

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

AUTUMN · 2022

VOL. 64

NOROO

SPECIAL THEME
[TECHNOLOGY], 가치를 올리다





SPECIAL THEME



[TECHNOLOGY], 가치를 올리다

06	COLUMN	지속가능성을 높이는 기술
08	INTERVIEW	NOROO와 함께 바이오 시대로
12	VIEWFINDER	미래를 위한 바이오 파운드리, 노루 바이오 센터

CULTURE GALLERY

16	COLOR SOUND	소리로 보다, 휴식을 듣다. SATISFYING ASMR
18	LIVING	향기, 공간에 무드를 드리우다
20	TRIP	가리어져 더 그리워지는 곳

28 . PAINT FOR ART 2



36 . FOCUS ON NOROO



44 . SPECIAL STORE



NOROO PEOPLE



24	PAINT FOR ART 1	아시아의 새로운 아트 허브 FRIEZE SEOUL과 함께하다 FRIEZE SEOUL WITH NOROO PAINT
28	PAINT FOR ART 2	시간과 경계를 아우르는 NOROO의 컬러 <공예, 시간과 경계를 넘다> WITH NOROO PAINT
32	PAINT FOR ART 3	컬러 사진, 추상 회화가 되다 FRANCO FONTANA : COLOR IN LIFE WITH NOROO PAINT
36	FOCUS ON NOROO	나, 컬러몬! 슈퍼루키가 떴다!
40	SOCIAL CONTRIBUTION	우리, #가치 올려요 포스터 챌린지 전통시장을 위한 노루페인트 포스터 챌린지
44	SPECIAL STORE	색다른 일상으로 FIND YOUR COLOR 정정하 작가
48	NEWS BRIEFING	
51	QUIZ	

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사지원팀 정석찬 과장	(주)노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장	(주)노루오토코팅 경영기획팀 안세현 과장	(주)노루비케미칼 경영지원팀 이용채 대리
(주)노루코일코팅 경영지원팀 문효빈 대리	(주)노루케미칼 업무지원팀 신성민 사원	(주)노루알앤씨 경영지원팀 신성민 사원	(주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임
칼라메이트(주) 지원팀 구범상 주임	(주)아이피케이 총무팀 최대섭 차장	(주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장	



SPECIAL THEME

[TECHNOLOGY], 가치를 올리다

인류는 수많은 과학 기술을 개발하고 발전시키며 역사를 만들어 왔다. 그 발전은 양면성을 가지고 있어 어떤 면으로는 눈부신 혜택을, 다른 면으로는 어두운 폐해를 남기도 했다. 그리고 그 폐해는 인류의 발 밑을 무너뜨리고 있다. 그러니 가치중립적 과학 기술에 대해 인류는 이제 어떤 가치를 부여하여 어떤 방향으로 나아가야 할지 결정할 때가 되었다. 무엇보다 지속가능성을 높일 때, 과학 기술의 가치도 올라갈 수 있을 것이다.



지속가능성을 높이는 기술

최근 국제적으로 폭등한 식량 가격이 가정 경제에까지 여파를 미치고 있다.

코로나19 속 수급 불균형과 세계 정세도 문제지만 폭염과 가뭄, 태풍 등 기상이변으로 곡물 수확량이 크게 줄어든 것 역시 원인 중 하나로 꼽힌다.

그간 인류가 누려온 발전의 그림자가 이제는 전면으로 길게 드리워지고 있는 것이다.

그 그림자를 줄일 수 있는 방법은 무엇일까. 인류는 과학 기술에서 해답을 찾고 있다.

발전을 향해 온 기술

인류는 문제를 만날 때마다 답을 찾기 위해 노력하며 문화와 예술, 과학과 기술을 발전시켜 왔다. 특히 산업혁명이 일어난 18세기 이후 인류는 과학 기술의 개발을 거듭하며 변화의 속도를 높였다. 증기와 전기 등 동력의 개발은 공장과 대량생산, 빠른 교통수단을 탄생시켜 물질의 풍요와 이동의 편리함을 인류에게 선



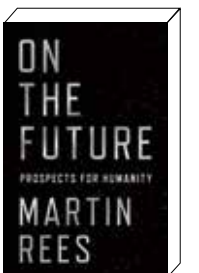
물했고 백신과 항생제 등 의학의 발전은 질병과 고통을 덜어주며 평균 수명을 연장했다. 하지만 이러한 발명들은 의도와는 다른 문제를 야기하기도 했다.

최초의 항생제였던 설파제는 많은 생명을 살렸지만 이익에 눈먼 제약 회사의 잘못된 제조로 있어서는 안 될 인명피해를 낳았다. 건설 현장 및 광산의 채굴 과정에서 안전하고도 강력한 폭발 효과를 내기 위해 발명된 다이너마이트는 도시와 도로의 건설을 돕고 석탄의 채굴을 용이하게 했지만 전쟁이 일어나면서 사람을 죽이는 무기로 사용되었다. 다이너마이트에 힘입어 캐낸 석탄과 석유 등 화석연료를 동력으로 가속화된 산업 발전은 이산화탄소를 점점 더 대량으로 발생시켜 지구온난화와 기후변화를 일으켰다. 물질의 풍요는 거대한 쓰레기로 돌아왔다. 특히 플라스틱은 생산과 소비, 폐기 과정에서 엄청난 온실가스와 섞이지 않는 쓰레기를 배출했다. 지구온난화는 지구 곳곳에 가뭄, 홍수, 폭염 등 기후변화를 낳고 이는 식량 위기를 넘어 생존 위기로 연결되고 있다. 지구온난화 속에서 영구 동토층은 더 이상 영구적이지 않게 되어 녹아내리는 빙하와 땅은 예상치 못한 메탄과 바이러스들을 누출하고 해수면을 상승시켜 기후난민 발생의 우려를 낳고 있다. 이 모든 것의 명백한 원인은 과학 기술이라는 도구를 잘못 휘둘러온 인간이다. 유엔 기후변화 정부협의체(IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change)는 2015년 ‘온난화는 인간 활동이 원인일 가능성이 매우 크다’고 밝힌 데 이어 2021년 8월, 6차 보고서에서 ‘기후변화의 책임은 인간 활동에 의한 것’이라고 강하게 규정했다. 그리고 온실가스 감축을 위해 당장 움직여야 함을 강조했다. 이제까지 이익과 발전을 향해 과학 기술을 이용해 온 인류가 방향과 속도를 바꾸어 대안과 회복을 향해야 한다는 공감감이 퍼져 나가는 가운데, 그 해결 방법에도 과학과 기술이 앞장서고 있다.

이제, 대안을 향하다

태양력, 조력, 풍력 등 화석 에너지를 줄이기 위한 대체 에너지 및 재생 에너지 기술 개발이 늘어나고, 이산화탄소를 포집, 저장 활용하는 탄소포집 기술도 촉진되고 있다. 페인트 업계는 휘발성 용매를 사용하지 않는 수성페인트를 개발하고 있으며, 석유화학 원료 대신 식물 등 친환경 원료를 활용하는 화이트 바이오도 적극적으로 연구되고 있다. 첨단온실의 개발과 개량 또한 기후위기 속에서 식량 자원을 지키기 위한 과학적 기술의 활용이다. 메탄 가스 배출의 주원인으로 꼽히는 축산업의 경우, 가스를 줄이는 사료 연구와 메탄 가스를 재생 에너지로 전환하는 기술이 시도되는 등 각 산업 분야에 걸쳐 과학과 기술로 현재의 문제를 극복하려는 노력이 이어지고 있다.

그러나 이러한 방법만으로는 모든 것을 해결할 수 없다는 비판도 역시 뜨겁다. 인류가 현재의 편리한 생활을 영위하려는 욕심을 버리지 않는 한 이대로의 소비 패턴은 결국 기업의 이익 추구하고 결합해 지구를 회복 불능의 상태로 만들 것이라는 지적과, 지금의 기술로는 지구 온난화 속도를 늦추기에 이미 늦었다는 탄식, 이제껏 그랬듯이 새로운 과학 기술은 또 예기치 못한 오류를 낳을 수 있다는 우려가 미래의 전망을 어둡게 한다. 이 비판들 모두 어느 정도 타당하다는 점에서 어둠은 때로 더 짙어진다. 그러나 정답이 없다고 현재를 보류할 수는 없다. 최선을 다해 해답을 찾고 각자의 자리에서 실천하는 것만이 상황을 개선할 수 있는 방법이다. 기후변화와 생명공학, 인공지능 등이 인류의 미래를 어떻게 바꿀 것인가를 예측한 책 『ON THE FUTURE』에서 저자인 영국의 왕립 천문학자 마틴 리스는 “우리 인류의 미래는 과학과 기술이 제공하는 지혜를 어떻게 활용하는가에 달려 있다.”라고 말한다. 우리는 과학과 기술을 적극적으로 이용함과 동시에 지금까지의 소비 패턴을 적극적으로 바꾸는 일상의 노력을 경주해야 한다. 기업은 관련 연구 개발에 투자를 지속하며 정부는 규제와 지원으로 올바른 방향을 이끌어 나가야 한다. 이러한 노력이 함께할 때 인류는 지속가능한 미래를 만들 수 있을 것이다.





NOROO와 함께 바이오 시대로

노루홀딩스는 지속가능한 미래 바이오 소재의 개발을 위해 ‘노루 바이오 융합연구소(NOROO BIO R&D Center)’를 2014년에 설립한 이래 관련 연구를 지속해 왔다. 그리고 지난해 친환경 바이오 소재인 3HP의 상용화 기술 개발에 성공한 노루 바이오 융합연구소는 최근 안양 공장 내에 시험 생산(Demo Scale) 설비를 갖춘 ‘노루 바이오 센터’까지 완공함으로써 3HP의 상업화 부문에서 세계 선두에 서게 되었다.



“석유화학의 시대는 종말을 예고하고 있습니다.
이제는 바이오 시대를 준비해야 합니다.”
경기바이오센터 내 노루 바이오 융합연구소에서 만난
노항덕 연구소장은 차분한 목소리 속에 단단한 힘을 실었다

순환 경제를 위한 소재

“석유화학의 시대는 종말을 예고하고 있습니다. 이제는 바이오 시대를 준비해야 합니다.” 경기바이오센터 내 노루 바이오 융합연구소에서 만난 노항덕 연구소장은 차분한 목소리 속에 단단한 힘을 실었다. “새 소재의 발견이 새 시대를 만들죠. 이제 바이오가 다음 시대를 이끌어갈 화두입니다.”

석유를 원자재로 한 합성소재들의 쓰레기로 지구와 인류가 몸살을 앓고 있다. “생수병으로 대표되는 PE와 PET의 전 세계 연간 생산량이 3억 톤이 넘습니다. 잠실 종합운동장을 다 채워야 2만 톤인데, 엄청나죠. 과학자들은 비순환 경제를 만드는 석유화학산업의 폐해를 경고해 왔지만 인류는 이미 편리함에 너무나 익숙합니다. 편리성을 제공하면서도 쓰레기가 되지 않는 소재, 순환 경제가 되는 소재가 꼭 필요해요. 그 소재를 제공하는 플랫폼 원료가 3HP입니다.”



플랫폼 케미컬, 3HP

3HP는 3-하이드록시 프로피온산(3-Hydroxypropionic acid)으로 옥수수, 팥유 등 천연 재료에서 바이오 공정을 통해 생산되는데, 다양한 형태로 응용이 가능해서 플랫폼 케미컬(Platform Chemical: 다목적 화학물질)로 불린다. 자연 분해 가능한 플라스틱, 의료용 용매, 식품에 들어가는 방부제, 화장품, 의료용 봉합사 등 3HP가 사용될 수 있는 영역은 방대하다.

“3HP는 2004년에 미국의 에너지부(DOE: Department of Energy)가 발표한 ‘미래 바이오 물질 Top 12’ 중 세 번째로 중요한 물질입니다. 식물을 원료로 하기 때문에 원료 수급에서부터 탄소 저감 효과가 있죠. 식물은 이산화탄소를 제거하면서 성장하니까요. 고갈되는 화석 원료와 달리 지속 생산이 가능한 천연 재료이고요. 하지만 좋은 기술이 오래 살아남으려면 상업화가 필요합니다. 상업화를 위해선 상용화가 동반되어야 하고요.”

이를 위해 노루 바이오 융합연구소는 세 가지 문제를 해결해야 했다. “3HP는 균을 이용한 일종의 발효물질인데, 서로 붙어 변하고, 물에 녹아 분리가 어려우며, 독성이 있어서 많이 만들면 자기들끼리 죽는 문제가 있습니다. 세계 여러 기업에서 문제 해결에 도전해 왔는데, 저희가 가장 앞서면서 상용화에 먼저 가까워진 상태입니다. 시험 생산을 갖춘 데모 플랜트(Demo Plant)인 노루 바이오 센터의 완공으로 이제 필요한 곳에 샘플을 공급하면서 시장 사이즈를 확인해 나갈 것입니다.”

이와 함께 노항덕 연구소장은 선순환을 강조했다. “연구하고, 생산에 적용하여 경제성 있는 물건을 만들고, 상업적 이익을 통해 다시 연구를 하는 선순환이 이루어지기 위해서는 정부와 소비자의 기조와 태도도 중요합니다. 시장은 정부의 규제와 소비자의 인식으로 열리니까요.”

지구의 가치를 지키는 기술

3HP 상용화 기술 개발과 노루 바이오 센터라는 데모 플랜트 완공은 코로나19 사태 속에서 난항을 겪어야 했다. “연구는 연구소에서 해야 하는데 자가격리나 재택근무 등이 발생하게 되니 쉽지 않았죠. 물류 이동이 코로나19로 인해 멈추기도 했고요. 하지만 그 속에서 단합과 결속력이 더 커졌습니다. 그걸 바탕으로 이제는 외부에 뻗어 나갈 시점이지요.”

지속가능한 지구를 위해 또 도전하고자 하는 기술 개발의 영역이 있느냐는 질문에 노항덕 연구소장은 이렇게 답했다. “풍력, 태양광 등 대체 에너지는 나오고 있지만 소재는 무엇으로 대체해야 할까요? 우리는 그 질문의 답을 계속 찾아야 합니다. 3HP의 확장과 함께 에탄올의 응용도 고려해 더 많은 바이오 소재를 개발해야 합니다. 그리고 사회에 임팩트가 있는 친환경 농업과 사업, 제품 개발 등을 꾸준히 넓혀 가고 싶습니다.”



3HP의 시장 가치는 적용 범위에 따라 수십조 원에 이를 것으로 예상된다. 무엇보다 지구의 가치를 지킬 수 있다는 점에서 노루 바이오 융합연구소의 소재 개발은 미래를 위한 큰 발걸음이라 할 수 있다. 그러나 연구소장이 강조했듯이 시장이 형성되어야 선순환이 지속될 수 있다. “기술은 사람에게 종속되어 있다.”라는 그의 말이 깊은 울림으로 전해오는 이유다. 누구보다 앞서 한 걸음 한 걸음 전진하는 NOROO와 함께 바이오 시대가 어서 도래하길 기대한다.





미래를 위한 바이오 파운드리, 노루 바이오 센터

NOROO 안양 본사 내에 위치한 노루 바이오 센터는 노루 바이오 융합연구소가 개발한 3HP의 상용화 가능성을 검증할 수 있는 데모 플랜트로, 다양한 상업적 바이오 프로젝트를 시도해 볼 수 있는 가장 앞선 설비를 갖추고 있다.

3HP 기술 개발의 앞선 경험과 첨단 설비를 토대로 노루 바이오 센터는 향후 한국의 바이오 파운드리에 기여하게 될 것이다.



노루 바이오 센터에서 시험 생산 중인 3HP는 무궁무진한 변용이 가능한 플랫폼 케미컬로, 특히 석유 기반 화학물질에 비해 인체 부작용을 최소화할 수 있고 자연 생분해가 가능한 제품들을 여러 분야에 걸쳐 폭넓게 만들 수 있다는 점에서 인류와 지구에 꼭 필요한 물질이라고 할 수 있다. 3HP를 통해 분해가 가능하고(Bio Degradable), 인체에 적합한(Bio Compactable) 상품이 시장에 공급된다면 편리한 삶을 유지하면서도 지구의 지속가능성을 높이는 방법들이 더욱 늘어날 수 있을 것이다.

이러한 3HP의 상업화와 상용화를 위해서는 각각의 콘셉트에 맞추어 실험하고, 안정적인 대량 생산에 앞서 일정 규모 이상으로 실험 생산해 보는 과정을 거쳐야 한다. 노루 바이오 센터는 이를 위한 첨단 시설로, 약 2,200㎡에 이르는 전체 면적 안에 발효물질의 종균을 배양하고 발효하기 위한 단계별 시설을 갖추고 있다. 배양실(Culture Room), 발효실(Pilot Bioreactor), 배지실(media Room) 외에도 테스트 후의 멸균을 위한 세척실(Washing Room), 분리·정제실(Chemical Process Room) 등의 설비는 모든 공정을 위해 체계적으로 구성되어 있으며 연구원들은 1리터, 3리터, 5리터의 샘플에서 100리터와 5톤까지 점점 용량을 늘려가며 균주를 키우고 성장을 확인하여 원료의 적합성을 실험한다. 특히 노루 바이오 센터가 구축한 두 개의 5톤 파일릿과 정제 시설은 우리나라에서 보기 드문 고가의 설비이다. 노루 바이오 센터는 이러한 설비를 통해 생산성 높은 균주를 개발하고 효율적인 첨가제를 발굴하며 공정을 최적화해 기존 상용화의 큰 문제점이었던 낮은 생산 수율을 높이고 원가를 낮추는 중이다.

이러한 노루 바이오 센터의 설비 및 연구 시스템은 3HP 외에도 다양한 바이오 물질의 연구 및 개발에 활용됨으로써 한국의 바이오 파운드리에 든든한 힘이 되어줄 것으로 기대된다. 바이오 파운드리란, 인공지능과 로봇 기술 등을 합성 생물학에 적용해 바이오산업의 속도와 효율성을 높이는 플랫폼이다. 파운드리라는 반도체 분야에서 제조와 생산 부문을 말할 때 쓰이는데, 미생물의 유전자를 조립하여 새로운 미생물을 만드는 ‘합성 생물학’에 접목되면서 바이오 파운드리는 바이오 약품이나 친환경 제품 생산의 원재료가 되는 바이오 물질을 자동화 기술로 빠르게 생산하는 시스템을 의미하게 되었다. 코로나19 팬데믹 상황에서 신속히 개발된 모더나의 mRNA 백신 역시 이러한 인프라가 있었기에 가능했다.

탈석탄화와 탄소 중립을 이끄는 필수 기술로 바이오 기술이 대두되면서 전 세계는 바이오 파운드리 구축에 힘을 쓰고 있다. 우리나라도 과학기술정보통신부가 7천억 원에 달하는 규모의 바이오 파운드리 인프라 구축 추진을 지난해 발표한 바 있다. 노루 바이오 센터는 3HP 분야에서 가장 앞서있는 데모 플랜트로, 향후에는 바이오 파운드리의 역할에 있어서도 바이오 물질의 생산 실험을 지속적으로 주도함으로써 시장의 흐름을 바꾸고 지구의 지속가능성을 높이는 데 일조할 것이다.



CULTURE GALLERY

바람의 차가움과 햇살의 따뜻함이 공존하는 계절,
컬러와, 향기, 풍경이 주는 다양한 온도에 둘러싸여보세요.
각각의 온도는 생생한 활기를, 부드러운 온기를,
불현듯 떠오르는 소중한 이야기를 우리에게 전해줄 것입니다.



소리로 보다 휴식을 듣다 Satisfying ASMR

노루페인트의 유튜브 채널, <페인트잇수다>의 <컬러 사운드> 영상과 함께하는 힐링 타임은 계속된다. 청량감 가득한 블루로, 변신하는 소품들로, 강렬한 보색 속 축촉한 사운드로 눈을 즐겁게, 귀를 편안하게 해 주는 영상들은 유튜브의 연속 재생 버튼을 누르게 한다.



PANTONE 13-1520 Rose Quartz가 투박한 코르크 컵받침을 로맨틱한 분홍으로 바꾸고 PANTONE 19-4044 Limoges가 귀여운 무늬로 경쾌함을 더한다. PANTONE 14-0121 Nile Green과 PANTONE 18-0107 Kale이 자아내는 에스닉하고도 내추럴한 분위기는 또 어떤가. 이번엔 화분을 바꿔 보자. 화사하게 페인팅하기만 해도 좋지만 붓으로 자유로운 문양을 넣거나 그림을 그리면 더 유니크한 화분이 탄생한다. 에코백의 변신도 자유다. 원하는 문구를 페인팅으로 넣고 톤을 맞춰 컬러링도 해보자. 흰 운동화를 커스텀 운동화로 업그레이드하는 것도 리폼의 즐거움이다. PANTONE 13-0932 Cornsilk, PANTONE 18-5621 Fir로 붓질한 운동화는 하나의 작품이 되었다. 환경파괴의 주범으로 꼽히는 페플라스틱 병은 COVER ALL BT 7047 Dessert Coral, COVER ALL MD 6074 Honey Bagel 등 다양한 톤의 컬러를 입고 꽃병으로 재활용되었다. 아름답게 변화하는 것을 보는 즐거움과 여기에 동반된 소리가 재미와 활력을 준다. 보고 나면 주변에 리폼할 게 없나 두리번거리는 자신을 발견하게 된다.

바다를
들려주는

BLUE



컬러 호감도 1위의 블루는 눈을 통해 몸까지 산뜻하게 해주는 색이다. 여기에 입혀진 사운드는 시원함을 더한다. 뜨거웠던 지난 여름 업로드 된 컬러 사운드의 'BLUE'편은 더위 속 휴식처가 되어 주었다. 페인트가 조르록 흐르고, 사르록 번지며, 달그락 굴히는 소리들이 기분 좋게 고막을 간지럽히는 동안 영상에는 돌고래가 거품처럼 가볍게 날고 부서지는 파도와 조개껍질 가득한 해변이 그려졌다. PANTONE 19-4049 Snorkel Blue, PANTONE 14-4320 Baltic Sea, PANTONE 14-4620 Island Paradise, PANTONE 16-4725 Scuba Blue, PANTONE 18-4538 Hawaiian Surf 등은 컬러 이름처럼 맑은 바다와 부드러운 포말을 화면 가득 채워 주었다. 페인트를 바르는 붓과 보글보글 거품을 만드는 스트로우의 소리들은 시원한 바람이 되어 스트레스를 날리고 그 자리에 청량감이 남겼다. 바쁜 일상 속 숨돌릴 시간이 필요하다면 이 영상이 당신을 바다로 보내줄 것이다.



SCAN ME

보색 사운드의
강렬한 속삭임



ASMR이라면 잔잔한 소리와 영상을 떠올리기 마련. 하지만 이 영상은 그 편견을 바꿔준다. 귀에 편안하게 스며드는 소리와 달리 보색들이 만난 화면은 강렬함으로 시선을 끌어당긴다. 오렌지와 퍼플의 부딪힘과 섞임, 크림슨과 올리브 컬러의 병치는 긴장을 유발할 것 같지만 컬러링의 과정에서 묘한 안정감을 준다. PANTONE 18-4525 Caribbean Sea와 PANTONE 12-0643 Blazing Yellow가 함께 결을 만드는 순간 역시 대립이 아닌 조화를 경험케 된다. 이 Complementary Color 편은 <프랑코 폰타나 : 컬러 인 라이프> 전시에 사용된 열 가지의 주요 팬톤페인트 컬러를 모티브로 한 것으로 해당 전시장에도 플레이되고 있다. 다양한 조형물과 컬러, 소리의 조화는 한 편의 영상 예술을 보여준다.



SCAN ME



SCAN ME

향기, 공간에 무드를 드리우다

향기는 힘이 세다. 후각을 통해 대뇌에 기억으로 오래 남기 때문이다. 때문에 많은 기업은 향기 마케팅을 활발히 펼치고 있다. 코로나19 속 오랜 집콕 생활로 향기에 대한 인식도 더 넓어졌다. 외출 시 뿌리던 향수뿐만 아니라 집안 분위기를 바꾸기 위해 향을 사용하는 '향테리어'가 일반화된 것. 인센스에서 룸 스프레이까지, 다양한 향테리어로 공간에 무드를 드리워보자.

향기로 충만해지는 순간

서점에서 느꼈던 차분한 내음, 고급 호텔에 들어섰을 때 몸을 휘감던 우아한 공기, 백화점 매대 사이를 거닐 때 코끝을 스치는 화사한 향기... 눈에 보이지 않지만 향기는 강력한 힘으로 우리의 뇌리를 파고들어 자신의 존재를 새겨 놓는다. 덕분에 다시 그 향기를 맡으면 당시의 공간, 온도, 습도, 조명이 떠오르게 된다. 교보문고의 'The Scent of Page', 롯데호텔 시그니엘의 'A Walk in the Woods', 삼성동 파르나스 몰의 싱그러운 향 등이 이러한 향기 마케팅으로 완성되었다.



개개인의 체취를 가리거나 패션을 완성하는 데 사용되던 향이 공간 인테리어의 주요한 요소로 활약하면서 영역은 더 넓어졌다. 상업적 공간뿐 아니라 주거 공간과 심리적 위안에도 향기를 활용하는 이들이 많아졌으며 관련 제품도 크게 늘었다. 아로마 캔들, 디퓨저뿐만 아니라 인센스 스틱, 룸 스프레이, 필로우 미스트 등 패브릭용 향기 제품의 다양한 선택을 통해 공기를 바꾸고 공간을 변화시킬 수 있게 된 것. 종류별로 어떤 특징과 유의점이 있는지 소개한다.

아로마 캔들과 인센스

공간을 향기로 채우는 가장 강력한 방법은 '연소'이다. 공기를 태워 기존의 냄새를 빠르게 없애고 향을 발산하기 때문. 아로마 캔들과 인센스가 연소로 향을 내는데 특히 향료와 숯을 배합해 만든 반죽을 직접 태우는 인센스는 연기를 통해 캔들보다 더 빠르게 향을 뿜는다. 긴 스틱과 콘 모양, 종이 형태 등으로 다양하게 출시되며 콘 모양은 연소 면적이 넓어 향이 강하고, 종이는 휴대에 편리해 여행용으로 좋다. 인센스와 아로마 캔들은 신속한 냄새 제거가 필요한 화장실이나 주방에서 짧은 시간 활용하거나 공간이 넓은 거실 등에서 두면 좋다.

하지만 이러한 제품들은 연소 과정에서 몸에 해로운 화학물질이 나올 수 있기 때문에 꼭 환기와 병행해야 하며 너무 긴 시간 연소하지 말고, 연소 중이나 후엔 꼭 창문을 열어 환기한 후 잔향을 즐겨야 한다. 화재의 위험이 있기 때문에 영유아나 반려동물이 있다면 사용에 더욱 신중을 기하자. 아로마 캔들의 경우, 워머를 사용하다 보면 양은 그대로인데 발향이 약해지는 순간이 온다. 그럴 땐 녹은 왁스액을 버려주면 다시 향이 진해진다. 인센스는 재를 넉넉히 받아낼 수 있는 넓은 받침에 사용하는 게 좋다. 재가 은근히 자국을 많이 남긴다.

이러한 불편에도 불구하고 이들 제품은 특별한 매력을 가지고 있다. 바로 '명' 효과. 아로마 캔들은 일렁이는 작은 빛과 그로 인해 퍼지는 그림자, 인센스는 천천히 흔들리는 연기로 '불명'과 '향명'의 시간을 준다. 특히 나무 심지를 사용한 캔들은 '타닥타닥' 하는 조그만 소리가 마치 미니어처 장작불을 옆에 둔 듯 아늑한 기분을 더해준다. 마지막 팁으로, 태우기 어려울 정도로 남은 아로마 캔들은 옷장이나 차량 등 좁은 곳에 두면 제 몫을 해낸다. 인센스 역시 태우지 않은 수납 자체만으로 작은 공간에 충분히 자신의 향을 드리울 것이다.

디퓨저와 룸 스프레이

디퓨저 사용법은 간단하다. 뚜껑을 열고, 리드를 꽂아 주기만 하면 된다. 디퓨저를 놓을 공간의 크기와 향의 강도를 고려해 리드의 개수를 취향껏 조절하면 된다. 리드는 우드 스틱, 섬유 스틱, 조화, 우드 볼, 석고 등 다양한 재질과 형태가 있으며 표면적이 넓을수록 발향이 강하다. 스틱형 리드는 일주일마다 뒤집어 주면 향을 지속시킬 수 있다. 디퓨저는 항상 오픈된 상태이기 때문에 향에 예민한 사용자라면 제품을 고를 때 시향지를 생활공간에 오래 두고 충분히 맡아본 후 선택할 것을 추천한다.

룸 스프레이는 연기 없이 공간을 새 냄새로 덮고 싶을 때 유용하다. 공간에 칙칙 뿌리면 그만이다. 사실, 향수가 있다면 향수를 룸 스프레이로 사용해도 무방하다. 향수는 인체에 사용할 것을 목적으로 출시되기 때문에 더 까다로운 기준이 적용되고, 룸 스프레이에 비해 향료가 농축되어 있다는 점이 다르다. 룸 스프레이를 몸에 사용하면 피부나 옷의 손상이 염려될 수 있지만 향수는 안전성이 고려된 만큼 범용성이 높으므로 아끼지 말고 과감히 사용해 보자. 자주 뿌리고 싶으면 향수 3 : 에탄올 7 정도로 희석해서 사용하는 방법도 있다. 안 쓰는 오래된 향수는 리드를 꽂아 디퓨저로 사용해도 된다.

이 모든 제품들은 모두 적절한 환기와 함께 사용해야 한다. 모든 향이 휘발성 유기화합물인 탓도 있지만, 아무리 향기를 더한다 해도, 집이 품고 있는 생활의 냄새와 사람이 뿜어내는 체취가 계속 쌓이는 이상 모두 가리진 못하기 때문이다. 공기를 자주 바꿔 주어야 새로운 향기가 제 역할을 할 수 있다. 흐르는 물이 맑듯, 공기도 흘러야 맑다. 맑은 공기 위에 향기를 드리워 보자.



가리어져 더 그리워지는 곳

가을은 바람을 느끼기 좋은 마지막 계절이다. 그중에서도 가을의 갈대와 억새밭은 촉각으로 스쳐가는 바람을 시각으로도 느낄 수 있게 해 준다. 바람 따라 은빛으로 출렁이는 키 큰 억새는 그늘도 제 속에 가린 채 가을의 절정만을 전하고 핑크몰리는 저무는 가을의 아쉬움을 화사한 분홍으로 달랜다. 지나가는 계절들을 그리워하게 하는 곳, 억새와 핑크몰리 명소를 소개한다.

사진 출처 : 경기관광포털사이트
ggtour.or.kr

합천에서 서울숲까지 은빛 바람 속으로

길고 부드러운 가지 끝에 부드러운 은색 술이 달린 듯한 억새. 사람들은 보통 갈대와 억새를 혼용해 말하지만 알고 보면 차이가 크다. 모두 벼과의 1년생 풀이지만 억새는 키가 1m 30cm 정도에 꽃이 은빛이나 흰색이고 9월 말부터 피어 10월 말에 절정을 이룬다. 갈대는 갈색, 고동색을 띠며 억새보다 키가 훨씬 커서 2m 이상 자라며 10월부터 피기 시작해 11월에 만개한다. 억새는 산이나 들판에서, 갈대는 물가나 습지에서 자라는 경우가 많다. 그러니 산에서 만나는 은빛 용단은 억새로 보면 된다.

억새를 즐길 수 있는 대표적인 산은 경기도 포천 명성산과 경상남도 합천의 황매산 등이 있다. 포천 명성산의 억새 군락지는 등산을 제법 해야 올라갈 수 있지만 가는 길의 단풍과 폭포 등이 심심치 않게 해 준다. 황매산은 입구까지 차로 갈 수 있고 비교적 완만한 오르막길이라 가족여행으로도 좋다. 왕복한 시간이면 은빛 바닷속에 폭 잠길 수 있다. 합천을 방문했다면 신소양체육공원도 둘러보자. 규모가 꽤 큰 핑크몰리 들판을 만날 수 있다.

도심 속에서 만나는 억새는 특별한 휴식이 된다. 수원 화성의 화서문에서 화서공원으로 이어지는 길과 연무대 동쪽 동북공심돈 밖, 방화수류정과 남수문 동쪽 동남각루 아래에서도 억새를 볼 수 있다. 화성에 펼쳐진 억새밭은 기품 있는 성곽과 어우러져 우아함을 더한다. 한 전문가에 따르면 화성의 억새는 성을 축조하면서부터 시계(視界)를 확보하기 위해 심은 것이라고 한다. 억새 군락지에는 다른 나무들이 잘 자라지 않기 때문이라고. 지붕 이영과 가축 사료로도 사용되었다니 고마운 식물이다.



서울 상암의 하늘공원도 크게 발품 들이지 않고 갈 수 있는 억새 명소다. 공영주차장에서 매표이열차를 타고 올라가면 광활한 억새밭이 펼쳐진다. 서울 한가운데서 고층건물의 방해 없이 파란 하늘 아래 은빛 파도를 즐길 수 있으니 꼭 방문해 보길 권한다. 곳곳의 전망대에서는 한강과 여의도, 북한산도 조망할 수 있다. 입구에 조성된 둥글둥글 귀여운 댕싸리 정원도 놓치지 말자. 안산 갈대습지공원은 갈대숲을 즐길 수 있고, 넓은 밭은 아니지만 서울숲 25번 바람의 언덕 쪽에서도 억새 풍경으로 사진을 남길 수 있다. 억새와 함께하는 사진은 해가 옆으로 기울어 빛이 부드러워지는 오후 4시~5시 즈음에 잘 나온다.

수원 화성



포천 명성산

시흥 갯골



핑크빛 그레데이션에 물드는 가을

억새, 갈대의 은갈색과 함께 가을에 누릴 수 있는 또 다른 컬러는 핑크다. 마치 분홍색 안개가 진하게 낀 듯 피어나는 핑크몰리가 대표적인 식물. 풍성함의 규모에 따라 연분홍에서 진분홍까지 로맨틱하게 번지는 색의 변화가 몽환적인 이 식물은 2014년 처음 식재된 이래 인기를 끌며 곳곳의 명소에서 볼 수 있게 되었다. 전라남도 순천시의 순천만국가정원, 해남 포레스트 수목원, 나주 국립박물관, 울산 태화강 국가정원, 경주 첨성대 등이 대표적인데 특히 핑크몰리에 감싸인 첨성대는 독특한 매력을 보여준다. 경주의 대릉원도 분홍색 띠를 두른 초록색 고분의 부드러운 선을 볼 수 있는 곳이다.

서울과 서울 근교에서는 올림픽공원, 상암 하늘공원, 미사리 경정공원, 양주 나리공원 등이 이 분홍 솜사탕에 몸을 숨길 수 있는 곳이다. 관광 명소뿐 아니라 카페 등에서도 핑크몰리로 조경하는 곳이 늘고 있어 근교 어디서나 어렵지 않게 찾을 수 있다. 핑크몰리도 억새처럼 빛이 옆에서 가득 비쳐 들어올 때 사진을 찍으면 그 풍성한 색감을 살릴 수 있다. 해질 무렵에는 색이 더욱 농밀해져 자주색에 가까워지니 그 변화까지 즐겨보자.

핑크의 컬러 스펙트럼을 더 넓히고 싶다면 시흥으로 떠나보자. 경기도 유일의 내만갯벌과 옛 염전의 정취를 느낄 수 있는 갯골생태공원은 갈대와 댕싸리 외에도 다양한 염생식물이 가을의 다채로움을 보여준다. 특히 칠면조처럼 색이 변해 이름이 칠면초인 염생식물은 빨강계 변해 갯벌 위에 단풍을 펼쳐 놓는다. 칠면초는 시흥 갯골생태공원과 강화도 석모도, 순천만 등지에서 볼 수 있다.



NOROO PEOPLE

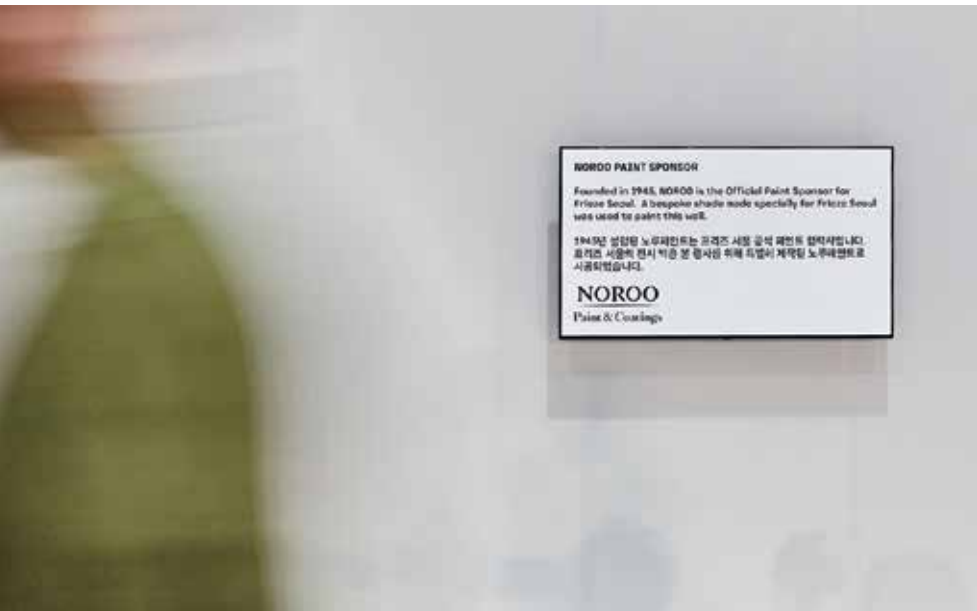
예술은 우리의 시야를 열어주고 사고를 확장하며
안전하고도 파격적인 감상의 장이 되어줍니다.
NOROO는 정교한 컬러 배리어레이션으로 전시장뿐만 아니라
거리와 일상 속에서도 예술적 경험의 폭을 넓히고 있습니다.
NOROO의 풍성한 컬러는 우리 모두의 삶을 다채롭게 합니다.



아시아의 새로운 아트 허브 FRIEZE SEOUL과 함께하다

Frieze Seoul with NOROO Paint

지난 9월 2일부터 5일까지 서울 코엑스에서 <프리즈 서울>이 열렸다. <프리즈 서울>은 세계 3대 아트 페어인 프리즈가 로스앤젤레스와 뉴욕, 런던, 마스터즈에 이어 아시아에서 첫 번째로 출범한 국제적 행사이다. 노루페인트는 <프리즈 서울>에 파트너로 참여하여 아시아의 새로운 아트 허브가 될 페어의 모든 공간을 함께했다.



마스터즈 관으로 향하는 통로에는 <프리즈 서울>의 파트너를 소개하는 모니터가 설치되어 많은 관람객에게 노루페인트를 알렸다. <프리즈 서울>의 전시를 위해 노루페인트는 세심히 커스터마이징한 페인트를 완성했다.



세계 3대 아트 페어, 서울에 오다

지난 봄, 프리즈 아트 페어의 서울 상륙을 알리는 기사가 발표된 이래 미술계 초미의 관심사가 되어온 <프리즈 서울>이 드디어 지난 9월 개최되었다. 아트 페어는 여러 갤러리가 한 곳에 모여 미술 작품을 소개, 판매함으로써 더 많은 구매자들을 만나고 미술 시장을 확대하는 행사이다. 수많은 갤러리가 참가하기 때문에 각 갤러리들은 역사성을 지닌 저명한 작품이나 트렌디한 수작들을 내걸어 구매자들에게 어필하기 마련이고, 이로써 아트 페어는 미술계의 흐름을 보여주는 큰 장이 된다.

세계 3대 아트 페어로는 스위스의 아트 바젤, 영국의 프리즈, 프랑스의 피악이 꼽히며 아트 바젤은 스위스 외에도 마이애미와 홍콩에서, 프리즈 역시 영국을 넘어 로스앤젤레스와 뉴욕 등에서도 행사를 개최해 왔다. 그리고 아시아에서의 첫 번째 개최지로 서울을 선택한 것. <프리즈 서울>의 디렉터를 맡은 패트릭 리는 페어에 참여하는 110여 개의 갤러리를 발표하며 오랜 예술 향유의 역사를 가진 문화의 중심지 서울에 국제적 수준의 갤러리와 수집가가 함께함으로써 한국 미술계의 단단한 토대와 깊은 역사를 보여줄 수 있을 것이라고 밝혔다. 노루페인트는 이러한 <프리즈 서울>에 파트너로 함께하여 미술 작품이 요하는 섬세한 톤의 공간을 완벽하게 연출해 냄으로써 아트 페어의 품격을 완성했다.

페로탕 갤러리는 우주와 삶을 함께 고찰케 하는 작가,
타바레스 스트라찬의 작품을 단독으로 소개했다.
노루페인트의 깊고 부드러운 그레이가 우주의 깊이를 더한다.



노루페인트, 걸작을 품다

<프리즈 서울>이 오픈하던 날, 입장을 위해 길게 늘어선 관람객의 줄은 행사의 열기와 인기를 짐작케 했다. 베를린, 브뤼셀, 델리, 도쿄와 부산, 서울 등에서 참여한 우수 갤러리들의 작품이 포진한 메인과 고전과 현대를 아우르는 거장들의 작품을 감상할 수 있는 프리즈 마스터즈, 아시아 지역에서 활동하는 혁신적인 신진작가들의 작품을 선보이기 위해 10개의 갤러리를 선발해 소개한 포커스 아시아 등 세 개의 섹션은 이들 관람객과 구매자에게 풍성한 예술 관람의 경험을 제공했다. 특히 프리즈 마스터즈 섹션에서는 18개의 갤러리가 피카소와 마티스, 앤디 워홀, 백남준, 조르주 데 키리코, 에곤 실레 등 걸작들을 대거 출품하여 관람객들이 인산인해를 이루었다. 이번 행사의 출품작 중 최고가인 4,500만 달러(약 609억 원)에 달하는 <술이 달린 붉은 모자를 쓴 여자>(피카소, 1938년 작)는 줄을 서야 볼 수 있을 정도로 화제를 모았다. 이외에도 희귀한 고서와 역사적 유물을 전시한 갤러리들은 박물관을 그대로 옮겨 놓은 듯한 분위기를 자아내 관람의 폭을 더욱 넓혔다.

프리즈 마스터즈와 포커스 아시아, 메인 섹션으로 구성된 100여 개의 부스는 모두 노루페인트가 행사를 위해 특별히 제작한 페인트로 페인팅되었다. 기존의 프리즈 페어는 모두 유럽의 도로 업체에서 페인팅을 진행했으나 <프리즈 서울>에서는 노루페인트가 파트너로 참여하면서 프리즈 페어의 공식 컬러를 커스터마이징하여 제공한 것이다. 순&수 페인트와 팬톤페인트로 조색한 이번 행사의 ‘비스포크’ 도로에는 주조색인 화이트와 함께 다양한 그레이와 블랙 계열, 옐로 등이 보조색과 강조색으로 사용되었으며 뛰어난 성능과 색감으로 모든 미술 작품의 훌륭한 배경이 되어 주었다.



NOROO, 문화의 확산에 함께하다

나흘간 열린 <프리즈 서울>은 7만여 명의 관람객이 찾으며 성황리에 막을 내렸다. 전 세계에서 온 미술계 관계자들 역시 전시장 외에도 <프리즈 워크>의 다양한 행사를 통해 서울을 즐겼다. 많은 갤러리들은 매일 작품을 새로 걸어야 할 정도로 성공적인 판매고를 올렸다. 전체 작품의 거래액은 6,500억 원 규모로 추정되는데, 지난해 한국국제아트페어 키아프(Kiaf)가 기록한 650억 원의 10배 규모이다. 많은 전문가들은 <프리즈 서울>의 성공이 최근 작품 거래가 활발해지고 있는 한국 미술계에 열기를 더할 것이라고 예상했다. 이 열기는 전 문화계로 퍼져 나가며 K-컬처의 상호작용을 낳을 것이다. 노루페인트는 이러한 문화의 확산과 함께 하며 한국을 넘어 전 세계로 NOROO의 컬러를 알리고 있다.



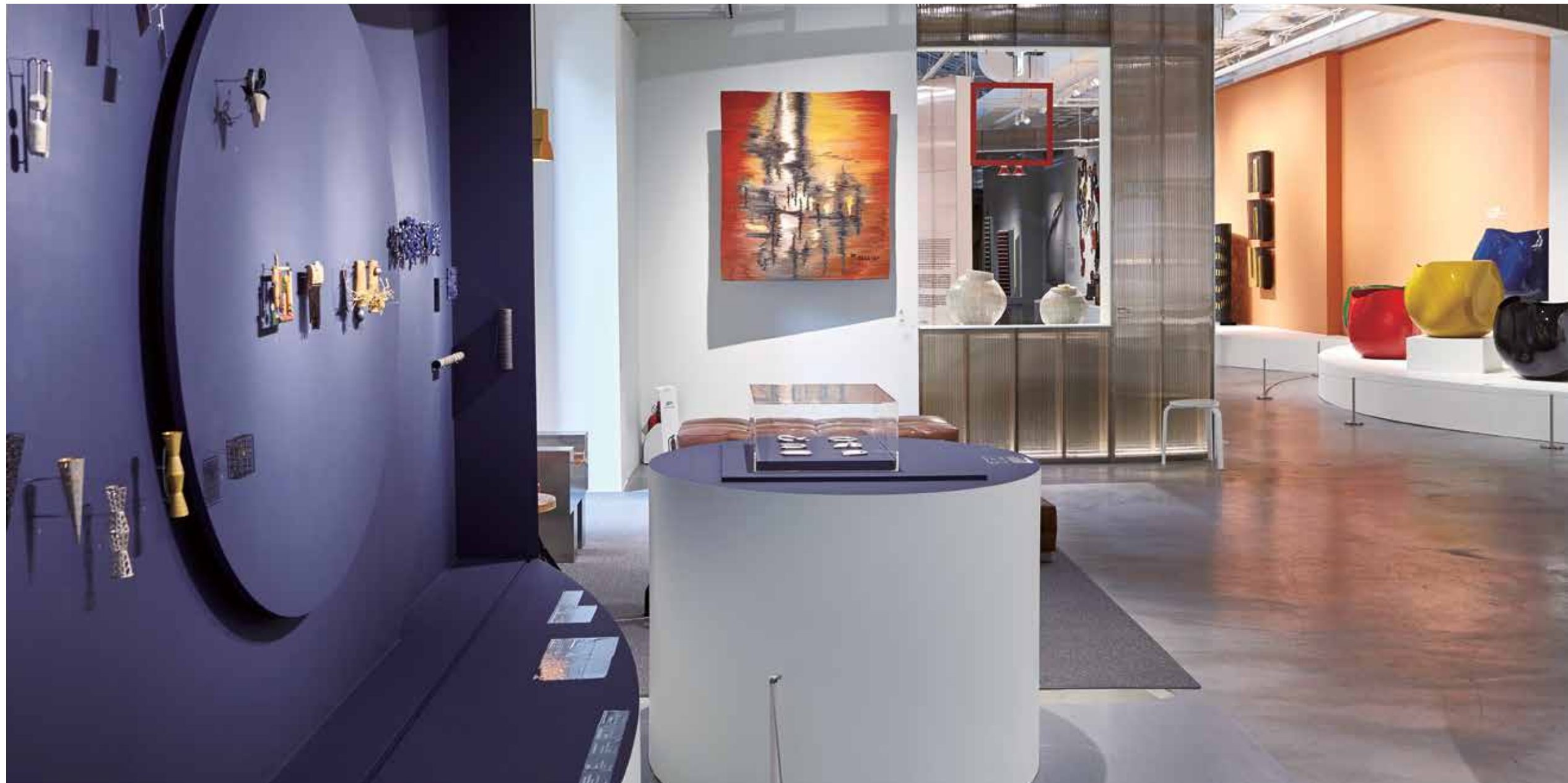
시간과 경계를 아우르는 NOROO의 컬러

<공예, 시간과 경계를 넘다> with NOROO Paint

서울공예박물관의 개관특별전 <공예, 시간과 경계를 넘다>가 지난 6월 24일부터 8월 15일까지 열렸다. 개관 첫해인 지난해 선보였던 도자, 목(木), 유리 공예 중심의 1부에 이어 열린 이번 전시는 금속, 섬유, 옷칠의 2부로, 노루페인트는 컬러로 공간을 감싸며 시간과 경계를 넘나드는 공예 작품들을 아우르는 역할을 했다.

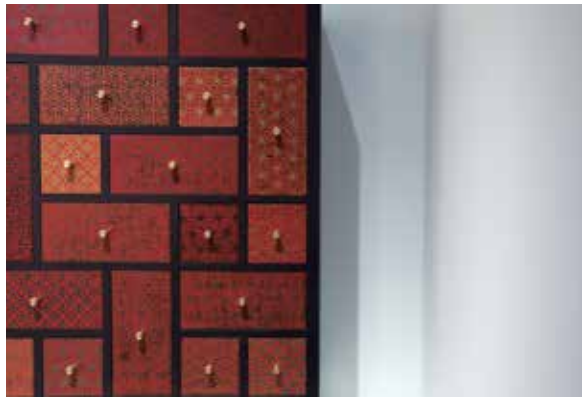
안온히 감싸는 컬러

작년 7월, 종로구 안국동에 문을 연 서울공예박물관은 (구)풍문여고 건물을 리모델링해 건축한 한국 최초의 공립 공예박물관이다. 이곳은 원래 왕가의 저택과 왕실 가례 등을 위해 사용되던 장소로, 수공예품을 제작해 납품하던 조선의 장인, ‘경공장(京工匠)’들이 존재했던 종로구의 중심 지역이기도 하다. 이러한 상징적인 곳에 자리한 서울공예박물관은 전통부터 현대까지 다양한 시대와 분야를 아우르는 2만여 점의 공예품과 공예 자료를 통해 전통과 현대를 연결하고 예술과 생활을 연결하는 ‘공예 허브’로 기능하고자 문을 열었다. 그 뜻깊은 시작을 기념하는 개관전 2부에 노루페인트가 함께했다.



반듯한 외관으로 관람객을 맞이하는 전시1동의 3층, 기획전시실에 들어서면 황토에 가까운 주황색, 질푸른 하늘과 철기를 연상케 하는 네이비로 디자인된 전시명, ‘공예, 시간과 경계를 넘다’를 만나게 된다. 경계를 넘나드는 공예의 도전과 실험을 상징하는 듯한 전시 타이포그래피의 컬러는 첫 코너의 벽면을 채운 NOROO MD 6052 Toffee Caramel로 연결되어 전시의 본

격적 시작을 알린다. 황토의 푸근함과 누그러지는 저녁 태양의 빛, 노을의 그윽함이 섞인 이 색상은 블랙과 골드, 강렬한 레드와 그린, 네이비 등 원색의 작품을 안온하게 감싸준다. 색다른 제작 기술을 끊임없이 개발하고 재료를 융합하며 공예의 종목별 구분을 넘어서려는 공예가들의 모든 시도를 넉넉히 받아주는 컬러의 품이다.



오롯이 드러나는 미감

전시장 안으로 깊이 들어가면 우리 생활 속의 다종 다양한 기물들이 색다른 디자인과 재료로 관람객을 맞이한다. 수없이 두드려 편 은판으로 완성된 달항아리, 자연스럽게 깊이 있는 색상의 옷칠 다기, 각자의 개성을 가진 테이블웨어와 가구 등 금속공예와 옷칠공예, 리빙 오브제 등이 NOROO의 컬러 속에 놓였다. 착용하는 조각인 독특한 장신구들은 단단하고도 따뜻한 기운을 가진 NOROO DB 9052 Peacoat Blue 위에서 재료의 특성과 조형미를 드러내고, 식생활과 관련된 기물들을 모은 ‘공예가의 식탁’ 전시품들은 순&수 항바이러스 페인트인 V-가드의 든든한 보호를 받았다. 화이트가 베이스인 공간 곳곳에 쓰인 NOROO의 컬러들은 공예품들의 미감이 오롯이 드러나도록 도왔다. 전시장의 다른 한쪽은 섬유공예가 자리했다. 리빙룸과 다이닝룸의 밝고 개방적인 공간을 연출한 옷칠공예와 금속공예 코너와 달리, 섬유공예 코너는 조도를 낮추고 깊고 진한 컬러를 사용



해 내밀한 개인적 공간을 연상시켰다. 공간에 드리워진 어둠과 컬러는 관람객들을 감싸 안는 듯한 느낌을 주어 우리 몸에 늘 닿아 있으며 신체를 보호하는 섬유의 특징을 은연중에 전달했다. 선에서 시작해 입체가 되어가는 직조, 타피스트리, 패치워크 등의 섬유공예와 자수, 염색공예, 섬유로 완성한 조각과 가구 등은 NOROO DB 9029 Iron Brunette, NOROO NU 3069 London Bridge의 어두우면서도 결코 무겁지 않은 컬러와 NOROO NU 3074 Dry Sand, NOROO NU 3072 Cocoa Butter의 산뜻하고도 부드러운 컬러 속에서 고유한 물성을 선보일 수 있었다.



예술을 전하는 NOROO

이번 개관전에는 NOROO의 순&수 항바이러스 페인트인 V-가드와 친환경 페인트 순&수 울커버가 시공되어 전시장의 안전을 지키며 격조 있는 공간을 연출했다. 노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장은 “타 전시장에 페인팅된 NOROO의 컬러를 보신 관계자께서 협조를 요청하심에 따라 이번 서울공예박물관 개관전에 노루페인트가 함께하게 되었습니다. 저희 컬러 중 COVER ALL에는 온화하고 포근한 느낌을 주는 컬러들이 많습니다. 우리나라 공예품에 아주 잘 어울리는 컬러들이죠.”라고 말하며 톤 다운된 컬러들이 삶의 격을 높이는 공예품을 잘 뒷받침해 준다고 설명했다. 예술과 생활을 연결하는 공예를 위해 NOROO의 컬러는 공예와 관람객 사이를 자연스럽게 이어주었다. 예술을 전하는 컬러, NOROO의 컬러이다.



컬러 사진, 추상 회화가 되다

FRANCO FONTANA : COLOR IN LIFE with NOROO Paint

흔히 사진은 대상을 있는 그대로 담아내는 재현적 매체로 인식되지만, 작가의 시선에 따라 재현은 새로운 창조가 되곤 한다. 익숙한 풍경의 놀라운 포착으로 추상적 색채 회화와 같은 작품을 만드는 이탈리아의 사진작가 프랑코 폰타나의 사진이 그러하다. 그의 작품 속에서 컬러는 면과 선으로 강한 존재감을 드러내며 대상의 인상을 순식간에 바꿔버린다.



컬러를 사로잡은 사진

“색을 칠하듯 찍은, 카메라로 그린 사진”, “한 폭의 회화 같은 사진”, “컬러를 사냥하는 사냥꾼”, “황금 비율의 연금술사”. 프랑코 폰타나를 설명하는 전시장 측의 문구는 그와 그의 작품을 생생하게 전달한다. 그의 사진 속에서 평범한 대지의 풀밭과 하늘은 컬러의 면과 선이 대비되는 추상화가 되고, 저녁 햇살을 받은 건물은 장난감 블록처럼 색색으로 가지런히 정렬된다.



도시 속 다양한 파사드들의 중첩은 두드러지는 컬러의 대비로 깊이감보다 평면성이 두드러지며 낮선 인상을 남고 인물들은 그림자나 뒷모습, 부분적 집중과 정지된 순간 속에서 관람객을 잠시 생각에 잠기게 한다. 프랑코 폰타나의 사진은 뇌를 두드리며 이렇게 질문하는 듯하다. “자, 이걸 봐. 이제 세상이 다르게 보이지 않아?”라고 말이다.

서울 마이아트 뮤지엄에서 열고 있는 <FRANCO FONTANA : COLOR IN LIFE>는 컬러 사진의 선구자인 프랑코 폰타나의 한국 최초 회고전이다. 그는 사진인지 회화인지 구분이 어려울 정도로 경이로운 추상적 색채 풍경으로 명성이 높은 세계적인 사진작가로, 순수 예술 사진이 흑백으로만 이루어지던 1960년대 초반, 일찍이 컬러 필름을 받아들이고 사진의 투명도를 과소 노출하여 추상적 회화를 연상시키는 작품 세계를 확립했다. 이번 전시는 60년대부터 지금까지 그가 고찰해 온 예술적 주제와 인생철학을 담은 작품 122점을 LANDSCAPE, URBAN-SCAPE, HUMAN-SCAPE, ASFALTO의 섹션으로 모았으며 노루페인트는 그의 작품처럼 선명하고 생생한 컬러로 주제의 전달을 도왔다.





프랑코 폰타나의 컬러 인 라이프 전시는 작품과 함께 전시장 전체의 컬러로 대상을 보는 관점을 바꾸고 시야를 확장케 한다.

시야를 열어주는 색다른 시선

첫 번째 섹션 ‘LANDSCAPE’에서는 세계 각지에서 담아온 비현실적으로 아름다운 풍경들을 만날 수 있다. 분명히 현실에 존재하는 풍경임에도 그의 사진 속에서는 경이롭게 재창조되어 ‘비현실적’이 되어버리는 기묘한 느낌은 모든 작품에 이어지는 공통된 특징이다. 그는 “풍경을 찾아다니는 적이 없다. 풍경을 발견해 냈다.”라고 말하며 “예술은 재발견되고, 수정되어야 한다.”라고 인터뷰 영상 속에서 강조한다. 그가 발견한 풍경과 예술은 강렬한 바이올렛과, 타는 듯한 오렌지, 깊은 청록 등의 보색으로 페인팅된 전시장에서 의미를 더욱 진하게 드러냈다.

이어진 ‘URBAN-SCAPE’는 도시인의 시각과 사고의 전환이 더 확실해지는 섹션이다. 익숙한 도시를 다른 관점으로 보게 하는 이 작품들에는 대표적 그린인 PANTONE 16-6340 Classic Green을 첫 번째 배경으로 배치함으로써 도시의 인공적 분위기를 더욱 두드러지게 만들었다. PANTONE 18-2043 Raspberry Sorbet, PANTONE 18-3949 Dazzling Blue, PANTONE 16-



1362 Vermillion Orange 등은 존재감이 확실한 컬러들로 로스앤젤레스, 휴스턴, 샌프란시스코, 뉴욕, 이비자 등 세계 곳곳의 도시가 색면의 추상화로 변신하는 것을 돕는다.

‘HUMAN-SCAPE’에서는 우리가 미처 보지 못한 것을 드러나게 하는 작가의 예술관이 사유적으로 다가온다. 이를 위해 좀 더 차분한 톤의 PANTONE 15-6423 Forest Shade와 PANTONE 17-1310 Timber Wolf 등이 쓰여 관람객의 발걸음을 늦추고 인터뷰 영상을 보는 코너와도 자연스럽게 연결되도록 했다. 마지막 섹션인 ‘ASFALTO’에서는 아스팔트라는 도로 위에서 펼쳐지는 엄청난 속도감과 깨지고 마모된 틈, 차선 등을 촬영한 작품을 선보였는데 생동감 넘치는 PANTONE 18-6033 Green Tambourine와 PANTONE 18-1660 Tomato 등이 시간의 흐름과 활기를 고양시켜 준다.

프랑코 폰타나의 컬러 인 라이프 전시는 이렇듯 작품과 함께 전시장 전체의 컬러로 대상을 보는 관점을 바꾸고 시야를 확장케 한다. “색은 우리가 말을 걸 때 존재한다. Color exist, but they have to be said”라고 말했던 작가는 풍경과 컬러와 나누었던 대화를 우리에게 들려주고, 다시 묻는 듯하다. 그의 질문을 따라 세상을 바라본다면 누구나 자신만의 풍경을 발견할 수 있을 것이다. 이 전시는 2023년 3월 1일까지 계속된다.



나, 컬러몬! 슈퍼루키가 떴다!

노루페인트의 유튜브 채널, <페인트잇수다>에 새로운 코너가 생겼다. 이름하여 <노루위키>. 페인트 회사 직원들이 알려주는 ‘찐 페인트 백과사전’이라는 부제를 달고 등장한 이 코너의 출연자는 바로 노루페인트의 신입직원인 ‘컬러몬!’ 성이 ‘컬’, 이름이 ‘러몬’인 그의 입사 지원 동기는 자신이 노루페인트와 닮았기 때문이라는데... 어떤 점이 닮았기에 입사 지원을 하고, 결국 채용되어 <페인트잇수다>에 나오게 된 것일까? 컬러몬, 그를 만나 모든 것을 파헤쳐 보았다.



“어떤 점이 닮았냐고요? 바로 ‘컬러에 진심이라는 점’이죠!” 노루페인트 안양 공장의 지담터에서 만난 컬러몬은 큰 얼굴에 손을 갖다 대며 진지하게 답했다. 그는 지난 8월 노루페인트의 <페인트잇수다>에 입사 지원 영상으로 혜성과 같이 등장한 후 당당히 합격하여 첫 출근 브이로그를 찍는가 하면 이제 페인트잇수다의 새로운 코너 <노루위키>에서 고정 출연자로 활동하게 되었다. 어렸을 때부터 컬러칩을 장난감처럼 가지고 놀며 어떤 컬러든 한 번에 색상 번호를 맞추는 능력을 함양해 온 어마어마한 캐릭터이자 어마어마한 스펙의 컬러몬. 그와의 인터뷰를 옮긴다.



Q 합격 통지를 받으셨을 때 기분이 어떠셨나요?

A 엄청 좋았죠! 주변 친구들과 가족들에게 많은 축하를 받았어요. 어머니께서 옷도 한 벌 해 주셨고요. 물론, 저도 주변에 한 톱 났습니다. 하하하! 앞으로 페인트 관련해 많은 문의를 받게 될 것 같아요.



Q 컬러몬 님 반갑습니다. 입사 지원을 독특한 방식으로 하셨던데요. 어떻게 영상을 보낼 생각을 하셨나요?

A 코로나19 시대에 최근 면접 트렌드도 바뀌고 있으니까요. 수시채용이니 인상을 강하게 남기고 싶었습니다. 컬러에 대한 제 능력도 선명히 보여드리고 싶었고요.

Q 네. 확실히 인상 깊었습니다. 특히 컬러에 대한 능력이 대단하시더라고요. 컬러가 쓰이는 산업 영역이 무궁무진한데, 꼭 집어 노루페인트에 지원하신 이유는 무엇인가요?

A 그야, ‘국내 페인트 업계 최초로 색채연구소를 설립하고, 세계적인 컬러 회사인 팬톤과 함께 페인트를 만드는 노루페인트’이기 때문이죠. 하하하. 우리는 일상 속 컬러에 아주 익숙해져 있기 때문에 잘 인식하지 못하지만, 페인트는 자동차, 가전제품, 핸드폰, 건축물, 크고 작은 목재, 철재 등 많은 곳에서 발견할 수 있어요. 그만큼 컬러에서도 중요한 위치를 가지고 있지요. 그런 페인트를 만들며 컬러에 대한 전문성과 기술력, 역사까지 가진 노루페인트에서 저의 능력을 펼치고자 지원했습니다!



Q 입사에 이어 그동안 구독하시던 <페인트잇수다>에 이제 출연을 하게 되었다고요! 소감이 어떠신가요?

A 처음엔 걱정이 많이 되었어요. 신입사원인 제가 우리 기업을 알리는 역할을 맡게 되어 책임감이 무겁게 느껴졌지요. 하지만 컬러와 페인트를 사랑하는 만큼 더 알아가고 싶고 좋은 기회가 되리라 생각했어요. 많은 분들께 도움도 되고 싶고요. 사명감을 가지고 열심히 하겠습니다.



Q 새로운 <노루위키>는 어떤 콘셉트의 코너인가요?

A 음... 페인트로 어디까지 갈 수 있는지 알아보는 매우 실험적인 코너가 될 거예요. 페인팅뿐만 아니라 생각지 못한 다양한 영역에서 페인트가 출현하고 활용되는 상황들을 재미있게 보여드리려고 합니다.



Q 가장 최근에 올라온 <노루위키> 영상에 대해 소개해 주시겠어요?

A 그게 말이죠, 저도 모르는 사이에 제가 노루위키 연구소에 발령을 받았거든요? 연구소가 아주 중요한 연구를 하고 있어서 장소가 비밀인지라 거의 납치되듯 가서 연구 주제를 받았는데, 세상 어디에도 없을 기묘하고 신박한 주제였어요. 이후 이야기는 영상으로 직접 보시는 걸 추천합니다! 꼭 유튜브에서 확인해 주세요!

Q 비밀 연구소에서의 신박한 연구라니 정말 기대가 되네요. 앞으로도 열심히 활약해 주시기 바랍니다!

A 네! 페인트에 대한 정보가 궁금할 때 가장 먼저 찾게 되는, 세상의 모든 페인트 이야기를 담은 그런 페인트 백과사전이 되도록 노루페인트 디지털마케팅팀과 저 컬러몬은 앞으로도 <페인트잇수다>와 <노루위키> 열심히 만들겠습니다. ‘구독’과 ‘좋아요’ 부탁드립니다!



컬러몬은 힘찬 목소리로 대답하며 큰 얼굴 아래로 손하트를 만들었다. 노루페인트에 진심인 나머지, 얼굴도 노루페인트를 이용해 메이크업을 한 것이라는 컬러몬! 그가 보여줄 페인트의 요묘조묘, 구석구석은 컬러칩만큼이나 다채로운 컬러와 재미로 채워질 듯하다. 궁금하다면 바로 확인해 보자.



노루위키

우리, #가치 올려요 포스터 챌린지

전통시장을 위한 노루페인트 포스터 챌린지

지난 6월, 인스타그램에서는 유쾌한 일러스트와 다양한 문구의 게시물이 #노루페인트, #가치를올리다, #노루의가치 등 해시태그를 달고 하나의 물결을 이루었다. 이는 노루페인트가 '[], 가치를 올리다' 캠페인의 일환으로 실시한 포스터 챌린지 이벤트로, 노루페인트의 포스터를 꾸며 인스타그램에 공유할 때마다 1㎡의 벽화를 그릴 수 있는 페인트가 기부되는 행사였다. 한달 동안 진행된 이벤트는 1만 건 이상의 게시물 업로드로 성공을 거두고 망원월드컵시장에 멋진 벽화로 완성되었다.



미닝아웃으로 변화를 이끈다

코로나19는 사회 전반에 걸쳐 큰 피해와 손실을 낳았다. 특히 온라인 판매 네트워크가 부족한 전통시장은 직격탄을 맞았다. 서울시 마포구에 위치한 30년 역사의 망원월드컵시장도 그러한 전통시장 중 하나다. 게다가 길 하나 건너의 망원시장은 2030세대에게도 인기가 있는 반면, 망원월드컵시장에까지 그 발걸음이 이어지진 않아 활성화가 더욱 필요한 상황이었다. 이에 노루페인트는 망원월드컵시장의 환경 정비 및 벽화 조성을 기획하고 페인트의 가치와 상생의 기쁨을 널리 알리는 포스터 챌린지를 병행했다. 선취력을 가지고 미닝아웃에 적극적인 MZ세대의 참여를 통해 이벤트의 의미를 더욱 높이기 위해서였다. SNS로 나를 드러내고 네트워크를 형성하는 것 외에도 사회 변화에 기여하길 바라는 MZ세대의 욕구는 자신의 취향과 사회적 가치관 등을 각종 챌린지 참여와 소비 활동으로 활발히 표현하는 ‘미닝아웃’으로 표출되곤 한다. 미닝아웃은 신념을 뜻하는 ‘meaning’과 ‘coming out’의 합성어이다. 실천으로 긍정적 변화를 이끌어내는 MZ세대들에게는 단순한 기부나 서명보다 자신의 참여를 알리고, 이를 불특정 다수와 나누며, 그 활동의 결과를 직접 확인할 수 있는 일련의 과정이 필요하다.

이를 위해 노루페인트는 일러스트레이터 김다예 작가와 총 10장의 포스터를 만들고, 참여자들이 '[], 가치를 올리다'의 빈칸에 원하는 문구를 넣어 인스타그램에 게시, 공유하며 다음 주자를 지목하는 ‘포스터 챌린지’ 이벤트를 준비했다. 1회의 포스터 참여가 1㎡의 페인트가 되어 전통시장의 벽화로 조성되는 이벤트였다. 뜻깊은 취지와 개성 넘치는 포스터 디자인, 풍성하게 준비된 선물로 이벤트 참가자는 금세 늘었다.





[월드컵시장], 가치를 올린다

‘[시간의] 가치를 올린다, [컬러로 집의] 가치를 올린다, [같이하는 삶의] 가치를 올린다’ 등 저마다 소중히 생각하는 삶의 가치들이 페인팅 포스터와 해시태그로 인스타그램에 모였다. 김다예 작가는 다양한 옷차림과 헤어스타일의 사람들이 페인팅을 하는 모습을 반려동물, 식물, 책 등과 선명한 색감으로 그려 해시태그 검색 시 자유분방하고도 조화로운 흐름이 화면 가득 연출되도록 했다. 각 포스터 속의 페인팅 자국은 자연스럽게 연결되어 모두의 포스터를 하나로 모아주었다.

이렇게 업로드된 1만여 건 게시물의 페인팅 기부를 통해 7월, 망원월드컵시장 중앙부 광장의 벽화 페인팅이 시작되었다. 길이 40m에 높이 3.3m의 긴 벽에는 현수막이 걸려 있었는데 색이 바래고 낡아 정비가 필요한 상황이었다. 노루페인트는 벽을 깔끔하게 정리하고 밝고 환한 노랑 위에 김다예 작가의 일러스트로 장바구니와 생선, 야채 등 갖가지 물건을 든 사람들, 가게 매대를 그려 넣었다. 중앙부에는 초록색 축구장 위에 ‘망원동 [월드컵시장] 가치를 올린다, 노루페인트’ 글자를 축구공과 함께 넣어 활력을 더했다. 시장 안의 길목에는 표지판 역할을 하는 바닥 그림을 MMA 포인트 시공하였고, 벽화를 알리는 현수막 및 버스정류장 광고로 손님의 유치를 도왔다. 노루페인트와 지역사회 발전을 위한 업무 협약을 맺은 바 있는 한림대성심병원(이번 포스터 챌린지와 벽화 완공을 기념해 시장 상인들을 대상으로 무료건강검진을 실시해 나눔 활동에 의미를 더했다.

[같이하는 삶의], 가치를 올린다



#노루페인트#가치를올린다#노루의가치



노루페인트, 모두를 연결하다

벽화가 그려진 후 망원월드컵시장을 향하는 길은 생동감으로 가득해졌다. 밝고 환한 노랑과 초록은 유쾌한 일러스트와 함께 전통시장의 에너지를 전한다. 시장을 향하는 손님의 발길도, 손님을 맞는 상인들의 얼굴에도 벽화의 생기로 흥이 올랐다. 한 사람 한 사람의 뜻과 생각이 포스터 한 장 한 장에 모임으로써 챌린지의 힘이 일러스트와 컬러에 녹아 들었으니 벽화를 통해 더욱 생생하게 전해지는 것이리라. 노루페인트의 힘은 이렇게 모두와 연결되고 컬러로 채워져 또 하나의 가치인 전통시장의 가치를 높였다.



색다른 일상으로 FIND YOUR COLOR

노루페인트 특약점 실장이자, 미술 작가로 활동하는 정정하 씨의 하루하루는 빈틈없이 짜여 있다. 낮에는 매장을 지키며 손님들에게, 밤에는 작업 중인 작품에 에너지를 쏟아내야 하는 정정하 작가에게 노루페인트가 '노루 같이가치 프로젝트'의 일환으로 색다른 하루를 선물했다.



특약점 실장, 화가가 되다

광주광역시의 광주시립미술관에는 분관으로 하정웅미술관이 있다. 하정웅은 평생 수집한 1만 점의 미술품을 기증한 재일교포 사업가로, 그의 이름을 기려 설립된 하정웅미술관은 2000년부터 해마다 전국에서 4명의 작가를 선정, '청년작가상'을 수여하고 초대전을 개최한다. 치열한 경쟁을 뚫고 2021년에 선정된 4인 중 한 명이 광주노루페인트에서 일하는 정정하 작가이다.

그는 '빛을 모으는 또 다른 방법'이라는 주제로 색색의 페인트를 채운 시험관 수 백 개를 배치하거나 목재를 동그랗게 파낸 뒤 페인트로 점을 찍고 에폭시 레진을 채운 대형 설치미술, 캔버스나 금속 위에 페인트를 칠하고 에폭시 레진을 덮어 색을 선명하게 드러내는 작업 등으로 2020년에 <조선대학교 올해의 작가상>과 <예술공간 이아>의 전시공모 개인전에 초청작가로 선정되고 개인전 및 단체전을 다수 여는 등 활발한 활동을 해오고 있다. 이 작품들의 특징은 화가들이 일반적으로 쓰는 유화용 오일 페인트나 캔버스 대신 건축용 페인트와 바닥용 마감재인 에폭시 레진이 주재료로 사용되었다는 점이다. 가족과 함께 광주노루페인트 특약점을 운영해온 정 작가의 이력이 순수 미술 분야에 접목되면서 내러티브를 가진 고유한 작품 세계가 탄생하였고, 그 세계는 점점 넓어지고 있다.



빛을 모으는 또 다른 방법

“노루페인트에게 고마운 마음이 커요.” 광주노루페인트 특약점 2층에 위치한 작업실에서 만난 정정하 작가의 말이다. “작업을 다시 시작하게 된 계기가 되었거든요.” 미대 졸업 후 결혼과 육아, 특약점 운영 등으로 창작 활동을 쉬고 있던 정 작가에게 노루, 특히 팬톤페인트와의 만남은 다시금 꿈을 꾸게 했다고.

“방수재를 주로 다루다가 팬톤페인트를 취급하고, 조색기를 들이고, 다양한 컬러를 찾는 손님들을 응대하면서 자연스럽게 작업으로 연결 되었어요. 모든 고객들이 정말 신중하게 컬러를 고르고, 거기엔 사연들이 있어요. 그 이야기들이 소중해 조색된 페인트를 시험관에 모으기 시작했고, 천 개가 넘어가며 작품으로 완성되었죠. 지금 전주 한국소리문화의전당에 전시되어 있습니다.”



정 작가는 이러한 일련의 작품들을 “빛을 모으는 또 다른 방법”이라고 말한다. 에폭시 레진을 사용해 에너지를 가두고 기록하는 콘셉트이다. 재료의 특성으로 인해 유광(有光), 그야말로 빛을 갖게 된 컬러들은 더욱 선명해지고, 생생해지며, 에너지를 크게 발산한다. 그가 작품에 A. R.이라는 이니셜을 넣는 이유다. “‘Absorb’와 ‘Reflect’, 빛을 흡수하고 반사했다는 뜻이죠. 그래야 우리는 빛을 볼 수 있으니까요.” 여기에 쓰인 에폭시 레진은 노루페인트의 칼라플로어 제품이다. 일과 삶 속에서 자연스럽게 연결된 작업이기에 정 작가의 작품은 개성과 진정성을 동반해 보는 이에게 울림을 준다.

자신의 이니셜을 새길 색다른 브이로그

매장 운영과 작품 활동을 병행하는 그에게 컬러란 이렇듯 손님에게, 작품의 관객에게 제시해야 하는 것이었다. 1인 2역에 더불어 엄마라는 세 가지 역할까지 해야 하기에 자신만의 컬러를 찾는 침잠과 탐색의 기회나 혼자만의 시간을 갖는 여유는 좀처럼 쉽지 않았다. 그런 차에 노루페인트가 ‘노루 같이가치 프로젝트’로 ‘색다른 브이로그’를 촬영, 매장과 작업실을 벗어나 성수동과 서울숲에서 오롯이 자신을 위해 하루를 보내는 시간을 선물했다.

정 작가는 플라워샵에서 꽃을 만지고, 소품샵과 와인샵에서 쇼핑을 하며, 녹음 속에서 피크닉을 즐기는 등 새로운 공기와 자연의 컬러들을 만났다. “정말 기분 전환이 되었어요. 촬영한 브이로그에서 컬러를 찾아 새로운 작품을 만들려고요. 아무래도 초록이 되지 않을까 싶네요. 이번에 들어갈 이니셜은 제가 되겠지요?”

바쁜 작품 활동의 흔적이 여실한 작업실에서 정 작가는 자신의 이니셜을 넣을 차기작을 예상하며 활짝 웃었다. 노루페인트의 컬러들을 예술 작품의 빛으로, 일상과 자연의 컬러를 자신의 빛으로 흡수하고 반사하는 정정하 작가의 ‘색다른 브이로그’는 어떤 색과 빛을 담고 있을까? 노루페인트의 유튜브 채널, <페인트 잇수다>에서 확인할 수 있다.

바쁜 일상 속에서 ‘노루 같이가치 프로젝트’의 ‘색다른 브이로그’ 촬영은 정 작가에게 기분 전환의 시간을 주었다. 정 작가의 작품은 내년 1월 서울 호아드 갤러리에서도 만날 수 있다.



정정하 작가의
‘색다른 브이로그’

NEWS BRIEFING



‘컬러로 범죄예방’ 대한민국 범죄예방대상 경찰청장 표창 수상



건축물 노화방지 페인트 ‘큐피트마스터’로 취약계층 무료급식소 환경 개선 추진



<집방투어>로 인테리어와 셀프 페인팅 노하우 대방출



안양천의 수해 폐기물 수거로 환경정화 활동

(주)노루페인트

‘컬러로 범죄예방’ 대한민국 범죄예방대상 경찰청장 표창 수상

노루페인트는 지난 10월 26일, 경찰청과 중앙일보가 공동 주최한 ‘제7회 대한민국 범죄예방대상’ 기념식에서 경찰청장 표창을 수상했다. 이번 기념식은 지역 안전을 위해 적극적으로 활동한 민간단체와 기업 등을 독려하고 자발적 참여 의지를 견인하기 위해 진행된 것으로, 노루페인트는 지역 경찰서, 법무부 준법지원센터 등과 함께 지역 환경을 개선해 주민의 안전감을 높인 공로와 성과를 인정받아 범죄예방 섹테드(CPTED) 부문에서 수상했다.

컬러로 세상에 밝고 긍정적인 이미지를 전하는 노루페인트는 2010년부터 각 지역 경찰서, 경찰청, 준법지원센터와 함께 우범지역의 범죄예방을 위한 벽화 사업을 진행했으며 2016년에는 법무부 준법지원센터와 섹테드 사업 MOU를 체결해 이를 더욱 본격화했다. 이후 현재까지 전국 30여 개 지역에 친환경 페인트를 지원해 환경을 개선했으며 소통을 통해 꾸준히 관리하고 있다. ‘함께 성장하는 NOROO’라는 공유가치를 통해 사회공헌을 기업이 지켜야 할 윤리 규범이자 비전 실현의 전략 과제로 삼고 있는 노루페인트는 섹테드 사업 외에도 각종 복지시설과 특수학교 등에서 컬러를 통한 나눔 활동을 실천하고 있다.

노루페인트 관계자는 “사람들이 안심하고 거닐 수 있는 거리를 만드는 데 노루페인트의 제품과 컬러 기술력이 일조할 수 있어 기쁘다.

앞으로도 세상을 밝게 만들며 범죄예방 및 사회 공헌 활동을 이어나갈 예정이다.”라고 밝혔다.

건축물 노화방지 페인트 ‘큐피트마스터’로 취약계층 무료급식소 환경 개선 추진

노루페인트는 지난 9월, 인천에 위치한 ‘성언의 집’ 무료급식소의 외부 환경 개선을 위해 건축물 노화방지 페인트 ‘큐피트마스터’를 후원했다. 지역사회에 기여한 복지센터의 노후된 외관을 개선하는 이번 사업은 ‘[], 가치를 올린다. 노루페인트’ 캠페인의 일환으로 진행된 것으로, 노루페인트는 페인트를 통해 변화되는 삶의 가치, 건강의 가치 등을 조명하는 다양한 마케팅과 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

후원 대상인 성언의 집은 몸이 불편한 지역 어르신을 위해 도시락 배달, 돌봄 서비스, 방문요양 등 다양한 복지 서비스를 제공하고 있다. 그중 독거노인과 노숙자 등 일 평균 350명이 이용하는 무료급식소의 건물은 30년이나 되어 환경 개선이 절실하지만 재정상의 이유로 엄두를 내지 못하고 있던 상황이었다. 노루페인트는 이 사연을 접하고 현장 방문을 통해 칠이 벗겨지는 등 노후한 외관을 확인, 맞춤 제품 후원을 결정했다.

이번 외벽 환경 개선에는 건물의 노화를 방지하는 특수 수성페인트 큐피트마스터가 사용됐다. 이 제품은 수분 침투를 방지하는 발수성과 크랙에 의한 손상을 방지하는 탄성이 뛰어나며, 콘크리트 중성화 방지 기능 특허까지 갖춰 건물의 유지 관리에 용이하다.

노루페인트 관계자는 “깨끗하게 변화된 외관으로 무료급식소를 방문하시는 분들의 마음이 조금이나마 환하게 밝혀지면 좋겠다. 앞으로도 페인트를 활용해 사회에 기여하는 활동을 펼칠 예정이다.”라고 말했다.

<집방투어>로 인테리어와 셀프 페인팅 노하우 대방출

노루페인트는 인테리어와 셀프 페인팅의 노하우를 담은 토크 콘텐츠인 <집방투어>를 공식 유튜브 채널 <페인트잇수다>를 통해 지난 9월 7일 첫 공개했다.

코로나19 영향으로 홈코노미(home+economy)가 새로운 트렌드로 자리 잡으며 주거 공간을 스스로 가꾸는 셀프 인테리어가 주목받고 있는 가운데, 컬러가 다양한 페인트는 누구나 원하는 무드를 쉽게 연출할 수 있어 만족감이 높은 인테리어 재료로 꼽힌다. <집방투어> 시리즈는 페인트로 셀프 인테리어를 준비하는 수많은 소비자들을 위해 진행되는 신개념 정보 팁 토크로, <페인트잇수다> 호스트인 쏘박사는 특색 있는 페인팅 인테리어 집을 선정해 직접 방문하고, 셀프 페인팅을 시공한 주인공이 겪었던 애로사항과 해결 방법을 함께 이야기하며 풍성한 인테리어 정보를 영상으로 제공한다. <집방투어>의 첫 번째 집은 2년 전 노루페인트 제품 사용법 영상을 위해 페인트가 시공됐던 현장으로, 페인팅했던 싱크대가 어떻게 변했는지를 이번 영상에서 확인할 수 있다.

노루페인트는 페인트에 대한 정보를 쉽고 흥미롭게 전달하기 위해 2018년부터 <페인트잇수다>를 유튜브 공식 채널로 운영하고 있다.

호스트인 쏘박사, 슈가몬과 함께 최근 새로운 캐릭터인 컬러몬이 출연하며 고객 중심 소통 채널로서 새로운 도전을 꾀하고 있다. 노루페인트 관계자는 “셀프 페인팅에 대한 관심이 늘면서 본사와 특약점에 관련 문의가 늘어났다. 페인트와 관련된 양질의 정보를 제공하는 <페인트잇수다> 영상이 고객에게 도움이 되길 바란다.”라고 말했다.

안양천의 수해 폐기물 수거로 환경정화 활동

노루페인트는 안양천에 적치된 수해 폐기물을 정화하는 환경정화 활동에 9월 2일 참가했다. 당시 집중호우로 안양천 일대의 고수부지와 저수로에 많은 쓰레기가 쌓여 악취를 유발함에 따라 노루페인트를 비롯한 지역 기업체는 시민들의 불편을 최소화하기 위해 안양시가 주관한 ‘2022년 집중호우로 인한 1사1하천 정화활동 캠페인’에 참여하여 활동했다. 이날 노루페인트 임직원 30여 명은 안양천 충훈대교부터 화창교까지 적치된 쓰레기와 오염 물질을 제거하는 작업을 펼쳤으며 특히 눈에 보이지 않는 저수로와 수풀 사이에 방치된 폐기물을 회수, 악취를 방지하는 데 힘썼다.

노루페인트 관계자는 “이번 환경정화 활동으로 인근의 주민들과 산책로를 이용하는 시민들이 보다 쾌적하게 안양천을 이용했으면 한다.”며 “봉사활동에 참여한 임직원들과 좋은 활동을 기획해준 안양시에 감사드린다.”라고 전했다.

NEWS BRIEFING



아동복지시설 '신생동산'에 멜론 후원

(주)기반테크

기반테크, 제주퍼스트테크와 농축산업 혁신 위한 업무협약 체결

기반테크는 10월 3일, 제주특별자치도의회 도민카페에서 제주퍼스트테크와 농축산업 혁신을 위한 업무협약을 체결했다. 이번 업무협약 체결은 노루페인트와 농촌진흥청이 공동개발하고 기반테크가 유통하는 제품인 에너지세이버 온실차광제와 축사차광제를 제주특별자치도 토종 스타트업 제주퍼스트테크에 독점 공급함으로써 제주특별자치도의 농축산업 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한다.

기반테크의 에너지세이버 온실차광제는 외부 코팅을 통해 온실 내부로의 열 투과를 줄이고, 급격한 온도 상승과 습도 변화를 억제한다. 또 축사차광제는 축사 내부 온도를 낮춤으로써 폭염으로부터 가축이 받는 스트레스를 줄여줄 수 있다. 기반테크의 관계자는 “해가 지날수록 심해지는 폭염에 전국 지자체를 중심으로 차광제에 대한 문의가 쇄도하고 있다.”며 “미래 유망산업인 농축산 분야의 기술 개발을 통해 제주특별자치도의 농축산업 발전에 힘쓰겠다.”라고 말했으며 제주퍼스트테크 관계자 또한 “제주도내 폭염으로 인해 피해를 입고 있는 농축산가에 드론을 통한 차광제 도포를 통해 농축산업 발전에 이바지하고 싶다.”라고 밝히기도 했다.

(주)더기반

아동복지시설 '신생동산'에 멜론 후원

더기반은 박과연구파트에서 수확한 멜론을 안성에 위치한 보육원인 신생동산에 전달하여 자원 중인 아동들과 교사들에게 달콤한 시간을 선물하였다. 이에 신생동산은 “평소 비용적인 부담으로 자주 구입하지 못하는 멜론을 후원해 주셔서 진심으로 감사하다. 자원 중인 아동들과 즐거운 간식 시간을 즐길 수 있었다.”는 말을 전해왔다. 신생동산은 1951년 설립된 유서 깊은 아동복지시설로 만 3세부터 18세 아동들에게 따뜻한 보살핌과 안정된 생활을 제공하고 있다. 더기반은 앞으로도 연구 활동으로 생산되는 토마토와 배추 등 타 작물에서의 수확물도 신생동산과의 협의 아래 지속적으로 후원할 계획이라고 밝혔다.



2022 가을호 사보를 즐겁게 읽어주신 독자들에게 퀴즈를 통해 선물을 드립니다.

아래 퀴즈의 답을 메일로 보내주세요.
총 10분께 5만 원권 문화상품권을 선물합니다!

TIP 답은 늘 사보 안에 있습니다!

Q

노루페인트의 <페인트잇수다>를 통해 입사 지원을 하고 당당히 채용된 ‘컬러몬’은 새로이 <노루위키> 코너를 맡게 되었습니다. 컬러에 대해 남다른 재능을 보여온 컬러몬은 앞으로 <노루위키>를 통해 페인트에 대한 각종 지식은 물론, 페인트가 줄 수 있는 모든 재미를 모아모아 전달할 예정이라고 하는데요, 얼굴 크기만큼이나 각오도 남다른 컬러몬의 아이덴티티를 알아봅시다. 다음 중 컬러몬에 대한 설명으로 맞는 것은 무엇일까요?

- ① 컬러몬은 반민초파이다.
- ② 컬러몬은 노루페인트로 메이크업을 한다.
- ③ 컬러몬은 성이 ‘김’이고 이름이 ‘컬러몬’이다.

*12월 30일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.

*메일의 제목은 ‘2022 가을호 사보 퀴즈 정답’으로 보내주세요.

*당첨 개별 연락을 위해 연락처도 함께 보내주시기 바랍니다.

*선정되신 10분께는 문화상품권 5만원 권을 선물 드립니다.

NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 64호(비매품)

중별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2022년 11월 18일 발행처: (주)노루홀딩스
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