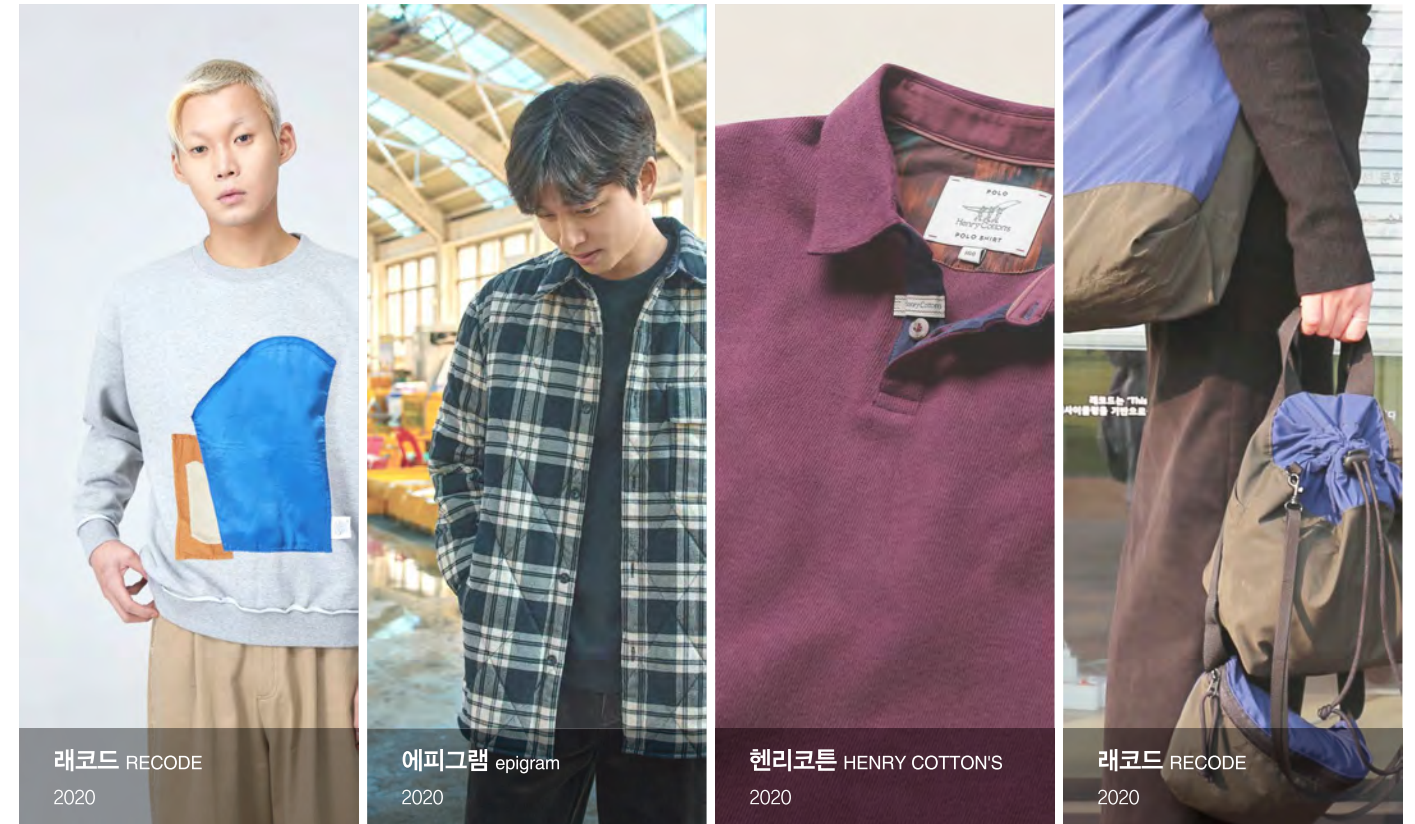


Business Overview_FnC

FnC 부문은 1973년 코오롱스포츠로부터 시작된 코오롱인더스트리의 패션사업 부문입니다. 스포츠, 남성, 여성, 잡화 부문의 자체 브랜드와 해외 프리미엄 레이블 등 20여개의 패션 브랜드를 보유하고 있습니다. 이와 더불어 코오롱스포츠, 시리즈, 레코드, 슈콤마보니가 중국·미국·유럽 시장에서 확보한 글로벌 경쟁력을 발판 삼아 '패션과 문화를 사랑하는 고객들이 가장 즐겨찾는 토탈 브랜드 플랫폼'으로 거듭나고자 합니다.



코오롱스포츠 KOLON SPORT
2020



레코드 RECODE
2020

에피그램 epigram
2020

헨리코튼 HENRY COTTON'S
2020

레코드 RECODE
2020

자사몰 내 지속가능성 카테고리 '위두(weDO)' 신설

코오롱인더스트리 FnC는 국내 패션업계 최초로 지속가능 라이프스타일을 소개하는 '위두(weDO)' 카테고리를 신설하였습니다. 위두는 패션은 물론 뷰티, 라이프스타일에서 지속가능성을 지향하는 브랜드들을 집중 소개하는 플랫폼으로, 인간과 동물, 환경을 생각하는 국내외 브랜드 30여개를 한데 모았습니다. 이를 통해 최근 사회 전반에서 화두가 되는 지속가능성의 관심도를 높이고, 소비자의 접점을 늘리고자 합니다. 독립 브랜드 외 코오롱 FnC 내 지속가능 관련 프로젝트도 함께 아우르며 제품 자체만이 아닌 브랜드 스토리를 기부, 업사이클링, 친환경 소재, 비건 등으로 나눠 순차적으로 소개해 나갈 예정입니다. 또한 에디토리얼 형식의 별도 콘텐츠를 통해 지속가능 관련 용어부터 친환경 소재, 해당 제품 리뷰, 인터뷰까지 다양한 정보 및 소재를 다루며 고객과 소통해 나갈 예정입니다. 위두는 지속가능 라이프스타일에 맞는 상품을 소개하고, 수익의 일부를 다시 사회에 되돌리는 선순환 구조를 기획한 것으로 위두에서 발생한 매출의 1%는 지속가능

관련 사업에 기부될 예정입니다. 앞으로 위두를 통해 고객이 지속가능 트렌드를 가장 먼저 접할 수 있도록 풍부한 콘텐츠를 기획해나갈 예정입니다.

코오롱스포츠, 레코드, 에피그램, 시리즈, 쿤 등 FnC 브랜드를 포함하여 약 30여개 브랜드가 위두에 입점되어 있습니다. 대표적으로 코오롱스포츠의 노아 프로젝트 컬렉션 및 레코드의 리나노 라인(다 사용된 에코백과 재고 원단으로 제작된 티셔츠)등 이 있으며, 'Timberland'의 친환경 라인, 170년 역사의 리얼 오가닉 브랜드 'VAN DER PIGGE', 삼나무에서 추출한 식물성 가죽으로 백을 만드는 'PAPPER', 가방 1개가 판매되면 아프리카 아이들이 물 길는데 사용되는 가방 1개가 증정되는 'JERRYBAG' 브랜드 등이 있습니다. 이 외에도 친환경 데님, 자연유래 원료 사용 및 동물 실험을 하지 않는 헤어 전문 브랜드, 식물성 원료만 사용하여 비건 인증을 받은 비건 브랜드 등 다양한 브랜드와 아이템이 있습니다.



COO MESSAGE

FnC는 지속가능 패션의 뉴 노멀을 만듭니다.

어느 산업군 보다도 '시대 정신'을 빠르게 반영하는 패션 산업이 간과할 수 없는 화두가 '지속가능성'입니다. 경제적 이득보다 윤리적 가치를 중요한 삶의 기준으로 삼는 고객이 늘어나고, 기업 역시 세상에 좀 더 이로워지기를 요구합니다. 때문에 디자인부터 생산, 유통, 폐기까지, 숙명적으로 사회 환경적 문제를 만들어내는 패션 업계가 이를 더 이상 외면할 수 없습니다.

코오롱인더스트리 FnC 부문은 대한민국 대표 패션 기업으로서 이에 화답하는 행보를 꾸준히 보여주고 있습니다. 국가적 위급 상황에 도움이 될 사회공헌은 물론, 코오롱스포츠의 '노아 프로젝트'를 필두로 30여 개 브랜드가 친환경, 지역 상생, 여성 등 지속가능성의 가치를 담은 다양한

프로젝트를 선보여 왔습니다. 특히 2012년 업계 최초로 론칭한 업사이클링 브랜드 '레코드'는 이제 해외에서도 대한민국 대표 지속가능 브랜드로 인정받고 있습니다. 또 2020년에는 패션 기업으로서 처음으로 코오롱몰 내에 지속가능 브랜드 플랫폼 '위두(weDO)'를 신설했습니다.

코오롱인더스트리 FnC 부문은 지금까지의 도전에 만족하지 않고, 한 걸음 더 나아간 지속가능 경영을 선보이고자 합니다. 특히 패션산업의 전체 가치사슬 구조에서 '투명성'을 확보하는데 출발점을 삼겠습니다. '어떻게 만들고, 얼마나 만들고, 어디에서 만들 것인가'라는 세 가지 질문에 자신 있게 답할 수 있는 사업이 되도록 노력하겠습니다. 더불어 지속가능경영의 주요 기본 가치인 준법, 인권, 환경, 윤리, 공정 거래 등을 경영

전반에 담기 위해 최선을 다하겠습니다. 앞으로 코오롱인더스트리 FnC 부문이 제시하는 지속 가능한 패션은 시대의 '뉴 노멀'이 될 것입니다. 관심과 애정으로 그 가치들에 공감하고, 함께 해주시길 바랍니다.

감사합니다.

코오롱인더스트리(주) FnC
최고운영책임자 이규호

환경

업사이클링 브랜드 레코드

레코드는 코오롱FnC가 2012년 런칭한 국내 대표 업사이클링 패션 브랜드로, 버려지는 재고에 창의적인 아이디어를 더해 의류로 재(RE) 탄생시킨 것이 특징입니다. 일반적으로 출시된 지 3년이 지난 의류 재고는 소각 처리하게 되는데, 레코드는 이러한 재고를 해체하고 다시 재조합하는 방식으로 제품을 제작합니다. 이러한 과정은 모두 브랜드 아틀리에에서 디자이너와 봉제 장인들의 손을 거쳐 진행됩니다. 모두 사람의 손을 거쳐야 하고 재고 의류 수량도 한정되어 있기 때문에 모든 옷들은 5장 내외의 리미티드 에디션 개념으로 생산됩니다.

레코드의 제품은 3년이 지난 의류 재고를 주된 소재로 하는 인벤토리 컬렉션 (Inventory Collection)을 주축으로, 에어백과 카시트 등의

산업 폐기물을 사용하는 인더스트리얼 컬렉션 (Industrial Collection), 오래된 군용품들을 재료로 하는 밀리터리 컬렉션(Military Collection) 등으로 구성돼 소재의 폭을 넓혀가고 있습니다. 최근에는 이러한 장인정신과 실험성, 심미성 등에 대한 노력을 인정받아 프리즈 아트페어, 캡슐 쇼 등 국내외 각종 행사에 초대받았습니다. '지속 가능한' 패션이 계속해서 각광받고 있는 가운데, 레코드는 해당 분야의 선도적 브랜드로서 윤리적 소비와 기업의 CSR활동에서 모범적인 사례로 손꼽히고 있습니다. 코오롱 FnC는 앞으로도 협업을 통한 다양한 프로젝트를 전개하며 지속 가능한 문화를 전파해 나갈 예정입니다.



▶ 1. 레코드 작업과정 2.레코드 아틀리에 3. 레코드 서울디자인페스티벌 참가



▶ 버려진 물건들을 재활용하여 촬영한 '에버그린 파인그린' 캠페인

▶ '노아 버터플라이' 캠페인 Zion.T 뮤직비디오 [▶](#)


코오롱스포츠 동식물 보호 '노아 프로젝트'


코오롱스포츠는 국내 멸종 위기의 동·식물을 지키고 보호하기 위한 활동으로 지난 2016년부터 '노아 프로젝트(NOAH PROJECT)'를 꾸준히 진행해오고 있습니다.


2016년 S/S시즌 꿀벌 보호를 주제로 한 첫 캠페인 '세이브 아워 비즈(Save Our Bees)'를 시작하였습니다. 꿀벌을 모티프로 삼은 캡슐 컬렉션을 제작하여 판매 수익금 일부를 기부함으로써 토종 꿀벌 300만 마리 증식 성공에 기여했습니다. 같은 해 FW 시즌에는 '킵 이글 플레이 (KEEP EAGLE PLAY)' 캠페인을 통해 독수리가 1급 멸종 위기 동물이라는 점을 많은 이에게 알리며 독수리 보호에 대한 목소리를 높였고 해당 컬렉션 판매수익금의 10%를 독수리 보호 활동에 사용했습니다.

2017년 S/S 시즌 세 번째 노아 프로젝트에서는 제주도 한라산 정상에 절벽에서 피는 한라송다리꽃을 보호하기 위한 '플라워 파워 (Flower Power)' 캠페인을 진행했습니다. 배우 배두나와 랩퍼 딘이 함께 참여한 뮤직비디오는 캠페인에 힘을 실어주었고, 한라송다리꽃을 모티프로 한 캡슐 컬렉션 판매 금액의 10%를 제주도 꽃자알공유화재단에 기부했습니다. 국제 멸종 위기 2급인 해마가 울릉도 연안에서 발견되어, 2018년 S/S 네번째 프로젝트로 해마 보호를 위한 '씨호스 씨 러브(Sea Horse Sea Love)' 캠페인을

 **300** 만 마리
토종 꿀벌 증식 성공

 **10%** 수익금 기부
독수리 보호 활동 기부

 **10%** 수익금 기부
한라송다리꽃 캡슐 컬렉션 판매 금액을 제주도 꽃자알공유화 재단에 기부

 **10%** 수익금 기부
울릉도 바다생태계 및 해마 보호 활동 기부

 **1,000** 그루
노아프로젝트 수익금 일부로 소나무 식재 진행 완료 (2020년 상반기)

진행하였습니다. 뮤지션 헤이즈가 해당 프로젝트에 참여하여 뮤직비디오가 화제가 되었고, 캠페인을 통해 조성된 기금은 해양환경공단에 전달되어 울릉도 바다 생태계 및 해마 보호 활동에 쓰였습니다.

2019년 S/S 다섯 번째 프로젝트로는 지구 온난화로 인해 점점 줄어들고 있는 나비의 개체 수 보존을 위한 '노아 버터플라이(Noah Butterfly)' 캠페인을 진행했습니다. 뮤지션 자이언티와의 협업을 통해 음원 및 뮤직비디오를 발표했으며, 특히 온라인에 더 친숙한 1030세대의 환경 보호에 대한 인식 증진에 앞장서고자 하였습니다. 관련 수익금은 국립 생태원에 전달하여 멸종 위기에 처한 나비의 개체 수 보존을 위한 연구 활동에 힘을 보탰습니다. 2020년 S/S 여섯 번째 프로젝트로는 코오롱스포츠의 심볼이기도 한

상록수 '소나무' 보호를 위한 '에버그린, 파인그린(EVERGREEN, PINEGREEN)' 캠페인을 진행하였고, 수익금 일부를 강원도 산불피해 지역 숲 복구를 위한 나무 심기에 사용했습니다.

2020년부터 기존 연 1회의 노아프로젝트를 연 2회로 늘리고, 컬렉션 전체에 친환경 소재와 기법을 적용했습니다. 모든 다운 제품의 충전재 역시 RDS(Responsible Down Standard) 인증¹⁾을 받은 구스 다운을 사용하였습니다. 코오롱스포츠는 노아 프로젝트 개편을 계기로 브랜드 론칭 50주년이 되는 2023년까지 전체 상품 50%에 친환경 소재나 공법을 적용하고, 매장에서도 플라스틱 사용을 줄이는 작업을 지속할 계획입니다.

1) RDS 인증은 다운 생산부터 유통까지 전 과정에 걸쳐 동물 복지를 고려한 윤리적 다운에 부여하는 인증

에피그램 멸종위기 해양생물 티셔츠

라이프스타일 브랜드 에피그램은 환경 캠페인의 일환으로 멸종 위기 해양생물 그래픽 티셔츠를 출시했습니다. 5월 31일 바다의 날을 기념하여 해양 쓰레기와 기후 변화 등으로 멸종 위기에 처한 해양 생물을 알리기 위하여 멸종 위기 해양생물 중 푸른바다거북, 둔한진총산호, 붉은발말뚝게 3가지를 아트웍으로 티셔츠에 담았습니다. 특히 2020년부터는 버려진 페트병에서 추출한 친환경 소재 재생 폴리에스터 원사를 활용하여 자원의 무분별한 사용을 줄이는데 동참하고 있습니다. 또한 에피그램은 친환경 소재로 만든 손수건, 텀블러, 대나무 칫솔 등 다양한 라이프스타일 제품 사용을 권장하며 소비자의 일상 속 환경보호 실천을 독려하고 있습니다. 에피그램은 앞으로도 지속가능한 패션을 점차 확대해 나갈 예정입니다.



▶ 에피그램 해양생물 보호를 위한 'Our oceans, our future' 슬로건 티셔츠



▶ 쿠론 소프트 세과트레 (Soft C-Quatre)백

쿠론 친환경 소재 ‘세과트레 백’

여성 핸드백 브랜드 쿠론은 친환경 소재를 활용한 ‘소프트 세과트레 (Soft C-Quatre)백’을 출시했습니다. 이 에코백은 플라스틱 페트병에서 추출한 원사를 100% 적용했으며 해당 제품은 최근 착한 소비 트렌드에 맞춰 윤리적 소비를 실천할 수 있는 아이템입니다. 이번 시즌을 시작으로 ‘논레더 (non-leather)’라인과 함께 친환경 소재 사용으로 착한 행보에 동참하며 지속가능 브랜드로 앞장서기 위한 노력을 끊임없이 해 나갈 예정입니다.

아카이브앳크의 재활용 패키지

유연한 소프트 레더를 활용해 스타일리시하면서 편안한 신발을 만드는 아카이브앳크는 2019년 론칭 이후 현재까지 제품 판매 시 종이 쇼핑백 대신 재활용 가능한 에코백과 슈박스를 패키지로 활용하고 있습니다. 슈박스는 서랍함처럼 활용할 수 있도록 디자인하였습니다. 브랜드의 패키지 디자인의 근본적인 모토는 ‘Reusable’로 한번 쓰고 버려지지 않도록 다양하게 활용할 수 있게 만들고 있습니다.

코오롱스포츠 노아 프로젝트 컬렉션 전체 100% 친환경 소재와 기법 적용

코오롱스포츠는 노아 프로젝트 컬렉션 모든 상품에 친환경 소재와 기법을 적용하고 있습니다. 오가닉면과 함께 페페트병, 페그몰망 등 리사이클 원사를 활용하여 쓰레기 매립량을 줄여 환경 보호를 실천하고 있으며, 이로써 원사 생산 시 발생하는 이산화탄소 배출량을 약 30% 감소시키는 효과를 창출하였습니다. 또한 ‘오존워싱(물 대신 산소와 전기를 써서 화학물질 없이 색감을 내는 워싱 방법)’을 적용하여 물 사용량의 99%까지 절감하는 친환경 데님 상품도 선보였습니다. 나아가 상품 패키지도 친환경 소재를 활용하여 제품 태그는 재생지로, 쇼핑백은 100% 생분해성 수지로 제작하여 폐기 시 매립형 일반 쓰레기와 함께 버릴 수 있도록 하였습니다. 코오롱스포츠는 2019년 S/S 시즌을 기점으로 브랜드

가 지닌 지속가능성의 의미와 책임을 알리는 하나의 문화로서 노아 프로젝트를 소개해 나갈 예정이며, 원사부터 생산, 디자인, 그래픽, 상품 포장까지 환경을 생각하는 의미 있는 제품을 만드는데 최선을 다 할 계획입니다.

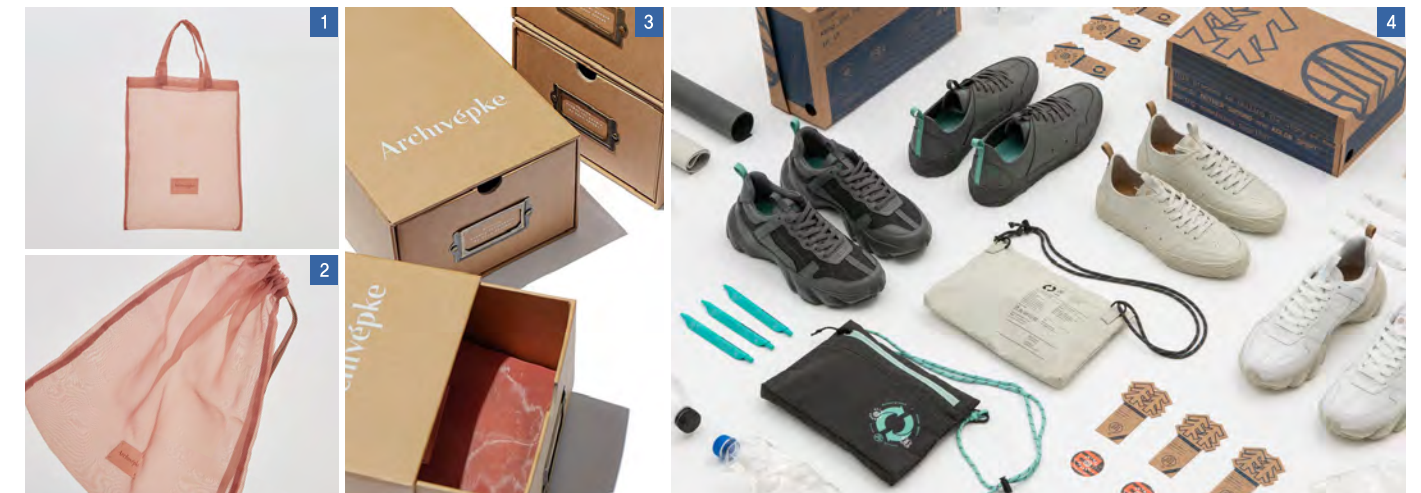
코오롱스포츠 ‘마더그라운드’와 협업 리사이클 제품 출시

코오롱스포츠는 자연에서 영감을 받은 디자인의 스니커즈를 선보이는 ‘마더그라운드’와 협업하여, ‘JAE(再, 다시 재)’를 테마로 스니커즈와 경량솔더백을 출시했습니다. 스니커즈는 구성 요소 하나하나에 재생 소재를 사용했습니다. 발등 부분인 어퍼(UPPER)는 코오롱스포츠가 제공한 리사이클 가죽과 나일론으로 디자인하고 신발끈과 발목 뒷부분 웨빙끈은 PET 재

생 소재를 적용시켰습니다. 리사이클 가죽은 이미 사용되었거나 남은 가죽들을 갈아 섬유 형태로 만든 후 화학적인 가공을 최소화한 방식으로 제작한 소재로, 전 공정에 걸쳐 가공수의 재사용 등 친환경적 과정을 통해 생산되기 때문에 국제적 인증인 GRS를 획득한 바 있으며, 리사이클 나일론의 경우 쓰고 남은 실이나 봉제 폐기물을 재가공하여 생산됩니다. 코오롱스포츠는 브랜드 슬로건인 ‘자연으로 가는 가장 좋은 방법’에 걸맞는 행보를 앞으로도 지속해 나갈 것입니다.



- ▶ 1. 아카이브앳크 재활용 가능한 더스트백(신발용)
- 2. 아카이브앳크 재활용 가능한 더스트백(가방용)
- 3. 아카이브앳크 재활용 가능한 슈박스
- 4. 마더그라운드 협업 리사이클 제품





▶ 매립 후 약 180일 정도면 생분해 되는 친환경 옷걸이는 갤러리아 광고점을 시작으로 다른 매장으로도 확대, 사용할 예정이다.

코오롱스포츠 친환경 매장으로의 변화

2020년 3월 오픈한 코오롱스포츠 광고 갤러리아점을 시작으로 제품과 더불어 매장도 친환경적인 변화를 도모하고 있습니다. 플라스틱 사용을 최소화하고 친환경 마감재와 자연 소재를 활용하여 브랜드가 추구하는 가치를 전달하고자 합니다. 이에 따라 옥수수 전분 추출물로 옷걸이를 제작하였고 마네킹은 친환경 도색을 통해 재사용하고 있으며, 선반과 같은 상품 진열 집기 역시 재사용을 염두에 두고 렌치 볼트를 활용하여 언제든지 해체해 원하는 용도로 사용할 수 있도록 디자인하는 등의 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 친환경매장으로의 변화는 점차 다른 매장으로도 확대 적용해 나갈 계획입니다.

8개 브랜드 업사이클링 스위트 셔츠 출시¹⁾

코오롱스포츠, 래코드, 시리즈, 캠브리지멤버스, 커스텀멜로우, 헨리코튼, 에피그램, 에스로우 총 8개 브랜드가 모여 환경을 위한 가치 있는 일 'Our 24 Hours'를 테마로 친환경 업사이클링 스위트 셔츠를 출시했습니다. 해당 제품은 스틱이나 페트에서 추출한 재생 원사를 사용하였고, 재활용품을 대표하는 종이, 플라스틱, 알루미늄 캔 등 세 가지 소재를 활용하여 브랜드별로 각기 디자인을 선보였습니다. 또 '완벽한 재활용'을 주제로 한 영상도 제작하여 재활용 쓰레기에 대한 배출 방법을 재미있게 풀어내며 고객들에게 친환경적인 메시지를 전달했습니다.

1) 생산수량 대비 판매율 50% (1,570 pcs 생산 / 총 784 pcs 판매)

슈콤마보니 재고 가죽으로 굿즈 제작

슈콤마보니는 신발을 만들고 남은 재고 가죽을 활용하여 고객들을 위한 사은품으로 슈훈(구둣주걱) 2,600개, 미니백 2,300개를 제작하였습니다.



- ▶ 1. 업사이클링 스위트 셔츠 출시 '완벽한 재활용' 캠페인 영상 ▶
- ▶ 2. 슈콤마보니 미니백과 슈훈 (구둣주걱)

예술 / 여성

시리즈 '웜하트 필름 펀드'

시리즈는 2011년부터 소외된 문화 예술 산업을 후원하는 웜하트 캠페인을 지속적으로 진행하고 있습니다. 제천 국제 음악영화제를 시작으로 시네마테크 리뉴얼 프로젝트, 전주 국제영화제 단편영화 제작 및 예술인과 시각장애인이 함께하는 '우리들의 눈' 재단 후원, 천연염색 쪽염 장인과의 콜라보레이션 및 친환경 디자인 박람회, 지적 장애 아티스트의 문화 예술 활동 등을 후원했습니다. 2019년엔 아티스트 나얼과의 콜라보레이션을 통해 상품을 출시하고 그 수익금을 컴패션에 기부하여, 가난으로 고통받는 전 세계 어린이들의 미술, 음악 등 예술 재능 개발을 위해 힘을 보탰습니다.

10주년을 맞은 2020년을 시작으로 다양성 영화 활성화를 위해 '웜하트 필름 펀드'로 확대 운영하며 국내 독립 단편 극 영화 및 단편 다큐멘터리

▶ 비영리 예술단체 '모사이드' 지적 장애 아티스트와의 콜라보레이션 티셔츠



를 후원하고자 합니다. 매년 2편 내외의 작품을 선정하여 총 제작비 1천만 원을 후원할 것이며, 추후 전문가 그룹의 멘토링 및 홍보 마케팅 지원 등도 고려하고 있습니다. 코오롱인더스트리 FnC는 웜하트 필름 펀드를 통해 소외된 대중 문화예술가들의 활동이 지속될 수 있도록 적극적으로 지원할 것입니다.

래코드·쿠론, 싱글맘 자립 지원

업사이클링 브랜드 래코드는 사회복지법인 '동방사회복지회'와 업무협약(MOU)을 맺고 싱글맘들의 지속적인 경제활동을 위해 업사이클링 공방 강사 일자리를 제공했습니다. 공방 강사가 된 싱글맘들은 핸드메이드 강사로서의 역량을 발전하며, 래코드에서 운영하는 나눔 공방 및 출강 강사로서 업사이클링의 가치를 전파하는데 일조하였습니다.

2019년 브랜드 론칭 10주년을 맞은 쿠론도 싱글맘들의 자립 지원을 위한 활동을 추진하였습니다. 'We are Stephanie'를 주제로 하는 10주년 캠페인으로 셀럽들의 화보촬영을 진행하였고, 셀럽 모델료를 비롯한 스테파니 판매 수익금 일부를 기부하였습니다. 또한 아이를 홀로 키우는 엄마들에게 지저귀 가방 용도의 쇼퍼백과 워킹 싱글맘들을 위한 데일리백도 함께 지원하였습니다.



▶ 싱글맘 자립지원 사업

지역사회 / 취약계층지원

에피그램 지역상생 프로젝트

에피그램은 라이프스타일 브랜드로 의류뿐만 아니라 우리 주변의 일상을 프로젝트로 녹여 고객과 소통하는 데에 집중하고 있습니다. 2017년부터 제주, 경주, 광주 등 국내 아름다운 소도시를 시즌 화보와 함께 소개해오고 있습니다. 해당 지역사회의 상생을 위한 로컬 프로젝트도 매 시즌 진행해오고 있는데, 그 중에서도 지방 소도시에서 살아보는 체험 프로그램인 '올모스트홈 스테이'는 브랜드가 가진 감성을 유지하면서도 지역사회와 상생을 위해 힘쓰는 점에서 높은 평가를 받았습니다. '올모스트홈 스테이'는 2019년 전라북도 고창에서 시작해 경상북도 청송에 이어 현재 경상남도 하동에서 장기 운영 중에 있습니다. 또한 경리단길에 위치한 브랜드 매장에서 의류 비중을 줄이는 대신 지방 소도시와 연계한 라이프 스타일 제품을 판매하며 지역 상생의 기회를 넓혀가고 있습니다. 앞으로도 에피그램은 국내 소도시의 숨은 아름다움과 이야기를 전달해 나갈 계획입니다.

▶ 에피그램 경상북도 청송 화보 공개(2019)



FnC 강원 산불 피해 지역에 2억 5,000만 원 상당 의류 지원

강원도 산불 피해 지역 주민과 소방관들을 위해 약 2억 5천만 원 상당의 긴급 구호물품을 지원했습니다. 코오롱스포츠와 헤드 브랜드의 남녀 기능성 티셔츠 1,200장, 아우터 500장, 양말 1,000족 등 긴급 공수한 의류를 속초 시청에 전달했으며, 구호물품은 산불로 인해 대피소에 머물고 있는 이재민들과 피해 복구 작업에 참여한 소방관, 자원봉사자 등에게 제공하였습니다.

슈콤마보니·아카이브앳크 취약계층 아동·청소년 지원

'SUE COMMA YOU'는 슈콤마보니와 당신이라는 의미를 담은 캠페인으로 브랜드 뮤즈인 송혜교와 함께 진행했습니다. 송혜교와 콜라보레이션하여 그녀가 직접 신고 싶은 디자인과 핏을 반영한 부츠 'KYO'를 출시하고 판매 수익금 일부를 스니커즈로 제작하여 한국 청소년 상담복지개발원에 기부했습니다. 한국 청소년 상담복지개발원은 여성가족부 산하 기관으로 경제적 이유로 학업을 유지할 수 없는 학교 밖 청소년들을 위한 프로그램을 운영하고 있습니다. 송혜교와 의기투합한 이번 프로젝트는 슈콤마보니의 첫 사회공헌 활동으로 앞으로도 받은 사랑만큼 사회에 환원할 수 있는 프로젝트를 진행해 나갈 예정입니다.

아카이브앳크는 다양한 아티스트들과 함께 CSR 앳크 크루를 구성해 'Learn and Share' 릴레이 기부 캠페인을 진행했습니다. 릴레이 기부 캠페인은 서울권 아티스트들과 협업하여, 아티스트는 재능기부와 클래스 장소를 제공하고, 브랜드는 아티스트의 클래스 운영비를 지원하는 형태로 진행되었으며, 클래스 수업료 전액은 '사

회복지공동모금회'에 기부했습니다. 또한 2019년 F/W 시즌 시그니처 제품인 '앳크 플랫폼(민트투스페이스트)'의 판매 수익금 전액도 함께 기부했습니다. 기부금은 치료할 수 있는 질병을 가정환경의 어려움으로 인해 치료하지 못하고 있는 어린 환우들을 위해 쓰여졌습니다. 앞으로도 브랜드는 클래스 진행을 통한 지속적인 릴레이 기부를 이어나갈 예정입니다.

레코드 국제난민 지원

레코드는 2017년부터 국제난민 지원단체 피난처¹⁾와 협업하여 매년 다양한 프로젝트를 진행하고 있습니다. 첫번째 프로젝트는 국내 난민이 해외 난민을 도운 RE;light(리;라이트)로, 레코드는 국내 거주 난민에게 봉제 교육을 진행하고, 난민들이 직접 제작한 업사이클링 패브릭 수납장과 놀이공을 해외 난민촌에 전달하였습니다. 두번째 프로젝트는 난민을 문화적으로 이해해보는 목적으로 리믹스 파티에 난민 공연팀을 초청하여 문화적 교류를 나누었습니다. 손재주가 좋은 난민은 디자이너가 되어 낙하산 팔찌와 카드지갑 등 액세서리 상품 제작에 참여하기도 하였습니다. 레코드는 이처럼 난민들의 재능을 살리고 성취감을 갖게 할 수 있는 꾸준한 협업 활동을 해오고 있습니다. 나아가 2019년 연말에는 코오롱스포츠와 협업하여 난민들이 따뜻한 겨울을 보낼 수 있도록 패딩 50벌을 증정했습니다.

1) 피난처: 피난온 국제 난민들에게 피난처를 제공하는 비영리 단체



▶ 1. 레코드 국제 난민 지원 2. 강원도 산불 피해 지역에 전달할 구호물품 적재 3. 슈콤마보니 'SUE COMMA YOU' 캠페인 상품 소개 4. 아카이브앳크 'Learn and Share' 릴레이 기부 캠페인 포스터 5. 로컬 푸드 이벤트 '에피그램 로컬마켓 레이저헤븐'

코로나 19 대응 현황

2019년 12월에 처음 발생한 코로나바이러스감염증(이하 코로나 19)은 전세계로 확산되었고, 세계보건기구(WHO)는 2020년 3월 11일에 코로나 19에 대해 전염병의 최고 경보 단계인 팬데믹(감염병의 세계적 유행)을 선포했습니다. 당시 전세계 확진자 수는 12만 명, 피해 국가는 110 개국을 넘어섰습니다. 코오롱인더스트리는 일찍이 코로나 19를 세계적 재난 상황이자 기업 리스크로 인식하여 국가적 차원의 대응을 지원하고, 코로나 19 확산으로 많은 어려움을 겪고 있는 지역사회에도 도움을 보태 함께 위기에 대응하였습니다.

마스크 핵심자재 MB필터 무상공급



200만 장

마스크 핵심자재 무상공급

코오롱인더스트리는 코로나 19가 창궐하여 국가적 재난을 마주한 가운데, 마스크의 핵심 자재인 MB(Melt Blown) 필터를 생산해 무상 공급하며 마스크 공급난 해소에 기여하였습니다. 급증한 수요로 인해 국내 마스크 제조업체들이 자재 공급 부족으로 생산에 큰 어려움을 겪고 있었고,



▶ 대구지역 파견 공중보건관에 의류 지원

이에 국민들은 마스크 확보가 쉽지 않은 상황이었습니다. 이에 코오롱인더스트리는 보유하고 있던 의료용 MB필터 파일럿 설비를 마스크용 MB필터 제조용으로 전환하여 약 200만 장의 필터를 생산하였고, 이후 정부와의 협의를 거쳐 마스크 제조업체에 무상으로 공급하였습니다.

대구지역 파견 공중보건관에 2억 원 상당 의류 지원

코오롱인더스트리 FnC는 코로나 19 확산 방지를 위해 최일선에서 고군분투하고 있는 대구 지역 파견 공중보건관을 위해 총 2억원 상당의 의류 물품을 지원했습니다. 공보의협의회와 긴밀한 협의 하에 기능성 티셔츠와 몸을 조이지 않아 편하게 착용 가능한 바지를 지원하여, 코로나 19 확산 방지를 위해 애쓰는 공중보건관들의 근무환경을 개선하는데 이바지하고자 하였습니다. 이에 따라 코오롱스포츠 기능성 티셔츠인 '흡한속건' 2천 벌과 캐주얼 브랜드 하이드아웃의 '모두의 바지' 887 벌을 긴급 공수하여 대구에 파견 중인 공중보건관들에게 전달하였습니다.

'마음 드림팩' 제작 및 전달

마음을 더하고, 지혜를 곱하고, 어려움을 나누는 마음으로 코오롱그룹 사회봉사단은 임직원들의 기부금으로 위생용품과 심리지원 물품이 담긴 '마음 드림팩'을 제작해 40개 지역아동센터의 취약계층 아이들에게 전달하였습니다. 또한 코로나 19 확산으로 현찰자가 급감하여 수혈을 위한 혈액이 턱없이 부족한 실정일 때, 코오롱인더스트리는 전사적으로 헌혈 캠페인을 추가로 진행하였으며, 방호복과 순환 펌프기, 마스크 등 여러 장비를 착용하여 많은 땀을 흘릴 수밖에 없는 의료진들을 위해 기능성 티셔츠와 바지를 대구시에 기부하였습니다.



▶ 문재인 대통령의 구미공장 현장 방문



해외 고객사에 마스크 전달

전세계적으로 코로나 19는 여전히 기승을 부리고 있습니다. 전략물자가 된 마스크의 수출이 엄격히 제한된 상황에서도 코오롱인더스트리는 코로나 19로 심각한 피해를 입은 유럽 고객사에게 마스크를 전달할 방법을 찾았습니다. 감염예방 및 피해를 줄이는 데 필수적인 마스크를 전달 받은 고객사들은 코오롱인더스트리의 진정성 있는 노력에 깊이 공감하였습니다. 코오롱인더스트리는 이처럼 국내 뿐만 아니라 전세계의 코로나 19 감염예방 및 피해를 줄이기 위해 다양한 노력을 기울였으며, 이러한 노력은 대외적으로도 인정받아 4월 1일 문재인 대통령의 방문과 격려로 이어졌습니다. 대통령께서는 코로나 19 극복의 모범 사례를 만든 기업으로서 코오롱인더스트리를 인정하였습니다. 코오롱인더스트리는 현재의 칭찬에 안주하지 않고, 철저한 예방과 확산 방지에 앞으로도 적극적으로 동참하여 더하고 곱하고 나눔의 가치를 전 국민과 함께 공유하도록 최선을 다하겠습니다.

지역사회와 소상공인 지원

코오롱인더스트리 노사는 코로나 19 확산에 따라 많은 어려움을 겪고 있는 지역사회와 소상공인들을 지원하기 위해, 매년 창립기념일마다 임직원들에게 지급되던 약 10억 원 규모의 선물을 소상공인을 위한 온누리 상품권으로 지급하였습니다. 코오롱인더스트리의 주요 사업장이 구미, 경산, 김천 등 코로나 19의 어려움이 특히 큰 대구/경북지역에 위치하고 있다는 점에서, 코오롱인더스트리의 지역 경제 활성화 지원은 큰 보탬이 되리라 예상됩니다. 나아가 코오롱인더스트리는 이러한 회사 차원에서의 지원과 더불어 임직원들의 자발적인 기부 참여를 통해 지급된 상품권 일부도 지역단체에 전달하였습니다.



본 보고서는 디자인, 인쇄과정에서 발생하는 환경오염과 자원낭비를 최대한 줄이기 위해 디자인 시 별색, 코팅 공정을 지양하였으며 인쇄 시 콩기름 잉크를 사용하였습니다.