

연말 엽서(年末はがき)



김양평의
일본 이야기

12월 중순으로 들어서면서 주고받는 메일 끝 문장이 연말연시와 새해 인사로 바뀌고 있다. 벌써 한 해가 저물어 간다는 아쉬움이 드는 시기이다. 일본에서는 12월 초부터 지인들에게 보내기 위한 연말 엽서(年末はがき)를 준비한다. 한국에서는 엽서보다 연하장을 주로 이용하지만, 일본에서는 연하장보다는 엽서가 일반적이다. 일본에서 연하장보다 엽서를 더 많이 사용하는 이유는 연말에 엽서를 보내는 관습이 먼저 생겼기 때문이다.

일본에서는 새해가 되면 부모, 친척 혹은 지난해 신세 진 분들을 찾아다니며 인사를 하는 풍습이 있다. 이것은 우리나라의 설날과 같은 풍습이다. 어른들은 찾아온 손님에게 새해 용돈으로 오토시다마(お年玉)를 주는데 이것 또한 우리나라 세뱃돈과 같은 것이다. 하지만 인사를 해야 할 사람이 너무 많아 모두 방문하기 어렵거나, 직접 찾아가기에는 먼 거리에 살고 있는 사람들에게는 편지로 인사를 대신했다. 메이지 시대에 접어들어 일본에서는

우편제도가 발달하기 시작했고 메이지 6년(1873년)에 우체국에서 전국 어디에 보내든 동일 요금이 적용되는 엽서를 판매하기 시작했다. 이때부터 연말에 편지를 대신해 엽서를 보내는 관습이 빠르게 전파된 것이다. 게다가 메이지 32년(1899년)부터는 우체국에서 연말에 접수한 엽서를 새해 첫날 배송하는 서비스를 제공하면서 연말에 엽서를 보내는 관습이 완전히 정착하게 되었다. 우체국에서는 연말에 접수한 엽서를 새해 첫날에 배송하기 위해 12월 중순부터 해당 업무를 위해 단기 아르바이트를 따로 고용해서 우편물 분류 작업을 해야 할 정도로 많은 양의 연말 엽서가 발송되고 있다.

연말에 이렇게 보내는 엽서는 보통 11월 1일부터 다음 해 1월 10일까지 판매되고 규격과 전국 요금은 평소에 발송하는 엽서와 같지만, 몇 가지 다른 차이가 있다. 먼저 여러 재질의 엽서를 판매하고 있다. 예전에는 백지 엽서에 직접 그림을 그리거나 글을 써서 엽서를 꾸미지만, 최근에는 컬러 프린터를 이용해서 가족사진을 넣거나 그 해에 있었던 큰 이벤트(예를 들면 결혼식) 사진을 인쇄하기도 한다. 연말 엽서를 보내는 목적이 감사 인사와 안부를 전하는 것이니 충분히 그 목적을 달성하는 것이

다. 그래서 일본에서 판매되고 있는 개인용 프린터기에는 엽서를 인쇄할 수 있는 가이드가 포함되어 있다. 또한 우체국에서는 연말 엽서의 용지를 보통 용지, 잉크젯 프린터 가능 용지, 잉크젯 사진 프린터 가능 용지 등 용도별로 판매하고 있다. 잉크젯 사진 프린터 용지는 인화지와 가까워서 보통 용지의 엽서보다는 가격이 조금 더 비싸다.

또 하나, 연말 엽서의 특징은 엽서에 오토시다마가 포함되어 있다는 것이다. 연말 엽서의 하단에 6개의 숫자가 인쇄되어 있는데 이것이 다른 아닌 복권 번호이다. 연말 엽서 판매가 종료되면 약 일주일 후에 추첨하고 1등은 30만 엔(약 270만 원)의 상금을 받을 수 있다. 따라서 연말 엽서를 받은 사람들은 엽서를 바로 버리지 않고 적어도 열흘 정도는 더 보관한다. 그리고 우편 요금에 기부금이 포함된 엽서도 있다. 2024년 기부금 포함 연말 엽서는 장당 68엔으로 5엔의 기부금이 포함되어 있다.

최근 한국에서는 연하장도 많이 줄어들고 IT 강국답게 그 자리를 SNS가 대체하고 있는 것 같다. 하지만 원래 목적으로 올 한해 감사 인사와 안부를 전하고 새해에도 행복하기를 기원하는 마음만 제대로 전달될 수 있다면 수단이 중요한 것은 아닐 것이다. /김양평 산업연구원 전문연구원

오늘의 운세 12월 17일 (음 11월 17일) <http://www.saju4000.com>

- 36년생** 그물을 치지 않고 고기가 잡히기를 바라지 마라. **48년생** 아랫사람과의 분배를 골고루. **60년생** 믿음 가지고 상대를 설득하라. **72년생** 즐거운 일이 넘치니 월 먼저 하나 고민. **84년생** 동물을 키우려면 주변에 피해 주지 않도록.
- 37년생** 명석이 깔렸으니 모든 역량을 발휘해서 일을 마무리. **49년생** 공기가 좋지 않으면 마스크라도 쓰는 법. **61년생** 구두쇠 작전은 옛말인 듯. **73년생** 길이 없는 곳에서 여행이 시작된다. **85년생** 시작할 때의 마음으로 최선을 다하라.
- 38년생** 소통과 협력에서 중요한 것은 상대의 마음. **50년생** 내 것이 아닌 것은 포기. **62년생** 상큼한 바람이 불어오니 좋은 일이 있다. **74년생** 지나친 욕심만 버리면 좋듯. **86년생** 무지개를 보았으니 다른 것은 눈에 들어오지 않는다.
- 39년생** 몸도 마음도 피곤한 하루. **51년생** 푸른색은 쪽에서 나왔으니 쪽보다 더 푸르다. **63년생** 절악과 구두쇠는 본질이 다르다. **75년생** 부모님 안부를 챙겨보고 나도 음주는 하지 않도록. **87년생** 도장 찍을 일이 있다면 오늘이 그날.
- 40년생** 신세 진 사람에게 빚을 갚는 날. **52년생** 출고는 경히 받아들여라. **64년생** 행운이 찾아오니 자식에게 좋은 일이 생긴다. **76년생** 영업실적에 일취월장의 기회가 왔으니 힘껏 노력. **88년생** 구슬수가 있으니 부동산 서명만 신중히.
- 41년생** 불행은 입 밖으로 내뱉으면 더 커진다. **53년생** 큰 상처는 밴드로 처리할 수 없다. **65년생** 남에게 준 상처는 고스란히 내게로 돌아온다. **77년생** 동서남북 어느 방향도 거칠 것이 없으니 시작. **89년생** 사람이 하는 일이니 실수가.
- 42년생** 인생이 더할 나위 없이 즐겁다. **54년생** 무리수를 두면 기회마저 잃게 된다. **66년생** 가야 할 길은 먼데 발걸음이 떨어지지 않는다. **78년생** 오늘 최선의 해결책은 타협과 양보가 될 것. **90년생** 문서 운이 있으니 기회를 잘 잡아라.
- 43년생** 바쁘고 몸이 따라주지 않는다. **55년생** 좋은 것이 좋은 것을 부른다. **67년생** 겸손하면 주변이 스스로 알고 도와준다. **79년생** 작은 흠이라도 발목을 잡힐 수 있으니 이성을 주의. **91년생** 내 것이 작아 보이나 주변의 부러움을 산다.
- 44년생** 근거 없는 칭찬에 마음이 흔들린다. **56년생** 잃어버린 현실의 위기를 기회로 바꾸자. **68년생** 자신을 이기지 않고는 한 걸음도 나갈 수 없다. **80년생** 꿈은 도망가지 않으니 불평하지 말고 도전. **92년생** 바쁘더라도 우편물은 꼭 확인하자.
- 45년생** 남의 눈에 티끌만 보지 말고 내 잘못은 없는지 생각. **57년생** 길 떠나려는데 신발 끈이 풀려서 잠시 지체. **69년생** 나이 들어도 외모에 신경 써라. **81년생** 만남에 체면치레하다 지갑이 텅 빈다. **93년생** 송사에 휘말릴 수 있으니 말조심.
- 46년생** 뛰는 놈 위에 나는 놈 있으니 더 분발. **58년생** 2보 전진을 위해 1보 후퇴는 즐거운 마음으로. **70년생** 일단 그물을 치고 고기를 기다려라. **82년생** 모난 돌이 정 맞는 법이니 오늘은 자중해야. **94년생** 가족 간에도 공과 사는 분명히.
- 47년생** 가는 사람도 잡아야 할 때가 있는 법. **59년생** 작지만 존중해줘도 마음을 얻는다. **71년생** 세상이 자신에게 기회를 주기 마련이다. **83년생** 오늘의 선택이 내일을 기쁘게 한다. **95년생** 기다린다고 기회는 오지 않으니 스스로 노력해야만.

밸류업과 관치금융



기지수첩
안승진
(금융부)

금융권이 이탈하는 투자자를 붙잡으며 급한 불 끄기에 나섰다. 대통령 '탄핵 정국' 여파로 정부의 '밸류업' 정책에 빠르게 상승했던 주가가 다시 하락하고 있어서다.

앞서 정부와 금융당국은 지난 2월 '코리아 디스카운트(국내 주식시장의 기업가치 저평가 현상)' 극복을 위한 '밸류업' 프로그램을 출범했다. 주주환원 확대, 자산 건전성 개선 등 기업가치 제고에 힘쓰는 기업에 세제 등에서 혜택을 주는 내용이다.

'밸류업'의 수혜를 가장 크게 본 것은 단연 금융주다. 지난 11월 말 기준 4대 금융지주의 주가 상승 폭은 연초 대비 평균 50%에 달했다. 그러나 윤 대통령의 비상

게임 선포 및 그 여파로 밸류업이 중단 위기에 처하자 금융주는 연일 하락세다.

정부의 정책 결정에 주가가 움직이는 것은 흔한 일이다. 하지만 금융권은 다른 업권보다 밸류업의 영향을 크게 받았다. 이는 국내 금융주가 해외 금융주 대비 배당 수준이 특히 낮고, '관치금융'이란 표현이 일상적일 정도로 금융당국의 입김이 강하기 때문이다.

금융업은 규제산업이다. 각국은 금융당국을 통해 금융업을 감독한다. 금융업은 제조업, 유통업 등 다른 산업과는 달리 경영방안이 발생하면 그 피해가 외부까지 확산하기 때문이다. 그러나 국내 금융당국의 개입 수준은 해외와 비교해 과도하다.

금융당국이 가계 대출 증가를 우려하면 은행권은 일제히 대출 이자를 올린다. 차기 은행장이나 금융지주회장을 결정할 때면 여지없이 관선 인사가 등판한다. 은행

이 좋은 실적을 거두면 '이자 장사'를 했다며 금융당국이 나서 사회 환원 규모를 결정한다. 다른 나라에서는 좀처럼 보기 힘든 광경이다.

'밸류업'에 대한 기대감이 잦아들자 가장 빠르게 이탈한 것은 외국인 투자자다. 비상게임 선언 직후 3일간 이탈한 외국인 자금 가운데 70%는 금융주였다.

각 금융지주는 외국인 투자자들을 대상으로 긴급 투자설명회를 개최하는 등 급한 불 끄기에 나섰다. 투자자들의 마음을 돌리기는 쉽지 않아 보인다. 회사의 주인인 주주보다 정부의 의사 결정을 먼저 고려해야 하는 기업에 투자하기란 쉽지 않다.

국내 금융주의 '저평가 현상'을 해소하기 위해선 주주환원 확대뿐만 아니라 정부의 정책 결정에 따라 금융권을 쥐고 흔드는 '관치금융'의 그림자가 먼저 해소돼야 한다. /asj1231@metrosoul.co.kr



김상회의四季 오복과 인생(2)

과거에는 환갑만 지나도 온 동네가 함께 기뻐하고 잔치하던 풍속이 고작 삼십 년 전의 일이다. 그런데 사람들이 이렇게 길어진 수명에 대해서 그리 기뻐하는 것만은 아닌 듯하다. 왜냐 스스로 독립적으로 활동하는 건강 백 세가 아니라 대부분 팔십을 고비로 가족이나 누군가의 도움을 받지 않으면 민폐 같은 노후도 적잖기 때문이다. 경제는 날로 힘들어지고 고령화 사회를 책임지는 것은 그 가정뿐만 아니라 사회와 국가의 책임으로 고스란히 전가되다 보니 고령 인구의 증가는 전 세계적으로 부담인 현실이다. 그런 가운데 세계적 부자인 워런 버핏은 얼마 전에 94세 생일을 맞아 그의 장수비결이 신문에 나기도 했다. 의외로 건강에 좋다는 음식보다는 정크 푸드의 대명사인 햄버거와 콜라를 즐기는 것으로도 또 한 번 소개되었다. 기사의 제목 또한 코카콜라, 사탕, 그리고 기쁨의 삶' 사실상 정크 푸드라 할 수 있는 음식을 즐겨 먹음에도 유쾌한 노후를 보내는 그의 노년 생활은 비단 노인들뿐만 아니라 젊은 중장년들에게도 분명 시사하는 바가 클 것이다. 게다가 열 손가락 안에 드는 재력가가 자산운용만 신경 쓰더라도 보통 스트레스가 적지 않을 텐데도 그의 표정은 항상 웃는 표정에 활달하기까지 하다. 매일 8시간 수면 원칙에 일주일에 최소 여덟 시간은 카드게임을 한다고 한다. 즉, 뇌 운동을 게을리하지 않는 것이다. 필자도 잠깐 놀란 사실은, 하루에 최소 5시간 정도 독서를 한다는 것이다. 세상에서, 그의 이러한 일상의 생활 태도는 그를 그의 고향 지명을 따서 '오마하의 현인' 칭호를 듣게 했을 것이다. 돈 버는 것만 아니라 생각하며 지냈다는 정신 활동도 함께이니 힘든 오복까지는 아니어도 많은 복을 갖췄다 할 수 있다.

'김상회의 사계'에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.
김상희 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

매일매일 두뇌트레이닝 **스도쿠365**

3X3 �도쿠 X는 가로세로 3X3박스에 1부터 9의 숫자가 대각선 회색 9개에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

문제출제: 손호성
새로운 크리노의 알고리즘을 공개합니다
<http://www.argo9.com>

QR코드
할인도서

5	1	4			8	6
8			6	5		
						9
	2		5	8	4	
9	7		3	5	1	6
			2	9	8	5
1						
			4	1		8
3	9			7		2
						5

9	4					7	2
1	5			3			9
			9		4		8
			2		4		9
	8		1		3		6
			6		7		5
4			5		6		
	2			5			4
7	3					6	
							9

9	1	2	9	4	8	7	6	5
8	5	9	6	1	7	2	9	4
7	4	5	8	2	9	6	8	1
4	9	5	8	6	2	9	1	7
2	9	7	1	5	8	4	6	3
1	6	4	7	8	9	5	2	9
6	7	8	4	5	1	9	7	2
5	2	1	9	9	6	4	7	8
9	8	6	2	7	4	1	5	9

6	1	9	8	2	7	9	5	4
4	7	8	1	5	8	6	2	9
5	2	9	8	9	1	6	7	4
1	5	9	6	4	2	9	7	8
7	9	2	5	6	1	4	8	9
9	8	6	4	7	9	2	1	5
8	9	1	7	9	6	5	4	2
9	6	7	2	8	4	8	9	1
2	4	5	9	1	8	7	9	6

metro 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	김승중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5574호	
일간 메트로경제	서울 가50111	2017년3월09일 제1678호	

본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.