

Simpac

2025 VOL. 60

SIMPAC STORY MAGAZINE

통권 60호
발행인 최진석
발행일 2025년 12월 31일
발행처 SIMPAC
서울시 영등포구 국제금융로 52 심팩빌딩 14층
기획·편집·디자인 (주)대통기획
Tel. 02-2269-3613

사보 담당자
(주)SIMPAC 기획관리부문
이도영 매니저 02-3780-4923
dylee@simpac.com

(주)SIMPAC 프레스부문
손은택 매니저 032-510-0025
etson@simpac.com

(주)SIMPAC 메탈부문
전준호 매니저 054-271-8723
jhjun@simpac.com

(주)SIMPAC인더스트리 산업기계부문
신재희 매니저 032-590-8813
jhshin@simpac.com

(주)SIMPAC리스팅비즈
임현 매니저 061-792-8817
hyunlim@simpac.com

(주)SIMPAC글로벌
최윤오 매니저 010-5898-2956
yochoi@simpac.com

(주)SIMPAC글로벌동부
이선미 매니저
seonmlee@simpac.com

(주)SIMPAC KDA
장명수 팀장
ms.jang@simpac.com

(주)SIMPAC 아플리에
임승우 매니저
swlim@simpac.com

Content

생각을 여는 하루

- 04 스페셜 테마
Synergy For Impact
- 08 테마 인사이트
DEI 기반의 조직문화로 만들어내는 시너지
- 12 멘토링 클럽
소통으로 신뢰를 쌓는 영업 이야기
In SIMPAC인더스트리 산업기계부문
- 16 팀빌딩 워크숍
'교류분석'과 '상황극'으로 알아본 효과적인 소통법
In SIMPAC 프레스부문
- 20 심팩 한 컷
심팩인들의 일상 한 컷

함께 뛰는 심팩

- 26 현장 속으로
프레스의 뼈대를 세우는 사람들
SIMPAC ENG
- 32 심팩 인사이트
2025년 신입사원 입문교육
- 36 ZOOM IN
SIMPAC 아플리에, Perfumer H 도산 플래그십 스토어 오픈
- 38 NEWS
뉴스 단신

마음을 나누는 우리

- 42 찾아가는 클래스
샹그리아 만들고, 와인에 대해 배워본 시간
In SIMPAC KDA
- 46 트립 내비게이션
홀췌 다녀오기 좋은 사업장 근처 니들이 장소
- 50 직장인 성장 노트
상대의 마음을 얻기 위한 비즈니스 설득 전략
- 54 북클럽
나의 삶을 긍정적으로 바꿀 '삶의 기술'을 담은 책
- 56 TREND
이제는 YONO 시대!
불경기에 살아남기 위한 현명한 소비 전략
- 58 우체통
독자 참여 이벤트



Synergy For Impact



SIMPAC이 리브랜딩을 통해 새로운 모습으로 다시 태어났습니다.
SIMPAC의 철학인 Simple & Compact 정신을 담아
브랜드 미션, 비전, 로고와 컬러 시스템, 서체 등 모든 것을 새로이 규정하였으며
그룹 홈페이지 또한 새롭게 단장했습니다.

BRAND MISSION

내일의 성장을 함께하는 산업과 사회의 파트너

BRAND VISION

첨단 산업에 필요한 핵심 기술과 서비스로
지속가능한 내일을 함께 개척합니다

BRAND VALUES

튼튼한 파트너 / 지속가능한 성장 / 선도적 솔루션 / 더 나은 환경

BRAND ETHICS

끊임없는 협력 / 담대한 도전 / 데이터 중심의 사고 / 사회적 책임감



업계 1위의 굳건한 신뢰와 강한 자신감을 전달하는 디자인, 다양한 사업군을 아우르면서도 여러 환경에 유연하게 적용 가능한 심플하고 함축적인 디자인, 심플한 비주얼 에셋에 담긴 역동적인 움직임으로 미래지향성을 표현하는 디자인, 감각적이고 사실적인 이미지를 통해 직관적인 첨단성을 경험하게 하는 매력적인 디자인을 담아 리브랜딩을 진행했습니다.

어떤 일이 있어도 절대 멈추지 않는 머시너리의 강력한 파워. 소재, 프레스, 그리고 스크랩까지 End-to-End 밸류 체인이 창출하는 시너지. 자원 순환을 통해 미래 세대를 생각하고 지속가능성을 실현하는 힘. 매일 반복되는 일상에 더 좋은 취향을 제공해, 삶에 더해지는 원동력까지. 모든 산업의 시작에서 끝까지, 그리고 끝에서 다시 새로운 시작으로. 리브랜딩을 통해 끝이 없는 움직임에서 시작되는 SIMPAC의 힘을 표현했습니다.

LOGO SYSTEM



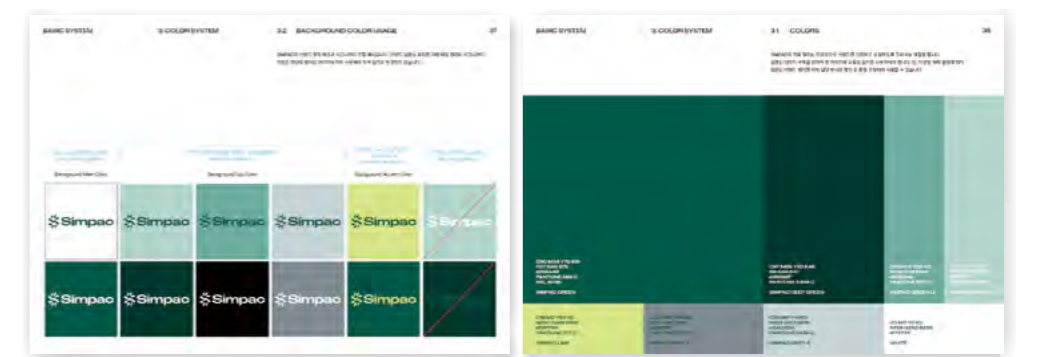
SIMPAC의 시그니처는 순환하는 형태의 S 심볼을 통해, 끊임없이 움직이는 머시너리부터 반복되는 일상에 원동력을 더하는 B2C 사업까지 전 사업부의 가치를 포괄하여 표현했습니다. 주목도 높은 심볼은 브랜드를 함축적으로 임팩트있게 표현하며, 단단하고 세련된 형태의 로고타입과 결합하여 SIMPAC이 쌓아온 신뢰감, 책임감을 전달하는 동시에 젊고 혁신적인 브랜드 이미지를 발신합니다.

* 시그니처 활용 시에는 활용 규정을 지켜야 하며 어떠한 경우에도 임의로 변경, 훼손하지 않아야 합니다.

SIMPAC그룹의
새로운 슬로건
'Synergy For Impact'

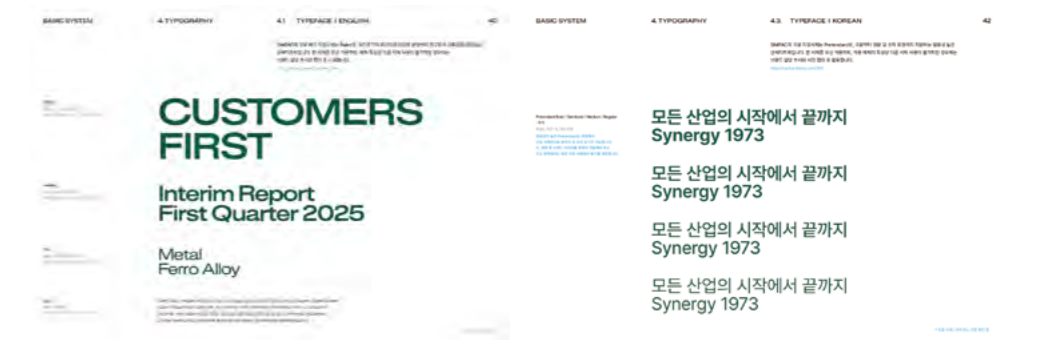


COLOR SYSTEM



SIMPAC 전용 컬러를 규정하여 브랜드를 직관적으로 인지하고 상징하도록 했습니다.

TYPOGRAPHY



국영문 지정 서체를 우선 적용하되, 불가피한 경우에는 브랜드 담당 부서와 협의 후 사용합니다.

DEI 기반의 조직문화로 만들어내는 시너지

새로운 회의방식으로 공유하라!



DT의 가속화로 사업환경이 복잡해지고 낯선 이슈들이 급증하며 소수의 유능한 리더나 특정 부서의 힘만으로는 문제를 해결하기 어려워졌다. 다양한 관점을 가진 구성원들의 긴밀한 협업을 통한 문제 해결이 절실해진 지금, 글로벌 기업들과 발 빠른 국내 기업들은 이를 위한 핵심 원칙으로 DEI(Diversity:다양성, Equity:형평성, Inclusion:포용성)를 강조하고 있다.

지금, 조직문화 전환이 필요한 이유

의사결정 전문기관 Cloverpop에 따르면 '다양성이 확보된 포용적 팀은 일반 팀 대비 87% 더 나은 의사결정, 2배 빠른 과업추진 속도를 보인다'고 한다. 맥킨지는 '경영진의 다양성이 상위 25% 수준 인 기업의 수익률이 36%더 높다고 발표하기도 했다. 그러나 현실의 일터는 일 때문에 만나 임금과 노무를 교환하는 '단기적 거래관계'로 인식되고 있다. 상사와 동료들 이해관계의 상대나 승진과 인센티브를 두고 경쟁하는 적으로 바라보며, 근무시간과 보상 수준에 맞춰 최소한만 수동적으로 일하라고 부추기기도 한다. 일터에서의 몰입과 협업, 시너지를 기대하기는 더욱 어려운 환경으로 변하고 있는 가운데, 조직 내에서 지속 가능한 긍정경험을 쌓아가기 위해서는 어떻게 해야 할까?



조직문화 조성을 위한 실천전략 '3R'

조직문화는 오랜 시간의 반복을 통해 형성된다. 아래의 3가지 전략은 협업 기반의 조직문화를 만드는 핵심 요소다.

첫째

명확한 공통의 약속(Rule)을 정립하라. 동양 사회는 위계적 구조, 눈치와 염치, 암묵적 관계와 개인간의 신뢰를 기반으로 발전했다면, 서양에서는 상대방이 아닌 사회적 시스템의 신뢰도를 높이는 방식으로 발전했다. 등기와 공시제도처럼, 상대방도 '규칙을 준수할 것이라는 신뢰'를 기반으로 협력했다. 구성원의 긴밀한 협업을 위해서는 직무권한, 문서관리, 인사관리, 회계관리규정 등 반복적 프로세스에 대한 매우 구체적인 규칙을 미리 만들어 두어야 한다. 다만 조직의 규모가 커지고 복잡성이 증가하는 가운데 모든 상황을 규정화할 수 없기에, 상황 인식과 판단의 기준이 되는 공통의 신념을 더욱 강조하게 되었다. 다양성 속에 협업과 시너지를 내기 위한 DEI 실천 약속 5가지를 제안한다.

- 1 상대방도 나와 동등하게 존중받을 권리가 있다. - 발언기회를 동등하게 제공한다. 끝까지 듣고 질문으로 이해를 확인한다. 차별적 표현을 피한다. 실수를 비난하지 않는다.
- 2 상대방도 좋은 의도를 갖고 있다. - 공동의 목표 달성을 위한 마음, 윈윈하여 파이를 키우고자 하는 마음이 있다고 믿는다.
- 3 상대방도 유효한 정보의 일부를 갖고 있다. - 마치 앞이 보이지 않는 이들이 각자 코끼리의 일부를 만지며, 코끼리에 대해 대화하는 상황일 수 있다고 믿는다.
- 4 상대방과 차이는 배울 수 있는 기회다. - 다양한 관점을 통해 인식수준을 확장할 수 있다는 자세로 임한다.
- 5 무엇(what)이 옳은가에 집중한다. - 누가(who)에 집중하면, 시비다툼으로 변질된다.

둘째

추상적 가치를 담아내는 구체적 형식(Ritual, 이하 리추얼)을 설계하라. 신뢰, 존중, 공정, 포용, 효율성, 명확성 등은 눈에 보이지 않기 때문에 그 의미를 제대로 전달하기 위한 리추얼(입사식, 정년퇴임식, 환영회, 송별회, 시무식, 중무식, 창립기념일, 착수보고, 결과보고회 등)이 있어야 한다. '딱딱하고 일방적인 분위기의 행사'를 넘어, 구성원 서로가 공유하는 긍정 경험을 제공할 수 있어야 한다. 소속감과 자부심, 성취감과 성장감을 경험하며, 축하와 위로 그리고 격려를 전할 수 있는 리추얼이 필요하다. 이는 조직의 규모와 무관하다. 리추얼 설계의 3가지 핵심은 아래와 같다.

- 1 **의미와 형식은 공존해야 한다.** 의미 없는 형식은 공허하고, 형식 없는 의미는 기억되지 않는다. 목적과 배경 등에 대한 충실한 설명이 필요하다.
- 2 **다수가 공감해야 한다.** 형식에 의미를 부여하면 가치가 높아지지만, 다수가 공감하지 못하면 충실한 참여를 이끌지 못한다. 참석자 상호 스몰톡 시간을 반영하거나, 함께 참여하는 소소한 활동을 추가하는 것도 좋다.
- 3 **재미가 있어야 마음을 연다.** 편안하고 자연스럽게 흥미를 이끌 수 있어야 한다. 칭찬과 축하로 시작하거나, 간식과 음료를 준비하는 것도 방법이다.

셋째

꾸준한 반복(Repeat)을 통해 자연스럽게 하라. 긍정경험을 제공할 수 있는 리추얼을 만들었다면, 지속하는 것이 핵심이다. 낯선 것에 익숙해지는 '학습경험'이 필요하다. '정기적'으로 실시하되 일정은 미리 공유해야 한다. 적어도 3회 정도 약속된 주기에 맞추어 진행해야 한다. 처음에는 어색하고 서툴 수 있지만 이를 보완하여 두 번째에는 개선된 모습으로 선보일 수 있다. 참여하는 구성원들의 반응을 고려해 최적화를 위한 미세조정 후 세 번째부터는 '우리만의 고유한 문화, 추상적 가치를 담는 구체적 형식'으로 정립할 수 있다. 구성원들이 '다음'을 언급하거나 기대한다면 정착 단계에 이르렀다고 판단할 수 있다.

첫째

비효율적인 회의를 개선하고 간소화하라. 일방적 정보전달을 위한 미팅은 메일이나 다른 소통 채널로 대체할 수 있다. 논의 과제의 관련자가 소수일 경우, 전체 미팅 아젠다에서 제외하고 별도의 미팅으로 운영한다. 매일 실시하는 아침조회 등은 자료 없이 일어난 상태로 짧게 진행한다. 회의는 미리 계획하되 산출물을 명확히 정의하고, 사전에 참석자에게 참고할 자료와 준비를 위한 양식을 배포한다. 충실한 작성사례를 함께 제시함으로써, 준비에 대한 높은 기대치를 전달할 수 있다. 종료 시 결정사항, 담당자, 납기 등을 명확히 한다.

둘째

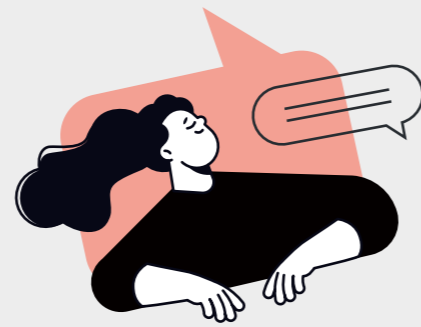
중요한 회의는 양방향 소통과 참여로 전환하라. 다양한 의견, 상반된 증거를 확인할수록 좋은 의사결정이 가능하다. 회의 주최자 외에 아무도 의견을 내지 않는 분위기라면 심리적 안전감이 낮다는 방증이다. "김대리가 의견을 냈으니, 다음 주까지 김대리가 책임지고 준비하세요."와 같은 경험은 '침묵은 중간 정도가는 합리적 전략'으로 인식하게 한다. 이때 온라인 협업도구를 활용할 수 있다. 미팅 진행 시 우선 문제해결 방법인 'What'에 초점을 두고, 효과적 실행 담당자 선정인 'Who'는 나중에 분리하여 논의한다. 참석자 모두 발언 기회를 부여하되, 필요 시 익명 투표를 실시할 수도 있다. 이 과정을 통해 모두의 의견이 동등하게 존중받고 있음을 경험할 수 있다.

셋째

희로애락의 감정을 공유할 수 있는 시간을 반영하라. 조직 구성원 전체가 모이는 기회라면, 간단한 음료나 간식을 미리 준비하고 상호 안부를 나눌 수 있는 시간을 할애함으로써 '반가움'과 '친밀감'을 경험하도록 자연스럽게 유도할 수 있다. 오픈링 시간에 축하, 환영, 칭찬, 격려, 위로의 시간을 가지면 구성원 서로가 공감하고 이해할 수 있는 기회가 된다. 우수사례와 실패사례를 공유하거나, 외부교육과 학습 결과를 전파하는 시간도 좋다. 이때, 복잡한 자료보다 1장 정도의 요약이나 이미지를 바탕으로 말로 설명하는 것이 발표자의 부담을 낮출 수 있다. 유용한 정보습득과 학습기회로서 도움이 되는 시간이 되도록 하거나, 새로운 회사 제도와 외부 경영환경 등에 대한 정보를 제공하고 설명할 수도 있다. 설명할 때 참석자의 FAQ를 기반으로 미리 준비하고, Q&A시간까지 반영한다면 '존중감'을 전할 수 있다.

3R전략, 회의문화 개선을 통해 실천하라

S그룹은 2018년 국내최초 주 35시간을 도입했다. 근무 시간이 줄었으니 일단 '회의'부터 없앤 조직들이 많았다. 그러나 몇 개월 후 '제발 회의 좀 하자'는 구성원들의 목소리가 늘었다. 이는 '속제검사'를 위한 일방적이고 경직된 시간을 보내는 것이 아닌, '고충과 정보를 공유하며 소속감과 동료애를 느끼고 싶다'는 의미였다. 경영혁신과 생산성 개선 등이 단골 주제였던 '회의'는 사실 억울한 누명을 써왔다. 회의란 본래, 팀과 함께 협업하고 집단지성과 시너지를 통해 문제를 해결하는 구체적인 소통 형식이다. 문제는 '운영방식'일뿐 '회의'는 꼭 필요한 소통 리추얼이다. DEI와 공유가치를 구체적으로 전달하기 위한 회의법을 소개한다.



일터는 배움터이자 꿈터가 될 수 있다

조직 구성원들은 일로 만난 '한시적 거래 관계'이지만, 크고 작은 긍정경험을 공유하는 '장기적 신뢰 관계'로 전환 가능하다. 상사와 동료는 '경쟁자와 적'이 아니라, 나의 성장과 꿈을 실현하는 과정의 '최고의 파트너이자 동반자'임을 재인식하는 것이 필요하다. 부디 함께 하는 구성원 모두에게 조직이 단순한 밥벌이를 위한 곳을 넘어, 꾸준히 전문성을 높일 수 있는 '배움터'이자 각자의 꿈을 실현하는 '꿈터'가 되기를 바란다.

소통으로 신뢰를 쌓는 영업 이야기

In SIMPAC인더스트리 산업기계부문



이번 호 '멘토링 클럽'에서는 SIMPAC인더스트리 가좌1공장을 찾아 영업팀 양용진 팀장과 전효심 매니저를 만났다. 두 사람은 영업이란 무엇이며 즐거운 직장생활을 위해서는 어떻게 행동해야 할지 등 다양한 이야기를 나누는 시간을 가졌다.

멘토

영업팀 양용진 팀장입니다. 직장생활 26년차이며, SIMPAC인더스트리에는 2014년 설계 경력직으로 입사했습니다. 2016년부터는 산업기계 영업 업무를 맡고 있습니다.



멘티

2025년 7월 입사한 중고신입 전효심 매니저입니다. 수출·매출·수금관리 및 그 외 다양한 영업팀 서포트 업무를 담당하고 있습니다.



양용진 입사한지 얼마 안 됐는데 지금까지 근무하며 어땠나요? 힘들었던 점이 있다면요?

전효심 직장생활 경험은 있지만 영업 업무는 처음이고 아직 산업기계에 대해 모르는 부분이 많은데요. 일하며 낯선 용어들을 접하게 되고, ERP 등 처음 사용하는 프로그램을 배우며 어려움을 느끼곤 했습니다. 그래도 팀장님을 비롯한 선임분들께서 항상 친절하게 가르쳐 주시고, 도움이 될 내용을 직접 찾아 주시기도 하셔서 즐겁게 배워 나가고 있습니다.

양용진 일하면서 새롭게 알게 된 점이 있을까요?

전효심 팀장님께서 열정적으로 업무에 임하시는 모습을 보며 영업 업무의 중요성에 대해 더 깊이 알게 되었습니다. 아직 일을 배워 나가는 중이다 보니, 궁금한 점이 있을 때마다 하나하나 여쭙고 있는데요. 팀장님께서 출장 때문에 외부에 계실 때가 많은데, 바쁘실 텐데도 항상 제 질문에 친절하게 답해 주셔서 감사합니다.

양용진 저희 SIMPAC인더스트리는 고무 및 플라스틱 제품을 생산하는 산업기계를 제조하고 있습니다. 한국타이어, 금호타이어, 넥센타이어 등 타이어 업체와 LX하우시스, LG에너지솔루션, 현대엘엔씨 등 다양한 사업군에 필요한 산업기계를 제조·판매하고 있습니다. 영업팀에서는 납품 과정의 처음부터 끝까지 모든 걸 맡고 있다고 보시면 됩니다. 영업 및 수주는 물론, 생산 현장에 가서 진행 상황을 확인하고, 고객과 협의를 거쳐 제품을 출하하고, 납품한 제품이 잘 가동되는지 확인하는 것까지가 모두 영업팀의 일입니다. 지속적으로 상황을 모니터링하며 고객사와 소통하고 대응해야 하지요. 아직 입사한지 얼마 안 되었다 보니 배워야 할 것들이 많은데 앞으로 차레차레 알려드리겠습니다. 궁금한 게 있으면 망설이지 마시고 그때그때 바로 물어보세요.

전효심 팀장님만의 커뮤니케이션 스킬이 있을까요?

양용진 사회생활을 하는 데 있어 중요한 것 중 하나가 '의사소통 기술'입니다. 본인의 의견을 잘 정리해 전달하는 것은 물론, 상대방이 이야기하고자 하는 바가 무엇인지 대화의 흐름을 잘 파악하는 것도 중요합니다. 상대가 어떤 스타일인지에 따라 대응 방법도 달라져야 하고요. 특히 상대방의 의견을 경청하는 자세가 매우 중요합니다. 내가 하고 싶은 말만 해서는 안 되고, 상대의 이야기를 듣고 그에 맞춰 소통함으로써 관계를 형성해 나가는 과정이 필요합니다.

전효심 팀장님의 업무 노하우를 배우고 싶는데, 어떤 방법으로 공부해야 업무 능률을 높일 수 있을까요?

양용진 산업기계 제조 업체라는 특수성이 있는 만큼 그에 맞춘 직무 교육이 필요하겠습니다. 전 매니저께서는 수출입 관련 업무나 실적 관리 등에 대해 대내외적으로 중간관리자 역할을 해줘야 하는 상황인데요. 산업기계에 대해 아는 만큼 대응할 수 있기 때문에, 생소한 명칭 등을 익히기 위해서는 자기계발을 위한 노력이 필요하겠습니다. 업무 내용을 익힐 수 있도록 앞으로 단계별로 관련 자료 및 업무 노하우를 전해드리도록 하겠습니다. 수출입 업무 관련 등 전문 교육이 필요한 부분이 있다면, 회사로부터 교육 프로그램 참여 지원을 받아 강의를 들어보는 것도 방법입니다.

전효심 팀장님께서 어떤 때 일하는 보람을 느끼시나요?

양용진 영업은 실적이 중요합니다. 매달 목표한 실적을 달성하고, 연말에 좋은 성과를 기록하여 사업부로부터 좋은 평가와 보상을 받게 될 때 가장 큰 보람을 느낍니다.

전효심 앞으로 저에게 바라는 점이나 하고 싶으신 말씀이 있으실까요?

양용진 어느 조직이든 처음 들어오면 업무나 인간 관계와 관련한 부분이 가장 어렵다고 생각합니다. 지금까지 지켜보기로는 전 매니저께서는 진취적이고 도전적인 분이신 것 같은데요. 일단 업무적인 부분에 있어서는 지금까지 잘 하고 계시고 앞으로도 일을 빠르게 습득하실 수 있을 거라 생각합니다. 대내외적으로 사람들과 소통하는 부분에 있어서도 잘 하고 계신 것 같고요. 업무를 할 때는 적극적인 자세가 필요하고, 좋은 관계를 형성하기 위해서는 상대의 말에 귀 기울이는 자세가 필요합니다. 어떤 자세로 임하느냐에 따라 결과가 달라지기 마련인데요. 앞으로도 꾸준히 고민하고 노력한다면 잘 해낼 수 있을 거라 믿습니다. 서서히 회사에 일이 많아지기 시작하는 시점에 입사하셔서 앞으로 좀 더 바빠질 텐데요. 회사의 성장과 발전을 통한 개인의 발전이라는 공동의 목표 하에 최대한 노력하며 서로 격려하고 칭찬하는 분위기를 만들어 갔으면 합니다.

양용진 마지막으로 선배들에게 하고 싶은 말이 있다면요?

전효심 아직 모르는 부분이 많은데, 질문이 너무 많더라도 이해해주시고 잘 부탁드립니다. 성실한 자세로 맡은 자리에서 최선을 다하는 전효심 매니저가 되겠습니다.

“ 회사의 성장과 발전을 통한 개인의 발전이라는 공동의 목표 하에 최대한 노력하며 서로 격려하고 칭찬하는 분위기를 만들어 갔으면 합니다. ”



양용진 팀장이 말하는 영업 이야기

1

나만의 영업 전략이 있다.



저는 영업 일을 담당하기 전에 산업기계 설계를 했다 보니 그만큼 설비에 대한 이해도가 높아 기술영업이 가능한데요. 기술적인 부분에 있어 고객사의 어려움이나 여러가지로 확인이 필요한 부분에 대해 아는 만큼 빠르게 대응할 수 있다는 점이 저의 장점이자 영업 전략입니다.

2

영업은 '센스'보다 '근성'이다.



영업을 하는 데는 근성 있게 꾸준히 부딪혀 보는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 이번에는 안되더라도 계속 부딪히고 우리 회사를 각인시키다 보면, 다음 기회를 얻을 수도 있으니까요. 오더를 따내기 위해 지금도 전국의 고객사를 돌며 얼굴을 자주 비추고 있습니다.

3

영업은 '말발'이 제일 중요하다.



물론 말발도 중요하긴 합니다. 실제로 영업 일을 하면서 말씀 씨가 많이 늘기도 했고요. 그렇지만 저보다 말을 잘하는 분들도 많습니다. 때문에 그들과 경쟁하기 위해서는 단순히 말발이 아니라 실력을 갖추고 성실한 자세로 약속을 지키며 신뢰를 쌓아 나가는 것이 더 중요하다고 생각합니다. 기술적인 질문에 빠르고 정확하게 대응하고, 고객사를 자주 찾아 뵙는 등 신뢰를 쌓기 위한 노력이 우선되어야 하겠습니다.

4

신규 거래처보다 기존 거래처 관리가 어렵다.



아무래도 신규 거래처는 서로 필요에 의해 매칭이 되는 편인 반면, 이후 관계를 이어 나가는 것은 담당자가 어떻게 하느냐에 달려 있습니다. 함께하던 고객사가 한 번 떨어져 나가면 다시 되돌아오기 쉽지 않은 만큼, 관계 유지를 위해서는 더 노력하고 신경 써야 할 부분이 많습니다.



'교류분석'과 상황극으로 알아본 효과적인 소통법

In SIMPAC 프레스부문

이번 '팀빌딩 워크숍'에 참여한 SIMPAC 프레스부문 생산1팀, 생산2팀 소속 8명의 직원들은 교류분석 검사 및 결과 분석을 통해 바람직한 의사소통법에 대해 생각해 보는 시간을 가졌다.

나와 상대를 이해하고 소통 능력을 증진시키는 '교류분석' 검사

교류분석(Transactional Analysis)이란 1960년대 미국의 정신과 의사 에릭 번 박사에 의해 개발된, 인간의 의사소통, 감정, 사고 패턴을 분석하는 심리학 이론이다. 개인의 자아상태와 인생태도를 검사를 통해 분석하는 방식으로 인간의 행동을 이해할 수 있는 진단법이다. 검사를 통해 평소 나의 의사소통 패턴은 어떠한지, 어떤 소통 방식이 익숙하고, 어떤 소통 방식에 불쾌감을 느끼며 문제가 발생하는지를 파악할 수 있다. 그 결과 스스로를 되돌아보고 개선점을 찾을 수 있으며, 타인과의 소통 능력 및 업무 능률 향상에도 도움이 된다. 자기인식과 타인에 대한 이해를 증진시키고, 효과적인 의사소통을 할 수 있도록 돕는 검사인 것이다.

SIMPAC 프레스부문 생산1팀, 생산2팀 직원들은 '팀빌딩 워크숍' 진행을 앞두고 사전에 온라인으로 교류분석 검사를 진행했다. 사람과 사람 사이에 소통을 하다 보면 누구와 소통하느냐에 따라 태도가 달라지기도 하며, 상대방의 태도에 따라 나의 태도가 달라지기도 한다. 워크숍에 참여한 직원들은 검사를 통해 각자의 소통 유형을 알아보고, 동료들과 함께 효과적인 의사소통 방식을 알아보는 시간을 가졌다.

교류분석에서는 자아상태(Ego States)와 인생태도(Life Position) 2가지 척도를 토대로 개인의 소통방식을 분석한다. 자아상태는 5가지, 인생태도는 4가지 유형으로 구분된다.



자아상태 유형별 구분

P(Parent) 부모자아	A(Adult) 성인자아	C(Child) 아동자아
양육적, 비판적, 지시적, 평가적 태도	합리적, 객관적 사고	감정적, 자발적 반응

CP
Critical Parent
비판적 부모

NP
Nurturing Parent
양육적 부모

A
Adult
성인

FC
Free Child
자유로운 어린이

AC
Adapted Child
순응하는 어린이

인생태도 유형별 구분

I'm OK - You're OK
나와 타인 모두를 존중하고 수용함
신뢰 기반의 관계, 건설적인 문제 해결, 개방적 소통

I'm not OK - You're OK
자신은 부족하지만 타인은 괜찮다고 여김
의존적, 자기비하, 열등감, 자기희생, 주도성 부족

I'm OK - You're not OK
나는 옳고 타인은 틀렸다고 여김
독단적, 비난적, 우월감, 갈등 유발 가능성

I'm not OK - You're not OK
자신과 타인 모두에게 문제가 있다고 여김
비판적, 부정적, 고립 추구, 흥미 상실, 무기력



자기 분석과 상호 소통, 상황극 통해 효과적인 소통법 탐색

검사 결과 확인 전 참여 직원들은 스스로 어떤 유형인지, 나의 소통방식은 어떤지 생각해 보는 시간을 가졌다. 그리고 난 후 결과지를 확인해 보니 생각했던 대로인 부분도, 생각과 다르게 나온 부분도 있었다. 강사는 '참여 직원들이 전반적으로 5가지 자아 점수가 골고루 나오고, 모두 긍정과 배려 점수가 높게 나온 편이라며 팀원들 간 사이가 좋을 것 같다'고 말했다. 각자 세부적 표현 방식에는 차이가 있기 마련이라 현장에서 인생태도와 행동유형 자기 분석 체크리스트를 통해 다시 한 번 스스로를 점검해보고, 서로 이야기를 나누며 각자의 장단점에 대해 생각해 볼 수 있었다.

이어서 2명씩 짝을 이뤄 자아상태 및 인생태도 유형에 따라 상황극을 해 보는 순서를 가졌다. 조별로 보고서 제출 상황에서의 팀장-신입 역할, 일정 조율과 관련해 각 팀을 대표하여 소통하는 역할을 맡아 제시된 소통 유형에 맞춰 롤플레잉을 진행했다. 처음에는 어떻게 해야 하나 고민하는 모습이었지만 금세 상황에 몰입하여 실제처럼 업무 대화를 나눠 봄으로써 소통 방식에 대한 이해를 높일 수 있었다. 실제로 본인의 성격 유형과 비슷한 방식으로 대화할 때 더 편안하고, 내가 어떤 태도를 취하느냐에 따라 상대의 태도도 달라짐을 몸소 느낄 수 있었던 시간이었다.

마지막 순서로 나의 업무 및 일상에서의 장점은 무엇이며 내가 보완해야 하는 점은 무엇인지를 적어보는 시간을 가지며 워크숍을 마무리했다. '성격은 바꾸기 쉽지 않지만, 본인이 부족한 부분을 파악하고 변화하고자 노력한다면 더 나은 내가 될 수 있다'고 한다. 이번 워크숍을 통해 참여 직원들은 스스로의 장단점을 파악함으로써 자기발전과 팀워크 향상의 실마리를 찾아갈 수 있었으며, 효과적이고 긍정적으로 의사소통 하는 방식에 대해 고민해 보는 시간을 가질 수 있었다.



워크숍 참여 후기



생산1팀 백지욱 매니저

이번에 좋은 기회로 사내에서 교류분석 클래스를 듣게 되었는데요. 각 성향에 대한 역할극을 하며 서로의 상황을 이해하고 배려해야 더 좋은 시너지를 이끌어 낼 수 있다는 것을 다시금 느낄 수 있었습니다. 앞으로도 이런 교육프로그램을 통해 더 발전하고 건설적인 SIMPAC인이 될 수 있었으면 좋겠습니다.



생산1팀 강성운 매니저

정말 뜻깊은 시간을 보내어 참 좋았습니다. 자아상태에 대한 분석을 통해 스스로를 더 잘 알게 되었습니다. 앞으로 상대를 이해하는 데에도 많은 도움이 될 것 같습니다.



생산2팀 박정호 매니저

교류분석 검사를 통해 스스로의 자아 상태와 태도를 분석해 보는 시간을 가졌는데요. 생소한 테스트였지만 업무 중 나의 자아상태가 어떤 유형인지, 인생태도는 어떤지 알 수 있었습니다. 또한 각자 역할을 맡아 자아상태나 인생태도에 따른 역할극을 수행해 보면서 나의 업무 태도나 성향에 대해 깊이 알아보고 반성해 보는 시간이 되었습니다. 검사 결과는 'I'm OK - You're OK'로 나왔지만 실제 업무 스타일은 'I'm OK - You're not OK'로 해온 것 같아, 이번에 배운 내용들을 활용하여 건강한 태도로 업무에 임할 수 있도록 노력하겠습니다.



생산2팀 김수민 매니저

예상했던 결과와 다르게 나오는 부분이 흥미로웠습니다. 일방적 수업이 아닌 역할극을 통해 각 성격 유형들의 특성을 익힐 수 있어 유익한 시간이었습니다. 2시간여 동안 전혀 지루하지 않았고, 강사님께서 참여를 유도해 주셔서 좋았습니다.



생산1팀 조재현 매니저

교류분석이라는 성격 특성 탐색법에 대해 처음 알게 되었는데, 매우 의미 있는 시간이었으며 새로운 경험이 되었습니다. 성격 유형에 맞춰 역할극을 해 보았는데, 확실히 높은 점수의 성격 특성에 맞춰 대화하는 것이 더 편하고 반대로 낮은 점수의 성격 특성대로 대화하면 불편한 것을 느꼈습니다. 오늘 배운 내용을 참고하여 더 나은 태도로 업무에 임하도록 하겠습니다.



생산1팀 문희상 매니저

'나'에 대해 조금 더 깊이 있게 고민해보고 이해할 수 있었던 시간이었습니다. 역할극을 통해 어떤 대화방식이 나에게 맞는지 확인해 본 시간이 흥미롭고 인상적이었습니다.



생산2팀 박결 매니저

이번 교류분석 결과를 통해 내가 생각했던 모습과 실제 내면에 차이가 있다는 것을 알게 되었습니다. 특히 '이성적 자아가 높게 나타난 반면 '자유로운 어린이' 항목은 다소 낮아 감정보다는 이성과 논리에 중심을 두는 성향이 뚜렷하게 보였습니다. 또 타인의 기대나 분위기에 맞추려는 경향이 강하다는 결과가 나왔는데, 그동안 스스로의 감정보다 주변과의 조화를 우선시했던 저의 태도를 돌아보게 했습니다. 또한 타인을 비판하거나 통제하기보다는 보살피고 배려하는 태도가 강한 것으로 나타났는데요. 이러한 자아상태에 대해 알고, 앞으로의 방향을 생각해 볼 수 있어서 유익했습니다.

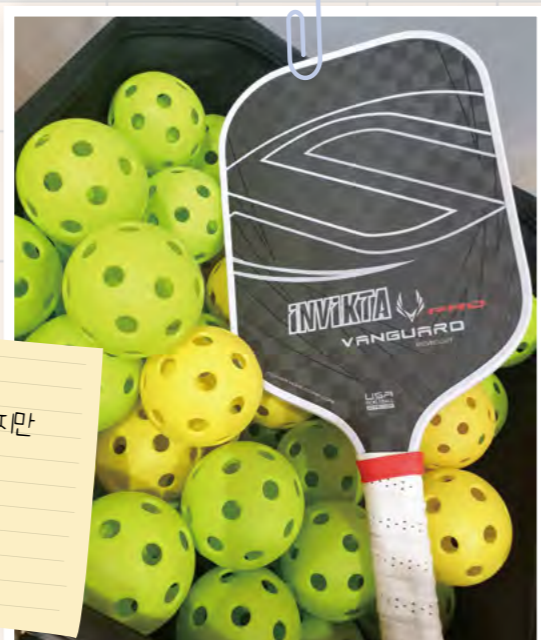


생산2팀 차유리 매니저

교류분석을 통해 내 자아상태에 대해 알게 되었고, 팀원들과 역할극을 통해 서로의 성격 특성을 몸소 느끼고, 어떻게 교류하는 것이 좋을지 배우는 뜻깊은 시간이었습니다.

심팩인들의 일상 한 컷

심팩인들의 일상 속 다양한 순간들을 담은 사진과 사연을 소개합니다.



피클볼, 이름은 비록 낯설지만
있고 있던 나를 깨워준
아주 좋은 운동.
추천합니다~

메탈부분 ROLL사업부
함선옥 매니저



SIMPAC KDA 영업팀
김은주 매니저

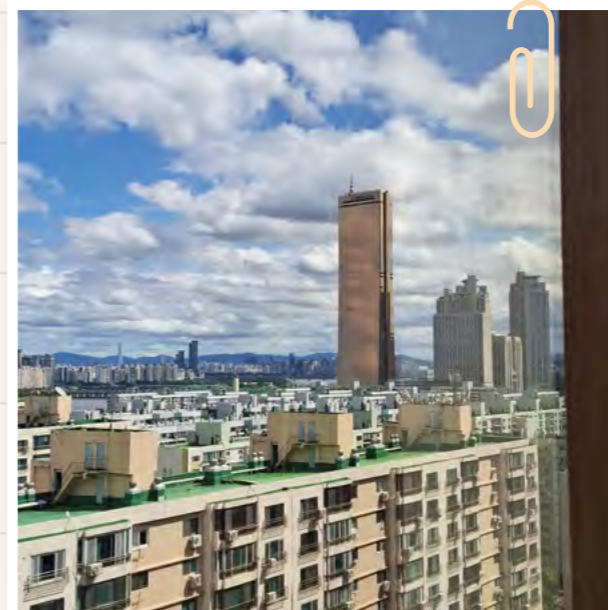
가을은 코바늘 뜨개하기 좋은 계절입니다.
주말에 따뜻한 커피를 텀블러에 담아
라디오를 들으며 코바늘질하고 있는 동안은
육아스트레스도 잊고 오롯이 나만의 시간을
즐길 수 있지요. 올 가을에는 책갈피와
무지개를 만들어보았습니다.)



SIMPAC글로벌동부
현운환 매니저



맛있는 걸 먹자라는 주의로
항상 지역 맛집 탐방을
하고 있습니다.
대구 수성못에서 저녁 식사 후
산책 사진도 공유합니다.



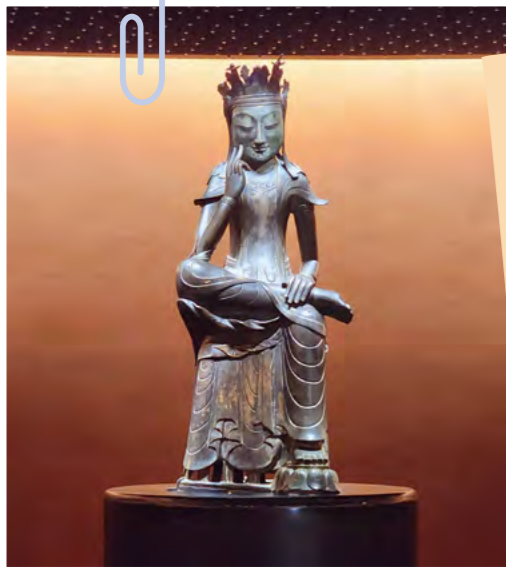
서비스사업팀
김한주 매니저

퇴근하기 전에 찍어둔
하늘 풍경



프레스부문 R&D 프레스기술연구팀
마민영 연구원

2025년 완연한 가을에 가족들과
멋진 베틀에서 행복한 추억 만들고 왔습니다.
발왕산 단풍도 구경하고 오대산 전나무숲길도
거닐면서 바쁜 일상을 잠시 벗어나
여유로운 주말을 보내고 왔습니다.



IT팀
서서영 매니저

고등학교 친구들과 함께
국립중앙박물관에 방문했습니다.
그 중 가장 인기 많은 사유의 방에서
반가사유상을 관람했어요!)
시간 나실 때 관람 추천드립니다!



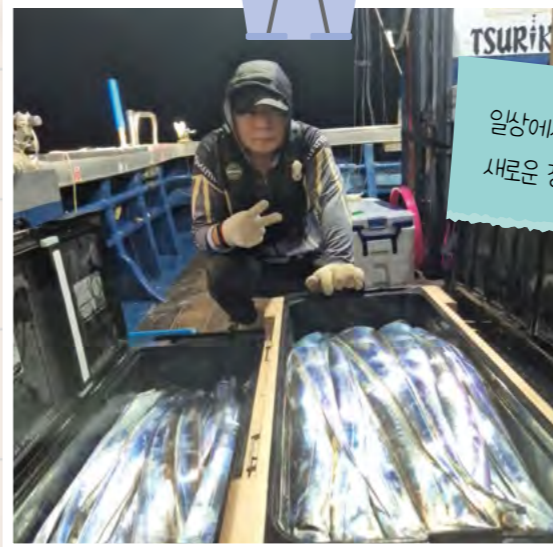
SIMPAC KDA AM 생산관리팀
박정용 팀장

취미로 시작하게 된 탁구
입문 1년만에 대회에 참가했습니다.
탁구 레전드 양영자님에게 싸인도 받고
같이 사진도 찍고, 입상도 하게 되어
보람차고 기뻐했던 일상이었습니다.



선행기술연구팀
이지민 매니저

즐거운 주말,
가족들과 고깃집 외식



SIMPAC KDA 5공장 제조52라인
김유철 기감

일상에서 벗어나
새로운 장르를 배우는 중!



SIMPAC KDA 2공장 생산팀
김동산 사원

낚시는 즐거워~



휴가 때 다녀온 고향 산책에서
홀로 산책하다 만난
학이재의 소나무입니다.



SIMPAC KDA 2공장 생산팀
이재도 사원

함께 뛰는 심팩



- 26 현장 속으로
- 32 심팩 인사이드
- 36 ZOOM IN
- 38 NEWS

“모두가 함께 앞으로 나아가면
성공은 저절로 따라옵니다.”

- 헨리 포드



| 프레스의 뼈대를 세우는 사람들

SIMPAC ENG

인천 검단에 위치한 SIMPAC ENG는 프레스의 가장 기초가 되는 프레임을 만드는 곳이다. 이곳에서 근무하는 관리직 전원은 'ENG 생산관리팀' 소속으로, 대표로 인터뷰에 참여한 3명의 직원들에게 프레임 생산 과정에 대해 들어보았다.



산업용 프레스 제조의 시작점, SIMPAC ENG

SIMPAC ENG는 SIMPAC이 생산하는 프레스의 기본이 되는 프레임을 만드는 계열사다. 프레임을 제작하는 데 사용되는 철판(원소재)을 구매한 후 절단, 용접 등의 과정을 거쳐 완성된 프레임은 SIMPAC 프레스부문 또는 SIMPAC인더스트리에 납품된다. 이후 가공 및 조립, 페인트칠 등의 과정을 거쳐 최종적으로 완성된 프레스가 자동차 부품 회사, 가전 부품 제작사 등으로 납품되는 구조다.

SIMPAC ENG에서는 소형 프레임, 대형 프레임 등 연간 40,000톤을 생산하고 있으며, ENG 생산관리팀 소속의 14명의 관리직 직원 외에도 용접사 등 생산직 및 지원 업무 담당 인력까지 합해 50~60여 명이 근무하고 있다. 프레임 생산 전 과정에 걸친 다양한 업무를 진행해야 하는 만큼, 직원들 모두가 멀티플레이어가 되어 각자의 자리에서 제 역할을 다하며 힘을 합쳐 업무를 해결해 나가고 있다.

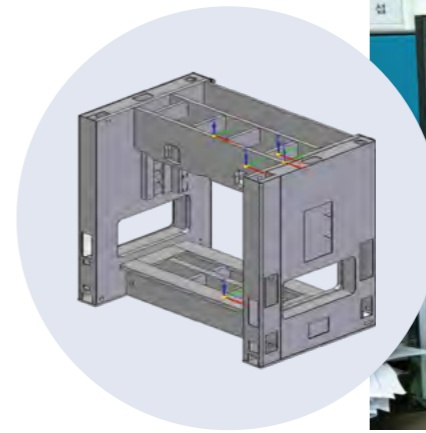


원소재 관리부터 납품까지, 하나의 프레임이 완성되기까지

ENG 생산관리팀에서는 프레스의 프레임 생산을 위한 원소재 관리부터 납품까지 전 과정을 담당하고 있다. 프레임 생산을 위해서는 먼저 설계팀에서 받은 도면을 검토하여 필요한 두께의 철판 재고가 있는지 확인하고, 필요시 구매를 진행한다. 동시에 도면에 따라 구조물과 부품들을 어떻게 배치하여 원소재를 절단할 것인지 부품도를 그리는 'Cutting Plan'을 세운다. '솔리드 엣지'라는 모델링 소프트웨어를 활용하여 부품도를 3D로 그린 다음 이를 2D로 옮겨, 원소재의 로스를 최소화하며 부품을 절단할 수 있도록 배치하는 과정이다. 이 계획에 따라 커팅 머신으로 필요한 부품들을 절단한 이후에는 '가접(Pre-welding)'을 진행한다. 가접이란 본격적인 용접 전 태그 용접을 통해 부품들을 고정시켜 놓는 작업을 말한다. 가접을 통해 프레임의 형태가 잡히면 본격적으로 전체를 이어 붙이는 '용접'을 진행한다.

용접을 마치면 '소둔(燒鈍, Annealing)' 작업에 들어간다. 두 소재를 용접을 통해 이어 붙이는 과정에서 응력이 발생하게 되는데, 구조물을 600°C까지 뜨겁게 달궈 열처리를 통해 응력을 해소하고 조직을 부드럽게 바꾸는 공정을 소둔이라 한다. 그런데 이렇게 열처리를 하다 보면 철판에 작은 찌꺼기가 달라붙은 것처럼 울퉁불퉁한 흔적이 남는데, 표면을 고르게 다듬기 위해 '쇼트 블라스트(Shot-Blast)'를 진행한다. 그런 다음 도장 전처리 작업인 '하도까지' 마치면 프레임 제작이 마무리된다. 프레임 제작 기간은 크기에 따라 다르지만 소형은 1개월 정도, 대형은 2~3개월 정도 소요된다. 완성된 프레임은 트레일러에 실려 SIMPAC 프레스 부문과 SIMPAC인더스트리로 옮겨져 조립 등 후반 작업에 들어간다.

타사의 경우 절단이나 용접까지는 가능해도 소둔, 쇼트 블라스트, 하도와 같은 작업은 외주화 하는 편인데, SIMPAC ENG의 경우 넓은 부지 내에 여러 종류의 절단기와 용접기, 크레인, 열처리 설비 등 다양한 기계 설비를 보유하고 있어 생산 전 과정을 한 곳에서 진행할 수 있다는 장점이 있다.



3D 도면을 통해 개선된 용접 부위를 확인한다.

각자의 자리에서 품질과 효율을 만들어 내다

각자 업무 시 가장 중점을 두는 점은 무엇이나는 질문에 신현민 매니저는 "업무를 진행하다 보면 예상치 못한 변수나 착오가 발생할 수 있는데, 이러한 실수 하나하나가 팀의 매출과 직결되는 만큼 더욱 세심하게 주의 집중하고 있다"며 "만약 실수가 발생하더라도 합리적인 해결책을 찾아 손실을 최소화하고자 노력하고 있다"고 말했다.

최윤수 매니저는 "원소재 절단 관리를 담당하고 있는 만큼, 한정된 자원 내에서 최대의 효율을 내기 위해 잔재 활용을 통해 로스를 최대한 줄이고자 노력하고 있다"며 "12T에서 400T까지 다양한 두께의 철판 잔재들이 적재되어 있는 곳을 돌며 치수를 재고, 활용 가능한 원소재를 찾아낼 때면 보람을 느낀다"고 말했다.

마지막으로 조덕희 매니저는 "용접 작업의 경우 용접사 분들의 기술 수준도 중요하지만, 구조 자체가 용접하기 어려운 형태이면 용접 품질이 떨어질 수 있다"며 "도면 확인 후 필요시 용접 작업을 용이하게 하기 위해 설계팀에 구조 개선을 요청하는 등 품질 관리를 위해 다방면으로 신경을 쓰고 있다"고 말했다.

생산관리 업무의 핵심은 역시 품질 관리와 납기 준수다. ENG 생산관리팀 직원들은 이를 위해 각자의 자리에서 최선을 다하고 있다. 용접이 도면대로 잘 작업 되었는지, 브라켓 등 소재들이 제대로 부착되었는지 확인하고, 필요한 경우 추가로 용접을 진행하는 등 수정 작업을 진행하고 있다. 만약 제때 불량을 찾아내지 못하고 다음 공정을 위해 프레임이 이송한 이후 불량을 발견하게 될 경우, ENG 공장 내에서 수정 작업을 진행하는 것에 비해 시간과 비용 측면에서 손해가 발생할 수밖에 없다. 때문에 ENG 생산관리팀 직원들은 용접 후 치수 검사 과정에서 불량을 찾아내어 늦지 않게 수정을 진행할 때면 매우 큰 보람을 느낀다고 말했다.





글로벌 기업들과 함께 성장해 나가는 SIMPAC ENG

한편 글로벌 자동차 부품 제조사인 Martinrea(마틴리아)의 임원진은 지난 2025년 4월, SIMPAC ENG를 비롯한 인천 지역 SIMPAC 프레스 제작 관련 공장들을 둘러보고 SIMPAC과 MOU를 체결한 바 있다. 또한 Martinrea는 3천 톤 분량의 프레스 생산을 발주했는데, 이는 SIMPAC ENG의 2025년 수주 건 중 가장 규모가 큰 계약이다. SIMPAC ENG에서의 공정은 10월 중 모두 종료되었고 프레스부문 공장에서 최종 작업 진행 후 2025년 내 Martinrea에 최종 납품되었다.

SIMPAC ENG는 오늘도 다양한 수주사에 납품할 프레스 프레임 제작을 위해 매진하고 있다. 어려운 경제 상황 속에서도 최근 수주량이 늘어나며 2026년 상반기까지 수주 물량을 충분히 확보해 놓은 상태이며, 이후로도 긍정적인 흐름이 이어질 것으로 예상된다. 앞으로도 SIMPAC ENG에서 세운 튼튼한 뼈대를 토대로 만들어진 프레스 기기들이 전 세계 공장에서 힘차게 가동되며 산업 현장을 이끌어 나갈 것을 생각하니 마음이 든든하다.



※ SIMPAC ENG 생산관리팀 최윤수 매니저

저는 원소재 운영 및 절단 관리, 가스안전 및 위험물 안전 관리를 담당하고 있습니다. 앞으로도 최대한 원소재 로스율을 줄이기 위해 최선을 다하며, 회사에 이익을 가져올 수 있도록 다방면에서 노력하겠습니다. 다들 맡은 바 최선을 다하며 사고 없이 건강하게 일할 수 있었으면 좋겠습니다.

※ SIMPAC ENG 생산관리팀 신현민 매니저

저희 팀은 각 구성원이 맡은 업무가 명확히 구분되어 있어, 각자의 역할을 충실히 수행해야 팀 전체가 원활히 운영될 수 있습니다. 저는 후판 입출고 및 재고 관리, 프레스 구조물 및 부품류 Cutting Plan 작업, 각종 자재 관리 등을 담당하고 있는데요. 다른 동료들에게 부담이 전가되지 않도록 더욱 책임감 있는 자세로 업무에 임하며, 팀의 목표 달성을 위해 한마음으로 협력하겠습니다.



※ SIMPAC ENG 생산관리팀 조덕희 매니저

저는 용접 상태 검사 등 품질 관리를 맡고 있습니다. 안전과 제품 퀄리티가 가장 중요한 만큼, 불량률을 최소화하는 것이 저희의 목표입니다. 선배님들께서 항상 잘 챙겨 주시고, 사무실 분위기도 좋아서 즐겁게 근무하고 있습니다.

2025년 신입사원 입문교육

지난 9월 15일부터 18일까지 나흘간 '2025년 신입사원 입문교육'이 진행되었다. 지난 1년동안 신규 입사한 총 24명의 직원들이 함께 일정을 소화하며 많은 것을 익히고 서로 가까워질 수 있었던 시간이었다.



맞춤형 교육 프로그램을 통한 미래 인재 육성

'2025년 신입사원 입문교육은 SIMPAC의 미래를 이끌어 갈 신입사원들의 업무 기본 역량을 향상시키고, 그룹사에 대한 전반적인 이해도를 높이고자 마련되었다. 회사 생활에 필요한 기본적인 정보, 비전, 실제 업무를 하는 데 도움이 될 교육 등을 진행하는 동시에 여러 계열사 인원이 모여 서로 소통하고 화합하는 자리가 되었다.

양평 블룸비스타 연수원에 모인 신입사원들은 첫날 오리엔테이션을 시작으로 팀빌딩, 경영 시뮬레이션, 오피스 요가 등 수업을 진행했으며, 둘째날에는 관리직과 생산직으로 나뉘어 각자의 직무에 맞춰 수업을 들을 수 있었다. 업무 내용에 따라 업무 환경, 사용되는 프로그램, 갈등 요소 등 많은 부분에 있어 차이가 있기 마련인데 관리직과 생산직 직원들에 대한 맞춤형 수업을 통해 모두의 흥미를 높일 수 있었다. 또한 3일차에는 생성형 AI를 활용하여 업무 생산성을 높일 수 있는 방법에 대해 배우고, 팀별 발표를 진행함으로써 더욱 알찬 교육 일정이 되었다.

시간	9/15(월) - 1일차	9/16(화) - 2일차	9/17(수) - 3일차	9/18(목) - 4일차
08:00~09:00				
09:00~10:00	연수원 이동			
10:00~11:00		(관리직) 보고 및 기획, PT 스킬	(생산직) 갈등관리 커뮤니케이션	생성형 AI 활용 업무 생산성 향상
11:00~12:00	오리엔테이션			여의도 사옥 방문, 임원과의 대화
12:00~13:00	점심식사			
13:00~14:00	아이스브레이킹 팀빌딩	(관리직) 데이터 분석 및 활용	(생산직) 문제해결력	생성형 AI 활용 업무 생산성 향상
14:00~15:00				부평 프레스 공장 현장 투어
15:00~16:00				
16:00~17:00	경영 시뮬레이션	잡크래프팅 / 팔로우업 / 비즈니스 매너		팀별 과제 발표
17:00~18:00				
18:00~19:00	저녁식사			
19:00~20:00	마음챙김 오피스 요가	조별과제	네트워킹	



사업장 견학과
임원진과의 소통까지,
SIMPAC人으로서의 미래를
그려본 3박 4일 간의 일정

교육 마지막 날에는 여의도 사옥과 부평 본사 프레스 공장에 방문하여 사업장을 둘러보고, 임원진과 소통하는 시간을 가졌다. 신입사원들은 공장을 둘러보며 공장의 규모와 거대한 프레스의 크기에 놀라고 신기해하는 모습이였다. 신입사원들을 만난 임원진들은 본인이 신입사원으로 입사했을 때를 회상하며 회사 생활, 인간 관계, 미래 비전 등 앞으로 직장 생활을 하는 데 있어 도움이 될 다양한 이야기를 전했고, 직원들도 이를 경청하며 즐거운 소통의 시간을 보냈다. 이번 신입사원 입문교육에 참여한 직원들은 '앞으로 회사 생활을 하는 데 필요한 실무 교육, 매너 교육, 갈등 관리법 등 다양한 프로그램들을 배울 수 있어 좋았으며, 참여자들 간에 서로 소통하며 가까워질 수 있어 매우 뜻깊은 시간이 되었다.'고 전했다. SIMPAC은 앞으로도 신입사원들을 위해 더욱 알찬 교육 프로그램을 준비할 예정이다.

'2025년 신입사원 입문교육' 참여자
Mini Interview

자기 소개

안녕하세요. 2025년 6월 9일 입사한 신입사원 이성재입니다. 현재 기획관리부문 IT팀에서 IT자산 운영과 웹 프론트 기능 개발 업무를 담당하고 있습니다.

참여 소감

계열사들이 전국 각지에 떨어져 있다 보니 직접 만나보기 쉽지 않은데, 이번 기회를 통해 타 계열사의 매니저님들과 소통할 수 있어 좋았습니다. 프로그램 구성 또한 구색 맞추기 식이 아니라 실제 회사 생활, 사회 생활을 하는 데 있어 사람과 사람 사이에 알아야 할 것, 알아두면 좋은 것들에 대해 강사님들께서 잘 정리하여 얘기해 주셔서 개인적으로 뿌듯하고 유익했던 시간이었습니다. 앞으로도 회사 단합차원에서, 그리고 개인과 조직의 성장 측면에서 좀 더 다양한 행사가 기획되면 좋겠다는 생각을 하게 되었습니다. 이런 자리를 마련해 주신 데에 매우 감사한 마음입니다.

프로그램 참여를 통해 얻게 된 것

회사 생활을 하면서 알아둬야 할 내용들을 배우게 되었고, 실제로 업무를 처리할 때도 말씀해주신 내용들을 잘 응용해가며 진행하고 있습니다. 무엇보다 함께 일하는 매니저님들에 대해 잘 알게 된 것이 큰 수확인 것 같습니다.

프로그램 참여 이후 달라진 점

동료 매니저님들과 친밀함이 쌓여 서로 업무 연락을 할 때 교육 이전보다 좀 더 친근하게 다가가고 편하게 이야기를 나눌 수 있다는 점이 가장 크게 달라진 점입니다. 실무적인 부분, 사회 생활과 관련한 부분 모두에서 많은 성장을 할 수 있어 유익한 시간이었습니다.



ZOOM IN

SIMPAC 아뜰리에, Perfumer H 도산 플래그십 스토어 오픈



SIMPAC 아뜰리에에는 지난 8월 23일 도산공원 인근에 Perfumer H(퍼퓸머 에이치)의 첫 플래그십 스토어를 오픈했다. 오픈 이후 3천 명 이상의 내·외국인 고객들이 방문하며 큰 관심을 받고 있다.



Perfumer H만의 브랜드 철학을 녹여낸 공간

Perfumer H는 영국 런던에서 탄생한 니치 향수 브랜드다. 브랜드 창립자이자 조향사인 린 해리스(Lyn Harris)는 프랑스 그라스와 파리에서 전통 조향을 익혔으며 수십 년간의 경험을 바탕으로 2015년 Perfumer H를 론칭했다. 자연 원료의 본질을 극대화한 직관적이면서도 시적인 향을 선보이며, Perfumer H는 하이엔드 니치 퍼퓸 하우스 중 독보적인 존재로 자리매김했다. 향수 외에도 캔들, 인센스, 티, 룸 스프레이 등 다양한 제품을 통해 향을 중심으로 한 일상의 의식(Daily Ritual)을 제안하고 있다.

도산공원을 마주한 자리에 문을 연 국내 첫 플래그십 스토어는 영국의 헤리티지와 한국적인 감성이 조화롭게 어우러진 공간으로, 브랜드가 추구해 온 철학을 서울에서 온전히 경험할 수 있도록 구성됐다. 특히 도산 플래그십 스토어는 2025년 10월 글로벌 동시 론칭된 배스&바디 라인(Bathing Line)을 기념하는 공간으로 기획되어, 돌과 물, 곡선 등 목욕과 휴식을 상징하는 요소들이 매장 곳곳에 스며들어 있다. 브랜드가 중시하는 장인정신(Craftsmanship)과 지속가능성(Sustainability) 또한 스토어 곳곳에서 확인할 수 있다. 조명, 메탈 가구, 세라믹 오브제, 매장 전용 가위 등은 국내외 아티스트와의 협업을 통해 제작되었으며, 영국의 유리 공예가 마이클 루(Michael Ruh)가 손수 빚은 핸드블로운 향수 보틀과 사용 후 절반 가격으로 리필 가능한 핸드블로운 캔들은 Perfumer H가 고수해온 협업 전통과 지속 가능한 제작 방식을 상징적으로 보여준다.

한편, Perfumer H의 공식 온라인 스토어(<https://perfumerh.co.kr/>)에서도 전 제품을 만나볼 수 있다. (단, 핸드블로운 향수 보틀 구매 및 핸드블로운 캔들 리필 서비스는 도산 플래그십 스토어에서만 가능)



국내외 고객들의 뜨거운 관심 속에 판매 채널 다각화 예정

플래그십 스토어 오픈 이후 3천 명 이상의 고객들이 매장을 방문하는 등 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다. Perfumer H는 장인정신, 지속가능성, 예술가와의 협업을 중시하는 브랜드인만큼, 공간-예술-제품-서비스가 유기적으로 연결된 경험을 찾는 고객층이 꾸준히 늘고 있다. 내국인뿐 아니라 다양한 국적의 외국인 고객들도 방문해 건축적 아름다움, 제품력, 고급스럽고 섬세한 서비스에 높은 만족을 보이고 있다. 이처럼 Perfumer H의 철학이 소비자들에게 점차 확산되고 있으며, 앞으로 더욱 주목받는 하이엔드 니치 퍼퓸 브랜드로 자리매김할 수 있도록 한층 더 완성도 높은 서비스를 제공할 예정이다. 국내 인지도 구축을 위해 '카카오톡 선물하기', '10코르소 고모', '디에디트' 등 다양한 온오프라인 채널 입점도 준비하고 있다.

한편 SIMPAC 아뜰리에에는 내년 봄 오픈을 목표로 덴마크의 하이엔드 스페셜티 커피 브랜드 라카브라(La Cibra) 매장 오픈에 집중하고 있다. 동시에 새로운 브랜드를 포트폴리오에 추가하고 자체 브랜드 론칭을 위한 시장 조사도 꾸준히 이어가고 있다.

"Perfumer H는 단순히 제품을 판매하는 데 그치지 않고, 창립자 린 해리스(Lyn Harris)가 추구하는 철학을 소비자들에게 온전히 전달해 보다 가치 있는 경험을 제공하는 것을 가장 중요하게 생각합니다. 앞으로도 깊이 있고 차별화된 브랜드로서 다양한 콘셉트와 새로운 경험을 지속적으로 선보일 예정이니 많은 관심과 기대 부탁드립니다."

SIMPAC NEWS

SIMPAC STORY MAGAZINE 2025 VOL. 60



SIMPAC 아플리에 라카브라, '서울 카페쇼 2025' 부스 참여 성료

라카브라 코리아, 프리미엄 브랜드 입지 강화하며 대성황

지난 11월 19일부터 22일까지 총 4일간 진행된 '서울 카페쇼 2025'에 SIMPAC 아플리에가 운영할 라카브라 코리아가 성공적으로 참가했다. 라카브라 부스에는 행사 내내 참관객들의 긴 줄이 이어지며 뜨거운 관심을 입증했다. 이번 카페쇼 참가는 곧 있을 라카브라 코리아의 서울 매장 오픈에 대한 기대감을 폭발적으로 높이는 계기가 되었다.

참관객들은 라카브라의 특별한 커피 맛에 긍정적인 피드백을 쏟아냈으며, 특히 부스에서 판매된 커피 제품 중 가장 고가(高價)의 스페셜티 커피가 가장 많이 판매되어 프리미엄 커피 브랜드로서의 이미지를 확고하게 구축하는 성과를 거두었다. 일반인 참관객뿐만 아니라 업계 관계자들의 관심도 매우 높았다. 원두 도매 문의, 향후 협업 가능성 등 다양한 비즈니스 논의가 활발하게 이어져 향후 B2B 및 파트너십 확장의 가능성을 확인했다.

또한, 라카브라와 협업하는 덴마크 세라믹 장인 K.H Wurtz의 컵 역시 고가인 편임에도 사람들의 많은 관심과 구매가 이어졌는데, 이는 커피 제품 외 라카브라가 선보이는 라이프스타일 제품군에 대한 판매 가능성을 확실하게 확인시켜주는 결과였다.

SIMPAC 아플리에 부문 라카브라 코리아 오경창 매니저는 "이번 카페쇼는 국내 커피 시장에 라카브라의 독보적인 브랜드 가치와 제품력을 성공적으로 알린 자리"라며, "곧 오픈할 서울 매장을 통해 고객 경험을 더욱 확대하고 스페셜티 커피 문화를 선도해 나가겠다"고 밝혔다.



SIMPAC 2025 서울세계불꽃축제 당일 임직원 가족에게 여의도 심팩빌딩 라운지 개방

2025 서울세계불꽃축제가 열린 지난 9월 27일, 임직원 가족들이 실내에서 편안하게 불꽃축제를 즐길 수 있도록 여의도 심팩빌딩 15층 라운지를 개방했다. 총 100여 명의 임직원 가족들이 참여하였으며, 간단한 다과와 함께 여유롭게 불꽃쇼를 즐기며 행복한 시간을 보냈다. 행사에 참여한 한 직원은 "회사 라운지에서 가족과 함께 아름다운 불꽃을 바라보며 특별한 시간을 보낼 수 있어 좋은 추억이 되었다"며 소감을 전했다. 행사는 임직원 가족들의 자발적인 정리 참여 속에 따뜻한 분위기 속에서 마무리되었다.



SIMPAC 2025 SIMPAC Special Day 송년 행사 성료

지난 12월 15일, 여의도 심팩빌딩 15층 라운지에서 2025년 한 해를 마무리하는 2025 SIMPAC Special Day 송년 행사가 열렸다. 본 행사에는 최진식 회장을 비롯하여 여의도 근무 임직원 60여 명이 참석하였으며, 한 해를 되돌아보고 2026년 새해에 대한 기대와 소망을 나누기 위한 자리로 마련되었다.

행사는 최진식 회장의 격려 인사와 함께 시작되어, 한 해 동안 업무에 최선을 다한 임직원들 간의 네트워킹 시간으로 이어졌다. 럭키 드로우를 통한 선물 증정식도 진행되어 화기애애한 분위기 속에서 즐거운 시간이 되었다.



마음을 나누는 우리



- 42 찾아가는 클래스
- 46 트립 내비게이션
- 50 직장인 성장 노트
- 54 북클럽
- 56 TREND
- 58 우체통

“혼자서는 할 수 있는 일이 거의 없습니다.
함께라면 우리는 많은 것을 할 수 있습니다.”

- 헬렌 켈러



샹그리아 만들고, 와인에 대해 배워본 시간

In SIMPAC KDA

어느 늦은 가을날, SIMPAC KDA 임직원들을 위한 와인 클래스가 김해 진영읍의 KDA 공장으로 찾아왔다. 향긋한 와인&과일향 속에서 함께한 즐거웠던 클래스 현장에서의 이야기를 전한다.

와인 보관법 등 와인에 대한 지식 더하기

'샹그리아(Sangria)'는 와인으로 만드는 스페인과 포르투갈의 전통 음료로 와인에 다양한 과일과 탄산수, 설탕 등을 섞어 냉장고에서 하루 정도 숙성시킨 후 얼음을 넣어 마시면 시원하고 향긋한 맛을 즐길 수 있다. 이번 '찾아가는 클래스'에서는 와인에 대한 기본적인 정보를 배우고 샹그리아를 직접 만들어 보는 시간을 가졌다. 이날 수업에 참여한 직원 다섯 명은 다들 와인을 몇 번 접해보지 못했다고 말했다. 이론 수업 내용은 와인과 관련하여 알아두면 좋을 정보들로 구성되었는데 국내 와인 시장의 흐름과 트렌드로부터 시작하여, 와인 보관법, 남은 와인 활용법, 와인을 활용한 간단한 칵테일 레시피 등에 대해 배울 수 있었다.



뱅쇼와 샹그리아의 차이점은?

- 뱅쇼** 와인에 과일과 정향, 팔각, 시나몬 등 향신료를 넣어 끓인 음료로 추운 겨울 따뜻하게 마시는 천연 감기약
- 샹그리아** 와인에 레몬, 오렌지, 사과 등 과일과 설탕, 탄산수, 오렌지 주스 등을 섞어 하루쯤 숙성한 후 시원하게 마시는 와인 칵테일

와인 보관 Tip

- ☑ 열, 빛, 산소를 '와인을 보관의 3요소'라고 한다. 와인은 그늘지고 서늘한 곳에서 보관해야 하며, 개봉하면 바로 산화되기 때문에 한 번에 다 마시는 것이 좋다. 만약 다음 날까지 다 마실 생각이라면 코르크를 뒤집어 막은 후 냉장보관 한다. 진공 와인 마개를 이용하면 5일 정도까지도 보관 가능하다. 그보다 오래 지날 경우 풍미가 떨어지고 식초처럼 변할 수 있다.
- ☑ 와인샵에서 와인을 구매할 경우 진열장 가장 앞에 있는 것은 빛을 받아 따뜻해졌을 수 있는데, 다른 것들보다 숙성이 좀 더 빠르게 됐을 확률이 높으므로 앞에 있는 것보다는 그늘진 곳에 보관된 것을 고르는 것이 좋다.
- ☑ 집에서 와인을 보관할 때 와인셀러가 없는 경우 냉장실에 넣어 보관하는 것이 가장 좋다. 온도가 서늘하고 일정하게 유지되기 때문이다. 다만 문을 여닫을 때마다 빛이 들어오므로 신문지 등으로 싸서 야채칸에 넣어 보관하면 오랫동안 변질되지 않게 보관할 수 있다.
- ☑ 와인 보관 시 병을 눕혀 보관해야 하는 이유는 코르크 마개가 마르지 않도록 적셔주기 위함이다. 와인을 세워 보관하면 코르크가 말라 공기가 조금씩 들어가며 변질될 가능성이 있다. (요즘에는 코르크 마개 대신 스크류 방식으로 된 와인들도 있는데, 이 경우에는 굳이 눕혀서 보관할 필요는 없다.)



과일을 직접 썰어 만든 나만의 상그리아

와인에 대한 이론 강의에 이어 본격적으로 상그리아 만들기에 돌입했다. 먼저 와인병을 오픈하는 방법에 대해 배우는 시간을 가졌다. 까딱 잘못하면 코르크가 손상되어 마개를 병 안으로 밀어 넣어 버려야 하는 경우도 있는데, 병을 어떻게 잡고 어떤 순서대로 개봉하면 쉽게 열 수 있는지를 제대로 배울 수 있었다. 설명을 듣고 상그리아 만들기에 사용할 와인을 직접 오픈해 봤는데 다들 깔끔하게 성공했다.

모두들 준비된 비닐장갑을 끼고 레몬, 오렌지, 자몽, 사과를 얇게 썰어 주었다. 형태를 유지하기 위해 껍질 채 썰고, 떼운 맛을 내는 씨는 모두 제거하여 2개의 병에 나눠 담아줬다. 그런 다음 탄산수 1, 오렌지주스 1, 와인 3의 비율로 병을 채우고 취향껏 설탕을 부어 주기만 하면 된다. 뚜껑을 닫은 후 마커펜으로 병을 예쁘게 꾸며주기까지 하면 아주 쉽게 나만의 상그리아가 완성된다. 과즙이 충분히 우러나올 때까지 냉장고에서 하루 정도 숙성한 후 얼음과 함께 시원하게 마셔주면 된다. 피자나 닭고기 요리 등 어느 요리에 곁들이든 맛있게 즐길 수 있다.

클래스에 참여한 직원들은 이번 기회를 통해 사내에서 동료들과 함께 색다른 체험을 해볼 수 있어 즐거웠다는 소감을 전했다. 연말연시를 앞두고 이날 배운 레시피를 활용하여 소중한 사람들과 행복한 시간을 보냈기를 바란다.



클래스 참여 후기



인사총무팀
장명수 팀장

바쁜 일상 속에서 잠시나마 힐링할 수 있었던 시간이었습니다. 술을 좋아하지는 않아 생소한 분야였는데, 이번 기회에 와인에 대한 호기심을 충족할 수 있었습니다. 상그리아는 과일을 썰어 넣어 와인을 부담 없이 즐길 수 있고 만드는 법도 간단해서 지인들과 나눠 마시기에도 좋을 것 같습니다.



인사총무팀
윤진웅 매니저

평소 술을 즐기진 않지만 와인에 대한 이런 저런 정보들을 배울 수 있어 유익했습니다. 상그리아를 만들다 보니 시간이 어떻게 흘러간 건지 모르게 빠르게 지나갔고, 업무 중에 이러한 시간을 가지니 아주 많이 힐링이 됩니다. 지루할 틈 없었던 재미있는 시간이었습니다.



IT팀
박국희 매니저

평소 관심은 있어도 접하기 힘들었던 주제에 대해 직접 체험하고 배울 수 있어서 유익한 시간이 되었습니다. 동료들과 함께 수업에 참여하면서 직접 만든 상그리아도 가져갈 수 있어 좋았습니다.



재무팀
장대훈 매니저

상그리아를 만들어 보는 건 처음이었는데 재미있었고, 시음도 하면서 즐거운 시간 보낼 수 있었습니다. 다음에도 기회가 된다면 또 참여하고 싶습니다.



재무팀
장예림 매니저

상그리아와 뱃소의 차이점에 대해 확실히 알 수 있었고, 와인과 관련한 다양한 정보들을 배울 수 있어 유익했던 시간이었습니다. 직접 만든 상그리아는 맛있게 먹겠습니다!



훌쩍 다녀오기 좋은 사업장 근처 나들이 장소

이번 호 '트립 내비게이션'에서는 사업장 소재지에 위치하고 있어 가볍게 다녀오기 좋은 장소들을 소개한다.

김해 수로왕릉&대성동고분군&국립김해박물관



김해 시내 곳곳에서는 가야의 발자취를 느낄 수 있다. 금관가야의 시조이자 김해 김씨의 시조인 수로왕의 무덤 주위로 왕릉공원이 조성되어 있으며, 수로왕과 허왕후의 만남을 테마로 만들어진 공원인 수릉원을 따라 걷다 보면 가야 왕들의 묘역인 대성동고분군이 나온다. 대성동고분군 유적지는 가야의 건국설화가 깃든 구지봉과 김해 패총으로 유명한 봉황동 유적지의 한가운데에 위치하며, 금관가야의 왕과 왕후를 비롯한 여러 무덤들이 자리하고 있다. 대성동고분박물관에 가면 이곳에서 발굴된 유적과 금관가야와 관련한 자료들을 만나 볼 수 있다. 여기서 좀 더 북쪽으로 올라가면 구지봉 기슭에 자리잡은 국립김해박물관이 있는데, 가야의 문화재가 총망라되어 전시되고 있다. 수로왕릉 일대를 찾아 도심 속에서 고대 국가 가야의 향기를 느끼며 여유로운 시간을 보내 보자.



사진 출처. 김해관광포털

대구 서문시장&근대문화골목&김광석 다시 그리기 길

조선시대 전국 3대 장터의 하나로 꼽혔던 서문시장은 지금도 대구 최대의 상설시장이자 대구를 찾는 많은 관광객들의 사랑을 받는 곳이다. 주단과 포목을 비롯하여 다양한 물품들이 판매되고 있지만 관광객의 발길을 사로잡는 것은 역시 수많은 먹거리들. 대구의 명물인 납작만두부터 곱창과 막창, 콩나물 떡볶이, 수제비, 돼지국밥, 호떡 등 다양한 메뉴로 가득해 골라먹는 재미가 있다. 금·토·일요일에는 야시장이 열려 더 많은 사람들로 북적인다. 푸드트럭마다 길게 줄이 늘어서고, 공연이나 플리마켓도 열려 볼거리가 넘친다.



서문시장 건너편 '근대문화골목'을 따라 걷다 보면 청라언덕, 선교사 주택, 3.1만세운동길, 계산성당, 이상화와 서상돈 고택 등 근대 풍경이 이어지는데 구석구석 구경하려면 2시간 정도는 잡아야 한다. 가수 김광석의 노래를 좋아한다면, 조금 떨어져 있지만 '김광석 다시 그리기 길'에 가 보는 것도 좋다. 방천시장 뒷골목 350m 담벼락에 김광석의 삶과 노래를 주제로 한 벽화가 펼쳐져 있으며, 주변의 카페나 상점들도 그가 활동했던 8090년대 분위기를 풍긴다.



사진 출처. 대구트립로드



광양 구봉산 전망대



해발 473m에 위치한 구봉산 전망대에서는 광양만의 풍경은 물론 순천, 여수, 하동, 남해까지 한 눈에 조망할 수 있다. 정상에는 9.4m의 봉수대가 자리하고 있어 일출, 일몰 명소로 각광받고 있으며, 정상부 하단 주차장까지 차량 진입이 가능하다. 구봉산 전망대에는 광양만권을 한눈에 바라볼 수 있도록 망원경이 설치되어 있으며, 야간에는 멋진 야경을 내려다볼 수 있어 관광명소로 사랑받고 있다. 전망대 주변으로 산책로가 조성되어 있으며, 광양을 상징하는 빛, 철, 매화꽃 등을 모티브로 하여 만들어진 메탈 아트 봉수대가 인상적이다.

사진 출처. 광양시 문화관광, 한국관광공사

인천 정서진



서울 광화문을 기준으로 한반도 동쪽 끝에 위치한 곳이 정동진이라면, 서쪽 끝에 위치한 곳이 바로 아라뱃길의 끝자락에 있는 정서진이다. 공항철도 청라국제도시역에서 내려 버스로 15분이면 바다를 만날 수 있다. (청라국제도시역에서 공유 전기자전거나 전동 킥보드를 빌려 이동하는 방법도 있다.) 국토 종주 자전거길의 시점이자, 강화도와 영종도 사이 서해바다를 바라보며 걷는 산책로가 아름다운 곳으로 많은 이들에게 사랑받는 노을 명소다. 근처 아라타워 전망대에 오르면 정서진 광장과 경인아라뱃길 수로 구간, 서해바다가 한눈에 펼쳐지며 절경을 이룬다. 정서진 산책길에서 조금만 걸으면 영종대교 휴게소가 있어 이곳에 들러 노을을 감상하는 것도 좋겠다.

사진 출처. 한국관광공사

서울 도산공원

서울 강남구 신사동에 위치한 도산공원은 도산 안창호 선생을 기리기 위해 설립된 공원이자 규모는 크지 않지만 선생의 동상과 도산 일기 등 사료가 전시된 도산안창호기념관, 묘소 등이 조성되어 있다. 도산공원은 공원이 귀한 압구정로데오 일대에서 시민들의 소중한 휴식처가 되어주고 있다. 도산공원을 중심으로 많은 식당과 카페, 갤러리, 편집샵 등이 자리하고 있으며 SIMPAC의 Perfumer H 도산 플래그십 스토어도 인근에 위치한다. 일대를 구경하고 맛집을 탐방한 다음 도산공원에 들러 한바퀴 돌아보는 것은 어떨까?



사진 출처. 비짓강남



상대의 마음을 얻기 위한 비즈니스 설득 전략



우리는 업무 중 수많은 '설득의 순간'과 마주한다. 프로젝트 제안서를 승인받기 위해 상사를 설득하거나, 거래처 관계자에게 새로운 제안을 해야 할 때, 동료에게 업무를 요청할 때 등 설득은 계속된다. 비즈니스 현장에서의 설득은 단순히 논리로만 이뤄지는 것이 아니라, 상대의 마음을 움직이게 하는 것이 중요하다. 아무리 데이터로 무장해도 상대의 공감을 얻지 못하면 설득을 이끌어낼 수 없다. 효과적인 비즈니스 커뮤니케이션을 위한 설득 전략에 대해 알아보자.

1. 일방적인 설득이 아닌, 스스로 한 결정이라 생각하게 하자

대부분의 사람이 상대에게 설득당하기 보다는, 스스로 선택하고 결정하기를 원하는 경향이 있다. 이러한 현상은 심리학에서 말하는 '심리적 반발 이론'으로 설명된다. 인간은 어떤 선택이나 행동 시 자율성이 제한되면 그와 관련해 부정적인 생각을 가지게 된다. 쉽게 말해 '하라고 하면 하기 싫은 것'이다. 자신의 신념과 반대되는 정보를 접하게 되면(상대가 제시한 내용이 자신의 생각했던 것과 다르면) 정보의 신뢰성에 의심을 품는 '인지부조화 현상'도 선택에 영향을 준다. 자신이 가지고 있는 믿음이나 가정을 확인하는 방향으로 정보를 처리하는 '확증편향'이 나타나며, 자신이 생각이 맞다는 것을 확인하기 위해 불필요한 시간을 쓰기도 한다. 심리적 반발이나 인지부조화, 확증편향은 타인을 설득하여 마음을 바꾸게 하는데 어려움을 주는 요소이다. 때문에 가장 효과적인 설득법은

'설득하지 않는 것'이다. 비즈니스 상황에서 결정권자를 설득해야 한다면, 현명한 결정을 위한 판단 근거를 제시하고 결정에 도움을 주는 식으로 행동하는 것이 효과적이다. '이 방안을 채택해야 합니다'라고 단정적으로 말하기 보다는 '-한 근거에 따르면 이 방안을 적용하는 것이 적절한 것으로 생각되는데 어떻게 생각하시나요?'와 같이 말하면 상대는 스스로 결정하고 판단하고 있다고 느끼게 된다. 즉, 설득 대상이 주도적으로 정보를 취합하여 사고함으로써 스스로 결정했다고 느낄 수 있도록 안내하고 납득시키는 과정이 필요하다. 분석이 필요한 정보를 전달하고, 행동 방향을 제안하며, 피드백을 반영하여, 결정권자가 신중한 결정을 내릴 수 있도록 돕는 소통 과정을 만들어 나감으로써 서로가 만족하는 결과를 이끌어 낼 수 있을 것이다.

Business Communication



2. 설득은 상대를 공감하고 이해하는 데서 시작한다

상대를 설득하기 위해서는 먼저 상대의 입장에서 생각해봐야 한다. '피피지 백전불태'의 자세로 상대를 분석함으로써 설득 방향을 잡을 수 있다. 설득 상대를 분석할 때 핵심은 '공감'이다. 단순히 상대의 감정을 파악하고 인정하는 것을 넘어, 상대방의 입장에서 생각의 흐름을 따라 상황을 바라보고 이해해야 한다.

상대가 무엇을 알고 있고, 누구에게 영향을 받으며, 어떤 유형의 정보를 신뢰하고, 어떠한 가설을 바탕으로 어떻게 결정하는지를 미리 파악할 수 있다면 좋다. 그리고 상대가 무엇 때문에 결정을 망설이는지, 이 결정으로 무엇을 얻고자 하는지를 생각해 본다면 상대를 설득하기 위한 방법을 세우는 데 도움이 될 것이다. 상대방의 입장을 먼저 이해하고, 그 위에 나의 논리를 쌓는다면 상대의 마음을 열 수 있을 것이다.

A

이번 신제품 납품 일정이 다소 촉박한데, 프로세스를 좀 더 효율적으로 조정해보면 어떨까 싶습니다.

B

혹시 납품 일정이 예정보다 늦어질 수 있는 건가요? 그럼 전체 프로젝트에 영향을 줘서 일이 커지는데요. 예산도 정해져 있고요.

A

안 그래도 그 부분을 우려하실 것 같이 일정 리스크 없이 진행할 수 있는 방안을 고려해 봤습니다. (전체 일정이 지연되지 않으면서도, 추가 비용 부담이 없는 새로운 프로세스 제안)

3. 이야기의 초점은 상대에게 맞추자

상대의 입장에서 나의 제안대로 결정해야 하는 이유를 제시해야 한다. '우리 제품이 시장 점유율 1위입니다'보다 '우리 제품을 도입하면 비용 절감 효과를 체감하실 수 있을 것입니다'와 같이 상대의 이익과 관심사를 중심에 두어 메시지를 전하는 것이 효과적이다. 선택해야 하는 이유를 설명하지 못하고 본인의 입장만 늘어놓는 경우도 있는데 이는 설득이 아닌 호소일 뿐이다. 설득 상대가 합당한 이유를 가지고 결정했음을 확신할 수 있도록 논거를 제시해야 한다.

내가 상사에게 보고한 내용을 상사가 또 그 위의 상사에게 보고해야 할 경우도 있다. 이러한 경우 나의 직접적인 설득 상대 뒤에 있는 '넥스트 보스'를 고려하여 어떻게 설득할지를 구상해 보자. 가장 핵심이 무엇인지 한눈에 들어오도록 정리하여, 해당 제안이 다른 대안과 비교하여 어떤 점이 나은지, 조직을 운용하는 데 어떠한 영향이 있을지, 중장기적으로 어떤 영향이 있을지, 이 선택이 회사의 평판에 어떠한 영향을 미칠지 등을 고려해 설득 전략을 세울 수 있다. 이렇듯 상사의 시선에서 생각해보는 훈련은 조직 전체의 논리를 이해할 수 있는 방법이며, 나중에 상사의 자리에 올랐을 때에도 도움이 될 것이다.



A

이대로 진행하면 저희 팀 입장에서 효율이 높아집니다.

B

근데 위에서는 이로 인한 리스크를 걱정하실 것 같은데요?

A

네 그래서 리스크 관리 방안에 대해서도 정리해봤습니다.

4. 이해하기 쉽게 단순한 구조로 설득하자

간단명료하게 전달해야 듣는 입장에서도 이해하기 쉽다. 사람의 집중력은 제한되어 있고, 모든 것을 살피기에는 시간이 부족하다. 두괄식으로 말하고자 하는 바를 먼저 제시하고, 핵심만 간결하게 정리한 '간결한 구조'로 메시지를 명확하게 전달해야 기억에 오래 남기 마련이다. 심지어는 같은 내용이라도 가독성이 높은 서체와 레이아웃으로 보고서를 구성했을 때 더 쉽게 받아들일 수 있다.

설득하는 사람의 입장에서는 하나라도 더 많은 내용을 전달하고 싶겠지만, 그보다는 어떤 게 핵심인지 파악하기 쉽지가 않다. 가장 중요한 몇 가지만 강조하는 것이 효과적이며 반드시 기억해야 할 메시지는 단순화하여 전달하자. 내용을 전하기 전 목차를 통해 내용이 어떻게 구성되어 있는지를 제시하고, 발표가 길어질 경우 중간 요약물 통해 핵심을 짚어주며, 그래프 등 시각화 도구를 활용하여 직관적으로 이해할 수 있도록 돕자.

단순하게 설득하는 법

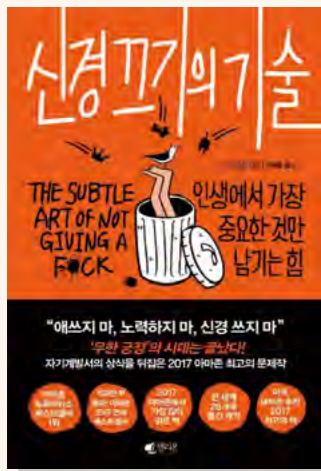
- ✓ 핵심 메시지부터 말한다.
- ✓ 간결한 구조로 중요한 몇 가지만 강조한다.
- ✓ 중간 요약으로 핵심을 짚으며 환기한다.
- ✓ 복잡한 내용은 한눈에 들어오도록 시각화한다.



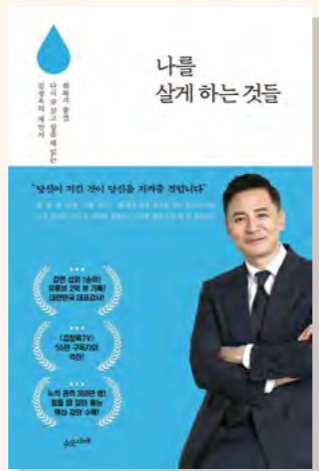
이외에도 메시지가 전달되는 프로세스, 커뮤니케이션이 이루어지는 시간과 장소, 채널 등에 따라 설득력에 차이가 발생할 수 있다. 이런저런 전략과 말씀씨도 중요하지만, 결국 설득은 논리 싸움이 아닌 상대를 납득시키는 과정이다. 상대를 이해하고 존중하는 태도가 말로 모든 설득 커뮤니케이션의 출발점이다. 상대를 압박하고 혼란스럽게 하는 대신 상대의 마음을 얻고자 하는 자세로 준비한다면, 원하는 결과에 한발짝 더 가까워질 수 있을 것이다.

나의 삶을 긍정적으로 바꿀 '삶의 기술'을 담은 책

사회생활을 하다 보면 많은 사람들을 만나고, 그 사이에서 이런저런 갈등을 겪기 마련이다. 이번 호 <북클럽>에서는 행복하고 지속가능한 삶을 살아가기 위해 필요한 '삶의 기술'을 담은 책들을 소개한다.



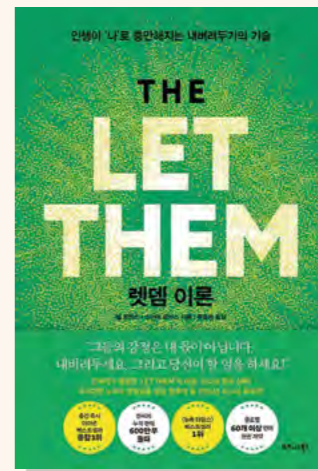
신경끄기의 기술
마크 맨슨, 갤리온



나를 살게 하는 것들
김창옥, 수오서재



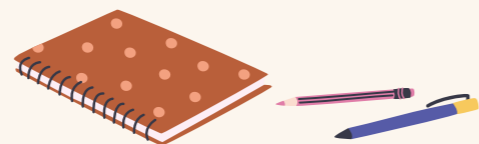
관계의 공식
앤드류매튜스, 서교책방



렛뎀이론
멜로빈스, 비즈니스북스

각종 뉴스와 SNS를 통해 전해지는 수많은 소식을 따라 서로를 비교하며, 남들보다 뒤처지면 안 된다는 조바심에 스스로를 더욱 채찍질하고 있지는 않은가? 그런데 모든 일에는 기회비용이 있기 마련이다. 무언가를 얻기 위해서는 무언가를 포기해야 하는 법. 이와 같은 맥락에서 저자는 가져야 할 것이 무엇인가보다 '버려야 할 것이 무엇인가를 먼저 질문해야 한다고 말한다. 이 책은 "인생의 터닝포인트를 원한다면 중요한 것만 남기고 버려라"고 말한다. 진짜 중요한 것에 신경쓰기 위해서는 사소한 것들에는 적당히 신경을 끌 줄 아는 기술이 필요하다는 것이다. 저자가 말하는 '신경 끄기'는 무심함과 다르다. 나만 특별히 불행하다는 착각이나 남보다 특출해야 한다는 일종의 허세를 버리고 인생에는 고통이 수반되기 마련이라는 사실을 인정해야만 비로소 진짜 중요한 것과 그렇지 않은 것을 구별해 낼 수 있다. '신경 끄기의 기술'은 누구나 경험하는 삶의 문제를 좀 더 나은 방향으로 전환하는 법이다. 『신경끄기의 기술』은 수많은 선택지와 기회비용 앞에서 인생의 목적을 잃어버린 채 가치관의 혼란을 겪는 현대인들에게 뜻밖의 깨달음을 전한다. 이 책은 잡다한 것을 배제하고 더 나은 삶으로 가기 위한 5가지 가치관을 제시한다. 내 삶에서 일어나는 모든 일에 책임을 질 것, 내가 옳다는 확신을 버리고 틀릴 가능성을 받아들일 것, 실패를 두려워하지 않을 것, 거절하는 기술을 익힐 것, 내가 언젠가는 죽는다는 사실을 숙고할 것. 이 가치들을 마음속 깊이 새긴다면 매일 조금씩 더 나은 내가 될 수 있을 것이다.

소통전문가이자 스타 강사 김창옥이 '인생에서 중요한 것을 놓치지 않고 살아가는 법'에 대한 위로와 용기의 메시지를 전하는 책이다. 과부하, 고효율, 무한경쟁의 시대에 소모되거나 탈진되지 않고 지속가능한 삶을 꾸리며 나만의 성공을 이뤄나갈 방법은 무엇일까? 내 삶에서 진정 중요한 것은 무엇이고, 나다운 삶은 무엇이며, 나는 어떻게 살고 싶은가를 치열하게 고민하고 실험했던 저자의 이야기와 현실적인 지침들이 일과 삶, 성공에 관한 새로운 통찰을 일깨워준다. 이 책은 스타강사 김창옥의 유튜브 채널 <김창옥TV>의 명강의를 엄선했다. 나만의 속도를 체크하는 법, 삶에서 반드시 굳게 세워야 할 가치와 태도, 자기 돌봄의 중요성과 방법, 건강하게 관계 맺는 법 등 진정한 변화와 성장으로 이끌어줄 이야기들을 들려준다. 나를 위한 위로와 용기가 필요할 때, 어떤 삶을 살고 싶은지 내 마음을 잘 모를 때, 삶을 재정비하고 싶을 때, 변화하고 싶은데 어디서부터 시작해야 할지 막막할 때 등 김창옥의 경험과 성찰에서 우러나온 메시지를 확인할 수 있다.



이 책은 '가장 편안하고 자연스러운 관계 맺기란 무엇인지에 대해 이야기한다. 세계적인 동기부여 강연자인 저자는 이해하기 쉬운 다양한 예피소드를 통해 그 속에서 누구나 자신의 모습을 발견할 수 있게 설명했다. 교묘하게 죄책감을 이용해서 자신의 요구를 밀어붙이는 사람, 똑같은 말을 반복해서 내 소중한 시간을 빼앗는 사람, 자신을 내세우기 위해 상대를 깎아내리는 사람에게 어떻게 거절의 말을 전할지 배우는 것만으로도 어렵게만 느껴지던 인간관계가 쉬워진다. 이렇게 관계에서 나 자신을 지키는 법을 알게 되면, 그 다음 단계는 내가 먼저 다른 사람에게 다가가는 것이다. 저자는 이때 솔직하고 나다운 모습으로 다가가는 것이 효과적이라며 "좋은 인간관계는 그 사람의 태도가 결정한다"고 말한다. 인간관계에서 어려움을 겪을 수밖에 없는 여러 사람들과의 상황 속에서 '상처받지 않는 법', '나로서 당당하게 사는 법', '나를 사랑하는 법', '나를 잃지 않는 법' 등에 대한 통찰을 보여준다. 좋은 관계를 맺기 위해서는 어떻게 해야 하고 나쁜 관계는 어떻게 풀어야 하는지, 사소한 변화로 큰 효과를 볼 수 있는 방법이 궁금하다면 이 책을 확인해보자.

이 책은 인생을 '나'로 충만해지도록 하기 위해, 통제할 수 없는 것은 내버려두고 내 할 일을 함으로써 진정한 자유를 찾자고 말한다. 남의 기대나 말, 감정, 행동 등 통제할 수 없는 일에 시간과 에너지를 낭비하지 말고 '렛뎀(Let Them), 즉 내버려둠으로써 내 인생의 주도권을 가져오자는 것이다. 내버려두기는 부정적인 감정에 짓눌리는 대신, 누가 뭐라고 말하고 행동하든 그것은 상대방의 선택이며 나는 거기에 휘둘리지 않는 것이다. 내가 통제할 수 있는 것은 오로지 나 자신뿐이므로 그들은 내버려두고, 내 할 일을 함으로써 원하는 삶과 관계를 만들어 나가는 것이 중요하다. 내버려둔다는 것이 타인에 대해 무관심하거나 포기하라는 말은 아니다. 가족, 친구, 연인, 동료 등 누구든 서로를 있는 그대로 받아들이고, 억지로 바꾸려는 시도를 멈추면 신뢰와 진정성을 바탕으로 만족스러운 인간관계를 구축할 수 있다는 뜻이다. 저자는 중요하지 않은 일에 신경 쓰느라 나를 소모하는 싸움에서 벗어나 나 자신의 행복과 목표에 집중하는 방법을 알려준다. 통제할 수 없는 일에 에너지를 낭비하지 않는 법, 끊임없는 비교를 멈추고 두려움과 자기 의심을 극복하는 법, 타인의 기대나 평가에서 자유로워지는 법, 건강한 인간관계와 깊은 유대를 만드는 법, 중요한 목표를 자신 있게 추구하는 법, 스트레스에 대한 회복력을 기르는 법, 나만의 성공과 성취의 길을 찾는 법 등이다. 그동안 타인의 감정이나 기대에 휘둘리고, 주변 사람들과의 상황을 신경 쓰느라 지쳐있었다면, 이 책이 해답이 되어 줄 것이다.

이제는 YONO 시대! 불경기에 살아남기 위한 현명한 소비 전략



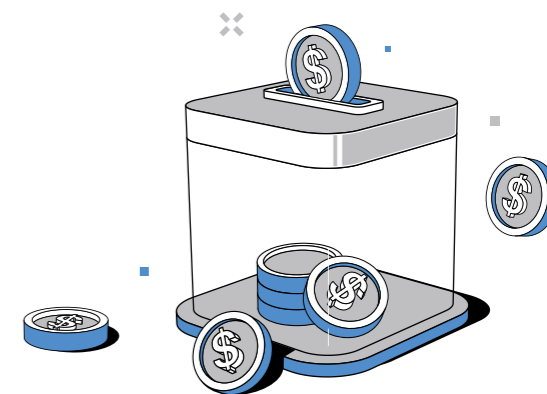
YONO(You Only Need One)란 불필요한 소비를 줄이고 꼭 필요한 것만 구매하는 신중한 소비 철학으로, 이전의 YOLO 문화에서 벗어나 물가 상승과 경제적 불안에 대응하는 새로운 라이프스타일이다. 이 트렌드는 미니멀리즘과 지속가능한 소비를 추구하며, 개인 재정 관리 개선과 환경적 책임을 동시에 실현하는 현명한 소비 문화로 주목받고 있다.

하나면 충분! 현명하고 실속있는 소비가대세

한때 인생은 한 번뿐이라는 YOLO(You Only Live Once)가 자유롭고 멋진 삶의 상징으로 떠올랐으나, 이제는 '단 하나면 충분하다'는 YONO(You Only Need One)가 새로운 소비 트렌드로 자리잡고 있다. 불경기와 물가 상승이 계속되며 경제적 불안정성이 커지는 한편 환경에 대한 대중의 관심도 높아지며, 젊은 세대를 중심으로 나그리고 지속가능한 미래를 위한 실속있는 소비를 추구하는 경향이 강해졌다. 진짜 필요한 물건만 구매하고 사더라도 중고거래를 이용하는 이들이 늘어난 것이다. YONO는 단순히 절약을 의미하는 것이 아니라 '나에게 진짜로 필요한 하나를 가려내는 선택적 소비 철학이다. 가성비보다 좋은 이유로 불필요한 소비를 반복하기 보다는, 내 삶의 목표와 가치에 부합하는 '가치비가 높은 상품과 서비스를 선택하는 '가치소비'를 추구한다. 조금 비싸더라도 오래 쓸 수 있는 제품을 선택하고, 환경에 미치는 영향도 고려한다. 대부분 옷장 안에 옷은 많지만 자주 입는 옷은 몇 벌 안 되고, 집안 곳곳 잊힌 살림살이들이 쌓여 있기 마련이다. 미니멀 라이프를 추구하는 YONO족(族)은 이러한 소비 패턴을 벗어나고자 한다. 불필요한 소비를 줄이고 버릴 것은 버린다면 마음은 가벼워지고 지갑은 여유로워질 것이다. 작은 소비라 하더라도 '진짜 필요한가?'를 한 번 더 고민하는 습관을 가지는 것이 재정관리의 출발점이다. 불확실한 시대일수록 꼭 필요한 곳에 제대로 쓰는 것이 중요하다.

적게 사고 오래 쓰는, 지속가능한 소비의 확산

빠르게 변하는 유행이나 광고에 이끌린 기존의 소비 방식은 자원 낭비와 환경 오염 문제를 낳았고 돈이면 무엇이든 할 수 있다는 생각을 하게 만들었다. YONO 트렌드의 확산은 기존 소비방식에 문제의식을 가지고, 필요한 물건을 사면서도 미래의 자원과 환경도 함께 생각하는 '지속가능한 소비'에 관심을 가지는 방식으로 소비 패러다임을 변화시켰다. 불필요한 소비가 줄면 자연스럽게 쓰레기 배출량이 줄고, 제품의 생산-운송-폐기 과정에서 발생하는 탄소발자국을 낮추는 효과도 있다. 이러한 흐름 속에 소비자들은 내구성이 높고 수리 가능한 제품, 친환경 소재로 만든 제품, 재활용이 용이한 제품을 선호하고 있으며 기업들도 이에 대응해 지속가능하고 친환경적인 제품을 선보이고자 노력하고 있다. YONO족(族)의 라이프 스타일은 단순한 절약이 아닌 더 나은 삶, 더 나은 미래를 위한 선택이며, 이러한 변화의 흐름은 우리 사회가 더 지속가능한 방향으로 나아가도록 하고 있다. 작은 것부터 조금씩 변화를 시도하다 보면, 어느새 더 나은 삶을 만들어 나갈 수 있을 것이다.



YONO 라이프 실천법

- 물건을 구매하기 전 진짜로 필요인지 충분히 고민해보기
- 불필요한 물건은 자주 정리해 비우기
- 장보기 전에는 무엇을 구매할지 미리 정리하기
- 자주 쓰지 않는 물건은 구매 대신 대여하기
- 브랜드나 트렌드보다 제품 수명을 고려해 구매하기
- 불필요한 구독서비스는 과감히 정리하기
- 가능하다면 중고거래를 통해 구매하기
- 불필요한 SNS-앱-정보 등 디지털 미니멀리즘 실천하기

SIMPAC그룹 사보 독자 참여 이벤트

SIMPAC그룹 사보 2025년 하반기호를 읽고, 책 속에 숨겨진 힌트를 찾아 아래 퀴즈의 정답과 함께 사보에 대한 의견을 보내주세요.



* 위의 QR코드로 접속하여 이벤트에 참여해주세요. (2026년 2월 8일 응모 건까지)
정답을 맞으신 분들 중 20분을 선정하여 소정의 상품을 보내드리겠습니다.

1



'멘토링 클럽'에 함께한 SIMPAC인더스트리 산업기계부문 양용진 팀장, 전효심 매니저는 소속이다.
빈칸에 들어갈 팀 이름은?

2



'팀빌딩 워크숍'에 참여한 SIMPAC 프레스부문 생산1팀, 생산2팀 직원들은 검사를 바탕으로 효과적인 의사소통법에 대해 생각해보는 시간을 가졌다.
빈 칸에 들어갈 단어는?

3



'현장 속으로'에서는 SIMPAC ENG를 찾아 ENG 소속 직원들에게 프레스의 기초가 되는 프레임 제작에 대한 이야기를 들어봤다.
빈칸에 들어갈 팀 이름은?

4



'찾아가는 클래스'에서는 SIMPAC KDA 직원들과 함께 와인과 과일, 탄산수, 설탕 등을 넣어 를 만들어 보는 시간을 가졌다. 이 음료의 이름은?



지난호 독자 후기

프레스부문 공정자동화연구팀 신양하 연구원

Perfumer H의 팝업 행사 및 SIMPAC 그룹의 중견기업 일자리 박람회 소식을 보며 긍정적인 브랜드 이미지 구축과 사업 다각화를 위해 많은 임직원분들께서 노력하시는 것을 느꼈습니다. 저 또한 분발하여 프레스 부문의 성장에 기여하고 싶습니다.

프레스부문 서비스사업팀 손규성 책임

계열사 소식 외에 여행정보, 여러 유용한 정보들을 접할 수 있어 좋았습니다. 우리 팀원이 나오니 더 반갑네요. 앞으로도 좋은 소식 많이 부탁드립니다.

프레스부문 안전팀 김주원 매니저

전반적인 그룹사 소식을 접할 기회가 없는데 사보를 통해 조금이나마 알 수 있는 좋은 기회인 것 같습니다.

기획관리부문 재무팀 김혜림 매니저

선후배 간의 인터뷰 내용이 영양가 있었다고 생각합니다. 또 물리적으로는 멀리 떨어져 있지만 업무상 메신저로 종종 소통하는 동료분들의 글과 사진도 볼 수 있어 한결 친근감이 드는 것 같아요.

기획관리부문 전략기획팀 하다솜 매니저

SIMPAC 계열사 곳곳의 여러 소식을 알 수 있어서 좋았고, 일잘러가 되기 위한 팁들도 정말 유익했습니다.

SIMPAC KDA 조우석 매니저

사보를 통해 SIMPAC 계열사에 대해 알아갈 수 있어서 좋았습니다. 앞으로도 좋은 소식 가득한 사보를 기대합니다~

SIMPAC글로벌동부 정은영 매니저

간결한 듯하면서도 알짜배기 내용들로 볼거리가 많았고 쉽게 쉽게 책장을 넘기는 재미까지 있었습니다. 그룹사 정보까지 볼 수 있어서 좋았고 지식적인 부분에서도 많은 도움이 되었어요~



직원 참여 EVENT

SIMPAC人 여러분의 일상을 담아 보내주세요!



참여 방법

위의 QR코드로 접속하여, 사진에 대한 설명과 함께
SIMPAC人 여러분의 일상을 담은 사진을 업로드 해주세요.

(동료들과 함께하는 휴식 시간, 퇴근길 풍경, 퇴근 후 취미 생활 및 자기계발 활동을 하는 모습 등 무엇이든 OK!)

참여 기간

2026년 4월 30일까지

당선작 발표 및 상품 안내

당선작은 2026년 상반기호 사보에 공개되며, 상품은 상반기호 발행 후 발송 예정입니다.

당선되신 분께는 소정의 모바일 상품권(스타벅스 1만원 교환권)을 보내드리겠습니다.