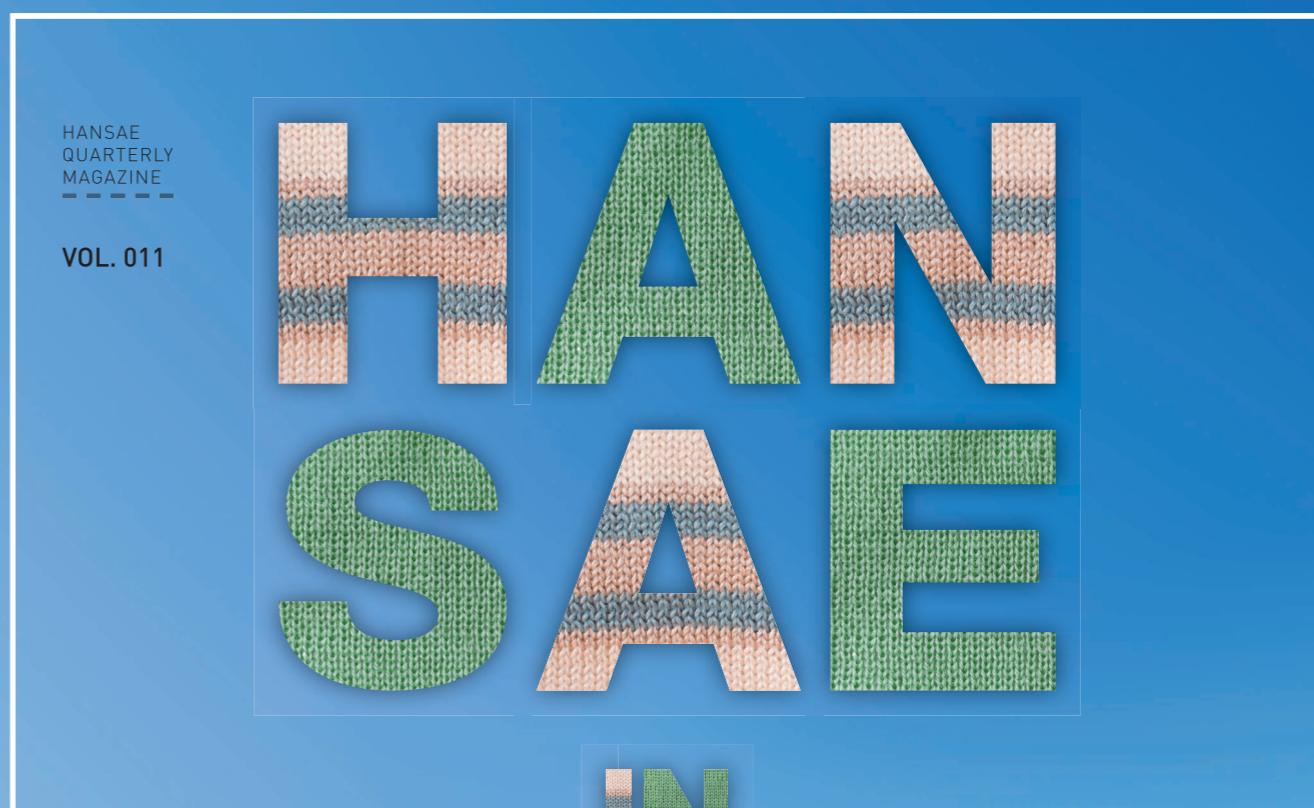


베트남 협력업체 간담회



2016년 한세예스24홀딩스, 각 회사별 It Item

HANSAE
fashion worldwide

O사 TOP-COAT

- 2016년 7부문 최대 매출 판매 상품
- 경쟁력 있는 가격으로 유클트에 대한 고가 이미지 탈피
- 적당한 두께감으로 따뜻함과 청바지, 정장과도 어울리는 스타일리쉬한 코트



W사 SLEEVELESS TANK

- 2016년 5부문 최대 매출 판매 상품
- 넓은 스트랩으로 안정적인 착용감 제공
- 부드럽고 통기성 좋은 면 100% 제품으로 다양한 색상과 함께 어떤 코디에도 적합



T사 BOTTOM SHORT

- 2016년 7부문 최대 수량 판매 상품
- 부담 없이 구매할 수 있는 CORE ITEM
- 남자 아이들의 애정 아이템! 편한 착용감으로 자꾸만 입고 싶어지는 BOTTOM SHORT

을 한 해 동안 한세의 다양한 아이템들이 소비자의 사랑을 받았다.

2016년, 가장 많은 인기를 얻은 'It Item'을 만나보자.



W사 CAMI

- 2016년 5부문 최대 수량 판매 상품
 - 매력적인 가격 (스타벅스 커피 1잔 = 캐미 3장)
 - 부드럽고 신축성 있는 면 소재와 '태그리스(Tagless)'로 몸에 꼭 맞는 편안함
 - Inner에 쉽게 매칭할 수 있는 다양한 컬러의 캐미솔 스타일
- (미국 여성 2명 중 1명은 한세가 만든 CAMI를 입습니다.)

C사 LEGGING PANTS

- 2016년 1부문 최대 수량 매출 판매 상품
- Tough cotton으로 마무리하여 마모성과 견뢰도가 탁월해 아이들이 편안하게 착용할 수 있는 아이템
- 다양한 색상과 패턴으로 어떤 의상에도 매칭 가능

'이 온'었던 온날아



알록달록 예쁜 꽃무늬가 그려진 이 분홍색 티셔츠. 평범해 보이시나요? 하지만 한 소녀에게는 너무나 소중한 옷이랍니다. 이 옷은 올해 여름, SNS에서 화제가 되었던 옷인데요. 그 화두의 주인공은 바로 미국 유태 주에 사는 10살 카미 양입니다. 자폐증을 앓고 있는 카미 양은 이 특정 옷에

집착증세를 보이지만, 2011년부터 2012년까지 판매되었던 이 옷은 이미 단종되어 제품을 구할 수 없었습니다. 카미의 엄마는 이 꽃무늬 옷을 찾기 위해 SNS를 통해 도움을 요청했는데요. 이에 한세실업이 팔을 걷고 나섰습니다. 글로벌 패션기업 한세실업은 이전부터 T사의 자체상표 상품 납품을 맡고 있는 데요. 단종된 이 티셔츠를 제작한 적 있었고, 같은 옷의 샘플 20벌을 만들어 무상으로 카미 양에게 전달했다고 합니다.

또한, 카미 양이 성장 후에도 입을 수 있도록 다른 사이즈로도 제작했지요. 이 옷을 보고 너무나도 기뻐할 카미 양. 한세가 만든 옷을 입고 건강하게 자라간으면 하네요. 올 한 해 동안 가장 Hot Issue였던 아이템, 이 정도면 한세의 It Item이라고 불러도 되겠죠?

YES24.COM

설민석의 조선왕조실록

- 예스24 '제14회 네이즌 선정 2016 올해의 책' 1위
- 역대 '올해의 책' 중 역사 분야 최초로 1위를 차지한 도서
- 예스24 주간 베스트셀러 총 16주간 1위
- 조선 27명의 왕에게 배우는 삶의 희로애락과 과거를 통해 현재를 돌아보고, 미래를 계획하고 싶은 현 시대의 우리가 읽어야 할 필독서



Go Beyond Education
동아출판

하이탑

- 1988년 출간되어 약 30년간 학생들에게 사랑 받아온 아이템
- 과학의 바이블 하이탑은 현재까지 600만 부 이상 판매
- 자세하고 빈틈없는 개념설명과 풍부한 자료로 중고등학생, 대학생, 선생님을 비롯한 일반인까지도 읽을 수 있는 과학 전문서



컬리수 루반에뜨윌롱티

- 여아들이 좋아하는 핑크 컬러감에 리본모양의 자가드가 포인트
- 보온성이 좋은 자가드 원단
- 코디하기 좋은 패팅감



모이몰론 투토케이프슬라볼점퍼

- 햇빛을 받으면 자체온도가 올라가는 친환경 신소재 슬라볼을 총전재로 사용
- 탈부착 가능한 망토가 따뜻하면서도 귀여운 느낌을 주는 아이템



아이스카페데님

- 국내 최초 커피 원두를 액사기공하여 원사에 적용한 청바지
- 커피 입자가 주입된 섬유사용으로 냄새 조절, 흡수 기능, 뛰어난 탈취력을 가진 아이템
- 특수 가공 처리로 수분을 지속적으로 방출해 착용자의 체감 온도를 1~2도 낮춤



터키데님

- 많은 천연염료 과정으로 친환경적이며 부드러운 터치감이 일품
- 깊은 세탁에도 물 빠짐이 자연스러운 매력적인 아이템



플레이키즈프로 조던에어후드팬츠3종세트

- 후드점퍼, 팬츠, 바디스트 3종 형태로 가성비가 좋고 선물용으로도 인기
- 전체적으로 심플하고 깔끔한 디자인에 조던의 점프맨 포인트
- 해외직구 대비 저렴하고 교환, 환불, A/S가 가능해 인기



BUCKAROO Warm Master 구스다운 점퍼

- 기능성과 스타일을 강화한 프리미엄 웜마스터 구스다운 점퍼 3종 출시(솜털/깃털=80/20)
- 베커루만의 빈티지한 감성이 돋보이는 디자인과 스타일리쉬한 핏은 유지하면서 기능성이 강화된 소재를 적용해 겨울 It Item으로 인기
- 방수점퍼, 3M 반사테이프 등으로 내구성을 강화, 포켓과 벨크로 타입의 소매로 실용성과 스타일리쉬한 감각을 모두 충족시키는 디자인을 완성



TBJ 5부 루즈핏 티셔츠

- 90년대 캐주얼 트렌드가 젊은층 사이에서 인기를 끌면서 폭발적인 판매반응
- 여름 시즌에 신규 스타일을 투입하여 BEST ITEM으로 매출에 기여
- 트렌드 컬러였던 핑크와 베이지를 중심으로 화이트, 네이비, 블랙 등 5 종류의 스타일로 구성



NBA 3M 포인트 롱 다운점퍼

- 오버사이즈로 체형을 커버해주고, 긴 기장이 하체까지 완벽하게 보온해줘, 누구나 한이쯤은 갖고 싶은 '머스트 해브' 아이템
- 폴리 소재의 HIPORA 코팅으로 소재의 견고함을 살려 가볍고 보온성을 높임
- 긴 기장 이지만 가벼움이 더해져 일상생활 및 운동 시 편하게 활동



ANDEW 테르미니코트

- 이탈리아 로마의 관광명소인 '테르미니 광장'에서 영감을 얻은 네이밍
- 남녀 모두를 아우르는 클래식하면서도 스타일리시한 유니섹스 아우터
- 국내 방모 원단 울 80혼용으로 따뜻하며 가볍고 내피에 패딩누빔처리로 보온성을 한 번 더 업그레이드한 코트
- 오프숄더, 오버핏으로 루즈하게 떨어지는 실루엣이 편안함과 시크한 멋스러움을 전달

실력이 검증된 전문가 집단 TS(Technical Service)부

이렇게 화기애애한 부서가 또 있을까 싶게 활영 내내 웃음이 끊이질 않았던 TS부. 실력과 더불어 서로를 배려하고 위하는 마음까지 갖춘 이들은 한세에서 없어서는 안 될 보석 같은 존재들이다. 급격한 시장과 환경에 선제적으로 대응하며 한세의 발전을 위해 한발 먼저 앞서가는 TS부를 만났다.

글·한울 사진·최종식

뛰어난 결속력으로 하나가 되다

TS부는 테크니컬 디자인(Technical Design) 1·2·3팀과 컬러(Color)팀으로 구성되어 있다. 이들은 바이어들이 요구하는 승인 프로그램(Certification Program)을 통과한 전문가 집단으로, 샘플과 컬러의 자체 승인(Self Approval) 업무를 담당하고 있다. TS부가 있기 때문에 바이어들의 승인 없이 일을 진행해 나갈 수 있는 것. TS부는 그러한 권한을 이양받은 이들이다. 하유선 부장이 TS부에 대해 설명을 덧붙였다.

“TD는 ‘디자이너’라는 직함을 가지고는 있지만, 보통의 디자이너들과는 차이가 있습니다. 패션디자이너가 일정 컨셉을 가지고 구상한 의상을 스케치나 이미지로 매력적으로 형상화하는 작업을 한다면, 테크니컬 디자이너는 그러한 의상에 경제적인 원리를 적용해 기능적인 면을 가미하는 역할을 합니다. 즉, 소비자들이 옷을 입을 수 있게 실용적인 측면을 고려하는 것에요. 패션디자이너가 의상을 기획하는 일을 한다면, 테크니컬 디자이너는 의상을 설계하는 일을 한다고 보면 됩니다.”

봉제법 등 생산성을 높이는 방법을 고민하는 일도 TS부의 역할이다. 따라서 샘플개발실, 영업부, 공장 등 각 부서 및 현장과의 밀접한 파트너십이 이뤄져야 함은 물론이다. 현재 TS부는 총 26명의 직원이 근무하고 있다. 국내뿐 아니라 베트남에 있는 로컬 TD팀에도 세 명의 직원이 파견을 나가 있는 상태. TD2팀 홍성자 과장은 “원거리에다, 많은 인원임에도 불구하고 뛰어난 결속력은 TS부의 가장 큰 강점이다”고 자랑했다.

“부장님이 팀장들의 결속력을 무엇보다 강조하십니다. 자신의 팀만 맡아서 관리하는 게 아니라 팀끼리 서로 이슈를 나누고 팀원들에 대한 정보도 공유하면서 마치 하나의 팀처럼 움직입니다. 따라서 업무 연계성 면에서도 효과를 발휘할 수 있죠. 저희 부서가 팀 간 로레이션이 많은 편인데, 적응 시간을 최소화할 수 있는 이유도 그 때문입니다.”

급변하는 시장 환경에서 앞서나가다

디자인 영역은 날이 갈수록 중요해지고 있다. 의상 제작 방식이 OEM(Original Equipment Manufacturing)에서 ODM(Original Development Manufacturing)으로 변화의 급물살을 타면서 바이어들이 디자인을 직접 요청하는 경우가 늘고 있기 때문이다. ‘받는 오더’에서 ‘제공하는 오더’로의 변화를 겪으며 TS부 전원은 시장 환경을 이끌어가는 리더가 돼야 한다는 막중한 책임감을 느끼고 있다.

“작년에도 그랬지만 2017년의 화두도 한 단계 진보된 ODM 방식인 co-creation입니다. 이를 위해선 직원들 모두가 지속적으로 성장을 해야 할 뿐만 아니라 직원들의 수준을 일정하게 맞추는 일도 매우 중요합니다. TS부가 내부 커뮤니케이션을 강조하는 이유입니다. 팀에서 소통이 잘 되는 사람이 외부 부서와도 소통이 잘 된다고 믿습니다. 또 저희가 알고 있는 정보는 타 부서와 공유하기 위해 노력하고 있습니다. 분기에 한 번씩 진행되는 영업부 직원 교육도 그 연장선에 있습니다.”

회사의 High-tech에 대한 관심과 지원에 발 맞추어 TS부는 바이어에게 제공되는 샘플을 가상 샘플로 제작하면서 시간과 비용을 줄이는 일에도 노력을 기울이고 있다. 그뿐

만 아니라 바이어를 대하는 기술도 매우 중요하게 생각해서 ‘지역별 커뮤니케이션(Local Communication)’을 통해 지역별 상황에 맞는 업무 진행에 매진하고 있다. 반도체 분야처럼 일정한 답이 있는 분야가 아니므로 어떠한 방식으로 설득하고 파고드느냐에 따라 업무 진행도 천차만별로 달라진다. 조만간 글로벌화를 위해 현지 영업이 있는 바이어 대상의 로컬 컬러 팀도 신설될 예정이다.

“TS부가 소속된 R&D본부는 해외 대학을 나왔거나 미주나 유럽 등 현지에서 근무한 경험 있는 직원들이 상당수입니다. 왜냐하면 언어는 물론이고 문화적으로도 바이어들과 소비자들을 이해하고 있어야 그들이 원하는 제품을 만들 수 있기 때문입니다. 한세의 경쟁력을 더욱 강화하기 위한 노력이라고 할 수 있습니다.”

앞으로 더욱 다양한 제품군을 생산하면서 도전을 멈추지 않을 한세의 미래에 충분한 지원을 하는 부서가 되고 싶다는 TS부. 실력이 뒷받침된 부서이기 때문에 이들의 바람은 분명히 이루어질 것이다. 그리고 TS부의 끊임없는 노력이 2017년 한세의 성장에 든든한 버팀목이 되어줄 것이 분명하다.



From New York Office

한세의 뉴욕 오피스가 위치한 빌딩에는 전 세계적으로 유명한 패션 디자이너, 캐롤리나 헤레라의 사무실이 있다. 그뿐만 아니라, 뉴욕 오피스의 직원들은 하나같이 모델을 방불케 한다. 이번 겨울호에서는 출근길마저 화려한 한세의 뉴욕자사를 소개한다.

글_NY Office 김혜진 과장

Introduction

미국 패션 비즈니스의 심장부인 뉴욕 Garment District에 위치한 뉴욕 오피스는 2008년에 설립되어 현재 5명의 미국 현지 직원과 1명의 한국 파견직원을 합쳐 6명이 근무하고 있다. 2016년부터 본사 R&D 소속 부서가 된 뉴욕 오피스는 뉴욕 현지에 있다는 지리적 이점을 살려 뉴욕에서 일어나는 각종 바이어 미팅 지원과 Market Research/Intel Benchmark/Floorpad를 본사에 공급하고 Inhouse Graphic 개발 뿐 아니라 과테말라 현지 영업과 연계하여 CAFTA/USA 원단 개발과 수주에도 노력하고 있다. 뉴욕을 사랑하는 뉴요커들은 뉴욕을 "The City"라고 부르면 자부심을 드러낸다. 전 세계의 문화, 음식, 예술의 중심지인 뉴욕은 미국의 여느 다른 도시들과는 사뭇 다르다. 특히, 뉴욕의 길거리에서 부딪힌 사람에게서 "Sorry"라는 소리를 못 들어도 '뉴욕이니까' 하고 이해해 주시길 바란다.



NY office outing

바쁜 업무 속에 미뤄왔던 Team Spirit 강화를 위한 Outing과 연말 파티를 Union Square에서 가졌다.



Rotation Program

내년 1월부터 1년간 뉴욕자사 직원의 한국 본사 순환 근무가 시작된다. 첫 시작을 끊을 사람은 바로 한세 뉴욕자사에서 5년 근무해 온 끼와 실력으로 무장한 Paul Passavant/Senior Designer이다. 한국 음식과 문화를 사랑해서인지 한세 한국 본사에서도 적응을 잘하리라 믿지만, 모국을 떠나 낯선 타국 생활을 할 그에게 많은 관심과 응원을 부탁 드린다.



Places to Eat

정신적, 육체적으로 힘든 출장 중엔 음식에 신경쓰기가 참 힘들다. 뉴욕에서 기념 될만한 건 먹고 싶으나 찾아볼 여유가 없는 출장자를 위해 소개한다.



Wolfgang's steakhouse

전 세계에 있는 8개 체인점 중 4곳이 맨하탄에 밀집해 있는 이 스테이크 하우스에서는 Dry Aged Beef를 만날 수 있다. 등심과 안심 모두 맛볼 수 있는 Porter House와 German Potatoes는 후회하지 않을 선택!

Artichoke Basille's Pizza, 114 10th Ave

뉴욕엔 유명한 피자집이 많지만 그중에서도 이곳은 Best & Biggest Slice of Pizza로 유명하다. Artichoke Pizza는 필수 선택.

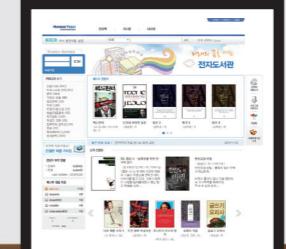


2016 한세예스24홀딩스 계열사 주요 CSR활동 사진전



3월

외국인 유학생을 위한
한세예스24문화재단
전자도서관 open



4월~8월

제10회
한세실업 배 릴레이
대학동문전



6/22~27

한세예스24문화재단
인도네시아 바틱 전시회
'Batik, the Soul of Indonesia'



5/4

어린이날 맞이
한세예스24 어린이 집
자선 바자회



5/21

한세예스24문화재단
문화 교류를 위한
제2회 글로벌 프렌즈



7월~1월

제10회 예스24배 고교 동문전



10/7

한세예스24홀딩스 그룹의
사내 밴드 동호회 G24
다섯 번째 정기공연
(티켓수의 전액기부)



7/11~21

한세예스24문화재단
제7기 대학생 해외봉사단



9/24~25

한세드림
제7회 컬리수 축구대잔치
리틀K리그



10/14

한세실업
베트남 클래식 음악회
'A SPANISH NIGHT' 후원
베트남 호치민 음악원



11/21

한세예스24문화재단
제15기 외국인 장학생
장학금 장학증서 수여식



11/23

한세실업
소외계층을 위한
예술의 전당 문화햇살콘서트



11/25

한세드림
사랑의 연탄 나눔
봉사 활동



A PIECE OF THE

HANSAE NEWS



I. <FRJ 포인트카드 멤버십 도입>

데님 브랜드 에프알제이(�FRJ Jeans)이 12월 1일부로 FRJ 포인트카드 멤버십을 도입하였다. 전국 FRJ Jeans 매장에서 공동으로 적립 및 사용할 수 있는 포인트카드는 포인트가 쌓일수록 나의 스타일도 UP되는 FRJ Jeans 전용 멤버십 카드이다. 상품 구매 시 금액에 따라 FRJ포인트를 정상판매제품 3%, 기획 상품, 가격인하상품, 이월 상품, 액세서리의 경우 2%씩 적립된다. 상품구매 시 포인트를 사용한 경우 포인트 사용 금액을 제외한 구매 금액에 대해서만 포인트가 적립된다. 적립된 포인트가 5,000포인트 이상일 때 1,000포인트 단위로 전국 FRJ Jeans 매장에서 교차 사용 가능하며, 유의사항은 현금으로 교환되지 않는다는 점과 이월상품은 포인트 사용에서 제외된다는 점이다.



2. <예스24 강남점 파사드 아트 콜라보 프로젝트>
예스24 강남점에서 파사드 아트 콜라보 프로젝트의 첫 번째 콜라보를 <아 보람 따위 됐으니 야근수당이나 주세요>와 최근 <싫어증입니다. 일하기싫어증>의 일러스트 작가 양경수와 함께 진행하였다. 11월 26일 노출된 이번 콜라보는 2월 15일까지 게시될 예정이며 추후 다른 신진 아티스트들과 지속적으로 콜라보를 예정 중이다.



5. <한세드림, 청사 아래 연 매출 1천 억 원 첫 돌파!>
2016년 한세드림 각 브랜드의 총 매출을 합산한 결과 11월 30일 기준 총 1천 90억 원으로 집계가 되었다. 올해 상반기 매출 490억을 넘어선 한세드림은 12월까지 하반기 매출을 약 710억으로 예상하여, 국내 1,200억과 중국 200억 등 총 1,400억으로 2016년을 마감할 것을 기대하고 있다. 1,200억은 전년 대비 52% 성장한 수치로 경기 침체기 를 맞고 있는 사회 분위기를 감안한다면 더욱 주목할만한 일이다.



6. <엠케이트렌드 중국 NBA 매장 월 매출 2억 원 돌파>
엠케이트렌드의 캐주얼 브랜드 NBA의 중국 베이징 2개 매장에서 11월 매출이 2억 원을 돌파한 것으로 집계되었다. 또한, 중국 고객들에게 큰 인기를 얻어 중국 주요도시 13개 매장의 매출이 1억 원이 넘는 것으로 밝혀졌다. NBA는 엠케이트렌드가 2011년 미국 프로 농구(NBA)와 독자 라이선스 계약을 획득해 론칭한 브랜드로서 현재 중국에 132개 매장(2016년 12월 기준)을 운영 중이다.



3. <동아출판 '동아전과', '백점 맞는 시리즈', '큐브수학S 시리즈' 학부모가 뽑은 교육 브랜드 대상 수상>
동아출판 초등 학습서가 여성신문사 주최 '2017 학부모가 뽑은 교육브랜드 대상'을 수상했다.

▶전과 부문- 동아전과(12년 연속 수상)
▶초등 전 과목 참고서 부문- 백 점 맞는 시리즈(10년 연속 수상)
▶수학 참고서 부문- 큐브수학S(11년 수상)

4. <동아출판 2017년형 백점 맞는 월간지 홈쇼핑 판매 시작>



동아출판이 초등학생 전 학년 대상 월간 학습 교재인 '백점 맞는 월간지'를 홈쇼핑 방송을 통해 판매한다. 백점 맞는 월간지는 2017년 신학기용 자가주도학습 월간 교재로, 교과 진도 교재 및 각종 평가 교재와 함께 문제풀이 동영상 강의가 1년 간 제공된다.



7. <19차 신입사원 대상 멘토링 프로그램 실시>
한세실업은 지난 11월 11일부터 12일 양일간 양평 현대 블룸비스타에서 '19차 인턴사원 입문교육 Workshop'을 진행하였다. 신입사원의 인턴 근무 기간 동안 팀 내 빠른 업무 적응을 돋기 위해 마련된 멘토링 프로그램은 한세실업에서 처음 도입하는 제도이다. 워크숍 기간 동안 사전 멘토/멘티 교육, 레크레이션, DISC 행동유형 진단검사 등을 통해 서로를 이해하는 시간을 가졌다. 6개월 간 활동보고서와 역량개발 계획표를 평가해 최우수 커플에게는 동반 뉴욕 연수의 기회도 주어질 예정이다.