

우리 자녀 수학 멘토 '큐브수학S'로 자신감 Up!

동아출판, 3단계 초등수학 전문서 '큐브수학S' 출시

동아출판이 초등학생을 위한 수준별 수학 교재 '큐브수학S' 시리즈 3권을 동시 출간했다. 동아출판은 지난 2001년 출간되어 16년간 인기를 끌어온 '큐브수학'의 콘텐츠를 과감히 새신, 세 권으로 구성된 혁신적 수학 전문서 개발을 단행했다. 초등 수학 전문서 '큐브수학S'는 나이도에 따라 <개념 편>, <필수 편>, <발전 편> 세 권으로 구성되어 있다. 학생의 실력에 맞는 교재를 선택하여 흥미와 자신감을 갖고 수학을 익힐 수 있도록 구성된 교재다.

쉽고 재미있게 수학을 시작하고 싶다면?

수학을 쉽고 재미있게 시작할 수 있도록 교과서 개념 문제로 수학의 기본기를 차근히 다지고, 익힘책 문제로 유형을 반복 학습함으로써 학교 수업에 자신감을 키울 수 있습니다.

수학의 기본을 완성하고 싶다면?

교과서의 필수 개념학습으로 수학의 기본을 완성하고 주제별 반복학습과 서술형 학습을 통하여 수학 실력을 쌓을 수 있습니다.

수학 자신감에 날개를 달다!

교과서 핵심 개념과 응용, 창의융합 문제로 이어지는 체계적인 3단계 학습으로 실력을 한층 강화하고, 반복 매칭 학습을 통해 응용력과 사고력을 키울 수 있습니다.



예스24에서
'큐브수학S' 구매하시고
선물 받아가세요!

예스24에서 '큐브수학S' 시리즈를
구매하시면 포스트잇과 예쁜 노트 세트를,
한 권만 구매해도 예쁜 노트를 드립니다.

FALL



엠케이트렌드, 한세예스24홀딩스 그룹과 한솥밥 먹다

엠케이트렌드가 한세예스24홀딩스 그룹의 새 식구가 되었습니다. 글로벌 패션회사로 꾸준히 성장 중인 한세실업과 다양한 브랜드를 보유한 엠케이트렌드와의 만남에 이목이 집중되고 있습니다. 한세예스24홀딩스 그룹의 성장에 날개를 달아줄 엠케이트렌드의 막강한 브랜드군단을 살펴보겠습니다.

한세실업은 패션회사 (주)엠케이트렌드의 주식 40%를 인수하여 최대 주주가 되었습니다. 엠케이트렌드는 탄탄한 브랜드 포트폴리오를 바탕으로 코스피에 상장하고, 한국에 이어 중국 시장에서도 유통기반을 다져나가고 있는 우량기업입니다. 1995년 설립 이래, 국내 소비자들에게 친숙한 토종 브랜드 TBJ, ANDEW, BUCKAROO를 운영하고 있으며, 미국 프로농구협회 NBA와 미국 여자프로골프협회 LPGA의 브랜드 라이선스 보유를 바탕으로 국내는 물론 중국사업도 활발히 전개 중입니다. 주요 언론들은 이번 M&A에 대해 “수출과 내수의 강자들이 하나로 뭉쳐 지속 가능한 성장모델을 만들었다는 것에서 의미가 높다.”며 긍정적인 전망을 내놓았습니다. 이번 M&A가 한세예스24홀딩스 그룹의 새로운 도약점이 되기를 기대합니다.

66

엠케이트렌드의
브랜드를
소개합니다

99



멀티 스트릿 캐주얼 브랜드, NBA

NBA는 미국 프로농구 NBA팀 로고와 캐릭터, 이미지 사용에 대한 독자 라이선스를 획득, 이를 모티브로 활용하여 스포티한 기본 의류에서부터 유니크한 액세서리까지 다양한 패션 아이템을 전개하고 있는 멀티 스트릿 캐주얼 브랜드이다. NBA는 패션 분야에만 국한되지 않고 새로운 문화 트렌드를 국내에 제시하고 있다. 2013년부터 진행한 대표적 스트리트·힙합 컬처 페스티벌인 'Run This Town'을 비롯, 스포츠, 패션, 문화가 융합된 새로운 콘텐츠를 지속적으로 도출해내고 있다. 이러한 노력을 통해 NBA는 대중문화의 트렌드를 선도하는 컬처 브랜드로 입지를 다져가고 있다.



스타일리시 트렌드 골프웨어, LPGA gallery

엠케이트렌드는 미국여자프로골프협회(LPGA)와 정식 라이선스 계약을 맺고 2016년 7월 LPGA gallery를 론칭했다. LPGA gallery는 트렌디한 패션 감각과 스포츠 정신의 융합, LPGA만의 고유 패턴과 컬러로 유니크한 감성을 전개하는 스타일리시 골프웨어 브랜드다. LPGA gallery는 전문 골프 동작에 최적화 된 퍼포먼스 라인과 가벼운 운동 및 실내 활동에 적합한 라이프 스타일, 남성만을 위한 세컨드 브랜드인 'M by LPGA'로 구성된다. 퍼포먼스, 라이프, 남성라인의 모델로는 각각 신수지, 헬로비너스의 나라와 앤리스, 이재윤을 발탁했다.

BUCKAROO



한국을 대표하는 진 캐주얼 브랜드, BUCKAROO

2004년 론칭한 버커루는 한국을 대표하는 진 캐주얼이다. 독창적인 디자인과 생산 노하우를 겸비한 버커루는 10년이 넘는 기간 동안, 리바이스, 게스 등 해외 유수의 글로벌 라이선스 진 브랜드와 어깨를 나란히 하며 꾸준히 성장해오고 있다. 버커루가 한국을 대표하는 진 캐주얼 브랜드로 해외 유수의 글로벌 라이선스 진 브랜드와 어깨를 나란히 하게 된 데에는 브랜드의 매력적인 비주얼을 가장 잘 보여줄 수 있는 모델을 활용한 마케팅 전략이 뒷받침하고 있다. 이번 F/W 시즌 버커루는 배우 이광수와 헬로비너스 나리를 모델로 발탁했다. 이들이 다양한 팟의 진과 빈티지한 감성의 아우터 등 버커루의 F/W 제품으로 연출한 화보는 이미 많은 이들의 이목을 집중시키고 있다.

TBJ nearby



정통 캐주얼 브랜드, TBJ

엠케이트렌드의 모체인 TBJ는 1995년부터 20년 이상 이어져온 국내 대표 토종 캐주얼 브랜드다. 20여 년 간 수많은 토종 패션 브랜드가 사라지는 가운데 TBJ가 통렬할 수 있었던 비결은 트렌드에 빠르게 발맞춘 상품 개발과 고객을 만족시킨 뛰어난 제품력에 있다. 또한, 10대들에게 인기가 높은 아이돌 그룹 '비투비(BTOB)'를 2015년 하반기부터 모델로 기용해 팬 사인회 및 SNS 이벤트 등 적극적인 마케팅 활동을 펼치며, 젊은 고객층을 유입하는 긍정적인 효과를 거두고 있다. 실제로 TBJ는 비투비를 모델로 기용한 이후 '네오프렌 후드점퍼' 완판을 달성했으며 이어 출시한 'Born To Black 스웨트셔츠'의 판매율이 전년 대비 250% 신장했다.

ANDREW



도시 캐주얼 브랜드, ANDREW

앤듀의 경쟁력은 스타일리시한 디자인에 있다. 앤듀는 차분한 모노톤의 컬러감과 절제된 느낌의 심플한 디자인에서 오는 '모던&시크' 컨셉트를 메인으로 일상에서 활용할 수 있는 다양한 고감도 스타일을 선보인다. 특히, 앤듀는 F/W 시즌 강세를 보이는 '아우터의 강자' 브랜드로 불린다. 항공점퍼를 비롯해 맥코트, 다운점퍼 등 앤듀의 아우터가 더욱 인기를 모으는 이유는 고급스러운 톤 온 톤 컬러와 최소한의 디테일로 세련되면서도 감성적인 스타일을 연출하기 때문이다. 올해 F/W 시즌 역시 길이와 소재를 다양하게 구성한 클래식한 디자인의 항공점퍼와 함께 트렌디한 디자인의 스카фан드를 출시해 올 가을 아우터 트렌드를 이끈다.



해외고–해외대 졸업한 글로벌 인재를 만나다 이들이 있어 더욱 글로벌해질 한세의 미래

'경험이 최고의 스승이라는 말'이 있다. '아는 만큼 보인다'는 격언도 있다. 어떤 일어든 경험을 해본 사람이 그렇지 못한 사람보다 더 나은 성과를 낼 확률이 높다. 해외고–해외대를 나온 글로벌 인재들도 마찬가지. 오랜 해외생활로 쌓인 크고 작은 이들의 경험이 글로벌 한세를 위한 든든한 길잡이가 되어줄 것이다. 글로벌 인재 대표 4인을 만나 이들의 이야기를 들어보았다.

외국생활의
경험이
주는 것들

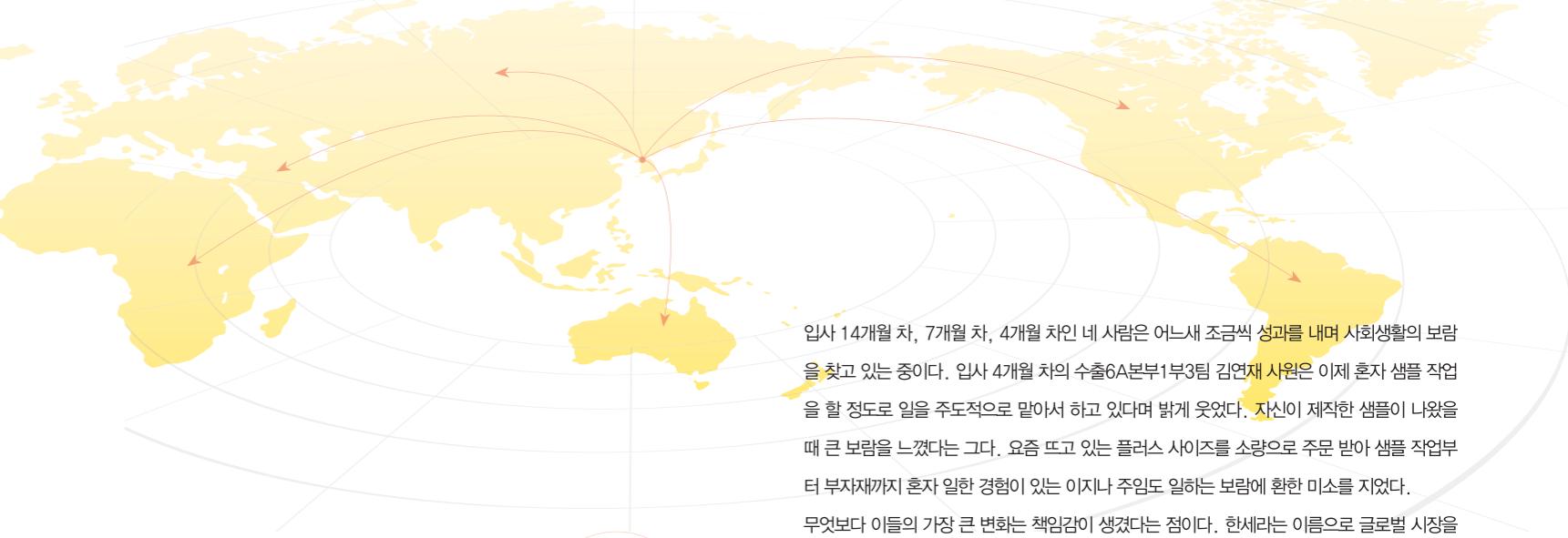
해외고–해외대를 졸업한 글로벌 인재들에게 바라는 회사의 기대는 자못 크다. 세계 각국의 바이어들과 공장이 위치한 현지인들과의 커뮤니케이션 능력은 물론 해외 시장에 대한 이해도 또한 높을 거라는 기대 때문이다. 네 사람은 "외국에서 살아본 경험이 여러모로 업무에 큰 도움이 되는 건 맞다"며 입을 모았다. 수출1B본부1부2팀 이상윤 주임은 먼저 사람에 대한 이해를 강점으로 꼽았다.

"해외에서 공부하면서 미국인들도 겪고 유럽인들도 겪어보았습니다. 미국인들은 'On Time'을 몹시 중요하게 생각합니다. 반면 유럽인들은 자유롭고 느긋하죠. 유럽인들과 일을 하다보면 진행이 더디고 답답해서 우리가 조급해하는 경우가 있습니다. 아무래도 그들과 직접 교류를 해봤으니 사람에 대한 이해도는 좀 더 넓을 수도 있을 것 같습니다."

이와 더불어 해외 시장에 대한 이해도도 높은 게 사실이다. 외국에서 생활하면서 월마트, 타겟 등의 마켓을 자주 이용한 경험이 있으므로 현지인들이 언제 월마트를 이용하고, 언제 타겟을 이용하는지 등 마켓 선호도를 파악하고 있다는 건 큰 강점으로 꼽을 수 있다.

수출3본부2부2팀의 이지나 주임은 "어렸을 때 외국에서 혼자 살아본 경험이 자신을 강하게 만든 것도 빼놓지 못할 일"이라며 웃었다. 이지나 주임의 말에 다들 동의하는지 나머지 세 사람이 고개를 끄덕였다. 어떠한 일이든 극복해내는 강인한 마인드, 새로운 문화를 흡수하는 포용력도 이들의 큰 강점이다. 하지만 생각지 못한 의외의 부분도 있는 게 사실이다. 이상윤 주임이 설명했다.

"사실 영어만 잘하면 의사소통에 큰 문제가 없을 거라 생각했습니다. 아마 누구나 그렇게 생각할 겁니다. 하지만 일을 하다보니 영어란 게 생각보다 그렇게 중요한 게 아니었구나, 를 깨닫게 됐습니다. 영어가 완벽하게 된다고 커뮤니케이션이 잘되는 건 아니기 때문입니다. 언어 이전에 사람들에 대한 사고방식, 문화에 대한 이해 등이 선행되어야 합니다."



글로벌 한세를
위한 다짐

입사 14개월 차, 7개월 차, 4개월 차인 네 사람은 어느새 조금씩 성과를 내며 사회생활의 보람을 찾고 있는 중이다. 입사 4개월 차의 수출6A본부1부3팀 김연재 사원은 이제 혼자 샘플 작업을 할 정도로 일을 주도적으로 맡아서 하고 있다며 밝게 웃었다. 자신이 제작한 샘플이 나왔을 때 큰 보람을 느꼈다는 그다. 요즘 뜨고 있는 플러스 사이즈를 소량으로 주문 받아 샘플 작업부터 부자재까지 혼자 일한 경험이 있는 이지나 주임도 일하는 보람에 환한 미소를 지었다.

무엇보다 이들의 가장 큰 변화는 책임감이 생겼다는 점이다. 한세라는 이름으로 글로벌 시장을 향해 나아가는 길에 제 뒷을 다하는 사람으로 성장하고 싶다는 네 사람. 이들은 한세가 자신의 역량을 발휘할 수 있을 장이 될 거라고 믿고 있다. 수출5본부8부1팀 함예원 주임은 해외시장의 이해도를 높여 한세의 성장에 기여하고 싶다는 포부를 전했다.

"해외고–해외대 출신 직원들을 뽑은 이유가 분명히 있을 거라고 생각합니다. 바이어들과 직접 비즈니스를 하는 경우가 늘고 있기에 개인적인 역량을 점차 키워나가야 할 것 같고요. 한세 실업이 더욱 글로벌하게 성장할 수 있도록 저희가 더 열심히 노력해야 한다고 생각합니다."

함예원 주임의 말에 세 사람은 또 한 번 고개를 끄덕였다. 아직은 선배들에게 배울 것도 많고 업무에 대한 이해도 넓혀야 할 것이다. 이로써 시간이 흐르면 흐를수록 이들에게 많은 경험이 쌓일 것이다. 해외에서 공부하고 다양한 문화를 접하며 살아온 이들의 경험이 업무를 하면서 몸소 익힌 경험과 만나면 더욱 큰 시너지를 일으킬 게 분명하다. 앞으로 이들의 발전이 더욱 기대되는 이유다. 글로벌 한세를 위해 노력하겠다는 네 사람의 다짐에 한껏 힘이 들어간다.



말하는 전자책, 크레마 사운드

전자책 전문기업 한국이퍼브가 더욱 똑똑해진 전자책, '크레마 사운드'를 출시했다. 크레마 사운드는 오디오 기능이 특화된 전자책 단말기다. 기능은 물론 사용감, 휴대성, 가격까지 칙한 크레마 사운드는 10월 19일부터 정식 판매된다.

어디서나 즐길 수 있는 전자책, 크레마 사운드

예스24, 알라딘, 반디앤루니스 등 국내 서점 3사가 설립한 전자책 전문기업 한국이퍼브가 전자책 단말기 '크레마 사운드(Crema Sound)'를 출시한다.

크레마 사운드는 국내 출시된 전자책 단말기 중 최초로 오디오 기능을 탑재했다. 이를 통해 독서와 음악을 동시에 즐길 수 있을 뿐만 아니라 전자책을 읽어 주는 TTS(Text-to-Speech) 기능도 이용할 수 있다. 크레마 사운드의 TTS 기능은 고객의 편의에 맞게 국·영문 변환 및 남녀 화자 선택, 속도 조절이 가능하다. 또한, 단말기 양 옆의 좌우 넘김 버튼을 누르기만 하면 앞뒤로 책장을 넘길 수 있다. 이와 함께 전용 케이스를 사용하면 별도의 전원 버튼을 누르지 않아도 케이스를 열고 닫는 것만으로 크레마 사운드가 자동으로 실행되고 종료되는 스마트 웨이크업(Smart Wake Up) 기능을 이용할 수 있다.

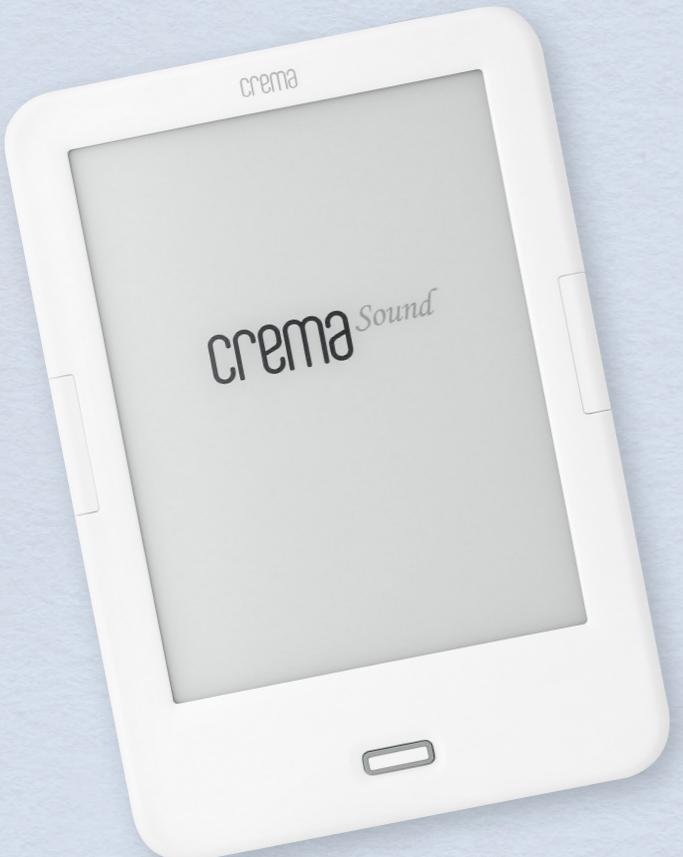
편리함 · 기능 · 가격 3박자 갖추다

크레마 사운드는 특화된 기능만큼이나 전자책 단말기의 기본기도 탄탄하게 갖췄다. 6인치 HD 카르타 패널에 프론트 라이트가 담겨되어 어두운 밤에도 쾌적하게 책을 읽을 수 있다. e-ink 패널은 눈부심이 없어 장시간 책을 읽는데 편하고, 태양 아래에서도 선명한 독서가 가능하다는 장점이 있다. 휴대성도 탁월하다. 한 손에 들어오는 크기에 책 한 권보다도 가벼운 180g의 무게와 9.5mm의 두께로 오랫동안 단말기를 들고 책을 읽어도 부담이 없다. 1,700mAh 배터리에 최대 32GB까지 저장 용량 확장이 가능하다.

풍부한 컨텐츠와 저렴한 가격도 이점이다. 예스24, 알라딘, 반디앤루니스는 국내 최대 35만 종의 ebook 컨텐츠를 보유하고 있으며, 5만 종의 무료 컨텐츠도 제공한다. 구매한 책은 물론 공공도서관과 대학도서관, 정부기관을 대상으로 공급하고 있는 예스24, 알라딘 전자도서관 서비스도 이용할 수 있다.

이 밖에도 크레마 사운드에 타 전자책 유통사의 뷰어를 사용자가 직접 설치하면 해당 서점의 전자책을 읽을 수 있는 열린서재 기능과 더불어, 파일 전송 앱 'Send to 크레마'를 탑재해 사용자의 편의성을 한층 높였다. 'Send to 크레마'는 PC와 연결하지 않아도 안드로이드 앱이나 사용자가 원하는 파일을 스마트폰, 태블릿PC 등 모바일 디바이스에서 전자책 단말기로 바로 전송하여 열린 서재 기능을 활용할 수 있는 파일 전송 어플리케이션이다. 판매 가격은 10만 8천 원이다.

예스24, 알라딘, 반디앤루니스는 지난 12일부터 각 서점 홈페이지에서 예약 판매를 진행하고, 19일부터 정식 판매에 나선다. 예약 판매 기간에 구매 시 1만 원 YES포인트를 제공하며, 2만 9천 원 상당의 전용 케이스를 1만 7천 원으로 할인해준다. 출시 이후에는 온라인 서점뿐 아니라 신논현 역사에 위치한 예스24 크레마 라운지와 예스24 종고서점, 알라딘 종고서점, 반디앤루니스 매장에서 구매가 가능하다.



예스24, 목동에 2호점 오픈하다

'예스24 강남점'에 이어 '예스24 목동점' 오픈

올해 들어 꾸준한 성장을 이어가며 시장 지배력을 높이고 있는 예스24는 도서 시장 활성화를 위한 다양한 행보를 펼치고 있다. 매월 새로운 할인 혜택과 사은품 혜택 등 강력한 마케팅 프로모션을 비롯해, '예스24 강남'과 '예스24 목동' 등 오프라인 중고서점을 연이어 오픈했다. 예스24 목동점은 양천구 목1동 406-21번지 대학빌딩 지하 1층에 약 350평 규모로 자리 잡았으며, 5호선 오목교역 1번 출구와 연결되어 접근성이 뛰어나다. 중심상권에 위치한 강남점과 달리 목동점은 주거지역에 위치하고 있어, 키즈존과 함께 앉아서 책을 읽을 수 있는 휴게 공간을 강남점보다 넓게 구성했다. 또한, 독서와 차를 함께 즐길 수 있도록 내부에 '커피니' 매장도 운영하고 있다.

예스24 목동점에서는 매월 24일마다 "24DAYS" 행사를 진행해, 이날 책을 구매하는 고객에게 24% 추가 할인 혜택을 제공한다. (크레마/기프트/전집 등 일부 상품 제외)

이와 더불어 매월 테마에 맞는 할인 및 사은품 이벤트도 함께 진행하고 있다.



한세실업의 새로운 성장동력, C&T VINA 법인

글_ 칼리앤타치 김종학 대리 & C&T VINA 임재경 주임



C&T VINA 법인 소개

C&T VINA 법인은 지난 2013년 한세 실업이 인수한 베트남 염색공장입니다. 현재 김철호 대표님을 비롯한 23명의 한국인, 3국인이 근무하고 있으며, 360명의 베트남 직원들이 함께 하고 있습니다.



C&T VINA는 오늘도 성장 중

2013년 3월, 민흥공단의 C&T 염색공장(56,839m²)을 시작으로, 2015년에는 민흥3공단 내 편직단지(150,000m²)를 준공하여 가동하고 있습니다. 현재 1공장은 일일 생산 CAPA 6만KG의 설비를 보유하고 있으며, 24시간 가동되고 있습니다. 또한, 합성섬유 염색을 위한 C&T 2공장(64,363m²)이 완공을 눈앞에 두고 있으며, 염색 3공장(71,501m²)의 건설도 계획되어 있습니다. 모든 공사가 끝나면 총면적 342,703m² 규모로 편직부터 염색까지 가능한 종합 원단 생산시스템을 구축하게 되는 것입니다. C&T Vina는 일 생산량을 현재 6만kg에서 향후 20만kg으로, 면 원단에서 합성 원단으로 생산 범위와 수준을 확장시켜 나갈 계획입니다. 한세실업은 이를 통해 안정적인 원단 수급이 가능한 것은 물론이고 바이어에 요구에 맞춘 원단 개발 및 생산도 가능합니다. 또한, 타기업에 원단을 판매함으로써 새로운 매출 목표를 달성할 수도 있습니다.



지역 특산물

C&T VINA 법인이 위치한 CHON THANH 지역은 고무나무들의 원산지입니다. 오른쪽 사진은 아침 조깅 시 C&T VINA 2공장 신축부지 옆 고무나무 숲에서 찍은 사진으로 하루에 한 번 고무가 채취되고 있습니다. 파견을 나오기 전 TV에서만 보았던 고무나무를 실제로 처음 보니 마냥 신기하기만 합니다.



염색공장의 상장, 보일러

염색은 온도와의 싸움이라고 합니다. 24시간 꺼지지 않는 거대한 보일러가 C&T공장을 상징한다고 할 수 있습니다. 보일러는 염색기, 텐타 등에 열을 공급하며, 주원료는 분쇄한 고무나무와 캐슈나트나무입니다.

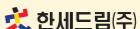


염색공장은 인력 중심의 봉제공장과는 달리 기계를 얼마나 효율적으로 운영하여 생산해내는지가 관건입니다. 지금까지 쌓아온 C&T VINA의 기술력에 원단 품질검사를 강화하여 완벽한 품질의 원단을 생산해 내기 위해 C&T VINA의 모든 직원들은 최선의 노력을 다하고 있습니다.



한세드림과 FRJ의 새로운 사옥을 소개합니다

한세드림(주)



FR J Jeans



12층



11층

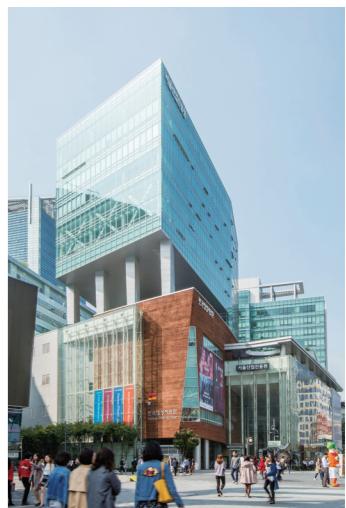
4,392.57m²

약 1,330평

1,464.19m²

약 440평

한세드림과 FRJ가 마포구 상암동 DMC구역 내 '문화콘텐츠센터'로 사옥을 이전하였습니다. '문화콘텐츠센터'는 MBC 신사옥 건너편에 위치해 있으며 서울산업진흥원, 한국영화박물관, 한국문화정보원 등이 입주해 있습니다.



한세드림과 FRJ는 문화콘텐츠센터의 11~12층에 입주하였으며, 한세드림이 4,392.57m²(약 1,330여 평), FRJ가 1,464.19m²(약 440여 평)의 공간을 사용하고 라운지 등 약 100여 평의 공간은 공용으로 활용하게 됩니다.

먼저 11층에는 FRJ의 디자인연구소와 쇼룸, 사무공간과 한세드림의 캐릭터 디자인연구소, 샘플실, 사무공간이 자리하였으며, 상담실과 소회의실, 라운지 등의 미팅공간으로 알차게 꾸며졌습니다. 12층은 한세드림 브랜드별 쇼룸 3개와, 대회의실, 사무공간으로 구성하였습니다.



제 7회 컬리수 축구 대잔치 **‘리틀K리그’**

한세의 대표 유이동복 브랜드 컬리수의 제7회 컬리수 축구 대잔치 리틀K리그가 9월 24일부터 양일간 진행됐다. 조광래·시태용 감독의 레슨이 더해진 어린이들의 힘찬 슛팅 혁전 속을 살펴보자.



국내 대표 유아동복 기업 한세드림의 프렌치 시크 모던 감성 브랜드 컬리수가 9월 24일과 25일, 대구시 북구 강변 축구장에서 '제7회 컬리수 축구대잔치 리틀K리그'를 성황리에 개최했다.

제7회 컬리수 축구 대잔치 리틀K리그는 한세예스24홀딩스와 한세드림이 주최하고 (사)한국유소년축구원에서 주관, 대구광역시가 후원하는 전국 최대 규모의 어린이 축구대회다. 이번 대회는 지난 대회 64개 팀에서 80개 팀으로 확대되어 더욱 열띤 경기를 펼쳤다.

대구에서 3번째로 열리는 대회인 만큼 지역 관계자들의 관심도 높았는데, 특히 조광래 대구 FC단장 시태윤 베라지 올리피 대표팀 간호사가 협회에 초청해 아이들과 특별한 시간을 가져졌다.

이들은 24일 오전 사인회 및 기념촬영을 진행했으며, 신태용 감독은 대회 참가자 어린이들에게 드리블과 슛의 스페셜 워포이트 레슨도 실시해 이모를 모았다.

현장에는 전국 유치원 어린이팀과 유소년 축구 교실 어린이팀(U-7)에 속한 선수단, 가족 및 관계자 등 총 4,000여 명이 참석했다. 경기는 전 후반 구별 없이 15분, 팀 별 4개임 플리그 방식으로 치러진다. 경기 후에는 차기 선수단에게 커리스의 봉과 메달 축구공을 지원한다.

본 경기 외에도 방문자들이 쉬는 시간에 함께 즐길 수 있는 경품 이벤트와 페이스페인팅, 캐리커처, 바늘체험장 등 다양한 볼거리 행사가 마련되어 큰 흥을 이끌었다.

한세드림 임동환 상무는 “이번 대회는 축구계의 전설로 불리는 분들이 참여해주시고 아이들을 격려해주셔서 더욱 뜻깊었다.”며 “더 많은 축구 꿈나무들이 컬리수 리틀K리그에 참여할 수 있도록 대회 그물을 확장하고, 해나나리의 사랑과 같은 것”이라고 말했다.

한편, 컬리수 축구 대잔치 리틀K리그는 2013년 경기도 오산에서 열린 1회 대회부터 올해 개최된 경기도 아사 지역이 6회와 이어 7회 대회까지 연 2회 지소정으로 시행되고 있다.



A PIECE OF THE HANSAE NEWS



한세실업 '한국 국가경제공헌 우수유망기업 인증패' 수상

한세실업이 지난 10월 10일, 대한상공회의소에서 열린 〈2016년 중소중견기업 국가경제 공헌평가 컨퍼런스〉에서 '한국 국가경제 공헌 우수유망기업 인증패'를 수상했다. 한세실업은 한국기업공헌평가원의 여러 평가지표에서 높은 점수를 받아 작년에 이어, 올해도 '우수유망기업'으로 선정되는 영광을 안았다.



**4. 모아몰론, 월매출 1억원 돌파 매장 7개로 늘어
한세드림의 복유럽 유니크 감성 브랜드 모**

이출근의 절매출 1억 원 돌파 매장이 7개로 늘었다. 현대백화점 디큐브시티점은 9월 한 달간 1억 5천만 원이 넘는 성과를 보이며 전국 1위로서의 자리를 굳건히 지켰으며, 훌플러스 성서점, 전주 효자점, 롯데 마트 수완점, 익산점, 구미점, 서울 두타점 등이 1억 원 매장에 이름을 올렸다. 대형마트 매장 기준, 전국 119개 모이물론 매장이 평균 5,000만 원의 월 매출을 기록했으며, 일반 가두점까지 포함한 전체 매출도 전년 대비 100% 이상 상승했다.



에프알제이진,
119소방안전복

데님 브랜드 에프알제이(FRJ Jeans)이
소방관들의 처우 개선 및 복지증진에 동참한다. 에프알제
이진은 지난 10월 24일 상암동 사옥에서 119소방안전복
제작을 지원하는 행사를 개최했다.

이번 MOU를 통해 에프알제이진은 2016 F/W 신제품 발열데님 5종의 판매수익금 중 일부를 119소방안전복지 사업단에 기부하고, 11월 한 달 동안 전국 소방가족들에게 40% 특별 할인쿠폰을 제공할 예정이다. 소방가족들에게 제공되는 40% 특별할인쿠폰은 다운점퍼, 기모데님, 스웨셔츠 등 2016 F/W 시즌에 나온 신제품 전체를 대상으로 사용가능하며 아이스티워24를 통해 구매 할 수 있다.



I. **한세실업 2017 F/W 패션트렌드 발표회 개최**
지난 10월 13일, <한세실업 2017 F/W 패션트렌드>

● 지난 10월 13일, <한세실업 2017 F/W 패션트렌드 발표회>가 개최됐다. 패션트렌드 발표회는 한세실업 R&D 본부가 주관하는 행사로서 2003년 9월 시작돼, 올해로 22회째 진행되고 있다. 올해 행사는 'Revolution 4.0'을 주제로 디자인, 소재, 컬러 등의 트렌드를 공유했으며, 3D 패션쇼와 임직원과 자녀들이 함께 참여하는 패션소까지 다양한 행사로 구성되어 큰 호응을 얻었다.



3. 플레이키즈프로 서포터즈 '플레이키즈 루기' 1기 발대식 성료

지난 9월 30일, 나이키의 유아동 브랜드 독점 판매권을 갖고 있는 플레이키즈프로는 성암동 DMC첨단산업센터에서 12개월~7세의 서포터즈 20명을 대상으로 한 플레이키즈프로 서포터즈 '플레이키즈 루키' 1기 벌대식을 진행했다. 약 13:1의 경쟁률을 끌고 선발된 이번 서포터즈는 10월부터 12월까지, 3개월 간 총 70만 원 상당의 나이키키즈, 조던키즈, 커버스키즈의 신제품을 제공받고 온라인에 적용 후기를 게시하게 된다.



5. 한세예스24홀딩스 그룹 사내 밴드 'G24'.
다섯 번째 정기공연 개최

호회 G24가 지난 10월 7일 흥대 Stay.Round.GEE에서 다섯 번째 공연을 개최했다. G24는 지난 네 차례의 공연을 성공적으로 마친 경험을 발판 삼아 이번 공연을 알차게 준비, 임직원들의 열띤 호응을 이끌어냈다. G24의 고연은 시사하는 음악과 함께 시원한 맵스도 즐기 수 있어 그를 인자워드니 단하이 잔이 되고 있다.