

2 0 1 4
SPRING
V o l . 3 8

자유 · 소통 · 행복으로

더 큰 내일을 열어가는

원익사의 따뜻한 이야기

원익



WONIK

自由
+
疏通
+
幸福

자 유 · 소 통 · 행 복 으 로 더 큰 내 일 을 열 어 가 는 원 익 人 의 따 뜻 한 이 야 기

COVERSTORY



04

Cover story

Message

행복

08

Wonik News

원익인 뉴스

원익가족소식

14

Cover Story

CEO Column

(주)원익 이재현 대표이사

CONTENTS

COVER STORY



자유 내일을 향한

원익인의
열린사고와 자유로운 도전은
더 큰 내일을 열어갑니다.



04 Cover story

Message
행복

08 Wonik News

원익인 뉴스
원익가족소식

14 Cover Story

CEO Column
(주)원익 이재현 대표이사

18 Special Edition

세미콘코리아
2014

24 Wonik Business

(주)원익큐엔씨 램프사업부
국내 최초 엑시머 램프 개발-생산

함께하는 소통

원익사의
진실한 마음으로 함께 나눴은
더 큰 우리를 키워갑니다.



가슴벅찬 행복

원익사의
자부심으로 즐거운 일터에서
더 큰 성취와 보람을 만들어갑니다.



L I F E S T O R Y



30 Wonik Dream Team

(주)원익머트리얼즈 생산팀
Pure가스 제조파트

34 Never Ending Challenge

선진기업사례
레고(LEGO)

38 Wonik Business

(주)원익 메디컬신사업팀
메디컬신사업팀

42 Special Edition

원사모
'원익을 사랑하는 모임' 결성

46 Special Edition

(주)원익큐엔씨, (주)위닉스
계열사 연합 등반

52 Zoom in

원익헬스동호회

56 Musical

뮤지컬 태양왕

58 Exhibition

쿠사마 야요이Yayoi Kusama,
草間彌生 A Dream I Dreamed

60 Health

현대인의 건강간식 견과류

62 Economy

이통사 영업정지

“존중받아야 책임감도 강해진다” 직원들이 행복한 기업 ‘브루넬로 쿠치넬리’



이탈리아 명품 의류브랜드 ‘브루넬로 쿠치넬리’는 가난한 농부의 아들로 태어난 브루넬로 쿠치넬리(60) 회장이 1978년 스물 다섯의 나이에 50만 리라(약 37만원)를 대출받아 스웨터 53장을 만들면서 출발했다. 아버지는 농부에서 공장 노동자로 힘든 삶을 살았으며, 유산 한 톨 받지 못한 그가 지금의 브루넬로 쿠치넬리라는 세계적인 명품 브랜드를 만들어낼 수 있었던 데에는 ‘직원이 최우선’이라는 인본주의 경영 철학이 있었다.





브루넬로 쿠치넬리와 솔로메오

브루넬로 쿠치넬리의 직원들은 대부분 본사가 있는 이탈리아 중부의 작은 마을인 솔로메오의 주민들이다. 브루넬로 쿠치넬리는 1985년 본사를 옮기면서 마을 주민들을 직원으로 고용했다. 브루넬로 쿠치넬리 회장은 어린 시절 솔로메오에 터를 잡고 살아온 아버지의 영향으로, 이 곳으로 본사를 옮기고 넓고 오래된 성을 개조해 사무실과 공장을 만들었다. 그는 “내가 어린 시절, 농부였던 아버지가 공장에 다니기 시작했다. 아버지는 하루 종일 힘들게 일하고 가족과 함께 보낼 수 있는 시간이 없었다”며 “전혀 행복해 보이지 않았다”고 기억한다.

이에 그는 브루넬로 쿠치넬리를 운영하면서 ‘직원들의 행복’에 초점을 맞췄다. 그는 솔로메오에 극장을 만들었고, 교회와 레스토랑을 짓는 등 대부분이 마을 주민인 직원들이 여가를 즐길 수 있도록 지원을 아끼지 않았다. 특히 마을 주민을 직원으로 고용한 덕분에 직원들은 마을 주부들이 만든 가정식으로 식사를 하고 있다고, 몇 년 전에는 본사 부근의 1만6000m²



의 대지를 사들여 마을 사람들의 휴식 공간으로 제공했다.

특히 브루넬로 쿠치넬리는 회사 수익의 20%를 사회에 환원하고 있다. 도로를 보수하고 대학과 공공기관에 재정 지원을 아끼지 않는다. 브루넬로 쿠치넬리의 한 직원은 인터뷰를 통해 “회사의 이익 중 20%가 사회로 환원된다는 것은 나 역시 일정 부분 보탬이 되고 있는 것”이라며 “우리 아이들이 회사가 만든 공원에서 뛰놀고, 교회에서 예배를 보며 건강하게 자라는 모습을 지켜볼 때 마다 이곳에서 일하는 것에 행복감을 느낀다”고 말했다.

하루 8시간 만 근무, 직원들에 대한 존중

브루넬로 쿠치넬리는 회장을 비롯해 모든 직원이 하루 딱 8시간 만 근무한다. 회사 내에는 직급도 없고, 출-퇴근 카드 역시 없다. 브루넬로 쿠치넬리가 하루 8시간 근무를 고집하는 이유는 직원들이 피곤하면 창조적인 일을 할 수 없고, 일에 집중할 수 없다는 이유에서다. 또 직원들에 대한 존중은 곧 책임감으로 이어진다고 믿고 있다. 브루넬로 쿠치넬리 회장은 “직원이 존중 받지 못하고 행복하지 못하는데, 어떻게 좋은 제품이 나올 수 있겠는가”라고 반문한다. 그는 직원들에게 먼저 ‘좋은 사람’과 ‘자신에 대한 존엄성’을 갖고 일을 시작하라고 강조한다. 직원들이 말하는 브루넬로 쿠치넬리 회장은 인간미와 정이 넘치는 사람, 회장이 아닌 함께 일하는 동료일 뿐이다.



브루넬로 쿠치넬리 회장은 인간의 노동에 대한 경제적 존엄과 도덕성을 지키는 것이 목표라고 말한다. 미국의 유명 대학에서는 ‘솔로메오의 휴먼 엔터프라이즈’를 주제로 브루넬로 쿠치넬리 회장의 철학을 연구하고 있을 정도다.



카피할 수 없는 이탈리아의 자부심

브루넬로 쿠치넬리 회장은 ‘왜 캐시미어에는 ‘베네통’ 같은 컬러풀한 제품이 없을까’라는 생각에서 컬러 캐시미어를 만들어 팔기 시작했고, 당시 올드한 이미지를 갖고 있던 캐시미어에 젊은 기운을 불어넣으며 전세계에서 사랑 받는 명품 브랜드로 자리잡기 시작했다. 현재 브루넬로 쿠치넬리는 전 세계 1천여 곳이 넘는 고급 멀티숍과 백화점에 입점해 있으며, 밀라노와 런던, 파리, 뉴욕 등에 40여 개의 단독 매장을 운영하고 있다. 특히 캐시미어 카디건 하나가 200만원이 넘는 고가임에도 불구하고 소비자들에게 사랑 받는 이유는 ‘완벽’하다는 남다른 가치 때문이다. 일관되게 유지되는 높은 디테일 수준은 바이어들에게도 매년 놀라움 그 자체라고.

브루넬로 쿠치넬리는 최첨단 기술로도 완벽하게 카피할 수 없는 이탈리아의 자부심, ‘헨디크래프트’ 기술자를 통해 진정한 ‘메이드 인 이탈리아’의 신뢰감을 주고 있다. 특히 부르넬로 쿠치넬리는 세계 최고의 품질을 자랑하는 몽골산 캐시미어 100%를 고집하는 것으로 유명한데, 지난 2010년 광고에서는 최고 품질의 캐시미어를 생산하는 몽골의 노동자를 단지



노동자가 아닌 그들의 문화와 삶을 존중하며 진정한 친구임을 강조한 메시지를 담아 화제가 되기도 했다.

원익의 ‘행복’

최근에는 국내 기업에도 선진국형 ‘일과 삶의 균형(WLB, Work-Life Balance) 근무제’가 확산되고 있다. 이는 일하는 시간보다 질을 우선시 하는 인력 관리 시스템이다. 즉, 일과 가정, 개인의 삶을 조화롭게 즐기자는 것이다. 브루넬로 쿠치넬리 회장이 강조했던 ‘인본주의 경영’과 같은 맥락이다.

원익 역시 기업의 핵심가치를 ‘자유, 소통, 행복’이라고 내걸고, 사람 중심의 기업문화를 정착시키기 위한 다양한 지원을 하고 있다. 원익은 직원들의 행복을 위해 자유로운 분위기의 근무 환경과 각종 여가 생활을 지원하는 등 ‘행복한 기업’이 되기 위한 노력을 아끼지 않고 있으며, 사내 프로그램과 동호회 활동, 계열사가 함께할 수 있는 이벤트 등을 통해 소통의 통로를 제공하고 있다. 이처럼 꾸준한 변화의 과정 속에 있는 원익은 보다 더 행복한 기업으로, 또 이를 통한 글로벌 리더로 우뚝 설 날이 머지 않았다.

(주)원익

제1회 서울 경기 지역 대리점 교육 실시

(주)원익의 진단사업부가 지난 4월9일 서울 경기지역 대리점들을 대상으로 내시경 교육을 실시하였다. 매년 꾸준히 진행하는 대리점 교육이지만 서울 경기 지역대리점만을 대상으로 실시한 교육은 이번이 처음이다. 올해부터 지역별 시장의 특성을 파악하여 교육도 전략적으로 실시하여 효율성을 높였다. 이번 교육에는 작년 말에 런칭하여 올해부터 새롭게 영업을 전개하는 EPK-i7000에 대해서 중점적으로 실시하였다. 많은 인원이 교육에 참석하여 장비의 특장점들을 배우고 시장상황을 공유하였다. 진단사업부는 이번 EPK-i7000의 우수성을 바탕으로 공격적으로 영업을 전개할 계획이다.

(주)원익

(주)원익 Fighting Day!



(주)원익은 매달 셋째주 금요일 임직원 소통을 위한 Fighting Day를 개최한다.

Fighting Day는 동호회와 직급별 모임에서 주체가 되어 번갈아가며 진행된다.

3월 21일 PM 3:00~6:30 2층 A/Vroom에서 '형거게 임 판엠의 불꽃'을 감상한 후 2층에서 임직원이 모여 치킨&피자와 함께 간단한 Beer Party가 진행 됐다.

다음달 Fighting Day는 (주)원익 Exciting동호회 주관하에 팀별 화합과 협력의 시간을 갖을 수 족구 및 농구, 배드민턴 경기를 팀대항으로 외부에서 진행 예정이다.

(주)원익

Philips 초음파 국내 총판권 계약

(주)원익의 진단사업부가 지난 3월부터 Philips Healthcare와 총판계약을 맺고 국내 초음파 시장에서 영업을 새로이 시작했다. Philips Healthcare는 네덜란드에 본사가 소재해 있다.

필립스의 초음파 장비들은 독보적인 기술로 성능이 뛰어나면서도 사용이 간편하여 수많은 경쟁사들 사



이에서도 전세계 High-end 초음파 Market share 1위를 유지하고 있다. 진단사업부는 이번 필립스의 영업을 시작함에 따라 전세계적으로 중요도가 높아지고 있는 의료진단분야에서 활약할 전망이다.

(주)원익큐엔씨

원익QnC 주말농장 분양

(주)원익큐엔씨에서는 회사 부근 천생산 검성지 입구에 주말농장을 직원들에게 분양하고 있다. 검성지 텃밭은 직원들에게 많은 호응을 얻어 올해도 600여평의 텃밭에 고추, 상추, 옥수수, 감자등을 재배할 수 있도록 토질이 쑥아져있는 상태로 분양하여, 원익QnC 임직원이면 누구나 참여가 가능하다. 분양받은 직원들은 1년 동안 희망하는 품종을 파종할 수 있으며, 봄 · 가을 파종기 및 수확기에는 전 가족들이 모여 다양한 행사도 함께 가지는 등 직원은 물론 가족간의 단합과 일체감 조성으로 활력 넘치는 일터를 만드는데 일조하고 있다.

(주)원익아이피에스

사랑의 힐링테마여행

(주)원익아이피에스에서 사랑을 주제로 한 갖가지 행사가 열리고 있다.

사랑의 힐링테마여행, 사랑의 가족테마여행, 사랑 나눔 텃밭 등이 대표적이다.

사랑의 힐링테마여행은 매월 임직원이 하나가 되어 전국의 유명 산을 등산하는 여행으로 3월 옥순봉&구담봉, 4월 수락산, 5월 오대산... 12월까지 테마여행지가 예정되어있다. 등산을 위해 임직원이 준비해야 할 것은 등산을 위한 간편한 옷차림이다. 나머지는 회사에서 준비해주니 부담없이 떠날 수 있다.

사랑의 가족테마여행은 임직원과 가족이 함께 가는 여행으로 5월 여행지는 포천 국립수목원이 선정되었다. 장소는 사내투표를 통해 결정되었는데 바쁜 업무 속에 자녀들과 주말 여행을 기획하는 일이 만만



치 않았던 가장들에게 희소식이 아닐 수 없었나 보다. 여행을 기획한 인사팀의 우려를 깨고 선착순 20가구가 금새 모집되었을 정도로 좋은 반응을 얻고 있다. 사랑 나눔 텃밭은 개인·가족·팀 단위로 분양을 받고 운영할 수 있는데, 위치가 진위캠퍼스 바로 옆이라 일과시간에도 자신 혹은 팀의 텃밭을 가꿀 수 있다는 장점이 있다. 올해 원익IPS의 여러모로 풍작을 기대해본다.

(주)원익아이피에스

(주)원익아이피에스 공채 4기 입사



많은 이들의 기대 속에 (주)원익아이피에스 4기 공채 신입사원 21명이 입사하였다. 공채 4기 신입사원들은 총 9주간의 교육 후 부서에 배치된다.

사내교육, 합숙교육, 기술교육, 현장실습 ... 보다 탄탄해진 신입사원 입문교육을 통해 이들이 부서배치 후 조기전력화할 수 있도록 다양한 교육지원을 하고 있다. 공채 4기가 입사하는 날, 교육장 한 쪽 벽면에는 이렇게 적혀 있었다. “여러분의 미래가 회사의 미래입니다.” 유례없는 긴 교육기간과 많은 기대 속에 입사한 공채 4기의 몇 년 후 활약을 기대해본다.

(주)원익머트리얼즈

제 8기 정기 주주총회 개최

(주)원익머트리얼즈는 지난 2014년 3월 25일 오창 본사 3층 강당에서 제8기 정기주주총회를 개최했다.

이날 주주총회서의 보고사항으로는 2013년 영업실적 및 감사의 감사보고가 있었고, 주요안건으로는 정관 일부 변경의 건으로 사업목적 추가(전기,전자 및 반도체 재료의 제조,가공 및 판매업; 사업영역 확대)가 있었으며, 상정된 안건은 모두 원안대로 승인 처리되었다.



신원종합개발(주)

조직문화개선('Big Step' 교육) 2차 및 3차교육 실시

신원종합개발(주)은 1월과 3월에 'Big Step' 교육을 실시했다. 작년 12월부터 시작된 금번 교육은 1차 '상자밖으로 나오기', 2차 '커뮤니케이션 스킬', 3차 '긍정과 자부의 조직문화 구축'이라는 3가지 테마로 진행되어 전임직원이 소통하고 하나가 되는 소중한 시간이 되었다.

특히 3월에 실시한 '변화관리 및 자기창조' 교육에서는 기존 강의방식을 벗어나 임직원이 직접 참여하여 회사와 나의 꿈과 비전을 실현하기 위해 다양한 의견을 쏟아내며 열띤 토론을 벌였다. 회사는 향후 CS교육과 변화관리 교육 등 다양한 주제로 자체교육을 진행해 나갈 예정이다.



신원종합개발(주)

임직원 단합 체육활동 실시



신원종합개발(주) 본사 임직원은 4월 4일 오후 분당 탄천 인근 야외 운동장에서 체육활동을 실시하였다. 약 2시간에 걸쳐 축구경기와, 가벼운 치킨과 맥주로 마무리 된 금번 체육활동은 임직원들의 심신단련 및 끈끈한 조직결속력을 강화할 수 있는 계기가 되었다.

회사는 금번 체육활동이 임직원의 만족도가 높아 매월 마지막 주 금요일에 정례 행사로 추진하기로 했다.

(주)원익큐브

원익큐브, 멘토, 멘티, beer day 행사 시행

누구나 꿈꾸는 자유로운 기업문화.

소통의 첫걸음은 임직원간의 대화에서부터...

(주)원익큐브 임직원은 판교사옥 구내식당에서 지난 1월부터 매월 경영회의 후 Beer day 및 멘토, 멘티 행사를 시행하고 있다.

이 행사는 임직원간 자유로운 소통을 위하여, 업무 시에는 나누지 못한 이야기를 편하게 나누는 자리다. 특히 임원과 직원간 소통강화를 위해 임원 1인과 G1 직급 사원 5~6명으로 구성된 멘토·멘티 행사도



함께 진행되어 부서와 직급, 연령을 불문하고 테이블 별로 맥주잔을 부딪히며 임직원 상·하간의 애로 사항들을 대화하고 나누는 화합의 장을 마련하였다.

(주)씨엠에스랩

셀퓨전씨 홈페이지 리뉴얼

고기능성 화장품을 유통하는 (주)씨엠에스랩은 지난 3월 대표 브랜드인 'Cell Fusion C' 홈페이지 (<http://cellfusionc.com>)를 새 단장 하였다.

마케팅 컴퍼니를 지향하는 (주)씨엠에스랩은 제품의 리뉴얼 뿐만 아니라 고객에게 제품에 대한 상세 정보를 제공하고자 사용방법, 함께 사용하면 좋은 제품 소개, 피부 고민별, 제품 타입별 상세 제품설명을 담고 있다.



(주)씨엠에스랩

2014년 고객 선물용 세트 구성

(주)씨엠에스랩은 계열사 CEO, CFO 및 임원 분들이 방문손님용, 골프모임용, 기타 기념품 또는 답례품으로 활용하실 수 있는 셀퓨전씨 GIFT SET를 구성하였다. 셀퓨전씨는 지난 10년 동안 국내 4,000여 병원이 선택한 전문성을 보유한 정통 메디컬 스킨케어 브랜드로서, “듀얼 리포좀 공법”과 “피부장벽이론”을 바탕으로 예민한 피부를 보호하고, 피부 본연의 상태를 개선시키는 제품들로 구성되어 있다.



“바람직한 기업 문화의

정착을 위해서는 무엇보다

리더의 역할이 중요합니다.

항상 앞장서서 먼저 행하는

모습을 보여야 직원들이 진정성을 느끼고

동참하게 될 것입니다.”

행복한 기업, 진정성 있는 소통의 문화, 리더가 앞장선다

올해 1월1일자로 (주)원익큐엔씨 부사장에서 (주)원익 대표이사 및 기획조정실 실장으로 승진한 이재현 대표이사는 막중한 업무를 맡고 있는 만큼, 원익의 핵심가치인 ‘자유, 소통, 행복’을 중심으로 ‘행복경영’과 ‘창의경영’에 앞장서고자 노력하고 있다. 경영혁신을 통한 제2의 도약이라는 사명을 성공적으로 완수하기 위해서는 유연하고 창의적인 조직문화 정착이 필수라고 여기고 있기 때문이다.

특히 그는 매주 주말편지를 전 임직원들에게 보낼 정도로 직원들과의 소통에 앞장서고 있다. ‘자유, 행복, 소통’이라는 원익의 기업문화를 몸소 실천하며 모범을 보여야 직원들이 진정성을 느끼고 동참하게 된다는 믿음에서다.

이재현 대표이사는 “CEO는 모든 임직원들 앞에서 발가벗겨진 상태라 할 수 있다. 대표이사의 일거수 일투족이 바로 조직과 조직원들에게 영향을 미치게 되므로, 항상 솔선수범과 언행일치를 잊지 말아야 한다”며 “과거처럼 카리스마 리더십 보다는 섬기는 servant 리더십을 가지고, teaching 보다는 coaching을 하는 Shadow leader로서의 모습으로 다가가야 한다”고 강조했다.

또 그는 “활발한 소통을 위해서는 먼저 신뢰감을 구축해 공감대를 형성하는 것이 중요하다”면서 “매주 전 임직원들에게 보내는 주말편지는 경영활동을 하면서 느끼고 생각해보고, 권유하고 싶은 내용을 담아 공감대 형성에 조금이나마 도움

이 되도록 하기 위해 시작했다”고 말했다.

이렇듯 이재현 대표이사가 공감대 형성을 통한 ‘소통’에 집중하고 있는 이유는 함께 근무하는 임직원들과 얼마만큼 소통을 통한 호흡을 잘 맞추느냐가 성과 창출에도 직결된다고 생각하기 때문이다.

그는 대표이사 취임 후, 직원들과의 개인별 면담을 통해 업무적, 비업무적으로 한 사람, 한 사람의 고충을 공감하게 되었다고. “(주)원익의 기업문화는 과거 2년간 영업성과 저조, 일부 장기근속 과장들의 퇴사, 신규사업 도전의 성과 미흡 등으로 분위기가 약간 가라앉아 있었다. 과거와 같은 소규모 단위의 가족적인 분위기는 사라지고, 부서 간 교류도 적어졌지만, 현재 전반적으로 다시 분위기를 끌어올리는 과정에 있다”며 “아직도 소통의 부자연스러움, 경직된 근무 분위기가 일부 잔존하고 있기 때문에 무엇보다 ‘소통’에 집중하고 있다”고 설명했다.

이에 따라 이재현 대표이사는 계층별 간담회, 분기별 경영현황설명회, 사업단위별 자발적인 워크숍과 동호회 활동, 호프



데이 등 다양한 소통채널을 가동하여 자발적이고 자유롭게, 즐겁고 재미있게 일할 수 있는 조직문화 조성에 힘쓰고 있다. “원익 가족 각자가 스스로 알아서 목표과제를 설정, 책임감을 가지고 집중-실행하여 성과를 창출하는 ‘자율문화’와 편견과 마음의 벽을 허물고 다양성과 서로의 가치를 진정으로 인정해주는 ‘소통문화’가 선행되어야 회사의 새로운 발전과 도약이 있을 것입니다”

제2의 도약,

임직원들의 역량 강화가 중요

올해 (주)원익은 신성장동력 및 새로운 비즈니스 모델 창출, 흑자 경영, Risk Management, 사기 진작 등을 경영 방침

으로 내세우고, ‘안정적인 수익기반 및 성장동력 확보’, ‘기존사업 핵심역량 강화’, ‘메디컬 500억 매출기반 마련’, ‘자금유동성 확보’, ‘창의적인 조직문화’ 등을 목표로 중점 추진할 계획이다.

이재현 대표이사는 “영업환경은 갈수록 경쟁이 치열해지고 변화 속도도 빨라지기 때문에, 유연한 적기 대응이 이루어져야만 지속성장을 보장받을 수 있다”며 “올해는 경영체질을 강화시키고 영업운영의 효율성을 제고, 안정적인 자금 운용과 장기재고/채권의 조기 감축에 집중해 불필요한 management-cost를 제거하여 건강한 영업구조를 정착시켜 나갈 계획”이라고 말했다. 이어 “이러한 체질강화 과정에서 생기는 영업 손실에 대한 대책도 병행-강구 하면 목표수준의 달성은 이루어질 것이라 예상한다”고 자신감을 보였다.

특히 그는 이러한 모든 과제를 제대로 추진하기 위해서는 조직 및 개인역량을 배가시키고, 우수인력을 적재적소에 배치-활용해야 한다고 강조했다. 이를 위해 기존 역량강화 프로그램에 적극적 참여를 유도하고 자발적인 집단지성 축적을 위해 본부별 역량강화 워크숍을 정례화 하여 실무형 OJT(On the job training)를 강화할 계획이라고 밝혔다.

실제로도 (주)원익은 직원들의 자기계발을 위해 자기계발비 지원을 통한 어학, 직무실무교육 등을 시행하고 있으며, 매경 휴넷과 연계해 경영활동에 필요한 실무 On-line 교육프로그램을 제공하고 있다. 또한, 그룹 공통 교육과는 별도로 과장을 대상으로 한 간부 집체교육, 승진자를 대상으로 한 특별교육 등도 시행 중이다.

끝으로 이재현 대표이사는 “기본을 다지는 과정을 성공적으로 실행에 옮기면, 중장기적 제2의 도약을 위한 발판을 굳건히 만들 수 있을 것”이라며 “임직원들과 함께 선배 경영인들의 헌신적인 업적을 가슴 깊이 되새기면서 우리 회사의 새로운 발전과 도약을 위해 매진하겠다”고 전했다.

글 윤보라 · 사진 조인기



SECTION 01 | 自由

18 **Special Edition** 세미콘코리아 2014



24 **Wonik Business** (주)원익큐엔씨 램프사업부 국내 최초 엑시머 램프 개발-생산



자유
내일을 향한

원익人的
열린사고와 자유로운 도전은
더 큰 내일을 열어갑니다.





원익의 기술력과 눈부신 성장 동반인 ‘세미콘코리아 2014’

한국 반도체 산업의 최대 축제, ‘세미콘(SEMICON) 코리아’가 지난 2월 12일부터 14일까지 사흘 간 서울 삼성동 코엑스에서 개최됐다. 올해로 27회째를 맞는 세미콘코리아에는 전 세계 20개국에서 530개 업체가 참여, 총 1천737개의 전시 부스를 마련해 역대 최대 규모를 자랑했다. 특히 지난 2011년 30% 수준이었던 해외업체 비중도 55%까지 늘었다.





세미콘코리아 2014는 최신 반도체 공정기술과 장비, 재료 등을 선보이며 반도체 강국으로서의 반도체 산업 현황과 전망을 제시했다는 평을 얻었다.

특히 반도체 장비 재료 산업의 첨단 기술과 신제품을 선보인 전시 외에도 반도체 산업의 주요 화두인 모바일 혁신을 주제로 한 켈컴의 로웬 첸 박사의 기조연설을 서두로, 반도체 제조공정 기술에 대한 다양한 주제의 심포지엄 및 포럼이 진행됐다.

이밖에 반도체 공정별 전문가가 단계별 공정 이슈와 최신 기술을 논하는 SEMI 기술심포지엄, 센서기술에 초점을 둔 시스템LSI 포럼, 테스트 포럼, 측정 및 검사(MI) 포럼, 반도체시장의 주요 화두를 다루는 마켓세미나, 반도체업계의 국제 표준을 소개하는 SEMI 표준 프로그램 등을 마련해 눈길을 끌었다.

원익은 3개 계열사 (주)원익아이피에스, (주)원익큐엔씨, (주)원익머트리얼즈가 올해 역시 행사에 참가해 뛰어난 기술력과 장비를 소개하며 홍보의 장을 열었다.

전시회 첫 날에는 원익 이용한 회장과 이문용 부회장을 비롯해 (주)원익아이피에스 변정우 대표이사, (주)원익큐엔씨 박근원 대표이사, (주)원익머트리얼즈 이진중 대표이사 등 각 계열사 대표들이 직접 부스를 방문해 임직원들을 격려하며 자리를 빛냈다.

역대 최대 규모로 열린 행사인 만큼 원익은 2층 규모의 부스에 3개 계열사를 한 눈에 볼 수 있는 부스 활용으로 관람객들의 시선을 사로잡았다. 원익의 상징인 블루와 화이트 컬러로 깔끔하게 꾸며진 원익의 부스는 1층과 2층으로 나뉘어 그 어느 때 보다 큰 규모를 자랑했다.

특히 1, 2층에 총 7개의 VIP 룸을 마련해 프라이빗한 공간에서 고객과 만남의 자리를 가질 수 있도록 구성했고, 이외에도 기존보다 테이블 수도 늘리는 등 적극적으로 고객을 맞이할 수 있는 분위기를 유도했다.



관람객들 발길 끊이지 않은 원익의 부스

이번 세미콘코리아에서 원익의 부스에는 관련 업체의 바이어와 방문객의 발길이 끊임없이 이어졌다. 먼저, 지난해 MAHA-SP의 후속모델인 MAHA-MP의 성공적인 해외 진출을 알린 (주)원익아이피에스는 ALD, CVD, DISPLAY, SOLAR CELL, GAS SUPPLY SYSTEM, GAS PURIFIER에 이르기까지 여러 제품을 자세히 설명해 방문객들의 이해를 도왔다.

특히 반도체 필수공정인 PE-CVD 분야에서 최초로 국산화에 성공한 후 수년간 핵심기술들을 축적해온 (주)원익아이피에스의 대표 성공 모델인 'MAHA'에 대한 관심이 뜨거웠는데, PE-CVD 대표 장비인 MAHA-MP의 System SLI 대량 납품을 위한 직원들의 적극적인 고객 응대가 이루어졌다. (주)원익아이피에스는 올해 MAHA-MP의 System SLI 대량 납품을 목표로 더욱 활발한 영업에 나설 예정이다.

(주)원익큐엔씨는 쿼츠 사업부의 TEL Etch Process의 신개발인 Shower Gas, UEL part, 세라믹스 사업부는 Machinable Ceramics, SiC PEC, ALN, Si₃N₄, SiC, Zirconia, BN, Sapphire 등을 전시, 반도체 공정 기술 개발에 적극 대응하는 기술력을 뽐내며 관람객들의 관심을 끌었다. 올해 (주)원익큐엔씨는 Advanced Technic 및 System 기반 구축을 목표로 전사적 process 개선을 실행할 수 있는 전산시스템을 구축해 더욱 성장할 전망이다.

반도체 및 TFT-LCD공정용 특수가스를 제조하는 (주)원익머트리얼즈는 이번 세미콘코리아에서 반도체, FPD, LED에 사용되는 반도체 공정용 특수가스와 플랜트들을 종류와 규모별로 설명, 생산과정과 설비를





알기 쉽게 그림과 도표를 통해 관람객들의 이해를 도왔다. (주)원익머트리얼즈는 올해 제조경쟁력 확보를 위한 Cut Down 20(제조원가 20% 절감)을 목표로 삼고 추진하고 있으며, 앞으로 새롭게 시작하는 케미칼 사업에도 기존의 노하우를 접목시켜 최고 품질의 제품을 만들 계획이다.

한편 이번 세미콘코리아에서는 반도체 제조공정 기술에 대한 다양한 주제의 심포지엄 및 포럼을 비롯해 차세대 반도체 개발의 주요 과제인 새로운 재료의 개발을 주제로 한 이그제큐티브 포럼, 전시회에 참가하는 기업들과 고객사와의 비즈니스 매칭 프로그램 등이 진행돼 호응을 이끌어냈다.

또한 행사기간 중에 LED Korea 전시회와 LED Conference가 동시에 개최됐다. 이처럼 이번 세미콘코리아 2014는 3일 동안 기술 및 시장 정보, 비즈니스 미팅, 표준회의, VIP 프로그램 등 다양한 형태의 70여 개 행사로 한국 반도체 산업의 최대 축제의 면모를 다시 한 번 입증했다.

(주)원익큐엔씨 램프사업부 국내 최초 엑시머 램프 개발 및 생산

기업의 궁극적인 목표는 '이윤 추구'지만, 당장 눈 앞의 이윤 추구에 급급하다 보면, 더 큰 결실을 놓칠 수 있다. (주)원익큐엔씨 램프사업부는 오랜 시간 동안 회사의 격려와 지원 속에 이제 막 성과를 내기 시작했다. 국내 최초로 엑시머 램프(Excimer VUV Lamp)를 개발, 생산한 (주)원익큐엔씨 램프사업부는 독자적 기술력을 바탕으로 향후 무궁무진한 발전을 이뤄낼 전망이다.





Special Lamp의 새로운 선두주자

(주)원익큐엔씨 램프사업부는 FPD와 반도체 제조에서의 세정공정과 플라스틱 수지 및 금속재질의 표면개질, 환경기술 등 여러 분야에서 사용되는 엑시머 램프(Excimer VUV Lamp) 및 관련 장비를 개발, 생산하고 있다. 엑시머 램프는 LCD 패널 제조공정 중 세정공정에 사용하는 장비에 적용하는 램프로, 172nm의 파장으로 피세정물의 표면에 묻어있는 유기물을 분해시키는 램프다.

일본 기업이 세계 시장을 주도하고 있는 상황에서 (주)원익큐엔씨 램프사업부는 맨 처음 호환형 램프 개발을 시작으로, 그동안 전량 수입에 의존하던 진공자외선램프와 파워서플라이(Power Supply) 및 하우스(House)를 독자적인 기술력으로 개발했으며, 개별 공급 및 Unit장비로 공급하고 있다.

현재 국내에는 LGD, SDC, SMD 및 기타업체와 국산화를 진행하고 있고, 대만 AUO, Innolux, 중국 Tianma, IVO 등에 진출했다. 매출 성과는 지난해 개발을 완료했기 때문에 2013년에는 매출 7억 달성, 올해 목표는 15억 (해외 8억, 국내 7억)에 불과하지만, 2015년 30억, 2016년 50억, 2017년 100억, 2018년 180억 원이라는 목표를 세우고 있을 정도로 (주)



원익큐엔씨 램프사업부는 독자적 기술력을 바탕으로 한 사업영역 확대로 Special Lamp의 새로운 선두주자로 우뚝 설 예정이다.

이와 관련해 (주)원익큐엔씨 램프사업부를 이끌어가고 있는 주윤관 부장은 “지난해 개발을 완료하고 대만과 중국, 해외 진출 성과를 이뤄냈다”며 “우리나라가 LCD 세계 1위, 2위가 대만, 3위가 중국이다. 앞으로는 중국이 새로운 시장으로 부각되고 있는 만큼, 현재 중국 쪽으로 영업을 집중하고 있다”고 설명했다.

“회사의 격려와 지원이 있었기에 가능했던 일”

(주)원익큐엔씨 램프사업부가 이처럼 전량 수입에 의존하던 엑시머 램프를 개발, 생산, 수출하는 성과를 낼 수 있었던 데에는 회사의 무한한 격려와 지원이 있었기에 가능했다. 2004년부터 개발을 시작한 엑시머 램프는 지난해 개발을 완료, 무려 10년이라는 길고 긴 시간을 묵묵히 기다려주며 아낌없는 지원을 보낸 (주)원익큐엔씨의 기술 개발에 대한 의지가 없었다면 불가능 했을 것이다.

주윤관 부장은 “Special Lamp는 거의 일본 제품이 주류를 이루고 있다. 기술 자체가 워낙 폐쇄적이라서 외부에 기술이 오픈되어 있지 않고, 거의 수작업에 의한 생산이기 때문”이라며 “기계로 인한 자동화가 가능하다면 기계가 Copy되어 양산될 수 있지만 20~30년 이상 숙련된, 그야말로 장인들에 의한 제작이다 보니 기





술전수도 잘 이루어지지 않았다”고 설명했다. 이어 그는 “다른 기업이었다면 백 번이고 사업을 포기했을 텐데, (주)원익큐엔씨는 긴 시간 동안 지원해주며 조그마한 중간 성과에도 격려를 아끼지 않았다”면서 “엑시머 램프는 (주)원익큐엔씨가 아니었다면 절대 개발할 수 없는 제품”이라고 강조했다.

특히 “부품소재산업이 빈약한 우리나라에서 우리마저도 하지 않으면 기술 발전이 없고, 미래가 없다”는 말을 수 차례 들었다는 그는 “이렇게 기술 개발에 아끼지 않고 투자하는 (주)원익큐엔씨가 현재도, 그리고 앞으로도 우리나라 부품소재산업을 선도해 나갈 것”이라고 원익인의 자부심을 드러냈다.

사각형 엑시머 램프의 성공적 개발이 올해의 목표

(주)원익큐엔씨 램프사업부의 2014년 목표는 원형 엑시머 램프의 횡전개로 안정된 시장을 확보하고, 사각형 엑시머 램프를 성공적으로 개발하는 것이다. 엑시머 램프가 그간 원형에서 사각형으로 바뀌었는데, (주)원익



큐엔씨 램프사업부는 현재 이 사각형의 엑시머 램프를 개발 중이다.

주윤관 부장은 “올해엔 반드시 사각형 엑시머 램프를 개발 완료하는 것이 지상 과제”라며 “또 2015년부터 시장 점유율을 확대하고 이를 바탕으로 기타 특수램프 개발로 사업을 확장하는 것이 목표”라고 말했다.

또 그는 2030년에 매출 1조원 달성, 퀴즈 부문과 세라믹 부문이 세계에서 Clearly No. 1이 되는 것을 목표로 한 (주)원익큐엔씨의 ‘2030프로젝트’에 대해 설명하며, 램프사업부 역시 ‘2030프로젝트’의 한 부분을 담당했으면 하는 바람이라고 전했다.

(주)원익큐엔씨 램프사업부는 현재 올해 새로 입사한 여직원 한 명을 포함해 총 7명의 직원들이 함께하고 있다. 엑시머 램프를 개발하기까지 어렵고 힘든 시간들도 많았지만, 한 명도 이탈한 사람 없이 함께 견뎌온 직원들이다. 이제는 서로 눈빛만 봐도 알 수 있는 관계가 되었다는 램프사업부 직원들이 올해 또 한 번 일궈낼 사각형 엑시머 램프의 성공적 개발과 무궁무진한 성장에 아낌없는 응원과 박수를 보낸다.

글 윤보라 · 사진 김동관

자 유 · 소 통 · 행 복 으 로
더 큰 내 일 을 열 어 가 는
원 익 사 의 따 뜻 한 이 야 기

SECTION 02 | 疏通

30 **Wonik Dream Team**
(주)원익머트리얼즈 생산1팀
Pure가스 제조파트



34 **Never Ending Challenge**
선진기업사례
레고(LEGO)



38 **Wonik Business**
(주)원익 메디컬신사업팀
메디컬신사업팀



함께하는 소통

원익사의
진실한 마음으로 함께 나눔은
더 큰 우리를 키워갑니다.

“행복한 일터란, 마음의 문을 열고 함께 만들어 가는 것!”

(주)원익머트리얼즈 생산팀 Pure가스 제조파트(이하 Pure 파트)는 24시간 교대 근무를 해야 하는 업무의 특성상 팀원이 모두 함께 한 자리에 모이는 것이 쉽지 않다. 그럼에도 불구하고 Pure 파트 팀원들은 인터뷰 내내 끈끈한 팀워크를 과시했다. 그리고 이러한 팀워크의 비결은 대화를 통한 선후배 간의 ‘소통’이라고 강조했다.



반도체 영역을 비롯해 디스플레이, LED 등 첨단 산업에 필요한 특수가스를 공급하고 있는 (주)원익머트리얼즈의 생산 부문에는 특수가스의 기본적인 제조와 제조를 위한 설비 관리, 그리고 자재수급, 생산계획, 현장의 원활한 지원을 위한 생산지원부문이 있다. 이 중 생산1팀은 Pure가스 제조파트와 Mix가스 제조파트로 나뉘는데, Pure파트는 암모니아, 아산화질소, 육불화황, 이산화탄소 등의 8개 품목을 Pure 가스에서 제조(정제) 및 충전하는 업무를 맡고 있다.

장기간의 경험과 노하우를 보유한 이수환 과장이 이끄는 Pure 파트는 강한 추진력과 끈끈한 팀워크를 자랑한다. 총 16명의 직원들로 구성된 Pure파트는 강한 카리스마의 이수환 과장을 중심으로 선-후배 간의 예의는 지키면서도 대화를 통해서 소통하며 행복한 일터를 만들어가고 있다.

“행복한 직장”은 누가 만들어 주는 것이 아니죠. 마음의 문을 열고 함께하다 보면 자연스럽게 만들어지는 것입니다.”

이수환 과장은 ‘행복한 직장’은 직원 개개인의 마음가짐에서 비롯된다고 믿고 있다. 그는 “항상 서로의 말을 존중하고, 선-후배 간의 대화를 통해 소통하면 행복은 자연스럽게 따라온다”면서 “업무적으로도 이러한 소통이 결국 경쟁력이 될 것이고, 그것은 곧 (주)원익머트리얼즈의 밝은 미래가 될 것”이라고 강조했다.

소통의 중요성은 누구나 잘 알고 있지만, 사실 Pure 파트의 경우에는 24시간 교대 근무를 하고



있는 상황이라 무엇보다 팀원들의 노력이 중요하다. 이에 대해 임한빈 대리는 “Pure 파트는 연속 공정이기 때문에 시간을 맞추기가 힘들다. 쉬는 시간을 맞추는 것도 어렵고, 점심시간에 일을 해야 하는 경우도 있다. 그렇기에 시간을 맞춰 운동을 한다거나 업무가 끝난 후 회식 자리를 자주 갖는 등 노력하고 있다”고 설명했다. 또 그는 “과장님과 8년 이상 함께 근무를 했는데, 후배들의 이야기를 많이 들어주시고 챙겨주신다”며 “사실 몇 달 전 개인적으로 어려운 일이 있었는데, 과장님께서 함께 문제를 해결해주려 노력하시는 모습에 감동 받았다”고 고마운 마음을 전하기도.

조민철 대리 역시 “10년 넘게 직장생활을 해오면서 가장 힘들었던 부분이 공과 사의 구별이었다. (주)원익머트리얼즈에 입사한 이후 이수환 과장님을 만나 이런 부분에 대한 고민이 많이 해소됐

다”며 “또, 생산팀은 품질팀과 트러블이 종종 있는데, 이 역시 과장님께서 적극적으로 해결해주시는 등 여러 부분에서 큰 힘이 되고 있다”고 말했다. 팀의 막내인 양송현 사원도 “과장님을 비롯한 선배들이 항상 챙겨주셔서 감사하다. 며칠 전에도 몸이 아파 연차를 내고 싶 적이 있었는데, 과장님께서 직접 전화를 걸어 신경을 써 주시더라. 감동이였다”고 전했다.

스포츠 위주의 회식 문화

웃음이 끊이지 않는 생산팀 Pure 파트

사실 예전의 Pure 파트는 팀워크 향상을 위해 회식자리를 마련하면 1차, 2차까지 술로 시작해 술로 끝나는 경우가 많았는데, 작년부터 회식 문화를 바꾸어나가고 있다. Pure 파트는 술 마시는

회식 외에도 스포츠 위주의 회식 문화를 정착시키기 위해 노력하고 있다. 배드민턴 리그, 등반, 스키 등 함께 운동을 하고 있으며, 동료들이 “조만간 갯벌 체험도 하자”는 의견을 내 이 역시 계획 중이다.

특히 지난해 가을 등반에는 특별한 추억이 있다고 입을 모았다. 날씨가 쌀쌀함에도 불구하고 Pure 파트 전 직원이 계곡에 입수한 것. 이수환 과장은 “날씨가 추웠는데, 팀원들이 다함께 입수를 하자고 제안해 깜짝 놀랐다. 솔직히 정말 들어가고 싶지 않았다”고 웃어보이며 “2분 정도 버텼는데 너무 추워서 기억에 남기도 하지만 Pure 파트가 보다 더 단단한 팀워크를 다진 시간이었다는 점에서 팀원들에게 고맙고, 좋은 추억이 되고 있다”고 말했다.

박해성 주임은 “시간을 맞추기 힘든 상황에서도 Pure 파트는 함께 모이는 시간을 자주 갖기 위해 노력하는 점이 참 좋다. 고민이 생기면 언제나 과장님을 비롯한 선배들과 상의해 해결한다”며 “팀워크 향상을 위한 스포츠 활동에 보다 더 많은 회사의 지원과 격려가 있었으면 좋겠다. 예전보다 운동할 수 있는 공간이 절대적으로 부족한데, 이에 대한 지원과 함께 조만간 계획되어 있는 갯벌 체험에도 지원이 있었으면 좋겠다”고 바람을 드러냈다.

2014년, 제조경쟁력 확보 위한

제조원가 절감이 목표

(주)원익머트리얼즈는 올해 제조경쟁력 확보를 위





한 Cut Down 20!(제조원가 20% 절감)을 목표로 하고 있다. 생산부문에서는 2014년 올해 가동 효율증대, 불량률 감소, 수율 향상, TAT단축, 경 상예산 절감, 현장 Utility 사용량 절감, 폐수발 생량 감축, 전기사용 절감 등 28억 원의 절감 목 표를 추진하고 있다.

Pure 파트 역시 전 직원이 합심해 제조원가 절감 을 위해 노력하고 있다. 김주현 사원은 “회사의 목표가 곧 우리의 목표다. 제조원가 절감이 올해 의 목표인 만큼, 이와 관련한 다양한 안건을 제안 하고 개선하려 노력하고 있다”고 말했다. 이어 이수환 과장은 “안전사고가 없도록 항상 점검하 고 신중하게 업무에 임하며, 사장님의 경영철학

중 하나이면서 제조의 핵심인 작업표준 준수를 철저히 지키고, 혁신 활동으로 TPM을 정착화 하 여 회사의 성장에 밑거름이 될 수 있도록 노력하 겠다”고 다짐했다.

끝으로 이수환 과장은 “제조담당임원과 TPM 사 무국의 적극적인 업무 지원으로 직원 개개인의 업무 능력이 더욱더 발전 할 수 있었다고 생각한 다”며 “회사가 성장할수록 직원 개개인의 업무 능력도 향상되어야 한다. 올해 목표를 달성하기 위해 Pure 파트는 더욱 노력할 계획이다”라고 전했다.

글 윤보라 · 사진 조인기

9억가지의 상상력 '레고'

어른이 되어서도 아이들 같은 감성과 취미를 가진 사람들이 있다. 성인이 되어서도 여전히 프라모델, RC카, 캐릭터, 게임, 애니메이션에 빠져 있는 사람들. 우리는 그들을 일명 '키덜트' 이라 부른다. 키덜트란 어린이를 뜻하는 'Kid'와 어른을 뜻하는 'Adult'의 합성어로 아이들 같은 감성과 취향을 지닌 어른을 의미한다.

대표적 키덜트로 불리는 김정주 NXC대표는 2013년 홍콩의 최대 레고 직거래 장터인 '브릭 링크'를 인수했다. 브릭 링크를 기반으로 세계 시장을 목적으로 하는 완구사업을 고려중인 것으로 알려진 김정주 대표는 제주도에 위치한 자신의 사무실을 그동안 모은 레고로 꾸밀 만큼 오래된 레고 마니아이다. 그는 넥슨게임 박물관에 레고 모형을 전시하고 있으며 2011년 직접 만든 레고 '회전목마'를 유튜브에 올리기도 했다. 브릭 링크는 그의 레고 사랑이 취미를 넘어서서 사업에까지 확장된 경우라 하겠다.



잘 놀다! LEG GODT!

세계에서 세 번째로 큰 글로벌 완구회사인 레고는 1932년 덴마크의 농촌 지역인 빌룬드에서 목수 올레 커크 크리스티안센이 조립식 블록 완구를 내놓은 것으로 시작되었다. 레고라는 말은 덴마크어로 '잘 놀다(LEG GODT)'라는 단어를 줄인 것으로 우연히도 라틴어 '내가 되다'라는 뜻을 가지고 있기도 하다. 레고의 사각 블록인 브릭은 1958년 이후 지금까지 6,500억 개, 캐릭터 인형은 45억 개가 팔려나갔다. 레고 자동차용 고무타이어는 해마다 4억 개씩 생산되며, 2억 상자가 넘게 팔린다. 한 해 세계에서 레고를 즐기는 시간은 50억 시간으로 추정된다. 레고 그룹은 현재 창업자의 손자인 키엘 커크 크리스티안센이 대표를 맡고 있으며 빌룬드의 본사를 중심으로 세계 130여 국가에 자회사와 지점을 두고 있다.

9억 가지의 가능성과 레고의 철학



1958년 처음 출시된 브릭은 레고를 구성하는 가장 중요한 제품이다. 서로 탈부착이 가능하게끔 만들어진 브릭은 레고만의 독창적인 특징이며 무한한 조립 가능성을 제공한다. 형태는 단순해 보이지만 가로 4줄, 세로 2줄 짜리 브릭 2개면 24가지 방식으로 조립이 가능하고, 6개의 브릭이면 9억1,510만3,765가지 형태로 변화를 줄 수 있다고 한다. 가지고 놀면서 무궁무진한 상상력과 창의적 아이디어를 발전시킬 수 있게 해 준 브릭은 레고에게 미국의 포춘지와 영국의 소매 완구 상

인 협회가 선정한 ‘세기의 장난감’이라는 타이틀을 가져다 주었다.

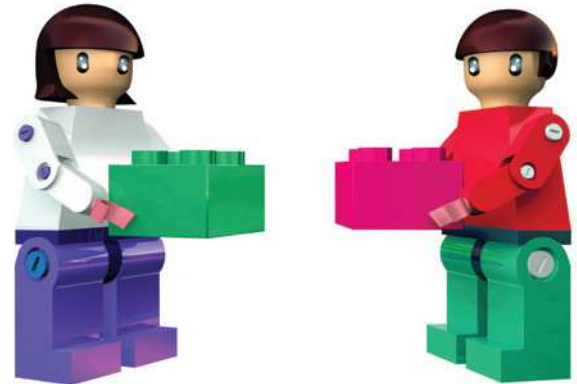
지난 2월에는 ‘레고 무비’라는 영화가 개봉됐다. 비록 국내에는 직배사와 극장 체인간의 부울 문제로 많은 곳에서 개봉하진 못했지만, 미국에서는 3주간 박스오피스 1위에 오르며 속편 개봉까지 확정 지을 만큼 흥행을 한 영화다. 레고 브릭 1,500만개가 동원된 이 영화는 이제껏 보지 못한 환상적인 레고 세계를 창조한다. 투박한 브릭이 만들어내는 캐릭터와 빌딩들, 불과 연기, 구름, 샤워 거품의 정교함은 레고가 만드는 표현력이 어디까지인지 궁금하게 만든다. 일부 CG를 제외하고 등장하는 모든 배경과 캐릭터는 ‘3D 스톱 모션 애니메이션’ 촬영으로 모두 실제 레고로 만든 것, ‘무궁무진한 가능성’이라는 레고의 철학이 영화 속에 그대로 담겨있다.



장난감에서 테마파크까지

탄생된 지 80년이 지난 레고는 더 이상 작은 블록 장난감만이 아니다. 물리적 장난감에서 시작된 레고는 그 영역을 영화, 테마파크로까지 끝없이 확장하고 있다. 최근에는 춘천에 인터랙티브 테마파크인 ‘레고 랜드’가 만들어진다는 소식이 전해지면서 레고 마니아들을 흥분시키고 있다.

1968년 덴마크 빌룬드를 시작으로 지어지기 시작해 미국, 독일, 영국, 일본, 말레이시아 등에 지어진 레고랜드는 레고의 노하우가 집대성된 어린



이 테마파크다. 5,011억원의 사업비가 투입되는 춘천 레고랜드는 2016년 개장을 목표로 어린이 테마파크를 비롯하여 상가, 역사박물관, 호텔, 워터파크, 아울렛, 콘도, 스파 등의 시설이 들어설 예정이다.



레고의 또다른 가치

2007년 한정판으로 16만원에 출시된 레고 ‘카페 코너’는 옥션에서 해외 구매 대행을 통해 300만원 대에 판매되고 있다. 6년 사이에 20배가 오른 셈이다. 2004년 한정판으로 출시된 ‘레고 스타 워즈 시리즈 10134’는 100만원 대를 호가하는



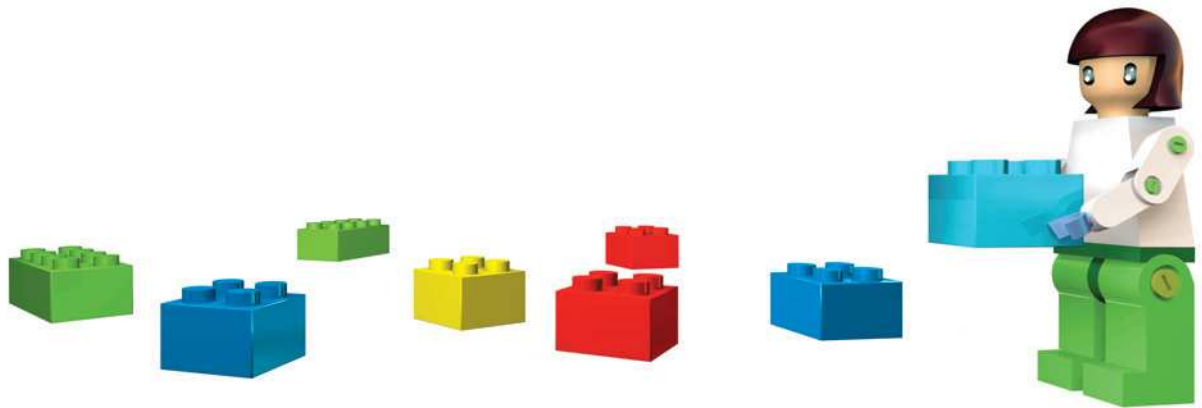


가격에 거래된다. 이 레고의 출시가는 10만원대로 10배 이상이 오른 것이다. 지금 레고는 주식, 부동산, 그림 등에 못지 않은 강력한 재테크 방식으로 급부상하고 있다.

처음에 형성돼 있던 레고 시장은 마니아들간의

개인적 거래성향이 강했다. 그러다 최근 온라인 거래가 활성화되면서 거래량이 늘어났고, 레고사 역시 이런 흐름에 맞추어 어른 눈높이에 맞는 고가의 한정판 모델들을 전략적으로 출시했다. 비싼 가격이라도 구매할 수 있는 경제력이 있었던 킥덜트족은 제품이 나오기가 무섭게 구매하였고, 한정판이었던 제품은 금세 동이 났다. 한정판이라는 희소성과 마니아들의 수요가 만나 투자 시장이 형성된 것이다. 여기에 프리미엄이 붙게 되면서 레고의 가격은 수직상승 되었고 레고 제테크란 말까지 생겨나게 되었다. 즐기는 장난감에서 수집, 전시, 투자의 개념으로까지 레고의 가치가 상승된 것이다.





레고의 기업가치와 원익

레고는 자신들의 책임이 그들이 운영하는 공장 안에만 국한되는 것이 아니라 말한다. 공장을 넘어 영향을 줄 수 있는 지역사회, 나아가 다음 세대에 물려 줄 미래까지도 자신들의 책임의 범위로 포함한다.

레고 제품의 기본 소재는 플라스틱이다. 레고의 제품들은 우수한 품질의 플라스틱로 만들어지지만, 레고는 플라스틱이라는 소재 자체가 환경에 미치는 영향을 걱정하고 있다. 때문에 레고는 신소재 개발과 제조 과정에서 사용되는 화석 연료에 대한 연구를 진행하고 있다. 이 연구가 레고의 지속적 성장과 어린이를 위해 더 나은 세상을 남

겨주겠다는 레고의 약속이자 실현해야 할 목표이기 때문이다. 이에 대한 완벽한 연구개발에 앞선 우선적 사례로 레고는 제품에 사용되는 2,000여가지의 원료가 안전 지침의 요건을 충족하는지 검증하고, 이산화탄소 배출량을 줄이기 위해 포장에 소형 박스를 도입하였으며, 안정적이고 친환경적인 에너지 공급을 위해 4억 유로를 투자해 해상에 풍력 발전 단지를 건설하고 있다.

이처럼 레고는 자신들의 기업가치를 실현하고 유지시키기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 안전하고 건강한 업무 환경을 제공하고 직원의 권리와 행복을 존중하는 것이 레고를 최고의 직장으로 만드는 매우 중요한 부분이기 때문이다.

‘자유, 소통, 행복’을 기업의 핵심 가치로 두고 있는 원익 역시 이를 실현시키기 위한 노력을 아끼지 않고 있다. 기회와 위기가 공존하는 급격한 패러다임의 변화 속에서 글로벌 리더로서 흐름을 주도하기 위한 원익의 기업가치 실현은 기업의 전략인 동시에 성장의 초석이다. 이를 발판 삼아 기본을 머리에 두고 신뢰를 가슴에 품은 원익은 오늘도, 그리고 내일도 힘차게 전진할 계획이다.

글 윤보라



VANQUISH 국내 공식 런칭

(주)원익 메디컬신사업팀이 RF 고주파에너지를 이용한 비접촉식 바디컨투어링 시술장비 ‘뱅크시’를 국내에 공식 런칭했다. BTL코리아를 통해 허가 및 수입을 진행한 뱅퀴시는 고주파를 이용해 지방 세포를 녹여 없애는 장비로, 다른 RF 장비와 달리 세계 최초의 Non-contact Selective RF device로 미국 특허를 받았다.

복부와 러브핸들 고민,
‘뱅크시’로 해결

누구나 한 번쯤 고민해봤을 복부 지방과 러브핸들. 특히 복부와 러브핸들은 여성 뿐 아니라 남성들에게도 고민인 신체 부위다. 꾸준한 운동으로 탄탄하게 바디라인을 가꾸지 않은 사람들은 마른



체형이라고 하더라도 복부의 지방과 리브헨들을 갖고 있는 경우가 많다. 특히 리브헨들의 경우에는 운동을 통해 없애기가 쉽지 않은 부위 중 하나. 이에 따라 의료적인 기술을 통해 지방을 제거하는 것이 효과적이다.

뱅크시는 복부와 리브헨들을 동시에 치유할 수 있는 장비로, 현존하는 바디컨투어링 기술장비 중 가장 넓은 부위를 한 번에 효과적으로 해결한다는 점에서 주목 받고 있다. 또한 기존의 장비가 신체 접촉을 통해 지방세포의 괴사를 유도한 것과 달리, 뱅퀴시는 지방세포를 사멸시키기 때문에 일정한 몸무게가 유지되면 쉽게 요요현상이 발생하지 않는다. 또한 비접촉식으로 환자가 통증을 느끼지 않을뿐더러 병원 입장에서든 편리성을 증대시킨다는 장점이 있다.

(주)원익 메디컬신사업팀 이주연 과장은 “기존의 RF 장비가 신체에 접촉해 열을 내는 방식으로 지방세포의 괴사를 유도했다면, 뱅퀴시의 경우 비접촉식 장비로 환자에게 온열 찜질을 하는 듯한 느낌을 주면서 지방세포를 사멸시킨다”며 “환자 입장에서든 부담이 없고, 병원 입장에서든 편리한 장비라는 점에서 반응이 좋다”고 설명했다.

체형관리의

새로운 트렌드

뱅크시는 RF 고주파에너지 기술을 이용한 전자 기장을 통해 균일하게 에너지를 전달하여 지방층의 세포사멸을 유도한다. 피부나 근육 등에는 40~41℃ 정도로 영향을 주지 않으면서, 지방세포에만 선택적으로 45~46℃의 열을 가할 수 있다. 즉, 지방세포만 선택적으로 가열해 급성세포 손상을 발생시켜 사멸시키는 것이다. 이에 대해



이주연 과장은 “논문에 따르면 뱅퀴시는 4회 시술로 피하지방층이 60% 감소하는 것으로 나타났다”며 “일반적으로는 일주일에서 열흘 간격으로 4회 정도 시술 받으면 되고, 필요할 경우 6회까지 시술 받을 수 있다”고 말했다.

이어 “사실, 병원 입장에서는 이러한 장비들이 굉장히 많기 때문에 환자 유치를 위해서라도 콘셉트에 신경을 많이 쓴다. 뱅퀴시는 기존의 장비와 다르게 비접촉식으로 한 번에 가장 넓은 부위를 치료할 수 있다는 새로운 콘셉트인 만큼, 반응이 매우 좋다”며 “효과적인 체형관리에 새로운 트렌드가 될 전망이다”라고 전했다.

이외에도 뱅퀴시는 고가의 소모품이 필요하지 않



은 일체형 장비라는 장점도 갖고 있다. 병원 입장에서 장비를 구입한 후 소모품이 없다는 점에서 유지비용이 거의 들지 않는다는 큰 이점을 갖는 셈이다.

“공식 런칭 후 첫 해가 가장 중요!

올해 계획은 30대”

(주)원익 메디컬신사업팀은 지난 2월27일 판교 원익빌딩 2층 A/V룸에서 킥 오프(Kick off) 미팅을 통해 전국 판매망에 뱅키시를 홍보했다. 이날은 BTL 본사에서 임상 직원이 직접 방문해 교육하고 런칭 파티도 가졌다.

이후 3월 첫 주에 공식 런칭, 3대를 납품하는 성과를 거뒀으며, (주)원익 메디컬신사업팀은 올해 30대 정도 납품할 것으로 내다보고 있다. 이주연 과장은 “현재 전국적으로 데모를 진행하고 있는데, 병원 측의 반응이 좋아 앞으로 꾸준한 매출을

기대할 수 있게 됐다”고 자신감을 보였다.

뱅크시는 미국에서 런칭한 지 7~8개월 만에 120대가 판매되는 놀라운 성과를 보인 장비다. 영화 배우 우피골드버그가 방송에서 직접 뱅키시의 효과에 대해 언급하면서 홍보 효과를 톡톡히 누렸고, 30분 가량 진행되는 네 번의 시술로 허리둘레가 평균 4.93cm 정도 줄어드는 효과가 임상시험을 통해 나타났기 때문에 국내에서도 뜨거운 반응을 이끌어낼 전망이다.

끝으로 이주연 과장은 “런칭 후 1년이 가장 중요하다. 비접촉식, 편리성, 소모품이 없어 유지비용이 들지 않는다는 장점을 부각시켜 올해 매출 25억 달성을 목표로 최선을 다하겠다”며 “적극적인 홍보 활동을 통해 뱅키시를 국내에 잘 정착시켜 많은 사람들이 아름다운 바디라인을 보다 효과적으로 가꿀 수 있도록 하겠다”고 전했다.

글 윤보라 · 사진 조인기

자 유 · 소 통 · 행 복 으 로
더 큰 내 일을 열 어 가 는
원 익 사 의 따 뜻 한 이 야 기

SECTION 03 | 幸福

42 Special Edition 원사모 '원익을 사랑하는 모임' 결성



46 Special Edition (주)원익큐엔씨, (주)위닉스 계열사 연합 등반



52 Zoom in 원익 헬스동호회



가슴벅찬 **행복**

원익사의
자부심으로 즐거운 일터에서
더 큰 성취와 보람을 만들어갑니다.

원익 퇴직 임원들, '원사모' 통해 제2의 인생 START!

원익에 몸담았던 퇴직 임원들이 모여 '원익을 사랑하는 모임'(이하 원사모)를 결성했다. 장호승 전 부회장과 문상영 전 (주)원익IPS 대표이사, 이준열 ((주)원익머트리얼즈)고문, 안봉훈 ((주)원익)고문 등 네 명이 주축이 되어 이제 막 첫 발을 내딛은 '원사모'는 앞으로 친목도모는 물론, 원익의 발전을 위한 각종 지원 및 자문, 사회공헌 활동 등에 앞장설 계획이다.





‘원사모’ 장호승 회장은 ‘원사모’를 결성한 계기에 대해 설명하며 “우리의 작은 활동들이 모여 원익의 성장에 보탬이 된다면, 원익에 몸 담았던 한 사람, 한 사람에게도 자부심이 생기는 일이다. 아직은 네 명이 주축이 된 작은 모임에 불과하지만, 처음부터 조직을 너무 키우면 우왕좌왕 할 수도 있기에 점차적으로 회원을 늘려갈 계획이다”라고 밝혔다.

이어 안봉훈 고문은 “원익은 올해로 창립 33주년을 맞았다. 원익의 33주년을 함께 해온 퇴직 임원들이 ‘원사모’를 통해 친목과 유대 강화, 새로운 기술과 경영 정보에 대한 세미나 개최, 사회공헌 활동 등 상호 교류 시스템을 구축한다는 건 매우 가치있는 일”이라며 “지난 2005년부터 현재까지 퇴직 임원들이 50여 명 되는데, 벌써부터 ‘원사모’에 대한 반응이 좋다. 또 현역에 계신 임원 분들도 기대감을 갖고 있는 만큼 활발한 활동을 해나가겠다”고 각오를 전했다.

‘원사모’는 지난해 11월 원익 임원 골프대회에서 장호승 전 부회장의 제안을 시작으로, 11월 말 발기인 1차 회의를 통해 주요 회칙을 만들고, 12월 말 공식적인 결성을 알렸다. 다른 기업의 경우 퇴직자들에게 의무적으로 OB모임에 가입하게 하는 경우가 있기도 하지만, 이러한 모임이 주로 친목에서 끝나버린다는 점에서 ‘원사모’와는 그 결성 이유부터가 다르다. ‘원사모’는 원익이라는 공동체 안에서 지속적인 친목관계를 유지하면서 장학사업, 재능기부, 봉사활동 등 원익의 성장에 밑거름이 될 수 있는 여러 사회공헌 활동을 해 나갈 예정이다.

“퇴직을 한다는 것은 자신의 의지가 아닌 경우가 많다. 그렇기에 등지는 경우가 종종 있지 않나. 퇴직 이후에는 사실상 결별 상태가 되는데, 자신이 몸 담았던 회사와의 꾸준한 연결 고리를 통해 기여할 수 있는 방안이 없을까 하는 생각에서 출발한 것이 ‘원사모’다”





상생과 상호발전, 원익과의 아름다운 유대관계

“우리가 원익에 몸 담고 있을 때는 각 계열사의 발전과 성장을 위해 최선을 다해 살아왔다. 그런데, 퇴직 이후에 그 연결 고리가 끊어진다면 아쉽지 않나. 젊었을 때는 원익 내에서 활동했다면 퇴직 이후에는 밖에서 사회공헌 활동을 통해 원익에 보탬이 되는 일을 하고 싶다”

문상영 전 대표이사는 ‘원사모’와 원익의 관계에 대해 ‘아름다운 유대관계’라고 명명했다. 그는 “‘원사모’는 원익이라는 공동체 안에서 지속적인 친목관계를 유지하면서 장학사업, 재능기부, 봉사활동 등 아름다운 일들을 해나갈 것”이라며 “결국 원익과도 서로 도움될 만한 일들이 많이 발생하지 않겠나”라고 설명했다.

그는 “원익 내에는 비슷한 업종의 계열사도 있지만, 전혀 다른 업종도 많다. 원익의 ‘공동 가치’를 만든다는 점에서도 의미가 있다”며 “또 퇴직 이후의 삶을 불안해 하는 사람들도 많다. ‘원사모’는 이러한 점에 있어서도 매우 긍정적인 역할을 할 것으로 예상된다”고 기대감을 보였다.

이어 이준열 고문은 “퇴직한 사람들이 원익 안에서 다시 관계를 맺고 활동하면서 사회 환원의 의미도 갖자는 것”이라면서 “네 명으로 출발하지만, 앞으로 많은 퇴직 임원들이 참여할 것으로 기대하고 있다”고 말했다. 안봉훈 고문 역시 “100세 시대라는 요즘, 퇴직 이후 새로운 삶을 계획하고 있는 사람들이 점차 늘어가고 있는데, 원익에서 일했던 경험을 바탕으로 ‘원사모’ 활동을 통해 제2의 인생을 계획한다는 것 역시 의미있는 일이다”라고 강조했다.





**‘신뢰, 공정, 투명’을 바탕으로 성장한 원익,
‘자유, 소통, 행복’의 핵심 가치와 함께 문화와 전통을 하나로!**

‘원사모’ 회원들은 모두 원익에 대해 ‘남들보다 한 발 앞서 성장의 바탕을 만들어낸 기업’이라고 입을 모았다. 문상영 전 대표이사는 “원익처럼 투명하기 쉽지 않다”고 말했고, 안봉훈 고문은 “원익은 33년 전부터 지금까지 바람직한 기업문화를 이어왔다”, 이준열 고문은 “회사가 성장하기 전부터 기업문화 가치를 정해놓고 이를 실천하려는 기업은 많지 않다”고 자부심을 드러냈다.

이처럼 원익에 대한 남다른 사랑과 자부심으로 ‘원사모’를 결성한 이들은 원익 임직원들에게도 조언을 아끼지 않았다. 특히 이들은 ‘창의성’을 강조하며 ‘자유, 소통, 행복’이라는 원익의 핵심 가치를 잊지 말아야 할 것이라고 말했다.

안봉훈 고문은 “원익이 아닌 또 다른 세상도 둘러보니, ‘창의성’이 얼마나 중요한 지 알게 됐다. ‘창의’라는 것은 자유로운 분위기 속에서 나오는 것 아닌가”라며 “정해놓은 틀에서 벗어나 자신의 능력을 개발하고 활동하도록 노력해달라”고 주문했다.

이준열 고문 역시 “아무리 기업이 자유로운 분위기를 강조한다 해도 스스로 자율성과 책임감을 갖고 임하지 않으면 어려운 일이다. 창의적인 발상으로 더 많은 가능성을 향해 정진하는 원익 임직원들이 되길 바란다”고 당부했다.

한편 ‘원사모’는 향후 원익의 성장과 발전, 문화와 전통을 잘 이어갈 수 있도록 다양한 활동을 전개할 예정으로, 네 명의 회원 외에도 앞으로 원익 퇴직 임원들의 적극적인 참여를 바란다고 전했다.

글 윤보라 · 사진 조인기

‘힐링’과 ‘소통’의 원익 가족 한마음 산행! 벚꽃 흠날리는 계룡산에서 봄날의 정취에 취하다

(주)원익큐엔씨 산악회와 (주)위닉스 산악회가 계열사 간의 화합과 소통을 위한 연합 등반에 나섰다. 두 회사는 올해부터 연합 등반을 추진, 계열사 간의 소통과 화합, 좋은 추억 만들기 위해 앞장설 계획이라고 밝혔다.

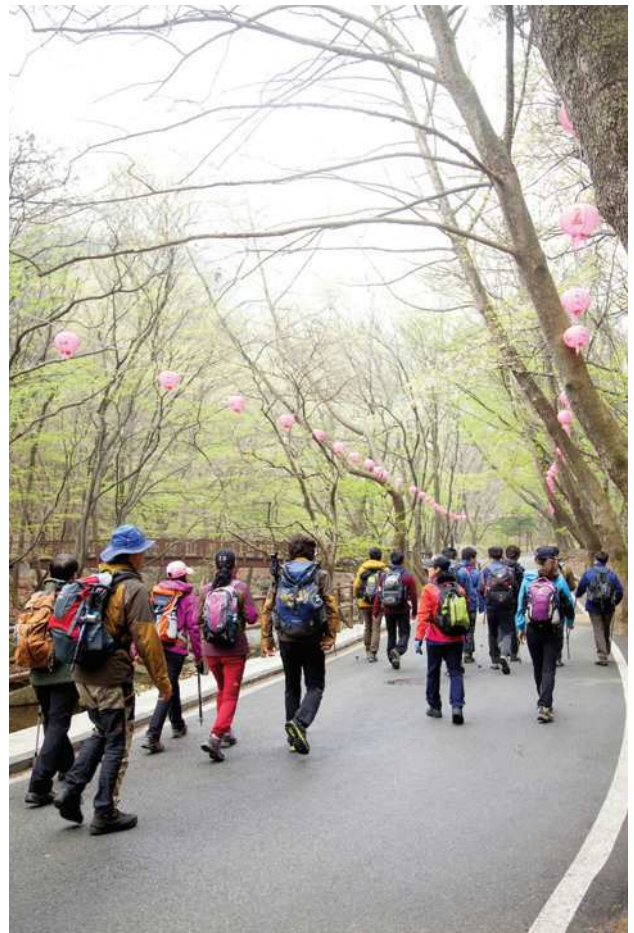




지난 4월13일 오전 9시, 충남 공주에 위치한 계룡산국립공원에는 (주)원익큐엔씨 산악회와 (주)위닉스 산악회 회원들 20여 명이 모였다. 이날 연합 등반은 계룡산 동쪽 계곡 사이에 자리한 ‘동학사’를 시작으로 ‘은선폭포’를 지나 탐방객이 오를 수 있는 가장 높은 봉우리인 ‘관음봉’까지 다녀오는 코스(편도)로 진행됐다.

특히 동학사 가는 길은 봄철 벚꽃이 흐드러지게 피어 많은 관광객들이 찾는 명소로, 이날은 4월20일까지 이어지는 계룡산 벚꽃 축제를 즐기기 위한 가족, 연인, 각종 산악회 등 많은 인파가 몰렸다.

(주)원익큐엔씨 산악회와 (주)위닉스 산악회의 연합 등반은 올해가 처음이다. 이를 기획한 (주)원익큐엔씨 산악회 허우석 회장(생산관리팀)은 “지난해 산악회 회장직을 맡으면서 회원들에게 약속한 것이 바로 계열산 연합 등반이었다. 계열사 간의 소통과 화합은 물론, 회원들에게도 더욱 특별한 추억을 만들어줄 수 있을 것이라는 생각에서 시작하게 됐다”고 밝혔다. 이어 그는 “이번이 처음이지만, 같은 지역에 있는 만큼 (주)위닉스 산악회와 일정을 맞춰 앞으로도 함께할 계획”이라고 전했다.





동학사와 은선폭포를 지나 관음봉까지 벚꽃 구경과 발 밑에 펼쳐진 절경, 그 자체가 '힐링'

이날 (주)원익큐엔씨와 (주)위닉스 산악회 회원들은 계룡산 입구에서 단체 사진 촬영을 시작으로 “파이팅!”을 외치며 산행에 나섰다. (주)원익큐엔씨 산악회 총무직을 맡고 있는 강용기 기와는 “(주)원익큐엔씨 산악회는 매달 회원들의 적극적인 참여 속에 산행에 나선다. 지난달에는 구미 천생산에서 한 해의 안전한 산행을 기원하는 ‘시산제’를 올렸다”고 설명하며 “오늘 산행은 난코스다. 회원들 모두 즐겁고 안전하게 산행을 마쳤으면 좋겠다”고 말했다.

9시가 조금 넘어 시작된 산행은 벚꽃이 장관을 이루는 동학사까지 평탄한 탐방로를 지나 은선폭포로 이어졌다. 옛날 선녀가 숨어 목욕을 했다는 전설이 있는 은선폭포는 높이 20m의 계





룡산에 있는 여러 폭포 가운데 가장 큰 폭포로, 주변의 암벽과 울창한 숲이 절경을 이루고 있다. 은선폭포를 전후로 경사가 본격적으로 심해지는 구간이 나오는데, 대부분 돌계단으로 이루어져 있어 회원들은 한 계단, 한 계단 안전사고에 유의하는 모습이었다. 이후 드디어 편도 총 4.4km, 약 2시간여 오른 끝에 회원들은 관음봉 정상에서 발 밑으로 펼쳐지는 절경을 맞이했다.

관음봉 정상 쉼터에서는 (주)위닉스가 미리 준비해온 간식을 나눠 먹으며 즐거운 시간을 보냈다. (주)위닉스 산악회 고명석 회장(신제품개발팀)은 “회원들과 함께 먹으려고 미리 구미 중앙시장에서 양념족발을 사왔는데, 다들 너무 맛있게 먹어줘서 고맙다”면서 “또 무엇보다 (주)원익큐엔씨 산악회에서 연합 등반





을 먼저 제안해줘 고맙다. 많은 교류를 통해 서로 화합하는 계기가 되었으면 좋겠다”고 말했다.

이번 연합 등반에는 산악회 회원 뿐 아니라 가족들도 함께했다. (주)원익큐엔씨 퀴츠제조본부 홍정우 부장은 부인 박혜경 씨와 매번 산악회 일정에 함께 한다고, 부인 박혜경 씨는 “집에 있으면 주로 스마트폰이나 TV를 보느라 가족 간의 대화가 단절된다. 사실 별로 산을 좋아하지는 않지만, 산에 오면 대화를 많이 할 수 있다는 점이 좋아 함께하게 됐다”며 “언젠가 기회가 된다면 두 아들도 데리고 오고 싶다”고 바람을 드러냈다. 또 (주)원익큐엔씨 생산부 박배옥 기장은 산행 내내 부인 전향숙



씨를 세심하게 챙겨 눈길을 끌었다. 올해로 결혼 16년차를 맞은 박배옥 기장은 “산악회와 캠핑동호회, 낚시동호회까지 총 세 개의 동호회 활동을 하고 있는데, 그 중 산악회와 캠핑동호회에는 아내와 함께 한다”며 “공기도 좋고, 이렇게 함께 운동하며 건강을 챙길 수 있어 좋지 않나. 앞으로도 꾸준히 함께하겠다”고 말했다. 이에, 부인 전향숙 씨는 “남편이 평소 가정적이고 자상하다. 유머 감각도 뛰어나 함께 있으면 즐겁다”면서 “특히 이렇게 외부 활동 중에는 더욱 잘 챙겨준다. 정말 최고다!”라고 남편 사랑을 늘어놓기도 했다.

이날 총 4시간 여의 산행을 마친 (주)원익큐엔씨와 (주)위닉스의 산악회 회원들은 미리 예약 해놓은 식당으로 이동해 점심식사를 하며 화기애애한 분위기 속에서 이날의 일정을 마무리했다. (주)원익큐엔씨 인사팀 도현수 부장은 “오랜만에 산악회 일정에 함께 했다. 오랜만이라 힘들기도 했지만, 계룡산의 경치와 완연한 봄 기운을 만끽하고 돌아가는 것 같아 기분이 좋다”고 소감을 전했다.



끝으로 (주)원익큐엔씨 산악회 허우석 회장은 “오늘 사고 없이 무사히 산행을 마쳐 여러분들께 감사하다. 앞으로도 오늘처럼 연합 등반의 기회가 자주 있길 바란다”고 말하며 ‘사랑하는 원익을 위하여!’ 라는 구호로 회원들과 건배를 제의, 첫 연합 등반을 훈훈하게 마무리했다.

한편 (주)원익큐엔씨 산악회와 (주)위닉스 산악회는 오는 5월에 있을 경남 합천 매화산 산행에도 함께할 계획이다.

글 윤보라 · 사진 오기훈

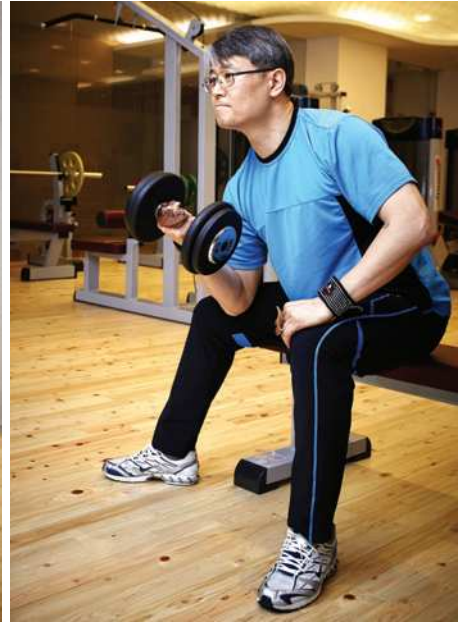




“회사 내에서는 업무만 하나요? 매일 매일 운동으로 건강 관리도!”



운동을 하겠다고 피트니스 센터에 등록한 사람 중 계획한 대로 매일 꼬박꼬박 운동을 하는 사람은 과연 얼마나 될까. 일단 돈을 지불하고 등록했으니 처음에는 계획대로 운동을 하겠지만, 끝까지 자신의 계획처럼 꾸준히 운동하는 사람은 많지 않다. 아마도 절반 정도는 하루 하루 지나면서 운동의 지루함, 또는 피트니스 센터를 오가는 과정이 귀찮아서, 술 약속이나 회식, 바쁘다는 핑계 등으로 운동을 게을리 한다. 하지만, 매일 출근하는 회사 내에 최신식 피트니스 센터가 있다면? 그것도 무료로, 업무시간 중에도 이용할 수 있다면?



지난해 원익은 경기도 성남시 분당구 삼평동 소재 원익빌딩이 완공됨에 따라 본사를 이전, (주)원익을 비롯해 (주)원익큐엔씨, (주)원익머트리얼즈, (주)원익큐브, (주)위닉스, (주)씨엠에스랩 등 계열사들이 차례로 입주했다.

특히 새롭게 이전한 판교 사옥에는 임직원들의 편의와 복지를 위한 공간들이 다수 확보되었고, 그 중 지하1층에 위치한 최신식 피트니스 센터는 직원들의 건강 관리를 위해 마련된 공간이다.

피트니스 센터가 아무리 다양한 종류의 운동기구와 탈의실, 샤워실을 갖추고 고급 세면도구와 운동복, 수건까지 마련했다 해도, 가장 중요한 건 원익빌딩 내에서 근무하고 있는 계열사 전 직원들의 활발한 이용이다. 이에 따라 운동의 지루함을 없애고, 서로 팁을 공유하면서 보다 재미있게 운동을 하자는 취지

에서 원익 헬스동호회가 결성됐다.

헬스동호회는 (주)원익큐브 최화영 전무가 회장을 맡아 이끌어가고 있다. 최화영 전무는 본격적으로 운동을 시작한 15년 전, 국가대표 코치를 역임했던 트레이너에게 배운 경험을 토대로 회원들에게 체계적으로 운동할 수 있는 방법을 가르쳐주고 있다.

“보통 운동을 처음 시작하는 사람들은 단기간에 확실한 효과를 원하지만, 단기간에 효과를 보기 위해 하는 무리한 운동은 좋지 않다. 멋 부리지 않고, 탄탄하게 체계적으로 하는 것이 무엇보다 중요하다.”

체계적인 운동이 중요하다고 강조하는 최화영 회장은 “스트레칭으로 시작해 웨이트-유산소-스트레칭 순서로 운동해야 한다”고 설명하며 “운동은 자세와 호흡도 중요하기 때문에 처음 운동을 시작하는 회원들에게는 올바른 자세와 호흡을 알려주

고 있다”고 말했다. 이어 그는 “사실, 헬스는 지루한 운동 중 하나다. 처음 하는 사람들은 어떻게 운동해야 하는지를 모른다. 그렇기 때문에 재미가 없는 것”이라며 “처음 2~3개월 정도를 제대로 배우면서 몸의 변화를 느끼면 재미도 느끼고 꾸준하게 운동할 수 있다”고 설명했다.

원익 헬스동호회에는 하루도 빠짐없이 매일 아침 피트니스 센터에서 운동하는 열혈 회원이 있다. (주)원익 이재현 대표이사가 바로 그 주인공. 이재현 대표이사는 매일 오전 6시50분 회사에

도착해 1시간 여의 운동으로 하루를 시작한다. 이재현 대표이사는 “(주)원익큐엔씨 부사장으로 대만에 근무할 당시에는 마땅히 운동할 곳이 없어 매일 집 근처 학교 운동장을 1시간씩 뛰었다”면서 “회사 내에 피트니스 센터가 있으니, 출근하면서 운동하고 개운하게 하루 업무를 시작할 수 있어 좋다”고 말했다. 이어 그는 “업무시간 중에도 개방되어 있는 공간인 만큼, 직원들이 자유롭게 이용할 수 있도록 팀장이나 임원들이 먼저 분위기를 만들어줘야 하지 않나”라며 팀장 및 임원들의 적극적인 피트니스 센터 활용을 주문했다.



(주)원익큐브 건재사업부 오재성 이사와 임현묵 대리 역시 오전 중에 피트니스 센터를 찾아 운동하는 회원이다. 오재성 이사는 “20년 가까이 운동을 해왔기에 이제는 오전에 운동을 안하면 오히려 더 피곤하다”면서 “회사 내에 운동할 수 있는 공간이 있다는 것은 직원들이 누릴 수 있는 또 하나의 혜택”이라고 강조했다. 임현묵 대리 역시 “출근 시간에 차가 밀리면 길에서 시간을 버리게 되는데, 30분 먼저 일어나 출근하면 운동도 하고 건강도 챙길 수 있다”고 말했다.

이처럼 이미 오래 전부터 운동을 꾸준히 해온 회원들도 있지만, 원익빌딩에 입주한 뒤 헬스동호회에 가입, 운동을 시작한 회원도 있다. (주)원익큐브 양원용 전무는 퇴근 후 동네 산책하는 정도에만 그쳤던 운동을 원익빌딩 입주 후 매일 아침 피트니스 센터를 찾아 꾸준히 하게 되었다고. 양원용 전무는 “지난해 11월 처음 시작할 당시에는 일찍 일어나는 것도 힘들고 피곤했으나, 적응되니 괜찮다”며 “무엇보다 나 자신 스스로 부지런해지고, 몸도 탄탄해지는 등 변화를 느끼고 있어 기쁘다”고 만족감을 드러냈다. 또 주로 저녁에 운동을 한다는 (주)원익큐브 재경팀 임주성 대리는 “업무가 끝나고 사내 식당에서 저녁식사 후 운동을 하고 있다. 아침 일찍 일어나기 힘들다는 이유도 있지만, 그보다 일하면서 받은 스트레스를 해소하고 개운하게 하루 일과를 마무리 한다는 점에서 저녁 운동이 좋다”고 말했다. 이어 그는 “한 공간에서 일을 해도 사실 타계열사 직원들과는 별로 마주칠 일이 없는데, 운동을 하면서 친근감도 느껴지고 소통할 수 있다는 점에서 좋다”며 헬스동호회의 장점에 대해 설명했다.

지난 2월부터 본격적으로 활동한 헬스동호회에는 약 50여 명의 회원들이 함께하고 있다. 하지만, 이 중 여성회원은 5명에 불과하다. 이에 헬스동호회 최화영 회장은 많은 여성 회원들이 함께 운동할 수 있도록 프로그램을 계획하고 있다.



최화영 회장은 “남성 회원들이 절대적으로 많다 보니 여성 회원들이 불편을 느끼는 것 같고, 회원들에게 전문적인 트레이닝을 제공하고자 여성 트레이너를 영입했다”며 “트레이너가 농구선수출신으로 운동처방사, 스포츠레이핑사, 생활체육지도자 자격증을 두루 갖고 있고, 재활처방강사로도 활동하고 있어 자세가 바르지 않거나, 몸이 불편한 사람들도 편안하고 안전하게 운동을 배울 수 있다”고 밝혔다. 이어 “여성 회원들을 위해 스트레칭 및 요가 등 GX 프로그램도 마련해 오후시간이나 퇴근 후 진행할 수 있도록 할 계획이다. 보다 많은 직원들이 자유로운 분위기 속에 피트니스 센터를 찾아 운동했으면 좋겠다”고 바람을 전했다.



5 LIFE STORY 6 Musical 뮤지컬 태양왕

2014년 포문을 여는 첫 라이선스 대작 뮤지컬로 주목 받으며 올 상반기 최고 기대작으로 손꼽힌 뮤지컬 '태양왕' (le Roi Soleil)이 4월10일부터 6월1일까지 서울 한남동 블루스퀘어 삼성전자홀에서 관객들을 만난다.

'노트르담 드 파리', '십계'와 함께 프랑스 3대 뮤지컬로 꼽히는 '태양왕'은 '십계'의 제작팀이 2년 동안 6백만 유로의 예산을 투입해 제작한 작품으로, 17세기 프랑스의 절대군주, 루이14세의 일대기를 다룬다.



역사상 가장 화려했던 프랑스 왕실 완벽 재현

뮤지컬 '태양왕'은 루이14세의 인생에 가장 큰 영향을 주었던 아름다운 세 여인과의 사랑에 초점을 맞췄다. 루이14세 왕정을 랭스(Reims, 프랑스 북동 상파뉴 지방 마르느에 있는 도시)부터 베르사이유까지 오가며 인간적인 딜레마와 금지된 사랑, 권력에 대한 부담, 왕정의 비밀 등을 새로운 시각으로 재검토한다.

특히 프랑스의 가장 화려했던 시대를 배경으로 하고 있는 만큼 300여 벌이 넘는 의상과 웅장한 무대를 바탕으로 감성적인 음악과 절도 있는 군

무가 어우러져 방대한 볼거리를 자랑한다. 뮤지컬 '태양왕'의 의상은 약 360여 벌로 무대의상 1벌은 기본 의상 뿐만 아니라 모자, 장갑, 신발 등 모든 의류를 포함하기 때문에 무려 1,000개가 넘는 의상이 제작된 셈. 그 중 사치와 향락을 즐겼던 루이14세는 작품 속에서 무대 의상이 15벌에 달하는 가장 의상체인지가 많은 역할로, 루이14세의 의상 역시 이번 뮤지컬을 보는 백미가 될 전망이다.

또한 뮤지컬 '태양왕'은 팝적인 요소가 강한 멤버들의 특징에 맞춰 발레, 아크로바틱, 폴댄스까지 현대적인 감각의 안무가 더해져 화려함의 극치를 선사한다. 이외에도 뮤지컬 '태양왕'의 단연 압권인 플라잉 장면을 연출하기 위해 무대기술팀은 하나의 브레이크만 작동되는 기존 모터가 아닌 더블 브레이크 모터 시스템을 사용해 안전성과 정확도를 높였다. 또 오토메이션 프로그램인 '리프트켓 키네시스(체인모터 시스템의 일종)' 구축과 엘리베이션(모터 오토 컨트롤러)을 도입해 모든 작업이 자동화 시스템을 통해 이루어질 수 있도록 했다.

박인선 연출, 원미술 음악감독, 정도영 안무가, 서숙진 무대디자이너, 한정임 의상디자이너, 김유선 분장디자이너, 김지현 음향디자이너, 송승규 영상디자이너 등 국내 뮤지컬계를 대표하는 최고의 스태프가 참여한 뮤지컬 '태양왕'은 압도적인 무대 구성과 짜임으로 화려하고 아름다운 작품으로 탄생했다.



2014년 상반기 최고 기대작!

루이14세의 일대기 다룬 '태양왕'

150만장 이상의 앨범 판매고 달성한

프랑스 뮤지컬 음악의 결정체

뮤지컬 '태양왕'은 지금까지의 뮤지컬에서 익숙하게 들어왔던 음악과는 색다른 느낌의 음악을 선사한다. 일반적인 뮤지컬 넘버들은 주로 현악기와 건반 위주의 음악들로 채워진 반면, 뮤지컬 '태양왕'은 강력한 락 사운드를 바탕으로 클래식과 재즈, R&B 등 다양한 장르의 요소를 섞어 더욱 웅장한 사운드를 연출해 낸다. 특히 뮤지컬 '태양왕'의 OST 앨범은 발매와 동시에 OST 판매율 3위를 차지하며 150만장 이상을 판매하는 흥행 기록을 세운 바 있다. 뮤지컬 OST앨범으로는 이례적으로 '더블 플래티넘 디스크(DOUBLE PLATINUM DISC)'를 수상하기도 한 '태양왕'은 'Etre a la hauteur(권력자로 산다는 것은)' 15만, 'Je fais de toi mon essentiel (그대를 내 신부로 맞이하겠소)' 30만, 'Tant qu' on reve encore(희망을 갖는 한)' 15만, 'Un geste de vous(당신의 신호)' 15만, 'La vie passe (인생은 지나가네)' 10만의 판매고를 기록하는 등 OST 앨범뿐만 아니라 각 넘버별 싱글도 많은 사랑을 받았다. 이번 한국 공연에서는 보통 MR(Music Recorded, 반주만 녹음된 음악)로 진행되는 다른 프랑스 뮤지컬과 달리, 다양한 사운드를 담은 멀티 트랙과 함께 11명의 연주자가 직접 연주한다. 복합적인 장르로 구성되어



어 있고 어쿠스틱 사운드와 일렉트로닉 사운드의 조합이 많은 음악적 특징을 살리고자 채택한 이 방식은 더욱 풍성하고 웅장한 음악으로 관객들의 극에 대한 몰입도를 높여준다.

안재욱 · 신성록 · 김소현 · 윤공주 등

초호화 캐스팅 화제

뮤지컬 '태양왕'은 이미 다수의 대작 뮤지컬 등을 통해 관객들의 신뢰를 받는 초호화 캐스팅을 공개하며 화제를 모으기도 했다. 먼저, 프랑스 절대 왕권의 상징 '루이14세' 역에는 배우 안재욱과 신성록이 더블 캐스팅 되었으며, 방황하는 루이14세를 따뜻하게 감싸주는 마지막 사랑 '프랑소와즈' 역에는 김소현과 윤공주가 캐스팅 됐다.

루이14세의 동생이자 기품 있고 이지적인 인물인 '필립' 역은 김승태와 정

원영이 맡았으며, 루이14세의 첫사랑 '마리' 역은 임혜영, 정재은이 맡아 무대에 오른다. 여기에 깨어있는 지식인, 충직함의 아이콘 '보포르 공작' 역은 김성민과 조휘, 거부할 수 없는 마력의 악녀 '몽테스팡 부인' 역은 이소정, 구원영이 연기한다.

이외에도 보포르 공작의 연인이자 프랑소와즈의 친구인 '이자벨' 역에 오진영, 권력을 위해 루이14세와 참예한 대립을 하는 '마자랭 추기경' 역에 김덕환과 박철호, 루이14세의 어머니 '안느 대비' 역에 우현주 등 내로라하는 실력과 배우들이 대거 출연한다.



뮤지컬 '태양왕'

전시장소 : 블루스퀘어 삼성전자를

전시기간 : 2014년 4월10일부터 6월1일

관람시간 : 화-목-금 저녁 8시

수요일 3시, 8시

토요일 3시, 7시

일요일-공휴일 2시, 6시

(월요일 공연 없음)

관람료 : VIP석 130,000원

R석 110,000원

S석 80,000원

A석 60,000원

제작 : (주)MK뮤지컬컴퍼니,

(주)마스트엔터테인먼트

문의 : (주)MK뮤지컬컴퍼니

(02-6391-6333)

공식 홈페이지 : <http://www.leroisoleil.co.kr>



5
8

LIFE STORY

Exhibition

쿠사마 야요이 Yayoi Kusama, 草間彌生 A Dream I Dreamed

‘현대미술의 거장’ 쿠사마 야요이의 개인전이 오는 5월4일부터 6월15일까지 예술의전당 한가람미술관 1~6전시실(1~3층) 전관에서 개최된다. 예술의전당 최대 규모의 개인전인 이번 전시는 새롭게 전개되고 있는 회화 시리즈 ‘My Eternal Soul’을 비롯해 대표적인 조각, 설치 등 쿠사마 야요이의 작품을 총망라하는 최고의 전시가 될 예정이다.



쿠사마 야요이 (Kusama Yayoi, 1929~)

공황장애로 평생을 투병하며 정신질환을 예술로 승화시킨 아티스트 쿠사마 야요이는 1929년 일본 나가노 미츠모토시에서 태어나 1947년 교토 시립예술학교에 입학한 이후, 1952년 첫 개인전을 개최하며 작가로서의 활동을 시작했다. 이 전시를 통해 현재까지 지속해오는 작업의 모티브인 유기적으로 연결된 망(net)과 점(dot) 등으로 이루어진 250여 점의 작품을 발표하며 미술계의 주목을 받았다.

1957년 작가는 뉴욕에 정착해 회화, 설치, 퍼포먼스와 해프닝 등을 선보이며 국제 미술계에 이름을 알렸고, 1973년 다시 일본으로 돌아와 뉴욕에서의 작업을 확장시키는 다양한 경향의 작품을 발표했다. 1993년 베니스 비엔날레 일본작가로

선정되어 국제적인 작가로 부상한 쿠사마 야요이는 1998년 대규모 회고전을 시작으로 세계 유수의 미술관을 순회하는 회고전을 가졌다. 또 2012년에는 패션 브랜드 루이비통과 쿠사마 야요이 컬렉션을 공동으로 작업했다. 2013년 이후에는 대구미술관이 기획한 ‘A Dream I Dreamed’ 전시로 상하이, 서울, 마카오, 타이페이, 뉴델리 등 아시아 주요 도시 순회전을 통해 대표적 근작을 선보이고 있다.

“예술가가 되고자 한 것은 아니었다. 벽면을 타고 끊임없이 증식해가는 하얀 좁쌀 같은 것들을 벽에서 끄집어 내어 스케치북에 옮겨 확인하고 싶었다.”

쿠사마 야요이의 초기 작업이라 할 수 있는 무한 망은 첫 개인전에서 처음 발표한 작품들로, 그는 이 전시를 통해 정신적인 질병을 파악한 정신 분석가를 만나게 되고, 이를 계기로 비로소 예술가로서의 능력과 질병 모두를 인식하게 되었다.

쿠사마 야요이는 자서전을 통해 “뉴욕에서 어느 날 캔버스 전체를 아무런 구성없이 무한한 망과 점으로 그리고 있었는데 내 붓은 거의 무의식적으로 캔버스를 넘어 식탁, 바닥, 방 전체를 망과 점으로 뒤덮기 시작했다.(이것은 아마도 환각이었던 거 같다)”며 “놀랍게도 내 손을 났을 때, 빨간 점이 손을 뒤덮기 시작했고 그 점들은 계속 번져가면서 나의 손, 몸 등 모든 것을 뒤덮



세계적인 전위미술의 살아있는 전설

쿠사마 야요이 개인전 개최



기 시작했다. 나는 너무 무서워서 소리를 질렀고 응급차가 와서 벨뷰병원에 실려갔다”고 말한다. 이어 작가는 “의사가 진단하기를 몸에는 별다른 이상이 없고 정신이상과 심장수축 증상에 대한 진단이 나왔다. 이러한 사건 이후에 나는 조각과 퍼포먼스의 길을 택하게 되었다. 내 작업의 방향 변화는 언제나 내적인 상황에서 나오는 불가피한 결과다.”라고 설명한다.

두려움을 이겨내고 예술로 승화시키다

끊임없이 반복되는 물방울 무늬를 통해 독특한 자기만의 예술세계를 구축한 쿠사마 야요이는 회화 뿐 아니라 퍼포먼스, 해프닝, 패션, 문학 등 다양한 분야를 아우르는 현대미술의 살아있는 거장이다. 특히 작가는 강박과 환영의 두려움을 이겨내고 이를 예술로 승화시켜 누구도 흉내낼 수 없는 대담하고도 파격적인 양식을 구축하며 세계인의 시선을 사로잡고 있다.

‘환영’, ‘강박’, ‘무한증식’, ‘물방울 무늬’ 등 일관된 개념은 쿠사마 야요이의 작품에서 꾸준히 보여지고 있으며 강박적인 물방울 무늬에 대한 집착은 보는 이의 시선을 현실 너머의 세상까지 확장시키고 있다. 불안의 고통에서 해방되기 위한 행위에서 나아가 이 세상도 함께 치유되기를 소망하는 작가의 바람처럼 쿠사마 야요이의 작품은 보는 이에게 무한한 사랑과 감동을 전해준다.

회화, 조각, 설치, 영상 등 총 120여 점 전시

예술의전당 한가람미술관 전관에서 펼쳐지는 ‘쿠사마 야요이 Yayoi Kusama, 草間彌生 A Dream I Dreamed’에는 쿠사마 야요이 작품세계의 주요 개념을 총체적으로 보여주는 회화, 조각, 설치, 영상 등 총 120여 점이 소개된다.

최신작 My Eternal Soul 시리즈 30여 점을 포함, LOVE FOREVER,

Infinity Net 시리즈 등 회화 100여 점과 ‘호박’, ‘튤립’, ‘강아지’ 등 조각 10점, Infinity Mirrored Room, Ladder to heaven, Dots Obsession 등 설치 6점이 전시되고, 작가 다큐멘터리 영상 Song of a Manhattan Suicide Addict 등 미디어 아트 3점이 상영된다.

또한 관람객이 직접 참여해 완성시키는 작품 ‘소멸의 방’ (Obliteration room)도 있다. 쿠사마 야요이의 설치 ‘소멸의 방’은 일반적인 가정집 모습을 한 고요한 백색의 공간에 관람객들이 물방울 모양 스티커를 붙여나가며 완성하는 작품이다.



쿠사마 야요이 Yayoi Kusama, 草間彌生 A Dream I Dreamed

전시장소 : 예술의전당 한가람미술관
1~6전시실(1~3층) 전관
전시기간 : 2014년5월4일~6월15일
(휴관일 없음)
관람시간 : 오전 10시~오후 8시
(입장마감: 오후 7시)
주 최 : 예술의전당, 동아일보,
SBS, C.C.O.C.
후 원 : 현대백화점
문 의 : 예술의전당 (02)580-1300



6
0

LIFE STORY
Health
현대인의 건강간식 견과류

성인병 예방, 두뇌 발달, 노화 방지 등 견과류의 효능은 일찍이 알려졌지만, 최근 그 효능이 더욱 부각되면서 하루에 섭취해야 할 양의 다양한 견과류를 일회용으로 포장한 제품들이 출시되는 등 인기 간식으로 각광받고 있다.



견과류는 딱딱한 껍데기와 마른 껍질 속에 씨 하나만 들어가 있는 나무 열매의 부류를 일컫는 말로, 대표적으로는 호두, 잣, 땅콩, 피스타치오, 아몬드, 마카다미아 등이 있다. 견과류에는 필수아미노산, 불포화지방산, 지용성 비타민과 나이아신, 마그네슘 등이 풍부해 건강에 큰 도움을 준다고 알려져 있다. 특히 어린 아이에서부터 어른들까지 모두가 함께 먹을 수 있는 식품으로 각광받고 있다. 견과류는 100g 기준 열량이 600kcal로 공기밥 두 공기에 해당하는 열량을 갖고 있어 '칼로리 괴물'이라는 별명도 갖고 있다. 물론, 모든 음식이 그렇듯 아무리 몸에 좋은 음식이라도 과잉 섭취하면 부작용이 따르는 건 당연지사. 견과류 역시 과식할 경우 설사할 위험이 있으므로 하루 권장량을 섭취하는 것이 좋다. 또 통풍이나 요로결석 환자의 경우에도 섭취에 주의를 기울여야 한다.

비만의 원인? 다이어트에 도움!



앞서 설명한 것처럼 견과류는 100g 기준 열량이 600Kcal로 매우 높은 편이다. 이에 따라 비만을 염려해 섭취를 자제하거나 다이어트에는 도움되지 않는다고 꺼리는 사람들이 많지만, 사실은 그렇지 않다. 견과류는 다이어트에도 효과가 있다고 입증된 결과가 있다. 미국 로마린다 대학의 카렌 자셀도 시엘 박사팀이 803

명의 피실험자들을 대상으로 진행한 연구에 따르면, 아몬드와 같이 나무에서 나온 견과류를 많이 섭취한 실험군은 견과류 섭취량이 적은 실험군에 비해 비만 위험 확률이 최대 37% 낮은 것으로 나타났다. 물론, 높은 칼로리를 자랑하는 만큼 하루 30g 정도의 적당한 양을 꾸준히 섭취하는 것이 좋다.

또 견과류를 통한 다이어트는 자궁 건강에도 유익한 것으로 알려졌다. 복부 비만의 경우, 자궁 주위의 순환 장애를 일으켜 자궁근종이나 자궁내막증 등 여러 여성 질환의 원인이 될 수 있기 때문이다. 특히 견과류의 불포화지방산

요즘 대세 ‘견과류’

제대로 알고 드시나요?

은 소량으로 많은 에너지를 발휘하도록 도와주는 것은 물론, 염증을 완화하는 효과도 있다. 염증을 완화시켜주는 견과류의 종류에는 호두, 호박씨, 해바라기씨, 참깨 등이 해당한다.

두뇌 발달 및 치매 예방, 알레르기 위험도 낮아져



사람의 뇌 모양을 닮아 뇌에 좋다는 속설이 있는 호두는 실제로 두뇌 발달에 효과적인 견과류다. 호두에는 인체 내 스트레스 반응에 나타나는 코티솔 호르몬 분비를 억제하는 기능이 있어 두뇌 발달은 물론 치매 예방에도 효과적이다. 이외에도 견과류에 다량 함유된 불포화지방산과 비타민은 기억력 향상에 도움이 된다.

임산부들의 경우 아이에게 아토피가 생길 수 있다는 잘못된 정보로 견과류를 꺼리는 경우가 있다. 이 역시 반대다. 임산부의 경우 견과류를 일주일에 한 번 이상 먹으면 아기에게 견과류 알레르기가 생길 위험이 최대 42%까지 낮아진다.

암과 심장병 예방, 사망률 감소



견과류는 암과 심장병을 예방하고, 매일 먹으면 사망률도 감소하는 것으로 나타났다. 미국의 한 시사 주간지가 소개한 연구결과에 따르면, 견과류 1온스(약 28g)를 매일 먹으면 사망률이 20% 감소하는 것으로 나타났다. 이 같은 효과는 걷기 운동을 기준으로 하루 6천 보에 해당하는 것이다.

이 연구팀은 건강식품 섭취와 운동을 동시에 하는 것이 훨씬 큰 상승효과를 보인다고 밝히며 “하루에 1만 보를 걷고, 견과류를 1온스씩, 오메가-3 지방산을 900mg씩 섭취한 50대 중반의 사람들은 건강나이가 평균 7.5년 젊은 것으로 나타났다”고 전했다.

또 미국 하버드대 연구팀은 11만 명을 30년간 관찰한 결과, 견과류를 일주일에 한 번 먹으면 사망 위험이 11%, 매일 먹으면 20% 낮아진다고 밝혔다. 이

는 견과류의 불포화 지방산과 양질의 단백질이 암으로 사망할 위험을 11%, 심장이나 폐질환으로 사망할 위험을 29% 낮췄기 때문이라고 설명했다.

남성 정력에도 중요한 역할



견과류는 남성 정력에도 중요한 역할을 한다. 견과류는 콜레스테롤을 낮추고 혈액순환을 원활하게 함으로써 발기력 향상에 도움을 주는 등 전립선 건강 및 근본적인 남성건강에 도움이 되는 것으로 알려졌다.

40대 이후 남성들은 남성호르몬인 테스토스테론이 감소하면서 발기력 감퇴와 함께 성욕이 떨어지는 등 갱년기 증상을 겪는데, 이를 해결하기 위해서는 테스토스테론의 분비를 촉진시켜야 한다. 이 역할을 하는 것이 바로 견과류다. 견과류에 많은 지방산은 테스토스테론의 원료로 쓰이고 비타민E와 리놀렌산은 고환의 혈류를 향상시켜 테스토스테론의 분비를 촉진시킨다.

이처럼 다양한 효능을 갖고 있는 견과류는 매일 적당량(30g)을 꾸준히 섭취해야 효과를 볼 수 있으므로, 일상 생활 속 작은 습관처럼 챙겨먹는 것이 좋다. 또한 고온 다습한 환경에 보관할 경우 오히려 건강에 독이 될 수도 있기 때문에 진공 상태(또는 지퍼백 이용)로 냉동·냉장 보관해야 한다.

이동통신사 3사에 대한 영업정지가 중반을 넘어가고 있다. 영업정지에 해당되는 통신사는 신규 또는 번호이동, 기기 변경 등 모든 가입 업무가 정지된다. 다만, 분실이나 파손, 24개월이 지난 단말기에 한해서만 제한적으로 기기변경이 허용된다. 겉으로 보기에 이러한 정부의 제재가 이통사에 게 막대한 손실을 입힌 것 같이 보이지만 사실 그렇지만은 않다.

영업정지로 인해 영업이익이 대폭 줄어들겠지만, 지출 역시 줄어들 것이기 때문이다. 이동통신사들은 매출의 상당부분을 보조금과 마케팅 비용으로 사용했는데, 이 기간 동안은 보조금과 광고비를 동결시켜 비용을 절감시킬 수 있다. 김희재 대신증권 애널리스트는 “이번 영업정지기간 중 마케팅 비용 절감은 SKT 2,500억 원, KT 1,700억 원, LGU+ 1,800억 원으로 추정된다”고 예측하며 “이번 미래부의 사업정지 명령은 이통3사 모두에게 도움이 되는 결정”이라고 평가했다.

그렇다면 이번 영업정지의 피해자는 누구인가. 바로 영업점과 소비자다. 불법보조금을 내세워 저렴한 가격에 많은 가입자를 유치한 소수의 영업점을 제외한 대다수의 영업점은 큰 손실을 입게 되었다. 영업정지로 인해 약 2달간 수익 없이 인건비, 임대비, 유지비 등의 고정비용만 나가기 때문이다. 소비자 역시 신규가입, 번호이동 등의 서비스를 원하는 때에 하지 못하기에 불편함을 느낄 수 밖에 없다.



이동통신사들이 영업정지라는 철퇴를 맞게 된 배경에는 ‘불법보조금’이 있다. 보조금은 통신사가 휴대폰의 판매를 위해 대리점과 판매점에 지원하는 금액으로 지원금, 제조사의 판매장려금, 판매 리베이트 등이다. 방통위는 2010년 보조금을 최대 27만원으로 제한했는데, 통신사들이 가입유치를 위해 과도한 보조금을 책정한 것이 문제가 된 것이다.

통신사는 이른바 정책이라 불리는 보조금을 대리점에 내려 보내고 대리점들은 단속을 피하기 위해 새벽 시간대나 2~3시간의 짧은 시간 동안 온라인 커뮤니티, 메신저 등의 제한된 루트를 통해 판매했다. 이때 나온 신조어가 대란이다. 1.23대란, 2.26대란 등의 대란은 순식간에 나타났다 사라진 휴대폰 판매정책을 뜻한다. 이 대란의 기간 동안 통신사, 대리점의 차이는 있지만 81만원 상당의 아이폰5s는 10만원, 106만원 상당의 갤럭시노트3는 15만원 내외의 가격에 판매했다.

이통사 영업정지의 불편한 속내

영업정지 = 기업의 손해?



정부는 이런 과도한 보조금이 소수의 소비자에게 치중되며 그에 대한 피해는 다수의 소비자에게 전가되고 있다고 말한다. 다시 말해 보조금은 모두에게 균등하게 제공될 때 의미가 있으며 현재의 과도한 보조금 정책은 규제 대상이라는 것이다. 통신사들의 경쟁으로 인한 가격 하락은 자유경쟁 시장에서의 자연스러운 결과이므로 규제가 필요하지 않다고 말하는 시각에 대해서도 정부는 일부의 소비자들에게 차별적으로 혜택을 주는 것보다는 모든 소비자가 동등하게 혜택을 누릴 수 있는 요금인하 방안이 더 나은 방안이라 말한다.

그러나 요금인하 정책이 쉽지만은 않다. 통신사에게는 보조금을 주는 쪽이 요금을 인하하는 것보다 경제적 이익이 높기 때문이다. 보조금은 통신사 측에도 매력적인 조건이다. 새 모델이 나오는 주기는 갈수록 짧아져 몇 개월이 지나면 새 모델에 밀려난다. 다른 제조사에 밀리기도 하지만 후속 모델에도

밀려나 멀쩡한 새 휴대폰은 그대로 재고로 남는다. 이 때 보조금은 밀려난 재고품을 처리하는 좋은 수단이 된다.

반면, 요금은 초기 시설 투자에는 거액이 들지만 유지하고 사용하는 요금은 상대적으로 낮다. 즉, 소비자들이 높은 요금을 쓸수록 기업의 이익은 커진다. 그리고 이미 통신사들은 2011년 월 1,000원의 기본료를 인하한 바 있다. 이 정책은 소비자에게는 별다른 체감을 주지 못했고, 통신사에만 큰 비용 부담을 안겨주었다. 때문에 통신사가 다시 요금인하를 선택하는 것은 쉽지 않아 보인다.

최근 LG유플러스를 선두로 이통사들은 무제한 요금제를 내놓기 시작했다. 영상통화의 제한이나 기본데이터를 소진한 이후 데이터속도를 제한한다는 점에서 완전한 무제한이라 보기는 어렵겠지만, 요금제가 다양해졌다는 점에서 환영할 만한 소식이라 할 수 있을 것이다. 그러나 무제한 요금제는 큰 단점이 있다. 무제한 요금제는 통신사에 따라 다르지만 약 8만원대 이상의 고가 요금제라는 것이다. 겉으로 보기에 무제한 요금제는 통화와 데이터를 무제한 이용할 수 있어 소비자의 부담을 줄여주는 요금인하 정책인 것처럼 보이지만, 실제로는 비싼 요금제로 변경하게끔 유도하는 것으로, 결과적으로 이동통신사의 배를 불러주는 요금제인 것이다.



ECONOMY

6
4

LIFE STORY
Economy
이통사 영업정지



그렇다면 현 시점에서 휴대폰을 선택할 때 어떻게 해야 하는가.

대란 기간처럼 싼 가격에 사고 싶은 사람이라면 뽐뿌, 호갱님우리호갱님, 위키폰 등의 온라인 커뮤니티를 이용해 구입 요령을 알아볼 수 있다.

일반적 방식인 대리점에서 구매할 경우, 우선 기억해야 할 것은 할부원금이다. 할부원금은 단말기의 기기값으로 보통 약정기간에 따라 할부로 계산된다. 예를 들어 72만원의 할부원금이 책정된 휴대폰을 24개월로 약정하면 월 단말기할부원은 3만원이 되는 식이다.

대리점을 지나다보면 최신 휴대폰을 공짜로 준다고 써놓은 것을 심심찮게 보았을 것이다. 어떻게 가능할까. 할부원금에 이어서 기억해야 할 것은 요금제 약정할인이다. 휴대폰을 살 때 우리는 요금제도 약정을 하게 되는데 통신사에서는 요금제에 따라 할인을 해준다. 비싼 요금제를 선택할수록 할인되는 금액은 커지게 되는데, 대리점은 이 할인금액의 합을 할부원금과 비슷한 수준으로 맞춘 뒤 금액을 맞추어 공짜폰이라는 공식을 만들어낸다. 당연히 할인 받을 수 있는 요금할인을 혜택인 양 속이는 것이다.

예를 들어, 6만2천원의 LTE요금제를 쓰겠다고 한다면 대리점에서는 요금제에 부가세 10%와 할부이자를 더해 약 7만원 내외의 요금이 청구되도록 만들어 주는데 실제로는 공짜폰이 아니라 요금할인의 총합인 약 42만2400원(17,600X24) 정도의 금액을 손해 본다는 의미와도 같다.

정리해 보면, 휴대폰을 살 때는 판매자가 정해주는 요금제에 맞추지 않고 내가 사려는 휴대폰의 할부원금이 얼마인가를 먼저 확인을 한다. 그 후 자신의 소비패턴에 맞추어 요금제를 선택하면 된다. 요금제는 다양하게 맞춤형으로 나와있으니 홈페이지 등을 통해 미리 확인하는 것이 좋다. 이 점만 확인하고 구입한다면 대란기간처럼 싼 가격에 사기는 어렵겠지만, 적어도 호갱님(호구 고객의 줄임말로 판매자에게 속기 쉬운 고객을 일컫는 신조어)이라는 말은 듣지 않을 수 있다.

본 호 가 나 오 기 까 지
함 께 하 신 원 익 사
여러분께 감사드립니다

원익웰스동호회
원사모

(주)원익 고건호
이태율
메디컬사업팀 이주연

(주)원익큐엔씨 도현수
램프사업부

신원종합개발 (주) 현승훈
한영석

(주)원익아이피에스 차유리

(주)원익머트리얼즈 이수정
생산1팀

원익투자파트너스 (주) 윤용인

(주) 위닉스 안희태

(주) 원익큐브 이주영
진종언

(주) 씨엠에스랩 이희연
오삼열

기획조정실 김동철
윤지영



원익사보 2014년 봄호 원익사 통권 38호

발행인 이재현

발행일 2014년 04월

발행처 원익

본 사 경기도 성남시 분당구 삼평동 612번지
원익빌딩 9층

디자인 비즈커뮤니케이션즈 02.517.1901

사보 '원익 S'은 한국 간행물 윤리위원회의
윤리강령 및 실천요강을 준수합니다

피부질환, 혈관질환, 색소질환
미FDA 승인, 한국식약처 허가 완료



명품 IPL로 만들어내는
22살의 피부 프로젝트

엠투투™

1994년 IPL 최초 개발사 루메니스의 최신 IPL System

- ★ 균일한 에너지 전달로 효과를 높인 Advanced OPT
- ★ 글로벌 데이터로 병변별 파라미터 제공
- ★ Cut-Off Filter 방식으로 간편하고 안전



내 피부의 고백

Go  to 22

루메니스 투

M22™

success made simple