HANSAE YES24 HOLDINGS

HANSAE
fashion worldwide

C&T
COLOR & TOUCH

HS
HS Sourcing

HANSAE MK

yes24

동아출판

YES24 LIVE HALL

YNK MEDIA

STYLE24

BOOKPAL

studio YESONE

ARTiPIO

HANSAE:IN VOL. 038 HANSAE QUARTERLY MAGAZINE

HANSAE:IN

HANSAE QUARTERLY MAGAZINE
ISSN 2636-0551

VOL. 038

CONTENTS

HANSAE QUARTERLY MAGAZINE
VOL.38

SPECIAL THEME

03 **편집자글**
시간에 관한 단상

04 **한세인 칭찬릴레이**
HANSAE:IN 칭찬릴레이

06 **한세예스24홀딩스 보도자료**
한세예스24홀딩스 보도자료

08 **한세실업 보도자료**
한세실업 보도자료

20 **한세예스24문화재단 보도자료**
한세예스24문화재단 보도자료

26 **한세예스24 어린이집**
한세예스24 어린이집을 소개합니다

28 **서명은 교수의 과학이야기**
더 작게, 더 넓게

32 **신재현의 마음을 살피는 기술**
세상에는 왜 이렇게 많은 사기꾼들이 있을까?

36 **이용재의 미식 에세이**
햄버거의 세계

40 **PGA TOUR & LPGA GOLFWEAR**
세련된 시즌 컬러 돋보이는 2024 가을 컬렉션 공개

46 **BUCKAROO**
버커루, 배우 이동휘와 24 가을 캠페인 오픈

50 **NBA**
NBA, 프리미엄 컬렉션 '하드우드 클래식' 출시

56 **NBA KIDS**
더욱 다채롭고 새로워진 '느바루키' 가을 신제품 주목

62 **모이몰른**
모이몰른 '산리오 베이비' & 컬리수 '쿠로미' F/W 컬렉션 출시

70 **플레이키즈프로**
국내 유일의 '나이키키즈 체험형 매장' 그랜드 오픈!

74 **리바이스키즈**
리바이스키즈 24 F/W 화보

80 **컬리수**
한세엠케이 컬리수에딧, 론칭 기념 신규 매장 오픈...

84 **요리요정 이팀장의 레시피**
집에 있는 재료로 흑백요리사 레시피 따라하기

88 **대동맛지도**
입맛도 가을 타잖아~ 대동맛지도

90 **예스24 보도자료**
예스24 보도자료

96 **문화다방**
CULTURAL SHOP
미술품에는 세금이 없을까?

100 **김진효 변호사의 ESG**
오랫동안 함께 있어 주기를 바라는 마음

104 **동아출판 보도자료**
동아출판 보도자료

발행일: 2024년 11월 **창간일:** 2014년 7월 **등록번호:** 영등포, 바00169 **발행인:** 김동녕 **편집기획:** 홍보팀
인쇄: 동아출판 **편집디자인:** (주)대통기획 | 한세예스24홀딩스 서울특별시 영등포구 은행로 30, 6층 T. 02)3779-0800

HANSAE:IN은 환경부가 인증한 친환경 재생용지를 사용하고 있습니다.

편집자글

phaseoftime

시간에 관한 단상

EDITOR'S WRITING

여의도 출근길이 다시 쌀쌀해졌습니다.
한살 더 먹을 내년도 코앞에 다가왔네요.
빠르게 흘러가는 시간 속에서 의미있는 순간을
선별해 집중하는 건 온전히 나의 몫인 것 같습니다.
감정과 생각에서도 일종의
'가지치기' 기술이 필요하달까요.

편집자 이상은

HANSAE:IN 칭찬릴레이

한세실업

Thank you to 해외 재무팀 김용희 책임 .

자기 소개 안녕하세요 HCM법인 회계팀 김정웅 입니다.
칭찬 주인공 해외재무팀 김용희 책임님을 칭찬하고 싶습니다. 다년간의 해외법인 근무로 다양한 CO의 특성을 파악하고 계시고 해외법인 회계들에게 든든한 버팀목이 되어주시고 계십니다. 바쁘실 때도 불편한 기색 없이 업무와 해외 생활에서의 어려움에 대해 같이 고민해 주시고 해결책과 방향성을 잡아주셔서 낯선 환경에서 새로운 업무로 부담감이 막중한 직원들의 정신적 지주가 되어주고 계십니다. 또 여러 나라에서의 경험과 더불어 언어능력도 탁월하셔서 언어로 인해 현지인과 어려움이 있을 때 해결사가 되어 저희에게 등대가 되어 주시고 계십니다. 앞으로도 오래오래 많은 경험과 노하우 전수 부탁드리겠습니다. 감사합니다.
하고싶은말 남아있는 하반기에도 모두들 건강과 행복과 가득하시길 바라겠습니다.

예스24

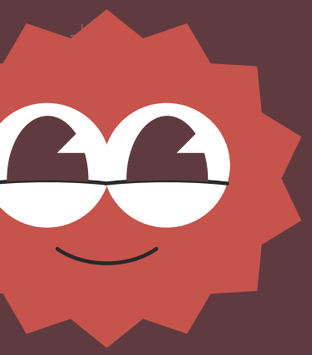
Thank you to 플랫폼본부 디자인팀 김태희 사원 .

자기 소개 안녕하세요, 예스24 도서사업본부 기프트파트 김현경입니다.
칭찬 주인공 예스24 플랫폼본부 디자인팀 김태희 사원을 칭찬하고 싶습니다. 김태희 사원이 작업한 디자인은 언제나 많은 MD들에게 호평을 받는데, 디자이너로서 사명과 열정을 가지고 창의적인 디자인을 하기 때문에 언제나 센스 있고 멋진 작업물이 나오는 것이 아닐까 하는 생각이 듭니다. 김태희 사원의 열정적인 모습에 저도 자극을 받아 더욱 열심히 일을 해야겠다는 마음을 가졌습니다. 그리고 디자인 작업 또는 가이드에 대해서 문의드릴 때마다 빠르고 친절하게 답변을 해주셔서 업무에 큰 도움이 되었습니다. 늘 감사합니다.
하고 싶은 말 정신없이 빠르게 지나간 2024년이었지만 되돌아보면 행복했던 일이 더 많은 한 해였습니다. 2025년에도 모두 행복하시고 건강했으면 좋겠습니다.

한세엠케이

Thank you to 영업1본부 컬리수 최철순 대리 .

자기 소개 한세엠케이 영업관리팀 김소영대리입니다.
칭찬 주인공 영업1본부 컬리수 최철순 대리님을 칭찬합니다. 업무 특성상 영업부서와의 긴밀한 소통과 협업을 필요로 하는데 대리님은 항상 맡은 바 업무에 책임감을 가지고 임해주십니다. 자칫 번거로울 수 있는 요청에도 귀찮은 내색 없이 신속한 피드백으로 실무에 큰 도움을 주시며, 때로는 담당주체가 명확하지 않은 일에도 문제 해결에 적극적으로 힘써주시니 든든하고 감사한 마음입니다. 직급을 막론, 누구에게나 친절하고 공손한 태도로 일관하시는 모습 또한 큰 귀감이 됩니다. 능력과 인품까지 겸비한 최철순 대리님이야말로 진정한 사내의 "사기캐"라고 생각합니다 :)
하고 싶은 말 환절기 건강에 유의하시고, 얼마 남지않은 한해도 잘 마무리하시길 바랍니다. 앞으로도 잘 부탁드리겠습니다!



동아출판

Thank you to 정보보호팀 강찬우 대리 .

자기 소개 안녕하세요? 동아출판 IT팀 조정연입니다.
칭찬 주인공 정보보호팀 강찬우 대리님을 칭찬하고 싶습니다. 정보보호팀에 입사하여 짧은 기간 동안 회사의 정보보호 관리체계 수립 및 운영에 핵심적인 역할을 담당하고 있습니다. 특히 AI디지털교과서 검정합격에 필수요소인 클라우드서비스 보안인증(CSAP) 획득을 위해 서면/현장평가, 취약점점검등 공공클라우드 시스템 구축에 필요한 보안요구사항을 준비함에 있어 전문적인 업무지식과 체계적인 대응으로 인증획득을 향해 묵묵히 업무수행하는 모습에 격려와 칭찬하고 싶습니다.
하고 싶은 말 환절기에 항상 건강 챙기시고 맑고 청명한 가을날씨 만끽하세요.

홀딩스

Thank you to 투자금융팀 조시형 팀장 .

자기 소개 안녕하세요. 경영분석1팀 서몽규입니다.
칭찬 주인공 저는 한세예스24홀딩스 투자금융팀의 조시형 팀장님을 칭찬하고 싶습니다. 점심 영어 수업을 같이 들으면서 팀이 다름에도 항상 챙겨주셨고, 재치 있는 입담으로 수업 및 점심 식사 때 분위기를 유쾌하게 이끌어주셨습니다. 업무 상 필요한 금융 관련 정보들이 있었던 적도 있는데, 관련하여 아낌없이 조언을 주셔서 관련 프로세스를 정립하는 데 큰 도움이 되었습니다. 회장님 생신 축가를 AI 음악으로 작곡하는 등 젊은 저보다도 트렌드에 앞장서고 계신 점도 배울 점이 많다고 느끼며 많은 자극을 받았고, 저도 시간이 지나 누군가에게 이런 긍정적인 자극을 줄 수 있는 회사의 일원이 되었으면 좋겠다는 마음이 생겼습니다. 앞으로도 수업 등 함께할 수 있는 기회가 생기기를 바라며, 감사의 인사 전하고 싶습니다.
하고 싶은 말 정신 차려 보니 어느새 연말이 가까워졌습니다. 모두들 한 해 마무리 잘하셨으면 하고, 좋은 일만 가득하시길 바라겠습니다!

한세예스24그룹, 2024 글로벌 기업설명회(IR) 개최...
“계열사별 경쟁력 강화 비롯해 사업 포트폴리오 다각화로 신성장 동력 확보”

– 한세예스24그룹, 지난 10월 16일 베트남 호치민서 ‘2024 글로벌 기업설명회’ 개최... 계열사별 실적 및 성장 전략 발표
– 2025년 한세실업 ‘수직계열화’·동아출판 ‘AI 디지털교과서 시장 공략’ 등으로 매출 확대 기대
– 김석환 한세예스24홀딩스 부회장 “글로벌 리더 입지 공고히 하고 미래 성장 기반 마련”
– 김익환 한세실업 부회장 “한세실업 장기적 성장 위해 전 세계에 글로벌 전략 자산 늘릴 것”

한세예스24그룹은 지난 10월 16일 베트남 호치민에서 ‘2024 글로벌 기업설명회(IR)’를 개최하고 그룹의 신성장 동력과 비전을 발표했다. 한세예스24그룹은 적극적인 인수합병(M&A)을 통해 사업 포트폴리오를 다각화하고, 신규사업 기회를 발굴해 성장을 고도화한다는 전략이다. 이번 기업설명회는 글로벌 패션 ODM 기업 한세실업의 최대 생산기지인 베트남 호치민에서 진행됐다. 김석환 한세예스24홀딩스 부회장, 김익환 한세실업 부회장, 임동환 한세엠케이 대표, 이욱상 동아출판 대표, 최세라 예스24 대표 등이 참석해 각 계열사별 실적과 사업 성과, 향후 비전 등을 발표했다. 첫 발표자로 나선 김석환 한세예스24홀딩스 부회장은 각 계열사별 사업 현황과 실적, 자본 활용 계획 등을 중점적으로 소개했다. 김석환 부회장은 “올해 한세예스24홀딩스의 매출은 2조 8,000억 원, 영업이익은 1,938억 원을 달성할 것으로 예상한다”며 “2025년 수익성을 강화하고 매출을 확대해 외형 성장을 이루도록 지속적으로 노력하겠다”라고 말했다. 특히 김석환 부회장은 2025년 동아출판의 성장세가 본격화될 것으로 전망했다. 김석환 부회장은 “2025년 AI 디지털 교과서가 일부 과목에서 도입될 예정이며, 2028년에는 대부분의 과목에 적용될 예정이다. 기존 서책 교과서 시장은 5,000억 원 규모였지만, AI 디지털 교과서 도입을 통해 전체 교과서 시장은 5년 이내 3배 이상 성장할 것”이라고 설명했다. 동아출판은 AI디지털교과서 시장을 선점하기 위해 AI 디지털교과서 개발을 위한 핵심 자원을 내재화하고, 에듀테크 기업과 전략적 제휴를 체결하는 등 발빠르게 움직이고 있다. 또, 패션 리테일 부문의 ‘한세엠케이’는 브랜드 인지도 강화를 위한 다양한 마케팅 활동 전개, 소비자 니즈 맞춤 온·오프라인 채널 운영, 브랜드별 메가스토어 매장 확대, 베이비 신규라인 출시 및 NBA 라인 확대를 진행하고 있다. 문화 콘텐츠·출판 부문의 ‘예스24’는 신형 ebook 리더기 ‘크레마 페블’ 출시 및 구독 플랫폼 ‘크레마클럽’ 운영, 웹소설, 웹툰 기반 콘텐츠 강화, 공연장 추가 확보 및 대형 공연 개최 등을 추진하고 있다. 한세예스24그룹은 기존 사업 포트폴리오 다각화 및 신규사업 진출을 위해 적극적인 M&A 기회도 물색하고 있다고 덧붙였다. 김석환 부회장은 “현재 한세예스24홀딩스는 이래AMS 인수 우선협상자로 선정돼 M&A절차를 진행하고 있다”며 “향후 한세예스24그룹 내 신성장동력 중 하나가 될 것으로 기대한다”고 밝혔다. 아울러 “급변하는 글로벌 정세에 민첩하게 대응하며, 글로벌 리더로서 입지를 공고히 하고 미래를 위한 새로운 성장 기반을 마련할 것”이라고 강조했다.

이어 김익환 한세실업 부회장은 내년도 패션업계 트렌드를 전망하며, 글로벌 선도기업 입지를 공고히 하기 위한 한세실업의 다양한 활동을 중점적으로 설명했다. 김익환 부회장은 “내년 미국이 기준금리를 추가 인하할 것으로 예상됨에 따라 의류 소비 심리도 개선될 것으로 기대한다”며 “2025년에는 한세실업의 매출액 6% 이상 신장이 목표”라고 밝혔다. 한세실업은 글로벌 탑 30개 이상의 고객사와 함께 하며, 매년 4억 장 이상의 의류를 생산하고 있다. 특히 한세실업은 미국 섬유 제조업체 ‘텍솔리니(Texollini)’를 인수해 액티브웨어 카테고리 확장 기반을 마련했고, 중미 니어쇼어링(Nearshoring) 트렌드에 대응하고자 엘살바도르에 현지 법인을 설립했다. 2025년 4분기 중 과테말라 에코스핀 원사 제조 1공장도 완공될 예정이다. 또, 베트남 원단 제조 시설인 C&T 3공장도 새로 문을 열고 업계 최고 수준의 동남아 버티컬 인프라를 구축하고 있다. 김 부회장은 “한세실업의 장기적인 성장과 지속 가능한 친환경 사업 모델 구축을 위해 동·서양대륙에 걸쳐 글로벌 전략 자산을 계속 늘려갈 계획”이라고 말했다. 한세예스24홀딩스는 각 계열사의 사업 전문성과 경쟁력을 강화하기 위해 투자사업부문을 전담하는 지주회사로 2009년 설립됐다. 의류 ODM 부문의 ‘한세실업’과 원단 부문의 ‘칼라앤터치’, 리테일 부문의 ‘한세엠케이’, 문화 콘텐츠·출판 부문의 ‘예스24’, ‘동아출판’ 등을 자회사로 두고 있다.

2024년 100대 CEO

‘섬유패션 산업 전문가’ IT에 꽂혔다

Profile

김익환 한세실업 부회장

- 고려대 철학
- 미 조지워싱턴대 MBA
- 2014년 한세실업 베트남법인 영업 본부장
- 2017년 한세실업 대표이사
- 2020년 한세실업 부회장

김익환 한세실업 부회장(대표이사)은 ‘섬유패션 산업 전문가’로 통한다. 한세예스24그룹 창업주인 김동녕 한세예스24홀딩스 회장의 차남으로서 한세실업에서 20년간 다양한 직무를 수행, 섬유패션 산업 전반에 높은 이해도를 쌓았다. 1982년 설립된 한세실업은 2009년 한세예스24홀딩스 지주회사 설립에 따라 인적분할됐다. 현재는 세계 유명 의류 브랜드를 대상으로 한 제조자개발생산(ODM) 사업을 영위하고 있다. 김 부회장은 2017년 7월부터 대표이사에 취임해 해마다 4억 장을 수출하고 있는 한세실업을 이끌고 있다. 부회장에 오른 건 2020년 1월이다.

김 부회장은 2004년 한세실업에 입사한 후 연구개발(R&D)부서장·해외지원 부서장·품질관리(QA)부본부장·베트남 법인 영업본부장 등 주요 부서를 두루 거쳤다. 그의 경영 아래 한세실업은 9개국에서 20개 법인 및 10개 사무소를 운영하는 곳으로 성장했다. 특히 갭·H&M·아메리칸이글 등 글로벌 유명 의류 브랜드와 탄탄한 파트너십을 구축했다. 미국 유통업체 월마트·타겟의 자체상표(PB) 상품도 생산해 수출하고 있다. 김 부회장은 특히 2023년 10월 기업설명회(IR)에서 2024년 매출 목표치를 2조 원으로 제시한 바 있다. 영업이익은 1800억 원을 목표치로 삼았다. 김 부회장은 영업이익률 9% 달성과 함께 외연 확장을 위해 ‘패션테크 기업’으로의 변화에 주력하고 있다. 구체적으로 디지털 기반 공급망 구축, 지속 가능한 사업 모델, 중미 수직계열화 완성, 사업 카테고리 확장을 주요 전략으로 삼았다. 사업 효율성을 높이고 제품 고도화를 이뤄내겠단 취지다. 실제로 김 부회장 취임 후 한세실업은 스마트팩토리·3차원(3D) 디자인 기술 등을 적극 도입하고 있다.

김 부회장의 사업 비전이 본격화된 지난 2022년 회사의 연결기준 연간 매출이 창립 이래 처음으로 2조 원을 넘어서기도 했다. 김 부회장은 이런 성과를 인정받아 올해 7월 세계 최고 권위 경영학술단체인 국제경영학회(AIB)로부터 ‘2024 AIB 섬유 리더상’을 받았다.

한세실업, 미국 섬유 제조업체 ‘텍솔리니’ 인수… “중남미 수직계열화 및 포트폴리오 강화”

– 한세실업, 합성섬유 생산 기술력 강화 및 니어쇼어링 트렌드 맞춰 美 ‘텍솔리니’ 인수

– 텍솔리니, 뛰어난 기술력과 생산 능력 보유… 고속도로, 해상, 항공, 철도 등 주요 교통망 접근도 용이

HANSAE fashion worldwide

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 미국 섬유 제조업체 ‘텍솔리니(Texollini)’를 인수했다. 이번 인수는 한세실업이 추진 중인 중남미 수직계열화 프로젝트의 일환으로 진행됐다.

텍솔리니는 1989년 설립된 미국 대표 섬유 제조업체로 원단 제작부터 염색, 인쇄 및 마감, 디자인, 연구 개발 등 합성섬유 분야에서 독보적인 역량을 보유하고 있다. 주요 고객사로는 글로벌 스포츠 브랜드 뉴발란스(New Balance), 캐주얼 브랜드 챔피온(Champion), 아웃도어 브랜드 파타고니아(Patagonia), 애슬레저 패션 브랜드 알로 요가(Alo Yoga) 등이 있다.

한세실업은 이번 인수를 통해 합성섬유 생산 기술력을 강화하고, 중남미 지역에서 확산되고 있는 니어쇼어링(Nearshoring) 트렌드에 대응할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 실제 텍솔리니 공장은 완전 자동화된 생산 공정을 갖춰 원단 제작부터 염색, 인쇄까지 전 공정을 24시간 운영할 수 있다. 텍솔리니는 4,000여 종이 넘는 다양한 종류의 원단을 매월 100만 파운드(약 454톤) 이상 생산하고 있으며, 매월 120만 야드(약 1,100킬로미터)의 원단을 염색 처리하고 있다. 또한, 텍솔리니 공장이 위치한 미국 캘리포니아 롱비치는 고속도로, 해상, 항공, 철도 등 주요 교통망에 접근이 용이해 미국 내 물류 이동에도 유리하다. 한세실업은 텍솔리니의 합성섬유 개발 기술 및 노하우를 활용해 액티브웨어, 속옷, 수영복 등 제품 카테고리 및 포트폴리오를 확장할 계획이다. 특히, 액티브웨어와 같은 고단가 제품군을 확대해 수주를 늘리는 등 수익성을 강화한다는 전략이다.

김익환 한세실업 부회장은 “텍솔리니는 뛰어난 기술력과 생산 능력을 보유한 기업으로, 이번 인수로 한세실업의 글로벌 경쟁력이 한층 강화될 것으로 기대한다”며, “앞으로도 한세실업은 글로벌 패션 산업에서 우위를 유지하기 위해 지속적인 투자와 혁신을 이어갈 것”이라고 밝혔다.

한편, 한세실업은 미국, 베트남, 미얀마, 인도네시아, 니카라과, 과테말라 등 전 세계 9개국에서 20개 법인 및 10개 해외 오피스를 운영하는 글로벌 ODM 기업이다. 전 세계 5만여 명이 한세실업에서 근무하며 GAP, 타겟, 월마트 등 전 세계 유명 브랜드 의류를 생산 및 납품하고 있다. 또한 자체 개발한 스마트 공정시스템 ‘햄스(HAMS)’, 3D 가상 샘플 등 IT 기술을 적극 도입해 글로벌 패션 테크 기업으로 도약하고 있다.

한세실업을 빛내는 해외 법인 사회공헌 활동
“지역사회와 상생하는 지속 가능 경영” 화제

현재 글로벌 시장에 진출한 기업들은 더욱 엄격해진 ESG(환경·사회·지배구조) 규제와 투명성 요구에 직면하고 있다. 기후 변화에 따른 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 커지면서 지속 가능성이 기업 운영의 핵심 요소가 됐기 때문이다.

한세실업(대표 김익환·김경)은 지난 7월 발간한 지속가능경영 보고서를 통해 ESG 영역별 목표를 설정하고, 이를 실천하기 위한 구체적 노력을 이어가고 있다. 환경(Environmental) 부문의 경우 2050 탄소중립(넷제로) 달성과 의류 순환 시스템 구축 등을 목표로 하고 있고, 사회(Social) 부문은 직원이 안전하게 근무할 수 있는 환경을 조성하고 임직원의 다양성과 포용성 확대와 지역 사회와의 공존과 상생 추구 등을 목표로 하고 있다. 지배구조(Governance) 부문에서는 선도적인 책임, 윤리경영 실천, 상생·책임 경영 실현 등을 목표로 하고 있다. ESG 경영 실천을 위한 한세실업의 다양한 노력 중에서도 지역 사회와의 상생을 위한 노력은 글로벌 진출 기업 가운데서 두드러진 성과를 보이고 있다. 전 세계 유명 의류 브랜드들의 전략적 파트너로 글로벌 의류 ODM 제조 및 수출 기업인 한세실업은 전 세계 9개국 20개 법인, 10개의 사무소를 운영하며 전 세계 5만여 명 임직원이 일하고 있다. 그중 한세실업이 진출한 니카라과 법인과 과테말라 법인 등 해외법인이 전개하는 사회공헌 활동은 지역 사회와의 상생 및 다양성 존중의 대표 사례로 꼽히며 화제가 되고 있다.

한세실업 니카라과 법인
지역 사회 기여 및 다양성 존중 위한 노력으로 승승장구

‘직원이 행복한 일터’를 모토로 직원 친화 정책을 추구하는 한세실업 니카라과 법인은 꾸준히 지역 사회와의 공존 및 현지 근로자를 위한 사회공헌 활동 전개로 지역민들에게 사랑받고 있다. 한세실업 니카라과 법인은 안정적인 고용 창출과 원만한 노사 관계 유지 성과를 인정받아, 지난 2015년 니카라과 노동부 장관으로부터 감사패를 받았다. 같은 해 니카라과 법인 내 공장에 모유 수유실을 설치하고, 모유 수유 교육도 꾸준히 진행하고 있다. 2017년에는 근로자의 교육 환경 개선 사업 공로를 인정받아 니카라과 교육청으로부터 감사패를 받기도 했다. 뿐만 아니라, 한세실업은 해외 법인 생산 공장에서 일하는 여성 근로자들을 위해 다양한 교육을 진행, 직장과 가정에서 개인의 삶의 질을 높일 수 있게 돕고 있다. 일례로 글로벌 패션 브랜드 갭(GAP Inc)이 전개하는 P.A.C.E(Personal Advancement & Career Enhancement) 캠페인에 10년째 참여해, 여성 근로자 개인의 발전과 역량 강화를 위한 교육을 지원하고 있다. P.A.C.E 프로그램에 참여한 현지 여성 직원은 “한세실업의 P.A.C.E 프로그램은 여성 근로자에게 실질적으로 필요한 교육을 제공해 더 나은 근로 환경을 제공하고 역량을 강화하게 도와줬다. 덕분에 일상에서 삶의 질도 이전보다 크게 개선됐다”고 전했다.

최근에는 니카라과 현지에서 사회적 책임을 다하고 다양성을 존중하는 활동을 확대해 지역민들로부터 큰 응원을 받고 있다. 한세실업 니카라과 법인은 ‘장애 아동을 위한 작은 실천’의 일환으로, 장애 아동과 청소년, 청년의 부모로 구성된 자원봉사 단체인 ‘LOS PIPITOS’에 폐박스와 폐플라스틱을 기부하고 있다. ‘LOS PIPITOS’는 한세실업 니카라과 법인이 기부한 폐자원을 판매해 얻은 수익금으로 장애 아동과 청소년, 청년을 위한 심리 상담과 치료를 제공하고 있다. 이들 단체는 장애가 있는 자녀들이 평등한 기회를 가지며 완전한 발달과 행복을 이룰 수 있게 돕는 것을 목적으로 활동하고 있다. 향후 ‘LOS PIPITOS’는 니카라과 법인에 심리학자를 파견해, 장애에 대한 교육도 진행할 계획이다.

ESG 경영 실천에 적극 나서
환경 보호 및 현지 생태계 복원 기여

한세실업 니카라과법인 태양광설치 패널

한세실업 니카라과 법인은 지역 사회와의 상생을 위해 환경 보호 및 생태계 복원에도 적극 기여하고 있다. 지난 2022년 10월 니카라과 법인 창고동에 태양광 패널을 설치, ‘탄소중립’ 실천에 본격 나선 한세실업은, 2023년 니카라과 법인 전체 전력 사용량의 약 22.5%에 달하는 약 900MWh를 태양광 에너지로 대체하는 성과를 냈다. 또한, 기후변화에 대응할 수 있도록 온실가스 감축 및 각종 에너지 저감 목표를 수립해 꾸준히 이행하고 있다. 전체 생산시설 내 조명을 LED 전등으로 교체하는 활동을 통해 온실가스 배출을 최소화하려고 노력 중이다. 매년 에너지 사용량을 줄이면서 환경 보호에 나선 니카라과 법인은 생태계 복원에도 앞장서고 있다. 2년 연속 니카라과 내 마사야(MASAYA) 지역 사회에 나무 심기 프로젝트를 진행해 지속 가능한 생태계 조성을 위해 노력하고 있다. 또, 한세실업 니카라과 법인은 2023년과 2024년 니카라과 환경청에 매년 5000그루의 나무를 기부, 마사야 호수 주변 지역인 VENECIA 지역과 MASAYA 화산에 나무를 심어 생태계 복원에 기여하고 있다.

한세실업 니카라과 법인이
나무를 기부한 후 받은 인증서

한세실업 과테말라 법인
직원·지역 주민 잇는 디딤돌 역할로 상생 노력

한세실업 과테말라 법인은 임직원들이 참여하는 재능기부로 지역 주민들에게 교육과 일자리를 제공해 지역 사회와의 상생에 앞장서고 있다. 과테말라 법인이 위치한 지역 주민과 천사의 집 학생들을 대상으로 지난 2022년 6월부터 9월까지 매주 토요일마다 봉제기술 관련 수업을 진행한 것. 종강 시험을 끝으로 교육 과정을 완료한 참여자 중 1등 졸업생에게 과테말라 법인 입사를 보장하는 특별한 혜택도 제공했다. 졸업 대상자들에게는 추후 피눌라 공장 인력 수급 시 최우선 순위로 입사 기회를 부여하며 지역 주민들의 일자리 창출에 기여했다. 해당 교육 프로그램은 한세실업 과테말라 법인이 지역 주민들에게 봉제 기술을 교육하는 것을 넘어 고용난 해소와 지역 사회가 함께 살아갈 수 있는 교두보를 마련한 의미있는 활동으로 평가받고 있다. 김익환 한세실업 부회장은 “전 세계 5만여 명 임직원과 함께 글로벌 패션을 이끄는 한세실업은 기업이 진출한 지역 사회와 함께 성장하고 더불어 살아갈 수 있는 다양한 노력을 추구하고 있다”며 “지역 주민들에게 실질적인 혜택을 제공하고 그들과 상생하며 더 나은 기업이 되는 것이 한세실업의 목표다. 앞으로도 한세실업 해외 법인들은 지역 사회와 긴밀한 협력을 통해 지속 가능한 발전을 이루고 글로벌 패션 기업에 맞는 사회적 책임을 다할 것이다”라고 말했다. 한편, 한세실업은 미국, 베트남, 미얀마, 인도네시아, 니카라과, 과테말라, 아이티 등 9개국 20개 법인, 10개 해외 오피스를 운영하며 GAP, 타겟, 월마트 등의 전 세계 유명 브랜드의 의류를 생산해 납품하고 있는 글로벌 패션 전문 기업이다. 지난 5월 미국 샌프란시스코의 갭 본사에서 열린 행사에서 ‘2024 올해의 공급업체(2024 Supplier of the Year)’로 선정되며 우수한 품질과 생산성을 인정받았다.

한세실업–대한미식축구협회,
국내 미식축구 저변 확대 위한 MOU 체결

– 지난 10월 13일 한세실업 본사서 업무 협약식 진행... 김익환 한세실업 부회장, 유호정 대한미식축구협회장 등 주요 관계자 참석
– 한세실업, 남녀 국가대표 유니폼 지원 및 미식축구 리그 신설 등 상호 교류 협력 진행 예정
– 김익환 한세실업 부회장, 2028년 LA 올림픽 플래그 풋볼 올림픽 준비위원장 공식 취임

지난 10월 13일 한세실업 본사에서 대한미식축구협회와 미식축구 발전 및 저변 확대를 위한 업무 협약식이 진행됐다.

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 국내 미식축구 발전과 저변 확대를 위해 대한미식축구협회(KAFA)와 업무 협약을 체결했다. 지난 8월 13일 서울 여의도 한세실업 본사에서 진행된 협약식에는 김익환 한세실업 부회장과 유호정 대한미식축구협회장 등 주요 관계자들이 참석해 향후 협력 방안에 대해 논의했다. 앞으로 한세실업과 대한미식축구협회는 국내 미식축구 발전과 저변 확대를 목표로 남녀 국가대표 유니폼 및 단복 지원, 한세실업배 사회인 미식축구 리그 신설 등 다양한 상호 교류 협력을 진행할 계획이다.

유호정 대한미식축구협회장은 "플래그 풋볼이 2028년 LA 올림픽 정식 종목으로 채택되면서 사상 첫 올림픽 출전을 준비하고 있는 중요한 시기에, 글로벌 패션 기업인 한세실업의 지원은 큰 힘이 될 것"이라며 "이번 업무 협약을 계기로 국내 미식축구 저변을 확대하고, 성공적인 올림픽 진출을 위해 한세실업과 적극 협력해 나가겠다"고 전했다. 이날 협약식에서는 김익환 한세실업 부회장의 2028년 LA 올림픽 플래그 풋볼 올림픽 준비위원장 취임식도 함께 진행됐다. 김익환 부회장은 LA 올림픽 준비위원장으로서 한국 플래그 풋볼 국가대표팀의 성공적인 올림픽 진출을 적극 지원할 계획이다. 김 부회장은 지난 8월 26일 핀란드에서 열리는 '2024 플래그 풋볼 세계선수권 대회'에 참석해 올림픽 준비위원장으로서 첫 행보에 나섰다. 김 부회장은 세계선수권 대회에서 한국 국가대표팀 선수들을 응원하고, 각국 국제미식축구연맹(IFAF) 임원진을 만나 2025년 플래그 풋볼 올림픽 유치 활동에도 참여할 계획이다.

김익환 한세실업 부회장은 "한국 미식축구 발전에 이바지할 수 있게 되어 기쁘다. 한국 국가대표팀의 첫 올림픽 진출이라는 막중한 사명을 안고, 기대에 부응하기 위해 적극적인 활동과 지원으로 최선을 다하겠다"며 "앞으로 한세실업은 단순한 지원을 넘어 스포츠와 기업 간의 성공적인 협력 모델을 제시하며, 스포츠 발전을 위한 새로운 길을 열어 나가는 등 다양한 사회 공헌 활동에 적극 참여할 것"이라고 밝혔다.

한편, 한세실업은 미국, 베트남, 미얀마, 인도네시아, 니카라과, 과테말라 등 9개국 20개 법인, 10개 해외 오피스를 운영하며 GAP, 타겟, 월마트 등 전 세계 유명 브랜드 의류를 생산해 납품하고 있는 글로벌 패션 전문 기업이다. 지난 5월 미국 샌프란시스코의 갭 본사에서 열린 행사에서 '2024 올해의 공급업체(2024 Supplier of the Year)'로 선정되며 우수한 품질과 생산성을 인정받았다.

한세실업, 2024 K-ESG 경영대상서 2년 연속 '종합 ESG 대상' 수상

– 한세실업, 환경·사회·지배구조 전 부문 우수한 점수 획득... '섬유 및 섬유제품의 제조, 도매 및 수출입업' 부문서 2년 연속 종합 ESG 대상 수상 영예

– 한세실업, 탄소중립 실현 위해 다각적인 노력 중... 지난해 탄소 배출량 519tCO2eq 절감

한세실업이 K-ESG경영대상에서 기업부문 '종합 ESG 대상'을 2년 연속 수상 했다.

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 10월 2일 더플라자호텔 그랜드볼룸에서 열린 '2024 K-ESG 경영대상'에서 기업부문 '종합 ESG 대상'을 수상했다. 한세실업은 지난해에 이어 2년 연속 '종합 ESG 대상'을 수상하며 우수한 ESG 경영 능력을 인정받았다.

'K-ESG 경영대상'은 지속적이고 다양한 ESG 경영 활동을 통해 사회적 책임을 다하는 기업과 기관의 모범 사례를 널리 알리는 취지로 기획됐다. 지난 2022년부터 국내 기업, 공공기관, 지방자치단체 등을 대상으로 환경 경영(E), 사회적 가치 창출(S), 지배구조 건전성 확보(G) 등 모범적인 ESG 경영을 실천하고 지속 가능한 경영 문화 확산에 기여한 단체를 선정해 수여하고 있다. 수상기업 선정은 산업통상자원부의 객관적인 K-ESG 가이드 지표를 바탕으로, 동아일보 K-ESG 평가위원회가 4단계에 걸친 공정한 심사 과정을 통해 결정한다.

2024 K-ESG 경영대상에서 한세실업은 환경, 사회, 지배구조 모든 부문에서 우수한 점수를 받으며 '섬유 및 섬유제품의 제조, 도매 및 수출입업'에서 종합 ESG 부문 대상을 수상했다. 2023년 탄소중립을 대외적으로 선언한 한세실업은 2050년까지 탄소중립을 실현하기 위해 글로벌 환경 컨설팅사와 함께 기후 시나리오를 분석하고 대응책을 마련할 계획이다. 동시에 2022년부터 주요 해외 봉제법인을 중심으로 태양광 패널 설치, REC(Renewable Energy Certificate) 구매, 바이오 연료 사용 등을 통한 탄소중립을 실천하고 있다. 이를 통해 니카라과와 미얀마 법인은 전체 에너지 사용량 중 각 23%, 57%를 친환경 에너지로 대체해 519tCO2eq에 달하는 탄소 배출을 절감했다. 또 한세실업은 지역사회와 상생하기 위해 중·장기 전략을 수립하고, 국내외에 위치한 법인들이 지역사회의 환경과 문화에 맞춰 지역 맞춤형 사회공헌활동을 실시하도록 지원하고 있다. 베트남 법인에서는 2017년부터 매년, 지역 초등학교 100개교에 1만권의 책을 기부하고 있다. 서울 본사에서는 직원들의 개인 소장품을 사내 경매를 통해 판매 후 얻은 수익금으로 국내 다문화 아동에게 기부하는 캠페인을 전개해 총 1억 원 상당의 의류와 성금을 전달했다. 이외에도 한세실업은 공급망 내 강제 노동 관련 인권 이슈에 선제적으로 대응하기 위해 2023년부터 주요 거래처 정보를 자체 공급망 시스템에 등록하고, 의류 생산 전 과정에서 발생할 수 있는 노동 및 인권 이슈 등을 꾸준히 모니터링하고 있다.

김익환 한세실업 부회장은 "ESG 가치를 실현하기 위한 한세실업의 노력이 재차 인정받게 돼 영광이다"라며, "앞으로도 한세실업은 지속가능한 미래를 만들기 위해 탄소중립을 실현하고, 지역사회와 상생하여 사회적 책무를 다할 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

한편, 한세실업은 2022년부터 ESG 경영 성과와 전략을 담은 지속가능경영보고서를 매년 발간하고 있다. 지난 7월 공개된 지속가능경영보고서에 따르면 한세실업은 친환경 에너지원 사용, REC(Renewable Energy Certificate) 구매 등을 통해 전년 대비 온실가스 배출량을 8.1% 절감했다. 또, 폐기물 감축을 위해 자체 스마트 팩토리 시스템 '햄스(HAMS·Hansae Advanced Management System)'를 기반으로 생산공정을 디지털화하고 자동화 설비를 구축하는 등 ESG 경영을 선도하고 있다. 이러한 노력을 바탕으로 지난 6월 국내 ESG 평가기관인 '서스틴베스트'가 발표한 '2024년 상반기 ESG 베스트 컴퍼니(ESG Best Companies)'에 선정되기도 했다.

K-ESG Management grand prize

한세실업, 15년간 이어온 바둑 사랑…
‘제18회 한세실업배 대학동문전’ 개최

– 제18회 한세실업배 대학동문전 개최… 전기 우승 한국외대 등 전국 26개 대학동문 참가
– 전 경기 바둑 TV 녹화 중계… 지난 8월 29·30일 부산대 vs 국민대 경기 첫 방송
– 한세실업 “한국 바둑 발전에 일조할 수 있도록 후원 아끼지 않을 것”

지난 10월 29일 제18회 한세실업배 대학동문전이 개막되었다.

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 제18회 ‘한세실업배 대학동문전’을 개최했다. 지난 8월 29일 바둑TV에서 첫 경기가 방영되었으며, 이후 4개월간 매주 목·금·토·일 밤 11시에 대회 방송이 중계된다.

‘한세실업배 대학동문전’은 한세실업이 15년째 후원하고 있는 바둑대회로, 아마추어 바둑 팬들에게 대학시절 추억과 향수를 선물하며 많은 사랑을 받고 있다. 그동안 한국외국어대학교와 고려대학교, 연세대학교가 각각 네 차례 우승하며 역대 최다 우승 공동 기록을 보유하고 있다. 올해 대회는 한세실업이 후원하고, 한국기원이 주최 및 주관, 바둑TV가 주관방송을 맡았다. 한국외국어대학교, 경북대학교, 서울시립대학교, 고려대학교, 성균관대학교 등 전국 26개 대학이 출전했다. 모든 경기는 3국으로 나눠 승점제로 진행되며, 총 9점 중 5점을 먼저 획득한 팀이 승리를 가져간다. 1국은 승점 2점이 걸린 ‘2대2 연기바둑’으로 진행되며, 2국은 세 명의 선수가 승점 3점을 두고 릴레이 대국을 펼친다. 2국까지 승부가 결정되지 않을 시, 개인전 3판으로 열리는 3국에서 승점 4점(주장전 2점, 2·3장전 각 1점)을 먼저 획득한 팀이 승리한다. 지난 8월 29일 부산대학교와 국민대의 경기를 시작으로 올해 12월까지 대회가 이어질 예정이며, 26개 대학교가 우승을 차지하기 위해 열띤 승부를 펼친다. 우승 상금 500만 원, 준우승 상금은 300만 원이다.

김익환 한세실업 부회장은 “한세실업은 다양한 분야에서 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있다. 한세실업배 대학동문전도 이러한 노력의 일환으로, 국내 바둑 산업 발전을 위해 15년간 후원해 왔다”며 “앞으로도 한국 바둑 발전에 일조할 수 있도록 후원을 아끼지 않을 것이다”라고 밝혔다.

한편, 한세실업은 지난 8월 13일 국내 미식축구 발전과 저변 확대를 위해 대한미식축구협회(KAFA)와 업무 협약을 체결했다. 향후 한세실업은 대한미식축구협회와 함께 국내 미식축구 발전과 저변 확대를 목표로 남녀 국가대표 유니폼 및 단복 지원, 한세실업배 사회인 미식축구 리그 신설 등 다양한 상호 교류 협력을 진행할 계획이다.

한세실업, 베트남 태풍 피해 복구
성금 1억3천만 원 기부

– 한세실업, 국제이주기구 통해 베트남 북부 지역에 기부금 전달… 이재민 구호 및 피해 복구 등에 활용
– 한세실업, 베트남 내 최대 생산설비 구축해 경제 성장 공헌 중… 지역사회 맞춤 사회공헌활동도 지속
– 김익환 부회장 “베트남 주민들 하루빨리 일상으로 복귀할 수 있도록 아낌없이 지원할 것”

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 슈퍼태풍 ‘야기’로 피해를 입은 베트남 북부 지역의 피해 복구를 위해 성금 약 1억 3천만 원(미화 10만 달러)을 기부했다. 지난 9월, 베트남은 슈퍼태풍 ‘야기’로 인해 대규모 인명피해와 재산피해가 발생했다. 한세실업이 전달한 기부금은 국제이주기구(IOM)를 통해 베트남 북부 지역에 전달되며, 이재민 구호와 피해 복구 등에 사용된다. 국제이주기구는 UN 산하 기구 중 하나로, 전 세계 취약한 이주민을 보호하는 활동을 펼치고 있다.

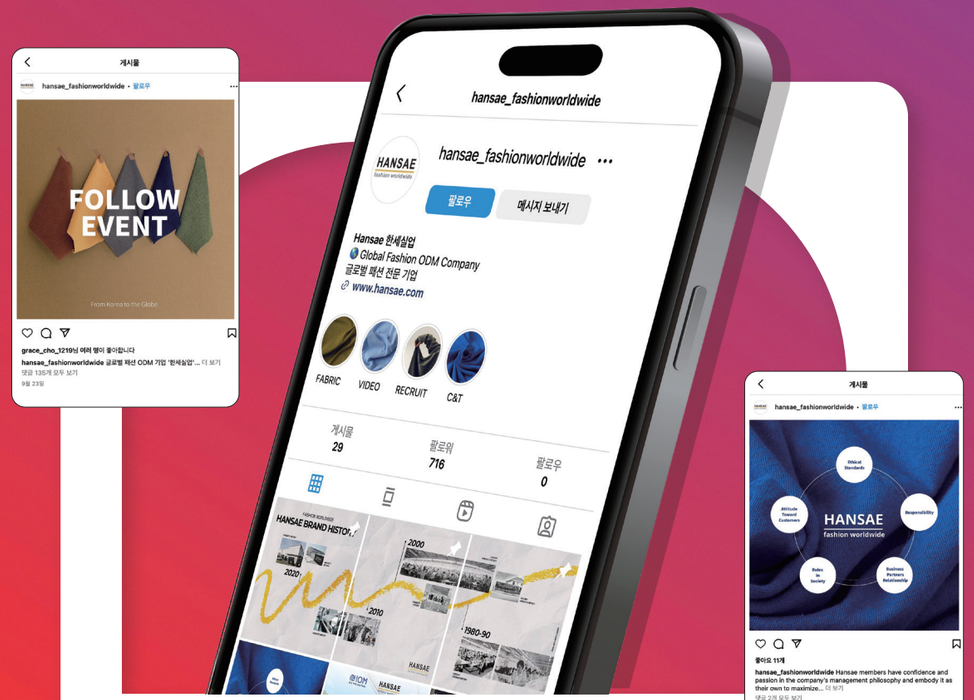
한세실업은 지난 2001년부터 베트남과 다양한 분야에서 공고한 협력관계를 맺어왔으며, 국내 기업 중 최대 규모의 생산시설을 베트남에 구축하고 있다. 특히, 한세실업 베트남 TG법인은 연간 4,500만 장의 의류 생산이 가능한 설비를 구축하고, 1만 5천 명 이상의 현지인을 고용하며 베트남 경제 성장에 크게 기여하고 있다. 이외에도 한세실업은 베트남 지역 사회와의 상생을 위한 사회공헌활동도 꾸준히 실시하고 있다. 지난 2017년부터 베트남 지역 초등학교 100개교에 책 1만 권을 기부하는 ‘1만 권의 책–수백 만의 사랑’ 프로그램을 진행하고 있으며, 2023년 기준 총 600여 개 학교에 6만 권 이상의 도서를 기부했다.

김익환 한세실업 부회장은 “수해로 가족과 삶의 터전을 잃은 베트남 주민들에게 깊은 위로의 마음을 전한다”며, “한세실업은 베트남에서 사업을 영위하고 있는 만큼, 베트남 주민들이 하루빨리 일상으로 돌아갈 수 있도록 아낌없이 지원할 것”이라고 말했다.

한편, 한세실업은 글로벌 패션기업으로서 2015년 네팔 대지진, 2023년 튀르키예 대지진 당시에도 10만 달러 규모의 성금을 기부하는 등 해외 재난 발생 시 인도적 지원에 앞장서고 있다.

한세실업이 베트남 태풍 피해 복구 성금 1억 3천만 원을 기부했다.

HANSAE official Instagram



한세실업 공식 인스타그램이 새롭게 오픈하였습니다

앞으로 한세실업과 관련한 비주얼 콘텐츠, 기업 소식, ESG 활동, 이벤트 등
다양한 소식을 인스타그램을 통해 소개할 예정이니
많은 관심과 팔로우 부탁드립니다.

한세실업 공식 인스타그램

HANSAE

fashion worldwide

고객의 삶을 풍요롭게 하고 세계인의 패션문화를 선도합니다.

한세는 국내 3개 계열사, 해외 32개 법인을 통해 2023년 기준 패션 부문 매출 2조 원을 달성했습니다.

한세실업, 한세 VN, 한세 TN, 한세 TG, 한세 호찌민, 한세 하노이, 한세 다낭 오피스, 한세 탄 호아 오피스, 한세 껀터 오피스, 한세 인도네시아 우타마, 한세 인도네시아 우타마-마잘렝카,
한세 솔로 오피스, 보민 페르마타 아바디, 한세 인도네시아 숙세스, 한세 스마랑 오피스, 한세 인터내셔널, 한세 피놀라, HS 어패럴, 한세 GSN, 한세 아이티,
한세 미얀마, 한세 바고, 어패럴 매뉴팩처링 파트너스, 한세 뉴욕 디자인 오피스, 한세 벤톤빌 오피스, 한세 캘리포니아 오피스, 한세-유럽, 스페인 오피스,
칼라앤터치, C&T VINA, C&T G-TECH, 한세엠케이, 한세엠케이 만쿤(상하이)상무유한공사, 한세 드림 가해수복식상해유한공사, 한세드림 재팬, C&T HCM, 한세 AALFS DOS, 한세 TGGM

한세예스24문화재단,
‘제3회 인문학연구지원사업’ 당선작 10편 선정

– 언어학·문학·철학·역사·미술사 등 다양한 인문학 분야서 총 200편 논문 접수
– 블라인드 심사 통해 총 10편 선정... 연간 총 1억 2천만 원 연구비 지원
– 한세예스24문화재단 “국내 인문학 발전 위해 적극적으로 지원할 것”

한세예스24문화재단(이사장 백수미)이 ‘제3회 인문학연구지원사업’ 공모 당선작 10편을 선정하고, 동아출판 본사 교육장에서 수여식을 진행했다. 한세예스24문화재단의 ‘인문학연구지원사업’은 소외받고 있는 인문학의 가치를 되살리기 위해 지난 2022년부터 진행해 온 사업이다. 재단은 지원사업 공모를 통해 매년 10명의 국내 순수 인문학 연구자들을 선정해 연간 총 1억 2천만 원 규모의 연구비를 지원하고 있다. 2022년과 2023년에 총 20건의 논문이 최종 당선작으로 선정됐고, 선정 논문은 연구 종료 후 KCI등재지 또는 국제학술지(A&HCI, SCOPUS)에 게재된 결과물에 한해 편당 1,200만 원의 연구비를 지원받게 된다. 2024년 제3회 인문학연구지원사업에는 지난 2월부터 5월까지 총 200편의 논문이 접수됐다. 모든 인적사항을 블라인드 처리하고 연구계획서만으로 공정하게 심사해, 동북아시아, 종교, 인공지능(AI), 예술 등 다양한 인문학 분야의 논문을 선정했다.

한세예스24문화재단이 지난 8월 29일 오전 여의도 중소기업중앙회 동아출판 본사 교육장에서 제3회 인문학연구지원사업 수여식을 진행했다.

제3회 최종 선정작 10편은 구혜인(이화여자대학교 미술사학과) 『베트남 응우옌황조대 의례용 물질문화의 성격 –동아시아 유교의례용 공예품과의 비교를 중심으로–』, 김선기(국립순천대학교 남도문화연구소) 『대한제국기 사찰의 중창과 재정 운영 –해남 대둔사(大芚寺) 사례를 중심으로–』, 김수민(서울대학교 독문과) 『디아스포라 문학에서의 서술성과 역사성 – 한국계 오스트리아 작가 안나 김의 작품에 나타난 미학적 장치』, 김영명(한국외국어대학교 중국언어문화학부) 『1950년대 옌징(燕京) 대학교의 해체와 통전(統戰)의 정치학』, 김유준(연세대학교) 『일제하 종교운동과 민족의식』, 신근혜(한국외국어대학교 외국문학연구소) 『태국에서 활동한 이탈리아 건축가들의 ‘르네상스’ 시대 (1900–1925)』, 임경택(전북대학교 고고문화인류학과)) 『17세기 이후 전근대 조선과 일본의 출판과 사회사상 형성의 관계에 대한 연구 –근대국민국가의 토대에 관한 새로운 모색–』, 최훈(강원대학교 삼천자유전공학부) 『인공 지능에(게) 예술 작품의 저작권이 있는가?: 철학적 접근』, 함경희(서울대학교 독어독문학과) 『포스트 서사극에 나타난 낭만적 사랑의 해체와 현대 사회 –롤란트 쉼멜페니히의 〈과거의 여인〉을 중심으로』, 허재영(단국대학교 교육대학원 국어교육) 『근대 이후 일본인의 한국어 연구의 흐름과 영향』이다.

백수미 한세예스24문화재단 이사장은 “과학 기술 분야가 지배적인 학문적 지형 속에서 인문학이 소외되고 있는 실정이다. 하지만 인문학은 삭막한 사회에서 인간의 삶을 풍요롭게 만드는 중요한 자산으로 발전시키고 계승해야 할 가치가 크다”며 “앞으로도 한세예스24문화재단은 인문학에 대한 관심을 불러 일으키고, 국내 인문학이 발전할 수 있도록 적극적인 지원을 아끼지 않을 것”이라고 말했다.

한편, 한세예스24문화재단은 김동녕 한세예스24홀딩스 회장이 사재를 출연해 설립한 사회공헌 재단으로, 한국과 아시아 각국이 경제협력을 넘어 서로의 문화를 이해하는 관계로 발전하도록 다양한 사업을 진행하고 있다. 대표적으로 아시아 국가 유망작가의 미술작품을 국내에 소개하는 ‘국제문화교류전’과 동남아 각국의 근현대 문학작품을 번역한 ‘동남아시아 문학총서’ 출판, 아시아를 짊어질 청년리더들이 모여 소통하는 ‘대학생 해외봉사활동’ 파견, 국내 기초의학 발전에 이바지한 의학자의 공로를 치하하는 ‘의당학술상’ 시상 등 다양한 사업을 진행하고 있다.

한세예스24문화재단, 첫 클래식 음악 사업
〈2024 여름에 만나는 겨울나그네〉 성황리 마무리

올해 한세예스24문화재단은 재단 설립 10주년을 맞아, 기존 전시, 문학을 통한 문화 사업을 음악까지 확장하며 문화재단으로서의 입지를 공고히 했다. 한세예스24문화재단은 김동녕 한세예스24홀딩스 회장이 사재를 출연해 2014년 설립한 문화 재단으로, 그간 재단은 한국과 아시아 각국의 문화 교류를 위해 국제문화교류전(전시)를 비롯한 동남아시아 문학 총서 발간 등 다양한 문화 사업을 전개해왔다.

2024 여름에 만나는 겨울나그네 포스터

특히 올해 9월 5일 롯데콘서트홀에서 진행된 '2024 여름에 만나는 겨울나그네'는 재단에서 진행한 첫 클래식 사업으로, 해당 공연은 20세기 최고의 성악가로 불린 디트리히 피셔 디스카우의 마지막 제자인 벤야민 아플과 영국왕립음악원의 교수인 사이먼 레퍼가 국내 첫 내한해 슈베르트의 3대 연가곡 중 하나인 '겨울 나그네'를 연주하였다. 겨울나그네는 슈베르트가 빌헬름 뮐러의 시에 곡을 붙인 연가곡으로, 24개의 곡으로 구성되었다. 이번 작품은 실연으로 인한 깊은 슬픔과 절망 속에서 방황하는 남자의 이야기를 다루며 고독과 안식, 희망과 절망 등 다양한 감정을 교차한다.

한세예스24문화재단의 백수미 이사장은 "기존 성악 공연이 오페라나 스타 성악가의 리사이틀에 치중되었던 반면, 재단은 슈베르트의 연가곡을 선보이며 대중들에게 폭넓은 성악 공연을 선사할 수 있다는데 의의가 있다" 고 밝혔다. 또한 한세예스24문화재단은 지난 10년 간 재단 사업이 있기까지 도움을 주셨던 분들에 대해 감사하는 의미로 재단의 이해관계자를 포함한 다양한 분들을 이번 공연에 초청하였으며 예스24, 스타일24 등을 통해 고객 300분을 추가로 초청해 공연의 의미를 더했다.

바리톤 벤야민 아플

바리톤 벤야민 아플은 "오래된 성악 거장들의 마지막 후예"에 속하는 "거의 무한한 음색 범위"(쥐드도이체 자이퉁, Süddeutsche Zeitung)"를 지닌 목소리와 "재치와 지성, 그리고 세련미"(Gramophone)를 겸한 연주로 인해 찬사를 받고 있다. 그는 2015년 BBC '뉴 제네레이션 아티스트'로 선정되었다. 2015년부터 2016년까지는 위그모어 홀 '떠오르는 아티스트', 'ECHO 라이징 스타'로 선정되었고 2016년 그라모폰 '올해의 젊은 예술가상'도 수상했다. 같은 해 소니 클래시컬과 전속 계약을 맺었으며 이후 알파 클래시컬과 다수의 앨범 계약을 이어가 2021년 2월 첫 앨범 〈겨울나그네(Winterreise)〉를 출시하여 평단의 찬사를 받았다. 저명한 리사이틀 연주자인 아플은 미국 라비니아 축제, 독일 라인가우 음악축제, 독일 슐레스비히-홀슈타인 축제, 영국 에든버러 국제 페스티벌과 오스트리아 슈베르티아데 슈바르첸베르크 축제, 독일 루르 피아노 축제에서 연주했다. 그는 또한 제네바 대극장, 바덴-바덴 축제극장, 암스테르담 콘서트헤바우, 베를린과 빈 콘체르트하우스, 함부르크 엘프필하모니, 파리 루브르 뮤지엄 등 세계의 주요 콘서트홀에서 연주했으며, 영국 위그모어 홀과 독일 하이델베르거 프릴링 축제에서 정기적으로 초청받는 성악가이다.

Benjamin Appl

피아니스트 사이먼 레퍼

레퍼는 케임브리지 대학교 킹스 칼리지에서 음악을 전공한 후 영국왕립음악원에서 마이클 두섹에게 피아노 반주를 사사하고, 이후 로야몽 파운데이션에서 루벤 리프쉬츠를 사사했다. 그는 현재 영국왕립음악원에서 건반 전공과 부학과장과 보컬 레퍼토리 코치를 맡고 있다. 2003년부터는 BBC 카디프 '싱어 오브 더 월드' 경연의 공식 반주자로 활동하고 있다. 그는 모차르테움, 로야몽 파운데이션, 샘링 파운데이션, 옥스퍼드 인터내셔널 송, 벨기에 라 샤펠에서 마스터 클래스를 진행했다.

주요 연주 경력으로는 런던 위그모어홀의 초대를 받아 요제프 마르크스의 작품으로 이뤄진 3개 콘서트 프로젝트를 진행하는 것이 포함된다. 또한 스테판 드구와 함께 라비니아 페스티벌, 에든버러 페스티벌과 보르도, 디종, 제네바, 라 모네, 로잔, 리옹 등의 오페라 하우스를 순회하는 리사이틀 투어도 진행했다. 뉴욕 카네기홀에서 카렌 카길, 샐리 매튜스와 함께 리사이틀을, 그리고 프릭 컬렉션에서 크리스토퍼 퍼브스와 리사이틀을 했다. 슈베르트 연가곡 공연은 제럴드 핀리, 마크 패드모어와 함께 오스트리아의 호엔엠스에서 열린 슈베르티아데 무대에 올랐고, 프랑크푸르트 오페라, 라인가우 페스티벌, 슈바르첸베르크 슈베르티아데에서 크리스티아네 카르크와 함께한 무대도 있다.

Simon Lepper

한세예스24
어린이집을 소개합니다

안녕하세요~ 한세예스24어린이집입니다.
한세예스24어린이집은 **안원빌딩 2층에 위치**해 있으며
최고의 선생님들과 사랑스런 아이들이 즐겁고 신나는 시간을 보내며
하루 일과를 보내고 있습니다.

부모님과 함께하는 가을산책 (10.19)

한세예스24 어린이집이 9주년이 되었습니다 (09.04)

한세예스24 어린이집은 우수한 보육프로그램을 자랑합니다!

다양한 빛과 색

다양한 빛과 색을 오감을 이용해 자발적으로 탐색하고 있습니다. 다양한 매체를 활용하여 빛과 색을 실험하고 탐구하며 심미감을 기르고 세상의 아름다움을 느껴보고 있습니다.

바깥놀이, 그리고 맛있는 수다

어린이집 주변의 여의도 공원, 국회의사당, 한강 등 다양한 장소를 영아 스스로 선택하여 주도적으로 바깥 놀이가 이루어지고 있습니다. 봄, 여름, 가을, 겨울 계절 변화를 경험하고 다양한 자연물을 자유롭게 탐색하며 생태적 감수성과 탐구하는 태도를 기르고 있습니다.

ESG활동, 독서활동

놀이에 필요한 소품, 미술 작품을 만들 때 어린이집에서 버려지는 쓰레기를 재활용하며 새로운 물건으로 재활용하여 놀이합니다. 이러한 과정을 통해 버려지는 것에 대한 새로운 가치를 부여하고 자원의 소중함을 느끼며 자연과 더불어 살아가는 방법을 실천해 볼 수 있습니다.

한세예스24어린이집은 아이, 부모, 교직원 모두가 행복한 곳입니다

더 작게, 더 넓게 Smaller, more broadly

과학 시간에 원자와 분자를 처음 배울 때를 기억하는가? 여기 1kg의 얼음이 있다고 하자. 계속 계속 얼음을 잘라서 작은 조각으로 만들면, 그 조각들은 계속 얼음일까? 배우기로는 작아지다 보면 언젠가 더 이상 물질의(여기서는 얼음의) 성질을 유지하지 못하는 크기에 도달하고 이것이 바로 물 분자가 된다. 즉 서로 뭉쳐 물질을 이루는 최소 단위가 분자이고, 분자들은 원자가 서로 연결되어 만들어지고, 원자는 원자핵과 전자로 이루어져 있고, 원자핵을 쪼개보면 양성자와 중성자가 나오고, 이것들은 쿼크로 이루어져 있고... 그런데 정말 그럴까?

분자들아 모여라~

기체에서는 그럴지도 모른다. 얼음을 기화시켜 1입방미터의 공간을 수증기로 가득 채운다고 상상해 보자. 압력을 조금씩 낮추어 수증기를 조금씩 빼내면 언젠가는 1입방미터 공간 안에 물 분자 한 개만 남는 상황을 생각할 수 있다. 이 분자는 온도에 따라 정해지는 운동에너지를 가지고 공간을 둘러싸는 벽에 여기저기 부딪히면서 압력을 가할 것이며, 그 압력은 우리가 과학 시간에 배우는 이상기체 상태 방정식을 가지고 계산해 볼 수 있다. 하지만 이 물 분자 혼자서 물이 보이는 모든 성질을 발현할 수는 없다. 올해 사이언스에 실린 논문에서는 물 분자가 몇 개나 모여야 이온을 안정화시킬 수 있을지를 연구해 보았다. 몇 개일지 짐작이 가는가?

염산은 수소 원자와 염소 원자가 결합되어 만들어지는 분자이다. "산"이라는 이름으로부터 알 수 있다시피, 염산을 물에 녹이면 쉽게 염소 음이온과 수소 양이온으로 나누어지고 이 수소 양이온이 우리가 생각하는 산성을 나타내는 근원이 된다. 물 분자는 산소 원자를 가운데 두고 수소 원자 2개가 연결된 구조이므로, 전자가 풍부한 산소 원자가 전자가 하나 없어진 수소 양이온을 잡아당겨서 안정화해 주고 전자가 모자라는 수소 원자는 염소 음이온을 둘러싸서 에너지를 낮추어 주는 원리이다. 위 연구에서는 염산을 염소 음이온과 수소 양이온으로 나누는 데 필요한 물 분자의 개수를 조사했더니 물 분자가 5개는 있어야 전하를 띠는 이온들을 안정화할 수 있어서 염산 분자가 쪼개질 수 있음을 알았다.

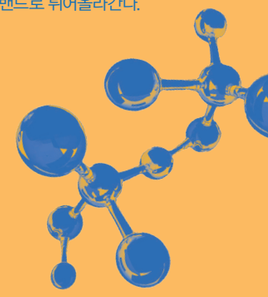
즉 분자가 물질을 이루는 기본 단위인 것은 맞지만, 우리가 물질에게서 기대하는 성질을 보려면 분자들이 모여야 하는 경우도 있다는 뜻이다.

퀀텀닷~

금속은 원자들로 이루어진다. 금 원자를 하나 떼어 보면 우리가 생각하는만큼 반짝반짝한 금색으로 보이지 않는다. 그 말인즉슨 금 원자들이 모여서 일정한 개수를 넘어서야 반짝반짝하는 금덩이로 보인다는 뜻이다. 그런데 나노미터 크기로 금 입자를 만들어서 물에 분산시켜 놓고 색깔을 보면 마치 와인처럼 진한 붉은색을 띠고, 크기를 키울수록 보라색으로 변한다. 옛날 사람들은 스테인드 글라스의 색깔을 내기 위해서 일찍부터 금 나노입자를 모르고 써 왔다. 이르게는 4세기에 금과 은 나노입자를 분산시켜 만든 유리컵("Lycurgus Cup")이 남아 있다.

이런 일이 일어나는 까닭은 "표면 플라스몬 공명"(surface plasmon resonance)으로 설명한다. 금속 안을 보면 양전하를 띠고 있는 원자핵들이 규칙적인 간격을 두고 서로 떨어져 있고, 원자 제일 가장자리의 전자들이 떨어져 나와서 이리저리 흘러 다니면서("자유전자") 원자핵들을 서로 잡아당겨서 한 물질로 묶어준다. 금속 입자의 크기를 줄여서 가시광선의 파장과 입자의 크기가 얼추 비슷해지는 시점이 되면, 이 자유전자들은 위아래로 진동하는 가시광의 전기장을 따라서 한쪽으로 쏠렸다가 반대쪽으로 쏠렸다가 하면서 빛을 흡수한다. 30 nm보다 작은 금 입자들은 파란색과 녹색에 해당하는 가시광선을 이런 메커니즘을 통해 흡수하고 좀 더 장파장인 붉은색 빛은 반사한다. 따라서 우리가 보기에 금 나노입자는 붉은색을 띠게 된다. 크기를 더 키우면 이제는 붉은빛을 흡수하고 푸른빛은 반사하므로 색깔이 보라색조로 변하게 된다.

작년에 노벨화학상을 받은 "퀀텀닷"(quantum dot) 또한 나노입자인데, 카드뮴 셀레나이드(CdSe), 카드뮴 설파이드(CdS) 등의 반도체 물질을 나노미터 크기로 줄인 것이다(참고로 2024년 올해 노벨화학상은 단백질의 구조를 예측하고 새로운 단백질을 설계하는 데 기여한 공로로 David Baker 및 알파고를 개발한 DeepMind의 Demis Hassabis와 John Jumper가 받았다. 이 이야기는 다음 호에서 하기로 하자). 금속은 자유 전자가 흘러다니니까 전기가 통해서 도체이지만, 반도체는 전자가 흘러다닐 수 있는 전도성 밴드에 전자를 채우려면 밴드갭 이상의 에너지를 가해 주어야 한다. 간단히는 에너지 크기가 맞는 빛을 쬐어주면 전자가 전도성 밴드로 튀어올라간다.



그런데 나노미터 크기로 입자를 만들면, 이렇게 만들어진 전자와 전자가 빈 자리("정공")는 다른 곳에 가지 못하고 입자 내부에 갇혀 버린다. 따라서 입자를 균일한 크기로 만들 수만 있다면 딱 정해진 파장에서 빛을 흡수하고 그 에너지를 다시 내놓는("발광하는") 입자를 만들 수 있다. 이제까지 개발되었던 물질들의 흡광 및 발광 스펙트럼을 보면 파장 범위에 비해서 매우 선명한 색깔을 낼 수 있다는 의미이다. 노벨화학상은 물리학상에 비해서 연구 성과가 산업적으로 어떤 영향을 미쳤는지도 중요하게 보는 경향이 있는데, 삼성전자가 QLED를 상용화하지 않았다면 퀀텀닷에 노벨화학상이 주어지지 않았을 거라는 이야기를 많이 한다. QLED에 바로 퀀텀닷이 들어가 있기 때문이다. 지금의 QLED는 하얀색을 내는 백라이트가 그대로 들어가고 퀀텀닷은 기존의 컬러 필터를 대체하는 소재로 쓰는데, 궁극적으로는 OLED처럼 백라이트 없이 퀀텀닷 자체가 전자를 받아서 빛을 내도록 하는 것이 목표이다.

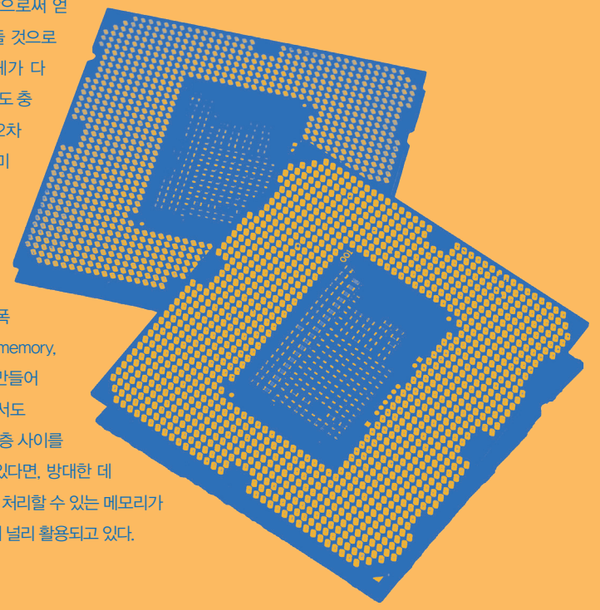
나노과학기술—

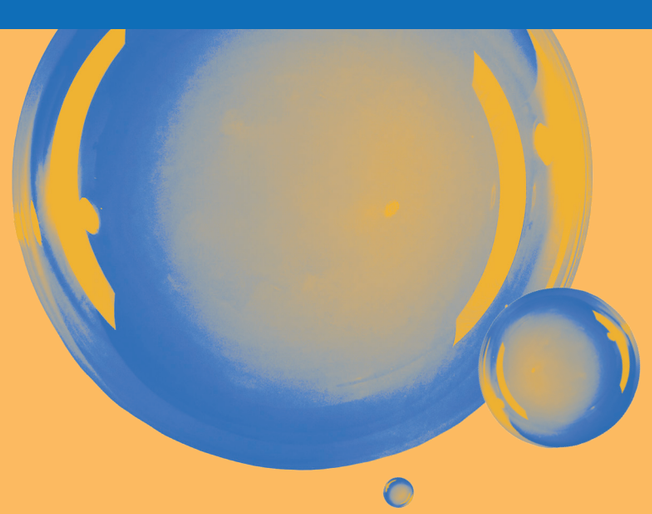
이처럼 나노미터 크기로 물질을 줄여보면 이제까지 볼 수 없었던 새로운 성질들이 다양하게 나타난다. 나노미터 크기의 물체를 그전에는 못 만들었던 것도 아니고(고분자는 분자 자체의 크기가 수-수십 나노미터이고, 계면활성제 분자가 뭉쳐서 만드는 마이셀 또한 나노미터 크기의 연성 입자이다) 앞서도 이야기했다시피 금 나노입자도 이미 이용해 왔지만, 왜 이렇게 다른 일이 일어나는지를 이해하고 규명한 원리를 바탕으로 정교하게 만들 수 있는 방법을 개발하는 것은 크게 다른 이야기라고 생각한다. 이를 통해 나노과학기술의 붐이 일었고, 지금까지도 현대 과학의 중요한 부분을 차지하고 있다.

금 나노입자와 퀀텀닷은 흔히 금 이온과 같이 입자를 이루는 구성 요소의 전구체를 용매에 녹이고 반응을 통해 입자를 만드는 "바텀-업"(bottom-up) 방식으로 만들어지며, 반응 시간, 온도, 표면을 감싸주는 리간드 등 다양한 요인들을 바꾸면서 입자의 크기나 형상을 조절한다. 나노과학기술을 이야기하는데 빠뜨릴 수 없는 반대 방식은 바로 "탑-다운"(top-down) 방식으로 먼저 우리가 설계도를 그린 다음 그에 따라서 나노구조를 찍어내는 것이다.

가장 대표적인 방식은 바로 반도체 회로를 만드는 데 쓰이는 리소그래피로, 기판 표면에 포토레지스트를 코팅한 다음 우리가 원하는 곳에만 구멍이 나 있는 포토마스크를 통해 빛을 비추면 화학반응을 통해 빛이 닿은 부분과 닿지 않은 부분 중 한쪽만 녹여낼 수 있게 된다. 이렇게 얻어진 패턴을 아래 기판에 전사해서 설계도대로 회로를 만든다.

필자는 대학교 시절 포토레지스트를 연구하는 실험실에서 연구에 참여한 적이 있었다. 그 당시에는 193 nm 빛을 이용해서 100 nm보다 작은 패턴을 만들기 어려우니 궁극적으로는 157 nm로 파장을 줄여야 하고 그러려면 그에 맞는 포토레지스트를 개발해야 한다는 이야기들이 많았다. 그런데 파장을 줄여 장비를 다 바꾸어야 하는 수고를 들이지 않고 기판 위에 액체 방울을 떨어뜨려서 빛이 굴절되게 함으로써 선폭을 줄이는 기법, 한번 패턴을 만든 다음 기판을 조금 옆으로 움직여서 새로운 패턴을 덧씌워서 패턴 사이 간격을 줄이는 기법 등이 개발되면서 193 nm를 쓰면서도 20 nm보다 작은 패턴들을 잘 만들 수 있게 되었다. 지금은 인텔이 올해 말 1.8 nm 공정, 삼성전자가 2027년 1.4 nm 공정, TSMC가 2026년도 1.6 nm 공정으로 반도체를 양산하겠다고 계획을 밝힌 상황이다. 이 정도면 포토레지스트 입장에서는 고분자들을 어떻게든 길이를 똑같게끔 만든 다음 한 줄로 줄세워야 할 지경이다. 광원 측면에서도 이제는 정말 한계가 임박한 것으로 보이며 요즈음에는 157 nm가 아니라 아예 매우 짧은 파장의 극자외선(EUV)이나 아예 전자빔을 써서 패턴을 만드는 방법들을 연구하고 있다. 기술이 어떻게 발전할지 예측하기는 정말 어렵다는 것을 보여주는 사례이자 이윤 추구를 목적으로 하는 회사는 어떻게든 기존 공정을 유지하면서 성능을 향상하는 방안을 선호한다는 교훈이기도 하다. 또한 선폭을 줄여서 반도체를 더욱 집적화함으로써 얻는 이득이 나날이 줄어들 것으로 보이는 상황에서 반도체가 다른 형태로 진화할 가능성도 충분히 있다. 대표적으로 2차원 평면에서 회로를 꾸미는 데에서 벗어나 3차원으로 회로를 쌓는 방식이 있다. 요즘 AI와 연관되어 뜨거운 키워드 중 하나인 고대역폭 메모리(high bandwidth memory, HBM)가 이런 방식으로 만들어진다. 여러 층을 쌓으면서도 구조를 무너뜨리지 않고 층 사이를 원하는 대로 연결할 수 있다면, 방대한 데이터를 훨씬 빠른 속도로 처리할 수 있는 메모리가 될 수 있기 때문에 AI 쪽에 널리 활용되고 있다.





서로 다른 분자가 나노미터 수준에서 맞닿는다면—

금 나노입자, 퀀텀닷, 반도체 리소그래피는 일상과 다소 동떨어져 있어 보일지도 모른다. 그러나 나노미터 수준에서 일어나는 일은 우리 주변에도 많다. 다만 물질을 3차원에서 쪼개어 작게 만들지 않을 뿐이다. 아무리 광대한 영역을 차지하는 물질이라도 어딘가 끝이 있다. 바다는 지구의 70%를 덮고 있지만 그 표면은 대기와 맞닿고 있다. 물과 공기가 만나는 곳처럼 두 종류의 서로 다른 매질이 접하고 있는 부분을 우리는 "계면"(interface)이라고 부른다. 물 내부에서는 물 분자가 서로서로 둘러싸고 손을 잡으며 안정한 구조를 이루는 반면, 계면에 위치한 물 분자는 공기 쪽에 잡을 물 분자 친구가 없고 질소나 산소 분자를 잡기에는 상호작용에서 이득을 보기가 마땅치 않다. 따라서 물 분자들은 공기에 가급적 닿지 않게끔 계면의 형상을 빚어내어 내부에 비해서 불안정한 계면의 면적을 최소화하려고 한다. 두 매질이 섞이려 하지 않으므로 나노미터 수준으로 매우 얇고 매끈하게 나누어진 계면이 만들어진다. 이러한 이유로 하늘에서 빗방울이 떨어질 때에도 빗방울은 최대한 둥근 모양을 유지하여 표면적을 줄이려 하며, 공기의 흐름이 빗방울 위아래에서 다르기 때문에 찌그러진 모양이 된다.

물에 비누를 섞은 다음 공기와 물 사이에 계면을 만들어 보면 많은 것이 달라진다. 비눗방울을 불고 나서 터지기 전까지 잘 보면 방울 표면에서 무지개색의 액체가 흐르는 것처럼 보인다. 비누를 이루고 있는 계면활성제 분자는 물을 좋아하는 친수성 그룹과 공기를 좋아하는 소수성 그룹으로 이루어져 있기 때문에, 숨을 불어넣어서 비눗방울을 공기 중으로 띄워 보내면 얇은 물 층의 표면에 계면활성제 분자들이 몰려들어 소수성 그룹을 바깥쪽으로 세우고 빼곡히 계면을 채운다. 즉 바깥쪽 공기와 물 층 사이의 계면에 계면활성제 분자들이 모이고, 물 층과 안쪽 공기 사이의 계면도 계면활성제 분자로 안정화된다. 물론 물은 계속 움직이고 증발하므로 비눗방울은 영원히 버티지 못하지만, 우리에게 즐거움을 주기에는 충분하다. 물 층의 두께가 가시광의 파장과 비슷할 정도로 매우 얇고 물의 굴절률이 공기보다 크므로, 바깥쪽 공기 계면에서 반사되는 빛과 투과된 후 안쪽 공기 계면에서 반사되는 빛의 간섭을 통해 다양한 색깔이 나타나게 된다.

서로 다른 물질을 붙이려면 계면을 잘 묶어줄 수 있는 소재, 즉 접착제 혹은 점착제가 필요하다. 표면의 성질이 서로 다른데 양쪽 다 잘 붙게 만들기는 쉬운 일이 아니나, 이종 소재의 접합은 건축, 반도체, 자동차 등 다양한 분야에서 더욱 많이 요구되고 있다. 무언가가 한 물질에서 다른 물질로 넘어갈 때는 반드시 계면을 지나야 한다.

리튬 이온 배터리에서 열폭주의 한 원인으로 지목되는 덴드라이트 형성은 바로 계면에 관계된 문제다. 전체에 비해 비록 작은 부분을 차지하더라도 결정적인 역할을 하는 계면은 비눗방울에서 퀀텀닷과 리소그래피까지 나노과학기술과 불가분의 관계에 있다. 물질의 크기를 줄일수록 단위 질량당 표면적은 넓어지기 때문이다. "더 작게, 더 작게"는 "더 넓게, 더 넓게"와 통하는 셈이다.

서명은

KAIST에서 화학을 전공하여 이학 학사, 석사, 박사 학위를 받았다. 현재 모교인 KAIST 화학과에서 교수로 재직 중이며, 분자들을 서로 이어 고분자를 만들고 쓸모 있는 소재로 응용하고자 연구하고 있다.

약력

2002	KAIST 화학과 이학 학사
2008	KAIST 화학과 이학 박사
2008 – 2009	KAIST 박사후연구원
2009 – 2013	University of Minnesota 박사후연구원
2013 – 2020	KAIST 나노과학기술대학원 조교수, 부교수
2020 – 2023	KAIST 화학과 부교수
2023 – 현재	KAIST 화학과 정교수

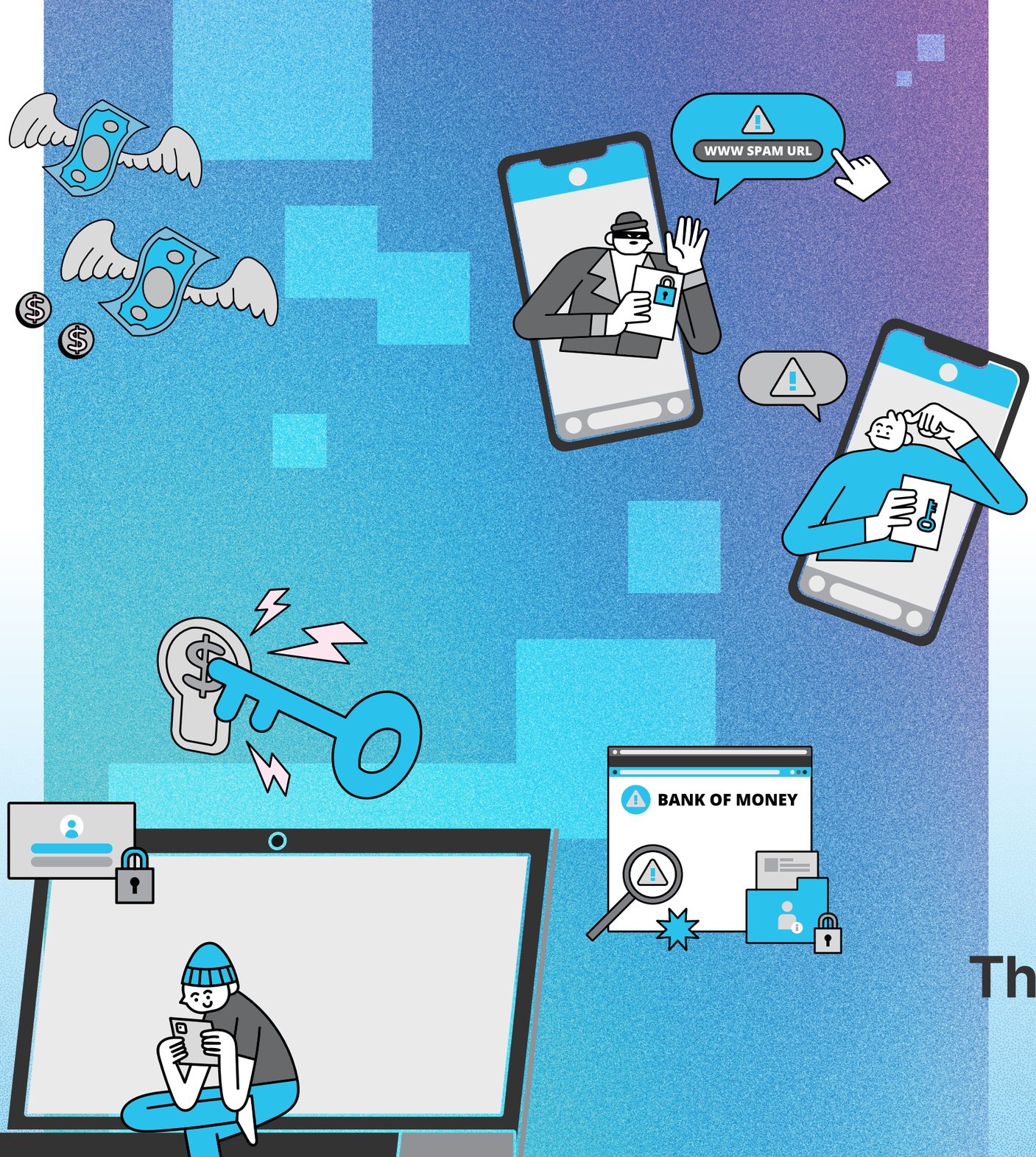
세상에는 왜 이렇게 많은 사기꾼들이 있을까?

우리가 살고 있는 세상에서 사기는 그다지 낯선 이야기가 아닙니다. 요즘 언론에서 떠들썩하게 이야기하는 전세 사기, 금융 범죄, 다단계 사기까지 그 범위는 다양한데, 이러한 범죄들은 우리 일상 속에 깊이 자리 잡고 있죠. 뉴스에서 자주 접하는 이야기지만 막상 내가 사기 피해자가 되는 것은 먼 이야기처럼 느껴지기도 합니다. 그런데 알고보면 우리 주변에도 사기로 인해 피해를 입은 사람들을 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 친구나 가족 중 한 명은 겪었을 법한 사기 사건은 더 이상 뉴스에서만 접할 수 있는 특별한 일이 아닌 시대가 되었습니다.

그렇다면 왜 이렇게 많은 사기꾼들이 존재할까요? 한국에서는 특히 사기가 강력 범죄의 큰 비중을 차지하고 있습니다. 최근 한 설문조사에 따르면, '대부분의 사람은 믿을 수 있다'고 응답한 한국인은 26%에 불과했습니다. 반면, 스웨덴에서는 이 비율이 62%로, 두 나라 간 신뢰의 차이가 크게 드러납니다. 신뢰가 결핍된 사회에서는 서로를 경계하고 의심하게 되며, 이는 사기꾼들이 활개 치기 좋은 환경을 만들어 줍니다. 이러한 사회적 신뢰의 붕괴는 단순한 사기범죄뿐 아니라 우리 일상 속 관계에도 영향을 미치죠. 서로 의심하는 사회가 될수록 사람들 간의 진정한 관계 형성은 더욱 어려워질 수밖에 없습니다.

우리는 왜 남의 말에 쉽게 속을까?

"Fool me once, shame on you; fool me twice, shame on me." (한 번 속으면 네 탓, 두 번 속으면 내 탓)라는 말처럼, 사람들은 한 번 속았을 때는 속인 사람을 비난하지만, 반복해서 속게 된다면 자신의 판단력에 대한 경각심이 필요합니다. 사람이 사기에 잘 넘어가는 이유는 인간의 본능적인 성향과 깊은 관련이 있습니다. 인간은 사회적 동물로서 기본적으로 타인을 신뢰하는 경향이 있습니다. 신뢰는 사회를 원활하게 돌아가게 하는 중요한 요소이며, 이는 진화적 관점에서도 설명됩니다.



예를 들어, 길을 물어보는 사람이 있으면 우리는 그가 정말 길을 모른다고 믿고 기꺼이 도움을 주려 합니다. 이러한 신뢰는 사회적 상호작용을 자연스럽고 효율적으로 만드는 기초입니다.

그런데 이 기본적인 신뢰는 때로는 우리의 판단을 흐리게 만듭니다. '확증 편향'이라는 심리적 현상 때문인데, 우리가 한 번 사람을 신뢰하게 되면 이후로는 그 사람의 말이나 행동에 대해서 긍정적인 면만을 받아들이고 그에 반하는 정보는 받아들이지 않는 인지 패턴이 자리잡게 됩니다. 예를 들어, 2008년 미국에서 발생한 대규모의 폰지 사기인 '버나드 메이도프 사건'은 그가 오랜 기간 신뢰를 쌓아왔기 때문에 그 믿음으로 인해 대규모 피해자들이 발생한 대표적인 사례입니다. 신뢰를 기반으로 한 투자자들은 그가 제공하는 정보를 무비판적으로 받아들이게 되었고, 그 결과 사기 규모는 어마어마하게 커졌죠. 신뢰는 사회적 관계를 유지하는 데 필수적이지만 이 신뢰가 때로는 우리의 판단력을 약화시켜 사기 범죄의 희생자로 만듭니다.

뇌과학적으로 본 속임수의 메커니즘

사람이 속임수에 취약한 이유는 뇌의 작동 방식과도 깊은 관련이 있습니다. 뇌에는 '거울 뉴런'이라는 신경세포가 존재하는데 이 뉴런은 다른 사람의 행동을 모방하고 그 감정을 이해하게 만듭니다. 이 거울 뉴런은 우리가 타인의 행동에 공감하고 사회적 유대감을 형성하게 해 주는 중요한 부위입니다. 누군가가 웃으면 나도 따라 웃게 되는 이유가 바로 이 '거울 뉴런' 덕분입니다. 때문에 우리는 타인과 감정적으로 연결될 수 있지만, 그 연결이 형성된 후에는 동시에 속임수에 쉽게 넘어가게 되는 약점을 가지게 됩니다.

또한, 우리의 뇌는 일관성과 패턴을 매우 좋아합니다. 누군가의 말이나 행동이 우리의 기존 믿음과 일치할 때 우리는 그 말을 더욱 진실로 받아들입니다. 특히 권위 있는 인물이나 전문가가 제공하는 정보라면 그들의 말을 의심하지 않고 더 쉽게 받아들이게 되는 경향이 있죠. 예를 들어, 의사나 변호사와 같은 전문가가 하는 말은 일반적으로 신뢰할 수 있다고 생각되기 때문에 의심의 여지 없이 받아들여지곤 합니다. 이러한 뇌의 작동 방식은 사기를 당하는 데 중요한 역할을 하며 우리를 속임수에 취약하게 만듭니다. 그렇기 때문에 지나치게 명확하고 매력적인 제안일수록 쉽게 신뢰하기보다는 한 번 더 의심해보는 것이 필요합니다.

The mechanism of deception

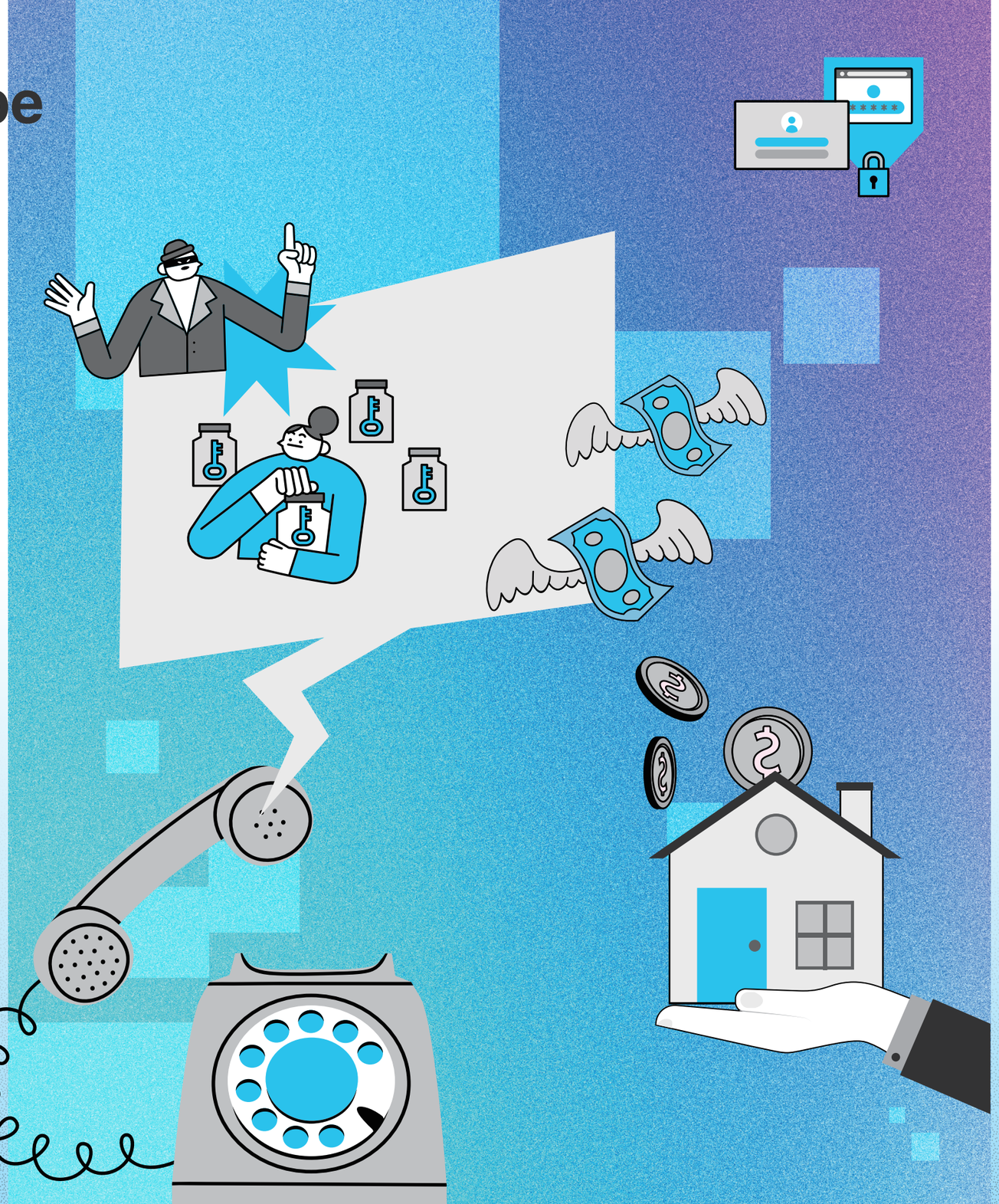
Personality type

성격 유형과 속임수의 관계

성격 유형에 따라서도 사람들이 사기에 얼마나 취약한지가 달라집니다. 예를 들어, 타인에게 의존적인 성격을 가진 사람들은 타인의 의견을 매우 중요시하며 자신보다는 타인의 의견을 더 신뢰하는 경향이 있습니다. 이러한 사람들은 자신의 판단력을 뒤로하고 타인의 의견에 의존하는 경우가 많기 때문에 속임수에 쉽게 넘어갈 수 있습니다. 이런 성향을 지닌 사람들은 타인의 요구를 거절하기 어려워 사기범들에게 쉽게 노려지곤 합니다. 반면에 편집성 성격을 가진 사람들은 타인을 쉽게 신뢰하지 않으며, 과도한 의심을 가지고 있습니다. 이들은 다른 사람의 말이나 행동에 대해 끊임없이 의심하며 방어적인 태도를 취하기 때문에 사기나 속임수에 덜 취약할 수 있습니다. 하지만 이들은 반대로 타인과의 관계에서 지나친 경계심을 유지해 불필요한 갈등을 유발하기도 합니다. 자신의 성격 유형을 정확히 이해하고, 이에 따라 어떤 상황에서 속임수에 취약한지 인식하는 것이 사기 예방의 중요한 출발점이라고 할 수 있습니다.

속임수에 잘 넘어가는 상황들?

사람들이 속임수에 취약해지는 특정한 상황들이 존재합니다. 그중 첫 번째는 감정적으로 약해져 있을 때입니다. 사람이 스트레스, 불안, 슬픔 등의 감정에 휩싸였을 때는 판단력이 흐려지고, 이런 상황에서 사기성 제안에 쉽게 휘말리게 됩니다. 예를 들어, 경제적으로 큰 손실을 본 후 이를 빠르게 만회하려는 욕구가 있을 때 사기성 투자 제안에 넘어가기 쉬운 것처럼요. 두 번째는 시간에 쫓기거나 압박감을 느끼는 상황입니다. 사기꾼들은 종종 시간을 촉박하게 만들거나 급박한 결정을 내리도록 압박하여 충분히 생각할 여유 없이 빠른 결정을 내리게 만듭니다. 이러한 상황에서는 깊이 생각하지 않고 감정에 치우쳐 잘못된 결정을 내리기 쉽습니다. 세 번째로는 권위 있는 인물이 정보를 제공할 때입니다. 우리 사회는 특히 사회적으로 권위를 가진 사람들의 말을 무비판적으로 받아들이는 경향이 있습니다. 의사나 교수, 법률 전문가와 같은 권위 있는 사람의 말을 듣고 그들의 의견을 신뢰하는 것은 자연스러운 일이지만 때로는 이러한 신뢰가 우리의 판단을 흐리게 만들 수 있습니다. 마지막으로, 집단 압력 역시 속임수에 취약하게 만드는 요인입니다. 다수가 어떤 믿음이나 행동을 따를 때 우리는 무의식적으로 그 흐름을 따라가려는 경향이 있습니다. 이러한 집단 심리는 특히 대규모 사기 사건에서 두드러지게 나타나며, 개인이 독립적으로 판단하기 어려운 상황을 만들어 냅니다.



속임수에 속지 않으려면?

속임수에 넘어가지 않으려면 무엇보다도 비판적인 사고 능력을 기르는 것이 중요합니다. 정보를 접했을 때 그 출처를 꼼꼼하게 확인하고 다양한 관점에서 그 정보를 분석하는 습관을 길러야 합니다. 단순히 권위 있는 사람이나 전문가의 말이라고 해서 무비판적으로 받아들이기 보다는 그 정보의 목적과 의도를 파악하려는 노력이 필요합니다. 특히 자신이 한 번 사기를 당해본 경험이 있다면 그 경험을 교훈 삼아 정보를 다양한 출처에서 검토하고, 크로스체크하는 습관을 가지는 것이 중요합니다.

비판적 사고와 더불어 자신이 어떤 성격 유형을 가지고 있는지 파악하는 것도 중요합니다. 자신이 타인의 말에 쉽게 휘둘리는 성향이라면 이를 인식하고 경계를 강화할 필요가 있습니다. 이전에 비슷한 사기의 경험이 있다면 타인의 제안에 대해서 주변의 의견을 들어보는 것도 좋은 방법입니다. 이러한 자기 인식은 속임수에 대한 방어력을 높이는 데 큰 도움이 됩니다. 속임수는 우리 주변 어디에나 존재하지만, 이를 현명하게 피할 수 있는 방법도 분명히 존재합니다.

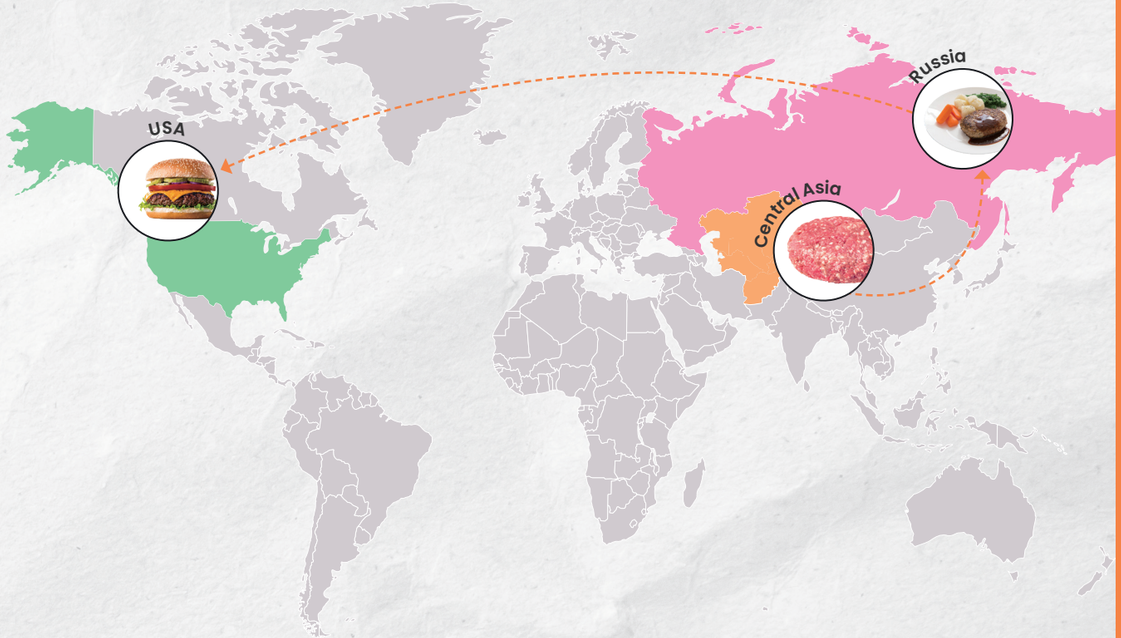
약력

정신과 전문의 신재현 원장은 현재 강남푸른정신과를 운영 중이다. 계명대학교 의과대학에서 학사와 석사과정을 마쳤으며 인지행동치료, 불안장애치료에서 전문성을 인정받고 있다. 저서로는 '나를 살피는 기술', '어른의 태도' 등이 있으며 따뜻하고 진정성 있는 상담을 통해 환자들의 마음을 치유하고 있다.

햄버거는 신기한 음식이다.
패스트푸드 프랜차이즈에서
싸게 해치우는 한 끼가 될 수 있지만,
제대로 먹겠다고 마음을 먹으면
지난한 여정을 떠날 마음을
단단히 먹어야 한다.
웬만해서는 만족스러운 것을
찾기 어렵기 때문이다.
일단 햄버거의 핵심
정체성이자 매력은
부드러움의 변주이다.

THE WORLD OF HAMBURGERS

햄버거의 세계



질긴 고기를 부드럽게 만들려는 노력에서 오늘날 햄버거의 핵심인 패티가 탄생했다. 햄버거의 고향은 미국이라 믿기 쉽지만 사실 햄버거의 진짜 본관은 중앙아시아로, 타타르족이 먹던 날고기가 원형이다. 타타르족은 기마민족답게 말을 탄 채로 음식을 먹었는데 날고기를 달리는 말안장 밑에 둬 부드럽게 만들었다고 한다. 이 과정에서 우리의 육회와 유사한 스테이크 타르타르가 탄생했다.

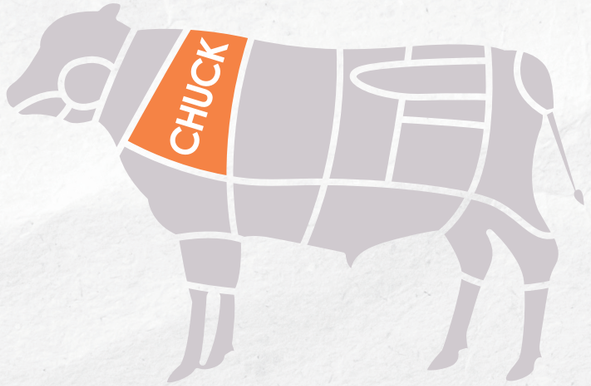
이후 러시아와 독일을 거쳐 18세기 말, 함부르크 출신 이민자들에 의해 '햄버그 스테이크'라는 이름으로 미국으로 흘러들어가 햄버거가 되었다. 사실 이때까지 햄버거는 빵 사이에 끼워 먹는 음식이 아니라 주로 고기만으로 구성되어 있는 음식이었다. 그러나 '번'이라 부르는 특유의 둥글고 부드러운 빵을 1916년 미국인 월터 앤더슨이 발명하면서 오늘날의 형태가 완성되었다.

햄버거는 세계적인 음식이다 보니 항상 원조에 대한 논쟁이 따라 다닌다. 미국 위스콘신, 오하이오, 코네티컷 주에서는 각기 축제와 '세계에서 가장 큰 햄버거 도전'을 통해 자신들이 햄버거의 출생지라고 주장한다. 예를 들어, 코네티컷 주 뉴 헤이븐의 위치한 '루이스 런치'에서는 역사가 1895년까지 거슬러 올라간다는 원조 햄버거를 판다. 이곳의 햄버거는 두 장의 토스트 사이에 특유의 수직그릴로 구운 패티를 끼운 샌드위치 형태다.

또, 패스트푸드, 특히 햄버거로 인해 증가하는 육류 섭취는 세계 차원의 정치 및 경제 문제와도 맞물려 있으며 그 중심에는 옥수수가 있다. 일리노이나 아이오와주 같은 미 중부 지역은 끝도 보이지 않는 옥수수밭으로 가득 차 있는데, 그러다 보니 정부 지원으로 경작해 넘쳐나는 옥수수를 창의적으로 소모하려는 방법이 개발되었다. 대체 감미료 액상과당, 식품 첨가제인 말토덱스트린 등이 대표적인 예다. 또한, 소와 양식 어류에도 옥수수 사료를 먹이는데 이러한 방식에는 부작용이 따라서 소의 경우 비육을 위해 먹이는 옥수수가 면역력

저하를 일으킨다. 그 결과 식중독을 유발하는 대장균의 위험이 상존해 안전성에 대한 논란이 끊이지 않는다. 그렇다고 햄버거를 나쁜 음식이라 매도하기에는 이르다. 햄버거는 탄수화물, 지방, 단백질이 적절히 조합된 따뜻한 샌드위치라 맛이 없을 수가 없는 음식인데, 대량 생산의 굴레에서 자유롭다면 패스트푸드의 울타리 안에서도 건강하고 훌륭한 햄버거를 만들 수 있다.

미 서부에는 프랜차이즈 '인앤아웃 버거'가 있다. '맥도날드'와 같은 팽창 욕심을 버리고 품질을 우선시해 기본에 충실하고 좋은 재료를 매장에서 직접 손질한다. 수제 버거도 어느 정도 자리를 잡았지만, 여전히 수제라는 수식어는 '발로 만드는 것도 아닌데...'라는 비아냥이 나올 만큼 웃기다. 또, 한때 선정성에 기댄 햄버거들이 넘쳐나기도 했었는데 이런 햄버거들은 기본적인 조합을 벗어나 푸아그아나 캐비어와 같은 것을 얹어 주객을 완전히 전도시킨 햄버거이다. 하지만 이제는 그런 유행은 지났고 대체로 기본에 충실한 수제 버거가 대부분이다.



수제 버거 유행이 시작되면서 파인 다이닝 세계의 셰프들이 패티를 놓고 고민하기 시작했다. 출처를 모를 자투리나 그냥 먹기 어려운 부위를 갈아 쓰던 시대는 이미 지난 것이다. 탐구가 심화되는 만큼 노하우를 놓고 벌이는 갑론을박도 열기를 띄었다. 즉석에서 고기를 갈아 만드는 건 기본이고, 최고의 맛과 부드러움을 찾기 위한 블렌딩을 고민한다.

물론 원칙이나 출발점이 있으니 정육과 지방의 비율은 8:2를 가장 이상적으로 여긴다. 지방이 그보다 적으면 뻣뻣해지고, 반대로 지방이 많으면 느끼해지기 쉽다. 또, 고기의 부위도 중요하기 때문에 스테이크로 구워 먹기에는 마블링 분포나 육질이 빠지지만, 맛이 뚜렷한 쇠고기 맛을 지녀야 한다. 그런 조건을 고루 갖춘 부위가 바로 '척'이다. 이 부위는 목 바로 아래에 위치해있으며 우리말로는 '목심', 또는 '알목심'이라 부른다.

이런 고기를 덩어리째 들여와 직접 갈아 패티를 만드는 곳만이 수제 버거 전문점이라 할 수 있다. 미리 갈아 파는 고기의 경우 부위를 정확히 알기 어렵고, 입자와 질감도 조절할 수 없기 때문이다. 물론 반대로 너무 곱게 갈아져 씹는 맛이 아예 없어도 실격이다. 적당히 굵어 힘들여 씹을 필요는 없으면서도 각각의 입자를 느낄 수 있어야 한다.

대학원 시절, 구내식당 한군데에서는 패티를 손수 빚은 햄버거를 팔았다. 장갑을 낀 손으로 간 고기의 적당량을 떼어내 둥글넓적하게 빚는데 어느 누구도 힘주어 치대지 않았다. 오른손잡이를 기준으로 요령이 이렇다. 일단 간 고기를 둥글게 뭉쳐 왼손바닥에 올린다. 오른손으로 가운데부터 바깥방향으로 가볍게 두들겨 넓적하게 모양을 잡아준다. 이때 크기와 모양에 신경써야 한다. 익힐 때 빠질 지방과 수분을 감안해 빵보다 대략 10%정도만 크게 빚는다. 구우면 쪼그라들어 빵의 그늘 아래 서는 패티만큼 초라한 게 없다. 또, 익힐 때는 가운데를 살짝 눌러야 다 익었을 때 가운데가 솟아오르지 않는다. 패티와 빵의 폭이 맞지 않거나, 가운데가 너무 솟아오르면 재료가 가지런히 쌓이지 않아 먹기 불편하다.

다들 미디엄 이하로 구운 햄버거 패티를 먹어본 적 있는가? 보통은 그런 경험이 없을 것이다. 나는딱 한 번 경험해 본 적이 있는데 그때는 가운데가 아예 익지 않은 레어로 조리된 패티였다. 함박 스테이크가 따로 있듯 패티 또한 스테이크 대접을 해 줄 수는 있다. 숯불 그릴이나 길이 잘 들어 반질반질한 번철에 구워 겉에 바삭한 크러스트가 생겨야 한다는 공통점이 있다.

하지만 햄버거 패티는 덩어리 스테이크보다 안전에 더 각별한 주의를 기울여야 한다. 고기를 갈면 표면에만 있는 대장균이 전체로 섞이기 때문이다. 따라서 속까지 완전히 익지 않는다면 면역력이 상대적으로 약한 노약자를 중심으로 문제가 될 가능성도 있다. 미국 식약청에서 지정하는 패티의 안전 내부 온도는 섭씨 80도로 웰던이다. 바싹 익혀도 촉촉하려면 역시 지방의 비율이 중요하다. 200그램대의 패티라면 잘 달군 무쇠팬에서 한 면당 5분 안팎으로 구웠을 때 딱 적당하다. 치즈는 불에서 내리기 1분 전에 얹는데, 이 경우만큼은 유화제 등의 첨가물로 균일하게 잘 녹는 가공 치즈가 좋다.

약력

이용재 음식 평론가 겸 번역가. 한양대학교와 미국 조지아 공과대학교에서 건축 및 건축학 석사 학위를 받고, 애틀랜타의 건축 회사 tbs 디자인에서 일했다. 조선일보, 한국일보 등 여러 매체에 글을 기고했다. 저자로서 '맛있는 소설', '오늘 브로콜리 싱싱한가요?', '한식의 품격', '외식의 품격', '냉면의 품격', '미식대담', '조리 도구의 세계', '식탁에서 듣는 음악'을 썼다. 옮긴 책으로는 '실버 스푼', '뉴욕의 맛 모모푸쿠', '인생의 맛 모모푸쿠', '철학이 있는 식탁', '식탁의 기쁨', '모든 것을 먹어본 남자' 등이 있다.

- PGA TOUR & LPGA 골프웨어, 2024 가을 컬렉션 선봬... 차분한 시즌 컬러 & 트렌디한 디자인 적용
- 방풍 안감, 기모 소재 등 보온성부터 변형 패턴, 액션 밴드 등 우수한 기능성 눈길
- “올 하반기 중 프로암 대회, 원포인트 레슨 등 고객 참여형 오프라인 행사 적극 확대할 것”

“‘라베’를 부르는 골프웨어 입고 가을 라운딩 나가볼까”

PGA TOUR & LPGA 골프웨어, 세련된 시즌 컬러 돋보이는 2024 가을 컬렉션 공개

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)이 전개하는 PGA TOUR & LPGA 골프웨어가 새로운 가을 컬렉션을 공개했다. 이번 컬렉션은 퍼포먼스와 스타일을 모두 갖춘 제품 라인업으로 구성됐다. 시즌 특유의 차분한 컬러감과 트렌디한 디자인이 돋보이는 아이템들로, 필드는 물론 일상생활에서도 자연스러운 스타일링이 가능하다.

2024 가을 컬렉션은 변형 패턴, 맞춤 주름, 액션 밴드 등 활동성을 고려한 기능성 측면을 강조했다. 여성 제품에서는 스윙 시에도 편안한 활동성을 위한 반바지형 플리츠 스커트가, 남성 제품에서는 과격한 움직임에도 스타일을 유지해주는 논슬립 밴드가 장착된 골프 팬츠가 눈에 띈다. 이외에도 부드럽고 신축성 있는 소재를 사용해 편안한 착용감을 제공하며, 바람을 막아주는 안감과 기모 소재, 사이드 지퍼 등 디테일한 요소를 더해 실용성을 한층 살렸다. 대표 제품 중 ‘라인 배색 니트 풀오버’는 감각적인 배색 파이핑 디테일로 포인트를 줬으며, 깔끔한 핏으로 일상룩과 필드룩 모두 소화 가능하다. 또한 목재펄프에서 추출한 친환경 원료가 함유된 레이온 혼방 소재의 ‘라인 배색 풀오버 니트’와 시즌 컬러감을 담아낸 ‘코듀로이 팬츠’ 역시 캐주얼한 필드 스타일링에 포인트를 줄 수 있는 아이템이다. 착용감이 부드럽고 보온성이 우수한 겨울용 ‘포켓 포인트 본딩 팬츠’의 경우 상의 노출을 잡아주는 논슬립 밴드가 적용되어 격한 움직임에도 깔끔한 외형을 연출할 수 있다. 모던한 디자인과 세련된 디테일의 여성용 제품도 눈길을 끈다. ‘랩스타일 플리츠 스커트’는 스윙 시 자연스럽게 펼쳐지는 주름 디테일의 반바지형 플리츠 큐롯으로 스타일과 활동성을 모두 잡을 수 있다. 여기에 ‘스트링 블루종 점퍼’와 ‘라인 배색 방풍 카라 스웨터’ 등 상의 아이템을 매치하면 클래식 무드의 여성 가을 라운딩 룩이 완성된다. PGA TOUR & LPGA 골프웨어는 가을에 이어 겨울 시즌에도 활동성과 보온성이 강화된 골프웨어 제품 및 다운 라인을 선보일 계획이다. 또한 올 하반기에도 오프라인 행사를 적극 운영하며 고객과 지속적인 소통을 이어나갈 예정이다. 후원선수와 함께 하는 원포인트 레슨을 더욱 확대할 방침이며, 유명 프로 선수들과 함께 골프 클리닉 및 동반 라운드를 하는 ‘프로암 대회’도 개최 준비 중이다.

PGA TOUR & LPGA 골프웨어 관계자는 “이번 컬렉션은 클래식한 가을 감성을 담아낸 컬러감과 트렌디하면서도 깔끔한 디자인, 우수한 기능성 등을 더한 상품들로 구성했다”며 “퍼포먼스와 스타일을 모두 반영한 PGA TOUR & LPGA 골프웨어 가을 컬렉션으로 인생 최고의 점수 ‘라베(라이프타임 베스트 스코어)’를 성공하시길 바란다”고 전했다. 한편, PGA TOUR & LPGA 골프웨어는 지난 18일에 열린 KLPGA 더헤븐 마스터즈에서 후원선수인 배소현 프로가 우승을 차지한 것을 기념해 프로모션을 진행 중이다. 온·오프라인 채널에서 배소현 프로가 착용한 제품을 구매 시 최대 40% 할인 혜택을 받을 수 있다.

공식 온라인몰

2024 FALL SEASON COLLECTION

PGA TOUR & LPGA GOLFWEAR

‘라베’를 부르는 골프웨어

LPGA GOLFWEAR

세련된 디자인과 활동성을 고려한
기능성으로 필드에서 최고의 베스트
스코어를 기록하세요.

+ 스트링 블루종 자켓 L243WB703P
+ 방풍 카라 스웨터 L244KT611P
+ 랩스타일 플리츠 큐롯 L243CU824P

PGA TOUR

시즌 컬러감이 돋보이는 디자인과
더욱 더 강화된 기능성으로 필드에서
최고의 베스트 스코어를 기록하세요.

+ 라인 배색 풀오버 니트 L243KT201P
+ 소프트 기모 티셔츠 L244TL117P
+ 포켓 본딩 팬츠 L244PT411P
+ 로고 골프 볼캡 L245AP122P

LPGA GOLFWEAR
PGA TOUR

+ 페이크 레더 선바이저 L245AP522P
+ 2IN1레이어드스웨터 L243KT601P
+ 랩스타일 플리츠 스커트 L243CU824P

+ 로고 스웨이드 볼캡 L245AP122P
+ 니트 풀오버 L244KT204P
+ 코듀로이 팬츠 L244PT404P

LPGA GOLFWEAR

+ 하이넥 윈드브레이커 L243WB702P
+ 레글런 티셔츠 L243TL505P
+ H라인 볼포켓 랩 스커트 L243CU821P

PGA TOUR

+ 카모 패턴 니트 풀오버 L244KT211P
+ 모노그램 긴팔 티셔츠 L243TL103P
+ 트리코트 기모 팬츠 L244PT415P
+ 퍼포먼스 로고 볼캡 L245AP121P

PGA TOUR &
LPGA GOLFWEAR SNS

LPGA GOLFWEAR

국가대표 고진영의 라베를
PGA TOUR & LPGA 골프웨어가 응원합니다!
우리나라를 대표해 파리에서 멋진 경기를 펼칠
고진영 프로에게 많은 관심과 응원을 보내주세요♥

@jinyoungko_official
#협회공식인증골프웨어 #PGATOUR골프웨어 #LPGA골프웨어
#골프웨어 #골프 #고진영 #고진영프로

LPGA GOLFWEAR

매 경기 멋진 플레이를 보여준 김민선7 프로,
이번 KLPGA 더헤븐 마스터즈에서 4위에 자리하며
이번 시즌 세번째 '톱10'을 작성했습니다!
김민선7 프로, PGA TOUR & LPGA 골프웨어가 응원합니다♥

#협회공식인증골프웨어 #PGATOUR골프웨어 #LPGA골프웨어
#더헤븐마스터즈 #김민선7 #김민선7프로 #승리를부르는골프웨어

LPGA GOLFWEAR

후원선수 배소현 프로의
KLPGA "더헤븐 마스터즈" 우승을 축하합니다!
폭염 속에 펼쳐진 경기에서 3차 연장전 끝에 정상에 올랐습니다!
멋진 플레이와 함께 시즌 2승을 기록한 배소현 프로,
우승을 축하합니다♥

#협회공식인증골프웨어 #PGATOUR골프웨어
#LPGA골프웨어 #우승을부르는골프웨어 #배소현 #배소현프로
#우승 #더헤븐마스터즈

LPGA GOLFWEAR

후원선수 배소현 프로,
KLPGA KG 레이디스 오픈 우승을 축하합니다!
지난 더헤븐 마스타즈에 이어 2주 만에
다시 우승 트로피를 거머쥐었습니다!
이번 시즌 3승 기록으로 다승왕 경쟁에 합류한 배소현 프로,
부상없이 필드에서 멋진 플레이 펼치기를
PGA TOUR & LPGA 골프웨어가 응원합니다!

#우승을부르는골프웨어 #LPGA골프웨어 #PGATOUR골프웨어
#협회공식인증골프웨어 #KG레이디스오픈 #우승 #배소현
#배소현프로 #골프웨어

PGA TOUR & LPGA GOLFWEAR SNS

BUCKAROO 보도자료

BUCKAROO

배우 이동휘와 24 가을 캠페인 오픈

트렌드 세터 이동휘, 버커루의 웨스턴 락시크 스타일 완벽 소화

한세엠케이의 프리미엄 빈티지 데님 브랜드 버커루(BUCKAROO)가 가을 캠페인을 공개했다.

버커루는 지난 여름 화보 공개에 이어 24 FW 시즌도 연예계 대표 패셔니스타로 손꼽히는 배우 이동휘와 함께 캠페인을 진행했다. 공개된 캠페인 속 이동휘는 1950년대 락시크 무드와 빈티지 웨스턴 감성을 현대적으로 재해석한 비주얼을 통해 강렬한 매력을 발산했다.

이동휘는 빈티지한 워싱이 돋보이는 바이커 데님 자켓과 팬츠, 코듀로이 카라 배색이 인상적인 베이지 컬러 블루종 자켓 등을 착용하며 남다른 감각의 스타일링을 뽐냈다. 간절기부터 겨울까지 활용하기 좋은 버커루의 데일리 로고 후드 티셔츠와 다이아퀼팅 패딩 체크 셔켓을 착용해 남친미의 정석을 보여줬다. 또, 상하의 데님 셋업에 레더 소재 블루종 자켓을 레이어드해 자유분방하고 세련된 에티튜드를 선보이는 등 다채로운 가을 스타일을 선보였다.

BUCKAROO 보도자료

- 버커루, 24 FW 광고 모델로 배우 이동휘 발탁 및 캠페인 공개... 2024가을 신제품 눈길
- 어반 하이커 무드, 50년대 락시크 스타일 재현한 클래식 웨스턴 분위기 컨셉으로 선보여
- 선택 폭 넓힌 아우터 라인업부터 신규 출시한 벨벳 소재 데님 아이템까지 다채로운 라인업 구성

간절기 아우터와 데님 아이템으로 특유의 빈티지 감성과 트렌드를 접목

버커루의 이번 24 가을 컬렉션은 간절기 아우터와 데님 아이템을 중심으로 특유의 빈티지 감성과 트렌드를 접목해 브랜드 아이덴티티를 유지한 것이 특징이다. 특히 간절기 시즌 베스트 셀러 아이템으로 자리 잡은 항공 점퍼는 소재 다양화를 통해 차별화된 디자인을 강조했다.
가을 컬렉션에서 빠질 수 없는 데님 라인업 역시 다양하게 구성했다. 캠페인 속 이동휘가 착용한 턴업 데님 팬츠와 파라슈트 팬츠, 자수 디테일의 바이커 핏 데님 팬츠가 새롭게 출시된다. 이외 여성용 데님 라인업에서는 고급스러운 광택을 지닌 벨벳 소재의 데님 팬츠와 오버롤 아이템을 새롭게 선보여 눈길을 끈다.

버커루 관계자는 “패션 트렌드를 선도하는 배우 이동휘와 함께 버커루의 24 FW 컬렉션을 선보일 수 있게 되어 기쁘다”며, “버커루만의 빈티지한 고감도 헤리티지가 그대로 담겨있는 이번 컬렉션을 통해 감성적인 가을 시즌을 보내시길 바란다”고 전했다. 한편 공개된 캠페인 속 이동휘가 착용한 버커루의 24 가을 컬렉션은 전국 오프라인 매장과 공식 온라인몰 '스타일24', 그리고 패션 플랫폼 '무신사'에서 만나볼 수 있다.

HARDWOOD CLASSICS

NBA 헤리티지를 반영하여 새롭게 리뉴얼

NBA, 프리미엄 컬렉션 ‘하드우드 클래식’ 출시

– NBA, 2024년 F/W 시즌 맞아 새롭게 리뉴얼된 '하드우드 클래식' 컬렉션 선봬
– NBA TV 프로그램에서 영감 받아 탄생한 독창적인 컬렉션... 정통 아메리칸 클래식 스타일 제안
– 간절기 후드 집업, 티셔츠, 울 바시티 재킷, 경량 퀄팅 패딩 등 지속 가능한 베이직 아이템으로 구성

한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 스트리트 캐주얼 브랜드 NBA가 2024년 F/W 시즌을 맞아 '하드우드 클래식(HWC)' 프리미엄 라인을 새롭게 리뉴얼해 출시했다. 하드우드 클래식은 NBA 고유의 헤리티지 감성을 현대적인 관점으로 재현한 독창적인 컬렉션으로 NBA 레전드 매치를 다루는 콘텐츠인 〈하드우드 클래식〉에서 영감을 받아 탄생했다. 이 프로그램은 마이클 조던을 비롯한 전설적인 스타플레이어들이 펼친 명경기와 뛰어난 업적을 다루며 꿈의 무대로 불리는 NBA 농구 역사를 재조명하고 있다.

이번 컬렉션은 NBA의 역사적 경기를 통해 과거 위대한 순간들을 고스란히 담아내는 동시에 트렌디한 감각을 가미한 디자인으로 새로운 명장면을 만들어가겠다는 의지를 담아냈다. 고풍스러운 느낌보다는 모던한 무드를 결합한 디자인을 통해 브랜드 고유의 오리지널리티를 강조했다. 전체적으로 NBA의 시그니처 컬러 배색과 아치형 레터링 아트웍이 돋보이며, HWC 로고를 클래식한 느낌으로 풀어냈다. 소매 부분에 추가된 별 모양의 자수는 미국 농구 리그 NBA의 정체성을 상징적으로 나타낸다. 이번 하드우드 클래식 라인은 트렌드에 얽매이지 않는 지속 가능한 베이직 아이템 군으로 구성했다. 간절기용 후드 집업과 세로 스트라이프 패턴의 후드 티셔츠, 베이직한 맨투맨과 반팔 티셔츠 등을 필두로 선보이며 아메리칸 정통 스타일을 제안한다. 울 바시티 재킷과 경량 퀄팅 패딩은 고급스러운 프리미엄 디자인과 함께 보온성까지 갖춘 실용적인 아이템으로 다채로운 스타일링을 돕는다. 이외에도 가디건, 카라형, 후드형 등 다양한 스타일의 니트 제품도 출시됐다.

한세엠케이 관계자는 "새롭게 리뉴얼된 하드우드 클래식 라인은 NBA를 대표하는 프리미엄 아이템으로 구성된 토털 컬렉션이다. NBA 스포츠 헤리티지와 현대적인 디자인의 조화를 통해 소비자들에게 색다른 패션 경험을 선사할 것으로 기대된다"라며, "하드우드 클래식의 다양한 아이템과 함께 시대를 초월하는 프리미엄 아메리칸 클래식 스타일의 매력을 느껴보시길 바란다"고 전했다.

NBA 하드우드 클래식 라인은 전국 오프라인 매장과 공식 온라인몰 '스타일24' 등에서 만나볼 수 있다.

DUNK DOWN PRO

EASTERN COLLECTION

HWC

NBA, 스포티 감성 더한 24 F/W 가을 컬렉션 공개

‘업타운 VS 다운타운’ NBA 스트리트 스타일링 제안

– NBA, 개강 시즌 겨냥한 FW 신상 선봬... 브랜드 아이덴티티 반영한 '업타운&다운타운' 컬렉션 출시
– 아메리칸 클래식 무드 ‘하드우드 클래식'부터 다양한 디자인의 슈즈 컬렉션까지 다채롭게 선보여
– 신학기 프로모션 및 다운 점퍼 선구매 이벤트 등 고객 감사 행사 마련

한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 스트리트 캐주얼 브랜드 NBA가 가을 시즌을 앞두고 다양한 컨셉의 FW 신제품을 출시했다고 3일 밝혔다. 이번 NBA 24 F/W 컬렉션은 브랜드 아이덴티티를 강조한 ‘업타운’과 ‘다운타운’ 두 가지 메인 컨셉을 중심으로, 프리미엄 라인 ‘하드우드 클래식(HWC)’, 슈즈 컬렉션 등 다양한 라인업으로 선보인다. 트렌디한 컬러와 아트웍을 반영한 스포티브 스트리트 스타일로 개성 있는 신학기 코디를 완성할 수 있다.

먼저 ‘업타운’은 워크자켓, 후드코트 등 패셔너블한 제품군이 눈에 띈다. NBA만의 헤리티지를 바탕으로 고급스러우면서 스포티한 디테일을 강조했다. 스트리트 무드를 담아낸 ‘다운타운’은 맨투맨과 후드티 셋업부터 다운 패딩 등 일상에서 입기 좋은 기본 아이템들로 준비했다. 특히 ‘덩크 다운 프로 점퍼’는 어떤 코디에도 잘 어울리는 베이직 디자인과 추운 겨울에도 코 끝까지 덮을 수 있는 여유로운 넥사이즈가 특징이다. 가볍고 소프트한 폴리 원단을 사용해 편안한 착용감을 제공하며 가슴에 트렌디한 NBA 로고를 자수로 작업해 포인트를 더했다. 자연스럽게 어깨라인이 이어지는 오버핏 사이즈로 캐주얼하고 힙한 분위기 연출이 가능하다. 아메리칸 정통 스타일이 돋보이는 프리미엄 라인 ‘하드우드 클래식(HWC)’은 올 시즌 새롭게 리뉴얼해 돌아왔다. NBA의 레전드 경기를 소개하는 TV 프로그램에서 영감을 받은 컬렉션으로, 아메리칸 클래식 스타일에 현대적인 무드를 더한 울 바시티, 가디건, 니트 후드 등으로 구성됐다.

이번 F/W 컬렉션과 스타일링할 수 있는 슈즈 라인업도 확장했다. 미국 프로농구 팀 로고로 장식한 슬라이드 ‘슬릭(SLEEK)’, 자체 개발한 아웃솔을 통해 편안한 착화감을 제공하는 코트 스니커즈 ‘스위시 401(SWISH 401)’, 생활방수 기능을 갖춘 방한화 ‘크런치(CRUNCH)’ 등 다양한 패션 포인트 아이템으로 활용하기 좋은 제품들로 선보였다.

한세엠케이 관계자는 “가을 신학기를 맞아 NBA 브랜드 고유 아이덴티티를 강조한 F/W 시즌 컬렉션을 다채롭게 선보이게 됐다”며, “단정하고 모던한 분위기부터 역동성을 가미해 개성까지 표현할 수 있는 NBA 아이템으로 스포티한 캠퍼스룩 스타일링을 연출해보길 바란다”고 전했다.

NBA의 24 F/W 시즌 컬렉션은 전국 오프라인 매장과 공식 온라인몰 스타일24, 그리고 패션 플랫폼 무신사에서 만나볼 수 있다.

더욱 다채롭고 새로워진 '느바루키' 가을 신제품 주목

NBA ROOKIE FALL

NBA키즈, 2024 F/W 시즌 컬렉션 출시… 첫 데님 라인 확대

– NBA키즈, 2024 F/W 시즌 맞아 신제품 출시… 신규 하입 진스 데님 라인 등 총 4가지 라인업
– '바시티 점퍼' 및 'MA-1 후디' 24년 S/S 시즌 매출 호조… 새로운 시즌 팀 라인 아이템 구성
– 에버핏 에센셜 라인, 걸스 라인 등 아이들의 취향과 관심사 반영한 각양각색 컬렉션 선봬

DENIM MOOD

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)의 아동복 브랜드NBA키즈가 2024년 F/W 시즌 컬렉션을 출시한다고 지난 10월 18일 밝혔다. NBA키즈만의 아이덴티티를 담아 첫 선을 보이는 데님 라인을 중심으로 다채로운 스타일링을 선보일 예정이다. 이번 2024년 F/W 컬렉션은 하입 진스(HYPE-JEANS) 라인을 포함해 에버 핏(EVER-FIT) 에센셜 라인, 걸스 라인, 팀 라인 등 총 4가지로 구성되어 있다. 심플한 스타일부터 스포티한 디자인까지 자유롭게 매치하기 좋은 아이템으로 신학기 패션은 물론 특별한 날의 코디까지 폭넓게 활용할 수 있다.

먼저 '하입 진스 라인'은 NBA키즈에서 처음으로 선보이는 데님 제품 라인업으로, 리얼 데님과 데님 라이크 저지 소재 제품들로 구성했다. 'NBA 스판 데님 밴딩 팬츠'는 리얼 데님으로 제작된 스트레이트 핏 청바지로, 인디고와 흑청 2가지 컬러로 만나볼 수 있다. 데님 라이크 시리즈는 최근 Y2K 트렌드로 각광받는 워싱 디테일을 추가해 레트로한 데님 무드를 연출한다. 더불어 후드, 맨투맨, 와이드 팬츠, 조거 팬츠 등 활용도 높은 제품들로 구성해 힙한 키즈 스트릿 무드를 연출할 수도 있다.

'에버 핏 에센셜 라인'은 일상복부터 나들이 룩까지, 어느 아이템과도 매치하기 좋은 베이직한 제품이다. 탄탄하면서도 부드러운 쭈리 소재를 사용해 건조기 세탁에도 변형 걱정 없이 입을 수 있다. '걸스 라인'은 크롭 기장의 귀여운 핏을 적용한 바람막이, 맨투맨 등으로 구성했다. 댄스 등 취미 활동 시 편하고 스타일리시하게 코디할 수 있는 아이템으로 팬츠, 스커트와 함께 다양하게 착용 가능하다. NBA 팀 로고를 반영한 시그니처 스타일이 돋보이는 '팀 라인'도 눈에 띈다. 이번 시즌도 바시티 점퍼를 포함해 후디, 맨투맨, 팬츠 등을 선보일 예정이다. 바시티 점퍼와 MA-1 후디 점퍼는 NBA키즈 대표 인기 스테디셀러로 꾸준히 사랑받으며, 올해 S/S 시즌에도 각각 3억 9천만 원, 2억 8천만 원의 매출을 기록한 바 있다. 이러한 판매 호조를 이어받아 F/W 시즌도 더욱 트렌디하고 실용적인 아우터 스타일링을 제안할 계획이다. NBA키즈의 이번 F/W 시즌 컬렉션은 오프라인 매장과 한세 공식 온라인몰 '스타일24' 등 각종 온·오프라인 채널에서 만나볼 수 있다.

NBA키즈 관계자는 "올 상반기 NBA키즈에 보내주신 많은 사랑에 힘입어 새로운 F/W 시즌 컬렉션을 선보이게 됐다"며, "NBA키즈만의 스포티한 감성을 담아 처음 출시하는 데님 라인을 포함해 더욱 다양해진 상품 라인업과 함께 아이들의 스타일리시한 일상 코디를 완성하시길 바란다"고 전했다.

Y2K TREND

NO.1 스포티 캐주얼 키즈 브랜드 NBA키즈와 구공이의 만남

구공이 X nba kids

CUTE+FRIENDLY

NBA키즈, 곰돌이 캐릭터 구공이로 눈길 사로잡아
네파키즈·헤지스, 인기 캐릭터 콜라보로 F/W 시즌 공략

유통업계에서 '큐렌들리(Cute+Friendly)' 트렌드가 주목받고 있다. 예쁘고 소장 가치 높은 아이템을 선호하는 MZ세대 소비 성향에 맞춰 많은 브랜드가 인기 캐릭터와 콜라보레이션을 활발히 진행하는 이유다. 나아가 자체 브랜드 마스코트를 제작해 주 고객층에게 친숙한 브랜드 이미지를 형성하는 마케팅도 강화하는 모습이다. 귀엽고 친근한 캐릭터가 담긴 패션 아이템은 키즈부터 성인까지 전 세대를 아우르며 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있다.

NBA키즈, '구공이' 컬렉션 출시…'무엇이든 될 수 있는 곰돌이 농구공' 마스코트

한세엠케이의 아동복 브랜드 NBA키즈는 마스코트 캐릭터를 활용한 신제품 '구공이' 컬렉션을 출시했다. 구공이는 NBA키즈의 브랜드 아이덴티티인 농구를 모티브로 탄생한 곰돌이 캐릭터다. 귀여운 디자인으로 사랑받고 있으며, '무엇이든 될 수 있는 농구공', '세상에서 가장 멋진 곰돌이 농구공' 등 스토리텔링을 통해 아이들에게 긍정적인 메시지를 전달하고 있다.

셋업, 재킷, 후드티, 맨투맨 등 라인업으로 구성된 이번 컬렉션은 캐릭터 구공이가 농구를 하는 아트웍으로 포인트를 준 것이 특징이다. 반팔 티, 맨투맨, 트레이닝팬츠로 구성된 구공이 셋업은 레이어드해 착용하거나 각각 단품으로도 활용할 수 있다. 세 가지 아이템 모두 일상에서 편하게 착용할 수 있어 실용성과 활용도가 높다. 여유 있는 오버핏으로 제작해 활동량이 많은 아이들에게 제격이다. 셋업 색상은 블랙, 멜란지 그레이, 오트밀 세 가지로 구성되어 데일리로 활용하기도 좋다. 부드러운 소재를 적용하여 신축성이 우수한 반팔 티는 다양한 스타일링이 가능하며, 트레이닝팬츠는 허리와 밑단의 밴딩 처리로 착용감이 편안하다. 맨투맨 뒤판에는 감각적인 구공이 아트웍과 레터링으로 포인트를 더했다. 덤블퍼 원단으로 제작한 구공이 쉐르파 집업 재킷도 준비했다. 차분한 베이지 색상에 구공이 디자인을 더해 깜찍한 요소를 극대화했다. 루즈핏 실루엣과 안감으로 착장이 편리하며 밑단에는 스트링을 달아 보온성을 높였다. NBA키즈는 신제품 출시에 맞춰 구공이 공식 인스타그램도 새롭게 오픈하며 고객 소통을 강화한다. 키링 증정 팔로우 이벤트 등 활발한 SNS 프로모션을 통해 온라인 소비자와의 접점을 더욱 확대할 계획이다.

NBA CORE LOOK

이제는 느바코어룩이 대세!

STREET FALL

STYLISH

NBAKIDS [FALL] 아이템과 함께라면
우리가 있는 곳 어디든 스트릿 화보

더 Stylish해진 느바키즈의
가을 신상품을 전국 NBA키즈 매장 및
스타일24에서 지금 바로 만나보세요!

moimoln

모이몰른 '산리오 베이비' & 컬리수 '쿠로미' F/W 컬렉션 출시

한세엠케이, '산리오캐릭터즈 콜라보'로 키즈 취향 저격 나선다

- 한세엠케이, 농심 너구리, 노티드 도넛, 위스키 브랜드, 미니언즈 등 이색 콜라보 행보 눈길
- 모이몰른 '산리오 베이비 컬렉션' F/W 라인 출시... 헬로키티, 폼폼푸린, 포차코 등 아기 캐릭터로 구성
- 컬리수 '쿠로미 콜라보 컬렉션' 선봬... 일상복뿐만 아니라 스키코어로도 활용 가능한 라인업

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 올 F/W 시즌을 맞아 다시 한번 산리오 코리아와 손잡고 어린이들의 취향저격에 나선다.

한세엠케이는 다양한 콜라보레이션 마케팅을 통해 이색적인 행보를 이어가며 주목받고 있다. 특히 올해 들어 산리오캐릭터즈와의 협업을 통해 특별한 브랜드 경험을 제공하는 동시에 소비자와의 접점을 넓혀 긍정적인 반응을 이끌어냈다. 이번 F/W 시즌도 각기 다른 캐릭터의 매력을 반영한 컬렉션을 선보이며 지속적으로 브랜드 인지도를 높일 방침이다.

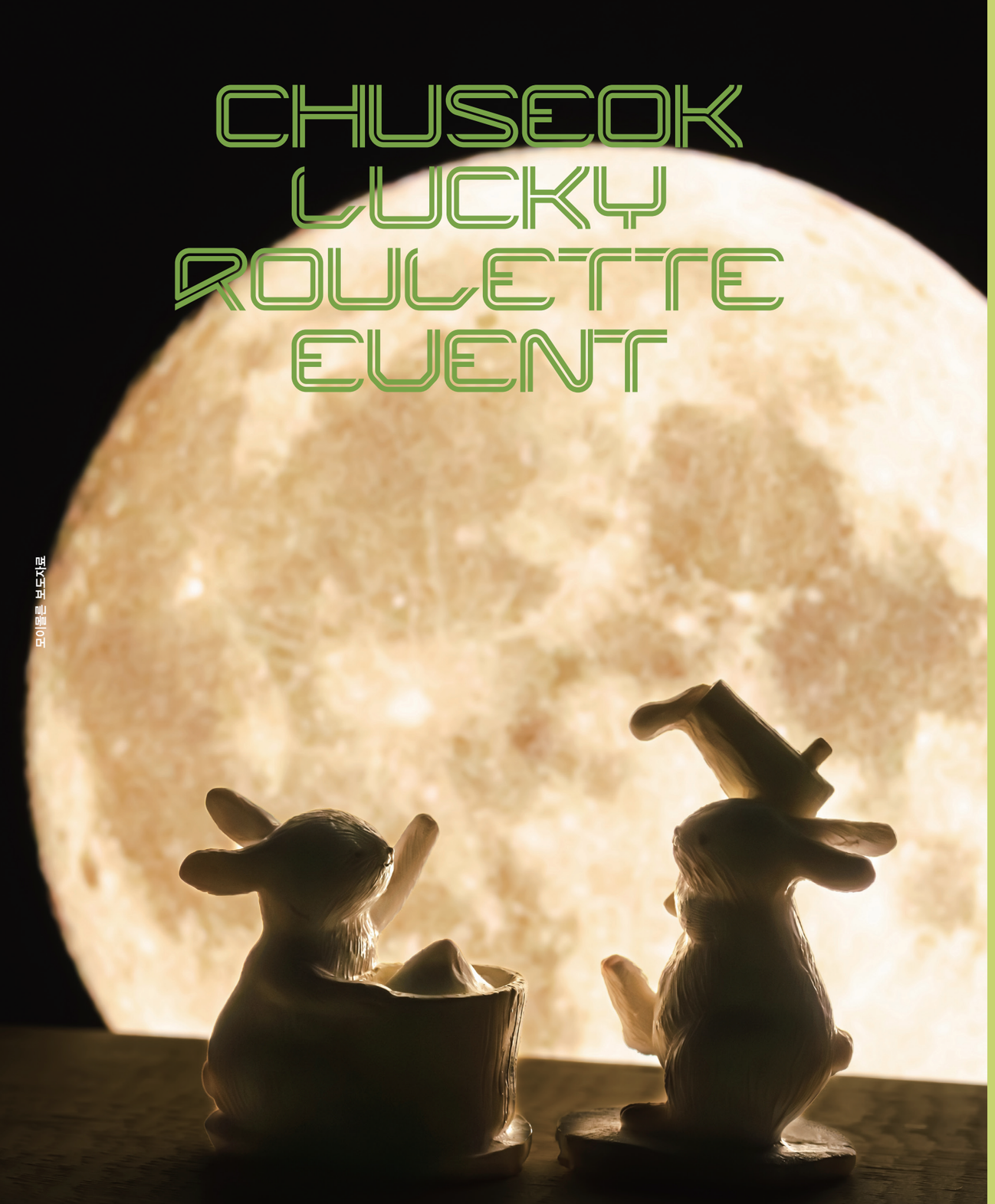
글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른은 올해 초 선보인 '산리오 베이비 컬렉션' 인기에 힘입어 F/W 시즌 컬렉션을 새롭게 선보인다. 산리오 베이비는 헬로키티, 쿠로미, 폼폼푸린, 포차코의 베이비 버전으로, 아담한 실루엣과 파스텔톤의 부드러운 컬러가 매력적이다. 지난 시즌 빠르게 품절되었던 90과 100 사이즈 물량을 확대해 더 많은 고객이 제품을 경험할 수 있도록 준비했다.

이번 F/W 시즌 컬렉션은 대표 시그니처 아이템인 블루머 상하 세트를 포함해 맨투맨 상하 세트, 내의, 바디슈트 및 레깅스 세트, 실내 조끼 등 다양한 상품으로 준비했다. 간절기에 입기 좋은 미니 쭈리 소재부터 신축성이 좋은 사선 스판 원단 등 아이들이 편안하게 활동할 수 있도록 기능성을 한층 살렸다. 한편 아메리칸 캐주얼 스쿨룩 브랜드로 리브랜딩한 컬리수는 '쿠로미 콜라보 컬렉션'을 내달 출시한다. 리브랜딩과 함께 타겟 연령을 8~12세로 상향한 컬리수는 고학년에게 특히 인기가 높은 캐릭터인 쿠로미 캐릭터 콜라보를 기획했다.

지난 1월 '시나모롤 컬렉션' 공개 이후 10일 만에 완판되는 성과를 기록하며 높은 관심 속에 24 S/S 라인업을 연이어 선보인 바 있다. 이번 쿠로미 콜라보 컬렉션은 캐주얼 스타일 아이템으로 구성되어 있어, 겨울철 일상과 액티비티를 아우르는 다채로운 룩을 연출할 수 있다. 쿠로미 컬렉션의 주요 제품으로는 티셔츠, 맨투맨, 스웨터, 뷔스티에, 팬츠, 원피스 등 데일리 아이템이 포함됐다. 캐릭터 와펜과 귀엽고 아기자기한 아트웍이 특징이며, 이 외에도 쿠로미 귀 디테일이 포인트인 바라클라바 워머 세트와 크로스백, 퍼 가방 등의 액세서리를 함께 선보여 스타일링 옵션을 넓혔다. 겨울철 액티비티를 위한 쿠로미 콜라보 스키복도 출시될 예정이다. 도톰한 안감과 방수 소재를 적용해 보온성을 높였으며 보라색 하트와 눈꽃 무늬 스팽클 디자인으로 트렌디한 스타일링도 챙겼다.

한세엠케이 관계자는 "올해 S/S 시즌 많은 관심과 사랑을 받은 산리오캐릭터즈 콜라보레이션에 이어, 새로운 컬렉션을 출시하게 되었다"며, "깜찍한 디자인과 따뜻한 소재로 제작된 다양한 아이템들과 함께 올 가을, 겨울 스타일리시한 산리오캐릭터즈 코디를 연출해보시길 바란다"고 전했다.

이번 F/W 시즌 컬렉션은 전국 모이몰른 및 컬리수에딩 오프라인 매장과 공식 온라인몰 '스타일24'에서 만나볼 수 있다.



moimoln

경품 규모 대폭 확대한 풍성한 이벤트로 고객 성원 보답

모이몰른, 10주년 기념 추석 럭키룰렛 이벤트 실시

– 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른, 한가위 앞두고 온·오프라인 동시 대규모 룰렛 이벤트 진행
– 로봇청소기, 음식물 처리기, 고데기 등 푸짐한 경품 선물… 지난 9월 22일까지 응모
– 스타필드 마켓 죽전점 지난 8월 29일 오픈… 하반기 내 신규 매장 및 리뉴얼 매장 선보이며 고객 접점 확대

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른이 추석 명절을 맞아 럭키룰렛 대규모 경품 이벤트를 진행했다.

이번 행사는 브랜드 론칭 10주년 캠페인의 일환으로 마련됐으며, 이를 기념해 경품 규모를 대폭 확대하여 보다 많은 고객들이 혜택을 누릴 수 있도록 구성했다. 럭키룰렛 이벤트는 지난 9월 22일까지 전국 오프라인 매장과 공식 온라인몰 '스타일24'에서 동시에 진행했었다. 행사 기간 동안 모이몰른 제품 8만 원 이상 구매 시 누구나 참여할 수 있었고, 추첨을 통해 삼성 AI 로봇청소기, 음식물 처리기, 다이슨 에어스트레이트 등 푸짐한 경품과 최대 1만 원 포인트 적립 혜택을 제공했다. 모이몰른은 올해 10주년을 맞아 많은 고객들과 함께 기념할 수 있는 다양한 프로모션과 할인 이벤트를 진행 중이다. 매월 10일 '모이 10데이' 행사를 통해 월간 베스트 제품 및 신상품을 합리적인 가격으로 제안하고 있으며, 순금 골드바 증정, 럭키드로우 이벤트 등 다양한 방식으로 소비자들과의 소통을 이어가고 있다. 이와 함께 신규 매장을 오픈하며 고객 접점도 확대한다. 지난 8월 29일에는 스타필드 마켓(구 이마트 죽전점)에 모이몰른 죽전점을 오픈했다. 론칭 10주년을 기념하여 새롭게 리뉴얼된 인테리어가 적용된 공간으로 베이비, 토들러, 출산용품 등 다양한 F/W 신제품을 선보이며 브랜드 아이덴티티를 강화한다. 모이몰른은 앞으로도 지속적인 매장 확장을 통해 고객들의 편의성을 높이고, 독보적인 베이비웨어 브랜드로 자리매김한다는 계획이다. 이번 죽전점을 시작으로, 롯데마트 통영점, 홈플러스 춘천점, 롯데아울렛 의왕점 등 주요 도시에 추가 매장을 오픈할 예정이다. NC백화점 부산대점, 2001아울렛 분당점, 뉴코아 창원점, 홈플러스 칠곡점 등 매장도 하반기 중 신규 인테리어로 재단장한다.

한세엠케이 관계자는 "10년 동안 모이몰른을 사랑해주신 소비자들께 풍성한 추석 명절을 선물하고자 럭키룰렛 이벤트를 준비했다"며, "앞으로도 신규 매장 오픈 및 다양한 프로모션을 통해 고객 접점을 확대하며 더욱 많은 소비자와 만날 예정"이라고 전했다.

moimoln

모이몰른, 일본을 사로잡다!

론칭 10주년 맞아 日 소비자 온오프라인 접점 강화

– 글로벌 베이비웨어 모이몰른, 일본 매출 150% 이상 신장... 고감도 디자인과 브랜드 헤리티지가 주효
– 이세탄 백화점 교토점을 시작으로 한신백화점 우메다본점 등 팝업스토어 오픈... 오프라인 입점도 앞둬
– 극장 브랜드 광고 영상 상영, 뽑기 이벤트, 모이몰른송 부르기, 인스타그램 콘테스트 등 관심 뜨거워
– F/W 시즌 현지화 아이템과 프리미엄 라인업 신제품 예고 눈길

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른이 론칭 10주년을 맞아 일본에서 팝업 스토어를 성공적으로 개최해 주목받고 있다. 이로써 국내뿐만 아니라 일본에서도 괄목할 만한 성장세를 보이며, 키즈 패션 시장에서 독보적 입지를 공고히 하게 됐다. 이번 일본 팝업스토어는 지난 7월 19일부터 8월 10일까지 이세탄 백화점 교토점에서 열렸다. 유니크한 디자인 제품을 선보이며 현지 소비자들의 마음을 사로잡았고, 보다 많은 고객에게 브랜드를 직접 체험할 수 있는 기회를 제공했다.

일본 내 여러 지역에서 진행된 10주년 캠페인 역시 뜨거운 반응이 이어지고 있다. 도쿄의 TOHO시네마, 오사카 엑스포파크 109시네마 등에서는 영화 상영 전 모이몰른 글로벌 캠페인 광고를 상영했고, 현장 가챠(뽑기) 이벤트가 함께 마련돼 방문객들의 발길을 끌었다. 온라인에서는 오리지널 모이몰른송 부르기, 인스타그램 포토 콘테스트 등이 높은 참여율을 보이며 큰 호응을 얻었다. 그 결과 모이몰른 일본 공식 SNS계정 팔로워는 7만 명을 돌파했으며, 일본 멤버쉽 프로그램 '모쿠모쿠' 회원 수도 10만 명을 앞두고 있다. 이러한 성공에 힘입어 더 많은 지역에서 팝업스토어를 진행할 계획이다. 먼저 한신백화점 우메다 본점에서 지난 8월 30일부터 내년 2월 28일까지 장기 팝업스토어를 진행 중에 있다. 향후 일본 내 주요 백화점에 입점 매장을 늘려 브랜드 인지도 제고 및 고급화를 추진할 방침이다.

모이몰른은 2020년 일본 법인 설립 후 특유의 감도 높은 디자인과 시그니처 디테일로 일본 유아동복 시장에 성공적으로 안착했다. 일본 매출은 전년 대비 150% 이상 증가한 호실적을 기록하며 여름 시즌 상품의 연이은 품절 및 리오더 문의가 빗발치고 있다. 최근엔 현지 유명 패션 스타일리스트를 통해 인기 드라마에 제품이 노출되고, 유명 잡지에도 소개되는 등 명실상부 K-유아동복 대표 브랜드로 자리매김 중이다. 모이몰른은 앞으로도 현지 소비자들의 니즈에 맞춘 제품 개발과 마케팅 전략을 통해 더욱 많은 고객들에게 사랑받는 글로벌 베이비웨어 브랜드로 자리매김할 계획이다. 우선 본격적인 F/W 시즌을 앞두고 일본 어린이들의 TPO를 반영한 현지 밀착형 상품과 프리미엄 라인업을 준비 중이다. 또한 지속적인 매출 호조세에 힘입어 올해부터 백화점 진출을 확대하며 고객 접근성을 높일 예정이다.

한세엠케이 관계자는 "모이몰른이 일본에서 매출 150% 이상 성장을 비롯해 성공적인 활약상을 보이며 K패션의 글로벌 확장에 기여할 수 있어 기쁘다"며, "앞으로도 차별화된 현지화 전략으로 글로벌 영향력을 더욱 키워나갈 것"이라고 전했다.

moimoln

임신과 출산의 기쁨을 글로벌 대표 베이비웨어가 응원한다!

한세엠케이 모이몰른, 삼성카드와 함께 베이비키트 프로모션 진행

– 모이몰른, 출산을 앞둔 임산부 고객에게 전달되는 '삼성카드 베이비키트' 참여
– 모이몰른 턱받이, 온·오프라인 할인 쿠폰 등 육아 대비 필수 아이템들로 구성된 기프트 박스
– 출산과 육아 시장 입지 확대를 위해 뉴본 카테고리 집중... 브랜드 아이덴티티 강화 예정

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른은 삼성카드와 제휴를 통해 '국민행복카드' 고객을 대상으로 베이비 키트 프로모션을 진행했다.

삼성카드와 공동으로 진행되는 이번 프로모션은 육아를 준비하는 임산부들에게 실질적인 혜택을 제공하기 위한 취지로 마련됐다. 삼성카드 베이비키트는 국민행복카드 신청자 중 임신과 출산 가정에 지급되는 기프트 박스로, 다양한 제휴사의 육아 필수품 샘플로 구성되어 임산부 고객들의 뜨거운 호응을 받고 있다. 모이몰른이 참여한 베이비키트는 지난 8월부터 내년 1월까지 6개월에 걸쳐 순차적으로 배송되는 중이다.

키트에는 모이몰른의 턱받이가 포함되어 있으며, 오프라인 매장과 온라인 공식몰 '스타일24'에서 사용할 수 있는 할인 쿠폰도 함께 제공된다. 모이몰른 턱받이는 인터넷 커뮤니티 및 맘카페 등에서 입소문을 타고 있는 육아 필수품으로, 아기자기한 디자인과 오염에 강한 원단이 특징이다. 이외에도 육아에 필요한 다양한 용품들이 베이비 키트에 포함되어 있다. 이번 제휴를 통해 모이몰른은 출산 및 육아 선물 카테고리의 신규 고객을 확보하는 동시에 이들을 대상으로 한 마케팅을 적극 전개할 계획이다. 이의 일환으로 신생아부터 돌 전후 아기들을 위한 뉴본(Newborn) 라인업도 새롭게 업그레이드하며 글로벌 베이비 브랜드의 입지를 강화할 방침이다.

한편, 모이몰른은 북유럽 스타일의 자연친화적 감성과 유니크한 디자인을 중심으로 차별화를 시도하며 높은 인기를 얻어왔다. 국내뿐만 아니라 일본에서도 괄목할 만한 성장세를 보이며 K-유아동복 대표 브랜드로 자리매김하고 있다. 올해 론칭 10주년을 맞이해 글로벌 베이비웨어 브랜드로서 인지도를 확대하는 동시에 그동안 고객들의 사랑에 보답하기 위해 다양한 캠페인을 진행 중이다.

한세엠케이 관계자는 "글로벌 유아동 패션 브랜드로서 영유아 자녀의 건강한 성장을 응원하는 마음으로 삼성카드와 손잡고 기프트 박스를 준비하게 됐다"며, "출산과 육아 시장에서도 선도적인 역할을 할 수 있도록 지속적으로 뉴본 카테고리에 집중하며 브랜드 아이덴티티를 강화할 예정"이라고 전했다.

✦ 국내 유일의 '나이키키즈 체험형 매장' 그랜드 오픈! ✦

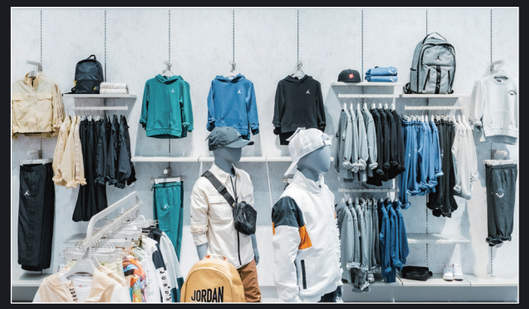
한세엠케이, 부모-아이 모두를 위한 '나이키키즈' 롯데프리미엄아울렛 기흥점 오픈

- 한세엠케이, 롯데프리미엄아울렛 기흥점 키즈몰 1층에 '나이키키즈' 매장 오픈
- 오래 매달리기·높이 뛰기·제자리 뛰기 등 다양한 운동을 체험해 볼 수 있는 공간 마련
- 넓은 공간에 휴식 시설까지 갖춰 부모 고객들의 만족도까지 높일 것으로 기대
- 오픈 기념 다양한 이벤트 마련... 할인 혜택부터 나이키키즈 양말, 카드지갑 등 사은품 증정

새롭게 오픈하는 나이키키즈 매장이 부모와 아이 모두를 위한 체험형 매장으로 탄생해 눈길을 끈다. 국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)는 롯데프리미엄아울렛 기흥점에 '나이키키즈 바이 플레이키즈' (이하 나이키키즈) 매장을 신규 오픈한다고 지난 8월 2일 밝혔다. 한세엠케이는 서울, 경기, 대구, 부산 등 전국 지역 거점을 중심으로 나이키키즈 오프라인 매장을 연이어 출점하며 고객 접근성을 강화하고 있다. 나이키키즈 매장은 넓고 쾌적한 쇼핑 공간, 다양한 제품 라인업 구성 등으로 좋은 반응을 얻으며 매장당 약 2억 원의 월평균 매출을 기록하는 등 견고한 성장세를 이어가고 있다.

Nike Kids Giheung Branch

✦ JORDAN ZONE ✦



✦ SHOES ZONE ✦

✦ NIKE ZONE ✦

국내 9번째로 문을 연 나이이키즈 기흥점은 약 90평 규모의 대형 매장으로, 용인, 수원, 동탄 등 구매력 있는 가족 단위 고객들의 발걸음을 사로잡을 예정이다. 팩토리 형식의 인테리어를 적용하여 원하는 제품을 빠르게 확인할 수 있고, 넓은 매장 곳곳에 휴식 공간을 마련해 여유롭고 편안한 쇼핑 환경을 제공한다. 매장에서는 나이키 및 조던 키즈 라인의 신제품, 이월 상품을 모두 만나볼 수 있다. 조던 23 저지 세트와 같은 상하 셋업, 나이키 우븐 반바지 등 의류를 포함해 신발, 액세서리 등 나이키&조던 키즈의 모든 카테고리 상품을 갖추고 있다. 특히 이번 매장은 국내 유일의 나이키키즈 체험형 매장으로 선보여 더욱 눈길을 끈다. 방문객들에게 새로운 경험을 제공하고자 직접 다양한 운동을 체험하며 즐길 수 있는 공간으로 구성했다. 매장을 방문한 아이들은 오래 매달리기, 높이 뛰기, 제자리 뛰기 등 운동을 통해 스포츠의 매력을 느껴볼 수 있다. 넓은 공간에 휴식 시설까지 갖춰 부모 고객들의 만족도까지 높일 것으로 기대된다. 나이키키즈 기흥점 오픈을 기념해 풍성한 이벤트도 마련했다. 지난 8월 18일까지 매장에서 2개 품목 구매 시 10%, 3개 이상 구매 시 15% 할인하는 프로모션과 함께 선착순 구매 고객 대상으로 나이키키즈 양말, 카드지갑 등을 사은품으로 증정했다.

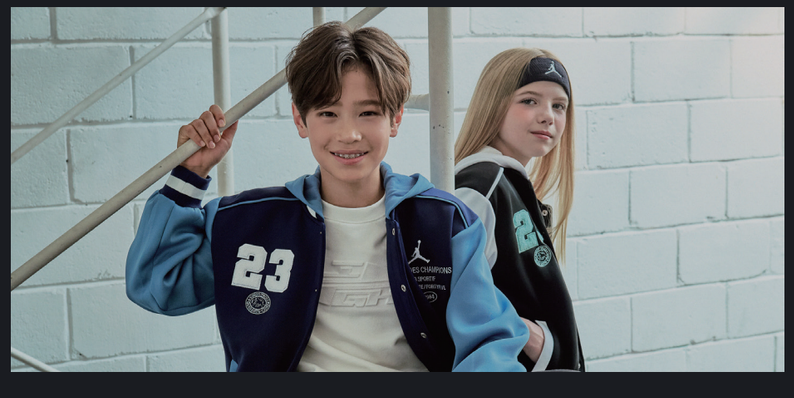
한편 한세엠케이는 이 기세를 이어 나이키키즈에 대한 유통, 상품, 마케팅 역량을 적극 강화할 방침이다. 먼저 전국 거점 지역을 중심으로 나이키키즈 매장을 추가 오픈하며 고객과의 오프라인 접점을 늘릴 계획이다. 하반기에는 인기 상품인 '나이키 줌 보메로'의 키즈 라인과 매년 베스트셀러를 기록 중인 코트 버로우, 에어맥스의 신규 색상 출시도 준비 중이다. 이외에도 아우터, 윈드러너 등 기존 스테디셀러 제품의 라인업을 확대하는 등 제품 경쟁력을 강화할 예정이다.

한세엠케이 관계자는 "나이키키즈 매장에 대한 고객들의 뜨거운 호응 덕분에 유의미한 성과를 기록하며 나날이 성장세를 기록할 수 있었다"며 "아이들이 직접 뛰어놀 수 있는 체험 공간을 구성한 이번 나이키키즈 체험형 매장을 통해 브랜드 아이덴티티와 헤리티지를 직접 느껴보시길 바란다"고 전했다.

✦ “올 가을엔 고프코어가 대세” 스포티한 키즈 아우터 인기 ✦

활동성과 스타일을 동시에... 가을 신학기, 야외활동 스타일링 제안

– 늦더위 가고 선선한 가을 한층 앞으로 다가와... 등하교 코디부터 나들이룩 고민하는 소비자 ↑
– 플레이키즈–프로&리바이스키즈, 활동성 돋보이는 아우터 출시... 쌀쌀해진 날씨 야외활동에 적합
– 두 가지 스타일로 연출 가능한 ‘리버서블 자켓’, 미리 준비하는 ‘다운 베스트’ 등 다채로운 라인업



기록적인 늦더위 폭염이 지나고 아침, 저녁 기온이 급격하게 떨어졌다. 완연한 가을 날씨를 맞아 야외 활동 및 신학기 스타일링을 위한 간절기 아우터를 찾는 소비자도 늘고 있다.

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)는 F/W 시즌을 맞아 실용성과 스타일을 강조한 ‘고프코어’ 트렌드를 반영하여 다양한 키즈 브랜드의 아우터 제품들을 선보였다. 스포티하고 캐주얼한 스타일로 구성된 다채로운 아이템들을 통해 아이들의 활동성을 고려한 실용적인 스타일링을 제안했다.

나이키 및 조던, 컨버스, 헐리 등 글로벌 스포츠 브랜드의 키즈 라인을 선보이고 있는 플레이키즈–프로는 쌀쌀해진 가을 날씨에 대비할 수 있는 아우터를 공개했다. 나이키 키즈는 광택 있는 나일론 소재의 은은한 컬러가 포인트인 ‘스우시 다운 베스트’를 선보였다. 가볍지만 보온성이 뛰어나 활동성이 중요한 야외활동에 적합하며 나이키 스우시 로고 디자인으로 스포티한 느낌을 강조했다.

조던 키즈 ‘리버서블 봄버 자켓’은 면 나일론 혼방 소재를 사용하여 착용감이 편안하며, 양면을 활용할 수 있는 리버서블 디자인으로 다양한 연출이 가능하다. 컨버스 키즈 ‘어반스타 자켓’은 바시티 로고가 돋보이는 스타디움 자켓이다. 빅 사이즈의 레트로 그래픽이 스트릿한 분위기를 연출할 뿐 아니라 청바지, 트레이닝 팬츠 등 어느 옷과도 매치하기 쉬운 스타일이다. 아메리칸 키즈 데님 브랜드 리바이스 키즈는 레트로한 컬러 무드가 돋보이는 다운 베스트를 출시했다. 높은 넥 라인을 통해 보온성을 강화했으며, 톤온톤 배색과 함께 브랜드 로고가 포인트로 들어간 디자인이 특징이다.

클래식한 감성을 강조한 트러커 라인업도 함께 선보인다. 넉넉한 박시핏과 크롭 기장으로 제작된 ‘세르파 트러커 자켓’은 따뜻한 소재로 보온성을 겸비하여 다양한 스타일링이 가능하다. 이외에도 리바이스 키즈의 대표 아이템인 기본 캐리오버 스타일의 오리지널 데님 자켓은 물론 데님 배색과 로고 디테일을 강조한 ‘LVC데님 후드점퍼’ 등으로 구성해 스타일리시한 신학기 가을 코디로 연출할 수 있다.

한세엠케이 관계자는 “본격적인 가을 시즌에 접어들며 야외활동 및 큰 일교차에도 대비할 수 있도록 키즈 아우터를 준비했다. 신학기 룩에도 어울리는 트렌디한 스타일의 다양한 라인업으로 구성했다”며, “실용성과 패션 감각을 겸비한 나이키 키즈, 리바이스 키즈, 조던 및 컨버스 신제품을 시작으로 다채로운 컬렉션과 이벤트를 선보일 예정”이라고 전했다.

이번 F/W 시즌 컬렉션은 전국 나이키키즈 및 플레이키즈–프로, 리바이스키즈 오프라인 매장과 공식 온라인몰 스타일24에서 만나볼 수 있다.

GORP CORE

LEVI'S KIDS

2024 AUTUMN / WINTER

점차 쌀쌀해지는 가을 날씨에 제격인 24F/W 화보 소개!
리바이스키즈가 추천하는 가을 신상들을 확인해 보세요.

본격적으로 쌀쌀해진 날씨!
이제는 점퍼를 꺼내 입어야 할 때!
힙한 디자인에 조화로운 컬러 배색으로
트렌디한 스타일링이 가능한
'LVC데님후드점퍼'

가을에 데님은 선택이 아닌 필수~
등원룩부터 편안한 데일리룩까지
다양한 코디에 조화롭게
매치 가능한 클래식 데님 아이템
'94배기카고진'

NEW COLLECTION

리바이스키즈매거진 2024년 8월호

MINIONS COLLECTION
미니언즈 그래픽 카고 포켓 조거

지나가는 순간 모두의 시선 집중!
미니언즈 캐릭터와 유니크한 로고 그래픽으로
별다른 아이템 없이도 완성도 높은
OOTD 완성 가능한 미니언즈 그래픽 카고 포켓조거!
아이템 하나로 데일리룩은 물론, 캐주얼룩,
꾸안꾸룩까지 다양한 스타일링을 완성해 보세요!

리바이스키즈매거진 2024년 9월호

24F/W COLLECTION
더블 카고 포켓 조거

전체적인 스타일링에 힙한 무드를 더해주는
24FW 신상 더블 카고 포켓 조거 PICK!
매쉬 안감과 폴리 우븐으로 제작되어 편안한 착용감은 물론,
더블 카고 포켓으로 뛰어난 수납력을 자랑하는 아이템입니다.
특히 포켓에 적용된 리바이스 로고가
전체적인 룩의 포인트를 확 살려준다는 점!

LEVI'S KIDS CLUB 12TH
LAUNCH CEREMONY

...
지난 8월 31일,
성황리에 마무리된
리바이스키즈 클럽 12기 발대식!

...
앰버서더로서
각자의 끼를 마음껏 드러내고
개인 프로필 촬영을 하다보니
어느새 가까워진 멤버들과 함께
단체사진까지!

...
이번 발대식에서 모두 즐겁고
행복한 시간을 보냈답니다~
앞으로 약 3개월 동안
앰버서더들과 함께할
리바이스키즈 클럽 12기
활동도 기대해 주세요!

Levi's® x ILLUMINATION PRESENTS MINIONS

© UCS LLC

리바이스키즈 x 미니언즈 콜라보 아이템을 한눈에 만나볼 수 있는 컬렉션 룩북!

...

미니언즈 컬렉션과 함께
우리 아이의 옷장을 가득 채워 보세요!

미니언즈
라글란
풀오버

지금껏 본 적 없는 귀여움!
영화관에서 모두의 시선을 사로잡을 룩을 소개합니다!
실내외 온도차가 큰 영화관에서
쌀쌀함을 포근하게 감싸줌은 물론,
스타일까지 챙길 수 있는 일석이조 패션!

미니언즈
체커보드
풀오버

미니언즈
리버서블
데님셔츠

한 가지 옷으로 2가지 스타일 완성!
겉은 멋스러운 무드를 연출해 줄 데님 소재,
속은 캐주얼한 룩을 완성 시켜주는 체크 패턴!
특히, 양면에 미니언즈가 포인트로 가미되어
입는 순간 아이에게 즐거움을 선사해 줄 거예요!

원주에 오픈... 롯데마트 통영점·이마트 하남점 입점도 계획

한세엠케이 컬리수에딧, 론칭 기념 신규 매장 오픈... “오프라인 외연 확장”

한세엠케이의 키즈 스트리트 패션 멀티 스토어 ‘컬리수에딧’이 본격적인 오프라인 영토 확장에 시동을 건다. 지난 9월 5일 한세엠케이에 따르면 컬리수에딧은 지난 8월 30일 원주 롯데마트점에 새로운 매장을 선보였다. 컬리수에딧은 아이들이 자신만의 스타일을 찾고 개성을 표현할 수 있도록 다양한 스트리트 패션 브랜드를 한곳에 모은 멀티 스토어다. 매장은 스트리트 패션 감성에 유니크한 무드를 결합한 인테리어를 적용하여 모던하고 감각적인 분위기를 전달한다는 방침이다. 매장 내에는 여러 개의 거울을 설치해 다양한 각도에서 스타일을 경험할 수 있는 공간으로 구성했다. 선글라스, 모자 등 소품도 함께 배치해 컬리수에딧의 아이템을 착용하고 재미있는 연출을 시도하는 체험 공간으로 조성했다. 특히 아더콤마어나더의 대표 캐릭터 ‘아콤이’를 중심으로 아이템을 배치한 공간도 마련했다. ‘검은댕기머리 철새’에 영감을 받은 아콤이는 자유롭고 용감한 탐험가를 상징한다. 아이들이 일상 속에서도 모험을 즐기며 개성을 표현할 수 있도록 새로운 고프코어룩을 제안하는 브랜드 방향성을 담아냈다. 이번 신규 매장에서는 기능성 소재의 셋업, 겨울철 데일리 아우터, 쉘파 점퍼 등 아더콤마어나더의 아웃도어 시티룩 컬렉션을 만나볼 수 있다. 컬리수에딧은 지속적으로 매장을 늘려 키즈 패션 트렌드를 선도한다는 전략이다. 지난 9월 10일에는 칠곡 홈플러스점을 오픈했으며, 하반기에는 롯데마트 통영점과 이마트 하남점을 입점했다. 내년 상반기에도 기존 컬리수 매장의 확장 리뉴얼 및 추가 신규 매장을 선보일 예정이다. 컬리수에딧은 신규 매장 오픈을 기념해 다양한 프로모션을 실시했다. FW(가을·겨울)시즌 신제품을 10/20/30만 원 이상 구매한 쑥쑥멤버십 회원을 대상으로 1/3/5만 원 즉시 할인 및 포인트 3배 적립 혜택을 제공했다.

한세엠케이 관계자는 “이번 신규 매장 오픈을 통해 보다 많은 고객들이 스트릿 패션과 유니크한 감성이 결합된 컬리수에딧 브랜드를 체험할 수 있기를 기대한다”며 “앞으로도 아이들이 개성을 마음껏 표현할 수 있도록 다채로운 패션 아이템을 선보이며 다양한 시도를 이어갈 것”이라고 전했다.

“내 안의 나를 표현해봐!”

Be Unique, Be You with CurlySue

컬리수(CURLYSUE)에 오신 것을 환영합니다! **컬리수는 “Be Unique, Be You”라는 슬로건 아래, 모든 아이들이 자신만의 스타일을 찾아가는 여정을 함께합니다.** 통통 튀는 발랄하고 감각적인 캐주얼 스타일, 자유분방하고 개성 강한 아이들의 일상을 스타일리시하게 재해석한 아메리칸 스트리트 캐주얼을 선보입니다.

Enjoy Every Moment In Style

with &Everything!

소중한 우리 아이의 일상이 반짝반짝 빛나도록 앤에브리띵(&Everything)!

&는 또 다른 무언가를 궁금하게 만들면서 앞으로도 지속적으로 펼쳐질 연속성을 의미하며, EVERYTHING은 "너는 나의 전부야"라는 의미의 "My everything"으로 아낌없이 사랑을 주는 부모의 마음을 뜻합니다. 심플하고 미니멀한 디자인, 편안한 착용감과 부드러운 소재로 아이들의 일상을 더욱 특별하게 만들어 보세요!

우리 아이들의 멋진 순간을 놓치지 않도록, 앤에브리띵!

소비자들에게 신선함을 전달하는 도시 속 작은 탐험가들을 위한 브랜드

아더콤마어나더 a.k.a 아콤어

Explore Everywhere, Discover Yourself with OTHER COMMA ANOTHER!

"다른, 또 다른". 지속적인 변화와 새로움을 중시하는 소비자들에게 신선함을 전달하는 도시 속 작은 탐험가들을 위한 브랜드, 아더콤마어나더 a.k.a 아콤어~ 자연을 닮은 편안한 소재와 독창적인 디자인은 아이들이 일상 속에서 새로운 발견을 하고, 자신만의 스타일을 만들어갈 수 있도록 도와줄 거에요!

아콤어의 상징 캐릭터 '아콤'은? 계절에 따라 이동하는 철새 MOTIF를 활용하여 다양한 경험과 넓은 세상에서 소통하길 원하는 소비자에게 브랜드의 철학을 전달합니다.

집에 있는 재료로 흑백요리사 레시피 따라하기

요즘 집에서도, 식당에서도, 모임에서도 빠질 수 없는 대화 주제는 '흑백요리사'입니다. 유명한 실력자와 장인으로 구성된 백색 요리사와 숨은 고수들이라 더욱 대단한 흑색 요리사들의 흥미진진한 요리대결을 다룬 프로그램인데요. 저는 요리하는 사람으로서 이 프로그램에서 재미뿐만 아니라 많은 배움도 얻었습니다. 프로그램의 인기가 높아지면서 자연스럽게 출연자들의 식당도 큰 인기를 끌고 있어 손님이 많아 예약도 어렵다고 합니다. 그래서 대리만족으로 집에서 쉽게 따라할 수 있는 흑백요리사 레시피로 마음을 달래보도록 하겠습니다.

1. 미소곰탕

첫 번째로 소개할 요리는 미소곰탕입니다. 흑백요리사에서 재료 주제였던 우둔살은 조림이나 수육, 곰탕에 활용되는 부위로 기름기가 적고 단백질이 풍부한 담백한 것이 특징입니다. 흑백요리사에서 나왔던 미소곰탕은 특이하게 무와 버섯으로 육수를 내고 거기에 우둔살을 미나리에 감아서 육전을 부쳐낸 후 고명으로 올렸는데요. 시원한 육수와 육전의 고소한 맛이 아주 잘 어울리는 요리입니다. 육수를 내는 과정이 번거롭다면, 시판되는 육수를 사용해도 좋습니다.

INGREDIENTS

초당옥수수 2개, 쌀 2컵, 물, 소금, 굵은 후추, 버터 1큰술, 쯔유 1큰술

HOW TO COOK

- 쌀은 3번 정도 씻은 후 20분간 불린다
- 옥수수를 흐르는 물에 씻은 다음 칼로 알을 자른다
- 불린 쌀과 물의 비율을 1대 1로 넣고 끓인다
- 쌀이 끓으면 쯔유 1큰술, 옥수수알을 넣고 뚜껑을 닫아 약불에 10분간 밥을 한다
- 불을 끄고 뜸을 들인 후 소금 후추를 약간 뿌리고 버터를 넣어 쓱쓱 비벼 그릇에 담는다

2. 들기름 무조림

마스터셰프코리아 시즌2의 우승자이자 이번 흑백요리사에서 큰 웃음을 준 최강록님의 들기름 무조림을 소개합니다. '조림록'이라는 별명이 있을 정도로 조림 요리를 잘하시는데, 저도 조림 요리를 좋아해서 따라 만들어봤어요. 무조림은 맛있게 만들기가 쉽지 않은데 슴슴하게 졸인 무를 들기름에 굽고 소스를 뿌려 정말 멋진 요리를 완성하셨더라고요. 겨울이 다가오면 무가 더 맛있어지니 무조림 한번 만들어보세요.

INGREDIENTS

무 1/2개, 물 800ml, 쯔유 5큰술, 맛술 3큰술, 다시마 2장, 들기름 3큰술, 전분가루 2큰술

HOW TO COOK

- 무는 3츠 두께로 썰고 모서리를 배어낸 후 끓는 물에 10분 정도 삶아 반 정도 익힌다
- 물에 쯔유, 맛술, 다시마를 넣고 끓이다가 무를 넣고 뚜껑을 덮어 40분 정도 졸인다
- 무가 부드럽게 익으면 팬에 들기름을 두르고 앞뒤로 노릇하게 구워낸다
- 남은 국물에 들기름 2큰술과 전분가루를 넣고 끓이다가 블렌더로 갈아낸다
- 접시에 졸인 무와 소스를 뿌리고 와사비를 곁들인다

3. 발 티라미수

편의점 미션에서 큰 주목을 받은 메뉴죠. 편의점 재료로 티라미수를 만들다니 너무 신박한 아이디어라 방송을 보며 박수를 쳤습니다. 다른 셰프님들이 모두 짜고 기름진 요리를 만들 때 디저트를 선택하는게 정말 나폴리 맛피아님다운 아이디어였어요. 저도 한번 똑같이 따라 해보고 싶었지만 크림빵을 사서 크림만 쓰기엔 조금 아까우니 일반적인 크림치즈 재료로 만들어보려고 합니다.

INGREDIENTS

맛밤 1봉지, 우유 100ml, 크림치즈 60g, 생크림 80g, 가나초콜릿, 다이제 쿠키, 토피넛라떼

HOW TO COOK

- 맛밤은 토핑용 2~3조각 남기고 우유에 끓이고 우유와 함께 블렌더에 간다
- 밤크림과 크림치즈 생크림을 잘 섞는다
- 토피넛라떼에 쿠키를 적신 후 그릇에 깐다. 위에 만든 밤크림을 올린다
- 가나초콜릿을 갈아서 뿌리고 남은 맛밤을 잘게 썰어 올린다

4. 라면 팟타이

요리하는 돌아이님이 자신있게 선보인 '너구리 라면 팟타이'. 팟타이는 맛있지만 소스를 내기도 어렵고 재료도 준비하기 쉽지 않은데 닭가슴살과 맛살로 맛을 내니 간단하고 맛있더라고요. 집에 있는 햄이나 참치를 활용해도 맛있을 것 같아요. 간단하고 맛있는 레시피이니 꼭 한번 따라 해보세요!

INGREDIENTS

닭가슴살 1봉지, 게맛살 1줄, 골뱅이 1/2캔, 양파 1/2개, 마늘 약간, 숙주나물 1줌, 식용유 약간, 너구리라면 2봉지, 설탕 약간, 간장 1큰술, 레몬주스 약간 , 달걀 1개

HOW TO COOK

- 면과 숙주는 끓는 물에 데친 후 식힌다
- 팬에 기름을 두르고 양파와 마늘을 볶다가 간장을 넣고 라면스프를 넣어 한번 더 볶는다
- 닭가슴살 맛살 골뱅이를 넣어 볶다가 면과 숙주를 넣어 볶는다
- 설탕으로 마무리를 하고 싱거우면 굴소스를 추가한다
- 달걀 후라이를 올려 마무리한다

5. 돼지족발 양배추쌈

황진선 셰프님이 선보인 족발과 라면을 활용한 중국 요리, 돼지족발 양배추쌈입니다. 보통 양배추쌈에 사용하는 소고기나 닭고기가 아닌, 족발을 사용해서 더 창의적인 요리가 완성된 것 같아요. 특히 신라면 스프로 간을 맞춘 양념이 너무 맛있어 보였고 복잡한 재료 없이도 완성도 높은 요리를 만들어 내셔서 존경스러운 마음이 들었어요. 만약 족발이 없다면 스팸으로 대체해도 좋을 것 같으니, 꼭 한번 해보세요!

INGREDIENTS

순살돼지족발 1봉지, 신라면 더레드 1개, 옥수수 통조림, 청양고추 2개, 양상추

HOW TO COOK

- 돼지족발과 청양고추는 잘게 자른다
- 팬에 기름을 두른 다음 족발, 청양고추, 옥수수 통조림을 넣고 볶는다
- 신라면 스프는 물을 약간 넣고, 볶고 있는 족발에 자작하게 양념한다
- 취향에 따라 다진 마늘과 깨, 참기름을 더해도 된다
- 라면은 주먹으로 부숴 마른 팬에 살짝 볶아낸다
- 접시에 라면을 깐 후 볶아낸 족발을 올리고 양상추를 곁들인다

약력

이정웅은 '요리요정 이팀장'이라는 이름으로 유튜브와 각종 기고를 통해 활약하며 쉽고 맛있는 요리를 전파 중이다. 궁중음식 연구원 입문, 의궤, 고조리서 과정을 이수했으며 궁중음식 체험지도사 자격증을 보유했다. 한라식품 총괄이사로 재직 중이며 쿠킹스튜디오 '요리요정 이팀장 컴퍼니'를 운영하고 있다. 요리하는 즐거움과 먹는 즐거움을 아는 이 시대의 味(미)남으로 불리고 싶은 바람이 있다.

수출3A본부2부1팀
박형순 선임

입맛도 가을 타잖아~

대동맛지도

· 주무대 ·

신선한 맛~

당일 도축해서 신선하고 맛있는 뭉티기/육회를 맛볼 수 있는 맛집입니다. 쫀득한 식감의 뭉티기를 즐긴 후에 마지막 라면은 필수죠~ 직접 만든 다데기로 끓인 라면은 술 안주로 제격이랍니다.

식당명 주무대
주소 서울 마포구 와우산로3길 32
추천 메뉴 뭉티기모듬, 차돌라면

· 털보네 꼼장어 ·

쫀득쫀득

털보네 꼼장어는 강민경 맛집으로 유명한 곳입니다. 꼼장어 집이지만 돼지 꼬리 구이가 숨겨진 히든메뉴인데, 숯불에 구워 맛이 정말 일품입니다. 돼지 꼬리 구이와 함께 잔치국수도 드시는걸 추천드립니다! 우동과 잔치국수의 중간 정도 되는 식감인데 너무 맛있어서 저는 두 그릇이나 먹었답니다.

식당명 털보네 꼼장어
주소 서울 용산구 대사관로 63
추천 메뉴 돼지 꼬랑지, 잔치국수

· 오카구라 라멘&이자카야 ·

반질반질

누구를 데려가도 실패할 일이 없을 정도로 분위기와 맛을 모두 잡은 이자카야! (실제로 실패해 본적 없음) 숙성 사시미, 야키토리, 라멘이 정말 맛있습니다. 사실 모든 메뉴가 다 맛있으니 여러 명이서 가는 것을 추천 드립니다.

식당명 오카구라 라멘&이자카야
주소 서울 종로구 삼일대로 382 신영빌딩 지하 1층
추천 메뉴 사시미 모리아와세, 숯불 모둠꼬치, 라멘

· 피자네버슬립스 ·

치즈가 쭈~욱

불금과 정말 잘 어울리는 펍 분위기의 피자 맛집입니다. 바로 구워져서 나오는 얇고 바삭한 도우와 푸짐한 토핑의 피자는 탄산음료와 맥주는 물론 소주와도 정말 잘 어울리는 마성의 음식이죠.

식당명 피자네버슬립스
주소 서울 마포구 양화로6길 73 4층 피자네버슬립스
추천 메뉴 페퍼로니 (근본)

· 에그앤 플라워 ·

탱글탱글

해방촌에 위치한 생면 파스타 맛집입니다. 테라스 자리가 있어 남산타워와 이태원 뷰를 보며 분위기있게 식사할 수 있답니다. 분위기도 좋고 맛도 좋아 흑백요리사 시즌2가 생각나는 맛입니다~

식당명 에그앤 플라워
주소 서울 용산구 신흥로26길 35 2층
추천 메뉴 홍새우&먹물카펠리니

· 오코쵸 ·

일본감성

일본 현지의 느낌이 물씬 풍겨 생맥/하이볼 한잔 하기 좋은 작은 이자카야 입니다. (저는 일본에 안가보긴 했습니다ㅎㅎ) 추천 메뉴 이외에도 맛있는 안주들이 정말 많으니 찐 일본 감성을 원하시는 분들에게 강추입니다!

식당명 오코쵸
주소 서울 마포구 성미산로 161-15 1층
추천 메뉴 연골가라아게, 야끼교자

예스24,
KCSI 인터넷서점 부문 16년 연속 1위 선정

– 다양한 세대로 독서 문화 확산하는 캠페인과 서비스 선보이며 16년 연속 고객만족도 1위 유지
– 이마트24 콜라보레이션, 현대아울렛 '북크닉' 등 다채로운 프로그램으로 많은 호응 얻어
– 독서 커뮤니티 '사락', #왓츠인마이책장 챌린지 등 세대를 뛰어넘은 독서 문화 활동 전개

2024 한국산업의 고객만족도(KCSI) 시상식 (왼쪽부터) 한수희 한국능률협회컨설팅 대표, 박하나 예스24 마케팅 본부장

문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 한국능률협회컨설팅 주관 '2024년 제33차 한국산업의 고객만족도(KCSI)' 조사 인터넷서점 부문에서 16년 연속 1위 기업으로 선정됐다. 이번 조사에서 예스24는 다채로운 독서 경험 제공을 통한 고객 만족도 향상으로 우수한 평가를 받았다. 예스24는 2024년 편의점 이마트24와 함께 책과 음식을 결합한 콜라보레이션 상품을 선보이고, 현대 아울렛과 협업해 전 지점에서 독서 프로그램 '북크닉'을 운영하며 고객의 큰 호응을 얻고 있다.

또한 책 리뷰와 함께 다양한 모임에 참여할 수 있는 커뮤니티 서비스 '사락'을 론칭해 독서 활동의 지평을 넓히고, 나의 책장을 SNS에 자유롭게 공개하는 #왓츠인마이책장 챌린지 등을 통해 독서 고관여층을 넘어 1020세대에게 친근하게 다가가기 위한 다양한 활동을 전개하고 있다.

박하나 예스24 마케팅 본부장은 "16년 연속 지속적인 사랑과 관심을 보내주신 고객에게 감사드린다"며 "앞으로도 책 읽는 문화를 선도하는 대표 기업으로서 책과 결합된 흥미롭고 즐거운 캠페인과 서비스를 선보이기 위해 노력하겠다"고 전했다.

KCSI는 국내에서 소비생활을 하고 있는 서울·수도권 및 6대 광역시의 만 18세 이상 65세 미만 남·녀를 대상으로 실시하는 고객 만족도 조사로, 예스24는 인터넷서점 부문에서 16년 연속으로 고객만족도 1위를 유지하고 있다.

광고·마케팅 어워드 '4관왕' 쾌거
예스24, '2024 에피 어워드 코리아' 브론즈 수상

– 창립 24주년 브랜드 캠페인으로 '커머스&소비자 – 카테고리/판로 발전' 부문 수상
– 〈피터팬〉, 〈호〉 등 책 속 문장으로부터 펼쳐지는 무한한 상상의 세계 표현

2024 에피 어워드 코리아 시상식

문화콘텐츠 플랫폼 예스24의 브랜드 캠페인 '읽는 당신에게, 상상의 우주를'이 2024 에피 어워드 코리아(Effie Awards Korea) '커머스&소비자 – 카테고리/판로 발전' 부문에서 브론즈를 수상했다. 이로써 예스24는 광고·마케팅 어워드 4관왕의 쾌거를 이뤘다. 지난 2023년 예스24 창립 24주년을 맞아 기획된 '읽는 당신에게, 상상의 우주를'은 eBook 리더기 '크레마 모티프'를 활용한 브랜드 캠페인으로, 예스24와 광고대행사 스튜디오좋이 함께 참여했다.

예스24와 스튜디오좋은 미디어와 콘텐츠가 넘쳐나는 시대에 책에 대한 관심을 다시 일깨우겠다는 목표로, 동화 〈피터팬〉과 예스24 오리지널 콘텐츠 〈호〉의 문장에서 시작된 여덟 가지 이야기를 광고에 담아내 책에서 시작된 무한한 상상의 세계를 전했다. 해당 영상은 주요 방송 채널과 유튜브 등 디지털 매체에서 공개돼 큰 호응을 얻었으며, 캠페인 집행 이후 '크레마 모티프' 역대 크레마 시리즈 중 최다 예약 판매 기록, eBook 구독 서비스 '크레마클럽' 가입자 수 27% 증가, 예스24 MUV (월간 순방문자 수) 전년 대비 최대 84% 증가 등의 긍정적인 성과를 달성한 바 있다. 특히 이번 수상은 '2023 대한민국광고대상'의 '온라인영상 시리즈' 대상과 'TV영상 시리즈' 동상, '서울영상광고제 2023'의 'TV 광고' 부문 동상에 이은 4번째 성과로, 읽는 행위의 필요성을 효과적으로 전달했다는 평을 받고 있다.

예스24 브랜드마케팅팀 강지연 팀장은 "오직 책으로만 펼칠 수 있는 무한한 상상력을 통해 국내 대표 서점으로서 정체성을 나타내고자 했다"며 "앞으로도 독서의 동기를 이끌어 낼 수 있는 독창적인 콘텐츠와 캠페인을 지속 발굴해 나갈 예정"이라고 말했다. 한편, 올해로 11회를 맞이한 에피 어워드 코리아(Effie Awards Korea)는 1968년 미국에서 설립된 세계적인 마케팅 시상식 '에피 어워드(Effie Awards)'의 국내 마케팅 캠페인 대상 시상식이다. 2014년부터 시작되어 국내 마케팅 커뮤니케이션의 목표 달성 기여도를 '캠페인 성과'를 기준으로 평가하고 있다.

국내 대표 서점에서만 만나는 특별한 독서 모임

예스24, 독서 커뮤니티 사락 '독서모임' 론칭

– 일반 모임과 작가 모임 두 형태로 구성된 사락 신기능... 누구나 간편하게 개설 가능

예스24 사락 '독서모임' 론칭 이벤트

예스24가 독서 커뮤니티 사락 내 '독서모임' 서비스를 론칭했다. '독서모임'은 예스24 사락에서 개설과 참여가 가능하며, 일반 모임과 작가 모임 두 가지 형태로 구성할 수 있다는 점이 특징이다. 누구나 간편하게 개설 가능하고, 국내 대표 서점 예스24만의 섭외력과 공신력으로 마련된 다채로운 모임에도 가입할 수 있다. 예스24 회원이라면 누구나 개설 가능한 일반 모임은 모임장을 포함해 최소 2명부터 개설할 수 있으며, 공개 또는 비공개로 자유로운 운영이 가능하다. 작가 모임은 작가·출판사 등 공식 계정이 직접 개설하고 운영해 특별함을 더한다. 모임원은 최소 5명부터 최대 100명까지 온라인과 오프라인으로 모집 가능하며, 대관 부담을 덜 수 있도록 예스24 매장 또한 활용할 수 있다. 개설된 모임으로는 시공사와 11만 북인플루언서 책여사(@bookyeosa)가 주최하는 〈리틀라이프 1,2〉 읽기 모임, 김지우 번역가와 한길사 〈나의 눈부신 친구〉 읽기 모임, 청예 작가와 허블 〈오렌지와 빵칼〉 읽기 모임 등을 만나볼 수 있다.

예스24 커뮤니티팀 유서영 팀장은 "책에 관한 자유로운 대화를 원하는 독자들은 물론 저자 및 출판사 관계자들에게 교류의 장을 제공하기 위해 이번 서비스를 마련했다"라며 "출판계를 넘어 다양한 분야에서 활약하는 모임장을 모집하여 차별화된 독서 모임 서비스를 제공할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다. 한편, 사락은 리뷰 등 독서 활동을 통합적으로 관리할 수 있는 예스24의 독서 커뮤니티로, 지난 4월 앱 서비스를 선보인 바 있다. 이벤트에 관한 보다 자세한 내용은 예스24 사락에서 확인할 수 있다.

조약돌(Pebble)처럼 부드러운 크레마로 새로운 차원의 독서를!

예스24, eBook 리더기 '크레마 페블' 출시

– 139g의 초경량 무게와 편안한 그립감, 4GB 램(RAM) 탑재해 빠른 속도감 특징

예스24 '크레마 페블' (화이트)

문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 eBook 리더기 크레마 시리즈의 신규 모델 '크레마 페블'을 출시했다. 새롭게 선보이는 '크레마 페블'은 극대화한 휴대성과 인체공학적 디자인, 향상된 속도감을 통해 사용자의 편의성을 높인 것이 특징으로, 화이트와 블랙 두 색상으로 구성됐다.

'크레마 페블'은 현존하는 6인치 eBook 리더기 중 가장 가벼운 모델로, 전작인 크레마 모티프에서 51g 경량화한 139g의 무게를 자랑한다. 또 수차례의 테스트를 거친 정교한 인체공학적 설계를 통해, 손에 착 감기는 그립감과 함께 조약돌(Pebble)처럼 부드러운 외관을 완성했다. 전작보다 1GB 업그레이드된 4GB 램(RAM)을 탑재해 더욱 쾌적한 반응 속도를 제공하고, 모던한 느낌의 신규 홈 화면 리뉴얼, 다양한 종류의 액세서리 라인업 등도 보강했다.

이번 제품은 역대 최다 판매를 기록한 크레마 모티프 이후 약 1년 반 만에 출시되는 신제품으로, 독서의 계절인 가을과 9월 신학기 맞이 선물 등으로 각광받을 것으로 기대된다. 제품에 대한 자세한 내용은 예스24 홈페이지에서 확인할 수 있다.

2004년부터 21회 맞이한 어린이 대표 문화 행사

예스24, 제21회 어린이 독후감 대회 성료

– 초등학생 및 유치원생의 응모작 16,253편 모이며 성황리에 마무리

– 11월 9일 SETEC서 시상식 개최… 어린이 독서와 관련된 다채로운 체험활동 준비

제21회 예스24 어린이 독후감 대회 성료

문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 '제21회 예스24 어린이 독후감 대회'를 성료했다. 어린이 독후감 대회는 예스24가 어린이들에게 독서에 대한 동기를 부여하고, 독서 교육 활성화를 돕기 위해 소년한국일보와 공동 주관해 온 문화 행사다. 2004년부터 시작돼 올해로 21회째를 맞이한 이번 대회는 유치부 독후화를 포함해 총 16,253편의 응모작이 모이며 성황리에 마무리됐다.

개인 부문 대상은 〈우리 동네에 혹등고래가 산다〉를 읽고 '바다의 수호천사'로 불리는 혹등고래를 닮은 모든 아빠들에게 감사함을 표현한 부산낙민초등학교 6학년 이시영 어린이가 수상했다. 최우수상은 강원섬강초등학교 3학년 김수현 어린이 외 2명, 그 밖에 금상 8명, 은상 14명, 동상 65명, 장려상 500명으로 총 591명의 어린이가 입상했다. 단체 부문에서는 광성드림학교가 작년과 재작년에 이어 3년 연속 대상을 수상했으며, 최우수상은 서울한신초등학교 외 1곳, 우수상은 3곳의 학교가 받았다. 지도교사상은 한승희 선생님이 수상자로 선정됐다. 더불어 가장 많은 독후감이 응모된 책에 수여하는 출판사 부문에는 사계절 출판사의 〈열세 살의 걷기 클럽〉이 '좋은 어린이 도서상'(2023년 2월 이후 출간 도서 집계)을, 스토리보울 출판사의 〈알사탕〉이 '인기 어린이 도서상'(출간일 무관 집계)을 각각 수상했다.

예스24는 오는 11월 9일 오후 2시부터 강남 SETEC 컨벤션센터 컨벤션홀에서 시상식을 개최한다. 어린이 수상자와 그 가족들을 포함해 약 300명의 인원을 초대하며 책과 관련된 다채로운 체험 활동이 진행될 예정이다.

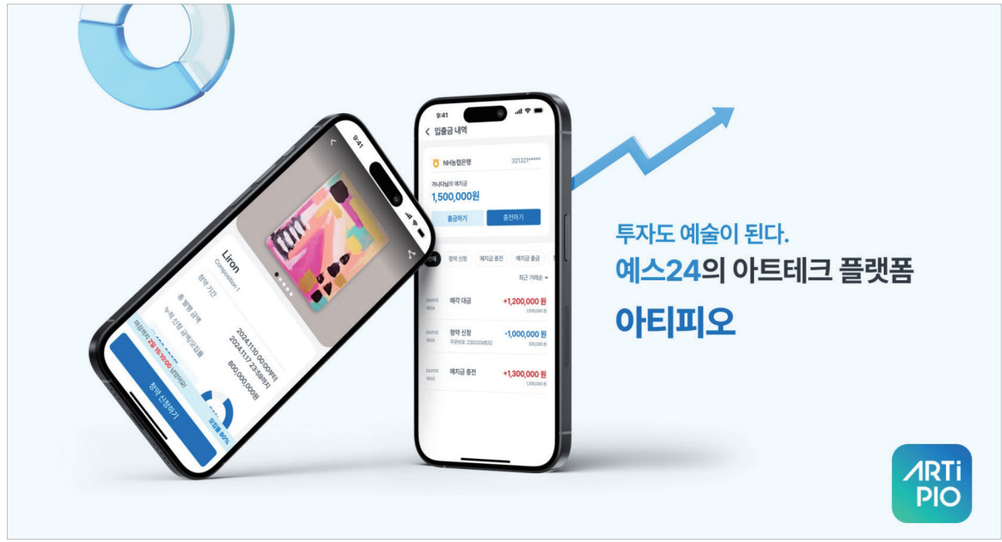
예스24 브랜드마케팅팀 강지연 팀장은 "21회째를 맞이한 어린이 독후감 대회에 참여해준 많은 어린이들에게 감사 인사를 전하고 싶다"라며 "이번 대회를 통해 어린이들이 책을 읽고 독후감을 쓰는 과정에서 독서의 기쁨을 경험했기를 바라며, 시상식도 풍성하게 준비할 예정이니 많은 기대 부탁드린다"고 말했다.

거장의 미술작품에 쉽고 간편하게 투자해 보세요!

예스24 자회사 아티피오(ARTiPIO), 아트테크 전용 앱 출시

– 미술품 투자 정보와 콘텐츠 제공을 위한 모바일 플랫폼 구축

– 쉽고 편리한 사용 환경이 강점… NH농협은행과 협력해 안전한 투자 서비스 제공



예스24 자회사 아티피오(ARTiPIO), 아트테크 앱 론칭

예스24 자회사 '아티피오(ARTiPIO)'가 아트테크 전용 앱을 출시했다. '아티피오(ARTiPIO)'는 최소 1만 원으로 시작하는 미술품 조각투자 서비스와 함께 다양한 미술 콘텐츠를 제공하는 모바일 플랫폼을 개발해 9월 정식 출시했다. 아티피오 앱을 설치해 회원 가입하면 누구나 쉽고 편리하게 미술품 조각투자에 참여할 수 있다. 블루칩 작가의 미술품을 기초자산으로 한 투자계약증권 청약 신청부터 작품 매각, 투자수익 배분에 이르기까지 모든 진행 과정을 보다 투명하게 확인할 수 있다. 특히 투자의 안정성과 수익성을 높이기 위해 내부 전문가의 1차 평가와 외부 자문위원단의 2차 평가 등 투자 작품 선정 절차를 차별화했다.

아티피오 관계자는 "국내외 블루칩 작가의 여러 작품 중에서 투자 대상 작품을 엄선하고 금융감독원 심의를 거쳐 올 하반기에 미술품 1호 청약 공모를 추진할 계획"이라고 설명했다. 이를 위해 투자자 보호를 위한 시스템도 강화했다. NH농협은행과 협력해 투자 예치금을 안전하게 분리 보관하고, 금융감독원에 작품 관련 제반 사항을 일괄 신고하는 등 안전하고 투명한 거래에 만전을 기했다.

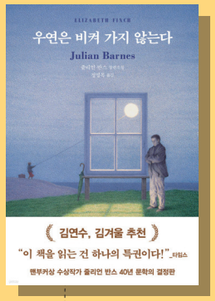
또 현명한 투자 판단을 돕기 위해 깊이 있는 미술 콘텐츠를 제공한다. 앱을 통해 시장 동향과 아트페어 등 미술계 소식을 신속하고 정확하게 전달해 정보 불균형을 해소하고, 예술 전문가들의 통찰력과 안목을 공유하는 오프라인 강좌 '아트토크'도 지속적으로 운영한다.

아티피오(ARTiPIO)는 'ART(예술)'와 'PIONEER(선구자)'의 합성어로, 예스24가 2천만 회원에게 고품격 예술 콘텐츠와 아트테크 플랫폼을 제공하기 위해 2022년 설립한 자회사다.

CULTURAL SHOP

PD 추천도서, 추천공연,
SNS 엿보기, 대중문화 칼럼

김유리 PD PICK!



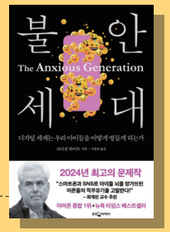
소설
〈우연은 비켜 가지 않는다〉
줄리언 반스 저, 정영목 역
다산책방

『연애의 기억』 이후
국내에 6년 만에 선보이는
줄리언 반스의 신작

인문
〈불안 세대〉
조너선 하이트 저, 이충호 역
웅진지식하우스

조너선 하이트가 쓴 문제작.
10대의 스마트폰 사용 규제에 관해
논의를 시작해야 할 때

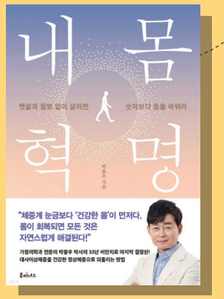
손민규 PD PICK!



건강취미
〈내 몸 혁명〉
박용우 저/루미너스

중요한 것은 체중계 눈금이 아니라
내 몸이다. 살찌지 않는 건강한
몸을 위한 궁극적인 변화!

안현재 PD PICK!



PD 추천도서

RECOMMENDED BOOK

권문경 PD PICK!

오다은 PD PICK!

자기계발
〈나는 나의 스무 살을 가장 존중한다〉
이하영 저/토네이도

스스로를 돌보고 싶은
사람들을 위한 인생 멘토
이하영의 자기계발서

만화
〈괴수 8호 13 일반판〉
마츠모토 나오야 글그림, 유유리 역
서울미디어코믹스(서울문화사)

시간 가는 줄 모르게 빠져들
만화를 원한다면? 2024년 화제의
괴수 액션 판타지!

어린이
〈언제나 다정 죽집〉
우신영 글/서영 그림
비룡소

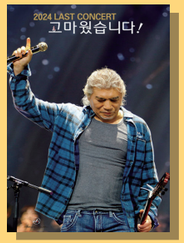
다정함이 불러온 마법 같은 기적!
영혼을 돌보는 따뜻하고
달콤한 이야기

김현주 PD PICK!

추천공연

RECOMMENDED PERFORMANCE

콘서트



나훈아 2024 고마웠습니다 –라스트 콘서트
2024. 10.~2024. 12.
전국투어

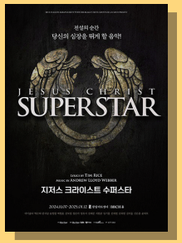
콘서트

박진영 30주년 콘서트 STILL JYP
2024. 12. 27.~2024. 12. 29.
올림픽공원 내 올림픽홀

뮤지컬

알라딘
2024. 11. 22.~2025. 06. 22.
샤롯데씨어터

뮤지컬



지저스 크라이스트 수퍼스타
2024. 11. 07.~2025. 01. 12.
광림아트센터 BBCH홀

연극

예술의전당
토월정통연극 햄릿
2024. 10. 18.~2024. 11. 27.
예술의전당 CJ토월극장

대중문화 칼럼

POP CULTURE

채널예스
예스24의 새로운 아트 커뮤니티
ARTiPIO가 들려주는 ART STORY
유익한 컬렉팅 생활
–미술품에는 세금이 없을까?

아티피오(ARTiPIO)
2024. 08. 29.

SNS 엿보기

HOT TREND SNS

유튜브

YES meets 박재민
'배우, 해설, 교수, 심판, 비보이 등 다재다능의 인간화
그 자체인 박재민! 박재민의 추천도서를 공개합니다!

2024. 08. 29.

인스타그램

당신이 찾던 책 큐레이션 #팔로우이벤트
누구보다 책에 진심인 예스24가
직접 추천해주는 #책큐레이션!
지금 인스타그램 팔로우하고 인증하면
추첨을 통해 9,999명에게 YES상품권 1천 원 증정!

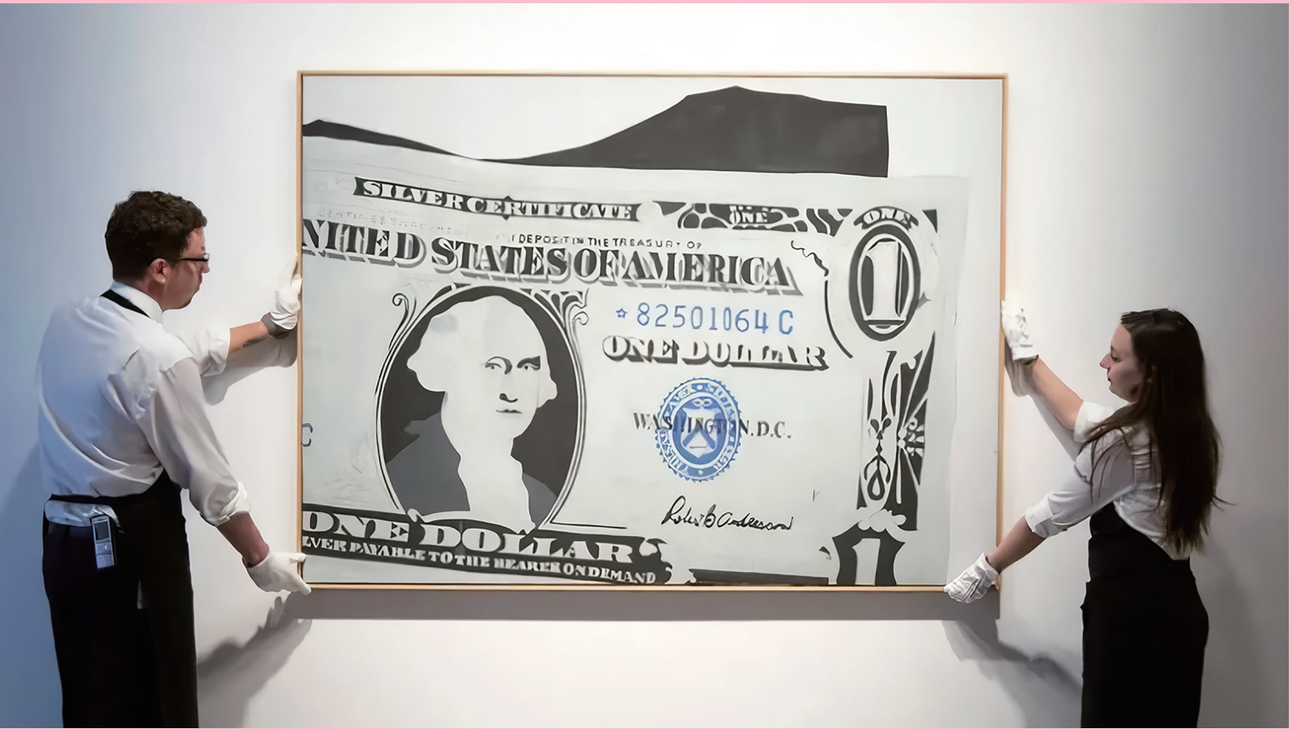
2024. 09. 26.

A FRUITFUL COLLECTING LIFE

미술품에는 세금이 없을까?

쉽고 재밌게 들려주는
ART STORY
(2024. 08. 29.)

예술과 세금? 전혀 다른 두 세계의 이질적인 조합처럼 느껴지죠. 하지만 돈이 흐르는 모든 곳에는 세금이 존재합니다. 미술품은 세제 혜택이 많은 것으로 알려져 있지만, 미술품이 거래되는 곳의 모든 이해관계에서 우리는 세금에서 완전히 자유롭다고 할 수 없는데요.
컬렉터의 첫 걸음마를 뗀 기쁨 뒤 예상치 못한 납세 의무를 겪고 당황하는 일이 없도록, 미리 미술품과 관련된 세금 정책을 잘 알아두는 것이 좋겠죠? 지금부터 작품을 구입할 때 알아두면 좋을 세금 처리 방식에 대해 함께 알아볼게요.



Produced in 1962, the painting is the only one of Warhol's dollars to have been painted entirely by hand and is valued at £13 – 18 million (Image credit: press)

Q. 작품 구입 시, 세금 처리는?

미술품을 어디서 어떻게 사는지에 따라 증빙 방법도 다양한데요. 작품을 사고 싶다면 화랑(갤러리), 경매, 딜러, 작가, 개인 등 다양한 루트에서 작품을 구입할 수 있습니다. 추후 발생하는 세금 처리를 위해 작품 구입처별로 적격증빙 수취 방법을 알아두면 좋겠죠?

• **화랑(갤러리) 구매**
→ 계산서 또는 세금계산서

창작품은 부가세 면제가 되기 때문에, 계산서를 챙겨야 합니다. 만약 창작품을 모방한 작품이라면 과세이므로, 세금계산서를 잘 챙겨주세요.

국세청 홈텍스 계산서(면세) 예시 ⓒhometex

•• **경매 회사에서 낙찰 구매**
→ 세금계산서 또는 현금영수증 발행 여부 체크!

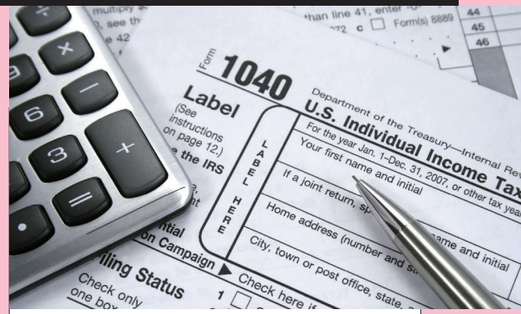
경매 회사가 받은 수수료는 부가가치 과세 대상! 작품을 낙찰받을 경우 수수료의 10%에 해당하는 부가가치세가 부과됩니다. 경매 일부 품목은 낙찰가에 대한 세금계산서, 현금 영수증 발행 의무가 면제 또는 제한될 수 있으므로, 해당 증빙이 필요할 경우 사전에 꼭 발행 가능 여부를 확인하세요!

••• **작가에게 직접 구매**
→ 현금영수증 또는 3.3% 원천징수 대금 지급

작가가 사업자 등록을 한 경우 세법상 개인사업자로 분류되어 사업소득으로 과세되어 계산서나 현금영수증을 수취하면 됩니다. 만약 사업자 등록을 안한 작가라면 3.3% 세금만 발생됩니다. 그렇기 때문에 구매 시 작품가의 3.3% 원천징수 대금을 지급하고, 인건비로 신고하면 됩니다.

•••• **개인에게 직접 구매**
→ 양도소득세(기타소득)으로 22% 원천징수 필수!

거래되는 미술품이 일정 요건(거래금액 6천만 원 이상 등)을 충족하는 경우, 미술품 구매하는 자가 양도소득세(기타소득)으로 22% 원천징수 후 대금을 지급하고, 인건비로 신고하면 됩니다. 혹여 판매하는 개인이 국내 주소지가 없는 해외 거주인이라면, 양도하는 자가 직접 22% 원천징수를 해야 합니다.



ⓒ The Courier

Q. 구입 시 비용처리 가능 여부는?

• **개인사업자**
사업상 경비 또는 감가상각비로 비용처리 반영 불가!

•• **법인사업자**
아래 요건을 모두 만족할 경우, 법인 비용으로 산입 가능!

1 장식, 환경미화 목적으로 전시 목적일 경우
2 취득한 날이 속하는 사업연도의 손금(비용)으로 계상 적용
3 취득가액이 거래단위별로 1천만 원 이하일 것

*단, 1천만 원 초과 시, 취득가액 전체 금액을 법인의 유형고자산으로 처리하고, 재무제표 반영 필수!

Q. 작품 보유 중에 내야 할 세금은?

부동산은 보유 기간 동안 취득세, 재산세 및 종부세가 있는 반면, 미술품을 보유하는 기간 동안은 이러한 세금들이 부과되지 않죠. 미술품 투자가 부동산과 같이 규제 대상이 아니라 미술품 거래의 활성화를 위한 목적이라고 볼 수 있는데요. 이렇듯 타 투자 종목에 비해 단순한 세금 덕에, 일부 부유층이나 기업에서 주로 거래하던 미술시장에 최근 신규 컬렉터들이 진입되면서 미술품에 대한 관심이 높아지고 있답니다.

때로는 세금 처리를 잘하는 것이 그림을 판매하는 것보다 유용합니다. 세금은 매년 유기적으로 바뀌고 세무사에 도움을 요청할 때도 기본적인 세금 지식이 있어야 적절한 질의응답으로 많은 지식을 얻을 수 있기도 하죠. 이처럼 기초 지식을 기반으로 전문가인 세무사의 도움을 받아 현명한 컬렉터의 삶을 이어가시길 바랍니다.

*참고 유앤택스 세무회계
ONKVIBE Youtube 〈The tax of artwork 미술품과 세금〉
저서 『예술법 문화융합시대 예술계 종사자를 위한 가이드』

오랫동안 ——— 함께 있어 주기를

바라는 마음

특별히 점심 약속이 없는 날에는 가끔 혼자서 밥을 먹는다. 소위 혼밥을 하는 건데 여럿이 같이 먹는 즐거움 못지않게 홀로 먹는 한 끼가 주는 나름의 만족감이 있다. 특이한 점이 있다면 혼자 먹어본 음식이 괜찮으면 나중에 누군가와 같이 오고 싶은 생각이 든다는 것이다. 지금 다니고 있는 회사 근처에 25년 넘게 다닌 조촐한 식당이 하나 있다. 특별히 맛있는 음식으로 이름난 곳은 아니지만 단골이 꽤 많은 소박한 뚝배기집이다. 요즘도 가끔 혼자서 찾아가는데 오래전 학창시절 근처 어학원에서 공부할 때, 주변 번화가에서 연애할 때, 친구들과 만날 때 자주 앉았던 그 테이블에서 그 때 먹었던 똑같은 음식을 먹는다.

음식 맛은 그 때나 지금이나 변함없이 만족스러운데
굳이 변한 게 있다면 20여 년 전에 비해 뚝배기 한 그릇 가격이 조금 올랐다는 것이고
식당을 운영하시는 분들에게서 긴 세월 오랜 시간의 흔적을 볼 수 있다는 것이다.

최근에 같이 일하는 후배가 퇴사를 결정했다며 마지막 출근일에 점심을 같이 하자고 제안한 적이 있다. 좋아하는 후배가 떠난다는 말에 서운하기도 하고 그 친구의 앞날을 응원해 주고 싶기도 해서 마지막 식사는 평소 보다 더 근사한 곳에서 비싼 한 끼를 사줘야겠다고 마음먹었다. 그리고는 며칠 동안 주변에 제법 유명한 장소들을 하나씩 골라가며 고민했는데 특별히 마음 가는 곳이 없었다. 그러다가 식사하기로 한 날 후배와 함께 그 뚝배기 집으로 갔다. 직장에서 누구를 데리고 간 것은 그 후배가 처음이었다. 음식이 나오기 전에 이 식당이 나에게 어떤 의미가 있는 곳이고 내가 왜 좋아하는 곳인지 설명해 준 다음 당신을 정말 아끼고 좋아해서 같이 와보고 싶었다고 했다. 그 후배는 식사를 끝내고 나오면서 본인도 나중에 누군가를 데리고 다시 오고 싶다고 했다. 아주 작은 공간에 10명 남짓 앉을 수 있는 테이블 몇 개가 전부인 이 식당은 어떤 매력이 있길래 꾸준히 단골 손님들의 발길을 끄는 것일까? 무엇이 혼자 찾아온 손님이 지인을 데리고 다시 오고 싶도록 만드는 것일까? 만약 이 식당이 기업이라면 소비자들은 왜 이 기업이 오랫동안 함께 있어 주기를 바라는 것일까?

결론부터 말하자면 앞서 소개한 소박한 식당은 기업의 ESG 경영이 지향해야 하는 방향과 일맥상통하는 부분이 많다. 겉으로는 다소 초라해 보일 수도 있는 조그만 식당에서 손님들은 단순히 음식을 소비하는 것이 아니라 따뜻한 환대와 인간적인 유대감을 경험하게 된다.

오랜 시간 쌓아온 이러한 경험은 본인만이 아는
그 식당과의 두터운 공감대가 된다.
이는 기업이 사회적 책임을 다하고 지역사회와 상생하는
경영 방식을 채택해야 하는 것과 같은 이치이다.

즉, 기업이 지역사회와 긍정적인 상호작용을 통해 신뢰를 쌓고 더 나아가 공동체의 일원으로서 역할을 다할 때 비로소 소비자나 고객으로부터 인정받고 신뢰를 얻게 된다.

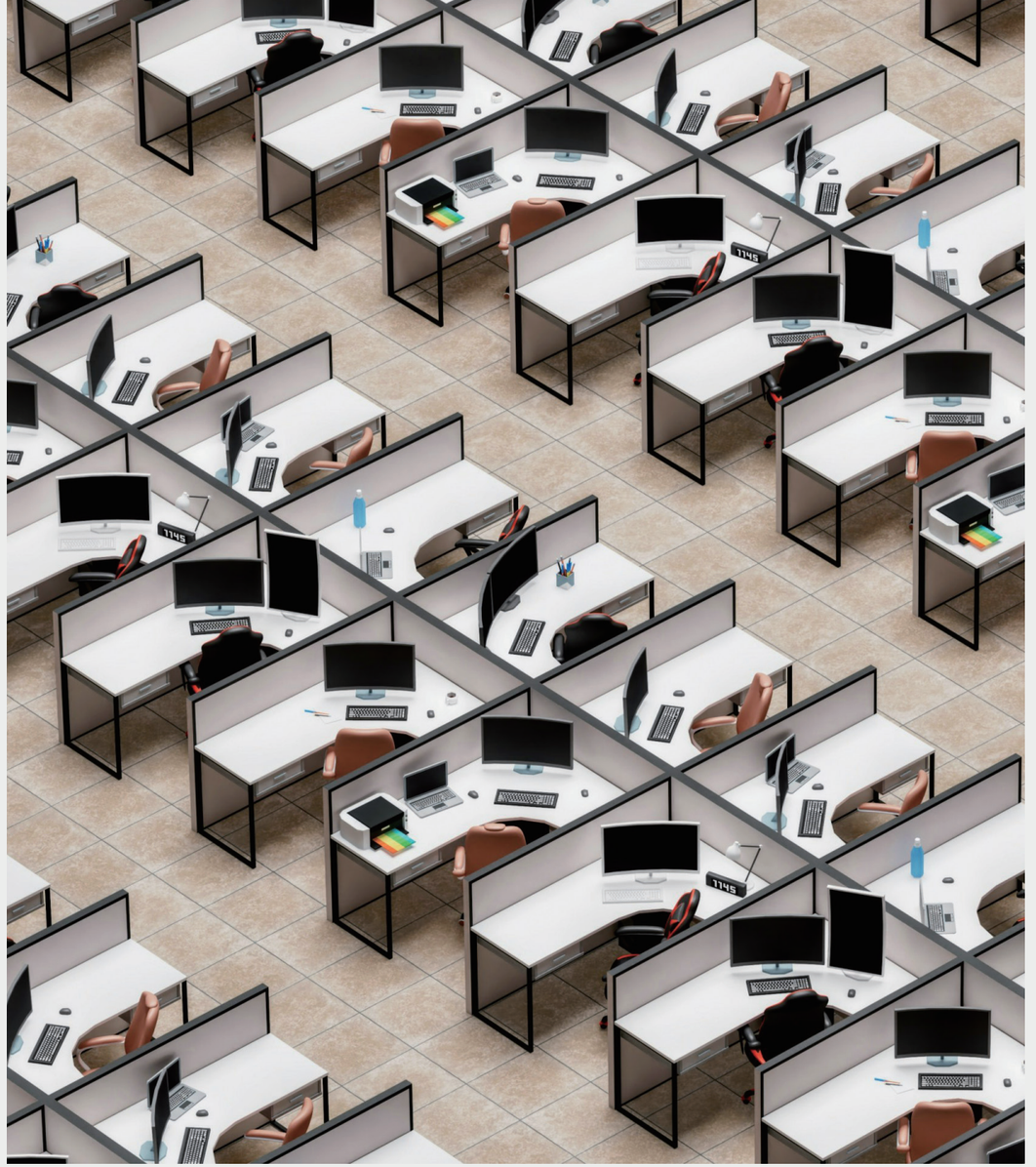
결국 기업은 소비자로부터의 신뢰를 통해 진정한 지속가능성을 실현할 수 있는 것이다. 살아오면서 해외에서 머문 시간이 대략 6년 정도 된다. 외국에 있는 동안 한국 음식이 그리울 때면 가끔씩 그 뚝배기집도 생각났다. 항상 맛있게 먹었던 그 음식을 생각하며 한국에 돌아갈 때까지 그 식당이 계속 그 자리에 있어 주기를 바랐다. 다시 찾았을 때 같은 자리에 변함없이 있어 준 그 식당이 너무 고마웠고 반가웠음은 물론이다.

우리 곁에 항상 있어 주기를 바라는 기업이 있는가? 뚝배기 식당의 음식처럼 기업이 주는 제품과 서비스가 곁에 없으면 저절로 생각나게 하는 기업이 있는가? 만약 그런 기업이 있다면 별다른 평가 없이도 ESG 실천에 높은 점수를 줄 수 있을 것이다. 주변에 추천해 주고 싶은 기업이라면 더 말할 것도 없다. 단적으로 그 뚝배기집은 ESG의 관점에서 볼 때 매우 훌륭한 모범이 되는 곳이다. 그 식당을 운영하는 분들이 ESG의 개념을 얼마나 이해하고 또 얼마나 실천하기 위해 노력했는지는 모를 일이다. 어쩌면 모두 연세가 지긋하신 그 분들은 그동안 ESG라는 용어를 제대로 들어보지 못하셨을 수도 있다. 한 가지 분명한 것은 그 식당을 운영하는 분들이 손님들을 항상 따뜻하게 대해 주셨고 음식은 정성을 다해 한결같이 내어 주셨다는 것이다. 몇 십년 단골 손님들이 많을 수밖에 없다.

기업에게 ESG의 실천이란 무엇일까? 최근 ESG라는 용어에 피로감을 호소하는 기업들이 많다고 한다. 기업이 ESG 대응을 위해 따라야 하는 수많은 형식들과 절차에 얽매인 탓이 아닌가 싶다. 이들 기업에게는 ESG가 요구하는 까다로운 형식이나 절차는 그다지 중요하지 않을 것이다.

**소비자의 입장에서 기업이 오랫동안 있어 주길 바라는 마음,
그 기업이 만들어 내는 제품과 서비스를 앞으로도
계속 이용할 수 있기를 바라는 마음, 주변 소중한 분들에게도
소개해 주고 추천해 주고 싶은 마음이 생기는 기업이야말로
ESG를 제대로 실천하고 있는 기업이라는 생각이 든다.**

개인적으로 그 뚝배기 집의 음식은 가을에 더 맛있어서 올 가을에도 시간을 내어 그곳을 찾을 생각이다. 조그만 식당에서의 경험을 기업의 ESG 활동에 빗대는 것은 무리일 수도 있으나 아무튼 우리에게 오랫동안 함께 있어 주기를 바라는 그 뚝배기 집과 같은 기업들이 더 많이 생겨 났으면 좋겠다.



약력
김진효 외국변호사는 다양한 산업계를 대상으로 K-ETS를 비롯한 국내외 온실가스 규제 대응, 탄소중립 및 ESG 활동, 신재생에너지 및 탄소시장 진출, 탄소국경조정제 대응 분야에서 활동해 왔습니다. 한국탄소금융협회 이사를 역임했으며 현재 법무법인 태평양에서 환경, 에너지 인프라, 기업법무 등을 담당하고 있습니다.

김진효 변호사의 ESG

동아출판, 2022 개정 교육과정 교과서 전시관 오픈!
새로운 교과서, 더 즐겁고 편리해진다

내년부터 2022 개정 교육과정 새 교과서가 도입되는 가운데 동아출판이 '2022 개정 교육과정 교과서 전시관'을 오픈했다고 밝혔다. 전시관에서는 교과서와 집필 의도를 생생하게 알리며, 교사들이 수업 준비를 더욱 편리하게 할 수 있는 다양한 콘텐츠를 소개한다. 전시관 메인 페이지에서는 개정된 초·중·고 교과서를 살펴볼 수 있는 '교과서 미리보기' 서비스가 제공되며, 해당 교과서와 함께 활용할 수 있는 콘텐츠와 교과서 제작 과정과 의도를 더욱 깊이 이해할 수 있는 집필진의 인터뷰 영상이 함께 제공된다. 또한 동아출판의 교과서와 연관된 다양한 에듀테크 툴을 비롯해, 음악관, 역사관, 스마트 교구, 워크북 등의 다양한 서비스와 콘텐츠를 자세히 살펴볼 수 있다. 이 외에도 스톱모션 크리에이터 '클리커'와 협업하여 펠트로 만든 교과서 캐릭터들의 재미있는 스토리 영상을 동아출판 초등 교과서 전시관에서 볼 수 있다. 교과서의 매력을 시각적으로 표현한 영상으로 즐거움과 상상력이 넘치는 동아출판 교과서에 대한 기대감을 극대화했다.

동아출판 관계자는 "새로워진 동아출판의 교과서와 집필진의 이야기를 통해 동아출판이 교과서에 담은 진심과 열정을 알리고자 이번 〈2022 개정 교육과정 교과서 전시관〉을 마련하게 됐다"면서, "교실 수업 지원 플랫폼 '두클래스'에서 제공하는 유용한 서비스 소개도 제공되는 만큼 선생님들의 편리한 수업 준비에 도움이 되시길 바란다."라고 전했다. 한편, 1945년 설립된 교육 콘텐츠 및 서비스 전문 기업 동아출판은 한세예스24홀딩스가 100% 지분을 보유한 한세예스24홀딩스의 자회사다. 한세예스24그룹은 지주사인 한세예스24홀딩스를 중심으로 한세실업과 한세엠케이, 예스이십사, 동아출판을 계열사로 두고 있다.

동아출판, 인스타그램 '동아출판 교과서 展' 오픈…
전시관 기념 이벤트 진행

동아출판은 지난 30일 2022 개정 교육과정 교과서 전시관 오픈 이후 공식 인스타그램 채널 '동아출판 교과서 展'을 새롭게 개설했다고 9일 밝혔다. '동아출판 교과서 展' 채널은 동아출판의 초·중·고 교과서를 한눈에 감각적으로 볼 수 있도록 구성했다. 또한, 교과서 과목별로 편집자들의 진솔한 이야기를 담은 인터뷰 콘텐츠를 통해 2022 개정 교육과정 교과서의 특징을 소개하는 것은 물론 교과서 제작 히스토리를 공개해 재미를 더한다. 뿐만 아니라 교실 수업 지원 플랫폼 두클래스와 연계된 수업에 효율적으로 활용할 수 있는 서비스들도 확인할 수 있다. 초·중고등 교사라면 누구나 이용할 수 있는 두클래스는 음악관, 역사관, 스마트 교구, 워크북은 물론 현직 교사가 만든 올인원 교육 관리 툴인 '다했니? 다했어요!' 제휴 등 다양한 콘텐츠와 서비스를 제공하고 있다.

한편, 동아출판은 교과서 전시관 오픈 및 인스타그램 채널 개설을 기념해 다채로운 이벤트도 마련했다. 먼저 '동아출판 교과서 展' 채널을 팔로우하고, 이벤트 피드에 응원 댓글을 남기면 추첨을 통해 총 500명을 선정해 커피 쿠폰을 증정하는 이벤트를 진행했다. 지난 10월 5일 교과서의 날을 맞이해 동아출판 교과서를 표현할 수 있는 굵고 짧은 슬로건 짓기 대회와 동아출판 2022 개정 교육과정 수업 지원 자료 증정 이벤트도 진행했다. 스톱모션 크리에이터 '클리커'와 함께한 '상상 이상의 즐거움! 동아출판 초등 교과서', '기대 이상의 편리함! 두클래스 콘텐츠' 영상 이벤트도 마련했다. 영상 감상 후 두클래스 유튜브 채널에 댓글을 남긴 뒤 댓글 캡처 이미지를 두클래스 이벤트 페이지에 제출하면 500명을 선정해 커피 쿠폰을 선물했다. 이 외에도 두클래스 블로그, 유튜브 친구 추가 이벤트를 비롯해 두클래스 모니터링단인 두클러너 모집 이벤트도 진행 예정이다.

동아출판 관계자는 "동아출판의 2022 개정 교육과정 교과서를 한눈에 확인할 수 있는 '동아출판 교과서 展' 인스타그램 채널을 개설했다"라며, "많은 선생님들께 유용한 정보를 제공하고 다양한 혜택을 드리고자 다채로운 이벤트도 마련한 만큼 많은 관심 바란다"라고 전했다.