점입니다. 홀인원에서 실력 차이가 4배 이
상 높은 확률을 만든다는 점을 우리는 기억해야 합니다. 비전-북에
는 우리가 알고 있는 익숙한 영웅(히어로)들이 나옵니다. 물론 천부
적 재능을 물려받은 것도 있겠지만 그들이 영웅이 되는 과정은 결코
쉽지 않습니다. 수없이 단련해야 하고, 수많은 도전 과제가 늘 있으
며, 이를 극복해가면서 때로는 시행착오도 겪으며 조금씩 영웅의 면
모가 드러나게 됩니다.

그래서 비전-북의 콘셉트를 기획하면서 의도한 것은 담대한 비전을
만들기보다 그것을 이루어나가는 과정이 더 중요하고 힘들다는 것
을, 그리고 그것을 이루어냈을 때 우리 넥센인도 새로운 영웅이 될
수 있다는 것을 알고자 했습니다. 또 기존 책자와 다른 디자인을
통해 우리 구성원들이 다른 관점을 가졌으면 하는 바람도 있었습
니다. 아름다운 광경을 누구나 볼 수 있게 하는 케이블카를 만들려
면 한 번에 수십 톤 쇠줄을 끌어 올리는 것이 아니라 10mm, 17mm,
24mm, 33mm 쇠줄을 단계적으로 끌어 올리는 것처럼, 우리 구성
원들도 한 걸음, 한 걸음(every step of the way)의 움직임으로 함
께 비전을 만들어가길 소망해봅니다. 우리는 어떤 어려움에서도 절
대 멈추거나 되돌음치지 않았습니다. 어떤 난관에도 끊임없이 부딪
히고 도전해나가는 움직임이 바로 지금의 넥센타이어를 만든 원동
력이기 때문입니다.

넥센타이어, 제 63기 정기 주주총회 개최

글. 문화혁신팀 김희진 책임



넥센타이어가 3월 26일 오전 11시 경남 양산 본사에서 제 63기 정기 주주총회를 개최했다. 이날 주주총회에서는 재무제표 및 연결 재무제표 승인과 이익잉여금처분안 승인의 건, 이사 선임의 건 등이 의결됐다.

넥센타이어는 2020년 연결기준 매출액 1조 6,981억 원, 영업이익은 394억 원을 기록했다. 지난해 넥센타이어는 코로나19라는 어려운 상황에도 업계 최초 비대면 타이어 방문 장착 서비스인 '넥스트레벨 GO'의 론칭과 미국 전기차 카누로의 OE 공급, 그리고 아테아체·아우토빌트 등 유명 자동차 전문지 테스트에서 좋은 성적을 거두었다. 여기에, 폭스바겐의 파사트와 골프 8세대, 그리고 아우디 A3 등 완성차 업체로의 공급 확대가 지속적으로 이뤄지고 있다. 이번 주주총회에서 현금배당은 액면가 500원 기준 1주당 보통주 105원, 우선주

110원을 결의해 현금배당을 확정했다.

넥센타이어는 "올해 급변하는 패러다임 변화에 따른 새로운 비전 (Next Level Mobility for All)과 브랜드 슬로건(We Got You) 선포를 통해 회사의 미래 지향점을 공유 했으며, 중점 전략으로 시장 특화 전략을 통한 판매 극대화, 디지털 트랜스 포메이션을 통한 R&D로 새로운 기술 확보 그리고 품질 중심의 생산 체계 강화 등을 통해 지속 가능 경영 체제를 구축해 나갈 것"이라고 밝혔다.

한편, 이날 넥센타이어 본사 입구에서는 '코로나19' 확산 방지를 위한 열화상 카메라 설치와 발열 체크, 마스크 착용 확인 및 손 소독제 등을 비치했으며, 주주총회장에서는 주주간 좌석 거리를 넓게 두고 주주총회를 진행했다.

넥센타이어 유럽 공장 '첫 OE 타이어 공급'

넥센타이어 유럽 공장에서 생산되는 '엔페라 프리미어스' 제품을 현대자동차 투싼 4세대에 신차용 타이어로 공급하게 됐다.

글. 문화혁신팀 김희진 책임



체코에 위치한 넥센타이어 유럽 공장이 첫 신차용 (OE) 타이어를 생산한다. 현대자동차 체코 공장에서 생산되고 아프리카·중남미·중동으로 수출되는 스포츠유틸리티차(SUV) 투싼 4세대에 공급되는 OE 타이어를 생산한다. 투싼 4세대에 공급되는 넥센타이어의 OE 타이어 '엔페라 프리미어스'는 우수한 제동 성능과 배수성이 특징이다.

이번 OE 타이어 공급으로 넥센타이어 유럽 공장은 2019년 오픈한 이후 처음 신차용 타이어를 생산하게 됐다. 타이어 공장은 준공 후 통상 규격이 정해진 교체용 타이어부터 양산한다. 추후 규격이 까다로운 OE 타이어 생산을 시작해야 비로소 공장이 안정화됐다고 평가받는다. 완성차업체의 까다로운 공급 조건을 충족해 타이어를 제작하기 때문이다.

넥센타이어는 이번 OE 타이어 공급을 계기로 유럽 시장에서 입지를 더욱 강화하고 성장성을 가속화할 계획이다. 유럽 시장 판매 강화를 위해 설립한 체코 자태츠에 위치한 유럽 공장은 주위 반경 400km 내에는 30여 개의 완성차 공장이 위치해 수요에 발 빠르게 대처할 수 있다.



넥센타이어 양산공장 13년 연속 건강증진활동 우수사업장 인증

안전보건공단에서 주관한 건강증진활동 우수사업장에 2011년 최초 선정된 이후 13년간 연속 유지하게 되었다.

글. YP환경안전팀 성민기 사원



천민정 사원 건강 상담



이성일 사원 소도구 운동 프로그램



‘건강증진활동 우수사업장’은 사업장의 작업 관련성 질환 예방과 근로자 건강증진에 힘쓴 우수사업장을 선정하는 제도이다. 건강증진 체계 구축, 인식 수준, 프로그램 운영 등 43개 평가항목에 따라 현장 방문과 심사위원회 등을 거쳐 우수사업장을 선정하며 전국 86개 인증 사업장 중 타이어업계에서는 유일하게 인증받았다.

이번 2021년 2월 18일 연장 인증은 2017년부터 2019년까지의 활동을 심사하였으며 특히 다양한 건강증진 프로그램에서 높은 점수를 받을 수 있었다.

건강증진 프로그램 중 첫 번째로 ‘근골격계 질환 예방 관리’는 2019년부터 실시한 공정별 맞춤형 스트레칭을 통해 공정별로 작업 자세를 분석한 뒤, 스트레칭 동작을 개발 및 배포하여 시행 중이다. 근골격계 증상 호소자 및 희망 참가자를 대상으로 소도구 운동 프로그램(폼롤러, 세라밴드 등)을 실시하고 있다. 또한 근골격계 유해요인 조사에 따른 설비 개선을 통해 2019년 근골격계 증상 호소자 비율이 2018년 대비 약 23% 감소하는 데도 기여했다.

두 번째 ‘비만 클리닉’은 건강검진 결과상 고위험 인원(비만 주의)과 참여 희망자를 대상으로 건강한 식습관과 운동습관을 익혀 체중 조

절을 할 수 있도록 유도한다. 체지방 감소량과 다양한 미션 수행을 실시하여 2017~2019년 평균 75%의 성공률을 기록했다.

세 번째 ‘뇌심혈관계질환 예방관리’는 건강검진 결과, 뇌심혈관 발병도 위험도 평가를 통해 상, 중, 하 인원을 선정한 뒤 전문의 상담과 교육자료 배포를 통해 관리하고 있다. 올해에는 공생협력프로그램 건강관리로 협력업체 맞춤형 스트레칭을 개발하여 교육했다. 분기별로 건강상담을 통해 혈압, 당뇨, 인바디 등을 측정하여 건강 데이터를 관리할 계획이다.

더불어 코로나19의 감염예방 활동을 위하여 다양한 선제 대응을 하고 있다. 주기적인 교육과 의심증상자 선 보고 제도, 꾸준한 체온 측정(통근버스, 출입문, 탈의장, 부서 휴게실 등) 관리 그리고 주기적인 자체 소독을 비롯하여 보건용 마스크와 손 소독제 지급으로 현재까지 양산공장 내 확진자가 발생하지 않은 것은 물론 전염병 예방 관리에 임직원 모두가 노력하고 있다. 2021년에도 체계적인 코로나19 방역 관리와 건강증진활동 프로그램의 지속적인 개선 및 관리를 통해 건강한 넥센타이어가 되기 위해 노력해 나갈 계획이다.

넥센타이어, 임직원이 함께하는 '사랑의 헌혈 캠페인' 진행

글. 문화혁신팀 김희진 책임



2월 24일 양산공장 임직원들이 헌혈하는 모습



3월 17일 창녕공장 임직원들이 헌혈하는 모습

넥센타이어는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 부족한 헌혈 수급에 보탬이 되고자 주기적인 헌혈 캠페인을 진행하고 있다. 코로나19가 장기화됨에 따라 대한적십자사의 혈액 보유량이 적정 수준(5일분)에 크게 미치지 못하고 있는 것이다. 이번 헌혈 캠페인에 참여한 직원들은 마스크 착용, 발열 검사, 손 소독 등 감염병 예방 수칙을 지키며 적극 참여했다.

넥센타이어는 “혈액 수급 위기 극복에 보탬이 되고자 각 사업장에서 임직원들이 단체 헌혈 캠페인을 지속적으로 추진해오고 있다”며 “사회적으로도 헌혈 문화가 더욱 확산되길 기대한다”라고 전했다.





Listening

유익하고 재미있게 일상을 즐기려는
사람들 사이에서는 '하비 홀릭(Hobby Holic)'이
트렌드라고 합니다.

여러분들의 여가생활을 채울
다양한 분야 속으로 소개합니다.

자율주행자동차, 빅데이터? AI? 혁신에 대한 우리의 방향은?

대부분 전문가가 자율주행자동차의 미래 시장이 향후 기하급수적으로 성장할 것으로 예측하고 있다. 이에 대한 준비 정도가 기업의 미래가치에 대한 척도가 되고 있는 상황이다.

글: 송봉섭 (자율주행 모빌리티 연구센터장, 아주대 교수)

자율주행자동차가 도입되는 시대를 준비하기 위해서 글로벌 ICT 기업, 자동차 제조사, 스타트업 간의 합종연횡이 활발하게 이루어지고 있다는 소식이 거의 매일 쏟아지고 있다.

일례로 미국 제너럴모터스(GM)와 일본 혼다(Honda)가 실리콘밸리 내 스타트업에 수조 원을 투자했다. 스타트업으로 시작한 기업이 우버(Uber) 자율주행자동차 개발팀을 인수했고, 최근 애플(Apple)카를 만들기 위한 자동차 제조사와의 파트너십 논의 소식이 해당 회사의 주가에 즉각적으로 반영될 정도로 엄청난 관심을 받기도 했다.

왜 '안전 우선'인가?

4차 산업혁명과 디지털 전환이라는 화두가 등장하면서 AI, 5G, 빅데이터, 클라우드 등 혁신기술이 주목받고 있다. 이들이 자율주행자동차의 승패를 가를 것으로 예상하는 전문가 의견도 있다. 또 AI와 시스템 반도체, 지도, 클라우드가 하나의 플랫폼으로

만들어져 다양한 플랫폼 간 경쟁이 될 것으로 보는 시각도 있다. 하지만 '한 회사가 모든 것을 독점적으로 할 수 있을 것인가'라는 질문에 대해, 대부분의 전문가가 입을 모은다. 협력과 상생은 반드시 필요하다고 말이다.

지난 2019년 7월 독일 자동차(OEM) 3사를 비롯해 인텔(Intel), 바이두(Baidu), 아티브(Aptiv) 등이 참여한 자리에서 'Safety First for Automated Driving'이라는 자율주행 자동차 개발을 위한 가이드라인 형식의 문서를 공개했다. 12개의 주요 원칙을 소개하고 있는데, 특히 AI 기술의 사용에 대한 안전성 주제가 언급되어 있다.

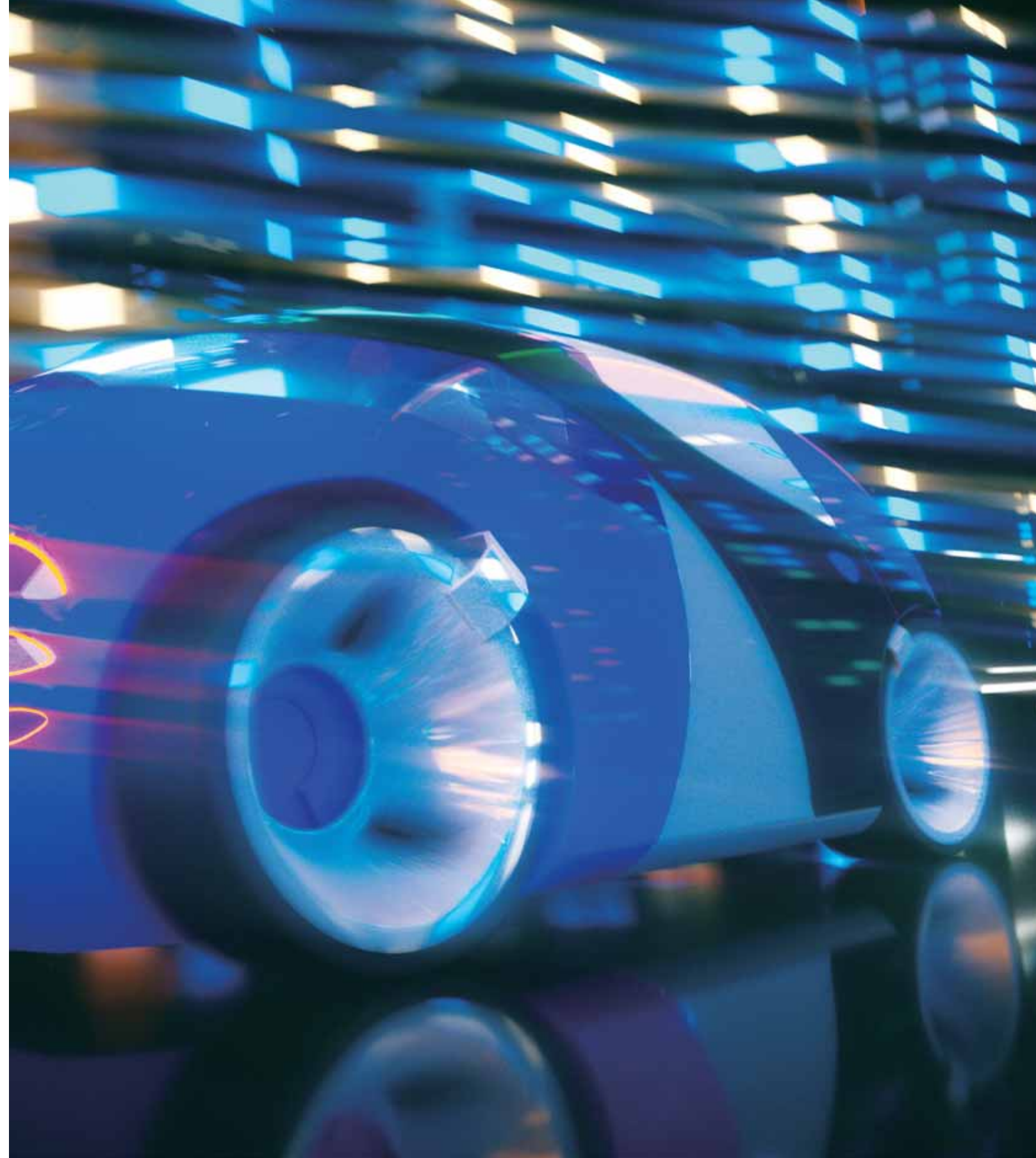
물론 막연하게 '자율주행자동차가 안전해야지'라고 생각할 수 있다. 하지만 왜 혁신기술을 이끌고 있는 글로벌 ICT 기업이 '안전 우선(safety first)'이라는 패러다임에 동참했는지 살펴볼 필요가 있다.

'자율주행자동차의 등장'은 친환경차의 경우처럼 차량모델을 달리해 판매하기보다

는 옵션으로 기능이 추가되는 형태로 상용화될 것으로 전망된다. 미국 JD Power의 조사에 따르면 구매의사가 있는 고객 중 자율주행자동차의 옵션가격이 3,000달러 정도가 적당하다고 가장 많이 생각하고 있다. 현재 미국 테슬라는 레벨 2 또는 3 수준의 자율주행시스템(full self-driving, FSD)을 1만 달러의 옵션 가격으로 제공한다. 이런 형태의 상용화는 현재 운전자지원시스템(ADAS)의 시장 규모를 좀 더 확대시키는 정도이지 대규모의 新시장이 형성된다고 예측하기는 어려울 것이다.

최근 '스마트 모빌리티' 또는 '자율주행 모빌리티'라는 새로운 시장이 대두되고 있고, 코로나19 팬데믹으로 시장 성장의 가속화가 촉발됐다. 어떠한 서비스가 성공할지에 대한 고민이 필요한 것도 사실이다. 하지만 이를 위한 선제조건은 바로 '안전성 확보'이다.

여기서 안전성의 정의가 필요하다. '절대 사고가 나지 않는 자동차'로 안전성을 정의한





데이터를 어떻게 탐색할지, 데이터 전송을 어떻게 효율적으로 할지 등 일련의 난제가 발생한다. 이를 해결하기 위한 기술로 가상 환경(VR) 기반 디지털트윈, 사용 클라우드, 딥러닝 기반 탐색, 차세대 통신 등이 대응된다고 할 수 있다. 이는 혁신술의 도입 없이는 결코 자율주행자동차가 성공할 수 없는 이유이다.

공개와 공유의 생태계

안전을 최우선으로 하는 것은 당연하다. 우리나라 기업이 글로벌 경쟁력을 가질 수 있도록 산업 생태계를 조성하는 것은 안전에 대한 새로운 패러다임, 즉 실패를 예상하고 다시 도전할 수 있는 기회를 제공하는 시스템 절차가 사회적으로 합의되어야 한다. 다음으로 주행거리나 데이터 관점에서 압도적으로 높은 미국, 중국, 유럽과 경쟁하기 위해서는 개발 생태계의 혁신적 접근 방

법, 즉 공개와 공유를 하기 위한 한국형 모델을 만들어내야 한다. 보유하고 있는 데이터를 모두 공개하고 공유자는 뜻이 아니다. 일례로 국내 대형병원의 경우 필요한 데이터를 요청하고 해당 데이터가 있는 경우에 우선은 통계적 자료를 제공받는다. 필요에 따라 좀 더 구체적인 데이터 공유를 상호 협의하는 모델을 개발하고 도입해 세계적으로 주목하는 바이오 데이터 생태계를 구축하고 있다. 이제는 국내 성공 모델을 벤치마킹하여 자율주행자동차 개발 생태계를 반드시 조성해야 하는 시기이다. 국가가 대규모로 투자하는 디지털 뉴딜 정책이나 기업이 조성하고 있는 데이터센터의 성공을 위해서도 한국형 데이터 모델이 전략적으로 필요한 시기이다. 혁신의 성공을 위해서는 적극적으로 손을 먼저 내미는 열린 자세가 요구되는 시점이다.

다면 상용화 시기는 요원해질 것이다. 자율주행자동차의 상용화를 폭발적으로 이끌어 내기 위해서는 '운전자가 운전 집중하지 않아도 최적의 안전을 보장해주는 자동차와 같은 정의가 사회적으로 합의되어야 한다. '운전에 집중하지 않아도'란 조건은 글로벌 ICT 기업이 생각하는 기회이다. 즉 다양한 앱(APP), 콘텐츠, 서비스라는 형태의 新사업이 자율주행자동차를 통해 만들어질 수 있다. 물론 이를 위한 필수적인 선제조건은 '최적의 안전'이다. 이걸 위에서 언급한 무사고(zero accident)의 절대적 안전이 아니다. 현재 혁신기술을 기반으로 한 최적의 합의점을 찾고 개선하는 과정 또는 절차를 만들어가자는 패러다임이라 본다. 이러한 패러다임 속에서, 글로벌 ICT와

모빌리티 회사가 천문학적 투자를 함과 동시에 미래 모빌리티 사회를 준비하고 있다고 생각한다.

왜 혁신이 필요한가?

기술적으로 가장 앞선다고 평가받는 미국 웨이모(Waymo)의 경우, 매년 자율주행자동차의 주행거리를 발표하고 있다. CES2020에서 2,000만 마일(약 3,200만 km)을 돌파했다고 공개했다. 하지만 테슬라나 우버의 사고 사례를 보면서 자율주행자동차의 안전성을 우려하는 것도 사실이다. 미국의 경우 1억 마일(1억6,000만km) 주행 거리 당, 사망자 수가 약 1.1명이라는 통계결과에 근거해, 최소한 지구에서 태양까지의 거리(1억4960만km) 정도의 주행

검증을 해야 한다는 주장도 있다. 이러한 실차기반 주행거리는 빅데이터를 생산한다. 인텔(Intel)의 자료에 따르면 한대의 자율주행자동차가 하루에 생산하는 데이터가 4(TB) 정도이며 차량 만대가 일년간 운행 한다면 1만4,600(PB)의 데이터가 축적된다. 클라우드 서비스마다 약간의 가격변동이 있지만 매월 21달러/TB(범용 스토리지 기준)의 비용이 청구된다면 연 36.8억 달러(약 4조원)에 달한다. 만약 주행 중 통신망을 이용해 차량 데이터를 클라우드로 전달하려고 한다면 천문학적 금액이 추가될 것이다. 위에서 언급한 두 사례만 보더라도 어떻게 주행 검증을 가속화할지, 생산되는 데이터를 어떻게 축소하고 저장할지, 의미가 있는



autonomous BUS



따뜻한 봄날, 집콕극장을 채워줄 핑작

코로나19 이전이라면 우리는 이 시기, 어디든 나들이를 갔을 것이다. 모두의 안전과 건강을 위해 '집콕극장'을 즐겨보자. 넥센인이 추천하는 영화나 드라마를 통해 취향별 집콕극장을 꾸며보길 바란다.

정리. 정자은



유럽 O&E개발팀 박희겸 연구원

추천 작품: <빅 쇼트>



2008년에 있던 금융 위기 '리먼 브라더스 사태'에 관련된 영화이다. 당시 리먼 브라더스 사태를 사전에 예측한 실존 인물들의 실화인 점이 흥미롭다. 또 최근 많은 매체에서 다루는 주식과 부동산에 관련된 경제 지식을 접할 수 있어 추천한다. 영화를 보며 경제 지식에 큰 흥미가 생겼다. 단순히 킬링 타임용이 아닌 누군가에게는 새로운 지식을 접할 기회가 될 것이다.

복권도 열심히 끊는 자에게 기회가 온다. 주변을 보면 의외로 고민과 걱정을 달고 사는 사람이 많다. 이 자체가 나쁜 것은 아니다. 중요한 것은 여기에 너무 많은 시간을 할애하다 보면, 정작 중요한 것을 놓치고 있다는 것이다. 나 또한 그랬다. 무엇인가 도전하기 전에는 이게 현실성이 있을지, 괜히 시작했다가 안 되면 헛 수고가 되진 않을지. 영화 속 발달 장애인 포레스트 검프는 불도저급 실행력을 바탕으로 파란만장한 삶을 통해 우리의 이러한 잡념에 대해 일종의 메시지를 던져준다. 생각이 들면 우선 실행하고 보는 상남자 검프. '하늘은 스스로 돕는 자를 돕는다'의 서양판 스토리다. 검프와 같이 산다면 세상 하직하는 순간에도 이번 생에 아쉬움은 없을 것이다.

내부회계관리팀 노희명 책임

추천 작품: <포레스트 검프>



품질보증팀 이명수 선임

추천 작품: <작은 아씨들>



작품이 가지는 따뜻함이 피부에 쉬이 와닿았다. 이 작품은 자매들의 이야기를 다루지만 자매들의 성장에 초점을 두지 않았다. 어찌 보면 유년 시절을 애뜻하게 보내고, 어느새 현실에 부딪히는 어른으로 성장한 이들의 모습이 교차된다. 그들이 어떻게 변하고 어떻게 달라졌나를 영상에 담았다. 그럼에도 우리의 생은 여전히 아름답고 최선을 다해 살아가야 하며 그리고 계속해서 사랑해야 한다는 것을 이야기한다. 또 인생은 뜻대로 흘러가는 것이 절대 아니라는 것을 보여준다.

주인공 '조'는 손이 새까맣지도록 쓰고 싶은 글을 쓰며, 때로는 혹독한 평가에 애써 아무렇지 않은 척해도 티가 나고, 돈이 안 된다고 글을 함부로 평가하고 결말을 바꾸려는 자들에게 마침내 당신이 안 된다면 본인이 하겠다며 큰소리 칠 줄 아는 그런 멋진 사고를 한다. 영화의 분위기, 배우들의 연기 앙상블, 거기에 시대극이기에 느껴지는 그 시절의 간접적 체험(의상, 세트의 화려함)이 좋았다.



패턴개발팀 추권철 팀장

추천 작품: <인턴>



직장에서 은퇴한 70세 노년 '벤 휘태커(로버트 드 니로)'가 30대 젊은 나이에 의류 쇼핑몰 사업으로 성공, CEO로서 스타트업을 이끄는 '줄스 오스틴(앤 해서웨이)'의 시니어 인턴으로 입사하면서 이야기는 시작된다. 복장 규정이 따로 없는 데다, CEO조차 개인실이 없는 회사, 아들딸 같은 직원들과의 근무, 30대 CEO는 젊은 직원들과 벤이 잘 적응하지 못할 거라 생각한다. 하지만 벤은 젊은 직원들의 미숙함으로 실수하는 일을 소리 없이 커버해준다. 또 오랜 세월 직장인이었던 연륜을 살려 친숙하게 다가가는 모습을 잘 표현했다. 끝내 젊은 CEO는 벤의 연륜에서 나오는 그의 삶에 대한 처세술을 존경하며 그에게 그녀의 개인적인 일까지 고민 상담을 구하게 된다. 신구의 조화를 유익하게 그려낸 작품이라 직장인에게 가장 필요한 영화라 생각한다.



에피소드마다 엘리자베스의 개인적인 문제와 군주로서 역할, 의무에 대한 내적 갈등을 볼 수 있으며, 엘리자베스 2세가 어떻게 군주의 모습으로 변화해가는지를 지켜볼 수 있다. <더 크라운 시즌 2>는 역사 드라마와 성장 드라마를 섞어놓은 느낌이 들었다. 엘리자베스가 개인적으로 겪는 갈등보다, 역사적 사건을 다루면서 미국과 영국의 미묘한 갈등과 영국 내에서 일어나는 정치적 변화에 조금 더 집중한 것 같다. 왕실의 판타지를 강조하기 보다는 각각의 등장인물이 겪는 내면의 갈등에 초점을 맞췄다. 엘리자베스 2세를 단순히 군주라는 존재로 해석하는 것이 아닌 아내이자 딸, 군주이자 여자 등 다양한 역할에서 생길 수 있는 문제에 대해 보여준다. 각각의 에피소드가 한 가지 사건을 중심으로 흘러가며, 영화적 연출과 영상미를 가지고 있어서 하나의 에피소드가 마치 한 편의 단편영화 같다. 영국 역사 혹은 영국 왕실 스캔들에 대해서 관심이 있다면, 재미있게 볼 수 있다. 또 실존 인물이 등장하기 때문에 배우와 실존 인물 간의 싱크로율을 구경하는 재미도 괜찮다. 배우들의 연기, 소품, 배경, 스토리 모두 좋은 드라마이다.



글로벌 OE품질팀 박두진 선임

추천 작품:
<더 크라운 시즌1·2>



호송 선단 소속 구축함 그레이하운드와 U보트 간의 벌어졌던 대서양 전투를 배경으로 하는 영화 <그레이하운드> 러닝타임 대부분을 고증이 잘되어 있는 현실감 넘치는 전투 장면으로 가득 채웠다. 하나의 시점으로만 스토리를 진행해 보는 이로 하여금 그레이하운드에 같이 탑승한 것 같은 몰입감과 긴장감을 느끼게 한다. 당시 호송 선단에 큰 피해를 입힌 U보트의 울프팩 전술을 잘 묘사했는데, 그에 대항하는 구축함 그레이하운드의 처절한 저항은 손에 땀을 쥐게 만든다. 특히 치명적인 어뢰와 포탄이 난무하는 상황에서도 장교와 병사 모두 함장을 믿고 자신의 위치를 사수하며 침착하게 역할을 해나가는 모습이 인상 깊었다. 믿고 보는 톰 행크스의 견고한 연기와 호송 선단의 전투를 다룬 흔하지 않은 해전 영화를 원한다면 영화 <그레이하운드>를 추천한다.



CP생산관리팀 원자재관리계 김건호 사원

추천 작품: <그레이하운드>



내구성능연구팀 내구성능연구계 이영남 사원

추천 작품: <빅뱅 이론>



가벼운 마음으로 편하게 즐길 수 있는 미드 <빅뱅 이론>을 추천한다. 이 작품은 오래전 정주행했던 미드이기도 하다. 넷플릭스 이용 중 발견해 다시 정주행하고 있다. 엉뚱한 매력을 지닌 천재 남자 4명의 평범하지 않는 일상이 매일 새롭게 펼쳐진다. 천재 과학자라는 공통점이 있지만 문화, 종교, 그리고 각기 다른 콤플렉스를 갖고 서로 의지하기도 하고 다투기도 한다. 이 미드의 가장 큰 장점은 가벼운 것 같다. 미국식 개그가 그렇듯 인종차별이나, 종교, 따돌림 같은 무거운 이야기를 자연스럽게 유머로 풀어낸다. 사랑싸움이나 친구들이 서로 다툰 때는 정말 많이 유치하다. 하지만 그 유치함에서 오는 재미가 매력적이다. 이미 유명한 배우들이 주인공으로 나오지만 카메오로 나오는 배우들도 상당한 볼거리다.



IMDB 평점 8.2로 넷플릭스 제3국가 제작 드라마 히트작 중 하나이다. 이스라엘 서안, 가자 지구에서의 팔레스타인 무장 단체와 분쟁을 사실적으로 묘사해 파장을 일으킨 문제작이다. 기존의 보수적인 유대인 시각에서 벗어나 나름 객관적인 세계관으로 극을 이끌고 있다. 시즌 2부터는 제작비가 5배 상승, 전투 신의 스케일이 압권이다. 극의 진행 속도가 빠른 것이 장점이자 단점으로 개인 여가 시간이 충분할 때 입문하길 추천한다. 이스라엘과 팔레스타인 간, 분쟁의 역사적 배경이 궁금한 분이라면 강력히 추천한다.



인사팀 조광신 수석

추천 작품: <파우다: 혼돈>

홈 피크닉 시대, 넥센인의 요리 열전

따뜻한 봄이면 도시락이나 간식을 싸 들고 나들이를 가던 예전이 그림다.
모두의 건강과 안전을 위해 집에서 '스프링 피크닉'을 즐겨 보면 어떨까.
집밥 요리가 트렌드로 재조명되는 2021년 봄, 넥센인의 요리 열전으로 들어가 보자.

정리. 정자은

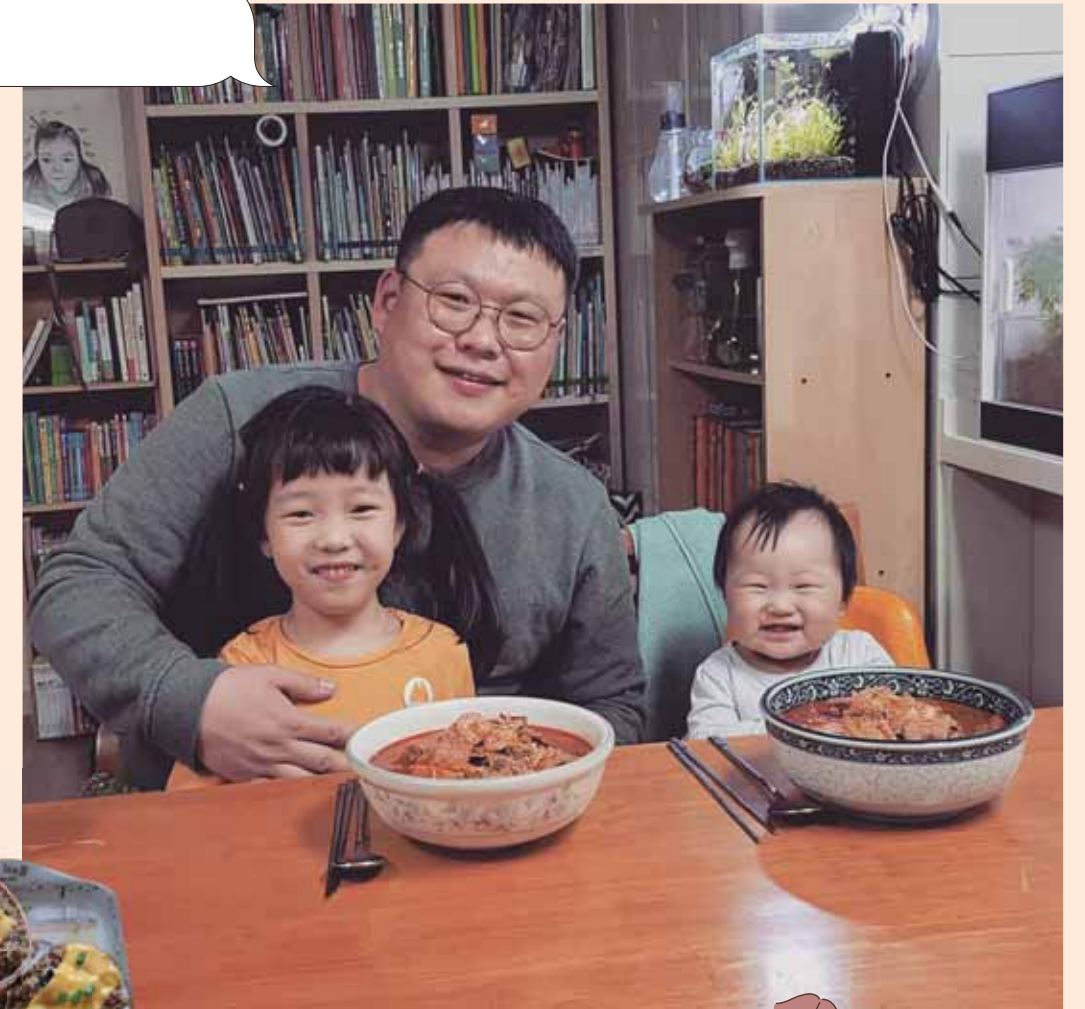


김상문 파트장
YP공정관리파트



넥센 분식을 소개합니다. 주말엔 아빠가 요리사^^
요즘엔 냉동식품이 많지만, 그래도 정성이 최고!

유민 선임
고객만족팀



TV를 보다 우연히 배우 차승원이 요리하는 모습을 보고 '멋있다'는 생각이 들더군요. 그래서 저도 도전! 스테이크, 간pong새우, 크림새우, 불족발. 이것저것 만들다 보니 많이도 만들었네요. 요즘 유튜브 백선생 요리 채널을 자주 즐겨 봅니다. 따라서 만들다 보니 실력도 늘고(?) 살도 찌고! 사원님들 어렵지 않습니다! 한번 해보겠다는 의지와 정성만 있으면 됩니다.



함우성 수석
글로벌법인영업팀



평소 가족을 위해 다양한 요리에 도전하는 것을 좋아합니다. 탕수육부터 시작해 불고기 카레 우동까지. 이날은 와이프가 수플레 오믈렛이 먹고 싶다고 하더군요. 자신 있게 머랭을 쳐서 오믈렛을 만들어 줬습니다.

탁세원 선임
개발지원팀



코로나 시국에 밖에서 식사하기는 부담스럽고 걱정되는 요즘입니다. 그래서 집에서 음식을 자주 만들어 먹습니다. 유튜브를 보고 따라서 만들어 본 컵라면과 컵밥. 크래커에 소스와 함께 방울토마토, 치즈를 곁들인 맛있는 디저트 사진입니다. 와인 안주로 딱 좋죠! 맛도 맛있지만 만들기도 아주 간편해 자주 만들어 먹습니다. 진짜 맛있어요!



최원석 책임
영업지원팀 지원파트



와이프와 강아지랑 태안 펜션에 갔을 때 찍은 사진입니다. 집에서 직접 만들어 싸 온 밀반찬과 태안에서 유명한 꽃게를 넣어 라면을 끓여 먹었습니다. 날씨도 좋고, 석양도 멋져 예쁜 추억을 하나 더 쌓았습니다.

김주엽 책임
인사팀



이번에 초딩이 된 사랑하는 우리딸 라희킴과 함께 맛난 스테이크를 만들어서 홈파티를 했습니다! ^^



성공하는 사람들이 말하는 '일 잘하는 공식'

일 잘하는 사람들이 지닌 공통적 성향은 무엇일까.
그들은 '일'을 대하는 태도, 업무를 받아들이는 개념, 표현하는 방식 등에서부터 차이가 난다.

글: 정자은 참고 <일 잘하는 사람은 단순하게 말합니다>, <슈퍼 업무력 ARTS> 외 다수

당당하고 자신감 있는 태도

조던 B. 피터슨이 쓴 <12가지 인생의 법칙> 중 제1법칙은 '어깨를 펴고 똑바로 서라'이다. 회사 생활에서 보고서를 제출하든, 의견을 전하든 어깨를 펴고 당당한 태도로 말하는 것이 필요하다. 경영진이나 상사에게 인정받는 직원을 살펴보면 어딘지 모르게 자신감이 넘치는 것을 알 수 있다. 평소 회의에서 적극적으로 의견을 제안하고, 프로젝트에서도 새로운 방식을 과감히 시도해보는 태도를 지녀야 한다. 또 문제가 생기면 상사에게 해결책을 구하는 것도 두려워하지 말아야 한다. 만약 상사나 클라이언트에게 보고하거나 공유하는 일이 부담스럽다면 '완벽한 정답을 가져올 필요가 없다'는 것을 기억하자. 고액 연봉을 받는 훌륭한 메이저리그 선수도 평균 타율이 0.25 정도라고 한다. 이는 열 번 중 두 번 반만 안타나 홈런을 쳤다는 의미다.



일을 잘한다는 의미의 재인식

일을 잘한다는 것. 보통 회사에서 좋은 평가를 받고, 능력만큼 연봉을 올려 받는 일 정도로 생각할 것이다. 이는 일을 잘해서 얻는 결과이지 일을 잘하는 방법은 아니다. 일을 잘하는 것은 업무의 네 가지 요소인 '업무의 양', '완성도', '난이도', '처리 시간'을 골고루 잘 소화해내는 것이다. 또 네 가지 요소 중 특별히 잘하는 분야가 존재할 때라고 정의할 수 있다. 많은 양의 업무를 시간 내에 완성도 있게 처리하고, 어떤 업무를 맡겨도 해내는 사람들을 '일 잘한다'라고 말한다.



마지노선 설정의 마법

일의 양과 완성도를 숙련하는 방법으로 '마지노선 설정'을 꼽을 수 있다. 사무직의 경우 데드라인이 정해진 일은 순서를 정해 처리한다. 예로, 오늘 요청이 들어온 일은 오늘이나 내일까지 처리한다. 단, 데드라인이 명확하지 않은 일은 예외다. 예상보다 오래 걸리는 경우에는 업무 지시자나 업무 분담자와 상황을 공유해 기한을 조정하는 융통성이 필요하다. 생산직이라면 주어진 일일 할당량은 모두 채운다. 이때 주 단위로 점검해 할당량을 채우지 못하는 경우가 생기지 않도록 중간 점검은 필수다. 전문가들은 말한다. 마지노선 설정의 위력은 생각보다 위대하다고 말이다. 시간이 모자랄 것 같았던 일도 마지노선을 정하면 사이사이 집중해 끝낼 수 있는 시간이 숨어 있다는 것을 알게 된다.

'숫자'를 즐겨 사용할 것

일 잘하는 사람은 '숫자'를 즐겨 사용한다. 상황을 수치화하거나 표현하는 능력이 탁월하다는 이야기다. 상황을 숫자로 표현하는 방법으로 일터에서 쓸 수 있는 방식을 꼽으려면 '부사와 형용사 대신 숫자로 사용할 것을 기억하라고 권하고 싶다. 예로, 배송이 예정보다 지연되어 고객이 쇼핑몰에 항의를 했다. 이때 '최선을 다하고 있으니 조금만 더 기다려달라. 곧 배송하겠다'라는 문장을 살펴보자. '곧', '최선을 다해' 등의 추상적인 표현이 많다. '많이' 대신 '15%', '한동안' 대신 '3개월', '최선을 다해' 대신 '1억원을 투입해' 등의 숫자로 이야기하는 것을 연습해보는 것이다.

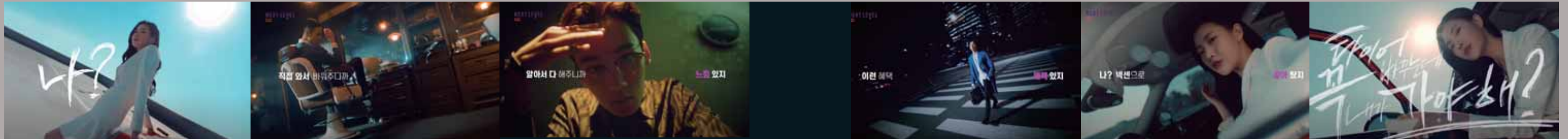
'넥스트 레벨 GO & 렌탈' TV 광고 속으로

넥센에게 시키세요 'Next Level GO & Rental' 편

유튜브에서 재치 있는 구성으로 이슈가 된 '넥스트레벨 GO'의 계산남 편과 직장인 편.
봄호에서는 연이어 큰 관심을 얻고 있는 '넥센에게 시키세요' 테마의 '넥스트 레벨 GO와 넥스트 레벨 렌탈' 편을 소개한다.

정리. 편집실

넥센에게 시키세요 - #Next Level GO 편



0:02

나? 있지.

0:05

직접 와서 바꿔주니까 여유 있지.

0:09

알아서 다 해주니까 느낌 있지.

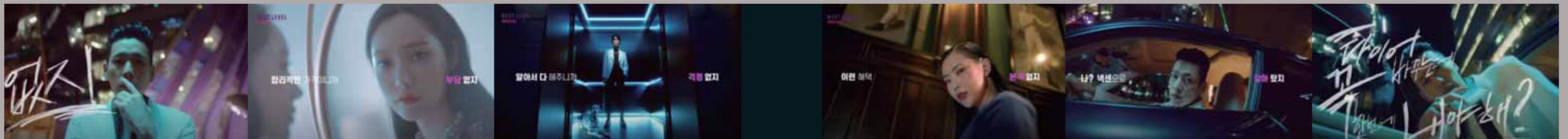
0:13

이런 혜택 매력 있지.
이 정도로 내가 센스 있지.

0:19

나? 넥센으로 갈아탔지.
타이어 바꾸는데, 꼭 내가 가야 해?
센스 있는 비대면 타이어 교체, 넥센에게 시키세요!

넥센에게 시키세요 - #Next Level Rental 편



0:02

나? 없지.

0:06

합리적인 가격이니까 부담 없지.

0:11

알아서 다 해주니까 걱정 없지.

0:15

이런 혜택 본 적 없지.

0:20

나? 넥센으로 갈아탔지.
타이어 바꾸는데, 꼭 한 번에 내야 해?
센스 있는 타이어 렌탈, 넥센에게 시키세요!

넥센인이 생각하는 '트렌드'

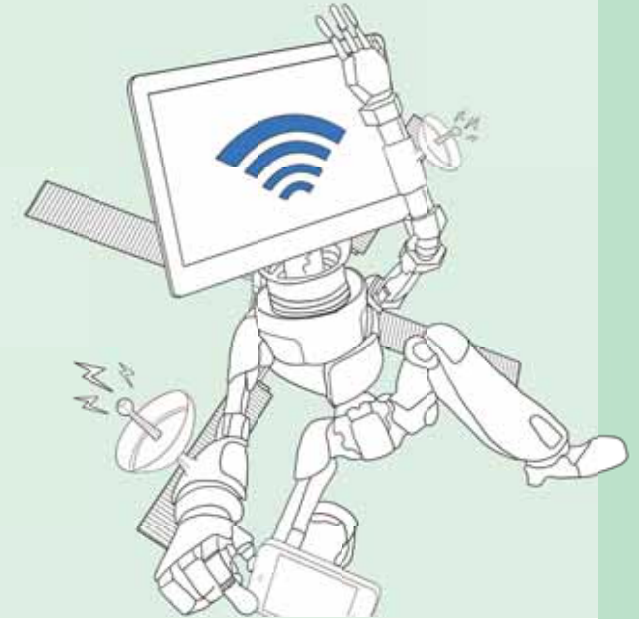
해가 바뀔 때마다, 계절이 다가올 때마다 우리는 주목합니다.
올해 트렌드는 무엇인지 말입니다. 지금 사람들이 열광하는 혹은 좋아하는 아이템이나 아이콘, 기술 등은 무엇일까요.
여러분들이 생각하는 '트렌드'에 관한 이야기를 들려주세요!

정리. 편집실 (설문 기간: 2021.03.03. ~ 2021.03.05.) *참여자: 148명(중복응답 가능)

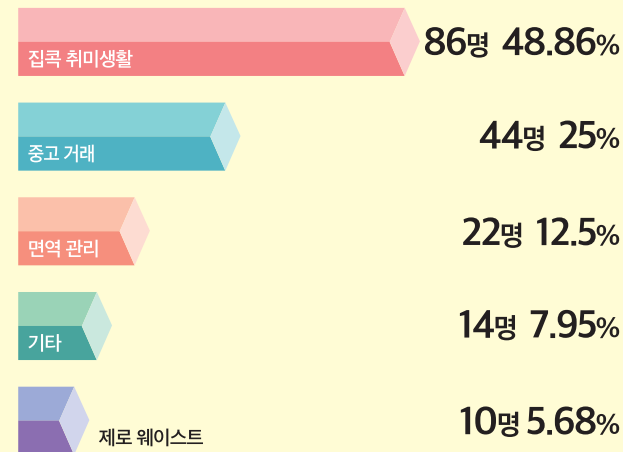


Q. 영화에서 봤던 트렌디한 기술이나 아이템 중 미래에 적용됐으면 하는 것이 있다면 알려주세요.

- 곽재련**
하늘을 나는 워그 슈트, 물 위를 떠다니는 플라이 보트
- 서진경**
해리포터에 나온 몸이 투명해지는 마법 망토나 시간을 돌리는 시계
- 신현명**
스타트렉 워프 항속법과 인스텔라 양자역학 시간 여행
- 조영재**
앤트맨 작아지는 기술, 작은 집을 크게 누르고 싶다
- 정해철**
머리나 장치에 칩만 변경하면 모든 언어를 사용할 수 있는 장치
- 임근묵**
모든 일상생활을 제어할 수 있는 스마트 워치

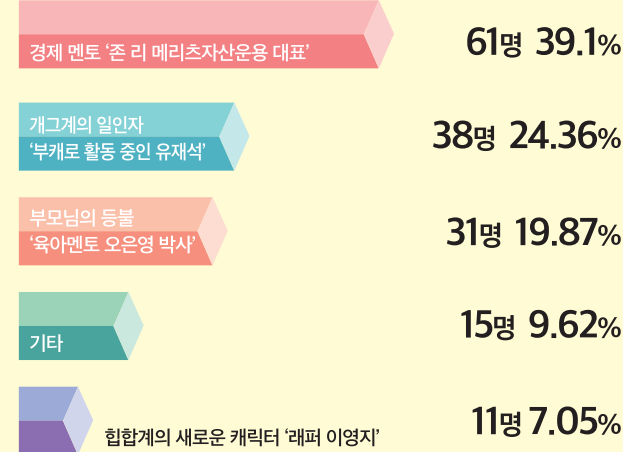


Q. 현재 내가 쫓는 트렌트나 유행 아이템은 무엇인가요?



*3D 프린터 - 김옥재
*캠핑 - 박인혁
*주식 - 양지원

Q. 2021년을 이끌 아이콘은 누구라 생각하나요?



*라떼를 잊은 아재들 - 박우진
*동학개미 - 최임철
*일론 머스크 - 김종호

Q. 집에서 편하게 즐길 수 있는 밀키트가 대세! 추천하고 싶은 밀키트 메뉴는 무엇인가요?

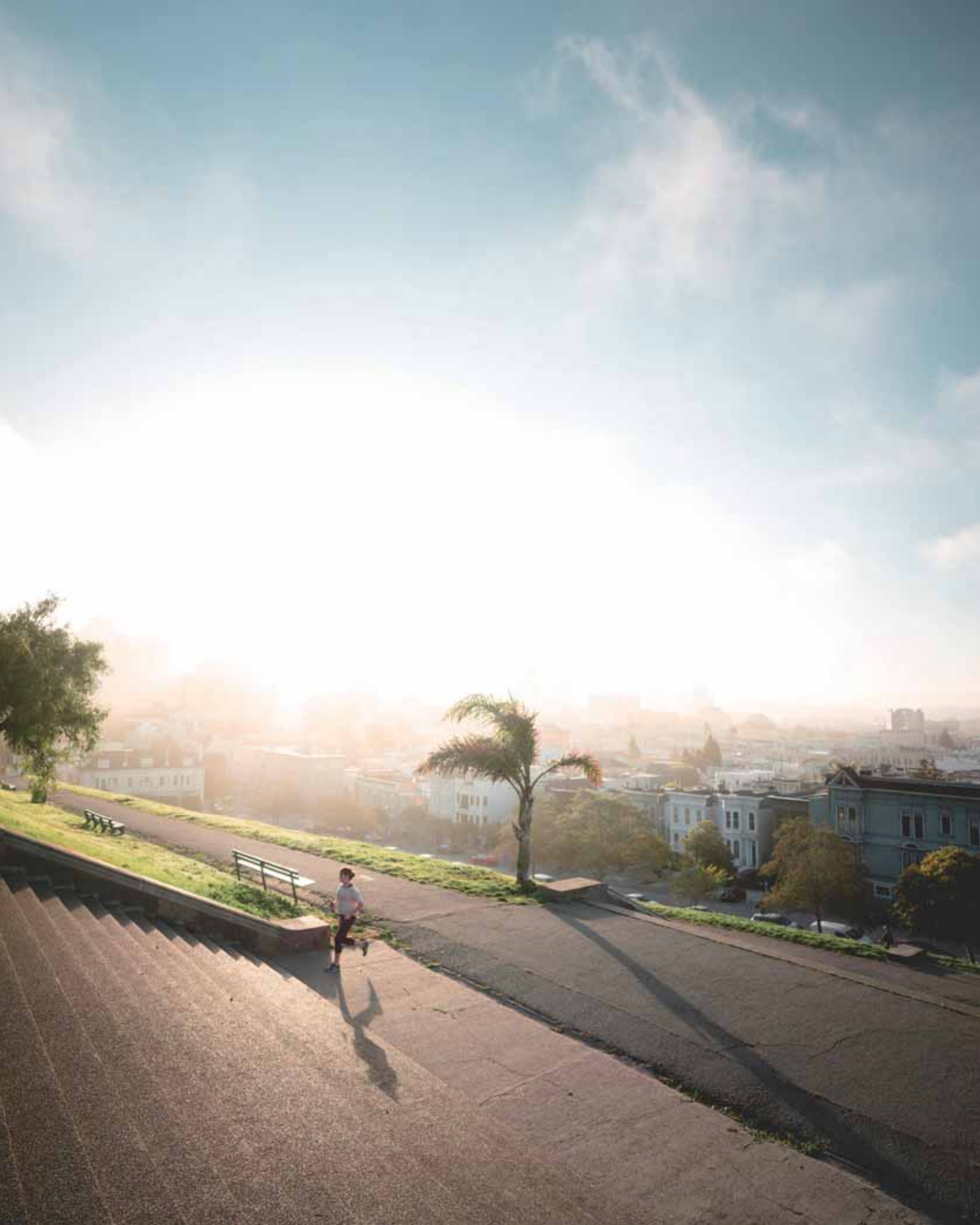


*팔공산 수제비 - 한비
*모츠나베 - 김선주
*똥양공 - 김형모

Q. 어떤 사람이 트렌디해 보인다고 생각하나요?



*육아 잘하는 남자 - 변길재
*시대의 흐름에 맞게 반응하는 사람 - 신하림
*메타버스를 알고 제페토를 하는 사람 - 김성훈



Healing

#오하운 #반려식물 #플렌테리어 #언택트

집콕문화나 혼자 시간을 보내기,
비대면으로 문화 생활하는 것이
힐링 트렌드로 떠오르고 있습니다.

여러분의 힐링 트렌드는 무엇인가요?

세상을 바꾸는 트렌드, 환경을 주목할 것

타일러 라쉬

‘한국인인가’ 싶을 정도로 한국어를 잘하는 외국인 타일러 라쉬. 8개 국어를 하는 언어 천재이자 소위 ‘뇌섹남’인 그는 환경 관련 에세이부터 세계자연기금 홍보대사로 활동하며 환경문제의 심각성을 알리고 있다.

글. 정자은 사진. 스튜디오 그린비

패러다임이 바뀌고 있다. 코로나19 이전부터 세상은 환경을 중심으로 변하고 있었다. 산업 발전 덕분에 인간의 삶은 편해졌지만, 동시에 환경오염과 기후변화라는 이슈도 생겨났다. 국제사회가 기후위기에 대응하고자 저탄소 경제나 탄소중립 사회로 전환하고 있는 것이다. 세계가 주목하고 있는 트렌드인 ‘환경’을 주제로 타일러 라쉬와 이야기를 나눴다.

Q 최근 어떤 활동으로 시간을 보내는지 또 새롭게 빠져 있는 것은 무엇인지.

영어교육 온라인 강의를 하고 있다. 인터뷰가 끝나고 관련 영상을 촬영할 예정이다. 또 지난해 말, 강아지를 입양했다. 같이 지낸지 이제 6개월도 정도 됐다. 일 외에는 주로 강아지와 시간을 많이 보낸다. 삶의 새로운 활력소가 되고 있다.

Q 8개 국어를 구사하는 만큼 ‘언어천재’라 불리는데, 본인만의 비결이 있는지.

언어 능력을 타고났다고 생각하지는 않는다. 어린 시절 프랑스어를 배웠는데, 당시 즐겁고 재미있었다. 외국어 역시 모국어를 습득하는 방식과 비슷하다고 한다. 궁금증이 생기는 순간 깨달음이 와야하는데, 이것이 없으면 습득은 어려운 것 같다. 상황적 깨달음을 통한 영어놀이를 추천한다.



about 타일러 라쉬

시카고대학교에서 국제학, 서울대학교 대학원에서 외교학을 전공했다. JTBC 예능 프로그램 <비정상회담>을 기점으로 <문제적 남자>, <내 친구의 집은 어디인가> 등에 출연하며 방송인으로서 입지를 다졌다. 어린 시절부터 환경에 관심을 두고 2016년부터 세계자연기금 홍보대사로, 최근에는 그린플루언서로 활동하고 있다.



순환 환경이나
환경 친화적 모델이
주요 트렌드로 자리 잡을
것이라 생각합니다



Q 코로나19 이슈 이후, 타일러 님이 느끼는 주변의 변화는 무엇인지.

코로나19와 환경은 연결되어 있지만, 그 연결고리가 직접적인 것은 아니다. 처음에는 사람들이 그 연결을 잘 인지하지 못했을 것이다. 하지만 삶과 경제를 통해 본인에게 영향을 미친다는 것을 느끼면서, 근본적인 환경으로까지 생각하게 된 것 같다. 삶에 있어서 중요한 것 위주로 생각을 집중하게 되는 것 같다. 이전보다 사람들을 만나지 못하니 인간관계도 자연스럽게 정리가 되고, 또 불필요한 정보도 가지치기가 될 것이다. 모두가 힘든 시기, 진짜로 중요한 것으로 초점이 맞춰지고, 자연스럽게 환경에 대한 생각도 많이 하는 것 같다

Q 지구온난화로 인한 기후변화, 친환경 에너지 등 전 세계적으로 그린뉴딜정책은 공통 이슈이자 현 시대를 이끄는 트렌드이다.

과거를 돌아해보면 10년, 20년, 가끔씩 큰 변화를 앞두고 사람들은 '패러다임이 바뀐다'는 표현을 한다. 인터넷이 등장했을 때는 디지털 시대로 흐름이 바뀐다고 했다. 또 스마트폰이 대중화되면서 스마트폰 위주의 경제가 형성됐고 트렌드도 그 중심으로 흘러갔다. 이제는 환경을 중심으로 패러다임이 바뀐다고 본다. 에너지를 어디서, 어떻게 가지고 올 것인지가 화두다. 전문가들은 말한다. 10년 안에 이 패러다임이 바뀌지 않으면 인류가 망한다고 말이다. 대기 중 온실가스 농도가 400ppm을 넘었다. 산업화 이전 기준 대비 글로벌 워밍이 될 수 있는 조건인 것이다. 우리는 여기에 온도를 더 붙일 것인지, 덜 것인지를 정해야 한다. 극단적인 변화가 필요한 시기이다. 경제와 군사, 외교 등 모든 분야가 해당된다.

Q 2021년은 그 어느 때보다 '친환경', '환경 보호'이라는 키워드가 트렌드로 떠오르고 있다.

일상에서 쉽게 접할 수 있는 예로 패션 분야에서 업사이클링 제품 사례가 많다. H&M에서는 이미 입었고 반쯤 낡은 옷을 재활용한 컬렉션을 선보이기도 했다. 이런 흐름이 최신 트렌드이긴 한데, 이제는 더 큰 개념으로 진행되고 있다. 트렌드는 한 때 유행하다가 사라지지만, 업사이클링은 이제 산업에서 필수적인 요소로 가져가야 하는 존재가 됐다. 제품을 만드는 과정이나 사용하는 재료까지, 제품이 환경에 얼마나 피해를 입히는지를 측정하는 인증제도가 도입되고 있으니 말이다. 대기업에서 사회적기업이나 친환경기업을 인수, 합병을 통해 기술을 흡수하고 있다. 환경에 피해를 최소화하는 제품을 만드는 것이 가치가 있다고 판단하고 있기 때문이다.



Q 환경 친화적인 제품을 선호하는 소비자가 늘어나고 있다. 구매 트렌드도 점점 친환경으로 변해 가는 듯하다.

소비자는 이제 제품을 살 때 가격에만 몰두하지 않는다. 무조건 저렴한 가격에 사야 한다는 생각 대신 품질이 좋은 제품을 찾는다. 여기에 한 가지 덧붙여 '브랜드 스토리가 좋을까, 특별한 누군가가 만들었나, 누군가를 어떤 행위를 했나, 내가 도움을 주냐'라는 개인적 가치를 구매라는 행위를 통해 얻어 가려고 한다. 이는 소비자가 성숙해졌다는 증거이다.

Q 앞으로 '환경'은 모든 분야에서 주요 키워드로 자리 잡을 전망이다. 미래를 이끌 주요 트렌드는 무엇이라고 보는지.

환경 시스템을 고려한 산업이 대세가 될 것이라 본다. 환경 인증이 된 제품 생산부터 이전과는 다르게 새로운 라이프 사이클 설계까지, 순환 환경이나 환경 친화적 모델이 주요 트렌드로 자리 잡을 것이다.

Q 마지막으로 <헬로우 넥센> 독자들에게 전하고 싶은 메시지.

환경의 핵심은 생각보다 쉽다. 우리는 평소에 많은 종류의 제품을 매일같이 쓰고 먹는다. 무언가를 쓸 거라면 이왕이면 환경 인증 위주의 제품을 구매하길 바란다. 환경을 지키는 따뜻한 일상, 건강한 일상 되길 바란다.

지구를 지키는 패션이 뜬다

파타고니아·프라이탁·플리츠마마



RECYCLE
CLOTHES

소비자의 구매 트렌드는 갈수록 진화하고 있다. 단순히 예쁘거나 가격이 저렴해서 또는 유명 브랜드여서 쇼핑하던 시절은 갔다. 세상에 도움을 주는, 지구와 인류를 위한 가치를 생산하는 제품을 찾고 있다.

글. 정자은

옷은 사지 마세요!
파타고니아

patagonia

업사이클링(up-cycling)은 버려진 물건에 새로운 디자인을 가미해 질적, 환경적 가치가 높은 제품으로 탄생시키는 방식이다. 언젠가부터 패션 브랜드에서는 환경을 보호하는데 도움을 주는, 친환경적 제작 과정을 통해 지속가능한 성장(CSV, Creating Shared Value/ 공유가치 창출)을 추구하고 있다. 공유가치 창출의 대표적인 브랜드는 바로 '파타고니아'다. 파타고니아 창업자 이본 쉬나드(Yvon Chouinard)는 등반에 필요한 강철 피톤을 만들어 팔았다. 여기서 '피톤'은 암벽을 오를 때 바위에 박아 중간 확보물로 쓰는 금속 못을 말한다. 이때 그는 강철 피톤이 암반을 파괴한다는 사실을 깨닫는다. 이를 계기로 피톤 대신 암반의 자연적인 틈에 거는 알루미늄 초크를 만들기 시작했다. 파타고니아는 각종 등산용품과 등산복 등 친환경 제품 생산에 주력했다. 100% 유기농 목화 데님, 재활용 원단, 염색하지 않은 캐시미어, 고무 대체품 율렉스(Yulex) 등을 선보였다. 파타고니아는 중고 옷 구매를 장려하고 망가진 옷을 수선해주는 서비스를 제공한다. 또 필요 없는 옷은 사지 말아 달라고 소비자에게 당부한다. 떨어진 옷을 수선해 입으라는 취지로 최소한의 실비만 받고 수선해 주는 '웜웨어 서비스'와 '바느질 도구'를 제공하고 있다.

쓰레기로 만든 가방
프라이탁

FREITAG

화학약품 냄새가 진동하는 가방 '프라이탁'. 프라이탁은 트럭에 씌우는 방수천으로 본체를 만들고, 어깨끈은 폐차에서 뜯어낸 안전벨트로 만든다. 접합부는 자전거 바퀴의 튜브를 떼어 내 붙인다. 쓰레기를 모아 만든 가방이 무려 50만원 전후이다. 하지만 사람들은 프라이탁에 열광한다. 바로 '재활용'이라는 핵심 가치에 있다. 소비자가 프라이탁을 사랑하는 이유는 '희소성'과 '진정성'이라는 세부 가치가 존재한다. 프라이탁은 1993년 마커스 프라이탁과 다니엘 프라이탁 형제에 의해 설립된 스위스 기업이자 브랜드이다. 프라이탁 가방의 주재료는 트럭 방수천. 트럭에서 5년 정도 사용된 것을 쓰는 것을 원칙으로 한다. 실제 직원 4명이 전 세계의 트럭 운송 업체를 찾아가 매년 400톤의 방수천을 구한다고 한다. 프라이탁은 '재활용'이라는 히스토리를 재해석하고 있다. 가방에 만들어지는 방수천은 어디에서, 어떤 일을 했는지 고객에게 제공하는 것이다. 또 버려진 천막을 재활용해서 만들기 때문에, 똑같은 제품이 없다. 각 제품은 이케아 처럼 이름이 붙어 있다. 재료의 특성상 제품은 하나하나 사람 손으로 직접 만든다. 때문에 가격은 앞서 말한 바와 같이 비싼 편이다.

재고 의류로 만드는 '레코드',
주름 가방 '플리츠마마'

PLEATS MAMA

길에서 우연히 주름 디자인의 가방을 맨 이들을 제법 봤을 것이다. '플리츠마마'는 독특한 주름 디자인을 채택한 니트 백이다. 최근 2030 여성들로부터 지지를 얻고 있다. 유연하고 부드러운 니트 원단, 걸보기에는 업사이클링 제품임을 상상하기 어렵다. 버려진 500ml 페트병 16개를 활용해 주름 디자인이 특징인 가방을 만들었다. 페트병을 활용해 만든 니트 백은 원단을 편직해 구조적으로 구성한 주름이다. 때문에 세탁 후에도 본래의 주름 형태를 유지하는 것이 특징이다. 게다가 버려지는 플라스틱을 활용해 기존 섬유보다 친환경적이다. 코오롱에서 만든 업사이클링 브랜드 '레코드'도 있다. 레코드는 2012년 3월 론칭, 자연을 위한 순환을 만들고 낭비가 아닌 가치 있는 소비를 제안하는 브랜드이다. '아름다운 소비의 선순환 구조'라는 모토 아래 제품을 생산하고 있다. 레코드는 시즌에 생산된 의류가 판매되지 않고 3년이 지나면 소각되는 재고 의류를 사용한다. 소각하지 않고 재디자인해 새로운 제품으로 탄생시키고 있는 것이다. 자원 순환이 어려운 다른 업사이클링 브랜드와 달리 자사의 재고 의류를 사용하고 있어 자원과 재료의 획득이 용이한 편이다.

'반려식물'이 좋아하는 집 꾸미기

뉴노멀 시대의 동반자

집에서 보내는 시간이 늘며 식물을 키우는 사람이 늘었다.
반려식물이 잘 자라는 공간은 어떤 공간일까.

글. 황예슬



다재다능한 반려식물

1인 가구를 중심으로 반려식물에 대한 관심이 급상승하고 있다. 반려식물이란 반려동물(pet)과 식물(plant)의 합성어로 반려동물처럼 곁에 두고 키우는 식물을 말한다. 반려동물보다 비교적 관리가 수월하고 환경적 제약도 덜 받으며 정서적 위안을 얻을 수 있어 선호한다. 1인 가구의 고독사, 우울증 해소 등의 사회적 해결 대안으로도 주목받고 있는데, 서울시가 실시한 '반려식물'을 키우는 1인 가구 어르신을 대상으로 한 조사에서 우울감 해소에 도움이 된다는 응답률이 92%였다. 지속하는 미세먼지로 인해 실내외 공기 질에 대한 사람들의 관심도 또한 여전하다. 농촌진흥청은 파키라, 백량금, 멕시코소철, 박쥐란, 울마를 미세먼지

저감 효과에 특화된 식물로 꼽았다. 특히 파키라는 공기정화 효과가 뛰어나고 굵은 줄기와 넓은 잎 때문에 관상용으로도 인기가 높다. 코로나19 이후 화훼 분야 소비 트렌드는 '미세먼지 및 공기정화'에서 '반려식물 및 플랜테리어'로 의미가 확장됐다고 농림수산식품교육문화정보원은 밝혔다. 식물은 공기 정화율을 넘어 인테리어, 인생의 동반자로 진화하고 있다.



#초보자가 키우기 쉬운 반려식물

테이블야자
관리가 쉽고, 새 잎이 빨리 나와 키우는 재미가 있다.

스파티필름
그늘에 두어도 꽃을 피우며 꽃을 감싸는 포엽이 아름답다.

고무나무
어디서나 잘 자라고 단단한 줄기와 잎이 매력적이다.

출처: 소비자시대





공간에 어울리는 플랜테리어

국립원예특작과학원에 따르면 식물은 포름알데히드, 휘발성유기화합물, 일산화탄소를 흡수하고, 음이온, 피톤치드를 방출해 실내 공기정화에 탁월하다고 한다. 또 인테리어 효과까지 얻을 수 있어 플랜테리어(planterio)는 코로나 블루와 환경 문제에 직면한 사람들의 트렌드로 자리 잡았다. 식물마다 특성이 다르므로 잘 어울리는 공간에 두면 플랜테리어 효과를 최대한으로 살릴 수 있다.

거실은 온 가족이 주로 활동하는 곳으로 공기정화가 가장 중요한 공간이다. 최대한 키가 큰 식물을 배치하는 것이 좋으며 아래카야자, 인도고무나무, 드라세나, 디펜바키아를 추천한다. 베란다의 집 안에서 가장 햇빛이 많이 비치는 곳으로 햇빛에 강한 식물을 두어야 한다. 팔손이나무, 분화국화, 시클라멘, 꽃베고니아, 허브류 등이 이에 해당하며 휘발성 유해물질 제거에도 탁월하다고 하니 공기정화 효과까지 누릴 수 있다. 하루를 마감하며 수면하는 침실에는 밤에 산소를 많이 배출하는 다육식물, 호접란, 선인장을 두면 좋다. 주방은 조리하는 공간이기에 이산화탄소와 일산화탄소의 발생량이 가장 많다. 거실보다 어두워 음식에서도 잘 자라고 음식 냄새 제거에도 효과적인 식물을 두는 것이 알맞다. 이에 맞는 식물로는 스킨답서스, 안스리움, 아이비 등이 있다. 마지막으로 화장실에는 관음죽과 테이블야자를 두면 각종 냄새와 암모니아 가스를 제거하는 데 효과적이라고 한다.

식물을 위한 팁

플랜테리어 초보자가 흔히 하는 실수는 반려식물의 미적 기능을 먼저 생각하는 것이다. 관리가 소홀해지면 플랜테리어도 실패



한다. 빛, 환기, 온도, 물에 유념해야만 하는 이유다. 식물 플랫폰인 그리니파이에 따르면 일단 반려식물에 대해 제대로 아는 것이 중요하다고 한다. 식물의 이름, 잘 자라는 환경과 방법을 조사하는 것이 첫 스텝인 것이다. 이후 집 안의 빛과 온도 등의 환경을 체크해 그에 맞는 식물을 선택해야 한다. 물을 주는 주기도 유의 사항이 있다. 보통 날짜를 정해두고 물을 주는 사람이 많은데, 계절이나 날씨에 따라 물을 주는 시기를 달리해야 한다. 손가락 한두 마디 정도를 흙 속에 넣어보고 말라 있으면 물을 충분히 주면 된다. 흙이 축축할 때 계속 물을 주면 과습으로 뿌리가 썩을 가능성이 크니

조심하자. 식물이 상육하는 데 적절한 습도는 40~60%다. 보통 사람들이 생활하는 실내의 대체로 건조하기 때문에 잎이 마르고 시들며, 벌레가 생길 위험이 있다. 건조할 땐 잎에 분무하거나, 가습기를 틀어 습도를 조절해주면 된다. 또 바람이 잘 통해야 물이 잘 마르지 않기 때문에 통풍에도 각별히 신경 써야 한다. 자연적 환기가 어렵다면 선풍기나 서큘레이터를 이용해 공기를 순환시켜주는 것이 좋다. 이처럼 반려식물은 섬세한 관리를 필요로 하지만 식물에 좋은 환경은 인간에게도 좋은 환경이기에 식물 집사를 자처할 이유는 충분하다.

#반려동물에게 위험한 식물

백합, 튤립 등 구근 식물
반려동물이 알뿌리 식물의 알리신을 소량이라도 섭취하면 구토, 설사, 식욕부진, 복통 등 치명적인 손상을 입는다.

소철(사과야자)
실내 화분과 정원수로 인기가 많지만 반려동물이 잎이나 줄기를 삼키면 구토, 설사 및 간 기능이 손상된다.

고무나무, 알로에
잎과 줄기를 섭취할 경우 알레르기, 구토, 설사, 식욕 저하를 유발한다.

그 외 수국, 아이비, 포인세티아, 포토스, 튤립, 히아시스 등을 주의해야 한다.

출처: 미국동물학대방지협회(ASPCA)



잔잔한 봄의 여운을 찾아서

통영케이블카 & 서피랑·서피랑공원

동피랑의 매력이 화려한 볼거리에 있다면, 서피랑은 아기자기하면서 운치가 있다.
한적하면서 상큼한 봄기운을 느끼고 싶다면, 통영 서피랑을 기억하자.

글. 정자은 사진. 장은주




통영케이블카 이용정보를 알고 싶다면
QR코드를 찍어주세요!

항구도시 통영의 전경이 인상적이다.

봄 감성 물씬 풍기는 '서피랑'

통영의 대표적인 벽화 마을 동피랑과 마주 보고 있는 서피랑. 벽화로 꾸며진 동피랑은 입소문을 타면서 통영의 새로운 명소가 됐다. 동피랑은 '동쪽 벼랑', 서피랑은 '서쪽 벼랑'이라는 뜻이다. 여기서 벼랑은 벼랑의 사투리이다. '서피랑'은 조선 시대 통영에 있던 삼도수군통제영 건물인 세병관 서쪽에 있는 벼랑이라는 의미다. 동피랑처럼 서피랑에도 그림으로 가득한 벽과 테마 계단을 볼 수 있다. 이 마을에서는 '서피랑 99계단'과 '피아노계단'이 시선을 사로잡는다. 서피랑 역시 동피랑과 함께 달동네였다. 해방 이후 집창촌이 형성됐고 2000년대 정비됐지만 마을은 잠시 활력을 잃었다. 한때 이곳도 철거 위기에 놓였지만, 2013년 마을 중앙을 관통하는 200m

여행지와 어울리는 음악은



Pacific
<Silent Running>

걸을 때 잔잔하게 들을 수 있어 굿!


⏮ ————— ⏭



1. '서피랑 99계단'에서 보이는 마을 모습
2. 소설가 박경리 문학을 표현한 벽화
- 3, 4. 서피랑 언덕에 실제 연주가 가능한 5옥타브 '피아노 계단'

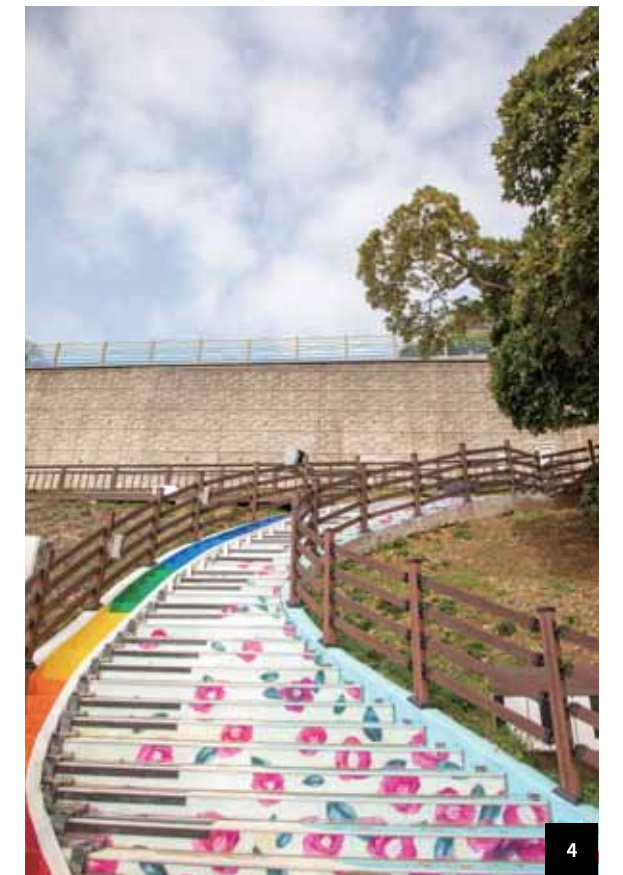


셀프샷 추천 스팟



- 서피랑 시작부터 끝까지
- 서피랑 공원 서포루와 99계단은 필수

길을 '인사하는 거리'로 지정하면서 변화가 일어났다. 곳곳에 예술 작품을 설치하는 일에 주민들이 동참하기 시작한 것이다. 서피랑의 인기 스팟인 서피랑 99계단도 벽화와 조형물로 꾸며지면서 예술 작품이라는 가치를 얻었다. 서피랑 입구에 '인사하는 거리'라는 안내판이 있다. 이 거리에서는 누구를 만나든 반갑게 인사를 한다는 점이 재미있다. 소설가 박경리 문학을 표현한 벽화와 계단길도 인상적이다. 책의 내용과 어록을 표현했다. 아기자기한 요소가 돋보이며 특히 봄과 어울린다. 이곳은 동피랑처럼 화려하지는 않지만 아기자기한 벽화, 잔잔하게 기록된 문학 글귀와 함께 조용한 산책을 하기에 제격이다. 근처에 박경리 생가가 있고, 소설 <김약국의 딸들>의 실제 배경지이기도 하다.



통영의 낮과 밤을 감상할 수 있는 '서피랑 공원'

서피랑에서 조금만 더 올라가면 '서피랑 공원'을 마주한다. 최근에는 야간 경관 조명 사업을 마무리해 통영의 야경을 감상할 수 있다. 공원 정상에 위치한 서포루에는 신발을 벗고 들어가 쉴 수 있다. 무엇보다 서면 강구안 앞바다와 서호동 시내, 삼도수군통제영과 총렬사까지 한눈에 볼 수 있는 것이 매력 포인트다. 서포루 앞에 1972년에 제작된 '통영 고지도'가 그려져 있는데, 설명을 보면서 과거와 현재의 모습을 비교해보는 것도 재미있다. 운 좋게 미세먼지가 없는 맑은 날이면, 어촌 항구의 진면목을 제대로 만끽할 수 있다. 공원 곳곳에 포토존이 있어, 다양한 배경에 원하는 콘셉트로 사진 찍는 재미도 남다르다.



1



2

미륵산으로 가는 마법의 통영케이블카

우리나라 100대 명산 중 한곳인 통영 미륵산으로 올라가는 통영케이블카. 통영케이블카의 길이는 1975m로 국내 일반 관광객용 케이블카 중에서는 가장 길다. 친환경 설계로 중간 지주는 1개만 설치했다.

케이블카로 이동하는 내내 '한국의 나폴리'라 부르는 통영의 아름다운 경치가 한눈에 들어온다. 통영 미륵산에서는 한려수도의 풍광을 볼 수 있다. 또 케이블카는 해발 461m 미륵산의 8부 능선까지만 운행한다. 케이블카를 타고 내리는 곳이 바로 8부 능선 지점이다. 이곳에서 15분 정도 올라가면 미륵산 정상에 도달한다. 시간은 짧지만 연이어 계단을 올라가야 한다. 평소 운동을 하지 않았다면 기분 좋게 숨이 차오르는 정도의 난이도다. 미륵산 정상에서는 과거 한산대첩이 일어난 곳을 확인할 수 있다.

#셀프샷 추천 스폿

- 당연히 미륵산 정상
- 케이블카 안

#여행지와 어울리는 음악은

유선호 **아이유** ☰
 <봄이 오면> <팔레트>
 가사가 봄의 여운과 어울림

⏪ ————— ⏩

1. 서피랑 공원에서는 통영 시내가 한 눈에 보인다.
2. 케이블카에서 내려다 보이는 통영 풍경이 인상적이다.

이현종 사장님 맛집 추천

'만성복집'

입맛 까다롭기로 유명한 프로그램 <수요미식회>에 방영된 북어 요리전문점. 서호시장 쪽에 위치한다. 졸복국(지리)가 대표메뉴이고, 참복국과 매운탕도 판매한다. 특히 멸치회가 반찬으로 제공되는 것이 인상적. 시원하고 개운한 국물 맛이 이 집을 찾게 하는 마성의 매력이다.



- 📍 경남 통영시 새터길 12-13
- 🕒 매일 05:30 - 17:00

'한일김밥'

통영을 대표하는 정통 음식인 충무김밥. 1인분에 8개가 나오며 5,500원이다. 김밥과 오징어무침, 석박지, 시락국까지의 조화가 좋다. 특히 김밥과 같이 먹는 석박지의 식감이 아삭하다.

- 📍 경남 통영시 통영해안로 319
- 🕒 매일 06:00 - 24:00

뉴노멀족을 위한 언택트 문화생활

외출에 대한 갈증이 늘어나는 봄. 각종 공연과 전시가 온라인에서 관객을 기다리고 있다. 코로나 블루로 지친 마음을 달래는 방법. 따뜻한 위로가 되어줄 문화생활을 즐기러 가보자.

글. 황예슬 사진. 각 출판사, 예술의전당, 국립현대미술관



뉴노멀 시대의 클래식 공연 관람 〈2021 교향악축제〉



예술의전당은 3월 30일부터 4월 22일까지 세계 최대 관현악 대제전 <2021 교향악 축제>를 개최한다. 특히 콘서트홀에서 진행되는 공연을 야외 광장의 모니터, 네이버 라이브, KBS 클래식을 통해 3원 생중계할 예정이다. 1989년 음악당 개관 1주년을 기념해 시작한 <교향악축제>는 2021년 21개 교향악단이 참여한다. 코로나19로 침체된 음악계의 정상화를 염원하며, 큰 편성의 대곡과 20세기 이후 현대 작곡가의 작품까지 다양한 레퍼토리를 준비했다. 소규모 편성 위주이던 지난해 축제와 달리 러시아 낭만주의 대편성 오케스트라는 풍부한 울림에 갈증을 느낀 관객의 욕구를 해소한다. '세상에서 가장 어려운 피아노협주곡'으로 꼽히는 라흐마니노프의 피아노협

주곡 3번, 낭만적 선율과 화성이 가득한 라흐마니노프 교향곡 2번, 희망찬 미래에 대한 의지를 노래한 닐센 교향곡 4번 '불멸', 말러 교향곡 1번 '거인' 등은 코로나19로 지친 마음을 위로해줄 것이다.



미술관이 내 손안에 들어왔다. 주 1회, 국립현대미술관이 운영하는 온라인 미술관 <오늘, 이 작품>은 코로나19로 답답하고 황폐해진 마음에 미술 작품 하나를 선사한다. 관람 일정에 제한 없이 국립현대미술관 사이트에 접속하면 누구나 쉽게 작품을 감상할 수 있다. 이 작품은 전시실을 따라가는 콘텐츠가 아닌 관람객이 작품을 직접 선택할 수 있다. 한 작품을 오래 감상할 수 있는 실감형 콘텐츠다.

근대기 대표 화가 이중섭의 천진난만한 동심의 세계를 그린 '애들과 물고기와 개', 일제강점기 한국 추상미술 1세대 화가 유영국의 산의 본질적 속성을 그린 '산', 한국 현대미술의 흐름을 주도하고 있는 박서보의 무의식에 가까운 상태를 드러낸 '묘법', 사진을 통해 한국 사회의 흐름을 기록하는 작

가 노순택의 대추리를 관찰하며 기록한 '알웃한 공' 등을 온라인 미술관에서 관람해보자. 전시실을 거닐다 마음을 흔드는 작품 한 점을 만나 오래도록 그림을 바라보는 것처럼 영상 속 작품과 어울리는 음악은 미술관 한가운데 서 있는 감각을 생생하게 전달한다. 장기화되는 코로나19로 심신이 지쳐가는 요즘, 예술 작품과 함께하는 3분을 통해 일상 속 휴식을 누려보는 것은 어떨까.



©국립현대미술관

곁에 두고 꺼내 보는 미술 작품 〈오늘, 이 작품〉



©국립현대미술관

VR로 관람하는 〈서울역사박물관 온라인 전시관〉



서울역사박물관은 홈페이지 '온라인 전시관(VR)' 서비스를 통해 개관 이래 지금까지 선보였던 총 90개 전시를 무료로 제공하고 있다. 서울역사박물관 홈페이지(http://www.museum.seoul.go.kr/) 초기 화면 메인 배너나 상단의 온라인 전시관 코너에 접속하면 누구나 이용가능하다. '온라인 전시관(VR)'은 서울역사박물관 오프라인 전시실에 있는 유물과 설명 패널, 영상 같은 콘텐츠를 온라인에 완벽하게 재현한 가상현실 전시관이다. 사용방법은 간단하다. 클릭과 터치로 가상공간을 자유롭게 이동하면 된다. 온라인전시관에서는 마치 오프라인 현장을 실제 걸어 다니는 것처럼 전시를 감상할 수 있다.

이곳에서는 지난해 휴관으로 관람하기 힘

들었던 전시도 만날 수 있다. <서울의 전차>, <의금부 금오계첩>을 비롯해 <한양을 지켜라.삼군영 소속 한 군인 집안의 고군분투기>, <돈의문전시관 상설전시 온라인 관람> 등 역대 모든 기획전시를 손쉽게 만날 수 있다.

<미디어아트 x 세운상가>는 세운·청계천변 상가의 장인들이 예술을 만나 이룩한 뜻밖의 성취에 대한 전시이며, <서울학교 100년>는 기증유물을 시민들에게 공개하고자 매년 기증유물특별전이다. <한양의家, 건평방 가족>에서는 약 100년간 건평방에 있었던 가족의 거래 과정 중에 생산됐던 고문서를 전시한다.

인기 K팝 스타들이 총출동하는 극장형 라이브 시트콤 '온에어-비밀계약'이 3월 20일 첫 공연을 시작으로 오는 4월까지 서울 광림아트센터에서 진행된다.

<온에어-비밀계약>은 매회 다른 에피소드를 통해 새로운 스토리를 전개하는 것이 특징이다. 또 현장에서 관객들과 직접적으로 소통하는 인터랙티브 공연이다. 온, 오프라인을 통해 관객들을 대상으로 사연을 받고 이를 통해 무대 위 배우들과 호흡할 수 있다는 점도 재미있다. 코로나19로 공연과 소통에 대한 갈증을 느꼈던 아이돌 스타들과 글로벌 팬들의 갈증을 해소시켜주는 소중한 시간이 될 것으로 전망된다. 또 앞서 <SNL 코리아>를 연출했던 유성모 PD가 연출에 참여했다는 소식이 전해지며 화제를 모았다. 기존 뮤지컬의 틀을 깨는 새로

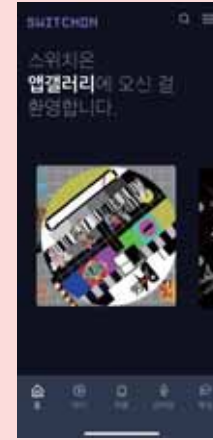
운 개념의 공연이 탄생할 것으로 기대된다. <온에어-비밀계약>은 까칠하고 거만한 톱 아이돌 DJ 애런(안두리)과 그의 비밀을 알고 있는 신우리 작가의 코믹 로맨스다. 국내에서는 LG유플러스 '아이돌Live'를 통해 독점 송출된다. 이용 중인 통신사 관계없이 무료 시청이 가능하다. 글로벌 팬들을 위해 V라이브, 라인 라이브 등을 통한 라이브 스트리밍 서비스도 제공된다.

인터랙티브 뮤지컬 〈온에어 - 비밀계약〉



©인스케이프

한국 현대미술 작가가 모인 자리 〈스위치 온(展)〉



사회적 거리 두기로 잠시 멈춰버린 문화행사에 생기를 불어넣고자 탄생한 비대면 온라인 전시. <스위치 온(展)>에서는 한국 현대미술에서 활약하고 있는 다양한 작가들의 작품을 접할 수 있다.

전시에는 베니스 비엔날레 한국관 작가인 '이용백', 우리나라 미디어 아티스트 1세대 '이이남'과 00년생 신진인 '주예린'까지 총 17명의 다양한 연령층 작가가 참여했다. 국내 미디어아트의 현재와 SNS 작가의 시작을 한자리에서 볼 수 있다는 것만으로도 의미가 남다르다.

보통의 전시가 작가들의 작품을 감상하는 것에서 그쳤다면, 이 전시는 작품의 제작부터 설치 과정, 작가의 인터뷰, 다른 장르와의 콜라보 공연, 다큐멘터리와 특강 등

의 심도 있는 콘텐츠를 만날 수 있는 점이 특징이다.

또 기계음과 빛, 식물 등이 각종 기술(AI, ICT, AR, VR)과 접목해 완성된 60여 개의 융복합 미술작품을 영상으로 선보이고 있다. 기존의 오프라인 전시 대안용이 아닌, 휴대폰 애플리케이션 속의 세계를 전시장으로 만들어 미디어아트를 감상하는 최적화된 환경을 구축했다. 전시기간은 오는 6월 11일까지다.

CJ ENM이 5월 비대면 형식의 'HIKE on PARK MUSIC FESTIVAL'(하이크 온 파크 뮤직 페스티벌, 이하 '하이크 페스티벌')로 관객들을 찾는다. 페스티벌은 5월 14일(금)부터 15일(토)까지 이틀간 열리며 1차 라인업으로 가수 권진아, 규현, 장범준, 정승환을 발표했다. '하이크 페스티벌'은 CJ ENM에서 선보이는 비대면 페스티벌 브랜드인 'HIKE FESTIVAL'과 도심 속 피크닉을 콘셉트로 남녀노소 모두에게 사랑받았던 음악 축제 '파크뮤직페스티벌'이 콜라보한 프로젝트이다. 온라인 페스티벌 브랜드 '하이크 페스티벌'은 페스티벌로 떠나는 것 같은 여행의 설렘을 관객들이 온라인을 통해서도 그대로 느낄 수 있도록 특별하고 새로운 음악 경험을 제공하겠다는 의미다.

이번 '하이크 페스티벌'은 오프라인에서의

페스티벌 경험을 온라인으로도 즐길 수 있도록 기획했다. 관객들은 '하이크 페스티벌' 홈페이지에 접속해 국내 유명 일러스트 작가들이 그려 낸 3개의 공간에서 각 공간의 콘셉트에 맞는 아티스트들의 음악과 국내 유명 브랜드에서 큐레이션한 커머스 상품을 한 공간에서 경험할 수 있다. 단순히 가수들의 콘서트를 온라인으로 즐길 수 있는 데만 그치지 않았다. 공연, 아트, 커머스, F&B 등 페스티벌의 복합적인 음악 경험을 온라인에 맞게 재구성하고 관객들이 소통하고 공감할 수 있는 장을 마련해 가수들의 공연 이외의 차별화된 경험과 즐거움을 선사할 계획이다. '하이크 페스티벌'의 라인업과 커머스 상품은 공식 SNS 및 예매페이지를 통해 순차적으로 공개될 예정이며 공식 홈페이지는 4월 중 오픈 예정이다.

비대면 공연 〈HIKE on PARK MUSIC FESTIVAL〉



새로운 부와 흐름을 위한 길라잡이 책

<디지털 화폐가 이끄는 돈의 미래>

지폐와 카드만으로 비용을 지불하던 시대는 이미 지났다. 비트코인, 모바일 결제 앱, 리워드 포인트 등은 갈수록 많은 사람의 결제 수단으로 자리 잡고 있다. 거래 산업은 그 자체로 거대 산업이다. 그 때문에 각 기업은 디지털 화폐에 주목한다. 이미 많은 결제 시스템이 쏟아져 나왔고, 치열한 경쟁이 한창이다. 실리콘밸리는 단순히 비용을 지불하는 것이 아닌 소셜미디어가 적용된 돈 테크놀로지 개발에 열을 올리고 있다. 소셜화된 결제 시스템은 개인의 삶에 보다 깊고 은밀하게 파고들 것이다. 저자는 이제 돈은 하나의 커뮤니케이션 유형이자 수단이라고 말한다.



라나 스위츨 | 북카라반

<돈의 심리학: 당신은 왜 부자가 되지 못했는가>

부자가 되고 싶은 욕망은 누구에게나 있다. 어떤 사람이 많은 부를 축적할까? 월스트리트저널의 칼럼니스트이자 컬래버레이티브 펀드 파트너인 모건 하우절은 학력이나 지능, 노력은 부와 관련이 없다고 말한다. 인간의 편향, 심리, 즉 '돈의 심리학'이 부자를 만든다는 사실을 20개의 투자 이야기로 풀어낸다. 파산하지 않는 길을 위해 진정한 부의 의미와 가치에 대해 고민해야 하는 때, 모건 하우절의 스토리는 친근한 안내자 역할을 해줄 것이다.



모건 하우절 | 인플루엔셜

<2030 축의 전환>

"2030년은 완전히 다른 세상이 펼쳐질 것이다." 세계적인 경영 석학 마우로 기엔은 지금과는 전혀 다른 10년 후를 전망한다. 세계경제의 중심이 대서양에서 아시아와 인도로 이동한다. 가장 활기찬 삶을 영위하는 연령은 60대 이상, 여성이 세상을 좌우한다. 인간보다 많은 로봇이 존재하는 세상이 머지않아 펼쳐진다고 말한다. 세상의 중심축이 완전히 뒤바뀐다는 것이다. 날카로운 통찰력으로 경제학과 지정학, 사회학을 넘나드는 이 책은 'CEO 필독서'로 꼽힐 할 만큼 미래를 대비할 전략을 제시하고 있다. 코로나19 팬데믹이 세상의 변화를 더욱 가속화하고 있는 지금, 이 책을 통해 다가올 부와 권력을 위해 판단력과 행동력을 재점검해보자.



마우로 F. 기엔 | 리더스북

<강방천의 관점>

최근 가장 빈번하게 사용하는 신조어는 '주린이', '동학개미', '서학개미'다. 코로나19 팬데믹 상황 속 주식 투자시장에 개인 투자자들이 기하급수적으로 늘어난 것이 반영된 결과다. 한껏 과열된 시장에서 주식 입문자들은 길을 잃기에 딱 좋다. 과거 주식이 비쌀 때 거래되던 것과는 다르게 지금은 주식이 저렴할 때 거래되는 경우가 많고, 그 결과 좋은 성과를 얻은 투자자도 많았기 때문이다. 이전과는 다른 양상에 주식 입문자들은 정신을 바짝 차려야만 한다. 세계 위대한 투자가 99인에 선정된 펀드 매니저 강방천 작가는 명료한 관점을 강조한다.



강방천 | 한국경제신문

<버블: 부의 대전환>

지금 이 버블인가, 아닌가. 확실한 것은 코로나19로 많은 돈이 시장에 풀렸으며, 부채는 증가해 경제 시장이 부풀어 오르고 있다는 점이다. 주식과 부동산, 투자라는 버블을 타고 사람들은 붕괴의 순간을 걱정한다. 이미 과거를 통해 버블은 반드시 터진다는 것이 증명되었기 때문이다. 저자는 버블의 300년을 다뤄 전 세계에서 일어난 호황과 폭락의 시대를 보여준다. 미래를 예측하고 대비하는 것은 쉬운 일이 아니다. 하지만 인류의 역사를 관통한 버블의 300년 인류 역사를 통해 우리는 배울 수 있다. 버블이 단순히 경제와 관련된 문제는 아니라는 것을 말이다.



존 D. 터너 | 윌리엄 퀸 | 브라이트

<행동경제학>

우리는 필요하지도 않은 물건을 살 때가 있다. 합리적인 의사 결정을 하고 싶지만 비이성적 선택을 하는 순간을 자주 마주한다. 경제학은 '모든 인간은 합리적으로 행동한다'는 명제 위에 발전해왔지만 현실에서 사람들은 무수한 비합리적 행동을 하며 살아간다. 노벨 경제학상 수상자 리처드 탈러는 지난 40년 동안 사람들의 이런 아이러니한 행동을 연구했다. 주류를 이루던 기존 경제학 원리를 뒤엎는 행동경제학을 통해 인간의 존재와 행동 방식에 대한 새로운 관점을 제시한다. 인간의 예측 불가능한 심리와 본성으로 인간의 변덕스러운 행동을 분석해 우리가 보다 나은 선택을 할 수 있도록 인도한다.



리처드 H. 탈러 | 웅진지식하우스

키워드로 보는 2021 패션 트렌드

코로나19로 패션 업계에도 큰 변화의 바람이 불고 있다. 2021년 봄을 맞아 어떤 트렌드가 패션을 주도하는지 키워드를 통해 알아본다.

글. 황예슬 참고 <트렌드코리아 2021> 외 다수

원마일웨어

원마일웨어는 집에서 1마일(1.6km) 반경 안에서 입고 외출하기 좋은 옷차림을 말한다. 사회적 거리 두기로 인해 집이나 집 근방에서 시간을 보내는 사람들이 늘면서 주목받고 있다. 지난 가을, 겨울 시즌에 라운지웨어를 출시한 닥스는 초반부터 다른 제품군보다 10% 높은 판매율을 기록해 원마일웨어의 인기를 증명했다. 맨투맨, 셋업트레이닝, 조거 팬츠 등을 활용한다. 최근에는 캐시미어, 실크 등의 소재를 통한 고급화 바람이 불고 있다.

웨이스트 업

웨이스트 업(waist-up)은 하의보다 상의에 포인트를 준 패션이다. 재택근무와 화상회의의 일상화로 출현한 트렌드다. 파워 숄더, 퍼프 슬리브 등으로 어깨라인을 강조하거나, 화려한 그래픽을 허리 위에 배치해 상의에 이목을 집중시킨다. 이탈리아 브랜드 '프라다'는 로고를 쇠골 중앙에 배치하고 크기도 2배 이상 키워 웨이스트 업 패션을 적극적으로 활용했다. 또 BBC에 따르면 액세서리나 보석의 판매량이 늘어났다고 밝히며 비대면 회의에서 사람들이 자신을 드러내려는 결과라고 분석했다.

업사이클링

기후 위기와 재난에 대한 경각심이 제고되고 있는 가운데 패션 업계에서도 '환경'이 화두다. 코치는 2021 S/S 컬렉션에서 재활용 데님에 자수를 입혀 새로운 가치를 더한 팬츠를 선보였다. 루이비통 2021 S/S 남성 컬렉션에서는 총 80벌의 룩 중에서 25가지의 룩을 재활용 소재로 만들어 지속 가능한 패션에 대한 의지를 보여주었다. 또한 마르니 컬렉션에서는 플라스틱 폐기물과 의류 조각을 조합해 예술적인 룩을 선보여 의류 소재의 무한 가능성을 보여주었다.

오버핏

패션엔에 따르면 '의류 선택 시 편안함과 활용도를 고려하는 실리적 태도가 이어지고 있다'고 한다. 특히 통이 넓은 와이드팬츠는 편안함과 격식을 갖춘 아이템으로 직장인들의 필수템으로 꼽힌다. 2021 S/S 컬렉션에서 스텔라 매카트니는 와이드 배기팬츠에 재킷을 매치해 포말한 느낌을 강조했고, 휴고 보스는 아노락을 매치해 캐주얼하면서도 클래식한 분위기를 연출했다. 신시아로리는 풍성한 솔더의 오버핏 자켓을 크롭탑, 블라우스와 매치해 여성적 매력을 선보였다. 캐주얼, 오피스룩을 넘나들며 남성성과 여성성 모두를 연출할 수 있는 오버핏 룩의 인기는 지속할 것으로 보인다.

젠더리스

여성의 전유물로 여겨졌던 레깅스를 입는 남성이 늘고 있으며, 인식 또한 긍정적으로 변화하고 있다. 남성 헬스 전문지 맨즈헬스 영문판에서는 '반바지나 긴 셔츠 없이 레깅스만 입을 수 있나요?'라는 질문에 '그렇다'는 답변이 49%, '그렇지 않다'는 답변이 51%로 막상막하의 결과를 보여 주었다. 보테가베네타, 버버리 등 명품 브랜드들은 남성복과 여성복의 구분을 없앤 하나의 컬렉션을 선보여 의류의 성별을 허물었다. 오버핏과 테일러드 슈트를 기본으로 한 여성복 브랜드인 렉토는 남성복 라인을 론칭해 남녀에게 선택의 폭을 늘려주어 젠더리스를 실현하고 있다.

한국인의 소울 푸드 '라면'

한국 사람들은 누구나 라면 전문가다. 전 세계에서 라면을 가장 많이 먹는 민족.
라면은 한국인과 희노애락을 함께한다.



글. 황예슬



한국 라면의 탄생

순한 맛에서 매운맛으로

우리는 '라면' 하면 튀긴 면과 분말 스프를 물에 넣어 끓인 인스턴트 라면을 떠올린다. 하지만 시초는 튀긴 면이 아니었다. 수타 면을 가늘게 뽑아내는 랍면(拉麵). 중국인이 즐겨 먹던 음식으로 중일전쟁 당시 일본에 전해졌다는 이야기가 있다.

제2차 세계대전 직후 일본이 식량난에 허덕일 때 대만계 일본인 안도 모모후쿠는 미군 구호품이었던 밀가루로 새로운 라면을 고안했다. 기존 라면은 수타 면으로 많은 양의 라면을 만들기에 무리가 있었기 때문이다. 어묵에 밀가루를 묻혀 튀기는 것을 보고 면을 튀기는 시도를 했다. 결과는 성공적이었고, 많은 사람의 배를 채워주었다. 1963년, 드디어 한국에 라면이 상륙했다. 당시 라면은 닭 육수가 베이스로, 맵고 짭짤한 맛을 좋아하는 한국인의 입맛을 사로잡지 못했다. 제조사는 고춧가루를 넣은 라면을 만들어 무료 시식회를 진행하며 연구 개발에 착수했다. 쌀 소비를 줄이고, 미국에서 수입한 밀가루를 소비하기 위한 혼분식장려운동으로 라면 판매량이 증가하기 시작했다. 1970년 소고기 라면이 출시됐다. 그 후 많은 라면이 소고기 육수를 베이스로 했는데, 닭 육수보다 국물 맛이 깊고 진해 한국인의 입맛을 사로잡았기 때문이다. 이후 한식의 경향과 문화에 맞는

컵라면, 짜장라면, 비빔라면 등이 출시되어 라면은 한국 사람들이 가장 즐겨 먹는 음식이 되었다.

레시피의 진화

격상하는 라면

한국은 전 세계에서 1인당 라면 소비량이 가장 높은 나라다. 1년에 한 사람당 약 74개의 라면을 먹는다고 하니 많이, 자주 먹는 만큼 조리법도 가지각색이다.

2013년 예능 <아빠! 어디가?>에 짜파구리가 처음 등장했다. '짜파게티'와 '너구리'를 조합한 것으로 한동안 '짜파구리' 열풍이 한국을 뒤흔들었다. 2020년 아카데미 4관왕에 오른 영화 <기생충>에 '채끝살 짜파구리'가 등장한 후 짜파구리가 세계적으로 유명해졌다. 이를 계기로 모디슈머(Modisumer)가 활약하기 시작했다. 모디슈머란 modify(수정하다)와 consumer(소비자)의 합성어로, 제조법을 재창조하는 사람을 말한다. '틈새칼국수', '너구리곰탕', '공화빵' 등은 모디슈머의 결과물이다.

코로나19 장기화와 집콕 트렌드를 따라 라면을 자기만의 방식으로 조리하는 새로운 시도가 늘었다. 특히 트위터에서 확산한 '순두부 열라면'은 SNS를 달궜다. '열라면' 반 개에 순두부 반 모, 물 조금, 달걀, 마늘, 후추를 추가하면 전문점에서 파는 순두부찌개 맛이 난다고 한다. 실제로 조리해 먹은 사람들이 후기를 남겼고, 마트나 편의점에서는 순두부와 열라면을 동봉해 판매하는 이벤트를 벌이기도 했다. 더 나아가 제조사에서는 모디슈머의 레시피를 활용한 상품을 개발해 출시했다. '크림진짬뽕', '참깨누룽지탕면', '짜게치', '까르보볼닭볶음면' 등이 이에 해당한다. 라면 제조사와 소비자가 레시피를 공유하며 개발하는 순환적 구조는 매우 흥미롭다. 새로운 라면 레시피는 지금도 등장하고 있으며, 라면은 여전히 진화 중이다.



만인의 간식 '치킨'

관찰예능프로그램이나 드라마 등에 가장 많이 나오는 메뉴를 꼽으라면 단연 치킨일 것이다.

치킨은 시간이 지나도 모든 연령층의 지지를 받는 단골메뉴이자 국민메뉴이다.



글. 정자은



흔히 치킨 하면 '프라이드 치킨(Fried Chicken)'을 말한다. 토막 낸 닭 고기에 반죽을 입혀 기름에 튀겨낸 음식이다. 닭튀김은 중세시대 지중해 유역에서 시작됐고, 여러 국가를 거쳐 미국으로 전해졌다. 스코틀랜드 이민자들이 전한 닭튀김 요리에, 아프리카에서 온 흑인들이 먹던 향신료가 더해져 지금의 프라이드 치킨이 탄생했다.

한때는 뼈째 먹던 치킨

프라이드 치킨에는 미국 흑인 노예의 애환이 담겨 있다. 과거 노예 제도가 합법이던 미국 남부 농장, 이곳에서 일하던 노예가 유일하게 먹을 수 있었던 음식이 '닭'이었다. 백인 농장주는 닭을 먹을 때 뼈가 많은 부위를 제외한 살이 많은 몸통을 오븐에 구워 '로스트 치킨'을 먹었다. 흑인 노예들은 이들이 버린 닭 날개와 발, 목을 먹어야 했다. 뼈가 많은 부위를 모아 기름에 튀겨내 뼈째 씹어 먹었다.

이것이 바로 '딥 프라이드 치킨(Deep Fried Chicken)'으로 프라이드 치킨의 유래로 본다. 현시점에서 즐겨 먹는 치킨을 기준으로 볼 때, 먹을 것 없는 음식일 수 있으나 당시 흑인 노예에게는 좋은 영양 공급원이었다. 이후 가정부로 들어간 아프리카계 가정부에 의해 전파되면서 오늘날의 치킨으로 발전했다. 조리법이 보급되면서 닭튀김은 백인 농장주의 식탁에도 오르기 시작했다. 냉장 시설이 발달하기 전, 프라이드 치킨은 미국 남부의 더운 환경에서는 장기간 보관할 수 있는 음식이었다. 자연스럽게 프라이드 치킨은 미국 남부 지역에서 선호하는 음식으로 자리 잡았다.



옛날통닭부터 마라치킨까지

치킨의 대중화는 치킨전문점 'KFC'가 계기가 됐다. 미국 남부 켄터키주에서 프라이드 치킨을 팔던 커널 샌더스가 1952년 유타주 솔트레이크시티로 건너간다. 이곳에서 'KFC'라는 치킨점을 냈고 치킨은 전 세계로 퍼져나갔다.

국내에서는 1960년대부터 '통닭'이라는 명칭으로 판매가 시작됐다. 이른바 '시장통닭', '옛날통닭'이 우리나라 치킨의 원조라 할 수 있다. 가마솥에 기름을 채운 후 튀기거나 전기식 구이 기계에 구워 판매했다. 통닭은 서양의 치킨 조리법과 비슷하나, 닭을 토막 내지 않고 통째로 조리한다는 점이 다르다. 책 <오주연문장전산고>을 보면 참기름에 통닭을 튀기는 방법이 설명되어 있다. 이를 통해 한국인들이 이전부터 닭요리를 즐겨 먹었음을 알 수 있다.

국내 양념치킨의 시작은 아직도 논란이 많다. 많은 이가 최초 개발자라 주장하기 때문이다. 양념치킨은 프라이드 치킨의 느끼한 기름 맛에 익숙지 않은 이들을 중심으로 인기를 끌고 있다. 양념과 후라이드를 반반씩 구성해주는 곳도 많다. 국내에서는 치킨에 대한 식을 줄 모르는 인기 덕분에 양념소스부터 마라소스, 매운 소스, 달콤한 소스 등 다양한 소스의 양념치킨이 개발되고 있다.

함께 성장하는 상생을 실천하다

경남 창원시 타이어테크 상남점

코로나19로 모두가 지친 지금, 창원시에서 일하는 모든 이와의 상생을 실천하려는 지점이 있다.
바로 경남 창원시에 위치한 타이어테크 상남점의 이야기다. 수익의 1%를
취약계층에 기부해 가치 창출까지 실천하고 있는 상남점 김선태 대표를 만났다.

글: 정자은 사진: 장은주



상남점
김선태 대표



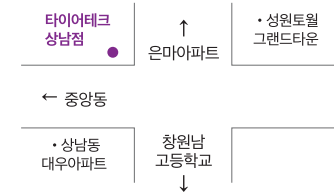
타이어테크 상남점은 타이어 매장으로 봤을 때 창원 지역에서 가장 큰 매장이라 할 수 있습니다. 지난해 12월 1일에 오픈해 운영하고 있습니다. 창원의 상남은 원래 '제2의 명동'이라 불리는 지역입니다. 지금은 코로나19로 살짝 주춤하지만, 본래 활기차고 사람 많은 도시로 유명합니다. 창원은 공단 지구로 둘러싸여 있습니다. 타이어테크 상남점은 고객 타기를 각 개인보



다는 '공단 기업체'로 정했습니다. 두산중공업, 한화, LG전자, 효성중공업의 노동조합과 MOU를 체결해, 노조원을 상대로 특별 서비스를 제공하고 있습니다. 타이어 교환부터 관리까지 타이어의 전반적인 부분을 케어해주고 있지요. 타이어 교체 시점이 됐을 때, 편안한 마음으로 편리하게 서비스를 받을 수 있도록 신경 쓰고 있습니다.

Map

타이어테크 상남점
 주소: 경상남도 창원시 성산구 마디미로70번길 1
 영업시간: 평일 08:30~19:30
 문의: 055-286-8677



코로나19로 전반적인 경기가 침체된 요즘입니다. 때문에 상남점은 가져가는 수익을 조금 줄여 고객의 부담을 덜고 있습니다. 창원시 일대 기업들과 상생할 수 있는 구조를 만드는 것이 주요 포인트입니다. 특히 상생 목적으로 여러 기업과 제휴하면서 수익금의 1%를 취약계층에 기부하는 형태로 협약을 맺었습니다. 작든 크든 상관없이, 상남점을 이용하는 협업 기업의 고객이라면 모두 기부 활동을 하고 있는 것이죠. 추후 1년이 지나면 얼마의 수익금에서 1%

를 기부했다는 내용도 공유할 계획입니다. 이런 부분에 신뢰를 얻고 상남점과 흔쾌히 협약을 맺은 곳도 있습니다. 창원을 넘어 민주노총 경남지역본부와 MOU 체결을 앞두고 있습니다. 아무래도 주변에 기업과 공장이 많은데요. 이런 환경적 특성을 살려 모두에게 긍정적인 영향을 줄 수 있는 협약을 체결하려고 합니다. 좋은 서비스를 제공하는 것은 물론, 믿음과 신뢰를 꾸준히 지킨다면 넥센타이어에도 시너지 효과를 줄 것이라 생각합니다.

NEXEN TIRE

뉴스클립

국내 타이어 업계 최초 미국 현지 벤처 캐피탈 법인 출범 - 미국 실리콘밸리를 중심으로 유망 신기술 스타트업에 투자

넥센타이어가 신성장 동력 발굴을 목적으로 혁신의 요람인 미국 실리콘밸리에 기업 주도형 벤처 캐피탈(CVC) 자회사를 출범한다고 3월 19일 밝혔다. 미국 실리콘밸리와 이스라엘, 독일 등에서 자동차 센서 및 AI, 전기차, 자율주행 등 모빌리티 사업 분야의 혁신적 신기술을 개발하는 스타트업들에 투자 할 계획이다. 이는 기존 타이어 사업에 한정하지 않고 모빌리티 전 분야를 탐색, 미래를 선도할 핵심적인 신기술 및 신사업을 발굴해 범 모빌리티 사업으로의 확장에 속도를 내겠다는 의지가 담겨 있다. 신규 CVC 법인 'Next Century Ventures'는 넥센 사명의 뜻인 'Next Century'에서 이름을 따와 회사의 정체성과 미래 지향에 대한 의지를 담았다. 전략기획실장인 이진만 센터(Business Sector)장이 Next Century Ventures의 대표를 겸

직하게 된다. 그는 전략컨설팅 및 실리콘밸리 벤처 캐피탈 출신으로 넥센타이어 기존 사업의 혁신과 신사업 발굴을 이끌고 있다. 넥센타이어 강호찬 부회장은 "앞으로의 백년(Next Century)을 위해 넥센만의 혁신 DNA와 새로운 모빌리티의 혁신 기술을 더해 글로벌 선두 기업으로 거듭나기 위해 노력할 것"이라며, "스타트업에 대한 단순 투자가 아닌 동반 파트너로 육성하며 함께 성장해 나갈 것" 이라고 밝혔다. 한편, 넥센타이어는 지난 2019년 세계적인 스타트업 액셀러레이터(투자·육성 기업)인 '플러그 앤 플레이'와 전략적 파트너십을 체결해 미래형 타이어 개발을 진행 중에 있다.



CP재료파트 유경열 국가품질명장의 새로운 도전, NCS 집필진이 되다

넥센타이어 창녕공장 생산1팀 재료파트 준비공정의 유경열 직장이 NCS 학습 모듈의 집필진으로 이름을 올리게 되었다. 2019년 대한민국 국가품질명장으로 선정된바 있는 유경열 직장에게 지난 해 국가품질명장협회에서 고무제품 제조와 관련된 국가 직무능력 표준(이하 NCS로 통일) 학습모듈 집필 의뢰를 해왔다. 교육부와 고용노동부 두 부처 간의 협력사업으로 NCS 교육과정개발 사업에 산업현장의 뛰어난 기술과 현장 노하우(Know-how) 등의 지식을 갖춘 국가품질명장들이 집필진으로 참여 가능한데 아쉽게도 경쟁 타사의 품질명장이 집필진으로 참여하고 있었다. 하지만 유경열 직장은 넥센타이어에서도 당당한 국가품질명장이 존재하고 있다는 사실과 실력을 보여주고 싶어 참여를 결정하게 됐다. 회사 일을 병행하며 휴일에도 자료를 수집하고 정리하는 등 많은 시간과 노력을 기울였다. 특히, 그가 집필한 '고무제품의 설비 점검'이라는 NCS 학습모듈은 이번에 새로 신설된 능력단위로서 무에서 유를 창조하는 심정으로 상당히 애를 써야 했다고. 마침내, 직업능력개발원에서 수차례에 걸친 검토 의견과 수정 요청을 받는 등

과정들을 헤치고 까다로운 기준을 만족시켜 NCS 학습모듈의 집필진으로 당당히 이름을 올리게 되었다. 유경열 직장이 집필한 '고무제품의 설비점검'은 'www.ncs.go.kr'에서 다운로드 받을 수 있다. 유경열 품질명장은 "국가주도의 교육훈련 프로그램인 NCS 학습모듈 집필에 참여하여 부족하지만 일조(一助)한 것에 대해 개인적으로 크나큰 영광으로 여기며, 어려움도 많았지만 참 보람된 일이었다. '가르치는 것은 두 번 배우는 것이다'라는 말이 있듯이 항상 배우는 자세로 앞으로 후배 양성과 넥센타이어의 발전에 온 힘을 다하겠다." 라고 밝혔다.

여기서 국가직무능력표준(NCS)란?

산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식, 기술, 태도 등의 내용을 국가가 체계화한 것으로 능력 있는 인재를 개발해 핵심 인프라를 구축하는 것이다. 더 나아가 국가 경쟁력을 향상시키기 위해 필요하다. 기업체는 인력채용과 근로자 경력개발에, 직업교육훈련기관에서는 훈련과정을 개발하고 자격시험기관에서는 자격종목을 신설하고 출제기준과 평가방법에 활용하고 있다.



고무제품 설비점검(LM1704020204_17v1)	
제작권자	교육부
연구기관	한국직업능력개발원
발행일	2020. 12. 31.
※ 이 학습모듈은 자격기본법 시행령(제8조 국가직무능력표준의 활용)에 의거하여 개발하였으며, NCS통합포털사이트(http://www.ncs.go.kr)에서 다운로드 할 수 있습니다.	
NCS학습모듈 개발이력	
발행일	2020년 12월 31일
세분류명	고무제품제조(17040202)
개발기관	(사)국가품질명장협회(개발책임자: 안효범), 한국직업개발연구원

NEXEN TIRE

뉴스클리프

넥센타이어, 독일 완성차 업체 '아우디', 'A3' 4세대 차량에 신차용 타이어 공급

- '엔페라 스포츠', '엔블루 S', '원가드 스포츠2' 세 개의 제품 장착

넥센타이어가 독일 프리미엄 자동차 제조업체인 '아우디(AUDI)'의 'A3' 4세대 차량에 '엔페라 스포츠'와 '엔블루 S', '원가드 스포츠2' 제품을 공급한다. 아우디 'A3' 4세대는 2020년에 첫 공개 되었으며, 폭스바겐 그룹의 MQB 플랫폼이 적용된 프리미엄 스포츠백 모델과 고급스러운 내외관 디자인, 안락한 승차감과 역동적인 운전 성능을 내세운 리무진 모델에 넥센타이어 제품이 공급된다. 먼저 넥센타이어의 '엔페라 스포츠'는 유럽형 프리미엄 스포츠 타이어로 빗길과 마른 노면에서 뛰어난 성능을 보여주는 제품이다. 패턴 설계 최적화를 통해 고속 주행 안정성과 핸들링 성능을 대폭 업그레이드 하였고 신규 컴파운드 적용으로 접지력과 제동력을 극대화 한 것이 특징이다. 또 엔페라 스포츠는 'ADAC 모터벨트', '아우토빌트(독일)'를 비롯해 'TCS(스위스)', 'ÖAMTC(오스트리아)' 등 유럽의 주요 자동차 전문지에서 실시한 테스트

에서 '강력 추천'과 '구매 추천'을 받으며 성능의 우수성을 입증했다. '엔블루S' 제품은 친환경 차량 및 고성능 차량에 적합한 타이어로 유럽의 강화된 CO2규제에 대응해 타이어의 회전 저항을 최소화했다. 여기에 차량의 소음과 연비 개선을 위한 사이드 월 공기 역학(Aero Dynamic)을 당사 최초 적용해 연비 등급뿐만 아니라 유럽환경규제 기준에 맞춰 주행 소음(Pass by noise)도 저감하였다. 특히, 기존 제품 대비 간결한 그루브 디자인으로 고속 배수성과 빗길 제동력을 강화했다. '원가드 스포츠2' 제품은 눈길에서도 안정적으로 속도를 만끽할 수 있도록 개발된 겨울용 타이어로 눈길에서 뛰어난 핸들링과 제동력으로 고급 세단과 스포츠카에 최적화된 프리미엄 겨울용 타이어이다.



넥센타이어, 파트너 맨시티와 글로벌 가상 피트니스 챌린지 '넥센 로드 투 맨시티' 진행

- 달리기, 걷기 등 가상 운동 통해 전 세계 축구 팬들과 소통

넥센타이어가 프리미어 리그 공식 파트너사인 맨시티와 함께 글로벌 가상 피트니스 챌린지인 '넥센 로드 투 맨시티' (Nexen Road to Man City)를 진행한다. 2월 26일 밝혔다. '넥센 로드 투 맨시티'는 전 세계 축구 팬들과의 지속적인 소통과 건강한 라이프 스타일을 공유하기 위해 마련된 넥센타이어와 맨시티가 함께하는 첫 글로벌 가상 레이스로 원하는 곳 어디에서나 시간에 관계없이 무료로 참여 할 수 있다. 참가 신청 기간은 2월 25일부터 4월 21일까지, 레이스는 4월 22일부터 6월 5일까지 진행된다.(한국 시간) 참가자는 스마트폰에 'Road to Man City' 어플리케이션을 다운로드 해 본인의 걷기나 달리기를 기록 및 확인 할 수 있다. 가상으로 영국의 맨체스터에서 출발

해 미국, 호주, 한국 등 세계 곳곳을 달려 다시 맨체스터로 돌아오는 여정으로 주간 챌린지 및 콘테스트를 통해 다양한 선물을 증정한다. 참가 신청 방법 및 자세한 내용은 인스타그램 또는 페이스북의 'Nexen Road To Man City' 계정에서 확인 할 수 있다. 넥센타이어는 "함께 모여서 운동을 하기 힘든 시기에 넥센타이어와 맨시티만의 색다른 방식으로 건강한 라이프 스타일을 공유하고자 기획했다."며, "현재 2020/21 영국 프리미어리그 시즌 1위를 기록하고 있는 맨시티와의 파트너십을 통한 콘텐츠를 활용해 고객과 소통을 확대해 나가도록 노력할 것"이라고 밝혔다.



NEXEN TIRE

뉴스클립

넥센타이어, '넥스트레벨' 신규 광고 론칭하며 언택트 서비스 시장 공략 가속화

넥센타이어가 '넥스트레벨'의 광고 론칭을 하며 언택트 서비스 시장 공략 가속화에 나선다고 밝혔다. 넥센타이어는 '넥센에게 시키세요'를 테마로 '넥스트레벨'의 TV 및 디지털 광고를 론칭했다. 광고는 '넥스트레벨 Go'와 '넥스트레벨 Rental' 서비스를 소재로 각각 제작됐다.

'넥스트레벨 GO'는 지난해 넥센타이어가 국내 타이어 업계 최초로 선보인 비대면 타이어 방문 장착 서비스다. '넥스트레벨 Rental'은 부담 없는 가격으로 타이어를 렌탈하고 정기적인 타이어 점검 및 차량 관리를 제공 받을 수 있는 2015년부터 시행된 국내 타이어 업계 최초의 렌탈서비스다.

이번 광고 캠페인은 지난 1월 새롭게 선보인 넥센타이어의 브랜드 슬로건 "We

Got You"에 맞춰 고객의 여정을 책임지는 토탈 케어 서비스 기업이 되겠다는 의지를 나타내며 합리적 소비와 지속적인 타이어 관리의 중요성을 메시지로 전달하고 있다.

광고는 트렌드 변화를 주도하는 MZ 세대 공략을 위해 서울 청담동, 성수동, 한남동 등을 배경으로 촬영됐으며 "있지, 없지" 라임을 살려 재미 요소를 더하는 동시에 고객의 혜택을 감각적으로 표현했다.

넥센타이어는 "타이어 구매부터 교체, 관리까지 전 과정에 걸쳐 고객의 편의성을 위해 넥센타이어가 제공하고 있는 서비스를 지속적으로 알려 언택트 서비스 시장 공략 가속화를 해 나갈 것"이라고 말했다.



넥센타이어, 英 프리미어리그 맨시티 경기 분석 방송 'We're Not Really Here Korea' 맨시티와 함께 진행

- 한국 팬들과의 소통 강화를 위한 한국판 구성

넥센타이어가 파트너 맨체스터 시티 FC(맨시티)와 구단의 경기 분석 방송 프로그램인 'We're Not Really Here Korea'를 함께 진행했다.

'We're Not Really Here'은 축구 해설자와 초청 패널이 진행하는 경기 분석 프로그램으로 20년 역사의 맨시티 응원가 'We're Not Really Here'(우리는 이곳에 정말 있지 않아요)에서 타이틀을 따왔다. 영국에서 진행되고 있는 이 프로그램을, 넥센타이어와 맨시티 구단이 한국 팬들과의 소통 강화를 위해 특별히 한국판으로 구성해 준비했다. 지난 2월 27일 저녁 8시 30분에 진행되며 밤9시 30분부터 펼쳐지는 '맨시티 VS 웨스트햄' 경기에 대한 사전 분석 방송을 진행했다.

'We're Not Really Here Korea'는 스포츠 해설가 김동완과 유튜브 채널 '새벽의 축구 전문가'의 크리에이터 안민호, 스포츠 아나운서 김효진이 함께했다. 네이버 TV 맨시티 채널(<https://tv.naver.com/mancity>)에서 방송됐고 방송 중 맨시티 사인 저지를 증명하는 이벤트도 진행됐다. 또한 인스타그램 계정을 통한 사전 이벤트에서 맨시티 레전드 선수인 줄리온 레스콧 선수에게 궁금한 사항을 댓글로 남기면, 추첨을 통해 모바일 상품권을 제공했다. 선수의 답변 영상은 27일 방송 중 공개됐다.



N FERA

Primus AS T1



승차감의 새로운 솔루션



다양한 드라이빙 환경에서 느껴지는 안락한 승차감



사계절 오랜 주행이 가능한 뛰어난 마모 성능



고급 세단을 위한 럭셔리 디자인

최적화된 피치 배열을 통한 소음 제어 및 우수한 승차감 구현



콜링핀 기술 적용으로 효과적인 열 배출을 통한 뛰어난 고속주행 안정성 강화 및 마모성능 향상



사이드월 부 유려한 씨클 웨이브 기법으로 제품의 컴포트 속성 구현



엔페라 新 명품보증제도
* 제품 4개 구매 시 보증서 1매 제공 / 구매일로부터 1년간 엔페라 新 명품보증제도 혜택 제공
* 자세한 내용은 넥센타이어 홈페이지 (www.nexentire.com) 내 보증제도 안내 내용 참조



NEXEN NEXEN TIRE



독자마당



<헬로우 넥센> 봄호 이벤트 참여

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

이벤트 참여 방법

상단의 QR코드 스캔하기



이벤트 참여하기



인적사항 기입

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

참여해주세요

<헬로우 넥센> 참여를 원하시는 분은 사연을 보내주세요.

- 동료와의 소중한 추억 소개
-

- 가족과의 특별한 사연 소개
-

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.

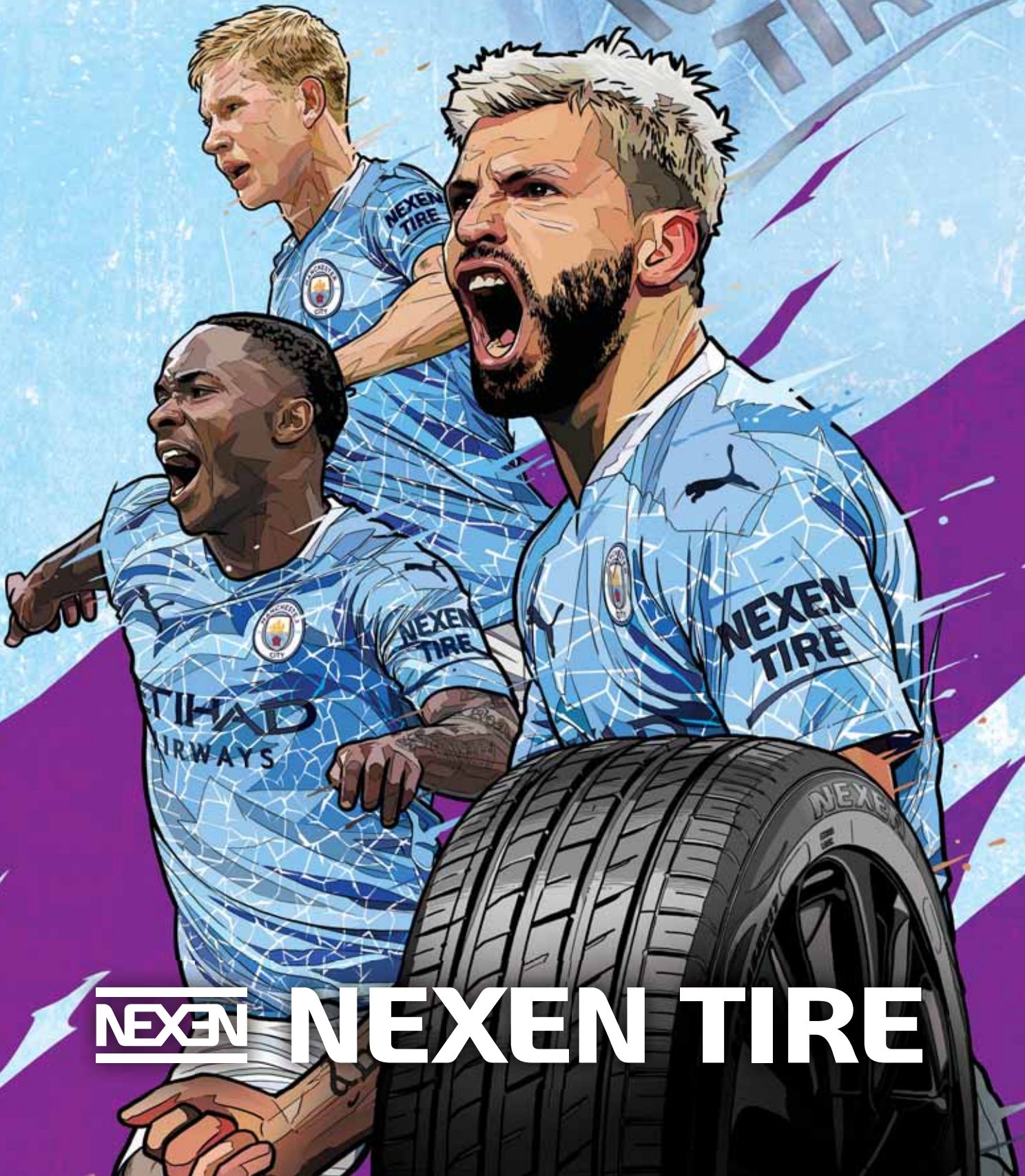
사보 담당자 문화혁신팀
김희진 책임
hellonexen@nexentire.com



NEXEN
NEXEN TIRE

OFFICIAL PARTNER OF
MANCHESTER CITY FOOTBALL CLUB

NEXEN
TIRE



NEXEN NEXEN TIRE