

헬로우 넥센

Vol. 84

HELLO NEXEN MAGAZINE

2021 여름호

뜨거운 열정과 에너지가 가득한 여름, 다양한 세대와 트렌드가 만나 새로운 패러다임이 열린다.

New
Generation



헬로우넥센은 환경부가 인증한
친환경 재생용지를 사용하고 있습니다.



www.nexentire.com

New Generation

다양한 세대가 어울려

같은 문화를 즐기고

공감대를 형성할 때

새로운 세대가 탄생합니다.





이번 여름에는
어떤 세대, 어떤 사람들이 만나
특별한 파도를 만들까요?



Cover Story 동시대, 다양한 세대가 모여 새로운 세상을 여는 넥센타이어. <헬로우 넥센>이 만드는 에너지 넘치는 여름 여행 속으로 초대합니다.

CONTENTS

Special

- 10** 넥센 24시간①
넥센타이어 제79주년 창립기념일 G.CEO 기념사
- 12** 넥센 24시간②
넥센타이어, 한국경영자총협회 주관 ‘한국노사협력대상’ 수상
- 14** 넥센 24시간③
넥센타이어, 쿠팡과 ‘넥스트레벨 GO’ 전략적 파트너십 체결
- 16** 넥센 24시간④
넥센타이어, 기아 ‘K8’에 AI 빅데이터 기술 적용한 ‘엔페라 AU7 AI’ 제품 공급
- 18** 넥센 24시간⑤
2021 타이어 어워즈
- 20** 넥센 24시간⑥
넥센타이어, 전자 도서관 오픈
- 22** with 넥센
넥센타이어, 각 사업장 다양한 사회공헌활동 이어가

Listening

- 26** Special
신개념 타이어 교체 전문 매장 넥스트레벨 역삼점 그랜드 오픈
- 30** 타이어&
환경과 에너지의 대안, 전기차 대중화를 위해 필요한 것은?
- 34** 넥센's 땅작
더위를 식혀줄 나만의 땅작을 소개합니다!
- 38** #셀프소개
집콕생활을 즐겁게 보내는 넥센타이어인의 시간 타파 취미생활
- 42** 뉴노멀 & Work
일과 동료와의 관계가 원하는 대로 풀리는 ‘말 잘하는 방법’
- 44** NE Tube
‘Developed for Porsche Panamera’ 편
- 46** 넥센's 설문조사
넥센인과 함께 여는 ‘새로운 세대’에 관한 이야기

Healing

- 50** 넥스트 피플
세대를 이끄는 말하기·글쓰기의 달인 강원국 작가
- 54** 케바케
골라 먹는 재미, 맥주의 세계
- 56** 트렌드 Now
‘시대’를 읽고 싶다면 ‘세대’를 보라
- 60** 조용한 Trip
당신의 낭만적인 여름을 위해
- 66** 컬처 큐레이션
‘서로를 이해하기’ 컬처 프로젝트
- 70** 키워드로 보는 이슈
키워드로 보는 신조어·유행어
- 72** TV속 그 음식
한여름의 별미 ‘빙수’
귀족의 디저트에서 만인의 ‘아이스크림’이 되기까지
- 76** News
- 82** 독자마당

2021년 여름호 통권 84호

정보간행물 신고번호 양산, 바00008

발행일 2021년 7월 1일

발행인 강호찬

발행처 경남 양산시 총렬로 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.



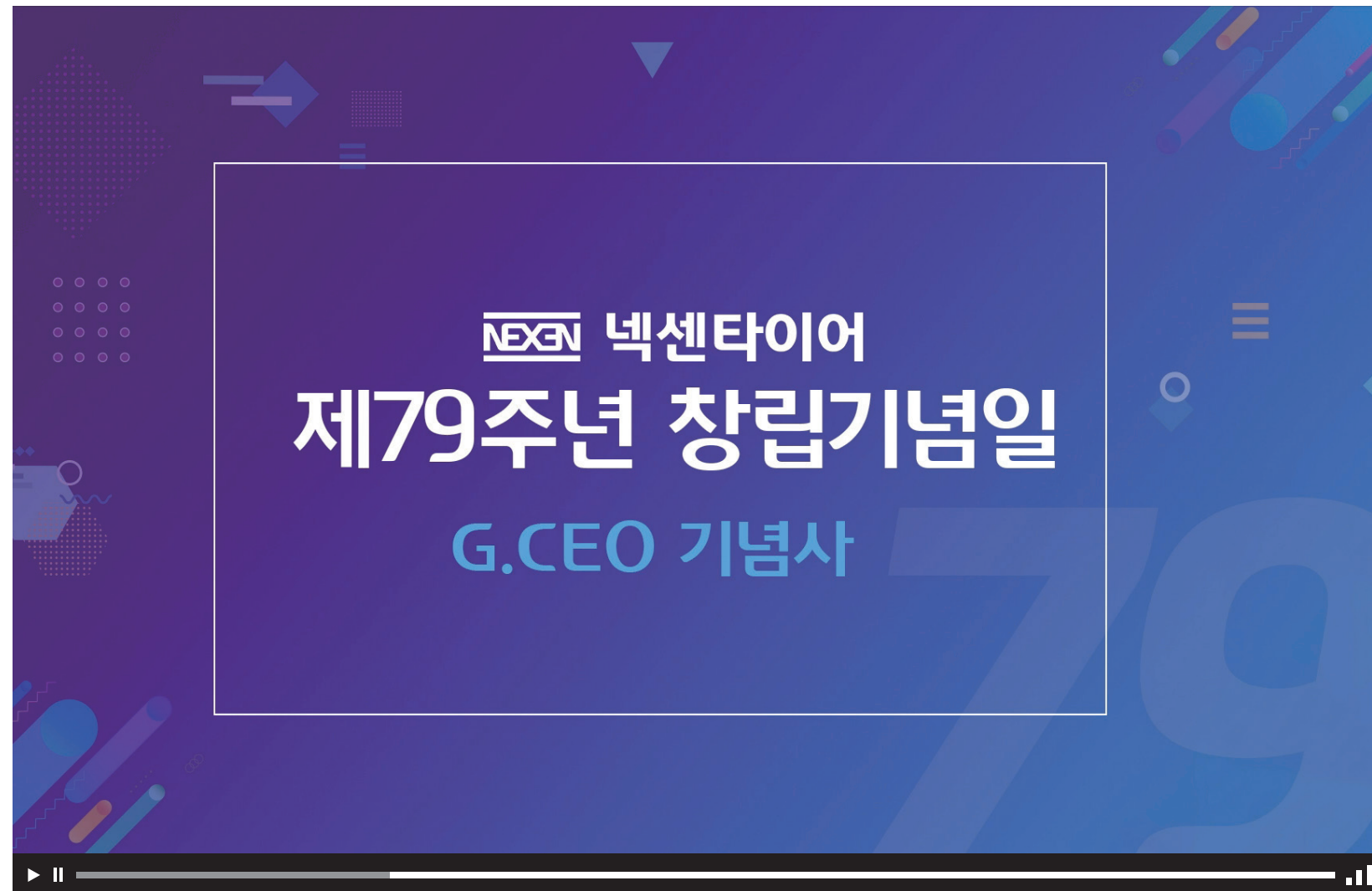
Special

바캉스의 계절, 여름
여러분의 특별한 휴기는 어떤 모습인가요?

개성이 다른 세대가 모여
같은 목표를 향해 열정적으로 달려왔습니다.
잠시, 더위를 식혀드립니다.

넥센타이어 제79주년 창립기념일 G.CEO 기념사

글. 문화혁신팀 김희진 책임



79th

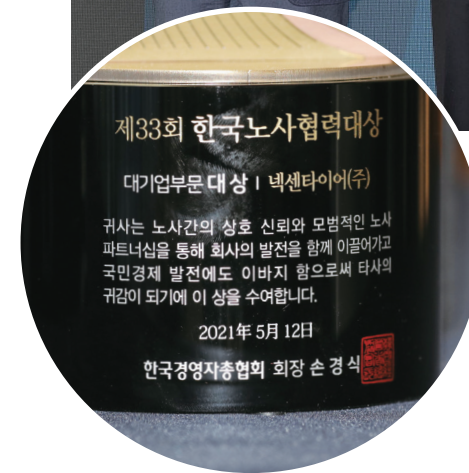
강호찬 부회장이 영상을 통해 창립기념일 기념사를 전했다. 강 부회장은 “그동안 우리는 숏한 어려움을 이겨왔고, 지금 겪고 있는 위기 또한 새로운 기회로 만들어 더욱 탄탄한 기업으로 성장해나갈 수 있을 것이라 확신한다”며 “우리의 충분한 경험과 역량을 바탕으로 코로나19를 극복해 재도약하는 넥센의 저력을 보여주자”라는 결의에 찬 메시지를 전했다.

또 올 초 발표한 ‘Next Level Mobility for All’이라는 새로운 비전과 브랜드 ‘We Got You’의 슬로건을 언급하며 “모든 시작과 생각의 중심에는 고객이 있어야 한다. 고객의 니즈를 끊임없이 분석하고 신속히 대응해나가야 한다는 것을 명심하자. 고객을 위한 더 나은 서비스를 제공하기 위해 계속 고민하고, 한 명 한 명의 고객까지 살피며 대응하는 우리가 되자”라고 밝혔다.



넥센타이어, 한국경영자총협회 주관 '한국노사협력대상' 수상

글. 문화혁신팀 김희진 책임



넥센타이어가 노사 간 신뢰 구축에 노력해온 성과를 인정받아 한국경영자총협회 한국노사협력대상을 수상했다. 5월 12일, 한국경영자총협회가 주관해 서울 중구에 위치한 조선호텔에서 열린 '제33회 한국노사협력대상' 시상식에서 넥센타이어가 대기업 부문 '대상'에 선정됐다.

넥센타이어는 신뢰와 협력적 노사 관계를 바탕으로 기업의 지속 성장과 지역사회 공헌을 위해 노력해온 점을 높이 평가받았다. 또 넥센타이어 노사는 2020년 코로나19 위기 극복과 지역 경제 활성화를 위한 노사 공동 선언식을 개최해 무교섭으로 임금·단체협약을 타결함으로써 30년 연속 무분규 사업장이라는 상호 신뢰와 협력의 노사 관계를 이어오고 있다.

넥센타이어 관계자는 "노와 사라는 이분법적 사고가 아닌 넥센 가족이라는 공동의 가치 아래 앞으로도 함께 성장하며 모범적 노사 문화 발전을 위해 더욱 노력해나가겠다"라고 포부를 밝히며 "움직임에 가치를 담아 내일을 함께하는 우리라는 넥센의 미션처럼 서로를 존중하고 배려하는 기업이 되도록 최선을 다하겠다"라고 덧붙여 말했다.



넥센타이어, 쿠팡과 '넥스트레벨GO' 전략적 파트너십 체결

글. 문화혁신팀 김희진 책임 사진. 장은주



넥센타이어가 온라인 쇼핑 전문 기업 쿠팡과 전략적 파트너십을 맺고 온라인 유통 채널과 판매 강화에 나선다. 넥센타이어와 쿠팡은 5월 3일 서울 마곡에 위치한 넥센중앙연구소에서 넥센타이어 이현중 사장과 쿠팡 윤혜영 부사장 등 양사 임직원이 참석한 가운데 파트너십 체결식을 가졌다.

이번 파트너십으로 넥센타이어의 모빌리티 전문성과 쿠팡의 데이터 기술력 및 탄탄한 고객 기반을 적극 활용해 고객에게 편의성과 다양한 니즈에 부합하는 서비스를 제공함으로써 양사 간 시너지 효과를 극대화하겠다는 전략이다. 또 업계의 혁신을 선도하는 두 회사가 손을 잡았다는 점에서도 주목된다.

넥센타이어의 '넥스트레벨GO'는 작년에 업계 최초로 선보인 비대면 타이어 방문 장착 서비스다. 타이어 전문가가 최첨단 장비와 함께 고객의 차량이 위치한 장소를 방문해 고객과 대면하지 않고 타이어를 교체해주는 혁신적인 프리미엄 서비스로 평가받고 있다.

넥센타이어는 이번 협약을 통해 e커머스 기업인 쿠팡의 온라인 플랫폼을 활용해 '넥스트레벨GO'의 판매와 서비스를 제공한다. 이를 통해 온라인 시장에서의 판매 경쟁력이 한층 강화될 것으로 보인다.

넥센타이어는 "타이어 전문 제조업체와 온라인 쇼핑 전문 기업이 전략적 파트너십을 맺은 만큼 양사가 온·오프라인 시장에서 고객의 편의성과 접근성 등 서비스 향상을 위해 지속적인 협력과 혁신을 해나갈 것"이며 "타이어 제조업체가 직접 고객을 찾아가 서비스를 제공함으로써 고객의 신뢰 또한 높아질 것으로 기대된다"라고 밝혔다.

넥센타이어, 기아 'K8'에 AI 빅데이터 기술 적용한 '엔페라 AU7 AI' 공급

글. 문화혁신팀 김희진 책임

N FERA AU7 AI X K8



AI Technology 

NEXEN TIRE
we got you



넥센타이어가 AI 빅데이터를 활용해 타이어 소음을 한층 저감한 제품 '엔페라 AU7 AI'를 기아 신차인 'K8'에 신차용 타이어로 공급한다. 넥센타이어는 지난해 현대차·기아 그리고 인하대학교와 함께 소음, 진동, 충격을 뜻하는 NVH(Noise, Vibration, Harshness) 빅데이터 연구를 위한 산학 공동 연구를 진행해 소음 저감 예측 시스템을 구축했다.

이에 넥센타이어는 타이어 패턴 형상과 소음 설계 인자에 따른 주행 소음 빅데이터 결맞음을 인공지능 기술을 활용한 타이어 실패턴을 국내 최초로 개발했다. AI 빅데이터 기술의 CNN(Convolution Neural Network, 이미지 인공신경망)을 이용한 타이어 트레드 패턴 형상을 저소음화 방향으로 최적 학습시켜 설계함으로써 실내에 유입되는 소음을 저감할 수 있게 되었다.

기존에는 타이어 소음의 복잡한 메커니즘을 예측 분석하는 데 한계가 있었다. 하지만 현대차·기아와 함께 측정한 차량 로드 노이즈 평

가의 실차 데이터와 넥센타이어 무향실의 축적된 타이어 소음 데이터, 트레드 패턴 데이터를 활용한 빅데이터 기반으로 저소음 패턴을 예측해 인간과 자동차 간 상호관계를 최적화해 차량의 감성 성능을 향상시켰다. AI 빅데이터를 적용해 성공적으로 소음을 저감한 '엔페라 AU7 AI'는 기아의 신규 엠블럼을 적용한 첫 모델인 'K8'에 장착됐다.

'엔페라 AU7 AI'는 넥센타이어 최초로 사이드월에 'AI Technology' 표시를 마킹한 타이어다. 기존 제품 대비 소음 성능과 정숙성이 대폭 향상되었을 뿐 아니라 젖은 노면과 마른 노면에서의 높은 제동력, 안락한 승차감을 제공한다.

넥센타이어는 지속적인 R&D 투자를 통해 향후 AI 빅데이터 기술을 자율주행에도 활용할 뿐 아니라 프리미엄 순정 타이어(OE)와 교체용 타이어(RE) 제품에 적용하며 미래 모빌리티 산업을 선도해갈 계획이다.

2021 타이어 어워즈

글. 영업지원팀 최원석 책임

넥센타이어는 매년 국내에서 넥센타이어 판매확대를 위해 노력한 대리점과 협력사를 대상으로 '타이어 어워즈'를 개최해 오고 있다. 올해는 안타깝게 코로나19 확산으로 인해 행사를 대신해 찾아 가는 시상식을 진행했다. 아시아영업BG, 한국지역BS의 임원과 팀장, 대리점주분들이 함께하는 작지만 의미 있는 시상식, 그 특별한 현장을 사진으로 소개한다. 넥센타이어 판매 확대를 위해 노력한 모든 이에게 박수를 보낸다.



(주)다인



일광산업



루틴무역



그린타이어



119타이어



타이어 월드



타이어테크 진해점

넥센타이어, 전자도서관 오픈

글. 인재개발팀 김소희 사원

넥센타이어는 임직원의 자기 주도 학습 문화 구축을 위해 온라인 학습 공간 'NLA(Next Level Academy)'를 구축해 운영하고 있다. 이를 통한 다양한 콘텐츠를 제공하는 가운데 올해 비대면 시대에 발맞춰 NLA 전자도서관이 새롭게 오픈해 임직원의 지식 파트너 역할을 톡톡히 수행하고 있다.

독서 활성화를 위해 임직원을 대상으로 희망 도서를 신청받았으며 문학, 인문, 자기 관리 등 총 120여 권의 전자 도서를 구비해 상시 열람하고 대여할 수 있다. 이용은 YES24 모바일 앱과 PC 사이트 'NLA'를 통해 가능하며 기능직, 해외 주재원을 포함한 넥센타이어 임직원은 모두 사번으로 로그인할 수 있다. 많은 임직원이 이용할 수 있도록 도서 대출은 한 번에 한 권씩만 대여 가능하며, 7일간 이용 가능하다(대여 기간 연장 가능). 또 이미 대출 중인 도서는 예약 기능을 통해 우선 대여가 가능하다.

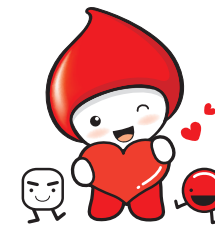
넥센타이어는 지속적으로 신간 도서를 제공할 예정이며, 언택트 문화 확산에 따라 온라인 도서관 규모를 확대해나갈 예정이다. 전자도서관 오픈을 기념해 6월 한 달간 서평 이벤트를 진행하기도 했다.



넥센타이어, 각 사업장 다양한 사회공헌활동 이어가

코로나19로 그 어느 때보다 따뜻한 관심과 마음이 필요한 지금, 넥센타이어의 훈훈한 사회공헌활동 이야기를 소개한다.

정리. 정자는 사진. CP인사지원팀 김형근 책임. YP기업문화팀 김가현 선임. 장은주



마곡
사랑의 헌혈
캠페인



4월 마곡 넥센중앙연구소 임직원들이 참여하는 사랑의 헌혈캠페인

양산공장
주거지원활동



5월 양산공장 임직원들이 양산지역 취약계층 주거지원활동하는 모습

창녕공장
MOU 및 헌혈



4월 창녕공장, 대한적십자경남혈액원과의 MOU

창녕 공장 임직원 헌혈 캠페인 참여



Listening

재미있는 문화와 콘텐츠
모든 세대를 사로잡는 열쇠인 것 같습니다.

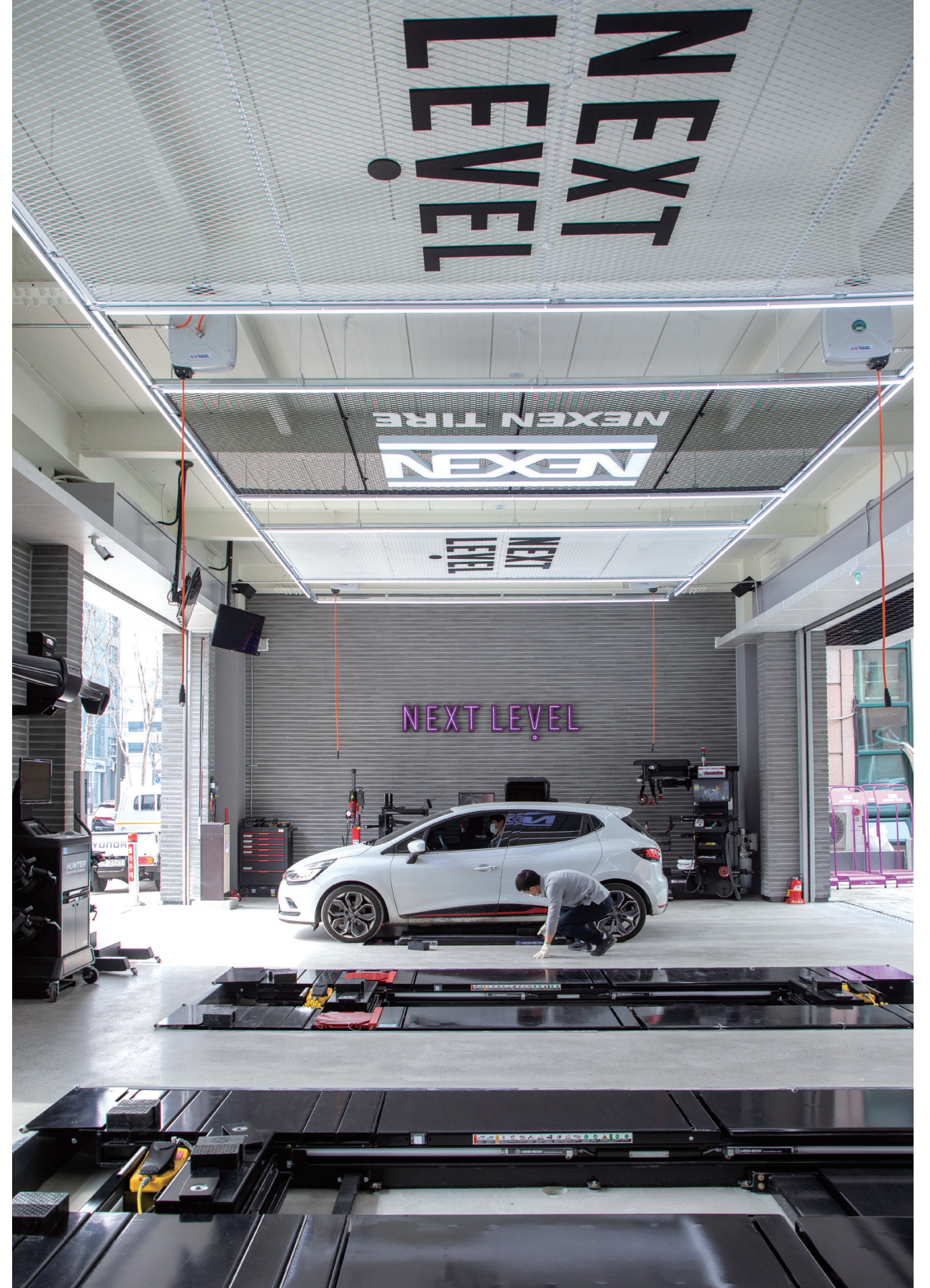
새로운 세대, 세상 속으로
여러분을 초대합니다.

신개념 타이어 교체 전문 매장

넥스트레벨 역삼점 그랜드 오픈

넥센타이어가 서울 강남구 역삼동에 신개념 타이어 교체 전문 매장 '넥스트레벨 역삼점'을 지난 3월 31일 오픈하며 프리미엄 서비스 제공에 나선다. 이곳에서는 편리한 드라이브스루와 완벽한 방역을 위한 언택트 파킹 등 다른 곳에서 경험할 수 없는 넥센만의 특별한 서비스를 제공한다.

글. 임도현 사진. 장은주





카페에서 휴식하는 사이 서비스 OK!

강남역 주변 도곡로에 위치한 넥스트레벨 역삼점. 250평 면적에 3층으로 신축된 건물이 새 단장을 마치고 고객맞이에 한창이다. 고객들이 역삼점에 찾아왔을 때 가장 먼저 느끼는 분위기는 일반적인 타이어 매장 같지 않다는 것. 마치 세련되고 깔끔한 카페 같은 세련된 휴게공간의 느낌을 받는 이유는 이곳이 멀티 콤플렉스형 매장으로 꾸며졌기 때문이다.

신개념 멀티 카 케어(Multi Car-Care) 습의 콘셉트로 꾸며진 역삼점은 3층 구조의 본동과 2층 건물인 별동으로 이루어져 있다. 본동 1층에는 메인 시설인 넥스트레벨의 타이어 장착 작업공간이 마련되어 있다. 작업공간을 후면에 배치하는 대부분의 차량수리 시설과 달리 작업 모습을 건물 전면에 노출시켜 고객들로 하여금 넥센타이어

의 전문적인 서비스를 어필해 신뢰감을 얻을 수 있도록 한 것이다. 차량을 점검 받는 사이에 고객들은 2층 카페에 대기하게 되는데, 작업 모습이 담긴 CCTV 영상을 대형 TV를 통해 실시간 확인함으로써 안심하고 휴식을 취할 수 있다. 또 '볼스원'의 자동차 복합 문화공간인 '볼스원 프라자'와 연결되어 있어 타이어뿐만 아니라 전문화된 자동차 종합 관리 서비스를 제공해 고객들의 편의성을 높였다.

신속한 비대면 서비스로 고객 니즈 충족

넥스트레벨 역삼점의 차별화 포인트는 '드라이브 쓰루(Drive Thru)'와 '언택트 파킹(Untact Parking)'이다. 드라이브 쓰루는 고객의 차량이 매장으로 진입하면 예약된 차량번호를 자동으로 인식해 고객이 차량을 내리지 않은 상태에서 완벽하게 타이어 장착을 진행하는 서

비스다. 온라인 혹은 전화로 사전예약을 마친 고객은 정해진 시간에 매장에 도착해 담당직원과의 접촉하지 않고 비대면 상태로 안전하게 서비스를 받을 수 있다.

언택트 파킹 또한 고객의 대기시간을 획기적으로 줄여주는 비대면 서비스로 오픈 초기부터 고객들의 호응이 크다. 언택트 파킹 서비스는 타이어 교체를 예약한 고객이 매장의 차량 대기공간에 차를 주차한 후 고객대기실에서 기다리지만 하면 담당직원들이 직접 차량을



이동시켜 작업을 완벽하게 마무리해주는 신개념 서비스다. 예약과 동시에 주문과 결제가 이루어지기 때문에 고객들은 아무리 혼잡한 시간대라도 신속한 서비스를 제공받을 수 있다.

역삼점에서는 프리미엄 서비스를 제공한다는 콘셉트에 맞춰 대부분 장비들이 최고급 사양으로 구비되어 있다. 휠 얼라이먼트를 포함해 타이어 교체에 필요한 일체의 장비들은 품질을 검증받은 최상급 프리미엄 장비들이다. 완벽한 타이어 장착은 기본이고 고객들의 소중한 차량에 작은 흠집도 생기지 않도록 휠과 림을 보호할 수 있는 초고성능 장비를 배치해 작업 효율을 높이고 고객 만족을 끌어올릴 수 있도록 한 것이다.

이번 역삼점 오픈을 계기로 넥센타이어가 제공하는 서비스 수준이 한층 높아질 것이다. 고객들의 새로운 니즈에 부응하고 코로나19 시대의 완벽한 비대면 서비스를 공급하는 한편, 그동안 취약했던 프리미엄급 서비스를 새롭게 선보임으로써 넥센타이어의 브랜드 가치도 한층 업그레이드될 것으로 보인다.



넥스트레벨 역삼점 영상 보러가기

환경과 에너지의 대안, 전기차 대중화를 위해 필요한 것은?

전기차 보급을 늘리려면 무엇이 필요할까. 전기차 대중화를 앞둔 현시점에서 무엇을 짚고 넘어가야 할지 살펴본다.

글. 미래모빌리티연구소 김태년 연구소장

2021년은 전기차의 원년

얼마 전 미국 자동차 전문지 <오토모티브 뉴스>가 2024년까지 새로 출시될 전기차 100개 모델을 소개했다. 전통적인 세단과 SUV뿐 아니라 슈퍼카와 스포츠카, 대형 픽업트럭까지 포함되어 있었다. 미국 바이든 대통령이 최근 포드 F-150 라이트닝 전기차 발표회에 참석하면서 전기차로의 전환을 강조했는데, 미국 빅3 캐시카우인 픽업트럭은 풀 사이즈인 경우 6000~7000cc 엔진에 엄청난 파워를 내뿜는 럭셔리 트럭이다.

오프로드 픽업트럭의 대명사로 기름 먹는 골리앗(gas-guzzler)이라고 부르던 허머(Hummer)도 무려 1000마력의 전기차로 거듭나 올 가을 출시될 예정인데, 사전 예약이 순식간에 마감되었다.

글로벌 전기차 붐이 본격적으로 일고 있다. 테슬라, 니콜라, 리비안, 니오 같은 귀에 익은 신생 기업뿐 아니라 GM, 포드, 폭스바겐, BMW, 벤츠, 현대차·기아 등 전통적인

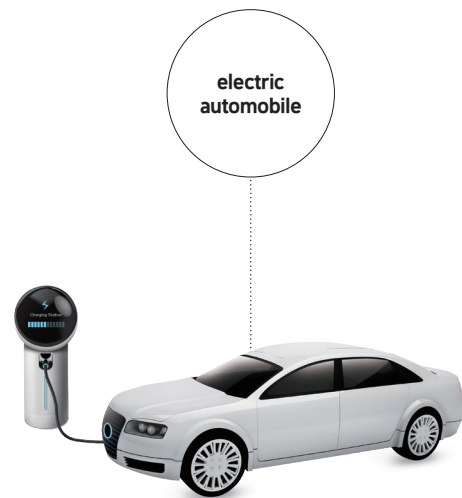
자동차 메이커까지 가세해 전기차 전용 플랫폼을 경쟁적으로 개발하고 있다. 또 에너지 효율이 보다 좋은 배터리 개발에 사활을 걸고 있다. 현대차는 E-GMP, 폭스바겐은 MEB, 아우디는 e-Tron GT, 토요타는 E-TNGA 등으로 부르는 전기차 플랫폼은 이름만 다를 뿐 구조는 대동소이하다. 얇은 스케이트보드에 배터리팩과 모터, 인버터, 컨버터 등으로 구성된 아키텍처다. 차이가 난다면 배터리 관련 소프트웨어다.

현재 대부분 업체가 사용하는 전기차용 배터리는 리튬이온 배터리다. 이 배터리는 전해질이 액체여서 화재 위험 등의 문제가 존재한다. 에너지 밀도도 상대적으로 낮아 리튬-황, 리튬-공기, 리튬-메탈 등 신소재를 연구하고 있다. 궁극적으로 전해질이 고체이면서 크기는 현재 리튬이온 배터리의 절반, 1회 충전 시 주행거리가 2배 이상인 전고체 배터리를 개발 중이다. 전고체 배터리가 상용화된다면 미래 모빌리티에도 엄청난 변화가 접쳐진다.

전기차 판매 연간 40% 이상 급성장세

지난해 배터리 전기차, 연료전지 전기차, 플러그인 자동차를 포함한 전 세계 전기차 판매는 2019년 대비 44.6% 증가한 294만 대였다. 수소전기차는 8282대였으니 판매량의 대부분은 배터리 전기차다. 나라별로는 EU가 130만 대, 중국이 120만 대로 가장 큰 비중을 차지했고, 우리나라는 6만 대에 불과했다.

금년에도 전기차 수요가 40% 이상 증가할 것으로 보인다. 2025년이면 배터리 가격이 킬로와트당 100달러 이하로 떨어져 전기차 대중화 시기(tipping point)로 들어설 것으로 전망된다. 장기적으로 2030년이면 글로벌 자동차 수요의 30%를, 2040년이면 약 50%를 전기차가 차지할 것으로 내다보고 있다. 전 세계 자동차 판매량을 1억 대로 볼 때 2030년이면 3000만 대, 2040년에는 5000만 대의 전기차가 판매될 것이라는 말이다. 이러한 전기차의 급격한 수요 증가는 주로 각국 정부의 강력한



한 친환경 규제 정책에 기인한다. 대부분 국가는 2030~2035년 내연기관차 판매를 금지할 계획이다. 노르웨이는 2025년, 영국·독일·스웨덴·네덜란드 등은 2030년, 중국은 2035년, 프랑스·포르투갈은 2040년 이후 내연기관차 판매를 규제하겠다고 선언했다. 우리나라도 2050년 탄소제로를 달성하기 위해 2035년 이후 내연기관차 신규 판매를 금지하는 방안을 검토하고 있다.

이와 함께 자동차 유해 배출가스와 이산화탄소 배출 규제를 강화하고 있어 전기차 보급 시기를 더욱 앞당기고 있다. EU는 2025년 EURO-7 배출가스 기준을 도입할 예정인 데다, 기업별 승용차 평균 이산화탄소

배출량을 금년 95g/km로 규제하고 이를 달성하지 못하면 1g/km당 95유로(약 13만원)에 판매 대수를 곱한 금액만큼의 과징금을 부과할 계획이다. 2030년에는 이 기준을 59g/km 이상으로 강화함으로써 자동차업체들이 플러그인 자동차와 순수 전기차를 적어도 절반 이상 판매해야 목표치를 달성할 수 있다. 중국도 2016년 신에너지차(NEV) 의무제를 도입함으로써 기업별로 전기차를 일정 비율(2021년 14%, 2023년 18%) 판매해야 하며, 우리나라도 이와 유사한 보급 목표제를 실시해 전기차를 일정 비율(2021년 10%) 판매하도록 의무화하고 있다.



전기차 보급을 늘리려면 미리 충전기를 확충해야

전기차는 현재 대중화 초기 단계로 기업의 수익성보다는 환경 개선의 목적이 크다. 전기차는 아직 규모의 경제가 되지 않아 투자 대비 수익성이 낮다. 소비자들이 지갑을 쉽게 열지 않는 고가의 소비재이고, 사용 시 불편함을 감수해야 한다. 따라서 이런 점을 해결해주는 방향으로 정책의 초점을 맞춰야 한다. 소비자를 대상으로 실시한 설문조사를 보면, 전기차 구매를 꺼리는 가장 큰 이유는 비싼 가격뿐 아니라 충전의 불편함과 오랜 충전 시간, 한 번 충전으로 운행할 수 있는 주행거리가 짧다는 것을 꼽는다.

지금 전기차 판매는 오롯이 정부의 구매 보조금과 전기 충전비 지원 덕이라고 말해도 지나치지 않다. 현재 전기차 1대당 중앙정부와 지방정부가 적게는 1,300만원, 많게는 1,800만원을 보조해주기 때문에 약 5,000만 원짜리를 3,000만원대에 살 수 있기 때문이다. 기존 아파트 거주자의 경우

전기차를 구매해도 충전하기가 쉽지 않다. 국내 거주 형태의 75%가량이 아파트 같은 집단 주거 형태인데, 전기차를 사면 여간 불편한 것이 아니다. 거주지 주변에 공용 고속충전기가 아직 부족한 실정일뿐더러 어렵게 찾았다 해도 다른 전기차가 충전 중이면 30분 이상 차를 기다려야 하고 또 다시 30분 이상 충전해야 한다. 심지어 충전을 차에 꽂아놓고 차주가 나타나지 않는 경우에는 여간 난처한 것이 아니고, 때로는 어렵게 찾은 충전기나 충전 카드 결제 시스템이 고장 난 경우도 있다.

현재 전국에 약 1만 기의 고속충전기가 보급되어 있고, 완속충전기는 5만 기 정도 설치되어 있다. 그러나 전기차 보급 대수가 13만 대 정도인 것에 비하면 아직 부족한 실정이다. 적어도 EU의 지침처럼 전기차 10대당 적어도 1기의 고속충전기가 보급되어야 한다.

전기차의 가장 큰 단점인 충전기 부족과 오랜 충전 시간, 이 두 가지만 해결된다면 전기차 보급은 자연히 늘어날 것이다. 이는

정부와 공공 부문이 우선 감당할 몫이다. 현재 50kWh의 고속충전기를 100kWh 이상으로 충전 용량을 늘려 충전 시간을 지금의 절반 이하로 단축해야 한다. 이러한 충전사업은 개인 사업자가 하기에는 역부족이다.

노르웨이, 네덜란드, 스웨덴 등 전기차 선진국처럼 주유소는 물론 공원, 길길 주차장 등 곳곳에 전기차 충전기를 설치해 운전자가 충전기를 찾아 헤매지 않도록 하는 것이 전기차 보급 확대의 지름길이다.

전기차 보급을 늘리려면 소비자 편의성과 보유 비용(TCO) 면에서 일반 내연기관차에 비해 유리해야 한다. 또 노르웨이처럼 전기차에 대해 특별 우대 정책을 도입해야 한다. 전기차 구매보조금은 결국 완성차업체의 혜택으로 돌아가는 측면이 있으므로 이를 줄이는 대신 세제 혜택을 늘리고 고속도로 통행료 면제, 버스 전용 차로 허용, 충전 인프라 보조금 증액, 공용 주차장 무료 개방 등 전기차 보유자를 위해 획기적인 인센티브를 도입할 필요가 있다.



더위를 식혀줄 나만의 평작을 소개합니다!

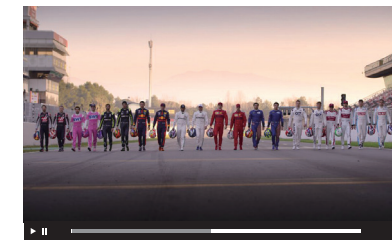
휴가의 계절 여름이 돌아왔다. 타오르는 태양을 피해 시원한 방에서 휴식을 즐기는 이른바 홈강스, 호강스를 생각한다면 넥센타이어인이 선별한 평작을 주목하자.

정리. 정자은



영업지원팀 임영민 책임

추천 작품: <F1 본능의 질주>



다큐멘터리 형식으로 제작된 이 콘텐츠의 제목은 'F1 본능의 질주'. 작년에 접했던 이 작품은 당시 2018 시즌과 2019 시즌을 다룬 2개의 시즌이 제공됐으며, 올해 코로나19의 직격탄을 맞은 2020 시즌이 추가돼 총 3개 시즌을 즐길 수 있다. 우선 국내에서는 찾아보기 힘든 F1 콘텐츠가 훌륭한 화질과 우수한 한글자막으로 제공된다는 사실 하나만으로도 추천의 이유는 충분하다. 더불어 참여한 모든 팀과 선수에게 골고루 조명을 비추며 이야기가 전개되기 때문에 F1에 대한 많은 지식을 쌓을 수 있다는 점에서도 유익한 콘텐츠다.

어릴 적 'F1 = 미하엘 슈마허, 페라리'라는 공식이 익숙했던 세대가 오랜만에 이 작품을 통해 F1을 접하게 된다면 적잖게 당황할 수도 있다. 과연 지금 F1 TOP에 위치한 팀과 선수는 누구일까? 살짝 스포일러를 한다면 현재 TOP 선수가 기록한 '시즌 최다 챔피언 타이틀'은 7회로 미하엘 슈마허와 공동 1위이며, 그랑프리 우승 기록은 98회로 이미 미하엘 슈마허의 기록을 넘어서 독보적인 1위를 차지하고 있다.

얼마 전 CJ 슈퍼레이스 슈퍼 6000 클래스에서 SW01을 장착한 차량이 우승을 차지했다. 머지않아 F1에도 NEXEN TIRE의 이름이 함께하길 기대하며 이 작품을 구독한다면 더욱 재밌게 볼 수 있지 않을까?



한 번도 안본 사람은 있어도, 한 번만 본 사람은 없다는 극찬을 받는 작품. 개연성 있는 탄탄한 스토리와 사극 배경의 영상미가 어우러져, 다수의 좀비물 속에서도 특히 열광하게 되는 것 같다. 평소 좀비물을 선호하지 않았지만 보는 내내 몰입했을 정도로 재미있게 봤다. 시즌3가 올해 곧 나온다고 하니, 안 보신 분들은 그 전에 시즌1, 2를 보는 건 어떨까. 여름 더위를 시원하게 날려주기에 최적인 것 같다. 한줄 간단히 소개하자면, 시즌1(2019)은 죽었던 왕이 되살아나자 반역자로 몰린 왕세자가 향한 조선의 끝, 그곳에서 굶주림 끝에 괴물이 되어버린 이들의 비밀을 파헤치며 시작되는 미스터리 스릴러이다. 시즌2(2020)는 죽은 자들이 살아나 생지옥이 된 위기의 조선, 왕권을 탐하는 조씨 일가의 탐욕과 누구도 믿을 수 없게 되어버린 왕세자 창 의 피의 사투를 그린 미스터리 스릴러이다.

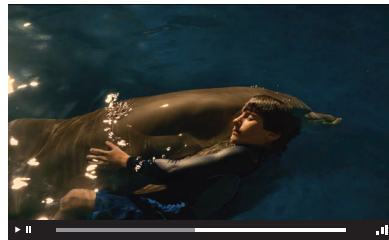


CP인사지원팀 지시연 책임

추천 작품: <킹덤>

문화혁신팀 박시은 사원

추천 작품:
<돌핀 테일(Dolphin Tale)>



실화를 바탕으로 만들어진 영화이다. 돌고래 꼬리가 게 그물에 걸려 꼬리에 심각한 감염이 된다. 돌고래 꼬리를 절단하게 되는데, 돌고래가 장애를 겪으며 인공꼬리를 제작하는 과정에서 일어나는 갈등과 눈물이 섞인 감동적인 스토리이다. 세상 밖으로 알려져 미국에 있는 장애 아이들이 돌고래를 보며 함께 힐링하는 현재 진행 중인 내용이다. '돌핀테일 2'까지 제작되어 미국에서 큰 감동을 선사한 영화다. 개인적으로 참 감동적으로 봤다. 이 기회에 따뜻한 마음을 전달하고자 추천한다.

오래된 오피스텔로 이사를 온 주인공들. 교통사고로 가족을 잃고 혼자만 살아남은 그는 삶에 의욕이 없었다. 이사 오고 얼마 지나지 않아 갑작스럽게 오피스텔이 봉쇄되고, 주민들이 갇히게 된다. 그들을 하나하나 살피보면 은둔형 외톨이 송강(현수), 해결사인 이동욱(상욱), 현진 소방대원인 이시영(이경), 밴드의 베이스(지수), 의대생(은혁), 의대생의 동생(은유), 청계천 박사(두식) 등. 갑작스럽게 사람들이 괴물로 변해버리는 세상, 특별한 법칙은 없지만 자신의 욕구에 따라 희망하는 데로 변해버리는 사람들. 안전해야 할 집에서 괴물들의 습격으로 살아남아야 하는 사람들의 이야기를 다룬다. 이 작품은 네이버 인기 웹툰 원작으로 빠른 전개와 싱크로율 높은 캐릭터를 볼 수 있다. 스릴러물로 무더운 여름을 날릴 수 있을 거라 생각한다.



글로벌OE품질팀 박두진 선임

추천 작품: <스위트홈>



품질보증팀 이명수 선임

추천 작품: <1917>



영화는 제 1차 세계대전이 한창인 1917년, 영국군 수장 매켄지 중령에게 공격 중지 명령을 전해야 하는 병사 스코필드와 블레이크의 이야기를 그린다. 지금까지 접해온 전쟁의 본질이나 영웅 서사보다 더 깊은 메시지를 담고 있는 영화 '1917'을 소개한다. 노란 꽃이 만개한 평화로운 초원에서 쉬고 있던 두 영국 병사 스코필드와 블레이크는 고립된 영국군 부대 지휘관 매켄지 중령에게 에린무어 장군의 공격 중지 명령을 전달하라는 긴급한 임무를 받는다. 제시간에 명령이 전달되지 못할 경우 부대 전체가 몰살당할 상황이다. 두 병사가 임무를 수행하는 과정에서 전쟁의 참상과 인생의 고난을 확인하게 된다. 두 병사가 걸어가는 여정은 가시밭길의 연속이다. 사방이 시체더미인데다, 웅덩이와 끊어진 길 등의 위험이 도사리고 있다. 어디에서 날아올지 모르는 총알에 긴장의 끈을 놓을 수 없다. 촉박한 시간제한은 초조함을 더한다. 심지어 블레이크가 쓰러져, 스코필드 혼자 길을 나아가야 했을 때는 고독함마저 덮쳐 왔다. 그럼에도 불구하고 병사는 목적지를 향해 걸어 나간다. 고통의 연속인 인생에서 마치 우리가 단 한 순간도 숨을 포기 하지 못하듯 말이다. 온갖 위험이 도사리는 전장의 풍경은 경이롭기도 하고 아름답기도 한, 자연경관과 함께 한다. 영화 <1917>가 그리는 전쟁 상황에는 위험뿐만 있는 것은 아니라 죽음과 맞닿은 상황임에도 웃음과 위로를 건네는 동료, 위험을 뚫고 목적을 향해 나아가는 인물들, 가족 및 인류애를 볼 수 있다.



존재하지 않았던 것처럼 개인의 모든 기록을 지우고 스스로 '고스트'가 된 여섯 명의 정예요원이 펼치는 지상 최대의 작전을 담은 액션 블록버스터. 초반 20분 이탈리아 피렌체 중심부에서 벌어지는 카체이싱만으로도 이 영화를 봐야하는 이유는 충분하다. 적어도 시작 20분만큼은 큰 화면과 빵빵한 음향으로 시청하길 권한다. 코로나19로 우울모드가 지배하는 요즘, 사이다 같은 영화를 원한다면 꼭 보길 바란다. 또 데드폴의 팬이시라면 라이놀의 입담은 덤이니 참고하길!

인재개발팀 최재환 팀장

추천 작품: <6언더그라운드>



집콕생활을 즐겁게 보내는 넥센인의 시간 타파 취미생활

집에서 보내는 시간이 길어졌다. 넥센인은 어떤 취미생활과 활동으로 시간을 보낼까? SNS에서는 각자의 취미생활을 공유하는 해시태그가 늘어날 만큼 집콕생활에 대한 관심은 커지고 있다. 넥센인이 추천하는 집콕 취미 라이프를 소개한다

정리. 정자은



이희석 파트장
YP설비보전1파트

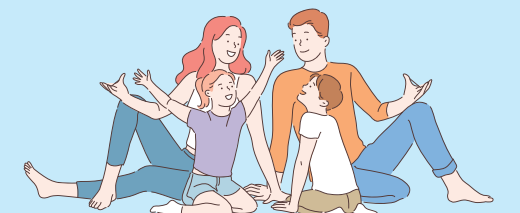
미니어처 하우스 만들기! 코로나19로 아이들과 함께 밖에 나가지 못할 때 함께 작은 미니어처 하우스를 만들고 있답니다. 작은 크기로 하나씩 만들다보니, 2주 만에 하나를 만들고 벌써 5개가 됐습니다. 큰 사이즈에 도전해 2개월 만에 다 만들었습니다. 조명 스위치를 올릴 때 기분은 최고입니다. 성취감도 있고 집중력도 좋아집니다.

김병갑 선임
유럽OE기술팀

코시국에는 집콕 생활. 요리를 취미 삼아볼까 했지만... '배달음식 정복하기'가 취미가 되어버렸네요^^



정해철 수석
YP생산기술팀



코로나19 전에는 아이들과 PC방에 가서 맛있는 간식을 먹으며 게임하고 놀았는데요. 이제 코로나19 때문에 PC방을 집에 만들었네요. 여름 휴가동안 직접 만든 오락기! 아이들 친구들에게도 인기 만점입니다!



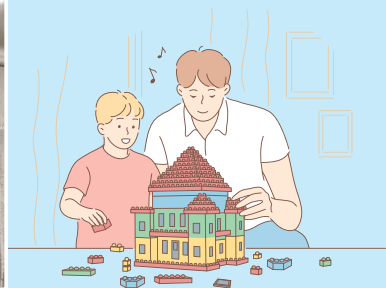
유재훈 책임
문화혁신팀

한창 집콕 생활을 할 때 무엇을 해볼까 고민하다가 닌텐도를 구입하게 되었네요. 어릴 적 즐기던 패밀리 게임, 지금은 또 다른 캠(?)성으로 신나게 하고 있습니다. 여러분들도 가족들과 춤도 추고, 다양한 게임을 함께 해보는 건 어떨까요?
Ssap 강추입니다!



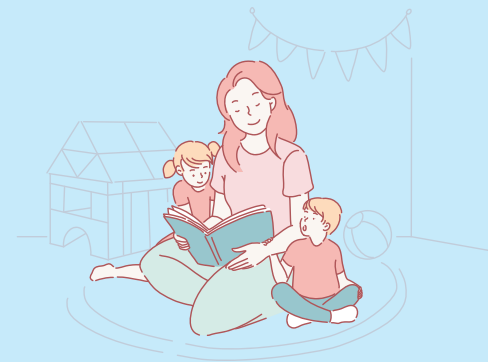
송민석 선임연구원
내구성능연구팀

저는 요즘 아들과 만들기 놀이를 하며 집콕생활을 하고 있습니다. 아들과 같이 하나씩 만들면서 꼭 사진을 촬영하는데, 위 사진들이 바로 완성된 장난감입니다. 아들과 보내는 시간이 너무 행복하고 좋습니다만, 이 말은 꼭 하고 싶습니다.
“아빠도 쉬고 싶다 아들이!!!”



박성준 책임
인사팀

요즘 한창 이순신 장군님의 매력에 빠진 저희 아들, 집에서 남은 재활용품을 사용하여 멋진 종이 갑옷을 만들어보았습니다. 아들도 갑옷을 입고 신이 나서 함성을 지르네요! ^^



코로나와 미세먼지로 주말에 집에 있을 때는 가족과 함께 실내 스포츠를 즐기거나 동화책을 소개하며 읽어주면서 지내고 있습니다~ 실내 놀이로는 보드게임도 재미있는데 ‘Splendor’를 추천합니다! ^^



김주엽 책임
인사팀



일과 동료와의 관계가 원하는 대로 풀리는 '말 잘하는 방법'

일 잘하는 사람들의 공통점 중 하나가 바로 말을 잘한다는 것이다. 말을 잘하는 사람은 다양한 세대와의 소통도 원활하다.
여러 세대가 어우러져 일하는 직장에서 말을 잘하려면 말하기 기술을 익혀야 한다.

글: 정자은 참고: 책 <끓리는 말투에는 비밀이 있다>, <모든 관계는 말투에서 시작된다> 외

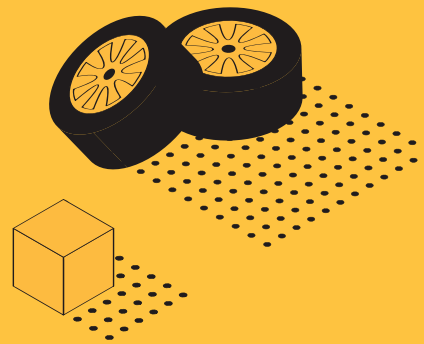


좋은 인상 남기는 대화법

인상적인 사람과 이상한 사람은 어찌 보면 한 곳 차이다. 좋은 이미지로 기억에 남고 싶어 한 행동이나 화법이 과장된 경우 역효과를 낼 수 있기 때문이다. 먼저 '유머가 있는 사람'을 기억하자. 접하는 대상을 고려해 그들이 모르는 재미있는 에피소드나 말을 체크했다가 들려주면 좋은 인상을 남길 수 있다. 단, 상대가 초면이라면 리스크가 있으니 주의한다. 자신에게는 농담이지만 타인에게는 상처가 될 수 있다. 유머라고 해서 꼭 웃기려고 할 필요는 없다. 감동을 주는 유머도 좋다.

상대를 '탐구'하기

업무 미팅에 앞서 상대방이 누구지를 알 때 그 사람에 대한 자료와 정보를 모으는 것도 하나의 팁이다. 이를 정리해 대화를 나눌 때 활용하면 호감을 얻을 수 있다. 중요한 자리일수록 사전에 이런 노력을 한다면 긴장감 속에서도 침착한 대처가 가능하다. 예로 과거 상대가 말했던 전략적 구상이나 독특한 견해를 인용하는 것이다. 상대방에게 자신감을 줄 수 있고, 부드러운 대화 분위기에도 도움을 준다. 질문 시에는 대화 상대의 개인적 경험이나 경력을 참고해 대화 주제를 계속 이어나가는 것도 좋다. 마지막으로 누구나 쉽게 쓰는 방법으로 상대방과의 공통점을 이야기하는 것이다.



동류 의식 말투에 적용하기

대화에 능숙한 사람들의 공통점은 바로 '좋은 말투'를 사용하는 것이다. 말하기에 앞서 타인을 잘 안다고 생각하지 말자. 타인과 내가 다르지 않다는 마음가짐부터 갖는 것이 필요하다. 말투의 기초로 두 가지를 기억하자. 첫째, 내가 좋아하는 말투가 있다. 그 말투를 상대방에게 해주면 된다. 둘째, 자신이 싫어하는 말투가 있다. 그 말투는 쓰지 말자. 상대가 자신을 화나게 하거나 감정을 상하게 할 때가 있다. 이때 타인이 내게 어떤 말투를 사용했는지 돌아켜본다. 말투는 논리가 아닌 감정인 것이다. 존칭을 쓴다고, 논리정연하다고 해서 모두 좋은 말하기는 아니다. 상대를 이해해야 관계를 발전시킬 수 있고 원하는 것을 얻는 성공적인 대화로 이어진다.

진심에서 우러나온 칭찬의 기술

칭찬도 '좋은 칭찬'이 있다. 상투적이고 영혼 없는 칭찬은 안 하느니만 못하다. 성공한 영업사원의 공통점은 사람을 칭찬하는 재주라고 한다. 꾸밈없이 적극적이고 유쾌하게 상대를 높인다. 영업사원이니 목적이 있음을 알지만, 기분이 좋아지는 것은 어쩔 수 없는 것이다. 실제로 기분이 좋아지면 뇌 활동이 활발해진다고 한다. 이는 어떤 사건이나 주제를 긍정적으로 바라보게 한다. 긍정적 사고는 상대와의 관계를 돈독하게 만든다. 칭찬은 대범하고 진실하게 큰 소리로 전한다.

독일 포르쉐 '파나메라' 차량에 신차용 타이어 공급

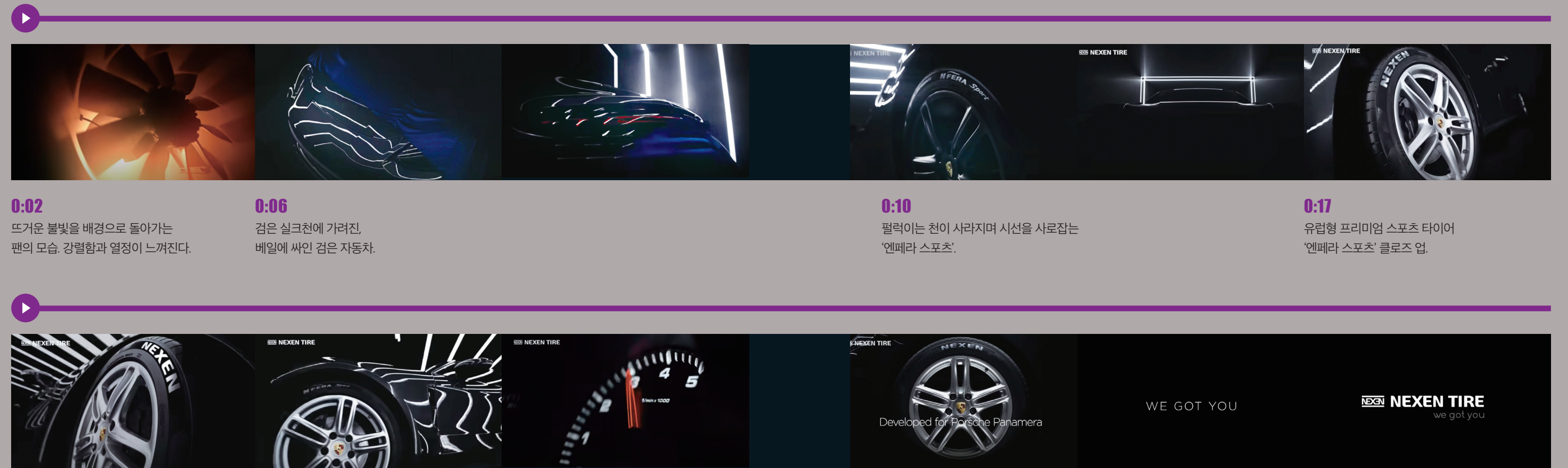
‘Developed for Porsche Panamera’ 편

‘엔페라 스포츠’의 우수한 성능을 영상을 통해 감상해 보자.

정리. 편집실

‘엔페라 스포츠’는 유럽형 프리미엄 스포츠 타이어로 3+1의 와이드 그루브를 통해 우수한 배수 성능을 제공하고 고속 주행에 적합한 비대칭패턴이 특징으로 빗길과 마른 노면에서 뛰어난 성능을 보여주는 제품이다. 여기에 3D 홈을 적용, 패턴 설계 최적화를 통해 고속주행 안정성과 핸들링 성능을 대폭 업그레이드했다. 신규 컴파운드 적용으로 접지력과 제동력을 극대화한 것이 특징이다.

#Developed for Porsche Panamera 편



0:02

뜨거운 불빛을 배경으로 돌아가는 팬의 모습. 강렬함과 열정이 느껴진다.

0:06

검은 실크천에 가려진, 베일에 싸인 검은 자동차.

0:10

펼러이는 천이 사라지며 시선을 사로잡는 ‘엔페라 스포츠’.

0:17

유럽형 프리미엄 스포츠 타이어 ‘엔페라 스포츠’ 클로즈 업.

0:20

0:25

3D 홈을 적용, 패턴 설계 최적화, 고속주행 안정성과 핸들링 성능 업그레이드된 ‘엔페라 스포츠’.

0:29

Developed for Porsche Panamera’.

0:29

We got you.

넥센인과 함께 여는 '새로운 세대'에 관한 이야기

시간이 흐르는 만큼 시대를 이끄는 세대도 다양해집니다. 기존의 세대와 현 세대가 어우러져 공감대를 형성할 때 긍정적인 시너지도 형성될 것입니다. 여러분들이 생각하는 '새로운 세대'와에 관한 이야기를 들려주세요!

정리. 편집실 (설문기간: 2021.06.02~2021.06.04) *참여자: 166명(중복응답 가능)



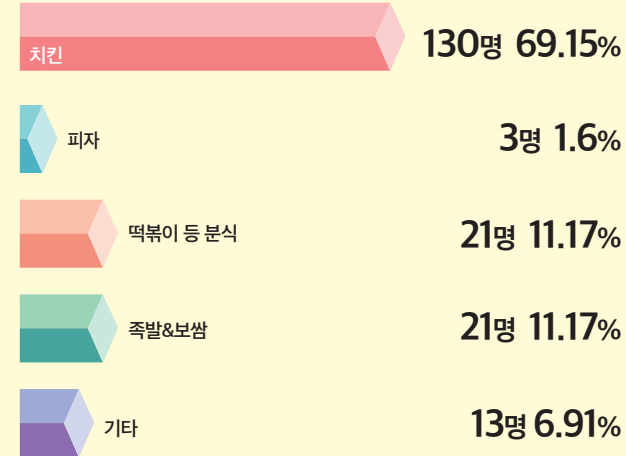
Q. MZ세대가 열광한다는 재테크 중 시도해보고 싶거나 이미 도전해보고 있는 것이 있나요?



*당근테크(당근에서 희귀한 물건 찾기) - 김옥재

*셀프테크(기술이 필요한 일을 스스로 배워 수리 및 리모델링) - 신상훈

Q. 수많은 세월이 흘러도 모든 세대의 입맛을 사로잡는 만고진리의 야식은 뭐라고 생각하나요?



*닭발 - 강영한

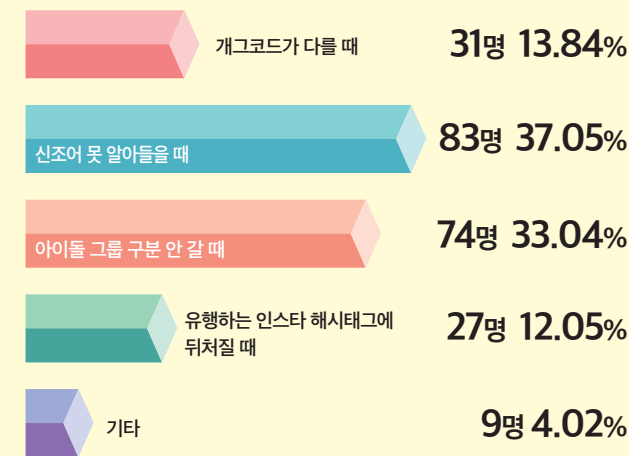
*뼈찜 - 이혜윤

Q. 자신이 알고 있는(생각하는) 가장 최신 신조어/유행어는 무엇인지요?

- | | |
|---------------------------|---|
| 이수진
연두(연락두절) | 유민
알잘딱깔센(알아서 잘 딱 깔끔하고 센스 있게) |
| 정윤구
구취(채널구독 취소) | 조미오
마기꾼(마스크+사기꾼, 마스크를 착용했을 때와 벗었을 때 얼굴이 차이나는 사람) |
| 박기홍
오하운(오늘 하루 운동) | |
| 빈현지
많관부(많은 관심 부탁 드립니다) | |
| 한비
복세편살(복잡한 세상 편하게 살자) | |



Q. '세대 차이'를 느낀 적이 있다면 언제인지요?



*의리 따지는 내 모습을 볼 때 - 조희상

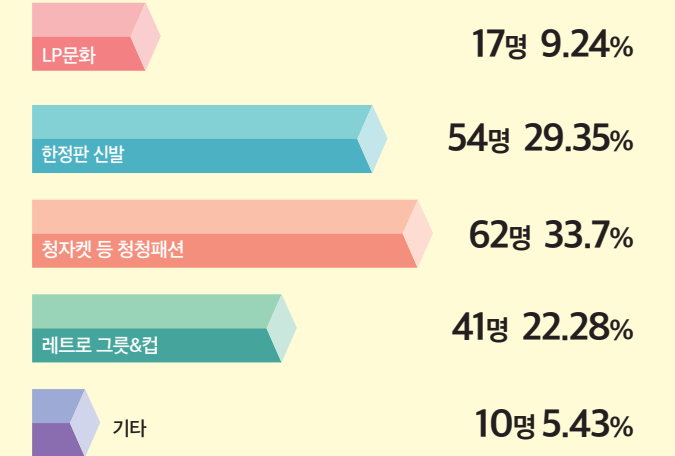
*응답하라 1988- 정민한

*단종 된 물건들을 모를 때 - 조다연

*인스타 해시태그라는 개념을 이해 못할 때 - 김병희

*본인은 신식이라고 하는데 나에게겐 구식일 때 - 김수민

Q. 여러 세대를 거쳐도 레트로 열풍처럼 반복적으로 뜰 것 같은 아이템은?



*팬시용품, 문구 - 이승은

*벚꽃엔딩 - 탁세원, 오동진

*레고 - 김종호



Healing

뜨거운 태양에 지친 당신에게
여름밤의 낭만과 신선함을
선물합니다.

같은 시대를 살고 있는
모든 세대를 위한 힐링타임.

"말하고 글을 쓰면, 행복해집니다"

세대를 이끄는 말하기·글쓰기의 달인 강원국 작가

이제까지의 시간을 돌아켜보니 자신이 말한 것을 글로 썼더라. 써 놓은 글을 모으니 하나의 책이 완성됐더라.

강원국 작가는 다양한 이야기를 하고 습관처럼 글을 쓴다. 다양한 세대와 대화를 하고 공감하는 일.

인생에서 많은 부분이 채워지는 순간이라고 강원국 작가는 말한다.

글: 정자은 사진: 스튜디오 그린비



책 <대통령 글쓰기> 저자, 8년이라는 청와대 대통령 연설비서관. 강원국 작가를 지칭하는 수식어다. 청와대에서 두 대통령의 연설비서관으로 일한 후, 그는 당시 보고 듣고 배운 것을 토대로 '말과 글'에 대한 책을 썼다. 그는 다양한 세대로부터 인기가 많다. 그는 강연을 하거나 책을 쓸 때 누군가에게 잘 보이려고 하지 않는다. 솔직담백한 모습으로 다가서는 것이 먼저다. 세대를 이끄는, 세대와 공감하는 '말하기와 글쓰기'에 관련된 이야기를 그와 나눴다.

Q. 최근 어떤 활동을 하며 시간을 보냈는지요?

2020년부터 1년 1개월 동안 KBS 1라디오 <강원국의 말 같은 말>의 진행을 맡았습니다. 그 외에는 글쓰기를 주제로 한 강연을 통해 다양한 청중을 만났습니다. 습관처럼 말한 것을 메모하고요.

Q. <강원국의 어른답게 말합니다>를 출간하셨는데 책에 대한 간단한 소개 부탁드립니다.

라디오 프로그램 <강원국의 말 같은 말>에서 가장 인기 있는 에피소드를 모아 <강원국의 어른답게 말합니다>라는 책을 발간했습니다. '말이 어떻게 삶이 되는지'에 대한 이야기를 하고 있습니다. 존중받고 존중받는 삶, 어른다움의 완성은 말 속에 있다는 것을 전합니다. 그동안은 글쓰기 책만 주로 써왔는데, 이번에는 말하기와 글쓰기에 대한 내용을 같이 전하고 있습니다.



about 강원국

김대중 대통령의 연설비서관실 행정관, 노무현 대통령의 연설비서관으로 8년간 대통령의 말과 글을 쓰고 다듬었다. 이후 출판사에서 일하며 펴낸 책 <대통령의 글쓰기>가 30만 부 이상 팔리며 베스트셀러 작가가 됐다. <강원국의 글쓰기>, <나는 말하듯이 쓴다> 등 다수의 책을 출간했다. 기업과 학교, 공공기관 등에서 강연도 한다.

Q. 강연이나 집필을 통해 새삼 깨달은 것이 있는지요?

언젠가 문득 깨달은 것 한 가지가 있습니다. 바로 ‘글을 잘 쓰려면 말을 잘 해야 한다’는 것입니다. 제 글쓰기를 돌아켜보니, 쓰기 전에 말한 내용을 가지고 글 쓰고 있더군요. 일단 말합니다. 말하면서 생각을 정리하고요. 그 내용을 글로 담았고 책이 됐습니다. 말한 것을 글로 정리하는 타입인 것이죠. 사람들에게 말은 글이 됩니다. 굳이 글을 쓰려고 하지 말고, 말하기 위해 할 필요도 없습니다.

Q. 강연에서 매번 다양한 청중을 만날 텐데, 세대 간 특징이나 차이가 있는지요?

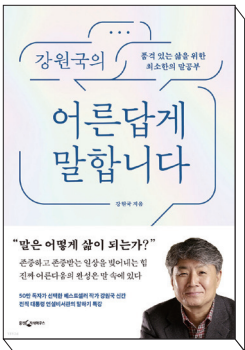
만나는 청중을 나이라는 세대로 분류하기는 애매합니다. 하는 일에 따라 그룹을 나눌 수는 있을 것 같습니다. 학생들은 자소서, 회사원은 보고서, 때로는 기업의 리더가 있습니다. 아무래도 본인이 글쓰기에 관심이 많을 때 호응도가 제일 좋습니다. 과거에는 30대 여성 직장인이 글쓰기에 관심이 많았는데 최근에는 50대로 관심사가 확장됐습니다. SNS 블로그 같은 글쓰기 채널이 많아진 영향이겠죠.

Q. 매번 다른 세대, 그룹, 대상을 만나기에 소통하고 공감하기 위해 노력하는 부분이 있을 것 같습니다.

크게 세 가지로 말할 수 있습니다. 첫째는 조금이라도 도움이 되는 강연을 하는 것입니다. 강연을 들은 전후에 달라진 뭔가가 있으면 하는 바람입니다. 그 열쇠는 진정성이라 생각하는데요. 강연자로서 ‘진실 된 마음’은 중요한 요소라 생각합니다. 두 번째는 청중을 가르치는 것이 아닌, 그분들에게 자신을 알기는 자세입니다. 매번 청중이라는 바다에 자신을 던진다고 생각합니다. 주도면밀한 작전으로 상대방을 설득하고 끌고 가려고 하지 않습니다. 모든 평가를 청중에게 맡기는 것이 필요합니다. 마지막은 강의는 첫 시작이 중요합니다. 시작의 첫 단추를 잘 꿰어야 합니다. 첫마디를 어떻게 꺼내고, 첫인상을 어떻게 줄 것인지. 강의 전 한 시간 정도 여유있게 가서 많은 생각을 합니다.

Q. 코로나19로 인한 비대면시대, 일상과 일터에서도 문자나 메신저, SNS 등 글로 소통하는 것이 이전보다 더 중요해졌습니다. 오해 없는, 명확한 메시지 전달을 위해 우리가 기억해야 할 것은 무엇인지요?

글은 읽는 사람이 돼서 읽어보는 것이 중요합니다. 일단 눈치 보지 않고 자신이 쓰고 싶은 글을 씁니다. 그 다음 글을 읽는 입장에서 다



시 봐야 합니다. 상대방이 이해할지, 재미있을지, 도움은 될지 등 다양한 시각에서 살펴보는 것을 기억하시기 바랍니다.

Q. 넥센타이어 직원들에게 회사에서 글 잘 쓰는 팁을 전하신다면.

상사를 좋아해야 합니다. 그래야 사이가 좋아집니다. 상사를 알게 되고, 위하는 마음도 생깁니다. 상사를 잘 아는 만큼 이에 맞춰서 글도 쓰고 보고서도 잘 쓰게 될 것입니다. 글 쓰는 것에 보람을 느끼고 능력 있는 직원이라는 기분 좋은 자신감도 생깁니다.

Q. 마지막으로 ‘글쓰기’를 주제로 한 책을 여러 권 내셨는데, 이를 통해 대중들에게 전하고 싶은 궁극적인 메시지가 있는지요?

이제까지 쓴 책들이 모두 소통이 주제입니다. 대중에게 전하고 싶은 메시지는 하나입니다. 말하고 글을 쓰면 행복해집니다. 저는 행복해지고 싶어서 사람들에게 말하고 글을 씁니다. 읽고 듣기만 하면 원할한 신진대사가 안 된다고 봅니다. 말하고 글쓰기, 행복에 동참하시라고 말하고 싶습니다.

대중에게 전하고 싶은 메시지는 하나입니다.
말하고 글을 쓰면 행복해집니다.
말하고 글쓰기, 행복에 동참하시라고
말하고 싶습니다.



골라 먹는 재미, 맥주의 세계

곰표맥주·제주맥주·기네스맥주

맥주 시장이 혼술에서 '혼술'로 넘어가면서 맥주 종류도 다양해지고 있다. 다양한 세대의 취향을 맞추고자 최근에는 맥주 콜라보 사례가 활발하다.

글. 황예슬

'편(fun)'하게 소통하는, 곰표맥주



가치를 소비하는 MZ세대의 감성을 건드려 꾸준히 회자되고 있는 맥주가 있다. 바로 '곰표 밀맥주'다. 지난해 높은 수요에 비해 원활하지 못한 공급으로 소비자 사이에서 '품절템'이 된 곰표 밀맥주. 올해부터 제조사 세븐브로이는 본격적으로 대량생산에 돌입해 30년 만에 편의점 수제 맥주 판매 1위를 기록했다. SNS를 통해 인증샷과 각종 후기가 잇따르고 있다.

곰표 밀맥주는 수제 맥주 회사 세븐브로이와 대한제분의 협업으로 탄생했다. 뉴트로 트렌드에 부합해 대한제분의 상징, 표곰이 맥주를 마시는 모습을 캔에 디자인한 것도 신선했다. 덕분에 새로 출시되는 맥주에 대한 소비자의 관심이 뜨거웠다. 전문가들은 곰표 밀맥주 출시 전 세븐브로이가 공감에 가장 중점을 둔 결과라고 평가한다. 또 지속적으로 구매할 수 있도록 달콤한 열대 과일 향, 부드러운 거품, 개운한 뒷맛을 풍부하게 담은 것도 특징이다.

세븐브로이는 2003년 작은 맥주 전문점으로 시작했다. 중소기업 최초로 맥주 제조 일반면허를 취득한 순수 국내 자본 맥주 기업으로, 특히 맥주에 지역명을 따 이름 붙인 것으로도 유명하다. 맥주 양조장이 있는 지역명을 딴 외국 수입 맥주에서 아이디어를 얻어 '강서', '서울', '양평', '한강' 등의 맥주를 출시한 것이다. 앞으로도 세븐브로이는 소비자 취향을 반영해 공감을 얻는 다양한 분야와 협업할 예정이다.

제주의 맛과 문화를 더한 제주맥주



한국 수제 맥주 기업 최초로 '제주맥주'가 코스닥에 상장했다. 이를 통해 제주맥주는 동남아시아를 시작으로 해외시장에 진출할 예정이다. 2015년 설립 이후 수제 맥주 대중화를 위해 꾸준히 노력해온 제주맥주는 뉴욕 1위 수제 맥주 기업 브루클린 브루어리와 기술을 제휴하고 세계 최고 수준의 생산 설비를 도입했다.

2017년, 꾸준한 개발과 인프라 구축을 통해 제주맥주는 제주 감귤 껍질을 첨가한 밀맥주 '제주위트에일'과 '제주펠롱에일', '제주슬라이스' 등을 출시했다. 주류 시장 진입 후 빠른 성장세를 보이며 수제 맥주 회사 중 최초로 5대 편의점과 4대 대형 마트에 입점하기도 했다.

제주맥주는 기존 주류 문화가 아닌 새로운 문화를 담아내자는 생각에서 출발했다. 마치 여행지인 제주도에서 맥주를 마시며 특별한 기억을 만드는 콘셉트로 제주맥주는 새로운 주류 문화의 신호탄을 쏘아 올렸다. 이에 걸맞게 제주맥주는 맥주 판매뿐 아니라 다양한 문화 사업을 시도하고 있다. '제주맥주 양조장 투어'와 '제주맥주 나만의 캠퍼' 프로그램을 통해 제주에서의 특별한 경험을 제공하며 제주와 어울리는 뮤직 플레이리스트를 선보여 사람들의 호응을 이끌고 있다. 또 제주맥주와 함께 먹으면 좋은 안주와 제주맥주를 담은 굿즈 등을 판매해 맥주의 맛은 물론 문화 활동과 결합한 새로운 맥주 미식 문화를 만들어가고 있다.

유서 깊은 맥주 기네스, 기네스 출신 홉하우스



기네스는 흑맥주의 대명사로, 1759년 아일랜드 더블린에서 탄생했다. 현재 세계 150여 개국에서 매일 1000만 잔 이상이 소비되고 있다. 풍부하면서도 크림미한 질감과 부드러운 피니시의 조화는 기네스의 특성으로 씹싸름함 뒤에 이어지는 고소한 맛이 일품이다.

기네스와 어울리는 안주로는 겨울이 제철인 굴이 으뜸이다. 굴의 짭조름하면서도 바다향 가득한 맛이 흑맥주의 풍미와 어우러져 맛은 배가하고 비린내는 상쇄되기 때문이다. 이러한 조합은 과거 영국 노동자들이 겨울철에 저렴하게 구할 수 있는 굴을 기네스와 함께 먹은 데서 유래했다. 기네스는 이를 기념하기 위해 1954년부터 매년 아일랜드에서 열리는 굴 축제를 후원하고 있다. 또 책임 음주 캠페인 '기네스 클리어'도 진행하고 있는데, 술자리에서 물의 중요성을 강조해 마지막 잔을 술 대신 물로 대체하자는 메시지를 화보를 통해 화이트 있게 전달한다. 최근 기네스 출신으로 맥주 애호가 사이에서 인기를 끌고 있는 맥주도 있다. 바로 '홉하우스 13 라거'다. 256년 동안 기네스를 생산해온 세인트 제임스 양조장에서 만든 맥주로 1900년대부터 지금까지 홉을 보관하는 창고에서 이름을 따왔다. 아일랜드 맥아와 기네스 효모를 사용해 만든 맥주로 라거보다 깊고 에일보다 깔끔한 맛이 난다. 씹싸름한 맛에 살구와 복숭아 맛이 살짝 감도는 것이 특징이다.



'시대'를 읽고 싶다면 '세대'를 보라

시대별로 보는 '세대' 변천사

사람은 시대를 끌고 가고, 시대는 사람을 품고 간다. 10년이면 강산이 변한다지만 2021년 현재, 세월은 강산뿐 아니라 너무 많은 변화를 사회 곳곳에서 일으켜왔다. 그 중심에는 X세대부터 Z세대까지 여러 이름으로 불리는 신인류가 존재한다.

글. 이경희

천하의 현자였던 소크라테스도 젊은 세대가 못마땅한 건 마찬가지였나 보다. "요즘 젊은이들은 아무 데서나 먹을 것을 씹고 다니며 버릇이 없다"라고 했더니 말이다. 이 말은 기성세대는 예나 지금이나 젊은 세대를 완벽히 이해하기 어렵다는 것을 단적으로 보여준다. 그러나 세대 간 소통과 교류는 발전적 미래를 담보하는 가장 확실한 주춧돌이다. 자고 일어나면 달라져 있는 정치, 경제, 문화의 소용돌이 속에서 세계 어느 나라보다 빠른 변화와 부침을 겪어온 우리나라의 세대를 만나보자.



베이비붐 세대

전쟁 종료는 사회에 큰 변화를 가져온다. 서양에서는 제2차 세계대전 종료와 함께 베이비붐 세대가 시작됐고, 우리나라에서는 한국전쟁 이후에 태어난 1955~1963년 생을 베이비붐 세대라고 불렀다. 고도 경제 성장과 1997년 외환위기, 2008년 글로벌 금융위기를 경험했고 컴맹 1세대이자 구조 조정을 겪은 세대다. 동시에 최고의 번영기에 젊은 시절을 보낸 이들은 상대적으로 풍요로운 노년기를 보내는 세대로도 불린다.



386세대

X세대가 시작되기 전에 한국에는 '386세대'가 존재했다. 1960년대 태어나 1980년대 대학을 다닌 이들은 정치와 사회문제에 적극적으로 뛰어들며 민주화 투쟁과 소위 말하는 데모에 앞장섰다. 낮에는 민주화를 외치며 돌을 던지고, 밤에는 막걸리를 마시며 격렬한 토론을 하며 대학 생활을 보낸 이들은 집단주의 문화에 익숙해 뒤이어 등장한 X세대의 개인주의적 문화와 갈등을 빚었다.

X세대

X세대는 1970~1980년에 태어난 이들을 지칭한다. 당시 X는 '정의할 수 없음'을 의미했는데, 주변의 눈치를 보지 않는 특징에 경제적 풍요를 누린 세대라는 정의가 보편적이다. 이들은 워크맨을 이용해 대중가요를 들었고, 뽀빠(무선호출기)로 친구들과 소통했다. 과소비와 향락을 추구하며 대중문화에 열광했는데 '서태지와 아이들'은 이들을 대표하는 X세대의 아이콘이었다. 1994년 첫 수능을 경험한 '수능 세대'다.



밀레니얼 세대(Y세대)

베이비붐 세대가 결혼한 이후 1981~1996년에 태어난 세대다. 2000년을 맞아 대학에 들어갔고, X세대의 다음 세대라는 의미로 Y세대라고도 불렸다. 대학 진학률이 높고 정보기술(IT)에 능통해 소셜 네트워크 서비스(SNS)도 능숙하게 사용했는데 자기 표현 욕구가 강한 반면 2008년 글로벌 금융위기 이후 고용 감소, 일자리의 질 저하 등의 어려움을 겪은 세대이기도 하다.



Z세대

1990년대 중반부터 2000년 초반에 걸쳐 태어난 이들은 X세대의 자녀들로 Z세대로 불린다. 태어날 때부터 이미 인터넷 환경에 둘러싸인 '디지털 네이티브'로, 2005년 출범한 유튜브를 보고 직접 생산해 '유튜브 세대'로도 불린다. 풍요로운 환경에서 태어났지만 부모 세대가 금융위기로 어려움을 겪는 모습을 보고 자란 만큼 안정성과 실용성을 추구하는 특징을 갖고 있으며 스마트폰, 이미지, 동영상 콘텐츠를 선호한다. 개인주의 성향이 강하고 자유로우며 소비시장에 거대한 영향을 미치고 있다.

그 외 불안이 만들어낸 담론

삼포세대

'삼포세대'란 연애, 결혼, 출산 이 세 가지를 포기한 세대를 뜻한다. 2011년 경향신문이 기획 시리즈 기사를 내면서 처음으로 사용한 용어다. 당시 언론 미디어들은 기성세대가 당연히 생각해오던 미래의 계획을 세우지 못하는 청년들의 불안정한 사회적 위치를 조명하기 위해 이 단어를 언급했다.

88만원 세대

2007년에 출판된 책 <88만원 세대>에서 비롯된 말이다. 저자들은 우리나라 비정규직 20대의 월평균 급여가 '88만원'이라는 분석을 내놓았는데, 대한민국 경제성장률이 최고조에 달했던 1988년 무렵에 태어난 이들이 성인이 되어 맞이한 저성장 시대의 불안과 부조리를 상징하는 용어로 쓰였다.

당신의 낭만적인 여름을 위해

오죽헌·영진해변·강릉커피거리

언젠가부터 강릉은 낭만적인 장소로 떠오르고 있다. 바닷가 근처에서 볼 수 있는 고즈넉한 기와지붕의 문화재부터 파도 소리와 퍼지는 커피 향기까지. 기차를 타고 강릉역에 도착하면 이 모든 풍경을 눈과 가슴에 단번에 담을 수 있다.

글: 정자은 사진: 장은주

2017년 강릉역에 KTX가 개통하면서 강릉을 접하기가 한결 수월해졌다. 강릉을 대표하는 오죽헌이나 강릉커피거리는 물론 드라마 <도깨비> 촬영지도 차로 30분 이내에 있어 가볍게 드라이브하기에도 좋다. 아직은 조심할 것이 많은 시기, 조용하지만 여운이 남는 드라이브 코스를 찾는다면 이번 여름 강릉은 어떨까. 여름 하면 떠오르는 동해 바다나 부산 해운대의 시끌벅적함은 잠시 뒤로하고, 눈으로 감상하는 강릉의 낭만적인 여름을 소개한다.



강릉커피거리에 대해 자세히 알고 싶다면
QR코드를 찍어주세요!



화폐 속 두 주인공이 살던 곳, 오죽헌

강릉역에서 차로 5~7분 거리에 있는 오죽헌(烏竹軒). 5만원과 5000원권에 등장하는 인물인 신사임당과 그의 아들 율곡(栗谷) 이이가 살았던 곳이라는 의미만으로 이곳을 찾을 이유는 충분하다. 한 국가의 사상과 철학을 담은 화폐 속 주인공이기 때문이다. 오죽헌은 양반가의 저택에 딸린 소박한 별당으로, 신사임당이 어린 시절을 보낸 곳인 동시에 율곡 이이를 낳아 기른 곳이기에 더욱 특별하게 다가온다.

여자임에도 신사임당은 조선 시대를 대표하는 예술가로서 능력과 인품을 인정받았다. 그는 어린 시절부터 오죽헌에서 글과 그림을 배웠다. 오죽헌 근처 율곡기념관에서 신사임당의 '초충도' 병풍과 '초

여행지와 어울리는 음악은



장범준
'추적이는 여름 비가 되어'
- 윤치 하면 장범준이지!



1. 오죽헌은 원래 조선 강릉의 선비 최치운이 지은 것으로 전한다.
2. 4. 현존하는 조선 시대 목조 가옥 가운데 가장 오래된 것 중 하나인 오죽헌.
3. 오죽헌 뒷마당에는 검은 대나무 숲이 있다.

#셀프샷 추천 스폿



- 오죽헌 입구
- 오죽헌 뒷마당 검은 대나무 숲



서' 병풍을 직접 볼 수 있으니 참고하자. 그림 속 풀벌레가 실물인 줄 알고 닭이 쪼는 바람에 그림이 망가졌다는 일화가 전해 내려온다. 현재 행정구역상 강원도 강릉시 죽헌동(竹軒洞)에 위치하는 오죽헌은 조선 중기에 지은 목조 건물로 보물 제165호로 지정될 만큼 건축사적 측면에서도 가치를 인정받는다. 한국 주택 건축 중 가장 오래된 건물에 속한다. 정면 3칸, 측면 2칸의 단층 팔각지붕 양식이다. 오죽은 '검은 대나무'라는 뜻이다. 오죽헌 뒷마당 가득한 대나무 외에도 신사임당과 율곡 이이 모자가 직접 가꿨다는 매화나무와 배롱나무도 감상할 수 있다. 보는 것만으로 세월의 위대함이 느껴진다.



1

<도깨비> 촬영지, 영진 해변·안목 해변·강릉커피거리

오죽헌에서 차로 16~17분 이동하면 드라마 <도깨비> 촬영지로 유명한 영진해변에 다다른다. 영진해변은 작고 조용한 해변이었으나 최근에는 <도깨비> 속 명장면을 흉내 내며 기념사진을 찍는 이들을 많이 볼 수 있다. 꽤 로맨틱한 장면이었기에 시간이 지난 지금도 커플들이 즐겨 찾는 명소로 자리 잡았다.

영진해변에서 30분 정도 남쪽으로 내려가면 커피 향기 가득한 강릉커피거리에 도착한다. 안목해변을 따라 카페가 형성되어 있다. 대부분 통유리로 되어 있어 어느 곳을 가든 커피를 마시며 바다를 감상하기에 제격이다. 본래 이 거리는 커피 자판기로 유명했다. 동전 몇 개가 주는 식후 커피 한잔의 여유. 2000년 이후 국내 1세대 바리스타들이 강릉에 정착하며 강릉은 커피의 메카로 떠올랐다. 소위 달달한 자판기 커피에서 독립된 커피숍들이 각각 그들만의 커피 맛과 향으로 사람들을 이끌었다. 코로나19 이전에는 매년 10월 강릉커피축제가 열리곤 했다. 가까운 미래에 사람들이 안목해변을 거닐며 커피를 마시는 그날을 기대한다.



2



3



4

1. 드라마 <도깨비> 촬영지로 유명한 영진해변 근처.
2. 3. 강릉커피거리 근처 안목해변.
4. 강릉커피거리에서 맛볼 수 있는 핸드드립 커피.

#여행지와 어울리는 음악은



청하 & Colde
'내 입술 따뜻한 커피처럼'
오마이걸
'Dun Dun Dance'



- 은은한 커피 향과 신나는 여름 바다의 조화



#셀프샷 추천 스폿



- 갔다면 나도 소장각, 드라마 <도깨비> 촬영지
- 바다를 배경으로 나와 커피 한잔

'서로를 이해하기' 컬처 프로젝트

각 세대의 생각을 안다는 것

직장 생활에서 중요한 것 중 하나인 '상대방 이해하기'. 후배에게는 선배의 노련함과 경험이 귀하고, 선배에게는 후배의 재치와 감각이 도움이 된다. 각 세대를 이해하는 데 도움이 될 책이나 영화를 크로스 소개한다.

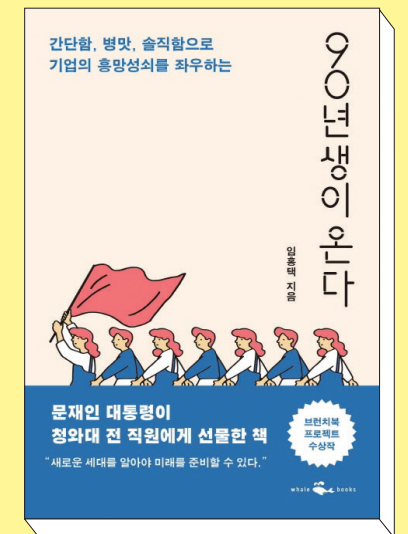
글. 이경희



2030세대를 이해하기 위한 필수 독서템

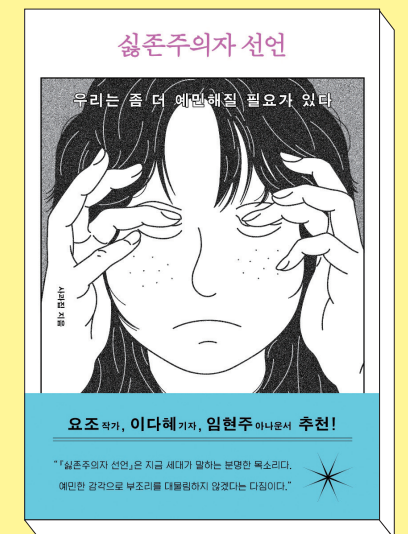
90년생이 온다

1988년 서울올림픽이 열린 뒤에 태어난 1990년생이 사회로 나왔다. 조직에서는 신입사원으로, 시장에서는 트렌드를 이끄는 메인 소비자로 말이다. 개인적이고 솔직하며 집단보다는 자신의 행복과 즐거움을 중요시하는 이들을 이해하지 않고서는 조직 내에서의 불협화음은 볼 보듯 뻔한 상황, 이에 <90년생이 온다>는 족집게 과외 같은 책이다. 빠르게 변하는 세상에 몰려오는 그들과 공존하기 위해 이해하기 어려워도 받아들여야 할 것을 담은 덕분이다. 이 책은 크게 '90년대생의 출현', '90년대생이 직원이 되었을 때', '90년생이 소비자가 되었을 때'로 챕터를 나눠 그에 따른 의미를 설명하고 이해와 대처 방법을 소개한다. 다양한 통계와 사례, 인터뷰 등을 모아 놓은 이 책을 통해 1990년생을 이해하고 그들이 품은 잠재력을 이끌어내 보자. 가장 중요한 세대 공존을 위한 중요한 실마리를 찾을 수 있을 것이다.



싫존주의자 선언

기성세대에게 신세대란 불평 불만이 가득한 마음에 안 드는 족속일 수 있다. 우리 때는 아무렇지 않던 것이 왜 지금 젊은이들에게는 불평, 불만, 화의 대상이 되었는가. 그러나 이를 뒤집어보면 '나는 맞고 젊은 너희는 틀리다'라는 명제와 아슬아슬하게 맞닿아 있다. 좋은 게 좋은 거라는 생각을 단호히 거부하고 더 나은 세상을 만들기 위해 아닌 건 아니라고 말할 용기를 내보라는 <싫존주의자 선언>은 그래서 기성세대가 꼭 읽어볼만한 책이다. 왜 젊은 세대가 기성세대의 시각으로 불평하고 불만을 터뜨리며 분노하는지 정확히 파악할 수 있기 때문이다. "얼굴 좋아졌다?", "살 좀 찼네?" 등 아무렇지 않게 던지는 외모 평가, 학력과 부, 지위와 나이에 의한 서열화와 특권 의식, 인권 감수성과 젠더 감수성의 부족, 갑질과 차별, 배제가 일상적으로 벌어지는 조직은 결국 와해되거나 기업의 존재 이유인 생산성과 이윤을 떨어뜨린다는 것을 잊지 말자. 세상은 더 나은 방향을 향해 나아가야 하고, 문제 제기는 그 첫걸음이다.



4050세대를 이해하기 위한 필수 독서템

비로소 나를 만나다

인생을 전반과 후반으로 나눈다면 우리는 무엇을 준비해야할까. 한창 청춘일 때는 당장 눈앞에 놓인 현실과 맞서느라 후반부 인생에 대한 생각을 할 여유가 없었다. 백세시대를 사는 지금 모든 세대가 알아야하는 내용이 겠다. 후반 인생을 살아야하는 우리 모두에게 전하는 응원의 책 한권 <비로소 나를 만나다>이다.

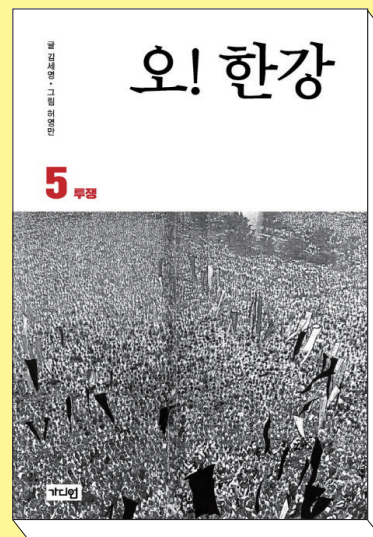
저자는 나와 당신의 삶을 응원하며 홀로 걷기에 대한 이야기를 논한다. 후반 인생은 나와 함께, 나답게, 나를 위해 채우는 것이 필요하다고 전하는 김건축 작가. 후반 인생을 맞을, 후반 인생을 걷고 있는 모든 세대의 삶을 응원하기 위해 이 책을 썼다. 생애 최초 나 홀로 제주행에서부터 뒷산의 숲에서 보낸 사계절까지 '나와 함께' 한 시간들을 잔잔하지만 깊이 있는 울림을 담았다. 언젠가 혼자 하는 것에 익숙해야하는 순간이 온다. 후반 인생은 쫓기거나 조바심 나는 삶이 아닌 일상 속 작은 것에서 행복을 많이 느끼며 사는 것이 중요하다고 강조한다.



오! 한강

활자를 읽는 게 지루하다면 만화는 어떨까? 허영만이 그림을 그리고, 김세영이 스토리를 맡은 이 작품은 해방 이후의 격동기와 민주화 과정을 그린 작품이다. 1987년 처음 나왔을 때만 해도 금기시되어 있던 민주화 문제를 만화에서 처음으로 다뤄 인기를 얻었다.

주인공 '이강토'는 가난한 소작농의 아들로 태어나 공산주의에 몰입했다가 결국 서울로 돌아와 민주주의를 받아들이고 자유로운 영혼을 가진 화가로서의 삶을 살아간다. 격변하는 시대상을 그린 이 만화는 반공이라는 뻔한 결말을 보여주지만 민주주의를 위해 피를 흘리고 자신을 희생하는 시대를 산 청년들의 시간과 의식을 보여준다는 점에서 유의미한 발자취를 남겼다. 조직적이고 단합된 힘을 중시하면서 대의를 위해 개인의 소소한 행복을 희생하는 것이 당연하던 시간을 지나온 기성세대의 과거를 만나다 보면 지금의 어른들에 대한 이해의 폭이 좀 더 넓어지지 않을까?



세대와 세대를 잇는 영화

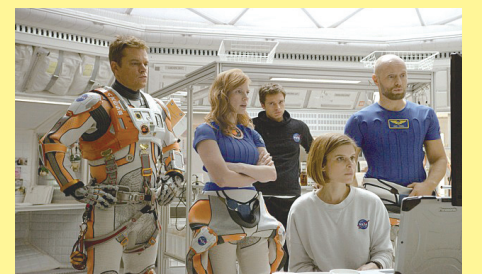
인턴

앤 헤서웨이와 로버트 드니로가 주연을 맡은 작품이다. 재미있는 것은 젊은 30대가 CEO이고, 70세 노인이 인턴이라는 점이다. 혈기와 에너지 넘치는 젊은 세대와 관록과 경험은 있으나 고루한 기성세대가 과연 함께 일할 수 있을까? 은퇴 이후 무료한 나날을 보내던 '벤'(로버트 드니로)은 시니어 인턴 프로그램을 통해 얻은 일터로 단정하게 양복을 갖춰 입고 출근한다. 그러나 그를 본 회사 직원들은 모두 당황스러워하고, 이는 젊은 CEO '줄스'(앤 헤서웨이) 역시 마찬가지다. 70세 인턴이 부담스러운 줄스는 그에게 일을 주지 않고, 결국 벤은 스스로 사무실을 정리 정돈하고 젊은 직원들의 일을 자발적으로 도우며 조직 안으로 점차 흡수된다. 처음에는 어색하고 불편하기만 했던 대표와의 관계도 여러 에피소드를 거치면서 조금씩 해소되고 나중에 줄스는 벤의 연륜과 경험에서 우러난 조언을 들으며 삶의 방향을 잡아간다. "경험은 나이 들지 않아요. 경험은 결코 시대에 뒤떨어지지 않거든요"라는 영화 속 대사는 기성세대가 가진 가치의 중요성을 이야기하며 여전히 사회의 일원으로 훌륭한 조력자 혹은 정신적 리더가 될 수 있음을 보여준다.



마션

주연을 맡은 맷 데이먼의 화성 표류기라고 해도 틀리지 않는, 흥미진진한 작품이다. 지구를 떠난 NASA 아레스3 탐사대는 한창 화성을 탐사 중이다. 그러던 중 모래폭풍을 만난 이들은 팀원 '마크 와트니'(맷 데이먼)가 사라지고 통신도 두절되자 그가 사망했다고 판단하고 그를 화성에 남긴 채 지구로 떠나버린다. 그러나 극적으로 살아있었던 마크는 화성에서 혼자 살아남기 위해 필사적으로 온갖 방법을 찾는다. 화성의 흙과 모아뒀던 배설물을 이용해 감자를 키우고 지구에 자신의 생존을 알리려고 노력한 것. 마침내 자신이 생존해 있음을 지구에 알리는 데 성공한 마크! NASA는 총력을 기울여 그를 구출할 방법을 찾는다. 이 영화에서 지구 생존을 위한 주인공의 활약상은 큰 재미를 주지만, 또 하나 주의 깊게 봐야 할 인물 관계도가 있다. 바로 NASA의 국장 '테디 샌더스'와 궤도역학 전문가 '리치 퍼넬'이다. 직급도 나이도 성격도 전혀 다른 두 사람은 일을 대하는 태도 역시 극단적으로 달랐다. 결국 리치 퍼넬은 틀에서 벗어난, 단기간에 마크를 구출해낼 파격적인 방법을 찾아내고, 국장은 이를 위해 모든 과정과 결과에 책임지는 참다운 리더의 모습을 보여준다. 어느 한쪽도 다 옳거나, 다 그르지 않음을 보여주는 두 사람은 극명하게 다른 세대 간 융합이 어떤 결과를 가져오는지 엿볼 수 있게 한다.



키워드로 보는 신조어·유행어

신조어는 새로운 것을 표현하거나 새로운 의미를 부여한 말이다.
시대를 반영하고 사람들의 공감을 얻어야만 하는 신조어. 키워드를 통해 신조어를 알아보자.

글. 황예슬

초성체

단어의 초성만을 표기하는 초성체는 온라인 게임에서 처음 등장했다. 게임을 진행하면서 ‘ㄱㄱ(go, go)’, ‘ㄹㄷ(ready)’, ‘ㄱㄱ(즐겜, 즐겁게 게임하자)’ 등으로 간단하고 빠르게 의미를 전달한다. 스마트폰의 대중화와 더불어 ‘ㄷㅎ(축하)’, ‘ㄱㅅ(감사)’, ‘ㅈㅅ(죄송)’ 등의 인사말부터 ‘ㅎㄷㄷ(후덜덜)’, ‘ㄴㄷㄴㄷ(부들부들)’ 등의 태어를 나타내는 초성체가 확산했다. 최근 축약된 신조어를 또 한 번 바꾼 암호 같은 초성체가 등장했다. ‘ㄴㄱㄴ(너의 의견이 곧 나의 의견)’, ‘ㄱㄷㄴ(극대노, 극한의 큰 분노)’, ‘ㄱㅇㄷ(개이득, 매우 큰 이득)’ 등이 그 예다.

야민정음

‘컹엽다(귀엽다)’, ‘댕댕이(멍멍이)’, ‘땡곡(명곡)’, ‘머머리(대머리)’, ‘머구팡역시(대구광역시)’, ‘대장(머장)’ 등은 한글의 자모를 비슷한 글자 모양으로 바꾼 신조어다. 이는 온라인 야구 커뮤니티에서 처음 등장해 ‘야구’와 ‘훈민정음’이 조합한 ‘야민정음’이라 불리고 있다. ‘뽕곡웁늪(폭풍눈물)’, ‘팔도네넴뽕(팔도비빔면)’, ‘농론(굴욕)’, ‘곰(문)’ 등은 단어의 각도를 달리해 표현한 형식이다. ‘동료(동요)’, ‘ㄷH(배)’, ‘iUIN(아이들)’, ‘티本(日本)’, ‘푸라면(후라면)’ 등은 단어를 비슷한 한자나 영어, 숫자로 대체한 야민정음이다.

급식체

급식체란 ‘급식을 먹는 세대가 쓰는 언어’로 10대가 사용하는 신조어다. ‘쿠크와장창’은 봉지만 열면 깨져 있는 과자 ‘쿠크다스’에서 유래한 급식체로 ‘정신이 와장창 깨지는’ 순간을 표현한다. 빠르게 태세 전환을 하는 사람들을 비꼬는 ‘우르디급 태세 전환’은 온라인 게임 캐릭터 우리디에서 유래했다. 예상되는 상황은 ‘혼날 각이다’처럼 ‘~각’이란 표현을 사용하며, ‘인정? 어 인정’, ‘동의? 어 보감’, ‘양파? 어 니언?’처럼 자문자답하기도 한다. 또 ‘에바참치’는 ‘오버바 참 지나치다’의 합성어로 너무 과할 때 사용하는 급식체다.

축약어

단어나 문장을 줄인 축약어는 세대를 불문하고 가장 널리 쓰이는 형태다. ‘취존(취향 존중)’, ‘자만추(자연스러운 만남 추구)’, ‘답정너(답은 정해져 있고 너는 대답만 해)’ 등은 널리 사용돼 비교적 많은 사람이 알고 있다. ‘오하운(오늘 하루 운동)’, ‘주린이(주식+어린이)’ 등은 시대 분위기를 반영해 나타난 축약어다. ‘스볼재(스스로 불러온 재앙)’, ‘볼소(불타는 소통)’, ‘오저치고(오늘 저녁 치킨 고)’, ‘갑동알(갑자기 통장을 보니 알바를 해야 할 정도로 궁핍함)’ 등은 모르는 사람은 뜻을 쉽게 파악할 수 없을 정도로 축약된 신조어다.

맘

‘맘’이란 온라인상에서 유행하는 콘텐츠로 신조어를 탄생시키기도 한다. 예능 <놀면 뭐하니?>에 출연했던 할아버지의 캡처 사진과 매우 신남을 표현한 단어 ‘무야호’가 신조어로 등극했다. 또한 예능 <신서유기>에서 강호동의 경상도 사투리 ‘무슨 일이고’의 캡처 사진과 함께 등장한 ‘마선129’는 신조어로 유행하고 있다. 온라인 방송 맘으로 시작한 ‘라떼는 말이야’는 기성세대가 사용하는 ‘나 때는 말이야’를 풍자하는 말이다. 이는 현재 광고와 방송, 온라인 등으로 확산하며 일상에서도 빈번하게 사용되고 있다.

Search...

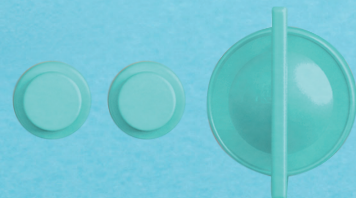


한여름의 별미 '빙수'

빙수의 계절, 여름이 돌아왔다. 아이건 어른이건 시원한 팔빙수 앞에서는 모두 하나가 된다.
시간이 흘러도 여름이면 전 세대가 찾는 입속의 작은 파라다이스, 팔빙수.



글. 황예슬



빙수는 잘게 간 얼음에 연유나 시럽 등을 넣고 팔, 젤리, 유제품 등을 얹어 먹는 기호식품이다. 빙수 하면 흔히 떠올리는 팔빙수는 팔을 얹어 먹는 형태다. 취향에 따라 레시피를 달리할 수 있고, 만드는 법도 간단해 빙수의 세계는 무궁무진하게 진화해왔다.

오랜 시간 인류와 함께한 빙수

빙수의 유래는 기원전 3000년 전으로 거슬러 올라간다. 중국에서 눈이나 얼음에 꿀 혹은 과일즙을 넣어 먹었다고 전해진다. 또 기원전 300년경 마케도니아의 알렉산더 대왕이 페르시아 점령 당시 지친 병사들에게 꿀과 과일즙을 넣은 눈을 나눠줬다는 이야기가 있다. 정확한 유래는 알 수 없지만, 빙수가 인류 역사와 오랜 시간을 함께했다는 점은 확실하다.

현재의 팔빙수 같은 형태는 11세기 송나라 역사서 <송사>에 등장한다. 여름철 복날이면 황제가 대신들에게 밀사빙(蜜沙氷)을 하사했다는 기록이 나온다. 여기서 밀(蜜)은 꿀, 사(沙)는 모래를 뜻하지만 실제로는 팔소(豆沙)를 의미하고, 빙(氷)은 얼음을 뜻한다. 곧 꿀과 팔, 얼음을 같이 먹는 것으로 '팔빙수'의 시초로 본다. 11세기 일본 고전 문학에도 시럽 빙수가 등장한다. 궁녀가 궁중 생활을 기록한 <마쿠라노소시>에 차갑게 식힌 금속 그릇에 칼로 간 얼음을 담고 그 위에 침즙을 뿌려 먹었다는 기록이다.

우리나라 빙수의 역사는 얼음을 저장하는 것에서부터 시작한다. <삼국사기>에 따르면 여름이면 겨울에 채취한 얼음 위에 음식을 올려놓았다고 한다. 이후 조선 시대에는 얼음을 동빙고와 서빙고라는 창고에 저장해두었다가 여름철 국가 행사에서 사용하거나 관원들이 잘게 부썬 화채를 만들어 먹었다고 전해진다.

파란만장한 빙수의 역사

왕이 하사해야만 맛볼 수 있는 고급 식재료였던 얼음은 1913년 경성에 설립된 제빙업체에 의해 대량생산이 가능해졌다. 부유한 집에서는 직접 빙수 기계를 들여놓고 만들어 먹기도 했으며, 대부분 사람은 식당이나 포장마차 등에서 빙수를 먹었다. 특히 1970년대에는 광복 이후 일본인이 철수하고 형성된 국제시장에서 상인들이 겨울에는 팔죽을 팔고, 여름철에는 팔빙수를 팔아 호황기를 누렸다. 하지만 식용이 아닌 치료용이나 생선 보관용 얼음으로 만든 빙수를 먹고 배탈이 나는 사례도 많아 1980년대까지 빙수는 '불량식품'이라는 딱지가 붙어 다니기도 했다.

이후 1990년대 외식산업의 폭발적 성장으로 빙수는 프랜차이즈 레스토랑의 메뉴로 부상했다. 불량식품으로 취급되던 빙수가 브랜드를 얻어 이미지 변신에 성공했지만 음료 시장에서 커피 등의 음료가 큰 인기를 얻자 한동안 고전을 면치 못했다. 그것도 잠시, 2010년대 빙수 전문 카페의 등장과 프랜차이즈 커피 전문점의 빙수 판매 시작으로 빙수는 다시 호황기를 맞았다. 판매사의 치열한 경쟁 구도 양상으로 빙수의 종류와 양, 가격 등이 점점 다양해졌다.

최근 MZ세대의 '스몰 럭셔리' 소비 경향으로 특급 호텔의 고가 빙수가 호황이다. 빙수 한 그릇 가격이 5만원을 훌쩍 넘고, 주말이면 1시간 이상 대기해야 하지만 없어서 못 먹을 정도라고 한다. 최고급 재료로 만든 럭셔리 빙수는 또 어떤 새로운 빙수로 거듭날지, 그 변화가 기대된다.

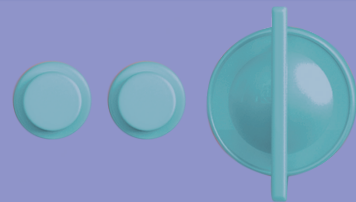


귀족의 디저트에서 만인의 '아이스크림'이 되기까지

여름이면 모든 세대가 찾는 달콤한 디저트의 대명사 '아이스크림'. 부담 없는 가격에 나라, 시대별로 즐기는 방법도 다양한 아이스크림. 다양한 세대가 공감하는 디저트, 아이스크림의 이야기 속으로 초대한다.



글. 정지은 참고. 책 <푸드스토리> 외 다수



아이스크림 만년설

아이스크림은 영어 단어 'iced cream'과 'cream ice'에서 유래했다. 아이스크림의 기원은 정확하지 않다. 고대 로마 시대 만년설에 꿀과 과일 등을 섞어 아이스크림과 유사한 형태로 만들어 먹었다는 기록이 전해진다.

또 다른 야사도 있다. 이탈리아 남단에 자리한 시칠리아섬, 팔레르모(Palermo)가 아랍 세력의 통치 아래 세계에서 두 번째로 큰 도시가 되어 전성기를 누렸을 때 유입되었다는 설이다. 아랍의 음료 '샤르바트(sharbat)'를 에트나산 꼭대기의 만년설로 만들어 먹었다고 한다. 최초의 아이스크림은 셔벗 또는 빙수 형태에서 시작했다. 사람들은 눈에 향료를 엮은 것을 아이스크림처럼 즐겼고, 지금보다는 식감이 거칠었다.

한때는 고급 간식

16세기 초 초석과 얼음을 섞어 빙점 이하까지 떨어뜨리는 장치가 개발됐다. 파도바 대학교의 마르크안토니오 지마라(Marcantonio Zimara)는 상온의 물에 대량의 질산칼륨을 넣으면 열에 의해 흡열



냉각되는 것을 발견했다. 16세기 중반 베르나르도 분탈렌티(Bernardo Buontalenti)는 얼음에 질산을 추가하면 영하 200℃까지 낮출 수 있다는 것을 알게 된다. 이 원리는 아이스크림 제조 기술 발전에 큰 역할을 했다.

우유로 만든 아이스크림을 처음 맛본 것은 17세기 영국 국왕 찰스 1세와 그 신하들이었을 것으로 추측한다. 당시 프랑스인 요리사 제랄드 티생이 우유와 크림으로 아이스 디저트를 만들었다고 한다. 과거에는 냉장고 같은 냉장 수단이 없었기에 아이스크림은 왕족과 귀족이 먹는 최고급 간식으로 분류됐다. 지금과 달리 아이스크림은 200년 동안 부유층의 전유물로 인식됐다. 1851년 미국 볼티모어에서 농장을 경영하던 제이콥 푸셀이 낭비를 줄이기 위해 남은 크림을 얼려 만든 아이스크림이 큰 인기를 얻었고, 곧이어 공장에서 아이스크림을 생산하며 대중화됐다.



취향별로 고르는 아이스크림

돈두르마

점성이 높은 터키식 아이스크림

젤라토

아이스크림보다 유지방 함량이 낮은 이탈리아식 아이스크림

아포가토

아이스크림 위에 에스프레소를 얹어 먹는 디저트

파르페

아이스크림을 컵에 담은 뒤 과일, 향료 등을 얹어 먹는 아이스크림

선디

설탕에 조린 과일이나 초콜릿을 얹어 먹는 아이스크림

초고성능 프리미엄 사계절용 타이어 ‘엔페라 슈프림’ 신제품 출시

넥센타이어가 초고성능 프리미엄 사계절용 타이어 ‘엔페라 슈프림’을 지난 4월 출시하며 프리미엄 컴포트 시장 공략에 나선다. ‘엔페라 슈프림’은 넥센타이어의 프리미엄 타이어 ‘엔페라 AU5’와 ‘엔페라 RU5’의 후속 제품으로 기존 제품에 비해 뛰어난 승차감과 정숙함은 물론 향상된 주행 성능까지 제공하며 승용차부터 대형 SUV에 장착 가능한 22인치 모델까지 출시된다.

먼저 ‘엔페라 슈프림’은 강성이 강화된 블록 디자인을 통해 차량의 흔들림을 최소화함으로써 편안한 승차감을 제공하고, 타이어 솔더 안쪽부터 트레드 중앙까지 패턴 블록의 배열 설계를 최적화해 주행 중 저소음을 구현했다. 최적화된 그루브(타이어 표면의 굽은 세로 홈) 설계 및 사이프(타이어 표면에 새겨진 미세한 가로 홈)의 밀도를 개선해 빗길과 눈길에서의 차량 주행 안정성을 향상했다. 또 고성능 신소재 컴파운드 적용으로 동급 최고 수준의 마모 성능도 구현했다. 블록 강성 설계로 어떤 차종에서든 핸들링과 내구성을 강화한 것이 특징이다.

‘엔페라 슈프림’은 넥센타이어 전문 유통 매장에서 구입 가능하다. ‘넥스트레벨 렌탈’과 비대면 방문 장착 서비스 ‘넥스트레벨 GO’를 통해서도 만날 수 있다. 기존 ‘엔페라’ 제품과 마찬가지로 구매일로부터 1년간 고객 과실에도 타이어를 교환해주는 ‘엔페라 新 명품보증제도’의 혜택도 제공한다.



獨 유력 자동차 전문지 <아체에 렌크라트> 테스트 평가서 1위 기록

넥센타이어는 독일의 유력 자동차 전문지 <아체에 렌크라트(ACE Lenkrad)>가 실시한 여름용 타이어 성능 테스트에서 자사 제품 ‘엔페라 스포츠’가 종합 1위를 기록했다고 4월 2일 밝혔다. <아체에 렌크라트>는 세계적인 권위를 자랑하는 독일의 <아데아체 모터벨트>, <아우토빌트> 등과 함께 명성이 높은 유력 자동차 전문지로, 연중 공신력 있는 타이어와 자동차 관련 제품의 테스트를 진행해 소비자에게 알려준다.

이번 테스트는 유럽에 판매되는 유명 브랜드 9개의 여름용 타이어 제품을 대상으로 폭스바겐골프 8세대 차량에 장착해 성능을 평가했다. 체코에 위치한 넥센타이어의 유럽 공장에서 생산한 ‘엔페라 스포츠’는 다양한 평가 항목을 합한 총점에서 가장 높은 점수를 받아 1위를 기록하며 ‘Very Recommendable(강력 추천)’ 등급을 받았다. 특히 마른 노면과 젖은 노면에서의 짧은 제동거리와 탁월한 핸들링 성능, 정숙성 등에서 높은 점수를 획득했다.

‘엔페라 스포츠’는 유럽형 프리미엄 스포츠 타이어로 패턴 설계 최적화를 통해 고속주행 안정성과 핸들링 성능을 대폭 끌어올렸고, 신규 컴파운드 적용으로 접지력과 제동력을 극대화한 것이 특징이다. 넥센타이어는 지난해 독일의 <아데아체 모터벨트>와 <아우토빌트>를 비롯해 스위스의 <TCS>, 오스트리아의 <ÖAMTC>, 러시아의 <Za Rulem> 등 유럽의 주요 자동차 매거진에서 실시한 테스트에서 우수한 성적을 거두며 제품의 품질과 기술력을 인정받고 있다.



넥센타이어 장착한 황진우 선수, CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십 개막전 우승

넥센타이어의 레이싱 전용 젓은 노면(Wet) 타이어를 장착한 황진우 선수가 5월 16일 에버랜드 스피드웨이에서 열린 '2021 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십'(이하 '슈퍼레이스 챔피언십') 개막전에서 우승을 차지했다.

'슈퍼레이스 챔피언십'의 'SUPER 6000' 클래스는 국내 경주 차량 가운데 가장 빠른 속도와 마력을 지닌 차량인 스톡카(6200cc, 최대 460마력) 클래스로 드라이버의 레이싱 실력과 고도의 집중력을 요구한다. 넥센타이어는 최상위 클래스인 'SUPER 6000'에 '엔페라 SW01' 제품을 처음 선보이며 데뷔 무대에서 우승을 기록함으로써 기술력을 입증했다.

넥센타이어 '엔페라 SW01'은 레이싱 전용 타이어로 젓은 노면에서의 뛰어난 배수 성능과 젓은 노면(Wet) 컴파운드를 바탕으로 고속주행 및 코너링 성능을 극대화한 제품이다. 황진우 선수는 넥센타이어의 '엔페라 SW01'을 처음으로 장착하고 'SUPER 6000' 시즌 개막전에 출전, 빗속에서 진행되어 미끄러운 노면에서 레이싱을 펼쳐야 하는 상황에서도 우승의 영광을 안았다.

'2021 넥센타이어 스피드레이싱' 태백 스피드웨이에서 개최

넥센타이어가 후원하는 '2021 넥센타이어 스피드레이싱' 개막전이 5월 8일 태백 스피드웨이에서 개최됐다. '넥센타이어 스피드레이싱'은 2006년부터 16년째 넥센타이어가 후원하고 있는 국내 최대 규모, 최장수 레이싱 대회다.

2021 시즌에는 '타임트라이얼(참가자들이 개별 출발해 기록을 재는 경기)' 클래스를 폐지하는 등 아마추어 클래스 개편을 단행해 대회 경쟁력을 제고한다. '타임타킷(참가자가 설정한 목표 시간에 근접한 결과로 승부를 내는 경기)' 클래스 1개, 스프린트 클래스(참가자들이 동시에 출발하는 경기) 6개를 포함 총 7개 클래스로 7라운드에 걸쳐 진행됐다.

올 시즌은 대회의 기술 규정과 안전 규정을 보완해 참가 차량의 기술 검차에 대한 공정성을 높였다. 지난 시즌까지 '마력'으로 적용하던 측정 방식을 올해부터는 '엔진 부스트 압력' 제어 규정으로 변경해 정확한 측정이 가능하다. 특히 최상위 클래스인 'GT-300div RV-300'에 대해서는 경기 중 사고 발생 시 드라이버에 전해지는 충격과 압력을 감지하는 G센서가 장착돼 빠른 시간에 선수들을 안전하게 구난할 수 있게 했다.

아울러 스프린트 클래스에는 넥센타이어의 레이싱 전용 세미슬릭 타이어 '엔페라 SUR4G'를 공식 타이어로 사용한다. 최상위 클래스인 GT-300에는 넥센타이어의 첫 슬릭 타이어 '엔페라 SS01' 제품을 올 시즌 내에 도입할 수 있도록 추진할 예정이다. 코로나19로 '넥센타이어 스피드레이싱' 개막전은 무관중으로 개최해 160여 대의 차량이 참가했으며, 대회 참가자들을 위해 상시 발열 검사, 경기장 소독, 마스크 의무 착용 등 방역 수칙을 철저히 지키며 운영됐다.



넥센타이어, 독일 뉘르부르크링 24시 내구 레이스 출전

넥센타이어가 독일에서 개최되는 '뉘르부르크링 24시 내구 레이스(ADAC TOTAL 24h Race)'에 참가했다. 현지 시간으로 6월 3일부터 6일까지 진행된 '뉘르부르크링 24시 내구 레이스'는 총길이 약 25.37km의 서킷을 24시간 동안 얼마나 많이 달렸는지를 측정해 가장 많은 주행거리를 기록한 차량이 우승하는 대회다. 좁은 노폭과 심한 고저 차, 급커브 등 가혹한 주행 환경으로 '녹색지옥(Green Hell)'이라고도 부른다.

넥센타이어는 레이싱 전용으로 첫 출시한 슬릭 타이어 '엔페라 SS01' 제품으로 '뉘르부르크링 24시 내구 레이스'의 데뷔전을 치렀다. '엔페라 SS01'은 넥센타이어에서 처음 개발한 슬릭 타이어로 극한의 주행 환경에서 뛰어난 접지력과 핸들링을 제공한다. '엔페라 SS01'은 '넥센 모터스포츠 팀'과 '아드레날린 모터스포츠 팀'의 포르쉐 718 GTS와 포르쉐 카이맨 S 차량에 장착되어 참가했다. 넥센타이어 관계자는 "글로벌 모터스포츠 대회에 지속 참가하며 넥센타이어의 브랜드 이미지를 제고하겠다"며 "특히 극한의 환경에서 펼쳐지는 내구 레이스를 통해 넥센타이어의 기술력을 글로벌 시장에 알려나갈 것"이라고 밝혔다. 넥센타이어는 지난 5월에 열린 '뉘르부르크링 내구 레이스 시리즈(NLS)' 3라운드 V6 클래스에서 우승을 차지하며 우수한 성적을 기록하고 있다.



넥센타이어, 스텔란티스의 '2020 올해의 최우수 공급 업체' 선정

넥센타이어가 글로벌 완성차업체 스텔란티스의 '2020 올해의 최우수 공급 업체'로 선정됐다. 스텔란티스는 이탈리아, 미국의 자동차 그룹 피아트크라이슬러(FCA)와 프랑스 자동차 그룹 푸조시트로엥(PSA)이 합병해 올 초 공식 출범했으며, 산하 자동차 브랜드로는 지프, 마세라티, 푸조, 피아트, 크라이슬러, 램, 시트로엥 등이 있다.

코로나19로 온라인으로 진행된 시상식에서 넥센타이어는 '경쟁력 부문' 최우수 업체로 선정되어 타이어업체로는 유일하게 수상했다. 스텔란티스는 거래 중인 글로벌 부품 업체를 대상으로 품질, 물류, 공급망 등의 다양한 평가를 통해 우수 업체를 선정했다.

넥센타이어 강호찬 부회장은 "스텔란티스의 제1회 우수 공급 업체 시상식에서 수상하게 되어 매우 뜻깊게 생각한다"며 "고객과 함께 지속 성장하는 공급 업체로 거듭나기 위해 더욱 노력해나갈 것"이라고 밝혔다.

넥센타이어는 지프, 램, 크라이슬러, 피아트 등에 신차용 타이어 공급을 지속하며 스텔란티스와 협력적 관계를 강화해오고 있다. 이번 우수 공급 업체 선정을 통해 품질과 기술력을 널리 알려 글로벌 시장에서의 경쟁력을 다져나갈 계획이다.



강호찬 부회장 ‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’ 동참

넥센타이어 강호찬 부회장이 어린이 교통안전에 대한 사회적 관심을 유도하고자 ‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’에 동참했다.

‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’는 어린이 보호구역 내 교통사고를 예방하고 안전한 교통 문화 정착을 위해 지난해 12월부터 행정안전부 주관으로 시작된 참여형 캠페인이다. 릴레이 챌린지는 어린이 교통안전 슬로건인 ‘1단 멈춤, 2쪽 저쪽, 3초 동안, 4고 예방’을 참여자가 SNS를 통해 공유하고 다음 주자 3명을 지목하는 방식으로 진행된다. 강호찬 부회장은 영안모자 백정수 부회장의 지목을 받아 이번 챌린지에 참여했으며, 다음 주자로 신대양제지 권택환 사장, 대교홀딩스 강호철 COO, 그리고 깨끗한나라 최현수 대표를 지목했다.

강호찬 부회장은 “안전하고 성숙한 교통 문화 정착을 위한 릴레이 챌린지에 동참하게 되어 의미가 매우 깊다”며 “이번 캠페인의 뜻을 직원들과 함께 공유하고 적극적으로 실천해나갈 것”이라고 밝혔다.

강호찬 부회장 플라스틱 줄이기 캠페인 ‘고고 챌린지’ 동참

넥센타이어 강호찬 부회장이 생활 속 플라스틱 줄이기 캠페인인 ‘고고 챌린지’에 참여했다. 환경부가 지난 1월부터 시작한 ‘고고 챌린지’는 생활 속에서 플라스틱을 줄이기 위해 하지 말아야 할 1가지와 할 수 있는 1가지를 SNS에 게재하고 다음 주자를 지목하는 형식의 릴레이 캠페인이다.

강호찬 부회장은 권광석 우리은행장의 지목을 받아 이번 챌린지에 참여했으며 다음 주자로 주식회사 E1의 운영담당대표 구동휘 전무와 알파 주식회사 이종호 사장을 지목했다.

강호찬 부회장은 “플라스틱 사용은 줄이GO, 친환경 생활 실천하GO, 건강한 지구 만들GO”라는 실천 메시지를 전달하며 “넥센타이어 임직원과 함께 플라스틱 용품 사용을 자제하고 불편하더라도 다화용품을 적극 사용해 보다 건강한 지구를 다음 세대에 물려주기 위해 앞장서겠다”고 밝혔다.



박주홍 노조위원장, 근로자의날 유공 산업포장 수훈

넥센타이어 박주홍 노동조합위원장(한국노총 양산지역지부 의장)이 4월 30일 서울 중구 대한상공회의소에서 열린 ‘2021년 근로자의날 유공 정부포상’ 시상식에서 산업포장을 수훈했다. 근로자의날 유공 정부포상은 산업 현장에서 일하는 근로자와 노사 상생 협력을 위해 노력하는 노조 간부 등에게 수여한다. 올해 수상자는 산업훈장(16명), 산업포장(17명), 대통령표창(54명), 국무총리표창(56명), 고용노동부장관 표창(55명) 등 총 198명이다.

박주홍 노조위원장은 △상생 노사 문화 확립 기여 △2020년 기준 30년 연속 무분규 사업장 실현과 교섭 문화 개선 등 불합리한 노사 관행 개선 및 일터 혁신에 기여 △원하청 상생 협력 및 동반성장을 위한 안전보건 공생 협력 프로그램 실시 등의 업적을 인정받아 산업포장을 수훈하게 됐다.



글로벌 지속 가능성 평가 기관 ‘에코바디스 2021년 CSR 평가’에서 ‘브론즈’ 등급 획득

넥센타이어가 에코바디스(EcoVadis)의 2021년 CSR 평가에서 ‘브론즈’ 등급을 획득했다. 에코바디스는 지속 가능성 및 공급망 분야의 전문가로 구성된 과학 커뮤니티의 감독에 따라 국제 지속 가능성 표준을 기반으로 기업의 환경과 사회적 영향을 평가하는 글로벌 조사 기관이다.

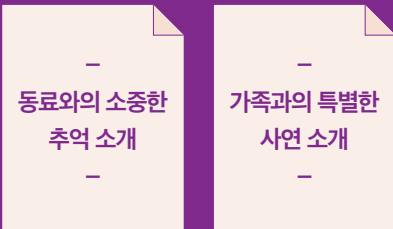
160여 개국, 200여 개 산업, 7만5000개 이상의 기업을 대상으로 환경, 노동 및 인권, 윤리, 지속 가능성 조달 등 네 가지 주요 카테고리에 따라 평가를 진행한다. 사회적책임과 지속 가능성이 성공적 경영전략을 결정하는 요소로 인식되어 있는 추세에서 LVMH, 로레알, 록시땅, 네슬레, 코카콜라 등 글로벌 기업들이 파트너사 선정 시 에코바디스 지표를 중요한 기준으로 여기는 만큼 전 세계에서 높은 공신력을 갖고 있다.

넥센타이어는 100점 만점을 기준으로 환경 50점, 노동 및 인권 60점, 윤리 40점, 지속 가능 구매 40점을 획득해 평균 총점 49점을 획득했다. 2020년 점수 기준 등급별 플레티넘 73~100점, 골드는 66~72점, 실버 54~65점, 브론즈 45~53점이 기준이어서 많은 기업이 인증 획득에 실패하는 상황에서 넥센타이어는 좋은 성과를 얻었다.



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> 여름호 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

we got you



Developed for **Porsche Panamera**

N FERA Sport



NEXEN TIRE