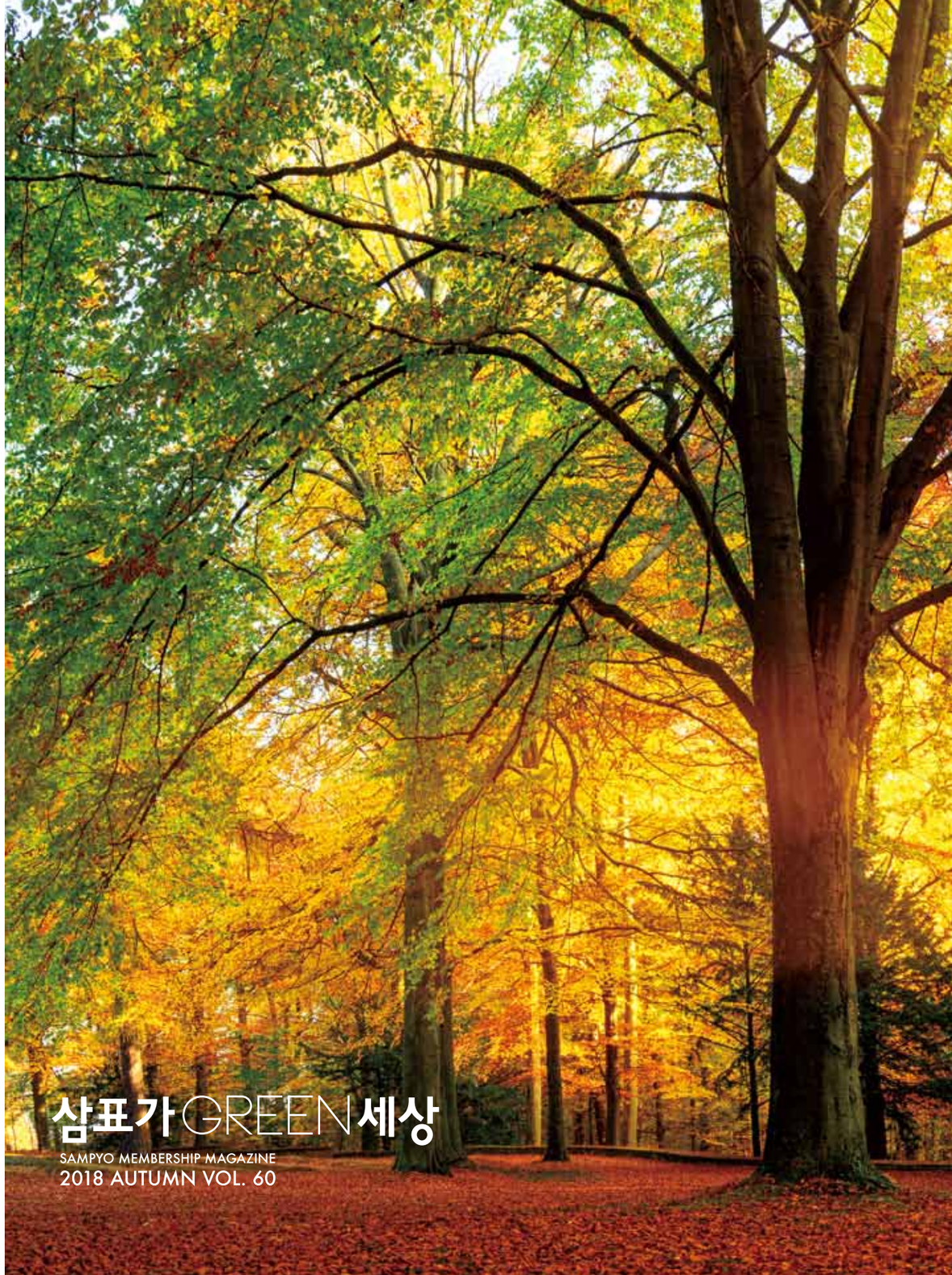
SPECIAL THEME
너와 나의 적정 온도, 관계의 정석

HOT ISSUE
김해 드라이몰탈 공장 준공

SAMPYO NEWS
특수 콘크리트 BLUECON SELF 출시

함께해서 풍요로운
삼표 가족의 시너지

올 한 해 우리 그룹은 새로운 도전을 이어가며 많은 결실을 맺었습니다. 현장 곳곳을 누비며 한마음으로 땀 흘린 삼표인의 노력 덕분이지요. '함께'이기에 우리는 보다 높은 목표를 세울 수 있고 한계를 뛰어넘을 수 있었습니다. 올가을에도 삼표 가족의 행복한 시너지가 세상을 아름답게 물들입니다.



삼표가GREEN세상

SAMPYO MEMBERSHIP MAGAZINE
2018 AUTUMN VOL. 60

WWW.SAMPYO.CO.KR
발행일 2018년 10월 18일(계간 · 비매품 · 사내한 · 통권 60호)
발행인 이오규 **편집인** 박상현
발행처 ㈜삼표 홍보팀 서울시 종로구 종로1길 42 이마빌딩 14층
전화 02-6270-0770
편집 · 디자인 네오메디아
인쇄 영은문화사

〈삼표가 GREEN 세상〉은 삼표그룹의 기업 철학과 사우들의 이야기를 담는 사내보입니다.

SPECIAL THEME
너와 나의 적정 온도, 관계의 정석 03

THEME TALK! TALK!
소통으로 '상생 해법' 찾다 04
① ㈜삼표산업 레미콘기획팀 정승운 부장 & 삼표 R/C 차주연합회 유성준 연합회장
② ㈜삼표시멘트 경영관리팀 허철웅 과장

THEME PRISM ①
서로 통하는 관계의 기술, 대화의 법칙 08

THEME PRISM ②
스마트한 관계를 위한 디지털 에티켓 10

HOT ISSUE
김해 드라이몰탈 공장 준공 12

포커스
디지털 시대의 커뮤니케이션 플랫폼 돋보기 16

CASE STUDY
픽사의 소통 비결 20

포토 이벤트
삼표인의 행복한 먹방 타임 22

즐거운 밥상
굴 한 입, 영양을 품다 24

SAMPYO NEWS 26

삼표인 소식 34

QUIZ & NOTICE 35

THEME TALK! TALK!
따뜻한 마음이 담긴 동료의 격려에 힘을 얻고 허심탄회하게 나누는 대화에 업무 효율도 한층 높아지는 법! 진심으로 통하는 삼표인의 소통 이야기를 들어봅니다.

HOT ISSUE
우리 그룹이 경남 김해시에 세 번째 드라이몰탈 공장을 건립했습니다. 김해 드라이몰탈 공장을 발판으로 전국 곳곳으로 뻗어나갈 삼표 제품을 기대합니다.

SAMPYO NEWS ①
'블루콘 셀프(BLUECON SELF)'를 출시한 우리 그룹은 특수 콘크리트 시장 공략에 나섰는데요. 건설 현장에 새바람을 일으킬 '블루콘 셀프'를 응원해주세요.

SAMPYO NEWS ②
사내 업무 인트라넷 '삼표블루샘'이 새롭게 단장했습니다. 대대적인 리뉴얼 작업을 통해 한층 효율적인 소통과 업무 교류가 가능해진 그룹웨어를 만나봅니다.

독자 여러분의 관심과 주목도를 높이기 위한 오탈자 찾기! 글자 한 개당 1만 원 상당의 신세계상품권을 증정합니다. 각 오탈자의 최초 접수자에게만 혜택이 주어지니 오탈자를 발견하신 분들은 빠르게 알려주세요. 여러분의 참여로 더욱 완성도 높은 〈삼표가 GREEN 세상〉이 만들어집니다.
문의 및 접수 : 홍보팀 김미미 사원 kmm@sampyo.co.kr

너와 나의 적정 온도, 관계의 정석

높고 푸른 하늘, 기분 좋게 온몸을 감싸는 선선한 바람. 가을이 반갑다고 인사합니다. 결실의 계절이자 자연이 울긋불긋 아름다움을 쏟아내는 시기, 삼표인들의 하루하루도 충만하고 눈부시게 빛납니다. 바로 우리를 연결하고 있는 수많은 관계 속에서 말이지요. 동료들과의 진심 어린 대화, 마음을 주고받으며 싹트는 돈독함. 신뢰와 존중의 밭을 일구며 관계도 단단하게 익어가는 이 계절, 삼표인들의 결실이 참으로 탐스럽습니다.

관계의 정석이라 할 만한 삼표인의 이야기를 이번 호 <삼표가 GREEN 세상>을 통해 만나보고 끊임없이 소통하며 서로에게 든든한 버팀목이 돼주는 삼표인의 따스함을 확인합니다.

진심으로 통하는 우리
소통으로 '상생 해법' 찾다

우리 그룹은 전사적으로 계열사 간, 부문 간, 부서 간 협업과 소통의 중요성을 강조하고 있다. 원활한 소통은 업무적인 관계를 더욱 친밀하게 만들어주고, 어려운 협업도 유쾌하게 풀어준다. 소통으로 하모니를 빚어내는 삼표인의 이야기를 들어본다.

업무적 유대감으로 소통 폭 넓히다

유성준 삼표 R/C 차주연합회 연합회장(이하 유) 저는 레미콘 차주들의 입장을 대변하고, 정 부장님은 회사 메신저 역할을 하면서 알게 됐습니다. 서로 반대되는 입장을 말해야 하기 때문에 어쩌면 관계가 불편할 수도 있었겠죠. 그런데 정 부장님께서 차주들의 입장에 귀 기울어주셨고, 합의점을 찾기 위해 머리를 맞대주셨습니다. 정 부장님과 대화를 이어가면서 저 또한 삼표에 대한 애사심이 커졌고 회사를 위해 할 수 있는 걸 찾으려고 노력하게 됐고요. 차주들과 회사 간의 대화를 이어가는 과정에서 신뢰를 키워 갔습니다.

상생 노력으로 갈등 극복하다
㈜삼표산업 레미콘기획팀 정승운 부장 & 삼표 R/C 차주연합회 유성준 연합회장

삼표산업 레미콘기획팀 정승운 부장과 삼표 R/C 차주연합회 유성준 연합회장은 활발한 소통으로 회사와 차주 간 갈등을 풀어나갔다. 각자 주장만 펼치기보다, 서로의 입장에 귀 기울이면서 양측이 '윈윈(Win-win)'할 수 있는 방안을 찾아갔다. 회사와 차주의 상생 발판을 마련하기 위한 이들의 소통 과정을 소개한다.

글·사진 홍보팀 이선화 대리

정승운 삼표산업 레미콘기획팀 부장(이하 정) 저와 유 회장님은 '회사와 차주가 함께 성장해야 한다'는 가치관이 같았죠. 두 사람 모두 수년간 삼표에서 일하며 신뢰감을 쌓아왔죠. 그만큼 '삼표'는 저희 둘의 인연을 이어주는 중요한 매개체입니다. 삼표 안에서 각자 맡은 일을 잘해보자는 생각이 비슷했기 때문에 소통이 수월했습니다. 그간 두 사람 사이에 갈등은 없었을까. 노사 관계에서 각자 다른 입장을 대변하기 때문에 의견 대립을 짐작해볼 수도 있다. 두 사람은 열린 대화로 갈등을 풀어갔다. 무조건 각자의 주장만 관철하려는 것보다 회사와 차주 모두 윈윈할 수 있는 해결 방안을 찾아갔다.

유 저와 정 부장님은 회사와 차주 사이의 갈등을 풀기 위해 대표로 나온 입장입니다. 회사는 어떤 생각인지, 차주들의 입장은 무엇인지 중간에서 이어주는 다리 역할을 한 셈이죠. 물론 갈등이 잘 풀리지 않을 때도 있었죠. 사람과 사람 사이니까요. 하지만 관계가 틀어질 정도로 큰 갈등은 없었습니다.

정 유 회장님과 수시로 전화하면서 의견을 자유롭게 교환하다 보니 불필요한 분쟁을 미리 막을 수 있었던 것 같습니다. 그리고 저희 둘 다 중간 입장, 대변인으로서의 고충을 누구보다 잘 알고 있습니다. 동병상련의 마음을 나누면서 문제 해결의 길을 찾았죠.

함께 성장하려는 마인드가 통하면서 하나둘씩 꼬인 갈등의 실타래가 풀려나가기 시작했다. 소통의 결과물로 장기 계약자에게 회사의 발전상을 보여주는 공장 견학·워크숍 실시, 업계 최초로 특별 저리(연 3.2%, 현대커머셜 MOU) 대출 프로그램을 기획해 노후 레미콘 차량 250여 대 교체, 단체 상해보험 상품 개발·운영 등이 마련됐다. 회사 또한 안정적인 레미콘 공급망을 확보할 수 있었다.

유 차주들이 어려울 때마다 회사가 뒤에서 든든하게 버팀목이 돼줘서 특히 감사합니다. 힘들 때마다 정 부장님께서 들어주고 어떤 식으로 풀면 좋을지 등 조언을 해줘서 많이 의지하고 있습니다. 정 부장님을 통해 회사 쪽에 '차주들이 삼표그룹에 보탬이 되려고 노력하고 있다'는 마음이 잘 전달되고 있는 것 같습니다.

정 저와 유 회장님은 진솔한 소통을 통해 어려움을 극복해 왔습니다. 앞으로도 회사와 차주가 적극적으로 대화를 나누며 상생의 길을 만들어 가길 바랍니다.

인간적인 교류로 소통 효과를 높이다
㈜삼표시멘트 경영관리팀 허철웅 과장

경영관리 업무를 더욱 잘하기 위해 부지런히 소통한다는 허철웅 과장. 관재 업무와 전사 토지·건물, 전산 시스템·소프트웨어 관리를 총괄하며, 사업 방향에 맞는 시스템을 갖추기 위해 유관 부서를 만나 적극 소통하고 있다. 담당자의 고민을 들어주며 '인간적인 소통'을 하다 보니 자연스럽게 업무 효율도 높아졌다는데, 허철웅 과장의 소통 노하우를 들어보았다.

글 홍보팀 이선화 대리 사진 제도개선팀 정희록 차장

Q. 소통을 중시하게 된 계기가 있나요?

입사 후 15년 정도 레미콘·시멘트 공장 관리 업무를 하다가 약 2년 전부터 서울 경영관리팀에서 일하게 됐습니다. 전에는 영업·생산 등이 원활하게 운영될 수 있도록 지원해주는 역할이 주된 업무였죠. 이 경험들을 토대로 지금 경영관리팀에서 기획하고 총괄하는 일을 맡게 됐습니다. 회사와 구성원에게 좀 더 좋은 운영 체계, 올바른 운영 방향 등을 제시하게 된 거죠. 복잡한 시스템을 일목요연하게 정비하고, 바뀐 내용을 잘 활용할 수 있도록 구성원에게 전달하는 역할을 합니다. 이 역할을 잘하려면 전사 제반 업무를 잘 알아야 해요. 업무 특성을 알아야 보완점을 찾고, 더 좋은 방향으로 바꿀 수 있으니까요. 경영관리 업무를 잘하고 싶어 노력하다 보니, 여러 부서를 오가며 소통하게 됐습니다.

Q. 삼척과 서울 간 물리적 거리를 극복하는 소통 노하우는 무엇인가요?

경영관리팀으로 발령받으면서 주말부부가 됐습니다. 평일은 서울에서, 주말은 가족들이 있는 삼척에서 지내죠. 서울과 삼척을 오가다 보니, 자연스럽게 삼척 직원분들과도 마주칠 기회가 생기게 됐죠. 그리고 일주일에 한 번씩 공장 각 부서의 업무 현황이 저희 팀으로 집계됩니다. 이 때문에 현장에서 진행하는 프로젝트, 업무 진행도 등을 파악하고 있습니다. 또 카카오톡 등 SNS(소셜 네트워크 서비스)를 활용해 현장 직원분과 실시간으로 이야기하기도 하고요.

저만의 소통 비결을 꼽자면 '인간적인 교류'라고 생각합니다. 이전에 알지 못한 생면부지 사람보다 한 번이라도 만났던 사람과 이야기하는 게 편하잖아요. 그런데 오래 알고 지낸 분들하고만 일하게 되는 게 아니잖아요. 그래서 잠깐의 만남에서도 인간적인 정(情)을 나누려 노력하고 있습니다. 주어진 짧은 시간 안에 내 생각만 말하기보다, 상대방의 이야기를 듣고 기억하려고 애쓰고 있죠. 이 사람이 어떤 일을 하는지, 애로 사항은 무엇인지, 내가 도움을 줄 부분이 있는지 등을 생각하며 대화하다 보면, 어색했던 분위기도 금세 풀리게 됩니다.

Q. '인간적 교류'의 중요성을 알려주신 분이 계신가요?

제가 사회 초년생 때였어요. 당시 공장장님은 부하 직원들의 마음을 헤아릴 줄 아는 멋진 리더셨습니다. 폭설이 쏟아지는 날, 눈을 치우느라 애쓰는 직원들에게 "오늘은 쉬고 눈을 즐겨라"고 말씀하기도 하셨죠. 보통 눈 내리는 날은 '오늘 하루 눈 치우느라 고생하겠다'는 무거운 마음으로 출근하거든요. 그때 공장장님의 말씀이 어찌나 감사하던지. 물론, 다음 날 쌓인 눈을 치우느라 고생 좀 했지만요.

또 공장장님께서 '인간적 교류'의 중요성을 깨우쳐주셨습니다. 신입사원 때 고철 처리 업체와 첫 미팅을 마치고 공장으로 복귀해 단가, 프로세스 등을 보고했습니다. 제 얘기를 들으신 공장장님께서 "좀 친해지라고 보냈더니 일 얘기만 하다 왔냐"고 하시더라고요. 사람 대 사람으로 친해지면 업무 시너지도 커진다는 점을 알려주신 거죠. 이후 업무적으로 알게 된 분들과도 사적으로 친하게 지내기 위해 노력하게 됐습니다.

Q. 소통할 때 어려운 점과 이에 대한 보완책을 말씀해 주세요.

아주 가끔 '벽'을 친 것 같은 분들을 만나면 소통이 힘듭니다. 그럴 땐 합의점을 찾기 어렵죠. 그래서 업무에서 벗어나 서로 마음을 열 수 있는 정서·문화적 교류가 늘었으면 좋겠습니다. 다른 팀, 다른 본부 더 나아가 다양한 계열사 분들과 자유롭게 어울리다 보면 소통도, 협업도 한층 원활해진다고 생각합니다.

Q. 허철웅 과장님이 생각하는 소통은 무엇입니까?

소통은 입이 아닌 '귀'로 하는 거라고 생각합니다. 우선 상대방의 의견을 들으려고 노력하죠. 또 제가 들은 이야기를 다른 곳에 전달하지 않습니다. 뒷이야기도 금물이죠. 고해성사를 받는 신부님에 비유하면 될까요. 많이 말하기보다 주의 깊게 들으려 하고 상대방을 배려하면 소통의 결과물은 좋을 수밖에 없다고 믿고 있습니다.

Q. 소통을 통해 이루고 싶은 목표는 무엇인가요?

후배들에게 형다운 형, 선배들께 동생다운 동생이 되고 싶습니다. 업무적이건 아니건 제 역할을 잘하는 사람으로 인정받고 싶습니다. 업무적으로는 다양한 부서와 소통하며 조직을 이해하는 스펙트럼을 넓히고 싶습니다. 그리고 이를 살려 멀티플레이어가 되고 싶습니다. 주로 해왔던 관리 업무 외 다른 일도 잘하는 직원이 되는 게 목표입니다. 어떤 일을 맡겨도 척척 해내는, 삼표그룹에서 꼭 필요한 사람이 되고 싶습니다.

서로 통하는 관계의 기술
대화의 법칙

동력을 전달하는 장치인 톱니바퀴가 제대로 맞물리지 않는다면? 헛돌기만 해 에너지만 낭비될 뿐이다. 대화도 마찬가지. 이야기가 자꾸만 어긋난다면 전달하고자 하는 내용은 사라지고 대화의 효율성도 떨어지기 마련이다. 잘 맞는 톱니처럼 관계와 소통의 윤활유가 될 대화의 기술을 알아본다.

글 편집실 **참고 도서** <불편한 사람과 편하게 대화하는 법> 비즈니스북스,
<비즈니스의 모든 순간은 스피치다> 책식주의, <태도의 품격> 다산북스

#1 쿠션 워드

대화 스킬 UP! 마법의 키워드

"그렇군요!", "그렇죠", "맞아요"

탄력 있게 맞받아주며 호응해주는 말, 쿠션 워드라면 편안한 대화 분위기를 조성해 원활한 소통을 가능하게 한다. 이때 '이해하고 받아준다', '공감한다', '통합해 정리한다', '고개를 끄덕이며 수긍한다'를 꼭 기억할 것. 이를 염두에 두고 "그렇군요!", "그렇죠", "맞아요" 같은 호응의 단어를 사용하자. 상대방의 말이 끝난 후 3초 안에 대답하는 것이 포인트. 부하 직원이 상사에게 새로운 아이디어를 제안했을 때를 예로 들어보자. 아이디어가 마음에 들지 않는다고 해서 부하 직원에게 "별로인데", "이것밖에 못해?", "다시 찾아라" 등의 부정적인 반응보다는 "좋은데?", "신선하다", "고생했어" 등의 쿠션 워드로 호응하고 그다음 "그런데 말이야, 이런 방향은 어때?", "지금도 나쁘지 않지만 좀 더 이 부분을 보완해볼까?" 등 조언을 더하면 부하 직원은 자신을 존중해주는 상사의 반응에 어떤 의견이라도 받아들일 수 있을 것이다.

#2 센터 워드

"요컨대", "즉",
"…라고 이해하면 될까요?"

상대의 말을 받아주는 것은 원활한 대화를 이어가는 데 중요한 태도다. 그런데 이야기가 길어지거나 이해하기 어려운 내용이 나온다면? 이때는 말하는 상대 역시 지치기 마련이다. 이럴 경우 상대방의 말을 요약해서 되받음으로써 상대를 쉬게 해주는 게 도움이 된다. "요컨대 …라는 말씀이시군요", "즉 …네요", "…라고 이해하면 될까요?" 등 듣는 사람이 중간중간 말을 정리해서 받아주면 상대는 '내 말을 잘 이해하고 있구나'란 생각으로 편안하게 대화를 이어갈 수 있다.

#3 포인트 워드

"결론부터 말씀드리면…",
"한마디로…", "중요한 점은…"

상사에게 보고할 때나 거래처와의 미팅 또는 프레젠테이션 자리에서 강조하고 싶은 부분, 즉 용건을 효과적으로 전달하는 단어 '예고의 말' 포인트 워드를 알아두자. 이는 지금부터의 이야기가 중요하다는 것을 미리 알려줌으로써 상대방의 주의를 집중시키는 문장으로 "결론부터 말씀드리면…", "한마디로 말해서…", "중요한 점은…" 등이 있다. 이때 전달하고자 하는 내용은 한 문장으로 짧게 정리한다. 설명이 길어질 것 같다면 숫자로 표현하는 것도 좋은 방법이다. "특징은 세 가지로 정리할 수 있습니다" 같은 식으로 이야기한다면 듣는 사람은 내용의 핵심을 파악하기가 좀 더 수월해질 것이다.

붙였다, 뗐다 포스트잇으로 조리 있게 말하기

적절한 단어와 문장을 쓰는 것도 대화의 기술 중 하나이지만 더불어 무엇을 어떤 순서로 말할 것인가 머릿속에 정리돼 있어야 한다. 즉 논리적으로 이야기를 풀어내야 하는 것. 이때 포스트잇은 좋은 도구가 된다. 포스트잇의 장점은 자유롭게 붙였다 뗐다 할 수 있고 다양한 색상과 크기별로 분류할 수 있다는 것이다. 우선 하고 싶은 말을 포스트잇 한 장에 한 가지씩 적어 가지런히 붙인다. 그리고 붙여놓은 메모를 '결론-근거-보완'의 순서에 따라 옆으로, 위에서 아래로 위치를 바꿔가며 확인해본다. 그러다 근거를 제시할 때 넣을 만한 구체적인 내용이 떠오르면 포스트잇에 적어 근거를 적은 메모 옆에 붙인다. 마치 나무줄기에서 잔가지가 뻗어 나가듯 자신이 할 이야기의 핵심 내용과 그것을 보완하고 전개하는 설명의 관계가 한눈에 들어올 것이다. 이렇게 여러 장의 포스트잇을 A4 용지 한 장에 붙이면 이야기할 때 그대로 손에 들고 참고할 수 있는 메모가 된다.

Check! 대화의 질을 좌우하는 위치 심리학

#1 대화 분위기를 좌우하는 자리

정면으로 마주 앉기 : 가장 긴장되는 위치. 공적인 분위기에서 확실하게 대화를 나눌 때나 계약, 회의 때 적합하다. 이때 테이블이 너무 크면 경계심이 싹트기도 해 좀처럼 친밀해지기 어렵다.

90도 위치에 앉기(L자형) : 가장 편하게 이야기를 나눌 수 있는 위치. 사무적인 자리와 사적인 자리 모두에서 사용할 수 있으며 상대방과의 거리를 가늠하면서 분위기를 만들 수 있다.

옆으로 나란히 앉기 : 상대방과 친해지고 싶다면 나란히 앉는 것이 좋다. 친밀도가 높아지는 위치다. 시선을 맞추지 않아도 되기 때문에 심각한 이야기나 고민을 털어놓는 데도 적합하다.

원형 테이블에 앉기 : 여러 명이 모여 대화할 때 좋다. 자리에 함께한 사람들의 얼굴이 잘 보여 이야기에 끼어들기 쉽다.

#2 관계에 따른 적절한 거리

친밀한 거리 : 상대방에게 팔을 뻗으면 닿을 거리인 45㎝ 정도. 친밀한 관계와의 거리이므로 직업적인 대화 중에 시도한다면 대부분의 사람은 사적인 공간을 침해당했다고 느낄 것이다.

개인적인 거리 : 45~115㎝가 적절하다. 친구 혹은 친한 동료와 악수하거나 대화를 나누기 좋은 거리다. 보통 인사를 나누고 자기소개를 한 뒤 대화가 시작되면 상대방에게서 조금 떨어진다.

사교적인 거리(직업적인 거리) : 115~335㎝에서 결정된다. 동료와 이야기 나눌 때는 115㎝를 유지하는 게 좋지만 회의 자리에는 가장 먼 335㎝를 선택하는 편이 낫다. 어느 정도 다가가야 할지 감이 오지 않는다면 가장 가까운 115㎝ 정도를 유지한다.

공적인 거리 : 335~425㎝로 다수를 상대로 연설할 때 가장 많이 활용된다. 이 정도 거리는 표정 변화를 읽기 어려워 대부분 연설자들은 발언에 힘을 싣기 위해 과장된 몸짓을 하기도 한다.

스마트한 관계를 위한
똑똑한 디지털 에티켓

스마트폰과 태블릿 PC, 사내 메신저 등 시간과 장소 제약 없이 소통할 수 있는 디지털 커뮤니케이션 시대. 직장에서도 온라인으로 소통하는 시간이 많아지면서 이에 따른 에티켓을 지키는 일도 중요해졌다. 언제 어디서나 연결되는 시대, 이제 소통에도 예의가 필요하다. 글 편집실

와글와글 업무용 그룹 채팅방 에티켓

에티켓의 기본, 모두를 존중하라 그룹 메시지를 보낼 때는 누구에게 이야기를 하고 있는지 신경 써야 한다. 그룹 메시지는 한 명만 받는 것이 아니기 때문이다. 조직 내에 다양한 관계가 있기 때문에 어떤 사람에게는 특별히 예의를 차려야 하기도 한다. 당신의 메시지를 받는 여러 사람들을 모두 존중하라.

줄임말과 신조어 사용은 주의해서 줄임말과 신조어를 사용하면 편하고 재미있지만 많은 사람들이 그 뜻이 무엇인지 정확히 모를 수 있고, 그로 인해 불통이 발생할 수 있다. 제대로 된 단어를 사용하는 것이 소모적으로 생각될 수 있지만 당신의 메시지를 전문적으로 명확하게 전달하고 싶다면 띄어쓰기, 맞춤법에도 유의하자.

업무 채팅방은 업무 시간에만 그룹 채팅방에서 대화할 때 동료들의 시간을 존중해야 한다. 퇴근 후 장시간 대화를 나누게 되면 피로감을 더할 수 있으므로 업무 시간 외에는 자제한다. 만약 많은 대화가 필요하다면 일대일로 소통하라.

적절한 융통성도 필요하다 누구와 일하고 팀에서 어떻게 소통하느냐에 따라 그룹 채팅방 에티켓은 다를 수 있다. 사무실 환경도 진중하고 전문적인 곳부터 격식에 얽매이지 않고 느긋한 곳까지 다양하기 때문이다. 언제, 어떻게 메시지를 보내 유연하고 유용한 팀 내 커뮤니케이션 문화를 조성할 수 있는지 우리 팀에 꼭 맞는 가이드라인을 세우는 것도 좋다.

'비대면 소통'은 눈빛이나 표정, 육성이 전달되지 않고 오직 글자로만 이뤄지기 때문에 정확한 커뮤니케이션을 위한 매너가 요구된다.

편리한 만큼 실수하기 쉬운 사내 메신저 에티켓

확인 피드백은 필수 메신저를 받은 쪽에서의 '확인 피드백'은 필수다. 상사의 지시나 부하의 보고를 읽고도 '알겠다'고 답을 하지 않으면 상대방은 자신의 의사가 전달됐는지 알 길이 없다. 반대로 내용을 보낸 쪽에선 상대방이 답이 없을 경우 전화나 구두 등 다른 방법으로 '메신저로 보냈다'고 알려주는 매너도 필요하다.

중요한 내용은 가급적 전화나 메일로 시급하거나 보안이 요구되는 중요한 내용은 메신저 전달을 지양하는 것이 좋다. 전화나 보안 메일로 직접 상대방에게 알려줘야 정보 유출 피해를 방지할 수 있다.

뉘앙스와 말투를 조심하자 '비대면 소통'은 눈빛이나 표정, 육성이 전달되지 않고 오직 글자로만 이뤄지기 때문에 정확한 커뮤니케이션을 위한 매너가 요구된다. 친밀하지 않은 사이에서 'ㅇㅇ(알겠다는 의미)'과 같은 약어를 쓰면 성의 없어 보일 수도 있으니 주의하자.

속도의 차이를 인정하자 긴급한 업무가 아님에도 메신저로 지시사항을 보내자마자 곧바로 확인을 요구하는 것은 상대방의 시간을 존중하지 않는 태도다. 메신저로 보낸 장문의 지시 사항을 상대방이 미처 읽기도 전에 "언제까지 할 수 있느냐"고 묻는 것은 피하자.

새로운 시장을 창출하는 성장 동력

김해 드라이몰탈 공장 준공

**삼표그룹이 경남 김해시에 세 번째 드라이몰탈 공장을 건립하고 동남권 시장 공략에 나섰다.
연간 210만 톤의 몰탈 생산 규모를 자랑하며 국내외 시장을 이끌어갈 김해 드라이몰탈 공장을 소개한다.**

글 홍보팀 김영일 차장 **사진** 정용권

전국으로 확대되는 삼표의 공급망

삼표산업은 경남 김해시 진영읍 소재 약 1만 7,000㎡ 부지에 연간 70만 톤 생산 규모의 드라이몰탈 공장을 준공하고 9월 1일부터 본격적인 생산에 들어갔다. 이번 김해 드라이몰탈 공장은 화성공장, 인천공장에 이은 우리 그룹의 세 번째 드라이몰탈 공장이다. 이를 통해 우리 그룹은 지난 2014년 드라이몰탈 시장 참여를 선언한 이후 4년 만에 연간 210만 톤의 생산 능력을 보유, 단숨에 업계 2위에 올라섰다. 현재 드라이몰탈 연간 생산 능력 1위는 한일(610만 톤), 3위는 아세아시멘트(130만 톤)다.

김해 드라이몰탈 공장 관계자는 "이번 김해 드라이몰탈 공장은 건설사 및 대리점들의 요구를 반영한 것으로 소비자 선택의 폭을 넓히는 효과가 있다. 더불어 수도권에 집중된 공급망을 전국으로 확대할 수 있게 됐다"고 말했다. 드라이몰탈이란 시멘트와 골재(모래), 혼화재(슬래그/플라이애시) 등의 원자재를 미리 혼합해 만든 제품으로, 공사 현장에서 물만 부어 섞으면 바로 사용할 수 있는 건설자재다.

효율적인 협업 시스템 기반의 차별화된 제품

우리 그룹은 원재료를 모두 자체 조달한다. 석산에서 골재를, 삼표시멘트에서 시멘트를 적기에 안정적으로 공급받을 수 있는 강점을 지닌 것이다. 이와 같은 신속한 협업 시스템을 통한 우수한 제품 생산과 공급 능력은 후발 주자로 시장에 뛰어들었음에도 불구하고 빠르게 성장하는 원동력이 되었다.

삼표그룹 몰탈본부 강흥구 대표는 "건설 현장에서 드라이몰탈의 수요가 꾸준히 증가하고 있어 높은 품질 수준 확보와 적기에 공급할 수 있는 안정적 유통망 확보에도 주력하고 있다"며 "경남권으로의 유통망 확대와 더불어 자동화 시스템을 통한 24시간 무인 출하, 웹과 앱 등을 통한 주문 편의성 증대 등 타사와 구별되는 차별화 요소를 계속 만들어 가겠다"고 강조했다.

잠재력 높은 드라이몰탈 시장을 공략하다

드라이몰탈은 타일이나 미장, 도배 공사를 포함하는 리모델링에도 많이 사용된다. 이는 리모델링 시장이 커질수록 드라이몰탈의 수요도 증가한다는 것을 의미한다. 수직 증축 규제 완화, 주택 보유 트렌드 변화(전세, 월세) 등 사회적 분위기가 변화하면서 현재 약 20조 원 시장에서 2020년 약 40조 원 시장으로 리모델링 수요가 급성장할 것으로 예상됨에 따라 드라이몰탈 수요 역시 꾸준히 증가할 것으로 기대된다. 삼표산업은 이러한 시장 변화에 맞춰 신규뿐만 아니라 리모델링 시장 진출도 시도하고 있다.

리모델링 시장의 성장과 더불어 건설 품질 향상, 인건비 절감, 공기 단축 등의 장점 덕분에 현재 드라이몰탈 시장에 대한 전망은 긍정적이다. 실제 2015년 국내 드라이몰탈 판매량은 약 650만 톤에 불과했으나 2017년에는 900만 톤으로 증가했고, 올해는 약 1,000만 톤에 육박할 것으로 업계 관계자들은 예상하고 있다.

김해 드라이몰탈 공장, 이것이 궁금하다!

Q1 서울 수도권 몰탈사업을 넘어 경남 김해 지역에 드라이몰탈 공장을 오픈했습니다. 드라이몰탈 사업을 전국적으로 확장한 의미는 무엇인가요?

지금까지 삼표 드라이몰탈은 화성과 인천, 생산 기지 두 곳을 기반으로 수도권 지역에 공급과 영업력을 집중해왔습니다. 수도권에 대한 시장 점유율은 단기간에 확보할 수 있었지만, 수도권을 제외한 지방 권역에는 제품을 공급할 여력이 없었습니다. 하지만 김해 드라이몰탈 공장 가동을 계기로 공급망을 전국으로 확대해 거래처의 요구를 충족시킬 수 있게 되었습니다. 소비자의 선택 폭을 넓혀 다양한 브랜드의 제품을 접할 수 있는 기회를 제공했다는 데 의의가 있다고 생각합니다.

Q2 드라이몰탈 사업 후발 주자이지만 최첨단 최신식 설비를 갖춰 드라이몰탈의 품질을 한 단계 끌어올렸다는 평가를 받고 있는데요. 그 원동력은 무엇이라고 생각하나요?

삼표산업의 모든 공장들은 독일 등 유럽 선진국의 최신식 기계 설비를 도입했습니다. 오차 없이 정밀한 계량과 혼합 공정을 통해 생산하기 때문에 제품의 품질을 한 단계 업그레이드할 수 있었습니다. 그뿐만 아니라 삼표그룹 내 계열사들로부터 조달받는 양질의 원재료는 고품질 제품을 생산, 유지하는 데 크게 기여하고 있습니다.

Q3 김해 드라이몰탈 공장에서는 어떤 제품을 생산하나요?

포장 제품으로는 일반 미장용과 일반 조적용, 타일떠붙임용 등을 생산하고, 벌크 제품으로는 바닥용 몰탈, 타일베드, 고급바닥용을 생산합니다. 특히 경남권에서는 건설사 현장 중심으로 바닥용 몰탈의 비중을 높일 계획입니다.

Q4 골재, 특히 모래 수급난이 지속되고 있습니다. 최근의 현황과 함께 골재 확보 대책은 무엇인지 궁금합니다.

삼표그룹은 업계 최초로 수직계열화를 이룬 기업입니다. 원재료 전부를 계열사를 통해 수급할 수 있기에 다른 경쟁사들과 달리 고품질의 원재료를 수월하게 조달할 수 있지요. 그룹 내 계열사 간의 유기적인 협업은 물론이고 자체 골재 산지 등을 통해 제품이 원활하게 공급될 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

Q5 앞으로 드라이몰탈 시장에선 3사(아세아, 한일, 삼표)의 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망됩니다. 이번 신규 공장 가동으로 어떤 부분에서 삼표의 경쟁력이 높아지나요?

삼표그룹은 이번 세 번째 공장을 가동하게 됨으로써 총 210만 톤의 생산 능력을 갖추게 되었습니다. 아세아의 130만 톤을 넘는 수준으로, 상당히 빠른 시간 내에 업계 2위로 진입했습니다. 단순히 공급 능력 향상뿐 아니라 지방까지 공급 권역을 확대함으로써, 공급처 다변화라는 고객의 요구를 만족시킬 수 있다는 점에서 보다 경쟁력이 있을 것으로 생각합니다.

Q6 고객 확보, 즉 건설사들의 수요 확보가 필요합니다. 연간 단가 계약으로 쉽지 않다는 평가가 있는데요. 고객 유치와 거래 확보를 위해 어떠한 노력을 기울일지 궁금합니다.

삼표산업은 지난 2016년부터 4차 산업혁명 트렌드에 맞춰 IT 기술과의 접목을 시도해왔습니다. 업계 최초 자동화 시스템 도입을 통한 24시간 무인 출하, 웹과 앱을 통한 주문 편의성 증대 등이 있는데요. 이러한 차별화 서비스 제공은 삼표산업이 경쟁 우위를 갖추는 데 크게 기여할 것입니다. 앞으로도 고객 만족도를 높이는 서비스를 제공할 수 있도록 지속적으로 투자할 계획이며 몰탈 시장을 선도하는 차세대 리더로서 보다 다양한 시도를 할 예정입니다. 또 금번 김해 드라이몰탈 공장 가동을 계기로 공급 권역을 확대함으로써, 고객 서비스를 한 단계 높일 수 있을 것으로 기대합니다.

Q7 삼표가 드라이몰탈 시장에 후발 주자로 나서면서 드라이몰탈 시장 전체의 파이를 확대했다고 볼 수 있는데요. 드라이몰탈 시장이 확대된 이유와 이에 따른 장점은 무엇인가요? 향후 드라이몰탈 시장에 대한 전망도 말씀해주세요.

주 52시간 근무제 도입, 최저임금 상승 등에 따라 현장의 인건비 부담이 가중되는 상황과 모래 수급 문제 등으로 드라이몰탈의 수요는 지속될 전망입니다. 또한 사회 건축 트렌드 변화로 국내 리모델링 시장도 앞으로 지속적으로 성장할 것으로 예상되기 때문에 드라이몰탈 시장 역시 잠재력이 크다고 장담합니다. 이러한 드라이몰탈의 수요 성장으로 삼표 드라이몰탈이 부족한 공급량을 보완했다고 생각합니다.

요즘 사람들의 소통법!
디지털 시대의 커뮤니케이션 플랫폼 돋보기

긴 글보다 1분짜리 영상이 각광받는 시대, 기업의 소통 방법에도 변화가 필요하다. 디지털 시대로 넘어오며 사람들의 소통 방식에는 어떤 변화가 있는지, 최근 떠오르는 디지털 플랫폼은 무엇인지 살펴보며 기업 커뮤니케이션 방식을 함께 고민해본다.

글 황용석(건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수)

일방적인 소통의 매스미디어 시대

커뮤니케이션 기술은 인간의 사고와 감성 그리고 삶의 양식 전반에 영향을 미친다. 인쇄술이 발명되기 전 인간은 구술 방식에 의존했고 다양한 감각을 활용했다. 인간 커뮤니케이션의 원형은 이처럼 면대면으로 진행되는 대화와 같은 구술 커뮤니케이션이라고 할 수 있다. 그러나 구술적 대화에는 소수만 참여할 수 있고, 메시지를 저장하지도 못한다. 반면 제스처나 표정 등 비언어적인 수단까지 동원하면 보다 다양한 방식으로 소통이 가능하고 무엇보다 편리하다는 장점이 있다.

16세기 구텐베르크가 발명한 인쇄기는 책이나 신문과 같은 새로운 문자 미디어의 시대를 열었고, 이 기술은 오늘날의 근대 민주주의, 대중사회, 대중문화의 근간이 되었다. 이른바 '매스미디어 시대'를 연 것이다. 대중사회를 연결하는 언론의 중요성이 커지며 미디어 산업이 성장하기 시작했고 이때부터 소수가 말을 하고 다수가 듣고 보기만 하는 불균형적인 소통의 시대가 형성되었다. 이후 등장한 텔레비전과 방송은 강력한 전파와 영상을 매개로 이런 불균형을 더욱 가속화했다.

이처럼 매스미디어 시대는 언론과 같은 중개자의 시대였다. 매스미디어 시대에 기업들은 언론에 광고를 게재하거나 PR이라는 홍보 활동을 통해 기자들을 설득하는 데 노력을 기울여야 했다. 소비자보다 메시지를 중개하는 자가 더 힘이 컸기 때문이다.

문자에서 탈피해 이미지로 대화하듯 소통하다

그러나 인터넷과 멀티미디어의 등장은 낡은 매스미디어 구조를 해체했고, 다시금 구술 문화의 원형에 가까이 다가가는 길을 텄다. 사람들은 인간이 갖고 있는 대화적 본성을 찾기 위해 스마트폰으로 사진을 찍고 단문의 메시지를 주고받으며 영상 통화를 하기 시작했다. 사라졌던 연줄과 공동체가 소셜 네트워크로 복원되면서 끊임없이 속삭이고 정보를 공유하게 되었다.

이뿐만 아니다. 글쓰기에서 타자로, 터치에서 보이스로 진화하는 미디어의 입력 방식은 더 이상 문자적 도구가 필요 없는 소통 환경을 만들고 있다. 인공지능 기술의 상당 부분이 스피커와 같은 비문자적 명령 체계를 이용한다는 점을 고려하면, 앞으로의 미디어는 대화에 가까워질 것임을 익히 짐작할 수 있다. 오늘날 사람들이 유튜브에서 정보를 찾고 지식을 얻는 영상 중심 행동으로 옮겨가는 것도 문자와 인쇄 미디어 시대에 제한되었던 감각의 불균형을 회복하는 과정이다.

여기서 현시대의 커뮤니케이션 구조의 특징이 도출된다. 첫째는 글쓰기와 같은 논리적 소통에서 구술과 같은 보다 직관적이고 즉문 형태의 소통이 자리 잡는다는 점이다. 둘째는 문자로부터 자유로워지고 영상이 소통의 중심에 놓인다는 점이다. 특히 유무선 네트워크의 초고속화와 스마트폰 같은 개인 단말기의 보급은 영상을 통한 소통 확산에 결정적인 기여를 했다.

사라졌던 연줄과
공동체가 소셜
네트워크로
복원되면서 끊임없이
속삭이고 정보를
공유하게 되었다.
글쓰기에서 타자로,
터치에서 보이스로
진화하는 미디어의
입력 방식은 더 이상
문자적 도구가 필요
없는 소통 환경을
만들고 있다.

플랫폼 vs. 파이프라인

새로운 소통 공간, 즉 페이스북이나 유튜브 같은 디지털 플랫폼의 등장 역시 새로운 가치를 만들고 있다. 플랫폼이라는 용어는 익숙하면서도 정의 내리기 어렵다. 일반적으로 떠오르는 이미지는 '기차역 승강대'이다. 평평한(flat) 모습(form)이라는 일반명사이지만, 기능적 측면에서 보면 다양한 목적으로 이용되는 공간을 뜻한다. 물건과 승객이 오가는 거래의 인프라이다.

플랫폼은 종종 '파이프라인'이라는 용어와 비교된다. 파이프라인은 제품을 생산하는 자에서, 유통하는 자로, 그리고 소비하는 자로 이어지는 단계적이고 선형적인 가치사슬 구조를 의미한다. 이와 달리 플랫폼은 다양한 가치가 교환되는 곳이다. 힐튼이나 메리어트 같은 호텔 체인을 생각해보자. 이 기업들은 땅을 사고, 건물을 짓고, 시설을 구비해서 호텔을 연다. 자신들의 창구를 통해 고객을 받고 수익을 얻는다. 이것이 파이프라인이다.

플랫폼 기업의 매출은 파이프라인 기업과 비교할 수 없이 크다. 참가자의 수가 일정 규모 이상 늘어나면 네트워크 효과가 발생하고 이로 인해 승자 독식 시장이 형성된다. 파이프라인 기업들은 기획에서 생산, 유통 등을 아우르는데 이러한 단선적 가치사슬 구조는 본질적으로 가치 확산에 한계가 있다.

이런 사실은 한때 미디어 업계를 지배하던 지상파 방송사들의 매출 추이를 보면 쉽게 확인된다. 방송통신위원회가 지난 7월 29일 공개한 '2017년 방송사업자 재산 상황 공표집'에 따르면 지난해 지상파 방송사업 총매출(3조 6,837억 원)은 2016년 매출액보다 3,150억 원(7.9%) 감소했다. 이들 지상파 방송사의 매출 총액은 네이버의 2017년도 연간 매출액인 4조 6,785억 원과 현저하게 차이난다. 즉 디지털 플랫폼 기업 한 곳보다 못한 매출을 기록한 것이다. 방송사들은 우수한 인력을 확보하고, 최고 수준의 설비를 보유하면서 한동안 인터넷 개인 방송이나 블로그를 얕잡아 본 것이 사실이다. 그러나 현재 시장에서 방송사들은 개인 크리에이터로 구성된 플랫폼 생태계에 완패했다고 해도 과언이 아니다.

유튜브 전성시대, 그 이유는?

새로운 소통 질서는 과거와 명확하게 대비된다. 앞서 언급한 것처럼, 디지털 플랫폼에 기반한 영상 문화와 소셜 네트워킹 기반의 연결 구조가 본질적인 차이임을 알 수 있다. 유튜브는 이를 설명하는 가장 적절한 사례이다.

디지털 마케팅 전문 회사 메조미디어의 분석에 따르면, 2018년 상반기 국내 인터넷 동영상 광고 시장에서 유튜브가 1,169억 원(40.7%), 페이스북이 930억 원(32.4%)의 매출을 각각 올린 것으로 나타났다. 두 회사를 합치면 시장 점유율은 73.1%에 달한다. 또한 지난 3월 와이즈넷 발표 기준으로 한국인들의 유튜브 이용 시간은 257억 분으로 카카오톡(179억 분), 네이버(126억 분), 페이스북(42억 분)을 압도적으로 앞섰다.

유튜브의 이 같은 약진의 비결은 무엇일까? 그것은 바로 이 플랫폼은 동영상 콘텐츠를 업로드하는 '유튜버' 또는 '크리에이터'를 위한 수익 모델 플랫폼으로 설계되었기 때문이다. 유튜브 이용자들이 보다 더 많은 수익을 얻을 수 있도록 '유튜브 파트너 프로그램'을 2007년 도입해 동영상에 광고를 붙여주고 수익을 분배하고 있다. 또한 크리에이터들이 자신들만의 채널을 만들어 운영할 수 있도록 했다. 말 그대로 거대한 동영상 장터를 마련한 것이다. 이용자들은 유튜브를 무료로 보는 대신 광고를 시청하고 그 수익은 크리에이터와 구글에 분배되었다. 수익 창출이 확인되면서 수많은 크리에이터들이 유튜브에 양질의 콘텐츠를 올리기 시작했고, 유튜브는 규모의 경제를 확보했다. 반면 국내 포털은 블로그나 동영상에서 이 같은 장터 기능을 제대로 구현하지 못했다.

우리가 유튜브의 성공을 평가하는 데 있어 간과해서는 안 되는 것이 또 하나 있다. 바로 빅데이터를 분석한 추천 알고리즘, 즉 인공지능 기술과 소셜 네트워킹 기술이다. 오늘날 플랫폼의 경쟁력 중 핵심 요소는 바로 '데이터'와 '인공지능'이다. 이는 4차 산업혁명의 기반 기술이다.

정보가 너무 많아 이용자에게 과부하를 일으키는 온라인 동영상 산업에서 콘텐츠 추천 시스템은 서비스의 성패를 좌우한다. 유튜브는 이용자 데이터와 성향 추정 정보를 바탕으로 개인화, 맞춤화 추천 동영상을 보여준다. 이로써 유튜브 이용 시간은 늘어나고 그에 따라 광고 수익도 더 늘어난다.

기업은 디지털 플랫폼을 어떻게 이용할 것인가

플랫폼의 영향력은 이미 전 세계 산업 지형에도 반영되어 있다. 'FAANG'이라는 단어가 그것을 말해준다. 이는 미국 정보기술(ICT) 업계를 선도하고 있는 기업인 페이스북, 애플, 아마존, 넷플릭스, 구글을 일컫는 단어다. 2018년 8월 12일 기준으로 집계한 전 세계 기업의 시가총액 순위를 보면, 애플(1,136조 원), 아마존(1,028조 원), 구글(974조 원), 마이크로소프트(944조 원), 페이스북(592조 원) 순서다. FAANG에 포함된 넷플릭스의 시가총액은 미디어 기업 중 가장 높아서 8월 12일 기준 399조 원을 기록하고 있다. 중국의 알리바바(526조 원)와 텐센트(506조 원)까지 포함하면, 시가총액 세계 10위 중 7개가 ICT 기업들이다. 이 같은 통계 수치는 오늘날 산업이 무엇을 중심으로 움직이는지 세상의 소통 질서를 단적으로 보여준다.

이는 디지털 플랫폼 기업들에만 국한되는 흐름이 아니다. 최근 기업들은 SNS 채널이나 QR 코드 기능을 적극 활용하는 등 새로운 소통 질서에 편입하기 위해 노력하고 있다. 또 사내 커뮤니케이션 역시 기존에는 일방적인 방식이 주를 이뤘으나 지금은 그룹웨어 등 디지털 플랫폼을 통해 쌍방향으로 활발하게 이루어지는 추세다. 신문사나 방송사가 차지했던 자리가 크리에이터에게 넘어가고 있는 것처럼, 기업 역시 스스로 채널을 만들고, 영상 등 다양한 콘텐츠를 업로드하며 다양한 가치를 생산해야 하는 시대가 도래했다. 플랫폼 경제의 특성을 이해하고 다양한 가치를 콘텐츠를 통해 발산하며 소비자와 연결점을 찾아야 한다. 그것이 디지털 플랫폼 중심 시대에 기업이 추구해야 할 소통의 방향이다.

솔직함으로 창의성을 육성하라

픽사의 소통 비결

지난 1995년 <토이스토리>를 시작으로 현재까지 총 17편의 장편 애니메이션을 제작한 픽사(Pixar)는 세계에서 가장 창의적인 기업으로 불린다. 할리우드 영화의 흥행 성공률은 15%에 불과한 반면, 픽사가 출시한 영화는 100% 흥행했다. 이들의 기적 같은 신화를 만든 성장 동력을 알아본다.

글 손성곤(직장생활연구소 소장) **참고 자료** 조선일보, 신동아

#1 자유롭게 의견을 개진하라

픽사의 CEO 에드 캣멀은 취임 후 창의적인 기업 문화를 조성하기 위해 노력했다. 그중 가장 대표적인 것은 '브레인 트러스트(Brain Trust)' 제도다. 이 제도는 픽사를 대표하는 핵심 멤버들과 영화감독 등이 한자리에 모여 현재 준비 중인 영화에 대한 이슈 및 어려움을 해결하기 위한 아이디어를 나누는 자리다. 이 자리에서 해당 영화의 감독은 영화 진척 상황과 직면한 문제 등을 설명하고 참석자들로부터 가감 없는 피드백을 받는다.

브레인 트러스트의 핵심은 솔직함이다. 여기서 원칙은 비판의 화살이 사람이 아닌 작품을 향해야 한다는 것이다. 브레인 트러스트의 멤버들은 감독에게 결코 고쳐야 할 점 등을 지시하지 않는다. 영화가 봉착한 문제에 대한 해결책을 동료로서 같이 고민하고 조언할 뿐이며 최종 결정권은 감독에게 있다. 에드 캣멀은 부족한 점이 많은 영화 초기 단계의 수준을 만인에게 사랑받는 수준으로 만드는 과정이 바로 브레인 트러스트라 말한 바 있다. 이러한 제도가 픽사의 성공을 견인하는 동력으로 손꼽히는 것은 사내에 자유롭게 의견을 개진하는 문화가 잘 조성돼 있기 때문이다.

#2 수평으로 소통하라

픽사의 소통 문화를 잘 보여주는 다른 예로 '일일 리뷰 회의' 제도가 있다. 말 그대로 일일 작업물에 대한 리뷰를 나누는 자리다. 픽사에서는 3~4개의 영화 제작이 동시에 이뤄지고, 한 편의 영화에 200명이 넘는 직원이 참여한다. 이 회의에서 구성원들은 자신의 아이디어와 진행 중인 작품 등을 공개해야 한다. 보통 '내 의견이 남에게 어떻게 비쳐질까' 하는 두려움은 창의성을 저해하기 마련이지만 이 자리에선 그런 걱정은 접어둬도 좋다. 직급과 연차에 상관없이 모두 동등하게 자신의 아이디어와 작품을 공개하기 때문이다. 상사와 동료들이 서로의 작업물을 공유하며 소통하는 과정은 놀랍게도 하나의 영화가 완성되는 2년여간 매일같이 반복된다. 우리가 극장에서 보는 픽사의 작품은 집단 창의성의 결집체라 봐도 좋다.

이렇듯 픽사의 솔직하고 자유로운 소통 문화는 구성원의 창의성을 높이고 나아가 흥행 신화의 원동력이 되었다. 누군가는 이 스토리를 읽고 '그저 경영학 교과서에 나오는 외국 회사의 사례일 뿐'이라고 생각할 수도 있지만, 소통은 지속적인 성장을 견인하는 하나의 '비법'임을 기억하자. 지금 우리 팀의 소통은 어떤가. 하루에 10분씩이라도 어제를 리뷰하고 오늘과 내일을 위한 서로의 생각을 공유하는 솔직한 시간을 가져보자. '소통'을 통한 변화는 한순간에 일어나지 않지만, 그 결과는 강력하다.

삼표인의 행복한 먹방 타임

해외여행 중 맛본 뜨끈한 사발면, 부모님과 함께하는 푸짐한 한 상 등 마음까지 든든하게 채워준 한 끼의 추억을 나누는 시간. 맛있는 음식을 눈앞에 둔 삼표 가족들의 즐거운 표정을 감상해볼까요?

정리 편집실

대상

부자 먹방 대결! 아시아게임 축구 한일전 경기를 보며 아들과 저는 먹방 대결을 펼쳤답니다. 아들아, 아빠 아직 살아 있다! 먹는 양이 감당이 안 될 정도로 부쩍 큰 아들을 보니 건강하게 잘 자라고 있다는 생각이 들었답니다.
㈜홍명산업 영업팀 정찬호 차장

금 상

저는 먹을 때 제일 행복하답니다. 먹는 것만큼은 다른 사람에게 지고 싶지 않아요. 점심 먹으면서 저녁 메뉴 구상하고요, 자기 전에는 꼭 내일 뭐 먹을까, 생각하며 잔답니다!
㈜삼표산업 총무팀 나경아 대리

은 상

교회 행사 준비를 마치고 친구들과 한우 타임! 밥과 국수까지 깨끗하게 해치웠답니다.
㈜삼표시멘트 자금팀 최영현 사원

쫀득쫀득 족발, 보쌈에 꼬들꼬들 라면과 시원한 캔맥주 한잔, 캬~! 선선한 가을을 맞아 한강에서 꿀 휴식을 취한 최고의 시간이었어요.
㈜삼표산업 총무팀 민경애 사원

작년 이탈리아 여행 중 베로나 노상 시장에서 맛본 현지 피자! 지친 여행자의 배를 든든히 채워준 고마운 한끼였답니다.
㈜삼표 제도개선팀 윤동훈 대리

동 상

스위스 신혼여행의 백미는 단연 융프라우 정상에서 먹은 사발면! 뜨끈한 라면 한 젓가락에 행복을 만끽하는 남편의 모습입니다.
㈜네비엔 영업팀 최진희 사원

우리 가족은 모두 먹는 양이 엄청나답니다. 막내가 입가심으로 먹는 요구르트 양이 이 정도라면 말 다했죠!
㈜네비엔 영업팀 한정협 대리

푸짐한 음식 앞에서는 웃음이 절로 나는 것 같아요. 두 손 가득 먹방 준비 완료!
㈜네비엔 영업1팀_서대구 우아름 사원

말복 당일 아버지, 어머니, 장인어른, 장모님과 함께 보양식을 먹으러 갔습니다. 어느 때보다 뜻깊고 뿌듯한 말복이었습니다.
㈜삼표산업 아산공장 품질과 김주석 과장

아들과 생애 첫 여행을 다녀오신 아버지. 연거푸 "고맙다, 고생했다" 말씀하시며 소고기 저녁 만찬을 선물해주셨답니다.
㈜삼표 제도개선팀 정희록 차장

굴 한 입, 영양을 품다

계절의 에너지가 응축돼 있는 제철 음식은 건강의 토대다. 10월의 제철 음식 중에서 굴은 '바다의 인삼'이라 불리며 뛰어난 맛과 영양을 자랑한다. 동서양인의 미각을 사로잡은 굴과 관련한 이야기와 효능에 대해 소개한다.

글 편집실 **참고 도서** <세 PD의 미식 기행, 여수> 민음사, 한국농수산식품유통공사, 조선일보

굴의 유래와 숨은 이야기

예로부터 굴은 동서양을 막론하고 많은 이들의 사랑을 받아왔다. 특히 서양에서는 굴을 정력제로 여겨 'Eat oysters, love longer(굴을 먹어라, 보다 오래 사랑하리라)'라는 속담도 전해 내려온다. 역사를 살펴보면 시대를 호령한 영웅부터 희대의 바람둥이까지 굴 애호가가 많다. 특히 프랑스 황제 나폴레옹은 전투 현장에서도 하루 세끼 꼬박 굴을 챙겨 먹을 정도로 즐겼고, 이탈리아의 카사노바는 아침마다 50여 개가 넘는 생굴을 섭취했다고 한다.

동양에서 굴의 유래는 5세기 초 중국 송나라로 거슬러 올라간다. 당시 대나무에 끼워서 생산한 것이 최초의 기록이다. 삼면이 바다인 우리나라는 굴을 생산하기에 최적의 환경을 갖추고 있는데, 그 덕분인지 굴은 우리나라의 가장 오래된 양식 수산물로도 알려져 있다. 현재 우리나라의 굴 생산량은 중국에 이어 세계 2위를 기록하며 유럽 최대 굴 생산국인 프랑스보다도 3배 이상 많은 굴을 생산한다. tvN <수요미식회>에 출연한 이탈리아인 알베르토는 이탈리아에서는 굴 가격이 비싸 특별한 날에만 먹는데 한국에서는 맛도 좋고 저렴한 굴을 아무 때나 먹을 수 있어 문화 충격을 받았다며 놀라움을 표한 바 있다. 그만큼 우리는 풍부한 굴의 혜택을 누리고 있는 셈이다.

영양의 보고, 맛있게 즐기기

굴이 정력제로 여겨진 것은 과학적으로도 근거가 있는 말이다. 굴은 어패류 중에서도 가장 이상적인 영양소를 갖춘 완전식품이다. 특히 정력에 좋은 '아연' 성분이 소고기보다 열세 배, 돼지고기보다 스물아홉 배나 많다. 또 굴에 풍부한 필수 미네랄 성분은 면역 체계를 튼튼하게 해줘 겨울철 보양식으로도 제격이고, 함유된 단백질은 칼로리가 낮아 다이어트에도 도움이 된다.

굴을 즐기는 법은 여러 가지다. 유럽에서는 대개 생굴에 레몬즙을 뿌려 먹는데, 프랑스인들은 샴페인이나 화이트 와인을 곁들인다. 중국에서는 굴을 소스로 만들어 조미료로 활용한다. 우리나라에서는 생굴을 매콤한 초고추장에 찍어 먹거나 굴전, 굴국밥, 굴보쌈 등으로 다채롭게 즐긴다. 굴을 먹을 때 곁들이는 재료는 과일이나 채소가 좋다. 굴에 부족한 비타민 C나 섬유소를 채워주기 때문이다. 특히 소화 기능이 약한 사람이라면 굴과 부추를 함께 먹을 것을 추천한다. 부추의 성질은 차고 굴의 성질은 따뜻해 둘을 함께 먹으면 소화가 잘된다. 굴은 추울수록 제맛이라는 말처럼 굴에 함유된 영양소는 날씨가 추울수록 그 함량이 높아진다고 한다. 쌀쌀한 바람이 부는 계절, 굴 한 점에 담긴 영양으로 내 몸에 활력을 불어넣어보자.

사진 : <수요미식회> 방송 화면 캡쳐

tvN <수요미식회>에서 추천한 굴 맛집

미식가들 사이에 소문난 식당을 소개하는 tvN <수요미식회>에 나온 굴 맛집을 소개한다.

1

신성식당
고기와 굴, 보쌈 김치가 담백한 합(合)을 이루는 굴보쌈, 굴의 본래 맛을 그대로 살린 굴무침으로 유명하다. 100% 예약제로 운영된다.
주소 서울 중구 세종대로14길 22-3
시간 월~금요일 11:30~22:00
주말 11:30~21:00

2

오통영
버터를 넣어 고소한 굴밥, 노릇노릇한 굴전, 굴의 싱싱함과 상큼한 간장 소스가 잘 어울리는 굴초회가 대표 메뉴다.
주소 서울 강남구 선릉로158길 10
시간 월~토요일 11:30~23:00
일 11:30~22:00

3

안동장
지난 1948년 창업한 중국집으로 굴짬뽕 맛집이다. 탱글한 생굴과 겨울 배추의 아삭함, 육수의 조화가 일품.
주소 서울 중구 을지로 124
시간 월~토요일 11:30~21:30
일·공휴일 11:30~20:00

자기충전콘크리트 블루콘 BLUECON SELF™

일반 콘크리트 타설 현장

BLUECON SELF 타설 현장

일반 타설 현장은 콘크리트의 뭉침 현상이 발생하기 때문에 다짐 도구를 이용해 콘크리트 타설 작업을 해야 하지만 자기 충전 콘크리트는 유동성이 강해 다짐 작업을 생략할 수 있어 작업자 1명이 콘크리트 타설을 할 수 있다.

삼표그룹, 특수 콘크리트 '블루콘 셀프' 출시

FIRST 국내 최초 기술로 건설 현장에 새 바람 일으켜

삼표그룹이 국내 최초 압축 강도 21MPa 이상에서도 타설 가능한 자기 충전 콘크리트인 '블루콘 셀프(BLUECON SELF)'를 출시하고 특수 콘크리트 시장 공략에 나섰다. 건설 현장에 새 바람을 일으킬 삼표그룹의 자기 충전 콘크리트, 블루콘 셀프를 소개한다.

건설 시장을 선도할 기술력

삼표그룹 계열사인 삼표산업이 2년여간의 연구 끝에 개발한 블루콘 셀프는 압축 강도 21MPa 이상에서도 타설 가능한 '자기 충전 콘크리트(Self Compacting Concrete)'다. 자기 충전 콘크리트란 콘크리트에 들어가는 시멘트, 모래, 자갈 등의 원료들이 서로 분리되지 않도록 점성을 유지하면서 동시에 유동성이 크게 강화된 콘크리트를 말한다. 국내 자기 충전 콘크리트는 고층 건물의 고강도(35MPa 이상)용으로만 사용됐다. 이번에 삼표산업이 개발한 제품은 콘크리트 배합 시 압축 강도 21MPa 이상에서도 유동성과 점성이 유지된다. 이 덕에 일반 건축물에도 사용될 수 있다.

자기 충전 콘크리트 개발로 이제 현장에서는 콘크리트 타설 시 펌핑 장비(콘크리트를 펌프로 건축물에 부어주는 장비)의 이동을 최소화하고, 콘크리트를 다지는 도구인 바이브레이터 사용을 생략해 타설 시간과 인건비를 감축(최소 50% 이상)할 수 있게 됐다. 현장 소음 제로화 등으로 건설 작업 환경 또한 크게 개선될 전망이다.

삼표산업 특수 콘크리트 부문 전용수 상무는 "최근 주 52시간 근무제 시행, 레미콘 차량 8·5제 운영 등으로 인건비를 비롯한 공사비 상승, 공기 지연 등 어려움이 많은데 자기 충전 콘크리트가 공기 준수, 인건비 절감, 작업 환경 개선 등에 큰 도움이 될 것으로 기대한다"며 "앞으로 국내 고층 건축물뿐만 아니라 일반 건축물에도 이 콘크리트가 널리 사용될 수 있도록 공급을 확대해 나갈 계획"이라고 말했다.

한편 삼표산업은 금년 6월부터 이 제품을 성북동 주택과 회현동 오피스 신축 현장 외 5개 현장에 납품해 타설하는 등 상용화를 시작했다. 해외에서는 미국, 영국, 프랑스, 캐나다 등 건설 선진국 중심으로 이미 자기 충전 콘크리트 시장 점유율이 30%를 웃도는 등 꾸준히 시장을 확대해 나가고 있다.

그룹웨어 '삼표블루샘'의 새로운 단장

원활한 협업 문화를 이끌 소통의 창

사내 업무 인트라넷 '삼표블루샘'이 대대적인 리뉴얼 작업을 거쳐 새롭게 탄생했다. PC·모바일 접근성을 강화한 삼표블루샘은 앞으로 계열사·부서·직원 간 소통을 강화하는 구심점 역할을 할 전망이다.

임직원·회사 간 정보 교류 확대

그룹웨어 '삼표블루샘'이 보다 똑똑하고 편리한 기능을 갖추고 9월 17일부터 본격적인 업무 지원을 시작했다. 지난해 '삼표블루샘'이란 이름을 달고 일부 업그레이드를 진행했지만, 그룹사 분할·통합에 따른 회사·부서별 업무 특성을 반영하기 위해 올해 대대적으로 리뉴얼을 단행한 것이다.

올해 초 회장 신년사에서 "계열사 간 원활한 소통과 협력을 통해 그룹 전체에 시너지를 낼 수 있도록 모두가 힘을 모아야 한다"고 강조할 정도로 우리 그룹은 소통과 협업을 중시하고 있다. 이런 의미에서 리뉴얼된 그룹웨어는 내부 소통의 구심점으로서, 지속적으로 성장하는 회사 규모에 맞춰 계열사·부서·직원 간 소통·협업 기능을 강화하는 데 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

내 손 안의 삼표블루샘

이번 리뉴얼에서 가장 큰 변화는 PC와 모바일 접근성을 끌어올려 언제 어디서나 자유로운 커뮤니케이션이 가능하도록 한 점이다. 모바일 푸시 서비스를 이용해 실시간으로 삼표 포털 콘텐츠를 확인하고 공유할 수 있다. 또 임직원과 회사가 함께 역량을 발전시키고 시너지를 이끌어낼 수 있도록 사내 SNS(소셜 네트워크 서비스) 기능도 접목했다. 임직원 근무 만족도를 높일 수 있는 설문(Poll) 투표 기능과 함께 검색 기능 고도화도 눈길을 끈다. 그룹웨어 게시물은 물론, 첨부 파일 내용까지 검색할 수 있어 정보를 공유하기가 훨씬 쉬워졌다. 협업 메뉴도 보다 똑똑해졌다. 각 계열사와 부서, 팀, 개인 등의 일정을 통합 관리하는 기능이 새로 생겼고 회의실 등 공유 자원 예약과 사용 승인도 통합적으로 할 수 있다. 사용자인터페이스(UI)와 사용자경험(UX) 측면에서 변화를 시도한 점도 돋보인다. 초기 화면에서 자신의 할 일과 업무, 프로젝트 진행 현황 등을 한눈에 볼 수 있다.

BLUESAM

소통 역량 업그레이드!

이번 새 그룹웨어를 통해 그룹 차원의 소통 역량이 한층 강화될 전망이다. 임직원 간 소통 활성화는 물론 지식 공유, 친목 도모 등에서도 중요한 역할을 할 것으로 보인다. 사내 SNS를 통해 분야별 그룹 내부 전문가 협업 수준도 한층 증대될 것으로 기대된다. 삼표그룹 IT 부문 임춘식 대표는 "리뉴얼된 그룹웨어는 임직원 간의 원활한 소통과 정보 공유를 이어주는 매개체가 될 것"이라며 "새 그룹웨어를 통한 소통 확대가 개인 역량 발전으로, 더 나아가 그룹 전체에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대한다"고 말했다.

㈜삼표시멘트 봉사단 '위드'의 바다 정화 활동

무심코 버린 빨대, 바다 동물에게 공포입니다

지난 2015년 코스타리카 연안에서 바다거북 한 마리가 구조되는 영상이 공개됐다. 영상 속 거북이는 한쪽 코에 흰색 막대가 깊숙이 박혀 있어 숨을 가쁘게 내쉬고 있었다. 고통에 몸부림치는 거북을 붙잡고 구조대가 펜치로 막대를 뽑아냈다. 약 10분의 사투 끝에 뽑혀 나온 건 놀랍게도 플라스틱 빨대였다. 이 영상은 무심코 버린 작은 빨대가 바다 동물의 목숨을 얼마나 위협할 수 있는지를 생생하게 보여주었다. 삼표 임직원들도 바다 생물의 보금자리를 지키기 위해 힘을 보탰다.

바다를 살리기 위한 작은 손길

지난 9월 8일 강원도 삼척시 근덕면 덕산해수욕장. 평소에는 비교적 한적한 해변이지만 이날은 오전부터 분위기가 활기에 넘쳤다. 삼표시멘트 삼척공장 자원봉사단 '위드(WITH)' 단원들이 바다 정화 활동을 위해 이곳을 찾으면서다.

이날 자발적으로 참여를 신청한 봉사단원과 가족 등 약 15명이 오전 9시부터 오후 1시까지 4시간 동안 해변에 버려진 쓰레기를 수거했다. 이번 바다 정화 활동은 해양 생물들을 괴롭히는 쓰레기를 직접 수거하고 이 같은 쓰레기를 줄이기 위한 아이디어를 함께 이야기하기 위해 마련됐다. 위드 관계자는 "최근 뉴스에서 플라스틱 빨대가 코에 박혀 고통스러워하는 바다거북을 본 후 이 같은 활동을 계획하게 됐다"며 "이 뜻에 동의한 단원들이 자발적으로 행사에 참여했다"고 말했다.

한마음으로 참가한 바다 정화 활동

주말이라 집에서 쉬고 싶을 법도 한데 참가자들은 열정적으로 바다 정화 활동에 임했다. 더운 날씨에도 누구 하나 지친 기색 없이 최선을 다해 해변 곳곳을 누비며 버려진 쓰레기를 주웠다. 4시간 동안 무려 10포대 정도의 쓰레기를 수거한 참가자들은 "밖에서 볼 때는 깨끗한 줄만 알았는데 쓰레기를 이렇게 많이 수거할 줄 몰랐어요", "바다 정화 활동을 통해 아무렇지 않게 버린 쓰레기가 바다 생물의 생명을 위협한다는 걸 더 잘 알게 됐습니다. 그간 쓰레기를 버렸던 행동이 후회되네요" 등의 소감을 전했다.

지역사회에 불어넣는 행복한 온기

한편 위드는 삼표시멘트 삼척공장 직원으로 구성된 사내 동호회로, 2004년 결성돼 14년째 이웃 사랑을 실천하고 있다. 환경 정화 활동은 물론, 삼척 지역 소외 계층을 위해 장학·복지 등 다양한 분야에서 체계적인 사회공헌 활동을 전개한다.

특히 위드는 직원들이 '십시일반' 모은 기부금을 삼척시 사회복지관을 통해 소외 계층에 전달하고 있다. 지난 5월과 8월, 두 차례에 걸쳐 이 기부금으로 220만 원 상당의 전기장판과 선풍기 등을 구입해 독거노인들에게 전달했다. 또 주기적으로 연탄 배달과 김장 봉사, 환경 정화 활동도 펼친다. 더불어 삼척 진주·남초등학교, 꽃망울지역아동센터, 근덕지역아동센터 등과 연계해 매월 저소득층 아이들에게 급식비를 지원한다. 위드 관계자는 "앞으로도 지역사회와 상생할 수 있는 사회공헌 활동을 펼칠 계획"이라며 "더 많은 곳에 나눔의 온기를 전할 수 있도록 직원분들의 많은 관심을 부탁드린다"고 말했다.

TECHNOLOGY

제2회 삼표그룹 시험검사 숙련도 경연대회 개최

기술 대결로 품질 경쟁력 업그레이드

시험검사의 신뢰성을 높이다

2018 제2회 삼표그룹 시험검사 숙련도 경연대회가 경기도 화성시 통합품질실험센터에서 약 2주간(9월 11~20일)의 대장정 끝에 성공적으로 마무리됐다. 이번 경연대회에는 레미콘·골재·기초소재·몰탈·시멘트 등 40여 개 사업장이 참여했으며, 레미콘·골재·분체 등 3개 부문으로 나뉘어 진행됐다.

작년에 이어 올해로 2회째인 삼표그룹 시험검사 숙련도 경연대회는 품질 담당자들의 사기를 높이고 품질 데이터 신뢰성 향상, 품질 편차 최소화 등을 제고하기 위해 마련된 자리다. 정확도·정밀도를 바탕으로 부문별 평가 규정에 따라 공정하게 심사했는데, 이번 대회 평가 결과는 그룹웨어 게시판을 통해 확인할 수 있다.

본 대회를 주관한 박민용 품질기획담당 상무는 "경연대회가 시험검사에 대한 신뢰성과 수행 능력 향상의 계기가 되기를 기대한다"며 "대회를 더욱 발전시켜 삼표그룹의 품질 경쟁력 발전에 기여할 수 있도록 적극 지원할 계획"이라고 밝혔다.

SYNERGY

제11회 삼표 품질기술 교류회 워크숍

최고의 품질과 기술을 위한 화합의 장

교류와 협력으로 만들어가는 시너지

삼표그룹은 지난 9월 19일부터 20일까지 1박 2일 동안 경기도 양평군에서 '품질기술 교류회 워크숍'을 실시했다. 이번 워크숍에는 삼표그룹의 연구소·혼화제사업부·품질기획팀·품질평가팀·RC품질팀·골재품질팀 등에서 연구 개발(R&D)과 품질을 담당하는 임직원 30여 명이 참석했다.

삼표 품질기술 교류회는 그룹 내 기술·품질 현황, 신기술·공법 개발 등 정보 교류를 통해 문제점을 찾고 해결책을 모색하기 위해 마련된 프로그램이다. 2017년 10월 발족 후 매달 개최돼 왔으며, 이번에 1주년을 맞아 워크숍으로 진행, '우리의 품질·기술'이란 주제로 다양한 의견을 주고받았다.

워크숍을 주관한 품질기획팀은 "이번 워크숍을 통해 차별화된 품질·기술력 확보를 위한 초석을 마련했다"며 "그룹 시너지 창출과 사업부별 동반성장을 위해 앞으로도 지속적으로 기술 교류 등의 협력을 이어갈 것"이라고 밝혔다.

입사를 축하합니다!

회사명	팀명	이름	직급	입사 일자
㈜삼표	전기제어팀	이서희	대리	2018-07-01
	시멘트SM팀	김한글	5급	2018-07-01
	전략기획팀	이재범	부장	2018-08-06
	홍보팀	이선화	대리	2018-09-01
	전기제어팀	백상원	대리	2018-09-01
	홍보팀	김미미	5급	2018-09-17
㈜삼표산업	인천공장 영업과	권혁진	5급	2018-07-01
	원료검사팀	김성균	5급	2018-07-01
	원료검사팀	김승현	5급	2018-07-01
	원료검사팀	김재훈	5급	2018-07-01
	원료검사팀	조두희	5급	2018-07-01
	원료검사팀	지석윤	5급	2018-07-01
	원료검사팀	황인철	5급	2018-07-01
	원료검사팀	황정현	5급	2018-07-01
	원료검사팀	허민석	5급	2018-07-01
	인천몰탈공장 생산팀	김형곤	사원	2018-07-01
	인천몰탈공장 생산팀	김영곤	사원	2018-07-01
	혼화제공장 연구개발팀	변주희	5급	2018-07-01
	혼화제공장 연구개발팀	박영성	5급	2018-07-01
	성수공장 관리과	선영희	사원	2018-07-01
	성수공장 관리과	박미경	사원	2018-07-01
	성수공장 관리과	임세진	사원	2018-07-01
	김해공장 건설팀	서주환	사원	2018-07-01
	김해공장 건설팀	최지호	사원	2018-07-01
	김해공장 건설팀	최장훈	사원	2018-07-01
	몰탈영업3팀	김라현	6급	2018-07-09
	인천공장 관리과	김창길	사원	2018-07-09
	김해공장 건설팀	김동현	사원	2018-07-09
	회계1팀	박찬양	5급	2018-07-16
	양주공장 영업과	배중택	과장	2018-07-16
	화성몰탈공장 생산팀	한현훈	사원	2018-07-16
	인천공장 관리과	류정호	5급	2018-07-18
	풍납공장 관리과	김현태	사원	2018-07-18
	인천몰탈공장 생산팀	김정봉	과장	2018-07-23
	서부공장 관리과	백승애	사원	2018-07-23
	몰탈신사업팀(장)	박세훈	차장	2018-07-23
	용인공장 관리과	한충현	사원	2018-08-01
	화성몰탈공장 생산팀	유용철	주임	2018-08-01
	안양공장 관리과	배계연	사원	2018-08-01
	남부공장 관리과	이두희	주임	2018-08-08
	재무기획1팀(장)	강동균	부장	2018-08-16
	총무팀	정원	5급	2018-08-20
	양주공장 관리과	진연주	5급	2018-08-20
	화성몰탈공장 생산팀	송영상	사원	2018-08-20
	인천공장 관리과	한진호	사원	2018-08-20
	총무팀	김은혜	5급	2018-08-22
	화성몰탈공장 생산팀	황진명	주임	2018-08-24
	HRD팀	정승훈	과장	2018-09-01
	화성몰탈공장 생산팀	류관	주임	2018-09-01

회사명	팀명	이름	직급	입사 일자
㈜삼표산업	남부영업팀	이화용	대리	2018-09-10
	구매기획팀	정종화	대리	2018-09-10
	몰탈기획팀	장은수	대리	2018-09-10
	화성몰탈공장 생산팀	김정현	사원	2018-09-17
삼표기초소재㈜	49광구사업소	함승훈	대리	2018-07-01
	당진Slag공장 생산팀	장준범	사원	2018-07-01
	당진Slag공장 생산팀	임재형	사원	2018-07-01
	중기기술팀	문효주	5급	2018-07-09
	동서울공장 관리과	정옥연	사원	2018-07-11
	광주공장 관리과	김형래	5급	2018-07-16
	당진Slag공장 생산팀	장유태	5급	2018-07-23
	당진Slag공장 생산팀	김지호	사원	2018-08-13
	중기기술팀	임성혁	6급	2018-08-20
	동서울공장 관리과	김도훈	주임	2018-09-01
㈜삼표시멘트	해운관리팀	김태헌	사원(4급)	2018-07-02
	회계팀	하혜주	사원(4급)	2018-07-23
	경영관리 담당	나용인	상무보	2018-08-01
	공무팀	배일룡	차장	2018-08-16
	NLPTFT	차창환	부장	2018-08-22
	생산지원본부	최법호	상무	2018-09-10
삼표레일웨이㈜	PST공장(장)	이우헌	부장	2018-08-13
㈜팬트랙	연마유지보수팀	백승업	기능	2018-07-06
	연마유지보수팀	김중연	기능	2018-08-20
	연마유지보수팀	김종만	기능	2018-09-14
	연마유지보수팀	도홍구	기능	2018-09-14
삼표피앤씨㈜	마케팅2팀	장웅	5급	2018-07-01
	PC공사팀	김근주	차장	2018-07-01
	PC공사팀	박종원	대리	2018-07-01
	제천공장 생산팀	엄기승	기능	2018-07-23
	여주공장 관리팀	김준경	기능	2018-07-24
	안전환경팀	허창진	대리	2018-08-13
	제천공장 생산팀	정성곤	기능	2018-08-13
	포항공장 생산팀	김명환	5급	2018-08-22
	포항공장 생산팀	이윤제	5급	2018-08-22
	여주공장 생산팀	이창섭	5급	2018-08-22
	여주공장 생산팀	양영모	5급	2018-08-22
	PC공사팀	임종우	기능	2018-08-24
	제천공장 생산팀	권병현	사원	2018-09-01
	제천공장 생산팀	금유준	사원	2018-09-01
	제천공장 생산팀	전형일	대리	2018-09-10
	청주공장 관리공무팀	이성락	기능	2018-09-10
	여주공장 품질관리팀	이상현	6급	2018-09-10
㈜NRC	연천사업소 생산팀	김동찬	5급	2018-07-16
㈜경한	S/D생산팀	이경목	6남	2018-09-07
㈜네비엔	건축/토목공사팀	박정	차장	2018-07-09
	단양생산팀/현장	박수현	촉탁	2018-07-16
	총무팀	석수명	5남	2018-08-20
	건축/토목공사팀	하민우	과장	2018-09-01
	총무팀	박세진	5여	2018-09-17

* 입사 일자 : 2018년 6월 26일~9월 21일

독자 퀴즈

Q1. 우리 그룹은 최근 계열사·부서·임직원 간 원활한 소통과 협업 강화를 위해 그룹웨어 리뉴얼을 단행했는데요. 자유로운 커뮤니케이션 문화를 위해 새롭게 변신한 그룹웨어의 정식 명칭은 무엇일까요?

ㅅㅍㅂㄹㅅ

Q2. 우리 그룹이 세 번째 드라이몰탈 공장을 준공한 지역은 어디일까요? 진영갈비, 불암장어 등의 먹거리가 유명하고 가야 김수로왕의 탄생지로 알려진 곳입니다. 우리 그룹 재무기획담당 임원분 이름과도 같은 이 지역명을 맞혀주세요.

ㄱㅎ

두 문제의 정답을 11월 20일까지 이메일[kmm@sampyo.co.kr 홍보팀 김미미 사원]로 보내주시면 추첨을 통해 신세계 상품권 3만 원권을 드립니다. 임직원분들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

지난 호 퀴즈 정답

Change Agent

당첨을 축하합니다

㈜삼표산업 **청원공장 관리과** 이상범 과장
㈜네비엔 **영업1팀_서대구** 김효정 사원
삼표피앤씨㈜ SM팀 방기환 사원
㈜경한 **SM팀** 우용훈 대리
삼표기초소재㈜ 분체기획팀 이건희 사원
㈜삼표산업 **사업개발팀** 이은식 차장
㈜삼표시멘트 **T/S팀** 윤경상 부장
㈜삼표 **경영관리팀** 유수진 과장
㈜삼표시멘트 **삼척공장 생산2팀** 박현철 기사
㈜삼표 **D/T팀 북부물류영업소** 이병진 사원

함께 만드는 사람들

삼표그룹 사보는 계열사 곳곳의 소식을 전 그룹사에 전파하고자 사보 기자를 운영하고 있습니다. 뉴스거리를 제보하고 싶으신 분들은 소속 기자에게 적극적으로 알려주시기 바랍니다.

본사 ㈜삼표 홍보팀
이선화 대리 lsh8853@sampyo.co.kr
김미미 사원 kmm@sampyo.co.kr

레미콘 ㈜삼표산업 레미콘공장운영팀
박종필 사원 pjp1027@sampyo.co.kr

골재 ㈜삼표산업 골재신사업팀
이상윤 사원 sylee5444@sampyo.co.kr

분체 삼표기초소재㈜ 분체기획팀
박은지 사원 knam0908@sampyo.co.kr

시멘트 ㈜삼표시멘트 경영관리팀
이재우 대리 jaewoo2.lee@sampyo.co.kr

철도 삼표레일웨이㈜ 경영기획팀
전지혜 사원 jjh6906@sampyoenc.com

건설 삼표피앤씨㈜ 파일영업팀
이동섭 사원 b_suave@sampyopnc.com

철스크랩, 환경자원 ㈜네비엔 환경기획팀
서동욱 차장 sdu2004@neven.co.kr

물류 ㈜삼표 DT팀
박순찬 대리 akskslarhk@sampyo.co.kr

IT ㈜삼표 시스템2팀
김은선 대리 dbswls1208@sampyo.co.kr