

화승그룹 라이프 매거진

2020 Autumn 화승그룹 | Vol.60 가을호

We are. hwaseung



우리는
우리의
화승입니다



화승그룹

씨앗 하나 날아와
돌 틈에 자리 잡고
생명을 틔운 단풍나무.

화승원의 숨어 있는
정원 속 정원에서
경이로운 생명의 힘을 봅니다.

어려움 속에서도
끈기와 도전으로
변화와 혁신을 이어온 화승

화승의 꿈의 씨앗을 틔운
우리는 화승입니다.
우리가 만들 희망의 화승입니다.



CONTENTS

2020 Autumn Vol.60

Opening		02	바위틈 꿈의 씨앗을 틔운 화승
Part 01	Our 화승 우리의 화승	06	Our 화승 70년을 향해 달리는, 우리의 오늘의 화승
		08	포스트 코로나 화승 ① 힘내라 당신, 힘내라 화승! 함께 나누는 한잔의 커피
		14	포스트 코로나 화승 ② <슬기로운 코로나 생활> 설문조사 이벤트 리뷰
		20	포스트 코로나 화승 ③ 화승, 포스트 코로나를 넘어 위드 코로나로
		22	Our Travel 지금 가장 안전하고 합한 여행, 드라이브스루 여행
		28	Our Life 집 안의 작은 자연, 플랜테리어
		30	Our Biz & Trend 구독 경제의 시대
		32	조우, 화승 끈기와 꾸준함이 만든 당구의 신, 신정주 선수
		36	나눔, 화승 부산 체조 역사에 한 획을 그은 부산체조체육관 건립
		38	Our Memory 라떼는 말이야~ 그때 그 시절 광고 속 화승
Part 02	We are 화승 우리는 화승	42	Tomorrow 화승 친환경 자동차의 필수, 화승R&A 자동차 경량화 기술
		46	Global 화승 화승케미칼베트남, 위기 극복으로 더욱 밝은 내일을 기약하다
		52	With 화승 화승케미칼 취업 프로젝트 2기 독서발표회 현장

	56	화승 가족 글로벌 향해 시작한 화승엔터프라이즈의 대영섬유
	60	Dear 화승사람들 화승엔터프라이즈 이계영, 리더의 '혁신'
	64	신짜오, 화승 화승락자와 함께 글로벌 신발 ODM 사업 확장
	68	메가히트 화승 화승엑스윌 컨베이어벨트 'MEGA HEAT'
Hwaseung News	70	화승에 이런 일이 화승락자와 베트남중앙노조연맹, 작업자 성금 수여 행사
	72	News
	74	마음을 움직이는 메시지
DBT 총괄 화승그룹 홍보팀 김병호 팀장 화승그룹 홍보팀 심일욱 과장 화승R&A 이지학(기획팀 대리) 화승소재 임상호(영업관리팀 과장) 화승T&C 박재성(관리팀 과장) 화승네트웍스 조성오(전략기획팀 사원) 화승엑스윌 신비(해외영업팀 대리) 화승케미칼 최보미(경영지원팀 매니저) 화승인더스트리 정성욱(R/경영관리팀 매니저) 미국 HSAH 서수현 차장 베트남 화승비나 정영섭 차장 중국 HST 문지훈 과장	2020 Autumn vol. 60 2020년 9월 16일 발행(정보간행물) 신고번호 연제, 바00003 신고일자 2016년 8월 30일 발행인 현지호 편집인 구철홍 편집·사진 DBT 사람들 기획·진행 화승그룹 홍보팀 김병호·심일욱, 이영진 편집·출판 (주)하이미디어 P&I(02-795-3364) 디자인 어진디자인 사진 손호남·박해주 프로세스 (주)하이테크컴 인쇄 아트프린팅(주) 퍼낸 곳 화승(www.hwaseunggroup.com) 교정교열 김민지 주소 부산시 연제구 중앙대로 1079(연산동) 장천빌딩 화승그룹 회장실 전화 051-850-7037 팩스 051-850-7001 화승 iwsim9025@hsrna.com	

우리의 **화승**입니다

67년을 함께한 우리는 화승입니다.
70년을 향해 달리는
화승사람이라는 DNA를 가진
우리의 오늘의 화승입니다.

•

* 본 이벤트는 코로나19 사회적 거리두기 2.5단계 시행 이전에 안전 수칙에 따라 진행되었습니다.

힘내라 당신 힘내라 화승 그래서 커피 모두가 함께



코로나19로 지친 일상에 작지만 큰마음을 담은 커피 트럭이 왔다. 점심 식사 후 커피 한 잔의 여유를 함께 나누며 지난 코로나 라이프를 돌아봤다. 정말 치열하게 지켜냈고, 또 여전히 그 마음 그대로 이겨낼 앞으로의 시간에 메시지를 보냈다. 화승에게 코로나19는 위기의 지혜를 일깨워 담대한 극복의 새 역사를 쓰게 한 존재라고, 조금은 축축한 공기, 뜨거웠던 햇살 아래 현지호 부회장님이 쓰는! 맛있는 커피 트럭 스토리에 귀 기울여보자.

Writer. 김병호 그룹 홍보팀장

Photo. 손호남, 박해주, 박치선 그룹 비서실 과장, 심일욱 그룹 홍보팀 과장



화승R&A · 화승소재, 훗날 추억이 되는 시간

흐린 하늘 아래 커피 트럭이 도착하자 이내 맑게 갠 그날, 경남 양산 화승R&A·화승소재의 커피 트럭이 문을 열었다. 시차를 둔 점심시간 덕에 줄이 내내 길진 않았다. 식사하기 전 시원한 커피로 목을 축이는 직원도 있었고, 식사 후 한 잔의 여유를 즐기는 이들도 있었다. 진짜 부회장님이 쓰시는 거냐고 묻는 이들에게 그동안 코로나로 지친 직원들에게 현지호 부회장님이 마음 한 잔 선물 드리는 거라 전했다. 비록 단 하루, 단 한 잔의 커피이지만 전하고 나누는 마음은 다른 법. 훗날 동료들과 함께 나누는 오늘의 커피 한 잔을 떠올릴 수 있다면 그것만으로도 멋진 선물이 아닐까.



커피 감사히 마실게요~
화승사람 모두
아자아자 함께자고요!



화승T&C. 커피로 하나 되는 시간

관리팀의 전폭적인 지원으로 시작된 경남 양산
어곡동 화승T&C의 커피 트럭. 직원들은 물론 협력
업체들까지 모두 사회적 거리두기를 실천하며 줄을
서서 한 잔 한 잔 마음으로 채워가는 시간. 화승사람
도, 협력업체 외국인 직원도, 함께한 모든 사람이
커피로 대동단결한 어느 여름 오후에 오늘을 기
록하는 한 컷에 추억을 담는다.



시원한 아아 마시고
힘내서 일할게요!



부산과 서울, 고마운 마음을 널리배리하다

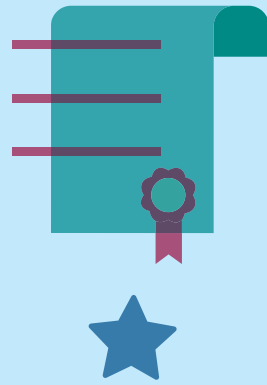
화승R&A, 화승네트웍스, 회장실이 있는 부산 연산
동 장천빌딩 사옥과 화승인더스트리, 화승케미칼, 대영섬
유가 있는 부산 엄궁동 첨단신발허브센터 그리고 화승인더스
트리, 화승엔터프라이즈, 화승케미칼이 있는 서울 강남의 두 빌
딩과 화승R&A, 화승네트웍스가 있는 여의도 빌딩까지 맛있는
커피를 들고 찾아갔다. 서울은 화승의 커피 브랜드 하프커피의
버터크림라떼 캔, 부산은 인근 커피 전문점의 맛있는 아이스
아메리카노 그리고 양산과 아산의 야간 현장 직원들에
겐 스타벅스 병 커피까지. 한 명도 놓치지 않고
모두 '함께의 가치'를 나누었다.



물러가라 코로나!
힘내라 화승!







《슬기로운 코로나 생활》 이벤트 그리고 결과 리뷰



끝이 없다. 계속되는 코로나19 여파로 이제는 외출 전 지갑보다 마스크를 먼저 챙기는 것이 일상이 됐다. 아니, 되도록 외출을 안 하려고 한다. 지난 5월 집콕 라이프에 지친 화승사람들을 위해 《슬기로운 코로나 생활》 이벤트를 기획할 때만 해도 가을호 사보가 나올 즈음엔 코로나19가 많이 수그러들 줄 알았다. 여전한 코로나19 공포 속, 한 번 더 힘을 내보자는 의미에서 그 결과를 정리해 실어본다.

Writer. 심일옥 그룹 홍보팀 과장

EVENT 01

화승 명언 릴레이



화승엑스월 여동현 사원

비관론자는 모든 기회에서 어려움을 찾아내고,
낙관론자는 모든 어려움에서 기회를 찾아낸다.

— 윈스턴 처칠

화승R&A 김보성 대리

즐거워서 웃는 때가 있지만,
웃기 때문에 즐거워지는 때도 있다.

— 틱낫한

화승R&A 한종호 사원

사막이 아름다운 것은
어딘가에 샘이 숨겨져 있기 때문이다.

— 생텍쥐페리

화승케미칼 이정민 매니저

당신이
할 수 있다고 생각하면 할 수 있고
할 수 없다고 생각하면 할 수 없다.

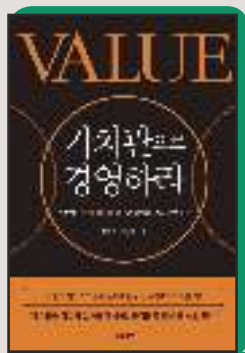
— 헨리포드

화승소재 정순우 대리

정말 일어나고 싶다면 ‘일어나야 하는데’ 할 것이 아니고
아무 생각 없이 일어나면 된다.
늘 각오만 하니 스트레스 받고 인생이 괴로운 것이다.
그냥 하면 괴로움 일이 없다.

— 법륜스님

화승 북 셰어링



"가치관의 변화만으로도
업무 성과를 변화시킬 수
있다는 이야기가
좋았어요."

가치관으로 경영하라

화승R&A 고은혜 사원



"최근에 차가운 언어로
가득했던 나를
반성하면서..."

언어의 온도

화승엑스윌 이홍일 팀장



"코로나라는 대공황
시지만 '일'의 관점과
가치에 대해 다시 한번
생각하는
계기가 되었습니다."

왜 일하는가

화승네트웍스 김성환 팀장



"단조롭고 반복적일 수 있는
일상생활 속에서 좀 더
나다운 삶, 나를 더 사랑하는
방법을 알 수 있었습니다."

나는 나로 살기로 했다

화승T&C 권만근 대리

주간 화승사람

업무왕

코로나19 속 직원들의 건강 수호천사



코로나19가 터지면서 너무도 바쁜 나날을 보내고 있는 사
내 간호사 장지수 히어로. 출입·회의·출장 안내부터 발열
자 또는 호흡기 증상자 개별 방문·전화·메일·사내 메신
저·카카오톡 실시간 응대까지 마치 화승 콜센터 직원인
듯 일한다는 그녀. 그래도 안전한 화승을 위해서라면 힘들
지 않다며 흐르는 코피도 괄념치 않는다.

화승R&A 장지수 대리

육아왕

퇴근이 (안) 기다려지다니



아이가 둘이라는 말은 아빠 역할이 두 배라는 말! 최근 태
어난 둘째 육아 덕분에 다크서클이 점점 짙어지는 슈퍼대
디 오히진 대리. 퇴근 후 첫째와 몸으로 놀아주고, 새벽엔
"우앵~"하며 우는 둘째 달래느라 밤잠 설치는 그에게 쌍
코피는 필수 불가결. 주변 동료들 증언에 따르면 하이에나
처럼 일부러 야근거리를 찾으러 부서를 이리저리 어슬렁
거린다는데...

화승엑스윌 오히진 대리

방콕왕

방콕 아트로 시간 가는 줄 몰라

집 근처에 확진자가 발생한 이후 자연스레 집, 회사만 왕복하는 중. TV도
책도 지겨워질 즈음 시작하게 된 피포페인팅 덕분에 방콕 중에도 시간 가
는 줄 모른다고. 완성한 달마시안 그림을 보면 작업 중인 그림도 얼른 완
성하고 싶은 욕구가 생긴다고 한다.

화승R&A 김혜진 사원



확찐왕

고생하는 후배들 밥 사줬는데 살은 내가 찐?

배달 앱에서 '더 귀한 분'으로 랩업한 최강의 식욕 전사. "밥은 밥이요, 치
킨은 치킨이다", "치킨은 밥이 아니잖아요" 등 궁극의 명언들과 싱크로가
딱 맞아떨어지는 1일 2식(?)의 야식 전사. 사실 그에게 한 가지 비밀이 있
다. 야근으로 고생하는 후배들을 위해 맛있는 야식을 아낌없이 퍼주느라
본의 아니게 배달의민족 VIP로 등극했다고. 근데 왜 후배들은 살이 안 찐
는 거죠? 수많은 미스터리로 둘러싸인 확찐자, 그의 이름은 송·재·광.

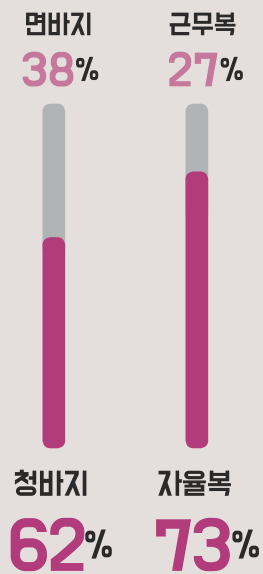
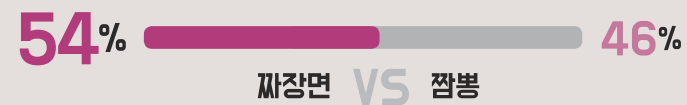
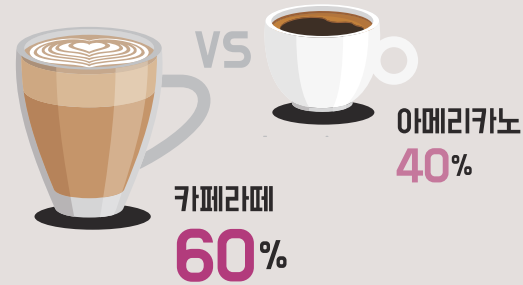
화승케미칼 송재광 매니저



화승 취향 조사

FOOD

짜장, 짬뽕은 비슷하지만 탕수육은 '찍먹' 비율이 꽤 높았다. 화승사람들은 바삭한 식감을 좋아하나 보다. (근데 탕수육은 원래 부어 먹는 거라는데...) 커피는 역시 물 탄 아메리카노보다 비싼(?) 우유를 섞은 카페라떼가 진리!



FASHION

패션을 보면 성격을 알 수 있다고 하지 않았던가. 점잖은 스타일보다 청바지와 패딩, 자율복을 선택한 화승사람들의 특징은 자유분방함이라 할 수 있지 않을까. 여기서 주목할 점은 근무복이 좋다고 한 사람들의 비율이 의외로 30%나 된다는 것. 이를 선택한 사람들의 연령대는...? 비밀!

독서 19%

VS

영화 81%



연극 28%

국악 19%

CULTURE

실제 익사이팅 화승에서 이용되는 콘텐츠도 이 비율과 비슷하다. 지금은 코로나19 영향으로 영화 콘텐츠를 이용할 수 없어 도서관이 상당히 많이 이용되고 있다. (그나저나 아이가 태어난 후 마지막으로 본 영화가 뭐더라, <겨울왕국>이던가? 뜬금없지만 대한민국 부모님들 파이팅입니다!)

연극 28%

국악 19%

뮤지컬 72%

클래식 81%

VACATION

인화의 기업 화승그룹답게 역시 가족과의 여행을 선호하는 비율이 높았다. 물론 해외여행이라 그럴 수도 있다. 휴가는 역시 휴식! 편안한 호텔에서 맛있는 것도 먹고 좋은 것도 보고, 열린 자유롭게 여행할 수 있는 날이 오기를 기다려본다.



나홀로 국내여행 41%

가족과 해외여행

59%

VS



52% VS 48%

여행은 먹는 것 VS 여행은 보는 것

70% VS 30%

에어컨빵빵 호텔숙박 VS 나무 그늘 아래 감성 캠핑

포스트 코로나를 넘어 위드 코로나로 화승의 방역과 안전의 일상 속으로

Writer. 김병호 그룹 홍보팀장 Photo. 손호남, 박해주



끝날 때까지 끝이 아니다.
다시 시작된 코로나19 확산에도
화승의 방역과 안전의 일상이
함께합니다.

서울, 아산, 양산, 부산 그 어디든
화승의 이름으로 안전하게
화승사람들의 노력으로 더 안전하게
우리가 지켜야 할 건강한 내일입니다.

혹독했던 2020년 봄과 여름이
훗날 잊을 수 없는 위기 극복의
이야기가 될 수 있도록
잊지 않고, 더 단단하게 오늘을 살아갑니다.

코로나 대응방안 | 회사

1 사업장 방역 철저히 하기

- 에어컨 가동 시 주기적 환기: 일 4회 이상
- 전 출입 인원 발열체크 및 소독용품 배치
- 공용 물건과 통근버스 소독 및 위생 관리 철저
- 외부 방문자 출입 최대한 통제

2 코로나19 예방 환경 조성

- 투명 격벽 또는 파티션 설치, 근무 중 항상 마스크 착용
- 근로자 간 간격 2m 유지(최소 1m)
- 사업장 유휴 공간 활용, 부서별 분리 근무 고려
- 증상이 있는 인력 출근 중단 및 퇴근 조치
- 출장 시 구성원 동선 철저히 파악

3 비상시 대응 조직안 사전 수립

4 확진 환자 발생 시 조치사항

- 사업장 내 확진 환자 발생 시 전 사업장에 통보 및 퇴근 조치(외부 업체 전수 포함)
- 사업장은 매뉴얼에 따라 소독 후 다음날까지 폐쇄
- 밀접 접촉자는 14일간 격리

5 의심 · 의사 환자* 발생 시 조치사항

- 근무 중 또는 부서 신속히 폐쇄

* 의심 환자(증상) 심상치 않아 개인적으로 코로나19 검사를 진행하는 자
의사 환자(확진 환자) 접촉 후 14일 이내 유증상자 또는 의사 소견에 따라 감
염이 의심되는 자)



코로나 대응방안 | 개인

1 아프거나 아픈 가족이 있으면 집에서 쉬기

- 출근 전 본인이나 가족에게 발열, 오한, 구토 등의 증상이 나타날 때는 회사에 신속히 연락한 후 집에서 경과 지켜보기

2 철저한 방역과 빈틈없는 감염 예방

- 회사별로 더욱 철저한 방역과 개인위생으로 감염 예방에 최선을 다하기

3 언제 어디서나 반드시 마스크 사용하기

4 비대면 회의 적극 활용, 대면 회의 시 매뉴얼에 따른 안전수칙 준수

5 여름 근무 시(6~8월) 자율복장 실시

- 반바지, 슬리퍼 등 제외

6 외부인 방문 시 소독 생활화

- 지정된 회의실 이용, 소독 · 환기 철저
- 택배, 설비 수선, 각종 A/S, 우편물 등: 기록 관리, 대응조치, 출입구 택배 정소 지정 등

“운행을 아니, 여행을 시작합니다”

드라이브스루 여행지

우리가 누구? 코로나19 선별 검사도 세계 최초로 드라이브스루 방식으로 실시한 아이디어 넘치는 한민족 아니던가. 여기서 그치지 않고 여행에도 드라이브스루를 끌어들었다. 지금 이 시국, 바로 이 순간, 내 차 타고 좋은 길을 달리는 것만큼 현명한 여행법이 또 있을까. 유명 관광지 부럽지 않은 전국의 드라이브스루 여행지를 향해 운행을 아니, 여행을 시작한다. 포장 가능한 맛집 정보도 가득하니 배고플 걱정도 없다. 액셀을 꺾 밟는 순간, 걱정 근심이 멀어진다. 이제 여행의 시작과 끝은 모두 ‘핸들’을 전 내 손에 달렸다.

Writer. 전설(여행작가) **Photo.** 전설, 경상남도청, 영동군청, 삼척시청, 하동군청, 파주시청



미술랭 ★별점에 빛나는 강변도로 경북 안동~봉화 35번 국도

미술랭 그린가이드북은 맛집이 아닌 여행지에 별점을 매긴다. 한국에서 유일하게 미술랭 별점을 받은 도로가 있으니, 바로 국도 35호선 중 경북 안동 도산서원에서 강원 태백 초입에 이르는 75km 구간이다. 미술랭 가이드북(2011년) 한국 편은 산도 바다도 강도 아닌 ‘도로’에 별점을 준 이유로 “청량산을 끼고 굽이굽이 흘러가는 낙동강의 아름다운 풍경과 강변마을 할머니들이 허리 굽혀 농사짓는 모습”을 들었다. 산과 강이 그리는 풍경이 머릿속에 그려지는 듯하다.

남쪽의 안동이든 북쪽의 태백이든 어디에서 출발하든 상관없다. 들머리가 필요한 이들을 위한 팁을 전하자면 안동 방면에서 출발할 경우 도산서원을 출발지로, 태백 방면에서 출발할 경우 도산서원을 목적지로 삼으면 방향 잡기가 수월하다. 순서야 어쨌든 청량산을 옆구리에 끼고 달리는 것은 똑같다. 월영교에서 출발해 온헤리를 거쳐 야트막한 나불고개를 넘으면 가송리에 닿는다. 이 일대에서 퇴계가 “그림 속으로 들어가는 길”이라고 노래한 35번 국도의 하이라이트가 시작된다. 깎아지른 청량산 능선과 이를 부드럽게 휘감는 낙동강 물길이 신라 각시처럼 정답다. 여기서 국도를 따라 봉화 방향으로 드라이브를 이어가거나 지척에 있는 고산정과 농암종택에 들러 쉬어갈 수 있다. 봉화 북쪽 끝 청옥산 숲을 지나면 강원 태백이다.

코스
안동~봉화~태백
구간 75km
문의 055-211-7760(경남도청 관광진흥과)

TAKE OUT 맛집
월영교 달빵
안동에서 가장 핫한 인기 간식. 보름달처럼 둥근 빵에 시원한 녹차, 딸기, 망고, 흑임자, 팔, 요거트 크림이 가득 들었다. 날개(2,200원)로 구매 가능하며 6가지 맛이 1박스 세트로 구성돼 있어 선물용으로 인기가 높다.
주소 경북 안동시 석주로 199
문의 054-852-1128



쪽빛 바다 따라 전설의 섬으로 경남 사천 비토섬 가는 길

경남 사천의 쪽빛 바다를 따라가면 ‘토끼섬’에 닿는다. <별주부전> 전설이 깃든 비토섬이다. 토끼가 날아가는 모습을 닮아 날 비(飛), 토끼 토(兔) 자를 써서 ‘비토’라 이름 붙였다는데, 언뜻 보면 거북이 같기도 하고 학을 닮기도 했다. 본래는 섬 주민 300여 명이 대대로 바다 농사를 짓고 살던 작은 섬이었으나 1992년 비토연륙교가 건설되면서 ‘섬 아닌 섬’이 되었다.

섬인들 육지인들 아무렴 어떠하라. 비토섬으로 가는 길이 바다와 육지 풍경을 동시에 즐길 수 있는 ‘환상의 드라이브 코스’인 것만은 분명하다. 사천만을 가로지르는 사천대교를 건너 눈앞에 넘실거리는 바다를 따라가면 5분 거리에 비토연륙교가 있다. 2개의 다리를 차례로 지나는 동안 한려해상국립공원의 절경이 푸짐하게 펼쳐진다. 특히 연륙교 주변의 경치가 압권이다. 만조 때는 푸른 바다와 한가로이 떠 있는 고깃배가 한 폭의 그림 같고, 간조 때는 꼬불꼬불 리아스식 해안 너머 사천 8경 중 하나로 꼽히는 비토섬 갯벌이 끝도 없이 펼쳐진다.

비토연륙교를 건너 해안일주도로를 따라가면 자동차 타고 섬 한 바퀴를 후루룩 돌아볼 수 있다. 하루 두 번, 바닷길이 열리는 썰물 때는 비토섬을 마주 보는 월등도까지 차로 들어갈 수도 있다고, 때를 못 맞췄다고 아쉬워할 것 없다. 한국도로교통협회 선정 ‘한국의 아름다운 길 100선’에서 대상(2006년)을 수상한 창선·삼천포대교까지 바닷길 드라이브를 이어 가보자.



코스
도마령
구간 10.3km
문의 043-740-3205 / 043-740-3215

TAKE OUT 맛집
선희식당
전 메뉴 포장 가능한 영동 대표 맛집. 금강에서 잡은 민물고기를 프라이팬에 꽃처럼 두르고 기름으로 바삭하게 튀겨낸 도리뱅뱅(9,000원), 금강에서 잡은 민물고기를 푸짐하게 넣고 얼큰하게 맛을 낸 인삼어죽(7,000원) 등의 토속 음식을 즐길 수 있다.
주소 충북 영동군 양산면 금강로 756
문의 043-745-9450



코스
사천대교~비토연륙교
구간 약 10km 문의 055-831-2114

TAKE OUT 맛집
달인 총무김밥
사천에는 ‘생활의 달인’이 만드는 총무김밥(5,000원)이 있다. 밀려드는 포장 손님을 상대하느라 실패 없는 소문난 맛집이다. 참기름으로 코팅한 총무김밥과 새조개와 방풍나물을 넣은 오징어무침으로 여행길에 든든하게 끼니를 챙겨보자.
주소 경남 사천시 중앙로 7
문의 055-833-7104



나만 알고 싶은 비밀의 와인딩 코스 충북 영동 알프스 도마령

‘포도의 고장’ 충북 영동은 그 품 안의 불거리조차 포도를 닮았다. 큰 명소는 없지만 작은 열매가 알알이 모여 탐스러운 포도송이가 되듯 소박한 볼거리가 올망졸망 보기 좋게 어우러져 있다. 소백산맥을 병풍처럼 두른 금강이 유유히 흐르고 있어 찾으면 찾을수록 볼거리가 끊이지 않는다. ‘볼거리 없는 고장’이라 과소평가 받는 것이 꽤 억울한 일이지만, 여행자로서는 ‘나만 알고 싶은 비밀 드라이브 코스’를 숨겨두고 싶은 욕심도 든다.

금강 물줄기를 따라 남쪽으로 가면 전북 무주와 영동의 경계가 나온다. 그곳에서 동북 방향으로 차를 돌려 국가지원지방도 49호선을 타고 가면 고자리와 조동리를 잇는 고갯길이 있다. 바로 해발 800m에 자리한 도마령(刀馬嶺)이다. ‘칼을 찬 군인이 말을 타고 넘는 고개’라는 뜻을 담고 있는데 그 이름에서 짐작하듯 누구나 쉬이 오를 수 있는 길이 아니다. 굽이굽이 24굽잇길로 멀리서 보면 각호산, 민주지산, 삼봉산, 천마산으로 이어지는 능선 자락에 거대한 구렁이를 걸쳐놓은 것 같다. 덕분에 베스트 드라이버 사이에서 고난도의 와인딩 코스로 인기가 높다. 그 길을 직접 달려보면 왜 영동을 ‘충북의 알프스’라고 하는지 실감하게 된다고, 특히 도로 주변 능선이 울긋불긋 물드는 만추에는 스릴을 즐기는 드라이버들의 발길이 끊이지 않는다.



코스

하동호~청학동 마을
구간 약 13.2km 문의 055-880-2375

TAKE OUT 맛집

하동 섬진강 인근 식당들은 대부분 직접 만든 재첩국을 진공 포장해서 판매한다. 어느 한 곳을 추천하기 어려울 만큼 맛이 좋은데, 국물은 쌀뜨물처럼 뽀얗고 재첩 살은 조금 질기긴 하지만 맛 자체는 비리지 않고 쫄깃하다. 섬진강의 맛을 우리 집 밥상까지 안전하게 들고 가고 싶다면 구매해보자. 가격은 보통 1팩에 4,000원 선이다.



지리산, 섬진강 그리고 산중호수 '1+1+1' 하동호 드라이브 코스

섬진강과 지리산만으로도 이미 볼거리 충분한 하동에 산중호수까지 추가됐다. 청암계곡 일대에 댐을 건설해 조성한 산중호수 하동호(河東湖)이다. 하동군 일대 너른 황금 들녘에 젖줄을 대기 위해 조성한 인공호수인데, 멀리 보이는 지리산의 웅장한 자태를 배경 삼아 물안개가 자욱하게 올라오는 풍광은 사람이 만든 인공호수라는 사실이 믿기지 않을 만큼 고즈넉하다.

하동호는 진교C에서 섬진강을 거쳐 올 경우 약 35분 정도 소요된다. 먼 거리가 아니니 섬진강에서 재첩잡이 풍경을 먼저 눈에 담고 느긋하게 호수 찾기에 나서보길 추천한다. 산중호수에 다다라 호수의 깊은 수심을 들여다보고 있으면 심신을 계곡물에 빨아 넣는 것처럼 개운해진다. 아닌 게 아니라 댐 상류 10리쯤에 있는 청학계곡, 목계계곡에서 흘러넘치는 물은 늘 맑고 차다. 거울 같은 호수 둘레를 따라 7.5km 트레킹 코스가 조성돼 있으니 시간 여유가 된다면 둘러보자. 쉬엄쉬엄 돌아 지치면 나본마을 앞에 있는 쉼터에서 쉬어가는 것도 좋다.

본격적인 드라이브 코스는 하동호에서 하동군 청암면 목계리의 지리산 청학동 마을까지 약 13.2km 이어진다. 호수길, 개울길, 숲길을 차례로 지나는데, 달리면 달릴수록 지리산의 깊은 품에 안기는 기분이다. 수려한 능선 아래 밤이며 도토리며 들꽃이며 울망줄망한 풍경이 가득하다. 하동호는 지리산둘레길 위태(상촌)~하동호 코스(11.8km), 하동호~삼화실 코스(9.3km)의 일부이기도 하다. 슬로시티의 매력을 제대로 느끼고 싶다면 차에서 내려 느릿느릿 걸어볼 것을 추천한다.



코스

교하동~문산읍~임진각
구간 26.5km 문의 031-940-4114

TAKE OUT 맛집

류재은 베이커리
<맛있는 녀석들>도 탄복한 마늘빵이 있는 파주의 대표 '빵지순례' 명소. 의성 마늘만 사용해 바삭하게 구운 허브와 마늘빵(7,900원) 외에도 100% 파주 쌀로 만든 카스텔라, 이탈리아 정통 빵 파네토네 등 시그니처 메뉴를 갖추고 있다.
주소 경기 파주시 탄현면 요풍길 265 문의 031-939-8493



드라이브스루 여행 시대의 대세 강원 삼척 새천년해안도로

여행자의 발이 공공 묵인 포스트 코로나 시대에 오히려 전성기를 맞은 여행지도 있다. 삼척항부터 삼척해수욕장까지 구불구불 이어지는 삼척 새천년해안도로다. 푸르도록 시원 동해와 함께 달리는 해안도로 풍경이 빼어나 일찌감치 '아름다운 길 100선'에 이름을 올렸다.

4.8km의 짧막한 길이지만 막상 달려보면 아쉬울 새가 없다. 삼척항에서 7번 국도를 타고 삼척해수욕장으로 가는 동안 장쾌한 동해 절경이 쉬지 않고 펼쳐진다. 바다가 조각한 기암괴석은 시각에 따라 표정을 달리하고, 바다를 보고 자란 송림이 운치를 더한다. 강풍이 부는 날이면 파도가 분수처럼 도로 위까지 솟구치기도 하는데, 이 또한 색다른 장관을 선사한다.

여행자가 심심할까 봐 동해를 배경으로 소망의 탑, 비치조각공원 같은 명소도 만들어 놓았다. 볼거리 자체가 큰 것은 아니지만, 날씨에 따라 계절에 따라 풍광이 바뀌는 동해가 딱하니 버티고 있어 언제 들러도 지루하지 않다. 특히 소망의 탑은 '소원 명당'으로도 유명하니 인류애를 담아 '백신 개발'이나 '바이러스 자연 소멸' 등의 소원을 빌어도 좋을 일이다.

바닷바람을 실컷 맡은 후에는 내륙으로 드라이브를 이어갈 수 있다. 삼척은 바다 못지않게 산세가 수려한 도시다. 못 믿겠다면, 신리너와마을을 들머리 삼아 416번 지방도로와 910번 지방도로를 갈아타고 동활계곡~덕풍계곡 드라이브 코스를 달려보자. 바다에 이어 삼척의 숲과 계곡에 반하게 될 것이다. 🇰🇷🇵🇰

서울 걸 No.1 드라이브 코스 경기 파주시 자유로

드라이브스루 여행지의 삼박자를 고루 갖춘 도시가 파주다. 가깝고, 수많은 명소와 접해 있으며, 무엇보다 짝 막힌 서울을 벗어나자마자 뽕 뚫린 도로를 달릴 수 있다. 특히 지방도 391호선을 따라 11.2km 이어지는 교하동~문산을 구간을 달리고 있노라면 짝 조인 송통이 트이는 것 같다. 가는 길에는 헤이리 예술마을, 파주출판도시 등 발길 멈추어 둘러볼 명소도 많다. '도장 깨기' 스타일로 하나하나 정복하거나, 둘러보고 싶은 곳만 한두 곳 골라 둘러보거나, 그대로 앞만 보고 달리거나. 운전대 잡은 사람 마음대로 일정을 완성하기 좋다. 여기서 마장호수 방향으로 핸들을 꺾으면 220m 출렁다리 건너 이른 오전에는 물안개가 피어오르는 호젓한 호반 산책, 늦은 오후에는 석양으로 물든 호반 산책까지 즐길 수 있다.

자유로 끝자락의 임진각 평화누리공원으로 향했다면 시간을 넉넉하게 잡는 걸 추천한다. 전망대, 기념관, 놀이공원 등 시간 잡아먹을 공간이 많다. 특히 바람개비 3,000여 개가 돌아가는 '바람의 언덕'은 너도나도 기념사진 찍기 바쁜 인증샷 명소다. 단, 여행 마침표를 찍 막힌 도로에서 마무리하고 싶지 않다면 귀가 차량이 물리는 퇴근 시간엔 피해야 한다.

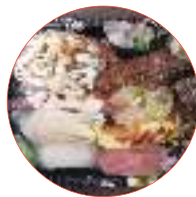


코스

삼척 해수욕장~삼척항(정라항)
구간 4.8km 문의 033-570-4013

TAKE OUT 맛집

공대현 스시
'가성비 런치세트(10,900원)'로 좋은 평을 받는 초밥 전문점이다. 삼척 쓸비치 인근에 있어 접근성이 좋다. 포장 가능한 런치 세트를 도시락처럼 주문하는 여행자가 많다. 지역 주민들에게도 인기가 높아 식사 시간대에는 웨이팅을 각오해야 한다.
주소 강원도 삼척시 하삼1길 3 문의 033-575-2032



집 안의 작은 자연 플랜테리어

코로나19로 공공 목인 일상에 기분 전환이 필요하다면? 집 안에 자연을 끌어들이는 플랜테리어를 시도해보자. 푸릇한 식물에 싱그러운 에너지와 위로를 받을 수 있을 것이다.

writer. 이영진 **Reference.** 한국농수산식품유통공사 SNS, 『우리 집이 숲이 된다면』(알에이치코리아)

플랜테리어(Planterior)는 식물을 의미하는 '플랜트(Plant)'와 '인테리어(Interior)'의 합성어다. 사실 우리나라 사람들은 오래전부터 플랜테리어를 실천해왔다. 배란다 화분에 정성스레 물을 주던 어머니와 틈날 때마다 잎을 닦던 아버지의 기억이 흐릿하게나마 남아있지 않은가? 최근 들어 플랜테리어가 다시 주목을 받게 된 데는 코로나19와도 관계가 있다. 집 안에서 생활하는 시간이 많아지면서 식물의 기능을 새삼 돌아보게 된 것이다. 실 내 공기를 가장 친환경적으로 정화할 수 있고, 손쉽게 집안 분위기를 바꿀 수 있으며, 심리적 안정감까지 주는 데 식물만 한 것이 없다는 사실을 말이다. 이토록 장점이 많은 플랜테리어, 시도하지 않을 수 없다. 그렇다면 어디서부터 어떻게 손을 대야 할까?

유리병 속 작은 정원, '테라리움'

큰 식물을 관리하는 데 부담을 느낀다면 작은 식물부터 시작하자. 유리병 속의 작은 정원이라 할 수 있는 '테라리움(Terrarium)'을 추천한다. 테라리움은 땅을 뜻하는 라틴어 '테라(Terra)'와 방을 뜻하는 '아리움(Arium)'의 합성어로 입구가 좁은 유리 용기에 식물과 돌, 흙, 이끼 등을 넣어 취향대로 꾸미는 초소형 유리 정원이다. 여러 종류의 식물을 심어 미니 정원처럼 연출할 수 있어 인테리어 소품으로도 좋고, 책상 위에 올려놓을 정도로 작아 공간 활용 면에서도 효율적이다. 물과 산소의 순환이 용기 안에서 이루어져 따로 물을 주지 않아도 수년 동안 생명을 이어가는 것도 장점.

나만의공중 정원, 행잉 플랜트

식물 놓을 공간을 확보하는 문제도 만만치 않다. '행잉 플랜트(Hanging Plants)'는 공간을 효율적으로 이용하면서 미적인 효과도 높일 수 있는 스마트한 대안이다. 끈의 길이에 따라 식물을 다양하게 연출할 수 있으며, 일주일에 한 번 식물을 물에 넣어두기만 하면 되니 관리 방법도 간단하다. 특히 행잉 플랜트로 키우기 좋은 공중 식물들은 생명력이 강해 초보자들도 키우기 쉽다. 공중 식물을 다양하게 활용하면 인테리어 효과뿐 아니라 공기 정화에도 좋다. 식물의 꽃과 줄기가 풍성하게 자라나는 것을 보는 것만으로도 큰 즐거움이 될 것이다.

공간X 식물, 찰떡 매칭

집의 첫인상을 좌우하는 거실에는 작은 화분보다 키가 크거나 잎이 넓은 존재감 있는 식물이 잘 어울린다. 소파 옆에 키가 큰 열대식물 화분을 하나 배치하는 것만으로도 이국적인 인테리어 효과가 쏠쏠하다. 식물의 크기와 높이는 소파나 TV 수납장처럼 거실에서 중심이 되는 가구의 높낮이를 고려해 고르는 것이 좋다. 침실에는 관리하기 쉬운 다육식물이나 밤사이 산소를 배출해 숙면을 돕는 산세베리아나 스투키 같은 식물을 추천한다. 쾌적하고 위생적이어야 하는 욕실에는 암모니아를 흡수해 욕실 특유의 냄새를 제거해주는 관음죽이나 앤슈리엄 등이 좋다. 또 음식에서도 잘 자라는 알로에 같은 식물이 적합하다. 주방에는 유해물질을 빨아들이는 스파티필름이나, 개운죽처럼 냄새를 흡수하는 식물을 추천한다. 인공조명 아래에서도 잘 자라는 로즈메리, 애플민트, 바질 같은 허브는 인테리어 소품 역할을 하는 동시에 식재료로도 활용할 수 있다.

식물 저승사자를 위한 추천 반려 식물

식물 키우기에 도통 자신이 없는 사람도 쉽게 도전할 수 있는 반려 식물들을 소개한다.



올리브나무 햇빛이 잘 드는 곳에 두고 흙이 마를 때 물을 주면 되는 올리브나무. 생명력이 강해 키우기 쉬운 편이다. 예쁘고 단정한 형태와 색깔로 어떤 인테리어에도 잘 어울린다. 끊임없이 틴워내는 새순과 열매를 보는 재미가 쏠쏠하다.

스킨답서스 병해충에 저항성이 강해 초보자도 키우기 쉽다. 공기 중 일산화탄소를 제거하는 능력과 가습 효과가 있으며, 어두운 곳에서도 잘 적응한다. 수경재배도 가능하기 때문에 줄기를 잘라 물꽂이를 해도 잘 자란다.

아이비 흙과 물 어디서든 잘 자라고 관리가 쉬워 초보자들이 키우기 좋다. 음이온 발생량과 상대습도 증기량이 많아 공부방이나 책상 위에 놓아두는 것을 추천. 다만 너무 더운 곳보다 조금 서늘한 곳에서 키우는 것이 좋다.

다육식물 호야 여름엔 1주에 한 번, 겨울엔 2주에 한 번만 물을 주어도 잘 자라는 강인한 생명력을 자랑한다. 호야는 성체로 성숙하면 수국처럼 많은 꽃을 둥글게 피워내며, 난초와 비슷한 향기를 낸다. 줄기가 늘어지는 특징을 활용해 다양한 모습을 연출하는 재미도 있다.

틸란드시아 흙 없이 공기 중에 있는 먼지를 토대로 자라는 식물이다. '먼지 먹는 식물'로 잘 알려진 만큼 실내 발암물질인 포름알데하이드의 농도를 낮추어 실내 공기를 정화해준다. 잎에 난 숨털처럼 하얀 모용이 발달해 공기 중 수분과 먼지 등을 흡수하며 건조한 환경에서도 잘 자란다.

빈티지 스타일, 일상 속 물건을 화분으로

익숙하지만 낯선, 그러면서도 힙한 플랜테리어에 도전하고 싶다면 라탄 소품이나 일상 속 물건을 화분으로 활용해보자. 라탄 소재의 소품은 공간에 다듬어지지 않은 원초적 자연 그대로의 느낌을 더해준다. 신지 않는 운동화, 빈 커피 원두 봉투나 캔도 좋다. 여기에 말린 꽃이나 조화를 가득 넣어보자. 향수를 불러일으키는 빈티지한 분위기의 인테리어 소품으로 손색이 없을 것이다.

식물 벽지나 액자, 엽서 활용

식물을 키우는 것은 무척 까다롭고 수고스러운 일이다. 작은 풀꽃 한 뿌리라도 그렇다. 식물과 여러 차례 영원한 작별을 한 경험이 있는 '식물 저승사자'도 화분 없이 플랜테리어를 즐길 수 있는 팁이 있다. 벽지나 사진, 그림 등을 활용하는 것이다. 커다란 잎 모양이 들어간 벽지를 사용하거나 벽면을 그린 계열로 칠하는 것만으로도 싱그러운 분위기를 낼 수 있다. 쿠션, 커튼, 매트 등을 보태니컬 디자인으로 연출해보는 것도 좋다. 🌿

‘구독 경제(Subscription)’가 일상에 파고들었다. 구독 경제는 매월 구독료를 내고 상품이나 서비스를 받는 경제 모델이다. 처음엔 음악 스트리밍 서비스나 넷플릭스 같은 영상 콘텐츠가 주를 이루었다면 최근에는 식품, 패션 등 그 영역이 확대되고 있다. 소비의 패러다임을 바꾸고 있는 구독 경제에 관해 알아보고, 한 달에 한 번 택배를 열어보는 재미, 관리받는 재미에 푹 빠져보자.

Writer. 이영진

구독 경제의 시대 너는 사서 쓰니? 나는 구독해 쓴다!



공유경제에서 구독경제로

최근 몇 년간은 누가 뭐래도 ‘공유 경제’가 이슈였다. 공유 경제는 이미 생산된 제품을 여럿이 함께 공유하는 협력 소비경제를 의미하는 것으로 ‘에어비앤비’와 ‘우버’가 대표적이다. 그러나 사무실 공유 플랫폼 ‘위워크’는 IPO(기업공개)를 철회했고, 우버와 에어비앤비는 주춤하기 시작했다. 공유 경제가 이제 날개를 잃어간다는 말까지 나오고 있다.

반면 ‘구독 경제’는 가파른 성장세를 보인다. 구독 경제는 정해진 비용을 결제하면 이용 기간만큼 상품이나 서비스를 받는 개념이다. 일정 기간 비용을 지불하고 필요한 물건이나 서비스를 이용하는 구독 서비스는 새로운 개념이 아니다. 이전에도 신문이나 잡지를 정기적으로 배달 받아본 경험이 있으며, 배달 일정 비용을 내고 정수기와 안마의자를 대여하기도 했다. 그런데 새삼 이제 와서 구독 경제가 새롭게 주목받는 이유는 무엇일까?

가장 큰 이유는 개인의 취향을 고려한 커스터마이즈(Customize)가 가능해졌기 때문이다. 밀키트 서비스부터 미술품, 의류, 화장품, 와인, 취미생활에 이르기까지 생활 전반에 걸쳐 선택할 수 있는 스펙트럼이 다양해진 것도 이유다. 물론 코로나19의 영향도 있다. 서로 접촉을 피하는 언택트가 일상화되면서 굳이 대면하지 않고도 입고, 먹고, 마시고, 바르는 생필품을 정기적으로 이용할 수 있는 구독 서비스가 많은 관심을 받게 된 것이다. 다시금 전성기를 맞은 다양한 구독 서비스, 이중 알아두면 유용하게 활용할 수 있는 몇 가지 서비스를 소개한다. 🇰🇷



정기 구독,
어디까지 해봤니?

WISELY

면도날도 구독하는 시대 와이즐리

국내 최초의 면도용품 구독 서비스. 면도기 구독 서비스 ‘와이즐리’의 김동욱 대표는 자취 시절 처음 산 면도날 가격에 충격을 받아 불합리한 면도기 시장 관행을 바꾸고자 이 사업을 구상했다고 한다. 와이즐리는 유통 단계를 줄이며 거품을 뺀 합리적인 가격을 자랑한다. 다이아몬드 카본 코팅을 한 독일산 5종날을 정직한 가격에 이용할 수 있다. 소비자의 면도 습관에 따라 4주, 8주, 16주에 한 번씩 면도날 4개를 무료 배송으로 구독하거나, 셰이빙 젤과 애프터셰이브가 포함된 패키지로 구독할 수도 있다. 첫 구독 시에는 무료 면도기가 무료다. 흔히 면도기 하면 생각나는 투박한 이미지를 탈피한 미니멀한 디자인의 면도기로 매일 아침 관리는 기본으로 시작해보자.

www.wiselyshave.com



AI 소믈리에가 보내주는 와인 퍼플독

내 입맛에 딱 맞는 와인을 손쉽게 즐기고 싶다면? ‘퍼플독’ 서비스를 추천한다. 퍼플독은 국내 최초로 AI 솔루션을 도입한 와인 구독 서비스다. 입력한 기본 정보를 토대로 와인을 선정해 주고, 지속적인 피드백을 통해 세밀한 취향을 파악한다. 더 나아가 비슷한 취향을 가진 이들이 선호하는 와인을 빅데이터로 쏙는다. 구독이 많아질수록 빅데이터도 늘어나고 더 정확해지기 때문에 AI 알고리즘을 활용할수록 취향이 더 정확하게 파악된다. 이제 막 와인을 시작하는 단계부터 최고급 와인을 즐기는 단계까지 선택할 수 있는 것도 장점. 와인 배송에 더해 와인 라벨을 읽어주는 콘텐츠까지 제공하니 와인에 관한 지식도 절로 쌓일 것이다.

www.purpledog.co.kr



간식 고민은 이제 그만 스낵24

‘뭘 사 먹을까?’ 사무실 동료의 간식을 사 본 사람이라면 한 번쯤 해봤을 법한 고민이다. 간식을 고르는 일은 생각보다 까다롭다. 다수의 취향을 만족시키기 위해 익숙한 간식 위주로 고르되, 지루하지 않게 새로운 간식도 몇 개씩 끼워 넣어야 하니까. 스낵24는 이런 고민을 대신해주는 서비스다. 적게는 10명 미만의 사무실부터 임직원 3,000명 이상의 대기업까지, 주 1회 혹은 격주 1회 간식을 공급한다. 간식 추천부터 구매, 배송, 진열 관리, 반쯤까지 원스톱 서비스를 제공하며, 간식 구매 비용 또한 편의점 대비 5~30% 저렴해 사측은 물론 직원들의 만족도까지 높이는 평가를 받고 있다.

www.snack24h.com



어느 곳에서도 좋은 커피를 프린츠 ‘커피클럽’

한국은 세계 6위 규모의 커피 소비국이다. 골목마다 카페 없는 곳을 찾기 어렵고 점심시간엔 손에 커피를 들고 다니는 사람들을 쉽게 볼 수 있다. 이런 한국인들에게 ‘커피 정기 구독’이야말로 정말 필요한 서비스. 프린츠에서는 ‘커피 클럽’이란 이름으로 커피 서비스를 제공한다. 원두뿐만 아니라 콜드브루, 커피 티백, 커피 드립백 등 다양한 형태로 정기 배송 받을 수 있으니 취향에 맞게 고르기만 하면 된다. 원두는 200g씩 주 1회, 콜드브루는 1L씩 월 2회 배송된다. 싱글오리진 원두 정기 배송을 선택하면 매주 다른 종류의 커피를 받아보는 즐거움을 누릴 수 있다.

fritz.co.kr



MEH!

매달 새로운 양말로 기분 전환하기 미하이삭스

집에 양말 귀신이라도 사는 걸까? 분명히 살 때는 두 짝이었는데, 짝 잃은 양말이 금세 수북해진다. 게다가 양말 사는 건 왜 자꾸 잊어버리는지, 제때 양말을 사는 것이 꽤나 번거롭게 느껴진다. 이럴 때 누군가 잊지 않고 양말을 챙겨준다면? 우렁각시 뱃치는 양말 채집 서비스가 있다. 바로 ‘미하이’다. 미하이는 신경 쓰지 않아도 매달 새로운 양말을 배달해주는 양말 구독 서비스다. 원하는 수량과 스타일을 선택해 월 1회 정기 배송 받을 수 있고, 남성·여성용은 물론 뒤틀린 패키지까지 다양한 옵션이 마련되어 있어 고르는 재미까지 있다. 가격은 월 6,900~11,900원 선으로 부담스럽지 않은 편.

www.mehisox.com



끈기와 꾸준함이 만든 당구의 신 撞神

PBA 2차 투어 우승자 당구선수 신정주

무명에 가까운 어린 선수가 월드 당구 스타 쿼드롱을 꺾고, 프로 당구 PBA 투어 두 번째 대회에서 한국인 최초로 우승컵을 거머쥐었다. 부산 출신의 훈훈한 당구선수 신정주 이야기다. 사실 그의 우승은 결코 우연도, 기적도 아니었다. 꾸준함이 만든 당연한 결과였다. 곱상한 외모 덕에 사람들은 그를 ‘당구 아이돌’이라 부르지만, 이 글을 다 읽은 당신이라면 ‘당신(撞神)’이라고 부르고 싶어질지 모른다.

Writer. 이영진 Photo. 박해주

프로 당구계에 파란을 일으킨

당구 아이돌 신정주

다시, 당구 붐이 일고 있다. 지난해 많은 기대와 우려 속에 프로 스포츠로 첫발을 내디딘 프로당구협회(PBA)의 영향이 크다. 지난해 막을 올린 PBA 투어는 새로운 규칙을 적용해 당구의 재미를 여과 없이 보여주며 당구 팬들의 기대를 충족시켰다. 텍시도와 나비넥타이를 벗어 던지고 치어리더까지 도입해 편안한 분위기를 만든 것도 한몫했다. 무엇보다 PBA 투어의 가장 큰 인기 지분은 젊은 신예 선수들에 있었다고 해도 과언이 아니다. ‘없을 게 별로 없다’는 패기로 경기를 치러 좋은 성적을 거둔 젊은 선수들이 쏟아져 나왔다. 그중 1995년생 신정주 선수의 우승은 단연 이슈였다. 20대 젊은 선수가 16강에서 당구 스타 쿼드롱을 꺾은 걸로도 모자라, 결승전에서 세트스코어 4 대 1로 이겨 우승 상금 1억 원을 손에 움켜쥐다니! 그는 PBA 투어 두 번째 대회의 한국인 최초 우승자로서, 또 젊고 고운 외모로 스포트라이트를 한 몸에 받았다. 당시 우승 소감을 묻자 신정주는 우승의 여운이 아직도 생생한지 얼굴을 붉혔다.

“성인 무대 데뷔 후 16강에 오른 건 처음이었는데 우승까지 하다니요. 제가 우승할 줄은 꿈에도 몰랐어요. 너무 벅차고 얼떨떨해서 고함만 질렀죠. 부모님 말고는 아무것도 안 떠오르더라고요.” 긴장감이 팽팽한 결승전에서 화려한 기술을 선보이며 팬서비스까지 제공한 모습으로 미루어 보아 여유로운 성격이라 짐작했건만, 정작 그는 자주 긴장하는 편이라고 했다. 그런 신정주 선수가 우승까지 할 수 있었던 이유는 오로지 ‘집중력’과 ‘멘탈 관리’였다. 특히 신남호 선수와 대결을 펼쳤던 4강전에서는 경기가 끝날 때까지 멘탈을 붙잡으려 애썼다고 고백했다.

“2세트까지 연달아 이기면서 내심 안도하고 있었어요. 3세트도 잘 마무리할 생각으로 빈 쿠션을 시도했는데 ‘김 한 장’ 차이로 아슬아슬하게 공이 빠진 거예요. 그 틈을 놓치지 않고 신남호 선배님이 두 세트를 단번에 끝내 버리셨죠. 마지막 세트도 11점 경기인데 7 대 0으로 시작해서 속으로 ‘졌구나’ 싶었어요. 다만 제가 치는 공에만 집중하기로 했죠. 정신을 다잡아 어려운 상황을 잘 버텼고, 마지막 공까지 잘 따라줘서 이기게 된 것 같아요.”



신정주에게 당구란?

-
-

당구란 삶이다. 어렸을 때부터 지금까지 계속했고, 앞으로도 함께할 삶의 일부분이다. 내 삶과 일상에 스며들어 있다.



-
-

당구란 도전이다. ‘프로’라는 타이틀을 얻었고 그에 따른 새로운 환경이 주어졌다. 이전에는 오로지 당구 자체에 집중했다면 이제는 당구를 통해 새로운 것을 많이 접하며 도전해야 하는 상황이다. 설레고 기대된다.



-
-

당구란 즐거움이다. 잘해야 한다는 압박감을 넘어서고자 한다. 반짝 잘하는 선수보다 노년까지 천천히 오래도록 당구를 즐기는 선수가 되고 싶다.

보통 5세트 경기에서 2 대 0으로 이기고 있다가 2 대 2가 되면, 따라잡힌 선수는 위축되는 반면 상대 선수는 기세가 살아나 그 흐름을 타고 역전하는 경우가 많다. 스포츠 경기는 심리전이기 때문이다. 다행히 신 선수는 경기 중 위기를 잘 극복하면서 점점 더 자신감이 붙었고 이는 우승까지 달릴 수 있는 부스터가 되어주었다.

구력 12년의 단단한 내공으로

피워낸 화려한 꽃

무뎀하고 단단한 내공은 그냥 나온 것이 아니다. 그는 올해로 당구 경력 12년 차다. 어린 나이라고 우습게 볼 것이 아니라는 이야기다. 부산 출신인 그는 중학교 2학년 때 처음 큐를 잡았다. 공부는 뒷전으로 미루고 PC방만 다니던 철딱서니 없는 소년에게 새로운 세상을 알려준 사람은 바로 아버지였다.

“이런 말 해도 되나? 제가 공부랑 거리가 멀었어요(웃음). 아버지가 그렇게 공부 안 할 거면 다른 거라도 하라며 당구장에 데려다주시는 거예요. 사실 당구장은 담배 연기가 자욱하고 당구 치는 사람들은 불량한 사람들이라는 편견이 있었는데요. 막상 가서 당구를 치다 보니 생각보다 재밌는 거예요. 공부하는 것보다 훨씬 좋았어요. 그래서 거의 매일 나갔죠.”

아버지는 일찍이 아들의 재능을 알아차리길라도 한 것일까. 이왕 배울 거 제대로 배우라며 아들에게 부산연맹 소속 최영운 선수까지 소개해주었다. 2010년에는 열팔걸에 전국체육대회에 출전했다가 준우승까지 해버렸고 이후 별다른 고민 없이 선수의 길을 걷기 시작했다. 2013년 전국체육대회 우승과 2014년 전국학생종별선수권대회 우승, 2016년 세계주니어선수권대회 준우승을 연이어 거머쥐었다. 그렇게 꽃길만 걸을 줄 알았건만 웬걸, 성인 무대 데뷔 후 생각보다 성적이 잘 나지 않았다. 32강 징크스가 매번 발목을 잡았다. 16강행 티켓을 놓친 것만 무려 열두 번. PBA 투어 개막전 이었던 6월 파나소닉 오픈에서도 64강에서 발걸음을 돌려야 했다. “아마도 그때 슬럼프가 찾아온 것 같아요. 성인부에서 성인들과 시합하는데 노력한 만큼 결과가 좋지 않았어요. 성적에 대한 스트레스를 많이 받으면서 미래에 대한 불안함도 생겼죠.”

그렇다고 당구계를 떠날 생각은 해본 적이 없다. 힘든 것과는 별개로 당구는 꾸준히 쳤다고, 고민이 깊어지던 중 마침 PBA 투어가 생겼다. 신 선수는 새롭게 시작해보고 싶어 과감하게 이적했고, 자신의 가치를 우승으로 증명해냈다. 힘든 시기를 뚝뚝하게 버텨내고 끝내 드라마틱하게 딛고 일어난 그, 결코 절망하지 않으며 꾸준히 두드리고 부수고 뛰어넘는 마치 바위틈에서 핀 꽃 같은 사람이다.



출처: PBA 공식 홈페이지

당구 잘 치는 법?

오늘 한번 더 연습하기!

신정주 선수가 당구 치는 모습을 보면 큐를 잡고 있는 오른손이 미세하게 떨린다. 긴장할 때나 중요한 실제 경기에서 종종 그렇다. 당구 선수로서는 치명적인 약점이다. 이런 점을 어떻게 커버하는지 물으니 “이 떨림을 고려해서 당구를 친다”라고 했다. 꾸준히 연습하다 보면 이런 것쯤은 별거 아니라는 듯이. 신 선수는 오는 9월 10일 개막하는 PBA 팀리그를 위해 부모님이 운영하시는 부산의 당구장에서 매일 연습한다. 보완할 기술부터 쉬운 공, 기본적인 공까지 연습 또 연습 중이다. 신한금융투자 소속 팀원들과 모여 호홉 맞추기에도 여념이 없다.

마지막으로 화승그룹 당구 팬들에게 ‘당구를 잘 칠 수 있는 비법’을 알려 달라고 하자, 비법은 ‘연습’밖에 없다며 딱 잘라 말했다.

“당구는 딱히 단기간에 성과를 낼 수 있는 스포츠가 아니에요. 누구나 꾸준히 하면 실력이 늡니다. 그만큼 끈기가 중요해요. 간혹 동호인 분들이 당구 치다가 공이 안 맞으면 화를 못 참고 자리를 박차고 나가서는 한참 당구장에 안 가시는데요. 그러면 제자리걸음입니다(웃음).”

작년 PBA 투어 우승 비결이 ‘꾸준함’이라니 어쩐지 맥이 풀리는 기분이다. 하지만 그의 경기를 보면 그 말이 빈말이 아님을 알게 된다. 그는 중학교 때부터 지금까지 성실하고 우직하게 당구를 쳤고, 경기했으며, 끝내는 당구 팬들의 우상이 되었다. 그런 당구의 신, 신정주 선수가 알려주는 방법은 하나다.

‘오늘 한번 더 연습하는 것.’ 🇰🇷

Writer. 김병호 그룹 홍보팀장 Photo. 심일욱 그룹 홍보팀 과장



그때도!

부산 체조 역사에 한 획을 그은
현승훈 회장의 부산체조체육관 건립

1984년 9월, 대한민국 체조 역사에 길이 남을 부산체조체육관 건립.
부산의 체조 발전을 위해 발 벗고 나섰던 화승 현승훈 회장.
부산체조체육관을 건립하고,
1980년부터 10년간 매년 8천~1억 원의 운영비를 후원하며
대한민국 최고의 체조협회를 만들기 위해 헌신했던 현 회장의 그 시절.



지금도...

부산 사직동에 여전히 꽃핀
부산 체조의 미래, 부산체조체육관

그 자리 그대로, 부산 체조의 미래를 이어가는 부산체조체육관.
선수들은 바뀌었지만 모든 선수가 잘 되기를 바라는
현 회장의 마음은 그대로...
선친의 유훈으로 문화재 67점을 기증해 개관한 부산박물관.
그리고 지금, 백혈병·소아암, 예술치료캠프, 꿈틀 프로젝트 등
다양한 사회공헌을 이어가는 화승이 꽃 피울 파듯한 내일.



라떼는 말이야~
이런 광고도 있었다네

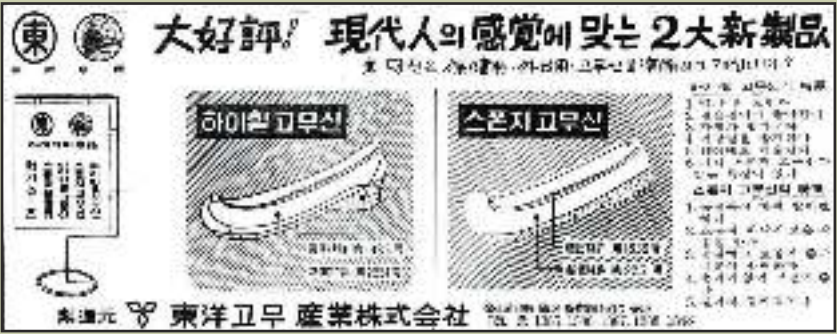
그때 그 시절, 광고 속 화승

시대별 주력 제품과 기업 철학의 변화가 가장 잘 드러나는 것으로 광고만 한 것이 없다. 다가올 화승 70주년의 새로운 출발을 준비하며 화승 광고가 걸어온 길을 되돌아본다. 그리고 빛바랜 추억의 광고들이 “라떼는 말이야~” 하며 나지막이 속삭이는 이야기에 귀를 기울인다.

Writer. 이영진



“당신의 건강과
테니스 실력 향상을 위하여”



고무신에서 스포츠 브랜드까지



화승의 초창기 고무신 광고는 대부분 신문에 실리는 용도였다. 오로지 흑과 백, 두 가지 색의 조화로 사람들의 마음을 꺾어야 했던 고무신 광고. 그래서 이 시기 광고 속 그림과 메시지는 단순하지만 꾸밈없이 명확하다. 생산 품종을 자세히 소개하거나 특징을 일목요연하게 정리한 친절 한 제품 설명으로 말이다.

기차표 고무신에서 이제 막 운동화를 생산하기 시작한 1970~1980년대에도 “당신의 건강과 테니스 실력 향상을 위하여”와 같은 담백한 어조는 여전하다. 당시 나이키와 합작으로 생산한 나이키 운동화가 날개 돋친 듯 팔려나갔는데, 그 자부심이 광고에도 고스란히 나타난다. 고가의 나이키 운동화는 “왜 나이키를 찾는가”라는 자신만만한 카피로 고급 운동화 선물을 일으키기도 했다.

80년대 후반~90년대 이후에는 시대를 풍미했던 톱스타들이 광고에 등장했다. 1988년 무명이었던 이종원을 단숨에 스타로 만든 리복 광고도 빼놓을 수 없다. ‘의자 곡예’ CF가 방영된 후 학교에서는 쉬는 시간마다 낙상사고와 함께 부서진 의자가 속출했다는 후문마저 나올 정도였다.

르까프 광고의 H.O.T 오빠들은 “너희들 겨드랑이 가렵지 않니?”라는 지금 들으면 콧방귀가 나오는 멘트로 팬들의 정신을 혼미하게 만들었다. 한편 스타를 기용하지 않고 강렬한 비주얼만으로 승부를 보는 광고도 많아졌다. 특히 월드컵 등은 사회적 이슈를 활용한 톡톡 튀는 아이디어 덕에 보는 재미까지 더해졌다.

나도 한때는 화승이었지!

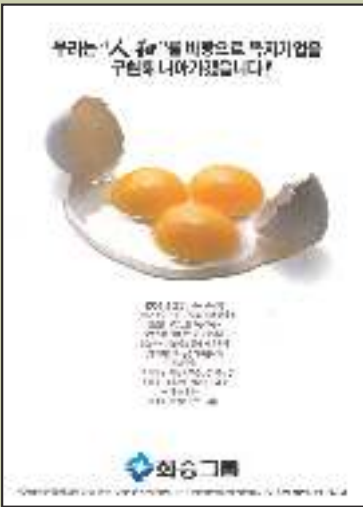


화승도 한때는 계열사인 화승전자에서 전자제품을 판매했다. 그중 가장 인기 있던 것은 1990년대 삐삐와 팩스. 당시 X세대는 삐삐를 빼놓고 논 할 수 없다. 광고 속 “우리끼리 애긴데, 이걸루 다 통하잖아”라는 카피, 한 쪽 눈만 찡그린 감은 포즈, 삐죽삐죽 솟은 헤어스타일은 지금 보면 약간 오글거리지만 추억이 샘솟는 X세대의 감성이 진하게 묻어난다. 매출 효자 제품이었던 ‘까팩스’ 광고에서 눈에 띄는 것은 카피다. “까팩스 3년 만에 돌아왔습니다.” 해외 시장 개척 3년 만에 1억 달러 수출을 달성 했으니 금의환향인 셈이다. 르까프의 ‘까프’와 팩시밀리의 ‘팩스’에서 따 온 ‘까팩스’는 100% 자체 개발로 로열티를 한 푼도 지불하지 않고 미국, 유럽, 동남아, 남미 등으로 수출한 덕분에 엄청난 매출을 기록한 바 있다. 금발의 미녀가 호스를 감고 있는 육감적인 광고도 있다. 고압 호스, 자동 차 호스 등 각종 산업용 고무 제품이 우리 삶 전반에 걸쳐 있다는 것을 몸 소 보여주는 파격적인 광고다. 이외에도 태양열 온수 시스템 쏠라하트, 화승아파트, 화승레스피아 월송리조트 등의 광고에서 다양하게 영역 확 장을 시도한 화승의 발자취를 확인할 수 있다.



넉넉한 ‘인화(人和)’의 철학을 담다

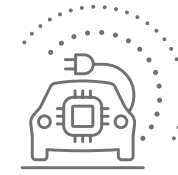
꾸준히 소명을 다해온
화승그룹의 추억 속 광고들.
앞으로도 10년, 20년 계속해서
화승그룹의 광고가 동시대 더 많은 이의
공감을 얻길 기대한다.



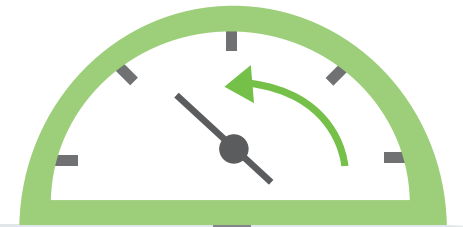
화승이 오랫동안 추구해온 인화(人和) 정신은 오래된 광고 면면에서도 드러난다. 1988 년 〈향토신문〉 창간호에 게재된 그룹 광고가 대표적이다. 애국가의 마지막 여음까지 여 유로 삼는 화승의 넉넉한 인화 정신을 표현하는 등 기업의 이념을 알리는 목적으로 활용 했다. 2005년 새로운 CI를 발표한 후에는 이를 광고에 적극적으로 반영했다. 새로운 CI 를 전면에 내세워 조화와 화합 정신을 바탕으로 사이좋은 세상을 만들겠다는 화승의 의 지를 담아냈다. 2000년대 후반부터는 그룹 계열사 소개에 주력했다. 화승R&A, 화승소재, 화승T&C, 화 승공조, 화승인더스트리, 화승엑스월, 화승네트웍스 등 6개 사업 분야를 적극적으로 알 리고자 나선 것이다. 세계 유수 자동차 회사의 전폭적인 신뢰를 받는 일류 기업임을 감 성적인 카피와 이미지로 부드럽게 표현한 화승R&A 광고도 있다. 그룹 광고에서는 유명 모델도 화려한 세트도 거의 찾아볼 수 없다. 일관된 철학으로 진정성을 담아낼 뿐이다. 어려운 시장과 경영 환경 속에서도 묵묵히, 꾸준히 소명을 다해온 화승그룹의 추억 속 광고들. 앞으로도 10년, 20년 계속해서 화승그룹의 광고가 동시대 더 많은 이의 공감을 얻길 기대한다. 🇰🇷🇺🇸

친환경 자동차라면 필수 화승R&A 자동차 경량화 기술

Editor. 이영진



차량 무게를 가볍게 하면 연료 소모는 물론, 이산화탄소와 유해물질 배출이 줄어들고 자동차의 가속, 조향, 제동 성능의 향상과 내구 부품의 수명이 증가하는 효과가 있다.



선택이 아닌 '필수'가 된 자동차 경량화

사람이 아닌 자동차 사이에도 다이어트 열풍이 불고 있다. 세계 유명 완성차 브랜드들은 차량 경량화 기술 개발에 매진해 1g이라도 무게를 줄이고자 도전 중이다. 왜 자동차 회사들은 경량화에 이토록 매달리는 걸까?

차 중량이 무거울수록 에너지 효율이 떨어지고 연비도 좋지 않기 때문이다. 차량 무게를 가볍게 하면 연료 소모는 물론 이산화탄소와 유해물질 배출이 줄어든다. 또한 자동차의 가속, 조향, 제동 성능이 향상되고, 내구 부품의 수명이 증가하는 효과가 있다. 여기에 배출가스 등 환경 규제가 강화되고, 배터리를 탑재해 내연 기관차보다 무거울 수밖에 없는 전기차 시장이 확대되면서 차량 경량화 기술은 선택이 아닌 필수가 되었다.

실제로 차량 무게를 10% 줄이면 얼마나 달라질까? 내연기관 자동차는 연비가 5~7% 높아지고, 전기자동차는 배터리 크기를 4~6% 정도 줄여도 될 만큼 충전 효율이 높아진다. 그렇다면 어떻게 자동차를 경량화할 수 있을까? 경량화의 핵심은 소재 기술이다. 간단히 말해 가볍고 강한 자동차 경량 소재를 사용하면 된다. 구조나 생산 공법 개선을 통해 소재 사용량을 줄이는 방법도 있지만 소재 자체를 바꾸는 것이 경량화 효과가 가장 뛰어나다.

화승R&A의 소재 경량화, '발포 기술'

글로벌 웨더스트립 기업 화승R&A는 '소재를 통한 부품 경량화'를 달성해 글로벌 경쟁력을 갖췄다. 자동차 바디 사이드와 글라스린 웨더스트립에 '발포 기술'이 적용된 EPDM, TPV 소재를 사용해 제품 중량을 줄이고 성능 향상까지 견인했다. 발포 기술이란 안정적인 열팽창 캡슐 공법을 통해 소재에 미세한 셀(구멍)을 만들어 소재 비중을 줄이는 기술이다. 이 기술을 적용한 소재는 다음과 같다.

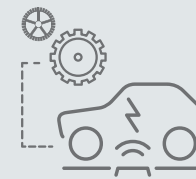


EPDM Ethylene Propylene Diene Monomer

에틸렌(Ethylene), 프로필렌(Propylene), 디엔(Diene) 계열의 기초 물질을 화학적으로 중합(Polymerization)해 제조한 원료 고무로 탄성과 각종 기후에 견디는 내후성이 우수한 재료다. 화승R&A는 수년간의 연구를 통해 개발한 발포 기술을 여기에 적용했다. 이 기술은 자동차 성능 규격을 만족하는 동시에 비중을 1.27에서 0.8로 낮췄다. 바디사이드 완제품 기준으로 중량의 20%를 감소시킬 수 있다.

TPV ThermoPlastic Vulcanizate

가교된 열가소성 고무 TPV는 탄성을 보유하면서 쉽게 가공할 수 있는 고기능성 고분자 재료다. 재활용이 쉬운 친환경 화학 소재이기도 하다. 이러한 TPV에 고발포 셀 제어기술을 적용해 기존 비중 0.96에서 0.67로 맞추어 재료 기준 중량의 30% 가량 줄일 수 있다.



해외 유수의 글로벌 완성차 브랜드에서 발포 기술이 적용된 경량화 소재의 제품을 사용 중이다. 꾸준히 해외 글로벌 고객사의 수요가 늘고 있어 향후가 더욱 기대된다.



앞으로의 성장이 더 기대되는

TPV

자동차 경량화에 주로 쓰이는 TPV 소재는 국내외 시장에서 큰 성장세를 보인다. 국내 완성차 브랜드인 현대, 기아차를 비롯한 해외 유수의 글로벌 완성차 브랜드에서 현재 발포 기술이 적용된 경량화 소재 제품을 사용하고 있다. 해외 글로벌 고객사의 수요가 꾸준히 늘고 있어 향후가 더욱 기대된다. 또한 현재 상용화를 추진 중인 만큼 자동차 경량화뿐만 아니라 생활가전, 건설, 의료 등 다양한 분야에 적극적으로 활용될 것으로 전망된다.

화승소재는 TPE와 TPV 분야의 국내 1위이자 차별화된 경쟁력을 가진 글로벌 기업으로서 글로벌 기업 Top 5에 진입하겠다는 포부를 밝힌 바 있다. 화승R&A는 자동차 경량화 기술력을 바탕으로 다가올 미래 친환경차 시장을 선도하는 기업으로 자리매김할 것이라고 전했다. 🇰🇷



위기 극복으로 더욱 밝은 내일을 기약하다

베트남 직원들과 더불어 성장하는 화승케미칼베트남

Writer. 화승케미칼베트남 김명호 과장 **Editor.** 김병호 그룹 홍보팀장 **Photo.** 김명호 과장 & 베트남 직원들

2016년 2월 베트남 동나이성에서 화승비나 화학사업부로 첫 사업을 시작한 화승케미칼베트남(HSCV), 2019년 4월 화승비나에서 분사해 화승케미칼 베트남법인이 된 이후 지금까지 안정적인 정착과 사업 확장을 위해 전 임직원이 노력하고 있다. 현재 아디다스, 리복, 아식스, 스케쳐스 등 유명 신발 브랜드에 신발용 접착제와 PU수지를 납품하며, 베트남 내수는 물론 한국, 중국, 인도네시아, 캄보디아, 인도 등으로 수출 중이다. 올해부터는 플라스틱 제품의 원료를 만드는 컴파운드 사업을 신규로 시작해 장기 성장의 토대를 마련하고 있다.

HSCV는 고객 만족과 업계 선도를 위해 접착제에 OSA(One Side Adhesive), Invisible Primer 등의 기술을 적용했으며, 이는 고객사의 공정 효율성을 높이고 비용은 절감하는 효과를 가져왔다. 아

디다스가 신발 접착 공정에서 OSA 접착제 사용 비율을 2020년 20%에서 2023년 50%까지 올릴 것을 권고할 정도로 인정받고 있다.

베트남은 상대적으로 다른 나라보다 코로나19 확진자가 적은 편이지만 경제적인 여파를 비껴가지는 못했다. 고객사들의 오더가 줄어들어 HSCV도 어려움을 겪고 있는 것. 이 위기에 맞서 전 임직원이 힘을 합쳤다. 이에 지난 6월부터 점차 회복 중이며 연말까지 정상화될 것으로 기대를 모으고 있다. 여기에 컴파운드 신규 사업 또한 정상적으로 안착한다면 HSCV의 미래는 더욱 밝을 것으로 보인다. HSCV의 모든 임직원은 오늘도 최선을 다해 회사를 성장시켜 나간다. 🇻🇳



- 01 Hồ Thị Lại
 인사총무팀
- 02 Nguyễn Phương Thảo Linh
 인사총무팀
- 03 Đàm Thị Diễm
 인사총무팀
- 04 Huỳnh Trung Nghiêm
 인사총무팀
- 05 Trần Thị Xuân Mai
 회계팀
- 06 Thân Thị Thu Đan
 회계팀



- 07 Nguyễn Thị Huyền Dung
 회계팀
- 08 Trịnh Thị Ngọc Hà
 구매팀
- 09 Nguyễn Thanh Vân
 구매팀
- 10 Nguyễn Thị Hằng Nga
 영업팀
- 11 Lê Thị Thu Ngân
 영업팀



- 12 Nguyễn Thị Lụa
 영업팀
- 13 Lê Xuân Dương
 사외품질팀
- 14 Trần Tiến Vũ
 사외품질팀
- 15 Nguyễn Văn Đồng
 사외품질팀
- 16 Trịnh Thị Hiền
 사외품질팀
- 17 Trương Thị Thùy Trang
 사외품질팀



- 18 Lưu Thị Xuyên
 사내품질팀
- 19 Lang Văn Nơi
 사내품질팀
- 20 Hồ Thị Cúc Lý
 사내품질팀
- 21 Nguyễn Hoàng Long
 안전팀
- 22 Trần Anh Quế
 공무팀

- 23 Nguyễn Duy Khang
공무팀
- 24 Đỗ Tấn Hải
공무팀
- 25 Phan Văn Cường
생산팀
- 26 Nguyễn Duy Vũ
생산팀
- 27 Hà Hoàng Việt
생산팀



- 28 Thái Văn Phong
생산팀
- 29 Bùi Văn Đường
생산팀
- 30 YJun Sơ Niê
생산팀
- 31 Trần Hoài Bảo
생산팀
- 32 Phạm Trần Trung
생산팀
- 33 Đỗ Vũ Linh
생산팀

- 34 Trương Thị Cẩm Duyên
생산팀
- 35 Y Trôi Hlong
생산팀
- 36 Y Ka Lep Niê
생산팀
- 37 Thái Văn Sang
생산팀
- 38 Nguyễn Văn Hận
생산팀



- 39 Trần Văn Vịnh
생산팀
- 40 Hồ Văn Long
창고팀
- 41 Võ Văn Đông
창고팀
- 42 Nguyễn Hải Thuận
창고팀
- 43 Nguyễn Tiến Hùng
창고팀
- 44 Phan Văn Lợi
창고팀



‘새는 알을 깨고 나온다’

화승케미칼 취업 프로젝트 2기 독서발표회 현장

코로나19라는 어려운 상황 속에서도 취업을 향한 이들의 열망은 쉽사리 꺾이지 않는다. 지난 7월 말 천안아산역 인근 스튜디오에서 진행된 화승케미칼의 취업프로젝트 독서발표회 현장은 발열체크와 마스크가 추가되었을 뿐 열정은 전년 그대로, 아니 더해진 듯했다.

Writer. 심일옥 그룹 홍보팀 과장 **Photo.** 박해주



2020년 6월 기준 청년 실업자 45만 1,000명. 점점 높아지는 청년 실업률에 한숨을 내쉬는 것은 청년들뿐만이 아니다. 취업에 고통 받는 자식들을 바라보는 부모 마음도 타들어 가는 것은 마찬가지. 지난해부터 진행된 화승케미칼의 취업프로젝트는 직원 자녀들이 경쟁의 시대에 조금이나마 취업에 가까이 다가가도록 도움을 주기 위해 시작한 특별 프로젝트로 올해 2기를 맞이했다.

이번 독서발표회에는 신입 2기와 더불어 1기 친구들도 함께했다. 이제 대학교 3학년, 4학년. 학업과 취업 준비를 병행하기가 쉽지 않지만 발표 준비를 착실히 한 것을 보니 성실함은 이미 준비된 듯 보인다. 독서발표회는 각자의 전공에 맞는 도서나 평소 읽고 싶었던 책을 골라 읽고 소감을 발표하는 형식으로 총 3회에 걸쳐 진행된다. 이번 발표회에서는 도서 『코로나19, 동향과 전망』, 『데미안』에 관한 소개를 들을 수 있었다.



보건행정을 전공하는 유재용 군은 K-방역이라고 불리는 한국식 방역의 우수성을 소개하면서 코로나19 이후 변화될 글로벌 정치, 경제 등의 흐름을 전공에 맞게 핵심 사항을 잘 짚어 발표했다. 구혜빈 양은 한 번쯤 꼭 읽고 싶었지만 기회가 없어 읽지 못했던 『데미안』을 읽고 소개했다. 예전에는 잘 모르고 지나쳤던 『데미안』의 시대적, 종교적 배경을 알고 읽으니 더 깊이 다가왔다는 혜빈 양. 평소 부끄러움이 많아 사람들 앞에서 발표하기를 꺼리지만 열심히 준비한 덕에 짧은 시간 안에 마치 책을 한 권 다 읽은 것처럼 주요 정보를 잘 짚어줬다는 평과 함께 박수갈채를 받았다. 화승케미칼 취업 프로젝트에 멘토로 참여한 이형미 상무는 업계에서 유명한 헤드헌터로 활약 중이다. 취업 전문가의 멘토링인 만큼 참여자들은 멘토의 한마디 한마디를 놓치지 않았다. 힘든 시국에도 취업이라는 목표를 향해 꾸준히 나아가는 이들에게 보내는 응원과 격려 속에서 독서발표회는 성공적으로 마무리되었다.



이날 소개된 『데미안』의 의미 있는 한 문장.
“새는 알을 깨고 나온다. 알은 곧 세계이다.
태어나려고 하는 자는 하나의 세계를
파괴하지 않으면 안 된다.”

새로운 세상을 향해 알을 깨고 나오려는 우리 자녀들이 마음껏 힘찬
날갯짓을 할 그 날이 오길 진심으로 기원해본다. 🇰🇷





화승엔터프라이즈의 대영섬유, 또 한 번의 글로벌 향해를 시작하다

지난 2019년 화승의 새로운 식구가 된 글로벌 신발 섬유 ODM 기업, 대영섬유. 나이키, 아디다스, 리복 등 글로벌 스포츠 브랜드 신발 섬유를 넘어 이제 스포츠 패션 브랜드 섬유에 이르기까지 새로운 글로벌 향해를 시작한다. 신발 ODM, 모자 OEM에 이은 또 한 번의 도전! 화승엔터프라이즈의 글로벌 챌린지는 계속된다.

Writer. 최용일 대영섬유 이사 **Photo.** 정영섭 화승비나 차장



화승엔터프라이즈는 새로운 식구가 된
대영섬유와 함께 Speed, Quality, Innovation의
세 박자를 모두 갖춘 글로벌 섬유 업체로
두 번째 비상을 꿈꾼다.



대영섬유는 1982년 대영물산으로 시작해 전 직원이 가족이라는
마인드로 성장을 거듭해왔다. 1997년 5월에 주식회사 대영섬유
로 법인을 전환하고, 원사를 구매해 기계에 제작한 후 염색 과정
을 거쳐 신발용 메시와 안감용 제품을 공장에 납품하는 섬유제품
사업을 시작했다.

나이키 협력사로 등록해 사업하던 초기에는 IMF로 큰 어려움을
겪기도 했다. 하지만 직원들과 함께 어려움을 헤쳐나가기 위해 부
단히 노력한 결과 오늘에 이르렀다. 특히 당시 바이어에게 받은
제품을 OEM으로 납품하는 기존 방식에 한계를 느끼고, 신규 제
품 연구에 최선을 다해 다양한 제품을 개발하기도 했다.

이렇게 개발한 제품들을 세계 곳곳에 알리며 아디다스, 리복, 스
케치스 등 글로벌 스포츠 브랜드의 협력업체로 당당히 이름을 올
려 사업을 확장해갔다. 제품력으로 입소문이 나자 곳곳에서 대영
섬유를 찾았고 매출은 몇 배로 늘어났다. 그러나 대영섬유는 여기
에서 안주하지 않았다.

Short lead-time(10일 이내 공장 도착)을 원하는 바이어의 니즈
에 부합하기 위해 2019년 인도네시아 현지에 제작과 염색이 가능
한 공장을 설립했다. 한국에서 배편으로 인도네시아에 제품을 보

내는 시간만 2주가 걸리는 납기 문제를 로컬 공장 설립으로 단번
에 해결한 것이다. 그뿐만 아니라 고객과 더 가까이에서 호흡함으
로써 해외 생산 공장이 없다는 약점을 대폭 보완했다.

대영섬유는 2019년 화승 가족이 되었다. 그리고 모든 직원이 소
통과 열정으로 2023년 매출 목표 1,000억 원이라는 새로운 비전
을 향한 도약을 시작했다. 현재 베트남 현지 공장을 추진 중이며,
코로나19로 직접 접촉하기 어려운 해외에는 e-카탈로그를 별도
제작해 비대면 제품 홍보에 나서고 있다.

앞으로는 섬유 산업이 발달한 한국에서 고부가 가치를 개발하고,
베트남에 개발센터를 설립해 바이어가 원하는 컨셉을 즉시 반영
한 제품을 실시간으로 만들어내는 시스템을 구축할 예정이다. 이
를 위해 화승엔터프라이즈의 코로케이션(Co-location) 전략을
그대로 실행한다는 밑그림을 그렸다.

대영섬유는 신발뿐 아니라 모자, 의류, 가방 등 토털 패션의 원단
공급을 준비 중이다. 경영진과 한국-베트남-인도네시아의
3COO 체제로 긴밀하게 협조해 Speed, Quality, Innovation의
세 박자를 모두 갖춘 글로벌 섬유 업체로 두 번째 비상을 꿈꾼다.
전 직원이 합심해 초일류 기업으로 거듭날 내일을 위해. 🇰🇷🇻🇳



革新

혁신

화승엔터프라이즈 이계영 대표가 전하는 리더의 덕목 세 번째 시간. 이번 호에서는 복잡하고 역동적인 우리 시대에 가장 중요한 가치로 손꼽히는 ‘혁신(革新)’에 관해 이야기한다.

Writer. 이계영 화승엔터프라이즈 대표이사



하루가 멀다 하고 새롭게 탄생하는 현대 기술들은 리더들에게 새로운 경제 시스템, 지속 가능성, 디지털 전환, 조직 연구, 비즈니스 생태계 등 급변하는 환경에 빠르고 적절하게 대응할 것을 요구하고 있습니다. 리더들은 다양한 영역의 지적 능력을 결집해야 하며, 복잡하고 혼란스러운 상황에서 가장 좋은 결정을 내리기 위한 프레임워크가 필요합니다. 이러한 프레임워크의 핵심은 변화와 혁신으로 귀결됩니다.

혁신문화(革新文化)를 성공적으로 구축하기 위해서는 구성원들의 자발적 도전과 혁신 의지를 끌어내는 것이 중요합니다. 이를 위해 리더는 구성원들의 내재적 동기를 자극해야 합니다. 혁신에 대한 강한 의지는 미래에 대한 비전과 기업에 대한 가치와 결실을 공유한다는 신뢰가 있을 때 발현됩니다. 생텍쥐페리는 “만일 당신이 배를 만들고 싶다면 사람들을 불러 모아 일을 지시하고 일감을 나눠주는 등의 행동을 하지 말라. 대신 그들에게 망망대해를 항해하는 동경심을 키워주라”라고 말했습니다. 그만큼 자발적인 의지가 중요합니다. 조직 구성원들의 내재적 동기를 심어주고 자극해준다면 회사의 비전은 자연스럽게 달성될 것입니다.

저는 “5%는 불가능해도 30%는 가능하다”라는 구호를 좋아합니다. 5% 개선 목표가 주어지면 기존의 방식에서 약간의 변화만으로 해결책을 찾게 됩니다. 그래서 창의적이고 혁신적인 방법이 아닌 구태의연한 방법으로 국한되기 쉽습니다. 결국 5%의 목표조차 달성하기 어려운 경우가 많습니다. 그러나 30%를 혁신 목표로 설정하면 문제에 대한 접근법 자체를 완전히 바꾸어 생각해야 합니다. 기존의 게임 룰이 아니라 전혀 다르고 새로운 룰을 적용해야 합니다. 즉, 새로운 관점으로 문제를 다시 생각하는 사고의 전환이 있어야 비로소 혁신이 가능해집니다.

성과의 개선과 혁신적 도약은 근본적으로 다릅니다. 이를 잘 보여주는 예가 있습니다. 1800년 후반 미 북부에서 얼음을 채취해 해외 각지에 수출하던 얼음 회사의 운영자 튜더는 세계 최고의 얼음 채취 기술력과 막강한 재정을 확보하고 있었습니다. 하지만 신생 업체들이 냉매 기술로 얼음을 제작하는 기술을 개발하는 동안 한 우물만 고집하던 튜더는 현실을 직시하지 못하고 결국 소멸되었습니다. 그뿐만 아닙니다. 세계적으로 유명했던 코닥(Kodak)과 노키아(Nokia)가 그 화려함을 뒤로한 채 대중의 기억 속에서 사라진 것을 기억할 겁니다. 이는 리더와 조직원이 변화와 혁신을 두려워하고, 혁신의 필요성에 대한 소통이 부재했기 때문이라고 생각합니다.

전국시대 위나라 재상인 자순(子順)의 ‘연작처당(燕雀處堂)’을 통해서도 교훈을 얻을 수 있습니다. 기세등등하게 뻗어 나가던 국가나 기업이 쇠퇴를 거쳐 패망하고 마는 이유는 그들이 연작처당에 빠져 있었기 때문입니다. 조직이 비대해지면 조직에 기대어 안주하려는 제비와 참새들이 생기기 마련입니다. 그들이 장막을 치고 소통을 가로막으면 결국 하늘로부터 오는 불길에 꼼짝없이 당하고 말 것입니다. 기업이나 국가나 연작처당의 어리석음을 경계하기 위해서는 늘 새로운 생각, 새로운 인재를 영입하려는 자세를 견지해야 합니다. “구관이 명관”이라는 말이 항상 옳은 것은 아닙니다. 마키아벨리는 현명한 군주라면 지혜로운 사람을 초대하고, 그들에게 진실을 말할 수 있는 자유를 주며, 의견을 경청해 스스로 최종 결정을 내려야 한다고 했습니다. 리더에게는 기업경영에 있어 변화를 창조할 수 있는 구성원들의 공감을 이끌어내는 능력이 무엇보다 중요합니다.



그렇다면 기업 경영에 실질적인 변화를 창조할 방안은 무엇일까요? 무엇보다 변화의 필요성에 대한 구성원들의 공감각이 이루어져야 하며, 변화 이후의 비전이 확실하게 공유되어야 합니다. 동시에 변화를 추진하는 과정에는 치밀하고 세련된 관리가 필요합니다.

『변화 관리』라는 책을 통해 로버트 사퍼는 변화의 가치를 창조하는 4가지 방식을 소개합니다. 첫 번째는 부서별로 쉽게 달성할 수 있는 단기적 성과 목표를 수립하는 것입니다. 변화의 대상과 목표를 추상적으로 제시하면 결국 성과 없이 끝나게 됩니다. 부서 담당자들이 책임감을 느끼고 실천할 수 있는 것을 구체적으로 제시해야 합니다. 예를 들면 단기 현금 흐름의 향상, 매출 증가, 비율 절감 등의 목표를 마련해 구체적인 실행 계획을 만들도록 하는 것입니다. 무리한 목표 또는 목표를 위한 목표를 설정하는 우를 범해선 안 됩니다.



두 번째는 주기적으로 진행 상황을 점검하고, 전략을 재구성하는 것입니다. 그리고 세 번째는 변화할 수 있는 부분을 조직화하는 것입니다. 필요하다면 임시조직(臨時組織)을 상시조직(常時組織)으로 바꿀 수 있어야 하고, 조직 개편을 할 수도 있습니다. 네 번째는 성공 분위기를 조성하고 장애 요인을 파악하는 것입니다. 변화를 통해 조직은 새로운 비전을 수립하고, 특히 경영자와 구성원은 함께 변화에 대한 두려움을 극복하며 성과 공유를 통해 자신감을 가져야 합니다.

기업 경영에서 변화는 선택의 문제가 아니라 생존의 문제로 인식되어야 합니다. 자전거는 계속 페달을 밟아야 하고, 팽이는 계속 쳐야만 넘어지지 않는다는 절박함을 말하는 것입니다. 그래서 많은 리더가 주역(周易) 계사하전(繫辭下傳)에 나오는 ‘궁즉통(窮則通)’을 외칩니다. 궁하면 변하는 궁즉변(窮則變), 변하면 통하는 변즉통(變則通), 통하면 오래가는 통즉구(通則久)라 했습니다. 문제를 해결하기 위해서 전가(傳家)의 보도(寶刀)처럼 꺼내는 것이 ‘혁신’이라는 단어입니다만, 과연 혁신이 칼로 무 자르듯이 쉬운 일일까요? 또 혁신이 경영의 두통을 치료해 줄 만병통치약일까요? 혁신은 구성원들의 습관과 체제를 바꾸는 것과 같습니다. 누구에게나 습관을 바꾸는 것은 매우 어려운 일입니다. **혁신의 과정을 우공이천(愚公移山)이라 생각해야 합니다.** 조바심내지 말고, **격려와 기다려야 합니다.** **이런 구성원 모두가 동감하고 스스로 하고자 하는 의지를 가질 수 있도록 소통해야 합니다.**



“태산 높다 하되 하늘 아래 뒤흔다
오르고 또 오르면 못 오를 리 없건마는
사람이 제 아니 오르고 뒤흔다 하더라”

이 시는 알려진 것과 달리 시성두보(詩聖杜甫)도 두보의 할아버지인 두심언(杜審言)의 작품도 아닌 조선 시대 제천 수령을 지낸 양사언(楊士彦)의 작품입니다. 이 시를 통해 혁신 과정과 혁신을 이룬 후 다가올 비전에 관해 이야기하고자 합니다. 태산(泰山)은 1500m 정도의 그리 높지 않은 산입니다만, 일반적으로 높은 산이라는 의미로 사용됩니다. 혁신을 태산에 오르는 일에 빗대어 보자면 혁신에 임하는 사람, 즉 태산에 오르는 사람을 세 가지 부류로 나눌 수 있습니다. 첫 번째 부류는 태산을 오르려 마음먹었으나 태산의 높이만 보고 두려워해 포기하는 부류입니다. 사람들의 70%가 이에 속합니다. 두 번째 부류는 29%이며, 이들은 친구가 오르니 아무 생각도 의지도 없이 부화뇌동(附和雷同) 격으로 산을 오릅니다. 그러다가 돌부리에 걸려 넘어지고 나뭇가지에 걸리면 오르는 것을 포기합니다. 세 번째 부류인 1% 이하의 사람들은 돌부리에 걸려 넘어져 다리를 다치면 목발을 하고, 나뭇가지에 걸리면 봉대를 감고서라도 정상상을 향해 오르는 사람들입니다. 세상과 조직은 세 번째 부류의 사람들을 원합니다. 따라서 치열한 경영 전쟁에서 승리하려는 리더는 반드시 혁신이라는 안목을 훈련하고 포기하지 않는 강한 의지를 지녀야 합니다.

코로나19로 많은 리더와 조직이 명확한 가시성(Visibility)을 찾지 못하고 갈팡질팡, 좌고우면(左顧右盼)하고 있는 요즘입니다. 준비하는 자만이 위기를 기회로 만들 수 있습니다. 오히려 이 위기 상황을 체질 개선, 조직 변화, 게임의 룰을 바꾸는 천금 같은 기회로 삼아야 합니다. 코로나19가 종식된다고 해도 다시 코로나 이전(Before Corona)의 삶과 조직 경영 패턴으로 되돌아가기는 어렵습니다. 언택트 비즈니스의 Logistic, Digital Operation으로 체질을 개선해야 합니다. 그리고 또 다른 바이러스의 재앙을 극복하는 형태로 삶과 기업 경영을 준비해야 합니다. 변화와 혁신만이 포스트 코로나 시대를 살아가야 할 우리가 비즈니스 세계에서 생존할 수 있는 해답입니다. 혁신을 통해 굳건히 서는 리더가 되기를 바랍니다. 고맙습니다. 🇰🇷

화승엔터프라이즈

‘화승락자’로 더 큰 날개를 달다



화승그룹의 신발 ODM 기업 화승엔터프라이즈가 신발 ODM 사업장인 베트남 동나이성 소재 화승비나에 이어 생산 거점을 베트남 끼엔장성의 락자로 확대했다. 화승락자와 함께 글로벌 신발 ODM 사업 확장은 물론 내실도 다지고 있는 새로운 도전의 현장 속으로 함께 가보자.

Writer. Photo. 화승락자 이동환 과장

화승엔터프라이즈는 베트남 서남부 끼엔장(Kien Giang)성의 성도, 락자(Rach Gia)에 2018년 신규 법인 화승락자를 설립하고 신발 제조라인 가동을 시작했다. 관광지로 유명한 푸꾸옥(Phu Quoc)섬 소재지로 더 익숙한 끼엔장성은 인구 70%가 1차 산업에 종사하고 있는 대표적인 농수산업 지역이다. 아직은 외국인 투자기업의 손길이 미치지 않았지만 무한한 가능성이 있는 곳으로 평가받고 있다. 끼엔장성은 210만 명의 인구와 높은 노동 인구 비율로 베트남의 타지역보다 인건비가 낮다는 강점이 있다. 그뿐만 아니라 호찌민 직항 공항 및 호찌민 연결 고속도로 추진 프로젝트와 같은 정부 주도의 활발한 인프라 투자 협

조가 이루어지고 있어 앞으로 사업 성장에 큰 원동력이 될 것으로 전망된다.

화승락자는 인원 4,500명에 월 30만 쵸크의 생산 규모를 2021년 9,000명에 월 100만 쵸크, 2023년 18,000명에 월 200만 쵸크로 증가할 계획이다. 이를 달성하기 위해 화승엔터프라이즈 3사(베트남, 중국, 인도네시아)의 축적된 경영 노하우 및 기술 지원을 바탕으로 생산성 향상에 집중하고 있다. 현재는 설비 증설 확대, 근로자들의 업무 역량 및 프로세스 강화에 주안점을 두고 있으며, 향후 선진 자동화 시스템(스마트팩토리)을 통한 제조 경쟁력을 확보하고자 한다.





01, 02 화승락자 현장
03 태양광 시설
04, 07 스마일 콘테스트
05 2019 풋살대회
06 불우 이웃 돕기 자선 행사



화승그룹 신발 ODM 사업의 새로운 도전,
화승락자, 화승엔터프라이즈
이계영 대표와 신발 ODM 전 그룹사의
힘을 모아 화승락자의 원대한
비상을 기대한다.



화승락자는 지속 가능 경영을 실현하기 위한 생산 역량 강화 외에도 다양한 활동을 전개하고 있다.
첫째, 정부와 아디다스의 정책 방향에 부합하는 태양광 발전 설비를 구축해 전체 전력량의 20%를 친환경 에너지로 대체할 계획이다. 현재 1개 동은 지난 6월에 가동을 시작했으며, 나머지 2개 동 역시 올해 안에 설치 가동할 예정이다. 이는 베트남 정부의 저탄소 정책 및 아디다스 공장 평가 부분에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대한다.
둘째, 사회적 책임의 일환으로 활발한 지역 사회 공헌 활동을 진행하고 있다. 불우 이웃 돕기 자선 행사, 지역 원로 초청 행사, 지역 초등학교 지원 등 다양한 활동과 일자리 창출을 통해 지역을 활성화하는 데 기여하고 있다.

마지막으로 화승그룹 경영 이념인 '인화'에 따라 직원 복지 향상을 위한 다양한 활동도 펼치고 있다. 어려운 환경의 근로자 지원 프로그램, Morale 대회, 스마일 콘테스트, 축구대회, 월간 우수 사원 행사, 노조 · 근로자 · 임원 3자 미팅과 같은 활동들을 통해 근로자 복지 향상 및 소통을 강화해가고 있다.
이 같은 활동들은 각 기관과 노조연맹으로부터 많은 호평을 받고 있으며, 지난 7월 베트남중앙노조연맹 주관 활동에 끼엔장성 최초로 실행사에 선정되는 성과를 거두기도 했다. 화승그룹 신발 ODM 사업의 새로운 도전, 화승락자, 화승엔터프라이즈 이계영 대표와 신발 ODM 전 그룹사의 힘을 모아 화승락자의 원대한 비상을 기대한다. 🇰🇷



Mega Heat Conveyor Belt, Exwill

URL : https://youtu.be/94-QW_bT5Ok

화승엑스윌 컨베이어벨트 ‘MEGA HEAT’ 품격의 완성

Writer. 심일욱 그룹 홍보팀 과장

산업용 고무제품 전문회사 화승엑스윌의 컨베이어벨트 ‘메가히트’

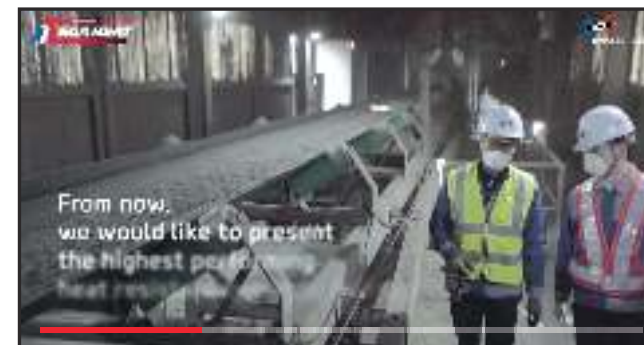
메가히트(MEGA HEAT)는 높은 온도의 소재를 운반해도 견딜 수 있는 고품질 내열 컨베이어벨트다. 이 벨트는 주로 석탄이나 시멘트의 원료인 클링커를 운반하는 데 쓰인다. 내열 기능과 우수한 내구성으로 악조건에서도 벨트의 노화가 더디게 진행되는 것이 메가히트의 특징이다.

메가히트를 비롯한 화승엑스윌의 컨베이어벨트 생산 공장은 중국에 있다. 중국 청도에 소재한 화승엑스윌 생산 공장(HSMJ)은 고무판, 컨베이어벨트 생산을 주력으로 하고 있으며, 독일계 최신식 설비를 도입해 고객사에 안정적인 품질의 제품을 공급하고 있다. 화승엑스윌의 컨베이어벨트는 적절한 가격에 우수한 품질, 소위 가성비 좋은 벨트로 업계에 소문이 나 있다. 특히 품질은 일본 Y사, 독일 C사와 같은 글로벌 유명 업체와 견주어도 손

색이 없다.

컨베이어벨트 생산에서 가장 우선이 되는 것은 고무 소재의 품질. 화승엑스윌은 화승소재에서 생산하는 고급 고무 소재를 사용한다. 또한 고객사 산업 현장의 특성에 맞는 맞춤형 설계를 통해 불량률을 비롯해 클레임이 거의 없는 편이다. 무엇보다 화승엑스윌 설계팀, 영업팀 그리고 생산 현장인 HSMJ와의 활발한 커뮤니케이션이 시너지가 되어 양질의 컨베이어벨트를 완성해 낸다.

메가히트를 비롯한 화승엑스윌의 컨베이어벨트 생산 공정은 유튜브에서 한눈에 확인할 수 있다. 화승엑스윌 해외영업팀과 그룹 홍보팀이 함께 제작한 본 영상은 글로벌 마케팅에 활용되고 있으며, 이에 따라 고객사의 문의가 이어지고 있다. 🇰🇷



화승락자와 베트남중앙노조연맹

작업자 성금 수여 행사 진행

Writer. 화승락자 이동환 과장 **Photo.** 화승락자



지난 7월 6일 베트남중앙노조연맹 주관 '불우 환경 작업자를 위한 성금과 선물 수여 행사'가 화승락자 대회의실에서 있었다.

화승은 지역 내 가장 큰 규모의 외국인 투자회사로 끼엔장성에서 처음 열리는 베트남중앙노조연맹 행사의 집행사에 선정되는 영광을 얻었다. 화승은 그동안 코로나19로 어려운 상황 속에서도 작업자에게 최소 급여 보장, 어려운 작업자를 위한 자체 자선 활동, 교통수단 공급을 시행했다. 또한 작업자에게 좋은 업무 환경을 지원하기 위한 지속적인 설문조사와 조치, 사기 진작과 즐거운 회사 활동을 위한 다양한 콘테스트 등의 활동도 펼쳐왔다. 이와 같은 작업자를 위한 다양한 활동과 철저한 규정 준수가 높이 평가받아 이번 행사의 집행사로 선정된 것이다.

화승 황국희 전무 지시하에 진행된 행사에는 SEA 장용준 실장, 인사총무 이동환 과장, 베트남중앙노조연맹 위원장 Nguyen Dinh Khang 외 간부, 끼엔장성 노조연맹 위원장 Tran Thanh Viet 외 집행부, 락자 노조 위원장 Vo Van Vui, 지역 내 언론사 등 많은 인원이 참석했다. 또한 베트남의 유력 언론 <LAO DONG>에 관련 기사가 7월 6일 게재되기도 했다. 이번 행사는 행사 소개와 락자 화승 노조장 회사 및 노조 활동 소개순으로 진행되었으며, 중앙노조연맹은 화승에 대한 지속적이고 적극적인 협조를 약속했다.

황국희 전무는 인사말을 통해 “화승은 사람과 인화를 가장 중요시하는

그룹으로서 내년까지 락자에 10,000명, 고꾸어오(Go Quao)에 10,000명 등 총 20,000명의 큰 회사로 확장할 계획”이라고 밝혔다. 또한 “이 과정에서 작업자들의 안락함, 안전, 행복을 최우선으로 생각할 것이며 앞으로도 노조연맹의 많은 도움을 부탁한다”라고 당부했다.

베트남중앙노조연맹 위원장은 “화승이 락자에 공장을 세우고 활동한 것은 하늘이 끼엔장성에 내려준 선물”이라며, “여성 노동자를 많이 채용하고 사람을 중요시하는 회사 방침과 작업자를 위한 다양한 활동에 큰 감명을 받았고, 화승의 규모 확장을 축하한다”라고 말했다. 또한 앞으로도 지역의 발전과 지속적인 채용, 작업자의 기능 및 대우 향상에 노력해 달라고 전했다.

이날 화승은 환경이 어려운 작업자 50명을 선정해 현금 100만 동과 소정의 선물을 전달했다. 그리고 베트남중앙노조연맹 위원장이 하노이에 있는 베트남 중세 교육기관 국자감의 사진 액자를 화승에 전달하며 행사를 성공적으로 마무리했다. 🇰🇷🇻🇳





화승소재

한국전기연구원과 차세대 전력부품
공동개발 위한 업무협약(MOU) 체결

글로벌 화학 전문 소재기업인 화승소재가 한국전기연구원과 차세대 전력 부품 공동개발을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 8월 25일 화승R&A 본관에서 열린 협약식에는 화승그룹 현지호 총괄부회장, 화승소재 허성룡 대표이사를 비롯해 한국전기연구원 최규하 원장, 유동욱 부원장 등 주요 임원 10여 명이 참석했다. 양사는 이번 협약을 통해 △해상 풍력 설비 부품 국산화 △차세대 절연 케이블 소재 개발 등 차세대 전력부품 국산화와 국내 전력 기술 발전에 협력할 계획이다.

화승소재는 한국전기연구원과 함께 해저 풍력 발전기의 해저 송전케이블 보호 부품 국산화 개발에 나선다. 이를 통해 미래 에너지로 주목받는 신재생에너지 부문의 경쟁력을 확보하고, 국내 해상 풍력 산업 생태계 조성에 기여할 것으로 기대하고 있다.

또한 한국전기연구원 절연재료연구센터는 차세대 핵심 전력기술인 HVDC 케이블 절연소재 개발을 중점 추진사업으로 진행하고 있다. 특히 화승소재와 협력해 초고압 직류송전에 요구되는 고성능 친환경 절연소재·부품의 국산화 개발과 기술 사업화를 이룰 계획이다.

화승소재 허성룡 대표이사는 “신재생에너지 개발이 글로벌뿐 아니라 국내에서도 시대적 과제로 떠오르는 상황에서 한국전기연구원과 상호 협력의 필요성을 공감하고 공동기술개발 협약을 맺게 되었다”라며, “특히 화승소재는 신재생에너지를 대표하는 해상 풍력 부문의 부품 개발을 통해 그간 해외 기업 중심이었던 해상 풍력 발전기 부품 소재의 국산화를 이루고, 신재생에너지 분야에서 글로벌 경쟁력도 확보해 나갈 것”이라고 말했다.

화승네트웍스

언택트 시대에 맞게 PR도 스마트하게
홍보 QR코드 시스템 도입



코로나19로 많은 것에 변화가 있는 시대다. 화승네트웍스도 이 변화에 맞게 홍보를 비대면으로 할 수 있는 QR코드* 시스템을 도입했다. 현재 QR코드를 통해 프로모션할 수 있는 사업 분야는 ‘기업MRO’와 ‘글로벌영업’이 있다. 이후 ‘철강’, ‘육류’ 등 사업 분야를 추가해 더욱 다양한 분야에 적용할 예정이다. 또한 환율, 유가 및 원자재의 실시간 시장동향 확인 등 QR코드로 접속하는 고객들에게 다양한 정보를 효율적으로 제공할 수 있다.

화승네트웍스는 임직원 명함에 QR코드를 추가하는 것을 시작으로, 향후 여러 분야에 QR코드를 도입하여 활용할 계획이다. 언택트 시대에 발맞추어 QR코드 시스템이 홍보 및 업무 효율 향상에 기여할 것으로 기대한다.

* QR 코드: Quick Response Code의 약자로 스마트폰으로 스캔만 하면 손쉽게 정보를 얻을 수 있는 시스템



‘혼자’가 아닌 ‘우리’의 힘으로 어려움을 극복한 적이 있다면 소개해주세요

양서희

그동안 오래되고 낡은 골목길 벽을 깨끗이 닦고 손질해 예쁜 동화의 나라 같은 벽화를 그렸어요. 마을 사람들 십여 명의 노력으로 어두운 거리가 환해졌습니다.

표상률

올해 초 해돋이를 보러 갔을 때, 회사 동료가 차를 후진하다 그만 도랑에 빠진 적이 있습니다. 여럿이 힘을 합쳐 차를 꺼냈을 때의 그 기쁨, 잊을 수가 없네요.

김현빈

20여 년 전 팔래방을 인수해 약간의 리모델링을 하고자 했는데 기술이 없어 막막했습

니다. 그때 주변에 계신 이웃 형님들이 물려 오시더니 쇠를 자르고, 용접하며 말없이 영업용 옷걸이를 똑딱 만들어 주셨죠. 먼 친척보다 가까운 이웃이 더 낫다는 말에 깊이 공감합니다. 아직도 그 ‘정’을 느끼고 있습니다. ^^

권선아

작년 이맘 때 회사 사무실의 배수관이 고장 나 장마철 빗물이 그대로 역류한 적이 있었어요. 20여 명의 직원 모두 바짓단을 걷고 물을 퍼냈어요. 대걸레질에 컴퓨터까지 옮겼답니다. 무사히 업무에 복귀할 수 있도록 힘을 모았던 동료들의 우정이 빛났던 순간이었어요.

조영민

얼마 전 고객으로부터 프로젝트를 수주받았습니다. 힘들어 보이지 않았기에 단독으로 프로젝트를 맡았는데, 막상 진행하다 보니 갖가지 어려움이 부딪히게 되더군요. 고민만 커져가던 차에 팀 막내의 기발한 아이디어와 더불어 다른 팀원들과 소통하며 일한 결과, 멋지게 프로젝트를 끝내고 고객에게 칭찬받았던 기억이 있네요.

김주현

합창단에 가입해서 노래를 해보고 싶어요. 지자체 동사무소에서 모집을 하는데 노래도 노래지만 여럿이 있는 곳에 파묻혀 보고 싶은 게 가장 큰 이유입니다.

조만영

제일 가고 싶은 곳은 사우나입니다. 뜨거운 사우나에서 그동안 하고 싶었던 ‘땀 빼기’를 한 다음 시원한 탕 속에 들어가 스트레스로 힘들었던 순간을 잊어버리고 몸과 마음을 힐링하고 싶네요.

설수지

코로나19가 종식되면 지역아동센터에서 책 읽어주는 큰 언니 역할을 다시 하고 싶어요. 10여 년을 했는데 코로나 때문에 한 달 두 달 미루다 보니 어느새 8개월이나 못했어요. 어서 빨리 아이들을 만나 책을 읽어주고 싶어요!

2020년 화승 사보 <DBT> 여름호 독자엽서 당첨자

01 여행스케치 3개월 무료 구독권

민효식 부산시 북구 화명신도시로

김옥희 대전시 중구 태평로

강영숙 인천시 부평구 길주로

오윤범 서울 종로구 성균관로

정명진 서울시 강남구 학동로



우수 독자엽서에 선정되신 분들께는 월간 <여행스케치> 3개월 무료 구독의 행운을 드립니다.

02 온누리상품권 1만 원권 5장

양서희 전북 장수군 장수읍 씨리재로

표상률 경남 김해시 월산로103

김현빈 대전 동구 용운로

권선아 경기 용인시 처인구 양지면 남곡로

조영민 경기 의정부시 오목로

홍경식 대전시 서구 문정로

유선미 부산시 연제구 법원로

김주현 경북 영천시 최무선로

조만영 경기 광명시 금오로

설수지 전남 여수시 여서로



독자엽서에 선정되신 분들께는 온누리상품권 1만 원권 5장을 사은품으로 발송해드립니다.

온누리상품권은 전국 주요 전통시장과 1,500여 개 가맹 전통시장에서 현금처럼 이용하실 수 있습니다.

※ 당첨되신 분께는 개별 연락드리며, 연락을 받지 못하신 분은 2020년 9월 30일까지 051-850-7037로 전화해주시기 바랍니다. 연락이 없을 시에는 당첨이 무효 처리됩니다.

코로나19가 종식되면 가장먼저 하고 싶은 일은 무엇인가요?

홍경식

동영상 통화로는 도무지 풀리지 않는 그림움... 손주들과의 만남입니다. 코로나19 종식 즉시 손주를 보러 달려가겠습니다.

유선미

예술의 전당 한가람 미술관에서 <폴리치상 사진전>을 관람하고 음악분수에서 힐링타임을 갖고 싶어요. 샤랄라한 원피스는 기본, 여기에 ‘아아’(아이스 아메리카노)까지 함께 한다면 천국이 따로 없겠네요.