



2020 10 vol.332

Better | Life | Value | **Create**

더 좋은 삶을 위한 가치 창조



Jeonju Plant 3

전주3공장 인근의 전주향교입니다.

고즈넉한 멋이 일품인 곳이지요.

오랜 세월 같은 자리를 지키고 있는 전주향교는

말은 자리의 주인으로서 좋은 향기를 내뿜는

KCC인의 모습과 닮아 있습니다.





社歌

무겁지 않게(즐거운 듯이)

양 명 문 작사
최 창 권 작곡

B^b E^b F⁷

새 역 사 누 비 먼 서 앞 - 장 서 전 진 하 네
은 세 계 주 름 잡 아 바 다 멀 리 약 진 하 네

B^b E^b F⁷ B^b

줄 기 찬 기 세 - 로 큰 포 부 가 습 에 안 고
새 로 운 기 술 - 로 큰 공 로 세 워 나 가 며

F⁷ B^b F⁷

슬 기 와 단 결 로 창 의 능 력 발 휘 하 여
성 실 로 뭉 치 고 협 동 으 로 발 전 하 여

B^b B^b E^b B^b F⁷ B^b B^b

복 지 낙 원 건 설 하 세 두 팔 에 새 힘 이 솟 네
산 업 건 설 사 명 위 해 몸 바 쳐 땀 을 흘 리 세

E^b B^b F⁷

(후렴) 우 리 는 영 예 로 운 산 업 의 역 군 이 다

B^b B^{TR} E^b C⁷ F⁷

건 설 의 깃 발 - 높 이 날 리 자 아 -

B^b E^b F⁷ B^b

아 K C C 우 리 의 K C C

Contents

Theme



04 Theme Story

06 4인4색 인터뷰

KCC를 움직이는 트렌드 리더들

Company



10 Close Up 실리콘 Part 1. 정의/역사

12 Part 2. 사업장소개 대한민국 실리콘 역사와 기원 전주3공장

14 Part 3. 제품 및 공정 다재다능! 무한변신! 실리콘

18 Part 4. 인터뷰 실리콘에서 발견한 미래, 그 길을 향한 굳건한 걸음 전주3공장 실리콘생산부 P_Care과 신현호 주임

20 KCC건설 현장탐방 충남 서부권 발전의 교두보를 마련하다 태안기업도시 연결도로 개설공사 현장

24 All that KAC 완벽을 향한 열정, 더 안전한 자동차 유리로 KAC 생산2팀 SL 권용철 주임

26 현장매거진 최적의 생산성을 위한 우리의 끝없는 고민과 도전 KCC 문학공장 생산부

30 영업소 이야기 강인한 정신력과 협동심으로 다함께 전진 인천영업소

34 KCC EGIS 2020-2021 시즌 VICTORY KCC EGIS!

Culture



38 끝나지 않은 코로나19 코로나19, 2차 유행이 더 무서운 이유

40 슬기로운 DIY 생활 컬러풀한 주방을 위한 셀프 인테리어 길라잡이 싱크대 리폼 셀프페인팅

42 트렌드 백과 쓰레기 줄이기, 기업의 경쟁력이 되다 제로 웨이스트

44 사이언스 환경을 보호하고, 미래를 생각하는 에너지 제로 하우스

46 신기한 한글 이야기 흥미로운 한글 이모저모

48 비즈니스 잉글리시 가이드북 회사의 이미지를 높이는 매너 토크 방문 & 의전 영어 표현

50 주기율표 다재다능 멀티플레이어_알루미늄

52 KCC NEWS

54 우체통

55 함께하는 걸음 코로나19를 이겨내는 필수 에티켓 "서로를 위해 마스크를 착용합시다"

Create + 트렌드

10월의 테마는 '트렌드'입니다.

2020년 10월호(통권 332호)

주식회사 KCC 월간 사보

발행일 2020년 10월 5일

신고번호 서초 라11683호

신고일자 2016년 8월 17일

발행인 민병삼

편집인 민병삼

발행처 (주)KCC 서울특별시 서초구 사평대로 344

기획 · 편집 · 디자인 (주)대통기획 02-2269-3613

표지사진제공 한국관광공사, 김지호

“변화를 민첩하게 포착하고 언제든 변화할 태세를 갖추라”

- 필립 코틀러의 저서 『Market 3.0』 中

커다란 파도가 온다. 이것을 직감한 사람은 적절한 타이밍을 노려 파도를 타고, 그렇지 못한 사람은 그 안으로 말려들고 만다. 흐름을 읽고 적절한 순간 움직일 수 있는 정확성과 민첩성은 우리에게 중요한 덕목이다. 4차 산업혁명이라는 뉴웨이브 시대에 들어선 지금, 언제 방향이 바뀔지 모르는 파도에 휩쓸리지 않으려면 우리는 늘 변화할 준비를 갖추고 ‘나만의 길’을 개척할 준비를 해야 한다. 혹시 지금껏 눈을 감고 살았다면, 이젠 눈을 떠 변화의 흐름을 바라보자. 그러면 비로소, 우리가 나아가야 할 길이 보이게 될 것이다. 거대한 파도를 두려워하지 않는 사람만이 미래의 주인공이 될 수 있다.



KCC를 움직이는 트렌드 리더들

변화하는 트렌드를 발빠르게 캐치하는 건 쉬운 일이 아니다. 트렌드를 잡기 위해선 사무실 바깥으로 시선을 돌려 세상에 관심을 두어야만 한다. 오늘도 빠르게 바뀌고 있는 세상에 시선을 맞추고 있는 트렌드 리더(Trend Leader)들에게서 앞서가는 KCC를 만들기 위한 노력을 들어본다.

쏟아지는 데이터를 우리의 시선으로 정제하다

IT 인프라 보안팀
문동희 대리



“회사 성장에 발맞춰 나아갈 IT 기술. 언제 어디서나 클릭 한 번으로 업무를 할 그날을 향해”

IT 인프라 보안팀은 KCC 내에서 사용 중인 전산시스템 전반을 관리, 운영하고 있습니다. 아무래도 최근에는 사내에서 IT 인프라를 통해 업무가 진행되는 경우가 많다 보니, 시스템을 관리하는 입장에서는 IT 트렌드 변화에 많은 신경을 써야 합니다. 특히 IT 분야는 기술 발전 속도만큼 매일 같이 엄청난 정보와 데이터가 쏟아지고 있는데요. 그 속에서도 정제된 정보를 찾아내 공유하는 게 굉장히 중요합니다. 그래서 경영정보부서에서는 포털·그룹웨어에 있는 토론방을 통해 다같이 IT 기술에 대한 정보를 공유하고 학습하고 있습니다.

최근에는 코로나19가 유행하면서 화상회의, 재택근무가 늘어나며 비대면 업무환경을 위한 IT 인프라를 조성해야 하는 숙제가 있었습니다. 그동안 꾸준히 기술 정보를 공유하고 학습한 덕분에 발빠르게 PC용 화상회의 프로그램을 검토하였고, 이미 사내에서 사용 중인 기업용 스카이프(SKYPE)와 비슷한 개인용 스카이프를 찾을 수 있었습니다. 정보 공유가 신속하게 이루어졌기에 기능·부하 테스트, 매뉴얼 배포까지 일사천리로 진행하였습니다. 그리고 더불어 기존에는 영업사원 및 특정인원에게만 제공했던 VPN 원격접속 프로그램의 라이선스를 구매하고, 서버를 확충하여 전사에 배포할 수 있었죠. 지금은 임직원 분들이 재택근무를 할 때에 회사 시스템을 원활하게 사용할 수 있게 되었습니다.

IT가 발전할수록 업무의 효율성을 높이는 기술들도 개발되고 있습니다. 하지만 그 중에서도 우리에게 맞는, 우리 조직에 필요한 데이터와 기술을 찾아내는 건 쉬운 일이 아닙니다. 이러한 선별적 수용을 위해 AI, 머신러닝으로 대표되는 데이터 정제기술을 적극적으로 활용하고 있습니다. 이를 통해 저희는 KCC만의 데이터마이닝(Data Mining·유용한 정보를 발견하는 과정) 기술을 구축해 나가고자 합니다. 사용자들이 KCC 시스템에 느끼는 불편함을 개선하고, 긍정적인 점은 더 업그레이드하여 궁극적으로는 모든 임직원들이 ‘경영정보 부서’하면 업무효율성을 높여주는 부서라고 인식하도록 만들고 싶습니다.

트렌드의 흐름을 읽는 키포인트 소비자의 목소리

KCC글라스 마케팅팀
안동훈 과장

트렌드를 앞서가는 KCC글라스와 흠씨씨 인테리어가 되기 위해 소비자의 목소리에 귀를 기울이며 마케팅 전략을 세우고 운영하는 게 제 업무입니다. 특히나 흠씨씨 인테리어는 소비자와 대면하는 일이 많아서 트렌드를 빠르게 캐치할 수 있습니다. 저희 마케팅팀은 직접 소통뿐 아니라 다양한 채널을 통해 소비자의 의견을 모니터링하고 있습니다. 특히 ‘소비자 백인백색(百人百色)’ 시대에 걸맞게 각종 포털사이트, SNS, 인테리어 플랫폼 커뮤니티에 소비자들의 실제 경험과 생각이 실시간으로 업로드되고 있는데요. 마케팅의 초점도 대량 맞춤 경제로 이동하고 있는 추세이기에 온라인을 통한 모니터링은 중요한 분석 채널로 떠올랐습니다. 흠씨씨 인테리어에서는 마켓 인사이트를 도출하기 위해 사회 트렌드와 이슈 키워드, 그리고 소비자들의 긍·부정 반응을 분석하는 등 다양한 접근 방법들을 꾸준히 시도하고 있습니다.

최근엔 더욱 트렌드가 빠르게 변화하고 있는데요. 무엇보다도 코로나19로 인해 사회적 거리두기와 언택트 문화가 자리 잡기 시작했지요. 집에 머무는 시간이 늘어나면서 ‘집 꾸미기 열풍’이 일어났고, 온라인 집들이와 SNS 공유 문화도 자리를 잡고 있습니다. 이러한 트렌드에 발맞춰 나아가기 위해서 저희도 많은 변화를 준비하고 있습니다. 빅데이터·인공지능을 통해 고객 니즈를 체크하고, 우리의 제품과 서비스를 어떻게 효과적으로 연결할지를 고민하고 있지요. 우선 이커머스(e-Commerce)와 언택트 마케팅을 강화하기 위해 현재 흠씨씨몰 플랫폼 운영과 모바일 앱 오픈에 박차를 가하고 있습니다. 이 같은 고객과의 소통을 통한 트렌드리딩으로써 중장기적으로는 사물인터넷 시대의 스마트홈을 위한 ‘새로운 주거 인테리어’를 만들어 갈 계획입니다.

흠씨씨 브랜드가 인테리어 사업을 시작한지 10년이 넘었습니다. 그기간 동안 많은 성과가 있었지만, 아직 갈 길이 많이 남았다고 생각합니다. 앞으로도 트렌드를 읽고, 고객을 먼저 생각하는 자세로 ‘흠씨씨 인테리어’의 이미지를 보다 긍정적으로 만들어 나가겠습니다.



“각양각색 취향을 모두 만족하는 주거 공간의 NEW 패러다임 흠씨씨 트렌드”

축적된 노하우를 기반으로 건설 트렌드의 선두에 서다

KCC건설 개발부
장명환 과장

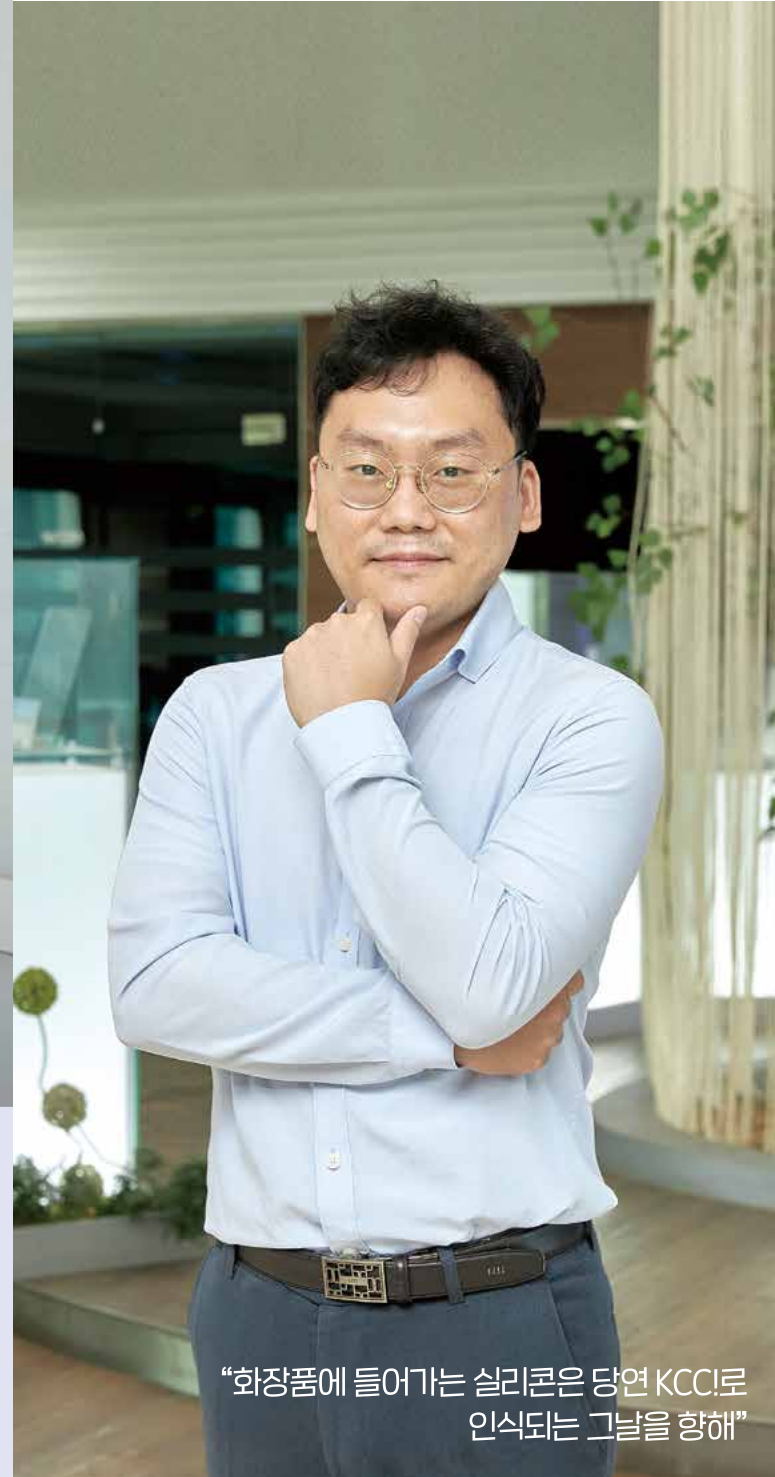
우리들은 건물 안에서 하루를 시작하고, 건물에서 건물로 이동하며 살고 있습니다. 즉 우리의 생활은 모두 건물을 중심으로 일어나는 것이지요. 그래서 건설 분야는 트렌드와 굉장히 밀접한 관계가 있습니다. 특히 KCC건설 개발부는 신규사업 검토 및 수주 영업을 주 업무로 하고 있어서, 건설 트렌드를 더 빨리 체감하고 있습니다. 그 대표적인 트렌드가 바로 ‘물류센터’ 건설입니다.

그동안 물류센터 건설은 계속 증가해 왔습니다. 1인가구 증가와 라이프스타일의 변화로 전자상거래 시장이 커졌기 때문이지요. 이 증가세에 뜻을 달게 된 건, 올해 코로나19가 확산하면서 서부터입니다. 코로나19로 인한 비대면, 비접촉 문화가 자리잡게 되면서 물류 배송이 크게 증가했는데요. 유통업체들은 늘어나는 수요를 감당하고, 경쟁력을 갖추기 위해 경쟁적으로 물류센터 건설에 투자하고 있습니다. 단순히 물류센터의 개수가 늘어나는 것뿐 아니라, 상온창고의 비중이 컸던 과거의 물류센터와 달리, 최근에는 집에서 육류, 채소, 밀키트 등 다품종 소량의 신선식품을 주문하는 소비자들이 증가하면서 ‘저온창고’ 건설이 중요해졌습니다. 이처럼 트렌드의 변화 양상이 뚜렷한 만큼 건설사들도 경쟁력을 갖추어 치열한 입찰 경쟁에서 승리를 하기 위해서 많은 노력을 이어가고 있습니다. 그런 면에서 KCC건설은 경쟁업체들에 비해 한 발 앞서 있다고 할 수 있는데요. 트렌드에 휘둘러 시장에 뛰어드는 것이 아니라 과거부터 꾸준히 물류창고를 건설해왔고, 경험이 축적돼 앞선 공사 노하우를 갖추고 있기 때문입니다. 덕분에 올해는 ‘케이피로지스틱 피에프브이’에서 발주한 인천시 서구 원창동 물류센터를 수주할 수 있었습니다. 총 도급공사비 3,107억 원에 이르는 이 물류센터는 연면적 129,922평, 지하 1층~지상 10층 1개동으로 완공되면 국내에서 가장 큰 물류센터가 될 예정입니다. 이러한 성과들을 비춰봤을 때, ‘트렌드 리더’가 되기 위해선, 트렌드를 단순히 따라가기보다 그 트렌드 속에서도 나만의 노하우를 갖춰야 한다고 생각합니다. 앞으로도 KCC건설은 다수의 물류센터 시공실적과 축적된 노하우를 기반으로 심화되고 있는 물류센터 수주 경쟁에서 우위를 이어나갈 수 있을 거라 자신합니다.



“경쟁력을 갖추고, 건설 트렌드를 이끄는
독보적인 회사를 꿈꾸며”

08



“화장품에 들어가는 실리콘은 당연히 KCC!로
인식되는 그날을 향해”

09

우리가 만든 트렌드가 소비자에게 전달되는 행복

PA실리콘영업팀
박세진 대리

일상에 밀접한 관계가 있는 제품들은 트렌드에 굉장히 민감하게 반응합니다. 그 중 하나가 바로 화장품입니다. 계절적 측면에서만 봐도 여름철에는 땀, 피지를 잘 흡수해줄 수 있는 화장품의 수요가 늘어나고, 겨울철에는 보습용 화장품이 유행하는 것처럼 말이죠. KCC에서는 화장품을 직접 제조하여 판매하지는 않지만, 화장품에 들어가는 핵심 원료인 실리콘을 화장품 회사들에게 판매하는 만큼, 화장품의 트렌드를 파악하고 이해하는 게 무엇보다 중요합니다. PA실리콘영업팀은 주 고객인 국내 화장품 업체와 밀착 영업을 통해 제품 만족 및 판매뿐 아니라 고객이 ‘현재 무엇을 필요로 하는지’를 지속적으로 체크하고 있습니다. 그렇게 파악한 트렌드 니즈를 팀원들과 공유하고, 이를 종합해 연구 개발 부서와 신속하게 협업하여 맞춤형 대응을 실현하고 있습니다. 특히 최근 몇 년 동안 미세먼지, 그리고 최근 코로나19 사태로 ‘마스크’가 생활 필수품이 되면서 화장품 트렌드에도 많은 변화가 있었습니다. 마스크 착용으로 인해 피부가 상하고, 애써 한 화장이 지워지는 경우가 다반사이기에 많은 고민이 있었습니다. 하지만 트렌드에 대한 정보 수집과 내부 공유를 활발히 진행하여 실사용자들의 니즈를 빠르게 파악할 수 있었고, 그 덕분에 저희는 고기능성 화장품 실리콘인 ‘실리콘 피막제’와 ‘분산제’, ‘유화제’, ‘에멀전’ 제품들을 제시하여 트렌디한 화장품을 개발하는 데 기여하고 있습니다. 최근엔 선크림을 구매하러 화장품 가게에 갔는데, 가게 직원이 “새로 나온 선크림이 좋다”며 제가 직접 성능테스트를 했던 엘라스토머 실리콘이 들어간 제품을 소개해주더군요. 그간 영업, 연구, 기술 부서와 협력하여 테스트하고 도출했던 좋은 결과가 소비자들에게도 잘 전달된다는 사실에 뿌듯함을 느꼈습니다. KCC 퍼스널케어용 실리콘은 글로벌 시장에서는 후발 주자였습니다. 하지만 고객 니즈 실현을 목표로 끊임없이 달려와 계속 발전하여 지금은 큰 경쟁력을 갖추게 됐지요. 앞으로 제 목표는 KCC 퍼스널케어용 실리콘이 업계 1등이 될 때까지 힘써 달려가는 것입니다. 언젠가 도달할 1등이라는 목표를 위해 앞으로도 고객과 밀접하게 소통하며 달려갈 것입니다.

Silicone

실리콘

‘없어선 안 될’이란 말에 가장 어울리는 소재가 있다. 바로 생활용품부터 우주항공산업에 이르기까지 다양한 분야에서 쓰이고 있는 실리콘이 그 주인공이다. 특히 요즘, 경량화와 친환경성이 대두되며 더욱 쓰임이 많아지고 있는 실리콘에 대해 살펴본다.

Part 1. 정의/역사



실리콘



Silicone



硅树脂



Silikon



सिलिकॉन



sơn xe hơi



Silikon

명사

(1) 규소와 산소를 골격으로 하고, 알킬기나 아릴기가 결합한 그물 구조를 가진 고분자 물질.

(2) 영하 60~300도 사이에서 내열성, 내한성, 내습성이 강한 특성을 가진.

광범위하게 활용되는 산업 자원 실리콘

실리콘은 지구상에 가장 많이 존재하는 원소 중 하나인 규소(Si)로 만들어진다. 규소는 고대 이집트에서 유리를 제조하는데 사용됐을 정도로 먼 옛날부터 쓰임새를 인정받아 왔다. 하지만 본격적으로 규소의 중요성을 인식하게 된 건, 1822년 스웨덴의 화학자 J. 베르셀리우스가 처음으로 규소 원소를 분리해 내면서부터다. 이후 화학구조에 대한 연구를 통해 다양한 화합물 개발이 이루어졌는데, 그 대표적인 규소 화합물이 규소에 산소를 결합한 실리콘(Silicone·규소 수지)이다. 실리콘은 안정적인 화학구조로 탄력성과 반응성이 좋고, 열 전도율이 낮으며 생체 독성이 거의 없다. 그 특성 덕분에 1930년대부터 산업적 활용을 위해 활발히 개발이 이루어졌다. 미국의 J.F 하이드는 1930년에 내열성 합성 수지를 만들어 대량 생산의 가능성을 밝혔고, 약 10년이 지난 뒤인 1943년에 미국 다우 케미컬사가 대량 생산에 성공했다. 이후 제너럴 일렉트릭(미국), 바커(독일), 임페리얼(영국) 등 유수의 기업에서 독자적인 방법으로 제조를 시작하면서 본격적으로 사용 범위가 넓어졌다. 현재 실리콘은 실란트, 방수제, 접착제, 의료용품, 주방기구, 열·전기 절연재 등에 활용되며, 산업 분야에서 없어서는 안 될 ‘필수’ 소재로 손꼽히고 있다.

우리나라에서도 빠르게 산업 발전이 이루어지던 1980년대부터 실리콘 산업이 시작됐다. 실리콘 산업은 막대한 자본과 기술력을 필요로 하기에 과거엔 미국, 일본, 독일 등 선진국들의 전유물이었다. 하지만 KCC가 우리나라 산지에 풍부한 규소 산화물 ‘차돌’을 활용하여 고품질의 실리콘을 생산하는데 성공했고, 이를 토대로 다양한 실리콘 생산 기술을 갖춰 현재는 ‘실리콘 강국’으로 자리매김했다.

글로벌 실리콘 메이커 KCC

KCC가 실리콘 사업의 기초를 닦은 것은 1991년이였다. 그 전까지는 건축용 실리콘실란트를 전량 수입에 의존하고 있었지만, 실리콘폴리머 수입가격이 폭등하여 ‘원료를 자체 생산하지 않고는 사업확장이 어렵다’는 마인드로 실리콘사업에 뛰어들었다. 그 해 울산 공장에 실란트 전용공장을 건설했는데, 당시 신도시 아파트 건설로 증가한 건축용 실란트의 수요 80%를 KCC 실란트 ‘코레실’이 책임졌다. 이 사업은 이후 유기실리콘까지 사업 범위를 넓혀 나가는 단초가 됐다. 이후 1998년 중앙연구소에 실리콘 연구를 위한 파일럿플랜트가 세워져, 본격적인 실리콘 연구·개발에 착수했다. 그리고 2003년 12월, 전주3공장에 3만 톤 규모의 유기실리콘 공장이 완공됐다. 파일럿플랜트를 설치한 지 5년 만에 자력으로 모노머 합성과 정제, 모노머와 부산물의 2차 가공 기술을 확보하여 제품생산에 돌입한 것이다. 2006년엔 울산공장의 실리콘실란트 공장을 전주3공장으로 옮기고, 2007년에는 대죽2공장 설립 및 상업생산 시작, 2011년 영국 바실돈 인수, 2012년 3월에는 중국 광주공장 설립, 2019년에는 글로벌 TOP 수준의 실리콘 제조업체 모멘티브를 인수 하며 실리콘 메이커의 위상을 높이고 있다. 실리콘은 앞으로도 친환경·경량화 소재의 수요 증가로 꾸준히 수요가 증가할 것으로 보인다. 응용 제품의 수만 해도 무려 5,000여 가지에 이르는데, KCC는 오랜 노력의 결과로 700종 이상의 제품 생산에 필요한 노하우를 갖추게 됐다. 더욱이 올해 말에는 실리콘 사업을 분리해 보다 전문성을 갖춘 신규 법인을 설립해 새출발을 준비하고 있다. KCC가 ‘글로벌 실리콘 메이커’로서 어디까지 성장할 수 있을지 기대가 쏠린다.



Silicon과 Silicone의 차이

Silicon: 원자번호 14번 규소의 영문 표기. 금속과 비금속의 특성을 모두 갖는 준금속이자 반도체의 성질을 가지고 있다. 첨단 산업의 핵심 원료로서 컴퓨터, TV, 스마트폰의 핵심 부품인 반도체의 주원료다.

Silicone: 규소를 원재료로 산소가 결합해 이루어진 고분자 화합물이다. 화학적 안정성이 탁월하고 내열성과 내한성이 뛰어나 200℃에서도 1시간 이상 사용될 수 있고, -100℃에서도 탄력성을 유지해 실생활에 유용하게 쓰인다.

대한민국 실리콘 역사의 기원

전주3공장

전주3공장은 미래 신성장 동력의 기반인 실리콘 사업을 주도하고 있다. 숭한 도전과 연구 끝에 터득한 자체 기술로 실리콘 원료와 다양한 2차 가공제품 등을 생산하고 있다. 국가적 위상을 드높이며 KCC가 세계적인 실리콘 메이커로 도약하는데 든든한 토대가 된 전주3공장을 소개한다.

실리콘 사업 독자적 기술 개발

전주3공장은 2003년 12월 현 완주산업단지에서 준공, 3만 톤 규모의 유기실리콘 공장을 완공하면서 출범했다. 실리콘을 미래의 신성장 동력으로 본 KCC는 1998년 중앙연구소 내에 연간 100톤 규모의 메틸클로로실란(MCS) 제조와 일릿플랜트를 설치했다. 2003년 11월에는 실리콘 제조 핵심기술인 모노머 합성과 정제, 모노머와 부산물의 2차 가공 기술을 확보하였고, 실리콘모노머를 합성하는 모노머 제조기술을 KCC의 특허로 등록했다.

이같은 성공을 기반으로 전주3공장 준공 후에는 본격적으로 실란트, 실리콘오일, 실리콘 에멀전, 실리콘고무 등의 제품을 안정적으로 개발, 생산하였다. 또한 2006년 울산공장의 실리콘실란트 공장을 전주3공장으로 모두 옮기고 2015년 9월에는 실란트연속설비 2호기를 증설하는 등 성장 발전을 거듭했다. 현재 전주3공장에서는 실리콘 오일 제품군과 실란트 제품군을 생산하고 있다.

기술 개발 후에도 전주3공장은 끊임없는 도전과 연구를 통해 제품의 질적 향상을 계속했다. 2004년 6월 ISO 9001인증을 취득을 시작으로, ISO 14001, IATF16949, 실리콘제품 UL 인증, 실란트제품 HB 인증, 탄소표지 인증, 건축용 실링제 KS 인증 등을 획득하며 최상의 품질확보를 위한 노력을 지속해 왔다. 그 결과 고객에게도 그 우수한 품질을 인정받아 한국품질만족지수(KS-QEI)에서 전주3공장 생산품인 실란트가 8년 연속 1위(19년 10월)를 수상 하였다.



전주3공장 전경

지속적인 품질 안정과 생산성 극대화 노력

코로나19로 전반적으로 경제가 출렁이는 어려움 속에서도, 전주3공장은 생산력 증대를 위한 설비 투자 및 공정개선 등 꾸준한 노력을 통해 안정적인 성과를 유지하고 있다. 실제로 2019년에는 화장품용 실리콘오일 제품의 물량 증가를 예상하고 관련 설비 투자를 통해 생산능력을 증가시켰으며, 휴대폰 액정 보호 필름용 점착제로 사용되는 PSA 제품증가에 따른 설비투자도 진행하였다. PSA 제품의 경우 설비 증설 후 코로나19 여파로 상반기에는 물량이 다소 주춤하였으나 7월 이후 전년대비 140% 이상 물량이 증가하며, 증설한 설비로 안정적인 공급을 하고 있다.

실리콘 실란트는 전주3공장 가동 초기부터 연속 설비 1SET을 운영하여 옥심형 제품의 제조 경쟁력을 확보하였으며, 2015년에는 알콕시 및 복층용 제품을 생산할 수 있는 연속 설비 1SET을 추가하여 실란트 판매 물량의 97% 이상을 연속 설비에서 생산하였다. 최근에는 건설 철도차량, 농기계 캐빈, 특장차 등에 적용중인 비실리콘계 실란트를 대체할 수 있는 고강도 실리콘 실란트를 개발하여 실리콘 실란트의 시장확대를 위한 다양한 방향도 모색 중이다.

또한 4개의 분임조의 활동을 통해 품질혁신과 생산성 향상에 기여하고 있으며, 전국품질분임조 경진대회에 출전하여 2차례 은상수상(대통령상)을 차지하는 등 생산성 극대화와 품질 안정화를 동시에 이루기 위한 노력을 지속하고 있다.

친환경 유기실리콘으로 세계 1위 도전

친환경·건강을 우선으로 생각하는 시장의 흐름에 따라 건축용 제품에 대한 친환경 제품에 대한 관심 및 수요가 늘고 있다. 일찍부터 한발 앞서 준비해 온 전주3공장은 2010년 사

업장 폐기물 감량 및 재활용 활성화로 환경경쟁력을 높인 자원순환 선도기업으로 선정, 환경부장관상을 수상하며 친환경 기업의 위상을 높여 왔다. 그 일환으로 2017년에 업계 최초로 실리콘 실란트 제품의 환경표지인증을 취득했다.

최근에는 유럽에서 실리콘 제품에 일부 포함되어 있는 사이클릭 실록산(D4, D5, D6)을 고위험물질(SVHC)로 지정하면서, 이 성분들의 함량을 줄이는 것이 유기실리콘 제조업체들의 당면과제가 되었다. 유기실리콘 제조에 기초 물질로 사용되는 D4, D5, D6는 대부분의 실리콘 오일 및 고무 제품에 잔류하는데, KCC에서도 실리콘 제품 내 이들 성분의 함량을 줄이기 위한 공정 개선을 지속하고 있다.

이처럼 전주3공장은 “한마음으로 세계 1위까지”라는 슬로건을 목표로 전직원이 단합하여 최고의 제품을 가장 안정적으로 만들기 위한 노력을 하고 있다. 앞으로도 최첨단 실리콘 제품과 끊임없는 기술개발로 고품질·친환경 제품을 생산하는 세계적인 실리콘 명가로서의 위상을 굳건히 할 것이다.



전주3공장은 실리콘 오일, 실리콘 실란트, PSA, RTV, LSR 등 다양한 실리콘 제품을 생산하고 있다. 특히 실리콘 실란트는 KS-QEI 8년 연속 1위를 수상했다.

다재다능! 무한변신!

실리콘

실리콘은 인체에 무해하고 친환경적이며 생활용품부터 우주항공산업에 이르기까지 그 용도가 다양해 앞으로도 그 성장이 기대되는 첨단소재다. KCC는 700여 종의 실리콘 제품 생산에 필요한 노하우를 갖추고 있으며 앞선 기술력으로 시장을 선도하고 있다. 이번 호에서는 KCC 실리콘 생산의 핵심기지 전주3공장에서 생산하는 실리콘 제품들을 알아본다.



무색 투명한 실리콘 오일



유해물질 노출과 화재 위험성이 낮은 실리콘 에멀전

실리콘 오일

실리콘오일은 천연 석영을 원료로 합성된 무색 투명한 액체 물질이다. 내열성, 내한성, 내부식성이 우수하고 온도에 대한 점도 변화가 작아 기계, 전자, 화학, 섬유, 종이, 건축, 토목 및 화장품 산업분야까지 폭 넓게 사용되고 있다. 특히 윤활유, 전기절연유, 열매유, 광택제, 소포제, 첨가제 등 다양한 분야에 사용된다. 전주3공장에서는 화장품 첨가제용 실리콘 오일을 주로 생산하고 있으며, 최근 사용이 급증하고 있는 HCE¹⁾, RTV²⁾, LSR³⁾ 등 여러 산업에 사용되는 각종 오일을 제조하고 있다. 고객 요청 물성에 맞춰서 긴급 대응하거나 환경적 이슈에 맞춰 유해물질을 최소화 하고 있다. 특히 최근에는 사이클릭실록산(D4, D5, D6) 함량 규제에 따라 제품 내 잔류 함량 최소화에 집중하고 있다. 이처럼 천연오일 및 천연유래 제품 등의 수요가 증가함에 따라, 전주3공장에서도 실리콘과 천연 오일이 혼합된 제품을 개발하여 고객의 요구에 부응하고 최상의 사용감이 발현되도록 노력하고 있다.

실리콘 에멀전

실리콘 에멀전은 서로 섞이지 않는 실리콘 오일과 물을 계면활성제를 사용하여 분산시킨 제품이다. 수용성 원료와의 혼용성이 뛰어난 실리콘 에멀전은 유해물질 노출과 화재 위험성이 낮아 친환경적이다. 건축 발수제, 섬유 발수제 및 유연제, 이형제, 광택제, 코팅제 그리고 화장품산업 헤어 케어 & 스킨 케어용 첨가제 등에 폭넓게 적용되고 있다. 전주3공장에서는 건축, 일반 산업 및 화장품 등 모든 분야에 적용되는 실리콘 에멀전 제품을 다양하게 생산하고 있으며, 친환경, 천연유래, 저자극성 등 소비자요구에 대응할 수 있는 제품 개발과 가격 경쟁력 확보에도 주력하고 있다. 그 일환으로 최근 가장 큰 이슈인 EU REACH, 나고야의정서, Proposition 65 등 다양한 규정 준수와 강화된 기준에 맞춰 개발·개선을 지속하고 있으며, 실리콘오일과 마찬가지로 저함량 사이클릭 실록산(D4, D5, D6) 제품 개발 및 개선에도 집중하고 있다. 또한 최근 방부제에 관한 유해성 이슈의 해결을 위해 대체 가능 방부제 확보 및 신뢰성 확보에 주력하고 있다.

1) HCE : Heat Cured Elastomer, 열경화형 실리콘고무

2) RTV : Room Temperature Vulcanization, 상온 경화형 실리콘 고무

3) LSR : Liquid Silicone Rubber, 액상실리콘고무



PSA는 전기·전자 제품을 비해 각종 소재의 보호용 필름에 점착제로 사용된다.

PSA

PSA(Pressure Sensitive Adhesive)는 압력에 의해 점착력을 발휘하는 감압 점착제다. 우수한 내열성, 내한성, 점착성과 부착 및 제거가 쉬운 기능을 지녀 전기·전자 제품을 비롯해 각종 소재의 보호용 필름의 점착제로 사용된다.

전주3공장에서 생산하는 PSA는 약간의 압력으로도 점착과 재점착이 가능하며, 피착면에서도 쉽게 떼어낼 수 있으며 떼어낸 후 잔여물이 남지 않는다. 특히 스마트폰 액정 트렌드 중 하나인 엣지(Edge) 화면 등 굴곡진(Flexible) 디스플레이의 곡면에도 우수한 점착 성능을 보이며, PSA의 투명한 외관 때문에 투과율이 확보된다. 또한 고온 다습한 환경에서도 기능을 발휘하는 안정성을 갖추고 있다. 전주3공장에서는 국내외 PSA의 수요 증가에 따라 올해 초부터 생산 물량을 확대하고, 제품의 물성 개선을 통해 뛰어난 경쟁력과 고객 만족에 초점을 맞추어 제품을 개발하고 있다.

LSR

LSR(Liquid Silicone Rubber)은 인체에 무해하고 열경화가 가능한 2액형 액상실리콘 고무를 말한다. 젓병, 젓꼭지, 치발기 등 ‘유아용품’, 호스, 카테터 등 ‘의료용품’, 롤러, 섬유코팅 등 ‘산업용품’, 케익몰드, 밥솥패킹 등 ‘주방용품’에 적용되며, 용도에 따라 범용 LSR, 코팅용 LSR, 전기전자용 LSR 등으로 구분된다.

전주3공장에서 생산하는 LSR은 코팅용 LSR이며, 고객의 니즈에 맞게 고객의 작업조건을 충족하는 섬유코팅 제품을 개발·제공하고 있다. 특히 유해물질로 구분되는 원료는 전혀 사용하지 않고 있으며, 유아용품, 주방용품 등에서 요구하는 저휘발분 LSR(저분자 실록산의 휘발분 0.5% 미만) 기준에 맞춰 개발 중이다. 특별한 원단에 대한 부착력을 가지는 LSR과 천연가죽을 대체하기 위한 인조가죽용 LSR 등도 개발하여 매출확대에 기여하고 있다.



LSR은 인체에 무해해 다양한 의료용품·주방용품에 활용된다.



우수한 성능을 인정받은 KCC의 실란트

실란트

실란트는 각종 부재의 조인트나 갈라진 틈에 대한 수밀, 기밀을 유지하기 위하여 충전되는 물질이다. 부재에 대한 우수한 접착성 및 탄성을 가지고 부재를 고정시켜 건축물의 내구성을 증진시키는 목적으로 사용된다. 특히, 건축분야에서 유리 글레이징, 콘크리트와 창호 사이의 조인트 실링, 커튼월(SSG 공법) 시공 등 다양한 목적으로 사용된다.

전주3공장에서는 실리콘계, 변성실리콘계 등 다양하고 우수한 품질의 코레실 실란트를 생산하고 있다. 용도별로 더 살펴보자면, KCC 글레이징용실란트 SL907 프리미엄 제품은 국내에서 가장 빠른 경화속도, 우수한 작업성 및 친환경성을 가진 제품이다. KCC 외장용 실란트는 KS F 4910 F-25 등급을 만족하는 내후성이 우수한 제품이다. 구조용 실리콘 실란트 제품인 SL819(1액형), SL820(2액형), SL822(2액형)은 글로벌기준인 ASTM C 1184, EN 1279를 만족하는 우수한 물성을 자랑한다. 복층유리 2차 실링재로 사용되는 실란트인 SL886(1액형), SL922(2액형)는 환경표지 인증을 획득한 친환경 제품이며, 최근 출시한 산업용 고강도 점착제 제품(SL7000, MS9410)도 좋은 반응을 얻고 있다.

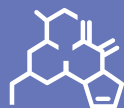
이처럼 전주3공장에서 생산하는 KCC의 실란트 제품은 다양한 제품군에서 모두 품질의 안정성과 우수성을 인정받아 8년 연속 한국품질만족지수 1위를 이어가고 있다. 또한 친환경 요구에 따른 친환경 기술 개발과 고객니즈 파악을 통한 기술 개발, 그리고 급변하는 미래를 준비하기 위한 기술 개발을 위해 노력하고 있다. 그 결과 국내 최초로 실리콘, 비실리콘 실란트 부문에서 환경부 주관 친환경 인증인 환경표지인증을 취득하였으며, 현재 13종의 실리콘, 비실리콘 실란트 제품이 환경표지 인증을 보유하고 있다. 또한, 국내에서 판매되고 있는 모든 용도의 KCC 실란트 제품이 국토교통부 건강친화형 주택 건설기준을 만족하고 있다. 이외에도 국내·외 실리콘 실란트 제품 중 실내 공기질(TVOC, 포름알데히드) 및 유해 화학 물질 최소 적용 측면에서 가장 우수한 기술을 갖고 있으며, 비실리콘 제품의 유해 화학 물질 사용 최소화를 위한 연구도 지속적으로 진행하고 있다.

이처럼 KCC 실란트는 글로벌 최고 수준의 기술을 가진 브랜드 및 제품으로의 성장을 목표로 급변하는 미래를 대비한 기술 개발을 위해 지속적으로 노력하고 있다.

실리콘오일 제조공정 Silicone Polymer Flow chart



원료투입
Feed raw material
(Dimethylcyclsiloxane,
Hexamethyldisiloxane)



중합반응
Polymerization



중화
Neutralization



증류
Distillation



품질 검사
Quality Check



여과 & 포장
Filter & Packing

실리콘에서 발견한 미래, 그 길을 향한 굳건한 걸음

전주3공장 실리콘생산부 P_Care과 신현호 주임

파일럿부터 생산 안정화 및 제품 생산까지 전주3공장 실리콘 생산의 역사를 함께 해 온 실리콘생산부 P_Care과 신현호 주임. 실리콘에서 미래 비전을 발견하고 과감히 새로운 도전, 숭한 시행착오를 겪으면서도 묵묵히 이겨내 온 신현호 주임의 실리콘 인생 이야기를 들어보았다.

도전과 시행착오의 연속, 새로운 세계를 열다

“P_Care¹⁾과에서는 다양한 화장품용 실리콘 제품(페닐오일, 휘발성 오일, 유화제 등)과 산업용 실리콘 플루이드·레진(비닐 폴리머, MQ-resin 등)을 생산하고 있습니다.”

전주3공장 실리콘생산부 P_Care과에서 현장에서 발생하는 전반적인 생산업무를 관리하는 신현호 주임은 1990년에 고려 화학으로 입사했다. 중앙연구소 EMC 기술팀에서 근무하던 중 실리콘 파일럿에 3년간 투입되면서 실리콘 분야의 비전을 전망, 2003년 7월 전주3공장 근무를 자원했다.

새로운 분야에 던진 과감한 출사표. 그러나 새로운 도전은 순탄하지 않았다. 클로로실란의 연속 가수분해공정·DMCS 생산 안정화 후 폴리머, Gum 생산안정화, 실란·레진 생산안정화, 생산품 다변화를 이루기까지 어려운 과제의 연속이었다.

“파일럿과 실제 운용은 많이 달랐습니다. 파일럿에서는 괜찮았던 예폭시 실란의 공장 양산화 과정 중 원인 모를 불량과 원료가 넘침 등 까다로운 사고가 종종 일어났습니다. 한 번도 접해본 적 없는 상황을 마주치면서, 그야말로 몸으로 부딪혀 기술을 익혔죠.”

덕분에 초기에는 술하게 밤샘 작업을 하고 몸무게가 10kg이 빠질 정도로 매진했다. 공정을 계속 추적·관찰 하면서 유량을 늘렸다 줄이고 온도를 올렸다가 내리기를 수도 없이 반복하며 데이터를 쌓았다.

“2003년부터 2008년까지가 가장 힘든 시기였죠. 자다가도 새벽에도 전화 오면 뛰어 나왔어요. 포기하고 싶었을 때가 한두 번이 아니었지만, 책임감으로 계속 해보자며 이 악물고 했어요. 4·5년을 그렇게 하다가 드디어 공정도 제품도 안정화되었는데, 실리콘 시장의 변화로 그때부터는 또 다른 제품을 다시 시작해야 했죠.”

배우면서 적응하고, 생산하면서도 개선하는 도전의 연속이었다. 그 하나하나가 모두 개선에 반영되어 결국 성공적으로 안정화를 이루게 되었다.

절박함은 위기극복의 원동력

2011년 실리콘 모노머 공정이 대죽공장으로 분리되면서 전주3공장은 모노머 생산을 중단하였다. 이때가 바로 공장의 전환 기였다고 신 주임은 되새긴다.

“이때가 우리 공장이 가장 어려웠던 시기죠. 그런데 오히려 책임감은 더 강해졌어요. 우리 공장의 새로운 먹거리를 만들어야 한다. 어떻게든 동료들과 함께 가야 한다는 절박함이 강해졌죠. 그 절박함이 동력이 되어 화장품용 제품 등 다양한 제품을



신현호 주임은 성실함과 책임감으로 철저하게 생산공정과 제품상태를 점검한다.

더 빨리 생산 안정화를 하게 되었습니다.”

위기를 겪으며 오히려 새로운 기회를 열었다는 신현호 주임. 덕분에 전주3공장의 실리콘 공정은 모두 그 시작과 끝에 항상 그가 있었다. 제품 공정을 변화하거나 다른 제품을 생산할 때는 설비를 개선해야 하는데, 바로 이때 제품을 개발하고 공정과 설비 개선 아이디어를 적용하는 과정에도 항상 그의 노하우가 있었으니 말이다.

“원료 공급 방향을 항상 예의 주시 하세요. 그리고 안전 수칙 다시 한번 꼼꼼히 체크하기 바랍니다!”

몇 층씩 되는 3곳의 현장 타워를 오르락 내리락 하며 돌 때마다 그의 지식을 전수함과 더불어 안전을 최우선으로 강조하는 신현호 주임. 포장 공정을 확인하면서는 한층 더 간간해진다. 포장재질, 용기 체크는 물론 이물질이 첨가되지 않도록 신경을 많이 써야 한다면, 제품에 코를 대고 냄새까지 맡는다. 무색, 무취의 실리콘임에도 활성탄을 첨가해 정제하기 전과 정제 후를 코가 먹먹할 때까지 확인한다. 성실함과 책임감으로 지금까지 걸어온 그다운 자세라고 하겠다.

“현장에서 가장 필요한 자세는 성실과 책임감이라고 생각합니다. 지금까지의 성과도 동료들이 함께 해주었기에 가능했던 것처럼, 앞으로도 더 힘을 합쳐 공정을 개선하고 더 좋은 제품을 만들기 위해 최선을 다하겠습니다.”

그에게 미래를 보여줬던 실리콘은 이제 그에게 존재의 이유가 되었다. 그리고 앞으로도 그가 걸어가는 길에 가장 큰 이정표가 되어줄 것이 분명해 보인다.

1) P_Care: Personal care

KCC KCC건설

충남 서부권 발전의 교두보를 마련하다

태안기업도시 연결도로 개설공사 현장

부남호를 가로지르며 태안 관광레저형 기업도시와 서산 바이오·웰빙·연구특구를 하나로 연결하는 교량이 KCC 건설에 의해 지어지고 있다. 이 과업을 맡은 태안기업도시 연결도로 개설공사 현장 직원들은 충남 서부권 발전의 교두보를 놓는다는 책임감으로 맡은 바 최선을 다하고 있다.

두 특구의 잠재력을 잇는 다리

안면도 안쪽에 자리 잡은 천수만 위편으로 사슴뿔처럼 뻗어 나온 두담수호가 있다. 방조제를 쌓아 만든 인공 호수로, 태안기업도시 연결도로 개설공사 현장의 배경은 왼쪽에 있는 부남호다. 부남호의 끄트머리 좌우에는 이제 막 개발이 시작된 태안 관광레저형 기업도시와 서산 바이오·웰빙·연구특구가 대칼코마니처럼 들어서 있다. 이 둘을 오가려면 호수 주변으로 15~20km를 빙 둘러 돌아가거나, 폭이 좁고 거친 농업용 도로를 지나야 한다. 어느 쪽이든 불편하긴 마찬가지이며, 이는 두 지역의 발전을 저해하는 요소로 작용하고 있다. 충청남도가 농업용 도로를 허물고 왕복 4차선 교량을 짓기로 한 배경이다.

“이 교량이 지어지면 태안의 기업도시와 서산의 연구특구를 오가기가 무척 편리해집니다. 이를 통해 두 지역의 시너지 효과를 기대할 수 있죠. 그렇기에 충청남도에서는 이곳 공사 현장에 커다란 관심을 갖고 있으며, 저희도 충남 서남권의 발전을 이끈다는 심정으로 공사에 임하고 있습니다.”

이곳에 지어지는 교량의 이름은 ‘부남교’로, 양측의 토공구간과 400m 길이의 다리를 포함하면 총 길이가 610m다. 교량 사이로 레저용 요트가 지나갈 수 있도록, 다리 한가운데의 높이를 수면 위 5.5m로 설계했다. 더불어 왕복 4차로 도로 양옆으로 자전거 도로와 인도를 함께 설치함으로써 활용성을 한층 끌어올렸다.

태안기업도시 연결도로 개설공사 현장

- 위 치 : 충남 태안군 태안읍 송안리 ~ 서산시 부석면 갈마리
- 공사기간 : 2020년 2월 ~ 2023년 2월(36개월)
- 공사내용 : 전체연장 610m (토공부 210m, 교량 400m/1개소, 왕복4차로)
- 발 주 처 : 충청남도 종합건설사업소

토론으로 발휘하는 집단지성

2023년 완공 예정인 부남교는 태안 관광레저형 기업도시와 서산 바이오·웰빙·연구특구를 남북으로 가르는 태안기업도시도로(가칭)로 연결된다. 이 교량을 중심으로 지역 교통망이 활짝 펼쳐지는 셈이다. 이렇듯 중요한 가치와 의미를 지닌 만큼, 정영훈 소장과 현장 직원 5명은 매 공정에 만전을 기하고 있다. 먼저 농업용 도로를 대신할 가도를 만들고, 교각을 설치할 축도7곳을 마련해 파일을 박고 콘크리트 공사를 진행한 뒤 다리를 놓는다. 현재 가도를 설치하는 공정을 한창 진행하고 있으며, 공정율은 5%다.

정영훈 소장은 앞으로의 공사를 보다 효율적으로 진행하기 위해 매주 1회 ‘자율토론회’를 갖는다. 모든 직원이 한데 모여, 매주 각 부서가 내놓은 주제를 놓고 자유롭게 이야기를 주고 받는 자리다. 전체적인 공사 현황이 자연스럽게 공유될 뿐만 아니라, 해당 부서에서 미처 생각하지 못했던 아이디어도 얻을 수 있어 전체적인 현장 생산성 향상에 큰 도움이 된다는 것이 직원들의 한결같은 이야기다.

“업무 혁신은 고수해 왔던 고정관념과 업무 관성을 깨뜨리고 다른 방향으로 문제를 바라봐야 이뤄지는데요. 이런 측면에

서 자율토론회는 저희 모두에게 새로운 영감과 활력을 불어 넣어 준다고 할 수 있습니다. 앞으로도 직원들과 소통할 수 있는 장을 다양하게 마련해서 ‘집단지성’의 힘을 유감없이 발휘해 보겠습니다.(웃음)”

‘생산성 높은 안전 현장’을 위한 노력

태안기업도시 연결도로 개설공사 현장은 바다와 인접해 있다. 그러다 보니 바람과 수해에 예민하게 대응해야 자연재해에 의한 피해를 막을 수 있다. 먼저 바람의 세기를 정확하게 파악하기 위해 현장사무소 앞뒤로 디지털 풍속계 2개소를 설치했다. 이를 통해 풍속과 풍향을 실시간 파악하고 있으며, 풍속이 8m/s를 초과할 시 무조건 공사를 중지하도록 방침을 정해 인명 및 재산 피해를 사전 차단하고 있다.

한편 이곳 현장에는 KCC 건설의 스마트 건설 관리 시스템인 ‘KOSMO(KCC E&C On-site Smart Monitoring)’가 건설 현장 최초로 시범 적용됐다. GPS 기술을 활용해 중장비의 위치를 실시간 모니터링하고 위치 정보를 빅데이터화함으로써 장비 운용 효율성을 극대화하는 시스템이다. 현재는 시범 운용 단계인 만큼 사무실 PC나 스마트폰으로 덤프트럭의 현재 위



실시간으로 풍속을 측정하는 디지털 풍속계 모니터

치를 파악하고 관련 데이터를 쌓는 데 활용하고 있지만, 추후 현장 생산성 향상에도 직접적인 영향을 미치게 될 전망이다.

본격적인 공사가 시작된 만큼, 정영훈 소장과 직원들은 앞으로 많은 난관과 마주하게 될 것이다. 하지만 성공적인 준공을 위해 함께 달리는 동료들이 있기에, 이들의 마음은 언제나 든든하다. 태안군과 서산시의 미래를 연결하는 부남교가 완벽한 모습으로 완공되어, 이 지역의 랜드마크로 우뚝 서는 그날을 기대해 본다.

우리가 건강해야 다리도 건강해지죠



부남교 건설을 위한 대장정이 이제 막 첫 발을 뗐다. 이럴 때일수록 현장 직원들의 체력이 중요하다. 몸에 활력이 돌아야 3년여의 마라톤을 별 탈 없이 완주할 수 있기 때문이다. 직원들의 건강을 챙기면서도 사기를 북돋울 수 있는 방법을 고심하던 정영훈 소장. 피로 회복에 특화된 종합비타민을 한 꾸러미 마련했다. 필요할 때 물 없이 씹어 먹을 수 있어 바쁜 일상 속에서도 간편하게 건강을 챙길 수 있다. 3개월치 종합비타민을 손에 든 직원들 얼굴에 미소가 떠오른다. 당장 뜯어서 한 알을 입에 넣는 직원도 있다. “소장님 덕분에 건강하게 가을을 맞이하게 될 것 같습니다!” 정 소장도 연신 고마움을 전하는 직원들에게 “열심히 일해 줘서 고맙다”며 감사의 마음을 전한다. 건강한 모습으로 완공될 부남교의 모습이 벌써 눈에 선하다.



스마트 건설 관리 시스템인 ‘KOSMO(KCC E&C On-site Smart Monitoring)’로 덤프트럭의 실시간 위치 정보를 모니터링하고 있다.



공사 중인 가도의 폭을 점검하는 현장 직원들

완벽을 향한 열정, 더 안전한 자동차 유리로

KAC 생산2팀 SL 권용철 주임

현장 라인에서 시작해 조장과 반장을 거쳐 주임까지, 권용철 주임은 자동차 옆유리 생산에서 차곡차곡 경력을 쌓아 왔다. 오랜 경험이 그에게 가르쳐준 것은 늘 하던 일도 처음처럼 빠짐없이 행기는 성실함, 그리고 조금씩이라도 더 발전하도록 시도하기를 멈추지 않는 열정이다.



빠짐없이 차근차근, 기본이 품질을 만든다

자동차 옆유리는 앞좌석과 뒷좌석 양 옆에 쓰이는 유리다. 권용철 주임은 1994년 KCC 여주공장으로 입사한 이후 줄곧 자동차 옆유리 생산 부서에서 근무하고 있다. “지금 있는 KAC 생산2팀으로 옮긴 것은 2001년입니다. 현장 라인 근무부터 시작해서 조장과 반장을 거치며 현장에서 컸죠. 주임이 된 후로는 4개 생산 라인을 관리하면서 현장과 사무실을 연결하는 역할을 하고 있습니다.”

권용철 주임의 하루는 밤새 라인을 지키며 수고한 야간조를 챙기는 것으로 시작된다. 생산 라인을 돌며 야간조의 근무 내용을 파악하고 설비와 주변 환경 점검까지 마치면, 사무실로 옮겨 생산과 출고 상황을 확인하고 생산 계획을 조율한다. “우리 공정은 출고 직전 단계인 최종공정입니다. 출고와 물류 쪽에도 신경을 많이 써야 하고, 무엇보다 불량 제품이 출고되지 않도록 철저히 관리해야 하죠.”

불량 관리는 내공정의 문제점을 먼저 파악하는 것으로부터 시작된다. 불량 여부를 꼼꼼히 확인한 후 품질을 완성하는 최종 공정으로 넘어가는 것이다. 자동차 유리의 경우 품질이 곧 생명과 직결되기 때문에 더욱 신중할 수밖에 없다. 안정적인 품질 관리를 위해 권용철 주임이 누누이 강조하는 것은 ‘건너뛰지 말라’는 것이다. “전에도 계속 같은 식으로 해오던 과정이니까, 이번에는 너무 바쁘니까 그냥 건너뛰고 넘어가도 되겠지 싶을 때가 있습니다. 문제는 항상 그런 곳에서 생깁니다. 불량이 나와서 조사를 해보면 확인하지 않고 빼먹은 부분이 나오죠.”

원하는 품질이 나오지 않을 때 답을 찾는 방법도 다르지 않다. 여럿이 의견을 나누고 이런저런 시도를 아무리 해봐도 결과가 신통치 않으면, 권용철 주임은 다시 처음으로 돌아간다. “다들 오래 해온 일이니 기본적인 것은 다 제대로 했다고 생각하지만, 처음부터 차근차근 다시 하다 보면 미처 확인하지 못하고 지나친 부분을 발견하게 됩니다. 그러면 거기서 다른 길로 가보는 겁니다. 처음이라는 마음으로 하나하나 해나가다 보면 답이 나오더라고요.”

0.01초를 위해, 시도하고 또 시도한다

기술의 발전과 함께 품질에 대한 요구가 더 높고 까다로워지는 것은 어느 분야나 마찬가지지만, 자동차 옆유리는 최근 그동안과는 다른 차원의 변화를 마주하고 있다. “지금까지 자동차 옆유리는 강화유리, 앞뒤 유리는 접합유리가 기본이었습니다. 그런데 지난해 말부터 차안 소음을 줄이기 위해 옆유



권용철 주임은 제품부터 생산라인 환경까지 철저히 관리하고 있다.

리에도 접합유리를 사용하기 시작했죠.”

필름을 사이에 두고 두 장의 유리를 맞대어 완성하는 접합유리로 옆유리를 만들자면 성형을 더욱 세밀하게 해야 하고, 기존 강화유리의 절반 수준으로 얇은 유리를 생산해야 한다. 무엇보다 그동안 강화유리만 생산해 왔던 옆유리 라인에 접합유리는 새로운 도전이며, 미래를 열어가는 초석이라고 생각한다. 권용철 주임이 끊임없이 고민해온 부분은 생산성이다. 현장에서만 근무하던 때와 주임이 된 지금 가장 달라진 부분으로 생산성에 대한 관심을 꼽을 정도. 생산성을 높이려고 욕심내는 이유는 제조현장에서는 무엇보다도 생산성이 가장 기본이기 때문이다.

“저도 현장에 있을 때는 이런저런 요구들이 번거롭게 느껴졌어요. 그런데 관리를 맡게 되니 하루보다는 1년을 보게 되더라고요. 한 제품당 생산시간을 0.01초씩만 줄여도 1년이 쌓이면 큰 차이가 되거든요.”

접합유리의 증가로 생산량을 끌어올려야 하는 지금은 더욱 적극적으로 생산성을 높이기 위한 시도를 해나가고 있다. 생산성이 높은 신규 설비를 검토하고, 자동화를 통하여 인당생산성을 개선하고자 조장 및 반장들과 머리를 맞대고 기존 라인의 생산성을 높일 방법을 찾는 것이 자신에게 맡겨진 일이라고 여긴다는 마음가짐까지 전달했다.

“라인을 신설하면 안정화시킬 때까지 한동안은 밤잠 설쳐가며 신경 쓸 일이 많겠죠. 그런데 돌아보면 힘들게 고생하며 라인 증설을 마무리했을 때만큼 보람 있는 순간도 없더라고요.” 가장 힘든 순간이 가장 큰 보람으로 남으리라는 것을 경험으로 알고 있는 권용철 주임에게 피하고 싶은 도전은 없다. 어려운 만큼 시도할 가치가 있는 도전이 있을 뿐이다.

최적의 생산성을 위한 우리의 끝없는 고민과 도전

BIG-Y
경진대회편

문막공장 생산부의 BIG-Y 경진대회 출전과제는 'GW(그라스울)3호기 생산성 극대화'다. 이미 높은 생산량을 자랑했지만, 꾸준히 늘어나는 출고량의 수급균형을 맞추기 위해선 반드시 필요했던 일. 최고의 생산성을 위해 고민을 멈추지 않았던 이들의 사연을 카툰으로 만나본다.

KCC
문막공장 생산부

'그라스울 생산의 메카' 문막공장은 늘 진보를 꿈꾼다. 지속적인 기술개발을 통해 품질향상을 이룩하며 씬 없이 걸어 나가고 있다. 이러한 고품질 제품을 보다 많은 고객에게 안정적으로 공급하기 위해서 가장 신경 써야 할 부분이 바로 '생산성 향상'이다. 문막공장 생산부는 획기적인 생산성 향상안을 통해 지난해 BIG-Y 경진대회에서 은상을 수상하는 쾌거를 거뒀다.



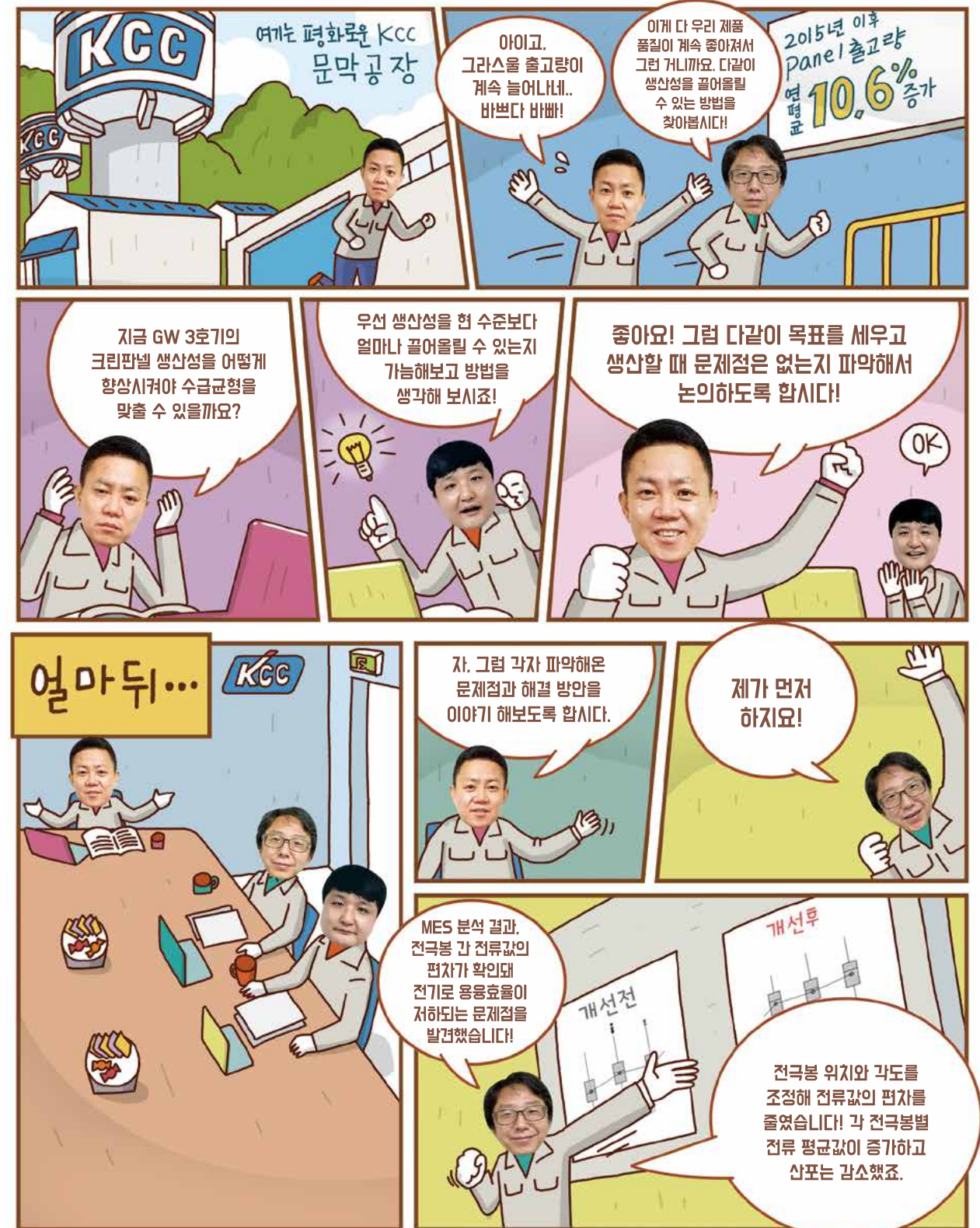
리더
전상윤 과장

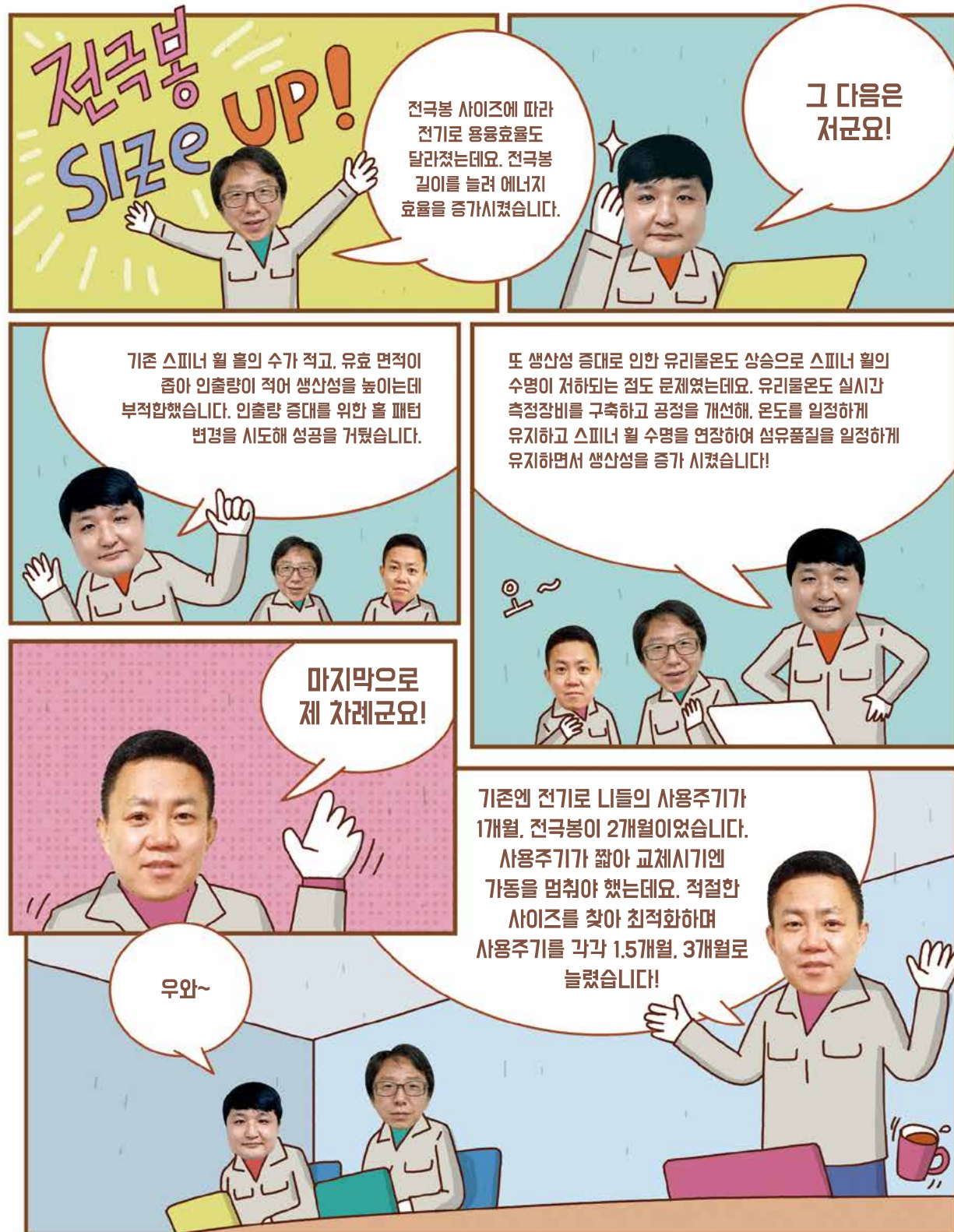


팀원
박진오 과장



팀원
강성호 대리





강인한 정신력과 협동심으로 다함께 전진



인천영업소장
김덕모 이사

인천영업소

인천영업소는 급변하는 경제상황 속에서도 흔들림 없이 ‘열일’하고 있다. 그 원동력은 ‘강인한 정신력’과 ‘협동심’.
가을이 완연해지면서 이미 바깥 날씨는 선선하지만, 아직도 인천영업소 내부는 직원들이 내뿜는 열기에 여름처럼 뜨거웠다.

인천영업소는 1984년 개소해 30년이 넘는 시간 동안 KCC 제품 유통의 일익을 담당하고 있다. 지리적으로 서울과 인접해 있고, 타 지역으로의 이동도 수월해 인천을 비롯한 부천, 김포 등 수도권 지역을 대상으로 영업에 매진하고 있다. 이같은 지리적 특성에 맞춰 영업소 바로 옆에 인천물류센터를 운영하며 수도권 영업소에 건재 및 도료를 안정적으로 공급하는 물류 허브의 역할도 함께 담당하고 있다.

하지만 이처럼 중요한 인천영업소도 최근 불어닥친 코로나19의 위협과 지난 여름철 긴 장마, 태풍의 여파로 영업활동에 제약이 생겼다. 힘든 시기임에도 인천영업소 직원들은 “영업력 증진”이라는 목표를 이루기 위해 인천영업소장 김덕모 이사를 필두로 ‘강한 정신력과 협동심’을 발휘하고 있다. 영업소 직속 부서인 건재영업팀, 도료영업팀, 관리팀과 사업소 직속의 공업직판2팀은 평소엔 각각 부서별 목표를 이루기 위해 최선을 다하면서 서로 긍정적인 자극을 주고 있고, 또 어려운 이슈가 발생하면 함께 협력하여 난관을 극복해 마치 스피드 스케이팅의 팀 추월처럼 ‘따로 또 같이’의 시너지를 내고 있다. 코로나19로 인한 피해를 줄이기 위해 구성원들 모두가 마스크 착용, 발열 체크 등 지침을 준수하며 대면 영업을 실시하면서, 현장 정보와 업무 상황을 실시간으로 공유하는 ‘메신저 업무 보고’도 정착시켜 자유로운 소통 문화를 구축해 나가고 있다.

소통문화가 자리잡은 덕분에 어려운 경제 상황 속에서도 인천영업소 내의 영업팀들은 선방하고 있다. 각 팀들의 성과를 간략히 살펴보면, 내외장재와 보온재, 창호를 담당하는 건재영업팀은 프로젝트 현장, 신규 현장 판촉을 통한 주수 연계활동을 강화하며 거래선 수와 매출 확대를 추진하고 있다. 창호 영업은 감소 추세인 주택 신축 시장 대신 활성화되고 있는 오피스텔, 개보수 시장의 영업을 확대하며 변화를 꾀하고 있고, 유통 비중이 높은 건재 영업은 경쟁업체의 증가와 기존 대리

점들의 매출 하락으로 인한 어려움을 극복하기 위해 신규 대리점 개설에 전력을 다하며 7%의 성장률을 기록했다. 변화하는 시장상황과 트렌드를 빠르게 읽어내 영업 전략을 수정한 덕분이다. 도료영업팀은 건축도료, PCM도료를 주로 취급하고 있다. 올해 초부터 미리 경기 침체를 예상하여 현장 판촉을 강화하고 신규 유통망을 구축하는 전략을 세워, 현재 매출 거래선 중 10% 이상을 신규 거래선으로 확보하는 성과를 달성했다. 더불어 최근 코로나19 이슈로 인해 대리점을 통한 오프라인 판매가 줄면서 온라인 판매와 최종 소비자에게 바로 납품하는 ‘논스톱 판매’가 늘어난 가운데, 이에 대응하기 위한 물류 운용 개선 노력도 이어나가고 있다. 관리팀은 영업팀들이 영업에 전념할 수 있도록 해결책과 가이드를 제시하며 인천영업소 팀워크의 핵심적인 역할을 하고 있는데, 영업사원의 외근 및 현지퇴근 활성화를 지원하며 영업사원부터 대리점까지 대내외적인 만족도를 높이는데 일조하고 있다. 마지막으로 사업소 직속인 공업직판팀은 분체도료와 공업도료의 영업을 담당하고 있다. 최근 분체도료를 납품했던 거래선들이 불황에 빠져 부침을 겪었다. 그러나 기존 거래선들에 대한 끈을 놓지 않고 지속적인 판촉 활동을 한 결과, 하반기에는 회복세를 보이고 있다. 더불어 올해부터 맡게 된 공업도료에 대한 신규 판촉까지 병행하는 투트랙 전략으로 성과를 거두고 있다.

이처럼 인천영업소는 코로나19, 경기 침체 등 영업의 장애물에도 굴하지 않고 한 걸음씩 전진하고 있다. 지금 같은 어려움을 공유하고 있는 전사 영업소에 인천영업소는 “이것 또한 지나가리라”라는 응원의 문장을 전했다. 이 문장에서 힘듦에 낙심하지 않고 희망을 향해 한 걸음씩 걸어가는 인천영업소의 굳은 결의가 엿보인다. 앞으로도 열정적인 행보를 이어갈 인천영업소의 미래를 기대해 본다.



도료영업팀 홍승한 차장, 최철민 사원, 김형석 부장, 양대선 대리, 김대중 대리, 박재현 대리, 정용해 과장, 신중석 과장, 김원 대리



관리팀 변재욱 과장, 안예찬 사원, 오승호 사원, 박혜영 사원, 김다솜 사원, 김현진 사원, 최재춘 사원, 이영 부장, 최민석 사원



건재영업팀 이상준 과장, 이동준 과장, 박경환 차장, 박인호 대리, 박찬혁 대리, 이형석 사원

Episode



“어떤 이든 우리의 고객,
동지가 될 수 있습니다.”

모두와 원만한 관계 유지하기

건재영업팀 이상준 과장입니다. 저는 2010년에 경력직으로 입사해 10년 동안 계속 인천영업소에서 근무를 해왔습니다. 저는 ‘경쟁관계에서 협력관계로 발전한’ 특별한 경험을 공유하고자 합니다. 영업을 할 때에는 경쟁업체 영업사원들과 이따금씩 마주치는 경우가 있습니다. 친밀하기 힘든 관계이지만 그래도 같은 업에 종사하는 사이이기에 밝은 미소로 인사하려고 노력하곤 했습니다. 과거 지역 내 경쟁업체에서 근무하던 창호 담당 팀장이 계셨었는데, 창호 사업을 주관하는 핵심인력으로 알려져 있었어요. 경쟁사임을 의식하셨는지 살짝 서먹한 태도로 저를 대하셨지만, 저는 마주칠 때마다 환하게 웃으며 인사하곤 했어요. 그러던 그가 오랜 영업 경력을 마무리하고, 지난해에 퇴사를 하겠다는 소식을 들었습니다. 다시는 마주할 일이 없을 것이라 생각했었는데, 얼마 후에 갑자기 제게 “대리점을 개설하고 싶다”고 문의를 하더군요. 경쟁관계에서 협력관계가 되는 흔치 않은 경우라 깜짝 놀랐습니다. 여러가지 이유가 있었지만, 무엇보다도 그가 창호 사업에 오랫동안 몸을 담으면서 KCC 제품에 대한 신뢰와 믿음을 가지게 된 것이 중요했다고 생각합니다. 지난해부터 경쟁업체 영업사원 OB 총 4명이 KCC 대리점을 개설하면서 과급효과가 발생하고 있습니다. 지역에 있는 대리점들도 이 모습을 보고 KCC 제품에 대한 관심이 높아졌고, 신규 대리점 개설도 보다 활발하게 이루어질 수 있었습니다. 이 경험이 후 제 마인드도 다소 변화하였습니다. 다른 경쟁업체 영업사원들을 만날 때, 더욱 열심히 명함을 서로 주고 받고 인사하는 적극적인 자세를 갖게 되었습니다. 물론 영업사원 뿐 아니라 랩핑업체, 유리업체도 최근 창호 가공 공장을 차리는 경우가 많아서 다양한 곳을 돌아다니며 틈새시장을 공략하고 있습니다. 어떤 사람이든 우리의 고객 혹은 동지가 될 수 있다는 생각을 품고서 관계력을 강화시키며 친밀함을 공유하는 게 중요합니다. 사람의 인연이 앞으로 어떻게 될지 모르는 것이니까요. 작은 인연이 큰 시너지 효과를 만드는 것 같습니다.

가까운 곳에서 찾아낸 영업 활로

도료영업팀 김원 대리입니다. 도료영업은 2017년부터 담당을 하며 4년차가 됐습니다. 저는 ‘가까운 곳’에서 찾아낸 영업 성과에 대한 이야기를 들려드리려고 합니다. 현재 제가 거주하고 있는 곳은 약 3,400 세대가 살고 있는 큰 아파트 단지입니다. 10년 전 이 아파트가 지어질 당시에 KCC 도료가 활용돼 거주하면서도 괜한 자부심을 느끼고 있었지요. 그리고 지난해부터 외부, 내부, 지하주차장, 옥상방수 재도장을 해야 한다고 하더군요. 합치면 자재값만 6억 정도 예상되는 큰 사업입니다. 이 소식을 듣자마자 ‘이건 우리가 해야 한다’는 생각이 번뜩였습니다. 하지만 자세히 알아보니 단종업체에선 이미 경쟁업체 제품을 사용할 계획이라고 하더군요. 그래서 당시 아파트 동대표에게 무작정 찾아가 “KCC 자재에 대해서 설명을 드리고 싶습니다”라며 설득하여 관측하고, 본사 관측팀에서도 나와 발표를 하여 지난해 말에 외부, 내부 수성도료 납품에 성공을 했습니다. 그리고 이렇게 납품을 위해 발로 뛰는 제 모습이 좋아 보였는지, 올해 6월달엔 제가 동대표에도 당선이 되었습니다. 이제 남은 지하주차장, 옥상방수 재도장에서 KCC 제품을 납품하기 위해 또 열심히 관측 중에 있습니다. 제 일화가 영업소 내에 퍼져서 동료들도 아파트 재도장 시기에 열심히 관측하여 납품하는 등 꾸준한 성과가 나고 있습니다. 이 경험을 통해 저는 ‘멀리서 찾는 것도 중요하지만, 가까운 곳도 관심을 두고 봐야한다’는 사실을 깨달았습니다. 물론 가까운 곳이라고 해서 영업을 수월한 것은 아닙니다. 때로는 맨땅에 헤딩을 하는 식의 무모함도 필요하지요. 하지만 늘 영업 마인드를 갖고 주위를 둘러본다면, 의외의 기회를 발견할 수 있을 겁니다.



“늘 영업 마인드를 갖고,
주위부터 둘러보는 게
중요합니다.”

Event

KCC 칭찬 릴레이 8

당신을 칭찬합니다!
도료영업팀

인천영업소 도료영업팀이 초대되었습니다



KCC



이번호 칭찬릴레이의 주인공은! 훈훈한 협동심을 발휘하며 인천영업소의 분위기를 책임지고 있는 도료영업팀입니다~ 지금부터 칭찬릴레이를 시작해볼까요?

홍승한 차장



저 먼저 할게요! ^-^ 저는 최철민 사원을 칭찬합니다. 입사 전에 1년 넘게 세계 오지로 여행을 다녀올 정도로 글로벌하고 모험심이 강한 인재입니다. 친취적인 면모로 인천영업소에서 그 진가를 드러내고 있어요.

최철민 사원



그럼 저는 이어서, 신종석 과장님을 칭찬합니다. 늘 물심양면으로 후배직원들을 케어해주시고, 존중해서 대해주시는데요. 자칫 경직될 수 있는 영업소 분위기를 넘치는 재치로 풀어주셔서 감사합니다.

신종석 과장



저는 박재현 대리에게 한 마디 전하고 싶습니다. 도료영업팀에서 중추적인 허리 역할을 맡아 최선을 다하고 있어서 고맙습니다. 박 대리! 수고 많았어!



박재현 대리



제가 칭찬하고 싶은 분은 김대중 대리입니다. 항상 긍정적인 마인드로 영업소에 활기를 불어넣는 멋진 사나이, 김대중 대리를 칭찬합니다!

김대중 대리



저는 김원 대리를 칭찬합니다. 항상 밝고 긍정적인 마인드로 팀의 분위기를 책임지는, 인천의 마스크트! 우리 꽃돼지! ^-^



김원 대리



저는 힘든 영업 상황에서도 미소를 잃지 않고 영업, 관리, 배송, 하차까지 1인 다역을 소화하는 우리의 슈퍼맨 정용해 과장님을 칭찬합니다! 늘 감사해요.

정용해 과장



저는 양대선 대리를 응원하고 칭찬합니다. 사원때부터 업무에 자신감이 넘치고, 몸에 배어있는 겸손함과 성실함으로 우리 도료팀원들의 애정을 한 몸에 받고 있습니다.



양대선 대리



저는 홍승한 차장님을 칭찬합니다. 넘치는 전문성과 사려 깊은 마음으로 후배 직원들을 세심하게 챙겨주시고, 늘 성실함으로 솔선수범하시는 완벽한 KCC인!! 홍승한 차장님! 칭찬합니다~

홍승한 차장



KCC



마음 속에 담아두었던 칭찬을 서로 나누는 이 시간을 통해, 서로 한 걸음씩 더 가까워졌으면 좋겠네요. 그럼 오늘도 파이팅!



2020-2021 시즌 VICTORY KCC EGIS!

갑작스러운 코로나19 확산으로 지난 시즌을 4위로 마무리하며 아쉬움을 삼켰던 KCC 이지스가 2020-2021시즌 더욱 강해진 모습으로 우승을 향해 질주한다. 당찬 목소리로 “올해는 더 높이 올라갈 것”이라 확신하는 이들의 훈련 현장은 그야말로 ‘열정 용광로’ 그 자체였다.

선수 보강으로 강화된 팀 전력

2019-2020시즌은 KCC 이지스에게 여러모로 아쉽다. 처음부터 하위권 후보로 분류됐음에도 전창진 감독의 용병술과 선수들의 분전으로 4위에 올라섰지만, 갑작스럽게 터진 코로나19로 상승곡선을 이어가지 못하고 시즌을 마무리해야 했다. 때문에 KCC 이지스는 정규리그 종료와 동시에 칼을 갈았다. 스타 선수를 영입하는 대신 팀 색깔에 어울리는 알짜 선수들을 맞춤형으로 보강한 것이다.

자유계약 선수로 풀린 가드 이대성을 잡는 대신 에이스 이정현과 가드 유현준의 리딩 부담을 줄여줄 수 있는 가드 유병훈·김지완을 영입했다.

국내파 빅맨의 공백을 메우기 위해 센터 유성호를 잡았으며, 곳은 일도 단단하고 묵묵하게 소화하는 포워드 김창모도 데려왔다. 더불어 208cm의 다부진 체격을 갖춘 센터 타일러 데이비스 영입에 성공하면서 부족했던 골밑 장악력도 보강했

다. 이에 따라 KCC 이지스의 포지션별 경쟁력이 두터워졌다는 것이 농구 전문가들과 전창진 감독의 공통된 분석이다. “가드진이 크게 보강되면서 제가 추구해 온 빠르고 단단한 농구를 수월하게 펼칠 수 있는 환경이 조성됐습니다. 이와 함

열정이 폭발하는 순간!
우리에게 하체는 없다!



(왼쪽 위부터)

최현민 선수, 정창영 선수, 송창용 선수, 유성호 선수, 강양택 코치, 라건아 선수, 전창진 감독, 타일러 데이비스 선수, 신명호 코치, 송교창 선수, 곽동기 선수, 이정현 선수, 김창모 선수, 김지완 선수, 유병훈 선수, 이진욱 선수, 유현준 선수, 김지후 선수, 권시현 선수, 권혁준 선수

게 지난 시즌 잡음이 있었던 외국인 선수 영입 부분도 타일러 데이비스로 훌륭하게 채웠죠. 또한 지난 시즌 국내 선수 최다 득점을 기록하면서도 공수에서 스톱포워드와 파워포워드를 오가며 상대 빅맨까지도 커버한 송교창의 부담을 줄여줄

수 있는 선수도 데려왔습니다. 개인적으로도 감독 복귀 첫 해의 경험을 토대로 전술·전략을 더욱 세세히 가다듬었죠. 덕분에 2020-2021시즌은 사우분들이 더욱 만족하실 만한 경기력을 보여드릴 수 있을 거라 자신합니다.”

압박과 속도로 코트를 지배하다

전창진 감독은 팽팽한 수비 압박과 빠른 공수 전환, 이에 따른 유기적 속공을 중요하게 생각한다. 올해도 마찬가지, 속도감 있는 농구를 추구하며 그 중심에는 이정현이 있다. 주장과 에이스라는 무거운 책무를 양 어깨에 짊어지고 있지만, 훈련에 임하는 그의 표정은 사뭇 해맑았다. 그만큼 비시즌 훈련의 만족도가 높았다는 게 이정현의 설명이다.

“이번 시즌에는 속도를 높일 수 있는 가드진과 높이를 해결해 줄 빅맨이 성공적으로 영입됐고, 팀 훈련 시 손발도 잘 맞았습니다. 부상 관리만 잘한다면 작년보다 더 재미있고 역동적인 농구를 선보이게 될 겁니다. 우승이라는 대업을 달성하기 위해, 주장으로서 모든 선수가 조화롭게 움직일 수 있는 팀 분위기를 만들어 나가려고 합니다.”

올해 처음 KCC 이지스로 이적한 김지완도 이번 시즌에 대한 각오가 남다르다. 포인트가드와 슈팅가드를 아우르는 능력을 갖춘 만큼 상황에 따라 다양한 모습을 보여줄 것으로 보이며, 전 감독의 전술에 한층 속도를 더해 줄 재목으로 주목받고 있다. 8월의 허리 부상을 털고 팀 훈련에 성공적으로 복귀한 만큼, 좋은 움직임으로 팀의 기대에 부응하겠다는 것이 김지완의 굳은 다짐이다.

“일선에서 상대를 압박하는 수비와 빠른 공격 전개, 찬스 시 외곽 슈팅이 저의 장점인데요. 이런 면들이 KCC의 농구와 잘 맞아떨어지기에 팀에서 저를 영입한 것이라고 생각합니다. 어떤 상황에서 투입되든 팀이 원하는 플레이를 펼칠 수 있도록, 남은 기간 열심히 준비하겠습니다!”



팀 우승으로 희망을 선물하겠습니다!

KCC 이지스는 타 팀에 비해 높이가 부족하다는 평가를 지난 시즌 내내 들어 왔다. 이번 시즌 정통 빅맨인 타일러 데이비스를 영입한 배경이다. 2018-2019시즌 NBA 데뷔전을 치른 뒤 G리그에서 활약한 그는 탄탄한 체격만큼이나 농구 이해력도 뛰어나다고 평가받는다. 9월 팀 합류 이후 전창진 감독의 전술에 따라 끈끈한 수비와 신속한 속공 참여를 중점적으로 연습하고 있다.

“체격 조건이 좋고 힘이 세기 때문에 골밑 장악력이 좋다는 게 저의 가장 큰 장점입니다. 반면 이런 점 때문에 감독님의 빠르고 강한 압박을 추구하는 농구에 잘 맞는지 걱정하는 분들도 있는데요. 사실 저는 묵직한 플레이만큼이나 전 감독님의 농구 스타일도 좋아합니다. 특히 수비 능력을 가다듬는 데 신경 써서 우리 골밑을 든든하게 지키겠습니다.”

KCC 이지스는 10월 10일 창원LG와의 홈 개막전을 시작으로 새 시즌에 돌입한다. 비시즌 기간 동안 준비한 농구를 유감없이 발휘한다면 4강권을 넘어 우승도 넘볼 만하다. 올해는 코로나19로 모두가 힘든 만큼, 팬들에게 승리의 기쁨과 희망을 더욱 많이 전하려 한다. 특히 언제나 열광적인 관심과 응원을 선사하고 있는 KCC 사우들을 위해 우승까지 거머쥐겠다는 것이 전창진 감독과 선수단의 한결같은 각오. 이제 막 시작된 KCC 이지스의 2020-2021시즌 여정이 찬란한 황금빛으로 마무리되기를 기대해 본다.

Mini Interview

시즌 전 각오



“작년에 비해 팀 전력이 강화된 만큼 지난 시즌보다 한층 팀 색깔이 뚜렷한 강하고 빠른 압박 농구를 보실 수 있을 거라 생각합니다. 모든 선수가 부상 없이 성공적으로 시즌을 치를 수 있도록, 주장으로서 항상 모범을 보이겠습니다.”

이정현 선수



“가드진이 두터워서 출전 기회에 대한 우려가 있다고 들었는데요. 오히려 저는 선한 경쟁을 통해 모든 가드의 능력이 높아질 것이라고 생각하고 있고, 이를 통해 우승할 수 있을 거라 확신합니다. 팀 우승을 달성하는 그날까지 온 힘을 다해 뛰겠습니다!”

김지완 선수



“지난 한 달간 KCC 이지스의 농구를 몸소 경험하고 있는데, 팀 색깔과 제가 추구하는 방향이 일치해서 어느 때보다 즐겁게 농구에 집중하고 있어요. KBL과 KCC 이지스에서 좋은 플레이로 오래도록 기억에 남는 외국인 선수가 되고 싶고, 팀 우승에도 힘을 보태고 싶습니다.”

타일러 데이비스 선수

“올해는 저도, 선수들도 하고자 하는 의욕이 어느 때보다 강합니다. 감염병으로 여러 어려움을 겪고 계신 팬들과 사우 분들에게 최선을 다하는 농구로 힘을 드리자는 마음가짐인데요, KCC 이지스의 농구가 여러분의 자랑으로 떠오를 수 있도록 매 경기 멋진 모습 보여드리겠습니다.”

전창진 감독



코로나19, 2차 유행이 더 무서운 이유

진정되는 듯 보였던 신종코로나바이러스감염증(이하 코로나19)이 다시 한 번 무섭게 기세를 떨치며 앞으로 여러 차례의 대유행이 일어날 것이라는 예측도 나오고 있다. 전문가들이 “1차 유행보다 n차 유행이 더 무서울 수 있다”고 이야기 하는 가운데, 왜 n차 유행이 더 무서운지, 과거 n차 유행으로 큰 피해를 낳았던 ‘스페인 독감’과 ‘코로나19’의 평행이론으로 그 이유를 살펴본다.



‘스페인 독감의 경고’ n차 유행의 위험

얼마 전까지만 하더라도 우리나라에선 성공적인 방역 대책으로 코로나19의 기세가 한풀 꺾인 것처럼 보였다. 하지만 8월 중순을 기점으로 다시 전국 확산이 벌어지면서, 많은 전문가들은 “코로나19도 1918년 스페인 독감처럼 ‘n차 유행’이 벌어질 수 있다”고 우려를 표했다. 스페인 독감과 코로나19는 ‘호흡기로 전파되는 RNA 바이러스’라는 점에서 쌍둥이처럼 닮아있다. 뿐만 아니라 확산 추이, 감염자 인구 분포 등에서도 유사한 모습을 보이고 있어, 코로나19의 n차 유행 가능성도 무시할 수 없다.

스페인 독감은 총 세 차례의 대유행을 겪었다. 1차 세계대전 막바지였던 1918년 봄에 처음 발견된 이후 전 세계적으로 확산된 것이 1차 유행이었다. 초여름까지 한 차례 대유행을 겪은 뒤 잠잠해지다가 싶었지만, 그해 가을 다시 폭발적인 기세로 확산되며 2차 유행이 시작됐다. 특히 2차 유행 시기엔 추운 날씨와 함께, 느슨해진 방역 지침과 바이러스 변이가 겹쳐 3000만 명 이상이 사망한 것으로 추정되고 있다. 1차 유행 당시 0.5%에 불과하던 사망률은 2차 유행때는 최소 다섯 배(2.5%)에서 스무 배(10%)까지 치솟았다. 이듬해 겨울 3차 유행까지 포함해 스페인 독감으로 인해 2년 동안 약 5억 명이 감염됐고, 5000만 명이 사망한 것으로 추정된다.



스페인 독감의 사례에서 알 수 있듯이, 호흡기로 전파되는 RNA 바이러스는 가을철이 특히 위험하다. 스페인 독감은 물론, 사스, 메르스 등 과거 호흡기 바이러스 전염병은 기온이 오르는 여름철엔 활동성이 줄어들어 감염률이 낮아지다가, 춥고 건조한 날씨가 되면 다시 활동성이 증가해 감염률이 높아졌었다. 심지어 이 시기엔 추운 공기로 인해 호흡기관이 수

축돼 제 기능을 다하지 못하는데, 호흡기 바이러스 질환까지 겹치면 치명적일 수 있다. 또한 유전물질이 RNA¹⁾로 구성된 바이러스가 ‘변이’ 위험성이 높다는 점도 주목해야 한다. 안정적인 구조를 지니고 있는 DNA²⁾ 바이러스(B형간염 바이러스, 인유두종 바이러스)와 달리, 불안정한 구조의 RNA 바이러스는 생존을 위해 숙주의 면역 환경에 맞춰 변이를 일으키는 성질이 있다. 즉 가을철에 높은 활동성을 지닌 바이러스가 다양한 숙주의 면역 환경을 거치면서 치명적으로 변이할 위험이 높아진다는 것이다. 코로나19도 호흡기로 전염되는 RNA 바이러스로서, n차 유행에 철저히 대비해야만 한다.

2차 유행 극복 위해선, 방역수칙 준수 必

코로나19와 스페인 독감의 평행이론은 방역수칙에 대한 대중적 분위기에서도 찾아볼 수 있다. 1918년 미국 샌프란시스코시에서는 스페인 독감 감염 확산을 막기 위해 마스크 착용을 의무화하는 조례를 제정했다. 공공장소나 거리를 지나가는 시민들의 마스크 착용을 의무화한 덕분에 샌프란시스코의 감염자 증가세는 조례 제정 이후 한 달만에 일주일 당 8000여 명에서 50명 대로 급감했다. 하지만 이 단기적 결과에 안심한 샌프란시스코시는 “거의 종식됐다”며 마스크 조례를 해제했고, 잠깐의 방심은 2차 유행을 몰고 왔다. 다시 급증하는 확진자 수에 시 정부는 다시 마스크 착용을 권고했지만, 질병의 장기화로 피로감을 느낀 대중은 ‘반마스크 동맹’을 만들며 마스크 착용을 거부했다. 그 결과 샌프란시스코에서는 1918년 9월부터 5개월 간 3500여 명이 사망하고 말았다. 최근 대한민국에서도 코로나19의 장기화로 피로감을 토로하는 이들이 많아지고 있다. 대규모 집회에 참석하거나, 마스크 착용에 거부감을 느끼고 공공장소에서 마스크를 벗는 경우가 많아졌다. 아직 코로나19의 백신이 개발되지 않았고, 집단면역도 형성되지 않은 상황에서 이처럼 긴장의 끈을 놓고 방역수칙을 지키지 않는다면, 우리는 100년 전 스페인 독감의 전철을 밟게 될지도 모른다. 이에 전문가들은 “사회적 거리 두기, 손 위생, 마스크 착용하기와 같은 기본적인 개인 생활 수칙, 방역 당국에서 권장하는 방법들을 계속 지켜나가는 것만이 n차 파동이 왔을 때 피해갈 수 있는 방법”이라고 당부했다. 우리도 방심하지 않고 포스트 코로나 시대에 대비한 뉴노멀(새로운 표준 규칙)을 준수해야 할 것이다.

1) RNA : 핵산의 한 종류로, 4개의 염기가 연결돼 안정적인 DNA와 달리, RNA는 염기가 단일가닥으로 형성돼 있어 불안정한 구조를 지닌다.

2) DNA : 유전정보를 담당하고 있는 핵산이 디옥시리보핵산(DNA)인 바이러스를 뜻한다. 염기가 겹가닥으로 형성돼 있어 안정적인 구조를 지닌다.

컬러풀한 주방을 위한 셀프 인테리어 길라잡이

싱크대 리폼 셀프페인팅

‘요색남녀(요리를 하는 색시한 남녀)’라는 말이 유행할 만큼 취미로 요리를 즐기는 이들이 늘어났다. 그와 함께 싱크대 리폼에 대한 관심도 높아지고 있는 중이다. 변해가는 계절 분위기에 맞춰 주방 분위기를 한층 고급스럽게 만드는 ‘셀프 페인팅’에 도전해 보자. 쉬운 페인팅을 도와줄 ‘올인원 페인트’와 함께하면 아름다운 싱크대가 완성된다.



싱크대 셀프 페인팅 꿀템! KCC 컬러뱅크 2017

셀프 페인팅에서 중요한 과정 중 하나가 바로 ‘어떤 색깔’을 칠할지 고르는 것이다. 하지만 초보자의 입장에서 알맞은 색을 고르는 건 쉽지 않은 일. 이를 도와줄 꿀템이 바로 ‘KCC 컬러뱅크 2017’이다. 총 1,084종의 풍부한 컬러스펙트럼을 갖추고 있어 이용자가 원하는 어떤 컬러도 쉽게 찾을 수 있도록 구성돼 있는 게 특징이다.



쉽게 따라하는 싱크대 셀프 페인팅

준비물 : KCC 컬러뱅크 2017, KCC 숲으로 올인원 페인트, 트레이, 롤러·롤러커버, 붓, 캔 따개, 젓개, 드라이버



1 KCC 컬러뱅크 2017을 활용해 싱크대에 어울리는 페인트 컬러를 고른다.



2 드라이버를 활용해 페인트칠에 방해가 되는 싱크대 도어, 싱크대 손잡이 등을 분리한다.



3 젓개를 활용해 ‘숲으로 올인원 페인트’를 저어 색감을 살려준다.



4 트레이에 페인트를 적당량 부어 롤러나 붓에 페인트를 묻혀 싱크대에 칠해준다.



5 선명한 색감을 위해 여러 번 얇게 칠해 준다.



6 마르기를 기다린 후, 분리했던 싱크대 도어, 손잡이를 연결하면 완성!



색상표

인테리어 컬러 배색 TIP

셀프 인테리어에서 가장 중요한 것은 바로 ‘컬러 배색’이다. 어울리는 배색을 위해서 기억해야 할 것은 바로 톤인톤(Tone in Tone)과 톤온톤(Tone on Tone)이다.

톤인톤

색상표에서 가로 방향으로 같은 톤(명도와 채도)에서 색상을 고르는 것을 뜻한다. 다양한 색상을 활용할 수 있어 개성있는 공간으로 연출이 가능! 자칫 산만해질 수 있기에 무난한 톤으로 베이스 컬러를 잡고, 포인트 컬러를 배치하는 게 좋다.

톤온톤

색상표에서 세로 방향의 같은 색상에서 톤(명도와 채도)을 골라 배색하는 방식이다. 채도와 명도 조절로 색을 조정하는 것으로 한결 차분하고 정돈된 느낌을 준다. 비슷한 컬러로 배치하면 되기 때문에 초보자들도 쉽게 배치할 수 있다.

쓰레기 줄이기, 기업의 경쟁력이 되다

제로 웨이스트

과거 소비자들은 제품을 살 때 품질이나 기능을 구입 기준으로 삼았다면, 요즘 소비자들은 제품의 품질 뿐 아니라 사회에 선한 영향을 펼치는 기업의 제품을 적극적으로 소비한다. 특히 환경에 대한 관심이 높은 요즘, ‘제로 웨이스트’ 트렌드가 산업 환경을 바꾸고 있다.

제로 웨이스트가 주목 받는 이유

최근 우리가 배출하는 생활 쓰레기가 생태계 파괴를 일으키고, 무분별한 화석 연료 사용으로 지구 온난화가 가속화되며 환경 오염이 심각해지고 있다. 이에 많은 이들이 후손들에게는 깨끗한 지구를 물려주자는 ‘지속가능한 성장’에 대해 관심을 갖기 시작했다. 전 세계적으로 산업 폐기물을 줄이자는 제로 웨이스트(Zero Waste) 운동이 활발히 벌어지고 있다.

제로 웨이스트 운동의 실천 방법은 간단하다. ‘유해한 것을 덜 쓰고, 덜 버리자’는 것. 최근 SNS상 생활 속에서 지킬 수 있는 제로 웨이스트 운동이 유행처럼 번지고 있는데, 텀블러나 에코백 등 다회용품 사용에 대한 독려는 물론이고 잉여 식자재를 활용하는 가정식, 천연 수세미나 종이 빨대 등 유기농 제품에 대한 캠페인도 많이 벌어지고 있다. 이러한 트렌드가 대두되자 기업에 서도 해당 산업이나 제품의 특색에 맞춰 다양한 방식으로 환경 지키기 운동에 동참하고 있다.

..... 사회적 책임을 다하는 기업들, 제로 웨이스트에 동참하다

KCC - 폐수 재활용



KCC 전주3공장은 인산폐수와 고염도 강알칼리 부산물을 각각 폐수처리장 미생물 영양분과 중화제로 재활용하여 인근 공장 폐수 발생량을 절반 수준으로 줄였고, 그 결과 폐수 처리 비용이 절감되는 성과를 냈다. 뿐만 아니라 공장에서 탱크, 토트빈을 청소하고 나서 발생하는 폐수를 필터링 시스템으로 20% 회수하여 공업용수로 재활용, 연간 2만1532톤의 절감 효과를 거두었다. 이를 통해 KCC 전주3공장은 환경부에서 선정한 자원순환선도기업에 선정됐고, 2019년 산업통상자원부 장관상을 수상했다.

아모레퍼시픽 - 레스 플라스틱 캠페인



아모레퍼시픽은 불필요한 플라스틱 사용을 줄이고 재활용이 가능한 플라스틱의 사용을 권장하는 ‘레스 플라스틱 (Less Plastic)’ 캠페인을 실천하고 있다. 화장품 공병을 회수해 재활용하고, 사탕수수를 사용해 100% 자연분해되는 포장용지를 사용하는 등 플라스틱 환경오염에 적극적으로 나서 소비자들의 호응을 얻고 있다.

SSG닷컴 - 미생물 아이스팩 도입



SSG닷컴은 포장 배송에 친환경 아이스팩을 도입하며 제로 웨이스트를 실천하고 있다. 보통 아이스팩은 플라스틱 비닐에 내부엔 화학물질로 채워져 환경오염의 주범으로 꼽혔지만, 최근엔 친환경적인 종이 포장재를 활용한 아이스팩이 늘었다. SSG닷컴은 한발짝 더 나아가, 국내 최초로 광합성 미생물 PSB를 주입한 보냉재를 넣은 아이스팩을 활용하고 있다.

해당 보냉재는 하수구에 버리면 오수 정화 효과를 거둘 수 있고, 식물에 활용하면 영양제로 사용할 수 있다.

삼성전자 - TV 포장재 에코 패키지



삼성전자는 지난 4월부터 전 세계에 출고되는 TV 포장재를 재활용이 가능한 ‘에코 패키지’로 구성했다. TV 포장재는 주로 두꺼운 골판지가 사용되는데, 이 포장지 각 면에 절취선을 그려 넣어 소비자가 손쉽게 잘라내 조립할 수 있도록 한 것이다. 포장지 겉면에 QR코드를 찍으면 실생활에 필요한 물품을 DIY로 쉽게 만드는 법을 설명해주어 환경보호 의미는 물론, 만드는 재미까지 전한다.

롯데칠성음료 - 라벨 없는 생수병



생수병을 버릴 때는 곁에 부착된 라벨을 떼어 따로 버려야 하지만, 번거롭다는 이유로 분리수거가 잘 되지 않는다. 롯데칠성음료의 생수 브랜드 ‘아이시스’는 이 점에서 착안해 제품 정보를 라벨이 아닌 페트병 몸체에 음각으로 새겨 넣어 ‘라벨을 없앤 생수병’을 만들었다. 롯데칠성음료 측은 2020년 기준 라벨 포장재의 폐기물 약 9톤가량을 줄일 것으로 기대하고 있다.

러쉬 - 옥수수가루 완충재



영국 코스메틱 브랜드인 러쉬는 기존에 활용되던 스티로폼 완충재 대신 환경친화적 완충재 ‘콘보이’를 사용하고 있다. 콘보이는 옥수수가루와 천연 첨가제를 사용하여 만들어지는데, 물이나 흙을 만나면 빠르게 자연 분해되는 소재다.



환경을 보호하고, 미래를 생각하는 에너지 제로 하우스

환경에 대한 관심이 높아진 지금을 ‘필환경’ 시대라 부른다. 전 세계적으로 온실가스 감축, 에너지 절약 등의 현안에 대응하기 위한 신기술 개발이 이뤄지고 있는 가운데, ‘에너지 제로 하우스’가 필환경 시대의 해결사로 떠오르며 주목받고 있다.

에너지 제로 하우스란?

지구온난화와 기후변화를 막기 위해 각 분야에서 탄소 배출량을 줄이려는 노력이 이어지고 있다. 에너지 낭비를 제로(0)로 만들고 자 세워진 친환경 건축물, 에너지 제로 하우스(Energy Zero House) 역시 그 일환이다. ‘에너지 제로’를 위해선 크게 두 가지 기술이 중요하다. 첫째는 고효율설비와 신재생에너지를 적용해 에너지를 생산하는 ‘액티브(Active) 기술’, 둘째는 고성능 단열재와 창호로 에너지 손실을 최소화하여 효율을 높이는 ‘패시브(Passive) 기술’이다. 이를 통해 얼마나 효율적으로 에너지를 절감했느냐에 따라 1~5등급까지 에너지 제로 하우스 인증 단계가 나뉘어진다. 정부도 에너지 제로 하우스의 가능성을 인정해 2015년 ‘2030년 에너지 신산업 확산전략’을 발표했고, 이에 따라 2025년부터는 아파트를 포함한 국내 신축 건물 모두 에너지 제로 하우스로 지을 예정이다.



에너지 낭비 ‘0’을 실현하는 액티브 하우스·패시브 하우스

액티브 하우스(Active House)는 말 그대로 열 흡수장치, 풍력발전, 태양광 발전 등 기술, 설비를 이용하여 능동적으로 에너지를 생산하는 집이다. 액티브 하우스에 가장 많이 이용되는 설비는 태양광 패널이다. 건물 외벽이나 지붕에 설치된 태양광 패널에 햇빛이 닿으면 전자 흐름에 의해 직류전기가 발생하는데, 이 전기 에너지를 집 안에서 바로 활용할 수 있다. 태양광 패널의 효율 가치가 높아, 현재도 공간 활용을 최소화하고, 에너지 생산 효율을 높이는 방법이 연구·개발되고 있어 앞으로 활용폭이 보다 넓어질 것으로 보인다. 더불어 태양광 발전뿐 아니라 지붕에 풍력 발전 터빈을 설치해 전기 에너지를 생산하거나, 지표면과 심층의 지열을 이용해 실내의 난방시스템을 가동하는 등 다양한 신재생에너지에 대한 연구가 진행되고 있다.

패시브 하우스(Passive House)는 집 안의 열기나 냉기를 밖으로 새어나가지 못하도록 차단하면서 에너지를 효율적으로 사용하는 건축물을 뜻한다. 겨울철에는 열기를 실내에 보존하고, 여름철에는 외부열기가 실내에 유입되는 걸 막아 쾌적한 실내 환경을 유지할 수 있다. 이같은 패시브 하우스의 포

인트는 ‘단열’이다. 일반주택에서는 천장, 외벽, 바닥면 등 열이 새어나가 에너지 부하가 적지 않다. 패시브 하우스로 인정받기 위해선 효율 좋은 단열기술이 투입돼, 냉방 및 난방을 위한 최대 부하가 1㎡당 10W 이하라는 기준을 충족해야 한다. 이 기준을 충족하면, 국내 주택의 평균 에너지 사용량과 비교해 80% 이상 절약할 수 있다. 대표적인 단열 기술로는 고효율 창호시스템, 배기열 회수 환기장치 등이 있다.



‘에너지 제로 하우스’ 선도하는 KCC

KCC는 지금까지 쌓아온 노하우를 통해 에너지 제로 하우스의 액티브·패시브 기술을 선도하고 있다. KCC 대죽공장에 지붕형 태양광 발전 설비를 설치하고, KCC 중앙연구소 외벽면 태양광발전 설비를 구축하며 태양광을 활용한 액티브 기술 개발에 힘을 쏟고 있다.

KCC의 패시브 기술의 발전도 주목 할만 하다. 특히 창호와 보온단열재 부분에서 두각을 나타내고 있다. 대표적인 창호 기술로는 창문을 열지 않고도 환기할 수 있는 ‘하이브리드 환기장치’, 유리에 금속 또는 금속산화물을 코팅해 열의 이동을 최소화 시키는 ‘로이(Low-E) 유리’, 열전도율을 낮춘 ‘PVC 창호’가 있다. 특히 패시브하우스 창호 ‘MBR88Z’는 광폭 프레임에 다격실 구조, 3중 기밀 등으로 단열 성능을 극대화하고, 고성능 로이 삼중유리를 적용해, 우수한 단열·기밀·수밀·방음·내풍압 성능을 인정받아 패시브제로에너지건축연구소의 PH(패시브하우스) Z1 등급을 국내 최초로 획득했다. 또한 건축물의 외단열 공법 시공으로 열에너지 손실을 최소화하는 미네랄울, 부드러운 섬유를 집면해 단열과 흡음성까지 뛰어난 그라스울 등 보온단열재의 기술발전도 빼놓을 수 없다. 그 중에서 KCC 그라스울 네이처는 보온 성능과 함께 유해물질을 사용하지 않는 친환경성까지 갖추고 있어 에너지 제로 하우스의 핵심 아이템으로 손꼽히고 있다. 이처럼 다양한 제품을 통해 에너지 제로 하우스 실현에 앞장서고 있는 KCC의 활약을 앞으로도 기대해보자.

[액티브 하우스(Active House)]



[패시브 하우스(Passive House)]



흥미로운 한글 이모저모

오는 10월 9일은 '한글날'이다. 500여 년 전 이날, 세종대왕은 백성들이 '이름게' 글을 쓰길 바라는 마음으로 '훈민정음'을 반포했고, 그 뜻이 이어져 지금도 한글이라는 이름으로 널리 사용되고 있다. 뜻 깊은 한글날을 맞아 한글의 역사부터 창제 원리, 그리고 오해와 진실까지 흥미로운 한글에 대한 사실들을 알아보자.



☐ '훈민정음 → 한글' 한글의 역사

훈민정음(訓民正音)은 세종 25년(1443년) 창제됐고, 이후 세종 28년(1446년) 동명의 책으로 반포됐다. 당시 '훈민정음'이 반포된 때를 양력으로 환산하면 1446년 10월 9일, 이 날은 지금도 '한글날'로 기념하고 있다.

초기엔 훈민정음 혹은 정음으로 불렸으나, 이후 언문(諺文), 언서(諺書), 반절(反切) 등으로 더 많이 불렸다. 반포 이후에도 공문서에는 한자가 주로 쓰였으나, 평민들은 물론 양반들도 실생활에서는 훈민정음을 자주 활용했음을 편지나 상소 등 남아있는 유물을 통해 확인할 수 있다. 이후 1894년 갑오개혁 당시 주체적인 문자라는 의미를 더하여 국문(國文)이라



경기도 여주에 위치한 세종대왕릉

고 불렀고, '한글'이라는 호칭은 1913년 주시경이 조선언문회였던 '배달말글음'을 '한글모'로 고치면서 널리 활용되었다.

☐ '세계에서 가장 합리적인 문자' 한글의 우수성

한글은 세계에서 그 우수성을 인정받고 있다. 미국의 인류학자 재러드 다이아몬드는 "세계에서 가장 합리적인 문자"라고 평가했고, 뉴질랜드의 언어학자 스티브 로저 피셔는 "한글은 우수하고 과학적이다"라고 말했다. 세계 석학들의 이러한 평가는 한글의 자음과 모음이 '조음기관'을 모방해 만든 것에서 기인한다.

훈민정음 해례본에 따르면 초성 17자, 중성 11자는 아음(연구개음), 설음·치음(치경음), 순음(양순음)을 발음할 때 조음기관이 열리고 닫히는 모습을 참고해 만들었다. 그 덕분에 한글은 모양을 통해 발음을 직관적으로 판단할 수 있어 여타 글자들에 비해 익히기 쉽다. 이후 주시경을 비롯한 한글학자들이 재정립하며 여린히읇(ㄹ), ㅎ(옛이음), ㅅ(반치음), ㅁ(아래아) 등 한국어에서 잘 활용되지 않는 글자가 사라졌지만, 여전히 많은 발음을 그대로 문자로 표현할 수 있다는 점에서 우수성을 인정 받고 있다.

☐ 한글에 대한 오해와 진실!

한글은 세종대왕이 직접 만들었다

○ 훈민정음을 창제할 때 세종대왕의 역할은 단순한 관리감독이 아니라, 직접 만들었다는 게 학자들의 주된 견해다. '훈민정음 언해본' 서문은 "세종어제훈민정음(世宗御製訓民正音)"으로 시작되는데, '어제(御製)'는 왕이 직접 붓을 들어 작성한 것을 의미하는 표현이다. 즉, 세종대왕이 직접 한글 제작 실무에 참여했다는 것이다. 물론 세종대왕 혼자서만 만든 것인지는 불분명하고, 집현전 학자들이나 친족들이 제작에 관여했을 가능성이 높다고 여겨진다.

한글은 창제자가 알려져 있는 유일한 문자다

✕ 창제자가 알려져 있는 문자는 한글 이외에도 여러 글자가 있다. 대표적으로 러시아에서 활용되는 '키릴문자'인데, 선교사 성키릴로스가 그리스 문자를 바탕으로 고안했다고 기록이 돼 있다. 이외에도 100여 명의 사람들이 문자를 만들었다고 역사에 기록돼 있다. 하지만 창제자 뿐 아니라 창제 시기, 창제 목적, 창제 원리가 모두 밝혀진 문자는 현재까지 한글이 유일하다.

한글은 유네스코 문화유산에 등재돼 있다

✕ 유네스코는 문자 자체를 문화유산으로 등재한 적이 없다. 어떤 문자든 그 나라의 문화를 담고 있어 모두 존중해야 한다는 의견 때문이다. 이는 한글 역시 마찬가지인데, 한글과 관련해 유네스코 문화유산에 등재된 것은, 1940년 경북 안동에서 발견된, 전 세계 유일의 문자 해설서인 '훈민정음 해례본'이다.

세종대왕의 이름을 딴 국제상이 있다

○ 유네스코에선 세종대왕이 백성들에게 널리 쓰이는 문자를 창제한 공로를 인정, 1989년부터 대한민국 외교부와 함께 문맹퇴치에 기여한 이에게 수여하는 '유네스코 세종대왕 문해상(UNESCO King Sejong Literacy Prize)'을 제정해 시상하고 있다. 문해와 관련된 상은 이외에도 2005년 제정된 '유네스코 공자 문해상'까지 두 가지뿐이다.

회사의 이미지를 높이는 매너 토크

방문 & 의전 영어 표현

글, 케빈 경(도서 <비즈니스 영어회화 표현사전> 저자)

글로벌 시대에 들어선 요즘, 해외 손님이 방문하는 경우가 많아졌다. 우리 회사의 이미지를 높이기 위해 매너 있는 언어습관은 필수. 처음 본 손님에게도 ‘매너 있는 회사’라는 인식을 전달하는데 효과적인 방문·의전 영어 표현을 살펴본다.

방문·의전 Tip 적절한 주제를 설정한다

사무실을 찾아온 외국 손님에게 먼저 항공편과 숙소에 대해 묻는다. 회의 등 시작 전에 화장실과 다른 시설의 위치를 알려주고 다과를 권하는 것이 좋은 매너다. 소개할 때는 윗사람 또는 더 중요하게 여기는 사람에게 아랫사람을 먼저 소개한다. 흔히 손님에게는 나의 동료나 상사를 먼저 소개한다. 이때 혼동을 피하기 위해 간단한 방법이지만 중요한 사람 이름 먼저 부른 후 소개할 사람 이름을 부르는 식이다.



주제별 방문·접대 샘플

1. 만날 곳

A: Where should we meet?
B: (A) Could you meet us at KCC's main office?
A: Sure. (B) Is it near the hotel?
B: Yes. It's in Seocho-dong.
A: (C) All right. We'll take a cab over then.
B: Good idea. I'll text you the address.

A: 어디서 만날까요?
B: (A) KCC 본사에서 만날 수 있을까요?
A: 그러죠. (B) 호텔에서 가깝나요?
B: 네. 서초동에 있어요.
A: (C) 알겠습니다. 그럼 택시 타고 갈게요.
B: 좋은 생각이네요. 주소를 문자로 보낼게요.

2. 항공편·숙소

A: (D) How was your flight?
B: It was good. No delays.
A: (E) Did you have trouble finding the office?
B: Not at all. Your text was a big help.
A: Great. (F) How's the hotel?
B: Excellent. Thanks for the recommendation.

A: (D) 항공편은 어떠셨어요?
B: 좋았습니다. 지연도 없었고요.
A: (E) 저희 사무실 찾는데 힘들진 않으셨고요?
B: 전혀 아닙니다. 보내주신 문자가 큰 도움됐습니다.
A: 좋네요. (F) 호텔은 어떠세요?
B: 훌륭합니다. 추천해 주셔서 감사합니다.

3. 인사·소개

A: (G) I don't think we've met. I'm John Kim.
B: I'm Susan Parsons. Nice to meet you.
A: Likewise. (H) Do you know T. K.?
B: No, I don't think I do.
A: Ms. Parsons, (I) this is T. K. Lee, our director.
B: It's a pleasure, Mr. Lee.

A: (G) 처음 뵙는 것 같습니다. 전 John Kim입니다.
B: 전 Susan Parsons입니다. 만나서 반갑습니다.
A: 저도요. (H) T. K. 아세요?
B: 아니요, 아닌 것 같습니다.
A: Ms. Parsons, (I) 이쪽은 저희 이사님 T. K. Lee입니다.
B: 반갑습니다, Mr. Lee.

4. 필요한 것들

A: (J) The restrooms are just outside the doors.
B: Thank you. (K) Is there a copy machine I can use?
A: Yes. It's right over there.
B: Great. Thanks.
A: (L) Can I get you some coffee?
B: Sure, coffee sounds great.

A: (A) 화장실은 문 바로 밖에 있습니다.
B: 감사합니다. (K) 제가 사용할 수 있는 복사기가 있나요?
A: 네. 바로 저기 있습니다.
B: 좋네요. 고마워요.
A: (L) 커피 좀 가져다 드릴까요?
B: 네, 커피 아주 좋죠.

주제별 방문·의전 패턴

(A) 만날 곳 말하기

그냥 Meet us at~이라고 하면 명령처럼 들릴 수 있으니 정중하게 Could you~를 사용하는 것이 좋다.

(B) 근처에 있는지 묻기

현재 있는 곳에서 가깝냐고 물을 때는 Is it near~? 패턴에 here을 붙여 Is it near here?라는 표현을 쓰든지 간단하게 Is it nearby?라고 해도 된다.

(C) 교통 수단 언급하기

We'll take~ 뒤에 교통 수단을 붙이면 된다. 택시는 a cab 대신 a taxi라고 해도 되고, 버스는 a bus, 지하철은 정관사를 붙여 the subway라고 한다.

(D) 항공편에 대해 묻기

해외 손님이 왔을 때 아주 전형적인 단골 질문 중 하나다.

(E) 사무실 언급하기

캐주얼하게 Any trouble finding the office?라고 해도 좋다.

(F) 숙박에 대해 묻기

How's the hotel? 또는 How's your hotel?은 항공편에 대한 언급과 함께 방문자에게 묻는 단골 질문이다.

(G) 자기 자신 소개하기

혹시 전에 만났을지도 모른다는 뜻이 담긴, “처음 뵙는 것 같습니다”와 매우 유사한 표현이다.

(H) 누구를 아냐고 묻기

이 표현 대신 “~만나셨나요?”를 뜻하는 Have you met~? 패턴을 써도 좋다.

(I) 다른 사람 소개하기

This is~는 다른 사람을 소개할 때만 쓰고 나 자신을 소개할 때는 사용하지 않는 패턴이다. 전화로 할 때는 가능하다.

(J) 화장실 언급하기

흔히 남자와 여자 화장실이 함께 있으므로 복수형 the restrooms을 쓴다. 참고로 toilet은 영국식 영어로, 미국에서는 ‘변기’를 연상케 한다.

(K) 필요한 것에 대해 묻기

복사기나 책상, 전화, 컴퓨터 등이 필요할 때 간단하게 이 패턴을 써도 요청하면 된다.

(L) 원가를 정의하기

“~드릴까요?”를 뜻하는 Would you like~?를 사용해도 무방하다.

어색함을 깨는 ‘아이스 브레이킹’ 표현

Please call me Tom.

그냥 Tom이라고 불러주세요.

It's good to finally meet you.

드디어 만나게 되어 기쁩니다.

Have you two met?

두분 서로 인사하셨나요?

I'd like you to meet my boss.

제 상사를 소개합니다.

How have you been?

잘 지냈어요?

Where are you staying?

어디에 머물고 계세요?

If you need anything, let me know.

뭐라도 필요한 것 있으면 말씀하세요.



다재다능 멀티플레이어 알루미늄

다분야에서 능력을 발휘하는 ‘멀티 플레이어’의 중요성이 대두되는 가운데, 원소 중에서도 ‘멀티 플레이어’ 알루미늄이 주목받고 있다. 주전자, 자전거 등 일상에서 활용되는 제품 제작에서부터 천문대 망원경, 비행기 제작 등 고부가가치 산업까지 다양한 곳에서 활용되고 있는 알루미늄의 진면목을 알아보자.

〈주기율표〉는 KCC의 주요 원소들의 이야기를 매호 시리즈로 알아보는 칼럼입니다.



1000년 넘게 이어진 알루미늄 정제 연구

알루미늄은 지구의 지각을 이루는 주요 구성 원소 중 하나이다. 지구상에 다량으로 널리 존재하는데, 클라크 수(지각 상부의 평균 화학조성에서 원소의 존재량을 중량 백분비로 나타낸 수치)로 비교하면 산소(46.60), 규소(27.72)에 이어 알루미늄(8.13)이 세 번째로 많다. 양도 풍부하고 연성(늘어나는 성질)과 전성(두드리면 펴지는 성질)이 좋아 쓰임새가 많았지만 정제가 쉽지 않은 특성상 먼 옛날엔 거의 활용되지 못하였다. 이러한 알루미늄을 효과적으로 활용하기 위해 3세기 중국에서부터 정제 연구가 진행됐지만, 그 방법이 개발된 것은 무려 1000여 년의 시간이 흐른 뒤인 1800년 대 유럽에서였다. 1825년 덴마크 화학자인 한스 크리스티안 외른스테드가 전기분해로 알루미늄 원소를 분리하는 데 성공했다. 이후 영국의 화학자 화학자 험프리 데이비가 알루미늄 화합물인 백반(alum)을 정제해서 알루미늄을 추출하였는데, 백반(alum)의 이름을 따 이 금속을 ‘알루미늄(aluminum)’이라 명명했다. 현재는 알루미늄과 알루미늄(aluminium) 두 가지의 표기가 함께 사용되고 있다.

금보다 비쌌던 알루미늄

알루미늄은 발견된 이후 널리 쓰이기까지도 오랜 시간이 흘렀다. 정제에는 성공했지만 그 과정에서 어마어마한 비용이 들었기 때문이다. ‘찰흙 속의 은’이라는 별칭으로 불리며 금보다 비싸게 취급됐는데, 프랑스의 나폴레옹 3세는 중요한 손님에겐 알루미늄 식기에 음식을 냈고, 중요하지 않은 손님에겐 금 식기를 사용했다는 기록이 있을 정도다.

이러한 고급 재료인 알루미늄이 상용화 된 건 1886년 미국의 찰스 마틴 홀과 프랑스의 폴 루이 에루가 전기분해 제련법을 고안해 낸 이후다. 그들은 서로 한 번도 만난 적이 없지만, 각자의 실험실에서 비슷한 시기에 똑같은 알루미늄 분해 방식

을 개발하는 데 성공했다. 그 방법은 알루미늄에 빙정석을 섞어 가열한 뒤 액체화된 용액에 전기를 흘려 분해하는 것. 지금도 알루미늄 분해에 이 방식이 그대로 이용되고 있는데, 두 사람의 이름을 따 ‘홀-에루(Hall-Heroult) 공정’이라 불리고 있다. 이 공정이 개발된 후 제련의 값이 저렴해지면서 많은 곳에서 알루미늄이 활용되기 시작했고, 현재는 산업에서 없어서는 안 될 존재로 여겨지고 있다.

산업의 필수요소 ‘알루미늄’

지구에 존재하는 원소 질량의 8.2%나 차지하는 알루미늄은 풍부한 양만큼, 무수히 많은 산업의 필수요소로 자리매김했다. 알루미늄 캔부터 고압전선, 항공기, 선박, 열차, 차량 제작 등 이용되지 않는 분야가 없을 정도다. 이처럼 알루미늄이 여러 산업에서 사랑 받는 이유는 다양한 특성 덕분이다. 대표적으로 강철의 1/3 정도인 2.70g/cm³의 낮은 밀도를 가져 가볍고, 다양한 모양으로 변형할 수 있어 기계적 공정을 통해 원하는 모양의 제품을 개발하는데 유용하다. 뿐만 아니라 전기 전도성과 열 전도성이 좋고, 녹이 잘 슬지 않는 특성도 있다. KCC에서도 알루미늄의 특성을 활용한 복합강호 ‘뉴하드윈’ 등 다양한 강호 제품을 선보이고 있다. 해당 제품이 소비자들의 많은 선택을 받는 스테디셀러가 된 것은 미려한 외관과 튼튼한 내구성을 자랑하는 알루미늄 덕분이라고 해도 과언이 아니다.

또한 2018년엔 UNIST(울산과학기술원)에서 현재 주로 활용되는 이차전지인 리튬이온 배터리보다 효율이 좋은 알루미늄-공기 흐름 전지를 개발, 차세대 이차전지 소재로 각광받고 있다. 이처럼 다양한 산업에서 ‘필수소재’로 활용되고 있는 알루미늄이 앞으로는 어떻게 활용돼 미래를 바꾸어 나갈지 귀추가 주목된다.



KCC, 실리콘 사업 분할 신규법인 설립

KCC는 실리콘 사업 부문의 전문성을 높이고 경영 효율성을 강화하기 위해 전문 자회사를 설립한다.

9월 17일 서울 서초구 KCC 본사에서 이사회를 열고 실리콘 사업 부문을 분할해 자회사 ‘KCC실리콘(가칭)’의 신규 설립을 결의했다. KCC가 분할 신설법인의 주식 100%를 보유하는 단순·물적 분할 방식으로 KCC는 상장법인으로 남고, 신설 자회사 KCC실리콘은 비상장법인인 된다. 분할 기일은 오는 12월 1일이다. 이번 분할은 건자재·도료·실리콘·소재 등 KCC가 영위하는 사업 중 실리콘 부문의 분리를 통해 사업의 전문성을 제고하고 경영 효율성을 강화하기 위한 것이다. 회사 및 시장의 상황을 고려해 필요할 경우 지분 매각, 외부 투자유치, 전략적 사업 제휴, 기술 협력 등을 통해 경쟁력 강화 및 재무구조 개선을 도모해 나간다는 계획이다.

이로써 KCC는 회사 분할을 통해 각 사업 부문별 특성에 맞는 신속하고 전문적인 의사결정이 가능한 지배구조 체제를 확립하게 됐다. 시장 환경 및 제도 변화에 신속히 대응할 수 있음은 물론, 전문화된 사업 영역에 역량을 집중하여 기업 가치와 주주 가치를

높일 수 있을 것으로 기대된다. 단순·물적분할 방식으로 진행됨에 따라 회사 분할에 따른 최대주주 소유주식 및 지분을 변동은 없으며 분할 자체로 연결재무제표 상에 미치는 영향은 없다.

KCC는 오래 전부터 실리콘을 중심으로 고부가가치 분야를 주력 사업으로 삼고 역량을 집중해 왔다. 2003년 국내 최초로 실리콘 제조 기술을 독자 개발해 실리콘 원료의 국산화를 실현했으며, 현재까지 국내에서 유일하게 유기실리콘 원료부터 1차, 2차 제품까지 일괄 생산하고 있다. 더불어 지난 2011년에는 영국 유기실리콘 제품 생산회사인 바실돈(Basildon)과 2019년 미국 모멘티브프로퍼먼스머티리얼스(이하 모멘티브)를 인수하여 글로벌 선두 기업으로 경쟁력을 강화했다. KCC는 이번 실리콘 사업부문 분할을 통해 바실돈, 모멘티브와 시너지 효과를 낼 수 있는 방안을 다방면으로 검토하고 있으며, 전문성을 확보한 실리콘 전문 기업을 출범시킴으로써 글로벌 시장 확대에 박차를 가할 전망이다. 또한 존속법인은 기존 건축자재 및 도료 업계에서의 선도적 지위를 확고히 하며 지속적인 투자로 안정적인 성장세를 이어나갈 것이다.

홍보광고팀 김학범 과장



KCC글라스, 코리아오토글라스 합병

KCC글라스(대표: 김내환)와 코리아오토글라스(대표: 우종철)가 9월 9일 합병 계약을 체결했다.

KCC글라스와 코리아오토글라스는 9월 9일 각각 이사회를 열어 합병에 대해 결의하고 합병 계약을 체결했다. 오는 10월 29일 합병을 위한 주주총회를 열어 최종 승인을 거친 뒤 12월 1일까지 합병을 마무리 지을 예정이다. KCC글라스 김내환 대표와 코리아오토글라스 우종철 대표는 “건축용 및 자동차용 유리에 대한 원재료부터 생산, 판매에 이르기까지 일원화된 체계를 구축함으로써 경영 활동의 효율성을 높이고, 경쟁력 강화는 물론 기술개발역량 집중을 위해 합병을 결정했다”고 밝혔다.

KCC글라스는 건축용 유리, 코리아오토글라스는 자동차용 안전유리를 주요 사업으로 하고 있다. 자동차용 안전유리의 경우 KCC글라스가 제조하는 판유리를 원재료로 사용한다는 점에서 해당 합병을 통한 일괄 체계 구축으로 양사가 얻는 시너지 효

과는 클 것으로 기대된다. 특히 KCC글라스는 합병을 통해 안정적인 유리 수급과 헤드업디스플레이(HUD)용 유리, 경량접합유리, 솔라 셀루프(Solar Cell Roof), 발열유리 등 고기능성 유리개발 등을 통해 시너지 효과를 높인다는 계획이다.

KCC글라스는 지난 1월 KCC에서 인적분할된 회사로 유리와 소재, 인테리어 등을 주요 사업으로 두고 있다. 국내 판유리 시장에서 점유율 50%를 차지하고 있으며, 지속적인 성장세를 나타내고 있는 국내 인테리어 시장에서 자체 브랜드인 홈씨씨를 통해 점유율을 확대해 나가는 등 각각의 시장에서 우월적 지위를 유지하고 있다. 코리아오토글라스는 자동차용 안전유리와 콘크리트파일 등을 주요 사업으로 한다. 회사의 매출 중 약 90%를 차지하는 자동차용 안전유리 부문은 현대자동차, 기아자동차, GM 등 국내 완성차 업체들의 주요 벤더로서 다양한 차종에 납품하고 있으며 해외 수출을 통해 시장 점유율 약 70%를 꾸준히 유지하고 있다.

홍보광고팀 김학범 과장



KCC글라스, 아이와 반려동물에게 안전한 바닥재 ‘숲 도담’ 출시

KCC글라스가 아이와 반려동물이 있는 가정에서 사용하기 좋은 가정용 바닥재 ‘KCC글라스 숲 도담 3.2/2.7’을 출시했다.

숲 도담은 어린아이가 탈 없이 잘 놀며 자라는 모양을 뜻하는 ‘도담도담’이란 단어에서 이름을 딴 것으로, 미끄럼 방지 기능과 우수한 보행감은 물론 유해물질로부터 안전해 안심하고 사용할 수 있는 안전한 바닥재라는 의미를 담고 있다. 환경마크, HB마크, 아토피 안심마크 등 각종 친환경 제품 인증을 보유했다. 특히 이 제품은 PVC바닥재 업계 최초로 한국에권협회와 국가 공인시험기관 KOTITI시험연구원에서 지정한 안전 기준을 만족시켜 ‘반려동물 제품인증(PS인증, Pet Product Safety Certification)’을 취득했다. 반려동물에 대한 안전 적합성을 검증해 제품 신뢰성을 확보한 것이다. 숲 도담은 사람과 반려동물이 함께 생활하기 좋은 주거공간을 만들어주는 안전한 바닥재라 할 수 있다.

마루, 대리석, 폴리싱타일과 같이 바닥 표면이 미끄럽거나 딱딱한 경우 반려동물의 관절에 무리를 주어 관절 질환을 유발하지만, 숲 도담은 논슬립(Non-slip) 표면 코팅과 고탄력 쿠션층이 적용돼 안전하고 편안한 보행감을 주며 발과 관절에 가해지는 충격을 흡수해준다.

더불어 숲 도담은 청소가 쉽고 위생적이라는 점도 장점이다. PVC시트 바닥재 특성상 이음매와 틈새가 적기 때문에 반려동물이 배변 실수를 하더라도 바닥 틈새로 바로 스며들지 않아 오염에도 간단하게 청소로 해결할 수 있다. 표면 코팅 층에는 편백나무 오일까지 첨가돼 반려동물과 사람 모두에게 위생적인 공간을 제공한다.

현실감 있는 패턴 표현을 위해, 바닥재의 인쇄 패턴과 표면 엠보싱을 일치시켜 천연 소재의 질감과 특성을 사실적으로 구현하는 기술인 ‘동조엠보’ 적용을 확대했다.

우드 패턴 디자인으로는 넓고 긴 사이즈의 원목마루가 주는 고급스러움으로 시원한 공간감을 선사하는 ‘와이드 디자인’을 적용한 ▲그랜드 오크 화이트 ▲그랜드 오크 브라운 등이 있다. 마블과 스톤 패턴으로는 ▲티그레 마블 화이트 ▲유레카 화이트 ▲파라디소 화이트 ▲피에트라 블랙 ▲크레마 아이보리 등 5종의 개성 있는 디자인이 눈길을 끈다. 기존의 익숙했던 우드 패턴과는 다른 새로운 공간을 원하는 소비자들에게 매력적인 선택지가 될 수 있을 것으로 보인다.

당사는 “반려동물을 가족으로 여기는 이들이 늘어남에 따라 반려동물과의 동거를 위한 특화 구조, 설계, 자재 사용 등 ‘펫테리어(Pet+Interior)’에 대한 관심과 수요가 늘어나고 있다”면서 “숲 도담은 마루 대비 미끄럼방지 기능과 안정적인 보행감, 유해물질 없는 안전성과 위생성을 갖춘 안전 바닥재로 사람과 반려동물 가족 모두가 안심하고 지낼 수 있도록 쾌적한 공간을 제공하는 제품이다”라고 전했다.

홍보광고팀 안상욱 대리

고속국도 제45호 중부내륙선 대합 휴게소 및 나들목 건설공사 수주

KCC건설은 지난 9월 11일 한국도로공사에서 올해 처음 발주한 종합심사나찰제 ‘고속국도 제45호 중부내륙선 대합 휴게소 및 나들목 건설공사’를 수주했다. 총 공사비 318억 원 중 당사 분은 286억 원(90%)이며, ㈜대아건설과 컨소시엄을 구성하여 수주했다.

이 공사는 경남 창원군 대합면 대동리 일원에 휴게소 부지를 (14만9000㎡, 45,072평)조성하고, 본선(중부내륙고속도로) 연결로 램프(Ramp)-A, B, C, D, E, F, 접속도로 연결로 3개소가 포함돼 있다. 대합IC 설치가 완료되면 대합산업단지, 영남일반산업단지 등 대합권역과 중부내륙속도도로를 연결하여 동행비용 절감 효과를 기대하고 있다.

KCC건설 공사사업부 김성민 사원



KCC건설, 평택고덕 A57-1BL 아파트 건설공사 9공구 수주

KCC건설은 지난 9월 8일, 한국토지주택공사(LH)에서 발주한 ‘평택고덕 A57-1BL.아파트 건설공사 9공구’를 수주했다. 이 공사는 경기도 평택시 고덕면 백지개발지구 A57-1블럭에 총 공사비 501억 규모의 아파트 신축사업이다. 총 공사비 501억 원 중 당사 분은 394억 원(78.77%)이며, 오랜지엔지니어링, 정도설비와 컨소시엄을 구성하였다. 연면적 58,562㎡ 규모 아파트로 지하 1층 ~ 지상 20층 5개동, 행복주택 900호 및 부대복리시설을 건립하며, 공사기간은 착공일로부터 26개월이다. 평택고덕 A57-1BL 아파트는 지하철 1호선 서정리역과 SRT 지제역, 경부고속도로, 평택-제천 간 고속도로 등을 이용할 수 있어 교통환경이 매우 탁월하다. 인접지역에 초·중·고등학교, 특목고가 들어서는 에듀타운이 개발되며, 남동쪽엔 삼성전자 반도체 생산라인이 위치했다. 행복주택은 젊은 계층과 주거 취약계층을 위해 합리적인 임대료에 주거환경을 공급하는 공공임대주택이다.

KCC건설은 평택고덕 A57-1BL.아파트 건설을 통해 청년·신혼부부와 주거 취약계층의 주거환경 개선과 주민의 삶의 질 향상을 기대한다.

KCC건설 공사사업부 김현균 사원

Quiz

이번 호도 꼼꼼하게 잘 읽어보셨나요? 가벼운 퀴즈를 통해 당신의 실력을 점검해보세요!
아래 QR코드로 정답을 보내주시면 추첨을 통해 10분께 3만 원 상당의 상품권을 보내드립니다.

1 다음 중 전주3공장에 대한 설명으로 바르지 않은 것은?

- ① 전주3공장은 2003년 12월 현 완주산단에서 준공됐다.
- ② 전주3공장은 준공 후 건축 및 산업용 실란트, 실리콘오일, 실리콘 에멀전 등의 제품을 안정적으로 개발, 생산하였다.
- ③ 전주3공장 생산품인 실란트는 10년 연속 1위(19년 10월)를 수상하였다.
- ④ 전주3공장은 2010년 사업장 폐기물 감량 및 재활용 활성화로 자원순환 선도기업으로 선정됐다.
- ⑤ 전주3공장의 슬로건은 “한마음으로 세계 1위까지!”이다.

2 에너지제로하우스에 대한 설명으로 바르지 않은 것은?

- ① 에너지 제로 하우스는 에너지 낭비를 제로(0)로 만들고자 세워진 친환경 건축물이다.
- ② ‘에너지 제로’를 위해선 액티브 기술, 패시브 기술이 중요하다.
- ③ 정부의 ‘2030년 에너지 신산업 확산전략’에 따라 2020년부터 국내 신축 건물은 모두 에너지 제로 하우스로 지을 예정이다.
- ④ KCC는 에너지 제로 하우스의 액티브·패시브 기술을 개발하고 있다.
- ⑤ 패시브 기술을 위한 제품으로는 ‘하이브리드 환기장’, ‘로이(Low-E) 유리’, ‘PVC 창호’가 있다.

▶ KCC 유튜브 Quiz!

KCC 유튜브를 구독해주시고, 콘텐츠를 보고 답해주세요!

3 목재의 무늬와 질감은 유지하면서 더 오래 사용하도록 해주는 목재용 페인트 시공법이 소개되었다. 친환경도로로 환경표지 인증을 획득했으며 HB마크 최우수 등급 클로버 5개를 획득한 페인트의 이름은?
()

4 갑자기 KCC 실험실에서는 내구성과 흡음효과가 뛰어난 천장재가 등장한다. 일반적으로 사무실, 학교, 연구원 등에 설치되는 마이트론 000는 지렁이 무늬의 파진 홈이 있는데 파진 홈은 주파수를 호트르프리거나 더 흡수할 수 있다고 한다. 000에 들어갈 단어는?
()

지난 호 정답

- 1. ④
- 2. ⑤
- 3. ①
- 4. 우레탄

지난 호 퀴즈 정답자

KCC건설 제주조선호텔신축공사-공무과	이기섭 과장
중앙연구소 연구지원팀	김정빈 대리
KCC건설 건축영업부	김미경 사원
대죽2공장 관리부	가경아 사원
울산영업소 관리팀	이다솔 사원
본사 준법감시팀	정지희 사원
KCC글라스 영업관리팀	황미지 사원
본사 자동차수주영업팀	전홍선 과장
울산영업소 관리팀	김성미 사원
KAC 총무팀	이성엽 사원

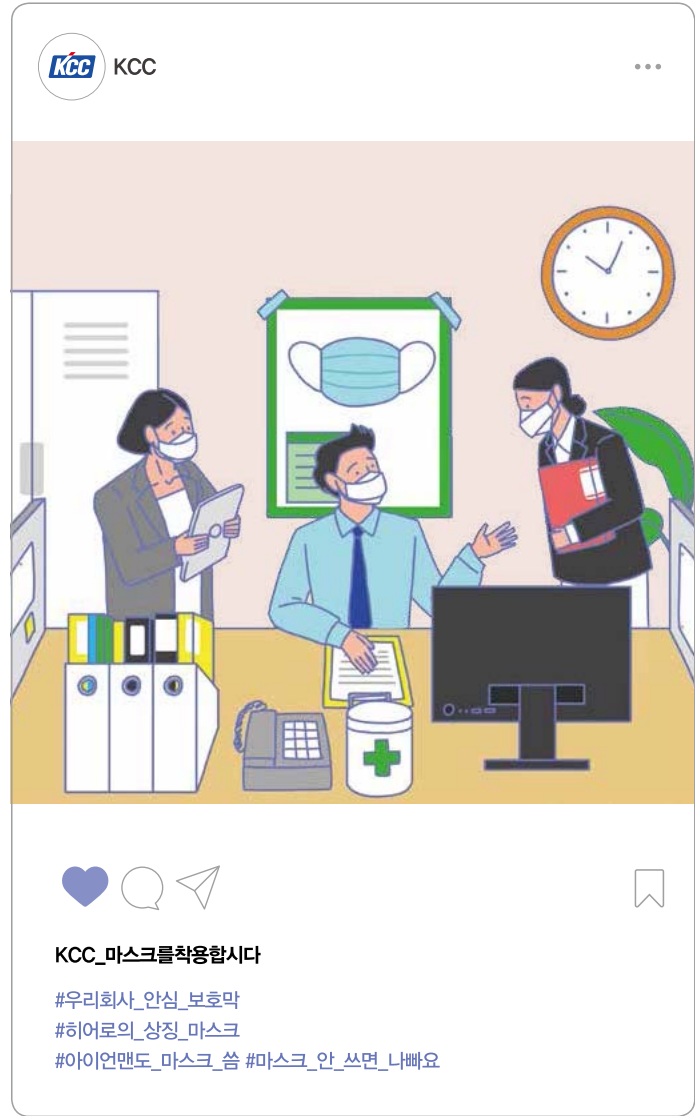
국내 사업장 주재기자

본사 안상욱 대리 | 중앙연구소 구본민 사원 | 공장 가평 김인규 대리 | 김천 하태웅 사원 | 대죽 송아름 대리 | 문막 장효식 대리 | 세종 홍슬기 사원 | 아산 강해리 사원 | 안성 강민중 대리 | 여주 한정훈 대리 | 여천 박재현 과장 | 영월 정경수 사원 | 울산 박우진 대리 | 전주1 권대균 과장 | 전주2공장 서승우 사원 | 전주3 강익민 사원 | 영업소 경기북부 김희은 사원 | 광주 박형서 사원 | 당진 최혜진 사원 | 대구 이민서 사원 | 대전 김상하 대리 | 목포 조영관 과장 | 부산 김정훈 사원 | 성남 전성배 대리 | 수원 박예진 사원 | 순천 허경미 사원 | 울산 정민 대리 | 원주 장은비 사원 | 인천 양대선 대리 | 전주 김태경 대리 | 천안 오정균 대리 | 청주 원혜실 사원 | 포항 조재훈 사원 | 계열사 KCC글라스 박훈 과장 | KCC건설 김준석 대리 | KAC 이성엽 사원 | 금강레저 윤두한 사원

해외 사업장 주재기자

KCC BASILDON (영국) 김형욱 부장 | KCT (터키) Suna Ozgen | KCK (중국 곤산공장) Zhou Na | KCK (중국 상해영업소) Jia Li Fen | KCB (중국 북경공장) Li Juan | KCB (중국 북경영업소) Tian Juan | KCG (중국 광주공장) Qiu heng jin | KCG (중국 광주영업소) 한은실 | KCV (베트남) Duong Kim Ngoc Son | KCM (말레이시아) Kenneth Lee | KCS (싱가포르) 김재성 과장 | KCI (인도) A.Saravanan | KCID (인도네시아) 송성호 차장 | KCC Europe (독일) 김형욱 부장 | KCC UAE (아랍에미리트) 윤성한 차장 | KCC JAPAN (일본) 라윤미

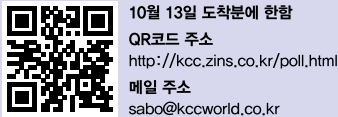
다 함께 긍정적인 사내문화를 만들기 위한 캠페인 코너 <함께하는 걸음>. 12달 동안 제시되는 캠페인 주제를 실천하고자 합니다. 2020년 열 번째 주제는 ‘마스크 착용’입니다.



코로나19가 장기화되면서 일상생활이 변화하고 있습니다. 거리두기가 생활화 되고, 어딜가든 손 소독제를 바르는 모습도 쉽게 발견할 수 있지요. 하지만 그 중에서도 코로나 시대의 생활방역에서 가장 중요한 건 ‘마스크 착용’입니다. 코로나19의 핵심 전파 경로는 감염자의 침 등에 바이러스와 세균이 섞여 나와 타인에게 감염되는 ‘비말’입니다. 질병관리본부에 따르면, 비말을 막아주는 마스크 없이 감염자와 비감염자가 접촉할 경우 감염 확률을 100%로 쳤을 때 둘 다 마스크를 쓰면 감염률은 1.5% 수준으로 현저히 떨어진다고 합니다. 즉 마스크는 내 몸은 물론, 타인의 건강도 지켜주는 방패인 것이지요. 하지만 답답하다거나, 소리가 잘 들리지 않는다는 이유로 마스크를 제대로 착용하지 않는 경우도 심심찮게 볼 수 있습니다. 이런 행동이 ‘우리’의 건강을 망친다는 사실을 기억해주세요. 앞으로는 ‘서로’를 생각하는 마음으로, 마스크를 착용해보는 건 어떨까요? 잠깐의 답답함이 우리 모두를 건강하게 지킵니다.

코로나19를 이겨내는 필수 에티켓

“서로를 위해 마스크를 착용합시다”



10월 13일 도착분에 한함
QR코드 주소
http://kcc.zins.co.kr/poll.html
메일 주소
sabo@kccworld.co.kr

KCC Facebook
https://www.facebook.com/kccstory



KCC Youtube

KCC Blog
blog.kccworld.co.kr/



바닥재 업계 최초
반려동물 제품인증 획득

KCC 바닥재



오늘도 걱정없이 도담도담

미끄러질 걱정없이
실수해도 새어들 염려없이

마음껏 놀고, 마음껏 뒹굴며
우리 아이도, 강아지도 건강하게 자라주렴

숲도담 3.2 / 2.7



한국산업의 브랜드파워
가정용바닥재 부문
5년 연속 1위



한국품질만족지수
바닥재부문
10년 연속 1위

‘도담도담’이란 아이가 탈없이 자라는 모양을 뜻하는 순우리말입니다
제품 코드명: FNR32-4873 / 컬러명: 탠저린 오크



한국에건협회 놀이용품
유해물질 안전기준 통과



논슬립 표면코팅으로
안전하고 편안한 보행감



이음매와 틈새가 적은 시트타입으로
청소가 쉽고 위생적



고탄력 쿠션층으로
충격흡수성 우수



아토피 안심마크 획득
친환경 인증 제품

* 어린이/고령자/반려 동물의 미끄러짐 안전사고에 유의하십시오. * 짙은 색/농도의 이물질은 제품에 배어올 수 있으므로 가능한 빨리 닦아내십시오.