

NOROO

NOROO

Spring. 2017



Spring. 2017

마음을
보여준다。

NOROO Quarterly Magazine | 2017년 봄 42호

NOROO

Color and Show

보여주고자 하는 마음을 통해
아름다운 예술과 문화가 생겨나고 전달됩니다.
NOROO는 가장 정확한 컬러 구현과 친환경성으로
보여주고 싶은 아름다움을 만듭니다.



04 New Year's Message 청년 NOROO! 시장선도로 기회를!

Special Theme 마음을 보여주다

08 Column 보여주고자 하는 아름다운 마음

10 Information 보여주며 풍성해지는 문화

14 Interview 당신의 컬러를 보여드립니다
(주)노루페인트 신유통사업실
김기성, 박유정 컬러 매니저

Culture Gallery

18 Finance 휴면계좌조회로 잠자는 내 돈 깨우기

20 Taste 소풍길엔 도시락

NOROO People

24 Focus on NOROO I 컬러로 바라보는 새로운 시대
2017 NOROO INTERNATIONAL
COLOR TREND SHOW

28 Color of the Year GREENERY로 싱그럽게 시작하는 2017

30 Focus on NOROO II 반가운 우리, 공감의 자리에서 만나다
2017 노루페인트 VIP 특약점 세미나

34 NOROO E-UM 임직원이 함께 만드는 젊고 역동적인 문화를 꿈꾸다
조직문화기구 노루이음 워크샵

38 Family Time 아빠와 함께한 나만의 가구 만들기
(주)노루페인트 박병구 과장과
(주)노루오토코팅 이진형 과장 가족

42 Special Store 끈기의 뿌리로, 성실하게 뻗어가다
광주광역시 자연페인트

46 News Briefing

50 1 Minute Guide 오늘, 맘 편히 숨 쉬어도 될까요?

51 Behind Cut

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사총무팀 조웅걸 대리
서울특별시 강남구 테헤란로 142 캐피탈타워 A동 10층
T:02-2191-7747

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

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

(주)노루오토코팅 전략기획팀 안세현 주임
경기도 화성시 장안면 장안공단 7길 28
T:031-8059-9533

(주)노루케미칼 인사총무팀 현준 주임
경기도 안산시 단원구 청단로 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 경영지원팀 전희경 과장
경기도 안양시 만안구 박달로 351
T:031-467-6363

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

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

청년 NOROO! 시장선도로 기회를!

노루가족 여러분! 2017년 정유년(丁酉年) 새해에도 국내·외 임직원 여러분 가정에 건강과 행복이 함께하기를 기원합니다.

지난해 '세상에 없는 길, NOROO가 만드는 새로운 길'을 그룹 경영지표로 미래의 행복과 번영을 추구하기 위한 기반 구축에 온 힘을 다한 한편, 국내·외 정치, 사회, 경제 전반에 걸친 경영환경 악화와 조선, 자동차, 건축 등 전방산업의 위축 속에서도 별 문제없이 원만한 한 해 마무리가 될 수 있게 노력해 주신 임직원 여러분의 노고에 감사 드립니다.

노루가족 여러분! 올해에도 세계 경제는 회복이 더욱 어려울 것이고, 한국 경제 또한 매우 어려울 것이라는 전망입니다. 더구나 우리에게 가장 민감한 지표인 환율과 유가는 지속 상승될 전망이며, 전반적 투자와 기업친화적 분위기는 더욱 위축될 것입니다. 제가 여러 번 강조하였듯이 그야말로 위기입니다. 이제는 '생존'이라는 화두가 눈앞에 현실로 다가온 것이며, 이 위기를 기회로 변화시키기 위한 노루인의 준비된 저력을 발휘하여야 할 때입니다.

저는 2017년도 그룹의 경영지표를 “청년 NOROO! 시장선도로 기회를!”로 제정합니다. 이는 악화되는 기업 환경 속에서 우리의 역동성을 강조하고 있으며, 저 성장

기조 하 차별화를 통한 변별력의 확보만이 미래 경쟁력을 선점해 나갈 수 있는 기반이 됨을 의미하고 있습니다.

이를 위해 화학사업 부문에서는 첫째, 영업력에 자원과 역량을 집중함으로써 외형과 더불어 시장점유율을 더욱 확대하고, 둘째, 건전성 확보와 조직 효율화에 역점을 두어야 하겠습니다.

농생명사업 부문에서는 첫째, 해외사업을 본격화하는 원년으로 삼아 해외 프로젝트 안정화와 신규 수익원을 발굴해 내며, 둘째, 농업 시설 원예사업, 종자사업의 기반을 신속히 구축하여 손익분기점 조기 달성에 역량을 집중하여야 하겠습니다.

한편 그룹 차원에서도 신규사업 기회를 적극 모색하여 M&A를 비롯한 새로운 시장 기회를 적극 발굴하고, 그룹사간 시너지 제고와 위기관리체제를 더욱 정교하게 점검해 나가야 하겠습니다.

이처럼 정유년(丁酉年) 새해는 “청년 노루의 새로운 출발과 미래를 시작하는 매우 중요한 시기임”을 다시금 공감하여 주시길 당부 드립니다.

오늘도 지구촌 곳곳에서 경쟁력 제고와 영업을 위해 노력해 주시는 임직원 여러분께 다시 한번 감사 드리며, 마지막으로 진일보한 노사문화 창조에 수고를 아끼지 않으시는 노루페인트 위원장 이하 여러 계열사 위원장과 조합원 여러분께 진심으로 감사 드립니다.

2017년 1월 2일
회장 한영재



마음을 보여주다

인류 최초의 회화로 일컬어지는 알타미라 동굴벽화에서 우리는 예술을 창조하는 인간의 마음을 봅니다. 자유로이 뛰는 말, 뿔이 솟은 수사슴, 사냥 당해 쓰러진 들소는 옛사람들이 느꼈을 자연에 대한 경외감과 동경, 사냥에 대한 공포를 전합니다. 그들이 보여준 그림 덕에 우리는 당시의 자연과 생활상을 알 수 있습니다. 보여주 고자 하는 마음, 그 마음을 받아들이는 눈을 통해 문화는 생겨나고, 전달됩니다.

08.

Column

보여주고자 하는 아름다운 마음

10.

Information

보여주며 풍성해지는 문화

14.

Interview

당신의 컬러를 보여드립니다

보여주고자 하는 아름다운 마음

글 · 문희채

우리는 아침에 일어나 눈을 뜨자마자 무엇인가를 봅니다. 살다 보면 감동적일 정도로 아름다운 걸 보게 될 때도 있고, 짜증날 정도로 흉한 것을 보게 될 때도 있습니다. 우리를 기분 좋게 만들어 줄 아름다운 것만 보기에도 짧은 삶인데 말입니다.

그런데 우리가 본다는 게 눈을 통한 시각 자극만을 의미하는 건 아닙니다. “두고 보자”, “해 보자는 건가?” 이런, 모두 다 상대와 싸울 때 쓰는 말이에요. ‘보다’를 다른 동사의 뒤에 붙여 쓰면 어떤 행동을 시험 삼아 하거나, 어떤 일을 경험한다는 뜻을 나타냅니다. 또는 앞말이 뜻하는 행동을 할 의도가 있음을 나타내기도 합니다. “떠나 버릴까 보다”가 그런 예입니다. 이 밖에도 많은 뜻을 가지고 있는데, 그 말을 하는 사람의 의도가 들어가 능동적인 뜻을 강조하는 경우가 많습니다. “한 번 해 보자”라고 의지를 다집할 때도 ‘보다’라는 말이 들어갑니다. 본다는 건 눈의 시신경을 통해 외부의 시각 자극을 뇌에서 지각하는 감각 반응을 나타내는 말인데, 왜 이렇게 말하는 사람의 의도가 강조되는 걸까요? 좀 더 자세히 들여다보면 ‘보다’는 행위 자체도 생각보다 능동적입니다. 시각은 오감 중에서 우리가 마음먹은 대로 차단해 버릴 수 있는 유일한 감각입니다. 눈에는 감각을 차단할 수 있는 눈꺼풀이 달려 있어서 보기 싫으면 눈을 질끈 감아 버리면 되니까요.

‘보다’라는 동사에서 행하는 주체를 바꾸면 ‘보이다’가 됩니다. ‘보다’가 시각 정

보를 접수하는 입장인 반면, ‘보이다’의 주체는 시각 정보를 만들어내는 사람입니다. 상대방에게 무언가를 드러내는 거죠. 그런데 여기에 내가 가진 것을 상대방에게 건넨다는 뜻의 ‘주다’를 더한 ‘보여주다’는 행위자의 의도를 더 강하게 드러냅니다. 그렇다면 보여주는 사람은 상대방에게 무엇을 건네려는 것인지 궁금해집니다.

백 년 전쯤, 파노프스키(Erwin Panofsky)라는 미술사학자는 당시 미술 연구에서 가장 주목할 만한 최신이론으로 ‘예술의지’라는 개념을 들었습니다. ‘예술의지’라는 건 알로이스 리글(Alois Riegl)이라는 학자가 내세운 이론인데요, 인간이 가지고 있는 기본적인 욕구 중에 하나로 자신의 주변에서 아름다운 형상이나 색을 ‘보려는 의지’를 뜻했습니다. 그런데 누군가 아름다운 것을 ‘보’는 데 그치지 않고 ‘보여주려는 의지’를 가진다면 어떻게 될까요? 아름다움을 나누려는 마음으로 탄생한 것이 바로 예술입니다. 예술에는 특별한 재능보다 이 ‘보여주려는 마음’이 더 중요한 건 아닐까요?

리글이 활동하던 무렵 앙리 루소(Henri Rousseau)라는 프랑스의 화가가 있었습니다. 당시에는 예술이란 아름다운 것이며, 아름답다는 것은 ‘고귀한 단순함과 조용한 위대함’이라고 믿었습니다. 그저 좋은 말만 늘어놓은 것 같지만, 당시에는 이게 반드시 따라야 하는 규칙이었습니다. 화가는 이 아름다움을 구현하는 기술을 열심히 배워서 그대로 그려내야 했죠. 하지만 말단 공무원이었



잠자는 집시 | 앙리 루소, 1897

던 앙리 루소는 전문적인 미술 교육을 받은 적이 없었기에 이 아름다움을 구현하는 규칙과는 전혀 다른 그림을 그렸습니다. 화려한 원색을 사용해 강렬한 그림을 그린 루소를 당시 미술계는 모두 비웃었습니다. 루소 그림에서 볼 수 있는 현란한 색들의 향연은 그 당시 기준으로는 아름답다고 여겨지지 않았으니까요. 그럼에도 불구하고 루소는 지치지 않고 계속해서 그림을 그렸습니다. 루소가 끊임없이 창작을 하게 만든 건 자신의 머리 속에 떠오른 이미지를 ‘보여주려는 마음’이었습니다. 루소의 보여주려는 마음 덕에 우리는 화려한 색으로 가득 찬 화폭의 아름다움을 알게 되었습니다.

그러고도 백 년이 지난 지금, 현대미술은 어렵습니다. 우리가 알고 있는 ‘아름답다’라는 말의 일반적인 뜻을 생각하자면 현대미술이 아름답기만 한 것 같지는 않습니다. 아름다운 게 관건이 아니라면, 대체 뭘 보여주고 싶은 걸까요? 예술가라는 사람들은 그들만 사용하고 알아듣는 말이 있는 것 같습니다. 우리가 외국어를 배우는 게 어려운 것처럼, 익숙하지 않은 현대미술 문법을 가진 작품을 한눈에 아름답다고 느끼기는 어렵습니다. 현대미술은 자연을 있는 그대로 베껴 낸 기술을 뽐내는 것이 아니라, 예술가의 생각과 사상, 감성을 보여주기 때문입니다. 하지만 예술가는 자기 혼자 즐기고 그 작품을 만들지는 않습니다. 예술의 언어는 눈으로 봐야 합니다. 어쩌면 그 예술이 때로는 보기에 아름답지 않을지도 모릅니다. 하지만 그 속에 숨겨진 작가의 보여주려는 마음은 아

름답습니다. 그 보여주려는 아름다운 마음을 읽어내는 것이 바로 낯선 현대미술을 감상하는 방법일 겁니다.

루소가 화려한 색채로 그림을 그린 건 그 당시 미술계의 문법과는 달랐습니다. 하지만 루소의 보여주려는 마음은 어떠한 문법도 시대로 뛰어넘어 아름다웠습니다. 보여주려는 마음은 예술로만 드러나는 건 아닙니다. 아름다운 색색의 페인트로 무엇을 보여주고 싶으신가요? 세상을 색으로 가득 채워 보여주고자 하는 당신의 마음만으로도 아름답습니다.

문희채

예술학과 미학을 공부했고, 대안공간 루프 큐레이터, 대림미술관 에듀케이터, ㈜얼트씨 디자인플렉스팀장을 거쳐, 한국국제교류재단 문화센터 전시담당으로 근무하며 실험적 현대미술에서 디자인과 공예에 이르는 폭넓은 주제 아래에서 많은 프로젝트를 진행했다. 최근에는 시각 예술을 기반으로 한 다양한 문화현상에 관심을 가지고 있다.

보여주며 풍성해지는 문화

보여주고 드러내지 않으면 세상은 변할 수 없습니다. 누군가의 그림이, 소설이, 연극이, 발명품이 사람들에게 보여지고, 감상과 비평, 사용의 대상이 됨으로써 모든 것의 역사는 변화하고 나아가지요. 보여주고 보는 인간의 욕구와 감각은 문화를 촉발하는 오감 중 첫번째로 꼽힐 수 있을 것입니다. 이러한 '보여줌'의 힘과 역사 중 우리의 시선을 끄는 것을 소개합니다.

보고, 공감하다

『감성지능』이란 책을 쓴 대니얼 골먼은 사람이 서로를 쳐다볼 때 거울 뉴런을 통해 육체적, 물리적, 공간적 한계를 넘어서 연결된다고 말한 바 있습니다. 거울 뉴런은 1990년대 초 이탈리아의 파르마 대학의 지아코모 리촐라티(Giacomo Rizzolatti)와 그의 리서치 팀이 원숭이의 뇌에서 새로운 종류의 뉴런을 발견함으로써 명명되었습니다. 그들은 원숭이가 과일 을 손으로 잡는 등의 행동을 할 때 뉴런이 어떻게 활동하는지를 연구 중이었는데, 놀랍게도 그러한 행동을 보고만 있던 다른 원숭이의 뉴런도 똑같이 반응하는 것을 발견했습니다. 즉, 보기만 하고 있는데도 자신이 그 행동을 하는 것처럼 뇌가 반응한다는 것이죠. 마치 거울을 보는 듯 쳐다보는 것과 행동하는 것이 신경계에 똑같이 작용한다 하여 붙여진 이름이 미러 뉴런, 거울 뉴런입니다.

이것은 뇌과학자와 심리학자들에게 엄청난 발견이었습니다. 이는 지구상에서 인간이 어떻게 가장 지적인 존재가 될 수 있었는가에 대해 본질적인 해답을 줄 수 있었기 때문입니다. 원숭이들의 거울 뉴런은 주로 운동을 담당하는 뇌에서만 발견되었지만, 인간의 거울 뉴런은 뇌의 여러 곳에 분포하여 다양하게 활동합니다. 이는 인간이 수많은 종류의 정보를 모방할 수 있는 이유이자 다른 사람의 행동이나 감정을 이해할 수 있는 수단으로서 타인의 의도를 파악하고 공감하는 사회적 존재를 완성해 줍니다. 누군가가 고통받는 것을 보면, 내 몸도 그 고통을 직접 아는 인간의 미덕 말입니다. 파르마 대학의 리서치 팀은 이 결과를 발표하면서 보통 우리가 말하는 “나는 너의 아픔을 알아”라는 말이 얼마나 정확한 표현인지 놀라워했다고 합니다.^{1,2}

1. 정은혜, 『행복해지기를 두려워 말아요』, 도서출판 산티, 2015, p50.

2. 김경일, 네이버 캐스트 - 생활 속의 심리학, 머리 속에 거울이 있다?, 2011.



쇼, 끝은 없는 거야

'보여주다'란 뜻의 영어, Show는 우리에게겐 구경거리 중 하나인 '쇼'로 먼저 인식됩니다. 특정한 무대를 꾸미고 이런저런 눈요깃거리를 통해 관객을 즐겁게 하는 무대예술을 '쇼'라고 하는데요, 이는 20세기 초 유럽에서 생겨난 '레뷰(Revue)'가 전신이라 합니다. 무용과 노래를 곁들인 레뷰는 일반 관객에게 큰 인기를 얻었고 참신하고 획기적인 오락물로 인정을 받았지요. 그리고 미국으로 건너가 코미디와 개그가 가미된 대중 오락물, 쇼로 발전했으며 TV가 보급되면서 방송국을 통해 전 세계로 파급되었습니다.³ 그리고 쇼 안에서도 소재가 다양해져서 지금 우리는 '예능'이란 이름 아래 각종 리얼리티 쇼를 보고 있지요. 도시가 형성되고 인구가 모여들어 고정된 무대를 꾸밀 수 있었던 레뷰 이전에도, 동서양에는 이미 '쇼'가 있었습니다. 떠돌아다니며 가무를 제공하고 흥을 돋우는 우리나라의 마당패나, 서양 영화에서 곧잘 보이는 왕 옆의 광대, 무희, 그리고 더 오래전 로마시대로 거슬러 올라가면 원형경기장의 검투와 올림픽도 모두 쇼의 일종이었죠. 관객을 흥에 취하게 하는 쇼는 정치적 목적으로도 자주 사용되었고, 지금은 경제적으로도 매우 중요한 위치를 차지하고 있습니다. 앞으로도 쇼는 끝나지 않겠지요?

3. 김광요, 박진권, 황성근, 류용상, 김종대, 『드라마사전』, 2010. 문예림

소리를 보여주는 손짓, 수화

작년, 코미디 TV의 프로그램 〈맛있는 녀석들〉에서 강효경 수화통역사의 생생한 수화 통역이 화제가 되었습니다. 강효경 통역사는 정말 먹는 듯한 표정 연기와 손짓, 몸짓으로 열정적인 직업정신을 보여주었죠. 이처럼 소리를 보여주는 수화는 대화의 한 종류입니다. 대화에는 두 종류가 있는데 듣고, 들려주는 구화와 보고, 보여주는 수화이지요. 손과 몸짓, 표정으로 자신의 의사를 전달하는 수화는 청각장애인의 필요에 의해 자연히 발생했습니다. 그렇기에 말처럼 나라마다 다르고, 사투리도 있지요. 수화는 손짓으로 나타나는 수화와, 문자언어를 형상화하는 지문자로 나누어집니다. 우리나라의 지문자는 국립서울맹아학교 초대교장을 지낸 윤백원 씨가 창안하였습니다. 윤백원 씨는 청각장애인이 한국어의 자음과 모음을 무리없이 표현할 수 있도록 청각장애인 학생과 함께 생활하면서 1년 동안 연구한 끝에 1946년 9월 1일에 한글 지문자를 완성, 보급하였지요. 그리고 2016년에는 한국수화언어법이 제정, 시행되어 한국수화언어가 국어와 동등한 자격을 가진 농인의 고유한 언어임이 법적으로 공표되었습니다. 이에 따라 국립국어원에서도 한국수어사전 사이트(<http://sldict.korean.go.kr>)를 마련, 수어에 대한 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 정비했습니다.



역사를 보여주는 공간, 박물관

역사적 유물이나 예술품 등을 수집하고 진열하여 사람들에게 보여주는 박물관과 미술관은 언제부터 생겼을까요? 영문 명칭 MU-SEUM의 유래에서 살펴보면 이는 고대 이집트에서부터 시작됩니다. 신에게 헌납된 조형물과 보물들을 보관하던 장소를 무세이온 MUSEION이라 하여 여기서 학문도 연구했다고 합니다. 이후 로마 시대에서 르네상스 시대까지, 귀족들은 가정 박물관을 만들어 보물과 가문의 기념품을 전시하였고, 교회와 수도원은 종교 박물관을 만들기도 했습니다만 자유로이 보여주기 위한 시설은 아니었지요. 근대로 넘어오고 신항로와 신대륙의 개척, 산업혁명으로 새로운 문물의 유입과 발명이 폭발적으로 늘자 근대 박물관이 부흥하기 시작합니다. 미술은 물론 역사와 자연사, 그리고 과학 분야에 이르기까지 다양한 박물관이 발달하였고 자본적인 목적의 박람회도 개최되었죠. 수정궁으로 유명한 1851년의 런던만국박람회는 대영제국의 위상을 과시하는 거대한 전시였습니다. 우리나라에서는 어땠을까요? 고려와 조선 시대에 보물을 보관하는 창고는 있었지만 현재까지 남아 있는 건 없습니다. 박물관이라는 정식명칭은 1908년 9월, 창경궁 안의 이왕가박물관(李王家博物館)에서 처음으로 발견됩니다. 이곳은 삼국시대 공예품과 고려자기, 조선시대 회화와 도자기, 각종 자료 등을 수집하고 전시하였지요. 현재 국립중앙박물관은 1945년에 개관하였고 몇 번의 자리 이전 끝에 (구)조선총독부 중앙청에 자리잡았다가 역사적 이유로 건물이 철거되면서 현재의 새 건물을 지어 옮겼습니다. 박물관의 여러 전시품은 역사의 흐름을 일깨우고 여러 미적 가치들을 보여줍니다. 마찬가지로 박물관의 역사 또한 각 시대의 가치가 어디에 위치했는지를 보여주는 듯합니다.



칠하여 보여주다, 페인팅

무엇인가를 보여주기 위한 인간은 그리고 칠하기 시작했습니다. 조각하거나 색을 칠한 인간의 흔적은 약 3만 5천 년 전의 유물에서 찾을 수 있습니다. 그들은 타고 남은 숯으로 동굴 벽에 사냥감과 일상생활을 그렸죠. 그림의 보존성을 높이기 위해 식물의 진액이며 동물의 기름을 섞고, 넓은 면적에 빨리 칠하기 위해 물을 섞어 지푸라기로 번지게도 했을 것입니다. 이것이 나아가 페인트와 붓이 되었고, 예술작품 및 건축물을 보호하며 아름답게 꾸미는 장식으로 발전하였습니다. 자연에서 얻은 안료와 수지만을 사용할 수 있었던 시대에는 건축물을 페인팅으로 보호하거나 꾸미고, 예술작품을 거는 것이 특별한 계층에서만 가능한 일이었습니다. 평범한 농가나 하층민은 가구도 다양하게 갖추지 못했지요. 그러나 서양의 산업혁명으로 합성수지와 안료가 개발되고, 저렴한 가격에 페인트를 생산할 수 있게 되면서 다양한 분야에서 보다 쉽게 페인팅을 할 수 있게 되었습니다. 건축물과 가구의 종류와 디자인도 함께 발전하며 시대에 따른 유행을 만들어 냈지요. 그리고 지금은 고객이 원하는 컬러를 완벽하게 만들어 내며 개성을 표현하는 수단으로도 가능해졌습니다. 페인트로 나만의 색을 찾아 나를 보여주는 것은 어떨까요?





당신의 컬러를 보여드립니다

(주)노루페인트 신유통사업실

김기성, 박유정 컬러 매니저

뭔가를 보여주게 되는 것은 유형으로 존재한다는 것의 필연적 결과입니다. 얼굴을 보이고, 옷차림을 보이고, 태도를 보이게 되지요. 그중 집은 개인의 가장 내밀한 장소로, 타인에게는 차단된 공간이기에 거주자의 취향과 라이프스타일, 개성이 자유로이 드러나는 곳입니다. 그곳에 컬러를 입힌다는 것은 이러한 특성을 구체화시키는 작업이죠. 고객의 일상을 컬러로 보여주는 이들이 바로 (주)노루페인트의 컬러 매니저(CM)입니다.

다름을 보여주는 컬러

지난 2014년, (주)노루페인트는 업계 최초로 칼라메이트 디자인하우스라는 주거 페인트 시공 상품을 선보였습니다. 고객이 원하는 공간과 컬러를 전문적인 컬러 컨설팅과 페인트 시공 노하우로 상담부터 견적, 시공까지 원스톱으로 제공하는 상품이지요. 상담에서 시공에 이르는 각 단계 모두 중요하지만, 고객들은 그중에서 ‘컬러 선택’을 가장 어려운 일로 꼽습니다. 자신이 좋아하는 색은 분명 있지만 그것에 공간에 적용되었을 때 어떻게 보일지에 우려가 들기 때문이죠. 이때 컬러 매니저는 공간이 가장 적절한 모습으로 드러나고, 제 역할을 할 수 있도록 고객의 선택을 돕습니다. “컬러는 고객의 취향을 가장 직관적으로, 또 간단하게 보여주는 시각 정보입니다. 단적으로 사람들은 ‘난 무슨무슨 모양이 좋더라’라는 말보다 ‘난 어떤 색이 좋더라’는 말을 더

많이 하는 편이죠. 그만큼 컬러는 자주 주장되고, 드러나는 취향이기에 인테리어에 꼭 필요합니다.” 칼라메이트 디자인하우스 런칭부터 지금까지 컬러 매니저로서 300건 이상을 상담해 온 컬러 매니저 김기성 씨는 이렇게 말합니다. “300명 이상의 고객들은 모두 다 다른 컬러를 고르셨어요. 그만큼 개성을 보여줄 넓은 폭을 가진 것이 컬러의 힘이지요.”

취향과 상상 사이

고객이 컬러를 고르면 컬러 매니저는 그에 따른 페인팅 결과를 예측하여 최상의 결과가 나오도록 조율합니다. 박유정 컬러 매니저는 기존의 가구와 생활용품들이 놓이는 주거 공간은 거주자의 일상이 보여지는 공간이라 이를 고려하여 컬러를 결정해야 한다고 합니다. “고객이 고른 컬러와 공간의 매칭이 어렵다면 같은 컬러 안에서 다른 톤으로 조절하



여 권하지요. 한 번 페인팅하면 오래 두고 보게 되는 공간 이니까요”라며 고객의 취향과 고객이 보여주고자 하는 상 상 사이의 간극을 좁히는 것이 컬러 매니저의 일이라고 설 명합니다.

“사실 작은 컬러 칩으로 보고 큰 벽에 칠해졌을 때를 상상하 는 게 쉽지는 않습니다. 그래서 여러 시공 사례 사진을 보여 드리기도 하고 시뮬레이션 프로그램으로 구현해 드리기도 하죠.” 박유정 씨는 컬러 칩도 어두운 곳, 밝은 곳에서 보여 주는 등 위치에 따라 달라지는 컬러를 고객에게 경험시킵니 다. 하지만 우선순위는 고객의 ‘이야기’입니다.

“가장 중요한 것은 고객의 이야기를 잘 듣는 것입니다. 고객 이 원하는 걸 파악하고, 고객이 좋아하는 컬러를 유지하면서 공간에 어울리는 색으로 보여드리는 것이 저희가 지녀야 할 자세이고 능력이지요.” 김기성 씨의 말에 박유정 씨가 거듭니 다. “그리고 전체적으로 살피는 눈이 있어야겠습니다. 컬러

도 공부해야 하지만 공간을 아우르는 능력이 꼭 필요해요.”

색으로 보여지는 공간

그들에게 올해 인테리어에서 자주 보여질 것으로 생각하는 컬러는 무엇일까 물어보았습니다. “이제까지는 파스텔 톤 이 많이 쓰였는데요, 이제는 톤다운된 원색이나 그레이 등 무게감이 있는 색이 유행할 것 같습니다. 좀더 편안한 색이 요.” 그렇다면 그들이 ‘보여주고 싶은’ 색은 무엇일까요. 이 제까지 수 백 명의 컬러를 가이드해 온 박유정 씨와 김기성 씨는 ‘화이트’와 ‘과감함’을 각각 꼽았습니다. “순백의 공간 에 가구나 소품이 가진 색으로만 포인트를 주고 싶어요.” “그동안 실패를 줄여드리는 제안을 드렸다면 이젠 과감하면 서도 만족할 수 있는 색을 찾고 싶습니다”라는 그들. 그들 이 있어 우리는 색을 통해 우리 자신을 편안하게 보여줄 수 있을 것입니다.



CULTURE GALLERY

드디어, 봄입니다.
구석구석 묵은 것을 털어내고
새로운 시간에 자리를 내어 주세요.
자연의 변화를 느낄 수 있는
맑은 날엔 놓치지 말고
소풍을 떠나 보세요.

휴면계좌조치로 잠자는 내 돈 깨우기

오래된 책 속에 꽃아 두었던 비상금을 발견하는 것처럼, 있는지도 몰랐던 '휴면금융재산 찾기'에 동참하는 사람이 늘고 있다. 사용하지 않음에도 불필요하게 계좌가 살아있는 경우 돈을 낭비하거나 범죄에 휘말리는 등 난처한 상황이 발생할 수 있다. 2017년 새로운 계절을 시작하며 잠자는 휴면금융재산을 찾아 정리하는 것은 어떨까?

글 · 이경숙



잊거나 몰랐던 금융계좌의 숨은 돈 찾기

휴면금융재산은 은행, 우체국, 보험사 등에서 만든 계좌 중 일정 기간 동안 거래가 없는 계좌에 남은 잔고를 의미한다. 보험사 및 우체국 보험금의 경우 2년, 은행 예금은 5년, 우체국 예금은 10년을 기준으로 거래가 없을 시 자동으로 휴면계좌로 전환된다. 특히 1년 이상 1만 원 미만의 예금이 거래되지 않는 계좌도 거래중지계좌로 분류되어 휴면예금계좌가 되는데 현재 국민 1인당 1.1개의 휴면계좌가 있을 정도다. 이외에도 6개월간 거래가 없는 10만 원 이하의 증권계좌, 예금자보호법에 의해 보호된 파산한 금융기관의 고객 미수령금, 주주명부 상 주주가 주식배당이나 유무상증자 등으로 추가 발생한 주식에 대해 수령 통지를 받지 못해 한국예탁결제원이 보관하는 주식, 사망한 부모 등의 가족이 가입한 금융상품 등도 휴면금융재산으로 포함된다. 금융감독원에 따르면 지난해 말 기준으로 은행 및 보험회사, 증권회사 등에 잠자고 있는 계좌는 무려 5,500만 건으로, 여기에 있는 휴면금융재산은 약 1조 4,000억 원 수준이라고 밝혔다. 금융권별로는 휴면보험금이 7,878억 원으로 가장 많고 휴면성 신탁 2,290억 원, 휴면예금 1,893억원, 휴

면성 증권 1,129억 원, 미수령 주식 539억 원에 달하는 것으로 알려졌다. 잠자고 있는 금융재산을 찾고 싶다면 먼저 휴면계좌를 조회하는 것부터 시작한다. 직접 금융기관을 방문해도 되지만 온라인에서는 공인인증서로 본인인증을 거치면 쉽게 휴면계좌를 찾을 수 있다. 가장 대표적인 것은 금융감독원이 제공하는 금융소비자정보 포털 '파인(fine.fss.or.kr)'으로, 여러 금융기관의 거래내역 및 각종 금융정보를 원스톱으로 조회 가능하다. 장기간 찾아가지 않은 예금 및 보험을 비롯해 장기미거래 신탁, 저축은행 휴면예금, 휴면성 증권계좌, 미수령 주식 등을 조회할 수 있고 금융회사에 남아있는 사망자(금치산자, 실종자 등 포함)의 금융재산 및 채무정보, 파산한 금융회사의 예금보험금 및 미수령금도 확인할 수 있다. 이외에도 전국은행연합회가 제공하는 휴면계좌통합조회(www.sleep-money.or.kr), 금융투자협회(www.kofia.or.kr)의 투자지원센터 휴면성증권계좌 조회, 한국예탁결제원(www.ksd.or.kr)의 e서비스 주식찾기 등에서도 쉽게 휴면계좌를 조회할 수 있다.

잔고 이전과 계좌 해지도 간편하게 신청 가능

그동안 많은 사람들이 휴면금융재산이 있다는 것을 알면서도 소액이거나 환급 절차가 번거로워 내버려 두는 일이 빈번했다. 휴면계좌를 조회했다라도 해당 은행, 보험사, 증권사 등을 방문하거나 고객센터에 직접 연락해서 지급 받아야 했기 때문이다. 하지만 금융결제원이 제공하는 계좌통합관리 서비스 '어카운트인포(www.accountinfo.or.kr)'를 이용하면 16개 시중은행권의 휴면금융재산을 편리하게 이전할 수 있다. 어카운트인포는 은행에서 개설한 본인 명의의 계좌 정보를 일괄 조회하고, 1년 이상 입출금거래가 없고 잔고가 30만 원 이하인 소액 비활동성 계좌를 해지하거나 잔고를 옮길 수 있는 서비스다. 잔고가 남아있는 경우에는 본인 명의의 수시입출금식 은행계좌로 이체하거나 서민금융진흥원에 기부도 가능하다. 또한 예금보험공사의 미수령금통합신청 시스템(dinf.kdic.or.kr)에 접속하면 금융기관의 부실 또는 파산으로 인해 지급받지 못했던 고객 미수령금을 통합조회하고 환급신청을 할 수 있다. 예금자보호법에 의해 보호되는 금융

상품의 예금보험금을 비롯해 파산배당금(파산금융기관이 보유자산을 처분해 채권순위 및 채권액 비율대로 배당하는 금액), 개산지급금 정산금(파산배당금이 예금보험공사가 미리 지급한 금액보다 많은 경우 그 초과 금액을 예금자에게 추가로 지급하는 금액) 등이 해당된다. 이외에도 보험사는 해당사 홈페이지에서 휴면보험금을 청구하고, 증권사의 경우 홈트레이딩시스템(HTS)·모바일트레이딩시스템(MTS)을 통해 환급 받으려 된다. 단, 휴면계좌 조회 후 불필요한 금융계좌를 정리할 경우에는 신중을 기해야 한다. 2015년부터 은행들이 자유입출금식 계좌 개설 요건을 강화해 계좌 개설 및 통장 재발행 절차가 까다로워졌기 때문이다. 금융거래목적 확인서 없이는 새 통장을 만들기 어렵고, 범죄에 악용될 수 있어 6개월 이상 거래가 없던 계좌의 통장 재발행도 쉽지 않으니 본인의 금융계좌 보유 여부를 꼼꼼히 따져보고 진행하는 것이 좋다.

소풍길엔 도시락

봄은 소풍을 부르는 계절이다. 색색의 화사한 꽃과 연두색 베일을 두른 나무가 전하는 아름다움은 물론이고, 얼었던 땅에서 파릇파릇하게 올라오는 작은 새싹들의 강인함은 계절을 넘어 자연에 대한 경이를 느끼게 한다. 이러한 자연 속에서 먹는 도시락은 작은 만찬이 된다. 소풍길에 호일로 싼 김밥 한 줄 사는 것도 간단하고 더할나위 없이 편하겠지만 정성껏 싼 도시락에는 자연과 어울리는 정취가 있다. 봄에 어울리는 도시락으로 소풍을 완성해 보자.



든든하게 한 그릇

케일 불고기볶음밥

〈더 가벼운 도시락〉

불고기에 케일을 더해 든든한 포만감과 균형 잡힌 영양을 제공하는 케일 불고기볶음밥. 식이섬유가 풍부한 케일은 쇠고기의 콜레스테롤 배출을 도와준다. 도시락이라고 꼭 단출할 필요는 없다. 든든하게 먹고, 많이 걷자.

재료 현미밥 1공기, 다진 쇠고기(혹은 불고기용, 사브사브용 70g), 쌈 케일 5장 (또는 깻잎 12장), 식용유 1t
양념 다진양파 1T, 다진마늘 1t, 다진파 1t, 양조간장 1t, 청주 1t, 올리고당 1/2t, 참기름 1/2t, 소금과 후추 약간씩

01. 다진 쇠고기는 키친타올로 감싸 핏물을 제거하고 양념의 1/2만 넣어 10분 이상 재운다.
02. 쌈 케일은 흐르는 물에 씻은 후 체에 밭쳐 물기를 뺀다.
03. 쌈 케일의 단단한 줄기를 제거하고 길이로 2등분한 뒤 가늘게 채썬다.
04. 달군 팬에 식용유를 두르고 01의 쇠고기를 넣어 중간불에서 1분 30초간 볶는다.
05. 현미밥과 남은 양념을 넣고 중간불에서 1분간 볶은 후 불을 끄고 쌈 케일을 넣어 섞는다.

간단하고 맛있는

참치 아보카도 덮밥

〈덮밥 한 그릇〉

마요네즈는 참치와도, 아보카도와도 잘 어울린다. 그렇다면 셋의 조화는 어떨까? 맛있는 세 가지가 모여 더 맛있어진 참치 아보카도 덮밥. 도시락으로도, 일상 속의 간단한 식사로도 손색 없는 한 끼다.

재료 작은 참치 캔 1, 아보카도 1개, 양파 1/4개, 따뜻한 밥 2그릇, 가츠오부시 1봉지
양념 마요네즈 2T, 간장 1T, 검은 후추 약간

01. 아보카도는 씨와 껍질을 제거하고 2cm 크기로 깍둑썰기한다. 양파는 잘게 썰어 물에 헹군 뒤 물기를 뺀다.
02. 볼에 01과 참치(국물째), 양념을 넣고 버무린다.
03. 덮밥 그릇에 밥을 담고 02를 얹은 뒤, 가츠오부시를 위에 올린다.
 * 도시락으로 이용할 때는 가츠오부시를 먹기 직전에 올린다. 밥과 02도 따로 싸서 즉석에서 올려 먹는 것도 좋다.



가볍게, 상큼하게

냉우동샐러드

〈하루 한 끼 도시락〉

도시락 속에 우동이라니, 통통 붙어 있지 않을까? 하는 편견은 버리자. 차갑게 준비한 우동은 탱글한 식감이 살아있다. 여기에 아삭한 양상추와 파프리카 방울토마토, 고소한 새우가 어우러지면 봄의 느낌처럼 싱그러운 냉우동샐러드가 완성된다. 준비가 간단해서 더욱 특별한 도시락이다.

재료 우동면 2인분, 칵테일 새우 10~15마리, 방울토마토 6~8개, 양상추 4~6장, 붉은 파프리카 1/2개, 소금과 후추 약간, 오일
드레싱 다진마늘 1T, 굴소스 1T, 간장 2T, 올리고당 1T, 고추냉이 2T, 식초 2T, 레몬즙 2T, 설탕 2T, 참기름 1.5T, 오일 2T

01. 방울토마토와 양상추, 파프리카는 한입 크기로 썬다.
02. 칵테일 새우를 소금과 후추로 밑간하여 오일을 두른 후라이팬에 약불로 볶아준다.
03. 우동면은 삶아서 차가운 물에 행군다.
04. 03을 용기에 담고 드레싱 1/3을 얹어 버무린 후, 01, 02를 넣고 나머지 드레싱을 얹어준다. * 먹기 직전에 드레싱을 얹어 먹으면 더 아삭하게 샐러드를 즐길 수 있다.

간식도 되고, 끼니도 되는

구운버섯과 떡샐러드

〈더 가벼운 도시락〉

쫄깃한 떡을 넣어 만든 색다른 샐러드. 구운 떡에 새송이버섯, 채 썬 깻잎에 오리엔탈 드레싱을 곁들여 독특한 도시락이 되었다. 떡이 딱딱하지 않도록 사용한 참기름이 풍미를 더한다.

재료 현미가래떡 50g(또는 쌀 떡국 떡 1/2컵), 새송이버섯 1개(또는 표고버섯 3개), 시금치 1/2줌(또는 케일 25g), 깻잎 5장, 식용유 1/2t, 참기름 1/2t
드레싱 다진양파 1T, 통깨 1/2t, 식초 2t, 양조간장 1t, 참기름 1t, 식용유 1t

01. 시금치는 밑동을 제거한 후 흐르는 물에 씻어 체에 밭쳐 물기를 빼고 1cm 폭으로 썬다. 깻잎은 돌돌 말아 가늘게 채썬다.
02. 현미가래떡은 모양대로 0.5cm 두께로 썬다. 새송이버섯은 밑동을 제거하고 2등분한 후 다시 길이로 2등분해 모양대로 0.5cm 두께로 썬다. * 냉동된 떡은 찬물에 10분간 담가 해동한 후 사용한다.
03. 달군 팬에 식용유를 넣고 떡을 넣어 앞뒤로 1분씩 노릇하게 구워 참기름에 버무린다. * 참기름에 버무려 두면 떡이 달라붙지 않고 풍미를 살려준다.
04. 03의 팬에 새송이버섯을 넣어 센불에서 1분간 볶는다. 드레싱을 제외한 모든 재료를 도시락 용기에 담고 떡을 때 드레싱을 넣어 버무려 먹는다.





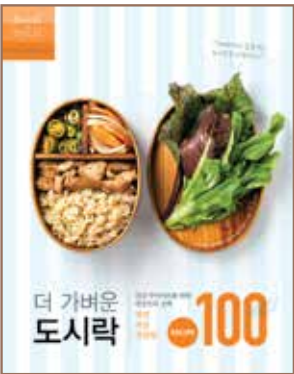
새로운 장소에선
색다른,
도시락으로.



〈하루 한 끼 도시락〉

김지혜 지음 / 영진닷컴

어린 시절 엄마의 도시락을 그리워하며, 나도 누군가에게 이런 맛을 줄 수 있을까 생각하며 레시피를 채웠다는 저자, 혹시 매일 도시락을 싸야 한다면 이 책이 제격일 것이다. 『하루 한 끼 도시락』에는 소풍을 위한 도시락부터 매일 먹어야 하는 점심 도시락, 카페에서나 만날 것 같은 도시락까지 다양한 메뉴가 담겼다. 한 그릇 간단 도시락과 김밥 · 주먹밥 · 쌈밥, 도시락용 반찬, 피크닉 도시락, 샌드위치 도시락 등 구체적인 레시피들은 물론, 요리에 앞서 도시락 용기와 재료손질법과 보관법, 든든한 밑반찬 레시피까지 소개했다. 또한 책에 담긴 레시피들은 상황별로 분류하여 세트 메뉴로 구성할 수 있게 도왔다. 멋진 스타일링에 도시락이 절로 싸고 싶어지는 책이다.



〈더 가벼운 도시락〉

월간 〈더 라이트〉 지음 / ㈜레시피 팩토리

부제인 '건강 다이어트를 위한 직장인의 선택. 저염, 저당, 저열량 레시피 100'에서 알 수 있듯이 이 책은 직장인이 건강한 다이어트를 할 수 있도록 500kcal 이하의 도시락 레시피만 담은 책이다. 가볍고 건강한 식생활 잡지 월간 '더 라이트'의 과학적인 영양 분석과 실용적인 메뉴 개발 노하우를 담은 '더 라이트 건강 요리책 시리즈'의 3탄으로 나온 이 책은 도시락 레시피 90가지와 국, 절임 반찬, 샐러드, 스무디 등 10가지 곁들임 메뉴를 담아 다양하게 활용할 수 있도록 했다. 특히 일주일 도시락 재료를 한꺼번에 장보고 손질해 저녁에 준비할 것과 당일에 조리할 것을 제안한 '주5일 도시락 식단'은 매일 아침 10분 안에 도시락을 만들 수 있도록 독자를 돕는다.



〈덮밥 한 그릇〉

가사하라 마사히로 / 스타일 조선

도쿄의 인기 일식당 '산피료론'의 오너 셰프인 가사하라 마사히로가 간단하게 똑딱 만들어 푸짐하게 한 끼를 해결할 수 있는 덮밥 38가지를 소개한 이 책은 도시락을 싸 때도 유용할 것이다. 한 그릇으로 완성되고 때로는 손가락만으로도 식사가 가능하다는 점에서 덮밥은 도시락으로 매력적이다. 책에는 손님 상에 내어도 손색 없는 근사한 덮밥부터 냉장고에 있는 반찬으로 똑딱 해결할 수 있는 초간단 덮밥까지, 상황에 맞게 활용할 수 있는 덮밥과 더불어 덮밥에 어울리는 국물 요리, 곁들이는 간단한 반찬을 비롯해 맛있는 밥 짓기 팁 또한 소개되어 있다.

도시락을 싸다는 것은
집 밖으로 나간다는 것.
집에서 먹던 음식을 그대로
바깥에서 즐기는 것도 좋지만,
새로운 장소에서 새로운 맛을
느껴보는 건 어떨까?
도시락에 어울리는 메뉴를
모아 보기 좋고 먹기 좋게
세팅하는 방법까지 안내하는 책들로
올 봄의 도시락을 준비해 보자.
도시락을 싸다 보면
즐거운 소풍도
자꾸자꾸 늘어날 것이다.



N O R O O
P E O P L E

숫자 1로 시작하는 새해도 좋지만
따스한 햇살로 시작하는 새 봄은
더욱 두근대는 출발점이 됩니다.
나뭇가지에서 연두색 잎이 솟듯이,
붉고 노란 꽃망울이 터지듯이,
그렇게 또 한해를 시작해 봅니다.



시각적 언어, 컬러

〈2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW〉가 열린 2016년 12월 9일의 DDP 알림터 1관은 심연으로 이끄는 듯한 영상과 음악으로 관람객을 기다렸다. 부드러운 곡선으로 이루어져 공간의 무한성을 느끼게 하는 이곳은 2017년의 컬러를 가득 채우기 위해 준비되었다. 올해로 6회째를 맞는 행사는 색색의 페인트가 모이고 섞이고 흩어지는 인트로 영상으로 관람객의 눈을 열었고, 컬러의 가치를 이야기하며 시작되었다.

첫 번째 스피커로 단상에 오른 이는 일본의 대표적인 디자인 기업, DIC Color Design의 기획제작 본부장인 마치다 히데야스로, DIC Color Design이 매년 발표하는 〈2017-18 아시아 컬러 트렌드〉를 소개하며 아시아의 컬러 트렌드를 6가지 테마로 펼쳐 보였다.

이어 자신을 소개한 이는 폴란드의 비주얼 아티스트 파벨 놀버트. 2016 TED 강연을 통해 널리 알려진 바 있는 그는 이번 행사에서 올해의 컬러 발표에 버금가는 화제의 인물이었다. 그래픽 디자이너, 아티스트, 아트 디렉터, 일러스트레이터 등 여러 타이틀을 가지고 있는 그의 작품에서 늘 발견할 수 있는 것은 다채로운 컬러다. 파벨 놀버트는 “컬러는 하나의 언어다. 언어와 마찬가지로 여러 문화에서 컬러는 특정한 의미와 감정을 전달할 수 있다”라고 말하며 “컬러는 정말 중요하다”고 설파했다. 또한, 전통적 안료인 페인트를 사용하여 디지털 작업과는 다른 우연의 결과를 얻어낼 수 있었다며 페인트를 놀라운 영감의 재료로 소개했다.

컬러로 바라보는 새로운 시대

2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW

컬러는 공기처럼 늘 주변을 채우고 있기에 우리는 그 존재와 힘을 당연시하곤 한다. 그러나 컬러의 아름다움을 새삼 깨달으며 그 역할과 파워를 되새길 때가 있으니 바로 해마다 열리는 〈NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW〉에서다. 동대문디자인플라자에서 열린 〈2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW〉는 사회의 변화와 함께 컬러의 흐름을 살펴보고 2017 올해의 컬러를 내다본 시간이었다.

휴머니티와 그리너리

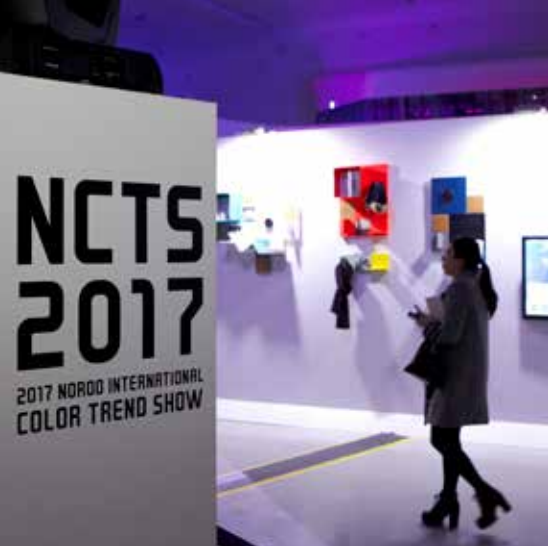
1시부터 6시까지 이어진 긴 행사였지만, 행사장의 몰입도는 결코 흐트러지지 않았다. 커피 브레이크 타임을 가진 후 3부 순서는 NPCI(NOROO-PANTONE Color Institute)의 <2017-18 Creative Trend & Color> 발표로 이어졌다. 2016년의 다양한 사회 이슈를 이미지와 영상으로 소개하며 현재 우리에게 가장 중요한 것은 ‘인간의 이야기’ 즉, 휴머니티임을 환기시킨 현정오 수석연구원에 이어 김승현 책임연구원은 그에 따른 트렌드를 예측하고 컬러의 방향을 제안하였다. 문화적 향취를 듬뿍 담은 레드와 시적 감성이 기술과 어우러지는 옐로우, 실험적이고 파격적인 컬러로 재해석될 수 있는 그린, 클래식의 웅장함을 드러낼 블루 등 NPCI가 제시한 색채들은 각 컬러의 새로운 면을 발견케 했다. 화면에 펼쳐진 최신 컬러 제안은 NPCI가 새로이 발행한 『COVER ALL』에서 다양한 소재 샘플과 함께 다시 만날 수 있다.

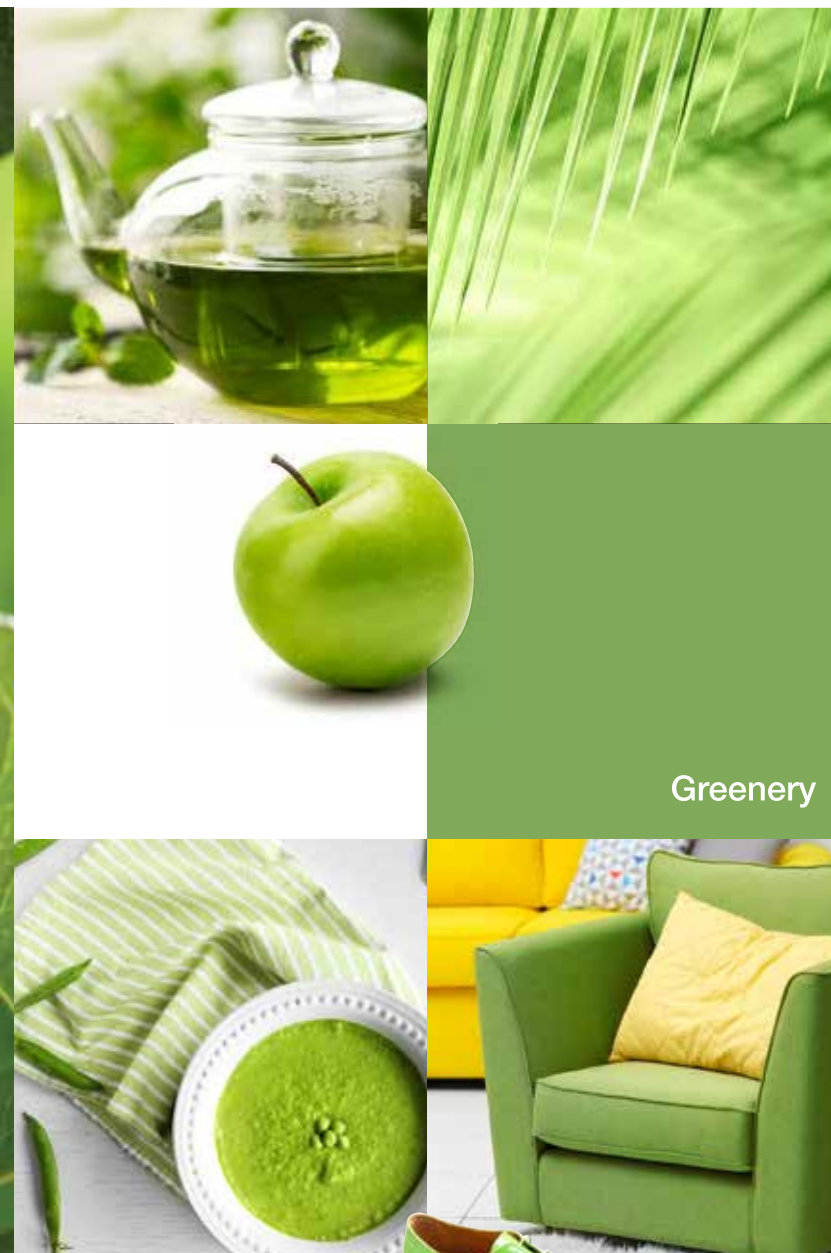


2017
NOROO INTERNATIONAL
COLOR TREND SHOW

마지막 순서로 ‘팬톤 올해의 컬러’를 발표하기 위해 팬톤색채연구소 리트리스 아이즈먼 수석 매니저가 등장하자, 눈치 빠른 관람객들은 그의 녹색 계열 의상에서 올해의 컬러를 예상할 수 있었다. 2016년의 동향과 눈에 띄는 컬러들을 소개하는 화면 속에서도 점점 그린 컬러의 비중이 높아졌다. 팬톤 사가 발표한 올해의 컬러는 바로 ‘그리너리(PANTONE 15-0343 TPX Greenery)’. 햇빛을 받는 신록의 이미지 위에서 그리너리는 힐링과 활력의 컬러로 빛나며 관람객들의 플래시 세례를 받았다.

지난해 발표된 세레니티와 로즈퀴즈가 2016년 곳곳에서 인기를 모음에 따라, 이번 <NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW>는 관람객의 집중도와 호응이 한층 높아졌음을 확인할 수 있었다. 파벨 놀버트가 강연에서 말했듯, 세상에는 더 많은 컬러가 필요하다. DIC Color Design과 파벨 놀버트, NPCI, 팬톤 사가 모여 펼쳐낸 컬러의 향연은 우리 주변에 어떤 컬러들이 있는지, 그리고 어떤 컬러들을 기대해야 하는지를 보여주었다. <2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW>에서 소개된 컬러들은 2017년을 또 한번 컬러풀하게 채울 것이다.





인간, 자연을 필요로 하다

거의 모든 색채는 자연으로부터 오지만, 우리 특히 그린을 자연의 상징색으로 본다. 우리는 숲과 초원, 새싹, 그리고 깊은 물 등 자연에서 그린 컬러를 풍부하게 찾을 수 있다. 그런 이유로 그린은 우리에게 치유의 색, 건강을 상징하는 색이 되기도 한다. 인공의 것에 둘러싸여 많은 스트레스를 받는 현대인에게 자연은 스트레스 제로의 휴식처를 의미하기 때문이다. 팬톤 색채연구소의 수석 매니저 리트리스 아이즈먼이 2017 올해의 컬러로 그리너리를 발표한 배경에도 그린과 자연의 보편적 상징성이 뒷받침된다. 리트리스 아이즈먼은 “불안한 사회 환경 속에서 사람들이 갈망하는 안도감을 제공하기 위해 그리너리가 선택되었다”고 말하며 “현대인은 긴장에서 벗어나길 바라며 회생되고, 치유되길 원한다. 그리너리는 우리에게 활력을 불어넣고 재충전 시키며 자연과 함께 더 나은 미래로 서로를 연결해 가는 것을 상징한다”고 설명했다. 또한, 노랑과 파랑이 섞여 만들어지는 그린의 기본적인 속성을 생각할 때, 그리너리는 옐로우 톤이 조금 더 가미된 컬러라는 점에서 좀더 희망을 내포하고 있다고 소개하였다. 옐로우는 많은 국가에서 희망과 소망 등의 뜻을 품고 있기 때문이다.

품어주고, 힘을 주는 컬러

그리너리는 휴식과 재충전의 이미지 외에도 자연의 중립성을 나타낸다. 2016년의 세레니티와 로즈쿼츠가 각각 남성과 여성의 균형 및 평등한 조화를 나타냈다면 2017년의 그리너리는 그에 한발 더 나아가 남성과 여성 등의 성별 구분 없이 중성적이기도, 무성적이기도 한 평온한 중립지대를 제시한다. 흔히 아기 옷에서 보여지는 여아용 핑크와 남아용 블루, 그리고 그 둘을 아우르는 그린의 조합에서 알 수 있듯이 그린은 좀더 포용적이며 변주될 수 있는 폭 또한 넓다. 리트리스 아이즈먼은 〈2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR SHOW〉에서 “올해의 컬러는 매우 상징적인 컬러로, 이러한 컬러를 통해 더 많은 대화와 더 많은 색채의 조합이 이루어지길 바란다”고 말하며 그리너리를 토대로 다양한 컬러를 발견하고, 조화시켜 나가길 권했다. 지난해 세레니티와 로즈쿼츠가 안정과 평온을 주었듯이, 올해는 그리너리가 우리에게 새로운 에너지를 불어넣어 줄 것으로 기대된다.

GREENERY로 싱그럽게 시작하는 2017

〈2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR SHOW〉에서 팬톤 사의 2017 올해의 컬러가 아시아 최초로 공개되었다. 2016년의 세레니티와 로즈쿼츠에 이어 선택된 컬러는 새로운 시작을 상징하는 그리너리(PANTONE 15-0343 TPX Greenery)로, 현대의 복잡한 생활과 사회 변화 속에서 활력과 생기, 자연의 아름다움을 깨닫게 하는 컬러다. 그린의 중립성에 옐로우의 희망이 가미된 그리너리는 2017년을 싱그럽게 꾸며줄 것이다.





반가운 우리, 공감의 자리에서 만나다

2017 노루페인트 VIP 특약점 세미나

찬바람이 아무리 거세어도 점점 더 기운이 더해가는 봄의 햇살을 막을 수는 없다. 남쪽에서 올라오는 봄기운이 제주도에 발을 디딜 무렵, 노루페인트의 반가운 얼굴들도 제주에 모였다. 일년에 한 번, 함께 모여 인사를 나누고 안부를 묻으며 힘찬 악수로 새로운 일년을 다짐하는 곳, 노루페인트 VIP 특약점 세미나가 올해도 아름다운 섬 제주에서 지난 2월 16일부터 17일까지 1박 2일 동안 열렸다.

악수와 반가움이 풍성한 날

이맘때쯤이면 제주의 롯데호텔 그랜드볼룸은 악수와 반가움의 인사로 풍성해진다. 전국 곳곳에서 제자리를 지키며 열심히 일한 노루페인트 특약점 점주들이 모처럼 시간을 내어 한 자리에 모이기 때문이다. 오랜만에 만나는 서로의 안부가 어찌나 궁금했는지, 정갈하게 준비한 자리는 시작 시간보다 조금 늦게 채워졌다. 그리고 ‘We Cover All’을 알리는 모래 애니메이션이 시선을 집중시키며 드디어 행사가 시작되었다.

이번 VIP 특약점 세미나에 가장 먼저 단상에 오른 이는 지난해 3월 취임한 김용기 부회장. 김용기 부회장은 세계적으로 어려운 경제 상황 속에서 짧은 시간만이라도 제주에서 바람을 쐬며 즐거운 시간으로 심기일전하는 계기가 되셨으면 한다는 인사말과 함께 노루페인트 임원들을 격의 없이 소개하며 행사의 분위기가 딱딱해지지 않도록 이끌었다. 이후 노루페인트 김수경 사장은 “악화되는 기업 환경 속에서 노루의 경쟁력은 특약점 사장님들의 끈끈한 파트너십 위에 자랄 수 있었다”고 말하며 앞으로도 노루페인트는 특약점과의 영원한 동반자로서 최선을 다할 것이라고 강조했다.



현장을 반영한 신제품을 선보이다

행사는 본격적인 세미나 순서로 들어가 신제품 발표와 마케팅 전략, 특별강연이 이어졌다. 기술연구소의 기동춘 상무는 “현재 도료산업에서는 경기의 불확실성, 건강과 안전, 환경, 자원효율화가 관건이기에 페인트는 가성비, 친환경성, DIY, 에너지 효율성을 증대하는 고기능성을 갖춰야 한다”고 말하며 건축용 도료에서 13종, 자보용에서 5종 등 신제품을 차례차례 발표했다. 이는 지금까지 VIP 특약점 세미나에서

발표한 제품 수로는 가장 많은 수였다. 특히 1회 도장만으로 2회 수준의 은폐력을 보여주는 큐피트 원터치는 인건비과 공사기간, 재료비도 줄여줘 22%의 잉여 이익을 창출한다고 설명, 노루의 기술력을 보여주었다. 이외에도 기포 발생을 없앤 속건성 락카 ‘하이락 플러스’, 환경친화적인 철재/목재용 도료 ‘팬톤 우드&메탈’, 욕실과 주방 타일에 칠하는 ‘팬톤 타일페인트’ 등 작업성과 내구성이 우수하고 친환경적인 제품들을 대거 선보였다. 자보용 도료에서도 ‘아연 퍼티’, ‘하이브리드 프라스페’ 등 현장의 목소리를 반영하여 한층 업그레이드된 제품들을 발표했다.

2017년, 드디어 시작이다

마케팅전략팀의 백승찬 본부장은 2016년의 다양한 활동에 이어 모든 공간과 소재에 누구나, 어떤 시간이나 바를 수 있는 ‘COVER ALL’이라는 마케팅 전략으로 2017년에 진행할 순&수 캠페인과 특약점 지원 프로그램을 발표했다. 올해 순&수를 대표 브랜드로 육성하기 위해 매출과 연계되는 프로모션을 일관되게 진행하되 페인팅 관련 사연을 공모하여 스토리텔링을 더한 동영상 제작, DIY 고객에게 순&수를 인지시키며 감성적인 접근도 시도할 계획이라는 내용이다. 또한 특약점에 시공 홍보 동영상 및 카탈로그를 충분히 제공하는 등

적극적인 판매 지원도 약속하였다.

행사는 TV 프로그램 <어쩌다 어른>에 출연하여 많은 이들의 공감을 얻었던 김창옥 교수의 강연으로 이어졌다. 김창옥 교수는 차분하고도 유려한 말솜씨에 중장년층을 공략하는 유머로 즐거운 무대를 만들었다. 행사가 끝나고 잠시 휴식시간을 갖는 동안 많은 점주들이 행사장 입구에 놓인 플랭카드에서 자신의 이름을 찾으며 즐거워했다. ‘공감’이란 주제에 전국의 특약점과 점주의 이름이 모이듯 적혀 있는 플랭카드는 이번 행사의 모습을 대표하는 것이었다. 마스한 햇살로 봄을 일찍 느낄 수 있었던 제주에서 노루페인트는 VIP 특약점 세미나를 통해 2017년으로의 본격적인 행보를 함께 시작했다.



임직원이 함께 만드는 젊고 역동적인 문화를 꿈꾸다

조직문화기구 노루이음 워크샵

지난해 5월 발족식을 가진 후 약 8개월을 달려온 '노루이음'이 새해를 맞이하여 더욱 의미 있는 활동을 계획하기 위해 워크샵을 떠났다. 눈이 펄펄 쏟아지는 1월의 어느 날, 노루이음 멤버들이 돌췌 셋췌 속췌 도착해 짐을 푼 곳은 강원도 평창의 작은 펜션. 눈길에 차가 막혀 예정보다 늦어진 시간에 서둘러 회의를 준비하는 그들의 얼굴에는 영하의 날씨에도 불구하고 따뜻한 웃음이 가득했다. 지나간 과정에 대한 반성, 새로운 한해를 위한 계획을 위해 둘러앉은 그들의 이야기를 들어보자.

흔들리면 누군가 붙잡아주는 시작

노루이음 1기에게 2016년은 그야말로 새로운 도전이었다. '젊은 소통을 통해 하나된 노루문화를 다시 만든다'라는 목표는 무척 높아 보여 여름, 가을을 지나 겨울에 이르러도 어렵게만 느껴졌다고. 하지만 "노루이음을 통해 좋은 사람들을 많이 만났고, 함께한다면 정말 새로운 문화를 만들어갈 수 있겠다는 생각이 들었어요"라고 (주)노루비케미칼 연구1팀의 정영희 대리는 말한다. "외부강사 세미나, 인사 캠페인, 기업용 SNS Yammer 알리기, 포스터 제작, 각종 회의 등에 참여하면서 직무와 연관된 전문분야 외에 다양한 경험을 할 수 있었습니다"라는 (주)노루오토코팅 도료생산기술팀 이재호 과장의 소감에는 지난 8개월여 노루이음의 시도들이 담겨 있다. "보다 세심한 관찰을 통해 진정 우리가 지킬 것과 버릴 것을 구분할 수 있는 안목을 키워야 하겠습니다." (주)노루페인트 공업기술1팀 최병두 과장은 노루인 각각의 유연한 사고가 집단의 행동으로는 잘 나타나지 않는 것 같으며 이와 같이 평했다. 이처럼 다양한 평가가 오간 노루이음의 워크숍은 1년 더 연장된 임기를 모두에게 꼭 필요한 활동, 직

원들이 더욱 지지하고 기대하는 조직문화기구로서의 발돋움으로 채우기 위해 계획을 구체화하는 자리가 되었다. 소통을 통해 세대간의 차이를 극복하고, 조직의 외부와도 신뢰를 쌓을 때 노루그룹은 어제 일군 성장을 오늘도 내일도 지속할 수 있을 것이다.

지속적인 성장을 위한 문화

"수평적인 문화를 만들기 위해 많은 기업들이 힘을 쓰고 있지만, 수직적인 문화라고 해서 꼭 나쁜 것만은 아닌 듯합니다. 제조업 특성상 반드시 필요한 부분일 수도 있지요. 다만 그 비율을 잘 조정해서 유연하면서도 몰입도 높은 노루만의 문화를 만들어야 할 것입니다." (주)노루코일코팅 생산팀 박성근 대리의 말이다. '유연하면서도 몰입도 높은 문화', 참 어려운 과제가 아닌가. 구세대와 신세대가 모두 서로의 생각을 수용하고 함께 참여할 때만 만들 수 있는 문화일 것이다. (주)노루로지넷 무역팀 이동준 대리는 "노루이음이 조직된 취지는 수평적 커뮤니케이션 활성화를 통해 더욱 미래지향적인 조직문화를 갖기 위한 것이므로 이러한 방향에 대해



임직원 분들이 공감할 수 있게 하는 것이 무엇보다 선행되어야 할 것”이라고 강조했다. 그의 말처럼, 노루이음의 2017년 가장 큰 과제는 많은 임직원들로부터 이들의 활동에 대한 공감대를 형성하는 것이다.

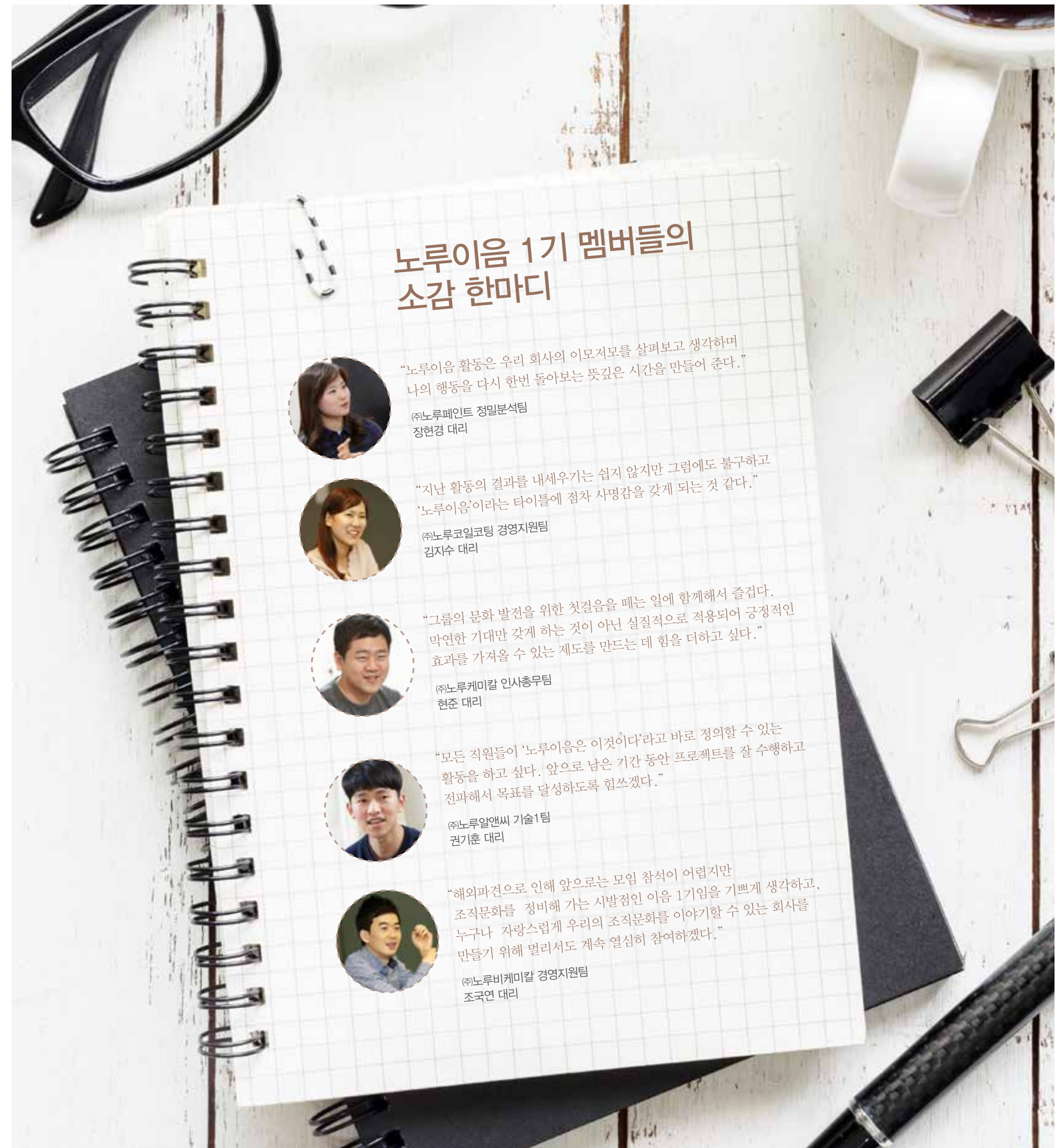
(주)노루페인트 수지생산기술팀 오세운 대리는 “사업장이 공장 중심으로 분포되어 있는 만큼 앞으로는 생산부문의 의견을 최대한 많이 듣고 회의에 참석하겠다”고 했다. 생산 현장 이야말로 노루 문화의 토대이기 때문이다. (주)노루오토코팅 영업2팀의 양홍준 대리는 “우리가 진행하는 프로젝트가 조직문화에 기여한다고 많은 노루인들이 느낄 수 있도록 이제는 정말 왕성한 활동을 해야겠다”며 포부를 밝혔다.

문화를 정착시키기 위한 프로그램

어느 글로벌기업의 CEO는 “조직문화는 경영의 승부처 중의 하나가 아니다. 승부 그 자체다”라는 말을 했다. 그토록 중요한 조직문화를 젊은 직원들의 아이디어로 변화시킬 수 있을까? “일부 직원들은 노루이음에 대해 부정적인 반응이

고, 일부는 눈치를 보거나, 또는 아예 관심이 부족한 것 같아요.” (주)노루코일코팅 경영지원팀 김지수 대리가 공유하고 모두가 공감하는 솔직한 고민이다. 그럼에도 (주)노루페인트 인사총무팀 박인 대리는 “많은 임직원들이 변화를 말하는 시기에 우리가 작지만 무언가를 생각하고, 갈망하는 것들을 이루기 위한 고민을 담는다는 것은 희망적이라고 생각합니다. 이제는 많은 계획보다 한 가지라도 제대로 실천할 수 있도록 하는 것이 중요하겠지요”라며 방향을 주지시켰다.

아이디어들은 구체화된 프로그램으로, 또 실천 관리로 옮겨질 때 문화를 옷 입을 수 있다. “나 한 사람, 내 부서, 내가 속한 조직만을 위한 것이 아니라 모두가 꼭 필요로 하고, 이것을 통해 우리가 자부심을 느끼며 일에 더욱 몰입하게 하는 것, 그래서 결국 업무 효율도 증대시킬 수 있는 것. 우리 2017년에는 그런 프로그램을 만들어봐요.” (주)노루홀딩스 윤리경영실 박오영 대리의 말이다. 그후로 두 시간여, 이들이 나눈 의견들이 새해 어떤 프로그램으로 직원들의 공감을 얻게 될지 기대해 보자.



하나된 노루문화를 만드는 노루이음 1.5기 선발이 예정되어 있습니다 - 4월 중 NOROO포털에 공고되니 많은 관심과 참여를 기대합니다!

아빠와 함께한 나만의 가구 만들기

경기도 용인시의 주택가에 위치한 마을목공소 월든은 목수가 직접 나무와 공구를 사용해 가구를 만들고, 가구 제작 교육 프로그램을 진행하는 곳이다. 대량생산과 대량소비에서 일부러 비껴가, 한 사람 한 사람에게 맞추어진 가구를 만들기 위해 노력하는 이곳을 노루 가족들과 함께 찾았다. 노루페인트와 어울리는 나만의 친환경 가구를 만들 주인공들은 (주)노루페인트 자보생산팀의 박병구 과장과 딸 박세림 양, 그리고 (주)노루오토코팅 환경안전팀의 이진형 과장과 아들 이기성 군이다.



(주)노루페인트 박병구 과장과
 (주)노루오토코팅 이진형 과장 가족

상상으로 구현되는 가구

마을목공소 월든을 찾은 날, 그곳의 커다란 나무 책상에는 오늘의 작업을 위한 안내문과 그리드 페이지가 준비되어 있었다. “일단 자신이 원하는 가구를 만들기 위해서는 그림을 그려 보세요. 그림으로 가능하면 뭐든지 만들어 볼 수 있습니다.” 월든의 신상철 목수는 세심하게 준비된 자료를 보여주며 설명을 이었다. “가구를 만드는 목재에는 결이 살아있는 원목, 나무를 붙인 합판, 나무 가루를 접착제로 반죽해 성형한 MDF가 있습니다. 이중 MDF는 접착제 성분이 거의 반을 차지하기 때문에 인체에 무척 해롭습니다. 오늘은 인체에도 무해하고 다루기 어렵지 않은 원목으로 좌탁을 만들어 보도록 하지요.”

목재부터 원목의 종류, 목재의 계산법까지 차근차근 흘러가는 긴 설명에 지루할 법도 한데 모두가 진지한 얼굴로 흐름을 놓치지 않는다. “가구를 만들 땐 사용자의 신체와 사용 목적에 맞추는 과정이 가장 중요합니다. 오늘 만들 좌탁의 샘플이 있으니 직접 앉아 보고 사이즈를 정해 보시기 바랍니다.” 신상철 목수의 안내에 따라 아이가 앉고 아빠는 사이즈를 재며 디자인에 대한 토론을 시작했다. 상상과 실현에 함께 몰두하는 소중한 시간이다.



대화하여 만드는 디자인

“세림이 책상에는 좌탁에 긴 구멍을 내고 책과 태블릿 등을 기대어 놓을 수 있는 지지대를 꽂아 보려 해요. 필요할 때만 쓸 수 있게 말이죠.” “기성이 책상은 상판에 기울기를 주어서 편하게 책을 보고, 쓰고 그릴 수 있게 하려고요. 둥그란 구멍을 뚫어서 연필도 꽂을 수 있게 하고요.” 처음 해 보는 가구 만들기가 기본적인 디자인만으로도 버겁지 않을까 했는데, 아빠와 아이는 대화를 통해 그들만의 필요에 충실한 디자인을 고안해 냈다. 정확한 수치를 계산하는 시간은 아이들에게 저절로 수학 시간이 되었다. 점수의 스트레스 없이도 더 집중되는 공부다. 정면, 측면, 평면의 설계도는 공학에 능한 아빠들의 실력으로 꼼꼼하게 그려졌다. 시행착오가 없도록 목수와와 상담을 거쳐 목재가 재단되고 드디어 결합하여 가구의 꼴을 만드는 순서. 아빠들의 눈은 더욱 신중해지고 아이들의 기대는 더욱 부풀었다.



가구를 만든 아이들

기성은 드릴로 구멍을 뚫고 나사를 박는 것에, 세림이는 원하는 스테인으로 컬러를 내는 페인팅에 눈이 반짝거렸다. 재단된 부속의 위치를 잡고, 아이가 스스로 할 수 있도록 보조 역할을 하는 아빠들도 차츰 모습을 갖춰가는 가구가 신기하다. 그러나 치수 결정부터 디자인, 설계, 재단과 결합, 사포질, 스테인과 바니시까지 총 다섯 시간 동안 끝까지 열중하여 책상을 만들어낸 아이들이 오늘의 대견한 주인공들이다.

“너무 재미있어요. 또 하고 싶어요.” “동생이랑 같이 쓸 거예요”란 아이들의 말에 이번 체험을 신청한 아빠들은 흐뭇하다. 두 사람 모두 아이들이 만들기를 좋아하고, 아빠의 새로운 모습을 보여줄 수 있을 것 같아 체험을 신청했는데 가구까지 만들어 가니 일석삼조란다. 아이의 생각과, 아빠의 마음이 담긴 책상이 오래오래 가족들의 즐거운 시간을 담아 내길 기대해 본다.

마을목공소 월든

사람과 자연을 생각하는 주문 가구 전문점 마을목공소 월든은 각 사용자의 개성과 개인적 필요에 맞춰 목수가 직접 공구를 사용해 가구를 제작한다. 평생 사람과 함께 변화해 가는 원목 가구의 즐거움을 느낄 수 있도록 가구를 만들며 교육도 진행하고 있다.

경기도 용인시 수지구 동천동 875-2
031-265-0367



끈기의 뿌리로, 성실하게 뚫어가다

광주광역시 자연페인트

광주광역시의 대형 공단인 하남공단 입구에 위치한 자연페인트는 오직 NOROO 제품으로만 승부를 걸어 성장세를 이어나 특약점이다. '페인트는 오직 노루!'를 외치는 김재석 사장은 제품에 대한 자부심과 신의로 NOROO 간판을 건 이후, 끈기로 뿌리를 내리고 성실한 노력으로 13년간 매장을 키워왔다.

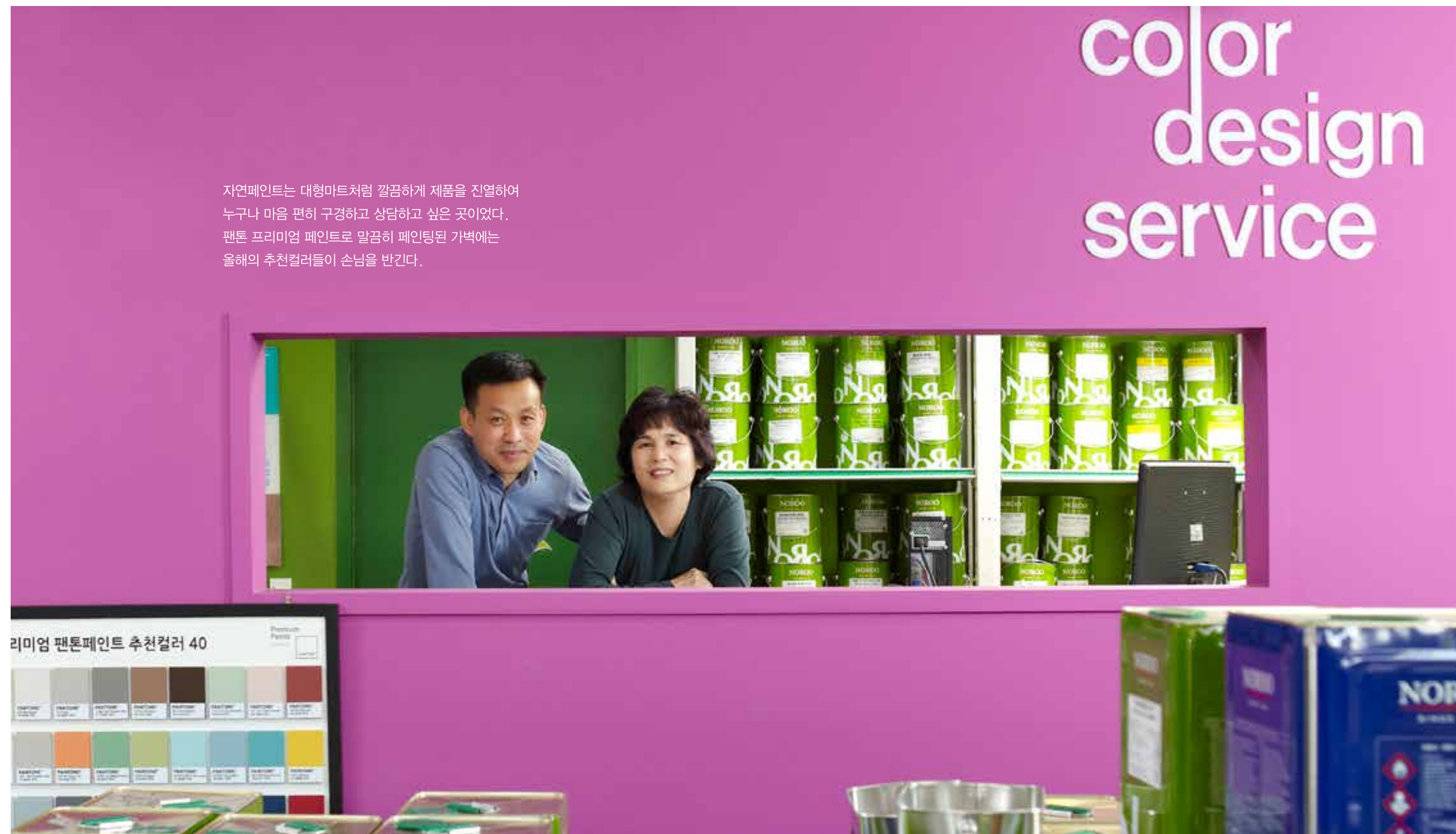
강한 상대와 경쟁해야 강해진다

자연페인트가 이곳 하남공단 입구에 자리를 잡던 2004년, 주변에는 페인트 대리점이 13개나 있었고 경쟁사들의 가장 큰 대리점 또한 이웃해 있었다. 하지만 김재석 사장은 굳이 이곳을 택해 자리를 잡았다. 사업을 하려면 가장 큰 집 옆에서 해야 성공할 수 있다는 독심 때문이었다.

“약한 경쟁상대와 겨뤄서는 똑같이 약해질 수밖에 없습니다. 강한 곳과 경쟁해야 함께 강해질 수 있지요.” 그의 독심은 밤낮과 휴일 없는 매장 오픈으로 이어졌다. “지금은 필요 시에만 일요일에도 매장을 열지만 처음 몇년간은 오전 7시부터 밤 8시까지 휴일 없이 근무했습니다. 제가 할 수 있는 것은 그것뿐이라고 생각했으니까요.”

(주)노루페인트의 직원으로 영업 업무를 하다가 특약점을 오픈했기에, 직접 나서서 홍보를 하면 기존 거래선에게 신의를 잃을 수 있다고 생각한 김재석 사장은 매장 문을 일찍 열고 무작정 손님을 기다렸다. 그리고 손님이 들어서면 꼼꼼히 설명하고 또 설명했다. “노루페인트 제품에 대한 지식과 신뢰가 있으니 다른 제품을 들이거나 판매하는 건 스스로 용납할 수 없었죠. 노루페인트 제품은 가격만큼 뛰어난 기능성을 가지고 있기 때문에 손님에게 자신 있게 소개할 수 있었습니다.”

그렇게 손님이 늘고, 입에서 입으로 소문이 났다. 다른 페인트 매장들은 창고처럼 제품이 쌓여 있어 일반 소비자들의 접근이 쉽지 않았지만, 자연페인트는 대형마트처럼 깔끔하게 제품을 진열하여 누구나 마음 편히 구경하고 상담하고 싶은 곳이었다. 곧 자연페인트는 언제나 정확한 시간에 문을 여는 곳, 페인트에 대해 궁금한 것은 무엇이든 해결할 수 있는 곳이라는 믿음들이 생겨나게 되었다.



자연페인트는 대형마트처럼 깔끔하게 제품을 진열하여 누구나 마음 편히 구경하고 상담하고 싶은 곳이었다. 팬톤 프리미엄 페인트로 말끔히 페인팅된 가벽에는 올해의 추천컬러들이 손님을 반긴다.

NOROO의 자부심과 자존심이 세우다

매장을 연 지 이제 14년째, 자연페인트는 도장업자와 함께 매출액의 규모를 단단히 해 주는 일반소비자들을 주고객층으로 두고 페인트 매장의 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 매장을 전시장처럼 꾸민 것도 선도적이다. 팬톤 프리미엄 페인트로 말끔히 페인팅된 가벽에는 올해의 추천컬러들이 손님을 반긴다. 팬톤 프리미엄 페인트와 듀럭스 등의 진열대가 가지런한 이곳은 (주)노루페인트가 N샵으로 지정한 대리점으로 100% (주)노루페인트로 채워져 있으며 친환경과 프리미엄 페인트로 고객에게 어필하고 있다.

지난 3년간 자연페인트 담당자였던 (주)노루페인트 광주지점 김태호 차장(현 전주지점 팀장)은 김재석 사장에 대해 자기관이 철저한 분이라고 말한다. 이에 대해 김재석 사장은 그토록 철저히 고객과의 약속과 거래선 사이의 신의를 지켜온 것은 NOROO인으로서의 자부심과 자존심 덕이었다고 말한다. “성실함으로 궤도에 오르면 다른 이들에게도 본이 되지 않을까 싶었지요. 그리고 노루페인트의 이미지에 맞도록 매장을 만들어 가고 싶었습니다. 그 이미지를 유지하고 싶었고요.” 이처럼 김재석 사장이 NOROO의 매니아로 살아온 이유는 무엇일까. 그는 NOROO의 개척정신과 기술력을 꼽는다. “노루페인트는 항상 선두업체로 가장 앞서갔습니다. 저나 고객을 실망시킨 적이 없으니까요.”

NOROO에 대한 자부심의 토대 위에 끈기와 성실로 세운 김재석 사장의 자연페인트는 14년을 넘어 세월을 거듭할수록 더욱 우람하고 튼튼하게 자라날 것이다.

News Briefing

• 뉴스 브리핑



NOROO 그룹 2017년 시무식 실시



더기반 안성연구소 준공



제14회 한국유리경영대상 환경경영 부문 대상 수상



(주)노루페인트 포승공장 무재해 7배 달성

(주)노루홀딩스

NOROO 그룹 2017년 시무식 실시

2017년 NOROO 그룹 시무식이 지난 1월 2일 안양공장 NOROO 복지관에서 실시되었다. 신년사에서 NOROO 그룹 한영재 회장은 2017년의 그룹 지표를 "청년 NOROO! 시장 선도로 기회를!"이라고 제청하였다. 이는 악화되는 기업 환경 속에서 NOROO의 역동성을 강조한 것으로, 한영재 회장은 저 성장 기조 하에 차별화를 통한 변별력의 확보만이 미래 경쟁력을 선점해 나갈 수 있는 기반이 될 수 있다고 역설하였다. 또한 이날 정기임원 인사와 관련하여 대상자들에게 임명장이 각각 수여되었다.

더기반

더기반 안성연구소 준공

지난해 6월 3일 공사를 시작한 더기반 안성연구소의 연구동이 2월 20일 완공되었다. 더기반 안성연구소는 크게 연구동, 공장동, 하우스, 농지로 구성되어 있으며, 이중 3개층으로 이루어진 연구동이 먼저 준공되어 앞으로 종자유종, 생명공학, 병리연구 등의 업무가 진행된다. 공장동은 지난 12월에 공사에 착수하여 오는 5월경 준공될 예정이며, 또한 연구소 내 하우스 설치와 토목 작업 등도 활발히 이루어지고 있는 중이다. 안성연구소가 모습을 갖춰감에 따라 더기반은 R&D역량을 한층 더 끌어올려 고품질 종자를 농민들에게 공급하고 해외시장을 개척하여 대한민국 종자 산업의 새로운 기틀을 마련할 계획이다.

(주)노루페인트

제14회 한국유리경영대상 환경경영 부문 대상 수상

지난 2월 15일 산업경영영원이 주최하고 한국유리경영대상 심사위원회에서 주관한 제14회 한국유리경영대상에서 (주)노루페인트는 환경경영부문 대상을 수여하였다. 한국유리경영대상은 국내 기업의 유리 경영 우수 사례를 발굴하여 시상하는 상으로 산업통상자원부와 한국경제신문, 대한상공회의소가 후원한다. 시상식은 서울 프라자호텔에서 진행되었으며 이날 시상식에서 환경경영 대상의 (주)노루페인트 외에 최고 윤리기업 대상에 KEB하나금융그룹, 상생경영 대상에 한일시멘트, 공기업 대상에 한국남동발전, 사회봉사대 베어베터, 인재양성에 동부문화재단, 문화경영에서는 클로리아오페라단이 수상하였다.

(주)노루페인트 포승공장 무재해 7배 달성

(주)노루페인트 포승공장이 무재해 7배 인증패를 수상했다. (주)노루페인트 포승공장은 지난 2008년 준공 이후 안전한 일터의 환경 조성 및 무

재해 사업장을 위한 업무를 지속적으로 추진함에 따라 한국산업안전보건공단으로부터 무재해 7배 인증을 받았다. 무재해 달성 기간은 2008년 5월 21일부터 2016년 9월 30일로, 무재해 시간(일수)는 760일+316,000 시간에 달한다. 포승공장 임직원들은 앞으로도 그룹 안전 매뉴얼 준수 및 안전 작업을 준수하여 무재해가 지속되도록 최선을 다하고 안전 점검 활동을 실시하겠다고 소감을 밝혔다.

경기도청과 함께 환경취약계층을 위한 '맑은 숨터' 조성

'경기도 맑은숨터 만들기 사업'의 성과 공유 및 신년인사회가 지난 1월 18일 안양에 위치한 (사)사랑의 집수리에서 열렸다. '경기도 맑은 숨터 만들기 사업'은 취약계층이 이용하는 시설의 실내공기를 깨끗하게 만드는 사업으로서 (주)노루페인트를 비롯한 도내 17개 기업이 친환경페인트, LED 조명 등 친환경 건축 제품을 무상 지원하거나 현금을 기부하고, 민간자원봉사단체인 (사)사랑의 집수리 자원봉사자들이 재능기부를 하여 이루어지고 있다. 경기도와 기업들은 지난해 9월 6일에 '맑은 숨터' 사업 협약을 체결한 지 3개월만에 어린이, 장애인, 노인 거주시설 가운데 실내공기 오염도가 높은 곳을 대상으로 무료 시설 개선 사업

News Briefing

• 뉴스 브리핑



경기도청과 함께 환경취약계층을 위한 '맑은 숨터' 조성



NPCI 홀 데코레이터 1기 수료식 진행

을 추진해 연말까지 10곳의 '맑은 숨터'를 개소하는 성과를 거두었다. 경기도뉴스포털에 따르면 이날 행사 참석자들은 인근에 위치한 맑은 숨터 4호인 안양시민대학을 방문하였는데 안양시민대학 최유경 교장은 "개교 20주년을 맞아 큰 선물을 받은 것 같아 기쁘다"고 전한 뒤 "이곳에서 글을 배우는 어르신들이 고마운 마음을 편지로 썼다"며 어르신들의 편지를 김 국장에게 전달했다고 한다. 페인트와 관련 자재를 기부한 ㈜노루페인트의 지남철 과장은 "3년 전에 경기도와 MOU를 체결하고 2016년부터 본격적인 사업에 참여하게 됐다. 사랑의 집수리 봉사단원들이 정말 많은 고생을 하시는 걸 보며 감동을 받았고, 바쁜 모습을 보면 정말 보람되고 기쁘다. 앞으로도 경기도청과 함께 사회공헌 활동으로 물품 지원을 할 계획"이라고 밝혔다.

NPCI 홀 데코레이터 1기 수료식 진행

지난 1월 31일, ㈜노루페인트 NPCI 컬러 아카데미의 홀 데코레이터 양성과정 1기 수료식 행사가 진행되었다. 노루색채연구소(NOROO Paint Color Institute)가 미국 팬톤색채연구소(PANTONE Color Institute)와 제휴하여 'Noroo - Pantone Color Institute'로 명

칭된 NPCI는 컬러 전문 교육 프로그램인 NPCI 컬러 아카데미를 운영했다. NPCI는 컬러 교육이 필요한 일반인과 관련 실무자들을 대상으로 다양한 교육 프로그램을 제공하는데 이론과 실습을 통해 컬러 감각을 훈련하며 팬톤 컬러북을 사용하여 소수의 인원으로 퀄리티 높은 수업을 진행하였다. 그중 홀 데코레이터 양성과정은 전문적이고 체계적인 컬러 시스템과 컬러 심리 상담의 전문 자격증을 취득한 '컬러 인테리어 페인팅 서비스 컨설팅' 전문인력을 양성하는 프로그램이다. 이 과정을 통해 수강생들은 공간과 사람들에게 필요한 컬러를 정확하게 매칭하는 능력을 키울 수 있다. 이번 홀 데코레이터 1기 수료식에서는 총 9명이 수료증을 받았으며 이어 일본 컬러웍스 치에미 전무가 20년간의 컬러 페인팅 인테리어 실무 경험에서 쌓은 노하우들을 전하는 '고객 상담 스킬 강의'가 이루어졌다. 또한 수료식 후에도 올지로 NPCI 사무실에서 추진 업무 자문, 칼라메이트 논현점에서 컬러 상담 스킬 및 TOOL 자문이 진행되어 깊이 있는 컬러 컨설팅 준비가 이어졌다.

㈜노루페인트, 연탄배달 봉사활동 실시

㈜노루페인트는 지난해 연말을 맞아 어려운 이웃들을 위한 '사랑나눔



㈜노루페인트, 연탄배달 봉사활동 실시

연탄배달 봉사활동'을 진행했다. ㈜노루페인트 김수경 사장을 비롯한 노루 임직원 봉사자 70명으로 구성된 사랑나눔 봉사단은 연탄 5,000장을 기부하고 안양 본사 인근 지역 호헌마을에 거주하는 독거노인·조손가족·소외계층 가정에 연탄을 배달했다. 김수경 사장은 "주말의 추운 날씨에도 봉사활동에 참여해 준 노루 임직원들에게 감사의 마음을 전하며, 이번 연탄배달 봉사활동은 도움의 손길이 절실한 이웃에게 노루 가족의 마음을 전달하는 뜻깊은 행사였다"라고 밝혔다. ㈜노루페인트 임직원들은 연탄 기부와 배달 외에도 보육원 등 소외시설을 방문하여 내·외벽 및 각종 시설물을 재도장해 주는 봉사활동과 함께 대내외 기관과 '벽화 그려주기' 사회공헌활동 또한 오래 전부터 매년 지속하고 있다.

서울대학교에 올해의 컬러 적용

㈜노루페인트는 서울대학교 신공학관 1층 정면에 2017년 팬톤 올해의 컬러인 그리너리Greenery(15-0343) 컬러를 적용하였다. 이번 컬러는 2016년에 그해의 컬러였던 로즈쿼츠Rose Quartz(13-1520)와 세레니티Serenity(15-3919) 두가지 컬러를 적용하고 2015년



서울대학교에 올해의 컬러 적용

에는 역시나 2015년의 컬러로 선정되었던 마르살라 컬러 적용에 이어 3번째로 적용된 것이다. 컬러가 적용된 공간에는 ㈜노루페인트와 팬톤의 소개 및 컬러에 대한 내용을 적은 표지판을 설치하여 통행인들의 이해를 도왔다. 서울대학교 신공학관은 매년 팬톤 올해의 컬러로 적용되며 공간의 분위기를 바꾸는 컬러의 힘을 보여주고 있다.

1 MINUTE GUIDE



오늘, 맘 편히 숨 쉬어도 될까요?

이제 미세먼지가 계절을 가리지 않고 나타나지만, 봄이면 중국으로부터 불어오는 편서풍으로 인해 대기오염이 더욱 심해지는 것이 사실이다. 야외활동을 할 때 날씨와 함께 미세먼지의 정도를 체크하는 것은 더이상 예민하거나 유난스러운 일이 아니다. 앱을 통해 미세먼지를 체크하고 인증된 마스크로 단단히 대비하여 건강을 지키는 게 어떨까.

에어코리아(www.airkorea.or.kr)

한국환경공단은 전국의 대기오염측정망으로 대기오염도를 측정, 홈페이지를 통해 대기환경기준물질 6개 항목(아황산가스, 일산화탄소, 이산화질소, 미세먼지, 오존)에 대한 오염도를 시간대별, 일자별, 요일별로 제공하며 통합대기환경지수(CAI)를 4개 등급과 색상으로 제공한다. 많은 어플리케이션은 이 에어코리아의 자료를 바탕으로 하기 때문에 가장 기본적인 정보라 할 수 있다.

Air Visual

40여 개 국, 6000개 도시를 아우르는 공기 질 정보를 지도를 통해 간단히 확인할 수 있는 앱이다. 지도에서 측정기가 있는 곳에 바로 오염 수치가 뜨기 때문에 공기 측정이 어디서 이루어지는지 직관적으로 볼 수 있으며 다른 곳의 공기질을 보기도 편리하다. 무엇보다 공기 안전도에 대한 기준(AQI)이 높아 더욱 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 세계 도시들의 대기오염 랭킹도 보여주는데 한국은 상위권에 속해 있는 경우가 많다. Air Quality Institute에서 제공하며 홈페이지(www.aqicn.org)에서도 더욱 상세한 정보를 볼 수 있다.

PM10°

대기상태에 따라 배경화면이 달라져 오염도를 쉽게 체감할 수 있음은 물론, 깔끔한 이미지와 유려한 디자인으로 높은 다운로드 수를 자랑하는 앱이다. 에어코리아의 정보를 기반으로 현재 대기 상태와 세부 정보, 행동요령, 대기환경지도, 미세먼지 원인 등을 스크롤로 간단히 볼 수 있게 했다. 위치 즐겨찾기로 원하는 지역을 여러 개 추가해 두고 수시로 확인할 수 있다.

창문달아요

첫 화면에 모든 정보를 보여주는 간단명료한 디자인이지만 내용이 알찬 앱이다. 에어코리아의 같은 수치를 토대로 하면서도 미세먼지를 기준으로 한 평가인 CAI와 초미세먼지를 기준으로 하는 AQI 등급을 비교할 수 있어 편리하다. 이는 환경부, 전 세계 버튼을 탭하여 볼 수 있다. 특히 미세먼지 농도에 따른 알람 설정 기능이 유용하다. 시간대 날씨와 주간날씨도 함께 제공한다.



01.

노루이음 워크숍의 한 장면입니다. 그동안의 활동을 정리하고 앞으로를 계획하는 현장의 진지한 논의들이 느껴지시나요? 테이블의 나뭇결처럼 차근차근 오늘을 쌓아 미래로 키를 키워나가는 노루이음을 기대합니다.



02.

〈2017 NOROO INTERNATIONAL COLOR TREND SHOW〉에는 기업 관계자뿐만 아니라 일반인과 학생들도 많은 관심을 보였습니다. 단상에 오른 이들의 열정어린 발표와 함께 참석자들의 뜨거운 관심은 동대문디자인플라자 알림터를 꽉 채웠답니다.

