

NOROO

NOROO

WINTER . 2023

VOL. 65

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

WINTER . 2023

VOL. 65

SPECIAL THEME

[SOCIAL CONTRIBUTION], 가치를 올리다



04 NEW YEAR'S MESSAGE '미래창조 NOROO! 안정적 도약'



SPECIAL THEME



[SOCIAL CONTRIBUTION], 가치를 올리다

08 COLUMN 자선에서 우리 모두의 선으로

10 VIEWFINDER NOROO의 시작, 사회 공헌의 출발

14 INTERVIEW GOOD NOROO, BETTER TOMORROW

노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장

CULTURE GALLERY

18 COLOR SOUND 소리를 곁들인 매혹의 컬러

20 BOOK 한 해를 빛냈던 책

24 . PAINT FOR ART 1



40 . NEW YEAR'S COLOR



42 . NEW PRODUCT



NOROO PEOPLE



24 PAINT FOR ART 1

WATSON, THE MAESTRO
알버트 왓슨 사진전 WITH NOROO PAINT

28 PAINT FOR ART 2

MICKEY MOUSE NOW AND FUTURE
캐릭터에서 예술로, 미키 마우스 WITH NOROO PAINT

32 PAINT FOR ART 3

일상에 마법을 걸다
헬ga 스텐첼 사진전 : 집안의 초현실주의 WITH NOROO PAINT

36 SPECIAL STORE

색다른 사진관 THANK YOU FOR YOUR COLOR
이천 이천칠공사 이창환 대표 / 부산 호은상사 이문기 대표

40 NEW YEAR'S COLOR

2023년을 채워나갈 컬러
NSDS와 팬톤이 선보이는 올해의 컬러

42 NEW PRODUCT

NOROO, ESG 애디션 골프공 출시
NOROO, 세인트나인과 골프공 클라보레이션

44 FOCUS ON NOROO 1

한영재 NOROO 그룹 회장, 금탑산업훈장 수훈

46 FOCUS ON NOROO 2

2023년, 다시 새로이, 더 높이

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)노루코일코팅 재경기획팀 문효빈 대리

(주)노루케미칼 업무지원팀 신성민 사원

칼라메이트(주) 지원팀 구범상 주임

(주)노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장

(주)노루케미칼 업무지원팀 신성민 사원

(주)아이피케이 총무팀 최대섭 차장

(주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장

(주)노루오토코팅 경영기획팀 안세현 과장

(주)노루일앤씨 경영지원팀 신성민 사원

(주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임

(주)노루오토코팅 인사총무팀 이용채 대리

(주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임

‘미래창조 NOROO! 안정적 도약’



친애하는 노루 가족 여러분!

새로운 기대와 함께 2023년 계묘년(癸卯年) 새해가 밝았습니다.

새해를 맞아 올해도 임직원 여러분의 가정에 항상 건강과 행복이 가득하시기를 기원합니다.

지난해 우리 노루 그룹은 지속적인 품질 개선과 기술 혁신에 힘쓰며 국가 산업 발전에 이바지한 공로를 인정받아 ‘금탑산업훈장’을 받게 되었습니다. “품질은 타협하지 않는다.”는 임직원들의 노력이 이루어 낸 성과입니다. 다시 한번 여러분의 노고에 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

노루 가족 여러분!

올해는 세계 경제가 팬데믹 이후 서서히 회복세에 들어설 것이라는 전망이 있기도 하지만, 현실은 기대와는 다르게 러시아 전쟁 장기화, 높은 인플레이션, 금리 인상에 따른 세계 경제 불확실성 확대 등 대외 위기가 지속되고, 기업 규제 강화에 따른 경영 리스크도 증가하는 등 대내외 경영 환경으로 다시 한번 힘든 한 해가 될 것으로 예상됩니다.

그러나, 경영 환경이 어렵다는 것이 반드시 부정적인 것만은 아닙니다. 새로운 혁신과 도약의 기회이기도 합니다. 학부 사업 부문은 혁신을 통해 시장 지배자로서의 위치를 확고히 하고, 농생명 사업 부문도 매출 확대 본격화를 통한

수익의 안정화를 확대하여 새로운 성장 동력을 확보하는 기회로 만들어야 합니다.

저는 오늘 2023년도 그룹 경영지표를 “미래창조 NOROO! 안정적 도약”으로 제정하고자 합니다. 이 지표는 불확실한 기업 환경 속에서 안정적 경영과 차별화된 기술 개발만이 경쟁력을 강화하고, 미래 사업 경쟁력 확보를 통해 시장을 선도해 나갈 수 있는 기반이 됨을 의미합니다.

이러한 국내외의 악화되는 경영 환경 속에서 민첩한 대응과 지속 가능한 성장을 실현하기 위해 다음의 3가지 핵심 목표를 임직원 여러분과 함께 추진해 나가고자 합니다.

첫째, 미래 성장 산업과 연관된 첨단 기술 개발을 바탕으로 차별적 경쟁력 확보에 역량을 집중해야 합니다.

우리에게 이제 저성장은 현실로 다가왔으며, 이러한 환경 속에서 기업은 근본적인 기술적 패러다임 쉬프트를 통하여 지속적인 성장의 기틀을 만들어 가야 합니다. 현재 전세계 추세로는 사업 기술 개발 스코프가 확대되어 친환경, 바이오, 미래 성장 산업과 연관된 스페셜티 케미컬 등 미래 성장 산업에 집중되어 있습니다.

미래 환경에 발맞춰 변화의 흐름을 우리 사업과 기술에 융합해야 하며, 나아가 변화를 주도하기 위해 친환경/

신소재/신기술 개발 등의 사업 영역을 선점하여 시장에서의 ‘차별적 경쟁력’을 확보하여 시장 지배력을 확대해야 합니다. 기존에 알고 있던 방식을 넘어 다양한 전략을 고민해야 하며 힘을 합쳐 위기 속에서 성장의 기회를 찾아 나아가야 합니다.

둘째, 지속적인 성장을 위해 ESG 경영 체계를 내재화해야 합니다.

기후 변화에 따른 환경 위기 등 당면한 여러 문제를 해결하는데 있어 기업의 책임과 역할은 더욱 중요해지고 있습니다. 소비자들의 친환경 제품 선호도는 높아지고 있고, 매년 기업들에 대한 ESG 평가 기준도 글로벌 스탠더드에 맞춰 높아지고 있습니다.

우리 노루 그룹은 임직원들의 노력으로 동종업계 최고의 등급인 ESG 평가 A등급을 2년 연속 받았습니다. 글로벌 스탠더드를 준수하기 위하여 고도화된 ESG 대응 체계를 구축해야 하고, 친환경 제품 개발 및 탄소 제로 생산 방식 적용 확대로 ESG 경영 체계를 내재화해야 합니다.

요즘 기업의 성장과 변화가 워낙 다양하고 빠르기 때문에, 변화에 적응하고 나아가 시장을 선도하는 것은 생존과 성장의 전제 조건이 되었습니다. 기업의 리질리언스(Resilience)를 강화하고 경쟁력을 상향 평준화시켜 더 강한 경쟁력을 갖춰야 하겠습니다.

셋째, 내실 경영을 위한 유동성 관리 체계를 강화하여 경영 리스크를 관리해야 합니다.

올해는 세계적인 고물가·고금리·고환율 등 3고 현상의 후유증이 가시화되는 한 해가 될 것입니다. 고강도 긴축과 경기둔화 여파로 수익성 악화와 자금 경색으로 이어져 취약

기업부터 어려워질 경우 견갑을 수 없는 사태로 이어질 수 있습니다. 따라서 우리는 다시 한번 기본에 충실히 재고와 채권, 운전자본 축소를 통한 현금 창출을 경영지표의 중요한 항목으로 인식하고, 체질개선 및 수익률을 높이는 구조로 혁신해야 하며, 재무건전성 확보를 금년도 핵심 경영 지표로 설정하고 이에 전사적 역량을 집중해야 합니다.

노루 가족 여러분!

우리를 둘러싸고 있는 경제 상황이 쉽지 않습니다. 하지만 뿐만 아니라 바람에 흔들리지 않듯이 그 어떤 바람도 우리의 꿈과 도전을 막을 수는 없습니다. 위기를 새로운 기회로 삼아 창업 당시의 열정과 도전정신을 되새기며, 오늘을 걸어가는 우리의 발걸음 하나하나가 노루의 빛나는 미래를 만드는 사명감을 가지고 더욱 과감한 혁신과 도전에 나서야 할 때입니다.

청년 NOROO 여러분, 우리 모두 희망과 자신감을 갖고 각자의 역할과 소임을 다해 주시기 바랍니다.

마지막으로 오늘 뜻깊은 새해를 맞이하여 상생의 철학으로 늘 함께 동행해 주시는 노조위원장 여러분들과 집행부, 조합원 여러분께 진심으로 감사드립니다.

새해에도 여러분께서 소망하시는 일을 모두 이루시고 가정에 건강과 행복이 가득하시기를 진심으로 기원드립니다.

여러분! 새해 복 많이 받으십시오.

2023년 1월 2일 회장 **한영재**



SPECIAL THEME

[SOCIAL CONTRIBUTION], 가치를 올리다

사회적 공헌, 즉 ‘Social Contribution’은 역사 속에서 그 활동이 다양하게 변화해 왔다. 오늘날 기업의 사회공헌활동은 기업이 지역사회 및 이해관계자들과 상생할 수 있도록 활동해야 한다는 사회적 책임 (CSR : Corporate Social Responsibility)의 범주 안에서 이루어지며 영역과 방법을 넓혀가며 ESG와 적극적 통합이 진행 중이다. 사회와 환경을 아우르며 기업의 가치를 올리는 사회적 책임은 모두의 지속 가능성을 위해 더욱 중요해지고 있다.



자선에서 우리 모두의 선으로

기업, 사회를 생각하다

어느 날, 스웨덴 스톡홀름의 지하철 역에 피아노가 등장했다. 출입구 계단이 피아노 건반으로 변신한 것. 발걸음에 따라 피아노음이 흘러 나오자 흥미를 느낀 보행자들은 바로 옆의 에스컬레이터 대신 계단을 이용하기 시작했고 그 결과 계단의 이용률은 66%나 증가했다. 이 피아노 계단은 한 기업이 설치한 것이었다. 과연 어떤 기업이었을까?

피아노 브랜드? 건강 관련 기업? 음악 채널? 모두 아니다. 이는 폭스바겐의 친환경 캠페인이었다.

폭스바겐은 친환경 자동차인 블루모션을 출시하며 연료 절약과 환경 보호의 캠페인을 펼치고자 했다. 이를 위해 사람들이 일상에서 자연스럽게, 그리고 재미있게 전기 절약에 참여하도록 유도한 것이다.



이 캠페인은 전기를 절약하고 보행자의 운동량을 늘리면서 기업에 유쾌하고도 긍정적인 이미지를 가져와주었다. 기업의 사회공헌활동은 이렇듯 다양한 캠페인과 챌린지 등으로 우리 주변에서 펼쳐지고 있다. 기업의 이러한 활동은 어떻게 시작되었을까?

근대적 사기업이 출현한 산업혁명 이후, 기업가들은 자신들의 막대한 부와 명성에 사회적 평판과 존경으로도 연결되기를 바랐다. 미국을 기준하였을 때 19세기 후반, 석유 왕 루펠라와 자동차 왕 포드, 철강 왕 카네기 등은 자산을 출연하여 개인과 가족재단을 설립해 각종 자선사업을 펼쳤으며 이는 다른 기업가들의 행보에 크게 작용하여 그들이 세운 도서관, 대학, 공연장, 빈민 구제 시설로 20세기의 교육과 문화예술, 과학, 복지는 크게 발전할 수 있었다.

사회, 기업에게 요구하다

기업보다는 기업가의 개인적 자선사업으로 진행되던 사회공헌활동은 1960~70년대에 주체가 기업 법인으로 옮겨가는 변화가 일어난다. 일명 ‘저항의 시대’로도 불리는 1960년대, 세계적으로 시민운동이 활발해지면서 시민들은 기업에게도 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)과 이에 따르는 적극적인 활동을 요구했고 이에 부응한 기업들은 자산을 출연, 공익 법인을 설립하여 사회사업을 벌였다. 우리나라로 경제성장과 함께 기업 법인이 불우이웃 돋기 등의 사회공헌을 시작했다.

이러한 사회공헌은 1980년대부터 마케팅과 결합되어 새로운 전환을 맞이했다. 미국의 카드사 아메리칸 익스프레스의 ‘자유의 여신상 복원 프로젝트’는 그 대표적 사례로 꼽힌다. 아메리칸 익스프레스는

카드 사용 시 1센트, 신규 발급 시 1달러가 자유의 여신상 복원 프로젝트에 기부되도록 하는 캠페인을 벌여 5개월 만에 신규 카드 발급 규모를 45%, 카드 거래 빈도를 28% 증가시켰고 170만 달러를 자유의 여신상 복원에 기부할 수 있었다. 단순히 거액을 전달하는 게 아닌, 사용자의 동참을 앞세운 기부로 기업은 사회적 가치와 이윤을 창출할 수 있고 기부의 주체가 된 사용자는 사회적 효용감의 고양과 함께 기업에 대한 호감도 갖게 된다. 이 ‘공익 연계 마케팅 (CRM : Cause Relative Marketing)’은 이후 많은 기업에서 다양하게 시행되었다.

이러한 마케팅의 성공은 앞서 말했듯 소비자들의 의식 변화에 힘입은 것이다. 시민의식이 높아진 소비자들은 소비 활동을 통해 사회적 이슈 해결에 적극 동참하고자 하는 ‘윤리적 소비’를 실천하며, 기업들이 거대한 영향력과 지배력을 가지게 된 만큼 제품 생산 및 경영 과정에서도 사회적 책임을 얼마나 수행하는지 따지기 시작했다. 이제 기업의 사회적 책임은 외부의 공익 사업과 함께 자체 사업과 경영에서도 다양한 이해관계자와 전 지구적 환경까지 고려하여 윤리적 기준을 만족시켜야 하는 것으로 확대되었다.

기업과 사회, 함께하다

앞서 소개한 폭스바겐의 사례는 에너지 절약과 건강이라는 공익적 가치를 내세운 사회공헌 캠페인이다. 자사의 브랜드 이미지를 높인 전략적 마케팅이다. 이외에도 많은 기업이 마케팅은 물론 경영 전반에 사회공헌적 요소를 적용하는 가운데, 급부상 중인 ESG는 이러한 경향을 더욱 빠르게 확대시키고 있다.

기업의 비재무적 요소인 환경, 사회, 지배구조(ESG : Environmental, Social and Governance)를 GRI, ISO-26000, UN SDGs 등 정량화된 지표로 평가할 수 있게 되면서 기업 전반의 활동에서 사회적 책임의 이행 정도를 파악할 수 있게 된 것이다. 이 평가는 금융 기관의 기업 투자에 반영되기 때문에 ESG는 기업의 생존과 성장을 위한 필수 조건으로 자리잡았으며 특히 코로나19로 지속가능성에 대한 위기감이 더욱 고조되면서 그 중요성은 더욱 커졌다. ESG의 평가 기준 중 하나인 UN의 지속가능발전목표(SDGs : Sustainable Development Goals)의 기후위기 대응, 지속 가능한 에너지, 안전한 주거지 조성 등은 그 자체가 사회적 책임의 실천 항목들이라 할 수 있기에 ESG와 기업의 사회적 책임 활동은 긴밀히 연결되어 있다.

기업 사회공헌활동의 이러한 변화와 현재의 모습은 기업과 사회가 맷는 관계를 잘 보여준다. 자선사업을 포함해 ESG까지 아우르게 된 기업의 사회적 책임은 약자와 타인은 물론이고 우리 모두를 포함한다는 점에서 스펙트럼을 넓히며 발전 중이다. 서로가 서로의 영향력 아래 있는 ‘우리’임을 인지하는 사회적 책임과 사회공헌활동으로 우리는 모두의 선을 향해 나아갈 수 있을 것이다.



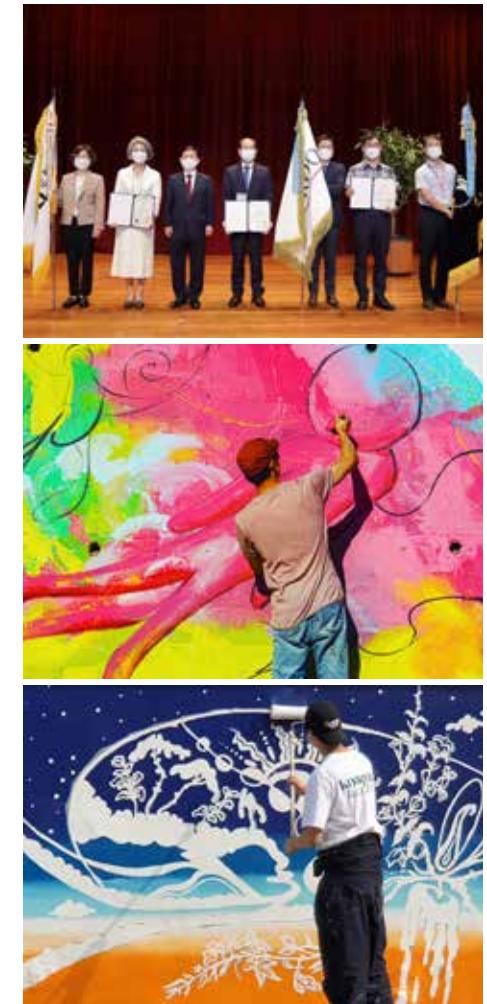
NOROO의 시작, 사회 공헌의 출발

기업의 사회적 책임 의식을 CSR이라 한다면, NOROO는 그 시작부터가 CSR의 발현이라 할 수 있을 것이다. 근대산업 발전의 원동력이 될 화학제품 생산이 인생 조국에 이바지하는 길이라고 생각한 한정대 초대회장은 '사업보국'의 철학으로 NOROO를 창립했으며 이는 역사와 사회공헌활동에서 면면히 이어져왔다. NOROO가 실행하고 있는 다양한 사회공헌활동은 지구를 이롭게, 시민을 안전하게, 문화를 풍성하게 만들고 있다.

지구를 이롭게

페인트가 지구를 이롭게 하는 방법은 무엇일까. 노루페인트는 글로벌 기후 변화 대응 사업으로써 지붕과 옥상에 시공했을 때 표면 온도를 20도 이상 줄이고 실내 온도를 4~5도 낮추는 차별 페인트 에너지세이버 쿨루프 수성페인트를 개발한 데 이어, 업계에서 가장 빠른 2015년부터 <쿨루프 캠페인>을 꾸준히 벌여 에너지 절약과 탄소 배출 감소에 일조해 왔다. 한국주택공사, 십년후연구소, 서울시, 부산시, 포항시 등과 MOU를 체결해 진행

한 <쿨루프 캠페인>은 전국 곳곳의 폭염 취약 주택과 노인정 등 공공시설의 지붕에 에너지세이버 쿨루프 수성페인트를 시공하여 시민의 여름나기와 에너지 절약을 돋는 캠페인이다. 이외에도 NOROO는 여름철의 뜨거운 도로를 식혀 도시 열섬 현상을 줄이는 에너지세이버 쿨로드, 농작물의 재배와 에너지 절약을 수월케 하는 에너지세이버 온실차광제 등을 계속 개발하여 지구의 온도를 낮추고 에너지를 절감하는 데 기여하고 있다.



시민을 안전하게

아름다운 환경은 심미적 효과뿐만 아니라 생활의 안전을 높이는 실질적 효과까지 낳는다. NOROO는 환경 개선이 필요한 소외 지역에 페인트를 후원함으로써 시민이 보다 쾌적하고 안전한 환경에서 지낼 수 있도록 돋는다. 그중 대표적 사례로 2016년부터 법무부의 준법지원센터와 MOU를 체결하여 친환경 페인트를 지원해 온 셉테드 사업이 있다. 셉테드(CPTED : Crime Prevention Through Environmental Design)는 범죄 예방 환경 설계의 약칭으로 범죄를 일으킬 수 있는 요소들을 제거하거나 최소화하는 환경 디자인을 말한다. 노루페인트는 후미진 골목을 밝히는 벽화와 환경 정비로 미관과 함께 안전에 기여함

으로써 법무부와 경찰청의 표창장을 다수 수상하였으며 한국교통안전공단과 교통안전 벽화 그리기 사업을 전국적으로 진행하여 매년 1만 건 넘게 일어나는 어린이 보행자 교통사고를 줄이는 데 힘쓰고 있다. 또한 경기도와 '맑은 숨터 만들기' MOU를 통해 취약계층 이용 시설의 실내 공기질을 개선하는 사업을 수년째 시행하고, 2018년부터는 대한적십자사의 취약계층 주거 환경 및 취약 지역 환경 개선 활동에 매년 1천만 원 상당의 페인트를 기부하는 등 여러 기관과 함께 페인트를 이용한 사회공헌활동의 효과와 파급력을 확대하고 있다.



지역과

든든하게

“사회가 있어야 NOROO가 있다.”라는 철학으로 사회와 상생하는 활동에 힘쓰는 NOROO는 지역 밀착형 봉사활동에도 적극적으로 참여하여 지역의 특성을 이해하고 소외이웃을 살피며 주민의 이해도와 친밀도를 높여왔다. 1사1노인정 지원과 1사1하천 정화활동 등으로 임직원 모두가 직접 봉사에 나서는 NOROO는 불우이웃 돋기, 꽃길 조성 사업, 체육대회, 김장/연탄 봉사, 사랑의 쌀 나누기 등 지역을 가꾸고 화합을 이루는 행사 역시 꾸준히 지원하고 있다. 직접적인 환경보호를 위해 지역 환경 단체 연합회와 파트너십을 형성하여 함께 활동함은 물론, FC안양 연간회원권을 기부하여 축구 꿈나무를 지원하는 등 지역 사회를 위한 다방면의 후원으로 노루페인트는 2021년 안양시로부터 ‘착한 기업 감사패’를 수상하기도 했다.



문화를 풍성하게



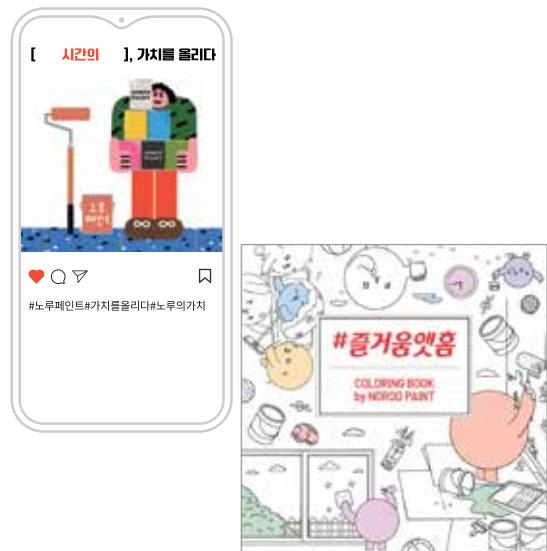
삶의 질을 높이는 필수요소인 문화 예술의 확산을 위해 NOROO는 합신익과 심포니송 오케스트라를 후원, 5.5톤 윙바디 트럭을 연주 무대로 개조하여 전국 문화 소외 지역에서 콘서트를 여는 <더 윙 콘서트>를 후원하고 있으며, 국내는 물론 세계 곳곳에 페인트로 컬러를 나누며 문화적 사회공헌활동을 펼치고 있다. 글로벌 스트리트 아트 그룹 POW!WOW!와 멋진 벽화로 도시의 재생을 돋고, 베트남 곳곳의 벽화마을 사업을 지원하여 <아시아 도시 경관상>을 수여하도록 뒷받침하는가 하면, 침체된 상권이 회복되도록 상생 프로젝트에도 함께하는 등 NOROO는 수많은 프로젝트를 실행해 왔다.



ESG로 모두 함께

기업이 사회적 문제 해결과 투명하고 공정한 경영을 위해 얼마나 노력하고 있는지를 평가하는 ESG는 그 평가의 세부 항목에서 해당 기업이 지니고 있는 CSR의 뚜렷한 목표와 활동을 짐작할 수 있게 한다. NOROO는 경영 전반과 핵심 사업에서 ESG 활동을 연계하고 그 현황과 결과를 지속가능경영보고서로 공개함으로써 사회적 책임 의식을 명확히 보여주고 있다. 그 결과로 노루홀딩스와 노루페인트는 한국ESG기준원의 ‘ESG평가 및 등급 공표’에서 2년 연속 ‘통합 A등급’을 획득했으며 특히 컬러를 통한 나눔 등의 사회적 책임 활동과 관계사상 생 활동의 높은 평가로 사회(S) 부문에서 A+ 등급을 놓치지 않고 있다. 현재 노루페인트는 ESG 전담 부서를 신설하여 ESG 경영을 더욱 적극적으로 전개해 나가고 있다.

특히 지난해 진행된 ‘[], 가치를 올리다’ 캠페인은 김다예 작가의 일러스트를 인스타그램에 게시, 공유하는 챌린지로 MZ세대의 페인트 기부를 끌어내 나눔의 기쁨을 넓히며 망원월드컵시장에 유쾌한 벽화를 조성했다. 이외에도 노루페인트는 『컬러링북』을 제작해 배포하고 백남준 아트센터, 국립현대미술관, 서울공예박물관 등 전시관 및 다양한 전시에 페인트를 후원하며 컬러의 아름다움을 통한 예술적 고양을 이끌어내고 있다.



NOROO의 사회공헌활동 수상 및 표창 내용
(최근 3년 기준)

- 2022 안양시 기부의 날 경기도지사상, 대한민국 범죄예방대상 경찰청장 표창
- 2021 안양시 착한 기업 감사패, 범죄예방대상 국무총리 표창, 기후변화대응 대표 기술 10선 선정 장관상
- 2020 경기도 디자인 나눔 프로젝트 도지사 표창, 법질서 확립 법무부 장관 표창, 한국메세나대회 메세나인상
- 2019 건축주택분야 유공자 표창, 환경봉사대상



GOOD NOROO, BETTER TOMORROW

노루페인트 디지털마케팅팀 배수현 과장

서울 마포구 배려계층 클루프 지원 사업 도료 후원, 안양천 둘레길 환경개선 벽화 도료 후원, 백남준아트센터 전시 도료 후원, 여성 안심 골목길 프로젝트 도료 후원 등등 모두 나열하기가 어려울 정도로 많은 사회공헌활동을 노루페인트는 지난 한 해 동안 해 왔고, 현재도 수행 중이다. 디지털마케팅팀 배수현 과장은 이러한 활동을 “NOROO의 자연스러운 흐름”이라고 말한다.

“아주 자연스럽게, 당연하게 하게 된 일이었어요.” 디지털마케팅팀의 사회 공헌 업무를 담당하고 있는 배수현 과장은 그 시작과 당위성을 이렇게 밝혔다.

“지난 철 차장님께서 20년 가까이 해오셨고, 제가 이어받은 지는 2년 쯤 되었습니다. 소비자를 만나는 대외적 활동을 저희 디지털마케팅팀에서 많이 하다 보니, 페인트가 필요한 곳에서 주로 저희 쪽으로 연락을 하십니다. 거기에 대응해 드리다 보니 저희 업무가 되었죠.”



부산 성북초등학교 주변 환경 개선 도료 후원



백남준아트센터 전시 도료 후원

어려운 이웃을 도와주는 시설, 낡고 어두워 두려운 골목, 아름다움을 널리 알려야 하는 전시회 등 페인트를 필요로 하는 사회 곳곳에서 노루페인트를 찾는다. 가능한 힘껏 돋다 보니, 이곳저곳에 소문이 나 더 많은 곳에서 연락이 오게 되었다고. ‘사업보국’이라는 창업 철학을 가진 노루페인트라 사회공헌활동에 대한 경영진의 철학도 확고하여 이러한 후원의 횟수도, 규모도 점점 늘고 커졌으며, 그 방법도 다양해졌다.

“2021년에는 25건이었는데, 작년에는 31건으로 늘었어요. 저희 활동은 복지 시설의 환경 개선, 범죄 예방 및 미관을 위한 벽화 사업, 전시장의 도료 후원 등 크게 세 가지로 볼 수 있을 것 같습니다. 사회의 변화와 함께 저희 활동 반경도 넓어진 셈이지요. 사회적 약자에서, 모두의 안전을 위한 센테드 사업까지, 그리고 벽화라는 공공 미술과 전시장이라는 예술 공간까지 모두 저희 사회공헌활동의 영역이 되었습니다.”

이 모든 활동의 목표는 페인트와 컬러를 통해 더 많은 사람들에게 안전함과 쾌적함, 그리고 아름다움을 전하는 데 있다. 이를 위해 배수현 과장은 노후도와 사회적 안전에 대한 기여도, 전시의 공공 가치 등을 고려해 후원을 결정한다. 그런 배수현 과장이 보람을 느낄 때는 상상이 이루어졌을 때다.

“도료를 적용했을 때의 변화를 상상하곤 하는데 실제로 보면 정말 뿐 듯합니다. 인천 성언의집과 부산 성북초등학교 환경 개선도 그랬지요. 성북초등학교의 경우 어린이들이 직접 그린 도안으로 벽화가 그려진 데다가 정말 밝고 환하게 환경이 바뀌고 어린이들이 굉장히 좋아해서 무척 기뻤습니다.”

그리고 또 보람을 느낀 순간이 있다. 노루페인트가 한국ESG기준원의 ‘ESG 평가 및 등급 공표’에서 2년 연속 ‘통합 A등급’을 획득했을 때다. “특히 사회 공헌 분야 쪽에서 A+ 등급을 받았기 때문에 제 나름의 자부심을 느꼈지요.”

이러한 ESG 경영을 위해서도 디지털마케팅팀은 더 많은 사회공헌활동을 펼칠 계획이라고 한다. “소규모 사회적 기업과 협업을 하고, 스토리텔링을 더한 신제품을 출시하는 등 좀 더 창의적이고, 더 널리 공감을 끌어낼 수 있는 사회공헌활동을 진행하려고 합니다. ‘GOOD NOROO, BETTER TOMORROW’라는 캐치 프레이즈 아래 좋은 기업 NOROO의 이미지를 더욱 확고히 구축하며 사회 곳곳에 꼭 필요한 도움을 드리도록 노력할 것입니다.”

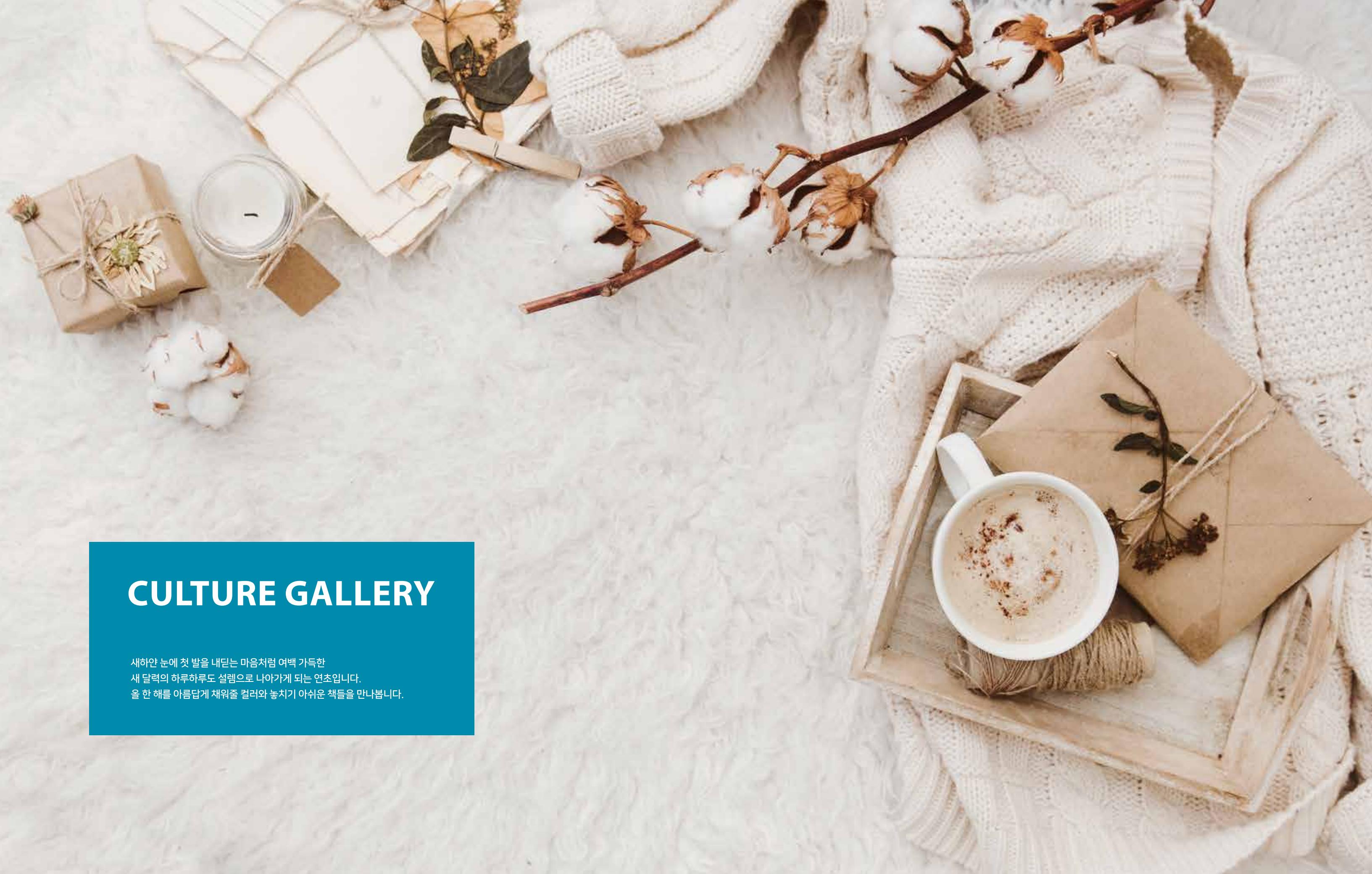
배수현 과장의 밝은 웃음에서 그간의 활동에 대한 뿐 듯한 기쁨이 전해졌다. 컬러가 있는 곳에 NOROO가 있고, 아름다움이 있는 곳에 NOROO가 있다는 것을 자연스럽게 알리고 싶다는 디지털 마케팅팀의 의지는 더 많은 곳에서 빛을 발하며 더 좋은 내일이 가까이 오도록 끌어당길 것이다.

“‘GOOD NOROO, BETTER TOMORROW’라는
캐치 프레이즈 아래 좋은 기업
NOROO의 이미지를 더욱 확고히 구축하며
사회 곳곳에 꼭 필요한 도움을 드리도록
노력할 것입니다.”



CULTURE GALLERY

새하얀 눈에 첫 발을 내딛는 마음처럼 여백 가득한
새 달력의 하루하루도 설렘으로 나아가게 되는 연초입니다.
올 한 해를 아름답게 채워줄 컬러와 놓치기 아쉬운 책들을 만나봅니다.



소리를 곁들인 매혹의 컬러

감각들은 서로를 도와 더욱 풍부한 감상을 낳는다. 영화관에서 의자가 움직이고 바람이 불고 향기를 더하는 4DX를 도입하는 이유이다. 소리가 더해진 컬러 또한 공감각을 자극해 보이지 않는 향과 촉감까지 불러일으킨다. <페인트잇수다>의 <컬러 사운드>가 시각과 청각을 통해 전하는 감각의 향연을 즐겨보자.

DIY Miniature House



팬톤페인트로 칠한 아늑한 미니어처 집으로 놀러 오세요

양증맞은 쇼핑 카트에 작디작은 페인트통을 담아 귀여운 집을 칠해 보자. 손가락보다 짧은 미니 롤러가 도르르 구르고 면봉 크기의 붓이 움직이며 미니어처 집의 벽과 창틀, 문틀에 컬러를 입히는 걸 보다 보면, 보는 눈꼬리가 휘어지고 마음도 둥글어져 마치 어린아이가 된 듯 동심에 빠지게 된다.

<컬러 사운드>의 Miniature 편은 인테리어를 위해 페인트를 사고 페인팅 후 가구 배치에 이르는 모든 과정을 미니어처 소품들을 이용해 완벽하게 연출했다. 과연 페인트가 들어 있을까 싶은, 치약 뚜껑만 한 페인트통에서 쪼르륵 페인트가 흘러나오는 걸 보는 순간 무생물에도 귀여움이 담길 수 있다는 걸 알게 될 것이다. 더불어 그저 장난감으로 보이는 룰러와 붓, 트레이가 삭삭 소리를 내며 페인팅을 완성해 가는 과정에서는 이 작은 물건들에게 묘한 기특함까지 느끼게 된다. 외부와 내부가 완벽하게 페인팅되고 소파와 테이블, 카펫과 조명, 화분과 액자, 커튼까지 놓인 이 작은 집은 새 소리가 스며들면서 마치 우리가 아주 작아져서 집 안에 들어선 것 같은 느낌을 준다.



SCAN ME



2023 팬톤 올해의 컬러 ‘비바 마젠타’의 매혹적인 사운드

말린 꽃잎을 페인트에 녹이면 무슨 색이 나올까? 고혹적이고 우아한 비바 마젠타, 팬톤이 2023 올해의 컬러로 선정하고 노루페인트가 페인트로 구현해 낸 PANTONE 18-1750 Viva Magenta가 그 답이다.

자연에서 얻을 수 있는 가장 강하고 밝은 염료인 코치닐의 레드에서 영감을 얻은 이 컬러는 대지의 유연함과 불굴의 생명력, 낙관을 향한 에너지를 품고 있다. <컬러 사운드>는 그 시각적 매력을 사운드로 증폭해 우리에게 전한다. 붓 끝에서 똑똑 떨어지고, 페인트통에서 주르륵 부어지고, 물속에서 섞이며, 붓과 롤러, 스펀지로 부드럽게 펴쳐지는 순간마다 귀를 톡톡 건드리고 쓰다듬는 듯한 소리는 뇌까지 정화하는 듯하다. 말갛게 비워진 마음에 남는 것은 PANTONE 18-1750 Viva Magenta의 풍부한 색감이 주는 안정감이다.

대담하지만 넉넉하여 어떠한 저항감도 없이 푹 감싸이게 되는 이 컬러, PANTONE 18-1750 Viva Magenta의 매력을 사운드와 함께 유감없이 전한 <컬러 사운드>로 2023년을 위한 에너지를 충전해 보자. 달력 속 검은 색으로 존재하는 평일의 하루하루가 ‘비바 마젠타’의 활력으로 다채로워질 테니 말이다.



SCAN ME

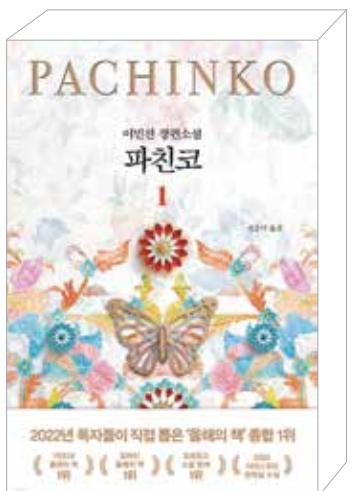


Viva Magenta



한 책 해를 빛냈던 책

교보문고, 예스24, 알라딘 등 대형 온라인 서점은 연말에 '올해의 책'을 발표하고 한다. 교보문고는 소설가가 선정한 '올해의 소설'과 독서자가 선정한 '올해의 책'을, 예스24는 독자들의 사전 추천 도서와 예스24 PD 추천 도서를 후보작으로 하여 독자의 투표로 선정한 24권의 책을, 알라딘은 45만 여명의 독자 투표로 뽑힌 10권의 책을 소개했다. 그 목록들에 중복되며 존재감이 뚜렷했던 추천도서를 일부 소개한다. 아직 펼쳐보지 않은 책이라면 올해 꼭 만나보는 게 어떨까.



파친코

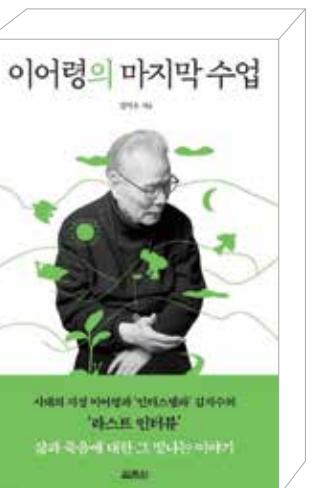
이민진 / 인플루엔셜

예스24 올해의 책 1위, 알라딘 올해의 책 1위, 교보문고 독서가 선정 올해의 책

2018년 출간되었던 『파친코』가 개정판으로 다시 나와 큰 사랑을 받았다. 이 화제성은 아무래도 원작을 바탕으로 제작되어 작년 봄 애플TV에서 방영된 동명의 드라마 영향이 클 것이다. 철저한 고증으로 살려낸 일제강점기의 부산과 1980년대 일본의 모습은 소설을 생생하게 전달했다. 재미교포 1.5세대인 이민진 작가가 30년에 걸쳐 집필한 이 대하소설은 2017년 미국에서 출간되어 <뉴욕타임스>의 베스트셀러에 올랐으며 전 세계 33개국에 번역된 바 있다. 버락 오바마 전 미국 대통령이 “회복과 연민에 대한 강력한 이야기”라고 찬사한 『파친코』는 일제강점기 부산 영도에서 베를 경제 절정의 1989년 일본까지 거의 100년의 이야기를 재일조선인 가족의 시선으로 그린다. 조선인이자 여성으로서 차별과 멸시를 견디며 자신과 가족을 지켜내는 주인공 선자의 파란만장한 가족사는 해방, 한국전쟁, 분단 등 한국 근현대사와 겹쳐지고, 우리가 미처 알지 못했던 ‘자이니치(재일동포를 일컫는 말)’의 삶을 들춰 보여주며 가슴을 먹먹하게 만든다.

예스24 올해의 책 2위, 알라딘 올해의 책 8위

2021년 10월 출간되었던 이 책은 2022년 올해의 책 곳곳에 이름을 올렸다. 김지수 기자가 <조선비즈>에 연재하는 인터뷰 코너 ‘김지수의 인터스텔라’에서 2019년 이 어령을 만난 후, 1년에 걸쳐 사랑과 용서, 행복, 과학, 종교, 돈 등에 대한 주제로 나누었던 깊은 대화가 담긴 『이어령의 마지막 수업』이다. 이 시대의 대표 지성인인 이 어령은 삶과 죽음에 대해 묻는 제자에게 은유와 비유로 가득한 답을 내놓으며 세상에 남을 제자들을 위해 자신이 가진 모든 것을 쏟아냈다. 암 투병으로 죽음을 마주하며 살아가던 그는 자신의 지혜를 온전히 전달하기 위해 첨삭과 수정을 여러 번 거쳐 ‘유언’처럼 남을 이 책을 완성하고 2022년 2월, 영면에 들었다. 그러나 “내 육체가 사라져도 내 말과 생각이 남아 있으니 그만큼 더 오래 사는 셈”이라고 말한 대로 그는 여전히 우리 곁에 남아 있다.

이어령의
마지막 수업

김지수, 이어령 / 열림원



하얼빈

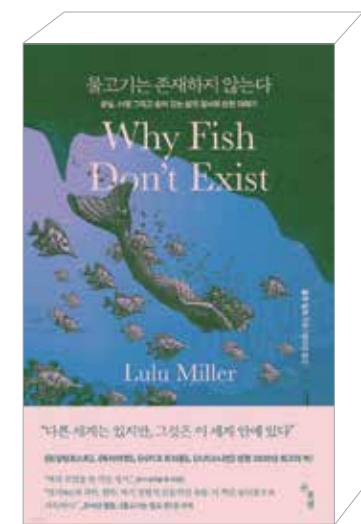
김훈 / 문학동네

예스 24 올해의 책 4위, 알라딘 올해의 책 4위

김훈의 『하얼빈』은 청년 안중근의 짧고 강렬했던 생애를 철저히 상상으로 탄탄하게 재구성한 소설이다. 청년 시절부터 안중근의 생애를 소설로 쓰고 싶었던 그는 오랜 시간 깊이 탐구하고 이해한 끝에 『하얼빈』을 통해 안중근의 가장 뜨겁고 혼란스러웠을 시간을 현재에 되살려 놓았다. 1909년 10월 26일 안중근이 이토 히로부미를 저격한 순간과 그 전후의 짧은 나날에 초점을 맞추어 안중근과 이토가 각각 하얼빈으로 향하는 행로를 따라가며 극적 긴장감을 전하는 이 책은 청년의 열정, 인간의 대의, 교인으로서의 신앙심과 갈등이 교차되며 안중근이라는 인물을 새로이 바라보게 한다.

예스24 올해의 책 12위, 알라딘 올해의 책 3위

‘방송계의 폴리처상’으로 불리는 피버디상을 수상한 과학 전문기자 룰루 밀러의 논픽션 『물고기는 존재하지 않는다』는 발간된 해에 여러 언론 매체에서 ‘올해 최고의 책’으로 선정되었던 화제의 베스트셀러다. 집착에 가까울 만큼 자연계에 질서를 부여하려 했던 19세기 어느 과학자의 삶을 흥미롭게 쪼는 이 책은 어느 순간 독자들에게 삶의 질서에 관한 의문을 하나 제기한다. “물고기가 존재하지 않는다는 것은 엄연한 하나의 사실이다. 그렇다면 우리는 또 무엇을 잘못 알고 있을까?” 하고 말이다. 누군가에게는 이 질문이 별 게 아닐 수도 있지만 세상을 바라보는 ‘진실한 관계들’에 한층 가까워지기 위해 노력하는 이들에게는 분명 이 책이 놀라운 영감과 어느 한쪽으로 치우치지 않는 폭넓은 시야를 제공해 줄 것이다.

물고기는
존재하지 않는다

룰루 밀러 / 골출판



아버지의 해방일지

정지아 / 창비

예스 24 올해의 책 8위, 알라딘 올해의 책 6위, 교보문고 소설가 선정 올해의 책 3위/독서가 선정 올해의 책

‘전직 빨치산’ 아버지의 죽음 이후 3일간의 시간을 다룬 이 소설은 장례식장에서 얹히고 설킨 이야기를 따라가며 해방 이후 70년 현대사의 질곡을 고스란히 드러낸다. 진중한 주제의식에 무거운 분위기일 것 같지만 이 책은 정말 재밌다. “아버지가 죽었다. (...) 이런 짤”으로 시작하는 첫 챕터에서 독자들은 감을 잡을 것이다. “괜히 울컥하다가 웃음이 나오고 그래서 슬픈데 재미있고, 진지하고 무거운 주제를 다루지만 하나도 부담스럽지 않다.”는 유시민 작가의 추천사와 “소설을 읽고 운 것이 대체 얼마나의 일인가.”라는 김미월 소설가의 감상을 독자들도 함께 경험해 보길 권한다.



NOROO PEOPLE

전시장의 다채로운 컬러로, 잔디 위의 멋진 골프공으로,
NOROO가 함께하면 아름다움과 즐거움이 더해집니다.
2023년도 NOROO와 함께하며 더 좋을 날들을 기대합니다.

WATSON, The Maestro

알버트 왓슨 사진전 with NOROO Paint

패션 사진계의 마에스트로가 포착하는 순간은 어떤 장면으로 남아 어떤 세계를 만드는가. 광고 사진과 개인 사진 시리즈를 작업하며 50년 동안 수많은 걸작을 탄생시킨 알버트 왓슨의 작품 세계 전반을 조망하는 <WATSON, THE MAESTRO-알버트 왓슨 사진전>이 예술의전당 한가람미술관에서 3월 30일 까지 열린다. 노루페인트는 전시 공간의 컬러로 그 세계를 완성했다.

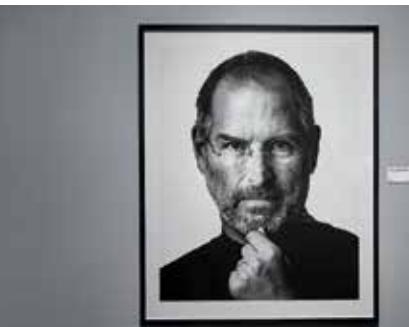


시그니처를 만드는 사진가

스티브 잡스를 떠올리면 그려지는 이미지가 있을 것이다. 그리고 그 이미지는 아마도 99% 동일하리라. 둥근 안경을 쓰고 손가락을 턱 끝에 댄 채 노려보듯 정면을 응시하는 얼굴 말이다. 잡스의 상징과도 같은 이 사진을 남긴 작가가 바로 알버트 왓슨이다.

스코틀랜드 출신으로 그래픽 디자인과 영화를 전공했던 알버트 왓슨은 미국 LA로 이주한 뒤 1973년, <하퍼스 바자> 크리스마스 호의 표지 모델이 된 영화감독 앨프리드 히치콕 감독을 촬영하면서 패션 사진계에서 빠르게 명성을 얻어 나갔다. 이후 권투 선수 마이크 타이슨, 앤디 워홀, 케이트 모스 등의 인물 사진을 찍으면서 그는 피사체의 시그니처라 할 작품들을 남겼다. 대상의 정수를 예리하게 포착해 내는 알버트 왓슨의 고유한 스타일은 1977년부터 지금까지 100회가 넘는 <보그> 표지를 촬영하게 했고, <보그>와 가장 오래 협력한 사진작가라는 기록을 남기는 중이다.

상업 사진 외에 개인적 예술 프로젝트도 진행한 그는 중국, 모로코, 라스베이거스, 스코틀랜드의 스카이 섬 등 다양한 사회와 풍경, 정물을 카메라에 담아내며 새로이 발견된 아름다움을 전했다. <포토 디스트릭트 뉴스(Photo District News)>가 ‘세계에서 가장 영향력 있는 20인의 사진작가’ 중 한 명으로 선정하기도 한 알버트 왓슨은 80세를 넘긴 나이에도 현재 뉴욕에서 활발히 활동 중이다.



컬러가 전하는 사진의 정수

한가람미술관에서 열리고 있는 그의 전시는 'LA로 간 스코틀랜드인', '히치콕', '왓슨 연대기', '+19', '비하인드 더 씬', '왓슨 스튜디오', '디지털 런웨이'의 다섯 개 섹션으로 구성되었다. 그윽함이 진하게 더해진 팬톤페인트의 PANTONE 19-3803 Plum Kitten 그레이는 알버트 왓슨의 세계로 들어가는 입구를 정중하게 안내한다. 상업 의뢰 작품과 개인 프로젝트, 스튜디오 작업, 여행하며 진행된 야외 작업 등 스펙트럼이 넓은 그의 작품 활동을 아우르는 '왓슨 연대기'에서는 PANTONE 11-0608 Coconut Milk의 부드러운 배경이 개성 강한 작품들을 돋보이게 했다. 명화의 고혹미에 관능미와 위트를 겸비한 그의 작품들은 '+19' 섹션에서 PANTONE 18-1550 Aurora Red의 맑고 산뜻한 컬러에 감싸여 퇴폐보다 생기에 가까운 마력을 발휘한다.

왓슨의 아이코닉한 작품 여덟 점을 선별해 제작 배경과 촬영 과정, 비하인드 스토리를 인터뷰 영상, 테스트 촬영 사진들과 함께 구성한 '비하인드 씬'은 스티브 잡스, 미 재거, 케이트 모스, 영화 <킬 빌>, 침팬지 'Casey', 모로코, 'The Fun City' 인 라스베이거스, 악명 높은 교도소인 'Louisiana Penitentiary'의 주제에 따라 각각의 공간이 그레이, 엘로, 바이올렛 등으로 구분되었다. PANTONE 13-0905 Birch, PANTONE 19-4118 Dark Denim, PANTONE 13-0945 Pale Marigold, PANTONE 18-5115 North Sea, PANTONE 17-3730 Paisley People, PANTONE 14-4500 Moonstruck은 고유의 색감으로 공간을 분리하며 각 작품들의 정체성을 확실히 드러내 보였다. 작가의 실내 작업 공간을 재현한 '왓슨 스튜디오'는 PANTONE 19-0000 Raven이 집중을 위한 배경이 되어 주었다.



"지리학적 관점으로 얼굴을 들여다보세요.
얼굴은 언덕과 계곡의 풍경을 담고 있습니다.
머리카락도 지리학의 일부입니다."
알버트 왓슨의 조언이다.



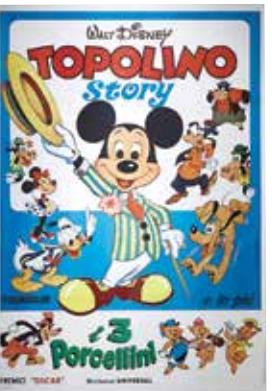
보이지 않는 아름다움을 찾는 시선

알버트 왓슨은 "다른 이의 눈에는 보이지 않는 아름다움을 찾으세요. 그리고 그것을 당신의 카메라에 담으세요. Find the beauty that other's don't see and capture it with your camera."라고 말한 바 있다. NOROO의 팬톤페인트와 함께한 <WATSON, THE MAESTRO-알버트 왓슨 사진전>은 작가가 카메라로 추출해 낸 아름다움의 결정체를 만날 수 있는 전시이다. 그러니 이 전시를 관람할 땐 세 개의 시선을 가져 보길 권한다. 하나는 작가의 눈, 다른 하나는 나 자신의 눈, 그리고 마지막으로는 공간의 컬러와 사진의 조화를 바라보는 시선이다. 포착되고 제시된 아름다움, 스스로 발견한 아름다움, 공간의 감상으로 관람은 완전해질 것이다. 전시는 3월 30일까지 이어진다.

MICKEY MOUSE NOW AND FUTURE

캐릭터에서 예술로, 미키 마우스 with NOROO Paint

둥근 귀에 긴 꼬리를 가지고 전 세계에 출몰하는 쥐가 있다!? 게다가 어린이방, 욕실, 심지어 식탁 위에 까지 올라오는데 아무도 경악하지 않는다. 그냥 쥐가 아니라 미키 마우스이기 때문. 캐릭터에서 이제는 예술의 아이콘으로까지 사용되는 캐릭터, 미키 마우스의 어제와 오늘, 내일을 보는 전시가 노루페인트의 컬러와 함께 열리고 있다.



세 개의 색에서 수 천 개의 색으로

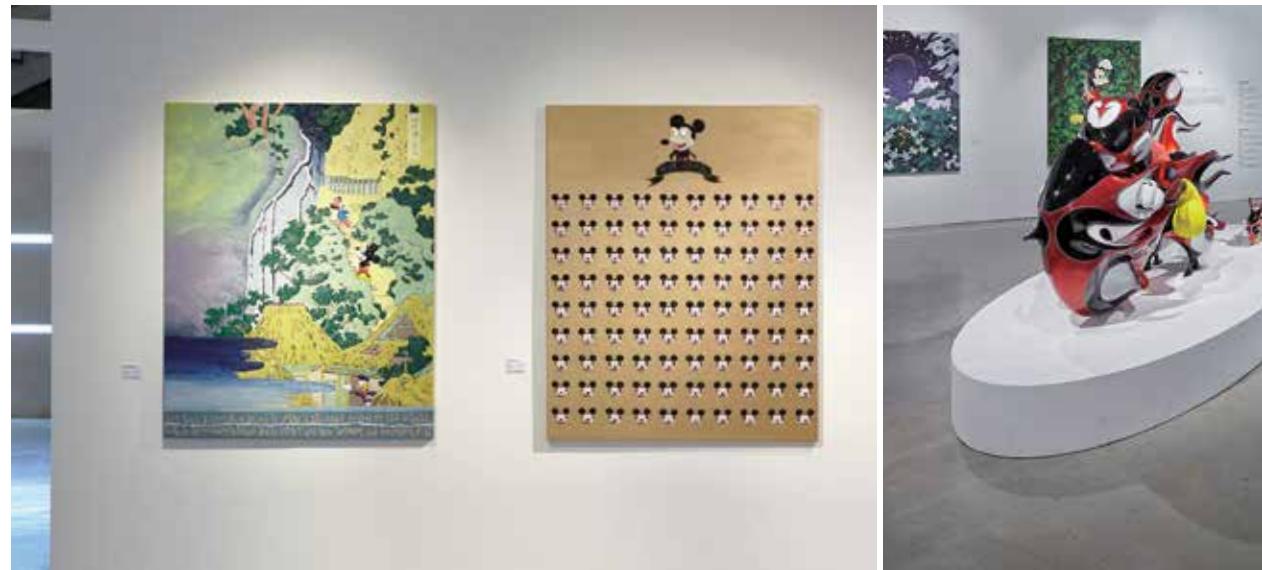
미키 마우스를 모르는 사람이 있을까? 혹은 미키 마우스 캐릭터를 가져보지 않은 사람이 있을까? 자신은 인지하지 못하더라도 서랍 한 구석에서 관련 상품을 발견하거나, 어릴 적 사진에서 미키 마우스가 그려진 옷을 찾아낼 수도 있다. 그만큼 미키 마우스는 너무 유명해서, 아주 자연스럽게 우리의 일상 속에 녹아 있다. 이런 미키 마우스를 새로운 눈으로 들여다보게 하는 것이 <MICKEY MOUSE NOW AND FUTURE> 전시이다. 정확히 말하자면 전시의 제목에는 ‘the beginning’도 들어가야 할 것이다. 전시는 미키 마우스의 탄생부터 다루기 때문이다.

미키 마우스의 명랑하고 쾌활한 이미지를 선명한 노랑과 함께 전하는 전시장 입구는 명징한 빨강으로 이어지며 이 유구한 캐릭터의 고유성을 다시 한번 각인해 준다. 커튼을 열고 들어서면 다시 해사한 노랑, 그리고 부드러우면서도 진한 파랑의 컬러가 검정 실루엣의 미키 마우스들과 함께하는 걸 볼 수 있다. 빨강, 파랑, 노랑의 세 가지 원색으로 전시의 초입을 장식한 이유는 미키 마우스가 탄생될 때 이 삼원색으로 시작되었기 때문이다. 그 후 미키 마우스는 컬러를 더하고 넓고 촘촘한 세계관을 구축해 가면서 많은 사랑을 받게 되었다. 노루페인트는 PANTONE 13-0858 Vibrant Yellow, PANTONE 18-1664 Fiery Red, PANTONE 17-4433 Dresden Blue, PANTONE 19-0303 Jet Black의 팬톤페인트로 그 시작을 생생하게 구현해 냈다.



예술 작품이 된 캐릭터

전시의 첫 번째 섹션인 '원더풀 미키 마우스'에서는 미키 마우스의 초기 모습과 변천사를 포스터, 애니메이션의 스크린샷, 그리고 디즈니가 만든 명화 오마주 등으로 감상할 수 있다. 초현실주의, 인상주의, 큐비즘 등으로 그려진 하나의 캐릭터는 각 미술사조의 특징을 더욱 부각시키는 동시에 미키 마우스의 정체성이 살아 있어 캐릭터의 힘을 느끼게 된다. 이러한 미키 마우스의 파워는 섹션 2, '미키 마우스 나우 앤 퓨처'에서 더 강렬히 발휘된다. 이번 전시 전체의 메인 컨셉인 '미키 마우스 나우 앤 퓨처'는 이름에서 알 수 있듯이 일본 난즈카(NANZUKA)에서 기획되어 열렸던 전시를 끌어온 섹션이다. 난즈카는 근현대 일본 아티스트들을 재발견해 내는 실험적 갤러리로, 미키 마우스를 사랑하는 해외 아티스트들의 '팬 모임'을 바탕으로 미키 마우스 아트 컬래버레이션 프로젝트를 기획했다. 대련 노라넬리, 윤협, 장촬 등 의 작가 외에 이번 전시에는 김선우와 우국원 작가가 초대되어 예술의 주제가 된 미키 마우스의 외양이 더욱 변화무쌍해졌다.



스페인 출신의 하비에르 카예하 작가에 의해 기이하도록 크고 맑은 눈망울을 가지게 된 미키 마우스는 더 어려진 듯 천진하고, 일본의 팝 아티스트 케이이치 타나아미의 손에서는 그로테스크하고 기괴한 조각상이 되어 전시장에 놓였다. 메탈 소재의 거대한 조각, 서툰 아이의 손그림처럼 크레파스로 낙서된 그림, 대형 의자 등으로 변용된 미키 마우스는 그 세계의 무궁무진함을 경험하고, 상상하게 한다. 노루페인트는 순앤수페인트로 이 모든 개성을 끌어안는 공간을 만들었다.



변함없이 늘 변신하는 미키 마우스

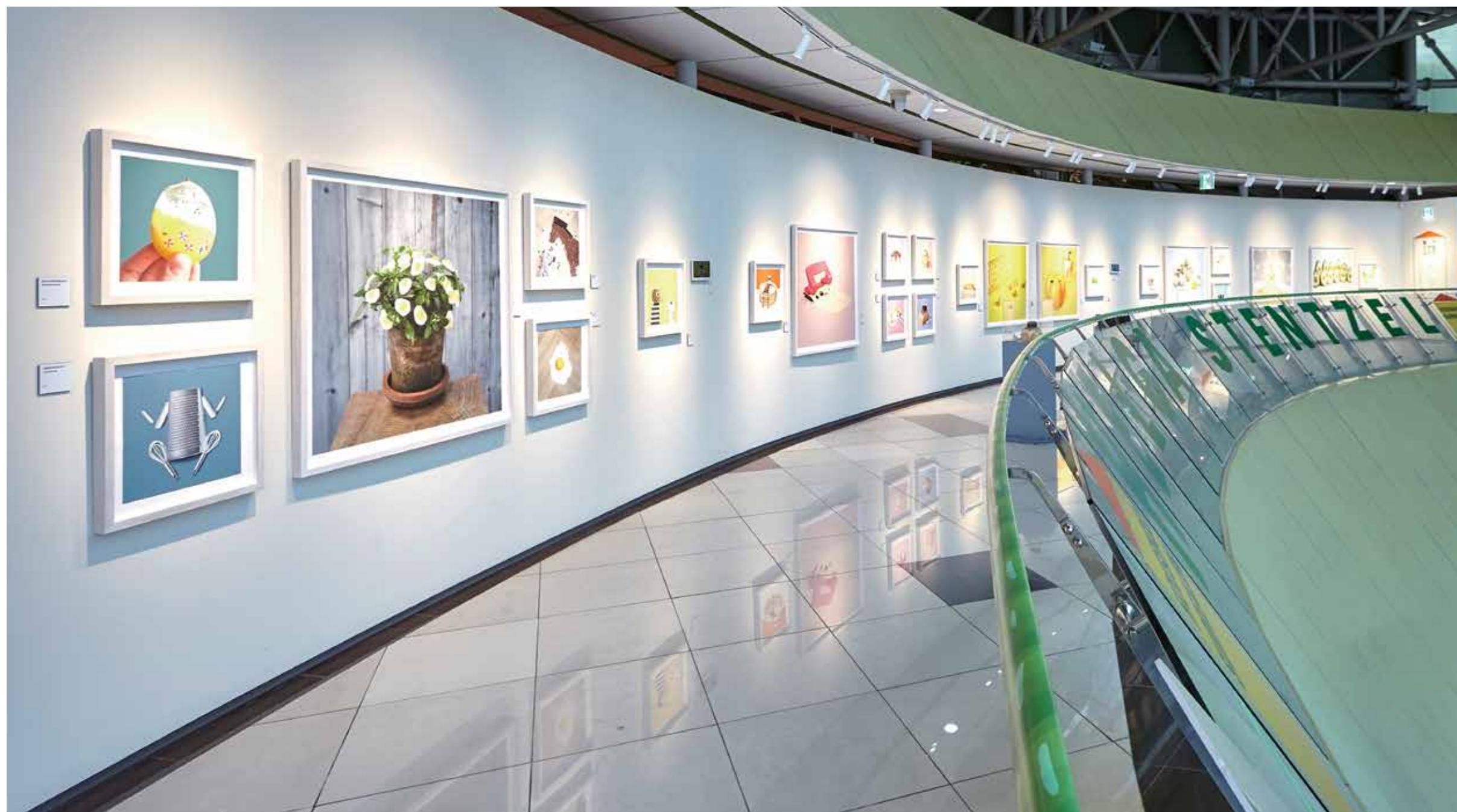
섹션 3, '익스피리언스'는 여러 포토존의 구성으로 미키 마우스를 사랑하는 관람객들을 한껏 즐겁게 해주는 코너이다. 양증맞은 미키 마우스 거울이 달린 미러룸과 PANTONE 18-1664 Fiery Red, PANTONE 17-4433 Dresden Blue 등의 컬러와 조명의 효과를 톡톡히 누릴 수 있는 공간, 브릭릿의 포토존 등은 전시의 추억을 재미있는 사진으로 남길 수 있게 돋는다. 마지막 섹션인 '인스파레이션'은 디즈니 공식 라이선스 상품들을 선보이는데, 이번 전시에 참여한 아티스트들이 제작한 한정 미키 마우스 스페셜 에디션을 만나볼 수 있어 더욱 특별하다. 전시는 이렇게 마무리되지만, 미키 마우스의 '나우 앤 퓨처'는 계속 이어질 것이다. '변함없는' 그의 '변신'이 기대되는 바이다.

일상에 마법을 걸다

헬가 스텐첼 사진전 : 집안의 초현실주의 with NOROO Paint



일상 속에서 우리는 가끔 착시를 경험한다. 구름이 고래처럼 보이기도, 건물의 창문이 눈처럼 보이기도 한다. 일상 속에서 잠깐 일어나는 이 순간들을 모아 연출하는 헬가 스텐첼은 사진이라는 마법을 걸어 우리에게 유쾌하게 전달한다. 그녀의 상상력을 통해 새 생명을 가지게 된 일상 속 사물들의 이야기, <헬가 스텐첼 사진전 : 집안의 초현실주의>에서 만난다.



현실을 초월하는 명랑한 방법

초현실주의는 의식과 무의식을 혼합한 비합리적이고 자유로운 상상으로 현실을 초월하는 미술 사조를 말한다. 미술 사조나 무겁게 느껴지지만 헬가 스텐첼이 집안에서 일으키는 초현실주의는 사뭇 깜찍하다. 그녀의 상상력이 담은 빨래통과 세제통은 놀란 표정의 얼굴이 되고, 모래 속 발가락은 일광욕하는 사람이 되어 느긋해진다. 0.001초만에 보는 이를 웃게 하고, 명랑한 상상의 세계로 데려다 놓는 귀여운 초현실주의라서 현실을 초월하는 일이 크게 어렵지가 않다. 그녀는 “제게 있어 집안의 초현실주의는 일상 속에서 마법을 찾고, 불완전한 것에서 아름다움을 보고, 새로운 방식으로 우리의 현실과 연결되는 것입니다.”라고 말한다.

영국 런던을 기반으로 활동하는 헬가 스텐첼은 일러스트레이션, 사진, 비디오, 스크립트모션 애니메이션 등 다양한 매체와 미디어를 활용해 일상 속 아름다움을 전하는 예술가다. 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 평범한 오브제에 재치 있는 아이디어로 새로운 생명력을 불어넣는 그녀는 BBC, 혼다 등 글로벌 브랜드와 협업을 다수 진행하는가 하면, 2020년에는 ‘올해의 푸드 아트 크리에이터’상을 수상하기도 했다.

어린 시절 오락거리가 부족한 작은 마을에서 살던 헬가는 벽의 무늬가 흐릿해져 특이한 형태가 될 때까지 바라보며 다른 가족이 못 보는 것을 찾아냈다는 것에 보람을 느꼈다고 말한다. 누구나 심심할 때면 해봤던 경험을 헬가는 단순한 놀이로 치부하지 않고 성인이 되어 자신의 작품으로 구현해 냈다. 런던 센트럴 세인트 마틴스 예술 디자인 대학에서 그래픽 디자인 과정을 마친 그녀는 광고계에서 경험을 쌓으면서 인스타그램 계정을 통해 작품을 업로드하기 시작, 많은 이들에게 즐거움을 전파했다.





상상의 세계를 채운 컬러

이번 전시는 그녀의 작품을 모아 'PORTRAITS', 'TEA TIME', 'EDIBLE CREATURES', 'CLOTHESLINE ANIMAL', 'HOME PLAY', 'FOOD FOR THOUGHT SERIES' 등의 섹션으로 보여주었다. 각 섹션에서 사물과 신체의 일부는 표정을 갖고 의외의 모습으로 변모해 보는 내내 입가에 미소를 붙잡아 둔다. 눈과 입이 생긴 티백은 책도 읽고 물고기도 잡는 생명체가 되고, 채소와 빵과 과일은 먹을 수 있지만 먹기에는 너무 귀여운 존재가 되어 관람객의 발걸음을 느리게 만든다.

수많은 출판물과 온라인 콘텐츠에 등장해 가장 유명한 작품이 된 빨랫줄 시리즈들은 '빨래'라는 생활 밀착형 행위와 오브제로 인해 더 큰 웃음을 준다. 광야를 배경으로 천연덕스럽게 걸린 빨래, 아니 동물들은 내가 서 있는 현실을 잠시 잊게 한다. 특히 이 시리즈에는 우크라이나 전쟁 피해자들을 돋기 위한 <평화, 2022>와 지구온난화에 맞서는 <잠시만, 2021> 등이 포함되어 의미가 더욱 깊다.



익숙한 집을 상상의 놀이터로 변화시킨 'HOME PLAY'를 지나 마지막 섹션인 'FOOD FOR THOUGHT SERIES'까지, 사진 속 온갖 사물들은 자신의 이야기를 하느라 시끌벅적하다. 노루페인트는 그 이야기가 잘 전달되도록 전시장에 컬러로 확성기 역할을 했다. 기을 노을처럼 행복이 묻어나는 NOROO VW8032 Autumn Sunset, 햇살을 담아 놓은 듯한 NOROO BT7105 Juicy Yellow, 설렘의 홍조를 연상케 하는 PANTONE 13-1510 Impatiens Pink, 즐거운 일이 일어날 것만 같은 PANTONE 14-4815 Leisure Time 등은 작품의 목소리를 키우고 전시장의 유쾌지수를 높여 초현실로 들어서는 걸음걸음을 더욱 가볍게 했다. 일상의 귀퉁이에서 펼쳐지는 상상의 세계를 엿보고 싶다면 NOROO의 컬러를 따라 <헬가 스텐첼 사진전 : 집안의 초현실주의>에 들어가보자. 그 문은 3월 1일까지 열려 있다.



전시장에 걸린 작품 외에도 곳곳에는
작가의 상상력이 발휘되었다.
비상조명등은 코끼리가, 콘센트는 로봇이 되어
관람객에게 웃음을 선사했다.

색다른 사진관 THANK YOU FOR YOUR COLOR

창 밖으로 북악산 자락의 겨울철 풍경이 펼쳐지는 삼청동의 어느 스튜디오. 여남은 수의 스태프들은 조용히, 그리고 분주히 움직였다. 노루페인트 'NOROO' 같이 가치 프로젝트'의 세 번째 이벤트로 특별한 사진 촬영이 있는 날이기 때문이다. 부산 호은상사의 이문기 대표와 이천 이천칠공사의 이창환 대표는 이 날의 주인공으로 인상적인 사진을 남겼다.

이천 이천칠공사의 이창환 대표



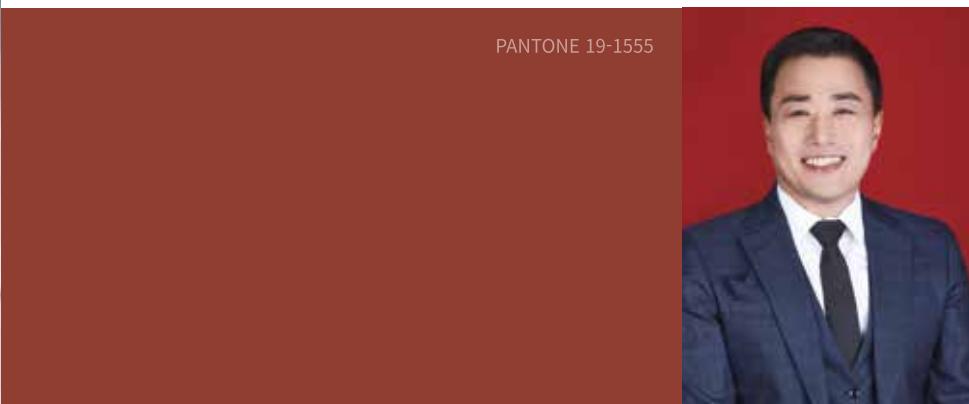
신뢰의 동행



모던한 인테리어의 스튜디오 한쪽에는 오늘을 위한 소품이 주르륵 놓였다. 그 옆 행거에는 슈트가 줄줄이 걸려 주인공들을 기다렸다. 메이크업을 받는 이창환 대표는 살짝 긴장되어 보이는 표정이었다. “간단한 촬영인 줄로만 알았어요. 이렇게 많은 분들이 동원되는 줄 알았다면 저도 좀 더 신경 쓰고 올 걸 그랬네요.”라며 아쉬워하는 그였지만, 모든 세팅을 마치고 카메라 앞에 선 모습은 완벽함 자체였다. 영업 담당인 정진엽 대리가 말했듯, 침착하고 꼼꼼하며 일에 완벽을 기한다는 이창환 대표의 스타일이 그대로 배어 나왔다.



PANTONE 19-1555



단단함에 가까운 그의 침착한 태도는 인터뷰에서도 오롯이 이어졌다. 노루페인트에 대한 뿌리 깊은 신뢰가 흔들림 없는 자세를 만드는 듯했다. “아버지께서 1970년도에 이천칠공사를 시작하셨으니 이제 50년이 넘었죠. 제가 이어받은 지는 30년이 되어가고요.” 긴 시간 함께해 오며 어려운 점은 없었나는 질문에 그는 차분히 생각한 후 천천히 답했다. “NOROO는 제가 곤란에 처했을 때마다 적절하게 대응해 주었기에 어려운 점은 없습니다. 제가 업무에 있어서 철저한 편이라 상대하기가 피곤할 수도 있는데, 정진엽 대리가 영업의 에이스답게 손발도 잘 맞춰주고요.”

이창환 대표는 정진엽 대리를 ‘정통 NOROO 영업사원’으로 평했다. “노루페인트는 항상 가족 같다는 느낌을 주거든요. 그런 느낌을 이어주는 사람이죠.” 그런 정진엽 대리에게 이창환 대표는 ‘레드’로 상징되는 인물이다. “일할 때 정말 불같이 타오르시니까요. 그러면서도 잘챙겨 주시니 ‘촌데레’ 느낌도 있고요. 암산이 빠르고 정확하셔서 ‘컴퓨터’이시기도 해요.” 서로를 향한 미소에서 굳건한 믿음과 기대가 느껴지는 두 사람이었다.

애정의 역사

부산 호은상사의 이문기 대표의 메이크오버 또한 긴 시간에 걸쳐 정성스럽게 이루어졌다. 스태프들의 세심한 손길은 이문기 대표가 품고 있던 빛을 꺼내어 주는 듯했다. 먼 길 오느라 얼굴에 다소 묻어 있던 피곤은 사라지고 내면의 의지와 원숙함이 표정과 자세가 되어 사진에 담겼다. 자신의 사진을 보는 그의 표정에서는 쑥스러움과 함께 만족이 엿보였다. “제가 아닌 것 같기도 하지만, 이 또한 제 모습이니 새삼



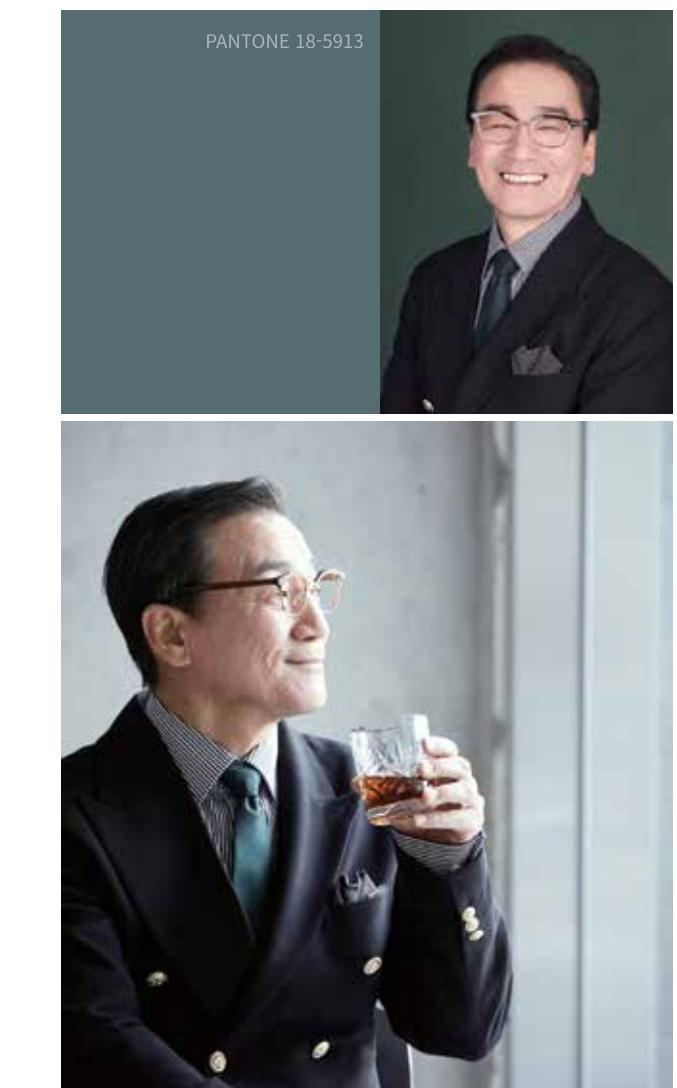
부산 호은상사의 이문기 대표



스럽습니다.”라며 허허 웃는 그는 분명 메이크오버 전과 다르지 않은 사람이었다.

노루페인트 직원 출신으로, 특약점을 운영한 지 25년째인 그는 새벽 5시에 문을 열어 가장 이른 아침을 만든다. “이문기 대표님을 생각하면 떠오르는 첫 번째 키워드는 ‘호랑이’예요. 화나면 굉장히 무서우세요. 그리고 대표님 아드님과 제가 비슷한 나이라 ‘아버지’, 마지막은 ‘투머치토커’세요. 하하하.” 영업 담당인 서형민 주임의 말을 증명하듯 이문기 대표는 호은상사의 역사 를 답변으로 들려주었다. 아래에 이어 아들과 딸까지 합류해 이제는 든든한 가족 기업이 된 특약점이 그에겐 흐뭇하고 뿌듯한 지난 세월의 결실이다. 늘 편안한 인상으로 성실히 수행하는 서형민 주임에 대한 칭찬도 잊지 않았다. 몇 번이고 강조한 것은 바로 오늘, 이 순간이었다.

“오늘 촬영을 하면서 지난 시간의 물길이 제 가슴에 더욱 깊이 파고드는 것을 느낍니다. 노루페인트와 제가 더 하나 됨을 체험 한 하루였어요.”란 말에 서형민 주임도 고개를 끄덕였다. “대표님을 상징하는 색은 NOROO와 같은 초록색이라고 생각해요. 그만큼 NOROO와 긴밀하시죠.”



이번 ‘색다른 사진관’은 노루페인트와의 상생을 위해 오랜 시간 애써온 특약점 대표들에게 감사의 마음을 전하기 위해 마련된 이벤트였다. 내면의 컬러를 외면의 메이크오버와 함께 드러내어 담아낸 사진과 영상은 과거에 대한 고마운 인사인 동시에 미래를 향한 아름다운 다짐이 되었다. 이 특별한 하루의 기록은 유튜브 <페인트 잇수다> 채널에서 함께 확인할 수 있다.



색다른 사진관

2023년을 채워나갈 컬러

NSDS와 팬톤이 선보이는 올해의 컬러

팬데믹이라는 기나긴 터널 속에서 우리는 희망을 키우고 견디는 방법을 찾아내며 출구를 기다려 왔다. 수많은 변수 속에서 단련된 마음은 전망이 여전히 어두운 2023년에도 곧은 시선으로 미래를 바라보게 한다. 그러한 마음을 위해 NSDS와 팬톤이 제안하는 2023년 올해의 컬러를 소개한다.

FLEXIBILITY

지난 몇 년간 우리는 많은 변화를 경험했다. 기존의 익숙함은 어느새 생경함이 되고 '노멀'이 된 '뉴 노멀'도 언제 바뀔지 모를 만큼 현실은 예상과 전망을 점점 비껴가고 있다. 각자 다양한 가치관과 기술, 삶의 방식을 주장하면서 충돌과 반목도 확산되었다.

팬데믹의 위협, 경제, 기후, 정치, 사회적 불안정 속에서 생존을 위한 최선의 전략을 찾아야 하는 우리에게 역사는 고전적 답을 내어 주었다. 승자들이 지녔던 생각과 태도의 유연함, 그리고 확장성이 바로 그것이다. 희망과 분쟁이 공존하는 현실, 기술과



패러다임의 전환기 속에서 속도감 있게 변화해 가야 하는 디지털식 변화 과정에는 유연함과 확장성이 더욱 중요하다.

이러한 지점에서 NSDS는 2023 컬러 트렌드 북 『COVER ALL』의 테마를 'FLEXIBILITY'로 내세우고 Key Color로 NR18-0540

Electric Green과 NR18-1720 Shady Purple을 제안했다. Electric Green은 볼륨감, 금속의 중량감과 함께 깃털의 가벼움 까지 느껴지게 하는 카멜레온 같은 색감으로, 단독 사용될 때는 따뜻하고 안락한 느낌이지만 옐로, 블루 등과 함께할 때는 디지털의 하이테크 분위기를 만들어 주기도 한다.

Shady Purple은 퍼플과 바이올렛의 중간색에 그레이 스케일이 가미되어 각종 TPO에 적용할 수 있는 컬러다. 색 자체의 무게감으로 인해 고급스러움과 중후함, 고풍스러움을 지닌 Shady Purple은 부드러운 파스텔 질감의 인테리어와 매끈한 유리, 금 속 등 어디에나 자유롭게 사용되며 클래식한 무드부터 첨단 기술의 미래적 분위기까지 모두 아우른다. 이렇듯 변주가 자유로운 Shady Purple과 Electric Green은 시대의 확장성을 잘 드러낼 수 있을 것으로 기대된다.



새로운 힘의 신호

NSDS가 Key Color로 이 시대에 걸맞은 색상을 제안했다면 팬톤의 올해의 컬러는 이 시대를 살아가는 사람들을 향한다. 2023년의 컬러로 선정된 PANTONE 18-1750 Viva Magenta는 복잡한 시대 속에서 변화하고 변주해야 하는 우리의 열정과 도전을 응원하는 새로운 힘의 컬러다. 따뜻함과 차가움의 밸런스가 잘 잡힌 크림슨 레드톤의 Viva Magenta는 대담한 레드 톤이지만 공격적이거나 지배적이지 않으며 활기와 기쁨, 위트를 가지고 주변을 편안하게 아우르는 하이브리드 색상이다.

이 컬러는 천연염료 중 하나인 '코치닐'의 레드에서 영감을 받은 것으로, PANTONE 색채 연구소장인 리트리스 아이즈먼은 "기술의 시대에 우리는 자연으로부터 영감을 끌어내고자 하는 경향이 있다."라고 그 배경을 밝혔다. 자연으로부터 온 Viva Magenta가 우리의 정신을 자극하며 내면의 힘을 키울 수 있게 도와줄 것이라는 설명이다.

시대를 드러내는 NSDS의 컬러와 그 속에서 필요한 활력을 전하는 팬톤의 컬러까지, 2023년 올해의 컬러들은 우리의 복잡다단한 현실과 앞으로 나아가야 할, 그러나 모호한 방향을 직관적으로 느낄 수 있도록 전해준다. 2023년의 끝자락에서 우리는 이 컬러들을 통해 또 한 해를 정리할 수 있을 것이다.

NOROO, ESG 에디션 골프공 출시

NOROO, 세인트나인과 골프공 콜라보레이션

NOROO는 창립 78주년이 되는 2023년을 맞아 넥센 세인트나인과 함께 ESG 활동의 의미를 전달하는 친환경 골프공 세트를 출시했다. 노루페인트의 친환경 수성 도료와 팝아트 디자인을 적용한 골프공 세트의 판매 수익금 일부는 골프 꿈나무와 어린이 지원 재단 등에 기부될 예정이다.



팝아트 디자인의 골프공

홀 안에 빨려들 듯 페인트 통 안에 풍당 빠지는 골프공, 페인팅의 컬러로 궤적을 그리며 날아가는 골프공, NOROO의 초록 모자를 쓰고 페인팅 롤러를 골프채처럼 든 의기양양 골프공 등 NOROO와 넥센 세인트나인의 ESG 에디션 콜라보레이션 골프공은 세련된 컬러와 귀여운 캐릭터의 톡톡 튀는 팝아트 디자인으로 눈길을 끈다.

오랜 역사의 전통 브랜드를 활용한 콜라보레이션 신제품들이 MZ세대에게 많은 관심을 얻고 있는 가운데, 올해 창립 78주년이 된 NOROO 그룹이 브랜드 런칭 11주년을 맞은 넥센의 프리미엄 골프용품 브랜드 세인트나인과 ESG 에디션의 콜라보레이션 제품을 출시한 것. 골프에 열광하는 MZ세대에게 친환경 제품을 통해 지속가능한 ESG 활동의 의미를 친근하게 전달하고자 한 이번 에디션의 골프공 베이스코팅에는 기존의 유성 도료가 아닌 노루페인트의 친환경 수성 도료가 적용되었으며 골프티는 나무로, 박스 패키지는 FSC(산림 관리) 인증 종이와 콩기름 인쇄 공법으로 제작되었다. 또한 이러한 내용을 박스 안에 소개함으로써 NOROO와 세인트나인의 환경 보존 및 사회 공헌 의지를 소비자들에게 아로새겨주었다.



ESG 활동을 전하는 콜라보레이션



ESG 에디션 콜라보레이션 제품을 디자인한 노루홀딩스 브랜드커뮤니케이션실의 강시내 대리는 “아무래도 골프공이라는 작은 사이즈 안에 개성 있는 캐릭터를 주목도 있게 넣는 것이 디자인의 주안점이었다.”라고 말하며 메인 그래픽과 사이드 마커, NOROO와 세인트나인의 로고 등을 작은 골프공 안에 깔끔하게 배치하기 위해 노력했다고 밝혔다. ‘골프’와 ‘페인트’, ‘환경’과 ‘컬러’를 테마로 세심하게 디자인된 골프공은 화이트와 주목성 강한 형광 연두 및 노랑의 세 가지 컬러로 재기 발랄한 캐릭터와 함께 초록 잔디 위에서 존재감을 뽐낼 것으로 기대된다. 노루홀딩스 관계자는 “최근 이종 마케팅이 활발하나, 자극적인 재미만 추구하며 무분별하게 진행되는 경우가 많아 신중한 접근이 필요했다.”고 하면서 “양사의 브랜드 아이덴티티를 녹인 제품을 ESG 활동과 연결하여 소비자들에게 새로운 가치를 제공하고자 했다. 향후에도 소비자 가치를 높이고 공익도 추구할 수 있는 다양한 마케팅을 추진하고자 한다.”라고 밝혔다. 이와 함께 노루페인트는 유튜브 채널 <페인트잇수다>를 통해 소비자들에게 ESG 활동을 재미있게 소개할 예정이다.

한영재 NOROO 그룹 회장, 금탑산업훈장 수훈

한영재 NOROO 그룹 회장은 지난해 11월, 제48회 국가품질경영대회에서 최고 영예인 금탑산업훈장을 수훈했다. 금탑산업훈장은 국가 산업 발전에 뚜렷한 공적을 기여한 개인에게 수여되는 최고 등급의 훈장이다.



국가 경제 발전과 세계 시장 개척을 이끈 금빛 기업

산업통상자원부가 주최하고 한국표준협회가 주관하는 국가품질경영대회는 품질 혁신 활동으로 탁월한 경영 성과를 창출하여 산업 경쟁력 향상에 이바지한 유공자와 우수기업을 발굴하고 포상하는 국내 최대 규모의 품질 진흥 행사이다. 1975년 시작되어 올해로 48회째를 맞는 이번 대회는 “다시 도약하는 디지털 품질 강국, 대한민국”을 슬로건으로 훈장 3점, 포장 3점, 대통령 표창 18점 등 총 402점을 수여했으며 그중 철탑산업훈장은 (주)엘지화학, 은탑산업훈장은 삼성전자(주)에서 수훈하였다. 그리고 최고 영예인 금탑산업훈장은 신기술 친환경 제품 개발로 국산화 및 세계 시장 개척에 앞장서며 화학산업을 선도하고 국가 경제 발전에 기여한 공로로 (주)노루홀딩스 한영재 대표이사가 수훈하였다.



품질 혁신과 ESG 경영의 NOROO

한영재 회장은 1998년 노루홀딩스 회장으로 취임한 이래 정부 정책에 적극적으로 참여하며 국가의 산업 발전과 국내 도로 산업의 품질 경쟁력 향상에 이바지해 왔다. 끊임없는 기술 개발로 기술 선진화를 구축한 NOROO는 페인트 업계 최다 특허 등록(353건)으로 최고의 기술력을 입증하고 있으며 탄소 저감을 위한 화이트 바이오 기반 원료, 국내 최초로 폐자동차 앞 유리를 활용한 리사이클 페인트 제품 개발 등으로 99건의 친환경 인증을 획득하기도 했다. 또한 코로나19 바이러스를 사멸하는 페인트와 국내 최초의 에너지 세이버 페인트 출시를 통해 친환경과 바이오 페인트 시장을 선도함으로써 지난 해에는 ‘기후변화 대응 대표 기술 10선 선정 장관상’을 수상하기도 했다.

이외에도 NOROO는 QES(품질·환경·안전) 경영으로 품질경쟁력을 강화하고 친환경 생산을 통해 전기 및 열 사용량, 온실가스 배출량을 절감하며 청정 생산 기술 적용으로 대기오염물질 배출량 저감에 힘쓰고 있다. 특히 한영재 회장은 ESG 경영 활동을 선포함으로써 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)와 같은 기업의 비재무적 요소에서의 경영 성과도 거뒀다. 그 결과 2022년 한국ESG기준원 ESG 평가에서 노루홀딩스와 노루페인트는 통합 A등급을 획득했다.

한영재 회장은 “이번 수훈은 품질 혁신을 위해 다 함께 힘을 모은 임직원 덕분이다.” 라며 “앞으로도 탄소제로기업으로 거듭나기 위해 정부 정책에 발맞추어 그룹 차원의 ESG 경영을 실천하는 기업이 되겠다.”고 밝혔다.

2023년, 다시 새로이, 더 높이

2023년을 맞아 NOROO의 시무식이 온라인에서 거행되었다. NOROO의 2022년을 돌아보며 새로이 펼쳐질 나날에 희망과 의지를 단단히 세워주는 영상을 통해 NOROO인은 서로를 느끼고 자신을 다시 살피며 함께할 2023년을 더 벅차게 기대할 수 있었다. 새로이 도전하여 더 높이 나아갈 NOROO의 2023년은 이제 시작되었다.



빛나는 순간으로 따뜻하게 채운 한 해

한 해라는 단위는 얼마나 뜻깊은가. 시간은 끊임없이 흘러가지만, 우리는 일 년이라는 끝과 시작을 만들으로써 주기적으로 성과를 확인하고 목표를 새로 설정할 수 있다. 온라인 시무식으로 돌아본 NOROO의 지난 일 년은 모두가 열과 성을 다해 만들어낸 빛나는 순간과 따뜻한 온기로 가득했다. NOROO는 금탑산업훈장을 수훈하고 품질경쟁력 우수기업으로 선정되며 ‘국가가 인정한 품질/ESG경영 우수기업’으로, 노루 바이오 센터를 완공하고 국내 도료 업계 최초로 화이트바이오 도료 국제 인증을 획득하는 등 ‘미래 시장을 선도하는 NOROO’로 2022년 한 해를 마무리했다. NOROO는 ‘나눔 실천으로 아름다운 세상을 만드는 착한 기업’이기도 했다. 여성 안심 골목길 인프라 조성 사업을 벌이고, 지역사회의 발전을 위해 한림대 성심병원과 MOU를



체결하는 등 사회공헌 협력 범위를 더 넓혔다. 브랜드 가치도 한층 더 올렸다. NOROO는 컬러 트렌드 북 『COVER ALL』 Vol.6를 발간하고, 각종 전시와 활발한 아트 콜라보를 전개했으며, 유튜브를 통해 디지털 미디어 아트 <Color Sound>를 서비스했다. 그리고 ‘가치를 올리다’ 캠페인을 펼쳐 컬러 이상의 가치를 담는 브랜드 ‘NOROO’를 알렸다.



새 날개로 날아오를 새해



2022년을 돌아본 영상은 지난 12월 13일~15일에 실시되었던 신규 입사자 역량 향상 교육 과정을 소개하며 2023년에 대한 기대와 설렘으로 포커스를 옮겼다. 코로나 여파로 중단되었다가 3년 만에 재개된 신입사원 대면교육은 톡톡 튀는 아이디어와 열정이 가득한 현장이었다. NOROO를 이끌어갈 소중한 인재들의 질문은 “신입직원이 묻고 임원이 답하다”의 코너로 모여 해안이 되었다. “신입사원 때 회사에 적응하기 위해 어떤 노력을 하셨는지”란 질문에는 “먼저 다가서는 것이 가장 빠른 노하우”라는 대답이, “NOROO의 발전을 위해 필요한 문화적 변화”의 질문에는 “NOROO는 개인의 다양성과 취향을 존중하는 문화를 가지고 있다. 그러한 자신의 열정과 잠재력을 충분히 발휘할 수 있다면 최고의 기업이 될 것”이라는 대답 등이 돌아왔다. 이어서 “NOROO는 _____다”的 빈칸에는 “숲이다, 기회를 준 천사다, 트렌드한 기업이다”에 이어 “사랑이다”까지 임직원들의 다양한 생각이 모였으며 “[], 가치를 올리다”라는 문장은 “행복, 회사에 대한 자부심, 선순환의 고리” 등으로 완성되었다. 임직원의 새해 인사로 빛나는 소망과 굳센 다짐을 담은 온라인 시무식은 한영재 회장의 신년사와 함께 2023년을 향한 날개가 되었다. 365개의 새로운 깃털로, 더 높이 날아오를 NOROO의 2023년을 기대한다.

NEWS BRIEFING



노루홀딩스와 노루페인트, 한국ESG기준원 ESG 평가 2년 연속 '통합 A등급' 획득



노루페인트, 서울시와 색각이상자를 위한 '안전 컬러 개발' 업무협약 체결



노루케미칼, 자원순환 분야 환경관리 모범업체로 안산시장 표창 수상



더기반, 해외 시장 개척으로 '3백만 톤 수출의 탑' 수상

(주)노루홀딩스

노루홀딩스와 노루페인트, 한국ESG기준원 ESG 평가 2년 연속 '통합 A등급' 획득

노루홀딩스와 노루페인트가 한국ESG기준원(이하 KCGS)의 '2022년 ESG 평가 및 등급 공표'에서 2년 연속 '통합 A등급'을 획득했다. 양사는 지난해 KCGS와 서스틴베스트 ESG 평가에서 모두 A등급을 받으며 2022년에도 ESG 평가 우수기업으로 자리매김했다. 국내 메이저 평가기관인 KCGS와 서스틴베스트는 약 1천 개의 상장기업을 대상으로 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)가 포함된 ESG 평가를 진행하며 자본시장 참여자들이 ESG와 관련된 상장사의 위험 수준을 직관적으로 파악할 수 있도록 평가 결과를 등급으로 나타낸다.

양사는 KCGS 평가에서 동일하게 환경 B+, 사회 A+, 지배구조 B+ 등급을 받아 통합 A등급을 획득했다. 특히 컬러를 통한 나눔과 같은 사회적 책임 활동과 관계사 상생 활동이 높이 평가되어 사회(S) 부문에서 지난해와 마찬가지로 A+ 등급을 획득하는 성과를 이뤘다. 올해 KCGS ESG 평가는 글로벌 기준에 맞춰 평가 모형이 개정됨에 따라 난이도가 상승해 통합 A등급 이상을 받은 기업은 전체의 15.6%(전년 대비 8.4% 감소)에 불과하다. 양사는 서스틴베스트 평가에서도 환경 부문 혁신 활동, 사회 부문 고객 관리, 지배구조 부문 정보의 투명성에서 섹터 평균 대비 높은 점수를 받으며 종합 A등급을 획득했다. 세부적인 요소들을 종합 평가해 수치화한 점수에서는 전체 1,045개 평가 기업 중 노루페인트가 95위, 노루홀딩스가 119위로, 상위권에 이름을 올렸다.

노루홀딩스는 NOROO 그룹의 지주사로서 ESG 전담 부서를 신설하고, 기업지배구조현장 제정 및 지속가능보고서 발간을 통해 이해관계자에게 기업의 목표와 전략, 사회적·경제적·환경적 활동과 성과를 공유하는 활동을 전개했다. 아울러 노사공동선언과 교육 등으로 ESG 경영에 대한 임직원의 공감대 형성에도 적극적으로 나서 그룹의 ESG 경영에 앞장섰다.

노루페인트는 사람과 자연을 향하는 친환경 컬러서비스 전문 기업으로 관련 기술 개발에 매진하며 지속가능경영을 추진하고 있다. 미래 지구환경을 위한 탄소중립 기술 혁신에도 앞장서서 친환경 도로 비중을 꾸준히 늘림으로써, '국내 최초 미국 농무부(USDA) 인증 화이트바이오 도료', '국내 최초 리사이클 도료' 등 다양한 친환경 타이틀을 획득하는 성과를 거뒀다.

NOROO 그룹 관계자는 "가장 공신력이 있는 평가기관에서 노루홀딩스와 노루페인트의 ESG 활동에 높은 평가를 해 주셔서 영광으로 생각한다." 며 "앞으로도 고객과 환경을 위한 지속가능한 경영활동을 추진하겠다."라고 말했다.

(주)노루페인트

서울시와 색각이상자를 위한 '안전 컬러 개발' 업무협약 체결

노루페인트는 2022년 11월 30일, 서울시와 '2022년 표준형 안전디자인' 업무 협약을 체결했다. 이번 협약식은 안전 사각지대에 놓인 색약, 색맹 등의 색각이상자가 쉽게 구별할 수 있는 컬러를 개발

하기 위해 이루어진 것으로, 노루페인트는 안전한 컬러를 개발하는데 필요한 컬러 컨설팅을 지원하고 풍부한 시공 데이터를 통해 현장에 성공적으로 적용될 수 있도록 협력할 예정이다.

색각이상자의 경우, 망막 원뿔세포의 선천적 또는 후천적 손상 등으로 특정 색을 다르게 인식하거나 전혀 인식하지 못해 안전사고에 노출될 위험이 높다. 지난해 질병관리청 자료에 따르면 우리나라 남성 5.9%와 여성 0.4%가 색각이상자인 것으로 나타났으며 그 수치는 점차 늘고 있다. 이를 위해 서울시를 비롯한 각 지자체는 색각이상자를 위한 다양한 복지서비스를 마련하고 있다. 서울시는 노루페인트와 함께 개발한 안전 컬러를 활용해 현장에 필요한 픽토그램 항목을 새롭게 개발하고, 이해하기 어려웠던 기존의 안내 표지를 알아보기 쉬운 안전디자인으로 개선할 예정이다.

한편 노루페인트는 1987년부터 색채연구실을 설립하고 전문적인 색채를 연구해 왔다. 색채연구실은 2019년 NSDS(NOROO Seoul Design Studio)로 명칭을 변경하고 컨설팅 전문성을 강화하여, 컬러를 활용한 소외지역 사회공헌과 비즈니스 활동을 펼치고 있다. NSDS 관계자는 "서울시와 함께하는 이번 안전디자인 개발 활동이 안전 사각지대에 놓인 분들에게 도움이 되었으면 한다. 컬러를 통한 나눔으로 사회에 기여하는 기업이 되도록 노력하겠다."라고 말했다.

(주)노루케미칼

자원순환 분야 환경관리 모범업체로 안산시장 표창 수상

지난해 12월 20일, 노루케미칼은 지속적이고 효율적인 환경관리 및 환경개선의 공로를 인정받아 자원순환 분야의 환경관리 모범업체로 선정되어 안산시장의 표창을 수상했다. 노루케미칼은 폐기물 적정보관 및 관련법률 준수하며 자원순환 재활용 목표를 설정, 분리배출을 통해 폐기물 발생량을 낮추고 순환재활용량은 늘리는 등 폐기물 감량 및 재활용 활성화에 노력을 기울여 왔다. 노루케미칼은 BAT 대기방지시설인 RTO를 신규 설치하여 악취 및 대기오염물질과 폐기물을 감량하고 플라스틱, 유리 등 재활용 품목을 계속 발굴하는 등 공정 개선을 지속해 왔으며 사업장 환경 교육과 홍보를 실시하여 직원의 의식을 강화하고, 산단 가꾸기, 안산시 흥환경기술인 협회, 유해화학물질 취급시설 대표자 협의회, 자원순환협의회 활동을 하는 등 대내외 환경 보전 및 환경 개선을 위해 서도 꾸준히 활동해 왔다. 뿐만 아니라 1사 1경로당 후원으로 기업 이익을 사회에 환원하는 사회활동 또한 수행해 왔다. 타 사업장의 모범이 되는 이러한 활동에 대해 안산시는 해당 표창을 수여했다.

(주)더기반

해외 시장 개척으로 '3백만 톤 수출의 탑' 수상

더기반이 채소 종자 수출 확대와 해외 시장 개척의 공로로 <2022 제59회 무역의 날 수출의 탑 및 유공자 포상 전수식>에서 '3백만 톤

NEWS BRIEFING



<2022 농기자재 국제워크숍> 대상 수상



<2022년 경기도 농식품 수출탑 시상식>에서 수출액 최고 기업으로 선정

수출의 탑’을 수상했다.

산업통상자원부와 한국무역협회가 우리나라 수출기업과 유공자를 격려하기 위해 만든 ‘수출의 탑’ 상은 단일 법인의 수출 실적이 특정 구간을 넘어서는 신기록을 경신할 때 수여하는 것으로, 수출 기업에게는 최고의 영예이다.

더기반은 코로나19로 어려운 상황에서도 국제종자협회(ISF), 2022 아시아·태평양 종자협회(APSA) 등 국제 박람회 참석을 통해 해외 바이어를 발굴하고 해외 현지에서 시험재배를 실시하는 등 적극적인 수출 활동을 벌여 신기록을 달성했다.

더기반 관계자는 “코로나19로 수출이 어려웠던 시기에도 공격적인 R&D 투자와 철저한 품질 관리 시스템을 통한 우수한 제품력, 해외 현지 시장에 맞는 맞춤형 품종 개발을 통해 매년 수출 신기록을 간신히 경신하고 있다.”며 “향후에도 우수한 제품력을 바탕으로 해외에 한국 종자의 우수성을 알리고 시장 개척에 최선을 다하겠다.”라고 밝혔다.

<2022 농기자재 국제워크숍> 대상 수상

더기반은 <2022 농기자재 국제 워크숍>에서 농기자재 수출에 기여한 공로를 인정받아 농림축산식품부 장관 표창 대상을 수상했다. <2022 농기자재 국제 워크숍>은 농림축산식품부가 주최하고 농림수산식품교육문화정보원(이하 농정원)이 주관하는 행사로 국내 농기자재 수출의 우수 사례를 발굴하고 성과를 공유하는 자리이다. 2022년으로 6회째를 맞은 행사는 전반부에서는 농기계, 비료, 농약, 종자 등 농기자재 8개 주요 분야의 산업 현황과 관련 제도 등의 수출 정보를 공유하였으며 후반부에서는 참여 기업의 수출액

과 수출 증대 방안의 독창성과 창의성, 향후 발전 가능성 등을 종합적으로 고려해 우수 사례를 선정하고 시상하였다.

더기반은 수출 준비도, 독창성, 수출 성과, 일자리 창출 등 주요 항목에서 최고점을 받아 대상에 선정되었다. 특히 코로나19 상황 속에서도 ISF, APSA 등의 박람회에 참석하는 등 적극적 수출 활동으로 성과를 낸 것이 높은 평가를 받았다. 더기반 관계자는 “앞으로도 제품력을 높이며 해외 시장을 넓히는데 최선을 다하겠다.”라고 수상 소감을 밝혔다.

<2022년 경기도 농식품 수출탑 시상식>에서 수출액 최고 기업으로 선정

더기반은 지난해 11월 25일, 경기도인재개발원에서 열린 <2022년 경기도 농식품 수출탑 시상식>에서 수출액 최고 기업으로 선정되었다.

경기도가 주최하는 본 행사는 수출 확대에 기여한 도내의 농민, 생산자 단체, 수출업체 등을 격려하고 자긍심과 사기를 고취하기 위한 것으로 2020년 이후 2년여 만에 개최되었으며, 더기반이 연간 400만 달러 누적 수출 금액 달성을 통해 수출업체 최고상을 수상했다. 채소 종자의 연구 개발 및 농업의 전문성을 바탕으로 더기반은 토마토, 고추, 오이, 멜론, 양배추 종자 등을 북미, 북아프리카, 유럽 등 현지 시장에 맞게 수출하고 있다. 더기반은 종자 수출과 함께 라오스, 베트남 등 동남아 전략 국가의 농업 개발 정책에 발맞추어 농촌 개발, 빙곤 감소, 농업생산 증대, 취약계층 일자리 창출, 농업 역량 강화 등 한국형 농업 개발 비전을 수립하고 지원을 확대해갈 계획이다.



2023 겨울호 사보를 즐겁게 읽어주신 독자들께
퀴즈를 통해 선물을 드립니다.

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

TIP 답은 늘 사보 안에 있습니다!

Q

2023년을 맞아 NOROO의 시무식이 온라인에서 거행되었습니다. 시무식은 2022년을 돌아보기 위해 NOROO인들의 새해 인사와 다짐을 담았습니다. 다음 중 온라인 시무식이 전한 2022년 NOROO의 소식이 아닌 것은 무엇일까요?

- ① 금탑산업훈장 수훈
- ② 품질경쟁력 우수기업 선정
- ③ 경력사원 역량 향상 교육 과정

*2월 28일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.

*메일의 제목은 ‘2023 겨울호 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 65호(비매품)

종별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2023년 2월 10일 발행처: (주)노루홀딩스

편집인: 강태준 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)커뮤니케이션, (주)노루로지넷 사진: URL 스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크

발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700