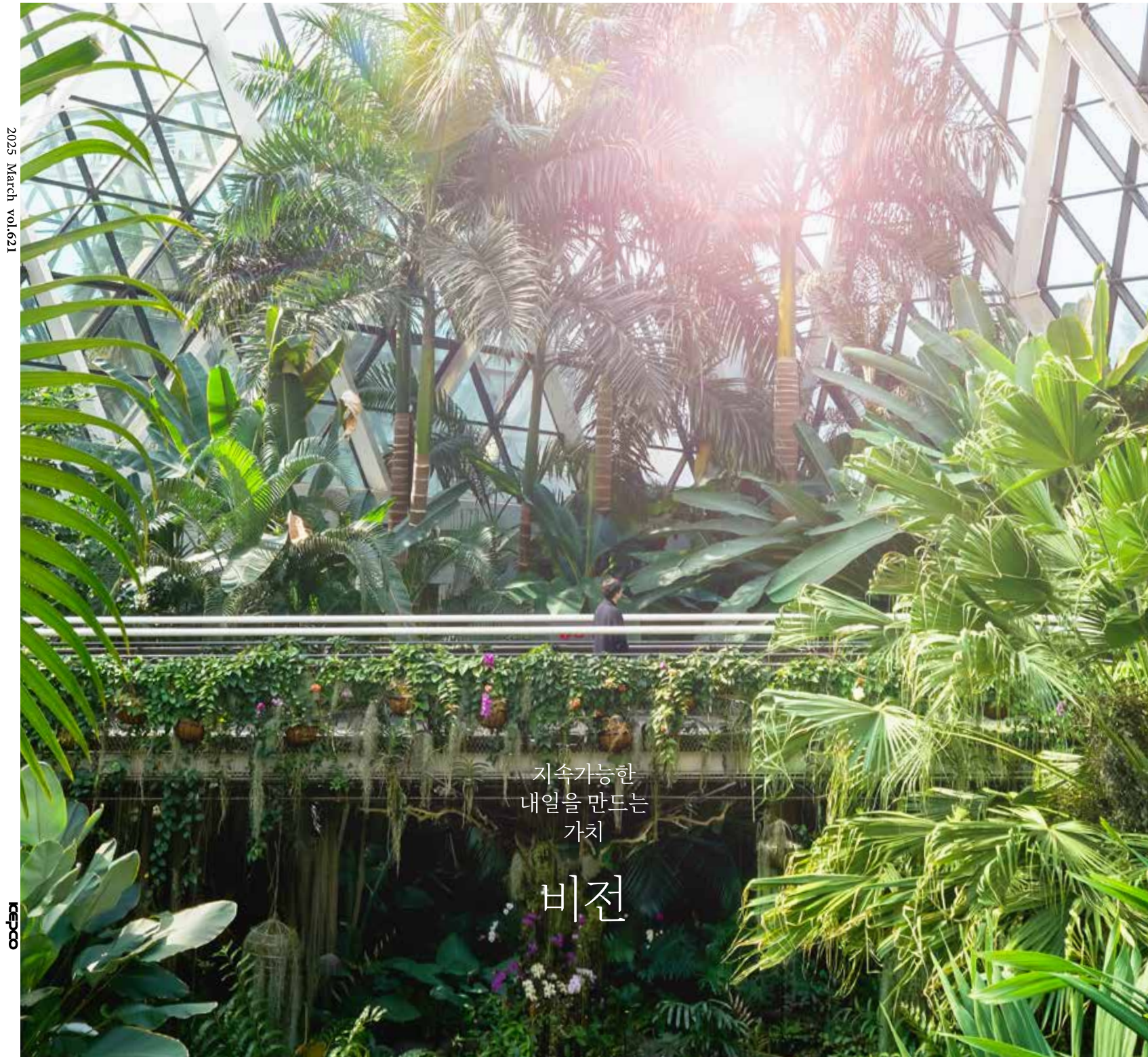


KEPCO

2025 March vol.621



지속가능한
내일을 만드는
가치

비전



QR코드를 스캔하면
더 많은 이야기를 만날 수 있습니다.

KEPCO ACTION

- 6

ESSAY

하얀 도화지에 그리는 미래 '비전'
- 8

OPINION

미래를 향해 가는 것은 건축과 닮아 있다
- 12

RECIPE

기업의 성공 비결은 비전 달성에 있다
- 16

SIGHT

국가 미래 성장에 기여하는 글로벌 에너지 리더 선언!
'2025년 NEW 비전 선포'

KEPCO SPECIAL

- 20

INTERVIEW CROSS

히든 히어로를 소개합니다!
- 24

KEPCO STORY 1

해상풍력사업이 국가 안보에 미치는 영향
- 28

KEPCO STORY 2

한전의 핵심 기술, 미래를 이끈다!
- 32

QUICK OVERVIEW

MECENAT

LIFE ACTION

- 34

KEPCO PICK

모이면 더 큰 힘이 되는 '콜라보 X'
- 36

REFERENCE

경계를 허물고 함께 성장하다
공진화 전략
- 38

TREND

형이 왜 거기서 나와?
기업 간의 이색 컬래버레이션
- 42

CULTURE & MIND

광고인가 영화인가, <밤낚시>가 섞은 것들
- 44

MY PROMPT

생성형 AI로 나만의 작품 만들기
- 46

KEPCO TALK

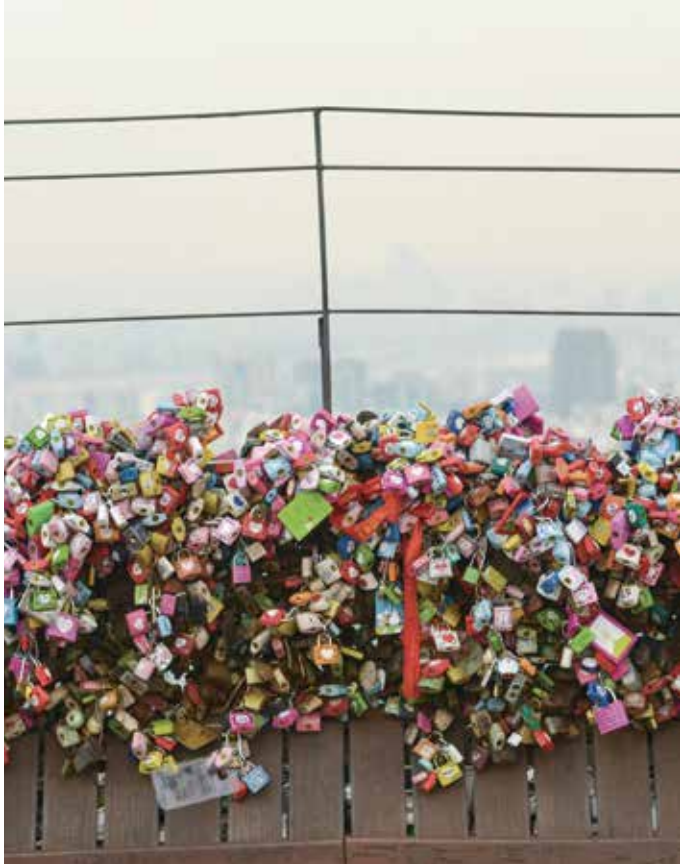
불편한 상담소 오픈!
- 48

KEPCO NEWS
- 50

KEPCO QUIZ
- #1
- 살랑이는 바람과 밝게 내리쬰는 햇살.
날이 좋아도, 날이 껏어도 강은 그저 흘러갑니다.
성실한 저 강처럼 살아야겠다고 마음먹어 봅니다.
-

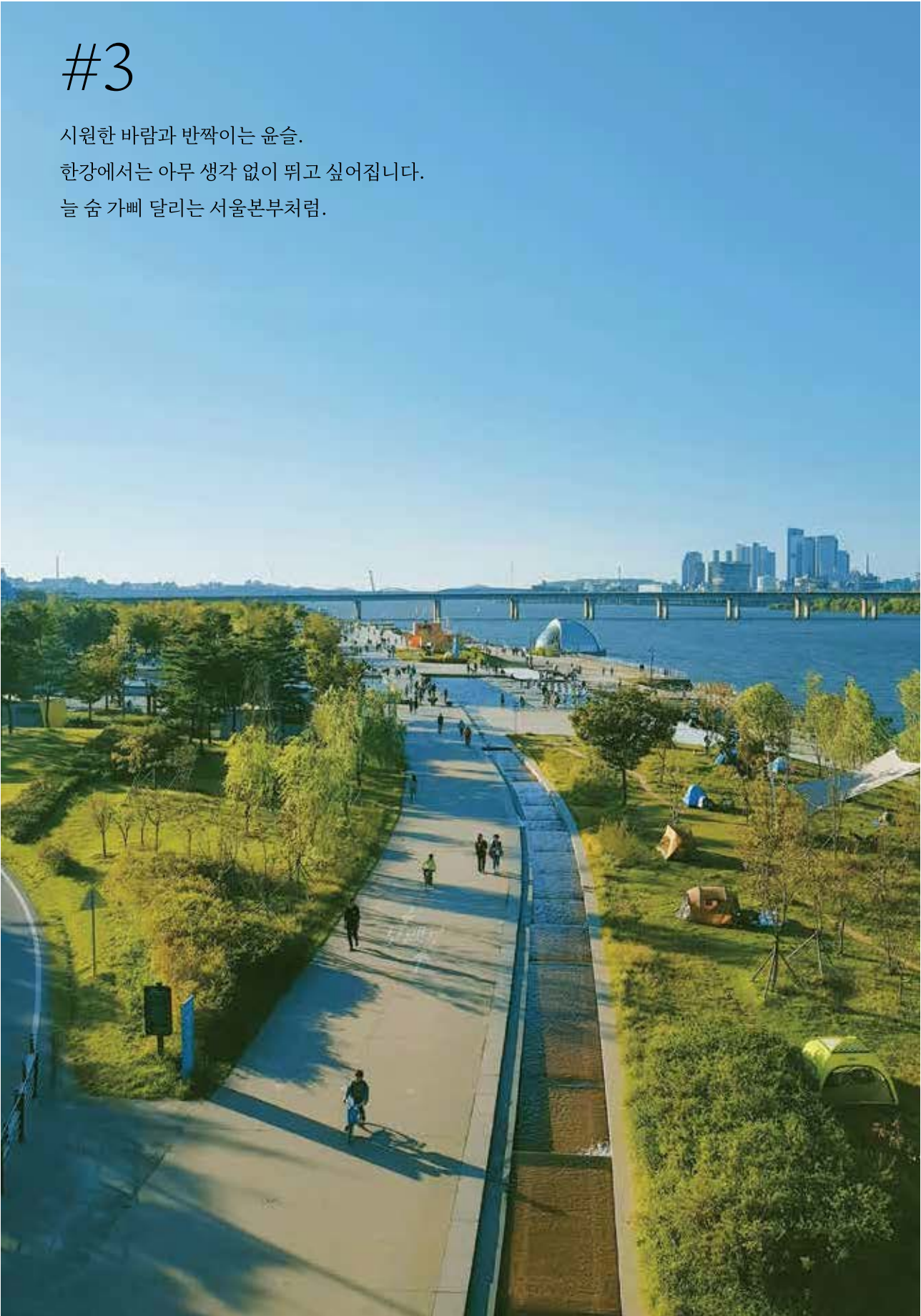
#2

남산 꼭대기에 수많은 사람의
약속이 영글었습니다.
그 소중한 약속은 눈부신 미래가 되어
주렁주렁 열릴 것입니다.



#3

시원한 바람과 반짝이는 윤슬.
한강에서는 아무 생각 없이 뛰고 싶어집니다.
늘 숨 가빠 달리는 서울본부처럼.



장소 서울식물원, 남산타워, 한강공원

하얀

도화지에

그리는 미래

‘비전’

Text 편집실

점 하나 찍히지 않은 텅 빈 종이를 보면 어떤 그림을 그려야 할지 막막해지기 마련입니다. 연필 한 자루를 쥐고 선을 그어보려 하다가도 자꾸만 멈칫거리게 되는 이유는, 아마 완벽한 그림을 완성하고 싶은 마음 때문일 테지요. 점이라도 하나 찍어야 선을 그을 수 있고, 선들을 이어 네모난 상자라도 하나 그려야 색을 칠할 수 있을 텐데 애꿎은 연필만 빙빙 돌리고 있는 모습이 우습기도 합니다.

인생이란 것도 그렇습니다. 멋진 미래를 상상하며 첫 시작을 망설이는 것은 당연하지요. 그렇지만 그 고민이 너무 길어진다면 깨끗하던 도화지의 색이 바래져 있을지도 모릅니다. 만약 찌그러진 원을 그리게 될까 봐 점 하나조차 찍지 못하고 있다면 우선은 점을 하나 찍어 보세요.

그다음엔 먼저 찍은 점 옆에 또 다른 점을 하나 찍는 겁니다. 이렇게 점을 하나씩 찍어 가다 보면 어느새 선이 하나 생기겠지요. 자꾸만 선을 긋다 보면 꽤 반듯한 사각형이, 그 옆엔 원들이, 결국 마지막엔 꽤 그럴싸한 작품이 완성돼 있을 거예요.

이게 바로 우리가 인생을 그려가는 방법입니다. 멋진 그림은 한 획으로 그릴 수 없는 것처럼 삶도 그런 것입니다. 선을 긋다 어긋나면 지우개로 살살 지워서 고치고 다시 그으면 그만입니다. 내가 생각한 미래를 꿈꾸며 노력하고, 실수는 수습하면서 살아가다 보면 원하는 곳에 금방 도착하겠지요. 그러니 조금할 필요 없습니다. 그저 위치한 곳에서 할 수 있는 만큼의 최선을 다하세요. 시간은 언제나 공평하기에 우리가 들인 시간과 노력을 배신하지 않을 테니까요.



미래를 향해 가는 것은 건축과 닮아 있다

건축은 어떠한 구조물을 목적에 따라 설계해 여러 재료를 가지고 쌓아 만드는 일을 말한다.
정의만 보아도 어떠한 목적을 갖고 단계에 따라 하나둘 해결해 나가며 목표에 도달하는
이미지가 연상된다. 마치 우리의 삶처럼.

Text 서윤영 작가



청사진을 그리는 일

설계란 미래를 그려보는 일이다. 그래서 우리가 미래에 대한 전망을 살펴볼 때 청사진을 그려본다고 하지 않던가. 요즘은 기술이 발달하여 건축도면도 캐드(CAD)로 그리고 현장에서는 전자도면도 쓰는 모양이지만, 내가 설계사무소에 다닐 때만 해도 설계도면을 납품할 때면 직접 청사진(Blue Print)을 구워 보냈다. 갓 구운 청사진은 특유의 암모니아 냄새와 함께 색깔도 그야말로 짙은 청색이고 종이도 손이 베일 정도가 뽀뽀한 날이서 있다. 그런데 실제로 집을 짓기 위해 청사진을 현장에서 여러 번 들추어보다 도면이 점차 빛이 바래기 시작한다. 오래된

흑백사진이 갈색으로 빛이 바래듯이, 청사진도 결국 사진의 일종이기 때문에 질푸른 청색이 흐릿하게 변하고, 날 선 도면도 나달나달해지기 시작한다. 그렇게 청사진이 너덜너덜 흐릿해질 무렵 비로소 현장에서는 집이 완성되기 시작하는 것이다. 글이든 그림이든 몇 번이고 반복해서 보다 보면 자연스럽게 그것들이 머릿속에 각인되곤 한다. 그것이 얼마나 오래 기억에 남는가 하면 초등학교 시절 가장 친한 친구의 집 전화번호까지 기억이 날 정도다. 우리는 이 잔잔하면서 오래가는 기억력을 이용해서 미래를 꾸려 나가야 한다. 이 말의 뜻은 어떤 미래를



향해 갈지, 어떤 삶을 살아갈지 신중히 고민하고 분명하게 설정한 뒤 무의식적으로 내가 그린 미래를 위해 행동할 수 있도록 노력해야 한다는 것이다. 우리는 스스로의 미래를 설계하는 인생의 건축가이기에 색이 바래지고 사진 귀퉁이가 모두 닳아 질 만큼 자꾸만 청사진을 들여다보는 건축가처럼 인생 설계를 보고 수정하고, 설계도에 따라 목표를 향해 나아가야 한다.

우리의 인생은 주관식

그러나 미래에 대한 고민은 언제나 그렇듯 쉽지가 않다. 하루는 알 수 없는 자신감에 미래에 엄청난 인물이 되어 있을 것 같다가도, 또 다음날엔 도저히 미래가 보이지 않아 막막한 기분을 느끼기도 한다. 이런 복잡한 마음이 들 때는 혹시 먼 미래에 대한 설계를 대충 스케치만 해놓은 건 아니었나 되돌아보자. 인생은 수학 문제처럼 정답이 정해져 있지 않아서 사람마다 문제 풀이와 답이 다를 수밖에 없다. 적당한 주관식 답을 찾는 일

은 오롯이 혼자서만 해결할 수 있는 문제이기 때문에 시간이 조금 걸릴지도 모른다. 내가 생각하는 인생의 정답을 빨리 찾아내고 싶다면 우선 나만의 설계도면을 그려야 한다. 맨땅에 댄다 벽돌을 쌓을 수 없으니 집을 짓기 전 설계도면을 그리는 것처럼 나의 미래를 짓기 전 인생 설계를 작성하는 것이다. 세상엔 아주 대단한 사람들이 많다. 우연히 그들의 이야기를 주워듣기만 해도 내가 초라해 보이고 작아지는 것 같은 기분이 들기도 한다. 엄청난 기업의 대표나 대단히 남을 많이 도운 봉사자들, 말도 안 되게 똑똑한 사람이 많지만 그들의 멋진 업적만 보고 선망하기는 이르다. 나와 저들은 다른 삶을 살았고, 취미도 다르고, 가진 능력도 다를 테니 말이다.

내 삶의 주인공은 나이기에 다른 이의 성공한 인생 설계를 따라 그리는 것이 아니라 맞춤형 설계를 그려야 한다. 공들여 그린 설계도는 우리의 미래 비전을 실현하기 위한 로드맵이자, 삶을 안내하는 지도가 될 것이다.



●● 공들여 그린 설계도는 우리의 미래 비전을 실현하기 위한 로드맵이자, 삶을 안내하는 지도가 될 것이다. ●●

내 손으로 만드는 미래

나만의 인생 설계도를 그리기 전에 먼저 해야 할 일이 있다. 바로 스스로를 탐구하는 것이다. 내가 누구인지, 나는 어떤 사람이 되고 싶은지, 어떤 일을 할 때 행복한지를 알고 있어야 행복한 미래를 설계할 수 있다. 나에 대해 충분히 파악했다면 설계도를 그려볼 차례다. 원하는 미래를 설정하고 그것에 도달하기 위해 1~3년 내로 이뤄야 하는 단기 목표와 5~10년 내로 달성해야 할 장기 목표를 구분해 정리하자. 이제 설정한 목표들을 이루기 위한 세부 행동 계획을 수립하면 그 뒤에는 어려울 것 없다. 정리한 목표들은 설계도일 뿐 이제 끝없는 계단을 오르듯 하나씩 차분히 해결해 나가면 된다. 우리네 인생은 어떻게 흘러갈지 몰라서 어느새 계단이 사라지고 가파른 오르막길이 나오거나 끊어진 다리가 나올지도 모른다. 그럴 땐 손끝에 힘을 주어 오르막을 기어서 올라가고, 끊어진 길을 뚝딱 뛰어넘어 가면 된다.

인생 설계도는 한 번 작성하고 끝나는 것이 아니다. 시간이 지남에 따라 변화하고 발전하며, 우리의 삶과 함께 진화한다. 중요한 것은 당신의 비전과 목표를 향해 꾸준히 나아가는 것이다. 당신의 인생 설계도가 당신을 어디로 이끌지 모르지만, 그것을 따라가는 여정 자체가 가치 있고 보람찬 경험이 될 것이다.

설계도가 완벽한 수치로 작성되었는지 그랬다 지운 연필 자국이 깊게 남진 않았는지, 결국 완성된 나의 미래는 어떤 모습을 하고 있는지는 이후의 일이다. 언젠가 먼 훗날 생을 돌아볼 때가 되면 그때 비로소 평가할 수 있다. 어떤 날에 직접 마주한 나의 도면에서 수치가 조금 어긋났거나 건물의 마감에 조금 울퉁불퉁해도 괜찮다. 오랜 시간을 들여서 직접 지어 만든 미래에서의 당신의 모습은 그 어느 곳에서보다 빛날 테니까.

요즘의 사회는 당장 내일의 계획도 지키기 어려울 만큼 바빠울 때가 있다. 그렇기에 한 치 앞의 미래만 보고 살아가는 사람도 많다. 이런저런 일들로 저마다 사정이 있을 테니 인생 설계도는 급하게 그릴 필요가 없다. 인생은 서당형인 만큼 그저 나만의 도면을 완성하기만 되는 것이다. 잠이 날 때마다 조금씩 그려도 좋으니 우선 설계도를 그릴 연필을 들자. 시작이 반이라는 말도 있으니 설계도에 선 하나만 그어도 튼튼한 미래를 벌써 반이나 지은 셈이니 말이다.

기업의 성공 비결은 비전 달성에 있다

세상에는 수많은 기업이 존재한다. 생존과 번영을 위한 기업들의 경쟁은 글로벌 시대를 맞아 더욱 심화되고 있다. 치열한 기업 경쟁에서 독보적인 기업이 되려면 '비전'에 집중해야 한다.

Text 편집실



비전은 기업을 만든다

비전이란 기업이 지향하는 목표이자 가치관이다. 이는 기업의 미래 방향성과 성공 기준을 제시하며, 기업 구성원들에게 동기를 부여하고 기업 문화를 형성하는 데 중요한 역할을 한다. 따라서 기업은 비전을 설정하고 이를 달성하기 위해 꾸준히 노력해야 한다. 비전은 기업의 리더와 구성원들이 함께 만들어가는 것이 바람직하다. 그래야만 조직 내 모든 구성원이 같은 방향을 바라보며 업무를 수행할 수 있다. 기업은 더욱 효율적으로 운영될 수 있고 지속적인 성장도 가능해진다. 마치 마라톤처럼 기업의 리더와 구성원이 서로 페이스메이커가 되어 비전을 달성하기 위해 계속 달리는 것이다.

비전 달성 Step By Step

먼저 비전은 현실적이고 구체적이어야 한다. 추상적이거나 모호한 비전은 구성원들이 공감하기 어렵고 혼란스러워할 수 있다. 기업의 현재 상황과 역량을 고려하지 않은 비전은 자연스럽게 실현 가능성이 낮아진다. 기업은 자신의 강점과 약점, 시장 상황 등을 분석하여 현실적이고 구체적인 비전을 수립해야 한다.

다음으로는 전략적인 계획을 기반으로 목표 달성을 위한 일들을 실행해야 한다. 비전을 달성하기 위해서는 기업의 자원과 역량을 효율적으로 활용하고 시장 동향과 경쟁사 분석을 통해 적절한 전략을 수립해야 한다. 이때 구성원들에게 비전과 전략을 공유하고 그들의 참여와 협력을 이끌어 내는 것이 중요하다.

또한 지속적인 개선과 혁신은 필수다. 급변하는 사회에 적응하지 못하면 기업은 경쟁력을 잃게 된다. 꾸준히 경쟁력 유지하고 성장하기 위해서는 새로운 아이디어와 기술을 도입하고 기존의 방식을 개선하는 노력이 필요하며, 변화에 유연하게 대응하고 실패를 두려워하지 않는 자세가 중요하다. 요즘 개인에게도 회복 탄력성이 중요하다는 이야기는 많은 만큼, 기업에도 이 능력이 중요해지고 있다.

마지막으로, 비전 달성을 위해서는 기업의 리더와 구성원 모두가 열정과 끈기를 가지고 노력해야 한다. 앞서 말했듯 기업이 비전을 향해 가는 것은 마라톤과 같다. 비전 달성은 기업이 발전해 나가는 과정이기에 쉽게 그곳에 도달하기는 어렵겠지만, 기업 구성원 모두가 협력한다면 가능하다.

기업의 비전 달성은 기업의 성장과 발전뿐만 아니라 구성원 개인의 성장과 행복에도 큰 영향을 미친다. 이런 결과가 나타나는 이유는 결국 기업이 성장하고 이익이 증대되어야 구성원들에게도 그 성과에 맞는 보상이 주어지기 때문이다. 그렇기에 기업 발전과 기업 구성원 모두가 이로울 수 있도록 서로 협력하고 소통하며 결승선에 다다를 때까지 힘차게 달려가야 한다.



비전 달성을 통해 성공을 거둔 기업들의 이야기

“많은 사람을 위한
더 좋은 생활을 만듭니다.”

좋은 제품을 합리적인 가격으로 사람들에게 제공하는 기업, 이케아(IKEA)

이케아의 비전을 다르게 표현하면 ‘가성비’가 좋은 제품을 공급하는 기업일 것이다. 많은 사람을 위해서라면 가격이 저렴해야 할 것이고, 좋은 생활을 만들려면 품질이 좋아야 할 것이기 때문이다. 실제로 이케아의 창업주 잉바르 캄프라드는 “1,000달러짜리 책상을 만드는 건 쉽다. 그러나 품질과 디자인이 뛰어난 50달러짜리 책상은 최고만이 만들 수 있다”라고 말했다.

많은 사람에게 좋은 제품을 판매하기 위해 이케아는 원가를 절감한다. 그래서 가구 제작에 앞서 가격을 먼저 책정하고, 그 가격에 최적화된 재료와 디자인을 찾는다. 제품을 납작하게 포장하는 ‘플랫 팩(Flat Pack)’ 방식으로 트럭이나 컨테이너 안에 제품을 뽀족하게 쌓아 운송비를 아끼고, 점포와 창고 등에서의 보관 비용도 절감한다.

또한, 소비자가 직접 부품을 조립하는 DIY 방식의 반제품을 판매하기 때문에, 의자의 다리와 나사와 등판을 각각 가장 싸게 생산할 수 있는 나라에서 아웃소싱으로 조달한다. DIY 방식의 장점은 원가 절감에만 국한되지는 않는다. 가구를 고객이 직접 조립하게 함으로써 단가를 낮추면서도 오히려 고객의 만족감과 소유 의미를 더 깊게 만들 수 있었다.

실제로 침실이나 거실, 부엌처럼 꾸며놓은 이케아의 쇼룸도 핵심 경쟁력이라고 할 수 있다. 이케아는 제품을 종류별로 모아 진열하지 않고, 쇼룸을 만들어 여러 종류의 이케아 제품을 조화롭게 배치한다. 이곳에서 소비자는 인테리어 관련 아이디어를 얻고, 필요한 물건을 구매하면서 ‘더 좋은 생활’에 한걸음 가까이 갈 수 있다. 5초에 1개 꼴로 팔리는 ‘빌리 책장’ 등 수많은 인기 제품을 자랑하는 글로벌 1위 가구기업이 된 이케아는 우수한 디자인과 기능의 가구들을 더 많은 소비자가 이용할 수 있도록 합리적인 가격으로 제공한다는 기업의 비전을 계속 실천해 나가고 있다.



“세계에서 가장
고객중심적인 기업이 되는 것.”

고객중심 경영철학으로 거꾸로 일하는 아마존닷컴(Amazon)

“우리는 진정으로 고객 중심적이고 고객에 대해 집착합니다. 하지만 대부분의 회사는 고객이 아닌 경쟁자에 집착합니다. 이것이 바로 우리가 남다른 이유입니다.” 아마존닷컴의 창업자 제프 베조스의 말이다.

제프 베조스는 고객의 입장에서 어떤 애로 사항이 있는지 찾아 보면 새로운 통찰과 서비스를 만들어낼 수 있다고 생각했고, 이러한 철학은 아마존닷컴만의 업무 프로세스인 ‘워킹 백워드(Working Backward)’에서 엿볼 수 있다. 워킹 백워드는 기존의 일하는 방식을 거꾸로 뒤집어 수행하는 것을 말한다.

기존의 제품과 서비스 개발프로세스가 아이디어에서 시작해 개발 후 고객에게 제공되는 순서였다면, 아마존닷컴은 고객의 부정적 의견으로부터 시작해 제품과 서비스를 개발한다. 고객이 누구이며 고객이 겪고 있는 문제와 불만은 무엇인지, 새로운 제품을 통해 고객이 얻게 되는 가장 큰 이점은 무엇인지 등 타깃 고객에 대해 깊이 이해한 뒤에야 3단계에 걸쳐 워킹 백워드를 시행한다.

우선 보도자료를 작성한다. 신제품 출시 시, 언론에서 보도될 내용을 예상해서 한 페이지로 작성하는 것이다. 고객이 이해할 수 있는 방법으로 제품과 설명, 예상 출시일, 제품이 해결한 고객의 문제점, 문제 해결방법, 가상 고객의 평가 등을 상세히 적는다.

다음으로는 FAQ를 작성하는데 외부 고객과 내부 임직원을 위한 버전 두 가지로 작성한다. 외부용은 고객의 다양한 상황과 요구 사항을 감안하여 다양한 종류의 질문을 가정하고, 가장 효과적인 답변 방안까지 마련한다. 내부용은 임직원이 궁금해할 만한 재정적, 기술적, 사업적인 부분들을 담아낼 수 있어야 한다.

만약 작성된 FAQ를 읽어도 제품에 대한 고객의 의문이 해소되지 않을 것이라고 판단되면 해당 제품에 관한 아이디어는 개발 단계로 나아갈 수 없다. 어디까지나 고객을 최우선으로 생각하기 때문이다.

워킹 백워드의 마지막 단계는 고객 경험을 시각적으로 묘사하는 것이다. 고객이 제품을 이용하는 상황을 가상의 시각적 시나리오로 작성하여 고객 경험을 테스트하는 것이다.

세계에서 가장 고객 중심적인 기업이 되겠다는 비전을 세세한 업무방식에서까지 실천하며 세계 시가총액 순위 4위로 우뚝 선 아마존닷컴의 고객중심 경영철학은, 고객에게 사랑받는 기업이 되기 위해서는 고객의 입장에서 생각해야 한다는 메시지를 던지고 있다.



국가 미래 성장에 기여하는
글로벌 에너지 리더 선언!

‘2025년 NEW 비전 선포’

Text 편집실

한전은 지난 2월 10일 본사 비전홀에서 사장, 노조위원장, 본사-지역본부 임직원 등이 참석한 가운데 2025년 NEW 비전 선포식을 개최했다.

최근 글로벌 에너지 시장이 급변하고 있고, 재무위기 상황은 지속되고 있어, AI와 데이터센터 등에 따른 전력수요 급증과 신재생에너지 확대로 전력계통의 불확실성 또한 날로 증가하고 있다. 이에 한전은 ‘Global Energy & Solution Leader’를 NEW 비전으로 선포하고 한전 임직원 모두가 한 마음 한 뜻으로 위기를 극복하고, 지속가능한 경영체계를 구축하여 국가 미래 성장에 기여하는 명실상부한 글로벌 에너지 리더로 도약할 것을 다짐했다.

이는 한전의 미래를 향한 강력한 선언으로 전력산업의 리더로서 전력공급의 효율과 편익을 제고하는 한편, 가치사슬 전반에 걸쳐 핵심 기술 개발과 사업모델을 혁신하여, 국내를 넘어 세계 최고의 유틸리티 기업으로 도약하겠다는 의미이다. 또한, NEW 비전을 실현하고자 향후 10년간의 로드맵을 담아 4대 전략방향을 설정하고 2035 중장기전략을 수립했다. 이를 통해 2035년 한전은 매출액 127조 원, 총 자산 규모 199조 원, 해외·성장 사업 매출 20조 원, 총 인원 2만 6천 명에 달하는 글로벌 에너지 기업으로 성장해 나갈 계획이다.

김동철 사장은 “새로운 비전 달성을 위한 여정을 시작했으며, 국민 편익을 제고하고 에너지생태계 혁신성장 견인을 위해 전 직원이 합심하여 총력을 다하겠다”라고 강조했다.



Global Energy & Solution Leader



Global Leader

전력산업의 리더로서 전력공급의
효율과 편익을 제고하는 한편, 에너지 신기술 신사업 기반
신성장 동력을 창출하여 글로벌 1위 유틸리티
기업으로 도약



Energy & Solution

기존의 단순한 에너지공급자의 역할에서 벗어나,
가치사슬 전반에 걸쳐 사업모델을 혁신하고,
고객(개인, 기업, 국가)에게 맞춤형
솔루션을 제공

2035 중장기

4대 전략 방향



본업사업 고도화

국가전력망 적기 건설 및
고객 감동 서비스 구현



생태계혁신 주도

R&D 혁신 및 기술사업화
로 전력산업 생태계 육성



수익구조 다변화

에너지 신기술 신사업
기반 신성장동력 확보



조직효율 극대화

기업체질 혁신으로 지속
가능한 경영기반 확립

KEPCO NEW VISION

히든 히어로를 소개합니다!

이 시대의 진정한 영웅은 각자의 자리를 지키는 현장의 숨은 일꾼들이다. 각자의 자리에서 주인의식을 발휘하며 묵묵히 소임을 다하는 한전의 숨은 영웅, 히든 히어로로 선발된 4인을 소개한다.

Text 장은경

●● 한마디로 그는 산업재해 관리와 안전 분야 업무에 대한 해박한 지식과 다양한 경험을 보유한 베테랑이다. ●●



안전 분야

산업재해 관리의 구심점이자 예방활동의 선발대!

박순천 안전처 산업안전운영부 차장

안전 분야의 고수가 나타났다!

박순천 차장은 「중대재해처벌법」 시행과 「산업안전법」 강화 등으로 안전의 중요성이 고조되고 관련 현안이 증가하는 가운데, 모두가 3D 업무라고 꺼리는 안전업무를 다년간 수행하면서 늘 긴장감을 유지해야 하는 고된 역할을 묵묵히 수행해 왔다. 한마디로 그는 산업재해 관리와 안전 분야 업무에 대한 해박한 지식과 다양한 경험을 보유한 베테랑이다. 우선 산업재해 발생 보고, 통계관리와 분석, 재발방지 대책에 대한 현장 작동성은 물론 대내외 평가 관리 등 산업재해와 관련한 다양한 분야의 업무를 섭렵했다.

이러한 전문성을 바탕으로 부서 주무 차장이자 선임으로서 발전적인 리더십을 발휘한다. 특히 회사에 영향이 크고 법적 리스크가 늘 상존하는 중대재해가 발생했을 때 신속지원팀 활동에서 간사로서 맹활약한다. 면밀한 경과 파악과 관리, 신속한 경영진 보고 등으로 회사와 관련한 임직원의 법적 리스크 최소화에 크게 기여하고 있다.

산업재해는 언제 발생할지 예측이 불가하고 밤낮과 휴일을 가리지 않는다. 하지만 박 차장은 늘 흔들림 없이 때에 맞춰 적절하게 업무를 수행한다. 특히 초기 사고경위를 파악해 사업소에서 초동조치를 제대로 하도록 코치하여 자칫 어수선한 가운데 혼선이 발생할 상황에도 대내외 원활한 수습과 적절한 조치를 이끌며 흔들리지 않는 포스트 역할을 든든하게 소화해 낸다.

따뜻함과 단단함을 겸비한 히어로

그는 역지사지 자세의 공감과 소통의 표상이다. 산업재해를 숫자나 처리해야 할 업무로만 바라보지 않고 측은지심으로 관련자들을 배려하며 업무를 수행한다. 예측 불가한 업무로 번아웃이 우려되는 상황에서도 자신의 고충보다 함께 하는 동료의 입장을 먼저 배려하고 공동의 성과 창출과 현안 해소를 지원한다. 이렇듯 따뜻한 성품을 통해 주변에 은근한 향기를 퍼트리고 있다.

●● 이런 그의 자세 덕에 팀 내에서는 불만이나 갈등 없이, 서로 돕고 협력하는 분위기가 자연스럽게 자리 잡았다. ●●



일반 분야

동료 선후배들이 본받고 싶은 직원 1위

박세인 서대구지사 전력공급부 내선계기팀 과장

술선수범의 여왕

박세인 과장은 지난해 내선계기팀장이 공석인 상황에서 상향보직을 통해 팀장의 빈자리를 완벽히 수행함은 물론, 팀의 발전을 이끌어 온 진정한 숨은 영웅이다.

박세인 과장은 항상 행동으로 모범을 보인다. 일례로 내선계기 창고 정리는 일반적으로 막내들이 주로 맡는 고된 일이지만, 그는 항상 팀원들과 함께 참여한다. 단순히 지시만 내리는 것이 아니라 직접 장갑을 끼고 정리에 나선다. 장비를 분류하고 무거운 자재를 옮기며 동료들과 땀을 흘리는 모습에서 주변에 감동을 자아냈다. 이런 그의 자세 덕에 팀 내에서는 불만이나 갈등 없이, 서로 돕고 협력하는 분위기가 자연스럽게 자리 잡았다. 또 대규모 공사 건에서도 박 과장은 먼저 현장에 나가 문제를 파악하고, 팀원들에게 구체적인 해결방안을 제시하며 팀장의 역할을 톡톡히 수행한다.

너의 민원은 곧 나의 민원

내선계기 분야에서 박세인 과장은 오랜 경력을 통해 깊이 있는 전문성을 갖추고 있다는 평가다. 복잡한 상황에서도 문제를 빠르게 분석하고 해결하는 능력을 발휘한다. 특히 내선계기 이상 현상을 분석하는 데 탁월하며, 이를 통해 여러 번 회사의 큰 손실을 막아냈다. 업무적으로 그는 항상 높은 정확도와 효율성을 자랑하며 그의 풍부한 경험과 지식에서 나온 조언으로 현장에서 존재감을 발휘하며 팀원들의 성장을 이끌어 낸다.

그는 직원들의 힘든 업무를 자신의 일처럼 발 벗고 나서는 모습으로 동료들에게 깊은 인상을 남긴다. 동료직원이 까다롭고 힘든 민원인으로 인해 스트레스를 받으며 일을 처리하지 못하고 있을 때, 박 과장은 어김없이 발 벗고 나선다. 민원인을 차분히 가라앉히고 문제의 본질을 파악한 뒤 신속히 적절한 해결책을 제시해 상황을 마무리하여 모두가 만족스러운 결과를 얻어 내는 해결사다. 그는 항상 동료들이 겪는 어려움을 주의 깊게 살피며 필요할 때 한 치의 망설임 없이 나서 팀 전체의 사기를 돋우고 업무 환경을 긍정적으로 바꾸는 데에 기여한다.



●● 네 일 내 일의 업무 경계를 긋지
않고 선후배들에게 언제나 흔쾌히
도움의 손길을 내밀곤 한다. ●●

일반 분야
지중배전 후배들의
영원한 멘토!

송재득 전북본부 배전운영부 지중운영팀 과장

후배, 지중 분야에 진심인 선배를 만나다

지중배전 분야 선배 전기원으로서 후배들에게 노하우를 전수하기 위해 항상 고민한다. 같은 팀 후배가 2년간 지켜본 송재득 과장은 진단 업무 기준상 요구의로 판정되어 주기적인 추적관찰만 시행해도 문제없는 기기조차 원인을 찾아내어 꼭 정상이 되도록 하고 야 마는 책임감을 장착했다고 평한다. 또 네 일 내 일의 업무 경계를 긋지 않고 선후배들에게 언제나 흔쾌히 도움의 손길을 내밀곤 한다.

전기원 업무 특성상 각자 현장을 주로 다니다 보니 서로가 1년에 한 번 보기조차 힘들고, 지중설비가 많지 않다 보니 지중에 대한 관심도 가공설비에 비해 낮아져 있는 상태였다.

이에 그는 지중 관련 사내교육자료들을 현장에서 바로 접근할 수 없는 어려움을 해소하기 위해 유튜브 채널을 개설하고, 진단과 점

검 업무로 바쁜 가운데서도 동영상과 교재를 만드는 데에 힘썼다. 그 결과 전북본부 2024 핵심과제로 지중설비교육장 구성이 채택됐고, 실제 현장과 똑같은 교육환경 구성을 위해 1시간 이상 떨어진 교육장을 수시로 방문해 세부 위치 등을 조정했다. 또 실습장 조성 완료 후에는 지중 분야 업무 역량 강화를 위한 강사를 자처했다. 35도를 넘나드는 무더운 여름에 하루 6시간씩 꼬박 교육을 진행했고, 7월부터 11월까지 총 11회 교육, 247명의 교육생을 배출했다.

봉사도 진심, 전기원봉사단 운영

송 과장은 그 바쁜 가운데서도 2021년부터 사내 봉사동아리 전기원봉사단을 결성해 회장직을 맡으며 4년간 꾸준히 차상위계층 전기노후설비 교체 봉사활동을 꾸준히 해오며 대외적으로도 귀감이 되고 있다.

일반 분야

해외사업 수주 성공을 이끄는 파이낸싱 전문가

주현일 사업화추진실 금융리스크 담당 차장

해외사업 프로젝트 파이낸싱 전문가

주현일 차장은 명실공히 해외사업 전문가다. 직원 때부터 해외 본부에 근무하며 다양한 해외사업 경험을 쌓았고, 2020년 1월부터 약 5년간 해외사업 프로젝트 파이낸싱 전문가로서 UAE HVDC 해저송전망 건설과 광 우쿠두 가스복합 건설 운영사업 입찰에 참여하여 수주한 경험이 있다. 올해는 사우디 자푸라 2 열병합 사업의 자원조달을 책임지고 있다.

올해 초부터 주 차장은 UAE에 HVDC 해저송전망을 건설하는 사업에 참여하고 있다. 굉장히 높은 확률로 성공할 것으로 예상되는 사업이었으나, 올해 중반 갑작스러운 발주처 측 사유로 사업이 중단됐다. 6개월여를 지속하던 사업이었기에 주현일 차장을 비롯한 담당자들의 실망이 컸다. 주현일 차장은 회사의 사손을 줄이기 위해 집행한 비용을 청구하는 등 사업 마무리에 최선을 다했다.

주 차장의 미담은 끝이 없다

그는 자신의 다양한 경험을 후배들과 공유하려고 노력한다. 주현일 차장은 올해 해외원전사업본부 전입 직원들을 대상으로 해외사업 자원조달에 대해 총 네 차례의 교육을 진행하여 본인의 프로젝트 파이낸싱 업무 노하우를 전수했다. 팀원들을 챙기는 그는 후배가 지나가는 말처럼 내뱉은 업무 고민을 몇 날 며칠 생각하고 고심해 조언하는가 하면, 주 차장이 휴가 중일 때 갑자기 잡힌 회의 일정까지 화상으로 참여해 해결하는 등 친절하고 성실한 주 차장의 미담은 끝이 없다. 이처럼 켄들하지만 회사의 이익을 위해서는 발주처와 사나운 언쟁도 마다 않으며 꼼꼼히 따지는 주 차장. 기하급수적으로 성장하는 글로벌 에너지 시장에서 기회를 선점하기 위한 주현일 차장의 정진은 멈추지 않을 듯하다.

●● 켄들하지만 회사의 이익을 위해서는
발주처와 사나운 언쟁도 마다 않으며
꼼꼼히 따지는 주 차장. ●●



해상풍력사업이 국가 안보에 미치는 영향

한반도에서 안보는 그 무엇보다 중요하다. 적대국과 경쟁국으로 둘러싸인 우리나라의 지리적, 군사적 여건에서 국가 안보는 우리 생명과 직결되는 이슈다. 최근 중대형 화력발전 수준의 대용량 해상풍력 발전단지 개발이 가속화되면서 군 민감정보 유출, 해저지형 노출 등 국가 안보 영향이 미칠까 우려되고 있다. 자세한 내용을 들여다보자.

Text 김세별 해상풍력사업처 사업개발실 차장

#01

2024년 12월 25일, 발트해의 핀란드와 에스토니아를 잇는 전력케이블이 손상됐다. 이 사고로 일부 지역에 정전이 발생한 것과 관련해 핀란드 정부는 러시아의 그림자 선단*을 그 배후로 지목하고 조사에 착수했다.

#02

2025년 1월 3일 대만에서는 중국 선박으로 의심되는 화물선이 닻끝이 방식으로 해저케이블을 고의로 끊은 것으로 의심되는 사고가 발생하여 조사 중이다.

*그림자 선단 : 서방국들의 제재로 정상적인 원유 수출이 어려워진 러시아가 비밀리에 운영하는 선박



해저 인프라가 위험하다

일련의 사건들은 해저 인프라 위치정보가 자국 안보에 얼마나 치명적인 영향을 주는지를 보여주는 단편적인 예이다. 해저지형 정보와 해저케이블의 위치정보가 적대국에 노출될 경우, 적대국은 손쉽게 적대적 행위를 자행할 수 있는데, 해저드론 등을 활용한 직접적인 군사 공격과 민간 선박의 닻끝이에 의한 케이블 파손이 대표적이다.

해저 인프라 중에 안보와 관련된 해저케이블은 전력케이블과 통신케이블이 있다. 이 중 전력케이블은 에너지 안보와 통신케이블은 경제 안보와 밀접히 관련돼 있다. 해저케이블이 공격을 받는다면 대용량 발전단지의 불시 탈락으로 일순간 대정전이 발생할 수 있다.

또한, 통신용 해저케이블은 국가 및 대륙 간 복잡하게 연계되어 있어 금융거래, 통신, IT서비스 등 디지털 경제의 핵심 요소인데 물리적인 훼손이나 데이터 해킹은 해당국의 막대한 경제적 피해를 유발하며 이는 경제안보 위기와 직결된다.

최근 개발 중인 해상풍력단지의 대형화 추세에 따라 발전원 중 해상 풍력의 비중은 계속 높아질 전망이다. 하지만, 해상풍력단지의 특성상 해저 인프라는 국내 영토의 최외곽 해저에 위치할 수밖에 없는데 그로 인해 외부 공격으로부터 매우 취약할 수밖에 없는 형국이다. 해저 인프라가 안전하지 않다면 안보와 경제도 위험해진다.

안보를 위해 바다를 지켜라!

국내 해상풍력시장에 해외·민간 자본의 비중은 우려할 수준이다. 2024년 8월 기준 발전사업허가를 받은 총 88개 해상풍력발전사업 중 48개 사업이 외국 개발사인데 설비용량으로는 총 29.1GW 중 19.41GW로 66%에 달한다. 일부 언론에서 ‘우리 바다를 내줬다’라고 표현할 정도로 외국계 기업의 진출상황이 심상치 않다.

문제는 사업개발과 관련해 사업주와 공사 관계사가 직·간접적으로 국내 해양 정보를 열람할 수 있으며 이 정보에는 군 민감정보가 포함되기도 한다. 해외 또는 민간 자본에 속한 담당자들은 발전사업허가 및 공유수면 점사용 허가를 받기 위해 10개 부처 약 29개에 달하는 인허가 과정에서 입지적합성, 해양환경, 어업활동, 항만항행, 군사 분야 등에서 78개 지표를 검토한다. 국내 해양, 환경 및 군 작전성 등 방대한 정보에 접근할 수 있게 된다. 이 과정에서 국가 안보에 직접적인 영향을 미치는 군사 민감정보가 유출될 가능성이 큰 것이다.

해저지형이 노출된다면?

정보 유출은 풍력발전단지 공사 계획 및 실시 과정에서도 발생한다. 해상풍력단지 개발 시 사업자는 육지까지 수십km에 이르는 해상 공사를 진행한다. 이때 하부구조물, 해저케이블 등 공사 계획을 세우려면 필수적으로 해저 지질 상태부터 해양환경 정보, 어업활동 정보, 해상교통 정보, 해군/해경 경비구역 정보, 기존 군 시설과 해저통신망 등 다양한 정보가 필요하며 사업자에 의한 직·간접적인 정보유출 사태가 발생할 수 있다.

실제로 제주~육지 제3해저연계선(HVDC) 공사 과정에서 시공사가 군

잠수함 통과시간을 피해 작업을 진행하려는 목적으로 군 민감정보를 취득한 일이 언론에 보도된 적이 있다. 해외·민간 자본 해상풍력 프로젝트 수가 증가할수록 어업, 항만, 군사 분야에 걸쳐 광범위한 해역의 해저지형정보가 부득이하게 공개되는데, 이로 인해 해양 안보 지도가 해외 사업자에게 고스란히 유출될 수밖에 없게 된다.

웹 인터페이스 기반 시스템을 주의하라!

해상풍력발전은 인터넷과 연계된 웹 인터페이스 기반 원격 감시·제어(SCADA, CCTV 등) 시스템으로 원격 운영되고 있다. 해상풍력발전단지는 SCADA(Supervisory Control And Data Acquisition)를 활용해 단지 컨트롤, 모니터링, 데이터 취득, 파라미터 변경 등을 제어한다. 웹 인터페이스를 기반으로 하는 SCADA는 언제 어디에서나 서버 접속이 가능한 시스템으로 구축하기 있기 때문에 사이버 위협의 가능성이 상존한다.

SCADA시스템에 대한 사이버 위협은 내부 위협과 외부 위협으로 나뉜다. 내부 위협은 내부인의 접속 권한을 악용해 임의 조작하는 경우로 발전단지의 불시 정지, 설정 변경을 야기함으로써 전력 공급을 불안정하게 만들거나 풍력발전기 오동작을 유발해 파손에 이르기까지도 한다.

외부 위협 유형은 악성코드 설치를 통한 외부 해킹시도가 대표적이다. 현재 민간 발전 분야의 원격제어시스템 보안관리는 자체 규정에 의존하고 있어 악성코드 및 백도어 설치에 매우 취약하다. 2022년 독일 풍력발전 기업 세 곳이 러시아가 배후라고 추정되는 사이버공격을 받아 풍력발전기 원격제어 시스템 원격모니터링이 중단된 적이 있다. 이로 인해 수천 대의 풍력발전기가 모니터링이 되지 않는 상태로 수 시간 동안 가동되면서 자칫 대형 사고로 이어질 뻔한 아찔한 순간이 있었다.

●● 에너지안보는 적절한 통제를 통해 이루어져야 하며 공공분야 참여 확대로 강화할 수 있다. 한전은 국내 최대 규모의 전력 공공기관으로서 공공주도 입찰 참여로 정부 R&D, 주요 기자재 실증, 상용화 지원 등 국내 공급망 강화의 중심 역할을 수행할 수 있다. ●●



해상풍력 활성화와 에너지 안보의 선봉장, 한전

우리나라는 국제 온실가스 감축 정책에 따라 2017년에 재생에너지 3020 이행계획(안)을 발표하였으며, 지난 2월 21일 발표된 제11차 전력수급 기본계획은 2023년 30GW이던 재생에너지 발전 설비용량을 2038년 121.9GW로 늘리는 목표를 제시했다. 이는 현재의 약 4배 수준이다. 또한 산업통상자원부는 지난해 8월 8일 해상풍력 경쟁입찰 로드맵을 발표한 바 있으며, 이 로드맵에 따르면 매년 2~4GW의 해상 풍력 시장의 성장이 예상된다.

대규모 신재생에너지 보급 목표 달성을 위해 대용량 해상풍력 발전단지는 필요가 아닌 필수가 된 것이다.

해상풍력발전단지는 수십 MW에서 수 GW에 이르는 대형 프로젝트로 대규모 자본이 투입된다. 자연스럽게 자본력이 우수한 해외 개발사와 민간사업자의 발전사업 허가 비중이 증가할수록 공공성과 정보 보안은 취약해지면서 국가 안보에 대한 우려는 커질 수밖에 없다. 해상풍력단지 건설은 국가 안보와도 직결되는 만큼 경제논리로만 접근해서는 안 된다. 국내 해상풍력시장에 대한 해외·민간 분야의 무분별한 진출은 에너지 공공성을 약화시켜 에너지 안보에도 치명적인 악영향을 미칠 것이다.

해상풍력 활성화와 에너지 안보 두 마리 토끼를 전부 잡는 방법은 무엇일까?

해상풍력사업은 사업 초기부터 막대한 자금이 투자되는 사업이면서 인프라 투자도 병행되어야 시장확대를 기대할 수 있다. 동시에 에너지 안보는 한 치도 양보할 수 없는 영역이다. 우리가 주도권을 가지고 관리가 가능한 수준의 통제를 할 수 있어야 한다.

이러한 이유로 공공부문의 적극적인 사업 참여가 필요하며 한전을 선봉으로 발전공기업과 협업하여 국내 해상풍력시장에 진출하는 것이 해결책이 될 수 있다. 한전은 국내 최대 전력 공공기관으로서 공공주도 입찰시장에 참여하여 정부 R&D, 주요 기자재 실증, 상용화 지원 등 국내 공급망 강화의 기수 역할을 수행할 수 있기 때문이다.

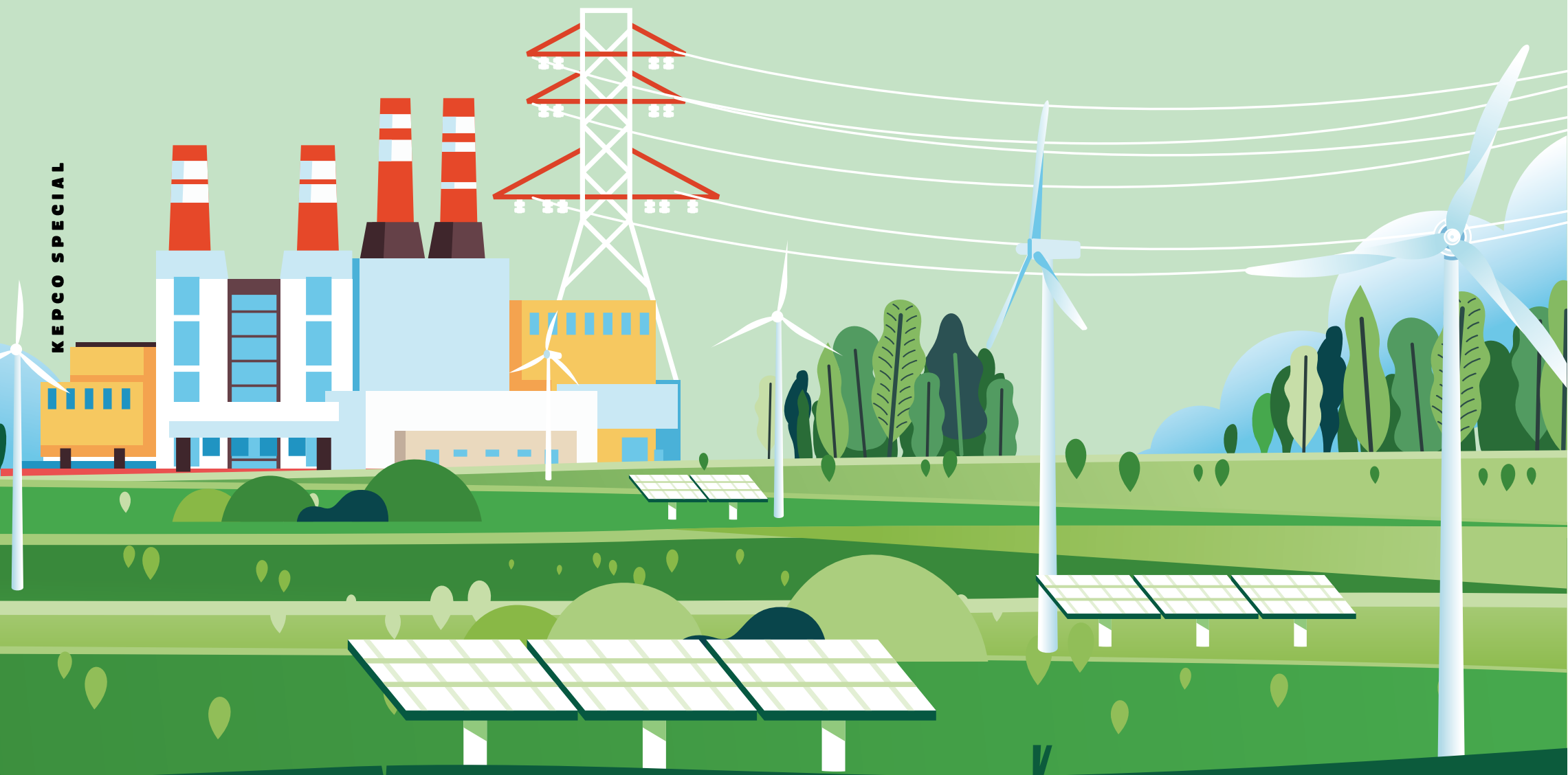
또한, 한전은 그동안 전력망 계획, 건설, 관리, 보안 등 전 주기 경험을 통해 축적한 노하우를 적극 활용해 안보 위협 요소를 선제적으로 발굴하고 개선할 수 있는 역량을 보유하고 있다.

올 상반기에는 한전이 최대주인 100MW 제주한림해상풍력이 종합 준공을 달성하고 본격적인 상업운전을 시작한다. 아울러, 1,500MW 전남 신안사업과 1,200MW 전북 시범·확산사업 개발도 활발하게 진행 중이다. 국가 안보에 대한 우려를 불식시키면서 공공성과 사업성을 두루 갖추기 위해서는 한전을 비롯한 공공의 적극적인 시장 진출이 필요하다. 공공이 주도해 나가는 대한민국 해상풍력시장의 안전하고 활기찬 미래를 기대해 본다.

한전의 핵심 기술, 미래를 이끈다!

급변하는 기술 시장에서 세계 각국은 에너지 기술 개발에 총성 없는 전쟁을 펼치고 있다. 한전은 미래 에너지기술 분야에서 경쟁우위를 확보하고, 에너지 전환시대를 한발 앞서 나가기 위해 세계 최고 수준의 핵심전략기술을 개발하고 이를 사업화하는 데에 집중적인 투자를 하고 있다. 이를 통해 한전은 지속가능한 미래 에너지원 확보에 나서고 있다.

Reference 한전 기술기획처



KEPCO SPECIAL

한전 기술기획처는 사업경쟁력을 높이고, 경영효율을 크게 향상시키는 신기술을 중심으로 투자하는 '선택과 집중'의 R&D 전략을 수립했다. 이를 위해 5대 목표, 13개 분야, 43개 중점 기술로 분류하여 체계적인 기술 개발을 이끌어 가고 있다.

한전이 추진하는 핵심 기술들

AI·빅데이터 분석을 활용해 발전소를 최적으로 운영하는 지능형 디지털발전소(IDPP: Intelligent Digital Power Plant), 차세대 배전망 관리시스템(ADMS: Advanced Distribution Management System), 765kV 가공송전 등을 직접 개발하여 사내에 활용하고, 국내외 사업화도 활발하게 추진하고 있다. 전력 분야에서 시급한 현안인 전력망 건설지연 문제를 해소하기 위한 동적 송전용량 조정기술(DLR: Dynamic Line Rating), 에너지저장장치(ESS), 슈퍼커패시터 등을 전력사업 현장에 조속하게 적용할 수 있도록 추진하고 있다. 아울러 2024년에는 전남 서거차도와 판교의 현대그룹 R&D센터를 DC 빌딩으로 상용화하는 등 DC 기술을 개발하고 상용화를 추진하고 있다. (특)고압 직류배전인 MVDC의 경우 에너지 신사업 규제 자유 특구, AC/DC 혼합 배전 네트워크, 글로벌 혁신 특구 사업 등 정부 사업 참여를 통해 운영기술을 개발할 계획이다. 한편 정부 정책에 따라 '실시간 전력시장 도입'에 대응하기 위해 실시간 전력시장 분석 Tool과 수요입찰을 위한 시스템을 개발하였다. 추가로 중장기 발전계획부터 단기 발전계획을 최적화하고, 전원 Mix 분석을 위한 New-MTAS(New Power Market Total Analysis System, 차세대 전력시장 종합 분석시스템) 개발을 추진하고 있다. 발전소나 산업시설에서 배출되는 이산화탄소를 포집하여 활용 저장하는 CCUS(Carbon Capture Utilization & Storge)를 통한 온실가스 감축기술, 폐전력기자재에서 활용한 온실가스(SF₆) 정제 및 분해 기술, 친환경 에너지인 수소, 암모니아를 활용한 혼소 및 전소 발전 등의 친환경 기술개발을 추진하고 있다.

기술사업화와 에너지 산업 동반 성장

이러한 핵심 기술을 바탕으로 사업화 유망기술 비즈니스 모델을 개발하여 수익 창출 및 에너지 산업 발전에 기여하고 있다. 습식 CO₂ 포집기술 등 대규모 기술이전 계약을 체결하고 65개사에 기술 무상나눔을 시행하였으며 2019년 에너지 기업과 연구·교육기관과 관계기관 등이 한데 모인 빛가람 에너지밸리를 조성하여 전력산업 동반성장을 견인하고 있다. 에너지밸리는 2020년 전국 최초 공기업형 연구개발 특구로 지정되어 에너지신산업 메카로 발전하고 있다.

연구개발 역량 강화와 미래 기술 선도

이와 더불어 한전은 2018년에 공기업 최초로 기술사업화 목적의 연구소기업을 설립하여 R&BD(사업화 연계 기술개발) 선순환 구조를 구축하고 우수기술 사업화를 추진하고 있다. 한전-KENTECH-에너지밸리의 혁신 클러스터를 구축하여 에너지 기술 연구개발 및 사업화를 위한 협력을 강화하였다. 2022년, R&D 경쟁력 강화 및 미래 에너지 기술 선도를 위한 전담 연구기관인 에너지신기술연구소를 신설하였고 미국 EPRI, 독일 프라운호퍼 등 글로벌 Top-tier 연구기관과 다각적 협력으로 기술 교류 및 공동 연구를 통해 기술 경쟁력을 강화하고 있다.

발전소 효율 향상 및 고장 예방을 위한
빅데이터 기반 종합 솔루션

IDPP 지능형 디지털 발전소

지능형 발전소 운영시스템 IDPP(Intelligent Digital Power Plant)는
신재생에너지 계통연계 확대 등 에너지전환시대에 대응하기 위해
한전이 개발한 R&D 성과 중 하나이다. IDPP에 대해 알아보자.

Reference 한전 ICT기획처, 전력연구원

KEPCO SPECIAL

신재생e 중심 에너지믹스
전환으로 발전소 운영 변동성 증가

국내 발전 사업은 기후변화 대응을 위한 신재생에너지 중심의 에너지믹스 패러다임 변
화로 급격한 변화를 맞이하고 있다. 신재생에너지 계통연계 확대에 따라 기존 발전소는
기동 정지와 출력 변동이 빈번해져 설비 고장이 잦고 발전효율이 감소했다. 이에 대응
하기 위하여 변화하는 운전환경에 맞는, 효율적이고 안정적인 발전소 운영이 점차 강조
되고 있다.
하지만 국내외 대부분의 발전소에서 사용하고 있는 기존 상용시스템은 Rule-based* 기
반으로 감시와 진단을 수행하여 단순 데이터 취득과 모니터링에 그칠 뿐, 방대한 데이
터를 처리할 수 있는 빅데이터 플랫폼과 설비 이상 및 고장 상황을 예측하는 시스템 부
재로 발전 운영 환경 변화를 예측하거나 유연하게 대응하기 어렵다.

IDPP, 신속한 이상 감지·예측으로
변화 대응 최적화

이에 한국전력은 최적화된 발전 설비운동을 위해 지능형 발전소 운영 시스템
IDPP(Intelligent Digital Power Plant)를 독자 개발했다. IDPP는 발전소 운전 데이터를
취득하고 이를 고속 분산처리 및 AI 분석이 가능한 종합 솔루션으로 운전원은 문제가
있는 설비의 조기 감지 및 신속한 대처가 가능하며, 전체적인 발전효율과 단위 기기
성능의 변화를 즉각 파악하고 예측할 수 있어 발전설비 최적 운전을 위한 종합 의사결
정이 가능하다.

조기경보(Siren-X), 디지털트윈
등을 활용한 스마트 솔루션

IDPP는 빅데이터 표준 플랫폼과 의사결정을 지원하는 16종의 솔루션으로 구성되어
있다. 표준 플랫폼은 빅데이터 분산 저장과 고속 처리를 바탕으로 발전설비의 실시간
성능 진단과 운전 변수의 대규모 고속 연산이 가능하다. IDPP는 또한, 온 프레임스**
형태로 오픈소스 기술을 활용해 구축된 플랫폼으로 시스템 구축과 운영에 들어가는
비용이 저렴하고 고객의 노하우를 활용한 자체 응용 솔루션을 구현할 수 있다. 대표
적인 솔루션으로는 고속분산 처리와 머신러닝 기법을 이용하여 메인 기기 이상상태
를 기존 대비 10배 빠르게 감지하는 조기경보 솔루션 Siren-X와 가상의 디지털 복제
품을 활용해 공정상태 예측 소요시간을 크게 단축한(보일러 공정예측 약 5일 → 30초)
디지털트윈 솔루션이 있다.

발전소 실증 완료로
Track-record 확보

IDPP는 그 기술의 우수성을 인정받아 2022년 대한민국 소프트웨어 기술 대상을 수상
했을 뿐만 아니라, 부산북합화력 등 19개의 발전소에 실증을 완료하여 발전비용 최소
화와 운전 유연성 측면에서 효과를 입증하고 사업 실적을 확보했다.

솔루션 판매 및 플랫폼 인프라
설치 실증사업 등 사업모델 개발

고가의 상용시스템을 활용 중인 국내 민간발전사를 대상으로 경제적인 IDPP 플랫폼
과 16종의 특화 APP 솔루션을 판매하고, 발전소 지능화·디지털화를 추진 중인 동남아
지역을 대상으로는 플랫폼 인프라 설치 실증사업을 통해 최적화된 IDPP 맞춤형 사업
모델을 개발하고 있다. 향후에는 국내외 발전기업을 대상으로 IDPP 엔지니어링, 구축
서비스, 기술지원을 통한 발전설비 운전효율화 및 정비 최적화를 구현할 계획이다.

* Rule-based: 규칙 기반으로 미리 정의된 규칙을 적용하는 알고리즘 기법이다. “만약 어떤 조건이
주어진다면 어떻게 해야 할까(If-Then).”식의 규칙을 적용하여 방대한 데이터나 급변하는 환경 속 변수들
에 적절히 대응하기 어렵다는 단점이 있다.
** 온 프레임스: 기업의 서버를 클라우드와 같은 원격 환경에서 운영하는 방식이 아니라, 기업이 자
체 IT 인프라를 소유, 운영, 관리하는 방식이다.





기업들이 문화예술에 대한 지원을 통해
사회에 공헌하고 국가경쟁력에 이바지하는 활동

MECENAT

한전은 수십 년 동안 다양한 문화예술 활동을 지원함으로써 우리 사회에 기여해 왔다.

한전의 대표적인 메세나 사업을 확인해 보자.



KBS-한전 음악콩쿠르는 순수 문화예술계 지원과 국내 클래식 유망주 발굴을 목적으로 1991년 시작되었고 한전은 1994년부터 참여했다. 4개 부문(성악, 관악, 현악, 피아노)에서 각 3명씩 총 12명의 입상자를 선발한다. 부문별 금상과 은상 수상자에게는 세계 최고 수준 권위자에게 개인 레슨을 받는 '마스터클래스'와 피날레콘서트에 참여하는 특전이 주어진다. 콩쿠르는 위와 같은 전폭적인 지원을 바탕으로 우리나라 클래식계를 이끌어 갈 인재를 300명 이상 배출하였고, 지금은 국내 최고권위의 콩쿠르 중 하나로 자리 잡았다.

희망사랑나눔 콘서트도 빼놓을 수 없다. 문화 소외지역 주민에게 예술문화 향유의 기회를 선물 하고 민간 예술단체에게는 공연 기회를 제공하기 위해 시행 중인 이 콘서트는 18년간 약 200 회에 달하는 공연을 통해 지역 간 문화 불균형 해소에 기여해 오고 있다. 한전은 오케스트라를 메인으로, 클래식 외에도 뮤지컬, 국악, 음악·가요 등 다양한 선율로 지역과 세대를 넘어 '음악을 통한 지역 주민과의 감성 소통' 실현을 위해 노력 중이다.

2001년 개관한 도심 속 복합문화공간 한전아트센터는 지역 주민을 비롯한 시민들에게 다양한 문화 콘텐츠를 제공하고 있다. 공연장은 뮤지컬, 연극, 콘서트 등 엄선된 공연예술 제공으로 문화 저변 확대에 기여하고 있고, 한전 갤러리는 회화·조각·사진 등 다양한 장르의 전시를 진행하여 신진작가에게는 홍보 기회를 제공함과 동시에 관람객에게 예술적 가치와 다양성을 소개하고 있다. 또한, 문화 소외계층을 대상으로 공연 나눔을 시행하고 무료 전시를 기획하는 등 누구나 쉽게 예술을 즐길 수 있도록 문화 예술의 대중화에 앞장서고 있다.

한전은 이외에도 문화예술 행사, 교육, 관람 등을 후원하며 우리 사회에 공헌하고 있다. 문화예술 지원을 통해 보다 아름다운 세상을 만들어가는 한전의 메세나 활동은 앞으로도 계속될 것이다.

모이면 더 큰 힘이 되는 ‘콜라보 X’

Text 편집실

현대 사회는 우리가 따라가기도 힘들 만큼 끊임없이 변화하고 발전합니다. 그럼에도 계속해서 이어져 오는 법칙 같은 것들이 있습니다. 요즘에는 새로운 만남이 발휘하는 강한 시너지 효과가 눈에 띕니다.

우리 속담에 ‘종잇장도 맞들면 낫다’라는 말이 있는데 누구나 알 만한 이 속담은 작은 일도 함께 힘을 합치면 낫다는 뜻이지요. 그렇다면 큰일에 모두가 힘을 합치면 얼마나 큰 도움이 될지 상상해 보세요. 함께 모이면 못할 것도 없을 것만 같은 생각이 들지 않나요?

역사적으로 볼 때도 인류는 항상 협력과 연대를 통해 어려움을 극복해 왔습니다. 고대 문명부터 현대에 이르기까지, 공동체의 힘은 전쟁, 자연재해, 경제 위기 등 수많은 도전을 이겨내는 데 결정적인 역할을 했지요. 중세 유럽의 마을 공동체는 방 어벽을 쌓고 서로를 지키며 번영을 누렸고, 현대 사회에서는 글로벌 커뮤니티가 지식과 자원을 공유하며 전 세계적인 문제에 대응하고 있는 것처럼요. 우리는 알게 모르게 실시간으로 서로를 돕고 협력하며 시너지 효과를 발휘하고 있었습니다.

함께하면 더 강력해진다는 명제는 우리가 살아가는 모든 영역에서 그 가치를 증명합니다. 공동체는 개인의 한계를 넘어서는 힘을 발휘하며, 모두가 더 나은 미래를 향해 나아갈 수 있도록 돕습니다. 이제는 예전부터 이어져 오는 이 협동의 힘을 인식하고 종이를 넘어 큰 바위까지도 들 수 있도록 또다시 힘을 합쳐야 할 때입니다.



경계를 허물고 함께 성장하다

공진화 전략

지구는 둥그니까 자꾸 걸어나가면~ 지구가 둥글 듯 생태계도 유기적으로 연결되어 있다.
이는 자연에만 한정되는 것이 아니라 인간과 인간, 기업과 기업에도 적용된다.
서로가 서로에게 영향을 주는 것을 인지한 기업들은 '공진화'를 전략으로 이용하기 시작했다.

Text 편집실 Reference <트렌드 코리아 2025>



트렌드가 된 공진화

사전적 의미의 공진화는 생태계 안에서 여러 개의 종(種)이 서로 영향을 주면서 진화해 가는 것을 말한다. 요즘 현대 사회의 비즈니스에서도 이런 생태계 현상과 비슷한 모습을 찾아볼 수 있다. 바로 <트렌드 코리아 2025>에 소개된 '공진화 전략'이다.

삼성전자와 LG전자는 모두 한국의 기업이지만, 세계에서 알아주는 라이벌(?) 구도를 가진 기업들이다. 서로 견제하기도 바쁠 것 같은 두 기업인데 알고 보면 서로를 허락한 사이다. 사물인터넷(IoT)이 상용화되면서 스마트폰 한 대로 집의 다양한 가전을 끌 수 있는 스마트홈이 많아지자 각 기업의 스마트홈 앱에서 서로의 가전제품을 관리할 수 있게 협의한 것이다. 소비자들은 스마트홈 앱 때문에 한 곳의 기업만 고려하는 게 아니라 여러 기업의 상품 중 선택할 수 있어 좋고, 기업들도 고객을 한 명 더 유치할 확률이 높아져 모두에게 합리적인 협의였다. 앞서 말한 것처럼 공진화 전략은 기업들이 서로 영향을 주고받으며 함께 진화하는 트렌드를 말한다.

공진화 전략에는 ① 폐쇄적 자족시스템, ② 제한된 파트너십, ③ 개방적 협력망, ④ 공진화 생태계, 이렇게 네 단계가 존재한다. 이 단계들은 수가 커질수록 온전한 공진화의 개념에 가까워진다. 1단계의 예시는 미국의 애플(Apple)이 대표적인 사례다. 아이팟, 아이폰, 맥 등 애플만의 촘촘했던 세계관이 흔들리고 있다. 미국과 유럽에서 반독점 규제에 나선 것이다. 공진화 트렌드에 합류하지 않은 대가가 꽤 강한 압박으로 돌아왔다. 2단계에는 전통 금융사와 핀테크 기업의 만남이다. 이들은 경쟁 관계이긴 하지만 서로의 이점을 이용하기 위해 손을 잡았다. 전통 금융사는 핀테크 기업과의 협업으로 디지털화를 이루고, 핀테크 기업은 금융사의 인지도를 이용해 사용자를 유입하는 등의 효과를 얻을 수 있었다. 3단계에는 앞서 말한 삼성전자와 LG전자의 경우가 있다. 4단계는 비로소 공진화 생태계다. 마치 하나의 생태계를 이루는 것처럼 비즈니스의 다양한 주체가 참여해 '공진화 생태계'를 만들어가는 것이 공진화 전략의 마지막 단계다.

오늘의 적, 내일은 동료?

산업이 고도화되면서 기업 간의 영향 관계는 더욱 깊어진다. 충분히 많은 기술이 개발된 지금, 새로운 혁신을 꿈꾸고 있다면 앞으로는 협력이 필수적이라는 뜻이다. 공진화 전략 트렌드가 계속해서 이어지는 와중에도 경쟁사를 견제하느라 마음을 열지 않는다면, 그 기업은 이 사회에서 살아남기 힘들지도 모른다. 폐쇄적 자족시스템을 고수하다가 곤란한 상황을 겪고 있는 애플처럼 말이다.

공진화 전략의 단계를 설명하며 예시로 들었던 사례들만 봐도 공진화 전략을 잘 이용하면 기업 성장과 소비자 만족을 동시에 충족시킬 수 있다. 기업들이 하나둘 공진화 전략을 취하는 이유도 그 때문이다. 모든 기업이 자신의 회사만 잘 되길 바랄 것이다. 그러나 산업의 구조가 달라지면서 협력하지 않으면 살아남기 어려울 것을 직감하고 변화를 받아들이는 것뿐이다. 고객들은 언제나 더 새롭고 좋은 상품을 원하고 있다. 그들의 소비 욕구를 잠재울 만한 상품이나 서비스 개발에 여러 기업이 협력한다면 당연히 더 빠르게 정답을 찾을 수 있는데 안 할 이유가 뭐가 있겠는가?

공진화 전략은 꼭 기업과 기업 간에만 적용되는 것이 아니다. 최근 SNS에서 뜨거웠던 '스타벅스 경동1960점'이 있다. 대형마트와 편의점이 생기면서 사람들의 발길이 끊기던 전통시장에 딱하니 입점한 대형 프랜차이즈 카페. '전통시장에 스타벅스라니?' 사람들은 의아해했다. 경동시장은 스타벅스 입점 이후 SNS에 인증 게시글이 넘쳐나는 MZ 세대의 핫 플레이스로 등극했다. 시장 상권을 망칠 것만 같던 대형 카페였지만, 오히려 그 카페를 방문하려는 사람들로 경동시장이 붐볐다. 이것 또한 하나의 공진화인 것이다.

어느 생태계든 원리는 같다. 변화에 적응하는 자만이 살아남는 것. 인류가 발 빠르게 바뀌는 환경에 적응한 것처럼 기업들도 흐름에 맞춰 성장하고 싶다면 과감한 선택을 해야 한다. 이제는 경쟁자라고 해서 늘 적이기만 한 것이 아니다. 오늘의 적이 내일은 동료가 될지도 모르니까.

형이 왜 거기서 나와? 기업 간의 이색 콜라버레이션



©루이 비통 홈페이지

20년을 기다린 만남 루이 비통 x 무라카미 다카시

20년 전 파격적인 콜라버레이션으로 팬들의 소비 욕구를 폭발시킨 루이 비통(Louis Vuitton)과 무라카미 다카시의 만남이 다시 한번 성사됐다. 150여 년의 역사를 자랑하는 프랑스의 명품 브랜드 루이 비통(Louis Vuitton)은 20년 전 무라카미 다카시와의 협업으로 세계를 충격에 빠트린 적이 있다.

그 전설적인 콜라버레이션이 돌아온다는 소식에 얼어붙은 명품 시장이 들썩이기까지 했다. 2025년, 상징적인 협업 20주년을 맞이해 루이 비통 앰배서더인 젠데이아 콜먼(Zendaya Coleman)과 함께 아티스트의 활기찬 디자인이 돋보이는 눈부신 리에디션을 선보였다. 루이 비통의 상징적인 디자인 코드와 일본 아티스트 무라카미 다카시의 공상적인 창의성을 융합한 이번 컬렉션은 메종의 헤리티지 엠블럼과 시그니처 아이템을 재해석해 루이 비통의 대표 상품들과 아이코닉한 가죽 제품에 생동감 넘치는 활기를 불어넣어 신선함을 더했다.

레트로 감성과 요즘 감성을 합하다 삼성 라이온즈 x 산산기어(SAN SAN GEAR)

편안하면서도 힙한 차림새인 '블록코어룩'이 유행하면서 스포츠팬이 아니더라도 스포츠 유니폼을 구매하는 소비자가 늘었다. 이런 패션의 유행을 따라 MZ 세대 야구팬들을 싹쓸이하겠다는 구단이 있다. 바로 삼성 라이온즈다.

삼성 라이온즈는 요즘 핫한 패션 브랜드인 산산기어와 함께 'Born in Blue'이라는 슬로건을 토대로 야구팬들의 열정을 담은 컬렉션을 선보였다. 디즈니 애니메이션 <라이언킹>과의 콜라버레이션으로 팬들을 한번 놀라게 한 전적이 있는 탓에 이번 협업은 많은 사람의 기대와 관심을 모았다. 과거의 삼성 라이온즈 추억하게 하는 광고 영상, 그리고 레트로함이 완벽히 구현된 유니폼은 야구팬을 넘어 일반인들에게도 큰 기대를 받고 있다. 판매 전부터 사람들의 관심을 모은 이 콜라버레이션은 야구 관람객 유입에 어떤 영향을 줄지 기대가 된다.



©산산기어 브랜드샵

장르를 넘어선 콜라버레이션 마케팅이 열풍이다. 유명인을 광고 모델로 쓰던 스타 마케팅을 넘어 전혀 관련 없어 보이는 기업들이 손을 잡고, 명품 가방에 캐릭터를 그려 넣는다. 사람들의 구매 욕구를 자극하는 독특한 만남을 구경해 보자.

Text 편집실



©하이트진로 홈페이지



책과 맥주가 만나 완벽한 힐링 타임 켈리 x 밀리의 서재

누군가에게는 책이, 누군가에게는 맥주가 고된 일상 속 소중한 휴식 시간을 갖게 해주는 매개일 것이다. 사람들의 마음을 다독이는 책과 맥주의 색다른 만남이 선사됐다. 하이트진로의 '켈리'와 독서 플랫폼 '밀리의 서재'는 '책맥(책 보면서 맥주 마시기)'라는 독특한 힐링 방법을 제안하며 책맥 챌린지를 진행했다.

<책, 맥 : 힐링을 위한 가장 완벽한 레시피>는 켈리 제품에 부착된 QR코드로 이벤트에 참여하면 미가입자에 한해 밀리의 서재 이용권을 지급했다. 밀리의 서재 이용권에 혹은 고객들은 자연스럽게 켈리를 구매하게 되고, 밀리의 서재 앱 이용자도 늘게 된다. 소비자는 책과 맥주를 함께하는 '책맥'이라는 새로운 경험을 하며 즐거움을 느꼈고, 텍스트집 유행과 만난 책맥 인증 사진은 여전히 해시태그를 타고 SNS를 떠도는 중이다.

일상이 런웨이가 되다 유니클로 x JW 앤더슨

2008년에 설립된 JW 앤더슨(JW ANDERSON)은 런던을 대표하는 혁신적인 디자이너 조나단 앤더슨(Jonathan Anderson)의 브랜드다. 남성복과 여성복의 경계를 넘나드는 경쾌한 디자인으로 잘 알려진 JW 앤더슨은 2017년 F/W 시즌에서 UNIQLO and JW ANDERSON 컬렉션을 처음 선보였다. 이후 꾸준히 유니클로와의 협업을 진행하며 일상 속 아름다움을 추구했다.

2025년, S/S 시즌을 맞이해 유니클로와 JW 앤더슨이 만났다. 시대를 초월한 미학에 모던한 감성을 더해 프레피 룩을 재정의한 이번 콜라버레이션은 오늘날에 꼭 맞는 스타일을 제안한다. 이번 시즌에는 옥스포드 셔츠와 데님 진, 폴로 셔츠 등의 기본 아이템을 업그레이드하는 데 집중했다고 한다. 거기에 넥타이와 데님 캡, 노티컬 백 등의 색상을 여러 가지로 준비하고, 개성을 자유롭게 표현할 수 있는 액세서리 라인을 더해 더욱 다양하게 코디를 연출할 수 있다.



©유니클로 홈페이지



©지미추 홈페이지

만화 속 소품을 그대로 재현하다 지미추 x 달의 요정 세일러문

명품 패션 브랜드 지미추(Jimmy Choo)와 일본 만화 <달의 요정 세일러문>이 협업하여 키덜트(Kidult)들의 마음을 사로잡았다. 세일러문의 30주년을 기념하여 진행된 세일러문 시리즈는 만화 속 인물들을 테마로 한 다양한 신발과 액세서리를 포함했다.

세일러문 시리즈의 디자인은 세일러문, 세일러 머큐리 등 캐릭터들이 만화 속에서 직접 착용해도 어색하지 않을 만큼 개성을 잘 담아내어 소비자들의 구매 욕구를 자극했다. 또한, 고양이 캐릭터인 '루냐'를 모티브로 한 가방과 클러치도 출시되었는데, 일부 제품은 한화로 약 1,000만 원을 호가했다. 현재는 모두 품절되어 구매할 수 없는 상태다. 어릴 적 꿈처럼 보았던 세일러문을 그리워하는 사람들이 많은 건지 세일러문 시리즈를 구매해야만 제공되는 한정판 카드가 온라인에서 고가에 거래되는 등 많은 관심을 얻었다.

COLLABORATION

흑백요리사 우승자의 손맛을 담다 롯데리아 x 나폴리 맛피아

넷플릭스 시리즈 <흑백요리사>에 등장해 우승하며, 셰프로서의 능력을 증명한 나폴리 맛피아(권성준)가 롯데리아 버거에 손맛을 담았다. 나폴리 맛피아는 양식 셰프로 이탈리아 음식을 주로 요리한다. 그의 스페셜 레시피를 롯데리아의 스테디셀러 '모짜렐라 인 더 버거'에 접목해 탄생한 '나폴리 맛피아 모짜렐라 버거'. 버거는 토마토 바질과 발사믹 바질 총 두 가지 맛으로 출시됐다. 출시 당일 목표 판매량의 약 230%를 달성하며, 매진 행렬을 이었다. 수요가 많아 재료 공급이 늦어지는 탓에 사과문까지 게재하는 해프닝도 벌어졌다. 주목받은 콘텐츠를 이용해 소비자의 관심을 끄는 롯데리아의 전략은 즐거움을 위해 소비하는 2030 세대 '편슈머' 트렌드를 정확히 관통했다. 이탈리아 셰프의 레시피로 탄생한 버거, 이 신선한 조합은 젊은 세대의 호기심을 자극하기에 충분했던 것이다.



©롯데리아 홈페이지



©로에베 홈페이지



세간의 관심을 모은 지브리 콜렉션 로에베 x 스튜디오 지브리

스페인의 명품 브랜드 로에베(LOEWE)는 일본 애니메이션 스튜디오인 스튜디오 지브리와 협업하여 세 가지 시리즈를 발표했다. <이웃집 토토로>, <센과 치히로의 행방불명>, 그리고 마지막으로 <하울의 움직이는 성>을 주제로 진행되었다. <하울의 움직이는 성>을 테마로 한 마지막 캡슐 컬렉션은 전 세계에 동시 출시되었는데 애니메이션 속 캐릭터들을 상품에 새겼다.

더현대 서울에서는 로에베와 지브리 시리즈의 특별한 팝업스토어가 운영되었다. 팝업스토어 내부는 마치 애니메이션 속에 들어온 듯한 분위기로 꾸며졌으며, 거대한 움직이는 성 오브제와 작품 속 인물들이 곳곳에 배치되어 방문객들의 큰 호응을 얻었다. 팝업스토어에서 구매한 상품은 애니메이션 캐릭터가 그려진 쇼핑백에 담아주었기 때문에 팬들은 구매 욕구를 참기가 어려웠지 않을까?

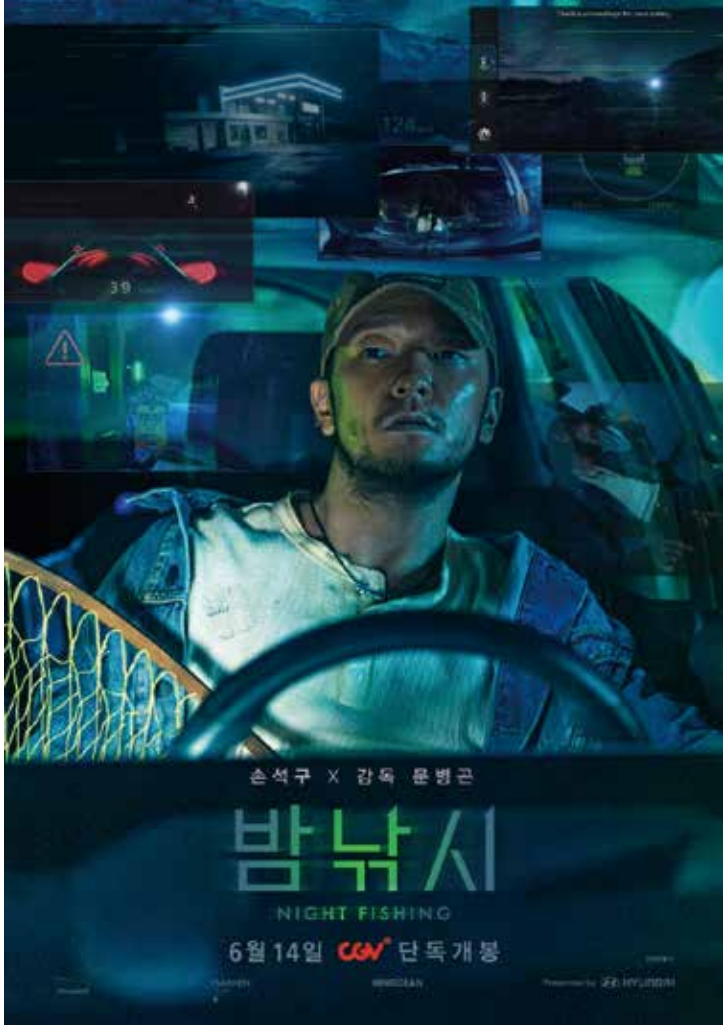
덕후들의 심장을 저격하다 스타벅스 x 해리포터

세계적인 베스트셀러 소설 <해리포터>. <해리포터> 시리즈는 영화로도 제작되었는데, 주인공들의 수준급 연기와 소설 속 마법 장치 등을 창의적으로 구현하는 데 성공했다. 마지막 시리즈의 영화는 2011년에 개봉해 벌써 10년도 더 지났지만, 여전히 팬들의 사랑이 뜨겁다.

지난 1월 6일 해리포터 팬이라면 모두 관심 가질 만한 프로젝트가 시작됐다. 바로 스타벅스가 해리포터와 협업한 기획 상품과 메뉴 등을 출시한 것. 그중 가장 사람들의 관심을 얻은 건 바로 '해리포터 기숙사 머그 세트'다. 영화에서는 마법 모자가 학생별로 기숙사를 배정해 주는데, 이 상품은 머그잔에 물을 따르면 랜덤으로 기숙사 로고가 나타난다. 호그와트 입학생을 꿈꾸는 해리포터 덕후라면 누구나 갖고 싶어할 만한 상품인 탓에 단 5분 만에 매진되기도 했다.



©스타벅스 홈페이지



<밤낚시>
감독 문병곤
개봉일 2024년 6월 14일
상영시간 13분

광고인가 영화인가, <밤낚시>가 섞은 것들

손석구×현대자동차 컬래버레이션
영화 <밤낚시>

손석구 주연의 <밤낚시>는 단편영화이자 광고다. 현대자동차 브랜드 홍보의 일환으로 제작되어 광고 대상을 수상했지만, 동시에 이 ‘작품’은 해외 국제영화제에서 상을 받기도 했다. 이 컬래버레이션이 의미하는 건 뭘까.

Text 정덕현 칼럼니스트

짧지만 강력한 <밤낚시>, 영화로서의 매력

아마도 밤낚시를 해본 이들이라면 손석구 주연의 단편영화 <밤낚시>의 첫 장면에 여지없이 낚여버렸을 것이다. 어스름해지는 저녁 어느 강가처럼 보이는 곳에서 들려오는 벌레 소리와 물소리가 그것이다. 하지만 금세 하늘 위로 빛나는 어떤 물체가 지나가면서 관객은 이 밤 낚시에서 낚으려는 것이 예사롭지 않다는 느낌을 받게 된다. 해가 뜨는 새벽녘 텐트에서 나온 로미오(손석구)가 담배를 태우는 장면 역시 밤낚시를 하며 맞는 아침을 떠올리게 하기에 충분하지만, 전기충전소가 무언가에 의해 파괴되었다는 무전을 받고, 그곳에 마치 낚시를 하듯 야광 찌처럼 보이는 집어등에 미끼로 끼워진 건전지를 곳곳에 설치한 후 기다리는 로미오의 모습에서 낚시의 대상이 물고기가 아니라 허공을 날아다니는 생명체라는 기막힌 사실을 알게 된다. 그리고 그 외계생명체가 나타나면서 로미오와 한바탕 끌고 당기는 낚시 액션이 펼쳐진다. <밤낚시>의 영화적 완성도와 매력은 영화제에서도 좋은 반응을 얻었다. 지난해 7월 제28회 판타지아 국제 영화제에서 심사위원 선정 국제 단편 경쟁 부문 최고 편집상을 수상했고, 또 지난 1월에는 미국 샌댄스 영화제에서 상영되는 등 해외 영화제에서도 큰 관심을 받기도 했다.

현대자동차의 도전적인 시도, 광고로서의 매력

그런데 이 작품의 특이한 점은 ‘자동차의 시선(?)’으로 모든 장면들을 보여준다는 것이다. 즉 차 곳곳에 부착된 카메라들이 찍은 영상들로 채워져 있는 것이다. 그래서 영상의 왼쪽 상단에는 내내 자동차 모양의 아이콘이 떠 있고 그 장면이 어떤 위치의 카메라에 찍히고 있다는 것이 표시된다. 영화적으로 보면 연출된 장면이 아닌 마치 CCTV나 블랙박스에 찍혀 실제 벌어진 사건을 찍는 듯한 리얼한 느낌이 이 자동차에 설치된 카메라에 의해 자연스럽게 표현된다. 하지만 그건 이 작품이 현대자동차와 협업한 ‘브랜드 콘텐츠’라는 걸 효과적으로 꺼내 놓는 장치이기도 하다. 영화 속에 등장하는 현대자동차에 설치된 7대의 카메라가 모든 장면을 찍었기 때문에 관객들은 영화를 보는 내내 자연스럽게 현대자동차의 빌트인 카메라가 가진 성능들을 체감하게 된다. 즉 이 영화의 러닝 타임인 12분 59초는 영화로는 짧은 시간이지만, 광고라면 꽤 긴 시간 이 된다. 게다가 관객은 이것이 PPL이 아닌 영화라는 점에서 관객들이 영화를 볼 때 저항감을 느끼지 않는다. 영화에는 자동차가 부서질 정도의 액션이 등장하지만, 그 자동차의 전체 모습을 노출하지는 않는다. 물론 이견 차량에 부착된 카메라로만 찍었기 때문에 당연한 결과지만, 그만큼 관객들을 몰입하게 만든다. 기존의 틀을 깬 획기적인 시도를 한 <밤낚시>는 ‘2024 대한민국광고대상’에서 필름 크래프트와 PR부문 대상, 브랜드 콘텐츠 부문 금상을 차지했다.

이질적인 것들의 만남이 만드는 시너지

손가락 하나로 광고를 넘겨버릴 수 있는 모바일이 주력 매체로 등장하면서 광고가 효과를 내기는 갈수록 어려워지고 있다. 그래서 광고 업계도 계속 주목하고 있는 게 콘텐츠다. 2022년에 박찬욱 감독이 아이폰으로 찍은 영화 <일장춘몽>이 큰 화제를 불러일으킨 것도 브랜드가 주목한 콘텐츠와의 협업 때문에 가능했던 일이다. 이처럼 이질적인 것들의 만남이 만들어내는 시너지는 최근 업계가 주목하고 있는 지점이기도 하다. <밤낚시>와 영화관과의 컬래버레이션도 주목할 만하다. 이 작품은 12분 59초 분량의 단편영화지만, 극장에서 1,000원의 관람료를 받고 개봉하는 이례적인 선택을 했다. 극장까지 가서 굳이 이 짧은 영화를 본 사람이 있을까 싶지만, 4만 6천여 명의 관객이 극장을 찾았다. 팝콘도 다 먹기 전에 끝난다라는 캐치프레이즈로 개봉한 영화에 이처럼 관객이 많이 찾은 건, 이 체험 자체가 주는 색다른 재미와 더불어 가성비, 시성비를 충족시킨 점이 힘을 발휘한 것으로 보인다. 관람료가 싼 데다 금세 볼 수 있어 다른 작품을 보러 갔다가 관람한 관객들도 적지 않았다는 것이다. <밤낚시>는 이제 새로움이 이질적인 것들의 컬래버레이션에서 나오는 시대를 증명하는 듯한 작품이다. 밤낚시를 외계인 낚시로 해석하고, 영화를 광고와 섞어 ‘스낵무비’라는 포장으로 단편영화를 극장에 세우는 과감한 컬래버레이션이 만들어낸 시너지. 영화나 광고 이외에 어떤 분야에서든 시사하는 바가 적지 않은 작품이다.



생성형 AI로 나만의 작품 만들기

내 입맛에 딱 맞는 작품을 갖고 싶는데 손재주가 없어서 고민인 사람들은 이 글을 주목하자.
일명 ‘금손’들의 재주를 부러워하던 사람들도 생성형 AI를 잘만 이용하면 멋진 나만의 그림을 완성할 수 있다는 사실!
인공지능으로 이미지 생성하는 법을 알아보고 직접 생성해 보자.

Text 편집실

Command Prompt :

ChatGPT

AI를 사용한 이미지 생성 예시

비밀의 정원을 이미지를 그려 줄래?



신비로운 분위기가 느껴지는
비밀의 정원을 만들어 봤어.

방금 만들어 준 이미지를 바로크 시대의 네덜란드 화가
렘브란트 스타일로 바꿔 줘.



렘브란트 특유의 극적인 명암과 따뜻한
분위기를 살려서 스타일을 바꿔 봤어.

TIP 챗GPT로 '비밀의 정원' 이미지를 생성하고, 추가 명령어를 입력해 수정해 보자.
구체적으로 질문할수록 이미지의 퀄리티가 높아지는 것을 알 수 있다.

출처 @OpenAI

원하는 스타일을 설정하자

생성형 AI는 학습된 데이터를 여러 방향으로 조합해 이미지를 생성한다. 따라서 내 마음에 쏙 드는 이미지를 완성하려면 다양한 데이터를 학습시켜야 한다. 충분한 양의 데이터를 학습시킬수록 사용자가 상상했던 그림을 얻을 수 있으니 시간이 조금 걸리더라도 이 과정을 게을리하지 말자.

원하는 그림의 스타일을 미리 생각했다면 AI가 학습할 수 있는 형태로 변환해 입력한다. 이미지 데이터는 모델이 이해할 수 있는 형식으로 저장되어야 하며, 일반적으로는 JPG, PNG, BMP 등의 형식이 사용된다. 이 과정에서 AI는 이미지의 크기, 해상도 및 색상 등을 조정하고, 불필요한 정보를 제거하는 등의 작업이 이루어진다. 명령어를 입력할 때 그림의 주제뿐 아니라 색깔이나 그림 기법 등 세세한 부분까지 입력하고, 이미지 첨부 기능까지 이용하면 원하는 그림을 얻을 확률이 높아진다.

의도한 그림이 아니라면?

AI가 만들어준 첫 번째 이미지가 마음에 들기란 쉽지 않다. 생성된 이미지를 보고 더 세밀한 수정 사항을 명령어로 입력하자. 명령어를 입력할 때는 흔히 사람에게 표현하는 '아름다운'이나 '멋진' 등의 추상적인 표현이 아닌 '반짝이는 푸른 바다'처럼 구체적이고 명확하게 있는 그대로 설명하듯이 작성해 보자.

AI는 실시간으로 사용자의 피드백을 반영해 새로운 결과물을 보여 주기 때문에 원하는 이미지를 얻을 때까지 반복해서 수정할 수 있다. 다만 중요한 점은 이미지를 수정하다가 명령어가 꼬이게 되면 그림이 산으로 갈 수 있으니 수정을 진행하면서 조금이라도 원하는 방향에 맞는 그림이 나왔다면 입력한 명령어나 키워드를 꼭 기록해 두자. 온라인에 공개된 AI들은 저마다 다른 분야에 활용된다. 예를 들면 복잡한 문제를 해결하고 심층적인 분석이 필요할 때는 챗GPT를, 글을 써야 할 때는 글의 구조를 잘 이해하는 AI인 클로드를 쓰는 것이다.

앞서 언급했듯이 각 모델은 고유한 특성과 성능을 가지고 있기 때문에 다른 모델을 사용하면 더 나은 결과를 얻을 수 있다. 이미지를 생성하는 AI 중 사람들이 가장 잘 알고 있는 것은 미드저니(Midjourney)다. 사람들의 입소문을 타고 있는 만큼 이미지를 생성할 때는 미드저니를 먼저 이용해 보는 건 어떨까?

속제로 남은 AI 저작권

AI로 원하는 이미지를 얻었다고 해서 끝이 아니다. 완성된 이미지는 다양한 분야에서 활용할 수 있지만, 누군가의 저작권을 침해하지는 않는지 확인해야 한다. 우선 포털 사이트의 이미지 검색 등을 이용하여 해당 이미지와 유사한 이미지가 있는지 검색하고, 만약 유사한 이미지가 발견된다면 저작권 침해에 해당될 수 있으므로 유의해야 한다. 생성된 이미지를 사용하기 전에 비슷한 이미지가 있다면 저작권자의 동의를 받고 이용해야 하며, 가이드 라인이 뚜렷하지 않은 AI 창

작 이미지 사용의 윤리적인 부분도 고려하는 것이 좋다. 실제로 AI로 만든 창작물이 예술 윤리에 어긋나는 게 아니냐는 여론이 끊이지 않는 탓이다. 네덜란드 헤이그의 마우리츠하위스 미술관은 페르메이르의 원작을 암스테르담 국립미술관에 대여하는 동안 이를 대체할 애호가들의 모작 여럿을 공모해 전시했다. 그중 한 작품이 AI가 그린 것이 알려지면서 사람들의 입방아에 올랐다. 정확한 규정이 생길 때까지는 이런 모호한 일들의 책임을 따져 묻기 어렵겠지만, 모두 합의할 수 있는 선이 생기기 전까지 적당한 울타리를 만들어 무분별한 사용을 스스로 자제하는 것이 좋을 듯하다.

불편한 상담소 오픈!

추운 겨울을 무사히 보내고 맞이하는 가슴 설레는 3월이 왔다. 그러나 누군가는 혼자 해결하지 못할 고민 때문에 가슴 답답한 시간을 보내고 있다는데. 그들의 고민을 해결하기 위한 매콤한 마라맛 상담을 준비했다.

Text 편집실

Q. 업무가 익숙하지 않아서 힘들어요!

입사한 지 한 달여 정도 되네요. 저의 고민은 제가 너무 업무에 미숙해 민폐를 끼치지 않을까 불안합니다. 연고지가 아니다 보니 억양이 강한 사투리를 쓰시는 고객의 말도 잘 알아듣지 못하겠어요. 업무를 잘 모르다 보니 민원을 제기하는 고객의 요구를 이해하지 못해서 고객은 화를 내고, 선배들은 답답해하는 상황이 자주 벌어집니다. 선배들한테 물어보고 싶지만 다들 바쁘시다 보니 저까지 챙길 여유가 없으신 것 같습니다. 사무실에서 허둥대며 간단한 이야기도 못 알아듣는 상황이 너무 외롭기도 하고 내가 이곳의 이방인이 된 기분이 듭니다. 앞으로 어떻게 헤쳐나가야 할까요?

#업무 #사투리 #신입사원 #이방인

A. 과정을 거쳐야 완성이 있다.



귀신 잡는 교관

“어머 정말 많이 힘들겠어요. 당신은 사랑받기 위해 태어난 사람이에요, 힘내요.” 설마 여기서 이런 말을 기대하는 건 아니겠지? 그대는 언제까지 그렇게 나약한 소리만 하고 있을 건가? 유도에서 가장 중요한 게 낙법이다. 바닥에 떨어져도 안 다치게 잘 떨어져야 다시 일어나 싸울 수 있다. 누구나 처음은 어설피고 힘든 법이다. 넌 지금 당연한 그 과정을 거치는 중이다. 돌쟁이 아기들도 걸음마를 배울 때 넘어지면서 배우지 않는가. 말을 배울 때도 처음엔 웅알이부터 시작했고, 자전거를 탈 때도 수없이 넘어지지 않았는가. 과정을 거치지 않고 완성을 꿈꾸고 있는 건가! 시간이 지나면 업무도 고객도 익숙해진다. 쓸데없는 생각할 시간에 당장 회사로 뛰어들어가서 업무지침을 하나라도 더 숙지하도록 한다! 실! 시!

👍 25



Q. ‘젊곤’ 취급받는 것 같아 씁쓸해요

저는 대체로 회사 생활에 만족하고 있어 큰 고민은 없지만, 가끔 저를 우울하게 만드는 일이 있어 이렇게 고민 상담을 요청합니다.

저와 같이 근무하는 후배들끼리는 근속연수나 나이에 차이가 별로 없어서 다들 친구처럼 의지하고 잘 지내는데요. 저는 나이가 애매하게 조금 더 많아서 그런 건지 후배들이 조금 불편해하는 것 같습니다. 같이 구내식당에 가고 카페도 가기는 하지만, 저녁 약속에는 저를 잘 불러주지 않기도 하고요.

요즘 이런 말을 하면 ‘젊은 꼰대’라고 하겠지만, 제가 신입사원일 때는 선배들한테 가서 치킨에 맥주 한 잔 마시자고 먼저 말도 꺼내곤 했었는데 최근에 입사한 분들은 조금 ‘우리’라는 개념이 없으신 것 같습니다.

그렇다고 선배님들을 찾자니, 장년퇴직이 얼마 남지 않은 과장님이나 부장님 정도라서 아무래도 세대 차이도 나고, 너무 교훈과 가르침만 주시려고 해서 별로 안 내키네요. 그래도 저는 후배들과 허물없이 친하게 지내고 싶은데 어떻게 해야 친해질 수 있을까요?

#젊곤 #젊은꼰대 #신입사원

A. 나이는 죄가 없단다.



밥 잘 먹고 오후에 당 떨어진 누나

그러니까 너의 얘기는 후배들이 너를 불러주지 않아 서운하고 선배들한테 다가가기 싫고, 너의 애매한 나이가 싫다는 거지? 응 그냥 혼자 놀아~

너에겐 너가 불편하고, 외롭고, 소외되는 것 같은 네 감정만 중요한 거 아닐까? 후배나 선배의 입장을 진지하게 생각해 본 적은 있니? 후배들이 너한테 다가가는 것도 어려울 거라는 생각은 안 하지? 네가 다가와 줬으면 하고 기다리는 선배들은 배려해 봤어?

이제 그만 징징거리고 후배들한테 먼저 말도 좀 걸고, 힘들어하는 후배는 밥도 좀 사주고, 선배들도 좀 챙겨드리고 그래. 애매한 나이만 탓하지 말고!

👍 31



KEPCO TALK에 참여해 주세요

이곳에서 이루어지는 상담은 위로나 격려, 공감보다는 팩트에 입각한 훈계, 족비소리와 같은 지적, 경책을 지향합니다. 사우 여러분은 고민 내용을 올리실 수도 있고, 고민에 대한 답변에도 참여하실 수 있습니다. 매운맛 가득한 이 상담소에 사우 여러분의 활발한 참여를 기다립니다.

KEPCO NEWS

2025. 03



새만금개발청, 새만금산단과 전력인프라 적기 구축 위한 업무협약 체결

한전과 새만금개발청은 지난 2월 20일 전북 군산시 새만금개발청에서 새만금 이차전지 첨단 특화단지 전력인프라 적기 구축을 위한 업무협약을 체결했다. 양 기관은 새만금 이차전지 특화단지 내 기업 발전과 경제 활성화를 위해 전력망 적기 구축에 적극 협조하기로 했다.

현재 새만금산단은 2023년 7월 새만금 이차전지 특화단지 지정 이후 국내외 기업들의 대용량 전력공급 요청과 공장 및 사무실 등의 입주 증가로 인해 전력수요가 급증하여 설비 보강이 시급한 상황이다. 이러한 수요집중 문제를 근본적으로 해소하기 위해서는 전력망의 적기 건설이 가장 효과적인 해결방법이다.

한전은 건설 중인 비용2(동비용) 변전소와 비용3(남비용) 변전소를 조기에 건설하고 154kV급 비용4 변전소를 신설하는 등 전력 설비 적기 건설에 최선을 다할 예정이다.

새만금개발청은 한전의 비용4 변전소 및 연계 송전선로 건설사업 비용을 지원하고, 사업 진행에 따른 인허가에 적극 협조하기로 했다.

전력망 적기 건설을 위한 조직개편 단행

한전은 2월 11일 재생에너지 확대와 첨단 전력산업의 안정적 전력공급을 위한 국가기간 전력망 적기 확충의 중요성이 커지는 가운데 전력계통본부 산하에 전력망입지처를 신설했다.

이번에 신설된 전력망입지처는 2024년 1월 「전원개발촉진법」 개정으로 시행되고 있는 입지선정위원회 운영 절차를 고도화하여 전력망 입지선정의 객관성과 투명성을 제고하게 될 전망이다. 또한, 지자체와 지방의회는 물론 시민·사회단체를 중심으로 확산되고 있는 전력망 입지선정 갈등 현장을 직접 발로 뛰면서

사업 초기 단계부터 이해관계자와의 소통을 강화할 예정이다.

김동철 사장은 “에너지 전환과 국가 경제의 버팀목이 되어줄 첨단 전력산업의 활성화에 필수적인 국가기간 전력망 적기 확충을 위해 전사의 모든 역량을 집중할 계획이다”라고 강조했다.



장애인체육회·장애인고용공단과 업무협약 체결

한전은 2월 5일 나주 혁신도시 한전 본사에서 광주광역시 장애인체육회, 전라남도 장애인체육회와 장애인고용공단과 장애인체육 선수들의 고용 창출 확대를 위한 업무협약을 체결했다.

이번 협약식에는 안중은 경영관리본부장, 명창환 전라남도 행정부지사, 이상갑 광주광역시 문화경제부시장, 송춘섭 한국장애인고용공단 광주본부장 및 서은영 전남지사장과 대표 운동선수 6명이 참석하였으며, 관련 기관들은 인턴 채용 등 장애인 체육선수 고용증진과 체육활동 지원에 상호 협력하기로 했다.

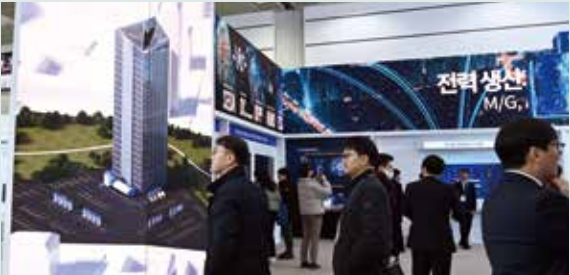
특히, 이번 협약은 단순한 장애인 지원을 넘어 기업과 지역사회, 장애인고용공단이 함께 손을 맞잡고 장애인들의 경제적 자립을 위한 일자리를 창출하여 지역경제 활성화와 기업의 사회적 가치를 구현하는 선순환 구조를 구축하는 데 의미가 있다.

한전은 그동안 장애인 제한채용과 장애인 인턴 운영을 통해 지속적인 일 경험 기회를 제공해 왔으며, 이번 협약으로 장애인 운동선수들은 체육선수 인턴으로서 안정적 경제 기반 위에서 체육활동에 집중할 수 있게 되었고, 한전은 장애인 고용의무를 이행하며 지역사회 상생에 기여할 것으로 기대된다.

앞으로 한전은 장애인 체육선수 59명을 채용하여 상생의 일자리를 확대하고, 전라남도·광주광역시 장애인체육회는 체육선수 추천과 훈련을 지원하며, 한국장애인고용공단은 고용지원 업무를 담당할 예정이다.

이날 협약식에 참석한 안중은 부사장은 “이번 업무협약을 통해

장애인 체육진흥과 더불어 안정적인 일자리 창출에 기여할 수 있는 계기를 갖게 되어 무척 뜻깊게 생각한다”라고 말하며, “향후에도 지속적인 활동 지원과 함께 장애인과의 따뜻한 동행에 힘쓰겠다”라고 밝혔다.



‘ELECS KOREA 2025’ KEPCO 홍보관 운영

‘ELECS KOREA 2025’가 지난 2월 12일부터 14일까지 서울 삼성동 코엑스에서 개최됐다. 올해 29회째를 맞는 ‘ELECS KOREA’는 국내 최대 전력/전기산업 전시회로 개막식은 산업부가 주최한 스마트그리드엑스포와 공동으로 진행됐으며 안덕근 산업통상자원부 장관, 김동철 사장, 이철규 의원 등이 참석한 가운데 테이프 커팅식과 전시회장 투어로 진행됐다.

‘지능형 에너지 솔루션-AI와 DC 기술로 혁신하는 전기산업’이라는 주제로 열리는 이번 전시회는 기존의 발전 및 송배전 관련 전기기기와 해상 풍력, IDC, 소프트웨어, AI 융합 기술에 이르는 다양한 제품 및 솔루션을 선보임으로써 전기산업의 미래기술과 시장 방향성을 제시했다.

한전은 전시회 기간동안 ‘미래로 향하는 에너지’를 주제로 한국전력공사 홍보관을 운영하고 우리 회사의 신사업 및 혁신 기술 관련 다양한 성과를 전시했다.

DC 존에서는 우리 회사의 DC 사업모델을 공개하고 DC 빌딩 영상과 MVDC 실증장을 3D로 가상화한 영상, DC 미래를 형상화한 DC Town 등을 선보이며, DC 시대를 입체적으로 표현함은 물론, DC시대를 선도하기 위한 한전의 실현의지를 표현했다.

또한, AI 존에서는 빅데이터, AI를 활용한 우리 회사의 스마트 에너지 솔루션을 공개했다. IDPP, SEDA, ADMS의 지능형 전력관리 시스템과 주파수 고정용 슈퍼커패시터 시스템, FDLR을 전시하여 한전의 우수한 기술력을 홍보했고, 1인 가구 안부살핌 서비스 및 산불조기대응시스템을 통해 국민 안전을 위한 우리 회사의 노력을 강조했다.



한전력비단, 넷플릭스 예능 <최강력비> 우승 기념행사

지난 2월 11일 한전 본사에서 ‘최강력비’ 우승 기념행사가 열렸다.

이 행사는 넷플릭스 예능 최강력비에 출연한 한전력비단의 우승 성과를 전 직원과 공유하기 위해 마련됐다. 이는 사전행사와 1·2부 행사로 나누어 개최됐으며 선수들과 직원들이 함께 축하하는 뜻깊은 시간을 가졌다.

‘최강력비’ 우승기념 사장님(구단주)이 쓴다!라는 테마로 개최된 사전 행사에서는 출근하는 직원 대상으로 로비에서 선수들이 직접 커피와 쿠키를 나눠 주고, 직원들이 선수들과 인증사진을 찍는 기회를 제공했다.

1부 행사에는 구단주인 김동철 사장과 럭비단 29명, 그리고 오지 사업소를 포함한 전국사업소 53명의 직원이 참석했으며, 우승 트로피 봉정식, 직원과 선수 간 소감 공유, 오찬 등이 진행됐다. 행사에 참석한 김동철 사장은 “럭비단이 13대 15라는 수적 열세에도, 단합과 투지로 우승을 이루었다”라고 치하하며, “이는 한전 직원들에게 ‘할 수 있다’라는 자신감을 심어줬고, 이러한 자신감은 ‘Global Energy & Solution Leader’라는 미래비전 달성의 원동력이 될 것”이라며 럭비단과 직원들을 격려했다.

2부 행사는 선수와 직원이 직접 소통하고 교감하는 팬과의 소통 시간’을 가졌다. 선수와 직원이 한 조가 되어 퀴즈이벤트, 토크쇼 등 다양한 이벤트를 진행했고, 팬사인회·셀카타임으로 마무리했다.

한편, 한전럭비단은 최강력비 우승을 계기로, 승리의 분위기를 다음 대회에서도 계속 이어간다는 계획이다. 올해는 춘계리그, 럭비월드컵, 전국체전이 각각 3월, 6월, 10월에 예정되어 있으며, 럭비단은 국내대회뿐만 아니라 국제대회에서 우수한 성적을 거두어 한전의 위상을 드높일 예정이다.

<KEPCO> N행시

3월호 테마 키워드로 나만의 N행시를
지어 보세요.
참여자분들 중 추첨을 통해 소정의
상품을 드립니다.

3월의 주제 ‘비전’

N행시 예시
비전을 향해 나아가는 당신의 발걸음에
전율이 느껴지는 순간들이 가득하기를 바랍니다.

참여 방법 QR코드 스캔 후 답변 제출
접수 마감 3월 20일(목)까지
이벤트 상품 커피 기프트콘 2만원권
선물발송일 4월 10일경



이벤트 참여하기

2월호 N행시 당첨자

이*영(9334) 초라해질 수도, 흔들릴 수도 있지만 심지만 꺼지지 않으면 된다.	한*기(9032) 초라해 보여도 괜찮아. 심지가 굳다면 언젠가 빛날 테니.
문*준(7252) 초심을 잃지 말고 작업 전 안전회의, 심하게 후회 말고 안전수칙 꼭 준수!	장*훈(7361) 초격차 기술로 에너지 산업을 혁신하고 심화된 전략으로 글로벌 한전을 완성하자.
양*혁(1945) 초록빛 새싹처럼 순수했던 그때의 마음 심장 뛰던 열정, 지금도 간직하고 있나요?	황*훈(0113) 초를 샀는데 심지만 왔다.
김*연(4690) 초보자도 할 수 있습니다. 심적으로 여유를 가져 보세요.	박*술(1079) 초라해지고 무뎠던 나의 마음을 다시 한번 심폐소생해 보자!!
고*경(9945) 초승달 달빛 아래 비취 보이던 심장 터질 듯 아름다운 그대 눈동자.	최*규(9782) 초조해하지 말고 심호흡해

KEPCO

2025
March
vol.621

통권 621호 2025년 3월호(월간)
등록번호 나주 마00003
발행일 2025년 3월 4일
발행인 김동철
편집인 백수현

편집 한국전력공사 홍보처 (061)345-3115, 3125, 3128
주소 (우)58222 전라남도 나주시 전력로 55
기획·디자인 ㈜이팝
인쇄 ㈜대유기획인쇄
창간일 1961년 8월 31일



직원참여형 이모티콘 공모전

한전 ICT운영처는 직원 간 소통을 활성화하고 소속감을 높이기
위해 직원참여형 이모티콘 공모전을 개최합니다.
여러분의 창의적인 아이디어로 한전 사우들의 활발한
소통문화가 정착되도록 많은 관심과 참여 부탁드립니다.





공모주제 : 다양한 상황에서 누구나, 자주 사용할 수 있는 이모티콘

- 공모기간 : 3.4(화) ~ 3.14(금) / 2주간
- 참여방법 : 온라인접수(공모시스템)
- 제출규격 : 이모티콘 10종 이상(정지형, 모션형 무관)

시상내용 : 우수작품 6인 선정, 총 50만 원

- 시상등급 : 최우수 1명, 우수 2명, 장려 3명
- 시상방법 : 온누리상품권 지급 예정

유의사항

- 유사작품 접수 시 후순위 접수 건은 심사 제외
- 응모제한 없으나 중복 수상 불가(수상은 1인당 1개)
- 저작권은 응모자에게 있으며 수상 후에도 응모자에게 귀속
- 응모작은 창작물로 저작권 등의 분쟁이 없어야 함.
단, 사내CS캐릭터(해피, 케피, 우피)는 활용 가능

향후계획

- 우수작 선정 및 시상 : 4월
- 디지털프라자 활용 우수작품 디자인 고도화 : 4월
- 파워톡·커뮤니케이터 등 사내 메신저 적용 : 5월

