

NOROO

NOROO

Autumn. 2018



Autumn. 2018

빠르게
변화하라。

NOROO Quarterly Magazine | 2018년 가을 48호

NOROO



Special Theme

빠르게 변화하라

06 Column

새로운 스피드가 필요하다

08 Interview

변화의 속도로 바람을 일으키다
(주)노루로지넷, 물류 시스템 개선으로 더욱 빨라지다

12 Information

다르게, 그리고 빠르게

Culture Gallery

16 Finance

불안한 노후, 최소한의 대비책

18 IT

가족의 비서 AI 스피커

20 Taste

밥처럼 푸근한 술, 막걸리

22 Travel

고택에서의 시간은 느리게 간다

NOROO People

26 High Five

쿨루프, 도시의 방패가 되다
(주)노루페인트 에너지 세이버 쿨루프

30 Paint for Art

소다미술관에서 마주서다

34 Social Contribution

NOROO의 현장, 미래를 꿈꾸게 하다
청소년희망재단의 NOROO 견학

38 Family Time

나란한 의자, 단란한 가족
(주)노루알앤씨 정종우 과장 가족과
(주)노루비케미칼 신동완 대리 가족

42 Special Store

컬러가 좋다, NOROO가 좋다
경기도 고양시 천웅상사

46 News Briefing

50 1 Minute Guide

칼로리 낮추는 일상 속 습관

51 Behind Cut

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 경영지원팀 조용걸 과장
서울특별시 강남구 테헤란로 142 아크플레이스 A동 10층
T:02-2191-7724

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

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

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

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

(주)노루케미칼 업무지원팀 현준 대리
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 7
T:031-599-7276

(주)노루알앤씨 경영지원팀 현준 대리
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 8-1
T:031-599-7276

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

칼라메이트(주) 지원팀 이선화 사원
경기도 안양시 만안구 박달로 351
T:031-467-6607

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

(주)노루기반 인사총무팀 정석찬 대리
경기도 성남시 분당구 판교역로 225-14 4층
T:031-607-5560

(주)더기반 홍보디자인팀 김택수 과장
경기도 성남시 분당구 판교역로 231 H스퀘어 S동 712호
T:031-785-9083

빠르게 변화하라

다보스 포럼의 상임의장 클라우스 슈밥은 4차 산업혁명의 특징을 스피드와 범위, 그리고 융합이라고 주장했다. 경영 환경에서 늘 강조되어 온 스피드는 4차 산업혁명에서도 중요한 요소다. 하지만 이제 우리는 '어떻게' 빨라야 하는가도 고민해야 한다. 목표 인식 없이 속도를 내면 같은 트랙을 빠르게 도는 데 그칠 수도 있다. 지금 필요한 것은 예측하고 변화하는 속도다. 외부적 환경에 민첩하게, 창의적으로 반응하여 경쟁상대보다 먼저 나아가는 스피드가 우리의 전략이 되어야 한다.

CHANGE QUICKLY!

Column	새로운 스피드가 필요하다	06
Interview	변화의 속도로 바람을 일으키다	08
Information	다르게, 그리고 빠르게	12



새로운 스피드가 필요하다

SNS에서 이런 농담을 보았다. 외국인들에게 한국인은 “빨리빨리”를 외치는 존재로 인식되어 있지만, 사실 한국인은 이미 “빨리” 일을 마치고 쉬고 있다는 글이었다. “빨리”의 과실을 누리고 있다는 뜻이겠지만, “빨리”를 한 단계 더 발전시킬 동기부여가 부족하다고 읽히기도 한다. 우리는 스피드를 강점 삼아 현재의 성장을 이루었지만, 지금 주춤하고 있는 것 또한 사실이다. 예측이 어려운 불확실성의 시대에 들어서자 방향 감각을 잃고 머뭇대며 스피드에 대한 의구심까지 키우는 상황이다. 변해야 하는 것은 자명하다. 하지만 그 답은 여전히 스피드다. 우리에게 새로운 종류의 스피드가 필요하다.

이제 실험 스피드가 핵심이다

스피드에도 종류가 있다. 1970~80년대에는 각 기능의 프로세스가 빠른 기업을 빠르다고 했다. 낭비와 비효율 요소를 찾아 개선하는 탁월한 오퍼레이션 프로세스를 갖춘 기업이 그것이다. 이러한 스피드를 1세대 스피드, 오퍼레이션 스피드라 한다. 그후 기업들이 저마다 프로세스 효율화에 집중하자 오퍼레이션 스피드로 선두를 유지하기는 어려워졌다. 이어 전략 스피드가 2세대 스피드로서 차별성을 드러냈다. 1990년대 후반부터 2000년대 후반까지 다국적 기업은 거대 전략과 대형 의사결정, 기술력에서의 스피드로 성장 속도를 높이고 글로벌화를 이루었다. 오퍼레이션 스피드의 기반이 프로세스라면 전략 스피드의 기반은 리더십이었다. 그러나 수차례의 경제 위기를 거치며 경쟁은 더 격화되고 기업 성과와 투자 수익은 더 낮아질 것이라고 예측되는 현 저성장 시대에는 또다른 스피드가 필요하다. 이 3세대 스피드를 나는 ‘실험 스피드’라고 부르겠다. 미래에는 실험 스피드를 발휘하는 기업이 성공할 것이다. 여기서 ‘실험’은 실험실에서의 실험을 말하는 건 아니다. 시도해봐야만 알 수 있는 리스크를 찾아내고 해결책을 발견하여 경로를 개척해나가는 방식으로서의 실험을 의미한다. 4차 산업혁명에서의 발전 방향은 서로 긴밀하게 연결되어 있다. 다른 업종에서의 실패가 나의 실패로 이어지는 경우도 비일비재

하다. 빨리 보고, 빨리 행동하고, 실패하면 즉시 다음 시도로 옮겨가는 실험 스피드를 핵심으로 삼아야 한다. 강한 CEO 리더십과 기계 같은 실행력이 2세대 스피드의 강자를 만들어 냈다면 3세대 스피드는 주인의식을 갖춘 개인들, 작고 열정적인 팀, 실패하더라도 할 일을 스스로 찾아내겠다는 자발성에서 추진력을 가진다.

목표와 권한, 신뢰가 스피드를 높인다

조직의 스피드에는 목표와 권한, 신뢰라는 3가지의 동인(動因), 드라이버가 함께 작동한다. 이제부터 우리가 발휘해야 할 실험 스피드 유형을 위해서는 이 동인들 역시 업그레이드해야 한다. 가장 중요한 제1 드라이버인 목표는 기업의 존재 이유이다. 그런데 3세대 스피드의 목표는 2세대에 비해 경로도, 달성 여부도 불명확하다. 그래서 더더욱 ‘목표 인식’이 명확해야 한다. 우리가 어디로, 왜 가고 있는지, 직면한 외부 여건과 보유한 내부 역량은 어떤 것들인지, 이를 기초해 무엇을 어떻게 해야 하는지에 대해 수평적, 수직적으로 묻고 답하며 명확한 목표 인식을 수립하고 회사의 가변적인 발전 방향성만 나침반 삼아 아이디어를 끊임없이 실험하며 길을 찾아가는 것에서 3세대 스피드가 시작될 수 있다.

제2 드라이버인 권한은 스피드의 토대다. 자율적으로 행동

해야 하는 사람에게 권한이 없다는 것은 달리기 선수에게 밭을 땅이 없는 것과 마찬가지다. 그러나 실제로 현장에서는 자신의 권한이 어디까지인지 모르는 채 일하는 상황이 벌어지곤 한다. 관료주의적이거나 관성적인 조직, 극단적으로 위험을 회피하며 의사결정을 무서워하는 조직, 그리고 실체 없이 무의미하게 권한이 주어진 현장에서도 권한은 사라지거나 힘을 잃는다. 스피드를 높이기 위해서는 조직의 실질적인 계층을 축소해 간단한 프로세스 속에 R&R(Role and Responsibility)을 명확히 하고 임직원 개개인의 권한을 늘려야 한다. 3세대 스피드는 특히 조직의 하부에 권한이 많을 때 가장 잘 발휘된다.

세 번째 드라이버인 신뢰는 스피드의 윤활유이다. 신뢰가 있어야만 개인은 목표를 향해 창의성을 발휘할 수 있다. 신뢰가 없는 창의성을 결정하는 요소들, 즉 시간, 위험 감수, 논쟁, 보상, 자유, 도전을 활성화시킬 수가 없다. 신뢰는 조직의 협업과 목표를 향한 전 임직원의 전념에도 필수적이다. 불확실성에 대한 리스크를 동반하기 때문에 어떤 기업은 신뢰보다 통제를 선택하기도 한다. 많은 관리자가 조직의 하부, 현장에서 자발적으로 목표를 만드는 상황을 인정하지 않는다. 하지만 이러한 의식으로는 3세대 스피드 기업과 경쟁할 수 없다. 구성원들의 자율적 실험을 통해 불확실하고 복잡한 환경 속에서 답을 발견해 나가는 프로세스로 속도를 내는 3세대 스피드에서 신뢰는 큰 의미를 갖는다. 평가 시스템을 비롯한 조직 내 시스템을 개선하여 회사와 직원 서로의 신뢰도를 높여야 한다.

자주, 작게, 빠르게 실패해야 성공한다

1세대와 2세대 스피드에 익숙한 사람들은 3세대 스피드를 받아들이기가 쉽지 않을 것이다. ‘실패’를 본원적 요소로 가지고 있기 때문이다. 특히 한국 기업은 큰 전략 목표를 두고 발생하는 문제들을 실시간으로 함께 타결해 왔기 때문에 신뢰가 기본인 작은 시도들을 허용하지 못했다. 이런 방식이 스피드에 도움이 될 때도 있었지만 작은 시도들이 제시하는 길을 막고, 스피드를 저하시킨다. 이제는 환경의 불확실성과 복잡성이 너무 커졌기에 작은 시도들 없이는 방향을 잡을 수조차 없다. 무수히 작은 시도들로 실패의 크기를 줄이는 것은 물론, 실패를 용인하며 성공의 길을 모색해야 한다. 세상을 바꾸겠다는 구글, 거침없이 진격하는 아마존은 모두 시도와 실패를 밥 먹듯 하며 길을 찾아왔다. 이제 우리도 목표와 권한, 신뢰로 3세대 스피드를 잡아타야 한다.

글 · 강우란

조직을 관찰하고 분석하고 발전 방향을 제시해 온 연구자 겸 컨설턴트, 현대와 삼성 등의 경제연구소에서 20여 년 근무하면서, 고용 전략, CEO 시스템, 혁신, 조직 커뮤니케이션 등에 대한 다수의 연구와 컨설팅을 수행했다. 현재 AJ가족에서 경영연구소장을 맡고 있다. 저서로는 『굿 스피드의 조건』, 『혁신의 리더들』(공저)가 있다. 본 컬럼의 주제는 『굿 스피드의 조건』에서 더욱 자세한 내용으로 만날 수 있다.



변화의 속도로 바람을 일으키다

(주)노루로지넷, 물류 시스템 개선으로 더욱 빨라지다

속도의 여러 개념 중 가장 일반적인 것은 ‘물리적 빠름’이다. 어떤 물체가 한 곳에서 다른 곳으로 얼마나 빠르게 움직이는가. 이러한 속도에 가장 집중하는 곳이 물류 전문회사인 (주)노루로지넷이다. (주)노루로지넷은 물류 속도를 높이기 위해 QR 시스템을 도입하고 메신저를 활용하는 등 빠르게 변화함으로써 시스템에 변화의 바람을 일으켰다.

지난 7월부터 (주)노루로지넷은 배송 출발 시 고객에게 발송하던 안내 문자를 카카오톡으로 바꾸어 고객과 영업 현장에서 큰 호응을 얻었다. 이것만이 아니다. 작년에는 배송 시스템에 QR 시스템을 도입하여 정보의 정확성을 높였다. (주)노루로지넷 물류기획팀의 건승수 부장과 물류1팀의 양선희 과장을 만나 이에 대한 이야기를 들어보았다.

QR 시스템으로 효율과 속도를 높인다

QR 시스템을 도입한 것은 작년 7월경, 그리고 안정화 작업을 거쳐 본격적으로 사용하게 된 것은 연말이었다. 도입하게 된 계기를 묻자 건승수 부장은 정보 정확성과 활용을 위해 필수적인 변화였다고 답했다.

“QR 시스템은 QR 코드를 스캔하여 정보를 확인하는 것 이상의 변화를 가져왔습니다. 예를 들어 과거에는 어떤 특약점에서 주문을 다섯 번 하면 다섯 개의 송장을 만들어야 했습니다. 주문이 추가되는 만큼 송장 수가 늘었습니다. 주문량을 차에 싣는 상자 후에 수정 사항이 발생하면 다시 발행할 수가 없어 손

으로 지우고 추후에 정리해야 해서 오류 가능성과 업무 로드도 컸지요.” 건승수 부장의 설명에 양선희 과장도 이해를 도왔다. “예전에 가게에서 카드 결제하면 시끄러운 소리를 내는 기계가 3장짜리 얇은 종이에 내용을 프린트했었죠? 그중 한 장을 고객이 가졌고요. 이걸 도트 프린터라고 하는데, 약 1992년부터 작년까지 이것으로 송장을 프린트하여 거래명세표를 만든 것입니다. QR 시스템을 도입하면서 레이저 프린터로 출력하게 되어 상자 완료 후에도 프로그램 안에서 수정을 바로 할 수 있게 되었고 글자의 선명도도 높아졌습니다. 예로 든 다섯 건의 주문도 한 장에 통합해 볼 수 있게 되었고요. 무엇보다 정보의 정확성 면에서 개선을 체감할 수 있었지요.”

QR 시스템을 도입하자 배송 정보의 오류 발생률이 줄었음은 물론, 이 정확한 정보를 다른 부분에 활용하는 데 편리해졌고 자연스럽게 각 절차의 속도도 빨라졌다. 문자 발송, 배차증 발행, 운송비 관리에서의 출차 정보 취합 및 정리, 방문 출고 시의 확인 과정에서도 QR 코드는 제 역할을 톡톡히 하여 신속한 처리를 도왔다. “직접 오셔서 제품을 가져가시는 방문 출고 시 안내



(주)노루로지넷의 속도는 고객에게 가장 먼저 와 닿는 즉각적인 속도이다.

실에서 QR 코드를 리더기로 스캔하면 모니터에 출고 정보가 나옵니다. 수령 완료 버튼을 누르면 수령이 확인되고요. 간편한 절차 덕에 과정의 속도가 빨라졌죠.”

정보를 주니, 전화가 줄었다

QR 시스템으로의 변경에 이어 (주)노루로지넷은 기존의 배송 알림 문자를 카카오톡 메시지로 바꾸어 고객과 함께 영업 직원들도 배송 정보를 알 수 있도록 도왔다. 과거에는 문자 메시지로 보냈기 때문에 글자 수가 제한되어 출발 시간과 배송 기사 연락처, 거래선 등만 보낼 수 있었다. 카카오톡으로 바꾸자 현장 배

송 시의 현장 주소와 ERP로 연동되는 구체적인 주문내역까지 답을 수 있게 되었고, 주문 고객뿐만 아니라 제품을 직접 받을 현장의 인수자와 영업 직원에게도 동시에 발송할 수 있게 되었다. 그럼에도 발송 건당 단가는 더 낮아졌다.

“메신저를 이용하면서 가장 편리해진 것은 현장의 영업 직원 분들이 배송 상황을 공유하게 되었다는 것입니다. 예전에는 배송 상황이 궁금해 저희 쪽으로 직접 전화를 하시는 일이 잦았습니다. 전화가 워낙 많이 오다 보니 전화 연결이 어렵다는 불만도 있었고요. 연결이 된다 해도 담당자가 아닌 이상 배송 상황을 일일이 알지 못해 대응해 드리기도 어려웠습니다. 그런데 이제는 카카오톡으로 정보를 받으시니 전화도 줄고, 혹시나 전화가 온다 해도 QR 시스템으로 연동된 ERP를 확인해서 정보를 알려드릴 수 있게 되었습니다.”

양선희 과장은 메신저 덕에 영업 직원이 “이제는 전화할 일이 없겠다.”고 말했을 때 이러한 개선 작업을 해온 사람으로서 뿌듯함을 느꼈다고 말했다. 덧붙이자면 이는 동종업계에서 최초로 도입한 것이다.

이러한 변화는 (주)노루로지넷의 노력만으로 이루어진 것이 아니다. (주)노루로지넷 물류기획팀의 제안을 통해 (주)노루페인트의 영업기획팀과 PI(Process Innovation) 사무국, DIT가 함께 협력한 결과이다. 특히 QR 시스템은 관련된 계열사의 다양한 부서와 특약점의 의견까지 수렴해야 했기에 개발과 진행에 충분한 시간을 들였다. 견승수 부장과 양선희 과장은 새로운 송장의 프린트 사이즈와 글자 크기 등을 위해 특약점을 상대로 설문 조사를 하고 개발 후에는 실 사용자인 직원들이 잘 적응하도록 이끌었다. 크고 작은 어려움이 있었지만 필수적인 변화였기 때문에 모두 잘 따라주었다고 한다.

속도로 경쟁해야 하는 지금

그러나 물류 속도 개선에 대한 이들의 고민은 끝나지 않는다. 견승수 부장은 최근 특약점에서 재고를 줄이는 동시에 주문 빈도가 늘어나는 것을 예로 들었다. “소량 다빈도라고 하죠. 화학 제품에 민감해지면서 현장이 재고 확보 없이 그때그때 주문하

고 바로 받기를 원합니다. 페인트 업계가 물류 속도 경쟁이 되어가고 있는 것이죠.” 불쑥불쑥 들어오는 주문에 긴급 배송을 요하는 경우도 많기 때문에 매일 최선을 다해 배차 리스트를 만들고 수도권외의 경우 오전 9시에 주문한 건은 12시 전에 받을 수 있을 만큼 빠르게 대응하지만 관리하는 아이템은 많아지고 소량 주문이 늘면서 증가하는 업무에 어쩔 수 없이 인프라의 한계를 느끼게 된다. 가장 좋은 방법은 배송지와 가까운 곳에서 자주 보내는 것이겠지만 비용 문제가 걸릴 수밖에 없다. “각지에 물류 거점을 만드는 것도 한 방법이지만 재고가 늘어나는 부담도 있습니다. 현재로선 비례할 수밖에 없는 비용과 서비스에 대해 고민 중입니다.”

자신들의 자리가 고객 접점이자 프론트 라이너이고 매출을 완성하는 최전방이라 생각하기 때문에 견승수 부장과 양선희 과장을 비롯한 (주)노루로지넷의 임직원들은 더욱 빠른 배송을 위해 노력 중이다. 그렇기에 현재의 속도를 아직 부족하다 여긴다. 속도전에서 빠른 속도란 ‘경쟁사보다 빠른’ 속도일 수밖에 없다.

그래서 견승수 부장과 양선희 과장은 다각도의 방안을 모색하고 있다. “물리적 속도는 인력의 투입이 가장 효과적이겠지만, 이와 함께 시스템을 활용하여 효율성을 높이는 것도 신속함을 돕습니다. 올해 안에 모바일 인수증을 도입하여 종이를 없애는 것도 효율화의 한 방안이 될 것입니다. 향후 GPS를 통한 관제망을 갖추는 것도 고민 중이고요. PI 사무국이 생기면서 물류 시스템 개선에 추진력을 얻고 있으니 QR 시스템 도입을 시발점으로 삼아 더 빠르게 달려나가고자 합니다.” 견승수 부장의 목표에 양선희 과장도 희망을 보태었다. “이번 변화처럼 앞으로도 좀더 편리한 배송, 빠른 배송을 위해 계속 개선해갈 것입니다.” 누구나 빠르게 달릴 때 컷가를 스치는 기분 좋은 바람을 느껴봤을 것이다. (주)노루로지넷의 속도는 고객에게 가장 먼저 와 닿는 즉각적인 속도이다. (주)노루로지넷이 시스템을 바꾸며 배송의 속도를 높임으로써 영업 현장에도, 고객의 현장에도 기분 좋은 바람이 일어날 수 있었다. 고객에게 닿는 시원한 바람결 같은 서비스를 위해 (주)노루로지넷은 계속 고민하며 달리고 있다.



다르게, 그리고 빠르게

오늘날 혁신의 속도는 세계적으로 빨라지고 있다. 페이스북의 CEO 마크 주커버그는 “파손해도 되니 빠르게 움직여라. 아직 아무것도 파손하지 않았다면 충분히 빠르지 않은 것이다.”라고 했으며 구글의 CEO 래리 페이지는 “느리면서 좋은 의사결정은 없다. 빠르면서 좋은 의사결정만 있을 뿐이다.”라고 하며 스피드를 강조했다. 변화의 속도가 빨라지면서 도태되는 기업과 개인도 필연적으로 발생한다. 하지만 그만큼 새로운 기회를 향한 문들이 빠르게 열리고 또 닫힌다. 변화의 돌풍과 부딪힐 때 과감히 뛰어들기 위해선 어떤 준비가 필요할까.

시스템과 자원

폴란드 크라코프 성 마리아 성당에서는 매시간 나팔수가 나팔을 분다. 그러나 끝까지 불지는 않는다. 과거 몽골 군의 습격을 알리려던 나팔수가 나팔을 끝까지 불기도 전에 몽골 군의 화살에 즉사했던 것을 기리기 위해서다. 오래된 전설에서 몽골 군의 가공할 스피드를 다시 느끼게 된다.

기본적으로 하루에 160km를 이동하고, 마음만 먹으면 4,000km를 열흘에 주파하며 각종 전술과 기습공격에 능했던 몽골 군의 민첩성은 어디서 나왔을까. 이는 철저한 준비에서 비롯되었다. 여러 번 돌려 경량화한 가죽 갑옷, 특수 고안된 말 안장과 발걸이, 재빨리 빼어 뱌 수 있는 반달형 검은 그들의 전투 속도를 높여 주었다. 군장 뿐만이 아니다. 몽골 기마병에겐 1명당 5마리 정도의 말이 배당되어 장거리 이동 중에 새 말로 갈아탈 수 있었다. 점령 지역에는 일정 거리마다 역을 세우고 물자와 전투 장비를 배치했으며 파발꾼을 임명해 점령지들을 촘촘히 연결했다. 파발이 지나는 패자는 몽골 제국 어디서나 강력한 권한을 보장했다.

몽골 군은 파발을 통해 정보가 빨랐고 새로운 말로 갈아탄 기마병의 이동 속도가 빨랐다. 파발이 권한을 지녔기에 결단 속도와 돌발 상황에 대한 반응도 빨랐다. 때로는 전혀 생각지 못한 창의적 해결 방안도 자신의 권한 하에 행동에 옮길 수 있었을 것이다. 설계된 시스템과 자원을 토대로 몽골 군 개개인은 자신의 권한과 역량을 최대한 신속하게 발휘할 수 있었다. 그들에게 분명한 목표와 보상이 있었음은 물론이다. 탄탄한 시스템 위를 각각의 권한을 가진 개인이 달림으로써 몽골 군의 속도는 더욱 높아진 것이다.



빠른 실패, 창의적 대안

『이코노미스트』 기자이자 혁신전문가인 비제이 바이테스워런은 저서인 『필요, 속도, 탐욕』에서 ‘더 뛰어나고 더 빠르게 성공하는 승자의 법칙’의 7번째 계명을 “처음에 성공하지 못했다면 실패하고 또 실패하라.”고 선언했다.¹

구글에서는 ‘빠르게 실패하기’가 일하는 원칙이다. 큰 실패는 개인에게 부정적인 결과를 가져다 주지만 작은 실패는 빠른 학습을 통해 다른 가능성의 문을 열어준다. 아마존의 제프 베조스는 매일 무엇인가를 발명하라고 한다. 대단한 혁신은 한 번에 오는 것이 아니라 수백만 번의 작은 실험과 시도를 통해 이루어지기 때문이다.

유튜브의 성공 과정은 좋은 예다. 유튜브 창업 전 스티브 첸과 체드 헐리는 이메일로 동영상상을 보내려다 번번이 실패하면서 동영상의 손쉬운 공유에 대한 필요성을 절감하고 웹 브라우저에서 동영상을 바로 올리고 감상할 수 있는 서비스를 개발했다. 이것이 유튜브다. 그러나 그들은 시작부터 새로운 실패를 또 경험했다. 동영상 공유 서비스를 성공시키기 위해 온라인 데이팅 서비스를 제공했다가 사용자에게 외면당한 것이다. 그들은 일주일 만에 이

서비스를 접고 현재의 유튜브 제작에 나섰다. 실패를 통한 창의적 대안과 빠른 결정을 통해 유튜브는 몇 달 후 대성공을 거두고 2년이 채 되기도 전에 구글에 16억 5,000만 달러에 인수되었다.

다양한 가능성을 열어두지 않았던 실패 사례로는 소니의 미니디스크를 들 수 있다. 소니가 첫 선을 보인 미니디스크는 기존 CD 공장에서 생산할 수 있었고 판매량이 느는 대로 가격이 낮출 수 있어서 그야말로 무결점 전략으로 보였다. 하지만 갑자기 세상이 바뀌어 인터넷으로 음악을 다운로드 받는 세상이 되었다. 완벽하게 준비되었던 미니디스크는 대실패로 끝났다.² 소니는 미니디스크를 남들보다 빨리, 많이 만드는 데는 성공했다. 하지만 주변의 변화에 반응하지 못한 속도는 결국 무의미하다.

1. 『필요, 속도, 탐욕』, 비제이 바이테스워런, 한국경제신문

2. 『세상이 생각지 못한 아이디어의 탄생』, 매일경제신문 편집국 기업경영팀, 매일경제신문사



즉각적 서비스

북적이는 명동 거리의 한 H&B(헬스 앤 뷰티) 매장을 찾은 고객은 기본 좋은 경험을 했다. 찾는 상품이 2층에 있다는 직원의 말을 듣고 계단을 올라가자마자 다른 직원이 “00를 찾으신다고요? 이쪽에 있습니다!”하고 바로 안내한 것. 직원들은 무전기를 통해 어떤 손님이 무엇을 찾고 있는지를 실시간으로 연락해 쾌적한 쇼핑을 도왔다. 이러한 신속함은 소비자가 가장 자주, 일차적으로 체감하게 되는 기업의 속도다. 상담 전화가 얼마나 빨리 연결되는지, 불만 사항이 신속히 처리되는지 등으로 기업에 대한 이미지가 달라진다. 배달의 속도도 매출에 큰 영향을 미친다. 이에 ‘로켓배송’으로 시작한 소셜커머스 3사의 배송전쟁이 벌어지고, 모바일 프리미엄 마트는 새벽배송을 내세워 주목을 받고 있다.

미국의 실리콘밸리에서도 배달 경쟁이 뜨겁다. 미국 온라인 쇼핑의 절반을 차지하는 아마존은 대부분의 상품을 이틀 내로 배송 받을 수 있는 아마존 프라임 회원비로만 연간 수조 원을 벌어들인다. 아마존은 더 나아가 당일이나 익일 아침까지 배송하는 ‘아마존 익스프레스’, 드론으로 경량의 소형 화물을 배송하는 ‘아마존 프라임 에어’, 대도시 내에서의 자전거 퀵 서비스 등을 진행하거나 시험 중이다. 최근에는 ‘예측 배송’의 특허까지 냈다. 고객의 구매 이력, 장바구니 목록, 검색 기록, 커서가 특정 제품 위에 열

마나 머물렀는지 등을 분석해 주문을 예측하고 실제 주문 전에 해당 제품을 고객 근처의 물류 센터로 옮겨 주문에 대응한다. 고객이 구매하기도 전에 배송 작업을 시작하는 것이다. 또다른 스타트업 회사는 발상을 바꿔 아예 구매를 대신 해 주는 서비스를 내놓았다. 인스타카트는 자사 사이트를 통해 지역 내의 다양한 마트에서 장을 보면, 1~2시간 내에 직접 해당 마트에서 사서 배달해 준다. 배달부는 인스타카트가 클라우드 소싱으로 모집한 ‘개인 쇼퍼’들이다.³ 우리나라 역시 배송 면에서 세계 최고 수준의 빠르기를 자랑한다. 이미 각각의 마트는 온라인 주문 및 배달 서비스를 제공 중이고, 다양한 업체와 제휴를 맺어 배달만 하는 애플리케이션도 성황 중이다. 이러한 서비스의 방법과 속도가 어떠한 모습으로 갱신될지 기대되는 바다.

3. www.liot.co.kr, ‘아마존보다 인스타카트가 더 두려운 이유’



시속 49.9km의 한국

기업의 속도를 시속으로 나타내어 보면 어떨까? 대한상공회의소는 2016년에 흥미로운 설문 조사 결과를 내놓았다. 국내 제조업체 300여 곳을 대상으로 “최고 혁신 기업이 시속 100km로 변한다고 할 때 당시 회사의 변화 속도는 얼마나 된다고 생각하느냐.”고 질문한 것이다. 이는 엘빈 토플러가 ‘혁신속도론’을 통해 기업이 시속 100마일로 달릴 때 제도는 30마일로 달린다.”라고 말한 것을 응용한 것이다. 이에 대해 자동차 업계는 시속 65.5km, 전자 업계는 63.8km, 조선 업계는 57.7km, 철강 업계는 54.8km, 기계 업계는 52.7km라고 대답하는 등 평균 속도가 58.9km로 평가되었다. 또한 “몇 개월 동안 신제품 개발 등 혁신 활동을 이루지 못하면 기업이 살아남을 수 없다고 보는가.”라는 질문의 답은 평균 39.7개월로 집계되었으며 “1990년대와 비교해 귀 산업의 혁신 속도가 얼마나 빨라졌다고 보는가.”에 대한 물음에 평균 4.7배라는 응답이 나왔다. 즉 혁신 속도가 빨라진 지금 상황에서 3년 이상 혁신 활동을 하지 않으면 기업은 살아남기 힘들다. “귀 업종에서 지구촌 최고의 혁신 기업은 어느 나라에서 출발했는가?”라는 질문에는 미국, 일본, 중국 등이 꼽혔다. 대한상공회의소는 “‘빨리빨리’를 외치는 한국이었지만 속도의 경제 시대인 지금 우리 기업의 혁신 속도는 중

국에도 뒤지고 있다.”라고 하면서 한 엘리베이터 업체의 예를 들었다. 그 업체는 최고의 혁신 경쟁자를 말해달라고 하자 구글을 언급했다고 한다. 우주 엘리베이터를 만들겠다는 구글의 프로젝트가 경쟁자의 범위를 무한대로 넓혀 놓은 것이다. 현재의 경쟁자에만 몰두하면 미래의 경쟁자에게 추월당하는 것이 현재의 속도 경제이다. 이에 대해 대한상공회의소의 이동근 상근부회장은 “미래 혁신 경쟁은 업종과 규모에 관계없이 무제한적으로 이루어진다. 기업 스스로 파괴적 혁신의 노력을 기울여야 한다.”⁴ 고 말했다. 2016년의 조사 이후 한국 기업은 얼마나 달라졌을까? 올해 초 다시 발표된 ‘2018 국내기업의 경영여건조사’(이데일리, 대한상공회의소 공동 진행)에 따르면 위의 첫 번째 질문에 대한 답의 평균 속도는 49.9km로 더욱 느려졌다. 최고 혁신 기업의 속도가 더 빨라진 것일까, 우리 기업들의 속도가 더욱 느려진 것일까. 중요한 것은 우리가 점점 처지고 있다는 불안한 사실이다.

⁴. “中기업 100km 변할 때 韓기업 71km…혁신속도 느리다” 「연합뉴스」, 2016. 6. 22



*CULTURE
GALLERY*

투명한 햇살과 서늘한 바람이
올여름을 견뎌낸 우리를
다독여주는 듯한 가을입니다.
우리도 이 가을처럼 누군가에게
“괜찮아. 다 지나갈 거야.”라고
다정한 위로를 건네는 건 어떨까요.



불안한 노후, 최소한의 대비책

2014년 일본 NHK 스페셜 제작팀이 발표한 다큐멘터리 <노인표류 사회-노후파산의 현실>은 일본은 물론 전 세계에 큰 충격을 주었다. 이어 2016년에는 방송의 제한으로 표현하지 못한 노인의 현실을 반영하여 『노후파산』이라는 책이 발간되었고, 우리나라의 방송국에서도 이를 리메이크하여 동명의 다큐멘터리를 방영하기도 했다. 이 다큐멘터리는 일본과 비슷한 고령화와 노인 빈곤 문제를 가진 우리나라에 게 시사하는 바가 크다.

글 · 최돈호

전 세계에 센세이션을 일으킨 다큐멘터리, <노후파산>

다큐멘터리의 주인공은 외동으로 태어난 일본의 40대 남성이다. 그의 부모는 60~70대, 조부모와 외조부모는 80~90대이다. 조부모들에게 질병이 찾아오면서 문제는 시작된다. 특히 치매나 뇌졸중 등은 반드시 간병이 필요하기 때문에 치명적이다. 양가 조부모의 간병비를 부담하느라 단카이 세대인 부모의 노후자금은 바닥이 나고, 결국 주인공이 이 6명을 감당해야 한다. 게다가 아직 경제적 독립 전인 자녀가 있거나 외벌이일 경우 7~8명을 부양해야 하는 상황에 처한다. 결국 주인공의 부모는 파산신청을 선택한다. 이와 같은 노후파산의 가장 큰 원인 중 하나는 단카이 세대로 불리는 베이비부머로, 급격히 증가했던 베이비부머가 노령화되자 여러 사회 문제들이 나타나고 있다. 우리나라에도 베이비부머 세대가 있다. 6·25전쟁 이후 태어난 1955년~1963년생으로 대략 750만 명 정도로 추정되며 1955년생이 65세가 되는 2020년부터 약 8년에 걸쳐 전체 인구의 약 15%가 노인으로 전환된다. 생산가능인구 대비 노년인구의 비율로 젊은이 몇 명이 노인 1명을 부양하는가를 나타내는 노년부양비율은 2026년 30%를 돌파할 예정이다. 지나는 사람 4명 중 1명은 65세 이상인 것이다. 이때 노인 1명당 25만 원의 기초노령

연금을 지급할 수 있을까? 장기요양제도를 포함하여 노인복지정책이 제대로 이루어질 수 있을까? 그래서 노년 연령을 65세 이상에서 70세 이상으로 바꾸어야 한다는 목소리가 커지고 있다. 더욱 두려운 것은 이러한 인구통계는 어떠한 변수도 없이 시간만 지나면 무조건 현실이 된다는 것이며, 지금의 일본의 모습이 10년 뒤 우리의 모습일 수 있다는 것이다.

노후파산, 원인의 대부분은 의료비

짐이 되지 않는 노후를 위해서는 64세 이후에 집중되는 의료비와 길어진 노후생활의 자금을 준비해야 한다. 정기적인 건강검진은 상식이다. 여기에 더하여 현재 가입된 보험을 다시 들여다보고 재정비해야 한다. 청년기와 달리 중년쯤 되면 자신의 몸에서 취약한 곳이 어디인지 판단이 서기 마련이다. 국민건강보험의 보장이 늘어나는 추세라고는 하나 가벼운 질병과 상해를 대비하는 실손보험과 건강보험, 그리고 40세 이상 사망원인의 1위로 꼽히는 암에 대비하는 보험은 필수다. 보험 없이 암에 걸리는 순간, 노후자금은 날아간다고 봐야 한다. 보험사에서 권하는 대로가 아닌 자신의 병력과 가족력을 살펴 특약을 설정해야 한다.

치과 진료나 골절, 노인성 질환, 치매, 장례비 등 노인의료비에 특화된 실버보험도 고려해 보자. 보험 가입시 보장 기간은 가급적 길게, 사망 보장은 작게 한다. 만기환급형이 아닌 순수보장형을 선택하면 보험료 부담을 줄일 수 있다. 갱신형의 경우, 초기 보험료는 저렴하지만 갱신 시 보험료가 많이 오를 수 있으니 주의해야 한다. 보험 상품을 결정하면 최대한 빨리 가입하는 게 좋다. 몸에 이상이 생길수록 보장에서 제외되는 항목이 늘어난다. 이러한 보험의 필요성은 본인뿐 아니라 부모님들께도 마찬가지이다. 부모님들은 항상 “걱정하지 말고 너만 행복해라.”라고 하시지만 막상 질병이 닥치면 금전 문제는 자녀 몫이 되기 일쑤다. 현재 부모님이 가지고 있는 보험의 보장도 현재 상황에 맞추어 꼼꼼히 살피고 다시 상담을 받아 보자.

연금의 포트폴리오를 구성하라

은퇴 후 노후생활에는 과연 얼마가 들까? 통계청의 자료에 따르면 노후의 월평균 최소 생활비는 부부 기준 183만 원, 여기에 약간의 여가를 즐기려면 264만 원이 필요하다고 한다. 이것을 최소의 기준으로 삼고 현재 가입되어 있는 국민연금, 퇴직연금의 예상수령액과 비교해 본다. 부족분에 대해서는 각자 다양한 선택지가 있겠지만 일단 개인연금에 대해 알아보자. 개인연금은 큰 금액으로 한 상품을 들기보다는 여러 상품으로 쪼개어 가입하는 게 좋다. 일단 사망 시까지의 생활자금을 최소한이라도 확보하기 위한 종신연금은 기본이다. 여기에 은퇴 후 비교적 활동이 왕성한 10년~20년간 여가 자금이 될 확정기간형 연금을 추가한다. 그리고 연금개시연령을 70세 이후로 하는 연금을 더한다. 이 연금은 같은 보험료를 내더라도 받는 연금액이 더 커진다. 때문에 일반 간병보험으로 준비할 수 없는 간병비에 활용할 수 있다.

여러 연금을 준비할 여유가 없다면 변액연금을 알아보자. 변액연금은 기본 보험료는 적게 설정하고 여유가 있을 때 추가 납입할 수 있어서 보험료 부담을 줄일 수 있으며 물가상승에 따른 위험도 낮춰준다. 연금에 대한 여력이 없다면 어쩔 수 없이 보유한 주택을 담보로 주택연금을 신청하거나 주택 규모를 줄이고 보다 저렴한 곳으로 이사하는 등으로 노후 자금을 만들어야 할 것이다.

재무설계사들은 노후대비 상담을 할 때 흔히 노년의 사고(四苦) 즉 네 가지 고통에 포인트를 둔다. 가난으로 인한 빈고(貧苦), 질병으로 인한 병고(病苦), 할 일이 없는 무위고(無爲苦), 외로운 고독고(孤獨苦)이다. 위의 보험과 연금은 빈고와 병고에 대비하는 최소한의 방법들이다. 채취업으로 무위고를 없애고 다양한 취미생활을 만들어 고독고를 줄일 수도 있다. 그 소득과 비용은 각자 천차만별일 것이다. 무엇보다 노후는 ‘얼마나 많이’ 준비하느냐와 함께 ‘어떻게’ 준비하느냐에 따라 달라질 수 있음을 기억하자.



가족의 비서 AI 스피커

영화 <아이언맨>의 주인공 토니 스타크(아이언맨)가 어려운 상황을 만났을 때 꼭 대화하는 상대가 있다. AI 서비스 '자비스'다. 자비스는 그의 지시를 처리하며 화려한 액션을 돕는다. 영화 속의 일들이 IT 기술의 발달로 우리 앞에 성큼 다가오고 있다. 말 한 마디에 좋아하는 음악을 들려주고, 음식 배달을 주문하고, 날씨와 뉴스를 알려준다. 이 스마트한 비서는 음성인식 AI 스피커로 기술과 인공지능의 합작품이다. 국내에서는 통신사와 검색 포털 업체 중심으로, 해외에서는 구글, 애플, 아마존과 같은 IT 업체에서 출시되고 있다.

다재다능해지는 서비스

과거 집집마다 놓였던 라디오, 오디오처럼 요즘은 네이버의 클로바와 프렌즈 미니, SKT의 NUGU와 아리아, KT의 기가지니와 지니가 일상을 파고들고 있다. 허공에 대고 “지니야~” “아리아~”를 부르기가 민망할 듯하지만 이미 사용 중인 이들은 한 번 쓰면 무척 편리하다고 입을 모아 말한다. 그런데 클로바? 프렌즈? 미니? 이름도 많고 기기도 많아 헷갈린다. 간단히 정리하자면 각 사마다 AI 플랫폼과 플랫폼을 작동시키는 호칭, 그 플랫폼을 탑재한 스피커 기기가 있다. 네이버의 플랫폼은 클로바로, “클로바, 음악 들려줘.”하며 작동시키는데 프렌즈와 도라에몽, 미니언즈 등으로 디자인된 기기가 다양하게 출시되어 있다. SKT의 NUGU, KT의 기가지니는 플랫폼과 기기의 명칭이며 작동시킬 때는 “아리아”, “지니” 등의 호칭을 사용한다. 과거 음악 재생과 어학 공부 정도만 가능했던 AI 스피커들은 이제 다른 기기, 서비스와 연결되면서 점점 더 다양한 기능을 수행하고 있다. 뉴스 검색, 스포츠 경기 결과 등 인터넷 검색도 가능하고 SKT NUGU와 KT 기가지니, LG 유플러스와 연결된 클로바는TV 채널과 VOD 영화 검색도 해 준다. 또한 집의 전자제품과 연결하여 스마트 홈 IoT를 구성할 수 있다. “아리아 수면등 켜줘~” 라고 해서 조명을 조절할 수 있고(SKT NUGU) 공기청정기, 로봇 청소기 등을 말로 켜다 껐다 할 수 있다(네이버 클로바). 아마존에서 출시한 에코 AI 스피커는 CCTV나 현관 카메라와 연결해서 보안 상황을 점검할 수 있다.

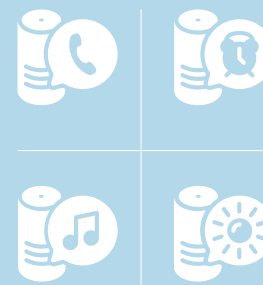
다만 지금 설명한 기능들은 AI 스피커와 연결되는 전등, 전기 플러그, 청소기 등 해당 제품을 따로 구매해야 가능하다. 그러나 이러한 제품들은 점점 더 늘어날 것이다. AI 서비스를 만드는 회사들이 여러 하드웨어 회사와 협업을 맺어 AI 스피커의 기능을 확장하려고 하기 때문이다. 수년 내에 AI 스피커와 대화하며 음악을 켜고, 지도를 찾으며, 물건을 주문하는 일상은 매우 당연한 풍경이 될 것이다.

여기저기 늘어나는 비서들

일상의 비서는 AI 스피커에만 있지 않다. 관련 기술이 빠르게 발달하면서 AI 스피커는 'AI 서비스'로 진화하고 있다. 기존에도 스마트폰에 있긴 했지만 기능이 제한적이었던 음성인식 서비스의 품질이 높아져 “OK 구글, 아침 7시에 깨워줘~”라고 전면에 내세우는 광고를 할 정도가 되었다. 애플의 Siri는 더 많은 답변을 구비하고 질문을 기다리고 있다. 스마트폰의 경우, 화면이 있으니 더욱 편리하다. 이에 아마존은 아예 화면이 달려 화상통화나 유튜브 등 의 비디오 클립을 제공하는 Echo Show를 출시하기도 했다. 그러나 모든 것에는 명과 암이 있듯이 편리한 AI 서비스에도 위험한 부분이 있다. 맞춤 서비스를 위해 AI 서비스는 내 말을 기억하고 구매욕과 취향 등 속마음을 분석한다. 나쁘게 말하자면 내 사생활은 감시된다. 문제는 AI 서비스가 내 정보를 얼마나 듣고, 어느 영역에까지 활용하는지 알 수가 없다는 점이다. 특히 온라인 주문과 결제까지 맡겼을 때 개인 금융 정보 보안의 중요성은 점점 더 중요해질 것이다.

감직한 캐릭터에서 고급 사운드까지

여러 장단점이 있겠으나 AI 서비스는 그 편리성으로 인해 점점 보편화될 것이다. 그렇다면 어떤 AI 스피커가 좋을까? 기기들이 다양해 선택의 폭도 넓다. 네이버의 클로바는 귀여운 캐릭터로 어필하며 웨이브는 4마이크 시스템으로 음성인식의 정확도를 높이고 20W 스피커로 사운드를 풍부하게 키웠다. SKT NUGU Candle은 무드 등 역할을 한다. 사용자들이 즐겨쓰는 기능은 '폰 찾기'이다. “아리아 내 폰 찾아줘~”라고 외치면 어딘가 있는 스마트폰이 진동과 소리를 낸다. KT의 기가지니는 Harman-Kardon사의 프리미엄 스피커로 고급스러운 사운드를 제공한다. 기가지니용 카메라를 별도로 구입해 Full HD급 영상통화와 홈캠 기능도 추가할 수 있다. 스마트폰이 없는 세상을 이제는 더 이상 상상할 수 없듯이 AI 스피커를 이용한 AI 서비스와 그와 관련된 제품들 역시 당연한 가전이 되어가고 있다. 이제 AI 서비스는 편의성 뿐만 아니라 정서적인 면에서도 일상을 도울 것이다.



수년 내에 AI 스피커와 대화하며 음악을 켜고, 지도를 찾으며, 물건을 주문하는 일상은 매우 당연한 풍경이 될 것이다.

SKT의 NUGU

KT의 기가지니 2

네이버의 클로바



사진제공 · 이화백주

막걸리

밥처럼 푸근한 술,

전통적인 서민 술, 막걸리는 민중과 오랜 세월을 함께해온 만큼 이에 대한 시도 많다. 특히 천상병 시인은 막걸리를 두고 ‘내게는 밥이나 마찬가지다. 밥일 뿐만 아니라 즐거움을 더해주는 하나님의 은총인 것이다’라며 여러 시를 지었다. 이처럼 사랑받아온 막걸리가 한동안의 부침과 떠들썩한 재소환의 과정을 거쳐 이제는 전처럼 친근한 술로 우리 옆을 지키게 되었다. 전통주에 한해 온라인 유통이 가능해진 주류법 개정으로 손쉽게 전국의 막걸리를 주문할 수도 있게 되었다. 이번 가을엔 새로운 맛으로 잔을 채워보는 게 어떨까.



이화백주

쌀과 누룩, 순수한 프리미엄 막걸리

막걸리에 대한 관심이 높아지면서 쌀과 누룩, 물 외에는 아무것도 넣지 않고 천연 발효로 맛을 내는 프리미엄 막걸리도 다양해져서 고르는 즐거움이 늘었다. 그중 눈에 띄는 것은 경남 양산의 이화백주다. 청와대 만찬주로도 선정된 바 있는 이화백주는 날씬하고 투명한 병을 사용하여, 뚜껑을 비트는 순간 뽀얗게 올라오는 기포가 마치 샴페인을 연상케 한다. 천연탄산의 청량한 맛과 전통 누룩의 은은한 잔당, 우아한 패키지의 시각적 즐거움도 ‘샴페인 막걸리’라는 별명에 어울린다. ‘이화백주’로 검색하여 손쉽게 구할 수 있다.

땅끝 해남의 해창주조장에서 만들어지는 해창막걸리는 숨은 지역 술이었으나 얼마전 TV프로그램인 <배틀트립>에 소개되어 일반인에게도 많이 알려졌다. 1927년에 지어진 일본식 살림집에 1961년에 주조장 면허를 낸 후 30년 넘게 빚어진 해창막걸리는 가업을 잇지 못하게 된 자손들 대신 이 막걸리의 골수팬이던 한 부부에게 이어져 지금까지 해남 땅의 찹쌀과 햅쌀, 누룩만으로 담백하고 은근한 제 맛을 유지하고 있다. 한번 맛본 이들은 해창 막걸리를 잊지 못한다고. 6도, 9도, 12도의 3가지 도수로 출시된다.



백련 막걸리

지역의 맛, 다채로운 특산물 막걸리

각 지역마다 양조장이 있다 보니 자연스레 막걸리에는 특산물의 맛이 담기기 마련이다. 오미자로 유명한 문경에는 당연히 오미자 생막걸리가 있다. 문경주조의 오미자 생막걸리는 5가지 맛을 내는 오미자처럼 마실 때마다 맛이 색다르다. 달콤새콤한 데다가 발그레한 색감도 매력적이어서 인기가 좋다. 연구 끝에 새로운 맛을 개발한 지역 막걸리들도 있다. 당진의 백련 막걸리는 당진의 쌀에 백련잎을 넣어 깔끔한 맛과 은은한 향을 완성시켰으며 2017년 온라인 클릭 수 기준으로 조사한 인기 전통주 순위에서 1위를 차지했다. 내변산 양조장의 쌀바나나막걸리는 쌀과 바나나의 부드러움과 달콤함이 예상치 못한 맛의 조화를 훌륭하게 보여준다. 알콜 도수도 4%대로 부담을 덜고 마실 수 있다. 이외에도 가평 잣 막걸리, 공주 알밤 막걸리, 제주 오메기 막걸리 등 지방마다 고유의 맛을 담은 막걸리들이 있다. 모두 온라인에서 검색, 구입 가능하다.

떠먹고, 만들어 먹는 막걸리

요구르트처럼 떠먹는 막걸리도 있다. 고려 시대부터 전해오는 농후한 맛의 ‘이화주’가 그것이다. 일반 막걸리는 밥으로 만들지만, 이화주는 쌀을 이용한 누룩과 구멍 떡으로 걸쭉하게 빚은 탁주다. 깊은 단맛과 유기산의 풍부한 신맛에, 효소와 효모도 살아 있어서 건강에 유익하며 냉장 보관했을 때 오래 보관할 수 있기 때문에 선물용으로도 좋다. 물에 타서 시원하게 먹는 것도 추천한다. 이화주는 경기도 용인의 ‘술샘’에서 ‘이화주’로, 강원도 홍천 ‘예술’에서 ‘배꽃필무렵’이라는 이름으로 온라인 판매하고 있다. 식전이나 식후에 내면 우아한 식탁을 완성시켜 준다.

막걸리를 내 손으로 직접 빚어 보는 것은 어떨까? 배상면주가에서 나온 ‘내가빚는 느린마을 막걸리킷’은 쌀가루와 병, 효모, 누룩, 제조설명서에 테이스팅 노트까지 갖춰 물만 있으면 5일만에 막걸리를 완성할 수 있는 간편한 키트다. 아스파탐을 넣지 않아 단맛이 없기 때문에 단맛을 싫어하는 이에게는 더욱 반가울 술. 마지막 단계에 취향에 따라 과일즙이나 꿀, 탄산음료를 넣어 먹을 수도 있다. 해외에서 우리 술이 그리울 이에게 선물해도 좋겠다.



이화주

고택에서의 시간은 느리게 간다

기와집에 들어가면 웬지 모르게 걸음이 느려진다. 선비라도 된 듯 보폭이 넓어지고 시선은 담 너머를 향한다. 먹빛 기와, 키 낮은 소나무, 푸른 하늘로 시야를 차츰 넓히다 보면 마음도 넓어져서 주변을 품는 것이 그리 어렵지 않게 느껴진다. 고택의 힘은 이런 것일 듯하다. 견고히 쌓인 시간 위에 내 시간을 얹고 잠시 멈추어 보는 것. 전국 곳곳 다양한 고택에서 천천히 흐르는 시간을 음미해 보자.



시민문화유산 제1호

서울 성북구의 최순우 옛집

서울시 성북구 성북동 골목에서는 뜻밖의 한옥을 만날 수 있다. 다세대주택에 둘러싸인 중에도 고즈넉한 아름다움을 보여주는 이 한옥은 바로 미술사학자 해곡 최순우 선생의 옛집이다. 최순우 선생은 우리 문화재를 사랑한 미술사학자로 제4대 국립중앙박물관장을 지냈으며 저서인 『무량수전 배흘림기둥에 기대서서』는 한국의 미를 전하는 대표적인 책으로 널리 사랑받고 있다. 이 집은 1930년대의 근대 한옥으로 최순우 선생이 1976년부터 1984년 작고할 때까지 살던 집이다. 2000년대 초에 다세대 주택이 될 뻔한 것을 자연 및 문화유산을 보존하고 관리하는 단체인 한국내셔널트러스트가 시민과 기업을 대상으로 10억 원을 모금한 뒤 매입하여 '시민문화유산 1호'이자 해곡 최순우 기념관으로 운영, 최순우 선생의 정신을 전하고 있다. 복잡한 서울 한복판에서도 자연을 집안에 들이기 위해 나무를 심고 들꽃을 가꾸었던 최순우 선생의 손길을 작고 푸른 정원으로, 그 정신을 '두문즉시심산(杜門卽是深山, 문을 닫으면 이곳이 곧 깊은 산 속이라)'의 현판으로 만나 보자. 은은하고 담담한 정취가 마음에 배어줄 것이다. 전시공간인 바깥채에 앉아 읽는 최순우 선생의 저서는 그 의미가 더욱 명확해지며, 창문을 통해 보이는 뒷마당 풍경은 선생의 시선을 느끼게 한다.

이곳에서는 일반 관람 외에도 전시와 강연, 음악회, 축제 등 다양한 문화 예술 프로그램이 개최되니 최순우 옛집 홈페이지에서 확인해 보자. 9월부터 10월 말까지는 우리 자수 전시가 열린다. 최순우 옛집 www.choisunu.com

백의정승을 위한 집

충남 논산의 명재 고택

명재고택은 '백의정승'이라 불리며 존경받았던 학자, 윤증 선생을 위해 지어진 집이다. 그는 조선 후기의 치열한 당쟁 속에서 일찍이 벼슬을 포기하였으나 뛰어난 학문으로 인해 수많은 관직에 천거되고, 오늘날의 총리에 해당되는 벼슬까지 제수받았지만 조정에 한 번도 나가지 않았다. 다만 상소를 통해 자기의 주장을 피력했다 한다. 그럼에도 그가 세상을 떠났을 때 숙종이 추모시를 내렸다고 하니 그 사상과 학문의 명성을 짐작할 만하다.

이 집은 그의 생전인 1709년에 아들과 제자들이 지었으나 정작 그는 이곳에 머물지 않고 작은 초가에서 지냈다. 때문에 명재고택의 '고'는 옛 '古'가 아닌 연 '故'자를 쓴다. 이 집은 통풍과 일조량을 계산한 건물 배치, 여성을 위해 독립된 안채, 미닫이와 여닫이가 함께 구현되어 효율적인 안고지기 문 등에서 조선시대 삶의 지혜를 볼 수 있어 중요민속문화재 제190호로 지정되었다. 고택 옆에 도열한 장독대의 규모는 마치 가택신들의 현현처럼 장관을 이루고 계절마다 달라지는 자연은 고택의 한 부분으로 아름다움을 보탠다. 명재고택은 관람시간 내에 무료로 관람이 가능하며 예약하면 전문해설사의 설명도 들을 수 있다. 각각의 방은 한옥스테이로 숙박이 가능하고 단체를 위한 다례, 규방공예, 천연염색, 국악공연 등의 체험행사도 체계적으로 마련되어 있다. 바로 옆에 위치한 사색의 길은 옛 선비의 정신을 잠시나마 느끼게 해줄 것이다.

명재고택 myeongjae.com



아름다운 휴식

전북 완주 소양고택

전라북도 완주군에 위치한 소양고택은 고창과 무안에 있던 철거 위기에 놓인 130년된 고택 3채를 해체, 3년에 걸쳐 문화재 장인의 손길로 현재의 위치로 옮기고 복원한 한옥이다. 소양고택은 소쇄문(행랑채)과 사랑채, 안채로 구성되어 있는데 사랑채는 100년 넘는 나이테를 자랑하는 굵은 기둥 위에 팔작지붕과 맞배 지붕이 활달한 기상을 보여주며 자연의 아름다움을 한껏 누릴 수 있는 누마루를 가지고 있다. 소쇄문에서 정면에 위치한 안채는 전남 무안의 마지막 고을 원님이 기거하던 관사를 옮긴 것이다. 겸손한 사각 기둥과 단아한 지붕선, 넓은 대청마루가 한옥의 넉넉한 품을 느끼게 한다. 앞산의 웅장한 풍광과 뒷정원의 우아함을 감상할 수 있는 대청마루는 바깥의 풍경을 안으로 들여오는 한옥의 '차경' 개념을 극적으로 체감케 한다. 소양고택은 5개의 객실을 마련하여 한옥스테이를 운영하고 있으며 전통의 아름다움에 현대식 시설을 접목해 불편함이 없도록 꾸몄다. 주인공의 오랜 손길이 배어 있는 작은 고가구들과 정갈한 침구류에 모던하게 꾸며진 욕조와 샤워시설이 편안한 숙박을 돕는다. 특히 바로 옆 두베카페에서 커피를 포함한 조식을 제공하는 것도 숙박의 근사한 특혜이다. 수려한 경관과 인터리어로 인스타그램 등 SNS에서도 핫한 두베카페에서 주변 농가들의 농산물과 계절음식으로 정성껏 차려진 조식을 호젓하게 누리는 특별한 경험을 해 보자. 소양고택 stayhanok.com



고택이 안내하는 지역 명소

고택에서 한껏 느린 시간을 즐겼다면 주변으로 눈을 돌려보자. 고택의 시간만큼이나, 혹은 더 오랜 역사를 가진 유적과 다양한 문화 유산이 여행에 즐거운 일정을 들려준다. 먼 곳이라면 두 번 오기 쉽지 않으니 더욱 촘촘한 동선으로, 가까운 곳이라면 부담 없는 나들이로 더 많이 보고, 더 깊이 느껴보길 권한다.

(재)내셔널트러스트 문화유산기금의 시민문화유산

최순우 옛집을 운영하고 있는 내셔널트러스트 운동은 시민들의 자발적인 모금과 기부, 증여로 보존 가치가 있는 자연과 문화 유산을 확보하여 영구히 보존하고 관리하는 시민 주도의 운동이다. (재)내셔널트러스트 문화기금은 비영리 재단으로, 현재 최순우 옛집 외에도 전라남도 나주의 도래마을 옛집, 서울시 동선동의 권진규 아틀리에를 보존, 운영하며 시민들에게 문화의 향기를 전하고 있다. 도래마을 옛집은 한옥숙박체험을 제공하며 권진규 아틀리에 역시 다양한 전시와 체험 공간으로 열려 있다. 많은 시민의 힘으로 무료로 운영되는 이들 공간의 유지와, 시민문화유산의 확대를 위해 후원에 힘을 보태는 것은 어떨까? 더 많은 정보를 위해 내셔널트러스트 문화유산기금 블로그(ntfund.blog.me)를 방문해 보자.

근대로 떠나는 여행, 충남 논산 강경역사관

명재고택이 위치한 논산 노성면에서 차로 20여 분을 달리면 강경읍이다. 금강 하류에 위치한 강경읍은 과거에는 물자와 사람이 몰려들었던 유명한 포구였기 때문에 근대문화유산이 많이 남아 있다. 번영의 흔적은 강경 읍내의 근대 건축물로 확인할 수 있다. 현재 강경역사문화안내소로 사용되는 건물은 과거 강경노동조합 건물이었고, 강경역사관은 한일은행 강경지점이었다. 이 강경역사관에서는 근대 역사뿐만 아니라 다양한 민속 자료들도 보관되어 있다. 바로 근처에는 지금 까지도 유명한 강경젓갈시장이 있다. 전통 비법에 현대화된 시설로 정갈하게 제조되는 강경젓갈은 과거의 명성을 그대로 유지하고 있다. 매년 10월 중순에는 젓갈축제가 열린다. 이 시기에 방문해 보는 것도 좋겠다. 올해는 10월 10일부터 14일까지 열린다.

문화와 예술, 역사가 어우러지는 완주 삼례문화예술촌

소양고택이 있는 오성마을은 완주의 작은 한옥마을이다. 산골짜기에 있어 풍광이 수려하고 소양고택 외에도 아름다운 한옥과 카페들이 있어 산책하기에 좋다. 소양고택 위로 약 4km 올라가면 60m 높이에서 2단으로 쏟아지는 위봉폭포가 있다. 폭포 주변으로 기암괴석과 울창한 숲이 어우러져 옛부터 완산8경에 꼽혔다고 한다. 고택 기준으로 차로 약 30분쯤 떨어진 삼례문화예술촌도 방문해볼 만하다. 과거 일제 강점기 시대에 양곡 수탈의 중심에 있던 삼례양곡창고를 문화 공간으로 조성한 것으로 미술관, 디지털체험관, 소극장씨어터애니, 체험공간 뭉치, 목공소, 책공방, 카페 등이 자리하고 있다. 고전 영화를 감상하거나 목공, 다양한 책 만들기를 경험할 수 있다.



위. 시민문화유산2호 도래마을 옛집
가운데. 논산강경젓갈축제
아래. 삼례문화예술촌 모모미술관

N O R O O P E O P L E

페인트가 할 수 있는 일은
참 많습니다.

건물에는 튼튼한 방패가,
미술관에는 작품의 배경이,
가족에게는 추억을 담는 컬러가 됩니다.
그래서 페인트는
생활의 혁명인가 봅니다.



쿨루프 도시의 방패가 되다

(주)노루페인트 에너지 세이버 쿨루프

기록적인 폭염으로 모두가 힘들었던 지난 여름, 최고 기온이 40도를 넘어섰고 열대야는 한 달 이상 지속되었으며 온열 질환으로 48명이 사망했다. 재난을 넘어 재앙 같은 폭염을 극복하기 위해 정부와 국민 모두 안간힘을 썼다. 그리고 (주)노루페인트 상담실과 건축기술팀에는 문의 전화가 빗발쳤다. “거기가 집을 시원하게 해 준다는 쿨루프 페인트 만드는 곳이죠?”라고 묻는 전화들이었다.

에너지 세이버 쿨루프 수성 페인트

(주)노루페인트는 지난 2015년 에너지 세이버 쿨루프 수성 페인트를 출시했다. 옥상 바닥이나 지붕에 칠하는 이 제품은 태양열을 반사시켜 열의 침투를 막고 흡수된 열은 방사하여 차열 효과를 낸다. 특수 차열 원료를 사용해 열 전달을 차단하고 복사열을 소멸시킨다. 시공 후 표면 온도는 일반 녹색 방수 페인트를 칠했을 때보다 20도 이상 낮아지며 실내 온도는 약4도가량 내려간다. 에어컨 설정 온도를 1도 낮출 때 전기 사용량이 7% 감소하니, 쿨루프 페인트를 사용하면 3개월 동안 가구당 전력 사용량을 20%나 줄일 수 있는 것이다. (주)노루페인트는 국내 최초로 이 쿨루프 페인트를 개발하고 지자체와 함께 시범 사업을 선도적으로 벌이면서 시장을 만들어왔다. 여기에 올해의 폭염은 그간의 쿨루프 페인트에 대한 입소문과 효과에 대한 관심을 증폭시키고 시장을 키웠다. 신제품 개발에서 지금의 시장 형성에 이르기까지의 이야기를 (주)노루페인트 건축기술3팀장 함영재 부장과 공업4팀 김치훈 대리에게 들어 보았다.



지난 2015년에 서울시와 함께 시작했던 <쿨루프 캠페인>은 지붕이나 옥상에 차열 페인트인 (주)노루페인트의 '에너지 세이버 쿨루프 수성페인트'를 시공하여 표면 온도를 20도 이상 줄이고 실내 온도를 4~5도 떨어뜨리는 활동이다.

쿨루프 시장을 만들다

“쿨루프 페인트는 갑자기 튀어나온 제품이 아닙니다. 해외 코팅소를 다녀온 선배 연구원들이 차열 도료 개발의 필요성을 느끼고 2000년대부터 기초 연구를 시작하여 건축 외부용 수성 페인트에 차열 및 단열 성능을 부여했습니다. 탄소 배출량 규제 등 국제 환경 규제와 에너지 절감이 이슈화된 2007년부터 에너지 절감형 도료를 본격적으로 개발하여 2009년에는 에너지 세이버 브랜드의 외벽용, 지붕용, 유리용 차열 도료를 출시했지요.” 함영재 부장은 쿨루프 페인트가 에너지 세이버 브랜드에서 나왔음을 차근차근 설명했다. 에너지 세이버 제품의 효과 검증은 3~4년에 걸쳐 꾸준히 이루어졌다. 그러나 시장에 없던 생소한 제품군에 기존 우레탄 방수제 시장의 가격대를 넘어서다 보니 업자들의 반응은 호의적이지 않았다. 이에 방향을 바꾸어 DIY 시장을 노리고 2015년에 출시한 제품이 DIY용 ‘에너지 세이버 쿨루프 수성’ 페인트다. 더위의 해결책을 찾는 소비자들은 시공하자마자 효과를 발휘하는 이 제품을 알아봐 줄 것이라 기대한 것이다. 도시 열섬 현상을 줄

이기 위해 2014년부터 서울시, 십년후연구소와 함께한 쿨루프 캠페인도 제품 출시를 도왔다.

“당시 쿨루프 페인트라 할 수 있는 것은 저희 제품뿐이었기 때문에 자연스럽게 함께하게 되었습니다.” 쿨루프 페인트 시장을 만들기 위해 영업에 고군분투하다가 비영리단체인 십년후 연구소까지 접촉하게 되었던 김치훈 대리다. “영업 중 큰 걸림돌은 구매자들이 이 제품을 잘 모를 뿐더러 필요성을 크게 느끼지 못하는 것이었습니다. 특히 에너지는 눈에 안 보이니 직접 체험하기 전까지는 이해가 어렵거든요.”

현장 체험 중심의 캠페인은 차츰 입소문을 탔고 SNS 등을 통해 ‘쿨루프’란 이름과 효과가 서서히 알려졌다. 경쟁사도 같은 이름의 제품을 앞다투어 내놓으며 각각 시범 사업을 시작했다. 시장이 만들어진 것이다.

열을 막는 방패, 쿨루프

국내 최초 개발로 축적된 기술력, 몇 년에 걸쳐 검증된 도료 성능, 적극적인 캠페인 및 홍보 활동으로 에너지 세이버 쿨루

프 수성 페인트는 타사 제품과 비교할 수 없는 가치를 지닌다. “페인트는 차열 기능 외에도 내구성, 부착성, 물성 등 모든 면이 검토되어야 합니다. 그런 면에서 저희의 기술력은 월등하지요.” 함영재 부장은 담담한 말투로 이야기했지만 그 내용은 자부심을 가질 만한 것이었다. “현재는 도시열섬현상 저감용 열제어 도료 개발이라는 산업통상자원부의 국책 과제를 수행 중입니다. 산업통상자원부는 과거 이력 및 향후 발전 여력을 보고 주관 기업을 선정하는데 저희 노루페인트가 통과한 것이지요. 기존의 DIY용 도료보다 내구성이 월등한 전문가형 쿨루프 페인트를 내년까지 개발해 낼 예정입니다.” 함영재 부장이 들려준 계획에 이어 김치훈 대리에게 포부를 물었다. “에너지를 전공한 담당자로서 페인트 업계에 에너지 관련 시장을 꼭 만들고 싶었습니다. 이제 시장이 만들어지고 매년

성장하고 있으니 영업의 본분인 ‘매출’의 결과를 만들겠습니다.”

그동안 에너지 절감형 제품은 가격대 때문에 당장의 매출로 연결되지 못했다. 그러나 불안한 기후 변화 추이를 보았을 때 개발을 멈출 수는 없었다. 기후 변화에 가장 먼저 위협받는 것은 저소득층, 사회적 약자들이다. 함영재 부장은 쿨루프 캠페인 활동 시 저소득층의 옥탑방 시공 후 거주자에게 “시원하게 해주셔서 고맙다.”란 인사를 받고 보람을 느꼈다 한다. 서울의 모든 건물에 쿨루프를 시공하면 서울 전체 온도가 2도 가량 내려간다는 연구 결과가 있다. 박원순 서울 시장은 쿨루프 시공에 대해 “페인트는 생활의 혁명”이라고 말했다. 쿨루프는 기후 변화에 대비하는 확실한 대안이다. 대안을 만들고 전파한 이들에게 고맙다는 인사가 자꾸만 나온다.



소다미술관에서 마주서다

최근 TV예능 프로그램의 변화 중 하나는 시선의 방향이다. 과거에는 출연자들끼리 마주 앉거나 서서 이야기를 나누었는데 이제는 각자 앞에 있는 모니터를 보며 대화한다. 그들은 서로를 마주보지 않는다. 이 변화는 저성장 경제와 미디어, SNS의 발달 속에 타인과 마주할 기회를 줄여가는 현대인들의 모습과 함께한다. 경기도 화성에 위치한 소다미술관의 기획전 <마주서다>는 고개를 돌려 우리 자신을, 서로를 바라볼 기회를 준다. 이 전시에 ㈜노루페인트가 함께했다.

재발견과 재해석, 재생산을 위해

소다미술관과 ㈜노루페인트의 인연은 이번이 처음이 아니다. 2014년 개관 초기 전시에도 협찬한 바 있다. 소다미술관은 오랫동안 버려져 있던 대형 찜질방 건물을 리모델링하여 재탄생시킨 공간이다. 수풀에 덮인 채 방치되어 있던 과거의 콘크리트 건물은 지역의 위험 공간이었고 주민들에게 불안을 주는 폐허였다. 소다미술관은 버려진 것들이 ‘재발견-재해석-재생산’ 될 수 있다는 디자인 순환 과정의 철학을 가지고 이곳을 창작자와 대중이 소통할 수 있는 실험적, 체험적 문화 소통의 공간으로 꾸몄다. 찜질방의 폐쇄적 구조를 만들었던 콘크리트 벽체는 설치미술가, 조각가, 건축가들에게 다양한 영감을 주는 야외 전시 공간이 되었고, 옥상에 올려진 컨테이너 박스는 시선의 확장을 돕는다. 근처 주민뿐만 아니라 멀리서 찾아오는 관람객은 야외와 실내, 옥상의 독특한 구조와 작품을 즐긴다. 공장과 논, 아파트가 섞인 화성에 소다미술관은 문화로 신선한 공기를 불어 넣고 있다. 소다미술관의 이름은 ‘Space Of Design and Architecture’에서 왔다. ㈜노루페인트는 페인트가 가진 컬러의 힘으로 그 공간에 함께하는 중이다.





렸다. 풍경 속 인물의 순간이 포착된 빛과 그림자에서 관객은 그 인물의 시공간과 함께 감정이 훑어오는 공감의 경험까지 하게 된다. 뒤돌아서면 회색 얼굴에 일순 숨이 멎는다. 과감한 표현주의적 인물화 작업을 꾸준히 해온 유현경 작가의 <이보영>이다. 눈, 코, 입이 제거된 얼굴인데도 붓질의 흐름과 화면의 색상이 시선과 표정을 자아낸다. 이목구비가 사라진 자리는 오히려 거울처럼 관객의 마음을 반사할 듯하다. 구체적인 묘사 없이 경쾌한 색감과 자유분방한 붓놀림이 담긴 <어서와>, <엄마 친구들 #2> 역시 인물과 풍경의 분위기를 생생하게 전달한다.

소다미술관의 류다움 큐레이터는 전시에 대해 “사람보다는 기술과 마주하는 시간이 더 긴 현대인을 위해 ‘사람과 사람이 마주할 수 있는 방법’을 고민한 전시”라고 말했다. (주)노루페인트는 전시의 의의에 뜻을 함께해 전시장의 페인팅에 도움을 주었다. 류다움 큐레이터는 “전시장의 특성상 작품을 걸 공간에 페인트를 자주 사용하는데, 노루의 팬톤 페인트는 컬러 차트를 보며 색을 고르기도 편했고 완벽한 색 구현으로 작가의 작품을 돋보이게 해 주어 고맙웠다.”고 평했다.

<마주서다>는 오는 11월 18일까지, 야외 기획 전시인 <인공자연 : 콘크리트에 자연을 담다>는 10월 21일까지 진행된다. 소다미술관에서 작품과 타인, 그리고 나와 마주서보는 것은 어떨까.

사람과 사람을 위해

소다미술관의 전시 <마주서다>에서 처음 마주할 얼굴은 흉상 조각처럼 사진 찍힌 노인들의 초상인 <흉상 시리즈>이다. 누군가를 영원히 기리기 위해 제작되는 흉상의 의미를 생각할 때, 김성수 작가가 노년의 얼굴과 흉상의 형식을 차용해 완성한 이 작품은 관객에게 삶의 유한성과 영원에 대한 욕망을 대면하게 만든다. 흑백 사진 옆으로는 남학현 작가의 다채로운 붓질이 겹겹이 쌓인 <A moment in life(No.6)>가 걸



NOROO의 현장, 미래를 꿈꾸게 하다

청소년희망재단의 NOROO 견학

지난 9월, 특별한 손님들이 NOROO를 찾았다. 그들은 ㈜노루페인트 안양 본사와 농업회사법인 ㈜더기반의 안성 연구단지를 견학하며 페인트가 만들어지는 과정을 보고 종자 개발과 육종 현장을 견학했다. 그리고 때때로 날카롭기도, 엉뚱스럽기도 한 질문으로 지식과 호기심을 드러냈다. 그 귀한 손님은 청소년희망재단의 학생들이었다.



세상을 바라보는 새로운 시각, 견학

청소년희망재단은 법무부 산하의 공익재단으로 청소년이 자신을 성찰하고 타인을 존중하며 꿈을 찾아 나아갈 수 있도록 청소년 치유 및 재활 사업, 학교 폭력 예방 사업, 문화 활동 지원 사업 등 다양한 사업을 펼치고 있다. 산업 현장 견학도 이루어지는데 이는 청소년들에게 특별한 경험이 된다. 생활 속에서 무의식적으로 소비했던 제품들이 어디서 어떻게 만들어지는지, 누가 만드는지를 직접 보는 것은 소비자가 아닌 생산자의 위치에서 세상을 바라보게 한다. 청소년희망재단의 김호성 팀장은 “학생들은 견학을 통해 새로운 발견을 한다. 꿈을 찾기도 하고 어른들은 이렇게 일을 하며 돈을 번다는 것을 새삼 느끼기도 한다. 그 모든 과정에서 아이들은 배운다.”라고 말한다. NOROO는 그 취지에 공감하여 ㈜노루페인트 안양 공장 견학과 더기반 안성연구단지 견학 코스를 마련해 9월 19일 그들을 초청했다.

NOROO에서 의식주의 ‘住’와 ‘食’을 만나다

만16세~18세의 청소년 23명과 교사 4명이 함께한 견학은 ㈜노루페인트 안양 본사 사료전시관에서 시작되었다. ㈜노루페인트 인사IT팀의 고재수 차장은 학생들에게 ‘나의 조국을 위

NOROO에서의 하루는 23명
청소년들의 마음에 작은 씨앗을 심었다.
더욱 풍부한 열매들을 위해
NOROO는 앞으로도 청소년들의 마음에
다채로운 컬러의 씨앗을 뿌려갈 것이다.



하여' 라는 사업보국의 창업정신과 73년의 NOROO 역사를 소개하였으며, 수지 생산동으로 이어진 견학에서는 (주)노루페인트 도료생산2팀의 박창영 부장과 수지생산팀의 이명로 부장이 도료 생산 과정을 안내했다. 학생들은 낡은 술에서 시작해 현대화된 시설로 발전해 온 (주)노루페인트의 긴 역사에 놀라움을 표했으며 흔히 건물이나 가구에 칠하는 것으로만 생각했던 페인트가 자동차와 전자제품 등에도 쓰인다는 것을 알고 신기해했다. 한 학생은 “판매되는 페인트가 나오기까지 다양한 연구 과정과 생산 시설이 있다는 것을 깨닫게 되었다.”고 소감을 말하기도 했다.

대형 버스로 이동 후 더기반 안성연구단지의 소강당에서 시작된 두 번째 일정은 더기반 경영지원팀의 정윤식 팀장이 이끌었다. “인간 생활의 세 가지 기본 요소가 ‘의식주’ 이죠. 노루페인트가 ‘주’를 돕는다면 이곳 더기반은 ‘식’을 돕습니다. 저희는 밥상에 오를 농산물의 종자를 개발합니다.” 정윤식 팀

장은 국내 종자 시장이 몇몇 글로벌 기업들에게 장악된 현실을 이야기하며 우리나라의 취약한 종자 산업을 키우기 위해 NOROO의 ‘사업보국’ 정신으로 더기반이 설립되었음을 밝혔다. “종자 산업은 국가산업이자 국가생명산업이니깐요.”란 그의 설명은 작은 강당에 모인 학생들에게 또렷이 전달되었다. 전 세계 라일락의 대부분이 우리나라 라일락에서 비롯되었고, 크리스마스 트리로 꾸며지는 구상나무 역시 우리나라가 원산지였다는 이야기 또한 학생들의 흥미를 돋우었다. 이어진 질의응답 시간에 학생들은 ‘채종에서 상품화까지 얼마나 걸리는지’, ‘월급은 얼마나 되는지’, ‘더기반에서 일하기 위해서는 어떤 공부를 해야 하는지’ 등을 묻기도 했다.

NOROO의 친환경 기술을 느끼다

청소년희망재단 학생들의 견학을 위해 더기반은 평소에는 외부인이 출입할 수 없는 재배 현장도 특별히 공개했다. 학생



청소년희망재단 학생들의 견학을 위해 더기반은 평소에는 외부인이 출입할 수 없는 재배 현장도 특별히 공개했다.



들은 멜론이 열린 하우스와 연구원들이 허름한 농부의 복장으로 일하는 모습에 흥미를 보였으며 종자 보관 및 가공 처리 시설에서 다양한 기계와 종자 코팅 기술을 보고 놀라워하기도 했다.

견학 소감을 묻자 학생들은 “페인트와 종자는 TV나 마트에서 광고하는 것도 아니라서 사람들이 잘 모르는 분야인 것 같다. 그런 색다른 업종에 대해 알게 되어 즐거웠다.”, “미성년자라 다양한 업종이나 일하는 환경 등을 잘 모르는데 견학을 통해 시야가 넓어졌다. 미래에 도움이 될 것 같다.”, “식품 개량에 대해 좋지 않은 시선을 가지고 있었는데 유전자 조작 없이 종자 개발이 가능하다는 것에 호감이 생겼다.”, “종자에 컬러

를 입히는 코팅 기술이 신기하다. 그것도 친환경으로 한다는 것이 인상 깊었다.” 등 많은 이야기를 들려주었다. 견학에 함께한 김호성 팀장은 “이번 NOROO 견학은 학생들이 세상을 이해하고 미래를 계획하는 데 소중한 밑거름이 될 것”이라고 말하며 감사 인사를 남겼다.

삶은 단 몇 초의 경험으로도 그 방향이 바뀔 수 있다. NOROO에서의 하루는 23명 청소년들의 마음에 작은 씨앗을 심었다. 그 씨앗은 어떤 열매를 맺게 될까. 다양한 얼굴과 표정만큼이나 다양한 생각을 가진 그들이기에 열매 또한 각양각색이 될 것이다. 더욱 풍부한 열매들을 위해 NOROO는 앞으로도 청소년들의 마음에 다채로운 컬러의 씨앗을 뿌려갈 것이다.



나란한 의자, 단란한 가족

(주)노루알앤씨 정종우 과장 가족과 (주)노루비케미칼 신동완 대리 가족

가구는 저마다의 역할과 느낌을 가진다. 책상은 업무와 지적인 분위기를, 식탁은 식사와 따스함을, 침대는 휴식과 포근함을 보여 준다. 의자는 어떨까. 혼자 일할 때, 함께 이야기를 나눌 때, 높은 곳을 향해 디디고 올라설 때 등 다양한 경우에 역할을 제공하며 그때마다 분위기도 달라진다. 단란한 가족에게 나란히 놓일 의자는 다정한 공간과 진솔한 시간을 만들어 준다. 가족의 컬러가 더해지면 그 시간은 더 특별해진다.

쑥쑥 문지르고 싹싹 바르고

칼라메이트(주) 논현점은 페인트와 페인팅에 필요한 모든 부자재, 시공 및 견적 상담, 인테리어 시공, 사후 관리 프로그램까지 제공하는 페인트 & 컬러 토탈 솔루션 매장이다. 다양한 기능과 컬러의 페인트가 진열된 매장 뒤편에는 각종 페인트 관련 수업이 진행되는 DIY 교육장이 마련되어 있다. 이 공간에 (주)노루알앤씨 수지소재사업실 정종우 과장 가족과 (주)노루비케미칼 기술1팀 신동완 대리 가족이 초대되었다. NOROO 가족이 모여 NOROO의 페인트로 아름다운 의자를 완성하는 특별한 시간을 위해서다.

“안녕하세요.” 정종우 과장의 두 딸인 8살 민서 양과 6살 유리 양의 맑은 목소리가 교육장을 채웠다. 부인인 이윤주 씨도 환한 미소로 수업을 함께할 신동완 대리, 임우경 씨 부부와 반가운 인사를 나눴다.

“오늘은 스톨을 만들어 볼 거예요. 이 스톨에는 마감 처리가 되어 있으니 페인트의 부착력을 높이기 위해 간단히 사포질을 해 주세요.” DIY 수업을 다수 진행한 바 있는 박애란 강사는 능숙하게 가족들을 이끌었다. 정종우 과장은 큰딸 민서 양과, 엄마인 이윤주 씨는 작은딸 유리 양과 한 팀을 이루어 스톨 하나씩을 맡았다. 아빠와 엄마가 상판에 다리를 붙이자 아이들은 고사리 같은 작은 손에 사포를 잡고 쑥쑥 문지르고 물티슈로 먼지를 적적 닦아냈다. 원하는 무늬를 내기 위한 마스킹 테이프도 힘주어 꼭꼭 눌러 붙이고 젯소를 칠한 뒤 컬러를 선택하는 가장 어려운 결정의 시간에도 어려움 없이 자신들이 좋아하는 색을 접시에 덜어냈다. 보라와 노랑, 분홍과 생생한 청록이 스톨을 채워갈수록 아이들의 눈은 더욱 반짝였다. “예전에도 집에서 함께 리폼을 해 봤는데 무척 좋아하더라고요. 매일 출근하는 아빠가 회사에서 무엇을 만드는지 체험하게 해주고 싶었죠.” 정종우 과장의 바람대로 아이들은 페인팅 체험에 100% 집중하고 있었다. 아빠의 손길이 더해진 손앤수 페인트를 작은 얼굴과 어깨에 묻혀가며, 즐겁게 웃으며.



완성된 작품을 모아놓고 보니,
네 개의 스톨은 각각 다르면서도
가족끼리 어우러지는 컬러 조합을 가지고 있었다.



칼라메이트(주) 논현점
인테리어를 고민하고 있다면 칼라메이트(주) 논현점을 찾아가보자. 트렌드의 중심인 강남에 위치해 컬러 문화를 선도하는 칼라메이트(주) 논현점에서는 컬러와 페인팅에 대한 전문적인 상담이 가능하다. 다양한 가능성 페인트는 물론 시공 및 사후 관리 프로그램도 운영하여 소비자에게 직접적이고 정확한 해결책을 제시한다.

서울시 강남구 논현로 658
(02)3443-2080



가족의 컬러를 덧입다

신동완 대리 부부는 지난 4월에 결혼식을 올린 신혼부부이다. 안타깝게도 신동완 대리의 장기 해외출장으로 인해 떨어져 있는 시간이 길었기에 이번 체험을 신청했다고 한다. “함께 있는 동안 특별한 경험을 해보고 싶어서요. 신혼집이라 가구가 필요하기도 했고요!”라며 신동완 대리 부부는 함께 함박웃음을 짓다가도 이내 페인팅에 집중했다. 임우경 씨는 “하면 할수록 빠져드는 것 같아요.”라며 꼼꼼히 칠하고 말린 뒤 신중하게 스텐실 도안을 골랐다. 임우경 씨 스톨에는 촉촉한 비구를 아래 토로가 새겨지고 신동완 대리의 스톨에는 진한 커피 향을 느끼게 하는 재즈 연주자의 실루엣이 드러났다.

짧은 붓으로 도안을 콕콕 찍어 그림을 완성하는 스텐실은 아이들이 가장 재미있어

하는 과정이기도 했다. 민서 양과 유리 양은 아이스크림과 선물 상자, 곰돌이와 나비 등을 스톨에 옮기며 스텐실 과정을 마음껏 즐겼다. “페인팅도, 스텐실도 모두 재미있었어요.”라며 작업을 마무리하는 민서의 말에 정종우 과장, 이윤주 씨의 얼굴에 미소가 차올랐다.

완성된 작품을 모아놓고 보니, 네 개의 스톨은 각각 다르면서도 가족끼리 어우러지는 컬러 조합을 가지고 있었다. 하나마다 개성을, 세트마다 가족의 분위기를 드러내는 컬러의 힘이 새삼 드러나는 순간이었다. 가족의 공간에 위치할 때 그 힘은 더 세질 것이다. 민서와 유리가 앉아 함께 피아노를 연주하고, 신동완 대리 부부가 앉아 대화를 나누는 시간들이 쌓일 때마다 컬러는 추억을 덧입어 맑은 빛을 가지게 될 테니 말이다.

컬러가 좋다 NOROO가 좋다

경기도 고양시 천웅상사

천웅상사에는 컬러가 가득하다. 천장은 마치 레고 조각으로 조립된 듯 빨강, 노랑, 파랑, 초록 등으로 채워졌고 바닥은 (주)노루페인트 예그리나 칼라플로어로 곳곳이 다른 색감을 보여준다. “컬러는 자기를 표현하고 표출하는 수단이죠. 전 노루가 가진 색상을 굉장히 좋아해요. 저와 잘 어울리는 것 같습니다.”라고 말하는 컬러풀한 사장, 천웅상사의 윤재영 사장을 만났다.

개성 강한 특약점

윤재영 사장은 (주)노루페인트의 선명한 컬러처럼 두드러지는 개성을 지닌 이다. 뿔이 솟은 듯한 헤어스타일과 독특한 디자인의 안경, 재킷처럼 깃이 누운 셔츠, 발목을 드러낸 팬츠와 구두가 어우러진 그의 스타일은 한 번 보면 잊지 못할 인상을 만든다.

자기 표현을 돕는 수단으로서의 컬러를 좋아한다는 윤재영 사장의 말은 그에게 개성이 얼마나 중요한지, 그리고 그 개성을 드러내는 데 컬러가 얼마나 큰 힘을 지니는지를 알려준다. 그런데 컬러의 힘을 잘 활용하는 이는 드물다고 한다.

“고객들은 모두 색을 좋아합니다. 하지만 자신이 정확히 어떤 색을 원하는지 잘 몰라서 선택에 어려움을 겪으시죠. 저는 그 선택을 도와드립니다.” 윤재영 사장은 상담을 통해 고객이 원하는 컬러를 짚어내고, 정확하게 조색해 내는 컬러 감각을 가졌다. 그는 측색기와 (주)노루페인트의 고체도 TPX 컬러, 사이버 샵의 컬러 구현 기능이 큰 도움이 된다고 겸손히 말하지만,

그의 육안은 측색기를 능가한다는 평을 듣곤 한다. 다른 가게에서는 잘 하지 않는 1리터 조색도 제공하기 때문에 DIY 고객들은 부담없이 이곳을 찾는다.

“소량 조색은 불황을 타개하는 방법이기도 합니다. 철재용 우레탄이나 목공용 우레탄도 소량 조색이 가능해지면 시장을 넓히는 데 도움이 될 겁니다.” 성장 속도가 느려진 요즘 천웅상사는 경기 흐름에 적응하고 극복하는 다양한 방법을 실천하고 제시한다. 그중 하나는 포스 시스템이다. 매장 내 제품을 모두 라벨링하고 전산화한 것이다. “경리가 해야 할 일을 컴퓨터가 하면서 인건비를 줄일 수 있게 되었죠.” 윤재영 사장의 평범치 않은 스타일은 그의 취향이기도 하지만 천웅상사를 홍보하는 역할도 한다. “아무래도 컬러를 다루는 직업이니 남다른 개성도 홍보 효과를 내지 않을까 싶습니다. 손님들도 잘 기억해 주시고요.” 또다른 방법은 모두가 알지만 꾸준히 실천하기는 어려운 ‘성실’과 ‘친절’이다.



성취감이 주는 기쁨



윤재영 사장의 육안은
촉색기를 능가한다는 평을 듣곤 한다.
다른 가게에서는 잘 하지 않는
1리터 조색도 제공하기 때문에
DIY 고객들은 부담없이 천웅상사를 찾는다.

20년의 성실과 친절

천웅상사는 윤재영 사장의 성실과 친절로 20년간 성장해 왔다. “형의 페인트 매장에서 일하다가 1998년에 이 근처에서 독립했습니다. 현 위치에 자리잡은 지는 10년 가까이 됩니다.” 그는 20년 동안 노루페인트 외의 간판을 단 적이 없다. 한 번 온 고객의 얼굴은 절대 잊지 않았다. 어떤 고객이 무엇을 자주 사 가는지 기억했고 명절 때면 작은 선물세트라도 마련해 단골을 챙겼다. 7시에 문을 열어 12시간을 일하고 일요일도 쉬지 않았다. 고객과의 약속은 절대 깨지 않았고 상대의 입

장에서 상담해 주었다. 결제 기일에도 엄격해서 한 번도 기한을 넘긴 적이 없다. 천웅상사를 담당하는 (주)노루페인트 북서울지점의 배중완 과장은 “윤재영 사장님은 외상 거래를 일절 하지 않는 데다, 결제일을 철저히 지키십니다.”라며 그 신용이 요즘처럼 어려운 때에 빛을 발한다고 말했다. 윤재영 사장은 15년이 넘는 인연을 지닌 배중완 과장에 대해 유연한 사고 방식으로 천웅상사를 많이 도왔다고 감사를 표했다.

과거에 비해 온라인 샵과 주변의 타사 대리점도 늘어 경쟁은 더 치열해졌다. 하지만 천웅상사는 자신만의 속도로 꾸준히 성장하는 중이다. 윤재영 사장은 “저는 특약점입니다. 매출의 흐름을 보며 제가 할 수 있는 만큼 일을 만들고, 대응합니다. 너무 크게 하면 다칠 수 있으니까요. 외상 거래로 매출을 키우는 업체들도 있었지만 요즘의 불황은 업체의 난립을 정리하는 역할도 하는 듯합니다. 그래서 이 위기를 뚫고 나가기 위해 저희도 굉장히 노력하고 있지요. 무엇보다 늘 함께해주는 아내에게 고마울 뿐입니다.”라고 말한다. 부인 황혜진 씨는 천웅

상사의 20년 역사를 함께 만들어온 이다. 황혜진 씨 역시 컬러에 대한 노하우가 상당하여 고객들에게 색을 잘 고르는 방법을 전수해 주곤 한다. 지난 20년에 이어 앞으로 천웅상사는 어떤 미래를 만들어갈까? 윤재영 사장은 돈보다는 ‘성취감’을 먼저 이야기한다. “고객이 제 제품을 사용해 만족하실 때 느끼는 성취감이 좋습니다. 정년이 없으니 계속 일하며 이 성취감을 지속해 갈 수 있다는 게 기쁨이죠.” 그의 성취감이 늘어갈수록 고객들의 컬러도 더욱 풍부해질 것이다.



뉴스 브리핑



㈜노루홀딩스, 레드닷 디자인 어워드 수상



㈜노루페인트, 제31주년 기념식 및 제32년차 정기대의원대회 개최



㈜노루페인트, 20년 연속 무분규 임금 협상 타결



㈜노루페인트와 부산 동래구청, <2018년 쿨루프 사업> 협약(MOU) 체결

(주)노루홀딩스

레드닷 디자인 어워드 수상

㈜노루페인트의 지주회사인 (주)노루홀딩스(대표 김용기)가 국제적인 권위를 자랑하는 <2018 레드닷 디자인 어워드>(Reddot Design Award)에서 디자인 컨셉 상(Design Concept Award)을 업계 최초로 수상하였다.

독일의 레드닷 디자인 어워드는 1955년부터 매년 개최되는 디자인 공모전으로 독일 if 디자인 어워드, 미국 IDEA와 함께 세계 3대 디자인 어워드로 꼽힌다. 레드닷 디자인 어워드는 디자인의 심미성과 혁신성, 기능성을 종합적으로 평가하여 건축과 전자제품, 자동차, 생활 과학과 약품 디자인 등 다양한 분야에서 최고의 디자인을 선정한다. 올해 아시아 지역 수상식은 9월 28일 싱가포르 '레드닷 디자인 뮤지엄(Reddot Design Museum)'에서 열렸다. 수상작인 '올인원 페인트 패키지(All-in-one paint package)'는 도로와 트레이, 페인팅 패드 등의 도색 장비를 일체화시켜 일반적인 도로 패키지 컨셉에서 벗어나 소비자 사용 편의성을 대폭 개선한 실용적인 작품으로 평가받았다. 해당 컨셉을 개발한 강시내 대리는 "세계적으로 권위 있는 레드닷 디자인 어워드 수상을 영예롭게 생각

한다."며, "향후 도로 패키지 분야에서 고객 편의성을 극대화하는 제품을 디자인하는 데 주력하겠다."고 수상 소감을 밝혔다.

(주)노루페인트

㈜노루페인트, 제31주년 기념식 및 제32년차 정기대의원대회 개최

㈜노루페인트 노동조합이 설립된 지 31주년을 맞이하여 지난 8월 22일에 기념식 및 제32년차 정기대의원대회가 개최되었다. 이번 행사는 많은 내외빈이 참석한 가운데 성황리에 개최되었으며, 최태호 안양 시장, 김용목 한국노총 경기본부 의장 등 서울과 경기 지역의 많은 노동조합 위원장이 참석하여 본 행사를 축하했다. (주)노루페인트 박연수 위원장은 "노루페인트 노동조합은 많은 이들과 관심과 격려에 힘입어 회사 발전과 함께 현재에 이르렀다. 우리 모두가 처해 있는 현실이 결코 쉽지는 않지만 신뢰를 토대로 가치가 존중되는 진정한 노동을 위해 열심히 전진하겠다. 변화와 혁신의 노동 운동을 실천하여 새로운 동행의 행복한 100년 NOROO를 만들어가겠다."라고 감사 인사를 전했다.

㈜노루페인트, 20년 연속 무분규 임금 협상 타결

㈜노루페인트(대표 진명호)는 노동조합(위원장 박연수)과 지난 7월 12일 임금인상 협상을 벌여 무분규 타결을 이루었다. 이는 20년 연속 무분규 타결로 노동조합은 대의원을 통한 조합원 의견 수렴과 한국노총의 권고 사항, 당사의 내외적 사업 환경에 관련된 여러가지 지표를 객관적으로 판단하여 여러 차례 교섭위원 회의를 거쳐 교섭(안)을 수립하고 10차에 걸친 실무 교섭을 토대로 합의(안)을 도출한 후 대의원들의 인준을 거쳐 최종 협약을 마무리하였다. 박연수 노조위원장은 그동안 쌓아온 신뢰를 바탕으로 앞으로도 선진 노사문화를 만들어가는 데 최선을 다할 것이며 노동의 가치가 더욱 존중받을 수 있도록 끊임없이 혁신하는 노동운동을 전개해 나가겠다고 타결 소감을 밝혔다.

㈜노루페인트와 부산 동래구청, <2018년 쿨루프 사업> 협약(MOU) 체결

㈜노루페인트는 민간주도의 재원(재능)기부사업인 <2018년 쿨루프 사업>의 원활한 추진을 위해 지난 9월 10일 부산시 동래구청 2층 소회의실에서 롯데건설(주), 국민시장번영회, 전국공무원노동조합 동래구지부와 (주)노루페인트 조창연 전무가 참석한 가운데 업무협약(MOU)을 체결했다.

'쿨루프'란 건물 옥상에 백색 특수도료를 칠하여 실내 온도를 낮추는 친환경 공법으로 지난해 부산시에서는 동래구 칠산동 등 주거밀집지역의 단독주택 10개동에 시행해 주민들로부터 큰 호평을 받았다. 이에 올해는 서민들이 자주 애용하는 부산 동래구 재래시장으로 사업대상지를 확대해 사업을 펼칠 계획이다.

폭염에 농가용 뿌리는 친환경 차광제 수요 급증

지난 여름의 기록적인 폭염으로 인해 (주)노루페인트의 도포형 차열페인트인 차광제의 수요가 크게 늘었다. 곁에 뿌리는 도포형 차광제인 '에너지 세이버 차광제'는 (주)노루페인트가 개발하고 (주)노루기반에서 보급하는 제품으로 물로 희석해 사용하며 시공 시 측사 및 시설 하우스의 내부 온도를 4~5℃ 떨어뜨린다. 온실용 기준인 1대6의 비율로 차광제와 물을 섞었을 때 빛의 차단율이 약 23%에 달해 내부 온도를 4℃ 정도 낮추는 것이다. 또한 일정 기간이 지나면 빗물이나 바람 등에 의해 차광제가 자연적으로 제거되어 기존의 차광막 설치와 제거에 비해 인건비와 일손의 부담을 줄일 수 있으며 가축과 사람, 환경에 무해한 전분 등이 주성분인 친환경 제품이라 농가로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 이 제품은 농업 현장 생태에 최적화된 상품을 개발하기 위해 2011년부터 농촌진흥청 산하 국립원예특작과학원과 공동으로 연구 개발

뉴스 브리핑



폭염에 농가용 뿌리는 친환경 차광제 수요 급증



(주)노루페인트, 바닥 인테리어 페인트 ‘에그리나 칼라플로어’ 출시

을 진행해온 제품으로 이미 특허를 취득하여 2014년에 시제품을 내놓은 바 있으며 그간 비닐하우스 및 축산 농가의 생산성 향상을 도와 수요가 꾸준히 늘어왔다. 그리고 올여름, 유례없는 무더위가 지속되면서 가축 및 작물을 보호하는 효율적 대응 방안으로 더욱 큰 호응을 얻은 것이다.

(주)노루기반 관계자는 “에너지 세이버 차광제는 매년 여름이면 수요가 급격히 증가한다. 그런데 올해는 재난 수준의 폭염으로 온실과 비닐하우스의 피해가 커지면서 제품의 문의 및 판매가 크게 늘었다.”고 하면서 “이번 폭염의 학습 효과로 내년에는 초여름부터 이를 대비하기 위해 수요가 더 늘어날 것으로 예상된다.”라고 말했다.

급격한 기후 변화에 따라 농업과 축산업의 재배 및 사육 환경 또한 가혹해지고 있다. 이에 대응하는 (주)노루페인트와 (주)노루기반은 에너지 세이버 차광제의 국내 산업화 성공에 이어 중국 등 해외에서도 사용할 수 있는 제품을 개발하기 위해 다양한 환경과 작물에 대해서도 연구를 이어가고 있다.

(주)노루페인트, 바닥 인테리어 페인트 ‘에그리나 칼라플로어’ 출시

(주)노루페인트는 사무실 및 매장 바닥에 다양한 컬러 기법을 적용할 수 있는 바닥 인테리어용 페인트 ‘에그리나 칼라플로어’를 출시했

다. 에그리나 칼라플로어는 투명 에폭시와 컬러 펠의 조합으로 매장 분위기를 개성 있게 만들어주는 프리미엄 인테리어 바닥재이자 중급 속을 함유하고 있지 않은 친환경 바닥재이다.

에그리나 칼라플로어의 컬러 펠은 도장 시의 터치에 따라 다양한 문양과 색감을 연출해 수만 가지의 스타일을 보여준다. 시공된 공간의 조명에 따라 은은하게 반짝여 독특한 인테리어 효과를 보여주며 마블 패턴으로 고급스러운 분위기를 만든다. 작업과 건조 시간이 짧을 뿐만 아니라 시공도 쉽고 도막 경도와 부착성, 내구력, 내약품성, 방진성 등도 뛰어나 도장 이후에도 오래도록 외관을 유지할 수 있다. 무엇보다 다양한 컬러를 활용해 개성 있는 스타일을 연출할 수 있다. 감각적인 실내를 완성하고 시공도 친환경적인 에그리나 칼라플로어는 시장의 빠른 호응을 얻고 있다. (주)노루페인트 관계자는 “호텔과 카페, 헤어샵, 프랜차이즈 점포 등 다양한 곳에서 시공이 이루어지고 있다.”고 하면서 “바닥재를 통한 실내 분위기 전환에 인기가 높다.”고 밝혔다.



농업회사법인 (주)더기반, 참외 신품종 홍보와 성공적 재배를 위한 영농 지원 활동



더기반, 경희대학교 생명과학대학과 산학협력 교육과정 운영 체결

농업회사법인 (주)더기반

참외 신품종 홍보와 성공적 재배를 위한 영농 지원 활동

더기반은 9월 10일부터 12일까지 2박 3일 동안 성주군에서 참외 종자를 홍보하고 재배 정보를 알리는 영농 지원 활동을 벌였다. 더기반은 2016년 바른꿀 참외를 출시하여 참외의 주산지인 성주군에 새 바람을 일으킨 바 있다. 올해는 바른꿀과 더불어 알찬꿀, 보람찬꿀 등의 신품종을 출시함에 따라 더 많은 농가에서 재배될 수 있도록 적극적인 홍보 활동에 나선 것이다. 더기반의 임직원 40여 명은 성주군에서 농가와 지역 내 대리점을 찾아다니며 새로운 참외 종자를 소개하고 참외 농사의 애로 사항을 들으며 재배에 필요한 정보를 제공하는 등 다양한 지원 활동과 교육을 진행하였다. 가가호호 농가를 방문하여, 혹은 장소를 섭외하고 농민을 초청하여 이루어진 만남의 자리에서 연구원을 비롯한 임직원들은 신품종의 차별점과 특장점, 토양과 물, 비료의 관리법 등 재배 방법을 전달하였다. 이는 홍보와 동시에 농민들의 다양한 목소리를 들을 수 있는 기회였으며 직원들은 이를 통해 더욱더 좋은 종자 보급을 약속하고 더기반의 참외 품종에 대한 믿음과 신뢰를 쌓을 수 있었다.

더기반, 경희대학교 생명과학대학과 산학협력 교육과정 운영 체결

더기반(대표 최규설)은 경희대학교의 생명과학대학과 산학교류를 위한 협약식을 지난 6월 4일 더기반 안성연구단지에서 체결했다.

(주)더기반과 경희대학교 생명과학대학은 사회 수요에 맞는 우수 인력을 공동으로 양성하기 위해 적극적 협력에 나설 것을 약속하였으며 생명과학대학은 이번 협약을 통해 학생들의 현장 견학 및 인턴십, 전문 기술 강사 특강 등의 현장 교육을 지원받을 수 있게 되었다.

더기반의 안성연구단지는 생명공학연구소, 병리연구소, 육종연구소 등이 유기적으로 연계되는 원스톱 종자 연구 개발 단지로 조성되었으며 R&D의 지속적인 투자를 통해 미래 농생명 산업을 위한 기반을 다져가고 있다.

경희대학교 생명과학대학의 이윤형 학장은 “어려운 환경 속에서도 현장 실습, 특강 등 학생 지원, 대학 교수풀 활용 등을 통해 더기반과 경희대가 산학협력 체계를 공고히 해나가길 기대한다.”라고 하면서 농생명 산업의 밝은 미래를 향해 내딛은 첫 걸음이 지속적인 현장 맞춤형 인재 양성으로 이어지길 기대한다고 밝혔다. 최규설 대표 또한 “4차 산업혁명 시대에는 무엇보다 청년 인재 양성이 중요하다. 특히 이번 산학 교류를 통해 농생명 산업에 필요한 많은 인재들을 더기반과 함께 양성하기를 기대한다.”고 밝혔다.



칼로리 낮추는 일상 속 습관

자동차를 타면 당연히 매게 되는 안전벨트처럼 도시 속 현대인은 다이어트에 대한 압박증을 늘 머리에 새기고 있다. 특히 과식하게 되는 명절 후에는 그 압박증이 더욱 커진다. 때문에 갑작스러운 단식이나 과격한 운동을 시도하여 몸에 무리를 주기도 한다. 이를 막기 위해서는 일상 속에서 칼로리를 낮추는 연습이 필요하다. 적게, 천천히, 때로는 반대로 먹어가며 꾸준히 칼로리 단속을 해 보자.

적게 먹기

너무나도 당연한 말이다. 칼로리를 낮추려면 적게 먹어야 한다. 뻔해서 지루한 이 당위성보다는 과식의 후유증에 대한 위협이 효과적일 것이다. 과식은 수명을 단축시킨다. 영양물질이 체내에 과잉 축적되면 만성 염증이 생기고, 염증이 지속되면 암과 노화가 유발된다. 음식을 에너지로 전환시키는 신진대사 과정에서 발생하는 유해산소의 양도 많아져서 노화가 빨라진다. 영국의 한 연구소는 음식 섭취를 40% 줄이면 수명이 20년 늘어난다고 분석했다. 적게 먹기 위해서는 작은 그릇을 고르고, 너무 배고픈 상태에서 식사하지 않도록 물을 톼툼이 마셔준다. 숟가락보다는 젓가락을 사용하는 것도 방법이다.

천천히 먹기

천천히 먹으면 적게 먹을 수 있다. 음식이 위장을 부풀리고 소화 작용에 관련된 호르몬이 뇌에 도달하기까지는 15~20분이 걸린다고 한다. 위장에 충분한 음식이 들어갔어도 뇌는 한참 후에나 포만감을 인식한다는 소리다. 식사와 담소 후

에 자리에서 일어날 때에서야 “배부르다.”란 소리가 나오는 까닭이 이것이다. 빨리 먹으면 포만감을 느낄 수 있는 양보다 더 많이 먹게 된다. 실제로 빨리 먹는 사람은 천천히 먹는 사람보다 평균 3배의 비만을 보인다고 한다. 많이 씹고 대화를 하며 먹으면 천천히 먹을 수 있다. 15번 씹을 때보다 40번 씹을 때 칼로리 섭취량이 10% 낮아진다. 밥과 고기보다 과일, 야채를 먼저 먹는 ‘거꾸로 먹기’ 습관도 칼로리를 낮추는 데 도움이 된다.

물, 칫솔, 구강청결제

한 연예인은 다이어트의 비결을 ‘칫솔’로 꼽았다. 식사를 한 후 바로 칫솔질을 하여 입 안을 개운하게 하면 군것질을 줄일 수 있다고 말이다. 간식거리가 당길 때 입이 심심하다던가, 입이 궁금하다는 표현이 있다. 음식의 여운이 남은 텅텅한 입은 달콤하거나 새콤한 맛을 그리게 한다. 수분 없이 마른 입은 짭짤한 간식을 원한다. 물을 자주 마시고 칫솔질을 해서 깔끔한 입을 만들자. 칫솔질이 어렵다면 행궤내는 구강청결제로 시도해 보자.



물류에 QR 시스템을 도입하고 안내 문자를 카카오톡 메시지로 바꿔 물류 속도와 함께 영업 현장과 고객의 편의성을 높인 (주)노루로지넷 물류기획팀입니다. 견승수 부장님과 물류1팀의 양선희 과장님은 앞으로도 더욱 빠르고 편리한 배송을 위해 다각도로 고민하고 있습니다. 긴 시간의 촬영 내내 활짝 웃어 주신 두 분께 감사드립니다!



화성시 소다미술관의 류다움 큐레이터가 야외 설치 전시인 <ARTIFICIAL NATURE>의 <불러내기-하늘 땅 바람>이라는 작품 앞에 섰습니다. 부드러운 바람이 자연스러운 미소를 만들어 줍니다. 자연과 인공을 함께 마주할 수 있는 이 공간에 우리도 함께 서 보면 어떨까요?

