

NOROO

SUMMER · 2026

VOL. 79

# NOROO

NOROO Quarterly Magazine

SUMMER · 2026

VOL. 79

SPECIAL THEME  
**CONNECTING TECHNOLOGIES,  
CREATING TOMORROW**

NOROO





## SPECIAL THEME



## CONNECTING TECHNOLOGIES

- 06 **VIEWFINDER** 기술을 잇다 내일을 열다  
〈2026 NOROO 신기술·신제품 전시회〉
- 10 **INTERVIEW** 함께 나아갈 NOROO의 미래  
노루페인트 안재범 연구소장이 말하는 〈2026 NOROO 신기술·신제품 전시회〉

## CULTURE GALLERY

- 14 **TASTE** 붉은 별과 파란 리본, 맛집의 수식
- 16 **MOMENTS** 밤을 즐기는 계절, 여름
- 18 **LIVING** 시원함을 만드는 방법

22 . FOCUS ON NOROO 1



30 . FOCUS ON NOROO 3



42 . PAINT FOR ART



## NOROO PEOPLE

- 22 **FOCUS ON NOROO 1** 함께 만드는 변화의 시작 Change Agent  
NOROO그룹 Change Agent 1기 Kick-Off 워크숍
- 26 **FOCUS ON NOROO 2** 완벽을 향해 2%를 채워가는 하루  
노루코일코팅 연구1팀 최재혁 대리의 하루
- 30 **FOCUS ON NOROO 3** 노루와 펫, 반려가족의 일상 속으로  
놀로스퀘어 '노루와 펫' 체험존
- 34 **HIGH FIVE 1** 꾸준한 마음 빛나는 성실  
2026 근로자의 날 포상
- 38 **HIGH FIVE 2** “노루가 간다!” 2026 썬-노루 세미나
- 42 **PAINT FOR ART** 손끝에서 태어나고 색으로 숨 쉬는 세상  
《COMPANY World Affair — 온 세상 만들기의 비밀을 찾아서》 with NOROO PAINT
- 46 **NEWS BRIEFING**
- 50 **ECO GUIDE** 탄소도 줄이고 생활비도 아끼고
- 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

## CONNECTING TECHNOLOGIES, CREATING TOMORROW

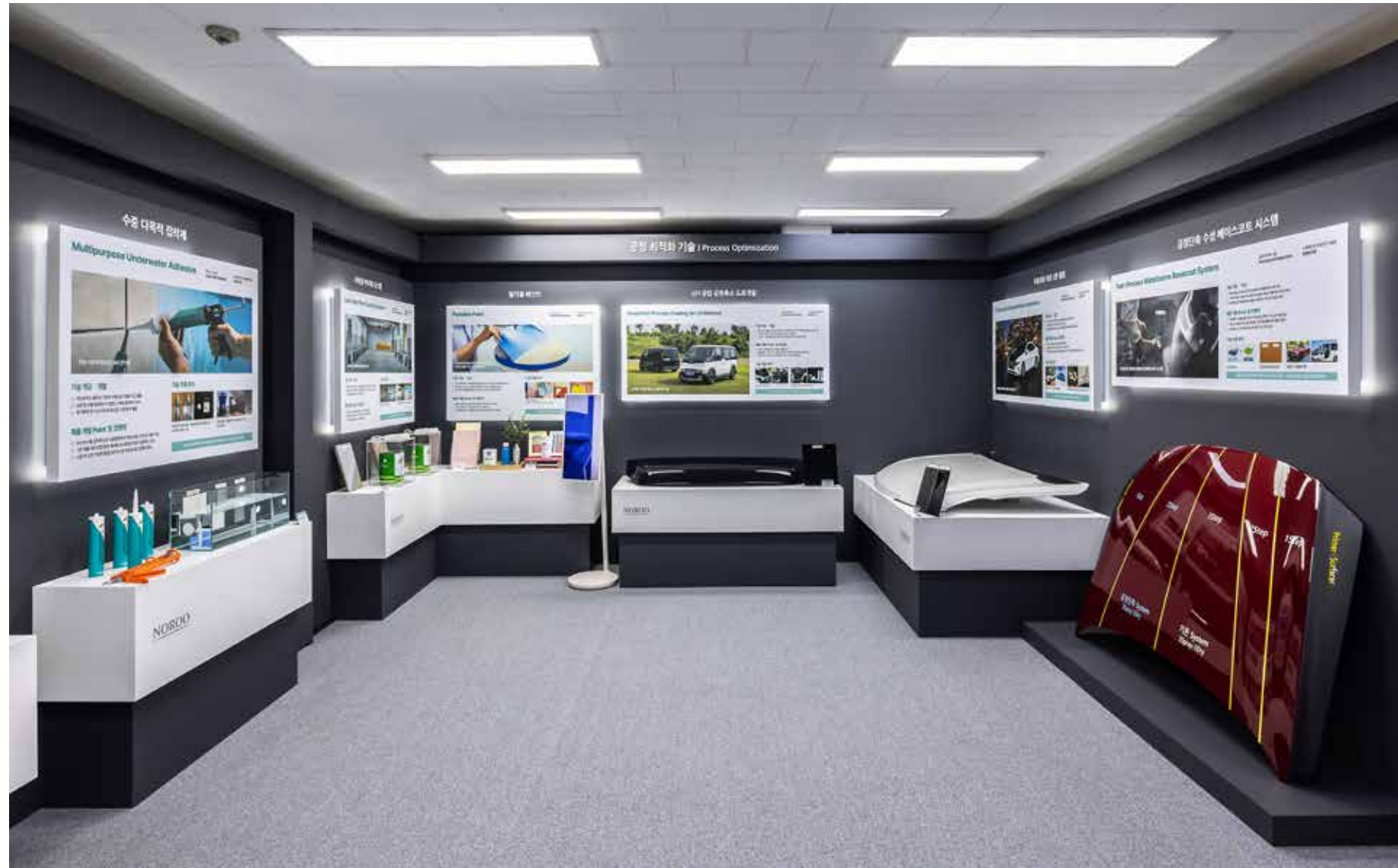
NOROO의 성과는 하나의 결실에 머무르지 않는다. 오랜 시간 축적된 노하우 위에서 새로이 개발한 혁신적 기술들은 서로 이어지며 더 큰 가능성을 가진 미래의 동력으로 확장된다. 그 융합의 장이 바로 <NOROO 신기술·신제품 전시회>다. 그룹의 계열사들은 치열하게 연구해 온 다양한 기술과 역량을 한자리에 공유하며 현재 기술의 수준을 가능하고 그 너머를 향한 도약의 방향을 함께 모색했다. 서로 다른 분야가 만나 새로운 가능성으로 이어지는 현장을 함께 되돌아본다.



## 기술을 잇다 내일을 열다

### <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>

지난 4월 22일부터 24일까지, NOROO 안양 공장 연구소에서 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>가 열렸다. 이번 전시는 그간 쌓아온 기술을 보여주는 동시에 그 기술이 실제로 어디에 쓰이는지를 설명하고, 나아가 어떻게 쓰일 수 있을지를 함께 고민하는 자리였다. <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>에서 NOROO인들은 직접 새로운 기술을 소개하며 미래의 NOROO를 함께 그려볼 수 있었다.



### AI와 미래로, 최적의 기술과 세계로

NOROO그룹은 중장기적인 관점에서 연구개발을 이어오며 다양한 기술 자산을 차곡차곡 축적해 왔다. 그 과정에서 개별 기술의 성과가 실제 산업과 현장에서 어떻게 적용되는지, 또 서로 어떻게 연결되고 확장될 수 있는지를 함께 살펴볼 필요성이 점차 커졌다. 이에 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>는 AI 미래 기술, 공정 최적화 기술, 핵심 소재 기술, 표면 처리 기술의 네 가지 콘셉트로 준비되었다. 특히 이번 전시는 신제품 소개보다는 연구의 주요 흐름에 무게를 두어, 데이터 중심의 구성으로 이해를 돕고 시편 등 제품의 체험 요소를 강화했다. 또한 한영재 회장이 전시회를 찾은 둘째 날에는 담당자들이 직접 기술을 설명하며 질의응답 시간을 가졌다.

첫 번째 섹션인 AI 미래 기술에서는 NOROO Smart Mix와 NOROO Smart Color, SmartTint가 소개되었다. NOROO Smart Mix는 특약점에 도료 배합 데이터를 제공하는 AI 조색 시스템으로, 기존 프로세스 대비 배합 설계 시간을 90% 이상 감소시켜 작업 효율을 높인다. NOROO Smart Color는 아파트 재도장 디자인 프로세스를 앱으로 구현, 현장에서 사진에 즉시 컬러 디자인을 적용해 보여줌으로써 고객의 피드백을 실시간으로 반영할 수 있다. 이후 반복 작업은 시가, 고도화 작업은 디자이너가 진행하여 영업력과 전문성을 극대화한다. SmartTint는 자동차 도료



의 메탈릭 입자감을 인식할 수 있는 신형 측색기 도입과 최적의 배합 검색, 강화된 색상 보정 알고리즘을 통해 정확도를 높인 클라우드 기반의 컬러 매칭 시스템이다. 노루페인트 모빌리티 기술팀은 SmartTint를 시연하며 “현장의 조색 시간 및 도료 사용량을 절감해 효율성과 수익성을 높일 기술”이라고 강조했다.





공정 최적화 기술 코너에서는 공정단축 수성 베이스코트 시스템을 시작으로 자동차용 외장2톤 필름, LFI 공법 공정속소 도료 개발, 필러블 페인트, 저취형 바닥재 시스템 기술이 선보여졌다. 여기서는 새로운 기술이 적용된 자동차 보닛을 직접 보고 만지며 차이점을 느낄 수 있도록 전시가 구성되어 더욱 눈길을 끌었으며, 특히 PVB(Polyvinyl Butyral) 수지를 이용한 필러블 페인트는 떼어 볼 수 있는 샘플을 마련해 기술의 특징점을 체험케 했다. 필러블 페인트는 리사이클 수지를 활용하고 환경표지 인증을 받은 친환경적 페인트이기도 하다. 저취형 바닥재 시스템 또한 미국 환경보호청(EPA) 규정의 면제 용제를 적용한 기술로 더 넓은 시장에서의 경쟁력을 확보했다. 한영재 회장은 기술에 대한 담당자의 설명을 들으며 해당 기술이 다른 산업과 분야로 응용될 수 있는 방법을 질문, 그 확장성을 가늠해 보도록 했다.

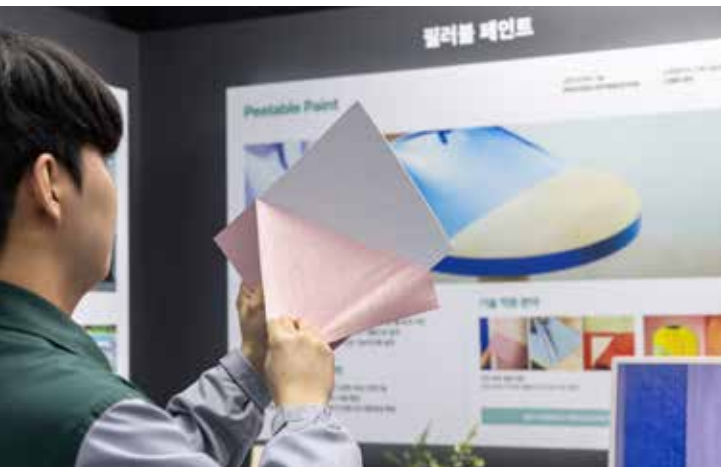


**융합과 확장의 문을 열다**

이어진 핵심 소재 기술에서는 상온 및 수중 환경에서도 다양한 소재에 부착 및 경화 기능이 우수한 수중 다목적 접착제와 정전기와 스파크로 인한 화재를 예방할 수 있는 크린폭시 대전 방지 라이닝, 자동차 3세대 모니터 패널용 도료, Wash Proof 고점도 구조용 접착제 등이 전시되었다. 크린폭시 대전 방지 라이닝은 전기 전도성이 좋은 1개 층의 탄소 나노 튜브로 분산 안전성을 확보, 현재 폭발적으로 성장하는 반도체 및 데이터 센터 시장의 수요에 대응할 제품이다. 자동차 3세대 모니터 패널용 도료는 뛰어난 전기 절연성과 소재 커버력, 색상 구현력 등의 핵심 기술력으로 고객의 신규 차종 개발을 신속하게 도우며, 차량 충돌 시 탑승자의 안전을 확보하기 위해 사용되는 Wash Proof 고점도 구조용 접착제는 경쟁사 대비 토출 작업성이 탁월한 데다가 주원료의 국산화로 가격 경쟁력도 강화한 우수 제품이다. 이러한 기술력으로 노루페인트는 새로운 고객을 확보하며 시장 경쟁력을 높이고 있다.

마지막 코너인 표면 처리 기술에서는 적층형 Digital Print 강판과 GI용 Cr Free MATT 질감 처리제, Pattern MATT 등이 소개되었다. 입체감을 극대화하고 다양한 이미지를 표현하며, 글로벌 생산 환경에 적합하도록 저장 안정성과 작업성을 높이는 등 시장에서의 차별성과 경쟁력을 더욱 보강한 신기술과 신제품들은 NOROO인들의 부단한 노력을 보여주는 결실이었다.

전시는 체험할 수 있는 시편과 각 담당자의 이름을 표기한 설명 패널 덕분에 질문과 대화로 연결되는 소통의 공간이 되었다. 한영재 회장은 기술 간의 연계성과 확장 가능성에 주목하며 폭넓은 질문으로 고민의 깊이를 더해 주었다. 전시 관람 후에는 “연구 수준이 굉장히 높고, 기술 하나 하나가 모두 주요한 개발 테마로서 잠재력이 매우 큼니다. 여러분 모두가 자랑스럽고 고맙습니다.”라고 말하며 격려의 메시지를 전했다. 이번 전시는 축적된 기술을 공유함으로써 새로운 가능성을 모색할 기회 의 문을 연 자리였다. 앞으로도 그룹은 이러한 흐름을 가속해 기술 간 시너지를 더 확장하고, 실제 현장에서 의미 있는 성과로 이어질 수 있도록 발전시켜 나갈 것이다.





## 함께 나아갈 NOROO의 미래

### 노루페인트 안재범 연구소장이 말하는 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>

이번 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>는 NOROO그룹이 발전시켜 온 기술의 현주소를 점검하며 기술의 연결과 확장을 도모하는 자리였다. 그 중심에서 전시를 준비한 노루페인트 안재범 연구소장은 ‘기술 간 연계’와 ‘적용 가능성’이라는 두 가지 방향성을 강조했다. 이 방향에 따라 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>의 주요 포인트들을 살펴본다.



#### 보고, 이야기하고, 활용하는 전시

“일을 하다 보면 다른 계열사의 연구와 기술을 접할 기회가 사실은 많지 않습니다. 하지만 기술은 ‘어떻게 개발하느냐’의 중요도만큼 ‘어떻게 쓰이느냐’도 중요합니다. 하나의 기술이 다양한 분야에 적용되면서 시너지를 만들 수 있지요. 그렇기에 계열사의 기술과 제품을 서로 파악하는 것이 필요합니다. 이번 전시가 그런 시너지를 촉발하는 장이 되기를 바라며 준비했습니다.”

안재범 연구소장은 인터뷰를 시작하며 이번 <2026 NOROO 신기술·신제품 전시회>의 핵심 의도를 밝혔다. 그것은 앞서서도 거듭 강조된 ‘연결과 확장’이다. 한영재 회장이 전시회장을 방문해 가장 많이 던진 질문 역시 ‘이 기술이 어디에 응용될 수 있는가?’, ‘다른 시장에서도 적용될 수 있는가?’였다. 연구소장은 하나의 기술을 다양한 분야의 NOROO인들이 새로운 시각으로 바라볼 때, 예상치 못한 활용 아이디어가 나올 수 있다고 기대를 내비쳤다.

이를 위해서는 서로 다른 연구와 기술을 더욱 쉽게 이해할 수 있도록 전시를 풀어내는 것이 중요했다. “그간 개발된 기술을 중심으로 각 사의 성과를 한데 모으되, 많은 기술을 단순히 나열하는 방식이 아니라 임직원들께서 보고, 이야기 나누고, 나아가 실제 활용으로 이어질 수 있도록 전시를 구성하는 데 초점을 맞췄습니다. 그룹의 기술이 어떤 흐름으로 나아가는지를 보여주고 기술의 연결성과 확장 가능성을 자연스럽게 떠올릴 수 있도록 말이죠.”



#### 기술 네트워크로 든든한 토대를 짓다

전시 준비를 맡은 노루페인트 연구소 이경화 과장은 핵심 기술의 포인트를 정확하게 전달하는 데 가장 공을 많이 들였다고 말했다. “소개할 기술의 선정부터 설명의 방식, 전시 구성까지 약 3~4개월에 걸쳐 준비했습니다. 디지털마케팅 팀과의 협업 덕분에 시각적 요소를 강화하면서 기술의 깊이와 전달력이 균형을 이루는 전시가 될 수 있었습니다.”라고 감사의 뜻도 전했다.

기술에 대한 이해와 소통의 장은 전시 현장에만 머물지 않았다. 온라인 공간으로 이어진 소통의 자리에서 NOROO인들은 기술에 대해 보다 상세한 설명을 듣고, 자유롭게 질문하며 의견을 나눌 수 있었다. 오프라인과 온라인을 연계한 이 구성은 전시의 효과를 한층 높였다.

안재범 연구소장은 이번 전시를 계기로 올해부터 내부의 기술 교류를 더욱 강화할 것이라고 밝혔다. “연구소장 협의체를 구성해 서로의 색깔을 나누고자 합니다. 각 사의 핵심 기술들을 주고받으며 한 영역에서 개발된 기술이 다른 영역으로 확장, 적용되는 구조를 만들어 갈 것입니다.” 이는 연구개발 방식을 한 단계 넓히는 시도로, 향후 그룹 전체의 기술 경쟁력을 끌어올리는 든든한 토대가 될 것이다.

이번 전시는 기술의 확장, 그리고 연구개발 방식의 확장이 시작되는 출발점이다. 서로 다른 기술이 만나 새로운 아이디어로 이어지고, NOROO인의 소통이 또 다른 개발의 계기가 되면서 NOROO의 저력은 더욱 굳건해지고, 함께 그려가는 미래의 그림은 더욱 세밀해질 것이다.



## CULTURE GALLERY

진해지는 녹음만큼이나 여름은 맛과, 온도, 빛과 시간의 감각이 선명히 새겨지는 계절입니다. 좋은 음식을 찾아가는 설렘, 짧은 밤을 만끽하는 발걸음, 느긋한 휴식 모두 더위를 넘어 얻는 소중한 전리품이니까요. 견디는 여름이 아닌 즐기는 여름을 위해, 맛있고, 재밌고, 시원한 나만의 취향을 찾아 봅니다.

## 붉은 별과 파란 리본, 맛집의 수식

셰프들이 요리 대결을 펼치는 예능 프로그램이 인기를 끌면서 미술랭에 대한 관심이 높아졌다. 별의 수에 따라 셰프의 후광이 달라지고, 별이 붙느냐 떨어지느냐에 함께 희비를 느끼기도 한다. 그렇다면 이 미술랭 스타는 어디서, 어떻게 정하는 걸까? 그 외에도 식당 입구에서 흔히 볼 수 있는 블루리본, 빙 구르망은 무엇일까? 우리가 자주 접하는 대표적인 맛집 등급의 의미와 특징을 살펴본다.

### 세계 미식의 기준, 미술랭 가이드

먼저, 미술랭 스타, 블루리본, 빙 구르망은 모두 일정한 기준과 평가 과정을 통해 선정되는 일종의 '미식 가이드'다. 그중 가장 널리 알려진 것은 단연 미술랭 가이드(Michelin Guide). 이 가이드는 1900년 프랑스 타이어 회사 미술랭(미쉐린)이 자동차 여행을 장려하기 위해 만든 여행안내 책자에서 시작됐다. 여행길에

들을 만한 호텔과 식당을 소개했던 책자는 1920년, 유료로 전환한 후 광고 없는 콘텐츠의 객관성과 신뢰성이 높아지면서 영향력도 점점 커졌다. 이후 뛰어난 레스토랑에 미술랭 스타를 부여하게 되었으며 별의 의미와 평가 기준도 차츰 명확히 정리되었다. 1스타는 그 지역에서 방문할 가치가 있는 훌륭한 식당이고, 2스타는 일부러 찾아갈 만한 뛰어난 요리를 제공하는 식당, 3스타는



여행을 떠날 가치가 있을 정도로 매우 특별한 식당의 의미이다. 이 별의 수는 음식의 완성도와 재료의 퀄리티, 셰프의 개성, 요리의 일관성 등을 기준으로 익명의 평가원들이 방문해 평가한 뒤 합의하여 결정된다. 특히 평가원은 철저히 비공개로 활동하기 때문에 공정성을 보장한다.

미술랭에는 스타 외에도 다른 등급이 있다. 대표적인 것이 '빙 구르망(Bib Gourmand)'인데 도시별 합리적 수준의 가격(서울의 경우 4만 5천 원 선 이하)에 훌륭한 음식을 제공하는 식당을 대상으로 선정한다. 역시나 미쉐린 가이드 인스펙터가 리스트를 선정하며 미쉐린 마스코트 비벤덤이 입맛을 다시는 픽토그램이 쓰인다. 또한 최근에는 레스토랑의 재료 조달부터 폐기물, 에너지 관리는 물론 직원 복지에 이르기까지 지속 가능한 미식을 실천하는 레스토랑들을 선정하여 '그린 스타'를 수여하고 있기도 하다.

### 블루리본 서베이, 한국형 맛집 가이드

한국에서 가장 익숙한 맛집 표시는 파란 리본의 블루리본 서베이다. 2005년 처음 발간된 블루리본은 대한민국 최초의 맛집 가이드로 일반 미식가들의 평가 데이터를 바탕으로 만들어지는 것이 특징이다. 전문가가 평가 중심인 미술랭과 달리 실제 방문 경험이 쌓여 이뤄지는 '대중 참여형 맛집 가이드'인 셈. 블루리본의 'New'는 주목할 만한 새 맛집, 리본 1개는 다시 방문하고 싶은 곳, 2개는 주위 사람들에게 추천하고 싶은 곳, 3개는 자신의 분야에서 가장 뛰어난 식당을 의미한다. 특히 리본의 개수가 많을수록

'변수 없이 늘 만족도가 높은 음식을 낸다'라는 뜻이라고 블루리본 측은 소개하고 있다. 블루리본은 1년 내내 사이트를 통해 고객의 평을 수집하고 있기에 검증의 지속성이 인정되고 있다.

### 별과 리본, 함께 즐기기

미술랭과 블루리본은 모두 맛집을 소개하는 가이드이지만 평가 방식에는 차이가 있다. 미술랭은 전문 평가원이 익명으로 방문해 엄격하게 평가하는 '전문가 중심' 시스템이고 블루리본은 일반 고객의 경험을 모아 평가하는 '집단 지성' 방식에 가깝다. 이러한 차이를 인식하면, 맛집 선택은 좀 더 쉬워질 수 있다. 두 가이드에 동시에 이름을 올린 레스토랑이라면 대중성과 전문성 모두 입증된 것이니 말이다. 미술랭 스타가 요리의 기술적 완성도를 상징한다면, 블루리본은 실제 방문객들이 체감한 만족도를 반영한다는 점에서 서로 다른 의미의 신뢰를 제공하기 때문이다.

서울의 정식당, 라면, 권숙수 등은 3개의 블루리본을 받으면서 동시에 미술랭 스타를 획득한 레스토랑들로, 국내 미식 문화의 수준을 보여주는 대표적인 사례이며, 서울의 우래옥, 필동면옥, 북촌육회 등은 블루리본 3개와 빙 구르망에 선정된 대중적 레스토랑이라고 할 수 있다.

별이나 리본이 모든 사람의 입맛을 완벽하게 대변할 수는 없지만 일정 수준의 맛과 경험을 보장하는 것은 분명하다. 여행처럼 새로운 한 끼를 경험해 보고 싶다면 이들 리스트는 좋은 안내서가 될 것이다.



## 밤을 즐기는 계절, 여름

무더운 낮이 물러간 후 시작되는 여름밤은 낮에는 미처 즐기지 못한 계절의 여유가 펼쳐지는 시간이다. 열기가 누그러진 도시, 강바람이 스치는 공원, 밤에만 열리는 공간과 행사 등 해가 진 뒤 어둠 속에서 더욱 선명해지는 여름의 풍경을 따라가 보자.



이미지 출처\_서울시

이미지 출처\_서울시

### 밤샘 자신 있다면 한강으로

서울의 여름밤이라면 뭐니 뭐니해도 한강변이 최고 아닐까. 시원한 강바람을 맞으며 물결따라 흘러가는 야경을 바라보는 것만으로도 여름밤의 정취는 완성이다. 옆에 시원한 음료와 간식, 함께 웃을 수 있는 이가 있다면 완성을 넘어 완벽이 된다. 여기에 서울시는 다양한 콘텐츠까지 곁들여준다.

한강공원의 관리와 운영을 맡고 있는 서울시의 미래한강본부는 계절별로 다양한 축제를 선보이는데 예년에 이어 올해에도 다채로운 여름밤을 만들 예정이다. 작년에 망원한강공원에서 열렸던 <한강무박2일>은 밤 8시부터 다음날 아침 6시까지 드라마 상영, 만화책 및 보드게임 대여, 푸드존 운영, 체험 프로그램 제공 등으로 열대야를 잊게 해준 알찬 행사이다. 올해도 8월 중 열릴 것으로 보인다. 난지한강공원 물놀이장에서는 특별히 밤의 수영장에 몸을 담고 밴드의 음악 공연을 즐길 수 있는 <한강뮤직풍당>이 계획 중이다. 양화한강공원 역시 8월 중에 무료로 야외 피크닉 콘서트를 진행하며 여의도한강공원과 독섬한강공원, 광나루한강공원에서는 한강다리밀영화제를 열어 한 달간 주말 밤마다 시원하고도 이색적인 야외 영화관을 연출한다. 이외에도 밤도깨비 야시장의 재개장의 기대를 모으고 있으며 주요 야경 코스를 따라 걸으며 한강의 이야기를 듣는 한강야경투어가 8월부터 10월까지 여의도한강공원과 반포한강공원에서 준비되니 새로운 서울을 만나는 기회를 가지기 바란다. 한강에서 열리는 축제의 자세한 일정과 내용은 한강공원 홈페이지(<https://hangang.seoul.go.kr>)에서 확인할 수 있다.

### 밤에는 내가 궁궐의 주인공

궁궐은 낮에도 즐길 수 있지만 밤에는 좀 더 특별하게 느껴진다. 소음이 가라앉고 어둠이 내려앉은 밤에 궁궐에 들어서는 것은, 조금 과장하자면 귀가한 것마냥 궁으로 돌아온 듯한 기분을 느끼게 한다거나 할까. 그러니 여름밤에는 내 집인 것처럼 궁을 즐겨보자.

가장 문턱이 낮은 것은 창경궁이다. 창경궁은 조선시대 왕실 가족들의 생활 공간으로 사용되던 궁궐로, 다른 궁궐보다 아늑하고 온화한 분위기를 품고 있다. 일반 관람의 경우 특별한 예약 없이 야간 입장이 가능한 이곳은, 밤이면 곳곳을 비추는 조명으로 단청의 화려함이 더욱 빛나고 투명한 대운실이 청량감을 더한다. 야간 개장 시간이 되면 홍화문, 명정전, 통명전, 춘당지, 대운실 권역의 야간 개방 구역으로 이동해야 하니, 일몰 전에 주간 개방 지역을 둘러본 뒤 이동하여 낮과 밤의 모습을 모두 관람하는 것이 베스트 코스다.

덕수궁도 일반 관람은 상시적으로 밤 9시까지 가능하다. 고종이 황제로 즉위한 뒤 대한제국의 황궁으로 사용되던 덕수궁은 당시 근대화 의지 속에 세워진 서양식 건축물이 어우러져 독특한 매력을 지닌 궁궐이 되었다. 로마네스크 양식의 기둥과 포치가 인상적인 정관헌, 신고전주의 양식의 석조전은 밤이면 더욱이



면서도 고풍스러운 분위기가 고조된다. 이 때문에 대한제국 황실의 밤에 초대받는 콘셉트의 <밤의 석조전> 프로그램은 매년 높은 경쟁률 속에 마감되곤 한다. 궁인의 안내를 받으며 석조전 내부를 관람하고 테라스에서 클래식 연주를 들으며 고종이 즐겼다고 알려진 가배(커피)와 다과를 맛보는 <석조전의 밤>은 아쉽게도 여름이 아닌 봄에 진행되지만, 내년엔 한 번 도전해 보길 권한다.



### 걷고 달리는 여름밤

여름은 운동하기 쉽지 않은 계절이지만, 일단 운동하면 멈출 수 없는 계절이기도 하다. 뒤편 바람이 만들어지고 멈추면 바람도 멈추기 때문이다. 스스로 바람을 만들며 달리는 여름밤의 러닝은 그래서 더욱 매력적이다. 서울시는 10월 말까지 매주 목요일 저녁 7시부터 9시까지 서울 곳곳을 달리는 7979 서울 러닝크루를 진행한다. 청계광장에서 출발하는 광화문 권역은 초심자에게 적당한 코스로, 광장과 청와대, 종각 등을 달린다. 반포 한강공원 달빛광장이 시작점인 6.8km~9.0km의 반포 권역은 한강변을 따라 달리는 코스다. 여의도공원을 반복하여 뛰는 여의도 권역은 상급자용 코스이다. 육상선수 출신 코치가 올바른 자세도 지도해 주니 희망한다면 서울시 공공서비스 사이트(<https://yeyak.seoul.go.kr>)에서 예약 후 참가해 보자.

달리기가 버겁다면 걷기도 있다. 8월 1일 저녁에 시작하는 한강나이트워크는 여의도 한강공원에서 출발해 각각 14km, 22km, 42km 등을 걷는 대회이다. 거리별로 참가비가 달라진다. 부산나이트워크도 8월 29일-30일 밤에 걸쳐 열리며 신청은 어반스포츠(<https://urbansports.kr>)에서 가능하다.

## 시원함을 만드는 방법

여름이 오면 사람들은 저마다의 방식으로 시원함을 찾는다. 에어컨의 전원을 켜고, 옷을 얇게 입고, 얼음이 든 음료를 손에 쥘다. 그러나 같은 에어컨을 사용해도 누군가의 집은 훨씬 쾌적하고, 어떤 침구는 밤새 뒤척이게 만든다. 바람을 어떻게 흐르게 하는지, 어떤 소재를 고르는지, 어떤 냉방 도구를 쥐는지에 따라 체감온도는 달라진다. 울여름, 더위를 조금 더 똑똑하게 다루는 방법을 들여다본다.

### 바람을 설계하다

여름철 실내를 시원하게 만드는 첫 번째 방법은 당연하게도 바람을 이용하는 것으로, 공기가 들어오는 창과 나가는 창을 이용해 '바람길'을 만들어 주는 게 팁이다. 바람이 불어오는 방향 쪽 창은 작게 열고 반대편 창은 넓게 열면 공기 흐름이 생기며 실내 열기가 빠져나간다. 바람 방향이 애매할 때는 서로 반대쪽의 창을 충분히 열어 '맞통풍'을 하는 것이 기본이라 가정집 대부분은 이렇게 하고 있을 테지만 바람의 방향이 확실하다 싶으면 바람이 들어오는 쪽은 살짝 좁혀보자. 공기의 흐름이 더 강해진다.

시간대도 중요하다. 한낮에는 실외 공기가 뜨겁기에 외기를 들이는 게 역효과일 수 있다. 아침 일찍, 해가 진 후에 집중적으로 환기하고, 낮에는 차광 커튼이나 블라인드로 직사광선을 막는 편이 실내 온도를 낮추는 데 유리하다. 햇빛이 강한 남향 창은 실내를 생각보다 굉장히 빠르게 가열한다.



에어컨 역시 어떻게 쓰느냐에 따라 효율 차이가 크다. 냉기는 아래로 가라앉는 성질이 있으므로 풍향을 위쪽이나 수평 방향으로 두는 것이 좋다. 처음 가동할 때는 강풍과 낮은 온도로 빠르게 실내 열기를 낮춘 뒤 적정 온도로 유지하는 방식이 효율적이다. 선풍기는 땀의 증발 냉각 효과로 체감 온도를 낮춘다. 미국 에너지부는 '선풍기는 방이 아니라, 사람을 시원하게 한다.'라고 발표한 바 있다. 사람이 아닌 방을 시원하게 하려면 외기나 냉기가 필요하다. 에어컨 가동 시 아래쪽에서 선풍기를 켜면 바닥에 머무르는 냉기를 공간 전체로 퍼뜨릴 수 있다. 공간을 위해서는 천장이나 벽 방향으로 바람을 보내 공기를 순환시키는 게 효과적이지만 이럴 땐 직진성이 강한 바람을 만드는 '서큘레이터'가 적합하다. 뜨거운 공기를 빨리 빼고 싶으면 서큘레이터를 창문 밖을 향하게 두어 바람을 내보내고, 밖의 차가운 공기를 안으로 끌어오고자 한다면 서큘레이터를 창문 앞에서 실내 쪽으로 작동시키자. 최근엔 서큘레이터와 선풍기의 기능을 결합해 상하좌우 회전, 3D 입체 회전 등이 되는 제품들이 많아져 여러모로 효율적이다.

### 촉감으로 조절하다

한낮의 더위도 힘들지만, 하루의 최종 휴식처인 잠자리에서의 더위는 정말이지 험겨운 상대다. 그러한 여름밤의 침구와 잠옷은 열대야와 함께 싸우는 전우라고도 할 수 있다. 전우가 될 만한 후보 하나하나의 능력을 알아보자.

먼저 오랫동안 여름 침구의 강자로 꼽혀온 '인견'은 한자 그대로 풀면 '사람이 만든 비단'이라는 뜻으로, 비단의 부드러운 촉감과 광택을 닮도록 나무 펄프의 셀룰로스를 가공해 만든 레이온 계열 재생 섬유다. 국제 섬유 분류로는 레이온(인조견)/비스코스 쪽인 인견은 통풍성과 촉감에서 높은 능력치를 가진 데다 열 전도도도 높아 차가운 느낌을 주고 흡습성도 좋다. 특히 여름용 인견은 매끈한 레이온 원단 그대로보다, 자연스러운 주름이나 요철이 있도록 가공하여 몸에 닿는 면적을 최소화하고 통풍을 쉽게 해 더 시원한 촉감을 준다.

린넨은 통풍의 최강자이다. 아마 섬유를 기반으로 한 천연 소재인 린넨은 통기성이 뛰어나 습기도 빠르게 날린다. 달라붙지 않는 강직함도 지녔는데 그만큼 거친 촉감이 단점이다. 습한 환경의 잠자리라면 린넨이 가장 좋은 선택이 될 것이다. 천연 소재이니만큼 가격은 가장 고가이다.

텐셀과 모달은 린넨과 달리 부드러움이 강점인 소재이다. 텐셀(TENCEL™)은 특정 섬유의 종류가 아니라 재생섬유 브랜드다. 흔히 말하는 '텐셀 침구'는 주로 라이오셀 또는 모달 계열 제품을 가리키며, 라이오셀은 유칼립투스 등 목재 기반 셀룰로스를, 모

달은 주로 너도밤나무 기반 원료를 사용한다. 텐셀 라이오셀(흔히 말하는 텐셀)이 모달보다 살짝 고급인데, 두 종류 모두 부드럽고 매끈하며 습도 조절이 우수하기 때문에 에어컨을 켜고 침구를 덮고 자는 걸 선호한다면 이쪽을 추천한다.

여름 침구에서 자주 보이는 '시어서커'는 특정 소재명이 아니라 원단의 구조를 가리키는 말이다. 표면이 울퉁불퉁한 요철 형태를 띠는 것이 특징으로, 이 구조 덕분에 피부와 원단 사이에 공기층이 생겨 몸에 달라붙는 느낌을 줄인다. 땀이 나는 한여름에도 비교적 보송하고 산뜻한 촉감을 유지하는 이유다. 소재에 따라 관리가 쉬운 폴리에스터 시어서커, 자연스러운 촉감의 면 시어서커, 접촉 냉감과 부드러움을 더한 인견 시어서커 등이 있으니 취향에 따라 선택하자.

### 바람과 냉기를 휴대하다

오래전 부채와 손수건이 여름의 필수 휴대용품이었다면 이젠 선풍기가 그 자리를 대신했다. 손에 들고 다니는 선풍기라 하여 '손풍기'인 제품은 핸드형부터 넥밴드, 탁상 겸용까지 다양하다. 전력 효율이 높은 BLDC 모터를 적용해 조용하고 풍량 조절도 세밀하며 배터리 사용 시간도 길다. 요새는 양산에 끼워 쓸 수 있는 제품, 냉각 패드를 장착한 쿨링팬 등 더 발전한 옵션이 등장하고 있다.

냉각 플레이트형 넥쿨러도 야외 활동용 냉방기기로 인기를 얻고 있다. 목이나 손목에 금속 냉각면을 직접 닿게 하는 방식으로, 일부 제품은 펠티어(Peltier) 반도체 냉각 기술을 활용한다. 전류를 흘려 한쪽 면은 차갑게, 반대쪽 면은 뜨거워지도록 만드는 원리다. 작은 기기임에도 닿는 순간 즉각적인 냉감을 느낄 수 있고 손이 자유로워 야외 작업자들, 여행객들에게 유용하다. 각 제품의 특성을 고려해 골라보자.





# NOROO PEOPLE

변화는 시나브로 생겨나고, 완성되는 순간에도 다시 다음 가능성을 향해 움직입니다. 혁신을 만들어 가는 현장의 목소리, 맡은 자리에서 성실히 쌓아 온 성과, 새로운 기술과 제품을 향한 도전은 모두 더 나은 조직의 미래로 이어집니다. 오늘의 실천이 내일의 경쟁력이 되는 NOROO인의 하루하루를 담았습니다.

# 함께 만드는 변화의 시작 Change Agent

## NOROO그룹 Change Agent 1기 Kick-Off 워크숍

지난해 창립 80주년을 맞은 NOROO그룹은 새로운 인사 제도 도입을 위한 발걸음을 차근차근 내딛고 있다. 그리고 올해, 또 한 걸음이 될 CA(Change Agent) 1기가 출범했다. CA는 현장의 목소리를 가장 가까이에서 듣고 전하며 변화의 촉진자로 활약할 이들이다. 이들의 첫 공식 활동이자 출발점이 된 워크숍 현장을 찾아가 보았다.



## 혁신을 향해, 현장에서 출발하다

NOROO그룹은 2026년부터 인사혁신 TF를 구성해 그룹 차원의 인사 제도 개편을 체계적으로 준비하고 있다. 제도의 방향을 설계하는 것만큼 중요한 것은 실제 현장에서 이를 어떻게 받아들이고 실행하느냐이다. 이에 TF는 조직 내 다양한 의견을 보다 가까이에서 듣고, 변화 과제를 현장에 자연스럽게 확산하기 위한 연결고리로서 CA를 선발했다. 전사 공모를 통해 각 계열사의 업무 특성과 조직 분위기를 잘 이해하고, 원활한 소통 역량과 문제의식을 갖춘 10명이 최종 선발되었다. 이들은 앞으로 간담회 '마음톡톡' 운영과 다양한 의견 수렴 활동을 통해 현장의 생생한 이야기를 TF에 전달하게 된다. 동시에 조직문화 개선 활동과 캠페인, 인사 제도 관련 내용을 구성원들에게 알기 쉽게 풀어내며, 변화가 자연스럽게 뿌리내릴 수 있도록 돕는 임무도 수행한다. 이처럼 CA는 단순한 전달자를 넘어, 현장과 TF를 잇는 소통의 가교이자 변화의 실행자로서 중요한 역할을 맡게 된다.



이들의 본격적인 활동은 4월 28일 광명에서 열린 워크숍을 통해 시작됐다. 아침 8시 반, CA 10명과 인사혁신 TF 5명이 한자리에 모였고, 한원석 사장과 이선미 인재관리실장도 함께해 새로운 여정의 출발을 응원했다. 오리엔테이션과 상호 소개로 분위기를 풀어난 뒤, 프로그램은 조직문화에 대한 이해를 넓히고 CA의 역할을 구체적으로 그려보는 시간으로 이어졌다. 강사로 초빙된 이철원 작가는 조직문화의 본질을 짚으며, 조직원 및 조직의 의도를 파악하고 관계를 형성하며 갈등을 건강하게 다루는 방법에 대해 설명했다. 이어진 '사막 생존 게임'에서는 제한된 정보 속에서 의사결정을 내리는 과정을 통해 리더십의 중요성을 체감하고, 합의점을 찾아가는 과정에서 협업 감각을 키울 수 있었다.

## 변화와 성장의 추진력을 채우다

오후에는 보다 실무적인 역량을 다지는 시간이 이어졌다. 장은연 강사의 'CA 전략적 커뮤니케이션' 강의는 현장에서 활용할 수 있는 퍼실리테이션 기법을 중심으로 진행됐다. 상대의 생각과 감정을 자연스럽게 이끌어내는 질문 방식과 상황별 대응 방법이 구체적인 사례로 소개되었고, 참여자들은 시뮬레이션을 통해 이를 직접 적용해 보며 이해도를 높였다. 짧은 시간 안에 피드백까지 이어지는 구성은 현장의 다양한 상황을 미리 경험하고 서로의 방식에서 배움 또한 얻을 수 있었다.

워크숍은 선언문 낭독과 임명장 수여 및 단체 사진 촬영으로 마무리되었다. 이선미 실장은 "회사와 임직원이 함께 성장하며 다음 세대에도 지속적으로 사랑받는 조직이 되도록 TF와 CA는 활동을 멈추지 않을 것"이라며 "임직원들이 변화의 주체로서 인사 혁신에 동참할 수 있도록 CA가 현장에서 제 역할을 다해 주기를 기대합니다."라고 격려의 말을 전했다.



CA 한 사람 한 사람에게 임명장을 수여한 한원석 사장은 "CA 활동과 인사 제도의 혁신은 임직원 분들과의 소통을 바탕으로 다가오는 미래를 준비하는 여정의 시작입니다. 조직의 미래를 설계하기 위해서는 변화의 흐름에 대처하는 유연한 자세와 제도적 토대가 필수적입니다. 개개인의 관심과 행동이 조직 전반으로 뻗어 나가 제도가 되고 문화로 발전되기에, NOROO그룹의 자부심이 될 이번 인사 혁신에 적극 참여해 주시기를 바랍니다."라고 말하며 임직원과 가장 가까운 곳에서 경청하고 소통할 CA에 대한 기대를 밝혔다.

이처럼 워크숍은 CA의 공식적 출발점이자, 따뜻한 격려로 추진력을 채우는 자리였다. 서로 다른 계열사에서 모인 구성원들은 공통의 목표를 확인하며 변화를 만들어 가는 과정에 함께한다는 연대감을 쌓았다. 이제 CA는 각자의 자리로 돌아가 현장의 목소리에 귀 기울이고, 이를 바탕으로 변화를 하나씩 실천해 나갈 예정이다. 이 첫걸음이 NOROO그룹의 조직문화와 인사 제도에 어떤 새 바람을 불러올지 기대해 본다.



노루오토코팅 연구2팀  
김성기 과장

노루로지넷 영업1팀  
우동균 과장

노루페인트 칠서수지생산팀  
윤상준 사원

노루페인트 건축T/S팀  
강아령 주임

노루케미칼 안전환경팀  
송승규 대리



노루페인트 디지털마케팅팀  
박지현 과장

노루페인트 ESQM팀  
이건우 주임

노루페인트 영업기획팀  
정윤경 주임

노루페인트 품질관리팀  
피재혁 대리

노루코일코팅 연구1팀  
장현태 대리

### CA의 다짐

"그간 다양한 협업을 하며 조직 내부의 소통 방식과 일하는 구조가 결과에 큰 영향을 미친다는 점을 체감해 왔습니다. 그렇기에 CA로서 작지만 명확한 변화, 실제 업무에 도움이 되는 개선을 함께 만들어 조직의 성장에 기여하고자 합니다."

"워크숍을 통해 '조직문화는 곧 변화 그 자체'라는 사실을 깨달았습니다. 앞으로 구성원들의 목소리를 올바른 방향으로 전달하며 NOROO의 혁신 과정에서 '변화의 연결고리'가 되는 CA 1기가 되겠습니다."

"변화에 대한 회사의 의지와 방향성을 확인할 수 있었던 워크숍이었습니다. 평소 우리 조직이 가진 역량과 가능성에 비해 다소 경직된 업무 분위기가 아쉬웠는데, CA활동을 통해 작은 것부터 하나씩 바꿔갈 수 있으리라 생각합니다. 먼저 실천하며 변화를 만들겠습니다."

"긍정적이고 능동적인 태도는 업무의 효율을 극대화하고 회사의 발전을 돕는 중요한 원동력이라고 생각합니다. 원활한 소통으로 구성원 간의 불필요한 마찰을 줄이고 모두가 조금 더 가벼운 마음으로 출근할 수 있는 조직문화를 만들어 가고자 합니다."

"명확한 비전과 유연한 태도의 중요성을 워크숍에서 배웠습니다. 변화의 첫 걸음을 함께할 수 있음에 감사하며, 유연하게 바라보고, 정확하게 전달하며, 함께 웃을 수 있는 NOROO그룹을 만드는 데 함께하겠습니다. CA 1기 화이팅!!"

# 완벽을 향해 2%를 채워가는 하루

노루코일코팅 연구1팀 최재혁 대리의 하루

코일 코팅은 강판 표면에 연속적으로 도료를 도장·경화하여 여러 기능성을 부여하는 기술이다. 이 얇은 코팅막은 강판의 부식을 억제하고 제품의 수명을 늘리는 중요한 역할을 한다. 최근에는 보호 기능을 넘어 지문 방지, 내식성 강화, 외관 품질 유지 등 더욱 다양한 기능을 수행하며 기술 역시 고도화되고 있다. 노루코일코팅 연구1팀 최재혁 대리는 오늘도 코일 코팅의 완성도를 높이는 마지막 2%를 채우기 위해 연구에 매진 중이다.

## 100%를 향한 연구

노루코일코팅은 국내 최초로 철강 코일에 코팅 기술을 적용한 도료사다. 여기서 말하는 코일은 산업용 금속 소재인 넓은 강판으로, 주로 원통 형태로 말아 운반·보관하기 때문에 코일이라고 부른다. 코팅 공정을 거친 강판은 가전제품, 전자재, 건설 산업, 태양광 구조물, 농업·축사 시설 등 우리 생활 곳곳에 활용된다.

최재혁 대리가 속한 연구1팀은 강판의 표면처리제를 연구·개발한다. 특히 그가 현재 집중하고 있는 분야는 용융아연도금강판(GI), 특히 마그네슘과 알루미늄이 함유된 GI를 위한 표면처리제 개발이다. “통칭하여 아연-알루미늄-마그네슘(Zn-Al-Mg) 합금도금강판이라고 할 수 있습니다. 이 제품들은 해안가에서 쓸 수 있을 만큼 다른 소재들보다 내식성이 강하지만 습기를 만나면 검게 변하는 단점이 있죠. 그러한 흑변화를 막아주고 장점인 내식성은 더 돋보일 수 있게 표면처리제를 개발하고 있습니다.”라고 설명하는 최재혁 대리이다. 이처럼 소재의 장점은 극대화하고 약점은 보완하는 것이 표면처리제의 역할 중 하나이다.



이를 위한 연구 개발은 수많은 실험과 검증의 반복으로 이루어진다. 동료사 간 경쟁 속에서 고객사가 원하는 성능을 구현하기 위해 짧게는 1~2년, 길게는 2~3년 간 끈질기게 매달려 최적의 결과를 만들어 내야 한다. 최재혁 대리는 이러한 연구를 '마지막 2%를 찾는 일'이라고 말한다. "고객이 원하는 물성을 100% 구현하는 것이 저희 개발 업무의 목표입니다. 그런데 마지막 2%를 채우는 게 굉장히 어렵죠. 연구 업무에서는 이를 주체적으로 고민하고 해결하는 자세가 필요하다고 생각합니다" 그 2%를 위해 최재혁 대리는 선배에게 조언을 구하거나 논문 및 특허 자료를 찾아 검토한다. 최근에는 AI 서비스도 이용한다. 그는 "시가 틀릴 때도 있지만 제안한 원료를 참고하여 실험하다 보면 그것도 또 하나의 데이터가 됩니다." 라고 연구 과정 속의 새로운 변화를 이야기했다.



기본을 지키며 먼저,  
그리고 함께

최재혁 대리의 하루는 업무 점검으로 시작된다. 전일 업무 성과를 재점검해 핵심을 정리하고, 그 결과를 반영하여 당일 계획을 체계적으로 수립하며, 이후에는 제품 개발 실험, 고객사 대응 업무를 진행한다. 납품된 제품에 대한 분석 요청이나 개선 요구에 대응하는 테크니컬 서비스 역시 중요한 업무 중 하나이다. 연구실의 실험과 고객사의 현장은 긴밀하게 연결되어 있다.

그가 연구와 업무에서 가장 중요하게 생각하는 것은 '기본기'와 '협력'의 태도이다. "안전 수칙을 지키고, 환경 변화에 따라 발생할 수 있는 변수를 미리 꼼꼼히 관리하는 등의 기본기는 가장 중요하다고 생각합니다." 형제로 자라며 주변을 살피는 습관이 몸에 배었다는 최재혁 대리는 바쁜 동료에게 먼저 다가가 도움을 건네고 고객사가 필요로 할 부분 역시 한발 앞서 준비하려 노력한다. 열린 협업의 태도는 배움의 자세로도 이어진다. "팀장이신 박영삼 부장님과 사수이신 박창현 차장님께 정말 많은 것을 배우고 있습니다. 덕분에 좋은 팀워크로 시너지를 낼 수 있는 것 같습니다. 우리 팀이 함께 개발한 결과물이 고객사에 최종 채택됐을 때 정말 기뻐했습니다."

이 밖에도 기억에 남는 순간은 본인이 개발에 참여한 제품의 광고를 영화관에서 마주했을 때였다고. 눈에 잘 띄지 않는 표면 처리제이지만, 실제 산업 현장에서 사용되고 있다는 사실을 체감한 순간이었다. 그는 "함께 있던 지인에게 '이게 내가 하는 일'이라고 자랑할 수 있어서 정말 뿌듯했습니다."라며 웃었다.

입사 5년 차가 된 지금, 그는 자신의 변화를 실감하고 있다. 처음에는 회사에서 오가는 말조차 낯설게 들렸지만, 이제는 직접 대화를 이끌고 여러 부서로부터 먼저 협조 요청을 받는 사람이 되었다. 연구와 영업, 고객 대응의 접점에서 경험을 쌓아가며 조금씩 자신의 영역을 넓혀가고 있는 최재혁 대리의 목표는 단순하다. 건강하고 안전하게 오래 연구하는 것, 그리고 이 분야에서 신뢰받는 사람이 되는 것이다. 오늘도 그는 동료들과 웃으며 일하고, 기본기를 지키며, 완성을 향해 마지막 2%를 채워가고 있다.



# 노루와 펫, 반려가족의 일상 속으로

## 놀로스퀘어 '노루와 펫' 체험존

반려동물을 키우다 보면 많은 행복을 얻는 만큼, 많은 고민도 하게 된다. 사람 위주로 설계된 공간은 뜻밖의 불편과 위험이 될 수 있기 때문이다. 반려동물의 관절 건강을 위협하는 미끄러운 바닥, 물어뜯기와 마킹에 속수무책인 가구 등이 그렇다. 노루페인트는 이러한 고민을 해결하기 위해 펫 전용 브랜드 '노루와 펫'을 출시한 데 이어, 청담동 놀로스퀘어에 고객들이 직접 체험할 수 있는 공간을 마련했다.

### 반려가족을 위한 체험존

반려가족이 늘어나면서 반려동물을 위한 제품과 서비스도 더욱 다양해지고 있다. 놀로스퀘어는 이러한 흐름을 반영한 대표적인 공간이다. 동물의료센터, 행동클리닉, 교육시설, 카페, 리테일 공간 등을 갖춘 반려동물 복합문화공간 놀로스퀘어는 반려가족의 건강한 라이프스타일을 지향한다. 여기에 노루페인트가 펫 전용 브랜드인 '노루와 펫'의 체험존을 5월 1일부터 7월 31일까지 3개월간 운영한다. 이번 체험존은 신제품인 '노루와 논슬립 펫'과 '노루와 바니쉬 펫' 그리고 '육실 미끄럼 방지제'를 전시 및 적용한 공간으로, 소비자의 반응을 확인하는 동시에 의견을 수렴하고 '노루와 펫' 브랜드를 알린다.



노루와 논슬립 펫은 미끄럼을 방지해 반려동물의 관절을 지켜 주는 스프레이 타입 제품으로, 반려동물이 활아도 안전한 성분으로 이루어져 있고 무색무취에 물걸레로 언제든지 닦아낼 수 있어서 관리도 편리하다. 노루와 바니쉬 펫은 목재 가구 다리나 방문, 문틀 등을 보호하는 코팅제로, 기네스에 등재된 가장 쓴 물질인 데나토늄 벤조에이트를 첨가하여 반려견이 물어뜯는 행위를 스스로 멈추도록 유도한다. 데나토늄 벤조에이트는 인체에 무해한 성분이기 때문에 혹여 핥거나 삼켜도 안심할 수 있다. 코팅 표면의 스크래치 저항성 또한 일반 바니쉬보다 2단계 더 높아 마킹의 오염은 물론 일반적인 생활형 손상도 막아준다.





**체험하며  
인식하다**

이러한 특징에도 불구하고 소비자들에게 새로운 제품이란 늘 '낯설'을 동반한다. 그렇기에 실제 체험을 통한 이해가 꼭 필요하다. “소비자가 직접 경험하는 것이 가장 효과적이지요. 냄새가 없고, 투명하게 마감되며, 내 반려동물의 움직임이 현저히 달라지는 것을 자신의 후각과 촉각, 시각으로 확인하는 것보다 분명한 건 없으니까요. 체험은 곧 신뢰와 브랜드 인식으로 이어지고요.” 노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장의 설명이다.

놀로스퀘어 청담점 1층 플레이존은 체험존을 운영하기에 안성맞춤인 장소이다. 노루와 펫의 개발 과정에서 자문과 감수로 참여한 브랜드 앰배서더 설채현 수의사가 운영하는 데다가 견주와 반려견이 간식을 즐기며 편히 머무는 곳기에 제품에 대한 호기심을 채울 여유가 충분하다.

체험존은 제품 적용 전/후를 비교할 수 있는 테스트 패널과 제품 디스플레이, 설채현 수의사의 추천 멘트와 브랜드 영상이 노출되는 모니터로 구성되었다. 반려견이 직접 걷고 뒹굴 수 있도록 논슬립 펫 사용 전/후의 바닥 공간도 조성했다.



**홈 세이프티 솔루션 브랜드,  
노루와 펫**

실제로 현장의 고객들은 제품에 높은 관심을 보이며 체험존을 적극적으로 활용했다. 놀로스퀘어의 남경혜 팀장은 “고객분들은 논슬립 코팅이나 바니쉬에 대해 궁금하면서도 어려워하시는 경우가 많습니다. 그래서 샘플을 만져보거나 바닥 공간을 사용해 보는 것을 매우 좋아하세요. 체험을 위해 일부러 방문하시는 분들도 계시고요.”라며 현장의 반응을 전했다. 소비자층의 차이와 구체적인 니즈도 확인할 수 있었다. 보호자 중 중장년층이 특히나 관절 건강에 관심이 많아서 젊은층보다 구매율이 높았으며 매트 위에 추가로 사용할 수 있는지, 대리석 바닥에도 가능한지 등의 문의도 이어졌다.

“바니쉬 펫과 욕실 미끄럼 방지제 역시 사용법, 적용 환경 등등 굉장히 많은 질문을 받고, 자세히 설명 드렸습니다. 반려동물을 아끼시는 만큼, 다양한 제품을 필요로 하고 또 꼼꼼히 살피신다는 것을 다시 확인할 수 있었지요.”라는 남경혜 팀장이다.



연구소에서 시작된 제품은 소비자의 공간에서 검증되고 발전한다. 놀로스퀘어 체험존은 노루페인트가 반려동물과 보호자의 일상과 고민을 한 걸음 더 깊이 들어가 살피는 기회가 되었다. 현장에서 수집된 다양한 의견은 향후 제품 개선과 신규 제품 개발에도 반영될 예정이다. 이러한 시도와 소통이 꾸준히 이어지며 노루와 펫은 안전하고 편안한 반려가족의 생활을 만드는 홈 세이프티 솔루션 브랜드로 자리매김하게 될 것이다.

# 꾸준한 마음 빛나는 성실

## 2026 근로자의 날 포상

매년 돌아오는 근로자의 날은 '일하는 사람'의 의미를 다시 돌아보는 시간이다. 노루페인트는 매해 근로자의 날을 맞아 성실과 책임감으로 제 역할을 수행해 온 NOROO인들을 격려하고 있다. 올해 근로자의 날 포상에는 대표이사 포상 1명, 노조위원장 포상 5명 등 총 6명의 포상자가 선정되었다. 생산 현장과 품질 관리, 영업 현장까지 서로 다른 자리에서 일하지만 이들에겐 공통점이 있다. 꾸준함으로 신뢰를 쌓아온 빛나는 마음이다.



## 수문장의 29년

노루페인트 근로자의 날 포상은 상별 규정에 따라 매해 진행되며 인사 담당 부서가 노동조합으로부터 공적조서 기재 후 포상 상신을 받아 상별위원회가 심의, 의결하고 대표이사 최종 승인 후 시행한다. 올해는 대표이사 포상에 품질관리팀 최종렬 과장, 노조위원장 포상에 건축기술2팀 전유성 과장, 도료생산1팀 이창호 대리, 대전지점 이종진 대리, 직판2팀 정준영 대리, 칠서수지생산팀 윤상준 사원이 선정되었으며 대표이사 포상자에게는 표창장과 해외 시찰 지원이, 노조위원장 포상에는 표창장과 소정의 상품권이 수여되었다. 노루페인트 지담터에서 최종렬 과장과 전유성 과장, 이창호 대리를 만나 수상 소감을 들어보았다.



“제가 받아도 되나 싶었지요.” 최종렬 과장은 미소를 띠며 답했다. “받아야 할 다른 분들도 많다고 생각했으니까요.” 그의 표정에 오랜 시간 함께해 온 동료에 대한 배려와 겸손의 마음이 읽혔다. 이런 그가 수상자로 선정된 배경에는 누구나 입을 모아 말하는 ‘간간한 원칙 준수’의 자세가 있었다. 29년째 원료 검수 업무를 맡고 있는 최 과장에게 ‘품질’은 타협할 수 없는 영역. 수천 가지 원료의 특성을 파악하고 신규 원료가 도입될 때마다 새로운 기준을 익혀야 하는 원료 검수 업무는 제품 품질을 지키는 첫 관문이다. 원료가 기준에 맞지 않으면 이후 모든 과정이 흔들릴 수 있기에 최 과장은 수문장으로서 사명감을 가지고 업무에 임한다. “무엇보다 기준을 명확하게 세우고 지키는 게 최고라고 생각합니다.”라는 그는 업무 과정에서 외부의 의견이나 압박이 있더라도 끝까지 원칙을 지켜왔다. 시간이 흘러 그 판단이 맞았음을 인정받는 순간이 그에겐 가장 큰 보람이다. “간간한 정도가 전국에 소문날 정도인 과장님 덕에 노루페인트로 입고 되는 원료의 품질은 무조건 최고라고 합니다.”라고 전유성 과장도 말한다. 최 과장이 없다면 원료 검수가 지체되어 공장이 마비를 겪을 정도라니, 그 중요도와 무게감을 감히 가늠할 수 없을 정도이다.

기준을 잡고  
정확하게 지키다

노조위원장 포상을 받은 전유성 과장은 '근면과 성실은 물론이고, 기준을 정확히 잡아 주는' NOROO인이다. 건축기술2팀에서 방수재 파트를 담당하는 전유성 과장은 연구소에서 제품을 설계하고 개발하는 동시에 현장의 목소리를 가까이에서 듣고 반영하는 업무를 수행한다. 방수재는 환경 영향을 크게 받는 만큼, 현장 클레임도 잦고 그 대응도 쉽지 않다. 제품 문제인지, 시공 환경이나 날씨 등 외부 요인 때문인지 하나하나 검증하며 원인을 찾아야 하기에 그는 다양한 변수를 설정하고 시험을 반복하며 해답을 모색한다. 지난한 과정이기에 그 끝에 얻는 보람도 귀하다. "현장에서 저희 제품이 쓸 만하다, 예전보다 품질이 좋아졌다는 이야기를 들으면 정말 큰 보람을 느낍니다."라는 전유성 과장이다.



생산 현장의 첫 공정인 배합·분산 업무를 맡고 있는 도료생산1팀의 이창호 대리는 17년 동안 수성, 포장, 조색 등 다양한 공정을 경험해 왔다. 그는 업무에서 '정확함'을 가장 중시한다. "수백 가지 원료 코드 가운데 숫자 하나만 잘못 봐도 대량 폐기 사고가 일어날 수 있으니까요."라는 이 대리는 꼼꼼하다는 말을 자주 듣지만 그만큼 느린 게 단점이라는 평도 들었다고 한다. 하지만 생산 현장에서 '느림'은 정확성에 수반될 수밖에 없다. 서두름은 실수를 큰 손실로 만드는 지름길이니 말이다.



인터뷰에 참여한 세 사람의 업무는 서로 달랐지만, 바라보는 방향은 같았다. 맡은 일에 대한 책임감, 그리고 회사와 함께 성장하고 싶다는 마음이다. 이들은 앞으로도 회사와 근로자가 함께 발전하는 조직 문화가 이어지기를 바라며 최선을 다하겠다는 뜻을 전했다. 근로자의 날 포상은 지난 노고의 의미를 되새기고 새로운 각오를 다지는 시간이었다. 성실함과 책임감으로 매일을 채워 온 NOROO인들의 모습에서 조직을 움직이는 단단한 힘을 본다. 이제까지 그래왔듯, 그들의 꾸준한 실천은 오늘의 NOROO를 지키고 내일의 성장을 이끌어 갈 것이다.

# “노루가 간다!” 2026 찐-노루 세미나

노루페인트 건축사업본부는 지난 2월부터 6월까지 전국 곳곳에서 주요 특약점주를 대상으로 총 12회에 걸쳐 <2026 찐-노루 세미나>를 개최했다. 특약점주들의 활동 지역을 직접 찾아가 교류하는 이번 세미나는 신제품 소개와 함께 현장의 목소리를 듣고 정보를 공유하며 실질적 해법을 찾아가는 ‘찐한’ 소통의 장이 되었다.



## 소통의 장, 성장을 위한 마중물



봄비가 촉촉히 내리는 3월의 어느 날, 일산 어반이스트 호텔 연회장에 반가운 얼굴들이 하나둘 모이기 시작했다. 광명역 take 호텔에서 열린 첫 번째 <2026 찐-노루 세미나>에 이어 두 번째로 마련된 이번 행사는 서울2지점의 전략 특약점주들이 속속 도착하며 분위기가 활기를 띠었다. 오랜만에 만난 특약점주들은 서로 반갑게 인사를 나누며 근황을 묻고, 노루페인트 직원들의 안내에 따라 포토존에서 기념 사진을 찍으며 행사를 즐겼다. 행사장 한편에는 제품 배너와 시편 보드가 마련된 전시 부스가 운영되어 참석자들은 시편을 직접 살펴보고 기술 담당자에게 궁금한 점을 묻고 시공 과정에서의 유의사항이나 제품 선택 기준 등 현장에서 바로 활용할 수 있는 실질적인 정보도 들을 수 있었다. ‘고객이 있는 지역에 직접 찾아가는’ 현장 중심 소통 프로그램인 ‘찐-노루 세미나’의 ‘찐 모습’이 생생히 펼쳐지는 순간이었다.

행사가 본격적으로 시작되자 임직원 소개에 이어 서울지점을 이끌고 있는 신금융 차장이 환영 인사를 전했다. 신 차장은 “바쁘신 와중에도 시간을 내 참석해 주신 특약점주 여러분께 진심으로 감사드립니다.”라고 인사하며 “우물물을 끌어올리기 위해 첫 펌프에 넣는 물을 ‘마중물’이라고 부르죠. 오늘 이 자리가 서로의 성장을 이끄는 마중물이 되기를 바랍니다. 감사합니다.”라고 덧붙였다. 따뜻한 환영 인사와 박수로 행사장은 한층 편안한 분위기로 바뀌었고 2026년 신제품 소개 세미나의 1부가 진행되었다.



## 지식과 경험이 확장되는 교류의 장

세미나 1부에서는 2026년 범건축 신제품들이 영업기획팀 박재현 대리의 설명으로 소개되었다. 각 제품의 특징과 기능을 직관적으로 전달하는 이미지와 알기 쉽게 제작된 동영상의 활용은 세미나의 집중도를 높였으며, 특히 현장에서 자주 사용되는 제품군을 중심으로 한 시공 방법, 제품 특성, 활용 사례의 설명은 참석자들의 이해를 도왔다. 소개가 이어지는 가운데 깜짝 이벤트로 열린 제품 관련 퀴즈는 세미나 분위기를 더 즐겁게 돋웠다. 저취 타입으로 에폭시, 우레탄, 우레아 등의 상도로 활용 가능한 26년 신제품과, 방수/바닥 대형 현장 시공용으로 기동성과 경제성을 갖춘 고온고압 우레아 시공장비의 이름을 묻는 퀴즈에 참가자들은 재빠르게 손을 들며 '수용성 바닥재 상도'와 '프로텍 N-10HP'를 정확히 맞춰 축하의 박수 속에 상품을 받기도 했다.

신제품 발표 후 건축T/S팀의 안치용 부장은 시공 시 주의해야 할 사항들을 화학적 이론과 현장 사례를 들어 구체적으로 소개하고 실질적 시공 팁을 전달했다. 노후화된 건축물의 수성 재도장 시 발생하는 문제, 아파트 도장 후 창틀 오염의 사례, 우레탄 중도의 비정상 경화 예시 등 현장에서 자주 겪는 애로사항에 대한 안치용 부장의 해법은 세미나를 더욱 유용하고 알찬 시간으로 만들었다. 세미나는 단체 기념 촬영과 설문조사, 행운권 추첨 및 사은품 증정으로 1부를 마무리하고 2부의 간담회로 이어졌다. 참석자들은 정성스럽게 준비된 뷔페 식사를 즐기며 최근 건축 시장 상황과 판매 동향, 현장에서의 다양한 경험을 나누는 시간을 가졌고, 행사장은 제품 정보 전달을 넘어 각자의 노하우와 의견을 통해 지식과 경험이 확장되는 교류의 장이 되었다.



## 짚-하게 함께, 짚-으로 성장할 2026

이날의 행사처럼 '2026 짚-노루 세미나'는 고객의 현장과 니즈에 맞춘 '찾아가는 세미나'로 기획되어 지역 곳곳에서 특약점주들을 직접 만나며 현장 중심 소통 프로그램으로서 의미 있는 역할을 했다. 더 고급화된 전시 부스 및 사은품은 물론이고 교류의 폭을 넓힌 참여 거래선 확대와 함께 고객이 있는 곳으로 찾아가는 방식 덕분에 참석자들은 이동 부담을 줄이고 보다 편안한 분위기 속에서 정보를 접하고 공유하며 허심탄회한 이야기를 나눌 수 있었다.

노루페인트는 향후에도 고객 밀착형 제품과 서비스, 기술 지원을 통해 고객과의 유대감을 더욱 강화해 나갈 계획이다. 더 강화된 소통으로 변화하는 시장 환경에 능동적으로 대응하며 '짚으로' 성장할 노루페인트와 특약점주의 2026년이 기대된다.

# 손끝에서 태어나고 색으로 숨 쉬는 세상

## 《COMPANY World Affair — 온 세상 만들기의 비밀을 찾아서》 with NOROO PAINT

“만드는 사람이 없다면, 디자이너는 왜 존재해야 하는가.” 2000년대 초 핀란드의 공장들이 하나둘 문을 닫던 시절, 두 디자이너는 이 질문을 떠올렸다. 그리고 답을 찾아 세계로 걸어 들어갔다. 한국인 아무 송과 핀란드인 요한 올린으로 이루어진 디자이너 듀오 콤파니(COMPANY)의 20년 여정은 이렇게 시작되어 지금 서울 피크닉에서 기나긴 이야기를 들려준다. 효율성과 공장식 대량 생산 중심의 산업디자인에서 벗어나 ‘수제(手製)’의 가치를 주목해 온 이들의 이야기는 자동화와 시가 범람하는 오늘날, 유독 선명하게 다가온다.



### 탐정이 되어 여행하고 그림으로 이야기하다

콤파니의 작업은 여행에서 시작된다. 수 세대에 걸쳐 기술을 전해 온 공방, 전통 시장의 상인들, 길 위에서 마주친 사소한 풍경들을 만나기 위해서다. 실마리를 찾는 탐정처럼 이들은 낯선 골목을 걷고, 발견한 물건들을 수집하고, 손으로 종이에 옮긴다. 넓게 보고 깊이 탐구한 그들의 손끝에서 탄생한 드로잉은 단순한 스케치를 넘어 마음을 나누는 소통 방식이자 가장 간절하고도 정중한 제안이 된다. 마음과 모양과 색, 그리고 에너지를 담아 드로잉을 건네면 장인의 손도 마음과 함께 움직이기 시작한다.

멕시코 토속신앙의 모티프와 선교사의 성경 이야기가 깃든 생명의 나무, 파키스탄 무굴 왕조 시절부터 내려온 목각 기술로 빛은 조각들, 15년의 대화 속에서 완성된 270여 개의 러시아 마트료시카 등 각 나라 장인과 협업한 ‘시크릿 프로젝트’의 결과물은 그렇게 탄생했다. 그리고 이번 전시에서는 15년 만에 재회한 광주의 대나무 장인, 부채 장인과 함께 완성한 작품들과 경북 영천에서 3대째 가업을 이어온 목탁 장인과 협업한 신작이 처음으로 공개되었다. 헤드셋을 끼고 눈을 감은 목탁의 디자인이 경쾌한 명상을 상상케 한다. 지역의 역사와 재료, 장인의 제조 과정에 대한 깊은 이해의 토대 위에서 콤파니의 디자인으로 새로운 물건을 함께 창작하는 과정은 ‘만들기’의 본질을 ‘손으로’ 어루만지는 것처럼 생생하게 다가온다. ‘탐정처럼 여행하다, 그림으로 이야기하다, 온 세상 만들기의 비밀’로 이어지는 전시의 순서는 ‘탐험하고, 교류하고, 만드는’ 여정을 함께하게 한다. NOROO의 팬톤페인트 컬러들은 여정 곳곳에서 이동을 돕는 바퀴가 되고 무대가 된다.





시장이 되고, 새가 되고,  
세상이 되다

이 여정의 네 번째 섹션 '세상의 모든 상점'에 들어서면 두 눈이 더욱 커진다. 작가들이 약 3주에 걸쳐 손수 완성한 세계 각국 시장 풍경의 벽화와 오딜리아, 시르파, 아산, 디프티 등 정다운 이름을 가진 노점 상인들이 관람객을 맞이한다. NOROO의 팬톤페인트로 색을 입힌 이곳은 전시 전체에서 가장 생기 넘치는 공간이다. 각지의 시장에서 포착한 시골벽적한 활력과 사람들의 에너지가 팬톤페인트의 생생한 컬러를 통해 현장의 열기를 전한다. 목재, 철재 등 다양한 소지에 페인팅이 가능한 팬톤페인트 멀티라벽면의 그림과 선반, 구조물이 훨씬 컬러풀하게 연출될 수 있었다. '다채로움'이라는 컬러의 특성은 서로 다른 문화와 물건의 풍성함을 하나의 풍경으로 엮어내며, 전시장을 살아있는 세계 지도처럼 생동하게 한다.



전시의 마지막, '이 세상 다음'은 4층 옥상 정원에서 하늘을 향해 펼쳐진다. 파란 몸을 가진 새와 '휴먼버드'는 관람객의 가벼운 터치에 날갯짓을 시작한다. 손을 닦은 날개의 파닥임을 보니 전시에서 만난 수많은 손과 물건, 이야기들이 새 여정을 향해 날아오르는 것만 같다. 그 비행의 다음 풍경이 궁금해지는 전시, 《COMPANY World Affair - 온 세상 만들기의 비밀을 찾아서》는 2026년 9월 6일까지 서울 피크닉에서 계속된다.



## NEWS BRIEFING



산업용 바이오 분야 오픈 이노베이션 추진으로 바이오 전문 액셀러레이터와 3HP 소재 응용 제품 상용화 박차

## 노루홀딩스

### 산업용 바이오 분야 오픈 이노베이션 추진으로 바이오 전문 액셀러레이터와 3HP 소재 응용 제품 상용화 박차

노루홀딩스가 외부 전문 기관과 협력해 차세대 바이오 소재 사업 확장에 속도를 낸다. 기존 사업과의 연계성을 강화하는 동시에, 스타트업 발굴과 공동 실증을 통해 기술의 사업화를 앞당기겠다는 전략이다. 이를 위해 3-HP(3-Hydroxypropionic Acid)와 관련 응용 제품을 중심으로 산업용 바이오(화이트 바이오) 분야 오픈 이노베이션 프로그램을 추진한다. 외부 협력 기관으로는 공유실험실(IRIS Lab) 운영을 비롯해 바이오 분야에 특화된 액셀러레이터 S&SLab(에스앤에스랩)과 투자기관 MYSC(엠와이에스씨)가 참여한다.

이번 프로그램에는 친환경 소재, 바이오 화학, 기능성 코팅, 퍼스널 케어 원료 등을 연구하는 스타트업과 대학·연구 기관이 참여할 예정이다. 노루바이오융합연구소는 이들과 협력해 3-HP 소재의 실제 제품 적용을 위한 공동 실증을 추진하고, 이를 통해 산업 적용 범위를 확대해 나갈 계획이다.

3-HP(3-Hydroxypropionic Acid)는 바이오매스를 원료로 친환경 발효공정을 통해 생산되는 차세대 바이오 소재이자 다양한 화학구조로 전환이 가능한 '플랫폼 케미컬'로써, 미국 에너지부(DOE)가 '미래 소재 12종'으로 선정한 물질이다. 기존 석유 기반 화학 소재를 대체할 수 있는 친환경 물질인 데다가 의료·화장품·

코팅·포장재 등 다양한 산업에 적용 가능한 친환경 소재로써 탄소 중립 시대의 '산업용 바이오(화이트 바이오) 사업'의 핵심 소재 중 하나로 평가받고 있다.

이번 프로젝트는 100여 개의 팀이 참여하였으며, 단계별 평가를 통해 선발된 팀은 실증(PoC) 단계에 참여하게 된다. 이번 협업에서 노루홀딩스는 3-HP 소재와 연구 인프라를 제공하고 공동 실증에 참여하며, S&S Lab은 1차 평가와 프로그램 운영을, MYSC는 투자 연계를 맡아 사업화를 지원한다. 선발된 기업은 NOROO그룹과의 연계를 통해 상용화 기회를 확보하게 된다. 노루바이오사업추진단 관계자는 "이번 오픈 이노베이션은 외부 협업을 통해 3-HP의 산업 적용 속도를 높이기 위한 것"이라며 "NOROO그룹이 보유한 도료·소재 사업과의 결합을 통해 실질적 사업 성과로 이어지도록 추진할 계획"이라고 말했다. 이어 "산업용 바이오 분야 스타트업과 협력함으로써 기술 상용화는 물론, 지속가능한 생태계 구축과 산업 경쟁력 강화에도 기여할 것"이라고 덧붙였다.

노루홀딩스는 지속적으로 오픈 이노베이션 프로그램을 통해 3-HP를 적용한 신규 응용 제품을 확보하고, 이를 노루페인트를 포함한 그룹사 전체의 친환경 기술 등에 적용하는 것을 검토할 계획이다. 아울러 확보한 기술과 사업화 경험을 기반으로 일본 시장을 우선 공략하고, 이를 발판으로 글로벌 시장 진출을 본격화할 방침이다.



안양천 생태계 교란식물 제거 활동으로 지역사회 환경 보호 앞장

### '3-HP' 정부 국책과제 수주 산업용 바이오 소재 상용화 시동

3-HP 개발로 산업용 바이오 시장 선점에 속도를 내고 있는 노루홀딩스는 최근 '한국산업기술기획평가원(KEIT)'이 주관하는 '바이오 유래 고분자 시장 활성화를 위한 원료 생산 및 제품 고부가가치화 기술개발' 사업의 수행기관으로 최종 선정됐다.

노루홀딩스는 이번 사업의 과제에서 원료 확보부터 생산까지 전 과정을 총괄하는 '페바이오매스를 이용한 3-HP 대량생산 실증'을 진행한다. 이는 바이오 유래 아크릴산 기반 고분자 소재 개발, 페바이오매스를 활용한 3-HP 대량생산 실증, 3-HP 촉매 반응 기반 바이오 아크릴산 생산 실증 등이다.

이번 사업은 그룹 내 시너지 효과도 높일 것으로 기대된다. 주력 계열사인 노루페인트는 '3-HP 촉매 반응 기반 바이오 아크릴산 생산 실증'의 과제를 맡아 3-HP를 산업용 원료로 전환하는 공정을 수행하여 그동안 석유화학 공정에 전적으로 의존해 온 아크릴산을 바이오 기반 소재로 대체하기 위한 가능성을 연구한다. 특히 이번 사업은 다수의 공동연구기관이 참여하는 산·학·연 협력을 통해 원료 생산부터 최종 제품에 이르는 '토탈 밸류체인'을 확보하는 데 집중할 계획이다.

노루바이오사업추진단 관계자는 "그동안 산업용 바이오(Industrial Biotech) 분야가 연구(Research) 위주로 진행되어 왔다면, 이번 실증 과제는 실제 파일럿(Pilot) 설비 투자가 수반되는 본격적인 개발 및 상용화(Development) 단계로의 진입을 의미한다."라고 하며 "향후 산업통상부와 협력을 통해 산업용 바이오 물

질에 대한 개발 프로젝트를 지속적으로 확대해 나갈 수 있도록 노력하겠다."라고 말했다.

## 노루페인트

### 안양천 생태계 교란식물 제거 활동으로 지역사회 환경 보호 앞장

노루페인트는 공장 인근 하천 생태계 보호를 위해 안양시와 협력하여 '2026년 시민참여형 생태계 교란식물 제거 활동'을 진행했다. 이는 안양시가 주관하는 협력 사업으로, 건강한 하천 환경 조성과 지역 생태계 보전을 목적으로 마련됐다. 특히 노루페인트 안양공장과 인접한 안양천 일대에서 진행되어, 지역과 함께 성장해 온 향토기업으로서 지역사회 환경 보호에 기여했다는 점에서 의미를 더했다.

노루페인트는 안양시를 기반으로 오랜 기간 사업을 이어오며, 지역사회와의 상생과 환경 보전을 주요 경영 가치로 삼고 다양한 사회공헌 활동을 지속적으로 전개해 오고 있다. 이번 활동 역시 공장 인근 생활 환경을 직접 개선하고 시민과 함께 참여하는 ESG 실천 프로그램으로 추진됐다.

이날 활동에는 노루페인트 및 관계사(NRP·NCC·NRL) 임직원을 포함해 안양시 관계자 등이 참여했다. 참가자들은 충훈2교부터 충훈대교 구간에 걸쳐 생태계 교란식물의 어린 개체를 뿌리째 제거하는 작업을 진행했다. 이번 활동은 외래 식물 확산을 사전에



본격적인 아파트 재도장 시즌 맞아 홈페이지 전면 개편  
소비자 의사결정 및 상담 편의성 강화

차단하고 하천 고유 생태계를 보호하기 위한 것으로, 참여자들은 전문 강사의 안내를 통해 교란식물의 특성과 제거 방법을 이해한 뒤 현장 정화 작업에 참여했다.

노루페인트 관계자는 “우리 NOROO는 안양을 기반으로 성장해 온 기업이기에 공장 인근 환경을 보호하고 지역사회와 함께 하는 활동은 매우 중요하다.”라고 하며 “노루페인트는 향후에도 지역 밀착형 환경 보호 활동과 사회공헌 프로그램을 지속 추진하며, ESG 경영을 기반으로 지역사회와의 상생을 강화해 나갈 방침”이라고 밝혔다.

**본격적인 아파트 재도장 시즌 맞아 홈페이지 전면 개편, 소비자 의사결정 및 상담 편의성 강화**

노루페인트는 본격적인 아파트 재도장 시즌을 맞아 관련 고객 경험을 개선하기 위해 공식 홈페이지의 재도장 페이지를 전면 개편했다. 이번 개편은 기존의 단순한 정보 제공 구조에서 벗어나, 소비자가 재도장 과정을 보다 쉽게 이해하고 상담까지 자연스럽게 이어갈 수 있도록 하는 데 초점을 맞췄다. 특히 재도장 과정을 검토, 비교, 검증, 결정의 단계로 재정비하고, 각 단계에 맞는 정보와 서비스를 체계적으로 연결했다.

이와 함께 노루페인트는 최근 AI 기반 재도장 시안 생성 서비스 ‘노루스마트컬러’를 새롭게 런칭했다. 해당 서비스는 아파트 외관 컬러 시안을 약 5분 내 확인할 수 있어 초기 검토 단계에서 빠른 의사결정을 지원한다. 재도장 초기 검토 단계에서는 ‘노루스마트 컬러’를 통해 AI 기반 시안 확인과 비교가 가능하도록 했으며, 최종 검증 단계에서는 ‘노루스마트뷰’를 활용한 3D 시뮬레이션으

로 실제 적용 결과를 사전에 확인할 수 있도록 했다. AI 컬러 디렉터를 통한 전문가 지원 기능도 강화해 고객의 의사결정을 지원하는 구조를 구축했다.

또한 개편된 홈페이지에서는 전국 단위 AI 컬러 디렉터의 연락처 및 이메일 정보를 함께 제공해, 고객이 더 편리하게 상담 문의를 진행할 수 있도록 접근성을 높였다. 이와 함께 콘텐츠 이해에서 상담 신청으로 이어지는 과정 전반을 개선해 사용자 동선을 강화했다.

노루페인트 관계자는 “이번 개편은 단순한 정보 제공을 넘어 고객이 재도장 과정을 더욱 쉽게 이해하고 합리적인 의사결정을 내릴 수 있도록 돕기 위해 진행되었다. 앞으로도 디지털 기반 서비스를 지속적으로 강화해 고객 편의를 높여 나갈 계획이다.”라고 밝혔다. 개편된 페이지는 노루페인트 홈페이지(www.noroo-paint.com), ‘고객지원’의 ‘아파트 재도장’에서 만날 수 있다.

**노루오토코팅**

**노루오토코팅 김중우 대표이사, 석탑산업훈장 수훈**

노루오토코팅 김중우 대표이사가 지난 3월 31일 열린 제53회 상공의 날 기념식에서 석탑산업훈장을 수상했다. 김중우 대표는 경영 혁신과 미래 모빌리티용 고부가가치 도료 기술 개발을 통해 자동차 소재 산업의 성장을 견인한 공로로 석탑산업훈장의 영예를 안았다. 특히 배터리 소화액 개발 등 국책 과제를 수행하며 차세대 소재 기술 확보에 앞장섰고, 저온 경화 도료 특허를 기반으로



노루오토코팅 김중우 대표이사, 석탑산업훈장 수훈

고부가가치 제품을 상용화하는 등 소재 혁신을 주도해 온 점이 이번 수상의 주요 배경이 되었다.

상공의 날 기념식은 산업통상자원부와 대한상공회의소가 주최·주관하는 경제계 대표 행사로, 1974년부터 이어져 온 전통과 권위를 지닌 행사다. 해마다 그해의 경제 상황과 시대적 요구를 반영한 표어 아래 진행되는데, 올해는 ‘끊임없는 도전의 역사, 함께 이룬 위대한 도약’을 표어로 하여 어려운 대내외 경제 여건 속에서도 열정과 혁신으로 위기를 극복해 온 상공인들의 도전 정신을 기리고 민관 협력을 통한 경제 재도약 의지를 공유하는 자리로 마련됐다.

이번 기념식에서는 국가경제 발전에 이바지한 상공인과 근로자 총 264명에게 산업훈장과 산업포장, 대통령표창 등이 수여됐다. 특히 올해는 소부장(소재·부품·장비) 국산화, 글로벌 공급망 확대, AI 기반 제조 혁신을 이뤘던 기업인들이 주목받았다. 수훈 기업들은 핵심 소재·부품 국산화를 통해 대외 의존도를 낮추고 적극적인 글로벌 진출과 제조 혁신으로 국가 산업 경쟁력 제고에 기여한 공로를 인정받았으며 노루오토코팅 또한 지속적인 기술 혁신을 통해 국내 자동차 소재 산업의 경쟁력을 강화한 점이 높이 평가받았다.

이날 행사에 참석한 김민석 국무총리는 전국 상공인들을 격려했으며, 대한상공회의소 강명수 회원협력본부장은 “이번 기념식은 국가 경제를 일궈온 상공인들의 업적을 조명하고 미래 비전을 공유하며 자긍심을 높이는 자리였다. 상공인들의 혁신과 도전 정신을 바탕으로 정부와 기업이 협력해 대한민국 경제의 새로운 도약을 이뤄 나갈 것이다.”라고 밝혔다.



와플 푸드트럭 이벤트로 여름철 사기 충전

**더기반**

**와플 푸드트럭 이벤트로 여름철 사기 충전**

더기반은 본격적으로 시작될 더위를 앞두고 안성연구소 직원의 사기 진작을 위해 지난 5월 14일에 푸드트럭 이벤트를 준비, 달콤한 와플로 즐거운 시간을 만들었다.

하우스 작업이 많은 안성연구소의 여름은 훨씬 덥고, 체력 고갈도 심하다. 안성연구소는 논밭에 둘러싸인 교외에 있어서 커피나 다양한 디저트를 파는 카페도 접근하기 어려운 환경. 이에 더기반은 종종 푸드트럭 이벤트를 열어왔는데 이번에는 시원한 생크림과 여러 가지 토핑이 가능한 와플로 메뉴를 선정하여 각자의 취향에 맞게 선택할 수 있도록 했다.

푸드트럭이 도착했다는 소식에 짬을 내어 들른 직원들은 와플을 들고 인증사진을 찍고, 담소를 나누며 달콤한 순간을 즐겼다. 한 직원은 “연구실 안에서 실험 데이터와 씨름하다가 밖에 나와 간식을 먹으니, 스트레스가 확 풀린다. 회사가 우리 직원들을 배려해 준다는 것이 느껴져서 정말 기쁘다.”라고 전하기도 했다.

와플 푸드트럭을 준비한 담당자는 “이러한 이벤트는 직원들에게 활력을 주어 다시 더 열심히 업무에 집중할 수 있게 해 주고, 한 자리에 모임으로써 소통의 장이 되며, 애사심과 자부심을 북돋워 줄 수 있다.”라고 말하며 앞으로도 직원들의 목소리에 귀를 기울이고 더 성장하며 행복해질 수 있는 프로그램들을 만들어 갈 예정이라고 밝혔다.

# 탄소도 줄이고 생활비도 아끼고

탄소 저감이 중요하고 에너지를 절약하면 탄소 배출량을 줄일 수 있다는 것은 이제 상식이지만 탄소 배출 저감 활동은 일개 시민인 나와 거리가 멀게만 느껴진다. 그런데 에너지 절약이 내 생활비를 줄여준다면? 적은 금액이더라도 쓸쓸한 보람을 실생활에서 체감할 수 있다. 전국의 탄소중립포인트제와 서울의 에코마일리지로 지구와 지갑에 뿌듯함을 채워보자.



## 탄소중립포인트 에너지

탄소중립포인트 에너지는 가정, 상업 등에서 에너지 사용량을 절감하면 그 감축률에 따라 탄소포인트를 부여하는 한국환경공단의 전 국민 온실가스 감축 실천 제도이다. 가정 내 사용하는 에너지 항목(전기, 상수도, 도시가스)의 경우, 현재 사용량을 과거 월별 평균 사용량과 비교하여 절감 비율에 따라 연 2회 탄소포인트를 부여한다. 전기의 경우 감축률이 5~10% 미만이면 5천 포인트, 10~15% 미만이면 1만 포인트 등으로 1 탄소포인트당 최대 2원이 부여되며, 모인 포인트는 지방자치단체별 인센티브 제공 유형에 따라 현금, 상품권, 종량제 봉투 등으로 바꿀 수 있다. 홈페이지 [cpoint.or.kr](http://cpoint.or.kr)에서 자세히 확인해 보자.

## 서울시 에코마일리지

위의 탄소중립포인트 에너지는 서울을 제외한 전국에서 시행된다. 서울의 경우는 에코마일리를 따로 운영한다. 탄소중립포인트 에너지처럼 에코마일리지(건물)는 전기, 수도, 도시가스 등 에너지를 절약한 정도에 따라 5% 이상 에너지 절감 시 1만~5만 마일리지를 차등 지급(개인 회원 기준)하며 에코마일리지(승용차)는 12인승 이하 비사업용 승용·승합차의 주행거리 감축 정도에 따라 1만~5만 마일리지를 지급해 준다. 쌓은 마일리지는 1마일리지당 1원으로 환산, 아파트 관리비로 납부하거나 온누리상품권 등으로 바꿀 수 있고 에너지 빈곤층에게 기부도 가능하다. 가입은 [ecomileage.seoul.go.kr](http://ecomileage.seoul.go.kr)에서 하면 된다.



## 탄소중립포인트 녹색생활실천

이와 함께 한국환경공단은 탄소중립포인트 녹색생활실천이라 하여 민간기업의 친환경 활동을 이용하면 이용 실적에 따라서 인센티브를 지원한다. 참여 기업의 전자영수증 발급 시 건당 10원, 텀블러나 다화용컵 이용 시 개당 300원, 무공해차 대여 시 1km당 1,000원, 한살림 등 친환경 제품 구매 시 건당 500원, 배달의민족 다화용기 이용 시 회당 500원 등 다양한 방법으로 1년에 최대 7만 원까지 인센티브를 받을 수 있다. 인센티브는 매 월말에 현금이나 참여기업 카드사 포인트로 지급된다. CU, 메가커피, 이마트, 파리바게뜨 등 123개 기업과 함께하고 있어서 한 번 등록해 두고 습관을 들이면 인센티브 쌓기가 그리 어렵지 않다. 홈페이지([cpoint.or.kr/netzero](http://cpoint.or.kr/netzero)) 가입 후 참여 방법 매뉴얼대로 따라가 보자.



노루코일코팅 연구1팀의 최재혁 대리는 “연구란 마지막 2%를 찾는 일”이라고 말합니다. 이는 목표하는 바를 100% 구현하기 위해 끝까지 고민하며 최선을 다한다는 의미입니다. 100%를 향해 오늘도 기본을 지키고 협력하며 노력하는 모든 NOROO인들의 하루하루를 응원합니다.



NOROO그룹 Change Agent 1기 Kick-Off 워크숍에서 CA 1기는 함께 머리를 맞대고 의견을 나누며 다양한 조별 활동을 수행했습니다. NOROO의 발전을 위한 소통의 가교이자 변화의 실행자 역할을 맡은 CA 1기의 모습이 무척 든직합니다. 현장의 목소리를 모아 더 나은 내일을 만들어 갈 CA 1기의 활약을 기대합니다.