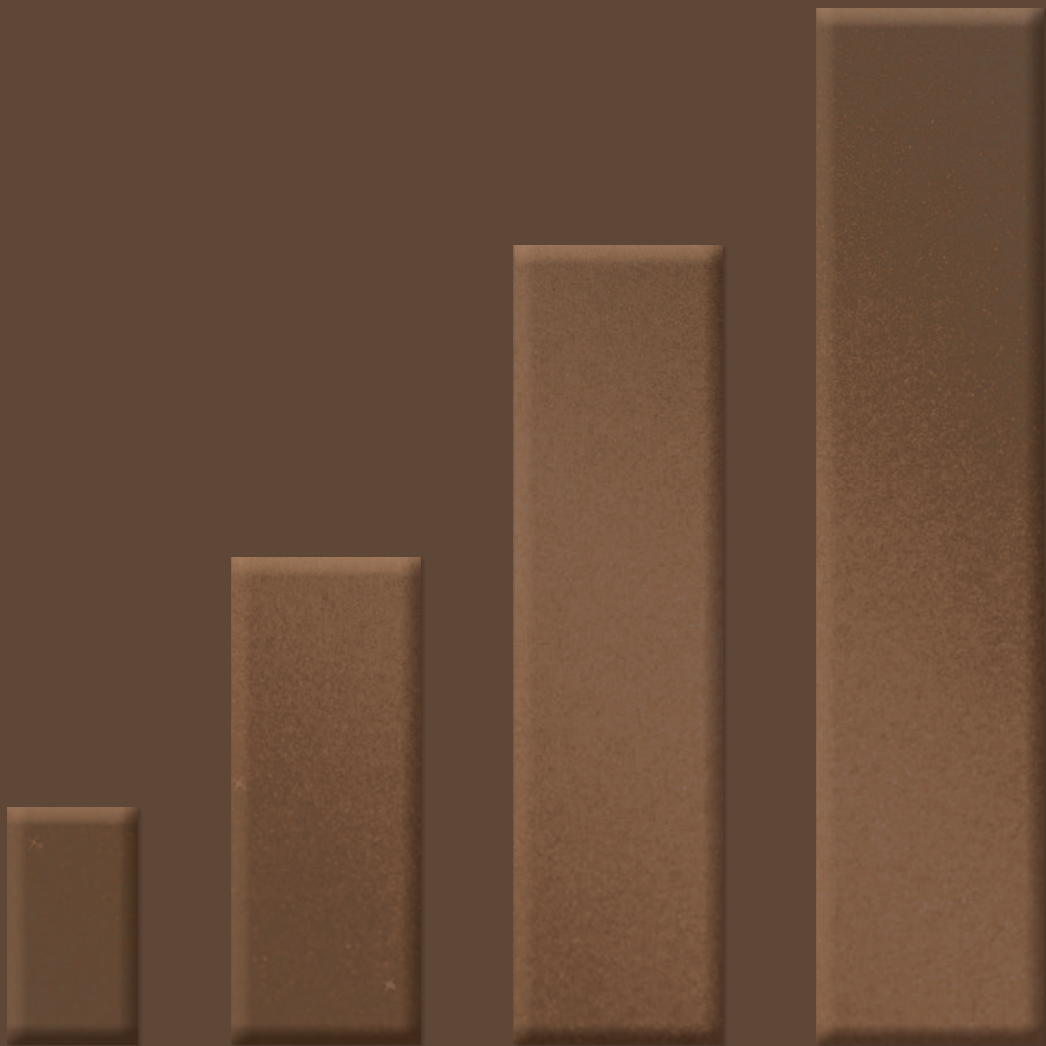


A L C H E M Y O F

EVOLUTION



2026 09+10

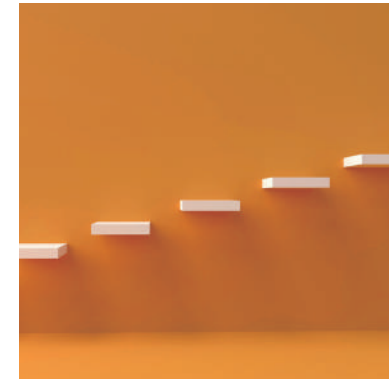
진화의 연금술

세아가족
세상을 기록하는 책

진화의 연금술

진화의 연금술

ALCHEMY OF EVOLUTION



연금술사는 쇠를 금으로 바꾸는 사람을 뜻하며, 오늘날에는 변화와 창조의 주체를 빗대어 부르는 말이기도 합니다. 세아에도 곳곳에서 변화를 만들어내고 가치를 창조하는 연금술사들이 있습니다.

조금 더 나은 미래를 위해, 지금의 안정보다 미지수로 둘러싸인 새 길을 선택하는 세아인들의 모습이 감동을 전합니다.



편안하고 고요한 상태.
우리는 안정을 이루고 유지하기 위해 노력하며 살아간다.
많은 이들이 살면서 맞이하는 술한 기로 앞에 안정된 길을 선택한다.
하지만 그 선택은 오히려 먼 미래의 삶을 흔들리게 만든다.



다가오는 변화를 회피가 아닌 적극적인 자세로 받아들이는 것.
스스로 변화를 주도하고 그 안에서 가치를 만드는 것.



우리가 혁신이라 부르는 그 태도가
미래의 안정된 삶과 풍요를 위한 선택이다.

10

사색하다

진화의 연금술
- 혁신을 이끄는 사람들

12

통찰하다

기술과 제품을 넘어
: 가치를 창조하는 도구로서의 혁신



18

대화하다

다름을 연결해 새로운 가능성을 여는
혁신의 여정
- 세아이노베이션센터



24

뉴스룸 1

위험에 처한 아이들을 구한
故 이안 파스코(Ian Pascoe)를 기억하며
- 세아그룹 임직원이 함께한
'나눔세아 캠페인'

26

뉴스룸 2

세아 탁구의 새로운 기록,
함께 만든 두 번의 우승
- 세아이노베이션센터

28

뉴스룸 3

K-로봇 경쟁력을 뒷받침할 세아의 소재
- 세아베스틸, 로봇 핵심 부품 '감속기용
특수강 소재' 개발 및 상용화 성공



30

세아 명예의 전당

한계 앞에서 돌파구를 찾고
길을 낸 사람들
- SeAH Steel USA

36

세계인, 세아인

중동의 비즈니스 허브에서
품질을 넘어 신뢰를 만드는 세아인
- 산딕 로이(Sandip Roy)
SeAH Steel UAE 품질팀장(QA/QC 매니저)

40

맛의 추억은 철을 타고

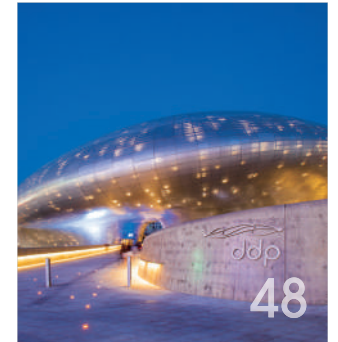
뜨거운 솔이 빚어내는
한 그릇의 품미
- 솔밥



44

부캐의 발견

50대 댄싱킹을 만나다
- 세아창원특수강 마케팅기획팀
조성윤 차장



48

공간미학

곡선과 빛의 건축
- DDP

54

세아뉴스 & 사우동정

그룹 내 주요 행사 및 사우동정 소식

56

당신을 칭찬합니다

세아제강 DX팀 이인성 과장

세아웹진



〈세아가족〉은 세아인의 적극적인 참여로 만들어가는 우리 모두의 사보입니다. 〈세아가족〉에 소개할 만한 세아인, 어디에 내놓아도 자랑스러운 부서, 화목한 세아 가족을 추천해 주세요. 또한 상담이 필요한 고민거리나 공유하고 싶은 채널이 있다면 언제든지 사연을 보내주세요. 한 사람 한 사람의 적극적인 참여가 모두 함께 소통하는 〈세아가족〉을 만드는 초석이 됩니다.

문의 세아홀딩스 커뮤니케이션실 조선아 대리 sona.cho@seah.co.kr 02-6970-0096

발행일 2026년 10월 20일(통권 425호)

발행인 김수호

발행처 세아홀딩스

주소 서울시 마포구 양화로 45 세아타워 30층

기획 세아홀딩스 커뮤니케이션팀 02-6970-0096

ISSN 2636-1787

디자인 (주)홍커뮤니케이션즈 www.hongcomm.com

사진 Studio KENN

* 외부 필자의 글은 〈세아가족〉의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

진화의 연금술,

혁신을 이끄는 사람들

인간이 다른 동물과 다른 점 중 하나는 현재에 머무르지 않는다는 데 있다.

우리는 단지 오늘의 상태를 유지하기 위해 살아가지 않는다.

조금 더 나은 내일을 위해, 때로는 위험을 감수하면서도 한 단계 앞으로 나아간다.

변화는 평화로운 일상, 안정된 질서를 깨뜨리는 균열이 아니다.

오히려 변화야말로 지금의 안정이 미래에도 계속될 수 있도록 만드는 단단한 바탕이다.

오늘날 기업을 둘러싼 환경 역시 그 어느 때보다 빠르게 변하고 있다.

기술의 혁신은 산업의 경계를 허물고,

기후 위기와 에너지 전환은 새로운 생존 방식을 요구한다.

글로벌 공급망의 재편과 치열해지는 경쟁, 끊임없이 달라지는 소비자의 요구까지.

어제의 성공 방식이 내일의 생존을 보장하지 않는 시대다.

변화하지 않는 것은 머무르는 것이 아니라, 뒤처지는 일이 되고 있다.

지금의 시장에 안주하지 않고 새로운 분야를 개척하는 것.

현재의 수준에 만족하지 않고 더 뛰어난 제품과 기술을 만들어가는 것.

익숙한 방식에 질문을 던지고, 아직 가보지 않은 길에 먼저 발을 내딛는 것.

그 도전의 과정에는 언제나 불확실성이 따르지만,

익숙함의 경계를 넘어 더 나은 가능성을 만들어가는 사람들이 있기에

기업의 미래도, 산업의 미래도 존재한다.

무사함에 만족하기보다 새로운 길을 향해 발걸음을 내딛고,

불가능해 보이는 것을 가능으로 바꾸는 힘.

우리는 그것을 혁신의 연금술이라 부른다.

기술과 제품을 넘어 : 가치를 창조하는 도구로서의 혁신

글 박재민 건국대학교 기술경영학과 교수

1913년 8월의 어느 날, 셰필드의 한 제철공이 철강 조각을 내다 버렸다. 해리 브레어리(Harry Brearley)에게 주어진 과제는 단순했다. 소총 총열이 너무 빨리 침식되니 더 오래 버틸 수 있는 합금을 만들어 달라는 것이었다. 그는 크롬을 첨가해 보았지만 새로 만든 철강은 총열 문제를 해결하지 못했다. 결국 시제품들은 마당의 고철 더미로 던져졌다. 몇 주 뒤, 브레어리는 무언가 이상한 점을 발견했다. 그 더미에 있던 모든 것이 녹슬었으나 그의 '실패작들'만은 예외였다. 그것들은 여전히 반짝이고 있었다. 그가 만든 합금은 오늘날 스테인리스강의 출발점 가운데 하나가 되었다. 정작 이 '절대 녹슬지 않는 금속'의 진정한 쓰임새를 가장 먼저 알아본 것은 길 건너에 있던 식기 제조업자였고, 이 합금에 적당한 이름을 붙여준 사람은 그곳 공장장이었다. 그리고 1930년, 크라이슬러 빌딩에 크루프의 크롬-니켈강으로 만든 첨탑이 올라갔을 때 현대 제강 기술의 아이콘이 되었다. 발명은 어느 오후 동안 이루어졌고, 20년 후에 완성된 셈이었다.

Harry Brearley

그가 만든 합금은 오늘날 스테인리스강의 출발점 가운데 하나가 되었다.

이것이 전하는 교훈은 불편하지만 명쾌하다. 혁신은 기술로서 작동할 때 끝나는 것이 아니다. 누군가의 손에 실질적인 가치를 창조할 때 비로소 완성된다.

실제 혁신이 네 단계로 구성된 순환 고리라는 점을 아는 사람은 많지 않다. 연구는 노력을 기술로 바꾸고 기술은 제품에 투영된다. 고객이 그 제품의 가치를 인정하면 수익 창출로 이어지고, 이 수익의 일부는 다시 기업의 역량 개발과 연구의 밑거름이 된다. 이 순환 고리가 긴밀하게 맞물려 돌아갈 때 기업은 선순환 성장을 이룬다. 반대로 어느 한 단계라도 제대로 작동하지 않으면 모든 부서가 각자의 목표를 향해 열심히 달린다 해도 기업 전체의 혁신은 멈추고 만다.

혁신이란 '지식 창조(Knowledge Creation)—가치 창조(Value Creation)—가치 획득(Value Capture)—역량 획득(Capability Building)이라는 과정의 묶음'임을 진지하게 받아들인다면 성공적인 혁신을 이끌 일곱 가지 원칙을 도출할 수 있다. 이 중 앞의 네 가지는 혁신의 시동을 거는 방법이다. 이를 성공적으로 안착시켰다면 나머지 세 가지 원칙을 수행하라. 이는 혁신이 지속적으로 작동하고 더 빠르게 성과를 내도록 이끌 것이다.



첫째, 혁신을 체계화하라.

P&G는 오랫동안 가장 혁신적인 소비재 기업으로 군림했다. 하지만 경쟁사들의 프로젝트를 모두 합친 것보다 더 많은 연구개발을 수행했음에도 정작 성장 목표는 달성할 수 없었다. 급기야 2000년 무렵, 크레스트(Crest) 브랜드는 1960년대부터 지켜온 치약 시장의 왕좌를 빼앗기고 말았다. 회사는 더 많은 신제품과 마케팅으로 대응했지만 소용이 없었다.

반전을 이끌어낸 것은 바로 혁신 지형도를 그리는 작업이었다. P&G는 혁신을 네 가지 유형으로 분류했다. 더 좋게, 더 싸게, 더 빠르게 만드는 점진적 개선인 유지 혁신, 포장과 홍보를 통한 상업적 혁신, 새로운 기능을 담아 제품 카테고리를 재구성하는 전환적 유지 혁신, 그리고 기존 시장의 판도를 바꾸는 와해성 혁신이었다. 이 중 세 번째 방식을 통해 다양한 치아 관리 기능을 하나의 튜브에 담은 '프로헬스(Pro-Health)'가 만들어졌고, 네 번째 영역에서는 '화이트스트립스'가 등장했다. 이는 500달러에 달하는 치과 미백 치료를 44달러짜리 상자에 담긴 미백 테이프로 대체한 제품이었다. 이 제품은 해당 고객군(세그먼트)의 90%를 장악했다.

그렇다면 당신의 혁신 지도는 어떤가? 거의 모든 프로젝트가 첫 칸에만 머물러 있지 않는가? 비어 있는 칸들이 무언가를 말해주고 있는 것은 아닐까? 어쩌면 그곳이 바로 우리가 개척해야 할 새로운 시장이라고 말이다.

둘째, 고객의 가치 사슬을 혁신하라.

제품만 바라보지 말고, 고객이 그 제품을 사용하기까지 어떤 과정을 거치는지 살펴보자. 트라베놀(Travenol)은 병원에 일반 의료 용품을 공급하다가 가격 경쟁에서 밀리고 있었다. 비용을 더 절감하는 것 외에는 뚜렷한 답이 없던 그 때, 시카고의 한 중형 병원에 팀을 파견해 그들의 작업 과정을 면밀히 관찰했다.

자신들이 납품한 팔레트가 하역장에 도착한 이후 벌어진 일은 놀라웠다. 분류, 배포, 집계, 검사 등 트라베놀이 이미 수행했던 작업을 병원 측이 엄청난 시간과 비용을 들여 다시 반복하고 있었던 것이다. 이는 트라베놀이 자체 공정에서 힘겹게 짜낸 모든 원가 절감액을 압도하는 낭비였다. 트라베놀은 병원 내부에 코디네이터를 상주시켜 매일 재고를 파악한 뒤, 필요한 물량을 직접 주문해 야간에 채워 넣도록 했다. 트라베놀의 비용도 줄었지만 병원의 내부 물류 비용 역시 두 자릿수 이상 감소했다. 단가 인하를 요구하던 병원의 목소리도 사라졌다. 이것이 바로 오늘날 우리가 '공급자 주도형 재고 관리(VMI)'라 부르는 시스템의 시초다.

날코(Nalco) 역시 이와 비슷한 접근을 통해 또 다른 새로운 사실을 발견했다. 배송비 절감 목적으로 고객사의 화학 물질 탱크에 설치한 모니터링 장치를 분석한 결과, 실제 생산량에 비해 탱크의 화학 물질이 훨씬 더 빠르게 소진되고 있음을 파악했다. 확인 결과 고객사의 제조 공정에 결함이 있는 것으로 밝혀졌고, 이후 날코는 단순한 화학재 공급사를 넘어 고객사의 공정까지 관리해 주는 기업으로 탈바꿈했다.

셋째, 고객 가치를 회수하라.

스위스의 체결 부품 공급 업체인 보사드(Bossard)는 어느 날 고객사의 근로자들이 기계를 조립하는 시간보다 볼트에 수동으로 윤활유를 바르는 데 더 많은 시간을 들이고 있다는 사실을 알게 됐다. 심지어 윤활유가 균일하게 칠해지는 것도 아니었다. 보사드는 화학 회사와 협력해 윤활유가 이미 균일하게 도포된 체결 부품을 공급하기 시작했다. 그리고 이 볼트의 가격을 제조 비용이 아닌 고객이 절감하는 비용에 맞춰 설정했다. 그 결과 보사드는 업계 평균의 두 배에 달하는 영업이익률을 달성할 수 있었다.

볼트는 가장 전형적인 범용 제품이다. 하지만 보사드는 볼트의 원가가 아니라 고객의 조립 라인에서 만들어내는 가치를 기준으로 가격을 매겼다. 평범한 볼트에 '고객의 비용을 줄여주는 가치'를 더하는 순간, 이 볼트는 더 이상 평범한 범용 제품이 아니었다.

넷째, 대가 지불 방식을 혁신하라.

'가치 창조'와 '가치 획득'은 혁신을 완성하는 핵심 구성 요소지만 대부분의 기업은 전자에만 치열하게 혁신하고 후자는

방치하곤 한다. 그러나 누가 비용을 지불하고, 무엇을 기준으로 가격을 책정하며, 수익을 언제 회수할 것인가는 모두 신중하게 설계돼야 할 영역이다.

피터 드러커(Peter Drucker) 교수는 오래전부터 기업이 스스로에게 두 가지 질문을 던져야 한다고 강조했다. '고객은 누구이며 그들이 무엇을 가치 있게 여기는가?' 그리고 '그 가치의 대가를 어떻게 지불받을 것인가?' 하지만 대부분의 사람들은 피터 드러커 교수가 이 두 가지 질문을 소위 비즈니스 원리(The Theory of the Business)의 핵심으로 지적했다는 사실조차 모른 채 이를 등한시한다.

산업용 실리콘 제조 및 소재 기업인 다우코닝(Dow Corning)은 최고의 제품에 업계 최고의 기술 컨설팅 서비스를 결합해 제공했다. 하지만 특정 고객군에서는 가격에 포함된 기술 컨설팅 서비스를 굳이 원하지 않았다. 다우코닝은 핵심 제품의 가격을 깎고 비즈니스 모델을 바꾸는 대신, 서비스를 제외하고 실리콘만 판매하는 별도의 인터넷 플랫폼 기반 브랜드 '자이아미터(Xiameter)'를 출시했다. 이는 모 회사의 시장을 잠식하지 않으면서도, 기존 방식이었으면 잃어버렸을 고객층을 새롭게 확보하는 성공적인 결과를 낳았다.



다섯째, 혁신에 주기를 부여하라.

변화하는 세상에 대응하는 방식에는 크게 두 가지가 있다. 하나는 사건에 반응하는 것이다. 1981년 야마하의 도전에 직면해 이후 18개월 동안 113개 모델을 새로 출시하거나 교체한 혼다처럼 말이다.

다른 하나는 시간에 맞춰 자신만의 주기를 설정하는 것이다. 인텔은 무어의 법칙이라는 러닝머신 위에 스스로 올라타 시계추가 움직이듯 286, 386, 486, 펜티엄을 차례로 출시했으며, 그 결과 반도체를 사용하는 모든 산업은 인텔의 시간표에 맞춰 자신들의 계획을 짰다. 3M이 각 사업부 매출의 30%가 지난 4년 동안 출시된 제품에서 나와야 한다는 규칙을 둔 것도 같은 맥락이다.

많은 사람들이 ASML의 현재에 감탄한다. 하지만 필자는 "무어의 법칙이 앞으로도 지속될지는 상당 부분 ASML 자체의 R&D 역량이 달려 있다"고 자신하는 이 기업에서 옛 인텔의 모습을 본다.

혁신의 주기를 스스로 설정하는 기업은 단순히 시장에서 경쟁하는 데 그치지 않는다. 나아가 산업 내 다른 모든 참여자가 해당 기업의 주기에 자신의 발을 맞추도록 이끌 수 있다. 이것이야말로 혁신 기업이 받을 수 있는 최고의 찬사이자 메달이다.

여섯째, 제품과 고객이 아니라 '기회'를 관리하라.

경영진에게 무엇을 관리하고 있는지 물어보면 대개 "우리 시장" 혹은 "우리 고객"이라는 대답이 돌아온다. 둘 다 함정이다. 드라이클리닝 산업은 한 세대 동안 호황을 누렸으나

결국 쇠퇴했다. 경쟁이 심화돼서가 아니라, 합성 섬유 등장으로 더 이상 드라이클리닝이 필요하지 않게 됐기 때문이다.

미국 철도 회사들은 자신들이 운송업이 아니라 철도업을 하고 있다고 확신한 채, 다른 운송 수단이 수요를 가로챈다는 동안 수수방관했고, 결국 1920년대에 이르러 황금기를 마감했다. 타워 레코드는 1999년에 연간 10억 달러를 벌어들이며 '스트리밍'이라는 단어가 존재하기도 전에 최초의 온라인 음악 스토어를 구축했지만 정작 이것이 미래 시장이라는 걸 받아들이지 못했다. 한때 문화 아이콘이기도 했던 이 기업은 2006년 결국 파산했다.

시장과 고객은 모두 잠시 빌려온 것에 불과하다. 산업의 판도가 크게 흔들리는 순간이 있다. 인텔의 앤디 그로브(Andy Grove)는 이를 '전략적 변곡점'이라고 불렀다. 이런 순간에 기존 제품과 고객이 영원할 것이라고 믿은 기업은 여지없이 몰락했다.

일곱째, 성공의 논리를 찾아내라.

1967년 3월, 텍사스의 한 변호사 허브 켈레허(Herb Kelleher)는 롤린 킹(Rollin King)과 마주 앉아 냅킨을 꺼내 삼각형을 그려 보였다. 댈러스, 샌안토니오, 휴스턴을 잇는 삼각형이었다. 사람들이 사우스웨스트항공의 성공을 이야기할 때면 주로 단일 기종이나 빠른 항공기 회전율을 떠올리곤 한다. 하지만 그것들은 성공의 원리가 아니라 실천 관행이었을 뿐이다. 성공의 핵심은 냅킨 위에 그려진 삼각형 안에 있었다.



경쟁사가 탄식할 수밖에 없는 당신만의 기회의 창을 발견하라. 남을 모방하기보다 직접 그려보라. 어느 카페의 냅킨 한 장 위에.

1967년 당시 주 경계를 넘는 노선은 연방위원회의 승인이 필요했으나 주 내부 노선은 그렇지 않았다. 따라서 텍사스 내에서만 운항하는 항공사는 원하는 만큼 자주, 저렴하게 비행할 수 있었다. 게다가 그 삼각형 안에는 미국 상위 20개 도시 중 5개가 포함돼 있었고, 텍사스 전체 인구의 70%가 고속도로로는 4시간, 비행기로는 1시간 거리에 밀집해 있었다. 단 세 개의 선 속에 이 사업이 왜 성공할 수밖에 없는지를 보여주는 완벽한 논리가 담겨 있었던 것이다. 잭 웰치(Jack Welch) 역시 1983년 코어, 기술, 서비스라는 세 개의 겹치는 원을 통해 GE의 모든 사업부가 어디에 속하는지 명쾌하게 정리해 냈다.

대부분의 사람들은 열심히 노력하면 성공한다고 생각한다. 하지만 많은 성공 사례 이면에는 그 기업이 왜 성공할 수밖에 없었는지를 설명하는 명쾌한 이유가 숨어 있다. 표면적인 운영 관행은 모방하기 쉬우면서도 불구하고 이를 적용해 성공한 기업은 드물다. 단지 '성공의 논리'만이 사업을 시작하기 전부터 왜 성공할 수밖에 없는 사업인지를 설명해 주며, 그 논리는 대개 냅킨 위에 그려낼 수 있을 정도로 단순 명쾌하다. 연금술사들, 그들은 결국 실패했다. 단 한 번도 금을 만들지 못했고, 그들이 믿었던 거의 모든 원리는 틀린 것이었다. 그러나 인류는 그들에게 큰 빛을 지고 있다. 그들이 좇던 '제품' 때문이 아니라, 무언가를 끊임없이 추구했다는 사실 그 자체 때문이다. 용광로, 증류 장치, 계측기. 그들은 원하던 물질을 만들어내는 데는 실패했지만 그 과정에서 뜻밖에도 실험의 '방법론'을 확립했고, 그 방법론은 훗날 화학과 야금학이라는 학문이 되었다.

이 대목에서 우리는 처음 언급했던 혁신의 순환 고리, 그리고 그 고리의 출발점으로 다시 돌아오게 된다. 모든 기업에 있어 가장 중요한 것은 성과이며, 성과를 내기 위해 역량을 축적해야 한다. 그렇기에 많은 현대 기업들은 역량 개발에 투자하고 이를 측정하며, 그것이 축적돼 가고 있다는 사실에 위안을 얻는다. 하지만 역량은 뚜렷한 목적이 있을 때 비로소 그 가치가 정의될 수 있다. 따라서 우리가 성공적인 혁신 순환을 마치고 원점으로 돌아왔을 때마다 스스로에게 던져야 할 질문이 있다. 바로 "우리는 누구이며, 무엇을 위해 존재하는가"이다.

결국 앞선 일곱 가지 원칙을 지배하는 대원칙은 바로 이것이다. 당신의 혁신을 기업의 존재 이유와 직결시켜라. 혁신을 '우리가 누구인가'라는 질문에서 시작하라. '우리가 무엇을 더 만들 수 있는가'가 아니라, '우리는 무엇이며 앞으로 무엇이 될 수 있는가'라는 질문을 던져야 한다. 이 근원적인 질문이야말로 기술을 가치 있는 제안으로, 제안을 새로운 시장으로, 그리고 시장을 의미 있는 성과로 바꿔준다.

이제 마지막 조언 하나만 남겨둔다. 앞서 언급한 모든 원칙에는 한 시대를 풍미했던 혁신 기업들의 사례들이 함께했다. 이제 당신이 해야 할 일은 그들의 성공 공식을 당신만의 이야기로 다시 써 내려가는 것이다.

혁신 지도 위에서 당신만의 빈칸을 찾고, 고객이 당신이 이뤄낸 일에 감탄하게 만들어라. 그리고 경쟁사가 탄식할 수밖에 없는 당신만의 기회의 창을 발견하라. 남을 모방하기보다 직접 그려보라. 어느 카페의 냅킨 한 장 위에. ☺



다름을 연결해 새로운 가능성을 여는 혁신의 여정

세아이노베이션센터

진화는 오랜 시간에 걸쳐 축적된 변화의 결과다. 그러나 오늘날 기업에 요구되는 진화는 그 성격이 사뭇 다르다. AI를 비롯한 과학 기술의 급격한 발전, 국가 간 관계의 변화, 자원을 둘러싼 갈등 등 거대한 변화의 파도가 산업의 판도를 빠르게 바꾸고 있기 때문이다. 기존의 방식으로는 풀 수 없는 문제 앞에서 필요한 것은 새로운 해법과 그리고 그것을 만들어낼 새로운 시선이다. 흔히 쓰이는 말이 된 '혁신' 역시 평이한 환경에서는 결코 이루어지지 않는다. 과거의 공식이 통하지 않는 난제라면 접근법부터 달라야 한다. 세아이노베이션센터는 세아가 마주한 불확실성 속에서 새로운 길을 개척하는 낯선 여정을 함께하고 있다.



다름에서 시작되는 혁신

제품과 공정을 연구하던 사람부터 인사와 조직 문화를 고민하던 사람, 영업을 담당하던 사람, 디지털 전환을 이끌던 사람까지, 공통분모가 거의 없어 보이는 이들이 하나의 질문을 붙들고 머리를 맞대는 곳, 세아이노베이션센터(이하 혁신센터)다.

이곳에는 각자의 자리에서 의미 있는 결과를 이끌어낸 경험을 지닌 전문가들이 모여 있다. 조직의 건강한 변화를 위해 누구보다 먼저 움직이고자 하는 사람들이 합류하여, 혼자보다 함께할 때 더 큰 힘을 발휘할 수 있다는 믿음으로 서로의 경험과 생각을 나눈다. 이를 바탕으로 세아의 더 큰 성장을 위한 새로운 가능성을 찾아간다.

사실 혁신센터 설립 자체가 혁신이었다. 기존에도 끊임없는 개선 노력이 이어져 왔지만, 그것만으로는 당연한 과제들에 대응하기에 충분하지 않았다. 이에 세아는 기존의 조직과 방식이 아닌 낯선 경로를 택했다. 업무가 다른 만큼 경험도 시선도 다른 임직원들이 모여 변화의 의지를 실행에 옮길 수 있도록 2019년 혁신센터가 출범한 것이다.

“혁신센터의 과제는 세아가 마주한 시대적 고민에 따라 끊임없이 진화해왔습니다. 초기에는 디지털 전환, 생산성 개선과 같은 과제가 중심이었다면 최근에는 SMR(소형모듈원자로), 타이타늄, 항공우주 등 새로운 산업에 도전하는 사업회사들의 필요에 맞춰 시장과 사업의 가능성을 검증하고 실행력을 높이는 과제에 집중하고 있습니다.” 봉효진 팀장은 미래를 위해 반드시 풀어야 하지만 당장 시작하기 어려운 과제에 먼저 뛰어들어 길을 터주는 것이 혁신센터의 역할이라고 설명한다.

생산이나 영업을 책임지는 현업에서는 충분한 시간을 투입하기 어렵거나 어느 한 조직이 주도하기 곤란한 과제, 사업성이 아직 명확하지 않아 담당 부서조차 정하기 어려운 과제, 바로 이런 공백을 채우는 것이 혁신센터가 필요한 이유다.

항공우주 시장을 향한 지도를 그리다

혁신센터가 최근 수행한 과제는 세아그룹의 미래 성장 동력인 항공우주 소재·부품 시장 확장을 위해 산업 구조를 분석하고 실행 전략을 세우는 것이다.

혁신센터는 먼저

국내 항공우주 산업 전반의 공급망 구조를 살펴본 뒤, 특정 항공기와 부품 단위로 범위를 좁혀갔다.



세아는 알코닉코리아를 인수해 세아항공방산소재로 새롭게 출범시키고, 세아첨원특수강에 항공우주사업단을 신설했으며, 미국 현지에 특수합금 제조 법인인 SST를 설립하는 등 항공우주 사업을 지속적으로 확대하고 있다. 세아첨원특수강 연구소 역시 해외 고객의 견적 요청에 발맞춰 신규 소재 개발을 이어가고 있다.

하지만 개별 주문에 대응하는 차원을 넘어, 국내 항공 산업 전체를 관통하는 통합 지도가 필요하다는 공감대가 형성되면서 연구소는 혁신센터에 협업을 제안했다. 이에 혁신센터는 항공우주 산업의 공급망과 시장 구조를 파악하고 그 안에서 세아가 할 수 있는 역할을 발굴하는 한편, 진입 방향을 모색하기 위한 프로젝트를 시작했다. 프로젝트명은 항공 산업의 대동여지도라는 의미에서 항공의 ‘공’을 따와 ‘대공여지도’로 정했다.

최상민 팀장은 “항공우주 산업은 글로벌 OEM을 중심으로 여러 기업과 공급망 단계가 복잡하게 얽혀 있어 시장의 흐름을 파악하는 것 자체가 쉽지 않다”며, “이에 다양한 정보를 연결해 전체적인 그림을 그리는 역할을 혁신센터가 맡게 되었다”고 배경을 설명했다.

이어 이흥근 차장은 “항공기의 각 부품이 어느 부위에 적용되는지, 해당 부품에 필요한 소재는 무엇이며 이를 생산하는 기업은 어디인지, 나아가 병목이 발생하는 지점은 어디인지 등을 단계적으로 분석하는 것이 목표였다”며, “항공기와 엔진을 하나하나 분해해 세아가 진입할 수 있는 영역과 그 영역에서 필요한 제품 및 소재가 무엇인지 확인하는 작업”이었다고 덧붙였다.

혁신센터는 먼저 국내 항공우주 산업 전반의 공급망 구조를 살펴본 뒤, 특정 항공기와 부품 단위로 범위를 좁혀갔다. 앞선 분석 과정을 바탕으로 어떤 기업에 어떻게 접근할지, 필요로 하는 소재는 어느 것인지, 향후 필수적인 준비 사항은 무엇인지 등 구체적인 실행 전략을 아우르는 항공 산업 진입을 위한 로드맵을 마련했다.

설명은 간단하지만 실제 과정은 녹록지 않았다. 항공우주 시장에 진입할 길을 찾기 위해서는 먼저 복잡한 승인 구조를 정확히 파악해야 했다. 문제는 소재의 실사용처와 구매처, 그리고 최종적으로 소재를 승인하는 주체가 모두 다르다는 점이었다. 이에 혁신센터는 ‘누가 무엇을 사는가’뿐 아니라 ‘누가 소재를 결정하고 어떤 승인 과정을 거치는가’를





분석하여 승인 권한의 밸류체인을 정의했다. 그 결과, 단기적으로는 국산화 수요 및 신규 프로그램 등을 통해 레퍼런스를 쌓아 점진적으로 시장을 확대해 나가고, 장기적으로는 OEM을 직접 공략하는 '투트랙(Two-track)' 전략을 병행하는 것이 합리적이라는 결론을 도출했다.

"아직 세아가 진입하지 않은 영역을 찾아 시장 규모와 가능성을 수치화했습니다. 실수요가 어느 정도인지, 우리가 진입했을 때 충분한 사업성을 확보할 수 있는지도 확인했죠." 최상민 팀장의 설명처럼 혁신센터는 세아의 항공우주 소재·부품 시장 진입에 필요한 구체적인 내용을 담아, 명확하고 상세한 '대공여지도'를 완성했다.

데이터를 모으고, 현장에서 답을 찾다

본격적으로 '대공여지도' 프로젝트를 진행하며 맞닥뜨린 난관은 항공 산업의 폐쇄적인 구조였다. 공개된 정보조차 파편화돼 있어 데이터의 진위를 거듭 검증해야 했고, 실질적인 정보를 파악하기 위해 업체를 직접 찾아가도 보안상의 이유로 구체적인 답변을 얻기 어려웠다.

이러한 상황에서 혁신센터는 공공 데이터, 논문, 외부 전문 기관 자료 등을 통해 수집한 정보를 바탕으로 가설을 세운 뒤 현장에서 확인하는 방식으로 문제를 극복했다. 김형상 과장은 "사전, 진주, 대전 등 항공 공급망 현장을 직접 찾아가 20여 개의 기업과 대면 인터뷰를 진행했다"며, "세아의 협력 의지와 가능성을 설명하고 신뢰를 쌓기 위해 노력했다"고 회상했다. 이처럼 혁신센터는 정보 확보에 급급하기보다 현장과 탄탄한 관계를 구축하며 흩어진 정보를 하나씩 연결해 나갔다. 현장의 애로사항과 실수요를 정밀하게 계량화하면서 막연했던 항공 시장의 안개도 점차 걷히기 시작했다.



세아의 기술과 제품은 익숙한 산업을 넘어 하늘과 우주, 그리고 아직 가보지 않은 미지의 세계로 그 영역을 넓혀 나갈 것이다.

혁신센터는 연구, 영업, HR, IT 등 서로 다른 배경을 가진 구성원들로 이루어졌지만, 그 다름은 오히려 센터의 강점으로 작용했다. 이흥근 차장은 "초기 전략 수립부터 치열한 논의가 이어졌고, 그 과정에서 건강한 토론과 조율을 거치며 가장 설득력 있는 결과물을 만들어낼 수 있었다"고 말했다. 다양한 전문성과 경험이 문제를 다각도로 바라보는 시너지로 작용한 것이다.

"서로 다른 시각의 차이에서 오는 질문을 마음껏 던지고, '진입 장벽'이라는 한계를 '기회'로 치환해 문제를 새롭게 바라볼 수 있었습니다." 김형상 과장은 혁신센터와 현업 부서가 창출한 시너지의 비결로 건강한 토론과 치열한 논의를 환영하는 조직 문화를 꼽는다. 소속된 회사도 다르고, 직무도 달랐던 사람들이 하나의 프로젝트를 위해 모이고 각자의 경험과 전문성을 하나로 엮어내는 과정 자체가 구성원 개개인은 물론, 각 회사와 그룹 전체의 혁신을 위한 든든한 밑거름이 된 것이다.

지도를 넘어, 새로운 시장으로

얼마나 빨리, 많이 생산하느냐보다 얼마나 어렵고 중요한 소재를 개발해 낼 수 있느냐가 경쟁력을 좌우하는 시대. 세아가 고부가가치 소재 분야에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 제품군 확대와 품질 인증, 고객사 승인, 해외 생산·공급 거점 구축 및 안정적인 원소재 공급망 확보 등이 필수적이다. 그리고 무엇보다 각 사가 가진 역량을 하나로 결집해 새로운 가능성을 창출할 구심점이 필요하다.

"특수합금과 타이타늄 등 소재 경쟁력과 가공 기술, 항공·방산 분야에서의 경험, 그리고 SST와 같은 글로벌 생산 거점이 유기적으로 결합한다면 세아만의 경쟁력을 구축할 수 있습니다." 최상민 팀장이 기대하는 혁신센터의 역할은 분명하다. 새로운 시장과 고객의 요구를 먼저 포착하고, 서로 다른 사업회사의 역량과 글로벌 생산 거점을 연결해 실질적인 사업 기회로 만들어내는 것이다. 결국 세아가 고난도 소재가 필요한 글로벌 고객사에게 가장 먼저 떠오르는 최적의 파트너로 도약할 수 있도록 길을 개척하는 것이 세아가 이어나갈 임무다.

가보지 않은 길을 내는 과정은 막막한 발걸음의 연속이다. 흩어진 정보를 모으고, 가설을 세우고, 현장을 찾아 확인하는 지난한 과정이 반복된다. 하지만 그 과정이 쌓이면 막연했던 시장의 윤곽이 선명해지고, 세아가 만들어야 할 제품과 나아가야 할 방향도 조금씩 모습을 드러낸다.

"이번 '대공여지도'는 혁신센터 혼자만의 결과물이 아닙니다. 세아창원특수강 연구소, 항공우주사업단, 그리고 세아항공방산소재와 세아특수강 등 현장에서 함께 고민하며 아낌없이 경험을 공유하고 든든한 연결 고리가 되어준 분들이 있었기에 가능했습니다." 봉효진 팀장은 설명했다.

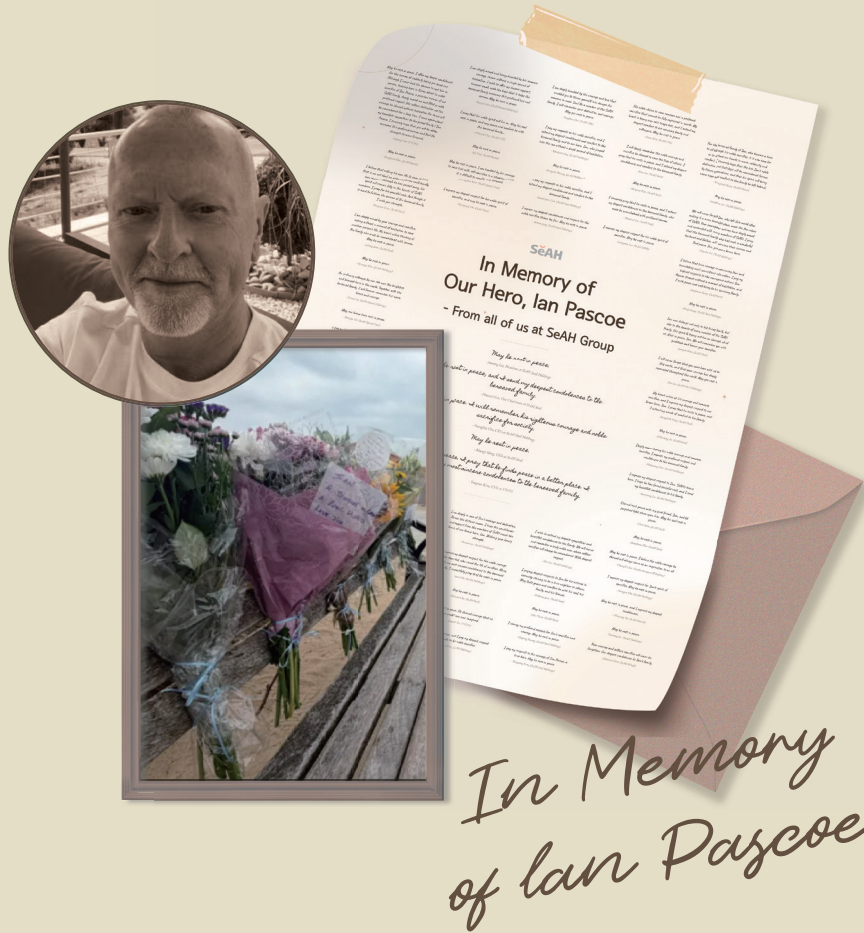
세아가 꿈꾸는 미래의 청사진을 조금 더 선명하게 구체화한 혁신센터, 항공우주를 향한 도전에 힘을 모아 길을 트고 지도를 그려낸 여정의 첫 페이지를 떠올리며, 머지않은 미래에 글로벌 항공기와 엔진 속에서 세아의 소재가 힘차게 숨쉬는 날을 기대한다.

혁신센터가 그려온 지도는 새로운 길을 가기 위한 출발점이다. 이제 세아의 기술과 제품은 익숙한 산업을 넘어 하늘과 우주, 그리고 아직 가보지 않은 미지의 세계로 그 영역을 넓혀 나갈 것이다. ☺



위험에 처한 아이들을 구한 故 이안 파스코(Ian Pascoe)를 기억하며

세아그룹 임직원이 함께한 '나눔세아 캠페인'



지난 7월 12일 일요일, 영국 하틀풀(Hartlepool)의 시턴 카루(Seaton Carew) 해변에서 안타까운 사고가 발생했다. 당시 세아윈드 트레이닝팀에서 근무하던 이안 파스코(Ian Pascoe)는 바다에서 위험에 처한 두 아이를 발견하고 구조를 위해 지체 없이 물속으로 들어갔다. 아이들은 무사히 구조됐지만 그는 끝내 우리 곁으로 돌아오지 못했다. 현지 언론은 자신의安危보다 타인의 생명을 먼저 생각한 그의 의로운 사연을 전하며 고인을 애도했다.

고인의 의로운 헌신에 깊은 애도를 표하며, 세아그룹은 남겨진 유족에게 실질적인 보탬이 되고자 임직원 모금 캠페인을 기획했다. 고인의 숭고한 뜻을 기리는 동시에, 세아 구성원들이 함께 참여해 책임과 연대의 가치를 실천하기 위함이다.

'나눔세아 캠페인'은 7월 29일부터 8월 11일까지 그룹 임직원을 대상으로 진행됐다. 해당 기간 동안 자율적으로 후원에 참여했으며, 계열사와 직급을 넘어 많은 구성원들이 뜻을 모은 결과 총 13,410,000원의 후원금이 모였다.

이에 세아브랜드관리위원회는 임직원 모금액과 동일한 금액을 회사 차원에서 더하는 '매칭 그랜트(Matching Grant)' 제도를 통해 13,410,000원을 추가로 지원하며 그 의미를 더했다.

임직원 모금액과 회사 측 기부액을 합한 총 26,820,000원의 후원금은 캠페인 게시글에 남겨진 진심 어린 애도 댓글을 모아 제작한 추모 서한과 함께 유족에게 전달됐다.

이번 캠페인은 단순한 애도와 추모를 넘어, 자신의 생명을 희생해 위험에 처한 아이들을 구한 그의 숭고한 헌신을 세아 구성원들이 함께 기억하는 계기가 됐다. 특히 임직원의 자발적인 참여와 회사의 매칭 지원이 더해지면서, 개인의 실천과 그룹 차원의 나눔이 결합해 가치를 배가할 수 있음을 다시 한번 증명했다.

캠페인 과정에서 형성된 연대는 세아 임직원 모두를 하나로 모으는 구심점이 됐다. 서로 다른 업무와 지역에서 근무하는 구성원들이 한 뜻으로 참여함으로써 구성원 간 유대감과 소속감을 높이고, 세아의 일원이라는 자긍심을 고취했다.

기업의 사회적 책임은 거창한 구호보다 구체적인 실천을 통해 드러난다. 책임 있는 기업 활동의 진정한 의미는 도움이 필요한 곳에 관심을 기울이고, 구성원이 자발적으로 참여할 수 있는 기회를 만들며, 회사가 그 뜻을 함께 확장해 나가는 과정에 있다. 이번 후원 역시 고인의 의로운 희생을 기리는 동시에, 세아가 사회 구성원으로서 책임을 다하는 진정성을 보여준 의미 있는 사례다.

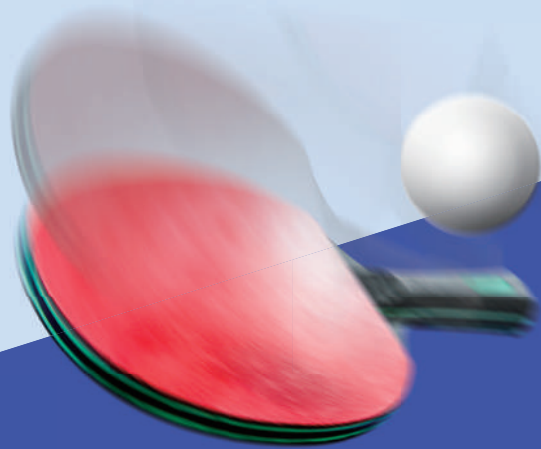
앞으로도 세아는 구성원의 자발적인 참여를 바탕으로 우리 사회 곳곳에 선한 영향력을 전파하고, 사회와 함께 성장하는 기업으로서 책임 있는 활동을 지속해 나갈 예정이다.

이번 '나눔세아 캠페인'에 참여한 모든 임직원의 진심이 유가족에게 잘 전달되기를 바라며, 고인의 의로운 행동이 오래도록 기억되기를 기원한다. ☺



세아 탁구의 새로운 기록, 함께 만든 두 번의 우승

세아탁구단의 창단 첫 단체전 우승부터 세아아카데미의 사상 첫 남녀 동반 제패까지. 세아가 이어온 탁구 인재 육성의 노력이 올여름 연이어 빛났다. 성인 선수들이 팀워크를 앞세워 프로 무대에서 정상에 오른 데 이어, 유소년 선수들 역시 탄탄한 선수층과 고른 경기력을 바탕으로 눈부신 쾌거를 이뤘다. 개인의 기량을 넘어 함께 성장하고, 서로의 가능성을 키우는 세아의 탁구 육성 철학이 마침내 값진 결실을 맺은 순간이었다.



2026 메디콕 프로탁구리그
SERIES 3



세아탁구단이 이룬 창단 첫 단체전 정상

세아탁구단이 창단 이후 처음으로 단체전 정상에 올랐다. 지난 8월 열린 '2026 메디콕 프로탁구리그 시리즈3 IN 제천시' 남자단체전에서 최종 전적 3승 2패를 기록하며 극적인 우승 컵을 들어 올린 것. 국군체육부대, 한국마사회와 같은 전적을 기록했지만 승자승 원칙에서 앞서며 최종 1위에 세아의 이름을 당당히 새겼다. 창단 1년 11개월 만에 거둔 값진 첫 단체전 제패다.

이번 성과가 더욱 의미 있는 이유는 여러 변수 속에서도 선수단이 하나의 팀으로 뭉쳐 최고의 결과를 이끌었다는 데 있다. 특히 팀의 에이스 장우진 선수가 아시안게임 대표팀에 차출되면서 전력 공백이 불가피한 상황이었다. 하지만 남은 선수들은 각자의 자리에서 제 몫을 다하며 빈자리를 채웠고, 경기마다 집중력을 잃지 않았다. 한 경기, 한 점을 끝까지 놓지 않는 끈기와 선수들 간의 단단한 결속력이 결국 눈부신 결실을 완성했다.

정영식 감독은 이번 우승의 원동력으로 선수들의 노력과 단합을 꼽았다. 특히 단체전은 한두 명의 에이스에게만 의존해서는 패권을 쥐기 어렵다. 각 선수가 자신의 역할을 다하고 팀 전체가 같은 목표를 향해 움직여야만 거둘 수 있는 성과 이기에 그 의미가 남다르다.

이번 쾌거는 세아탁구단이 창단 초기의 성장 단계를 넘어, 팀으로서 경쟁력을 갖췄음을 보여준 증명서이기도 하다.

정영식 감독은 앞으로 국가대표 선수를 배출하고 유망주를 지속적으로 육성하겠다는 포부를 밝혔다. 세아탁구단은 이번 우승을 발판 삼아 더욱 탄탄한 팀으로 성장해 나갈 예정이다.

세아아카데미, 꿈나무 탁구의 새 역사

세아아카데미에서도 반가운 소식이 이어졌다. '2026 교보생명컵 꿈나무체육대회' 탁구 경기에서 남녀 단체전 동반 우승이라는 새로운 기록을 세운 것. 교보생명컵에서 한 팀이 남녀 단체전을 모두 석권한 것은 이번이 처음이다. 세아탁구단의 성인 선수들이 단체전 첫 정상에 오른 데 이어, 세아아카데미 선수들도 나란히 금빛 쾌거를 달성하며 세아 탁구의 저력을 보여줬다.

이번 성과의 가장 큰 원동력은 특정 개인이나 학년에 치우치지 않은 탄탄한 선수층이었다. 세아아카데미는 3~5학년을 중심으로 각 학년에 걸쳐 고른 실력을 갖춘 유망주들을 확보하고 있다. 특정 학년의 에이스에게 의존하기보다 여러 선수가 함께 성장하는 구조를 갖추고 있다는 점이 강점이다.

특히 여자팀의 우승은 더욱 값졌다. 대회 규정에 따라 6학년 에이스를 비롯한 주축 멤버들이 출전하지 못하는 상황에서 도 흔들림 없는 경기력을 선보였기 때문이다. 이들의 공백을 후배 선수들이 완벽히 채우며 팀의 전력을 유지했고, 결국 남녀 모두 정상에 오르는 대기록을 완성했다.

세아아카데미는 2022년 유소년 전문 육성 프로젝트로 출범했다. 이후 어린 선수들이 탁구를 통해 경험을 쌓고 경쟁력을 키울 수 있도록 체계적인 훈련에 힘써왔다. 이번 남녀 단체전 동반 석권은 그동안 이어온 육성 시스템의 진가를 입증하는 무대가 됐다.

세아탁구단과 세아아카데미가 같은 시기에 나란히 영광의 순간을 함께했다는 점도 의미가 깊다. 창단 첫 단체전 제패를 거둔 세아탁구단과 사상 첫 남녀 단체전 동반 정상을 기록한 세아아카데미. 두 팀이 만들어낸 이번 결실은 세아가 꾸준히 이어온 탁구 인재 발굴의 현재이며, 미래를 더욱 기대하게 하는 근거다. ♥



국제로봇연맹(IFR)의 보고서인 'World Robotics 2026'에 따르면 2025년 세계 공장에서 가동 중인 산업용 로봇 대수는 507만 9,000대로 사상 처음 500만 대를 돌파했다. 이와 함께 AI, 센서, 머신비전, 정밀 구동, 자율 제어 기술 등이 결합되면서, 로봇은 단순 자동화 장비를 넘어 주변 환경을 인식하고 스스로 판단하는 지능형 시스템으로 진화하고 있다. 로봇의 작업이 고도화되고 오차 없는 정밀한 하드웨어가 요구됨에 따라, 고강도 및 내마모성을 갖춘 정밀 구동용 첨단 로봇 소재 시장 또한 빠르게 성장하고 있다.

이러한 시장 변화에 발맞춰 세아베스틸은 로봇 관절의 미세한 움직임을 제어하는 핵심 부품인 '감속기용 특수강 소재' 개발 및 상용화에 성공했다. 로봇의 정밀한 작동과 안정적인 구동을 뒷받침하는 핵심 소재인 만큼, 향후 로봇 산업의 성장과 함께 세아베스틸의 새로운 성장 동력으로 자리 매김할 것으로 기대된다.



**K-로봇
경쟁력을
뒷받침할
세아의 소재**

**세아베스틸,
로봇 핵심 부품
'감속기용 특수강 소재'
개발 및 상용화 성공**



세아베스틸이 개발한 특수강 소재는 로봇 감속기 내부에서 모터의 동력을 전달하는 핵심 부품인 '플렉스 스플라인(Flex Spline)'에 적용된다.

세아베스틸이 폭발적으로 성장하는 첨단 로봇 산업의 소재 시장을 선점하기 위해 로봇 구동의 핵심 부품인 '감속기용 특수강 소재' 개발 및 상용화에 성공했다.

감속기는 로봇의 관절 역할을 하는 핵심 부품으로, 모터의 빠른 회전 속도를 제어해 로봇의 팔, 다리가 원하는 속도와 힘으로 정확하게 움직일 수 있도록 돕는다. 특히 감속기 기어의 맞물림 유격이 '제로' 수준에 근접할수록 오차 없는 섬세한 움직임을 구현할 수 있다.

이번에 세아베스틸이 개발한 특수강 소재는 로봇 감속기 내부에서 모터의 동력을 전달하는 핵심 부품인 '플렉스 스플라인(Flex Spline)'에 적용된다.

해당 소재는 독자적인 합금 설계를 통해 열처리 과정에서 금속 특유의 응력으로 인해 미세한 형상 변형이 일어나는 문제를 원천적으로 차단했다. 다양한 온도 변화와 충격에도 변형을 최소화하고, 최적의 가공성 및 치수 정밀도를 확보한 세아베스틸의 특수강 소재는 수차례의 정밀 가공을 거쳐야 하는 로봇 핵심 부품에 최적화된 소재라 할 수 있다.

감속기의 핵심 부품은 로봇의 지속적이고 반복적인 움직임을 견뎌야 하는 만큼, 소재의 피로 수명 또한 중요하다. 세아베스틸은 진공 상태에서 미세한 불순물까지 제거하는 '침적환류식 진공설비'를 정련 공정에 적용해 미세 균열을 유발하는 비금속 개재물을 극소화하고, '초고청정강'을 구현했다. 이를 통해 소재의 피로 수명과 신뢰성을 한층 높였다.

세아베스틸의 로봇 감속기 특수강 소재는 산업 현장에서 이미 검증を 마쳤다. 올해 2월 국내 대표 정밀 감속기 기업 '에스피지'에 산업용 로봇 감속기 소재를 공급한 이후, 현재 성공적으로 양산 단계에 진입하여 실제 산업 현장에서 점유율을 꾸준히 높여나가고 있다.

세아베스틸은 이번 로봇 감속기 핵심 부품인 '플렉스 스플라인' 특수강 소재의 성공적인 양산을 발판 삼아, 향후 휴머노이드 로봇 적용을 목표로 다양한 특수강 강종을 추가 개발하는 등 소재 라인업을 지속적으로 확대해 나갈 방침이다.

세아베스틸의 이번 '감속기용 특수강 소재' 개발 및 상용화는 일본 등 소수 해외 기업에 의존해 온 로봇 부품 소재 시장에서 순수 국내 기술로 개발부터 양산까지 이뤄냈다는 점에서 의미 있는 성과로 평가된다. 국내 로봇 생태계의 안정적인 성장을 위해서는 핵심 소재의 자립이 필수적인 만큼, 세아베스틸은 앞으로도 고품질 특수강 소재의 국산화를 적극 선도하며 국내 로봇 산업이 글로벌 시장에서 경쟁력을 확보하는 데 든든한 기반을 마련해 나갈 계획이다. ♥

한계 앞에서 돌파구를 찾고 길을 낸 사람들

SeAH Steel USA

중동 위기에 따른 에너지 인프라 피해로 석유 · 천연가스 공급망에 차질이 빚어지면서 국제 에너지 시장의 불확실성이 크게 확대되고 있다. 불안정한 상황 속에서도 북미 에너지 시장에서 입지를 넓혀가고 있는 SeAH Steel USA(SSUSA)에도 피할 수 없는 위기가 있었다. 미국 세일 시추 환경이 변화하면서 몇 년 새 기존 주력 제품의 경쟁력이 한계에 부딪힌 것이다. 이에 SSUSA는 수요 산업의 변화를 빠르게 파악하고, 새로운 시장과 제품 수요에 대응하기 위한 해법을 마련했다. 그 중심에서 SSUSA의 도약을 이끈 세아업적상 특별상 수상팀을 만나보자.

냉철한 판단과 과감한 선택으로 위기에 맞서다

SeAH Steel USA(SSUSA)는 2016년 세아가 미국 텍사스 휴스턴에 설립한 한국 강관 업계 최초의 유정관 및 송유관 제조 법인으로, 다양한 OCTG(Oil Country Tubular Goods, 유정관) 제품을 생산해 북미 에너지 시장에 공급하고 있다.

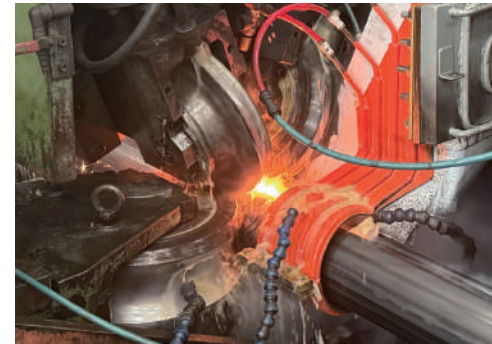
SSUSA의 기존 주력 제품인 5.5인치 프로덕션 케이싱은 셰일오일·가스 시추에 사용되는 강관이다. 하지만 시추 기술 발전으로 파이프가 더 긴 구간에 사용되고, 반복적인 하중을 받는 등 사용 환경이 갈수록 가혹해지면서 더 높은 사양의 제품 수요가 늘고 있었다. 이 문제를 타개하기 위해 업적상 수상팀이 선택한 방법은 사업 영역을 넓히는 것이었다. 이들은 기존의 제품군에 대한 의존도를 낮추고 새로운 제품군으로 포트폴리오를 다각화하기 위한 도전에 나섰다. “판매와 생산 측면에서 타당성을 검토한 결과, 시장 수요가 높고 5.5인치 제품과 차별화할 수 있는 7.625인치 제품이 가장 적합하다고 판단했습니다.” 윤대근 차장은 7.625인치 제품을 타깃으로 정한 핵심 요인으로 ‘수요’와 ‘차별화’를 꼽았다. 미국 내 수요가 증가하고 있던 7.625인치 제품의

시장 규모와 주요 경쟁사의 생산 현황을 살펴본 결과, 현지에서 직접 생산하는 것이 사업적으로 타당하다고 판단한 것이다. 더불어 7.625인치 제품이 사용되는 서페이스 케이싱(surface casing)에서의 안정성은 5.5인치 제품의 내구성 문제를 보완해 줄 수 있는 확실한 강점이었다.

효율적인 방법, 확실한 결과

업적상 수상팀이 수행한 일은 단순히 새로운 제품군을 도출하고 생산 체제를 갖춘 것에 국한되지 않는다. 이들은 7.625인치 제품에 맞는 생산 설비를 새롭게 구축하는 대신, 기존 설비를 활용해 해당 규격의 제품을 생산하는 방법을 강구해 냈다.

먼저 생산, 엔지니어링, 유지보수, 툴링, 품질 등 관련 부서와 함께 생산 가능성과 필요한 설비 및 제반 사항을 구체적으로 검토하며 프로젝트를 본격화했다. 2023년에는 신규 사이즈 생산에 필요한 조관 롤과 내면 비드 제거 장치 등 주요 설비를 설계 및 제작하는 한편, 설비 공급업체와 협업체를 구축해 기존 설비로도 7.625인치 제품을 생산할 수 있도록 성형 설비와 제어 프로그램, 절단 설비 등에 대한 엔지니어링



작업을 진행했다. 이어 2024년에는 주요 부품 설치를 마치고 설비 정밀 조정과 시운전을 진행하며 본격적인 생산을 위한 준비를 마쳤다.

7.625인치 제품의 생산 확대와 안정화를 위해서는 설비와 품질, 전기·제어 시스템 등 여러 분야의 협업이 필요했다. 이 과정에서 카일 로버츠(Kyle Roberts)는 품질 기준을 세우고 연구소의 분석 역량을 활용해 현장 운영팀을 지원했다. 또한 생산 과정에서 발생한 품질 이슈를 데이터로 분석하고 관련 부서와 협력해 신속하게 해결했다.

빌리 파머트리(Billy Palmertree)는 엔지니어링팀과 함께 신규 제품에 필요한 롤과 조관 설비의 설치 및 위치 조정을 진행했다. 나아가 설비가 안정적으로 작동하는지 확인하고 제품에 맞게 생산 조건을 재정비하는 역할도 맡았다.

마크 하우엔스타인(Mark Hauenstein)은 전기팀과 함께 설비 개조에 필요한 전기 시스템을 점검하고 모터와 제어 시스템을 조정했다. 용접 품질이 일정하게 유지되도록 설비 설정을 최적화하고, 설비 조작 화면과 제어 프로그램을 개선하는 한편 절단 설비의 시운전도 진행했다.

니쿰지 파텔(Nikunj Patel)은 신규 롤 설계를 반영해 성형 설비 프로그램을 업데이트하고 절단 설비의 소프트웨어와 하드웨어를 개선했다. 이와 함께 7.625인치 제품에 맞는 롤 설치·조정 절차를 마련하고, 원자재가 설비에 안정적으로 진입할 수 있도록 관련 프로그램도 수정했다.

이처럼 각 분야의 구성원들이 설비 설치와 개조부터 프로그램 개선, 생산 조건 조정, 품질 관리까지 역할을 나눠 긴밀히 협력하면서 7.625인치 제품의 안정적인 생산 기반을 마련했다.

**이들은 기존의
제품군에 대한
의존도를 낮추고
새로운 제품군으로
포트폴리오를
다각화하기 위한
도전에 나섰다.**

수많은 난관을 극복하며 함께 발전하다

기존 설비를 업그레이드하는 과정은 수많은 난관을 극복해야 하는 험난한 도전이었다.

파이프 직경이 커지면서 기존 장비가 설계 한계에 가까운 조건에서 작동해야 했고, 새로운 롤을 적용하는 과정에서 장치 간 간섭도 발생했다. 특히 절단 공정의 한계가 가장 큰 난관이었다. 조시 데용(Josh Dejong)은 “기존 설계만으로는 7.625인치 규격의 파이프를 안정적으로 처리하기 어려워, 부품을 새롭게 설계하고 설비 전반을 재검토해야만 했다”고 설명했다.

설비의 구조뿐 아니라 조정 방식도 달라져야 했다. 기존 제품과 7.625인치 제품에 서로 다른 운영 설정 방식을 적용할 수 있도록 설계와 프로그램을 변경하고, 새로운 조정 시스템과 전용 장비를 현장에 도입했다. 데이비드 그랜섬





(David Grantham)은 “단순히 장치 하나를 교체하는 것으로는 생산 능력을 확대할 수 없었다”며 “생산라인 내 여러 기기의 상태와 성능을 종합적으로 점검하고 개선해야 했다”고 당시 상황을 회고했다.

또 하나의 중요한 과제는 새로운 규격에서도 제품 품질을 일정하게 유지할 수 있는 생산 조건을 확보하는 일이었다. 이 과정에서도 사내 유관 부서와 외부 설비 공급업체가 다시 한번 머리를 맞댔다.

라이언 솔(Ryan Scholl)은 공정 개선과 시험 생산을 반복하면서 성형·용접을 비롯해 비파괴검사(NDT), 나사 가공, 열처리 등 후공정까지 생산 조건을 점검하는 역할을 맡았다. 그는 “관련 팀들과 긴밀하게 조율해 신규 직경에 특화된 공정 변수를 파악하고 최적화하기 위한 시험 생산을 기획했다”며, “이를 통해 어떤 공급사의 원자재를 사용하더라도 일관된 치수 공차와 기계적 물성, 완벽한 표면 품질을 안정적으로 확보할 수 있었다”고 덧붙였다.

마지막으로 변경된 설비와 작업 방식을 현장에 정착시키는 과정도 필요했다. 새로운 기기 조정 방법과 작업 절차를 작업자들이 정확히 익힐 수 있도록 교육을 병행했고, 시험 생산과 세부 조정을 거듭하며 생산 체계를 안정화했다.

수개월에 걸쳐 설비 개선과 조건 조정을 거듭한 끝에, 기존 라인으로는 한 번도 생산한 적 없던 7.625인치 제품의 안정적인 양산 체계를 구축하는 데 성공했다. 새로운 규격에 맞춰 제반 인프라와 공정은 물론, 품질관리 시스템까지 개편했다는 점에서 이번 프로젝트는 단순한 생산 능력 확대를 넘어 기존의 제조 역량을 한 단계 도약시킨 뜻깊은 성과였다.



수치로 환산할 수 없는 효과

2025년 SSUSA는 7.625인치 제품의 상업 생산을 본격화했다. 이에 따라 7.625인치 제품의 생산 비중이 크게 늘며 제품 구성이 한층 균형을 갖추게 됐다. 이는 수익성 개선과 함께 자체 생산 가능한 제품군과 수주 범위를 넓히는 성과로 이어졌다. 나아가 다양한 고객과 시장의 요구에 보다 유연하게 대응할 수 있는 생산 역량을 확보하면서, SSUSA의 지속적인 성장을 뒷받침할 기틀을 마련하게 됐다.

이번 프로젝트가 남긴 정성적인 성과도 적지 않다. 특히 구성원들의 기술 역량과 문제 해결 능력을 한 단계 끌어올렸다는 점에서 괄목할 만한 성취로 꼽힌다. 실제로 프로젝트를 수행하는 과정에서 생산, 톨링, 유지보수, 엔지니어링, 품질 등 각 부서가 설비의 특성과 한계를 보다 깊이 이해하게 됐고, 제품 규격이 커질 때 생산 공정이 어떻게 달라지는지에 대한 경험과 지식을 체계적으로 축적할 수 있었다.

부서 간 협업이 한층 강화된 것도 빼놓을 수 없는 결실이다. 각 부서가 현장에서 실시간으로 정보를 공유하고 문제를 함께 해결하면서 조직 전체의 대응 역량도 높아졌다.

코디 힐리고스(Cody Hilligoss)는 “관리자들은 과거에도 여러 설비 프로젝트를 함께 진행한 경험이 있어 업무 방식과 협업 기준이 잘 정립돼 있었다”며 “여기에 팀원들의 헌신과 서로에 대한 신뢰가 더해져 좋은 결과를 만들 수 있었다”고 소회를 전했다.

무엇보다 ‘우리도 할 수 있다’는 자신감을 얻었다는 것이

가장 큰 수확이다. 기존 설비를 분석해 한계를 찾아내고, 이를 극복할 방법을 설계해 실제 생산 능력 확장을 이뤄낸 경험은 소중한 자산이자 다음 스텝으로 나아가기 위한 교두보로 자리 잡았다.

자신감으로 준비하는 새로운 도전

7.625인치 제품 생산 확대와 안정화를 성공적으로 이뤄낸 SSUSA는 이를 발판 삼아 또 다른 도약을 준비하고 있다. 이들은 현재 설비의 생산성과 품질을 더욱 높이는 동시에, 2027년으로 예정된 9.625인치 제품 생산을 위한 새로운 조관 설비 도입을 준비하고 있다. 이번 프로젝트에서 쌓은 경험을 바탕으로 신규 설비의 조기 안정화를 이루고, 고객에게 보다 다양한 규격과 고품질의 제품을 제공한다는 계획이다.

신규 설비가 도입되기 전까지는 현재 생산 라인의 경쟁력을

높이는 데 집중한다는 구상이다. 파이프 끝단의 치수 품질을 개선하고 원자재 폭과 생산 조건, 설비 설정 등을 최적화하는 한편, 7.625인치 제품 생산 과정에서 장비에 가해지는 부담을 줄일 수 있도록 내구성도 지속적으로 보완해 나갈 계획이다. 이후에는 후처리 공정까지 단계적으로 개선해 생산 경쟁력과 수익성을 한층 끌어올린다는 목표다.

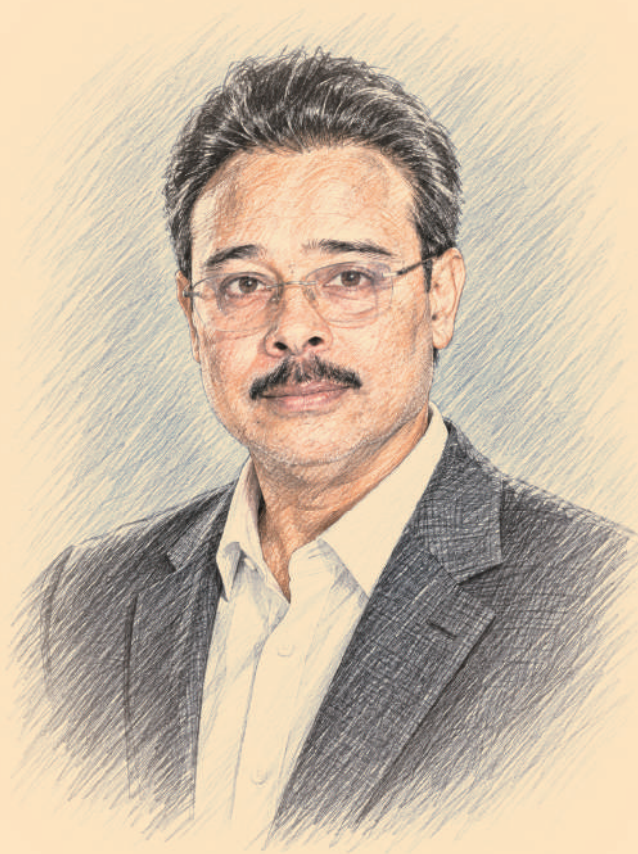
신재협 차장은 “앞으로도 많은 도전과 변화가 따르겠지만 최고의 팀에 있기에 어떤 어려움도 극복하고 더 훌륭한 성과를 만들어낼 수 있다고 믿는다”며 팀원들에 대한 신뢰를 내비쳤다.

더욱 커진 규격과 새로운 설비를 향한 도전 앞에서도 이들이 자신감을 잃지 않는 이유는 이번 프로젝트를 통해 확인한 ‘함께하면 해낼 수 있다’는 확신 때문이다. 이제 SSUSA는 이 값진 경험을 다음 도전의 밑거름으로 삼아 더 넓은 시장과 더 높은 목표를 향해 힘차게 나아갈 것이다. 🍀



중동의 비즈니스 허브에서 품질을 넘어 신뢰를 만드는 세아인

산딕 로이(Sandip Roy)
SeAH Steel UAE 품질팀장(QA/QC 매니저)



Sandip
Roy

아랍에미리트(UAE) 라스알카이마(Ras Al Khaimah). 사막의 뜨거운 햇살 아래 펼쳐진 이곳에서 중동 및 북아프리카(MENA) 지역의 에너지와 인프라 프로젝트를 뒷받침하는 강관이 생산되고 있다. SeAH Steel UAE(SSUAE)에서 2012년부터 품질 업무를 맡아온 산딕 로이(Sandip Roy) 품질팀장은 제품의 완성도를 책임지는 동시에 고객과의 신뢰를 이어가는 역할을 하고 있다. 자재 입고부터 제조, 검사와 테스트, 문서화, 최종 제품 출하에 이르기까지 품질의 전 과정을 살피는 그가 업무에서 가장 중요하게 여기는 원칙은 바로 '진실성'이다. 그는 우수한 제품이 단순히 완제품을 검사해 만들어지는 것이 아니라 제조 단계에서부터 미리 구축돼야 한다고 믿는다. 14년 가까이 회사의 성장과 함께해 온 그는 오늘도 단순한 검수를 넘어 고객의 신뢰를 다지는 일에 힘을 보태고 있다.

서로 다른 문화와
환경 속에서도
사람 중심의 문화를
공유한다는 점은
그가 새로운 삶과 직장
에 순조롭게 적응하는
밀거름이 됐다.

‘세아’의 브랜드와 가능성을 믿고 도전한 새로운 삶
산딕 로이 품질팀장은 2012년 2월 SeAH Steel UAE(SSUAE)에 합류했다. 기계공학을 전공한 그는 비파괴검사(NDT) 분야에서 30년, 품질 검사와 보증 분야에서 20년의 경력을 쌓은 베테랑 품질 전문가다. 세아에 입사하기 전에는 건설 및 제조 산업에서 15년간 품질 엔지니어로 근무하며 제품 검사와 공정 모니터링, 기술 엔지니어링 등을 담당했다.
“입사 당시 SSUAE는 설립된 지 얼마 되지 않은 신생 기업이었지만, ‘세아’라는 브랜드는 이미 세계 철강 시장에서 품질과 기술력을 인정받고 있었죠. 세아의 글로벌 성장 가능성과 중동 시장에서의 확대되는 입지, 그리고 제 경험을 새로운 환경에서 펼칠 수 있다는 점에서 매력을 느꼈습니다.”
그의 고향은 인도 동부의 콜카타(Kolkata)다. 한때 영국령 인도의 수도였던 콜카타는 문학과 예술, 음악, 축제 등 풍부한 문화적 전통을 간직한 도시다. 덥고 습한 여름과 몬순이 특징인 콜카타와 건조한 사막 기후인 라스알카이마는 자연과 산업 환경 모두 차이가 크지만, 한 가지 중요한 공통점이 있다.
“콜카타와 라스알카이마 모두 현대와 공동체, 인간 관계를 중요하게 생각합니다. 이러한 분위기 덕분에 낯선 UAE 생활에도 놀라울 정도로 수월하게 적응할 수 있었습니다.”
서로 다른 문화와 환경 속에서도 사람 중심의 문화를 공유한다는 점은 그가 새로운 삶과 직장
에 순조롭게 적응하는 밀거름이 됐다.





MENA 시장에서 키워가는 경쟁력

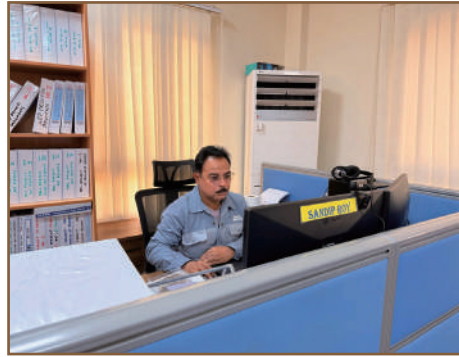
SSUAE는 2010년 아랍에미리트 라스알카이마에 설립된 대규모 후속 강관 전문 제조 기업이다. 3-Roll Bending과 Press Bending 조관 설비, 27기의 열처리로를 갖추고 압력 배관용 · 구조용 · 송유용 강관을 생산한다. 최대 외경 120인치, 두께 60mm에 달하는 강관을 연간 약 15만 톤 생산할 수 있는 역량을 바탕으로 MENA 지역의 건설, 석유화학, 에너지 시장에 제품을 공급하고 있다.

특히 석유와 천연가스 수송을 위한 라인파이프와 신재생에너지 프로젝트에 사용되는 대규모 후속 강관은 SSUAE의 가장 대표적인 제품이다. 지역의 주요 EPC(Engineering, Procurement, Construction) 업체 및 글로벌 고객들과 다양한 협력 사업을 수행하며, 궁극적으로는 ADNOC와 PDO 등 주요 에너지 기업의 핵심 프로젝트를 지원하고 있다.

로이 팀장은 SSUAE의 가장 큰 강점으로 '사람'을 꼽는다. 숙련된 인력과 풍부한 경험, 그리고 부서 간 긴밀한 협업이 까다로운 프로젝트를 성공적으로 수행하는 원동력이라는 것이다. 여기에 엄격한 품질 관리와 국제 표준 및 고객별 세부 사양을 충족하는 기술력, 라스알카이마의 전략적인 입지가 더해져, 회사는 MENA 전역의 고객에게 고품질 제품을 안정적으로 공급할 수 있는 경쟁력을 갖췄다.

“고객과 비즈니스 파트너들은 SSUAE를 단순히 제조 업체나 공급 업체가 아니라, 까다로운 프로젝트를 지원하고 엄격한 품질 요구 사항을 충족하는 믿음직한 기술 파트너로 인식하고 있습니다.”

품질과 기술력, 적기 납품을 꾸준히 지켜온 결과는 장기



적인 고객 관계 구축과 '세아' 브랜드 가치 상승으로 이어지고 있다.

결함을 찾는 것보다, 결함을 만들지 않는 것

로이 팀장이 맡고 있는 업무는 제품의 품질을 최종 단계에서 확인하는 데 그치지 않는다. 자재가 입고되는 순간부터 제조 공정, 검사와 테스트, 문서화, 최종 제품 출하까지 생산의 전 과정을 관리하며 결함이 발생할 가능성을 사전에 찾아내고 예방한다. 이는 국제 표준을 충족하기 위한 과정일 뿐만 아니라 고객의 요구 사양을 구현하여 신뢰 관계를 다지는 초석이 된다.

그는 이러한 관리 업무에서 분석적 사고와 문제 해결 능력, 세밀한 주의력과 기술적 전문성만큼이나 중요한 것이 있다고 말한다. 바로 진실성이다.

“올바른 결정을 내리는 것이 어렵거나 환영받지 못할 때조차도, 품질에 대한 결정은 사실과 기술적 요구사항, 그리고 객관적인 증거에 기반해야 합니다.”

그에게 품질 업무는 단순히 생산 공정이 끝난 뒤 결함을 걸러내는 사후 조치가 아니다. 잠재적인 위험을 선제적으로 파악하고 관련 부서와 협력해 문제를 예방하는 과정이자, 이를 통해 공정의 수준을 지속적으로 높이는 끊임없는 노력이다.

하나의 목표를 향해 움직이는 다문화 조직

SSUAE는 다양한 국적과 배경을 가진 구성원들이 함께 일하는 글로벌 조직이다. 로이 팀장은 이곳의 조직 문화를 ‘협력적이고 역동적이며 다문화적’이라고 표현한다.

서로 다른 문화권에서 온 구성원들이 함께 일하는 만큼 소통이나 업무 방식에 차이가 있을 수 있지만, 그에게는 이를 넘어설 수 있는 공통의 언어가 있다. 바로 ‘엔지니어링’이다.

“우리는 공통의 ‘엔지니어링 언어’를 공유하며 품질 향상과 비즈니스 성공이라는 동일한 목표를 향해 나아가고 있습니다.”

오랜 시간 함께 일하면서 그가 깨달은 것은 문화적 차이가 오히려 조직의 강점이 될 수 있다는 점이다. 서로의 다름을 존중하고 하나의 목표를 향해 힘을 모으면 다양한 관점이 어우러져 더 유연하고 강한 팀워크로 이어지기 때문이다.

그가 SSUAE에서 가장 큰 보람을 느끼는 순간 역시 이러한 팀워크가 빛을 발할 때다. 까다로운 품질 기준과 촉박한 납기 일정을 모두 충족하며 어려운 프로젝트를 성공적으로 마무리했을 때, 그리고 그 결과 고객이 다시 새로운 과제를 맡고 맡겨줄 때 가장 큰 보람과 자부심을 느낀다.

특히 152km에 달하는 파이프라인을 공급한 WEP 프로젝트는 그에게 잊지 못할 경험으로 남아 있다. EPC 업체 ENPPI를 통해 ADNOC에 공급하는 대형 수주 건으로, 높은 품질 기준과 빠듯한 납기를 동시에 만족시켜야 했다. 품질팀과 생산팀이 긴밀하게 협력한 결과, 2025년 API 갱신 심사에서도 부적합 ‘제로(Zero)’를 달성하는 쾌거를 이루었다.

그는 이 성과의 비결을 ‘팀워크’에서 찾는다. 다양한 부서의 구성원들이 힘을 모아 문제를 해결하고 고객의 기대에 부응하는 제품을 완성하는 과정이야말로 세아에서 얻은 가장 큰 자산이기 때문이다.

더 스마트한 품질을 향해

앞으로 로이 팀장이 SSUAE에서 이루고 싶은 목표는 세아가 글로벌 네트워크 안에서 품질과 혁신의 새로운 기준점으로 자리매김하는 데 기여하는 것이다. 구체적으로는 디지털 검사 기술과 데이터 기반 품질 관리, 자동화와 스마트 제조의 활용을 확대하고, 동시에 조직의 인재를 지속적으로 육성해 품질 문화를 더욱 단단하게 구축하겠다는 포부를 밝혔다.

로이 팀장에게 세아는 단순한 직장이 아니다. 배우고, 기여하고, 성장해 온 커리어의 여정이며, 우수한 기술력과 완성도, 끊임없는 열정과 진실성으로 똬뚱 ‘글로벌 가족’이다.

“세아는 제 커리어 여정에서 빼놓을 수 없는 중요한 이정표입니다. 오랜 시간 회사와 함께 성장하고 중동 전역의 핵심 프로젝트에 제품을 공급하는 팀의 일원으로 일할 수 있어 자랑스럽습니다.”

품질을 유지하는 일에서 출발해 고객의 신뢰를 쌓고, 서로 다른 문화의 동료들과 하나의 목표를 향해 나아가는 것. 산입 로이 팀장은 오늘도 SSUAE의 현장에서 더 큰 도약을 향해 묵묵히 나아가고 있다. ☺



뜨거운 솥이 빚어내는 한 그릇의 품미 솔밥



맛의 죽임은 찰을 타고
고쳐 끓을 그릇 속으로

뚜껑을 여는 순간, 하얀 김과 함께 고소한 밥 냄새가 모락모락 피어오른다. 윤기 흐르는 밥알을 크게 한 숟가락 덜어내면 솥 바닥에는 노릇하게 눌어붙은 누룽지가 남아 있다. 같은 쌀과 물로 밥을 지어도 어떤 도구를 사용하고 어떻게 불을 다루는지에 따라 품미는 달라진다. 뜨거운 불을 받아 열을 머금고, 그 온기를 천천히 재료에 전달하는 솥. 밥을 익히고 땀을 들이며 마지막에는 구수한 누룽지까지 만들어내는 금속의 기술이 그 안에 담겨 있다. 솥 안에서 완성되는 한 그릇의 맛, 솔밥에 담긴 이야기를 들여다본다.





쇠솥에서 시작된 ‘밥 짓기’의 역사

밥을 짓는 일은 오랫동안 솥과 함께해왔다. 우리나라에서는 토기로 곡물을 삶거나 찌던 방식에서 발전해 쇠로 만든 솥이 보급되면서 오늘 날과 같은 ‘밥 짓기’ 방식이 자리 잡았다. 『삼국사기』에는 고구려 때 솥을 이용했다는 기록이 등장하며, 이후 쇠솥은 오랜 세월 한국의 대표적인 조리 도구로 자리매김했다.

가마솥으로 밥을 짓는 단계는 물에 쌀을 넣고 끓이는 데서 끝나지 않는다. 처음에는 물과 함께 쌀을 익히고, 수분이 줄어들면 솥 안에 남은 열과 수증기로 쌀을 충분히 익힌다. 마지막에는 솥 바닥의 강한 열이 바닥의 밥알을 노릇하게 만들어 누룽지를 완성한다. 한 그릇의 밥 안에 삶고, 찌고, 굽는 과정이 모두 담겨 있는 셈이다.

오늘날에는 커다란 가마솥 대신, 한 두 사람이 먹을 만큼의 작은 솥에 밥을 짓는 ‘술밥’이 새로운 외식 메뉴로 자리 잡았다. 여기에 전복, 생선, 고기, 버섯, 제철 나물 등 다양한 재료를 곁들이며 전통적인 방식에 현대적인 감각을 더한 것이 특징이다.

금속이 만들어내는 열의 기술

술밥을 짓는 과정에서 중요한 것은 불의 세기와 시간, 그리고 그 열을 받아들이고 전달하는 솥이다. 쌀을 씻어 불린 뒤 솥에 담고 물을 넣어 가열하면 솥은 불의 열을 받아 내부 재료로 전달한다. 물이 끓기 시작하면 쌀알은 수분을 흡수하고 열을 받으면서 부드럽게 익어간다.

이때 철이나 주철로 만든 솥은 ‘열전도’ 역할만 하는 것이 아니다. 무겁고 두꺼운 주철 솥은 상당한 열에너지를 머금을 수 있어 한 번 충분히 달아오르면 온도가 급격하게 떨어지지 않는다. 따라서 불을 끈 뒤에도 솥은 남은 열로 밥을 내부까지 고르게 익혀낸다.

솥의 구조 역시 밥맛과 밀접하게 연관되어 있다. 두꺼운 솥 바닥부와 묵직한 뚜껑은 조리 과정에서 열과 수증기가 외부로 빠져나가지 않도록 압력을 잡아준다. 불 위에서 끓는 동안뿐 아니라 불을 줄이거나 끈 뒤에도 내부 온기와 수분을 잡아주어 밥알 하나하나에 깊은 뜬이 들게 된다. 금속 솥은 단순히 불과 재료 사이에 놓인 용기가 아니라, 열을 받아 저장하고 다시 천천히 전달하는 하나의 조리 장치인 셈이다.



술밥의 매력은 하나의 솥 안에서 서로 다른 맛과 식감이 만들어진다는 점이다.



밥과 누룽지, 열이 만든 두 가지 맛

술밥의 매력은 하나의 용기 안에서 서로 다른 맛과 식감이 만들어진다는 점이다. 솥의 윗부분에서는 수분이 유지되면서 밥알이 부드럽고 촉촉하게 익고, 불과 가장 가까운 바닥에서는 수분이 점차 줄어들면서 밥알이 노릇하게 늘어붙는다.

특히 주철이나 두꺼운 금속 솥은 충분히 가열됐을 때 열을 쉽게 잃지 않는다. 밥을 안치는 동안 열의 변화가 완만하게 이어지고, 불을 끈 뒤에도 남은 열이 쌀알의 내부까지 전달된다. 다 익은 뒤에는 솥 바닥에 열이 집중되며 바삭한 누룽지가 만들어진다.

밥을 덜어낸 뒤 남은 누룽지에 뜨거운 물을 부어 송충이로 즐기는 것도 술밥의 또 다른 묘미다. 갓 지은 촉촉한 밥에서 시작해 구수한 누룽지와 따뜻한 송충이로 이어지는 한 끼, 같은 조리 도구 안에서 열과 시간이 만들어낸 여러 단계의 풍미를 경험하는 것이다.

‘갓 지은 밥’의 인기

최근 외식 시장에서 술밥은 ‘밥을 중심에 둔 한 그릇 메뉴’로 주목받고 있다. 주문 후 조리해 갓 지은 밥의 온기를 바로 즐길 수 있다는

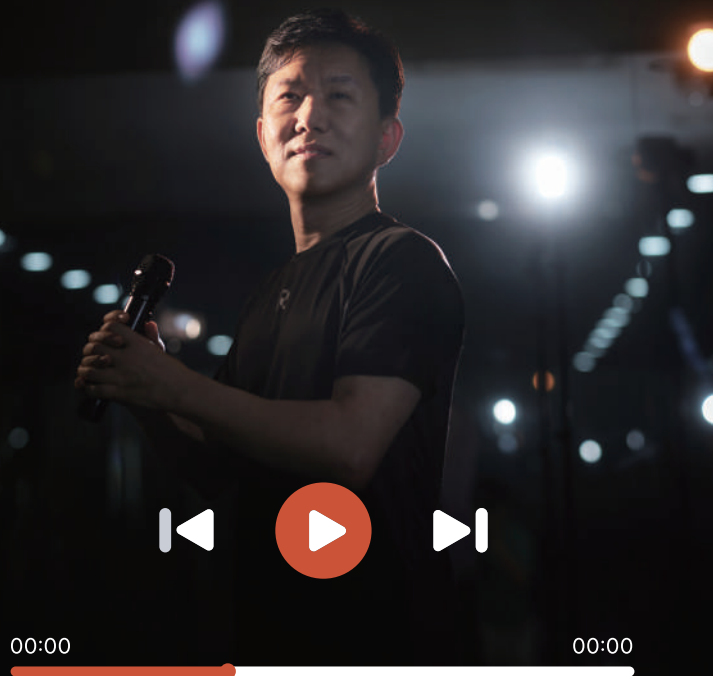
점은 술밥만의 특별한 식사 경험을 만든다. 나이스지니데이터에 따르면 외식 메뉴 중 술밥 판매 금액은 2021년부터 2023년까지 연평균 35% 이상 성장했다. 외식 시장에서 시작된 술밥에 대한 관심은 관련 제품 시장으로까지 빠르게 확산됐다. 실제 2024년 롯데백화점의 술밥 관련 주방 용품 매출은 전년 대비 40% 급증했다. 2023년부터 본격화된 술밥 열풍이 2025년까지 이어지면서, 외식 업계와 주방 용품 시장 전반에 ‘술밥 특수’를 불러 일으키고 있는 셈이다.

최근 외식 트렌드는 익숙한 한식을 그대로 재현하기보다 현대적인 방식으로 새롭게 재해석하는 방향으로 변화하고 있다. 2025년 외식 트렌드 키워드 가운데 하나로 ‘한식의 새로운 전통’이 제시된 것도 이러한 흐름과 맞닿아 있다. 전통적인 조리 도구인 솥과 밥 짓기 방식에 전복, 스테이크, 생선, 버섯, 제철 채소 등 다양한 식재료를 더해 한 끼 메뉴로 완성하는 술밥 역시 이 같은 변화를 보여주는 대표적인 사례다.

쌀과 물, 솥의 기술이 더해져 만들어지는 한 그릇의 만찬. 오늘은 갓 지은 술밥으로 철이 품은 뜨거운 열의 기술을 맛보는 것은 어떨까. ☺

50대 댄싱킹을 만나다

세아창원특수강 마케팅기획팀 조성윤 차장



00:00

00:00

누구에게나 그 시절의 노래가 있다. 가사보다 멜로디에 먼저 반응하고, 전주만 들어도 그때로 돌아가게 만드는 마법 같은 곡들. 세아창원특수강 마케팅기획팀 조성윤 차장에게는 90년대 라디오에서 흘러나온 노래가 그렇다. 가수가 되고 싶었던 젊은 날의 꿈은 직장, 결혼, 육아를 거치며 오랫동안 일상 속에 묻혀 있었다. 그리고 50대에 이르러 마침내 다시 모습을 드러냈다.

소년은 꿈을 꿔다

2003년 세아창원특수강에 입사한 조성윤 차장은 봉강영업을 시작으로 영업기획, 미래전략, 혁신센터를 거쳐 현재 마케팅기획팀에서 근무하고 있다. 시장의 흐름을 읽고 고객과 구성원의 반응을 분석해 다양한 콘텐츠와 활동을 기획하는 것이 그의 업무다. 그는 마케팅이란 고정된 방식에 머무르지 않고 시대와 환경의 변화에 맞춰 새로운 흐름을 만들어 가는 일이라고 생각한다.

회사에서 묵묵히 맡은 업무를 수행하는 조성윤 차장에게는 또 다른 모습이 있다. 바로 무대 위에서 노래와 춤으로 관객과 소통하며, 직접 공연을 기획하고 팀원들을 이끄는 열정적인 모습이다.

그가 음악과 춤에 관심을 갖게 된 것은 학창 시절로 거슬러 올라간다. 중·고등학교 시절, 다른 활동을 하기 어려울 만큼 비좁았던 방에서 라디오는 세상과 연결되는 창이었다. '별이 빛나는 밤에'와 같은 음악 방송을 들으며 밤을 지새우는 날이 많았다. 서태지와 아이들, 현진영, 듀스 등이 새로운 댄스 음악으로 대중가요계를 이끌던 시기였다.

"그 노래를 들을 때면 심장이 두근거리고, 꼭 제가 그 가수가 된 것 같은 느낌을 받았어요. 지금도 그렇고요."

그중에서도 듀스의 '나를 돌아봐'는 특별한 곡이었다.

"도입부를 처음 들었을 때의 충격이 아직도 기억나요. 음악 스타일도 좋았고, 무대를 장악하는 방식도 인상적이었어요." 음악을 들으며 언젠가 자신도 무대에 서고 싶다는 생각을 자연스럽게 하게 됐다.

군 복무 중 장기자랑에서는 S.E.S.의 춤을 따라 하며 동료들의 박수를 받기도 했고, 어학연수 기간에는 친구들과 함께 춤을 추러 다니기도 했다.

"그때는 그냥 좋아서 했어요. 잘하고 못하고를 따질 것도 없이 음악이 나오면 몸을 움직이고 싶었던 거죠."

하지만 직장 생활과 결혼, 육아가 이어지면서 춤과 노래는 어느덧 뒷전으로 밀렸다. 회사와 집을 오가는 일상 속에서 취미 활동에 시간을 내기가 쉽지 않았다.

"돌이켜보면 꽤 건조하게 살아왔던 것 같습니다. 회식 자리에서 동료들과 어울리거나 혼자 농구, 동네 조깅을 하는 것 외에는 딱히 즐기는 일이 없었거든요. 그런데 십자인대 파열로 그나마 하던 운동마저 그만두게 되니 제가 정말 좋아하는 것이 무엇인지 다시금 들여다보게 되었습니다."

그는 운동을 쉬면서 혼자만의 시간이 많아지자 자신이 진정으로 좋아하는 일을 돌아보게 되었고, 그 과정에서 늘 일상 곁에 머물러 있던 음악을 떠올렸다. 춤과 노래를 적극적으로 이어가지는 못했지만, 1990년대 음악은 여전히 그의 일상에 남아 있었다. 출퇴근길마다 이어폰을 통해 당시 즐겨 들었던 음악을 꺼내 들었고, 이러한 그리움은 다시 무대에 도전하는 계기로 이어졌다.

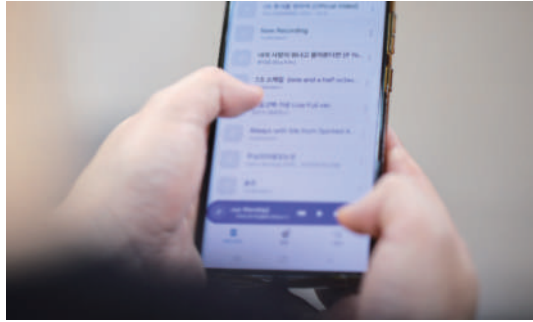
다시 무대로 향하다

조성윤 차장이 음악에 대한 열정을 되살리게 된 계기는 교회 찬양팀 활동이었다. 노래를 부르면서 점차 더 잘하고 싶다는 욕심도 생겼다. 가수들의 고음과 매끄러운 바이브





**기회가 오든 오지 않는
준비는 해야죠.
많은 사람이 나이가 들수록
새로운 도전을 망설이지만
저에게 지금은 가장 빠른
시기라고 생각합니다.**



레이션을 따라 해보기 위해 유튜브를 보며 독학하기도 했지만 한계를 느꼈다. 이후 개인 보컬 레슨을 받으며 약 두 달 동안 호흡과 발성, 믹스보이스 등 기본기를 배웠다.

“음악을 전공한 선생님이 어려운 내용을 쉽게 풀어서 설명 해주시니까 더 재미있었어요. 결과적으로 제 목소리와 잘 맞는 방식은 아니었지만 후회는 없습니다. 직접 시도해봤다는 것 자체가 소중한 경험 아니까요.”

지금도 출퇴근길에는 이어폰으로 다양한 노래를 듣는다. 단순히 음악을 즐기는 것을 넘어 가수가 곡을 어떻게 해석하고 표현하는지 살펴보는 것이 그만의 연습 방법이 됐다.

“노래를 많이 듣다 보면 가수가 전하려는 메시지와 표현 방식을 알게 됩니다. 많이 듣고 따라 부르는 것이 제게는 가장 좋은 연습 방법이었어요.”

춤을 본격적으로 시작한 지도 어느덧 2년이 되어 간다. 아 파트 커뮤니티에서 운영하는 다이어트 댄스 프로그램을 수강하며 박자 감각을 다시 익혔고, 이후 다양한 곡의 안무를 독학하며 자신감을 키웠다.

매년 교회에서 열리는 찬양 축제 무대에서도 공연을 선보

인다. 공연에 사용할 곡을 선정하고 가사를 직접 개사한 뒤 안무를 익힌다. 이후 함께 무대에 오를 팀원들을 모아 본격적인 연습에 돌입한다.

“간단해 보이는 동작도 수십 번을 봐야 이해할 수 있는 경우가 많아요. 특히 힙합 스텝은 중년의 나이에 쉽지 않은 도전이지만 포기할 수는 없었습니다.”

팀을 이끄는 과정도 쉽지만은 않다. 연습 도중 중도에 포기하는 사람이 생기기도 하고, 안무와 박자를 익히는 데 어려움을 겪는 팀원도 있다. 그는 반복 연습을 통해 팀원들의 호흡을 맞추고 무대의 완성도를 높여왔다. 지금까지 ‘아로하’, ‘여름 안에서’, ‘흐린 기억 속의 그대’ 등을 성공적으로 무대에 올렸다.

“처음부터 할 수 없다고 생각하지 않는 것이 중요합니다. 서로 호흡을 맞추면서 끝까지 해낼 수 있도록 돕는 것이 좋은 무대를 만드는 데 가장 중요한 요소라고 생각해요.”

곡을 선정해 방향성을 정하고 협업을 통해 하나의 결과물을 완성해 가는 과정은 아이디어를 구체화하고 다양한 사람들의 역할을 조율해 최선의 성과를 만들어가는 마케팅기획 업무와 그 본질이 맞닿아 있다.

마침내 만난 댄싱킹

올해 조성운 차장은 <전국노래자랑> 광명시편에 출연하며 또 한 번 새로운 무대에 도전했다. 아내로부터 참가 접수 소식을 들은 그는 평소 즐겨 하던 노래와 춤을 더 많은 사람들 앞에서 선보이고 싶다는 생각에 지원서를 냈다.

처음에는 발라드를 준비했지만 예심에서는 자신의 강점을 보다 잘 보여줄 수 있는 무대가 필요하다고 판단했다. 결국 듀스와 현진영의 곡을 선택했고, 자기소개 역시 ‘힙합전사’라는 콘셉트로 정했다.

약 300팀이 참가한 예심에서 그는 랩과 춤을 선보이며 본선 진출자로 선정됐다.

“제 이름이 가장 마지막에 호명됐는데, 떨어진 줄 알고 실망하고 있었어요. 그런데 제 이름이 불리는 순간 너무 기뻐서 비명을 질렀죠.”

본선 무대에서는 세아창원특수강 직원임을 소개하며 자신의 에너지를 마음껏 보여줬다. 그 결과 인기상을 거머쥐었고, 방송 이후 그에게는 ‘50세 댄싱킹’이라는 자랑스러운 별명도 생겼다.

방송을 본 동료들 사이에서는 평소 회사에서 보던 모습과는 전혀 달라 놀랍다는 반응이 쏟아졌다.

“회사에서는 비교적 조용한 편인데 동료들이 제게 이런

모습도 있다는 것을 알게 된 것이 좋았어요. 저 역시 무대를 준비하면서 미처 몰랐던 새로운 나를 발견한 것 같습니다.” 무대 경험이 쌓일수록 그가 가장 중시하게 된 가치는 기교보다 진정성이다. 완벽한 기술보다 음악을 즐기고 자신이 느끼는 감정을 관객과 함께 나누는 것이 더 중요하다는 것을 경험을 통해 배웠다. 사람들의 관심과 공감을 얻기 위해 진정성 있는 메시지가 우선되어야 함은 그의 본업인 마케팅 기획과도 일맥상통한다.

학창 시절 라디오를 들으며 무대를 꿈꾸던 그는 50대가 된 지금, 다시 음악과 춤을 자신의 일상으로 들여놓았다. 현재는 올 연말 교회 축제 무대를 위해 김건모의 노래를 연습 중이며, ‘힙합전사’라는 별명에 걸맞게 서태지의 노래에도 도전할 계획이다.

“기회가 오든 오지 않는 준비는 해야죠. 많은 사람이 나이가 들수록 새로운 도전을 망설이지만 저에게 지금은 가장 빠른 시기라고 생각합니다.”

소년처럼 설레는 얼굴로 이야기를 이어가는 조성운 차장. 회사에서는 마케팅을 통해 새로운 변화를 만들어가고, 무대에서는 새로운 곡과 안무에 도전한다. 서로 다른 두 무대에서 펼쳐지는 그의 열정은 나이와 상관없이 삶을 더욱 활기치게 만들어가고 있다. ☺



DDP는 꿈꾸고DREAM 만들고DESIGN
누린다PLAY는 뜻을 품고 2014년 3월
옛 동대문운동장 자리에 들어섰다.
그 이름처럼 이곳에서 사람들은 저마
다의 꿈을 키우고, 어떤 이는 새로운
디자인을 창조하며, 또 누군가는 다채
로운 문화를 누린다. 그 자체로 하나의
디자인 걸작이자, 동시에 디자인 콘텐
츠를 생산하고 공유하는 복합 문화
공간. 누구나 잘 아는 곳이지만 어쩌면
제대로 알지 못할지도 모르는 DDP를
만나본다.

곡선과 빛의 건축

DDP

과거의 토대 위에 세운 미래 가치

외계에서 온 우주선을 떠올리게 하는 이 거대한 건축물은 여성 건축가 최초로 프리츠커상을 수상한故 자하 하디드(Zaha Hadid)가 설계했다.

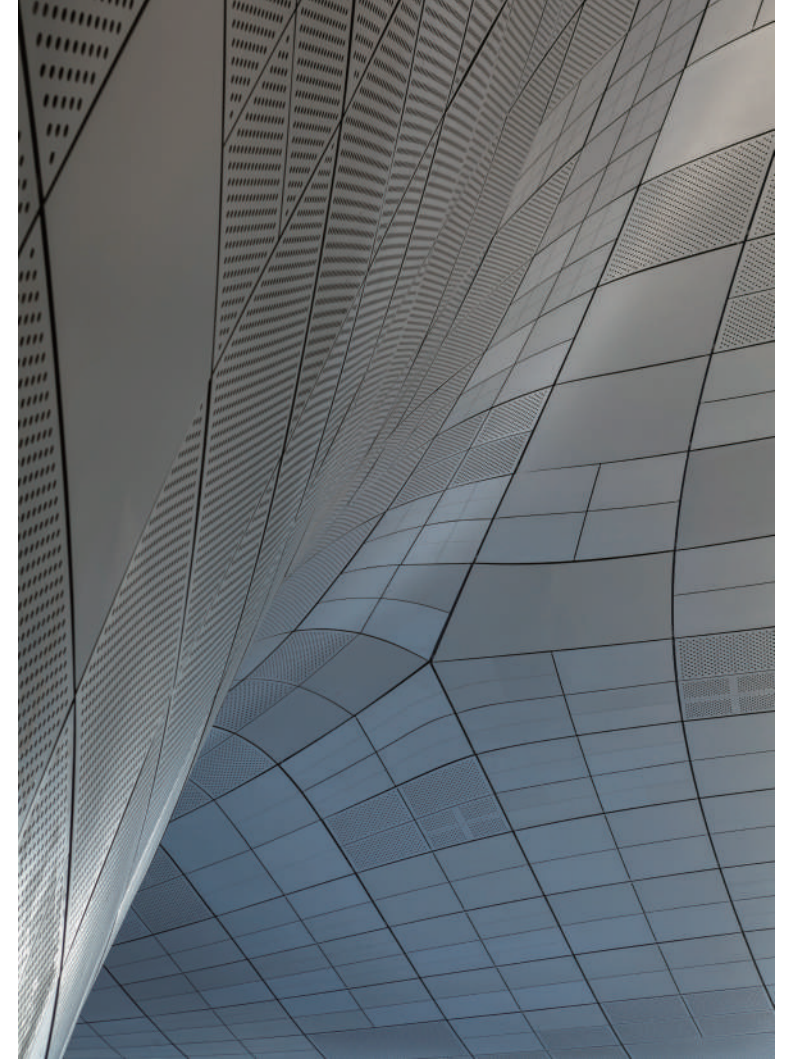
그는 ‘환유의 풍경(Metonymic Landscape)’이라는 설계안을 통해 동대문이라는 장소가 지닌 역사적·문화적·사회적·경제적 토대 위에 새로운 미래적 가치와 비전을 더하고자 했다.

그가 주목한 것은 이른 새벽부터 밤까지 쉴 새 없이 변화하는 동대문의 역동성과 활동성이었다. 이를 건축으로 표현하기 위해 직선과 직각 대신 곡선과 곡면, 사선과 사면, 비대칭과 비정형을 활용했다. 자연물과 인공물, 건축물과 도시가 이음새 없이 이어지는 하나의 새로운 풍경을 만들고자 한 것이다.

그 결과 DDP는 건물이라기보다 하나의 거대한 풍경 그 자체를 연상시킨다. 비정형의 선과 면이 교차하고, 부드러운 곡선이 건축물 전체를 감싸며, 방문객은 건축물 안팎을 이동하면서 끊임없이 변화하는 공간을 경험한다.

DDP의 가장 큰 심미적 가치는 건축 그 자체가 하나의 디자인 콘텐츠가 된다는 점이다. 세계 최대 규모의 3차원 비정형 건축물인 이곳은 그 존재만으로도 방문객에게 거대한 미적 체험을 선사한다.

알루미늄 특유의 가공성을 살려 자유로운 곡선을 구현해 낸 디자인의 핵심 요소다.



알루미늄 패널로 완성한 자유로운 곡선

이러한 건축미를 완성하는 핵심은 알루미늄 외장 패널이다. 멀리서 바라보면 하나의 매끄러운 은빛 덩어리처럼 보이지만, 가까이 다가가면 약 4만 5천 장의 금속 패널이 정교하게 연결된 장관과 마주하게 된다. 이 패널들은 대부분 서로 다른 크기와 곡률을 지녔다. 동일한 형태를 반복하는 일반적인 건축 방식과 달리, 각 패널이 자신만의 위치와 역할을 가지고 거대한 곡면을 완성한다.

외장재는 두께 4mm의 알루미늄으로 제작됐으며, 평판과 1차 곡면판, 2차 곡면판 등이 복합적으로 사용됐다. 특히 하나의 패널에 두 개 이상의 곡면을 가진 복곡면 패널은 DDP 특유의 유려하고 복잡한 외관을 구현하는 데 중요한 역할을 했다.

DDP에서 금속은 단순히 건축물을 감싸는 외장재가 아니다. 알루미늄이라는 소재의 가공성과 정밀한 제작 기술을 바탕으로 자유로운 곡선을 구현한 디자인의 핵심 요소다.

햇빛의 방향과 시간에 따라 알루미늄 표면은 끊임없이 다른 표정을 만들어낸다. 낮에는 주변 도시와 하늘의 빛을 반사하고, 해 질 무렵에는 곡면을 따라 명암이 깊어진다. 차갑고 단단한 금속은 DDP에서 오히려 가장 유기적이고 역동적인 건축 언어로 다시 태어난다.

밤의 DDP는 또 다른 디자인 가치를 옷을 입는다. 건축물 자체가 새로운 콘텐츠의 무대가

되는 것이다. 대표적인 사례가 ‘서울라이트 DDP’다. 거대한 곡면의 외벽은 초대형 미디어 아트 캔버스로 변신하고, 빛과 영상은 알루미늄 패널로 이루어진 건축물의 형태를 따라 흐른다. 평평한 직사각형 건물의 벽에 영상을 투사하는 것과 달리, DDP에서는 곡선과 곡면, 건축물의 유려한 굴곡 자체가 미디어아트의 일부가 된다.

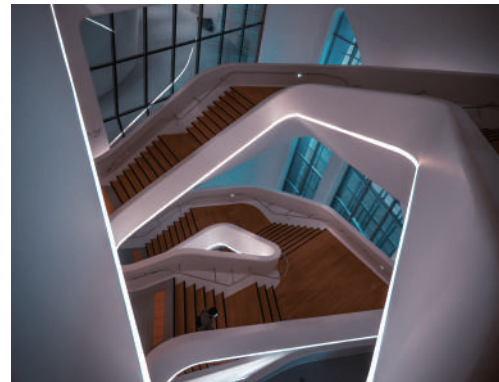
비정형의 구조물 안에서 경험하는 다양한 문화

DDP의 곡선은 내부까지 이어진다. 전시관과 도서관, 컨벤션홀 등 각각의 공간은 유체의 흐름을 연상시키는 벽과 천장, 조명으로 구성돼 있다. 공간과 공간을 연결하는 동선 역시 부드러운 곡선을 그리며 때로는 극적인 공간의 변화를 선사한다. 즉, DDP의 비정형적인 형태는 단순한 시각적 장식이 아니라 사람이 공간을 이동하고 경험하는 방식까지 결정하는 건축적 장치다.

이러한 비정형 구조물이 만들어낸 공간은 다양한 성격을 가진 장소로 사용되고 있다. 먼저 아트홀 내부 1·2관과 컨퍼런스홀을 중심으로 패션쇼와 공연, 브랜드 행사와 신제품 발표회, 포럼과 컨퍼런스 등 다양한 대규모 행사가 열린다. 뮤지엄으로 발걸음을 옮기면 전시 1관과 2관, 디자인둘레길과 둘레길갤러리 등에서 다양한 전시와 디자인 콘텐츠를 만날 수 있다. 이어 디자인랩에서는 디자인과 창작, 문화 콘텐츠가 어우러진다. 디자인쇼룸과 디자인홀 등 다양한 공간을 통해 디자인 관련 전시와 프로그램을 경험할 수 있다.

실내를 벗어나면 어울림광장이 펼쳐진다. 방문객과 시민이 자유롭게 머물고 만나는 열린 공간으로, DDP와 주변 상권을 연결하는 역할도 한다. 이곳에서는 시민과 예술가가 만나는 ‘DDPlay 버스킹’과 같은 프로그램이 운영된다. 노래와 연주, 연극과 댄스, 미술과 퍼포먼스 등 다양한 장르의 공연이 열려 일상의 문화 공간으로 기능한다. DDP를 둘러싼 동대문역사문화공원에서는 이간수문과 동대문운동장기념관, 동대문역사관 등을 통해 동대문에 켜켜이 쌓인 역사를 만날 수 있다. 여기에 더해, 문화 콘텐츠와 체험, 쇼핑이 어우러진 DDP마켓에서는 디자인을 보다 친근하고 일상적으로 경험할 수 있다.

전시와 공연, 쇼핑, 비즈니스와 교육, 휴식과 역사 체험이 하나의 건축물 안팎에서 유기적으로 연결되는 이곳 DDP에서 방문객들은 경험의 폭과 깊이를 확장하고 새로운 영감을 얻는다.



DDP의 비정형적인 형태는 단순한 시각적 장식이 아니라 사람이 공간을 이동하고 경험하는 방식까지 결정하는 건축적 장치다.



동대문의 시간을 품고, 세계와 이어지다

DDP는 2025년 말 기준 누적 방문객 1억 2,600만 명을 기록하며 서울을 대표하는 목적지형 문화 공간으로 자리 잡았다. 해외 주요 매체와 관광 지표에서도 주목받으며 국내외 관광객이 즐겨 찾는 서울의 대표적인 명소로 성장했다. 하지만 DDP의 가치를 단순히 방문객 숫자나 유명세, 혹은 미래적인 외관만으로 설명하기에는 그 의미가 훨씬 크고 깊다.

DDP는 옛 동대문운동장 자리에 세워졌다. 동대문은 오랫동안 서울의 역사와 상업, 패션과 문화가 끊임없이 변화해 온 장소다. 자하 하디드의 ‘환유의 풍경’ 역시 바로 이러한 역동적인 장소의 맥락 위에 새로운 미래의 풍경을 더하고자 한 설계였다.

오늘날 DDP에는 동대문의 과거를 보여주는 이간수문과 동대문역사관, 동대문운동장기념관 등이 남아 있다. 가장 미래적인 모습의 비정형 건축물과 오랜 도시의 기억, 그리고 전시, 패션쇼, 브랜드 행사, 포럼과 컨퍼런스, MICE 행사, 미디어아트 축제 등 다채로운 창조 산업 콘텐츠가 이 하나의 공간에 공존하는 것이다.

나아가 세계적인 브랜드와 아티스트, 디자이너가 찾는 무대이자 서울의 창의성과 K-디자인을 세계와 연결하는 공공 문화 플랫폼으로서의 역할도 커지고 있다.

디자인을 전문가만의 영역으로 두지 않고 시민들의 일상과 연결한다는 점도 중요한 의미다. 전시장을 찾지 않아도 건축물을 걷고, 광장에서 공연을 만나며, 디자인 상품과 콘텐츠를 경험하는 과정 자체가 디자인을 일상 속에서 더욱 친근하게 느끼도록 만든다.

디자인을 매개로 과거와 현재의 시간을 잇고, 대한민국과 세계를 잇는 DDP. 그 연결과 확장 가치의 가치가 앞으로 어떻게 진화해 나갈지 무척 기대된다. ☺

세아홀딩스

세아그룹, ‘2026 SeAH AX Impact’ 성료…
전사적 AI 혁신 가속화



세아그룹은 전사적인 AI 내재화
와 상향식 혁신 문화를 확산하기
위해 지난 9월 29일, 세아타워
오디토리움에서 ‘2026 SeAH
AX Impact(그룹 AX 우수 사례
공유회)’를 개최했다. 이번 행사
에는 11개 계열사에서 접수된 총
103건의 사례 중 엄격한 심사를
거쳐 9개 계열사의 37건이 우수 사례로 선정됐다. 현장에서
는 ‘일반 업무 효율화’와 ‘업무·비즈니스 혁신’ 2개 트랙을 대
표하여 각 3팀씩 총 6개 팀이 발표에 나섰다. 발표자들은 각
부서가 겪은 시행착오와 성공 노하우를 공유했으며, 참석자들
은 생생한 현장의 아이디어를 교류하며 이를 그룹 전체의 자산
으로 만드는 뜻깊은 시간을 가졌다. 세아그룹은 이번 행사를
계기로 부서 간 장벽을 허물고, AI 기반의 유기적인 협업 방식
을 전사적으로 확대해 나갈 방침이다.

세아베스틸

추석 명절 맞이 지역 소외 계층에 백미 500포 기탁



세아베스틸은 9월 17일 추석 명
절을 맞아 저소득 가구를 지원하
기 위해 전북 군산시에 1,500만
원 상당의 10kg 백미 500포를
기탁했다. 이날 기탁식에는 김재준 군산시장, 장영수 세아베
스틸 지원본부장, 이승환 노동조합위원장, 한명규 전북사회복
지공동모금회장 등이 참석했다. 기탁된 백미는 전북사회복지
공동모금회를 통해 관내 저소득 세대에 전달될 예정이다.

세아창원특수강

클린오션 봉사단, 해양 생태계 보전 위한 수중 정화 활동 실시



세아창원특수강 클린오션 봉사단
은 지난 9월 6일, 한국해양구조
협회 경남동부지부와 함께 진해
구 명동 소고도 일대에서 연안 및
수중 정화 활동을 진행했다. 봉사 단원과 가족들은 해안가를
따라 환경 정화 활동을 펼쳤으며, 전문 스낵스쿠버 대원들은
수중에서 폐그물과 폐타이어를 인양하는 등 이날 하루 동안 약
5톤의 쓰레기를 수거했다. 클린오션 봉사단은 앞으로도 매년
지속적인 활동을 통해 해양 생태계 보전에 앞장설 계획이다.

세아특수강

‘2026 철강업계 미래 리더 교육’ 참가자 대상
포항공장 견학 실시



세아특수강은 지난 9월 8일 ‘2026
철강업계 미래 리더 교육’ 참가자
들을 포항공장으로 초청해 현장 견
학 프로그램을 진행했다. 7일부터
사흘간 진행된 교육 과정의 일환으로 마련된 이번 방문에서, 참
가자들은 주요 제조 공정을 직접 둘러보고 현장 관계자의 안내
를 받으며 현장을 직접 살펴볼 수 있는 기회를 가졌다. 이를 통
해 이론으로만 접하던 공정에 대한 실무 이해도를 높였으며, 세
아특수강의 엄격한 품질 관리 시스템을 현장에서 확인할 수 있었
다. 세아특수강은 앞으로도 철강 산업의 미래를 이끌어갈 우수
인재 육성을 위해 다양한 현장 교육 및 지원 활동에 적극적으로
협력할 계획이다.

스마일봉사단, 충주 지역 취약 계층 위한 ‘사랑의 제빵 봉사’ 실시



세아특수강 사내 봉사 단체인 ‘스
마일봉사단’은 지역 내 취약계층
을 돕기 위한 ‘사랑의 제빵 봉사’
를 진행했다. 이날 봉사단은 대
한적십자사와 협력해 약 800개의 빵을 만들었으며, 단원들이
정성껏 구워낸 빵은 성심맹아원과 진여원 등 복지 시설을 비롯
한 충주시 관내 취약 계층에 전달됐다. 세아특수강은 앞으로
도 다양한 사회공헌 활동을 통해 지역사회와 따뜻한 나눔을 이
여간다는 목표다.

세아씨엠

‘2026 SeAH AX Impact’ 일반 업무 효율화 부문 대상 영예



세아씨엠 품질경영팀이 9월
29일 열린 ‘2026 SeAH AX
Impact(그룹 AX 우수 사례 공유
회)’에서 트랙 1(일반 업무 효율
화) 부문 대상을 수상했다. 품질경영팀은 품질 통합 정보 시스
템인 Q-Hub를 구축해 규격 조회, VOC 처리, SPEC 검토,
보증서 및 MSDS 발행 등 다양한 품질 업무를 하나로 통합했
다. 특히 비개발자인 실무자가 AI 코딩 도구와 Gemini API
를 활용해 시스템을 직접 개발했으며, 올해 2월부터 현장에
성공적으로 도입해 운영 중이다. 이번 Q-Hub 도입으로 연간
1,833시간의 업무 시간 단축과 약 2억 3,000만 원의 경제적
효과 창출이 기대된다. 품질경영팀은 향후 Q-Hub 고도화 및
전사적인 AI 활용 확산을 통해 데이터 기반의 품질 경영과 디
지탈 혁신을 선도해 나갈 예정이다.

세아홀딩스

결혼
김명재 ESG팀

출산
정숙경 인사팀
박지은 통상팀
강봉경 경영기획팀
김정은 재경팀

세아제강지주

입사
김예성 기업문화팀

결혼
이상호 재무팀

세아제강

입사
정병휘 포항공장 품질경영팀

결혼
석진식 포항공장 전기정비반
지중우 경영기획팀
임유리 회계팀
이민혁 포항공장 설비보전팀
이휴성 통장전략실
주치현 순천공장 설비팀
송항민 STS내수팀

출산
조영준 수출팀
양시현 호남영업소

조의
유창균 회계팀(부)
이명철 포항공장 소경1공(빙모)
김희원 호남영업소(사부)

세아베스틸지주

결혼
박경린 재경팀

출산
이나래 IR팀

세아베스틸

결혼
김재윤 제품연구1그룹
김민재 공정연구1그룹
윤성민 CS팀
이우빈 압연설비팀

출산
김승범 1제강팀
정규환 압연설비팀
곽희석 글로벌사업1팀
하정수 경영기획팀

조의
고병훈 1제강팀(부)
양건선 품질보증팀(부)
임종욱 품질보증팀(모)
박재경 2제강팀(빙부)
김주섭 2제강팀(빙부)
서명호 대형압연팀(빙모)
임재혁 소형압연팀(빙부)
김희중 제강설비팀(빙모)
유형창 단조생산팀(모)
최관순 압연설비팀(빙모)
강성원 소형정정팀(빙부)
이명상 1제강팀(모)
이건호 경영기획팀(부)
오인철 소형정정팀(부)
박병만 1제강팀(부)

세아창원특수강

결혼
김동원 메탈제품연구그룹
박대영 메탈제품연구그룹
김현우 스틸제품연구1그룹
김태안 특수제강팀
민영욱 압연설비팀
김덕래 디지털전략팀

출산
한종갑 광관단조설비팀
하광성 산세팀
김중현 2제강팀
원강호 CS팀
이철현 광관생산팀

조의
곽부열 광관생산팀(모)
위기동 가공팀(부)
이외용 설비기획팀(부)

세아특수강

입사
박수환 원주공장 생산팀
서동완 원주공장 설계2팀
문동우 원주공장 품질팀
이경근 원주공장 영업개발팀

출산
김민호 포스세아 태국
이성원 포항공장 선재생산팀
김정웅 원주공장 생산팀

조의
강병준 충주공장 선재생산팀(부)
정재익 원주공장 생산팀(부)

세아씨엠

입사
유성욱 변화관리팀
김준환 생산팀
신동윤 설비팀 기계정비반
김시진 유럽사무소
조영민 생산팀 3CCL
황훈하 생산팀 3CCL
권순규 생산팀 CGL

결혼
양창호 생산팀 CPL
김준태 기술개발실
윤소현 구매팀

출산
박진용 변화관리팀

조의
김상기 설비팀(빙부)

세아M&S

입사
최승호 구매팀
김정원 금속영업팀

세아항공방산소재

입사
이영환 구매팀

김중수 방산개발팀
정재현 품질기술팀
이승환 연구개발팀

결혼
이윤석 품질반
정윤호 입출반

출산
류정철 가공반
조정우 가공반

조의
이정훈 물류반(부)

세아L&S

조의
이흥재 특수강물류파트(부)

VNTG

입사
이두형 ERP2팀
고운별 MES2팀
소 훈 MES2팀
최민우 MES2팀
강지훈 AX컨설팅실
이여진 구매팀
최유리 ERP3팀
남재우 사업개발팀

결혼
원오열 서비스개발팀
이한솔 영업기획팀
박세윤 플랫폼개발팀

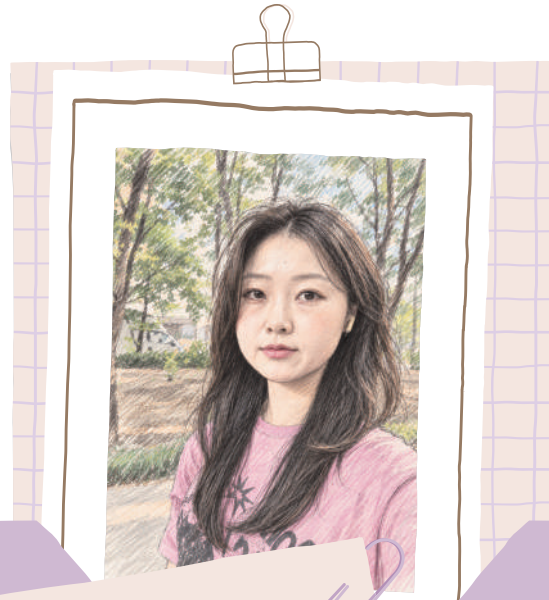
출산
백정수 ERP1팀

조의
임 현 사업총괄(빙부)
박민우 ERP2팀(부)
이수인 MES3팀(사부)

당신을 칭찬합니다

2026 9+10월호 칭찬 주인공

세아홀딩스 기업문화팀
김장미 대리님을 칭찬합니다!



세아홀딩스 기업문화팀 김장미 대리님은
그룹사 교육 담당으로서 항상 양질의 교육을
준비해 줄 뿐만 아니라 교육 참가자들의
편의를 위해 물심양면으로 애써주셔서 깊이 감사드립니다.
특히 그룹사 전체 교육을 진행하며
수많은 임직원들의 문익과 요청이 쏟아질 텐데도,
한결같이 친절하고 세심하게
도움을 주시는 모습이 인상 깊었습니다.
앞으로도 세아그룹 전체에 활력을 불어넣는
양질의 교육을 운영해 주시기를 기대하며,
대리님의 노고에 다시 한번 마음 깊이 감사드립니다.

- 세아제강 DX팀 이인성 과장



본 이미지는 AI를 활용해 생성한 이미지입니다.

〈세아가족〉 사보 기자

세아제강지주 기업문화팀 홍지수
세아제강 인사팀 안미경
세아베스탈지주 인사팀 정빛나
세아베스탈 경영기획팀 이정화
세아창원특수강 경영기획팀 전유진
세아특수강 인사팀 강승미
세아씨엠 업무지원팀 고은비
세아 M&S 인사팀 김윤정
세아항공방산소재 인사총무팀 한구일
세아 L&S 인사팀 정현영
세아네트웍스 기업문화팀 박정현
브이엔티지 People Hub팀 김효윤

