

NOROO

NOROO

AUTUMN . 2021

VOL. 60

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

AUTUMN . 2021

VOL. 60

SPECIAL THEME WHITE BIO

- Column** 탄소중립을 위한 새로운 자원, 화이트 바이오
- Interview** 국내 최초의 화이트 바이오 인증 도료, 친환경의 강자 NOROO가 만들다
- Viewfinder** 팬톤 우드&메탈, 에코 바이오 우레탄 라이닝 페인트로 탄소중립을 앞당기는 방법





SPECIAL THEME



WHITE BIO

- | | | |
|----|------------|--|
| 06 | COLUMN | 탄소중립을 위한 새로운 자원, 화이트 바이오 |
| 08 | INTERVIEW | 국내 최초의 화이트 바이오 인증 도료, 친환경의 강자 NOROO가 만들다
팬톤 우드 & 메탈, 에코 바이오 우레탄 라이닝 |
| 10 | VIEWFINDER | 페인트로 탄소중립을 앞당기는 방법 |

18 . PAINT FOR ART 1



22 . PAINT FOR ART 2



CULTURE GALLERY



ART

- | | | |
|----|-----------------|---|
| 16 | ESSAY | 미술이 주는 감각의 고양, 가치의 상향 |
| 18 | PAINT FOR ART 1 | 페인팅 앞에서 한계는 없다
노루페인트 & 아트 오브뱅크시 |
| 22 | PAINT FOR ART 2 | 상상은 예술을 통해 현실이 된다
노루페인트 & 에릭 요한슨 사진전 |

NOROO PEOPLE



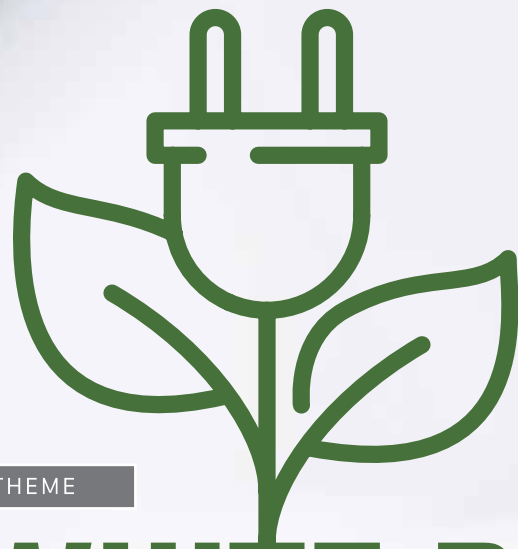
- | | | |
|----|---------------------|---|
| 28 | FOCUS ON NOROO | 100년 건축을 지켜줄 노루페인트 큐피트 마스터
업계 최초의 외벽 노화 방지 다기능 수성페인트 |
| 32 | COLORFUL SPACE | 마음속 나의 컬러를 찾는 곳
제주의 그림 작업실, 오후 세 시의 고양이 |
| 36 | FAMILY TIME | 빛을 담아 유리로 걸다
스테인드글라스 선히채 체험 |
| 40 | SPECIAL STORE | 미소를 전하고 믿음을 더하다
서울시 구로구 페인트킹 |
| 44 | SOCIAL CONTRIBUTION | NOROO가 꽃피운 겨레의 열, 독립기념관 벽화
노루페인트, 벽화 조성으로 광복절을 기리다 |
| 48 | NEWS BRIEFING | |
| 50 | 1 MINUTE GUIDE | 마음을 들여다보며 내면을 돌보는 앱 |
| 51 | BEHIND CUT | |

36 . FAMILY TIME



NOROO 그룹 사보 담당자

- | | | | |
|------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|
| (주)노루홀딩스 인사지원팀 정석찬 과장 | (주)노루페인트 디지털마케팅팀 정순미 과장 | (주)노루오토크팅 경영기획팀 안세현 대리 | (주)노루비케미칼 경영지원팀 이용채 대리 |
| (주)노루코일코팅 경영지원팀 문효빈 대리 | (주)노루케미칼 업무지원팀 현준 대리 | (주)노루알앤씨 경영지원팀 현준 대리 | (주)노루로지넷 경영지원팀 오재학 대리 |
| 칼라메이트(주) 지원팀 이선화 대리 | (주)아이피케이 총무팀 최대섭 차장 | (주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장 | |



SPECIAL THEME

WHITE BIO

기후위기와 지구온난화는 이제 위협이 아니라 현실이다. 지구는 그야말로 불타고 있어서 곳곳에서 거대한 산불과 폭염, 홍수가 끊이지 않는다. 인간이 야기한 기후의 폭주를 멈추기 위해서는 다시 인간의 기술이 필요하다. 기존의 화석 원료의 소재를 바이오 기반으로 대체하는 화이트 바이오는 온실가스를 줄여 탄소중립을 이뤄낼 또 하나의 강력한 기술이다. NOROO는 첨단 기술력으로 지구를 위한 화이트 바이오 도료를 앞서 선보이고 있다.



탄소중립을 위한 새로운 자원, 화이트 바이오



산업혁명에서 탄소중립까지

산업혁명 이후 인류는 엄청난 속도로 발전했다. 그 속도를 가능케 한 것은 석탄, 석유 등 화석 연료였다. 나무나 가축의 분뇨를 에너지 체제로 삼았던 유기물 경제가 산업혁명 이후 화석 연료의 무기물 경제로 전환되면서 인구와 생산량이 늘고 생활은 소비 중심으로 빠르게 재편되는 등 많은 것이 혁명적으로 바뀌었다. 바뀐 것은 인간만이 아니었다. 자연도 바뀌었다.

수천 년 된 빙하가 녹아내렸고 거대한 호수가 말라 사라졌다. 해수면이 상승하고 폭염과 한파의 횡수와 강도가 극심해졌다. 식물과 동물의 서식지가 점점 좁아지면서 생태계의 다양성이 줄었다. 화석 연료의 연소 과정에서 나오는 이산화탄소, 메탄, 아산화질소 등이 땅에서 복사되는 에너지를 흡수하고 가뭄 지구를 온실로 만드는 탓이다. 산업혁명 초기의 대기 중 이산화탄소 농도는 280ppm이었으나 2017년에는 405ppm에 이르는 등 인류는 전에 없던 기후, 탄소 농도 속에 살고 있다.

‘탄소중립’은 더 이상 방관할 수 없는 기후 위기를 돌파하기 위한 전 세계의 노력이자 합의이다. 2030년까지 탄소 배출량을 2010년 대비 최소 45% 이상 감축하

고, 2050년에는 순배출량을 0으로 만드는 탄소중립은 지구 온도 상승을 1.5도 이내로 억제하자는 파리협정의 주요 실행 전략이다. 2015년 파리에서 열려 ‘파리협정, 파리 기후변화협약’이라 불리는 유엔기후변화협약 당사국총회 본회의에서 195개국은 이에 합의하고 이후 각국의 목표를 속속 설정, 제출하고 있다. 이산화탄소 배출량이 세계 7위에 달하는 한국 역시 2020년 12월 7일, <2050 탄소중립 추진 전략>을 발표한 바 있다.

화석 원료 대신 화이트 바이오

이산화탄소를 배출한 만큼 이산화탄소를 흡수하여 순배출량을 0에 수렴시키는 탄소중립을 위한 새로운 자원이 바로 화이트 바이오다. 화이트 바이

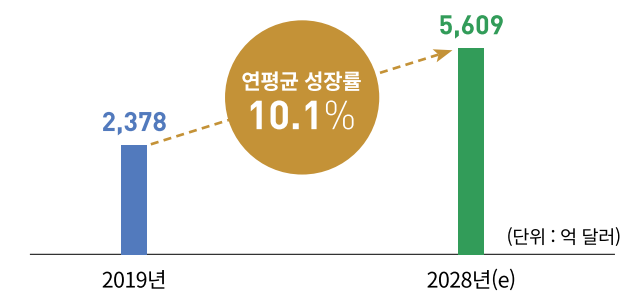
오는 기존의 화석 원료 대신 식물 자원이나 농업, 임업, 축산업 등의 부산물인 유기물질, 미생물 효소 등을 원료로 하여 화학 제품 또는 바이오 연료 등의 물질을 생산하는 바이오 기술을 말한다. 현재의 기술로 과거의 유기물 경제를 회복시키는 셈이다. 화이트 바이오 제품은 원료인 식물 등이 자라는 과정에서 이산화탄소를 흡수할 뿐만 아니라 제품 생산 과정에서도 탄소 배출량이 비교적 적기 때문에 탄소중립에 크게 기여한다. 대표적 예로 차량 연료 첨가제에 쓰이는 바이오 에탄올을 살펴보자. 미생물과 효소를 이용해 식물을 발효시켜 만드는데, 가솔린과 달리 온실가스를 배출하지 않는다. 식물에서 얻을 수 있기 때문에 언제든지 재생 또한 가능하다. 미생물의 에너지원을 이용해 만드는 바이오 플라스틱의 경우, 자연 분해되어 공해를 일으키지 않는다.

이러한 화이트 바이오는 탄소중립을 위해 점점 강화되는 시장 규제를 타개할 필수 기술이다. 이미 글로벌 석유화학 기업들은 연구 개발 및 설비 투자에 적극적이며 미국과 유럽의 정부는 환경 규제를 늘리는 한편 R&D 지원을 확대하고 있다. 특히 미국은 2030년까지 석유 소비량의 30%를 바이오 화학 제품으로 대체한다는 목표 아래 농림업 중심으로 화이트 바이오 산업의 진흥에 나섰다. 미연방정부는 페인트와 세제 등 139개 분야에 대해서 바이오 기반 제품을 우선 구매하는 제도를 시행 중이다. 우리나라 정부 또한 탄소중립을 촉진하고 글로벌 경쟁력을 제고하기 위해 지난해 말 제5차 혁신성장전략회의에서 관계 부처 합동으로 화이트 바이오 산업 활성화 전략을 발표하기도 했다. 미래 유망 산업인 화이트 바이오의 발전을 위해 수요 창출을 지원하고 규제를 개선하며 기반을 구축하겠다는 의지이다. 기업들 역시 기술을 확보하며 사업화에 노력을 기울이고 있다. 노루페인트는 도로 업계 최초로 화이트 바이오 페인트를 출시하고 미국 농무부의 ‘USDA Certified Biobased’ 인증을 획득하는 등 앞서 나아가는 중이다.

탄소중립을 위한 전 세계의 움직임에 정부, 기업이 속도를 내고 있는 가운데, 소비가 이루어지는 시장의 각성은 지속적 성장의 동력이 될 것이다. 아무리 잘 만든 화이

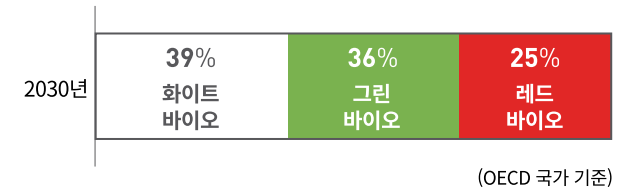


트 바이오 제품이라도 소비자가 외면한다면 탄소중립은 요원하다. 화이트 바이오, 탄소중립을 위한 기술 개발 및 제품에는 기존보다 높은 비용이 수반된다. 정부와 기업이 이를 감수하는 만큼, 소비자 역시 선택의 기준을 ‘환경’에 두어야 인류의 현실과 지구의 미래는 더 나아질 수 있다. 산업혁명 이후의 생산과 소비가 지금의 위기를 만들었으니, 앞으로의 생산과 소비는 위기를 해결하는 데 초점이 맞춰져야 한다. 산업혁명 이전의 유기물 원료를 첨단 기술로 새롭게 소환한 화이트 바이오는 주요한 해결책이 되어줄 것이다.



화이트 바이오 산업 세계 시장 규모

※출처 : 시장조사기관 Adroit Market(21.1월)



2030년 바이오 산업 분야별 총부가가치 비중

※출처 : OECD, 산업연구원(14.12월)



국내 최초의 화이트 바이오 인증 도료, 친환경의 강자 NOROO가 만든다

팬톤 우드&메탈, 에코 바이오 우레탄 라이닝

유해물질의 방출을 억제하고 최소화하는 것은 이제 기본이다.
앞으로의 생산 활동들은 원료 자체에서 바이오 매스의 함량을 높임으로써
화석 원료 의존도를 낮추고 식물 자원의 확대에 기여해야 한다.
식물 자원의 수요 확대는 지구의 지속가능성을 높이는 데 일조한다.
노루페인트가 국내 최초로 USDA Certified Biobased 인증을 받으며 가장 앞서
화이트 바이오 도료를 만드는 이유가 이것이다.



USDA 인증으로 기술력을 입증하다

지난 8월 17일, 노루페인트는 건축용 페인트인 팬톤 우드&메탈과 바닥재 페인트인 에코 바이오 우레탄 라이닝이 미국 농무부의 'USDA Certified Biobased'(이하 USDA)를 획득했다고 발표했다. USDA 인증은 미국 농무부가 환경 보호와 화이트 바이오 산업 증진을 위해 운영하는 것으로 제품 카테고리별로 기준치 이상의 생물 자원 원료 즉, 바이오 매스 사용을 지정하며 서류 심사와 제품 시험을 통해 그 적합성을 보증한다.

이 심사와 시험의 통과 연락을 받은 날, 안윤수 차장과 이원기 차장을 비롯한 건축기술1팀과 수지연구팀 등 노루페인트 연구소는 “드디어 됐다!”라는 짜릿한 탄성과 함께 기쁨에 휩싸였다. 국내 최초의 USDA 인증으로 NOROO의 앞선 기술력이 입증된 것이다.

“팬톤 우드&메탈과 에코 바이오 우레탄 라이닝은

팬톤 우드&메탈이 시공된 롯데월드 그릴싸진관 현장.
팬톤 우드&메탈은 에코 바이오 우레탄 라이닝과 함께
USDA 인증을 획득했다.





식물성 오일인 바이오 매스를 사용한 친환경 화이트 바이오 도료입니다. 국내의 친환경 인증에는 아직 바이오 매스 원료에 대한 인증 항목이 없어서 미국의 USDA 인증으로 이를 공인한 것이죠. 저희는 엄격한 인증을 통해 소비자들께 그리고 지구에게 유익한 제품을 전하고 싶었습니다. 그래서 보다 일찍 개발에 착수했죠.” 안윤수 차장은 성공의 흥분을 전하며 설명을 이었다.

“시작은 팬톤 우드&메탈이었습니다. 2017년에 출시했으니 정말 선도적인 화이트 바이오 도료지요. 하지만 그때는 탄소중립에 대한 시장의 이해도가 지금처럼 높지 않았던 터라 탁월한 기능성 위주로 홍보했고, 많은 주목과 호평을 받았습니다. 이제는 화이트 바이오, ESG 등이 점점 알려지고 있어 저희의 앞선 시도가 반향을 일으키리라 생각하고 에코 바이오 우레탄 라이닝을 새롭게 출시한 것이죠.”

오래 전부터 준비해온 만큼 노루페인트의 화이트 바이오 도료 기술은 시장의 빠른 반응을 얻고 있다. “기업들 역시 탄소중립과 ESG 경영을 돕는 차별화된 도료가 필요하기에 저희에게 협력 요청이 오고 있습니다. 앞으로 BtoB는 물론 수출 등을 위해서도 화이트 바이오 도료를 늘리고 국제적 인증을 확보해 갈 계획입니다.”



“팬톤 우드&메탈과 에코 바이오 우레탄 라이닝은 식물성 오일인 바이오 매스를 사용한 친환경 화이트 바이오 도료입니다.”

탄소중립, 바른 생산과 소비로 이룬다

USDA 인증을 받기 위해서는 바이오 매스 소재를 사용하고, 해당 제품군 기준치 이상의 바이오 탄소 함량을 포함해야 한다. 팬톤 우드&메탈은 아마씨유 추출 물질 43%, 에코 바이오 우레탄 라이닝은 옥수수유 추출 물질 48%를 사용해 기준을 상회하는 수치로 USDA 인증을 받았다. 이원기 차장은 지난했던 개발 과정을 설명했다. “석유 화학 제품과 유사한 물성을 가진 바이오 매스를 찾는 게 쉽지는 않았습니다. 내구성과 친환경성의 균형을 고려하며 다양한 원료로 수많은 테스트를 거친 끝에 적합한 소재를 찾았을 때 정말 기뻐요.”

이러한 연구 개발 끝에 완성된 화이트 바이오 도료는 석유계 물질을 이용한 도료와 동일한 성능을 발휘한다고 이원기 차장은 말한다. “한때 천연 페인트



인간과 지구를 위한 화이트 바이오 도료, 팬톤 우드&메탈은 다양한 컬러와 뛰어난 성능을 가지고 있다. 롯데월드 그릴싸진관은 팬톤 우드&메탈로 시공되어 친환경적이고 아름다운 포토존으로 연출되었다.



라고 홍보하던 타 회사 제품의 경우, 물성이 좋지 않았던 적이 있습니다. 하지만 노루페인트의 신제품들은 완벽한 성능을 구현하기에 일반 소비자들께서는 기존 도료와의 차이점을 못 느끼실 겁니다.” 이는 장점과 단점의 양면을 가진다고 이원기 차장은 덧붙였다. “기존의 석유계 도료들도 유기화합물을 최소화하고 냄새를 없애는 등 인체에 유해한 요소를 배제했기에 소비자들은 화이트 바이오 도료가 그것과 무슨 차이가 있나 하실 겁니다. 그런데 가격은 기존 도료보다 높으니 손이 선뜻 안 갈 수 있죠. 하지만 이제는 사용자뿐만 아니라 지구 전체에 대한 유해성을 따져야 할 때입니다. 생산 과정에서도 탄소를 줄이는 제품을 소비할 때 우리와 다음 세대의 미래가 더 안전할 수 있습니다.”

안윤수 차장과 이원기 차장이 팬톤 우드&메탈, 에코 바이오 우레탄 라이닝의 성과에 더없이 보람을 느끼는 것은 이 때문이다. NOROO의 성장과 더불어 지구의 환경을 위한 진일보이고, 도료 업계에서 가장 앞서 사회적 책임을 수행한 개발과 생산이다. 노루페인트의 바른 생산이 바른 소비로 이어지며 우리 모두를 위한 선순환이 이뤄지길 기대해본다.





페인트로 탄소중립을 앞당기는 방법

노루페인트는 가장 앞서 다양한 소재와 원료의 친환경 페인트를 개발하며 탄소중립을 앞당기고 있다. 화이트 바이오 기술을 사용한 팬톤 우드&메탈과 에코 바이오 우레탄 라이닝, 온실가스 저감용 방오필름 등이 그것이다. 이들 제품은 주거 공간과 상업 공간, 산업 현장에서 사용자의 안전은 물론 지구의 환경까지 지켜줄 것이다.



선박의 온실가스 배출을 낮추는 저마찰 방오필름

수면 아래 잠기는 선박의 표면에는 따개비, 굴, 해초류 등 수중 동식물이 달라붙곤 한다. 이를 방지하기 위해 사용하는 방오도로 중 일부는 수중에서 코팅 도막이 서서히 녹아 방출되면서 해양 오염에 영향을 미친다. 노루페인트는 이를 막기 위해 방오필름 기술을 개발 중이다. 이 기술은 '저마찰 방오 실리콘 코팅 소재와 필름 표면 조절 및 처리' 관련 복합 기술로 구성되어 기존 선박 도장 시 스프레이 타입의 방오도로로 비산되어 발생하는 VOC를 제거하고 도장 공정을 간소화하여 생산성을 향상시킨다. 또한 해수와 저마찰 성능을 구현해 선박의 연비 및 온실가스 배출을 저감시킨다. 지난 2017년 산업통상자원부가 주관하는 산업핵심기술개발사업의 과제로 수주해 4년간의 연구 개발 끝에 노루페인트는 지난해 12월 선박용 방오필름 신소재 관련 특허를 출원했으며 올해 말 조선산업의 친환경 ESG 방오필름 기술에 대한 개발을 완료할 예정이다.

앞으로 선박용 도료 시장에서 가치창출형 친환경 기술과 도료에 대한 경쟁이 치열하게 전개될 것으로 예상되는 가운데 필름형 방오도로는 선주에게는 선박의 연비 향상, 온실가스 배출 저감 효과를, 조선사에게는 생산성과 안전성을 높여주며 환경적으로도 순기능을 할 것으로 기대된다. 노루페인트는 해당 기술을 더 연구하고 발전시키며 기후변화 대응에 필요한 저탄소·에너지 저감형 신소재 부품으로 경쟁력을 확보해 나아갈 예정이다.



튼튼하고 안전한 바닥은 에코 바이오 우레탄 라이닝

에코 바이오 우레탄 라이닝은 학교, 공공건물, 상업시설 등 친환경성을 요구하는 구조물에 사용하는 바닥재용 제품으로, 바이오 매스를 기반으로 한 소재를 사용(바이오 탄소 함량 48%)하여 팬톤 우드&메탈과 함께 2021년 미국 농무부에서 USDA Certified Biobased 인증을 받은 2액형 무용제형 우레탄 라이닝 도료이다. 에코 바이오 우레탄 라이닝은 기존의 라이닝 바닥재와 마찬가지로 1회 도장만으로도 후막 도장이 가능하며, 우수한 평활성으로 도장 후 유려한 외관을 형성한다. 또한 바이오 기반 물질로 구성되어 있으면서도 부착성, 충격 흡수, 내스크래치성, 난연성 등에서 우수한 물성을 보여주는 고급 폴리우레탄 라이닝 도료이다.

식물 원료를 사용하면 식물의 재배 면적 증가를 촉진하여 지구의 이산화탄소 흡수율을 높게 된다. 에코 바이오 우레탄 라이닝은 옥수수유를 효과적으로 적용한 기술로 차세대대를 위해 탄소 저감을 돕는다. 앞으로 많은 현장에서 이러한 제품이 널리 적용될 때, 탄소 중립의 시기를 조금이나마 앞당길 수 있을 것이다.



목재와 철재 페인팅에는 언제나 팬톤 우드&메탈

팬톤 우드&메탈은 TVOC/톨루엔/포름알데하이드 방출량과 VOC/VACs 함유량이 환경표지 관리기준 이하이고, 중금속 불검출 기준을 통과하는 등 안전한 물성으로 일찍이 환경부의 친환경 인증마크를 보유한 데 이어 2021년에는 미국 농무부가 운영하는 USDA Certified Biobased 인증을 획득했다. 그야말로 국내외의 공인을 받은 친환경 도료이자 화이트 바이오 도료이다. 친환경성과 함께 뛰어난 내구성을 자랑하는 팬톤 우드&메탈은 철재 및 알루미늄 소지에 부착이 우수하고 목재 소지 침투력 또한 탁월한 수성 우레탄 알키드 타입의 페인트로 일반 수성페인트보다 도막이 단단하게 마감되어 물, 스크래치 등에 강하다. 이 때문에 내부와 외부에 모두 사용이 가능한데 특히 물이 자주 닿는 욕실 문, 싱크대 상하부장 페인트로 인기가 높고 비바람과 자외선 등 거친 외부환경에 노출된 어린이 놀이시설의 철재 및 목재 도장으로도 적합하다. 젯소칠을 생략해도 될 정도로 부착력이 뛰어나 작업 시간을 크게 줄여주는 것도 장점. 반광, 에그셸광의 광도와 더불어 2,100여 가지의 팬톤 컬러를 구현하기 때문에 원하는 시각적 효과를 얼마든지 구현할 수 있다.

CULTURE GALLERY



미술, 아름답고 가치있는

미술에 대한 관심이 뜨겁다. 일상과는 먼 이세계(異世界), 그 야말로 순수한 이상의 세계로만 여겨지던 파인 아트의 다종 다양한 미(美)에 새로이 눈뜨는 이들도, 재테크 효과의 탁월 함에 눈을 반짝이는 이들도 늘고 있다. 이상적 아름다움과 현실의 가치를 동시에 가질 수 있는 미술에 좀 더 가까이 다가 본다.





미술이 주는 감각의 고양, 가치의 상향

“나는 우리 삶에 생존만 있는 게 아니라 사치와 허영과 아름다움이 깃드는 게 좋았다. 때론 그렇게 반짝이는 것들을 밟고 건너야만 하는 시절도 있는 법이니까.” 소설가 김애란의 산문집 『잇기 좋은 이름』 중 한 구절이다. 코로나19 속에서 ‘생존’이 삶의 화두인 이 시절, 우리에게 반짝이는 징검다리가 그 어느 때보다 절실하다. 미술은 다리를 이루는 단단한 징검돌 중 하나이다.

위로의 미술

지난해 여름, 한국화가 김보희의 개인전이 열린 삼성동 금호미술관 앞에는 사람들이 줄지어 섰다. 코로나19로 집콕이 장려되고 문화 활동이 절멸되어가던 때였음에도 이 전시는 약 두 달간 총 1만 8천여 명이 관람하며 국내 현역 작가의 전시로는 최고의 흥행 기록을 남겼다. 흥행의 요인으로는 BTS의 멤버로 미술 애호가인 RM이 관람하며 SNS에 소개한 것이 꼽히지만 “작가가 그린 제주의 아름다운 풍광이 코로나19 시대에 위안과 치유가 되어주는 듯하다.”라는 큐레이터의 설명이 그보다 더욱 와닿는다.

그림은 위로가 된다. 음악, 영화, 책 등 예술이 위로를 전하는 방법은 다양하다. 그중 미술 작품은 가장 짧고도 가장 긴 시간으로 우리를 위로한다. 1초의 눈 맞춤으로도 미술은 관람자의 정신을 휘어잡을 수 있으며, 천 년이 지나도 변하지 않는 외형으로 유한한 생을 사는 인간을 전율케 한다. 그 효과는 신체로 옮겨가기까지 하여 스탕달 신드롬-미술품이나 예술 작품을 본 순간 격렬하게 일어나는 각종 흥분과 탈진 현상-을 일으키기도 한다. 그만큼 마음과 정신에 빠르게, 깊숙이 관여하는 미술은 위로의 힘도 세서 슬픔을 녹여내곤 한다.

김보희의 작품은 실제로 보는 제주 이상의 감상을 낳는다. 푸르른 바다의 재현을 넘어 바다 앞에서 느끼게 되는 감동과 감화까지 전한다. 그림 앞에서 우리의 감각은 고양되고 사고는 확장된다. 녹아내린 슬픔을 평온으로, 기쁨으로, 새로운 발견으로 바꾸어내는 것이 미술의 위로다.

취향의 미술

SNS가 주요 소통 수단이 된 지금, 미술 작품은 개인의 취향, 혹은 트렌디함을 드러내는 소품으로도 작용하곤 한다. 요즘의 인테리어 사진에서 자주 등장하는 ‘무심히 놓인 액자’ 안에는 앙리 마티스나 피카소의 간결한 드로잉이 담겨 공간의 주인이 ‘모던하고도 고급스러운 취향’임을 슬



며시 전한다. 심미성에 집중된 미술관의 공간 자체도 SNS의 사진에 멋진 배경이 된다. 그 때문인지 흥행하는 전시는 촬영에 적합한 장소나 작품인 경우가 많다. SNS에 올라간 멋진 사진들로 바이럴 마케팅되어 새로운 관람객을 전시장으로 불러들인다.

이런 트렌드에 대해 “미술을 유행으로만 즐기는 것 아닌가?”, “예술 작품이 소품일 뿐인가?”라는 비판이 나올 수도 있다. 그러나 유행으로 소비하고, 소품으로 소모하는 것 또한 미술을 즐기는 여러 방법 중 하나이다. 꾸준히 즐기다 보면 자신의 취향도 생기게 된다. 일단 유행하는 그림을 걸기 위해 액자를 샀다면 다음에는 다른 그림을 찾아보게 될 것이다. SNS에서 좋아 보이는 전시에 갔다가 자신의 인생 작품을 만날 수도 있는 일이다.

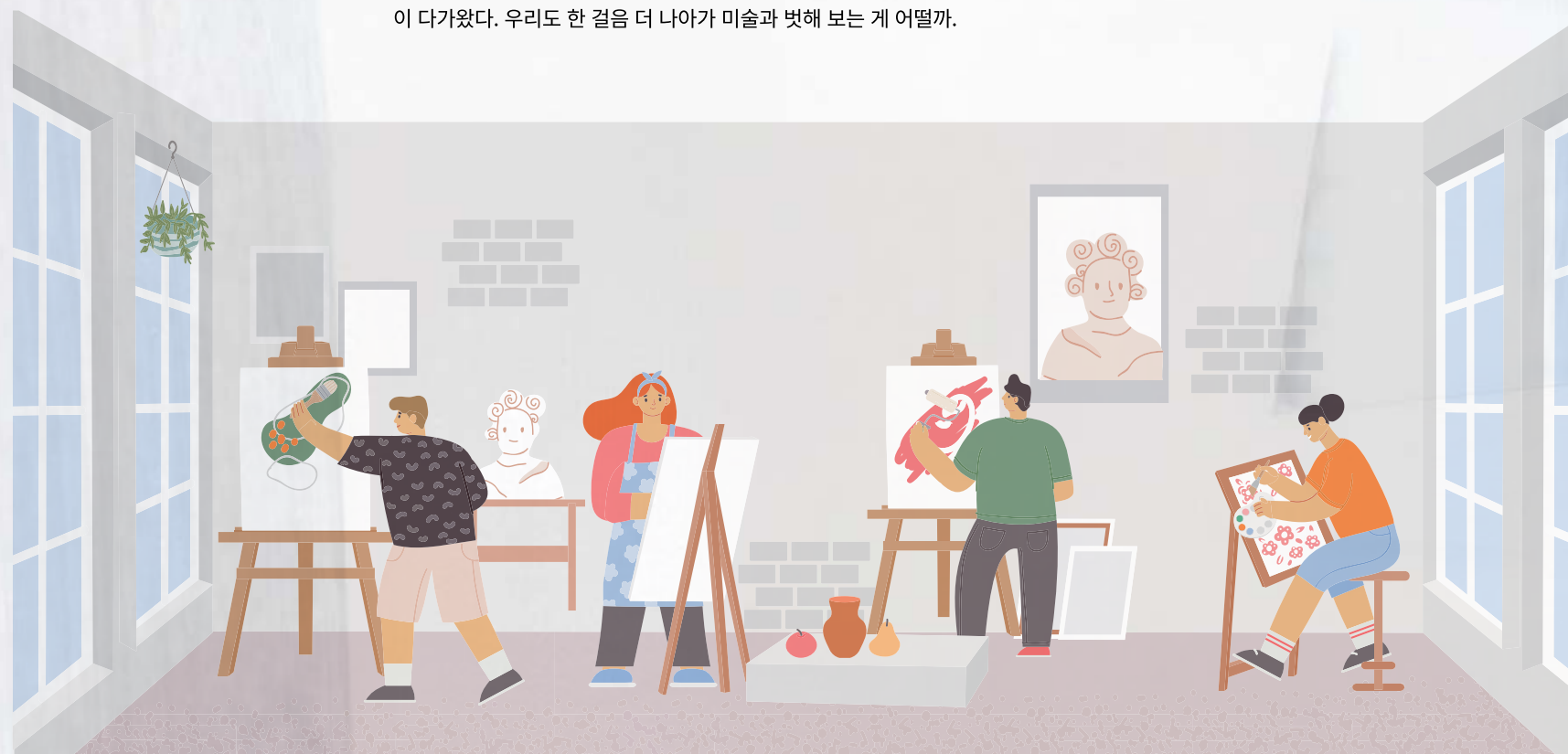
어떤 동기에서건 미술관을 찾는 이들은 늘고 있다. 한국문화관광연구원 이 2년에 한 번 집계, 발표하는 문화향수 실태조사에 따르면 미술 전시 관람률은 2012년 10.2%에서 2018년에는 15.3%까지 높아졌다. 미술관을 목적지로 하는 택시 이용률이 2018년 7, 8월에는 2017년의 같은 기간보다 234% 증가했다는 연구 보고도 있다. 늘어가는 관람객과 함께 그들의 취향 역시 세분화되고 발전할 것이다.

가치의 미술

늘어난 것은 관람객의 숫자뿐만이 아니다. 미술품의 거래액도 늘었으며 렌탈 시장도 확대되고 있다. 갤러리들의 ‘미술품 장터’인 화랑미술제의 2021년 작품 판매액은 예년의 2배를 넘겼다. 젊은 관람객의 비중도 늘었다고 한다. 최근 미술품 투자에 대한 MZ 세대의 관심이 높아졌음을 보여주는 일례다. 부자의 전유물로 여겨지던 미술품이 ‘아트테크’라는 이름으로 주식이나 부동산과 같은 투자 대상으로 각광받고 있다.

미술품 거래 플랫폼 아트앤가이드를 운영하는 김재욱 대표는 미술품 투자에 대해 ‘감가상각이 일어나지 않고, 금융상품의 리스크를 낮추는 포트폴리오 효과가 있으며, 수익률이 높고, 시장 가능성이 크며, 환금성이 있다.’는 것을 장점으로 꼽았다. 세제 혜택도 빼놓을 수 없는 매력 포인트이다. 고가의 미술품을 공동구매해 일부 지분을 가질 수 있는 ‘조각 구매’도 새로운 투자 형태로 등장해 ‘아트앤가이드’ 외에도 ‘아트투게더’, ‘테사’ 등 플랫폼이 증가했다. 실물 작품을 디지털 자산화하여 NFT(Non Fungible Token 대체 불가 토큰)의 기술로 소유권을 증명하고 거래하며, 새로운 작품까지 자유롭게 만들 수 있는 시장도 준비되고 있다.

마음을 위로하고, 취향을 대변하는 미술은 다양해진 구매 방법으로 가치 투자의 대상이 되어 우리에게 더욱 가까이 다가왔다. 우리도 한 걸음 더 나아가 미술과 벗해 보는 게 어떨까.





페인팅 앞에서 한계는 없다

노루페인트 & 아트 오브 뱅크시

<The Art of Banksy-Without Limits> World Tour in Seoul



게릴라 아티스트, 거리의 아트 테러리스트 등으로 불리며 21세기 미술계에 뜨거운 이슈를 만드는 '얼굴 없는 화가' 뱅크시. 언제나 화제를 몰고 다니는 그의 작품 세계를 한 자리에서 볼 수 있는 전시가 성수동 더서울라이티움에서 열렸다. 노루페인트로 페인팅된 벽 위에서 그의 메시지는 한계를 넘어 생생하게 전달되고 있다.



메시지를 전달하는

벽화



평균 작업 시간 35초, 재료는 페인트와 400mL 스프레이, 작품가 최고액 100억 원 추정. 자신을 거리의 낙서가(street graffiti writer)라고 부르는 뱅크시의 단면들이다. 그는 30여 년 가까이 철저히 익명으로 활동하며 주 무대인 런던을 비롯해 독일, 오스트리아, 프랑스, 팔레스타인, 스페인, 미국 등 세계 곳곳의 벽에 사회적 메시지를 담은 자칭 '낙서'를 그렸다. 전쟁, 난민, 불평등, 환경 파괴, 상업주의 등 사회 문제와 세상의 부조리를 예리한 패러디로 강하게 전달하고 한눈에 이해시키는 그의 낙서는 갑자기 나타나고, 또 사라진다. 낯은 동네의 허름한 벽, 국경을 가로막는 거대한 벽, 미술관의 고상한 벽 등 모든 공간이 그의 메시지 전달의 도구로 이용되고, 지워지고 철거되는 과정마저 작품에 의미를 더한다.

이번에는 노루페인트가 그의 메시지를 전달하는 공간을 만들었다. <The Art of Banksy - Without Limits> World Tour in Seoul(이하 아트 오브 뱅크시 서울)의 더서울라이티움 전시장에 팬톤페인트와 순&수페인트를 협찬한 것. 액자 안의 작품을 또렷이 부각하는 순&수 WT 1008 Morning air의 화이트, 벽화가 그려졌던 낡은 시멘트 벽의 재현을 돕는 팬톤페인트의 그레이들, 그의 작품에서 빼놓을 수 없는 블랙을 옮긴 PANTONE 19-4305 Pirate Black, 디즈니랜드를 연상시켜 '디즈멀랜드(Dismaland)' 연출을 돕는 PANTONE 12-0643 Blazing Yellow의 선명한 옐로 등으로 페인팅된 전시장은 관람객을 작품 속으로 한껏 끌어들이는다. 전시에 빠져들면 세상의 이면을 제대로 보라고 킁킁 대며 웃는 소리가 귓가에 들릴지도 모른다. 그것이 작가의 목소리일지는 알 수 없다. 그의 욕성은 알려지지 않았으니 말이다.





전시장에서 만나는 세계의 거리

<더 아트 오브 뱅크시 서울>에는 뱅크시의 오리지널 작품 27점, 레플리카(인쇄) 90점, 설치 및 조각 16점, 재현 벽화 18점 등 총 151점의 작품이 전시되어 있다. 보통의 전시와는 달리 구획을 나누지 않아 관람객은 내키는 대로 각자의 동선을 만들며 관람하게 된다. 어디서 어떤 작품이 갑자기 나타날지 모르는 거리의 그라피티처럼 전시장을 즐기는 식이다. 페인팅, 조각, 설치, 영상을 넘나드는 그의 '제약 없는' 작품 세계를 아우르는 전시 방법이다. 작품 수도 많은 데다가 모두 자세한 캡션이 마련되어 있어 관람 시간이 꽤 걸린다. 캡션을 일일이 넣은 것에 대해 주최 측인 LMPE 컴퍼니의 박봉수 본부장은 '메시지의 전달'을 강조했다.



질문을 던지는 미술

뱅크시는 이렇게 말한 바 있다. “사람들은 나를 아주 좋아하는 게 아니면 매우 싫어한다. 그것도 아니면 아예 관심이 없거나.” 그의 작품이 발견될 때마다 아이러니도 양극단으로 발생한다. 빈부의 격차를 비꼬는 벽화가 그려진 동네의 집세가 오르자 한 주민은 그의 웹사이트에 그림을 그리지 말라고 부탁하는 메일을 보내기까지 했다. 2018년 경매에서 그는 자신의 작품이 15억 원에 낙찰되자마자 현장에서 파쇄를 시도하기도 했다. 미술 시장을 비판하려는 작가의 의도는 반대로 작품의 추정가를 100억 원까지 높여 놓았다. 이러한 일화들은 그의 명성을 재점화하고 메시지를 급속히 한다. 블랙홀처럼 모든 이슈를 빨아들이는 뱅크시의 작품을 통해 우리는 다시 생각해 보게 된다. 미술은 무엇인가. 미술은 어떻게 드러나고 전달되며 힘을 얻는가. 전시장의 하얀 벽은 그 생각을 튕기고 또 튕기며 생각의 파장을 키울 것이다. 전시는 2022년 2월 6일까지 계속된다.



상상은 예술을 통해 현실이 된다

노루페인트 & 에릭 요한슨 사진전
<Beyond Imagination>

눈을 뜨고 꿈을 꾸는 기분이 이런 걸까? 두벽두벽 걸어 들어간 곳은 분명 서울 한복판의 전시장인데 갑자기 발이 붕 떠오르더니 시공간의 개념이 어긋난 낯선 풍경 속에 불시착한다. 초현실주의 사진가 에릭 요한슨은 이렇게 우리를 꿈속으로 데려간다. 사진으로 현실이 된 상상 속에서 출구를 찾는 방법은 전시장의 컬러를 따라가는 것뿐이다.



현실의 조각이 모인

초현실의 퍼즐

여행가방을 꾸린 어린이가 선착장에서 무엇인가를 기다린다. 끈을 묶어 꼭 잡고 있는 종이배는 떠나고 싶은 마음만큼의 크기를 하고 있지만 한낮의 띄약별 아래 이들을 데려갈 바람은 감 감무소식이다. 어느 언덕에서는 달을 교체하는 서비스 센터 직원들이 업무에 한창이다. 밝고 둥근 보름달을 하늘에 걸고, 어둡고 낡은 달은 운반용 차에 싣는다. 쇼핑몰의 에스컬레이터에서 조금 전 내린 이는 지금 어리둥절한 상태이다. 아래층은 분명 쇼핑몰이었는데 한 층 올라온 이곳은 어둡고 이끼 낀 숲속이기 때문이다. 에릭 요한슨의 사진 속에서 우리는 그 쇼핑객처럼 자꾸만 얼떨떨해진다. 시선의 시작은 현실이었으나 곧 환상으로 옮겨진다. 한 프레임 안에서 이뤄지는 전환의 속도가 너무나 빨라서, 우리는 급발진하는 차 안에 있는 것처럼 순간 아득해지곤 한다. 안정을 위해 어딘가를 잡고 싶어 지듯 시선은 사진에 더욱 달라붙는다. 하나하나 뜯어보면 모든 요소는 일상의 것들이다. 그런데 기묘한 조합과 수 백 장에 달하는 레이어의 중첩으로 몽환적인 이미지가 된다. 에릭 요한슨이 스스로 표현했듯 그의 작품은 “서로 다른 현실의 조각들을 모아 만든 초현실의 퍼즐”이다. 이 퍼즐은 현실에서 환상을, 그리고 그 너머를 바라보게 한다. 63아트에서 열리는 <Beyond Imagination> 전시이다.



컬러를 따라가며 상상을 펼치다



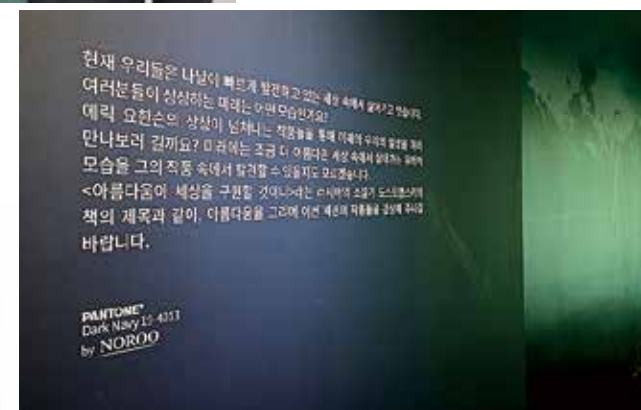
<Beyond Imagination> 전시장에 들어서는 길은 마치 여행길과도 같다. 순식간에 고도를 높이는 엘리베이터와 시원스레 펼쳐진 하늘과 한강의 뷰가 비행의 기분을 주고 전시장 입구에서 관람객을 맞이하는 PANTONE 19-4245 Imperial Blue의 선명한 파랑은 에릭 요한슨의 스웨덴을 떠올리게 한다. 그래서일까, 다섯 개로 나뉜 전시 섹션의 첫 번째 주제는 ‘혼자만의 여행’이다. 전시장의 벽에는 팬톤페인트의 다양한 컬러가 쓰여 주제에 따라 분위기를 바꾸고 동선을 자연스럽게 이끈다. 조용히 눈이 녹는 가운데 살짝 다가온 봄을 전하는 컬러, PANTONE 13-4306 Ice Melt는 차분한 여행의 시작을 돕는다. 두 번째 섹션인 ‘내가 보는 세상’의 PANTONE 19-4245 Imperial Blue는 작품들의 주제를 더욱 명확하게 만든다. PANTONE 15-3817 Lavender는 추억을 꺼내보는 세 번째 섹션에서 우아한 힘을 발휘했다. 네 번째 섹션, ‘나만의 공간’을 견고하게 지켜준 건 PANTONE 18-1553 Adrenaline Rush의 강렬한 빨강이다. 우주를 느끼게 하는 PANTONE 19-4013 Dark Navy와 자연의 건강한 재생력을 전하는 PANTONE 18-6018 Foliage Green은 마지막 섹션 ‘미래의 일상’에서 다양한 상상을 일으켰다. 전망 좋은 코너에 재현한 작가의 작업실과 아트샵은 순&수 항바이러스 V-가드 페인트와 화이트 바이오 기술의 팬톤 우드&메탈 페인트를 사용해 안전과 친환경성을 더했다.



에릭 요한슨은 스케치에서 시작한 상상의 장면을 완벽히 구현하기 위해 구도와 조명을 정확히 계산하여 실제 자연과 인물, 소품을 촬영한 후 이를 세밀하게 조합해낸다. 이번 전시장은 컬러 또한 섬세하게 설계되어 작품에 대한 감상을 증폭시켰다.

전시를 위해 내한한 에릭 요한슨은 노루페인트의 컬러에 대해 “색감이 정말 인상적인 데다가 작품과 굉장히 조화롭다. 섹션마다 다른 컬러가 분위기를 잘 연출해준다.”라고 감탄했으며 특히 순&수 항바이러스 V-가드 페인트의 기능성을 전해 듣고 “이런 페인트는 처음 접했다. 코로나19 속에서 정말 필요한 페인트”라고 평하며 놀라움을 표했다. 전시장의 벽면에 팬톤페인트의 컬러 넘버와 이름이 표기된 것에 대해서도 “컬러에 관심이 가는 분들은 바로 적용할 수 있는 좋은 방법”이라고 호평을 남기기도 했다.

이번 전시는 2022년 3월 6일까지 <에피소드 1>이 진행된 후, 2022년 10월 30일까지 이어질 <에피소드 2>에서는 신작과 미디어 작품을 추가하는 등 구성을 새롭게 정비할 예정이라고 한다. 서울의 풍경과 아름다운 컬러 사이로 현실 너머를 여행해 보자. 예술적 상상이 우리를 데려다줄 것이다.





NOROO PEOPLE

가을은 최고조에 달한 계절의 불꽃놀이를 보여주는 듯합니다. 연두와 분홍으로 시작되었던 봄, 진한 초록과 시원한 파랑의 여름을 지나 타오르는 빨강의 가을은 이제 하얀 겨울을 준비 하라고 하죠. 이러한 자연의 컬러를 NOROO는 페인트로 옮겨 사계절이 지나가는 공간을 아름답게 채웁니다. 벽화로 애국심을 전하고, 건물을 튼튼하게 지키며, 개성 있는 인테리어를 완성하는 NOROO의 이야기를 만납니다.



노루페인트가 롯데월드에 오픈한 할로윈 하우스 포토존으로
<HORROR HALLOWEEN-The Escape> 축제는 11월 21일까지 진행된다.

100년 건축을 지켜줄 노루페인트 큐피트 마스터

업계 최초의 외벽 노화 방지 다기능 수성페인트

노루페인트는 최근 건물 노화 방지용 다기능성 페인트 ‘큐피트 마스터’를 출시하고 이와 관련해 ‘콘크리트 구조물의 중성화 방지 수성 페인트 및 이의 제조 방법’으로 특허권도 출원했다. 뛰어난 기능으로 건축물의 수명 연장을 이루어내는 큐피트 마스터의 이야기를 건축기술1팀과 마케팅팀에게서 들어본다.



건물의 수명을 늘리는 페인트

우리는 일상의 대부분을 건물 안에서 지낸다. 사무실이나 공장에서 일하고, 학교에서 공부하고, 집에서 쉬는 등 거의 모든 활동이 건물에서 이루어지기에 건물의 안전은 곧 우리의 안전이라 할 수 있다. 노루페인트는 이러한 건물의 노후화를 막아 안전을 지키는 특급품 수성페인트 큐피트 마스터를 최근 출시했다. 큐피트 마스터는 KS 1급 표시 품목에 더하여 발수성, 탄성, 고내후성, 내세척성, 내알칼리성 등 뛰어난 기능을 추가로 갖추어 건물을 보호하고 수명을 연장한다. 이 기능들이 건축물을 어떻게 보호할까? 큐피트 마스터를 개발한 건축기술1팀의 김문우 차장이 설명한다.

“일반적인 철근 콘크리트 건물은 100년 이상 갈 정도로 내구성이 높은 구조물입니다. 하지만 그것은 콘크리트가 원래의 성질인 강알칼리성을 유지할 때의 이야기죠. 빗물이 침투하면 콘크리트가 중성화되면서 철근에 녹이 슬고, 녹슨 철근은 부피가 팽창하여 구조에 변화를 일으키고 크랙을 유발합니다. 중국에는 붕괴에 이르게 할 수도 있고요. 큐피트 마스터는 우수한 내후성으로 도막이 오랫동안 유지되어 콘크리트와 철근을 보호합니



치열한 연구와 거듭되는 실험으로 개발된 큐피트 마스터는 기존 도료 대비 1.5배 이상 긴 촉진 내후성 테스트 결과로 월등히 우수한 성능을 보여주었다.

다. 단단하고 강인한 도막은 수분의 침투를 막는 표면 발수도가 R7 이상으로 뛰어난 동시에 탄성도 좋아 미세 크랙이 잘 생기지 않습니다. 덕분에 콘크리트의 중성화를 막을 수 있죠.” 치밀한 발수와 탄성을 동시에 구현해야 하는 것은 고도의 기술을 필요로 한다. 김문우 차장은 이 과정이 쉽지는 않았다고 말한다. “수지연구팀과 함께 수지부터 함께 개발했습니다. 새로운 수지에 맞춰 도료를 배합하는 과정을 계속 반복했지요. 현장에서 작업성도 고려해야 했습니다. 100% 아크릭 에멀전으로 내후성은 극대화되 시장이 느낄 가격의 부담은 최소화하기 위해 노력했습니다.” 치열한 연구와 거듭되는 실험으로 개발된 큐피트 마스터는 기존 도료 대비 1.5배 이상 긴 촉진 내후성 테스트 결과로 월등히 우수한 성능을 보여주었다. “큐피트 마스터는 외부 환경에 의한 오염 없이 초기 외관을 오래도록 유지해드릴 것입니다.” 김문우 차장의 목소리에는 뿌듯함이 배어 있다.

“노루페인트는 노화 방지에 특화된 다기능 페인트, 큐피트 마스터를 업계 최초로 출시함으로써 남다른 강점을 갖게 되었습니다. 5~7년마다 재도장을 하는데 큐피트 마스터는 이 간격을 늘려 건물 관리 비용을 절감시킬 수 있습니다.”



앞선 기술로 시장을 돌파하다

큐피트 마스터는 현재 가장 범용적으로 쓰이는 1종 1급의 외부용 수성 페인트와는 확연히 차별화된 국내 최초의 제품으로 아파트 신축 및 재도장 시장에서 두각을 드러낼 것으로 기대되고 있다. 마케팅팀의 오상진 과장은 큐피트 마스터의 특수한 기능이 소비자들에게 어필할 것이라고 말한다.

“현재 1종 1급 외부용 수성 페인트 시장은 품질이 상향 평준화된 상태에서 출혈적 단가 경쟁이 벌어지고 있습니다. 경쟁 요소는 색채 디자인에 편중되어 있는 상황이었죠. 이제 노루페인트는 노화 방지에 특화된 다기능 페인트, 큐피트 마스터를 업계 최초로 출시함으로써 남다른 강점을 갖



“큐피트 마스터는 외부용 수성페인트에 꼭 필요한 필수 기능들과 함께 특허 출원된 기능까지 추가되어 있습니다. 합리적인 선택을 해야 하는 소비자에게 최적의 제품이 될 것입니다.”라고 김문우 차장과 오상진 과장은 자신있게 추천한다.

게 되었습니다. 5~7년마다 재도장을 하는데 큐피트 마스터는 이 간격을 늘려 건물 관리 비용을 절감시킬 수 있습니다. 외부용 수성페인트에 꼭 필요한 필수 기능들을 모두 가지고 있고 특허 출원된 기능까지 추가되어 있으니 합리적인 선택을 해야 하는 소비자에게 최적의 제품이 될 것입니다.”

오상진 과장은 아파트 신축 시장의 대형 건설사들 역시 큐피트 마스터의 성능에 관심을 보인다고 밝혔다. “반응이 빨리 나타나고 있습니다. 건설사 역시 마케팅이 중요하니 이 제품의 특별한 스펙이 소구력이 있지요. 정부의 정책 또한 건축물의 내구성을 더욱 강화하는 방향으로 나아갈 것으로 예상되는 터라 큐피트 마스터가 활약할 기회가 많을 것입니다. 이를 위해 열심히 판촉 중입니다.”

예정보다 더욱 빠른 신제품 개발과 발매를 위해 숨 가쁜 나날을 보냈던 김문우 차장과 오상진 과장은 큐피트 마스터 앞에서도 “이게 끝이 아니다.”라고 말한다. “소비자의 니즈를 더 만족시킬 수 있는 제품을 또 개발해야지요. 소비자는 욕심이 많습니다. 시장을 살피며 기존 제품은 더욱 보완하고 내년을 위한 신제품도 준비해야 할 것입니다.” 앞선 기술로 시장을 돌파하는 노루페인트, 그 최전선에 이들이 있다.



마음속 나의 컬러를 찾는 곳

제주의 그림 작업실, 오후 세 시의 고양이

자연을 모사(模寫)하다 보면 알게 된다. 숲을 이루는 초록, 바다를 채우는 파랑이 한 가지가 아니라는 것을. 그 많은 색을 헤아리다 보면 나무와 바다를 더 깊이 이해하게 된다. 그러니 어쩌면 그림을 그린다는 건 대상과 나를 잇는 시간일 것이다. 대상의 수많은 색 중 내 마음에 비친 것을 찾는 시간. <오후 세 시의 고양이>는 그 시간을 만드는 곳이다.



나다움을 표현하는 컬러

제주시 삼양동에 위치한 <오후 세 시의 고양이>의 문을 열면 시계를 거꾸로 돌린 듯한 공간을 만나게 된다. 발을 디딜 때마다 삐걱대는 낡은 나무 마루 위로 목직한 원목 가구가 놓여 있고 빈티지한 꽃무늬의 가림막 옆으로 진한 청록색 벽은 고풍스러움을 질게 자아낸다. 마루를 지나 들어선 작업실은 그윽한 오렌지 브라운의 벽과 깔끔한 화이트 벽이 공간을 자연스럽게 나눈다. 청록과 오렌지브라운, 화이트, 세 가지 컬러의 배치는 현관에서 작업실로 이어지는 짧은 순간 동안에도 여러 풍경을 그리게 한다. 옛 영화를 고스란히 간직한 유서 깊은 호텔의 로비, 여러 세기의 명화가 걸린 미술관, 세련된 작가의 깔끔한 작업실 등 각기 다른 분위기를 만드는 컬러는 순&수, 팬톤, 컬러 플러스 홈 등 NOROO의 페인트로 모두 페인팅 된 것. 많은 미술 재료 중에서도 가장 직관적이고도 선명한 컬러를 구현하기에 오일 파스텔을 선호하는 일러스트레이터 권예주 작가에게 생생한 컬러를 가진 노루페인트는 당연한 선택이었다.

“컬러는 자기 자신을 표현하는 메신저 중 하나라고 생각해요. 이 공간은 그대로 ‘자’와 같죠. 제가 전하고 싶은 분위기를 만들기 위해 정말 신중히 컬러를 선택했어요.” 연습장 몇 장을 컬러 차트로 채워 비교하고, 실제 페인팅 후기도 검색하며 그녀는 색



이 공간을 만들기 위해 권예주 작가는 네 겹이나 되는 벽지를 뜯어내고 핸디코트를 바른 후 페인팅을 했다.
“제가 원하는 색이 나와서 페인팅이 즐겁더라고요. 잘 마르고 냄새도 없어요.”라는 권예주 작가다.
청록색 벽은 순&수 MD5160 Turkish, 오렌지 브라운 벽은 PANTONE 17-1446 Mango를 사용했다.

을 차근차근 찾아 나갔다. 모던과 레트로가 공존하는 공간, 수강생의 작품은 물론 작업하는 모습까지 돋보이게 해 줄 컬러, 보통의 집과는 확연히 다른 느낌을 주는 과감한 컬러의 작업실이 목표였다. “매일 마음이 바뀌다가 결국 첫 의도대로의 색에 종착하게 되었어요. 정말 만족스러워요. ‘권예주 공간 같다’라는 말을 들곤 하는데요, ‘내가 표현을 잘했구나’하고 기뻐지는 순간이죠. 수강생들께서도 좋아하시고요.”

작품과의 사진 촬영을 즐기는 수강생들은 각각 다른 컬러 앞에서 제각각의 추억을 남길 수 있게 되었다. 청록색 배경은 청량한 느낌, 오렌지 브라운의 배경은 그윽한 분위기로 사진을 완성해 준다고.



핑크를 꼭 써보고 싶었던 작가는 화장실을 노루 컬러 플러스 홈 DP5210 카르멘 컬러를 이용해 과감하게 꾸몄다.
덕분에 습한 느낌 없이 경쾌한 화장실이 완성되었다.
신발장과 입간판의 고양이는 노루 컬러플러스 홈 SP4170 다니엘블루. 제주의 푸르름을 전하는 컬러다.

본능을 인도하는 컬러링



권예주 작가는 작업실 외에도 자신의 책 속 여러 공간에 컬러를 채워 넣은 바 있다. 영국의 출판사에서 출간 제의를 받아 얼마 전 발간한 글 없는 그림책 <Lockdown, with Cats>은 코로나 19로 각자의 공간에서 고양이와 함께하게 된 여러 사람의 일상을 다양하게 보여주는데, 실내의 일상이니만큼 계속 등장하는 벽의 컬러를 골라야 했다. 이러한 작업과 오일파스텔 강습을 이어가며 그녀는 컬러에 대해 더욱 깊이 생각하게 되었다.

“컬러는 본능인 것 같아요. 자기 자신이 특별히 반응하게 되는 컬러가 있는데, 모르고 있을 뿐이죠. 그걸 찾아내도록 훈련하게 컬러링인 것 같아요. 수강생들께 자주 드리는 조언이 있어요. 강조하고 싶은 것 외에는 채도를 낮추는 것입니다. 그러다 보면 좋아하는 색이 눈에 들어오게 돼요. 그 컬러는 정말이지 사람마다 모두 다르답니다.”

평온하게 낮잠 자는 고양이들처럼 나른하고 평화로운 시간이 되었으면 하는 바람으로 지은 이름, <오후 세 시의 고양이>에서 수강생들은 제주가 품은 풍요로운 컬러 중 자신의 것을 하나, 둘 찾게 된다. 그것은 노을의 수많은 보라색 중 단 하나이기도 하고, 수백 송이 해바라기 중 단 한 송이의 노랑이기도 하다. 내 마음의 컬러를 확인하고 싶다면 제주에서 <오후 세 시의 고양이>를 만나보자.



오후 세시의 고양이 제주시 삼양동에 위치한 오후 세시의 고양이 그림 작업실에서는 오일 파스텔 원데이 및 정규 클래스를 진행한다. 제주의 추억을 컬러로 남기고 싶은 이들에게 추천한다. 제주시 설촌로6길 18 / instagram@3pm.cat

빛을 담아 유리로 걸다

스테인드글라스 선캐처 체험

자연은 그대로도 아름답지만, 인간의 손을 만나면 또다른 아름다움을 보여준다. 채색된 유리 조각을 이어붙인 스테인드글라스 선캐처는 자연광을 영롱한 광채로 바꾼다. 흔들릴 때마다 산란하는 빛은 보이지 않는 바람을 드러낸다. 작은 존재로도 햇빛과 바람을 눈앞에 보여주는 스테인드글라스 선캐처, 노루페인트 해외3팀의 김상록 과장과 신승호 대리가 만들어보았다.



유머러스한 선배, 진지한 후배의 일요일 오후

색유리를 접합해 다양한 문양을 만든 것을 스테인드글라스라고 한다. 가장 먼저 떠오르는 것은 교회나 성당의 커다란 유리창일 것이다. 스테인드글라스로 표현된 성화(聖畵)는 비쳐들어오는 빛의 후광 효과로 성스러운 느낌이 극대화된다. 그런가 하면 간결한 꽃무늬 스테인드글라스로 조명을 감싸면 특유의 핸드메이드 효과가 다정하고 따뜻한 분위기를 만들기도 한다. 쓰임에 따라 화려함에서 소박함을 오가며 빛을 변주하는 게 스테인드글라스다. 김상록 과장과 신승호 대리가 만들게 될 스테인드글라스 소품은 창문가에서 햇빛을 담아낼 작은 선캐처다. 바람에 흔들릴 만큼 작아서 더욱 다각도로 빛을 뿌리게 될 터이다. 체험을 위해 방문한 곳은 문래동의 스테인드글라스 공방 메종드베르, 프랑스어로 ‘유리의 집’이란 뜻을 가지고 있다. 대표인 조설 작가가 만든 작품과 옛스러운 가구들이 어우러져 행인의 눈길을 끄는 이색적인 공방이다. 각양각색의 조명과 선캐처 사이에서 각자 고른 샘플을 들고 사진을 위해 포즈를 취한 두 사람은 어색해하면서도 밝은 미소를 지었다. 직속 상사와 부하 직원의 관계인데도 서로를 향한 장난 섞인 대화와 표정이 자연스럽다.



“저희 팀이 워낙 분위기가 좋아요. 해외 주재원들과 본사 직원들의 협력 관계가 끈끈하고 긴밀하죠.”라고 말하는 김상록 과장은 작년 이맘때에 7년간의 베트남 주재원 생활을 마치고 귀국했다고 한다. “그때 베트남 담당 본사 직원이 신승호 대리였어요. 이제는 바로 옆자리에 앉아 있지요.” 서로에 대해 한 마디씩 해 달라는 요청에 김상록 과장은 신승호 대리를 “진지하고 어른스러우며 진취적으로 일하는 후배”로 표현했다. 신승호 대리에게 김상록 과장은 “늘 유머러스한 분위기 메이커”, 그리고 “베트남 신규 개척왕”이다. 이런 평이 스스럼없을 정도로 서로에게 소탈하기에 이번 체험도 함께할 수 있었다. “집이 바로 이 근처거든요. 호기심이 생기더라고요.”라는 김상록 과장에 반해, 신승호 대리는 멀리 인천에서 왔다. 귀하디 귀한 직장인의 일요일 오후, 두 사람의 작업이 시작되었다.



푸른 고래와 붉은 별이 각각의 빛을 품고
두 사람의 손 위에서 반짝였다.
선캐처를 들여다보는 그들의 눈 역시
부드럽게 빛났다.



반짝이는 순간을 잡는 방법

“원하는 색상과 재질의 유리를 골라 보세요.” 조설 대표의 지도에 두 사람의 손이 바빠졌다. 김상록 과장은 고래, 신승호 대리는 별 모양에 맞춰 파란색, 빨간색 등의 유리 조각을 취향대로 골랐다. 조설 대표가 유리 조각의 앞뒤를 구별하여 정리해 놓으면 도안을 따라 밑그림을 그리고 유리칼로 금을 낸다. 유리칼을 쥐는 방법, 손의 각도까지 세심하게 교정을 받은 후다. 금을 새긴 유리 조각을 펀치처럼 생긴 플라이어로 툭툭 떼어 원하는 모양만 남긴 후 연마기로 테두리를 정리해 주면 1차 작업은 완료된 셈. 동테이프로 모든 조각의 테두리를 감싸 납땜으로 접합하면 완성이다.

설명은 간단하지만 과정은 녹록치 않은 법. 작업대 위로 구부러진 두 사람의 등은 2시간이 넘도록 펴지질 않았다. 집중한 손은 힘이 들어가 유리 조각을 동강내기도 하고, 납땜하며 바들바들 떨리기도 했다. 조설 대표가 마무리를 도울 때에도 두 사람의 눈은 작품에서 떠나지 않았다.



햇빛보다 찬란할 선캐처

“정말 재밌었어요. 다음엔 더 큰 것도 만들어보고 싶네요.” 마무리 세척까지 마친 신승호 대리가 허리를 펴고 뿌듯한 얼굴로 말했다. 김상록 과장 역시 시간 가는 줄 몰랐다는 말과 함께 자신의 작품을 다시 꼼꼼히 살폈다. 푸른 고래와 붉은 별이 각각의 빛을 품고 두 사람의 손 위에서 반짝였다. 선캐처를 들여다보는 그들의 눈 역시 부드럽게 빛났다. 선캐처는 밝은 태양의 기운을 집안으로 불러오기 위해 아메리카 원주민들이 사용하던 것이라 한다. 순간의 빛을 잡아두는 선캐처를 만든 어느 오후도 그렇게 추억으로 아로새겨져 유리창 옆에서 오래도록 흔들리지 않을까. 고래와 붉은 별이 담은 빛은 햇살보다 더 따스하고 찬란할 것 같다.



메종드베르 문래 창작촌의 골목에 위치한 메종드베르는 각종 소품과 조명을 판매, 주문 제작하는 스테인드글라스 전문 공방으로 다양한 원데이 수업과 정규 수업을 운영한다. 조설 대표는 직장인이었다가 우연히 본 스테인드글라스에 반해 과감히 퇴사, 지금의 공방을 3년째 운영하고 있다. 스테인드글라스의 매력을 느끼고 싶다면 메종드베르를 방문해 보자. 0507-1337-7818 / 서울 영등포구 도림로 437 1층 / [instagram@maisondeverre_s](https://www.instagram.com/maisondeverre_s)

미소를 전하고 믿음을 더하다

서울시 구로구 페인트킹

서울의 대표적인 공업지역 구로구, 경인공업지대의 핵심을 이루는 이곳에는 도시의 발전과 맥을 함께 해온 노루페인트의 특약점, 페인트킹이 있다. 50년 가까이 한 자리를 지켜온 페인트킹은 창업주인 최중전 전 대표의 딸들과 사위들이 뒤를 이어 사세를 더욱 늘리고 있다. 그 비결을 묻자 “미소와 신뢰”라고 답하는 이들. 그 이야기를 전한다.



미소와 친절로 쌓아온 역사 깊은 신뢰

페인트킹은 대로변에서 옆으로 숨은 듯 휘어진 골목 안에 위치해 있다. “예전에는 대로변에 있었어요. 주차가 어렵다 보니 아버님께서 근처에 있던 지금의 건물을 사서 옮기셨죠. 사람들은 ‘여기에 페인트 가게가 있어?’하고 의아해하기도, 장사가 잘 될까 우려도 했다지만 오히려 더 많이 찾아 주셨다고 해요.” 페인트킹의 부장이자 최중전 전 대표의 둘째 사위인 김동욱 씨는 선한 말투로 매장 이곳저곳을 소개했다. 그의 설명처럼 5층 건물의 지하층과 1층을 쓰는 페인트킹에는 손님의 방문이 끊이지 않았다. 매장 한쪽에서는 온라인 판매를 위한 택배 포장인 창이다. 매장이 복잡하니 인터뷰는 다른 곳에서 해야겠다는 김동욱 부장의 제안에 근처 카페로 이동했다. 카페 주인이 반갑게 맞아주는 모습에서 지역 토박이인 페인트킹의 세월이 또 한 번 느껴졌다. “아버님께서 35년 가까이 운영을 해 오셨고, 함께 돕다가 본격적으로 이어받은 저는 16년째 되었습니다. 45년 이상 꾸려온 사업체라고 할 수 있죠.”



김동욱 부장은 아무래도 이곳의 터가 좋은 것 같라며 말투처럼 사람 좋은 미소를 지었다. 특별히 홍보를 하지 않았는데도 소개를 받았으며, 입소문을 들었다면서 새로운 손님들이 온다고 한다. “초창기에는 아버님께서 1.5톤 트럭을 가지고 지방을 돌며 영업을 하셨다고 해요. 이제는 세상이 바뀌어서 인터넷으로 구매할 수도 있고, 지역에도 큰 대리점이 생기니 영업 방식도 바뀌는 것이겠죠. 지금은 저희도 인터넷 판매를 겸하고 있습니다.”

김동욱 부장은 노루페인트에 대해 “소비자들에게 인지도와 선호도가 높습니다. 특히 온라인 시장은 노루페인트가 꼭 잡고 있다고 생각합니다. 기능성도 좋아 시공업자들도 만족시키고요. 신제품의 마케팅, 홍보 등도 타사보다 잘하시지요.”라며 호평을 아끼지 않았다.



새로운 손님이 페인트킹을 찾는 이유는 세월의 변화
앞에서도 변하지 않는 이 특약점만의 분위기와 서
비스를 전해 들었기 때문일 것이다. “아버님께서는
미소와 친절로 고객을 대해야 한다고 강조하셨습니
다. 늘 웃는 얼굴로 최선을 다하자, 신뢰를 잃지 말자
는 게 저희 매장의 다짐입니다. 원하는 시간에, 원하
는 장소에 잘 배송하는 것도 저희가 중시하는 점이
고요. 노루페인트는 배차 시스템과 직배송 서비스가
잘 되어 있어서 도움이 됩니다.” 그리고 한 가지가 더
있다. 가족이 함께하는 끈끈한 단합력이다.

오랜 노하우로 고객 맞춤형 서비스를 제공

최종전 전 대표의 둘째 딸인 최가나 대표와 사위 김
동욱 부장, 셋째 딸인 최밀레 대리 and 사위 이창학 대
리, 그리고 오래 함께 일해온 민정호 과장, 이렇게 5
명이 페인트킹을 움직인다. 두 딸은 결혼 전부터, 그
리고 두 사위는 결혼과 동시에 페인트킹에 합류했
다. 아침 7시라는 이른 시간부터 문을 열고 명절 휴
일도 없이 일해야 해서 사람 구하기가 어려운 탓이
라고는 하나, 즐겁게 일하는 이들의 얼굴에서는 다
른 이유도 보였다.

최가나 대표는 “이 사업은 꾸준히 이어갈 수 있다는
장점이 있습니다. 우리 생활에 없어서는 안 되기에
수요와 공급이 늘 존재하지요.”라고 하며 “모두 효심
이 좋거든요. 부모님의 뜻을 따른 것이죠.”라는 말과
맑은 웃음을 더했다. 특히 사람 만나는 것을 좋아하
는 덕에 이 사업이 성격에 맞는다고. “제가 가진 전문
지식으로 고객을 도와드린 후에 일이 잘 마무리되었
다는 소식을 들으면 정말 기쁘거든요.”라고 말하는
그녀이기에 신제품 공부도 게을리하지 않는다. 현
장에서 요구하는 것을 회사에 제시하며 제품 특성
을 상의하기도 한다. 이렇듯 페인트의 역사, 트랜
드, 물성의 변화 등 노하우와 지식이 많아 현장에서
의 하자율을 낮추는 것도 페인트킹의 장점이다. 더
불어, 고객의 패턴을 잘 파악해 빠르게 대응한다. “식
당을 오래 하면 이 손님은 싱거운 걸 좋아하시는구
나, 이 손님은 김치를 많이 드시는구나 하고 알게 되



조색기에 쌓인 페인트의 두께에서 페인트킹의 역사가 느껴진다.
김동욱 부장은 이 조색기가 출시되자 바로 구입했다.
그는 “노루페인트는 컬러 구현력이 좋아요. 컬러가 매우 선명하고,
색상 종류도 다양하지요.”라고 말한다.



STORE INFORMATION

페인트킹 서울시 구로구 중앙로 13길 13 청하빌딩
02.2688.7704



잖아요. 그렇듯이 페인트에 대해서도 손님마다 어떤
제품을 선호하시는지, 어떤 면을 중요하게 생각하시
는지 알게 되죠. 저희의 응대로 손님께서 좋은 에너
지를 얻고, 기분 좋게 일을 시작하실 수 있도록 돕고
싶습니다.”라고 최가나 대표는 말한다.

작년부터 페인트킹을 담당하고 있는 노루페인트 서
울1지점의 고재덕 책임과장은 마침 집이 근처라 저
녁이나 주말에도 자주 이곳을 방문하며 삶에 대한
이야기도 자주 나눈다고 한다. 그에 따르면 페인트
킹은 “지난 1년보다 앞으로의 1년, 그 후의 1년이 더
기대되는 거래처”이다. 최가나 대표와 김동욱 부장
은 이제까지의 노하우와 고객에 대한 이해를 토대
로 새로운 지식을 더해 앞으로도 꾸준히 사업을 키
워나갈 계획이다.

“부모님께서 항상 하셨던 말씀대로 고객과의 신뢰
를 돈독히 하며 나아가려 합니다. ‘페인트 업계의 선
두가 되어보자’라는 목표로 지은 ‘페인트킹’의 이름
을 실현하기 위해 최선을 다할 예정입니다.”라는 페
인트킹의 내일을 노루페인트도 함께 응원한다.

NOROO가 꽃피운 겨레의 얼, 독립기념관 벽화

노루페인트, 벽화 조성으로 광복절을 기리다

76주년을 맞는 광복절을 앞둔 지난 7월, 노루페인트는 독립기념관의 벽화 프로젝트에 페인트를 후원함으로써 뜻깊고도 아름다운 경관을 완성했다. NOROO의 생생한 컬러로 조성된 벽화는 태극기와 무궁화, 대한민국의 다양한 상징들을 통해 우리 겨레의 얼을 다시금 꽃피워 보이고 있다.



광복의 함성, 노루페인트의 벽화가 전하다

“대한 독립의 소리가 천국에서 들려오면 나는 마땅히 춤추며 만세를 부를 것이다.” 안중근 의사가 남긴 유언이다. 1945년, 독립의 함성은 천국까지 다다라 그를 춤추게 했을 것이다. 노루페인트로 그려진 벽화에서 우리는 그날의 벅찬 함성을 다시 들을 수 있다. 독립 만세를 외치는 이들의 한복은 환한 꽃처럼 초록, 분홍, 노랑으로 기쁘게 피어난다. 태극 문양의 선명한 빨강은 독립의 열망처럼 선명하고, 미래의 희망을 담은 파랑은 더없이 맑다. 이 아름다운 벽화를 만날 수 있는 곳은 독립기념관 내 ‘독립의 다리’ 아래이다.

충남 천안에 위치한 독립기념관은 여의도의 두 배 크기에 이르는 광활한 규모로 관람객을 압도한다. 우뚝 솟은 모습으로 민족의 자주와 자립의 강건한 의지를 보여주는 겨레의 탑과 동양 최대의 기와 건물로 꼽히는 겨레의 집은 장엄한 광복의 역사를 전한다. 그 두 장소를 잇는 것이 ‘독립의 다리’이다. 독립의 다리는 중앙로 역할을 하며, 그 아래는 관내를 순회하는 태극 열차의 정거장이자 방문객들의 쉼터로 활용된다. 노루페인트는 독립의 의미를 보다 강력히 전달하고자 단국대학교 예술대학 봉사단과의 협력으로 이 자리에 벽화를 조성하였다.



해방동이 NOROO, 독립기념관과 함께하다

이곳에 벽화를 조성하게 된 것은 독립기념관 고객홍보부의 아이디어였다. 3년 전인 2018년, 독립기념관은 정문에서 겨례의 탐으로 이어지는 ‘남벌 다리’에 먼저 벽화를 조성한 바 있다. 미래를 이끌 새로운 세대에게도 독립기념관에 대해 보다 친근하게 소개하는 것이 필요하다는 생각에서였다. 노루페인트가 페인트를 전량 후원하고 단국대학교 예술대학 봉사단이 재능을 기부하여 그린 그림 덕에 이 장소는 어린이 방문객들이 가장 좋아하는 곳이 되었다.

“밝고 재미있는 그림과 포토존 덕에 어린이들에게 인기가 많았습니다. 새로이 조성하는 벽화도 관람객들에게 즐거운 휴게의 공간이자 독립의 의미를 알리는 관람의 장소가 되기를 바랍니다. 시설의 보수도 필요했구요.” 이에 고객홍보부의 임석민 주임은 다시 노루페인트에 협조를 요청했다. “노루페인트가 지역 발전과 상생을 위한 공익적인 벽화 사업에 적극적으로 참여하는 것을 여러 뉴스를 통해 접했던 터라, 가장 먼저 떠올랐었죠.” 노루페인트는 독립기념관의 취지에 동참하여 이번에도 망설임 없이 페인트 후원을 진행했다. 노루페인트는 1945년 해방과 함

께 설립된 해방동이 기업이며, 한정대 창업회장의 외삼촌인 임국정 의사가 독립운동 중 순국한 바 있다. 누구에게나 각별한 의미를 지닌 광복이지만 해방동으로 대한민국의 역사를 함께해온 노루페인트에게는 그 의미가 남다르다.



이번 벽화에는 노루페인트의 외부용 수성 페인트인 ‘큐피트’가 사용되었다. 큐피트는 내후성이 뛰어나 오랫동안 아름다운 컬러가 그대로 유지되는 고급 고내수성, 저오염 외부용 수성페인트이다. 벽화 위에는 투명 코팅제인 ‘큐피트 클리어 코트’를 덧입혀 벽화의 내구성을 더욱 높였다.



노루페인트의 컬러로 무궁화를 꽃피우다

새로 조성된 벽화 속에서 태극기를 흔드는 이들은 광복의 기쁨으로 관람객을 맞이한다. 한복 차림의 이들에게서 해방감과 행복감이 느껴진다. 다리를 떠받드는 튼튼한 기둥에는 영원히 지지 않을 무궁화가 활짝 피어났다. 마주한 벽에는 하회탈, 남대문, 한복, 독도, 소나무, 김치, 한글 등 대한민국을 대표할 수 있는 여러 상징물 사이로 ‘대한 독립 만세’의 위엄 있는 글씨와 태극 문양이 눈에 선명히 박힌다.

이번 벽화에는 노루페인트의 외부용 수성 페인트인 ‘큐피트’가 사용되었다. 큐피트는 내후성이 뛰어나 오랫동안 아름다운 컬러가 그대로 유지되는 고급 고내수성, 저오염 외부용 수성페인트이다. 벽화 위에는 투명 코팅제인 ‘큐피트 클리어 코트’를 덧입혀 벽화의 내구성을 더욱 높였다.

벽화를 그린 단국대학교 예술봉사단은 그림 옆에 “단국, 독립기념관에 희망을 그리다”라고 적어 두었다. 우리가 미래를 희망할 수 있음은 독립의 역사 덕분이다. 독립기념관에서 어제를 기억하고 내일을 꿈꾸어 본다. 생생하게 피어나는 무궁화처럼 우리의 꿈은 새로운 미래를 열고, 유구한 역사를 이어 계속 써나갈 것이다.



NEWS BRIEFING



(주)노루페인트

코로나19 위기 극복 및 ESG 경영 활성화를 위한
노사공동 선언식 진행

노루페인트는 9월 16일 노동조합과 함께 코로나19 위기 극복 및 ESG 경영 활성화를 위한 노사 공동 선언식을 개최하고 ▲직원의 건강과 안전한 근무환경 확보를 위하여 코로나19 감염증 예방과 확산 방지에 적극 동참 ▲어려운 경영환경을 공감하고, 모든 역량을 결집하여 경쟁력 강화 및 생산성 향상을 통한 경영목표 달성 노력 ▲사회공헌, 환경보호, 윤리경영을 통해 기업의 미래가치를 높이고, 지속성장이 가능한 기업이 될 수 있도록 상호 협력 ▲노사 협력의 중요성을 인식하고, 상호 신의성실의 원칙을 바탕으로 대화와 상생의 평화적 노사관계를 지속적으로 발전시킴 등의 내용이 담긴 선언문을 협의, 발표했다.

홍순철 노조위원장은 “이번 선언은 코로나19와 기후 위기, 탄소중립이라는 패러다임 전환의 기로에서 노사 협력의 중요성을 인식하고 신뢰와 상생의 관계를 지속적으로 유지 발전시켜 나가자는 의미가 있다.”고 말했으며 조성국 대표는 “직원의 건강과 안전한 근무환경 확보는 물론 기업의 사회적 책임을 다할 수 있도록 지속적으로 노동조합과 논의하고 실천하는 데 최선을 다하고 있다. 코로나19뿐만 아니라 그 이후에도 노사가 협력해서 산업 발전을 이끌어 나가겠다.”고 밝혔다.

앞서 노사는 9월 1일에 ‘23년 연속 무분규 임금협약체결’을 완료한 바 있다. 이번 선언을 통해 노사는 “코로나19 위기 극복을 위한 걸음씩 양보하여 회사내 각 부서의 사회적 책임 의식을 강화하고 ESG를 통한 지속가능경영 실현을 위해 노력하겠다.”고 말했다.

고급 건축물 내부용 다기능 프리미엄 페인트
‘순&수 세이프’ 출시

노루페인트는 도장 전문가용 프리미엄 수성페인트인 ‘순&수 세이프’를 출시, 고급 건축물 도장 시장 공략을 강화하고 있다. 순&수 세이프는 수성 내부용 1급보다 물성이 뛰어난 프리미엄급 내부용 수성 도료로, 특수 에멀전 수지와 안료를 사용해 내오염성과 세척성, 발수성이 더욱 강화되었다. 또한 우수한 인장 강도(잡아당기는 힘에 견디는 능력)로 기존의 내부용 1급 도료에는 없는 크랙 저항성을 가지고 있기 때문에 처음 도장했을 때의 컨디션을 오래도록 유지시킨다.

순&수 세이프는 HB마크 최우수 등급, 환경표지 인증, 최고 수준의 항균과 항곰팡이 성능을 보유해 안심하고 사용할 수 있으며 인체에 유해한 중금속의 불검출 또한 검증되었다. 유해가소제와 BTX(벤젠, 톨루엔, 자일렌)를 사용하지 않은 것도 특징점이다. 내부 인테리어용 상급 페인트인 만큼 컬러감도 뛰어나서 은은한 벨벳광이 감도는 마감으로 고급스럽고 미려한 외관을 연출한다. 콘크리트, 시멘트몰탈, 석고보드, 벽지 등에도 잘 도색되어 건물 내부를 품격 있게 바꾼다. 본 제품은 다중이용시설 및 기타 상업시설, 주거시설의 내부 마감용으로 출시되었으며 용량은 4L, 18L 총 2가지 버전이다.

노루페인트 마케팅팀 담당자는 많은 사람들이 이용하는 다중이용 시설에 요구되는 내오염성과 내구성, 노약자 시설에 특히 요구되는 친환경성, 고급 주거시설 등에 요구되는 고품질 다기능을 모두 만족시키는 순&수 세이프 출시를 통해 시장에서 선택의 폭을 넓히고 고객 편의성을 높이겠다고 전했다.

국내 최다 컬러 자동차 보수용 수성 조색 완제품
‘워터큐 F/P(Factory Packaging)’ 리뉴얼 출시

노루페인트는 자동차 보수용(이하 자보용) 수성 도료 브랜드 ‘워터큐 F/P’를 리뉴얼 출시했다. 워터큐 F/P는 신차와 동일한 색상을 그대로 제품화한 것으로 공장에서 조색을 완료해 출고한다. 노루페인트는 이 제품의 보유 색상을 2018년부터 지속적으로 업그레이드해 올해에는 국내 업체 중 최다 색상인 250종으로 리뉴얼했다. 워터큐 F/P는 전문적인 조색 기술이나 장비가 없어도 기존 차량과 똑같은 색을 구현해 수리 흔적 없이 도색이 가능하다. 또한 저장 안정성이 월등히 뛰어나서 오랜 기간 보관 후 재사용이 가능해 비용과 환경에 대한 영향을 최소화할 수 있다. 노루페인트는 국내외 인기 차종의 다양한 색상을 분석해 2021년의 라인업을 만들었으며, 매년 신규 색상을 추가할 예정이다.

국내 환경 규제를 모두 충족하는 수성 자보용 현장 조색 시스템 ‘워터큐’도 새롭게 출시되었다. 노루페인트의 기술력과 노하우가 집약된 워터큐는 색상과 매칭성, 작업성은 물론, 가격과 성능도 우월하며 전속 지원팀이 있어 문제 해결을 신속히 돕는다. 색상 자동보정 시스템인 ‘칼라큐’가 기존 차량의 색상값과 가장 유사한 배합을 찾아주고 목표 색상에 더 적합한 색상으로 자동 보정된 배합을 제공하여 워터큐 F/P로 출시되지 않은 색상이나 차량 연식에 따라 발생하는 미세한 색상 편차도 조정해 도장할 수 있다.

노루페인트 관계자는 “국내 최대 색상을 보유한 워터큐 F/P는 타사 대비 우수한 색상 매칭성과 작업성, 저장 안정성으로 자동차 공업사의 생산성을 증대시켜 현장에서 좋은 반응을 얻고 있다.”라며 “자보용 도료의 친환경성을 높여 고객 눈높이를 만족시킬 제품 개발을 이어갈 계획”이라고 강조했다.



노루페인트, 롯데월드에 할로윈 하우스 포토존 오픈

노루페인트는 롯데월드 어드벤처에 할로윈 하우스를 설치하여 방문객들에게 멋진 포토존을 선물했다. 지난 9월 10일부터 롯데월드에서는 일년 중 가장 큰 규모의 축제인 ‘할로윈 페스티벌’이 열리고 있다. <HORROR HALLOWEEN-The Escape>의 이름으로 진행되는 이번 페스티벌은 인스타그램머블한 포토존과 공연 등의 볼거리가 중심인데, 노루페인트가 이에 협업하여 ‘할로윈 하우스 포토존’을 오픈한 것.

잭-오-랜턴을 닮은 호박색 PANTONE 17-1350 Oriole을 비롯해 호박 안에 켜진 촛불처럼 밝고 따스한 노랑 PANTONE 14-0851 Samoan Sun, 꼬마 유령의 투명함이 느껴지는 PANTONE 11-0700 Lucent White, 할로윈에 빠질 수 없는 달콤함을 담은 PANTONE 12-1009 Vanilla Cream, 부드러운 블랙 PANTONE 19-4305 Pirate Black 등 5가지 컬러를 사용한 노루페인트의 할로윈 하우스는 귀여운 유령과 박쥐, 거미 등과 잭-오-랜턴이 어우러져 아기자기한 포토존으로 연출되었다.

노루페인트의 할로윈 하우스 포토존은 실내 어드벤처의 ‘큐티 할로윈’ 테마와 이어진다. 롯데월드의 실내 어드벤처는 배너와 가로등을 잭-오-랜턴으로 치장하고 개구쟁이 아기 유령과 할로윈 코스튬의 로티가 출현하는 등 ‘큐티 할로윈’ 테마로 축제가 진행되며 할로윈 캔디가 함께 나오는 ‘로티스 할로윈 파티 퍼레이드’도 열린다. 롯데월드 야의 매직아일랜드는 공포와 스릴을 느낄 수 있는 ‘좀비 아일랜드’로 꾸며져 호러 포토존, 캐슬 좀비 공연 등을 즐길 수 있다. 롯데월드의 <HORROR HALLOWEEN-The Escape> 축제는 11월 21일까지 이어진다.

마음을 들여다보며 내면을 돌보는 앱

코로나19 시기를 살아가는 동안 누구나 가지고 있을 병증이 있다. 바로 ‘코로나 블루’. 지금의 상황이 새로운 일상이려니 싶다가도, 출구 없는 답답함이 이어지고 막막한 원망과 무기력함이 몸과 마음을 점점 무겁게 만들기도 한다. 매일 손을 씻고 마스크를 챙기듯, 마음도 때때로 돌보고 달래줘야 건강을 유지할 수 있다. 다양한 앱을 통해 내 마음을 들여다보자.

아침이 달라지는 Calm

수면과 명상, 휴식 부문에서 1위에 오른 앱이다. 숙면, 불안 다스리기, 스트레스 관리, 직장에서의 마음 챙김 등 다양한 주제를 제공하고 있으며 오리지널 Daily Calm은 하루를 부드럽게 시작하고 편안하게 마무리할 수 있도록 도와준다. Apple이 2018년 최고의 앱으로, Center for Humane Technology(인도적 기술 센터)가 ‘전 세계 사람들이 가장 행복을 느끼는 앱’으로 선정하기도 한 앱. 연간 구독권이 69.99\$인 유료 서비스임에도 별점이 상당히 높은 것이 인상적이다. 그러나 한국어 더빙 콘텐츠가 적은 편이고, 무료 체험 후에는 자동 결제되기 때문에 앱 설치 전에 꼼꼼히 살펴보길 권한다.



9 한국의 명상앱, 마보

마음을 들여다보는 명상의 시간을 위한 앱이다. 명상 초보자는 물론, 숙련자들을 위한 체계적 코스를 안내하는 마보는 ‘기분별 마음 보기’, ‘상황별 마음 보기’ 등을 통해 사용자에게 빠른 가이드를 제공한다. 국내 최초로 명상 앱에 소셜 기능을 도입해 명상 후 느낌과 생각을 일기처럼 남기고 다른 사용자와 공유하며 위로와 공감을 나눌 수 있는 것도 특징. 마보는 구글 Play에서 선정한 2018 숨은 보석 앱으로, 다운로드 수 36만, 가입자 수 21만, 2021년 7월 기준으로 약 420여 개 콘텐츠를 보유한 국내 최초의 마음챙김 명상 앱을 자부한다. 2021년 구글 play에서는 ‘건강한 습관을 만드는 앱’으로도 선정되었다니, 일단 무료 체험을 먼저 해보는 것은 어떨까? 유료 앱이지만 매일 제공되는 ‘오늘의 명상’ 콘텐츠를 무료로 이용할 수 있다.



온라인 심리상담 앱, 마인드카페

나는 어떤 성향의 사람일까? 무료 앱 마인드카페는 100개의 질문을 통해 내 성향을 안내하고 ‘사회 속의 나’, ‘내 마음의 그늘’ 등 나에 대한 이야기를 7일 동안 들려준다. 고민을 털어놓는 코너도 있는데 그중 전문상담사가 답변한 사연을 골라 읽으며 나의 문제에 대입해 볼 수도 있다. 직접 상담을 원한다면 마인드카페와 연결되는 ‘마인드카페 프로’에서 유료결제를 통해 심리상담 전문가와 전화나 채팅으로 실제 상담을 진행할 수 있다. 상담사 역량 및 소개가 자세하고 후기도 확인할 수 있기 때문에 오프라인보다 편리하고 익명으로 진행되니 심리적으로 편안하다는 평이 많다. 가격도 오프라인에서 이루어지는 심리 상담보다 저렴하다. 앱 자체는 무료이며 상담이 진행될 시에 유료 결제를 하면 된다. 회원 숫자가 50만 명에 달하는 원격 심리상담 분야 1위의 앱이다.



국내 최초로 미국 농무부로부터 ‘USDA Certified Biobased’ 인증을 받은 화이트 바이오 도료, 팬톤 우드&메탈과 에코 바이오 우레탄 라이닝을 개발한 건축기술1팀과 수지연구팀의 안윤수 차장님과 이원기 차장님입니다. 두 분의 밝고 환한 웃음이 인증 획득 결과를 받은 그날의 기쁨을 다시 전해주는 듯합니다.

소비자를 위한 신제품을 보다 빨리 출시하기 위해 달려온 건축기술1팀의 김문우 차장님과 마케팅팀의 오상진 과장님께서도 계속해서 새로운 제품을 준비하고 있습니다. 업계 최초의 외벽 노화 방지 다기능 수성 페인트 ‘큐피트 마스터’ 다음에 오는 새로운 제품들과 그것이 가져올 발전이 기대됩니다.



NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 60호(비매품)

총괄: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2021년 11월 5일 발행처: (주)노루돌스
발행인: 강태준 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)리커뮤니케이션, (주)노루로지넷 사진: URL 스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크
발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700