

아름 유튜브로 사장님과 소통하는 시간 새로웠습니다.

i 2탄 가나요~?

k 좋은 말씀 감사합니다. 앞으로도 자주 소통해 주세요~~

함께하는 이야기 킷

Storyway



CONTENTS



01

CEO 메시지

일문일답! 유튜브
라이브 소통 콘서트



04

코레일유통 가족소개

찰칵! 우리 가족을
소개합니다



06

코레일유통 특파원

어서 와! 이런
축하는 처음이지?

08

업무 탐구생활

“보람을 느낄 때요?
광고를 유치했을 때죠!”

10

화제의 이슈 Talk

ESG 경영,
선택이 아닌 필수

12

지금 출발합니다

눈꽃이 빛은 황홀경,
한라산

16

만남의 광장

출퇴근길, 일상의 행복을
나누는 꽃집

18

그땐 그랬지

홍익회로 시작된 인연,
코레일유통으로 매듭짓다

20

코레일유통 추억소환

부활을 꿈꾸는
사내 동아리

22

올해의 Keyword

연말 결산! 올해의
코레일유통 키워드

코레일유통 사보 통권 제2호

발행처 코레일유통 발행인 조형익 편집인 전략기획실 혁신평가처장 강기운 기획·실행 임현명 파트장, 윤시현 주임
참여(사보 서포터즈) 강승리, 기미영, 김단비, 김도연, 김도희, 김영재, 김정준, 김현수, 박성민, 박양식, 박윤창
서동곤, 서지연, 성지민, 오상훈, 유재욱, 이민희, 이슬아, 이아름, 이현욱, 정국현, 정덕형, 허준희
발행일 2021년 12월 1일 주소 (07258) 서울시 영등포구 국회대로 612(당산동3가) 문의 070-7092-7879
홈페이지 www.korailretail.com 편집·디자인 더디앤씨 www.thednc.co.kr

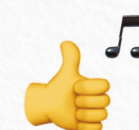


온라인 사보



유튜브 라이브 소통 콘서트

일문일답, 대표이사에게 듣습니다!



지난 11월 10일, 코레일유통 창립 이래
CEO와 임직원들이 유튜브 라이브 방송을
통해 처음으로 소통하는 시간을 가졌다.
회사의 비전은 물론 CEO의 경영 철학,
평소 가치관, 재치있는 유머 센스 등을
엿볼 수 있었던 알찬 시간이었다.
바쁜 업무로 라이브 방송을 놓친 직원들은
무척이나 아쉬워했다는 후문이다.

글 편집부 · 사진 김민정

오후 3시, 예정된 시간에 맞춰 라이브 방송에 조형익 CEO가 등장했다. 밝고 활기차게 인사를 하는 CEO의 모습에 댓글창 역시 바로 활기를 띠었다. 실시간으로 접속한 직원들은 “오늘 너무 기대됩니다 ^^”, “사장님을 라방으로 만나다니 🥰 기분이 색다르네요~”, “잘 생겼다 👍” 등의 댓글로 반가움을 표현했다. 직원들만큼이나 상기된 표정으로 의자에 앉은 CEO는 “채팅창에 남겨주신 여러분의 댓글을 보느라 눈이 아주 바쁘네요”라는 농담으로 라이브 소통 콘서트의 문을 열었다. 처음에 라이브 방송으로 사장님과 함께하는 시간을 갖는다고 했을 때만 해도 직원들은 실화냐며 반문했다. CEO와의 라이브 방송을 기획한 것만으로도 놀라운데, 이를 흔쾌히 수락한 CEO의 유연한 태도가 신선하게 다가왔기 때문이다. 우리 회사가 한층 젊어진 기분이라는 반응, 임원진과 친근하게 소통하는 조직문화가 자리 잡아야 한다는 반응, 댓글로 사장님 웃겨보겠다는 반응 등 여러 반응이 뒤섞여 소통 콘서트에 대한 기대감이 높이 올라갔다.

양방향 소통의 실천, 랜선 소통 콘서트

소통 콘서트의 사회는 이번 라이브 방송을 기획한 혁신평가처 윤시현 주임과 이재호 주임의 공동사회로 진행됐다. 두 사람은 번갈아 CEO에게 질문을 하고, 센스 넘치는 댓글을 읽으며 30분의 시간을 꽉 채웠다. 평소 사장님께 궁금했던 사항을 댓글로 자유롭게 달아달라는 이재호 주임의 멘트에 댓글창이 빠른 속도로 올라갔다. “사장님만의 스트레스 해소법이 있으신가요?”, “사장님도 월요병이 있으신가요?”, “코로나19가 종식되면 제일 먼저 무엇을 해보고 싶으세요?”, “일상 속 위안과 힐링을 얻는 방법이 있으신가요?”, “사장님께서 감명 깊게 읽은 책이 궁금합니다” 등의 다양한 댓글이 달렸다.

직원들이 댓글을 남기는 동안, 이재호 주임은 “사람과 소통할 때 사장님께서 가장 중요하게 생각하는 것이 무엇이나”는 첫 번째 질문으로 오늘의 자리가 마련된 취지를 물었다. 이에 조형익 CEO는 “동등한 입장에서 양방향으로 자유롭게 의견을 나누는 것이 소통이라고 생각한다”며 “앞으로 수직적인 소통이 아닌 수평적인 소통이 자주 이뤄졌으면 좋겠다”라는 의견을 내비쳤다.

물 흐르듯 자연스럽게 이어지는 조형익 CEO의 답변이 여러 번 오가고, 직원들이 댓글을 통해 가장 많이 질문했던 CEO의 취미, 스트레스 해소법에 대한 궁금증을 해소하는 시간을 가졌다. 이에 조형익 CEO는 “90년대 중반부터 볼링을 즐겨 했다”라며 “스트라이크로 볼링핀이 공에 맞아 일제히 쓰러질 때 짜릿함과 쾌감이 크다”라고 덧붙였다. 또 “볼링 외에는 산책도 즐기는데 지금도 걷는 것을 좋아해서 자주 걷고 있다”라며 일상 속 CEO의 모습도 엿볼 수 있었다.

회사 운영과 사업 비전에 대해 듣는 시간

CEO와 직원들이 함께하는 첫 번째 소통 콘서트인 만큼 회사 운영과 사업 비전에 대해서도 물어보지 않을 수 없는 바, 두 사회자는 코로나19로 인한 매출 감소와 유통시장 구조 변화에 따른 코레일유통의 방향성, 공공기관으로서 수익성과 공익이라는 두 가지를 모두 수행하는 현명한 방법 등에 대해 질문을 이어나갔다.

조형익 CEO는 “철도역사 내 유통소매업을 탈피해 온라인



동등한 입장에서 양방향으로 자유롭게 의견을 나누는 것이 소통이라고 생각한다.

앞으로 수직적인 소통이 아닌 수평적인 소통이

자주 이뤄졌으면 좋겠다.



플랫폼 중심으로 사업 전환이 필요하다”라며 “우리 회사의 장점인 철도 인프라와 온라인 플랫폼을 접목시킨 혁신적인 사업으로 지속가능한 성장 동력을 강화해야 한다”라고 강조했다. 또 CEO는 “공익과 수익성이라는 두 가지를 추구하는 게 매우 어려운 일이지만, 그럴수록 지속가능한 수익모델에 공익사업을 구조화해 코레일유통만의 차별화된 K-유통 전략이 필요하다”라며 “지역 특산물의 공공 직거래 판로 확대를 위한 유통채널 제공, 로컬푸드 활성화를 위한 지역 경제 네트워크 조성 등 코레일유통의 미래 먹거리를 개발해야 할 것”이라며 힘주어 말했다.

CEO의 말을 주의 깊게 듣고 있던 이재호 주임은 공익과 수익의 두 마리 토끼를 쫓는 것이 어렵지만, 그 어려운 것을 해내고 있는 우리 모두를 위해 파이팅을 하자며 먼저 “코레일유통”을 선창했다. 조형익 CEO와 윤시현 주임이 “파이팅”이라며 따라 외치자, 직원들도 “파이팅👊”, “파이팅! 아자아자!👊”라는 댓글을 남기며 함께 응원 메시지를 나누었다.

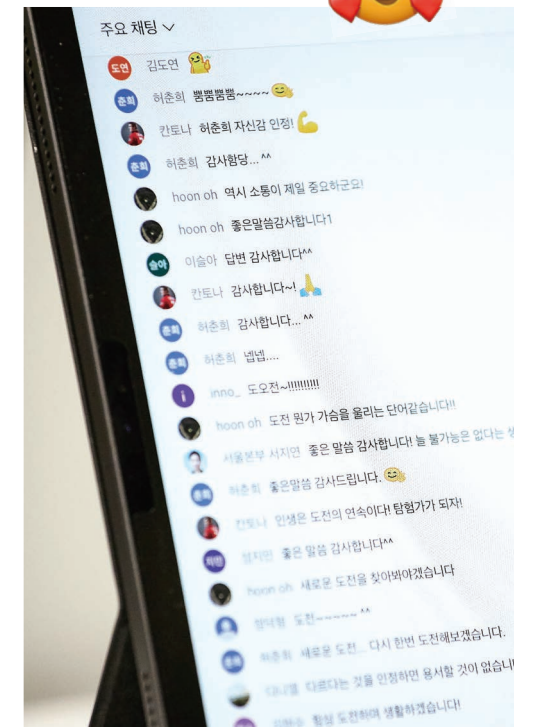
CEO에 대한 소소한 궁금증도 해결!

사뭇 진지했던 분위기를 새롭게 환기하며, 직원들이 댓글로 남겨준 소소한 궁금증을 해소하는 시간도 가졌다. 코레일에 근무할 때 느꼈던 코레일유통에 대한 시각과 CEO로 코레일유통에서 근무하면서 느낀 생각을 묻자 조형익 CEO는 “우리 회사 직원들이 코레일 직원을 조금 어렵게 생각하는 것 같은데, 동등한 입장에서 일하면 좋겠다”라며 “우리 모두는 소중한 존재이고, 훌륭한 능력을 갖춘 인재들인 만큼 자부심을 가지고 당당하게 일하면서 어떤 일이든 도전을 해보면 좋겠다”라는 말로 격려해 주었다. 또 훗날 어떤 사장님으로 기억되고 싶느냐는 질문에는 “저 또한 어떤 관리자로 남을까 고민을 많이 했다”라며 “우리 조직이 한 단계 더 올라가는데 일조하는 관리자로 기억되고 싶다”라는 바람을 내비쳤다.

CEO의 솔직 담백한 답변과 직원들의 적극적인 질문으로 소통 콘서트는 끊임없이 대화가 이어졌다. 어느덧 약속했던 30분이 지나고, 조형익 CEO도 직원들도 아쉬운 이별을 해야 했다. 소통 콘서트를 마친 소감을 묻자 조형익 CEO는 “오늘이 저의 유튜브 데뷔일이네요”라며 “30분이 짧게 느

껴질 정도로 귀한 시간이었고, 질문에 더 많은 답변을 드릴 수 있게 소통의 자리를 더 자주 만들겠다”라고 말했다. 또 CEO는 “코로나19로 대면소통을 자주 하지 못했는데, 이러한 방식으로 자주 소통하다 보면 우리 조직의 분위기가 명량하고 즐거워질 수 있을 것 같다”며 유연해질 조직문화에 대한 기대감을 드러냈다. 직원들 역시 아쉬웠는지 “벌써 끝나요? ㅠ ㅠ”, “2탄 가나요?”, “너무 즐거웠습니다”, “브이라이브도 해주세요”라는 댓글로 아쉬움을 드러냈다.

처음 하는 라이브 방송이었지만, 긴장감보다는 공감대와 웃음으로 물들었던 시간. 사회적 거리두기로 멀어졌던 거리가 조금씩 가까워짐을 모두가 느끼는 시간이었다. 이번 소통 콘서트는 간략하게 편집한 영상을 공식 유튜브 채널 ‘코레일유통TV’를 통해 제공할 예정이니, 실시간으로 참여하지 못했던 직원들은 편집본으로 다시 볼 수 있다.



적극적으로 의견을 남기며 댓글로 소통했던 직원들



찰칵! 새로 찍은 가족사진 우리 가족을 소개합니다



#육아휴직 #일본생활

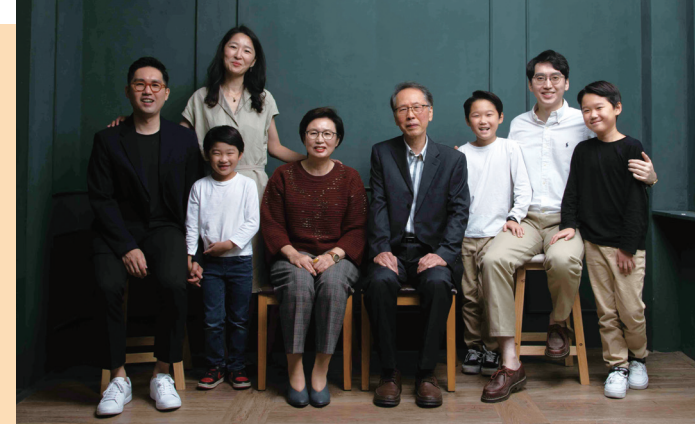
경기본부 이정재 주임

빛나는 아이들의 순간을 남겨두고 싶어 평소에도 아이들과 사진을 즐겨 찍는데, 스튜디오에서 가족사진을 찍으니 또 하나의 추억이 생긴 것 같네요.

저는 2017년에 일본인 아내와 결혼해 딸, 아들 하나씩 두고 있습니다. 결혼 후 출산과 육아에 쫓기다 보니 한동안 일본에 가지 못해 아내에게 미안했는데, 둘째의 출산을 앞두고 육아휴직을 신청해 한 달간 일본에서 생활할 수 있었습니다. 2년 만에 장인, 장모님을 찾아 뵙고 아내가 고향 집에서 밥을 먹으며 즐거워하는 모습을 보니 저 또한 묘한 기분이 들면서 행복했습니다. 짧은 시간이었지만, 육아휴직을 통해 한 달간 일본에서 보낸 시간은 둘도 없는 추억이 되었습니다.



워라밸?! 일과 가정의 양립?! 과거에는 먼 얘기처럼 여겨졌던 이러한 용어들이 이제는 당연해지고 있다. 코레일유통에서도 육아휴직, 유연근무, 가족돌봄휴가 등 가족친화 제도를 적극적으로 사용하며 일도 가정도 지키는 네 가족에게 특별한 추억을 남길 수 있는 가족사진 촬영을 지원했다.



#조카바보 #삼촌미소 #삼총사

인사협력처 최시승 주임

흔히 얘기하는 '조카바보' 바로 저예요. 조카가 모두 3명인데요. 조카 삼총사를 볼 때마다 저도 모르게 삼촌미소가 지어집니다. 형네 가족이 외국에서 생활하기에 잠깐씩 한국에 들어올 때 빼놓고는 주로 영상통화를 하는데, 최근에 잠시 한국에 들어와 있어서 완전히 가족이 자주 모이고 있어요. 금요일에 유연근무제를 사용하고 "삼촌 이제 출발할게"라고 전화하면 도착 시간에 맞춰 집앞에 마중 나와있는 조카 삼총사를 보면 제가 더 빨리 오지 못해 미안한 마음이 들 정도입니다. 형과 형수, 조카가 다시 외국으로 출국하기 전까지 조카들이 주는 행복을 마음껏 느끼고 싶습니다.

총무지원처 김동현 대리

왼쪽부터 저, 작은아들, 큰아들, 아내입니다. 아내는 저보다 키도 작고 몸무게도 적게 나가지만 제가 한 번도 이겨본 적 없는 사람이고요(웃음). 9살인 첫째 아들은 저를 닮아 차분한 성격에 외모도 매우 준수한데, 5살인 둘째 아들은 장난꾸러기 녀석입니다. 한때 회사를 너무 사랑해서 평일에 야근, 주말에도 출근하다 보니 둘째와 애착관계가 잘 형성되지 않아 저에게 안기지만 하면 울어대곤 했습니다. 아이와 점점 소원해지는 제가 너무 한심해서 큰마음을 먹고 육아휴직을 했는데요. 8개월간 육아에 집중하다 보니 이제는 저만 보면 안아달라고 할 정도로 둘째가 변했습니다. 지금은 유연근무를 통해 가족과 저녁을 함께하는 삶을 살고 있습니다. 저에게 워라밸은 회사와 가정 모두를 지키는 힘이라고 생각하며, 이러한 복지제도를 지원해준 회사에 감사를 표합니다.



#천하무적 와이프 #육아휴직 #워라밸
#회사 복지

상품물류처 안현경 과장

저희는 2005년에 결혼한 사내 커플이에요. 이듬해 9월에 아이를 낳았는데, 그때만 해도 육아휴직을 쓰는 분위기가 아니라 출산휴가 3개월 만에 복직했죠. 100일이 갓 지난 아기를 대구에 계신 시부모님께 맡기고 주말마다 눈물 바람으로 지냈어요. 그러다가 안 되겠다 싶어 친정집 근처로 이사해 부모님께 육아를 부탁드렸죠. 딸이 낳은 자식까지 키우시느라 고생하신 친정 부모님께는 늘 고맙고 죄송한 마음이에요. 요즘은 유연근무제 덕분에 5시에 퇴근해 아이 저녁 밥도 챙겨주고, 학교에 행사가 있으면 자녀돌봄휴가로 함께 시간을 보내 엄마로서 어깨가 많이 가벼워진 느낌입니다.



#사내커플 #출산휴가 #유연근무제
#자녀돌봄휴가





찾아가는 칭찬 서비스 어서 와! 이런 축하는 처음이지?

고소한 빵 냄새가 후각을 자극하는
동대구역. 대구경북본부 구성원들의
노력으로 대구의 명물이라 불리는
맛집들이 줄지어 들어서 있다.
맛있는 유혹을 뿌리치고 역사 끝에
위치한 대구경북본부 사무실에
들어서니 선한 눈매를 가진 웃는
얼굴의 우량현 과장이 눈에 띈다.

글 편집부 · 사진 김민정

“우량현 과장님 좀 칭찬감옥에 가둬주세요!” 쑥스러워 동료
에게 하지 못했던 칭찬을 대신해 준다는 사내 공모에 여러
본부에서 우량현 과장을 추천했다. 타 본부에서 함께 일했
던 동료, 전화와 이메일로 협업했던 동료 등 지역과 직급에
상관없이 우 과장을 추천하는 글이 이어졌다.

“당시 신입사원이었던 저에게 유쾌한 부산 사투리로 농담
도 건네면서 편안하게 업무를 알려주셔서 낯선 직장생활과
외로운 타향살이를 잘 적응할 수 있었던 것 같아요.”

“선후배 직원들에게 항상 모범이 되는 분입니다. 과장님만
의 따뜻한 카리스마는 세대를 아우르는 유연한 조직문화에
꼭 필요한 리더십이라고 생각합니다.”

동료들의 고마운 마음을 어깨띠에 새겨 박수 속에 가둬두
니, 우 과장은 무척이나 쑥스러운 듯 얼굴을 감쌌다. “살면서
이런 칭찬을 받아보진 처음이에요. 고맙습니다. 기념으로 어
깨띠를 집에 걸어놔야겠어요.” 우 과장은 본부를 대표해 자
신이 받는 것 같으며, 그동안 함께 일한 동료들에게 감사를
표했다.



동료들에 대한 고마운 마음 등 복잡한 감정이 감격으로 치환
되는 것이다. “일하는 모든 시간이 소중하지만, 매장을 오픈
할 때 가장 보람을 느껴요. 동료들의 관심 속에 오픈하는 매
장을 보면 함께 애써준 동료들에게 더욱 고마운 마음이 차오
르는 것 같아요.”

지역 특화 매장유치에 집중한 대구경북본부

우량현 과장이 있는 대구경북본부는 지난해 코로나19
직격탄을 맞아 모두가 힘든 시기를 보내야 했다. 동서남북
을 잇는 환승지로 붐비던 동대구역이 텅 비고, 매장이 문을
닫으니 사무실 분위기도 가라앉을 수밖에 없었다. 언젠가는
일상을 회복할 거라는 희망으로 일해왔다는 구성원들. 긍정
적인 마인드 덕분인지 동대구역도 점차 활기를 찾고, 지금은
다시 맛있는 냄새로 철도 이용객의 발목을 붙잡고 있다. 이
름만 들으면 알만한 삼송빵집, 대구근대골목단팻빵, 반월당
닭강정을 비롯해 대구 약령시(한약재 시장)와 제휴해 운영
중인 메디시티Medi City 매장 등 대구를 대표하는 지역 상품들
이 동대구역을 환하게 밝히고 있다.

활력을 되찾은 동대구역을 보면 그저 뿌듯하다는 우량현
과장. “코로나19의 위기가 해를 넘겨 이어져 왔는데, 위기
속에서도 새로운 희망을 찾기 위해 고군분투한 동료들
덕분에 지금의 대구경북본부가 있는 것 같다”라며 “내년에
도 함께 건강하고, 행복하게 일했으면 좋겠다”라는 응원의
말을 전했다.

동료들과 함께한 시간 27.5년

우량현 과장은 부산경남본부에서 근무하다 올해 1월 대구경
북본부로 발령받아 왔다. 대구경북본부는 이전에도 근무한
경험이 있었던 데다, 순환근무를 하며 함께 일했던 동료들을
다시 만나 새로운 적응은 필요하지 않았다. 젊은 대구경북본
부가 자기 때문에 평균연령이 올라가 미안하다는 우 과장 뒤
로 동료들은 매일 KTX로 부산-대구를 오가며 출퇴근하는
그녀에게 오히려 엄지척을 선보였다.

코레일유통과 함께한 지 어느덧 27.5년. 홍익회 시절 서무
업무를 시작으로 우 과장은 현재 매장 개발, 리뉴얼 및 업
종 변경, 신규 업종 발굴, 디자인 심의 등의 업무를 담당하고
있다. 역사 내 단기매장으로 처음 유치한 캔디전문점 위니비
니WeenyBeeny도 우량현 과장이 맺은 결실 중 하나다. 매장이
오픈할 때면 사장님이나 점주들만큼이나 감격스럽고 가슴
이 벅차오른다는 우량현 과장. 매장 발굴을 위해 수십 통의
전화통화를 하고 발로 뛰어다니던 일, 구청에서 영업신고증을
내주지 않아 애태운 일, 자기 일처럼 발벗고 나서서 도와준





광고사업처 박민기 주임
**보람을
느낄 때요?
광고를
유치했을 때죠!**

코레일유통의 사업 범위는 다양하다. 흔히 코레일유통 하면 편의점 스토리웨어나 자판기 등의 유통사업을 떠올리지만, 코레일 구간 철도역사 내 눈길을 사로잡는 ‘광고’ 운영 역시 담당하고 있다. 광고 업무 담당 2년 차 박민기 주임을 만나 코레일유통의 광고사업을 알아보았다.

글 편집부 · 사진 김민정

◎ 현재 맡고 있는 광고 업무에 대해 소개 부탁드립니다.

Ⓐ 제가 속해 있는 광고사업처에서는 KTX 역사를 포함해 전국 철도역사와 수도권 지하철 및 철도차량 내 광고 운영을 담당하고 있는데요. 저는 용산역 직영광고를 담당하고 있습니다. 직영광고는 광고주의 의뢰를 받아서 광고를 노출하는 대행광고와 달리 역사 내 비정형화된 매체를 개발해 새롭게 광고를 유치하거나 유휴공간에 프로모션 광고를 진행하는 것을 말합니다. 우리사에서 설치, 유지 보수하며 직접 운영하는 광고 매체(서울, 용산, 동대구 등의 KTX 주요 역사) 관리도 함께 담당하고 있어 광고주 유치에도 심혈을 기울이고 있습니다.

◎ 용산역은 KTX 역사 중에서도 광고매체가 많은데, 용산역만의 특징이 있나요?

Ⓐ 유통인구도 많고 광고주의 관심이 큰 용산역이나 서울역은 진행 중인 광고뿐 아니라, 판매되지 않은 광고매체에 대해서도 신경을 쓰는 편입니다. 미판매된 매체는 빈 화면으로 놔두기보다는 디자인적으로 완성도 높은 도안이나 그래픽 이미지 등을 게시합니다. 광고주 유치를 위한 광고제안서를 제작할 때도 표현 문구를 한 번 더 고민하고, 사진과 디자인도 신경을 많이 씁니다.

◎ 그렇다면, KTX 역사 중 용산역의 광고 매출이 제일 크가요?

Ⓐ 현재(9월 기준) 용산역은 광고매체가 100% 판매 완료된 상태인데, (제 자랑 같지만) 매출도 가장 높아요. ^^

◎ 일반 광고와 철도 광고는 어떤 점이 다른가요?

Ⓐ 철도광고는 아무래도 열차시간 안내, 고객 동선 등 역사 본연의 역할이 훼손되지 않고 고객의 불편함이 없도록 조화롭게 광고를 표출할 수 있도록 고려해야 한다는 점이 가장 다른 점이 아닐까 생각됩니다.

◎ 일하면서 저절로 습득된 나만의 업무 노하우가 있을까요?

Ⓐ 광고매체 종류에 따라 특성이 다르기 때문에 ‘광고’ 외에도 익히고 알아야 되는 것이 많습니다. 예를 들어, 조명·영상광고의 경우 전기와 관련된 사항을 알고 있어야

하는데, 이런 부분은 이론적으로 배울 수 있다기보다 현장에서 직접 습득하면서 익힐 수 있는 것 같습니다. 또 철도역마다 특성과 환경이 다르기 때문에 현장을 다니면서 배우고 습득하려고 노력하고 있습니다.

◎ 코로나19로 철도 이용객이 줄면서 광고사업도 큰 타격을 입었을 것 같은데, 어떤 변화가 있었나요?

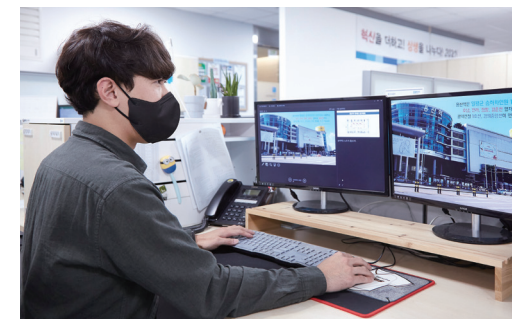
Ⓐ 코로나19로 기업들이 마케팅 예산을 축소하고, 대면으로 광고주를 만나 영업할 수 있는 기회가 줄면서 적극적인 광고 유치에 어려움이 있습니다. 광고사업처에서는 비대면 영업 활성화를 위해 노력하고 있고, 언택트 시대 환경에 맞춰 온라인 광고판매 사이트(광고거래소) 개발을 추진 중에 있습니다.

◎ 매출이 줄면 스트레스 받지 않으시나요?

Ⓐ 물론 그렇지만 직장은 조직생활을 하는 곳이지요. ‘기분이 태도가 되지 않게 하자’는 제 거의 다짐입니다. 개인적인 감정을 업무에 가져오거나 나의 부정적인 기분을 동료에게 표출하지 않으려고 노력하자는 뜻입니다.

◎ 마지막으로, 일에 대한 자부심이나 보람을 느낄 때도 궁금합니다.

Ⓐ 새로운 광고를 유치하기 위해서는 한국철도공사 담당자, 역장, 광고주, 대행사 등 정말 많은 분과의 소통과 협력이 필요한데요. 이렇게 많은 관계자들과 협력해 유치한 광고의 성과(금액)가 높을 때 정말 성취감이 크죠!



Environment

기업 발전의 핵심 키워드

ESG 경영,
선택이 아닌
필수

ESG는 Environment(환경), Social(사회), Governance(지배구조)의 머리글자를 딴 단어다. 기업 경영에서 이윤 추구뿐만 아니라 환경(탄소배출, 환경파괴 등), 사회(인권·노동·억압 등), 지배구조(부정·부패, 투명성 등)도 고려해야 지속 가능한 발전을 할 수 있다는 의미를 담는다. ESG의 중요성이 언급된 것은 이미 오래전, 근래에 주목받는 이유는 무엇일까?

글 박용기(한국ESG경영전략연구원장)

Social

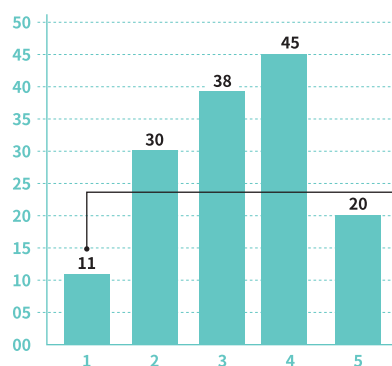
ESG는 코피아난 전 유엔 사무총장이 주도한 UNGC(유엔글로벌콤팩트)에서 2005년부터 공식적으로 사용된 용어다. 2006년 ESG 가치가 반영된 UN PRI(유엔책임투자원칙)이 제정되어 기업경영의 국제규범으로 자리 잡게 됐다. 이미 2005년에 등장했던 ESG란 용어가 근래에 열풍이 불어닥친 이유는 2017년에 발표한 TCFD(기후 관련 재무정보 공개협의체) 권고안의 영향 때문일 것이다. 권고안에는 기업이 기후변화와 관련해 예상되는 재무적 영향을 외부에 공개하도록 하고 있으며, 2020년 UN PRI는 78개국 2,000개 이상이 가입, 서명한 기관들에 TCFD 권고안 채택을 의무화하도록 했다.

ESG 경영이 급부상한 이유

오늘의 ESG 열풍은 2017년 TCFD 권고안을 트리거로, 세계 최대 자산 운용사인 블랙록의 CEO 래리 핑크의 석탄 관련 기업 투자 중지 선언, 조 바이든 미국 대통령의 파리기후협약

재가입, 각국 정부의 2050탄소중립선언 등이 기름을 부은 것으로 보인다. 세계는 지금 코로나19의 대재앙 속에 생과 공존을 무시한 인간의 이기심, 환경파괴와 관행이 인류를 위협하는 부메랑이 되어 돌아온다는 것을 체감하면서 ESG 경영이 더욱 확산되고 있다. ESG 경영은 개별 기업뿐만 아니라 국가를 평가할 때도 새로운 평가 기준인 ‘뉴노멀’로 자리 잡아가고 있다. 종전에는 국가신용도를 평가할 때 재정건전성으로 판단했으나, 지금은 비재무 요소인 ESG를 추가로 평가하고, 국가의 ESG 등급(대한민국 1등급, 무디스 1월 19일 발표)을 공개하고 있다. 이러한 세계적인 추세에 따라 공공기관 역시 ESG에 대한 소비자 및 이해관계자들의 정보공개 요구가 커지고 있다. 공시 보고서 등에서 기후변화와 지속가능 회계기준을 적용하기 위해 새롭게 EGS 지표를 수립하고, 이를 평가하는 경영평가지침을 개정하고 있다. 경영을 평가하는 기준이 ESG로 바뀐 만큼 이제는 ESG가 생존을 위한 필수 조건이 되고 있는 셈이다.

평가 대상 144개국 ESG 등급 분포 (단위:개) ■ 등급별 국가 수



ESG 1등급 11개국
한국, 뉴질랜드, 덴마크, 독일, 룩셈부르크, 스웨덴, 스위스, 싱가포르, 아일랜드, 맨섬, 오스트리아

ESG

코레일유통의 ESG 경영 내재화

코레일유통은 지난 5월 27일 ‘국민의 행복한 미래를 열어가는 친환경 상생 동반자’를 ESG 경영 비전으로 정하고, 친환경유통 실현을 위한 ESG 경영을 선포한 후 세부계획을 실행해 옮기고 있다. 환경(E) 분야에서 2025년까지 전국 철도 역사 내 상업시설에 컵, 봉투 등의 소비재를 100% 친환경 소비재로 전환할 계획이다. 사회(S) 분야에서는 공익적 사회 과업 추진을 통해 국민의 생명과 재산을 보호하고 철도 역사 내 시설에 대한 중소기업의 입점 기회도 현재보다 150% 확대할 예정이다. 지배구조(G) 분야에서는 한국형 뉴딜 과제 100% 완수와 부패방지 경영 시스템 구축 등 투명한 기업 지배구조를 만들어 나가기로 했다. 코레일유통의 ESG 경영은 철도 관련 유통 전문 공공기관의 특성을 반영해 민관 협력을 통한 공공가치 확산에 중점을 두고 있다. 즉 기업 혼자만의 ESG 경영이 아닌 지자체와 협력사 모두가 친환경, 사회기여, 투명경영의 실천을 통해 지속 가능한 친환경 미래를 만들어 나가는 코레일유통만의 ESG 경영을 통해 실천력을 높이고 있다. 이제 코레일유통은 ESG 경영을 위한 힘찬 출발의 기적소리를 울렸다. ESG 경영 도입 초기를 ESG 1.0이라고 한다면, ESG 2.0→ESG 3.0으로 단계를 높여 심화 발전시켜야 한다. 조급한 성과 유혹에 현혹되어서는 안되며 ESG워싱(실제로는 ESG를 따르지 않지만 마치 실천하는 것처럼 위장하는 행동)을 경계하고, 코레일유통의 핵심사업과 연계하여 ESG를 기업경영에 뱃속 깊이 내재화해야 한다. 기업경영의 성패는 임직원 모두가 ESG를 기업 발전의 핵심 키워드로 인식하고 실행계획을 얼마나 충실히 실천하느냐에 달려있기 때문이다.

코레일유통의 ESG 경영 비전

ESG	환경 Environment	사회 Society	지배구조 Governance
핵심 가치 (3대)	더 나은 세상을 위한 지속가능 소비	함께 성장하는 포용적 동반 경영	청렴하고 투명한 공공 신뢰 구축
주요 이슈 (20개)	환경 이슈(4개) - 친환경 제품·서비스 제공 - 친환경 소비 지원 - 온실가스 감축 - 에너지 절감	사회 이슈(10개) - 안전 및 보건체계 구축 - 인권보호 경영 - 상생경영 활성화 - 공정경쟁 이행 등	지배구조 이슈(6개) - 공공정책 협력 - 대국민 정보 공개 - 이사회 역할·책임 준수 - 감사 체계 등
2025 주요 목표	- 친환경 소비재 100% 전환 - 에너지/용수 10% 감축 - 위생사고 감염병 제로	- 중소기업 입점기업 150% 확대 - 청년창업 지원매장 75% 확대 - 인권영향평가 90점 이상	- 부패방지 경영시스템 구축 - 한국형 뉴딜과제 100% 완수 - 청렴도 평가 9.5점 이상

Governance

ESG 경영을 중점에 둔 글로벌 기업들

마이크로소프트는 ESG 중 E(환경)에 중점을 두어 2030년까지 배출되는 탄소보다 더 많은 양을 제거해 순 배출량을 마이너스로 만드는 ‘탄소 네거티브’를 실현하겠다고 밝혔다. 2050년까지는 1975년 회사가 설립된 이후에 배출한 모든 탄소를 지구상에서 제거하는 것을 목표로 한다. 미국 아웃도어 브랜드인 파타고니아는 ‘제발 이 옷을 사지 말라Don’t buy this jacket!’라는 광고를 하는 친환경 기업으로 알려져 있다. “재킷의 60%는 재활용 소재를 이용하지만 이 과정에 탄소 20파운드(약 9kg)가 배출됐고 아무리 오래 입다가 버려도 3분의 2는 쓰레기가 된다”는 설명이다. 그러나 이러한 광고 전략은 자신의 가치관과 맞다고 생각하면 가격에 상관없이 소비하는 MZ세대에게 적중해 코로나19 펜데믹에도 오히려 가파른 매출 성장을 보이는 성과를 이뤄내고 있다. 미국 실리콘밸리의 패션기업인 에버레인은 제품 제작 과정에서 드는 비용이 비밀인 다른 기업과 달리 원료, 운송비 등 세부 단가와 공장에서 일하는 모습까지 전부 일반인이 볼 수 있게 공개한다. 에버레인의 비전인 ‘극단적 투명성Radical Transparency’은 합리적인 가격과 윤리적 공정으로 제품을 생산할 수밖에 없게 했고, 고객들의 신뢰는 저절로 커져 매년 급성장세를 이어가고 있다.

눈꽃이 빛은 황홀경, 한라산

겨울 여행의 백미는 뭘까요?

저는 설산(雪山) 트래킹이라고 생각합니다.

온 산을 덮은 흰 눈과 푸르다 못해 시퍼런

겨울 하늘, 보는 것만으로도 눈이 시린

상고대와 눈꽃, 거기에다가 귀가 떨어질

정도로 쨍한 칼바람까지 맞고 걷노라면

그야말로 겨울의 심장 한가운데에 들어선

느낌입니다. 겨울이면 유독 저의 발길을

이끄는 설산이 있는데요.

그곳으로 여러분을

이끌어봅니다.

글·사진 경기본부 최광식 팀장



우리나라에는 설산 트래킹으로 유명한 산이 몇 군데 있습니다. 대표적으로 덕유산, 소백산, 태백산 등을 들 수 있습니다. 물론 한라산과 지리산도 빼놓을 수 없는 겨울 명산입니다. 이런 산은 겨울철에 눈이 많이 내리고 수목이 울창한 데다가 능선이 유순하면서도 아름다운 특징을 가지고 있습니다. 저는 그중에서도 특히 한라산을 좋아합니다. 2015년에 둘째 딸과 함께 윗세오름을 가 본 후에 그 매력에 푹 빠져 지금까지 일곱 번 정도 찾았습니다. 한라산의 트래킹 코스로는 여러 경로가 있지만, 그중에서도 저의 마음을 빼앗은 코스는 단연 ‘백록담’ 코스와 ‘윗세오름’ 코스입니다.

백록담의 멋진 비경을 한눈에 담는 즐거움

한라산 하면 누구나 백록담을 먼저 떠올리듯 백록담의 멋진 비경은 한번 보면 쉽게 잊을 수가 없습니다. 지난해 겨울에도 그 모습이 그리워 이제나저제나 첫눈을 기다리고 있었습니다. 11월에 내린 첫눈치고는 제법 많은 눈이 내렸다는 소식을 듣고 다다음 날 휴가를 내고 홀로 제주행 비행기에 몸을 실었습니다. 그야말로 쾌청한 날씨에 겨울왕국 같은 멋진 풍경이었습니다. 역시 오르길 잘했다는 생각이 들더군요. 코로나19로 언제 또 백록담에 와 볼 수 있을까 싶어서 한참을 바라보다가 내려왔습니다.

백록담 코스는 성판악에서 출발해서 관음사로 내려올 수도 있고, 반대로 관음사를 등머리 삼아 성판악으로 하산할 수도 있습니다. 길이는 약 18km 정도 되는데, 초보자 걸음 기준으로 8~10시간 정도 소요됩니다. 다소 부담스러운 산

행이지만 느긋하게 한 걸음씩 오르다 보면 발길 닿는 곳의 흙과 바위, 이름 모를 야생화와 나무, 고요히 불어오는 바람과 하늘, 구름 등이 참 자연 그대로 아름답구나 감탄하게 됩니다.

온전히 자연의 아름다움을, 그 속에 있는 나를 느끼면서 걷다 보면 어느새 진달래밭 대피소가 나옵니다. 잠시 여기에서 쉬어가야 합니다. 간식을 먹으면서 말이죠. 어깨에 짊어지고 오느라 무거웠지만, 설경을 바라보며 먹는 집라면과 한 잔의 아메리카노는 그 무게를 견디게 해줍니다. 요기를 하며 쉬는 동안 호흡을 가다듬고 다시 힘을 내서 출발합니다. 설경을 감상하며 걷다 보면 저 멀리 하늘인지 바다인지 모를 아스라한 광경이 펼쳐지고 발아래 구름바다가 넘실거립니다. 아름다운 구름바다에 감탄하다 보면 더는 오를 수 없는 백록담 정상에 마주하게 됩니다. 날씨가 쾌청한 날, 백록담은 그야말로 겨울왕국입니다. 제가 촬영한 백록담 사진을 보고 사진을 잘 찍는 비결이 뭐냐고 묻곤 하는데 사실 다른 비결은 없습니다. 날씨가 다합니다.

경사가 완만해 걷기에 수월한 윗세오름

설산 트래킹 초보자이거나 자녀들과 함께 오를 계획이라면, 백록담 코스는 부담스러울 수 있습니다. 경사가 완만하여 비교적 쉬운 ‘윗세오름’ 코스로 겨울의 한라산을 먼저 느껴보시길 추천합니다. 몇 년 전, 초등학교 3학년이었던 저희 딸도 윗세오름 코스를 올랐으니, 초보자도 충분히 정복할 수 있을 것입니다.



백록담 동능 정상에서 내려다 본 백록담



저 멀리 보이는 윗세오름

어린 자녀는 윗세오름 코스가 힘들 수 있습니다. 아빠와의 등산 경험이라고는 수원의 광교산(약 2시간 코스) 정도밖에 없었던 딸도 아니나 다를까 중간 정도 올라가서는 바닥에 주저앉아 눈물이 그렇그런한 채 발바닥을 만지더군요. 조그마한 딸아이의 부어오른 발바닥을 보면서 마음이 아팠지만 조금만 더 가면 윗세오름 대피소에서 맛있는 컵라면을 먹을 수 있다고 어르고 달래서 겨우 윗세오름 정상까지 갈 수 있었습니다(당시에는 대피소에서 컵라면, 생수 등을 팔았지만 지금은 팔지 않습니다). 하산 후에 유명한 제주 갈치 전문점을 갔는데 딸은 얼마나 힘들었는지 주문한 음식이 나오기도 전에 그대로 잠들어 버렸습니다. 그 등산이 둘째 딸과의 마지막 등산이었다는 슬픈 비하인드 스토리가 있습니다.

윗세오름 코스는 특히 겨울에 가면 그 진가를 더욱 느낄 수 있습니다. 눈에 덮인 광활한 선작지왓(‘돌이서 있는 밭’이라는 의미의 제주 방언)의 이국적인 풍경과 압도적 위용을 자랑하는 백록담 남벽을 볼 수 있습니다. 물론 털진달래와 철쭉이 만개하고 알프스 고원처럼 초록빛 융단이 깔리는 봄철도 좋습니다. 윗세오름 정상은 해발 1,700m로 설악산에 버금가는 높이이지만 정상까지 비교적 완만하게 등산로가 이어집니다. 백록담 남벽의 압도적 풍경과 영실기암, 선작지왓, 다양한 오름 등 이국적 풍경에 취해 걷다 보면 4~5시간이면 충분히 다녀올 수 있습니다. 어리목에서 출발해서 영실로 내려오거나 그 반대로 다녀와도 됩니다.



백록담 정상 부근 설경

겨울철 한라산 여행팁

- 한라산은 모든 구간에 대해 탐방 시간이 계절별로 지정(홈페이지 참조)되어 있습니다.
- 백록담 코스는 올해부터 예약제(한 달 전 사전 예약 필수)로 운영됩니다.
- 폭설 시 종종 출입이 통제되어 아이젠 등 동계 산행 준비를 철저히 해야 합니다.
- 대피소는 있으나 물품은 판매하지 않습니다. 생수나 간식 등 사전에 챙겨가세요.



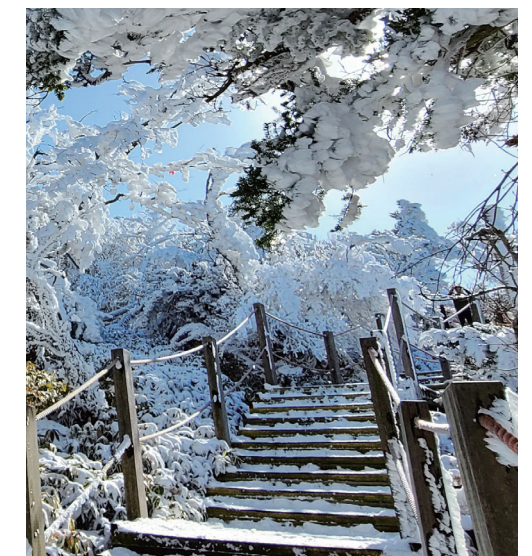
겨울철 한라산, © 제주관광공사, Visitjeju.net

힘들이지 않고 느긋하게 오르면서 이색적인 풍광을 즐기고 싶은 연인이나 가족은 윗세오름 코스를, 반대로 요동치는 심장의 강력한 박동을 느끼며 살아있음을 온몸으로 만끽하고 싶은 분들은 백록담 코스를 트래킹하며 기분 전환을 해보시길 바랍니다. 올해 겨울이 일찍 찾아왔는데, 찬바람이 옷깃에 부딪히니 흰눈으로 뒤덮힌 한라산이 다시 간절해지네요.



김포공항에 스토리웨이 있었다!?

서울에서 제주도를 갈때는 김포공항을 자주 이용합니다. 김포공항을 떠올리니 지금은 사라진, 스토리웨이 김포공항점이 생각나네요. 아마 기억하시는 분도 계실 것이고 최근에 입사하신 직원분들은 잘 모를 수도 있겠지만, 관광/여행객이 많은 계절에는 매출도 높았던 매장으로 기억합니다. 당시 스토리웨이 김포공항점의 사진을 함께 소개하며 추억을 공유해 봅니다.



무거워보일 정도로 나뭇가지에 두텁게 쌓인 한라산 눈꽃

용산역 화훼점 인스타일 출퇴근길, 일상의 행복을 나누는 꽃집

“사람들은 1년에 꽃을 몇 번이나 구입할까요?
1년에 한두 번 비싼 꽃을 구입하는 것보다
한 송이라도 자주 꽃을 구입하고 즐길 수 있는
문화를 만들어나가고 싶어요.”

용산역 화훼점 인스타일의 오소형 대표는
말한다. “일상 속에서 쉽고 가볍게 즐길 수
있는 리빙플라워 문화를 만들고 싶다”라고.

글·사진 편집부



꽃으로 행복을 나눠주는 오소형 대표



선릉역에서 시작해 용산역에서 꽃피우다

오소형 대표가 철도역사 내에 화훼점을 연 것은 4년 전 우연한 기회였다. 일본에서 화훼 장식으로 학위를 받은 뒤, 오랜 시간 교육에 몸 담았던 오 대표는 사람들과 직접 마주할 수 있는 꽃집 운영에 대한 소망을 가지고 있었다. 그러던 중 단기로 화훼점을 운영해보지 않겠냐는 지인의 제의로 선릉역에서 화훼점을 운영하게 된 것이 시작이었다.

“철도역사 내 화훼매장은 제가 희망하는 꽃 문화와 잘 맞았어요. 저는 1년에 한두 번 특별한 날에만 꽃을 구입하는 것이 아닌, 일상 속에서 가볍게 즐길 수 있는 꽃 문화를 만들어나가고 싶거든요. 그런 의미에서 철도역사 내 화훼점은 사람들이 오며 가며 편하게 들릴 수 있는 공간이잖아요.”

오 대표는 철도역사 내 화훼매장을 뿌리내리겠다는 생각으로 선릉역에서 서울역으로 옮겨 단기매장을 운영하다 작년 용산역에 화훼매장으로는 처음으로 상설매장을 오픈했다.

“서울역과 용산역 내 화훼매장으로는 제가 처음으로 상설매장을 오픈한 걸로 알고 있어요. 그동안 최선을 다해 매장을 운영한 결과라고 생각되어 뿌듯합니다.”

꽃집의 문턱을 낮추다

용산역 인스타일 매장은 꽃을 진열하는 방식도 독특하다. 일반적으로 꽃을 보관할 때는 오랫동안 싱싱하게 유지하기 위해 밀폐용 소케이스에 넣어서 보관하는데, 이 매장에서는 꽃을 바깥에 두고 손님이 직접 만지고 향기도 맡으며 고를 수 있게 진열해 두었다. 꽃집이라면 문턱이 있는 듯한 이미지를 개선하고 싶어서였다.

“꽃을 외부로 진열하기 위해 지인과 6개월을 투자해 ‘쿨링 박스 시스템’을 개발했어요. 꽃을 담아두는 물을 계속해서 차갑게 순환시키는 원리인데, 이 시스템으로 지나가는 사람들도 꽃을 가까이 볼 수 있고, 구매하는 사람도 더 쉽고 편하게 꽃을 구입할 수 있게 했죠. 또 우리 매장은 유리창이 없어요. 폴딩 도어로 매장을 디자인해 고객의 접근성을 높였습니다.”

코로나19 상황 속에서도 힘냅니다

코로나19로 다들 힘들겠지만, 특히 화훼매장은 더욱 힘들지 않았냐는 질문에 오소형 대표는 웃으며 답했다. “아무래도 유동인구가 줄고, 행사도 하지 않다 보니 꽃을 구입하는 분들이 적어요. 그래도 저는 역사 내에서 가게를 운영해 바깥보다 조금은 나은 상황이 아닌가 긍정적으로 생각하려고 합니다.”

힘들다고 처져 있기보다는 힘내서 이 시기를 잘 버텨야겠다고 생각한다는 오 대표는 코레일유통 협업 관계자의 관심과 애정에 많은 도움을 받았으며 감사 인사를 전했다. “담당 FC 직원이 자주 매장을 들러서 새로 들어온 꽃에 대해서 물어보고 향이 좋다, 예쁘다 의견을 많이 해줘요. 이런 사소한 관심이 코로나19로 침체된 분위기를 긍정적으로 전환하는 데 힘이 됩니다. 또 제가 사업은 아직 초보입니다. 계약이나 운영에서 부족한 부분이 많은데 세심하게 같이 챙겨주고 도와주니 매장을 운영해 나가는 데 많은 도움을 받고 있어요.”



단순한 화훼매장을 넘어서

“꽃은 보기만 해도 기분이 좋잖아요? 우리 매장이 역사를 오고 가는 사람들에게 긍정적인 기운을 줄 수 있다면 좋을 것 같아요. 그래서 매장 옆 빈 공간에 사진을 찍을 수 있도록 포토존을 만들어 매 시즌 분위기에 맞게 꽃으로 공간을 꾸미고 있어요. 다행히 많은 분들이 좋아해 주시고 지나가면서 인증샷도 많이 남기시더라고요. 역사 내 빈 공간을 문화공간으로 재탄생시킨 뿌듯한 작업이라고 생각합니다.” 오 대표는 용산역 인스타일 화훼점이 역사 내 복합문화공간이 되기를 희망하며 앞으로의 계획을 세워나가고 있다. 정성과 노력을 들여 포토존을 만드는 것도 이러한 목표 때문. 용산역 인스타일 화훼점이 문턱이 낮은 일상 속 꽃가게인 동시에 꽃으로 문화를 공유할 수 있는 매장이 되기를 희망하며, 응원해 본다.

용산역 화훼점 '인스타일' 위치는?

용산역 3층 맞이방 2번 출구쪽





경기본부 정재엽 선배

홍익회로 시작된 인연, 코레일유통으로 매듭짓다

은퇴 후 나만의 카페를 열겠다는 목표를 가지고 직접 카페에서 점원으로 일하고 있는 선배님이 있다고 해서 찾아가한 수원역 카페 스토리웨이. 문을 열고 들어가니, “어서오세요”라며 밝은 목소리로 반갑게 맞이하는 나이 지긋한 점원 얼굴에는 친절함이 가득 배어있다.

글·사진 편집부

“31년간 홍익회-한국철도유통-코레일유통에서 근무하고, 올해 12월 31일자로 퇴직예정인 정재엽이라고 합니다.” 요즘 카페 일 배우기에 열심이라며 흐뭇한 웃음을 지어 보이는 정재엽 선배가 회사에 입사한 것은 혈기 왕성했던 나이 29살. 홍익회 고용사원(신문 관리)으로 입사했다.

“그 전에는 삼성중앙개발에서 일했습니다. 다른 일자리를 기다리던 와중에 홍익회 지역본부에서 신문 배부하는 업무를 우연히 맡게 되었는데, 그 인연이 시작이었죠.(웃음)” 정재엽 선배는 입사 후 충청본부에서 만난 또래 직원들과의 좋은 관계가 아니었다면 지금 이 자리에 없었을 거라며 당시 기억을 회상했다.

“사실 충청본부에 발령 받았을 때는 사표를 내려고 했습니다. 원래 가려고 했던 회사가 따로 있었기 때문이죠. 그런데 이곳에서 만난 또래 직원들과 잘 맞기도 했고, 조직문화가 좋았어요. 그렇게 고용사원에서 전직시험을 통해 6급 일반직으로 전환해 현재까지 적을 두고 있습니다.”

지난 30여 년의 시간을 회상하다

강산이 세 번 바뀌는 동안 가장 기억에 남는 업무를 소개해 달라는 질문에 그는 자신감 있게 익숙한 뷰티 매장의 이름을 꺼냈다.

“동대구역에 올리브영 매장을 보신 적 있나요? 제가 개발한 매장입니다. 허허.”

2018년 대구경북본부에 발령을 받아 개발 업무를 담당했던 정재엽 선배. 당시 그는 대구경북본부에 매장이 60여 개 있지만 모두 식음료 매장이고, 뷰티 매장이 하나도 없다는 것에 주목했다. 때마침 계약 만료로 공실이 생겨 올리브영을 입점시켰고, 현재까지도 동대구역에서 매출 상위권을 차지하는 매장으로 운영되고 있다. 누구도 시도하지 않았던 뷰티 매장을 새롭게 개발하며 즐겁게 일했다는 그에게도 힘든 시절은 분명 있었다.

“감사실에서 7년을 근무했습니다. 직원들의 잘못된 행위나 업무 등을 바로잡는 꼭 필요하고 의미있는 일이라는 하지만 같은 직원들을 추궁하고 징계를 내린다는 일에 압박감도 들고 죄책감이 들기도 했어요. 힘든 시기였습니다.”

그때를 극복할 수 있었던 스트레스 해소 방법이 무엇이었냐고 물으니, 정재엽 선배는 금세 밝은 표정으로 바뀌며 탁구에 대한 애정을 드러냈다.

“제가 탁구를 잘 치고 또 좋아합니다. 탁구로 운동하면서 건강도 되찾고 스트레스도 해소했어요. 사내 탁구동아리인 ‘스매싱’의 코치이자 고문이기도 했죠. 하하.”

그는 운동을 하면 체력관리에도 좋지만, 다양한 분야의 사람들을 만나 경험을 넓힐 수 있다며 운동을 적극 권했다.



제2의 인생을 살기 위해서는 평소 즐길 수 있는 취미도 있어야겠지만, 기술이 있어야 된다고 생각했어요. 그래서 바리스타 자격증도 따고, 이렇게 카페 스토리웨이에서 직접 근무 경험도 쌓으며 새로운 인생을 설계하고 있습니다.



제2의 인생을 준비하는 소중한 시간

올해 5월부터 수원역 카페 스토리웨이에서 근무하며 은퇴 이후의 삶을 준비하고 있는 정재엽 선배는 좋아하는 탁구를 치면서 소일거리 삼아 아담한 카페를 운영하는 것을 목표로 하고 있다.

“제2의 인생을 살기 위해서는 평소 즐길 수 있는 취미도 있어야겠지만, 기술이 있어야 된다고 생각했어요. 그래서 바리스타 자격증도 따고, 이렇게 카페 스토리웨이에서 직접 근무 경험도 쌓으며 새로운 인생을 설계하고 있습니다.”

밝고 힘찬 목소리에서 퇴직자들이 흔히 갖는 허탈감이나 불안함보다는 제2의 인생에 대한 기대감과 자신감이 느껴졌다. 주변에 좋은 동료, 좋은 선배님들이 있었기에 오랜 세월 평탄하게 회사 생활을 할 수 있었다며 감사 인사를 전하는 정재엽 선배. 그동안 코레일유통을 잘 이끌어준 정재엽 선배가 꽃길을 걷길 바라며, 앞으로의 코레일유통도 후배들이 잘 만들어갈 것을 약속하며 외친다.

“정재엽 선배님, 제2의 인생을 응원합니다!”



코로나19 비켜! 부활을 꿈꾸는 사내 동아리

코로나19로 멈춘 것은 공장의 생산라인과 학교 등교만이 아닙니다.

직원들 간 화합의 자리인 동아리 활동도 멈추게 됐는데요. 서로 다른 조직에 속해 있어도 공통의 관심사를 공유하며, 친목을 도모했던 사내 동아리가 부활할 그날이 어서 오길 기대해 봅니다.

야구를 좋아하는 코레일유통 직원들이 모여 홈런치듯 업무 스트레스를 한 방에 날려버리고, 활력을 재충전하기 위해 만든 야구단이랍니다. 2012년 7월 1일에 창단했으니, 어느덧 9년이 되었는데요. 2019년에는 HS 토요 4부 리그에서 준우승을 차지하기도 했답니다! 코로나19가 종식되면 준우승을 달성했던 2019년의 영광을 기억하며, 리그 우승에 재도전하고자 합니다. 아자아자! Again 2019! 동부본부 정덕형 사원



#1. Again 2019! 코레일유통 야구단



#2. 책 읽는 걸성, 독서토론회

회의하는 모습 아닙니다! 독서 토론하는 모습 맞습니다! 2017년 1월에 창단한 저희 독서토론회는 매년 10회 정도의 독서모임을 통해서 같은 책을 읽고 서로 생각을 나눔으로써 회원 간 친목을 도모하고, 나와 우리, 조직 공동체의 의미를 성찰하는 계기로 삼고 있습니다. 지난해에는 코로나19로 대면 모임을 중단했는데요. 앞으로는 기존에 자신이 읽었던 책을 소개하고 나누는 시간을 가짐으로써 책 읽기에 대한 부담을 최소화하고, 누구나 쉽게 참여할 수 있는 독서모임이 되었으면 합니다. 총무지원처 김준호 대리



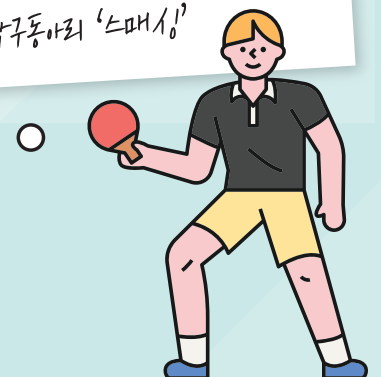
#3. 유야~호! 메아리산악회

역사가 깊은 메아리산악회는 1996년 도봉산 첫 등산을 시작으로 현재 기준 63명의 회원이 산행할 날만을 손꼽아 기다리는 등산동아리입니다. 수도권 내 산행지를 대상으로 월례등산을 하고, 분기별로는 한라산, 태백산 등 대한민국 명산을 찾아가는 정기등산을 실시해왔는데요. 코로나19로 현재는 잠정 중단한 상태입니다. 어서 빨리 산을 오르며 심신을 단련하고, 거리를 두어야 했던 동호회원들과 산행하며 친목을 도모하고 싶습니다. 기획조정처 정수웅 과장

‘스매싱의 아버지’라 불리는 박형진 지점장의 인도 아래 2009년 Smashing(스매싱)이라는 탁구 동아리가 탄생했습니다. 매년 코레일컵 탁구대회를 포함해 영등포경찰서와 영등포장애인복지관 간 탁구 정기교류회를 펼치는 등 대외활동에도 충실한 동아리입니다. 점심시간과 퇴근 이후에는 탁구장이 불야성을 이룰 정도로 활성화되었는데요. 현재 탁구대가 사무실 파티션으로 사용되는 탄압(?)을 겪고 있는데, 코로나19가 어서 종식되어 스매싱 멤버들이 뛰어놀 수 있는 환경이 조성되었으면 합니다. ^^ 총무지원처 김동현 대리



#4. 짜릿한 릴리! 탁구동아리 ‘스매싱’



2021 연말 결산 코레일유통 올해의 키워드

#ESG경영선포

코레일유통은 지난 5월 27일 ESG 경영 선포식과 함께 대표이사 직속 ESG추진위원회를 설치해 '지속가능발전경영'을 실천 중이다. 카페 브랜드와 스토리웨이에서 사용되는 일회용품(봉투, 컵, 빨대)을 친환경 소재로 교체하고 서울시, AT와 업무협약을 통해 자원순환 캠페인 참여 및 온실가스 배출량 줄이기에 동참하는 등 다양한 방면에서 ESG 경영을 추진하고 있다.

코레일유통은 철도역사 내 사업을 넘어 세계 엑스포 내 스토어 운영이라는 새로운 발걸음을 내디뎠다. 2020 두바이 엑스포 한국관 내 2층, 166㎡ 규모의 팝업스토어에서 중소기업명품 마루 상품을 판매하는 등 중소기업의 해외 판로개척에 적극 나섰으며, 한국철도에서 카카오프렌즈와 협업해 만든 캐릭터 굿즈 '철도역장 라이언 키링'이 스토리웨이를 통해 완판(4,000개)되는 좋은 성과를 거두었다.

#New & First

#비대면 #디지털 플랫폼

비대면이 일상화되고 디지털 플랫폼 사업이 강화되고 있는 요즘, 코레일유통 역시 네이버 '라이브 커머스'를 통해 지역 특산품인 환공어묵, 곱창김·갯김치, 사과·도라지청을 3차례 판매했다. 또한 무인 편의점 '셀프 스토리웨이'를 새롭게 선보였으며, 비대면 키오스크 결제시스템 도입, 제휴 서비스, 구독멤버십 시행을 통해 디지털 플랫폼 사업을 강화해 나가고 있다.

코로나19로 2020년 3월 수립된 비상경영체제가 올해 고도화 및 강화되었다. 이에 코레일유통 임직원은 매출을 극대화할 수 있는 방안을 마련하고, 불요 불급한 비용을 억제하는 등 위기를 전환의 기회로 만들기 위해 노력하고 있다. 또한 역사 내 입점기업에 대한 수수료 감면 등 소상공인과의 상생을 실천 중이다.

#코로나19

#소통 확대

코레일유통의 첫 사보가 지난 5월 탄생했다. 제호는 '이야기 길'로 직원들과 소통하고 코레일유통의 활동을 홍보할 수 있는 '길'이 되겠다는 의미를 담고 있다. 창간호는 '2021 대한민국 커뮤니케이션 대상'에서 '창간사보 부문' 우수상을 차지하며 기분 좋은 발걸음을 떼고 있다.

공공기관의 안전 활동이 중요해짐에 따라 코레일유통은 1월, 사장 직속부서로 '안전경영센터'를 설립했다. 또한 작년 12월에는 ISO 45001(안전보건경영시스템)을 인증받아 체계적인 안전경영 시스템을 구축해 나가고 있다.

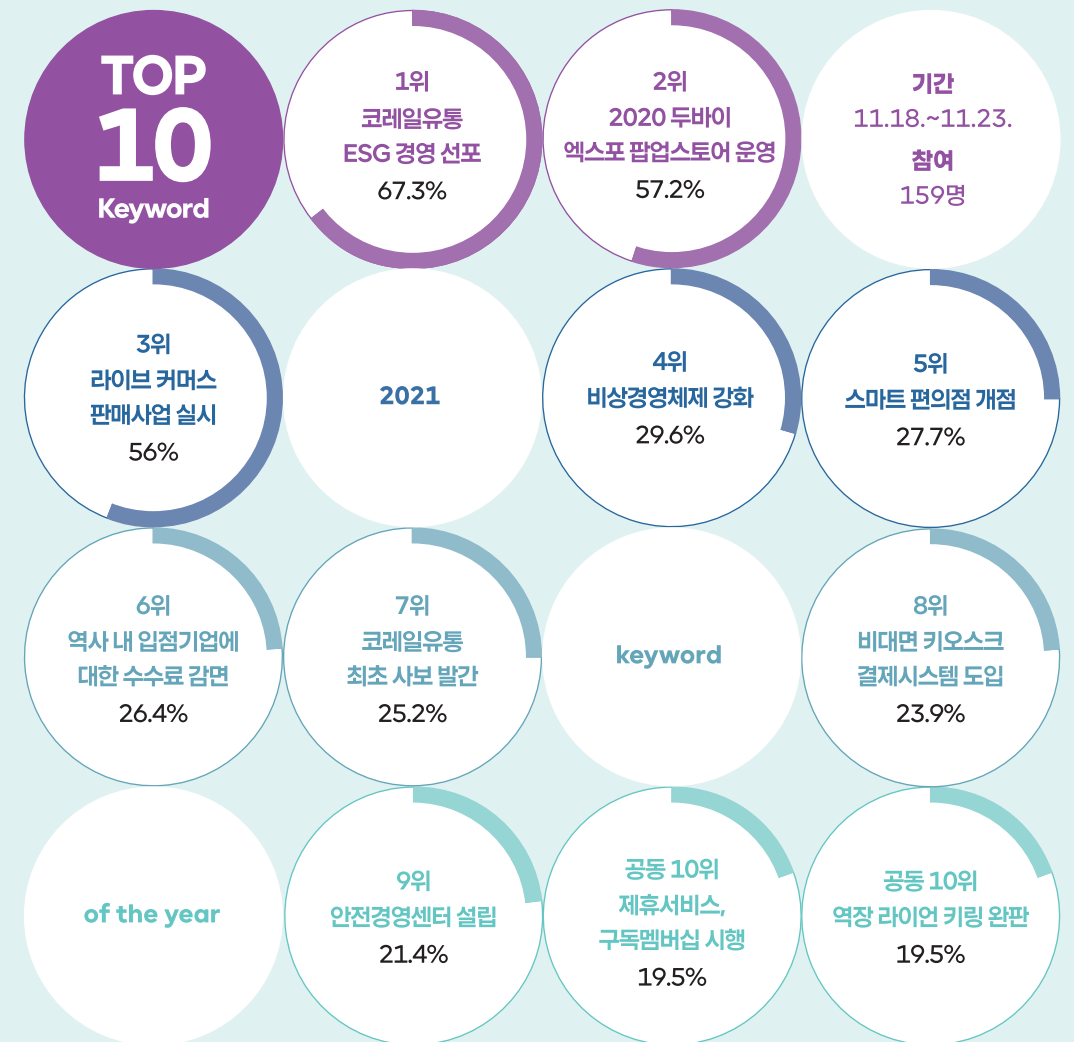
#안전경영

2021년은 코로나19 상황의 지속 및 악화로 매장 운영, 매출 활성화 추진이 다소 어려운 한 해였다.

어려운 여건 속에서도 코레일유통은 무인 편의점(셀프 스토리웨이) 개점, ESG 경영 추진, 라이브 커머스 활용 상품 판매 등 위기 상황을 돌파하고자 노력을 했다.

이러한 올해의 활동을 모아 직원들이 직접 '올해의 키워드'를 선정했다.

올해의 키워드 설문조사 결과



코레일유통

서울시 영등포구 국회대로 612(당산로3가)

Tel. 02-2630-8800 web. www.korailretail.com

소확행 이벤트! 응모하고 커피 먹자!

- 응모 내용** 이번 호 리뷰와 앞으로 보고 싶은 콘텐츠를 적어주세요.
- 참여 방법** QR코드로 접속해 보고 싶은 콘텐츠와 성함, 연락처를 기재해주세요.
- 이벤트 기간** 21년 12월 1일 수요일부터 22년 1월 31일 월요일까지
- 당첨 선물** 음료 기프티콘 1잔(10명)

小 確 幸



소확행 이벤트
페이지 바로가기 ↑