

NOROO

NOROO

Autumn. 2015



Autumn. 2015

산。

NOROO Quarterly Magazine | 2015년 가을 37호

NOROO



Special Theme		산은 곧 우리다
06	Essay	우리에게로 걸어 나오는 산
08	Information	산, 우리를 둘러싸다
12	Interview	살아가기에 산을 오른다 코오롱등산학교 교장 윤재학

Culture Gallery		
16	Tea	검은 잎 붉은 수색, 홍차
18	History	70세 동갑인 우리는 해방둥이
20	Finance	한국형 통합금융시대가 온다
22	Book Stay	책이 있는 여행지의 밤

NOROO People	
26	Focus on NOROO NOROO, 70년의 여정
30	High Five 지아 요! 강소노루비! 중국 강소노루비케미칼
34	Special Interview NOROO, 든든한 길을 만들다 (주)노루페인트 직판사업부 시공사업팀
38	Family Photo 시간은 가족과 자란다 (주)노루홀딩스 재경기획팀 최종순 대리 가족
42	Special Store 친환경 페인트, 행동으로 보여준다! 전주 에코칼라모션과 중양페인트
46	News Briefing
50	1 Minute Guide 따뜻하고 건강하게 체온 1℃ 높이기
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 배부근 부장
부산광역시 연제구 중앙대로 1000(국민연금 부산회관 17층) T:051-580-8363

(주)노루오코딩 전략기획팀 백현정 대리
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)노루코일코딩 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

산은 곧 우리다

산은 한국인에게는 참으로 친숙한 자연의 대상이자, 한국인의 일부입니다. 우리에게 하늘과 맞닿은 건 늘 몇 겹의 산이어서 해도 산 위로 뜨고 산 너머로 지지요. 가깝고 낮은 산부터, 멀고 높은 산까지 다양도 하여 마을은 산을 병풍 삼아 만들어지고 길은 산자락으로 굽이굽이 통했습니다. 산 아래에서 태어나 산에 묻혔으니 무덤의 이름 또한 산소였습니다. 사람과 함께 시대도 품어 우리의 역사에 따라 모습을 달리해 온 산에 대해, 최정호 교수는 『산과 한국인의 삶』에서 “산은 한국적인 자연의 얼굴만이 아니라 그 문화의 얼굴, 그 역사의 얼굴을 보여주고 있다”고 말합니다.

06.

Essay

우리에게로 걸어 나오는 산

08.

Information

산, 우리를 둘러싸다

12.

Interview

살아가기에 산을 오른다

우리에게로 걸어 나오는 산

지리산에는 재미난 전설이 있습니다. 하동의 화개면 정금리의 이야기인데요, 언젠가는 지리산이 걸어 나와 세상을 지상낙원으로 만든다는 비기의 예언이 있었다나요? 그런데 어느 날 세상으로 뚜벅뚜벅 걸어 나오던 지리산을 동네에서 빨래하던 아낙이 보고는 “지리산이 걸어 나온다!”하고 소리를 지르니 그만 산이 걸음을 멈추는 바람에 지상낙원이 오지 못했습니다. 어느 지리산 전문가는 고정불변의 존재인 산이 들판을 향해 걸어 나왔다는 것에서 산의 생명성과 능동성, 지향성을 발견합니다.



Special Theme

>
산은
곧 우리다

일상적인, 때로는 이상적인

이리저리 얹힌 긴 산줄기를 거느리고 행차에 나섰을 지리산의 위용을 떠올리면, 상상만으로도 우람하고 장대하여 감탄사가 나옵니다. 그런데 고작 빨랫방망이를 든 아낙의 목소리에 주춤 멈추다니, 그 또한 재미난 광경이 아닐 수 없습니다. 새 세상을 펼치고 지상낙원을 만들고자 나선 길을 그리 쉽게 포기하다니요, 누군가가 말한 능동성과 지향성이 무색하다 싶습니다. 그러나 어쩌면 그 모습이 바로 우리가 기대하는 이상의 산과 이웃다운 일상의 산, 두 얼굴을 보여주는 것 같습니다.

예로부터 산을 통해 현실의 괴로움을 벗어나고픈 고단한 이들은 지리산이 소원을 이뤄주리라 믿고 또 바랐을 것입니다. 머루랑 다래랑 따먹으며 청산에 살어리랏다는 노래처럼 산은 허욕과 세상 근심을 내려놓는 곳, 혹은 기존 권력의 힘이 미치지 못하는 곳에서 반체제적인 집단을 은밀히 꾸미고 세상 전복을 꿈꾸는 곳이기도 했으니까요. 동시에 산은 필요할 땐 양식을 꾸어주고 땀감을 빌려주는 친숙한 이웃의 모습도 갖고 있습니다. 먹을 게 없을 때 민초들은 산나물로 고비를 넘기고 약초로 병을 다스리며 산이 내어주는 땀감으로 겨울을 났지요. 그렇게 이웃 같은 산이라면 아낙이 “저기 산이 걸어 나온다!”라고 화들짝 놀라 소리지를 때, 놀라게 함이 미안하고 머쓱하여 멈출 법도 합니다. 그러나 민초들은 그제 얼마나 원망스러웠던지, 전설 속 아낙에게 경망스럽다느니, 요망하다는 말을 꼭 덧붙여 놓았답니다.

정복보다는 정취의 대상

산이 걸어 나오길 바라는 우리에게, 산은 애초부터 정복의 대상이 아니었습니다. 에베레스트 등반 중에 사망한 영국의

유명한 산악인 조지 리 팰러리는 왜 에베레스트에 오르려 하냐는 질문에 “산이 거기 있으니까(Because it there)”라는 답을 남겼지요. 그러나 우리의 산은 ‘여기(here)’에 있습니다. 친근한 삶의 터전으로, 영검한 승배의 대상으로요. 소설가 최일남은 “백두대간 봉우리와 기슭마다 전설과 역사의 흔적이 역력한 마당에 정복의 발자국은 외람되고 불손하다. 고승해탈의 프락이자 도인의 수련장에 그것은 너무 살벌한 시각이다”라 한 바 있습니다. 이와 같은 맥락일까요? 무의식적으로 우리는 산에 든다는 ‘입산’을 등산보다 오래도록 써왔습니다. 동네마다 흙길을 걷다 보면 자연스레 산으로 접어들었으니까요. 이처럼 한국의 산은 정복보다는 정취, 깊은 정서를 자아내는 대상에 더 가까운 것입니다.

말을 걸어오는 산

현대에 와서 생활에 여유가 생기고, 등산이 스포츠와 행락의 일종이 되면서 산은 정복과 정취의 면을 아우르게 되었습니다. 최근 통계에 따르면 한 달에 한 번 이상 산에 간다는 등산인구가 1,800만에 이른다고 합니다. 대한민국 인구가 5,000만이니 다섯 명 중 한 명 이상이 등산을 즐기는 셈입니다. 그리고 이 중 절반 가량이 트레킹을 즐긴다고 하니, 자신의 한계를 시험하며 등정을 목적으로 하는 등산과 느긋하게 풍광을 즐기며 걷는 트레킹, 이 둘의 조화가 많은 등산인구를 낳지 않았나 싶습니다. 이탈리아 산악인 기도 레이가 “등산은 등반가의 수만큼이나 다양하다”고 한 말처럼 그 많은 숫자 안에는 다양한 등반의 이유들이 있겠지만 말입니다. 그리고 그들이 만나는 산의 모습도 모두 다 다르겠지요. 그러나 한 가지 같은 점이라면 우리의 산은 우리에게 말을 걸어오고 마음으로 걸어 나오는 산이라는 것입니다.

산, 우리를 둘러싸다

한국인은 늘 산에 둘러싸여 있습니다. 건물로 가려져 있지 않는 한, 창 밖을 보면 시선 끝에는 산이 걸릴 것입니다. 계절의 변화도 겨울잠 자는 곰의 등처럼 부스스하던 산자락이 파릇파릇해지다가 초록으로, 불타는 듯 빨갛게 혹은 노랗게 변하는 걸 보면서 느낄 수 있죠. 늘 그 자리에 있어서 든든한 산, 그 산이 가진 여러 이야기들을 함께 찾아볼까요.



01.

산의 산소 농도

도시는 갑갑하고, 산에 가면 머리가 개운해지면서 속이 뻥 뚫리는 듯한 느낌, 단지 기분 때문만은 아니랍니다. 대기 중의 산소 농도에 차이가 있기 때문이죠. 인체의 최적 산소농도는 21~23%인데, 서울의 도심 산소농도는 건축법상 실내 산소농도의 허용 최저치에 해당하는 20.5%이고 도심 속 빌딩 사무실은 더 낮은 20.2~20.5%, 회의실에 사람이 여럿 모이면 19% 이하로 떨어진다고 합니다. 이러한 산소 농도 속에 오래 있다 보면 쉽게 피로해지고 두통 등이 오게 됩니다. 이에 비해 북한산과 관악산의 산소농도는 21.2%, 내설악은 21.3%, 외설악과 동해안의 21.6%이니 상쾌함이 다를 수밖에요.¹ 적정 최고 산소농도 23%에서는 과음해도 숙취가 안 생긴다는데, 그래서 야외에서 마시는 술은 취하지도 않는다는 농담이 있는 거였네요~

02.

전천후 등산복

하이킹과 트레킹, 캠핑을 즐기는 등산 인구가 늘면서, 국내 등산복 시장은 폭발적인 성장을 해 왔습니다. 우리나라 브랜드는 물론 세계적인 아웃도어 의류 브랜드가 수입 유통되며 2003년 이후 시장은 매년 25%씩 성장, 2014년 아웃도어 의류 시장은 7조 3천 억 원 규모였다고 합니다. 그래서인지 다른 의류 브랜드와는 달리, 톱스타를 앞세운 등산복 광고를 흔히 TV에서 볼 수 있고 지금도 등산 잡지를 펼쳐보면 조인성, 공유, 탕웨이 등 유명 배우들이 입은 등산복을 볼 수 있지요. 최근엔 고기능성을 앞세우는 업계 간 경쟁이 치열해지면서 등산복에 패션이 가미됨은 물론, '아웃도어 + 메트로'의 약자인 '아우트로'라 불릴 만큼 도시와 일상에도 어울리는 제품들이 일반적입니다. 주변을 둘러봐도 등산 바지와 등산 재킷 차림, 참으로 자연스런 일상복이 되었지요.



Special Theme

> 산은
곧 우리다



03.

쓰레기산이 아름다운 공원으로

역사와 아름다운 노을, 다양한 공연과 캠핑 장소로 인기가 높은 월드컵 공원의 하늘공원과 노을공원이 인공 산이라는 건, 쓰레기매립지 난지도의 역사를 아는 분이면 다 짐작하시겠지요. 난초와 지초가 흐드러져 난지도라 불리며 놀잇배들이 오가던 아름다운 섬, 난지도는 1978년부터 15년간 쌓아 올린 서울의 폐기물로 높이가 100여 미터에 이르는 거대한 쓰레기 산 두 개로 변했습니다.² 이 쓰레기를 그대로 둔 상태에서 환경을 복원하기 위해 쓰레기 침출수 처리, 유해가스 처리, 주변 환경 안정 처리 작업을 하고 매립지 상부에 흙을 덮어 초지를 조성하여 안정화 사업을 벌인 결과 지금의 아름다운 노을공원, 하늘공원이 이루어졌답니다. 인간이 만든 쓰레기 산을 다시 정화해 낸 공원은 자연과 인간의 공존, 환경 복원의 중요성을 전하고 있죠.

04.

자연이 만들어낸 산불

미국 옐로스톤 국립공원에서 1988년에 발생한 초대형 산불 앞에서 인간의 온갖 노력과 인공 진화 장비들은 무력했습니다. 그간 산불을 철저히 막아오면서 자연산불로 진작 없어졌어야 할 고목과 마른 나무들이 쌓여왔던 탓에 불길은 4개월이나 지속되었고, 눈이 내려서야 그쳤지요. 이 화재 이후, 미 연방국립공원관리청은 자연 산불의 이점을 인정, 인명 피해를 줄이는 선에서만 진화하고 있습니다. 번갯불, 혹은 강한 바람에 의한 나무와 가지의 마찰에서 일어나는 산불은 과밀한 개체 수를 자연 조절하고, 치솟는 화염풍으로 씨앗을 멀리 날려 보내어 새로운 곳에 싹을 틔울 수 있도록 돕습니다. 검은 재는 토양을 비옥하게 하고요. 그러나 우리나라 산불의 70%는 인간에 의한 발화라고 하니, 여전히 산불 조심의 표어는 가슴 깊이 새겨야겠습니다.

¹ 박중환, 『식물의 인문학』, 한길사, 2014

² 서울특별시 월드컵공원(www.worldcuppark.seoul.go.kr), 난지도 역사



05.

정상에서는 야호 대신 심호흡을

요즘은 산 정상에서 “야호~”를 외치며 메아리를 즐기시는 분, 없을 겁니다. 그 소리가 야생동물들, 특히 조류에게 엄청난 스트레스를 준다는 것이 널리 알려졌으니까요. 그런데 이 “야호” 소리는 어디서 유래한 걸까요? 김민수 편 『우리말어원사전』에서는 독일의 'jo hoo', 영어의 'yo-ho'가 일본에서 '야호'로 발음되다가 한국어에서 쓰이고 있다고 봅니다. 힘겨운 등반 후, 정상에서 산을 호령하고픈 기쁨이야 이해할 수 있지만, 이러한 고함 소리는 동물의 휴식뿐 아니라 다른 등반객에게 필요할지도 모를 긴급한 구조 요청을 위해 남겨놔야겠지요? 소리를 내뱉는 대신, 정상의 상쾌한 공기를 한껏 들여 마시는 심호흡이 나를 위해서도, 주변을 위해서도 훨씬 좋습니다. 너른 하늘 배경으로 사진 한 장 남기는 것은 기본이지요!



06.

수리산 자락의 〈청산도〉

예로부터 많은 시인이 산을 노래해 왔습니다. 그리고 근대에서는 청록파 시인들이 특히 자연을 소재로 그 아름다움과 인간성을 다루었지요. 그 중 1947년에 쓰인 박두진의 〈청산도〉를 소개합니다. 안양 수리산 밑을 지나다 착상된 시라니,³ NOROO에겐 좀더 특별한 시가 될 것 같습니다. “산아 우뚝 솟은 푸른 산아 / 철철철 흐르듯 질 푸른 산아 / 숲한 나무들 무성히 무성히 우거진 산마루 / 금빛 기름진 햇살은 내려오고 / 뚱뚱 산을 넘어 흰 구름 걷는 자리 씻기는 하늘 / 사슴도 안 오고 바람도 안 불고 / 넘엇골 골짜기서 울어오는 뱀꾸기 // 산아 푸른 산아 / 네 가슴 향기로운 풀밭에 엮드리면 / 나는 가슴이 울어라 / 흐르는 골짜기 스며드는 물소리에 / 내사 줄줄줄 가슴이 울어라...”

³ 신대철, 『사람과 산』, 월간 〈사람과 산〉, 2014. 11



07.

세계에서 가장 위험한 화산

산에는 푸르른 청산만 있는 것이 아니죠. 시뻘건 용암과 검은 화산재를 내뿜는 화산도 산입니다. 지금도 세계 곳곳에는 살아있는 지구의 숨결을 느끼게 하는 활화산들이 있습니다. 하와이의 빅 아일랜드에 위치한 칼라우에아는 세계에서 가장 활발한 활동을 하고 있는 활화산인데요, 운이 좋으면 분출한 용암이 바다로 흘러가는 것을 구경할 수도 있습니다. 태평양 건너 일이라고 장관으로만 볼 일은 아닙니다. 휴전선 너머에 있긴 하지만 우리 민족의 산인 백두산도 폭발할 가능성이 있다고 하니까요. 『사사저널』에 따르면 전문가들은 미국의 옐로스톤, 일본의 후지산과 함께 백두산을 세계적으로 가장 위험한 화산으로 꼽는답니다. 2002년부터 그 전조현상이 보였다고 하며, 분화할 확률은 2019년까지 68%, 2032년까지 99%라고 하네요!



08.

산이 주는 귀한 선물, 산삼

우리나라 옛 이야기에는 유독 산삼이 자주 나옵니다. 병든 부모를 극진히 간호하는 효자, 효녀의 효심에 감동해 산신령이 산삼을 내려주어 부모의 병이 씻은 듯 낫는다는 이야기들이지요. 얼마 전에도 한 TV 방송에서 산삼을 먹고 암을 이겨냈다는 노부부를 소개한 바가 있습니다. 그러나 사실 산삼의 효과는 과학적으로 증명된 바가 없습니다. 분석할 만한 시료 채취가 어렵기 때문이죠. 인삼에 대해서는 광범위한 연구가 이루어져 종양 억제와 스트레스 감소 등의 효과를 인정받았지만 산삼이 인삼보다 효과가 뛰어나다거나, 오래된 것일수록 약효가 좋다는 것은 비공식적인 예측일 뿐입니다. 옛 이야기 속 노부모의 병환을 고친 것도 산삼의 약효보다는 산삼을 찾을 때까지 산을 헤매고 다닌 자녀들의 지극한 효심 덕이 아니었을까요?

살아가기에 산을 오른다

코오롱등산학교 교장 윤재학

조용필의 노래 〈킬리만자로의 표범〉에는 이런 가사가 있지요. “왜 그리 높은 곳까지 오르려 애쓰는지 묻지 말라”고요. 그러나 궁금합니다. 이에 코오롱등산학교 교장 윤재학 씨는 이렇게 대답합니다. “산을 왜 가는 이유요? 그건 왜 사느냐는 질문과도 같습니다.” 인간은 삶에 끝이 있다는 것을 알면서도 치열하게 살지 않느냐 하고요. 더 행복하기 위해, 더 누리기 위해 열심히 사는 것처럼 힘들면서도 순간순간이 즐겁기 때문에 산을 오르고 내려온다고 말합니다. 산은 삶과 같고 그는 살아있기에 산을 오릅니다.



Special Theme

> 산은
곧 우리다



위. 코오롱등산학교 인공암벽장을 오르는 윤재학 교장. 그는 마치 중력이란 없는 듯, 몸을 가볍게 끌어올렸습니다.

아래. 윤재학 교장의 손은 날씬한 체구와 달리 크고 손가락이 굽적합니다. 그간의 등반을 입증하듯 굵은 팔뚝에는 혈관이 울퉁불퉁 솟아 마치 단단한 고목의 뿌리를 연상케 합니다.

등산과 함께한 40년

북한산 자락에 자리한 코오롱등산학교 옥상에 오르자, 탁 트인 하늘 아래로 가까이는 북한산이, 그 옆으로는 도봉산이 펼쳐집니다. 구름 그림자가 스쳐가는 산등성이는 포근하지만, 그 위로 솟은 암벽의 위용은 그간의 산악 사고를 떠올리게 합니다. 1969년 설악산, 1971년과 1983년 인수봉에서의 산악사고로 인한 참사는 무모한 등반에 경종을 울리고 전문적인 등반 지식의 필요성을 일깨워 한국의 첫 등산학교인 한국등산학교와 코오롱등산학교 등의 개설을 촉진시켰지요.

1985년에 설립되어 올해로 30주년을 맞이한 코오롱등산학교의 제2대 교장인 윤재학 씨는 1기 수료생으로 입학, 이후

30년간 강사와 특별강사로 활동한 데 이어 올해 6월 교장에 임명되며 코오롱등산학교의 출발부터 지금까지를 함께하고 있습니다. 그가 등산에 입문하던 1975년 당시의 우리나라는 각종 경제개발계획과 고속도로 개통들로 경제적 여유가 생기고 등산의 대상지가 넓어지면서 등산인구도 늘어나기 시작했던 때죠. 그는 쉬운 암벽부터 시작해 국내 여러 산을 오른 것은 물론, 개인사업을 하면서부터는 해외 원정에 나서서 알프스 융프라우와 중국 쓰구냥 빙벽 등 고산을 등정했습니다. 지금은 코오롱등산학교 교장과 함께 대한산악연맹 등산교육원 부원장을 지내고 있는 그가 들려주는 등산 인생 이야기는 한국 등산학교의 역사와 자연스레 겹쳐졌습니다.



등산교육으로 자연보호

“우리 산은 흔하고 정상이 늘 바라다보이기에 쉽게 생각되지만 산 속에 들어가면 눈에 보이지 않는 자연의 힘이 있어요. 걷는 산행 중 30센티미터만 미끄러져도 인대가 늘어나고 뼈에 금이 갑니다. 낙뢰가 칠 때 금속성 스틱을 잡고 있거나 무심코 철책을 잡았다가 감전되는 사례도 있고요. 등산학교는 그 위험성을 알고 미리 대비하게 해 줍니다.”

그는 야구나 축구를 볼 때 물을 알아야 더 재미있듯이, 교육을 통해 더 많이 알면 등산이 더 재미있어진다고 말합니다. “예전엔 건강을 위해 산을 갔다면, 이제는 산을 가기 위해 건강 관리를 할 정도로 등산은 국민의 즐거운 레저이자 대중 스포츠가 되었습니다. 농토가 적고 산이 많으니 척박하고 살기 힘든 곳이라 했던 때도 있지만, 이젠 산이 국민을 행복하게 하고 건강하게 하니 자연유산으로서 참으로 가치가 크죠. 이 가치를 살리기 위해서 등산 교육은 더욱 필요합니다.”

등산인구가 늘어나는 것은 좋은 현상이지만, 그만큼 자연이 훼손되는 것을 안타까워하는 윤재학 교장은 자연보호 역시 등

산 교육의 한 부분이라며 “등산을 통해 건강히 열심히 살고, 환경 보호 잘 하면 그게 애국 아닐까요!”라고 강조합니다.

가장 좋은 산은 가까운 산

밖에서 보면 평범한 5층 건물이지만, 코오롱등산학교 안에는 놀라운 공간이 있습니다. 지하에서부터 지상 4층까지 수직높이 20m에 이르는 실내 인공빙벽장은 입을 떡 벌어지게 합니다. 그 규모가 세계 최대라 기네스북에도 올랐답니다. 빙벽장 옆에는 인공암벽장도 있습니다. 이곳은 교육생이 아니더라도 누구나 소정의 비용으로 체험할 수 있습니다. 멀리 가지 않아도, 계절을 기다리지 않아도 다양한 등반을 할 수 있는 셈이죠.

윤재학 교장은 좋은 산을 추천해 달라는 요청에도 “모든 산이 다 좋다”고 답합니다. 대한민국의 산은 다 특색이 있고 아름다우니 가까운 산 또한 좋다고요. 40년 경력의 등산 고수이신 등산학교 교장 선생님의 추천대로 이번 가을 단풍놀이하는 국립공원보다 우리 동네 뒷산이 어떨까요?

CULTURE GALLERY

지나가는 한해를
정리하기에 좋은 계절, 가을입니다.

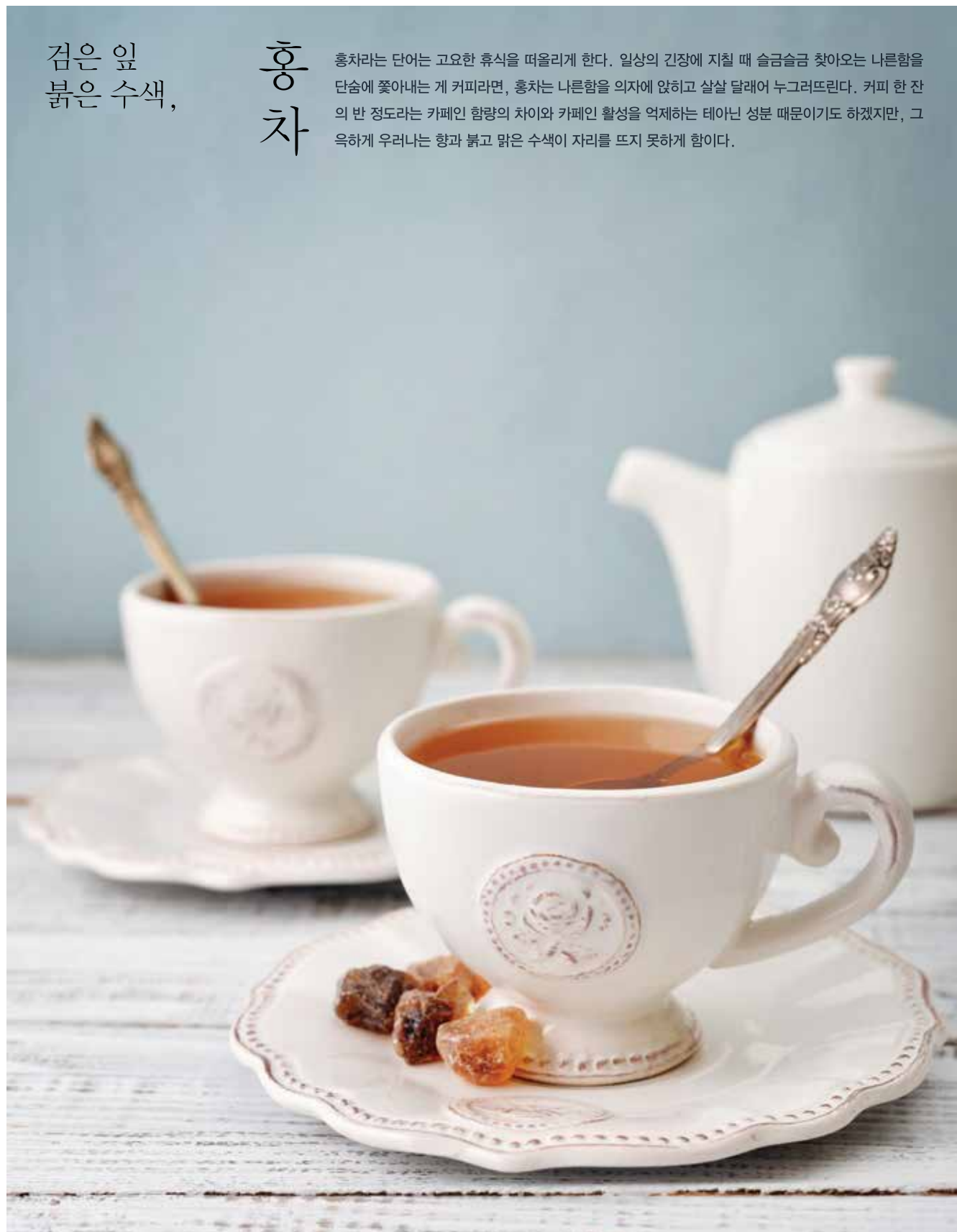
떠들썩할 연말을 앞두고
차 한 잔과 함께 조용히 올해를 뒤돌아 봅니다.
여러분의 2015년은 어떠셨나요



검은 잎
붉은 수색,

홍
차

홍차라는 단어는 고요한 휴식을 떠올리게 한다. 일상의 긴장에 지칠 때 슬금슬금 찾아오는 나른함을 단숨에 쫓아내는 게 커피라면, 홍차는 나른함을 의자에 앉히고 살살 달래어 누그러뜨린다. 커피 한 잔의 반 정도라는 카페인 함량의 차이와 카페인 활성을 억제하는 테아닌 성분 때문이기도하겠지만, 그 옅하게 우러나는 향과 붉고 맑은 수색이 자리를 뜨지 못하게 함이다.



紅
茶



80%의 발효차

차라 부르는 녹차, 홍차, 우롱차, 보이차 등은 모두 카멜리아 시넨시스라는 학명의 차나무 잎으로 만든 것이다. 발효하지 않은 것이 녹차이며 10%의 약발효차를 백차, 15%의 경발효차를 황차, 20~70%의 중발효차를 우롱차(청차), 80%의 완전발효차를 홍차, 100%의 후발효차를 보이차, 흑차라고 한다. 우러난 수색이 붉어서 우리는 홍차라 부르지만 찾았이 검은색을 띄는 탓에 영어로는 'black tea'라고 한다. 세계 차 소비량 중 75%를 홍차가 차지하며 주로 유럽, 특히 아일랜드에서 홍차가 대량 소비되는데 아일랜드인 한 명당 연간 홍차 소비량은 3kg에 달한다고. 홍차의 종류는 원산지, 그리고 제조 방법에 따라 나뉘며 맛도 달라진다. 더 자세히는 원산지 내의 지역, 잎의 위치와 따는 시기 등에서도 맛과 향, 가격도 세분화된다.

Straight, Blended, Flavored tea

우리가 흔히 들어 익숙한 아쌈, 다즐링, 실론 등은 원산지에 따른 구분으로, 아쌈은 인도 아쌈 주의 재래종 차나무에서 유래, 아쌈이란 이름이 붙었으며 현재는 인도 외에도 스리랑카, 인도네시아, 케냐 등 주요 차 생산국에서 다양하게 재배되고 있고 맛이 묵직하고 강하다. 다즐링 또한 인도 다즐링 지역에서 재배되는 홍차로, 아쌈보다 가볍고 섬세한 맛과 향이 특징이다. 실론은 스리랑카의 옛 이름인데, 홍차의 안정적인 수급을 위해 영국이 스리랑카에 차 재배를 시작하며 여기서 나는 차 이름이 되었다. 산뜻하고 깔끔한 맛이 인상적이다. 아쌈, 다즐링, 실론은 스트레이트(straight) 티의 이름이다. 여기서 스트레이트 티라 함은, 한 지역에서 난 찻잎으로 만든 차를 말한다. 스트레이트 티 두 가지 이상을 섞으면 블렌드(blended) 티가 되며, 우리에게 익숙한 '잉글리쉬 블랙퍼스트 티'나 '애프터눈 티'가 이 블렌드 티다. 같은 잉글리쉬 브

랙퍼스트 티라는 이름을 달고 있어도 립톤, 트와이닝, 아마드 등 브랜드마다 고유의 블렌딩이 있어서 맛이 다르다. 이외에도 찻잎에 과일이나 꽃 향 등을 첨가한 플레이버(flavored) 티가 있다. 대표적인 것이 시트러스 계열의 열매인 베르가못의 오일을 첨가한 얼그레이 티다.

커피전문점에서 만나는 홍차

일상 속에서 차를 접하게 되는 곳은 흔히 들르는 커피전문점과 마트, 두 군데일 것이다. 커피전문점의 대표격이랄 수 있는 스타벅스와 막대한 점포 수를 자랑하는 이디야 커피 두 곳의 홍차 구성은 어떻게? 스타벅스는 자사 계열의 미국 티 브랜드 타조(TAZO)를 사용하여 스타벅스 얼그레이, 스타벅스 잉글리쉬 블랙퍼스트를 제공한다. 얼그레이에는 스리랑카와 인도의 홍차(94.5%), 미국산 베르가못 에센스 오일(3.5%) 외에도 프랑스산 라벤더 꽃(2%)을 가미하였고 잉글리쉬 블랙퍼스트는 'full leaf'의 깊고 묵직한 스리랑카, 인도, 중국의 티를 사용한다. 각 차마다 '티라떼'라는 이름으로 밀크티가 준비되어 있고, 각종 향신료와 우유, 차를 끓여 마시는 차이도 메뉴에 올랐다. 이디야에서는 스리랑카산 홍차에 베르가못 합성착향료 향이 3% 첨가되어 있는 얼그레이티, 밀크티를 고를 수 있다.

마트표 홍차로는 단연 립톤의 옐로우 라벨 티가 선두를 달린다. 케냐, 인도네시아, 인도산의 홍차를 사용한 옐로우 라벨 티는 오전과 오후용, 밀크티용 등등 어느 곳에서나 대중적으로 쓰이는 기본적인 홍차. 얼그레이로는 트와이닝을 추천한다. 중국산 홍차 97%에 영국산 천연 베르가못 향이 3% 첨가되어 그 매혹적인 향을 제대로 낸다.

이렇게 티백에 든 홍차를 제대로 우리려면 어떻게 해야 할까? 집밥 백선생은 라면 봉지의 설명을 잘 읽으라고 한 바 있다. 홍차 역시 라벨에 몇 분간 우려야 할지 적혀 있으니, 그것만 주의해도 충분하다.

70세 동갑인 우리는 해방동이

광복과 함께 사업보국의 뜻으로 창립된 NOROO가 70주년을 맞이한 올해, NOROO 외에도 여러 분야에서 국내의 자본과 인력으로 일어난 해방동이 기업들이 NOROO와 함께 70주년을 맞이하였다. 해방 후의 척박한 환경과 뒤이은 전쟁 중에도 우리 국민을 보다 잘 살게 하기 위해, 굶주림으로부터 구하기 위해, 자립할 수 있게 애썼고, 지금도 우리 옆에서 그 세월을 느끼게 해 주는 NOROO의 동갑내기들을 소개한다.

을유문화사

1945년 12월 1일, 30대 초반의 젊은이 4명이 '출판은 곧 건국 사업'이라는 사명감으로 출판사를 세웠으니 바로 을유문화사다. 훗날 한국은 행 총재를 지낸 민병도는 사업자금을 책임졌으며, 은행원 출신의 정진숙은 재정을, 편집 경험이 풍부한 문인 윤석중과 조풍연은 출판 기획을 맡아 이후 을유문화사는 한국 현대사와 궤를 같이하며 한국 출판의 기틀을 다져 왔다. 그들은 '민족문화 향상에 기여하는 원고로 정성껏 제품을 만들고 저렴한 가격으로 독자에게 봉사하자'는 지향점 아래 학술 및 성인용 교양도서는 물론 아동도서를 출판하며 한국의 대표적인 출판사로서 지위를 굳혔다. 『조선말큰사전』, 『한국학백과사전』 등은 한국 출판사에서 기록에 남을 출판물들이며 최근 주목 받는 책으로는 김경민의 『세상을 바꾼 질문들』이 있다.

JW중외그룹

JW중외제약의 전신, 조선중외제약소는 해방 직후 허름한 뒷골목에서 5명의 직원들로 시작하여 1959년 국내 최초로 5% 포도당 수액을 개발하며 당시 전량수입에 의존하던 수액제를 국산화하는 등 국내 치료 의약품 산업의 초석을 다진 제약회사다. 중외제약은 수액제 개발을 통해 구축한 핵심역량을 바탕으로 치료제를 꾸준히 개발, 항생제와 투석액 등을 국내에서 생산하는 데 성공했으며 2002년에는 세계 최대 규모의 수액 전문 제조시설을 당진에 건설한 바 있다. 최근엔 창립 70주년을 맞아 회사의 대표 제품인 수액제의 국산화 과정과 변천사를 담은 책 『JW 수액 이야기 창익과 도전의 물방울, 세상을 적시다』를 출판하였다.



아모레퍼시픽

한국산 화장품, 이른바 K뷰티의 열풍을 일으켜 아시아 여성들의 마음을 사로잡은 대표적인 '미(美)의 기업' 아모레퍼시픽의 전신은 1945년이 창립년도인 태평양으로, 그리고 1932년 설립된 개성의 창성상점으로 거슬러 올라간다. 동백기름을 비롯해 가내수공업으로化妆품을 제조, 판매한 모친 윤독정 여사의 창성상점에서 재료 수급을 도우며 함께 일하던 아들 서성환 아모레퍼시픽 창업주는 1945년 일제 하에 강제징병되어 중국의 전쟁터에 끌려갔다가 해방 후 1946년이 되어서야 고국으로 돌아올 수 있었다. 이후 그는 창성상점의 상호를 '태평양상회'로 바꾸고 연구실을 만드는 등 화장품의 개발과 판매에 힘썼는데, 창업년도는 1945년으로 정했다. 광복으로 자유인이 됨으로써 진정한 창업을 이루었다고 생각했기 때문이다.

백화수복

제례주로 자연스레 그 이미지가 떠오르는 대표적인 청주, 백화수복의 나이도 이제 만 70세다. 1945년 설립된 대한양조에서 제조된 청주는 백화수복이라는 이름을 달고 특급청주로 생산되면서 굉장한 인기를 누리며 1967년도에는 대한양조가 이름을 백화양조로 바꾸었을 정도였다고. 당시엔 차례주뿐 아니라 고급 술로도 인기가 높았다. 그간 주인이 바뀌어 지금은 롯데주류에서 생산되는 백화수복은 100% 국산 쌀의 외피를 30% 깎아 빻어내며 따뜻하게 혹은 차게 마셔도 맛이 부드럽고 깔끔하다. 백화수복이란 이름은 '오래 살면서 길이 복을 누리라'는 뜻이니 선물 용으로도 참 좋은 술이다.

해태 연양갱

어렸을 때 엄마가 금박 포장지를 벗겨 손에 쥐어주던 연양갱에 대한 기억은 누구에게나 있을 것이다. 최대한 오래 먹으려고 활아먹고 녹여먹다가 탱글탱글한 질감을 느껴보고 싶어서 호기롭게 씹기도 했던 연양갱은 다양한 변천사를 겪어오면서도 여전한 맛과 모양으로 우리 옆에 있는 대표 장수식품이다. 우리나라 최초의 과자로 꼽히는 연양갱은 1945년, 광복 후 순수한 민족자본과 우리 기술로 해태제과가 설립되면서 당시 극장에서 팔리던 양갱을 공산품으로 내놓은 것이다. 현재도 연양갱에는 국산 한천이 사용되고 있으며 오리지널인 팔연양갱 외에도 고구마맛 연양갱 그리고 70주년을 맞이해 지난 6월에 검은깨를 통째로 넣어 고소함을 더한 흑연양갱 등이 출시되었다.



한국형 통합금융시대가 온다

내년부터 금융 상품을 하나의 통장에서 통합관리할 수 있는 개인종합자산관리계좌 ISA(Individual Savings Account)가 본격 시행된다. 소득이 있는 사람만 가입할 수 있는 ISA는 운용수익의 200만 원까지 비과세 혜택을 얻을 수 있는 것이 가장 큰 특징. 이미 영국과 일본 등에서 성공적으로 시행되고 있는 ISA에 대해 알아보자. 글 · 이경숙

다양한 금융상품을 자유롭게 담는 ISA

저금리 시대에 근로자와 자영업자의 재산 형성을 지원하기 위해 도입된 개인 종합자산관리계좌(이하 ISA)는 하나의 계좌에 다양한 금융 상품을 담아 관리할 수 있는 통장이다. 지금까지는 예·적금은 은행에서, 펀드나 ELS(파생결합증권)는 증권사에서 각각 계좌를 개설하고 그 금융기관의 상품만 거래해야 했다. 하지만 ISA는 이런 번거로움을 없애고 자신의 투자성향에 맞춰 예·적금, 펀드, ELS 등의 계좌를 하나로 묶어 한 번에 관리한다. ISA로 묶을 수 있는 상품은 예금과 적금, 펀드(국내주식형, 채권형 / 해외주식형, 채권형 / 국내혼합형, 해외혼합형, ETF 등), ELS 등이며 보험 상품과 주식 직접투자 상품은 ISA에 넣을 수 없다. 자기가 거래하고 싶은 은행, 증권사, 보험사 중 어느 금융기관에서나 계좌를 개설할 수 있고 중간에 다른 금융기관으로 옮기거나 다른 기관의 상품을 가입하는 것도 가능하다. 단, 신규 가입상품에만 해당된다.

총수익의 200만 원까지 비과세 혜택

ISA의 가장 큰 특징은 운용의 편리성과 비과세 혜택이다. 다양한 금융 상품으로 발생하는 이자에 대해 소득세를 면제해 주는 것이다. 5년간 ISA 계좌에서 발생한 수익 200만 원까지는 세금을 한 톨도 매기지 않으며, 200만 원을 초과한 수익에 대해서는 9.9%(지방세 포함)의 낮은 세율로 과세한다. 가령 5년간 순이익을 500만 원 얻었다고 해 보자. 기존 상품일 경우 소득세(15.4% 적용)로 77만 원을 내야하지만 ISA에서는 200만 원을 초과한 300만 원에 대해서만 9.9%를 적용하여 297,000원만 세금으로 내면 된다. 즉 473,000원의 차액을 얻을 수 있는 것이다. 또한 ISA는 계좌 내 상품에 손익통산이 허용된다. 기존에는 금융 상품의 이익에 대해서는 세금을 부과하지만 손실은 상관하지 않았다. 하지만 ISA에서는 계좌 내의 이익과 손실을 합쳐 순이익에 대해서만 과세한다. 예를 들어 A펀드에서 260만 원의 수익을 얻고 B펀드에서 40만 원의 손실이 있었다면 순이익을 220만 원으로 계산한다. 따라서 20만 원에 대해서만 9.9% 분리과세를 적용, 19,800원만 내면 된다. 단, 중도 해지할 경우에는 비과세 혜택을 받을 수 없다.

투자성향을 고려해 현명한 가입 필요

2016년부터 2018년 말까지 가입할 수 있는 ISA는 직전년도에 근로소득이나 사업소득이 있는 자라면 누구나 가입할 수 있지만 연간 금융소득이 2,000만 원 이상인 금융소득종합과세 대상자는 가입할 수 없다. 의무 가입 기간은 5년이지만 소득이 있는 15~29세, 급여 2,500만 원 이하의 근로자와 종합소득이 1,600만 원 이하인 사업자의 경우는 3년으로 단축된다. ISA의 연간 납입한도는 1인당 2,000만 원씩 5년간 최대 1억 원까지 납입할 수 있고 연간 한도를 채우지 못한 금액은 이월되지 않는다. 또한 납입한도가 재형저축과 소득공제장기펀드(소장펀드) 등 비과세 금융상품과 통합된다. 가령 연간 소장펀드에 300만 원을 넣고 있는 경우라면 ISA 한도는 연간

1,700만 원으로 줄어드는 것. 전문가들은 납입한도가 통합되는 만큼 세 상품을 모두 가입할 경우 재형저축, 소장펀드, ISA 순으로 활용하는 것이 세금 절약 면에서 유리하다고 말한다.

ISA는 어떤 상품을 조합해서 담고 운용하느냐에 따라 수익성과 세제 혜택 등이 천차만별이다. 더불어 만기까지 유지해야만 비과세 혜택을 받을 수 있기 때문에 현금흐름을 고려해 가입에 신중을 기해야 한다. 전문가들은 일정 수준의 수익이 기대되면서 절세 효과를 극대화할 수 있는 상품을 위주로 운용하는 것이 바람직하다고 말한다. 이미 매매차익에 대해서 비과세 혜택을 받고 있는 국내 주식형 펀드 상품보다는 매매차익, 배당이익 등 발생하는 모든 수익에 대해 15.4%의 이자소득세를 부과하는 펀드나 ELS, 확정금리형 상품인 정기예금 등의 상품이 적합하다.

	재형저축	소장펀드	ISA
가입대상	급여 5천만 원 이하 근로자, 소득 3,500만 원 이하 사업자	급여 5천만 원 이하 근로자	근로소득자 및 사업소득자 (금융소득종합과세 대상자 제외)
납입한도	연간 1,200만 원 (분기별 300만 원)	연 600만 원	연 2,000만 원
의무 가입기간	7년	5년	5년
세제혜택	이자, 배당소득 비과세	납입금액의 40% 소득공제	소득 200만 원까지 비과세, 초과분 9.9% 분리과세

〈주요 절세형 상품 비교〉



책이 있는 여행지의 밤

푸른 잔디밭과 야생화를 눈에 담고 어디선가 들려오는 새소리에 귀를 기울이다가 바람이 넘기는 책장을 붙잡게 되는 곳. 내일의 일정을 재촉하며 잠들기보단 책 속 세계를 여행하다 늦은 잠이 드는 곳. 낯선 곳에 놓인 새로운 책으로 떠나는 여행, 그것을 가능케 하는 숙소들을 소개한다.



사진 • 안승희

여행자의 노래 도서관 강원 영월

책에 둘러싸여 자는 기분은 어떨까? 영월에 위치한 가정집을 개조해 만든 여행자의 노래 도서관 게스트하우스는 낮에는 도서관으로, 도서관 운영시간이 끝나는 밤 9시부터는 게스트하우스로 운영되어 숙박객은 도서관에서 하룻밤을 자는 독특한 체험을 할 수 있다. 도서관에서의 숙박이만큼 다른 전문 숙박 업소처럼 독립된 침소의 아늑함은 부족할 수 있지만 책에 압도되는 기분만큼은 제대로 느낄 수 있을 것이다. 여행자의 노래 도서관은 2011년도부터 운영되어, 2015년부터는 협동조합으로 운영되고 있으며 도서관 북카페, 문화예술교육사업, 상담치료사업, 친환경농산물 재배 판매 등 다양한 사업을 함께 하고 있다. 토요일에는 너른 마당에서 벼룩시장도 열리니, 영월의 농산물로 넉넉히 장을 보는 건 어떨까. 도서관의 월요일은 휴관일이다.

cafe.daum.net/travelersong



숲속작은책방 충북 괴산

도시에서 어린이들을 위한 작은 사립도서관을 만들어 10여 년간 운영하던 부부가 괴산의 전원마을에 정착하여 만든 국내 최초 가정식 서점 겸 민박집이다. 잔디가 곱게 깔린 마당에는 피노키오가 함께한 귀여운 오두막에, 집 안엔 천장까지 닿는 책장과 계단 곳곳에 책이 보기 좋게 가득가득 꽂혀 있어 책을 좋아하는 이들은 보기만 해도 배가 부르다. 숲속작은책방에는 주인 내외가 중점을 두는 분야인 환경과 생태, 평화에 대한 책들이 주로 눈에 띈다. 안주인인 백창화 씨가 손 글씨로 쓴 추천 띄지는 책 여행을 친절히 안내하고 2층에 숨은 듯 마련된 다락방엔 다른 곳에선 보기 힘든 아름다운 팝업북과 그림책들이 이곳에서의 신선놀음을 자꾸만 연장시킨다. 부부가 사는 공간을 함께 공유하는 민박이자 서점이기엔 다른 전문 숙박업소와 달리 '책을 좋아하는 분 환영'이라던가 '책 구매 필수'라는 규칙들이 있지만 진정 책을 사랑하는 이들에게는 그러한 규칙들이 오히려 반갑다.

cafe.daum.net/supsokiz

오렌지다이어리 제주

일단 비행기에 올라야 하는 제주 여행은 아무래도 긴 일정에 욕심껏 여행 계획을 잡아 떠나기 마련이다. 그때 이 게스트하우스를 선택한다면 다른 일정은 포기해야 할지 모르니 조심하기 바란다. 게스트하우스의 카페와 숙소 곳곳에 꽂꽂 들어찬 만화책과 문학전집들을 일단 집어 들면 해가 누엣누엣 지는 줄도 모르고 빠져들 테니 말이다. 넉넉한 잔디밭 위에 여유롭게 앉아 시아의 반 이상을 차지하는 넉넉한 제주하늘의 석양빛에 책을 읽는 즐거움은 어찌나 호사스러운지, 같은 책을 다시 도시에 돌아와서 읽는대도 이곳에서 읽는 여유와 자유로움까지 느끼진 못할 것 이란 생각이 든다. 출판계와 영화계에 각각 몸담았던 주인장 내외의 취향이 알차게 꽂힌 서가는 잘 차려진 만찬처럼 풍성하니 책을 좋아하는 이가 제주 여행을 계획한다면 이곳에서의 책 여행도 포함하여 넉넉히 일정을 짜는 게 좋겠다.

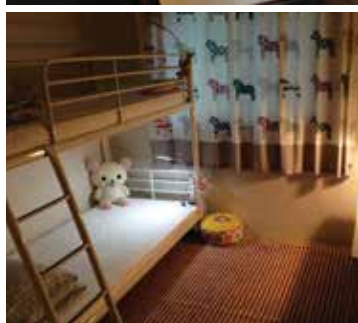
blog.naver.com/orangediary2



썸원스페이스 강원 춘천

책과 음악이 있는 조용한 숙소를 지향하는 춘천의 게스트하우스 '썸원스페이스'는 누군가의 책갈피란 이름으로 그 분위기를 짐작하게 한다. 게스트하우스의 라운지 겸 카페인 공간 '읽은 책'에는 다른 곳에 비해 많은 책은 아니지만 주인장 소개에 따르면 '관심 있는 분들에겐 눈에 댈 책'들이 비치되어 있는데 1957년 2월에 발간된 월간 《사상계》, 1970년대 문고본, 《샘이깊은물》 등이 그것일 게다. 요즘의 트렌드를 느낄 수 있는 제주의 잡지 《제주iin》과 《매거진B》, 《Axt》, 《AROUND》, 《KINFOLK》 그리고 두꺼운 그래픽 노블들도 이곳을 여행하고픈 욕심이 들게 한다. 숙소의 계단참과 모퉁이에 자리한 작은 책장엔 가볍게 읽을 만화책들이 구비되어 있다. 각각의 방 번호를 페이지로 꾸미고 소설의 문장을 기록해 둔 주인장의 센스와 정성이 게스트하우스에 문화의 향기를 덧입혔다. 그 정성과 숙박객들의 호평으로 에어비앤비의 슈퍼호스트에 선정되기도 했다.

www.someonespace.com



누군가와 책을 공유하는 공간을 만든다는 것은,
책에 대한 열정은 물론
타인에 대한 애정 없이는 불가능할 것이다.

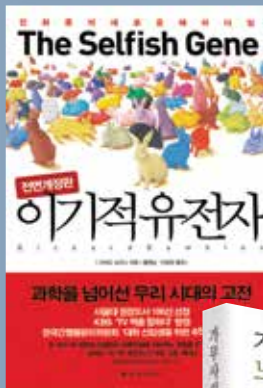
이러한 공간을 만든 이들은 어떤 책을 읽고,
또 어떤 책을 추천할까?
앞에서 소개한 숙소의 주인들이 저술한 책, 추천하는 책,
다른 이들과 나누는 책을 소개한다.

숲속작은책방 - 작은 책방, 우리 책 좀 팝니다!

숲속작은책방을 일군 부부, 김병록 씨와 백창화 씨가 함께 쓴 『작은 책방, 우리 책 좀 팝니다!』는 부부가 가정식 서점 겸 민박집을 꾸리면서 궁금해진 이웃들을 찾아, 직접 그들의 안부를 전하는 책이다. 여기서 이웃이란 지역 곳곳을 지키는 작은 책방, 중견서점 그리고 숲속작은책방처럼 책과 예술을 사랑하는 이들이 머무는 '북스테이'다. 저자가 들려주는 이웃들의 역사와 가치, 문화들은 독자로 하여금 책을 만나는 여행을 떠나도록 충동질한다. 책에는 전국의 책방 70여 곳의 이야기가 그림지도와 함께 실려 있으며 그들이 연대한 북스테이 여섯 곳도 소개되어 있다.

여행자의 노래 - 이기적 유전자

여행자의 노래 도서관장 신옥미 씨는 『승자의 뇌』, 『차이의 존중』, 『상실의 시대』 등 도서관 독서 토론모임에서 1년간 읽은 책들을 추천했다. 그 중 한 권인 『이기적 유전자』는 2010년의 전면개정판이다. 현대 생물학의 새로운 지평을 연 세계적 석학 리처드 도킨스의 대표작 『이기적 유전자』는 1976년에 발간되었는데 저자는 이 책에서 "인간은 유전자의 꼭두각시"라고 선언하여 진화론의 새로운 패러다임을 제시하였다. 2010년의 개정판은 전문 연구자뿐만 아니라 일반 독자들도 내용을 쉽고 깊게 이해할 수 있도록 문장을 다듬고 방대한 주석 및 참고문헌을 덧붙였다.



썸원스페이스 - 매거진B

“매거진B는 매달 하나의 브랜드를 중심으로 그 브랜드가 추구하는 가치와 소신을 소개하는 잡지입니다. 해당 월이 지나면 과월호가 되는 잡지의 특성(?)을 갠, 두고두고 볼 수 있는 자료로서의 가치도 충분한 잡지입니다. 썸원스페이스에서도 매달 업데이트되고 있어요.” 썸원스페이스의 주인, 손영일 씨의 추천사다. 『매거진B』는 광고 없는 잡지로도 유명하다. 검색 포털 '네이버'를 운영하는 NHN의 크리에이티브 마케팅 디자인 본부장이었던 조수용 대표가 만든 크리에이티브 컴퍼니 제이오에이치 편집부의 잡지로, 다달이 총서처럼 쌓이는 책이다.

오렌지 다이어리 게스트하우스 - 가무사리 숲의 느긋한 나날

오렌지 다이어리의 주인장이자 전직 출판사 편집장인 강병한 씨가 추천한 책은 나오기 상 수상작가 미우라 시온의 『가무사리 숲의 느긋한 나날』이다. 강병한 씨는 “이 작가 소설의 특징은 깊이 있는 취재를 통해 하나의 직업 세계를 입체적으로 보여주는 데 있습니다. 여기서는 임업회사에 취직한 도시 청년의 좌충우돌 시골 적응기를 통해 임업, 즉 나무를 심고 가꾸는 사람들의 이야기를 다룹니다. 요즘 제 주로 오는 사람들이 많은데, 자연 속에서 사는 것이란 어떤 점인가를 이 책을 통해서 간접 경험하실 수 있을 겁니다. 이 소설을 영화화한 야구치 시노부 감독의 영화 <우드잡>을 함께 보시면 더 좋습니다”라고 추천사를 밝혔다.

NOROO PEOPLE

사업보국의 이념으로 도로 산업의 발전을 이끌고
색채 문화를 전파해 온 NOROO 그룹이
2015년, 70주년을 맞이했습니다.

70년간 끊임없이 도전해 온 그 역사는
100주년, 200주년을 향해
올해도 새로운 기록을 만들고 있습니다.

NOROO, 70년의 여정

“만일 자네가 새 나라의 새 일꾼을 기르기 위해 필요한 잉크를 만들어 낼 수만 있다면 그보다 큰 문화적 공헌이 어디 있겠는가.” 1945년, 일본에서 공부를 마치고 해방된 조국으로 돌아온 청년 한정대에게 주어진 조언은 NOROO 70년 역사의 불씨가 되었다. 나라의 발전에 이바지하겠다는 사업보국(事業報國)의 이념으로 설립된 대한오브세트 잉크제조공사는 격동의 세월을 대한민국과 함께해 왔으며 2015년 현재, 글로벌 색채 산업의 선도 기업 NOROO로 성장했다. 그 70년 여정을 이번에 발간된 사사 <도전과 색문화 창조 70년 노루70년사>를 통해 되짚어 본다.

1945



대한오브세트잉크 정문(1945, 재현)



대한오브세트잉크로 인쇄한 조선은행권(1945)

1966 1967



을지로 사옥 신축(1963)



동탐산업훈장을 수상하고 있는 한정대 회장(1974)



인양공장 준공(1976)

1988



1945~1966

창업의 큰 뜻과 성장의 기틀을 마련하다

1945년 10월, 서울 회현동의 작은 목조건물에 ‘대한오브세트잉크’라는 간판이 걸렸다. 해방 후 한국인의 손으로 설립한 최초의 잉크회사였다. 배급받던 원료에 의존하던 그때, 대한오브세트잉크는 업계 최초로 안료 개발에 성공함으로써 ‘최고의 것을 만든다’는 긍지와 함께 신뢰도를 높이고 조선은행권을 찍어내며 공신력을 얻는다.

6·25 전쟁 중에도 온갖 어려움을 극복하며 사업을 번창시킨 한정대 회장은 잉크 제조업의 성장에 한계를 파악하고 새로운 분야를 모색했으니, 바로 도로 사업이다. 해외 시찰을 다녀온 그는 문래동에 국내 최초의 현대식 생산시설과 연구실을 갖춘 공장을 세우고 노루표 상표를 붙인 제품을 생산하기 시작한다.

주한미군 군납으로 도로 시장에 진출한 대한잉크제조주식회사는 1963년 상호를 대한잉크페인트제조주식회사로 변경하고 최초의 TV광고와 주택공사 도장공사, 농협창고 보수 도장을 통해 노루표 페인트를 강력히 전파했다. 뿐만 아니라 1950년대 말부터 공업용 도로 개발과 납품에 착수했으며 선박용 도로 또한 해군에 납품하기 시작했다.

1967~1988

경쟁력 강화로 고도성장을 이룩하다

인쇄잉크와 도로 업계에서 단연 앞서가는 기술 개발로 정상의 위치를 다진 대한잉크페인트는 1967년, 정부의 수출 드라이브 정책에 따라 대한조화공업사를 설립하여 플라스틱 조화 생산에 나서게 된다. 그러나 국내 플라스틱 업계의 취약함과 해외와의 출혈경쟁으로 적자가 쌓이자 대한잉크페인트는 대한조화를 합병하고 공업용 플라스틱 부품 생산으로 우회함으로써 회생의 기회를 잡는다. 또한 조화 공장의 시설과 인원을 활용하기 위해 플라스틱 인형 완구 제조업을 추진, 1970년 주식회사 대협을 세워 인형완구 단일 품목으로 국내 1위의 수출실적을 올리며 대통령 표창을 수상하기도 했다.

이렇듯 사업을 다각화하는 동시에 대한잉크페인트의 건축용 도료는 물론 공업용 도료의 판매 및 기술 개발의 속도도 빨라져서, 수많은 발명특허를 획득했으며 자동차 도로, 플라스틱 제품의 매출을 급신장시키고 중동의 건설 붐을 바탕으로 해외시장도 본격적으로 개척한다. 1986년, 대한잉크페인트는 새로운 도약을 위해 창업정신의 원점으로 돌아가자는 결의로 사풍일신을 첫 지표로 삼고 제2창업을 선포한다.

1989



일본비케이칼과
프라스틱도로 합작법인 설립 조인식(1990)

1999 2000



니폰페인트와 자동차도로 합작법인 설립 조인식(1995)



부산공장 준공(1996)

1989~1999

전문화 · 국제화의 길로 나아가다

1990년을 앞둔 한국 시장에는 새로운 변화가 감지된다. 급속한 시장 개방 속에서 성장의 하락세에 든 한국 경제는 급기야 1997년 IMF 구제금융 지원을 신청하기에 이른다. 이보다 일찌기 저성장 기조가 정착될 것이라는 판단을 내린 대한인크페인트는 1988년 한영재 대표이사 사장을 선임 하여 새로운 경영체제를 마련하고 1989년 2월, 상호를 대한페인트 · 잉크 주식회사로 바꿔 기업 이미지를 쇄신한다. 또한 업종별 전문화와 내실 위주의 안정적인 성장을 추구하기 위해 대한비케이칼, ㈜대연, ㈜대한자동차도로, ㈜디아이티 등의 지속적인 분사 설립에 나섰다.

1996년 안양공장 화재와 1997년 IMF 외환위기로 인해 대한페인트잉크는 창사 이래 최대의 경영 위기를 겪었으나 전 임직원이 하나가 되어 뼈를 깎는 노력을 기울인 결과 2년이라는 짧은 기간에 이 위기를 극복할 수 있었다. 이를 토대로 대한인크페인트는 새로운 희망의 21세기를 향해 힘차게 전진하게 된다.

2000~2009

새로운 도전과 혁신에 나서다

2000년 1월, 한영재 회장의 취임과 함께 새 천년을 맞은 대한페인트 · 잉크는 같은해 11월 회사명을 ㈜디피아어로 변경한다. 한영재 회장은 21세기 초일류 중합화학회사의 비전을 위해 디지털 혁명을 선도하고 정보화 시대의 경쟁력을 확보하며 사회적 책임에 충실할 것을 강조하고 글로벌 환경에 맞추어 경영 체질을 혁신, 2006년에는 업계 최초로 투자부문 지주회사 ㈜디피아이홀딩스와 사업부문 자회사 ㈜노루페인트로 분할하며 제2의 도약을 예비한다.

이후 중국에 득채상해도로유한공사(得彩上海塗料有限公司)를 설립하고 대만 난파오 그룹(NanPao Resins Chemical Co., Ltd.)과 베트남 시장에 합작 진출하는 등 중국, 동남아시아 시장으로의 진출을 가속화했다. 디피아이는 생산력은 물론, 환경 · 안전관리 수준을 높였으며 R&D 부문의 투자를 지속적으로 늘려 불확실성의 증대 속에서도 꾸준한 성장을 이룩했다.

2009 2010



대만 난파오그룹과 기술이전계약 체결(2005)



중국 KNT와 기술이전 및 합작계약 체결(2007)



포송공장 준공(2008)



NOROO/팬톤 전략적 제휴 조인식(2011)



을지로 사옥 리모델링 오픈(2013)



NOROO 인터내셔널 컬러트렌드쇼(2013)

2010~2015

글로벌 색채산업 선도기업을 향하여

2010년, 디피아이는 국내와 해외에서의 통합브랜드 인지도를 높이기 위해 지주회사의 이름을 ㈜노루홀딩스로 바꿈과 함께 그룹 계열사 사명도 NOROO로 통합, 글로벌 경영을 본격화한다. 이를 위해 주력사업의 생산 · 기술력을 세계 수준으로 강화해 전문화하는 한편, 인도, 체코, 미국 등 해외시장 확대에 박차를 가하여 건설하고 지속적인 성장을 이루어간다. 또한 급변하는 환경 속에서 농 · 생명 분야가 국가와 미래에 중요한 사업이라는 판단 하에 창업 이념인 '사업보국'을 현 시대에 맞게끔 발전, 농 · 생명 분야 신사업을 추진한다. 2012년, 창업주 한정대 회장의 나라를 위한 헌신적 개척정신을 미래지향적 글로벌 가치체계로 재정립하여 NOROO Way를 제정한 NOROO는 70주년을 맞은 현재, 글로벌 TOP10을 향해 총력을 다하고 있다.



왼쪽부터 이국주 대리, 이승철 과장, 윤성문 과장, 권지현 법인장

지아 요! 강소노루비!

중국 강소노루비케미칼

지난 7월, 중국 강소성 염성에 ㈜노루비케미칼의 첫 해외 제조공장이 완공되었다. 세계의 모든 자동차 브랜드가 공장을 두고 있는 중국의 현지에서 세계를 공략함은 물론, 점점 두각을 드러내는 중국의 로컬 브랜드를 좀더 빠르게 파고 들기 위해 설립한 강소노루비케미칼의 공장이다. 강소노루비케미칼은 공장의 본격적인 가동을 앞두고, 한껏 힘을 모으고 있다.



너른 땅, 염성으로

6차선이 넘는 넓은 도로와 고층 건물들, 그리고 한참을 달려야 그 끝을 알 수 있는 공장들의 도열. 강소성 염성시의 첫 인상이다. 간간히 보이는 목화밭은 염성의 옛 모습을 짐작케 하지만, 이제 염성 경제의 주인공은 명실공히 DYK기아자동차(東風悅達起亞) 생산공장에 의한 자동차 산업이다.

“2000년도에 기아자동차가 진출하면서 염성시는 크게 발전했습니다. 이후 개발 산업 단지를 운영하는 등 한국 기업을 적극적으로 유치하고 있지요.” 권지현 법인장의 설명이다. 권지현 법인장은 2013년 말 강소노루비케미칼(이하 강소노루비) 제조법인 설립의 검토부터 지금까지를 죽 이끌어 왔다.

“기존에는 북경법인 소속으로서 기아자동차에 도료공급을 해 왔는데 무역법인이다 보니 실험실을 두거나 위험 화학품 창고를 둘 수가 없는 등 제한이 많았지요. 300억 원에 가까운 매출 상황에서 고객의 요구에 더 신속하고 정확하게 대응하기 위해 적절한 안전창고를 보유한 제조공장이 꼭 필요했습니다.”

이에 강소노루비는 2014년 2월에 염성시와 MOU를 체결, 10월에 법인을 설립하고 12월부터 공사를 시작했다. “공사 8개월만인 지난 7월에 준공식을 했습니다. 법인 준비부터 준공까지 참 많은 일들이 있었지만, 염성 정부의 협조와 대한잉크 쪽 계열사인 아이젠(i-ZEN Co., Ltd.)의 협력으로 수월히 진행할 수 있었지요. 앞으로 해야 할 일들이 더 많습니다.” 권지현 법인장의 호쾌한 말투와 웃음은 그간의 고생을 날리듯 가볍다.



문화가 다른 이들과의 협업, 언어소통의 어려움 등이 있음에도 그 과정에서 쌓이는 값진 경험과 중국 시장을 향한 목표가 있기에 치열한 오늘을 보내고 내일을 기대한다.

염성의 오늘에서 중국의 내일로

“지아 요!” 강소노루비 직원들의 외침이 가을 바람을 타고 맑은 염성 하늘을 흔들었다. 이들 중 주재원은 권지현 법인장을 포함하여 모두 4명. 기술부의 윤성문 과장은 지난 1월에, 영업부의 이승철 과장은 7월에, 관리부의 이국주 대리는 10월에 막 부임해 왔다. 이들의 라인업으로 강소노루비는 곧 시작될 가동에 더욱 힘을 받은 참이다.

“첫 해외 발령에 첫 중간관리자 역할이라 큰 책임감이 요구되는 만큼, 역량을 키울 수 있는 좋은 기회라고 생각합니다. 막 설립된 회사의 시스템을 함께 만들어가는 것도 굉장히 보람있고요.” 이국주 대리처럼, 윤성문 과장과 이승철 과장의 부담과 기대, 포부 또한 다르지 않다.

“기아자동차는 물론, 많은 중국 업체들도 저희 공장 설립을 다들 환영하고 있습니다. 생산과 공급에 시간을 단축하고 빠른 기술 대응이 가능하기 때문이죠. 하지만 긴장을 늦출 순 없습니다. 중국 문화를 이해하고 현지화된 기술로 계속 경쟁 우위를 선점하며 현지 거래선을 늘려가야죠.” 윤성문 과장과 이승철 과장의 대답이다. 문화가 다른 이들과의 협업, 언어소통의 어려움 등이 있음에도 이들은 그 과정에서 쌓이는 값진 경험과 중국 시장을 향한 목표가 있기에 치열한 오늘을 보내고 내일을 기대한다.

강소노루비, 지아 요!

지금, 중국 시장은 빠르게 변화한다. 현지 경쟁업체들도 기술 발전의 속도를 높이고 있다. 그 속에서 권지현 법인장이 주목하는 것은 친환경 도로다. “공장 설립과 생산에 많은 규제와 절차를 둘 만큼 중국은 환경에 관심을 두기 시작했습니다. 도로 쪽도 이러한 영향이 있을 것입니다. 친환경적이고 안전한 도로 생산을 준비해야지요. 실험실과 연구실도 준비되었으니 중국 현지에 맞는 도로기술 연구를 활성화하여 대응할 것입니다.”

강소노루비의 기초를 탄탄히 하여 앞으로의 발전에 토대가 되도록 하겠다는 권지현 법인장의 목표는 강소노루비 모두의 목표와 같다. 언어도, 물도, 산도 낯선 곳에서 같은 목표로 일하는 그들에게 “지아 요!” 응원을 보낸다.

NOROO, 튼튼한 길을 만든다

(주)노루페인트 직판사업부 시공사업팀

앞차의 비상등이 보이지 않는 세찬 빗길 속에서도 윤곽을 드러내는 하얀 차선은 운전자에게 든든한 안내자가 되어준다. 놀이터에서 모래 대신 폭신하게 깔려있는 탄성포장재는 뛰고 구르는 아이들이 다칠 염려를 줄여준다. 이렇듯 곳곳에서 시민의 안전을 지키는 것 또한 (주)노루페인트가 하고 있는 일이다. (주)노루페인트의 시공사업팀 덕에 우리는 좀더 편안하게 걷고, 안전하게 달린다.

현장 중심으로 키운 매출

“시공사업팀은 공공기관의 조달시공 업무를 진행합니다. 주로 MMA를 이용해 미끄럼 방지 포장재를 시공하며 어린이보호구역 통행로와 자전거 도로 등 대중이 이용하는 시설들을 시공하지요. 이외에도 스텐실 공법 등 특수 바닥재 시장을 공략하고 있으며 올해는 차선 작업에도 진출하여 최근에 안양시 관평로에 차선 도색 공사를 마쳤습니다. 2015년 신사업으로 탄성포장재 시공에도 나서 체육 시설과 학교 시설에 적용하고 있고요. 조경사업 진입을 위해 조경 시설물 설치 시공업 면허를 취득하여 사업 준비에 박차를 가하고 있는 중이지요.”

시공사업팀 이경철 부장의 막힘없는 설명은 사업을 지휘해 온 내공을 짐작케 한다. 시공사업팀은 2010년에 특수사업팀으로 발족하여 2011년부터 활동해 왔다. 당시 (주)노루페인트에서 개발한 MMA(Methy Methacrylate) 제품이 시공사업 시장 진출을 가능케 했고, 이후 시공사업팀은 해마다 매출을 높여, 올해는 연초에 세웠던 매출 목표를 초과 달성하고 시장 점유율을 높이기 위해 팀원들과 단결하여 노력 중이다.

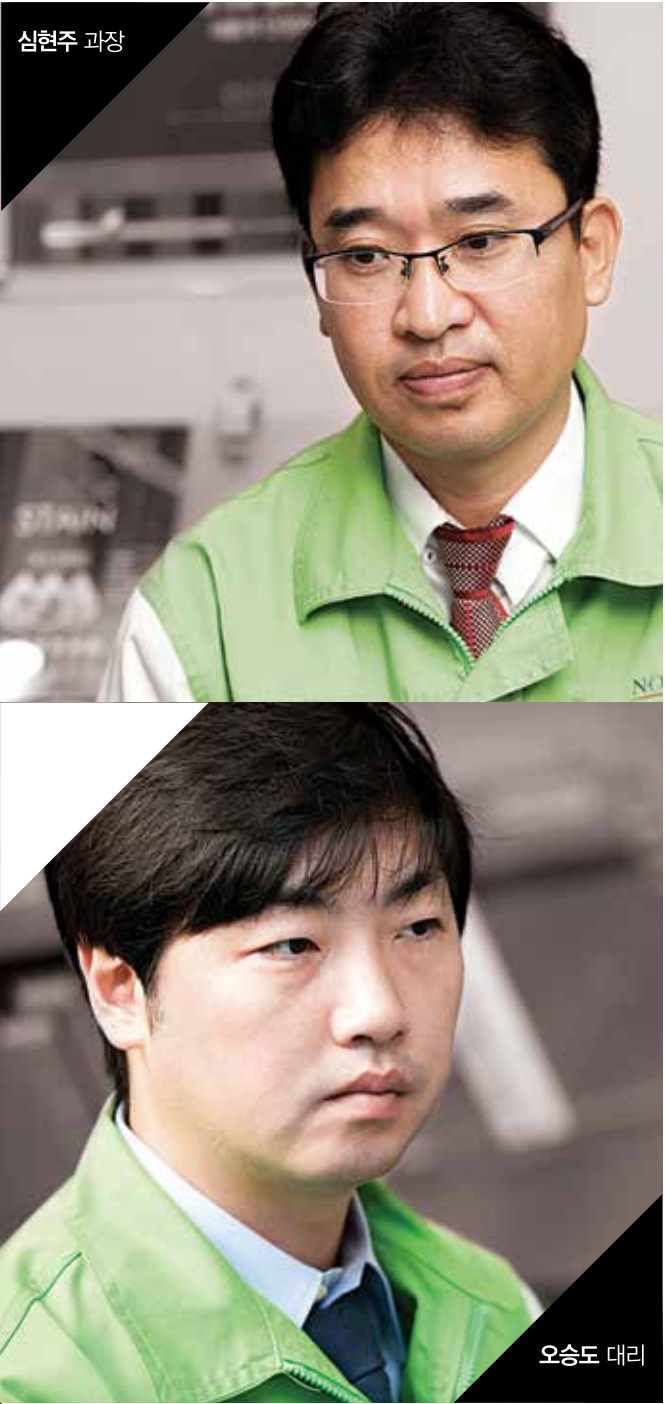
“제품력이 저희의 경쟁력입니다. 저가의 혼합물을 쓰지 않고 순수한 MMA 재료를 쓰기 때문에 부착력과 내구성, 작업성도 좋죠. 도로를 통제해야 하는 저희 시공은 작업 시간을 줄이는 것이 중요한데, 저희 제품은 시공 후 30분만에 통행이 가능합니다. 뛰어난 품질 덕에 경쟁사에 저희 제품을 판매하는 시너지 효과를 얻죠.” 이승재 대리는 설명과 함께 자부심을 내비쳤다. “시장에 첫 진입했을 때는 인지도가 낮아 어려움을 겪었는데 이제 품질을 인정받고, 인지도도 높여서 보람 있고 뿌듯합니다. 시민의 안전을 위한 일이니깐요.”



학교 앞 도로에서 아이들의 안전을 생각하고
자전거를 타고 안전하게 전국을 일주하는 꿈을 꿀 수 있도록
동행자가 되어준다.



이경철 부장



심현주 과장

오승도 대리

이승재 대리

안전한 공사, 안전한 환경

MMA, 탄성 포장재, 특수 바닥재 등의 전문용어들은 하나의 목표를 추구한다. 이승재 대리의 이야기처럼 시민의 안전을 위한 일이다. 저속구간에서는 자동차의 속도를 낮추고, 보행 충격이 덜한 산책로를 만들며, 자전거 도로의 미끄럼을 방지하는 한편, 넘어질 때의 충격도 완화해 주어야 한다. 놀이터에서는 혹시나 있을 아이들의 추락에 대비한다. 이 모든 것은 여름과 겨울의 팽창, 수축을 견디는 내후성을 가져야 한다.

그러나 이러한 결과보다 잠깐의 불편을 참지 못하는 현장 주변의 민원 탓에 팀원들은 곤혹스러운 상황에 처하기도 한다. “도로 공사 중에 운전자의 샷대질을 받기도 하고, 인근의 식당은 장사가 안된다고 항의하시기도 합니다.” 심현주 과장은 그럴 땐 일부러 그 식당을 찾아가서 식사를 하고, 케이크를 사다 건네기도 한다며 사람 좋은 웃음을 짓는다. 시민뿐 아니라 시공 인부들에게 제품을 이해 시키는 것도 주요 현장 업무 중 하나다. 기존 제품에 비해 작업시간이 짧아 빠르게 진행해야 하는데도, 인부들은 관행대로 하려는 경우가 있기 때문이다. “그리고 무엇보다 중요한 것이 안전이죠. 도로 작업이 많으니 늘 안전한 작업을 최우선으로 둡니다.” 안전한 작업으로 안전한 환경을 만드는 것, 이경철 부장의 철칙이다.

신규 아이템 발굴로 점프하는 해!

5년 전, 새로운 시장에서 진입하여 꾸준히 매출을 높여온 시공사 업팀은 올해 ‘신규 아이템으로 점프하자’는 목표로 탄성 포장재 사업, 조정 사업 등에서 도전을 이어가는 중이다.

“저희 팀뿐만 아니라 노루페인트 전체적으로 시공이 겸비된 사업이 속속 진행되며 시공의 패러다임이 새로이 만들어지고 있습니다. 이러한 시공 사업들의 힘이 모인다면 노루페인트에 한 축이 될 것이라고 생각합니다.” 차분하면서도 힘이 느껴지는 이경철 부장의 말에서 도전에 익숙한 NOROO인의 역량을 느낀다. 그와 함께해온 심현주 과장, 이승재 대리 그리고 오승도 대리의 시공사 업팀이라면 그 도전은 이제껏 그랬듯 값진 결과로 돌아올 것이다.



1	2
3	4

- 시공사업팀의 시공현장
1. 서빙고역 MMA 스텐실 시공
 2. 시흥 목감지구 놀이터 공사
 3. 안양시 관평로 차선도색 공사
 4. 의정부국도 미끄럼방지포장 공사



시간은 가족과 자란다

(주)노루홀딩스 재경기획팀 최종순 대리 가족

햇살이 점점 투명해지는 가을, 서초동에 위치한 스튜디오엔 반가운 손님들이 들어섰다. 2011년도에 수줍게 부푼 배로 가족 여행을 떠났던 최종순 대리, 정낙훈 씨 부부가 4년만에 귀여운 딸 둘을 데리고 가족촬영을 하게 된 것이다. 시간이란 이렇게 식구를 두 배로 늘려줄 만큼 힘이 세다는 걸, 그들을 통해 다시 느낀다.



부부의 눈길은 서로에게서 아이들로 향하고, 장난끼는 아이들에게 고스란히 옮겨가 까르르 웃음소리가 스튜디오에 가득하다.

둘이 넷으로

“그때가 기억나요. 촬영이 쑥스럽긴 했지만 사진으로 추억을 남겨놓길 잘 했다는 생각이 들어요. 그래서 이번에도 가족 사진을 남기려고 이렇게 왔어요.” 최종순 대리는 여전한 미소로 4년 전 촬영을 떠올렸다. 그리고보니, 예전 촬영도 가을이었다. 양평의 가을 햇살 아래서 결혼 1주년이 채 되지 않은 신혼의 그들은 서로를 향하는 장난스런 눈길과 조용한 속삭임, 작은 웃음으로 촬영지를 밝게 채웠었다. 4년이 지난 지금, 부부의 눈길은 서로에게서 아이들로 향하고, 장난끼는 아이들에게 고스란히 옮겨가 까르르 웃음소리가 스튜디오에 가득하다.

“첫째 연희가 네 살, 둘째 도희가 두 살이에요. 둘째가 지금 한참 뛰어다니고 손이 많이 갈 때라 촬영이 어찌 될지 걱정이네요”라는 최종순 대리의 우려대로 도희는 스튜디오를 구석 구석 살피고 탐험하느라 정신이 없지만 그건 두 살로서 가장 자연스럽고 귀여운 모습이다. 첫째 연희는 아직 어리광을 부릴 네 살이라는 나이에도 언니의 역할을 톡 부러지게 해내는 중이다. 포토그래퍼의 요청에 따라 의젓하게 포즈를 취하고 동생의 뒤를 조심스레 살피다가도 동생의 장난에 참여하고 마는, 그래서 모두를 웃게 만들어 버리는, 네 살다운 언니다.

최종순 대리, 정낙훈 씨 부부가
4년만에 귀여운 딸 둘을 데리고
가족촬영을 하게 되었다.

시간이란 이렇게 식구를
두 배로 늘려줄 만큼 힘이 세다는 걸,
그들을 통해 다시 느낀다.

우리는 모두 한 편

“꼬오~ 꼬오~” 촬영장에서 발견한 꽃과 도희는 연신 인사를 나누는 중이다. 한 번으로는 성이 안 차는지 몇 번이나 손을 흔들고 그래도 아쉬워서 그 앞을 떠나지 않는다. 아이에겐 자연과 교감하는 여섯 번째의 감각이 있는 것이 아닐까? 암전히 앉아 있던 연희도 쪼르르 도희 옆으로 뛰어가서 두 아이와 꽃의 대화는 길게 이어진다. 둘이라는 건 이래서 좋은가 보다. 좋은 것을 나눌 수 있으니 말이다.

최종순 대리는 결혼의 좋은 점을 ‘영원한 내 편이 생긴 것’이라고 꼽았었는데, 아이를 낳고 키운다는 것 또한 ‘영원히 네 편이 되어 주는 것’일 게다. 최종순 대리가 평하는 ‘딸 바보’ 정낙훈 씨는 물론이고 최종순 대리도 딸들에게 늘 든든한 ‘내 편’이다. “아내가 일을 마치고 서둘러 와도 저녁 8시가 넘죠. 피곤할 텐데도 늘 연희와 도희를 챙기는 대단한 엄마예요.” 아내보다 더 늦는 퇴근 때문인지 정낙훈 씨의 말에선 미안함이 묻어난다. 이러한 슈퍼맘이 한 편이니 연희와 도희는 씩씩할 수밖에 없다. 꽃과의 인사를 마치고 엄마와 아빠에게 힘차게 뛰어가는 두 딸, 그들을 품어 안는 부부에게서 햇살만큼 눈부신 행복이 번진다.

NOROO와 가족

2년 전 장기근속메달을 받은 최종순 대리는 이제 입사 12년차다. 결혼 전부터 다녔으니, 결혼과 출산, 육아를 모두 NOROO와 함께한 셈이다. 그 과정에서 회사에 느끼는 책임감도 조금씩 모양을 달리했다. “결혼하고 아이를 키우면서 가족에 대한 책임감이 무거워지는 것과 함께 회사에 대한 책임감도 커지는 것 같아요”라는 그녀의 말에서 회사가 가정과 맺는 관계의 중요성을 다시금 느낀다. 최종순 대리를 통해 연희, 도희와 연결되어 그들을 키워낼 회사의 힘을 생각하고 거꾸로 지난 70년간 NOROO를 키워낸 많은 이들의 노력, 그들의 가족을 생각한다. 함께했기에 서로 자랄 수 있었던 시간들은 앞으로도 이어져 연희와 도희가 훌쩍 컸을 때 또 새로운 모습을 보여주게 될 것이다. 이 가족의 모습처럼 모든 NOROO 가족들의 행복한 모습과 NOROO의 성장이 죽 사보에 담겨지길 기대해 본다.

URL스튜디오

최종순 가족의 촬영을 진행한 URL스튜디오는 NOROO사보의 사진을 담당하는 곳으로, NOROO 그룹 창립 70주년을 맞아 NOROO 사우분들께 가족사진촬영 할인 이벤트를 제공합니다. 편안한 분위기에서 즐겁게 가족사진을 촬영할 수 있는 URL스튜디오에서 가족의 행복한 순간을 남겨보세요.

문의 : 02-516-4552



친환경 페인트, 행동으로 보여준다!

전주 에코칼라모션과 중앙페인트

각종 공구가게들이 모여 전주의 공구거리라 불리는 태평3길에 반짝반짝 새로운 페인트 전문매장이 생겨 전주 DIY인들의 시선을 모으고 있다. 제 1호 듀릭스 전문 매장으로 오픈한 에코칼라모션은 소문대로 각종 친환경 페인트가 말끔하니 전시되어 있는 한편, 2층에는 고객 사랑방 겸 작업실까지 갖춰 페인트 전문 공간으로 완벽히 꾸며진 곳. 그 옆으로 에코칼라모션의 모태인 중앙페인트가 페인트에 관한 모든 걸 갖추고 있으니, 전주에서 페인트가 필요한 이들이 꼭 들러야 할 곳은 바로 여기다.

직접 해보니 역시 NOROO

“NOROO를 선택한 까닭이요? 발색이 굉장히 좋고 잘 발리는 데다가 친환경적이니까요!” 에코칼라모션의 장정순 사장의 대답은 두 번 생각할 것도 없다는 듯 빠르고, 정확했다. “10살 늦둥이 아들이 아토피가 있어서, 제가 직접 이것저것 페인트를 많이 시도해 봤어요. 그런데 NOROO의 뿌로로 페인트와 PANTONE Premium Paints가 정말 좋더라고요. 그래서 NOROO가 직수입하는 친환경 페인트인 듀릭스 페인트를 믿고 선택했지요.” 장정순 사장은 듀릭스 제품의 친환경성에 대한 고객의 일화를 덧붙였다. “제품을 사서 직접 칠한 고객 분께서 아이가 몸을 긁는 게 덜해졌다고 하시더군요. 참 뿌듯했어요. 최근에 사랑의 열매와 함께 그룹홈을 하는 공간에 듀릭스를 제공하기도 했어요. 아이들이 무척 좋아하더라고요.”

이처럼 누군가를 돕는 데서 뿌듯함을 느끼는 장정순 사장의 영업 방법은 남다르다. 대표적인 것이 매장 2층에 위치한 고객 사랑방이다. 널찍한 공간에 큰 테이블과 의자를 갖추고 PANTONE Premium Paints로 화사하게 꾸민 이곳은 각종 수업과 만남의 장을 제공한다. 고객이 대동하는 아이들을 위해 책과 놀이방까지 갖췄다. 장 사장은 이곳에서 직접 리폼한 소품을 필요한 곳에 기증하기도 하고, 그 노하우를 고객과 함께 나눈다. “페인트 팔레트에 랍을 씌워 여러 번 쓸 수 있는 팁을 알려 주니까 몰랐다면 팔레트를 더 샀을 텐데 왜 알려주냐”고 고객들이 농담하더라며 장 사장은 웃는다. 그런 장 사장이기에 전주의 DIY인들은 이곳을 계속 찾는 것일 게다.





소비자 맞춤형 매장

올해 7월에 오픈한 에코칼라모션의 바로 옆에는 28년 전통의 중앙페인트가 있다. 장정순 사장의 남편인 김안국 사장이 운영하는 곳이다. DIY인들에게 초점을 맞춘 영업은 사실 이곳 중앙페인트에서부터 시작되었다고 한다. 김안국 사장은 그 시작을 손님 응대와 제품 구색에서 찾는다. “시공 중심 영업의 다른 매장에 비해, 저희 직원들은 상주하며 손님들의 궁금증을 바로 해결해 드립니다. 제품도 다양하니 필요한 걸 언제든 찾을 수 있고요.”

마침 벽화용 페인트를 사기 위해 이곳을 찾은 고객도 같은 대답을 한다. “여기 오면 여러 정보를 얻을 수 있어요. 이곳에서 산 PANTONE Premium Paints도 아주 좋은 결과로 도움이 되었어요.”

판매자의 입장보다는 소비자의 필요를 생각하며, 소비자에게 더 도움이 되는 것, 더 좋은 결과를 주려는 행동들이 쌓여 지금의 중앙페인트, 에코칼라모션을 만든 것 아닐까.



최고의 영업직원

무뚝뚝한 김안국 사장과 다정한 장정순 사장이 함께 아끼는 사람이 있다면, 담당 영업직원 조강현 주임이다. 장정순 사장이 “이런 영업사원은 처음 봤다”고 말하는 그는, 새벽 6시 반부터 나와서 물건을 창고에 들여놓고, 가게 문턱이 닳도록 드나들며, 사장의 언짢은 소리에 도 다시 웃는 얼굴로 돌아왔단다. 이런 노력 끝에 이제는 가게 회식에도 유일하게 초청받는 가족 같은 이가 되었다며 한 사장은 조 주임의 어깨를 두드린다. 순한 얼굴에 숨은 욕심으로 중앙페인트에 NOROO를 적극 어필해 온 조강현 주임은 “DIY에 적합한 NOROO 페인트들과 중앙페인트가 잘 맞아떨어진 것”이라고 겸손히 말하지만 김안국 사장이 “영업직원은 이처럼 때맞춰 물건 갖다 주고 주문 잘 받아주면 그걸로 끝”이라며 무 자르듯 던진 말은 그에 대한 최고의 칭찬일 것이다.

News Briefing

뉴스 브리핑



NOROO 그룹, 창립 70주년 기념행사



NOROO 그룹 창립 70주년 기념 사사 발간

(주)노루홀딩스

NOROO 그룹, 창립 70주년 기념행사

2015년 11월로 창립 70주년을 맞은 NOROO 그룹은 10월 30일, 안양공장 내 복지관에서 〈창립 70주년 기념식〉을 가졌다. 1945년, 국가의 경제부흥에 이바지하기 위해 잉크 제조에 뛰어든 창업주 한정대 회장이 작은 목조건물에서 시작한 대한오브세트잉크는 70년의 시간이 지난 지금, 20여 개의 해외 법인과 10개의 계열사를 지닌 NOROO 그룹으로 성장하여 건축, 선박, 자동차, 플라스틱 도로 분야에서 최고의 기술력으로 업계를 선도하며 글로벌 경쟁에 나서고 있다.

창립 70주년 기념식은 NOROO 그룹이 한국 경제의 발전과 해외 시장 개척에 나선 도전의 역사와 색문화 창조 70주년을 기념하기 위해 열렸으며 한정재 회장은 연설을 통해 선배들이 이룩한 자랑스런 업적을 살펴보는 데 이어 그 속에서 가치 있는 교훈을 찾아 NOROO 그룹의 더 큰 미래를 설계하자고 역설하였다. 또한 기념식에서는 창립 70주년을 맞아 제작된 홍보 동영상상을 함께 감상함으로써 광복 후 한국의 역사와 그 궤를 함께한 NOROO의 발전사를 다시금 되새기는 기회로 삼았다.

기념식은 안양공장 스마트센터동에서 열린 〈NOROO가족 사진

전〉 관람으로 이어졌는데 11월 6일까지 열린 〈NOROO가족 사진전〉은 NOROO의 모습을 새로운 시각으로 보며 그 가치를 새삼 깨닫게 하는 즐거운 기회가 되었다. 기념식 이후에는 장기근속자에 대한 축하와 기념촬영이 진행되었으며 화환 대신 받은 쌀을 지역사회에 기부함으로써 창립 70주년의 기쁨을 이웃과 나누었다.

NOROO 그룹 창립 70주년 기념 사사 발간

창립70주년을 맞아 NOROO그룹은 『노루70년사』를 발간했다. ‘도전과 색문화 창조 70년’이란 주제가 붙은 『노루70년사』는 NOROO 그룹이 탄생한 1945년 창업 당시부터 2015년 현재의 모습까지 기업의 성장과정을 객관적으로 기술했으며 제1편 ‘사진으로 보는 노루 70년’ 화보를 시작으로, 제2편 역사 서술, 제3편 현재의 모습인 현황 화보, 제4편 그룹 및 각 계열사 현황, 그리고 부록으로 편집되어 있다. 이번 사사는 약 1년 6개월의 기간을 거쳐 총 534페이지로 완성되었다.

한정재 그룹회장은 『노루70년사』 발간사를 통해 “창업의 초심을 계승해 인류의 풍요와 행복을 창조하는 데 힘을 모아야 하며, 누구도 가지 않은 불모의 땅에 길을 낸 선배들의 진취적 기상을 되살려 NOROO 그룹이 가야만 하는 미래, 즉 글로벌 무대를 향해 새로운 길을 열어 나가자”고 강조했다.



(주)노루페인트, 서울시청과 은평구 산골마을에 사회공헌 실시



(주)노루페인트 따사모 나눔 바자회 기부

(주)노루페인트

(주)노루페인트, 서울시청과 은평구 산골마을에 사회공헌 실시

(주)노루페인트는 서울시와 함께 지난 9월 2일부터 은평구 산골마을에서 에너지 복지마을 만들기 사회공헌사업을 진행하였다. 산골마을은 270세대의 주민 550명이 모여 살고 있는데 이중 대부분이 60세 이상의 어르신들이고 지어진 지 20년 이상 된 낡은 주택이 약 89%를 차지하여 난방과 냉방이 취약한 세대가 많다. ‘에너지 나누는 이로운 기업(에너지 기업)’에 속한 (주)노루페인트는 산골마을의 건물 12채, 총 50세대의 옥상에 (주)노루페인트 차열 도료 에너지세이버® 흰색 페인트를 도장하여 여름철 실내온도를 2~4도 낮추는 쿨루프 시공을 실시하였다.

이날 은평구 집수리 현장에는 (주)노루페인트 외에도 같은 에너지 기업으로 이번 행사에 집수리 비용을 기부한 코리아세븐의 직원들이 나와 일손을 도왔으며 서울에너지복지자, 서울주거복지사회적협동조합과 에너지돌봄사회적협동조합원들도 손을 보탰다. 또한 주민들은 감사의 마음으로 점심을 준비하였다. 서울시는 산골마을을 시작으로 에너지 기업과 함께 사업범위를 넓혀 서울 전역에 에너지 복지마을 만들기 모델을 전파할 계획이다.

(주)노루페인트 따사모 나눔 바자회 기부

(주)노루페인트는 지난 8월 23일 청담동에서 연예인 자선단체인 ‘따사모(따뜻한 사람들의 모임)’가 주최한 ‘2015 사랑, 나눔 바자회’에 프리미엄 브랜드 페넬로페, 온라인 쇼핑몰 더예가 등과 함께 따뜻한 기부를 진행, 나눔을 실천했다. ‘따사모’는 연예인 봉사 단체로서 국내 톱스타들이 대거 모여 사회 소외계층 지원과 다양한 사회환원 사업에 앞장서는 ‘따뜻한 사람들의 모임’이다. “사랑을 받은 사람들은 그 사랑을 더 많은 사람에게 전해줘야 하는 책임이 있다”는 생각으로 뜻을 모아 출연료를 기부하고 봉사가 필요한 곳 어디나 직접 나서는 등 나눔을 실천해 온 것.

‘따사모’의 단독 주최로 진행된 이번 바자회는 회원들의 소장품과 헌찬사가 기부한 제품을 통해 진행되었으며 바자회 판매 수익금은 전액 소외계층 어린이들에게 전달된다. 이날 (주)노루페인트는 PANTONE Premium Paints와 뿌로로페인트를 후원하였으며 김정은, 김원준, 서지혜, 소유진, 이준기, 안재욱, 전혜빈 등 연예인들이 대거 참여하고 직접 판매에 나서 팬들에게 즐거운 시간을 만들어 주었다.

(주)노루페인트 노동조합 설립 제28주년 기념 행사

지난 8월 21일, (주)노루페인트 노동조합 설립 제28주년 기념식과 제29년 차 정기대의원대회가 NOROO 복지관에서 많은 내외빈들

News Briefing

• 뉴스 브리핑



㈜노루페인트 노동조합 설립 제28주년 기념 행사

이 참석한 가운데 개최되었다. 행사는 1부와 2부로 나뉘어 진행되었으며, 1부는 ㈜노루페인트 조합원들이 참석한 가운데 노동조합 기 입장으로 시작되었고 기념식 후에는 모범조합원 포상 및 ㈜노루페인트 김수경 사장의 축사, 행운권 추첨이 훈훈한 분위기 속에 진행되었다. 또한 2부 행사에는 안양시장, 고용노동부 안양지청, 한국노총 경기본부, 경기금속본부 등 지역의 많은 노동계 담당자들이 참석하여 자리를 빛내 주었다.

㈜노루페인트 박연수 위원장은 "노루페인트 노사가 신뢰를 기반한 상생의 노사문화를 이룩하여 올해로 17년 무교섭으로 임금협약을 체결하는 금자탑을 쌓게 되었다. 앞으로도 노사화합을 통한 건강한 회사 문화를 만들어 회사의 경쟁력을 높여가는 것으로 보답하겠다"고 말했다. 이날 행사에서는 축하 화환 대신 쌀을 받아 안양 지역의 불우한 이웃들에게 전달하였다.

호텔 더 디자이너스 홍대점, 듀릭스 페인트로 시공

㈜노루페인트에서 파트너십으로 판매 중인 악조노벨의 듀릭스가 ㈜노루페인트 북서울지점(시공:대성도로)을 통해 호텔 더 디자이너스 홍대점 내부에 시공되었다. 더 디자이너스 호텔은 대한민국의 잠재력 있는 디자이너들이 감각적이고 도전적인 디자인으로 설계한 호텔로서 각 층별로 다른 디자인을 적용하여 테마형 객실에 새로움을 담았다.



호텔 더 디자이너스 홍대점, 듀릭스 페인트로 시공

더 디자이너스 호텔의 디자인 담당자는 호텔의 특성상 영업을 중단하지 않고 공사를 해야 하기 때문에 냄새가 없고 빠른 작업을 할 수 있는 듀릭스 제품으로 시공하게 되었다고 밝혔다.

듀릭스는 글로벌 악조노벨의 데코페인트 브랜드로 2014년 8월 ㈜노루페인트와 함께 전략적 파트너십을 맺고 국내에 론칭되었으며 친환경 수성 페인트로 소비자들의 취향을 반영한 컬러를 다양하게 구비한 것이 특징이다. 듀릭스 페인트는 빨리 마를 뿐 아니라 냄새가 적어 해외에서는 이미 인테리어에 관심 있는 소비자들에게 꾸준한 사랑을 받고 있다.

㈜노루페인트 안양시 관평로 노후차선 도색공사

안양시 관평로 노후 차선 도색공사가 ㈜노루페인트 직판사업부 시공사업팀에서 진행되었다. 이번 공사로 차선도로 총 29,532m의 노후 도로 차선이 ㈜노루페인트 상온경화형(MMA) 페인트로 새롭게 도색되었으며 시공사업팀은 이후로도 MMA 차선 도색공사를 확대하고자 집중할 예정이다.

상온경화형 이액형 차선도색은 Methy Methacrylate(MMA) 구조를 가진 아크릴계 고분자 화합물의 주재에 경화속도를 빨리 하기 위해 액상 경화제를 혼합하여 이액형 차선도색 라인전용 도장기로 도포한 후 경화 건조전에 글라브 비드(유리알갱이)를 뿌려 고착시키는 공법을 말한다.



㈜노루페인트 안양시 관평로 노후차선 도색공사

(주)노루케미칼

㈜노루케미칼, G-노사상생 우수기업으로 인증패 수여

㈜노루케미칼은 지난 9월 16일 수원에 위치한 경기종합노동복지회관에서 열린 경기도 노사민정협의회 회의에 앞서 열린 G-노사상생 우수기업 수여식에서 G-노사상생 우수기업으로 뽑혀 남경필 경기도지사로부터 인증패를 수여했다. G-노사상생 우수기업은 최근 2년간 노사분규가 발생하지 않고 노사상생 협력 등 타 사업장의 모범이 되는 도내 중소기업체를 인증하는 사업이다. 우수기업에 선정되면 200만 원의 노사상생 협력비 및 중소기업 육성자금 심사우대와 신용보증 우대, G-패밀리클러스터 단위사업 지원 시 가점 부여가 주어진다. ㈜노루케미칼은 노사 상생협력과 근로개선, 일자리창출에 기여함에 따라 인증패를 받았다.

이번 수여식에는 ㈜노루케미칼 외에도 한국성신양회㈜ 구리공장, 포레스시아베기컨트롤시스템코리아, 신안운수㈜, TDK코리아㈜, 대원화성㈜ 등 5개 기업이 G-노사상생 우수기업으로 뽑혔으며 이후 열린 노사민정협의회 회의에서 남경필 경기도지사는 노사민정 간 협력과 화합을 통해 일자리 창출에 노력하자고 역설하였다. 남경필 경기도지사는 또한 "경기도정의 최우선 과제는 일자리 창출이다"라고 강조했으며 경기도노사민정협의회는 임금체계 합리화,



㈜노루케미칼, G-노사상생 우수기업으로 인증패 수여

장시간 근로 개선, 원-하청 상생협력과 근로자 간 격차 해소, 지역·산업 맞춤형 인적자원 개발, 양질의 일자리 창출 등 5대 실천과제를 담은 '경기도 노사민정 상생협력 공동실천 협약서'를 발표하고 양질의 일자리 창출과 상생의 노사관계를 통한 지역경제 발전, 도민 행복증진을 위해 공동노력하기로 결의했다.



따뜻하고 건강하게 체온 1℃ 높이기

각종 연구 결과에 따르면 체온이 1℃만 떨어져도 면역력은 30%가 감소한다고 한다.
체온이 떨어지면 혈액순환이 느려지며 신진대사가 저하되는데 이는 소화불량과 근육통 등을 불러일으켜 신체가 제 기능을 다하지 못하게 한다.
찬 바람이 거세지는 환절기에 맞서 내 몸의 체온과 건강을 지키는 방법, 무엇이 있을까?

물은 늘 따뜻하게

따뜻한 음식을 먹는 것은 기본이다. 보온이 잘 되는 텀블러로 늘 따뜻한 차를 마시자. 생강, 계피, 대추, 유자 등은 체온 상승을 돕는 대표적인 차들이다. 사무실에는 냉온 정수기가 있어 늘 뜨거운 물을 바로 마실 수 있는 반면, 가정에서는 물을 끓여야 하는 번거로움이 있는데 가장 한기를 느끼는 아침의 기상 후와 잠들기 전의 따뜻한 물은 체온 상승 및 유지에 꼭 필요하므로 보온주전자 등으로 늘 따뜻한 물을 준비해 두는 게 좋겠다. 너무 뜨거운 물은 건조한 계절에 예민해진 인후를 자극하니 피하도록 한다.

지방은 낮추고 근육은 불리고

지방은 냉기에 가장 빠르게 반응한다. 허벅지, 배, 엉덩이에 붙은 군살을 만져보면 다른 곳보다 차갑다는 걸 느낄 것이다. 지방의 냉기는 체온을 떨어뜨리는 큰 요인이다. 운동은 이러한 지방을 없애줄 뿐만 아니라 운동 자체로 체온을 상승시키며, 체온을 생산하는 근육을 만들어 일석삼조의 효과를 낸다. 『체온 1도가 내 몸을 살린다』의 저자 사이토 마사시 교수는 몸을 천천히 깊숙하게 움직이는 것이 근육을 보다 잘 만들고 체온을 효과적으로 올린다고 전한다.

수족냉증에는 마사지와 간단한 운동

사무실에 앉아 일하는 이들은 혈액순환이 원활하지 못해서 신체 말단인 손과 발에서 체온 저하가 가장 크게 나타난다. 이른바 수족냉증인데, 핫팩과 마우스 워머, 두터운 양말 등으로 단단히 무장하는 것도 좋지만 간단한 마사지도 효과적이다. 손이 차가울 땐 가슴에서 팔 방향으로 부드럽게 쓸어주듯 마사지하고 주먹 쥔 손으로 반대쪽 손등 뼈 사이사이를 지압한다. 앉은 상태에서 다리를 쭉 뻗어 발끝치기 운동을 하는 것도 혈액순환을 돕는다.

적게, 꼭꼭 씹어 먹기

흔히 남부러울 것 없는 상태를 '등 따시고 배 부르다'고 한다. 그러나 온돌에 놓지 않는 한, 과식은 몸을 차게 한다는 것을 유의하자. 음식은 중요한 에너지원이지만, 과하게 섭취하면 위장으로 혈액과 에너지원이 급격히 몰리면서 인체에서 가장 많은 열을 생산하는 근육과 뇌, 간으로 가야 할 혈액이 줄어든다. 체하면 손발이 차가워지는 것도 이 때문이다. 식사는 간단하게 하되 밤, 호두 등의 견과류를 간식으로 꼭꼭 씹어 먹자. 좌우 턱을 고르게 사용하는 저작행위는 체온을 상승시키는 기초적인 운동이며 밤, 호두는 신진대사를 활발케 하는 대표적 식품이다.



촬영을 위해 중국 강소노루비케미칼 본사 로비에 모인 현지 임직원이 중국의 응원 구호인 “지아 요!”를 외칩니다. 촬영이 거듭되면서 그들의 구호 소리는 줄기는커녕, 더 우렁차게 하나가 되었습니다.



〈주노루페인트 직판사업부 시공사업팀을 촬영한 날, 가을햇살이 유난히 투명하게 반짝였지요. 단풍 아래에서 멋진 가을 남자가 되어 주신 네 분! 앞으로도 멋진 활약을 기대합니다!〉

Behind
Cut

비하인드 컷

