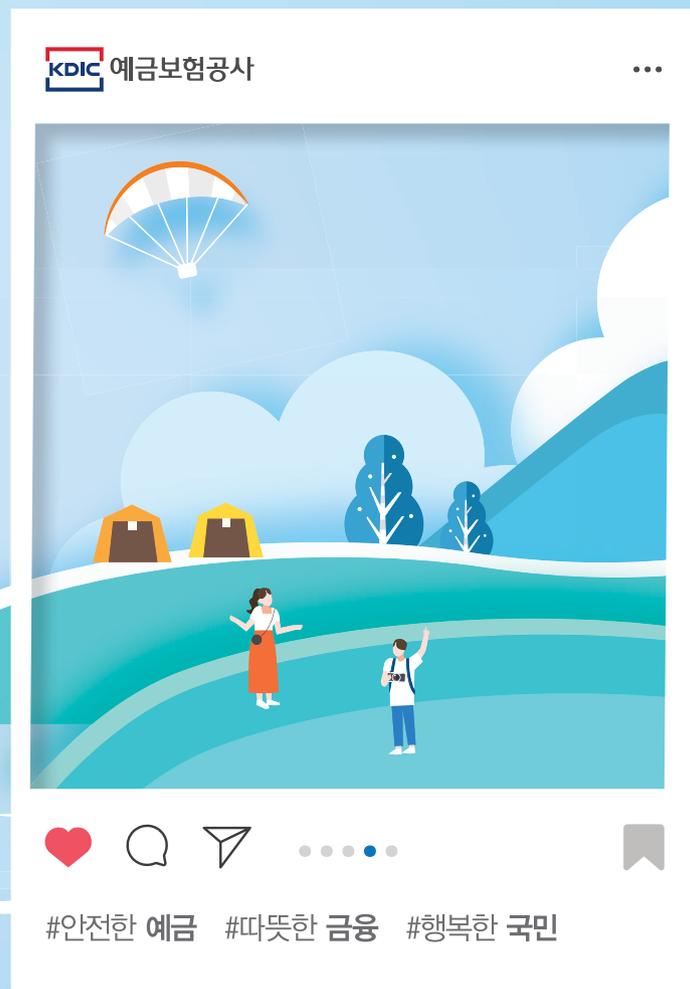


Korea Deposit Insurance Corporation Magazine

# 예보광장

2021 **SPRING+SUMMER**

VOL.48



# 예보광장

2021 SPRING+SUMMER VOL.48

발행일 2021년 7월 29일  
발행인 위성백  
발행처 예금보험공사(www.kdic.or.kr)  
서울시 중구 청계천로 30  
전화 02-758-0114  
팩스 02-758-0040



## 안전한 예금 안심 安心

04  
안심 예보제도 ①  
실수로 잘못 송금했다?  
예금보험공사가 대신 찾아드립니다!

06  
안심 예보제도 ②  
금융소비자와 부보금융회사  
모두를 안전하게, 안심하게!

08  
KDIC Focus ①  
완벽한 대비와 역발상으로  
지역 경제 발전과 일자리 창출을 도모하다

10  
KDIC Focus ②  
메타버스로 만나는 맞춤형 대국민 서비스

12  
금융제도 it슈  
알면 알수록 힘이 되는  
2021년 하반기 달라지는 제도

## 따뜻한 금융 진심 真心

14  
KDIC 루키즈  
2020년 예금보험공사 하반기  
신입사원을 소개합니다!

20  
희망 스토리  
코로나19로 어려움을 겪는  
청년들에게 꿈과 희망을 드려요

22  
KDIC 피플  
동료의 생명을 구한 우리 결의 의인들

24  
KDIC 행복예감  
2021년 상반기 국민 행복을 위한  
예금보험공사의 감동 스토리

26  
Happy Report  
파산금융회사 파산배당금  
이제 모바일로 확인하세요

## 행복한 국민 관심 關心

28  
트렌드 리뷰  
구독경제 시대  
우리의 일상에 스며든 구독 서비스

30  
체크리스트  
사일로에서 시너지로  
더 큰 미래를 향해 가는 방법

32  
역사 속 경제이야기  
틀림 파동, 꽃으로 야기된 거품 경제  
거품처럼 꺼지다

34  
재미있는 경제용어  
왜 경제뉴스에 회색 코뿔소가 나올까?

36  
생활 속 금융 Tip  
똑똑한 보험 활용으로  
톡톡 신나는 휴가 보내기

38  
해피 라이프  
천연세제 삼총사  
장마철 우리 집을 뽕뽕송송 깨끗하게!

40  
건강 백서  
나만의 색으로 나의 삶을 색칠하다

42  
KDIC NEWS

44  
독자선물

## 안전한 예금



### “실수로 잘못 송금했을 때, 예금보험공사가 대신 찾아드립니다”

2021년 7월 6일부터 실수로 잘못 송금했을 때, 힘들게 반환 소송을 하지 않아도 예금보험공사가 대신 찾아줄 수 있게 되었습니다. 착오송금 반환지원 제도 신청을 위해 필요한 것들을 알아보까요?



코로나19 이후 비대면 금융거래가 크게 증가하고 있는 가운데 착오송금 발생건수 역시 빠르게 증가하고 있다. 그리고 지금까지는 착오송금이 발생하면 그 절차가 복잡하고 시간과 비용 부담이 커서 돌려받기가 어렵거나 포기하는 경우가 많았다. 그러나 2021년 7월 6일부터 시행되는 착오송금 반환지원 제도를 이용하면 신속하고 안전하게 돌려받을 수 있게 된다.



# 실수로 잘못 송금했다? 예금보험공사가 대신 찾아드립니다!

## 착오송금 반환지원 제도



### 실수로 보낸 돈, 돌려받기 어려운 돈

매년 비대면 금융거래와 간편결제가 증가하면서 계좌번호나 계좌 명의를 제대로 확인하지 않아 실수로 잘못 송금하는 착오송금 역시 꾸준히 증가하고 있다. 특히 작년 한 해 동안 착오송금 건수는 급격하게 증가했다. 그러나 착오송금이 발생하면 송금인은 금융회사를 통해 수취인에게 반환을 요청하고, 반환되지 않은 경우 소송을 통해서만 회수가 가능하여 시간과 비용 부담이 커져 돌려받기 어렵거나 반환을 포기하는 경우가 많았다. 만약 수취인이 반환을 거부하거나 연락이 닿지 않는 경우 은행은 법적으로 착오송금액을 임의로 인출해 착오송금 피해자에게 반환할 권한이 없었기 때문이다.



### 착오송금? 안전하고 신속하게 반환!

2020년 12월 9일 「예금자보호법」이 개정됨에 따라 2021년 7월 6일부터 송금인이 실수로 송금했을 경우 예금보험공사가 대신 찾아줄 수 있게 되었다. 이것이 '착오송금 반환지원 제도'인데, 지금까지는 착오송금이 발생했을 경우 금융회사를 통해 자진 반환을 요청하고 반환되지 않은 경우 직접 반환 소송을 진행해야 했다. 그러나 7월 6일부터 이 제도를 이용하면 반환되지 않은 경우 예금보험공사에 착오송금 반환지원을 신청하면 된다. 그러면 예금보험공사가 송금인을 대신하여 자진 반환 안내 또는 자진 반환 안내에도 불구하고 수취인이 반환하지 않으면 법원의 지급명령을 통해 회수하여 회수 관련 비용(우편 안내 비용, 지급명령 관련 인지대·송달료 등 비용, 인건비 등)을 차감한 잔액을 송금인에게 돌려주게 된다.



### 착오송금 반환지원 제도

\*제도 시행일 : 2021년 7월 6일

\*반환지원 신청 대상

① 2021년 7월 6일 이후 발생한 5만 원 이상~1천만 원 이하의 착오송금

② 금융회사의 계좌, 간편송금업자의 선불전자지급수단(토스, 카카오페이, 네이버페이 등)을 통해 송금한 경우

송금인	수취인	반환지원 대상
금융회사 계좌	금융회사 계좌	○
간편송금 계정	금융회사 계좌	○
금융회사 계좌	간편송금 계정	X (현재는 송금 불가능)
간편송금 계정	간편송금 계정	X

③ 금융회사를 통해 상대방에게 반환을 요청 후, 미반환된 경우에만 신청 가능  
(착오송금인이 부당이득반환채권 관련 소송 진행 중이거나, 수취인이 사망한 경우 대상에서 제외)

**\*신청 기간 :** 착오송금일로부터 1년 이내 신청

**\*신청 방법 :** 웹사이트(kmrs.kdic.or.kr, PC로만 접속 가능, 모바일은 2022년 개설 예정) 및 방문 신청

**\*소요 기간 :** 신청 접수일로부터 약 1 ~ 2개월 이내

**\*반환 금액 :** 실제 회수 금액 - 회수 관련 비용(우편 안내 비용, 지급명령 관련 인지대·송달료 등 비용, 인건비 등)을 차감한 잔액이며, 반환 단계 등에 따라 개인별로 상이

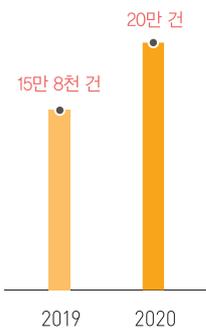
**\*반환지원 신청이 취소되는 경우**

- ① 거짓이나 부정한 방법으로 신청한 경우
- ② 착오송금이 아닌 것이 객관적인 자료로 확인되는 경우
- ③ 관련 소송이 진행 중이거나 완료된 경우 등



### 한 눈에 보는 착오송금과 착오송금 반환지원 제도

착오송금 발생 건수



착오송금 미반환 건수



착오송금 반환지원 제도

시행 전	VS	시행 후
<ul style="list-style-type: none"> <li>소송 기간 : 6개월 소</li> <li>소송 비용 : 평균 백만 원 기준</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>소요 기간 : 1~2개월 이내</li> <li>소요 금액 : 평균 백만 원 기준 (개인별/금액대별 상이)</li> </ul>
60만 원 이상(추정)		5만 원 ~ 9만 원

# 금융소비자와 부보금융회사 모두를 안전하게, 안심하게!

## 예금보험관계 표시·설명·확인 제도

금융상품에 가입할 때 해당 상품에 대해 예금보험 여부나 보호한도 등에 대해 설명을 들은 적이 있을 것이다. 이것은 예금보험제도에 대한 내용을 금융소비자가 알기 쉽게 '표시'하고, '설명'하고, 해당 내용에 대해 이해했음을 '확인'받는 표시·설명·확인 제도에 따른 것이다. 이 제도는 금융상품의 불안전 판매를 방지하여 금융소비자와 부보금융회사간에 금융거래약을 체결할 때 발생할 수 있는 피해를 예방하기 위함이다.



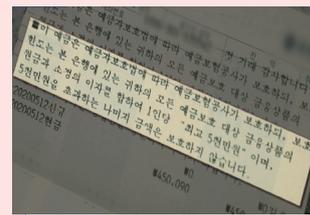
### 예금보험관계 표시제도

#### WHY? 왜 예금보험관계 표시제도가 필요할까?

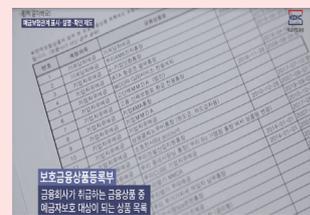
모든 금융회사의 모든 금융상품이 보호 대상은 아니고 '부보'금융회사의 예금'보호'상품만이 보호되므로 금융소비자 입장에서 어떤 상품이 예금보호상품인지 미리 알 수 있어야만 합리적인 금융상품 선택권이 보장될 수 있다.

#### HOW? 예금보험관계 표시는 어떻게 할까?

- ① 예금자보호 안내문 표시 : 예금보호여부 및 보호 한도가 금융상품에 표시될 필요성이 대두되어 예금보험공사는 1997년 법 개정을 통해 예금보험관계 표시제도를 도입, 이에 따라 부보금융회사는 모든 금융상품의 통장, 증권, 홍보물 등에 의무적으로 예금자보호안내문을 표시하여야 한다.
- ② 보호금융상품등록부 : 금융상품의 통장, 증권, 홍보물에 해당 금융상품에 적합한 안내문을 표시함과 더불어 보호금융상품등록부는 금융회사에서 취급하는 금융상품 중에 예금 보호상품이 무엇인지 고객이 알 수 있도록 작성한 목록으로서 금융회사 영업점에 비치되어 있고 홈페이지에도 게시되어 있다.
- ③ 신상품의 보호여부 확인 : 예금보험공사는 부보금융회사의 신상품을 제출받아 상품의 예금보호여부를 판단하고 그에 적합한 예금자보호안내문을 표시하도록 안내하고 있다.



예금자보호 안내문 표시



보호금융상품등록부



# 완벽한 대비와 역발상으로 지역 경제 발전과 일자리 창출을 도모하다



예금보험공사는 여러 가지 요인으로 장기간 미개발 상태였던 강원도 횡성 골프장 부지에 대해 장애 요인에 대한 대비와 역발상에 기반하여 매각을 진행, 회수 극대화, 지역 경제 발전, 일자리 창출이라는 트리플 크라운을 달성했다. 쉽지 않았지만 최고의 효과를 불러일으킨 과정을 살펴본다.

## 9년 간 장애요인으로 묶인 땅

강원도 횡성군 서원면에 위치한 매각대상 부지(골프장 부지)는 신탁, 차명보유자 명의로 등기, 매매계약 후 잔금미지급 등 다양한 소유 형태가 혼재되어 있는데다 실시계획 인가도 취소되어 있는 등 각종 매각 장애 요인으로 인해 지난 9년여 간 7차례의 매각 시도가 모두 무응찰로 실패하여 장기간 미개발로 남아 있었고, 향후에도 매각이 어려울 것으로 전망 되었다.

### 1 전체 사업부지 확보 리스크

골프장 사업의 경우 매수자가 전체 부지를 모두 확보해야 사업 추진이 가능하나 신탁 공매를 통해 신탁 부지를 취득하더라도 근저당 부지는 법원 경매, 잔금 미납 부지는 원 매도자와의 개별 협상이 필요한 상황으로 인해, 전체 사업부지 확보의 불확실성이 매수자에게 부담으로 작용

### 2 인가 관련 행정리스크 및 환경 이슈

2014년 3월 횡성군이 횡성CC 인가를 취소함에 따라 재인가 취득이라는 행정 리스크가 존재했고 매각 부지 상의 폐축사에서 흘러나오는 분뇨로 인해 하천 오염 등 환경오염 관련 행정처벌 및 민원 가능성이 우려되는 상황

### 3 코로나19로 인한 위축된 투자심리

갑작스런 코로나19의 확산으로 자금조달 여부가 불투명하고 레저산업 변화에 대한 불확실성이 증가하여 투자심리가 크게 위축. 회수 극대화를 위한 매각 타이밍 포착의 어려움 및 입찰 과정에서의 코로나19 전파 위험성 또한 존재하는 상황

**장애요인**

- 다양한 부지 소유형태로 인한 일괄매각의 어려움
- 매수인에게 일부 부지 소유권 직접 이전 곤란
- 골프장 실시계획 인가 취소
- 코로나19로 인한 매각일정 지연

**극복방법**

- 매각 주관사를 통한 담보부지 및 권리 일괄매각
- 부지 소유자 등과 협의하여 처분위임 득
- 횡성군과 협의하여 매수자의 원활한 사업 유도
- 언택트 입찰 절차 진행



### 철저한 대비와 전략, 역발상으로 공략한 땅

성공적인 매각을 달성하기 위해 예금보험공사는 자체적으로 실행원칙인 B.T.S.\*를 수립하고 이에 맞춰 철저한 사전준비를 진행했다. 여기에 시장상황에 대한 면밀한 분석과 예측을 통해 매각을 위한 최적의 순간을 포착하고 이후 전략적인 과정 관리를 통해 직전 유찰가(135억 원) 대비 3.2배인 430억 원에 매각을 성사하는 초유의 성과를 달성하게 된다. 토지소유자 확보서 취득원료, 골프장 사업에 우호적인 환경 조성이라는 철저한 사전준비를 통해 투자 기피 요인을 파악하여 일괄 매각 방안을 수립하고, 법률·회계 전문가와의 협업으로 매수자가 전체 사업 부지를 신속히 확보할 수 있는 환경을 조성했으며, 지자체와 지속적 협의를 통해 지자체의 적극적인 협조를 얻을 수 있었다. 사실 갑작스런 코로나19 확산은 자금조달 여부를 불투명하게 하고 투자심리를 감소시키는 요인으로 작용하여 일반적으로 부정적 매각환경을 조성한다고 인식되었다. 하지만 이러한 상황에 대해 역으로 생각을 전환하여, 해외 레저 수요의 국내 전환 및 실외 활동에 대한 수요 증가를 예측하고, 오히려 지금이야말로 골프장 부지를 매각하기에 최적의 시점이라고 판단하여 골프장 매각 가격 변화 추세 파악, 감정평가법인 등 부동산 시장 전문가 의견 청취를 통해 최적의 매각 타이밍을 포착하고, 신속히 매각을 시행해 회수 극대화라는 성과를 달성하게 된다.

여기에서 중요한 것은 이 모든 추진 과정에 앞서 성공적인 매각 달성을 위한 환경 조성을 위해 자체 실행 원칙인 Process B.T.S.\*를 수립하여 추진 과정에서 맞닥뜨렸던 다양한 상황 변화에 효율적으로 대응할 수 있었다는 점이다.

\*Be Prepared, Take Advantage of Timing, Strategic Process Management.

### 지역 경제 발전과 일자리 창출을 꽃 피우는 땅

작년 한 해를 휩쓴 코로나19라는 대외적 변수에도 불구하고 꾸준히 여러 장애요인을 제거하여 투자 매력도를 제고하고 역발상을 통한 최적의 매각 타이밍을 포착해 직전 유찰가인 135억 원 대비 3.2배인 430억 원에 매매계약을 체결케 되었다. 단순히 표면적으로는 회수 극대화 달성이라는 큰 성과만 보이지만, 그 이면을 들여다보면 이 매각을 통해 얻게 되는 이익은 단순하지 않다.

- ① 매매계약 430억 원 **피해예금자 구제 재원**으로 활용
- ② 건설 수요 및 골프장 시설 영업으로 인한 **일자리 창출 효과** (1,188명 예상)

**골프장 건설** : 720억 원(공사비 추정) X 12.5명(건설 최종수요 10억 원당 취업자수) = **900명**

**골프장 시설 운영** : 매출액 196억 원(수도권 36홀 골프장 '19년 평균) X 14.7명('19년 한은 산업연관표상 서비스·스포츠 최종 수요 10억 원당 취업자수) = **288명**

**골프장 건설 일자리 900명 + 골프장 시설 운영 직원 288명 = 1,188명**

- ③ 골프장 개장시 방문객 증가로 인한 **관광수요 창출**과 이로 인한 지역 세수 확대 등 **지역경제 발전** (부가가치 창출 효과 연간 172억 원 전망)

매출액196억 원(예상) X 0.875('19년 산업연관표상 서비스업 부가가치 유발계수) = **172억 원**

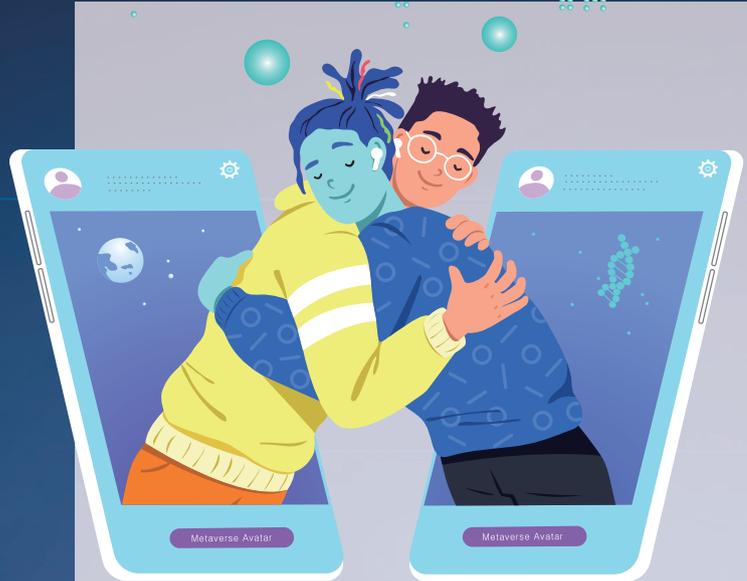
**B**e Prepared

**T**ake Advantage of Timing

**S**trategic Process Management



# 메타버스로 만나는 맞춤형 대국민 서비스



## 가상의 세계에서 만나는 현실 세상

메타버스, 초월 혹은 추상을 의미하는 메타(meta)와 우주, 혹은 세계를 의미하는 유니버스(universe)의 합성어로 기존에 우리가 알고 있던 단순한 가상의 세계가 아니다. 첨단 기술혁신을 통해 무한한 확장이 가능한 가상+현실 세계다. '미국 초딩의 놀이터'라고 불리며 유튜브나 인스타그램과 비교도 안되는 접속량(일 평균 156분)을 기록하고 있는 '로블록스나 3차원 가상 공간 세상을 건설하는 '마인크래프트'처럼 메타버스라고 하면 게임을 먼저 떠올리기 쉽지만 실제로 MZ세대들은 게임 뿐 아니라 일상에서도 자연스럽게 메타버스 라이프 스타일을 즐기고 있다. 가상 공간에서 만나는 가수들의 콘서트나 팬미팅, 공연이나 전시, 커뮤니티처럼 말이다. 메타버스는 단순히 가상 세계의 삶이 아니라 현실 세계가 가상의 세계로까지 확장된 셈이다. 쉽게 떠올릴 수 있는 메타버스는 게임 산업이나 엔터테인먼트 산업 쪽이 주를 이루지만 실제로 메타버스와 디지털 신기술의 활용은 우리의 생활 전반에 걸쳐 다양하게 이루어지고 있다. 그리고 예금보험공사 역시 메타버스와 디지털 신기술을 이용하여 맞춤형 대국민 서비스를 제공하고자 한다.

부산에서 서울에 있는 공매 물건의 상태를 가상 공간에서 직접 눈으로 확인하고 주변 환경과 입지 여건까지 함께 살펴본다. 그리고 예금자보호제도에 대해 궁금한 것들을 전화 대신 AI 챗봇 채팅 상담으로 콕콕 집어 궁금한 부분만 맞춤형으로 해결한다. 어느 SF영화에서 볼 법한 일들이 이미 실제로 실행되고 있거나 곧 실행될 예정이다. 그것도 우리 삶과 아주 밀접하게 말이다. 그리고 이것은 새로운 형태로 우리의 삶을 편리하게 해 줄 예금보험공사만의 대국민 서비스로 만나게 될 예정이다.

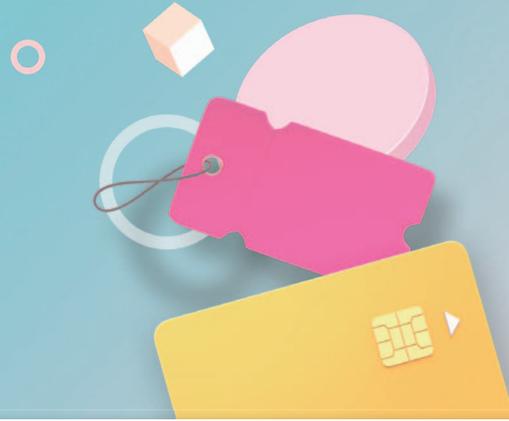
예금보험공사는 한국판 뉴딜 이행과 변화하는 디지털 환경에 대한 신속한 대응을 위해 2021년부터 2023년까지 총 479억 원을 투입하여 D.N.A.(Data-Network-AI) 생태계를 마련하고 비대면 서비스 구축사업을 추진하고 있다.

정부 중점과제	공사 주요 추진과제
비대면 서비스 확대 (비대면 산업 육성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 예금보험금 모바일 신청 등 대국민 IT서비스 강화</li> <li>▲ 언택트/모바일 업무 체계 구축</li> <li>▲ 통합커뮤니케이션 인프라 확대</li> </ul>
맞춤형 서비스 혁신 D.N.A. (Data-Network-AI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 인공지능(AI) 챗봇 기반 콜상담 시스템</li> <li>▲ VR 부동산 공매정보 및 메타버스 기반 서비스 구축</li> <li>▲ 경영지원을 위한 전자 자원관리시스템 구축</li> </ul>
데이터 활용과 민·관 협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 데이터 통합분석 DB 구축 및 시각화를 지원하는 BI포털 구축</li> </ul>
디지털 인프라 확충 (그린뉴딜·안전망 강화)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▲ 대규모 금융부실에 대응 가능한 IT인프라 구축</li> <li>▲ IT신기술 도입에 따른 정보보안 고도화</li> <li>▲ 통합보안관제센터 설치</li> </ul>

### 내가 원하는 정보를 폭넓게, 입체적으로 제공받는 VR공매정보 서비스

이 중에서도 우리가 곧 만나게 될 서비스는 VR을 기반으로 하는 공매정보 제공 서비스다. 우리가 거래하고자 하는 공매 물건의 상태를 보기 위해서는 직접 방문해서 보거나 아니면 제공되는 정보(사진이나 영상 등)를 보는 방법이 그동안 주를 이루었다. 직접 방문할 수 있는 물리적 여건이 되지 않을 경우 사진과 영상처럼 2차원적인 정보에 의존할 수밖에 없어서 매우 한정적인 정보를 제한적으로 보는 방법만으로 확인할 수 있었다. 이렇게 비대면 상황의 불편함을 해소하기 위하여 예금보험공사에서는 대상 부동산을 선정하여 VR콘텐츠를 제작, '예보공매정보' 홈페이지를 통해 해당 부동산의 VR공매 부동산 정보를 제공할 예정이다. VR기술을 이용하여 공매 부동산 정보를 제공할 경우, 직접 내부에 들어가 구석구석 살펴보는 것처럼 꼼꼼하게 상태를 볼 수 있으며, 사진처럼 제한적이고 일방적인 정보가 아닌, 내가 원하는 정보를 원하는 시간에 원하는 방식으로 능동적으로 제공받을 수 있다는 점이 가장 큰 장점이다. 또한 해당 공매 부동산 주변의 환경과 입주 여건 역시 함께 확인할 수 있어서 보다 입체적이고 폭넓은 정보를 제공받을 수 있다. 예금보험공사는 앞으로도 메타버스를 활용한 예금보험제도 체험관 구축과 AI챗봇 도입 등 디지털 신기술을 이용한 새로운 형태의 대국민 서비스를 발굴하고 구축하여 디지털 혁신 분야에서 공공기관을 선도할 예정이다.

# 알면 알수록 힘이 되는 2021년 하반기 달라지는 제도



## 기획재정부

### ■ 지급명세서 등 제출주기 단축

2021년 7월 1일 이후 지급하는 소득분부터 일용근로소득 지급 명세서 및 원천징수 대상 사업소득 간이지급명세서를 매월 제출

### ■ 소액수익계약 한도 상향

수익계약의 금액 한도가 상향되어 수익계약 체결이 이전보다 용이 해짐 (7월 초부터)

- 종합공사: 2억 → 4억 / 전문공사: 1억 → 2억 / 기타공사: 0.8억 → 1.6억
- 소기업·소상공인 물품·용역: 0.5억 → 1억
- 특수지식 등 필요 물품·용역: 0.5억 → 1억
- 여성·장애인·사회적 기업: 0.5억 → 1억

## 행정안전부

### ■ 공시가격 6억 원 이하 1주택자에 대한 재산세율 인하

올해부터 공시가격 6억 원 이하 1세대 1주택자는 주택 재산세 세율이 0.05%p 인하

### ■ 납세자 중심의 주민세 과세체계 개편

2021년부터 사업주가 납부하던 **舊**재산분과 **舊**균등분(개인사업자, 법인)을 사업소분으로 통합하여 세목을 단순화

### ■ 전자기부금영수증 제도 도입

국세청 홈택스에 전자기부금영수증 발급 시스템 구축하여 정식 개통

### ■ 부가가치세 간이과세제도 개편

1억원의 공급대가의 합계액이 4,800만 원 이상이 되는 경우 세금 계산서를 발급하도록 개편

## 금융위원회

### ■ 법정 최고금리 인하

금융회사 대출 및 사인간 거래시 적용되는 법정 최고금리가 24%에서 20%로 인하

### ■ 서민·실수요자 주택담보대출 우대조건 완화 및 우대 혜택 확대

소득기준은 부부합산 8천만 원 이하에서 9천만 원 이하로 상향되고, 가격기준은 투기과열지구의 경우 6억 원 이하에서 9억 원 이하로, 조정대상지역은 5억 원 이하에서 8억 원 이하로 완화

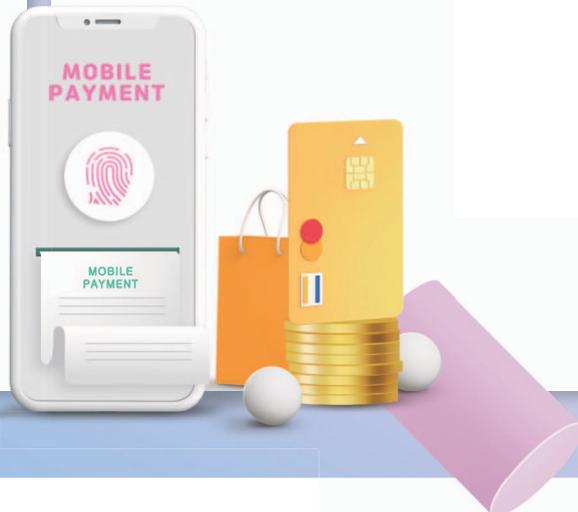
※ 위 요건을 충족하는 경우 받을 수 있는 LTV 우대 혜택이 기존 10%p에서 최대 20%p로 확대(4억 원 한도 이내)

### ■ 청년·신혼부부 등 실수요자의 주거비 부담을 경감

만 39세 이하의 청년과 혼인 7년 이내의 신혼부부는 만기 40년 정책모기지를 이용할 수 있으며, 청년 전용 전월세 대출 지원 한도는 1인당 7천만 원에서 1억 원까지 확대

### ■ 햇살론17 금리 인하

최고금리 인하에 따라 최저신용자 대상 정책서민금융상품인 햇살론17의 금리가 2%p 낮아지고 명칭을 햇살론15로 변경



## 따뜻한 금융

# 眞心

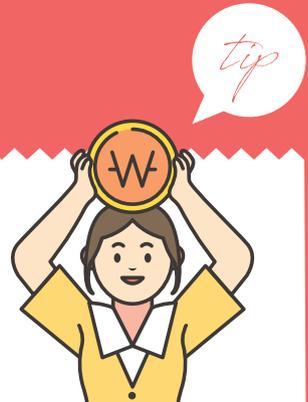


### “예금자보호제도의 보호대상 예금을 알려드립니다!”

1인당 5천만 원까지 예금보호를 받을 수 있는 예금자보호제도, 다들 알고 계신가요?

하지만 모든 예금이 다 보호받을 수 있는 것은 아닙니다. 보호를 받을 수 있는

금융상품과 보호를 받지 못하는 금융상품의 차이, 지금 알아볼까요?



# Yes, KDIC! Go, KDIC ROOKIES!



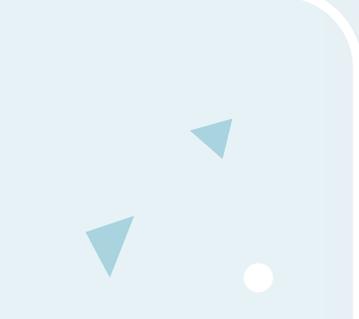
**강보경**

- 1. 나는 예금보험공사의 '비타민' 이다!
- 2. 성장으로 가득할 것이다!
- 3. 초심을 잃지 않고 긍정적인 마음으로 임하겠습니다.



**강지혜**

- 1. 나는 예금보험공사의 '탄산수' 다!
- 2. 광화문 맛집을 클리어하는 해이다!
- 3. 예보의 일원이 되어 영광입니다. 앞으로도 성장해나가는 예보인이 되겠습니다.



미어캣



**강희철**

- 1. 나는 예금보험공사의 '미어캣' 이다!
- 2. 고마운 사람들에게 베푸는 한 해가 될 것이다!
- 3. 정말 오고 싶었던 공사에 발 디딜 수 있게 되어 너무 기뻐했습니다. 초심 그대로, 언제나 최선을 다하는 사람이 되겠습니다!

**구동현**

- 1. 나는 예금보험공사의 '형광펜' 이다!
- 2. 도전으로 가득할 것이다!
- 3. 입사하여 기쁩니다. 다른 글자를 빛나게 하는 형광펜처럼 겸손한 마음으로 임하겠습니다.



**김연아**

- 1. 나는 예금보험공사의 'pooh' 다!
- 2. 건강할 것이다!
- 3. 열심히 배우고 발전하도록 하겠습니다.



# 2020년 예금보험공사 하반기 신입사원을 소개합니다!

**Question**

1. 나는 예금보험공사의 \_\_이다
2. 나의 2021년은 \_\_할 것이다!
3. 입사 소감과 포부는?

**김화성**



1. 나는 예금보험공사의 '연필'이다!
2. 감사할 일이 가득할 것이다!
3. 착실히 하나하나 배워 나가겠습니다.

**김예린**



1. 나는 예금보험공사의 '손전등'이다!
2. 길 앞을 비추는 손전등처럼 더욱 밝게 빛날 것이다!
3. 어제의 저보다 더 크게 성장하는 겸손한 인재가 되겠습니다.



**박진우**



1. 나는 예금보험공사의 '뿌리'이다!
2. 배움의 한 해가 될 것이다!
3. 금융안전망의 한 축인 예금보험공사에서 일하게 되어 기쁩니다. 보험료팀에서 3년간 맞닥뜨릴 직무 기회를 바탕으로, 업권별 주요 지식을 습득하기 위해 노력하겠습니다.

**박세라**



1. 나는 예금보험공사의 '막내 신입'이다!
2. 취미를 찾을 것이다!
3. 주어진 일부터 착실히 해내는 한 해가 되길!



**김한송**

1. 나는 예금보험공사의 '새싹'이다!
2. 한 단계 도약할 것이다!
3. 초심을 잃지 않고 항상 최선을 다하겠습니다.

**배후**

- 1. 나는 예금보험공사의 '가로등' 이다!
- 2. 발판을 잡고 도약할 것이다!
- 3. 예보에 입사하게 되어 영광이며 금융 회계 지식을 통해 성과에 기여하는 인재가 되겠습니다.



**가계부**



**박정은**

- 1. 나는 예금보험공사의 '움트는 새싹' 이다!
- 2. 최선을 다할 것이다!
- 3. 정말 감사하게 생각하고 처음의 마음을 잊지 않겠습니다.

**오세빈**

- 1. 나는 예금보험공사의 '가계부' 다!
- 2. 발전할 것이다!
- 3. 훌륭한 분들과 함께 업무를 수행할 수 있어 영광입니다. 더 귀담아 듣고 배우며 성장하겠습니다.



**선주영**

- 1. 나는 예금보험공사의 '미어켓' 이다!
- 2. 다이나믹 할 것이다!
- 3. 행복합니다. 항상 겸손한 자세로 하나 하나 배우나가는 인재가 되겠습니다.



**비타민**



**오선빈**

- 1. 나는 예금보험공사의 '비타민' 이다!
- 2. 행복할 것이다!
- 3. 항상 열심히 배우겠습니다.



**윤준호**

- 1. 나는 예금보험공사의 '열정' 이다!
- 2. 새로운 마음가짐으로 가득 할 것이다!
- 3. 오늘이 내 인생에서 가장 젊은 날! 하루하루 열심히 살자!

**Question**

- 1. 나는 예금보험공사의 \_\_이다!
- 2. 나의 2021년은 \_\_할 것이다!
- 3. 입사 소감과 포부는?



**이삭**

- 1. 나는 예금보험공사의 '야생동물' 이다!
- 2. 드라마틱 할 것이다!
- 3. 힘든 시기에 한 줄기 희망이 되어준 예보에 감사하고, 더 많은 사람에게 희망을 주는 예보가 될 수 있도록 도움이 되겠습니다.

**우혜영**

- 1. 나는 예금보험공사의 '미소' 다!
- 2. 웃음 가득한 즐거운 한 해일 것이다!
- 3. 항상 긍정적인 자세로 임하며 도전하고 발전하는 인재가 되겠습니다.



**윤현아**

- 1. 나는 예금보험공사의 '마중물' 이다!
- 2. 치열할 것이다!
- 3. 입사일의 설렘과 의지를 기억하며 정진하겠습니다.

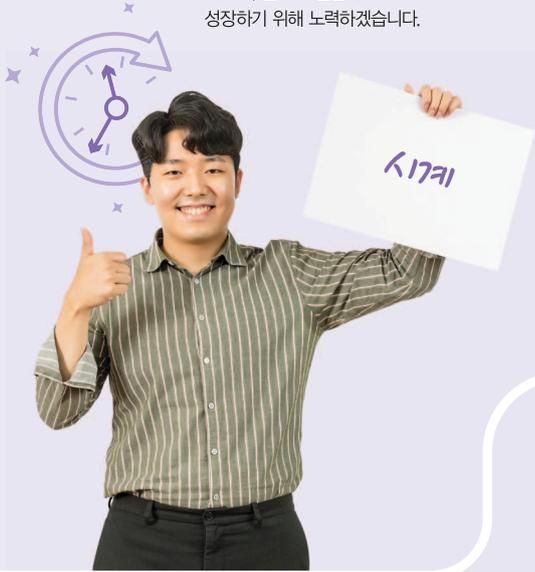


**이수안**

- 1. 나는 예금보험공사의 '파랑새' 대!
- 2. 행복할 것이다!
- 3. 예보에서 함께할 수 있어서 기쁘고 설레는 마음입니다. 앞으로도 이 마음 오래 간직하며 항상 바르고 성실한 모습으로 주변에 좋은 기운을 가져다주는 예보인이 되겠습니다!

**이재경**

- 1. 나는 예금보험공사의 '시계' 다!
- 2. 탄탄대로일 것이다!
- 3. 공사에 입사하게 되어 정말 기쁘고, 앞으로 전문가로 성장하기 위해 노력하겠습니다.

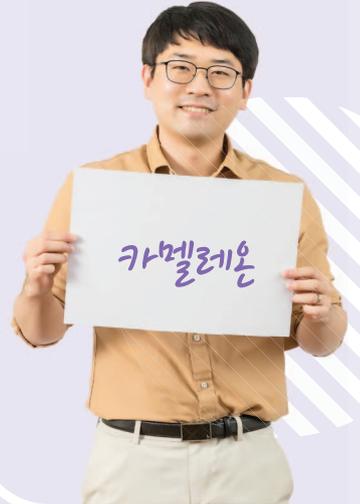


**탐정**



**이은빈**

- 1. 나는 예금보험공사의 '카멜레온' 이다!
- 2. 아홉수와 싸울 것이다!
- 3. 첫 면접날, 입사를 진심으로 바라던 그 마음을 끝까지 잃지 않고 열심히 하겠습니다!



**이승태**

- 1. 나는 예금보험공사의 '탈정' 이다!
- 2. 터닝포인트로 작용할 것이다!
- 3. 지금은 세상이 현금을 무시해도 저는 국민의 예금을 사명감을 가지며 지키겠습니다!

**정재영**

- 1. 나는 예금보험공사의 '새우깡' 이다!
- 2. 새로운 경험들로 가득찰 것이다!
- 3. 늘 처음과 같은 마음으로 최선을 다하겠습니다.



**새싹**



**조나현**

- 1. 나는 예금보험공사의 '새싹' 이다!
- 2. 부지런할 것이다!
- 3. 한결같은 마음으로 열심히 하겠습니다.



Question

- 1. 나는 예금보험공사의 \_\_이다!
- 2. 나의 2021년은 \_\_할 것이다!
- 3. 입사 소감과 포부는?



조은아

- 1. 나는 예금보험공사의 '꼬마' 대!
- 2. 설레임으로 가득할 것이다!
- 3. 꼬마가 새로운 세상을 경험하듯 설레는 마음으로 공사에 적응하고 성장해 나가겠습니다.



이창민

- 1. 나는 예금보험공사의 '씨앗' 이대!
- 2. 다이나믹할 것이다!
- 3. 아직은 투박하지만 다양한 경험을 통해 다듬어져 업무적으로나 대인관계에서나 모두 빛이 나는 사람이 되겠습니다!



이상로

- 1. 나는 예금보험공사의 '새싹' 이대!
- 2. 행복할 것이다!
- 3. 매사에 긍정적인 마음가짐으로 회사생활에 임하겠습니다. 감사합니다



조정숙

- 1. 나는 예금보험공사의 '아침' 이대!
- 2. 모두 잘 풀릴 것이다.
- 3. 일에서 성취를 느끼며 삶에서 보람을 느끼고 싶습니다.



# 코로나19로 어려움을 겪는 청년들에게 꿈과 희망을 드려요

## 미매각 공실상가 공익활용사업

미매각 공실상가. 말 그대로 매각이 이루어지지 않는 비어있는 상가 등으로 예금보험공사에서는 장기간 미매각 상태로 남아있는 공실상가를 사회적 약자나 소상공인 등에게 지원하여 사회적 가치를 실현하고 사업장 매각 활성화를 유도하고 있다. 이러한 사회적 책임경영을 선도하고 있는 예금보험공사의 미매각 공실상가 공익활용사업을 소개한다.

### 비어있는 상가, 사회적 가치 실현의 공간이 되다

2011년부터 2015년까지 부실한 PF(Project Financing) 대출 심사와 슐림 대출 현상으로 당시에 30개의 저축은행이 연쇄 파산 했다. 이에 예금보험공사는 예금자들의 피해를 최소화하기 위해 예금을 대신 지급하고, 지원한 자금을 회수하기 위해 파산 저축은행이 취득한 담보부동산의 매각에 착수했다. 이 중 상당수가 매각되었으나 일부는 인기지역이 아니거나 복잡한 권리 관계 등의 이유로 매각되지 않고 있었다. 예금보험공사는 매각되지 않는 공실상가들을 그대로 비워두기 보다 매각되기 전까지 활용하여 사회적·경제적 가치를 실현함과 동시에 지역 경제를 활성화 시키는 방안을 모색하기로 한다. 즉, 공실상가를 청년사업가나 사회적 약자, 소상공인, 지역주민들이 사용할 수 있도록 하여 비어있는 상가가 훼손되지 않게 하고, 주변 상권의 활성화를 도모하여 장기적으로는 매각 가치 증대에 도움이 되도록 공익적으로 활용하고자 한 것이다. 이는 현 정부가 추진하는 '사회적 가치 실현'이라는 과제와 예금보험공사가 추구하는 ESG 문화의 선도적 실천이기도 하다.

Environment  
Social  
Governance





미매각 공실상가인 올리브상가 132호에 입주한 비건 반려동물용 사료 개발업체 '아케인37'



133호에 입주한 드론 스포츠 개발업체 '팝코즈'

### 청년들과 지역민들이 하나로 모이는 공간이 되다

예금보험공사는 이를 위해 전국에 미매각으로 남아있는 공실상가들을 조사하여 활용 가능성이 있는 사업장을 선정, 이해관계자와 협의 끝에 본격적으로 공익활용을 추진하였다. 그 결과 2018년에 서울 황학동과 상암동, 용인시 죽전동, 충남 아산 등에 있는 미매각 공실상가들이 도예 문화체험 및 전시판매 공간, 지역특산물 홍보 판매 공간 등으로 활용되었으며 2019년에는 서울 논현동과 황학동에 있는 공실상가들이 K-POP 문화체험공간과 청년 예술가 창업오피스, 협동조합 공유 오피스, 마을주민 배움터 등으로 활용되어 청년창업가들의 창업과 지역 경제 활성화에 도움이 되었다. 특히 2019년에 추진한 서울 황학동 공실상가 공익활용사업은 당시 공실로 남아있던 후면상가 15개호 중 4개호를 서울 중구청, 사회단체 등과 협력하여 청년들 및 지역주민들과 함께 활력 넘치는 상가로 만든 결과, 인적이 드문 곳에 위치했던 후면상가를 중심으로 주변 상권이 활성화되어 8년간 매각되지 않았던 나머지 공실상가 11개까지 모두 매각하는 성과를 거두었다.

### 성장을 뒷받침하는 단단한 발판의 공간이 되다

2021년에는 특히 코로나19 장기화로 임대료 납부에 어려움을 겪고 있는 청년창업가를 위해 청주시 오창읍에 소재하고 있는 올리브상가 2개호를 공익 활용키로 하였다. 이를 위해 충북 청년창업사관학교(중소벤처기업진흥공단 산하)와의 협업을 통해 선정된 반려 동물 비건사료 개발업체 '아케인37'과 드론 스포츠 개발업체 '팝코즈'가 임대료 및 보증금을 무상으로 제공받고 관리비만 부담하는 형태로 입주하게 되었다. '아케인37'의 경우 2019년 7월에 창업한 청년 창업 업체로 식량자원의 생산 한계와 지구 온난화에 대한 문제인식에서 출발하여 육류를 대체

할 수 있는 단백질 식품인 식용 곤충을 활용한 비건 반려동물용 사료라는 차별화 된 아이디어를 사업화했다. '아케인37'은 현재 반려동물 시장에서 면역력 증가와 알레르기에 효과가 있는 곤충 사료를 통한 시장 진입이 긍정적이라 판단하고 자사 브랜드(펫트리)로 문화 마케팅을 시도, 틈새시장 공략으로 동남아시아 시장까지 진출할 계획을 가지고 있다. 오창읍에 소재한 올리브상가의 경우 특히 근처에 오창호수공원이 있어 유동인구가 많고, 반려동물을 동반하고 산책을 하는 주 고객층들을 공략할 수 있어 '아케인37'을 통해 해당 상가를 중심으로 주변 상권 활성화까지 기대할 수 있게 되었다.

'팝코즈'는 우리에게도 익숙한 드론을 활용한 드론 스포츠를 개발하는 업체로 드론을 제작하고 전문적인 드론 체험 및 교육 공간으로 해당 상가를 활용할 예정이다. 드론 산업은 군수용, 산업용에서부터 레저, 취미, 스포츠 등으로 확산되고 대중화되고 있는 추세이며 특히 드론 스포츠는 미래 레포츠로서 발전이 기대되고 있다. 이에 '팝코즈'는 단순히 드론을 제작하고 판매하는 것에 그치는 것이 아니라 드론을 활용한 새로운 형태의 스포츠를 제시하고 교육사업을 추진해 나갈 예정으로, 진로체험 교육과 다양한 엔터테인먼트 콘텐츠로까지 확장이 가능하다는 점에서 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대되고 있다.

미매각 공실상가 공익활용사업은 단순히 사회적 가치를 실현하기 위한 노력에 그치는 것이 아니라, 예금보험공사가 추구하는 EGS 문화의 실천사례를 대내외에 공유하여 사회적으로 공유가치창출 문화가 확산되는데 기여하고 있다. 특히, 장기적인 코로나19상황으로 크고 작은 어려움을 겪고 있는 사회적 약자, 소상공인, 청년층들이 단단하게 성장하는 발판이 되어가고 있다. 앞으로도 예금보험공사는 지속적으로 미매각 공실상가를 활용한 공익활용사업을 추진해 나갈 것이다.

# 동료의 생명을 구한 우리 결의 의인들

누군가의 생명을 구한다는 것은  
굉장히 귀한 일임과 동시에  
살아가면서 한 번 겪기도  
어려운 일이다. 그만큼 흔한  
상황도 아니지만 그런 상황을  
맞닥뜨렸을 때 침착하게 조치를  
취한다는 것 또한 어렵다.  
그 쉽지 않은 상황에서 용기와  
지혜를 통해 동료의 생명을  
살려낸 빛나는 두 사람을  
만나보았다.

...

## 제일저축은행 파산재단

기업금융팀 기업채권관리  
**고득수 부장**

개인금융팀 개인채권관리  
**박성식 차장**



하트세이버 인증서



### 정기적인 안전교육의 힘이 발휘 된 순간

작년 11월 9일, 가을에서 겨울로 접어들며 공기가 조금씩 차가워지던 월요일. 어느 때와 다름없이 조금은 더 분주하고 바쁜 점심시간 직전. 장충동에 위치한 제일저축은행 파산재단 사무실에서 근무 중인 고득수 부장(당시 차장)과 박성식 차장(당시 과장)은 아침부터 안색이完연히 창백해 있던 동료 직원이 마음에 걸려 병원에 다녀올 것을 권유하고 있었다. 잠시 쉬면 괜찮다며 본인 의자에 앉아 쉬던 동료는 그러나 한순간 의식을 잃고 몸이 굳은 채로 바닥으로 쓰러졌다. 자칫 생명을 잃을 수도 있는 위험한 상황에 모두가 당황하던 것도 잠시, 평소 공사에서 시행하고 있는 직원 대상 안전교육 내용에 따라 역할을 나누어 재빠르게 응급조치를 취하게 된다. 고득수 부장이 재빨리 심폐소생술을 시행하는 동안 박성식 차장은 1층에 있는 자동심장충격기를 가져왔고 다른 직원들도 119에 신고하고 구급대원이 도착했을 시 신속히 이동할 수 있도록 건물 내에 있는 엘리베이터 1기를 1층에 대기시키고 있었다.

“당시 평소 안전교육에서 들었던 수업 내용과 실습했던 것들을 떠올리면서 즉시 동료의 머리띠를 먼저 풀어 호흡을 도와 주면서 심폐소생술을 시행했습니다. 그리고 1층에서 가져온 자동심장충격기의 패드를 부착해서 교육 받은 대로 사용했습니다. 이 모든 과정은 유선으로 119와 통화하면서 구급 요령을 지도 받아 시행했습니다.”

동료에게 응급처치를 직접적으로 시행한 고득수 부장과 박성식 차장의 말이다. 당시 상황은 꽤 긴박했다. 평소 교육을 받아 심폐소생술을 알고 있다고 해도 막상 실제 상황이 되면 잘 기억나지 않거나 우왕좌왕 하기 쉬워 침착하게 조치를 취하기 어렵다. 특히 같은 사무실에서 근무하는 익숙한 얼굴의 직장 동료이기에 더 경황이 없었을 것이다.

“다행히도 상황이 발생한 후 30초가 경과되기 전에 응급조치를 시행할 수 있었습니다. 당시 동료의 구강에 거품이 가득하고 코호흡 및 맥박이 미약했습니다. 긴장감에 아무 생각도 들지 않았지요. 그때 1층에서 가져온 자동심장충격기를 사용하는데 자동심장충격기의 안내 멘트가 비정상적일 정도로 소리가 커서 정신을 차리는 데 도움이 되었습니다.”

동료가 쓰러진 지 10여 분도 되지 않아 119 구급대가 도착하였고 구급대원에 의한 심폐소생술과 기도삽관 등의 조치 후 응급실로 이송, 다행히 그날 오후에 동료는 의식을 차렸다.



고득수 부장



박성식 차장

### 각자 역할에 충실할 때 빛나는 가치

고득수 부장과 박성식 차장은 당시 심폐소생술로 동료의 목숨을 살린 점을 인정받아 지난 2월 서울 중부소방서로부터 하트세이버 인증서 및 배지를 수여받았다. 하트세이버(HeartSaver)는 ‘생명을 소생시킨 사람’이란 뜻으로 심정지로 죽음의 위협에 놓인 환자를 적극적인 응급처치로 소생시킨 소방공무원이나 일반인에게 수여하는 상이다.

“평소 공사에서 중부소방서와 연계하여 심폐소생술 및 자동심장충격기 사용 방법 등의 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 실습이 마네킹을 대상으로 이루어져 긴장감이 없다는 점에서 실제 상황과 많이 다르지만, 심폐소생술의 전반적인 과정을 경험해 보는 것이 중요하다는 것을 이번에 깨달았습니다.”

평소에도 안전교육에 관심을 가지고 있었다는 고득수 부장과 박성식 차장은 사람으로서, 동료로서 당연한 일을 한 것인데 가족들과 지인, 친구들이 자랑스러워 해줘서 굉장히 뿌듯했으며, 무엇보다 동료가 심정지 후유증 없이 일상 업무에 빠르게 복귀한 모습에 너무 보람되었다고 한다.

“저희 뿐 아니라 빠르게 119에 신고를 하고, 옆에서 굳은 몸을 마사지 해주고, 의식을 찾을 때까지 같이 걱정해 준 모든 동료들, 그리고 신속히 출동했던 구급대원들까지, 모두가 각자의 역할에 충실했기에 가능했던 결과라고 생각합니다.”

제일저축은행 파산재단에서 각각 기업채권관리와 개인채권관리 업무를 맡고 있는 고득수 부장과 박성식 차장. 내가 맡은 업무가 예금자를 보호하고 금융제도의 안정성을 유지하는 데 이바지한다는 생각으로 임하고 있다는 두 사람은, 자신의 자리에서 묵묵히 맡은 바 역할을 다할 때 우리가 살아가는 세상이 조금 더 안전하고 나아질 수 있다는 작은 진리를 잘 보여주고 있다.

## 2021년 상반기 국민 행복을 위한

임직원의 자발적인  
헌혈 참여로  
세상에 온기를 전하다



### 코로나19 혈액 수급난 해소를 위한 임직원 헌혈 캠페인 실시

예금보험공사는 코로나19로 헌혈 참여자 감소에 따른 혈액 수급난 해소에 도움을 주기 위해 지난 1월 노사 공동으로 임직원 헌혈 캠페인 'KDIC 200°C'를 실시하였다. 이번 'KDIC 200°C' 캠페인은 임직원 200명의 연중 자발적인 헌혈 참여를 목표로 하며, 1월 21일부터 이틀간 진행된 행사에서는 총 103명의 임직원이 헌혈에 참여하였다. 위성백 사장은 "임직원들의 작은 실천이 혈액 수급에 조금 이나마 보탬이 되길 바란다"면서 "예보는 앞으로도 공공기관으로서 다양한 사회적 가치 실현을 위해 노력할 계획"임을 강조하였다.

### 우수 사회적기업 후원을 통한 ESG 경영에 부응하다



### 민간 부문과의 협업을 통한 사회적경제기업 지원 활성화 도모

#### 우수 사회적경제기업에게 시상 및 지원금 전달

예금보험공사는 사회적가치연구원 주최로 지난 5월 24일 개최된 '제6회 SK사회성과인센티브어워드'에 후원사로 참여하여 사회적 가치 창출 성과가 우수한 기업을 연구원과 공동으로 선정하여 지원하는 행사를 실시하였다. 200여 개 참가 기업 중 총 6개 기업이 우수 사회적경제기업으로 선정되었으며, 그 중 (주)루트에너지가 혁신금융, 그린뉴딜 및 지역균형 발전 등에 크게 기여한 성과를 인정받아 예금보험공사 사장상을 수상하였다. (주)루트에너지는 재생에너지 관련 클라우드 펀딩 플랫폼 개발·운영을 통해, 기존에 금융기관 혹은 큰 자본금을 가진 사람들만 할 수 있었던 풍력 관련 발전소 등 사업 투자를 누구나 소액으로 직접 투자할 수 있도록 클라우드 펀딩 서비스를 제공하고 있다.

예금보험공사는 환경문제 해결 및 다양한 사회적 가치를 실현하고 있는 소셜 벤처 등 사회적경제기업 후원을 통해 ESG경영 실천에 적극적으로 노력하고 있다.

# 예금보험공사의 감感동 스토리

코로나19 확산으로  
어려움을 겪는  
딸기 수출 농가를 지원하다



## '못난이 딸기' 공동구매 추진으로 푸드 리퍼브 운동에 동참

예금보험공사는 코로나19 확산으로 어려움을 겪고 있는 딸기 수출 농가를 지원하고, 공공기관으로서 푸드 리퍼브 운동에 동참하기 위하여 '못난이 딸기' 공동구매를 추진했다. 못난이 딸기는 당도나 품질면에서 우수하나 외관상 규격품으로 분류되지 못해 수출품에서 제외된 것으로, 농산물 온라인 직거래 플랫폼을 통해 직원들이 직접 구매할 수 있도록 안내하고, 공사에서 후원하고 있는 복지시설 4곳에 기부도 진행했다.

수혜자 맞춤형 지원으로  
사회적 가치를 실현하다

## 코로나19 장기화로 어려움 겪는 사회취약계층 및 농가들 지원

예금보험공사는 2021년 상반기 동안 코로나19의 장기화로 인해 생활난 등 사회적·경제적으로 어려움을 겪고 있는 사회취약계층을 위해 수혜자 맞춤형 지원을 실시했다. 이를 위하여 설 명절에는 11개 지역 20개 시설을, 4월에는 9개 지역 24개 취약시설에 후원금이나 온누리 상품권을 지원했으며, 가정의 달인 5월에는 7개 지역 25개 복지시설에 친환경 농산물을 지원했다. 특히 코로나19로 경제적 어려움을 겪고 있는 농가 지원을 위해 '전국친환경농업인연합회'를 통하여 복지시설 지원을 위한 농산물을 구입하였다. 또한 6월에는 국립정동공장과 협업하여 중구에 위치한 복지시설을 대상으로 공연 관람을 지원하기도 하였다. 예금보험공사는 공공기관으로서 지역과 상생하고, 소외된 사회취약계층에 대한 지속적인 발굴 및 복지 사각지대에 대한 맞춤형 지원을 통해 사회적 가치를 실현해 나갈 계획이다.



# 파산금융회사 파산배당금 이제 모바일로 확인하세요



예금보험공사는 금융 소비자와 금융 취약계층의 입장에서 보다 편리하고 안전한 금융 서비스를 제공하기 위하여 적극 행정을 펼치고 있다. 공공기관으로서 사회적 가치와 포용적 금융에 부합하기 위한 노력의 일환으로 4월 시행하게 된 파산배당금 '모바일 안내 서비스'에 대해 소개한다.

예금보험공사는 금융회사가 파산했을 경우 파산재단의 잔여자산을 현금화해 예금자에게 파산배당금을 지급한다. 지금까지는 이 파산배당금을 예금자가 온라인(예보 미수령금 시스템, 정부24, 은행연합회 등)과 오프라인(우편안내 및 신문 광고)을 통해 직접 확인해야 했다. 그러나 연락이 두절되거나 수령계좌가 변경되는 등의 사유로 파산배당금을 찾아가지 않는 예금자(대부분 10만 원 이하 소액)가 상당수 존재해 예금보험공사는 새로운 서비스를 시행하게 되었다.

바로 '모바일 안내 서비스'를 이용한 파산배당금 안내로 예금보험공사가 통신사와 협업을 통해 예금자의 최신 휴대전화 번호를 확인하여 예금자에게 파산배당금을 직접 공지하는 서비스다(2021년 4월 시행). 이 서비스는 예금보험공사가 개인 정보를 암호화하여 통신사에게 제공하면, 통신사가 예금자의 휴대 전화번호로 안내문을 발송하는 것으로 번호 변경시에도 최신번호로 안내할 수 있다. 특히 PC등을 이용할 필요 없이 언제 어디서나 모바일로 확인 가능한 서비스를 제공하게 되어 주소 불명자와 고령자 등 사회 취약계층으로까지 안내 대상이 크게 확대될 것으로 기대된다.

이 서비스는 코로나19로 현장 방문 등이 어려운 현 상황에서 실효성 높은 서비스를 제공하기 위한 적극행정의 일환으로 예금보험공사는 앞으로도 예금자들이 쉽고 편하게 파산배당금을 찾아갈 수 있도록 공공기관의 사회적 가치 및 포용적 금융에 부합하는 서비스를 제공하도록 노력할 계획이다.

## '모바일 안내 서비스'를 이용한 파산배당금 안내 절차



28 트렌드 리뷰

30 체크리스트

32 역사 속 경제 이야기

34 재미있는 경제용어

36 생활 속 금융 Tip

38 해피 라이프

40 건강 백서

42 KDIC NEWS

행복한 국민

# 關心



## “채무자를 위한 채무조정제도를 알아보까요?”

‘채무조정제도’란 채무를 정상상환하는 것이 어려운 채무자를 대상으로 채무 부담을 줄이고 경제적 자활을 할 수 있도록 돕기 위한 제도입니다. 채무자들의 희망이 되어줄 채무조정제도의 모든 것, 지금 함께 알아보시죠!



내 취향에 맞춘 그림을 매달 배달받아 집을 꾸미고, 내 피부 상태와 계절 변화에 맞춘 화장품을 정기 배송받아 관리한다. 월요일 아침마다 배달되는 제철 식재료로 일주일의 식단을 짜고 분기별로 새로 출시된 자동차를 구독해서 운전한다. 모두 현재 서비스되고 있는 구독경제 서비스들이다. 무한하게 확장되어가면서 소비의 패러다임을 바꾸고 있는 구독경제 서비스는 이제 종이 신문 세상을 별 걸 다 구독하는 세상으로 변화시키고 있다.

참고 KISO저널 제42호 '이용자 관점에서 본 구독경제 현황에 대하여'

### 신문 구독에서 자동차 구독까지

최근 우리 일상에서 흔히 들을 수 있는 단어 중 하나가 바로 '구독'이다. "구독과 좋아요 많이 눌러주세요!"라는 말이 이제는 마무리 멘트로 고정될 정도다. 사실 구독이라는 말 자체는 전통적으로 신문이나 잡지 등의 간행물을 구입해 읽는 것을 뜻했다. 우유나 건강음료, 인터넷 등을 정기적으로 구입하는 행위가 보편적으로 알고 있던 구독이었다. 종이 신문을 읽고 우유를 마시며 하루를 시작하던 장면이야말로 클래식처럼 생각되던 아침풍경이었고, 우리가 생각하던 구독 서비스다. 그런데 최근 몇 년 사이 이러한 전통적인 모델에서 보다 진화한 구독 서비스들이 등장했다. 종이 신문은 인터넷 뉴스로 대체되었고, 고객의 데이터를 바탕으로 개인의 취향과 관심사에 맞춘 다양한 서비스들이 내 손으로 바로 배달되는 세상이 되었다. 넷플릭스 같은 콘텐츠 서비스부터 식재료, 생활필수품과 화장품, 꽃, 자동차, 기호품에 이르기까지 불과 10년 전에는 예상치 못했던 것들을 구독하는 세상이 된 것이다.

## 구독경제 시대

우리의 일상에  
스며든  
구독 서비스



**‘구독’과 ‘좋아요’**

### 나를 위한, 나에게 맞춘, 나만의 서비스

이 구독경제에서 핵심은 바로 '개인'과 '맞춤', 그리고 이 두 가지를 뒷받침하는 '큐레이션'이다. 2010년대 초~중반, 화장품 정기 구독인 '미미박스'와 꽃 정기 구독인 '꾸까'가 현재 우리가 알고 있는 형태의 구독경제 서비스를 시작하면서 많은 사람들의 흥미를 불러일으켰다. 초기에는 개인별 맞춤보다는 큐레이션 쪽 비중이 컸지만 고객의 데이터가 쌓이고 이를 기반으로 개개인에 맞춘 서비스를 제공하는 쪽으로 점차 진화해 나갔고, 제공하는 서비스의 종류와 형태 또한 다양해졌다.

이렇게 구독경제가 근 몇 년 사이에 급격하게 확산되고 발전하게 된 바탕에는 MZ세대가 주 소비계층으로 떠오른 것과 관련이 크다. MZ세대는 스마트폰, 소셜미디어처럼 IT기술과 새로운 플랫폼에 대한 장벽이 낮고 빠르게 받아들여 생활화한다. 특히 이들은 SNS로 소통하고 SNS 상에서 얻는 다양한 경험을 중요하게 여기는 세대다. 이들에게는 물건이나 서비스를 단순히 구매하는 것에 그치는 것이 아니라 SNS를 통해

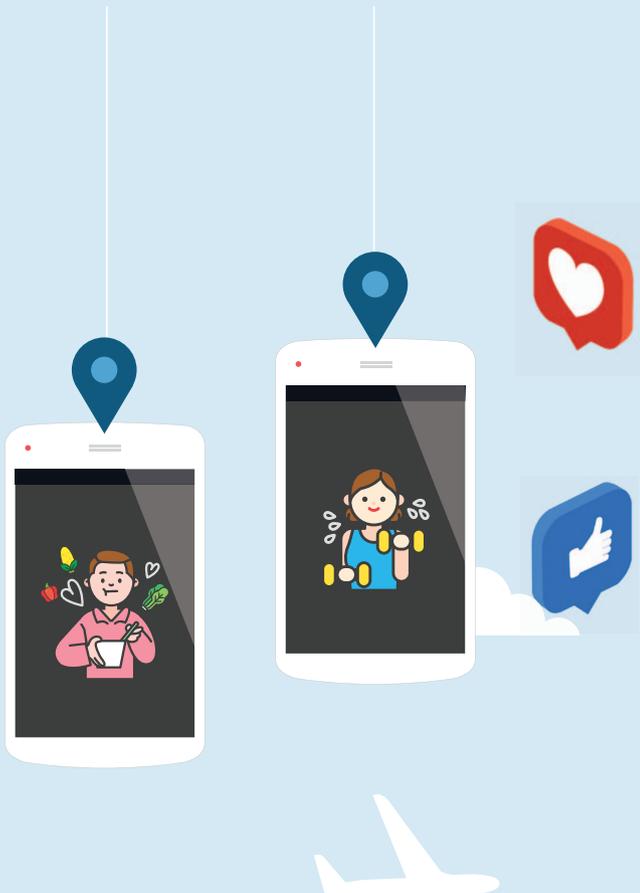
구매하는 과정과 사용해 본 경험, 후기 등을 공유하는 것이 중요하다. 이러한 특징을 가진 MZ세대가 구매력 또한 갖추고 있어 이들이 소비경제에 미치는 영향력이 커진 것이다.

또한 작년에 발생한 코로나19로 인해 비대면 활동이 급격하게 증가하면서 구독경제는 더욱 급성장하게 되었다. 예를 들어 코로나19로 인해 홈코노미(집에서 온라인으로 소비 활동, 경제활동을 해결하는 것)가 급격하게 증가하였고, 특히 홈트레이닝이 각광을 받게 되었다. 앱을 통해 개인의 운동 데이터를 기록하고, 그에 따라 맞춤 게임과 운동하는 방법, 활용 콘텐츠까지 구독 서비스로 제공하는 스타트업까지 생겨났다. 또한 의료계쪽에서도 구독경제를 접목하여 집에서 쉽고 빠르게 셀프로 소변 검사를 하고 이를 통해 자신의 검사 결과 추이를 살펴보는 건강 관리를 할 수 있는 앱도 생겨났다. 이렇게 개인화된 데이터의 축적을 활용해 구독 서비스에 뛰어난 스타트업들 역시 늘어나고 있는 추세다.

### 일상을 채우는 구독 서비스

이제 우리의 일상에 구독 서비스는 완전히 자리 잡았다. 간단하게는 내 건강 상태와 기호에 따른 식단과 식재료를 일정 기간 배송 받는 것부터 시작해서 면도기나 칫솔 같은 생필품을 정기적으로 배송 받아 사용하는 것. 바쁜 1인 가정이나 맞벌이 가정이 빨래 구독 서비스로 빨랫감을 해결하는 것. 영상 플랫폼이나 음악 스트리밍 정기 결제로 원하는 콘텐츠를 즐기고 감상하는 것까지 다양하게 확장되고 있다.

구독경제 시장이 점점 확장되면서 사람들이 원하는 서비스와 요구하는 것들이 점차 많아질 것이고 고객 데이터를 기반으로 한 맞춤형 서비스가 더욱 더 고도화 될 것이므로 데이터 기반 IT기술이 구독경제에 있어서 경쟁력을 갖추는 중요한 요소가 될 것이다. 수집한 데이터를 기반으로 소비자의 니즈와 그에 맞춰 어떠한 경험을 제공할 것인가, 제공하는 서비스의 적절한 구독료는 어떻게 설정할 것인가, 그리고 어떻게 관리를 해 나갈 것인가. 고려해야 될 것도, 준비해야 될 것도 많은 것이 구독경제다. 하지만 앞으로 더욱 고도화, 전문화되어 갈 구독경제는 단순히 지나갈 유행이 아닌 하나의 중요한 메가 트렌드가 될 것이다.



# 사일로에서 시너지로 더 큰 미래를 향해 가는 방법

함께 가야 오래 간다. 이 말 속에는 함께 '발맞추어'라는 또 하나의 문장이 숨어 있다. 함께 발걸음을 맞추지 않고서는 진정 함께 간다고 할 수 없기 때문이다. 대신 발걸음을 맞추며 진짜 '함께'하는 순간, 개인과 개인은 물론이고 공동체 전체에 '시너지'의 기운이 전파된다. 그렇다면 어떻게 발걸음을 맞추고 '시너지'를 향해 나아갈 수 있을까?



## 사일로에서 시너지로, 기업/조직 내 시너지 향상을 위한 체크리스트

- 지나치게 단위조직의 이익을 위한 목표를 설정하고 일하고 있는 않은가?
- 내 일의 성과, 목표관리 보다 고객의 만족도와 경험의 가치를 우선시 하는가?
- 수시로 현재 자신이 하는 일을 서로 간에 알 수 있도록 공유하고, 관련된 토론을 하는가?
- 조직 내에서 업무상 일어나는 갈등이나 거절, 부정적 감정에 대하여 충분한 소통을 통해 해결하고 있는가?
- 업무를 하는데 있어 현재 상황에 대하여 명확하게 소통하고 설득력 있게 표현하며, 말한 것에 대하여 실천하는가?

## 사일로에서 시너지로, 함께 걷기 위한 공감 지수 체크리스트

- 나는 때때로 자기 주장이 강하다는 이야기를 듣는가?
- 나는 타인의 대화나 행동의 의미를 알아챌 수 있는가?
- 나는 타인이 대화에 참여하고 싶어하는 것을 알아챌 수 있는가?
- 나는 타인과 대화를 하거나 함께 행동할 때 어떤 대화 혹은 어떤 행동을 해야할지 모르는가?
- 나는 타인과 대화할 때 내 자신의 이야기를 주로 하는 편인가? 아니면 타인의 이야기를 주로 듣는 편인가?

### 함께 걷는 발걸음을 잡는 사일로 현상(Silo Effect)

사일로 현상 또는 사일로 효과(Silo Effect)라는 용어가 있다. 곡식을 저장해 두는 원통형 모양의 독립된 창고인 '사일로'에서 생긴 경영학 용어다. 한 기업이나 공동체, 조직 내에서 사일로의 생김새처럼 각 부서나 팀이 자기들만의 이익을 추구하는 현상을 일컫는 말로 '부서 이기주의'와 '조직 장벽'을 뜻한다. 보통 기업 간 경쟁이 격화되고, 기업 내부에서도 성과 위주의 평가가 심화될 때 이 사일로 현상이 도드라진다. 그러면 지나친 경쟁 심리로 인해 부서 간 협업이 사라지는 병폐로 나타난다. 조직 전체의 목표와 비전은 사라지고 지나친 경쟁으로 쓸모없는 에너지 낭비 끝에 결국 조직 전체의 경쟁력마저 떨어지게 된다. 함께 가되 발을 맞추지 않고 각자 멋대로 걸어서 오래 가지 못하게 되는 것이다.

때문에 기업들은 사일로 현상이 내부의 역량과 에너지를 낭비하는 요소로 보고 경계한다. 좋은 아이디어나 신기술이 나와도 조직 전체의 이익이 아닌 자기 팀이나 부서만의 이익을 생각해 단점만을 부각시키거나 비방하여 결국 창조적인 아이디어가 지속적으로 나오지 못하는 문제가 발생할 수 있고, 갈등이 지속될수록 조직 내 자원배분도 비효율적으로 이루어질 수 있다. 때로는 조직 내에서 전략과 전술이 충돌해 오히려 기업 전체의 경쟁력을 감소시키는 요인이 될 수도 있다.



### 사일로를 벗어나 함께 걷는 시너지(Synergy)로

부서 이기주의를 이겨내고 함께 발맞추어 걷기 위해서는 무엇이 필요할까? 기본적으로 기업이나 조직 전체가 함께 가져야 할 목표와 비전을 공유해야 한다. 또한 부서나 팀 간에 쟁점이 무엇인지 파악해서 풀어주는 것이 필요하며, 함께 공유하는 가치가 무엇보다 중요하다. 또한 커뮤니케이션을 통해 창조적인 아이디어를 추구하되 서로간의 갈등 요소들을 줄여나가는 노력이 필요하다. 무엇보다 사일로 현상을 해결하기 위해 중요한 것은 바로 구성원간에 서로에 대한 공감대를 형성하는 과정이 필수다. 역지사지(易地思之)의 자세가 필요한 것이다. 하나의 기업, 하나의 조직이라는 것은 정말 다양한 구성원들이 모인 공동체다. 결국 이 다양성을 수용하는 관용이 필요하다.

그렇게 해서 얻어지는 것이 시너지 효과다. 서로 협력하여 한 가지 목표를 달성해 얻어지는 좋은 결과들 말이다. 두꺼운 벽으로 된 사일로 안에 갇혀 각자도생하는 것이 아니라 부서 간에, 팀 간에 벽을 허물어 하나의 동일한 가치를 향해 공감하고 협업을 통해 성과를 낸다. 여기에는 배려와 협력이 동반된다. 좋은 예 중 하나가 사우스웨스트 항공이다. 사우스웨스트 항공의 승무원들은 비행기가 착륙하고 탑승객들이 내린 뒤 청소담당 부서를 배려해 간단한 기내청소를 하는 것을 당연한 것으로 생각하고 있다고 한다. 덕분에 사우스웨스트 항공의 비행기는 이륙 간격 유지라는 강력한 경쟁력을 갖게 되었다. 부서 간 배려와 협력을 통해 벽을 허물고 공동의 가치를 실천해 시너지 효과를 낸 것이다. 함께 가기 위해선, 그에 앞서 함께 '발맞추는 것'이 필요하다. 두꺼운 사일로의 벽을 넘어 함께 걸어갈 때 비로소 내가 속한 기업이나 조직이 오랫동안 갈 수 있지 않을까.

# 튤립 파동, 꽃으로 야기된 거품 경제 — 거품처럼 꺼지다

거품 경제(Bubble Economy). 경기 국면이 실물 부문의 움직임과 괴리되어 거품처럼 실제보다 과대평가되거나 팽창된 경기 상태 즉, 가격이 내재된 가치를 넘어서는 현상을 일컫는 이 경제용어의 첫 시작은 꽃 한 송이였다. 바로 세계 역사상 최초의 거품 경제 현상으로 일컬어지는 튤립 파동(Tulip mania)으로 단지 꽃에 불과한 튤립이 어떻게 현대에 중요한 경제 현상을 일컫는 용어가 되었을까?



튤립 파동을 다룬 헨드릭 포크의 '플로리와 바보들의 수레'



튤립 파동을 배경으로 한 영화 '튤립피버'와 도서 '검은 튤립'

튤립 하면 떠오르는 나라는 바로 네덜란드다. 끝없이 펼쳐진 튤립농장과 색색의 풍차가 어우러진 이국적인 풍경이 금세 머릿속으로 펼쳐질 정도다. 재미있는 사실은 튤립은 유럽에 없던 꽃이었다는 점. 튤립의 고향은 오스만 제국, 현재의 터키다. 그리고 튤립 파동은 바로 여기서부터 시작된다. 튤립이 처음 네덜란드에 소개된 것은 16세기 중반 무렵으로 이 시기에 네덜란드는 스페인의 군사적 위협이 사라지고, 암스테르담이 금융중심지가 되어 금융업이 발달하기 시작했으며, 독일의 30년 전쟁 여파로

체코 등의 식물 산업이 붕괴되어 경제적 호황을 누리던 때다. 자연스럽게 자본이 몰려들었고 사람들은 투자 대상을 물색하기 시작한다. 이때 사람들의 눈에 띈 것이 당시 오스만 제국에서 들어온 신비의 꽃, 튤립이었다.

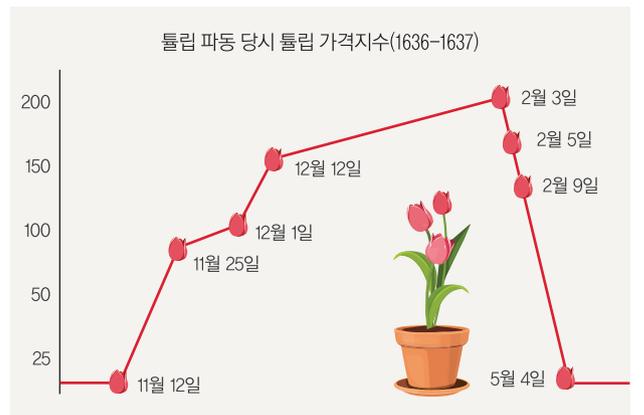
튤립이 처음부터 투자 대상이었던 것은 아니다. 1610년대 당시 튤립은 동방에서 온 희귀하고 이국적인 꽃에 불과했다. 원예가나 애호가들 또는 돈 많은 귀족들이 부와 교양을 과시하기 위해 가꾸는 고급 정원의 컬렉션이었다. 특히 바이러스로 인해 발생하는 희귀한 점박이 모양의 몇몇 튤립들은 사람들의 마음을 사로잡아 점점 그 값어치가 올라가기 시작했다. 이 희귀종들은 단 기간에 쉽게 양을 늘리기도 어려워 잘 키우면 그 자체로 큰 돈이 되었다. 이에 희귀종 튤립의 알뿌리를 확보하려는 움직임이 크게 일어난다. 그리고 당시 넘쳐나는 자본이 이 튤립 투자에 몰리기 시작한 것이다. 처음에는 단순히 희귀한 튤립으로 부를 과시하려는 부유층과 일부 원예가, 애호가들 위주로 시작된 움직임이었으나 점점 가격이 상승하자 그저 마당에서 소소하게 꽃을 키우던 시민들까지 일확천금을 기대하며 튤립 재배에 모든 것을 걸기 시작했다.

본격적으로 시작된 튤립 투자 열풍에 기름을 더한 것은 1630년대 시작된 '선물 계약'이다. 선물 계약이란 미래의 특정 시점을 인수·인도일로 지정해 특정한 기초 자산을 정한 가격에 사고팔기로 약속하는 계약이다. 튤립의 경우 일반 투자 품목과 달리 꽃을 피우야 사고 팔 수가 있는 상품이다. 따라서 꽃을 피우기까지 기다려야 했기 때문에 알뿌리인 구근을 먼저 거래하는 사람들이 늘어났다. 즉, '꽃이 피는 미래 시기에 특정 금액으로 튤립을 사겠다는 선물 계약 자체를 사고파는 거래'가 성행하게 된 것이고, 이 덕에 특정 시기에 상관없이 거래가 가능해져 튤립 거래가 급격하게 늘어난다. 1636년에는 튤립을 거래할 수 있는 거래소가 암스테르담을 시작으로 로테르담, 할렘, 레이든, 알크마, 흐른 등 주요 대도시에 개설된다.

이러한 상황 속에 1636년 12월 튤립 가격이 갑자기 급격하게 뛰기 시작했다. 당시 가장 비쌌던 희귀종 튤립의 구근 하나 가격은 2500길더로 이 금액은 돼지 8마리, 황소 4마리, 양 12마리, 밀 24톤, 와인 2통, 맥주 600리터, 버터 2톤, 치즈 450킬로그램, 은 술잔, 옷감 108킬로그램, 침대 세트 이 모든 것을 살 수 있을 정도의 액수였다. 그런데 해가 바뀌어 1637년 2월이 되면서 가격이 갑자기 하락세로 돌변하기 시작했다. 공급이 수요를 넘어선 것이다. 비이성적으로 폭등 했던 가격은, 마찬가지로 급

격하게 폭락했다. 지속적으로 하락세를 기록해 4개월 만에 최고점에서 95~99%가 떨어졌고 투자자들은 본전의 1~5%만 건졌다고 한다. 여기저기서 어음이 부도났고 채무자들은 넘쳐났으며 튤립 거래소는 가격을 지키기 위해 가짜 경매까지 꾸렸지만 모든 것은 거품처럼 소리 없이 꺼져버렸다. 네덜란드 전체가 혼란에 휩싸였고 정부는 1636년 11월을 기점으로 그 이전 계약을 모두 무효로 하고 그 이후에 맺어진 계약에 대해서는 투자자가 생산자에게 계약금액의 10%를 물어주는 방안을 내었으나 실상 제대로 지켜지지 못했다. 그리고 이 시기를 이후로 황금기를 구가하던 네덜란드는 튤립 파동과 유럽 내 패권 다툼, 영란전쟁 등 여러 상황을 겪으면서 대공황기에 들어서게 된다.

튤립 파동이 오늘날 거품 경제의 시초로 여겨지는 것은 사실이나 근래에 들어 여러 학자들 사이에서 당시의 튤립 가격이 합리적이었다고 네덜란드 경제에 미친 영향은 생각보다 미미했다고 하는 의견들도 많다. 중요한 점은 튤립 파동이 4세기가 지난 현재까지 지속적으로 언급되는 것은 튤립처럼 흔하고 오래 가지 않는 것에 돈이 몰린 사례가 흔치 않다는 점이다. 당시의 상황을 자세히 살펴보면 시간이 지날수록 튤립이 가진 꽃으로서의 가치가 아닌 투자와 거래 그 자체가 주 목적이 되어갔다는 것을 알 수 있다. 또한 현대에 이루어지고 있는 선물 계약, 옵션 계약 등의 시초가 되었다는 점에서 튤립 파동은 비록 거품으로 끝났지만 오늘날 우리에게 많은 것을 남겼다고 볼 수 있다.



참고

**블록미디어 '거품의 역사② 튤립버블'**  
**미래에셋증권 웹진(2017.01) '최초의 버블 사태 1600년대 네덜란드의 튤립 열풍'**



회색 코뿔소, 블랙 스완, 베어 마켓.

뉴스나 기사에서, 또는 드라마나 영화 속 대사를 통해 한 번쯤 들어봤을 익숙한 이 용어들은 사실 경제 현상을 일컫는 용어들이다. 경제 현상을 이해하기 쉽게 설명하기 위하여 이처럼 동물들의 특징에 빗대어 만들어진 경제용어들을 통해 어려운 경제 현상을 쉽고 재미있게 배워보자.

## 왜 경제뉴스에 회색 코뿔소가 나올까?

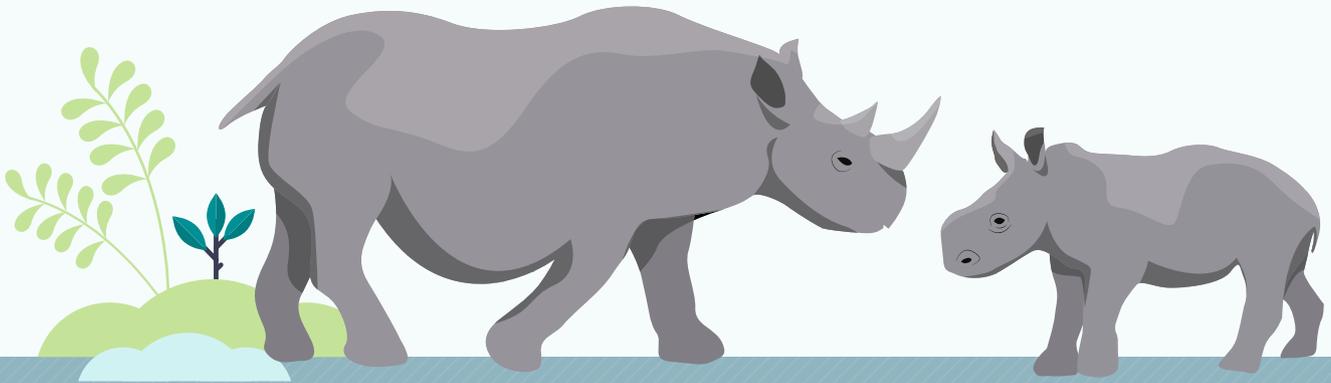
### 동물에 빗댄 재미있는 경제용어들

#### 방탄소년단 노래에도 등장한

#### 회색 코뿔소(Gray Rhino)

작년 11월 미국의 세계정책연구소장이자 세계적인 정책분석가인 미셸 부커가 자신의 트위터에 방탄소년단의 노래 'Blue & Grey'를 언급하면서 "회색 코뿔소를 아름답게 표현해줘서 고맙다. 요즘 내가 생각하던 회색 코뿔소의 이미지와 딱 맞아떨어지는 곡이다."라고 올려 화제가 됐다. 미셸 부커가 만든 용어이자 경제 현상 중 하나를 일컫는 이 '회색 코뿔소'는 사실 신문 기사나 뉴스 속에서 종종 등장하는 용어다. 어떤 상황을 일컫는 말일까?

회색 코뿔소는 '미리 알고 있거나 예방할 수 있음에도 간과하거나 외면하는 잠재적 위험'을 뜻하는 말로, 예상하고 있었으면서도 대처하지 못해 위기를 맞이하는 상황들을 표현한다. 저 멀리 보이는 거대한 회색 코뿔소가 설마 나에게 오겠어? 라는 안일한 마음으로 무시하고 있다가 순간 돌진해 오는 회색 코뿔소에 의해 큰 피해를 입게 되는 상황에 빗대어 2008년 미국의 금융 위기가 세계 경제 위기로 이어진 상황을 비판하면서 사용했다. 당시 미셸 부커는 지도자와 전문가들이 금융 위기가 일어날 것을 알면서도 무시하고 대비책을 세우지 않았다고 비판하면서 2013년 다보스 세계경제포럼에서 이 말을 처음 사용했다.





**세 마리의 백조가 알려주는 위험들**

**블랙 스완(Black Swan), 그레이 스완(Gray Swan), 화이트 스완(White Swan)**

화색 코뿔소와는 달리 블랙 스완은 '발생 확률이 낮아 예측도 대비도 어려우나 발생하면 큰 충격을 야기하는 위험'이라는 의미로 미국의 투자전문가 나심 니콜라스 탈레브가 처음 사용했다. 그는 2007년 동명의 책을 통해 증시 대폭락과 국제 금융위기를 예측했는데, ① 무엇을 모르고 있는지조차 몰랐던 사건 ② 극단적으로 충격이 큰 사건 ③ 예측은 불가능하고 나중에 돌아봤을 때 설명할 수밖에 없던 사건들을 가리켜 블랙 스완이라고 표현했다. 예로 들어 2001년 미국의 9.11테러가 블랙 스완이라고 할 수 있다. 17세기 말까지 백조는 당연히 흰색이라고 생각하던 유럽에서 1697년 네덜란드 탐험가가 호주 남부에서 발견한 검은 백조는 당시 많은 사람들에게 큰 충격을 주었다. 그래서 탈레브는 검은 백조의 발견에 비견할 만큼 전혀 예상치 못했던 사건이나 위험에 대하여 블랙 스완이라는 표현을 사용해 설명한 것이다.

그레이 스완은 '이미 알려졌거나 반복되어 오는 위기임에도 적절한 대처를 하지 못해 위함요인이 계속 존재하는 상태'를 뜻한다. 예고 없이 갑자기 발생하는 블랙 스완보다는 파급력이 적으나 대처 방안이 모호하다는 점에서 까다롭다. 2014년 미국 경제전문 매체가 발표한 2015년 금융 시장에 미칠 그레이 스완(국제유가 급등, 유럽 재정위기 재발, 테러 공포 등)을 보면 그 의미를 알 수 있다.

화이트 스완은 그레이 스완보다 조금 더 일상적인 위기인데, 마찬가지로 '예측 가능하나 제때 적절한 대응책을 마련하지 않아 발생하는 일상화되고 반복되는 위기'를 뜻한다. 블랙 스완과는 대비되는 개념으로 통화정책이나 금융권의 과도한 부채, 금융 시스템에 대한 느슨한 감독과 규제처럼 호황, 거품, 불황 등 역사적으로 반복적으로 되풀이되며 충분히 예측 가능한 위기 상황들을 일컫는다. 예측 가능하다는 점에서 화색 코뿔소와 비슷해 보이나 화색 코뿔소는 위험 요소가 닳았을 때 받는 충격이 상대적으로 크고, 예상하면서도 대처하지 못한다는 점에서 차이가 있다.

**곰과 황소, 개가 주식 시장에 나타나면?**

**베어 마켓(Bear market), 볼 마켓(Bull market), 웨더독(Wag the dog)**

키가 큰 곰은 싸울 때 몸을 크게 일으킨 후 날카로운 발톱을 세운 발로 위에서 아래로 공격한다. 위에서 내리찍듯 말이다. 이 모습이 마치 무섭게 추락하는 주가의 하락 그래프와 같다고 해서 장기간에 걸친 주가 하락이나 거래가 부진한 약세장을 가리켜 증권가에서는 베어 마켓이라고 부른다. 여기에서 베어는 이중적인 의미로 환시세나 시장에서의 주가 하락을 예상하고 행동하는 투자자를 뜻하기도 한다.

볼 마켓은 베어 마켓과 달리 장기간에 걸친 주가 상승이나 강세장을 뜻하는 용어다. 이는 황소가 곰과 달리 싸울 때 자세를 낮추고 뿔을 아래에서 위로 들이받는 모습을 주가 상승 그래프에 빗댄 것으로 뉴욕 증권거래소 앞에 황소상이 서 있는 이유이기도 하다. 여기에서 황소 역시 이중적인 의미로 특정 주식의 가격이 상승할 것이라 판단하고 행동하는 투자자를 가리키기도 한다.

웨더독은 주식시장에서 선물시장에 의해 현물시장이 좌지우지되는 상황을 가리키는데, 한마디로 주객이 전도되는 현상을 뜻한다. 단어 뜻 그대로 현물거래에서 파생된 선물거래의 시장 영향력이 커지는 상황을 개의 꼬리가 몸통을 흔들게 되는 상황에 비유하는 것이다.



# 똑똑한 보험 활용으로 톡톡 신나는 휴가 보내기

본격적으로 시작된 휴가 시즌. 장기화 된 코로나19로 해외 여행이나 사람들이 많은 곳으로 떠나는 것은 아직 조심해야 되지만, 비대면으로 여행할 수 있는 곳으로 드라이브 스루 여행을 떠나거나 조용한 곳으로 떠나 혼자만의 시간을 갖는 등 코로나19 시대에 맞게 휴가를 보내는 사람들이 늘어나고 있다. 오랜만에 쉬는 시간을 가지는 만큼 남들보다 조금은 아끼면서 안전하게, 즐겁게 휴가를 보낼 수 있는 방법을 알아보자.



### 휴가 떠나기 전 챙겨야 할 보험

장기화 된 코로나19로 인해 오히려 국내 여행지, 휴양지들에 여행객들이 몰리고 숙소 예약과 자동차 렌탈 예약이 더 빠듯해지고 있다. 그만큼 자가 운전이나 자동차 렌탈로 국내 여행을 선택하는 경우가 많은 뜻이다. 그리고 그만큼 교통 상해사고 위험 또한 급증한다. 따라서 이번 여름 휴가를 떠나기 전에는 국내 여행을 위한 여행자 보험과 운전자 보험을 꼼꼼하게 알아보고 잘 활용해보자. 특히 기존 보험 시장에서 많이 활성화되지 않았던 소액단기보험들이 앞다투어 출시를 앞두고 있어서 내 상황과 조건에 따라 선택할 수 있는 폭이 넓어질 수 있다.

여행을 떠나기 전 가장 필수적으로 챙겨야 하는 것이 여행자 보험이다. 여행 중에 일어날 수 있는 다양한 사고를 보장하는 것을 목적으로 한다. 대부분 여행일수만큼 가입하기 때문에 보험료가 비교적 저렴하고 합리적이다. 따라서 선택시 필요한 보장을 단기간에 집중시킨 상품을 선택하고, 여러 특약이 묶인 상품보다는 나에게 꼭 필요한 보장만 선택하는 것이 좋다. 특히 여행지에서는 휴대폰이나 캐리어 파손 등의 사고가 나는 경우가 많고, 야외 활동이 많아 야외에서 발생할 수 있는 상해나 질병 등에 대비한 보장이 가능한지 체크해 봐야 한다. 무엇보다 중요한 것은 휴가를 떠날 때 보험금 청구와 관련된 서류들을 알아보고 떠나는 것이다.

### 휴가 전 챙겨야 할 것은 더 있다!

다양한 보험 상품들이 있지만 내 휴가 형태에 맞춰서 기존 보험에 보장을 추가할 수도 있다. 예를 들어 운전자 보험에 상해나 재해에 관련된 보장들을 추가하는 것이다. 특히 상해보험의 경우 실손보험과 달리 특정 상해에 대한 정액보상이므로 보험사별로 보장 내용을 비교하는 것이 중요하다.

또한 휴가 때 잊지 말아야 할 것 중 하나가 바로 반려 동물이다. 1천만 이 넘는 세대에서 반려 동물을 키우는 시대이니만큼 특히 국내로 떠나는 여행이 주를 이루는 이 때에 반려 동물을 동반한 여행을 준비하는 경우가 많을 것이다. 그렇다면 반려 동물을 위한 보험도 한 번쯤 고려하는 것이 좋다. 반려 동물의 경우 사고가 나거나 질병에 걸리면 갑작스럽게 큰 비용을 부담해야 되는 경우가 많기 때문이다. 따라서 치료 비용에 대해 미리 대비하기 위해 펫보험을 드는 경우가 많다. 특히 휴가 기간에 함께 여행을 하게 되면 사고나 질병이 더욱 예상치 못하게 생길 수 있으므로 구체적으로 살펴보고 대비를 할 필요가

### 여행을 위한 보험 체크 리스트

- 여행일수에 맞게 단기 가입이 가능한가?
- 내가 필요한 보장(휴가나 여행에 맞는)만 선택이 가능한가?
- 인터넷으로 가입이 쉬운가?
- 운전자 보험일 경우 운전자와 탑승자, 대중교통 탑승 중 사고까지 보장 받을 수 있는가?
- 신체(질병과 상해)와 금전 사고(휴대폰 파손, 분실 등)를 다양하게 지원하는가?
- 특히 야외 활동시 발생하는 상해와 여름철에 걸리기 쉬운 질병을 보장하는가?
- 가족 단위 휴가를 계획중이라면 자녀 보장도 가능한가?  
기존에 가입한 어린이 보험이 있다면 보장내용을 확인 후에 휴가철에 필요한 보장을 추가할 수 있는가?
- 보험금 청구서류는 챙겼는가?

있다. 펫보험은 장기보험과 일반보험으로 나뉘는데 장기보험의 경우 3년의 보장기간으로 3년 후 갱신될 수 있고, 일반보험의 경우 1년 보장기간으로 1년이 지나면 갱신될 수 있다. 펫보험 가입시 살펴봐야 될 점은 보험 상품마다 자기부담금과 배상책임금이 다르다는 것이다. 특히 나의 반려 동물이 다른 반려 동물에게 피해를 입히거나 타인의 물건을 훼손시켰을 경우 지원받을 수 있는 배상책임금이 천차만별이므로 이 부분을 꼼꼼히 따져보는 것이 중요하다. 또한 앞서 언급한 것처럼 갱신 기간이 1년과 3년으로 다른데 보통 갱신할 경우 처음에 들었던 보장 내용과 달라지거나 해당 보험을 재가입하지 못할 수 있기 때문에 갱신기간이 긴 보험을 선택하는 것이 좋다. 사람 보험과 마찬가지로 보장 내용 역시 보장받을 수 있는 질병과 상해의 내용과 범위를 나의 반려 동물에 맞춰서 선택해야 한다. 또한 예방접종으로 방지할 수 있는 질병이나 임신, 출산, 중성화, 불임 및 피임, 정기검진 등도 보장되지 않으므로 이 부분에 유의해서 보장 범위를 살펴봐야 한다.

# 천연세제 삼총사 장마철 우리 집을 보송보송 깨끗하게!

환경보호에 대한 인식이 높아지고 화학 제품이 아닌 친환경 제품을 사용하거나 직접 천연 재료로 생활 용품들을 만들어 사용하는 노케미족이 늘고 있다. 이에 따라 천연세제에 대한 관심도 높아지고 있는데 그중에서도 친환경 세제, 착한 세제 삼총사로 불리는 베이킹소다, 과탄산소다, 구연산이 우리 생활 곳곳에서 다양하게 활용되고 있다.

## 천연세제 삼총사, 너네는 누구니?

베이킹소다, 과탄산소다, 구연산. 천연세제에 관심이 있는 사람이라면 누구나 아는 이 삼총사는 서로 이름도 비슷하고 생김새도 비슷하다. 그래서 종종 헷갈리거나 잘못 사용하기도 한다. 제대로 알고 사용한다면 효과는 더 높이고, 활용도는 더 넓히고, 환경은 더 안전하게 지킬 수 있지 않을까?

우선 베이킹소다와 과탄산소다, 구연산의 가장 큰 차이점이자 역할과 효과에 직결된 것이 바로 pH 지수다. 중성(pH7)보다 pH 숫자가 클 경우 염기성(알칼리성)이라고 하며, 그 숫자가 높을수록 단백질 분해능력이 뛰어나서 단백질이 주성분인 때가 잘 빠진다. 반대로 중성보다 pH 숫자가 낮은 경우 산성이라고 하며, 산성은 중화 작용을 해서 물 때 같은 염기성 오염을 제거하고 세균 번식을 막는다.

흔히 베이킹할 때 사용되는 베이킹소다는 약알칼리성(pH8)이며 지방산 오염물질을 중화시키고 무엇보다 흡착력이 강해서 기름때를 잘 닦아낸다. 이름이 비슷한 과탄산소다는 보다 강한 강염기성(pH11)으로 강한 세정력을 가져서 주로 산소계 표백제에 많이 들어간다. 특히 단백질 분해 능력이 뛰어나 얼룩제거에 효과적이다. 삼총사 중 막내인 구연산은 반대로 산성(pH2)이라 주로 세균 번식을 막고 물때 제거에 효과를 보인다.



	베이킹소다	과탄산소다	구연산
pH	pH8 약알칼리성	pH11 알칼리성	pH2 산성
용도	세탁, 탈취, 청소	산소계 표백	살균소독, 중화, 유연
찬물용해	○	×	○



### 두루두루 사용하는 천연세제 베이킹소다

약알칼리성인 베이킹소다는 흡착력이 강하고 물건 표면에 상처 없이 오염된 부분을 제거한다. 또한 약알칼리성이라 지방산 오염 물질을 수용성으로 변화시켜 쉽게 기름때를 닦아낼 수 있다. 때문에 잘 지워지지 않는 기름때나 먼지를 효과적으로 제거하는데 쓰여서 세탁할 때 뿐만 아니라 스테인리스 냄비나 가스레인지, 화장실 바닥, 카펫 청소 등에 활용하기 좋다. 탈취 효과도 좋아서 주방이나 욕실, 신발장, 냉장고 탈취에도 유용하게 사용 가능하다. 그리고 산을 중화하고 pH를 일정하게 유지시켜 배수구나 수조 등의 수질 악화를 막는 환경정화 역할도 한다.

#### 💡 베이킹소다 활용 Tip!

- 탈취제:** 부직포나 못 쓰는 양말, 천으로 만들어진 주머니에 넣어서 냉장고 층층마다 넣어두면 냄새 걱정 끝. 신발에도 넣어두면 탈취와 함께 습기도 잡아줘서 장마철에 뽀송뽀송하게 유지할 수 있다.
- 기름때 제거:** 물과 베이킹소다를 섞어 그릇에 담은 후 전자레인지에 넣고 3분 가열 후 잠시 방치해 두었다가 행주로 닦아주면 묵은 때와 냄새를 한번에 제거할 수 있다.
- 카펫 청소:** 카펫에 베이킹 소다와 굵은 소금을 고루 뿌린 후 청소기로 흡입하면 카펫 털 사이에 있는 먼지와 냄새를 한 번에 없앨 수 있다.



### 강력한 세정효과엔 과탄산소다



우리가 흔히 보는 산소계 표백제에는 대부분 과탄산소다가 포함되어 있다. 그만큼 뛰어난 표백 효과와 세정력을 가진 과탄산소다는 특히 단백질 분해 능력이 뛰어나 얼룩제거에 좋다.

#### 💡 과탄산소다 활용 Tip!

- 표백:** 누렇게 변한 흰색 옷을 과탄산소다를 녹인 따뜻한 물에 20~30분 담귀두었다가 세제를 넣고 세탁하면 하얗게 된다.
- 세탁조 청소:** 세탁기에 뜨거운 물을 가득 붓고 과탄산소다를 넣어 녹인 상태로 몇 시간 방치한 후 통세척 모드로 돌리면 세탁조 안에 있는 묵은 때가 씻겨나간다.
- 묵은 기름때 제거:** 인덕션이나 가스레인지 후드의 오래된 기름때에는 과탄산소다를 녹인 물을 뿌리거나 약간의 물에 과탄산소다를 걸쭉하게 개어서 발라준 뒤 못 쓰는 칫솔 등으로 문지르면 제거된다.



### 물때를 제거하고 유연하게 중화할 땐 구연산

구연산은 무색무취의 가루로 세균을 억제하는 작용이 있다. 따라서 유아용품, 가습기 등을 세척할 때, 곰팡이를 방지하는데 안전하게 사용할 수 있다. 또한 중화 작용이 있어 세탁 시 섬유유연제 대신 사용하기 좋다. 구연산은 우리가 익히 알고 있는 매실, 감귤, 레몬 등에 있는 유기산에서 유래한 성분이라서 음료, 식품, 화장품, 의약품 첨가제로 사용되기도 한다.

#### 💡 구연산 활용 Tip!

- 물때 제거:** 물 200ml에 구연산 한 스푼을 녹여 분무기로 거울이나 욕실 물때에 뿌린 후 마른 천으로 닦아주면 물때도 제거하고 곰팡이도 방지할 수 있다.
- 살균 세척:** 구연산을 녹인 물을 아이들 장난감, 유아용품, 식기 등에 묻힌 후 마른 수건으로 닦아주면 살균 세척이 된다. 또한 전기포트에 물과 구연산을 넣고 끓여주거나 스테인레스 재질의 텀블러에 구연산과 끓인 물을 부어준 후 행귀주면 묵은 때 제거와 살균 세척을 한 번에 끝낼 수 있다.
- 섬유유연제:** 빨래 마지막 행굼 때 섬유유연제 대신 넣으면 옷섬유 사이에 남아 있던 잔여 세제를 중화시켜 주어서 옷이 훨씬 부드럽게 된다. 특히 수건, 속옷, 아이들 옷에 안심하고 사용할 수 있다.



## 나만의 색으로

## 나의 삶을 색칠하다

장기화되고 있는 코로나19로 많은 이들의 마음이 힘들고 지쳐가고 있다. 자칫 우울해질 수 있는 우리의 마음과 일상을 다양한 색으로 위로 받을 수 있는 방법을 소개한다.

참고 도서 『몸을 다스리고 마음을 움직이는 색채』

### 색이 주는 위로와 안정

우리가 눈으로 볼 수 있는 모든 사물들은 고유의 색을 가지고 있다. 사물이 빛을 흡수하고 반사하는 정도에 따라 고유의 색채와 밝기가 결정되는 색은 단순히 빛의 흡수와 반사로 일어나는 현상이지만 시각을 통해 그 색을 인지하고 받아들이는 우리에게 다양한 심리적인 반응을 일으킨다. 컬러테라피(color therapy)는 이러한 색의 에너지와 성질을 심리 치료와 의학에 활용해 스트레스를 완화시키고 활력을 불러일으키는 요법으로 단어 그대로 색을 뜻하는 컬러와 치료 또는 요법을 뜻하는 테라피의 합성어다. 컬러테라피는 특히 21세기에 들어 의학자들에 의해 다양한 치료와 연구가 진행되고 있으며 대체·보완 의학으로 주목받고 있다. 미국의 신경외과 의사 노먼 쉘리(Norman Shealy)는 색마다 지니고 있는 고유의 빛 에너지가 우리의 뇌에 반응을 주어 변화를 일으킨다고 한다. 그래서 색이 있는 광선을 이용하여 통증과 우울증을 치료하고 있다.

### 색마다 가지는 고유 에너지

이러한 색의 특성을 이용하여 인테리어, 스타일링, 치료 등 다양하게 활용할 수도 있지만, 간단하게 도안에 원하는 색을 직접 칠하는 컬러링 즉, 색칠하기만으로도 우울한 마음을 덜어내고 스트레스를 해소하는데 도움이 된다. 방법은 다양하다. 학창 시절 미술시간에 했던 것처럼 도화지에 원하는 도구(색연필, 수채화물감, 유화물감, 파스텔, 크레파스 등)로 그림을 그리고 색을 칠하는 것부터 시작해보자. 나는 그림에 자신이 없고 무엇을 그려야할지 모르다면? 다양한 주제로 나와 있는 컬러링북을 하나 구매하거나 인터넷에서 도안을 받아서 색을 칠해보자. 전통적인 색칠 도구들을 사용할 수도 있고, 컬러링북 앱으로 마음껏 그리고 칠할 수도 있다.

색을 칠하는 규칙은 없다. 색상 조합도 필요없다. 우선은, 내가 원하는 색 또는 끌리는 색으로 마음껏 칠해보자. 보이는 대로 칠해도 되고, 마음속에 떠오르는 감정이나 이미지를 색으로 표현해도 된다. 똑같은 사과여도 오늘은 빨간색일 수 있고, 내일은 초록색일 수도, 노란색일 수도, 무지개색일 수도 있다. 컬러링은 정해진 수학 공식이 아닌, 나의 마음의 표현이며 내가 세상을 바라보는 시각이기 때문이다. 예쁘게 잘 칠해야 된다는 부담을 내려놓는 것이 중요하다. 나의 마음을 들여다보고, 나의 세상을 나만의 색으로 만들어가는 것. 이것이 첫 걸음이다.

### 기분에 따라 색을 선택해보자!

#### ● 노란색 : 스트레스 완화

우리 몸은 스트레스를 받으면 이에 대항하기 위해 아드레날린 호르몬을 부신에서 만들어 분비한다. 이때 비타민C가 중요하게 사용된다. 비타민C가 풍부한 음식으로는 레몬, 귤, 망고, 파인애플 등 노란색 과채류가 많다. 그래서 노란색 과일을 섭취하면 스트레스를 해소하는데 도움이 된다. 비타민 보조제 상품이나 마케팅에 노란색이 자주 사용되는 이유도 바로 이것이다.

#### ● 초록색, 갈색 : 만성피로

초록색은 혈액 히스타민의 농도를 높여 혈관을 팽창시키고 피부 손상시 다량으로 손상된 부위를 빠르게 호전시켜 우리 몸에 유익한 신진대사를 일으킨다. 마찬가지로 갈색의 경우 행복 호르몬이라 불리는 세로토닌 합성을 촉진시켜 피로를 완화시킨다.

#### ● 파랑색 : 안락함

파랑색은 혈압과 호흡, 심장 박동수를 낮추는 효과가 있다고 한다. 따라서 우리의 기분을 차분하게 만들고 안락하게 한다. 그래서 침실이나 욕실 등 쉬를 주는 공간에 많이 사용되기도 한다. 안정이 필요할 땐 파랑색을 사용해보자.

#### ● 빨간색 : 에너지

파랑색과 달리 빨간색은 아드레날린을 불러일으켜 에너지를 불어넣는다. 맥박, 호흡수, 심장 박동 또한 높인다. 따라서 침실 같은 공간보다 리빙룸이나 다이닝룸에 사용하는 경우가 많다. 에너지가 필요할 때는 빨간색을 적절하게 사용해 보는 것도 좋다.

### 추천! 컬러링북 앱

#### Happy Color 컬러링북, 숫자 색칠 게임

숫자로 채색하여 현대 미술 작품을 색칠하는 아트 드로잉 게임. 동물과 식물, 문자부터 만다라까지 수십 가지의 색칠하기 카테고리 있다.



#### Tayasui Color2

동근 선으로 이루어진 귀엽고 다양한 일러스트 원화와 함께 다양한 브러쉬와 컬러 에디터 기능이 제공되는 컬러링북 앱이다.



#### ColorPlanet

다양한 스타일의 꽃, 동물, 사람, 음식 풍경 등을 유화 스타일로 칠해볼 수 있는 컬러링북 앱이다.



# KDIC NEWS



## 국가정책 홍보를 통한 지역발전 유공 대통령표창 수상

예금보험공사는 1월 28일 행정안전부 주최로 열린 '2020년 지역발전 유공 정부포상'에서 정부단체표창 최고의 영예인 대통령표창을 수상했다. 공사는 예금자보호제도 안내를 위하여 제작·배포중인 예금자보호 안내자료에 정부의 도로명 주소 이용 활성화 안내 문구를 반영하여 부모금융회사 전체 영업점에 14만 부를 배포해 금융거래 뿐 아니라 일상생활 속에서도 도로명 주소 이용 활성화에 기여하고, 공공기관으로서 국가정책을 민간에 전파하는 사회적 책임을 다한 공로를 인정받아 수상했다.



## 금융취약 채무자에 대한 유예기간 연장 추진

예금보험공사는 정상적인 채무변제를 기대할 수 없는 파산금융회사 및 케이알앤씨의 채무자를 대상으로 채무조정제도를 운영하고 있다. 작년 3월 채무조정을 통해 분할상환 약정을 이행 중인 채무자들의 상환유예를 실시한 바, 코로나19 상황의 장기화로 채무자들의 상환능력이 충분히 회복되지 않았다고 판단하여 최대 12개월간 상환 유예 기간을 연장하기로 결정했다.



## 온실가스 감축을 위한 그린에너지 설비 도입에 박차

예금보험공사는 지상주차장에 연간 약3.4만kw 전기를 생산할 태양광 패널 62개를 설치하여 현장 근무자와 임산부·경증환자를 위한 냉난방 장치 가동에 총당하고, 지하주차장에 전기차 3대를 동시에 충전할 수 있는 급속충전소를 설치하여 민간에도 개방하였다. 아울러 업무용 차량 12대를 친환경 차로 교체하는 등 공공기관으로서 그린뉴딜 정책 실현을 위한 노력을 지속하고 있다.



## K-뉴딜 활성화를 위한 동반성장 업무협약 체결

예금보험공사와 기업은행은 4월 1일, 'K-뉴딜 활성화를 위한 동반성장 업무협약'을 체결하고 K-뉴딜 중소기업 지원 프로그램의 자원 마련 등을 같이 하기로 했다. 이는 금융공공기관간 최초의 K-뉴딜 지원을 위한 업무협약으로 2019년부터 공동으로 4천억 원 규모의 재원을 조성해 일자리 창출, 중소기업 및 코로나19 피해기업 등에 대한 저금리 대출 지원을 계속 해오고 있었으며, 이 협업 모델이 사회적 활동의 표준으로 자리잡기를 기대하고 있다.



### 한국판 뉴딜 공모전 시상식 개최

예금보험공사, 우리금융지주, 매일경제신문사는 4월 13일 '한국판 뉴딜 논문 및 UCC 공모전' 시상식을 개최하였다. 지난 2020년 12월 8일부터 2021년 2월 28일까지 한국판 뉴딜의 활성화와 발전방안 등을 주제로 대학(원)생 및 청소년을 대상으로 진행된 공모전에서는 논문 3편, UCC 9편을 최종 수상작으로 선정하였으며, 수상자들은 한국판 뉴딜정책에 대한 다양하고 참신한 아이디어를 발표하여 참석자들과 공감대를 형성하였다.



### 데이터 교류 및 공동연구를 위한 업무협약 체결

저축은행업 및 금융산업의 건전한 발전을 도모하기 위하여 지난 5월 3일 예금보험공사와 한국신용정보원, 저축은행중앙회는 '데이터 교류 및 공동연구를 위한 업무협약'을 체결하고 저축은행 금융거래 및 금융산업 관련 데이터 교류·활용, 공동연구 수행, 최신 금융 동향 및 통계·분석보고서 공동 활용 등을 통한 상호 협력 관계를 구축하기로 합의했다.



### ESG 금융 활성화를 위한 업무협약 체결

예금보험공사는 하나은행과 함께 5월 28일 'ESG 금융 활성화를 위한 포괄적 업무협약'을 체결하여 하나은행이 추진하는 ESG 금융 활성화 방안의 일환인 우수환경기업 육성 등을 위한 프로그램의 재원 마련 등을 함께 하기로 하였다. 이를 통해 환경관련 중소기업을 지원하는 등 ESG 금융을 활성화하는 협업 모델로 자리잡을 것으로 기대하고 있으며 앞으로도 공공기관과 금융회사의 사회적 역할이 확대되도록 노력할 계획이다.



### 핀테크를 주제로 국제 웨비나 개최

예금보험공사는 6월 2일, 핀테크를 주제로 말레이시아 예보와 함께 국제 웨비나(웹+세미나)를 공동으로 개최했다. 동 행사는 예보 위생백 사장이 위원장으로 있는 국제예금보험기구협회 아태지역위원회 회원기구를 대상으로 개최되어 16개 기구로부터 약 230여 명이 참가했다. 금번 웨비나는 금융 환경 변화의 핵심인 핀테크가 예보기구에 미치는 영향, 이에 대한 예보기구의 대응 등을 다루고 핀테크를 예보제도에 접목할 수 있는 방안을 소개했다.

# 예보광장 독자분들께 드립니다

〈예보광장〉은 독자분들께 더 좋은 내용과 모습을 보여드리기 위해 노력합니다.

〈예보광장〉에게 독자분들의 목소리는  
더 나은 〈예보광장〉을 만들어 나가는데 소중한 힘이 됩니다.  
앞으로 독자 여러분의 의견에 더욱 귀를 기울이도록 하겠습니다.  
〈예보광장〉 독자 설문을 통해 여러분의 의견을 들려주십시오.  
독자 설문에 참여해 주신 분들께는 추첨을 통해 선물을 드립니다.

## EVENT



### 오아 퓨어 미니공기청정기 2명

사무실 좁은 내 책상 위, 혹은 내 방 한 칸에 두고 사용할 수 있는  
나만의 공기청정기를 통해 나만을 위한 맑은 공기를 마시며 상쾌한 생활을  
하실 수 있도록 사용이 편리한 공기청정기를 드립니다.



### 스타벅스 기프트카드 2명

세계의 커피 문화를 리드하고 있는 스타벅스 커피를 언제,  
어디에서나 편하게 만날 수 있는 스타벅스 기프트 카드를 드립니다.



### 스탠리 어드벤처 진공 텀블러 2명

환경을 생각하는 마음으로 내가 원할 때 원하는 대로  
따뜻한 음료나 차가운 음료를 즐길 수 있도록 대용량 텀블러를 드립니다.

#### 독자 설문조사

독자 설문조사를 통해 수렴된 의견은 〈예보광장〉 발간 운영을 위한 참고 자료로 사용될 예정입니다. 많은 참여 부탁드립니다.



#### 응모방법

QR 코드로 접속하시면 바로 설문조사에  
참여하실 수 있습니다.

#### 지난호 당첨자

휘아 에어컵 이온 공기청정기 홍00(5200), 최00(3691)  
배스킨라빈스 모바일 상품권 이00(1803), 전00(4618)  
나무손잡이 직선 머그잔 조00(5672), 김00(1795)

# 당신의 희망이 담긴 예금

예금보험공사가 1인당 최고 5천만원까지  
보호해 드립니다



