

SěAH



친환경 종이와 잉크를 인쇄로 제작되어 지구 환경 보호에 앞장섭니다.

세아가
조각

VOL. 393 MAY • JUNE 2021

SěAH

세아가 조각
세상을 아름답게 하는 사람들



CREATIVE

MAY • JUNE 2021

2021 05 + 06

세아가족

세상을 아름답게 하는 사람들



발행일 2021년 6월 21일(통권 393호) 발행인 천정철 발행처 세아홀딩스

주소 서울시 마포구 양화로 45 세아타워 30층 기획 세아홀딩스 커뮤니케이션팀 02 6970 0093

디자인 (주)홍커뮤니케이션즈 www.hongcomm.com 사진 Studio KENN ISSN 2636-1787

* 외부 필자의 글은 <세아가족>의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

CREATIVE

창의적인

급격하게 변화하는 시대에서 창의성과 다양성은 기업의 생존 문제와도 직결된다.
지금 세아는 끊임없이 변화하며 창의적인 혁신을 준비하고 있다.

Contents

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

문의 커뮤니케이션팀 이유진 수석 / yujin.lee@seah.co.kr / 02 6970 0093

12

세아 특집 인터뷰
창의력과 열정으로 지속가능한
기업의 미래를 말하다

36

함께의 가치
글로벌 NO. 1이라는
단 하나의 목표를 향해 도약하다

04

프롤로그
창의성이 불러올 변화

22

세아 포커스 2
지구를 생각하는
세아의 플라스틱 프리 챌린지

26

세아를 만드는 사람들
지속적인 성장과 혁신을 위해
온라인 시장을 개척해 나가다

50

세아 뉴스
& 사우 동정

18

세아 포커스 1
세아씨엠
알루미늄 프린트강판을 재해석하다

42

에코 패밀리
친환경 소재로 바뀌어 가는
가족의 작은 노력

06

스토리
조직의 창의성을 막고 있는
사소한 것들

24

세아 포커스 3
세아제강에서 전해온
수상 소식

32

글로벌 리포트
최대 자동차 생산국 태국을 넘어
글로벌 시장 확대를 꿈꾸다

46

가치의 재발견
팬데믹 시대에 맞춰
변화하는 취미 생활

52

내동소
& 사보 기자

창의성이
불러올
변화



“모든 사람이 창의성을 발휘할 잠재력이 있으며,
이런 잠재력이 표출되도록 이끌어 주는 게 경영자의 임무다.”



픽사 애니메이션 스튜디오(Pixar Animation Studios)를 창업한 에드 캣멀(Ed Catmull)은 기업 내부에는 직원들의 창의성 발휘를 저해하는 위협 요소들이 있으며, 이런 요소들을 발견하고 해소하는 것이 중간관리자와 경영자의 중요한 임무임을 강조했다. 또한, 기업에서의 창의성은 ‘천재적인 개인’에 있는 것이 아니라 개인의 창의성을 발휘할 수 있도록 도와주는 ‘창의적인 기업문화와 환경’에 있다고 말했다. 한마디로, 개인과 조직의 다양성이 서로 공존할 때 비로소 창의성이 빛을 발한다는 것. 급격하게 변화하는 시대에서 창의성과 다양성은 기업의 생존 문제와도 직결되기에, 세아는 끊임없이 변화하며 창의적인 혁신을 준비하고 있다.

Organizational



Creativity



조직의 창의성을 막고 있는 사소한 것들

임병권 한국경영자문원 콘텐츠 파트너

“증인, 코드레드를 하는 것이 해병의 의무라고 써 놓은 책이나 매뉴얼 또는 지침서가 없다는 말이죠?” 감사의 이 질문에 증인으로 선 한 해병이 답한다. “없습니다. 복무지침에는 없습니다.” 톱크루즈가 젊은 변호사로 나오는 1992년 영화 ‘어퓨굿맨’의 한 장면이다. 쿠바 접경의 미 해병기지에서 한 해병이 2명의 다른 해병의 폭행에 의해 사망을 한다. 폭행은 자의에 의한 것이 아닌 장교의 ‘코드레드를 하라’는 명령에 의한 것이었다. 소위 ‘관심병사’에 대한 집단 폭행은 ‘코드레드’라는 이름으로 오랫동안 관행적으로 지속되어 왔다. 코드레드가 해병 복무규정에 써 있을리는 없다. 오히려, 규정에는 ‘구타근절’이라고 써 있다. 하지만, 장교나 사병이나 이 오랜 전통에 대해 의문을 제기하지 않았다. 어디에도 공식화 되어있지 않은 잘못된 관행과 문화는 한 사병을 죽게 만들었다.

일상의 자유로움으로 창의적 성과를 끌어내다

필자가 한 외국계 기업으로 이직하고서 며칠이 지난 후의 일이다. “Hello, Congratulations!” 한 외국인 젊은 남자가 인사팀 사무실 문을 열고 나에게 한 마디를 잠깐 던지고 사라졌다. 그는 평범한 티셔츠 차림이었고, 한 손으로는 마시다 만 콜라병을 흔들며 땀을 흘리고 있었다. 알고 봤더니 그는 영업담당 부사장이었다. 그 부사장은 나의 입사를 환영하고 싶었던 모양이다.

나는 그의 ‘가벼움’에 의아해했다. 내가 그동안 보아왔던 고위 임원의 이미지인 엄숙함, 권위, 진중함 같은 것은 찾아볼 수가 없다. 그런데, 그 사람뿐만이 아니었다. 전체적인 분위기가 그랬다. 내 눈에는 회사가 질서도 없고 규율도 없어 보였다. 혼한 사무식, 중무식 같은 연례 행사도 별로 없다. 타운홀 미팅을 할 때는 임원 자리, 직원 자리 구분도 없었다. 근무하는 동안

그 혼한전사적인 혁신 프로젝트 같은 것도 없었다. 얼핏 보기에 원칙도 없고 질서도 없어 보이는 조직이 무엇으로 굴러갈까? 궁금했다. 그들은 과정을 그다지 통제하지 않았다. 형식, 위계 같은 것은 모두 과정을 통제하기 위한 도구다. 그들은 일상의 과정을 최대한 자유롭게 하여 직원들의 창의적 성과를 최대한으로 끌어내는 방식을 택하고 있었다.

이 회사는 월마트이다. 월마트는 IT기반의 기업으로 출발한 회사가 아니다. 아마존 같은 이커머스 업체의 급부상으로 위기를 맞을 것이라는 우려가 많았다. 하지만, 여전히 오프라인 시장의 최강자로 성장을 거듭하고 있다. 이커머스 분야에서도 아마존에 이어 2위를 차지하며 아마존을 위협하고 있다. BCG (Boston Consulting Group)가 발표한 2020년 글로벌 혁신 기업 랭킹에서 13위를 차지하기도

했다. 월마트보다 상위 랭킹에 있는 기업들은 Google, Facebook, Apple과 같은 IT 공룡들이었다.

거대한 접근방식일수록 멀어지는 혁신

한 기업에서 채용 면접위원으로 와 달라는 요청을 받은 적이 있다. 면접은 본사에 있는 대회의실에서 이루어졌다. 대회의실이 있는 층에는 다른 사무실과 회의실도 있었다. 그런데, 모두 문은 굳게 닫혀 있었고 온통 벽으로 되어 있어서 안이 들여다보이지 않았다. 대회의실에는 한 눈에 봐도 비싸 보이는 가죽 의자들과 거대한 사각형 테이블이 있었다. 의자의 색은 모두 검은색이고 중후한 디자인이어서 방 전체에 위압감이 흘러 넘쳤다.

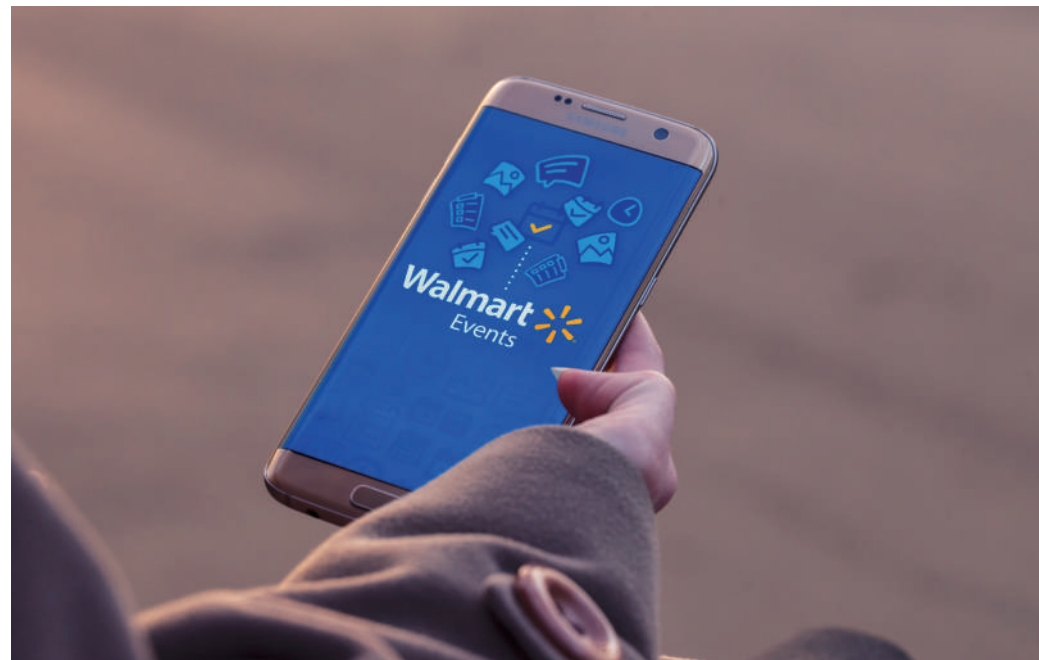
이 회사 인사담당자의 말에 의하면, 이 회사는 꽤 오랫동안 경영 혁신과 조직 문화 혁신을 위해 노력하고 있다고 한다. 최근에는 글로벌 컨설팅 업체에 의뢰해서 ‘혁신 문화 프로젝트’를 진행하고 있기도 하다. 조직 이름에도 ‘혁신’이라는 이름을 넣은 조직이 여러 개 있다.

나는 인사담당자의 말을 들으면서 “그 프로젝트는 실패할 것 같은데...”라고 예감했다. 이유는 가장 혁신적이지 않은 기업이나 조직이 혁신이라는 말을 많이 쓴다는 것을 알기 때문이다. 조직 문화 혁신이나 경영 혁신에 실패하는 기업의 대부분의 접근방식은 ‘거대하다’는데 있다. 수 억원을 들여서 문화 혁신 프로젝트를 하고 혁신발표회를 한다. 그리고, 경영혁신팀을 만들고 경영혁신 체크리스트를 복잡하게 만든다. 그리고 정기적으로 점검회의를 한다. 회사의 경영이념, 미션, 밸류 같은 그럴듯한 문구를 만들어서 홈페이지를 개편한다. 그런데, 그게 전부다.

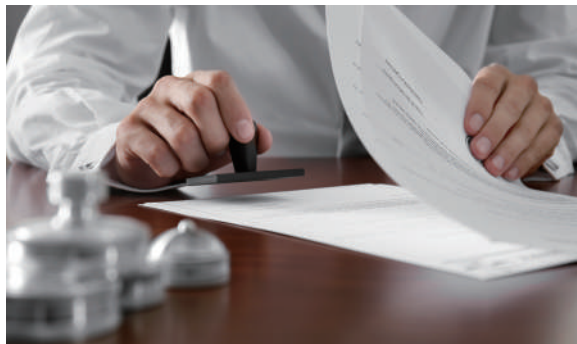
필자가 어려서 학교를 다닐 때는 매달 운동장에서 월례조회를 했다. 교장선생님 말씀은



조직 문화 혁신이나
경영 혁신에 실패하는
기업의 대부분의 접근방식은
‘거대하다’는데 있다.



우리가 늘 보고 있는 것,
늘 하고 있는 일, 너무 익숙해서
아무도 의문을 제기하지 않는 행동 중에
창의적 문화의 장애물이 있다.
그것을 찾아내어 바꾸어야 한다.



항상 길고 지루했다. 그런데, 하나도 기억에 남아 있지 않다. 그리고, 교장 선생님의 말씀이 나의 철학, 나의 행동, 나의 사고방식에 영향을 미친 것 같지도 않다. 왜 그럴까? 교장 선생님 말씀은 너무 관념적이기도 했지만, 조화라는 것이 어찌다 치르는 하나의 행사에 불과했기 때문이다. 어찌다 치르는 행사는 나에게 영향을 미치지 않았다. 나에게 영향을 미친 것은 내가 매일 보는 친구, 매일 듣는 엄마의 잔소리, 매일 보는 아빠의 뒷모습이었다. 일상이 나에게 영향을 미친 것이다.

익숙한 것에서부터 찾아 가는 창의적 문화

조직 문화를 창의적으로 만들지 못하는 이유도 여기에 있지 않을까? 잠깐 하다가는 캠페인이거나 수 백페이지의 일회성 보고서로는 조직 문화를 바꿀 수 없다. 매일 눈에 보이는 것부터 바꾸어야 한다. 대회의실의 중후한 검정색 의자 같은 것들 말이다. 창의적인 생각이 융솟음치다가 대회의실의 검은색 가죽 의자와 상석에 앉아 있는 무서운 상사를 보는 순간 창의성은 금방 죽어버린다. 그런 권위있고 어두운 분위기 속에서 상사는 이렇게 말한다. “자, 창의적인 아이디어를 하나씩 말해보세요. 얼마나 창의적인지 내가 평가할 테니.”

창의성은 개방성이 높은 곳에서 싹튼다. 그러려면 닫혀 있는 문부터 개방하면 된다. 중후한 체리색 문을 없애고 대신 안이 들여다 보이는 밝은 색의 유리 문으로 바꾸어야 한다. 벽도 유리 벽으로 바꾸어 보는 것은 어떻게? 내가 아는 모든 글로벌 기업들은 개인 사무실이든 공용 사무실이든 개방감을 주도록 사무 공간을 구성한다. 그렇게 구성하는 것이 아름다워서가 아니다. 매일 마주치는 문, 벽이 투명해야 조직 분위기가 자유로워지고 창의성이 올라간다고 믿기 때문이다.



창의성을 방해하는 작은 예를 하나 더 들어본다. 나는 군대에서 행정병으로 근무를 했는데, 하루 종일 문서를 타이핑하는 일이 나의 임무였다. 그 문서들은 대부분 기안서라는 이름으로 작성되었다. 문서의 좌우 여백, 결재박스의 크기 등 문서의 형식을 맞추는데 진땀을 흘린 기억이 난다. 국내 기업에 있을 때도 비슷했다. 기안서, 품의서라는 형식의 문서가 있다. 군대에서나 회사에서나 그 복잡한 문서 형식에 의문을 제기한 적이 없다. 귀찮고 짜증날 때가 많았지만 당연한 일로 받아들였다. 그러다가 외국계 기업으로 갔다. 일단, 거기서는 기안서, 품의서라는 이름의 형식적인 문서 형식이 없다는 것에 놀랐다. 거의 모든 결재는 이메일로 작성해서 보내면 그만이다. 사장님께도 말이다. 복잡한 문서 형식이 없어지니 내용에만 집중하게 된다. 복잡한 문서 형식과 결재 절차라는 장애물이 제거되면 남은 에너지를 어디에 쓸까? 생각을 확장하는 데 쓰게 된다.

창의적인 문화의 장애물은 거대한 곳에 있지 않다. 구글이나 애플의 혁신 사례 한 두개를 훔내 낸다고 될 일은 더더욱 아니다. 우리가 늘 보고 있는 것, 늘 하고 있는 일, 너무 익숙해서 아무도 의문을 제기하지 않는 행동 중에 창의적 문화의 장애물이 있다. 그것을 찾아내어 바꾸어야 한다. ☺

임병권 한국경영자문원 콘텐츠 파트너

현대카드 인사과장, 월마트 인사팀장을 거쳐 DHL 인사부장, 오티스엘리베이터 인사담당 상무를 지냈다. 일하는 방식에 대한 책 〈8시간〉을 썼으며, 하버드 비즈니스리뷰코리아, 월간 HR Insight, 월간 인사관리 등 매체에 인사와 조직 문화에 대한 글을 기고하고 있다. 현재는 명지전문대 산업경영공학과 교수로 있다.

창의력과 열정으로 지속가능한 기업의 미래를 말하다

이노베이션센터 김수진 센터장

미국의 경제 전문지 '포브스'를 비롯해 최근에는 클래리베이트, 보스턴컨설팅그룹 등 다양한 데이터 분석 전문 기관들이 혁신기업을 발표하고 있다. 디지털 시대의 새로운 패러다임, 기후변화 등의 거대하고 빠른 변화 속에서 당면한 위기를 돌파하고 새로운 성장의 기회를 포착해야 할 필요성이 어느 때보다 커졌다. 이러한 돌파구를 마련하기 위해 세아그룹은 지난 2019년 1월 이노베이션센터를 신설했다. 그룹의 성장을 위해 위기를 타개하고 모든 구성원과 함께 한마음 한 뜻으로 난제를 해결해 나가는 이노베이션센터 김수진 센터장을 만나보았다.

지속가능한 기업을 만들어 나가는 개척자

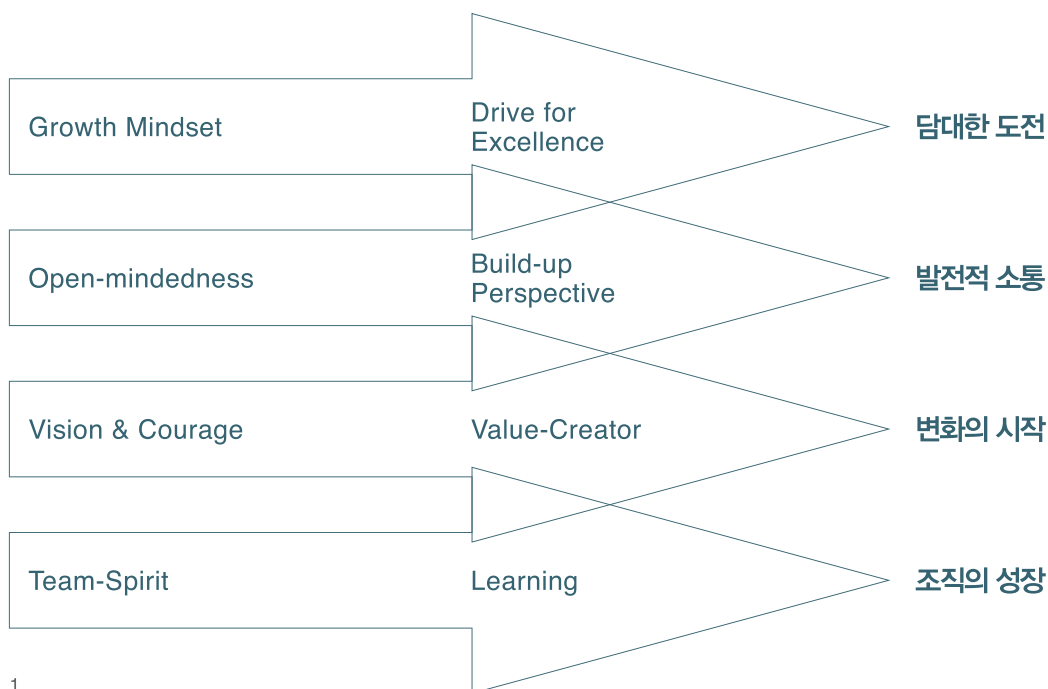
많은 기업이 고도성장기를 지나 저성장기로 접어들면서 혁신 성장의 필요성이 중요해지고 있다. 특히, 제조업 기반이나 경기에 민감한 사업일수록 그 필요성이 높다. 영속 기업으로 지속적인 성장을 위해서는 기존의 핵심사업 외에도 새로운 사업을 개척해 나가야 하며, 잘 해왔던 사업 역시 성장성을 극대화하기 위해 더 고민해야 하는 시기다. 그러나 기존의 체계를 바꾸기 어려운, 규모가 큰 기업일수록 혁신이라는 개념은 어려운 과제처럼 다가온다. 많은 기업이 혁신의 필요성을 통감하며 혁신 조직을 만들지만, 조급함으로 혁신적인 아이디어가 꽃피지 못하거나 실행으로 이어지지 못해 원래의 취지가 지속되는 경우가 드물었다. 이에 세아는 앞서 고민하고 실행의 토대를 마련하는 '개척자'이자 '혁신의 파트너'로서,



다각적인 시각에서 여러 지식과
경험을 모아 창의적인 해결책을 찾고
민첩하게 결과를 만드는 것이
우리가 일하는 방식 혹은 리더십의
혁신이라고 할 수 있습니다.

2019년 1월 '이노베이션센터'를 신설하였으며, 전략-생산-연구-영업-구매-재무 등 다양한 영역의 핵심 인력들이 모여 각자의 경험과 전문성을 바탕으로 그룹의 난제를 해결하고 새로운 성장의 기회를 포착하고자 노력하고 있다.

“혁신의 종류는 여러가지 입니다. 새로운 사업을 발굴하거나 시장가치 혹은 고객가치를 발굴하고 실현하는 혁신, 제조/생산기술의 혁신, 나아가 일하는 방식의 혁신이 있을 수도 있습니다. 세아그룹 이노베이션센터의 지향점 중 대표적인 것은 일하는 방식의 혁신과 조직 문화의 혁신입니다. 일종의 DNA를 바꿔보자는 내용이지요, 산업 시대를 지나 디지털 시대로 표방되는 경계 없는 빠른 변화 속에서, 미래를 준비하기 위해 어떤 리더십과 덕목, 역량이 중요



한가라는 관점에서 깊이 고민하고 있습니다. 이를 위해 다각적인 시각에서 여러 지식과 경험을 모아 창의적인 해결책을 찾고 민첩하게 결과를 만드는 것이 우리가 일하는 방식 혹은 리더십의 혁신이라고 할 수 있습니다.”
김수진 센터장은 세상을 아름답게 하고 구성원이 자랑스러워 할 수 있는 지속성장기업을 일구는 데 기여하고 싶다는 꿈을 품고 이노베이션센터를 이끌게 되었다. 김수진 센터장의 지휘 아래 이노베이션센터는 세아그룹의 각 계열사 인원이 3년 단위로 순환하고 있다. 그리고 현업 복귀 후에도 뿌려져 나간 흩씨처럼 각각의 위치에서 크고 작은 혁신을 함께 만들고 지속하는 것을 지향한다.

1

이노베이션센터의
미션과 원칙

2

이노베이션센터가 지향
하는 바를 설명 중인
김수진 센터장

현장에 맞게 실질적인 결과물을 만들어가다

이노베이션센터는 세 가지 유형의 과제를 중심으로 수행하고 있다. 첫 번째는 장기적

접근이 필요한 과제이다. 이는 단기 성과보다 중장기적인 관점에서 그룹에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 새로운 기회 혹은 위협을 감지하고 대비하기 위함이다. 두 번째는 단일 조직에서 수행하기 어려운 과제로, 다양한 부서와 계열사 간의 협업과 조율이 필요한 과제를 의미한다. 세 번째는 새로운 아이디어를 발굴하여 사업화하는 과제다. 즉, 세아가 가진 여러가지 경쟁력을 어떻게 활용하여 영속적인 기업으로 유지할 수 있을지 고민하고, 잠재력을 극대화하면서 새로운 기회를 만들어내는 것을 중심으로 수행하고 있다.

“과거에는 상상하지 못했던 현실이 다가왔고 앞으로도 다가올 것입니다. 이러한 새로운 흐름 속에서, 이노베이션센터는 철강업, 제조업을 넘어 디지털 기술을 포함한 여러 광범위한 영역을 더 기민하고 빠르게 보려고 노력합니다. 시장의 정의와 경쟁의 규칙이 바뀌는 신호를



3
이노베이션센터는
아이디어를 구체화하고
더욱 탄탄하게 만들어
궁극적인 해결책을
찾아나가고 있다.

4
이노베이션센터
김수진 센터장

빠르게 파악하고, 중장기적인 관점에서 필요한 준비를 시작하고자 합니다. 이를 위해 이노베이션센터 세미나 등을 통해 메가 트렌드, 경제와 산업 동향을 살펴며 우리 사업에 미치는 영향을 고민하고 있습니다. 또 기술 동향을 살펴 우리가 잘하는 것을 더 잘할 수 있게 하는 기술, 우리의 문제를 해결할 수 있도록 하는 기술, 위험이 될 수 있는 기술 등을 파악하고 가능성을 진단하고 있습니다. 이처럼 기회와 위협의 실체를 정확히 알고 활용하기 위해 주요 관련 부서와 협업하고 있습니다.”

김수진 센터장이 말하는 이노베이션센터만의 차별성은 분석과 제안으로 끝나는 것이 아니라 현장과 함께 실질적인 결과를 만들어내는 조직이라는 점이다. 현재 이노베이션센터는 세아베스텔 Salesforce 도입, 세아창원특수강 생산계획 전산화 시스템 구축 등 주요 계열사 전략회의에서 언급되는 프로젝트성 과제와 다수의 생산혁신 과제에 구성원으로 참여하고 있다. Computer-Vision AI 기반 안전관리

솔루션 Everguard 개발 및 벤처 인큐베이션 등 디지털 기술을 활용한 새로운 시도를 주도적으로 진행하고 있다.

더 놀라운 세아, 강한 세아가 될 수 있도록

혁신은 개선과 발명의 요소를 포함한다. 그리고 발명은 착안과 실험으로 구성되어 있다. 이노베이션센터는 착안, 즉 창의적이고 새로운 아이디어를 위해 3가지 사고의 접근을 강조하고 있다. 첫 번째는 자신이 가진 관점을 확장하고 고정관념을 깨는 것이다. 두 번째는 문제를 새롭게 정의하는 것. 세 번째는 담대한 목표를 지향(Ambition-Driven)하는 것이다.

“실험에는 실패가 수반됩니다. 실패라는 단어가 주는 두려움도 있지만, 실패에도 종류가 있어요. 예방적 실패, 시스템적 실패, 창조적 실패입니다. 우리가 대비를 통해 피하거나 최소화해야 할 유형은 예방적 실패와 시스템적 실패입니다. 이와 반대로 창조적 실패는 장려하고 축하해야 할 실패입니다. 아무리 잘 설계한

실험이라 해도 과거에 존재하지 않았던 아이디어를 구현하고 적용하는 과정에서는 예상과 다른 결과가 나오기 마련입니다. 이러한 창조적 실패가 없이는 앞으로 나아갈 수 없습니다. 이노베이션센터는 창조적 실패를 독려합니다.”

김수진 센터장의 말처럼 이노베이션센터는 문제를 새롭게 정의하고 창의적인 답을 찾아가는 사고, 새로운 아이디어가 구현되어 안착할 수 있도록 유관부서와 긴밀하게 상의하고 협업하는 소통, 검증을 통해 아이디어를 구체화하고 보완하며 궁극적인 해결책을 만들어가는 것을 지향한다. 이 과정에서 시행착오를 통해 배움을 공유하며 다음 시도에서의 성공확률을 높이기 위해 노력하는 것을 중요시한다. 이 모든 것들이 가능하기 위해서는 각자의 생각과 의견을 표현하고 시행착오를 드러냄에 있어 두려움이 없도록 상호 신뢰와 존중, 심리적 안정감이 전제되어야 한다. 이를 바탕으로 내가 갖지 않은 전문성을 가진 동료와 아이디어를 발전시키는 노력, 다른 관점을 이해하고 간격을 줄여 공동의 목표를 향해 나아가는 협업과 끈기, 크고 작은 성취와 창조적 실패를 함께 축하하는 동료의식이 이노베이션센터 조직 문화의 근간이다.

“세아의 모든 구성원과 조직이 한마음으로 세아의 성장을 위해, 위기를 타개하고 난제를 해결하기 위해 노력하고 계십니다. 각자의 자리에서 흘리는 오늘의 땀방울이 빛날 수 있도록, 끊임없이 미래를 내다보고 준비하는 지원군이 자 파트너가 되고자 합니다.”

창의적인 생각, 도전일수록 의심을 마주하게 된다. 이노베이션센터는 그 의심과 거부에 대해 집요하게 파고들고, 또 꺼내어 나갈 것이다. 현실적으로 불가능하다 판단하는 이유가 무엇인지 생각하고, 이유를 타파하기 위해

필요한 것과 할 수 있는 것을 찾아 시도하는 것. 그리고 이것을 ‘우리’의 도전으로 만드는 것이 이노베이션센터가 지향하는 혁신의 시작이다. 새로운 아이디어를 구현하기 위해 기존의 방식을 바꾸는 번거로움을 마다하지 않을 때 도전과 개척은 세아그룹의 창조적 혁신으로 자리매김할 것이며 이노베이션센터는 더 강한 세아, 세상을 놀라게 할 기업을 만들어가기 위해 세아그룹의 든든한 파트너가 되어줄 것이다. 현업의 혁신을 위한 동반자, 미래의 숲을 위해 씨를 뿌리고 모종을 키우는 이노베이션센터의 행보가 기대된다. ☺

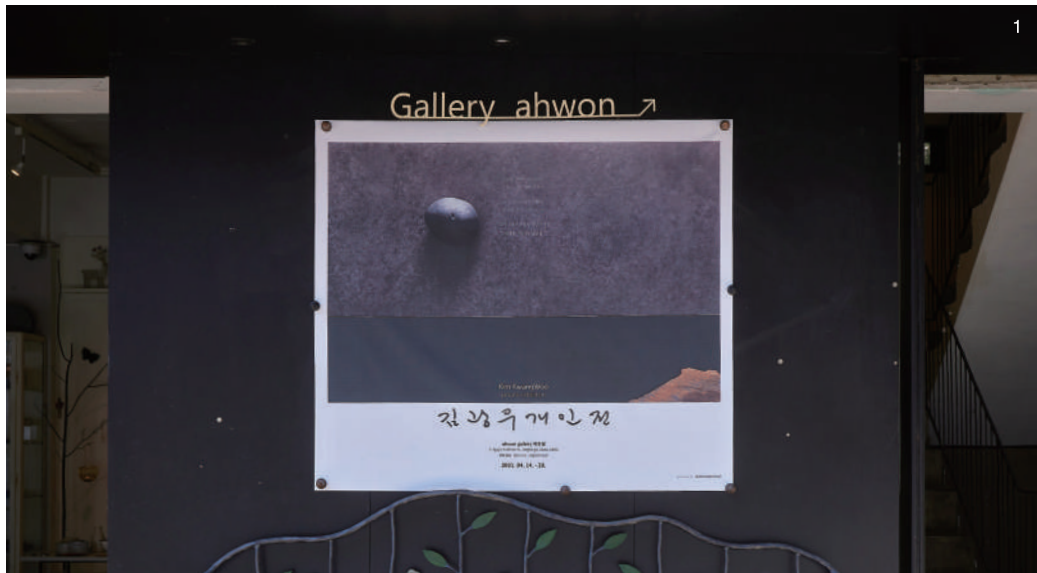




세아씨엠, 알루미늄 프린트강판을 재해석하다

김광우 展 - 비움과 명상, 자연과의 상생, 사람간의 조화

원자번호 26번, 원소기호 Fe로 명명되며 지구 중량의 35%를 차지하는 철을 예술의 언어로 재해석한 전시가 서울 아원 갤러리에서 열렸다. 세아씨엠이 후원하고 김광우 작가가 재해석한 개인전은 지난 4월 14일부터 20일까지 이어졌다. 철의 다양한 면모를 볼 수 있었던 그날의 전시회 속으로 세아 가족을 초대한다.



1

현대 예술과 함께 호흡하는 재료, 철

철은 우리 일상을 이루는 뼈대와 같은 재료다. 철이 없다면 집을 지을 수도, 자동차를 만들 수도 없다. 예술가들은 오래 전부터 이러한 '철'의 특성에 주목했다. 처음 철을 적극적으로 사용했던 러시아의 예술가 타틀린(Vladimir E. Tatlin)은 우리 일상의 재료인 철이 예술의 미래를 만들어 나갈 것이라고 생각했다. 그 후 1백여 년이 지나 철은 미래가 아닌 현대 예술과 함께 호흡하는 재료가 되었다.

오늘날 도시 곳곳에서 만나는 다양한 예술작품에 철을 주요 재료로 사용하는 이유는 견고함과 안정성이라는 특성 덕분이다. 철로 만든 조각은 대중이 자주 다니는 공공장소에 세워져 누구나 쉽게 예술을 감상하고 일상 속에서 예술을 즐길 수 있게 한다. 또한, 철은 가공은 물론 색을 입히는 작업 역시 다른 재료에 비해 수월하다. 철 위에 컬러 잉크를 입혀 차가운 철강의 이미지를 따뜻한 감동으로 순화

되는 사례를 우리 주변에서 흔히 만날 수 있다. 봄 향기가 코끝을 스치던 지난 4월, 세아씨엠이 알루미늄 프린트강판을 소재로 활용한 설치미술작품 전시회를 개최했다. 설치 미술가 김광우 작가와 콜라보레이션을 통해 알루미늄 프린트강판 소재를 활용한 설치미술작품 전시회 '김광우 展'을 지난 4월 14일부터 20일까지 총 7일간 서울 종로구 갤러리 '이원(Ahwon)'에서 열었다.

세아씨엠은 이번 설치미술 전시회 작품 제작에 사용된 알루미늄 프린트강판 공급 및 제작비 등 전시회 개최 전반을 지원했다. 특히 장기 축적된 알루미늄 프린트강판 기술을 바탕으로 작가와의 여러 차례 미팅을 통해 시간의 흔적을 담은 철의 표면 질감을 온전히 구현했다.

동양 미학적 세계관을 담은 작품을 만나다

설치 미술가 김광우는 다양한 국내외 전시를 통해 시간의 흐름, 비움과 명상, 자연과 상생,

사람 간 조화와 같은 철학적 가치들을 작품에 표현해 왔다.

이번 전시회에서는 '오래된 기억이 깃들어 있는', '사람과 시간의 흔적을 담은', '자연의 흐름과 호흡을 일깨우는' 컨셉의 작품들로 작가의 동양 미학적 세계관을 세아씨엠 알루미늄 프린트강판으로 표현했다.

특히 김광우 작가는 작품 '정중동15 靜中動 Stillness Within Movement'와 '정중동16 靜中動 Stillness Within Movement'을 통해 오랜 도시의 낡은 건물들 옛 사찰, 정원, 한옥, 가구들 자연의 흐름과 호흡을 깨닫게 되는 바래고 부식된 표면들을 표현해 주목을 받았다.

또한, '허정20 虛靜 Emptiness & Calmness', '허정21 虛靜 Emptiness & Calmness'에서는 잔잔한 바다에 홀로 떠 있는 작은 섬을 표현했다. 그 섬을 에워싸고 있는 빈 침묵의 공간은 시간의 흔적을 머금고 고요함과 평온함을 말하는 듯하다.

문화예술 활성화에 앞장서는 세아씨엠

세아씨엠은 이번 전시회를 계기로 산업용 소재로만 인식되던 알루미늄 프린트강판에 대한 기존의 고정관념을 깨고 고급스러운 색상과 세련된 패턴을 예술 작품에 접목함으로써 알루미늄 프린트강판의 우수성을 대중에게 선보였다.

세아씨엠의 알루미늄 프린트강판은 알루미늄 원판에 다양한 색상을 도장한 강판으로 천연 건축자재 특유의 패턴 및 질감을 완벽하게 구사하면서도 일반 컬러 강판에 비해 내식성 및 내후성이 우수해 장기 사용이 가능하다.

또 재생성이 뛰어나 친환경 프리미엄 자재로 수요가 지속적으로 추가하는 추세다. 실제로 최근에는 탁월한 가공성과 디자인을 바탕으로 외장재뿐만 아니라 도어, 파티션, 천장,

아트월 등 다양한 인테리어 자재 분야로 적용 범위를 넓혀가고 있다.

세아씨엠은 이번 전시회를 시작으로 향후 자사 제품을 활용한 문화예술분야 후원과 사회 공헌활동을 늘려나갈 계획이다. ☺



2



3

1
김광우 개인전 포스터

2
섬을 에워싸고 있는
침묵의 빈 공간은 시간의
흔적을 머금고 고요함과
평온함을 말해준다.

3
세아씨엠과 콜라보레이
이션을 통해 철의 다양한
면모를 볼 수 있었던
김광우 개인전

지구를 생각하는 세아의 플라스틱 프리 챌린지

세아 × 트래쉬버스터즈 × 커피랩

세아그룹은 6월 5일 '세계 환경의 날'을 맞아 이색적인 캠페인을 실시했다. 바로 '세아×트래쉬버스터즈×커피랩 플라스틱 프리 챌린지' 캠페인이다. 이번 캠페인은 다회용기 렌탈 및 수거 전문업체인 트래쉬버스터즈와 함께 일회용 플라스틱 사용은 줄이고 다회용 컵 사용을 독려하기 위함이다. 세아그룹은 이를 통해 일회용기 사용에 대한 인식을 환기시키고, 환경에 대한 중요성을 일깨워 나갈 방침이다. 지속가능한 환경까지 생각하는 이번 세아의 노력을 소개한다.

일상에서 실천하는 친환경 활동

현재 우리가 마주한 환경은 위기 속에 놓여있다. 급격한 기후변화가 진행 중이고 동식물의 서식지가 파괴되고 있으며 지구 곳곳에 쓰레기가 쌓여가고 있다. 앞친데 덮친 격으로 코로나-19 확산이 이어지면서 일회용품 사용이 늘고 있다. 이처럼 감염확산을 막으면서 환경 영향력도 생각해야 하는 지혜가 필요한 시기다.

지속가능한 환경을 위해 모두가 한마음 한 뜻으로 움직이는 것 또한 계속 강조한다고 쉽게 이뤄지는 일은 아니다. 그렇다면 일상 속에서 누구나 실천 가능할 수 있고 자연스럽게 친환경 활동을 독려할 수 있을까? '세아×트래쉬버스터즈×커피랩 플라스틱 프리 챌린지' 캠페인은 바로 이러한 활동을 독려하기 위해 진행되었다.

트래쉬버스터즈는 렌탈 및 수거 전문 스타트업으로 살균된 다회용기를 공급하여 일회용품 플라스틱 사용 및 폐기를 최소화하여 환경을 지킨다는 철학을 지닌 회사다. 현재 KT 기업 사내카페 및 야구장, 페스티벌 등 행사를 중심으로 자신들의 철학 반경을 넓혀가고 있다.

여기서 드는 한 가지 의문. 여러 번 사용한 컵이 일회용컵보다 과연 위생적인 걸까? 이러한 의문에 답을 하기 위해 트래쉬버스터즈는 한번도 뜯지 않은 플라스틱컵과 세척한 다회용컵의 미생물 테스트를 진행했고 그 결과, 세척한 다회용컵이 30배 더 깨끗하다는 결과가 나왔다. 즉, 일회용컵이 다회용컵보다 깨끗하다는 생각은 단순히 심리적인 문제라는 것이다. 인터넷 세아인에 공지된 포스터에 찍힌 QR코드를 타고 들어가면 컵의 세척과정을 직접 확인할 수 있다.

작은 실천부터 시작하는 친환경 캠페인

참여 방법은 간단하다. 6월 한달 동안 세아타워 5층 커피랩에서 음료를 주문하면서 다회용컵을 사용하겠다고 말하고 음료를 마신 후에는 전용 수거함에 반납하기만 하면 된다. 다회용컵을 사무실 또는 회의실로 가지고 갈 경우, 당일 또는 다음날 반드시 5층 수거함에 반납해야 한다.

반납한 다회용컵들은 이틀에 한 번 트래쉬버스터즈에서 수거해 간 후 세척해서 돌아온다. 특히 다회용컵으로 주문 시 계산대 옆 점수판(버스팅 스코어)를 클릭하는 것도 잊지



다회용컵을 사용한 후 버스팅 스코어 버튼을 누르면 된다.



다회용컵을 사무실 또는 회의실로 가지고 갈 경우, 당일 또는 다음날 5층 수거함에 반납하면 된다.

말아야 한다. 한 잔을 주문했다면 한 번, 두 잔을 주문했다면 두 번 눌러주면 된다. 캠페인이 종료된 후 사용 수량을 집계 할 예정이다.

또한, 버스팅 스코어판 앞에서 사용한 컵과 함께 인증샷을 찍어 커뮤니케이션팀 이유헌 수석 앞으로 메일을 보내주면 추첨을 통해 친환경 제품을 제공할 예정이다. 그동안 우리에게 익숙하지 않았던 캠페인이다 보니 '우리가 이걸 한다고 환경이 좋아질까?', 또는 '다회용컵을 사용하면 정말 환경보호에 도움이 될까?'라는 의구심이 들 수도 있다. 그러나 연구에 따르면 일회용컵보다 다회용컵을 2.7회 이상 사용하게 될 경우 이산화탄소 배출량과 소비량을 더 줄일 수 있다고 한다. 또한, 트래쉬버스터즈에서는 친환경세제를 사용하여 환경오염을 최소화하고 있다.

6월 5일, 환경의 날을 기념하여 세아인 모두가 참여한 캠페인이 우리 아이들이 살아갈 미래에 조금이나마 도움이 되길 바란다. 세상을 아름답게, 지속가능한 지구와 미래를 위한 세아의 노력은 계속될 것이다. ☺



세아제강에서 전해온 수상 소식

세아제강 한국노사협력대상 · 철강협회 철의날 대통령상 등 수상



세아제강, 제33회 한국노사협력대상을 수상하다

세아제강은 지난 2013년 8월, 38일간 노사분규를 겪었다. 노사분규 이후 노동조합 내부적으로 불필요한 노사갈등을 부추기는 기존 노동조합 활동에 대한 자성의 목소리가 나오기 시작했으며, 회사는 고유의 노사상생 문화를 다시 회복하고자 강도 높은 노력을 기울여왔다.

'조직에 대한 불만은 사람에게서 나온다'는 생각을 가지고 직원의 일차적인 고충은 현장관리자가 해결할 수 있도록 선제적 고충처리 제도를 시행했다. 이 외에도 노동조합과 회사의 방향성을 일원화하기 위한 각종 제도를 마련하고 시행하고 있다.

특히, 노사분규 이후 신속한 조직 안정화를 위해 지난 2014년부터 '노사파트너십 프로그램 사업'을 시작

으로 노사간 의사소통 활성화를 위한 정기·비정기 노사협의회, 각종 간담회의 시행 등 현장 완결형 노무관리 구현을 위한 현장관리자 노무관리 능력 배양 등에 힘쓰고 있다. 노사간 신뢰의 기업문화 정착을 위해 전 사원을 대상으로 경영현황을 공유하여 경영의 투명성을 확보하고 조직 구성원의 경영에 대한 이해 고취 및 자발적인 의식 변화를 이끌고 있다. 더욱이 2021년 2월부터 노사협의회에 명칭을 '공감소통 회의'로 변경하고 격월로 실시하여 상시적 협의체로서의 기능을 더욱 강화하고 있다. 이처럼 세아제강은 철(鐵)처럼 단단하고 견고한 노사문화를 위해 끊임없이 노력하고 있다.

그 결과 세아제강은 지난 5월, 한국경영자총협회가 주관하는 제33회 한국노사협력대상에서 중소·중견



1

기업부문 대상을 수상하는 쾌거를 이루었다. 김석일 대표는 수상소감을 통해 “앞으로도 건강하고 긍정적인 미래지향적인 조직 문화를 꾸려 나가도록 하겠다.”라고 전했다. 이처럼 세아제강은 앞으로도 '사람을 소중히 여긴다'는 경영이념과 같은 마음으로 미래를 향해 나아가자는 '동심만리(同心萬里)'의 비전을 바탕으로 상호존중의 선진적인 노사관계를 유지하고 발전시켜 나갈 것이다.

제 22회 철의 날 대통령상 수상

한편, 지난 6월 9일에는 제 22회 철의 날 유공자 표창 시상식이 있었다. 철의 날 유공자 표창은 산업통상자원부에서 주관하는 상으로, 매년 철의 날을 기념하여 철강 및 비철금속 산업 발전에 현저하게 공헌한 유공자를 선정해 포상하고 있다. 이번 시상식의 대통령상 수상자는 세아제강 노동조합 신상근 위원장이었다. 그는 노동조합 위원장으로서 기존 노사관계의 불합리한 관행을 타파하고 개선책을 강구하여 건전한 노사문화 구축 및 실현에 앞장서 왔다. 또 안정적이고 합리적인 노사문화 창출 및 정착을 통한 선진적인 노사관계 정립을 위해 지속적으로 협력하는 등 모범적인 활동으로 철강업계의 원만한 노사관계 유지와 이를 바탕으로 한 국가 경쟁력 향상에 기여한 공로를 인정받았다.

신상근 위원장은 “세아제강 임직원 모두가 하나의 가족이자 식구라고 생각한다. 그래서 이 상은 개인의 상이 아닌 세아제강을 대표해 받는 상이라 생각한다.”



2

라고 말했다. 덧붙여 “회사와 직원 모두가 윈윈할 수 있도록 고민하고 제가 할 수 있는 일은 최선을 다해 적극 추진하여 좋은 결과를 얻는 것이 앞으로의 목표이자 꿈이다.”라고 전했다.

세아제강은 앞으로도 노사가 상생해 발전할 수 있는 방안을 적극적으로 발굴하고 개선해 회사 경쟁력을 향상시키고 직원 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 나아갈 것이다. ☺

1
세아제강은 제33회 한국노사협력대상 시상식에서 대상을 수상했다.

2
철의 날 기념 행사에서 세아제강 노동조합 신상근 위원장은 대통령상을, 통상전략실 김상진 부장은 산업부 장관상을 수상했다.

지속적인 성장과 혁신을 위해 온라인 시장을 개척해 나가다

세아제강지주 E-Commerce TFT 강상일 PM

철강재는 시장 특성상 구매 물량이 적어 개별적으로 제품을 구입 하는 것이 어렵다. 때문에 개인 및 중·소형 고객이 거쳐야 할 유통 과정이 많고 비용 또한 높아 소비자들의 부담이 크다. 이러한 문제점을 해결하고 새로운 시장 개척을 위해 지난 2019년 7월, 세아제강지주는 ‘에스에스다이렉트(SSDIRECT)’를 론칭했다. 기존 소비자 시장을 중심으로 이루어지던 배송 서비스를 철강재에도 과감하게 적용시키는 것. 세아제강지주의 시장 차별화 전략 속에서 분주히 움직이는 E-Commerce TFT 강상일 PM을 만나보았다.

모두가 물음표를 던진 일에 느낌표가 될 수 있도록

지난해 우리나라의 경제성장률은 -1.1%로, 외환위기 이후 22년만에 마이너스를 기록했다. 올해의 경제 상황도 녹록치 않다. 그렇지만 저성장 시대에도 기업은 성장할 수 있는 혁신적인 전략이 필요하다.

세아제강지주는 지속적인 성장과 혁신을 위해 구조관 온라인 시장 개척이라는 새로운 사업에 도전장을 내밀었다. 2019년 7월, 세아제강지주가 론칭한 SSDIRECT는 구조관 업계 최초로 각파이프 제품을 판매하는 온라인





플랫폼이다. 각파이프 제품이 종류 및 사이즈별로 235종이 등록되어 있으며, 고객이 모바일 및 PC를 통해 실시간 전적 확인부터 구매 및 배송까지 한 번에 진행 가능하다. 세아제강 재경팀의 자금담당자로 입사한 강상일 PM은 구조관 온라인 시장개척이란 업무를 맡으며, 새로운 도전을 하게 되었다.

“E-Commerce TFT는 구조관을 온라인에서 판매하기 위해 뭉친 팀입니다. 아직 거창한 팀의 형태까지는 아니지만, 상황에 따라 유동적으로 의사결정을 하며 업무를 진행할 수 있도록 TFT 조직이 구성되었습니다. 우선 저의 주된 업무는 온라인 회원 유치 및 구조관 제품 판매입니다. 모든 온라인 사업에서는 회원 확보가 가장 큰 과제입니다. 기존의 유통 중심의 오프라인 거래를 인터넷이라는 온라인 거래로 이끌어내는 업무를 수행하고 있습니다.” 기존의 거래 방식을 온라인으로 변화시키

기란 쉬운 일이 아니다. 특히 철강재 시장 특성상 구매 물량이 적은 중·소형 업체들은 개별적으로 각 파이프를 구입하는 것이 어려웠다. 강상일 PM은 모두가 ‘될까?’라는 물음표를 던진 일에 느낌표를 내놓기 위해 온라인 회원 유치와 제품 판매를 위한 온·오프라인 마케팅 기획 및 실행 업무를 중심으로 진행하고 있다. 또한, TFT 팀원들과 함께 다양한 활동을 전개하고 있다.

“현재 SSDIRECT는 네이버 블로그, 유튜브, 인스타그램 등 SNS 계정을 통해 플랫폼을 소개하고 있습니다. 네이버 블로그에서는 철강뉴스와 철강관련 콘텐츠를 포스팅하고 있고, 유튜브를 통해서서는 회사소개를 위한 현업 인터뷰와 브이로그를 제작하고 있습니다. 또 고객들에게 철강산업 정보를 제공하기 위한 주간 철강 뉴스를 자체 제작하여 기재하고 있습니다. 이번 사보의 인터뷰를 통해 많은 분들이

1
SSDIRECT의 기능을
설명 중인 E-Commerce
TFT 강상일 PM

2
SSDIRECT 공식
인스타그램

현재 SSDIRECT는
네이버 블로그, 유튜브, 인스타그램 등
SNS 계정을 통해 플랫폼을
소개하고 있습니다.



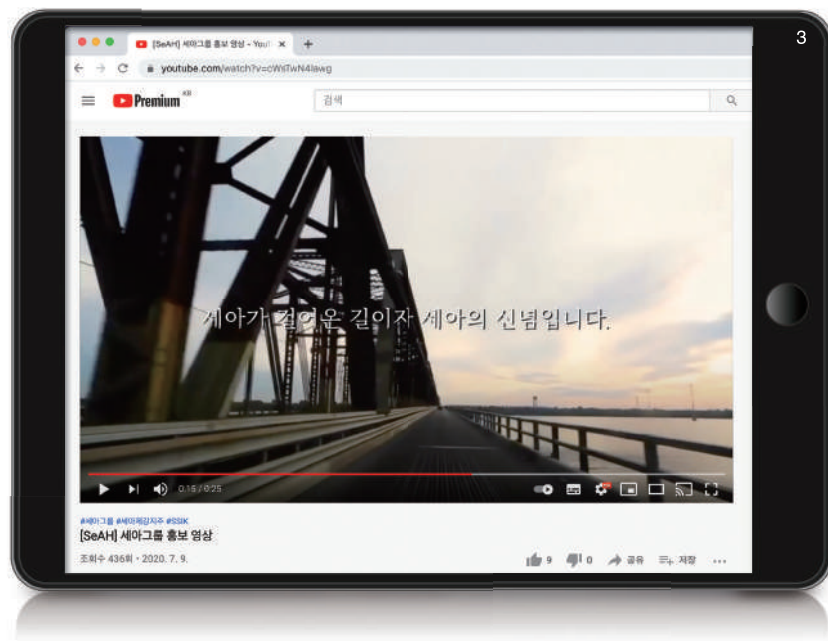
SSDIRECT에 관심을 주셨으면 합니다. 유튜브 채널 ‘SSDIRECT’를 구독하시면, 철강과 관련된 정보와 직원들 이야기, 사업장 탐방 브이로그를 랜선으로 즐기실 수 있다는 것이 널리 알려졌으면 좋겠습니다.”

SSDIRECT의 인지도를 높일 수 있도록 고민하는 과정
SSDIRECT는 반기 단위로 철강 마케팅 스쿨 ‘스틸매니아’를 운영하고 있다. 스틸매니아는 대학생들과 함께하는 프로그램으로 이들이 B2B 산업과 기업의 사회적 역할에 대해 배울 수 있도록 교육하는 동시에 대학생들의 관점에서의 홍보 마케팅 전략도 펼치고 있다. “사실 인턴으로 들어온 대학생들은 철강업의 용어에 익숙하지 않을 뿐더러 관련 지식이 많이 없을 수 밖에 없어요. 그래서 스틸매니아에서는 철강업에 대해 잘 모르는 대중들에게 이 분야를 알리기 위하여 대학생들의 궁금증을 활용하고 있습니다. 가령 ‘생활 속 강관 찾기’ 처럼 이들의 입장에서 철강업에 대해 알고 싶은 것을 조사 한 다음 어떻게 알리면 좋을지 고민하여 모두가 쉽게 철강업에 대해 이해할 수 있도록 공유하는 것입니다.”

이처럼 E-Commerce TFT는 스틸매니아를 통해 매일 콘텐츠를 업데이트하며 블로그를 활성화하고 있다. 아직은 제품을 판매하는 데 몰입하는 것이 아니라, SSDIRECT를 알리는 과정에 있기 때문이다.

또한, 실수요 업체에게 신뢰를 주기 위한 콘텐츠도 꾸준히 쌓아가고 있다. SSDIRECT의 SNS 채널을 실수요 업체에서 포스팅해 준다면 좀 더 다양한 방법으로 홍보가 가능할 것이라 판단하여 SNS 활성화에 박차를 가하고 있다.

강상일 PM은 SNS 활성화 외에도 SSDIRECT의 인지도를 높일 수 있는 방법에 대해 항상



3

목표치가 더 올라갈 수 있다는 점에서 청신호임이 분명하다.

“13년을 관리 업무만 하다가 신사업의 PM을 맡다 보니, 모든 업무가 다 새로웠습니다. 특히, 웹사이트 구축을 위해 업체선정부터 홈페이지 구상, 기획까지 쉬운 일이 없었죠. 개발업체들의 견적서를 보면서 적정한 금액인지 확인하고, 마지막 협상하는 과정까지 모든 게 처음이고 낯설었습니다. 하지만 주변의 도움 덕분에 비교적 어렵지 않게 일을 잘 마무리 할 수 있었다고 생각해요. 사실, 아직까지 많은 분들이 철강제품을 온라인으로 판매한다는 부분에 물음표를 가지고 있습니다. 그럼에도 불구하고 철강 대기업들이 온라인

사업에 뛰어들고 있어요, 저는 가장 먼저 온라인 시장에 뛰어든 업체로서 고객들에게 최초로 기억되어, 세아가 하면 어려운 일도 된다는 인식을 심어주고 싶습니다.”

세아그룹은 지난 60년 이상 꾸준히 성장해왔다. 한 영역에 경쟁자와 제약도 많았지만, 꾸준히 성장해 올 수 있었던 것은 강상일 PM이 말한 세아가 하면 다르다는 부분 때문이 아닐까. 아직은 온라인 유통에 대한 부정적인 생각들이 여전하다. 그러나 열정과 자신감 가득 찬 그의 이야기를 들어보니, 창 의와 도전으로 새로운 혁신 성장을 만들어 나가는 세아제강지주의 미래를 기대해봐도 좋을 것 같다. ☺

3
SS DIRECT의 공식 유튜브에서 세아인의 브이로그와 철강 뉴스를 확인할 수 있다.

4
세아제강지주 E-Commerce TFT 강상일 PM

고민하고 있다. 특히 심혈을 기울였던 부분은 인터넷 웹사이트의 네이밍이다. 세아제강지주의 직원들을 대상으로 이름 공모를 진행했고, 공모된 네이밍을 대상으로 무기명 투표도 진행하여 지금의 SSDIRECT로 선정할 수 있게 되었다. SeAH Steel의 이니셜을 각각 가져와 SSDIRECT가 된 것이다. 이에 강상일 PM은 빠른 시일 안에 세아제강지주가 구조관 유통 시장의 강자가 되어 정식으로 'SeAH'라는 브랜드로 홍보하고 싶다고 말했다.

세아가 하면 된다는 믿음

생각하는 대로 이루어진다는 말이 있다. 강상일 PM은 지난 1월, 월 목표를 초과달성했을 때 성취감과 보람을 느꼈다고 전했다. 그의 생각과 노력이 현실로 이루어진 것이다. 사실 그 목표량은 일반 영업과는 다르게 미미하지만,

철강 대기업들이
온라인 사업에 뛰어들고 있어요.
저는 가장 먼저 온라인 시장에 뛰어든
업체로서 고객들에게 최초로 기억되어,
세아가 하면 어려운 일도 된다는
인식을 심어주고 싶습니다.



4

최대 자동차 생산국 태국을 넘어 글로벌 시장 확대를 꿈꾸다

글. 포스세아타이 경영지원팀 문병갑 팀장

태국은 전 세계 11위, 동남아시아 1위의 자동차 생산국이다. 2015년 세아특수강과 포스코 사우스아시아가 합작해 설립한 포스세아타이는 CHQ Wire (냉간압조용 선재)를 생산하며, 성장성이 지대한 태국 자동차 시장을 공략하고 있다. 태국 내수 시장점유율 확대는 물론 일본 자동차 시장의 교두보 마련을 통해 글로벌 판매 확대를 목표로 매진하는 포스세아타이. 성장성과 수익성 제고를 위해 현지에서 발빠르게 움직이는 경영지원팀 문병갑 팀장이 전해온 현지 소식을 들어보았다.



1

수년에 걸친 노력으로 품질 우수성을 인정받다

안녕하세요, 저는 포스세아타이에서 경영지원팀장으로서 기획, 재무, 회계, 인사, 총무 등 경영지원 전반에 관한 업무를 총괄하고 있는 문병갑 팀장입니다. 태국은 동남아시아 국가 중 자동차 산업이 가장 발달한 나라로, 전체 GDP 중 15%가 자동차 산업에 집중된 나라입니다. 특히 태국 자동차 산업에는 일본 자동차 소재가 막대한 비중을 차지하고 있습니다. 이러한 태국 자동차 시장에서 전문성을 강화하고 일본 시장의 교두보를 마련하기 위해 지난 2015년, 세아특수강과 포스코가 합작하여 포스세아타이를 설립했습니다.

포스세아타이의 주요 사업은 세아특수강의 주력 제품과 동일한 CHQ Wire 제조 및 판매입니다. 일본 고객사의 경우 품질 수준과 안정적 공급능력에 대한 철저한 검증 과정을 거칩니다. 그 과정에서 이를 충족하지 못하면 거래를 하지 못하는데, 포스세아타이는 설립 초기부터 일본 자동차사의 품질 요구사항과 공정감사 통과를 위해 준비해왔습니다. 현재 태국 내 일본 파스너사에 공급을 확대함으로써 품질과 경쟁력을 인정받고 있습니다. 앞으로도 그 입지를 더욱 공고히 하여 판매 확대에 박차를 가할 예정입니다.

포스세아타이의 주요 고객사는 크게 한국, 일본, 로컬 수출로 구분되며, 주요 산업은 자동차산업과 전자산업입니다. 법인설립 초기에는 한국 고객사의 비중이 높았으나 일본 고객사 시장 진입에 성공하면서 판매량을 늘려 나가고 있습니다. 포스세아타이는 수년에 걸친 노력으로 품질 우수성을 인정받았으며 일본계 소재 업체 대비 우수성을 인정받고, 훌륭한 제품을 제공함으로써 고객사들로부터 큰 신뢰를 얻고 있습니다.



2

고객이 요구하는 사항을 충족해 나가는 일

전 세계는 지금 그동안 인류가 경험하지 못했던 코로나-19 바이러스로 인해 진통을 겪고 있습니다. 최근 태국에서도 대규모 감염자가 발생하면서 많은 어려움을 겪고 있습니다. 2020년 태국의 경제성장률은 -6.1%를 기록했는데, 이는 1998년 외환위기 이후 최저 성장률입니다.

태국 정부도 충격 완화를 위해 대규모 경기 부양책을 추진하면서 경제적 충격을 극복하기 위해 노력하고 있습니다. 하지만 관광산업에 대한 경제 의존도가 높은 태국의 특성상 외국인 의 입국이 장기간 제한되면서 심각한 경제 위기가 지속되고 있는 실정입니다. 이에 더해 최근 코로나-19 감염자 급증으로 인한 상점 영업시간 제한 등 방역지침 강화로 2021년 1분기 실업률은 12년 만에 최고치를 기록하며, 가계부채가 급증해 어려움이 가중되고 있습니다. 그러나 2020년에 -29%의 역성장을 기록했던 자동차 산업은 2021년에 접어들면서 점진적으로 회복하고 있습니다. 전자 산업도 마찬가지로 미국과 유럽 수출이 뚜렷한 회복세를 보이지만, 선불리 방심할 수 없는 상황이기 때문에 항상 촉각을 곤두세우고 시장 동향을 지속해서 점검하고 있습니다.

1
포스세아타이
공장 외관 모습

2
포스세아타이 경영지원팀

3
연속선전기
설치 당시 모습

4
포스세아타이
직원 단체 사진

포스세아타이는 태국 내 일본 파트너사 공급을 시작으로 글로벌 일본 시장으로 확대하기 위한 중대한 사명을 가지고 출범한 세아특수강의 해외 거점입니다. 우수한 품질의 제품을 현지에서 고객사에 제공할 수 있고, 근거리의 위치적 장점을 활용하여 고객이 요구하는 사항을 신속하게 충족시켜 나갈 것입니다.

이를 위해 고객별 품질관리 메뉴얼을 구체화하고 옥내 보관을 통한 품질 경쟁력 강화에 만전을 기하고 있습니다. 또한, 신선티 도입 등 생산 효율성 향상과 납기 안정화에 최선을 다하고 있습니다. 중장기적인 관점에서 ERP 시스템 업그레이드를 통해 전사적으로 업무 프로세스를 재정립하고, 시스템을 고도화하여 업무 효율성 향상과 고객 대응력 강화를 통한 사업경쟁력을 확보해 나갈 것입니다.



일본계 시장 진입에 안정화 기틀을 마련해 나간다

포스세아타이는 2016년 하반기부터 약 4년간 영업활동을 해왔습니다. 아직 법인의 기반을 잡아가는 초기 단계로, 일본 시장 진입에 성공적으로 안착하면서 안정화의 기틀을 마련해 나가는 중입니다.

앞으로 포스세아타이는 일본 시장 및 동남아 수출의 시장점유율 확대에 박차를 가할 예정입니다. 이를 위해 차별화된 품목의 판매를 확대할 계획이며, 품질경쟁력 향상을 위해 관리체계를 더욱 강화하고 현지인의 생산 숙련도를 향상해 균일한 품질의 제품을 공급할 것입니다. 또한, 성장에 발맞춘 생산 능력 확대와 생산성 향상으로 원가경쟁력을 확보하여 성장성과 수익성이 모두 높아질 수 있도록 나아갈 것입니다.

저는 현재 포스세아타이에서 경영관리 전반에 관한 업무를 맡고 있습니다. 처음 이곳에 왔을 때는 업무와 관련된 태국법(상법, 노동법, 회계기준, 세법 등)에 대한 이해와 습득이 필요했습니다. 이를 파악하기 위해 상당한 노력과 시간이 소요되면서 업무에 대한 부담을 느낄 때도 있었지만, 한마음 한 뜻으로 움직여주는 현지 직원들의 도움 덕분에 이겨낼 수 있었던 것 같습니다.

마지막으로 해외에 파견될 예정인 세아인에게 꼭 당부드리고 싶은 부분은 '건강'입니다. 제가 태국 주재원으로 발령이 났을 당시에도 주재원 경험자들이 건강에 대한 중요성을 매우 강조했습니다. 특히 태국 기후는 열대 몬순기후로 일 년 내내 30도를 웃돕니다. 한국과 기후 차이가 많이 나기 때문에 날씨에 적응하기 어려우며, 에어컨을 상시 사용하기 때문에 건강이 안 좋아질 수도 있습니다. 꼭 태국이 아니더라도 해외 파견 예정 중인 세아인이라면 평소에 적당한 운동으로 체력관리를 하시길 추천합니다! ☺

문경갑 팀장이
추천하는 태국 음식



ส้มตำ
솜탐

제가 여러분에게 추천하는 태국 음식은 바로 '솜탐(ส้มตำ)'입니다. 솜탐은 파파야 채를 썰어 만든 태국식 샐러드로 태국 북부의 전통 음식입니다. 모양새는 얼핏 한국의 무채와 비슷하지만, 특유의 매운맛과 신맛이 더운 날의 입맛을 북돋아 줍니다. 독특한 향이 있어 입안을 더욱 풍성하게 해주는 이 요리는 김치를 담글 때 들어가는 것갈과 같은 식자재가 들어가 느끼한 맛을 잡아주어 다양한 요리와 함께 먹기 좋습니다. 또한, 솜탐도 김치처럼 지역마다 들어가는 재료가 다양합니다.

때문에 개인의 취향에 따라 구분하여 드시기 좋고 가격 또한 저렴하여 부담 없이 즐기실 수 있습니다. 태국식당이라면 어디서나 판매를 하고 있기 때문에 태국에 방문하시면 꼭 솜탐을 먹어 보시길 추천합니다. 약간의 팁이 있다면 주문하기 전 고추의 개수로 맵기 강도를 조절할 수 있습니다. 보통 1~2개가 들어가고, 좀 더 매운맛을 원하신다면 3개 이상으로 주문하시면 됩니다. 함께 먹을 때 환상의 조합인 음식으로 구운 치킨과 찰쌀밥을 추천해 드립니다.

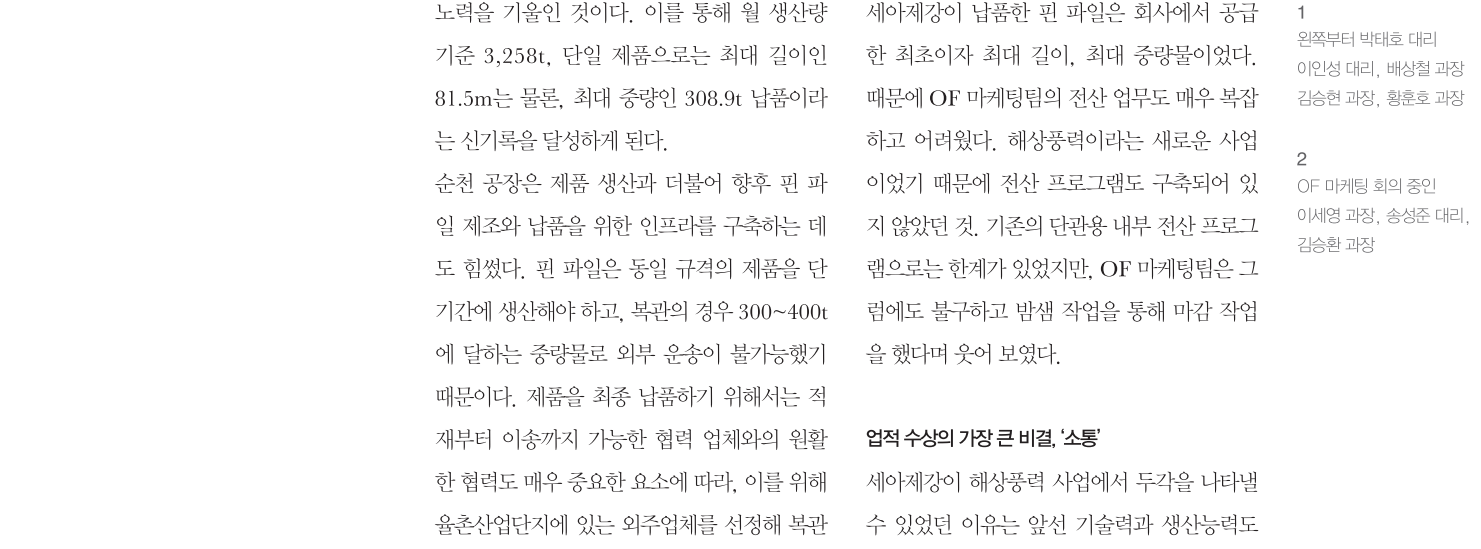


글로벌 NO. 1이라는 단 하나의 목표를 향해 도약하다

세아업적상 세아제강 금상 수상팀



빠르게 변하는 에너지 패러다임 속에 강관 분야에서 풍부한 경험을 쌓은 세아제강. 이를 바탕으로 핀 파일 완제품을 공급하는 해상풍력 프로젝트를 수주하며 발 빠르게 신시장을 개척하는 중이다. 5개월이라는 짧은 시간 동안 전체 물량 24,000t, 약 80m의 완제품 공급의 어려움에도 불구하고, 신속한 대응으로 세아업적상 금상까지 수상한 주역들을 만났다. 해상풍력 구조물 시장에 뛰어든 그들의 도전은 순조로웠을까? 세아업적상 금상 수상의 비결을 공개한다.



1
왼쪽부터 박태호 대리
이인성 대리, 배상철 과장
김승현 과장, 황훈호 과장

2
OF 마케팅 회의 중인
이세영 과장, 송성준 대리,
김승환 과장

신재생 에너지 바람 타고 신시장을 개척하다

해상풍력 시장은 최근 더욱 거세진 신재생 에너지 열풍을 타고, 관련 업계의 신성장 동력으로 주목받고 있다. 세아제강도 이러한 산업 트렌드에 맞춰 다양한 도전을 이어오고 있다. 과거 단관 제작 위주로 진행했던 관련 사업을 확장해 2017년부터 해상풍력 하부구조물에 쓰이는 자켓 반제품 및 파일 완제품을 제조, 납품하기 시작한 것이다. 2019년에는 이번 업적상을 받게 된 '대만 해상풍력 프로젝트'를 수주하기에 이른다.

그동안 시도하지 않았던 대규모 해상풍력 프로젝트를 수주했다는 기쁨도 잠시, 이번 프로젝트 수주를 일선에서 진두지휘한 OF 마케팅팀 해상풍력파트 김승환 과장, 이세영 과장, 송성준 대리는 처음 수행하는 프로젝트에 걱정이 많이 앞섰다고 회상했다. 당시 수주는 했지만, 정작 해상풍력에 대한 이해도와 기술력이 크지 않은 상황이었기 때문이다. 게다가 생산설비를 한창 갖추고 있었던 탓에 제품의

생산과 검증 등 모든 과정에서도 어려움이 있을 수밖에 없었다.

하지만 생산을 담당한 황훈호 과장과 김승현 과장, 품질을 담당한 배상철 과장과 이인성 대리, 설비팀 이영재 대리와 물류팀 박태호 대리가 TF팀으로 구성되면서 함께 하나하나 문제를 풀어갈 수 있었다. 프로젝트의 진행 과정에서 겪었던 가장 큰 어려움은 품질 기준을 통과하는 것과 납기일을 맞추는 것이었다. 당시 품질을 점검하는 외국 감독관 성향이나 관점에 따라 1차 검사를 통과하는 것이 무척 까다로웠고, 다른 프로젝트들에 비해 짧은 시간 안에 납품을 끝내야 했기 때문이었다. 게다가 세아제강 순천공장에서는 이번 프로젝트와 같은 대형 물량을 생산한 경험이 없었기에 그 어려움이 더했다.

이들은 긴밀한 업무협조와 헌신을 통해 불가능을 가능으로 바꿔 나갔다. 주말까지 쉬 없이 공장을 돌려가며, 높은 품질로 이른 시간 안에 제품을 생산할 수 있도록 밤낮없이

노력을 기울인 것이다. 이를 통해 월 생산량 기준 3,258t, 단일 제품으로는 최대 길이인 81.5m는 물론, 최대 중량인 308.9t 납품이라는 신기록을 달성하게 된다.

순천 공장은 제품 생산과 더불어 향후 핀 파일 제조와 납품을 위한 인프라를 구축하는 데도 힘썼다. 핀 파일은 동일 규격의 제품을 단기간에 생산해야 하고, 복관의 경우 300~400t에 달하는 중량물로 외부 운송이 불가능했기 때문이다. 제품을 최종 납품하기 위해서는 적재부터 이송까지 가능한 협력 업체와의 원활한 협력도 매우 중요한 요소에 따라, 이를 위해 울춘산업단지에 있는 외주업체를 선정해 복관 일괄 생산체제 구축에 들어갔다. 그리고 수주 경쟁력 제고를 위한 적합한 설비 검토를 추진한 결과 복관 완제품 생산 프로젝트를 무사히 완료할 수 있었다.

세아제강이 납품한 핀 파일은 회사에서 공급한 최초이자 최대 길이, 최대 중량물이었다. 때문에 OF 마케팅팀의 전산 업무도 매우 복잡하고 어려웠다. 해상풍력이라는 새로운 사업이었기 때문에 전산 프로그램도 구축되어 있지 않았던 것. 기존의 단관용 내부 전산 프로그램으로는 한계가 있었지만, OF 마케팅팀은 그럼에도 불구하고 밤샘 작업을 통해 마감 작업을 했다면 웃어 보였다.

업적 수상의 가장 큰 비결, '소통'

세아제강이 해상풍력 사업에서 두각을 나타낼 수 있었던 이유는 앞선 기술력과 생산능력도 한 몫 했지만, 무엇보다 직원들이 각자의 자리에서 한마음 한 뜻으로 협력했기 때문이다. 팀원들은 한 목소리로 이번 해상풍력 프로젝트의 모든 과정이 도전의 연속이었다고 말했다.



3
왼쪽부터 송성준 대리,
이세영 과장, 김승환 과장

4
핀 파일 제품 테스트를
진행 중인 (왼쪽)이인성
대리와 (오른쪽) 김승현
과장

5
순천 공장에서 복관
완제품을 생산 중인 모습

익숙하지 않은 유럽 규격을 기반으로 공사를 진행하다 보니 제한사항들이 많았고, 고중량의 제품을 이송하고 선적해야 하는 책임감, 수요처에서 요구하는 각종 서류 작업 역시 만만치 않았다. 업적 수상팀은 이러한 어려움을 극복할 수 있었던 가장 큰 원동력은 프로젝트에 참여한 모든 팀이 한마음 한 뜻으로 뭉쳤기 때문이라고 회상했다.

특히 적재 절차를 작성할 당시 수요처에서는 모든 운송 및 선적 장비에 대한 제 3자 증명에 대해 무리한 요구를 했다. 해상플랜트 설치를 종합적으로 하는 벨기에 수요처는 자신들이 관리하는 절차나 데이터들이 무수한데, 이를 충족 시키기 위해 수상팀은 모든 데이터를 객관화시켜야 했던 것. 순천공장 물류팀은 밑바닥부터 하나하나 준비한다는 생각으로 대응했고, 실제 선적할 때는 아무 문제 없이 한마음 한 뜻으로 선적을 이뤄낼 수 있었다.

순천공장 품질팀은 성적서 발행 및 취합하는 과정에서도 고객의 요구사항과 수정사항이 빈번하게 요청되어, 업무 시간 외 시간 할당을 많이 하기도 했다고 전했다. 가령 성적서 한 두 장을 수정하기 위해서는 몇 백장을 다시 봐야 했던 사례와 함께 수정 사항을 모두 반영하면 또 다른 사소한 피드백들이 오갔던 기억을 회상했다.

이러한 어려움을 잘 이겨냈기 때문에 처음부터 프로젝트를 같이 준비한 화물 감독 담당자와 하역사도 함께 완료의 기쁨을 누릴 수 있었다.

해상풍력파트 역시 대규모 프로젝트를 성공적으로 마무리하기 위해 가장 중요 한 것은 각 팀의 소통이라고 말했다. 기존 프로젝트보다 훨씬 더 높은 역량이 요구됐던 해상풍력 프로젝트를 위해 모든 과정을 모니터링하며 통합관리 해야 했다. 그 과정에서 팀원

들과 모든 것을 실시간으로 공유하고 머리를 맞대어야 비로소 문제 해결에 다가갈 수 있었던 것이다.

“각기 다른 역할을 지닌 팀원들이 시간과 장소를 가리지 않고 있는 그대로 의견을 공유하며, 자유로이 개진한 것이 팀워크의 기본이었다.” 업적상 금상 수상에 있어 가장 큰 비결은 ‘소통’이라고 말하는 업적 수상 팀원들. 이들의 탄탄한 팀워크는 세아제강이 해상풍력 하부구조물 시장에 성공적으로 진입함은 물론, 앞으로 관련된 수많은 프로젝트를 진행하는 데 있어 큰 힘이 될 것이다.

글로벌 NO. 1이라는 하나의 목표

세아제강은 기존 Oil & Gas에 치중되어 있던 판매 루트에 다양성을 부여하고, 철강 시장에서도 신규 시장으로 해야 할 역할을 하고 있다. 현재 진행 예정인 해상풍력 발전단지 조성사업의 경우 2030년까지 투자액 48조 5천억에 일자리를 12만 개 창출할 것으로 기대한다. 이러한 사업이 아시아, 유럽, 아메리카 등 전 세계에서 동시다발적으로 개발될 것을 고려하면, 그들이 나아가야 할 방향은 명확하다.

앞으로의 포부에 대해 해상풍력파트는 “세계 제일의 해상 풍력 회사가 되는 것”이라며, 분명하고 자신감이 있는 어조로 답했다. 전 세계적으로 해상풍력의 바람이 일고 있으며, 대한민국도 그린 뉴딜 정책과 맞물려 정부 차원의 개발이 진행되고 있다. 다만, 일본 등도 기존 계획 대비 더 큰 규모의 2차, 3차 계획을 세우고 있는 지금, 세아제강도 단관만 납품하는 구조에서 벗어나 하부 구조물의 신항 강자로 떠오르고 있다. 그리고 업적 수상팀의 목표는 신항 강자가 아닌, 시장을 주도하는 NO. 1이 되는 것이다.

업적상 수상팀은 세아제강이 향후 ‘세계 최고의 해상풍력 하부구조물 공급업체’가 되기 위해 아직 도전할 것이 많다고 말한다. 하지만 지금까지의 성과를 발판 삼아 앞으로 펼쳐 나갈 수많은 프로젝트 역시 성공적으로 이끌어 나가리라는 자신감도 덧붙였다. OF 마케팅팀 해상풍력파트와 순천공장 TF팀이 합심해서 하나씩 도전해 간다면 지금까지 그랬듯 목표를 이룰 수 있을 거란 끈끈한 믿음이 있기 때문 아닐까.

단지 신흥 강자가 아닌 글로벌 시장의 NO. 1을 꿈꾸는 세아제강 금상 수상팀. 해상풍력 구조물 시장의 글로벌 탑 플레이어로 새로운 가치를 창조할 그들의 앞날을 응원한다. ☺



친환경 소재로 바뀌 나가는 가족의 작은 노력

세아 L&S 경인영업팀 김대환 차장 가족



자연식, 건강식, 유기농 열풍이 불면서 이러한 음식과 어울릴만한 목재 용기가 유행이다. 환경호르몬에 대한 걱정이 없고 부드러운 느낌이 들어 목재 용기는 더욱 인기를 얻고 있다. 별도의 방부 화학 처리를 하지 않은 자연 소재로 만들어진 플라스틱 용기와 비교해봤을 때 위생적인 측면에서도 월등히 뛰어나다. 이번 호에서는 건강과 환경에 앞장서기 위해, 세아 L&S 경인영업팀 김대환 차장 가족과 함께 원목 도마를 만드는 시간을 가져 보았다.

원목 도마 vs 플라스틱 도마, 어떤 것이 좋을까?

코로나-19 장기화에 따른 위드 코로나 시대가 지속되면서 위생이 홈 리빙의 주요 키워드로 떠올랐다. 그 결과, 건강과 면역 등을 위한 위생 관련 주방용품이나 서비스 매출이 눈에 띄게 늘고 있다. 집에 머무는 시간이 길어진 만큼 집에서 자주 쓰는 물건에 대해서도 위생관리를 할 수 있는 기능성 제품 선호 경향이 커진 것이다.

특히 원목 도마는 접시 대신 사용할 수 있고 인테리어 소품으로도 많이 활용되고 있어 인기를 끌고 있다. 또 칼날의 마모와 함께 썰린 플라스틱 도마의 조각이 음식물에 들어갈 위험과 환경오염의 주범인 플라스틱이라는 소재에서 벗어날 수 있어 원목 도마는 더욱 주목을 받고 있다.

원목 도마는 칼질의 정확도를 높일 뿐 아니라, 섬유질과 나무의 결이 칼날을 끝까지 잡아줘 손목의 무리를 최소화한다는 장점이 있다. 또 안전한 천연재료라는 것도 빼놓을 수 없는 장점이다. 그러나 흠집이 잘 생기고 그 사이로 음식물즙이 잘 스며들기 때문에 세균 번식이 쉽다는 단점도 존재한다.

그렇다면 우리는 계속 환경오염의 주범인 플라스틱 소재 도마를 써야 할까? 이에 미국 캘리포니아대학교 데이비스 캠퍼스 식품안전 학과 교수팀이 이를 확인하는 실험을 진행했다. 바로 플라스틱 도마와 원목 도마를 이용해 식중독 원인균인 살모넬라균을 배양한 것이다. 그리고 박테리아가 번식한 도마들은 따뜻한 비눗물과 행주를 이용해 씻었다. 그 결과, 원목 도마 표면에 있던 박테리아들은 대부분 사멸되는 결과를 보였다. 심지어 깊은 흠집이 생긴 낡은 중고 원목 도마조차 되살아나는 박테리아가 거의 없었다.



사용한 적이 없는 새 플라스틱 도마 역시 세척한 뒤 박테리아가 깨끗하게 살균됐다. 하지만 중고 플라스틱 도마에서는 흠집 사이로 박테리아들이 여전히 살아있다는 점을 확인했다. 오래 사용한 플라스틱 도마에 남은 박테리아들은 완전히 박멸시키기 어려운 것이다.

환경을 생각한 작은 실천

이러한 결과는 김대환 차장에게도 긍정적인 영향을 미쳤다. 우리가 일상 속에서 사용하는 도마에서도 환경 호르몬이 검출되고 사후 처리에도 골칫거리가 된다는 것을 느끼고, 원목 도마 활용을 습관화해 보자는 마음이 생긴 것이다.

1
딸과 함께 원목 도마에
각인 작업을 하고 있는
김대환 차장

2
샌딩과 세척 작업 후
건조 작업 중인 모습

“얼마 전 자연소재로 만든 주방 식기나 생필품에 관심을 가지게 됐습니다. 우리가 일상에서 사용하는 생필품이나 주방 식기 재료도 플라스틱으로 만들어지는 것들이 아주 많더라고요. 그릇, 수저, 컵뿐만 아니라 도마까지 사용기한이 다 되었을 때 어떻게 처리될까라는 생각을 하게 됐죠. 이 기회에 플라스틱 소재 사용을 최소한 줄여보자는 마음에 친환경 소재에 관심을 가지던 찰나, 원목 도마를 직접 만들어 보면 어떨까 해서 <에코 패밀리>에 신청하게 되었습니다.”

원목 도마 공방에 찾아온 김대환 차장과 그의 아내, 그리고 열다섯 살 딸 리원 양은 나무 냄새가 그윽하게 밴 공방의 풍경이 신기한 듯했다. 리원 양은 같은 원목이지만 모양도 색깔도 제각각인 원목 도마를 만들 수 있다는 생각에 살짝 들뜬 듯, 공방에 놓인 제품들을 호기심 가득한 눈으로 바라보았다.

김대환 차장 가족이 만든 도마는 주방용 원목 도마와 플레이팅용이었다. 이 날 사용한 호두 나무의 경우 향균성이 매우 뛰어나기 때문에 나무 도마임에도 위생적으로 사용할 수 있으며, 관리가 어려운 원목 도마라는 특징과 다르게 원목 호두 나무의 경우 사용 후 바로 설거지만 해줘도 오래 사용할 수 있다. 또 나무 결이 거칠게 올라왔을 때 사포질과 오일을 덧칠해 주면 좋다.

김대환 차장은 대학 입시 준비로 함께 하지 못한 첫째 딸에 대한 아쉬움을 드러내며 이 날 함께한 리원 양에게 한없이 다정한 아빠의 모습을 보여주었다. 그는 목공 작업이 처음인 리원 양을 위해 샌딩 작업과, 각인 작업을 도와주며 원목 도마를 만들어 보는 이유, 지구 환경을 보호해야 하는 이유, 친환경 소재에 대한 이야기 등을 자연스럽게 알려주었다.

“다음 세대가 살아갈 환경에 관심을 가질 수



〈에코 패밀리〉 덕에
아이와 환경에 관해 이야기 나누고
경험해 볼 수 있는 기회가 생겨
참 행복해요.

밖에 없는 것 같아요. 저의 작은 노력으로 우리 딸들이 앞으로 살아갈 지구에 도움이 된다면 기꺼이 계속 노력하고 싶어요. <에코 패밀리> 덕에 아이와 환경에 관해 이야기 나누고 경험해 볼 수 있는 기회가 생겨 참 행복해요.”

아이에게 깨끗한 지구를 물려주고 싶은 마음

나무 도마에 바른 오일이 마르는 시간 동안 김대환 차장 가족은 간단한 티타임을 가지며 오늘 체험한 하루를 나누기 시작했다. 김대환 차장과 그의 아내는 <세아가족> 덕분에 가족끼리 새로운 추억을 만들게 되었다며 기뻐했다. 그리고 이를 계기로 환경보호에 조금 더 적극적으로 관심을 가질 수 있게 됐다고 전했다.

“환경보호를 위해 우리가 실천할 수 있는 일은 정말 다양하다고 생각해요. 가까운 거리는 차를 이용하기보다 자전거를 타거나 걸을 수도 있고요. 또 비닐 봉투 대신 시장바구니를 사용할 수도 있죠. ‘나 하나 노력한다고’라는 생각보다 먼저 실천한다면 앞으로 살아갈 우리 아이들의 지구는 좀 더 살만 하지 않을까요?”

리원 양 역시 오늘 하루가 특별한 듯했다. “엄마 아빠와 함께한 원목 도마 원데이 클래스가 오랫동안 기억에 남을 것 같아요.”라고 말하는 리원 양은 자신이 만든 원목 도마가 마음에 드는 듯 연신 매만지는 모습이었다.

“우리 가족이 원데이 클래스를 함께 진행한 건 처음이에요. 이번 경험으로 우리 딸들도 환경을 보호하는 활동이 얼마나 중요한지 알아줬으면 좋겠고 아이들이 스무 살이 되고 성인이 됐을 때도 오늘을 기억해줬으면 좋겠어요. 이런 추억들은 리원이를 더 따뜻한 사람으로 성장시킬 테니까요.”

이날 가족과 직접 만든 원목 도마를 들여다보며, 김대환 차장은 우리가 지금 마주한 환경 오염 문제에 대해 더 진지하게 생각하게

됐다고 말했다. 앞으로도 여유가 된다면 아내와 딸들과 함께 꾸준한 친환경적인 삶을 꾸려 나가보고 싶다는 김대환 차장. 오늘 만든 원목 도마가 플라스틱으로부터 자유로운 지구를 만드는 데 조금이나마 보탬이 되기를 바란다면, 우리 딸들이 살아갈 미래의 지구를 위해 노력할 것이라고 덧붙였다.

그의 소박한 바람처럼, 지구를 위한 오늘의 작은 날갯짓이 이 글을 읽는 이들을 통해 나비효과로 퍼져 나가 우리 환경에 큰 도움이 될길 마음속으로 함께 응원해본다. ☺

3
자신이 만든 도마에
각인 작업을 하는
리원 양

4
샌딩 작업을 하고 있는
김대환 차장 가족

5
지구를 위한 김대환
차장 가족의 날갯짓이
우리 환경에 큰 도움이
될길 응원해본다.



팬데믹 시대에 맞춰 변화하는 취미 생활



코로나-19로 인해 사람간 접촉 기피가 심화되는 반면 가족과 함께하는 시간은 늘어났다. 저녁이 있는 삶을 즐기게 되었으며, 삶의 질 향상을 위한 자기개발 등으로 워라밸이 자리잡기도 했다. 팬데믹이 불러온 변화는 컸지만, 그로 인한 여유가 생긴 것이다. 사회적 거리 두기가 이어지면서 단체 회식과 모임이 줄어든 반면 집에서 할 수 있는 취미 생활을 찾는 이들이 늘고 있다. 이번에는 팬데믹 시대에 맞춰 변화하는 취미생활에 대해 알아보자.



코로나-19가 만들어낸 '코쿤족'

코로나-19로 사회적 거리 두기가 일상이 되면서 집에서 할 수 있는 취미와 운동을 홀로 즐기는 이들이 늘고 있다. 영화, 뮤지컬 같은 콘텐츠 관람은 물론이고 오락, 쇼핑, 스포츠 등 여가

전반을 집에서 혼자 즐기는 '코쿤(Cocoon, 누에고치)족'이 많아졌다. 코쿤족이란 남과 어울리거나 가까이 하지 않고 차단된 공간에서 안락함과 편안함을 추구하는 사람을 일컫는 말이다. 누에고치가 딱딱한 껍질로 주위를 감싸고 그 속에서 안락하고 편안하게 있는 것에 비유해 그와 같은 생활을 하는 사람들을 일컫는 말이다.

코로나-19 이전에는 오래 여럿이 만나 단체 운동을 하는 것이 일상 다반사였다면, 이제는 자신만의 공간에서 콘텐츠를 소비하고 랜선 운동을 즐기는게 새로운 일상이 된 것이다. 코로나-19로 인해 공연장과 극장에는 관객의 발길이 뜸해져 신작 영화 등이 줄곧 온라인 플랫폼으로 향하는 사례가 늘었다. 이에 영화, 공연, 뮤지컬, 콘서트를 즐기는 주된 장소는 다름아닌 '집'이 되었다.





집에서 콘텐츠를 즐기는 사람이 늘어나면서 콘텐츠 감상용 기기들의 이용률도 큰 폭으로 늘었다. 한국콘텐츠진흥원이 2020년 5월 성인 679명을 대상으로 진행한 설문조사 결과 정부의 사회적 거리 두기가 시행된 3월 전과 후를 비교할 때 DVD, 프로젝터 등 동영상 기기의 이용률은 51.4%, 스마트패드는 46.9%, 애플TV와 같은 스마트형 기기는 41.2% 증가했다. 비슷한 사례로 PC방과 노래방 방문이 어려워지면서 PC방과 비슷한 환경을 조성하는 게이밍 스피커의 판매량은 146% 게이밍 의자는 138% 증가했다.

‘따로 또 같이’라는 새로운 비대면 문화

우리는 집 밖으로 나오더라도 격리된 공간을 선호하게 됐다. 특히 차에서 즐길 수 있는 드라이브 콘텐츠가 대표적이다. 자동차 극장은 전례 없는 호황을 누렸다. 국내 최대 규모의 자동차 극장인 잠실자동차극장은 코로나-19 확진자가 급증한 지난해 3월, 전월보다 방문자가 20% 늘었다고 밝혔다.

드라이브 콘서트는 비대면 공연 업계의 새로운 트렌드가 됐다. 현대자동차는 지난해 5월, 경기 고양시 킨텍스 주차장에서 하루 300대씩 3일간 총 900대를 초청해 K팝 공연, 뮤지컬 브로드웨이 ‘42번가’ 갈라쇼, 지휘자 금난새 뉴월드 필하모닉 오케스트라가 함께한 클래식 음악회 등을 진행했다. 또 지난 3월 세아이운형문화재단은 서울 예술의 전당에서 비대면 음악회를 개최하고 네이버TV와 유튜브로 공연을 생중계하기도 했다.

스포츠 역시 홈 트레이닝으로 무게 중심이 쏠리고 있다. 코로나-19로 국민의 운동량은 전반적으로 줄었다. 특히 헬스장과 같은 스포츠센터가 문을 닫으면서 전년 대비 보디빌딩은 2.9%, 요가와 필라테스는 각 1.1% 줄었다.

반면 트인 공간에서 혼자 하는 운동인 걷기와 등산이 0.3%, 자전거가 0.6%씩 늘었다. 또 본인이 세운 운동 기록을 영상으로 공유하고 각자의 기록을 비교하는 따로 또 같이 개념인 언택트 경연도 늘어났다. 한국 스포츠정책과 학원에서는 코로나-19가 지속된다면 운동의 개인화 및 온라인화가 뚜렷해질 것이라고 발표하기도 했다.

이런 경향은 장비 소비량에서도 확인이 됐다. 혼자 또는 소수로 즐기는 운동 제품의 판매량이 지난해 크게 늘어난 것이다. 자전거(12%), 낚시(11%), 골프(16%), 등산(11%) 용품 판매가가 전년 대비 증가했다.

스스로 돌아보는 취미의 재발견

이처럼 언택트 및 실내 활동에 대한 관심이 높아지면서 앞으로도 이러한 현상이 지속될 것이라는 시각이 다분하다. 반면, 콘텐츠 소비와 여가 트렌드가 바뀌는 과정에서 삶의 질 양극화에 대한 우려의 목소리도 들린다.

특히 소비력에 따라 향유할 수 있는 콘텐츠가 명확히 갈릴 것으로 전망하는 전문가도 많다. 이는 콘텐츠 공급자와 소비자 모두에게 해당한다. 가령 고사양, 고품질의 콘텐츠로 취미 생활을 하기 위해서는 경제력이 뒷받침되어야 한다. 예를 들어 증강현실이나 가상현실 콘텐츠를 즐기기 위해 헤드마운트디스플레이(HMD), 모니터와 같은 고가의 장비가 필요하다는 것이다.

또 세대에 따른 콘텐츠 소비의 양극화도 심화될 수 있다. 젊은 세대는 다양한 온라인동영상

서비스(OTT)를 복수로 구독하며 여러 콘텐츠를 즐길 수 있다. 그러나 정보력이 부족한 중·장년층은 TV가 유일한 콘텐츠 창구가 될 것이라는 점이다. 이에 문화 콘텐츠의 중간 영역이 약화되지 않을 방안을 모색해 나가야 할 것이다.

코로나-19 이후 달라질 삶의 방식에 대해 두려움이 늘어날 수도 있다. 그러나 인류는 늘 그랬듯이 어떤 상황에서도 잘 적응하고 건강하게 생활하기 위해 변화하고 응시하며 고민해 나갈 것이다. 그렇다면, 뜻밖에 주어진 이 시간 동안 스스로 돌아보는 취미를 가져보는 것은 어떨까? ‘나는 과연 누구인가?’라는 거창한 물음 보다는 지금까지 살아온 삶을 되짚어보고 앞으로의 삶을 소소하게라도 구상할 수 있다면 충분하다. 이런 과정을 통해 나 자신을 알아가고 그 중심을 튼튼하게 다질 수 있을 것이다. ♥

따로 또 같이





세아뉴스



| 그룹뉴스 | 제22회 철의 날 시상식

제22회 철의 날 행사가 지난 6월 9일, 포스코센터에서 열렸다. 이 날 행사에서는 철강 산업 발전에 기여한 유공자들에게 포상이 이루어졌다. 세아에서도 이번 시상식에 이름을 올려 위상을 높였다. 세아제강 신상근 노조위원장은 대통령상을, 통상전략실 김상진 부장은 산업부장관상을 수상했다. 세아창원특수강에서도 2제강팀 박두환 차장, 장창주 부총괄이 원가절감과 환경 개선에 기여하여 산업부 장관상을, 3제강팀 정은우 과장은 전기로 고회수율 기술 개발에 참여하여 기술장려상을 수상하는 영예를 안았다.



| 세아제강지주 | 서울특별시 모범납세자 선정

세아제강지주는 서울특별시 모범납세자로 선정되어, 지난 4월 1일 마포구청 시청각실에서 2021년 서울시 유공납세자 표창장 수여식 행사를 진행했다. 모범납세자 중 지역사회 공헌도와 세입기여도 등을 고려해 25개 구청장이 추천해 별도 선정한 유공납세자 145명에는 3년간 서울시 지방세 세무조사 면제, 징수유예에 따른 납세담보 면제 등 의 혜택이 추가 제공된다.



© INTERMOLD KOREA 2021 홈페이지

| 세아창원특수강 | 제25회 국제금형 및 관련기기전 참가

세아창원특수강은 지난 3월, 온라인으로 개최한 '제25회 국제금형 및 관련기기전'에 참가하였다. 코로나19로 인해 사상 최초로 온라인으로 개최한 이번 전시회에서 세아창원특수강은 온라인 부스를 통해 금형강 및 공구강 주요 브랜드를 소개하고 세미나를 진행하였다. 냉간공구강 DuMAC 시리즈와 열간공구강 DuRAH 시리즈, 정밀 금형강 SMAT 시리즈와 일반 금형강 TP시리즈 등 고객에게 최적화된 제품을 소개하기 위해 노력하였다.



| 세아특수강 | 외부전문가 초청 강연 시행

세아특수강 제조센터는 지난 5월 27일 서영범 대표를 비롯하여 포항/충주공장 임직원을 대상으로 외부 전문가 초청 강연을 시행하였다. 철강산업연구원 손영욱 대표는 강연회에서 4차 산업혁명에 따른 패러다임 전환을 주제로 중견기업형 스마트 팩토리 모델과 시장 맞춤형 제품 개발 방법론에 대한 이론과 사례 등을 주요 내용으로 다뤘다.



| 세아 M&S | 창립기념식 진행

세아 M&S는 5월 11일 창립 15주년을 맞이하여, 코로나 19 사회적 거리두기를 준수하기 위해 서울과 여수 화상회의를 통해 장기근속자 포상 및 창립기념식을 진행하였다. 마정락 대표 이사는 창립기념사에서 전략, 세부 목표 및 7대 중점추진 과제를 충실히 수행하고, 신성장동력 확보를 통해 회사 미션 "Global Top"의 꿈을 실현하고자 한다고 하였다.



사우동정

세아제강지주

인사

이은빛나 재무관리팀

김민희 성과관리팀

조의

김태현 임원(빙부)

세아제강

인사

조성진 경영기획팀

우창호 생산기획팀

배진혁 수출1팀

박동인 수출2팀

이아름 수출2팀

안지담 영업지원팀

박시현 영업2팀

서인환 포항 물류팀

손효섭 포항 품질경영팀

고현호 순천 품질경영팀

안도현 순천 업무지원팀

신일환 순천 생산팀

김태영 순천OF생산팀

김지훈 창원 업무지원팀

정원식 군산 업무지원팀

출산

이종민 창원 품질경영팀

정기용 설비보전팀

김규진 순천 품질경영팀

결혼

김진홍 설비보전팀

윤성진 생산2팀

이상민 영남영업소

김정은 순천 업무지원팀

조의

김종찬 생산1팀 (부친)

정현석 생산2팀 (모친)

이석도 생산1팀 (모친)

문정훈 수출2팀 (빙부)

손병화 생산1팀 (빙부)

김영복 생산2팀 (빙부)

이성도 생산2팀 (빙모)

박영순 영남영업소 (빙부)

세아베스틸

출산

김현중 유통영업1팀

전호성 Smart Work Center

김태호 기술영업지원그룹

이현구 설비기획팀

진승현 설비기획팀

세아창원특수강

결혼

김성현 자재관리팀

황원호 2제강팀

동립경 SeAH CTC

박지은 독일사무소

이동현 강관단조설비팀

김성휘 제품연구그룹

세아특수강

인사

김진우 서울 경영기획팀

이성환 서울 자재구매팀

최용준 서울 재경팀

박상현 서울 인재경영팀

김보성 포항 선재생산

하강혁 포항 안전환경팀

곽창용 포항 업무지원팀

이상민 충주 선재생산팀

진태영 충주 안전환경팀

임태수 충주 업무지원팀

결혼

정연호 포항 품질보증팀

이동건 서울 수출팀

노연욱 충주2 품질보증팀

출산

윤성현 포항 설비팀

조의

최명건 포항 설비팀 (모친)

정연학 포항 품질보증팀 (빙부)

박순덕 포항 선재생산팀 (빙모)

세아메탈

조의

안재현 수주관리팀 (부친)

세아씨엠

출산

김지훈 CGL조업반

한경철 20CL

조의

양현수 CRM조업반 (빙모)

세아&S

인사

이찬민 강관영업1팀

오정은 경인영업팀

유현욱 강관영업2팀

결혼

전호 판재영업1팀

세아 ESAB

출산

김지건 장비팀

손진수 품질경영팀

조의

조인호 생산팀 (모친)

권오연 생산팀 (모친)

세아네트웍스

조의

인치영 글로벌사업본부 (부친)

VNTG

조의

황정우 GSO팀 (모친)

최은숙 FAT팀 (빙부)

주웅택 MES팀 (빙부)



내 반려동물을 소개합니다

우리 집에 특별한 동거인이 있다? 강아지, 고양이, 장수하늘소, 하늘다람쥐, 이구아나 등등.

세아 가족에게 자랑하고 싶은 반려동물의 이야기를 사진과 함께 보내주세요.

매 호 한 분의 사연을 선정해, 반려동물용품을 선물로 보내드립니다.

세아M&S 금속팀 김혜림 사원

[반려동물 프로필]

종류: 치와와 강아지

성별: 남아

이름: 김토리

나이: 5년 6개월

좋아하는 음식: 참치, 연어

특징: 절대 짖지 않아요 ^^



누나바라기인 치와와 ‘토리’

2.3kg의 작은 치와와 ‘토리’는 어느덧 벌써 5년 넘는 시간을 함께 해 온 저의 동생입니다. 누나바라기인 토리는 저와 무엇이든 같이 하고 싶어 합니다. 코로나-19 때문에 집에서 운동을 하고 있는데 어느 날 운동매트를 펼쳐는 저를 보더니 매트 위에 올라와 기지개를 켜는 토리를 보았습니다. 그 후 제가 ‘토리아 쪽쪽~~’ 이라고 말하면 기지개도 켜고 다리도 쪽 뻗어 스트레치를 합니다.^^

또 한가지는 역시나 코로나-19로 인하여 집에서 식물 키우는 취미가 생겼는데 제가 식물을 돌볼 때마다 토리가 옆에 와서 식물 냄새,

흙 냄새를 맡으며 힐링을 합니다. 집에 사람이 없어도 잘~대 식물 을 뜯지 않고요!

얼마 전에는 소노캅고양으로 같이 호캉스를 다녀왔는데 너무 좋아하는 토리를 보고 저 또한 너무 행복했습니다. 우리나라에도 반려견과 함께 할 수 있는 시설이 앞으로도 더욱 늘어 났으면 좋겠습니다. 호기심이 많아 제가 무언가 하는 것마다 사사건건 참견해서 귀찮을 때도 있긴 하지만^^; 항상 저만을 바라보며 무한 한 사랑을 주는 토리에게 고맙고, 사랑한다고 말하고 싶습니다.

‘내 반려동물을 소개합니다’ 응모 방법

반려동물과
엄힌 에피소드를
8~10줄 내외로
작성한다.

반려동물이 잘 나온
사진과 함께 찍은
사진을 2~3장
(1MB 이상) 고른다.

메일에 사연과 사진을 첨부하고, 개인 정보(소속, 직책,
이름)와 반려동물 정보(이름, 종류, 나이)를 함께 기재해
커뮤니케이션팀 이유진 수석(yujin.lee@seah.co.kr)
에게 보낸다.



5+6월호 선물

헨로포우 젠틀하네스
산책습관 교정
앞삼발지 하네스



〈세아가족〉사보 기자

세아제강지주(서울) 재경파트 안미경

세아제강(서울) 인사팀 한우경

세아제강(포항) 업무지원팀 이병준

세아제강(군산) 업무지원팀 강태현

세아제강(순천) 업무지원팀 장호영

세아제강(창원) 업무지원팀 정민수

세아제강(부산) 영남영업1파트 황미라

세아베스틸 · 세아창원특수강(서울) 기획팀 허지운

세아씨엠(군산) 업무지원팀 채소영

세아특수강(서울) 재경팀 류상우

세아특수강(포항) 업무지원팀 김동기

세아특수강(충주) 업무지원팀 이상은

세아 FS(서울) 인사기획팀 윤가영

세아 FS(평택) 업무지원팀 안광수

세아 ESAB(창원) 경영관리팀 황성희

세아메탈(서울) 서울영업팀 김지영

세아 L&S(서울) 재경기획팀 고관수

세아 M&S(서울) 경영지원팀 최경민

세아항공방산소재(창원) 인사총무팀 정청용

세아네트웍스(서울) 인재개발팀 박솔향

브이엔티지(서울) EX실 장송이