Vol.026

SUNGWOO
HITECH
MAGAZINE

별을 쏘다

2022+ Summer

1977-2022

45th Anniversary

소규모 프레스 제조업체에서 시작해
도전과 혁신으로 성장해온 성우하이텍 45년
세계시장으로 진출하며 글로벌 경쟁력을 확보한 성우하이텍은
이제 '미래자동차 분야'를 이끌 선진 기술력으로
또 한 번의 도약을 꿈꿉니다!

GLOBAL SUNGWOOHITECH

성우하이텍

CONTENTS

Vol.026 2022+SUMMER

SUNGWOO
HITECH
MAGAZINE

06
HISTORY

16
현장 24시

20
CHALLENGE

26
EDUCATION

04 ISSUE & NEWS

06 HISTORY

- 성우하이텍 45주년 - Then & Now
- 45년 역사를 만들다 - 성우의 얼굴 CI, 사가
- 8년간의 희로애락, 순간순간이 역사가 되다

16 현장 24시

- 품질 좋은 금형, 우리의 자부심입니다 - 금형반

20 CHALLENGE

- 다시 찾은 일상의 행복을 만끽하다

24 PHOTO

- 내 서랍 속 성우하이텍

26 EDUCATION

- 2022 노사화합워크숍
  나와 우리를 빛나게 할 '같이'의 가치를 느끼다
- "HELLO SUNGWOOWORLD"
  가상의 현실에서 발견한 새로운 가능성

스마트폰으로
성우하이텍을
만나보세요.

스마트폰으로
성우하이텍 홍보동영상을
만나보세요.

새로운 도약을 꿈꾸며,
우리는 성우하이텍!

소규모 프레스 제조업체에서 시작해
도전과 혁신으로 성장해온 성우하이텍 45년
이제 '미래자동차 분야'를 이끌 선진 기술력으로
또 한 번 새로운 도약을 꿈꿉니다!

34
SAFETY

44
CULTURE

48
GOING

54
SOCIAL CONTRIBUTION

34 SAFETY
▸ 화재 발생 시 출동하는 차량에도 순서가 있다

36 COMMUNICATION
▸ 성우인, 소통하고 함께하며 행복하라

40 COLUMN
▸ 어쩌다 갑자기 ESG?

44 CULTURE
▸ 영화의 도시 부산을 여행하다

48 GOING
▸ 지금 당장 울산

54 SOCIAL CONTRIBUTION
▸ "키다리 어른"들이 만들어가는 좀 더 따뜻한 세상

57 EVENT
▸ 페이퍼토이로 만드는 남극 황제펭귄

별을 쏘다

발행일 2022년 7월 30일 (통권 제26호) **발행인** 이명근 **사보기자** 강승호, 김도형, 김태우, 김태훈, 남창식, 문해준, 박노실, 박은혜, 신민환, 이수승, 이승욱, 정영화, 최성욱, 최수영 (가나다순) **발행처** ㈜성우하이텍
www.swhitech.com (인사정보사업본부 Tel. 070-7477-6233) **기획 및 디자인** 미디어줌 (Tel. 051-623-1906)

01. GM 2021년 올해의 협력사상 수상

㈜성우하이텍이 3월 14~16일 3일간 미국 쉐라톤 그랜드 호텔(피닉스, 애리조나)에서 열린 GM SOY(Supplier Of the Year 30)에서 '2021년 올해의 협력사상'을 수상하였다. GM의 올해의 협력사 시상은 차별화된 가치, 혁신적 기술 및 최고의 품질을 제공한 협력사에게 수여되며, 올해는 16개국의 134개 협력사가 수상했다. ㈜성우하이텍은 2017년 디트로이트 지점 설립, 2021년 테네시주 텔포드 공장 설립을 통하여 GM 본사와 더 긴밀하게 협력한 성과를 인정받았다. 행사에 참석한 Steve Kiefer GM 사장은 "북미에서 ㈜성우하이텍이 지난 수년간 보여준 성과에 감사드리며, GM의 오랜 동반자로서 지속적으로 성장해주기를 희망한다"고 밝혔다.

02. 제41기 주주총회 개최

3월 30일 오전 10시 서창공장 대강당에서 제41기 주주총회가 개최되었다. 이번 주주총회에서는 감사 및 영업, 내부회계관리제도 운영실태 보고에 이어 재무제표 및 연결재무제표 승인의 건, 이사 선임의 건, 감사위원회 위원이 되는 사외이사 선임의 건, 감사위원회 위원 선임의 건, 이사 보수한도 승인의 건을 승인하였다. 2021년 ㈜성우하이텍은 제1기 '소부장 으뜸기업(소재·부품·장비 분야에 특화된 국내 최고 기업)'에 부산에서 유일하게 선정된 것을 시작으로, 산업자원통상부 선정 '지역 대표 중견기업', 제39회 부산산업대상 시상식 '특별공로 부문(이명근 회장)' 수상 등 부산/경남의 대표 기업으로 자리매김하고 있다.

03. 성우공동모금, '키다리 어른'이 되다

관련 기사 54p

성우공동모금과 웅상종합사회복지관은 5월 5일 어린이날을 맞이하여 관내 아동들에게 맞춤 물품을 선물로 전달하였다. 웅상지역의 여러 유관기관에서 125명의 웅상 지역 아동들을 추천받았으며, 아동들이 각자 원하는 선물을 인터뷰하여 마련하였다. 성우공동모금은 선물 구입 및 포장, 배달까지의 과정 일체에 사용된 비용(5백만 원) 전액을 지원하였고, 성우하이텍 직원들이 포장 및 배송을 도와 나눔의 의미를 더하였다.

04. 민관 합동 소방 훈련 실시

관련 기사 34p

5월 17일, ㈜성우하이텍 서창공장 조립동 및 프레스동 전체 임직원을 대상으로 소방 훈련을 실시하였다. 이날 소방 훈련에는 양산소방서도 같이 참여하여 안전하게 진행하였다. "피난 훈련 - 화재 진압 훈련 - 소방 안전 집체 교육"의 3단계로 진행된 해당 훈련은 신속한 대피 및 진압을 통하여 생명과 재산을 지킬 수 있는 실질적인 기회가 되었다. 훈련을 참관하며 많은 도움을 주신 양산소방서 관계자 여러분께 감사드린다.

05. 제20회 성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회 개최

관련 기사 20p

6월 5일 일요일 아침, '제20회 성우하이텍배 KNN 환경마라톤 대회'가 해운대 BEXCO에서 열렸다. 성우하이텍 임직원 및 가족 500여 명이 참여하여 스무 번째 대회를 함께 축하하였다. 특히 코로나 팬데믹으로 3년 만에 오프라인으로 진행된 이번 성우하이텍배 KNN 환경마라톤 대회는 매년 '세계 물의 날' 즈음에 개최하여 오다가 올해는 환경의 날(6월 5일)에 진행하여 대회의 의미를 더했다.

이번 대회에는 국내외 3천 명의 참가자들로 자리를 빛냈고, 때마침 가녀린 빗줄기로 무더위도 한풀 꺾여 마라톤을 사랑하는 동호인들에게 더 좋은 기록을 선사했다. 빗줄기 속에서 뛰고, 걷고, 웃고, 즐기는 아침은 오래도록 기억에 남을 것이다.

06. 제15회 '세계인의 날' 기념 행사 참석

㈜성우하이텍은 5월 20일 오후 3시, 부산광역시 영도구 아미르 공원에서 열린 제15회 '세계인의 날' 기념행사에 참석하였다. 이번 행사는 부산 출입국·외국인청과 부산국제교류재단이 마련하였고, 결혼 이민자와 외국인 근로자, 유학생 등 내외국인 700여 명이 참석하였다.

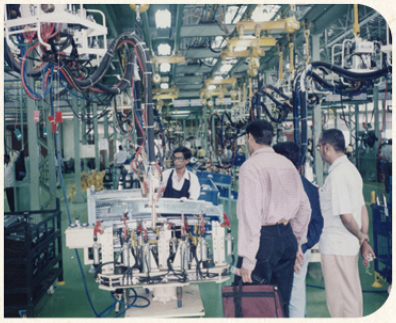
이날 행사는 세계인의 날 기념식을 시작으로 K-Pop, 재즈 공연과 함께 태권도 시범도 진행하였으며, 이어서 ㈜성우하이텍이 후원한 경품 추첨으로 분위기를 한층 더 고조시켰다. '세계인의 날'은 2007년 '재한외국인처우기본법'에 의해 국민과 재한외국인이 서로의 문화와 전통을 존중하며 더불어 살아가는 사회를 조성하기 위한 취지로 제정되어 매년 5월 20일을 기념하고 있으며, ㈜성우하이텍은 2008년부터 '세계인의 날' 기념행사를 매년 후원하고 있다.

07. 전사 소통공감협의회 개최

6월 22일 오후 2시, 서창공장 6층 대강당에서 전사(全社) 소통공감협의회가 열렸다. 소통공감협의회는 노사협의회, 익명 고충처리상담(5972, 사내 인트라넷), 사원만족도 조사(ESI), S-Thanks에 이어 임직원이 함께 소통하기 위해 만든 성우하이텍 고유의 협의회다.

전사 소통공감협의회는 본부별 소통공감협의회를 거쳐 회사 전체적으로 고민하고 해소해야 할 문제들을 논의하는 자리였으며 이번에는 26건의 안건에 대하여 도종복 인사정보사업본부장(부사장)의 주도하여 해결할 것은 해결하고, 오해가 있을 만한 것은 오해를 풀어서 소통과 공감을 위한 자리가 되었다.

성우하이텍 45주년 Then & Now



1997 ● 첫 해외법인 인도JSL 합작회사 설립

2002 ● 북경성우 설립 착공식

성우하이텍, 글로벌 성우의 이름을 세계에 새기다

S U N G W O O

1997년 해외 진출이라는 새로운 도전에 나선 성우하이텍은 인도 첸나이에 첫 해외법인 JSL을 설립한 후 중국 북경, 체코, 슬로바키아, 러시아, 우즈베키스탄, 독일 등지에 차례로 터를 잡았다. 가장 최근에는 미국 테네시주 텔포드 지역에 미국 공장을 설립, 현재 10개국 23개 사업장을 운영하며 미래 자동차 시장에서의 경쟁력 확보를 꾀하고 있다.

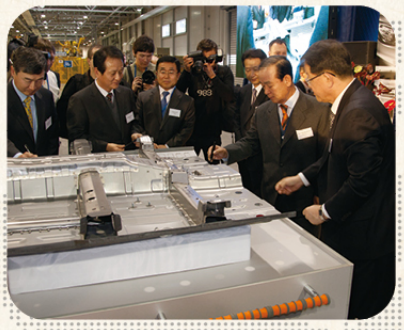
2022 ● 미국공장 설립

2019 ● 인도 SHAP 신공장 가동

45th Anniversary

체코공장 부지 계약 조인식 • 2006

인도 공장 준공식 • 2009



러시아 부품단지 기공식 • 2010

독일 WMU社 입간판 제막식 • 2012

폴란드(글리비체) 신공장 진출 • 2018

중국 창주성우 기공식 • 2015

성우가족, 단합된 하나의 가족으로 나아가다

45년 성우하이텍 역사를 만들어온 것은 성우인의 단합된 힘이었다. 불우 사우 및 관내 불우이웃 돕기 재원 마련을 위해 개최한 '열린마음 사랑나누기 성우하이텍 일일호프', 정상 등반이라는 공통의 목표를 달성하는 과정에서 지혜를 모으고 동료애를 다진 직급별 '등반대회', 오랫동안 성우가족의 단합과 화합의 장으로 마련되었던 '한마음체육대회'와 '성우하이텍 회장배 족구·탁구·풋살 대회'…. 성우가족을 끈끈하게 이어준 이 같은 사내 행사들은 지금까지도 명맥을 이어오며 성우하이텍의 대표 행사로서 자리매김하고 있다.

한마음체육대회

1986

1994

1996

2005

2010

성우배 족구 대회 & 성우하이텍 회장배 족구·탁구·풋살 대회

2005

2006

2018

45th Anniversary

한마음야유회

일일호프

한마음 등반대회 & 신입사원 등반대회

45년 역사를 만들다
성우의 얼굴 CI, 사가

한 기업을 대표하는 이미지는 다양하다.
기업의 아이덴티티를 담은 CI, 경영철학과 기업문화를 바탕으로
구성원의 소속감을 북돋는 사가도 그중 하나이다.
성우하이텍의 오늘을 만들어온 대표 얼굴을 만나본다.

꿈과 희망, 미래로의 도약
성우의 아이덴티를 담다

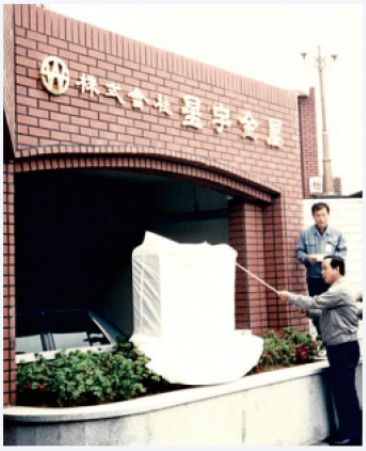
CI

성우하이텍 SUNGWOO HITECH

- **CI 의미** : 성우하이텍(S)을 중심으로 꿈과 희망, 미래지향적인 기업 이미지 상징
- **붉은색** : 미래로의 힘찬 도약 / **푸른색** : 꿈과 희망

'CI(Corporate Identity)'는 기업이 추구하는 가치를 공유하고 대내외로 표현하는 시각적 요소로, 기업의 철학이나 비전, 지향점 등을 상징적으로 담고 있다. 시각적으로는 기업 로고나 심볼마크, 색 등을 통해 표현될 수 있다. 이는 다른 기업과 차별화되는 확실한 이미지로서 지속성과 일관성, 해당 기업의 문화 및 경영전략과 들어맞아야 한다.

1977년 '성우금속사'로 출발한 성우하이텍은 1981년 성우금속으로 법인명을 변경하고 1983년 현대자동차 스텔라 몰딩을 개발 및 납품하며 자동차산업에 뛰어들었다. 초창기 성우금속은 영문명의 머리글자인 'S'와 'W'를 조합한 단순한 형태의 심볼을 사용하였다.



1994년 성우금속 사훈기념비 제막 당시 사진 속에서 심볼을 확인할 수 있다.

한편, 2000년대 초 첨단 통신, 디지털 기술 발달로 정보화시대가 도래하며 CI는 기업의 정체성을 표현하는 역할뿐 아니라 적극적인 마케팅의 수단으로 거듭났다. 어떤 기업을 두고 가장 먼저 떠올리게 되는 이미지 그 자체로서, 기업을 소비자에게 인식시키는 중요한 요소로 자리 잡게 된 것이다. 성우하이텍은 2000년 사명 변경을 계기로 기업 CI와 사명 디자인을 개발하여 현재에 이르고 있다.

성우하이텍 CI는 'SUNGWOO HITECH'의 첫 글자 'S'를 원형과 더불어 시각적으로 조형화하여 제작되었다. 전체적으로는 성우하이텍(S)을 중심으로 꿈과 희망, 그리고 미래지향적인 기업의 이미지를 상징적으로 표현하고 있다. 대표 색상은 두 가지로, 파란색은 꿈과 희망을 나타내고 붉은색은 미래로의 힘찬 도약을 상징한다.

소규모 프레스 제조업체에서 시작해 대한민국 최고 자동차 부품 회사로 거듭난 성우하이텍. 미래자동차 분야에서 선진 기술력을 습득하여 새로운 미래를 만들어가고 있는 성우하이텍 45년 역사는, 꿈과 희망으로 미래를 향해 도약하는 CI에 담긴 의미 그대로 빛나고 있다.

열린 맘으로 하나 되어~서로 사랑하며 아끼는 우리는 성우하이텍

사가

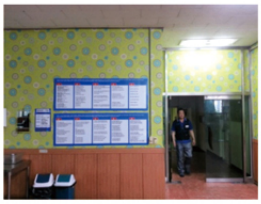
2014년 9월 26일 '열린마음 이웃사랑 나누기 일일호프' 행사 무대에서 성우하이텍 사가가 직원들에게 첫선을 보였다. 클래식, 어쿠스틱, 모던락, 피아노의 총 4가지 버전으로 제작된 사가 중 이날 무대에 올려진 것은 클래식 버전. 성우가족 10명으로 이루어진 합창단은 전 임직원의 관심 속에 함께 바쁜 시간을 쪼개어 연습을 거듭해온 터였다.

성우하이텍 사가가 이날 무대에 오르기까지는 9개월여의 시간이 걸렸다. 2014년 초 사가 제작 계획을 확정한 성우하이텍은 ▲가사 공모 및 선정(우수 가사 포상, 제작업체 섭외) ▲가사 수정 및 작곡(공모작 바탕으로 가사 수정, 작곡 가이드 레코딩) ▲최종 음원 완성(전문 보컬 및 연주자 섭외, 스튜디오 레코딩, 음원 완성) 과정을 거쳐 사가를 완성했다. 이 과정 중 특히 의미가 있었던 부분은 성우가족을 대상으로 가사 공모를 진행한 것이었다. 성우하이텍의 경영철학과 기업문화를 담아내는 사가 가사를 직원들이 직접 만들어보는 것은 조직의 구성원으로 소속감과 일체감을 북돋우는 그 자체로 의미가 컸다. 모두 70편의 가사가 모일 만큼 성우인들은 열정적으로 공모에 응했고, 각 사업장별로 진행된 사내 투표(2차례)를 통해 최우수작(300만 원)과 우수작(100만 원), 장려(30만 원) 두 작품이 선정되었다. 공모에 출품된 이들 가사는 음원 제작 전문업체에서 전문가의 손을 거쳐 최종 가사로 재탄생했다.

"열린 맘으로 하나 되어 서로 사랑하고 아끼는…(중략)…We are the one 모두 손잡고, 새로운 도약을 꿈꾸며 성우하이텍"

사가라고 하면 보통 경직된 노랫말과 무게감 있고 웅장한 멜로디를 떠올리게 마련이다. 그래서 사가에 대한 이미지는 대개 딱딱하다, 경직되어 있다, 재미없다로 한정된다. 이에 반해 가볍고 경쾌한 리듬에 감성적이고 따라 부르기 쉬운 가사로 이루어진 성우하이텍 사가는 성우인들의 마음을 사로잡기 충분했다. '한마음으로 미래를 향해 나아가자'는 경영철학과 기업문화가 고스란히 담겨 있는 성우하이텍 사가. 노랫말처럼 성우인 한 사람 한 사람이 하나의 '성우가족'으로 거듭나며 도약하기를 기대한다.

위) 각 사업장에서 진행된 사가 가사 공모 투표
아래) 2017년 열린마음 이웃사랑 나누기 일일호프에서 진행된 사가 공연



성우하이텍 社歌

열린 맘으로 모두 하나 되어
서로 사랑하며 아끼는 사랑과 믿음으로
의지하며 함께하는 성우 되어요
성우하이텍 한마음으로 감동을 만들어 가는 곳
성우하이텍 한가족으로 웃음과 행복 넘치는 곳
더 높게 더 낮게 더 빠르게
끝없이 비상하라 멀리
We are the one 모두 손 잡고
새로운 도약을 꿈꾸며 성우하이텍

우리는 모두 성우의 꿈과 미래
희망과 용기가 넘치는 열정과 함께라면
다가오는 미래는 우리 성우의 것
성우하이텍 성공을 향해 새로운 도전 펼치는 곳
성우하이텍 세계를 향해 눈부신 위상 높이는 곳
더 높게 더 낮게 더 빠르게
끝없이 비상하라 멀리
We are the best 모두 다 함께
새로운 도약을 꿈꾸며 성우하이텍

창립 37주년을 맞은 2014년 7월 31일, 사보 <별을 쏘다> 창간호가 발행되었다. 사내 공모(당시 영업관리팀 이관형 사원 作)를 통해 제호를 정한 <별을 쏘다(星宇 속에 모두가 별이며, 세계를 향해 나아가자는 뜻)>는 벌써 8년간 사내외의 다양한 소식을 성우가족과 고객들에게 전해오고 있다. 창간호부터 20호까지는 계간지로, 21호부터는 연 2회 발행되고 있으며 이때부터 제호 디자인이 바뀌었다. 가정에서 <별을 쏘다>를 곧바로 받아볼 수 있게 된 것도 21호부터이다.

사보 <별을 쏘다>

8년간의 희로애락, 순간순간이 역사가 되다

1

2

3

4

1. 가라쿠리대회에서 시연해보는 이명근 회장
2. 겨울愛(애) 희망饌(찬) 김장 나누기
3. 성우하이텍회장배 풋살대회
4. 전기차 배터리 시스템 공장 신축

내일의 밑거름이 될 성우의 오늘

기업의 오늘을 기록한다는 사보의 본래 목적대로, <별을 쏘다>는 주요 콘텐츠들을 통해 성우의 역사가 될 현재를 기록하고 있다. 'New SUNGWOO'는 자동차 시장의 변화에 발 빠르게 대응하며 미래 가치를 찾아가고 있는 성우하이텍의 발전상을 확인할 수 있는 콘텐츠이다. 현장관리자들의 역량 강화를 도모하는 성우혁신사관학교, 저비용 투자로 현장의 품질, 생산성, 보전성, 효율성, 안전성 향상에 큰 성과를 기대하는 가라쿠리 대회 등 미래 자동차 시장을 선도할 성우하이텍의 주요 기술 변화, 해외 공장 설립 소식 등이 이 콘텐츠를 통해 소개되었다. '현장 24시'는 조립반, 금형반, 공정QC 등 생산 현장부터 성우하이텍과 아산성우하이텍을 넘나들며 국내 여러 지역 사업장의 이야기를 담아낸다. 신입사원 교육, 계층별 교육, 승진자 교육 등 성우인 개개인의 능력 향상을 도모하고자 진행된 사내 교육 활동들은 'Education'을 통해 확인할 수 있다. 기업의 사회적 역할이 중요해지면서 성우하이텍의 사회공헌활동을 소개하는 'Social Contribution'도 풍성한 이야기들로 채워진다. 반찬 나눔 봉사, 겨울愛(애) 희망饌(찬) 김장 나누기, 목욕 봉사 등 어려운 이웃을 위해 꾸준히 다양한 활동을 이어가는 성우인들의 모습은 지역사회에 잔잔한 울림을 주고 있다.

이밖에도 성우하이텍의 역사를 되짚어보는 'History', 해외사업장을 소개한 'World Wide' 등 콘텐츠가 선을 보였다.

5

역사를 만들고 만들어갈, 오늘을 살아가는 '우리'의 이야기

5. 공모를 통해 만난 성우가족의 다양한 얼굴
6. 노구현 차장과 세쌍둥이
7. 레이싱 취미를 즐기는 박재우 사원
8. 축구동회회 FC PPM

6

7

8

한 기업의 역사는 결국 구성원들에 의해 만들어진다. <별을 쏘다>의 주인공은 역시 성우의 역사를 만들어오고 만들어갈, 오늘을 살아가는 성우인들이다. <별을 쏘다>는 때로 퇴근 후 동료와 카페를 찾은 직원과 동행하여 그들의 이야기를 듣고(18호), 처음 부모가 된 설렘(7호), 아이를 학교에 보내며 학부모가 된 순간(15호)을 함께하였다. 아들-사위-장모가 성우하이텍에서 일하는 특별한 가족의 사연을 만나보고(13호), 회사생활을 하면서 남다른 성취를 이루어낸 성우인(14호, 21호)을 축하하기도 하였다. 색다른 취미생활을 즐기며 회사생활의 동력을 얻거나(11호, 19호, 23호) 동호회 활동을 통해 동료애를 다지는 현장에 동행하기도 하였다.

31년간(2014년 당시) 성우하이텍의 현장을 지켜온 노학문 기장의 생생한 초창기 성우 이야기(2호), 절체절명의 순간 성우하이텍 동료들의 대응으로 삶을 이어갈 수 있었던 오준택 이사의 기적적인 사연(25호), 창주 성우 노구현 차장이 들려준 세쌍둥이 육아의 웃픈 현실(18호) 등 희로애락이 고스란히 담긴 야기들은 감동을 주기에 충분했다.

성우인을 대상으로 진행하는 각종 공모는 보다 적극적인 성우인들의 참여를 유도한다. 이 콘텐츠를 통해 성우인들은 자신과 똑 닮은 자녀(8호), 사랑해 마지않는 애완동물(14호), 어린 시절 모습(9호), 마음속 최고의 순간(18호), 코로나19를 보내는 특별한 방법(22호) 등을 성우가족과 공유했다. 공모는 단지 사진을 보여주는 데서 그치지 않고 그들만의 이야기 또한 곁들여져 감동을 배가시켰다.

9

10

11

그 외 다양한 읽을거리들

사내 이야기 외에 사외 여러 분야의 이슈, 문화계 동향, 트렌드를 반영한 읽을거리들은 사보의 또 다른 매력이다. 자신의 분야에서 의미 있는 성과를 이루어낸 사람들을 만나 그들의 인생 이야기와 오늘을 살아가는 지혜를 들어보는 'Interview'도 그중 하나. <별을 쏘다>는 『여명의 눈동자』로 잘 알려진 추리소설가 김성종 작가(2호)부터 부산을 대표하는 삼진어묵의 박종수 사장(5호), 80세가 넘은 나이에 전국으로 도보여행을 다니며 건강한 노년을 보내는 도보여행가 황안나(17호), 세계 각국의 6·25 참전용사들의 사진을 촬영해주는 포토그래퍼 현효제(24호) 등 모두 14명의 인사를 만났다.

여가생활에 대한 관심이 커지며 여행 콘텐츠도 꾸준히 사랑받고 있다. 'Healing Travel'로 시작해 'Going'(11호~)으로 콘텐츠명을 변경한 여행 콘텐츠에서 소개한 여행지는 가깝게는 기장부터 멀리 남이섬, 아산 성우하이텍이 자리한 아산, 전라도 군산 등 전국을 아우르며 베트남 등 해외 여행지도 포함한다. 이 콘텐츠는 단지 여행지 소개에 그치지 않고 캠핑, 차박, 드라이브 코스, 골목길 여행 등 여행을 즐기는 색다른 주제를 다루기도 했다.

자동차 시장의 최신 트렌드와 대응(22호, 25호), 백년기업의 비밀(13호), 기업 성장의 요소(6호), 협업의 중요성(2호) 등에 대한 전문가의 이야기를 들어보는 'Column'을 비롯해 영화, 책, 미술작품 등을 주제로 이야기를 풀어내는 'Art Story', 'Movie'도 꾸준히 이어지고 있는 콘텐츠이다.

2017년 성우하이텍 창립 40주년을 기념하여 연간기획으로 마련된 'For 40th Anniversary'(11호~14호), 성우하이텍 해외법인이 위치한 국가별 비즈니스 매너를 알아본 'Manner makes man'(15호~18호), 계절별 전국 축제를 살펴본 'Going'(15호~18호), 음식을 주제로 맛집을 탐방한 'Tasty Road'(12~19호), 마블 캐릭터 종이인형을 만들어볼 수 있었던 기회(12호, 19~21호) 등 특별 기획도 사랑을 받았다.

지난 8년간 <별을 쏘다>가 기록해온 성우하이텍, 그리고 성우인들의 이야기는 그 자체로 성우하이텍의 역사가 되고 있다. 미래는 탄탄한 역사 위에 세워진다. 켜켜이 쌓여온 <별을 쏘다>의 역사가 성우의 미래를 만들어갈 밑거름이 되기를 기대한다.

9. 세계 각국의 6·25 참전용사들의 사진을 촬영해주는 포토그래퍼 현효제 작가(24호) 10. 80세가 넘은 나이에 전국으로 도보여행을 다니며 건강한 노년을 보내는 황안나 작가(17호) 11. 다양한 여행지를 소개하는 'Going'(11호) 12. 40주년 특별기획 'For 40th Anniversary'(11호~14호) 13. 마블 캐릭터 종이인형 접기(12호, 19~21호)
14. 성우하이텍 해외법인이 위치한 국가별 비즈니스 매너를 알아본 'Manner makes man'(15호~18호)

12

13

14

↖

창간호에 담긴 이명근 회장의 축하 메시지

"금번 창간하는 성우하이텍 사보는 글로벌 무한경쟁 시대에 성우가족들이 지속가능한 미래를 약속하는 소통의 첫걸음이자 새로운 가치 창출의 무대가 될 것입니다. 여러분의 도전적이고 열정적인 삶의 기록들이 고스란히 우리들의 소중한 역사로 남게 되길 희망합니다."

창간 2주년을 기념하여 진행된 포토존 이벤트 ↘

성우인들은 발행된 사보 중 가장 좋았던 사보의 표지 엽서를 들고 인증사진을 남겼다.

<별을 쏘다> 사보 표지 변천

감성적인 느낌의 창간호와 2호/성우하이텍의 역사적 순간을 담은 9호, 13호, 24호/얼굴-손-발-마음의 메인 테마가 반영된 15~8호/미래 자동차 시장에 대응하기 위해 성우하이텍이 나아갈 방향성을 담은 19~21호, 23호 등 사보 표지에는 발행 시점에 화제가 되는 주제나 성우하이텍 역사의 순간, 성우하이텍이 가고자 하는 방향성이 담긴다. 창간호~20호까지 같은 디자인의 제호를 사용했고, 21호부터 제호 디자인이 바뀌었다.

별을쏘다 → 별을 쏘다

금형반

품질 좋은 금형, 우리의 자부심입니다

금형은 모든 제조업의 필수이다. 아무리 아름다운 디자인으로 설계된 신차라도 금형 제작이 뒷받침되어야 대량 생산을 할 수 있다. 대량 생산이 주목적이기에 금형은 필연적으로 마모되고 변형될 수밖에 없다. 금형을 좋은 품질 그대로 유지·보수하는 일은 그래서 금형을 잘 만드는 것만큼이나 중요하다.

금형 보수와 유지, 응급의사의 마음가짐으로

대량 생산을 위해 도입된 금형은 유지와 보수가 생산만큼이나 중요하다. 디자인대로 완벽히 구현된 내구성 좋은 금형이라고 해도, 많은 제품을 찍어내다 보면 마모되고 굴곡이 생기는 등 변형이 따를 수밖에 없다. 작은 티끌 하나가 생산품의 품질을 떨어뜨리고 불량을 발생시켜 전량 폐기해야 할 수도 있다. 금형반의 주 업무는 이처럼 문제가 생긴 금형을 표준 형태대로 유지·보수하고, 금형의 품질을 개선하는 일이다.

"응급실 의사처럼 늘 상황을 대비하고 있어야 합니다. 다시 제품을 생산할 수 있도록 문제를 해결해줘야 하는데, 이 과정에서 실수가 생겨 금형이 잘못 수정되면 대량 불량이 발생할 수밖에 없습니다. 그건 고스란히 많은 실패비용으로 돌아오고요. 그래서 사실 부담스럽기도 하고, 실수하지 않기 위해 주의를 기울여야 하지요."

신용석 반장의 말대로, 한 번 수정된 금형은 다시 대량 생산의 단계에 투입되기 때문에 표준 형태대로 실수 없이 보수하는 게 가장 중요하다. 보통 금형을 올리고 찍으면 3천 대가량 생산하는데, 유지·보수를 어떻게 하느냐에 따라 생산량은 늘어날수도 줄어들 수도 있다. 금형반에서 관리하는 금형은 서창공장 것만 600벌가량에, AS까지 더하면 천여 벌에 이른다. 알루미늄, 핫스탬핑, 초고장력강판 등 차체 재질이 다양하고 그에 따른 금형별 특징도 다르다. 이처럼 종류가 많은 만큼 모든 금형의 특성을 개개인이 파악하기란 사실상 불가능하다. 이럴 때 힘을 발휘하는 것이 집단지성이다.

"신제품이 들어올 때 가장 얘기를 많이 나눕니다. 다뤄보지 않은 금형이라 해당 금형의 특징을 파악하고 각기 다른 상황에 따라 해결 방법을 찾으려 고민해야 하지요. 이럴 때 많이 대화하고 의견을 주고받으면서 최선을 찾아갑니다. 제품마다 특성이 다르니 방법을 찾고 적응하기까지 시간이 걸리지만, 고민하고 해결법을 찾아가는 과정들이 쌓여 노하우가 되고 금형반의 경쟁력이 된다고 생각합니다."

"응급실 의사처럼 늘 상황을 대비하고 있어야 합니다. 다시 제품을 생산할 수 있도록 문제를 해결해줘야 하는데, 이 과정에서 실수가 생겨 금형이 잘못 수정되면 대량 불량이 발생할 수밖에 없습니다. 그건 고스란히 많은 실패비용으로 돌아오고요. 그래서 사실 부담스럽기도 하고, 실수하지 않기 위해 주의를 기울여야 하지요."

금속처럼 단단하면서도 가볍기까지 한 알루미늄 소재가 사용된 신차(GV80, G80)의 금형 역시, 그러한 사례 중 하나였다. 알루미늄 특성상 금형으로 제품을 구현하기 어렵고 금속보다 성형하기 까다로운데, 국내 최초로 성우하이텍이 대량 생산에 성공했다. 해당 금형은 유지와 보수도 이제까지의 금형 특성과 달랐는데, 함께 고민하고 해결법을 찾아가는 금형반의 노하우를 바탕으로 현재는 표준 형태를 잘 유지하고 있다.

"품질확보에 성공할 수 있었던 금형반만의 노하우는 '디테일'입니다. 디자인 혁신이 손끝에서 탄생하듯, 손끝의 미세한 디테일함으로 품질 향상을 이루어낼 수 있었지요. 물론 숙련자가 되기 위해 본인의 실력을 갈고닦아야 합니다. 기술 습득을 위해 개인적인 시간을 투자하며 노력해준 금형반 반원들이 자랑스럽습니다."

변화를 이끌어내는 디테일의 힘

생산성 향상을 위한 금형반의 노력은 실질적인 결과로 이어졌다. 2018년 도어 인너에 성형되는 싱킹홀을 금형이 아닌 '조립라인 지그'에 국내 최초로 적용한 것이 대표적이다. 금형반 합류 전 보전업무 경험을 통해 다양한 라인의 특성을 파악하고 있던 신용석 반장은 20년간 같은 프로세스로 진행되던 '당연한' 업무에 의문을 품었다. 익숙한 것에서 벗어나는 혁신에 힘을 보탠 것이 금형반 동료들이었다. 신 반장은 금형반 동료들의 조언과 도움을 바탕으로 샘플을 만들고 테스트하는 데 7개월 여를 투자했고, 양산라인에 적용해 생산성 향상은 물론 물류 혁신을 가져왔다. 신용석 반장 개인적으로는 2020년 자랑스러운 성우인상을 수상하기도 했다.

"지금 생각해보면 맨땅에 헤딩한 것 같습니다. 옆에서 조언해준 선배님들, 테스트부터 적용까지 도와준 동료들 덕분에 가능했다고 생각합니다."

클로저 파트의 품질 안정화를 이루어낸 것도 금형반의 큰 자랑거리이다. 성우하이텍은 2002년 양산된 클릭(프로젝트명 TB) 도어 수주를 시작으로 수많은 차종을 개발, 양산하고 있다. 최근 자동차 트렌드가 '디자인 혁신'이라고 할 수 있을 만큼 디자인에 예민하여, 클로저 파트로서는 디자인 그대로 제품이 생산되도록 하는 것이 최우선 과제였다. 그러나 외판의 찍힘이나 요철로 인해 실패비용이 과다하게 지출되는 악순환이 계속되고 있었다. 그동안 수없이 많은 테스트와 연구를 해오면서도 번번이 실패했는데, 앞선 실패 사례를 보완하여 셀 수 없을 만큼의 테스트와 고민을 통해 외판의 품질확보를 실현하였다.

"품질확보에 성공할 수 있었던 금형반만의 노하우는 '디테일'입니다. 디자인 혁신이 손끝에서 탄생하듯, 손끝의 미세한 디테일함으로 품질 향상을 이루어낼 수 있었지요. 물론 숙련자가 되기 위해 본인의 실력을 갈고닦아야 합니다. 기술 습득을 위해 개인적인 시간을 투자하며 노력해준 금형반 반원들이 자랑스럽습니다."

품질확보에 성공하자 자연스레 좋은 일이 뒤 따랐다. 품질 안정화는 기본이고 생산 수량도 올라갔다. 지금껏 고민한 결과에 대한 성취감은 말로 표현할 수 없이 커졌고, 이런 자신감이 현장에 활력을 불어넣었다.

하나의 톱니바퀴처럼

금형반의 업무가 마치 큰 톱니바퀴처럼 이어지는 업무여서 개개인의 실력 향상과 더불어 조직의 일원으로서 책임감 있게 본인의 역량을 해내는 것이 중요하다. 불량이 생기지 않도록 동료의 일도 내 일이라고 생각하고 함께 문제를 해결해나가는 것, 실수를 줄이기 위한 '공동'의 노력이 중요하다. 이를 위해 금형반에서는 풋살 동호회를 운영하는 등 자체적으로 동료애를 키울 수 있는 기회를 만들어가고 있다. 기술적으로는 수많은 금형을 다루어보고 상황을 만나본 선배의 조언을 듣고 습득하여 개인의 역량 강화에 힘쓴다. 선배가 걸어온 길은 후배가 걸어갈 길이 되고, 그러한 시간이 쌓여 금형반의 경쟁력이 되는 과정이다. 금형반이 커다란 톱니바퀴처럼 잘 굴러가야 하기에, 신용석 반장은 조회 시간 많은 얘기를 통해 개인의 상황을 파악하고 있다고 전했다.

"어떤 일이든 그렇겠지만, 처음부터 베테랑처럼 잘할 수는 없습니다. 저마다의 특성이 다르고 디자인이 다른 금형을 다루어야 하는 금형반 업무는 더 그렇습니다. 조급하게 생각하지 말고 경험이 쌓이길 기다렸으면 좋겠습니다. 빨리빨리보다 천천히, 정확하게. 그게 더 중요합니다."

김홍경 조장 역시 동료들에게 평소 스트레스 관리와 건강 관리를 우선적으로 주문한다. 개인의 건강이 무너지면 결국 회사 업무에도 차질이 생길 수밖에 없다. 현장에서 '무사고' 달성을 위해 노력하며 확실히 일을 완료하는 것이 멀리 보면 회사의 역량을 높이는 길이라고 생각한다.

신용석 반장은 마지막으로 성우하이텍 생산관리팀의 금형반이 타 회사의 금형반보다 더 월등한 기술력으로 금형 분야에서 인정받고 더욱 섬세히 금형 기술을 발전시키는 금형반이 되었으면 한다고 목표를 전했다.

"조급하게 생각하지 말고
경험이 쌓이길 기다렸으면 좋겠습니다.
빨리빨리보다 천천히, 정확하게.
그게 더 중요합니다."

다시 찾은 일상의 행복을 만끽하다

매년 봄의 시작을 알리는 큰 행사,
'성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회'가
3년 만에 오프라인으로 치러졌다.
가족, 연인, 친구, 동료 등 소중한 이들과 함께 달리는
아주 당연한 일상을 잃어버렸던 시간. 그 시간을
보상받듯 열기가 더 뜨거웠던 현장을 만나본다.

성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회

MARATHON

제20회 성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회

20th

3년 만의 오프라인 마라톤 재개, 뜨거운 열기

6월 5일 일요일 아침, '제20회 성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회'가 열린 해운대 BEXCO 현장이 많은 인파로 북적였다. 부산의 봄을 알리는 대표 마라톤 대회로 부산시민들의 관심 속에 치러지던 행사가 코로나 팬데믹 영향으로 3년 만에야 오프라인으로 진행되었다. 이번 대회에 대한 마라톤 동호인과 시민들의 관심이 클 수밖에 없는 이유다.

메인 후원사인 성우하이텍 임직원과 가족의 열기도 남달랐다. 대회 한 달여 전부터 진행된 사내 참가 신청을 통해 최종 500여 명이 참가, 어느 때보다 뜨거운 참여 열기를 보였다. 그 열기는 고스란히 대회 날 아침까지 이어졌다. 이른 아침 현장을 찾은 성우인들은 오랜만에 보는 동료의 가족들과 인사를 나누고 부서끼리, 또 친한 동료끼리 준비운동을 하고 대회 준비를 하면서 웃음꽃을 피웠다. 지난 3년간 많은 인원이 모이는 외부 행사 자체가 연기되거나 취소되었던 터라, 모처럼의 외출이 나들이처럼 느껴졌다. 삼삼오오 모인 적은 인원부터 참여 성우인이 함께한 단체 사진에서도 즐거운 현장 분위기가 고스란히 전해진다.

이번 대회는 특히 성우하이틱배 KNN 환경마라톤대회가 20주년을 맞이해 의미가 남달랐다. 초창기 대회 때부터 인연을 이어온 성우하이텍은 누구보다 많은 인원이 참가해 열기를 더함으로써, 20주년을 축하했다.

한편 이날 대회는 때마침 내린 가녀린 빗줄기 속에 치러져 무더위를 한풀 꺾었다. 덕분에 마라톤을 사랑하는 동호인들은 더 좋은 기록을 맛보았고, 성우인들도 빗줄기 속에서 뛰고, 걷고, 웃고, 즐기며 다시 돌아온 일상의 행복을 만끽했다.

"봄바람 휘날리며 ~ 흩날리는 벚꽃 잎이
울려 퍼질 이 거리를 (UhUh) 둘이 걸어요~"

봄이면 거리를 수놓는 익숙한 멜로디처럼,
성우인들에게 봄의 시작을 알리는 소식이 바로
'성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회'이다.
벌써 20년, 성우하이텍 직원들은
대회의 성장을 함께해왔다.

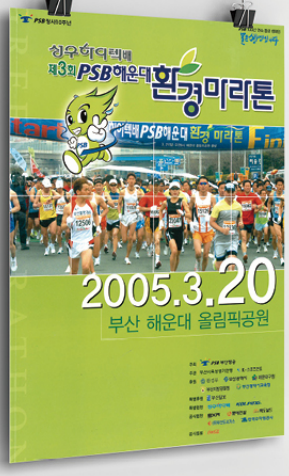
대회 초창기부터 지금까지

HISTORY

성우 가족과 함께해온
환 경 마 라 톤 대 회

PSB 해운대 환경마라톤(1회)

아람배 PSB해운대
환경마라톤(2회)



'성우하이텍배'로 바뀐
환경마라톤 대회(3회)

TOGETHER

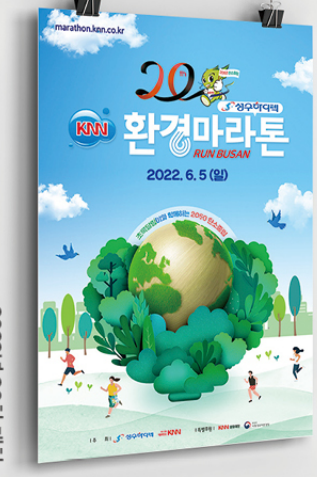
가족·동료와 함께하는 봄나들이

대회 포스터 변천사

POSTER

'성우하이텍배 KNN 환경마라톤대회'로 대회명 정착(5회)

최초의 온택트 대회(18회)



2022년 20회 대회

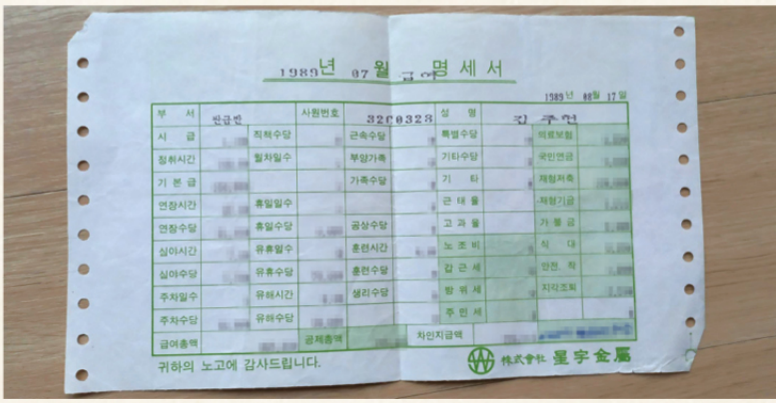
내 서랍 속 성우하이텍

창립 45주년을 맞아
성우하이텍과 함께해온 성우인들의
추억을 공유합니다.
초창기 월급명세서, 창립기념 시계,
1년간 열심히 회사생활을 한 뿌듯함까지.
성우인들의 서랍 속에 잠자고 있던
추억을 함께 꺼내어봅니다.

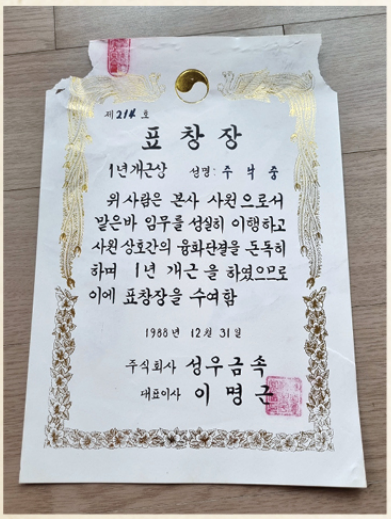
성우금속 시절 제작한 기념 허리띠.
오래된 만큼 세월의 흔적을 고스란히
확인할 수 있다.
주영태 반장(물류1반)

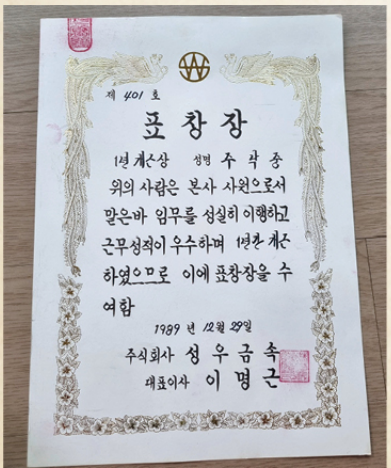
창립 25주년(2002년) 기념 수건.
성우하이텍으로 사명이 바뀐 이후로,
지금의 CI가 적용된 것을 확인할 수 있다.
한영임 조장(신차품질반)

1989년 7월의 월급명세서.
성우금속의 선명한 로고를 확인할 수 있다.
김주헌 반장(지사 조립반)

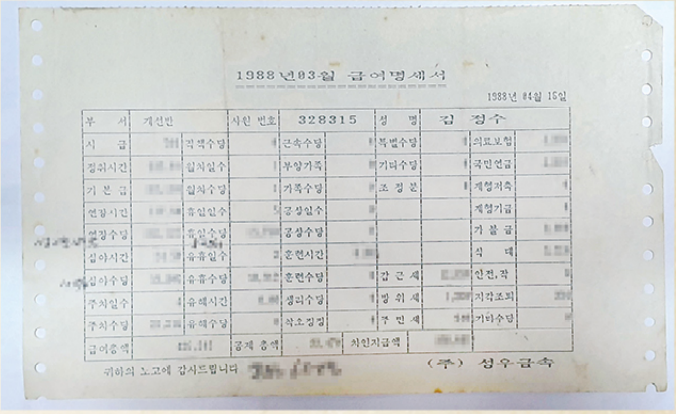


1988년과 89년 표창장.
1988년 태극마크가 있던 자리에
성우금속 로고가 쓰였다.
주낙중 기장(기계반)





2014년 급여명세서. 월급명세뿐만 아니라 사무직 승진자의 명찰 수여식 소식, 지사공장의 태양광발전소 준공 소식 등 짤막한 사내 소식을 함께 실은 것이 이채롭다.
황보 과장(인사노무팀)



1988년 03월 급여명세서

1988년 04월 15일

부 서	개발반		사원 번호	328315	성 명	김 정수		
시 급		직책수당		근속수당		특별수당		의료보험
정규시간		일직일수		부양가족		가족수당		국민연금
기 본 급		일직수당		가족수당		조 정 금		재형저축
연장시간		휴일일수		공장일수				재형기금
연장수당		휴일수당		공장수당				가 불 금
심야시간		유휴일수		훈련시간				식 대
심야수당		유휴수당		훈련수당		갑 근 세		안전,각
주차일수		유해시간		생리수당		방 위 세		지각조퇴
주차수당		유해수당		작업정밀		주 민 세		기타수당
급여총액			공제 총액		차인지급액			

귀하의 노고에 감사드립니다

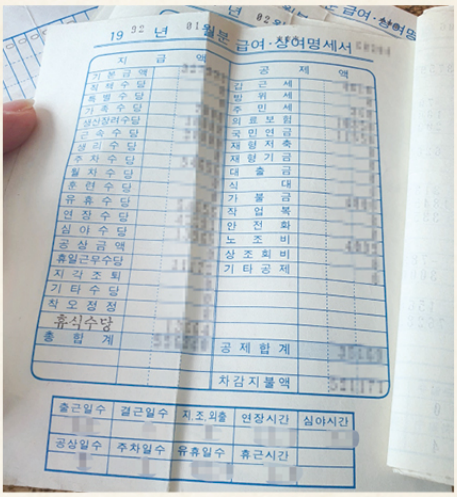
(주) 성우금속

1988년 성우금속의 월급명세서와 당시 근무 중인 모습

김정수 기장(설비기술반)

1992년 급여·상여 명세서와 창립 15주년 기념 벽시계.
월급명세서에서 성우금속 로고는 빠졌고,
한자 사명이 기념 시계에 인쇄되어 있다.

신한식 조장(지사 조립반)



1992 년 01월분 급여·상여명세서

지 급 액		공 제 액	
기본급액		갑근세	
직책수당		방위세	
특별수당		주민세	
가족수당		의료보험	
생산장려수당		국민연금	
근속수당		재형저축	
정리수당		재형기금	
주차수당		대출금	
월차수당		식대	
훈련수당		가불금	
유휴수당		작업복	
연장수당		안전화	
심야수당		노조비	
공상금액		상조회비	
휴일근무수당		기타공제	
지각조퇴			
기타수당			
착오정정			
휴식수당			
총 합 계		공제합계	
		차감지불액	

출근일수	결근일수	지조.외출	연장시간	심야시간
공상일수	주차일수	유휴일수	휴근시간	

사내에서 제작하는 기념물에서도 시간의 변화를
느낄 수 있다. 최근에는 포인터, 보조배터리 등
디지털 기기가 제작되어 좋은 반응을 얻었다.

임동운 차장(물류관리팀)

나와 우리를 빛나게 할 '같이'의 가치를 느끼다

2022 노사화합워크숍

"그동안 잘 지내셨어요?"
"건강하셨지요? 가족은 다 무탈하시고요?"
코로나 팬데믹으로 중단되었던 '노사화합워크숍'이 햇수로 3년 만에 재개되었다. 여러 사업장에서 온 낯익은 얼굴들을 보며 인사가 오가고, 예년보다 어색함이 덜하다. 예전에는 첫날 아침에는 썰렁할 정도로 어색했는데, 어색함도 뛰어넘을 반가움이 먼저 불쑥 나타나는가 보다. 오랜 코로나 시대로 단절이 익숙할 만도 한데, 여기저기서 안부 인사가 넘쳐나는 모습을 보며 비로소 노사화합워크숍의 진정한 가치가 깨어나는 것 같았다.

딜레마 속에
굳건한 신뢰를 발견하다

선택의 딜레마

▶ 바다가 훤히 보이는 해운대 한화리조트 강의장에서 진행된 이번 노사화합워크숍은 '같이의 가치'라는 주제로 8차수에 걸쳐 200여 명의 현장직 직원들이 참여하였다. 코로나 여파로 1박 2일로 진행되던 이전과 달리 단 하루로 줄었지만, 교육 내용은 배로 채워 넣었고, 직원들의 호응은 다시 그 배로 증가하였다.
이번 과정은 '같이의 가치'를 체득하기 위해서 신뢰, 협업, 동행의 세 가지 관점에서 진행되었다. 선택의 딜레마·오징어 게임을 통해서 '신뢰 UP'을, 가치 경매를 통해서 '협업 UP'을, 상생의 노사관계 특강을 통해서 '동행 UP'을 완성했다.

"선택의 딜레마"는 참석자를 2개의 회사로 나누고, 각 회사마다 3개의 부서로 분류하였다. 각 부서당 30개의 코인을 갖고 있는데, 5라운드에 걸쳐 각 부서가 코인을 제출하고 각 라운드마다 제출한 코인 개수가 많은 회사가 이기는 게임. 그러나 궁극적인 목표는 이기는 회사에서 코인을 가장 많이 남긴 부서가 우승하는 것이다. 회사가 이기기 위해서는 코인을 많이 내야 하고, 부서가 우승하기 위해서는 코인을 많이 남겨야 하는 딜레마에 빠지게 된다. 한 회사의 3개의 부서는 라운드마다 몇 개의 구슬을 제출할지 약속을 하지만, 우승을 목표로 하는 부서는 신뢰를 깨뜨리게 만드는 게임이다.

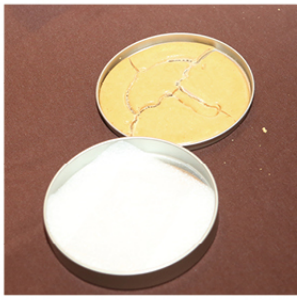
그런데 첫날부터 엄청난 결과가 있었다. 진행을 맡은 박유신 강사도 몇 년간 한 번도 보지 못한 광경이라고 했는데, 두 개의 회사 중 한 회사의 3개 부서가 5라운드 동안 한 번도 신뢰를 깨지 않고 똑같이 구슬을 제출한 것이다. 그래서 그 회사는 이겼을까? 이론대로만 되지 않는 것이 경영이고, 우리의 인생이다. 그래서 경영도 인생도 어렵지만, 그래서 또 재밌기도 하다.

빛나는 창의력, 현장에서도 발산되길

▶ 오징어 게임으로 한껏 흥을 돋운 후 "에그머니(Egg-Money)"를 하였다. 에그머니는 2m 높이에서 달걀을 투척하여 깨지지 않는 구조물을 만드는 게임인데, 구조물의 재료는 모두 구매해야 한다. 가장 저렴하게 만든 구조물로 성공한 조가 우승하는 게임으로, 구조물의 재료는 종이, 나무젓가락, 고무줄 등 일상생활에서 흔히 보던 물건들이다. 각 조별로 머리를 맞대고 창의적인 구조물을 선보였다. 저 구조물은 완벽하게 성공할 것 같고, 이 구조물은 거의 실패할 것 같았는데… 결과는? 역시 '절대'란 없나 보다. 평소 무심히 보던 물건에서 멋진 구조물을 만들어준 우리 직원들의 창의력에 감탄하였고, 실제 현장에서도 이 경험을 바탕으로 창의력이 발휘되기를 기대해 본다.

에그머니
Egg-Money

오징어
게임



상생의 노사관계

마지막은 "상생의 노사관계"를 주제로 한 특강이었다. 4차 산업혁명, 코로나 시대의 경영 등 새로운 시대의 환경 변화를 이해하고, 더욱 치열해지는 경쟁과 그 속에서 생존을 위한 노력이 더욱 절실할 때라는 것을 배울 수 있었다. 더하여 바람직한 노사관계는 일방의 무리한 요구와 상대방의 무조건적인 희생으로 이루어지는 것이 아니라는 점도 여러 기업의 사례를 통해 배웠다. 서로의 입장이 다름을 이해하고, 존중과 배려를 통하여 합의를 도출해나갈 때 상생의 노사관계가 수립된다는 것을 느낄 수 있는 시간이었다.

'같이의 가치'가 성우하이텍 안에서 더욱 살아 숨쉬기를 기대하며 22년 노사화합 워크숍을 마무리하였다.

일 시_ 4월 25일 ~ 5월 4일(8차수)
장 소_ 해운대 한화리조트
대 상_ 성우하이텍 현장 직원 200여 명

2022년 노사화합워크숍, 이래서 좋았다!

소감

유광규 기장 조립2반

오랜만에 노사화합워크숍에 참석했는데, 교육의 퀄리티가 예전보다 높았던 것 같습니다. 발전하는 회사 모습을 느낄 수 있어 좋았습니다. 특히, 확실한 목표를 설정해두고 직원들 간에 소통하면서 좋은 결과물을 냈다는 데 뿌듯함을 느낄 수 있었습니다.

노성현 기사
핫스탬핑 프레스반

처음 교육을 받는데, 동료들과 같은 목표의식을 가지고 협동하는 프로그램이 좋았습니다. 실패를 통해 좌절하기보다 다시 협동하여 결국 성공하고 쾌감을 느끼는 과정이 의미 있었다고 생각합니다. 이런 교육이 더 늘어나서 더 많은 직원들이 좋은 기회를 누릴 수 있었으면 좋겠습니다.

2022년 상반기 성우하이텍 신입사원 입문 교육이 메타버스를 활용하여 진행되었다. 이 교육에서 신입사원들은 메타버스 플랫폼인 개더타운(Gather.town)에서 비대면 팀빌딩 방탈출게임, OX퀴즈, 이어달리기, 카트레이싱을 진행하며 동기들과 네트워크를 형성하고 친밀감을 쌓았다. 기존의 다소 경직된 집체 교육에서 벗어난 음성대화 및 화상 연결, 화면 공유 등의 기능을 활용한 양방향 참여형 교육은 신입사원들의 만족도가 높았다.

"HELLO SUNGWOOWORLD!"

가상의 현실에서 발견한 새로운 가능성

2022년 교육은 'SUNGWOOWORLD'라는 가상공간에서 아바타로 활발히 소통하며 이루어졌다.

세계적인 미래학자 엘빈 토플러는 말했다.
"미래는 예측하는 것이 아니라 상상하는 것이다."
다른 말로 하면 '미래는 상상에 의해 만들어진다'고 할 수 있다. 세상을 뒤바꾸는 거대한 변화는 언제나 그랬다. 당연하고 익숙한 현재에서 벗어나 비틀어 생각하고 달리 상상할 때 혁신이 찾아왔다. 기업이 신입사원에게 기대하는 것도 이와 다르지 않다. 경직된 조직에 활력을 불어넣고 익숙한 것과의 안녕을 고하도록 이끄는 새로운 아이디어들은 상상의 영역에서 기인한다. 조직은 축적된 과거의 경험으로 생존해왔다고 믿는다. 그럼에도 한편으로는 신입사원들의 새바람을 갈구하기도 한다. 이런 아이러니가 세상을 바꾸는 거대한 변화를 어렵게 한다. 이럴 때 필요한 것이 혁신을 받아들일 수 있는 유연한 체계와 사고방식이다.

METAVERSE

(META + UNIVERSE)

코로나19 팬데믹 이후 대기업을 중심으로 '메타버스'라는 변화의 바람이 빠르게 불었다. '메타버스'(Metaverse)는 쉽게 말해 디지털 공간에 만든 또 다른 세계이다. 가공, 추상을 의미하는 '메타'(Meta)와 현실 세계를 의미하는 '유니버스'(Universe)가 합쳐진 이 용어는 기존의 '가상현실'(Virtual Reality, VR)보다 확장된, 3차원 가상현실 세계를 뜻한다. 가까운 예로 우리는 이미 2000년대 초 유행했던 '싸이월드'를 통해 메타버스의 초기 형태를 경험한 바 있다. 나 자신을 투영한 아바타에 그날의 기분을 표현하고, 가상의 공간 속에서 '일촌'들과 소통하며 아바타를 꾸미려 '도토리'를 모으던 기억이 생생할 것이다. 2018년 개봉한 스티븐 스필버그 감독의 <레디 플레이어 원>은 메타버스를 아주 직접적으로 보여주는 작품이다. 2024년을 배경으로 한 이 영화에서 주인공은 원하는 캐릭터로 어디든지 갈 수 있고 뭐든지 할 수 있는 가상현실(VR) 플랫폼 '오아시스'에서 암울한 현실을 벗어나 행복을 느낀다.

현실을 그대로 옮긴 듯한 진짜 같은 가상의 공간은 코로나19 팬데믹으로 억압된 인간의 욕구를 충족시키기에 충분했다. 이 같은 변화에 가장 먼저 반응한 것은 MZ세대였다. 어려서부터 컴퓨터를 사용한 밀레니얼 세대(M)와 어려서부터 스마트폰을 사용한 Z세대는 모두 디지털 기기에 익숙하며, 그래서 신기술과 트렌드에도 민감하다. 인공지능(AI), 빅데이터, 클라우드, 사물인터넷(IoT)을 활용해 새로운 가치를 만들어내는 디지털 전환시대의 주인공으로 MZ세대가 떠오른 이유이다.

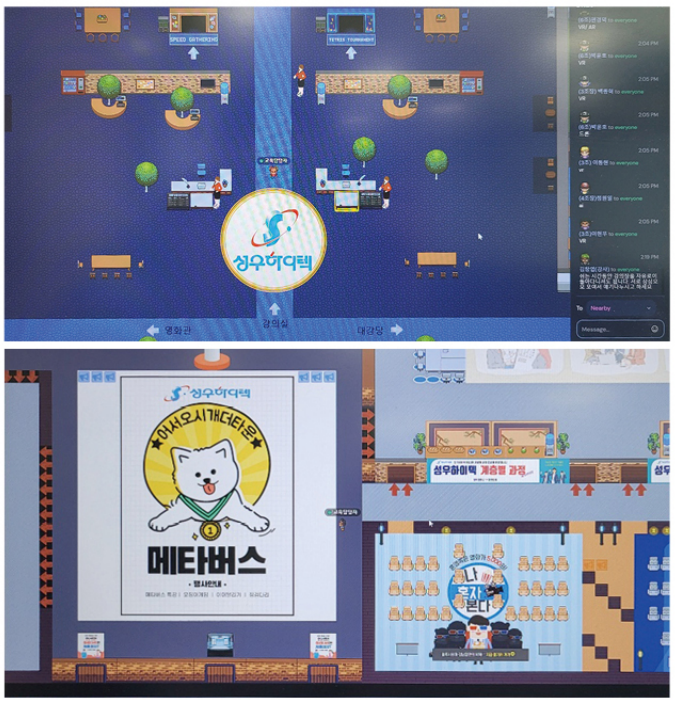
HELLO SUNGWOO WORLD

90년대생으로 대표되는 이 시대 변화의 주역들이 사회 구성원으로 유입된 시기와 코로나19 팬데믹 시기가 겹치며 메타버스는 빠른 속도로 기업현장에 스며들었다. 현대모비스, 삼성전자, 롯데, LG화학 등 대기업들은 메타버스 플랫폼을 활용해 신입사원 교육을 진행하고, 이들이 활발히 활동할 수 있는 가상 커뮤니케이션 공간을 구축하고 있다. 아바타를 이용한 메타버스 플랫폼 '메타폴리스'로 출근하는 직방이나 메타버스 근무제 도입을 선언한 카카오의 경우처럼, 기업들은 보다 적극적으로 메타버스를 도입하는 추세다.

앞으로 더 많은 영역에서 더 다양한 방법으로 메타버스가 활용될 것으로 보인다. 가령, 조립 공정의 복잡한 과정을 증강현실 기술을 활용해 훈련 시켜 생산성을 높일 수 있고, 해외공장의 생산 라인에 생긴 문제를 국내의 사무

새내기 성우인이 생각하는 메타버스란?

"연장된 세계이다"
"무한한 가능성이다"
"상상을 현실로 이룰 수 있는 자유로운 세계이다"
"발전의 가능성이 큰 세계이다"
"나를 자유롭게 표현할 수 있는 세계이다"
"상상을 실현하는 체험공간이다"
"미래 혁신을 이끌어나갈 시초이다"



메타버스 플랫폼 속 가상의 공간
'SUNGWOOWORLD'

사내에 마련된 VR체험 공간에서
체험 중인 직원

실에 앉아 해결할 수도 있을 것이다. MZ세대 소비자를 대상으로 한 마케팅에서의 활용 역시 활발하다. 소비자들은 살 옷을 먼저 입어보고, 자동차 구입 전에 시승해보고, 살 집을 먼저 지어보는 것도 가능하다. 현대차그룹이 지난해 7월 자동차 업계 최초로 메타버스 플랫폼 '제페토'에서 소나타 N 라인 차량을 재현하고 시승할 수 있도록 구현한 것도 그러한 시도 중 하나로 볼 수 있다. 메타버스는 이처럼 산업계 전반으로 활용되며 영역을 넓혀가고 있다. 변화는 이미 시작되었다.

"세상이 완전히 달라지고 있습니다.
메타버스를 활용한 변화는 이제 현실입니다.
이 가상현실은 지금까지의 산업현장을 바꾸어놓을 것입니다.
신입사원의 열정과 패기를 발휘하여
변화를 주도하기 바랍니다."

- 도종복 부사장 강의

METAVERSE

5월 17일 ㈜성우하이텍 서창공장 조립동 및 프레스동 전체 임직원을 대상으로 소방 훈련을 시행하였다.
이날 소방 훈련은 양산소방서의 협조로 안전하게 진행되었으며, 구급차와 펌프차, 고가 사다리차가 투입되어
실제상황에 대비한 화재 진압과 인명 구조 훈련을 진행했다.

화재 발생 시 출동하는 차량에도 순서가 있다

소방지휘차

구급차

펌프차

경보음과 함께 화재가 발생했음을 인지한 직원들의 피난이 진행되는 동안, 성우 자위 소방대가 사내 소화전을 이용하여 초기 진화를 진행하였다. 그러는 사이 사이렌 소리와 함께 현장에 가장 먼저 도착한 것은 '소방지휘차'이다. 현장 상황을 파악하고 지시를 내리는 이 차량이 화재 진압의 전 과정을 통솔하기 때문에 가장 먼저 현장에 투입된다. 이 차에는 통신 장비와 관측 장비 등이 탑재돼 있다. 지휘 차량은 피난 훈련이 진행되는 주차장 가까이 차를 대고 현장 상황을 통솔하는 한편, 화재 발생 시 조치 사항에 대한 집체교육을 진행하였다.

'구급차'는 지휘 차량과 함께 가장 먼저 현장에 도착하는 차량이다. 인명 구조와 응급처치를 수행하는 차량으로, 관련 인력이 탑승하며 각종 의료 장비와 약제가 갖추어져 있다. 인명 구조에 필수적인 또 다른 차량으로 구조버스와 구조공작차가 있다. 구조버스는 소방대원들을 현장으로 이동시키는 중요 차량으로, 소방대원들이 사용할 소형 구조 장비가 실려 있다. 구조공작차는 구조에 사용되는 중장비가 갖추어진 차이다. 에어매트, 유압절단기, 구조용 펌프 등을 싣고 대원들의 인명 구조 활동을 지원한다.

이어 본격적인 화재 진압을 위한 소방차들이 차례로 현장에 도착한다. 펌프차는 119하면 가장 먼저 떠올리는 차로, 여기에는

소방 호스와 고압 펌프, 2,000리터가량의 물을 실을 수 있는 물탱크가 탑재돼 있다. 이 펌프차의 보조를 맞추는 것이 물탱크차이다. 6,000리터가량의 압도적인 소방용수 탑재 능력을 지닌 이 차는 화재 진압 시 용수를 지속해서 펌프차에 공급한다. 기름 종류, 화공약품 등 특수 화재 시에는 화학차가 출동한다. 포분말 소화약제를 이용하여 화재를 진압하며 보통 공단 근처 소방서에 배치된다.
이날 성우인들의 눈길을 끈 것은 단연 고가사다리차였다. 53미터, 약 17층 높이의 사다리가 장착된 고가사다리차는 그 크기와 위용에서 좌중을 압도하였다. 이 특수 차량은 고층 건물의 인명 구조에 중요한 역할을 하는 차량으로, 사다리 끝에는 또한 무인 방수포가 달려 고공 화재 진압에도 중요한 역할을 한다.

한순간에 모든 것을 앗아갈 수 있는 것이 화재이다. 그래서 화재에 대한 경각심을 고취하고 신속한 대피 및 진압 훈련을 통해 혹시라도 모를 상황에 대비하는 것이 중요하다. 성우하이텍은 앞으로도 꾸준한 연습을 통해 일상으로부터 안전을 지켜나갈 것이다.

화학차

성우하이텍 민관합동 소방 훈련
(3단계 진행)

STEP-1

피난 훈련

경보 비상등에 따라 전 임직원이 신속하게 외부 집결 장소로 이동하여 해당 팀장의 지휘 아래 팀/반원의 인원 및 상태 파악

STEP-2

화재 진압 훈련

사내 자위 소방대와 양산소방서 소방관들이 함께 옥내/옥외 소화전과 분말소화기를 이용하여 화재 진압. 양산소방서 고가사다리차를 이용한 도상 훈련 실시

STEP-3

소방 안전 집체 교육

양산소방서 소방관이 전 임직원을 대상으로 화재 발생 시 조치 방법에 대하여 교육

성우인, 소통하고 함께하며 행복하라

성우인은 소통을 할 때 어떤 부분에서 어려움을 느낄까요?
현재 직무에 대해 어느 정도 만족하고, 삶의 행복도는 어느 정도일까요? 또 성우인이 생각하는
성우하이텍의 미래는 어디에 있을까요? 성우인의 마음속 깊은 곳을 들여다보았습니다.

▶ 조사 대상 : ㈜성우하이텍, ㈜아산성우하이텍 임직원 1,220명
▶ 조시 기간 : 2022.1.24.~2.7.
▶ 조사 방법 : Group ware 內 온라인 설문

우리 회사 내 소통을 가로막는 벽은?

❶ 자기 이익만 추구하는 개인·부서 이기주의 ▶ 377명(30.9%)
❷ 직원 간 무관심, 이해와 배려 부족 ▶ 192명(15.7%)
❸ 상명하복의 위계문화 ▶ 190명(15.6%)
❹ 과중한 업무량으로 시간적 여유 부족 ▶ 168명(13.8%)
❺ 리더들의 소통에 대한 관심 부족 ▶ 118명(9.7%)
❻ 지나친 단기 성과주의 강조 ▶ 101명(8.3%)
❼ 복잡한 보고체계 ▶ 74명(6.1%)

공정책임자 자기 이익만 추구하는 개인·부서 이기주의 ▶ 231명(34.0%)
사무직 자기 이익만 추구하는 개인·부서 이기주의 ▶ 146명(27.0%)

→ 조사 결과 성우인은 **상대에 대한 이해를 중요시**하는 것으로 나타났습니다.
상대방의 입장에서 생각해보는 것, 내가 존중받으려면 먼저 남을 존중하는 것,
역지사지(易地思之)는 소통의 첫걸음입니다.

업무 커뮤니케이션이 가장 어려웠던 순간은?

❶ 답은 정해져 있는데 계속 의견을 내라고 할 때 ▶ 508명(41.6%)
❷ 타 팀과 협업하여 업무를 진행할 때 ▶ 305명(25.0%)
❸ 다수의 의견 혹은 상사의 의견과 내 의견이 다를 때 ▶ 230명(18.9%)
❹ 무슨 말인지 이해가 안 되는데 이해가 되는 척하며 대화를 진행해야 할 때 ▶ 89명(7.3%)
❺ 상대방이 내 말을 이해하지 못할 때 ▶ 88명(7.2%)

공정책임자 답은 정해져 있는데 계속 의견을 내라고 할 때 ▶ 231명(34.0%)
사무직 답은 정해져 있는데 계속 의견을 내라고 할 때 ▶ 277명(52.1%)

→ **답은 정해져 있는데 의견을 내라고 할 때** 커뮤니케이션이 안 된다고 답한 비율이 모든 직급에서 1, 2위를 차지했습니다. 특히, **사무직에서 절반 이상(51.2%)**이 어려움을 느낀다고 답하였습니다.
회의 문화가 변해야 합니다. 경청, 메모만 있는 회의가 아닌 **자유로운 생각과 의견이 오가며 집단의 창의성이 불꽃 튀기는 문화**를 만들어 봅시다.
오해는 흔하고, 이해는 희귀하다고 합니다. **오해가 당연하다고 생각을 고쳐보면, 이해하는 데 도움이 되지 않을까요?**

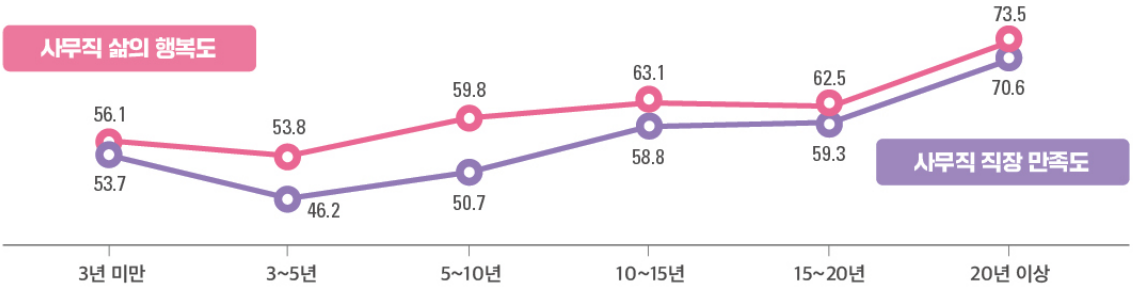
선행후언의 문화에서 가장 큰 문제는 우리가 어떤 상황에서 단언하거나 단언을 듣는 일이 타당하고 적절한지를 질문 없이는 알 수 없다는 것이다. 누군가와 관계를 맺기 위해 소통의 문을 열고 싶다면 눈을 크게 뜨고 부정확하거나 근거 없는 자료를 최대한 멀리해야 한다. 호기심을 품은 채 겸손한 태도로 질문하여 사실을 확인하는 것이야말로 관계 맺기와 집단적 의미 파악의 핵심 과정이다. - 에드거 샤인, 피터 샤인 저 『리더의 질문법: 조직의 성과를 이끄는 신뢰와 협력의 소통 전략』 중에서

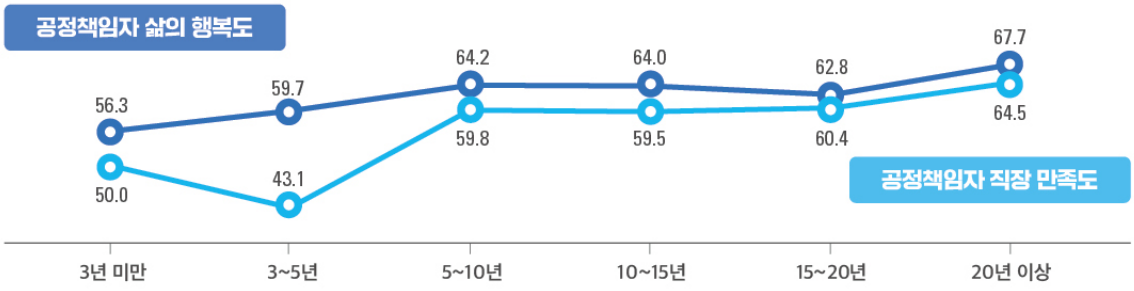
코로나 종료 또는 완화 시, 직장 동료들과 함께하고 싶은 활동은?

❶ 회식 ▶ 744명(60.1%)
❷ 동호회 활동 ▶ 213명(17.5%)
❸ 마라톤 행사 ▶ 124명(10.2%)
❹ 풋살대회 ▶ 110명(9.0%)
❺ 봉사활동 ▶ 29명(2.4%)

→ 회식을 선택한 비율이 61%로, **거의 모든 직급에서 1위**를 차지했습니다.
코로나 기간 억눌러왔던 동료들과 시간을 함께하는 경험은 직장인이 누릴 수 있는 재미입니다.
전체 회식 시에는 3~5일 전에 공지를 하는 쎈쓰! 참석 및 음주 강요 NoNo! 쓴소리로 업무의 연장처럼 느끼게 하지 말기!

성우가족, 행복한가요?_ 삶의 행복도와 직장 만족도





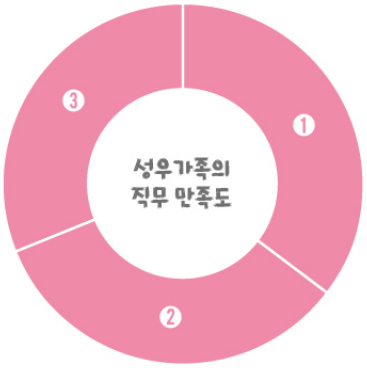
→ 직장생활 3~5년 차에 행복도가 하락했다가 점차 올라가는 경향을 보입니다.
사무직은 5~10년 차에 삶의 행복도와 직장 만족도의 차이가 가장 크게 나타나는 반면에, 공정책임자는 3~5년 차에 차이가 가장 크게 나타납니다.
직장 만족도는 사무직, 공정책임자 모두 3~5년 차에 가장 낮은 것으로 조사되었습니다.

성우가족의 직무 만족도

❶ 업무 자신감_나는 도전적 업무도 성공할 자신이 있다 (67.9%)
사무직 68.9% / 공정책임자 67.1%

❷ 업무 의미감_나는 나의 일을 통해 성장하고 있다 (64.2%)
사무직 64.1% / 공정책임자 64.3%

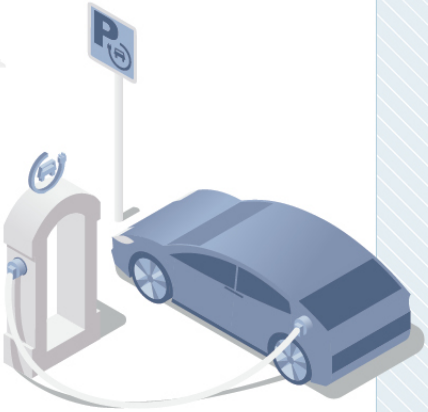
❸ 업무 자율성_나는 나의 일을 스스로 조절할 수 있다 (59.0%)
사무직 59.1% / 공정책임자 58.9%



→ 모든 직급에서 업무 자신감 〉 업무 의미감 〉 업무 자율성의 순서로 점수가 높은 것으로 조사되었습니다.
일반적으로 직장에서 행복하기 위해서는 업무에서 성장하고 있다고 느끼는 것(업무 의미감)이 가장 중요하다고 하는데, 성우인은 업무 의미감이 비교적 높은 것으로 나타났습니다.
업무 자율성이 가장 낮은 점수를 차지했습니다.
업무 자신감이 높은 직원들이 조금 더 창의적으로 일하는 방식을 자율적으로 조절할 수 있도록 선배 사원과 동료들의 배려가 필요합니다.

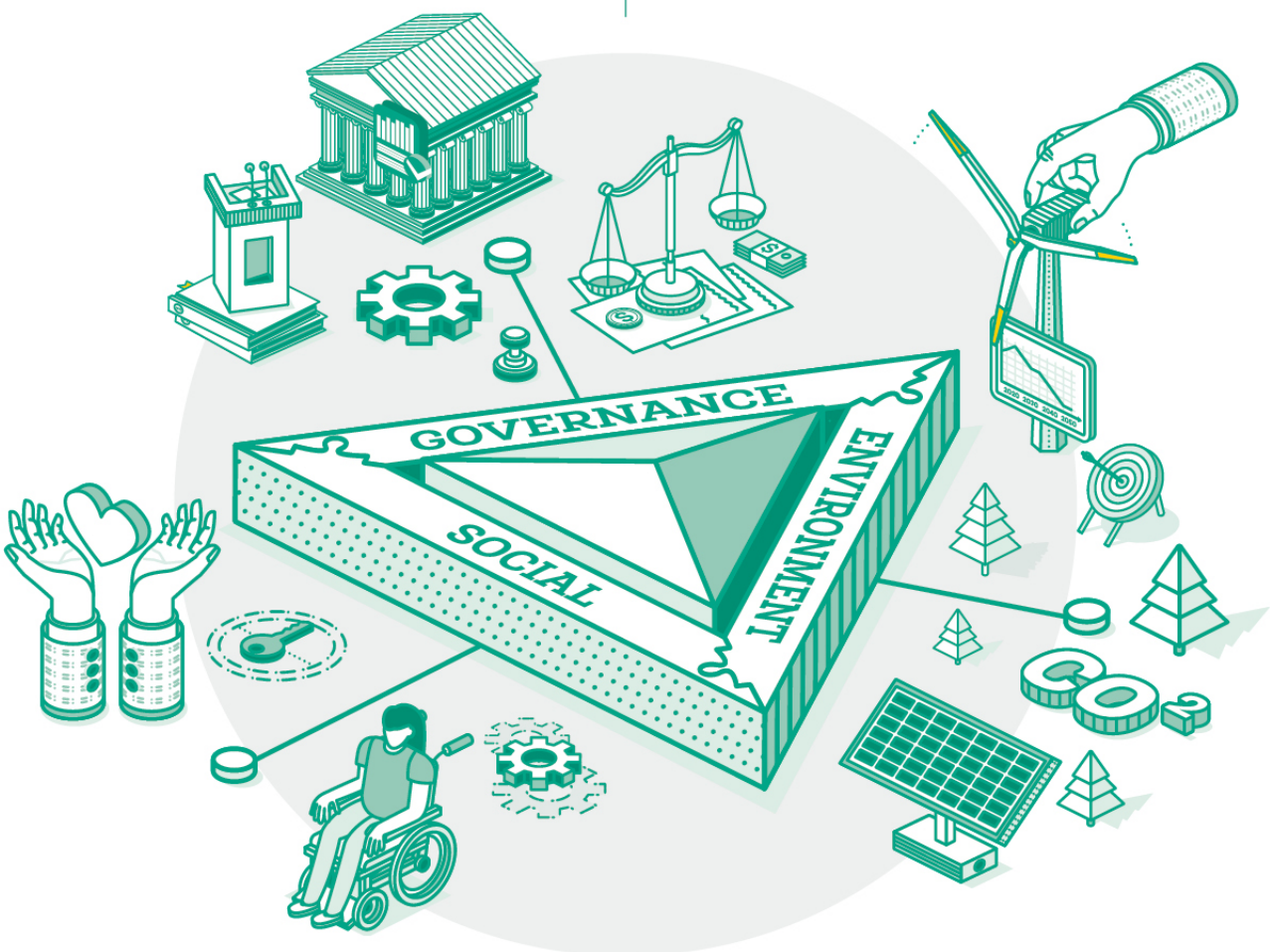
성우하이텍이 역량을 총동원하여 확장해야 할 사업 분야는?

❶ 친환경차 분야 ▶ 764명(62.6%)
❷ 자율주행 통신 장비 분야 ▶ 194명(15.9%)
❸ 인공지능, 메타버스 분야 ▶ 117명(9.6%)
❹ 친환경 에너지 산업 ▶ 96명(7.9%)
❺ 바이오산업 ▶ 49명(4.0%)



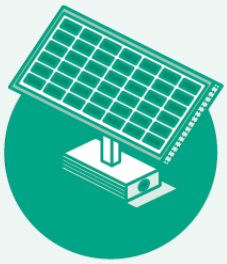
→ 전기차/수소차와 관련한 투자가 늘어나고 수주로 이어지는 최근의 변화에 발맞추어,
성우인 역시 친환경차 분야를 우리 회사가 확장할 최적의 사업 분야로 꼽았습니다.
자율주행 통신장비 분야, 인공지능.메타버스 분야 같은 미래를 대비한 신기술 분야에 또한 성우인의 관심이 컸습니다.
불확실하지만, 무궁무진한 가능성이 살아 숨 쉬는 시대.
어느 분야든 가리지 않고 자신감 있게 해낼 수 있는 성우하이텍이 될 것입니다!

어쩌다 갑자기 ESG?



최근 '핫한' 키워드로 등장한 용어 'ESG(환경/사회/지배구조)'가 많은 기업과 투자시장을 술렁이게 하고 있다. 누군가는 "새로운 자본주의의 도래"라며 세계적으로 큰 변화가 있는 듯이 이야기하고, 또 누군가는 "ESG 거품"이라는 용어를 사용하며 일시적 현상으로 간주하는 등 많은 사람들이 ESG의 의미와 전망에 대해 다양한 견해를 제시하고 있다.
이 글을 통해 최근 발생한 ESG Boom의 배경과 그 의미를 간단히 소개하고자 한다.

기업 가치의 극대화



Environment

- 기후변화 전략
- 생물 다양성
- 물/에너지 효율
- 탄소 배출
- 환경 관리 시스템

Social

- 동등한 기회
- 다양성
- 건강과 안전
- 인권
- 고객과 제품 책임
- 아동 노동 금지

Governance

- 기업 윤리
- 컴플라이언스
- 이사회 독립성
- 임원 보상
- 주주 권리

ESG경영 시대의 도래

구글 트렌드에 따르면, 2020년 이후 한국 구글 검색어의 'ESG' 빈도지수가 약 2~30배가량 늘어난 것으로 나타나고 있다. 즉, ESG의 물결은 코로나와 함께 '쓰나미'처럼 우리나라에 흘러들어 왔는데, 사실 그 이유는 2019년 하반기에 많은 세계적인 변화가 있었기 때문이다.

우선, 당해 8월 미국에서는 대기업들의 모임인 BRT(Business Round Table)에서 기업의 목적이 더는 '주주가치 극대화'가 아니라 '다양한 이해관계자의 가치'를 추구해야 한다는 선언이 있었다. 9월 영국에서는 「Financial Times」의 편집장 마틴 울프가 1면 전면에 "Capi-talism. Time for A Reset"이라는 슬로건을 내걸고 투기적 자본주의가 자유민주주의를 위협할 수 있다는 위험성을 경고하며 사회적 불평등과 같은 문제에 기업과 자본시장이 적극 대응하여야 한다고 주장하였다. 12월에는 유럽연합 집행위원장에 우르줄라 폰데 라이언 전 독일 국방장관이 선임되면서 'Green Deal'과 '탄소국경세'를 주장, 전 세계적으로 환경에 대한 관심을 불러일으켰다. 또한, 이미 세계적인 환경운동가로 유명해진 그레타 툰베리가 2019년 「Time」 선정 올해의 인물이 되는 등 2019년 하반기는 2020년 이후 'ESG 쓰나미'를 일으킨 다양한 진원이 동시다발적으로 발생한 시기이다.

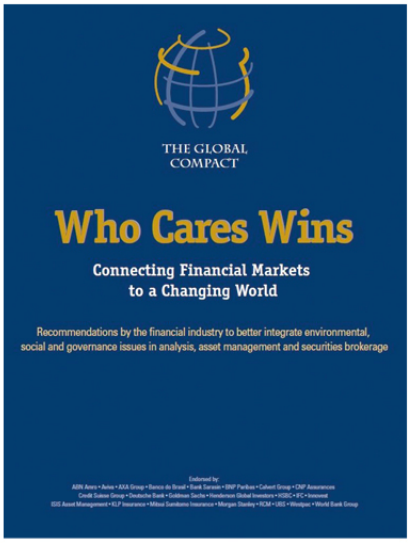
ESG의 충격은 코로나 팬데믹 기간을 거치면서 기업들의 RE100 선언, Net-Zero 선언을 통해 '숙성'되었는데, ESG 항목 중 무엇보다 '환경', 그중에서도 '지구온난화'의 주범인 '온실가스 배출 감소'의 문제로 집약되어 논의되고 있다. 이러한 최근 기업 환경의 변화는 그동안 기업의 '과외활동'으로 치부되었던 '사회공헌(CSR)활동'을 기업이 제대로 성과를 내야 하는 '본업'이 되도록 하였으며, 기업 입장에서는 이에 관련된 목표를 제시하고 성과를 철저히 관리해야 하는 '부담'이 커지게 되었다.

ESG의 의미

그렇다면, ESG의 진정한 의미는 무엇인가? ESG가 각각 환경, 사회, 지배구조를 뜻한다는 것은 이제 누구나 다 잘 알고 있다. 이 말이 UN에서 처음 사용되기 시작하였다는 사실은 많은 사람이 알고 있지만, 그러나 환경, 사회를 뜻하는 영어 'Environmental', 'Social' 같은 형용사와 지배구조를 뜻하는 영어 'Governance' 같은 명사를 혼용해서 쓰는 이유는 그리 잘 알려져 있지 않다(참고로 Governance는 영어 형용사형이 없다).

ESG에 대한 공식적 표현은 2004년 '지속가능 투자'에 대한 가이드를 만들기 위해 UN과 세계적 금융기관들이 모인 "Who Cares Wins"라는 Initiative의 최종 보고서에서 나타나기 시작했다. 동 보고서에서 Environmental, Social, Governance "Issues(문제)"라는 표현을 사용, 형용사로서 ESG가 수식하는 명사는 바로 "Issues(문제)"였음을 알 수 있다. 즉, 어떤 문제가 '지속가능한 발전을 저해하는가?'라는 문제 인식에서 출발하여 세 가지 큰 카테고리로 문제들을 나누어볼 수 있다는 의미이다.

좀 더 풀어서 이야기하자면, 자본주의 체제하에서 기업들과 금융시장의 투자자들이 '이익 극대화'라는 비즈니스 게임을 하는 과정에서 자원 배분의 효율성과 경제성장이 극대화된다고 생각해왔지만, 이러한 게임이 지속되지 못할 '위험'이 존재하고, 그 원인이 되는 문제를 정의한다면 크게 환경, 사회, 지배구조의 문제라는 것이다. 그리고 이러한 문제들을 해결하는 방향으로 기업을 경영하는 것이 'ESG 경영'이고, 이러한 기업을 선별적으로 투자하는 것이 'ESG투자, 지속가능투자'라는 것이다.



ESG에 대한 공식적 표현은 2004년 '지속가능 투자'에 대한 가이드를 만들기 위해 UN과 세계적 금융기관들이 모인 "Who Cares Wins"라는 Initiative의 최종 보고서에서 나타나기 시작했다.

기업의 대응 필요성

UN은 투자자인 금융기관을 우선 움직여서 "ESG투자 - ESG경영 - ESG문제 해결 - 지속가능성 증대"의 선순환 구조를 유도하고자 하였다. ESG 문제를 일으키는 기업에 투자가 이루어지는 것을 막고, ESG 문제가 적거나, 해결에 기여하는 기업으로 투자가 더 이루어지게 하는 것이다. 2020년 기준 전 세계의 ESG 관련 투자 규모가 35조 달러(약 4.4경 원)에 이르게 되었고, 기업의 ESG의 평가내용을 감안하여 투자의사 결정에 반영하는 "ESG Integration"방식이 전체 펀드 규모의 약 70%인 25조 달러에 이르는 등, 이미 세계적으로는 ESG 평가 내용이 투자자의 의사결정에 본격적으로 반영되는 단계에 들어선 것으로 보인다(출처: GSIA 2020보고서).

한편, 2021년 11월 영국 글래스고에서 개최된 UN COP26(26차 기후당사국회의)에서는 기업의 국제 회계기준을 만들어 운영하고 있는 IFRS재단이 'ISSB(International Sustainability Standard Board)'를 설립하기로 하고 '기후변화에 따른 기업영향'을 최우선으로 국제적 공시기준에 반영하도록 한다는 발표를 한 바 있다. 우리나라도 2025년까지 증권거래소 상장사에 대해 '지속가능보고서' 공시를 단계적으로 의무화하게 되는 등, 국제적인 'ESG 공시 표준화와 의무화'의 길은 이미 시작되었다.

현재 상황을 한마디로 요약하면, Global 투자자의 변화는 이미 시작되었으나, 아직 우리나라 기업의 변화는 구체적으로 무엇을 해야 하는지 명확하지 않은 '혼돈의 상태'이다. 기업 입장에서 당장의 '규제'가 있다고 여겨지지 않을 수 있으나, 이미 'ESG 쓰나미'는 시작되었고, 내 집안에 물이 들어오기 시작한 것은 확실해 보인다.

우리가 과거 IMF 위기, 리먼 사태 등을 겪으며 얻은 교훈인 "이러한 상황에서 먼저 대응하고 변화하는 기업이 생존 확률이 더 높으며, 생존 후에는 더 나은 미래가 기다리고 있다"는 것을 되새길 때임은 틀림없을 것이다.

글 / **김성남**

University of Michigan MBA, 서울대학교 경제학(석사 및 학사)
사회적가치연구원 (2019~) 측정센터장
SK SV위원회 (2018) DBL SV측정 가이드 개발
SK Innovation (2014~2017) 배터리 글로벌마케팅 팀장
SK Holdings (2007~2013) 해외사업개발, M&A
2021년 12월 13일 성우하이텍 임원 특강

깡깡이예술마을, ㈜써머트리, 2020 부산광역시, 부산관광공사

영화의 도시 부산을 여행하다

제75회 칸 영화제에서 고레에다 히로카즈 감독의 <브로커>와 박찬욱 감독의 <헤어질 결심>이 각각 남우주연상과 감독상을 수상하였다. 두 영화는 부산을 배경으로 촬영하였다는 공통점이 있다. <브로커>는 부산의 영도와 전포동, 연산동 등을 돌며 촬영하였고, <헤어질 결심>은 금정산, 한국해양대학교, 기장 도예촌을 비롯한 부산의 23곳에서 촬영을 진행하여 부산의 다채로운 모습을 담았다. 세계적인 관심을 받는 영화의 배경이 된, '영화의 도시' 부산의 위상이 한층 더 높아질 것으로 기대된다.

*이미지 출처 _ 네이버·구글 영화

영화 <군도> 촬영지
기장 아홉산 숲

부산이 촬영지로 많은 사랑을 받는 데는
그럴 만한 이유가 있다. 산과 바다가 어우러진
자연환경과 산복도로, 원도심 등
로케이션 자원이 풍부하기 때문이다.

로케이션 맛집 부산

부산영상위원회에 따르면 2021년까지 부산에서 촬영된 작품은 총 1,600편에 달하며, 작년 한 해 동안 부산에서 촬영한 영화와 드라마만 140편이 넘는다. 부산이 이처럼 많은 사랑을 받는 데는 그럴 만한 이유가 있다. 산과 바다가 어우러진 자연환경과 산복도로, 원도심 등 로케이션 자원이 풍부하기 때문이다.

부산을 배경으로 한 영화와 드라마가 인기를 끌면서 작품 속 공간은 자연스럽게 관광지로 거듭났다. 영화 <친구>에 등장한 범일동 구름다리와 <국제시장> 속 꽃분이네 가게가 그 예다. KBS 드라마 <쌈마이웨이> 방영 후 사하구 감천문화마을과 부산진구 호천마을이 관광지로 주목을 받기도 했다. 영도 흰여울마을은 <범죄와의 전쟁>, <변호인> 등을 통해 알려진 후 부산의 대표적인 관광지 중 한 곳으로 자리매김했으며, 대나무 숲이 울창한 기장의 아홉산 숲은 영화 <군도>와 드라마 <더킹> 촬영 후 관광객들이 즐겨 찾는 곳이 되었다.

부산이 로케이션 명소가 된 데는 영화 촬영을 지원하는 부산영상위원회의 역할이 컸다. 부산영상위원회는 촬영지 헌팅 시 숙박을 제공하기도 하며, 촬영이 시작되면 섭외와 관련 기관 인허가를 받는 일을 도맡는다. 또한 로케이션 지원팀도 따로 두어 부산 곳곳을 다니며 촬영 장소를 발굴하고 촬영지 데이터베이스를 업데이트한다.

'로케이션의 도시 부산'을 조명한 영화 <영화의 거리>

2021년 개봉한 김민근 감독의 <영화의 거리>는 인기 로케이션으로 각광받는 부산의 현실을 담은 영화로, 부산에서 활동하는 로케이션 매니저(선화, 한선화분)와 영화감독(도영, 이완분)이 주인공이다. 둘은 묵은 감정을 억누르며 영화의 배경이 될 장소를 찾아다니는데, 이 영화에서는 그동안 스크린에 잘 소개되지 않았던 서정적인 부산의 단면을 만날 수 있다.

영화 속 주인공들이 이별한 장소이자 로케이션을 위해 다시 찾은 장소 회동수원지도 그런 곳 중 하나다. 금정구의 회동수원지는 인공저수지로 상수도 보호구역으로 지정되었다가 2010년에서야 일반인에게 개방되었다. 자연이 잘 보존된 회동수원지의 둘레길을 따라 걸어도 좋고, 호수에 접한 절벽 오륜대에서 감상하는 풍경도 절경이다.

<영화의 거리> 영화 속 주인공들이 이별한 장소이자 로케이션을 위해 다시 찾은 장소 회동수원지

BUSAN, THE CITY OF LOCATION

"나는 영화 같은 장소를 찾아 온 부산을 누비고 다니지만 사실 영화 같은 장소는 없다. 일상 속 흔히 볼 수 있는 거리라 해도 감독의 의도를 잘 나타낸다면 그곳이 영화의 거리가 된다."

<영화의 거리> 중에서

회동수원지, 부산광역시 부산관광공사, 2022

드라마 <라이프 온 마스> 촬영지
영도 깡깡이마을의 양다방

부산의 원형을 간직한 영도

부산의 많은 로케이션 자원 중 영도는 부산항과 조선소가 위치하여 부산 특유의 감성을 살릴 수 있는 장소로 통한다. 2009년 <영도다리>를 제작한 전수일 감독은 "영도는 부산을 나타내는 가장 특징적인 곳"이라고 이야기한 바 있다. 그래서인지 영도를 배경으로 하거나 영도에서 촬영한 작품들을 심심치 않게 만날 수 있다. 올해 상반기 전 세계 화제작으로 떠오른 <파친코> 속 주인공 선자의 고향도 영도이다. 젊은 시절 모종의 이유로 영도를 떠나야 했던 선자는 노인이 되어서야 고향 마을을 찾는다. 강산이 몇 번은 변했을 시간, 비 내리는 어둠 속에서도 선자는 어릴 적 해녀들에게 물질을 배웠던 곳을 단번에 알아보고 차를 세운다. 이곳이 바로 태종대 해변이다. 일제 강점기의 암울한 시대 상황에서도 백성들이 삶을 꾸려갔던 삶터, 평화롭고 아름답게 그려지는 우리네 자연을 그 해변이 대변한다. <파친코>는 이 외에도 자갈치시장, 매축지마을, 동래별장 등 10여 곳에서 촬영되었다. 세계 100여 개 국가에서 스트리밍되며 인기를 끈 작품인 만큼, 부산의 다양한 모습을 세계에 알리는 기회가 될 것으로 기대된다.

베이비박스에 버려진 아기를 통해 인연을 맺은 사람들이 아기의 양부모를 찾는 여정을 담고 있는 영화 <브로커>는, 일본의 명장 고레에다 히로카츠 감독과 송강호, 강동원 등 인기 배우의 만남으로 제작 단계부터 화제가 되었다. 이 작품에는 부산 사람이라면 어릴 적 부모님에게 한 번쯤 들어봤을 법한 농담 속 '영도다리'가 등장한다. 헤어진 가족을 찾으려는 피란민들로 북새통을 이루었던 영도다리. '베이비박스에 버려진 아기의 양부모를 찾으려는' 브로커들의 이야기에 등장하는 것이 자못 의미심장하다.

한편, 한국전쟁 당시 피란민의 만남의 장소가 되었던 영도다리 근처에서는 조선소와 선박 수리업이 발달했다. 선박 수리업이 호황을 누리던 시기 늘 '깡깡깡' 소리가 울려 퍼져, 깡깡이마을이 되었다. 이제는 깡깡이예술마을로 다시 태어난 이곳은 선박 수리 공장들이 늘어선 모습과 골목길 곳곳의 벽화가 조화 아닌 조화를 이루고 있다. 이곳에는 옛 다방의 모습을 간직한 '양다방'도 있는데, 2018년 방영된 OCN 드라마 <라이프 온 마스> 방영 후 소셜미디어를 타고 화제가 되었다. 40년간 한자리를 지켜온 만큼 저마다의 사연과 시간이 쌓인 다양한 물건들이 레트로 감성을 자극하고, 사장님의 특제 쌍화차는 구수한 맛이 일품이다.

깡깡이마을 주민들이 시나리오부터 촬영, 편집, 상영까지 추진한 '마을영화'도 제작되었다. 2021년 제26회 부산국제영화제에서 상영된 <명자할매>로, 주민들의 시선으로 그려낸 깡깡이마을의 모습을 스크린에서 만나볼 수 있었다.

위_<브로커>
아래_<파친코> 속 주인공 선자의 고향 영도

지금 당장 울산

蔚山

가슴은 추억을 위해 열어두고
생각은 내일을 위해 닫아둔다
바다를 닮아가는 바람과 같이
일생을 두고 잊을 수 없는 시간은
가끔 그렇게 온다
울산으로부터

- 울산시 홍보 영상 중

코로나의 영향으로 여가 생활을 즐기지 못한
사람들의 욕구 1순위는 여행이다. 거창하게 준비할
필요 없다. 몸과 마음을 가볍게 하고 가까운
여행지로 떠나 코로나 블루를 덮어버릴 푸른
하늘과 바다의 블루를 즐겨야 할 때다. 울산으로
당일치기 여행을 떠나보자.

사진제공_울산시청 관광과

Information

위치 | 울산광역시 동구 일산동 905
전화 | 052-209-3767
정보 | https://daewangam.donggu.ulsan.kr
이용 | 2022년 12월 31일까지 무료 운영/09시~18시

대왕암공원의 시작

출렁다리

울산의 대왕암공원은 인근 주민들의 트레킹 명소일 뿐만 아니라 관광지로 유명하다. 울산 12경의 하나인 대왕암공원에는 신라시대 삼국통일을 이룩했던 문무대왕의 왕비가 죽은 후 문무대왕을 따라 호국 용이 되어 울산 동구의 '대왕암' 밑으로 잠겼다는 신비한 전설이 전한다.

하늘을 찌를 듯 솟아있는 1만 5천 그루의 해송과 해안을 따라 형성된 기암괴석이 조화를 이루고 있는 모습은 장관이다. 파도가 곰보바위를 때리며 신비한 거문고 소리를 낸다는 슬도, 100년이 넘는 역사를 가진 울기등대 등 대왕암공원은 다양한 매력을 지녔다. 그래서 '한 번도 안 와본 사람은 있을지 몰라도, 한 번만 와본 사람은 없다'는 말이 있다.

최근에는 대왕암공원 내 출렁다리가 새로운 명물로 유명세를 떨치고 있다. 작년에 운영이 시작(21년 6월 준공)되어 이제 만 1년이 되었다. 303m나 되는 길이는 중간 지지대가 없는 출렁다리 중 가장 긴 거리라고 한다. 직접 건너보면 꽤 아찔하다. 몸도 마음도 출렁거리니 가능하면 아래를 보지 말고 전방이나 좌우 경치를 즐기며 건너는 것이 좋겠다. 다리 밑으로 까마득히 바다가 내려다보이고 왼쪽으로 작은 바위섬인 민섬이 보인다. 미인섬이라고도 부른다.

출렁다리를 건너면 해안의 기암괴석을 따라 안전한 해안산책로가 이어져, 이 길을 따라 대왕암으로 갈 수 있다. 가는 길에 용굴을 내려다볼 수 있는 용굴 전망대, 할미바위, 5개의 크고 작은 섬들로 이루어진 사근방 등 대왕암 해안가의 기암괴석의 특색을 즐길 수 있다.

"기암괴석들 위에 사선으로 수없이 나 있는 깊게 파인 자국들이 문무대왕이 검술을 연마하면서 바위를 벤 자국이다."

한 관광객이 친구들에게 기암괴석의 유례를 설명한다. 그럴싸하게 들리는 것이, 구전설화인 것 같으면서 한편으로는 그냥 농담인 것 같기도 하다.

대왕암공원 옆

슬도

슬도는 대왕암공원과 4km 정도 떨어져 있어 해안가를 따라 계속 걸어서 이동해도 좋다. 슬도는 이름이 많다. '갯바람과 파도가 바위에 부딪칠 때 거문고 소리가 난다' 하여 슬도(瑟島), 또 '바다에서 보면 모양이 시루를 엎어 놓은 것 같다' 하여 시루섬, 섬 전체가 왕곰보 돌로 덮여 있어 '곰보섬'이라고도 부른다.

방어진항으로 들어오는 거센 파도를 막아주는 작은 바위섬은 인고하는 세월을 음악으로 승화시키기로 했나 보다. 거친 파도를 술대(거문고를 연주할 때 쓰는 막대) 삼고 돌섬 자신은 악기가 되어 파도가 슬도를 때릴 때면, 마치 거문고 연주가 들리는 듯하다. 이 소리를 울산에서는 '슬도명파(瑟島鳴波)'라 부른다. 파도 때문에 거문고 소리를 내는 섬이란 의미다.

'슬도명파'는 소리 9경에 포함이 되었다.

슬도로 들어가는 길 초입에는 소리체험관이 있다. "여음(餘音:소리가 사라지고 난 뒤의 잔향)의 풍경"을 컨셉으로, 동구의 역사와 문화를 반영한 소리9경을 포괄적으로 보여주는 곳이다.

소리9경은 동축사 새벽종소리(축암효종), 마골산 숲 사이로 흐르는 바람소리, 옥류천 계곡 물소리(옥동청류), 현대중공업 엔진소리, 출항 뱃고동 소리, 울기등대 무산소리(바닷가 안개를 뚫고 퍼지는 등대 경적소리), 대왕암 몽돌 물 흐르는 소리, 슬도 파도소리(슬도명파), 주전해변 몽돌 파도소리다.

다양한 어종이 서식하고 있어 낚시인에게도 인기이고, 야경 역시 낭만적이어서 데이트 장소로 추천한다. 봄에는 유채꽃밭이 장관을 이룬다.

슬도의 등대 앞에서 등대가 바라보는 곳을 보면 저 멀리 공업단지가 보인다. 바다에서 오른 해무가 울산의 아파트와 공업지대를 가려 실루엣으로 만들고 작은 어선은 그 틈에 등대와 등대 사이를 숨바꼭질하듯 얼른 지나간다. 1950년대 말에 세워진 무인 등대는 어선들뿐만 아니라 바다 건너 아파트 단지와 공업지대를 홀로 지키는 장성 같아 보인다.

태화강 십리대숲 넘어

동굴피아

십리대숲은 태화강 국가정원 서쪽에 솟은 오산을 중심으로 삼호에서 태화루까지 10리(약 4km) 구간의 대나무 군락지다. 고려중기 문장가 김극기의 <태화루시서>에 대나무군락이 묘사되어 있는 것으로 보아, 오래전부터 자생하고 있었다는 것을 알 수 있다.

십리대숲은 바람 쐬기 좋은 장소로 언제 찾아도 좋다. 특히 야경명소다. 시원한 '대나무숲길'과 별빛이 반짝이는 듯 조명과 빔프로젝터로 꾸며 놓은 '은하수길'은 여름밤의 무더위를 해소할 최적의 산책코스다.

십리대숲을 왔다가 태화강 동굴피아를 가보지 않으면 섭섭하다. 바로 강 건너편에 있어 지하로를 통해 도보(약 1.5km)로도 갈 수 있다. 자동차로 4.8km(10분여) 거리이며 동굴피아 입구에서 약 700여 미터 떨어진 곳에 무료주차장이 있다.

주차장에서 동굴 방향으로 산수유길, 전래동화길을 올해 새롭게 조성해 놓았다. 아이와 함께 걸어도 심심하지 않다. 조금 더 걸으면 동굴피아 분수대가 나오는데 여름의 무더위를 잠시 식혀주는 물안개를 뿜어준다. 분수 옆에 이벤트 공간인 제4동굴이 있다. 동굴피아 입장 전 맛보기 동굴이다. 바닷속을 형상화시킨 공간 인테리어가 포토존이 된다. 입장권을 사서 입구로 들어서면 누구나 노란 안전모를 착용해야 한다.

동굴피아는 예전 일제강점기 일본군의 군수물자를 보관하기 위한 용도로 만들어졌던 인공동굴을 관광상품으로 재탄생시킨 곳이다. 탐사하는 기분으로 걷다 보면 조명처럼 빛을 내는 다양한 동식물 조형물과 갑자기 움직이는 박쥐 같은 조형물들이 있어 지루할 틈이 없다. 일제강점기를 떠올리게 하는 당시 물건들이 전시되어 있고 소원 적기, 그림 그리기 체험 등을 할 수 있다. 마지막 코스에는 트릭아트가 있어 사진 찍는 손이 쉴 틈이 없다. 출구 쪽 지하광장에는 카페테리아와 배트맨이 있다. 배트맨? 왜 있나 했더니 박쥐 전시 공간이었다. 다양한 곤충과 박쥐가 전시되어 있어 볼만하다.

Information

위치 | 울산 남구 남산로 306
전화 | 052-226-0077
정보 | https://www.uncmc.or.kr
이용 | 어른 2,000원, 청소년과 군인은 1,500원, 어린이는 1,000원/09시~18시

사진제공 울산시청 관광과

사진제공_ 울산시청 관광과

蔚山

장생포고래문화마을 속
수국오색정원

울산의 장생포 하면 가장 먼저 떠오르는 것이 고래다. 국내 유일의 '고래문화특구'로 지정된 울산에서도 특히 장생포 고래문화마을은 인기가 높다. 그런데 올해는 고래마을에 수국 꽃길을 걷기 위해 사람들이 몰려들었다.

지난 6월 말에 있었던 '제1회 장생포 수국 페스티벌'은 예상보다 4배나 많은 2만 명이 다녀갔다고 한다. 이런 인기라면 수국으로 유명한 다른 여행지를 따라잡을 기세다. 코로나 거리두기 제한이 완화되며 가까운 곳으로 나들이를 가는 사람들이 늘고 있는 것이 원인 중 하나로 여겨진다.

고래문화마을에는 1만여 그루의 수국정원이 조성되어 만개하였다. 관리가 잘된 덕에 축제가 풍성해졌다. 울산 남구청은 올해 초 '장생포 고래로' 일대에 수국 7개 품종 2,000여 그루를 더 심어 '장생포 오색수국정원'을 '장생포수국마을'로 조성할 계획이다. 내년에는 더 아름답고 장관을 이룬 수국의 세상을 즐길 수 있을 것이다.

"키다리 어른"들이 만들어가는 좀 더 따뜻한 세상

어린이날을 일주일 앞둔 4월 28일, 웅상종합사회복지관이 봉사자들로 북적였다.
색색의 선물 포장지를 앞에 둔 이들 사이로 보이는 낯익은 얼굴들.
지역 아동들을 위해 '키다리 어른'을 자처하고 나선 성우 새내기들이다.

키다리 아저씨가 선물한 봄날의 크리스마스

'키다리 어른'은 지난해 웅상종합사회복지관의 아이디어에서 출발한 지역 아동 물품지원 사업이다. 어린이날을 맞이하여 지역 아동들을 위한 특별 이벤트가 기획된 것. 복지관 유튜브 등을 활용한 홍보로 후원자 34명이 참여했고, 후원금 110만 원가량으로 16세대의 아동 24명에게 선물을 보냈다.

아동들이나 부모들의 반응이 좋아 올해 다시 진행하게 되었고, 이 소식을 들은 성우하이텍도 함께하기로 했다. 반찬 나눔 봉사, 겨울愛(애) 희망饌(찬) 김장 나누기, 목욕 봉사 등 그동안 지역사회의 어려운 이웃을 두루 지원해온 성우하이텍이 이번에는 아이들을 위해 나선 것이다. 성우공동모금*의 후원금 쾌척 소식에 복지관 측도 바빠졌다. 대폭 늘어난

지원금을 더 많은 아동에게 골고루 나누려 지역에서 활동하는 다양한 단체의 아동 리스트를 모았다. 그렇게 해서 모집된 인원은 125명. 지난해 대비 6배가량 늘어난 숫자에도 아이들이 진짜 받고 싶어 하는 선물을 일일이 조사하여 구매했다.

웅상종합사회복지관 오경 관장은 "부모님과의 인터뷰를 통해 아이들이 진짜 원하는 선물을 마련한 것이 의미가 있다"고 설명했다. 이 같은 행사들 대부분이 선물을 일괄 구매해 주는 데 반해, 아이들이 정말 갖고 싶어 하는 선물을 마련하는 게 '키다리 어른'의 핵심이다. 그래서 125개 선물은 모양도 크기도 제각각. 노란 오리 인형, 소꿉놀이 세트, 퍼즐이며 장난감 자동차, 그림 그리기 책, 과자까지 다양한 선물들이 아이들에게 갈 준비를 마쳤다.

성우공동모금*

기존의 회사 주도 방식 대신 임직원들의 적극 참여 방식으로 조성된 기금. 2010년부터 매월 급여에서 일정액을 공제하는 방식으로 운영되고 있다. 95% 이상의 직원들이 참여하여 성우하이텍의 일원으로서 지역사회에 함께 봉사하는 마음으로 10여 년을 이끌어 온 자부심이다.

앞으로도 이런 좋은 기회가 있다면
우리 성우하이텍이 함께하겠습니다.

도종복 부사장

성우하이텍 직원분들 덕분에 더 많은 아이들에게
행복을 선물할 수 있게 되었습니다!

오경 관장

함께라서 더 행복한 어린이날

매년 김장 행사 때 손을 보태듯 성우하이텍은 단순히 후원금을 전달하기보다 직접 참여하기로 했다. 성우인에게 떨어진 미션은 선물 포장하기. 모양도 크기도 제각각인 선물 125개를 포장하는 일이 만만할 리가. 예상대로 시작부터 난관을 만난다.

"선물 포장은 처음 해봐서요."

선물 포장 초보에게는 포장지를 어떤 크기로 자를지 가늠하기도 쉽지 않다. 손바닥만 한 것부터 한 아름이 넘는 크기까지 다양하니 그럴밖에. 하지만 성우인 둘 이상이 모이면 못할 게 없다. 처음엔 삐뚤삐뚤하던 포장지도 점차 각이 잡혀 반듯하게 잘리고, 너무 커서 포장이 어려워 보이던 선물 상자도 잡아주고 끌어주며 힘을 합쳐 뚝딱이다.

점차 속도가 붙은 포장작업이 거의 마무리될 무렵, 선물 상자 더미 위로 어린아이 크기의 오리 인형이 덩그러니 남았다. 툭 튀어나온 궁둥이와 입, 굴곡이 져 일정하지 않은 모양새, 말랑말랑한 질감까지. 까다로운

포장작업에 커다란 선물 상자도 척척 포장해내던 다른 봉사자들마저 두 손 든 오리 인형이었다. 성우인들은 곧장 머리를 맞대었다. 그러고는 이내 포장지를 자르고 이어 붙여 커다랗게 만든 다음 바닥에 깔았다. 그 위에 인형을 올리고 사탕을 싸듯이 감싸 위아래를 리본으로 묶으니, 마치 커다란 사탕 봉지 같은 모양으로 포장이 완성되었다. 예쁜 모양으로 완성된 대형 사탕 봉지에 숨죽이고 지켜보던 복지관 직원들과 봉사자들 사이에서 박수가 터졌다. 시작은 어설펐지만, 선물을 받고 행복해할 아이들을 위해 진심으로 포장작업을 완료해준 성우인들에게 보내는 감사 다름 아니었다.

이날 성우인의 포장작업 모습과 선물 받은 아이들의 후기는 웅상종합사회복지관 유튜브 채널에서 확인할 수 있다.

웅상종합사회복지관
유튜브 채널

MINI INTERVIEW

손창민 사원

짧은 시간에 작은 손을 보탠 것뿐이지만, 아이들에게 조금이라도 행복이 전달되었으면 하는 바람입니다. 어린이날에 다들 행복한 시간 보내시기 바랍니다.

오혜리 사원

어린이날을 맞이하여 아이들에게 선물을 준다는 뿌듯함도 느끼고 아이들이 원하는 선물을 줄 수 있어 행복했습니다. 성우하이텍의 일원으로서 동료들을 대표하여 봉사에 참여한 뜻깊은 시간이었습니다.

최준남 사원

아이들이 선물을 받고 기뻐하는 모습을 상상하니 포장을 하는 내내 행복했습니다. 2022년 5월 5일이 아이들에게 잊을 수 없는 즐거운 어린이날이 되었으면 좋겠습니다.

페이퍼토이로 만드는 남극 황제펭귄

전 세계적인 기후위기는 더는 손 놓고 있을 문제가 아니다. 기업 경영에 있어 'ESG(환경/사회/지배구조)'의 중요성이 커지는 것도 같은 맥락이다. 남극에서만 서식하는 황제펭귄은 멸종위기종으로 지정되며 더 가까이 다가온 기후위기를 실감하게 했다. 자녀들과 함께, 점심시간을 이용해 팀원·반원들과 황제펭귄을 만들어보며 기후위기에 대해 한 번 더 생각해보는 기회를 가져보는 것은 어떨까.

만들기 순서

준비물 : 풀 혹은 양면테이프

1

부리(①)와 머리(②)를 각각 만든 후, 붙여서 전체 머리를 완성한다.

2

배(③)와 등(④)을 각각 만들어 서로 붙인다.

3

완성한 머리와 몸통을 붙인다.

※ 이때 몸통 아래쪽 열린 곳을 이용하여 머리와 몸통의 연결 부분을 잘 붙여줄 것.

4

몸통 아랫면(⑤)을 몸통에 붙여 전체 몸을 완성한다.

5

8R, 9R, 10R을 이어 붙여 오른쪽 발을, 8L, 9L, 10L을 이어 붙여 왼쪽 발을 만든다.

6

완성한 발을 펭귄의 몸통에 붙인다.

7

날개는 접어서 앞뒤를 붙인 뒤 몸통에 붙인다.

8

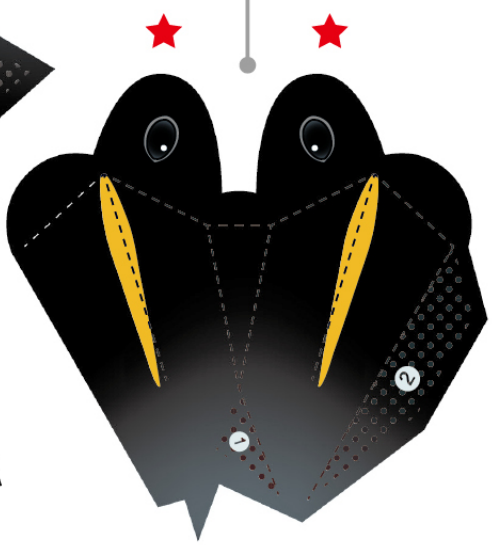
꼬리(⑥)를 완성하여 붙이면 황제펭귄 완성!

도면 제공: 페이퍼펀 www.paperfun.co.kr

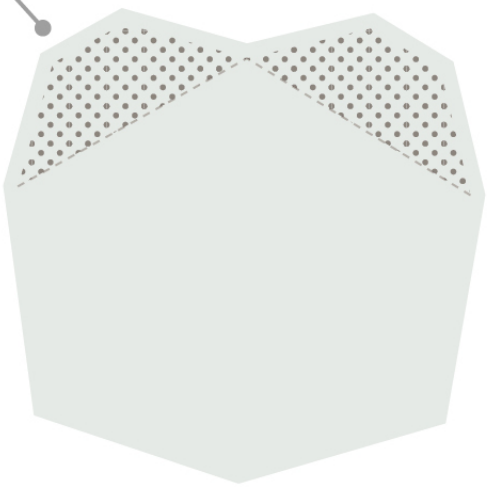
페이퍼토이로 만드는 남극 황제펭귄 1

2 머리

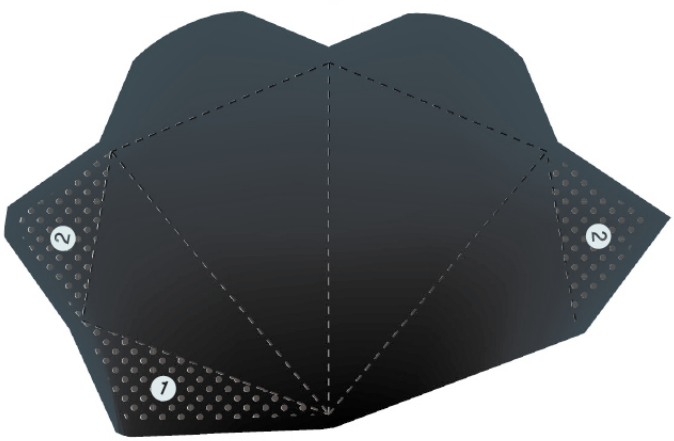
1 부리



5 몸통 아랫면

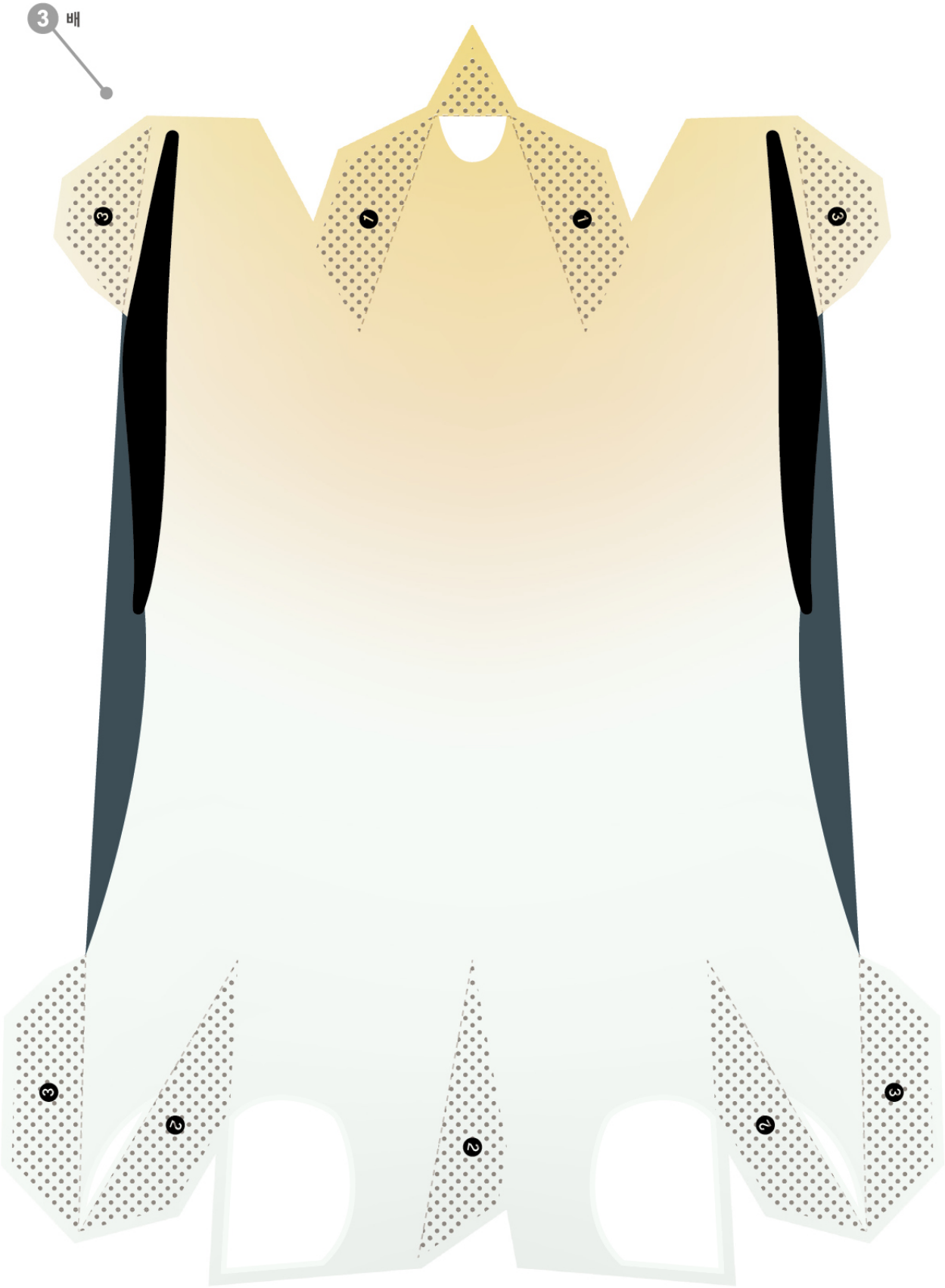


6 꼬리

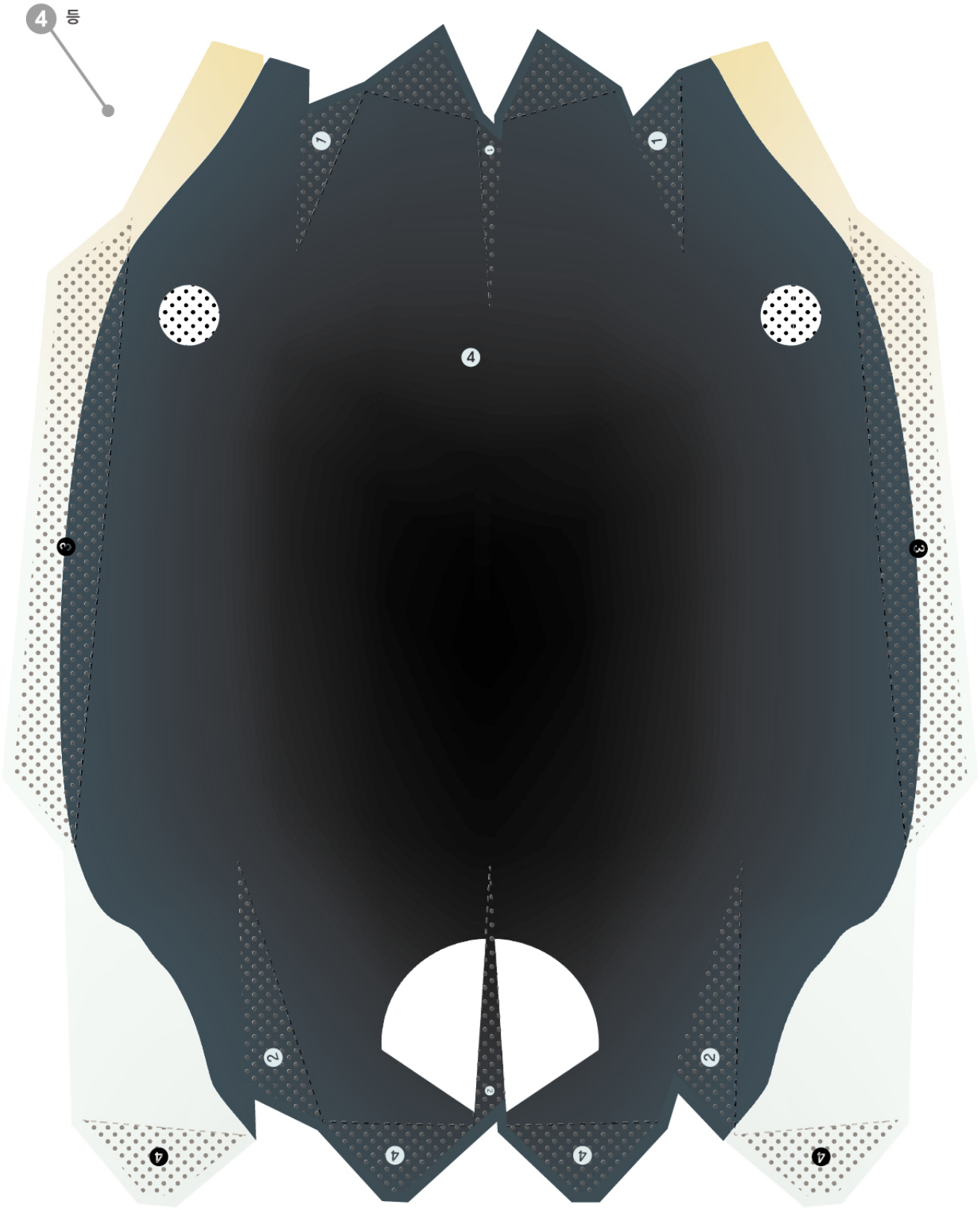


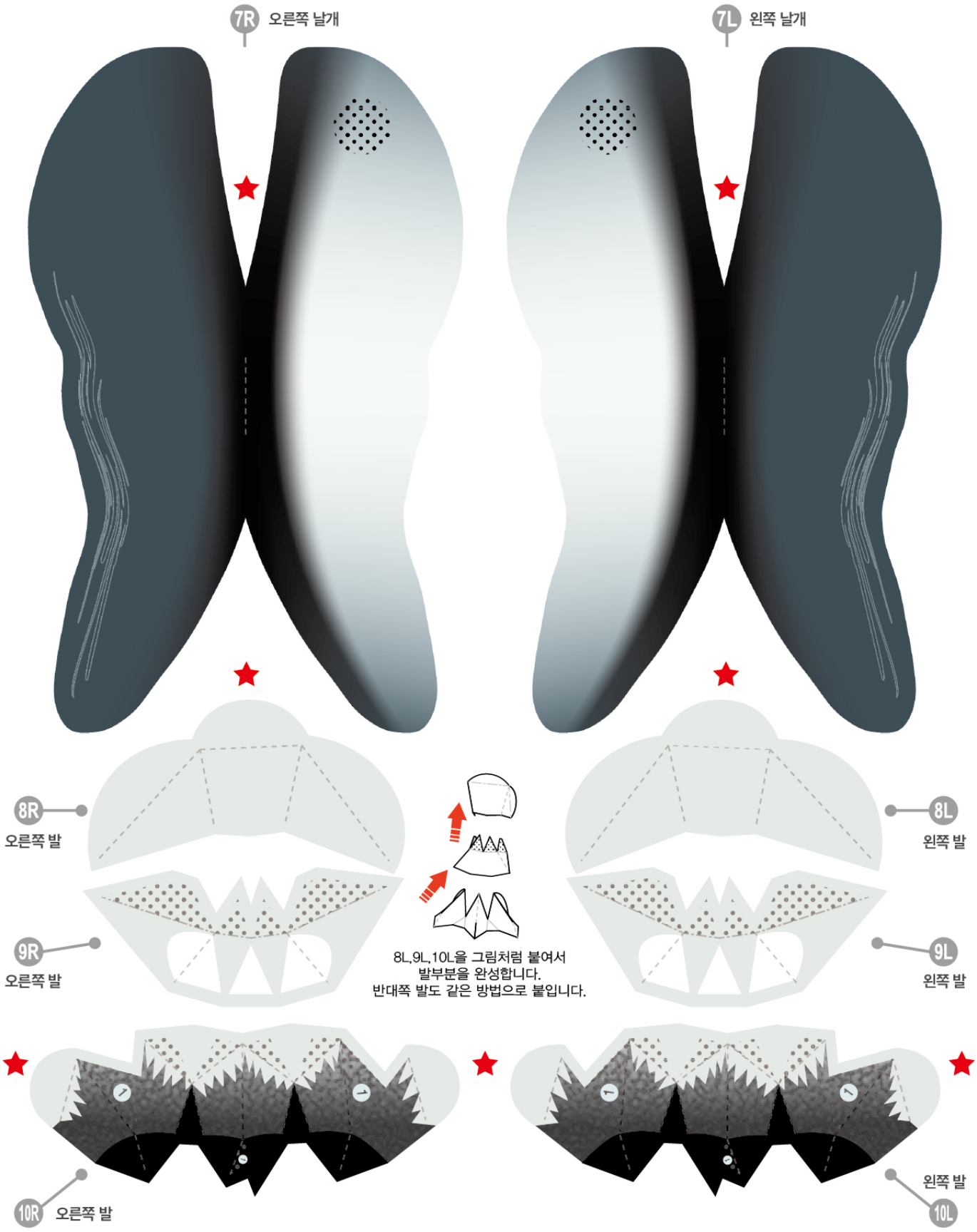
손으로 뜯어서 아래 참조사항과 같이 접어주세요.

참조사항: ------ 산접기 ---·-- 계곡접기 풀칠면 ★ 뒷면에 풀칠하기



페이퍼토이로 만드는 남국 황제펭귄 2



손으로 뜯어서 아래 참조사항과 같이 접어주세요.

참조사항: ------ 산접기 -·-·- 계곡접기 풀칠면 ★ 뒷면에 풀칠하기