

NOROO

NOROO

Spring. 2016



Spring. 2016

꽃。

NOROO Quarterly Magazine | 2016년 봄 39호

NOROO



Special Theme 꽃을 드립니다

- 06 Essay 꽃은 청춘이 아니라 중년이다
- 08 Information 꽃 뿌리며 봄이 온다
- 12 Interview 봄끝에서 피어난 한국의 꽃
식물세밀화가 송훈

Culture Gallery

- 16 Dessert 바다를 건너온 달콤한 유혹
- 18 Music 공간으로 만나는 음악
- 20 Travel 안양, 구석구석 즐기기

NOROO People

- 24 High Five 100년 NOROO, 윤리경영으로 함께 준비해요
(주)노루홀딩스 윤리경영실
- 28 Focus on NOROO I 생활 깊숙히 NOROO의 컬러를
COLOR STUDIO by NOROO
- 32 Colorful NOROO NOROO, 리빙 디자인의 컬러를 일깨우다
(주)노루페인트, 서울리빙디자인페어 참가
- 36 Family Time 가족과 있는 곳은 어디나 꽃밭
(주)노루페인트 모바일사업실 한성민 과장
- 40 Special Store 최선은 없다. 최고를 향한 뿐
서울 대흥도로
- 44 Focus on NOROO II 공감으로 동행하는 성장의 길
2016 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나
- 48 News Briefing
- 50 1 Minute Guide 구독, 어디까지 해 봤니?
- 51 Behind Cut

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사총무팀 장원석 과장
서울특별시 강남구 테헤란로 142 캐피탈타워 A동 10층 T:02-2191-7716

(주)노루페인트 마케팅전략팀 지남철 과장
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6128

(주)아이피케이 총무팀 최대섭 차장
부산광역시 연제구 중앙대로 1000(국민연금 부산회관 17층) T:051-580-8363

(주)노루오트코팅 전략기획팀 백현정 과장
경기도 화성시 장안면 장안공단 7길 28 T:031-8059-9517

(주)노루케미칼 인사총무팀 현준 주임
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 13 T:031-599-7276

(주)노루비케미칼 경영지원팀 이승아 사원
충청남도 천안시 서북구 백석공단1로 111 T:041-620-6200

(주)노루코일코팅 지원팀 박서진 대리
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6486

(주)노루로지넷 총괄지원팀 전희경 과장
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6363

(주)노루알앤씨 인사총무팀 현준 주임
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 8 T:031-599-7276

칼라메이트㈜ 업무총괄팀 유은아 사원
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6379

꽃을. 드립니다.

안테르센이 그랬답니다. 산다는 것만으로는 충분치 않다고요. 햇빛도 있고, 자유도 있고, 꽃도 있어야 한다고 말입니다. 꽃이 무어 그리 중요하냐고 반문할지도 모르겠습니다. 생태계의 존재를 위해서 마땅히 필요한 존재라고만 인식할 수도 있겠죠. 하지만 꽃을 받아본다면, 혹은 눈 앞의 꽃을 오랫동안 바라본다면 그 이유를 알 수 있을 겁니다. 꽃을 주는 순간의 두근거림과 받는 순간의 환희를 느껴 본다면, 꽃잎에서 생명의 신비와 아름다움을 찾을 수 있다면요. 분명 기뻐하실 당신에게 꽃을 드리고 싶습니다.

06.
Essay
꽃은 청춘이 아니라 중년이다

08.
Information
꽃 뿌리며 봄이 온다

12.
Interview
붓꽃에서 피어난 한국의 꽃

꽃은 청춘이 아니라 중년이다

봄을 알리는 꽃은 동백입니다. 붉은 동백은 매화를 깨우고, 백매와 홍매는 노란 산수유를 부르고, 산수유는 벚꽃을 재촉하고, 벚꽃이 온 천지를 뒤흔들면 개나리와 진달래, 철쭉으로 봄이 온통 물들어버립니다. 곧 우리 앞에 곧 펼쳐질 봄, 꽃들의 잔치입니다.

글 · 유선경

흔히 청춘을 꽃에 비유합니다. 하지만 그건 아무래도 꽃의 외양만 보고 하는 비유라는 생각이 듭니다. 물론 닮은 점도 있습니다. 예쁘고 짧고 일 년에 두 번 피지 못한다는 점에서요. 그러나 첫눈에 반하는 사랑처럼 어느 날 갑자기 피는 꽃이 아닙니다. 이어달리기처럼 차례대로 우리 앞에 당도하는 꽃들에게는 오랫동안의 준비와 기다림이 있었습니다.

씨앗으로 번식하는 꽃은 지난 가을에 씨앗을 갈무리해둬야 합니다. 튤립이나 수선화처럼 구근으로 번식하는 꽃은 한 두 계절 앞서 심어야 하지요. 가을에 씨앗을 갈무리하고 겨울에 구근을 심는다는 것은 봄이 오는 것을 믿고 준비한다는 것입니다. 동백, 매화, 목련, 벚꽃처럼 나무에서 피는 꽃도 사정이 다르지 않습니다. 겨울이 오기 훨씬 오래 전에 꽃눈과 잎눈의 분화를 마치고 코트 같은 겨울눈으로 단단히 무장한 후 춥고 긴 겨울을 납니다. 그리하여 마침내 오수의 줄음처럼 부드럽고 따스한 봄 햇살이 껍데기를 두드리면 기지개를 켜며 속을 드러내 보입니다. 일제히 꽃을 피워냅니다. 그래서 봄에 피는

꽃은 차라리 중년입니다. 답에게 달걀의 시절이 있고, 개구리에게 올챙이의 시절이 있는 것처럼 꽃에게는 씨앗과 꽃눈의 시절이 있으며 이때가 오히려 청춘이 아닐까 싶습니다. 철저한 준비와 기다림이 없으면 다음 단계로 이어질 수 없습니다. 청춘의 가장 중요한 미덕이 무엇인지 알려줍니다. 어떠한 경우에도 잃어버리지나 잊어버리지 말아야 할 씨앗과 꽃눈, 바로 소망과 기다림입니다.

그러나 꽃은 끝도 아니며 결과는 더더욱 아닙니다. 이제야 시작이며 과정일 뿐입니다. 봄은 결코 그냥 오지 않습니다. 꽃이 피는 것을 시샘하는 꽃샘추위 때문에 얼어 죽은 꽃이 몇 일 까요. 봄인가 해서 김치국부터 마시고 이때쯤이면 괜찮겠지? 하여 미리 피었다가 그만 얼어 죽고 만 어린 꽃들의 이야기를 알고 있습니다. 꽃이 피기까지는 반드시 시련이 있습니다. 그런데도 잎을 먼저 피우지 않는 까닭은 벌과 나비, 새, 바람 같은 중매쟁이들이 쉽게 찾아올 수 있도록 하기 위해서입니다.

번식은 꽃에게 존재의 이유입니다. 꽃이 핀다는 것은 지금까지 품어온 소망을 구체적인 행동으로 실천하고 노력해야 하는 시기라는 신호입니다. 비록 많이 고단해도 봄날의 과수원에서 꽃과 술과 촛불에 마냥 취해 있으면 가을의 수확은 기대할 수 없습니다. 이런 꽃의 생리가 중년기와 비슷합니다. 꽃을 피우기까지도 힘들었지만 꽃이 피었다고 설 수 없습니다. 직장 가정, 인생에서 가장 많은 일이 벌어지고 가장 많은 일을 해내야 하며 이 시기를 어떻게 보내는지가 남은 생을 좌우합니다. 가을에 맺히는 열매와 또 다른 씨앗은 꽃의 계절을 어떻게 보냈는지에 이어지는 결과입니다.

청년기와 중년기는 일직선으로 진행되는 것이 아니라 밀물과 썰물처럼 반복됩니다. 청춘으로서의 자세가 필요한 시기가 있고 중년으로서의 자세가 필요한 시기가 있습니다. 꽃 한 송이에 씨앗이라는 과거와 꽃이라는 현재, 그리고 열매라는 미래가 들어있습니다. 참으로 꽃 같은 당신입니다.

유선경

24년차 라디오 방송작가로 현재 KBS 클래식FM 〈출발 FM과 함께〉 방송 원고 집필 중입니다. 지은 책으로 〈꽃이 없어서 이것으로 대신합니다〉, 〈문득 문다; 첫 번째 이야기〉, 〈문득 문다; 두 번째 이야기〉, 〈소심해서 그렇습니다〉가 있습니다.



01

선비와 매화

조선의 선비들은 이른 봄 잔설 속에서도 꽃 피우는 매화를 자신들의 이상인 군자로 삼아 시를 짓고 그림을 그리며 사랑하였습니다. 강양군 이정은 매화 가지를 꺾어 코에 대고 시를 지으며 숨을 거두었고, 이황은 “매화 화분에 물을 주라”고 유언했다지요. 조선 후기 화가 조희룡의 매화 사랑 역시 절절합니다. 그의 말을 들어볼까요.

“나는 매화를 몹시 좋아하여 내가 그린 큰 매화 병풍을 누울 곳에 돌려 놓았다. 매화 시를 새긴 벼루를 쓰고, 매화 글방에서 묵혀 둔 먹을 쓴다. 앞으로 매화 시 백 편을 지을 참인데 시가 완성되면 내가 사는 곳에 ‘매화백영루’라고 쓴 편액을 걸어 매화를 좋아하는 뜻을 흔쾌히 갚을 것이다. 그러나 시가 쉽게 지어지지 않아 괴롭게 읊조리다 입이 마르니 매화 차를 마신다.”* 이렇듯 매화에 푹 빠진 그는 “한 줄기를 치더라도 응을 움켜잡고 범을 잡아 맨 듯해야 하며, 꽃 한 송이를 그려 넣더라도 하늘의 선녀와 같아야 한다”며 대담한 매화도를 남겼답니다.

* 『선비의 향기, 그림으로 만나다』, 백인산 글, 다섯수레, 2012

꽃 뿌리며 봄이 온다

시인이자 소설가였던 고 피천득 선생의 수필, 『봄』은 에드나 세인트 빈센트 밀레이의 시 구절로 시작됩니다. “인생은 빈 술잔, 카펫 깔지 않은 층계, 사월은 천치와 같이 중얼거리고 꽃 뿌리며 온다”. 하지만 피천득 선생은 자신같이 범속한 사람은 봄을 기다린다고 “민들레와 바이올렛이 피고, 진달래 개나리가 피고 복숭아꽃 살구꽃 그리고 라일락 사향장미가 연달아 피는 봄”을 사십 번이나 누린다는 것은 적은 축복이 아니라고 하셨죠. 사십이 넘는 사람에게도 봄이 온다는 것은 참으로 다행한 일이라고요. 우리에게 축복으로 다가오는 봄, 꽃 이야기로 마중해 봅니다.



03

꽃 한 입, 봄 한 입

꽃을 즐기는 여러 방법 중 가장 직접적인 것은 내 몸 안에 들이는 것이겠죠. 진달래와 국화, 아카시아는 우리에게 대표적인 식용 꽃입니다. 먹어서 배부를 리 없는데도 아이들은 아카시아를 훑어 입에 가져가고, 아낙들은 하얀 부꾸미 위에 진달래를 올려가며 잔손가는 화전을 부쳤습니다. 기왕이면 다홍치마라고, 꽃의 화사함이 맛을 아름답게 만듭니다. 꽃차와 꽃술도 향기를 음미하고 약효를 음용하기에 좋습니다. 벚꽃차는 예로부터 숙취와 식중독의 해독제로 쓰였고 은은한 박하 향기가 나는 목련꽃차는 비염과 두통에 효과적입니다. 아카시아를 꿀에 재워 발효시킨 아카시아차는 피부에 좋다고 하네요. 꽃으로 빚는 가향주로는 국화로 담근 국화주와 진달래를 이용한 두견주뿐만 아니라 제비꽃술, 창포주, 밤꽃술 등 다양한 술이 있습니다. 서양에서도 예로부터 꽃을 이용해 심신의 피로를 풀었는데요, 전염병과 해충을 물리치고 우울증을 치료하는 등 다양한 곳에 꽃이 쓰였습니다.



04

부케와 부토니아

결혼식에 빠질 수 없는 것이 바로 꽃입니다. 여기엔 모양뿐만 아니라 향도 중요해서, 생화를 쓰느냐 조화를 쓰느냐에 따라 결혼식장의 느낌도 사뭇 달라지죠. 아무래도 생화로 장식된 공간에서 싱그러움이 느껴지니까요. 결혼식 꽃 중의 꽃은 부케입니다. 프랑스어로 ‘다발, 묶음’을 의미하는 부케는 결혼을 위해 신랑이 직접 꺾어 만든 꽃다발을 신부에게 주었던 것에서 비롯되었습니다. 신부는 이 꽃다발에서 한 송이를 다시 신랑에게 줌으로써 감사와 사랑을 표시하였는데요, 이것이 신랑이 왼쪽 가슴에 꽂는 부토니아의 유래입니다. 도시의 결혼식에서는 고급 꽃과 전문가의 손길로 만드는 비싼 부케가 대세입니다. 그런데 요즘은 소박한 부케로 간소한 결혼식을 치르는 이들도 늘고 있습니다. 그중 대표주자는 강원도 들판에서의 결혼식에 직접 꺾어온 들꽃으로 부케와 부토니아를 만든 원빈, 이나영 부부입니다. 사랑하는 이가 준 꽃의 아름다움은 어떤 비싼 꽃도 따라올 수 없겠지요.



05

백만송이 장미

우리나라의 매화와 난초, 국화처럼 서양에서는 장미가 예술가들의 벗이 되어 주었습니다. 아프로디테가 연인 아도니스를 잃고 떨어진 눈물에서 피어났다는 장미에 대해 릴케는 “장미, 오, 순수한 모순, 그렇게 많은 눈꺼풀 아래 누구의 침도 되지 않는 기쁨”이라며 칭송했죠. 장미에 대해서는 조지아(그루지야)의 불행한 화가, 니코 피로스마니(1862~1918)의 이야기를 빼놓을 수 없습니다. 철도 노동자로 일하며 가난함 속에 홀로 그림을 그리다 쓸쓸하게 죽어간 그가 노래 〈백만송이 장미〉의 주인공이기 때문입니다. 짝사랑하던 여배우가 공연하러 온다는 소식에 그는 전 재산을 팔아 그녀가 묵는 호텔 앞 광장을 장미꽃으로 가득 채웠습니다. 그러나 스치듯 짧은 만남 후, 그녀는 영원히 떠나버렸지요. 그의 사후, 이 소설같은 이야기는 노래로만 들어졌고 가사는 조금 다르지만 청아함과 서글픔이 그대로 전해지는 심수봉의 〈백만송이 장미〉는 우리에게도 애뜻한 노래로 남았습니다.



06

황금의 튤립

곧은 꽃대와 잎, 그 끝에 왕관처럼 벌어지는 색색의 꽃잎이 인상적인 꽃, 튤립은 우아하면서도 강하고, 화려하면서도 단아한 이미지로 널리 사랑받고 있죠. 그러나 17세기 네덜란드에서만큼 폭발적인 사랑을 받은 적은 또 없었습니다. 튤립 버블로 유명한 이 사건은 인간의 헛된 욕심이 부르는 허망한 결과를 잘 보여 줍니다. 당시 대항해 시대와 작물산업으로 부를 쌓았던 네덜란드에 새로이 소개된 튤립은 부유한 식물애호가들에게 비싼 값에 거래되었습니다. 수요가 증가하면서 짧은 기간 동안 가격이 비정상적으로 치솟자 튤립 구권 하나로 집 한 채까지 마련할 수 있다는 생각에 귀족은 물론 하인, 청소부까지 튤립 투기에 뛰어들었죠. 거꾸로, 집 한 채를 팔아야 살 수 있는 것과 마찬가지였습니다. 결국 거래가 끊기자 가격은 수천 분의 1로 폭락해 버렸고요. 튤립 뿌리를 두고 당시 사람들은 어떤 생각을 했을까요? 피어난 튤립의 아름다움을 느낄 수 있었을까요?



07

고마워요, 카네이션

5월이면 가장 흔해지는 꽃, 동시에 가장 귀해지기도 하는 꽃이 카네이션입니다. 고마운 선생님께, 사랑하는 부모님께 카네이션 한 송이로 평소에는 쑥스러워 말하지 못했던 감사의 인사를 드릴 수 있지요. 카네이션은 꽃대가 튼튼하고 겹겹의 꽃잎이 서서히 피기에 오랫동안 꽃을 볼 수 있어 선물하기에도 제격인 꽃입니다. 부모님께 카네이션을 달아드리게 된 것은 20세기 초, 미국의 어느 여성의 일화에서 비롯됩니다. 안나 자비스는 돌아가신 어머니를 추모하기 위해 가슴에 카네이션을 달고 다녔고, 어머니의 사랑을 되새기는 ‘어머니의 날’을 만들자는 캠페인을 벌였죠. 1914년, 미국은 5월 둘째주를 어머니의 날로 정했고, 우리나라는 1956년부터 5월 8일을 어머니날로 시행하다가 이후 1973년, 어버이날로 개칭하였습니다. 그리고 아이들은 고사리 손으로 색종이 카네이션을 접어 부모의 가슴에 달아 드렸죠. 사랑을 전할 수 있어서 고마운 꽃, 카네이션입니다.



08

꽃으로 말해요

가만히 보는 것만으로는 꽃의 아름다움이 너무도 아쉬워, 옛사람들은 말 속에 꽃을 넣어 그 애뜻한 뜻을 전했습니다. 첫날밤을 뜻하는 꽃잠이 그러하고, 안타까운 나이에 죽은 젊은이의 무덤을 칭하는 꽃무덤이 그렇지요. 한창 젊은 시절은 꽃나라라 부르고 어르신의 얼굴에 검버섯이 피면 저승꽃이라 하여 가만히 마음을 다스려야 했습니다. 꽃나무의 그늘은 같은 그림자 중에서도 꽃그늘로 승격되었고, 구름이 여러 색으로 물들면 꽃구름이 되었습니다. 꽃잎처럼 흩뿌리는 비는 꽃비이고 햇무리와 달무리는 강원과 경남 지역에서 각각 해꽃, 달꽃으로 불리기도 했습니다. 어부들은 하얗게 거품을 일으키는 물결을 두고 물꽃이라 불렀다죠. 물보라 대신 꽃보라, 꽃논깨비도 있습니다. 듣기만 해도 떨어져서 바람에 날리는 많은 꽃잎과, 눈처럼 떨어지는 꽃잎이 떠오르지 않나요? 의학용어에도 남아서, 북한어로 몸에 돋는 발진을 꽃돋이라 한데, 같은 증상이더라도 다른 느낌으로 다가옵니다.



붓끝에서 피어난 한국의 꽃

식물세밀화가 송훈

겨우내 꿈꿨던 땅 속에서, 메마른 나뭇가지에서 숨죽이고 있었던 꽃들이 피어 오릅니다. 그러나 아름답게 피어난 한 송이 꽃 앞에서 그 인고의 시간을 헤아리게 되는 일은 거의 없습니다. 꽃이 아름다운 건 아마도 인고의 시간을 아름답게 피워내 우리네 삶의 고통마저 잊게 하는 치유의 힘이 있기 때문일 것입니다. 꽃을 그리는 세밀화가 송훈의 인생은 꽃을 닮았습니다. “그리면서 산다는 거 쉬운 일이 아니에요. 살아 있다는 것 자체가 고통이더라고요”라고 말하는 노화백의 얼굴 뒤로 그가 고통을 참으며 붓끝으로 피워낸 꽃들이 아름답게 걸려 있었습니다.

인터뷰 · 이은이



꽃을 그리는 남자

별과 나비가 꽃을 맴돌 듯 사람도 그렇습니다. 꽃의 아름다움과 향기에 매료되는 건 동물이나 사람이나 마찬가지인가 봅니다. 유난히 생이 짧은 꽃. 꽃 그림에는 짧게 끝나버리는 아름다움을 오래도록 소유하고 싶은 인간의 마음이 담겨 있습니다. 17세기에 전성기를 이루었던 네덜란드 정물화에는 이국적이고도 화려한 꽃들이 등장합니다. 쉽게 저버리는 꽃에 비유해 인생의 덧없음을 표현했다고 하지요. 당시 꽃 애호가들은 꽃 대용으로 그림을 수집했다고 합니다. 또한 장미꽃을 극진히 사랑했던 마리 앙투아네트와 조세핀 같은 프랑스의 왕비들이 화가를 고용해 꽃을 그리게 했다는 일화는 꽃 그림에 담긴 의미를 새삼 일깨워줍니다. 당시 그려진 꽃 그림은 식물학 분야에서 파생된 식물세밀화 혹은 보타니컬 아트(Botanical Arts)의 시초로 여겨지고 있습니다. 잎맥, 숨털, 잔뿌리 등 사진보다도 더 정밀하게 묘사하는 식물세밀화는 어찌 보면 꽃 그림 중에서도 아름다움과 생에 대한 인간의 욕망이 극도로 표현된 분야일지도 모르겠습니다.

올해 77세인 송훈 화백은 한국의 식물세밀화가 1세대로, 주로 한국의 야생화를 그려왔습니다. 그러나 애초에 꽃을 그릴 생각은 전혀 없었습니다. “꽃은 여자가 그리는 거지 사내가 왜 꽃을 그리냐고 했어요. 그런데 어떻게 제가 꽃을 그리게 됐습니다.” 그렇게 편견을 깨고 꽃을 그린 지 21년째입니다.





인고의 산물, 식물세밀화

지난 3월, 송 화백은 서울아산병원 갤러리에서 열린 <동백 프로젝트> 전시에서 200호 크기의 대작을 선보였습니다. 대형 화폭에 동백꽃을 담는 데 약 1년이 걸렸다고 합니다. 식물세밀화 한 작품을 완성하는 데 짧게는 며칠, 길게는 몇 개월, 대상을 찾는 것까지 몇 년이 걸리기도 합니다. 이렇게 작업한 작품이 600점이 넘습니다. 그중 231점은 『우리식물 세밀화대도감』(현암사, 2006)으로 출판되었고, 아모레퍼시픽과 약 7년간 작업한 100점은 도록 『비욘드 플라워(Beyond Flower)』(2015)에

실렸습니다. “예전에 작업한 그림을 보면 숨도 안 쉬고 그린 부분이 많아요.” 지금까지 숨차게 살아왔다는 송 화백은 향후 진행할 작품을 구상하며 꽃을 화폭에 담는 데 하루 대부분의 시간을 보냅니다.

송 화백은 자신의 작품이 식물세밀화를 넘어, 한국의 색깔을 담은 회화로 평가 받길 원합니다. 동양화 기법으로 꽃을 묘사하는 건 송 화백만의 개성으로, ‘기운생동’을 추구하며 꽃에 생동감을 더합니다. “그림은 힘이 있고 살아 있어야 합니다. 또 하나, 한국의 색깔이어야 합니다.”

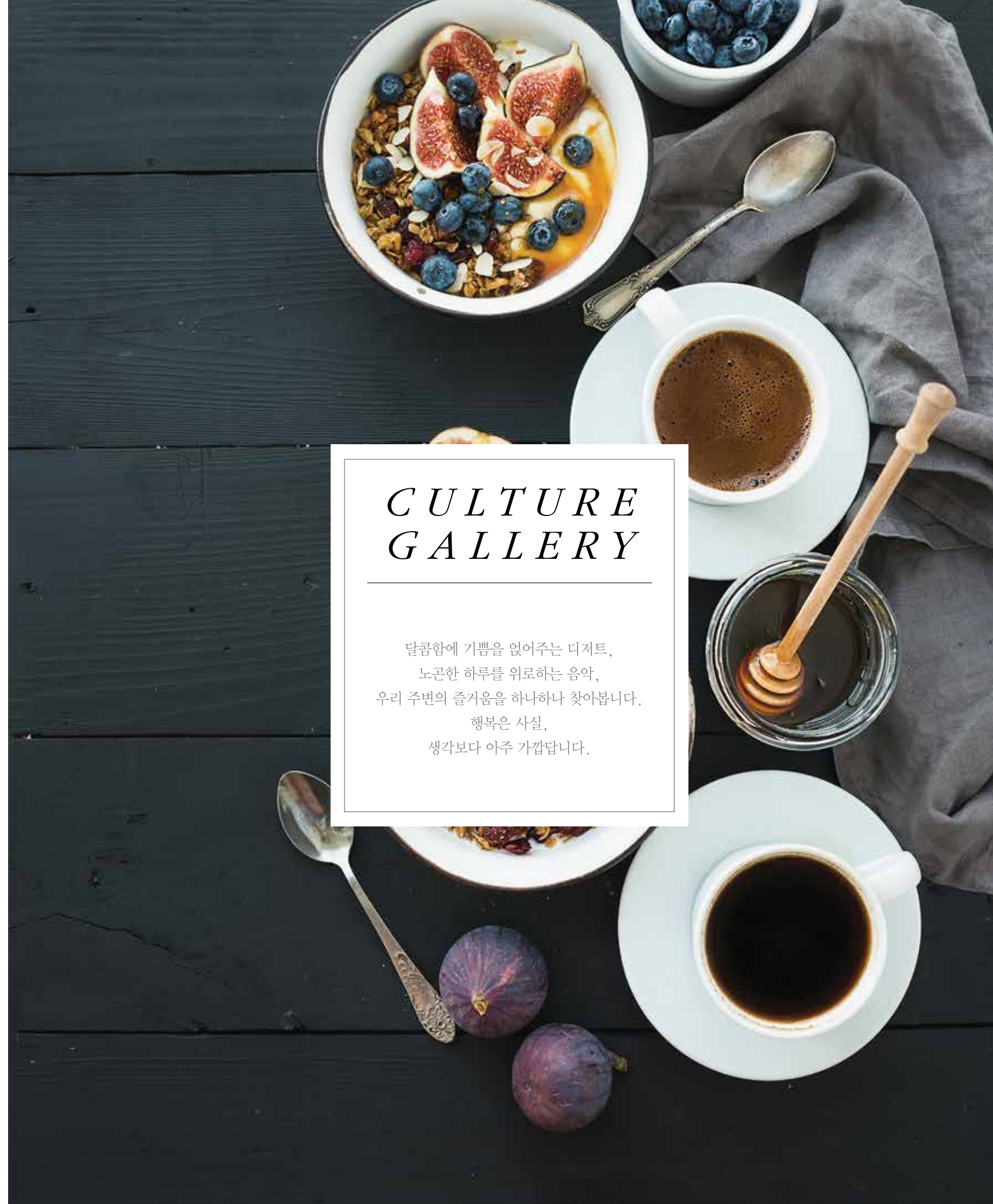
은은한 한국의 색

보존성을 높이기 위해 천년 동안 변하지 않는다는 코튼지에 아크릴 물감을 사용해 담채 기법으로 그리는 송 화백의 작업 방식은 동양과 서양, 식물세밀화와 회화의 경계를 허물고 있습니다. “누가 보더라도 송훈 그림이라는 것을 각인시키려고 무척 노력했죠. 그것이 가장 중요하다고 생각했습니다.” 이것은 개성뿐 아니라 한국의 색깔을 그림에 담아내려는 작가의 노력이기도 했습니다. “어떤 사람들은 제 그림이 너무 은은하다고 좀더 화려하게 색을 칠해 보라고 해요. 그런데 저는 색을 눌렀어요. 지금 와서 보니 참 잘한 것 같아요. 은은하잖아요. 절대 나서지 않고 튀지 않고. 이것이 한국의 색깔입니다. 한국의 꽃이 지니고 있는 우리 거예요. 아주 작지만 예뻐요. 향도 기가 막히고요.”

송 화백의 그림에서 그간 헤아리지 못했던 한국 꽃의 아름다움을 보게 됩니다. 모진 풍파 속에서도 은은하게 색과 향을 발해온 한국의 꽃. 꽃 그림 사이를 걷고 있자니 마치 송 화백이 한평생 가꾸어 놓은 정원을 거니는 듯합니다. 고통스런 삶의 굴레를 벗고 새로 태어난, 천년 동안 지지 않을 영혼의 꽃이 만발한 천상의 정원을 말입니다.

CULTURE GALLERY

달콤함에 기쁨을 얻어주는 디저트,
노곤한 하루를 위로하는 음악,
우리 주변의 즐거움을 하나하나 찾아봅니다.
행복은 사실,
생각보다 아주 가깝습니다.





바다를 건너온 달콤한 유혹

불황 속 작은 사치가 유행이다. 그중 가장 유혹적인 것은 눈으로 시작해 혀로 맛보고 온몸으로 퍼져오는 달콤한 디저트들이다. 밥값을 훌쩍 뛰어넘는 한입의 즐거움 앞에 고객들이 기꺼이 줄을 서는 이유는 뭘까? 달콤함이 주는 기쁨과 안락함, 찰라의 휴식이 주는 강렬함 때문이 아닐까. 이러한 디저트의 마력이 있기에 백화점 식품매장들은 세계의 유명 디저트 브랜드를 앞다투어 들여오고 있다. 이탈리아, 프랑스, 미국 등에서 비행기 타고 날아온 고급 디저트들의 향연, 대표적 브랜드들로 즐겨 보자.



“섬세한 이탈리아 디저트”

빈디 디저트

“디저트의 역사는 인류의 역사만큼이나 길고 인류의 취향만큼이나 다양하지만 진정한 디저트는 1946년 이탈리아 밀라노 ‘아필리오 빈디’의 작은 가게에서 시작되었다!”고 위풍당당하게 말하는 ‘빈디 디저트’는 사르르 녹으며 씹새름한 뒷맛으로 깔끔하게 마무리되는 티라미수 사보이로 유명하다. 커스터드 크림을 품은 퍼프 페스트리 밀레폴리에, 초콜릿 크림과 헤이즐넛이 가득한 초콜릿 타르트 등도 거부할 수 없이 매력적이다. 빈디의 모든 제품은 이탈리아와 미국 현지 공장에서 생산되며 밀라노, 로마, 제노바, 런던, 보스턴 등의 지사를 통해 공급되고 있다. 우리나라에서는 현대백화점 무역센터점 지하식품매장의 ‘빈디 디저트’와 서래마을, 홍대 근처 ‘르들치 1946’을 통해 만날 수 있다.

“프랑스의 햇살을 만나는 비스킷”

라 꾸르 구르몽드

소공녀 세라나, <키다리 아저씨>의 주디가 길을 가다 냇을 잃고 바라볼만한 진열장은 이런 것이 아닐까. 황금빛 햇살이 넘실대는 듯한 노랑과 빨강이 조화된 라 꾸르 구르몽드에 쌓인 틴케이스와 사탕봉지들은 묘한 향수를 일으키며 그 앞에 선 사람을 소공녀로 만들어버리는 듯하다. “당신을 과거로 순간이동시키고 맛을 통해 추억을 되새기게 할 것”이라는 창립자의 말 그대로다. 프랑스 과거에 대한 추억이 없는 사람에게는 어필하니 말이다. 진한 고소함과 달콤한을 지닌 필드 비스킷은 혼자 다 비워버릴 수도 있으니 가끔적 여럿이 있을 때 두경을 여는 게 좋겠다. 롯데백화점 본점과 현대백화점 판교점에 입점해 있으며 모든 제품은 프랑스 현지에서 수제로 만들어져 직배송되었다.



“단순하고도 대담한 미국 스타일”

매그놀리아

1996년 미국에 오픈한 이래 뉴욕 맨해튼을 대표하는 디저트로 자리 잡은 매그놀리아 베이커리는 미국 인기 드라마 <섹스 앤 더 시티>에 등장하면서 유명세를 탔다. 대표메뉴는 레드벨벳 컵케이크와 스트로베리 컵케이크로 공기 함유량을 최소화해 촉촉하면서도 단단한 식감을 구현한 시트에 밀가루와 우유 등으로 만든 루 소스에 버터크림 혹은 딸기 휘핑크림을 올려 부드러운 텍스처를 살린 것이 맛의 비결. 또 하나의 시그니처 메뉴인 바나나푸딩은 부드러운 바나나와 크림, 바삭한 쿠키의 조화가 일품이다. 이외에도 바나나/스트로베리 크림파이, 쿠키, 초콜릿 바 등 다양한 메뉴와 시즌에 맞춘 구성으로 사랑 받고 있다. 국내에는 현대백화점 판교점에 이어 현대백화점 무역센터점에도 오픈했다.

MUSIC MEETS SPACE STRADEUM

공간으로 만나는 음악

음악의 힘은 신비하다. 이어폰의 얇은 선을 타고 한 사람의 귀로 흘러가는 음악은 그 사람의 눈이 바라보는 풍경과 공간을 마법처럼 변화시킨다. 워크맨의 개발 이래 30여 년간 우리는 CD플레이어로, 그리고 다시 MP3플레이어에서 스마트폰으로 옮겨가며 음악을 휴대하고 이동하며 그 마법의 힘을 즐겼다. 그런데 요즘, 오롯이 음악을 위한 공간들이 다시 주목받고 있다. 휴대가 아닌 직접 찾아가야 만날 수 있는 음악의 공간, 음악감상실을 소개한다.

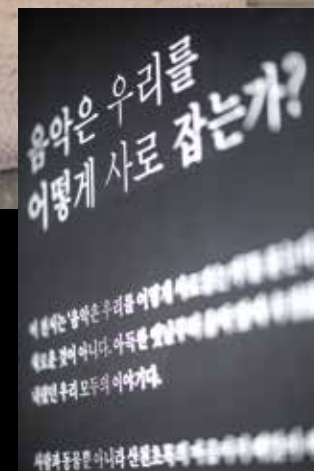
음악 문화 공간 스트라디움

과거로 사라진 듯했던 음악감상실이 최근 다시 조명되고 있다. 음악을 휴대하는 것이 일상이 된 요즘, 라이브 연주가 아닌 음반 혹은 음원을 들으며 음악감상실을 굳이 찾는 이유는 뭘까? 이태원의 스트라디움을 방문한다면 그 답을 알 수 있을 것이다. 스트라디움은 음악을 듣고, 보고, 이야기하며 감상을 나눌 수 있는 음악 문화 공간이다. 바로 길건너에서 뺨 뚫린 파사드로 보행자들의 시선을 집중시키는 카드사의 뮤직라이브러리와 달리 스트라디움은 대로변인데도 조용히 비껴선 듯 자리하며 입구조차 자그마하다. 하지만 입장객을 받아들이는 폭은 넓고, 내부 역시 넉넉하다. 입장료 10,000원으로 지하1층에서부터 3층인 루프탑의 카페까지 자유롭게 이용할 수 있다.

스트라디움 1층의 사운드 갤러리는 음악과 비주얼 이미지의 콜라보레이션 전시를 제공하는 공간이다. 전시 주제에 따라 선별된 음악을 고음질 음원 플레이어 Astell&Kern으로 들으며 벽에 새겨진 관련 문구와 전시된 책을 훑어보자. 헤드폰을 낀 때마다 시원한 사운드로 귀를 샤워하는 듯, 후련한 기분이 들 것이다.



사진제공 : 스트라디움



계단을 내려가면 좀더 아늑한 자리와 뮤직룸을 만날 수 있다. 책장 사이에 마련된 작은 아지트들은 연인들이 헤드폰을 나눠 듣기에 안성맞춤이다. 뮤직룸1, 2에서는 뮤직 큐레이터와 평론가들의 선곡, 해설과 함께 재즈와 클래식을 감상하거나 따로 청해 느긋하게 들을 수 있다.

윗층에 마련된 스트라디움 스튜디오는 영국의 애비로드 스튜디오 설계자로도 유명한 샘 토요시마가 설계, 관리, 감독해 최고의 어쿠스틱을 자랑하는 연주회장이자 녹음 스튜디오다. 공연과 토크 콘서트 등 다양한 프로그램들이 열리니 관심이 있다면 수시로 스트라디움 홈페이지를 확인하는 게 좋겠다. 꼭대기의 루프탑 라운지는 야외 테라스와 실내 아트숍이 있어 유료 입장객에게 제공되는 풀 바셋 커피를 즐기며 음악의 여운을 만끽할 수 있다.

음악에 몸을 담그다

이어폰으로 휴대하던 음악이 개인적 공간을 보장해 주었다면, 이곳 스트라디움은 고정된 헤드폰을 통해, 혹은 스피커를 통해 한 공간에서 음악을 공유케 한다. 그리고 전시와 콘서트 등 다양한 프로그램을 통해 감상을 나누고, 공감을 이끈다. 고음질 음원과 하이엔드 오디오로 듣는 풍성한 사운드도 일상의 음악과는 또다른 감동을 준다. 스트라디움이 아니라 할지라도 음악감상실을 굳이 찾아야 할 이유는 위와 같다. 나의 귀만이 아니라 나의 몸 전체를 음악에 담글 수 있게 해 주는 것. 그러니 스트라디움이 멀다면 다른 음악감상실도 둘러보자. 찾아보면 크고 작은 음악감상실이 꽤 많다. 가까운 곳에서 대표적인 곳으로는 파주의 카메라타와 서울 성북동의 리홀, 그리고 부천의 광원아트홀 등을 들 수 있다. 다른 공간은, 다른 음악을 들려줄 것이다.

안양, 구석구석 즐기기

안양은 1976년 NOROO 안양 공장이 준공되면서부터 지금까지 NOROO인들에게 든든한 터전이 되어 준 특별한 곳이다. NOROO의 역사와 추억을 오롯이 지닌 안양에는 색다른 문화와 예술, 자연 그리고 사람들의 이야기도 겹겹이 깃들어 있다. 익숙한 곳일수록 새로운 발견했을 때의 즐거움은 더욱 크다. 안양만이 지닌 이야기를 구석구석 찾아 즐겨 보자.



사진출처 : 김중업 박물관 제공

제약회사 건물이 박물관으로

김중업 박물관

집은 노래 불러야 한다고. 집은 꿈이 있고, 시가 있어야 한다고 말했던 한국 근대 건축의 시인인 고 김중업 거장의 박물관이 바로 안양에 있다. 지난 2014년 개관한 김중업 박물관은 1957년 김중업이 설계한 유유산업의 안양공장을 리모델링한 것. 우리나라 1세대 건축가로서 프랑스의 거장 르 코르뷔지에에게 사사하고 하버드 대학의 객원교수로도 활동하였던 그는 서울올림픽공원 평화의 문, 주한 프랑스 대사관 등 실용성과 상징성, 심미성을 아우르는 건축을 남겼다. 유유산업의 안양 공장은 그의 초기 작품으로 건축과 조각이 접목되어 있으며, 근대건축의 특징을 잘 드러내고 있어 보존 가치가 크다. 내부 전시장에서는 그의 생애와 업적, 설계도면과 모형 등을 무료 전시로 감상할 수 있다. 김중업 박물관 바로 옆에 있는 안양사지관도 빠뜨릴 수 없다. 박물관 리모델링 과정에서 고려시대의 절터로 안양이라는 이름을 낳은 안양사의 명문 기와가 발굴됨에 따라 유물을 모아 전시한 안양사지관은 안양의 옛 모습을 유추케 한다.

김중업 박물관 031-687-0909

APAP 작품 투어로 떠나는 예술 산책

안양 예술공원

안양 예술공원은 안양을 대표하는 문화 공간이다. 공원 곳곳에 자리한 설치미술들은 그 규모와 숫자가 국내 어디서도 찾아볼 수 없을만큼 다양하고 독특하다. 이러한 작품을 보다 적극적으로 감상할 수 있는 방법이 바로 APAP(Anyang Public Art Project) 작품 투어. 숲과 하천은 물론, 일상 생활 공간인 아파트 단지와 행정기관 앞마당, 도로변과 같이 다양한 환경 속에 자리한 작품들의 특성을 도슨트의 설명과 함께 따라가는 투어는 환경과 미술에 대한 눈을 환하게 밝혀줄 것이다. 온라인 사전 예약을 통해 참가할 수 있으며 11월 30일까지 월요일을 제외한 평일에는 11시와 2시, 주말에는 10시, 2시, 4시에 안양 파빌리온 앞에서 출발, 약 90분이 소요된다. 매월 마지막 수요일에는 늦은 저녁에 시작하는 나이트 투어도 마련되어 있으니 이색적인 데이트로도 추천한다.

APAP투어 안내 031-687-0548



사진출처 : 안양공공예술프로젝트



사진출처 : 동양백화점블로그

흥겨움도, 푸짐함도 여기가 최고

안양 종양시장

문화와 예술로 지성과 감성을 채웠다면, 이제는 배를 채우러 떠날 시간! 안양예술공원에서 마을버스 한 번이면 도착하는 안양종양시장은 저렴한 가격으로 푸짐하고 맛있는 먹거리를 즐길 수 있는 곳이다. 포차 골목, 곰창 골목 등 종류별 먹자골목이 마련되어 있는가 하면, 길목에 자리한 호떡이며 빈대떡집에서 풍겨오는 냄새는 발걸음을 멈추게 한다. 먹거리 X 파일에 착한식당으로 선정된 닭강정 집은 흔치 않은 국내산 닭강정으로 지갑을 열고, 짜장 한 그릇에 2,500원이라는 환상적인 가격은 점심 한 끼를 두 끼, 세 끼로 만들게 하니 과식을 조심할 것. 식당뿐 아니라 장바구니 물가도 저렴하여 주전부리나 할까 하고 들어왔다가 과일이며 정육으로 무거운 짐을 들고 나서게 되니 나들이 길의 마지막 코스로 잡는 게 좋겠다.

안양종양시장 031-447-9961

책 사이를 거니는 느긋함

서점들

안양에는 대형서점 외에도 주목할 만한 지역 서점들이 있다. 1984년 안양역 지하상가의 경향서점에서 시작하여 아시아의 아침이란 뜻의 '아단문고'로 이름을 바꾼 고서점, 모든 세대를 아우르는 좋은 그림책을 선별하여 소개하는 그림책 전문서점 '북스토어 작은정원'이 그것이다. 최근 인기몰이 중인 초판본 시리즈보다 7년 먼저 고전총서를 기획했을 정도로 책에 대한 탁월한 시선을 가진 아단문고에서 희귀본을 찾는 즐거움을 누리 보자. 아단문고는 헌책 마니아들에게 일류 고서적방으로 선정되기도 했다. 북스토어의 작은정원이 마련한 씨앗 패키지는 책과 초록을 접하는 싱그러움을 선물한다. 종종 열리는 그림책 아카데미는 작은정원만의 책 향기를 듬뿍 느끼게 해 준다.

아단문고 031-445-0972 / 북스토어 작은정원 031-383-1764



사진출처 : 북스토어 작은정원

우리 동네 꽃대궐

“복숭아꽃 살구-꽃, 아가진달-래, 울긋불긋 꽃-대궐 차리인
동-네” 봄이면 그리워지는 <고향의 봄> 노래다. 노래 속 배경
은 ‘꽃 피는 산골’이지만 안양이라는 도시에서도 부지런히 발돋
을 판다면 꽃대궐을 어렵지 않게 만날 수 있다. 안양과 근처 도
시들에서 즐기는 꽃놀이, 어디로 갈까?



01.

안양 충훈벚꽃축제

꽃축제 하면 뭐니뭐니해도 벚꽃축제! 풍성하게 피어난 연분홍색 꽃은
황사도, 미세먼지도 잠시 잊게 해 준다. (주)노루페인트 안양공장이 위
치한 안양천변은 벚꽃을 즐기기에 가장 좋은 장소로 4월에 열리는 충훈
벚꽃축제 기간에는 충훈2교 아래 무대에서 여러 공연이 펼쳐지기도 한
다. 벚꽃은 언제 봐도 아름답지만 꽃잎이 벌어지는 이른 아침엔 훑날
리는 벚꽃을 즐기기에 좋고, 어스름해지는 저녁의 하늘빛은 꽃에 분홍물
을 진하게 물들이니 더욱 좋다.

안양충훈벚꽃축제위원회 031)8045-3713



03.

군포 철쭉축제

햇핑크 꽃송이와 초록색 잎사귀로 봄을 화려하게 채우
는 철쭉은 계절을 만끽하게 해 주는 고마운 꽃이다. 올
해 4월 29일부터 5월 3일까지 열리는 군포 철쭉축제
에서 봄의 절정을 느껴보자. 산본동에 위치한 철쭉동
산과 철쭉공원은 흐드러지게 핀 백만그루의 철쭉들 속
에 폭 파묻히는 즐거움을 준다. 근처 시민체육광장과
문화예술회관에서는 다양한 공연이 펼쳐진다. 철쭉동
전에서도 버블 쇼와 서커스, 인형극 등 아이들을 위한
공연이 상시 진행될 예정이다.

군포 철쭉축제 www.gunpofestival.org

02.

시흥연꽃테마파크



봄꽃이 지면 여름꽃이 온다. 대표적인 여름의 꽃으로는 연꽃이 있다. 7월 초순부터 피어 7
월 말경에 절정을 이루는 연꽃은 10월 초까지도 감상할 수 있는데, 안양 근교의 시흥연꽃
테마파크는 향토유적지인 관곡지의 상징성과 역사성을 기리기 위해 만들어진 생태공원으
로 빅토리아연꽃, 어리연 등 다양한 연꽃과 함께 연근캐기 등의 행사도 즐길 수 있다. 뜨거
운 여름 햇살 아래 고요히 피어난 연꽃을 보며 마음을 정화해 보는 것은 어떨까?

시흥연꽃테마파크 031)310-6221



04.

서서울 화훼유통단지

계절 상관 없이 꽃향기에 휩싸이고 싶다면 화훼유통단지가
가장 빠른 답이 될 것이다. 실내에 가득 모여 있는 화분과
생화는 싱그러운 향과 생기를 고스란히 전해 준다. 멀리 서
울까지 나가지 않고도 근처 광명시 노온사동에 위치한 서서
울 화훼유통단지에서 다양한 꽃을 만날 수 있다. 겉보기엔
허름해 보이지만 내부의 규모며 종류는 어느 유통단지 못지
않다. 길 하나 사이로 광명IC화훼도매단지도 인접해 있다.

NOROO PEOPLE

71년을 넘어
100년을 향해 가는 NOROO.
더 가깝게 다가서는 공감의 자세와
마음과 마음을 잇는 단단한 고리로
새로운 성장의 시대를 이끍니다.



100년 NOROO, 윤리경영으로 함께 준비해요

(주)노루홀딩스 윤리경영실

지난 1월, (주)노루홀딩스 산하에 한영재 회장 직속으로 윤리경영실이 신설되었다. 끊임없이 치열해지는 사업 환경 속에서 명실상부한 글로벌 기업으로 자리잡기 위해서는 NOROO인들의 공통된 가치와 문화를 바탕으로 한 윤리경영이 꼭 필요하다는 판단에서다. 한원석 상무를 필두로 법무담당 이대규 차장, 정보보호담당 문태준 과장, 정책/절차담당 이대희 과장, 윤리규범/조직문화담당 박오영 대리로 구성된 윤리경영실은 NOROO의 윤리경영을 위한 헬프데스크로 기능하기 위해 본격적 활동에 나서고 있다.

헬프 데스크, 윤리경영실

“윤리경영이라는 단어를 들으면 제재나 지적을 떠올리시는 분들도 있죠. 하지만 윤리경영실은 간단히 말해, 임직원들의 활동에 도움을 드리는 곳입니다. 명확한 규정과 절차는 경영 활동의 효율성을 제고하지요.”

윤리경영실을 인터뷰하러니 어쩐지 엄격하고 딱딱할 듯해 평소보다 조금 더 긴장된다는 기자에게 이대규 차장은 미소와 함께 설명을 시작했다. “서로 생각과 기준이 다른 사람들이 모여 일하다 보면 의사소통과 판단이 느릴 수 있습니다. 기업에서의 윤리는 구성원들이 나아가야 할 방향과 선택의 기준을 제시함으로써 경영적 측면에서 조직활동의 효율성을 뒷받침해 주죠. 구성원들의 생각과 활동이 같은 기준 하에 이루어지면 의사소통이 편리해지고 판단 또한 빠르고 정확해집니다. 저희는 그러한 기준을 명문화하고 규정과 절차를 정비하여 도와드리는 헬프 데스크라고 보시면 되겠습니다.” 이대규 차장의 말에 이어 이대희 과장은 설명을 덧붙였다. “조직문화에 포커싱하는 접근에서 더 나아가, 저희는 현업에 초점을 맞추어 가치와 기준, 업무에 대한 실질적 가이드를 함께 제시하거든요. 그 모든 것은 NOROO Way를 기반으로 합니다. 창립이념을 바탕으로 2012년에 새로이 제시된 경영철학 NOROO Way의 실천 방안이 윤리경영이고, 첫 출발점이 윤리규범이라고 할 수 있습니다.”



BE HAPPY
at NOROO.

요즘 NOROO 곳곳에서 눈에 띄는 이 포스터는 윤리경영실의 첫 캠페인으로 밝고 에너지 넘치는 업무 환경 조성을 위해 만들어졌다. Believable-신뢰할 수 있는, Efficient-효율적으로 일하는, Harmonious-조화를 이루는, Accomplished-재주가 많은, Productive-생산적인, Positive-긍정적인, Youthful-활기 넘치는 NOROO인이 되어 NOROO 그룹에서 즐겁게 일하자는 내용을 담았다.

NOROO Way의 실천

NOROO Way의 가치와 현장 업무의 치밀한 접목을 위해 윤리경영실은 윤리규범과 정책 외에도 법무와 정보보호를 함께 아우른다. “NOROO에서 생산되는 모든 콘텐츠와 정보는 조직의 자산이죠. 이는 디지털 매체를 통해 공유, 전달됩니다. 그 과정의 정보 보호 방법을 안내하고 숙지하도록 돕습니다.” 문태준 과장은 현장에서 반복되는 소방 훈련을 예로 들었다. “반복적으로 훈련하다 보면 화재가 발생했을 때 즉각적으로 대응할 수 있죠. 정보 보호도 마찬가지입니다. 정기적으로 정보 보호 규정 및 절차를 확인하는 이벤트와 교육은 만약의 피해를 최소화할 것입니다.”

법무 또한 리스크 관리를 위해 꼭 필요한 분야다. 법무 담당 이대규 차장은 “사건이 생겼을 때 책임자와 유관 조직, 절차 등이 정해져 있으면 대처가 빨라진다”며 각 계열사에 공통적으로 적용되는 프로세스 지원으로 보다 효율적인 리스크 관리가 가능해질 것이라고 말했다. 박오영 대리는 이러한 영역들은 단순히 외부의 표준에 의한 것이 아니라 내부적 니즈의 우선순위에 따라 구성된 것이라고, 앞으로도 활발한 커뮤니케이션을 통해 다양한 요청 사항을 반영해 갈 것이라고 강조한다.

소통으로 준비하는 미래

커뮤니케이션은 2016년 윤리경영실의 활동에 있어서 가장 중요한 키워드 중 하나라고 할 수 있다. “전 그룹을 아우르는 소통은 중점 목표거든요.” 박오영 대리의 목소리에는 기대와 각오가 함께 묻어났다. “저희 윤리경영실의 각 영역이 크로스오버되듯이 모든 NOROO인들의 궁금증과 의견이 활발히 교차되면서 윤리경영이 완성되어갈 겁니다. 그 기반을 통해 NOROO는 100년 기업을 향한 준비를 더욱 탄탄히 할 수 있겠죠?”

윤리규범 안에 지역사회 공헌 및 환경 보호, 지속 가능한 성장 또한 포함되어 있는 것은 그 때문일 것이다. 창립의 뿌리였던 사업보국은 이제 대한민국을 넘어 전 세계의 사업장을 통해 실현되고 있다. 윤리경영을 통해 그 성장의 기둥은 더 단단해지고 미래를 향한 줄기가 보다 멀리 뻗어가도록 도울 것이다. 그리고 NOROO 인들은 윤리경영의 동근 나이트로 그 기둥 안을 차곡차곡 채워갈 것이다.

윤리경영실 사람들



이대규 차장



이대희 과장



문태준 과장



박오영 대리



YOU
ARE
AWESOME.

윤리경영실의 회의실 유리벽에는 'YOU ARE AWESOME'이라는 제목 아래 붉은 색색의 포스트잇을 붙 수 있다. “문태준 과장님, 차 마시고 밥 먹고 함께하는 시간이 좋아요!” “이대규 차장님 센스 있는 커뮤니케이션! 훌륭합니다!” 등이 손글씨로 담겨 있는 이 칭찬 쪽지는 한원석 상무의 제안으로 시작되었다고 한다. “한 사무실 안에서 많은 시간을 공유하는 서로에게 짧은 칭찬으로 기분 좋은 순간을 만들어 주자는 의견이셨죠.” 박오영 대리는 이 쪽지를 통해 새로운 힘을 얻는 동시에 다른 이의 좋은 점도 배울 수 있다고 덧붙였다.



생활 깊숙히 NOROO의 컬러를

세계 최대 백화점으로 기네스북에 이름을 올린 부산의 핫 플레이스, 신세계 센텀시티에 대한 관심의 온도가 요새 더욱 뜨겁다. 백화점 바로 옆에 쇼핑은 물론, 다양한 체험을 가능케 하는 센텀시티 물이 지난 3월 3일 오픈했기 때문이다. 아빠를 위한 일렉트로마트, 어린이를 위한 키자니아, 반려동물들을 위한 펫샵 등과 함께 가족의 삶을 더 반짝이게 만들 종합 라이프 쇼핑몰 더라이프까지, 센텀시티 물의 구석구석엔 고객의 즐거움을 채울 아이템들이 가득하다. 그중에서도 가장 컬러풀한 곳, 더라이프의 COLOR STUDIO by NOROO(컬러스튜디오 바이 노루)를 찾았다.



고객의 삶을 위해 '더라이프'

점심시간 후 봄볕에 나른해질 법한 오후 2시, 그러나 센텀시티 물 3층에 위치한 더라이프는 많은 손님들로 활기가 가득하다. 프로방스의 밝은 햇살을 담은 듯한 부드러운 노랑으로 꾸며진 더라이프 입구 안쪽으로 유모차를 끌고 나온 주부는 물론, 다정하게 손을 잡은 노부부, 젊은 커플 등 다양한 고객의 모습이 눈에 띈다. 높은 층고 아래 가지런히 놓인 조명들이 각각의 빛을 은은히 밝히고, 가구와 침구가 마치 누군가의 편안한 집에 들어선 듯 자연스레 놓인 공간. 여기에 아로마와 초, 꽃과 화분 등 가드닝 용품이 향기와 생기를 불어넣어 준다면, 감각적인 컬러로 발걸음을 멈추게 하는 곳은 COLOR STUDIO by NOROO다.

전체적으로 화이트 색상이 주를 이루는 더라이프 공간에서 COLOR STUDIO by NOROO의 다채로운 컬러 칩과 붉은 벽은 자신만의 인테리어를 꿈꾸는 손님들을 이끈다. 페인트가 필요한 공간의 크기를 짐작할 수 있도록 페인팅된 한쪽 벽면과 다양한 벽지 위에 시공된 사례를 확인케 하는 액자들, MDF의 시트지 위에 젯소와 페인트를 차례로 올려 그 차이를 느낄 수 있는 판넬 등은 인테리어 안에 자연스레 녹아들어 위화감을 주지 않는다. 벽지에 직접 페인팅을 하는 체험 존은 고객의 호기심을 적극성으로 바꾼다. 한번 물러를 잡아본 이들은 공통적으로 “감쪽같다!”, “정말 냄새가 없네”라는 감탄을 하기 마련이다. 그럼으로써 그들은 자연스레 자신의 공간을 상상하게 된다.

C O L O R
S T U D I O

B Y
N O R O O



직접 보고, 직접 칠하고

“주로 벽면과 문을 직접 칠하시려는 분들이 많이 사 가세요. 도배를 새로 하고, 문이나 가구를 구입하는 것보다 훨씬 저렴하고 색을 자유롭게 선택하실 수 있어서 좋아하시죠.” 계속 밀려드는 고객을 응대하느라 바빴던 COLOR STUDIO by NOROO 문현진 선임은 기자의 질문에 답하며 잠시 숨을 돌렸다. “고객 연령층도 무척 다양해요. 몇 번씩 오시는 단골 손님도 차츰 생기고 있습니다.”

문 선임은 처음에는 수입 제품에 대해 문의하던 고객도 COLOR STUDIO by NOROO의 페인트가 수입 브랜드와 비교해 품질 차이가 없는 반면, 가격은 합리적이라는 걸 체험하게 된다고 말한다. 실제로 제품을 구매한 고객은 “예전에도 사용해 봤거든요. 친환경에 냄새도 없고 무독성인데 가격도 좋아요”라고 답했다. 온라인과 달리 직접 색상을 확인할 수 있는 것도 장점이라고. 다음에는 집 내부를 사진 찍어서 들고 와볼 생각이란다.



쉽고 편하게, 컬러풀 라이프

기자가 방문해 있는 동안, 매장에서는 끊임없이 상담과 판매가 이루어졌다. 직원의 상담을 통하지 않고 직접 컬러 차트를 보며 색을 고르고 바로 조색을 주문하는 손님도 적지 않았다. 현관을 직접 페인팅하기 위해 방문했다는 초로의 손님은 “예전엔 이런 점포가 없었지. 공사해 주는 페인트 대리점만 있었는데 이제 편리해졌어”하며 매장 오픈을 반겼다. 원스톱 페인팅 서비스로 컬러 컨설팅은 물론 시공과 사후 관리까지 전 영역을 아우르는 COLOR STUDIO by NOROO의 가장 큰 역할은 그것일 게다. 더라이프 샵을 통해 집안에 꽃을 꽂고, 아로마를 피우고, 침구를 바꾸듯, 내 공간의 컬러를 바꾸는 것은 생각보다 쉽고 아름다운 일임을 일깨우는 것, 그 컬러의 변화를 위해 늘 옆에 있어 주는 것 말이다. 변화의 아름다움을 겪어본 이는, 한 가지 컬러에 머무르지 않는다. 봄의 그레이와 옐로우가 차분하고도 생동감 있는 계절을 만들어줬다면, 곧 여름의 컬러가 기대될 것이다. 그리고 COLOR STUDIO by NOROO는 기꺼이 그 변화를 만들어 줄 것이다.



COLOR
STUDIO

BY
NOROO

내 공간의 컬러를 바꾸는 것은 생각보다 쉽고
아름다운 일임을 일깨우는 것,
그 컬러의 변화를 위해 늘 옆에 있어 주는 것.
COLOR STUDIO by NOROO의 가장 큰 역할이다.

NOROO, 리빙 디자인의 컬러를 일깨우다

(주)노루페인트, 서울리빙디자인페어 참가

벌써 22화를 맞이한 서울리빙디자인페어. 다양한 인테리어 브랜드와 전문가, 학생, 소비자가 한 자리에 모이는 이곳에 올해 NOROO가 전시 부스를 열고 생생한 컬러를 선보였다. NOROO가 제시한 지적이고 세련된 블루, 화사하면서도 차분한 연분홍, 생기 넘치는 오렌지의 인테리어 컬러 앞에서 그간 많은 인테리어 디자인과 소품을 보왔을 관람객들은 이렇게 외쳤을 것이다. “리빙 디자인, 문제는 컬러였어!”



리빙 디자인, NOROO의 컬러로

“이 컬러가 마음에 드는데, 어떤 컬러와 어울릴까요?” 서울리빙디자인페어를 찾은 관람객들은 NOROO 전시 부스의 컬러 앞을 떠나지 못했다. PANTONE이 발표한 올해의 컬러, 로즈쿼츠와 세레니티 톤으로 맞춰 입은 (주)노루페인트 직원들은 바쁘게 움직였다. 이벤트 참여를 위해 길게 줄섰던 관람객들은 시공사례 동영상을 보며 컬러 매니저에게 상담을 받고, PANTONE Premium Paints 체험존에서 벽지에 페인트를 발라보며 무취의 매끈함에 감탄했으며 여러 컬러 스타일링으로 제시된 인테리어 공간에서 사진을 찍는 등 NOROO를 마음껏 즐겼다. 현장에서 페인트를 구매하는 고객도 눈에 띄었다. 관람객들의 이런 적극성에는 이유가 있다. 공간 연출에 있어서 가장 큰 면적을 차지하는 벽, 문 등의 컬러를 바꾸는 것은 적은 돈으로 가장 큰 인테리어 효과를 낼 수 있는 방법이기 때문이다. 어떤 소품과 디자인도 공간을 전체적으로 커버하는 컬러를 배제할 순 없다.



디자이너의 PANTONE Premium Paints

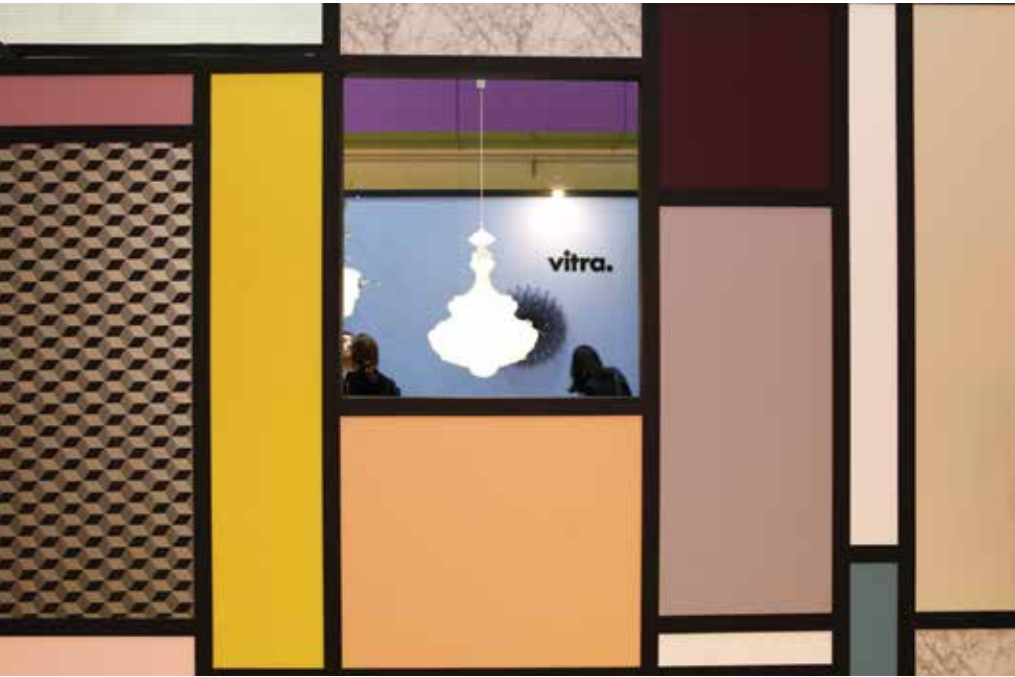
컬러의 중요성은 ‘디자이너스 초이스’ 공간에서도 부각되었다. “페인트만으로 색다른 분위기가 연출될 수도 있습니다.” 박근하 크리에이티브 디렉터는 자신이 꾸민 ‘재충전의 작업실’을 소개했다. 디자이너스 초이스는 서울 리빙디자인페어가 올해의 디자이너를 선정, 그들이 제시하는 공간 솔루션으로 올해는 〈Homescape, 즐거운 나의 집으로〉라는 주제 아래 욕실과 작업실 등의 공간이 꾸며졌다. (주)노루페인트와 콜라보레이션으로 진행된 이 공간에는 PANTONE의 컬러가 키워드로 제시되어 곳곳에서 PANTONE Premium Paints의 표지를 찾아볼 수 있다. 박근하 디렉터는 페인트를 어떻게 쓰느냐에 따라 공간의 역동성이 달라진다고, 사진과 수직 등 다양한 면분할의 페인팅을 선보였다.

디자이너들에게 PANTONE은 컬러의 기준으로 인식되는만큼, 다양한 분야의 리빙 디자인 전문가들과 소비자들이 모이는 이번 리빙디자인페어에서 PANTONE Premium Paints는 컬러 전문 페인트로서 강렬한 인상을 남겼다. 리빙 디자인의 시작은 컬러, 그 해결사는 NOROO라는 것을 이번 행사를 통해 많은 이들이 기억할 것이다.



SEOUL
LIVING
DESIGN
FAIR

* 컬러의 중요성을 일깨우고 이를 쉽게 바꿀 수 있는 방법을 제안한 덕에 NOROO는 2016 리빙디자인 어워드에서 〈눈에 띄는 제품상〉을 수상했다. 이는 디자인 전문가, 유통 전문가, 방송사 PD, 신문기자로 구성된 10명의 심사위원이 서울 리빙디자인페어에 참가한 300여 개 브랜드를 평가하여 TOP10 브랜드를 뽑는 것으로 삼성전자 세리프 TV, 두달, 까사부사티, 대림바스 등이 (주)노루페인트와 함께 수상했다.



가족과 있는 곳은 어디나 꽃밭

(주)노루페인트 모바일사업실 한성민 과장

기왕이면 다홍치마라고, 눈으로도 즐겁고, 입 안에서도 기쁘며, 몸에도 좋은 꽃양금 떡케이크가 요즘 인기다. 강남콩으로 만든 앙금에 백년초, 치자, 비트 등의 천연색소가루로 은은한 색을 내어 꽃잎 하나하나를 정성껏 짜올리면 장미며 작약, 국화 등이 떡케이크 위에 아름답게 피어난다. 고슬고슬한 떡과 달콤한 앙금으로 맛있고 맛있는 떡케이크를 만들기 위해 (주)노루페인트 모바일사업실 한성민 과장 가족이 공방을 찾았다.



아빠는 수퍼맨

“안녕하세요!” 찰랑거리는 생머리의 6살 은서와 곱슬머리가 귀여운 4살 승현이 공방에 들어서서 배꼽인사를 한다. 의젓한 은서는 조금은 쑥스러운 미소, 개구쟁이 승현은 기합을 넣은 듯 씩씩한 목소리다. 두 아이의 엄마인 민정임 씨는 설레는 표정이다. “양금꽃을 꼭 만들어 보고 싶었거든요. 이렇게 기회가 생겨서 정말 기뻐요.”

도예과를 졸업했다는 민정임 씨는 아동 미술을 하며 손재주를 발휘해 왔단다. 버터크림 플라워를 즐겁게 만들었던 아내를 기억하는 한성민 과장은 꽃양금 케이크를 만드는 가족 체험 소식을 듣자마자 신청 메일을 넣었다. 한성민 과장은 “아내가 평소에 하고 싶어했거든요”라며 당연하다는 듯 말하지만, 바쁜 업무와 일상 속에서 아내의 마음을 알아채고 기억하기란 쉽지 않은 일이다. 민정임 씨의 밝은 표정과 두 아이의 해맑은 기쁨은 그렇게 아빠의 배려로 만들어진 것일 게다.

“평소에도 참 좋은 아빠예요. 어디든 가족이랑 함께 나가요. 시간이 없을 땐 가까운 변화가라도 가죠. 회사 무재해 기원제에도 다같이 갔었어요.” 민정임 씨의 말에 한성민 과장은 역시나 덩덤한 표정이다. “가족과 있으면 늘 좋아요. 혼자 해외에 다녀올 일이 있었는데, 유명하다는 해변에 가도 가족이 옆에 없으니 좋은 줄 모르겠더라고요.” 이런 아빠를 아이는 어떻게 생각할까? 승현에게 물으니 1초의 망설임도 없이 “수퍼맨 아빠!”란다.





장미꽃과 배

“자, 오늘은 장미꽃을 만들어 볼게요. 은서는 무슨 색이 좋니?” 공방 선생님의 질문에 은서는 수줍게 “핑크”를 골랐다. 아직은 손이 작아 찔주머니를 쥐기 어려운 승현은 아빠와 과자를 먹으며 기다리고, 일년간 요리를 배워 왔다는 꼬마 요리사 은서가 엄마와 함께 앙금꽃 만들기에 나선 참이다. 선생님의 손가락이 꽃받침을 빙그르르 돌리자 마술처럼 작은 장미꽃봉오리가 생겨나고, 집중하던 은서의 눈은 놀라움으로 동그랗게 커졌다. “자, 이제 여기에 꽃잎을 붙여 주는 거예요.” 엄마와 은서가

긴장 속에 꽃을 만드는 시간, 자기도 해 보고 싶다는 승현을 달래며 아빠는 승현이와 그림을 그린다. “와, 승현이가 배를 그렸네? 이 배는 어디로 가는 배야? 누가 탔을까?”하는 아빠의 질문에 승현이는 “이전 산으로 가는 배야, 여기 엄마, 누나, 나랑 아빠도 탔어”하며 이야기를 이어간다. 알고 보니 작년 여름, 배에 차를 싣고 캠핑갔던 기억을 그려낸 것이다. “우리 배 타고 산에 갔지! 이때 진짜 재밌었지~”하며 웃는 승현이 덕에 아빠도, 엄마도, 누나도 함박웃음이 터지고 만다.

웃음꽃 가득한 꽃밭

공방 분위기에 적응했는지 은서는 선생님에게 장난을 치면서도 꽃에 대한 집중을 잃지 않았다. 은서와 민정임 씨의 장미가 서서히 제모습을 드러내자 한성민 과장은 스마트폰으로 딸과 아내의 모습을 담았다. 신혼여행, 임신과 출산, 여행 등 특별한 일이 있을 때마다 포토북을 만들어 온 것이 벌써 7권. 가족 사랑이 남다른 남편 덕에 민정임 씨는 다른 엄마들에게 한껏 부러움을 산다.

“고등학교 때부터 알고 지낸 사이였어요. 그러다 우연히 회사에서 일하는 모습을 보게 되었는데 정말 믿음직하더라고요.” 민정임 씨의 말에 한성민 과장은 웃음을 가득 머금고 대꾸한다. “정작 연애 기간은 짧았죠. 100일만에 결혼했던가, 우리?” 무슨 말이건 웃음으로 끝나는 그들의 일상은 짧았던 연애기간이 전혀 아쉽지 않을 듯하다. 한성민 과장은 스마트폰에 아내를 ‘애인’으로 저장하고, 아이들을 ‘친구’라고 자연스레 칭하며 아낌없이 마음을 나눈다. 까르르 웃는 아이들의 미소만큼 환한 장미꽃과 엄마 아빠의 마음처럼 포근한 백설기로 완성시킨 꽃앙금케이크와 컵케이크 앞에 앉은 가족을 보니 여기가 꽃밭이구나 싶다. 웃음꽃 가득한 꽃밭에서 그들의 사계절은 늘 향기로울 것 같다.



동교에 피는 꽃

국내산 쌀가루로 쪄낸 떡시트, 무방부제 앙금과 천연색소 등 건강하고 좋은 재료로 앙금롤라워케이크를 만드는 <동교에 피는 꽃>은 정규반과 원데이클래스를 운영한다. 수업 외에 다양한 크기와 디자인의 떡 케이크를 주문할 수 있어서 선물용으로도 좋다. Tel : 010-7601-0511



대흥도료는
타사에서 전국 매출
1위를 하는
거래처이기 때문에
조성택 사장 역시
NOROO와
함께하게 되리라곤
생각지 못했다.

최선은 없다. 최고를 향할 뿐

서울 대흥도료

NOROO뿐만 아니라 국내 전체 페인트 업계에서 대흥도료를 모르는 사람은 없을 것이다. 전국에서 손꼽히는 규모의 매장을 서울 도심에 두고 일반적인 특약점의 몇 배에 달하는 물량을 다루며 짐작을 넘어서는 매출을 내는 곳. 페인트 업계 영업맨들 에게는 꿈의 대리점이자 그만큼 철옹성처럼 접근이 어려웠던 대흥도료가 NOROO 와 연을 맺은 지 2년이 되었다. “2등은 싫다. 늘 1등을 목표로 해야 할뿐이다”라며 NOROO 특약점으로도 정상에 서고자 하는 이, 대흥도료 조성택 사장이다.

대흥도료의 문이 열린다

지난 2월, 2016 노루페인트 VIP특약점 초청 세미나에서 대흥도료 조성택 사장을 보고 놀란 이들이 많았을 것이다. 그럴만도 한 것이, 대흥도료는 타사에서 전국 매출 1위를 하는 거래처이기 때문이다. 선거래 업체인 타사의 견제와 방어가 워낙 컸던 탓에 조성택 사장 역시 NOROO와 함께하게 되리라곤 생각지 못했다. 그런데 2년 전, (주)노루페인트 서울지점 조성수 지점장의 끈기가 그 무겁고도 단단했던 문을 열었다.

“조성수 지점장님처럼 적극적으로 하신 분은 처음입니다. 일요일 빼고 매일 왔어요. 토요일도 오시더라니까요.” 조성택 사장은 말도 말라는 듯, 손을 내들었다. “그간 봄만 되면 영업 직원들이 오긴 왔었지만 끈질기게 온 사람은 없었어요. 그런데 마침 저랑 향렬이 같더라 말이지요.” 가족과 고향을 귀하게 여기는 조 사장은 조 지점장의 열정과 끈질김에 그만 두 손 들 수밖에 없었던다. 그러나 그 뒤로도 수월치는 않았다. NOROO 간판을 달자니, 기존의 거래사와는 잡음이 날 수밖에 없었다. “그래도 조성수 지점장님께서 나서서 신경 써 주시니 기대가 크다”며 얼굴의 긴장을 풀어내는 조성택 사장을 보니, 마치 전쟁 중 잠깐의 휴식을 가진 장수처럼 느껴진다. 현재 대흥도료는 도료 업계의 치열한 전장이 된 듯 하니 말이다.



조 사장은

“좋은 건 좋다,
아닌 건
아니라고 말해야
발전이 있는 법”이라고
따끔한 훈수를
멈추지 않았다.

맨주먹으로 일군 성공

이렇듯 대흥도료를 두고 업체의 경쟁이 치열한 이유는 뭘까. 막대한 매출 규모가 가장 가시적인 이유겠지만, 조성수 지점장은 따로 ‘조성택 사장의 신용’을 꼽는다. “약속을 칼같이 지켜 주십니다. 약속한 물량을 어기신 적이 한 번도 없어요.” 뿐만 아니라 조성택 사장은 모든 일에서 완벽을 기함은 물론 효율성을 철저하게 따진다. 배송 트럭이 한 번만 올 수 있게끔 주문 물량을 맞추고, 물건을 전시할 땐 그 효과까지 계산한다. 아침 도시락을 싸서 새벽 6시에 가게 문을 열고, 아무리 바빠도 신제품 강연에는 꼭 참가하여 궁금증을 모두 해소해야 하며, 테스트 현장에도 직접 가 봐야 하는 그다.

“한 페인트 가게에서 점원 생활만 18년을 했습니다. 이 지역에서 내 사업을 한 지 23년째 되었어요. 현장, 배송, 판매 모두 해 왔으니 이제 누구 못지 않게 페인트를 잘 알지만 지금도 신제품이 나오면 책자로 공부합니다. 약속을 지키는 건 기본입니다. 돈을 벌어 보기도, 부도를 맞아 보기도 했지만 절대 신용은 잃지 않았습니다. 그렇게 열심히 하다 보니 이런 결과가 온 거겠죠.” 담담하게 이어나간 이야기에서 조성택 사장의 근성과 역사가 보인다. 십남매 중 다섯째로 태어나 형제들을 돕기 위해 학업 대신 장사를 택해 맨주먹으로 올라온 서울에서 성공을 일군 그다. 대흥도료의 창업과 성장에 밑거름이 되어 온 동생들은 지금도 그에게 더없이 든든한 조력자다. 그리고 아들인 조광희 부장이 대흥도료의 미래를 준비 중이다. “아들이 대를 잇겠다고 기꺼이 나서더라고요. 제 아래서 일한 지가 벌써 6년입니다.” 아들 조광희 부장과 나란히 선 그에게서 흐뭇한 미소가 번진다.

NOROO with 대흥도료

이제 NOROO와 함께한 지 2년. 타사와 보다 오랜 세월을 함께해 온 대흥도료이기에, 조성택 사장의 이야기에서는 아직 칭찬보다는 비교가 두드러진다. 판촉물에서부터 테스트 방식, 포장과 배송, 매대의 선반 갯수까지 모든 분야에서 그의 예리한 시선이 실력을 발휘한다. 그런 그에 대해 조성수 지점장은 ‘실수를 그냥 넘기지 않는 분’이라며 그 덕에 배우는 것도 많다고 말한다. “귀담아 들을 말씀이 많습니다. 그리고 지적만 하시는 게 아니라 책임과 의무도 다하시는 분이거든요”라는 조성수 지점장의 말에 조 사장은 “물건 가져가면 제 날짜에 결제하는 게 당연하지!”라며 “좋은 건 좋다, 아닌 건 아니라고 말해야 발전이 있는 법”이라고 따끔한 훈수를 멈추지 않았다. NOROO와 대흥도료의 파트너십은 그렇기에 더 빛날 것이다. 섬없이 제품을 연구하는 NOROO와 조성택 사장의 완벽주의가 만났으니 앞으로의 시너지가 기대된다. 함께하는 시간이 늘어갈수록 최고를 향한 서로의 성장속도를 더욱 높여줄 파트너, 대흥도료와 NOROO다.



공감으로 동행하는 성장의 길

2016 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나

인기리에 방영되는 <꽃보다 청춘> 속 여행이 즐거운 것은 여행지의 풍광이나 다이내믹한 액티비티 때문만은 아니다. 출연자들이 동고동락하며 느끼는 '공감'이 전해지기 때문이다. 이렇듯 진정한 동반자란 길을 공유하는 것에서 나아가 마음을 공감하는 이다. 2016년 (주)노루페인트가 특약점과 공감을 이야기하는 것은 이 때문이다. 공감은 어려운 순간을 이겨내게 하며 즐거운 순간에는 기쁨을 더한다.



세상으로 멀리, 지역으로 가까이

세미나가 열리기 10분 전, 제주 롯데호텔 크리스털 볼룸의 로비에서는 기분 좋은 설렘이 느껴졌다. 귀빈을 맞기 위해 안경수 회장을 비롯, 김수경 사장과 임원들은 입구에 이미 도열해 있었고 로비 양쪽으로는 (주)노루페인트의 신제품들과 함께 직원들이 미소로 대기 중이었다. 로비 끝에는 새로이 선보이는 N-Shop의 모델 전시장이 깔끔한 단장으로 손님을 기다렸다. 속속 도착한 특약점주들은 환한 웃음으로 임원들과 인사를 나누며 세미나장에 들어섰다. 무대로 자리를 옮긴 임원들의 인사와 함께 드디어 2016 노루페인트 VIP특약점 초청 세미나가 시작되었다.

“71주년을 맞이한 노루의 성장에는 특약점 사장님들의 든든한 파트너십이 있었습니다. 2016년의 불확실한 경제 성장 전망 속에서도 중장기적 경쟁력 확보를 위해 넓고 멀리 보는 관점을 가지는 동시에, 지역 상권 경쟁에서도 한 발 빠르게 나아가기 위해 이 세미나가 함께 고민하고 성장하는 공감의 자리가 되길 바랍니다.” 김수경 사장의 인사말로 소개된 올해의 주제는 본사와 특약점, 고객을 이어줄 ‘공감’이다.



제주에서 공감의 어깨동무로
노루와 특약점은
진정한 동행의 첫 발을 힘차게 내딛었다.



동행

해결의 에너지, 공감

기조 연설을 위해 단상에 오른 안경수 회장은 ‘공감’이 저성장, 저출산, 고령화의 새로운 상태, 즉 뉴노멀 시대의 한정된 시장 안에서 성장하기 위한 필수 조건이라고 강조했다. 안 회장은 “동행의 일체감은 이제 공감과 동질성으로 넘어와야 한다. 공감은 해결할 수 있는 에너지를 만들어 팀을 이기도록 이끈다”고 말하며 특약점과 본사가 긴밀히 협업하며 고객가치창조를 향한 제안을 함께함으로써 어떠한 상황에서건 함께 성공하자는 굳은 각오를 내세웠다. 이어진 기술연구소 기동춘 상무의 신제품 소개는 세미나에 참석한 이들의 집중도를 더욱 높였다. 페인트 업계의 트렌드와 이에 따른 신제품들의 소개는 동영상 활용하여 더욱 이해하기 쉬웠으며 강한 인상을 남겼다. 특히 단 한 번의 도장으로 99.99%의 은폐율을 낚는 순&수 원터치가 소개되자 참가자들은 신기하다는 듯 컷속말을 나누기도 하였다. 이외에도 작업 효율성을 높인 내부용, 바닥용 페인트 및 옥상녹화와 차열을 위한 특화도료, 다양한 색으로 옥상의 분위기를 바꾸는 옥상방수 바닥 컬러 제안 등도 제시되었다. 공업용에서는 이제 대세가 된 유리 마감재 건물들에 대응하는 신제품으로서 에너지 세이버 열차단 유리와 컬러 및 패턴을 가미할 수 있는 에너지세이버 원도우 컬러 유리 출시를 알렸으며 자보용에서는 향후 엄격해질 환경 규제에 맞출 수 있는 수성 조색 시스템인 오토큐 시스템과 기존의 3각 측색에서 5각 측색으로 더 정밀해진 측색 및 조색 시스템인 칼라큐 시스템이 소개되었다.

시장 변화, 공감으로 동행하다

이러한 신제품들과 함께, ㈜노루페인트는 어떤 방법으로 특약점, 그리고 고객과의 공감을 이어갈 것인가? 마케팅전략팀의 백승찬 본부장은 고객과 특약점을 위해 치밀히 준비한 마케팅 전략들을 소개했다. ㈜노루페인트에서 특허출원한 흘림방지 플라스틱 용기, 더욱 풍부히 제공될 샘플과 카탈로그, 시편들 및 특별 프로모션과 파격 세일, 고객용 문자 서비스와 알기 쉽게 제작한 홍보 영상 및 시공 안내 동영상 등은 특약점을 통해 고객을 유치할 것이다. 또한 셀프 인테리어 트렌드로 인한 DIY 시장을 적극적으로 이끌기 위해 준비한 N-Shop은 B2C시장을 정확히 겨냥했다. 그간 일반 고객 중심의 매장을 운영, 매출의 변화를 목격한 부평 페인트 마켓 사장은 직접 단상에 올라 그 효과를 증명하기도 하였다. 순서는 마지막 특별 강연자인 김탁환 소설가에게 넘어갔다. 드라마로 방영된 소설 『불멸의 이순신』, 『황진이』 등을 집필했던 그는 소설의 창작 과정을 예로 들며 공감법을 나누었다. 차분한 그의 목소리를 통해 참가자들은 행사를 통해 전달받은 각오와 의지, 목표와 방법을 정리할 수 있었을 것이다. 안경수 회장이 기조연설을 통해 말한 바와 같이 이 행사는 공감으로 가는 첫 단계였다. 제주에서 공감의 어깨동무로 노루와 특약점은 진정한 동행의 첫 발을 힘차게 내딛었다.

News Briefing

• 뉴스 브리핑



NOROO 정기 주주총회 개최



㈜노루페인트 블로그 '친친노루' APP 오픈

(주)노루홀딩스

NOROO 정기 주주총회 개최

지난 3월 25일, (주)노루홀딩스와 (주)노루페인트의 주주 및 회사 임직원들이 참석한 가운데 정기 주주총회가 안양 본사 NOROO 복지관에서 개최되어 회사의 영업 성과 및 재무 현황 등 핵심 안건들이 자세히 설명되었다. 이 자리에서 (주)노루홀딩스 정준호 사장은 “세계의 경기 성장세가 둔화되고, 원자재 가격이 상승하는 어려운 상황에 직면하였지만, ‘NOROO가 펼쳐가는 기술경영의 새 지평’이라는 경영 방침 아래 기존의 사업 영역에 대한 집중과 새로운 시장에 나아가기 위한 변화를 조화롭게 이루어 새로운 성장의 패러다임을 구축하고 원대한 회사의 비전 및 주주이익의 극대화를 실현하겠다”고 발표하였다. 이번 주주총회에서는 2015 사업 연도의 회사 성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서가 승인되었으며 이익잉여금 처분계산서(안)의 보통주와 우선주에 대한 배당도 각각 승인되었다.

(주)노루페인트

㈜노루페인트 블로그 '친친노루' APP 오픈

㈜노루페인트 공식블로그 '친친노루'의 APP 버전이 출시되었다. 친친노루는 셀프페인팅, DIY, 인테리어 등의 다양한 콘텐츠와 더불어 회원들이 일상의 이야기를 나눌 수 있도록 SNS 기능을 탑재한 블로그로, 스마트폰에 최적화된 서비스를 제공하고자 APP으로도 개발되었다. 친친노루 APP 안에서 사용자들은 자유로이 소통하고 정보를 공유하는 등 다양한 제품과 서비스를 더욱 편하게 즐길 수 있어 (주)노루페인트에 대한 친근감을 높이게 될 것으로 기대된다. 친친노루 APP은 스마트폰에서 플레이스토어(구글플레이) 및 앱스토어에 접속하여 '친친노루' 검색 후 다운로드하여 이용할 수 있다.

㈜노루페인트 2016시즌 야구장 광고 실시

㈜노루페인트가 4월부터 2016년 프로야구 시즌 야구장 광고를 실시했다. 광고 게재 중인 야구구장은 잠실, 인천, 수원, 부산, 창원, 광주, 대전 총 7개 구장으로, TV중계 시 노출이 가장 많은 본



㈜노루페인트 안양공장 - 경기도지사, 안양시장, 고용노동부 안양지청장 표창장 동시 수상



㈜노루오토코팅, 광주 지점 물류센터 준공

부석 위치에 게재하여 NOROO 및 제품 브랜드 홍보를 위한 스포츠 마케팅 효과를 극대화하였다. 최근 대한민국 프로야구 관객 수는 800만 명을 넘어서며 국내 스포츠 중 가장 큰 인기를 누리고 있다. 특히 한국시리즈 5차전의 경우 시청률이 10%가 넘는 등, 메인 시간대의 드라마와 비슷한 수준의 시청률 기록을 세우기도 했다. 공중파와 케이블 TV 방송의 야구 중계를 통해 (주)노루페인트의 광고는 시청자들을 자주 만날 수 있을 것이다.

㈜노루페인트 안양공장 - 경기도지사, 안양시장, 고용노동부 안양지청장 표창장 동시 수상

㈜노루페인트는 2015년 한해 동안 안양공장의 지역 환경 개선, 산업사고(재해) 예방, 화재 예방 활동의 공로를 인정받아 경기도지사, 안양시장, 고용노동부 안양지청장 표창장을 동시에 받는 쾌거를 이루었다. 이번 표창장은 (주)노루페인트의 안양공장을 관리 감독하는 정부기관에서 수여함으로써 그 의미가 크다고 생각되며, 지역사회와 더불어 살아가는 사회적 기업으로 인정받는 데 전기가 되는 뜻깊은 상이다.

(주)노루오토코팅

㈜노루오토코팅, 광주 지점 물류센터 준공

㈜노루오토코팅은 광주광역시 광산구 평동산업단지에 물류센터를 준공함에 따라 지난 3월 17일, 준공식을 열어 이를 기념하였다. 광주는 제조업 매출액의 40.6%가 자동차 관련 산업에서 발생할 만큼 자동차 산업이 경제의 핵심인 지역이다. 또한 기아 광주 공장은 생산량을 100만 대까지 확충하고자 추진하고 있다. (주)노루오토코팅 양정모 사장은 준공식에서 “(주)노루오토코팅은 미래의 자동차 허브 도시로 성장하고 있는 평동산업단지 내에 물류센터와 기술 실험실을 갖춘 광주 지점을 신축함으로써 호남 지역 거래선에 대한 도로 공급과 품질 향상에 더욱 만전을 기할 수 있게 되었다”고 평하며 앞으로 호남 지역은 물론, 전국 자동차 생산업체의 거점별로 물류센터를 완공하여 최고의 제품을 더욱 신속하게 제공할 것임을 밝혔다.

구독, 어디까지 해 봤니?

구독이라 하면 사전적으로는 책이나 신문, 잡지 등을 구입하여 읽는 것을 말하지만 요즘은 그 범위가 매우 넓어졌다. 정확히는 '정기배송'이라고 해야 할 이 구독은 특정 제품이나 신제품을 모아 배달해 주는 서브스크립션 서비스(subscription service)의 개념을 포함하여 잡지나 꽃, 커피, 화장품까지 다양한 상품을 취급한다. 일정 간격을 두고 계속 리마인드된다는 점에서 선물 용으로도 좋은 구독 서비스, 무엇이 있을까?



Flower

Coffee

Book

Cookie

벌써부터 2주 후가 기다려져

꽃은 특별한 날만 필요한 게 아니다. 반대로, 꽃이 있으면 매일이 특별해질 수 있다. 누군가에게 특별한 일상을 선물하고 싶다면 플라워 서브스크립션을 신청해 보자. 물론 나에게 선물하는 것도 추천! 꾸까(kukka.kr), 모이(moooi.kr) 등에서 9,900원부터 다양한 가격대의 꽃다발을 2주마다 받을 수 있으며 화병도 함께 주문가능하다.

이번 달엔 어떤 커피가 올까?

커피를 즐기는 이에게는 빈브라더스(beanbrothers.co.kr)의 커피 구독도 인상적인 선물이 될 것이다. 한달간 소모하는 커피 분량과 홀빈, 프렌치 프레스 등 커피 내리는 취향을 고르면 빈브라더스가 엄선한 커피 원두가 소개서와 함께 한달에 한 번 배달된다. 구태여 발품팔지 않아도 다양한 원두를 신선하게 맛볼 수 있다는 점에서 커피 애호가들의 인기를 모으고 있다.

내 마음에 책을 꽂아줘

도서관이나 책방에 가는 걸 즐기지만, 수많은 책 앞에서 결정장애를 겪는 당신, 책 구독 서비스가 도와 준다. 플라이북(flybook.kr)이 제공하는 멤버십 서비스 비플러스를 신청하면 매달 나의 취향에 맞는 한 권의 책을 보내준다. 베베티움(bebetium.com)이 제공하는 티움박스는 영유아용 북 큐레이션 서비스. 서점에 가지 않아도 양질의 책을 편히 받아 볼 수 있으니 편리하다.

꼬박꼬박 달달한 충전

세상은 넓고, 과자는 많다! 동네 가게의 과자로는 만족할 수 없는 호기심을 지닌 디저트 애호가에게 푸드플랩(foodplab.com)은 한 달에 한 번, 과자종합선물세트를 보내준다. 푸드 전문 큐레이터가 직접 맛보고 고른 세계 곳곳의 디저트를 예쁜 박스에 담아 보내주는데 시중 판매가보다 저렴하게, 독특한 제품들을 만날 수 있어 반갑다.



2016 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나에 참석하신 분들을 위해 (주)노루페인트가 팝아트 초상화를 특별히 마련했습니다. 컬러가 다르고 개성이 달라도 공감으로 하나되는 우리는 모두 NOROO가족입니다!

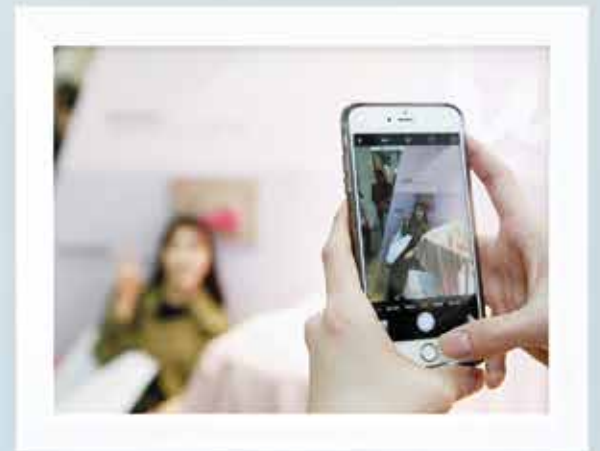


Behind
Cut

비하인드 컷



단연컨데, 부산의 센텀시티 몰 더라이프에서 가장 눈에 띄는 것은 COLOR STUDIO by NOROO(컬러스튜디오 바이 노루)의 붉은 벽입니다. 이 벽면으로 손님들은 각자의 공간에 필요한 페인트 양도 가능하고, 컬러풀한 분위기도 상상해 보실됩니다~



“아니, 여기가 어디길래 사람이 이렇게 많아?” 관람객이 북적북적 몰려 무심코 지나가던 이들까지 궁금케 한 곳. 서울리빙디자인페어의 (주)노루페인트 전시장입니다. 구석구석 매력적인 컬러에 누구라도 사진을 찍지 않을 수가 없었다지요!