

**NOROO**

NOROO

Autumn. 2017



Autumn. 2017

마음을  
지배하는  
향기。

**NOROO** Quarterly Magazine | 2017년 가을 44호

**NOROO**

후작은 추억의 감각입니다.  
무엇보다 깨끗하고 안전한 공간 속에서  
고객이 아름다운 추억을 만들 수 있도록  
NOROO는 냄새 없는 페인트, 친환경 페인트를  
만들고 있습니다.

**Special Theme****마음을 지배하는 향기****06 Essay**

냄새의 마법, 은밀하지만 치명적인

**08 Information**

추억은 향기를 타고

**12 Interview**냄새를 없앤 친환경으로 페인트 트렌드를 이끌다  
순&수와 (주)노루페인트 건축기술1팀**Culture Gallery****16 Finance**

쏟아지는 부동산 대책과 내 집 마련 전략

**18 Taste**

잘 고른 쌀, 맛있는 밥

**20 Book**

동심을 돌려주는 추억의 놀이책

**22 Travel**

산책하듯 여행, 우리 동네 도보길

**NOROO People****26 Focus on NOROO**페인트로 컬러를 일깨우다  
컬러스튜디오 바이 노루 스타필드 고양점**30 Social Contribution**무민, 어린이와 함께 순수한 컬러 속으로  
무민 원화전과 순&수,  
평화의집 어린이를 초대하다**34 NOROO E-UM**

일과 삶의 균형을 위한 업무 시간의 효율적 활용

**38 Family Time**

이 가을, 커피 한 잔 함께 할까요?

**42 Special Store**NOROO와 함께한 성장의 15년  
포천상사**46 News Briefing****50 Hello! Paint**

마음을 적는 칠판, 페인트로 만든다

**51 Behind Cut****NOROO 그룹 사보 담당자**

(주)노루홀딩스 경영지원팀 조용걸 과장  
서울특별시 강남구 테헤란로 142 캐피탈타워 A동 10층  
T:02-2191-7747

(주)노루페인트 마케팅전략팀 지남철 차장  
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)노루오토코팅 경영기획팀 안세현 주임  
경기도 화성시 장안면 장안공단 7길 28  
T:031-8059-9533

(주)노루케미칼 업무지원팀 현준 대리  
경기도 안양시 단원구 첨단로 285번길 13  
T:031-599-7276

(주)노루비케미칼 경영지원팀 유현주 주임  
충청남도 천안시 서북구 백석공단1로 111  
T:041-620-6207

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

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

(주)노루알앤씨 경영지원팀 현준 대리  
경기도 안양시 단원구 첨단로 285번길 8  
T:031-599-7276

칼라메이트(주) 지원팀 유은아 주임  
경기도 안양시 만안구 박달로 351  
T:031-467-6379

## 마음을 지배하는 향기

사람들은 위대함, 공포, 아름다움에 그들의 눈을 감고, 멜로디와 속이는 말에 귀를 닫는다. 그러나 그들은 냄새를 피할 수는 없다. 냄새는 숨쉬기와 연관되어 있다. 숨쉬는 것과 함께 냄새는 깊이 들어가서 심장에 직접적으로 도달하게 된다. 그리고 애정과 모멸, 혐오감과 갈망, 사랑과 미움을 결정한다. 누구라도 냄새를 지배하는 사람은 마음을 지배할 수 있다.

– 파크리트 쥬스킨트『향수』중

<b>Essay</b>	냄새의 마법, 은밀하지만 치명적인	<b>06</b>
<b>Information</b>	추억은 향기를 타고	<b>08</b>
<b>Interview</b>	냄새를 없앤 친환경으로 페인트 트렌드를 이끌다	<b>12</b>



## 냄새의 마법, 은밀하지만 치명적인

냄새는 우리를 괴입니다. 퇴근길에 어디선가 피어나는 통닭 냄새를 맡고도 발길을 멈추지 않을 이는 없죠. 냄새는 우리를 진절머리나게 합니다. 싱크대를 닦고 닦아도 기어나오는 약취는 우리의 잠을 뺏어가죠. 냄새는 우리를 기억하게 합니다. 바람결에 옛 연인의 향수 냄새가 느껴진다면, 우리는 곧 바로 시간 여행을 할 수밖에 없죠. 냄새는 은밀합니다. 결코 쉽게 정체를 드러내지 않죠. 하지만 언제나 우리의 기분을 만들어내고 있답니다.

후각은 사람의 오감 중에서 가장 이해하기 어려운 녀석입니다. 우리 뇌에는 여러 감각을 다루는 부분이 양파처럼 겹을 만들어 땅에 틀고 있습니다. 그중에서 후각을 담당하는 부분은 가장 안쪽에 있습니다. 진화의 과정에서 가장 먼저 발달했다고 볼 수 있는 거죠. 그만큼 본능적이면서 원시적인 감각이라고나 할까요?

후각은 시각에 비하자면 매우 주관적이고 불분명합니다. 그렇다고 후각이 단순한 건 아닙니다. 미각은 불과 몇 개의 감각의 조합으로 이루어집니다. 하지만 후각 세포는 많게는 수십만 가지 서로 다른 냄새에 반응한다고 합니다. 세상이 만들

어내는 온갖 냄새들이 매우 비밀스럽게 우리 삶에 영향을 미치고 있다는 거죠.

저는 스무 살이 다 되어가는 고양이와 살고 있습니다. 고양이는 어떤 물건이든 냄새부터 맡아 확인하려 합니다. 새로 온 택배 상자를 뜯으면 코를 실룩거리며 다가오죠. 자기가 쌌 고양한 뚩도 한참이나 킁킁거립니다. 어쩌면 자신의 건강 상태를 체크하려는 건지도 모르겠습니다. 물이나 사료도 꼼꼼히 냄새를 맡아 신선도가 떨어졌다 싶으면 혀 끝에도 대지 않습니다. 나는 눈빛으로 말합니다. “그냥 좀 먹어주면 안 되겠니?” 고양이는 빤히 쳐다보며 대꾸하죠. “이런 쓰레기 냄새나는 걸 먹으라고? 이 냄새 바보(嗅覺痴)야.”

냄새 바보인 인간이지만 좋은 냄새와 나쁜 냄새를 가르는 정도의 능력은 있습니다. 만약 고기 굽는 냄새가 난다면 즉각적으로 반응해야 한 점이라도 더 얻어먹을 수 있겠죠. 반대로 지하실의 곰팡이 냄새, 음식물의 썩는 냄새, 고양이의 땅 냄새, 독성 화학 물질의 냄새는 재빨리 피해야 합니다. 어쩌면 뒤쪽의 능력이 더욱 중요해 보이네요.

도시들이 현대화되기 이전에 세상은 온갖 약취로 가득했다고

합니다. 20세기 초반까지 서울 종로통은 하수도가 정비되지 않아, 보행자는 쓰레기장 안을 걷는 것처럼 코를 쥐고 다녀야 했다는군요. 저는 서울의 오랜 하수도를 탐사하는 투어에 참가해본 적이 있습니다. 읊지로 입구의 지하 하수도로 사다리를 타고 들어가 시청 옆의 구멍으로 나왔는데요, 바닥을 흐르는 오물은 우주인 같은 특수 의상과 장화로 막을 수 있었습니다. 그런데 마스크를 나눠 주시는 관계자가 말하더군요. “냄새는… 어쩔 수 없습니다. 하지만 곧 익숙해지실 겁니다.” 거짓말이었습니다. 그 잠깐의 시간 동안에는 도저히 익숙해지지 않더군요. 도시화란 결국 이런 약취를 없애온 과정입니다. 그러면 전염병의 서식처가 사라지고 우리는 건강과 안전을 얻게 됩니다. 돌이켜보니 저는 어릴 때 냄새를 제법 잘 맡았습니다. 어머니가 반찬 뚜껑을 열고 미심쩍으면 저에게 술내가 나는지 맡아보라고 했습니다. 누나들은 그런 저를 두고 ‘개코’라고 했죠. 하지만 나이가 들면서 냄새 맡는 능력이 점점 약해지는 것 같네요. 특히 비염으로 코가 절반쯤 막히게 되면서 웬만큼 독한 냄새가 아니면 반응하기 어려워졌죠. 사실 계으름뱅이들에게는 코의 문화가 편리한 점도 있습니다. 집안에서 풍겨나는 꾸리꾸리한 냄새에 무던해질 수 있으니까요. 하지만 저는 다시 냄새를 잘 맡고 싶어졌습니다. 요즘 우리 주변에 온갖 미식의 세계가 열리고 있기 때문이죠. 후각은 맛을 느끼는 데 결정적인 역할을 합니다. 코를 막으면 콜라와 사이다의 맛도 구별할 수 없다고 하죠. 지인 중에는 수술로 비염을 치료하고 맛의 신세계를 발견했다는 이도 있더군요. 저는 일단 코세척을 열심히 하고 집안의 잡내를 없애는 것으로 멋진 냄새를 영접할 준비를 하고 있습니다.

냄새를 맡는 능력도 훈련이 가능합니다. 영화 <프렌치 키스>에서 멕 라이언은 변심한 약혼자를 찾아 프랑스에 왔다가 포

도원을 경영하는 케빈 클라인을 만나죠. 그러곤 이 남자가 어릴 때 직접 만든 아로마 상자(aroma kit)를 접하게 됩니다. 갖가지 허브, 과일, 오크, 흙 등 기초적인 냄새의 액기스를 담고 있는 것인데, 각각을 구별하는 훈련을 하면 와인 속에 어떤 향이 들어 있는지 분석이 가능한 거죠. 이와 비슷한 원리를 응용해 여러 향을 섞어 향초나 향수를 만들기도 합니다. 무덤덤한 일상의 공간에 향기를 채우기도 하고, 누군가의 몸에 보이지 않는 향기로운 옷을 입히기도 하는 거죠.

사실 향기만이 우리를 감동시키는 건 아닙니다. 이십 년도 훨씬 넘은 일입니다. 그때 저는 트레킹을 하려고 네팔을 찾아갔는데, 카트만두 공항을 나오자마자 갑자기 할머니 생각이 났습니다. 왜 그런지 깨닫는 데 약간의 시간이 필요했습니다. 허름한 공항 청사 바깥으로 나오자 확하고 소똥 냄새가 났던 겁니다. 십 년 이상 가보지 못했던 시골 할머니집이 떠올랐습니다. 두 주 정도의 여행에서 돌아왔더니 그 사이 할머니가 돌아가셨습니다. 저는 뒤늦게 혼자 무덤을 찾아갔습니다. 그리고 이제 소똥 냄새를 맡으면 말입니다. 할머니와 제가 눈 덮인 안나푸르나를 함께 걷는 상상을 하게 됩니다. 모든 이는 저마다 ‘냄새 사전’을 가지고 있습니다. 제 사전에 ‘소똥’은 매우 굽은 글씨로 적혀 있습니다.

### 글 · 이명석

문화비평가 겸 저술가로 활동하고 있습니다. 저서로 『여행자의 로망백서』, 『지도는 지구보다 크다』, 『도시수집가』, 『모든 요일의 카페』 등이 있고, KBS 라디오 〈문화공감〉 SBS 라디오 〈책하고 놀자〉에 고정 출연 중입니다.



## 추억은 향기를 타고

'프루스트 현상'을 아십니까? 어떤 냄새를 맡았을 때 갑작스레 과거를 기억해 내는 것을 뜻하는 프루스트 현상은 작가 마르셀 프루스트의 소설 「잃어버린 시간을 찾아서」의 한 장면에서 비롯되었습니다. 소설 속 주인공 마르셀은 흥차에 적신 마들렌을 한 입 베어 무는 순간, 어린 시절의 추억 속으로 빠져들지요. 이 장면은 프랑스 인들에게 '프루스트의 마들렌'이라 하여 과거로의 향수를 자극하는 메타포로 남게 되었습니다. 과학적으로도 후각은 감정과 기억을 관장하는 뇌에 바로 연결된다고 합니다. 우리에게 흥차와 마들렌의 역할을 하는 것은 무엇이 있을까요?



### 냄새 속에 기억을 담다

다른 감각과 달리 후각은 뇌로 정보를 전달하는 방식이 독특합니다. 다른 감각들은 모두 시상이라는 중간 과정을 통해 대뇌의 전문 영역으로 전달되어 인지되는데, 후각은 그런 중간 과정 없이 뇌로 직행합니다. 그중에서도 감정과 기억을 담당하는 뇌로 바로 연결되기 때문에 냄새가 감정과 기억에 직접 영향을 미치고, 무의식적으로 작용한다고 하는군요. 그래서 오직 냄새만이 감정과 추억을 자극합니다. 이러한 현상은 여러 실험을 통해 입증되었습니다. 그중 한 가지 예는 영국 요크 지방의 요빅(Jorvic) 바이킹 센터에 방문한 사람들을 대상으로 한 연구입니다. 요빅 바이킹 센터는 과거의 소리와 냄새 등 마을의 분위기를 경험할 수 있도록 실물 크기의 바이킹 정착촌을 재현해 놓은 곳입니다. 이곳을 방문했던 사람들에게 몇 년 후 당시 보았던 내용에 대해 질문했는데, 일부에게는 요빅 바이킹 센터의 독특한 냄새를 맡게 했고 일부

는 평범한 냄새를 맡게 했다고 합니다. 결과는 요빅 바이킹 센터의 냄새를 맡은 사람들이 높은 기억력을 보여주었지요.<sup>1</sup> 특정한 냄새와 연관된 기억력 외에, 좋은 냄새는 기억력 자체를 향상시킨다는 연구 결과도 있습니다. 2007년 독일의 안 본(Jan Born) 박사는 깊은 잠에 들었을 때 장미 향기를 맡으면 기억력이 높아진다는 실험 결과를 발표했습니다. 잠들기 전 카드를 외운 이들 중 자는 동안 장미 향기를 맡게 한 그룹은 다음날 카드에 대한 정답률이 97%, 그렇지 않은 그룹은 86%였다고요. 박사는 장미향이 뇌 기억 중추인 해마를 활성화한다고 설명했습니다.<sup>2</sup> 좋은 냄새는 좋은 기억을 남길 뿐만 아니라 기억의 힘도 강화해 주는군요.

1. 『인간의 모든 감각』, 최현석, 서해문집  
2. www.SeeHint.com, 향의 역할, 최낙언



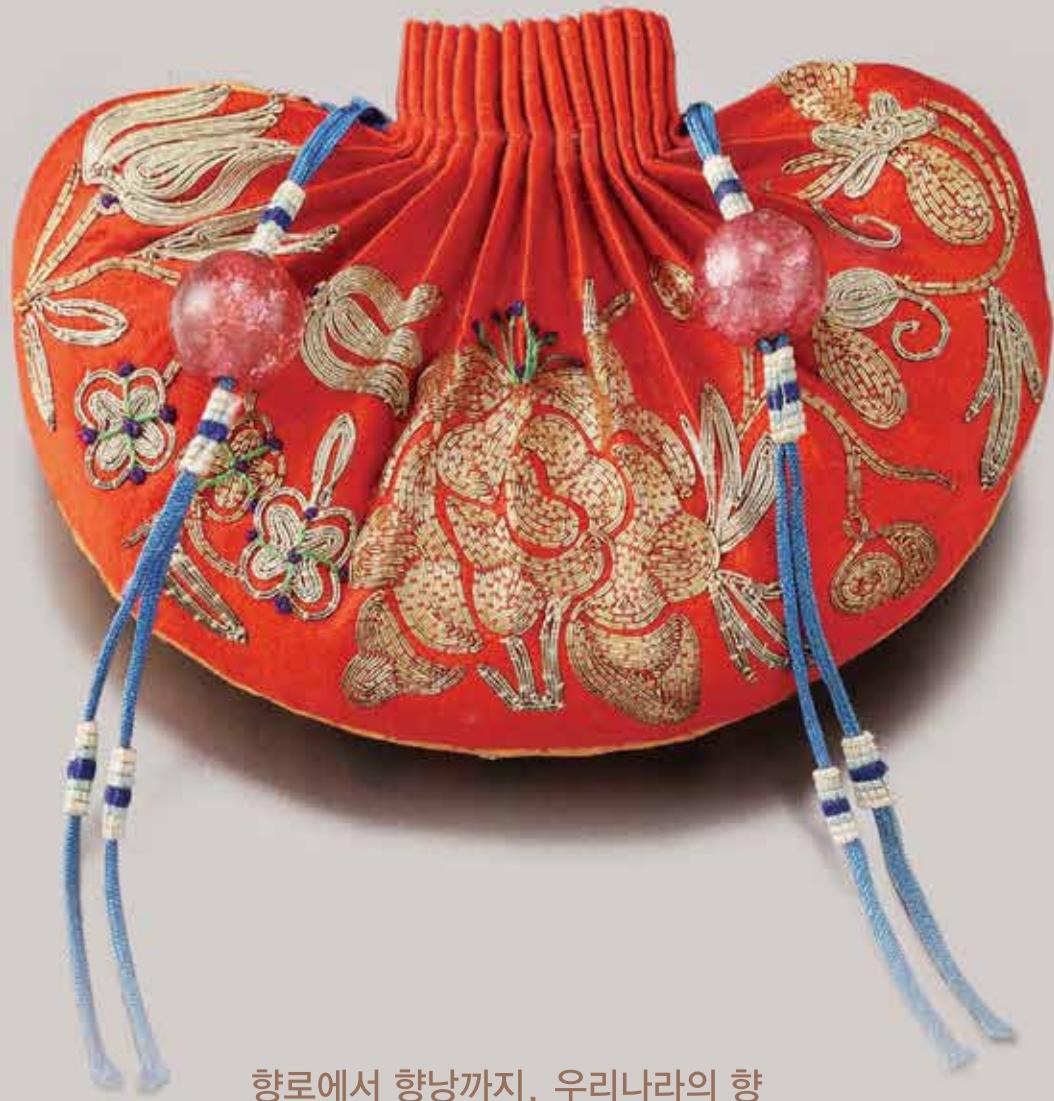
### 다양한 꽃들이 이룬 꽃다발의 향

냄새를 맡는 원리는 다음과 같습니다. 냄새는 수많은 분자로 공기 중에 존재합니다. 그리고 인간의 코 안쪽에 존재하는 섬모와 만나게 되는 거죠. 우리의 코 안쪽 천장에는 콧물에 싸여 있는 후각 세포가 있는데, 그 안에 작은 실과 같은 섬모가 8~20개씩 무리를 지어 수 억 개나 모여 있습니다. 냄새 분자가 섬모에 닿으면 화학적 변화가 일어나 신호의 형태로 신경에 전달되지요. 프랑스의 과학자 피에르 라즐로는 "향기는 냄새 분자라는 수십 송이 내지 수백 송이의 다양한 꽃들로 만든 꽃다발과 같다"고 설명했습니다. 예를 들어 송로버섯의 향에는 사람의 겨드랑이 냄새의 원인이 되는 안드로스테논을 포함해 최소 40여 가지의 성분들이 들어있다고 합니다. 그래서 이런 설명이 필요하다는 거죠. "나무버섯 냄새에 약간 달콤한 느낌이 감돌고, 코코아 같기도 하고 초콜릿 같기도 한 향이 살짝 짜나가면서, 마늘과 치즈 냄새가 나는 듯도 하고, 거기에 허브 향이 살짝 스친 듯하다."<sup>3</sup>

복합적인 냄새 분자와 후각의 작용을 이해하고 나니 포도주 판매대의 거창한 설명 문구가 조금은 이해됩니다. 실제로 꽃향기가 나는 포도주에는 꽃향기에서 찾아볼 수 있는 냄새 분자도 다수 포함되어 있습니다. 그것을 구별해 내는 후각에는 수많은 경험과 훈련이 필요할 것입니다.

과학의 힘으로 냄새를 분석해 낸다면 거꾸로 냄새를 조합해 내는 것도 가능합니다. 헤드 스페이스라는 가느다란 주사기 바늘로 향을 포집하여 가스 크로마토그래피로 분석하면 향기를 이룬 성분들을 알 수 있습니다. 그리고 인공향료를 이용해 99% 실제와 같은 향을 만드는 것이죠.

3. 『냄새란 무엇인가?』, 피에르 라즐로, 민음in



향로에서 향낭까지. 우리나라의 향

'향'하면 우리는 유리병에 담긴 향수를 가장 먼저 떠올립니다. 그래서인지 향의 역사라고 하면 화려한 드레스와 마리 앙투아네트가 좋아했다는 제비 꽃, 클레오파트라의 향유며 네로 황제의 장미향 등 서양의 역사 속 향들이 떠오르지요. 하지만 아시아, 그리고 우리나라에서도 향은 오래 전부터 각종 의례와 일상 속에서 즐겨 사용되었습니다. 그래서 훈목(薰沐, 향료를 옷에 뿌리고 머리를 감아 몸을 깨끗이 함)이라는 단어도 있는 거고요. 신라시대 김유신 장군은 향불을 피워 몸에 씬 후 무술을 연마했고 고구려의 상영총 고분벽화에서는 향로를 머리에 인 소녀가 등장하지요. 고려 궁중에서는 각종 향을 사용했다는 기록이 남아 있고 진나라와 송나라에 수출했다고도 합니다. 유교식 전통 훈례에서는 향로 앞에서 신랑신부가 서약을 했고 조선시대 궁중에서는 '향장'이라는 전문기술자를 두고 향실에

서 제사와 의식에 사용되는 향을 만들었습니다. 민간에서는 대부분 부인들이 직접 제조하여 사용했기에 조선시대의 가정살림을 보여주는 규합총서에는 향을 만드는 방법에 대해서 나오기도 합니다. 그만큼 일상적이었던 향은 고체로 향낭에 넣어 패용했습니다. 선비와 귀부인, 궁중의 상궁들도 상시 향낭을 차고 다녔는데요, 용도에 따라 벌레나 뱀을 막는 향을 넣기도 했고, 옷을 보관할 때 향이 스미도록 함께 넣어 사용하기도 했습니다. 어떤 향은 환으로 만들어 토사과란 등의 응급 시에 비상약이 되어주기도 했지요. 향낭은 천으로 만들고 수를 놓은 것부터 귀한 패물을 사용한 노리개까지 다양하게 만들어져 장식성과 실용성을 모두 충족시켰습니다. 설날이면 세뱃돈을 고이 넣어 두던 복주머니도 이러한 향낭의 한 종류였지요.



## 컬러가 보여주는 향기

향기를 즐기는 방법은 다양합니다. 향초를 태우기도 하고 세탁세제를 좋아하는 향으로 고르기도 하죠. 그중 가장 대표적인 방법은 뭐니 뭐니 해도 마음에 드는 향수를 골라 뿌리는 것입니다. 그런데 의외로 마음에 드는 향수를 고르기란 쉽지 않습니다. 첫눈에 반하듯이 처음 맙은 향수에 끌린다면 좋겠지만 여러 향수를 맙으며 고르다 보면 후각이 둔해져 뭐가 뭔지 판단하기 어려워지죠. 그렇다면 이런 방법은 어떨까요? 「나는 향수로 말한다.」에서 저자 이지연 씨는 향수를 컬러와 짹지를 수 있다고 말합니다. 향수가 지닌 컬러는 향기의 느낌을 전한다고요. 그래서 후각이 둔하거나 처음 향수를 쓰려는 사람은 좋아하는 색상의 향수를 고르는 것도 좋을 것이라고 조언했습니다. 그리고 색상에 따른 향기의 특징을 말했는데요, 집중력을 높여 주는 그린은 숲속의 신선함과 개운함, 활력을 주는 레드는 달콤함과 자극적인 환기, 지적인 블루는 청결과 친근감, 화사한 엘로는 우아함과 여성스러움, 신비로운 바이올렛은 독특한 성격을 전한다고 하지요.

이러한 컬러와 최근의 대표적인 향수를 연결해 볼까요? 그린은 엘리자베스 아덴의 그린티와 에르메스의 운 자르뎅 수르뚜와, 레드는 크리스찬 디오르의 이브노티 뽀아종과 구찌의 러쉬, 흑고 보스의 레드, 블루는 다비도프의 쿨워터와 불가리의 옴므, 안나수이의 수이 드림, 엘로는 크리스찬 디오르의 자도르와 마크 제이콥스의 데이지, 바이올렛은 랑방의 에끌라 드 아르페쥬, 불가리의 옴니아 아메지스트 등이 있습니다. 어떤가요? 향이 떠오르나요? 자신이 좋아하는 색을 가진 향수 안에서 고른다면 향의 선택이 좀 더 쉬워질 것 같습니다.

香氣

## 냄새를 없앤 친환경으로 페인트 트렌드를 이끌다

### 순&수와 (주)노루페인트 건축기술1팀

파크리트 쥬스킨트는 소설 「향수」에서 냄새를 지배하는 사람은 마음을 지배할 수 있다고 했는데요, NOROO에서는 이 말이 다음과 같이 바꿔어야 할 것 같습니다. '냄새를 지배하는 기업은 시장의 흐름을 지배할 수 있다'고요. (주)노루페인트가 2011년, 페인트 냄새를 없앤 친환경 수성 페인트 순&수를 출시한 이후 국내 시장의 판도는 친환경 페인트로 바뀌었습니다. 그 시작을 일으킨 (주)노루페인트 연구소장 기동춘 상무와 건축기술1팀을 만났습니다.

#### 더 많은 이를 위한 친환경

“어느날 아이들과 박물관을 갔습니다. 그런데 실내에서 페인트 냄새가 독하게 나는 겁니다. 수지의 미반응 모노머, 솔벤트 등이 섞인 전형적인 수성 페인트의 냄새로, 새집증후군의 1차적 냄새였죠. 그때 제 앞으로 임산부가 한 손에는 아이 손을 잡고, 한 손으로는 아기가 앓은 유모차를 밀며 가고 있었습니다. 그때 생각했죠. ‘이건 아니다. 냄새를 없애야겠다. 저 휘발성유기화합물들에 노출시켜선 안되겠다’고요.” 순&수 페인트의 출발은 이렇게 기동춘 상무의 결심에서부터 시작되었습니다.

당시에도 냄새를 없앤 페인트는 있었습니다. 하지만 고가였기 때문에 널리 쓰이기는 어려웠지요. 냄새를 없앤 친환경 페인트를 대중화하기 위해서는 가격 장벽을 낮추는 것이 우

선이었습니다. 기동춘 상무는 두 번째 결단을 했습니다. 고급 원료인 EVA(Ethylene Vinyl Acetate) 수지를 메인 수지로 삼아 대량 거래함으로써 원가를 낮추는 것이었죠. EVA 수지는 식품 포장재, 의료용품 등에 쓰이고 주원료인 초산비닐(Vinyl Acetate)은 식품첨가물에 사용될 정도로 안전합니다. 자체 생산하던 기존의 수지 대신 EVA 수지를 들여온다는 것은 큰 모험이자 변혁이었습니다. 그러나 고객을 생각하면 물러설 수 없는 도전이었습니다. 도전을 택한 (주)노루페인트는 2011년, EVA 수지를 사용해 냄새를 없앤 친환경 페인트 순&수를 출시했습니다.

#### 시장의 트렌드를 이끈 순&수

“결정은 제가 했지만, 일은 기술팀에서 했지요. 건축기술





팀이 정말 고생을 많이 했습니다”라고 기동춘 상무가 말한 것처럼, 순&수 페인트의 개발 과정은 쉽지 않았습니다. 페인트 수지로는 경험해 보지 않았던 데다가 냄새에 주안점을 두고 개량하는 첫 시도였기 때문에 건축기술1팀은 실험에 실험을 거듭해야 했지요. 개발 과정 중의 고비를 묻자 김성기 부장과 안윤수 차장, 김문우 차장, 서원평 주임은 그저 난감한 웃음뿐이었습니다. 모든 순간이 고비의 연속이었기 때문입니다.

“아무래도 처음 써 보는 수지라 예상치 않은 문제들이 발견되곤 했지요. 하지만 사회에 대한 기여라고 생각하며 노력했습니다. 이건 소비자를 위한 길이었으니까요.” 김문우 차장의 말에 안윤수 차장이 이야기를 덧붙였습니다. “저희가 시작하자 타사에서도 냄새를 없앤 제품을 속속 내고 있습니

다. 수지 자체를 바꾼 건 저희뿐이지만요. 결국 소비자에게 좋은 시장을 만들었다는 점에서 보람을 느낍니다.” 시장의 흐름을 주도한 (주)노루페인트는 순&수뿐만 아니라 모든 내부 수성페인트의 냄새를 없앴습니다. 물성도 안정화시켜 순&수는 기존의 수지에 비해 은폐력도 높고 누구나 냄새 걱정없이 바를 수 있습니다.

“고객에게 안전한 제품을 합리적인 가격에 제공해 드리고, 우리나라 내부용 수성 페인트의 트렌드를 바꿀 수 있었던 것은 노루페인트의 힘입니다. 그 힘으로 이제는 외부용에서도 더 안전하고 냄새 없는 페인트를 개발해 가려 합니다.” 김성기 부장의 단단한 다짐이 든든합니다. 페인트를 바르는 이도, 페인팅된 공간에 머무는 이도 모두 편안하도록 (주)노루페인트는 도전을 면치지 않을 것입니다.



## CULTURE GALLERY

차가운 바람은 새로운 계절을  
우리에게 데려다 주고  
노란 햇살은 오랜 추억을  
다시 꺼내어 보게 합니다.  
글 속으로, 길 속으로  
떠나기 참 좋은 계절입니다.



## 쏟아지는 부동산 대책과 내 집 마련 전략

새 정부 들어 과열된 부동산을 잡기 위한 부동산 대책이 연이어 쏟아지고 있다. 어떤 이는 호들갑을 떨며 부동산 침체를 우려하고, 어떤 이는 투기만 하지 않으면 상관없다고 한다. '8.2 부동산 대책'을 프랑스 파리로 착각해 해외 부동산에 관심이 없다고 말할 정도로 관심이 없는 사람들도 있다. 쏟아지는 부동산 대책의 주요 내용은 무엇이고 유의해야 할 사항은 무엇인지 살펴보자.

다. 둘째, 청약 경쟁이 과열되거나 우려되는 지역으로 중복 당첨이 제한되고 대출이 어려운 조정대상지역을 기준 37곳에서 40곳으로 확대하여 선정하였다. 셋째, 담보주택 가격 대비 대출가능 금액의 비율인 LTV를 기준 70%에서 60%로, 월 소득 대비 부채상환금액의 비율인 DTI를 60%에서 50%로 강화하여, 소득 수준에 비해 무리한 대출을 받아 투자하는 것을 규제하였다. 마지막으로 재건축 조합원에 대한 주택 공급 수를 기준 최대 3주택에서 2주택으로 제한하여 재건축의 과열에 제동을 걸었다.

### 투기와의 전쟁, '8.2 부동산 대책'

'6.19 부동산 대책'에 대한 시장의 반응이 미온적이고, 대책의 허점을 노린 투기가 고개를 들자 정부는 더욱 강화된 '8.2 부동산 대책'을 발표했다. 부동산 시장 전방위에 걸친 규제로 전례 없이 강력한 부동산대책으로 평가되고 있는 '8.2 부동산 대책'의 주요 내용은 5가지이다. 첫째, 기준 40곳의 조정대상지역 중 서울을 전역 25개구와 과천시, 세종시를 투기과열지구로, 상대적으로 과열이 심한 강남구 등 서울 7개구와 세종

### 투기에 대한 경고, '6.19 부동산 대책'

국토교통부가 2017년 6월 19일 발표한 부동산 대책은 핵심 내용을 크게 4가지 정도로 요약할 수 있다. 첫째, 서울 전지역의 전매 제한 기간을 소유권 이전 등기 시까지로 강화하여 사실상 당첨 받은 주택의 분양권을 사고 파는 것이 불가능해졌

시에 대해서는 한 단계 강한 투기지역으로 지정해 더 높은 규제를 받도록 하였다. 둘째, 주택담보대출에 대한 규제 강화이다. 투기과열지역과 투기지역의 LTV와 DTI를 주택유형, 대출만기, 대출금액 등과 상관없이 각각 40%로 낮추었고, 이미 주택담보대출을 1건 이상 보유한 세대의 추가 대출에 대해서는 30%를 적용하도록 하였다. 다만, 실수요자의 내 집 마련을 지원하기 위해 6억 원 이하의 주택을 구입하는 무주택자 중 일부 합산 연 소득이 7천만 원 이하, 생애최초인 경우 8천만 원 이하인 경우에는 50%를 적용한다. 또 투기지역은 종전 차주(借主·채무자)당 1건이던 주택담보대출을 세대당 1건으로 변경해 동일 세대 내 다른 세대원을 통한 추가대출이 불가능해졌다. 셋째, 청약요건을 강화하였다. 1순위의 자격조건을 청약통장 기입 후 2년, 국민주택의 경우 납입횟수 24회 이상으로 높였다. 민영주택 공급 시 청약가점제의 적용도 확대된다. 전용면적 85㎡ 이하의 경우 투기과열지역은 75%에서 100%로, 조정대상지역은 40%에서 75%로 확대되고, 조정대상지역은 85㎡ 초과 시 적용하지 않던 것을 30%로 확대하여 적용한다. 또 가점제로 당첨된 경우 2년간 가점제 적용을 배제하여 재당첨을 제한한다. 넷째, 세제가 더욱 강화되었다. 1세대 1주택자의 양도소득세 비과세 요건에 2년 이상 거주요건을 추가하였다. 1세대 2주택인 경우 양도소득세율을 10% 포인트, 1세대 3주택인 경우 양도소득세율을 20% 포인트 가산하고, 조정대상지역에서 분양권을 양도하는 경우 보유기간과 상관없이 양도소득세율을 50% 적용한다. 또 그동안 10~30%를 공제받을 수 있었던 장기보유특별공제의 적용도 배제된다. 마지막으로 재건축, 재개발에 대한 규제가 엄격해졌다. 2018년 1월부터 재건축 초과이익 환수제가 전면 적용되고, 투기과열지역 내 재건축 조합원 지위의 양도 기한도 3년으로 늘어난다. 그동안 재건축 사업에만 적용되던 조합원 분양권 전매제한이 재개발 사업에도 확대 적용되고, 정비사업의 일반분양을 받은 경우 5년간 다른 정비사업의 분양이 제한된다. 또 이제까지 지자체의 재량으로 결정했던 임대주택의 공급 비율을 최소 5% 이상, 서울의 경우 10% 이상으로 하한을 설정하여 제한한다.

### 끝까지 간다, '9.5 부동산 대책'

'8.2 부동산 대책' 이후 '불패'라던 강남을 포함한 전국의 주택 가격이 안정세로 돌아서는 등 후폭풍이 거센 가운데, '8.2 부동산 대책'의 적용 대상에 해당하지 않는 지역이 들썩이는 풍선효과가 발생하였다. 이에 정부는 한 달 만에 또다시 '9.5 부동산 대책'을 발표하였다. 이번에는 반드시 잡겠다는 의지로 평가되는 '9.5 부동산 대책'의 주요 내용은 3가지이다. 첫째, 풍선효과의 대상 지역이던 성남시 분당구와 대구광역시 수성

	조정대상지역	투기과열지구	투기지역
신규추가 또는 흐과강화 (8.2 대책)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 청약 1순위 자격요건 강화           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 청약통장 기입후 2년 경과 + 납입횟수 24회 이상</li> </ul> </li> <li>■ 가점제 적용 확대(조정대상지역 75%, 투기과열지구 100%)</li> <li>■ 오피스텔 전매제한 강화(소유권이전등기시까지) 및 거주자 우선분양 적용(20%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 재개발·재건축 규제 경비           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재개발 등 조합원 분양권 전매제한 (소유권이전등기시)</li> <li>- 정비사업 분양(조합원/일반)</li> <li>- 재건축 제한(5년)</li> <li>- 재건축 조합원 지위 양도제한 예외시 강화</li> </ul> </li> <li>■ 거래 시 자금조달계획, 입주계획 신고 의무화           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 거래액 3억원 이상 주택</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 주당대 건수 제한           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차주당 1건 → 세대당 1건</li> </ul> </li> </ul>
적용지역	40개 지역 서울(전역, 25개구), 경기(과천·성남·하남·고양·남양주·동탄2), 부산·해운대·연제·동래·부산진·남·수영구·기장군), 세종	27개 지역 서울(강남·서초·송파·강동·용산·노원·마포·양천·영등포·강서), 세종	12개 지역 서울(강남·서초·송파·강동·용산·성동·노원·마포·양천·영등포·강서), 세종

8.2 부동산 대책의 주요 내용 (출처 : 국토교통부 보도자료)

구를 투기과열지구로 추가로 지정하였다. 둘째, '8.2 부동산 대책' 이후에도 집값이 상승하거나 과열 우려가 있는 지역을 집중 모니터링 지역으로 지정해 정밀하게 집중관리한다. 셋째, 주택가격이 급등할 우려가 있는 지역 중 주택가격상승률이 물가상승률의 2배를 초과하는 등 특정 요건에 해당할 경우 분양가상한제를 적용한다.

### 내 집 마련 어떻게

정부의 의지가 담긴 고강도 부동산 대책이 쏟아지고 있는 가운데, 주요 대상지역인 서울과 수도권, 간접적인 영향을 받는 지역의 단기적인 시세 조정은 불가피해 보인다. 다만 다주택자나 투기자를 향한 규제가 주를 이루고 있는 만큼 서민들에게는 내집 마련의 좋은 기회가 될 수도 있다. 우선 당분간 주택가격의 하락은 지속될 것으로 보이고 2018년 4월 소득세법 개정을 전후로 급매물이 쏟아질 가능성이 높다는 것을 고려하여 주택 구입 계획을 세워보자. 청약조건이 까다로워진 만큼 무주택기간이 길고, 부양가족수가 많으며, 청약통장 기입기간이 길어서 청약가점이 높은 경우라면 85㎡ 이하 주택의 청약에 유리하다. 생애최초 주택구입자나 신혼부부 등은 특별공급 대상으로 역시 유리하므로 주택청약에 적극 도전해 보는 것도 좋다. 대출을 활용한 부동산 투자는 당분간 피하는 것이 좋고, 주택의 양도 시기나 이사 시기는 신중하게 고려해야 한다. 지금은 침소봉대하거나 부화뇌동하지 말고 변화된 제도를 꼼꼼히 따져보고 잘 활용할 수 있는 지혜가 필요한 시점이다.

# 잘 고른 쌀, 맛있는 밥

“식사 하셨어요?”에서 “밥은 먹고 다니니?”까지, 안부에서부터 구박 어린 편지까지 아우를 수 있는 것이 한국적 끼니와 밥의 힘이다. 한 끼의 든든한 기반이 되어주는 것은 뭐니뭐니해도 쌀밥. 보통의 수준을 유지하면 그 존재가 드러나지 않지만 푸석푸석하여 맛이 없을 때 혹은 고슬고슬 찰진 그 맛이 탁월할 때 우리는 밥으로 인해 식사의 질이 얼마나 달라지는가를 경험할 수 있다. 햅쌀이 나오는 가을, 잘 고른 쌀로 정성껏 밥을 지어 식사의 완성도를 높여 보는 게 어떨까.



## 쌀, 도정일자를 보자

보통의 한국인이 가장 자주, 많이 먹는 것이 ‘쌀밥’임에도 장을 볼 땐 가격만 보고 대충 고르는 것이 ‘쌀’이기도 하다. 맛있는 밥을 위해선 먼저 쌀을 꼼꼼히 골라야 한다. 밥이 맛있으면 김치 하나만으로도 아쉬움이 없는 끼니가 된다. 먼저 보아야 할 것은 가장 쉽게 확인할 수 있는 쌀 정보이기도 한 도정일자다. 도정된 쌀이 제맛을 유지하는 기간은 약 2주, 15일 정도다. 도정한 쌀은 수분이 증발하고 산폐가 진행되므로 가급적 도정일자가 가까운 쌀을 사는 게 좋다. 최근엔 마트에서 바로 도정해 주기도 하니 소량씩 자주 도정해 먹는 것을 추천한다.

## 혼합보다는 단일품종

두 번째로 볼 것은 품종이다. 쌀 포대에는 ‘품질표시사항’이 있고 이곳에 품종과 원산지, 도정일자 칸이 있다. 되도록 ‘혼합’보다는 고시히카리, 신동진 등 품종 이름이 적혀 있는 것을 고르자. 큼지막하게 써 놓은 브랜드를 품종으로 착각하기 쉬우니 꼭 확인하는 게 좋다. 국내 쌀은 약 300여 품종이 있는데 농촌진흥청은 밥맛 좋은 품종으로 삼광, 하이아미, 영호진미, 해풍, 수광, 호평을 추천한 바 있다. 그중 등급은 가급적 높은 것으로, 단백질 함량은 낮은 것으로 구입하는 게 밥맛을 높이는 길이다.

색다른 식감을 원한다면 일반 쌀에 찰성이 더해진 백진주와 설백도 시도해 보자. 일반 쌀보다 둥근 밥알의 윤기와 찰기가 월등히 뛰어나다. 영양과 기능성이 강화된 특수미도 있다. 일반 흰쌀보다 쌀눈이 3배나 큰 눈큰흑찰(왕눈이 흑미)는 성인병 예방 효과와 당뇨병 개선에 효과가 있다고 한다.

## 뜻밖의 쌀에 대응하기

쌀과 물의 양, 그리고 취사까지 전기밥솥이 알아서 해 주는 요즘, 맛있는 밥을 만들기 위해 소비자가 신경 써야 할 것은 쌀의 선택과 보관, 밥의 보관 정도일 것이다. 햅쌀에, 추천된 품종, 우수한 등급이라면 맛이 보장되겠지만 만약 묵은쌀이거나 낱알이 깨진 쌀이라면? 먼저 체에 걸려 부스러기를 없애고 물의 양을 조금 더 넣어준다. 햅쌀의 물 양이 1.2배라면 묵은쌀은 1.5배 정도가 좋다. 그리고 소금과 샐러드 오일, 청주나 다시마를 넣으면 윤기를 더할 수 있다. 미리 식초 한 방울을 넣어 불렸다 씻어 사용하면 묵은쌀의 냄새를 없앨 수 있다.

## 갓 지은 밥이 갑

보통은 쌀을 실온에 보관하지만 개봉한 쌀은 쉽게 산파되므로 냉장보관하는 게 좋다. 어떤 쌀과 냄비를 사용하든 밥 맛은 갓 지은 것이 제일 좋다. 가마솥에 밥을 지었어도 오래 둔 밥은 갓 지은 냄비밥만 못하다는 게 전문가들의 평이다. 만약 밥을 한 뒤 시간을 두고 먹어야 한다면 저아밀로스 쌀인 밀키퀸이나 백진주 품종이 좋다. 찰기가 있어 식어도 맛이 좋다. 적당한 물 양은 전기밥솥의 계량이 답이다. 밥솥에 떨려오는 계량컵과 속의 눈금이 가장 정확하다. 쌀은 약 30분~1시간 정도 불리자. 밥을 할 때는 밥솥 용량을 꽉 채워 쌀을 넣기보다 최대 기준보다 30% 정도만 채워 밥을 짓는 게 맛을 살리는 길이다. 10인분 밥솥이라면 3인분만 지을 때 밥맛이 좋다는 것. 빈 공간의 수증기와 압력이 밥을 맛있게 해 준다.

밥을 다 지으면 주걱으로 살살 뒤섞어 속 내의 수분을 골고루 퍼지게 해 준다. 밥이 남으면 보온 상태에 두기보단 식힌 후 냉동하여 데워 먹는 게 낫다.

# 동심을 돌려주는 추억의 놀이책

어린 시절에는 재미있는 것들이 참 많았다. 만화를 보고, 딱지를 치고, 종이인형을 오려 이야기를 만들고, 전쟁놀이를 하고, 엄마한테 잔소리를 들어가며 TV를 사수하던 어린 시절의 하루는 노느라 언제나 짧은 날들이었다. 어른이 된 지금도 마음 속 깊이 간직된 어린 시절의 놀이들은 떠올릴 때마다 따스한 충만감을 준다. 그러한 놀이를 통해 추억을 소환해 주는 책들을 소개한다.

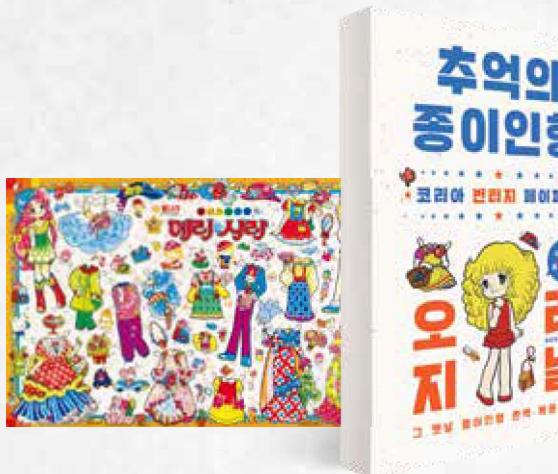


심심풀이 땅콩처럼 찾아보는

## 추억의 숨은 그림찾기

조남원 / 슬로래빗

신문이나 잡지 한쪽에 실린『숨은그림찾기』는 어린 시절의 귀한 놀잇감이었다. 형제가 함께 할 수 있도록 함부로 동그라미를 치지 않는 것은 기본! 한 장씩 오려 두었다가 명절날의 기차 여행길에 풀기도 했던 그 숨은그림찾기가 책으로 묶여 나왔다. 숨은그림찾기와 다른 그림 찾기, 십자말 풀이, 초성퀴즈까지, 옛날 신문 보는 재미를 한 자리에 모은 책이다. 이십여 년 동안 비씨카드, 벼룩시장, 강원일보, 어린이강원일보 등 다수의 매체에 숨은그림찾기를 그려온 조남원 작가의 그림은 옛 신문의 숨은그림찾기를 연상케 하는 친근한 그림체로 향수를 자극한다. 화려한 컴퓨터 그래픽, 유행하는 게임과 캐릭터로 꾸며진 요즘의 아동용 숨은그림찾기와는 또 다른 매력이 있다.

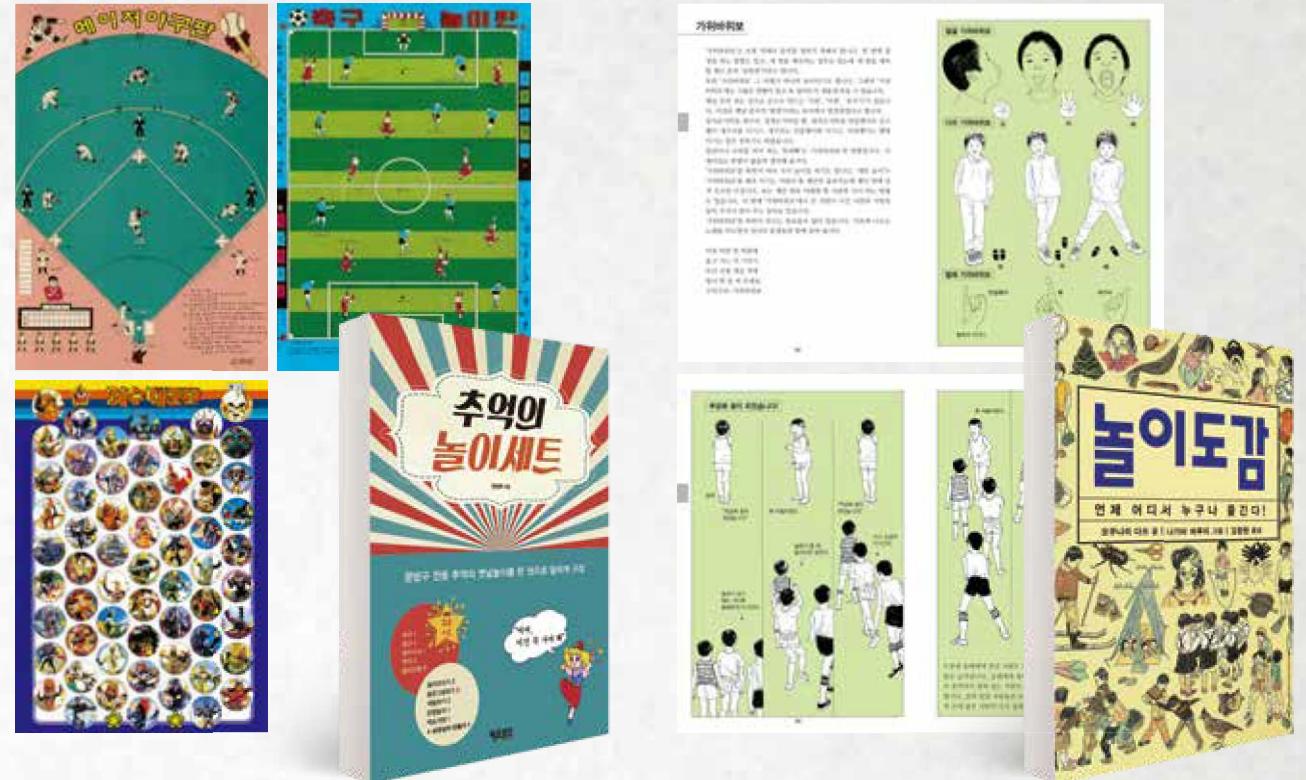


가위 하나면 한 시간은 뚝딱

## 추억의 종이인형 오리지널

페이퍼돌 / 길벗스쿨

별이 쏟아질 것 같은 커다란 눈망울과 풍성한 머리카락이 그려진 종이인형을 가위로 조심조심 오려 놀던 기억은 '국민학생' 시절을 지닌 어른이라면 누구에게나 있을 것이다. 가녀린 손가락의 선을 따라 자를 때는 얼마나 긴장되었던가. 어깨 끌을 살짝 접어 입히던 옷들은 어쩜 그리 화려했던지. 길벗스쿨의『추억의 종이인형 오리지널』은 80~90년대 가장 인기 있었던 종이인형의 색상과 크기를 그대로 재현해서 엮은 책이다. 20년 넘게 종이인형을 수집하고 블로그를 통해 공유해온 국내 종이인형 수집가 페이퍼돌이 엄선한 종이인형을 출시 시기까지 기록하여 제작, 소장 가치를 높였다. 각각의 종이인형에 붙은 원래의 제목도 깨알같은 재미를 준다. 스마트폰을 잠시 내려놓고 가위로 사각사각 오리며 종이인형과 눈을 마주해 보자. 분명 그 시절의 행복을 느끼게 해 줄 것이다.



추억의 종합선물세트

## 추억의 놀이세트

편집부 / 피오르드

『응답하라 1988』에서 고마숙녀 진주는 종이 인형을 오리며 놀았고, 또래 다른 친구들은 야구판 게임, 축구판 게임, 뱀사다리놀이, 딱지, 숨은그림찾기, 가면놀이 등을 하면서 재미를 즐겼다. PC방이 아닌 오락실, 마트가 아닌 학교 앞 문방구, 패밀리 레스토랑이 아닌 동네분식점이 주무대였던 지금의 30~40대에게『추억의 놀이세트』는 과거로의 타임머신이 되어줄 것이다. 메이저 야구판과 축구놀이판, 어린이 은행놀이, 도깨비 액션 가면 등의 놀이 22가지가 옛날 마분지에 인쇄되어 있으며 한 장씩 뜯어서 사용할 수 있다. 종 이상자 만들기가 보너스로 수록되어 놀잇감을 담아둘 수 있다. 종합선물세트처럼 구성된 추억의 놀이를 자녀와 함께 하나씩 해 보는 건 어떨까.



한 권이면 놀이터를 평정하는

## 놀이도감

오페나리 다쓰 글, 나가타 하루미 그림 / 진선북스

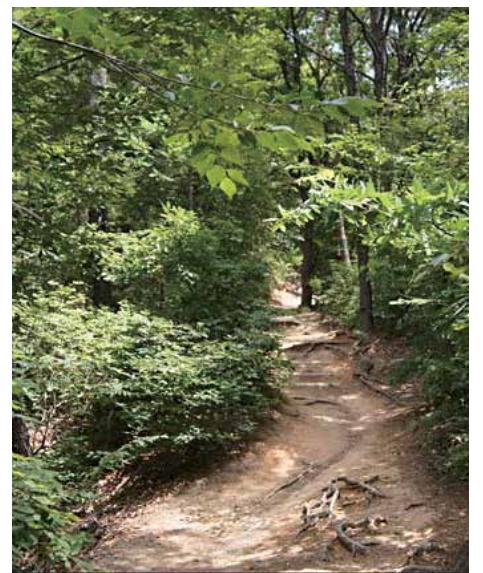
『언제 어디서 누구나 즐긴다!』라는 부제를 가진 이 책은 1987년에 발행된 고전으로 지금도 서점에서 만날 수 있다. 어린 시절 언덕과 들, 낫가, 골목에서 뛰어놀며 즐겼던 놀이가 소개되어 있는데 일부는 우리나라 실정에 맞게 바꾸었다. 고전답게 망치기, 자치기, 두껍아 두껍아 등 고전적 놀이에서부터 골판지로 집을 짓는 방법, 관찰 하이킹, 별자리 보기 등 다양한 놀이를 자세한 그림과 함께 꽉꽉 채워 놓았다. 아는 놀이는 다시 보아 반갑고 모르는 놀이는 해보고 싶을 정도로 재미나게 느껴진다.『놀이도감』에는 식물을 이용해 노는 화초놀이와 여렷이 어울려 노는 야외놀이, 자연에서 체험하는 자연놀이, 오래 전부터 전해 내려오는 전승놀이, 만들며 노는 만들기 등 422 가지 놀이가 담겨 있다. 추억을 위한 소장용으로도, 자녀와의 놀이를 위한 실용서로도 좋겠다.『놀이도감』 외에『공작도감』,『자연도감』,『모험도감』,『생활도감』 등이 시리즈로 있다.

# 산책하듯 여행 우리 동네 도보길

걸어서 여행하는 제주의 올레길이 인기를 얻은 이후 전국에도 다양한 도보 여행 길이 생겨나고 있다. 정확히는 길의 이름이 생겼다고 해야 할 것이다. 많은 이들의 걸음이 오래도록 쌓여 만들어진 길에 정확한 구간을 정하고 이름을 붙이니 길은 새삼스레 '명소'의 존재로 다가온다. 걷기 좋은 기울, 가까운 길의 이름을 기억하며 산책하듯 여행을 떠나보는 건 어떨까. NOROO 그룹의 소재지에 위치한 길을 소개해 본다.



## 관악산 둘레길



(주)노루페인트와 (주)노루코일코팅, (주)노루로지넷, (주)칼라메이트가 위치한 안양시에서는 관악산 둘레길이 가장 대표적인 도보여행길이다. 관악산 둘레길은 안양시뿐만 아니라 서울시 금천구와 관악구, 그리고 과천시까지 걸쳐져 있는 관악산을 순환하는 둘레길이다. 거주 지역이나 명소의 주변에 난 길이자 산이나 호수, 섬 등의 둘레에 산책할 수 있도록 만든 길을 둘레길이라 부르는데, 안양시의 관악산 둘레길은 총 10km가 여섯 구간으로 나뉘어 있다. 1구간은 석수역에서 금강사로, 2구간은 금강사에서 알바로시자출로, 3구간은 알바로시자출에서 망해암으로 연결되며 4구간인 망해암에서는 탁 트인 전망에서 안양시 전경을 바라볼 수 있다. 4구간은 망해암에서 비봉산책길, 5구간은 비봉산책길에서 관악산산림욕장, 6구간은 다시 간촌약수터로 연결되어 과천으로 넘어가게 된다. 총 4시간이 소요되는 길이지만 구간별로는 약 20분에서 1시간 정도이기 때문에 체력에 따라 나뉘가며 쉬엄쉬엄 걸어보자. 특히 1구간과 2구간 사이에 있는 삼막마을과 6구간 초입인 내비산 입구 주변에는 토속음식점들이 있어 쉬어가기 좋다.

• 정보 및 지도 : 안양시청 홈페이지 / 문화 관광



## 박문수 테마길과 부엉공원 맨발횡tugi

(주)노루비케미칼이 있는 천안은 '암행어사'하면 자연스럽게 떠오르는 이름, 어사 박문수가 나고 자라 묻힌 곳이기도 하다. 이곳에 박문수 테마길이 있다. 박문수의 집인 고령 박씨 종종재실에서 시작되는 박문수 테마길은 은석산 자락을 따라 은석사와 박문수 묘를 거쳐 정상에 오르는 계곡물소리길과 꽃동산과 팔각정을 거쳐 다시 내려오는 능선바람소리길로 이루어진 5.7km 거리, 2시간 남짓 소요되는 등산길이다.

천안과 아산이 맞닿은 곳에 위치한 부엉공원의 맨발횡tugi도 걷고 싶은 길이다. 해를 가려주는 키 높은 나무들 아래 다정하게 뻗은 횡tugi은 맨발로도 천천히 오래도록 걷게 한다. 몸에 뿌려 해충을 쫓는 약제와 발을 씻는 곳도 마련되어 있어 이용이 편리하다. 맨발 걷기는 혈액 순환과 소화기능을 개선하고 피로회복에 좋다. 맨발로 흙을 밟기가 쉽지 않은 요즘, 부엉공원의 맨발횡tugi는 자연과 삶을 맞대는 귀한 경험을 제공한다.

• 정보 및 지도 : 천안시 관광안내 1330

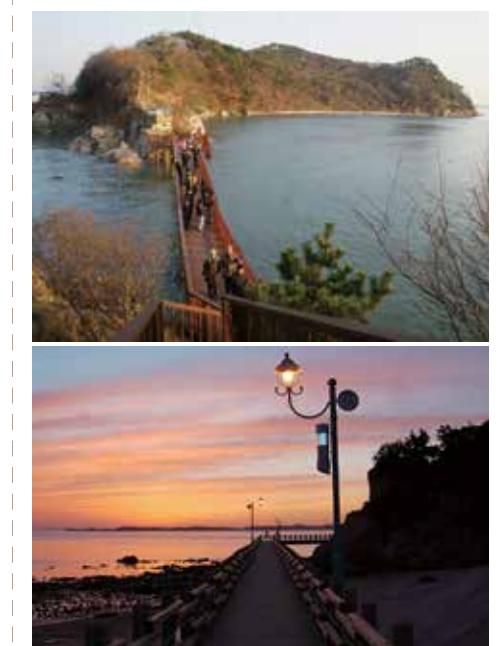
## 대부해솔길과 제부도 바닷길

(주)노루케미칼과 (주)노루알앤씨가 있는 볼거리 많은 안산은 트레킹 코스도 여럿 있다. 그중 대부해솔길은 해안선을 따라 대부도를 한 바퀴 둘러볼 수 있는 총 7개 코스, 74km의 길이다. 코스 곳곳에 갯벌체험장과 횟집, 낙조전망대, 캠핑장, 낚시터, 승마클럽, 펜션타운, 미술관, 테마파크 등이 있어 그 자체로 관광의 종합선물세트와도 같은 트레킹 코스다. 특히 바닷길을 개미허리다리로 연결해 놓은 낙조전망대는 아름다운 노을을 볼 수 있어 사진작가들에게도 매우 인기가 있는 코스이며 바닷길을 걸어 건널 수 있는 대부도만의 특색이 있는 산책로다. 대부해솔길은 곳곳의 관광 포인트 외에도 소나무숲길, 염전길, 포도밭길, 갯벌길 등 길의 변화가 다채로워 볼거리가 풍부하다.

(주)노루오토코팅이 위치한 화성시에서 가장 유명한 길은 화성시 서신면의 제부도 바닷길이다. 화성시 홈페이지에서 다운받을 수 있는 지도에는 바다를 건너는 제부모세길과 제부도를 한 바퀴 도는 제부둘레길로 나뉘어 있는데, 하루 두 번 바다가 열어주는 제부모세길을 걸으면 바다 속에 살던 해양생물들의 흔적을 볼 수 있다. 자연은 인간이 잠시 빌려 쓰고 있는 것임을 느끼게 해 주는 순간이다. 제부도로 건너가면 둘레길을 따라 바다와 갯벌을 바라보며 산책을 즐길 수 있다.

• 대부도 정보 및 지도 : 대부도 관광안내소 1899-1720

• 제부도 정보 및 지도 : 화성시 문화관광 홈페이지 tour.hscity.go.kr



# 만나며 이어지는 이웃의 둘레길들

지도를 보면 안양과 안산, 화성 시 주변으로 옹기종기 모여 있는 경기도의 여러 도시들을 볼 수 있다. 서로 이웃하고 있기에 길도 구비구비 흐르다가 연결되기 마련이다. NOROO의 이웃 도시들은 어떤 길을 가지고 있을까. 걸어서 만나보자.

## • 군포 수릿길

군포시는 군포시를 품어 안고 있는 수리산에서 따온 '수릿길'이란 이름으로 도시의 트레킹 코스를 정비했다. 수릿길은 수리산둘레길과 수리산임도길, 자연마을길, 도심테마길로 나뉘어 있다. 특히 자연마을길과 도심테마길은 정겨운 옛집이 남아있는 고즈넉한 마을과 도심 속에서도 자연을 느낄 수 있는 길들을 소개하여 도시의 면면을 만끽할 기회를 준다.

## • 시흥의 늄내길

산과 서해바다를 안고, 경기 유일의 내만갯골(바닷가에 펼쳐진 갯벌이 아닌, 갯골을 따라 내륙 깊숙이 바닷물이 들어오는 갯벌)을 지난 시흥시는 늄내길을 따라 걸으면 그 진면목을 볼 수 있다. 시흥시청에서 출발하는 늄내길은 군자봉 정상과 가래울 마을, 선사유적 공원을 지나며 13km의 거리를 5~6시간 걸려 걷도록 되어 있다. 그중 군자봉에서는 군자봉성황제가 매년 음력 10월 3일에 치러진다.

## • 과천 삼남길

경기도 삼남길은 조선시대의 10대 대로 중 가장 긴 도보길로, 한양과 충청도, 전라도, 경상도의 삼남지방을 이었던 1,000리에 가까운 긴 길을 말한다. 최근 이 길을 옛 문헌을 통해 확인하고 답사하여 고증함으로써 도보여행에 적합한 경기도 삼남길을 정비, 도보여행 노선으로 소개하고 있는데 과천에도 이 삼남길이 놓여져 있다. 과천의 삼남길은 남태령표석에서부터 인덕원 엣터까지 이어진다.

## • 의왕 삼남길

의왕에도 삼남길이 이어진다. 의왕시 홈페이지는 과거를 보려 한양으로 향하는 이들이 걸었던 모락산길을 삼남길의 일부로 소개하고 있다. 백운호수와 연결된 길은 세종의 넷째아들인 임영대군의 묘역을 지나 정조임금 능행차 길의 중요한 지점인 사근행궁터를 거쳐 골사그대로, 수원으로 이어진다. 삼남길은 과천과 의왕 외에도 안양의 인덕원길, 수원과 화성의 서호천길, 화성 효행길 등 경기도를 누비도록 뻗어 있으므로 지도를 참조, 조금씩 탐색해 보는 것도 좋겠다. 경기문화재단 홈페이지에서 자세한 정보를 찾을 수 있다.



N O R O O  
P E O P L E

열정을 다해 일하고  
온전한 삶으로 재충전하는  
NOROO인과 함께  
NOROO는 문화의 향기를  
더욱 널리 퍼뜨리고  
앞선 트렌드를 제시하며  
아름다운 세상을 만듭니다.

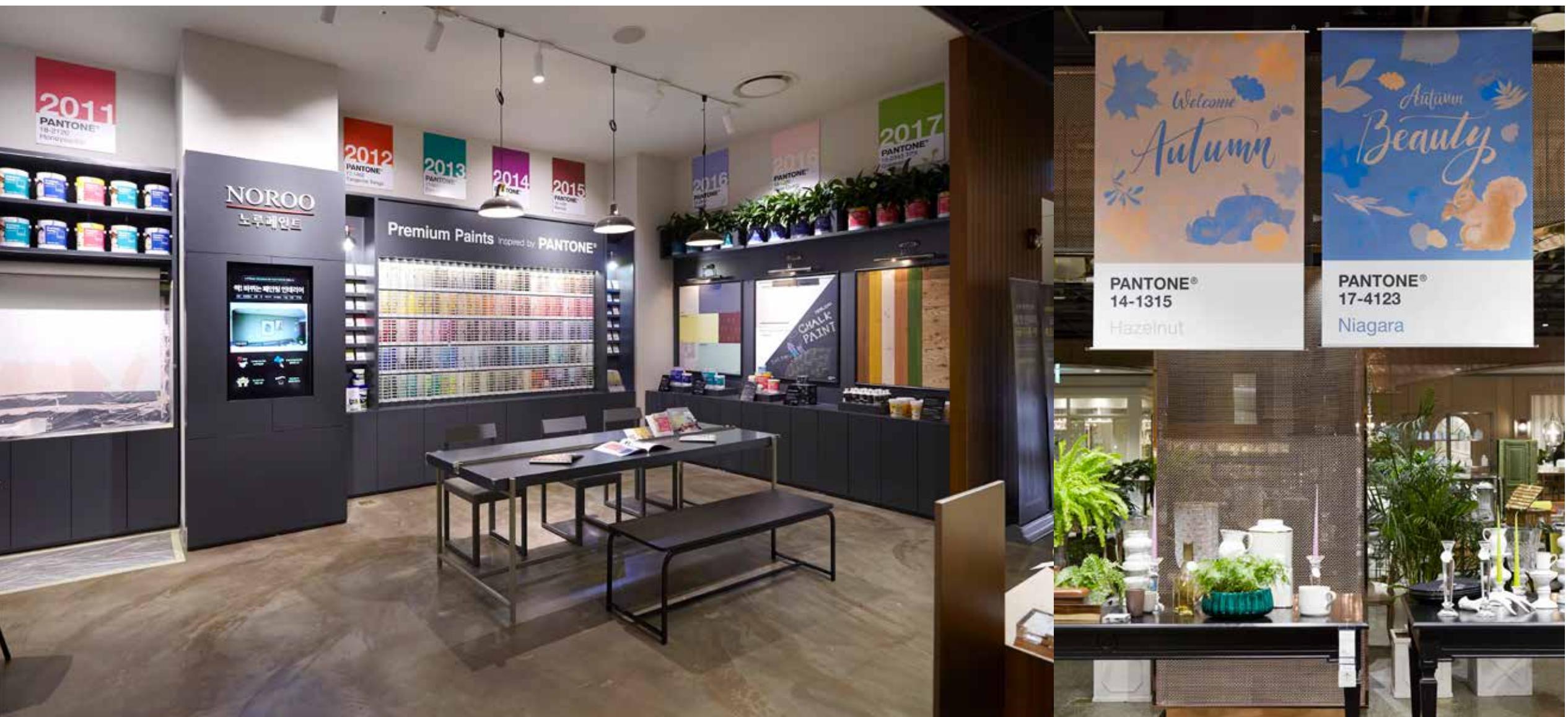
# 페인트로 컬러를 일깨우다

## 컬러스튜디오 바이 노루 스타필드 고양점

쇼핑몰은 어디까지 진화하는 걸까? 시장에서 백화점과 대형마트로 소비자들의 마음을 공략해 온 쇼핑몰이 이제는 '쇼핑 테마파크'란 이름으로 대대적인 공세에 나서는 듯하다. 하남과 코엑스몰에 이어 고양시에 문을 연 스타필드 고양은 스파와 루프탑풀을 갖춘 아쿠아필드, 35종의 스포츠를 즐길 수 있는 스포츠몬스터, 영화관, 창고식 할인마트 등 엔터테인먼트와 쇼핑의 모든 것을 갖추고 고객을 유혹하고 있다. 그곳에 '컬러스튜디오 바이 노루'도 자리했다.



메종티시아의 조화로운 배경에는 섬세한 컬러 배치와 페인팅이 있다.  
그 페인트가 바로 NOROO의 팬톤페인트다.



## 팬톤페인트와 메종티시아

스타필드 고양의 B1층 메종티시아에 들어서면 숨을 깊이 들이마시게 된다. 잘 관리된 공기의 쾌적함에 매장에서 다루는 방향제의 신선한 향까지 더해져 있기 때문이다. 헛빛과 빗방울, 바람을 고스란히 지닌 듯한 벽돌로 꾸며진 메종티시아는 마치 유럽의 어느 오래된 마을처럼 정감 있으면서도 세련된 분위기를 지녔다. 광장과 같은 중앙 공간에는 작은 분수가 흘러 그 느낌을 극대화시킨다. 메종티시아 담당자는 "중앙의 작은 광장을 중심으로 여러 컨셉들이 꾸며져 있으며 이는 중앙과 이어지는 각각의 매장으로 고객을 이끈다"고 설명한다. 이에 따라 고객이 마음에 드는 코너를 사진에 담을 때마다 가구와 식기, 패브릭과 조명은 완벽한 조화를 이뤄 마치 작품과도 같은 결과물을 보여준다. 메종티시아는 이처럼 생활을 작품으로 만들어 주는 다양한 가구와 침구 등의 생활용품, 소품을 전시하고 판매하는 매장이다. 제품을 많이 쌓아 놓기보단, 제품을 사용했을 때의 분위기를 느낄 수 있도록 제품으로 완성된 공간을 보여주고 고객들에게 자연스러운 호감을 유도한다. 이를 위해서는 매장의 전체적인 조화와 분위기가 중요하다. 눈썰미 있는 이들은 알아챌 것이다. 이 조화로움의 배경 구석구석에는 페인팅이 있고, 섬세한 컬러 배치가 있다는 것을. 그 페인트가 바로 NOROO의 팬톤페인트다.



### 가장 편안하게 접하는 페인팅

부드러운 곡선의 도자식기와 매끄러운 커트리리들을 지나 알록달록 색이 고운 수납상자 사이로 산책하듯 거닐다 보면 컬러스튜디오 바이 노루를 만날 수 있다. 진한 그레이톤으로 꾸민 컬러스튜디오 바이 노루 매장은 북유럽 인테리어 트렌드를 보여주고 한가운데에 긴 탁자를 놓아 넓은 쇼핑몰을 걷느라 지친 고객을 이끈다. 한쪽 벽의 선반에는 페인트캔을 화분으로 삼은 초록 식물이 싱그러움을 전한다. 그 아래로 페인트를 칠한 벽지와 문 샘플, 스테인에 따라 컬러의 변화를 보여주는 목재 시편이 정갈하게 진열되어 있다. 전면을 채운 컬러 차트 옆으로는 최근 유행하는 컬러들을 한눈에 보고 서로 대비 비교할 수 있도록 컬러 칩들을 배치해 두었다.

“저희 매장에는 페인트를 사러 오시는 분보다는 호기심을 가지고 오시는 분들이 더 많습니다. 그래서 되도록 다양한 페인팅 결과물과 컬러를 체험하실 수 있도록 도와드리고 있지요.” 매장을 담당하는 (주)노루페인트 신유통사업팀 이성신 선임의 설명이다. 그의 말대로 페인트가 낯선 이들을 위해 직접 페인트를 발라볼

수 있도록 트레이와 롤러, 롤 벽지를 구비한 체험 공간은 마스킹 테이프와 비닐로 꼼꼼히 커버링까지 되어 있다. 이 또한 커버링의 역할과 방법을 안내하려는 배려다. 뿐만 아니라 이성신 선임은 실내 페인팅에 자주 사용되는 컬러들을 작은 벽지 조각에 발라 샘플들을 직접 제작함으로써 상담의 편의성을 높였다. “작은 컬러 칩으로는 실제 페인팅 느낌을 제대로 전달하지 못할 때가 있더라고요. 이렇게 페인트를 벽지에 발라서 손으로 만지니 촉감도 느낄 수 있고, 겹쳐 보면서 색을 비교하는 것도 훨씬 수월해 하십니다.”

이성신 선임의 섭세한 배려와 팬톤페인트의 컬러로 인해 컬러스튜디오 바이 노루는 다른 생활소품 매장과 이질감 없이 편안한 분위기에서 페인팅을 접하는 공간이 되었다. 이곳에서는 페인트와 함께 연상될 수 있는 냄새나 어지럽게 틀린 페인팅 자국 등 고된 페인팅 과정에 대한 인식이 소거된다. 그리고 고객은 ‘나’를 온전히 드러낼 컬러와 그 컬러가 채워진 공간의 아름다움에 조용히 가까워지는 느낌을 받는다. 메종티시아 입구에서 팬톤페인트의 배너가 그윽한 컬러로 고객에게 다가갔듯이 말이다. 고객을 페인트로 자연스레 이끄는 컬러스튜디오 바이 노루 스타필드 고양점은 앞으로도 팬톤페인트는 물론 NOROO 시공 서비스를 적극적으로 소개하며 페인트 문화의 확산을 도울 것이다.





## 무민, 어린이와 함께 순수한 컬러 속으로

### 무민 원화전과 순&수, 평화의집 어린이를 초대하다

예술의전당 한가람디자인미술관에서 열린 <핀란드 독립 100주년 무민 원화전>(9월 2일~11월 26일)에 즐거운 웃음 소리가 울려 퍼졌다. 정식 오픈 하루 전 특별히 초대된 손님들은 바로 (주)노루페인트에서 후원하는 평화의집 어린이들. 어린이들은 로비에 설치된 무민의 책 사이, 넓은 책갈피를 젖히고 무민 골짜기로의 여행과 같은 전시장 안으로 성큼 들 어섰다. (주)노루페인트가 꾸민 무민의 세계 속으로 말이다.

### 무민 골짜기와 순&수

하얗고 동글동글한 외형에 파란 눈과 작은 귀를 지닌 무민은 얼핏 보면 하마 같지만 하마가 사는 곳과는 아주 먼 핀란드에서 태어난 상상의 캐릭터다. 핀란드의 화가이자 일러스트레이터, 소설가인 토베 얀손이 창조한 무민은 1945년에 『무민 가족과 대홍수』라는 책으로 출판되면서 널리 알려지기 시작했다. 무민 골짜기라는 환상의 자연 속에서 무민과 다양한 캐릭터들이 어울려 살아가는 이야기는 시리즈로 연작되어 33개국에서 번역되었고 만화영화, TV드라마, 연극으로도 만들어져 지금도 사랑을 받고 있다. 자신감이 부족한 무민과 허영심이 많은 스노크, 고독을 좋아하는 스너프킨, 몽상가인 엄마 무민과 허세를 부리곤 하는 아빠 무민 등 무민 캐릭터는 저마다 단점과 장점을 가지고 있다. 독자는 이를 통해 타인을 깊이 이해하고, 다투고 사랑하며 일상과 모험을 오가는 그들의 이야기에서 삶의 보석 같은 순간을 깨닫는다. 무민 이야기를 더욱 풍요롭게 만드는 것은 핀란드의 자연환경으로부터 비롯된 아름다운 배경이다. ‘작고 명랑한 동물들이 바글바글하고 사방에는 꽃나무가 가득한, 산 위에서 흘러내린 맑은 물이 무민 집을 빙그르르 감싸안고 돌아 흘러가는’ 풍경은 신비로움과 평화를 느끼게 한다. 그렇기에 국내 최초로 열린 <핀란드 독립 100주년 무민 원화전>(이후 무민 원화전)의 전시장을 꾸밀 페인트, 순&수가 선택된 이유다.





#### 동화 속 자연처럼 순수한 컬러

(주)노루페인트 색채연구소(NPCI)는 무민의 캐릭터들이 지난 고유의 특성을 살리는 동시에 친환경 이미지가 극대화되도록 전시장의 컬러를 큐레이팅했다. 그렇게 무민을 만난 순&수는 컬러로 <무민 원화전>의 섹션을 구분하고 액자들의 배경이 되어 무민 골짜기의 분위기와 토베 얀손의 예술 세계를 전했다. 무민 골짜기의 하늘처럼 맑은 파랑과 새벽녘의 보라, 스노크메이든의 머리카락처럼 발랄한 노랑 등 순&수가 페인팅된 전시공간은 무민이 살아있는 듯 생동감이 느껴진다.

#### 아이들의 웃음으로 완성되는 전시

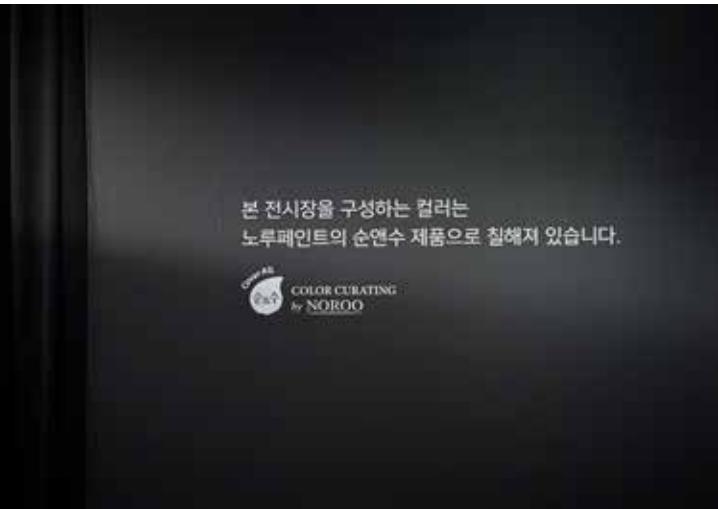
정식 오픈 하루 전인 프리오픈에 평화의집 어린이들을 초청한 것은 순&수의 컬러와 무민의 순수함을 먼저 전하고 싶은 (주)노루페인트의 마음 때문이었다. 무민은 어린이뿐만 아니라 어른들에게도 인지도와 인기가 높은 캐릭터이기 때문에 홍보를 위해서는 다른 유명인을 먼저 초대할 수도 있었을 것이다. 하지만 (주)노루페인트는 평화의집 어린이들을 먼저 떠올렸다. ‘사업보국’이라는 창업 이념의 한 갈래로서 지역 사회 발전에 기여하고 나라의 기둥인 어린이들에게 꿈과 사랑을 전하는 NOROO 그룹에겐 평화의집 어린이들이 가장 귀한 초대손님이었다. 아니나 다를까, 무민 인형을 하나씩 안고 도슨트를 따라 입장한 어린이들은 설명과 함께 그림을 보며 맑은 웃음소리로 전시장을 가득 채웠다. 수십년 전에 그려졌을 원화들은 아이들의 투명한 눈빛을 만날 때마다 다시 살아난 듯 반짝반짝 빛났다. “저는 무민이 제일 좋아요!” “저는 해티파티요.” “스너프킨이 좋아요”라며 하나씩 자신이 좋아하는 캐릭터를 고르던 어린이들은 마지막 코너에 마련된 컬러링 페이퍼를 자신만의 색으로 채우며 즐거운 시간을 완성했다. 이것은 동화 속 자연처럼 깨끗하고 순수한 컬러의 페인트 순&수와 무민이 함께한 전시가 완성되는 순간이기도 했다. 환상 속 무민 골짜기에서 무민이 페인팅을 하고 있다면, 순&수 페인트캔이 옆에 있지 않을까?



무민의 작가  
'토베 얀손'



본 전시장을 구성하는 컬러는  
노루페인트의 순액수 제품으로 칠해져 있습니다.



## 일과 삶의 균형을 위한 업무 시간의 효율적 활용

NOROO 그룹은 최근 근무 혁신 캠페인을 벌이면서 첫 번째 주제를 업무 집중도 향상으로 삼았다. 업무 시간 내 집 중 근무로 일을 효율적으로 마치고 야근을 줄여 궁극적으로 일과 가정이 양립할 수 있는 환경을 조성해 가자는 것이다. 그리고 회사의 관점에서 필요한 업무 생산성 향상과 직원의 관점에서 필요한 일/가정 양립에 대한 이슈를 함께 고민할 수 있도록 포스터를 제작, 배포하였다.



### 잃어버린 저녁을 찾아서

한국일보는 최근 <잃어버린 저녁을 찾아서>라는 제목으로 야근이 많은 한국의 노동 현장과 외국의 사례를 비교 분석하는 기획기사를 내고 있다. 그중 한 기사(박선영, [잃어버린 저녁을 찾아서] 집중해 일하고 칼퇴근… 스웨덴 ‘6시간 근무’의 기적, 한국일보, 2017. 7. 7)에 등장한 스웨덴의 광고 마케팅 회사 OSS(OSS)의 경우를 보자. OSS의 윤리에 벤델린 CEO는 회사 경영이 위기에 처하자 직원을 줄이는 대신 일하는 시간을 줄이는 ‘역발상’을 실천했다고 한다. 대학에서 경영학을 공부할 때부터 꿈꿔왔던 ‘6시간 근무제’를 실천할 기회를 위기

상황에서 찾은 것이다. 그녀는 한국일보의 인터뷰에서 “임금을 인상하는 대신 노동시간을 줄여보면 어떻겠냐고 물었더니 모두 찬성했다. 경제적 리스크가 상당했기에 CEO로서 두려웠지만, 인간의 삶에서 가장 중요한 ‘균형’을 위해 6개월간 시범 시행에 들어갔다”고 말했다. 결과는 상상 이상이었다고 한다. 노동시간이 줄어들면 생산성이 증가한다는 경영학 이론이 증명된 것이다. 1년 만에 수익이 20% 증가했고, 늘어난 휴식시간 덕분에 영감이 충만해졌으며 업무 처리 속도가 빨라졌다고 한다. 업무 시스템을 효율화하니 생산성의 손실 없이도 근무 시간을 단축할 수 있었다는 것이다. OSS는 이를 위해

불필요한 회의를 과감히 없앴다고 한다. 또한 한 일을 다시 하거나, 없던 일로 하는 등의 비효율을 없애기 위해 직원의 업무량이 적절하고 업무 진행이 제대로 되고 있는지를 점검하는 관리자의 직무 관리 역량이 매우 중요해졌다고 한다. 마찬가지로 6시간 근무제를 도입하여 매년 두 배 이상의 수익 증가세를 올리고 있다는 스웨덴의 IT 기업 브라트의 임원은 같은 기사 속 인터뷰에서 이렇게 말했다. “회사는 모든 불필요한 요소들을 제거하려는 노력을 할 필요가 있다.” 그의 말을 질문으로 돌려 보면 어떨까? “우리는 모든 불필요한 요소를 제거하기 위해 노력하고 있는가?”

### 효율적인 업무 시스템과 집중

야근을 줄이고 정시퇴근을 정착시키려는 우리에게 위의 사례들은 긍정적 메시지를 준다. 효율적 시스템 속에서 업무 집중도를 높인다면 일과 가정, 일과 취미는 양립할 수 있을 것이다. 그렇다면 우리가 제거해야 할 ‘불필요한 요소’로는 무엇이 있을까? 오스에서처럼 비효율적인 회의는 거의 모든 직장에서 일상적으로 벌어진다. 사적인 용무나 습관적으로 들여다보는 스마트폰으로 인해 소모되는 시간도 꽤 있을 것이다. 물론 야근이 단순히 비효율적인 업무 습관에서만 기인하는 것은 아니다. 업무를 다 마쳤음에도 분위기상 형식적인 야근을 하





게 될 때도 있다. 하지만 효율적이고 효과적인 업무 수행을 인정하고, 인정 받는다면 눈치성 야근은 과감히 줄여나갈 수 있지 않을까?

이러한 시도들을 위해 그간 배포된 포스터는 다음 내용을 압축적으로 담아 일과 삶의 균형 잡기를 독려한다.

- **일의 중요도 및 순서 정하기** – 팀 차원에서 관리되는 업무 계획 및 목표와 별개로 직원 개개인이 일일 업무 내용을 명확히 하고 우선순위를 정해 완료한다면 업무 지연을 최소화할 수 있다.

- **업무별 목표 시간 설정** – 업무별로 완료 목표 시간을 설정하고 해당 시간 내 완료하도록 시간 관리에 힘쓰면 업무 방해 요인 또한 효과적으로 통제할 수 있다. 업무 관리에 대한 개인의 의지가 무엇보다 중요하다.

- **스마트한 회의 운영** – 비효율적인 회의로 인해 낭비되는 시간은 많은 직장인들에게 골칫거리다. 온종일 회의에 불려 다니느라 정작 업무를 못해 야근을 하게 되는 경우도 많다. 명확한 주제를 가지고 반드시 필

요한 인원만이 참여하여 정해진 시간 안에 결론을 도출해 내는 회의 문화를 만들어야 한다.

- **SNS 및 스마트폰 사용 자제** – 한 설문조사에 따르면 우리나라 스마트폰 이용자들의 일 평균 스마트폰 사용 시간은 4~5시간이라고 한다. 하루의 3분의 1 이상을 직장에서 보내는 것을 감안했을 때 우리들은 직장에서도 1시간 이상을 스마트폰에 쏟고 있을 수 있다.

- **사적인 용무 및 대화 자제** – 친밀한 교류를 통해 동료들과 관계를 쌓는 것은 점심시간이나 퇴근 후 등 업무 외 시간을 활용하는 것으로도 충분하다. 업무 시간에는 업무에 집중하고 시급한 사항이 아닌 한 직장에서의 일과 중 사적인 용무는 배제한다.

직원들은 보다 효율적인 업무 방식을 찾는 것을 습관화하고, 관리자들은 직원들의 그러한 변화를 높이 사 야근이 최소화될 수 있도록 앞장서서 분위기를 만드는 것이 모두가 원하는 방법일 것이다. 일과 가정의 양립을 위한 직장 문화는 작은 변화에서부터 시작될 수 있다.

## 여러분의 업무 습관은 어떻습니까?

효율적인 업무시간 활용으로 일과 삶의 균형을 찾는 노루인이 됩시다.



일·가정 양립과 업무 생산성 향상을 위한 근무혁신 캠페인



## 이 가을, 커피 한 잔 함께 할까요?

가을 바람은 피부보다 마음으로 먼저 느껴진다. 한해의 끝을 향한 찬 바람이 우리의 마음 한 켠을 쓸고 지나갈 때면 따뜻한 차 한 잔의 위로가 간절해진다. 코로 향기를 느끼고 잔을 훤 손으로 따스함을 온 몸에 전하며 커피를 음미하는 순간의 위로로 우리는 다시 스스로를 토닥이며 차가운 계절을 대비한다.

### 커피 한 잔의 힘

“커피 한 잔 할까요?”라는 간단한 말은 큰 힘을 지닌다. 바쁜 업무 중에 잠시나마 숨통을 트워 주기도 하고, 마주앉아 속 깊은 이야기도 나눌 수 있게 한다. 봉지를 털어 뜨거운 물에 휘휘 저어 만드는 믹스 커피는 앞의 경우에, 커피를 갈아 천천히 물을 부어 내리는 핸드 드립 커피는 뒤의 경우에 어울릴 것이다. 각 커피의 역할 또한 달라서 카라멜처럼 단맛이 강한 믹스 커피는 일시적인 각성제 역할을 하고, 다도의 한 갈래처럼 느껴지는 핸드 드립 커피는 그 자체가 휴식을 준다. 커피가 일상 속의 대표 음료가 되면서 다양한 맛과 향, 역할을 가진 커피를 적극적으로 공부하는 이들도 많아졌다. 그중 핸드 드립은 비교적 간단한 도구로 자기만의 커피 맛을 낼 수 있어 흥미로운 분야다. 이번 핸드 드립 커피 클래스에 참가한 (주)노루로지넷의 정연숙과장도 평소 커피에 관심이 많은 부인 한금숙 씨를 위해, 그리고 (주)노루비케미칼의 양태영 주임도 연인인 김소희 씨를 위해 클래스를 신청했다고 한다.

이들이 체험 장소인 죽전 커피집에 도착하자 주인이자 강사인 이명주 바리스타는 먼저 직접 핸드 드립으로 내린 커피 한 잔씩을 건넸다. 커피의 향과 조용하고 차분한 이명주 바리스타의 목소리가 공간을 채웠다. “드시고 맛을 느껴 보세요. 커피를 배울 때는 맛을 섭세하게 가려내는 연습을 하는 게 중요하거든요.” 진지하게 커피의 맛을 분석하며 서로의 평을 들어본 후 본격적인 클래스가 시작되었다.



#### 같은 원두, 다른 맛과 향

이명주 바리스타는 커피 원두의 등급에서부터 커피의 성분, 핸드 드립을 위한 기구의 종류와 각각의 역할을 차근차근 설명했다. 분쇄된 원두를 담는 드리퍼와 드리퍼에 끼우는 필터, 긴 주등이(수구)를 가진 드립포트, 추출되는 커피를 받아낼 서버 등을 소개하고 필터의 접는 법까지 꼼꼼히 지도한 뒤 본격적인 추출법 강의로 들어가자 참가자들의 눈빛은 더욱 진지해졌다. “오늘은 브라질 산토스 원두를 이용해 레귤러 추출법인 3:3:1 추출을 해 볼 겁니다. 12g 원두로 60ml 커피를 추출하는데 물의 양을 6:3:1로 나눠 세 번에 걸쳐 물을 흘리는 거지요. 담겨 있는 원두 위에 물줄기를 1회전시켜 적신 뒤 달팽이 모양으로 천천히 3회전, 2배 빠르기로 3회전, 빠르게 1회전의 순서로 커피의 성분, 향, 나머지를 추출해냅니다. 원두와 볶은 정도에 따라 추출 시간이 달라지는데 이번 원두는 2분 30초 내외로 추출해 내는 것이 적당합니다.”

참가자들은 드립포트로 물을 흘리는 연습을 한 뒤 각자의 원두를 받아 적시기부터 시작하여 직접 추출에 나섰다. 짧은 시간 안에 물의 양을 나누고, 필터에 닿지 않도록 주의하며 작은 드리퍼 안에 얇은 물줄기를 돌리는 것은 쉽지 않았다. 그렇게 추출해 낸 커피는 같은 원두를 썼음에도 참가자에 따라 맛과 향이 모두 달랐다. 커피의 향을 맡고 컵핑(작은 스푼으로 커피 원액을 빠르게 들이마셔 맛과 향을 감별하는 작업)하며 결과물을 비교하는 참가자들은 확연한 차이에 자꾸만 웃음이 터져 나왔다.

“물줄기의 굽기와 빠르기에 따라, 물을 흘리는 시간과 강도에 따라 커피에서 추출되는 성분과 맛이 달라지거든요. 커피를 내릴 때마다 맛을 비교하며 기억해 두는 게 좋습니다.” 이명주 바리스타의 이야기를 들으며 두 번째 추출에 도전한 참가자들은 첫 번째 추출한 커피와 또 달라진 맛과 향에 신기해하며 고개를 끄덕였다.

#### 커피, 아이디어의 원천

베토벤은 “커피를 빼놓고는 그 어떤 것도 좋을 수가 없다. 한 잔의 커피를 만드는 나의 원두는 60여 가지의 좋은 아이디어를 가르쳐준다”고 했단다. 같은 원두를 써서 4명이 2번씩 만든 커피로 8가지의 맛과 향을 경험하니 커피에 대한 베토벤의 사랑이 조금은 이해가 간다. 수업 후 직접 내린 커피를 마시던 한금숙 씨는 “수업이 정말 재미있었다”며 커피에 더욱 많은 흥미가 생겼다고 말했다. 양태영 주임 커플은 커피 맛의 변화가 신기하다며 커피 기구에 대한 욕심이 생길 것 같다. 두 시간 반의 수업으로 커피의 놀라운 변화를 체험한 이들에게 앞으로의 커피는 좀더 다른 존재로 다가오지 않을까. 신맛과 쓴맛, 단맛에 오늘의 경험까지 더해져 풍성해질 가을 커피의 맛이 기대된다.

#### 죽전 커피집

핸드 드립 커피 클래스가 진행된 곳은 경기도 용인시의 대학가에 위치한 죽전 커피집이다. 담백한 상호에서 알 수 있듯이 이곳은 커피의 맛과 향, 고유의 성분을 올곧게 전파하려는 커피숍으로서, 카페인 동시에 다양한 커피 강습이 진행되는 스터디 공간이기도 하다. 시다모, 예카체프 등 스페셜티 커피를 저렴한 가격에 제대로 즐길 수 있다.

031-897-9720

경기도 용인시 수지구 죽전동 1339-7 1층



# NOROO와 함께한 성장의 15년

## 포천상사

낮은 경제성장을 속에 ‘올해가 고비’라거나 ‘경기 좋은 때는 다 지나갔다’는 한탄 섞인 소리를 들어온 지 오래인 요즘, 그럼에도 우리는 종종 성공과 발전의 이야기를 만나곤 한다. 성공기 속 주인공들의 공통점은 불황 속에서도 흔들림 없는 의지를 세우고 일관된 노력을 해 왔다는 것이다. 이러한 성공기는 멀리 있는 이야기만은 아니다. 15년째 (주)노루페인트 특약점을 운영하며 가파른 성장세를 만든 포천상사 또한 성공기의 주인공이다.

### 5천만 원에서 12억 원으로

포천상사의 외관은 다른 특약점과 크게 다르지 않다. 내부 역시 가지런히 쌓아둔 페인트, 듬직하게 자리한 조색기 등 페인트 가게의 평범한 풍경을 가지고 있다. 그러나 안에 들어서서 포천상사의 신종철 대표와 이야기를 나눠 보면 놀라운 점이 한두 가지가 아니다. 하나는 2002년에 (주)노루페인트 특약점을 시작한 이래 한 번도 성장세가 꺾인 적이 없다는 것이고 두 번째는 15년간 사업을 하면서 역시 단 한 번도 (주)노루페인트에 대해 미수금을 남긴 적이 없다는 것이다. 세 번째는 특약점 운영을 다른 직원 없이 오로지 신종철 사장 혼자서 해 왔다는 것이다. 놀라움을 표하자 신종철 사장은 허허 웃으며 “다른 분들도 그렇게 신기해 하시더라”고 말한다.

포천상사의 시작은 2002년 3월이었다. 페인트 전문 도장업을 하던 신종철 대표는 좀더 확실한 사업을 해야겠다는 고민 끝에 (주)노루페인트 특약점을 선택했다. “시공을 오래 해 보니 알겠더라고요. 모든 제품을 다 써봤지만 항상 노루페인트 품

질이 제일 좋았어요. 영업하는 직원들도 타사에 비해 인품들도 좋고 적극적이었죠. 그래서 노루와 함께해야겠다 생각했습니다.” 유통으로 방향을 정한 신대표는 시공을 접었으니 매출을 많이 내야겠다고 마음을 먹고 공격적인 영업을 시작했다. 업자들과 신뢰를 쌓고 배포 두둑한 외상도 많이 줬다. 외상 10건 중 1건을 못 받는다 해도 9건의 성공을 통해 앞으로 나아가겠다 하는 배짱과 준비정신으로 쉽없이 매장을 지켰다. 추석과 구정 당일만 쉬었으니 아침 6시 반에 출근해 7시에 퇴근하는 날이 일년에 363일이었다. 혼자 일하니 매장을 비울 수 없어 아내가 새벽에 짜준 도시락으로 점심을 챙겼다. 그렇게 15년을 한결같이 일했다. 초도물량 5천만 원 어치로 시작한 포천상사는 현재 매출액 12억~13억 원을 오간다. 짧게 들으면 놀라운 이야기이지만 그에게는 ‘점진적인 성공’이다. “차츰차츰 키워 온 거죠. 매출이 조금 늘면 또 거기에 맞춰서 키우고, 또 키우고. 그러다 보니 여기까지 왔습니다.”





## 포천상사와 NOROO 아름다운 협력

남들은 그렇게 일만 하면 힘들지 않냐고 하지만 그는 매장에 있을 때가 가장 행복하다고 한다. “제 나이가 예순다섯입니다. 오십에 새로운 사업을 시작하면서 실패할 여유가 없다고 생각했죠. 그리고 지금까지 계속 성장시켜 왔으니 참 행복합니다”라면서 신대표는 휴일에도 쉬지 않는 이유를 덧붙여 설명했다. “물건을 팔기 위해서라기보다 새로운 영업을 위해서죠. 휴일에 오픈한 곳이 별로 없으니 타사 제품을 사용하던 이들도 급히 찾곤 하거든요. 그러면 노루페인트를 홍보할 수 있는 기회가 되는 겁니다.”

매출액을 늘려오면서도 그는 (주)노루페인트 외에 한눈을 팔지 않았다. 타사 영업 직원이 끊임없이 들락거리며 설득을 해도 흔들리지 않았다. “이 지역에 발령 받은 타사 직원들이 제일 먼저 인사 오는 곳이 되었죠. 타사 제품을 취급해도 노루페인트 매출이 줄어드는 건 아니라고까지 설득합니다.” 신종철 대표는 그럼에도 여전히 노루페인트만 바라보는 노루인이다. (주)노루페인트가 포천상사를 여기까지 오도록 도왔다고 생각하

기 때문이다. “북서울지점의 홍성원 지점장님과 신금용 대리님의 뒷받침이 없었다면 불가능했을 겁니다”라는 그는 특약점과 본사는 같이 성장하는 공생관계라고 본다. 그리고 자신의 노력보다는 주변의 도움에 감사한다. 5년 전 지은 집도 ‘노루가 지어준 집’이라고 말하고, 그동안 도시락을 싸준 아내의 정성 덕에 지금이 있다고 말한다. 반대로 신금용 대리는 신 대표의 의지와 주변에 대한 정성을 이야기한다. “누구의 도움보다는 대표님의 의지가 높아서 성공하신 거죠. 주변에 대한 배려도 꼼꼼하십니다. 함께 식사할 때 제가 맛있게 먹었던 반찬을 기억했다가 나중에 사모님이 직접 만들어 선물해 주실 정도로 주변을 잘 챙기시죠.”

신 대표의 열정과 의지의 바탕 위에 (주)노루페인트에 대한 애정과 신뢰, 그리고 그 신뢰에 담하는 성실함이 있었기에 포천상사는 지금까지 성장을 이어왔던 것이 아닐까. 신종철 대표가 2018년 목표로 삼은 15억 원 매출 또한 포천상사와 (주)노루페인트의 아름다운 협력 위에서라면 어렵지 않을 것이다.

# News Briefing

## • 뉴스 브리핑



NOROO 그룹, 그래피티(거리예술) 문화를 통한 도시재생 프로젝트 진행



11월 16일, NCTS 2018 개최



NPCI, DIC 2018-19 아시아 컬러 트렌드 세미나 개최

---

### (주)노루홀딩스

#### NOROO 그룹, 그래피티(거리예술) 문화를 통한 도시재생 프로젝트 진행

NOROO 그룹은 지난 9월 23일부터 30일까지 세계적 그래피티 아티스트 그룹인 파우와우(POW!WOW!)와 문화를 통한 도시 재생 프로젝트, <POW!WOW! X NOROO in Seoul>을 진행했다. 파우와우는 8년 전 미국 하와이에서 예술로 지역사회를 변화시키고자 결성되어 현재는 국제적인 스트리트 아트 페스티벌 전문 단체로 성장했다. 파우와우의 활동은 그 도시가 갖고 있는 고유의 문화와 예술적 배경을 반영하여 지역의 이미지를 드러내고 환경을 개선하는 것이 특징이다. 그동안 미국과 홍콩, 일본 등지에서 활동해 온 파우와우는 NOROO 그룹을 통해 한국에 첫 선을 보이게 되었다. 올해 창립 72주년을 맞는 NOROO 그룹은 그동안 창업 정신인 '사업보국'의 실천과 국민과 고객에 대한 기여와 소통을 위해 전국 곳곳에서 거리 벽화를 통해 사회공헌활동을 펼친 바 있다. 이러한 벽화들은 어둡고 산만했던 지역 분위기를 활기차고 긍정적인 모습으로 바꾸어 주민들의 큰 호응을 받아 왔다.

이러한 사회공헌활동에 전통과 예술의 가치를 덧입혀 기획된 <POW!WOW! X NOROO in Seoul>은 상도동의 핸드피트 호텔 외벽, 문래 초등학교 건물, 동교동 건물 등 총 6군데에서 진행되었으며 (주)노루페인트의 친환경 페인트와 스프레이, 마커 등이 사용된 벽화 제작과 함께 <스쿨 오브 아트>, <스쿨 오브 뮤직>의 교육 프로그램, 워크숍, 콘서트 등의 행사가 열렸다. 참여 작가로는 올해 LA에서 '한복 입은 여성'의 벽화를 그려 주목을 받은 세계적 스트리트 아티스트인 'Royyal DOG' 및 정통 그래피티 아티스트 'SIX COIN' 등 국내외 아티스트 총 12명이 있다.

NOROO 그룹의 관계자는 "파우와우의 설립 취지가 NOROO 그룹 사회공헌활동의 정신과 맞닿아 있고, 주력 친환경 도료인 순&수가 이러한 환경 개선 활동을 더욱 빛낼 수 있을 것이라 판단하여 이번 프로젝트를 함께하게 되었다. 앞으로도 NOROO 그룹은 페인트를 통해 아름다운 환경을 만드는 활동을 꾸준히 펼쳐나갈 것이다"라고 밝혔다.

#### 11월 16일, NCTS 2018 개최

NOROO 그룹은 오는 11월 16일, 동대문디자인플라자(DDP)에서 <NOROO 인터내셔널 컬러 트렌드 쇼(NCTS 2018, NOROO International Color Trend Show 2018)>를 연다. 올해로 7회째

를 맞는 NCTS는 국내외에서 활동하는 다양한 비주얼 아티스트와 건축가를 초청하여 강연을 열고 NPCI의 현정오, 김승현 차장의 '2018-19 NPCI Creative Inspiration & Color' 발표를 통해 앞으로의 컬러 흐름에 대한 예측을 선보인다. 초청 강연자로는 TED 인기 강연자이며 폐리리와의 협업으로 화제를 모은 스위스의 예술가이자 사진가인 파비앙 외프너, 컬러와 빛, 건축물의 유기적 조합을 이야기할 이코 미글리오레, 2017년 브라질 디자인 & 아트 마켓(MADE)에서 올해의 작가상을 수상한 이광호 작가, 헤어 스타일리스트이자 메이크업 아티스트로서 샤넬의 오트 쿠튀르 컬렉션 감독으로 활동 중인 카초야 카모가 있다. 시각 예술과 과학, 건축, 도시환경, 패션 등의 다양한 범주를 '컬러'라는 주제로 아우르며 내일의 트렌드를 앞서 살펴보는 NCTS 2018은 디자이너와 마케터, 학계의 연구원과 학생들에게 감각의 날을 예리하게 세우고 유용한 정보를 탄탄히 쌓는 기회가 되어줄 것이다.

---

### (주)노루페인트

#### NPCI, DIC 2018-19 아시아 컬러 트렌드 세미나 개최

NPCI는 지난 9월 25일, 일본 DIC 컬러 디자인(DIC COLOR DESIGN Inc.)의 크리에이티브 디렉터이자『아시아 컬러 트렌드 북』의 편집장인 오오마에 에리를 초청하여 동대문디자인플라자(DDP)에서『아시아 컬러 트렌드 세미나 2018-19』를 개최했다. 행사장에 국내 컬러 전문가 및 디자이너 120여 명이 참가한 가운데 오오마에 에리는 아시아 특유의 미의식과 크리에이션에 초점을 맞춘 유행색들을 직접 소개하였다. 다방면에 걸쳐 세계 경제의 중심이 아시아 지역으로 옮겨가고 있는 지금, 아시아의 아트 크리에이티브도 점점 활기를 띠고 아시아인의 취향과 가치관에 뜨거운 관심이 집중되고 있다. 이번 세미나에서는 아시아의 다양한 문화와 창조적 감각에 초점을 맞춘 COLOR & MATERIAL TREND의 2018~19시즌 컬러들이 소개되어 국내뿐 아니라 중국 및 인도 등 아시아 시장에 진출한 기업들의 컬러 & 디자인 담당 실무자들에게 매우 유익한 정보가 되었다. 중국 상해 출신인 오오마에 에리는 미국과 중국, 일본을 거점으로 하여

# News Briefing

## • 뉴스 브리핑



(주)노루페인트, 수용성 도료 '워터큐 시스템' 오토기기와 함께 선보여



(주)노루페인트 19년 연속 무분규 임금협상 타결



(주)노루페인트 노동조합 설립 제30주년 기념식 및 제31년차 정기대의원대회 개최



(주)더기반, 영양 2017 고추 농사 종합 평가회에서 고추 품종 선보여

글로벌 브랜드 디자인을 제안해 오고 있으며 중국과 아시아 시장을 타겟으로 한 CMF Direction 실적을 쌓아 왔다. 이와 함께 COLOR & MATERIAL 연구에 토대를 둔 색채 관련 집필 및 강연 활동을 활발히 벌이고 있으며 2008년부터는 「아시아 컬러 트렌드 북」의 편집장을 맡아 글로벌 트렌드의 흐름을 파악하면서 중국과 일본을 중심으로 아시아 각국의 브랜드나 크리에이터를 다수 취재하여 아시아의 창조성을 세계에 제공하고 있다.

### (주)노루페인트, 수용성 도료 '워터큐 시스템'

#### 오토기기와 함께 선보여

지난 9월 8일부터 10일까지 3일간 열린 〈2017 오토모티브 위크(Automotive Week)〉 전시에서 (주)노루페인트는 자사 자동차 보수용 수용도료인 워터큐(Water-Q) 시스템을 협력사인 (주)오토기기의 도장 부스 시스템을 통해 선보였다. 워터큐 시스템은 (주)노루페인트의 차세대 친환경 수성조색시스템으로 고휘도 색상 구현력과 원색 시스템이 갖추어져 조색이 수월하고 환경 규제 가이드 또한 충족시키는 친환경 수용도료이다. 국내외 전 차종의 색상 배합이 가능하며 부착성과 내후성이 우수한 제품으로 수지 1종과 조색제 72종, 기타 3종으로 구성되어 있다.

(주)오토기기의 수용성 도장 시스템(도장 부스 전체의 유속을 수용성 건

조에 맞게 설정하는 시스템) 도장 파트를 통해 친환경 수용성 도료 시연회를 진행한 (주)노루페인트는 워터큐 시스템과 함께 P-8800 Plus 아연 퍼티, PS-990 하이브리드 프라사페, 뉴-매직아이 등의 신제품도 선보였다. (주)노루페인트의 보다 다양한 제품 정보는 홈페이지([www.noroopaint.com](http://www.noroopaint.com))를 통해 확인할 수 있다.

### (주)노루페인트 19년 연속 무분규 임금협상 타결

(주)노루페인트(사장 김수경)는 노동조합(위원장 박연수)과 지난 8월 28일 임금인상 협상을 벌여 19년 연속 무분규 임금협상 타결을 이루었다. (주)노루페인트 11대 집행부는 소통, 공유, 공감, 참여의 4대 행동 원칙 하에 전조합원 임금간담회를 실시하고, 3차례 걸쳐 교섭위원회 회의를 실시하여 현실적인 임금협약 안(案)을 만든 다음, 대의원들의 객관적인 의사결정을 통해 임금협약을 시작하여 이번 무분규 임금협상을 이루어냈다. 박연수 노조위원장은 그동안 쌓아온 신뢰를 바탕으로 더욱 “행복한 회사”, “조합원의 꿈이 실현되는 행복한 노동조합”을 만들기 위해 조합원들의 작은 소리를 경청하는 노동조합이 되겠다고 말했다.

### (주)노루페인트 노동조합 설립 제30주년 기념식 및 제31년차 정기대의원대회 개최

지난 8월 18일, (주)노루페인트 노동조합 설립 제30주년 기념식 및 제31년차 정기대의원대회가 많은 내외빈이 참석한 가운데 성황리에 개최되었다.

이필운 안양시장과 강득구 경기도 연정부지사를 포함하여 김동명 화학연맹위원장, 하원 경기지역본부 의장, 중부지역지부 한성수 의장, 전택노련 경기본부 김연풍 의장, 경기지역본부 김용목 사무처장 등 우리 지역의 많은 노동조합 위원장이 참석하여 본 행사를 축하했다.

(주)노루페인트 박연수 위원장은 앞으로도 (주)노루페인트 노동조합은 많은 이들의 관심과 격려에 힘입어 회사 발전과 함께 “변화와 혁신의 실천 노동 운동을 통한 행복한 100년 NOROO를 만들어 나갈 것이며 조합원이 있기에 노동조합이 존재한다는 기본원칙으로 끝까지 최선을 다하겠다”고 전하며 기념식 참여의 감사 인사를 전했다.

### (주)더기반

#### (주)더기반, 영양 2017 고추 농사 종합 평가회에서 고추 품종 선보여

지난 8월 10일, 영양군에 위치한 영양고추연구소에서 열린 〈고추 농사 종합 평가회〉에서 더기반은 넘버세븐, 태후, 시교(1575) 등의 고추 품종을 선보였다. 영양군농업기술센터와 영양고추연구소는 현재 시판되고 있는 고추 품종이 다양한 데 비해 품종 특성에 대한 정보가 부족함에 따라 품종 선택에 많은 어려움을 겪고 있는 고추 재배 농기들에게 필요한 정보를 제공하기 위해 평가회를 개최하여 우수 품종을 찾는 농민들에게 도움을 주고 있다. 이번 행사에는 고추 재배 농업인 등 300여 명이 초청되었으며 농업기술센터 채소원예담당의 올해 고추 농사 종합 평가와 더불어 영양고추연구소 연구사의 고추 품종 특성과 고추밭 병해충 방제요령 설명, 영양고추연구소의 시험재배 품종에 대한 현장평가 등이 진행되었다. 많은 참가자들은 영양고추연구소 및 타사의 고추 품종과 함께 더기반의 고추 품종인 넘버세븐과 태후 등을 직접 비교 확인하여 그 우수성을 확인할 수 있었다.

## HELLO! PAINT



## 마음을 적는 칠판, 페인트로 만든다

PANTONE의 컬러를 그대로 재현해 내는 (주)노루페인트의 프리미엄 페인트, 팬톤페인트를 칠판페인트로도 만날 수 있게 되었다. 목재와 철재, 콘크리트 등 다양한 표면에 페인팅이 가능한 팬톤 칠판페인트로 원하는 곳에 자유로이 칠판을 만들어 보자. 집에서는 식구들과 메시지를 공유하는 메모판과 아이들의 자유로운 그림판으로, 사무실에서는 의견을 나누는 칠판으로 제 역할을 해 줄 것이다.

### 어디나 칠판으로 변신 가능

칠판페인트를 칠하고 싶은데 벽면의 소재가 염려스러웠다면 팬톤 칠판페인트가 걱정을 덜어줄 것이다. 팬톤 칠판페인트는 목재나 콘크리트, 심지어 매끈한 철재 표면 등 어디에나 페인팅이 가능한 다용도 수성 페인트다. 또한 시멘트몰탈, 석고보드, 그리고 에나멜이나 락카로 칠해졌던 기존의 표면에도 페인팅으로 칠판의 효과를 만들어 준다. 사무실이나 공부방의 벽면이나 자녀 방의 책장, 문 등에 칠하면 자유로운 메모 공간이 만들어진다.

### 트렌디한 컬러의 칠판

기존의 칠판페인트는 오리지널 칠판 컬러인 '시카모어'처럼 진녹색으로만 나오는 경우가 많아 사용자의 취향을 반영하지 못하는 아쉬움이 있었다. 그러나 팬톤페인트는 칠판에서도 자유로운 컬러 선택을 가능케 했다. 시카모어 외에도 최근 컬러 인테리어에서 많은 사랑을 받고 있는 '에보니' 컬러를 칠판페인트로 출시한 것이다. 친근하고 편안한 감성을 전하는 오리지널 칠판 컬러 '시카모어'에 이어, 모던하고 깔끔한 분위기의 '에보니'가 있어 칠판페인트의 활용도가 더욱 높아지게 되었다.

### 친환경 인증 마크의 페인트

팬톤 칠판페인트는 환경부로부터 친환경 인증 마크를 획득한 친환경 페인트다. 유해중금속은 물론, 실내 공기질 악화의 주범으로 꼽히는 포름알데히드, 노닐페놀로부터 자유롭다. 또한 인체에 유해한 가소제와 BTX(벤젠, 틀루엔, 크실렌)도 전혀 사용하지 않았다. LOW-VOC와 LOW-ODOR 등 친환경을 위한 인증 기준을 모두 충족한 (주)노루페인트는 산업자원부 기술표준원으로부터 '품질경쟁력 우수기업'으로 선정되었다. 색다른 분위기와 건강한 환경을 만들고 싶다면 (주)노루페인트의 팬톤 칠판페인트가 답이다.



제품용도 콘크리트, 시멘트몰탈, 석고보드 등의 알카리성 소지내부 목재 에나멜/락카 구도막 보수 및 칠판 효과  
페인트 타입 아크릴 에멀젼 수성 내부용 / 상도



01.

순환경 페인트 순&수는 (주)노루페인트 기동준 연구소장의 '사람을 위하는 마음'에서 출발하였습니다. 인공지능이 점점 뛰어난 기술과 능력으로 개발된다 해도 사람을 생각하는 마음은 오로지 사람에게서 시작됩니다. 마음을 담은 페인트, (주)노루페인트가 만듭니다.

02.

11월 26일까지 예술의전당 한가람디자인미술관에서 열리는 <핀란드 독일 100주년 무민 원화전> 정식 오픈 하루 전, (주)노루페인트는 평화의집 어린이들을 스페셜 게스트로 초대했습니다. 환한 웃음과 맑은 웃음소리를 가진 어린이들은 무민에게 그 어떤 셀러브리티보다도 가장 반가운 손님이었을 것입니다.