HANSAE YES24 HOLDINGS

HANSAE fashion worldwide

C&T COLOR & TOUCH

HS Sourcing

HANSAE MK

yes24

동아출판

YES24 LIVE HALL

YNK MEDIA

STYLE24

BOOKPAL

studio YESONE

ARTIPIO

HANSAE!N

VOL. 039

HANSAE QUARTERLY MAGAZINE

HANSAE!N

HANSAE QUARTERLY MAGAZINE
ISSN 2636-0551

VOL. 039

CONTENTS

HANSAE QUARTERLY MAGAZINE
VOL.39

SPECIAL THEME

03 **편집자글**
꿀처럼 달콤한 기억으로 채워보는 겨울

04 **한세인 칭찬릴레이**
HANSAE:IN 칭찬릴레이

06 **한세예스24홀딩스 보도자료**
한세예스24홀딩스 보도자료

08 **한세실업 보도자료**
한세실업 보도자료

32 **HANSAE NEWSLETTER**
HANSAE International Food Day

36 **서명은 교수의 과학이야기**
단백질 접기

40 **신재현의 마음을 살피는 기술**
사랑, 그 복잡한 여정

44 **이용재의 미식 에세이**
가공육 샤퀴테리의 세계

48 **PGA TOUR & LPGA GOLFWEAR**
보온과 퍼포먼스, 멋까지 '다 잡은' 겨울 필드룩

50 **BUCKAROO**
버커루, 배우 이동휘와 함께한 2024 겨울 컬렉션 공개

56 **NBA**
가성비 스타일로 MZ세대 사로잡은 '다운 패딩' 트렌드

58 **NBA KIDS**
NBA키즈, 2025년 신학기 책가방 출시...

66 **모이몰른**
한세엠케이 모이몰른, '모이몰른 프렌즈'
첫 멤버로 유튜버 국가비 발탁

74 **플레이키즈프로**
한세엠케이, '플레이키즈-프로 꿈나무 축구 대회' 개최

78 **리바이스키즈**
리바이스키즈 겨울 아웃도어

84 **컬리수**
귀여운 쿠로미와 함께 특별한 하루 시작!

90 **요리요정 이팀장의 레시피**
생선으로 차린 한 끼

94 **대동맛지도**
추운 겨울 몸도 마음도 따뜻해지는 여의도 맛집 탐방

96 **예스24 보도자료**
예스24 보도자료

106 **문화다방**
CULTURAL SHOP
ARTiPIO's ART BOOK

110 **김진효 변호사의 ESG**
탄소배출권이 만드는 스토리

114 **동아출판 보도자료**
동아출판 보도자료

발행일: 2025년 1월 **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.

"푸, 정말 상쾌한 날이야. 숲을 산책하기 딱 좋아."
크리스토퍼 로빈이 말했어요.
"응, 정말 그래. '상쾌하다'는 게 '꽤 춥다'는 뜻이라면 말이야.
달콤한 꿀을 찍어 먹으면 몸이 좀 따뜻해지지 않을까?"

그림책 '곰돌이 푸 첫눈이 내리면' 중 한 구절입니다.
상쾌한 공기가 온 몸을 감싸는 겨울을 어떻게 보내고 계시나요?
꿀처럼 달콤한 기억으로, 이번 겨울을 꽉 채워보는 건 어떨까요.

편집자 이상은

EDITOR'S WRITING

HANSAE:IN

칭찬릴레이

LOADING . . . 89%

예스24

Thank you to 디자인팀 오지수 대리

자기 소개 안녕하세요, 예스24 디자인팀 김태희입니다.

칭찬 주인공 예스24 디자인팀 오지수 대리님을 칭찬하고 싶습니다. 업무로 바쁘실텐데도 궁금한 점이 생겼을 때 최선을 다해 알려주시고, 늘 묵묵히 열심히 일하시는 모습이 귀감이 됩니다. 성격도 온화하셔서 저뿐만 아니라 다른 직원분들과의 커뮤니케이션도 원활히 하시는 모습도 정말 보기 좋습니다. 늘 감사드리고 화이팅하세요!!

하고 싶은 말 모두가 추운 겨울을 무사히 보내고 행복한 일이 가득했으면 좋겠습니다!

한세실업

Thank you to 내부회계팀 김성겸 책임

자기 소개 안녕하세요. 한세실업 경영지원본부 해외재무팀 김용희입니다.

칭찬 주인공 저는 내부회계팀 김성겸 책임을 칭찬하고 싶습니다. 항상 밝고 성실한 모습으로 회사에서 마주칠 때마다 미소 짓게 만들어주는 동료입니다. 지난해 동안 피플이로서 또 회사 동료로서 많은 이야기를 들어주고 공감해 주며 언제나 적극적으로 도움을 주어서 큰 힘이 되었습니다. 밝은 모습과 상대방을 배려하는 말과 행동으로 저에게도 그리고 주변 사람들에게도 긍정적인 영향을 주는 김성겸 책임님 덕분에 지난해도 많이 고마웠다고 말하고 싶습니다! 앞으로 멋진 모습 기대할게요.

하고 싶은 말 마지막으로 직원분들께 하고 싶은 말은, 2024년 모두 너무 고생하셨습니다! 새해에는 더 큰 행복과 건강이 여러분과 함께 하시길 바랍니다.

Thank you!

WHY? OK((

FOLDER

FOLDER

한세엠케이

Thank you to 브랜드사업1본부 NBAKIDS영업팀 임현민 과장

자기 소개 안녕하세요. 한세엠케이 국내키즈영업팀에서 컬리수 브랜드 영업을 담당하고 있는 최철순입니다.

칭찬 주인공 브랜드사업1본부 NBAKIDS영업팀의 임현민 과장님을 칭찬합니다. 서로 다른 오피스에 근무하여 대면할 기회가 많진 않지만, 임현민 과장님은 먼저 메신저로 연락해 주시며 편하게 관계를 만들어 주셨고 브랜드는 서로 다르지만 같은 업무를 하는 선배님으로서 아낌없이 도움과 조언을 주셨습니다. 덕분에 유통채널 바이어 대응, 매장관리 등에 대한 좋은 해결책과 채널 상황에 대한 정보와 향후 방향성 등 많은 인사이트를 얻을 수 있었습니다. 또한, 직무 수행에 있어서 어려움에 대한 공감, 그럼에도 다시 힘을 내는 열정 등을 배울 수 있었습니다. 자주 뵙지는 못하지만 이렇게 칭찬으로 감사의 마음을 전합니다.

하고 싶은 말 우리 영업팀을 포함해서 모든 유관부서 동료분들을 통해 많은 도움을 받고 있습니다. 항상 감사드립니다. 2025년 한 해의 시작입니다. 크고 작은 일에서 좋은 성과와 가정의 행복을 기원드립니다.

동아출판

Thank you to 플랫폼개발팀 배병훈 차장

자기 소개 안녕하세요. 동아출판 정보보호팀 강찬우입니다.

칭찬 주인공 제가 칭찬 드리고 싶은 분은 디지털전략본부 플랫폼개발팀 배병훈 차장님입니다. 배병훈 차장님께서는 AI 디지털교과서 서비스의 핵심인 인프라 운영을 담당하고 계십니다. 보안인증 취득을 준비하면서 인프라 구축과 취약점 관리를 하며 고생을 많이 하셨습니다. 입사하시고 약 6개월이라는 시간 동안 쉬지 않고 달려오신 배병훈 차장님을 칭찬 하고싶습니다.

하고 싶은 말 어느덧 2024년이 지나고 2025년이 다가왔습니다. 2024년 다들 고생 많으셨습니다. 올해에도 다같이 힘내면 좋겠습니다.

한세예스24홀딩스

Thank you to 국내법무팀 오유미 변호사

자기 소개 안녕하세요, 한세예스24홀딩스 투자금융팀 조시형입니다.

칭찬 주인공 한세예스24홀딩스 국내법무팀 오유미 변호사님을 칭찬하고 싶습니다. 그룹 내 각종 현안을 들여다보고 계시기에 항시 바쁘심에도 불구하고, 모든 업무를 꼼꼼하게 봐주시고 계셔서 동료로서 매우 든든한 마음입니다. 특히 2024년 하반기에 진행한 M&A 건으로 신경쓰실일이 많으실 텐데도 항상 힘써 주시는 오유미 변호사님께 엄지 척! 박수를 보내고 싶습니다.

하고 싶은 말 새로이 시작하는 2025년에도 건강 잘 챙기시면서 모두 파이팅입니다.

THANKS!

한세예스24그룹, 한국ESG기준원 종합평가서 역대 최고 등급 획득... **다각적인 ESG 경영 개선 노력 인정받아**

- '2024년 KCGS ESG 평가' 발표... 한세예스홀딩스·한세실업 A등급, 한세엠케이 B+ 등급 획득
- ESG 경영 개선 노력 인정... 한세실업, 한세엠케이 2023년 대비 각각 한 단계, 두 단계 등급 상승
- 김석환 한세예스24홀딩스 부회장 "'지속가능한 미래를 향해'라는 비전 아래 전 계열사 ESG 성과 확대 위한 노력을 인정받은 결과... 앞으로도 ESG 가치 실현 위해 노력할 것"

지난해 7월 한세예스24 그룹이 발간한 지속가능경영 보고서

한세예스24그룹이 한국ESG기준원(KCGS)에서 실시한 '2024년 ESG(환경·사회·지배구조) 평가'에서 역대 최고 등급을 획득하며 우수한 ESG 경영 능력을 인정받았다고 지난해 10월 29일 밝혔다. 한세예스24홀딩스는 2년 연속 종합 'A등급'을 받았고, 한세실업과 한세엠케이는 2023년 대비 각각 상승한 'A등급'과 'B+등급'을 획득했다. 한국 ESG 기준원은 국내 대표 ESG 평가기관으로 지난 2011년부터 국내 상장사의 지속가능경영 수준을 평가해 종합 등급을 발표하고 있다. 지난해에는 1,001개 상장사를 대상으로 종합 평가가 진행됐다. 한세예스24그룹은 상장사인 한세예스24홀딩스, 한세실업, 한세엠케이가 종합 평가를 받았다. 2년 연속 종합 'A등급'을 획득한 한세예스24홀딩스는 2023년에 이어 지난해에도 지배구조 부문에서 높은 점수를 받았다. 한세예스24홀딩스는 이사회 중심 경영 구조 확립을 위해 지속적인 교육 및 전문가 체제를 구축하고 있으며, 글로벌 스탠다드에 부합하도록 배당 절차를 개선하고 중장기 배당정책을 수립하는 등 다양한 주주 환원 노력을 지속하고 있다.

한세실업은 환경 부문에서 높은 평가를 획득하며 2023년 대비 한 단계 높은 종합 'A등급'을 획득했다. 2050년 탄소중립을 선언한 한세실업은 친환경 에너지원 사용과 REC(Renewable Energy Certificate) 구매 등을 통해 온실가스 배출량 절감을 위해 노력하고 있다. 특히 온실가스 데이터에 대한 제3자 검증으로 대외적인 신뢰도를 제고했으며, 기후 시나리오 분석을 통해 온실가스 감축 전략을 고도화했다. 또, 자체 스마트 팩토리 시스템 '햄스(HAMS·Hansae Advanced Management System)'를 기반으로 생산공정을 디지털화하고 자동화 설비를 구축해 폐기물 감축에 앞장서는 등 ESG 경영을 선도하고 있다. 한세실업의 이러한 ESG 경영 실천 노력은 국내 ESG 평가기관 '서스틴베스트'가 발표한 '2024년 상반기 ESG 베스트 컴퍼니(ESG Best Companies)' 선정 및 '2024 K-ESG 경영 대상'의 기업 부문 '종합 ESG 대상' 수상 등 성과로 이어지며 인정받고 있다.

한세엠케이는 지역사회 상생을 위한 다양한 사회공헌활동이 좋은 평가를 받으면서 2023년 대비 두 단계 상승한 종합 B+ 등급을 획득했다. 한세엠케이가 전개하는 글로벌 유아동복 브랜드 '모이몰른'은 2023년 국립공원공단과 해양생태계 보호를 위한 기부 협약을 체결했다. 지난해 1월에는 국립공원 생태계 정화 및 해양 생물종 다양성 보존을 위해 1,000만 원을 기부했다. 이외에도 지역사회 공헌을 위한 중장기 전략을 수립해 공표하고, 지역 내 전문 기관과 협력해 다양한 사회공헌활동을 이어가고 있다. 한세엠케이는 국내 ESG 평가기관인 '서스틴베스트'가 발표한 '2024년 상반기 ESG 평가'에서 A등급을 받은 바 있다.

김석환 한세예스24홀딩스 부회장은 "한세예스24그룹은 '지속가능한 미래를 향해'라는 비전 아래 주요 계열사 모두 지속적으로 ESG 성과를 확대하기 위해 노력하고 있다. 이번 평가는 그룹이 실천하고 있는 환경, 사회, 지배구조 부문의 다양한 ESG 추진 노력을 인정받은 결과다"며 "앞으로도 한세예스24그룹의 전 계열사가 ESG 가치를 실현하기 위해 최선을 다할 것"이라고 밝혔다.

한편, 한세예스24그룹은 2022년부터 ESG 경영 성과와 전략을 담은 지속가능경영보고서를 매년 발간하고 있다. 지난해 10월 7월 발표한 '2024 지속가능경영보고서'에는 '지속가능한 미래를 향해(Towards Sustainable Future)'라는 ESG 비전 아래 실시한 ESG경영 성과가 수록됐다.

한세실업,
서스틴베스트 ESG 평가 최고등급 'AA' 획득 및
ESG Best Companies 100대 기업 선정

– 한세실업, 환경·사회·지배구조 전 영역에서 높은 점수 획득... 특히 환경, 사회 부문서 두각
– 한세실업, 탄소중립 실현위해 다각적인 노력 중... 지난해 탄소 배출량 519tCO2eq 절감

한세실업이 국내 대표 ESG 평가기관 서스틴베스트의 '2024 하반기 ESG 경영 평가'에서 최고등급인 'AA'를 획득했다.

HANSAE
fashion worldwide

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 국내 대표 ESG 평가기관 서스틴베스트가 진행한 2024년 하반기 기업 ESG 평가에서 최고등급인 'AA'를 획득했다고 지난해 11월 22일 밝혔다. 한세실업은 2023년 하반기 AA 등급 획득 이후 최고 등급을 유지하며 탁월한 ESG 역량을 인정받고 있다.

서스틴베스트는 주요 연기금과 자산운용사 등 기관투자자의 의뢰를 받아 매년 상·하반기에 상장 및 비상장 국내 기업에 대한 ESG 평가를 진행하고 있다. 상반기에는 12월 결산법인의 사업보고서 공시에 맞춰 지배구조 부문 중심으로 평가하고, 하반기에는 환경, 사회 부문 등을 보강해 종합 평가를 실시한다. 이번 하반기 ESG 평가는 국내 상장사 및 비상장사 1,287개 기업을 대상으로 진행됐다. 평가 이후 자산 규모별로 총 100개 기업을 선정해 'ESG 베스트 기업'을 발표했다. 환경, 사회, 지배구조 전 영역에서 높은 점수를 받은 한세실업은 'AA' 등급을 획득과 함께 '2024년 하반기 ESG 베스트 기업(ESG Best Companies)'에 올랐다. 한세실업은 베스트 기업에 선정된 5000억 원 이상 2조 원 미만 상장사 30 곳 중 5위를 차지했다.

한세실업은 이번 평가에서 탄소중립을 실현하기 위한 노력과 생산공정 부문에서 평균 대비 2배 이상 높은 82점을 획득하는 등 환경, 사회 부문에서 평균 대비 월등히 높은 점수를 받았다. 2022년부터 한세실업 주요 해외 생산법인을 중심으로 태양광 패널 설치, REC(Renewable Energy Certificate) 구매, 바이오 연료 사용 등을 통해 탄소중립을 실천하고 있다. 이를 통해 한세실업 니카라과와 미얀마 법인은 전체 에너지 사용량 중 각 23%, 57%를 친환경 에너지로 대체해 519tCO2eq에 달하는 탄소 배출을 절감했다. 또, 2023년 탄소중립을 선언한 후 글로벌 환경 컨설팅사와 함께 기후 시나리오를 분석하고 대응책을 마련하고 있다. 한세실업 국내외 법인들이 진행 중인 지역 맞춤형 사회공헌활동도 우수한 점수를 획득했다. 한세실업은 '지역사회의 발전과 상생'을 기업 핵심 가치로 삼고 지역사회와 상생할 수 있는 다양한 노력을 이어가고 있다. 베트남 법인에서는 2017년부터 매년, 지역 초등학교 100개교에 1만권의 책을 기부하고 있다. 2023년 기준 총 600여개 학교에 6만 권 이상의 도서를 기부했으며, 2027년까지 총 10만권의 도서를 지역사회에 기부할 계획이다. 과테말라 법인은 임직원들이 참여하는 재능기부로 지역 주민들에게 교육과 일자리를 제공하며 지역 사회와 상생에 앞장서고 있다. 서울 본사에서는 사내 경매를 통해 직원들의 개인 소장품을 판매하고 얻은 수익금으로 국내 다문화 가정 아동에게 기부하는 캠페인을 전개해 총 1억 원 상당의 의류와 성금을 전달한 바 있다. 지배구조 부문에서는 한세실업이 구축한 수준 높은 ESG 경영 인프라와 주주들의 권리를 보호하기 위한 여러 노력, 정보의 투명성, 이사회 구성과 활동 등에서 좋은 점수를 획득했다.

김익환 한세실업 부회장은 "상반기에 이어 이번 종합 평가에서도 최고등급을 획득하게 돼 기쁘다. 한세실업이 ESG 가치 실현을 위해 전사적인 노력을 기울인 결실이라고 생각한다"며, "앞으로도 한세실업이 지속가능한 미래를 실현하는데 중요한 역할을 이어갈 수 있도록 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

한편, 한세실업은 '2024 K-ESG 대상'에서 2년 연속 종합 ESG 부문 대상을 수상하고, 한국 ESG평가원이 진행한 '2024년 ESG 평가'에서 'A등급'을 획득하는 등 다양한 평가기관으로부터 ESG 경영 노력을 인정받고 있다.

한세실업, 베트남 초등학교 100곳에 도서 기증
‘1만권의 책, 수백만의 사랑’ 행사로 7년째 지역사회 상생 실천

- 한세실업, 베트남 초등학교 100곳에 다양한 분야 우수도서 기부
- 베트남 띠엔장 교육국에서 지난해 11월 22일 7번째 도서 기증 행사 열려, 신수철 한세실업 베트남 총괄 법인장, 조영제 한국총영사관 상무관, 최분도 코참 상공연합회장, 찌우 띠엔장 인민위원회 사무국장 등 주요 관계자 참석
- 한세실업, 최대 생산기지 베트남의 지역사회 기여와 주민들과의 상생을 위한 다양한 활동 이어갈 계획

신수철 한세실업 베트남 총괄법인장과 프엉 띠엔장 교육부 부국장이 도서 기증 수여식을 진행하고 있다.

글로벌 패션 ODM 기업 한세실업(대표 김익환, 김경)이 베트남 제3생산법인(TG)이 위치한 띠엔장(Tien Giang)성에서 7번째 도서 기증 행사를 열었다고 지난해 11월 28일 밝혔다.

한세실업은 지난 2017년부터 베트남 지역 내 초등학교 100곳에 각 100권씩의 도서를 기부하는 ‘1만권의 책, 수백만의 사랑’이라는 사회공헌활동 캠페인을 진행하고 있다. 이 캠페인은 20년 이상 베트남에서 성장을 이어온 한세실업이 지역사회 발전에 기여하고, 지역 사회와의 상생 기회를 확대하기 위해 마련됐다. 해당 활동으로 호치민, 다낭, 떠이닌 등 베트남 여러 지역의 초등학교에 총 6만권의 책이 기부됐다.

7회째를 맞은 도서 기증 행사는 지난해 11월 22일 띠엔장성 교육국 사무실에서 열렸다. 행사에는 신수철 한세실업 베트남 총괄 법인장과 조영제 대한민국 총영사관 상무관(영사), 최분도 코참(Kocham) 상공연합회 회장, 찌우(Chieu) 띠엔장 인민위원회 사무국장, 프엉(Phuong) 띠엔장 교육부 부국장, 장(Giang) 띠엔장 도서부 디렉터 등 주요 관계자들이 참석했다. 한세실업과 띠엔장성 교육훈련국 도서관지원센터 심사부는 초등학생 눈높이에 맞는 역사, 과학, 지식, 문학 등 다양한 분야의 우수도서 100종을 선정해 100개 학교에 전달했다. 여기에 더해, 학교 도서관에서 책을 효율적으로 관리할 수 있도록 기념 책장도 함께 기증했다. 한세실업은 앞으로 도서 기증 프로그램을 다른 지역으로 확대해 더 많은 어린이들에게 유익한 책을 전달하고, 독서 습관을 장려하며 독서의 중요성을 알리는 활동을 계속 이어갈 계획이다.

신수철 한세실업 베트남 총괄 법인장은 “한세실업이 베트남에 진출해 20년 넘는 시간동안 많은 성장과 발전을 거듭하면서 지역 발전에도 기여하고자 노력해왔다”며 “앞으로도 한세실업이 진출한 지역 사회의 발전에 기여하고 상생할 수 있는 활동과 행사를 지속해 나갈 것”이라고 말했다.

한편, 한세실업은 미국, 베트남, 미얀마, 인도네시아, 니카라과, 과테말라 등 전 세계 9개국에서 20개 법인 및 10개 해외 오피스를 운영하는 글로벌 패션 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.

한세실업 중남미 수직계열화 진두지휘하는 김경 대표

“중남미, 미국과 가깝고 의류제조업 역사도 지닌 매력적인 곳”

– 2025년 말 과테말라 공장 오픈... 원사 생산 담당하는 핵심 시설

– 액티브 웨어 시장 잡으려 ‘텍솔리니’ 인수... 매출 비중 확대할 것

김경 한세실업 영업 부문 대표(사장)는 중남미 수직계열화 프로젝트 추진 이유로 “미국이라는 주요 소비 시장과 가까워 물류 소요 시간을 단축할 수 있기 때문”이라고 설명했다.

트럼프 2기 행정부 출범과 맞물려 글로벌 의류 산업계도 급변하고 있다. 한세실업은 트럼프 정부에 맞춰 미국을 효과적으로 공략하는 데 만반의 준비를 하는 등 새로운 도약을 준비하고 있다. 김경 한세실업 영업 부문 대표는 취임 후 ESG 경영과 글로벌 생산 거점 다변화를 통해 위기 속에서도 지속 가능한 성장을 이끌어왔다는 평가를 받는다.

김 대표는 “한세실업의 비전은 단순한 생산을 넘어 지속 가능한 혁신 생태계를 구축하는 데 있다”며 “글로벌 의류 시장의 변화에도 선제적으로 대응해 나갈 것 ”이라고 강조했다.

“의류 제조의 새 패러다임 제시 앞장”

2006년 입사 뒤 수출 1부문 본부장, 부문장 등 수출 사업 요직을 두루 거친 것으로 안다. 기억에 남는 성과가 있다면?

“2019년부터 약 1년간 생산혁신부문장으로 베트남 법인에서 근무했던 경험이 가장 기억에 남는다. 당시 한세실업의 베트남 내 3개 생산 법인뿐 아니라 여러 외주 공장을 직접 방문하며 실제 생산 현장 상황과 어려움을 깊이 이해할 수 있었다. 신기술 도입과 공정 최적화를 위한 아이디어들을 얻을 수 있었고 그 경험이 한세실업의 독자적 스마트팩토리 시스템인 ‘햄스(HAMS, HANSAE Advanced Management System)’와 같은 자동화 기기의 선제적 도입으로 이어졌다.”

햄스를 보다 자세히 설명한다면?

“2015년 자체 개발한 시스템이다. 덕분에 원·부자재 입고부터 재단, 봉제, 포장, 출고에 이르기까지 모든 제조 공정이 자동화됐다. 햄스 도입 이후 한세실업 공장의 생산성이 15%가량 향상됐다. 베트남 TG공장의 불량률은 0.01%에 불과할 정도로 높은 품질을 유지하고 있다. 이는 연간 640만 장의 의류를 생산하는 공장에서 불량품이 800장 수준에 그치는 것을 의미한다. 품질 관리 측면에서 업계 모범 사례로 꼽힌다. 아울러 개인정보단말기(PDA)를 통해 전체 생산량과 불량률을 실시간 파악하는 것은 물론 데이터 기반 생산 계획 수립도 가능하다. 여기에다 무인 자동 배송 로봇(AGV)을 투입해 최대 600kg에 달하는 원단을 신속하게 운반하고 있다. 자동 재단 기계 장치는 투입 인력을 50% 이상 줄이면서도 정확하고 빠른 재단 작업을 현실화했다. 생산 효율성은 물론 품질과 비용 경쟁력을 강화할 수 있게 된 비결이다.”

2022년이 창립 40주년이었다. 새로운 비전이 궁금하다.

“전통적인 패션 ODM(제조업자개발생산) 산업의 한계를 뛰어넘어 자동화 공정과 첨단 IT 기술을 기반으로 변화하는 시장과 생산 환경에 적극적으로 대응하는 것을 목표로 한다. 최근 다품종 소량 생산 체제가 확산하고 노동 집약적 산업의 인력 유입이 감소하면서 의류 ODM 산업이 큰 전환점을 맞았다. 한세실업은 이러한 변화 속에서도 40여 년간의 글로벌 의류 산업 경험과 선진 기술력을 기반으로 경쟁력을 강화하고 있다. ‘한세 2.0’ 비전의 핵심은 차별화한 품질과 기술력을 통해 지속 가능성을 추구하며 글로벌 시장에서 리더십을 확립하는 것이다. 한세실업은 이를 위해 디지털 전환을 기반으로 한 IT 기술과 혁신적 디자인 연구·개발(R&D)을 결합해 의류 제조의 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 국내 최초로 버추얼 디자인(VD)팀을 구성해 2017년부터 3D 가상 샘플 제작을 도입했고 디자인과 샘플링, 수정 과정을 3D 이미지 처리 기술로 구현해 왔다. 이를 통해 실물 샘플 제작에 필요한 자원을 크게 절감하는 등 환경 오염을 줄이고 비용 효율성을 높였다. 한세실업은 또한 협력 브랜드사를 대상으로 가상 품평회와 버추얼 쇼룸, 3D 패션쇼, 사이버 카탈로그 등 디지털 포맷을 활용한 차별화한 경험을 제공하고 있다. 이러한 기술이 디자인 단계에서부터 생산 효율성을 높이는 것은 물론 패션 업계의 디지털 전환 속도를 가속화하는 데 크게 기여하고 있다고 자부한다.”

한세실업은 스마트팩토리 시스템인 ‘햄스’를 자체 개발했다.

한세실업은 2050년까지 탄소중립을 이루겠다고 선언했다.

"그렇다. 한세실업은 업계 내 ESG 선구자로서의 자부심을 가지고 있다. 2024년 하반기 국내 대표 ESG 평가 기관인 서스틴베스트가 진행한 기업 ESG 평가에서 최고 등급인 'AA'를 획득했다. 환경, 사회, 지배구조 전 영역에서 높은 점수를 받아 '2024년 하반기 ESG 베스트 기업'에 선정됐다. 특히 5000억 원 이상 2조 원 미만 상장사 30곳 중 5위를 차지하며 우수한 성과를 입증했다. 이러한 성과는 2019년부터 자발적으로 수립한 탄소 배출 절감 목표를 지속적으로 실천한 결과다. 한세실업은 2022년부터 주요 해외 생산 법인을 중심으로 태양광 패널 설치, 재생에너지 공급 인증서 구매, 바이오 연료 사용 등을 확대하며 탄소중립 실현에 박차를 가하고 있다."

국제 공급망 리스크에도 적극 대응하기로 했다.

"2024년 10월 베트남에서 열린 기업설명회에서 밝힌 내용이다. 의류 산업은 면화, 원사, 원단, 염색·가공, 봉제 등 다양한 공정을 거친다. 그만큼 수많은 공급자가 연계된 복잡한 가치 사슬을 형성하고 있다. 한세실업은 고객에게 제공되는 제품의 최종 가공자로서 모든 원·부자재의 출처와 원산지 정보를 체계적으로 관리하기 위해 데이터베이스 기반 플랫폼을 개발 중이다. 공급망의 모든 이력을 한눈에 확인할 수 있는 생태계를 구축하는 것이 목표다. 국제 공급망의 투명성과 신뢰성을 높이는 등 글로벌 고객사의 요구 사항에 신속히 대응하기 위해서다. 또한 한세실업은 미국, 유럽, 일본 등 주요 고객사의 사회·환경적 규정을 철저히 준수하고 있고 제품 생산국의 현지 법규 준수 상황도 면밀히 관리·감독하는 중이다."

한세실업 C&T 법인 3공장은 더욱 향상된 친환경 설비를 갖췄다.

"트럼프 2기, 의류 업종에는 오히려 호재"

2023년 1월 대표 취임 뒤 중남미 수직계열화 프로젝트를 총괄하고 있다. 베트남에 최대 생산 법인을 보유 중인 한세실업이 중남미에서 프로젝트를 진행하는 이유가 궁금하다.

"코로나19 팬데믹은 국지적 이슈로 인한 물류와 생산 중단이 글로벌 공급망에 얼마나 큰 영향을 미치는지를 여실히 보여줬다. 이후 많은 브랜드가 생산 거점을 분산하고 균형 잡힌 생산 비중을 확보하는 것을 주요 전략으로 삼고 있다. 한세실업도 이러한 교훈을 바탕으로 아시아와 중남미, 동반구와 서반구를 아우르는 균형 있는 생산 네트워크를 구축하고자 한다. 특히 중남미 지역은 미국이라는 주요 소비 시장과 지리적으로 가까워 물류 소요 시간을 단축할 수 있는 장점이 있다. 동시에 오랜 봉제 산업 역사와 충분한 노동력, 높은 숙련도를 바탕으로 한 매력적 생산 기지로 평가받는다. 한세실업이 중남미 지역에서 원사 및 생산 역량 확충을 비롯해 그 상위의 봉제 생산 역량을 극대화할 수 있도록 섬유업 전반의 확장을 추진해 나가는 이유다."

프로젝트 가동 시점은?

"과테말라 복합단지 복토 공사를 완료한 상태다. 프로젝트는 2025년 4분기 가동을 목표로 한다. 프로젝트가 가동되면 니카라과, 과테말라, 아이티, 그리고 최근 확장한 엘살바도르 봉제 공장에서 작업 규모를 대폭 확대할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 지역 안에서 원사와 원단의 안정적 공급망을 확보하게 되는 만큼 생산 효율성도 크게 향상시킬 수 있을 것으로 전망한다. 더 나아가 신사업 기회 창출 등 글로벌 시장에서의 경쟁력을 더욱 강화할 수 있을 것으로 기대하고 있다."

2025 년 4분기에는 과테말라 1공장도 오픈한다고 들었다.

"그렇다. 에코스핀 1공장은 한세실업의 첫 방적 공장으로, 수직계열화의 출발점인 원사 생산을 담당하는 핵심 시설이다. 하루 약 2만 5000kg의 원사를 생산할 수 있는 3만 7000추 규모로 설계했다. 에코스핀 1공장이 각종 원사를 직접 생산하면 이를 한세편염직 법인이 원단으로 제조하게 된다. 주요 바이어와의 제품 개발을 원사 단계부터 진행할 수 있는 체계를 갖추게 되는 셈이다. 안정적 공급망 운영은 물론 제품 개발 역량을 크게 강화할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 특히 에코스핀 1공장은 100% 미국산 면화를 사용해 원사를 생산할 예정이다. 최근 강조되는 원산지 증빙 리스크를 해소하면서 공급망의 신뢰성을 높일 수 있다."

최근 미국 섬유 제조 기업 '텍솔리니'를 인수해 화제가 됐다.

"합성섬유는 인기를 끌고 있는 요가복, 운동복 등 액티브 웨어의 핵심 소재다. 다양한 기능과 특성을 가진 원사를 개발해 소비자와 브랜드가 원하는 제품을 생산할 수 있다는 점에서 높은 성장 잠재력을 지녔다. 한세실업은 기존 천연섬유 기반 니트 및 우븐 생산 역량에 더해 합성섬유 기반 기능성 의류 생산으로 제품 포트폴리오를 확장하는 등 글로벌 시장에서의 입지를 강화하고자 한다. 그 첫 단계로 35년 역사의 합성섬유 제조 공장인 텍솔리니를 인수한 것이다. 텍솔리니는 미국 안에서도 선진 합성섬유 기술을 보유한 기업이다. 인수를 통해 한세실업은 첨단 소재 개발 역량을 내재화한 것은 물론 미국 내 브랜드 및 바이어와 제품 개발 초기 단계부터 긴밀히 협업할 수 있는 발판을 마련했다. 텍솔리니와의 협업은 한세실업의 액티브 웨어 사업 전략과 직접적으로 연결된다. 한세실업은 2023년 미국 스포츠 유통사인 '딕스스포팅굿즈'로부터 액티브 웨어 물량을 처음 수주했다. 딕스스포팅굿즈는 '칼리아'라는 여성용 액티브 웨어 브랜드를 운영하고 있다. 칼리아는 2024년 1월 '인스파이어'라는 요가복을 출시했다. 한세실업은 인스파이어의 초기 출시 단계부터 디자인, 샘플, 제작, 납품 등 전 과정에 관여했다. 액티브 웨어는 요가복과 같은 애슬레저(애슬레틱+레저)와 아웃도어 등 기능성 의류를 포함하는 분야다. 미국 액티브 웨어 시장 규모는 2027년 약 175조 원에 달할 것으로 전망된다. 한세실업은 이를 기회로 삼아 2023년 기준 19%였던 액티브 웨어 매출 비중을 30%까지 확대하는 것을 목표로 한다."

"K-콘텐트 융합 첨단 제조업 기반 다질 것"

한세실업이 장기적으로 나아갈 방향도 얘기해 줄 수 있나?

"물론이다. 미국의 글로벌 브랜드들이 주요 바이어인 만큼 현지 시장을 더욱 효율적으로 공략할 계획이다. 특히 미국 우선주의와 보호무역 정책을 전면에 내세운 트럼프 정부의 대중국 수출 압박이 한세실업에는 오히려 기회가 될 가능성이 크다. 의류 제조업은 중국발 과잉 공급과 저가 공세로 경쟁이 치열한 시장이기 때문이다. 트럼프 정부가 중국에 대한 견제와 압박을 강화할수록 국내 의류 제조사에는 호재가 될 수 있다는 얘기다. 한세실업은 이러한 기회를 놓치지 않고 자체적으로 축적해 온 첨단 IT 기술과 R&D 디자인 역량을 적극 활용해 미국 시장 공략을 겨냥하겠다. 더 장기적으로는 글로벌 ODM 제조 사업 모델을 정립해 국가와 브랜드의 경계를 넘어 협업할 수 있는 독자적 산업 생태계를 구축하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 단순히 생산 공장을 확장하거나 자동화 기계를 도입하는 것을 넘어 각 작업 구간의 효율성과 원·부자재 출납 등 공정별 데이터를 한세실업의 자체 시스템인 햄스에 연동하고 있다. 이 플랫폼에 공급망 데이터베이스를 연결하고 나아가 납품 제품의 판매 실적까지 통합하면 보다 정교한 수요 예측과 정확한 생산 계획이 가능해질 것이다. 이를 통해 완전에 가까운 산업 생태계를 구축하는 것이 한세실업의 비전이다."

개인적 목표가 있다면?

"K-패션이 여전히 주목받고 있는 가운데 'ODM 또한 K-패션이 최고'라는 인식을 세계에 확산시키는 것이다. 한세실업을 비롯한 몇몇 기업은 해외로 생산 기지를 이전하면서도 대한민국 섬유 제조업의 명맥을 이어왔다. 많은 이의 예상을 뛰어넘는 성장을 지속해 왔다. 한세실업은 베트남과 인도네시아를 넘어 과테말라, 니카라과, 아이티, 엘살바도르까지 사업 영역을 확장하면서 4만 명 이상의 글로벌 고용 창출에 기여하고 있다. 앞으로 제 커리어를 '옷을 만드는 업'에 전념하면서 섬유 제조업이 더 이상 사양산업이 아닌 K-패션과 K-콘텐트를 융합한 첨단 제조업으로 자리매김할 수 있도록 기반을 다지고자 한다. 이를 통해 다음 세대에 더 많은 일자리와 부가가치를 창출할 수 있도록 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖춘 기업으로 성장시키는 데 기여하는 것이 최종 목표다."

한세실업을 움직이는 사람들

‘현장형 리더’ 김경 대표, 섬유산업 위기 속 믿을맨

① 현장조직 두루 거친 ‘현장통’, 화학섬유 사업 포트폴리오 강화 추진

‘모든 정답은 현장에 있다’. 김경 한세실업 대표이사(사진)의 경영철학이다. 해외 영업과 생산혁신, 해외생산 법인 등 회사 내 다양한 조직을 두루 거치며 얻은 경험에서 우러난 경영철학은 섬유산업의 위기 속에서 한세실업의 사령탑을 맡게 된 배경이기도 하다. 김 대표는 취임 후 공정효율 모듈화 등 내실을 다지는데 집중해왔다. 글로벌 경기침체라는 외부환경 변화에 대응하기 위해서는 비용절감과 품질관리 등이 중요하다는 판단이었다. 다만 2024년 들어 김 대표의 경영전략에도 변화의 조짐이 읽힌다. 2025년 글로벌 경기가 연착륙할 것으로 전망하며 화학섬유 사업 포트폴리오를 강화하고 수직계열화 확립을 통한 생산역량 확대에 나설 계획이다.

현장형 리더 추구, 2023년 각자대표 맡아

한세실업은 글로벌 유명 바이어로부터 주문을 받아 OEM(주문자상표부착생산) 및 ODM(제조자 개발생산)방식으로 수출하는 글로벌 패션섬유기업이다. 소비재인 만큼 글로벌 경기에 민감하게 반응할 수 밖에 없는 사업구조를 지녔다. 2022년 이후 글로벌 스탠다드가 된 고금리 장기화는 글로벌 경기침체로 이어졌고 이는 한세실업의 사업 환경에도 부정적인 영향을 미쳤다.

시장 한파를 버텨내는 것이 가장 중요한 과제로 대두된 셈이다. 이에 한세실업은 김경 대표를 선임하고 김익환 대표와 각자대표 체제로 전환하게 된다. 위기 속에 믿을맨으로 김경 대표가 낙점된 것이다. 특히 창립 40주년을 맞아 ‘한세 2.0’이라는 새 비전이 선포된 상황이었던 만큼 현재 위기에 대처하는 것은 물론 향후 신사업 동력까지 갖춰야 하는 과제가 주어졌다. 김 대표가 한세실업의 위기 상황에서 등판한데는 그의 현장형 리더쉽이 주효하게 작용했다는 평가다. 1962년생인 그는 1986년 한국외국어대학교를 졸업 이후 섬유업계에서만 근무하고 있다. 앞서 2006년 한세실업에 합류해 약 19년 동안 다양한 현장조직을 거치며 현장형 리더로 꼽히고 있다. 그는 2006년 수출1부문 본부장을 시작으로 2011년 수출1부문 부문장, 2021년 생산혁신부문 부문장, 2022년 생산혁신부문 베트남 부문장 등을 거쳐 2023년 1월부터 한세실업 대표이사를 맡고 있다. 김 대표는 “회사 내 다양한 조직을 두루 거치며 언제나 ‘직접 현장에 들어가서 느끼고 경험하는 것이 중요하다’는 것을 깨달았다”며 “영업 조직은 시장에 직접 나가 바이어와 긴밀한 소통을 통해 유대관계를 구축해야 하며, 생산 조직은 공장과 다양한 솔루션 업체들을 직접 방문하여 기술을 검증하는 등 현장의 디테일에 집중하는 것이 성과로 이어진다고 생각한다”고 말했다.

실제 김 대표는 취임 이후 현장에서 답을 찾았다. 섬유산업 자체가 지닌 문제점을 해소하기 위해 자동화와 공정 효율화에 집중했다. 섬유산업은 노동집약적 산업으로 분류된다. 이에 개발도상국의 경쟁력 있는 임금 구조와 신입 공원을 빠르게 숙달시키는 노하우를 바탕으로 운영된다. 하지만 많은 국가에서 임금 인상, 젊은 세대의 육체 노동 기피, 인구 증가율 감소가 지속되면서 이러한 핵심 원동력을 유지하는 것이 큰 과제로 떠오르고 있다. 이 같은 문제를 해결하기 위해 자동화 기계 도입을 적극 추진하고 있다. 이를 통해 필요한 인력을 절감해 비용을 관리하고 계량과 생산량 예측의 정확도를 높이고 있다. 미숙련 노동자 배치 시에도 일관된 품질과 생산성을 유지하는 것을 최우선 과제로 추진하고 있다.

김 대표는 “각 공장에서 다양한 제품에 최신 기계와 공정을 적용해 테스트하며 그 결과를 모든 법인과 공유하고 있다”며 “향후 유사한 제품 생산 시 초기 시행착오를 줄이는 방식으로 ‘모듈화’를 추진하고 있다”고 설명했다.

김경 한세실업 대표 프로필		
출생	1962년 12월	
학력	1986년 2월	한국외국어대학교 졸업
이력	1986년~2005년	신성통상
	2006년 7월	한세실업 수출1부문 본부장(상무)
	2011년 1월	한세실업 수출1부문 부문장(전무)
	2020년 1월	한세실업 수출1부문 부문장(부사장)
	2021년 7월	한세실업 생산혁신부문 부문장(부사장)
	2022년 1월	한세실업 생산혁신부문(해외/베트남) 부문장
	2023년 1월	한세실업 대표이사 사장

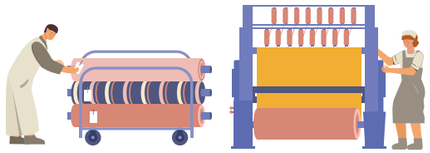
화섬 포트폴리오 강화 · 다품종 소량생산 추진 계획

김경 대표는 향후 사업 추진 계획으로 화학섬유 포트폴리오 강화와 다품종 소량생산 시스템 확립을 꼽고 있다. 패션업계 트렌드 변화에 기민하게 대처하기 위함이다. 앞서 미국 화학섬유 제조업체 ‘텍솔리니(Texollini)’를 인수하며 화학섬유 포트폴리오 강화를 위한 기반을 마련하기도 했다. 한세실업은 니트, 우븐 등 천연섬유 부문을 중심으로 성장해왔다. 텍솔리니 인수로 기능성 화학섬유 부문에도 경쟁력을 갖추며 매출 규모를 확대하고 계절성, 수량, 수요 변화의 리스크를 최소화할 것으로 전망된다. 또한 액티브웨어 등 수익성 높은 의류로 포트폴리오를 확장하겠다는 계획이다.

김 대표는 “전통적인 니트, 우븐 아이템의 개발 및 생산관리 노하우를 토대로 화학섬유에 기반한 새로운 바이어 개발과 아이템 수주를 확대해 나갈 것”이라며 “최근 시장 규모를 확대해 나가고 있는 아웃도어와 특수 기능성 의류 브랜드를 타겟팅해 기술적 차별화와 전문성을 바탕으로 안정적이면서도 수익성이 높은 사업군의 비중을 점차 확대해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

또한 최근 패션업계는 다양한 신생 브랜드의 등장과 급격한 성장 및 쇠락이 반복되면서 많은 기회를 창출하고 있다. 이 과정에서 한세실업 같은 ODM 벤더의 필수 요소로 다품종 소량생산 체제가 떠오르고 있다. 다품종 소량생산 시스템은 빠르게 변하는 시장에 기민하게 대응할 수 있고 신생 브랜드에 초기부터 생산 솔루션을 제공해 전략적 성장 파트너십을 구축할 것으로 전망된다. 한세실업은 다품종 소량생산 시스템 확립을 위해 시장 트렌드 분석 역량을 강화하고 신생 브랜드와 신규 아이템 (아웃도어, 특수 기능성 의류 등) 개발을 추진할 계획이다. 실제 내부적으로 트렌드 분석을 전문으로 하는 조직과 인력을 신설해 운영 중인 것으로 전해졌다.

김 대표는 “다양한 기능성 아이템 개발을 위한 화학섬유 R&D 및 생산 역량을 강화할 예정”이라며 “베트남과 과테말라를 중심으로 수직계열화를 확립하고 외부적으로 미국, 스페인, 일본에 R&D 오피스를 설립해 시장 변화에 대응하고 바이어와의 소통을 강화하는 창구로 활용할 계획”이라고 말했다.



한세실업을 움직이는 사람들

신수철 총괄법인장, 핵심 생산기지 '베트남' 사령탑

② 베트남 생산공정 효율화 몰두, 완전 자동화 목표

베트남은 한세실업의 글로벌 핵심 생산기지다. 2024년 기준 전체 생산량의 약 59%를 베트남 법인에서 책임지고 있기 때문이다. 베트남은 최근 몇 년간 연평균 6~7% 경제 성장률을 기록하며 빠른 성장세를 보이고 있으며 중국 생산을 대체할 중요한 제조 허브로 부상하고 있다. 이에 한세실업은 베트남에 한세TG, 한세VN, 한세TN 등 생산공장과 하노이, 다낭, 껀터 등에 생산 및 관리 법인들을 두고 있다. 각 생산법인의 사령탑을 맡고 있는 인물은 바로 신수철 베트남 총괄법인장(사진)이다. 신 총괄법인장은 생산공정 효율화를 위한 다양한 시스템을 도입해왔으며 향후 생산공정의 완전 자동화를 이루겠다는 목표를 세우고 있다.

해외 근무 20년 '해외통', 2023년 베트남 사령탑 중책 맡아

신 총괄법인장은 해외 전문인력이 다수 포진한 한세실업 내에서도 해외통으로 꼽히는 인물이다. 1969년생인 그는 부산외국어대학교 스페인어학과를 졸업한 뒤 대신통상에서 사회생활을 시작했다. 신 총괄법인장은 2000년 한세실업에 합류한 뒤 20년 넘게 해외법인 경력을 쌓아왔다. 2004년 니카라과 법인 공장장을 시작으로 2012년 니카라과 법인장, 2016년 본사 해외지원본부 부본부장, 2019년 베트남 TG법인장 등을 거쳤다. 2023년 3월 한세실업 베트남 총괄법인장을 맡아 현재까지 이끌고 있다.

베트남 총괄법인장은 베트남 내 주요 생산 및 관리 법인들을 통합관리한다. 큰 틀에서 각 생산법인의 특성과 역할에 맞춰 효율적으로 운영될 수 있도록 지원하는 역할이다. 세부적으로 지능형 행거 시스템(Hanger Line), AGV(자동 무인 운반 차량), 자동 박스 머신, 등 첨단화된 자동화 기계 및 장치들의 도입을 생산 공정에 적용시킬 수 있게 유도하고 있다. 특히 중앙 집중형 관리 플랫폼인 'HAMS 시스템'과 완성 제품 관리 RFID와의 연계 및 품질 관리 시스템(QCS)을 통한 실시간 모니터링으로 불량률을 낮춰 주요 글로벌 고객사에 일관된 품질의 제품을 제공하는데 주력한다. 여기에 베트남 시황 분석을 통한 중장기 전략을 수립한다.

신 총괄법인장이 취임 이후 가장 집중한 부분은 생산공정의 효율화다. 이를 위해 린(Lean) 생산방식 안착에 공을 들이고 있다. 린 생산방식은 과거 일본의 '도요타자동차'가 창안한 생산방식으로 기존의 수공업적 생산방식에서 나타나는 원가상승 및 대량생산 문제를 해소하기 위한 방법이다. 숙련 기술자들의 편성과 자동화 기계 사용으로 비용은 줄이고 생산성은 높이는 것이 목적이다. 이에 더해 카이젠(Kaizen) 제안 시스템 강화도 신 총괄법인장이 집중한 부분이다. 카이젠은 모든 기능을 지속적으로 개선하고 CEO부터 조립 라인 작업자까지 모든 직원이 참여하는 비즈니스 활동을 가리키는 개념이다. 조직 경계를 넘어 공급망으로 이어지는 구매, 물류등의 프로세스에도 적용되고 있다.

신 총괄법인장은 "직원들이 공정 개선 아이디어를 자발적으로 제안할 수 있도록 Kaizen 제안 시스템을 적극 장려하고 있다"며 "성과가 인정된 제안에 대해서는 인센티브와 함께 직무 프로모션의 기회를 제공해 회사 내에서의 성장 가능성과 동기부여를 강화하고 있다"고 말했다.

신수철 한세실업 베트남 총괄법인장 프로필		
출생	1969년 2월	
학력	부산외국어대학교 스페인어학과 졸업	
이력	1995년~2000년	대신통상
	2000년 10월	한세실업 본사 영업부 과장
	2004년 10월	한세실업 니카라과 법인 공장장
	2012년 5월	한세실업 니카라과 법인 법인장
	2016년 4월	한세실업 본사 해외지원본부 부본부장
	2019년 4월	한세실업 베트남 TG법인 법인장
	2023년 3월~현재	한세실업 베트남 총괄법인장

생산공정 스마트팩토리 구축, 완전 자동화 목표

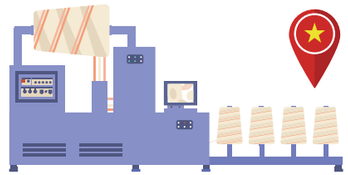
신수철 베트남 총괄법인장은 생산공정의 스마트팩토리 구축을 통해 완전 자동화에 나서겠다는 목표를 세웠다. 앞서 도입한 지능형 행거 시스템과 자동 무인 운반 차량, 자동 박스 머신 등에 더해 공정 자동화를 가속화해 인력 의존도를 낮추기 위함이다.

자동화는 베트남 섬유 산업의 인력 변화 대응하기 위한 필수 전략으로 자리잡고 있다. 현재 베트남에서는 제조업 인력이 서비스업으로 이탈하는 추세가 지속되고 있고 인력 부족 해결을 위한 대안으로 자동화가 떠오르고 있다는 설명이다.

한세실업 베트남은 최근 생산 공정의 스마트팩토리 구축을 목표로 메카트로닉스 엔지니어 팀을 신설하기도 했다. 메카트로닉스 팀은 자체 시스템 개발을 통해 공정 자동화를 가속화하고 지그(Jig)의 고도화와 3D 지그 개발을 통해 작업자의 편의성과 생산성을 높이는 데 집중할 예정이다. 지그는 똑같은 작업을 반복해서 대량생산하는 부품을 일정한 위치에 놓고 고정시킨 후 반복작업을 보조하는 역할을하는 자동화 설비의 일환이다.

신 총괄법인장은 "전 공정에 걸쳐 지그(Jig)를 적용함으로써 정밀한 작업이 가능하도록 지원하고 생산효율성을 극대화한 완전 자동화를 목표로 나아가고 있다"며 "이를 통해 인력 의존도를 낮추고 생산성을 높이는 동시에 글로벌 경쟁력도 강화할 계획"이라고 밝혔다. 다만 공정 자동화와 동시에 로컬화 전략을 통한 인력 교육도 강화해 운영 효율성도 제고한다. 해외법인은 현지화 전략을 통한 인재유치도 중요한 과제로 꼽힌다. 신 총괄법인장은 베트남 내 관리자의 교육 강화, 현지 인력의 역량을 높이기 위한 맞춤형 교육 프로그램을 운영할 예정이다. 외부적으로 장학금지원, 도서기부 등 지역사회와의 협력도 강화한다.

신 총괄법인장은 "사회공헌 활동과 내부 역량 강화는 한세실업이 현지기업으로 입지를 확고히 하고 직원과 지역사회와 함께 나아가기 위한 필수적 조치"라며 "지역사회와의 협력 및 현지 직원의 복지 강화 활동도 지속적으로 확대할 예정"이라고 말했다.



한세실업을 움직이는 사람들

정순영 총괄법인장, 중미 수직계열화 최우선 과제

③ 미국 공략 교두보 중미 총괄, 원사-원단 일괄 생산공정 구축 지원

한세실업 중앙 아메리카 법인은 니카라과와 과테말라, 아이티, 엘살바도르 등 4개국에 걸쳐 생산기지를 설립해 운영되고 있다. 중미 생산기지의 중요도는 최근 미국 니어쇼어링(미국 인접국으로의 생산기지 이전) 경향이 심화되며 더욱 높아지고 있다. 특히 미국 수출 비중이 대부분인 한세실업은 중미 지역에 대규모 투자를 단행하며 수직계열화에 속도를 붙이고 있다.

미국 시장 공략의 교두보인 중미 지역을 총괄하는 인물은 정순영 중미 총괄법인장(사진)이다. 정 총괄법인장은 중미 생산기지에 과학적 생산 관리 시스템을 도입해 봉제 생산능력을 키우는 데 집중해왔다. 현재 진행 중인 원사-원단 일괄 생산공정 구축을 통해 중미 수직계열화 완성을 최우선 과제로 삼고 있다.

2016년 이후 중미 총괄 맡아, 생산관리 시스템 고도화

한세실업의 중미 지역 진출은 오히려 베트남(2001년)보다 앞선 1998년에 이뤄졌다. 당시 미국시장 수출에 있어서 지리적으로 가깝고 인건비가 저렴한 니카라과에 진출했다. 니카라과 생산법인은 지난해 상반기 기준 90개 라인에 약 3000만장의 완제품을 생산하는 대규모 공장으로 성장했다. 이후 2005년 9월 과테말라, 2017년 아이티 등으로 생산기지를 확장해왔다. 지난해 엘살바도르까지 진출하며 향후 액티브웨어 생산기지 확보를 위한 토대를 닦고 있다.

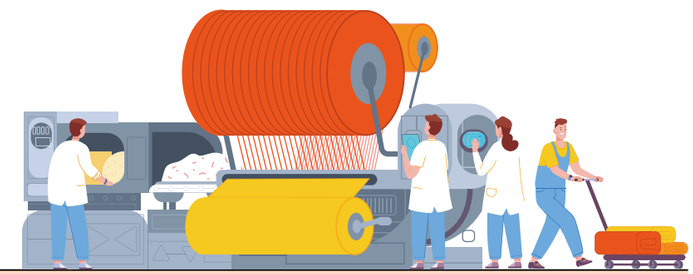
정 총괄법인장은 한세실업 중미총괄법인장 자리를 약 9년 동안 맡고 있는 '중미통'으로 평가된다. 1967년생인 그는 1991년 신성통상에서 사회생활을 시작했다. 인도 뭄바이 지사장, 베트남 법인장, 수출부문장 등 해외 경력을 쌓고 2008년 한세실업에 합류했다. 한세실업에서는 영업부서장과 LI & FUNG 영업 부본부장을 맡아 영업 역량까지 갖추게 된다. 이후 2016년 중미총괄법인장을 맡아 현재까지 이끌고 있다. 그는 2016년 중미총괄법인장으로 부임한 이후 중미 지역의 공정관리 시스템을 개선하는 데 집중하고 있다. 인건비 비중이 큰 봉제산업의 특성상 공정관리 효율화는 비용절감에 효과적인 접근법으로 평가된다. 생산 기술진의 경험에 의존하는 것이 아닌 데이터 분석에 근거한 생산관리가 가능해지기 때문이다. 이에 SFC(Shop Floor Control)를 도입해 생산라인에 접목했다. SFC는 생산 라인에서 발생한 데이터를 활용해 작업 지시나 작업장의 정보상태를 관리하는 시스템이다. 작업자 개개인의 작업량 확인 및 예정업무 등을 관리해 생산 과정 전반의 생산량을 향상시키는 효과가 있다.

정 총괄법인장은 "미국 애틀랜타에서 진행된 섬유 기계 소프트웨어 박람회에서 미국, 영국의 선진화 생산 관리시스템인 'Shop Floor Control 시스템'을 접했다"며 "이후 산업 엔지니어링에 기초한 관리 방식을 채택하고 이를 보급, 확대하는 전략을 꾸준히 전개하고 있다"고 말했다.

중요도 높아진 중미 지역, 수직계열화 최우선 과제

최근 들어 한세실업 내 중미 생산기지의 위상이 높아지고 있다. 당초 한세실업의 최대 생산기지는 베트남 법인이었다. 다만 코로나 팬데믹이 한창이던 2021년 베트남 호치민에 락다운 조치가 내려지며 생산 및 물류에 큰 차질을 맞았다. 이에 한세실업은 중미 생산기지를 키워 지역간 불균형을 개선하고 있다. 또한 니어쇼어링(미국 인접국으로의 생산기지 이전)의 전초기지로도 중미 지역의 중요도는 높아지고 있다. 한세실업은 매출의 90% 이상을 미국에 의존하고 있어 니어쇼어링의 필요성이 큰 편이다. 현재 중미 지역에는 봉제생산시설만 갖추고 있지만 향후 원단생산시설까지 확대해 수직계열화를 완성할 계획이다. 한세실업은 2022~2026년까지 약 3억 달러를 투자해 원사에서 원단까지 모두 생산하는 중미 수직계열화에 집중할 방침이다. 올해 4분기 과테말라 에코스핀 1공장이 오픈하면 중미 수직계열화 성과가 가시화 될 것으로 보인다.

정 총괄법인장은 "과테말라 지역에 세계 최초의 'All in one complex(수직계열화)' 프로젝트를 진행하고 있다"며 "해당 프로젝트의 완성을 통해 원사, 원단 생산 공정을 한 곳에 집중해 경쟁력 우위를 구현하겠다"고 밝혔다.



정순영 한세실업 중미 총괄법인장 프로필		
출생	1967년	
이력	1991년~2008년	신성통상(인도 뭄바이 지사장, 수출부문장, 한세실업 영업부서장)
	2008년	한세실업 영업부서장
		한세실업 LI&FUNG 영업 부본부장
	2016년~현재	한세실업 중미 총괄법인장

한세실업을 움직이는 사람들

이향미 칼라앤터치 대표, 원단사업 투트랙 전략 주도

④ 바이어 출신 R&D 전문가, 화섬원단 개발 집중

칼라앤터치는 한세실업의 원단사업을 총괄하는 계열사다. 베트남 생산공장, 원단개발사 등을 자회사로 편입하며 한세실업의 원단 경쟁력을 키우고 있다. 지난해 설립 10년차를 맞은 칼라앤터치는 화학섬유로 원단 포트폴리오를 확대하는 데 집중하고 있다. 제2의 도약을 앞둔 칼라앤터치의 수장은 이향미 칼라앤터치 대표(사진)다. 이 대표는 칼라앤터치를 단순히 원단을 판매하는 회사에 그치지 않고 원단을 통해 트렌드를 주도하는 회사로 키우겠다는 방침이다. 고유 원단 개발에 속도를 내고 화학섬유 생산 능력을 갖춰 시장 입지를 견고히 할 계획이다. 이를 통해 2030년까지 매출 5억 달러를 달성하겠다는 목표를 세웠다.

바이어 출신 R&D 전문가, 유럽 등 바이어층 확대 주력

원단사업은 각 바이어(상품 구매자)의 요구에 최적화된 원단을 제공하는 것이 중요하다. 특히 한세실업처럼 주문자가 기획, 개발, 설계 등을 모두 맡던 OEM(주문자상표부착생산) 방식에서 벗어나 디자인 설계부터 완성까지 제조사가 맡는 ODM(제조자 설계 및 디자인 생산) 방식으로 넘어가는 제조사일수록 기술과 디자인 개발(R&D)의 중요도는 높아진다.

이 대표는 바이어 출신 R&D 전문가로 바이어의 니즈를 적시에 파악해 개발해내는 적임자로 평가된다. 그는 1991년 연세대학교를 졸업한 이후 2010년 한세실업에 합류하기 전까지 전 리복 바잉 에이전트, 월마트 바이어 및 월마트 글로벌 소싱 오피스, 리앤펑코리아 콜스부문 총괄 등 바이어 경력을 쌓아왔다. 이후 한세실업 R&D본부에서 2022년까지 근무하며 한세실업 R&D 역량을 고도화하는데 기여했다. 과거 한세실업은 ODM 방식으로 전환을 꾀하며 R&D본부를 설립했다. 단순 의류봉제가 아닌 자체 원단 개발과 디자인까지 바이어에 제시하기 위함이다. 바이어마다 원하는 디자인이 다른 만큼 이 대표의 바이어 경력이 R&D 조직과 맞물려 자연스럽게 녹아들었다. 2022년 원단사업을 펼치는 칼라앤터치 대표를 맡아 또 한번 바이어층 확대에 주력하고 있다.

이 대표는 "각 바이어의 요구에 최적화된 원단 개발과 제안을 통해 매 시즌 패션 업계에서 새로운 원단 오더의 적중률을 꾸준히 높이고 있다"며 "이러한 맞춤형 원단 개발은 바이어의 니즈를 반영해 더욱 정교한 소재를 제공하며 글로벌 패션 트렌드에 발맞춰 변화하는 시장 요구에 기민하게 대응하는 데 중점을 두고 있다"고 설명했다.

최근 바이어들이 재고 부담을 줄이기 위해 오픈 투 바이(상품의 초과 주문 및 미달 방지를 위한 상품흐름 추적시스템) 방식과 단기 납기 위주의 주문을 늘리고 있다. 예측과 계획을 기반으로 한 생산 역량이 더욱 중요해진 셈이다. 이에 칼라앤터치는 예측 생산 체계를 강화해 단기 납기 오더에도 신속하게 대응할 수 있는 시스템을 구축해 경쟁력을 높이고 있다. 칼라앤터치는 바이어층 확대에도 주력하고 있다. 한세실업의 주요 바이어는 미국의 대형 브랜드(Gap, Old Navy, Target, Carhartt, Kohls, VF, Aero 등)에 집중되어 있다. 이에 매출의 대부분도 미국 수출에서 발생하고 있어 다변화 필요성은 충분한 상황이다.

이 대표는 "향후 유럽의 패스트 패션 바이어와 일본 바이어로 확장해 시장 다변화를 추진할 계획"이라며 "이를 지원하기 위해 BI(비즈니스 인텔리전스) 팀을 신설해 시장 정보 분석 및 전략적 홍보 활동을 강화하고 새로운 시장에 대한 이해를 높이고 있다"고 말했다.

베트남·중미 생산기지 투트랙, 2030년 매출 5억 달러 목표

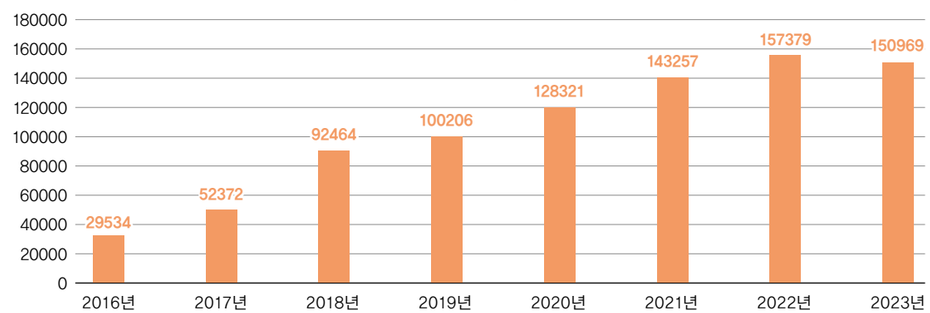
이 대표는 2030년까지 칼라앤터치 매출을 5억 달러까지 키우겠다는 목표다. 칼라앤터치는 설립 이후 꾸준히 매출 성장세를 기록하고 있다. 2016년 약 295억 원이었던 매출은 2023년 1509억 원까지 5배 이상 불어났다. 칼라앤터치는 2024년에도 역대 최대 매출 경신이 예상된다. 지난해 3분기 기준 칼라앤터치 매출은 1310억 원으로 2023년 3분기(1210억 원), 2022년 3분기(1151억 원) 매출을 이미 넘어선 상황이다. 매출 5억 달러 청사진은 멀티 생산기지를 기반으로 한 포트폴리오 확장을 통해 실현할 계획이다.

이 대표는 "2멀티 생산기지를 기반으로 2030년 5억 달러 매출 달성을 목표로 삼고 있다"며 "면과 화학섬유를 아우르는 생산능력을 갖춰 미국 시장 경쟁력을 강화하고 액티브웨어 바이어군을 확대해 시장 입지를 견고히 하겠다"고 말했다.

칼라앤터치는 베트남과 중미(과테말라)에 원단 생산기지를 두고 있다. 베트남 생산기지는 다양한 원단 생산과 바이어 맞춤형 생산시스템을, 중미 생산기지는 고품질 화학섬유 원단과 액티브웨어 레깅스 전용 원단 개발에 집중하고 있다. 이에 더해 2026년 가동 목표로 확장 중인 과테말라 생산기지는 면과 화학섬유를 동시에 생산하는 공장으로 건설 중이다. 과테말라에 건설 중인 원단 공장이 완공되면 아시아에서 중미에 이르는 글로벌 생산 기반을 확보하게 된다.

이 대표는 "칼라앤터치는 단순히 원단을 판매하는 회사에 그치지 않고 패션의 시작을 고민하며 나아가 트렌드를 주도하는 원단 회사가 되기 위해 노력하고 있다"며 "고객이 원단의 매력에 이끌려 옷을 선택하도록 차별화된 원단을 개발하고 자체 브랜드를 런칭해 업계에 독창적인 입지를 구축하겠다"고 포부를 밝혔다.

칼라앤터치 매출액 변동 추이



한세실업을 움직이는 사람들

김태훈 법인장, 친환경 생산기지 구축 조력자

⑤ '친환경 공장' C&T Vina, 이산화탄소 배출 '제로' 목표

섬유산업의 친환경적 접근은 이제 선택이 아닌 필수가 되고 있다. 선진국의 친환경 규제와 글로벌 기업들의 친환경 상품 납품 요구 등이 늘고 있기 때문이다. 특히 한세실업 같이 수출 비중이 큰 기업에서는 친환경 행보에 더 적극적일 수 밖에 없다. 이에 한세실업도 글로벌 생산기지를 친환경 공장으로 변화시키고 있다.

한세실업의 대표적인 친환경 생산기지는 C&T Vina이며, 김태훈 C&T Vina 법인장(사진)이 지난해 초부터 이끌고 있다. C&T Vina 생산과정에서 탄소배출, 용수, 전기사용 등을 절감시키는 데 집중하고 있다. 특히 신규 오픈 준비 중인 3공장은 이산화탄소 배출 제로를 목표로 설비투자를 진행하고 있다.

지속가능 생산방식 연구, 친환경 공장 가속화

1970년생인 김 법인장은 20년 넘게 한세실업에 근무하며 글로벌 생산기지를 두루 걸친 베테랑이다. 1997년 인하대학교 섬유공학과를 졸업한 뒤 최신물산 원단사업부에서 사회생활을 시작했다. 2000년 한세실업에 입사해 사이판 근무, 니카라과 법인장, 호치민 GAP 영업 부본부장 등을 거쳐 지난해 3월부터 C&T Vina 법인을 이끌고 있다.

김 법인장은 "세계적으로 강조되고 있는 친환경 트렌드에 발맞춰 생산 과정에서의 탄소 배출, 용수, 전기 사용을 대폭 절감해 지속가능한 성장 방법을 연구하고 있다"며 "최초의 친환경 생산 공장이라는 타이틀에 그치지 않고 리딩 할 수 있는 법인을 만들기 위해 새로운 설비와 기술에 대한 연구 및 투자를 할 예정"이라고 밝혔다.

C&T Vina는 현재 1, 2공장이 가동 중이며 지난해 말부터 3공장을 신규 운영할 예정이다. C&T Vina가 친환경 생산기지로 꼽히는 데는 친환경 설비 투자에 아낌없는 투자를 집행하기 때문이다. 추가 설비 비용을 감수하고도 1,2 공장에 에코 염색기와 정수 시스템을 도입한 것이 대표적이다. 에코 염색기는 기존 염색기 대비 2배 이상의 고가로 알려졌다.

기존 염색기는 고압, 상압 둘 중에 한가지 방식으로만 사용할 수 있지만 에코 염색기는 고압과 상압 방식을 동시에 진행할 수 있어 물 사용량을 절감하는 효과가 있다. 실제 물 절감량은 2021년 14만 4909톤에서 20만 3208톤으로 늘어났다. 동시에 전기와 스팀 사용량도 각각 16%, 18% 절감할 수 있다는 설명이다.

정수 시스템은 현재 2공장에서 가동 중이며 추후 1공장에도 R/O 시스템 도입을 검토 중이다. 정수 시스템을 통한 물 사용량 절감량은 2021년 9만153톤, 2022년 14만9689톤, 2023년 17만2872톤 등으로 증가하고 있다. 정수 시스템이 도입된 3공장이 연말부터 운영되면 일 최대 3000톤의 정수가 가능할 것으로 예상된다. C&T Vina는 친환경 연료 사용도 확대할 계획이다. 기존 석탄 연료에서 바이오매스 연료로 전환하기 위해 바이오매스 보일러를 도입했다. 베트남에서 연간 생산되는 800만톤의 왕겨를 펠렛화해 연료로 사용해 탄소배출량을 급격히 줄였다. 기포형 유동층 보일러 방식을 도입해 탄소 배출 절감 효과가 극대화됐다는 설명이다.

김 법인장은 "현재 1,2 공장은 75% 친환경 연료를 사용하고 있고 신규 오픈 예정인 3공장은 100% 바이오매스 연료를 사용해 보일러를 가동할 예정"이라며 "최종적으로 이산화탄소 배출 '제로'를 목표로 하는 설비 투자를 진행하겠다"고 포부를 밝혔다.

'친환경·생산품질' 두마리 토끼 잡겠다

김 대표는 친환경 생산기지 구축과 동시에 생산성과 품질 개선에 집중할 계획이다. 수익성 측면에서 보자면 친환경은 비용을 증가시키는 요인이다. 생산성과 품질을 개선할 수 있다면 오히려 친환경 생산기지에서 나온 고품질의 상품임을 전면에 내세울 수 있다.

C&T Vina는 린 시스템을 통해 원단 생산 전 과정의 효율성을 극대화하고 있다. 숙련 기술자들의 편성과 자동화 기계 사용으로 비용은 줄이고 생산성은 높이는 방식이다. 제품의 운반 속도를 개선하기 위해 각 공소별로 불필요한 낭비 동작을 줄여 시간을 절약하고 운반 장비들을 재배치해 생산 흐름도를 변경했다. 이를 위한 추가 자동화 기술과 설비 도입도 검토하고 있다.

품질개선을 위한 인적관리에도 공을 들이고 있다. 김 법인장은 최근 현장에서 일하는 인원들이 보다 나은 환경에서 근무할 수 있도록 현장 온도를 낮출 수 있는 방안으로 무동력 벤틸레이터를 설치했다. 실제로 현장 온도가 약 2–3도 떨어지고 습도도 낮아져 생산 효율성 증대로 이어질 것으로 기대하고 있다.

김 법인장은 "앞으로 더 높은 품질, 더 높은 생산성을 꾀하기 위해서는 깊이 있는 연구가 필요하며 적합한 시스템 도입을 제안하기 위한 현장과의 소통을 지속할 것"이라며 "새로운 시각에서 현장을 바라보며 지속적으로 품질, 생산성 두 마리 토끼를 모두 놓치지 않을 예정"이라고 말했다.

한세실업을 움직이는 사람들

이송희 본부장,
준법활동에 ESG까지 챙기는 관리자

⑥ 위구르 강제 노동금지법 등 법적 이슈 선제대응, ESG활동 지원

기업들은 국제 및 국내 법규가 강화됨에 따라 적합한 프로세스, 절차, 정책을 도입하여 법규 준수를 강화하고 있다. 위법 행위로 인한 손해 배상 및 이미지 손상 등의 비용과 위험은 기업에 막대한 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

한세실업은 글로벌 각지의 바이어(상품 구매자)들을 대상으로 사업을 전개하는 만큼 준법활동의 중요도가 높다. 이에 컴플라이언스 본부를 두고 준법활동을 관리 감독하고 있다. 컴플라이언스 본부를 이끄는 인물은 이송희 본부장(사진)이다. 이 본부장은 준법활동에 더해 회사의 ESG활동까지 지원하는 관리자 역할을 맡고 있다.

영업에서 컴플라이언스 전환, 24년째 법적 리스크 최소화

1962년생인 이송희 본부장은 고려대학교 영문학과를 졸업한 뒤 영업으로 사회 경력을 시작했다. 1985년 무역회사 PBMS에 입사해 16년 동안 영업MD로 근무했다. 그가 컴플라이언스 업무로 눈을 돌린 것은 2001년부터다.

영업과는 다른 성격의 컴플라이언스 업무에 새롭게 도전한 이 본부장은 이제는 24년차의 베테랑 준법감시인이 됐다. 이 본부장은 2010년 한세실업으로 자리를 옮긴 후에도 컴플라이언스 업무만을 맡아왔으며 현재 컴플라이언스 본부를 이끌고 있다.

컴플라이언스 본부의 주요 역할은 미국, 유럽, 일본 등 고객사 바이어들이 요구하는 사회 및 환경 관련 규정을 비롯해 제품을 생산하는 국가의 현지 법규 준수 사항을 관리 감독하는 것이다.

글로벌 생산기지를 보유하고 있는 한세실업은 생산 국가의 현지 노동법과 환경법, 소방법과 같은 국가적 규범을 철저히 준수해야 한다. 최근 준법활동은 경영 전반에 영향을 미치는 요소다. 단순히 법적 비용 증가를 회피하는 것 뿐아니라 실제 매출 등 경영지표에도 영향을 주기 때문이다. 대표적인 사례로 위구르 강제 노동금지법이 꼽힌다.

위구르 강제노동방지법은 중국의 신장위구르자치구에서 채굴·생산·제조된 모든 상품을 강제노동에 의해 생산됐다고 추정해 미국 내 수입을 금지하는 법이다. 앞서 언론과 인권단체들이 중국의 신장 지역에 세워진 직업기술교육 훈련센터가 소수민족을 구금해 강제노동을 시키고 있다고 주장해왔다. 이에 2021년 12월 바이든 대통령이 법안에 서명해 2022년 6월21일부터 시행됐다. 위구르 강제노동방지법은 신장 지역에서 전부 또는 일부라도 생산된 상품은 원칙적으로 미국 반입을 금지하고 있다. 미국 매출이 90%에 육박하는 한세실업에 있어 법을 위반하는 순간 매출에 타격을 입을 수 있는 셈이다.

이 본부장은 "미국의 신장위구르 강제노동방지법과 같은 새로운 법이 제정되면 컴플라이언스 본부가 가장 먼저 대응하고 있다"며 "위법 행위로 인해 기업에 막대한 영향을 미칠 수 있기 때문에 컴플라이언스 관리를 통해 법적 위험 요소를 최소화하는 데 집중하고 있다"고 말했다.

ESG성과 관리, 프로세스 내재화 목표

한세실업 컴플라이언스 본부는 준법감시 외에 ESG 활동을 지원하는 역할도 담당하고 있다. 이 본부장은 생산 현장의 근로 조건, 친환경 활동, 사회 공헌 활동에 관한 바이어 규정을 교육 및 모니터링 불이행 요소가 발생하지 않도록 사전 점검을 수행하고 있다. 한세실업은 미국, 베트남, 미얀마, 인도네시아, 니카라과, 과테말라, 아이티 등 9개국 20개 법인, 10개 해외 오피스를 운영하고 있다. 현지 인력들이 근무를 하고 있는 만큼 지역사회활동에도 힘을 쏟고 있다.

니카라과 현지 자원봉사 단체를 지원해 장애 아동을 돌보고, 마사야 지역 사회에 나무심기 프로젝트를 진행하고 있다. 과테말라에서는 봉제기술 관련 수업을 진행해 지역주민에 일자리를 제공하고 있다. 이런 활동을 지원하는 것 역시 컴플라이언스 본부의 역할이다. 또한 ESG경영에 적극적인 글로벌 바이어들에게 ESG활동은 파트너를 평가하는데 중요한 부분이다. 한세실업은 주요 고객사인 갭(Gap)에서 P.A.C.E.(Personal Advancement & Career Enhancement)를 도입해 여성 근로자 경력 향상을 지원하고 있다. 11년 전 한세 베트남 법인을 시작으로 니카라과, 아이티, 인도네시아, 과테말라 법인 등이 참여하고 있다.

이 본부장은 "상장회사인 한세실업에게 ESG관리가 중요한 투자지표로 활용되고 있는 만큼 이를 체계적으로 관리하는 것이 필수적"이라며 "컴플라이언스 본부는 앞으로 ESG 프로세스를 내재화하는 목표를 세우고 있다"고 말했다.

한세실업을 움직이는 사람들

‘해외수출 선봉’ 차석만 본부장, **핵심 바이어 매출 증대 견인**

⑧ 30년 외길 영업 전문가, GAP 브랜드 매출 확대 주력

의류제조기업인 한세실업은 글로벌 유명 브랜드 타겟(TARGET), 올드네이비(OLD NAVY), 갭(GAP), 월마트(WAL-MART), 핑크(PINK), 에이치앤엠(H&M) 등을 주요 고객사로 두고 있다. 4개의 영업부문을 두고 각 영업 부서의 팀별로 고객을 나누어 제품을 수주하는 방식이다.

차석만 한세실업 수출5본부장(사진)은 다양한 브랜드 중에서도 갭 브랜드를 대상으로 영업을 펼치고 있다. 갭 매출이 적었던 시절부터 밀착 영업을 실시해 한세실업을 갭의 전략적 벤더로 자리매김시킨 인물이다.

1995년 한세실업 입사, 30년 외길 영업 전문가

한세실업의 영업조직은 각 부서별로 개별 상담을 통해 주문을 받아 국내외 협력 업체에서 원단을 생산하거나 해외로부터 원단을 구입한 후 이를 해외 현지법인으로 송출하고, 해외 현지법인에서 의류를 완성해 판매하는 일을 한다. 특히 특정 브랜드와 오랜 기간 영업관계를 이어가는 특성상 단순히 판매에만 그치지 않는다. 샘플제작을 시작으로 고객상담, 원단생산 및 원단구입, 제품생산, 검사, 포장, 출고에 이르기까지 판매의 전 과정에 참여해 고객사의 니즈를 반영하는 연결고리 역할을 하고 있다.

차 본부장은 한세실업에 입사한 뒤 30년 동안 영업 경력을 쌓아온 전문가로 평가된다. 1969년생인 그는 서울시립대학교 경영학과를 졸업하고 1995년 한세실업에 입사해 사이판에서 근무를 시작했다. 이후 다양한 고객사 영업팀을 두루 거치게 된다.

1997년 리앤펑 영업팀을 시작으로 2002년 월마트 영업 부서장을 맡으며 영업 경력을 이어갔다. 2008년 베트남 TN 법인장을 거쳐 2010년부터 갭 영업부서장으로 근무하며 갭 브랜드와 연을 맺었다. 2016년 수출 5본부 본부장을 맡고 나서도 갭을 주력 영업 대상으로 삼아 현재까지 매출 증대에 힘쓰고 있다.

차 본부장은 “2010년 갭 영업 부서장을 맡았을 당시 해당 부서는 3900만달러라는 비교적 적은 매출을 기록하고 있었다”며 “회사의 성장 전략에 맞춰 갭의 전략적 벤더로 자리매김하고, 최고의 매출을 올리는 벤더가 되기 위해 매출 증대 방안을 지속적으로 모색했다”고 말했다.

GAP과의 10년 인연, 전략적 파트너 우뚝

한세실업은 지난해 5월 미국 샌프란시스코의 갭 본사에서 열린 행사에서 ‘2024 올해의 공급업체’상을 수상했으며 그 자리에는 차 본부장이 김경 한세실업 대표와 함께 참석했다. 한세실업은 1991년부터 갭 브랜드 의류를 생산해왔지만 올해의 공급업체로 선정된 것은 2024년이 처음이었다. 올해의 공급업체로 선정된다는 것은 그만큼 많은 물량을 한세실업이 생산하고 있다는 의미다. 실제 갭을 전담하는 수출5본부의 매출이 한세실업 전체 매출에서 차지하는 비중은 34%에 이른다.

차 본부장은 갭의 전략적 공급업체가 되기 위해 영업뿐아니라 바이어 전반에 걸친 기본적인 요소들을 점검하고 집중해왔다. 이를 위해 가장 기본적인 컴플라이언스부터 재점검하고 품질과 공급망 운영팀(Supply Chain Operations Team) 등의 요소들을 재정비했다. 또한 기존 공급업체들이 진출했다가 철수한 중미 시장에서 승부를 걸기로 결정했다. 과테말라를 시작으로 니카라과까지 생산기지를 확장하며 중미에서 갭 브랜드를 가장 많이 생산하는 공급업체가 됐다. 동시에 타 공급업체와 차별화를 두기 위해 새로운 기능성 의류 개발에도 집중했다. 이에 현재는 갭의 기능성의류 카테고리에서 한세실업이 주요 매출을 담당하는 공급업체로 자리매김하고 있다.

한세실업의 갭 매출은 2010년 3900만 달러에서 2022년 4억 8000만 달러까지 볼륨을 키웠다. 2023년과 2024년 미국 패션 시장이 불황이던 시절에도 갭을 고객사로 두며 비슷한 수준의 매출을 유지하기도 했다.

차 본부장은 “지난 5월 ‘2024 올해의 공급업체’상을 수상하며 명실상부한 갭(GAP)의 전략적 파트너가 됐다”며 “앞으로도 갭의 매출 비중을 늘리기 위한 다양한 전략과 활동을 통해 비중을 확대해 갈 계획”이라고 말했다.

한세실업을 움직이는 사람들

폴 파사반트 팀장, 현지 디자인 접목 '키맨'

⑦ 현지-본사 디자인 소통 중책, 디자인 기술 고도화 집중

한세실업은 글로벌 유명 의류 브랜드로부터 주문을 받아 ODM(제조자 개발생산)·OEM(주문자 상표부착 생산) 방식으로 의류를 제조해 수출하는 패션 기업이다. 해외 바이어(상품 구매자)들은 생산자의 디자인 능력이 중요한 ODM 구매를 늘리는 추세로 한세실업도 디자인 역량 강화에 공을 들이고 있다.

Paul Passavant(폴 파사반트) 한세실업 뉴욕 디자인 오피스 팀장(사진)은 디자인 역량 강화의 최전선에서 활약하는 인물이다. 뉴욕 디자인 오피스는 디자인을 총괄하는 R&D본부 산하 조직으로 미국 현지의 디자인을 가장 발빠르게 접해 현지 바이어와 소통하는 중책을 맡고 있다.

숙련된 디자인 전문가, 현지 바이어 디자인 소통 중책

파사반트 팀장은 패션과 섬유 분야에서 다양한 경험을 쌓은 디자인 전문가로 평가된다. 1985년생인 그는 'International Academy of Design and Technology'에서 디자인 교육을 받았다. 졸업 후 도매 직물 및 섬유 무역 등 업무로 사회생활을 시작해 섬유산업에 대한 이해도를 키웠다. 이후 디자인 분야로 전향해 가죽과 고급 모피를 전문으로 하는 신진 디자이너들과 함께 일하면서 고급 소재를 다루는 전문 지식을 쌓아왔다.

2011년 본격적으로 디자인업무를 담당하기 위해 한세실업에 입사해 어시스턴트 디자이너로 근무했다. 2017년에는 한세실업의 디자인 개발을 총괄하는 R&D 본부 내 디자인팀으로 자리를 옮겨 디자인 경력을 이어갔다.

이후 한세실업 뉴욕 디자인 오피스 팀장을 맡아 2021년부터 현재까지 바이어와의 디자인 소통을 맡고 있다. 뉴욕 디자인 오피스는 본사와 현지 바이어 사이에 가교 역할을 하는 디자인 전문 조직이다. 월마트 등 주요 바이어를 담당해 그들이 요청하는 디자인 업무를 수행하고 시즌별 신규 디자인과 그래픽을 개발하는 역할을 한다.

파사반트 팀장은 "뉴욕 오피스에서 개최하는 시즌별 디자인 회의를 통해 바이어들과 직접 소통하며 즉각적인 피드백을 얻고 최신 트렌드와 고객 기대에 맞춘 솔루션을 제안하고 있다"며 "지역 내 주요 바이어들과의 가까운 거리는 더욱 견고한 관계를 구축하고 그들의 니즈에 신속하게 대응할 수 있는 이점을 제공해준다"고 설명했다.

뉴욕 디자인 오피스는 한세실업 내 유일한 현지 디자인 오피스다. 패션산업의 중심지인 뉴욕에 위치한 만큼 국내의 디자인 조직과 현지 바이어를 연결하는 디자인 허브 역할을 맡고 있다. 이처럼 전략적 위치를 차지하는 조직인 만큼 단순 디자인 개발을 넘어 본사 디자인 및 영업팀에서 요청하는 실시간 마켓 리서치와 샘플 구매 등도 진행하고 있다.

한세실업이 현지 오피스까지 설립하며 디자인에 힘을 싣는 이유는 패션업계의 ODM 수요가 확대되고 있기 때문이다. 의류제조 공정은 크게 OEM과 ODM으로 나뉜다. OEM은 브랜드가 사양과 디자인을 제조사에 제공하고 제조사는 주문대로 상품을 만드는 역할만 한다. 반면 ODM은 제조사가 브랜드에 디자인을 제시해 생산까지 진행하는 방식이다. 최근 글로벌 의류브랜드들이 디자인 리소스에 투자하지 않고도 새로운 컬렉션을 신속하게 출시하려는 추세가 강해지며 OEM 대비 ODM 수요가 늘고 있다. 글로벌 생산 비중으로 4분의 3 이상이 ODM방식으로 제작되는 것으로 알려졌다. 의류제조사가 디자인 역량을 강화하는데 집중하는 이유다.

파사반트 팀장은 "빠르게 변화하는 패션환경에서 디자인 개발 속도가 중요하다"며 "뉴욕 디자인 오피스는 현지에서 빠르고 경쟁력 있는 솔루션을 제공하고 있어 바이어들의 기대를 충족시키고 파트너십을 지속하는데 기여하고 있다"고 말했다.

디자인 기술 고도화 및 조직 확장 목표

파사반트 팀장은 디자인 경쟁이 심화되는 환경에 발맞춰 디자인 기술 고도화와 조직을 확장해 나가겠다는 목표를 세웠다. 디자인 기술과 방법론을 통합해 프로세스를 효율화하고 고객에게 더욱 빠르고 맞춤화된 디자인 솔루션도 제공하겠다는 방침이다.

의류 디자인은 단순 디자인을 넘어 디자인 시각화를 위한 고급 디지털 장비부터 새로운 소재와 생산 기법에 이르기까지 기술 활용이 중요해지고 있다. 실제 뉴욕 디자인 오피스도 샘플을 그래픽 디자인과 함께 3D로 제작해 바이어 미팅에 활용하고 있다. 3D 샘플링은 과거 실물 샘플을 주고 받으며 바이어와 의견을 조율해야 했던 것과 달리 수정 및 컨펌 기간을 단축해 빠르게 의류 생산을 할 수 있게 돕는다. 불필요한 샘플 원단의 폐기물과 샘플 전달 시 소요되는 포장재, 운송 연료 등이 줄어 비용 절감 효과도 기대할 수 있다.

파사반트 팀장은 뉴욕 디자인 오피스의 규모를 키워가겠다는 중장기 목표도 세우고 있다. 뉴욕 오피스의 궁극적인 목표가 디자인뿐 아니라 현지 업무를 두루 맡아 바이어들과의 관계를 강화하는 것인 만큼 조직 확장이 필요한 상황이다. 향후 한세실업과 산학협력을 맺은 미국 내 대학을 대상으로 인턴을 채용하는 등 인재풀을 넓혀갈 계획이다.

그는 "뉴욕 디자인 오피스와 바이어들 간의 강력한 유대관계를 유지하는 것이 장기적인 파트너십 전략의 핵심"이라며 "한세실업 뉴욕 디자인 팀의 확장은 신규 인재를 발굴하며 최신 기술을 도입해 지속적인 혁신을 이루기 위한 최우선 과제"라고 말했다.

한세실업 TN법인, 'International Food Day' 개최

한세실업 TN법인은 직원들과 함께 새로운 문화 체험의 장을 열기 위해 'International Food Day'를 개최했습니다. 'International Food Day'는 직원들이 직접 각 나라의 전통 음식을 준비하고 함께 맛보며 다양한 문화를 경험할 수 있도록 기획된 행사입니다.

SRI-LANKA

첫 번째 주제로 스리랑카 음식을 선정하여, 지난 9월 '제1회 International Food Day – Sri-Lanka'를 성공적으로 개최했습니다. 스리랑카 국적의 Sajith 공장장과 Anil(Lean) 린 매니저가 손수 준비한 전통 요리를 선보였으며, 직원들이 한 자리에 모여 음식에 대한 설명을 듣고 함께 식사를 즐기며 화합의 시간을 가졌습니다.

앞으로도 International Food Day는 다양한 주제로 분기별 1~2회 정기적으로 개최될 예정입니다. 많은 직원들의 관심과 응원을 부탁드리며, 이 행사가 한세실업의 가치를 더욱 빛낼 수 있도록 격려 부탁드립니다.

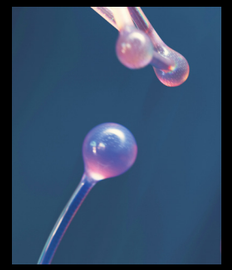
PHILIPPINES

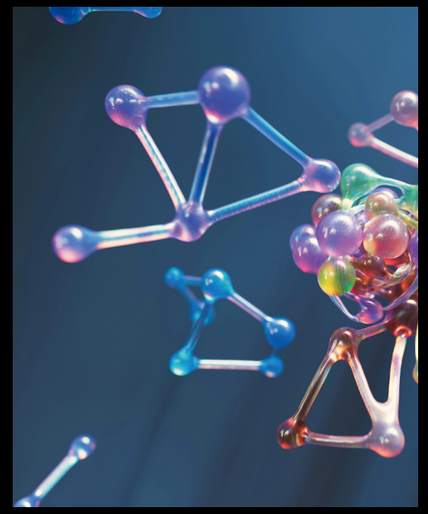
지난 12월에는 '제2회 International Food Day – Philippines'을 개최했는데요. 필리핀 국적의 Rose(FQA), Diana(FQA), Hernally(Lean)가 준비한 다양한 전통 요리가 행사에 빛을 더했으며, 관리자와 직원들이 함께 모여 필리핀 음식을 맛보며 즐거운 시간을 보냈습니다.
한세실업 TN법인은 'International Food Day'를 통해 음식을 매개로 서로의 문화를 이해하고 소통하는 시간을 이어가고 있습니다. 이러한 행사는 단순히 음식을 나누는 것을 넘어, 전 세계 직원 간의 단합과 문화적 이해를 높이는 뜻깊은 계기가 되고 있습니다.

Protein folding

단백질 접기

매년 10월이 되면 과학계의 시선은 올해의 노벨상을 발표하는 스웨덴 왕립 아카데미에 쏠린다. 노벨화학상은 그중 세 번째로 생리의학상과 물리학상에 이어 발표된다. 올해 화학상은 단백질의 구조를 예측하고 새로운 단백질을 설계하는 데 기여한 공로로 University of Washington의 David Baker 및 알파고를 개발한 DeepMind의 Demis Hassabis와 John Jumper가 받았는데, 특히 DeepMind의 경우 처음 발표한지 채 10년이 되지 않은 연구 결과에 노벨상이 수여된 것은 극히 이례적인 일이다. 2019년 리튬 이온 전지를 개발한 공로로 노벨화학상을 수상한 University of Texas, Austin의 John Goodenough가 수상 당시 97세(2023년 100세를 일기로 사망)였음을 생각하면 76년생인 Hassabis와 85년생 Jumper는 정말 정말 젊은 셈이다. 어떤 연유로 받을 수 있었는지 이야기해 보자.



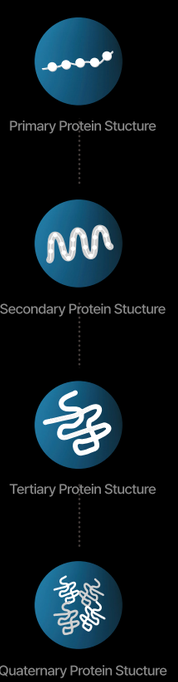


단배질의 폴딩

단백질. 지방, 탄수화물과 함께 3대 영양소인 단백질 맞다. 그러나 생명체가 대사 과정을 통해 직접적으로 에너지를 얻는 탄수화물, 남는 에너지를 오래 저장하기 위해 만드는 지방에 비해 단백질은 생명체의 기계류를 구성하는 성분이라는 데 큰 차이가 있다. 즉 우리 몸을 구성하고 있는 세포 안에서 일어나는 화학반응을 관장하는 효소들, 세포들을 둘러싸 하나로 지탱해 주는 세포외기질(extracellular matrix) 등이 모두 단백질로 만들어져 있다는 뜻이다. 심지어 손톱과 머리카락의 주성분도 케라틴이라는 단백질이다. 지구상의 생명은 유전 정보는 DNA에 저장하여 후대로 전달하되, RNA를 이용해 유전 정보에 쓰인 대로 단백질을 만들어 형상을 갖추고 기능을 발휘하도록 진화했다. 따라서 단백질이 어떻게 생명체 안에서 만들어지고 쓰이는지를 알 수 있다면 생명 현상을 더욱 깊이 이해하는 시금석이 될 것이며, 나아가 단백질을 우리가 원하는 대로 조작하여 예컨대 병을 치료하고 노화를 억제하는 데 기여할 수도 있을 것으로 상상해 볼 수 있다. 지금은 단백질이 아미노산(peptide)들이 서로 공유결합으로 연결되어 있는 폴리펩타이드(polypeptide), 즉 고분자라는 사실을 당연하게 배우지만, 1900년대 한창 유기화학이 발전하기 시작할 당시에는 아미노산들을 붙이고 붙여서 이렇게 거대한 분자를 만들 수 있다는 것을 사람들이 믿지 못했다. Staudinger가 제안한 "고분자"의 개념이 큰 논쟁 끝에 결국 받아들여지고 폴리에틸렌 등의 고분자가 합성된 이래 단백질도 폴리펩타이드라는 사실을 모두 이해하게 되었다. 그 다음 문제는 개개의 단백질을 이루는 아미노산의 서열(sequence)은 어떻게 되고 서열과 단백질의 기능 사이에는 무슨 관계가 있기에 이렇게 다채로운 기능을 수행할 수 있는 것일까? 였다.

일직선인 폴리에틸렌 사슬 하나를 따로 떼어 높은 온도에서 어떠한 형상을 이루는지 관찰해 보면, 아마도 시간이 지남에 따라 이리 저리 구부러지면서 모양을 계속 바꿀 것이다. 오랜 시간을 지켜보면서 사슬의 끝과 끝 사이의 길이를 재 본다면 평균값을 얻을 수 있고 이를 중심으로 해서 사슬 길이의 분포를 볼 수 있겠지만, 일정한 형태를 유지하려고 들지는 않을 것이라는 뜻이다. 매우 많은 탄소 원자들이 죽 연결된 폴리에틸렌 사슬은 각 원자마다 구부러질 수 있는 방향이 여러 개일 텐데, 하나의 형상만 고집할 이유가 없기 때문이다. 열역학적 관점으로는 가질 수 있는 형상의 개수가 많을수록 엔트로피가 높아지기 때문으로 설명할 수 있다.

반면 단백질은 반복단위인 아미노산들이 아미드(amide) 결합을 통해 연결된다. 아미드 결합을 이루는 카보닐 산소와 아미드 수소는 수소 결합(hydrogen bonding)을 통해 다른 아미드 결합과 서로 상호작용할 수 있다. 즉 전자를 끌어당기는 질소에 연결되어 있는 아미드 수소는 전자가 부족하다 보니 전자가 풍부한 카보닐 산소에 가까이 가고 싶어한다. 따라서 가질 수 있는 다양한 형상 중에 수소 결합을 많이 만들 수 있는 형상이 에너지(정확히는 엔탈피)를 더 낮추어 안정화시킬 수 있다.



서명은 교수의 과학이야기

Chaperone

AlphaHelix

이 중에 대표적인 형상이 바로 나선(alpha-helix)으로, 아미드 결합으로 연결된 18개의 아미노산이 오른쪽으로 5바퀴 감기면서 4개 떨어져 있는 아미노산들끼리 나선에 수직하게 수소 결합을 만드는 방식이다. Linus Pauling, Robert Corey, Herman Branson이 이 구조를 1951년에 제안했으며, Pauling은 1954년 노벨화학상을 받았다. 아미노산이 연결된 서열을 1차 구조(primary structure)라고 한다면, 나선은 2차 구조(secondary structure)에 해당하며 다른 대표적 2차 구조로는 판상 모양을 만드는 beta-sheet가 있다.

자연에 존재하는 20종류의 천연 아미노산 중에는 물을 좋아하는 아르기닌 같은 종류도 있지만 소수성이 강한 페닐알라닌 같은 계열도 있다. 나선을 따라 소수성 그룹들이 배열된다면, 물에 노출되기 싫어하는 소수성 그룹들을 가려주기 위해서 나선들은 서로 뭉친다. 소위 말하는 소수성 상호작용(hydrophobic interaction)을 통해 이렇게 만들어지는 형상이 단백질의 3차 구조(tertiary structure)가 되며, 나아가 효소 등으로 기능하기 위해서는 여러 개의 폴리펩타이드들끼리 한번 더 뭉쳐 4차 구조(quaternary structure)를 만드는 일이 흔하다. 이 전체 과정을 접힘 과정, 즉 폴딩(folding)이라 이른다. 단백질이 기능하기 위해서는 서열에 설계된 정보대로 폴딩이 제대로 일어나 올바른 형상을 갖추는 것이 필수적이며, 따라서 서열-형상-기능 사이는 서로 뗄레야 뗄 수 없는 상관관계를 가진다. 예컨대 단백질 효소가 선택적으로 동작하려면 우리가 원하는 구조의 기질(substrate)만 효소 안의 반응 자리에 잘 맞게 결합할 수 있어야 하는데, 폴딩이 잘못되어 반응 자리의 모양이 기질과 맞지 않으면 아무 소용이 없는 식이다.

폴딩은 얼마나 어려운가

1970년대에 Christian Anfinsen은 단백질이 폴딩 된 구조를 풀어서 다른 형상으로 바꾸었다가 다시 원래 조건으로 되돌려 주면 제대로 폴딩 된 구조가 돌아올 수 있음을 보였다. 이건 열역학적으로 안정한 방향으로 폴딩이 일어난다는 것을 의미한다. 하지만 모든 단백질이 그런 건 아니다. 예컨대 계란을 뜨거운 물에 삶았다가 꺼내면(즉 온도를 올렸다 내리면) 원래 흰자와 노른자로 돌아가지는 않잖는가? 즉 "Leventhal의 역설"로 불리는 문제와 같이, 단백질이 가질 수 있는 형상은 마치 폴리에틸렌처럼 엄청 많은데 어떻게 맞는 길을 찾아가는 것일까? 반대로 생각하면, 과연 서열을 안다고 해서 단백질의 폴딩 구조를 예측할 수는 있는 것일까? 한 번 더 뒤집어서 생각하면, 우리가 원하는 형상의 단백질을 인공적으로 만들기 위해서 서열을 설계해 볼 수는 있는 것일까?

Alpha-helix와 beta-sheet를 잘 만드는 단백질 서열이 알려지고 X-ray 결정학의 발달로 더욱 많은 숫자의 단백질 폴딩 구조가 밝혀지면서 사람들은 새로운 구조의 단백질을 만들어 보고자 시도했다. 나선을 만드는 서열과 판상을 만드는 서열 등을 부분적으로 조합하는 접근에 비해 자연계에서 쓰이지 않는 아주 새로운 서열로부터 새롭고 안정한 단백질 폴딩 구조를 만드는 시도는 상대적으로 지지부진했는데, 생각해 보면 당연할 수도 있는 것이 나선 혹은 판상 구조를 안정하게 만드는데 특화된 서열들은 기나긴 진화의 과정 동안 고르고 골라서 나온 것들로 다양한 생명체들이 공통적으로 쓰고 있을 만큼 그 유용성이 입증된 것이다. 즉 자연에서 쓰이지 않는 서열로 단백질을 만들 수 있으면 자연이 수행할 수 없는 새로운 기능을 구현할 수 있겠지만, 반대로 생각하면 그 서열로 단백질을 만들어 봤자 안정한 폴딩 구조가 얻어질 수 없으니 진화 과정에서 배제되었을지도 모르는 일 아닌가?

David Baker 그룹은 새로운 단백질을 설계하는 de novo design 분야에서 새로운 이정표를 세웠다.그룹은 2003년 93개의 아미노산으로 이루어진 Top7이라는 단백질을 설계하고 합성해서 폴딩 구조가 설계했던 대로 두 개의 나선과 하나의 판상 구조로 이루어져 있음을 증명했다. 이 구조는 자연에서 발견되는 폴딩 구조가 아니었으며, 또한 자연에 존재하는 단백질과 유사한 부분이 크게 없는 아미노산의 서열로 만들어졌다는 측면에서 진정한 de novo 단백질이라고 할 만하다.

이들이 Top7을 설계할 수 있었던 배경은 바로 컴퓨터에 있다. Baker는 Rosetta라는 컴퓨터 프로그램을 개발해서 단백질 데이터 은행에 있는 서열 정보들을 분석해서 서로 다른 단백질인데 부분적으로 비슷한 서열이 있다면, 이런 조각들을 모아서 원래 구조를 구성할 수 있도록 최적화하는 작업을 진행하고 있었다. Rosetta를 반대로 이용하면 새로운 부분 서열로부터 안정한 구조를 예측하는 것도 가능했던 것이다. Baker 그룹은 나아가 이렇게 설계된 단백질이 효소로 동작할 수 있다는 것도 시연한 바 있다. 그 당시 컴퓨팅 파워는 커다란 단백질을 분석하고 설계하기에 충분치 않아서, 사용자들이 각자의 컴퓨터에서 계산을 분담함으로써 외계에서 오는 신호를 찾아내려고 하는 SETI@home처럼 Rosetta@home 프로젝트가 출범해서 현재도 진행 중에 있다.

AI가 보는 폴딩

Hassabis는 13세에 체스에서 마스터 수준에 이르렀고 프로그래머이자 게임 개발자로 경력을 시작했다. DeepMind를 2010년 설립했고, 2014년 구글에 팔았으며, 알파고를 개발해 2016년 이세돌 9단을 격파하면서 전 세계를 충격에 빠뜨렸다.

다만 DeepMind의 진짜 목표는 바둑이 아니었다. 단백질 구조 연구 분야에서는 Critical Assessment of Protein Structure Prediction (CASP)라는 대회가 있는데, 새로이 폴딩 구조가 규명된 단백질을 놓고 서열 정보만 제공한 채 누가 가장 유사한 폴딩 구조를 예측하는지 경쟁하는 것이다. DeepMind는 AlphaFold를 들고 2018년 대회에 등록해서 60% 수준의 정확도로 40% 정도였던 경쟁자들을 물리치고 우승을 차지했다.

그것만으로도 놀랄 일인데, 2020년 DeepMind는 AlphaFold2로 돌아왔고 90%에 육박하는 정확도를 보고 다시 한번 과학자들은 말문을 잃었다. 마치 이 문제는 이제 해결되어 버렸다는 듯이… DeepMind는 AlphaFold2의 코드를 공개한 것은 물론 계산 결과를 바탕으로 2022년 2억 종에 달하는 단백질의 구조를 예측해서 공개했는데, 이 정도면 지구상에 알려진 거의 모든 단백질을 포함할 수 있는 숫자이다. AlphaFold2를 개발하는 과정에는 2017년 단백질 동역학 연구로 박사학위를 받고 DeepMind에 합류한 Jumper의 역할이 컸다고 알려져 있다. AlphaFold2는 폴딩 구조를 모르는 미지의 폴리펩타이드 서열을 받으면, 알고 있는 서열들과 비교하면서 어떤 부분들이 진화 과정에서 보존되었을지를 찾아가고 또한 사슬의 3차 구조를 만들어 보면서 어떤 아미노산들이 가까이 있을지를 예측한다. 에너지를 안정화할 수 있는 구조로 사슬의 형상을 최적화화면서 이 과정을 반복하여 결과적으로 전체 단백질의 폴딩 구조를 예측하는 것이다. 필자처럼 AI를 전공하지 않는 사람들에게 위안이 되는 부분이라면, 단지 데이터의 질이 높고 개수가 많다고 해서 AI가 모든 문제를 해결해 줄 수는 없으며 결국 분야에 대해 얼마나 사람이 이해하고 통찰력을 발휘하는지가 결국 게임을 바꿀 수 있다는 부분이 아닐까 싶다.

어떻게 접을까

DeepMind는 올해 AlphaFold2를 더욱 개량한 AlphaFold3를 내놓았고, 아직 한계는 있지만 이제는 단백질뿐만 아니라 기질이 들어가 있는 구조나 핵산이 포함된 구조 등 복합체 구조까지도 예측하는 수준까지 나아가고 있다. 그래서 우리는 AI를 통해 서열과 구조 사이의 상관관계에 대해 훨씬 더 많이 알고 있지만, 실제로 어떻게 폴딩이 일어나는지는 또 다른 이야기이다. 앞서 이야기했듯이 단백질이 접힐 수 있는 가능성의 가짓수를 일일이 세어보기에는 우주가 탄생한 이래 지금까지 시간을 모두 써도 모자랄 수 있는 상황에서, 한번 부분적으로 잘못 접히게 되면 이걸 풀지 못하고 결국 올바른 폴딩 구조까지 도달할 수 없는 일이 생긴다. 이런 함정들을 피하기 위해서 폴리펩타이드 사슬 옆에서 손을 잡고 제대로 접히게끔 하는 길을 안내해 주는 단백질들이 존재하며, 이들을 사교계에 데뷔하는 여성을 보살피는 것 같다고 하여 샤페론(chaperone)이라 부른다. 여기에는 폴리펩타이드가 리보솜에서 합성될 때 일단 안 접혀서 어떤 형태로든 접힐 수 있는 사슬로 만들어진 다음 폴딩이 순차적으로 일어난다는 전제가 깔려 있는데, 생각해 보면 만들어지고 폴딩이 일어나는 사이에 틈이 존재할 이유가 없다. 따라서 최근의 연구 흐름은 폴리펩타이드가 만들어지면서 어떻게 폴딩이 동시에 일어나(cotranslational folding) 구조를 이루는지에 많은 관심이 쏠리고 있으며, 그 결과 자연은 만듦과 동시에 사슬을 접는 정도가 아니라 부분 부분마다 만드는 속도 대비 접히는 속도를 조절해서 그냥은 찾아갈 수 없는 폴딩 구조를 맞춘다는 것까지 알려지고 있다. 필자도 고분자를 만들면서 원하는 구조를 저절로 찾아가는 방법론을 연구하고 있지만, 우리 수준에 비해서 정말 너무나도 정교한 일을 아무렇지 않게 해내는 자연의 능력에는 그저 감탄할 뿐이다.

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

서명은 교수의 과학이야기

LOVE, THAT COMPLICATED JOURNEY

사랑, 그 복잡한 여정

첫눈에 반하고,
끌리고,
이별하는...

이터널 선샤인 스틸컷

사랑은 참 어렵습니다. 영화 〈이터널 선샤인〉에서 조엘과 클레멘타인은 사랑에 빠지고, 헤어지고, 서로의 기억을 지우려 하지만 결국 다시 끌립니다. 두 사람은 성격도, 행동도 완전히 다르지만, 그런 차이 때문에 더욱 강렬히 끌리게 됩니다. 처음 느낀 설렘이 시간이 지나면서 변화하고, 때로는 사라지기도 하며, 예기치 않게 다시 시작되는 여정이 바로 사랑의 과정에 담겨 있습니다. 이 모든 과정은 단순히 감정의 문제가 아니라, 우리의 뇌와 마음이 함께 만들어내는 복잡한 메커니즘의 결과로 볼 수 있습니다.

사랑의 과학!

누군가를 처음 만났을 때 "이 사람이다!"라는 느낌을 받은 적이 있나요? 첫눈에 반하는 감정은 운명처럼 느껴지지만, 사실 우리의 뇌는 이미 수많은 계산을 끝낸 상태입니다.

연구에 따르면, 첫인상은 7초 안에 결정된다고 합니다. 상대방의 얼굴, 목소리, 몸짓은 찰나의 순간에 우리의 뇌에서 빠르게 분석됩니다. 부지불식간에 우리는 눈앞의 상대의 매력 여부를 판단하고 있는 셈입니다. 특정 요소들, 특히 얼굴 대칭성이나 건강한 외모는 본능적으로 긍정적인 신호로 받아들여집니다. 이는 진화의 산물로, 건강한 유전자를 가진 사람에게 끌리도록 설계된 생물학적 반응입니다. 이 또한 우리의 의식 아래에서 은밀하게 작동하는 과정입니다. 동시에 상대방의 냄새나 목소리도 매력에 영향을 미칠 수 있는데, 이는 무의식적으로 유전자 다양성을 감지하려는 신호일 가능성이 높습니다. 찰나의 첫인상에도 이토록 많은 요소들이 관여합니다. 첫눈에 반하는 과정은 단순한 심리적 반응이 아닌, 생물-화학적 반응에 가깝습니다.

첫눈에 반하는 것은 단순히 외적인 매력만으로 이루어지지 않습니다. 우리의 뇌는 '친숙함'을 느낄 때도 강한 호감을 형성합니다. 어린 시절 좋은 기억과 연결된 외모나 말투, 행동이 상대방에게서 발견되면, 뇌는 이를 긍정적으로 받아들입니다. 이런 친숙함은 우리가 안전하다고 느끼는 요소를 제공하고, 상대를 더 이상적으로 보이게 합니다. 또한, 문화적 영향도 큽니다. 영화, 드라마, 소설 속 이상형이 실제 인물에게 투영되면, 그 매력은 더욱 강렬하게 느껴지기 마련입니다.

결국 첫눈에 반한다는 것은 외적 조건과 심리적 요소, 그리고 뇌가 만들어낸 화학적 폭발이 모두 맞아떨어지는 순간입니다.

하지만 첫 만남의 강렬한 설렘이 언제까지나 지속되지는 않습니다. 연애 초반에는 도파민 같은 행복 호르몬이 뇌를 가득 채우면서 마치 모든 것이 완벽해 보입니다. 그러나 시간이 지나면 뇌는 점차 도파민 분비를 줄이고, 안정감을 찾으려 합니다. 이때부터 사랑은 본격적으로 변화를 겪게 됩니다. 설렘의 감정이 사라지는 것처럼 느껴질 수도 있지만, 이 과정은 오히려 깊은 유대감을 형성할 기회입니다. 연애 초기의 열정은 그 자체로 즐겁지만, 관계가 오래 지속되기 위해서는 더 안정적인 연결이 필요합니다.

이를 위해 중요한 것은 함께하는 시간을 통해 유대감을 쌓는 일입니다. 단순히 대화를 나누는 것뿐 아니라, 여행을 가거나 특별한 경험을 공유하는 것이 관계를 강화하는 데 큰 도움이 됩니다. 새로운 경험은 뇌 속에 강렬한 기억으로 저장되며, 이는 관계의 결속력을 높이는 중요한 역할을 합니다. 심리학적으로도 신뢰와 지지가 쌓이는 관계는 서로에게 더 깊은 감정을 느끼게 만듭니다. 믿음과 안정이 사랑을 지속시키는 핵심 요소라는 건, 어쩌면 가장 단순하면서도 중요한 진리일 겁니다.

게리 채프먼는 그의 저서 〈5가지 사랑의 언어〉에서 사람마다 사랑을 표현받고 느끼는 방식이 다르다고 설명합니다. 어떤 사람은 칭찬을 통해 사랑을 느끼고, 어떤 사람은 함께 보내는 시간이나 작은 선물을 통해 애정을 확인한다고 말하죠.

그는 "자신의 사랑 언어가 아닌 방식으로 표현된 사랑은 받아들여지지 않을 가능성이 크다"고 말하며, 상대방의 사랑 언어를 이해하고 존중하는 것이 관계의 지속에 중요하다고 강조합니다. 이는 서로의 요구를 이해하고 배려하는 사랑의 본질을 보여주는 중요한 메시지입니다. 관계가 성숙하게 이어지기 위해서, 상대의 마음을 헤아려보는 노력이 필요하다는 말입니다.

이별 후 자기만의 시간을 가져야하는 이유!

모든 사랑이 아름답게 지속되지만은 않습니다. 시간이 흐르며 환상이 깨지고, 현실이 모습을 드러내는 순간도 찾아옵니다. 초기에는 상대방의 장점만 보이지만, 시간이 지나면서 단점이 눈에 들어오기 시작합니다.

상대가 완벽하지 않다는 사실을 받아들이는 것은 관계의 성장 과정에서 필연적인 부분입니다. 그러나 이를 수용하지 못하고 이상과 현실의 차이에 좌절한다면, 감정은 점차 멀어질 수밖에 없습니다. 이 벽을 넘지 못하면, 두 사람 사이에 이별이 찾아오고, 고통스러운 터널이 시작됩니다.

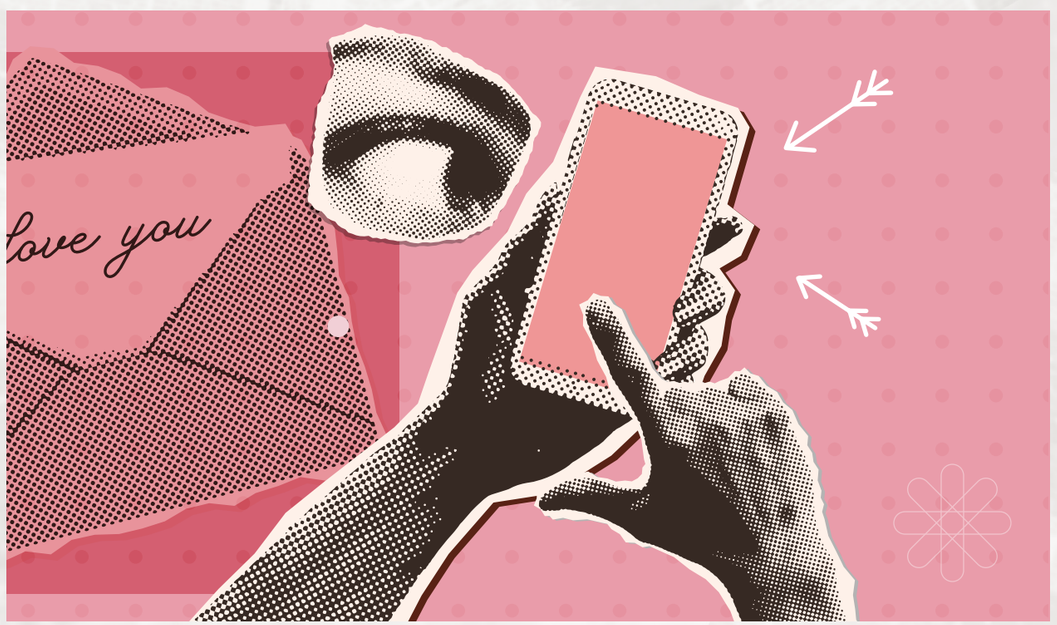
사랑이 끝난 후, 우리는 어떻게 다시 회복할 수 있을까요? 이별 후 느끼는 고통은 단순한 슬픔 이상입니다. 사랑이 끝나면 우리의 뇌는 마치 금단 증상을 겪는 것처럼 반응합니다. 도파민 분비가 줄어들고, 뇌는 과거의 행복한 기억을 강렬히 떠올리며 아쉬움과 그리움을 증폭시킵니다. 또, 기억을 담당하는 중추인 해마와 감정을 담당하는 편도체가 협력하여 감정적으로 중요한 기억을 재활성화하는 과정이 이어집니다. 그래서 이별 후에도 상대방의 모습이 계속 떠오르고, 감정적으로 흔들리는 경험을 하게 됩니다. 이별 후, 얼마간은 과거의 기억과 그리움에 젖어 지내게 됩니다.

이별 후 초기에는 고통이 극대화되지만, 시간이 지나면서 뇌는 점차 안정적인 상태를 되찾습니다. 사랑에 대한 화학적 의존이 줄어들고, 뇌는 새로운 일상에 적응하기 시작합니다.

심리학자들은 이 시기를 '자아 회복 단계'로 설명하며, 자신을 돌보고 성장하는 기회로 삼을 것을 권유합니다.

예컨대 슬픔에 집중하는 것보다 새로운 목표를 다시 설정하거나, 주의를 환기할 수 있는 창의적인 활동에 몰두하는 것이 아픔과, 불안정한 감정을 안정시키는 데 효과적입니다. 자기 자신과의 시간을 가지는 것이 중요한 이유도 바로 여기에 있습니다. 자신의 마음이 쉬어 갈 수 있는 시간을 자신에게 허락할 필요가 있습니다.

현대에서는 사랑과 이별의 과정에 SNS를 비롯한 디지털 환경이 큰 영향을 미칩니다. SNS나 메시지 기록이 관계를 끝낸 후에도 상대방을 끊임없이 떠올리게 만들죠. 연구에 따르면, 디지털 세상에 남겨진 흔적이 이별 후 뇌의 치유 과정을 방해할 수 있다고 합니다. 따라서 이별 후, SNS로 계속 연결돼 있다면, 이를 정리하고 당분간 거리를 두는 것이 더 빠른 회복에 도움을 줄 수 있습니다.



결국 사랑은 단순히 감정의 문제로만 설명되지 않습니다. 첫눈에 반하는 열정도, 서로 끌리게 되는 과정도, 관계를 유지하는 안정감도, 끝나는 아쉬움도 모두 우리의 뇌와 마음이 만들어낸 정교한 작품입니다. 영화 〈이터널 선샤인〉의 조엘과 클레멘타인의 이야기를 통해 우리는 감정과 기억을 지우려 해도 결국 다시 서로에게 끌리는 사랑의 복잡함을 잘 볼 수 있습니다. 이러한 사랑을 오래 지속시키기 위해서는 서로에 대한 이해와 노력뿐 아니라, 자기 자신과의 관계를 돌아보는 시간이 필요합니다. 자기 자신을 존중하고 사랑할 줄 아는 사람만이 건강하고 안정적인 관계를 만들어갈 수 있습니다. 사랑은 단순한 설렘 그 이상입니다. 그것은 서로의 마음과 삶을 함께 걸어가는 깊고 복잡한 여정이라는 것을 이해할 필요가 있습니다.

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.

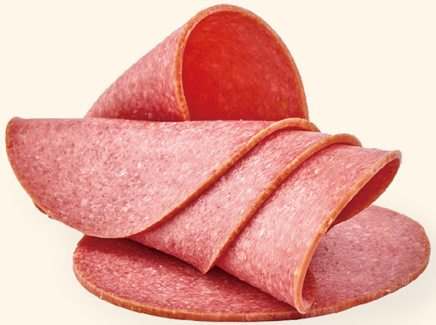
가공육 샤퀴테리의 세계

기분을 낼 연말연시, 음식이 빠질 수 없다. 달콤한 케이크 등 디저트류가 어울리지만 '금강산도 식후경'이라고 했다. 짠맛 음식을 잘 챙겨 먹어야 단맛의 디저트도 더 맛있다는 의미인데 그런 맥락에 가공육이 딱 좋다. 적당히 짭짤하고 감칠맛이 있어 입맛을 돋워주는 한편, 조금만 먹는 음식이니 디저트를 위한 배도 남겨 준다.

processed meat

가공육의 역사

인류는 150만 년 전부터 고기를 먹어왔지만 본격적인 냉동냉장고는 19세기 중반에 등장했다. 그 세월 동안 남은 고기에 대한 부담이 컸다. 안심, 등심, 갈비 같은 정육은 바로 먹었지만 나머지 부위는 처치가 곤란했다. 따라서 있을 때 먹고 없을 때 굶을 게 아니라 있을 때 남겨 없을 때 먹을 수 있는 보존 기술이 필요했다. 육류의 보존 및 가공은 호모 사피엔스가 처음 시도했는데 우연일 가능성이 높다. 애써 구한 고기를 짐승이 먹지 못하게 밤새 불 위에 매달아 두었더니 맛이 달라진 것이다. 고기가 익은 것은 물론 연기를 쏘였으니 맛과 보존의 두 마리 새를 한꺼번에 잡았다. 그렇게 가공육의 역사가 싹텄다.



샤퀴테리

Charcuterie의 전성기

가공육은 15세기 프랑스에서 본격적인 전환점을 맞았다. 자투리 활용의 압박에 비계를 빼고는 날고기를 팔 수 없는 현실이 거들어 비약적으로 발전했다. 복잡한 공정을 거치는 테린이 등장하는 등 미식의 영역에 진입했다. 가공육의 통칭인 용어 샤퀴테리(Charcuterie)도 이때 자리를 잡았다.

샤퀴테리는 '고기(Chair)'와 '조리한(cuit)'이라는 말을 합친 용어로, 돼지의 고기는 물론 내장 가공품을 취급하던 가게에서 비롯되었다. 오늘날 샤퀴테리는 네발짐승은 물론 가금류나 어류 가공육까지 한데 아우른다. 한동안 대량 생산 제품에 묻혀 존재감이 없었던 샤퀴테리는 대략 15년 전부터 제2의 전성기를 맞았다.

낭비 최소화 철학

장인정신에 입각해 직접 만든 소시지를 파는 레스토랑이며 공방이 서서히 자리를 잡았다. 국내에서도 일시적인 유행으로 그치지 않고 준수한 완성도의 가공육을 만드는 공방이 자리를 잡아 확장도 하고 있다. 레스토랑에서도 잘 만든 테린을 그리 어렵지 않게 찾아 먹을 수 있다. 새로운 가공육 전성기의 원칙 여전히 '낭비의 최소화'다. 귀한 '고기님'이시니 정육은 물론 자투리도 버리면 안 되며 비계마저 예외가 아니다. 이런 접근 방식을 뒷받침하는 조리 철학도 등장했다. '코(혹은 머리)부터 꼬리까지'다. 먹기 위해 빼앗은 생명이니 낭비하지 말자는 배려가 깃들어 있다.

셰프들의 재료를 향한 열망도 이런 움직임을 부추겼다. 조리는 기본이고 재료의 특성을 이해한 정형 및 발골도 진짜 셰프의 덕목으로 취급하는 요즘의 분위기가 한몫 거들었다. 그래서 진공 비닐에 싸인 부위별 포장육이 아닌 동물 전체를 들여다 직접 손질한다. 스테이크도 썰어내고 소시지 같은 가공육도 만든다.

다양한 가공육의 탄생

이제 셰프들의 세계에서는 뻔한 스테이크보다 자투리를 요리로 승화시키는 능력이 진짜 실력으로 통한다. '코부터 꼬리까지'라는 철학을 실현하기 위한 가공법도 다양하다. 일단 절임이 있는데 소금과 설탕 모두를 쓴다. 소금이라면 재료의 표면에 묻히는 염장, 물에 타서 담가두는 염지가 있다. 연기를 쏘여 보호막을 입히는 훈제도 있는데 동시에 재료까지 익히거나(온훈), 보존을 위한 막만 입힐 수도 있다(냉훈). 지방도 제 몫을 하니, 고기를 담가 익히면 굳어 밀폐용기 역할을 한다. 모두 극단적인 환경을 조성해 부패의 원인인 세균의 번식을 막는다는 같은 원리를 공유한다.

대표적인 가공육 소시지

대표적인 가공육 몇 가지를 살펴보자. 첫 번째는 당연히 소시지이다. 자투리 고기를 활용하기에 더 좋은 방법이 없는데 원칙이라면 '분해 후 재조립'이다. 각각은 먹기 어려운 쪼가리를 갈아 섞어 향신료와 양념으로 맛과 향을 더하고, 비계나 물로 부드러움과 촉촉함을 조절한다. 덕분에 처치 곤란한 쪼가리가 완전히 새로운 덩어리로 거듭난다.

한편 2010년대 파인 다이닝 세계를 거쳐오며 테린 혹은 파테도 사랑을 받고 있다. 테린은 원래 음식을 담는 용기의 명칭으로 정식 명칭은 '파테 앙 테린(Pâté en Terrine)', 즉 '도기에 담은 파테'의 줄임말이다. 따라서 내용물인 파테가 진짜인데 소시지처럼 곱게 간 고기를 틀에 담아 오븐에 넣어 삶듯 천천히 익혀 만든다.

대표적인 가공육 햄

갈고 섞고 채우는 소시지가 수고스럽다면 덩어리째 만드는 가공육도 많은데 햄이 대표이다. 햄은 사실 돼지의 허벅지를 포함한 뒷다리를 일컫는 단어다. 가공의 핵심은 염장과 숙성으로 통다리를 소금에 절인 뒤 눌러 물기를 빼고 소금기를 씻어내 매달아 말린다. 이로운 미생물의 활동인 발효가 단백질과 지방을 천천히 분해해 감칠맛을 내는 아미노산과 핵산을 빚어낸다. 오래 염장 및 숙성시킨 햄은 익힌 것과 마찬가지라 그대로 먹을 수 있다. '생 햄'이라 부르지만 완전한 날 것은 아닌 셈이다. 가장 유명한 생 햄은 이탈리아의 프로슈토다. 역사가 기원전 400년경, 로마 공화국 시절까지 거슬러 올라간다. 대표 산지는 북부 산악지역인 파르마와 산 다니엘인데 법으로 보호받는다. 이곳에서 만든 프로슈토만이 정통으로 인정받는다고 이해해도 좋은데, 기후가 적당히 습하고 서늘해 숙성에 딱 좋다. 아무래도 하루아침에 완성되는 맛은 아니어서 최소한 1년, 대체로 2년은 숙성시킨다. 느린 음식의 전형으로 최소한의 요소와 자연에게만 기대어 맛을 낸다. 이를 인간의 힘으로 앞당기려는 시도는 대개 실패했다.

프로슈토와 하몽

프로슈토와 생 햄의 세계를 양분하는 하몽도 있다. 스페인어로 햄인 하몽은 숙성기간이 대체로 길고, 재료인 돼지나 사육방식에 따른 등급 차이를 이름으로 구분한다. 예를 들어 최상급은 '하몽 이베리코 드 베요타'다. 자유롭게 돌아다니며 도토리를 먹인 흑돼지로 만들었음을 의미한다. 단지 '하몽 이베리코'라고만 부르는 제품은 흑돼지지만 복합 사료를 먹여 키웠음을 의미하고, 둘 사이 등급으로 '레체보'가 있다. 한편 '하몽 세라노', '리제르바', '큐라도', '엑스트라'등의 이름이 붙어 나오는 제품은 큰 의미가 없다. 흑돼지보다 맛이 떨어지는 백돼지로 만들며, 수식어 또한 품질과는 상관없는 마케팅 수단이니 포장을 찬찬히 뜯어보고 고르자.

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 GOLFWEAR

보온과 퍼포먼스, 멋까지 '다 잡은' 겨울 필드룩

- 다가올 겨울, 기능과 스타일 모두 갖춘 골프웨어 주목... 찬바람에도 놓칠 수 없는 무드 주목
- 트렌디한 디자인은 기본... 기능 더해진 골프웨어 신제품 눈길
- 올겨울 역대급 한파 예고... 추위에도 끄떡없는 기능성 골프웨어 추천

PGA TOUR & LPGA,
차분한 무드에 보온성 높인 골프웨어로 '드뮤어 필드룩' 완성

가을을 즐길 새도 없이 서늘한 바람과 함께 급격한 추위가 찾아왔다. 올겨울 역대급 한파가 예고된 가운데 골프를 비롯한 야외 스포츠 매니아들은 본격적인 겨울 시즌을 대비해 아웃도어 탐색에 나서고 있다. 특히 유니크한 디자인과 탁월한 활동성을 겸비한 필드룩이 주목받으며 브랜드 아이덴티티가 담긴 골프웨어에 대한 수요가 급부상하고 있다. 한세엠케이가 전개하는 PGA TOUR & LPGA 골프웨어는 2024년 겨울을 맞아 장시간 야외활동을 위한 보온성과 퍼포먼스를 위한 경량성을 고루 갖춘 구스다운 점퍼, 다운 베스트 등 신제품을 선보였다. 추운 날씨에 대비할 수 있도록 등판에 온도 조절이 가능한 발열 패드를 적용하여 우수한 보온성과 트렌디한 디자인까지 반영한 제품들로 구성했다. 특히 유니크한 디자인과 탁월한 활동성을 겸비한 필드룩이 주목받으며 브랜드 아이덴티티가 담긴 골프웨어에 대한 수요가 급부상하고 있다. '하이브리드 구스다운 점퍼'는 구스다운 충전재와 폭스 원사를 믹스한 니트 하이브리드 점퍼로 최적의 보온성을 갖췄다. 온도 조절이 가능한 등판 발열 안감 사용으로 열 손실을 최소화하며 궂은 날씨에도 쾌적한 라운딩을 펼칠 수 있도록 돕는다. 색상은 그레이와 블랙 두 컬러로 구성되어 차분한 무드를 담아내고, 발열패드 포켓 사양을 포인트로 더해 스타일리시함을 가미했다. '후드 경량 다운 베스트' 역시 구스다운 충전재와 등판 안쪽 발열 패드 포켓 사양을 적용했다. 밑단 스모킹 작업으로 디테일을 더해 스포티한 매력과 함께, 일상에서도 가볍게 착용할 수 있도록 활용도를 높였다. 색상은 베이지와 블랙으로 원하는 무드에 따라 다양한 스타일링을 연출할 수 있다. '스퀘어 튜브 다운 베스트'는 스트레치 튜브 다운 기법을 활용해 안감 사양과 퀼팅선 없이 최소한의 봉제 기법으로 고급스러운 디자인을 강조했다. 베스트 등판 안쪽에도 발열패드 포켓 사양이 적용되어 보온은 물론 경량성과 드뮤어룩 트렌드의 핵심인 세련미까지 갖춘 제품이다.

버커루, 배우 이동휘와 함께한 2024 겨울 컬렉션 공개

– 버커루, 24 FW 광고 모델 배우 이동휘와 겨울 화보 공개... 트렌디한 겨울 스타일링 제시
– 다채로운 아우터 라인업 및 코듀로이, 니트 등 겨울 아이템 선봬... 새로워진 윈터 액세서리 눈길
– 처음 선보인 베이직 롱코트, 베스트셀러 아이템 빈티지 무스탕 등 겨울 필수 아이템 총출동

한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 프리미엄 빈티지 데님 브랜드 버커루(BUCKAROO)가 배우 이동휘와 함께 2024 가을 시즌에 이은 겨울 캠페인을 공개했다고 지난해 10월 7일 밝혔다. 이번 겨울 컬렉션은 기존의 베스트셀러 아이템인 다운 점퍼와 무스탕을 중심으로 한층 차별화된 디자인과 다양한 스타일로 구성했다. 특히 앞서 2024 F/W 시즌 모델로 선정된 이동휘와 함께 빈티지 웨스턴 감성을 현대적으로 재해석한 겨울 화보를 공개하여 눈길을 사로잡고 있다.

화보 속 이동휘는 스웨이드 배색 다운 베스트와 페어마일 니트 풀오버, 코듀로이 카고 팬츠와 함께 레트로 무드 속에서도 강렬한 남성미를 발산하는가 하면, 베이직 스타일의 더블 롱코트를 완벽하게 소화하며 젠틀한 겨울 남자의 정석을 보여줬다. 자연스러운 그라데이션이 매력적인 니트 제품과 스트레이트 핏 청바지를 매치해 클래식하면서도 모던한 분위기를 연출했다.

버커루가 올 시즌 처음으로 선보이는 베이직 롱코트는 세련된 블랙 컬러로 출시되었으며, 클래식 무드를 강조하는 디자인이 특징이다. 추운 겨울철 어떤 이너웨어와도 잘 어울리는 데일리 아우터로 일상생활에서 두루 활용할 수 있는 아이템이다.

Winter Collection Lee Dong Hwi

빈티지 웨스턴 감성이 녹아든 윈터 아우터 출시

버커루의 헤리티지를 반영해 브랜드의 정통성을 유지하면서 현대적인 감각을 더한 제품들도 주목할 만하다. 빈티지 무스탕은 버커루의 베스트셀러 중 하나로 이번 겨울 라인업을 확장해 따뜻함을 유지하면서 센스 있는 최적의 겨울 필수템으로 떠오르고 있다. 리버서블 패딩 야상 점퍼는 퀼팅의 패딩 누빔 소재로 제작되어 착용 시 색다른 분위기로 연출할 수 있어 활용도가 높다. 이외에도 유니섹스로 출시된 푸퍼 다운 점퍼, 롱 다운 점퍼 등 한겨울에도 보온성과 트렌디함을 동시에 뽐낼 수 있는 아우터 라인을 폭넓게 선보였다.

간절기부터 한겨울까지 활용할 수 있는 니트 아이템 또한 기본적인 디자인부터 케이블, 골지 등 다채로운 라인업으로 구성했다. 겨울철에 적합한 소재를 새롭게 개발해 제작한 카고 팬츠는 보온성을 강화하여 겨울철 아웃도어 패션으로도 손색없다. 비니, 바라클라바, 패딩 머플러, 장갑 등 겨울 액세서리 라인도 확대했다. 추위를 막아주는 동시에 일상 속에서 스타일리시한 무드를 완성할 수 있다.

버커루 관계자는 "가을 컬렉션에 이어 이번 겨울 컬렉션 또한 브랜드 헤리티지인 고품격 빈티지 감성과 현대적 트렌드를 조화롭게 담아냈다"며, "유행을 선도하는 배우 이동휘와 함께 한 강렬한 겨울 화보를 통해 색다른 스타일링을 시도해 보시길 바란다"고 전했다.

배우 이동휘와 함께한 버커루 2024 겨울 컬렉션은 전국 오프라인 매장과 스타일24, 그리고 패션 플랫폼 무신사에서 만나볼 수 있다.

Vintage Western sensibility

BUCKAROO 보도자료

한세엠케이 버커루, 신세계 사우스시티 신규 매장 오픈 전속모델 이동휘 방문

빈티지 웨스턴 무드의 겨울 스타일링 선보이며 이목 집중

– 배우 이동휘, 버커루 시그니처 데님팬츠에 무스탕 점퍼 매치로 올 겨울 빈티지 패션 완성
– 신세계 사우스시티 신규 매장 오픈, 감각적인 우드 인테리어 통해 빈티지 감성 극대화

한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 프리미엄 빈티지 데님 브랜드 버커루(BUCKAROO)가 신세계 사우스시티 신규 매장 오픈을 기념해 전속모델 배우 이동휘가 방문했다고 지난해 11월 15일 밝혔다. 버커루는 지난해 11월 1일 경기도 용인 신세계백화점 사우스시티에 새롭게 매장을 오픈했다. 버커루의 심볼을 활용한 감각적인 우드톤의 인테리어를 통해 브랜드 고유의 빈티지 아이덴티티를 고스란히 담아냈으며, 해당 매장에서는 24FW 시즌 신상품을 포함해 버커루의 헤리티지를 느낄 수 있는 스테디셀러 아이템까지 다채롭게 만나볼 수 있다. 특히 지난해 11월 1일에는 버커루의 전속모델 배우 이동휘가 오픈을 기념해 매장을 방문해 눈길을 끌었다. 이동휘는 버커루의 시그니처 데님 팬츠와 에코 퍼 디테일이 돋보이는 무스탕 아우터를 매치하여 세련된 겨울 무드로 등장해 이목을 집중시켰다. 버커루의 윈터 제품군 중 베스트셀러 중 하나인 '에코 카라 무스탕 점퍼'는 빈티지한 감성과 뛰어난 보온성으로 다양한 룩에 어울리는 아이템이다.

또 이동휘는 버커루 매장을 돌아보며 겨울 신상품 '하이넥 푸퍼 다운 점퍼'를 직접 착용해 브랜드에 대한 애정을 보여주기도 했다. 하이넥 푸퍼 다운 점퍼는 소재의 워싱감이 돋보이는 다운 패딩 제품으로 지금부터 한겨울까지 활용할 수 있는 데일리 아우터로 제격이다. 버커루만의 빈티지 감성과 현대적 트렌드를 반영한 디자인으로 스타일리시한 겨울 스타일링을 완성할 수 있다. 이밖에도 이동휘는 버커루의 아이덴티티가 반영된 데님팬츠 조닝을 둘러보고, 무스탕과 패딩을 비롯해 직접 픽한 겨울 아이템을 직접 착용해보는 등 즐거운 시간을 보냈다. 이날 이동휘가 착용한 버커루의 모든 아이템들은 신세계 사우스시티 매장을 비롯한 전국 버커루 오프라인 매장과 공식 온라인 스토어 스타일24에서 만나볼 수 있다.

버커루 관계자는 "신세계 사우스시티 오프라인 매장 입점을 통해 고객들에게 더욱 새롭고 차별화된 브랜드 경험을 제공할 수 있게 되어 기쁘다. 앞으로도 버커루는 고객들의 니즈와 트렌드를 적극 반영하여 더욱 발전된 모습을 보여드릴 것"이라며 "지속적인 신규 매장 오픈을 통해 고객과의 접점을 강화하는 동시에 한층 새로워진 버커루의 스타일을 직접 경험할 수 있는 기회를 강화하려 한다."고 전했다.

한편 버커루는 1년 중 최대 할인 행사인 블랙프라이데이를 맞아 온·오프라인에서 동시에 진행되는 대규모 할인 프로모션 '한세페'를 진행했다. 지난해 11월 14일부터 11월 24일까지 상품 최대 80%까지 할인된 가격으로 다양한 제품을 만나보며, 24FW 시즌 신상품은 최대 60%까지 할인된 가격으로 만나볼 수 있었다. 겨울 시즌을 맞아 신상품 아우터 또한 특가 할인 혜택을 제공해 보다 합리적인 가격에 겨울 아우터를 구매할 수 있는 기회를 마련해 많은 주목을 받았다.

BUCKAROO REPORTED NEWS

MZ PICK!

가성비 스타일로 MZ세대 사로잡은 '다운 패딩' 트렌드

올겨울 한파 대비 패션 필수템

– 스트리트 캐주얼 브랜드, 가성비와 스타일 겸비한 다운 패딩으로 한파 준비 나서
– NBA, 기본에 충실한 보온성에 트렌디 더한 '덩크 다운 프로' 선봬... 가성비 패딩으로 주목
– 르꼬끄 스포르티브, 아크메드라비 등 다채로운 겨울 시즌 컬렉션 공개... 젊은 소비자 호응 이어져

올겨울 역대급 한파가 예상되면서 옷장 속 필수 아이템으로 다운 패딩이 떠오르고 있다. 이에 패션업계에서는 가성비와 트렌디한 디자인을 강조한 신제품을 잇따라 선보이며 소비자 공략에 나서고 있다. 특히 2030 MZ세대를 겨냥한 스트리트 감성의 다운 패딩들이 눈길을 끌고 있으며, 경제적 부담을 줄이면서도 높은 품질을 제공하는 가성비 패딩 또한 주목받고 있다.

NBA, 겨울 강추위 대비 '덩크 다운 프로' 출시... '가성비 패딩'으로 브랜드 대표 아이템 예고

한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 스트리트 캐주얼 브랜드 NBA는 2024년 F/W시즌을 맞아 가성비 및 보온성을 강조한 덕다운 패딩 '덩크 다운 프로'를 출시했다. NBA가 이번 시즌 처음으로 선보이는 덩크 다운 프로는 소비자들의 물가 부담을 고려하여 합리적인 가격대로 준비했다. 채취 과정부터 제품 제작까지 비윤리적 동물 학대 행위를 하지 않은 제품임을 나타내는 RDS(책임 다운 기준) 인증 덕다운을 충전 소재로 활용했으며, TPU 코팅으로 방풍과 생활 방수 기능을 제공한다. 디자인 측면에서는 넉 사이즈를 과감히 키운 실용적인 디테일을 적용해 코 끝까지 따뜻하게 덮을 수 있다. 추운 겨울을 대비할 수 있도록 소매와 밑단은 밴딩으로 처리해 찬 바람을 막아준다. 전체적으로 오버핏 실루엣으로 제작하여 스트리트 무드와 편안한 착용감을 동시에 제공하며, 투웨이 지퍼로 활동성까지 고려한 점이 장점이다. 블랙, 다크그레이, 화이트 세 가지 색상으로 구성해 어떤 착장에도 어울릴 뿐만 아니라 자연스럽게 드랍된 어깨 라인 및 브랜드 자수 로고 포인트로 트렌디한 감성을 연출할 수 있다.

NBA는 이번 덩크 프로 다운 제품을 시작으로 매 시즌 업그레이드된 버전을 지속적으로 출시할 계획이다. 소비자들의 니즈를 반영하여 디자인, 기능성 등을 개선해 나가며 브랜드의 대표 아이템으로 자리잡을 수 있도록 노력할 예정이다. 이번 신제품은 무신사를 비롯한 온·오프라인 채널을 통해 만나볼 수 있으며, 온라인 공식 스토어인 스타일24에서 구매 시 선착순으로 NBA 다운 머플러를 증정한다.

르꼬끄 스포르티브, 엔믹스 해원, 설윤과 함께 24 겨울 다운 컬렉션 공개

데상트코리아가 전개하는 스포츠 브랜드 르꼬끄 스포르티브는 아이돌 그룹 엔믹스의 해원, 설윤을 하반기 캠페인 모델로 선정하고 2024 겨울 다운 컬렉션을 공개했다. 화보 속 해원, 설윤이 착용한 '노바 다운'은 허리 선에서 끝나는 짧은 기장에 빵빵한 볼륨감이 특징인 푸퍼 컨셉의 숏 패딩이다. 경쾌한 분위기의 점퍼 스타일로 일교차가 심한 늦가을부터 한겨울을 지나 초봄까지 비교적 광범위한 기간동안 활용할 수 있다. 우수한 보온성에 가볍기까지 해 착용감이 편하다. 넓은 간격의 퀼팅 설계와 군더더기 없는 간결한 디자인이 스포티한 느낌을 선사한다.

'노바 다운'은 유광과 무광 스타일 두 가지로 출시된다. 유광은 트렌디한 광택 소재를 사용해 빛의 각도에 따라 살짝살짝 반짝이는 글로시함이 매력적이다. 입었을 때 얼굴이 환해 보이는 반사판 효과도 있다. 무광은 듀얼플렉스 소재를 사용했다. 고급스럽고 매트한 촉감이 특징이다. 생활 방수와 방풍 기능을 갖춰 일상뿐 아니라 아웃도어 활동에도 최적이다.

아크메드라비, 세븐틴 호시와 함께한 24 겨울 컬렉션 론칭... 덕다운 라인업 눈길

스트릿웨어 브랜드 아크메드라비는 브랜드 모델 세븐틴 호시와 함께한 2024년 겨울 컬렉션을 론칭했다. 지난 가을에 이어 호시와 함께한 두 번째 컬렉션으로 이번 겨울 컬렉션은 편안하면서도 멋스러운 매력을 균형미 있게 담아냈다. 특히 캐주얼한 가을 제품들과 매치했을 때 고급스러움을 더할 수 있도록 소재와 핏에 집중했다. 이번 겨울 컬렉션은 아트웍이 돋보이는 후드 셔츠에 매치할 수 있는 트렌디한 베이직 로도 오버사이즈 숏 덕다운 베스트와 가볍게 걸쳐 편안한 무드를 낼 수 있는 베이직 로고 오버사이즈 숏 덕다운 재킷이 주요 제품이다.

KIDS

A SCHOOL BAG FOR THE NEW SEMESTER

NBA키즈, 2025년 신학기 책가방 출시... 스타일 다양화 및 실용성 강화

– 한세엠케이 NBA키즈, 스포티한 무드의 신학기 책가방 신제품 선봬... 7가지 스타일로 라인업 확장
– 고객 니즈 수용한 고학년용 책가방... 수납력, 내구성, 기동성 모두 갖춘 스타일리시한 등교록 완성
– 신발 주머니, 다용도 파우치부터 물통 전용 주머니, 네임택 키링 등 세트 구성으로 가성비 ↑

가볍고 세련된 디자인 강조... 7가지 스타일로 연말 선물 제격

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 NBA키즈가 2025년 신학기를 앞두고 다양한 스타일과 실용성을 강조한 신제품 책가방을 출시했다. 이번 신학기 책가방은 고학년층의 높은 수요를 반영하여 총 7가지 스타일로 라인업을 대폭 확대해 선택의 폭을 늘렸다. 또한 대부분의 제품을 700g 이하로 제작해 아이들이 가볍고 편리하게 사용할 수 있도록 설계했다. 디자인 역시 오랫동안 활용할 수 있는 세련된 스타일을 적용했다. 파우치 및 지갑, 짐색 등의 세트 구성으로 가성비와 활용도를 모두 만족시킨 점도 눈길을 끈다.

고학년용 책가방은 노트북 수납도 가능한 넉넉한 사이즈로 실용성을 높였다. 방수 안감이 적용된 사이드 포켓을 배치해 물병도 편리하게 보관할 수 있도록 했다. 이외에도 플라스틱 속고발을 가방 바닥에 부착해 오염과 스크래치를 방지하고, 에어 메쉬 쿠셔닝 등판으로 장시간 편안하게 착용할 수 있다. 메신저백과 미니 키링 파우치가 세트로 포함된 '듀얼 맥스 백팩', 목걸이 지갑 세트를 제공하는 '앨리웁 백팩', 전면 스트링 포인트가 매력적인 '크로스오버 백팩', 3M 반사 원단으로 안정성을 높인 '라이트업 백팩' 등 총 4가지 스타일로 구성됐다.

저학년용 책가방 라인도 외출용 슬링백과 다용도 파우치가 포함된 세트 구성 및 NBA의 스포티한 무드를 반영한 '슈퍼 느바 백팩', 신발주머니로 활용 가능한 짐색, 물통 주머니를 포함해 활용도를 높인 '버디보틀 백팩', NBA키즈의 마스코트 캐릭터 구공이와 글리터 디테일이 돋보이는 여아전용 '블링 구공이 백팩' 등 3가지 버전으로 선보인다. U자형 에어 메쉬 어깨끈과 3D 볼륨 쿠션 등판으로 하중을 분산시켜 편안한 착용감을 제공하며, 자석 버클 체스트 벨트를 통해 아이들 체형에 맞게 조절할 수 있다. 내부에는 이름과 연락처를 기재할 수 있는 네임 라벨이 추가돼 분실 걱정까지 덜었다. NBA키즈는 이번 신학기 책가방 출시를 기념해 지난해 특별 프로모션을 진행한다. 신제품 책가방을 구매하면 상품에 따라 2만 원 혹은 3만 원의 할인 혜택을 제공하며 저학년용 책가방 세트를 구매한 고객에게는 구공이 키링을, 고학년용 책가방 라인을 구매한 고객에게는 스트링백을 증정했다.

NBA 키즈 관계자는 "저학년부터 고학년까지 초등학생 아이들의 취향을 적극 반영하여 이번 책가방을 출시하게 되었다. 실용성과 스타일을 겸비한 이 제품들이 학부모와 아이들의 신학기 준비에 도움이 되길 기대한다"며, "합리적인 가격대의 NBA키즈 신학기 책가방 컬렉션과 함께 소중한 마음을 전하는 연말 시즌이 되길 바란다"고 말했다.

KIDS

WINTER BOOTS COLLECTION

한세엠케이 NBA키즈, 겨울 방한 부츠 컬렉션 출시

– NBA키즈, 6가지 스타일의 방한 부츠 신제품 공개... 활동량 많은 아이들을 위한 패션템 선보여
– 따뜻한 퍼 어그 부츠 스타일의 '머핀' 시리즈, 접지력 높여 눈길에도 안전하게 착용 가능
– 패딩 부츠 라인업도 눈길... 겨울 일상생활부터 아웃도어 활동까지 스트릿 패션 연출 도와

'퍼 부츠 vs 패딩 부츠' 취향 따라 연출... 액티브 키즈 위한 겨울 필수템

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 NBA키즈가 겨울 한파를 앞두고 보온성과 스타일을 겸비한 방한 부츠 컬렉션을 새롭게 출시했다. 이번 방한 부츠 컬렉션은 총 6가지 스타일로 라인업을 확장하며 선택의 폭을 한층 넓혔다. 퍼, 패딩 소재로 구성하여 다양한 패션 아이템과 함께 겨울 스타일링을 완성할 수 있다. NBA키즈만의 스포티즘 감성과 패셔너블한 디자인을 모두 갖춘 제품으로 겨울철 다양한 일상 속에서 활용도가 높을 것으로 기대한다.

'머핀' 퍼 부츠 시리즈는 트렌디한 어그 부츠 스타일을 적용한 것이 특징이다. 슬리퍼, 부츠, 슬립온의 세 가지 디자인으로 구성했으며 고객의 취향을 고려해 카멜, 초콜릿, 핑크 등 다채로운 색상으로 출시했다. 부드러운 감촉의 천연 양털 소재를 사용해 고급스럽고 따뜻한 착용감을 제공하며, 아웃솔에는 접지력이 뛰어난 소재를 적용해 겨울철 미끄러운 길에서도 안전하게 신을 수 있다. 상단부분에는 생활 방수 처리로 비나 눈으로 인한 오염을 최소화했으며, 지퍼를 적용해 신고 벗을 때 편리하다.

높은 보온성과 방풍 성능을 지닌 패딩 부츠 시리즈는 '노바', '코멧', '루카' 등 세 가지 스타일로 만나볼 수 있다. 퍼 내피를 활용해 보온성을 극대화했고, 벨크로 스트랩으로 발등과 발목 사이즈 조절도 용이하다. 가벼운 EVA 소재와 TPR 소재가 결합된 아웃솔을 적용해 보다 안전하게 겨울철 야외활동을 즐길 수 있다. 볼륨 있는 패딩 소재로 스트릿 감성을 강조한 패션 연출 및 구스다운 패딩, 후드집업, 방한모자 등 어느 코디에도 활용하기 좋다. 특히 노바 패딩 부츠는 기존 키즈 방한화 대비 곡선형 아웃솔을 적용해 부드러운 보행을 돕는 동시에 아이들이 장시간 착용 시에도 편안함을 제공한다. 플리스 소재의 인솔을 적용해 보온성을 한층 강화했고, 패딩 부츠 특유의 볼륨감을 보완해 스타일리시한 실루엣을 구현했다. NBA 팀 로고로 포인트를 준 측면 디자인으로 브랜드 아이덴티티도 강조했다. 패딩 스니커즈 스타일의 코멧은 내피에 부드러운 퍼 소재를 적용해 맨발로도 쾌적하게 착용 가능하며, 빛을 반사하는 3M 소재를 활용해 야간 활동 시 안전사고를 예방하도록 했다. 루카는 광택감 있는 유광 패딩 소재와 브루클린 넷츠 및 시카고 불스 팀 로고 디자인이 돋보인다.

NBA키즈의 방한 부츠 컬렉션은 최근 쌀쌀해진 날씨에 데일리 아이템으로 활용하기 좋은 '리버서블 구스다운', 세련된 디자인의 이너 제품으로 고객들의 반응이 좋은 '우븐믹스 후드 반집업' 등과 매치하면 개성 있는 윈터룩을 연출할 수 있다.

NBA 키즈 관계자는 "이번 겨울 방한 부츠 컬렉션은 보온성과 스타일을 모두 충족시키는 겨울 필수 아이템으로, 고객들이 취향에 맞춰 선택할 수 있도록 6가지 다양한 스타일로 준비했다. 다운, 후드 집업, 방한모자 등과 함께 다채로운 스타일링을 완성할 수 있으며 활동량이 많은 아이들에게 제격"이라고 전하며, "앞으로도 NBA 헤리티지를 강화하고, 브랜드만의 강점을 살린 아이템들을 선보이는데 주력할 예정이다"라고 말했다.

NBA KIDS SNS

KIDS

INFLUENCER

NBA KIDS SNS

NBA

WINTER
BOOTS

WINTER OUTER

WARM OUTER

FESTA

한세엠케이 모이몰른, ‘모이몰른 프렌즈’ 첫 멤버로 유튜버 국가비 발탁

– 모이몰른, 138만 구독자 보유한 국가비와 함께 ‘모이몰른 프렌즈’ 캠페인 진행
– 브랜드와 소통하며 성장 도모하는 ‘모이몰른 프렌즈’ 도입... 이후 일반인 대상으로 확대 예정
– 국가비와의 첫 콘텐츠 라이브 기념 특별 이벤트 진행 및 다양한 할인 행사 진행

국가비와 협업 통해 글로벌 베이비웨어 브랜드로 도약

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른은 요리사 겸 유튜버 국가비를 브랜드 앰버서더 ‘모이몰른 프렌즈’의 첫 멤버로 발탁했다.

모이몰른은 자연 친화적인 북유럽 감성을 담아낸 유니크한 디자인으로 주목받고 있으며, 한국을 비롯해 일본, 중국, 미국 등 해외 시장에서도 활발히 사업을 진행하고 있다. 지난해 론칭 10주년을 맞아 다양한 캠페인을 전개하며 국내 유일의 글로벌 유아동 브랜드로 자리매김하고 있다.

아울러 소비자에게 더욱 진정성 있는 메시지와 브랜드 스토리를 전달하기 위해 ‘모이몰른 프렌즈’를 새롭게 도입했다. 모이몰른 프렌즈는 단순한 앰버서더 활동을 넘어 브랜드와 함께 성장하며 깊이 있는 소통을 이어 나가는 파트너십 형태로 운영될 예정이다. 이에 따라 국가비가 모이몰른 프렌즈의 첫 멤버로 발탁되어 앞으로 활발한 활동을 이어갈 예정이다. ‘마스터 셰프 코리아 시즌3’에서 준우승을 차지하며 얼굴을 알린 국가비는 특유의 사랑스러운 이미지와 따뜻한 매력으로 많은 사랑을 받고 있다. 요리와 일상을 담은 콘텐츠를 통해 138만명 구독자를 보유한 글로벌 인플루언서로, 유튜버 ‘영국남자’ 조슈아 캐럿과 결혼해 지난해 8월 딸 줄리를 출산했다.

국가비는 모이몰른 프렌즈로 활동하며 육아 경험을 바탕으로 제품에 대한 진솔한 피드백과 다양한 스토리를 전달할 계획이다. 모이몰른의 출산용품, 신생아 의류 등 뉴본 베이비 라인업을 중심으로 브랜드의 개성이 돋보이는 아이템을 직접 선택해 생생한 리뷰를 공개할 예정이다. MZ세대 부모들이 공감할 수 있는 이야기를 통해 국내외 신규 고객층 확보에도 기여할 것으로 기대된다.

모이몰른은 1호 프렌즈 국가비와의 콘텐츠 활동을 통해 브랜드 인지도를 높일 계획이다. 국가비와 딸 줄리의 성장 스토리를 통해 대중과 공감대를 넓힐 예정이며, 글로벌 팬들에게도 더욱 친숙하게 다가설 기회를 마련하고 있다. 또한 출산, 신생아 제품 라인업을 대폭 강화하고 신발과 액세서리 독점 상품을 구성하는 등 베이비 시장 내 입지를 넓혀갈 방침이다.

모이몰른 관계자는 “국가비가 모이몰른 프렌즈로서 직접 제품을 사용하고 아이와 함께한 진솔한 일상을 공유함으로써 소비자들에게 신뢰감을 줄 수 있을 것으로 기대한다”며, “론칭 10주년을 맞아 브랜드의 가치를 더욱 널리 알리기 위해 프렌즈를 도입했으며 이후에는 일반인 대상으로도 확대할 계획”이라고 전했다.

한편 모이몰른은 국가비와의 첫 콘텐츠 라이브를 기념해 특별 할인 이벤트를 진행했으며, 앞으로도 고객들에게 특별한 혜택을 제공하기 위한 다채로운 프로모션을 선보일 예정이다.

모이몰른,
‘미나르디 프리미엄 다운’ 출시

– 한세엠케이 모이몰른, 디자인과 실용성 모두 잡은 프리미엄 다운 컬렉션 선보여
– 이탈리아 미나르디사 프리미엄 덕다운 충전재 적용... 우수한 필파워 및 가벼운 착용감 주목
– 총 3가지 스타일로 구성... 다양하게 스타일링할 수 있는 실용적인 디자인 눈길

한세엠케이 김지원 대표,
“모이몰른 다운 컬렉션으로 따뜻한 겨울 제안”

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비 웨어 브랜드 모이몰른은 겨울 시즌을 맞아 ‘미나르디 프리미엄 다운’을 출시했다. 이번 신제품은 이탈리아 미나르디사의 프리미엄 덕다운 충전재를 사용했다. 유럽의 가장 추운 지방에서 자란 최상급 오리털을 선별, 가공하여 우수한 필파워와 보온성을 갖춘 제품이다. 부드럽고 가벼운 착용감과 강력한 단열효과로 한겨울 한파 속에서도 아이들을 따뜻하게 보호해 준다. 미나르디 프리미엄 다운은 총 3가지 스타일로, 다양한 연출을 통해 아이들의 스타일링을 한층 다채롭게 만들어줄 아이템으로 구성했다. ‘트러플 리버시블 다운점퍼’는 뒤집으면 덤블퍼 점퍼로 양면 활용이 가능한 실용적인 디자인이 특징이다. ‘리프 다운점퍼’는 고급스러운 그래픽 디자인으로 특히 여아들에게 높은 관심을 받고 있다. ‘츄이 다운점퍼’는 지퍼를 사용해 후드와 카라를 자유롭게 변형할 수 있는 투웨이 스타일링으로 활용할 수 있다. 모이몰른은 미나르디 프리미엄 다운과 세트로 코디하기 좋은 오버올 패딩 팬츠도 함께 선보인다. ‘트러플 패딩 오버올 팬츠’와 ‘츄이 패딩 오버올 팬츠’로, 방수 기능과 어깨 조절 스냅, 지퍼 등을 적용해 착용이 편리하여 겨울철 야외 활동 시 활용도가 높은 제품이다.

한세엠케이 김지원 대표는 “이번 신제품은 부모들의 프리미엄 니즈를 충족시키며, 아이들에게는 우수한 보온성과 편안한 착용감을 제공할 것으로 기대된다. 앞으로도 부모들이 믿고 선택할 수 있는 품질 및 트렌디한 디자인을 반영한 아이템을 꾸준히 선보이며 글로벌 베이비 웨어 브랜드로 성장해 나갈 계획이다”고 전했다.

이번 신제품은 전국 모이몰른 매장과 한세엠케이 공식 온라인몰 스타일24에서 구매할 수 있다. 모이몰른은 신제품 출시를 기념하여 다양한 프로모션을 준비했다. 지난해 12월 1일까지 전국 매장에서 방한용품을 구매하는 멤버십 고객에게 10% 할인 혜택을 제공하며, 지난해 12월 2일부터는 신제품 다운점퍼와 패딩팬츠 구매 시 포인트 2배 적립 이벤트를 진행했다.

moimoln

모이몰른, 북유럽 감성의 ‘무민 겨울 콜라보 컬렉션’ 출시

– 자연친화적 북유럽 콘셉트의 모이몰른과 핀란드 국민 캐릭터 무민이 만나다... 겨울 협업 컬렉션 공개
– 모이몰른 대표 인기 제품으로 구성... 선물용 애착인형 세트부터 니트 우주복, 실내 상하의까지
– 포인트 2배 적립, 색칠놀이 무민 엽서 선물 등 콜라보레이션 기념 특별 이벤트 실시

글 이지연 / 사진 모이몰른

모이몰른과 무민이 함께 만든 따뜻한 겨울 이야기 담아내

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른이 핀란드를 대표하는 캐릭터 무민(Moomin)과 함께 한 ‘무민 겨울 콜라보 컬렉션’을 공개했다.

모이몰른은 자연을 사랑하고 아이들과 정서적으로 교감하며 실용적인 가치를 중시하는 북유럽 라이프스타일에서 영감을 받아 다채로운 라인업을 전개하고 있다. 지난해 브랜드 론칭 10주년을 맞아 이번 콜라보레이션을 포함한 다양한 프로젝트를 통해 고객들에게 새로운 경험을 제공하고 있다. 무민 또한 2025년 탄생 80주년을 기념하며, 두 브랜드의 북유럽 감성을 담아낸 제품 라인업을 통해 한층 특별한 가치를 선사할 예정이다.

이번 무민 겨울 콜라보 컬렉션은 10년 동안 꾸준히 사랑받은 모이몰른의 베스트셀러 제품들을 중심으로 구성됐다. 무민의 따뜻하고 순수한 매력을 더한 감성적인 겨울 아이템으로 다양하게 만나볼 수 있다. 특히 벨로아 애착인형 선물세트나 니트 우주복 등은 고급스러운 무드와 아기자기한 디자인으로 출산 선물로도 제격이다.

‘맨투맨 상하 세트’와 ‘덤블 플리스 점퍼’는 무민 캐릭터의 보들보들한 이미지에 영감을 받아 포근하고 부드러운 원단으로 제작했다. 외출 시 가볍게 메기 좋은 ‘벨보아 슬링백’과 함께 매치하면 귀여운 무민룩을 완성할 수 있다.

모이몰른을 대표하는 스테디셀러 제품으로 자리잡은 ‘실내복 상하 세트’와 ‘우주복 세트’는 위트있는 무민 캐릭터 아트웍이 특징이다. 도톰한 두께감으로 높은 보온성과 편안한 착용감을 선사하며 따뜻한 컬러감이 돋보이는 제품이다.

모이몰른은 이번 콜라보레이션을 기념해 풍성한 프로모션도 진행했다. 지난해 11월 3일까지 무민 겨울 콜라보 컬렉션을 구매 시 쑥쑥포인트 멤버십 2배 적립 혜택을 제공하고, 색칠놀이를 할 수 있는 무민 아트웍 엽서도 증정했다.

한세엠케이 관계자는 “북유럽에서 태어나 전세계적으로 뜨거운 사랑을 받고 있는 캐릭터 무민과 함께 깨끗하고 포근한 무드가 매력적인 협업 컬렉션을 선보이게 되었다”며, “올겨울 유니크한 디자인과 고급스러운 소재가 돋보이는 무민 겨울 콜라보 컬렉션과 함께 더욱 특별하고 감성적인 겨울 스타일링을 완성해보시길 바란다”고 전했다. 모이몰른의 무민 겨울 콜라보 컬렉션은 전국 오프라인 매장과 공식 온라인몰 스타일24에서 만나볼 수 있다.

모이몰른, 일본 첫 아울렛 매장 오픈 소식에 오픈런 이어져

– 모이몰른, 도쿄 최대 규모의 아울렛 미나미마치다 그랑베리파크점 매장 공식 오픈
– 개장 전부터 오픈런 이어지며 현지 인기 입증... 오픈 기념 이벤트로 많은 호응 얻어
– 올해 2월 교토 이세탄 백화점 입점 예정... 온오프라인 채널 강화로 일본 내 입지 확장 계획

도쿄 신규 매장 오픈과 동시에 '성황'... 일 매출 2천만 원 기록

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)가 전개하는 글로벌 베이비웨어 브랜드 모이몰른이 일본 신규 매장 오픈과 동시에 일 매출 2천만 원을 기록하며 성공적인 출발을 알렸다. 모이몰른은 지난해 10월 24일 일본 도쿄 미나미마치다 그랑베리파크점에 첫 아울렛 매장을 공식 오픈했다. 이 매장은 총 22평 규모로 아울렛 매장의 특성에 맞춰 이월 상품 위주로 구성했으며, 트랜스포머 형태의 집기를 도입해 진열 방식을 유동적으로 변경할 수 있도록 설계했다. 일반 매장보다 약 3~4배 많은 상품을 진열하여 소비자 선택의 폭을 넓혔다. 젊은 소비층의 유동인구가 많은 지역적 특성을 활용하여 브랜드 인지도 제고에도 기여할 것으로 기대된다.

오픈 당일 매장에는 약 500명이 넘는 방문객이 몰려들며 현지 고객들의 많은 주목을 받았다. 개장 전부터 길게 늘어선 대기 줄이 이어졌으며, 이후에도 평균 1시간 이상의 대기 시간을 감수하며 매장을 방문하는 등 이목을 끌었다. 오픈 기념 스페셜 이벤트 및 8800엔 이상 구매 고객에게 사은품으로 제공된 오리지널 피크닉 매트도 큰 호응을 얻었다. 현지 고객들의 뜨거운 관심은 매출 성과로도 이어져, 오픈 첫날에만 약 2천만 원을 기록했다.

모이몰른은 2020년 일본 진출 이후 현재까지 지속적으로 성장하며 'K-유아동복' 대표 브랜드로 자리매김했다. 북유럽 스칸디나비아 감성을 담아낸 한국 유아동복 브랜드라는 점이 일본 소비자들에게 호감을 주며 브랜드의 매력을 더욱 높이고 있다. 더불어 브랜드 앰버서더, 시즌 카탈로그에 고객 모델을 기용하는 등 고객과의 밀접한 소통을 활발히 전개하고 있다.

이러한 성장세를 반영하듯 지난해 1~3분기 누적 매출은 2023년 동기 대비 40% 이상 증가했다. 충성도 높은 고객들이 늘어나며 일본 공식 SNS 팔로워 수도 7만6천 명에 이른다.

모이몰른은 이번 성공적인 첫 아울렛 매장 오픈에 힘입어 추가적인 아울렛 오픈도 검토 중이다. 백화점 채널 진출도 확대하고 있다. 현재 오사카 한신백화점 우메다 본점을 포함한 전국 4개 백화점에서 상품을 판매 중이며, 올해 2월에는 교토 이세탄 백화점 매장 오픈도 예정되어 있어 백화점 채널 매출이 더욱 확대될 전망이다. 또한 자사몰 확장 및 타사몰 운영 차별화를 통해 온라인 채널 강화에도 집중하고 있다. 온라인과 오프라인 채널 전반에서 일본 소비자들과의 접점을 강화하며 성장세를 이어갈 계획이다.

모이몰른 관계자는 "이번 신규 매장 오픈을 계기로 일본 시장 내에서 브랜드 인지도를 높이고 지속적인 매출 성장을 이어갈 것"이라며, "브랜드 론칭 10주년을 맞이한 모이몰른은 앞으로도 국내 및 해외 시장에서의 입지를 더욱 확고히 다지며 글로벌 베이비웨어 브랜드로 나아갈 방침이다"라고 전했다.

moimoln

✦ 즐거운 축구 플레이와 함께 성장하는 스포츠 정신 ✦

한세엠케이, '플레이키즈-프로 꿈나무 축구 대회' 개최

- 엔데믹 전환 이후 열린 첫 행사... 지난해 10월 12일~13일 양일간 유치부와 저학년 총 70개 팀 참가
- 국내 유일의 무료 유소년 축구대회... 건강한 스포츠 문화 선도 및 지역사회 발전에 기여
- 슈팅 이벤트, 페이스 페인팅, 타투 스티커 체험 등 다채로운 부대행사로 참가자들의 큰 호응 얻어

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)는 지난해 10월 12일(토)부터 13일(일)까지 양일간 안양 석수체육공원 축구장에서 '플레이키즈-프로 꿈나무 축구 대회'를 성황리에 개최했다.

한세엠케이와 한세예스24홀딩스가 주최하고 한국 유소년 축구교육원이 주관한 이번 대회는 지역 사회 발전과 유소년들의 건강한 스포츠 문화 확산에 앞장서고자 기획된 행사다. 2013년 컬리수 축구 대잔치로 시작된 이후 연 2회 개최하며 국내 유일의 무료 유소년 축구 대회로 자리 잡았다. 엔데믹 전환 이후 열리는 대규모 오프라인 행사로 플레이키즈-프로와 함께 하는 축구 대회로 새롭게 정비해 선보였다. 플레이키즈-프로는 나이키 및 조던, 컨버스, 헐리 등 글로벌 스포츠 브랜드의 키즈 라인을 한곳에서 만날 수 있는 국내 유일의 키즈 스포츠 멀티 스토어로, 아이들에게 건강한 스포츠 문화를 체험할 기회를 제공하는 데 중점을 두고 있다. 브랜드 철학을 바탕으로 진정한 스포츠 정신을 경험하고 문화 확산에 기여할 수 있도록 구성했으며 참가 연령을 확대해 더욱 폭넓은 참여 기회를 제공했다.

이번 대회는 약 3천여 명의 사람들이 모여 축구 축제의 열기를 더했다. 유치부와 저학년 총 70개 팀은 추첨을 통해 조별로 경기를 치렀다. 한세엠케이는 스포츠맨십 정신과 화합을 도모하고자 승패에 관계없이 모든 참가자에게 메달을 수여했다. 축구대회를 기념하는 플레이키즈-프로 유니폼과 축구공도 선물했다. 또한 이번 대회에서는 높아진 참가 연령대에 맞춘 다양한 부대행사가 함께 진행돼 참가자들의 큰 호응을 받았다. 특히, 축구공 슈팅 속도를 측정하는 이벤트는 아이들의 흥미를 이끌며 좋은 반응이 이어졌다. 그 외에도 페이스 페인팅, 타투 스티커 체험, 포토존 등 보다 적극적으로 참여할 수 있는 프로그램을 마련해 축구 대회를 한층 더 풍성하게 했다.

한세엠케이 관계자는 "이번 플레이키즈-프로 꿈나무 축구 대회는 코로나 이후 처음으로 열린 대회로, 아이들에게 다시금 축구를 통해 스포츠 활동에 참여할 기회를 제공할 수 있어 기쁘게 생각한다"며 "앞으로도 다양한 프로그램을 통해 건강한 스포츠 문화 환경을 조성하는 동시에 지역 사회와 함께하는 CSR 활동을 더욱 확대해 나갈 방침이다"이라고 전했다.

SOCCER TOURNAMENT

✦ 올겨울 우리 아이들의 스키룩 책임진다 ✦

한세엠케이 나이키키즈, 겨울 스포츠 시즌 맞아 어린이 스키복 최초 출시

– 나이키키즈 바이 플레이키즈–프로, 24 F/W 시즌 스키복 선봬... 기능성 원단과 이중 스트링으로 보온성 ↑
– 폭 넓은 연령대별 사이즈와 두 가지 색상으로 구성, 스노우 고글 전용 포켓으로 편의성까지 갖춰
– 나이키키즈 오프라인 매장, 평균 1억 5천만 원 매출 성과... 2025년 단독 매장 추가 오픈 예정

국내 대표 패션기업 한세엠케이(각자대표 김지원, 임동환)의 키즈 스포츠 멀티스토어 플레이키즈–프로가 본격적인 겨울 스포츠 시즌을 맞아 나이키키즈 스키복을 최초로 출시했다. 올겨울 첫 선을 보인 나이키키즈 스키 라인은 자켓과 바지 두 가지로, 어린이들이 눈 위에서도 쾌적하게 활동할 수 있도록 설계된 것이 특징이다. 삼중 방수 기능과 이중 스트링을 통해 눈을 막아주고 그래핀 라이닝 안감으로 보온성을 높여 추위 걱정 없이 스키를 즐길 수 있다. 바지 밑단 부분에는 지퍼를 달아 사이즈 조절은 물론 스키 부츠를 신고 벗을 때 편리하다. 스키 고글을 보관할 수 있는 전용 주머니를 포함한 다양한 수납 포켓으로 편의성을 강조했다. 이번에 출시된 스키복은 130~150 사이즈로 유치원생부터 초등학교 저학년까지 폭넓은 연령대의 아이들이 착용 가능하다. 블루와 바이올렛 두 가지 색상으로 제공되며, 세련된 컬러 배색 디자인으로 스키장에서 더욱 스타일리시한 개성을 드러낼 수 있다.

한세엠케이는 나이키키즈 스키복을 원하는 고객 니즈를 적극 수용하여 이번 신제품을 기획했다. 겨울 스포츠 활동에 최적화된 기능성으로 편안한 착용감을 제공하며 브랜드 헤리티지를 담아 스포티한 무드를 강조했다. 지속적인 기능 개발과 트렌디한 디자인을 반영해 스키 라인을 꾸준히 늘려나갈 방침이다.

한편 나이키키즈는 브랜드의 아이덴티티를 직접 체험할 수 있는 공간과 다채로운 상품군을 중심으로 오프라인 매장을 늘리며 고객 접근성을 제고하고 있다. 지난해 11월 기준으로 총 14개 매장을 운영 중이며, 매장당 월 평균 매출은 1억 5천만 원 이상이다. 그 중 프리미엄 아울렛에 입점한 매장은 월 평균 매출 2억 원에 달하며 안정적인 성장세를 보여주고 있다.

지난해 출시된 F/W시즌 제품들도 긍정적인 반응을 얻으며 판매 호조를 보이고 있다. 대표적으로 '샤이닝 다운 아우터'는 은은한 광택 소재와 브랜드 로고 디자인으로 주목받으며 판매율이 60%에 도달했다. 또한 지난해 10월부터 11월까지 두 달 간 아우터 매출은 2023년 동기 대비 17% 증가하는 성과를 보였다. 이러한 실적을 바탕으로 2025년에도 단독 매장을 꾸준히 확장하며 나이키키즈 브랜드의 영향력을 늘릴 계획이다.

한세엠케이 관계자는 "이번에 처음으로 선보이는 스키복은 아이들이 스노우 스포츠를 자유롭게 즐길 수 있도록 기획된 제품으로, 우수한 기능성과 트렌디한 디자인으로 개성있는 스키룩을 완성하길 바란다"라며, "앞으로도 다양한 기능과 스타일을 겸비한 제품을 지속적으로 선보이며 스키 라인을 점진적으로 확대해 나갈 예정"이라고 전했다. 나이키키즈의 이번 스키복은 플레이키즈–프로 및 나이키키즈의 오프라인 매장과 공식 온라인 스토어 스타일24에서 만나볼 수 있다.

WINTER

LEVIS KIDS OUTDOOR OUTFITS

입는 순간 편안한 착용감은 기본, 스타일리시한 디자인이 특징으로
데일리룩부터 꾸안꾸룩까지 ALL KILL!
야외 활동 분만 아니라 실내까지 장소와 상황에 구애받지 않고
활용할 수 있어 가을, 겨울철 필수 아이템이랍니다~

스포티후디세트
스포티홀오버세트
스쿨숏다운점퍼

리바이스키즈매거진 2024년 10월호

REVERSIBLE OVERSIZED JACKET

리버서블 오버사이즈 자켓

리버서블 아이템 하나만 있어도 여러가지 스타일링 연출이 가능해 가을 필수 아이템 중 하나로 꼽히죠.
리바이스키즈의 **리버서블 오버사이즈 자켓**은 솔리브한 색감의 앞면과 모노그램 프린팅이 가미된 뒷면이 특징으로 단숨에 룩에 포인트를 줄 수 있답니다.
이너로는 깔끔한 디자인의 **리본 스트라이프 풀오버**를 매치해 스타일리시한 캠퍼스룩을 완성해 보세요!

리바이스키즈매거진 2024년 11월호

REVERSIBLE DENIM PATTERN SHORT-DOWN

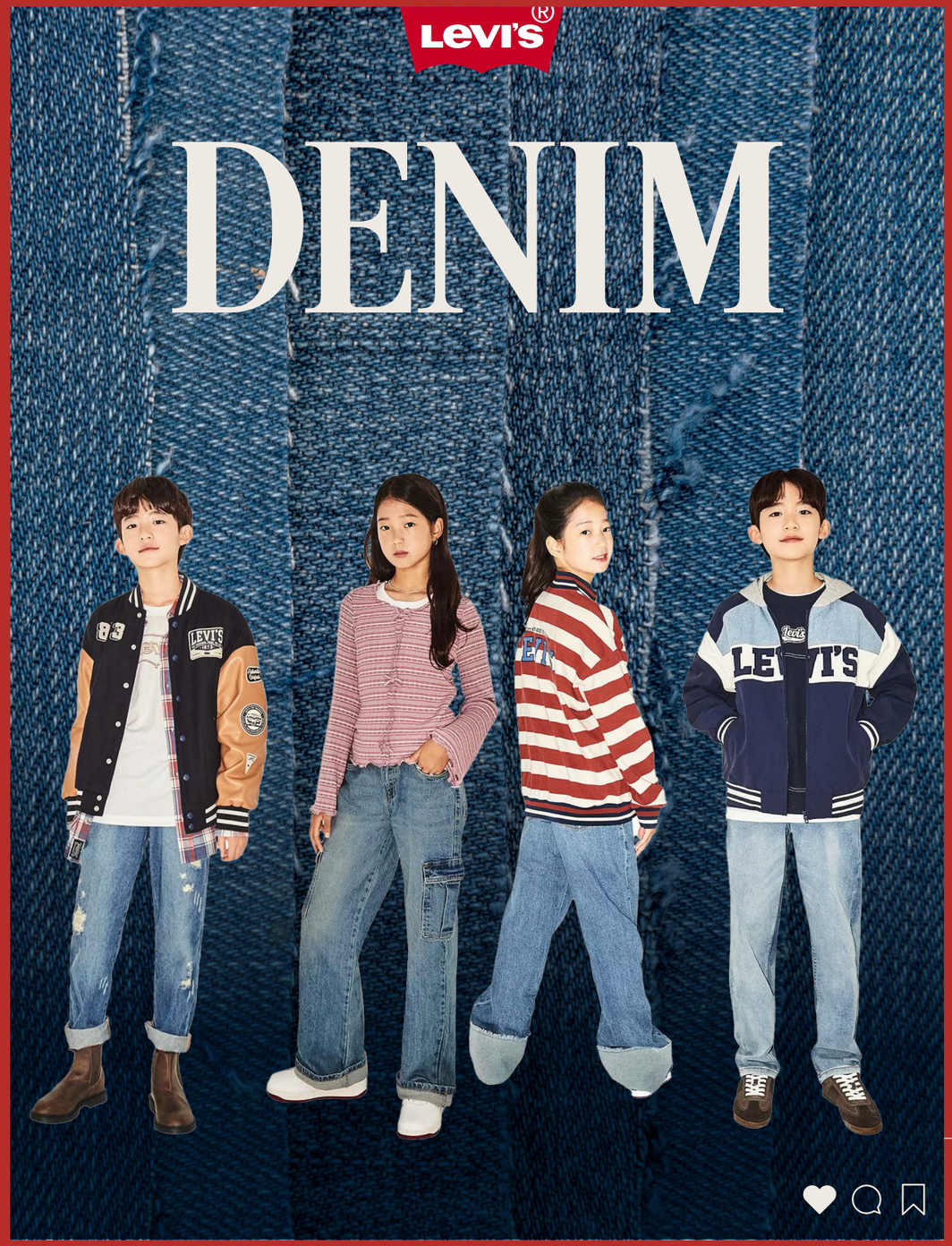
리버서블 데님 패턴 숏다운

데님 패턴으로 제작된 앞면과 뒤집으면 단숨에 화사한 겨울 패션을 완성할 수 있는 뒷면까지! 리버서블 장점만 쏙 가져온 리바이스키즈의 **'리버서블 데님 패턴 숏다운'** 멋스러운데 보온성까지 두루 갖춰 손이 자주가는 아이템! 사진 속 모델처럼 비니, 혹은 다른 악세서리를 함께 매치해 코디의 완성도를 2배 UP! 높여보세요!

CAMPUS

STYLE BOOK

CLUB 12th
CLUB 11th
CLUB 10th



IKONIC

LEVIS KIDS 2024 DENIM COLLECTION

아메리칸 고유의 감성이 담긴 리바이스키즈의
아이코닉한 아이템, 데님팬츠 집중 탐구!

1
부츠컷
하트포켓 데님팬츠

부츠컷 핏 실루엣으로
날씬해 보이는 데님 팬츠

2
LMC
디스트로이드 데님팬츠

빈티한 무드가 배가 되는
편안한 데님 팬츠

3
94
배기카고진

포켓 디테일이 포인트인
배기핏의 카고 팬츠

4
스테이 루즈
테이퍼드진

깔끔한 라인이
돋보이는 데님 팬츠

5
와이드
레그 롤업진

와이드한 핏감으로
패셔너블한 데님 팬츠

귀여운 쿠로미와 함께 특별한 하루 시작!

CURLYSUE X KUROMI 콜라보 ACC .zip

KUROMI

ITEM

쿠로미가 너~무 좋은 공주님들 주목!
컬리수와 쿠로미가 함께한 깜찍한 코디 아이템 등장!

1. 쿠로미 바라클라바&워머 세트
2. 쿠로미 크로스 가방
3. 쿠로미 복주머니가방
4. 쿠로미 방수 스키 점퍼
5. 쿠로미 방수 스키 팬츠
6. 쿠로미 방수 스키 장갑

쿠로미 얼굴 가득한 디자인과
인간 쿠로미가 될 수 있는 바라클라바까지~

겨울에 스키장이라면 난리나는 특별 아이템도 있어요!
스키, 보드, 썰매를 탈 때도 귀여운 쿠로미와 함께라면
더욱 신나겠죠?

**쿠로미콜라보 컬렉션은 전국 컬리수에딧 매장에서
만나보실 수 있답니다.**

쿠로미 크로스 가방

쿠로미 방수 스키 점퍼
쿠로미 방수 스키 팬츠
쿠로미 방수 스키 장갑

쿠로미 바라클라바&워머 세트

쿠로미 방수 스키 점퍼
쿠로미 방수 스키 팬츠

컬러블러 다운 패딩 점퍼
아더콤마어나더의 HIP한 요즘패딩 등장!

트렌디한 홀로그램 컬러와 덕다운 80:20 황금 비율로
벌써부터 아침저녁 겨울같은 날씨~
우리 아이들을 따뜻하게 지켜주면서
스타일까지 책임져 줄 NEW 아우터!

가볍고 편하기로 입소문나기 시작한
아더콤마어나더 숏패딩, 올겨울 아더콤마어나더와
따뜻하고 행복한 시간 보내세요!

HELLO, WINTER!

컬리수에딧 2024 겨울 그랜드 오픈!

더 춥다는 이번 겨울~ 에딧터 여러분의
따뜻함과 멋은 **컬리수에딧**이 책임집니다!

컬리수, 아더콤마어나더, 앤에브리띵...
브랜드별 따뜻하고 스타일리시한 겨울 아우터부터
겨울 신상 컬렉션을 가득 준비했으니
어떤 스타일이든 고르기만 하세요!

여아들을 위한 컬리수 황금비율 덕다운

강추위에도 걱정 없는 24FW 신상 아우터 등장!

퍼카라 후드 롱점퍼

퍼카라 후드 롱점퍼는 글로시한 소재의
롱~한 기장으로 황금비율 80:20 덕다운이에요.
모자에 퍼는 탈부착가능 하고,
벨트로 포인트로 날씬한 핏!

아이들의 체온을 완벽하게 지켜줄 롱 기장으로,
스타일과 보온성을 모두 잡았습니다,
컬리수 롱패딩으로 올 겨울,
아이들의 건강과 스타일을 동시에 챙겨보세요!

활동적인 아이들을 위한

가볍고 따뜻한 신상 숏패딩!

샤이닝 소매탈부착 점퍼

롱 아우터는 따뜻하지만 불편한 에딧터들을 위해 추운 겨울에도
자유롭게 움직일 수 있도록 디자인된 숏 헤비아우터를 가져왔습니다!

컬리수의 샤이닝 소매탈부착 점퍼에는
소매 탈부착이 가능하여 패딩 조끼로도 활용할 수 있다는 점!
컬리수는 이렇게나 에딧터를 생각 한답니다.

EASY EVERYDAY COOKING

생선으로 차린 한 끼

연말연초는 송년회와 외식이 많아 주로 고기를 섭취하게 되는데요, 이럴 때 제철 생선으로 속이 편안한 음식을 만들어 먹으면 영양 밸런스를 맞추고 소화에도 부담이 덜 가며, 건강한 식습관을 계획할 수 있을 것 같아요.
특히 가을과 겨울의 생선은 기름이 차고 살이 단단해져 조림이나 찌개로 요리하면 국물이 감칠맛을 더하고, 곁들인 채소와 함께 먹는 즐거움도 있습니다. 손질이 조금 번거로울 수는 있지만, 건강과 맛을 위해 제철 생선 요리를 꼭 챙겨보세요!

갈치 무조림

갈치조림은 조림 요리를 대표하는 메뉴로, 특히 겨울철 달달한 무를 넣으면 갈치살과 함께 밥을 비벼 먹기 좋은 별미입니다. 갈치를 고를 때는 겉이 반짝이고 윤기가 흐르는 살이 통통하게 오른 신선한 갈치를 선택해 보세요. 이렇게 고른 갈치는 더욱 맛을 돋워 실패 없이 맛있게 요리할 수 있습니다.

재 료 갈치 500g, 무 1/3개, 대파 1대, 청양고추 2개

양념장 고춧가루 3큰술, 참치액 2큰술, 다진마늘 1큰술, 다진생강 1작은술, 설탕 1큰술, 물엿 1큰술, 맛술 1큰술, 참기름 1큰술, 후추와 깨 약간씩

만들기
1. 갈치는 흐르는 물에 씻어 물기를 제거한다. 무는 두껍게 썬다.
2. 냄비에 물을 붓고 무를 먼저 반쯤 익힌다. 양념장은 잘 섞어둔다.
3. 무가 반쯤 익으면 갈치를 올리고 갈치 위와 국물에 양념장을 푼다.
4. 양념이 배도록 졸인 후 어슷 썬 대파와 청양고추를 올려 마무리한다.

고등어 김치찜

고등어 김치찜은 대표적인 밥도둑 반찬입니다. 담백한 고등어에 매콤하고 짭짤한 묵은지를 함께 찜으로 조리하면, 쌀밥 한 공기가 순식간에 사라지는 마법 같은 요리가 완성된답니다. 고등어는 특유의 비린내 때문에 못 드시는 분들이 있지만, 고등어 조리 전에 쌀뜨물이나 우유로 씻어내면 비린내를 깔끔하게 없앨 수 있어 냄새를 꺼리시는 분들도 맛있게 즐기실 수 있습니다.

재 료 고등어 1마리, 묵은지 1/4쪽, 양파 1/2개, 대파 1대

양념장 고춧가루 3큰술, 맛간장 1큰술, 설탕 1큰술, 매실청 1큰술, 참기름 1큰술, 후추 약간

만들기
1. 냄비에 두껍게 썬 양파 위에 김치, 고등어를 올려 물을 붓고 끓인다.
2. 고등어가 약간 익으면 양념장을 고등어와 국물에 잘 풀어 졸여낸다.
3. 김치가 투명하게 익고 고등어가 익으면 어슷 썬 대파로 마무리한다.

연어 간장조림

연어는 보통 회나 구이로 자주 먹지만, 데리야끼 양념으로 살짝 졸여내면 훌륭한 밥반찬으로 변신합니다. 여기에 꽈리고추나 취향에 맞는 채소를 더해 주시면 저지방 고단백 식단으로도 손색없는 완벽한 한 끼가 됩니다.

재　료 연어 500g, 꽈리고추 50g, 통마늘 5개

양념장 쯔유 6큰술, 물엿 2큰술, 통후추 약간, 맛술 2큰술, 다진 생강 약간

만들기
1. 팬에 식용유를 둘러 연어를 앞뒤로 살짝 굽고, 옆에 통마늘도 같이 굽는다.
2. 양념장을 구운 연어에 부어 졸인다.
3. 국물이 절반 정도로 줄어들면 꽈리고추를 넣어 살짝 졸인다.

굴비찌개

굴비는 보통 구이로 잘 알려져 있지만, 칼칼한 찌개로 끓이면 담백하면서도 비린내 없이 깔끔한 맛을 즐길 수 있는 특별한 요리가 됩니다. 굴비의 고소한 맛에 매콤한 국물에 스며들어, 다양한 채소와 함께 끓이면 영양가 높은 한 끼 식사가 완성됩니다.

재　료 굴비 5마리, 무 1/3개, 양파 1/2개. 대파 1대, 청양고추 2개, 두부 반모

양념장 고춧가루 2큰술, 참치액 2큰술, 다진 마늘 1큰술, 다진 생강 약간, 쌀뜨물

만들기
1. 굴비는 비늘을 제거하고 물로 씻은 후 타올로 물기를 흡수시킨다.
2. 냄비에 쌀뜨물을 붓고 나박 썬 무를 넣어 팔팔 끓인다.
3. 굴비와 채 썬 양파를 넣고 끓이다가 양념을 넣어 졸인다.
4. 대파, 두부, 청양고추를 넣어 마무리한다.

삼치강정

삼치는 보통 튀기거나 구워 먹는 담백한 생선으로, 겨울에는 기름기가 올라 더욱 맛있습니다. 이 삼치를 살짝 튀긴 후 고추장 소스에 버무려 강정으로 만들어보세요. 술안주나 밑반찬으로도 훌륭한 요리가 됩니다.

재　료 삼치 500g, 전분가루 10큰술, 물 약간 , 땅콩 가루

양념장 고추장 2큰술, 케첩 1큰술, 물엿 2큰술, 다진마늘 1큰술, 참기름 1큰술, 물 약간

만들기
1. 삼치는 한 입 크기로 썰고, 전분은 물을 풀어 걸쭉한 반죽을 만든다.
2. 170도의 식용유에 삼치를 노릇하게 튀겨낸다.
3. 팬에 양념장을 풀어 끓이다가 튀겨 낸 삼치를 넣어 버무린다.
4. 접시에 담아 땅콩가루를 뿌린다.

약력

이정웅은 '요리요정 이팀장'이라는 이름으로 유튜브와 각종 기고를 통해 활약하며 쉽고 맛있는 요리를 전파 중이다. 궁중음식연구원 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.

요리요정 이팀장의 레시피

TASTE MAP

추운 겨울 몸도 마음도 따뜻해지는

여의도 맛집 탐방

칼라앤터치 경영지원팀
우지석 선임

찬바람이 불어오는 겨울, 따뜻한 음식과 아늑한 공간에서 보내는 시간은 그 어떤 것보다 소중합니다.
오늘 소개해드릴 여의도는 추위를 잊게 해줄 맛있는 요리와 특별한 분위기를 가진 맛집들이 가득한 곳이에요.
따뜻한 국물 요리로 몸을 녹이고, 마음까지 채울 수 있는 여의도의 다양한 맛집들!
올겨울, 맛있는 탐방으로 여의도의 매력을 느껴보는 건 어떨까요?

광씨네 전주콩나물국밥

쌀쌀한 겨울 바람을 뚫고 먹는 뜨끈한 콩나물국밥은 몸도 마음도 사르르 녹여줍니다. 국밥을 시키면 주는 계란후라이에 김가루를 넣고 국물을 몇 스푼 넣어먹으면 훌륭한 애피타이저가 됩니다. 국밥에 푹 담긴 밥맛도 아주 일품입니다. 아침 6시에 문을 여니 일찍 출근하는 직장인분들께 추천드립니다.

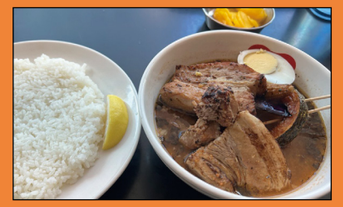
주소	서울 영등포구 국회대로68길 23 지하1층(여의도동, 정원빌딩)
추천 메뉴	콩나물국밥

마삼계탕

빨간 양념 때문에 매워보이는 비주얼이지만 실제로는 그렇게 맵지 않아 남녀노소 즐길 수 있는 맛집입니다. 푸짐한 양의 오리주물럭이 적당히 익으면 부추를 듬뿍 넣어주세요. 아무리 맛있어도 식사 도중에 공기밥 주문은 잠시 참아주세요. 오리주물럭을 조금 남기고 철판에 볶아먹는 식후 볶음밥이 진미입니다.

주소	서울 영등포구 국회대로74길 9 삼보빌딩
추천 메뉴	오리주물럭, 볶음밥

스아게



한국에서 찾기 힘든 일본 삿포로 스타일의 스프카레 맛집입니다. 두툼한 돼지고기가 통으로 들어간 가쿠니 카레는 든든하게 배를 채워주고, 독특한 매력이 있는 하와이안 새우 카레에는 파인애플이 들어가 색다른 맛을 느낄 수 있답니다. 뜨끈한 카레 국물과 함께 한 겨울 삿포로의 정취를 느껴보세요.

주소	서울 영등포구 국회대로72길 17 kcc파크타운 203호 SUAGE
추천 메뉴	가쿠니 카레, 하와이안 새우 카레

상상돈까스

여의도의 가성비 돈까스 맛집입니다. 가성비라고 해서 맛이 별로일까요? 아뇨! 수많은 연예인들이 인증한 돈까스 맛집이랍니다. 오늘 돈까스로 든든하게 배를 채울 생각이라면 푸짐한 양의 왕돈까스를, 맛있는 부위만 쏙 드시고 싶다면 등심까스를 추천드립니다. 쫄면과 돈까스의 만남, 쫄면돈까스도 별미입니다.

주소	서울 영등포구 은행로 29 정우빌딩 지하1층
추천 메뉴	왕돈까스, 등심까스, 쫄면돈까스

함경진순대

추운 날씨에 순댓국을 빼놓을 수 없죠. 점심시간에 늘 직장인들로 붐비는 순댓국 맛집입니다. 뜨끈한 순댓국에 순대를 먼저 빼서 잠시 식힌 후에, 새우젓을 얹어 드셔보세요. 순대를 다 드셨다면 밥 한 공기를 순댓국에 말아 부추를 듬뿍 얹은 후에 슬슬 저어드시면 추운 겨울 든든한 몸보신이 될 거예요.

주소	서울 영등포구 국회대로74길 20 맨하탄21리빙텔
추천 메뉴	순댓국

호화대반점

중식의 대가 이연복 셰프의 제자가 운영하는 여의도 중화요리집입니다. 메뉴를 시킬 때는 요리류를 몇 가지 시킨 다음, 원하시는 개인 메뉴를 시키면 다같이 먹기에 양이 딱 좋습니다. 메인 메뉴로는 두툼한 통새우가 들어간 깐풍새우, 새콤한 소스 맛이 일품인 꿔바로우를 추천드립니다.

주소	서울 영등포구 국회대로76길 18 지하1층
추천 메뉴	깐풍새우, 꿔바로우

책을 통해 자라나는 어린이들이 주인공이 된 뜻깊은 시간!

예스24, 제21회 어린이 독후감 대회 시상식 성료

– 지난해 11월 9일 강남 SETEC 컨벤션센터에서 열려... 수상자 및 가족 등 3백여 명 참석

– 대상에 부산낙민초 이시영 어린이 등 개인 부문 60명, 단체 부문 6팀 시상

– 친구에게 편지쓰기 및 모루 인형 만들기, 메가 매직쇼 등 다채로운 이벤트 진행

제21회 예스24 어린이 독후감 대회 시상식

문화콘텐츠 플랫폼 예스24는 지난해 10월 9일 강남 SETEC 컨벤션센터 컨벤션홀에서 제21회 예스24 어린이 독후감 대회 시상식을 개최했다. 예스24 어린이 독후감 대회는 어린이 독서 문화 활성화를 위해 예스24와 소년 한국일보가 2004년부터 공동 주관해 온 어린이 대표 문화 행사로, 지난해 21회를 맞이했다. 이번 대회 시상식에는 수상 어린이들과 가족을 포함한 300여 명이 참석해 자리를 빛냈다. 개인 부문 대상은 부산낙민초등학교 6학년 이시영 어린이가 수상했다. 〈우리 동네에 혹등고래가 산다〉를 읽고, '바다의 수호천사'로 불리는 혹등고래를 닮은 세상의 모든 아빠들에게 감사하는 마음을 표현했다.

심사위원들은 "타인을 인정하고 이해하며, 더 나아가 자신의 삶을 돌아보고 앞으로 살아갈 인생의 태도와 방향을 찾는 깨달음에 대한 구체적인 묘사가 놀라움을 자아내 대상 수상자로 선정하게 됐다"고 심사평을 밝혔다. 이날 시상식에서는 문화체육관광부 장관상을 수상한 대상 이시영 어린이를 포함한 개인 부문 수상자 총 60명과 단체 부문 6팀의 시상이 이뤄졌다. 예스24는 시상식 참석 어린이들을 위해 다채로운 이벤트도 마련했다. 사전 이벤트로 친구들과 함께 읽고 싶은 책에 관한 짧은 편지를 작성하는 '친구에게 편지 쓰기'와 '나의 독서 친구' 모루 인형 만들기 행사를 준비했으며, 시상식 본 행사에서는 마술쇼인 '메가 매직쇼'를 선보이며 인기를 끌었다.

최세라 예스24 대표는 개회사를 통해 "다양한 이야기로 삶의 길잡이가 되어주는 책을 통해 어린이 여러분들의 마음이 더 넓고 깊어지길 바란다"라며 "앞으로도 예스24는 어린이들이 더 많은 책을 접하며 공감과 이해의 힘을 키울 수 있도록 곁에서 응원하겠다"고 전했다.

지난해 크레마클럽 회원들이 가장 사랑한 책은?

예스24, 크레마클럽 2024 연말 결산

– 2024 구독자 결산 및 키워드별 인기도서 공개... 'MD 선정 올해의 책'까지

2024 크레마클럽 연말 결산

문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 2024년 한 해 동안의 '크레마클럽' 독자 이용 현황을 분석한 연말 결산 결과를 공개했다.

이번 결산은 한 해를 마무리하며 예스24의 도서 구독 서비스 '크레마클럽'의 이용 현황을 분석하고자 기획됐다. 구독자 이용 현황 분석부터 키워드별 베스트셀러까지 다채로운 결산 데이터를 공개한다.

우선 2024년 크레마클럽 이용 현황 분석 시 구독자들은 월요일 밤 10시에 가장 많이 접속했으며, 1인당 독서 권수는 월 평균 7.2권인 것으로 나타났다. 독자들이 가장 많이 읽은 도서 분야는 '소설'로, 그중에서도 OTT 시리즈로 화제가 된 〈삼체〉의 작가 류츠신의 작품을 가장 많이 찾았다.

또한, 키워드별로 가장 많은 선택을 받은 도서 TOP5도 공개했다. 분야별 다운로드 1위 도서로는 삼체(소설), 나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다(에세이), EBS 다큐프라임 자본주의(경제경영), 세이노의 가르침(자기계발), 쇼펜하우어의 인생수업(인문), 물고기는 존재하지 않는다(자연과학)이 올랐다.

이외에도 '완독률이 높은 책', '역주행한 인기 급상승 책', '하이라이트(밑줄)가 많은 책', 크레마클럽에서 가장 먼저 공개된 책' TOP5를 선정했으며, 크레마클럽 MD 선정 올해의 책도 발표했다. 크레마클럽 MD가 선정한 올해의 책에는 〈나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다〉와 〈평일도 인생이니까〉, 〈일본 현지 간식 대백과〉, 〈일류의 조건〉이 이름을 올렸다.

예스24, 2024년 도서 판매 트렌드 및 베스트셀러 분석

Part 1. 2024년 도서 판매 트렌드 분석
– '한강 열풍'과 함께 비상한 K–소설... 거장들의 귀환까지
– 고전문학 탐독의 매력! 쇼펜하우어와 양귀자를 '읽고 쓰다'
– '콘텐츠 IP'의 힘... 드라마 · 영화 원작도서 역주행
– '숏폼'과 '인플루언서' 선호하는 1020... SNS 닮은 독서 문화

Part 2. 2024년 종합 베스트셀러 30위권 분석

Part 1 2024년 도서 판매 트렌드 분석

한국 최초 노벨문학상 수상이 불러온 한강 열풍! 〈소년이 온다〉 2024 베스트셀러 1위

2024년, 대한민국 최초 노벨문학상 수상의 주인공 '한강'이 탄생했다. 영예의 노벨문학상 수상 소식은 이른바 '한강 열풍'을 일으키며, 한강 작가의 저서는 연간 베스트셀러 10위권 내에 5권이나 자리했다. 노벨문학상 수상 작품에 대한 뜨거운 관심은 다른 도서 구매로도 이어지며 오랜만에 서점가가 활기를 찾았다. 이외에도 2024년에는 철학서부터 문학까지 '고전'이 변함없는 가치를 증명하며 다시 독자들의 선택을 받았고, 원작 도서들은 인기리에 영화·드라마화 되며 역주행했다. 독서의 흐름은 '미래 독서 인구'인 1020 세대로 이어지기도 했다. 간결하고 흐름이 빠른 도서를 선호하며 인플루언서 저서를 신뢰하는 1020 세대를 통해 향후 출판 트렌드의 단서를 발견할 수 있었다. 문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 2024년 독서 판매 데이터를 바탕으로 지난해 베스트셀러 트렌드를 살펴봤다.

'한강 열풍'과 함께 비상한 K–소설... 거장들의 귀환까지

베스트셀러 점령한 '한강', 한강 외 문학도 13.7% 판매 증가

지난해 가장 주목받은 이슈는 단연코 한강 작가의 노벨문학상 수상 소식이었다. 지난해 10월 10일, 예상치 못한 깜짝 수상 소식은 서점가에 '한강 신드롬'을 불러일으켰고, 2024년 종합 베스트셀러 순위도 새로운 흐름을 맞이했다. 한강 작가의 저서는 수상 이후 2023년 동기 대비(10/10~11/30) 약 100배(9964.4%) 판매가 급증했다. 그중 종합 1위에 오른 〈소년이 온다〉는 7주 연속 정상을 유지 중이며, 또 다른 대표작 〈채식주의자〉와 〈작별하지 않는다〉 또한 5위권을 놓치지 않고 있다.

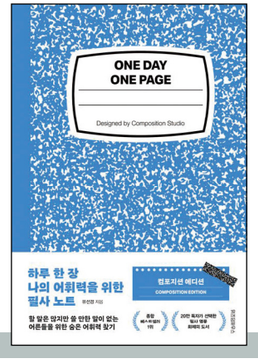
[예스24] 2024년 종합 베스트셀러 순위 10

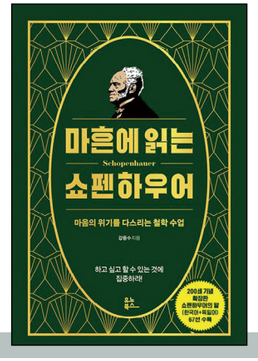
	도서명	저자	출판사
1	소년이 온다	한강 저	창비
2	채식주의자	한강 저	창비
3	작별하지 않는다	한강 저	문학동네
4	하루 한 장 나의 어휘력을 위한 필사 노트	유선경 저	위즈덤 하우스
5	세이노의 가르침	세이노(SayNo) 저	데이원
6	흰	한강 저	문학동네
7	불변의 법칙	모건 하우절 저/이수경 역	서삼독
8	서랍에 저녁을 넣어 두었다	한강 저	문학과 지성사
9	마흔에 읽는 쇼펜하우어 (200쇄 기념 확장판)	강용수 저	유노북스
10	ETS 토익 정기 시험 기출문제집 1000 Vol. 4 RC	ETS 저	YBM (와이비엠)

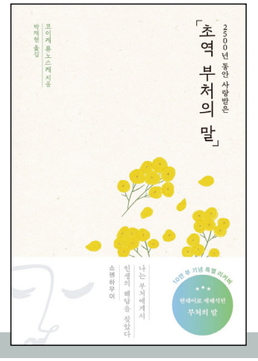
한강 도서에 대한 독자들의 관심은 곧이어 문학 도서 판매 훈풍으로 이어졌다. 한강 작가의 수상 소식이 전해진 이후, 한강 저서를 제외한 소설/시/희곡 즉 문학 분야 판매량은 2023년 대비(10/10~11/30) 13.7% 증가했다. 노벨문학상 외에도 해외 주요 문학상에서 값진 수상을 하거나 수상 후보에 오르며 세계적 관심을 받은 도서들도 함께 주목받았다. 2024 러시아 톨스토이 문학상을 수상한 〈작은 땅의 야수들〉과 2024 부커상 인터내셔널 부문 최종 후보에 오른 〈철도원 삼대〉는 한강 작가의 수상 소식 이후 각각 36배, 95배 판매가 치솟았다.

믿고 읽는 작가의 귀환! 한국문학계 스타 작가들 신작 공개

독자들이 기다려온 한국문학계 스타 작가들의 신간 장편소설이 새롭게 출간되며 서점가가 활기를 찾기도 했다. 5월에는 〈불편한 편의점〉으로 힐링 소설 열풍을 이끈 김호연 작가의 신작 〈나의 돈키호테〉가 독자들을 찾았으며, 8월에는 '스릴러의 여왕' 정유정 작가의 신작 〈영원한 천국〉과 김애란 작가가 13년만에 선보인 장편소설 〈이중 하나는 거짓말〉이 출간과 동시에 나란히 베스트셀러에 오르기도 했다. 〈나의 돈키호테〉와 〈영원한 천국〉은 4050 세대 구매가 각각 76.8%, 68.9%의 높은 비율을 차지했고, 〈이중 하나는 거짓말〉은 3040 세대에게 많은 사랑을 받았다.







고전문학 탐독의 매력! 쇼펜하우어와 양귀자를 '읽고 쓰다'

고전 열풍을 주도한 '쇼펜하우어'

2024년에는 각종 철학서부터 2000년대 이전 소설에 이르기까지 '고전'의 힘이 돋보였다. 고전 열풍의 대표주자 '쇼펜하우어' 관련서는 2023년 15권에서 2024년 51권까지 출간이 늘며 판매량은 2023년 대비 2.1배(111.3%) 급증했다. 2024년 연간 베스트셀러 9위에 등극한 〈마흔에 읽는 쇼펜하우어〉는 지난해 말 TV 예능 '나 혼자 산다'로 주목받으며, 지난해에만 총 30주간 종합 베스트셀러 20위권에 오르고 6주간 1위를 차지하는 저력을 보였다. 더불어 '쇼펜하우어' 키워드 도서인 〈남에게 보여주려고 인생을 낭비하지 마라〉, 〈당신의 인생이 왜 힘들지 않아야 한다고 생각하십니까〉 등도 큰 사랑을 받았다.

쇼펜하우어 외에도 고된 현실 속 위로와 통찰을 얻을 수 있는 동서양 사상가들의 명언서가 인기를 끌었다. 먼저 동양 사상에서는 근엄한 종교의 대명사였던 불교의 변신이 화제를 모으며, 불교 관련서들이 주목받았다. 부처의 가르침을 현대어로 재해석한 〈초역 부처의 말〉이 지난해 5월 출간이후 9주간(6월 2주~8월 2주) 종합 20위권을 지킨 것이 대표적이다. 또한, 굴곡진 인생사에도 '아모르 파티'(Amor Fati, 운명을 사랑하라)'를 강조했던 철학자 니체의 사상을 쉽게 풀어낸 〈혼자일 수 없다면 나아갈 수 없다〉, 〈깨진 틈이 있어야 그 사이로 빛이 들어온다〉 등이 주요 베스트셀러에 올랐다.

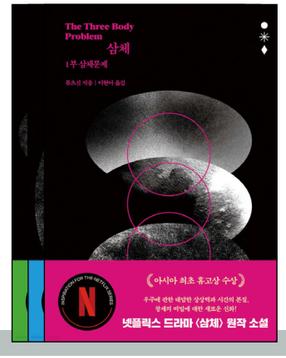
SNS 글귀로 화제된 〈모순〉... 고전 문학의 역주행

문학 분야에서도 고전이 활약했다. 1998년 출간된 양귀자의 장편소설 〈모순〉은 26년이 지난 2024년 역주행 신화를 새로 썼다. 〈모순〉은 지난해 2023년 동기 대비 140.7% 판매가 증가하며, 11주간 종합 20위권 내에 자리했다. SNS에서 감명 깊은 글귀를 서로 공유하는 문화가 독서가들 사이 자리 잡은 가운데, 〈모순〉의 글귀가 지난해부터 다수 공유된 결과다. 특히 6년 전인 2019년에는 30대 구매자가 52.2%로 절반 이상을 차지했던 것에 반해, 지난해에는 20대부터 50대에 이르기까지 전 세대에서 고른 인기를 얻으며 보편적 공감대를 형성한 점이 눈에 띈다. 〈모순〉 외에도 '힙불교' 열풍의 〈싯다르타〉를 비롯해 〈데미안〉, 〈인간실격〉 등 2000년대 이전 고전이 소설/시/희곡 분야 50위권 내 11권이나 오르며 고전의 가치를 증명했다.

문해력을 걱정하는 사회, '필사' 도서를 찾다

고전의 인기는 독해력과 문장력을 함께 기를 수 있는 '필사' 도서와의 시너지를 발휘했다. 헤르만 헤세부터 장자에 이르기까지, 철학자들의 명언부터 필사하기 좋은 국내외 문학 글귀를 한데 모은 〈하루 한 장 나의 어휘력을 위한 필사 노트〉는 28주간 종합 10위권을 유지하며, 2024년 연간 베스트셀러 4위와 인문 분야 1위에 등극했다.

이와 함께 부족한 문해력이 이슈가 되는 사회 속 독자들의 관심이 더해지며 〈더 좋은 문장을 쓰고 싶은 당신을 위한 필사책〉, 〈따라 쓰기만 해도 글이 좋아진다〉 등 필사 관련서의 판매는 2023년 동기 대비 약 2.6배(165.9%) 상승했다.



'콘텐츠 IP'의 힘... 드라마·영화 원작도서 역주행

최근 화제가 된 영화·드라마의 공통점은 모두 '원작'이 있다는 점이다. 2024년에는 '슈퍼 IP(지식재산)'를 보유한 각종 원작도서들이 인기리에 영화·드라마화 되며 역주행했다.

상반기 해외 SF블록버스터 흥행, 원작 도서까지 확대

상반기에는 대형 블록버스터 영화·드라마 공개와 함께 원작 해외 SF 소설이 큰 주목을 받았다. 지난해 2월 영화 '듄: 파트 2'가 개봉하며 프랭크 허버트의 원작을 찾는 독자들이 늘어 〈듄 신장판 전집 세트〉 판매량은 2023년 대비 6배(506.4%) 증가했다. 이어 지난해 3월 공개된 넷플릭스 시리즈 '삼체'의 원작 〈삼체 1~3세트〉는 4주 연속(3월 4주~4월 3주) 소설/시/희곡 분야 베스트셀러 1위를 차지하며, 2023년 대비 약 27배(2649.0%)의 판매 성장세를 보였다.

하반기 국내 스크린셀러, 드라마셀러의 역주행

하반기에는 한국소설과 국내 웹툰이 영화·드라마화 되며 원작 도서가 다시 베스트셀러에 올랐다. 지난해 10월 영화 개봉에 이어 동명의 드라마가 공개되며 최고의 인기 원작으로 떠오른 〈대도시의 사랑법〉은 2023년 대비 32배(3133.3%) 급증한 판매량을 보였다. 종합 순위 1000위권 밖에 머물던 〈대도시의 사랑법〉은 영화가 개봉한 10월 1주 차에 소설/시/희곡 분야 12위에 올랐고, 드라마가 공개된 10월 4주 차에는 종합 베스트셀러 46위를 기록했다. 인기 드라마 '정년이'의 원작 웹툰 〈정년이〉 단행본은 지난해 10월 드라마 첫 방영 이후 2023년 대비 11배(1062.5%)의 판매고를 기록했고, 지난해 10월 말 공개돼 글로벌 5위를 기록한 넷플릭스 오리지널 '지옥 2'의 원작 웹툰 〈지옥〉 단행본은 판매량이 7배(640.8%)나 급증하며 눈길을 끌었다.

'숏폼'과 '인플루언서' 선호하는 1020... SNS 닮은 독서 문화

책 읽는 1020 세대가 늘고 있다. 소설/시/희곡(38.1%), 인문(13.0%), 에세이(8.5%) 등 1020 세대의 단행본 구매량은 분야별로 최대 두 자릿수 성장세를 보였다.

1020 세대는 SNS와 가장 친근한 만큼, '숏폼'처럼 흐름이 빠른 책과 함께 SNS에서 토막으로 공유되며 화제가 된 도서를 찾아 읽는 경향이 강했다. 또 종합 베스트셀러보다는 '인플루언서' 작가의 책을 믿고 읽었다.

숏폼처럼 빠르게 읽는 '한국 시' 선호

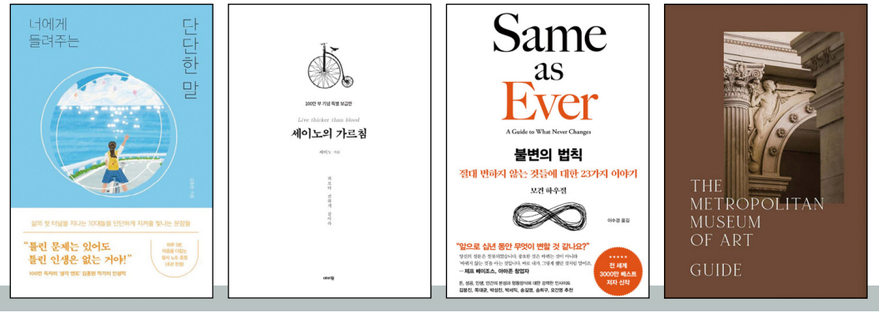
1020 세대는 짧은 영상으로 빠르게 콘텐츠를 흡수하는 '숏폼'처럼, 간편하게 읽을 수 있을 뿐만 아니라 짧고 감각적인 언어로 감성을 자극하는 '한국 시'에 관심을 가졌다. 1020 세대의 '한국 시' 분야 도서 구매량은 2023년 대비 지난해에는 56.4% 증가하는 등 최근 6년 연속 상승세다. 특히, 1020 세대가 많이 구매한 한국 시 10위권 내에는 차정은 작가의 〈토마토 컵라면〉과 〈여름에는 상처가 제철〉을 비롯해 〈마침내 멸망하는 여름〉(정), 〈샤워젤과 소다수〉(고선경), 〈그대는 나의 여름이 된다〉(서덕준) 등 SNS에서 활발한 소통을 이어가는 '인플루언서 시인'들의 시집이 다수 올랐다.

친밀감 쌓아온 인플루언서 책, 믿고 구매

에세이 분야에서도 젊은 세대가 선호하는 인플루언서 작가의 책들이 인기를 끌었다. 85만 구독자를 보유한 육아·일상 유튜버 '리쥬라이크' 유혜주, 조정연 부부의 〈우리는 사랑 안에 살고 있다〉가 1020세대 에세이 판매 1위를 달성했고, Z세대 대표 유튜버 '빵먹다살찐떡'의 〈고층 입원실의 갱스터 할머니〉, 코미디언 겸 유튜버 '빠더너스' 문상훈의 〈내가 한 말을 내가 오해하지 않기로 함〉이 차례로 2위와 3위에 올랐다. 이와 함께 배우 문가영의 〈파타〉, 가수이자 배우 김창완의 〈찌그러져도 동그라미입니다〉, 12만 인스타그래머 김상현의 〈당신은 결국 무엇이든 해내는 사람〉이 10위권 내에 자리했다.

음악 듣다 책 산다, 북 플레이리스트

이외에도 책을 소개하는 '북튜브', 고전 도서를 요약해 읽어주는 '15분 완독' 콘텐츠 등이 1020 세대에서 인기를 끌었다. 콘텐츠에 언급된 유명 고전 〈인간 실격〉과 〈데미안〉, 〈참을 수 없는 존재의 가벼움〉, 〈이방인〉은 1020 세대 소설/시/희곡 분야 20위권 내에 자리했고, 한강의 〈소년이 온다〉, 〈채식주의자〉, 〈작별하지 않는다〉에 이어 양귀자 작가의 〈모순〉이 4위를 차지했다. 특히, 〈모순〉의 1020 구매자 비율은 6년 전 대비 약 2배 증가한 21.1%로 늘어난 인기를 실감케 했다.



Part 2 2024년 종합 베스트셀러 30위권 분석

2024년 예스24 종합 베스트셀러 30위 내에는 1위 〈소년이 온다〉를 비롯해 〈채식주의자〉(2위), 〈작별하지 않는다〉(3위), 〈흰〉(6위), 〈서랍에 저녁을 넣어 두었다〉(8위) 등 한강의 책만 6권 자리하며 또 다른 '한강의 기적'을 보여줬다. 이외에도 양귀자의 〈모순〉(20위), 클레이 키건의 〈이처럼 사소한 것들〉(22위)을 포함해 '소설/시/희곡' 분야 도서 8권이 베스트셀러 30위권 내에 오르며 문학의 저력을 뽐냈다.

문학 외에도 '청소년'과 '자기계발' 분야의 약진이 돋보였다. 청소년 분야에서는 인문학 멘토 김종원의 에세이 〈너에게 들려주는 단단한 말〉과 영국 옥스퍼드대 한국학 필수 도서로 선정되며 역주행한 배우 차인표의 소설 〈언젠가 우리가 같은 별을 바라본다면〉이 각각 18위와 21위에 올랐다.

자기계발 분야에서는 2023년 연간 베스트셀러 1위에 올랐던 〈세이노의 가르침〉(5위), 모든 것을 보여주는 사회 속 '겸손과 절제의 미덕'을 강조한 〈나를 소모하지 않는 현명한 태도에 관하여〉(14위), 조직심리학자 벤저민 하디의 〈퓨처 셀프〉(26위), 18년만에 복간된 사이토 다카시의 대표작 〈일류의 조건〉(28위)까지 총 4권의 책이 30위권 내 자리했다.

지난해는 오랫동안 베스트셀러 상위권을 지켜온 다양한 분야의 '스테디셀러'들의 활약도 돋보였다. 연간 베스트셀러 4위에 오른 인문서 〈하루 한 장 나의 어휘력을 위한 필사 노트〉를 비롯해, 5위 자기계발서 〈세이노의 가르침〉, 7위 경제경영서 〈불변의 법칙〉 모두 2024년 한 해 동안 '25주 이상 종합 10위권'에 자리하며 꾸준히 독자들의 선택을 받았다. 이외에도 연간 9위를 차지한 인문서 〈마흔에 읽는 쇼펜하우어〉는 17주 간, 12위에 오른 에세이 〈나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다〉는 총 10주간 종합 베스트셀러 10위권에 등극했다.

[예스24] 2024년 종합 베스트셀러 순위 30

	도서명	저자	출판사	분야
1	소년이 온다	한강 저	창비	소설/시/희곡
2	채식주의자	한강 저	창비	소설/시/희곡
3	작별하지 않는다	한강 저	문학동네	소설/시/희곡
4	하루 한 장 나의 어휘력을 위한 필사 노트	유선경 저	위즈덤하우스	인문
5	세이노의 가르침	세이노(SayNo) 저	데이원	자기계발
6	흰	한강 저	문학동네	소설/시/희곡

7	불변의 법칙	모건 하우절 저/이수경 역	서삼독	경제 경영
8	서랍에 저녁을 넣어 두었다	한강 저	문학과지성사	소설/시/희곡
9	마흔에 읽는 쇼펜하우어	강용수 저	유노북스	인문
10	ETS 토익 정기시험 기출문제집 1000 Vol. 4 RC	ETS 저	YBM(와이비엠)	국어 외국어 사전
11	ETS 토익 정기시험 기출문제집 1000 Vol. 4 LC	ETS 저	YBM(와이비엠)	국어 외국어 사전
12	나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다	패트릭 브링리 저/김희정.조현주 역	웅진지식하우스	에세이
13	희랍어 시간	한강 저	문학동네	소설/시/희곡
14	나를 소모하지 않는 현명한 태도에 관하여	마티아스 뇔케 저/이미옥 역	퍼스트펭귄	자기계발
15	2024 큰별쌤 최태성의 별별한국사 한국사능력검정 시험 심화(1,2,3급) 상	최태성 저	이투스북	수험서 자격증
16	그의 운명에 대한 아주 개인적인 생각	유시민 저	생각의길	사회 정치
17	트렌드 코리아 2025	김난도 외 9인 저	미래의창	경제 경영
18	너에게 들려주는 단단한 말	김종원 저	퍼스트펭귄	청소년
19	2024 큰별쌤 최태성의 별별한국사 한국사능력검정 시험 심화(1,2,3급) 하	최태성 저	이투스북	수험서 자격증
20	모순	양귀자 저	쓰다	소설/시/희곡
21	언젠가 우리가 같은 별을 바라본다면	차인표 저	해결책	청소년
22	이처럼 사소한 것들	클레어 키건 저/홍한별 역	다산책방	소설/시/희곡
23	해커스 토익 기출 VOCA (보카)	David Cho 저	해커스어학연구소	국어 외국어 사전
24	선재 업고 튀어 대본집 세트	이시은 저	북로그컴퍼니	예술
25	돈의 심리학	모건 하우절 저/이지연 역	인플루엔셜	경제 경영
26	퓨처 셀프	벤저민 하디 저/최은아 역	상상스퀘어	자기계발
27	내 몸 혁명	박용우 저	루미너스	건강 취미
28	일류의 조건	사이토 다카시 저/정현 역	필름	자기계발
29	도둑맞은 집중력	요한 하리 저/김하현 역	어크로스	인문
30	빨모쌤의 라이브 영어회화	신용하(빨간모자쌤) 저	웅진지식하우스	국어 외국어 사전

독자들이 직접 선정한 '2024년 가장 영감을 준 책'

예스24, '2024 올해의 책' 1위에 〈이처럼 사소한 것들〉

– '2024 올해의 책' 독자 투표로 총 899,444표 모여... 〈이처럼 사소한 것들〉 13,230표로 1위
– 〈다시, 역사의 쓸모〉 등 24권 '올해의 책' 선정... 소설/시/희곡 가장 많은 선택받아
– 공식 유튜브 채널에서 올해의 책 함께 읽는 '책 읽는 밤' 라이브 방송 진행

예스24 '2024 올해의 책' 1위 〈이처럼 사소한 것들〉

문화콘텐츠 플랫폼 예스24가 '2024 올해의 책' 투표에서 〈이처럼 사소한 것들〉이 1위로 선정됐다고 밝혔다. 예스24는 지난해 11월 8일부터 29일까지 약 3주간 예스24 PD들의 추천을 거친 240종의 후보작을 대상으로 '2024 올해의 책' 독자 투표를 진행했다. 지난해는 독자들의 뜨거운 호응으로 2023년보다 약 9천표 증가한 총 899,444표가 모였으며, 〈이처럼 사소한 것들〉은 그 중 13,320표(1.5%)로 최다 득표수를 얻어 1위를 차지했다.

1위에 오른 〈이처럼 사소한 것들〉은 '맡겨진 소녀' 이후 11년 만에 내놓은 클레어 키건의 대표작으로, 2022년 부커상 최종 후보에 오르는 등 세계적인 명성을 얻은 작품이다. 자신이 속한 사회 공동체의 은밀한 공모를 발견하고, 모든 걸 잃을 수 있는 선택 앞에서 고뇌하는 한 남자의 내면을 그렸다. 이 책을 번역한 홍한별 번역가는 "〈이처럼 사소한 것들〉이 올해의 책에 선정되었다는 소식으로 한 해를 마무리할 수 있어 정말 기쁘다"라며 "요즘같이 춥고 어두운 겨울 날에 이 책을 읽는 독자 분들의 가슴 속에 따스한 불빛이 켜지기를 바란다"라고 소감을 전했다.

이외에도 10,605표(1.2%)로 2위를 기록한 〈다시, 역사의 쓸모〉, 9,612표(1.1%)로 3위에 오른 〈그의 운명에 대한 아주 개인적인 생각〉 등을 포함해 총 24권이 '예스24 올해의 책'으로 선정됐다. 분야별로는 소설/시/희곡 분야가 8권으로 가장 많은 선택을 받았고, 에세이 분야(5권), 가정살림 분야(3권)가 뒤를 이었다.

예스24는 투표 결과 발표와 더불어 '올해의 책' 선정 도서를 독자들과 함께 읽는 '책 읽는 밤' 유튜브 라이브 방송을 진행했다. 지난해 12월 12일 저녁 8시부터 예스24 공식 유튜브 채널에서 진행되는 방송에서는 올해의 책과 노벨문학상을 수상한 한강 작가의 책을 함께 읽으며 독자들과 소감을 나눴다.

'2024 올해의 책' 투표 결과에 대한 보다 자세한 내용은 예스24 홈페이지에서 확인할 수 있다.

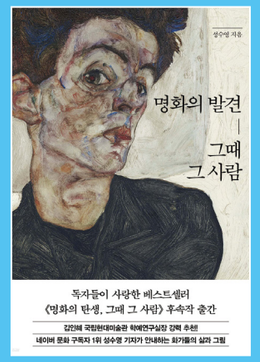
cultural shop

PD 추천도서,
추천공연, SNS 엿보기,
대중문화 칼럼

PD 추천도서

RECOMMENDED BOOK

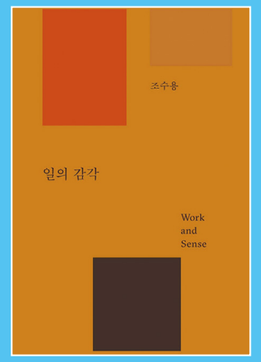
안현재 PD PICK!



예술
〈명화의 발견, 그때 그 사람〉
성수영 저 / 한경arte

포기하지 않고 묵묵히 자신의 길을 걸었던 '그때 그 화가'들의 이야기가 선사하는 감동

오다은 PD PICK!



자기계발
〈일의 감각〉
조수용 저 / 레퍼런스 바이 비(REFERENCE by B)

매거진(B)발행인의 책. 좋은 감각으로 일을 하기 위한 마음가짐을 담았습니다.

권문경 PD PICK!

만화
〈조명가게〉
강풀 글그림 / 재미주의

디즈니플러스 드라마 [조명가게] 원작 만화! 매일 밤 조명가게에서 펼쳐지는 삶과 죽음의 경계 속 미스터리

김현주 PD PICK!

어린이 〈크리스마스 날, 하늘 마을에서 온 택배〉
김경미 글 / 김무연 그림 / 슈크림북

하늘 마을에서 산타 배송이 도착했습니다! 간절한 마음이 만들어낸 기적이 전하는 크리스마스의 감동

배승연 PD PICK!

청소년
〈천 년 집사 백 년 고양이〉
추정경 저 / 래빗홀

억압받는 생명과 동물의 권리에 대한 첨예한 질문을 독특한 문학적 상상력으로 풀어낸 판타지 스릴러 소설

대중문화 칼럼

POP CULTURE

채널예스
예스24의 새로운 아트 커뮤니티
ARTiPIO가 들려 주는 ART STORY
아티피오(ARTiPIO) / 2024.09.19

ARTiPIO's ART BOOK
– 예술로 삶을 위로하는 방법

추천공연

RECOMMENDED PERFORMANCE

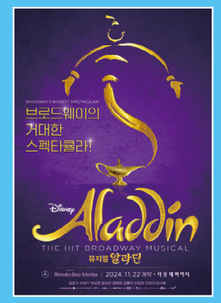
페스티벌

COUNTDOWN FANTASY 2024–2025
2024. 12. 30.~2024. 12. 31.
킨텍스 5홀

콘서트

HANRORO 3RD SOLO CONCERT '발아(發芽)'
2025. 01. 11.~2025. 01. 12.
YES24 LIVE HALL

뮤지컬



뮤지컬 [알라딘] 한국 초연 (ALADDIN The Musical)
2024. 11. 22.~2025. 06. 22.
샤롯데씨어터

뮤지컬

뮤지컬 〈시라노〉
2024. 12. 06.~2025. 02. 23.
예술의전당 CJ토월극장

아동/가족

뮤지컬 〈사랑의 하츄핑〉
2025. 01. 08.~2025. 02. 16.
올림픽공원 내 우리금융아트홀

SNS 엿보기

HOT TREND SNS

유튜브

배우 강동원과 함께하는 #리드윗미
'강동원이 추천한 만화책이 궁금하다면? 원피스부터 해귀선까지
강동원의 만화 토크 놓치지 마세요!
2024.12.06

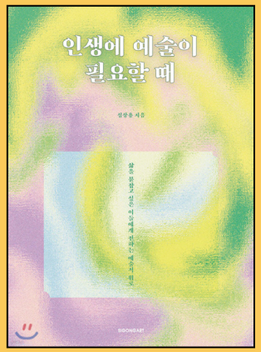
인스타그램

2024년 나의 독서 라이프 #2024읽어보고서
여러분의 2024년 독서 생활은 어땠나요? #2024읽어보고서에서
나의 독서 기록을 확인하고 SNS에 공유해 보세요!
2024.12.04

ARTiPIO's ART BOOK

쉽고 재밌게 들려주는 ART STORY
(2024.09.19)

삶이 지친 순간 마음을 움직이는 작품을 마주치는 경험을 하게 되면, 예술이 전하는 치유 기능에 매력을 느끼게 되는데요. 위로가 필요한 분들을 위해 예술의 치유적 기능에 대한 책 2권을 소개합니다.



『인생에 예술이 필요할 때』
심상용 저 | 시공아트 | 2020년 10월 22일

예술은 다양한 기능을 가지고 있습니다.

예술의 순기능 중, 대부분의 사람들은 심미적 기능을 가장 중요하다고 생각하죠. 하지만 삶이 지친 순간 마음을 움직이는 작품을 마주치는 경험을 하게 되면, 예술이 전하는 치유적 기능에 가장 매력을 느끼게 될지도 모릅니다. 작품을 표현하는 작가들이 전하고자 하는 이야기가 담기기에, 작품을 감상하는 이들에게도 공감을 전하고 위로가 되는 것이 아닐까요?

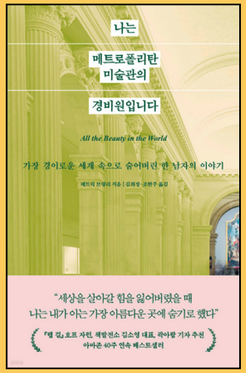
"삶을 붙잡고 싶은 이들이 예술에서 받는 위로"

인생을 살다 보면 여러 가지 힘든 순간들이 찾아옵니다. 저자는 예술이 실용적인 기능을 못해 무기력해 보일 수도 있지만, 예술만이 가진 특별한 힘이 있음을 말합니다. 『인생에 예술이 필요할 때』는 작품을 통해 세상을 바꾼다기보다, 공감을 통해 위로의 힘을 전하는 작품을 선별할 수 있도록 소개합니다. 저자는 인생, 죽음, 예술, 사랑, 치유 5가지 주제로 작품 속에 담긴 스토리를 설명하며 비슷한 경험을 경험한 이들이 위로받을 수 있도록 하는데요. 예술 작품을 통해 우리가 살아가는 삶의 관점이 넓어질 수 있도록 도움을 줍니다. 특히 장 뒤뷔페, 빈센트 반 고흐, 폴 고갱, 르누아르, 클림트 등 눈에 익숙한 작가의 작품들을 소개하는데요. 사실 그간 여러 매체에서 접해왔지만, 저자만의 깊이 있는 해석을 통해 또다른 시각으로 작품을 바라보게 됩니다.
빈센트 반 고흐의 작품 속 사이프러스 나무를 통해 묵묵히 여정을 떠나는 순례자를 인생에 비유하고, 클림트의 관능적인 작품에서 평생 동안 간직하고 싶은 사랑과 우정을 언급하죠. 이 외에도 앞서 말한 5가지 주제에 걸맞는 작품들을 소개하며 삶의 힘든 순간 위로해 줄 작품을 만날 수 있다고 이야기 합니다. 우리 일상에서 예술이 왜 필요한지 그 의미를 찾고 싶다면 『인생에 예술이 필요할 때』에서 전하는 위로에 집중해보시기 바랍니다.

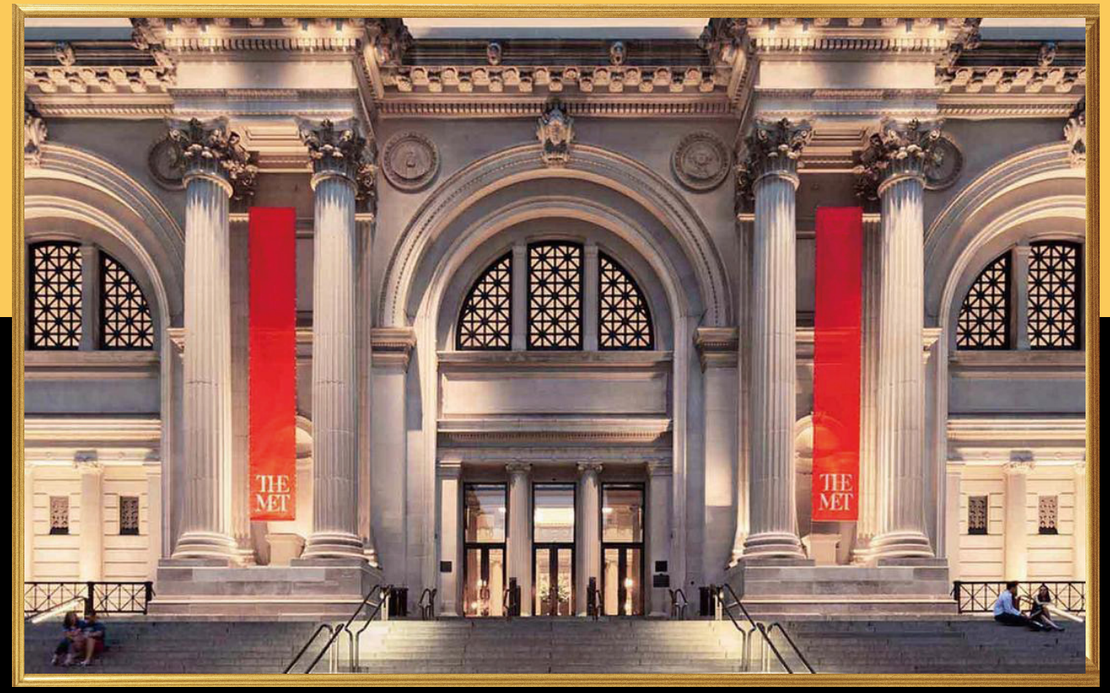
빈센트 반 고흐, 사이프러스와 밀밭(Wheat Field with Cypresses), 1889.

"뉴욕 메트로폴리탄 미술관 경비원으로 10년을 지내며, 위대한 걸작을 보며 보낸 치유의 시간"

책의 저자 패트릭 브링리(Patrick Bringley)가 직접 미술관 경비원으로 일하며 상실의 아픔 속에서 예술로 위로를 받은 경험을 녹여낸 회고록인데요. 이 책은 수많은 사람의 극찬을 받으며 40주 연속 아마존 베스트셀러에 오르기도 했죠.
그는 잡지사 '뉴요커(THE NEW YORKER)'에서 성공을 꿈꾸며 치열하게 경력을 쌓아가던 중, 암 투병 중이던 형의 죽음을 맞이하게 됩니다. 각별한 사이였던 가족을 잃고 상실감을 겪으며 고통 속에서 시간을 보내오던 찰나, 모든 것을 내려놓고 치유의 시간을 보내기로 결정합니다. 그는 어떤 일을 하며 시간을 보낼 수 있을지 생각하던 중, 고요하고 조용한 미술관에서 묵묵히 서 있는 경비원들을 떠올립니다. 저자는 미술관 경비원 직업에 대하여 '내가 아는 공간 중 가장 아름다운 장소에서, 가장 단순한 일을 하는 일자리'라 생각했다고 합니다.
세계 3대 미술관이라 불리는 뉴욕의 메트로폴리탄은 7만 평의 공간, 300만 점의 작품을 보러 연 700만 명이 넘는 관람객들이 방문하죠. 경비원 자리를 선택한 저자는 매일 다른 전시실에서 하루 8시간 이상을 예술 작품들을 바라보며, 10년을 보내게 됩니다. 고대 이집트 건축물부터 위대한 거장들의 삶의 철학이 담긴 걸작들과 교감하고 동료 경비원들의 사연을 들으며 삶과 죽음, 일상에 대해 성찰하며 힘든 시간을 다시금 이겨낸 이야기를 진솔하게 담아냅니다.
지금까지 소개해드린 2명의 저자들이 들려주는 '예술'을 바라보는 시야는 상당히 닮아 있죠. 이들의 말처럼 한 폭의 작품 속 담긴 우리의 인생을 통해 감상자로 하여금 지친 일상 속 위로와 희망을 찾아볼 수 있는 것이 '예술'의 가장 큰 의미 아닐까요? 여러분도 저자들이 바라보는 작품 감상법과 경험에서 팁을 얻어 지친 마음을 위로하는 나만의 작품을 찾아보길 바랍니다.



『나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다』
패트릭 브링리 저 |
출판사: 웅진지식하우스



뉴욕 메트로폴리탄 전경. 출처: metmuseum.org

탄소배출권이 만드는 스토리

전 세계적으로 탄소중립을 향한 움직임이 가속화되고 있습니다. 한국 기업들은 다양한 감축기술을 활용하여 탄소배출을 줄이는 온실가스 감축사업에 적극적으로 나서며, 그 실적을 탄소배출권으로 확보하고 있습니다. 특히, 해외에서 진행되는 감축사업들이 늘어나면서 유엔(UN)에 등록하여 탄소배출권을 발급받거나 글로벌 인지도가 있는 민간 등록기관에 신청하는 사례들이 증가하고 있습니다.

Carbon Credits

Emission reduction projects abroad

탄소배출권, 글로벌 기업의 새로운 도전

기업이 특정 감축기술을 활용하여 탄소배출을 줄이고 그 실적을 탄소배출권으로 확보하는 온실가스 감축 사업들을 여러 건 자문하고 있다. 최근에는 우리나라 기업이 해외에서 진행하는 감축 사업들이 증가하는 추세인데 해당 프로젝트들을 유엔(UN)에 등록하여 유엔으로부터 탄소배출권을 발급받는 사업도 있고 글로벌 인지도가 있는 민간 등록기관에 신청한 것들도 있다.

교토의정서에서 파리협정으로

온실가스 감축사업을 통해 탄소배출권을 발급받는 메커니즘은 지난 1997년에 체결된 기후에 관한 국제협약인 교토의정서에서 비롯되었다. 교토의정서의 '청정개발체제(Clean Development Mechanism, CDM)'에 따라 선진국 기업이나 정부가 주로 저개발국가에서 재생에너지 보급, 에너지 효율 개선, 산림 조성 등의 온실가스 감축 사업을 추진하고 유엔으로부터 탄소배출권을 발급받는 것이다. 교토의정서 체제 하에서는 우리나라도 비 선진국에 속하여 다수의 CDM 사업들을 유치하였고 여기서 발행된 탄소배출권은 대부분 유럽 탄소시장으로 흘러 들어갔다.

현재 교토의정서는 2015년 체결된 파리협정으로 대체되었는데 파리협정에서도 소위 제6조 사업이라고 일컫는 온실가스 감축사업에 관한 조항을 두고 있다. 2024년 11월 말 아제르바이잔 바쿠에서 열린 제29차 유엔 기후변화협약당사국총회(UNFCCC)에서는 파리협정 제6조 메커니즘에 관한 세부 이행규칙이 최종 합의되기도 하였다. 이에 따라 앞으로 기후투자 확대를 통한 본격적인 글로벌 감축사업의 전개가 예상되며, 특히 우리나라 기업들의 해외 감축사업 진출을 통한 활약도 기대된다.

온실가스 감축사업은 크게 규제시장(Compliance market)에서 하는 것과 자발적 시장(Voluntary market)에서 하는 것으로 구분할 수 있다. 규제시장에서는 기업이 국내 배출권거래제와 같이 법적으로 주어진 감축 의무를 이행하는데 필요한 탄소배출권을 확보하기 위해 감축사업을 하고, 자발적 시장에서는 개인, 기업, 정부 등이 법적인 의무 없이 자발적으로 감축활동을 하고 민간기구에서 발행하는 탄소배출권을 얻는다.

자발적 시장은 감축 의무가 부여된 기업이 아니면 탄소 감축을 유도할 수 없다는 규제시장의 한계를 보완하기 위해 생겨난 것으로 규제기관의 직접적인 감독을 수반하지 않는 시장 중심의 자율적인 구조를 가지고 있다. 대표적인 민간기구로는 글로벌 인지도가 있는 VERRA와 Gold Standard 등이 있으며, 최근 국내에도 대한상공회의소의 탄소감축인증센터나 펍플(POPLE), 아오라(AORA)와 같은 민간 플랫폼이 운영 중에 있다.

참고로 2024.12월까지 규제시장인 국내 배출권거래제에서 우리나라 기업들이 국내에서 등록한 감축사업은 900여 건이고 해외 사업은 300건에 달한다. 그리고 이들 사업을 통해 현재까지 발행된 탄소배출권은 국내 3,870만톤과 해외 1,350만톤에 이른다. 여기에 자발적 시장까지 더하면 국내 기업들의 온실가스 감축사업 추진 활약은 글로벌 톱 수준이다.

감동을 만들어 내는 감축사업 사례

한편, 국내 기업들이 저개발 국가 등 해외에서 진행하는 감축사업들은 탄소배출권의 확보라는 명백한 목적 이외에 현지에서 다양한 감동스토리를 만들어 내기도 한다. 자문하고 있는 기업들의 감축사업들 중에 규제시장과 자발적 시장에서 진행 중인 사례를 간단히 소개하면 다음과 같다.

미얀마 쿡스토브 프로젝트

먼저 규제시장에서 진행중인 감축 사업 중에 저개발국가 쿡스토브 프로젝트가 있다. 국내 기업이 미얀마의 저소득 가구에 쿡스토브라고 부르는 간단한 조리기구를 무상으로 공급해서 사용하도록 하는 것인데, 조리기구가 보급되기 전에는 돌멩이 위에 냄비를 올려두고 나무 땔감을 이용해서 조리를 하고 있었다. 한국 기업이 보급해 준 쿡스토브를 사용하면서 그 전에 비해 삶의 질이 크게 달라졌다는 미얀마 가족의 인터뷰를 보면서 감축사업이 현지에 주는 작은 혜택에 큰 감동을 받았다. 참고로 쿡스토브 사용으로 그 이전 대비 나무 땔감을 덜 쓰는 만큼 탄소배출이 줄고 그에 상응하는 탄소배출권을 확보하는 식이다.

친환경 정수 프로젝트

다음으로 자발적 시장에서 추진하고 있는 저개발 국가 친환경 정수 프로젝트가 있다. 감축 사업 이전에 이 곳 마을 주민들은 식수를 구하기 위해 트럭에 물통을 싣거나 심지어 먼 길을 걸어서 호수에서 물을 길러온 후 끓여서 사용하고 있었다. 한국 기업이 마을에 설치해 준 친환경 정수 타워는 태양광으로 생산한 전력으로 터빈을 돌려 지하수를 뽑아내고 정수필터를 거치게 해서 수도꼭지를 틀면 바로 깨끗한 물이 나오는 식이다. 감축 사업을 추진하는 한국 기업의 담당자가 현지 실사를 갔을 때 사진과 함께 보내온 메시지는 이러했다. '형, 여기 마을 전체에 잔치가 열렸는데 정부 관계자와 주민들이 너무 감사하다네요, 여기선 제가 BTS 맴버가 된 기분이에요!'

자발적 시장에서 감축사업을 통해 발급받은 탄소배출권은 의무시장 보다 훨씬 다양한 용도로 사용되고 있다. 예를 들어, 탄소중립 이행을 자문하고 있는 국내 모 프로축구 구단에서는 매년 정규 리그에서 펼친 경기에서 배출한 탄소를 상쇄하는 목적으로 자발적 탄소배출권을 구매 후 소각하고 있다. 그 외에도 제조 기업이 생산하는 자사 제품이나 서비스의 탄소중립을 위해 탄소배출권을 활용하기도 하고 다른 스포츠 업계나 명품 브랜드, 엔터테인먼트 등에서도 탄소배출권을 활용하는 사례가 늘어나고 있다.

지속 가능한 기후 대응을 위한 과제

기업의 탄소 감축활동은 기후위기 대응에 기여하는 것과 함께 지역사회에 도움을 주는 사회공헌이 될 수 있다. 이를 위해서는 탄소 감축과 함께 해당 지역이 필요로 하는 혜택을 제공해 줄 수 있는 실효성 있는 프로젝트를 선별해서 추진해야 함은 물론이다. 앞으로 전 세계를 무대로 활약하는 우리나라 기업들이 감동적인 탄소배출권 스토리를 더 많이 만들어 가기를 기대해 본다.

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
'2025 전국 영어 세미나' 성료

동아출판이 진행한 '2025 전국 영어 세미나'가 성황리에 진행되었다. 이번 전국 영어 설명회는 동탄, 수원, 목동, 강남, 울산 등 전국 5개 지역의 영어 강사들이 대거 참여한 가운데 진행됐다. 2028 대입제도 개편에 따른 입시 전략을 제시하고 2022 개정 영어 교과서 변화 핵심을 비롯한 교육과정에 대해 심도 있게 소개했다. 특히 동아출판이 새롭게 출간한 '중학 문법+쓰기 클리어' 개정판 및 '수프림 고등영문법' 개정판 등 2025년 영어 참고서 라인업을 공개하고 교재 활용 방법을 제시해 영어 강사들의 호평을 받았다.

실제 세미나에 참여한 영어 강사는 "고입 및 대입 변화에 대한 정보를 정확하게 알 수 있어서 유익한 시간이었다"며 "더욱 전략적으로 입시를 대비할 수 있도록 수작 중학 비문학 영어 독해, 클리어 시리즈, 수프림 시리즈 등 동아출판 교재 활용법을 알게 돼 만족스러웠다"고 전했다.

세미나에 소개된 '중학 문법+쓰기 클리어'는 영작과 서술형을 한 번에 마스터할 수 있도록 한 교재다. 체계적인 단계별 훈련이 가능한 커리큘럼을 구성해 서술형을 완벽하게 대비할 수 있는 것이 특징이다. 특히 문법 항목을 세분화하여 문법 개념 이해를 쉽게 하고 학습 효과를 더욱 높였다. 체계적인 영작 연습을 통해 학습한 문법을 적용하고 체화하여 영작 실력을 키울 수 있도록 유도한다. '수프림 고등영문법'은 고등 내신과 수능 문법을 한 권으로 정리할 수 있도록 한 교재다. 그래머 맵을 통해 문법 개념을 정리하고 4단계 리뷰 테스트를 통해 내신부터 수능까지 대비할 수 있는 것이 특징이다. 학습하기 좋도록 관련 문법 챕터를 총 다섯 개 파트로 묶어 구성했으며, 매번 헷갈리고 어려운 문법 용어를 쉽게 이해할 수 있도록 각 챕터 마다 핵심 문법 용어 사전을 제공한다. 마지막으로 파트 마무리 학습을 통해 핵심 문법을 복습해 완전히 숙지할 수 있도록 돕는다.

동아출판
과학 전문서 '하이탑 내신 탑티어' 신간 출시

동아출판의 과학 전문서 '하이탑(HIGH TOP)'이 2022 개정 교육과정을 완벽 반영한 〈하이탑 내신 탑티어〉를 새롭게 출간하였다. '하이탑' 시리즈는 기초부터 심화까지 자세하고 빈틈없는 개념 설명과 풍부한 그림 자료, 깊이 있는 내용 분석 등으로 과학을 보다 더 깊고 재미 있게 공부할 수 있도록 돕는다. 첫 출간 이후 개정된 교육과정에 따라 꾸준한 개정판이 출간되며 학생들의 과학 스테디셀러로 자리잡았다.

이번에 새롭게 출간된 〈하이탑 내신 탑티어〉는 교과서 필수 개념 정리와 유형별 및 난이도별 문제를 수록해 한 권만으로 완벽한 내신 대비가 가능하다. 특히, 2028학년도 수능부터 모든 학생들이 통합과학과 통합사회를 공통 응시함에 따라 내신과 수능 모두 탐구 과목의 중요성이 높아진 가운데, 〈하이탑 내신 탑티어〉 통합과학에는 수능 문제를 먼저 맛볼 수 있는 '수능 맛보기', 내신 난이도가 높은 학교 시험의 대비가 가능한 '고난도 문제' 등을 다양하게 수록해 완성도를 높였다. 또한 혼자서 공부하는 학생들을 위해 교과서 필수 탐구, 개념 보충 설명, 고난도 문제 풀이 영상 등을 QR로 무료 제공해 편의성을 더했다.

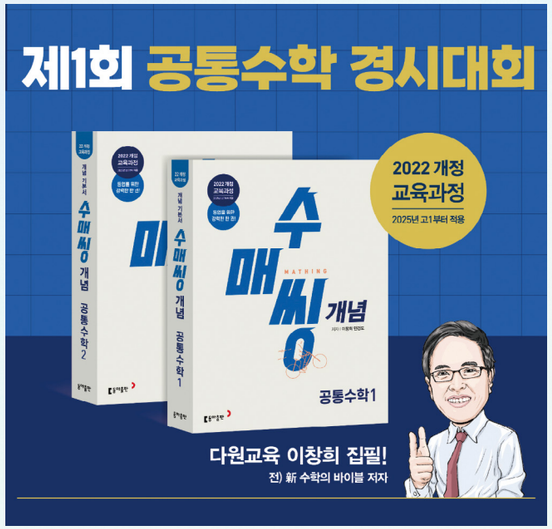
동아출판 하이탑 관계자는 "개념 확립부터 실전 대비까지 한 권으로 내신과 수능을 동시에 대비할 수 있도록 개발된 교재로 과학 공부로 고민하는 학생들에게 최적의 선택이 될 것"이라며, "이번 방학 기간 하이탑 시리즈와 함께 탑티어를 목표로 실력을 높여보시길 바란다."고 전했다.

DONG-A

동아출판 보도자료

동아출판
<동아출판, 수매씽 공통수학 경시대회> 개최

<수매씽 개념> 이창희 대표 저자와 서울, 대구, 부산, 창원지역에서 진행



교육 출판 전문 기업 동아출판이 고등 수학 개념을 제대로 완성할 수 있는 개념 기본서 〈수매씽 개념〉 대표 저자 이창희와 함께 '공통수학 경시대회'를 진행했다. 이번 경시대회는 공통수학1과 2를 학습한 학생을 대상으로 수학 학습에 대한 동기 부여를 제공하기 위해 진행됐다. 서울, 대구, 부산, 창원 지역에서 차례로 진행됐으며 약 400명의 학생들이 경시대회에 응모했다. 경시대회 종료 후 성적표와 이창희 저자의 해설 강의를 제공하는 만큼 지역별로 100명씩 제한하여 응시할 수 있었다. 응시한 학생에게 수매씽 에코백과 노트가 제공되었고 우수한 성적을 거둔 학생은 등수에 따라 편의점 상품권 10만 원 등이 지급되었다.

시험이 종료된 후 주요 문항에 대해 설명하고 고등 수학 개념 공부법에 대해 강의한 이창희 강사는 대치동 다원교육 수학 및 전국형 자사고 담당 총괄 이사로 '新수학의 바이블'과 '자이스토리 수학 영역' 등을 집필하였다. 이번 경시대회에서 직접 학생들을 만나 2025년 시행되는 22 개정을 앞두고 고등 수학 개념을 어떻게 학습해야 할지 방향을 제시했다.

이창희 강사가 직접 집필한 〈수매씽 개념〉은 대치동에서 고등 수학을 가르치고 있는 그의 현장 경험을 녹여내 만든 고등 수학 개념 기본서다. 체계적인 개념 설명과 함께 모든 개념에 친절한 첨삭을 더해 교과서보다 쉽게 개념을 이해할 수 있도록 도와준다. 여기에 하나의 예제를 3단계로 학습하는 1+3 수학 학습 시스템을 적용하여 다양한 유형에 대한 적응력도 높일 수 있다.

〈수매씽〉은 수매씽 개념연산 중학 수학, 수매씽 개념 중학 수학, 고등 수매씽 개념, 고등 수매씽 유형의 라인업을 갖추고 있으며 2022 개정 교육과정의 변화를 완벽하게 반영하여 학생들이 최신 교육 과정에 맞춰 학습할 수 있도록 지원하고 있다.

교육 그 이상의 가치를 추구합니다.
내일의 꿈을 만들어 가는 교육문화 1등 기업

동아출판

www.bookdonga.com