



꼭 멀리 가는 것만이  
여행은 아니지만  
멀리 가면 좋긴 해

SBI저축은행 X 최대호\_읽어보시집

# 희망저축

SBI저축은행 매거진  
Summer 2021 Vol.30

여름은 그들 향아가는 계절

시원한 바람 좋아하며

이루어가는 꿈의 바람으로 이끄는 계절

서윤덕 '여름' 중에서





# 희망저축

SBI저축은행 매거진  
Summer 2021 Vol.30

발행일 2021년 7월 8일

발행인 정진문, 임진구

발행처 SBI저축은행 홍보팀

담당 유형근 (02-3416-4210)

주소 서울특별시 중구 을지로5길 26 센터원빌딩 동관 9층

기획·디자인 디스토리

웹진 sbiwebzine.co.kr

SBI저축은행 준법감시인 심의필 제 2021-674(2021. 07. 07.)

Summer 2021 Vol.30

# CONTENTS

## Life+

04 SBI 체험현장  
만드는 재미와 색다른 맛까지 '칵테일 클래스'

10 SBI 금융서비스  
SBI저축은행 '디지털 뱅크', 금융의 미래를 위한 메가 트렌드

12 SBI pick's  
격하게! 가고 싶다, 국내 여름 휴가지

14 유튜브 중계  
유튜브로 만나는 이색 푸드

## News+

20 세상읽기  
미래공간, Metaverse의 기회

24 SBI 포커스  
기업PR 캠페인, 세상의 모든 S-B-I를 찾습니다

28 New Face  
기업금융2팀 광창수 외 10명

32 SBI 희망뉴스  
2021년 2분기 주요소식

34 열린 편집실  
편집후기 / 다른그림 찾기

Life+  
SBI 체험현장

세상에는 소주, 맥주보다 더 맛있고 예쁜 술이 많다! 전문가에게 배우는 One-Day 칵테일 클래스에 CSS팀 신입사원이 참여했다. '술알못'에서 '술잘알'로 거듭난 그들의 이야기를 들어보자.



만드는 재미와 색다른 맛까지

칵테일  
클래스



참여글 : CSS팀 남여름(우), 류혜주(좌)

※ 코로나19 '방역 가이드'를 준수하며, 참가자 외 접촉을 최소화 하는 등 안전하게 진행했습니다.



### 다양한 색, 향, 맛, 도수를 즉석에서(Feat. 혜주)

회사에서 좋은 기회로 방이동에 위치한 루이스바에 칵테일 클래스를 들으러 다녀왔습니다. 사실 칵테일은 먹어보기만 했지, 직접 만들어본 적이 한 번도 없어서 정말 기대가 되는 수업이었습니다. 특히 같은 부서 동기이자 친구인 여름이와 함께여서 더 기대되었습니다. 약 두 시간가량 진행되는 칵테일 클래스는 먼저 칵테일의 역사와 제조과정, 종류에 대해서 짧게 배웠습니다.

칵테일은 2가지 이상의 음료를 섞어서 맛있고, 멋지게 만드는 혼합음료를 말합니다. 다른 술(음료)에 비해 마시는 상대방을 생각해서 만들기 때문에 건강에 덜 해로운 편입니다. 게다가 다양한 색, 향, 도수를 즉석에서 변경할 수 있고, 다른 술에 비해 칵테일마다 재미있는 스토리가 있어, 자연스러운 대화가 가능합니다. 여러 칵테일 중에서도 선생님이 추천한 손쉬운

4가지 칵테일을 직접 만들어 보았습니다. 그중에서도 '모스크 물'이라는 칵테일이 가장 기억에 남습니다. 모스크 물은 가장 먼저 만든 칵테일이자 제일 제 취향에 가까웠습니다. 모스크 물은 라임, 라임주스, 진저에일, 보드카가 들어간 칵테일로 정확한 계량에 따라 만들고 보니 그 맛과 향이 정말 인상 깊었습니다. '아! 바텐더가 멋지게 대충 눈대중으로 "짜잔" 만드는 줄 알았는데 사실은 아니구나!

컵 입구에서부터 라임 향기가 훅 올라와서 상큼하게 즐길 수 있는 칵테일. 울여름을 모스크 물로 더위를 잊을 수 있을 것만 같습니다.

칵테일 클래스 끝날 때 선물로 받은 칵테일 도구들을 활용하여 나만의 레시피에 따라 칵테일을 만들어도 좋을 것 같다는 생각이 들었습니다. 나중에 가족들, 친구들, 회사 선배님들께 직접 칵테일을 만들어 드리며 오늘 배운 칵테일 지식을 뽐내겠습니다. 같이 간 '여름이'와 추억을 하나 더 쌓아갈 수 있어 잊지 못할 시간입니다. '술알못'에서 '술잘알'로 거듭난 유익한 시간을 보내어 뿌듯합니다. 이런 기회를 만들어 준 "여름아! 너무 고마워!"





### 만드는 법에서 칵테일 파티 노하우까지(Feat. 여름)

‘쉽고 재미있게 배우는’ 칵테일 클래스는 같은 부서 동료이자 둘도 없는 친구인 혜주와 함께 해 더 재미있는 순간이었습니다. 바텐더 경력 20년 이상이신 선생님이 진짜 쉽고, 흥미롭게 가르쳐 줘 금방 배울 수 있었습니다. 선생님 말씀으로는 “인생 모히또”를 배워갈 수 있다는 데 정말 2시간이 쏜살같이 신기한 칵테일 이론과 실습으로 지나갔습니다. 그중에 가장 최고는 ‘모히또’였습니다. 모히또는 유명한 영화대사 “모히또에서 몰디브 한 잔” 덕분에 모두에게 친숙한 칵테일입니다. 하지만 제대로 만들어 먹기 위해서는 잘게 부수진 얼음과 라임, 애플민트 등 준비물이 많습니다. 모히또 잔에 빨대 2개를 꼽아 주었는데 저는 둘이 사이 좋게 나눠 먹으라고 그러는 줄 알았습니다. 근데 사실은 ‘빨대가 막히면, 남은 것으로 쓰라고’ 하나 더 스페어로 준다네요. 칵테일 클래스에는 칵테일과 관련된 흥미로운 이야기거리로 깨알 같은 재미를 주었습니다.

코로나19로 인해서 약속도 많이 줄어들었고 밖에서 술을 마시지 못해서 아쉬웠는데, 이번 기회를 통해서 칵테일 만드는 법도 배우고, 칵테일 파티 노하우까지. 조만간 친구들을 집으로 초대해 홈파티하면서 칵테일을 직접 만들어 먹으면 더 재밌을 것 같습니다. 화창한 여름날 바에서, 칵테일도 배우고, ‘홀짝’ 낯술을 했던 오늘의 추억이 오래도록 기억날 듯 싶습니다.

## Moscow Mule

### 모스코 물



1941년에 모스크 물을 처음 개발한 곳은 미국의 ‘Cock N’ Bull’이라는 술집이다. 이 칵테일은 친구 3명이 모여 만든 칵테일이라고 하는데, 구리 광산을 소유한 친구, 스미노프의 총판을 맡은 친구, 진저비어를 만드는 칵테일 바 주인이 서로가 가진 것을 섞어서 만든 칵테일이라고 한다. 그래서 모스코 물은 보통 구리로 만든 머그로 마신다.

**재료** 보드카 1 1/2 oz, 라임 주스 1 1/2 oz, 진저엘 Fill (컵의 80% 채우기) - 글라스에 바로 채워서 만드는 스타일의 칵테일로 하이볼 글라스 혹은 동머그잔 사용

## Mojito

### 모히토



칵테일의 하나. 본래 쿠바의 전통 음료였다. 이름은 마법의 부적이라는 의미의 스페인어 Mojo에서 유래했다. 기본적으로 럼 피스에 민트를 첨가한 것이라고 할 수 있지만 민트의 시원한 청량감에 의해 훨씬 산뜻한 맛을 낸다. 라임과 민트의 밝은 초록색이 으깬 얼음에 의해 돋보여 시각적으로도 청량감을 준다.

**재료** 럼 1 1/2 oz, 애플민트 5g, 라임 1/2 개, 설탕 4tsp, 탄산수 75ml / 기존 재료를 ‘머들러’를 사용해서 으깨기 / 민트 잎 + 빨대 2개 - 글라스에 바로 채워서 만드는 스타일의 칵테일로 하이볼 글라스 사용



체험장소  
루이스 방이점  
LOUIS

맛, 서비스, 분위기 그리고 문화가 있는 공간으로, 와인, 칵테일, 싱글 몰트 위스키, 맥주 등을 즐기실 수 있습니다. 시음회, 파티, 공연뿐만 아니라 소규모 칵테일 클래스를 진행합니다. 칵테일을 배우고, 즐기는 One-Day 클래스가 요즘엔 인기랍니다.

- 문의전화 : 02-420-5266
- 위치 : 서울시 송파구 오금로11길 55-8 아주리센트럴파크 202호
- 홈페이지: louisbangi.modoo.at/

금융 소비자의 니즈 변화, IT 기술의 발전은 금융의 디지털화를 가속한 지 오래다. SBI저축은행은 모바일 중심의 고객접점 변화에 대응한 사이다뱅크 출시 등 '디지털 뱅크' 구축에 최선을 다하고 있다. 미래 금융서비스 성공은 디지털 전환과 디지털 역량 강화에 달려 있기 때문이다.

## SBI저축은행 '디지털 뱅크'

# 금융의 미래를 위한 메가 트렌드



### 더 쉽고 간편하게! SBI디지털 창구

디지털이란 '여러 자료를 유한한 숫자 정보로 나타내는 방식'으로 정의하지만 그보다는 '사용하는 사람들을 더욱 편리하게' 만든다는 의미가 강하다. 아날로그에서 디지털 그리고 모바일로 이어지는 IT 기술의 발전은 '디지털에 대한 인식' 자체에 강한 영향을 미쳤다. 특히 금융업계에서는 '모바일 우선, 디지털 전부'라는 말이 돌 정도인데 모바일·디지털 전환을 통해 얻는 '고객만족 효과'가 매우 높기 때문이다.

이번에 SBI저축은행은 전국 20개 지점에 디지털 창구 시스템을 도입해, 금융 고객에게 보다 나은 서비스를 제공하고 업무 효율성을 높이고 있다. 디지털 창구는 기존 종이문서로 처리되던 금융업무를 테블릿 모니터를 통해 수차례 진행되어야 할 고객 서명 등을 줄이는 고객 편의성을 높이는 시스템이다. 업무 처리 시간이 획기적으로 단축시키는 효과뿐만 아니라 불완전판매 방지 등 금융 소비자보호 기능이 강화된다. 고객이 서류 작성 즉시 전자문서가 안전하게 전산시스템에 보관되어 개인정보보호도 자동적으로 이루어진다. SBI저축은행은 고객응대 및 부대업무 시간의 약 20%, 문서관리비용 약 80% 수준까지 절감될 것으로 예상하고 있으며, 또한 페이퍼리스 업무 환경 구축을 통해 최근 화두인 ESG 경영 실천을 확대해 나간다는 방침이다. SBI저축은행은 고객만족 극대화를 위한 디지털 전환을 제1의 목표로 삼고 나아갈 것이다.

### 계좌를 한번에! 오픈뱅킹 시대가 열린다



오픈뱅킹은 조회나 이체 등 은행의 핵심 금융기능을 표준화해 다른 사업자에 개방하는 은행권 공동 인프라로 '공동결제시스템'이라고도 한다. 앱 하나로 모든 은행 출금 및 이체가 가능해, 오픈뱅킹의 도입은 금융업계에 근본적인 변화를 가져왔다. 통합된 고객 DATA는 고객을 이해하는 단서이자, 고객의 니즈를 파악할 수 있는 수단이다. 이체 금융사는 자사 고객에게 단순히 금융상품·서비스를 제공하는 차원을 넘어 데이터를 기반으로 고객에게 새로운 가치를 제공할 수 있는 역량을 확보해야 한다. 더불어 고객 오픈뱅킹 DATA를 활용해, 적극적으로 미래 수익을 창출할 수 있는 '금융서비스 초개인화'를 제안할 수 있어야 한다.

### 거래실적 달성을 한번에! '급여순환이체 서비스'

이에 SBI저축은행은 모바일 금융플랫폼 '사이다뱅크'를 통해 일상생활에서 상상만 했던 금융서비스를 디지털로 구현하고 있다. 특히 이번에 제공하는 '급여이체서비스'는 오픈뱅킹 시대에 최적화된 진정한 오픈 금융서비스다. 매월 급여일에 각 계좌로 일일이 이체를 하며 귀찮음을 느껴왔던 직장인이라면 한번쯤은 상상해보았던 이체서비스이다. 오픈뱅킹 가입 고객을 대상으로 <사이다뱅크>가 금융권 최초로 개발한 급여순환이체 서비스는 여러 계좌에 급여이체 실적을 한 번에 달성할 수 있도록, 단 한 번의 '시작계좌' 및 '남길금액' 설정을 통해 5개의 계좌에 순차적으로 이체를 할 수 있다. 이로써 매월 급여일마다 실적달성을 위해 각 금융사별로 이체하는 고객들의 번거로움을 획기적으로 없앴다.

#### 급여순환이체 서비스

- ※ 시작계좌 : 급여이체 실적을 위한 최초 출금 계좌 (사이다뱅크 및 타금융기관 계좌 가능)
- ※ 남길금액 : 순환이체 과정에서 다음 계좌로 이체하기 전 남겨두는 금액



<사이다뱅크>는 그동안 생활 밀착형 금융플랫폼으로 다양한 금융서비스를 제공해왔다. 고객 DATA를 기반으로 금융서비스의 디지털 전환을 통해 일상생활에 꼭 필요한 서비스, 고객의 시간을 절약해 주는 서비스를 만들어온 것이다. 앞으로도 사이다뱅크는 우리의 일상과 연결고리를 찾아 즐거움을 더해 줄 수 있는 금융플랫폼이 되기 위해 노력할 것이다.

# 격하게! 가고 싶다 국내 여름 휴가지

2021년 역대 가장 무더운 여름이 찾아오고 있다. 매년 더위를 피해 떠나던 해외여행은 잠시 접어두고 대한민국의 아름다운 여행지로 떠나보자. 네비게이션 검색순위로 선정된 인기 국내 여름 휴가지 중 SBI인이 선정한 최고의 여행지는?

BC (Before Corona). “휴가? 모든 것이 귀찮다.”

AC (After Corona). “휴가! 어디든 가고싶다. 격하게!”

꼭 한번 가보고 싶은 여름 여행지는 많지만, 올해도 해외로 눈을 돌릴 수는 없다. 오래전에 가본 적이 있고, 좋은 추억이 남았던 그곳을 찾아보자. 장거리 여행을 피할 수 있는 국내로 눈길을 돌려보면, “그래 여기서 여기! 이곳에서 4박 5일 정도 꼭 쉬었다 오고 싶네! 괜히 유명한 데가 아냐”



## 1위 제주 성산 일출봉

성산 일출봉은 하늘-바다-구름-해와 함께 어우러져 시시각각 색다른 절경을 선사하는 곳이다. 봉우리와 해안선이 절묘하게 어우러져 아늑한 바다와 탁 트인 바다를 동시에 느낄 수 있다. 통창 너머로 해안 절경을 감상하며 제주 씨푸드, 한우, 향긋한 커피 등을 즐길 수 있다.



## 2위 부산 해운대

수도권에서 KTX로 두 시간 반 거리. 부산 해운대는 영화 속 쓰나미만큼은 아니지만(?), 해안을 부지런히 들고 나는 파도가 해수욕장 모래와 피서객의 체온을 서늘함이 느껴질 정도로 확실하게 식혀준다. 유람선에서 바라보는 노을, 마린시티와 광안대교의 밤 풍경은 세계 Top 휴양지에 온 듯한 기분을 선사한다.

## 3위 강릉 경포대

강릉의 경포대 해수욕장은 해외의 이국적인 풍경 못지않게 한국적인 절경 또한 여행의 운치를 더한다. 경포호(鏡浦湖)와 바다 사이 드넓은 백사장과 주변 소나무숲, 해당화가 한 폭의 여름 풍경을 연출한다. 근처에 경포대와 오죽헌 등 많은 명승고적이 있어 피서객이 많이 찾기로 유명하다.



## 4위 거제 바람의 언덕

거제 바람의 언덕은 드라마 촬영지로 이름난 만큼 비주얼이 뛰어나다. 민둥산을 뒤덮은 푸른 잔디밭 위로 감성을 자극하는 풍차가 서 있다. 주변엔 바다가 시원스레 바라다보인다. 한 시인의 시구가 이곳에 숨겨진 러브스토리를 암시한다. ‘바람의 언덕 끝에서 바람이 되어 파도를 따라 해 질 녘 노을로 비우산을 붉게 물들이는 이들의 사랑, 세월은 가도 사랑은 남는다’



## 5위 가평 용추계곡

가평 용추계곡은 수도권에서 멀지 않은 천혜의 수영장이자 식객들의 자연 식탁. 24km에 걸쳐 9개나 되는 절경이 펼쳐진다. 물줄기가 암벽과 능선을 끼고 굽어져 흐르며 곳곳에 천연 수영장을 만든다. 하루에는 용추폭포가 동양화 같이 흐른다. 또 일대에 유원지가 있어 계곡 맛집 탐방이 가능하다.



이미지 : 한국관광공사

### SBI 한줄평

탁트인 절경과 뛰어노는 말들, 그림 같은 여명을 보면 스트레스가 싹 날아갑니다 채원미 | S2팀

자연의 웅장함이 주는 압도적인 기운 그리고 푸른 바다의 아름다움 유성중 | 기업금융3팀

성산일출봉에 가만히 앉아 있으면 여유라는 단어가 어떤 의미인지 알수 있음 유영수 | IB2팀

가족, 연인과 함께 땀 흘리며 올라가서 만끽하는 대한민국 최고의 경치 고덕수 | 리테일영업3팀

제주도 갈 때마다 오르겠다고 늘 다짐하지만 눈뜨면 12시는 함정 최성환 | IT개발팀

※ 베스트 한 줄 평에 선정되신 분들께 '문화상품권'을 드립니다.

SBI pick's 제주 성산 일출봉 27.6%

부산 해운대 26.4%

강릉 경포대 17.2%

거제 바람의 언덕 17.2%

가평 용추계곡 11.5%

## 유튜브로 만나는 이색 푸드

크거나  
작거나  
대단히  
특이하거나

유튜브에서 빠질 수 없는 인기 아이템 중 하나가 바로 음식이다. 음식 먹는 모습을 보여주는 먹방부터 요알못(요리를 알지 못하는 사람들)을 위한 쿡킹 콘텐츠까지. 그런데 그 어느 곳에도 속하지 않는 색다른 컨셉으로 무장한 채널도 눈에 띈다. 평범한 푸드 채널의 한계를 뛰어넘은 이색 푸드의 세계로 초대한다.





이색 음식 채널 1

## 미니 포레스트



이미지 : ©YouTube 미니포레스트

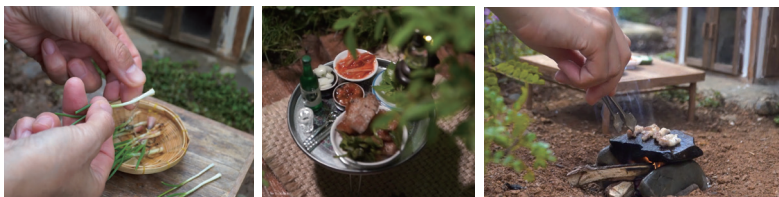


미니포레스트가 주는 첫인상은 시골 풍경을 담은 한 편의 다큐멘터리와 비슷하다. 그러나 조금 더 들여다보면 영상 속 풍경이 진짜가 아니라 가짜라는 사실을 알게 될 것이다. 그것도 그냥 가짜가 아니라 미니 사이즈로 재현한 미니어처 세상.

미니어처 요리를 표방하는 미니포레스트는 한국의 전통 음식을 선보이는 요리 채널이다. 음식은 물론 요리 도구까지 손가락 보다 작은 사이즈다. 이 모든 것이 미니어 처라는 것도 놀랍지만 이 채널이 주는 재미는 단연 요리하는 과정. 음식부터 남다르다. 집에서는 상상할 수 없는 메주를 빚어 된장을 만들거나 빵을 손수 반죽해 화덕에

굽는다. 특히 된장 만드는 영상은 디테일하다. 불린 콩을 가마솥에 넣고 푹 삶는다. 앙증맞은 절구에 넣어 콩을 으깨고, 메주 틀에 넣고 모양을 만든다. 마지막은 지푸라기로 메주를 묶어 띄우기. 실제로 이 메주에는 작지만 진짜 곰팡이가 피었다고 한다.

미니포레스트의 다른 매력은 어렸을 적 할머니, 할아버지를 떠올리게 만드는 시골 풍경이다. 소박한 너와집에 아궁이와 화덕, 그리고 마당에 핀 꽃과 나무가 구독자를 반긴다. 맛보기엔 너무 작은 음식들이지만 그 어떤 먹방보다 군침을 돌게 만드는 힘이 있다. 미니포레스트가 선사하는 색다른 경험이다.



이색 음식 채널 2

## 얌무



©YouTube 얌무



거대한 사이즈의 음식 섬네일을 보는 것만으로도 입이 떡 벌어진다. 초창기에 얌무는 초간단 음식을 소개하거나 먹방 사운드를 전달하는 ASMR에 주력했지만, 최근에는 아예 음식을 거대하게 만드는 대왕 시리즈에 전념하고 있다.

일단 대왕 시리즈는 시각적인 쾌감과 함께 호기심을 자극한다. 가령 사람 몸통보다 큰 특정 과자를 일반 컵보다 50배 정도 큰 종이컵 커피에 찍어 먹는다. 오리지널 과자와 얌무가 만든 대왕 과자를 나란히 전시한 장면은 깨알 같은 재미를 선사한다.

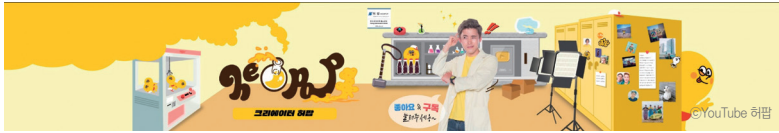
얌무는 아예 먹지 못하는 아이템을 음식으로 승화시키기도 한다. 흙과 지렁이, 시멘트 벽돌, 미세 먼지를 음식으로 만들어 버린다. 심지어 자일리톨로 만든 석탄을 깨기 위해 팽이까지 활용한다. 먹을 수 있는 재료로 만들었다고는 하지만 자연스럽게 눈을 감게 만드는 묘한 영상은 이 채널만의 개성이다.

대왕 시리즈 레시피는 대부분 비공개라고 한다. 재료를 구하기도 힘들지만, 조리법 또한 쉽게 따라 할 수 없기 때문이라고. 사실 채널 얌무는 먹방과 ASMR의 조합에 가깝다. 뇌를 자극해 심리적인 안정을 유도하는 ASMR이 그렇듯, 한번 빠져들면 헤어 나오기 힘든 중독성에 주의하자.





### 허팝



세상 모든 호기심을 해결한다! 채널 허팝의 모토다. 허팝은 엉뚱하지만 한 번쯤 해봤을 상상을 직접 실험으로 재현해 낸다. 콘텐츠가 대단히 방대해 하나로 규정할 수 없지만, 여기서 빠질 수 없는 게 바로 음식을 소재로 한 도전이다.

이를테면 초대형 과자집을 만드는가 하면 수영장 물속에서 콜라를 마신다. 페트병으로 만든 거대 슬라이드를 활용한 국수 먹기는 압권이다. 신선하고 희귀하다 못해 때로는 우스꽝스러운 실험의 연속. 음식 관련 콘텐츠 중 하루 동안 특정 색상의 음식만 골라 먹는 시리즈도 인기다. 빨간색, 핑크색, 파란색, 초록색, 심지어 무지개색 음식

이 등장한다. 색깔 음식이 생각보다 많다는 의외성이 묘미다. 파란색 먹방에서는 파란색이 입맛을 떨어지게 만드는 효과가 있음을 실제로 경험할 수 있다.

허팝은 사투리 쓰는 동네 형 같은 분위기에 실험 과정에서도 아마추어 티를 팍팍 내지만 그의 독창적인 정신은 높이 평가할 만하다. 수박을 젤라틴으로 변신시키는가 하면 수박 속살을 아예 파란색으로 만들어 버린다. 절대 줄지 않는다는 무한 대패 삼겹살 편에서는 웃음이 절로 나온다.

허팝은 보다 다양한 실험을 위해 강남과 용인에 자신만의 연구소를 세웠다고 한다. 그의 멈추지 않는 실험 정신을 응원한다.



### 팀세이카



채널 팀세이카는 설탕을 이용해 다양한 아이템을 만드는 과정을 담고 있다. 꽃이나 나무는 물론 어몽어스, 카카오프렌즈 등 각종 캐릭터를 완성한다. 이걸 설탕으로 만들었다고? 하는 순간 이 채널의 매력이 시작된다.

영상의 시작은 단순하다. 무엇을 만들든 상관없이 설탕과 물, 그리고 물엿과 비슷한 글루코스(glucose)를 넣고 끓이는 데서 출발한다. 여기에 각종 색소를 넣고 반죽을 만든 뒤 두 손으로 치댄다. 엿가락처럼 늘어졌다 뭉쳤다 하는 과정은 생각보다 힘들고 지난한 노동. 반죽이 늘어지지 않고 적당한 상태가 됐을 때 본격적인 공예가 시작된다. 시간이 지나면서 환상적인 색상이 드러나고, 토치로 설탕을 녹이거나 반죽 안에 바람을 불어넣는 과정을 통해 하나의 작품이 탄생한다.

팀세이카는 특별한 장치 없이 영상과 소리만으로 설탕 공예 과정을 충실하게 전달한다. 순백의 설탕 가루가 그럴듯한 작품이 되는 모습 그 자체로도 마음을 뿌듯하게 만든다. 채널 팀세이카의 크리에이터는 인천 지역에 디저트 가게를 운영하고 있기도 하다. 유튜브에 등장하는 아이템을 볼 수는 없지만, 직접 맛보는 디저트의 달달한 맛으로 대리만족할 수 있지 않을까?



## 미래공간 Metaverse의 기회

SF영화 거장 스티븐 스피버그는 2018년 <레디플레이어원>이란 영화에서 메타버스가 대중화된 2045년을 생생하게 그려냈다. 영화 속 먼 미래의 이야기는 불과 3년 후, 하나 둘 ‘오늘의 일상’이 되고 있다. 이렇게 메타버스가 엄청난 속도로 다가오는 원인은 어디에 있을까?

우리는 이미 초기 메타버스와 아바타를 경험한 바 있다. 바로 ‘싸이월드’란 가상세계와 아바타 ‘미니미’다. 싸이월드 사용자들은 각자 도메인에 방이나 캠퍼스 잔디밭 같은 생활 공간을 만들고 자신의 분신인 미니미를 통해 다른 사용자들과 1촌을 맺고 소통했다. 도토리라는 사이버 머니로 취향껏 벽지, 가구 같은 소품을 사들여 자신의 공간을 꾸미고 미니미 머리 스타일과 패션을 관리했다. 가상공간을 배경으로 미니미들이 나란히 서서 기념사진을 찍기도 했다. 우리에게 메타버스란 어쩌면 익숙한 공간일 수도 있다.

메타버스라는 용어는 1992년 미국 소설 <스노우 크래쉬>에서 처음으로 등장했다. 사이버 공간에 만들어진 메타버스에서 사용자들은 아바타(Avatar)를 통해 활동한다. 아바타는 자신의 분신처럼 사용되는 가상 자아 그래픽 아이콘을 뜻한다. 메타버스(Metaverse)는 가상·가공·추상·초월을 의미하는 메타(meta)와 현실 세계를 가리키는 유니버스(universe)의 합성어로 3차원 가상세계를 의미한다. 메타버스와 아바타가 일찍이 구현된 분야는 게임이다. CG기술의 진화와 빨라진 통신 속도가 고도로 정밀해진



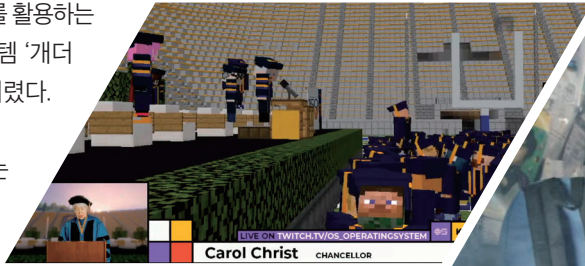
서울시 3D 가상회의 플랫폼 'Virtual Seoul'

게임 속 가상·증강·혼합현실과 아바타를 탄생시켰다. 특히 포켓몬고라는 증강현실(AR) 게임이 출시되면서 대중은 본격적으로 현실과 가상공간의 경계가 흐려진 새로운 세계를 체험했다.

### 코로나19가 불러온 메타버스 무엇이든 현실에서 가상으로 이동한다

게임 속 가상현실이 붓물 터지듯 현실 세계로 쏟아져 들어오기 시작한 계기는 코로나 19 팬데믹이다. 현실 세계에서 사람들의 발을 묶어버리자 UC 버클리대학은 '마이크로소프트'에 마련한 식당에서 졸업식을 치렀다. 비대면, 온라인을 대안으로 이용한 것이다. 국내에서는 순천향대학교가 가상공간에서 입학식을 가졌다. 사이버 공간에 메타버스를 조성해 현실 세계를 재현하는 창의적인 시도가 우후죽순 등장해 메타버스의 활용도가 높아지고 있다.

기업들도 비대면 업무 시스템 확대를 위해 메타버스를 활용하는 추세다. 부동산 정보 앱 직방은 가상 오피스 시스템 '개더타운'을 활용하면서 오프라인 사육을 아예 없애 버렸다. 부동산 회사가 부동산이 없는 셈이다. 가상 오피스에서 아바타를 활용해 회의와 협업을 하는 회사가 늘면서 직장인들의 라이프 스타일에도 지각 변동이 일어났다. 일상 회의조차 화상으로 가능해지니, 100% 재택근무를 할 수 있는 직장인 A씨는 '제주에서 1주일 살기'를 실행에 옮겼다. 근무처가 어디인지는 이제 중요한 요소가 아니다.



게임 '마인크래프트'에서 졸업식을 치른 UC버클리대학교

일뿐만이 아니다. 언택트 시대는 MZ세대가 '노는 물'도 바뀌었다. 네이버의 자회사 네이버 제트에서 전세계로 서비스 중인 3D 아바타 앱 제페토의 경우 가입자



메타버스 제페토를 이용한 네이버 사육투어

수가 2억 명을 넘어선 가운데 이 중 10대 비중이 80%에 달한다. 이를 의식한 듯 엔터테인먼트 업계는 메타버스 시장에 공격적으로 입성 중이다. YG엔터테인먼트는 블랙핑크의 팬 사인회를 제페토에서 열었다. 이에 무려 4,600만 명이나 되는 팬들이 몰렸다. SM엔터테인먼트는 신인 걸그룹 에스파를 실제 인물 네 명과 아바타 네 명으로 구성했다. 각각 현실 세계와 가상세계에서 활동하게 한다는 전략이다.



제페토 가상공간에서 열린 블랙핑크 팬사인회

## 메타버스 렌즈로 새로운 기회를 발견하자

엔비디아·넷플릭스 등 글로벌 기업과 경영자들이 '메타버스 시대가 왔다'고 언급한 만큼 시장의 반응은 뜨겁다 못해 용광로 같다. 마케팅 조사업체 스트래티지애널리틱스(SA)는 메타버스 시장규모가 오는 2025년 2800억 달러(약 315조 원)까지 성장할 것으로 전망했다.



영화 '레디플레이어원' 장면(워너 브라더스)

메타버스 플랫폼과 관련 콘텐츠가 미래 먹거리로 급부상한 계기에는 코로나19 팬데믹이 있다. 그러나 포화 상태인 현실 속 비즈니스 한계를 뛰어넘는 매출 가능성도 한몫을 하고 있다. 메타버스에 익숙해진 소비자들이 가상세계에서도 지갑을 열기 때문이다. 물론 물리적 공간에서는 불가능한 일들이 가상세계인 메타버스에서는 가능한 '판타지 기능'도 역할을 한다.

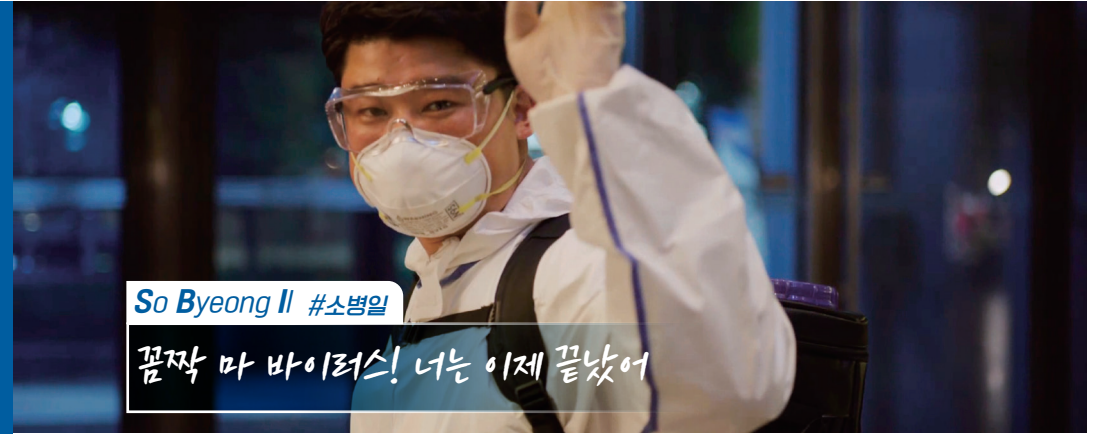
이제 메타버스는 대세이며 무궁무진한 잠재력을 가진 현상이다. 여기에 더해 10대 사용자들이 메타버스 플랫폼에 쏠리면서 엔터테인먼트·게임·유통 등 다양한 산업 분야에서 메타버스를 최신 트렌드로 인식하고 있다. 일례로 명품 브랜드 구찌는 제페토에서 런웨이를 열었다. 크고 작은 다양한 상점들 또한 제페토에 입점해 자사 브랜드 체험 기회를 제공하며 홍보에 열을 올리고 있다. 제페토 내 가상공간에서 판매하는 가방이 400만 원에 팔린 사례가 있다고 한다.

이처럼 메타버스가 창출하는 경제·사회·문화적 가치는 상상 이상이다. 소비자가 먼저 움직이고 있다. 메타버스의 기회를 일찍 발견하는 기업들이 미래를 선점할 것이다.



## 세상의 모든 S·B·I를 찾습니다

세상의 모든 SBI를 찾는 <SBI가 SBI를 찾습니다> 캠페인 시즌2가 시청자들을 찾아간다. 이니셜이 S.B.I라면 사연을 접수하여 TV광고 모델이 될 수 있는 이번 캠페인에서 홈페이지를 통해 응모된 1천여 건의 전국 S.B.I 이니셜 사연 중 가장 의미 있는 두 가지 소재를 선정하였다. 유쾌하고 박진감 넘치는 CF 촬영을 마친 두 주인공! 이번에 새롭게 CF스타가 될 S·B·I는 과연 누구?



Sae Baeng I #새뱅이

안녕하새우~ 이번 CF모델은 나!

### ‘우리 곁에 가까이 있는 SBI’

지난해 11월에 공개된 TVCF에서는 ‘상범이네 도너츠’, ‘신별이’, ‘식빵이’가 출연하여 각자의 일상과 꿈을 그리는 모습을 보여주며 시청자들에게 위로와 공감이 되었고 이는 SBI저축은행을 ‘우리 곁에 가까이 있는 SBI, 더욱 친근한 저축은행’의 이미지를 강화하는데 큰 몫을 하였다. 이러한 긍정적인 반응에 힘입어 이번 캠페인 시즌2가 제작되었다. 이번에는 ‘세상의 모든 S.B.I를 찾는다’는 캠페인의 표어에 맞게 인물, 상호에 국한되지 않고 조금 더 특별한 S.B.I를 CF모델을 선정하였다.

첫번째 주인공은 경기도 평택시에서 방역 업체를 운영 중인 ‘소병일(So Byeong II)’씨다. 코로나19 바이러스로 인해 바쁜 나날을 보내고 있는 그는 이번 광고에서 ‘방역계의 S.B.I’로 등장한다. 두번째 주인공은 새우를 일컫는 충청도 방언인 ‘새뱅이(Sae Baeng I)’다. 민물에서 천적의 위협을 피해가며 아슬아슬한 하루를 보내는 그가 ‘민물계의 S.B.I’로 등장한다.



SBI가 찾은 SBI #120

# 방역계의 SBI

소 병 일



## SBI와 이니셜이 같은 “당신을 응원합니다”

이러한 동기에 따라 광고를 제작한 만큼 지난 시즌1 광고 <상범이네 편>과 <신별이 편>의 경우 '요즘 무척 힘든 자영업자에게 힘이 될 것 같다', '꿈을 위해 열심히 노력하는 주인공의 모습이 공감을 자아냈다'는 평가를 얻기도 했다. 이로써 SBI저축은행의 모든 고객을 대표하여 S.B.I와 이니셜이 같은 모든 분을 응원하고자하는 목표를 현실화하고 있다.

SBI저축은행 소비자 참여형 기업PR 캠페인 <SBI가 SBI를 찾습니다>는 현재 진행형이다. 응모 사이트(www.iamSBI.co.kr)에서 사연을 접수중이며 특별히 시즌2에서는 S.B.I 사연의 범위를 넓혔다. S.B.I 이니셜을 가진 고유명사는 물론이고 방언, 의성어, 의태어 등 우리 주변에 있는 모든 SBI에 대해 사연 응모의 문을 활짝 열었다. 사연이 선정된 참여자에게는 상금 500만원과 TV광고 출연 기회가 주어진다. 매월 추첨을 통해 스타벅스 기프티콘도 제공한다. 캠페인 관련 더 자세한 사항과 참여 방법은 캠페인 사이트에서 확인 가능하다.

## 주변 이웃이나 친숙한 대상 ‘무엇이나’ SBI

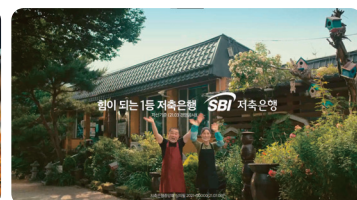
<SBI가 SBI를 찾습니다>는 광고 모델로 유명 배우 대신 주변 이웃이나 친숙한 대상을 출연시킨다는 측면에서 표현기법에 각별히 신경 써왔다. 이와 관련해 지난 광고들의 경우 ‘재미 요소가 많아서 지루하지 않았고 집중도하기 좋았다’, ‘이전 광고와 달리 색다르다’ 등의 평가를 받기도 했다. 이번 새 광고 <소병일 편>에서는 코로나19 방역을 위해 고군분투하는 방역맨의 모습을 유머러스하게 그려냈다. 영화 <고스트버스터즈>를 떠올리는 복장과 SBI버전으로 편곡된 OST는 소비자들의 눈과 귀를 즐겁게 한다. <새뱅이 편>은 KBS 동물의 왕국 성우(설영범)이 나레이션을 맡아 마치 한 편의 자연 다큐멘터리를 떠올리게 하는 연출로 참신함을 더했다.

또 캠페인의 목적이 기업 PR과 사회적 메시지 전달에 있는 만큼 이번 새 광고에도 응원 메시지를 담았다. 특별히 <소병일 편>에는 코로나19 관련 종사자들을 향한 응원의 메시지를, <새뱅이 편>에는 소상공인들을 향한 응원의 메시지를 녹였다. 이를 위해 코로나19 바이러스 방역에 대한 사명감으로 주말도 반납하며 일하는 방역업 종사자 소병일 씨를 광고 모델로 선정하고 새뱅이 매운탕을 실제로 판매하는 식당을 새뱅이 편 광고지로 정했다. 코로나19로 인한 어려움에도 각자의 자리에서 묵묵히 일하는 모든 분들에게 위로와 공감감이 되는 광고를 제작하기 위해서다.



# 민물계의 SBI

새뱅이



# S·B·I의 새 기운을 소개합니다

뜨거운 여름, SBI에 더 뜨거운 열정을 더 해줄 새로운 가족들을 소개합니다.  
그들의 각오와 다짐 그리고 SBI인들에게 하고 싶은 말은?

**Q1.**  
10글자로 내PR을 한다면?

**Q2.**  
SBI저축은행 입사 후 새 직장에서 각오가 있다면?

**Q3.**  
한 번쯤 배워보고 싶거나 체험하고 싶은 위시리스트와 그 이유는 무엇일까요?

**Q4.**  
직장동료가 된 SBI인에게 하고 싶은 말

곽창수



기업금융1사업부 기업금융2팀

**Q1**  
신입의 열정, 경력의 유연

**Q2**  
팀, 부서, 나아가 회사에서 반드시 필요로 하는 직원이 되고 싶습니다.

**Q3**  
스카이다이빙입니다. 익스트림 스포츠를 좋아하는 편인데, 하늘에서 내려다 보는 풍경이 너무나 멋진 것 같습니다.

**Q4**  
업계 최고의 SBI에 잘 융화될 수 있도록 노력하겠습니다. 잘 부탁드립니다!

권영호



기업금융1사업부 기업금융1팀

**Q1**  
여우가 되고 싶었던 꿈 / 정직과 성실은 나의 자산

**Q2**  
기업금융 전문가가 되어 나무도, 숲도 보는 안목을 기르고 싶습니다.

**Q3**  
제 이름으로 수필집을 한 권 내는 게 꿈인데, 아직 인생이 무르익지 않아서 시기는 미정입니다. 본디 책과 글을 좋아합니다.

**Q4**  
좋은 회사, 특히 임직원분들이 좋아한분께 감사하게 생각하고 있습니다. 여신영업파트에서 평범한 요리를 일류로 만드는 소금과 후추 같은 존재가 되겠습니다.

김선유



준법감시실 준법감시팀

**Q1**  
알고 보면 좋은 사람

**Q2**  
항상 많은 업무에 최선을 다하고, 직장에 계신 모든 분들과 원만한 관계를 만들겠습니다.

**Q3**  
액티브한 활동을 좋아해서 스포츠, 취미, 여가 등에서 다양한 액티브한 활동을 배워보고 싶습니다.

**Q4**  
새로 입사하게 되어 모르는 부분이 많지만, 도와주신다면 부족한 부분을 빠르게 채워겠습니다. 잘 부탁드립니다!

반재형



기업금융1사업부 기업금융1팀

**Q1**  
사람을 좋아하는 사람

**Q2**  
업계 최고의 회사에서 인정받는 사람이 되자.

**Q3**  
스카이다이빙, 새처럼 자유롭게 날아보고 싶어서 도전하고 싶습니다.

**Q4**  
능력 있는 선배님들을 만나 뵈게 되어서 영광스럽습니다. 저도 SBI인으로서 부끄럽지 않은 일원이 될 수 있도록 도와주세요.

송만호



디지털금융실 핀테크지원팀

**Q1**  
열정 빼면 시체인 송만호

**Q2**  
RPA 구축했던 경험을 살려 SBI저축은행 자동화 프로세스 고도화를 이끌어 가겠습니다.

**Q3**  
코로나가 얼른 종식되어 가족과 함께 '오로라' 투어를 가고 싶습니다. 제 버킷리스트입니다.

**Q4**  
단순반복의 노고를 RPA로 덜어드리고 싶습니다. 지금 그런 업무 중 이시라면 언제든지 문의주세요.

## 유경식

IB사업부 IB1팀

### Q1

언제나 어디서나 활기참

### Q2

열심 뿐만 아니라 좋은 결과를 내는 SBI인이 되겠습니다.

### Q3

터키에서 열기구를 타고 싶어요. 경관이 매우 아름답다고 합니다.

### Q4

부족한 부분이 많지만 열심히 배워 SBI저축은행의 수익에 기여하는 인재로 성장하겠습니다.



## 이준호

정보시스템실 IT개발팀

### Q1

조용하지만 재밌는 사람

### Q2

회사와 팀에 도움이 되는 사람이 되기 위해 열심히 노력하겠습니다.

### Q3

수영, 아직까지 물을 무서워서 수영을 할 줄 모르는데 기회가 되면 배워보고 싶습니다.

### Q4

이전에도 잘해주셔서 감사했고 앞으로는 제가 더 잘해드리는 사람이 되기 위해 노력하겠습니다. 앞으로도 잘 부탁드립니다. 감사합니다.



## 임국현

기업금융2사업부 기업금융1팀

### Q1

긍정적, 책임감, 열정 가득

### Q2

지속적으로 성장하여 SBI저축은행의 수익에 기여하고 싶습니다.

### Q3

번지점프, 한 발자국 나가지 못해 많은 일을 포기했던 나에게 용기를 북돋아줄 수 있을 것 같아서...

### Q4

직장동료와 더불어 즐겁게 회사 생활을 하며, SBI와 함께 성장하겠습니다.



## 장무성



재무관리실 경영관리팀

### Q1

나를 키운 건 인내와 성실

### Q2

매일이 새로운 배움입니다. 배움에 기뻐하고 업무에 깊이를 더해 성과로 이어지도록 하겠습니다.

### Q3

테니스! 코트에서 모든 에너지와 파워를 쏟아내는 쾌감을 느껴보고 싶습니다.

### Q4

제 이름에 '같이 일하고 싶은 사람'이 연상될 수 있도록 진심으로 대하겠습니다. 그리고 적응에 도움을 준 경영관리팀 모두에게 감사를 전하고 싶습니다.

## 정동섭



기업금융1사업부 기업금융3팀

### Q1

생각보다 잔재주가 많음

### Q2

SBI저축은행 조직에 빠르게 스며들어 올해의 SBI인에 선정되고 싶습니다.

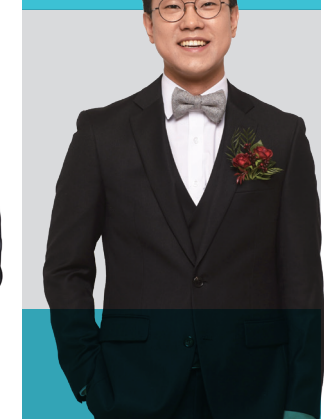
### Q3

스카이다이빙에 도전하고 싶습니다. 극한의 공포에서 느낄 수 있는 짜릿함?

### Q4

신입의 마인드로 열심히 배우고 적응해 SBI와 함께 성장하는 동료가 되겠습니다. 잘 부탁드립니다!

## 최윤석



기업금융1사업부 기업금융3팀

### Q1

젊은 아저씨 딸 바보 아빠

### Q2

온고이지신의 자세로 선배님들의 노하우를 열심히 배우겠습니다.

### Q3

딸아이가 조금 더 자라면 둘이 해외여행을 가보고 싶습니다. 딸아이에겐 다양한 감동을 어려서부터 주고 싶어서요.

### Q4

보탬이 되는 SBI인이 되겠습니다.



## 2021 ESG어워드 ‘저축은행·상호금융부문’ 최우수상 수상

**SBI희망나눔봉사단 중심으로 전세계 ‘희망 나눔’ 사회공헌 실천 기여**  
SBI저축은행은 머니S가 주최한 ‘2021 대한민국 리딩금융 ESG 어워드’ 저축은행·상호금융 부문 최우수상을 수상했다. 머니S는 금융사들의 우수 ESG(환경·사회책임·지배구조) 경영 사례와 성과를 모아 보기 위한 ‘제1회 대한민국 리딩금융 ESG 어워드’를 마련했다. SBI저축은행은 전사적 차원에서 사회적 책임을 다하기 위해 다각적인 사회공헌활동이 높은 평가를 받았다. 2015년 설립한 ‘SBI희망나눔봉사단’을 중심으로 연탄배달과 월동물품 지원 및 기부금·장학기금 조성 등 소외 이웃 지원 사회공헌 활동을 시작으로, 2018년 ‘SBI 희망나눔 글로벌 원정대’를 출범해 몽골과 캄보디아 등 해외 소외계층 아이들을 위한 해외 봉사활동까지 확장했다. 또한 친환경 컨셉의 ‘은행(銀行)이 은행(銀杏)을 구한다’는 ‘은행저축프로젝트’는 시민 참여를 이끌어 내 환경보호 의식 제고에 기여했다는 평을 받았다.



## ‘2021 대한민국 베스트 뱅커’ 베스트 저축은행 수상

SBI저축은행이 서울경제에 주최한 ‘2021 대한민국 베스트 뱅커’에서 베스트 저축은행을 수상하였다. SBI저축은행은 지난 2015년 12월 출시한 중금리 상품 ‘사이이다’는 뜨거운 소비자 반응을 얻으며 이후 ‘SBI중금리바빌론’을 출시해 중금리의 스펙트럼을 넓혔고, 보다 많은 금융소비자들이 중금리 혜택을 받을 수 있도록 서민금융 활성화에 기여한 공을 인정받았다. 그리고 중소기업 지원, 지역 경기 활성화를 위한 금융지원을 통해 정부의 금융정책을 적극적으로 부응하고 있는 점, 2019년 모바일뱅킹 플랫폼 ‘사이이다뱅크’를 출시해 디지털화에 적극적인 점, 핀테크 관련 전문가 영입하고 TFT를 신설하는 등 핀테크 혁신을 선도하는 점, 사회공헌 활동 확대를 통한 사회적 책임에도 적극적인 점 등이 높은 평가를 받았다.

## SBI저축은행, 결식우리아동 지원 ‘행복두끼 프로젝트’ 진행

SBI저축은행이 대구 서구청과 지역 결식우리아동 문제 해결을 위한 ‘행복두끼 프로젝트’ 협약을 체결했다. ‘행복두끼 프로젝트’는 결식우리아동의 하루 최소 두 끼를 보장받을 수 있도록 기업과 지역사회, 지자체가 함께 결식제로(Zero)를 위한 사회공헌 프로젝트다. 이번 협약을 통해 대구 서구 결식우리아동 100여 명이 도시락 배달을 받게 되며, 프로젝트 종료 후에는 대구 서구가 제도편입 및 급식지원 사업과 연결하는 등 대상 아동들에 대한 결식문제 해결을 위한 지원체계가 마련될 예정이다. 이 외에도 SBI저축은행은 소외아동 지원을 위한 다양한 프로그램을 개발에 더욱 노력할 것이다.



## SBI저축은행, 경북비즈니스 고등학교 찾아 금융교육 실시

SBI저축은행이 지난 4일 강서구 화곡동에 위치한 경북비즈니스고등학교를 방문해 재학생을 대상으로 금융교육을 실시했다. ‘알아두면 유익한 금융지식’을 주제로 진행된 이번 교육은 필수 금융상식을 시작으로 심각한 사회문제로 대두되고 있는 금융사기의 종류, 피해 사례, 예방법 등에 대해 집중적으로 교육했다. 또한 진로결정과 취업에 실질적인 도움을 줄 수 있는 금융권 취업에 대한 노하우와 Q&A시간을 가져 많은 학생들의 호응을 얻었다. SBI저축은행은 앞으로도 다양하고 수준 높은 교육프로그램을 개발해 더 많은 학생들에게 실질적인 도움을 줄 계획이다.



## 여러분의 참여를 기다립니다

사내 게시판에서 다음 호 <SBI 체험현장> 참가 신청과 <SBI pick's> 설문에 참여하실 수 있습니다. 임직원 여러분들의 많은 관심과 참여 부탁드립니다.

### <SBI 체험현장> 참가 신청

가족, 동료, 연인, 친구 등과 함께 참여하는 액티비티에 도전해 보세요. 멋진 사진으로 추억을 남겨드리고 참여하신 분께 백화점상품권을 선물로 드립니다.

### <SBI pick's> 설문 참여

임직원 여러분의 가장 많은 선택을 받은 콘텐츠를 소개하는 코너입니다. 참여해주신 분들께 추첨을 통해 소정의 선물을 드립니다.

SBI저축은행 매거진 <희망저축>은 임직원 여러분의 소중한 의견에 두 귀를 쫓긋 세웁니다. 홍보팀 유형근(koomtle@sbisb.co.kr)에게 의견을 보내주세요.

## 편집후기

### 그 시절의 메타버스

이번 세상읽기에서 '메타버스'를 다루면서 저희 세대들에게 익숙한 싸이월드가 예시로 언급되었습니다. 요즘에는 다양한 SNS채널들이 등장하며 소통할 수 있는 공간이 많으나, 2000년대 초에는 싸이월드가 독보적인 대세 SNS였습니다. 당시 가입자가 3,200만명이고 하루 평균 도토리 매출이 1억 5,000만원이었다고 하니 영향력이 엄청났죠.

싸이월드의 미니홈피는 자신의 존재감을 뽐내는 가상공간이었습니다. 도토리를 구입하여 미니미의 방을 꾸미고 취향에 맞는 폰트와 스킨으로 페이지를 꾸미고 힘합이나 팝송을 BGM으로 깔아서 자신을 나타내는 미니홈피를 만들어냅니다. 메인에 노출되는 일촌평과 방명록의 개수는 자신의 인기를 나타내는 척도였고 다이어리에는 그 시절의 감성이 가득한 오그라드는 글들로 채워 넣습니다. 그리고 파도타기를 통해서 관심있는 이성의 미니홈피를 엿보는 재미가 쏠쏠했습니다. 혹시나 '그 아이도 내 홈피를 방문하지 않을까'하는 설렘으로 미니홈피 꾸미기에 더 열중하기도 하였습니다.

이런 싸이월드가 7월부터 '아이디 찾기 서비스'가 시작된다고 합니다. 10~20년 전 친구들과 주고 받았던 방명록과 사진, 동영상들을 모두 복구할 예정이라고 합니다. 반가운 소식이지만 전 아이디를 찾지 않으려고 합니다. 미니홈피에 수많은 오그라드는 글과 사진을 올렸던 저를 마주할 자신이 없거든요. 무슨 내용이 있을지 뻔합니다. '나에게 시련만 안겨주는 세상에 대한 반항심', '날 떠난 그녀가 행복하기를 바라는 아련함', '아름은 나를 더욱 성장시킨다는 성숙함' 등 허세가 가득한 글과 사진들이 남겨져 있을 미니홈피를 생각하니 과거와 거리를 두고 싶어지네요. 지금이야 이성적이고 쿨하며 시크한 30대 직장인 코스프레를 하고 있지만 그때는 순수하게 모든 감정을 드러내던 시기였으니까요. 추억은 때론 상상 속에서만 간직할 때 더 아름다운 것 같습니다.

여러분의 미니홈피는 어땠나요? 혹시 저만 그랬던 건 아니죠? 어쨌든 메타버스의 조상인 싸이월드의 귀환을 환영합니다.

홍보팀 유형근

## 다른 그림 찾기

두 사진에서 서로 다른 부분 다섯 군데를 찾아보세요!

지난 호 다른 그림찾기 정답



1. 서로 다른 곳을 찾아 사진에 표시한 뒤 휴대전화로 사진을 찍으세요.
2. 9월 20일(월)까지 홍보팀 유형근(koomtle@sbisb.co.kr)에게 답을 보내 주세요.
3. 정답을 보내신 분 가운데 추첨을 통해 다섯 분에게 소정의 선물을 드립니다.

