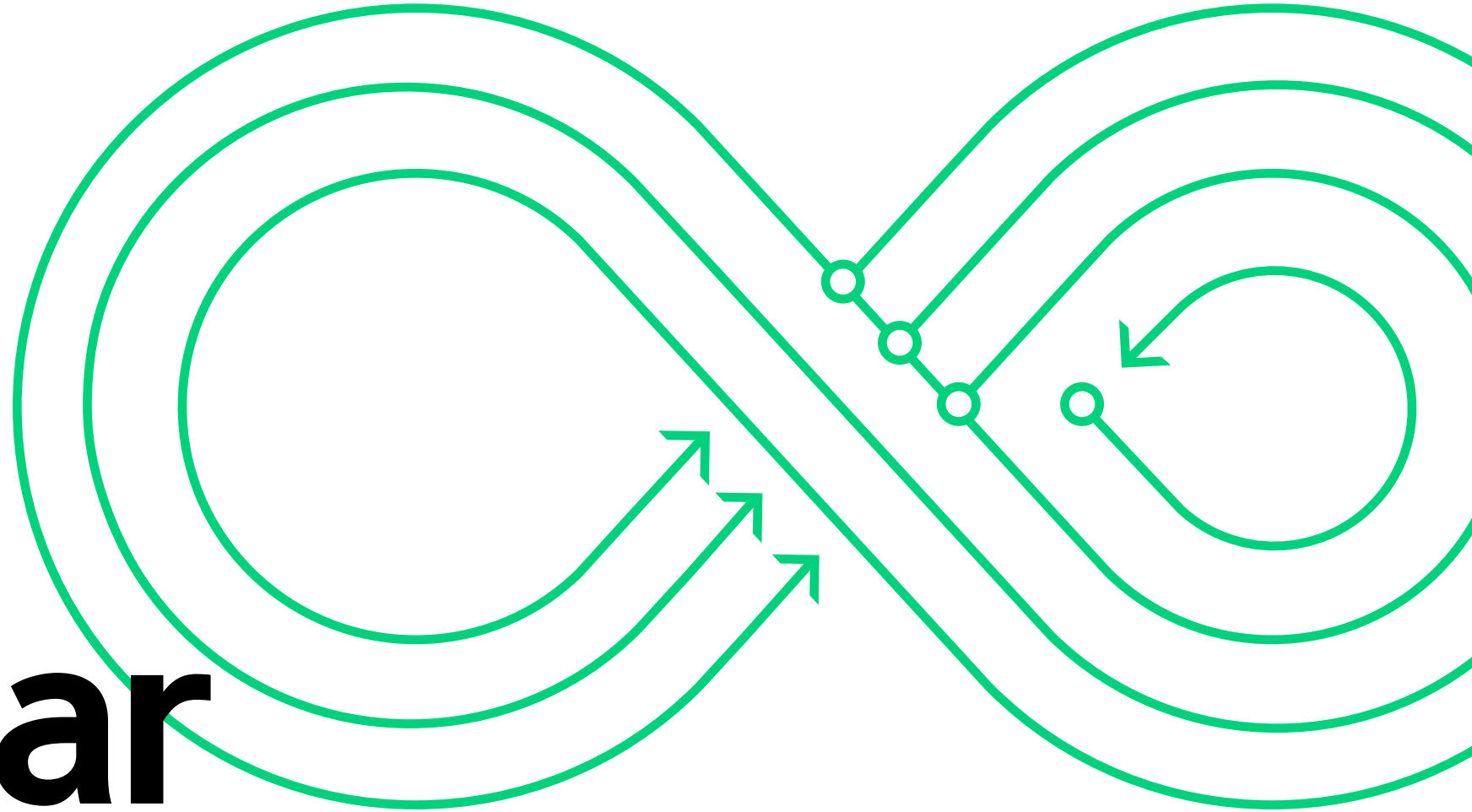


Kolon Industries FnC
ESG Story

Circular Fashion Innovator



About This Report

보고서 개요

전 세계적으로 증가하는 의류 폐기물과 이에 따라 발생하는 환경·사회 문제로 지속 가능한 패션에 대한 수요가 높아지고 있는 가운데, 코오롱FnC는 지속 가능한 패션을 실현하기 위해 전사 및 브랜드 차원에서 다양한 캠페인과 서비스를 선보이고 있습니다. 코오롱FnC는 2023년을 시작으로, 이러한 ESG활동과 성과를 담은 ESG활동보고서를 발간해 순환패션을 향한 여정을 공유하고자 합니다.

본 보고서의 자료 취합 기간은 2023년 9월부터 2024년 10월까지이며, 이를 바탕으로 보고서를 작성해 2024년 11월 발간했습니다.

웹페이지 연결 QR코드

내용에 기재된 서비스, 캠페인, 브랜드 등의 웹페이지로 바로 이동할 수 있도록 QR코드를 삽입했습니다. 더 자세한 내용을 알아보고 싶다면, 삽입된 QR코드를 찍어 살펴볼 수 있습니다.

약자를 배려한 유니버설 디자인

코오롱FnC의 2024년도 ESG활동보고서는 일부 유니버설 디자인(제품, 시설, 서비스를 이용하는 사람이 성별이나 나이, 장애, 언어 등의 요인으로 제약을 받지 않도록 설계하는 디자인)을 적용해, 시각약자와 고령층, 장애인 등을 배려한 색채와 서체를 사용했습니다.

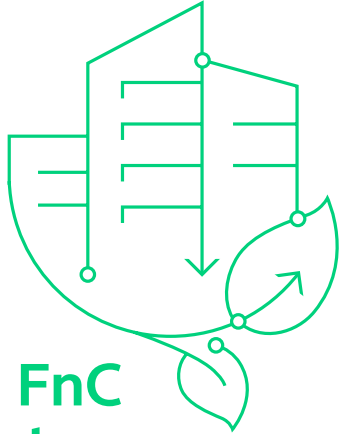
1. 시각약자를 배려한 색채 활용

- 시각약자를 배려해 명도 대비를 준 색상과 쉽게 구분이 가능한 색 조합을 적용해 디자인했습니다.
- 대주제를 대표하는 픽토그램과 색상을 지정해 독자가 내용을 어려움 없이 찾아 읽을 수 있도록 했으며, 보고서 오른쪽 테두리에 색면을 적용하여 주제를 알기 쉽게 표시했습니다.

2. 서체

한국장애인개발원에서 개발 후 제41회 장애인의 날(2021년 4월 20일)을 맞아 배포한 유니버설 디자인 서체 ‘온고딕’을 적용하여, 고령층과 저시력자 등 시각약자가 내용을 쉽게 인지할 수 있도록 했습니다. 온고딕 서체는 장식적인 요소를 배제해 가독성이 높으며, 실제 개발 과정에서 시각장애인 30명을 포함한 10~70대 332명을 대상으로 한 비교평가를 통해 판독성과 가독성의 우수함을 검증받았습니다.

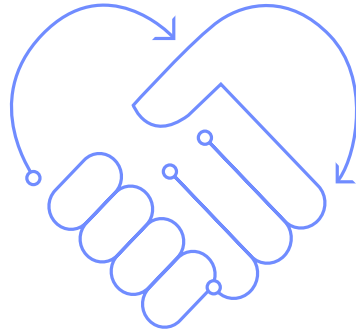
Contents



KOLON FnC ESG Strategy

코오롱FnC ESG전략

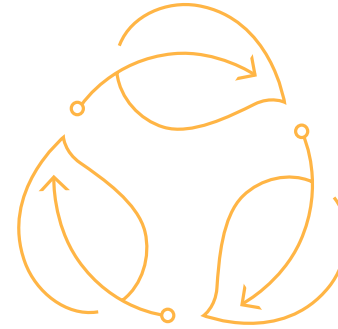
· 조직 구성	05
· 임팩트PU 주요전략 / 비전	06



Company-wide Level

전사차원

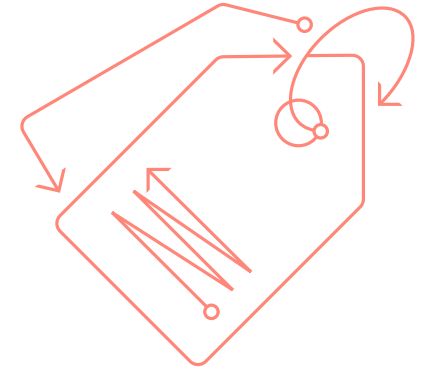
지속 가능한 패션의 선구자, 코오롱FnC	
· 2023 대한민국 지속가능성대회 의류부문 1위	08
· 나눔의 행복, 코확행 마켓	09
· 탄소발자국을 최소화하는 녹색물류	10



ESG Impact PU

ESG임팩트PU

순환패션을 혁신하는 ESG임팩트PU	
· CIRCULAR LIBRARY	12
· CIRCULAR FACTORY	13
· PARTNERSHIP	14
자연과 사람을 잇는 지속 가능한 캐시미어	
· 르캐시미어(LE CASHMERE)	16
재고 의류를 새롭게 보는 시각	
· 래코드(RE;CODE)	18
모두가 즐길 수 있는 순환패션 문화	
· CIRCULAR CLUB	21



Our Brands

코오롱물

가치소비의 길라잡이가 되어주는 코오롱물	24
-----------------------	----

코오롱스포츠(KOLON SPORT)

자연을 최고 벗 삼아 나아가다	26
------------------	----

에피그램(epigram)

로컬의 시공간적 다양성을 담다	29
------------------	----

시리즈(series;) / 쿠론(COURONNE)

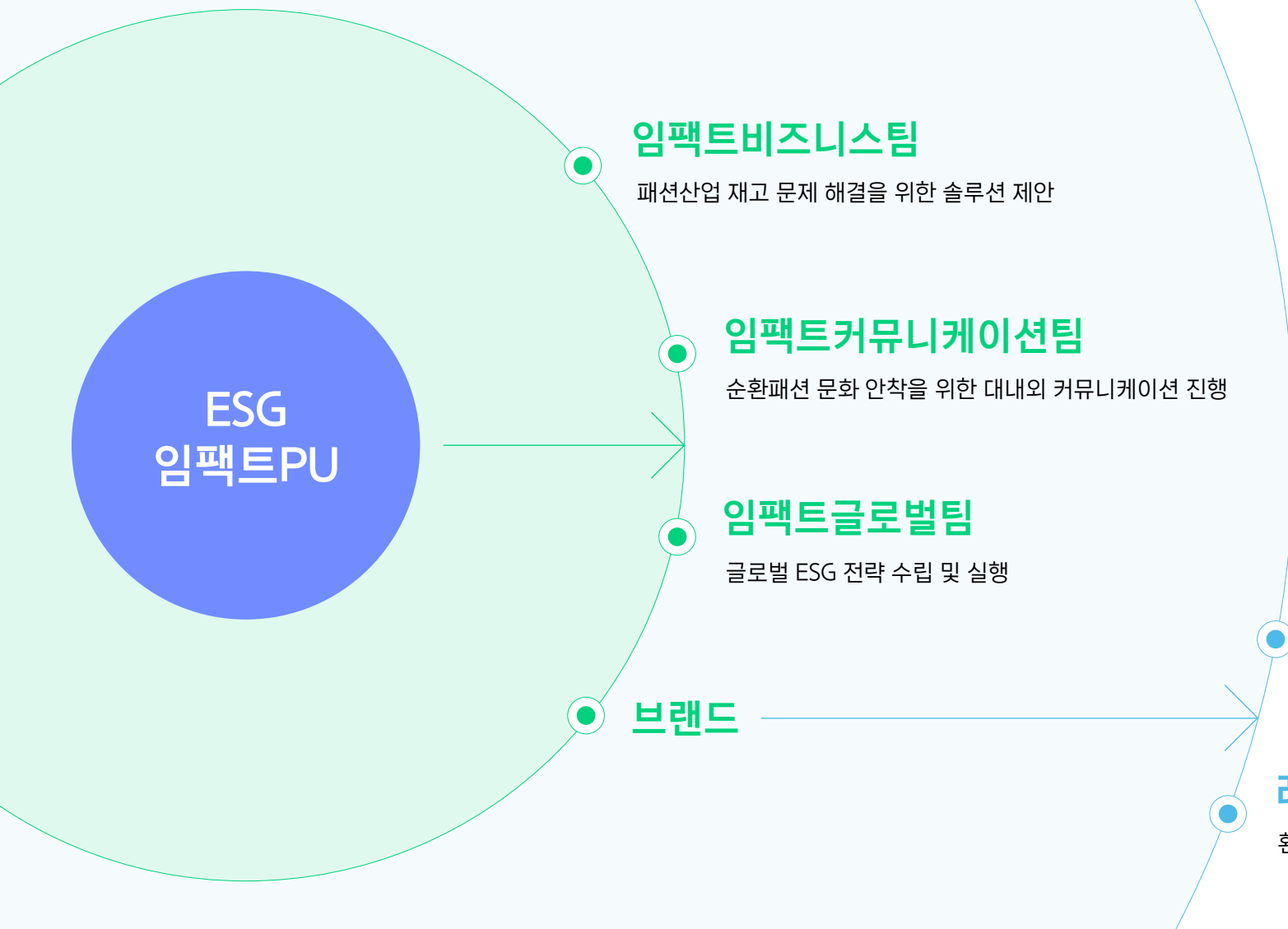
사회공헌 활동으로 공동체를 풍요롭게	31
---------------------	----

KOLON FnC ESG Strategy



코오롱FnC ESG전략

조직 구성



2022년 신설된 ESG임팩트PU는 ‘순환패션(Circular Fashion)’이라는 하나의 기조를 토대로 움직입니다.

ESG임팩트PU는 코오롱FnC가 순환패션을 통해 환경과 사회에 긍정적인 임팩트를 확산 할 수 있도록 사업 방향을 제시하고 있습니다.

앞으로 글로벌 자원순환센터 설립, 순환패션을 주제로 한 글로벌 글로벌 컬래버레이션 진행, ESG 브랜드 경쟁력 강화 등을 통해 코오롱FnC가 지속 가능한 패션의 선두주자로 거듭날 수 있도록 역할을 수행해나갈 것입니다.

르캐시미어(LE CASHMERE)

지속 가능한 캐시미어 브랜드

래코드(RE;CODE)

환경적, 사회적 책임을 다하는 업사이클링 브랜드



코오롱FnC ESG전략

임팩트PU 주요전략 / 비전



CIRCULAR CLUB

CIRCULAR FACTORY, CIRCULAR LIBRARY, CIRCULAR BRAND 라는 3가지 Pillar의 주요 가치를 국내외에 전파하기 위한 온오프라인 커뮤니티



CIRCULAR LIBRARY

2023년 12월 미국 LA 애보키니 지역에 오픈한 코오롱FnC의 글로벌 ESG 패션 스토어로서 글로벌 순환패션 컬래버레이션 플랫폼 역할을 수행. 향후 코오롱FnC 브랜드의 글로벌 진출 허브 역할을 비롯해 글로벌 ESG 커뮤니케이션의 온오프라인 채널로서의 기능을 담당



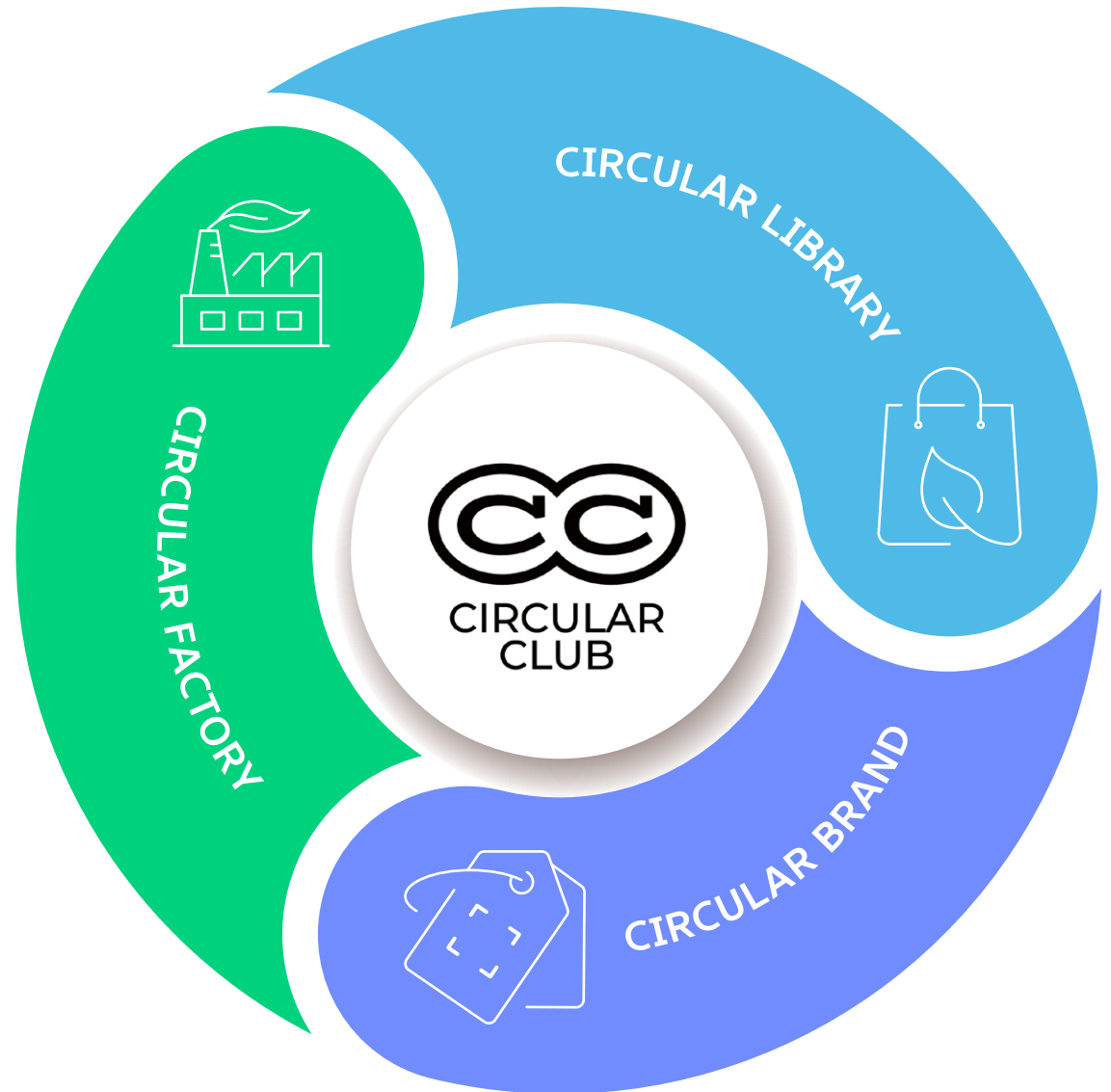
CIRCULAR FACTORY

폐의류의 재원료화를 실행하는 글로벌 자원 순환센터를 시작으로 관련 아젠다를 선점하고 소재 솔루션 비즈니스의 기반 구축



CIRCULAR BRAND

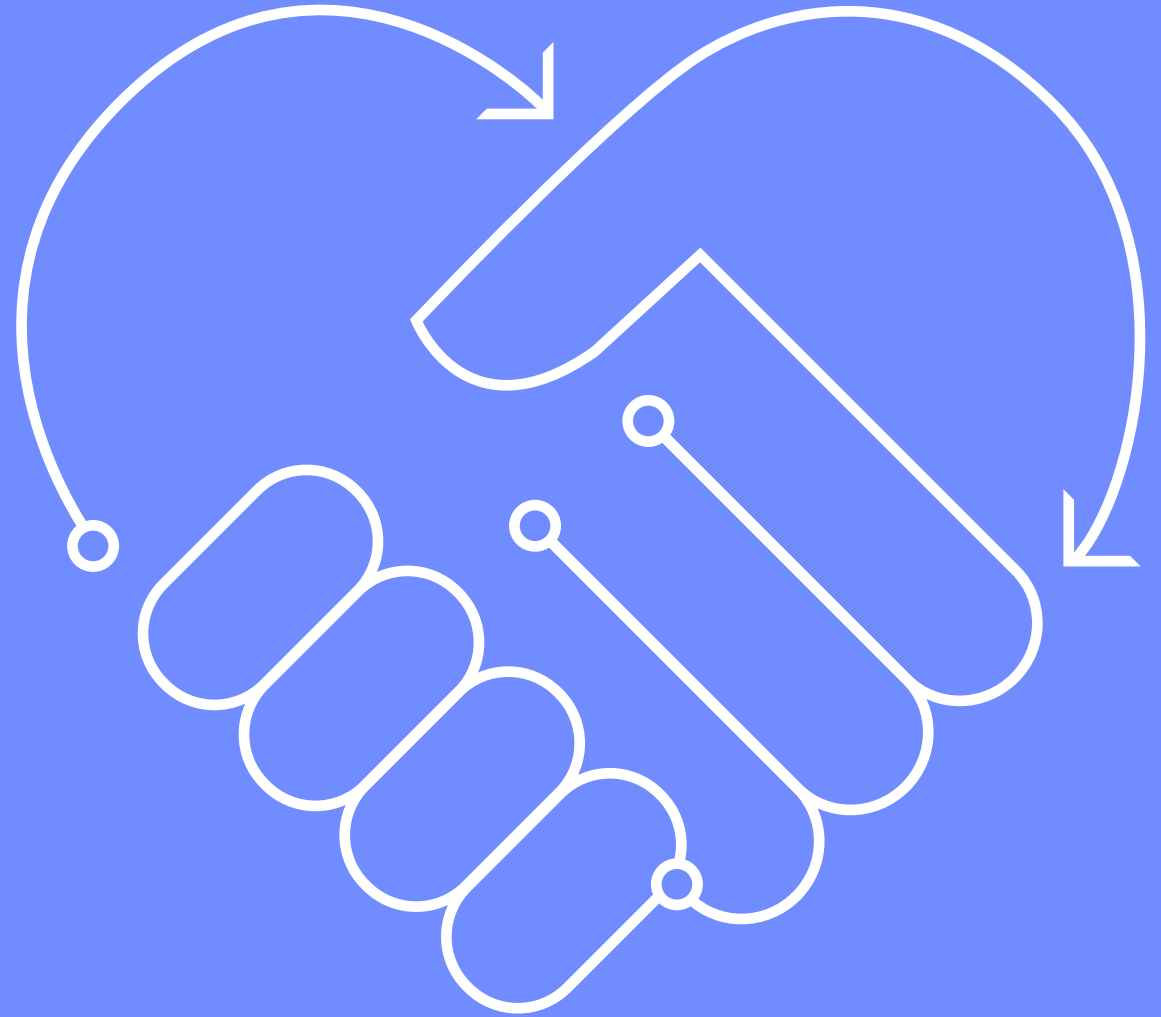
코오롱FnC 순환패션 시스템의 브랜딩을 담당하고 있는 지속 가능한 친환경 캐시미어 브랜드 LE CASHMERE 및 업사이클링 브랜드 RE;CODE를 시작으로 코오롱FnC의 다양한 ESG 브랜드를 발굴하고 육성하여 코오롱FnC 순환패션 시스템의 확장을 도모



전사차원

지속 가능한 패션의 선구자, 코오롱FnC

- 2023 대한민국 지속가능성대회 의류부문 1위 08
- 나눔의 행복, 코확행 마켓 09
- 탄소발자국을 최소화하는 녹색물류 10



Company-wide Level

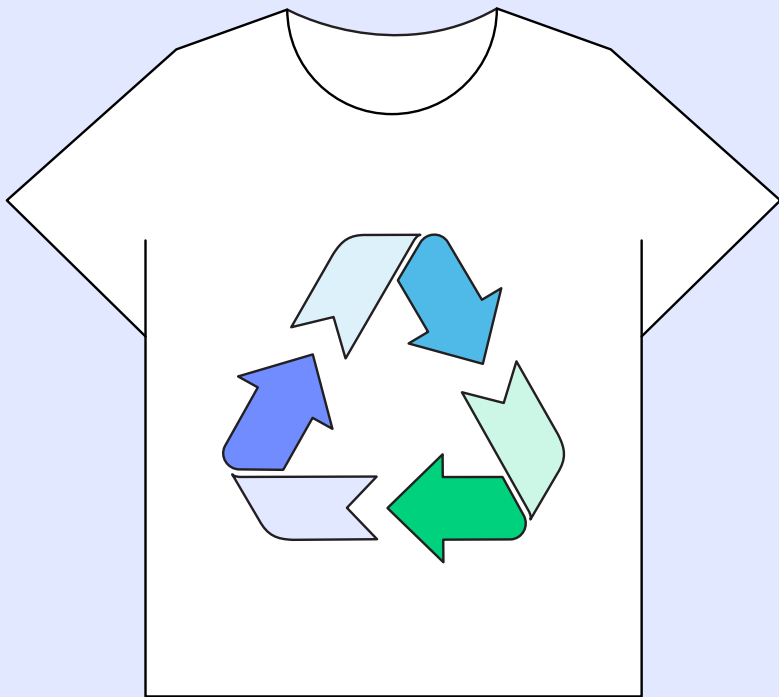
지속 가능한 패션의 선구자, 코오롱FnC



2023 대한민국
지속가능성대회

의류
부문

1 위



01

2023 대한민국 지속가능성대회 의류부문 1위

코오롱FnC는 지난해 11월 24일 진행된 '2023 대한민국 지속가능성대회' 대한민국 지속가능성지수(Korea Sustainability Index, KSI) 의류부문에서 1위를 차지하며 지속 가능한 패션을 선도하기 위한 노력과 성과를 인정받았습니다. 이를 이끈 코오롱FnC 대표이사 유석진 사장은 2023 지속가능경영 최고경영자상을 수상했습니다.

대한민국 지속가능성대회는 한국표준협회가 주관하며, 이해관계자 그룹과 전문가가 7대 핵심주제와 40개 하위 이슈를 기반으로 기업의 지속 가능성 수준을 평가합니다.

코오롱FnC는 지속 가능성을 실천하는 브랜드 포트폴리오 구축과 친환경 소재 사용, 그리고 순환패션 문화를 확산하기 위한 다양한 활동을 통해 ESG경영을 이어 나가고 있습니다.



▲ 코오롱FnC 대표이사 유석진 사장(왼쪽)이 2023 지속가능경영 최고경영자상을 수상하는 모습

나눔의 행복, 코확행 마켓 [2024.06]

코오롱FnC는 코오롱 봉사주간과 세계 환경의 달(6월)을 맞아해, CSR과 ESG활동 실천 차원에서 ‘코확행 마켓(코오롱에서 기부하고 확실한 나눔의 행복찾기)’을 개최했습니다. 코오롱FnC는 사회적 기업 ‘기아대책 행복한나눔’과 함께 행사를 준비해, 임직원이 기부한 물품을 행복한나눔을 통해 지역 사회에 기부했습니다. 판매되지 않은 제품은 국내외 취약계층의 자립을 돕기 위해 기증됐습니다. 50여 명의 임직원이 기부에 동참한 결과, 총 4,450,700원의 기부액을 달성했습니다.



▲ 코오롱FnC 직원들이 사내 기부 플리마켓 ‘코확행 마켓’에 참여하고 있는 모습



물품기부 참여 인원

50명



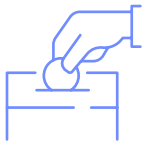
총 물품기증액

1,466,600원



현장구매 참여

178건



현장구매 기부액

2,884,100원



03

탄소발자국을 최소화하는 녹색물류

전기화물차 및 전기차 충전소 배치

코오롱FnC는 유통 과정에서도 탄소 배출을 최소화하고 있습니다. 친환경 전기화물차(왼쪽 사진) 5대 도입을 시작으로 서울, 경기, 충청 지역까지 전기화물차로 배송하며 배송 과정에서 발생하는 탄소 배출을 감축하고 있습니다. 코오롱FnC는 2028년까지 전기화물차를 20대 이상 배치할 계획입니다.

더불어 물류센터 내 전기충전소 5대와 태양전지를 활용한 램프를 도입하고, 물류센터 운영을 위한 장비인 지게차도 10대를 전기 충전식으로 전환하는 등 탄소중립 달성을 위해 노력하고 있습니다.

폐박스 자원 재활용

물류 업무 과정에서 불가피하게 발생하는 폐박스를 재활용하기 위해 수거업체와 파트너십을 맺어, 자원 재활용에 적극적으로 나서고 있습니다.

연도별 폐박스 수거량 및 연결 매출



ESG임팩트PU

순환패션을 혁신하는 ESG임팩트PU

- CIRCULAR LIBRARY 12
- CIRCULAR FACTORY 13
- PARTNERSHIP 14

자연과 사람을 잇는 지속 가능한 캐시미어

- 르캐시미어(LE CASHMERE) 16

재고 의류를 새롭게 보는 시각

- 래코드(RE;CODE) 18

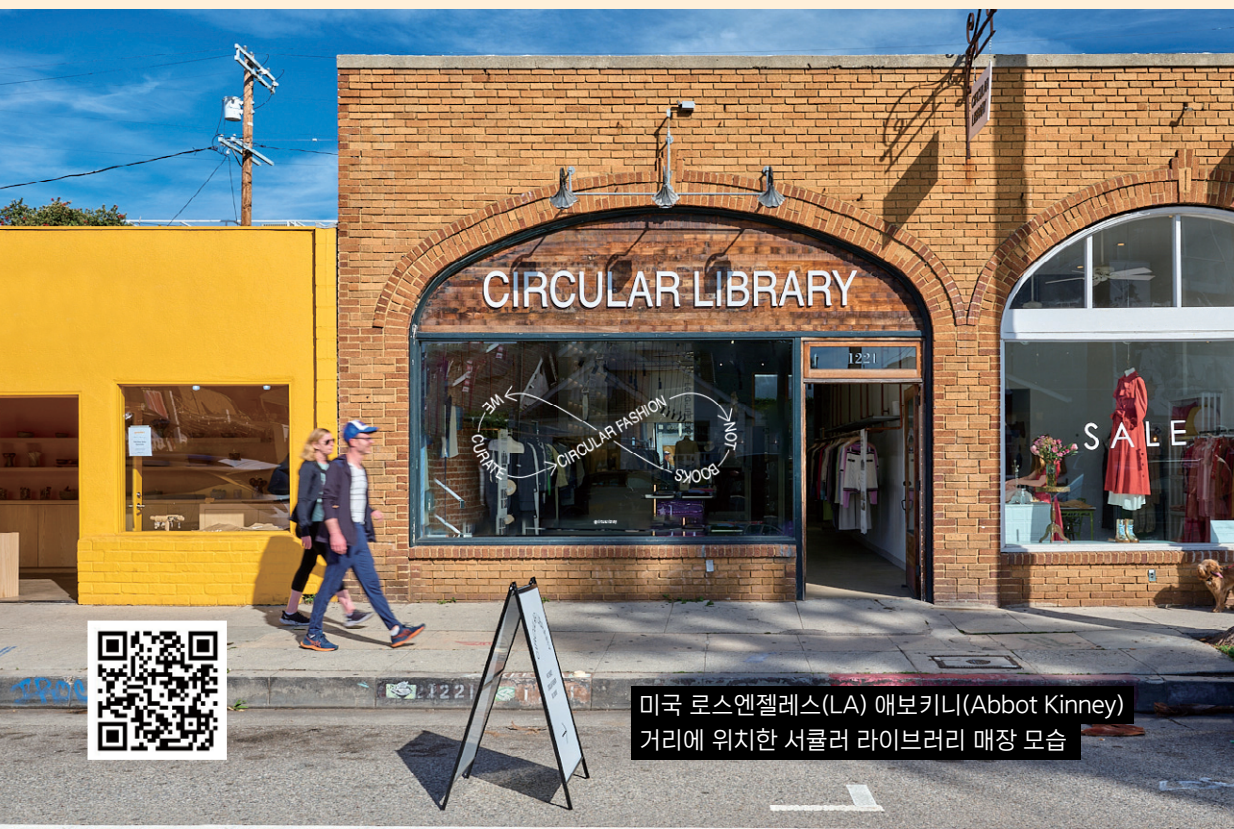
모두가 즐길 수 있는 순환패션 문화

- CIRCULAR CLUB 21



ESG Impact PU

순환패션을 혁신하는 ESG임팩트PU



미국 로스엔젤레스(LA) 애보키니(Abbot Kinney) 거리에 위치한 서클러 라이브러리 매장 모습

01

CIRCULAR LIBRARY [2023.12]

2023년 12월 미국 로스엔젤레스(LA) 애보키니(Abbot Kinney) 거리에 오픈한 CIRCULAR LIBRARY(서클러 라이브러리)는 지속 가능한 캐시미어 브랜드 '르캐시미어(LE CASHMERE)'와 업사이클링 브랜드 '래코드(RE;CODE)'가 입점된 글로벌 ESG 패션 스토어로서, 코오롱FnC의 첫 북미 직진출을 선도했습니다. 서클러 라이브러리는 글로벌 패션 브랜드, 셀러브리티와 협업해 순환패션 문화를 확장하는 복합 공간으로 운영될 계획입니다.

업사이클링 워크숍

서클러 라이브러리에서는 모두가 순환패션을 쉽고 편하게 즐기도록 다양한 로컬 브랜드, 아티스트와 협업해 워크숍을 진행하고 있습니다.

LA 기반의 빈티지 업사이클링 브랜드 'The Laughing Geisha'와 'Ysabel Hilado,' 'Other Lives Studio', 그리고 아티스트 'Aliana Mt'와 함께한 워크숍에 참여한 고객은 추억이 깃든 옷을 가져와 하나뿐인 디자인으로 업사이클링, 리폼했습니다.

서클러 라이브러리는 다양한 지역의 아티스트와 콜라베이션을 통해, 순환패션에 대한 인식 제고에 앞장서고 있습니다.



▲ 서클러 라이브러리에서 진행되는 협업 워크숍에서 참여자들이 가져온 옷을 새롭게 리폼하고 있다.

02

CIRCULAR FACTORY

CIRCULAR FACTORY(서큘러 팩토리)는 패션산업의 재고 문제가 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위한 코오롱FnC의 ESG경영이념을 실행하는 첫 단추입니다. 캐시미어 단일 소재의 폐의류, 의류를 제작하고 남은 원단, 재고 의류 등을 수거해 섬유에서 섬유로(Textile-to-textile) 재생하는 자원순환센터를 몽골 울란바토르에 설립할 예정입니다.

사업 실행을 위해 코오롱FnC는 지난해 9월 한국국제협력단(KOICA)과 '몽골, 베트남 폐의류 재고 서큘레이션 시스템 구축사업'을 위한 양해각서(MOU)를 체결했으며, 올해 8월 말 진행된 약정 체결을 토대로 실무에 착수했습니다.

LA 기후주간 토크쇼 개최 [2024.09]

올해 9월 8일부터 15일까지 미국 LA에서는 뉴욕의 기후주간에서 영감을 받은 'LA 기후주간(LA Climate Week)'이 처음으로 진행됐습니다. 서큘러 라이브러리는 이 기간에 LA 지역 사회와 환경에 긍정적인 임팩트를 확산하고자 토크쇼 행사를 주최해, 기후위기와 패션에 관심 있는 대중과 업계 관계자, 그리고 로컬 패션 브랜드 관계자를 초청했습니다.

토크쇼에는 45명이 참여해 순환패션과 지속 가능한 패션의 미래에 대한 의견과 인사이트를 공유했으며, 이들 모두 순환패션을 실천할 수 있는 커뮤니티 구축에 큰 공감대를 형성했습니다. 서큘러 라이브러리는 앞으로 모두가 지속 가능한 패션에 쉽게 접근할 수 있도록 다양한 커뮤니티 행사를 개최할 예정입니다.



▲ 2024년 9월 8일부터 15일까지 진행된 'LA 기후주간(LA Climate Week)' 기간 동안 서큘러 라이브러리에서 주최한 순환패션 토크쇼 현장



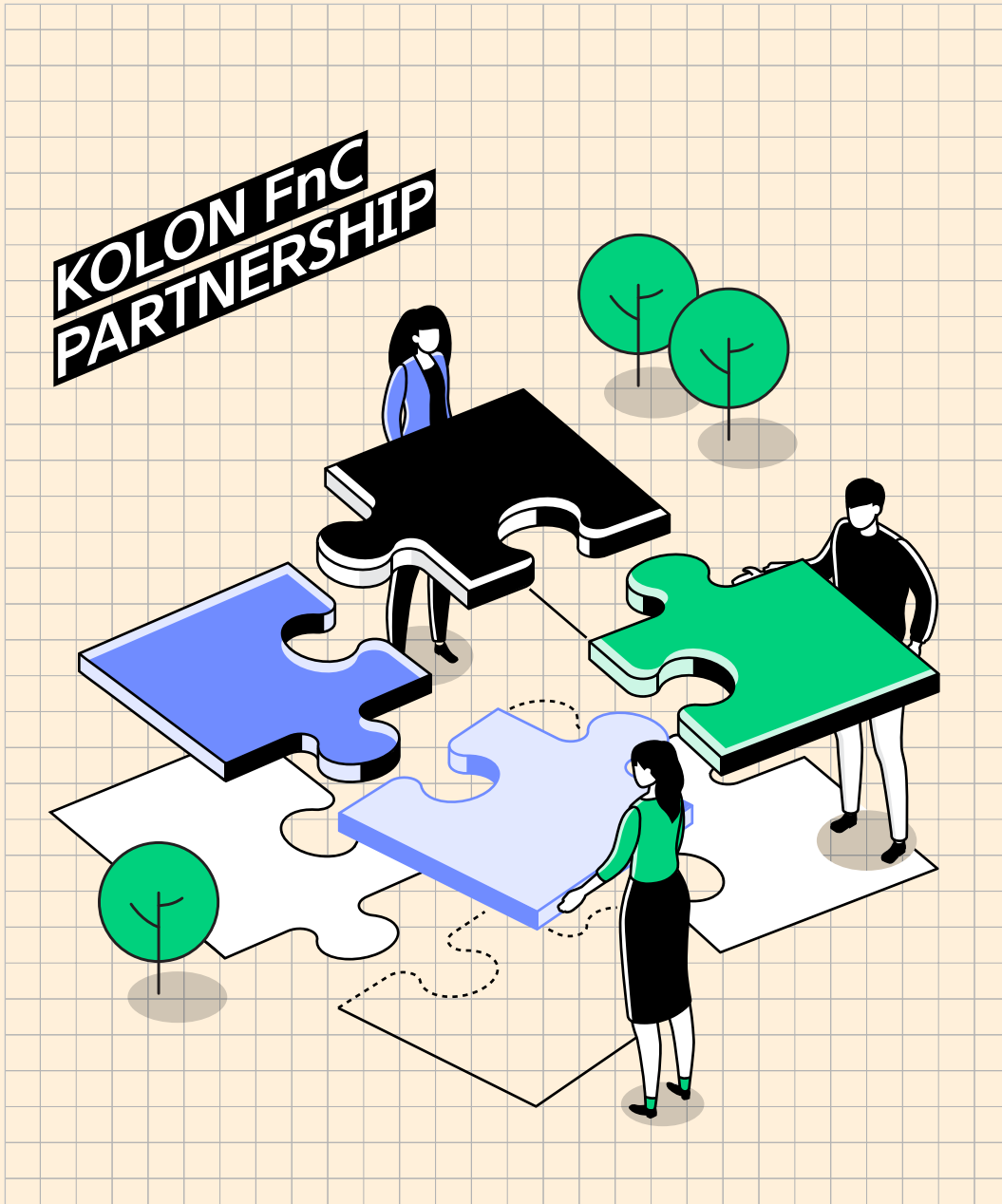
03

PARTNERSHIP

코오롱FnC × 큐티스바이오 [2023.09]

지난해 9월, 코오롱FnC는 합성생물학 기반 바이오 소재 개발회사 ‘큐티스바이오’와 ‘합성생물학 기반 지속 가능 염색소재 및 친환경 염색 공법의 사업화를 위한 업무협약식’을 진행했습니다.

합성생물학 분야의 국내 유일한 스타트업 큐티스바이오와 친환경 염색 공법 도입을 위해 맺은 MOU로, 브랜드 비즈니스에 적용하여 지속 가능성에 대한 경쟁력을 높이고자 합니다. 코오롱FnC는 르캐시미어 브랜드에 우선 적용 후 타 브랜드로 확장할 계획입니다.





코오롱FnC는 지속 가능한 캐시미어 브랜드
르캐시미어(LE CASHMERE)와 업사이클링 브랜드
레코드(RE;CODE)를 중심으로 ESG 브랜드를 발굴 및
육성하고 있습니다.

자연과 사람을 잇는 지속 가능한 캐시미어



CIRCULAR BRAND ①

르캐시미어(LE CASHMERE)

르캐시미어는 2014년부터 동물과 자연, 생산자 친화적 생산 공정을 기반으로 ‘지속 가능한 캐시미어’의 기준을 만들어왔습니다.

캐시미어 산양에게 해를 가하지 않는 방식을 택해, 자연스럽게 빠지는 털만 빗질해 채취한 원료로 지속 가능한 제품을 만듭니다. 풀의 뿌리까지 뜯어 먹는 산양이 몽골 내에서 야기하는 사막화 문제를 해결하기 위해 순환 방목을 실시해 목초지를 관리하고, ‘르캐시미어 숲’을 만들어 기후변화에 대응하고자 노력합니다. 더불어 몽골 생산자와 동반 성장을 지향하는 르캐시미어는 유목민 가족과 생산자 조합을 구성해 직접 거래를 진행하고, 공정한 가격으로 안정적인 수매를 보장합니다. 나아가 디자인, 마케팅 등 다양한 교육을 통해 현지 생산자의 자립을 지원합니다.

제로웨이스트 생산

3D 니팅(3D-knitting) 기법을 사용해, 생산 과정에서 버려지는 폐원단의 양을 최소화합니다. 봉제선이 없는 심리스(Seamless) 디자인은 환경에 이로울 뿐만 아니라 뛰어난 착용감과 제작 효율성을 자랑하기 때문에 반응 생산에 적합합니다.

리버스 라인(Rebirth Line)

재고에 다양한 기법을 더해 새로운 제품으로 재탄생시킨 리버스 라인을 출시했습니다. 그라데이션, 날염 등 가먼트 다잉(Garment Dyeing) 염색 기법과 폐원단을 분해해서 만든 리사이클 충전재를 적용하는 것이 특징입니다.

지속 가능 소재 확장

24SS 시즌부터 지속 가능한 소재를 상품에 확대 적용해, 여름철에도 착용이 가능한 ‘서머 캐시미어(Summer Cashmere)’와 캐시미어와 오가닉 코튼을 결합한 ‘코튼 캐시미어(Cotton Cashmere)’로 제작한 상품을 선보였습니다. ‘리사이클 코튼(Recycled Cotton)’ 제품에는 글로벌 재생 표준 인증을 받은 코튼 원사를 사용했습니다.

‘순환’을 주제로 한 컬래버레이션 [2024.01]

한국 전통문화를 현대적인 방식으로 재해석하는 전통문화연구소 ‘온지음 옷공방’과 친환경 바이오 성분의 염색 공법을 개발하는 ‘큐티스바이오’와 협업해 ‘회장저고리’ 작품을 제작하고 올해 1월 미국 서클러 라이브러리 공간에 전시했습니다. 회장저고리는 한국에서 보관하는 저고리 중 가장 오래된 1400년대 유물을 지속 가능한 소재로 재현하고 친환경 염색 기법을 적용한 작품입니다. 한국 의복의 재해석으로 옛것을 보존하고 계승해 미래의 유산으로 남기는 지속 가능성에 대한 르캐시미어의 철학을 표현했습니다.

프리뷰 인 서울 2024(PIS) 전시 참여 [2024.08]

르캐시미어는 한국섬유산업연합회가 주관하는 국내 최대 섬유·패션산업 전시회인 <프리뷰 인 서울 2024(PIS)>에 참가해 큐티스바이오와 협업한 친환경 염색 공법이 적용된 상품을 소개했습니다. 전시에서는 큐티스바이오에서 자체 개발한 미생물을 활용한 친환경 염색 공법인 ‘아쿠아인디고’를 적용한 캐시미어 스웨터, 가디건, 니트 스카프 등 6가지 상품을 선보였으며, 각 상품은 푸른 계열의 염색 패턴을 다양하게 보여줬습니다. 아쿠아인디고 염색 공법은 많은 양의 물과 화학물질을 사용하는 화학 인디고 염료를 대체하면서도 대량으로 친환경 염색이 가능해 생산성이 높습니다.



전통문화연구소 ‘온지음 옷공방’과 친환경 바이오 성분의 염색 공법을 개발하는 ‘큐티스바이오’가 함께 제작한 ‘회장저고리’ 작품



큐티스바이오의 친환경 염색 공법 ‘아쿠아인디고’를 적용한 니트가 서클러 라이브러리에 비치되어 있다.



르캐시미어의 리버스 라인 제품으로, 가먼트 다잉 염색 기법과 패턴으로 만든 리사이클 충전재를 적용한 것이 특징



ESG임팩트PU



재고 의류를 새롭게 보는 시각

CIRCULAR BRAND ②

래코드(RE;CODE)

래코드는 재고 업사이클링과 지속 가능한 소재의 사용을 통해 창의적인 컬렉션을 디자인하고 생산하는 컨셔스(Conscious) 브랜드입니다. 환경적, 사회적 책임을 다하는 옷으로 의식 있는 삶의 실현을 돕자는 미션으로 나아갑니다.

환경적 책임을 다하는 생산

래코드는 기본적으로 팔리지 않은 재고를 사용해 의류를 생산하며, 생산 과정에서 남기고 버려지는 것이 없도록 '제로 웨이스트(Zero-waste)' 업사이클링을 지향합니다. 더불어 수요 대비 제한된 생산 수량으로 재고를 최소화해, 재고가 다시 발생하는 일을 방지합니다.

더 나아가 자원 순환을 위한 행동으로, 2024년 9월 1일부터 래코드의 친환경 쇼핑백이 다회용 리유저블 백으로 유상 교체됐습니다. 리유저블 백은 제품 생산 과정에서 발생하는 남은 원단들로 제작된 다회용백으로 데일리백, 장바구니 등 다양한 용도로 사용이 가능합니다.

사회적 책임을 다하는 생산

래코드 제품 80% 이상은 한국의 지역 사회에서 생산되며, 봉제 장인들의 핸드크래프트 기술로 정성스럽게 만들어집니다. 생산 과정에서 싱글맘, 새터민, 난민, 자립준비청년과 같은 사회적 배려 대상자와 협업해 사회적 가치를 창출합니다.

고객과 만들어가는 업사이클링 문화

래코드는 업사이클링 워크숍 리테이블(RE;TABLE)을 정기적으로 개최해, 고객이 쉽게 업사이클링을 경험할 수 있도록 장려합니다. 올해 7월, 래코드는 텍스타일 아티스트 정희기와 협업해, '양말인형 래;토'를 출시하고 이를 기념하는 리테이블을 진행했습니다. 참여자는 양말에 패턴을 그리고, 바느질로 꿰맨 후 솜을 채워 인형의 얼굴을 장식해 양말에 새 생명을 불어넣었습니다.

청담 플래그십 스토어 1주년 팝업 [2024.05]

올해 5월, 래코드는 청담 플래그십 스토어 오픈 1주년을 기념하기 위해 '리콜렉티브 팝업 스토어'를 진행했습니다. 팝업에는 지속 가능성을 지향하고 실천하는 브랜드를 초청해 의미를 더했습니다.

팝업 행사는 버려지는 물건의 재발견에 집중했습니다. 폐기되는 소재로 가구와 오브제를 제작하는 김하늘 작가와 협업해 폐에어백을 활용한 작품을 선보이고, 가방 제품 '미니 하프문백'을 만드는 리테이블 워크숍을 진행해 업사이클링의 가치를 강조했습니다.



▲ 아티스트 정희기와 협업한 '양말인형 래;토' 출시 기념 리테이블 현장



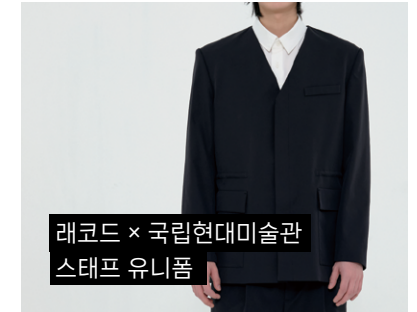
▲ 래코드 청담 플래그십 스토어 오픈 1주년 팝업 행사에 전시된 김하늘 작가의 작품

선한 영향력을 전파하는 협업

래코드는 KT의 하계 유니폼 조끼를 업사이클링해 룸 슬리퍼와 티셔츠를 제작했습니다. 협업 제작품은 KT의 사회공헌 사업 중 하나인 KT 꿈품교실의 굿즈로 활용됐습니다.

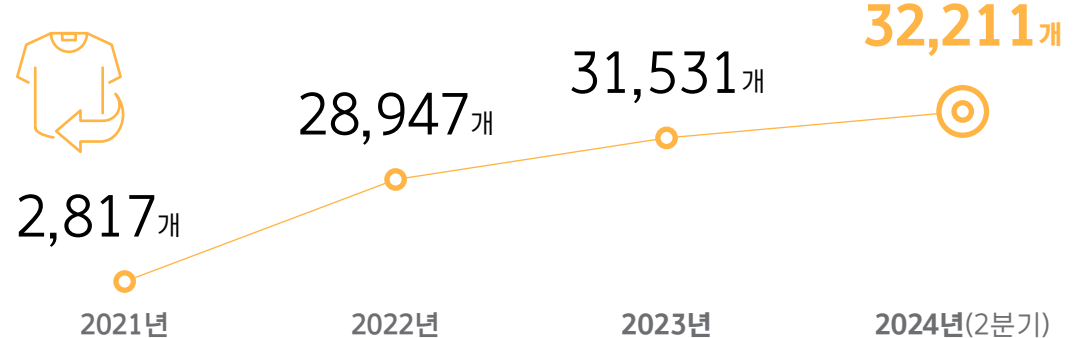
래코드의 방식으로 재해석한 유니폼 제작

래코드는 국립현대미술관(MMCA) 서울관, 과천관, 청주관의 하절기 스태프 유니폼을 디자인했습니다. 미술관 탄소 프로젝트를 통해 수렴된 스태프 의견 및 MMCA 정체성을 반영해, 친환경 소재를 활용한 새로운 유니폼을 제안했고, 이를 통해 지속 가능한 이야기를 표현하고자 했습니다.



더불어 일본 현지 카페 '블루보틀'의 매장과 같은 감각적인 공간을 시공하는 일본 기반의 디자인 컨스트럭션 스튜디오 'TANK'를 위한 워크 베스트와 툴 키트를 디자인하기도 했습니다.

래코드가 되살린 의류 수



브랜드 및 아티스트와 함께하는 지속 가능한 패션

· **래코드 × BOURIE** 래코드의 재고를 지속 가능한 브랜드 부리(BOURIE)의 감성으로 재해석한 컬렉션입니다.

· **래코드 × SURGERY** 해체주의적 사고를 기반으로 빈티지 리메이크와 스타일의 재해석을 통해 디자인을 전개하는 써저리(SURGERY)와 협업해, 코오롱FnC의 재고 바람막이와 나일론 팬츠를 해체 후 재조합해 한정판 제품을 제작했습니다.

· **래코드 × 서도호 × 아트선재센터** 한국 동시대 미술에서 중요한 작가 중 한 명인 서도호와 협업 티셔츠를 제작했습니다. 티셔츠는 아트선재센터에서 개최한 <서도호:스페큘레이션> 전시와 연계해 제작됐으며, 특히 친환경적인 소비 및 유통에 대한 고민을 담아 선주문 방식으로 진행했습니다. 티셔츠는 서도호 작가가 천을 재료 삼아 집을 만드는 과정에서 분리되어 나온 패턴 조각을 래코드가 활용하는 소각 위기에 처해진 의류나 자재와 결합하여 만들어졌습니다.



▲ 래코드와 써저리(SURGERY)가 협업해 제작한 한정판 제품



▲ 래코드와 서도호 작가가 협업해 제작한 티셔츠



수선/리폼 의뢰 건수
(2014년~2024년 2분기)

2,099 건



리테이블 진행 건수
(2014년~2024년 2분기)

2,311 건



함께한 사회적 배려 대상자 수
(2014년~2024년 2분기)

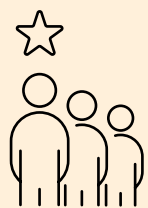
27 명



리테이블 참여 인원 수
(2014년~2024년 2분기)

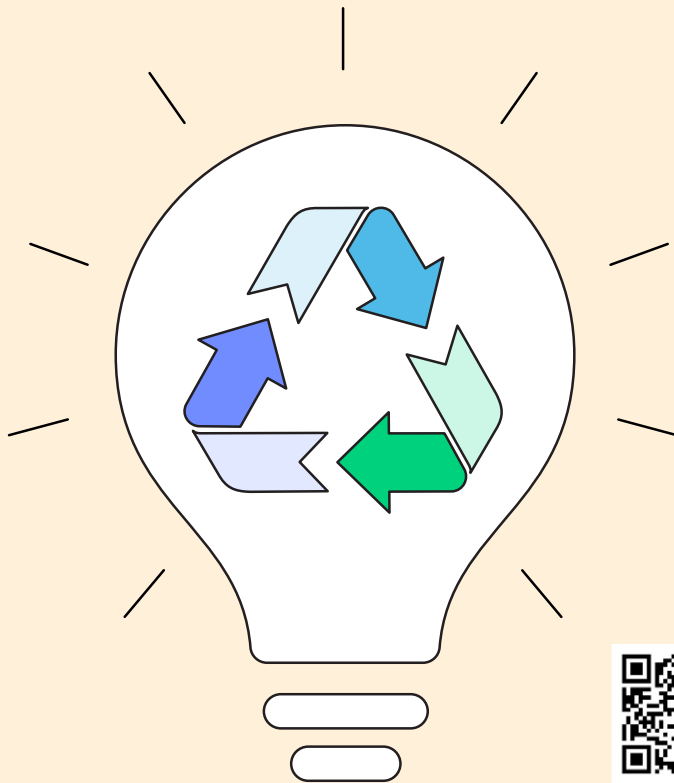
21,230 명

모두가 즐길 수 있는 순환패션 문화



패션 임팩트 챌린지
1, 2기 총 지원자 수

605명



CIRCULAR CLUB



서클러 클럽(CIRCULAR CLUB)은 ESG임팩트PU의 주요 전략인 서클러 라이브러리, 서클러 팩토리, 그리고 서클러 브랜드를 대내외로 알려, 코오롱FnC가 주도하는 순환패션 문화에 대한 '영 제너레이션(Young Generation)'의 인지도 확보를 목표로 합니다. 순환패션에 대한 다양한 이야기를 전하는 서클러 클럽 인스타그램(@circular_club) 운영과 대학생 및 청년 대상 공모전 개최를 중심으로 커뮤니케이션을 전개합니다.

2023년도 패션 임팩트 챌린지 1기 [2023.11]

코오롱FnC는 2023년 11월 국내 패션 기업 최초로 ESG 패션 공모전 '패션 임팩트 챌린지'를 개최했습니다. '모두의 취향을 존중하는 코오롱FnC만의 지속 가능한 패션 솔루션'이라는 주제로 대학(원)생을 대상으로 패션 생태계에 새로운 가치를 창출할 아이디어를 공모받았습니다. 지원자는 코오롱FnC에서 제공하는 사전교육, 1:1 멘토링, 그리고 본선 토론의 치열한 과정을 거치며 아이디어를 한층 더 발전시켰습니다. 대상은 지체 장애인의 입을 권리를 보장하는 '어댑티브' 옵션을 의류에 추가하는 솔루션을 제안한 '셀렉터블(Selectable)'팀이 거머쥐었습니다.



2023년도 패션 임팩트 챌린지 1기 참여자 및 수상자



코오롱FnC가 <제1회 대한민국 사회적 가치 페스타>에 설치한 전시 부스로, 르캐시미어(LE CASHMERE)와 레코드(RE:CODE)의 순환 여정을 보여주는 전시를 진행했다.

2024년도 패션 임팩트 챌린지 2기 [2024.09]

· 청년 크리에이터 대상 숏폼 공모전

지난해 첫 패션 임팩트 챌린지를 성황리에 개최한 데 이어 올해는 만 19세 이상 34세 미만 청년 크리에이터를 대상으로 '패션 임팩트 챌린지 2기'를 진행했습니다. '지속 가능한 패션을 실천하는 나만의 노하우'를 소셜 미디어에서 유행 중인 '숏폼(Short-form, 짧은 영상)' 형태로 제작 후 공유하는 것을 주제로 해 MZ세대의 열렬한 반응을 끌어냈습니다.

· 제1회 대한민국 사회적 가치 페스타 공동 주관

패션 임팩트 챌린지 2기는 대한상공회의소가 주최하고, 코오롱FnC가 공동 주관한 국내 최대 임팩트 행사 '제1회 대한민국 사회적 가치 페스타'와 함께하게 되어 의미가 컸습니다. 행사에서는 수상작에 대한 시상식을 진행하고, 전시 <순환 패션, 순환 여정>을 통해 지원자의 숏폼 작품과 르캐시미어와 레코드의 지속 가능한 생산 방식과 운영을 보여줬습니다.



▲ 패션 임팩트 챌린지 2기 수상자들이 '제1회 대한민국 사회적 가치 페스타'에서 진행된 시상식에 참여한 모습

코오롱몰

가치소비의 길라잡이가 되어주는 코오롱몰 24

코오롱스포츠(KOLON SPORT)

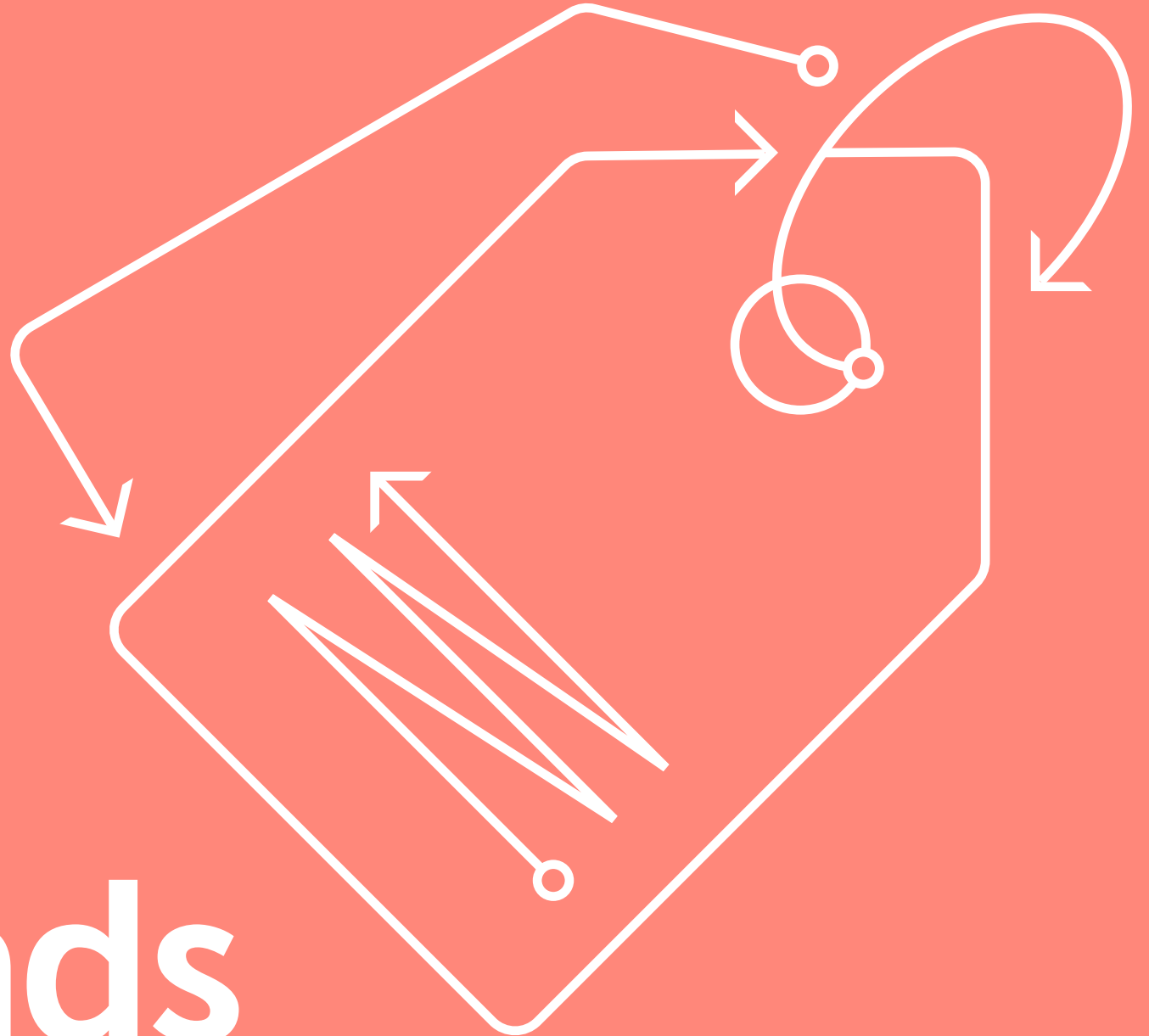
자연을 최고 벗 삼아 나아가다 26

에피그램(epigram)

로컬의 시공간적 다양성을 담다 29

시리즈(series;) / 쿠론(COURONNE)

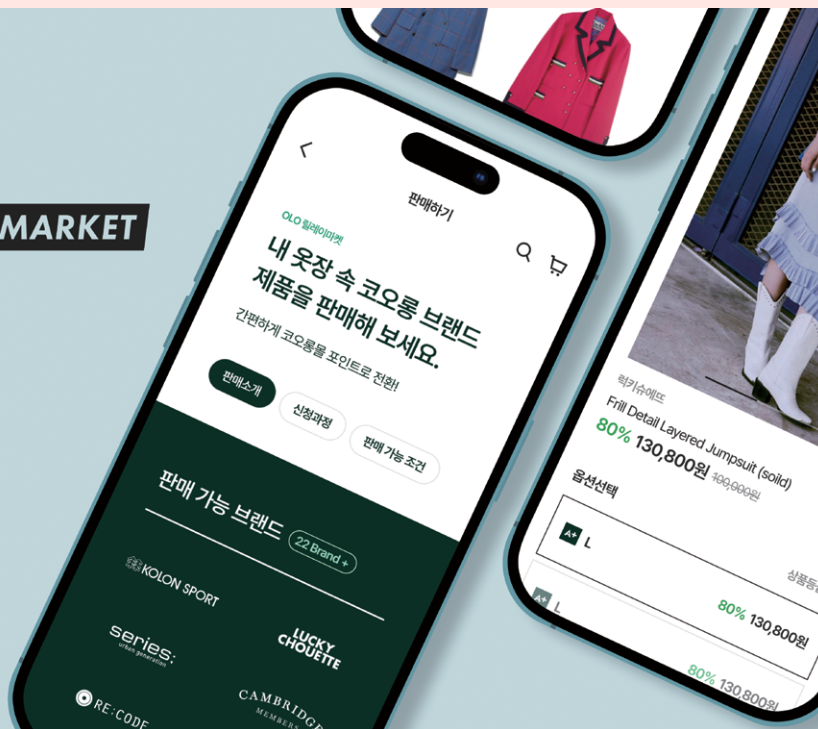
사회공헌 활동으로 공동체를 풍요롭게 31



Our Brands

가치소비의 길라잡이가 되어주는 코오롱몰

OLO RELAY MARKET
KOLON MALL



01

오엘오 릴레이 마켓(OLO Relay Market)

2022년 코오롱몰이 브랜드 리세일 솔루션 스타트업 '마들렌메모리'와 손잡고 런칭한 국내 패션기업 최초의 자사 브랜드 중고거래 서비스 '오엘오 릴레이 마켓(OLO Relay Market)'은 입점 브랜드를 지난해 2곳에서 올해 22곳으로 늘려, 순환패션 실천에 앞장서고 있습니다.

고객이 매입 기준에 충족하는 코오롱FnC 브랜드 제품을 판매 신청하면, 회수 후 세탁과 가벼운 수선, 등급화의 과정을 거칩니다. 이후 신제품 대비 평균 60~80% 저렴한 가격으로 재판매되어, 소비자는 지난 시즌의 옷과 좋은 품질의 옷을 합리적인 가격에 구매할 수 있습니다. 우수한 품질의 상품을 제공한 고객에게는 코오롱몰 포인트를 등급에 따라 차등 지급해, 제품의 사용주기 연장에 대한 보상을 합니다.

누적 이용자 수(2024년 7월 기준)

2,099 명

누적 매입 성공 상품 수

26,105 개

누적 구매 완료 상품 수(반품 제외)

18,809 개

판매 성과 비율

72 %



온라인 수선 서비스 [2024.05]

코오롱FnC는 ESG경영철학 중 하나인 '리버스(REBIRTH)'를 실천하는 방안으로 온라인 수선 서비스를 올해 5월 공식 오픈했습니다.

옷의 사용주기를 늘려 오래 입자는 취지에서 시작된 수선 서비스는 코오롱몰과 코오롱스포츠 온라인몰에 확장 오픈되어, 고객이 번거로움 없이 언제든지 수선 신청을 할 수 있도록 했습니다. 특히 1980년대부터 수선 서비스를 시작해 연간 약 27만 건의 수선을 진행하고 있는 코오롱스포츠의 전문적인 수선 서비스를 온라인까지 확장해, 고객이 쉽게 순환패션 실천에 동참할 수 있도록 하여 의미가 큼니다.

고객은 코오롱FnC의 의류를 구매한 이력에서 수선 상품을 선택한 뒤, 수선 요청 사항과 수선 부위를 텍스트와 사진으로 기입해 신청할 수 있습니다. 수선 서비스 센터로 이동된 제품은 수선 가능 여부가 결정되면 장인의 손을 거쳐 원 상태와 유사한 상태로 수선이 됩니다.

리버스 경영철학을 효과적으로 전달하기 위해 수선 서비스 웹사이트에서는 수선 장인의 이야기와 의류 관리 방법, 셀프 수선 방법, 고객 후기 등의 콘텐츠를 제공할 계획입니다. 코오롱FnC는 앞으로도 수선 서비스를 자사 브랜드 사이트로도 확장해, 고객과의 접점을 늘려 나가고자 합니다.



(2023년 기준)



수선을 통해 재사용된 상품 수

265,940 개



수선된 제품을 사용한 고객 수

190,701 명

자연을 최고 벗 삼아 나아가다

‘Your Best Way to Nature’

1973년 대한민국 최초의 아웃도어 브랜드로 시작한
코오롱스포츠(KOLON SPORT)는 자연으로 가는 가장 좋은
방법을 고민합니다. 환경, 사회와 공존할 수 있는 디자인과
기술력을 갖춘 지속 가능한 아웃도어 제품을 생산합니다.



2023년 50주년을 맞은 코오롱스포츠의
지속 가능한 전시 <EVERGREEN ENERGY>



전시장에 설치된 상록수 숲길



코오롱스포츠의 지난 50년의 여정을
둘러볼 수 있는 전시공간

01

50주년 전시 <EVERGREEN ENERGY: 우리의 소나무 넘어, 새로운 세상으로> [2023.10 ~ 2023.11]

2023년 50주년을 맞은 코오롱스포츠(KOLON SPORT)는 ‘에버그린 에너지’라는 주제로 브랜드의 역사와 미래를 담은 지속 가능한 전시를 개최했습니다. 자연에서 얻은 영감을 기반으로 끊임없이 도전하고 탐구해 온 코오롱스포츠의 지난 50년을 돌아볼 수 있는 특별한 전시였습니다. 특히 전시 공간에 쓰인 설치물과 집기, 자재 모두 재활용이 되게끔 기획해, 팝업 스토어와 전시가 남기는 폐기물 문제를 지나치지 않고 지속 가능성에 대한 의지를 확고히 했습니다.

코오롱스포츠는 브랜드 로고인 상록수 모양으로 연출한 숲길과 50주년 특별 에디션, 자연의 에너지를 주제로 한 키네틱 아트, 그리고 지난 50년간 선보였던 제품과 브랜드 역사를 돌아볼 수 있는 6개의 전시 공간을 기획해 풍부한 볼거리를 제공했습니다.

상록수 숲길은 25m로 조성됐으며, 17그루의 실제 전나무와 연출용 목재를 활용해 자연을 그대로 심어 놓았습니다. 상록수의 곧은 수형은 미래를 향한 코오롱스포츠의 굳건한 의지를 나타내기도 했습니다. 숲길에 사용된 나무 일부는 경상북도 울진 숲에 식재됐으며, 벤치와 테이블 등 목재 일부는 가구 소재로 재사용됐습니다.

이 외에도 코오롱스포츠가 지원하는 남극 탐사 연구원의 실제 피복 제품을 설치해, 브랜드의 기술력을 전시했습니다.



02

쑈쓉리버스 지속 가능 전시 [2024.05]

2022년 대한민국의 청정지역 제주에 오픈한 코오롱스포츠의 콘셉트 매장 ‘쑈쓉리버스’는 다양한 작가와 협업해 지속 가능 전시를 정기적으로 개최하며, 지속 가능성의 가치와 예술을 결합한 브랜드 철학을 널리 알리고 있습니다.

올해 5월에는 텍스타일 기반의 재료를 탐구하고, 이를 조각의 형식으로 스토리텔링하는 오상민 작가와 협업해 <머들머들(Muddle Muddle)> 전시를 개최했습니다. 이번 전시는 코오롱스포츠의 백패킹용 텐트 ‘에어로라이트’와 코오롱스포츠 50주년 전시에 쓰인 대형 패브릭, 그리고 ‘남성 데이팩 스탠드백 재킷’의 재고 원단을 업사이클링해 창작한 작품을 선보이는 자리였습니다. 업사이클링된 재고는 조명 작품 3종으로 구성돼, 흩어져 있는 제주의 돌에서 발견한 빛을 표현했습니다.



▲ 제주도에 위치한 코오롱스포츠의 콘셉트 매장 ‘쑈쓉리버스’ 외관



▲ 쑈쓉리버스와 오상민 작가가 협업해 개최한 전시 <머들머들(Muddle Muddle)> 중 일부

03

무브 어스

지난해 코오롱스포츠는 50주년을 맞아해 친환경 소재를 활용한 아웃도어 스니커즈 ‘무브 어스(MOVE EARTH)’를 출시했습니다. 지난해에는 사과 폐기물을 가공한 비건 가죽 ‘애플스킨(Appleskin)’을 적용한 무브 어스를 선보인 데 이어, 올해는 선인장 가죽 ‘프레임어스’ 원단을 국내 최초로 신발 제품 일부에 적용했습니다.

프레임어스는 국내 식물성 소재 기업 ‘그린컨티뉴’가 개발했으며, 남해와 제주에서 버려져 소각되던 선인장잎을 재활용한 것이 특징입니다. 선인장잎은 농장 1만 평 기준 이산화탄소 배출량을 7,000톤을 절감해, 탄소 저감에 크게 기여합니다.

무브 어스는 이 외에도 재활용 고무를 사용한 ‘비브람 에코스텝(Vibram Ecostep)’을 제품에 적용해 지속 가능성을 더했습니다.



▲ 선인장 가죽 ‘프레임어스’ 원단을 일부 적용한 코오롱스포츠의 ‘무브 어스(MOVE EARTH)’ 스니커즈

중고 상품 매입 서비스 [2024.03 ~ 2024.06]

오래 입는 옷의 가치를 중시하는 코오롱스포츠(KOLON SPORT)는 코오롱FnC의 경영철학인 리버스의 일환으로, 14개의 오프라인 매장에서 중고 상품 매입 시스템을 도입해 올해 3월부터 6월까지 시범 운영했습니다. 코오롱스포츠는 제품을 고쳐 쓰고, 다시 쓰고, 새롭게 쓰는 리버스 서비스를 통해 좋아하는 옷을 오래 착용할 수 있다는 메시지를 고객에게 전했습니다.

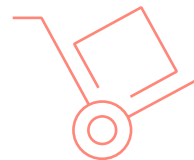
고객은 서비스를 통해 코오롱스포츠의 중고 상품을 판매할 수 있었으며, 매수 신청 후 2~3일 내 코오롱스포츠 매장 또는 코오롱몰에서 사용 가능한 e-KOLON 포인트를 지급 받았습니다. 수거된 상품은 20년 경력의 세탁 전문가의 손을 거쳐, 본래 기능과 상태를 잃지 않은 채로 재판매됐습니다.

자사 브랜드 중고 거래 온라인 서비스 '오엘오 릴레이 마켓(OLO Relay Market)'의 상품 매수 과정과 동일하지만, 코오롱스포츠는 이를 오프라인화해 편의를 더했습니다. 무엇보다 고객이 순환패션을 직접 실천할 수 있다는 점에서 의의가 큼니다. 코오롱스포츠는 내년 초까지 중고 상품 매입 서비스를 전 대리점과 직영점으로 확대하는 것을 목표로 하고 있습니다.



참여 고객 수

95 명

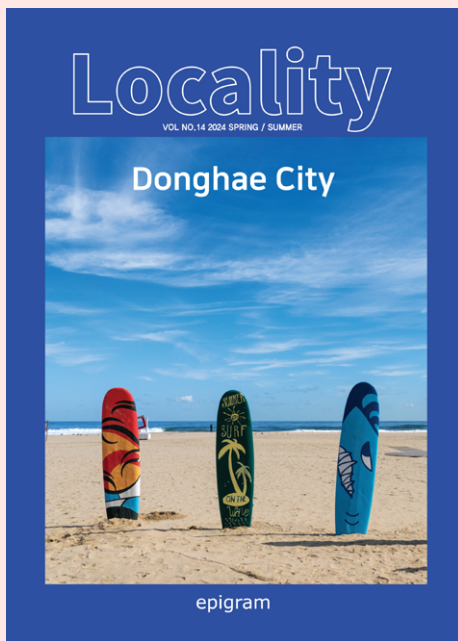


매입된 중고 상품 수

214 건



로컬의 시공간적 다양성을 담다



▲ 24SS 시즌 에피그램(epigram)에서 발간한 '로컬리티 매거진'으로, 해당 시즌 로컬리티 프로젝트로 선정된 동해시에 대한 이야기를 수록

에피그램(epigram)은 2017년부터 매 시즌 국내 소도시와 협업해 '로컬리티 프로젝트'를 진행해 지역에 대한 인식 개선과 인지도 향상에 기여하고 있습니다.

로컬리티 프로젝트는 지역 고유의 콘텐츠와 자연, 지역정보를 한곳에 모아 로컬의 시공간적 다양성을 담습니다.



14번째 로컬리티, 동해

에피그램(epigram)은 24SS 시즌 로컬리티 프로젝트의 주인공을 강원도 '동해시'로 선정했습니다. 로컬의 이야기에 귀 기울이자는 로컬리티 프로젝트의 취지에 따라, 에피그램은 여행자가 동해시에서 방문하면 좋을 장소, 숙소, 맛집 등을 선정하고 동해시의 풍경과 지도를 소개하는 '로컬리티 매거진'을 출간했습니다.

에피그램은 다양한 협업을 진행해 의류 제품에도 동해 자원의 아름다움을 고스란히 녹여냈습니다. 일러스트레이터 김푸른과 협업해 동해의 해송 묘목, 라벤더꽃, 그리고 추암 촛대바위를 맞이하는 오리가 그려진 티셔츠 3종과 가방 2종을 선보였으며, 1980년대 동해 묵호역의 외관을 간직해 카페 및 호텔로 리모델링한 '카라멜스테이션'과 티셔츠, 양말, 모자 등을 출시했습니다.

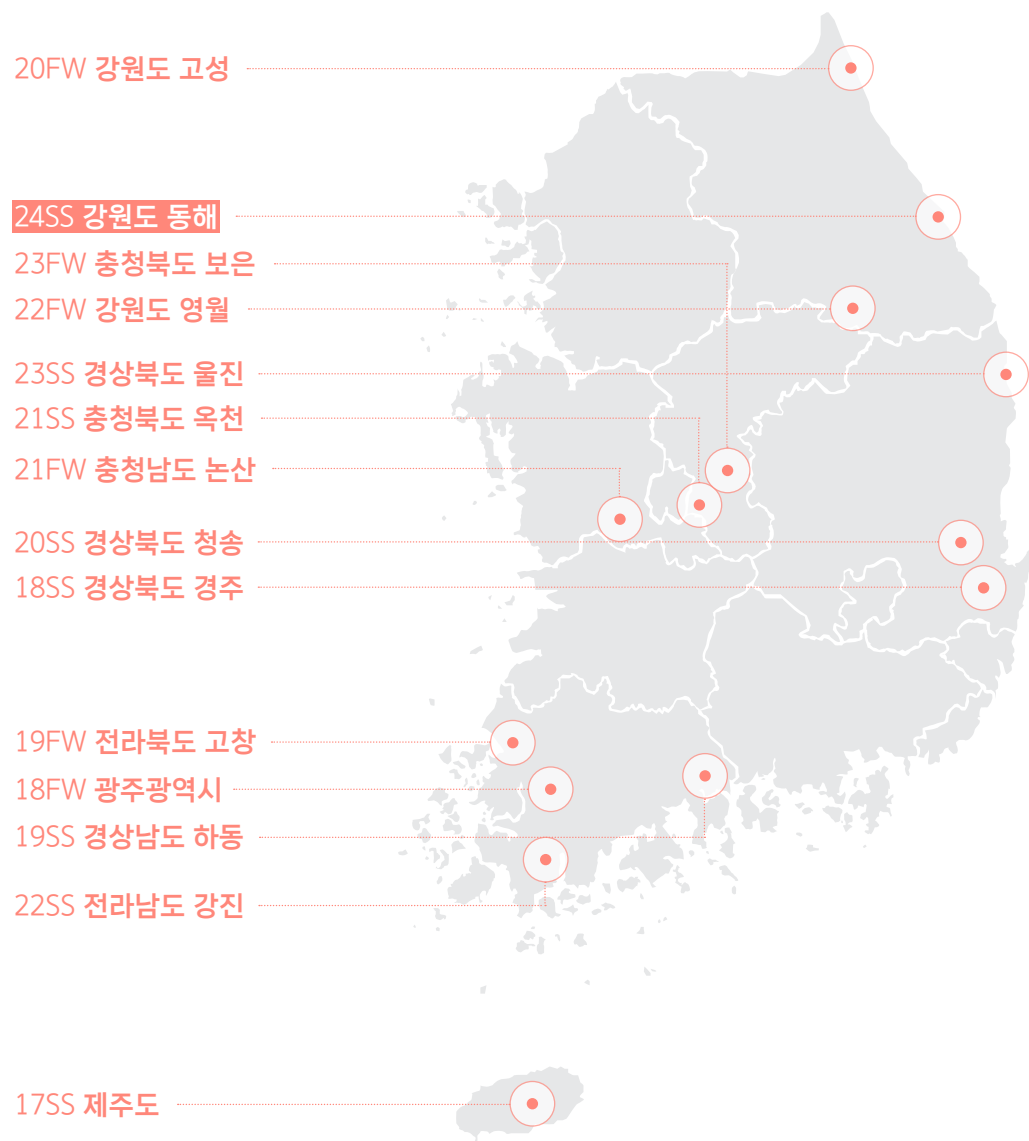


▲ 에피그램과 일러스트레이터 김푸른이 협업한 동해 반팔 티셔츠



▲ 동해 묵호역을 호텔로 카페로 탈바꿈해 운영 중인 '카라멜스테이션'과 협업한 티셔츠

역대 로컬리티 선정 지역(시즌 / 지역)



02

로컬마켓 보은 [2023.10]

에피그램은 2023년 10월, 서울 이태원 경리단길에 위치한 플래그십 스토어에서 두 번째 로컬 팝업 스토어 '에피그램 로컬마켓 보은'을 성황리에 오픈했습니다. 팝업 스토어는 23FW 시즌의 로컬리티 프로젝트를 함께한 충북 보은을 소개했으며, 지역을 소개하는 콘텐츠와 보은의 특산물, 그리고 듀오 일러스트레이터 안초비(anchoby) 작가와 협업해 속리산 입구 길로 유명한 '말티재'를 모티브로 한 캐릭터 '말티'를 선보였습니다.

로컬마켓에서는 현지에서 직송된 보은의 생대추와 대추술, 들기름, 고추장 등의 먹거리를 비롯해 보은의 명소를 에피그램만의 감성으로 재해석한 그래픽을 그려 넣은 로컬 푸드의 리패키지 상품이 진열됐습니다.

이처럼 지역 사회와 상생하는 에피그램은 지역 고유의 정체성을 녹여낸 의류와 굿즈로 고객에게 다가갑니다.



▲ 지난해 진행한 '로컬마켓 보은' 팝업 외관에 설치된 캐릭터 '말티'



▲ 보은의 다양한 먹거리가 팝업 스토어에 진열된 모습

로컬마켓 보은 방문자
(10.12~10.22, 총 10일간)

1,896명

01

문화예술 산업 후원, 시리즈(series;)

남성복 편집샵 브랜드 시리즈(series;)는 2011년부터 매년 여러 분야의 아티스트와 협업해, '소외된' 문화예술 산업을 후원하는 프로젝트 '웜하트 캠페인'을 진행하고 있습니다. 아티스트 협업으로 발생한 수익금의 일부는 문화적 지원이 필요한 곳에 전달됩니다. 그동안 시리즈는 영화제 후원 및 기부, 심장병 어린이 수술비 지원, 인간문화재 지원, 장애인 작가 단체 지원 등의 사회공헌 활동을 이어오며 웜하트 캠페인을 전개해 왔습니다.

14번째 웜하트 캠페인, GRAFFLEX(그라플렉스)

올해 14번째 웜하트 캠페인을 진행하게 된 시리즈는 아티스트 GRAFFLEX(그라플렉스, 왼쪽 사진)와 협업했습니다. 힙합 레이블 '아메바컬쳐'의 아트 디렉터 출신인 그라플렉스는 회화, 조각, 설치, 일러스트, 아트 토이 등 다양한 장르로 작업하며 세간의 관심을 받고 있습니다. 시리즈는 이번 웜하트 캠페인을 통해 그라플렉스와 캠페인 상품을 출시하고, 온오프라인 팝업 스토어를 오픈해 색다른 브랜드 경험을 제공했습니다.

시리즈와 그라플렉스의 협업 제품은 그라플렉스의 아이코닉한 작업물이 프린팅된 반팔 의류 3종, 밴딩 쇼츠, 볼캡 2종, 그리고 라이프스타일 굿즈로 구성됐습니다.

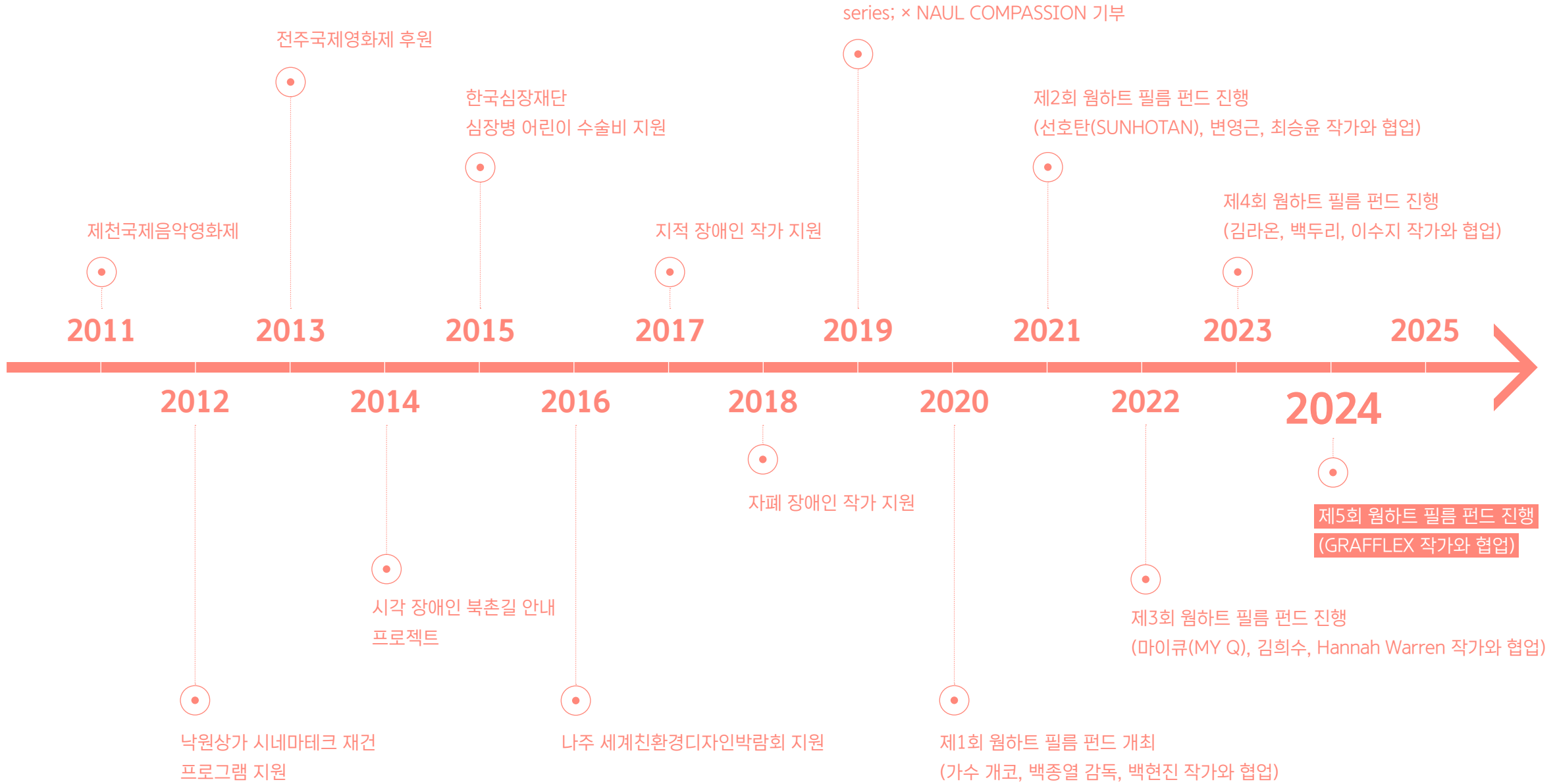
올해 협업 판매 수익금도 역시 문화예술 후원에 사용되어, 제5회 웜하트 필름 펀드 공모를 통해 독립 단편 영화 및 다큐멘터리 영화 2편을 지원했습니다. 한동혁 감독의 <무표정의 나날>, 이지향 감독의 <횡단보도 위 윤영> 두 작품이 선정됐습니다.



시리즈(series;) / 쿠론(COURONNE)

사회공헌 활동으로 공동체를 풍요롭게

웬하트 캠페인 연혁



여성의 자립에 힘을 보태는 쿠론(COURONNE)

모던 럭셔리 핸드백 브랜드 쿠론(COURONNE)은 다양한 역할을 요구 받고 수행해야 하는 당대 여성이 항상 컨템포러리한 스타일을 유지할 수 있도록 돕고, 스스로에 자부심을 가지도록 응원합니다. 10주년 캠페인 ‘위 아 스테파니(WE ARE STEPHANIE)’를 시작으로, 쿠론은 싱글맘의 자립을 지원해 왔습니다.

2023 싱글맘 자립 지원 연말후원행사 [2023.12]

쿠론은 2019년부터 진행해 온 ‘위 아 스테파니’ 캠페인의 일환으로 지난해 연말, 싱글맘 자립 지원 연말후원행사 ‘위 아 스테파니, 위 아 굿맘’을 진행했습니다. ‘위 아 스테파니’에서 ‘스테파니’는 쿠론의 스테디셀러이자 시그니처 백 아이템으로, 싱글맘의 자신감 넘치는 행보를 응원하기 위해 기획됐습니다.

행사는 싱글맘 자립 지원 후원단체인 동방사회복지회와 함께했으며, ‘엄마와 자녀가 함께 만드는 크리스마스’라는 주제로 엄마와 아이가 함께하는 오너먼트 원데이 클래스를 준비했습니다. 지속 가능성을 고려해 크리스마스 오너먼트 제작에 쿠론의 가죽 재고가 활용됐습니다.

쿠론은 ‘스테파니 백’ 판매 수익금으로 1,500만 원 상당의 행사 비용 전액과 가방을 후원해, 싱글맘들에게 쿠론 가방을 선물하는 시간을 가졌습니다.



2023년 쿠론(COURONNE)이 진행한 싱글맘 자립 지원 연말후원행사 현장

