

NOROO

AUTUMN . 2026

VOL. 80

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

AUTUMN . 2026

VOL. 80

SPECIAL THEME
TECHNOLOGY AT FULL SPEED



NOROO



SPECIAL THEME



TECHNOLOGY AT FULL SPEED

- 06

VIEWFINDER

레이싱카와 함께 질주하는 기술
- 10

INTERVIEW

기술을 입혀 속도를 완성하다

CULTURE GALLERY

- 14

MOMENTS

손글씨가 전하는 마음
- 16

FOOD

먹거리의 안전 가이드, 다양한 식품 표시
- 18

LIVING

집을 가볍게, 짐의 처리법

22 . HIGH FIVE



34 . FOCUS ON NOROO 3



42 . PAINT FOR ART 2



NOROO PEOPLE



- 22

HIGH FIVE

모든 시작이 함께 YOUTH NOROO
2026 NOROO 신규입사자 입문교육
- 26

FOCUS ON NOROO 1

작은 씨앗에서 큰 기쁨으로
- 30

FOCUS ON NOROO 2

고객과 함께 답을 찾는 하루
노루알앤씨 영업2팀 정홍윤 대리의 하루
- 34

FOCUS ON NOROO 3

더 행복한 반려견과의 생활을 위해, 노루와 펫
노루페인트의 노루와 펫 & 놀로 토크 콘서트
- 38

PAINT FOR ART 1

컬러, 놀이가 되다
코드세시 on Sync Next 26 <RULE the PLAY> with NOROO
- 42

PAINT FOR ART 2

색으로 스미는 이면의 그림자
《스페인의 거장 교야: 이성이 잠들 때, 괴물이 깨어난다》with NOROO
- 46

NEWS BRIEFING
- 51

BEHIND CUT

NOROO 그룹 사보 담당자

- (주)노루홀딩스 지원팀 오완주 대리

(주)노루페인트 디지털마케팅팀 박지현 과장

(주)노루오토코팅 경영기획팀 우채연 주임

(주)노루코일코팅 경영관리팀 추정민 대리
- (주)노루케미칼 업무지원팀 이경민 과장

(주)노루알앤씨 경영지원팀 신성민 주임

(주)노루로지넷 경영관리팀 김지안 대리

(주)기반테크 영업2팀 김기현 주임
- (주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장

SPECIAL THEME

TECHNOLOGY AT FULL SPEED

굉음이 터지고, 형광빛 레이싱카가 순식간에 시야를 가른다. 빠른 속도와 뜨거운 열, 거친 진동이 심 없이 몰아치는 서킷. 노루페인트는 자동차보수용 수성도료 ‘워터큐(Water-Q)’의 성능을 증명하고 고도화하기 위해 극한의 환경을 가진 레이싱을 시험대로 삼는 ‘워터큐 이레인 레이싱’ 프로젝트에 나섰다. 노루페인트의 도료 기술과 이레인모터스포트의 레이싱 노하우가 만나 기술의 한계에 도전하고, 짜릿한 추월 끝에 포디움까지 오른 그날의 질주를 따라가 본다.





레이싱카와 함께 질주하는 기술

어둠이 내려앉은 서킷 위로 공기를 찢으며 레이싱카들이 쏜살같이 질주한다. 종일 내린 비로 젖은 트랙, 빠르게 스쳐 가는 레이싱카들 가운데 형광의 강렬한 색을 입은 차가 시선을 바로 사로잡았다. 지난 8월 22일 용인 에버랜드 스피드웨이에서 열린 '2026 오네(O-NE) 슈퍼레이스 챔피언십 5라운드'. 이날 처음 출전한 '워터큐 이레인 레이싱'의 레이싱카는 압도적 컬러와 함께 특별한 임무를 위해 서킷에 올랐다. 노루페인트의 자동차보수용 수성도로 '워터큐(Water-Q)'의 성능을 실제 레이싱 환경에서 확인하는 것이다.

극한을 이겨내는 워터큐

워터큐는 노루페인트의 자동차보수용 친환경 수성도로 브랜드다. 유성도료에 비해 유해물질 배출과 화재 위험성을 줄이는 장점이 있지만 시장에서는 여전히 수성도료의 작업성과 가격, 내구성에 대한 검증 요구가 존재한다. 노루페인트는 이에 실제 결과로 생생하게 증명하기 위해 '워터큐 이레인 레이싱' 프로젝트를 준비했다. 이레인모터스포츠와 스폰서십을 체결하고 슈퍼레이스 최상위 종목인 TOYOTA GAZOO Racing 6000 클래스의 출전 차량에 워터큐를 직접 적용한 것이다. 이를 통해 준비된 워터큐 이레인 레이싱의 차량은 외관부터 특별했다. 국내 레이싱카들은 일반적으로 스폰서 로고와 그래픽을 필름으로 붙이는 '랩핑' 방식을 사용하는데, 워터큐 이레인 레이싱카는 직접 도장해 더 매끈한 표면과 선명한 광택으로 마무리되었다. 네온 그린과 옐로 계열의 강렬한 색상은 레이싱팀의 요청에 따라 노루페인트 연구진이 형광 안료를 활용해 새롭게 개발한 것으로, 멀리 떨어진 관람석에서도 한눈에 알아볼 만큼 선명한 레이싱카를 완성했다. 장내 캐스터도 배색이 매우 아름답고 눈에 띈다며 감탄할 정도였다.





노루페인트가 레이싱을 선택한 이유는 화려한 컬러를 보여주기 위해서만은 아니다. 레이싱 경기는 자동차 도료가 만날 수 있는 가장 가혹한 환경 가운데 하나다. 평균 시속 200km 안팎의 고속주행이 계속되고 순간 최고 속도가 시속 250km에 이르면서 차체에는 강한 진동과 충격이 반복적으로 가해진다. 노면과 앞차에서 튀어 오른 돌과 이물질이 도장면을 때리고, 엔진과 브레이크에서 발생하는 뜨거운 열도 차체에 전달된다. 경기 전 실증 과정에서는 엔진 주변 온도가 최대 270℃까지 측정되기도 했다.

노루페인트는 이 혹독한 환경을 워터큐의 기술 검증 무대로 삼았다. 고속으로 날아든 돌과 이물질의 충격에도 도막이 건디는 ‘내치핑성’을 비롯해 부착성과 내열성, 색상 유지 여부 등을 살펴보는 최적의 테스트 베드로 활용한 것이다. 경기 전후에는 측색기로 차체의 색상 값을 비교하고 도막의 벗겨짐이나 손상을 확인한다. 예상하지 못한 문제가 발생하면 다음 제품을 개선하는 데이터가 된다. 제품의 우수성을 보여주는 것에서 나아가 한계까지 확인해 더 나은 제품으로 발전시키기 위한 것이 워터큐 이레인 레이싱 프로젝트이다.

기술 검증을 향한 치밀한 준비와 함께, TOYOTA GAZOO Racing 6000 5라운드 결승에서는 경기력에서도 기쁜 성과가 따라왔다. 종일 내린 비로 젖은 2.538km 트랙을 36바퀴 도는 경기에서 워터큐 이레인 레이싱의 김무진 선수는 3위를 차지하며 포디움에 올랐다. 서킷을 달리던 네온 컬러의 차체는 포디움 단상 앞에서 강렬한 존재감을 당당히 드러냈다.



짜릿하게, 함께, 기술을 경험하다

서킷 밖에서도 NOROO 홍보 부스는 분주했다. 모빌리티 기술팀과 디지털마케팅팀은 워터큐를 알리는 생수를 나눠주며 홍보에 나섰다. 워터큐를 적용한 아이오닉5도 전시돼 관람객들의 발길을 끌었다. 레이싱카에서 본 강렬한 색과 도장 품질을 가까이 확인하고, 차량 앞에서 사진을 찍으며 추억을 남기는 관람객들이 이어졌다.

모빌리티 사업부는 주요 공업사 대표와 가족들을 초청한 ‘Water-Q Performance Day’도 마련했다. 초청객에게 굿즈 패키지와 푸드를 제공하고 관람객들이 직접 서킷에 들어가 레이싱카와 드라이버를 가까이에서 만나는 그리드워크에서는 단체촬영도 진행했다. 제품 설명만 듣는 것이 아니라 워터큐가 적용된 차량을 직접 보고, 레이싱까지 함께 경험한 것이다.

이번 스포츠 스폰서십의 핵심이 이것이다. 브랜드 logo와 함께 제품 자체가 레이스를 달리고, 기술진이 그 결과를 확인하며, 고객은 현장에서 직접 지켜본다. 제품 설명을 넘어 기술이 검증되는 전 과정을 고객과 공유하는 새로운 방식의 소통이다.



이번 5라운드를 시작으로 남은 경기에서도 노루페인트는 도막 상태와 색상 변화, 실제 적용 경험을 지속적으로 확인할 예정이다. 쌓인 데이터는 제품의 성능을 더욱 높이는 데 활용하는 동시에 국내 고객에게 보다 객관적인 기술 정보를 제공하고, 향후 해외시장에서도 워터큐의 경쟁력을 설명하는 근거가 될 것이다.

속도와 열, 충격과 진동이 켜 없이 이어지는 서킷. 가장 혹독한 주행 환경 한가운데로 들어간 워터큐는 이제 레이싱카와 함께 달리며 가능성을 확인하고 있다. 기술에서 다음 기술로 이어지는 질주, 그것이 ‘워터큐 이레인 레이싱’이 펼치는 진짜 레이스다.



기술을 입혀 속도를 완성하다

어두운 나이트 레이스 중에도 확연히 눈에 띄던 네온 그린과 옐로의 워터큐 이레인 레이싱카. 그 강렬한 색감 뒤에는 레이싱이라는 극한의 환경에서도 성능을 보존하는 도료 기술과 더 빠르고 완성도 높은 차를 만들려는 레이싱팀의 노하우가 숨어 있다. 자동차보수용 도료 개발을 총괄하는 이채기 노루페인트 모빌리티 기술팀 부장과 35년간 모터스포츠 현장을 지켜온 유경사 이레인모터스포츠 대표에게 특별한 레이싱카가 탄생하기까지의 이야기를 들었다.

압도적 컬러, 검증의 기술

“프로젝트 초반에 맥라렌 등 슈퍼카에 적용되는 강렬한 컬러를 제안했는데, 오랜만에 슈퍼레이스 최상위 클래스에 복귀하는 이레인모터스포츠는 그보다 더 눈에 띄는 색을 원하시더군요. 고민 끝에 저희 기술진은 형광 안료를 선택, 노루페인트의 시그니처인 그린에 옐로를 조합해 여러 시편을 만들고, 레이싱팀과 협의를 거쳐 강렬한 그라데이션 컬러를 완성했습니다.”



더 매끈하고 더 빠르게, 도장의 기술

유경사 대표가 처음부터 강렬한 컬러를 요구한 이유는 분명했다. 오랜만에 슈퍼레이스 최상위 클래스에 돌아온 터라, 존재를 더 확실히 각인시키고 싶었기 때문이다.

“다시 출전하는 만큼 강렬한 복귀의 이미지가 필요했습니다. 짧은 시간 안에 이 색을 개발하기 위해 연구진이 밤낮없이 고생한 것으로 알고 있어 꼭 감사하다는 말씀을 드리고 싶습니다.”라는 유경사 대표다.

35년간 모터스포츠 현장을 경험한 유 대표가 보는 레이싱카 도장의 조건은 명확하다. 무게 부담이 적고, 쉽게 손상되지 않아야 하며, 동시에 관람객의 시선을 끌 수 있어야 한다. 그렇기에 도장이 래핑보다 장점이 분명하다고 강조했다.

“필름으로는 페인트가 만들어내는 색감을 완전히 구현하기 어렵습니다. 래핑은 작업 과정에서 단차나 들뜸이 생길 수 있지만 도장은 차체의 선을 그대로 살릴 수 있죠. 차가 빨라질수록 이런 매끈한 표면은 공기저항을 줄이는 데에도 도움이 됩니다.”

이번 협업은 차량 외관에만 머물지 않을 예정이다. 유 대표는 비시즌에는 차량 내부까지 도장 범위를 확대하고, 다양한 소재의 특성에 맞는 도료의 적용 방안도 검토할 계획임을 밝혔다.

색과 도막의 변화를 살피는 NOROO와 차의 속도, 움직임을 바라보는 이레인모터스포츠의 기술과 경험이 ‘워터큐 이레인 레이싱’이라는 하나의 차 위에서 만났다. 더 강렬한 색으로, 더 빠른 속도로 달려갈 워터큐 이레인 레이싱의 내일을 응원한다.

이채기 부장은 당시를 떠올리며 설명을 이었다. 일반 안료에 비해 내구성과 물성을 확보하기가 까다로운 형광안료의 개발에 주어진 시간은 약 한 달뿐. 연구진은 야근과 잔업, 특근을 이어가며 매달렸고, 결국 해냈다. “현장에서 중계진이 ‘컬러가 정말 아름답고 나이트 레이스에서 잘 보이겠다’고 이야기하는 것을 들었습니다. 멀리서도 차량이 확실히 눈에 들어오는 모습을 보니 그동안의 고생을 보상받는 기분이었죠.”

그러나 이 부장이 더 중요하게 보는 것은 화려한 색 뒤의 성능이다. 특히 주목하는 것은 고속으로 날아드는 돌이나 이물질의 충격에도 도막이 견디는 ‘내치핑성’이다. 최고 시속 250km에 이르는 레이스에서는 유리나 헤드라이트에도 수많은 흠집이 생길 만큼 강한 충격이 반복되기 때문에 내치핑성을 확인하기에는 더없이 좋은 시험장이다.

“워터큐의 우수성을 보여주는 것과 동시에, 이런 가혹한 조건에서 제품의 한계가 어디인지 직접 확인하고 싶었습니다. 매 경기 후 도막 상태를 살펴보고 문제가 발견되면 성능을 다시 높이는 것까지가 이번 프로젝트의 목적입니다.”



CULTURE GALLERY

가을은 익숙한 일상을 조금 천천히 바라보게 하는 계절입니다. 손끝으로 옮기고 싶은 글, 많은 의미를 품고 있는 작은 표시들, 시간을 켜켜이 품은 공간 등 가만히 들여다본 것에는 깊은 생각이 깃듭니다. 오래 간직하고 싶은 것에 몸과 마음을 쓰며 나만의 생활 감각을 차분히 가다듬어 봅니다.



손글씨가 전하는 마음

마음을 안정시키는 소품으로 키캡 클릭기가 유행할 정도로 키보드는 너무나 일상적인 도구가 되었다. 그와 동시에 손글씨를 쓸 기회는 점점 줄어들고 있다. 그럼에도 사람들은 소중한 마음을 전하고 싶을 때, 무거운 사과를 전하고 싶을 때 서툴더라도 손글씨를 선택하곤 한다. 키보드로 몇 초면 완성할 수 있는 시대에 한 글자씩 눌러쓴 흔적에는 필자의 시간과 망설임, 마음의 무게까지 함께 남기 때문이다. 손이 글자를 쓸 수 있다는 사실마저 희미해지는 요즘, 손에 다시 연필을, 펜을 쥐어 보자. 종이 위에 생각과 생활을 옮겨 보자.

몸으로 마음을 새기는 손글씨

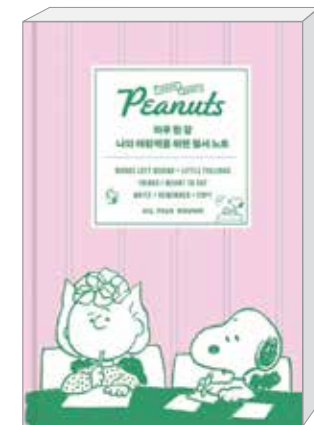
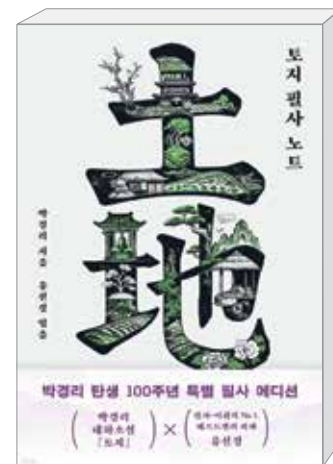
손으로 쓰는 행위는 마음을, 혹은 단순히 글자만 옮기는 일은 아니다. 손글씨 쓰기가 뇌 발달과 기능 향상에 영향을 미친다는 것은 다수의 연구를 통해 검증된 바 있다. 노르웨이 과학기술대는 2024년 발표한 연구에서 손으로 쓸 때와 키보드로 칠 때의 뇌 활동을 비교했는데, 손으로 글씨를 쓸 때 시각·운동 영역과 기억을 담당하는 뇌 영역 간의 신경 연결성이 훨씬 높게 나타났다고 한다. 정교한 손가락 운동이 두뇌 신경망을 자극하여 정보 수용과 학습 준비 상태를 최적화한다는 것. 프린스턴 대학의 한 연구(2014)에 따르면 강연을 들으며 타이핑한 집단은 내용을 토씨 하나 틀리지 않고 받아 옮겼다면, 손으로 적은 집단은 정보를 요약하며 자신의 언어로 재구성했다고 한다.



손글씨는 정보의 이해, 요약, 정리가 자연스럽게 이루어지는 행위인 것이다. 또한 글자를 모르는 어린아이들에게 글자를 손으로 써보고, 타이핑해 보고, 점선을 따라 그려보라고 했을 때 손으로 글자를 쓴 아이들의 뇌에서만 읽기와 언어 네트워크의 핵심 영역이 강력하게 활성화되었다고 한다. 손으로 글씨를 쓴다는 것은 필기도구를 곡괭이 삼고 자신의 생각을 따라 내용에 더 깊이 다가가는 길을 파내는 행위와도 같다.

천천히 깊게 읽는 방법, 필사

이러한 손글씨의 효과는 필사에서 쉽게 확인할 수 있다. 자기 생각을 글로 정리하는 것은 사실 쉽지 않지만, 다른 이의 글을 옮기는 것은 시간만 들인다면 얼마든지 할 수 있는 일이다. 그렇게 쓰다 보면 내용이 마음에 새겨지고, 단어 하나하나를 새삼 들여다보게 된다. 그래서인지 필사책의 판매량은 크게 오르고 있다. 예스24의 ‘2025년 베스트셀러 동향’에 따르면 필사 관련 도서 판매량은 전년보다 64.7% 증가했고, 관련 신간도 181종에서 403종으로 두 배 이상 늘었다. 『하루 한 장 나의 어휘력을 위한 필사 노트』는 2025년 종합 베스트셀러 10위에 오르며 이런 필사 열풍을 보여준 책이다. 이 책은 문학과 인문 고전에서 고른 문장을 따라 쓰며 어휘의 뜻과 쓰임, 문장 감각을 익히도록 구성되었다. 시를 좋아한다면 나민애의 『단 한 줄만 내 마음에 새긴다고 해도』도 있다. 저자가 고른 77편의 시를 읽고 직접 써보며 한편의 시를 천천히 음미하게 한다. 최근에는 박경리 탄생 100주년을 기념해 『토지』 20권에서 147개의 문장을 골라 일곱 가지 주제로 엮은 『토지 필사 노트』도 출간됐다. 읽는 속도에서 쓰는 속도로 늦추는 순간, 눈으로 스쳐 지나가던 단어와 문장의 세밀한 리듬이 살아날 것이다.



손으로 쓰는 순간, 내가 된다

필사하다 보면 글쓰기에 익숙해진다. 그럼에도 아직 내 생각을 적는 게 어렵다면 내 생활부터 적어 보자. 거창한 글을 쓸 필요는 없다. 손글씨를 일상에 들이는 방법은 의외로 많다. 가장 익숙한 것은 다이어리 꾸미기, 이른바 ‘다꾸’다. 일정만 적는 대신 그날의 영수증이나 티켓을 붙이고 소소한 낙서와 짧은 한 줄을 더하면 한 권의 생활 기록이 된다. 하루에 좋았던 일 세 가지를 적는 감사 일기나, 마음에 남았던 대화, SNS의 글을 한 줄씩 모으다 보면 내 생각도 자연스럽게 흘러나올 것이다. 좀 더 적극적으로 써보고 싶다면 ‘모닝 페이지’도 있다. 줄리아 카메론이 『아티스트 웨이』에서 제안한 방법으로, 아침에 눈을 뜬 뒤 머릿속에 떠오르는 생각을 검열하지 않고 손으로 세 페이지가량 써 내려간다. 잘 쓰는 글이 목적이 아니라 일단 손을 계속 움직이는 것이 핵심이다. 1992년 처음 소개된 이후 지금까지 이어지는 대표적인 아날로그 글쓰기 루틴이기도 하다. 여행지에서는 미래의 나에게 엽서를 한 장 보내고, 책을 선물할 때는 그 책을 고른 이유를 몇 줄 카드로 남겨보자. 냉장고에 붙여두는 가족 메모, 나만의 레시피 노트, 생일마다 자녀에게 남기는 한 문장도 좋다. 잘 쓸 필요도, 반듯할 필요도 없다. 손글씨의 매력은 완벽함보다 흔적에 있다. 글자의 크기와 기울기, 눌린 자국, 고쳐 쓴 자리까지 그 순간의 나를 담는 글쓰기는 가장 빠르게 기록하는 방법은 아닐지라도, 나만의 글씨로 내가 나를 확인할 수 있는 방법이다. 타이핑은 저장이 간편하고 물리적 저장 공간을 차지하지 않아 더 선호되곤 한다. 하지만 몇 테라의 저장 자료가 있다고 한들 과연 우리가 언젠가는 뒤져보게 될까? 오래도록 기록을 남겨야 한다는 강박을 굳이 갖지 말자. 설사 글을 쓴 종이를 바로 구겨 버린다고 해도 손글씨를 쓰는 순간순간은 이미 몸의 일부, 나 자신이 되어 있을 것이다. 그 순간만을 위해서라도 펜을 칠 이유는 충분하다.

먹거리의 안전 가이드, 다양한 식품 표시

마트에서 우유 한 팩, 콩나물 한 봉지를 집어 보자. 작은 포장에도 수많은 정보가 빼곡하다. HACCP, GAP 같은 영문 약자부터 비슷비슷한 초록색 인증마크, 소비기한과 영양정보까지. 자주 보니 익숙하지만, 막상 뜻을 물으면 선뜻 설명하기 어려운 것들도 많다. 이 작은 표시들은 식품이 어디에서, 어떻게 생산됐고 무엇을 확인해야 하는지 알려주는 일종의 ‘식품 이력서’다. 장바구니에 담기 전 한 번 더 살펴보면 고르는 마음이 더 든든해질 것이다.



표시? 인증? 성격 다른 표기들

먼저 ‘식품 표시’와 ‘인증마크’는 성격이 다르다. 식품 표시는 제품명·원재료·소비기한·영양성분·알레르기 유발 물질, 영업소 및 소재지·보관 방법, 취급방법 등 소비자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 법에서 정한 것으로, 식품 종류와 적용 대상에 따라 반드시 표시해야 한다. 반면 인증마크는 생산자나 제조자가 일정한 기준을 충족했음을 보여주는 표시로, 신청과 심사를 거쳐 사용하는 경우가 많다. 다만 HACCP처럼 일부 식품과 업소에는 의무 적용되는 인증도 있다. 즉 ‘표시는 의무, 인증은 선택’이라는 큰 틀 안에서 예외가 있는 것. 현재 식품 표시는 식품의약품안전처의 ‘식품 등의 표시기준’ 등에 따라 관리된다.



여기서 한 가지 짚을 점은 소비기한. 2023년부터 유통기한을 대신해 본격적으로 도입된 표시인데 정해진 보관방법을 지켰을 때 식품을 안전하게 섭취할 수 있는 기한을 뜻한다. 판매할 수 있는 기간을 중심으로 한 기존 유통기한과 의미가 다르다.

안전하게 만들고 관리했을까? 국가·공공 인증 HACCP과 GAP

가공식품에서 가장 자주 만나는 HACCP(해썹)은 식품의약품안전처 관할 하에 공공기관인 한국식품안전관리인증원이 수행하는 ‘식품안전관리인증 기준’이다. 원료부터 제조·가공·보관·유통에 이르는 과정에서 위해요소를 분석하고 중요한 공정은 집중적으로 관리하는 예방적 식품안전관리 시스템이다. 따라서 HACCP 마크는 ‘몸에 좋은 식품’이나 ‘고급 식품’이라는 뜻이 아니라 안전을 위협할 수 있는 요소를 체계적으로 관리, 통제하는 제조·취급 과정을 갖췄다는 의미에 가깝다.

채소와 과일 포장지에서 많이 보는 GAP(농산물우수관리)은 출발점이 다르다. 농림축산식품부 소관의 국립농산물품질관리원이 지정한 인증기관에서 인증하는 GAP은 농산물의 생산부터 수확 후 저장·세척·선별·포장·유통까지 토양과 농업용수, 잔류농약, 중금속, 미생물 등의 위해요소를 관리하는 인증이다. ‘농약을 전혀 쓰지 않았다’라는 뜻은 아니므로 무농약과 혼동하지 않는 것이 포인트다. 즉 HACCP이 주로 식품 및 축산물의 제조·가공 과정상 안전을 본다면, GAP은 농산물이 밭에서 소비자에게 오기까지의 안전관리를 본다.

경기도민이라면 자주 봤을 G마크는 경기도지사가 품질을 인증하는 ‘경기도 우수식품 인증’이다. 경기도에서 생산된 농산물·축산물·수산물·임산물과 이를 원료로 만든 가공식품 가운데 기준을 충족한 제품에 부여한다. 신청 후 서류 검토, 현장조사, 안전성 검사, 소비자단체 참여 조사와 심의 등을 거쳐 최종 인증하기 때문에 신뢰성을 확보하고 있다.



어떻게 키웠을까? 님은 듯 다른 초록색 마크

농림축산식품부의 초록색 국가인증마크는 모양이 비슷해 가운데 적힌 글자를 잘 봐야 한다. ‘유기’는 합성농약과 화학비료 등을 사용하지 않는 유기적 생산방식을 기준으로 인증한 농축산물 등에 붙는다. 가공식품도 인증 기준을 충족하면 ‘유기가공식품’ 표시를 사용할 수 있다. ‘무농약’은 합성농약을 사용하지 않고 화학비료 사용을 제한해 재배한 농산물을 뜻한다. ‘유기’와 ‘무농약’은 같은 말이 아니다.

육류와 달걀에서는 ‘무항생제’와 ‘동물복지’를 자주 볼 수 있다. 무항생제축산물은 항생제 저감에 초점을 맞춘 별도의 인증 기준을 충족한 축산물이다. 반면 동물복지는 동물이 본래의 습성을 유지하며 정상적으로 살아갈 수 있도록 사육환경과 관리 기준을 지킨 농장을 인증한다. 적정 사육밀도와 사육환경, 정상행동을 할 수 있는 여건 등이 중요하다. 그러므로 무항생제는 ‘무엇을 사용하며 길렀는가’, 동물복지는 ‘어떤 환경에서 길렀는가’에 좀 더 무게가 실린 표시라고 할 수 있다.

달걀의 난각번호 10자리는 인증마크가 아니라 일종의 ‘의무 표시’인데 달걀의 산란일자·생산농장·사육환경을 확인할 수 있도록 법적으로 표시하는 생산정보이다. 예를 들어 0923M3FDS2라면 앞의 4자리는 산란일자로 9월 23일,中间的 5자리는 생산자 고유번호, 마지막 숫자 하나는 사육환경 번호다. 1은 닭이 방목장을 자유롭게 돌아다니는 방사 사육, 2는 케이지 없이 축사 안에서 자유롭게 이동하는 환경, 3은 개선된 케이지, 4는 기존 케이지로, 식약처의 2025년 안내 기준으로는 1번은 m당 1마리, 2번은 m당 9마리, 3번은 m당 13마리, 4번은 m당 20마리 수준의 사육환경을 뜻한다.

식품 포장의 작은 글씨와 마크는 안전을 관리한 방법, 재배와 사육 방식, 먹을 수 있는 기간과 들어 있는 성분까지 각기 다른 정보를 품고 있다. 이런 표시와 인증 덕에 기본적인 식품 안전이 보장되고 무심한 장보기도 가능한 셈이다. 여기에 유심히 보는 눈길이 더해진다면 내 식탁의 안전은 더 확실해질 것이다.

집을 가볍게, 집의 처리법

물건은 들어올 때보다 나갈 때가 어렵다. 언젠가 쓸 것 같아서, 돈 주고 산 것이 아까워서, 그냥 까먹어서 하나둘 남겨진 물건은 어느새 서랍과 옷장, 베란다를 차지한다. 쌓이다 보면 존재가 잊혀서 정작 필요할 때 쓰이지 못해 계속 묵혀진다. 마음 잡고 대대적으로 정리에 나서자. 정리를 위해 먼저 생각할 것은 ‘이 물건이 꼭 우리 집에 있어야 하는가’다. 수납 이전에 유지 여부를 고려하자.

내 집의 주인은 물건이 아닌, 나

쓰지 않는 물건을 가장 확실하게 정리하는 방법은 집 밖으로 내 보내는 것이다. 물론 아까울 수 있다. 언젠가 다시 사용할 수도 있다. 하지만 그때까지 이 물건이 차지할 공간의 비용을 생각해 보라. 집의 평당 가격을 떠올리면, 물건에 그 정도 가치를 부여할 일

인가 판단할 수 있을 것이다. 내 집의 주인은 바로 나라는 생각으로 물건을 줄이고 나의 여유 공간을 확보하자. 물건을 집에서 내 보낼 때도 상태와 종류에 따라 방법을 달리하면 버리는 수고도 줄이고 작은 수익이나 나눔의 보람까지 얻을 수 있다.



옷이 많다면 한 벌씩 중고 거래에 올리는 것보다 헌 옷 방문수거 서비스를 이용하는 편이 빠르다. ‘리클’처럼 앱으로 신청해 문 앞에 두면 수거한 뒤 무게를 기준으로 매입하고, 상태가 좋은 옷은 별도로 가격을 산정하는 서비스가 있다. 판매할 가치가 있는 옷이나 가방, 생활용품은 당근 같은 지역 중고 거래 플랫폼을 활용한다. 사진을 찍고 가격을 정해야 하는 번거로움은 있지만 상태 좋은 물건의 가치를 가장 잘 회수할 방법이다.

책은 중고 서점이 편리하다. 알라딘의 경우 책 뒷면 ISBN이나 바코드를 검색하면 매입 가능 여부와 예상 가격을 바로 확인할 수 있고, 매장 방문은 물론 택배나 편의점 발송으로도 판매할 수 있다. 다만 재고나 책 상태에 따라 매입이 되지 않을 수 있으니 먼저 조회해 보는 것이 좋다.

돈으로 돌려받는 것보다 누군가에게 다시 쓰이기를 바란다면 기부도 좋은 출구다. 아름다운가게는 의류와 패션잡화, 생활용품, 소형 가전, 도서 등을 기부받아 재판매한다. 매장 방문, 택배, 수거 신청 등 방법도 다양하다. 기부금 영수증도 발급해 준다. 단 모든 물건을 받는 것은 아니다. 재판매할 수 있는 깨끗한 상태가 기본이므로 홈페이지에서 기부 가능 품목을 먼저 확인한다.

집 밖에 개인 창고 만들기

버릴 수는 없지만 자주 쓰지도 않는 물건이라면 ‘집 밖 수납’을 생각해 볼 만하다. 개인용 셀프스토리지, 이른바 미니 창고는 사물함 정도의 작은 공간부터 여러 박스를 넣을 수

있는 공간까지 필요한 크기만 빌려 사용하는 방식이다. 미니창고 다락, 아이엠박스 등은 작은 잡화부터 이삿짐까지 다양하게 보관 가능하며, 지점에 따라 24시간 출입도 가능하다. 스키·캠핑 장비, 여행가방처럼 부피는 크고 사용 횟수는 적지만 계속 보유해야 하는 물건에 활용하면 효과적이다.

겨울옷도 집 밖으로 보낼 수 있다. 크린토피아, 런드리고, 세탁특공대 등은 세탁한 코트와 패딩, 침구 등을 전용 보관센터에서 장기간 보관해 주는 서비스를 운영하고 있다.

아예 사지 않는 것도 수납의 기술이다. 크리스마스트리와 장식처럼 1년에 몇 주 사용하고 나머지 열한 달을 보관해야 하는 물건은 렌탈 서비스를 찾아보자. 실제로 크리스마스트리 렌탈을 전문적으로 제공하는 업체들도 있다. 캠핑용품이나 행사용품처럼 사용빈도가 낮은 물건도 마찬가지다.

귀한 것만 수납하기

가장 좋은 수납 용품을 사도 물건이 들어오는 속도가 나가는 속도보다 빠르면 집은 다시 가득 찬다. 그래서 마지막 원칙은 간단하다. 물건이 우리 집에 오래 머물지 않게 하는 것이다.

특히 세제, 화장지, 화장품 같은 소모품은 싸다는 이유로 지나치게 쟁이지 않는다. 필요한 만큼 사고, 다 쓰면 다시 산다. 새 물건을 들였다면 같은 종류의 오래된 물건 하나를 내보내는 식으로 들어오고 나가는 흐름을 맞추는 것도 좋다. 유행을 타거나 잠깐 필요한 물건은 사고파는 과정을 자연스럽게 받아들이고, 빌릴 수 있는 것은 빌린다.

오래 머물 자리는 정말 좋아하는 것, 다시 구하기 어려운 것, 기억을 품은 것에 내어주자. 집은 물건을 저장하는 창고가 아니라 사람이 살아가는 공간이다. 귀한 것만 오래 머물게 하고 나머지는 빠르게 돌려보내는 것. 가장 현명한 정리는 잘 쌓는 기술이 아니라, 잘 내보내는 기술일 것이다.





NOROO PEOPLE

사람과 사람이 만나고, 경험과 마음이 이어질 때 새로운 이야기가 시작됩니다. 첫발을 내딛는 신규입사자의 설렘부터 이웃과 나누는 풍성한 결실, 자신의 자리에서 하루하루 쌓아 가는 전문성과 문화·예술을 통해 넓어지는 시선까지, NOROO의 오늘은 다양한 만남과 도전으로 채워지고 있습니다. 서로 다른 자리에서 만들어 낸 작은 움직임들이 모여 큰 변화를 이룹니다. 함께하기에 더 튼튼히 자라는 NOROO인의 이야기를 전합니다.



모든 시작이 함께 YOUTH NOROO

2026 NOROO 신규입사자 입문교육

NOROO그룹은 지난 7월 20일부터 24일까지 화성 YBM연수원에서 신규입사자 입문교육을 진행했다. 이번 교육에는 2025년 하반기 이후 입사한 신규입사자들이 참여해 그룹의 비전과 핵심 가치를 공유하고 업무 역량을 배우며 소통하는 시간을 가졌다. 각 계열사와 직무에서 서로 다른 시작점을 가졌던 교육생들은 4박 5일 동안 함께하며 같은 이정표를 향해 나아갈 기반을 다졌다.



새로운 시작을 위한 밑그림

“와! 정말 예쁘다!”, “진짜 멋있는데?” 신규입사자 입문교육의 마지막 날, 모두가 합작한 YOUTH NOROO의 엠블럼이 한 자리에 놓이자 교육생들은 저마다 감탄을 터뜨렸다. 파란 하늘 아래 선명한 색감들로 완성된 엠블럼은 YOUTH의 활기와 NOROO의 다채로운 가치를 한눈에 보여주었다. 6개 계열사에서 52명이 함께한 4박 5일의 열정이 10글자의 엠블럼으로 드러난 순간이었다.

2026년 이번 행사의 첫 교육은 NOROO Way의 핵심 가치를 이해하는 시간으로 시작되었다. 이어진 그룹사 소개와 제품 교육, QES 교육을 통해 교육생들은 NOROO의 사업과 경쟁력을 살펴보고, 비즈니스 매너와 신입사원 마인드 셋 교육으로 직장인으로서 갖추어야 할 기본기를 점검했다. 업무 역량을 키우는 교육도 이어졌다. 생생형 시를 활용한 업무 실습에서는 실제 업무에 시를 효율적으로 적용하는 방법을, Work Smart와 보고 역량 교육에서는 효율적인 업무 수행 방식과 보고의 핵심을 익혔다. 직장 내 커뮤니케이션과 셀프 리더십·팔로워십 교육은 함께 일하는 조직 구성원으로서 필요한 태도를 돌아보는 시간이 되었으며, 그룹사 노동조합 소개를 통해 조직문화에 대한 이해도 넓혔다.



교육생들은 강의와 더불어 게임, 토론 등 다양한 활동으로 서로 의견을 나누고 문제를 해결하며 자연스럽게 협업을 경험했다. 함께 배우고 고민하는 과정은 공감대를 하나둘 쌓으며 동료로서 공동의 가치관을 향해가는 밑그림이 되었고 마지막 날의 엠블럼 작업은 그 시간을 하나의 상징으로 완성시켰다.

10개의 글자에 담은 NOROO의 가치

“성공한 화가 피카소는 ‘상상은 모든 일의 출발점이다. 일을 시작하기에 앞서 온 정성을 기울여 상상하라. 당신이 상상한 모든 것은 현실이 된다.’라고 했습니다. NOROO와 함께 나아갈 미래를 상상하며 엠블럼을 만들어 보시길 바랍니다.” 연수원에서의 마지막 활동인 ‘핵심 가치 내재화 엠블럼’ 교육을 시작하며 강사는 끊임없이 변화하며 젊은 감각을 유지한 피카소를 소개하고 활동의 의미를 복돋웠다.

강사의 가이드에 따라 각 조의 교육생은 하나의 글자 안에 핵심 가치를 어떻게 담아낼지 상상하고, 의견을 모으고, 선을 긋고, 색을 채웠다. 가지각색 상상을 하며 한껏 즐거워진 목소리와 웃음으로 강의실도 왁자지껄 채워졌다. 각자의 솜씨가 신나게 발휘된 엠블럼을 가지고 나와 소개하는 시간에도 웃음과 박수가 이어졌다.

“저희 조는 ‘변화를 주도하여 스스로 행동한다’라는 행동규범을 U에 새씩과 나무로 표현했습니다. 척박한 환경에서도 큰 성장을 이루는 나무처럼 저희도 변화해 가고자 합니다.”, “‘근성과 일관성으로 끝까지 해낸다’라는 행동규범을 밭아도 튼튼하게 자라나는 잔디와 노루, 강직한 소나무로 그렸습니다.” “서로 다른 생각과 개성이 모여 하나의 NOROO를 만든다는 다양성과 존중의 행동규범을 표현하기 위해 각 조의 의견을 받아 퍼즐 조각 안에 그려 넣었습니다.” 등 유쾌한 상상과 창의적인 표현에 교육생들은 진심의 찬사를 보냈고, 모두가 함께 만든 결과물로 NOROO Way의 행동규범을 다시 되새겼다. 엠블럼 앞에서의 단체 사진에는 연수 중 가장 환한 미소들이 담겼다.



다채롭게 빛날 NOROO

입문교육의 마지막 일정은 NAC 화성공장 견학이었다. 교육생들은 생산 현장을 직접 둘러보며 제품이 만들어지는 과정을 살펴보고, 현장의 기술력을 확인함은 물론 업무를 바라보는 시야를 넓힐 수 있었다. 4박 5일의 입문교육은 NOROO를 속 깊이 배우는 시간이자 함께 성장할 동료로 만나는 시간이었다. 서로 다른 경험과 개성을 지닌 신규입사자들은 교육을 통해 소통하고 협력하며 NOROO인으로서의 정체성을 더욱 확고히 했다. 모두의 색으로 완성한 YOUTH NOROO처럼, 새로운 NOROO인들과 함께 채워갈 하루하루는 NOROO의 미래를 더욱 선명하게 빛낼 것이다.



노루오토코팅 영업2팀
김현수 주임

이번 연수에서 다른 계열사의 여러분들을 만날 수 있어서 좋은 시간이었습니다. 교육 중에서는 P.R.E.P 보고법이 인상 깊었는데, 앞으로 구두 보고 시 잘 활용할 수 있을 것 같습니다!



노루케미칼 재무기획팀
오세영 주임

교육을 통해 정확한 의사소통과 능숙한 상황 대처에 대해 깊이 생각하고 배우는 기회가 되었습니다. 노루케미칼이 안산에 있다 보니 다른 계열사분들을 만날 일이 적었는데, 이렇게 만날 수 있어서 무척 즐거웠습니다.



노루홀딩스 지원팀
오완준 대리

입사 후 1년이 되어가는 터라 지난 시간을 돌아보고 새로운 배움으로 재충전할 수 있는 연수였습니다. 퀴즈를 풀며 조원들과 단합했던 기억이 정말 즐겁게 남았습니다. 이번 인연을 앞으로도 소중히 이어가고 싶습니다.



노루알앤씨 영업2팀
이지한 대리

연수를 통해 NOROO인에 대한 마인드 셋을 재정립할 수 있었습니다. 그리고 저는 관계사와 일을 많이 하는데 여러분들 만나며 인적 네트워크를 형성하게 되어 기쁩니다. 앞으로도 꾸준히 모이도록 추진하겠습니다!



노루코일코팅 경영관리팀
함석우 대리

이번 연수에서 계열사분들을 만나고 친해지면서 NOROO인으로서 하나 되는 느낌이 들었습니다. 교육도 현장에서 적용할 수 있는 내용들이어서 하나하나 실천하면서 더 성장할 수 있을 것 같습니다.



노루페인트 색채지원팀
김민주 주임

실무에 바로 활용할 수 있는 비즈니스 매너 교육이 가장 인상 깊었고, 업무에도 큰 도움이 될 것 같습니다. 신입사자분들을 한자리에서 뵙는 자리를 만들어 주신 덕에 동료애를 쌓을 수 있어서 정말 좋았습니다!



노루페인트 미주팀
정동호 대리

신규입사자라는 이름으로 함께 만나면서 계열사와 전체 그룹에 대해 이해도 넓히고, 앞으로도 소통할 인연을 만들어서 큰 자산이 되었습니다. 또한 업무에 임하는 마음가짐과 태도를 다시 점검하고 리프레시할 수 있었습니다.

작은 씨앗에서 큰 기쁨으로

더기반 연구원들의 손에서 정성껏 자란 멜론과 수박, 토마토는 연구를 마친 뒤 특별한 인연을 위해 떠난다. 더기반이 연구 과정에서 수확한 작물을 안성의 보육원, 신생동산 아동들과 나누고 있기 때문이다. 어린이들은 다양한 품종의 과일을 맛보고 연구원들은 연구의 결실을 선보이는 기쁨의 나눔, 작은 씨앗에서 시작된 더기반의 따뜻한 이야기를 만나본다.

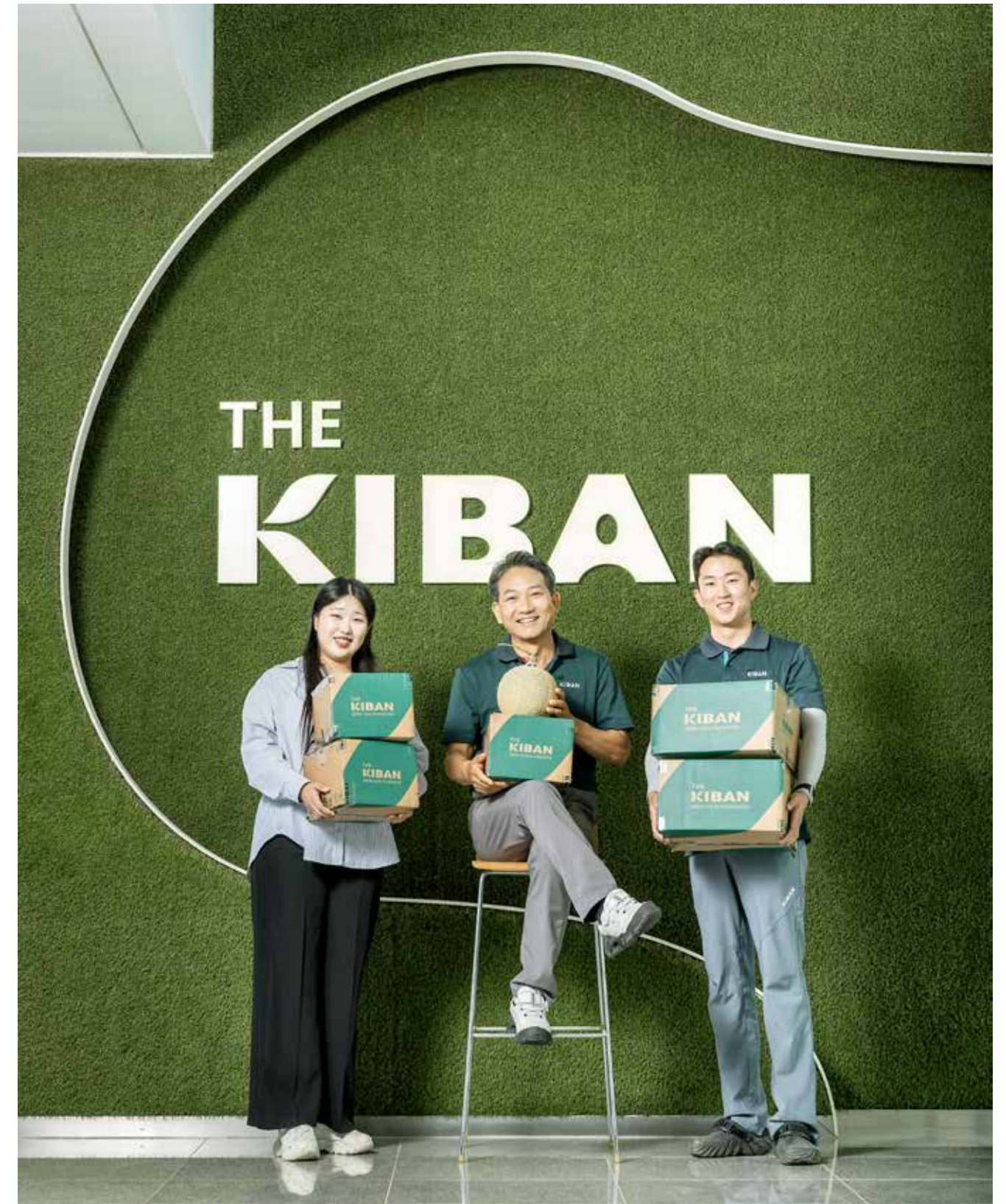
연구수확물로 맺은 인연

더기반과 신생동산의 인연은 우연히 접한 한 장의 후원 안내 팸플릿에서 시작됐다. 1951년 설립된 신생보육원은 현재 3세부터 24세까지 34명의 원생이 함께 생활하고 있는 아동복지시설이다. 안성에서도 차량 없이는 찾아가기 쉽지 않은 외진 곳에 자리하고 있어 더기반은 이곳에 꾸준히 마음을 보태기로 했다.



더기반이 나누는 것은 연구원들이 품종 연구를 위해 직접 재배한 연구수확물이다. 새로운 품종을 개발하는 과정에서는 다양한 작물을 시험 재배하고 수확하는데, 이처럼 소중하게 재배한 작물을 필요한 곳에 전해보자는 생각에서 신생동산과 인연을 맺게 되었다. 올해도 수확 시기에 맞춰 6월에는 멜론과 수박 15~20개가량을, 7월에는 토마토 네 박스를 아이들에게 전했다.

나눔의 즐거움에 특별함을 더하는 것은 품종의 다양성이다. 우리가 흔히 ‘멜론’ 하면 떠올리는 머스크멜론 외에도 곱이 하얀 것, 속이 붉은 것, 아삭한 육질을 가진 것, 독특한 향을 지닌 캔털루프 계열까지 다양한 멜론이 신생동산으로 가는 박스에 담겼다. 안종문 연구소장은 “보통 시장에서는 머스크멜론 위주로 접하게 되지만 신생동산에서는 다양한 색깔과 모양을 한자리에서 보고 맛볼 수 있으니 아이들이 과일에 대해 새로운 인상을 받았을 것 같습니다.”고 설명했다.



다양한 과일, 다양한 즐거움

더기반의 과일이 도착하면, 신생동산에서는 자연스럽게 ‘과일 파티’가 열린다. 여러 품종의 서로 다른 색과 향, 식감을 느끼며 푸짐하게 음미하는 시간이다. 신생보육원 선생님들이 전해오는 후기도 생생하다. “평소에도 다양한 과일을 접하는 아이들이지만, 더기반의 작물은 한 번 먹은 뒤 다시 찾을 만큼 만족도가 높았어요. 방울토마토도 평소 먹던 것과는 다른 맛이라며 더 좋아했죠.” 멜론에 대해서도 “이렇게 맛있는 멜론은 처음 먹어본다.”라며 신기해했다고 한다.

아이들의 반응은 연구원들에게도 특별한 피드백이다. 좋은 품종 하나를 만들기 위해서는 예쁜 외형과 높은 당도, 적당한 육질은 물론 농가에서 재배하기 좋은 균일한 크기와 품질까지 수많은 조건을 살펴야 한다. 그렇게 키운 작물을 누군가 직접 맛보고 즐거워하는 모습은 연구의 보람을 또 다른 방식으로 확인하게 한다.

ESG 업무를 담당하는 연구기획팀의 이윤미 주임은 “연구원들이 정성껏 재배한 수확물을 아이들이 맛있게 먹으며 기뻐하는 사진을 볼 때 큰 보람을 느낍니다.”라며 연구수확물이 누군가에게 따뜻한 기억이 되어 더욱 뜻깊게 여겨진다고 전했다. 박과연구팀 강선우 연구원은 나눔을 자신이 매일 마주하는 ‘씨앗’에 빚대었다. “씨앗은 아주 작은 것에서 시작해 멋진 열매가 되잖아요. 나뭇이나 행복도 작은 것에서 시작해 점점 커지는 게 아닐까요. 아이들이 새로운 작물을 직접 보고 신기해하면서 작은 행복을 느꼈으면 좋겠습니다.” 안종문 연구소장 또한 “직접 보고 먹은 경험은 아이들의 기억에도 오래 남을 겁니다. 미래의 고객은 물론, 작물에 관심을 두거나 자신의 직업을 선택하는 데 작은 계기가 될 수도 있겠지요.”라고 기대했다.



나누며 더 크게 자라는 가치

연구수확물의 나눔은 연구와 사회공헌이 서로 연결될 수 있음을 보여준다. 이윤미 주임은 “연구수확물이 사내 활용을 넘어 지역사회 공헌으로 이어질 수 있다는 데 의미가 있습니다.”라고 말한다. 연구를 위해 심은 작은 씨앗이 새로운 품종으로 자라고, 그 결실이 누군가에게 즐거운 경험이 되는 셈이다. 이러한 나눔은 더기반이 이어가는 다양한 ESG 활동의 한 모습이기도 하다. 더기반은 지역 농가의 뽕짚 퇴비를 구매하고 지역 행사를 지원하는 한편, 사내에서는 일회용품 사용을 줄이고 친환경 굿즈를 제작하는 등 일상과 지역사회 곳곳에서 ESG를 실천하고 있다.

더기반의 나눔은 또 새로운 모습으로 진행될 예정이다. 최근 신생동산이 아이들과 함께 텃밭을 가꾸기 위해 모종을 필요로 한다는 이야기를 전해 들었기 때문이다. 이윤미 주임은 “수확한 과일을 전달하는 데서 한 걸음 더 나아가 아이들이 직접 작물을 키우고 수확하는 경험을 할 수 있도록 모종이나 재배에 필요한 도움을 드리는 방법도 검토하고 있습니다.”라고 전했다. 연구 현장의 결실부터 지역과 환경을 위한 작은 실천까지, 더기반의 연구는 더 큰 열매를 맺고 있다.



고객과 함께 답을 찾는 하루

노루알앤씨 영업2팀 정홍운 대리의 하루

자동차와 선박, 전기전자, 반도체, 디스플레이 등 다양한 산업에는 각종 화학소재가 필요하다. 노루알앤씨는 이러한 산업에 필요한 코팅 레진과 접착제, 전자재료 및 기능성 소재 등을 개발·공급하는 첨단 신소재 전문 기업이다. 영업2팀 정홍운 대리는 전기전자와 전자재료·첨단소재 분야의 기업을 담당하며 고객의 요구를 파악하고 개발, 생산, 납품까지 이어지는 과정을 조율한다. 그가 자신의 하루를 표현한 말은 간결하다. ‘고객과 함께 답을 찾는 하루’이다.

넓게, 꼼꼼하게 고객의 요구를 읽다

“제가 담당하는 주요 아이템은 CCL(동박적층판)에 들어가는 수지입니다. CCL은 PCB(인쇄회로기판)을 만드는 핵심 소재인데, 발열이 많은 환경에서도 안정적인 성능을 유지하고 전기 신호 손실을 최소화하기 위해 높은 내열성과 저유전 특성이 필요합니다. 최근 AI와 고성능 컴퓨팅 시장이 성장하면서 이러한 소재에 대한 요구도 함께 커지고 있어요. 저희는 그에 맞는 소재를 개발 및 생산하여 고객사에 공급하고 있습니다.”

정홍운 대리는 노루알앤씨의 여러 첨단소재와 함께 자신이 담당하는 전자재료 쪽에 대해 자세히 설명했다. 제품군이 다양한 만큼 영업 담당자에게는 폭넓은 기술 이해가 필수적이기에 정홍운 대리는 최신 뉴스를 살피고, 기술팀과 세미나를 함께하거나 전시회와 박람회를 찾아 새로운 기술과 업체를 파악한다. 올해의 반도체 호황도 이러한 사전 조사를 통해 한발 앞서 대비할 수 있었다.



내일을 준비하는 정홍운 대리의 하루는 메일과 고객 문의를 확인하는 것으로 시작된다. 오전에는 주로 견적 검토, 공급사 협의, 샘플 진행 상황 등을 점검하고 오후에는 고객 미팅을 위해 외근에 나선다. 일주일에 한두 번은 꼭 충북이나 경북까지 직접 운전해 다녀온다. 고객을 만나기 전에는 개발 진행 상황을 확인하고, 상대의 성향과 관심사도 떠올린다. “단단한 유대감 위에서는 업무 중 문제 해결의 가능성도 넓어지게 됩니다. 그래서 한 분 한 분의 성향을 최대한 파악하며 이야기를 많이 나누려 합니다.” 정홍운 대리는 고객의 취미나 최근 있었던 일까지 기억하며 대화를 통해 깊은 신뢰의 관계를 만든다. 그리고 기술적인 면에서는 고객의 요구와 시장의 변화를 넓게 아우르며 다음 발걸음으로 나아간다.





고객과 생산 사이를 잇다

영업은 제품 홍보와 수주에서 끝나지 않는다. 정홍윤 대리는 “영업사원은 생산 요청부터 일정 확인, 출하와 물류, 판매 이후 채권 관리 등 판매를 위한 모든 제반 업무에 관여한다고 보시면 됩니다.”라고 말한다. 긴급한 요청이 들어오면 직접 배차를 챙기고, 20kg짜리 캔을 트렁크에 싣고 고객사까지 가져간 적도 여러 번이다.

가장 어려운 것은 고객의 요구와 실제 생산 여건이 충돌할 때다. “고객사에서는 ‘당장’을 원하시지만, 생산 쪽 입장에서는 절대 안 되는 경우가 있어요. 그 접점을 잘 찾아야 하죠.” 정홍윤 대리는 무조건 ‘못 합니다’라고 하기보다 가능한 일정과 대안을 제시하고, 내부의 복잡한 상황은 고객이 이해하기 쉽게 정돈해 전달한다. 같은 내용도 “어려울 것으로 예상됩니다.”, “현실적인 여건상 언제까지 가능합니다.”처럼 상대가 받아들이기 좋은 표현으로 바꾸는 것도 경험을 통해 익혔다.

입사 초기에는 이런 표현 자체가 낯설어 비즈니스 용어와 메일, 보고서 문구부터 하나씩 공부했다. 영업 선배들과 함께 다니며 말과 태도도 유심히 살폈다. “선배님들의 어법과 예의범절을 흡수하려고 많이 노력했죠.” 생산 현장에서 만나는 선배들은 더 어려웠다. 그래서 더 자주 현장을 찾고 함께하는 시간을 만들어 생산 환경과 상황을 이해하고 협업에 공을 들였다. “저보다 최소 10년, 20년 이상 경력이 많은 분들 아니까요. 매번 무리한 부탁을 드리는 경우가 많은데도 최대한 호응해 주십니다. 감사히 배우고 있습니다.” 그렇게 익힌 경험은 이제 고객과 내부 조직의 입장을 연결하는 정홍윤 대리만의 방식이 되었다.

“고생했다”라는 한 마디의 힘

정홍윤 대리가 영업에서 가장 중요하게 생각하는 것은 신뢰다. 고객과 약속한 사항은 반드시 지키고, 문제 발생 시 빠르고 정확하게 대응하려고 노력한다. 고객의 요구를 가장 가까이에서 듣고 해결하는 게 영업 업무의 특징이라고 생각하기에, 단순히 제품을 판매하는 것이 아니라 고객의 문제를 함께 해결한다는 마음으로 임한다.

그 마음은 모두의 협력과 함께 실제 성과로 이어진다. 고객사는 제품 성능과 납기일뿐만 아니라 생산 과정에서 관리해야 하는 여러 품질 기준에 대해서도 세세한 요청을 해온다. 최근의 경우 한 고객사의 까다로운 기준을 맞추기 위해 생산부와 협업해 특정 물질의 함량을 조절했고, 마침내 요구 규격을 충족하며 양산과 실제 매출로 이어지는 성과를 거뒀다. 정홍윤 대리는 “고객사가 요구하는 조건에 맞는 소재를 발굴해서 개발부터 양산까지 연결됐을 때 가장 큰 보람을 느낍니다.”라고 말하며 뿌듯한 미소를 지었다. 특히 오래 남는 것은 말 한마디다. “평소 말이 없던 분이 문자로 ‘고생했다’라고 한 줄 보내주실 때가 가장 기억에 남습니다.”라는 그는, 고객사의 기술적 이슈를 공급사와 함께 해결해 프로젝트를 잘 마친 뒤 “고맙다. 앞으로도 잘해보자.”라는 말을 들었을 때도 오래도록 성취감을 느꼈다고 말한다.



입사 5년 차가 된 지금도 그는 아직도 배워야 할 것이 많다고 말한다. 앞으로의 목표는 담당 고객과 함께 성장하며 첨단소재 분야의 전문 영업인으로 자리 잡는 것이다. 특히 반도체·전자재료 시장의 흐름을 꾸준히 공부하며 새로운 시장과 아이템도 찾고 싶다.

“영업 업무는 매일 새로운 과제와 요구사항이 생기지만, 고객과 함께 해결책을 찾아가는 과정 자체가 가장 큰 가치라고 생각합니다.”라고 말하는 정홍윤 대리. 혼자 정답을 내놓는 사람이 아니라 고객의 이야기를 가장 가까이에서 듣고, 기술과 생산의 힘을 모아 모두의 해답을 찾아가는 정홍윤 대리는 오늘도 자신의 영업 필수품인 메모장과 노트북을 들고 고객을 향해 달리고 있다.

더 행복한 반려견과의 생활을 위해, 노루와 펫

노루페인트의 노루와 펫 & 놀로 토크 콘서트

노루페인트는 반려견 특화 제품 ‘노루와 펫’의 가치를 전하고, 반려견과 보호자가 더 건강하고 행복하게 공존하기 위해 알아야 할 지식을 나누는 특별한 토크 콘서트를 준비했다. 7월 29일 놀로스퀘어 1층 카페놀로에서 진행된 토크 콘서트에서는 설채현 수의사가 마이크를 잡고 반려견의 행동과 감정을 이해하는 법에서 편안한 반려 생활을 만들어주는 환경 조성법까지, 보호자들이 일상에서 실천할 수 있는 다양한 노하우를 소개했다.



이해는 소통의 시작

“보호자들은 ‘우리 개는 왜 말을 안 듣지?’라고 생각하시는 경우가 많죠. 그럼, 반려견들은 뭐라고 생각할까요. ‘왜 항상 화만 내지?’라고 생각할 가능성이 높습니다. 많은 강아지가 자기 이름을 ‘안돼’라고 생각한다는 우스갯소리도 있죠.”

설채현 수의사의 말에 곳곳에서 웃음이 새어 나왔다. 익숙한 고민을 반려견의 시선으로 뒤집어 보여준 이 질문은 이날 토크 콘서트의 핵심 메시지를 전했다. 소통은 한 방향이 아니라 양방향이어야 한다는 것. 즉, 보호자의 의사만 전달하려 하지 말고 반려견의 신호도 헤아려야 한다는 것이다.

이를 위해 그는 반려견의 ‘감정’을 먼저 알아야 한다고 강조했다. “강아지의 감정 나이는 인간의 3~4살 정도라고 합니다. 그러니까 강아지와 의 생활은 15~20년 동안 3~4살의 아이를 키우는 것과 같죠.” 그 정도의 감정 나이에서는 사랑과 즐거움, 두려움과 스트레스는 충분히 느끼지만 죄책감이나 복수의 감정은 느끼지 못할 가능성이 높다. 흔히 반려견주가 꾸짖는 것에 대한 ‘복수’로 받아들이는 행동이 그저 ‘스트레스’에서 나왔을 뿐일 수 있는 것이다. 그렇게 감정의 범주를 받아들이고, 반려견의 언어를 읽으면 양방향 소통이 좀 더 수월해질 수 있다. “예를 들어 으르렁거림은 싸우자는 게 아니라 평화의 신호, 즉 ‘더 이상 하지 말아 달라’는 언어입니다. 그 시점에서 보호자가 멈추지 않고 혼내면 반려견은 상대를 ‘소통이 되지 않는 대상’이라고 생각합니다. 그래서 문제 행동은 더 심해지죠.”



설채현 수의사는 반려견의 감정과 더불어 신체적 차이도 이해하고 배려할 것을 조언했다. “노루와 눈슬립 펫 미끄럼방지 스프레이를 NOROO와 함께 만든 이유도 그런 배경이었습니다. 사람에게 맞춰져 있는 마룻바닥은 반려견으로서는 스케이트장과 같아요. 이처럼 반려견이 인간 사회에서 살면 편한 것보다 불편한 것, 이해되지 않는 것이 훨씬 더 많다는 것을 우리가 알고 맞춰 주어야 좀더 행복하게 살 수 있습니다.” 반려견이 좀 더 마음 편히, 몸 편히 집 곳곳을 누릴 수 있도록 노루와 눈슬립 펫 미끄럼방지 스프레이를 개발하게 된 마음, 인간과 다른 반려견에 대한 이해가 모두에게 전해진 순간이었다.

마지막으로 설채현 수의사는 반려견의 행복을 위한 5가지 원칙을 짚었다. 배고픔과 갈증으로부터의 자유, 불편함과 유해한 환경으로부터의 자유, 고통/부상/질병으로부터의 자유, 정상적인 행동을 할 수 있는 자유, 공포와 괴로움으로부터의 자유다. 그는 눈슬립 스프레이가 불편한 환경으로부터 반려견에게 자유를 주는 제품임을 설명하고 가구나 문틀을 씹지 못하게 방지해 주는 노루와 수성바니쉬 펫은 보호자의 생활 편의도 높여준다고 덧붙였다. 그리고 반려견의 습성과 건강을 세심하게 살피는 제품과 서비스, 인식을 통해 발전하고 있는 반려 생활 문화도 함께 조명했다.



공감에서 실천으로, 노루와 펫과 함께

강의는 참가자들의 질문과 꼼꼼한 솔루션으로 이어졌다. 분리불안은 어떻게 줄일 수 있는지, 적절한 수분 섭취 방법은 무엇인지, 수영할 때 흥분하는 경우엔 어떻게 대응해야 하는지 등등 반려견마다 상황도, 문제도 제각각인 다양한 질문에 대한 세심한 답들은 질문한 보호자뿐만 아니라 모든 참가자에게 좋은 정보가 되었다. 강의가 끝난 후 참가자들은 반려견과 함께 설채현 수의사와 기념사진을 찍으며 오늘의 토크쇼를 즐겁고 유익한 추억으로 간직했다. 참가자들은 입을 모아 반려견에 대해 더 이해할 수 있었던 기쁜 시간이었다고 말하며 직접 질문하고 답을 얻을 수 있었던 점과, 다른 보호자들의 고민과 질문도 함께 들으면서 혼자 고민하던 부분도 해결할 수 있었던 점에 만족감을 나타냈다.



노루와 펫 제품에 대한 기대와 후기도 이어졌다. 한 보호자는 평소 바닥의 미끄럼 문제를 해결하기 위해 거실에는 매트 깔았지만 방까지 모두 설치하기는 어려웠는데 필요한 공간에 사용할 수 있을 것 같이라며 기대된다고 말했다. 실제 제품을 사용 중인 보호자는 “토이 푸들은 관절이 약한 편이라 도움이 될 것 같았는데, 사용해 보니 확실히 덜 미끄러워서 재구매 예정이에요.”라고 경험을 전했다. 또 다른 참가자 역시 “저희 개가 잘 들어가지 않던 미끄러운 방도 이 제품을 사용한 뒤에는 자연스럽게 들어가더라고요.”하며 생활 속 변화를 소개했다.

이번 토크쇼는 제품을 소개하는 자리를 넘어, 반려견의 행동과 마음을 이해하고 함께 살아가는 세상을 다시 바라보게 하는 시간이었다. 반려견을 위한 배려는 결국 보호자와 반려 가정의 더 큰 행복으로 이어진다. 노루페인트는 앞으로도 노루와 펫을 통해 반려동물과 사람이 함께 안심하고 생활하는 공간을 제안하며 건강한 반려 문화를 만들어가고자 노력할 것이다.

컬러, 놀이가 되다

코드세시 on Sync Next 26 <RULE the PLAY> with NOROO

노루페인트는 세종문화회관이 주관하는 컨템퍼러리 시즌 ‘싱크 넥스트 26(Sync Next 26)’의 대표 프로그램인 코드세시(CodeSassy)의 <RULE the PLAY>를 후원하며 동시대 공연예술의 새로운 실험에 함께했다. 컨템퍼러리 서커스를 펼쳐낸 다섯 명의 퍼포머와 라이브 전자음악, 그리고 노루페인트의 다채로운 컬러는 무대를 거대한 ‘놀이터’로 바꾸었다. 관객은 몸의 움직임과 음악, 컬러 안에서 놀이의 본질과 예술의 확장을 경험할 수 있었다.

규칙을 뛰어넘어 놀다

매년 여름, 세종문화회관에는 예술적 상상력이 모인다. 장르와 장르, 기술과 예술, 창작자와 관객의 경계를 허무는 컨템퍼러리 시즌 ‘싱크 넥스트(Sync Next)’는 올해도 기존 공연 문법을 뛰어넘는 10개의 프로그램으로 관객들을 맞이했다. 지난 4년간 총 2만 4천여 명의 관객을 기록하며 국내 대표 컨템퍼러리 공연예술 플랫폼으로 자리매김한 이 시즌에서 올해 눈길을 끈 작품 가운데 하나가 바로 코드세시의 <RULE the PLAY>다. 음악으로 흥을 돋운 공연장, 어둠이 걷히면 2층 객석에서 “2, 5, 10!!”이란 외침과 함께 퍼포머들이 움직이기 시작한다. 짜여진 시간을 알리는 학교의 차임벨을 뒤로 하고 1층 무대로 서로의 몸을 타고 내려온 퍼포머들은 구르고, 당기고, 밀고, 올라가는 등 역동적이고 신나는 몸짓으로 공연장을 놀이터로 바꿔버린다.



씨어휠(Cyr Wheel) 아티스트 권해원이 창단한 컨템퍼러리 서커스 창작집단 ‘코드세시’의 <RULE the PLAY>는 기예와 오브제, 음악을 결합한 공연 예술이다. 어린 시절 누구나 나름의 규칙을 만들어 놀았던 기억처럼 퍼포머들은 차이나이즈 폴과 씨어휠 등 다양한 기예 도구를 새로운 놀이기구로 재해석했다. 위험과 균형 사이를 오가는 몸짓은 규칙이 수없이 만들어지고 무너지는 과정을 떠올리게 하고, 여기에 전자음악 프로듀서 모과(Mogwaa)의 라이브 연주는 리듬을 더했다. 테크노와 하우스를 넘나드는 음악은 긴장과 이완, 정지와 폭발이 반복되는 놀이의 시간을 완성했다. 관객들은 박수와 환호로 무대와 하나가 되었다.



공간을 빛낸 NOROO의 컬러

이번 공연에서 노루페인트는 놀이의 메시지가 공간 전체에 뿔어 가도록 도왔다. 공연이 마련된 세종S씨어터 로비에서 가장 먼저 시선을 사로잡은 것은 노루와 매직오프 필러블 페인트(이하 매직 오프)로 꾸민 유리벽, 그리고 놀이터와 마스킹 테이프를 모티브로 하여 노루페인트의 다채로운 컬러 팔레트가 완성한 포토존이었다. 특유의 간결성과 유연성으로 로비 곳곳을 재밌게 꾸민 마스킹 테이프와 그대로 연결되는 포토존은 관객을 무대의 일원으로 자연스럽게 초대했다.

공연장에서도 컬러는 작품의 일부가 되었다. 선명한 색감으로 마감한 오브제와 무대 곳곳은 야광처럼 빛나며 퍼포머들의 움직임을 더욱 입체적으로 드러냈고, 거대한 놀이터를 만들었다. NOROO의 컬러는 공간의 리듬을 만들고 관객의 시선을 이끄는 또 하나의 연출 언어였다. 특히 공연의 마지막 순간에는 노루페인트의 매직오프가 작품의 클라이맥스를 장식했다. 평범하게 보였던 무대의 한쪽 벽을 퍼포머가 직접 벗겨내자 숨겨져 있던 공연명 ‘CodeSassy on Sync Next 26’ 타이포그래피가 모습을 드러냈다. 공연의 피날레와 제품의 핵심 물성이 퍼포먼스로 이어지며 ‘칠했다가 깨끗하게 떼어내는’ 매직오프의 특성이 놀이와 변화, 새로운 규칙이라는 공연의 메시지와 맞닿았고, 관객들에게 깊은 인상을 남길 수 있었다.

또한 공연을 찾은 모든 관객에게는 매직오프의 특성을 응용한 리무버블 스티커 굿즈가 선물로 제공됐다. 공연의 기억을 어디든 붙이고 뗄 수 있도록 기획된 굿즈는 ‘Play, Peel, Paint’라는 메시지와 함께 노루페인트만의 기술력을 친근하게 전달하며 공연 경험을 일상으로 가져가도록 했다.



컬러, 경계를 확장하다

NOROO 컬러데이를 통해 공연을 관람한 NOROO 인들은 무대 가까이에서 퍼포머들의 역동적인 움직임과 에너지를 생생하게 느끼며 낯선 장르의 매력을 발견했다. 이들은 상상력을 자극하는 퍼포먼스와 관객을 공연의 일부로 끌어들이는 구성, 공연예술 속 컬러의 역할까지 경험하며 생각의 폭을 넓힐 수 있었다고 입을 모았다. 사내 복지 프로그램을 통해 평소 쉽게 접하기 어려운 다양한 문화예술을 경험할 수 있다는 점에도 높은 만족감을 표했다.

규칙과 변칙으로 짜릿해지는 놀이처럼, 예술 역시 경계를 넘나들 때 새로운 가능성을 만난다. 코드세시의 <RULE the PLAY>에서 NOROO는 그 경계이자 현장이 되는 무대에 컬러를 더해 예술가의 상상과 몸짓이 더 선명하게 드러나도록 도왔다. 창작의 가능성을 넓혀가는 NOROO의 컬러가 앞으로 또 어떤 새로운 예술과 만나게 될지 기대해 본다.

노루페인트 색채지원팀 백정윤 대리

“멋진 공연이었습니다. 이번 기회를 통해 낯선 장르도 열린 마음으로 접하면 큰 감동과 배움을 얻을 수 있음을 느꼈어요. 앞으로도 사내 복지를 통해 다양한 문화예술을 경험하며 저의 세계관을 넓혀가고 싶습니다.”

노루페인트 산업소재기술팀 오춘식 과장

“보는 내내 상상하게 하는 매력적인 공연이었습니다. 짜인 틀 없이 몸짓 하나하나로 분위기를 압도하는 장면들에 머리가 탁 트이는 것 같았어요. NOROO 컬러데이를 기본 전환 제대로 했습니다!”

노루코일코팅 연구1팀 최재혁 대리

연구원으로 일하면서 정해진 조건 안에서 새로운 해답을 찾아야 하는 경우가 많은데 규칙을 넘어 자유와 가능성을 찾아내는 놀이의 행위가 인상적으로 다가왔습니다. 공연 예술 속 컬러의 역할도 새롭게 느낄 수 있었어요.”

노루페인트 건축T/S팀 강아령 주임

“무대와 객석이 가까워 출연자들의 호흡과 움직임, 땀방울까지 생생히 보며 그 노력과 에너지를 체감했습니다. NOROO 컬러데이에 참여하며 세상에 다양한 형태의 예술이 존재한다는 것을 경험했습니다.”

노루코일코팅 경영관리팀 추정민 대리

“색다르고 몰입감 있는 무대로, 서커스 특유의 역동적 퍼포먼스와 화려한 연출이 인상적이었습니다. 관람을 넘어 공연의 일부가 된 듯한 특별한 경험을 할 수 있었던 점이 가장 기억에 남습니다.”

노루홀딩스 용도개발팀 권오현 대리

“천장에 로프로 매달려 하는 에어리얼 퍼포먼스가 정말 신기했습니다. 관객의 참여와 소통을 독려하는 것도 인상적이었고요. 다른 사우분들께서도 사내 복지를 통해 다양한 공연을 꼭 경험해 보시기를 권합니다!”

색으로 스미는 이면의 그림자

《스페인의 거장 고야: 이성이 잠들 때, 괴물이 깨어난다》with NOROO

세계적 거장 프란시스코 고야의 일생과 화제의 판화 시리즈 《카프리초스》 80점을 만날 수 있는 전시가 노루페인트의 협력으로 예술의전당 한가람미술관에서 열렸다. 작가가 기록한 빛과 어둠, 이성과 광기, 이상과 위선의 시대는 지금 우리가 바라보는 현실 위에 고스란히 겹쳐지며 예리한 잔상을 남긴다. 노루페인트의 컬러와 함께 깊은 사유로 들어서게 되는 전시, 《스페인의 거장 고야: 이성이 잠들 때, 괴물이 깨어난다》이다.



화려한 궁정화가에서 어둠의 화가로

스페인의 화가 프란시스코 고야는 18세기 말에서 19세기 초, 격변의 시대 한가운데에서 사회상의 양면을 그리며 ‘화려한 궁정화가’에서 ‘어둠의 화가’에 이르기까지, 폭넓은 예술 활동을 보여준 거장이다. 이번 전시는 그의 화제작인 판화집 《카프리초스》(1799)의 판화들을 중심으로, 다양한 매체를 활용해 대표작들을 소개하며 예술 세계의 변화를 압축적으로 보여준다. 고야의 작품 전반에 흐르는 집요한 비판의 시선은 노루페인트의 컬러와 함께 관람자의 마음 깊숙이 파고든다. 전시는 섹션 1 ‘빛과 그림자의 초상 - 고야의 두 얼굴’로 시작된다. 고야의 초기부터 후기까지 대표적 회화 작품들을 디지털 영상으로 재구성한 이곳에서 관람객들은 종교화에서 풍자화까지 아우르는 고야의 방대한 예술 세계를 정면으로 마주하게 된다. 섹션 2에서는 그가 스페인의 궁정화가로서 그린 왕족과 귀족의 초상화를 좀더 면밀히 살펴볼게 되는데, 화려한 드레스와 제복 뒤로 인물의 표정과 시선 등에서 미묘한 불균형과 긴장이 감지되어 훗날 ‘어둠의 화가’로 불리게 될 고야의 면모가 이미 드러나기 시작했음을 확인할 수 있다. 이 섹션에서는 고야의 개인사와 작품, 역사를 엮어 연대기를 상세히 구성하고, 프린트 작품마다 설명을 곁들여 사회의 변화와 작품을 연결해 볼 수 있게 했다. 섹션 3은 ‘빛에서 어둠으로 - 고야는 어떻게 어둠의 화가로 남게 되었는가’란 제목 아래, 중병으로 청력을 잃은 후 내면의 심연을 파고들며 광기, 공포, 욕망을 탐구한 작품들을 소개한다. 이때 고야는 궁정화가의 지위를 유지하면서도 세속적 질서의 재현에서 벗어나 사회의 어두운 이면을 그려냈는데, 이는 화제의 문제작, 《카프리초스》로 건너가는 실험적 작품들이 되었다.





고야의 메시지, 현대를 향하다

그리고 드디어 메인인 섹션 4, 《카프리초스》의 공간이다. 고야는 1799년, 전쟁의 불안과 부패한 권력, 미신과 무지로 혼란스러운 인간 군상의 위선을 80점의 판화로 제작, ‘카프리초스’라는 제목을 달아 판화집을 냈다. 인간의 악함과 어리석음을 날카롭게 고발한 이 판화집은 고야의 예술 세계의 결정적 전환점이자, 사회적 비판과 사유의 도구로 기능하는 예술의 새로운 가능성을 보여준 작품으로 19세기 미술 전반에 결정적 영향을 미친 걸작이다. 80점의 판화를 하나하나 들여다보면 고야가 비판했던 인간과 사회상이 결코 과거의 이야기가 아님을 깨닫게 된다.



섹션 5, ‘귀머거리의 집’으로 들어서면 어둠은 더욱 짙어진다. 청각을 완전히 잃은 고야는 말년에 스스로 ‘귀머거리의 집’이라 불리던 농가에 칩거하며 ‘검은 그림들’이라 불리는 벽화들을 그렸다. 무의식의 바닥에서 길어 올린 듯 섬뜩하고 음울한 이미지들은 고야 인생의 마지막 역작이자 미술사적으로 가장 강렬한 작품들로 평가된다. 이 공간에는 ‘검은 그림들’을 스크린과 프린트 작품으로 재현해 ‘귀머거리의 집’에 들어선 듯 몰입감을 선사한다. 그리고 마지막 섹션인 ‘어둠에서 빛으로 - 끝나지 않은 고야의 시대’에서는 시대를 초월한 고야의 메시지를 자수로 마주하며 근대 미술을 넘어 근대적 사고의 출발점이 되었던 고야의 예술 세계를 깊이 되새기게 된다.



컬러와 함께 사유하다

고야의 예술 세계와 80점의 판화를 제한된 공간에 효과적으로 전시하기 위해 주최 측은 미디어와 컬러를 적극적으로 활용했다. 특히 노루페인트의 컬러 칩에서 선택된 NOROO DB 9060A Charcoal Navy, NOROO DB 9069A Heavy Teal, NOROO MD 6007 Spanish Plum은 공간에 묵직한 긴장감을 드리우며 침잠에 가까운 감상을 이끌었다. 무엇보다 메인 섹션인 《카프리초스》에서 이 세 가지 컬러는 열린 공간을 구획 짓는 힘을 발휘한다. 바라보는 방향에 따라 3면의 벽과 15개 기둥의 컬러를 각각 푸른색, 녹색, 붉은색으로 통일되게 함으로써 공간을 구분하는 동시에 작품의 주제에 시선을 집중시킨 것이다. 주최 측은 이번 전시에서 《카프리초스》 80점을 번호순이 아닌 개인의 악덕, 사회제도의 모순, 무의식에 지배 받는 정신세계라는 세 개의 주제에 따라 재구성했는데 관람자는 개인에서 사회로, 사회에서 정신세계로 확장되는 《카프리초스》의 여정을 이 컬러의 흐름으로 자연스럽게 탐색하게 된다.



고야는 200여 년 전의 화가지만, 그의 작품이 던지는 질문은 여전히 현재진행형이다. 시대와 국경을 넘어 인간의 욕망과 위선, 권력과 폭력의 본질을 응시한 그의 시선은 오늘을 살아가는 우리에게도 깊은 성찰을 남긴다. 노루페인트의 컬러와 함께 완성된 이번 전시는 예술과 공간, 색이 만나 사유를 확장한 경험으로 오래 기억될 것이다.

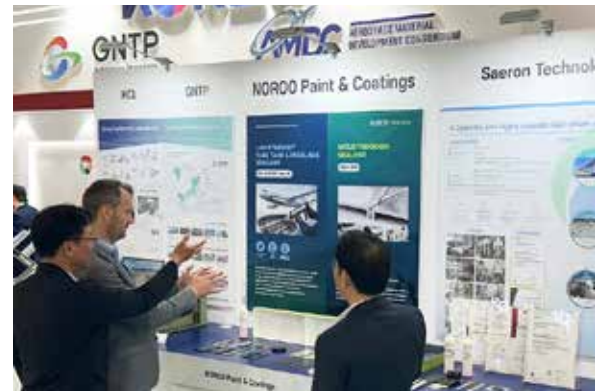
NEWS BRIEFING



노루홀딩스, 반도체 등 첨단산업용 바이오 인증 세정제, 미국 농무부 최고 레벨 친환경 인증



노루홀딩스·노루페인트, 생물다양성 보전과 ESG 공시 선제 대응



노루페인트, 세계 3대 글로벌 항공우주 전시회에서 항공우주용 실란트 기술력 소개

노루홀딩스

반도체 등 첨단산업용 바이오 인증 세정제, 미국 농무부 최고 레벨 친환경 인증

노루홀딩스가 친환경 바이오 소재 사업에서 성과를 내며 글로벌 기술 경쟁력을 입증했다. 자체 개발한 친환경 바이오 소재인 3HP를 기반으로 한 세정제 브랜드 ‘나우솔(NAUSOL®)’ 제품군이 미국 농무부(USDA)의 ‘100% 바이오 인증(Bio-Preferred)’을 획득한 것이다. 동 인증은 생물 유래 유기체(바이오매스) 함량을 엄격히 측정해 부여하는 글로벌 공인 친환경 인증 체계다. 이번 인증으로 나우솔 브랜드 3종 제품인 NAUSOL EHA, NAUSOL CRC-1, NAUSOL D-Cleaner Plus는 모두 ‘구성 성분 100%가 바이오 기반 소재(Product 100%)’로 이루어졌음을 공식 검증 받았으며, 제품에 라벨을 부착할 수 있는 권리를 확보했다. 동 제품은 반도체 제조 공정을 비롯한 첨단 산업군에서 고성능·고안전성 세정제로 사용된다. 기존 화학 용제를 대체하면서도 세정 효과와 화학적 안정성, 작업 편의성을 동시에 확보해 첨단 산업 현장에서 친환경 대체재로 주목받고 있다. 노루홀딩스는 이번 국제 공인 인증을 계기로 하여 글로벌 고객사를 대상으로 친환경 맞춤형 용제 솔루션 공급을 확대하고, ESG 경영 기조에 맞춘 차세대 바이오 소재 사업 포트폴리오를 지속적으로 강화해 나갈 방침이다.

노루홀딩스·노루페인트, 생물다양성 보전과 ESG 공시 선제 대응

노루홀딩스와 노루페인트는 글로벌 ESG의 새로운 화두로 주목받고 있는 ‘생물다양성 보전’과 ‘자연자본 공시’에 적극적으로 대응하고 있다. 노루홀딩스는 글로벌 공급망 실사 및 지속가능성 공시 기준 강화에 선제 대응하고자 ‘자연자본공시 지원연합’에 참여했다고 밝혔다. 이는 글로벌 자연 관련 재무정보공개 협의체(TNFD) 이행을 위한 국가 단위 연합체다. 노루그룹은 이를 통해 공시 대응 역량을 강화하는 한편, 글로벌 이니셔티브인 TNFD 가입도 적극 검토 중이다. 최근 생물다양성 부문은 한국ESG기준원(KCGS), 탄소정보공개프로젝트(CDP), 에코바디스(EcoVadis) 등 주요 ESG 평가뿐만 아니라 현대자동차·기아, 두산 등 주요 고객사의 공급망 평가에도 필수 반영되는 추세다. 특히 한국지속가능성기준위원회(KSSB) 및 국제지속가능성기준위원회(ISSB) 공시 기준의 주요 요소로 포함될 예정이며, 오는 10월 열리는 유엔 생물다양성협약 당사국총회(COP17)에서 구체화된다. 노루그룹은 이를 위해 현장 생태계 보전 활동도 확대하고 있다. 최근 안양사업장 임직원과 안양군포의왕환경운동연합이 공동 참여한 가운데 ‘안양천 수달 쉼터 조성 활동’을 전개했다. 그동안 안양천과 관악산 일대 맹꽁이(멸종위기 야생생물 2급), 화성습지

금개구리(멸종위기 야생생물 2급) 서식지 보전 활동을 추진해 온 노루그룹은 최근 안양천 내 수달(멸종위기 야생생물 1급, 천연기념물) 출현에 맞춰 실질적인 생태계 보전 활동을 지원하고 있다. 노루홀딩스 측은 “생물다양성 보전은 전사적 참여가 필요한 지속적 과제이자 경영 안정성과 직결되는 혁신 영역”이라며 “앞으로도 외부 요구사항을 고려해 생물다양성 활동을 확대하고, 자연자본 공시 대응 체계를 견고히 구축해 나갈 것”이라고 밝혔다.

노루홀딩스·노루페인트, 서스틴베스트 ESG 평가 ‘A등급’ 수성

국내 3대 ESG(환경·사회·지배구조) 평가기관 중 하나인 서스틴베스트가 발표한 ‘2026년 상반기 ESG 평가등급’에서 노루홀딩스와 노루페인트가 나란히 ‘A등급’을 획득했다. 서스틴베스트는 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 측면에서 우수한 상위 약 20.8%의 기업에만 A 등급을 부여한다. 양사는 지난 2021년부터 2026년 상반기까지 반기별 평가에서 단 한 번의 강등 없이 6년 연속 A등급을 유지했다. 매년 강화되는 ESG 평가 기준 속에서 장기적인 리스크 관리 역량과 경영 안정성을 입증한 결과이다. 특히 이번 2026년 상반기 평가에서 노루페인트는 자산 규모 5천억 원 이상 2조 원 미만 규모 기업 중 27위에 오르며 서스틴베스트가 선정하는 ‘ESG BEST Companies’에 최초로 이름을 올렸다. 서스틴베스트는 2024년 상반기부터

국내 상장사 중 자산 규모별(2조 원 이상 50곳, 5천억~2조 원 30곳, 5천억 원 미만 20곳)로 ESG 경영을 리드하는 100대 기업을 선정해 발표하고 있다. 노루페인트는 바이오 기반 원료 활용 도료 개발 및 제조 공정 내 탄소 배출 저감 등 환경(E) 부문의 성과, 지역사회 상생과 안전한 근로환경 조성(S), 이사회 중심의 책임 경영과 투명한 주주환원 정책(G) 등 전 영역에서 고른 고득점을 기록하며 상위 30개사 내에 안착했다. 노루홀딩스 관계자는 “이번 성과는 주주 가치 제고와 지속 가능한 미래를 위해 전 임직원이 함께 노력해 온 결실”이라며, “앞으로도 ESG 선도 기업으로서 사회적 책임과 탄소 감축을 지속적으로 해 나갈 것”이라고 밝혔다.

노루페인트

노루페인트, 세계 3대 글로벌 항공우주 전시회에서 항공우주용 실란트 기술력 소개

노루페인트가 세계 3대 항공우주 전시회로 꼽히는 ‘판버러 에어쇼(Farnborough International Airshow) 2026’에 참가해 국내 기술로 개발한 항공우주용 실란트를 세계 시장에 선보이고 글로벌 항공우주 산업 관계자들과의 협력 가능성을 확대했다. 영국 판버러 에어로드롬에서 개최된 판버러 에어쇼는 전 세계 40

NEWS BRIEFING



노루페인트, '2025 지속가능경영보고서' 발간

여 개국, 1,400개 이상의 항공우주 기업 및 기관이 참가하는 세계 최고 권위의 항공우주 전문 전시회로, 파리 에어쇼, 싱가포르 에어쇼와 함께 세계 3대 항공우주 전시회로 평가받고 있다.

노루페인트는 한국우주항공산업협회가 주관하는 한국관에 참가했으며, 한국항공소재개발연합 소속 기업들과 함께 국내 항공소재 기술의 우수성을 알렸다. 이번 전시는 산업통상자원부 지원 사업인 '우주항공 방산용 실란트 초격차 기술 개발·실증 사업'의 성과를 세계 시장에 소개하고 해외 항공우주 기업과의 협력 기회를 확대하기 위해 마련됐다.

이번 전시에서 노루페인트는 과제의 핵심 성과물인 항공기용 폴리실라이트 실란트를 공개하며 항공우주용 소재 분야의 기술력을 선보였다. 해당 제품은 항공기 연료탱크와 동체, 금속 접합 부위 등에 적용되며 연료 저항성, 고온 내구성, 부식 방지성 등 항공우주 분야에서 요구되는 주요 성능을 확보한 것이 특징이다. 이를 통해 국내 기술로 개발된 항공우주용 실란트의 우수성과 적용 가능성을 소개하고, 해외 항공우주 기업 및 기관과의 협력 기반을 확대했다.

항공기용 실란트는 항공기의 기밀성과 내구성을 확보하기 위한 고부가가치 핵심 소재로, 높은 기술 장벽과 엄격한 품질 검증 절차가 요구되는 분야다. 글로벌 항공우주 실란트 시장은 항공기 생산 확대와 MRO(유지·보수·정비) 수요 증가에 힘입어 지속적으로 성장하고 있으나 글로벌 소수 기업이 시장을 주도하는 가운데

국내 시장 또한 대부분 해외 제품에 의존해 왔다.

이러한 시장 환경 속에서 노루페인트는 판버러 에어쇼 참가를 통해 국내 항공우주 소재 기술의 경쟁력을 알렸으며, 글로벌 항공우주 시장 진출과 공급망 확대를 위한 교두보를 마련했다. 또한 이번 전시는 정부 초격차 기술개발 과제를 통해 확보한 연구개발 성과를 세계 시장에 소개하는 자리로, 관련 기술의 사업화 가능성을 확인하는 계기가 됐다. 노루페인트는 전시를 통해 자체 기술 경쟁력을 알리고 글로벌 항공·방산 기업들과의 네트워크를 확대하여 향후 사업화 및 시장 진출 기반을 강화했다.

노루페인트 관계자는 “이번 판버러 에어쇼에서 글로벌 항공우주 기업들에게 노루페인트의 항공우주용 실란트 기술력을 소개하고 다양한 협력 기회를 발굴할 수 있었다.”라고 하며 “앞으로도 지속적인 연구개발과 기술 고도화를 통해 항공·방산 분야 핵심 소재 국산화를 선도하고 글로벌 항공우주 시장에서 경쟁력을 강화해 나가겠다.”라고 말했다.

노루페인트, '2025 지속가능경영보고서' 발간

노루페인트가 ESG(환경·사회·지배구조) 경영 성과와 미래 비전을 담은 '2025 지속가능경영보고서'를 발간했다.

올해로 여섯 번째를 맞은 이번 보고서는 지속가능한 기업 경쟁력 확보를 위한 전략과 실행 성과를 투명하게 공개하고, 이해관계자와의 소통을 강화하기 위해 제작됐다. 전문기관의 제3자 검

증을 거쳐 보고서의 객관성과 신뢰성을 확보했으며, 환경·사회·지배구조 전 영역의 주요 성과를 정량적 지표와 함께 체계적으로 담았다.

노루페인트는 올해 보고서를 통해 기후변화 대응 및 온실가스 감축, 에너지 효율성 관리, 유해물질 관리, 친환경 제품 개발 및 사업 확대, 임직원 안전보건 강화, 지속가능한 공급망 구축 등 주요 ESG 이슈에 대한 추진 현황과 성과를 공개했다.

환경 부문에서는 환경 데이터를 지속가능경영 보고서를 통해 공개하였으며, 특히 최근 중요성이 커진 기후변화 대응 역량 강화를 위해 CDP(탄소정보공개프로젝트) 평가에 참여하였다. 또한 제품 전 과정에서 발생하는 환경 영향을 정량적으로 분석하는 LCA(Life Cycle Assessment, 전과정평가)를 실시하고 있다. 이를 바탕으로 친환경 제품 개발과 환경경영 체계 고도화를 추진하고 있으며, 탄소배출 저감 활동과 에너지 효율 개선, 친환경 기술 개발을 지속 확대해 중장기 환경경영 전략인 'Green 2035' 실현에 속도를 내고 있다.

사회 부문에서는 임직원의 건강과 안전을 최우선 가치로 삼고 다양한 안전보건 활동을 추진하고 있다. 또한 지속가능한 공급망 구축을 위한 관리 체계를 강화했다. 노루페인트는 공급망 지속가능성 관리 정책을 수립하고, 협력사의 ESG 리스크를 예방·관리하기 위한 ESG 평가와 실사, 개선 지원 활동을 시행하고 있다. 또한 협력사 고충 접수 및 처리 체계를 운영하며 공급망 전반의 ESG 리스크를 체계적으로 관리하고 있다.

지배구조 부문에서는 가치·윤리 교육을 강화하고 영업, 구매 등 주요 부서 담당자를 대상으로 윤리경영 워크숍을 실시했다. 또한 국민권익위원회가 주관하는 윤리경영 자율준수 프로그램에도 참여하며 윤리·준법경영 체계를 지속 강화하고 있다. 이를 통해 기업의 법적·윤리적 책임을 성실히 이행하고, 부패방지 관련 법규 준수와 내부 통제 체계를 고도화함으로써 지속가능한 기업 가치 제고에 힘쓰고 있다.

노루페인트 관계자는 “이번 보고서는 ESG 경영을 실질적으로 추진하며 축적한 다양한 성과와 사례를 중심으로 구성해 신뢰성과 완성도를 높였다.”라고 하며 “앞으로도 기후변화 대응, 윤리경영, 공급망 ESG 등 글로벌 기준에 부합하는 지속가능경영 체계를 강화하고 이해관계자와의 투명한 소통을 지속 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

SI 색상 매칭 시스템 '스마트틴트(SmartTint)' 출시

노루페인트는 자동차 보수 도장 현장에서 색상 매칭 정밀도를 획기적으로 향상시키는 SI 기반 클라우드 색상 매칭 시스템 '스마트틴트(SmartTint)'를 출시했다.

자동차 보수 도장 과정에서는 동일한 색상을 적용하더라도 색상 값, 메탈릭 도료의 입자감과 반사 특성 등 다양한 요소가 복합적으로 작용하며 실제 도장 결과가 다르게 나타나는 사례가 빈번하게 발생해 왔다.

스마트틴트는 이러한 현장의 한계를 개선하기 위해 개발된 시스템으로, 색상 정보뿐 아니라 메탈릭 도료의 핵심 요소인 입자감(Texture)도 동시에 인식·분석하는 것이 특징이다. 기존 측색 시스템이 색상 값과 반사율 중심의 검색·보정에 머물렀다면, 스마트틴트는 입자 크기를 데이터화해 보다 정밀한 색상 매칭을 구현한다. 이를 통해 단색은 물론 메탈릭, 쓰리코트(3-coat)와 같은 고난이도 컬러까지 안정적으로 구현할 수 있도록 설계됐다. 또한 측정된 색상과 입자 데이터는 SI 기반 색상 보정 알고리즘을 통해 분석되며, 목표 색상에 가장 근접한 배합 방향을 자동으로 제안한다. 자동 보정 이후 최적의 조색제를 추가로 제안하는 'Smart Correct' 기능과 수치 및 그래프 기반의 튜닝 가이드는 작업자가 보다 직관적으로 조색 방향을 판단할 수 있도록 지원한다. 이를 통해 작업자의 경험 의존도를 낮추는 동시에 색상 보정 시간을 단축하고, 반복 작업을 최소화해 안정적인 품질 확보에 기여한다.

스마트틴트는 클라우드 기반으로 운영되어 측색 데이터와 보정 결과를 실시간으로 저장·공유할 수 있으며, 현장과 대리점 간 동일한 데이터를 기반으로 한 협업이 가능하다. Wi-Fi 기반 데이터 전송을 통해 작업 흐름을 간소화하고, 축적된 데이터를 활용해 사용할수록 색상 매칭 품질이 지속적으로 향상되는 데이터 기반 구조를 갖춘 점도 특징이다.

노루페인트 관계자는 “스마트틴트는 색상 매칭 과정을 데이터와 SI 기반으로 재정의한 시스템으로, 자동차 보수 도장 현장의 정확도와 작업 효율을 동시에 높일 수 있도록 개발됐다.”라고 하며 “앞으로도 도료 사업 전반에 SI 기술을 적극 접목해 고객의 작업 생산성과 품질 경쟁력을 지속적으로 강화해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

노루페인트는 아파트 재도장 시뮬레이션 서비스와 SI 기반 자동



기반테크, 제주 농가 온실 차광코팅제 2년 연속 공급

조색 시스템 등 다양한 사업 영역에 AI 기술을 적용해 왔으며, 이번 스마트틴트 출시를 통해 자동차 보수 도로 분야까지 AI 적용 범위를 확대하며 도로 산업의 디지털 전환을 가속화하고 있다.

기반테크

기반테크, 제주 농가 온실 차광코팅제 2년 연속 공급

기반테크가 제주 대정농협과 손잡고 기후 위기 대응을 위한 '온실 차광코팅제 지원사업'을 2년 연속 성공적으로 진행하며 제주 농심(農心) 잡기에 나섰다.

기반테크와 대정농협은 지난 4월 말부터 5월 초에 걸쳐 제주도 서귀포시 대정농협 관내 시설하우스 재배 조합원을 대상으로 차광제 공급 및 교육 사업을 전개했다. 이번 사업은 지난해 실시된 시범사업의 긍정적인 성과를 바탕으로 올해 더욱 체계적인 일정에 따라 추진되었다. 올해 사업은 단순한 제품 전달을 넘어 농민들이 기술을 완벽히 숙지할 수 있도록 단계별로 구성되어, 40여 농가를 선발하여 대정농협 대회의실에서 제품 사용 교육을 진행했으며, 실제 농가를 선정해 차광제를 직접 시공하는 등

현장 시연을 병행하며 기술적 신뢰도를 높였다. 이어 신청 농가별로 온실 차광코팅제를 배포, 하절기 고온 피해 대비 체제를 갖췄다.

기반테크가 농촌진흥청과 공동 개발한 동 차광제는 비닐하우스 외부 필름에 직접 도포하는 방식으로 열차단 효과가 뛰어나고 작업이 간편하며 드론을 활용한 시공도 가능하다. 범용성이 높아 다양한 온실 구조에 적용할 수 있고 외국산 대비 도포층이 얇아 특히 고온기 제주 만감류 농가의 최대 난제인 '열과(과일 껍질이 터지는 현상)' 예방에 탁월하다. 이 제품은 일본 3대 온실전문기업 중 하나인 '이노치오'사(INOCHIO社)를 비롯해 태국, 호주, 멕시코, 네덜란드 등지에도 수출되어 우수한 기술력과 품질을 인정받고 있다.

기반테크 측은 "단순한 제품 공급을 넘어 제주의 기후 특성과 농가의 목소리를 반영한 맞춤형 솔루션을 제공하는 데 집중했다."라고 하며, "지난해 시범사업의 결실이 수확량 증대로 이어진 만큼, 앞으로도 대정농협과 긴밀히 협력하여 기술 혁신이 농가의 안정적인 수익으로 연결되는 진정한 상생 모델을 구축해 나가겠다."라고 강조했다.



신규입사자 입문 교육 마지막 날의 앰블럼 작업을 하는 교육생들의 손이 바쁩니다. 아이디어를 내고, 밑그림을 그리고, 각자 맡은 부분을 색칠하며 공동의 작품을 만드는 이 시간이 NOROO인으로서 함께 만들어갈 앞으로의 나날을 상상케 합니다. 서로 다른 생각과 개성이 모여 하나의 그림을 완성하듯, 각자의 자리에서 역량을 더하며 다 같이 성장해 갈 NOROO의 모습을 기대합니다.



'2026 오네 슈퍼레이스 챔피언십 5라운드'가 열린 이날, 빗줄기 속에서도 레이싱을 즐기는 관람객들의 열정의 온도는 식지 않았습니다. 직접 서킷에 들어가 레이싱카와 드라이버를 만나는 그리드워크에서 김무진 레이서와 사진을 찍는 관람객들의 즐거운 미소가 이날의 흥분을 전해줍니다.



NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 80호(비매물)

종별 : 정보간행물(계간) 등록번호 : 안양 바00022 등록연월일 : 2019년 3월 15일 발행일 : 2026년 10월 8일 발행처 : (주)노루홀딩스
발행인 : (주)노루홀딩스 편집인 : 오완주 기획 및 디자인 : (주)리커뮤니케이션 사진 : 마주스튜디오 인쇄 : (주)대한프린테크
발행소 : 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의 : 02-2191-7700