

AMORE PACIFIC

abc

22153

ASIAN BEAUTY CREATOR
JAN + FEB ISSUE 23

GLOBAL

1960년 7월, 창업자가 유럽 장업계 시찰을 위해 비행기에 오르던 그 날을 기억합니다. 태평양이 내려다보이는 비행기 안에서 '22153'호라는 숫자가 적힌 대한민국 여권을 어루만지며 부푼 꿈을 펼치기 시작한 시간. 우리만이 창조할 수 있는 아름다움을 더 멀고 넓은 세상에 전하려는 우리의 소명은 현실로 성큼 다가왔습니다. 2016년, 우리는 최초의 아시안 뷰티 크리에이터인 창업자가 품은 첫 마음으로 더 큰 글로벌 무대를 향합니다. 세계 속에 아모레퍼시픽이 만들어갈 아름답고 원대한 여정은 오늘도 변함없이 이어집니다.

CONTENTS

WONDERFUL + VISION

BEAUTIFUL + HARMONY

JOYFUL + LIFE

비전 에세이

글로벌 시장을 향한 원대한 여정

06

비전 업그레이드

세계를 반하게 한 목소리, 가수·뮤지컬 배우 김준수 님

10

비전 토크

중국을 푸르게 물들인 아모레퍼시픽 차이나 이니스프리 사업부

16

비전 인사이트

더 넓은 관점으로 글로벌 시장을 꿰뚫어 본 김영진 님

22

아름다운 만남

방판 직영영업팀과 광명소하영업소가 함께한 든든한 시간

26

아름다운 동행

칭찬으로 함께 성장하는 카운셀러 곽점숙 님과 오경옥 님

30

아름다운 시간

꼼꼼하게 골든 타임을 관리하는 스위트 김혜진 님

34

아름다운 내일

더 아리따운 세상을 향한 아모레퍼시픽의 지속가능경영 활동

38

행복한 탐험

새로운 시각으로 바라보는 노년의 아름다움

42

행복한 날들

행복 가득한 가족이 만들어낸 유리 공예

44

행복한 나눔

아름다운 손길이 더해진 희망가게 간판 지원 활동

50

행복한 레시피

요리로 맛있게 피어난 두 남자의 브로맨스

54

abc

발행 2016년 2월 22일
통권 23호
발행인 서경배
발행처 (주)아모레퍼시픽
제작 사내커뮤니케이션팀 02 709 5402
기획·편집 (주)더윙호 02 733 0790
촬영 Studio A one 02 553 4430

글로벌 시장을 향한 꿈.
우리의 눈은 늘 미지의 먼 곳을 바라봤습니다.
아름다움을 전하기 위해 힘차게 발을 구른
낯은 자전거 한 대는
멀고 험난한 길을 달리고 달려
샘과 내, 강을 지나 너른 바다로 나아왔습니다.

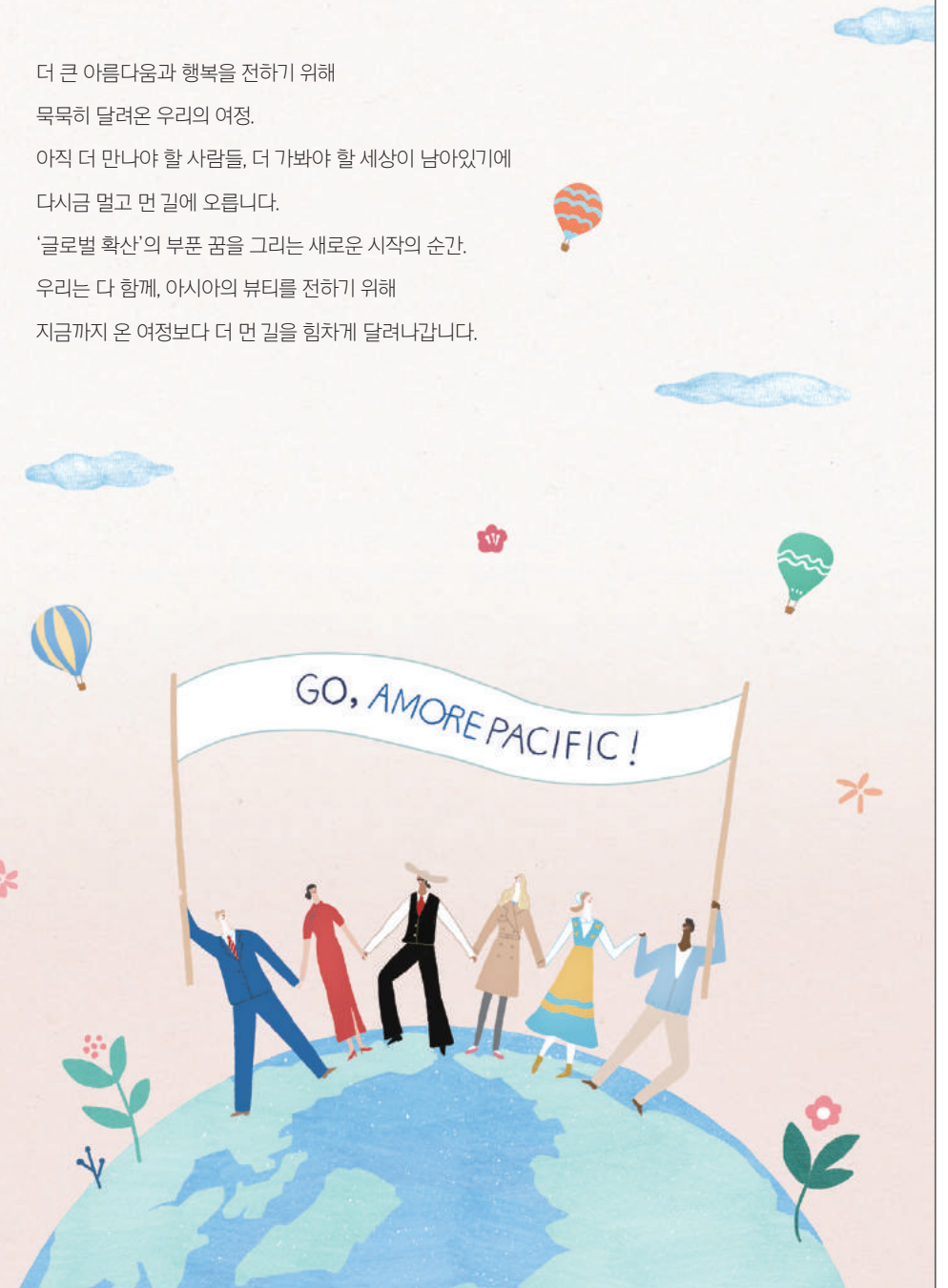


우리만이 창조할 수 있는 아름다움을 신고
힘차게 시작한 원대한 여정.
우리의 기술과 소명이 세계 속에 스며들도록
새로운 문화와 환경을 깊이 생각하고 연구합니다.
이제 우리의 이름은 글로벌 무대에서 환영받는
아름다움의 대명사가 되었습니다.



한반도를 넘어 중국과 동남아시아,
 인도, 중동, 유럽, 아메리카 대륙까지.
 끝없이 이어진 길을 개척하며 꿈을 펼쳐나갑니다.
 먼 길을 달려온 부지런한 열정과
 누구도 따라 할 수 없는 우리 고유의 아름다움을
 세계 곳곳에서 알아봅니다.

더 큰 아름다움과 행복을 전하기 위해
 묵묵히 달려온 우리의 여정.
 아직 더 만나야 할 사람들, 더 가봐야 할 세상이 남아있기에
 다시금 멀고 먼 길에 오릅니다.
 '글로벌 확산'의 부푼 꿈을 그리는 새로운 시작의 순간.
 우리는 다 함께, 아시아의 뷰티를 전하기 위해
 지금까지 온 여정보다 더 먼 길을 힘차게 달려나갑니다.





세계를 반하게 한 드라마틱한 목소리

가수·뮤지컬 배우 김준수 님

김준수 님은 올해 30대가 됐다. 2003년, K-Pop 그룹 '동방신기'의 멤버로 데뷔한 뒤 그룹 'JYJ'로 독립했고, 이제는 솔로 가수와 뮤지컬 배우로 활동하며 다양한 작품을 통해 팬들을 만나고 있다. 솔로 가수로 활동할 때는 'XIA (시아)'라는 이름을 사용하는 김준수 님. 시아준수에서 김준수로, 그리고 시아로. 늘 새로운 모습으로 변신을 멈추지 않기에 그의 목소리와 독특한 매력에 매료된 세계의 팬들은 오늘도 뜨거운 찬사를 보내고 있다.

요즘 하루를 어떻게 보내고 있나요?

얼마 전 뮤지컬 <드라큘라> 공연을 마치고 조금 숨을 돌리고 있어요. 2014년에 이어 두 번째 오른 공연이었는데, 드라큘라라는 배역이 상상력을 발휘해야 하는 역할인 동시에 뜨겁게 한 여자를 사랑하는 역할이라서 백 퍼센트 몰입하느라 많은 에너지를 쏟았어요.

최근 네 번째 '발라드 & 뮤지컬 콘서트'도 성황리에 마쳤습니다. 평일 3회차 공연인데도 5분 만에 전석 매진을 기록했는데요. 공연은 어땠나요?

60인조 풀 오케스트라에 30인조 합창단까지 더해져서 이전 공연보다 음악적인 요소를 훨씬 더 웅장하고 풍성하게 보여

드릴 수 있었어요. 공연장을 가득 메운 팬들을 보니 공연 내내 힘이 나서 더 열심히 무대에 임했던 것 같아요. 추운 겨울, 훈훈한 분위기 속에서 팬들과 한 해를 마무리할 수 있어서 뜻깊었죠.

'발라드 & 뮤지컬 콘서트'라는 공연이 생소한데요. 어떻게 시작하게 되었나요?

소극장 공연, 뮤지컬 갈라쇼 등 여러 공연을 관람하다가 아이디어가 떠올랐어요. 음반을 발매하고 팬들을 만났던 공연과 다르게, '온전히 음악과 내 목소리만이 존재하는 공연을 해보고 싶다'라는 생각이 들더라고요. 밴드 혹은 더 나아가서 오케스트라와 함께하는 공연. 퍼포먼스 위주의 공연과는 다른,

보컬에 집중할 수 있는 공연을 꿈꿔왔거든요. '발라드 & 뮤지컬 콘서트'는 뮤지컬 무대에서 선보였던 곡뿐만 아니라 평소에 좋아하던 곡, 무대에서 라이브로 선보이지 않았던 OST 곡 등을 들려드릴 수 있어서 기존 음악 공연과는 또 다른 매력이 있는 콘서트예요.

2010년 뮤지컬 <모차르트>를 통해 뮤지컬 배우로 변신을 시도한 김준수님은 데뷔와 동시에 세상을 깜짝 놀라게 하는 기록을 세웠다. 공연마다 매진을 기록했고, 그의 보컬 실력이 널리 알려져서 일본에서도 관객이 몰려들 정도였다. 인기에 힘입어 국내 최대 관객 수용 극장인 세종문화회관에서 '모든 회차 공연의 3,000석 전석을 매진시킨 유일한 배우'라는 수석을 갖게 됐다. 이후 김준수님은 <천국의 눈물>, <엘리자벳>, <디셈버, 끝나지 않은 노래>, <드라큘라>, <데스 노트> 등의 작품에 출연하며 티켓 파워를 굳건히 지키는 뮤지컬 스타로 우뚝 섰다.

공연하는 작품마다 독특한 캐릭터를 펼치고 있는데요. 뮤지컬을 고를 때 김준수님만의 기준은 무엇인가요?

대본을 보면서 전체적인 그림을 그려보기도 하지만, 결정적으로 제 마음을 움직이는 건 음악이에요. 뮤지컬에 수록된 노래인 '넘버'를 들으면서 제가 무대 위에서 노래를 부르는 모습을 상상하곤 하죠. 어떤 작품이든 제 마음을 움직이는 넘버가 단 한 곡이라도 있다면 '이 뮤지컬을 해야겠다'라고 마음 먹게 되더라고요.

뮤지컬을 더 깊이 배워보고 싶거나, 국외 뮤지컬 작품에 출연한다거나, 글로벌 무대를 향한 꿈이 있나요?

국외 무대에는 국내보다 훨씬 다양한 장르의 뮤지컬이 있고, 제가 아직 도전해보지 못한 작품들도 많아서 기회가 된다면 해보고 싶은 생각이 있어요. 국내에서 다양한 작품을 통해 경력을 차근차근 쌓다 보면 좋은 기회가 오지 않을까요? (웃음)

얼마 전 '제11회 골든티켓 어워즈'에서 <데스 노트>로 인기상을 받으셨는데요.

매년 뮤지컬을 통해 좋은 상을 받게 돼서 영광이에요. 관객들이 그만큼 제 공연에 만족하고 돌아가는 것 같아 계속해서 더 좋은 모습을 보여드려야겠다는 다짐을 하게 되죠. 특히 인기상은 팬들이 직접 뽑아준 상이라 더 의미가 있어요. 많은 사랑을 받은 만큼, 올해도 좋은 무대로 보답하겠습니다.

김준수님은 5인조 K-Pop 그룹이었던 '동방신기'에서 나와 2010년 박유천님, 김재중님과 함께 3인조 그룹 'JYJ'로 활동을 시작했다. 이후 JYJ의 이름으로 일본, 중국 등 국외 무대에 오르기 시작했고, 이들의 노래는 세계 시장에서도 호응을 얻어 K-Pop 그룹으로는 최초로 유럽, 남미를 아우르는 투어 콘서트를 성공적으로 마무리하는 성과를 이루기도 했다.

지난해에는 정규 앨범과 미니 앨범으로 국내외 팬들로부터 큰 사랑을 받았습니다. 최근 아시아 투어를 통해 8만 명의 팬을 만나기도 했는데, 국외 팬들은 어떤 반응인가요?

국외 공연을 가면 공항에서부터 너무나 반갑게 맞아줘요. 아무래도 자주 만나지 못하니까 그만큼 애절한 마음이 있는 것 같아요. 얼마 전 대만 공연에서는 통역사분께서 통역을 해주시기도 전에 팬들이 제 말을 알아듣고 반응해주는데, 정말 놀랐어요. 저로 인해서 한국어를 배우기 시작했다고 하더라고요. 국외 공연인데도 국내 콘서트처럼 팬들이 바로바로 반응해줘서 더 활기차고 신나게 공연에 임했던 것 같아요.

특별한 활동을 펼치지 않은 곳에서도 뜨거운 인기를 얻는 비결은 무엇이라고 생각하나요?

아무래도 음악인 것 같아요. 처음부터 제 음악을 좋아해주셨고, 이제는 무대에서의 모습을 있는 그대로 좋아해주시는 것 같아요. 국외에서 제 뮤지컬을 보기 위해 한국을 방문하는 팬들을 보면, 항상 최고의 무대로 보답해야겠다고 다짐해요.





김준수님의 공연에는 특별한 코너가 있다고 하던데요. 간단히 소개해주세요.

'지니 타임'인데요. 콘서트 중간쯤 하는 코너인데, 팬들이 원하는 소원 세 가지를 즉석에서 들어주는 코너예요. 처음에는 '이 노래 해주세요', '이 춤 춰주세요' 정도였는데, 점점 팬들의 소원이 진화해서 이제는 USB에 노래방 메들리처럼 직접 노래를 편집해서 담아오기도 하고, 듣고 싶은 노래 악보를 만들어 오는 팬들도 많아졌어요. 이제는 팬들이 어떤 소원을 들고 올지 약간 두려워질 정도예요. (웃음)

솔로 가수로, 뮤지컬 배우로 자리매김한 김준수님은 올해 초, 남자로서 또 다른 꿈을 꾸게 됐다. 걸 그룹 'EXID'의 멤버 하나와 열애한다는 사실이 공개되면서 한국을 넘어 아시아 각국의 K-Pop 팬들을 깜짝 놀라게 했다.

공연이나 활동이 없는 시기에는 주로 무엇을 하며 보내나요? 취미나 즐거움을 찾는 활동이 있는지요?

틈틈이 축구를 하면서 체력을 다져요. 어떤 날은 스케줄을 마치고 난 후에도 축구를 할 정도로 빠져 있기도 하고요. 설 때는 친한 동생들이랑 여행도 가고 맛집도 다니면서 시간을 보내요.

올해 30대가 되었습니다. 10대와 20대에 가수로서, 뮤지컬 배우로서 활발한 활동을 펼쳤는데요. 김준수님의 30대는 어떤 것 같나요? 새롭게 도전해보고 싶은 분야가 있나요?

서른 살에 접어들고부터 자주 하는 말이 있어요. "남자는 30대부터!" (웃음) 기회가 된다면 드라마나 영화에도 도전해보고 싶지만, 아직은 가수로서, 뮤지컬 배우로서 무대에서 관객들을 만나는 일에 집중하고 싶어요. 앞으로 20대의 김준수와는 또 다른 매력을 천천히 보여드릴 테니, 더 기대해주세요.

아시아 붐터를 선도하는
이코에 퍼시픽 임직원 여러분, 파이팅!

시아

어느덧 데뷔 13년 차. 김준수님은 앞으로 어떤 아티스트로 기억되고 싶을까? 그는 "공연을 보러 와주시는 분들의 시간과 노력에 배신하지 않는, 최고의 공연을 선보이는 배우로 남고 싶어요"라고 단숨에 이야기했다. 김준수님이 무대에서 노래를 부를 때, 미묘하게 떨리는 저음에 실리는 감성과 폭발하듯 터지는 고음에 담긴 야성을 기억하는 이라면 그의 음악에 대한 노력이 어느 정도인지 짐작할 수 있다. 김준수님은 "음악을 사랑하는 보컬리스트, 그리고 '음악적으로 믿고 듣는 아티스트'라는 말이 제일 기분 좋은 말이에요"라고 덧붙였다. 항상 제자리에 머물지 않고 새로운 시도를 펼치며 진화하는 아티스트가 되고자 하는 그의 꿈은 무대에서 현실이 되고 있다.



광활한 중국을 푸르게 물들인 제주의 청정 헤리티지

아모레퍼시픽 차이나 이니스프리 사업부

중국에서 이니스프리의 초록빛 물결이 점차 거세지고 있다. 청정 제주의 친환경, 녹색 이미지를 통해 중국 소비자들에게 건강하고 깨끗한 이미지로 인식된 이니스프리의 성장세가 나날이 오르고 있기 때문. 광활한 중국에서 글로벌 뷰티 브랜드로서의 잠재력을 입증하고 있는 아모레퍼시픽 차이나(APC) 이니스프리 사업부를 찾아가 성공 비결을 들어보았다.

철저한 분석을 통한 현지화와 브랜드 관리

이니스프리가 중국에 진출한 것은 2012년 4월. 4년이 채 되지 않은 시간 동안 APC 이니스프리 사업부가 달성한 결과는 놀랍다. 작년 한 해만 해도 중국 35개 도시에 95개 매장을 열었는데, 특히 지난 12월에는 선전에 있는 남산 레인보우 쇼핑 플라자에 200호점 매장을 오픈하며 중국 전역에 200여 개의 매장을 보유하게 되었다. 작년 온라인과 오프라인 경로 모두 목표한 것 이상을 이뤄 2014년 대비 총 성장률 160% 달성을 기록하기도 했다.

“중국에서 이니스프리는 제주도 청정 자연을 내세운 콘셉트로 놀라운 성장세를 이어가고 있습니다. 자연주의 브랜드, 고품격 브랜드로서의 이미지를 고수하면서 중국 소비자들의 트렌드와 피부 특성을 연구해 그에 맞는 제품을 개발하고, 시장 변화에도 철저히 대비합니다. 명확한 브랜드 콘셉트 안에서 제품의 질을 높이고 고객들이 진정으로 만족하는 서비스를 선사하는 것. 이것이 중국에서 이니스프리가 강력한 경쟁력을 갖게 된 비결입니다.”



APC 이니스프리 사업부 GM(General Manager)인 필리프 차 이(Filipp Cai)님은 철저한 현지화와 브랜드 관리를 이니스프리의 가장 큰 경쟁력으로 꼽았다. 중국 이니스프리에서는 현지화를 위해 한국에 출시하지 않은 중국 전용 상품을 개발해 인기를 끌기도 했다. 지난해 10월 출시한 제주 석류 에센스가 그것. 중국 고객의 화장품 선호도와 피부 유형을 연구·분석해 제품을 개발하고 홍보 활동을 이어간 결과, 제주 석류 에센스는 출시한 지 두 달 만에 20만 개가 판매되었고, 지금도 중국 전역에서 매일 4,000여 개 이상 판매될 정도로 인기가 뜨겁다. 중국 이니스프리 고객의 주 연령층은 20대로, 이들은 다양한 종류의 화장품을 경험해보길 원한다. 미세먼지와 공해 등 환경 이슈에 관심이 많은 만큼 기초 제품인 스킨, 로션은 흡수력과 보습력이 강하되 끈적이지 않고 가벼운 제형의 제품을 선호한다. 또한, 온라인과 오프라인을 오가며 합리적인 구매를 하기 때문에 가격 대비 기능이 좋은 제품 위주로 선택하는 편이다.



“20대 고객을 타겟으로 제품을 분석하고 개발하면서 이들과 소통을 원활히 하기 위해 다양한 전략을 펼치고 있습니다. 고객을 대상으로 ‘그린 프로슈머(Green Prosumer)’ 제도를 운영해 매달 정기적으로 젊은 층 소비자로부터 제품을 평가받는 등 고객들과 직접 소통합니다. 또한, 매장 서비스와 제품 프로모션에 대해서도 고객의 의견에 귀 기울이면서 중국 화장품 시장 변화에 즉각적으로 대응하고 있습니다.”

현재 중국에서 이슈로 떠오르고 있는 것은 모바일 환경. 중국에서도 스마트폰 이용 보편화로 고객의 구매력에 모바일 환경이 큰 영향을 미치고 있다. 그 때문에 APC 이니스프리 사업부도 온라인 영업에 중점을 두며 모바일과 관련된 다양한 활동을 개발하는 중이다. 중국 인기 SNS인 웨이보, 웨이신에 오르는 이니스프리 제품 정보, 사용 후기 등을 매일 점검하면서 매장 운영과 제품 출시에 반영하는 등, 드넓은 중국 안에서 고객과의 사이를 더 가깝게 이어나가기 위해 모바일 플랫폼을 적극적으로 활용하고 있다.





혁신과 도전으로 고객의 마음을 흔든다

지난해 11월 상하이 번화가인 난징동루에 문을 연 플래그십 스토어는 APC 이니스프리 사업부에 있어 새로운 이정표가 되었다. '이니스프리 플래그십 스토어 상하이'는 총 3층에 면적 822㎡에 달하는 초대형 매장으로, 중국 내 단일 화장품 브랜드 중 가장 큰 규모다. 이곳은 이니스프리 브랜드의 핵심 가치인 제주의 헤리티지를 오감으로 느낄 수 있는 다양한 제품 체험 공간과 중국 매장 최초로 선보이는 '그린 카페' 등의 휴식 공간으로 구성되어 있다.

"고객에게 다양한 제품을 경험하게 하고 카페와 같은 휴식 공간까지 제공하는 것은 중국 화장품 업계에서 최초로 시도된 것입니다. 아시아 경제의 중심지이자 뷰티와 패션 트렌드를 이끄는 상하이에서 이니스프리 플래그십 스토어가 아시안 뷰티의 새로운 기준을 제시할 것으로 기대합니다."

'이니스프리 플래그십 스토어 상하이'는 오픈한 지 3달 만에 주변 쇼핑몰 사이에서 가장 눈에 띄는 매장이 되어 많은 쇼핑객이 만남을 약속하는 랜드마크로 거듭났다. 화장품 브랜드 업계에서 해오던 일반적인 홍보와 마케팅 활동을 벗어나 끊임없이 새로운 것을 시도하는 APC 이니스프리 사업부. 관점과 시각은 늘 색다른 것을 내다보며 변화를 꿈꾸면서도 내면은 한 가지 마음으로 견고하게 쌓아 올린다. 바로 '초심'이다. "APC 이니스프리 사업부는 한마음으로 다음의 세 가지를 유념하며 보다 성장해나갈 것입니다. 첫째, 화장품 시장이 아무리 치열하고 복잡해져도 자연주의 브랜드로 시작한 우리의 '처음'을 기억하는 것. 둘째, 이니스프리를 사랑해주는 고객 중심으로 나아가는 것. 그리고 마지막으로 사무직원은 물론 현장에서 근무하는 그린어스까지, 전 직원 모두가 성장하는 건강한 사내 문화를 만들어나가는 것입니다."

2016년, APC 이니스프리 사업부는 중국 전역에 매장을 확산하고 더 좋은 품질의 제품을 개발하며 성장에 박차를 가할 예정이다. 이를 위해 아직 진출하지 않은 도시를 중심으로 고품격 매장을 열고 온라인과 오프라인 모두 최상의 구매 경험을

제공할 수 있도록 노력할 것이다. 또한, 제품과 영업, 서비스의 전반적인 혁신을 통해 고객 만족에 더 부응하고, 중국 매출액 26억 위안(소비자가)을 돌파하며 지속해서 발전하는 것이 목표다.

올해도 중국 화장품 시장은 수많은 글로벌 브랜드가 진출해 경쟁하는 격전지가 될 것으로 예상된다. 그만큼 남과는 다른 혁신적인 도전이 필요한 시기. 광활한 대륙을 향해, 드높은 목표를 향해 도약 또 도약하는 APC 이니스프리 사업부는 멈추지 않는 성장으로 다시 한 번 세계를 놀라게 할 준비를 하고 있다.





더 넓은 관점으로 글로벌 시장을 꿰뚫어 보다

아모레퍼시픽그룹 그룹기획팀 김영진 님

세상의 크기는 생각의 크기에 비례한다. 인식 하는 영역이 넓을수록 도전을 통해 가능성을 펼칠 무대도 커지는 것이다. 글로벌 시장에서 아모레퍼시픽이 지속해서 성장할 수 있었던 것은 오랜 시간 국외에서 키워온 통찰력과 체계적인 전략방향이 있기에 가능했다. 비전 실현을 앞당기기 위해 세상을 더 넓게 바라보고 명확한 전략을 제시하는 김영진 님을 만나 2016년, 아모레퍼시픽이 함께 걸어갈 방향에 대해 들어보았다.

더 높은 성장을 향한 발판을 놓다

지난해 아모레퍼시픽은 글로벌 시장에서 고성장으로 견고한 실적을 쌓아 올렸다. 이는 메르스 여파, 글로벌 브랜드와 현지 로컬 브랜드 사이에서의 경쟁이 거세진 가운데 이뤄낸 성과라 더욱 주목할 만하다. 2020년까지 매출 12조 원, 글로벌 사업

비중 50% 이상을 달성하기 위해 발판을 다져나갈 올해, '2020 비전'의 나침반이 될 경영방침과 전략방향이 수립되었다.

"2016년 경영방침 슬로건은 '우리 다 함께 (Together, We can)'입니다. 문구는 작년과 같지만, '우리'의 범위를 내부 직원에서 생태계 전 구성원으로 확장해 새로운 의미를 담고 있습니다. 전략방향은 아모레퍼시픽이 한 해 동안 집중해야 할 핵심 영역으로, 지난해 사업 성과와 올해 예상되는 외부 환경 변화를 반영해 설정했습니다."

전략방향은 글로벌 확산, 디지털 리더십 확보, 리테일 고도화, 미래경영 혁신, 질경영 체질화, 인재경영의 6가지. 이는 아모레퍼시픽이 원대한 기업으로 나아가기 위해 한 해 동안 도전해나갈 중점 과제이자 실천 사항이다.

그중 첫 번째 전략방향인 '글로벌 확산'은 '2020 비전' 달성을 위한 필수 요소로, 그동안 아모레퍼시픽이 글로벌 시장에서 잘해온 점은 더 보강하고 부족한 점은 재정비를 통해서 공격적인 마케팅과 사업 진출을 펼쳐나갈 예정이다. 이를 위해 지속해서

성장을 이어오고 있는 중국과 아시아 시장에서 성장 가속화를 이끌고, 중동, 중남미 지역 등 서구 및 선진 시장으로 진출해나갈 길을 모색할 계획이다. 또한, 발전 속도가 빠른 메가 시티를 중심으로 새로운 시장을 개척해나갈 예정이다.

“2016년 역시 아모레퍼시픽그룹 브랜드들이 전세계 고객을 더 많이 만나게 될 것으로 기대합니다. 먼저, 글로벌 챔피언 브랜드 중 설화수, 라네즈, 이니스프리는 브랜드를 강화해 시장 공략을 가속하고, 마몽드와 에뛰드하우스는 브랜드를 재정비해 사업 기반을 확충할 예정입니다. 여기에 넥스트 글로벌 브랜드인 아이오페, 아모레퍼시픽, 려의 기존 진출 시장에서의 안정적인 정착과 탄탄한 국내 사업 성과를 보여준 헤라, 아모스 등의 국외 진출을 준비하고 있습니다.”

더 넓은 세계를 향한 원대한 여정

국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서도 저성장, 수출 불황이 이어지고 있는 요즘, 나날이 악화하는 시장 상황 속에서도 김영진 님은 그리 낙심할 일이 아니라고 말한다.

“중국 성장이 둔화하고 있다고 하지만 여전히 성장하고 있고, 아직 우리가 개척하지 못한 새로운 사업 영역이 충분히 남아 있습니다. 더욱더 전문적인 분석과 탐색을 통해 특이화된 전략을 펼쳐나간다면 경쟁사에 앞서 시장을 공략해나갈 수 있을 것입니다.”

중국을 포함한 아시아 시장에서의 성과는 아모레



퍼시픽 글로벌 확산의 원동력이자 비전 달성 여부를 결정지을 가장 중요한 요소. 중국 경기가 어려워지고 아시아 지역 곳곳에 불안 요소가 잠재하고 있지만, 혁신적인 제품과 서비스를 통해 점당 매출을 개선하고 원칙에 입각한 신규 출점으로 아시아 시장에서의 성장세를 지속해나갈 예정이다. 신시장 개척 또한 글로벌 사업에 있어 중요한 활동이다. 올해 하반기에는 두바이에 브랜드를 론칭해 중동 사업을 본격화하고, 중남미, 호주와 같은 신흥 시장 국가 진입 역시 구체화할 전망이다. 또한, 미국에 이어 캐나다 시장에서 본격적으로 사업을

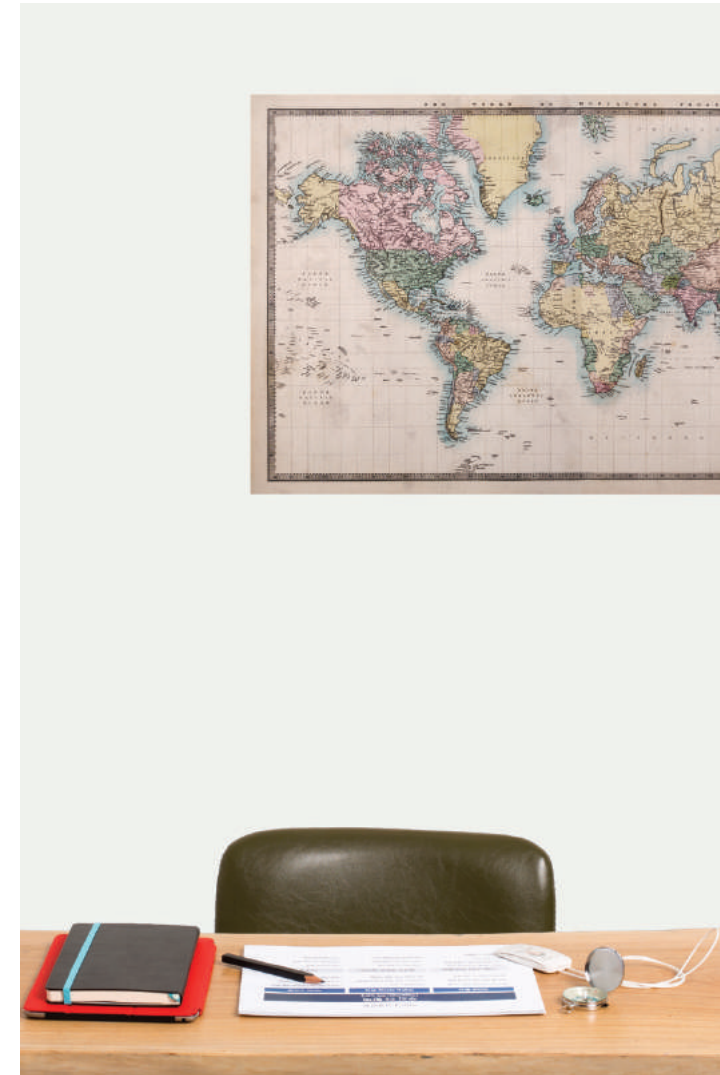
펼쳐 북미 지역의 사업 성장세를 공고히 하며 신규 출점 시장에 아시안 뷰티를 널리 전파해나갈 계획이다.

막대한 구매력을 갖춘 중산층과 부유층이 모여드는 ‘아시아 메가 시티’ 공략에도 박차를 가한다. 싱가포르, 말레이시아, 태국 등 기존 진출 국가에서는 브랜드를 확산하고, 베트남, 인도네시아, 필리핀 등의 메가 시티에서의 사업 확장을 계획하고 있다.

세계의 패러다임이 아시아 시대로 바뀌는 지금, 올해는 아모레퍼시픽이 ‘아시아의 미’를 선도하는 기업으로 향하는 중대한 시점이다. 글로벌 시장으로의 진출을 향해 비유한다면, 경영방침과 전략방향은 뱃길을 비추는 등대의 불빛이 될 것이다. 불확실한 시장 상황 속에서도 곳곳하게 앞을 향해 나아갈 수 있는 건 명확한 경영방침과 전략방향이 있기에 가능하다.

“경영방침과 전략방향이 길을 비추는 불빛이라면, 그 빛을 향해 나아가는 것은 AP인 개개인일 것입니다. 불빛이 올바른 방향으로 이끌어줄 것이라는 공감대를 형성하고, 각자의 위치에서 소명의식을 가지며 최선을 다할 때, 다 함께 성장하고 발전할 수 있을 것입니다.”

아모레퍼시픽이 가야 할 숙명의 길인 글로벌 시장. 세계인의 문화를 이해하고 고객을 깊이 연구하며 경영방침과 전략방향을 길잡이로 삼는다면, ‘2020 비전’ 달성은 물론 글로벌 시장에서 브랜드 가치를 높여나가는 원대한 기업으로 진정 거듭날 수 있을 것이다.





힘찬 새해를 여는 맛있고 든든한 응원

아모레퍼시픽 방판 직영영업팀, 광명소하영업소



회사 안팎에서 늘 바쁜 시간을 보내는 사람들. 전략 운영, 제품 수급, 판촉 활동 등을 통해 직영영업소를 관리하는 방판 직영영업팀 사람들이다. 15개 영업소를 두루 살펴야 하는 직영영업팀 동료들에게 힘찬 기운을 불어넣어 주기 위해 광명소하영업소의 미녀 3총사가 양손 가득 간식을 들고 찾아왔다. 맛있는 간식을 먹으며 이야기꽃을 피우니 함께한 자리엔 어느새 따뜻하고 유쾌한 미소가 가득해졌다.

고마운 마음 함께 담은 감동의 간식

점심의 든든한 기운이 잊혀가는 늦은 오후. 아모레퍼시픽 시그니처 캠프 13층 AP 클라우드에 풍성한 간식을 들고 광명소하영업소의 김현진, 남선미, 김영순 님이 찾아왔다. 늘 영업소를 살뜰히 챙겨주는 직영영업팀 동료들에게 감사 인사를 전하고, 올 한 해도 든든한 팀워크를 다지기 위해 특별한 시간을 준비한 것. 테이블 위에 정성껏 차려진 수제 버거와 샐러드, 음료를 보자 자리에 모인 직영영업팀 팀원들이 감동의 박수를 보낸다.

“광명소하영업소는 소장님도 여자분이고 젊은 카운셀러 분들이 많아서 영업소 분위기가 굉장히 밝고 활성화되어 있는 곳이에요. 영업팀 요청을 가장 적극적으로 들어주는 영업소

이기도 하고요. 손발이 잘 맞는 미녀 3총사에게 늘 고마운 마음이 컸는데 간식까지 마련해주니 정말 감동이에요.”

직영영업팀은 본사의 프로모션 전략을 전달하고 판촉과 제품 수급을 원활히 해서 영업소가 영업을 활발하게 펼칠 수 있도록 물심으로 지원한다. 고객과 가장 가까운 곳에서 영업을 펼치는 카운셀러들이 더 열심히, 불편함 없이 일할 수 있도록 돕는 것 또한 영업팀이 해야 할 일이다.

“6명의 직영영업팀 팀원들이 15개 영업소를 관리하고 있어요. 우리 영업소만 해도 요청할 일이 다양하데, 각각의 영업소에서 솔한 요청을 해올 테니 얼마나 바쁠지 짐작이 되죠. 가끔 급하게 요청하는 일도 신속하게 처리해주고, 사소한 것이라도 최대한 해결해주려고 하는 모습이 늘 고마워요.”

화기애애한 분위기 속에서 인사를 전하며 간식을 즐기 시작한 이들. 서로 접시도 채워주고 음식을 챙겨주면서 가족처럼 훈훈한 대화를 이어갔다.

긍정의 대답에서 느껴지는 배려와 용기

평소 방판 직영영업팀의 세심한 배려에 감동을 느껴왔다는 광명소하영업소 구성원 3총사. 급한 요청이 들어왔을 때 어려운 줄 알면서도 혹시나 하는 마음으로 직영영업팀에 연락하면 '어렵다'는 말 대신 '알아보겠다', '한 번 해보자'라는 긍정적인 대답이 돌아와서 어떤 상황이 되어도 문제를 해결해나갈 힘이 생긴다고.

"카운셀러의 요청으로 설화수 진설 2종 세트가 급하게 필요한 적이 있었어요. 전국적으로 품절된 상태라 구할 수 없었는데, 직영영업팀에 연락해 요청했더니 어렵게 구해주셨죠. 안 된다고 해도 어쩔 수 없는 상황이었던 터라 더 고맙더라고요. 되든 안 되든 긍정적인 대답을 들려주셔서 항상 감사해요. 영업팀의 따뜻한 배려가 있어서 현장에서 더 열심히 뛰게 되는 것 같아요."

늘 긍정적인 기운을 전해 받아서일까. 광명소하영업소는 매출과 증모를 꾸준히 이어가면서 건강하고 생동감 넘치는 에너지를 일으키고 있다. 간식을 먹은 후 자리에서 일어나 서로 어깨를 두드리며 안마를 해주는 이들. 처음으로 주고받는 스킨십이 쑥스러운 것도 잠시, 응원과 격려의 마음을 담아 긍정적인 기운을 짝짝 전달해본다.

"새해가 되어 만나는 첫 자리에서 이렇게 간식을 먹으며 이야기 나눌 수 있어서 좋았어요. 이벤트 신청으로 뜻깊은 자리를 마련해준 광명소하영업소 미너 3총사, 정말 고마워요"라고 인사를 전한 석현정 님. 남선미 님도 활짝 웃으며 이에 화답한다.

"1월 1일에 팀장으로 오신 남응규 님을 오늘 처음으로 만났는데, 자연스럽게 인사 나누고 친해질 수 있어서 좋았습니다. 현장에서 바쁜 일을 처리하느라 못 온 분들이 있어 아쉽지만,

앞으로 이런 자리를 더 마련해서 화목한 시간을 많이 가지면 좋을 것 같아요."

해가 거듭될수록 탄탄하고 두터운 팀워크를 이어가는 이들. 새해의 첫 만남에서 든든하고 맛있는 기운을 나눴으니, 한 해 동안 더 건강하고 에너지 넘치는 방판 직영영업팀과 광명소하영업소가 되기를 기대해본다.



To. 방판 직영영업팀 가족 여러분

15개 영업소와 60여 명의 직원, 그리고 1,000여 명의 카운셀러를 일일이 챙겨주시는 직영영업팀 여러분! 무엇이든 척척, 물심양면으로 도와주시는 여러분 덕분에 바쁜 현장에서도 힘이 납니다. 늘 많은 도움을 받으면서도 제대로 인사드리지 못한 것 같아 이번 기회에 감사의 인사를 전합니다. 많은 변화 속에서도 더욱더 열심히 하는 직영영업팀의 대표 영업소 광명소하점이 되도록 노력하겠습니다. 2016년도 파이팅하시길 기원합니다. 사랑합니다!

From. 김현진, 남선미, 김영순





칭찬으로 주고받는 긍정의 힘

아모레퍼시픽 방판 경인영업3팀
동인천특약점 카운셀러 콕점숙 님, 오경옥 님

칭찬에는 신비한 힘이 있다. 칭찬의 말 한마디는 지친 어깨를 다독이는 위로가 되기도, 절대 할 수 없을 것만 같았던 일을 도전하게 하는 희망의 씨앗이 되기도 한다. 이제 갓 1년 7개월 차가 된 카운셀러 오경옥 님과 19년 차 베테랑인 수석마스터 콕점숙 님은 만나면 늘 칭찬과 격려로 인사를 나눈다. 서로에게 긍정의 힘을 불어넣어 주는 두 사람이 햇빛 포근한 날, 손을 맞잡고 겨울 산책에 나섰다.

진심은 통한다, 꾸준히 다가가기만 한다면

평소 화장품에 관심은 많았지만 직접 판매를 하게 될 줄은 꿈에도 생각 못 했던 오경옥 님. 하지만 그녀의 생각은 수석마스터 콕점숙 님을 만나면서 180도 바뀌었다.

“지인의 소개로 콕점숙 님을 만나서 식사한 적이 있었어요. 대화를 나누는데 말 한 마디 한 마디에서 저를 일으켜 세우는 듯한 긍정적인 에너지가 느껴졌죠. 카운셀러를 해보지 않겠느냐는 제안을 듣고 자신 없어 하니 ‘내가 도와줄게. 할 수 있어’ 하시는데, 이 분과 함께라면 잘해낼 수 있겠다는 확신이 생겼어요. 아직도 혼자 영업을 나설 때면 두려운 마음이 앞서곤 해요. 그래도 콕점숙 님의 긍정 에너지를 전해 받고 나면 저도 모르게 다시 의욕이 솟아오르죠.”

2014년 8월에 카운셀러 일을 시작해 이제 1년 7개월이 된 오경옥 님에게 영업 현장은 아직도 험난하기만 한 길. 19년 차

베테랑이지만 그 시기의 어려움을 생생하게 기억하는 콕점숙 님은 그룹원들에게 해결책을 제시하기보다 스스로 어려움을 이겨내고 영업의 즐거움을 찾아갈 수 있도록 근원적인 힘을 건넨다.

“영업에는 정답이 없어요. 대신에 해답은 있죠. 경험담을 들려줄 수는 있어도 그게 모든 상황, 모든 카운셀러에게 적용될 수 있는 건 아니니까 스스로 문제를 해결해나갈 수 있도록 내면의 힘을 길러줘야겠다고 생각했어요.

수석마스터가 된 지 벌써 14년. 많은 카운셀러들이 선망하는 자리에 올랐지만 콕점숙 님도 처음부터 말문이 트인 건 아니었다. 집안일에서 벗어나 사회생활을 하고 싶어서 무작정 방문판매 영업을 시작했지만 소심한 성격 탓에 모르는 사람에게 말을 걸기도 쉽지 않았다고. 포기하고 싶은 적도 있었지만, 카운셀러로서의 소명을 생각하며 마음을 다잡았다.



“거절당할 때마다 단순히 물건을 파는 게 아니라 고객에게 필요한 것을 전해주는 일이라는 사명감을 다시금 떠올렸어요. 조금 더디더라도 꾸준히, 끈기 있게 가자고 스스로 다독였죠.”

그 결과 고객으로부터 ‘늘 변함 없는 사람, 항상 성실한 카운셀러’라는 평을 듣고 있다는 곽점숙 님. 자신이 깨달은 소명의식을 더 많은 사람이 경험하길 바라는 마음에서 오늘도 긍정의 힘을 전해나간다.



작은 성공에서 시작된 큰 자신감

가끔은 곽점숙 님이 아주 작은 일에도 칭찬을 해줘서 민망할 때가 있다는 오경옥 님. 들을 때는 속스럽지만, 그 칭찬의 말 한마디가 내일의 영업을 힘차게 열어나가는 자신감의 원천이 된다.

“모르는 사람에게 영업을 시도한 첫날, 당연히 안될 것으로 생각했는데 마침 선크림이 필요했다며 구매를 해주셨어요. 그리고 그분이 다른 고객을 소개해줘서 마스크라까지 연달아 판매할 수 있었죠. 단가가 높은 상품도 아니고 여러 개를 판매한 것은 아니지만, 고객을 개척한 건 처음이라 뭘 듯이 기뻐했어요. 곽점숙 님께 이 이야기를 들려드렸더니 정말 자기 일처럼 기뻐하며 칭찬해주시더라고요.”

10년 넘게 신규 카운셀러들을 관리하는 곽점숙 님이 가장 뿌듯한 순간은 이렇게 작은 성공담을 들을 때다. 이는 훈훈한 미담으로만 그치지 않는다. 오랜 시간 영업을 하다 보면 자칫 슬럼프에 빠질 수도 있는데, 신규 카운셀러들의 경험담은 기운을 일으키는 활력소가 되어준다.

“신규 카운셀러들을 교육하면서 배우는 게 많아요. 더 열심히 해야겠다는 즐거운 자극을 받죠. 나도 이런 시절이 있었지 하며 초심을 떠올려보기도 하고, 이들에게 계속해서 좋은 본보기가 되어야겠다는 사명감도 생기고요. 제 조언을 듣고 판매에 성공했다며 기뻐하는 신규 카운셀러들의 이야기를 듣는 것만큼 기쁜 일이 없어요.”

늘 신선한 기운을 전해 받아서일까. 곽점숙 님은 지난해 아모

레 카운셀러 대회에서 ABC부문 은상을 받기도 했다. 이는 혼자 잘해서가 아니라 그룹원들이 노력해준 덕분이라고 말하는 곽점숙 님. 그녀는 앞으로도 열심히 달리고 달려 더 큰 상을 받는 게 목표라고 말한다. 그리고 더 많은 그룹원들과 산책과 대화를 즐기며 돈독한 관계를 유지하고 싶다고.

“오래, 끝까지 카운셀러로 일하고 싶어요. 누구에게나 자신 있게 경력을 얘기할 수 있을 만큼이요.”

곽점숙 님에 이어 오경옥 님이 원대한 목표를 넘어서 이야기했다. 항상 성실하게, 꾸밈없이 솔직하게 다가가며 고객에게 정성 어린 마음을 다하고 싶다는 곽점숙 님과 오경옥 님. 햇살 밝은 산책길 위에서 다시 한번 꿈을 다진 이날, 그녀들의 발걸음을 따라 희망찬 기운이 모락모락 피어올랐다.





시간을 지배하는 그녀의 골든 타임

에뛰드하우스 대학로점 스위티 김혜진 님

세상에서 가장 공평한 것, 바로 시간이다. 모두에게 주어지는 24시간이지만 어떤 이는 어영부영 게으르게, 어떤 이는 매분 매초 소중히 여기며 부지런하게 하루를 보낸다. 에뛰드하우스 대학로점 스위티 김혜진 님은 조금씩 축적되는 순간의 힘을 믿는다. 공평한 시간 안에서 전략적으로 활동하며 가능성을 극대화하는 그녀의 골든 타임을 들여다보았다.





15:00



19:00



20:00

15:00

고객이 적은 한산한 시간. 하지만 프로모션 상품 세트를 새롭게 구성하고 포장하며 판매 전략을 세우는 가장 중요한 시간이다.

19:00

고객에게 메이크업을 시연하는 시간. 한 제품으로 다양한 연출을 하는 메이크업 노하우를 전하며 좀 더 밀착된 판매 전략을 펼친다.

20:00

연결 판매가 가장 잘 되는 시간. 고객의 이야기에 귀를 기울여 필요한 상품 구성을 추천하며 연결 판매로 유도한다.

고객에게 더 가까이, 벽을 허무는 도전

스무 살부터 근무하며 9년 동안 경력을 차곡차곡 쌓아온 스웨티 김혜진 님. 친근하게 고객을 반기는 앳된 미소와 낭랑한 목소리 안에는 오랜 경력으로 똘똘 뭉친, 베테랑으로서의 모습이 가득하다.

“어릴 때부터 화장품과 메이크업에 관심이 많았어요. 취업할 때가 됐을 때, 다른 회사는 생각해보지도 않고 늘 로망으로 품어왔던 에뛰드에 지원하게 됐죠. 좋아하는 회사의 제품을 공부하고 판매한다는 게 정말 꿈 같았어요.”

하지만 현실은 꿈처럼 달콤하지만은 않았다. 그녀가 처음 입사한 매장은 에뛰드하우스 명동2호점. 유동 인구는 물론 외국인 고객이 많은 곳이라 제품에 대한 전문성과 외국어 능력, 고객을 응대하는 실력까지 두루 갖춰야만 했다.

“말이 통하지 않으면 외면해버리는 외국인 고객을 보면 두려운 마음이 드는 한편 그들과 대화를 나누고 필요한 게 무엇인지 파악해서 제품을 권해주고 싶다는 생각도 들었어요. 그래서

중국어도 배우고 외국 고객 응대하는 법을 연구해서 조금씩 말이 통하게 되었죠.”

이 일로 힘든 일이 있을 때마다 어려운 것은 극복하면 되고, 모르는 것은 배우면 된다는 사실을 깨달은 김혜진 님. 그저 열심히 하는 것을 넘어 고객에게 전략적으로 다가가는 것이 얼마나 중요한지도 알게 되었다. 메이크업 마스터, 서비스 마스터, 네일 케어 과정을 수료한 그녀는 틈틈이 뷰티 관련 블로그와 유튜브 동영상 등을 보고 참고해 고객들에게 메이크업 트렌드를 전하며 제품 판매율도 높이고 있다.

업무 활력과 매출을 높이는 황금 시간대

명동2호점에서 8년 6개월간 근무하고 대학로점으로 옮겨온 지 이제 5개월. 김혜진 님은 지난해 가을 문을 연 대학로점에 지원 차 나왔다가 본사의 제안에 따라 대학로점에 머무르며 새로운 도전을 시작했다.

“전에 있던 명동에 비해 대학로는 상권이나 유동 인구 면에서

차이가 많이 나는 곳이에요. 그만큼 역량을 최대한 발휘해야 하는 곳이기도 하죠.”

잘해오고 있던 매장을 떠나 새로운 곳에서 다시 시작하는 게 힘들지 않느냐는 질문을 하자 그녀는 그래서 더 시도해볼 것도, 새롭게 배우고 발견하는 것도 많다고 웃으며 대답한다. 대학로점에 오자마자 상권과 고객, 매장 특성을 분석하고 자신만의 일정표를 만들어본 김혜진 님. 업무에도 타이밍이 있다고 믿는 그녀는 때에 맞는 업무를 하나하나 해결하면서 매장을 정비해나간다.

오전에는 매장 디스플레이를 점검해서 고객의 동선에 맞게 진열을 바꾸거나 제품을 가득 채워 놓으며 참신한 시도로 분위기를 환기한다. 그리고 학생 고객이 많은 시간대인 만큼 친구처럼 언니처럼 고민을 들어주면서 친근하게 다가가 응대하고, 하나의 제품을 여러 용도로 사용할 수 있는 팁을 전하며 판매율을 높인다.

고객의 발길이 뜸한 오후 3시는 김혜진 님이 아이디어를 가장

많이 떠올리는 시간. 이때 직원들과 함께 프로모션 상품 구성, 고객 응대 및 연결 판매 노하우를 공유하며 새로운 판매 전략을 정비한다. 직장인 퇴근 시간대는 1대1 응대도, 연결 판매를 할 기회도 많은 시간대이기 때문에 제품에 대한 전문적인 정보를 풀어내며 최대한 다양한 제품을 보여줄 수 있도록 노력한다.

올해부터는 스태프 제도도 펼치기 시작했다. 1달 안에 프로모션 상품 3개와 신제품 2개를 구매하면 선착순으로 본품 제품을 제공하는 제도로, 이 또한 김혜진 님이 고객 유치와 매출을 높이기 위해 낸 아이디어다.

타이밍과 타겟을 고려한 응대로 나날이 늘어나는 고객 수와 매출을 보면 더할 나위 없이 뿌듯하다는 김혜진 님. 그녀의 꿈은 명확하다. 어제보다 오늘, 오늘보다 내일 더 잘해나가는 것. 지금처럼 꾸준히 자신만의 골든 타임과 페이스를 지켜나간다면 꾸준히 발전하고 싶은 그녀의 꿈은 마침내 현실로 아름답게 펼쳐질 것이다.

더 아리따운 세상을 향한 발걸음을 내딛다

글 아모레퍼시픽 지속가능경영팀

누구나 한 번쯤 '지속가능경영'에 대해 들어봤을 것이다. 지속가능경영이란 기업이 경제적 성과뿐만 아니라 사회적, 환경적 책임을 다하기 위해 노력하는 것을 의미한다. 아모레퍼시픽 지속가능경영의 모토는 '사람, 자연 그리고 기업이 공존하는 더 아리따운 세상을 위하여'다. 우리는 왜 사람, 그리고 자연과 공존해야 할까? 더 아리따운 세상을 향해 발을 내딛는 아모레퍼시픽의 지속가능경영 행보를 함께 걸어보자.

기업의 성장에 있어서 무엇보다 중요한 것은 '사람'이다. 여기서 말하는 사람이란 기업 성장의 동력이 되는 '임직원', 함께 가치를 만들어가는 '협력사', 고객 접점에서 제품을 판매하는 '뷰티 파트너'를 포함한 모든 이해 관계자를 말한다. 아모레퍼시픽은 생태계 안의 '사람'과 함께 성장할 때 지속해서 발전할 수 있다고 믿는다.

자연은 사람이 살아가는 터전이자 생명의 근원이다. 아모레퍼시픽은 자연으로부터 원료를 얻어 다양한 기능을 가진 제품을 개발하고 있다. 하지만 전 세계적으로 기하학적인 인구증가와 환경오염으로 인해 자원고갈 현상이 심화하고 있는 지금, 아모레퍼시픽은 소비재 기업으로서 제품을 생산하기에 앞서 자원의 효율적인 사용을 생각하고 자연을 지키기 위해 노력하고 있다.

지속해서 성장하는 기업이 되기 위해 아모레퍼시픽은 '사람, 자연과의 공존'을 꾸준히 실천해왔다. 이러한 노력을 외부로부터 인정받아, 지난해에는 국내 뷰티·헬스 업계 최초로 6년 연속 글로벌 지수 'DJSI World' 및 국가 지수 'DJSI Korea'에 동시 장기 편입되었다. 특히 'DJSI World'는 투자자들이 지속해서 발전할 가능성이 있는 기업이 어디인지 판단하는 데 도움을 주고자 개발된 대표적인 글로벌 지수로, 전 세계 기업 중 상위 10%만이 인정받을 수 있는 의미 있는 지표다. 그렇다면 아모레퍼시픽은 지속가능경영을 위해 어떠한 활동을 펼치고 있을까? 대표적인 활동을 함께 알아보자.





Good Product

고객, 환경, 사회에 이바지하는 책임 있는 제품 개발

아모레퍼시픽은 제품 개발부터 폐기에 이르기까지, 제품 생명 주기의 전 단계에서 사회와 환경의 영향을 최소화하는 전략을 실행하고 있다.

대표 활동

지속가능제품 개발

지속가능제품이란 '고객 안심 강화', '환경 영향 최소화', '지역사회와의 조화'의 원칙을 준수한 아모레퍼시픽의 제품이다. 지속가능제품에는 외부 인증 기준에 준하는 내부 인증인 'AMOREPACIFIC Promise' 마크를 부여하고 있다. 안심감 강화 제품, 탄소 발자국 제품, 사회적 약자를 배려한 제품 등 다양한 제품 유형이 있으며, 제품 수는 매해 꾸준히 증가하고 있다.



Good for Planet

환경 영향 최소화

아모레퍼시픽은 우리가 사는 자연을 지키기 위해 지속해서 환경 영향을 개선할 뿐만 아니라, 직원의 안전과 건강을 지키기 위해서도 노력하고 있다.

대표 활동

'SHE(Safety, Health, Environment)' 관리 강화

아모레퍼시픽은 환경 영향을 최소화하고 직원의 건강과 안전을 지키기 위해 'SHE(Safety, Health, Environment)' 관리 체계를 강화하고 있다. 사업장별 온실가스 감축 활동, 안전한 작업 환경을 위한 정밀 진단 및 개선 활동을 꾸준히 진행 중이며, 특히 글로벌 사업이 빠르게 확장됨에 따라 '글로벌 SHE 리스크 관리'를 강화해 산업재해, 테러 등 직원 안전 위협사태에 대응하고 있다.



Good Relationship

아모레퍼시픽 생태계 내 구성원 배려

아모레퍼시픽은 기업 생태계 안의 동반자인 비즈니스 파트너와 소통하고 협력하기 위해 노력하며, 임직원의 성장과 삶의 질 향상을 위해서도 혁신하고 있다.

대표 활동

'힐미럽미(Heal me Love 美)' 프로젝트 :

판매사원 감정노동 케어

'힐미럽미(Heal me Love 美) 프로젝트'는 뷰티 파트너의 정신 건강을 보호하기 위해 2015년부터 시작되었다. 이화여자 대학교의료원과 협업해 진행하는 이 프로젝트는 정신건강의학 전문의, 직업의학 전문의, 심리상담사, 명상전문가 등의 강사진을 통한 집단 심화 과정, 내부 전문가 양성, 관리 역량 강화 등의 강의로 구성되어 있다. 지난해 아리따움, 이니스프리, 에뛰드하우스 뷰티 파트너를 대상으로 프로그램을 시작하였으며, 향후 이를 더욱 확장해나갈 예정이다.



Good Citizenship

지역사회 이웃을 위한 나눔

아모레퍼시픽은 '세상의 아름다운 변화'를 실현하기 위해 여성, 환경, 문화의 세 가지 영역을 중심으로 사회공헌 활동을 계속해서 펼치고 있다.

대표 활동

4대 사회공헌 활동

- ① 핑크리본캠페인 : 2001년부터 매년 개최하고 있는 '핑크리본사랑마라톤'을 통해 유방암 예방 의식을 높인다.
- ② 메이크업유어라이프캠페인 : 항암치료 과정에서 외모 변화로 고통받는 여성 암 환우에게 메이크업 및 피부 관리 노하우를 전수해 자신감 회복을 돕는다.
- ③ 희망가게 창업 지원 : 저소득 여성 가정을 위한 창업 지원 프로그램으로, 창업주와 가족이 경제적으로 자립할 수 있도록 돕는다.
- ④ GREENCYCLE(그린사이클)캠페인 : 기존 공병 수거 캠페인에서 업그레이드된 친환경 사회공헌 활동으로, 화장품 공병을 회수해 창의적인 자원 순환을 실천한다.

노년의 미를 새롭게 질문하다

글 생애문화연구소 '옥희살롱' 대표 김영옥 님
(아모레퍼시픽재단 미탐험대)



Christian Seybold, <그린 스카프를 걸친 노파>, 1768
그림 속 여인은 나이 들고 주름이 가득하지만, 노년만이 가질 수 있는 깊이 있는 존엄과 아름다움이 느껴진다.

지금 우리는 '늙음'과 '늙음'을 동일시하면서 점점 나이 든 사람을 비가시적으로 만드는 상품과 유행의 시대에 살고 있다. '젊음'이 아름다움의 기준이라면, 사람의 아름다움은 시간이 흐를수록 점점 빛을 잃게 되는 것일까? 노년이 품은 아름다움을 알아보고 인정하기 위해서는 먼저 그들이 긴 시간 겹겹이 쌓아온 내면의 질문을 들여다봐야 한다.

놀라운 질문을 품고 있는 노년의 아름다움

대부분 사람은 주변에 나이 든 사람이 없는 것처럼 행동한다. 특별히 전위적이거나 특별히 굵거나 특별히 순박하거나 특별히 꼰대이지 않은 한, 나이 든 사람들은 눈에 띄지 않는다. 존재하지 않아서가 아니라 사람들이 시선을 주지 않기 때문이다.

열거한 예시 중에서 '특별히 전위적'인 경우를 살펴보자. 이 경우에도 모든 노년의 존재론적·실존적 수식어가 되어버린

'여전히'는 사라지지 않는다. 과연 노년이 '여전히'의 뒷에서 완전히 자유로워질 수 있을까? 어떤 삶을 살아도 노년의 삶에 대한 존중이나 평가는 '여전히'에 갇혀 있지 않을까? 노년의 삶은 '더는 ~하지 않은'과 '여전히 ~한'이라는 표현에서 벗어나는 것이 불가능해 보인다. 이 강요된 삶의 형태와 비교를 벗어나 그 자체로 '~인' 노년으로 존재할 방법은 없을까? 생물학적으로 보자면 나이가 많을수록 사람은 그야말로 문자적 의미에서 최전방에 있다. 누구보다 앞서 있는 것이다. <늙어감에 대하여>에서 장 아메리가 통렬한 언어로 밝히고 있듯이, 노년은 장소적 의미에서의 '세계-내-존재(世界-內-存在)'보다는 '시간-내-존재'로 산다. '시간-내-존재'로 사는 노년의 최전방은 실험적으로 헤쳐나갈 미지의 장소가 아니라 내부에 고여 있는 미지의 시간이다. 왜 미지인가? 계속해서 앞만 보고 직선으로 내달리느라 눈여겨보거나 새기며 맛보지 못한 시간의 결이고 주름이기 때문이다.

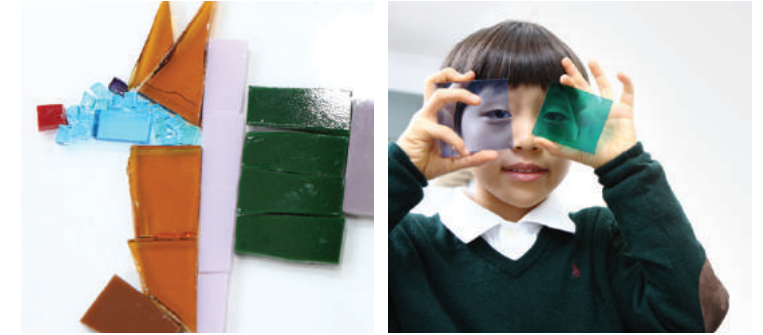
노년의 전위성이란 미지의 시간 속으로 침잠해 들어가 이 시간의 주름이 품고 있는 말을 부화시키는 데 있다. 이 말들은 시간의 되새김질 속에서 이런저런 이야기로 부화할 것이다. 이 부화하는 이야기들은 새로운 해석의 지평을 열고 다른 관점을 도입할 것이다.

새로운 해석과 다른 관점으로 우리를 인도하는 이야기들은 본질적인 의미에서 철학이고 예술이며 정치학이다. 철학은 언제나 놀라움으로 시작하지 않던가. 예술이 선사하는 즐거움과 감동 속에는 언제나 놀라움이 있지 않던가. 놀란 만큼 변하고, 변한 만큼 더 변화시키고자 할 때 정치적 의제가 바뀌지 않던가. 이런 의미에서 시간을 되새김질하는 것은 매우 쓸모 있고 중요하다. 그리고 이 쓸모와 중요 속에서 비로소 노년의 아름다움을 본다. 첫 질문이 아닌 시간 속 되새김으로서의 질문들. 그래서 놀라운 질문들. 이 질문들을 품고 있는 노년의 얼굴은 시선을 잡아끈다. 시선을 잡아끈다는 것, 이것이야말로 본래 의미에서의 아름다움이다.

나이 든 사람만이 지닐 수 있는 용기와 고집

미학에서는 많은 사람의 감탄 어린 응시가 오랜 시간 머물면, 그 대상의 주위에 형성되는 영적 기운에 주목해왔다. 오로라(Aurora)와 어원이 같은 아우라(Aura)가 바로 그러한 영적 기운이다. 주의를 끄는 것은 아름답다. 관심을 두고 누군가를 오래 응시하면 그 대상은 더욱 주의를 끌게 된다. 그러면 더 오래, 더 많은 시선이 결집한다. 아름다움은 이런 방식으로 작동한다. 이 작동 방식에 충실하면 우리는 지나치게 편협하게, 지나치게 뷰티 산업의 관점에서 정의되고 있는 '아름다움'의 좁은 길을 벗어날 수 있다. 그렇지 않고 현재의 정의에 계속 머문다면 소수를 제외한 많은 사람이 '아름다움'에서 소외되고, 노년은 기껏해야 '여전히'의 부스러기를 할당받을 수 있을 뿐이다.

모든 노년이 원하는 것은 '아름답다'는 칭송이 아니라 그들이 살아온 삶에 합당한 '존엄과 품위'다. 존재감, 존엄과 품위. 이것이 바로 노년이 진심으로 원하는 '대접'이다. 시선을 끄는 노년의 매력은 주름이나 잡티가 없는 얼굴, 처치지 않은 눈이나 입매, 혹은 날씬한 다리나 팽팽한 엉덩이에서 나오지 않는다. 노년의 모습이 시선을 끄는 것은 자글자글한 주름이, 갈색으로 변한 피부가, 처진 눈이나 입매가, 근육이 빠져 헐렁한 엉덩이나 정맥류로 울퉁불퉁해진 다리가 모두 어떤 시간의 주름을 가리고 있기 때문이다. 되새김질 속에서 그 시간이 부화시킬 이야기, 질문들 때문이다. 그것은 살아낸 삶에 대한 자부심, 죽음을 향해 결연하게 '그래'를 말할 수 있는 용기, 그리고 살면서 목도했던 정의롭지 못한 것들을 향해 타협 없이 표출하는 깊은 절망과 분노, 나뉘보다 이기적인 배신을 택했던 '이웃 아닌 이웃'을 용서하지 않는 고집으로 나타날 것이다. 이것이야말로 노년만이 지닐 수 있는 아름다움이라고 생각한다. 이 아름다움을 제대로 알아보고 인정하기 위해서는 노년뿐 아니라 거의 모든 사람을 노예로 만들고 있는 일차원적인 외모 이데올로기에서 해방되어야 한다.



투명한 유리에 아름답게 수놓은 우리만의 작품

아모레퍼시픽 특허팀 정한순 님 가족

때로 아이들은 기발한 상상력을 펼쳐 보이며 어른들을 놀라게 한다. 순수한 눈으로 세상을 바라보고 자신만의 생각을 꾸밈없이 표현한 것이기에 어린 시절에 남긴 작품은 더없이 소중하기만 하다. 겨울방학을 맞은 아이와 함께 특별한 하루를 보내기로 한 정한순 님 부부. 유리를 자르고 붙여 아름답게 장식하는 유리 공예 체험을 하기 위해 공방에 들어섰다.形形色색의 유리 조각을 하나하나 이어 붙이자, 얼음처럼 투명한 유리판 위에 무한한 상상의 세계가 펼쳐졌다.



색색의 유리 조각에 마음을 사로잡히다

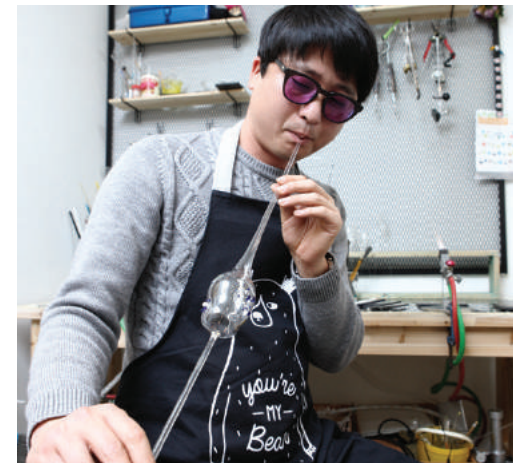
하루하루가 추억 보따리가 되는 겨울방학. 정한순 님 부부는 방학을 맞은 아들 태성에게 잊지 못할 추억을 선물해주고자 서울 망원동의 유리 공예 공방을 찾았다. 공방에 들어서자마자 전시된 유리 공예 작품에 마음을 사로잡힌 가족들. 유리로 만든 접시, 컵, 액자, 시계 등을 보고 '와, 예쁘다' 하는 감탄을 이어가며 호기심 어린 눈으로 어떤 체험을 할지 정성껏 고르기 시작했다.

"평소에는 온 가족이 함께할 수 있는 체험을 찾다 보니 활동적인 것 위주로 즐겨왔어요. 그래서 다 같이 무언가를 만드는 시간은 가져본 적이 없었는데, 어릴 적 미술 시간으로 돌아온 것 같아 설레네요. 태성이가 어떤 작품을 만들어낼지도 정말 기대돼요."

작품을 천천히 둘러보던 가족들이 한목소리로 고른 건 바로 유리 접시. 원형의 투명한 유리판에 색색의 유리 조각으로 그림을 그리듯 채워 넣으면 세상에 하나뿐인 나만의 접시를 만들어낼 수 있다. 아들 태성은 작은 접시를, 엄마 정한순 님과 아빠 안제현 님은 큰 접시를 작업대 앞에 두고 강사의 간단한 교육을 받으며 유리 공예를 시작했다.

제일 먼저 배운 건 유리 조각 재단하기. 유리 절단용 칼로 유리에 살짝 금을 그은 후 힘 있게 톡 치면 내가 원하는 모양과 크기로 유리를 재단할 수 있다. 처음 해보는 유리 재단이 손에 익지 않아 어려워하던 태성은 엄마 정한순 님이 도와주려고 하자, "저 혼자 해볼게요"라고 하며 스스로 끝까지 해내는 대견한 모습을 보였다.

두세 번 시도해보면 후 유리를 잘라내는 방법까지 터득하고 나서



가족들은 본격적으로 공예 작업을 시작했다. 각자 접시의 바탕이 될 투명한 유리판을 앞에 둔 가족들. 뭘 그려 넣어야 할지 심각한 고민에 빠진 엄마, 아빠와 달리 태성은 마치 여러 번 해본 것처럼 다양한 색깔과 모양의 유리 조각을 척척 올려가며 작품을 완성해낸다. 그 모습이 신기한지 물어지게 바라보는 부모님을 보고 태성은 너무 쉽다는 듯 어깨를 으쓱해 보였다.

"아이들은 상상력이 풍부하고 색깔을 사용하는 데 고정관념이 없어서 자유롭게 작품을 완성해내요. 오히려 어른들은 생각이 많아서 시간이 오래 걸리죠. 일단 완벽하게 만들려는 욕심을 버리는 게 좋아요. 모양이 삐뚤어지고 색깔이 다른 유리 조각이 들어가도 괜찮아요. 그게 직접 만들어내는 유리 공예의 매력이기도 하니까요."

강사의 조언을 듣고 스케치를 그린 후 재빠르게 속도를 따라잡는 엄마와 아빠, 그리고 하나하나 유리 조각을 올려가며 작업하는 태성이까지. 세 사람이 조용히 집중력을 발휘하며 유리 공예에 빠져든 사이, 아무것도 없던 투명한 유리판에 하나 둘 화려한 색이 더해져 개성 넘치는 작품으로 완성되어갔다.





마음대로 채워나가는 무한한 상상의 세계

한참 동안의 시간이 지난 후 어느새 윤곽이 드러나기 시작한 유리 접시. 태성이는 화려한 꽃잎이 돋보이는 해바라기와 나비, 엄마 정한순 님은 귀여운 그림의 펭귄을, 아빠 안제현 님은 한 조각 한 조각 오려 붙인 강아지 모양의 작품을 만들어 갔다.

작은 원 안에 반쪽짜리 해바라기와 나비, 그리고 장식을 더해 남다른 구성력과 상상력을 펼쳐 보인 태성이에겐 꿈이 뭐냐고 물어보니 역시나 예사롭지 않은 대답이 돌아왔다.

“발명가가 되는 게 꿈이에요. 타임머신을 만들어서 태초의 시간으로 되돌아가 보고 싶어요.”

이것저것 상상하고 발명하는 걸 좋아해서 만들기에도 관심이 많다고 푹 부러지게 말하는 태성이. 엄마와 아빠는 이제 초등학교 3학년엔 올라가는 태성이가 더 많은 것들을 경험하고 상상할 수 있도록 주말이면 다양한 체험을 하기 위해 노력 중이다.

이야기를 꽃피우는 동안 어느새 유리판 위에 작품이 완성됐다. 유리 조각으로 수놓은 유리판을 접시로 구워내려면 1,200℃가 넘는 가마 속에 넣어야 한다. 접시가 구워져 완성되는 사이에 아빠는 입으로 불어서 만드는 유리컵을, 엄마는 유리컵 속 내용물이 잘 섞이도록 젓는 용도의 머들러를 만들기 하고 다시 한 번 팔을 걷어붙였다.

기둥 모양의 투명한 유리관에 색이 있는 유리 막대를 녹여

장식하고, 뜨겁게 달궈 입으로 힘껏 바람을 불어넣으면 유리관이 점점 넓어져 컵의 형태로 자리를 잡아간다. 처음이라 뼈뼉뼉하지만, 손수 제작한 느낌이 제대로 나서 나름의 맛이 느껴진다는 아빠 안제현 님. 이 컵에 물을 담아 마시면 꿀맛일 것 같다며 온 가족이 웃어 보인다.

이어서 엄마 정한순 님이 긴 막대 모양의 머들러 만들기에 도전했다. 토치 램프로 유리 막대의 끝을 녹여 납작하게 만들고 그 위에 다양한 색의 유리 조각을 녹여서 꾸미니, 나뭇잎 모양의 장식이 돋보이는 머들러가 만들어졌다. 이로써 세 가족이 만든 유리 접시와 컵, 머들러까지 한 세트가 완성되었다. “올해가 결혼한 지 10주년 되는 해예요. 아들 태성이가 10살이 되면서 10대가 되는 해이기도 하고요. 이런 의미 있는 해의 시작을 가족과 함께 특별한 체험으로 열게 돼서 정말 뜻깊어요.” 엄마와 아빠가 완성된 작품을 이리저리 보면서 소감을 말하자, 태성이라도 한마디 덧붙였다.

“처음이라 조금 어려웠는데, 다음번에는 잘할 수 있을 것 같아요. 이 접시에 담아 먹으면 어떤 음식이든 맛있지 않을까요? 친구들한테도 자랑할래요!”

값을 매길 수 없을 만큼 소중한 작품을 만든 정한순 님 가족. 세상 하나뿐인 접시와 컵, 머들러처럼 가족이 함께하는 매 순간 단 한 번뿐인 소중한 시간이다. 유리 위에 투명하고 순수한 마음을 그려낸 이날, 가족의 미소도 서로의 빛을 비추는 유리처럼 어느새 맑고 밝게 닳아 있었다.



아름다운 손길로 새로운 희망을 걸다

희망가게 간판 지원 활동



간판은 사업장의 얼굴이다. 깔끔한 간판을 보면 가게에 믿음이 생기고, 재치 있게 표현한 간판을 보면 호기심이 생겨서 매장 안으로 들어서게 된다. 아모레퍼시픽과 아름다운재단의 창업 지원 프로그램을 통해 문을 연 '희망가게 1호점'이 간판을 바꾸고 새롭게 단장했다. 새 옷을 갈아입은 희망가게 1호점은 힘찬 기운을 가득 채우고 다시 한 번 새 출발을 시작했다.

희망가게의 고민에 귀 기울이다

작은 불씨 하나로 따뜻한 온기를 널리 퍼트려나가는 아모레퍼시픽의 '희망가게' 활동. 희망가게는 저소득 한 부모 여성 가장을 경제적으로 돕기 위해 아모레퍼시픽이 아름다운재단과 함께 마련한 창업 지원 프로그램으로, 창업주와 가족들이 자립할 수 있는 발판을 마련해줌으로써 삶에 긍정적인 변화를 불러넣고 있다. 창업을 통해 자립할 수 있도록 보증 없이 신용대출을 지원하고, 상환금은 '희망의 씨앗 자금'으로 다시 쌓여 창업을 준비하는 또 다른 한 부모 여성 가장이 새로운 기회를 얻게 된다. 2004년 1호점 이래 현재 260여 곳의 희망가게가 문을 열어 따뜻한 이야기를 이어가고 있다.

아모레퍼시픽의 희망가게 지원은 비단 신용대출로만 그치지 않는다. 창업 자금 지원뿐만 아니라 사업 컨설팅, 사후 관리 서비스를 통해 실질적인 자립을 적극적으로 지원한다. 올해 처음 시작한 희망가게 간판 지원은 매장이 오래되었거나 신규로 가게를 열어서 간판 시공이 필요한 사업장에 간판 공사를 시행해주는 활동이다. 그 첫 번째 대상은 희망가게 1호점. 이곳은 2004년, 서울 안국동에서 '미재연'이라는 한정식 식당으로 시작해 2007년, 새로운 경영주를 만나 '정든찌개'라는 이름으로 다시 태어났다. 희망가게 지원금을 모두 상환한 2013년부터는 경영주의 이름을 넣어 '김귀속표 부대찌개'라는 상호로 단장하고 고객을 만나고 있다.



“이번 희망가게 간판 지원 활동은 개업한 지 오래돼서, 혹은 사업의 특성을 잘 살리지 못한 매장 인테리어로 인해 매출의 어려움을 겪고 있는 희망가게에 도움을 주고, 파트너십을 강화하기 위해 펼쳐졌습니다.”

아모레퍼시픽 CSV(Creating Shared Value)팀 이예진 님이 새롭게 출발하는 희망가게 간판 지원 활동에 대해 간략히 소개한다. 두 번의 이사 후 서울 가양동에 자리를 잡은 희망가게 1호점. 차가 드나드는 길목에 있는데도 불구하고, 간판에서 특색 있는 분위기가 드러나지 않아 매장이 눈에 잘 띄지 않았었다.

“멀리서도 한눈에 보이는, 우리 가게만의 장점이 돋보이는 간판으로 새로 내걸고 싶었어요. 주력 메뉴가 부대찌개인데, 메뉴판에는 다른 메뉴들과 별 차이 없이 적혀 있어서 그 부분도 고치고 싶었고요.”

경영주의 의견에 맞춰 디자인한 간판과 메뉴판이 마침내 도착했다. 드디어 공사 시작. 가게 입구 위에 걸릴 메인 간판과 가게 옆에 설치할 선간판, 멀리서도 가게를 찾을 수 있게 만든

캐리커처 간판과 원형 간판으로 교체하는 작업이 착착 순조롭게 진행되었다.

간판 교체로 완성된 감동의 변신

새 간판과 새 메뉴판을 걸어놓으니 마치 오늘 개업한 식당처럼 분위기가 밝아졌다. 간판 교체 후 매장을 찾은 단골손님들은 새롭게 단장한 가게가 한결 좋아 보인다, 사장님 캐리커처가 친근하고 정감 간다며 한목소리로 칭찬의 말을 건넸다. 바쁜 모습을 하나하나 눈에 담으며 어루만지던 경영주도 환하게 웃으며 소감을 전했다.

“벌써 ‘대박’이 날 것 같은 든든한 기분이 들어요. 예전 간판에서 아쉬웠던 점들을 어쩌면 이렇게 꼭 집어서 마음에 들게 바꿔주셨나 몰라요. 희망가게를 처음 만났을 때처럼 설레고 기쁜 마음이에요. 정말 감사합니다. 막 개업한 것처럼 새로운 기운으로 희망차게 가게를 잘 꾸려나가겠습니다.”

소식을 듣고 새로 단장한 가게에 찾아온 아름다운재단의 송혜진 님도 축하의 인사를 건넸다.

“간판과 메뉴판 교체만으로도 분위기가 확 달라졌어요. 한결 더 깔끔하고 환해지고요. 희망가게 1호점의 시작부터 지켜봐 왔는데, 하루도 빠짐없이 부지런한 사장님이 참 아름다워 보였어요. 늘 지금까지 열심히 하시면 원하시는 만큼 번창하시리라 믿습니다.”

1호점을 파일럿으로 진행한 희망가게 간판 지원 활동은 시공 후 매출 개선도와 만족도 평가를 거쳐 사업을 검토한 후, 나머지 희망가게로도 확장할 계획이다. 매장 선정 기준 수립과 디자인 재능기부, 예산 확보 등이 협의되면 지속해서 희망가게의 발전을 도울 예정이다. 여성과 아동의 빈곤 탈출과 삶의 질 향상을 위해 노력하는 아모레퍼시픽의 희망가게 활동. 앞으로 더 따뜻한 응원의 힘이 모여 많은 희망가게가 힘찬 날갯짓을 펼쳐나갈 수 있기를 기대한다.





요리로 맛있게 피어난 두 남자의 브로맨스

에워드 BM1팀 허석철 님, 아리따움 직영영업2팀 김낙인 님

남자들의 남다른 우정을 뜻하는 신조어 브로맨스 (Bromance). 절친을 넘어 자타공인 브로맨스 사이로 알려진 두 남자가 유방 건강에 유익한 단호박 요리에 도전하기 위해 쿠킹 스튜디오를 찾았다. 즐거운 분위기 속에서 유방 건강에 대한 생각도 나눈 이 날. 단호박처럼 달콤하고 담백한 두 남자의 요리가 시작됐다.



노화 방지와 암 예방에 탁월한 단호박

단호박에는 항산화 영양소인 비타민 A, C, E가 모두 들어 있으며, 베타카로틴이 풍부해 노화 방지와 암 예방에 탁월한 효능을 보인다. 베타카로틴은 섭취 시 체 내에서 비타민 A로 변하는데, 감염에 대한 저항력을 길러준다. 단호박의 비타민 C는 열에 잘 파괴되지 않아 찌거나 볶아서 익혀 먹어도 영양분의 손실이 적다.



남다른 동기애를 자랑하는 소울 메이트

2015년 1월에 입사해 이제 1년을 가득 채운 허석철 님과 김낙인 님. 1년 전 동계 신입사원 연수에서 만나 돈독한 우정을 이어온 두 사람은 매일 회사에서 만나는 것으로도 모자라 주말에도 종종 만날 정도로 절친한 사이를 자랑한다. 맛집 투어, 뮤지컬 관람을 즐기는 것은 물론 두 사람 다 만들기를 좋아해서 디퓨저, 석고 방향제 등을 만들러 다니기도 하고 요리도 즐겨 한다고.

관심사부터 입맛까지, 어느 하나 비슷하지 않은 것이 없다는 두 사람. 딱 하나 다른 것이 있었으니 바로 요리 취향이다.

“저는 알리오 올리오 파스타처럼 양식 메뉴 요리하는 것을 좋아하고, 김낙인 님은 된장찌개 같은 한식 메뉴 요리를 즐겨 해요. 오늘 유방 건강에 좋은 단호박을 재료로 양식과 한식 요리를 만들기로 했는데요. 각자의 취향대로 저는 단호박 꿀 피자, 김낙인 님은 단호박 등갈비 조림에 도전하기로 했어요. 간단한 요리는 해봤지만 이렇게 전문적으로 배우는 것은 처음이라 기대됩니다.”

두근거리는 마음으로 소감을 말하며 허석철 님이 먼저 조리대 앞으로 등장했다. 뒤이어 앞치마를 두르고 주방으로 들어

온 김낙인 님. 두 요리의 주재료인 단호박을 다듬는데, 평소 요리 좀 해본 남자들답게 칼질도 능수능란하다. 두 남자의 여유로운 미소와 경쾌한 도마 소리 속에서 본격적인 요리가 시작됐다.

서로 더 발전하고 싶게 만드는 시너지 메이트

“김낙인 님의 가장 큰 장점은 자기계발을 쉬지 않는 거죠. 중국어 실력이 훌륭한데, 매일 전화 중국어로 실력을 향상하고 있어요. 김낙인 님처럼 늘 긍정적인 긴장감을 유지하는 법을 배우고 싶어요.”

그저 취향이 잘 맞아 함께할 거리를 즐기는 사이가 아닌, 발전적인 방향으로 서로를 이끌어가는 두 사람. 김낙인 님도 이에 질 새라 동기 칭찬을 이어갔다.

“허석철 님은 사람들을 잘 챙겨요. 성격이 세심해서 누구에게 뭐가 필요하지 잘 파악하죠. 다들 하기 싫어하는 일도 무심한 듯 처리해내고요. 친절함과 배려가 몸에 배어 있어요.”

얼굴 보며 하는 칭찬이 부담스러울 법도 한데, 서로에 대해 얼마나 잘 알고 있는지 눈 하나 깜짝하지 않는다. 훈훈한 분위기 속에서 둘이 맞춘 듯 같은 시간에 요리를 마친 허석철 님과

김낙인 님. 단호박을 재료로 만든 두 요리의 맛있는 향기가 후각을 간지럽힌다. 이제 요리를 시식할 시간. 직접 만든 요리가 입맛에 잘 맞는지 두 사람 모두 만족스러운 미소가 입가에 걸렸다.

“수업을 들으면서 직접 요리를 만들어보니 더 재미있었어요. 이렇게 맛있는 요리가 유방 건강을 지키는 데 도움을 줄 수 있다니, 어머니께 꼭 한 번 요리해드려야겠어요.”

절친 아니랄까 봐 한목소리로 소감을 말하는 두 사람. 맛있는 요리를 먹으며 다양한 유방 건강 관련 활동에도 조금 더 관심을 두자는 작은 다짐을 하기도 했다. 좋은 친구 사이란 서로에게 긍정적인 기운과 유익함을 더하는 사이. 늘 서로에게 배울 점을 선사하는 두 사람의 브로맨스는 뜨거운 형제애처럼, 끝까지 훈훈함을 더해갈 것이다.





단호박 꿀 피자

단호박 1/2개, 바질 가루 1/4작은술, 우유 2큰술, 마늘 3쪽, 다진 견과류 4큰술, 방울토마토 5개, 체더 치즈 1장, 파르미지아노 치즈 가루 3큰술, 생 모차렐라 치즈 100g, 소금·후추·꿀·올리브유 약간



- 1 단호박은 씨를 제거한 후 알맞은 크기로 썰어서 7분가량 찜통에 찐다. 2 마늘은 편으로, 방울토마토는 반으로 썰어서 올리브유에 노릇하게 볶는다.
- 3 익은 단호박은 껍질을 벗겨 으갠 후 우유, 바질 가루, 소금, 후추, 파르미지아노 치즈 가루를 넣고 섞는다. 4 ③을 팬에 넓게 깔고 볶은 마늘, 방울토마토와 견과류, 체더 치즈, 생 모차렐라 치즈를 올린다. 5 ④를 200℃로 예열된 오븐에서 치즈가 녹을 때까지 10분간 구운 후 꿀을 뿌린다.



단호박 등갈비 조림

단호박 1/2개, 돼지 등갈비 500g, 양송이버섯 2개, 마늘 3쪽, 쥐똥고추 3개, 물 1컵, 다진 생강 1큰술, 후추 약간
양념 재료 : 간장 1/4컵, 화이트 와인 1/4컵, 올리고당 3큰술



- 1 마늘은 편으로, 단호박은 2cm 두께로, 양송이버섯은 4등분으로 썬다. 2 1시간가량 물에 담가 핏물을 뺀 등갈비를 먹기 좋은 크기로 자르고 살 쪽에 칼집을 낸다. 3 냄비에 물 1컵과 마늘, 쥐똥고추, 다진 생강, 후추와 등갈비를 넣고 삶는다. 4 ③의 등갈비가 익으면 준비한 양념 재료를 넣고 15분간 조리한다. 5 등갈비에 양념이 배면 단호박과 양송이버섯을 넣고 10분간 더 조리한다.

모바일로 접속하면 요리 과정을 동영상으로 볼 수 있습니다.

TO READERS

아모레퍼시픽 커뮤니케이션 매거진 <ASIAN BEAUTY CREATOR>를 페이스북으로 만나보세요. 스마트폰으로 아래 QR코드를 스캔하거나, 인터넷 주소창에 페이스북 주소(www.facebook.com/saboabc)를 입력하면 언제 어디서나 편리하게 아모레퍼시픽의 다양한 스토리를 담은 콘텐츠를 즐길 수 있습니다. 사보 콘텐츠를 비롯한 재미있는 이야기와 다채로운 이벤트가 가득하니, 지금 <ASIAN BEAUTY CREATOR> 페이스북을 방문해보세요.



<ASIAN BEAUTY CREATOR>
페이스북 바로가기



이 책은 친환경적인 용지를 사용하고 있으며, 공기를 잉크로 인쇄하였습니다.