

HWASEUNG LIFE MAGAZINE

화승멋진

2021 Summer Vol.63

멋진신세계



HWASEUNG

화승그룹

CONTENTS

2021 Summer Vol.63



신발에는 어디든 갈 수 있는 자유가 있고 더 나은 내일을 준비하는 자세가 담겨있습니다. 오늘 여러분의 신발에는 어떤 메시지가 담겨있나요? 신발 끈 짚곤 동여매고 희망을 향해 날갯짓하는 여러분을 위해 화승은 더 멋진 신세계를 만들어나가겠습니다.

총괄 화승그룹 홍보팀 김병호 부장

화승그룹 홍보팀 심일욱 과장

화승R&A 이지학(기획팀 과장)

화승소재 임상호(영업관리팀 팀장)

화승T&C 홍성열(관리팀 대리)

화승네트웍스 강우준(전략기획팀 대리)

화승인더스트리 정성욱(IR/경영관리팀 매니저)

화승케미칼 한동민(경영지원팀 매니저)

화승코퍼레이션 신비(해외영업팀 대리)

베트남 화승비나 정영섭 차장

미국 화승코퍼레이션 ARHQ 정하영 사원

중국 화승코퍼레이션 CRHQ 문지훈 과장

2021년 6월 24일 발행(정보간행물)

신고번호 연제, 바00003 신고일자 2016년 8월 30일

발행인 현지호 편집인 김정식

기획·진행 화승그룹 홍보팀 김병호·심일욱

편집·디자인 오즈커뮤니케이션(02-515-3681)

인쇄 우일인쇄

펴낸 곳 화승그룹(www.hwaseunggroup.com)

주소 부산시 연제구 중앙대로 1079(연산동)

장천빌딩 화승그룹 회장실

전화 051-850-7037 팩스 051-850-7001

메일 illwook.sim@hscorp.com

SPACE

SHUTTLE

STATION

02 Let's 70 100년 기업을 향한 화승그룹의 여정이 시작됩니다

06 Let's 70 message 동강처럼 푸른 화승, 붉은 기상으로

10 ROAD 01 화승, 개척정신

14 ROAD 02 글로벌 브랜드를 만드는 킹메이커, 화승

18 ROAD 03 화승을 일으킨 신발의 나비효과

22 ROAD 04 화승의 신발, ^{新發} 오늘도 새롭게 달린다

30 RESEARCH 신발의 미래를 찾아서

34 ROUTE 2021년, 글로벌 화승의 핫 썸머

42 썸화승이 짚한 사람 예술에 정답은,
어디에도 없는no where 어디에도 있는now where
전준호·문경원 현대미술 작가

48 희망 백신 우리 화승인은 무엇을 신는가

52 화승의 美 최선의 아름다움, 화승의 이름으로
2021 미스 부산·울산 善 김나운

56 희망 메모리즈 나 다시 돌아갈래!

60 함께화승 사회공헌+사내공헌의 가치, 화승케미칼

64 和友동산 곰곰 생각해보도 나무랄 데 없는, 베어트리파크 속으로

70 썸화승 큐레이션 “이건, 특급 레시피야!”

74 신나는 화승생활 우직한 걸음으로 실천한 우보만보 ^{牛步萬步} 캠페인
-2021 화승 HS-플로깅 캠페인을 시작하며

76 즐거운 화승생활 운동화 신GO, 희망 백신 GO!



김해공항 입국장에 설치된 화승그룹 Let's 70 캠페인 옥외광고

2023년 창립 70주년을 향해 함께 손을 잡고,
힘을 모으는 화승 사람들을 만났다.

뜻을 담은 배지에도,
친환경을 위한 머그컵에도,
생각의 회로인 마우스패드에도,
안전을 함께하는 마스크 스트랩에도,

100년 기업을 향한
화승의 의지를 고스란히 담았다.



경상남도 양산에 위치한 화승R&A와 화승T&C의 '인화승 진화승' 현수막

70주년이 되는 해에 그 뜻을 새겨 함께하기보다 미리, 그 뜻을 공유하고
하나된 마음과 행동을 이어가는 것. 그것이 70주년을 준비하는 Let's 70 캠페인의 시작이다.
화승으로 가면 70주년의 응원을 담은 마스크 스트랩을 한 푸른 화승 사람들을 먼저 만날 수 있다.
곳곳의 현수막에는 엠블럼이, '인화승 진화승(인화의 화승, 진짜 화승으로)'이라는 캐치프레이즈를
담은 글귀가 새겨져 있고, 2년 후 더욱 새로운 화승의 내일을 함께하는 공감의 생각들이 걸려있다.

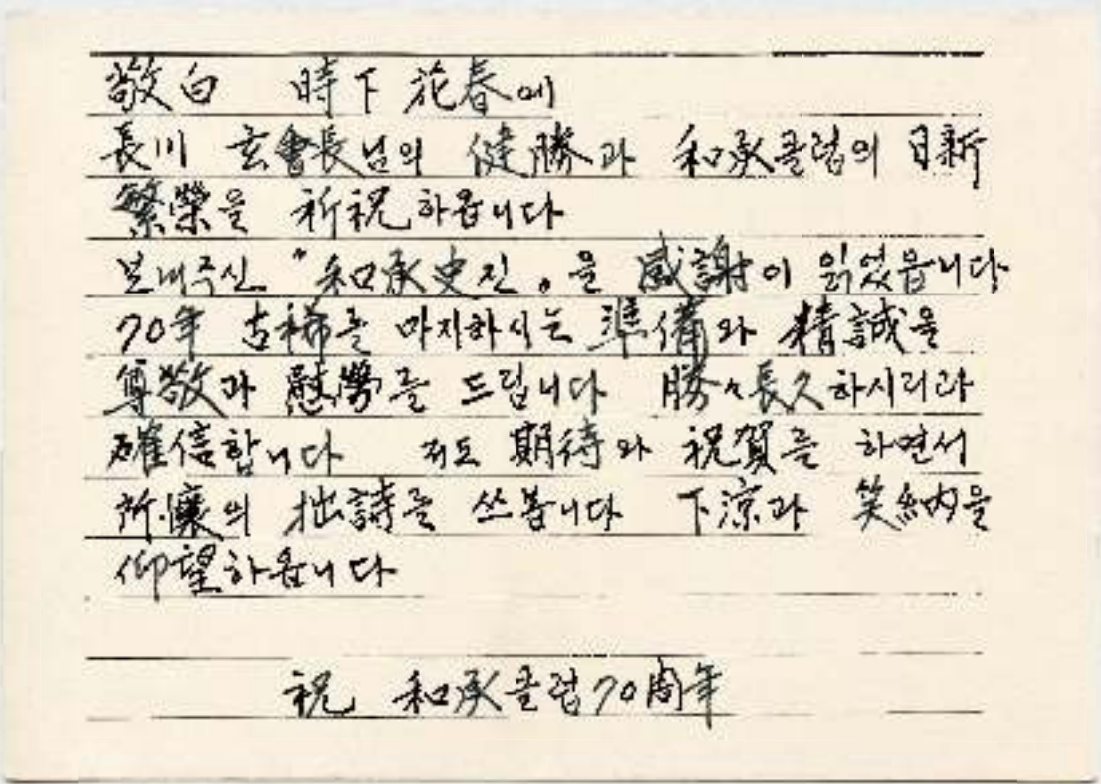
우리는 그렇게 더불어 함께, 내일을 준비하고 100년 기업 화승의 내일을 향한다.



화승그룹 70주년을 향한 Let's 70 캠페인 배지를 착용한 화승인들의 모습

동강처럼 푸른 화승, 붉은 기상으로

화승그룹 70주년을 이태 앞둔 시점에 황의중 밀양동강중학교 설립자께서 축시를 보내왔다. 학교법인 산내의숙 이사장이기도 한 황 설립자는 화승그룹 현승훈 회장과 오랫동안 두터운 교분을 이어온 귀한 인연이다. 백수 가까운 연세에 삶의 지혜와 귀한 마음까지 담긴 황의중 설립자의 축시, 화승인들을 위해 좋은 기운으로 오래도록 간직될 수 있기를 기원해본다.



경백* 시하화춘*에
장천 현 회장님의 건승과 화승클럽의 일신번영을 기축하합니다.
보내주신 ‘화승사진’을 감사히 읽었습니다. 70년 고회를 맞이하는 준비와 정성에
존경과 위로를 드립니다. 승승장구하시리라 확신합니다. 저도 기대와 축하를 하면서
소회의 줄시를 써봅니다. 하량*과 소납*을 앙망하합니다.
축 화승클럽 70주년!

*경백: 삼가 말씀드립니다 *시하화춘: 꽃 피는 봄의 정도를 뜻하는 인사말 *하량: 뒷사람이 아랫사람의 심정을 살피어 알아줄을 높여 이르는 말
*소납: 보잘것없는 물건이지만 웃으며 받아 달라는 뜻으로 겸손하게 이르는 말

동양의 이름으로 출발하여
한결같이 달려온 칠십년
(소담론)
세인들의 바라는 기업으로
갈수록 기적소리 하늘 높구나!

SPACE

‘인생칠십고래희(人生七十古來稀)’라고 했습니다.
‘사람이 칠십을 살기 드물다’는 뜻으로 요즘은 가당치 않지만,
부침이 심한 기업 역사 속에서는 마땅한 말이기도 합니다.
어느덧 예까지 달려온 화승,
쾌재를 올릴 70주년이 될 수 있도록 더 멋지게 나아갑시다.

화승, 개척정신

“한 사람에게는 작은 발자국이지만 인류에게는 위대한 도약이다.”
1969년 7월 20일, 인류 최초로 달에 착륙한 닐 암스트롱의 말입니다.

국가경제개발 기간이었던 1970~80년대,
화승은 새롭게 하나하나 일궈내듯
국내 신발업체에 한 발 한 발 자취를 남겨왔습니다.

작은 발자국의 시작이 창대한 궤적이 되었듯
화승의 개척 행보도 자랑스러운 족적이 되었습니다.



지금의 BTS가 처음부터 BTS가 아니었듯
20세기 비틀즈도 처음부터 비틀즈는 아니었습니다.
첫 마음으로 뚝뚝 걸어서 지금의 눈부신 존재가 되었습니다.

신발을 업으로 제조 보국(輔國)의 길을 걸어온,
화승도 이와 다르지 않았습니다.

화승은, 돌부리에 차이고
넘어져도 도약의 걸음은 멈추지 않았습니다.
당대의 흐름을 읽고 동시대인과 호흡하며 묵묵히 걸었습니다.

원대한 비전을 품고 한 발 한 발 내디딘 것처럼
100년 화승의 길도 한 걸음 한 걸음 개척해나갈 것입니다.



화승그룹이 국내 신발업계에 두드러진
촉적들을 남긴 1970년대~1990년대
역사 중 추려낸 소사(小史)입니다.

화승신발공업주식회사
창립 1976년

동양화공(현 화승R&A)
창립 1978년

1억불 수출의 탑 수훈
1981년

1995년
화승전자 시티폰 출시

1996년
화승국제 설립

1997년
HSI AUTO(화승인도) 설립



글로벌 브랜드를 만드는 킹메이커, 화승

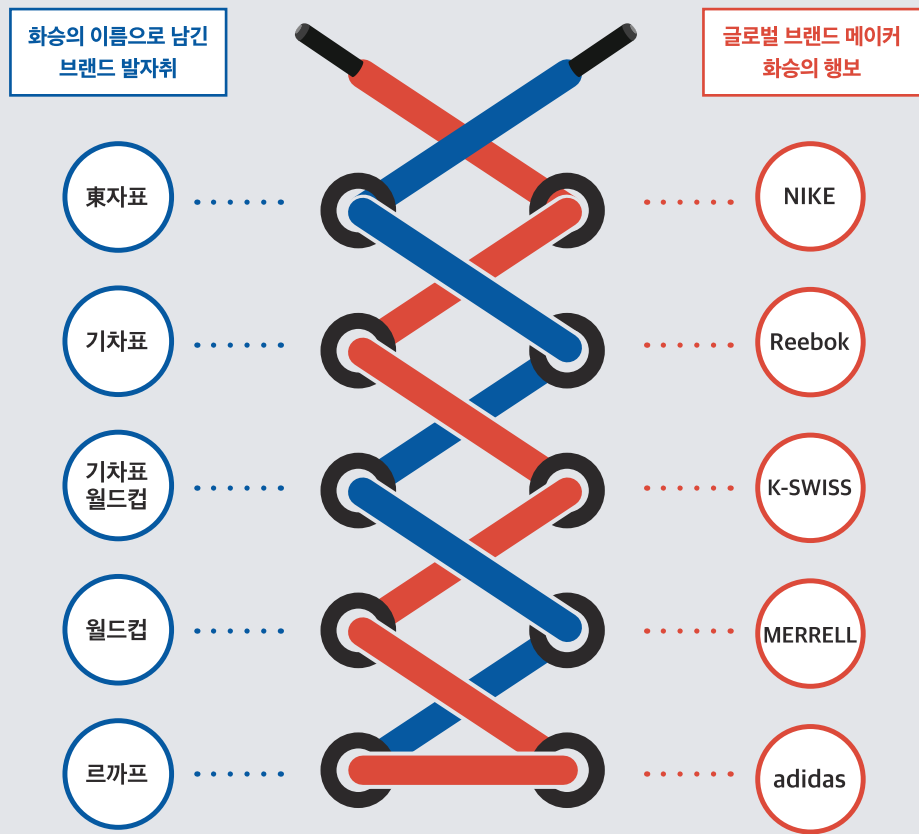
국내 최초로 신발 브랜드를 등록하고 자체 브랜드 개발 및 글로벌 브랜드 ODM까지 사업 영역을 확장하며 대한민국 신발 역사를 써온 화승, 東자표와 기차표 브랜드를 시작으로 당대 이슈와 초창기 기업 성장의 밑바탕을 마련하였다. 그렇다면 다음 단계로의 도약은 어떠했을까. 화승의 신발 브랜드 스토리 및 글로벌 브랜드 킹메이커가 된 과정들을 되짚어본다.

자체 브랜드 개발로 국내 신발 역사를 쓴 화승

東자표로 시작해 기차표로 국내 첫 신발 브랜드의 효시를 만들었던 화승은 1970년대 들어선 동종업체들과는 다른 사업적 행보를 이어갔다. 기능성에 초점을 맞춘 스포츠화(선수용 배구화, 트레이닝화, 런닝화, 등산화)를 ‘기차표 월드컵’이란 브랜드로 선보였으며 1980년에는 학생층을 타깃으로 한 조깅화 브랜드 ‘월드컵’을 별도로 출시해 청소년들에게 선풍적 인기를 얻었다. 그리고 1986년에는 독특한 네이밍의 토종 브랜드 ‘르까프’까지 내놓았다.

르까프는 당시 개발도상국이었던 대한민국의 위상을 높일 수 있는 세계적 행사인 86아시안게임과 88올림픽을 앞둔 상황에서 국내 토종 브랜드에 대한 염원뿐만 아니라 기업 내부적으로 글로벌 브랜드 신발 OEM이라는 수출 한계를 극복해 보고자 자체 개발한 브랜드이다. 1978년부터 이어져온 글로벌 브랜드 나이키의 OEM업체로서의 명성뿐만 아니라 세계적인 기술력을 보유한 기업답게 화승은 르까프 런칭으로 대내외적 기업 이미지 제고는 물론 브랜드 신발의 트렌드를 주도하게 되었다.

새로운 변화를 두려워하지 않고 시간이 걸려도 멈추지 않았던 화승, 그 노력의 결과 1981년에는 1억불 수출의 탑을, 1990년에는 수출 5억 달러 달성의 금탑산업훈장을 수상했다. 화승은 창업 이래 꾸준히 쌓아온 명품 기술력으로 자체 개발한 제품을 출시해 브랜드의 의미를 찾으려 했고 세계 굴지의 신발 제조를 통해서도 브랜드의 가치를 경험하였다. 세계 시장에 내놓을만한 토종 브랜드 하나 변변하지 않았던 척박한 시대에 화승은 그렇게 화승의 이름으로 국내 신발 역사에 브랜드 족적을 남겼다.



화승을 일으킨 신발의 나비효과

-신발사업 기반의 연계 및 확장 사업들

신발을 빼놓고 화승을 논할 수 없듯, 신발사업에서 비롯된 그룹 차원의 나비효과는 현재 어떻게 나타나고 있을까. 소재를 비롯해 자동차부품, 정밀화학, 종합무역 부문까지 그동안 화승은 신발사업을 바탕으로 기업 성장을 위한 날갯짓을 멈추지 않았다. 신발사업에서 파생, 더 큰 성장을 이루고 있는 화승의 주요 사업들을 섹터별로 살펴본다.



브라질에서의 나비 날갯짓이 텍사스에서 토네이도를 일으키고 중국 북경에서의 날갯짓이 뉴욕에서 폭풍을 일으킨다는 나비효과(Butterfly Effect). ‘작은 출발이 큰 변화를 이끈다’는 의미로 작은 움직임 하나가 기후 및 생태계를 변화시키고 새로운 성장 사업들을 만들어내며 때로는 세상의 트렌드까지 바꾼다. 어려웠던 대한민국 현대사와 발맞춰왔던 화승 또한 신발사업을 모태로 한 날갯짓으로 창립 70주년을 앞둔 그룹으로 발전과 성장을 지속해왔다.

위험천만의 허공에 떠 있기 위해 일본일초도 허투루 있지 않은 나비처럼 지속가능한 미래를 위해 그동안 화승은 생활필수재인 신발사업을 바탕으로 아주 특별한 성장 날개들을 장착해왔다. 그 시작은 질기고 오래가는 고무 소재의 신발이었지만 화승은 이를 기반으로 미래 첨단 산업의 동력이 될 수 있는 부문을 연구·개발해 지금의 신발 ODM을 비롯해 정밀화학, 첨단소재, 자동차부품, 종합무역까지 5대 영역으로 사업을 확장해왔다.

신발제조업으로 눈앞의 성공과 영광에 안주해 미래를 준비하지 않았다면, 지금의 화승을 기대할 수 있었을까. 신발에서 비롯된 작은 날갯짓은 국내를 넘어 세계시장에서 선전하며 화승 성장의 나비효과가 되어 돌아왔다. 다시, 여기에 안주하지 않고 더 눈부신 나비효과를 일으킬 2021년 글로벌 화승의 성장 섹터들에 주목해보자.



Sector 01_Chemical

미래형 무한가치에 도전하는 정밀화학 화승케미칼

한 켤레의 신발 속에는 여러 기술 공정이 필요하다. 그중 하나가 신발 밑창 모양을 잡아 고무에 열과 압력을 가한 뒤 접착제를 붙이는 냉연공정이다. 이 공정 기술은 스포츠화를 만드는 시초가 되었으며 화승케미칼의 현재를 만든 단초가 되었다. 첨단 과학과 기술력으로 미래형 정밀화학 산업의 무한가치 영역에 도전하는 화승케미칼은 필름 및 가공 기술을 바탕으로 설립된 전문기업이다.

서울사무소와 부산연구소를 비롯해 아산과 양산에 공장이 있으며 해외에 HSCV(화승케미칼베트남), HSCI(화승케미칼인도네시아), CFCC(화승케미칼중국) 등의 법인을 두고 있는 화승케미칼. 우수한 생산시설과 국내 최고 수준의 품질을 바탕으로 다양한 분야에 최적화된 필름을 생산하고 있으며 '정밀화학'이라는 고부가가치 제품개발로 화학산업의 미래를 위한 날갯짓을 계속하고 있다.



Sector 03_Automotive Parts

글로벌 Big3를 향한 자동차부품 화승R&A, 화승T&C

움직임의 도구인 신발에서 자연스럽게 연계 및 확장할 수 있는 사업, 화승은 이동과 주행을 가능하게 하는 자동차부품 분야까지 진출했다. 화승그룹의 자동차부품 기업으로는 자동차용과 건설용에서 국내 최대 규모의 고무종합브랜드를 자랑하는 화승R&A와 신발 및 산업용 접착제, 우레탄 코팅수지, 자동차용 코팅제 등을 생산하는 화승T&C가 있다.

화승R&A는 경남 양산 본사를 거점으로 전 세계 9개국(미국·중국·멕시코·브라질·인도·터키·베트남·인도네시아·독일)에 15개 사업장을, 화승T&C는 경남 양산에 본사와 공장, 그리고 천안에 공장을 두고 있다. 화승의 자동차부품 사업군은 국내 점유율 1위를 지켜가면서 미국, 중국, 인도, 유럽, 남미 등의 해외법인을 중심으로 글로벌시장 진출을 강화해 나가고 있다.

특히, 자동차부품 사업의 양대 축인 Sealing과 Fluid 사업은 수익성 개선, 글로벌 현지화, 적극적 R&D 투자로 글로벌 Big3 진입을 목표로 노력을 지속하고 있다.



Sector 02_High-Tech Material

국내 1위를 넘어 세계를 향한 신소재 화승소재

일상의 모든 물품은 바탕이 되는 재료, 즉 소재로 만들어진다. 우리가 신는 신발의 가벼운 탄성과 착용감 또한 화학교무 소재인 CMB(Carbon Mater Batch)를 비롯해 미래형 신소재 TPE(THERMOPRENE), 실리콘 같은 소재가 있어 가능하다. 현재 1,500여 종의 화합물을 개발 및 생산하는 화승소재는 국내 최대 CMB 메이커이자 21세기가 주목하는 자체 개발 신소재 기업이다.

기술연구소를 비롯해 현재 제3공장까지 가동하고 있으며 해외에 HSR(화승특종고무(태창)유한공사)와 HSMI(화승소재인도) 법인을 두고 있는 국내 1위 소재기업이기도 한 화승소재. 국내 유수의 자동차 메이커들 뿐만 아니라 일본, 중국, 인도, 호주, 뉴질랜드, 미주지역 등의 자동차 부품회사와 해외시장 개척을 위해 노력하고 있으며 세계 어디에 내놓아도 손색없을 핵심기술을 보유하고 있다.



Sector 04_Trade Networks

세계무역상사로 도약하는 종합무역 화승네트웍스

기업은 나라와 나라, 지역과 지역 간 물품을 매매하는 행위를 목적으로 한다. 국내를 넘어 세계시장에 더 좋은 제품을 판매하고 더 좋은 물품을 구매하기 위한 화승의 종합무역 또한, 그래서 필요한 21세기 전략 사업 군이다. 화승그룹의 종합무역을 담당하는 화승네트웍스는 일상생활에 필요한 모든 것들의 자재, 물류, 유통, 무역 업무를 펼치는 대한민국 물류 유통의 대표기업이다.

2006년 설립돼 부산 본사와 서울사무소를 비롯해 5개의 해외법인 및 사무소-HSNA(화승네트웍스아메리카), HSVN(화승네트웍스베트남), HSNi(화승네트웍스인도), HSTN(화승호천(태창)국제무역유한공사), HSNM(화승네트웍스멕시코)-가 있다. 종합무역의 주축으로서 화승그룹의 사업군을 아우르며 총체적인 글로벌 네트워크를 구축해 나가고 있는 화승네트웍스는 동남아시아, 중국, 미주, 남미 등의 기존 전략 거점 외에도 성장 잠재력이 큰 신흥 시장에도 진출, 세계로 통하는 21세기 글로벌 종합무역상사가 되기 위해 노력하고 있다.

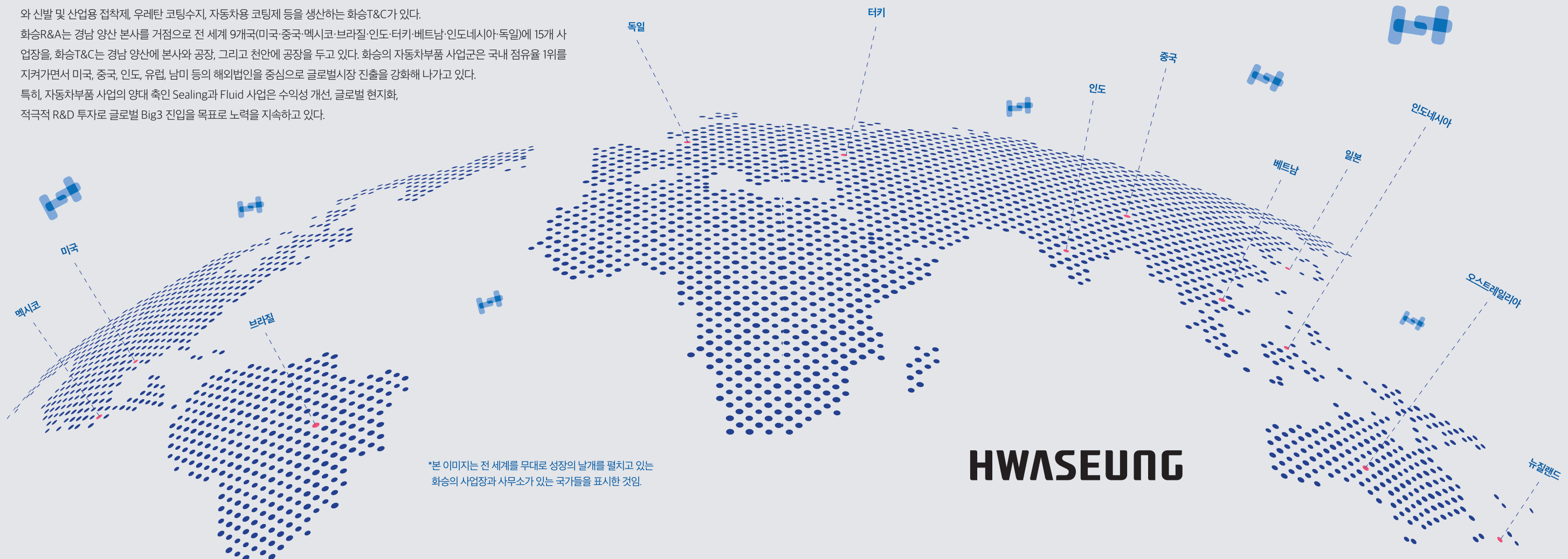


Sector 05_Footwear ODM

세계 최고의 브랜드를 제조하는 신발 ODM 화승비나

화승의 신발사업은 정밀화학, 소재, 자동차부품, 종합무역뿐만 아니라 '제조자개발생산'이라는 더 크고 담대한 신발 ODM 분야까지 성장하는 파급 효과를 낳았다. 2002년 세계 최대 신발 제조공장인 화승비나가 출범하면서 글로벌 스포츠 브랜드 그룹인 아디다스의 파트너사로서 경쟁력 있는 신발 ODM 사업 추진이 바로 그것이다.

화승비나는 화승그룹 신발 ODM 분야의 해외법인으로 국내에 화승엔터프라이즈를 지주회사로 두고 있다. 베트남 소재 계열사 간의 시너지 창출을 극대화하고 있는 HVT(화승봉따우)를 비롯해 HSVN(화승베트남네트웍스), HVC(화승베트남케미컬), HSD(장천제화대련유한공사) 등과 함께 화승 도약의 발판이 되고 있다. 화승은 그룹 차원의 신발 ODM에서 더 나아가 세련된 아이디어와 소재, 가격 경쟁력까지 갖춘 글로벌 패션&스포츠 제품을 만들기 위한 신규 브랜드 개발은 물론, IT 기반의 온라인 사업까지 확대해 나가고 있다. 

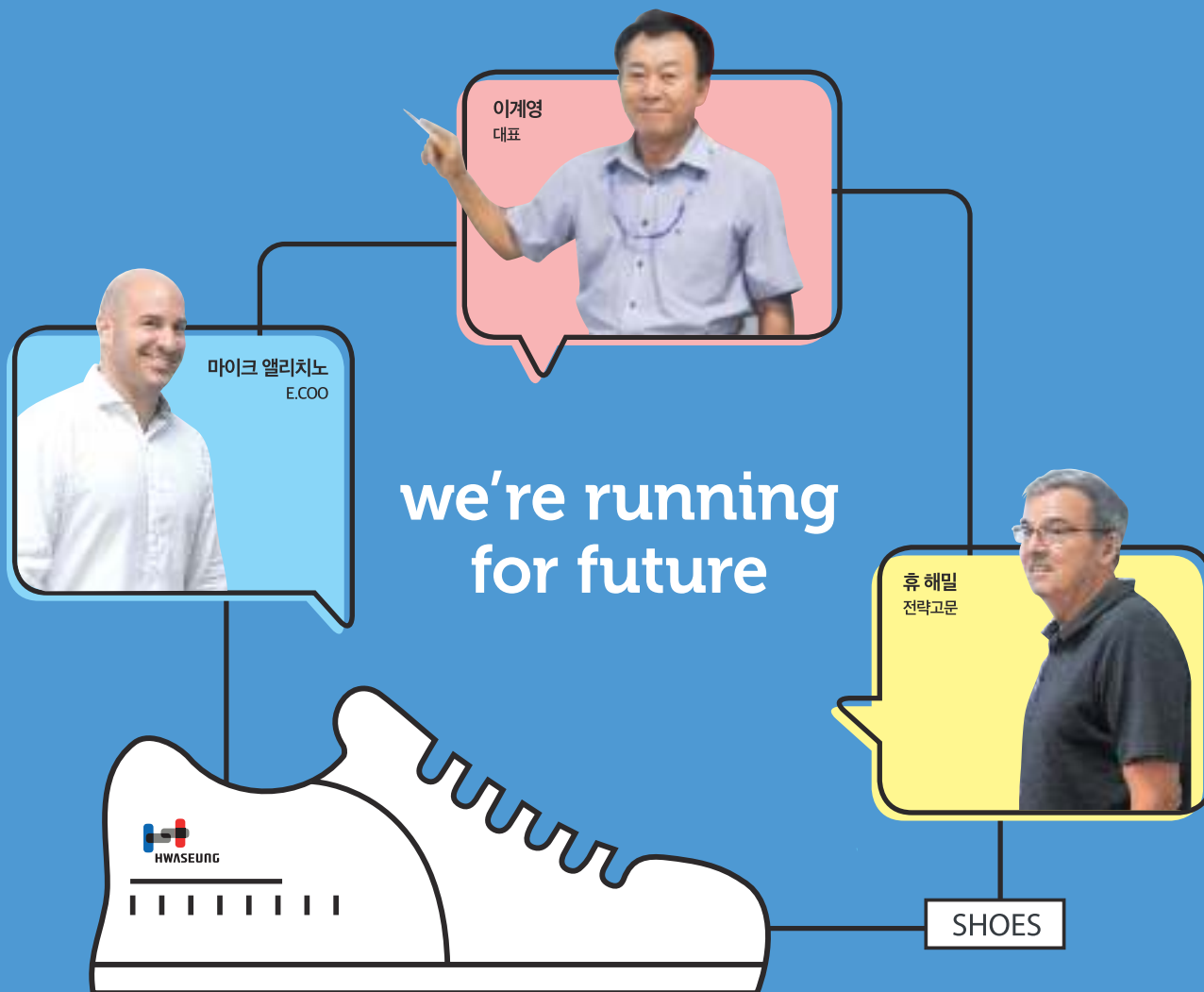


*본 이미지는 전 세계를 무대로 성장의 날개를 펼치고 있는 화승의 사업장과 사무소가 있는 국가들을 표시한 것임.

화승의 신발, 新發 오늘도 새롭게 달린다

화승엔터프라이즈는 화승그룹의 3대 핵심역량사업 중 신발을 도맡고 있다. 화승 신발의 지난 시간을 조망하고 미래를 향한 힘찬 발걸음을 내딛은 어패럴과 액세서리 사업군, 수직계열화 사업의 비전을 공유하고자 3인의 대담을 열었다. 그 주인공은 화승엔터프라이즈 이계영 CEO(이하 이 대표), 휴 해밀 전략고문(이하 휴 고문), 마이크 엘리치노 E.COO(이하 마이크 E.COO)이다.

Hwaseung Enterprise is in charge of Footwear Business among Hwaseung Group's three core business projects. We held a conversation with three people to review at the past time of Hwaseung Shoes and to share the vision of the apparel, accessory business, and vertical integration business that took a strong step toward the future. The people to have conversation are Hwaseung Enterprise CEO Gye-Young Lee(hereinafter LEE, CEO), Strategic Advisor Hugh Hamill(hereinafter Hugh, S.A), and Footwear E.COO Mike Alicino(hereinafter Mike E.COO).



지금까지 화승엔터프라이즈가 거둔
인상적인 성과는 무엇인가요?



이 대표 시간별로 우리의 성과들을 짚어보겠습니다. 2002년 베트남에 첫걸음을 내딛는 것이 쉬운 여정은 아니었지만 끈기, 기술, 열정적 사고방식을 통해 새로운 길을 개척해왔습니다. 2008년에 풍원 차이나(PWC) 공장 인수로 전환점 마련, 2015년에 5억 달러 매출을 달성하며 본격적인 성장의 신호탄을 쏘아 올렸습니다. 2016년 화승엔터프라이즈 IPO 상장으로 화승 역사에 커다란 발자국을 남겼습니다. 2017년 부스트 공장인 화승 폴리텍을 가동해 2019년에 13억 달러 매출을 달성했습니다. 올해는 UNFCCC, 첫 번째 패션 산업 기후행동헌장 서명으로 인류의 지속가능성을 위해 책임을 다하는 기업이라는 것을 증명하는 기회였습니다.



휴 고문 저는 몇 가지 숫자를 인용하고자 합니다. 1.3USD 연간 매출 달성, 월 6백만 쵸의 신발 생산, 3개국(베트남, 인도네시아, 중국) 생산기지 설립, 아디다스 1위 부스트 공장 등의 성과를 이뤄냈습니다. 그러나 이 성취에는 숫자 이상이 담겨 있습니다. 바로 도전과 용기입니다. 임직원들의 긍정적이고 도전적인 태도와 전통적인 신발 회사의 패러다임을 깨기 위한 용기 덕분입니다.



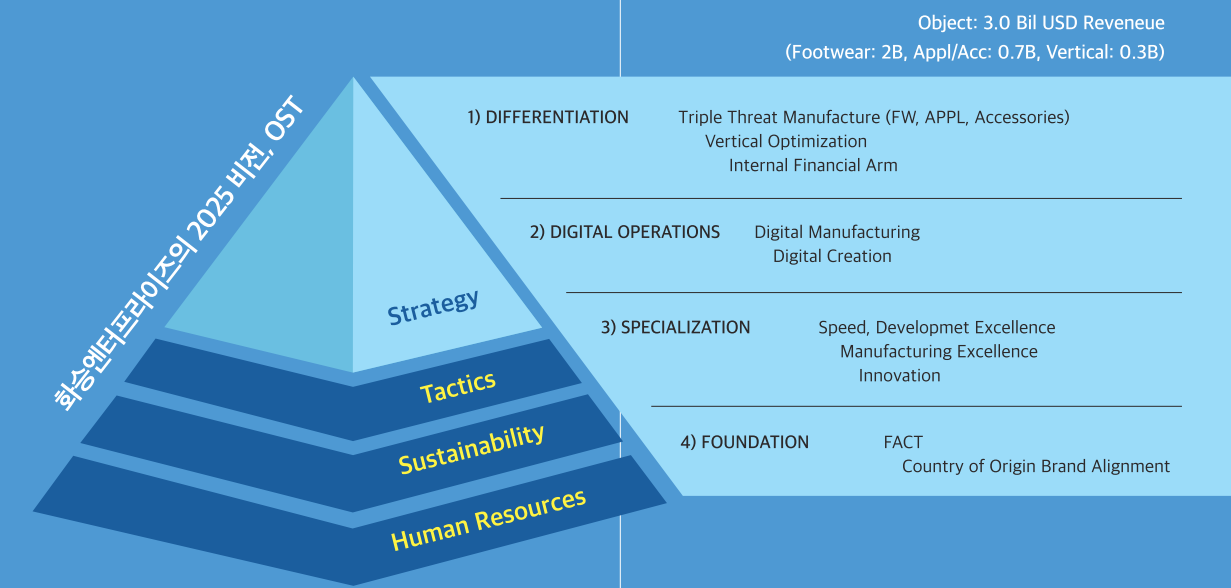
마이크 E.COO 2023년은 화승의 창립 70주년이 됩니다. 그 역사만으로도 엄청난 성과라고 볼 수 있습니다. 하지만 최근을 살펴보면 성과는 더욱 분명하고 확실해집니다. 2008년부터 현재까지 신발의 순매출은 약 8배 증가했습니다. 또한 생산 기간을 단축한 최초의 신발 제조사가 되면서 놀라운 출시 속도를 보였습니다. 이외에도 4개의 개발 센터와 아디다스 이노베이션 센터 등을 설립했습니다.

What are the impressive achievements of HS Enterprises so far?

LEE, CEO I will look at our achievements over time. Taking the first step in Vietnam in 2002 was not an easy journey, but through persistence, skill and passionate mindset, we have pioneered new paths. In 2008, we set a turning point with the acquisition of the Poongwon China(PWC) plant, and in 2015, we achieved sales of 500 million dollars. In 2016, Hwaseung Enterprise IPO was listed, leaving a huge footprint in the history of Hwaseung. Hwaseung Polytech, a boost plant in 2017, achieved \$1.3 billion in sales in 2019. This year was an opportunity to prove that HS Enterprise is the company committed to human sustainability with the signing of the first fashion industry climate action charter, UNFCCC.

Hugh, S.A I want to quote a few numbers. Achieved annual sales of 1.3USD, production of 6,000,000 pairs per month, production based in three countries(Vietnam, Indonesia, China), and Adidas No. 1 boost factory. But there is more to this achievement than numbers. It is challenge and courage. It is thanks to the positive and challenging attitude of our employees and the courage to break the paradigm of the traditional shoe company.

Mike E.COO 2023 marks the 70th anniversary of Hwaseung's foundation. Its history alone can be seen as a tremendous achievement. However, looking at the latest, the performance becomes more certain. From 2008 to the present, net sales of shoes have increased by about eight times. It became the first shoe manufacturer to shorten the production period. In addition, four development centers have been established.



2025 비전을 위해
화승은 무엇을 해야 할까요?



이 대표 목표는 명확합니다. 4-Tier 전략을 통해 3BUSD의 수익을 창출할 것입니다. 이를 위해서 차별화와 디지털화의 3가지 전략을 수립했고 신발 사업군, 어패럴과 액세서리 그리고 수직계열화 사업을 3대 축으로 삼고자 합니다. 우리의 강점인 스피드를 보강하고 생산의 효율성을 극대화할 뿐 아니라 미래 지향적인 개발을 통해 특수화를 갖추는 것이 우리의 의지입니다. 또한 직원의 역량을 믿고 합당한 위임을 통해 그들 스스로 비전을 달성할 수 있도록 조직문화를 강화하고 새로운 인재들을 영입하는 노력을 하고 있습니다.

우리는 코로나19와 같은 위기를 끊임없이 맞이하게 될 것입니다. 하지만 위기는 기회라는 말을 잊지 않고 보다 창의적이고 혁신적인 마인드와 열정으로 2025 비전을 향한 경주를 아끼지 않겠습니다.

For 2025 Vision,
what should we do?

LEE, CEO The goal is clear. We will generate 3BUSD revenue through 4-Tier strategy. For this, we have established three strategies of differentiation and digitalization, and we intend to take the footwear business group, apparel and accessories, and vertical integration business as the three pillars. It is our will to reinforce our strength, speed and maximize production efficiency, as well as to equip ourselves with specialization through future-oriented development. In addition, we are striving to reinforce the organizational culture and recruit new talents so that they can achieve their own vision by trusting in the capabilities of employees.



마이크 E.COO 2025년 비전을 바라볼 때 핵심은 우리 구성원이 되어야 한다고 생각합니다. 기업은 개인의 총합입니다. 지금부터 2025년까지 조직의 모든 사람들이 매달 1%씩 향상될 수 있다고 상상해보세요. 화승 신발의 미래는 어떨까요? 리더로서, 비옥한 조직 문화의 기반을 조성하고 모든 사원을 이 비전 달성의 여정에 초대하여 매월 1%씩 성장시키고자 합니다.

2025년 비전을 향한 추진력을 한마디로 요약하자면 적응 능력과 탄력성이라고 할 수 있습니다. 우리는 다르게 생각해야 합니다. 유형과 무형 자산 모두 동등한 비중을 차지하고 모두가 화승인으로서 성공하기 위한 목적, 비전, 사명, 태도를 공유해야 합니다.



휴 고문 비전을 달성하기 위해서는 강력한 수직계열화 전략을 사용하여, 확장되고 강력한 하드웨어 및 의류 제조업체가 되어야 합니다. 이는 타 회사와 차별화되는 가장 큰 요인이 될 것입니다. 또한 모든 시설을 실시간으로 연결하는 것을 비롯하여 생성에서 제조까지 디지털 연결을 추진하고 있습니다. 이를 위해 인적 자원 채용 및 유지 프로그램과 지속가능한 사업 기조를 달성하고자 하는 UNFCCC 헌장의 서명 기업으로서 책임을 다해야 합니다.

앞으로 화승그룹의 신발은
어떻게 사회에 헌신할 수 있나요?



이 대표 지역사회에 기여하는 것은 사회뿐 아니라 스스로를 풍요롭게 하는 것이라고 믿습니다. 강한 공동체 구축과 지속가능한 미래에 대한 투자 그리고 포용과 다양성을 위한 인재 육성을 계속할 것입니다. 더 나아가 지구촌에 공존하는 사람들의 삶을 개선하는 것에 집중해야 합니다. 지구 자원을 최대한 효율적으로 사용하고 낭비되는 자원까지 관리하여 더 나은 세상을 만들고자 합니다.

We will continue to face a crisis like COVID-19. However, we will not forget that crisis is an opportunity and will spare our best effort to race toward the 2025 vision with more creative and innovative mind and passion.

Mike E.COO When looking at the 2025 vision, I think the key is our members. Business is the sum of individuals. Imagine that from now to 2025, everyone in your organization could improve by 1% per month. What about the future of Hwaseung Shoes? As a leader, we want to lay the foundation for a fertile organizational culture and invite all employees in the organization on the journey of achieving this vision, growing by 1% per month. One word can sum up the momentum for the 2025 vision: adaptability and resilience. We must think differently. Both tangible and intangible assets occupy an equal proportion, and we must share the purpose, vision, mission, and attitude to succeed as one Hwaseung Team.

Hugh, S.A To achieve your vision, you need to be an expanded and powerful hardware and apparel manufacturer with a strong vertical integration strategy. This will be the biggest factor that sets it apart from other companies. We are also driving digital connections from creation to manufacturing, including connecting all facilities in real time. For this, we must fulfill our responsibilities as a signatory to the UNFCCC Charter, which requested sustainable business stance and to achieve human resource recruitment and retention program.

마지막으로 무한 경쟁 시대 속 다양성이 강한 기업이 되어
국적과 인종을 초월하여 모든 직원이 동등하게 성공
할 수 있는 기회를 확보해야 합니다. 차이의 결과로 나타
나는 다양한 관점을 가치 있게 여김으로써 새로운 지식
을 창출하고 혁신의 기회를 창출해야 치열한 비즈니스
환경에서 생존할 수 있을 것입니다.



마이크 E.COO 화승엔터프라이즈는 4개국
에 4만 5천 명 이상의 임직원이 함께 이
룩한 큰 사회입니다. 우리는 세계에서 가
장 좋은 ‘조직 문화’를 만들고, 새로운 인재들을 모아 꿈
을 펼치게 해줌으로써 사회에 기여할 수 있다고 생각합
니다. 다음 세대에 화승엔터프라이즈가 전 세계를 아우
르는 크리에이터를 보유한 글로벌 기업이 되기 위해서는
어떤 상황에도 대처할 수 있는 스피드와 유연함이 필요
합니다. 이들이 한계를 뛰어넘고, 더 높은 곳에 도달할 수
있도록 동기 부여를 하기 위해 우리는 IT를 통한 각 지사
간의 연결을 뛰어넘어 각 개인에게 다가가는 기업이 되
어야 할 것입니다.



휴 고문 우리는 이미 지구의 미래를 위한
소중한 발걸음을 시작했습니다. 우리는
UNFCCC 협약에 서명한 첫 번째이자 유
일한 신발 제조업체입니다. 2019년을 기준으로 2030년
까지 온실가스 배출량을 30% 줄이고, 2021년부터 2030
년까지 연간 10%의 성장률 전망에도 불구하고 기준치
보다 더 많은 탄소 감소를 약속했습니다. 우리의 계획은
2040년까지 제조 공정에서 탄소중립을 달성하는 것입니
다. 태양광 프로그램과 전력 구매 계약(PPA)을 통해 재생
에너지로 전환하고 있으며, 2022년 중반까지는 베트남
시설에서 62%의 재생 에너지를 활용할 예정입니다. 또한
우리는 2025년 이전에 화석 연료의 사용을 중단할 것입
니다. 쉽지 않은 여정이지만 인류를 위해 반드시 성취해
야 할 약속입니다.

How can HS Group’s Footwear be devoted to society in the future?

LEE, CEO We believe that contributing to the
community is enriching not only society, but
also ourselves. We will continue to build strong
communities, invest in a sustainable future,
and nurture talent for inclusion and diversity.
Furthermore, we must focus on improving the
lives of those who coexist in the global village. We
want to make the world a better place by using
the Earth’s resources as efficiently as possible and
managing wasted resources. Finally, in an era of
infinite competition, we must become a company
with fertile diversity and secure the opportunity
transcending nationalities and races. By valuing the
different perspectives that result from differences,
we must create new knowledge and create
opportunities for innovation to survive in a fierce
business environment.

Mike E.COO Hwaseung Enterprise is a large society
created by more than 45,000 employees in 4
countries. We believe that we can contribute to
society by creating the best ‘Community Culture’
and by gathering new talents to make their dreams
come true. In order for HS Enterprise to become
a global company with creators all over the word
in the next generation, it needs the speed and
flexibility. In order to motivate them to push the
limits and reach higher places, we will need to be a
company that reaches each individual, beyond the
connections between braches through IT.



(왼쪽부터) 화승엔터프라이즈의 마이크 엘리치노 E.COO, 이계영 대표, 휴 해밀 전략고문

미래의 신발 트렌드와 산업은
어떤 모습일까요?



이 대표 크게 두 가지 트렌드로 생각합니
다. 하나는 자연 친화적인 신발입니다.
양모나 나무껍질을 이용해 운동화를 만
드는 미국의 스타트업 ‘올버즈’는 조 단위 기업가치를 가
진 기업이 됐습니다. 이밖에 버섯 균사체나 선인장을 활
용해 의류 소재를 연구하는 일이 많아지면서 신발 산업
역시 친환경 소재를 얼마나 잘 활용하는지가 중요한 요
소가 될 것으로 예상됩니다.
두 번째는 디지털화입니다. 앞으로 전자 관련 요소가 더
많이 포함된 기능성 신발이 힘을 얻고, 다양한 업계와의
협력이 핵심이 될 것입니다.

Hugh, S.A We have already begun a precious step
toward the future of our planet. We are the first
and only shoe manufacturer to sign the UNFCCC,
United Nation Fashion Charter for Climate Change.
As of 2019, we promised to reduce greenhouse gas
emissions by 30% by 2030, and to reduce carbon
by more than the baseline. Our plan is to achieve
carbon neutrality in manufacturing processes by
2040. We are converting to renewable energy
through our solar program and Power Purchase
Agreement(PPA). And we plan to utilize 62% of
renewable energy in our Vietnamese facilities
by mid-2022. Also, we will stop using fossil fuels
before 2025. This will be a difficult journey, but it
is a promise we must fulfill for humanity.

Footwear Trend & Industry,
How's it looks like in the future?

LEE, CEO I think the Footwear's trend will progress in two ways. One is nature friendly shoes. "Allbirds", an American startup that makes sneakers using wool or tree bark, has become a company with trillions USD of corporate value. In addition, as more researches on clothing materials using mushroom mycelium or cactus are expected to become an important factor in how well eco-friendly materials are used in the shoe industry. The second is the digitalization. In the future, functional shoes with more electronic elements will gain power and collaboration with various industries will be the key point.

Mike E.COO The pandemic has also marked a significant transformation in the way of business operation and collaboration. Changes in market share within five years will emerge as a new form. In terms of distribution supply chain, personal consumer customized products and e-commerce market growth will be strong. Now, the key to the future industry is Digitalization. Digitalization covers everything from production to distribution. Finally, it is sustainability. Social and moral sustainability, as well as consumption patterns, are still new fields. Just labeling eco-friendly products is not enough. Distribution, supply, worker rights and environmental friendliness will become more important factors.



마이크 E.COO 팬데믹은 기업 운영 방식과 협업에서도 중대한 전환점을 남겼습니다. 5년 이내의 시장 점유의 변화는 새로운 형태로 변화할 것입니다. 유통 공급망 측면에서는 개인 소비자 맞춤형 형태의 상품, 이커머스 시장의 성장이 강력하게 나타날 것입니다. 이제 미래산업의 열쇠는 디지털화입니다. 디지털화는 생산부터 유통까지 모든 범위를 아우르고 있습니다. 마지막으로 지속가능성입니다. 소비 형태뿐만 아니라 사회적, 도덕적으로의 지속가능성은 아직 생소하고 새로운 분야입니다. 단지 친환경 제품이라는 라벨만으로 충분치 않습니다. 유통, 공급, 노동자 권익 그리고 환경 친화에 대한 부분은 더욱 중요한 요소가 될 것입니다.



휴 고몬 브랜드들은 2025년까지 견고한 성장이 이루어질 것이라고 예상하고 있으며 이에 맞춰 우리는 두 가지 주요한 변화를 준비해야 합니다. 첫 번째는 D2C(소비자에게 직접 전달) 판매 증가로 기존 고객에게 새로운 D2C 모델로 서비스를 제공하는 방법을 이해하고 도입해야 합니다. 두 번째는 신소재, 프로세스 및 운송 수단에서 지속가능성에 초점을 맞춰야 합니다. 라이프사이클에 대한 평가는 이제 고객을 유치하기 위한 중요한 고려 사항이며 이것은 우리가 탄소 중립 신발을 어떻게 만들어야 할지 고민해야 하는 시점이 되었다는 의미입니다.



화승엔터프라이즈는 업계 최초 유엔기후변화협약에 가입함으로써 지속가능한 경영을 핵심가치로 삼고 사업 전반에 걸친 환경 문제를 적극 개선해 나갈 예정이다.

Hugh, S.A Brands expect solid growth by 2025. In line with this, we need to prepare for two major changes. First, you need to understand and adopt how to serve your existing customers with a new D2C(Direct to Customer) model. Second, we should focus on sustainability in new materials, processes and vehicles. Lifecycle assessment is now an important consideration for attracting customers, which means it's time for us to think about how to make carbon neutral shoes. 🦋

나에게 신발이란? What is the meaning of footwear for you?



이계영 대표
Gye-Young Lee, CEO

신발은 가장 낮은 곳에서 온몸의 무게를 받아내 대지의 생명을 빨아들여 열정과 성실함으로 삶을 이어가는 우리들의 의지가 함축된 상징입니다.

Footwear is our will to continue our lives with passion and sincerity by taking the weight of the whole body from the lowest part of the body, sucking up the life of the earth.



마이크 앨리치노 E.COO
Mike Allicino, E.COO Footwear

모든 사람은 그들의 삶을 여행하고 있습니다. 신발은 목적지가 달라도 삶의 여정을 가능하게 도와주는 희망의 대상이자 동반자입니다.

Everyone is traveling their lives. Shoes are an object of hope and a companion that helps us make the journey of life possible even with different destinations.



휴 해밀 전략고문
Hugh Hamill, Strategic Advisor

개인적으로 전직 마라토너이자 육상고치로서 신발은 보호 장비였습니다. 지금은 한 사람의 성격과 스타일을 보여주는 데 중요한 표현의 수단입니다.

In the past, shoes were equipment that protected me as a former marathoner and athletic coach. Now, shoes are an important means of showing a person's personality & style.

신발의 미래를 찾아서

많은 인류학자들이 ‘신발의 출발점은 차가운 얼음판과 뜨거운 모래 위 발을 보호하기 위해 짐승의 가죽이나 두꺼운 나뭇잎 등으로 발을 감싸기 시작하면서부터’라는 가설에 동의한다. 그동안 고대의 전투화, 유럽 왕실과 귀족들의 살롱화를 거쳐 다양한 운동경기의 특성에 맞춘 각종 스포츠화(테니스, 탁구, 골프 등) 및 레저(등산, 조깅 등)에 필요한 신발들이 속속 출시되었다. 더 나아가 오늘날엔 개인의 취향에 따른 디자인이나 기능을 살린 신발을 소유하고자 하는 구매 욕구 또한 높아졌다. 이에 발맞춰 미래의 신발산업도 가장 현대적인 기술과 접목되고 있다. 대한민국의 신발산업, 어디까지 발전했고 앞으로는 어떻게 나아갈 수 있을까.

부산경제진흥원
신발산업진흥센터 시설

❶ 보행 및 러닝 테스트베드
국제 표준 규격의 주로
설치되어 있으며 통합형
기능향상 신발 성능평가
환경 조성



TOP 20 세계 신발 소비 국가(2019년 기준)

1	중국	11	멕시코
2	인도	12	러시아
3	미국	13	방글라데시
4	인도네시아	14	이탈리아
5	브라질	15	터키
6	일본	16	나이지리아
7	파키스탄	17	필리핀
8	독일	18	스페인
9	프랑스	19	남아프리카
10	영국	20	대한민국

※ 총인구수가 많은 중국, 인도, 인도네시아, 브라질 등이 주목할만한 소비를 보였고, 비교적 부유한 미국, 일본, 독일, 프랑스 순이며 대한민국은 전체 소비량의 1.0%로 20위에 위치한다.

100년 전 고무신에서 오늘의 운동화까지

신발인 사이에서는 ‘한 사람이 1년에 구입하는 신발의 개수가 그 나라의 생활수준과 선진화 정도를 비교적 정확히 알 수 있는 지표’라는 말이 있다. 통계에 따르면 대부분의 선진국 사람들은 1년에 5켤레 이상을 구입한다. 우리나라도 2억 2,000만 쪽 정도로 선진국 수준의 소비를 나타낸다.

우리나라에 근대적인 의미의 신발산업이 태동한 것은 언제일까? 1920년 서울에 설립된 ‘대륙고무공업’ 이후라고 알려져 있으니 신발산업이 우리나라에 뿌리를 내린 지도 어느덧 100년이 넘었다. 이 시기의 신발은 대부분 고무신이었고 그때까지 짚신이나 나막신을 신던 국민들에게 선풍적인 인기를 얻어 급속도로 생산량을 늘려갔다고 한다. 이런 분위기에 힘입어 삼화(범표 1931년), 태화(말표 1947년), 국제(왕자표 1949년), 동양(기차표, 1953년), 진양(1963년) 등 유수의 신발기업들이 생겨났다. 이들은 1970년대 들어 고무의 가황공정을 개선한 케미화를 생산하기 시작하면서 신발제조에 세계적으로 경쟁력을 갖추기 시작했다. 신발산업은 기계, 화학, 소재, 물류 등 여러 가지 산업이 유기적으로 결합해야 하는 융합산업이라는 특성을 가진다. 당시 기반산업의 비약적인 경제 발전을 이룬 우리나라가 풍부한 노동력으로 독보적인 경쟁력을 가진 신발, 특히 운동화 제조국으로 국제적인 명성을 얻었다.

1970년대와 1980년대까지 대한민국의 운동화 제조 경쟁력은 세계 최고였으며, 이 시기에 나이키, 리복과 같은 브랜드 회사들은 대한민국의 신발기업을 파트너로 조깅화와 에어로빅화 같은 제품들을 개발해 선풍적인 인기를 끌었다. 특히 화승의 모태기업인 동양고무는 오늘날의 나이키가 있기까지 빼놓을 수 없는 일등공신이라 할 수 있다. 그러나 1990년도에 들어서면서 우리 사회에 밀어닥친 민주화의 열풍, 인건비의 급격한 상승 등의 영향으로 생산기지는 점차 중국, 베트남, 인도네시아 등으로 이전했고 현재까지 계속되고 있다.



**부산경제진흥원
신발산업진흥센터 시설**

② **스포츠 테스트베드**
다양한 스포츠화에 대한
생체역학적 성능평가를 위해
실제 경기장에서 사용되는 국제
표준규격의 시험환경 구축

③ **아웃도어 테스트베드**
다양한 외부환경에 대응 가능한
아웃도어 신발의 성능평가를 위한
테스트 환경 조성

대한민국 신발산업의 강점, OEM에서 ODM으로

오늘날의 신발산업은 마케팅과 제조로 이원화된다. 마케팅은 나이키, 아디다스, 리복 등으로 대표되는 브랜드 기업들이 큰 지분을 가지고 있는데 이들 유명 브랜드의 세계 시장 점유율은 60%가 넘는다고 알려져 있다. 마이클 조던이나 타이거 우즈 같은 세계적 스포츠 스타를 발굴하여 자사 제품을 사용하게 하고 이를 국제적인 광고에 활용한 나이키의 사례에서 보듯 이들 브랜드사들의 광고·마케팅 시장은 그야말로 거대 자본이 투입된 치열한 경쟁 속에서 그들의 브랜드를 철저히 각인시키는 각축장이 된다.

제조 분야는 개발과 생산 부문으로 다시 나눌 수 있을 것이다. 특히 우리나라는 신제품 개발 분야에 전통적으로 강점을 가진다. 세계의 유수 브랜드들도 우리 신발기업들과는 전통적 개념의 OEM(Original Equipment Manufacturing)보다는 ODM(Original Development Manufacturing) 생산을 선호하고 있다. 산업적으로 우리나라가 상대적 강점을 지닌 기계, 소재, 친환경 산업, 디자인 등을 활용해서 새로운 신발을 개발하고 이를 브랜드사에서 선택하여 생산 오더를 독점적으로 개발업체에 의뢰하는 제조방식이 오늘날 우리 신발기업들이 선호하는 양상으로 자리잡고 있다.



파도를 신발 편집샵

2020년 9월 4일 오픈해 부산의 신발기업 30여 브랜드가 모여있다. 커스텀 체험 및 작가들의 장소인 '커스텀 슈즈 랩'에 연결되어 부산신발과 예술문화활동이 하나의 문화를 형성한다. 이곳에서 세상에 하나뿐인 자신만의 디자인으로 작가들과 함께 소장용·실생활용 등 특별한 신발을 만들 수 있다.



79억 명의 신발 속 무궁무진한 성장을 기대하며

신발은 단순한 공산품을 넘어 각종 문화와 첨단기술들이 융합되는 문화상품으로 진화하고 있다. 친환경 소재의 사용, 재활용 가능성의 연구, 새로운 레저활동 출현과 이에 부합되는 신발의 개발, 운동역학과 인체의 변화에 따른 기능성 신발의 개발, 자신만의 개성을 표현하고 싶은 마니아층의 커스텀 신발 등 많은 사람이 요구하는 좋은 신발을 만들기 위한 노력과 경쟁은 지금 이 시간에도 계속되고 있다.

한때는 신발산업의 성장 가능성이 낮게 평가되면서 산업육성정책에서 소외되는 경향도 있었지만 이러한 정책적 판단은 재고의 여지가 있다. 앞에서 살펴본 바와 같이 한국 신발산업이 지닌 강점들을 기반으로 산업환경의 변화라는 기회를 잘 활용한다면 향후 신발산업의 성장세는 가속화되고 고부가가치산업으로 우뚝 설 수 있을 것이다. 그 흐름에 발맞춰 작년 부산경제진흥원 신발산업진흥센터에서도 국내 신발 완제품 분야에서 유일하게 KAS 공인제품인증기관으로 인정을 받는 쾌거를 달성했다.

KAS 공인제품인증기관인 센터를 통해 인증을 받게 되는 신발 제품들은 엄격한 인증 절차를 거쳐 품질에 대한 우수성뿐 아니라 신뢰성을 확보함과 동시에 국가 간 상호인정협정

(MRA, Mutual Recognition Agreements)을 통해 협정 국가의 추가 인증을 받지 않아도 인증을 받은 것과 동일한 효력을 얻게 된다. 이는 한국 신발기업의 기술무역장벽 극복을 통한 기술과 수출 경쟁력 강화에도 도움이 될 것이며, 더 나아가 한국 신발산업 전반에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다. 또한, 2019년도에 구축이 완료된 국내 최대 규모의 '신발 생체역학 성능평가 테스트베드'를 활용하여 기능성 신발이 인체에 미치는 영향을 평가할 수 있는 신발 생체역학 성능평가 시험 단체표준 개발을 추진하고, 기능성 신발의 인증 분야를 지속적으로 확대해 나갈 예정이다.

한 통계자료에 의하면 2019년 기준, 한 해에 243억 켤레의 신발이 전 세계에서 생산되었다고 한다. 전 세계의 인구는 79억 명이라고 하니 전 세계 인구 1인당 1년간 5켤레를 소비한다면 연간 200억 켤레 정도는 더 만들어져야 한다는 단순한 셈을 적용했을 때, 아직도 신발 산업의 성장 가능성은 무궁무진하다. 전 세계를 무대로 열심히 각자의 분야에서 뛰고 있는 우리 신발인들과 함께 '세계는 넓고 만들어야 할 신발은 아직도 많다'라는 마음을 나누고 싶다. 🙌

2021년, 글로벌 화승의 핫 씬머

2021년의 절반을 지나는 지금, 글로벌 화승의 열기가 뜨겁다.
열정과 도전으로 의미 있는 성과를 만들고, 실천에 앞장서며 새로운 역사를 써내려가고 있기 때문이다.

화승엔터프라이즈, 유엔기후변화협약 가입

-친환경 리더십 발휘해 탄소 배출량 절감 및 온실가스 배출 감소에 앞장
-지속가능한 글로벌 친환경 기업으로 거듭나



화승엔터프라이즈가 글로벌 신발 OEM·ODM 업계 최초로 유엔기후변화협약(UNFCCC: United Nations Framework Convention on Climate Change)에 가입했다고 밝혔다. 유엔기후변화협약은 온실가스의 방출을 제한하고 지구온난화를 방지하기 위해 세계 각국이 동의한 환경 협약이다. 이번 유엔기후변화협약 가입에는 신발, 의류, 액세서리, 섬유 제조 등 화승엔터프라이즈의 모든 사업부는 물론 베트남(화승비나), 인도네시아(화승인도네시아), 중국(장천제화대련유한공사) 등지의 공장들이 동참했다.

화승엔터프라이즈는 업계 최초 유엔기후변화협약 가입 기업으로서 최근 지속가능한 경영을 강조하고 있는 글로벌 브랜드들과의 관계를 더욱 견고히 할 수 있을 것으로 기대된다. 회사는 지속가능경영을 핵심가치로 삼고 사업 전반에 걸친 모든 환경을 개선하기 위해 전방위적인 노력을 다한다는 각오다. 화승엔터프라이즈는 구체적으로 2019년 배출량 대비 2030년까지 온실가스 배출 30% 감소라는 목표를 세웠다. 그리고 협약 요건들을 충족시키기 위해 운영위원회를 신설하고 환경 관리 전문가를 영입했다. 또한 세계 각지에 있는 현장 건물에 옥상 태양광 패널 설치를 계획하고 있으며, 에너지 효율을 위한 지속적인 개선 프로그램을 개발할 예정이다.

화승엔터프라이즈는 탄소 배출량 절감에 앞장서고 패션 산업 내 지속가능경영을 비롯한 과감한 변화를 주도하며 친환경 리더십을 발휘한다는 방침이다. 이를 위해 생산 공정에서의 탈탄소화, 기후친화적이고 지속가능한 자재 선택, 저탄소 운송, 인식 개선을 위한 고객사와의 적극적인 소통 등에 적극적인 노력을 기울일 예정이다. 이계영 화승엔터프라이즈 대표는 “매년 진행 상황을 탄소정보공개프로젝트(CDP)라는 온라인 플랫폼에 게재할 계획”이며, “이번 계기를 통해 지속가능한 글로벌 친환경 기업으로 거듭날 것”이라고 말했다.

“어려운 시기에 여행보다는 기부가 의미 있죠”

화승네트웍스 박동호 대표 부부, 연제구노인복지관에 쌀 후원



결혼 30주년을 맞아 여행 대신 기부로 훈훈한 소식을 주는 부부가 있다. 지난 3월 31일 연제구노인복지관에서 쌀 후원 전달식을 가졌다. 쌀 500kg를 기부한 박동호, 최미영 부부는 결혼 30주년을 맞이하여 결혼기념일 선물 대신 따뜻한 마음을 전하는 기부로 대신했다. 박동호, 최미영 부부는 여행보다는 지역 내 선한 영향력을 전파하고자 기부에 뜻을 모았다고 한다. 화승그룹의 종합무역 회사인 화승네트웍스 대표이사를 맡고 있는 박동호 사장은 한국백혈병소아암협회 부산지회장을 맡고 있으며, 사회복지 분야에 다양한 활동을 이어왔다. 평소에도 봉사활동 및 기부 등 연제구에 소외된 이웃에게 사랑과 관심을 전하기 위해 꾸준한 활동을 펼치고 있다.

이날 전달식에는 박동호-최미영 부부와 화승그룹 홍보팀 김병호 부장, 심일욱 과장, 그리고 연제구노인복지관 윤미영 관장과 임지영 부장이 참석했다. 윤미영 관장은 “저소득층을 위해 후원해주시는 박동호-최미영 부부에 감사드린다. 연제구 내 경제적으로 어려운 어르신들이 많다. 이런 관심과 사랑이 어려운 분들에게는 큰 힘이 되므로 앞으로도 연제구노인복지관에 지속적인 관심을 부탁드린다”고 고마움을 전했다. 연제구노인복지관에 기부된 쌀은 연제구 저소득 어르신들을 위해 쓰일 예정이다.

화승네트웍스, 플라스틱 저감 캠페인 ‘고고챌린지’ 동참



지난 5월 24일, 화승그룹 유통무역사업 계열인 화승네트웍스가 생활 속 플라스틱 줄이기 실천 캠페인인 ‘고고챌린지’ 동참 사실을 밝혔다. 화승네트웍스 관계자는 “‘일회용품 사용 줄이GO! 다회용품 사용은 늘리GO!’를 실천 문구로 정하고, 전 직원의 플라스틱 저감 캠페인 동참을 이어갈 예정”이라고 말했다. 화승그룹은 2023년 창립 70주년을 준비하는 캠페인 차원에서 앞서 전 직원에게 머그컵을 지급한 바 있다. 고고챌린지는 환경부가 지난 1월부터 시작한 환경보호 캠페인으로, 일회용품 사용을 줄이기 위해 생활 속에서 하지 말아야 할 행동과 할 수 있는 행동 한 가지씩을 약속하고 후속 주자를 주목하는 릴레이 방식으로 진행되고 있다.

박동호 대표는 “고고챌린지 캠페인 참여를 통해 임직원들이 자발적으로 일회용품 및 플라스틱 사용을 줄여 가길 바란다”며 “화승네트웍스는 환경보전 활동과 더불어 환경을 생각한 지속가능한 경영을 강화해 나가겠다”고 덧붙였다. 금호석유화학 백종훈 대표의 지명으로 챌린지에 참여한 박 대표는 다음 주자로 부산일보 김진수 사장과 명진TSR 조시영 대표를 추천했다.

그룹사옥 장천빌딩, 리모델링으로 리뉴얼하다



부산 연제구 연산동에 소재한 화승그룹 사옥인 장천빌딩의 리모델링이 한창이다. 2020년 하반기부터 시작된 리모델링은 직군, 직위별 인터뷰와 전 직원 온라인 설문조사를 통해 의견을 수렴했다. 사무공간 혁신 컨설팅 자료를 기반으로 올해부터 시작된 층별 리모델링은 임직원들의 쾌적한 공간 조성을 위한 프로젝트로 활발히 진행되고 있다. 층마다 입구에 들어서면 카페 분위기의 팬트리 공간이 있어 직원들의 휴식을 배려했고 사무공간 혁신 인테리어로 더욱 편안한 분위기가 연출될 수 있도록 했다. 본 프로젝트는 현재 화승코퍼레이션, 화승네트웍스, 화승인더스트리를 비롯해 경영진을 위한 공간 등 층별 다양한 리모델링을 통한 공간 변화를 이어갈 예정이다. 올해 말 리모델링 완공 예정으로 시공에 박차를 가하고 있다. 🏗️

70주년 화승...“100년 기업 향해 새 도전”

2023년 70주년을 맞는 화승그룹이 100년 기업을 향한 새로운 준비에 나섰다. 이를 위해 화승그룹은 그룹 비전 등 70주년을 맞을 준비를 대대적으로 전개할 예정이다. 글로벌 사업을 펼치고 있는 화승그룹은 1953년 동양고무라는 상호로 창립했다. 현재 자동차 부품, 소재, 신발 제조자개발생산(ODM), 종합무역, 화학 등 새로운 분야를 개척하며 도약을 준비하고 있다. 화승그룹 관계자는 “글로벌 진출을 비롯해 과감한 사업 다각화와 집중을 펼쳐 기술경쟁이 빠르게 바뀌는 시장의 변화와 위기 속에서 기업을 성장시키는 원동력으로 삼고 있다”고 말했다.

자동차 핵심 부품 전문기업 화승알앤에이는 사업과 투자를 맡은 존속법인 ‘화승코퍼레이션’과 신설법인 ‘화승알앤에이’로 인적분할을 단행했다. 화승코퍼레이션은 자회사들을 지원하고 관리하는 글로벌 헤드쿼터(GHQ)로, 비자동차 부문에서 산업용 고무제품 등을 활용한 미래 먹거리를 발굴하고 투자에 나설 계획이다. 신설된 화승알앤에이는 기존 자동차 부품 사업에 더욱 집중하고 있다. 친환경 자동차 부품 분야의 연구개발을 강화하고 급변하는 자동차 시장의 패러다임에 선제적으로 대응해 미래 수요를 충족시킬 계획이다.

소재 사업군의 화승소재는 국내 제2공장인 명례공장을 가동하며 신규 사업을 준비하고 있다. 동시에 중국, 인도 CMB 공장을 중심으로 공격적인 해외



화승엔터프라이즈가 베트남 호찌민 공장에 가동 중인 자동화설비



영업 전략을 펼치면서 글로벌 제품 시장점유율 확대에 주력하고 있다. 신소재를 기반으로 최근 일본, 동남아시아, 유럽 등 다양한 글로벌 고객사로부터 기술력을 인정받아 전략적 협력 및 제휴에도 나서고 있다. 화승케미칼은 충남 아산에 있는 C&D 중앙연구소를 통해 필름 사업과 신발 접착제, 자동차 코팅제 사업 등 화학 사업을 더욱 강화해 미래 발판을 마련해나가고 있다.

그 밖에 무역 사업군인 화승네트웍스도 경쟁력을 강화하고 있다. 친환경 사업인 바이오 중유 사업, 원자재 구매 및 판매사업을 비롯한 글로벌 공급망(SCM), 기업 소모 자재 유통(MRO),

철강, 식육 등의 일반 무역 사업에 경쟁력 있는 무역회사로 성장하고 있다. 스포츠 패션 ODM 사업군인 화승엔터프라이즈도 글로벌 전문가를 영입해 스포츠 의류 사업에 본격적으로 뛰어 들고 있다. 화승비나(베트남)와 장천제화대련유한공사(중국), 화승인도네시아(인도네시아) 3개 법인을 보유한 국내 유가증권시장 상장 회사다. 스포츠 의류 사업 진출로 매출을 5년 안에 3배 가량 확대하는 목표도 세웠다. 화승그룹은 기존 사업의 내실을 다지고 사업군 내에 다른 아이템을 개발해 사업 영역을 확장할 계획이다. 장기적인 악재와 경기 하락으로 국내 기업들이 고전하는 가운데 화승 또한 ‘인화’라는 경영 철학을 바탕으로 전 임직원이 하나가 되는 화합을 통해 어려움을 극복해 내고 있다. 🏹

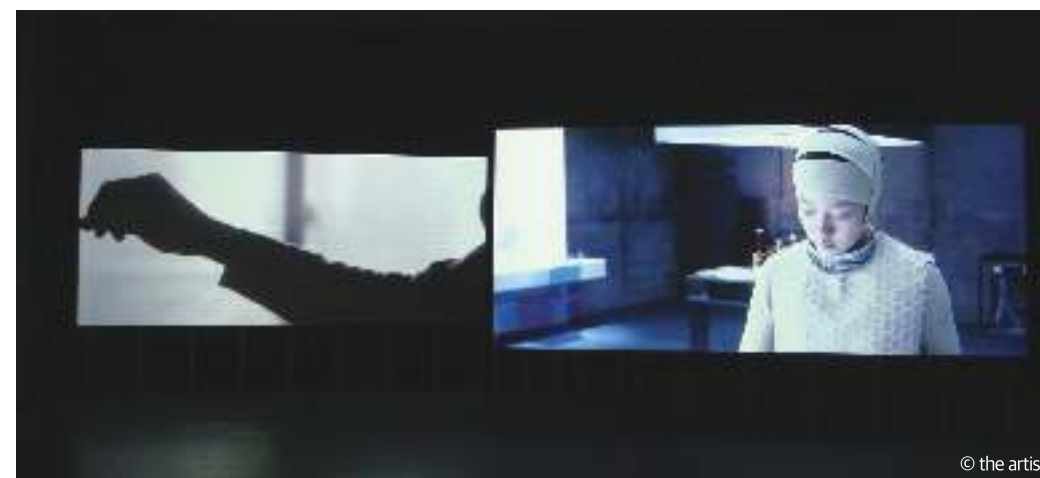
*위 내용은 2021년 5월 25일 발행된 한국경제 기사(김태현 기자)를 편집했습니다.

SHUTTLE

지속가능한 미래를 위해 화승엔터프라이즈가
유엔기후변화협약에 가입했습니다. 글로벌 신발 업계 최초로,
탄소 배출량 절감과 온실가스 배출 감소에 앞장선다고 합니다.
환경이 화두인 시대, 글로벌 친환경 기업으로
나아가려는 노력에 박수를 보냅니다.

예술에 정답은, 어디에도 없는^{no where} 어디에도 있는^{now here}

현대미술 작가
전준호·문경원



문경원 & 전준호, <세상의 저편>, 2012, HD 필름, 도큐멘타(13) 전시 전경, 카셀, 독일

톨스토이는 말했다. “예술은 손으로 만든 작품이 아니라 예술가가 경험한 감정의 전달”이라고...
<미지에서 온 소식(News from nowhere)>의 출발 또한 이와 같다. 마치 유랑극단처럼 보따리 싸들고 다니며 전시하던 현대미술에 회의를 느꼈다는 전준호, 문경원 두 작가가 예술의 역할을 탐구하고자 한 팀이 되어 시작한 프로젝트다.
영상, 설치, 단행본으로 2012년에 처음 선보인 <미지에서 온 소식>은 당시 독일의 ‘카셀 도큐멘타’를 비롯해 국립현대미술관이 선정하는 ‘올해의 작가상’을 수상했으며 해외 다수 갤러리에 초청받았다. 그리고 오는 9월, ‘MMCA 현대차 시리즈 2021’을 통해 신작 공개를 앞두고 있다. 예술의 출발과 존재를 말하는 두 작가와 함께했다.

내년이면 <미지에서 온 소식> 프로젝트도 10주년입니다. 코로나19를 겪으며 임수정, 이정재 배우가 출연한 영상 <미지에서 온 소식: 세상의 저편>도 재평가받고 있다고 하네요.

문경원 인류를 새롭게 이야기하려면 인류멸망이 전제되어야 했는데, 이러한 설정을 각별하게 봐주시더라고요. 현실로 다가온 아포칼립틱한 상황에서 인류의 무기력함을 깨닫고, 문명이 발달하면서 생기는 회의감 같은 것들을 미디어 인물을 통해 구현해내고자 했습니다. 마지막 인간이자 예술가로서의 남자(이정재), 새롭게 시작하는 인류로서의 여성(임수정), 그리고 이들이 살아가기 위해 필요한 기본적인 의식주 등을 전문가들과의 협업을 통해 6개의 도구로 완성했습니다. 지금 같은 상황을 예측한 것은 아니고 그저 예술가로서 회의적인 시각에서 벗어나 예술을 통해 삶의 가치를 짚어보고자 했는데, 도구 설정 자체가 유용하고 신선했다는 평가를 받았어요.

스스로에게 반성의 기회가 되는 작업이 하고 싶었다고 답한 적이 있어요. 말씀하신 예술가로서 회의적인 시각도 비슷한 개념인가요?

전준호 예술이 무엇인지 늘 궁금했습니다. 예술은 대중과의 소통이라는 말인데 그 말이 추상적으로 들렸거든요. 대중을 어떻게 규정할지, 어디까지를 대중이라 할지, 소통이 무엇인지와 같은 질문을 하다 보면 ‘이 시대에 과연 예술이 필요한가’에 대한 질문으로까지 연결됩니다. 예술가가 필요 없다면 과연 ‘우리 존재는 어떻게 규정지어질까’ 하는 것도요. 사실 스스로에 대한 질문이었기에 훨씬 더 간절했던 거 같아요. <미지에서 온 소식: 세상의 저편>을 완결짓기 위한 3년은 그런 간절함, 정답을 찾기 위한 바람의 시간이었습니다.

다른 전문가들과의 협업으로 예술의 다양성, 확장성을 보여주었습니다. 뇌과학, 종교, 건축 등 분야가 꽤 방대하던데 섭외 기준이 따로 있었나요?

전준호 기준이라기보다 참여해주실 수 있는 분들을 많이 조사했어요. 각자가 생각하는 예술은 무엇이고, 삶 속 예술의 가치에 대한 다양한 의견을 들어보고 싶었거든요. 섭외를 위해 그들을 설득하고, 프로젝트의 진정성을 보이고자 공부했던 시간도 생각보다 많이 소요되었습니다. 그들이 하고 있던 연구, 방법, 태도들에 대한 조사가 선행되어야 하니까요.



문경원 & 전준호, <세상의 저편>, 2012, HD 필름, 13분 35초, 스틸컷

문경원 조사를 많이 했다고 다 성사된 건 아니고요. 협업에는 어느 정도의 희생도 따라야 하니까요. 이 프로젝트를 받아들이고 기꺼운 마음으로 모든 것을 내줄 수 있는 분이 그 분야의 고수들이었던 거죠. 상대적으로 하고 싶은 일을 결정하고 그만큼 할애하는데 자유로운 분들이니까요. 운 좋게 훌륭한 분들을 만나 같이 배우고 나눌 수 있었습니다.

훌륭한 분들과의 협업, 그리고 3년이라는 짧지 않은 시간을 거쳐 완성된 <미지에서 온 소식>은 이후 작업에도 많은 영향을 끼쳤을 것 같습니다.

전준호 누구나 예술가가 될 수 있고 무엇이든 예술품이 될 수 있는, 예술의 형식과 모습이 급변하는 시대니까요. 기획이나 영상에서 감독의 역할, 협업 리더로서의 역할, 플랫폼 운영자로서의 역할 등 예술가에게 부여하는 기대나 기능이 늘어나면서 고민도 많아졌습니다. 과도기지만 작업을 통해 계속해서 ‘예술가의 모습은 어떻게 변할 것인가’에 대한 궁금증을 탐구해나가고자 합니다.



두 분의 협업은 어땠나요. ‘서로 많이 싸웠다’는 답변이 있던데요. 그럼에도 10년이 넘는 지금까지 계속하고 있는 이유는 무엇인가요?

전준호 서로 잘 맞으면서도 안 맞아서입니다. 취향과 성향이 굉장히 달라 의견 충돌과 갈등을 종종 겪습니다. 하지만 이 프로젝트에 의미를 두고자 하는 것은 같았어요. ‘다름’과 ‘같음’이 공존하고 있어 지금까지 올 수 있었던 거 아닐까요? 서로 의미 있는 작품을 만들고자 하는 지향점이 같아 갈등은 곧 이해되고 봉합되었어요.

문경원 그리고 운도 좋았어요. 의지만 있다고 작업을 지속할 수 있는 건 아니잖아요. 비교적 오래 작품을 선보일 수 있는 카셀 도쿠멘타는 전범국가인 독일의 반성의 태도에서 출발한 미술 전람회입니다. 현대미술에서 가장 권위 있는 행사이자 협업프로젝트를 펼치기에 이상적인 공간으로도 꼽히고요. 덕분에 첫 협업을 견고하게 준비할 수 있었고, 이후 큐레이터들이 좋은 도시나 기관에 초청하면서 프로젝트가 자연스레 커질 수 있었습니다.

66

부산은 제 고향이자

작품활동에 정서적 그리고

심리적 안정감을 주는

삶의 터전입니다.

99

다르다는 것이 부정적이지만은 않은 것 같네요. 두 분이 극명히 다른 취향과 성향을 가졌다는 건 어떤 점에서 예를 들 수 있을까요?

전준호 화승이니 신발을 예로 들어볼게요. 저에게 가장 중요한 건 신발의 디자인이에요. 불편하더라도 예쁜 신발을 선택합니다. 어제도 운동할 때 신을 신발을 찾는데 마침 그 매장에 제가 원하는 치수보다 한 치수 큰 것밖에 없더라고요. 불편하죠. 그래도 샀습니다.

문경원 이런 부분이 너무 다르죠(웃음). 신발 사는 것을 좋아하지만 디자인만 마음에 든다고 절대 사지 않습니다. 신발은 신어서 편해야 해요. 어렸을 때부터 옷보다도 신발을 중요하게 생각해서 ‘비싸도 발이 편한 신발을 신어야 한다’는 철학을 가지고 있습니다. 그래서 비싼 옷은 손이 떨려 못 사는데 신어서 편하고 좋은 신발은 비싸더라도 주저 없이 구매합니다.



66
예술가로서
회의적인 시각에서 벗어나
예술을 통해 삶의 가치를
짚어보고 싶었습니다.
99



자유의 마을에 대한 작가님들의 꾸준한 관심 덕분에 <미지에서 온 소식: 자유의 마을>이 완성되었다고 해도 과언이 아닌데요. 독자분들에게 감상 포인트가 있다면 소개해주세요.

문경원 남북 분단이라는 한국의 특수한 정치적 상황을 넘어 사상과 이념의 갈등으로 빚어진 기형적 세계로 점철된 인류의 역사를 다루고 있습니다. 두 개의 영상은 과거와 미래로 나누어진 것처럼 보이지만 사실은 현재 같은 시간대에 고립된 삶을 살고 있는 인물들입니다. 시공간이 다른 환경에서 두 사람의 삶이 서로 연결되는 과정을 살펴 주시면 좋겠습니다.

전준호 자유의 마을은 지금의 팬데믹 상황을 훨씬 오래전부터 겪고 있는 마을입니다. 코로나19로 인한 사회적 고립이 그들의 삶 속에 녹아있는 세월인 거죠. 자유의 마을을 다루며 지금 달라진 우리의 삶도 되돌아볼 수 있는 계기가 될 것입니다.

<미지에서 온 소식: 자유의 마을> 중 일부는 부산영화촬영스튜디오에서 촬영되었습니다. 전준호 작가님의 고향이기도 한데, 부산이 작품 활동에 어떠한 영감을 주는지도 궁금합니다.

전준호 부산은 제 고향이자 삶의 터전입니다. 개인적으로 집에서 일하는 것처럼 편했습니다. 부산에서의 창작 활동은 정서적으로 그리고 심리적으로 안정된 상태에서 작품에 몰입할 수 있는 여유를 줍니다.



문경원 부산이라는 도시의 바다는 특히 이국적으로 느껴집니다. 사람들의 캐릭터도 외향적이고 솔직해서 친근하게 다가옵니다. 특히 이번 작품을 부산에서 촬영하면서 더 좋은 인상을 가지게 되었습니다.

화승과도 특별한 인연이 있다고 들었습니다. 화승에 대한 기업 이미지나 느낌은 어떤가요?

문경원 현지호 부회장님과 인연이 있습니다. 벌써 10년이 넘었으니 매우 특별합니다. 항상 가까워서 응원해주시는데 지면을 빌어 감사 인사를 전하고 싶습니다. 그래서인지 저희에게 화승은 문화예술 기업의 이미지가 더 큼니다.

전준호 고등학교 때 친구들과 화승에서 만드는 유명 브랜드의 신발을 구하려고 화승 공장 근처를 자주 갔었던 즐거운 추억이 있습니다. 고무신 제조부터 출발해 지금은 고무 화학과 자동차 부품 등을 만드는 세계적인 기업으로 성장했습니다. 그 행보가 자랑스럽습니다. 경영하시는 분들과 직원분들께서 우리의 자연과 문화재에 대한 조예가 깊고 예술에 대한 관심

과 사랑이 많으신 거 같아요. 그런 건강한 문화를 가진 기업이 부산에 있다는 것은 큰 자랑이자 행운이라 생각합니다. 앞으로도 더 가치 있는 기업으로 발전하길 진심으로 바랍니다.

전준호, 문경원 작가는 말한다. no where, 예술의 정답은 어디에도 없다고. 그리고 now here, 예술은 이미 우리 삶 속에 존재한다고. 두 작가는 그때도, 지금도 예술은 본능적으로 느끼는 것이라 믿는다. 그래서 옳고 그르다는 이분법적인 시선에서 벗어나 아름다움에 질문을 던지고, 예술의 경계를 흐릿하게 만들고 싶어 한다. 그래서 이들의 다음 여정이 더 궁금해진다. 🦋

*화승 DBT magazine 가을호에 전준호, 문경원 작가의 신작 <미지에서 온 소식: 자유의 마을>이 소개될 예정입니다. 많은 관심과 기대 부탁드립니다.

우리 화승인은 무엇을 신는가

‘그 사람을 판단하고 싶다면 그 사람의 신발을 신어보라’는 인디언 속담이 있다.
‘화승’이라는 하나의 이름으로 매일 전진하는 우리 화승인의 신발들을 신어보자.

듬직한 수호천사 같은



정정훈

화승T&C 생산팀 주임

신발은 그 사람을 소개하는 명함과 다름없다. 화승T&C 생산팀 정정훈 주임의 안전화, 패션의 완성을 위한 신발이 아닌 투박하지만 튼튼한 만돌새의 작업화다. 정직하고 듬직한 가장에게 가장 어울리는 신발이다. “작년에 현장 점검 중 가류드림에 발이 잠시 끼인 적이 있었어요. 물론 안전화 덕분에 전혀 다치지는 않았는데, 새삼 무심하게만 여겼던 안전화의 소중함을 실감한 순간이었어요.”

요즘 안전화 못지 않게 정 주임이 즐겨 신는 신발은 양산천을 달릴 때 신는 런닝화. 이 신발 역시 속 깊은 가장다운 선택이다. 건강하게 오래 일하는 것이야말로 최고의 성공이라고 믿기 때문이다. 발을 보호하는 안전화와 가족을 지키는 가장, 그리고 내일을 보장하는 운동화. 그렇게 셋은 수호천사 같이 닮아있다.

당찬 신데렐라 처럼



이선진

화승네트웍스 화학팀 사원

2020년 입사한 화승네트웍스의 ‘2년차 루키’ 이선진 사원. 유연하면서도 확고한 자기만의 취향을 가진 MZ세대답게 이선진 사원은 발이 편안한 운동화를 즐겨 신는다. 그런 그에게 ‘삶에서 각별한 신발’을 소개해달라고 하자, 의외로 ‘구두’를 꼽는다. “화승네트웍스 면접을 준비할 때 어머니가 힘내라며 선물해주셨기에 저에게 가장 소중한 신발은 이 구두입니다.”

좋은 신발은 사람을 좋은 데로 데려간다고 했던가. 엄마의 사랑과 응원이 담긴 진짜 ‘좋은’ 구두 덕분인지 이선진 사원은 그때의 간절했던 소망을 이뤘다. 이제 이선진 사원은 더 큰 꿈을 꾸다. 선배와 동료들이 주목하는 화승의 신데렐라다. 남이 준 유리구두가 아닌 내 발에 맞는 신발을 스스로 찾는, 그런 당찬 신데렐라 말이다.

행운의 양탄자



차성호
화승케미칼 DX팀 매니저

화승케미칼 입사 7년차의 차성호 매니저. 그는 요즘 '화승케미칼의 새 얼굴'이 될 홈페이지 리뉴얼 작업에 여념이 없다. 홈페이지와 씨름하다보면 하루가 어느새 훌쩍 지나간다. 그 시간 내내 그의 하중을 책임지고 밀받침하는 건 실내화. 평범하지만 그에게 그 신발은 알라딘의 양탄자와 같다. 출퇴근 운동화를 벗고 이 실내화로 환승하면 매일매일 새로운 일상의 모험이 시작되기 때문이다. 화승케미칼로의 바라던 이직도 이 실내화를 타고서였다. 알라딘에게 지니와 같은 빅 캐릭터처럼, 필요한 순간 적재적소에 나타나는 행운의 양탄자 같은 실내화. 오늘도 서글서글한 차성호 매니저는 그만의 양탄자를 타고 때론 꽃길을, 때론 울퉁불퉁한 협업의 돌길을 걷고 있을 것이다. 화승 속 신나는 모험을 향해 날아라 실내화야!

베트남의 앨리스처럼



Le Thi Diem Trinh
화승비나 HRD 사원

한국에서 “찐, 찐, 찐, 찐, 찐이야~”가 여기저기서 들려올 때, 화승비나에도 찐이 있었다. 지난 9월, 화승비나에 입사한 신입사원 레 티 디엠 찐이다. 화승비나의 전반적인 교육을 담당하는 찐은 크고 작은 행사 진행은 물론 술선수범, 발로 뛰는 행동파다. 동료들 사이에서는 베트남의 온라인 스토어인 ‘티키’라고도 불리는데, 온갖 정보와 아이디어가 넘쳐나기 때문이다. 그런 그는 동화 속 앨리스처럼 여행하는 걸 좋아하며, 사람을 만나 영감을 얻곤 한다. 여행에서 운동화는 꼭 빼놓지 않고 챙기는데 특히 여행 메이트로부터 선물 받은 아디다스 운동화를 아낀다. 발에 딱 맞는 운동화 신고 부지런히 걸으며 만난 멋진 풍경이야말로 지금의 찐을 있게 했다. 이상한 나라의 앨리스처럼 운동화 끈고쳐 매고 베트남의 아름다운 길 따라 영감의 여행을 떠날 수 있기를. 

최선의 아름다움 화승의 이름으로



2021 미스 부산·울산 善

김나운

올해로 65회를 맞이하는 미스코리아 대회, 서울 본선에 앞서 지역 예선인 부산·울산대회가 지난 4월 27일 부산 농심호텔 대청홀에서 펼쳐졌다. 지성과 미모를 거루는 대회에서 화승그룹이 후원하는 미스 부산·울산 善을 차지한 주인공은 김나운 씨. MZ세대다운 열정과 패기, 그리고 화승에 대한 애정을 거침없이 쏟아내는 그녀를 초여름의 문턱에서 만났다.



“안녕하세요, 제가 늦은 건 아니죠?”

여름임을 맹렬히 주장하는 더운 날씨, 머리부터 발끝까지 갖춰 입은 모양새에 양손엔 커다란 쇼핑백까지 챙겨 든 이가 부산의 한 예술 카페로 들어선다. 한껏 상기된 얼굴에 다급한 표정 이지만 보는 것만으로도 평범하지 않은 그녀, 다름 아닌 2021 미스 부산·울산 善(후원사상-화승그룹) 김나운 씨다. 미인대회가 공중파 방송에서 사라지면서 이미지가 인식에 예전과 많이 달라졌지만, 미스코리아가 갖는 ‘아름다움의 대표’라는 수식어로서의 가치는 여전히 건재한 듯싶다. 미스코리아는 역시 미스코리아, 시쳇말로 클래스가 다르다. 오늘의 촬영을 위해 쇼핑백에 운동화와 구두까지 챙겨왔다는 그녀에게 대회 출전 동기를 물었다.

“어릴 적 꿈이 미스코리아였어요. 한동안 잊고 지내던 그 꿈을 아이러니하게도 코로나19로 인해 다시 떠올리게 되었습니다. 안되더라도 좋은 추억이 되겠다 싶었는데, 이렇게 지금 미스코리아 본선 무대를 준비하고 있네요.”

지금은 이렇게 청량하게 웃고 있지만 대회 준비에 따른 고충도 있었으리라. 시간에 쫓겨 지원서를 내고 2주 동안 스피치, 워킹, 포즈 연습에 짧은 합숙생활까지 숨 가쁘게 달렸지만 이에 앞서 부모님의 반대가 심적 어려움이었다고. 하지만 이 또한 아이러니하게도 2021 미스 부산·울산 善이 되면서 보수적인 부모님의 반대와 걱정까지 날릴 수 있었다.



*우리말로
“화승 소식지에 실릴 수 있어
영광입니다”라는 뜻



(위로부터) 평소에 자주 신고 있는 일상 운동화,
친언니의 사랑과 격려가 담긴 아디다스 운동화,
미스 부산·울산·영남 당선 후 아버지가 사주신 구두,
미스 부산·울산 대회를 함께 치른 행운의 하이힐,
후원사인 화승그룹으로부터 선물 받은 운동화

사진 촬영을 위한 전문 스튜디오가 아닌 카페, 몇 차례 의상을 교체하고 준비해온 신발을 신고 벗기를 반복해도 입가엔 미소가 있고 행동은 민첩하다. 더 나은 것을 만들기 위해 더 다양한 포즈를 취해 보이는 그녀에게서 MZ세대다운 열정과 에너지가 느껴진다. 시원시원한 이목구비를 갖춘 이국적 마스크에 중국 상해교통대학에서 중어중문학과 영어영문학을 전공한 재원이기도 한, 그녀의 다음 목표가 궁금했다.

“먼저 본선 준비를 잘하는 것이고요. 앞으로의 꿈은 중국에서 활동하는 사업가예요. 학교 졸업하고 중국에서 인플루언서로 활동하고 있거든요. 아직은 구독자가 많지 않지만, 일단은 왕홍을 목표로 하고 있습니다.”

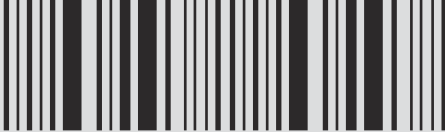
중국 모바일 소비를 이끄는 왕홍처럼 라이브커머스 시장에서 자리 잡은 후 사업을 지속해나가는 것이 목표라는 당찬 포부의 주인공에게 향후 화승과의 윈-윈 가능성에 대해서 묻자, “당연하고, 영광이죠”라고 화답한다. 이번 미스코리아 부산·울산대회를 통해 화승에 대해 더 자세하게 알게 되었다는 김나운 미스 부산·울산·영남, 어릴 적 꿈에서 젊은 날의 추억으로 생각했던 미스코리아가 현실이 되면서 욕심이 생겼다고 한다.

“화승의 이름으로 본선에서도 좋은 성적을 거두고 싶어요. 최선을 다할 테니, 지켜봐 주시고 응원해주세요!”

2021 미스코리아 본선 대회가 끝나면 다시 중국으로 돌아가 인플루언서로 본격적인 활동을 펼치겠다고 덧붙이는 2021 미스 부산·울산·영남 김나운. 중국을 넘어 세계 시장에서 활약할 그녀를 그려보며 거침없는 그녀의 꿈에도 박수를 보낸다. 더불어 그녀를 통해 화승 제품이 날개 돋친 듯 판매되는 상생의 날 또한 즐겁게 기대해본다. 🙌



장소협찬: 카페 머지(051-527-8196)



나 다시 돌아갈래!

낮선 장소가 주는 설렘, 자유, 여유는 여행이 주는 또 다른 즐거움이다.
하지만 당연한 것이 당연하지 않아진 지금, 흘러가는 시간이 야속하기만 하다.
화승 사람들의 추억담을 통해 지난 추억을 꺼내보고 하루빨리 일상으로 돌아가길 희망해본다.
마음만 먹으면 어디든 떠날 수 있던 그 시절로 나, 다시 돌아갈래!



강우준 화승네트웍스 전라기행팀 대리



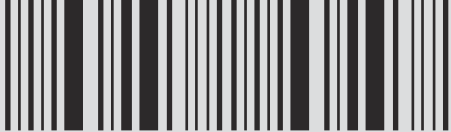
NAME 박정민 화승코퍼레이션 국내호스시트영업팀 사원
DEPARTURE 대만

특별한 추억을 만들고자 생활한복을 준비했습니다. 대만은 1일 버스타어가 유명해 다양한 나라의 사람들을 만났는데, 이때 한복 예쁘다고 많이 칭찬하더라고요. 그리고 어느 나라 사람인지 물을 때 당당히 “코리안”을 외쳤습니다. 코로나19 이후의 일상은 이전보다 더 행복할 것이라 믿습니다. 다가올 코로나19 이후의 행복한 일상을 위하여 조금만 더 기운내세요.



NAME 박건국 화승T&C 관리팀 사원
DEPARTURE 일본

도쿄로 떠난 여행, 처음 가본 해외여행이라 더 기억에 남습니다. 계획을 세우지 않고 발길이 닿는 대로 떠난 여행이었습니다. 일정에 쫓기지 않는 여유롭고 마음 편한 시간이라 행복했던 기억이 나네요. 스쳐 지나가는 계절처럼 다시 행복한 일상을 되찾을 수 있다고 생각합니다. 답답하고 힘든 시기이지만 모두가 건강하셨으면 좋겠습니다.



NAME **조지영** 화승소재 재료개발팀 과장

DEPARTURE **발리**

여름휴가를 맞아해 동료와 함께 떠난 발리! 유명한 선셋 포인트인 꾸따 지역 포테이토헤드 비치 클럽 해변에서 찍은 인생 사진입니다. 발리는 동남아시아 중에서도 깔끔하고 수준 높은 음식, 합리적인 가격의 호텔로 가성비 좋은 여행을 떠날 수 있습니다. 지금은 떠나지 못해 답답하겠지만 곧 지나갈 거예요. 서로 배려하면서 조금만 더 힘내요!



NAME **강우준** 화승네트웍스 전략기획팀 대리

DEPARTURE **말레이시아**

출장으로든 개인적인 여행으로든 자주 간 말레이시아에 대한 추억이 각별합니다. 특히 현지 친구들과 야외수영장에서 보낸 시간이 기억에 남습니다. 후덥지근한 날이었는데 수영 후 마신 차가운 맥주는 말로 표현할 수 없이 상쾌했습니다. 코로나19로 답답하더라도 일상의 소소한 행복을 찾아 지치지 말고, 스트레스를 해소하시길 바랍니다. 파이팅입니다!



NAME **백송희** 화승엔터프라이즈 해외지원팀 매니저

DEPARTURE **코타키나발루**

영혼의 단짝 친구들과 함께 코타키나발루에서 부지런히 섬투어를 다녔습니다. 매일 여러 섬을 돌아다니며 프리다이빙을 했는데 알록달록한 물고기와 정말 빠른 거북이, 예쁜 산호까지 정말 멋진 바닷속 세상이었습니다. 코로나19로 인하여 평범한 일상이 얼마나 소중한지 느끼게 된 것 같아요. 마스크 없이 웃을 날만을 기다리며 조금만 더 힘냅시다!



NAME **송재광** 화승케미칼 경영지원팀 매니저

DEPARTURE **마카오**

2017년 여름, 대학 친구와 떠난 마카오 포시즌스 호텔 수영장의 입구에서 한 컷! 처음으로 계획 없이 쉬기 위해 떠난 여행입니다. 여유를 즐기고 시간에 구애받지 않은 쉼이 그림네요. 거리두기가 필요한 지금, 마음만은 멀어지지 않았으면 좋겠습니다. 코와 입은 가리더라도 마음만은 가리지 말고, 주변과 소통하면서 견디면 다시 그 시기가 돌아올 겁니다.

사회공헌+사내공헌의 가치, 화승케미칼



World Only 사내공헌제도 화승케미칼 취업프로젝트

화승케미칼 구성원들이 가장 고민하고, 관심있는 분야가 무엇인지 조사해보니 자녀의 취업문제가 1순위였다. 이를 지원하고자 기획된 사내공헌제도가 바로 취업 프로젝트의 시작이다. 취업프로젝트는 전/현직 인사담당자, 취업 경험자를 멘토로 구성해 역할 모델을 제시하고 다양한 강연과 취업에 직접적으로 도움이 되는 교육 및 인턴십 등을 제공한다.

2020년은 코로나19로 인해 제약이 많았지만, 비대면 프로그램을 강화하여 올해 4월에 더욱 새로워진 취업프로젝트 3기가 출범했다. 참가자들이 취업에 성공했다는 소식이 이어지고 있는 만큼 프로그램에 대한 반응은 뜨겁다. 이들이 만들어 갈 성공 스토리, 앞으로도 기대해본다.



김필름
生生후기

대학만 보내면 끝일 줄 알았는데, 아들에게는 취업이라는 인생의 큰 과업이 기다리고 있습니다. 부모로서 도움을 주고 싶어 '취업프로젝트'를 신청했습니다. 프로그램은 인턴십, 취업 특강, 멘토링 등 예상했던 것보다 알차고 다양했습니다. 가기 싫어하던 아들 녀석이 열심히 다니는 걸 보니 도움이 되는 눈치여서 뿌듯합니다. 참여했던 아이들이 취업해 케미스토리에 축하 사진이 실리던데, 저도 아들과 사진 한방 크게 걸리는 날이 오길 기원합니다.



오늘날의 기업들은 사회에 유의미한 가치를 창출하기 위해 노력하고 있다. 화승케미칼도 자매결연 시설에 기부금을 전달하는 등의 사회공헌을 하고 있을 뿐 아니라 사내공헌에도 힘쓰고 있다. 구성원이야말로 우리 사회가 건강하고 지속가능하도록 만드는 중요한 존재이기 때문이다. 구성원의 Work&Life Harmony를 지원하는 화승케미칼의 사내공헌 프로그램을 소개한다.



함께 배워요! 케미캠퍼스 (Chemi-Campus)

케미캠퍼스(Chemi-Campus)는 화승케미칼에서 2021년에 추진 중인 교육 프로젝트로 구성원들의 잠재력을 이끌어내고 글로벌 리더로서 성장할 수 있도록 지원하고자 기획되었다. 총 3개의 세부 프로그램으로 구성되어 있어 구성원들은 다채로운 교육을 경험할 수 있다.

화모니(Hwaseung+Harmony)는 글로벌 무대에서 더 큰 가치를 창출하자는 의미의 핵심 인재 양성 프로그램이다. 어학교육은 해외법인이 위치한 중국, 베트남, 인도네시아를 대상으로 언어, 문화, 역사에 대해 지난 3월부터 시행 중이다.

지식포럼은 임원 및 팀장 대상 강연 프로그램으로 다양한 연사들의 경험과 지식 공유를 통해 글로벌 리더로서의 인사이트를 확보하고, 일과 삶에 대한 새로운 관점을 함께 고찰한다. 내부 강연자와 외부 인사를 초청하여 프로그램을 이어나갈 예정이다.

역량향상을 위한 전 직원 공통교육 프로그램으로 Chemi-Way 비전체계 전파, 리더십 교육, 직무역량 강화로 구성되어 있다. 현재 준비 중으로, 2021년 하반기 시작 예정이다.



송중훈 팀장
生生후기

베트남 파견 근무가 결정되고, 현지 생활과 업무 적응을 위해 신청했습니다. 언어를 익히니 현지인 직원들과도 한결 가까워지고 문화를 이해하는데 많은 도움을 받고 있습니다. 실수를 해도 직원들이 재미있게 받아주는 덕분에 자신감이 붙어 "좋은 아침입니다"와 같은 인사를 남발하고 있습니다. 수업에서도 실력이 일취월장한다며 선생님의 총애를 받고 있고요(웃음). 직원들이 편하게 다가와주는 것이 느껴져 벌써 현지인이 다 된 것만 같은 기분입니다!

STATION

‘이윤을 목적으로 운용하는 자본의 조직 단위’를 기업이라고 합니다.
인간미가 느껴지지 않는 개념이지만 기업은 인적 구성원의 산물입니다.
화승이 인화(人和)를 경영이념으로 삼고, 사회공헌뿐만 아니라
화승인을 위한 사내공헌에도 심혈을 기울이는 이유입니다.

곰곰 생각해봐도 나무랄 데 없는, 베어트리파크 속으로

꽃과 나무로 가득한 수목원이자 곰이 주인공인 곳, 두 가지 즐거움을 한곳에서 만끽할 수 있는 곳이 있다. 설립자 이재연 선생의 반백 년 넘는 수고와 열정으로 만들어진 베어트리파크가 바로 그곳이다. 개인의 비밀 정원에서 대중을 위한 힐링 공간으로 어른, 아이 모두에게-곰곰 생각해봐도 나무랄 데 없는-즐거움을 선사할, 베어트리파크로 떠나본다.





개인 정원에서 대중을 위한 공간으로

‘베어트리파크(Beartree Park)’라는 명칭답게 곰이 있고 나무가 있는 이곳은 기존 동물원에서 보았던 몇 마리의 곰이 아니고, 기존 식물원에서 보아왔던 꽃과 나무들이 아니다. 베어트리파크는 10만여 평(33만580㎡) 대지에 1,000여 종 40여만 점에 이르는 꽃과 나무들이 식재되어 있으며 160여 마리의 반달곰과 불곰들의 안식처이자 놀이터이기 때문이다.

국내 유일의 곰을 테마로 한 수목원인 이곳은 아이들뿐만 아니라 어른들에게도 아주 특별한 쉼과 여유, 재미를 느껴볼 수 있는 힐링 공간이다. 송파(松波) 이재연 선생이 ‘자연 그대로의 자연, 휴식 그대로의 휴식이 있는 곳’을 추구하며 2009년 처음 일반에 공개한 베어트리파크는 대림그룹 창업주의 막내동생이자 LG그룹 고문을 지낸 선생의 개인 정원이었다.

젊은 시절부터 나무에 관심이 많았던 선생은 경기도 인근에 나무를 심고 가꾸던 터전을 지난 1979년 지금의 세종시 전동면으로 옮겨와 주말이면 부인 구자혜 여사와 함께 이곳에서 땀을 흘렸다고 한다. 그렇게 50여 년 꽃을 심고 나무를 가꾸며 곰을 보살피는 정성으로 지금의 베어트리파크가 되었다.

그렇다면 한 개인과 가족의 오랜 노력과 정성이 담긴 이곳이 어떻게 일반인도 함께 하는 공간으로 거듭났을까. “반세기가 흐르면서 나무들은 아름드리가 되어 숲을 이루고, 놓아 기르던 반달곰 몇 쌍은 일가를 이루고 대를 이었습니다. 세월의 두께가 쌓이고 정성이 깃든 이곳이 더 이상 우리만의 것이 아니란 생각이 들었습니다. 많은 이들과 이 풍요로움을 나누고 더 많은 아이들이 자연 사랑을 깨닫는 아름다운 수목원과 동물원이 되기를 바랍니다.” 설립자 이재연 선생이 베어트리파크를 열린 공간으로 만든 이유이자, 바람이다.



- ① 향나무동산
- ② 열대식물원
- ③ 베어트리정원(로댕 작품, 생각하는 사람)
- ④ 신이 내린 나무
- ⑤ 분재원
- ⑥ 오색연못
- ⑦ 반달곰동산

베어트리파크
beartreepark.com
세종시 전동면 신송리 217
044-866-7766



송파원

곰과 나무가 있는 국내 유일 테마 수목원

동물과 식물, 다양한 정원과 동산, 연못과 전망대 등을 비롯해 각종 편의시설을 한 곳에 갖추고 있기 때문일까, 일반 관람객 공개 후 매년 내방객이 늘고 있다는 베어트리파크. 입구를 들어서면 오색연못과 유럽풍 웰컴하우스, 즐비하게 늘어선 나무들이 먼저 반긴다. 연못 위 아치형 다리에서는 비단잉어가 유영하는 것을 볼 수 있고 웰컴하우스 주변에서는 천년의 시간을 간직한 대추나무와 수령 800년이 넘는 주목 등 희귀 수종들과 나무로 만든 작품들을 감상할 수 있다. 특히 대만 편백나무 뿌리로 만들어진 ‘신이 내린 나무’는 보는 것만으로도 감탄을 자아낸다.

사시사철 꽃을 피우는 베어트리정원에서는 로댕의 작품, ‘생각하는 사람’을 감상할 수 있으며 이 정원을 에둘러 올라가면 애완동물원으로, 새끼반달곰과 꽃사슴, 원앙, 공작, 앵무새 등을 만날 수 있다. 바로 옆에는 곰을 테마로 한 수목원답게 거대한 불곰들의 우렁찬 소리를 들을 수 있는 곰동산과 나무를 타고 물을 마시며 서로를 비비고 먹이를 달라고 몸짓하는 반달곰들을 위한 동산이 있다. 한곳에서 수많은 곰을 볼 수 있다는 특별함 때문인지 반달곰동산과 곰동산은 내방객들의 관심과 인기가 높은 곳이다. 관람로 곳곳에 비치된 익살스런 곰 조형물 또한 이곳을 찾는 즐거움을 더해준다. 꽃을 먼저 보고 싶다면 능소화와 아이리스 등 화려한 여름꽃을 만날 수 있는 하계정원과 수천 송이 장미와 함께할 수 있

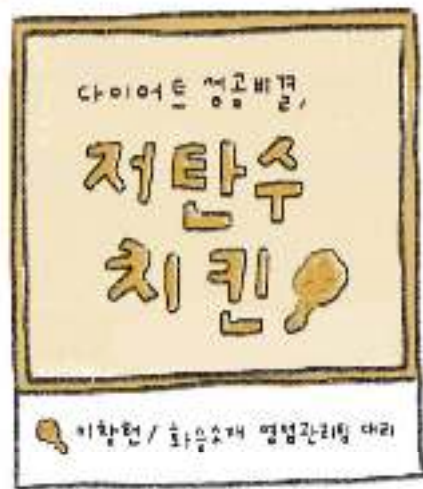
는 장미원, 그리고 우리 산천 곳곳에 피는 들꽃을 산책로 사이사이에 심어놓은 야생화동산을 권한다.

나무를 좋아한다면 희귀한 소나무만을 수집해 조성해놓은 송백원을 비롯해 다양한 종류와 모양의 분재를 감상할 수 있는 분재원, 열대의 식물과 괴목, 나무화석, 나무뿌리 등 세상 모든 나무와 꽃들의 비밀 정원 같은 만경비원, 100년 넘는 수령의 향나무로 가득한 향나무동산, 그리고 400년 된 느티나무와 주상절리로 에둘러진 송파원도 빼놓지 말자.

베어트리파크를 한눈에 담고 싶다면 전망대는 꼭 들러봐야 할 곳. 확 트인 전경 속 오래되고 키 큰 나무들을 발아래 두고 볼 수 있으며 산책로, 정원, 잔디광장, 연못 등을 따라 만들어진 아기자기한 조경 등은 색다른 볼거리를 제공한다.

단군신화를 읽고 자란 후예이자 대한민국 국민이라는 태생적 DNA 때문일까, 베어트리파크 곳곳에서 내방객들의 즐거운 탄성과 웃음소리를 들을 수 있다. 곰을 볼 수 있는 재미뿐만 아니라 아름다운 향나무와 오래된 느티나무, 그리고 고고한 자태의 소나무를 통해 이곳만의 역사와 만들고 관리하는 이들의 정성도 느낄 수 있다. 동물 그리고 식물과 벗이 될 수 있게 만드는 곳, 자연의 위대한 가치와 힘을 만날 수 있는 곳, 곰곰 생각해보도 나무랄 데 없는 베어트리파크다. 🐾

"이건, 특급 레시피야!"



재료 새콤달콤한 닭가슴살, 햄미 라이스페이퍼, 무늬 좋은 시소, 소금, 후추, 카레가루, 에어프라이어



① 미리 채워둔 고기를 잘 흡수되게 씻어준다.



② 고기에 카레가루, 소금, 후추를 뿌려 상온에 30분 이상 재운다.
(카레가루는 약간씩)



③ 반으로 자른 화이트페이퍼에 고기를 잘 말아준다.
(물에 불려두면 되겠다)



④ 서로 붙지않게 잘넣고 180도에 10분구운다.
(반대로도 10분 굽기)



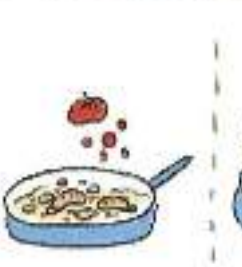
재료 감바스 알리오: 토마토, 바질, 아늘, 새우, 해감된 바지락, 올리브오일, 통통한 감자, 빵, 감자, 토마토 파스타: 감바스알리오 재물, 시판 파스타소스, 스파게티면, 페퍼콘치노, 모질라 (사실재가), 화이트 와인 (먹기위해 꺼내놓는거 알잖아)



① 면이 끓는동안 마늘을 올리브오일에 볶아준다.
(올리브오일 100g)



② 마늘이 익으면 페퍼콘치노, 새우, 바지락을 넣고 볶는다.



③ 새우가 익어갈때 토마토를 넣어 감바스 완성!



④ 양파의 톰라브루와 감자 재료를 토마토, 다 익은 맥주에 볶는다.



⑤ 시판소스와 화이트와인을 볶아 볶아주면 끝!



< 일반식 가난한 다이어트식 >

재료 두부면, 마늘, 양파, 당나귀상, 곤초마리, 올리브오일, 후추, 페퍼론치노 (파프리카, 버섯, 아스파라거스 등 좋아하는 채소 듬뿍!)



① 두부면은 물에 삶고
다른 채소는 잘 다듬어
잘게 잘라주세요!



② 재료를 잘게 잘라
다듬어주세요.



③ 올리브유 약간 한
마늘에 당나귀상
볶아주세요.



④ 남은 재료를 넣고,
잘 볶아주세요!



< 미국 유학생 시절 >



빨리 먹어주세요! 하지만
함께 나누는 추억이 생겼답니다~!

재료 만다린살 (부드러운 식감은 삼겹살), 양파 1개, 통마늘 10개, 대파, 사과 1/2개, 된장 2~3스푼, 식용유, 후추, 올리브오일 (1~2개), 소주 반병



① 모든 재료를 넣고 끓여준다.
(고기는 물이 끓기 전까지 삶아주세요!)
나 잡내를 잡기 위함!



② 감칠맛 10분 정도 끓여준다.
소주를 살짝 넣어준다.



③ 40분 정도 끓여준다.



④ 1분 정도 식혀준 뒤
썰어주세요!
(바글 자르면 물개질 수 있음)

우직한 걸음으로 실천한 우보만보 牛步萬步 캠페인

-2021 화승 HS-플로깅 캠페인을 시작하며

걷기야말로 만병통치약이라고 하지만, 바쁘고 바쁜 현대 사회에서 10,000보 한 번 채우기 어렵다는 것에 누구나 공감할 것이다. 그래서 시작한 화승의 우보만보 牛步萬步 캠페인. 2021년 소파해를 맞아 화승 사우들에게 '만보 달성'을 독려했고 다양한 형태로 참여 인증을 보내왔다. 3개월이 지난 지금, 걸어본 화승인들은 말한다. “함께 걸어요!”



신비 화승코퍼레이션 해외영업팀 대리

친구와 함께 울산 천황산을 올랐습니다. 경사가 완만해 힘든 줄 모르고 만보를 달성했습니다. 운동도, 힐링도 되어 일주일에 한 번씩은 꼭 도전할 것입니다.



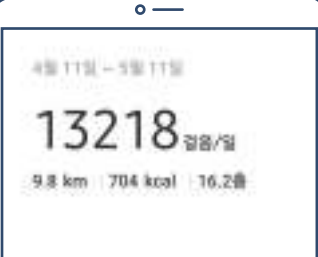
김명진 화승R&A SL생산팀 대리

처음엔 걸음자국이었지만 출퇴근 걷기로 피로가 줄고 규칙적인 생활이 습관이 되면서 재미와 성취감을 맛보았습니다. 이제는 러닝도 시작하려고 합니다.



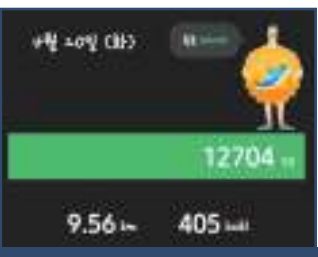
김지용 화승R&A SL생산팀 대리

핑 먹고 알 먹고! 양산시 '1530 건강 걷기'에 참여하여 양산사랑카드포인트를 획득하고, 체중도 감량했습니다. 나쁜 점심시간, 가까운 춘추공원 산책 어떠신지요?



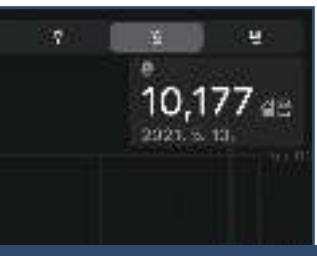
차동성 화승코퍼레이션 기술지원1팀 대리

워킹클럽을 만들어 선의의 경쟁도 하며 매일 만보 이상 걸었습니다. 스스로가 대견하네요. 모두 걷기운동으로 업무와 건강을 동시에 챙기는 화승인이 되었으면 합니다.



김영록 화승T&C 생산팀 주임

유난히 바빴던 4월 20일. 그럼에도 어제보다 조금 더 걸어 만보를 달성할 수 있었습니다. 생각보다 어렵지 않더라고요. 더 이상 미루지 않고 지속할 예정입니다.



강우준 화승네트웍스 전략기획팀 대리

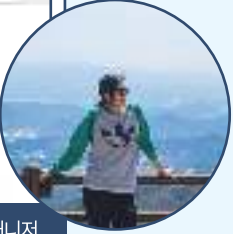
남양산역에서 친구를 만나 같이 산책했습니다. 사무실에 앉아만 있으면 체력이 떨어지는 느낌인데, 만보 걷기로 오히려 체력이 생기고 집중력도 높아지는 것 같습니다.





고경훈 화승소재 SL재료연구팀 과장

모자가 날아갈 정도로 바람이 심하게 불던 날, 부산과 양산의 연결고리 금정산에 올랐습니다. 만보 걷기는 누구나 실천으로 옮길 수 있는 적당한 목표라고 생각합니다.





유현지 화승케미칼 글로벌구매 매니저

날이 좋으면 운동하고 싶잖아요. 그 날도 캠페인 참여 겸 팔공산을 등반했습니다. 비로봉에 오르니 힘들었지만 상쾌하니 스트레스 해소도 되어 계속할 것 같습니다.

화승인 여러분과 함께하는 HS-플로깅 캠페인

화창한 여름 하늘을 만끽하기 위한 산책을 떠나기 전, 플로깅을 실천해볼까요?
우리말로 '쓰담 달리기'라고도 불리는 플로깅은 걷거나 뛰는 동시에 쓰레기를 줍는 운동입니다.
이미 SNS를 타고 유명해진 플로깅 캠페인, 너도나도 플로깅 인증샷을 올리며 서로의 참여를 독려하는데요.



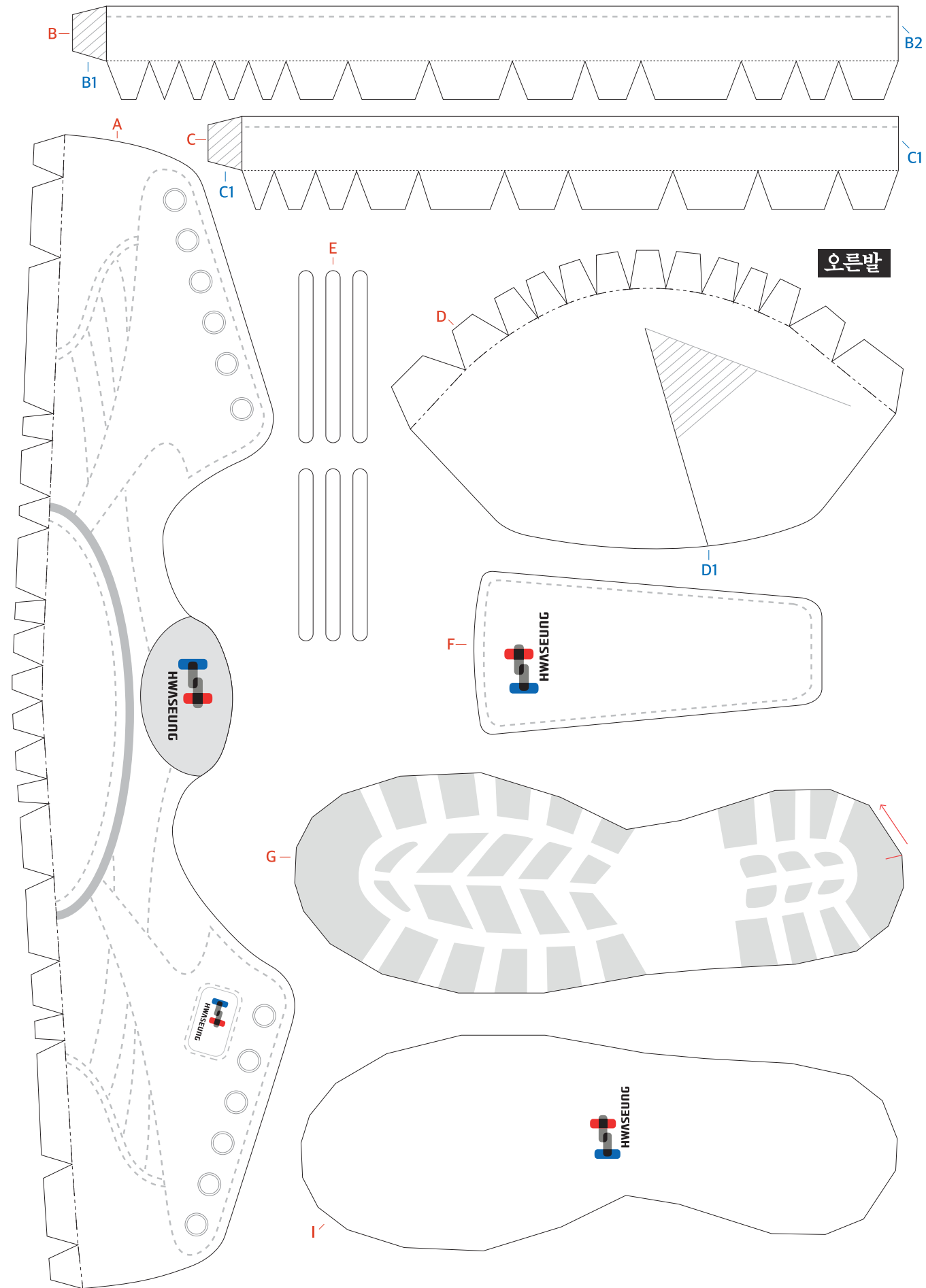
건강을 생각하는 튼튼한 마음에 지구를 생각하는 착한 마음이 더해진 조금은 특별한 운동을 할 수 있습니다. 준비물은 쓰레기를 담을 봉지와 쓰레기를 주울 집게 혹은 장갑입니다. 그동안 외면했던 쓰레기를 먼저 줍고, 환경을 생각하는 뿌듯함도 적립해보세요. **바다로, 산으로, 공원으로 떠나 플로깅을 실천하고 사진을 찍어 간단한 소감(illwook.sim@hscorp.com)과 함께 보내주세요.** 채택된 사우들께는 소정의 기념품을 보내드립니다. 화승 사우 여러분의 많은 동참, 부탁드립니다.



튼튼한 운동화 챙겨 신고 훌쩍 떠나고 싶은 답답한 마음을 위로할 희망 백신을 만들어보세요.
소원을 붙여 넣은 새하얀 종이를 정성스레 자르고, 붙이다 보면 어느새 코로나19도 물리칠
희망 백신이 나타난답니다. 그럼 희망 백신을 신고 신나게 달려볼까요? Ready, GO!

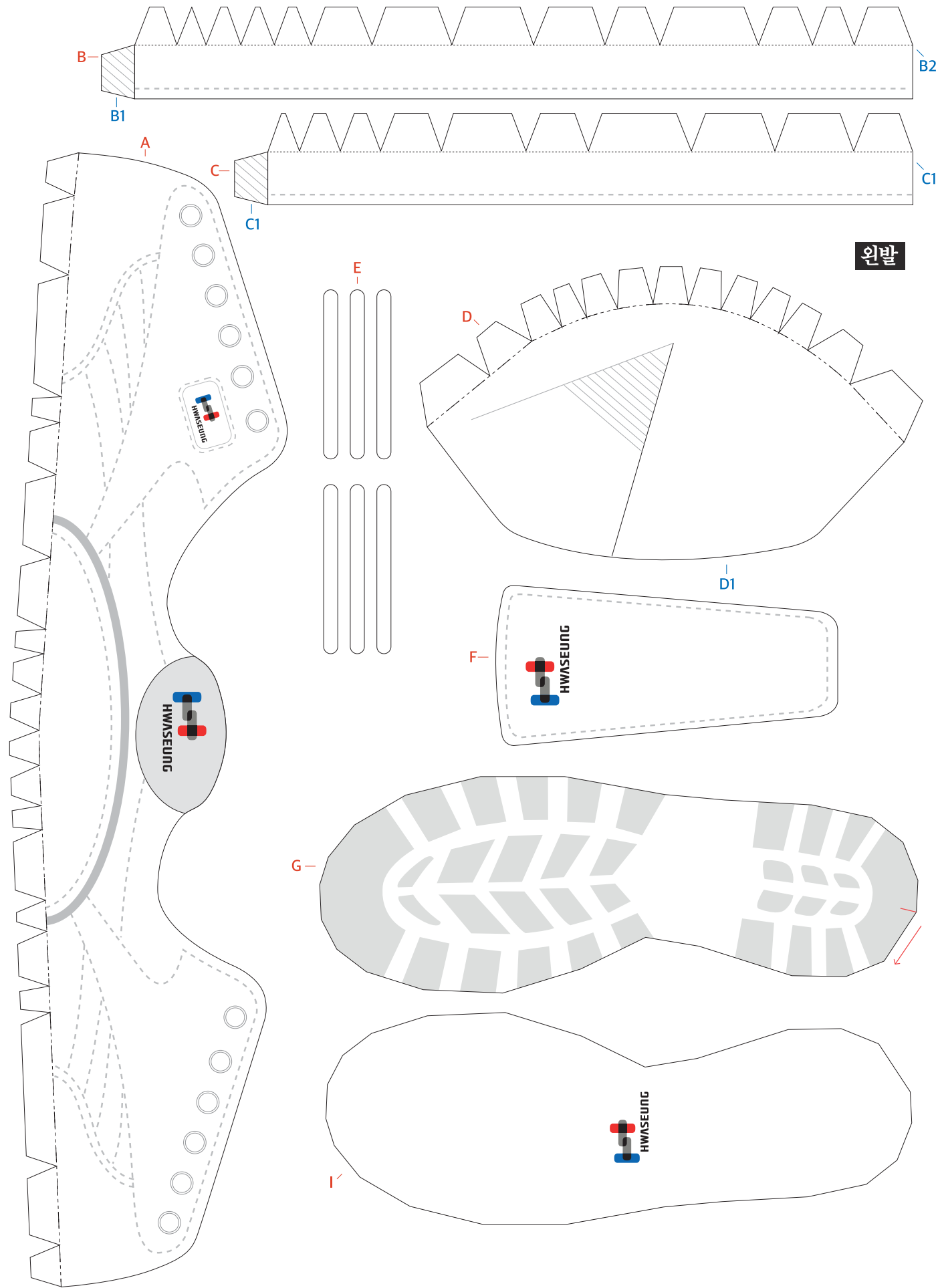
- ① G, B, C를 검은 실선을 따라 그려주세요.
- ② B와 C의 바깥접선(.....)에 자를 대고 칼등으로 약하게 칼집을 내주세요.
- ③ BI(//////)의 삼각 시접에 풀칠해 C1과 연결해주세요. 연결된 B와 C는 운동화의 굽이 됩니다.
- ④ 굽의 사각 시접 전체에 풀칠하여 G에 붙여주세요. 이때 굽의 부착 시작점은 B2로
 밑창 G 뒤꿈치의 빨간 실선부터입니다.
- ⑤ A를 자르고, 사각 시접에 풀칠해주세요. 사각 시접의 이점쇄선(----)이 보이지 않도록 굽 안쪽에
 동글리며 붙여주세요. 이때 뒤축의 화승 로고()가 가운데 오도록 자리 잡아주세요.
- ⑥ D는 운동화의 앞코입니다. D와 D1을 자른 후, 빗금이 표시된 면(//////)을 붙여주세요.
- ⑦ D의 사각 시접 전체에 풀을 칠하고, 앞코가 될 수 있게 신발 앞쪽에 붙여주세요.
- ⑧ F를 오린 후 앞코의 가운데에 붙여주세요.
- ⑨ 운동화끈이 될 E를 자르고, A의 양옆을 살짝 모아 동그라미에 맞춰 붙여주세요.
 이때 끈의 모양(=,×)은 자유롭게 붙여주세요.
- ⑩ 깔창 H를 오려 운동화 안에 깔아주세요.

가위, 칼, 풀, 투명테이프, 자,
커팅매트(없을 시 두꺼운 신문지나
유리바닥 활용)





앞으로~ 앞으로~ 지구는 둥그니까 희망 백신 신고 걸어 나가보자!





반짝반짝 희망 백신. 아름답게 빛나네!

드러난 오늘의 성장 가려진 기술의 깊이

드러난 성장에 기뻐하는 기업이 있는가 하면
가려진 기술의 깊이에 더 매진하고 집중하는 기업이 있습니다
오늘의 성과에 기뻐하기보다는 오늘의 부족함을 연구하고
나타내고 드러내기보다는 갈고 닦는 데 치중해온 화승그룹

역사가 있는 혁신은 내일이 다릅니다
진심이 있는 기술은 깊이가 다릅니다

자동차부품



소재



화학



신발ODM



중압무역



더 큰 내일을 위한 화승의 진심





WANTED



화승 70년, 살아 숨 쉬는 역사를 찾습니다!



2023년, 70주년을 맞이하는 화승그룹은
여러분과 100년을 향한 역사의 한 페이지를 채우고자 합니다.

소중했던 시간이 누군가의 기억 속에서 잊혀지기 전,
화승그룹과 울고 웃었던 추억, 빛바랜 사료를 보내주세요.

여러분의 많은 관심 부탁드립니다.



참여방법

화승그룹의 70년 역사를 추억하는 사진, 물건, 그에 얹힌 사연을
보내주세요. 흑백사진, 옛 기념품, 세월의 흔적이 쌓인 서류, 첫 월
급봉투 등 모든 것을 환영합니다. #동양고무 #풍영화성 #화승화학
등 화승그룹의 옛이름이 들어간 자료 또한 열렬히 환영합니다.



보내실 곳 화승그룹 홍보팀

주소: 부산시 연제구 중앙대로 1079(연산동) 장천빌딩 6층

이메일: illwook.sim@hscorp.com

문의전화: 051-850-7037

※우편, 택배, 이메일 접수 모두 환영