

NOROO

NOROO

SUMMER · 2023

VOL. 67

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

SUMMER · 2023

VOL. 67

SPECIAL THEME
[공간], 가치를 올리다





SPECIAL THEME



[공간], 가치를 올리다

- 06 COLUMN 모으고, 잇고, 담는 공간
- 08 INTERVIEW 공간의 가치를 새로이 올리다
노루페인트 색채지원팀

CULTURE GALLERY

- 14 COLOR SOUND 컬러에 진심, 음악에도 진심
- 16 TRAVEL 질푸른 녹음 속 청아한 물줄기

20 . FOCUS ON NOROO



28 . PAINT FOR ART 2



36 . COLORFUL SPACE



NOROO PEOPLE



- 20 FOCUS ON NOROO 컬러와 빛의 신비, NOROO의 MIRAGE
MILAN DESIGN WEEK 2023
- 24 PAINT FOR ART 1 길 위에서 우리를 만나다
에드워드 호퍼 길 위에서 WITH NOROO PAINT
- 28 PAINT FOR ART 2 컬러로 물든 영화의 순간
맥스 달튼, 영화의 순간들 63 WITH NOROO PAINT
- 32 PAINT FOR ART 3 고개를 숙여 스니커즈를 보라
스니커즈 언박스드 서울 WITH NOROO PAINT
- 36 COLORFUL SPACE 모은 손 사이로 마음이 스민다
포인핸드 WITH NOROO PAINT
- 40 FAMILY TIME SWEET HOME, SWEET CAKE!
노루페인트 자보기술2팀의 박상현 차장과 딸 박시윤 양
- 44 SPECIAL STORE NOROO 같이가치 캠페인 색다른 사진관
대영페인트
- 48 NEWS BRIEFING
- 51 QUIZ

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사지원팀 정석찬 과장
(주)노루케미칼 업무지원팀 신성민 사원
(주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장

(주)노루페인트 디지털마케팅팀 박지현 대리
(주)노루알앤씨 경영지원팀 신성민 사원

(주)노루오토크딩 경영기획팀 안세현 과장
(주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임

(주)노루코일코딩 인사총무팀 추정민 주임
칼라메이트(주) 경영지원팀 이선화 대리

SPECIAL THEME

[공간], 가치를 올리다

“진흙을 이겨서 질그릇을 만든다. 그러나 그 속에 아무것도 없는 빈 부분이 있기 때문에 그릇의 구실을 할 수 있다. 지게문과 창문을 뚫어서 방을 만든다. 그리하여 아무것도 없는 빈 곳이 있기에 방으로 쓸 수 있다. 그런 까닭에 있는 것(有)이 이로움(利)이 된다는 것은 없는 것(無)이 쓸모(用)가 있기 때문이다.”

노자의 도덕경 문구는 비어 있는 곳, 즉 공간(空間)의 가치를 돌아보게 한다. 인간은 건축물로 공간을 만들어 삶을 영위하고 안팎으로 사유를 넓히며 역사를 쌓아 왔다. 우리를 품어 주었던 공간, 우리가 발전시켜 온 다양한 공간 속으로 천천히 걸어 들어가 보자.



모으고, 잇고, 담는 공간

공간으로 모이는 지혜

여행 중 멋진 건축물을 만나면 우리가 꼭 하는 행동이 있다. 그 앞에서 사진을 찍는 것이다. “드디어 도착!”이라는 문구와 함께 SNS에 인증샷을 올리고 나면 그제야 건축물을 훑어보며 이런 생각을 하게 될 것이다. 피라미드라면 응당 “와, 그 옛날에 이렇게 높은 피라미드를 어떻게 만들었을까?”, 베르사유 궁전이라면 “이 호화로움은 무슨 돈으로 가능했을까?”라는 궁금증이 일 것이며 파르테는 신전이라면 그리스 로마 신화를 떠올리기도 하리라. 건축물의 외양을 보며 감탄했던

마음은 어느새 그 공간을 만든 사람들과 그 안에서의 생활을 상상하게 한다. 이처럼 건축물은 역사와 시대, 사회를 느끼게 하는 힘이 있다. 그 힘의 원천은 바로 사람을 모으고 시간을 이어주는 ‘공간’에서 나온다.

건축가 유현준 교수는 저서 『공간이 만든 공간』에서 “건축 공간은 시간과 언어의 장벽을 뛰어넘어 소통의 매개체가 되어 준다. 회화나 음악과는 다르게 건축만이 가지고 있는 소통의 도구는 비어 있는 공간인 보이드(Void) 공간이다. 건축물의 공간은 건축이 가지고 있는



가장 큰 의사 전달 수단이요, 특징이다.”라고 말한다. 공간을 프레임하기 위해서는 많은 사람의 지혜와 사회적 동의, 그리고 대단히 큰 에너지와 돈이 모여야 하기에 공간이 구축되는 형식과 모양은 만든 이의 생각과 문화를 반영한다고 말이다. 그렇게 만들어진 공간은 다시 생각에 영향을 미치며 새로운 행동양식과 문화, 더 진화한 공간으로 우리를 데려간다. 윈스턴 처칠은 “우리가 건물을 만들고 그 후에 건물이 우리를 만든다.”라고 말한 바 있다. 건축물과 그 공간이 우리에게 영향을 준다는 의미이다.

자연에서 문화로, 공간을 건축하다

그렇다면 건축, 인간이 만든 공간은 어떻게 시작되었을까. 바닥과 벽, 천장이 되어준 동굴, 나무속, 바위 아래 등 자연환경의 공간을 이용하던 인류의 조상은 수렵과 채집 생활을 위해 주변의 재료를 이용해 이동 가능한 오두막을 세워 공간을 확보하고 비와 바람, 동물의 습격을 막았으며 농경으로 인한 정착 생활과 함께 좀 더 견고한 집을 만들기 시작했다. 농업의 효율성을 높이고 외부의 침입을 막기 위해 집단으로 모여 살면서 마을과 도시가 이루어졌으며 도시들이 연결되어 통일된 문화가 형성되자 그 문화를 이끌어갈 우두머리와 신을 위한 공간들도 생겨났다.

문화와 함께 발전한 기술은 단단한 벽돌, 아치 등과 같이 하중을 견디는 구조물을 가능케 하여 왕궁과 신전의 위용을 키우고 더 크고 넓은 공간을 건축물 안팎으로 제공하였다. 지배자와 건축가들은 건축물과 공간이 사람들에게 제공하는 실제적 유용성과 심리적 위압감을 잘 알았기에 이를 더욱 고양시키는 각종 장치들을 개발해 새로이 적용하였다. 이집트는 불멸의 지배력을 영토에 남기기 위해 파라오의 거대한 무덤을 쌓아 올렸으며 로마는 식민 지배의 갈등들을 콜로세움에서의 경기와 테레라는 대규모 공중목욕탕에서의 휴식 및 오락으로 희석했다. 유럽의 중세 시대에는 뾰족한 탑으로 천상의 신에게 가까워지

려는 열망을, 큰 유리창에 꾸민 아름다운 스테인드글라스 속 그림으로 천국의 모습과 성경의 이야기를 전할 수 있었다.

세월이 흐르며 신과 왕의 위엄은 낮아지고 시민과 부르주아의 지위는 높아졌다. 산업혁명과 함께 공장, 백화점, 박람회장, 기차역 등 새로운 건축물이 등장했다. 도시에 몰리는 인구를 수용하기 위해 고층 건물이 세워지고 공간의 장식성보다 기능성이 중시되었다. 신분적 구분이 사라진 시민 사회가 열리면서 공공의 공간이 생겨났고 이는 과거의 왕궁과 신전이 대표하던 시대와 문화의 상징을 대체했다. 파리의 에펠탑, 뉴욕의 센트럴파크, 런던의 국회 의사당과 타워브리지 등이 대표적인 예라고 할 수 있다.

현대에 들어 기술의 발전으로 재료의 한계가 사라지자 건축가는 개인의 철학과 개성을 공간에 구현하기가 더 쉬워졌다. 이러한 독특한 건축물들은 지역을 활성화하고 관광객을 모으기 위해, 건축주의 이상을 담기 위해, 곳곳에 세워지고 새로운 랜드마크가 되었다.

사유를 담는 공간

아리스토텔레스는 “무엇인가를 담을 수 있는 것이 공간이다.”라고 하였다. 그래서 우리의 선조들은 공간을 지으면서 동시에 이름도 지어 붙였다. 경복궁(景福宮)의 ‘경복’은 ‘길이길이 크게 복을 누린다.’는 뜻이며 그 중앙 전각인 근정전(勤政殿)은 ‘천하의 일을 부지런히 하면 국가가 잘 다스려진다.’는 뜻이다. 성리학자 회재 이언적의 집 ‘독락당(獨樂堂)’은 홀로 학문하는 즐거움을, 소쇄원의 제월당(霽月堂)은 비 개인 하늘의 깨끗한 달처럼 살겠다는 의지를 담아 만든 이름이다. 선조들이 공간에 담고자 한 것은 이렇듯 그 공간에서 이루어 나갈 자신의 행위와 사유, 이에 대한 의지였다.

현재의 평범한 우리들은 스스로 공간을 짓거나 선택할 자유의 폭이 넓지 않다. 어쩌면 그 때문에 SNS에는 맛집과 카페에 대한 정보와 이미지가 넘쳐나는데도 모른다. 커피 한 잔, 식사 한 끼의 순간을 보다 멋진 공간에서 보내며 사진에 담고 싶어서 말이다. 이러한 소비 공간을 포함해 우리가 짧고 긴 시간 지내는 장소들 속에는 분명 아주 작더라도 나만의 공간이 있다. 익숙한 방 한 칸, 좁은 책상의 공간에서도 우리의 생활과 생각은 고이고 흘러간다. 우리가 과거의 선비들에 비해 부족한 것은 어쩌면 공간이 아니라 의지와 사유가 아닐까.

자신이 설계한 집에 이름을 붙임으로써 건축의 성격을 압축해 설명해 온 하는 건축가 승효상은 저서 『보이지 않는 건축 움직이는 도시』에서 이름은 존재의 가장 중요한 방식으로, 이름을 갖는 것은 세계를 갖는 것이라며 각자 자기 집에 이름을 지어볼 것을 권했다. 건축을 짓진 못하더라도 나의 책상에, 나의 방에, 나의 공간에 이름을 지어보는 것이 어떨까. 그에 따라 새로운 생각이, 행동이, 습관이 담길 것이다. 내 앞의 공간을 내 의지로 새로이 채워보자.

공간의 가치를 새로이 올리다

노루페인트 색채지원팀

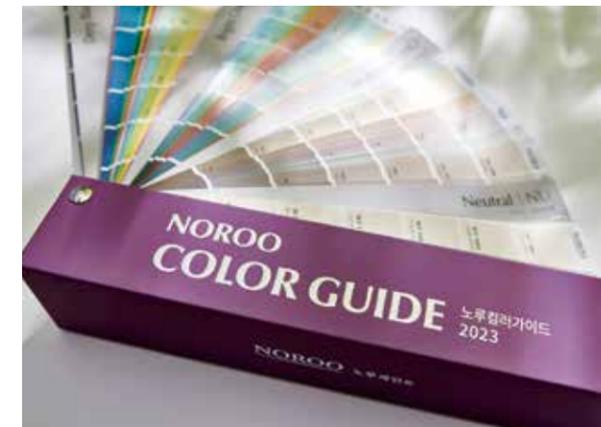
삶의 무대와 배경이 되어주는 건축물들 중 우리의 주무대는 어디일까. 통계청의 인구주택총조사에 따르면 총 주택 중 아파트는 63.5%(2021년 기준)로 단연 1위의 비중을 차지하며 전체 인구의 50% 이상이 아파트에 거주한다. 그만큼 거주자는 물론, 지역의 시민들이 살아가는 공간의 미관에 아파트는 매우 큰 영향을 미친다. 이러한 아파트를 새로이 꾸며 공간을 더욱 아름답게 하고 가치를 올려주는 곳이 있다. 바로 노루페인트 색채지원팀이다.



삶의 공간을 위한 컬러

“저희 색채지원팀은 재도장을 통해 아파트 가치를 올리는 업무를 하고 있어요. 고객 요청을 파악하고 현장을 방문해 조사, 분석한 뒤 색채를 설계하고 이를 반영한 컬러 시뮬레이션 그래픽을 고객께 제공하여 재도장 후의 변화를 확인하실 수 있도록 돕습니다.” 정자는 대리는 또랑또랑한 목소리로 색채지원팀의 활동을 임팩트 있게 전달하며 인터뷰의 시작을 열었다.

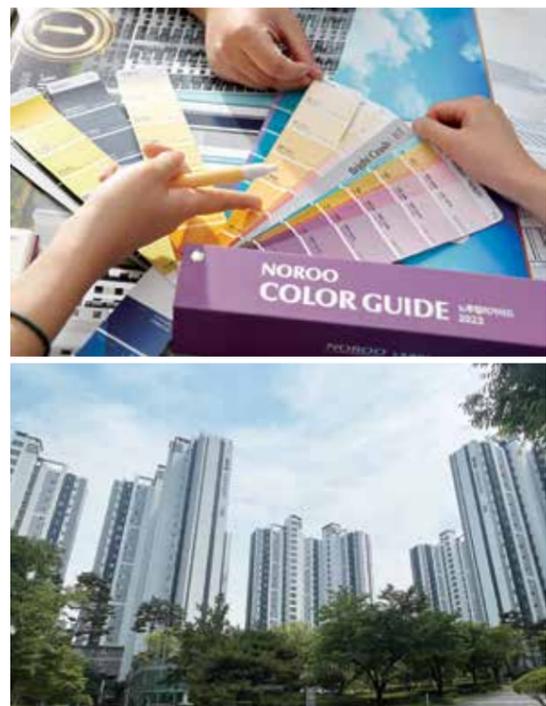
컬러와 기술에서 누구보다 앞서가는 노루페인트는 아파트 재도장 부문에서도 컬러 시뮬레이션 그래픽 제공 서비스를 가장 먼저 도입, 높은 시장 점유율을 확보하고 있다. “색채지원팀이 2003년에 만들어졌으니 노루페인트가 20여 년 전에 먼저 시작한 거죠. 그전에는 재도장에 대해 균열 보수, 콘크리트 내구성 유지 등에 초점을 맞췄습니다. 그런데 아파트의 외관 또한 부동산 가치 상승에 기여한다는 인식이 넓어지면서 컬러와 그래픽에도 중요성이 부여되기 시작했습니다. 노루페인트는 이를 앞서 간파하고 전문적인 컬러 서비스를 일찍이 제공하면서 경쟁력을 더욱 강화할 수 있었죠.” 색채지원팀의 역사를 간단히 설명한 송선아 팀장은 노루페인트 색채지원팀의 특징점에 대해서도 설명을 덧붙였다. “저희는 도장 과정 역시 지속적으로 모니터링하여 최상의 결과를 만들어 드립니다. 재도장 완료 후 입주민 분들의 반응도 체크하지요. 도장이 잘되었다는 말씀을 들을 때면 느껴지는 감사함은 다시 아파트라는 공간에 대한 책임감으로 돌아옵니다. 많은 분들이 살아가는 삶의 공간이니깐요.”





공간 가치의 재해석

이들은 아파트의 색채 계획을 ‘공간 가치의 재해석’이라고 말한다. 고영준 대리는 “공간에는 시간이 쌓이기 마련입니다. 입주 주민 분들이 오랫동안 동고동락해 온 공간과 시간의 가치를 이해하고 주변 환경과 트렌드에 맞게 재탄생시키는 것이 중요하다고 생각합니다.”라고 하며 최대한 많은 입주민의 만족을 위해 입주민의 연령대와 주변 입지 상황까지 고려한다고 설명했다. 지역에 따라 각각 다른 규제, 트렌드 변화 또한 색채 계획의 필수 반영 요소이다. “예를 들어 세종시에는 색채 심의 제도가 있어서 정해진 명도와 채도, 강조 색상의 비율 내에서만 컬러 사용이 가능합니다. 그 결과 세종시의 아파트들은 대부분 밝은 이미지를 갖게 되었죠.” 정자는 대리의 설명에 이어 인수진 대리는 아파트 재도장 트렌드를 소개했다. “초기에는 고명도, 고채도의 사용이 두드러지다가 제도적 제한이 생기면서 2000년대에는 밝은 파스텔 톤으로 부드럽고 따뜻한 이미지가 대세를 이뤘습니다. 그리고 2005년부터 저채도, 무채색 계열로 차분함과 고급



재도장이 완료된 청주 성화 호반베르디움

스러움을 전달하며 아파트의 자산 가치 상승에 일조했지요. 또한 아파트 브랜드화가 이루어지면서 각 건설사마다 브랜드 매뉴얼에 따른 색채들로 고급화 전략을 추구했습니다. 최근의 신축 아파트들은 커튼월 등 구조물을 활용해 다양한 변화를 보이고 있습니다. 이에 따라 재도장 또한 저채도, 저명도의 심플하고 모던하면서도 중후한 색채, 구조물을 연상케 하는 디자인을 사용하는 경향이 나타납니다.”

이렇듯 다양한 요소들을 종합하되 가장 우선시하는 것은 입주민의 의견이라고 문민영 과장은 강조한다. “지차제의 규제와 트렌드의 변화 안에서 최대한 다양한 입주민 분들의 의견을 반영합니다. 그 공간에서 오래도록 거주하실 분들이시니까요.” 가장 기억에 남는 재도장 사례를 질문하자 고영준 대리는 최근 작업한 수원 광고 모아엘가 레이크뷰를 꼽았다. “공공임대였다가 분양으로 전환된 후 재도장한 사례인데요, 고급스러운 브라운 계열 컬러와 입체적이고 세련된 포인트 그래픽을 사용해 이미지를 쇄신시켰지요. 주민 분들이 만족을 표해 주셔서 큰 기쁨을 느꼈습니다.”



아파트의 A 모양으로 손을 모은 색채지원팀



수원 광고 모아엘가 레이크뷰의 컬러 시뮬레이션 그래픽



색채지원팀의 치열한 고민과 섬세한 조율 속에 완성된 색채 계획은 도장 작업을 거쳐 최종 완성되어 입주민들의 삶의 터전이 되어주는 공간이라는 그릇에 무늬를 더한다. 공간의 정의를 물은 인터뷰 말미의 질문에 “공간은 추억을 읽는다. 영감은 공간을 부르고 공간은 생각을 부른다.”라는 글귀를 좋아합니다. 공간은 우리의 모든 생각이자, 영감이며, 추억을 담은 곳이라고 생각합니다.”라는 문민영 과장의 대답은 아파트와 컬러를 바라보는 색채지원팀의 따뜻한 시선을 대변한다.

컬러는 공간에서도 가장 기억되기 쉬운 키워드이기에 우리의 추억은 컬러로 인해 더 오래 가고, 생생히 재생될 것이다. 현재의 시간이 쌓이는 아파트라는 공간에 색을 더하는 색채지원팀의 활약으로 미래의 추억은 더욱 아름다워지지 않을까.

CULTURE GALLERY

여름은 풍덩 빠지는 계절입니다.
뜨거운 햇살에, 파란 바다에, 청량한 계곡에 빠지듯 컬러와 사운드에도 몸을 맡겨 보아요.
어딘가로 달려가는 마음을, 한없이 집중하는 순간을 컬러 사운드와 음악으로 응원합니다.



컬러에 진심, 음악에도 진심

〈컬러 사운드〉로 컬러에 대한 진심을 사운드와 함께 보여주고 들려주는 NOROO의 〈페인트 잇수다〉가 귀를 즐겁게 하는 새로운 콘텐츠, '노루 플레이리스트'를 유튜브로 선보였다. 셀프 인테리어할 때 힘이 나는 노루 플레이리스트와 함께, 시선을 사로잡는 Mobility ASMR 영상도 놓치지 말고 즐겨 보자.



E형, I형 모두 셀프 인테리어할 땐 NOROO Playlist

페인팅할 때 필요한 것은 뭐다? 페인트, 롤러, 붓, 그리고 '음악'이다. 각종 도구가 노동에 편리와 효율을 더한다면 음악은 흥을 높이고 피로를 낮춘다. 그래서 〈페인트 잇수다〉가 나섰다. 셀프 인테리어할 때 들으면 힘이 나는 노루 플레이리스트(이하 노플리)를 준비한 것! 클릭하는 순간 어깨가 가벼워지고 손에 리듬감이 붙는 노플리는 스튜디오 남산(STUDIO NAMSAN) 소속 아티스트 DJ FFAN(이환)과 협업한 것으로, 전 세계 언더그라운드 명반들을 MBTI 테마에 따라 E형(외향형)과 I형(내향형)의 2중으로 나누어 수록, 다양성과 트렌드를 겸비했다. 평키한 사운드와 흥겨운 리듬감이 돋보이는 노플리 MBTI-E형은 밝은 분위기나 활기를 만들어 주는 음악들이며, MBTI-I형에는 일상 속 집중과 몰입이 필요할 때 듣기 편안한 음악들이 수록되었다. 그러나 두 가지 중 무엇을 듣던, 긴장감은 사라지고 하던 일의 능률이 올라가는 놀라운 경험을 하게 될 것이다. 단, 음악에 푹 빠져 페인팅을 하다가 붓을 든 채 춤을 추게 될 수도 있으니 주의하자.

협업을 함께한 스튜디오 남산은 아티스트들의 교류를 위한 커뮤니티를 제공하고 'Good Music Everywhere'를 모토로 음악이 필요

한 모든 사람과 공간에 개성과 진정성이 담긴 음악을 제공한다. 소속 아티스트 DJ FFAN은 하이엔드 브랜드와 콜라보를 통해 음악 디렉팅 활동을 펼치고 있다.

브랜드의 지속적인 미래 가치를 만들기 위해 다양한 컬러 콘텐츠로 소비자의 공감을 얻고 있는 노루페인트의 〈페인트 잇수다〉는 노플리로 셀프 페인팅의 순간뿐만 아니라 일상의 다양한 작업의 시간들을 NOROO와 함께할 수 있도록 했다. 노플리 MBTI 편은 유튜브와 미국 음악 스트리밍 플랫폼 스포티파이(SPOTIFY)에서 동시 공개되었다. 바로 클릭해 보자.



SCAN ME



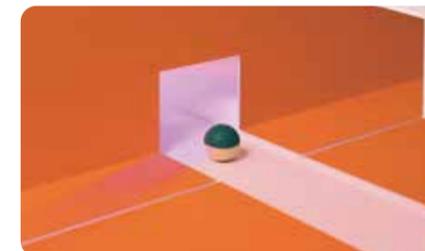
SCAN ME



컬러로 달리는 〈컬러 사운드〉 Mobility

매달 새로운 컬러와 사운드를 소개하는 〈컬러 사운드〉의 Mobility 편은 파란 하늘을 배경으로 천천히 돌아가는 자전거 바퀴가 여름의 햇살과 바람을 전하며 시작된다. 이어 파릇파릇한 NR07-007 frozen leaf 컬러의 잔디 위를 작은 타이어가 데굴데굴 굴러가며 귀를 간지럽히는 소리를 내고, NR07-016 industrial age의 산뜻한 오렌지 컬러를 입힌 나무 공이 또르르 미끄러져 오면 NR07-024 aged blue 색상의 계단은 속속 펌프 소리를 내며 길을 만들어 준다. NR07-034 the blue와 NR07-009 arabian night의 나무 공은 하얗고 딱딱한 굴곡 위, 평평한 코르크 등 각기 다른 소재의 틀 안을 구르며 데굴데굴, 부스럭부스럭 등 각기 다른 소리를 만들어 이목을 집중시키면서도 휴식을 준다. 어딘가의 출구로 나온 나무 공들은 각각의 컬러를 가진 자동차로 변신, 오렌지, 핑크의 배경과 에메랄드빛을 띤 투명한 바다 옆을 달리며 드라이브의 자유로움을 들려준다. 같은 색상이더라도 나무 공과 자동차에서의 느낌은 사뭇 달라서, 적용 대상과 범위에 따라 변화하는 컬러의 효과를 실감할 수 있다.

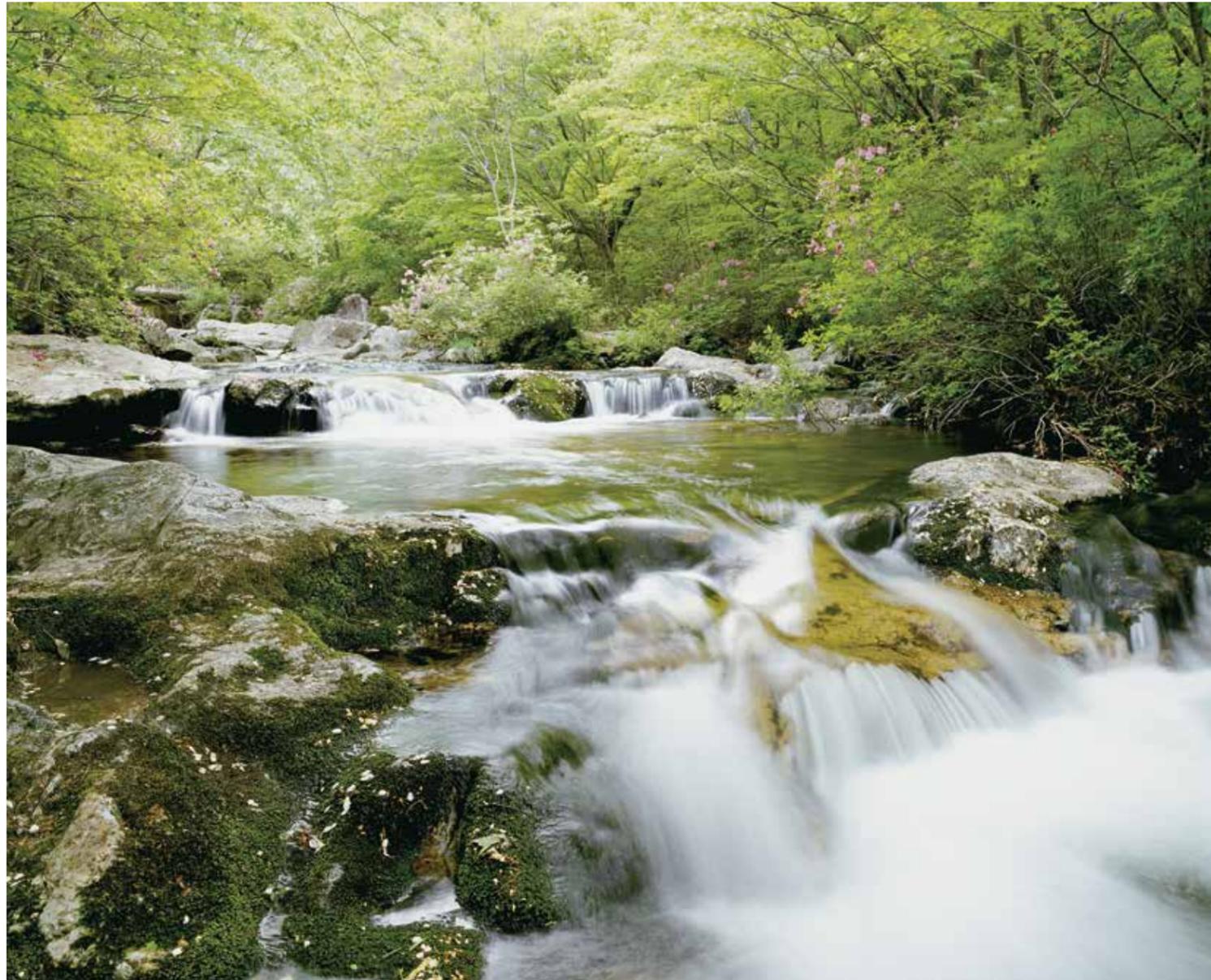
이번 〈컬러 사운드〉 영상은 NOROO의 글로벌 컬러 트렌드북 『COVER ALL』 Vol.07 중 Mobility 팔레트의 컬러를 모티브로 제작된 것으로, 지나치게 원색적이지 않으면서도 각각의 색감이 도드라지는 천연과 인공의 중간 컬러들로 구성되었다. 활력이 더욱 간절해지는 여름, 〈컬러 사운드〉의 Mobility가 만드는 소리에서 에너지를 얻어 보는 게 어떨까.



SCAN ME

질푸른 녹음 속 청아한 물줄기

흔히 선호하는 여행지를 물을 때 바다와 산을 나누곤 한다. 하지만 바다를 골랐다가도 맑은 계곡을 낀 산 사진을 보여준다면 심중팔구는 마음이 흔들리지 않을까? 특히 무더운 여름철엔 뜨거운 햇빛 아래 해변보다 시원한 그늘 아래의 계곡을 선호하는 이들이 많을 것이다.



시원하게, 신나게 계곡

국토의 80%가 산악지형인 우리나라는 그만큼 계곡도 많다. 등산길 바로 옆에, 드라이브 도로 아래쪽에 흔히 볼 수 있는 것이 계곡. 하지만 막상 마음먹고 놀러 가려 하면 어느 계곡이 좋을지 막막하곤 하다. 주차는 가능한지, 계곡까지는 얼마나 걸어야 하는지, 화장실은 있는지, 취사는 가능한지 등등을 따져야 하기 때문. 해수욕장의 경우에는 바다 옆 도로를 따라 달리다 보면 눈으로 확인하고 우회해 들어가는 게 어렵지 않지만 계곡은 등산 중이 아닌 이상 눈에 띈다 해도 무작정 차로 접근하기는 쉽지 않기에 미리 알아보고 가는 게 좋다.

주차 가능한 곳은 아무래도 사찰 옆이거나 문화재 근처, 혹은 시설 캠핑장을 낀 계곡들이다. 가평의 명지계곡을 편하게 즐길 수 있는 자우림 캠핑장도 그러한 곳 중 하나다. 어린이가 놀 수 있는 얕은 계곡과 수영이 가능한 깊은 계곡을 겸비한 이곳은 펜션과 캠핑장, 당일 평상 예약까지 가능해 인기가 높고 그만큼 예약이 치열하다. 하지만 가끔 예약 취소로 일명 '줍줍'도 가능하니 잘 지켜보자.

경상남도 양산시 하북면 천성산 기슭의 내원사 옆을 흐르는 내원사 계곡은 주차료만 내면 들어갈 수 있어 좀 더 접근성이 좋다. 내원사 입구의 주차장에서부터 내원사에 이르기까지 수량 풍부한 계곡이 이어지고, 도로 곳곳에 주차 공간이 있어 마음에 드는 곳에 차를 세우고 물에 들어갈 수 있다. 물론 극성수기에는 주차가 어려우니 일찍 선점해야 하며, 도립공원 내에 있기 때문에 야영과 취사가 금지이다. 샤워 시설은 없지만 워낙 깨끗한 물과 바위들로 이루어진 계곡이니 수건만 넉넉히 챙겨가면 될 일이다.

너른 바위 위로 거세게 흐르는 물줄기의 천연 워터 슬라이드와 깊은 수심으로 유명한 울산시 울주군 철구소 계곡도 물놀이로 손꼽히는 곳. 주차장과 매점, 화장실도 있고 돛자리를 깔 그늘 자리도 제법 되어서 일찍 간다면 저렴하게 놀기 좋다.

그런가 하면 소수의 인원에게만 입장을 허락하는 내밀한 계곡도 있다. 자연생태계 보전을 위해 특별히 보호하는 일부 구역의 계곡들인데, 지리산 칠선계곡도 그중 하나로 일일 40명씩 선예약을 통해 가이드와 함께 입장에 오로지 '탐방'만 가능하다. 5월~6월, 9월~10월에 국립공원 예약시스템 홈페이지를 통해 예약할 수 있으며 그 외 기간은 통제 기간이다. 지리산 구룡계곡 탐방로, 설악산 흘림골 탐방로 등도 예약을 통해 한시적으로만 공개한다.

안전하게, 깨끗하게, 즐겁게

우리 옆에 가까이 자리한 계곡이지만 물속은 알 수 없는 자연이라 철저한 주의가 필요하다. 행정안전부에 따르면 2017년부터 5년간 발생



한 물놀이 사망자는 총 157명으로 피서 절정기, 강과 하천에서 사고가 가장 많이 발생한다고 한다. 계곡은 수심이 다양해서 어린이와 어른들이 함께 즐길 수 있지만 그만큼 갑자기 수심이 깊어지기도 하고 산속의 차가운 물 때문에 체온도 급격히 떨어지기 때문에 안전에 절대적으로 유의해야 한다. 수영이 가능하다고 수심이 파악되지 않은 곳까지 무리해서 헤엄쳐 가는 것은 위험하며 그럴 경우엔 반드시 구명조끼 등 안전장비를 착용해야 한다. 수심을 가늠하기 어려우니 다이빙도 절대 삼가길 바란다. 어린이를 동반할 경우 어른이 미리 수심을 확인해 안전한 구역에서만 놀 수 있도록 보호하고 물놀이 중 수시로 물 밖에 나와 물기를 닦고 햇볕을 쬐는 등 체온을 회복해 주는 게 좋다. 계곡은 이끼와 젖은 나뭇잎 등으로 미끄럽고 날카로운 돌이 많아 다치기가 쉬우니 꼭 아쿠아슈즈를 신어 발을 보호해 주자. 크룩스 등의 헐렁한 신발은 절대 금물. 만약 물놀이 중 물에 빠진 사람이 보인다면 전문 구조요원에게 도움을 청하거나 튜브 등을 던져주는 게 먼저이다. 다급한 나머지 장비 없이 뛰어들면 모두가 위험해질 수 있다.

깨끗한 물이지만 여러 사람이 이용하다 보면 쉽게 물이 뿌예지고 세균의 위험성도 커진다. 수박이나 음료를 계곡물에 담가 차갑게 보관하곤 하는데 위생상 아이스박스를 이용하길 권한다. 만약 계곡 주변에서 캠핑을 하게 된다면 반드시 물가보다 높고 먼 곳에 텐트를 쳐서 혹시나 모를 호우의 위험성을 대비해야 한다. 계곡의 물은 순식간에 불어나기 때문에 물놀이를 계획한다면 반드시 일기예보를 확인한다. 마지막으로, 계곡에서의 쓰레기는 꼼꼼히 수거해 가져오도록 하자. 그래야 다음 여름에도 깨끗한 계곡을 만날 수 있다. 오늘 내가 즐긴 깨끗한 계곡은 앞선 이용객이 만들어줬다는 걸 잊지 말자.

NOROO PEOPLE



트렌드를 앞서는 세계 최고 수준의 디자인 전시회,
우리의 모습을 그려 공감을 전하는 걸작의 전시장,
새로운 가족의 따뜻한 만남을 위한 반려동물 입양문화센터,
NOROO가 함께하는 공간에서 오늘과 내일을 그려 봅니다.



컬러와 빛의 신비, NOROO의 MIRAGE

Milan Design Week 2023

NOROO 그룹은 지난 4월 17일부터 23일까지 이탈리아 밀라노에서 열린 '2023 밀라노 디자인 위크(Milan Design Week 2023)'에 참가해 '신기루(MIRAGE)'를 콘셉트로 컬러와 빛이 어우러지는 신비로운 공간을 연출했다. 변화의 시대에 자연의 아름다움으로 희망과 위로를 전하는 이번 전시는 1만 명 이상의 관람객과 현지 언론의 주목을 받으며 인기리에 막을 내렸다.

신기루와 같은 환상의 공간

세계 최대의 디자인 행사 '2023 밀라노 디자인 위크'의 장외 행사인 '푸오리 살로네(Fuori Salone)'가 펼쳐지는 밀라노 도심 남서쪽, 토르토나 디자인 지구에 한 건물 앞에 관람객들의 기나긴 대기 줄이 생겼다. NOROO 그룹이 준비한 화제의 전시, 《MIRAGE》 입장을 위한 행렬이었다. 그 뒤를 따라 들어선 전시장에서 검은 암막 커튼이 등 뒤로 빛을 차단하는 순간, 눈앞에 나타나는 것은 밤의 숲속이다. 검게 그늘진 나무 사이로 희부연 달빛이 스미고 발 밑으로 안개가 피어오르는 이 곳은 더 이상 이탈리아도, 밀라노도 아니다. 현실에서 유리된 비현실이 시작되는 '신기루'의 입구, '다크 포레스트'이다.

《MIRAGE》 전시는 『COVER ALL』 Vol.07의 'FLEXIBILITY'가 가진 유연성, 확장, 반복 등의 경향을 시각, 청각, 후각적 장치들로 녹여냈다. 『COVER ALL』 Vol.07에서 소개된 컬러들을 사용하고, 이 전시만을 위한 사운드를 따로 제작하고, 새로 조향한 향수를 채움으로써 완벽한 '신기루'가 이루어졌다.





UAU Project의 3D 프린팅 작품은 리사이클링이 가능한 PNA라는 생분해성 소재로 만들어졌다. 주제와 소재에서 일관되게 '자연'을 고려함으로써 NOROO는 환경을 존중하는 오랜 철학을 전시에 드러냈다.

나무 그림자가 비치는 벽면에 반딧불이 은은히 반짝이고, 안개 사이로 솟은 빛의 기둥에서 형형색색의 조형물이 신비로움을 더하는 다크 포레스트는 귀를 감싸는 자연의 소리와 코 끝을 스치는 우디 향으로 마치 한밤중 고요한 숲을 거니는 듯한 분위기를 극대화한다. 이 밤을 통과해 다시 검은 장막을 걷고 메인 전시 공간에 들어서면 관람객은 자기도 모르게 감탄사를 내뱉게 된다. '다크 포레스트'와는 대조적으로 밝게 쏟아지는 조명에 의해 조형물들의 다채로운 컬러가 생동감을 뿜어내는 이 곳은 한 차원 더 멀어진 비현실로 관람객을 데려다 놓는 드라마틱한 경험을 만든다. 이 공간의 컬러풀한 조형물들은 iridescent film에 의해 컬러와 빛이 오로라처럼 일렁이는 작품들과 함께 연출되어 몽환적인 감상까지 자아낸다. 특수 안개 효과와 향기, 음악, 컬러 그리고 빛이 어우러진 《MIRAGE》는 그야말로 '신기루'와 같은 아스라한 환상을 고스란히 전하는 전시였다.

위로를 주는 NOROO의 컬러

관람객들로부터 “빛과 컬러로 그려낸 신기루”, “음악, 영상, 컬러의 완벽한 조화” 등의 평을 받은 이번 전시는 NOROO 그룹의 밀라노 현지 디자인 & 컨설팅 전문 계열사인 NMDS(NOROO Milano Design Studio)가 기획 및 총괄을 맡았다. NMDS는 사막과 추운 기후 등에서 발생하는 자연 현상인 신기루(MIRAGE)를 빠르게 변화하는 시대 속에서 잠시나마 희망을 접할 수 있는 순간으로 정의하고, 숨가쁜 현실에서 탈출하고 싶은 현대인에게 컬러와 빛으로 고요하고도 아름다운 휴식을 제공하고 자 전시를 연출했다. 전시된 작품들은 독특하고 혁신적이며 기능적인 3D프린팅 아트를 전문으로 하는 폴란드 디자인 스튜디오 UAU Project와 공동으로 제작한 것으로, UAU Project는 NOROO 그룹이 매년 발간하는 『COVER ALL』 Vol.07의 메인 테마인 'FLEXIBILITY'에서 받은 영감과 책 속의 컬러들을 이용해 이번 작품들을 완성했다. 그들은 “《MIRAGE》의 작품 속에서 자연의 색상과 그 안의 유기적인 모양들을 볼 수 있다. 작품을 보는 동안 마치 숲에 와 있는 것처럼 느끼길 바란다.”라고 밝혔다. NMDS와 UAU Project의 바람대로 이번 전시는 위로와 힐링의 힘을 발휘함으로써 1만 명 이상의 관람객에게 강렬한 인상을 남겼다.

컬러와 디자인을 다양한 작품으로 해석함으로써 NOROO의 공간 기획력과 디자인 솔루션 역량을 글로벌 고객들에게 선보인 《MIRAGE》 전시는 감각의 향연에서 환상과 안식으로, 그리고 나아가 NOROO의 경계 없는 도전과 철학을 보여주는 공간으로 완성되었다.



SCAN ME



SCAN ME

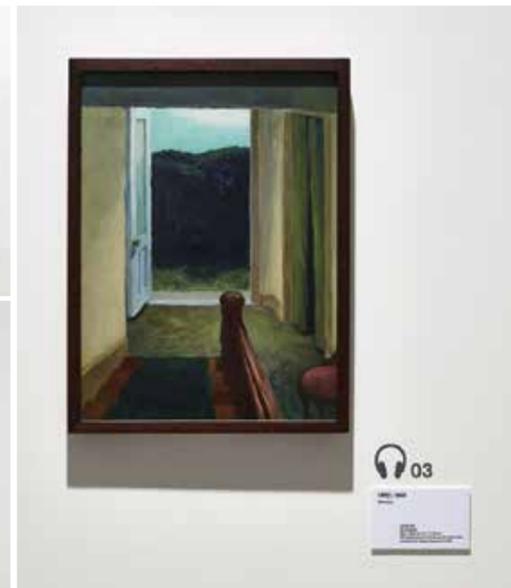
《MIRAGE》 현장은 <페인트잇수다>에서 만날 수 있다.



길 위에서 우리를 만나다

에드워드 호퍼 길 위에서 with NOROO PAINT

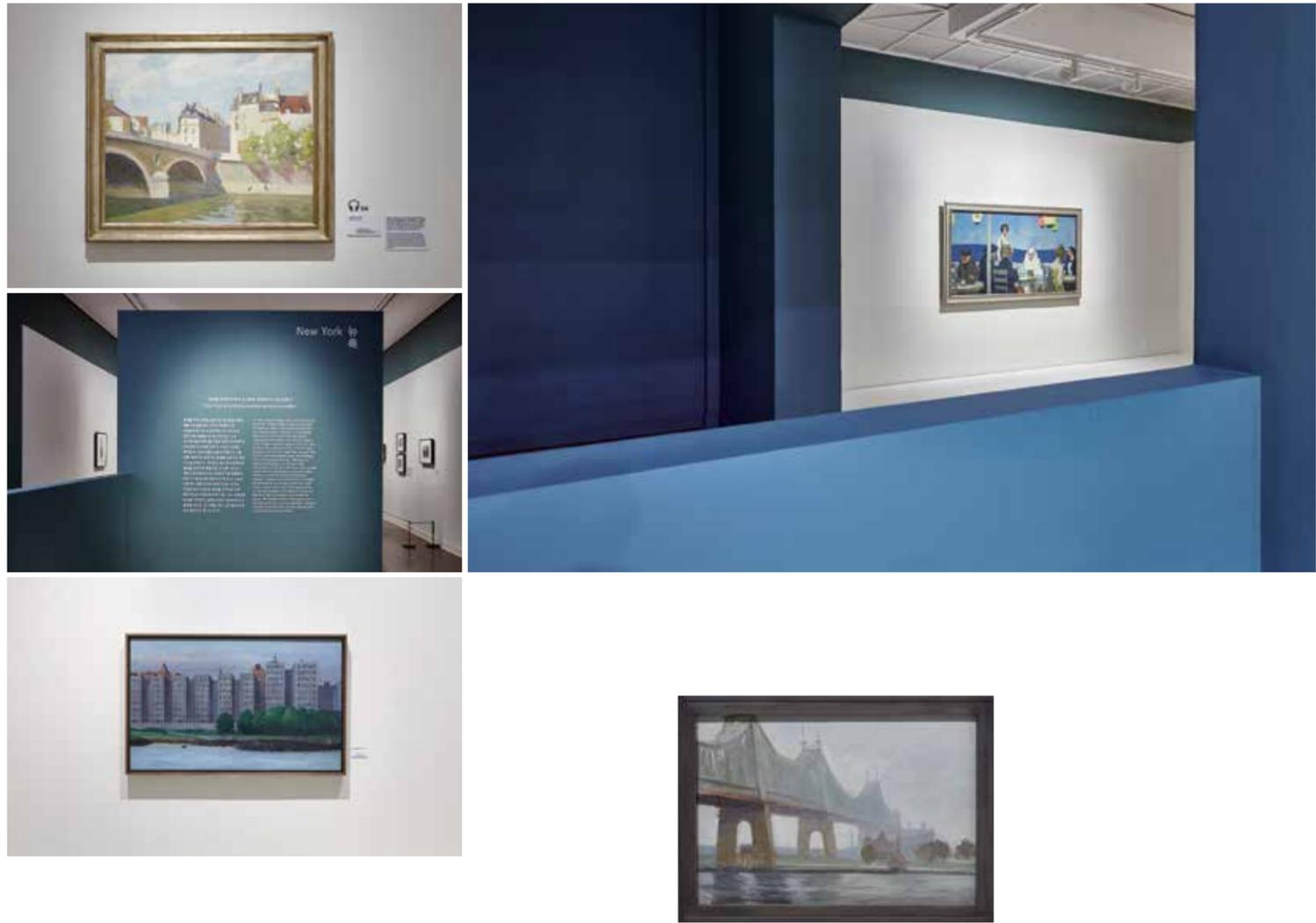
서울시립미술관은 세계적 명화를 소개하는 '해외소장품 걸작전'의 일환으로 뉴욕 휘트니미술관과 공동 기획한 전시 《에드워드 호퍼: 길 위에서 Edward Hopper: From City to Coast》를 8월 20일까지 개최한다. 20세기 초, 현대인의 일상과 정서를 독자적 시각으로 바라보고 그려낸 작가 에드워드 호퍼를 노루페인트가 준비한 전시장에서 만났다.



도시의 인상을 그리다

전시 오픈 전에 이미 얼리버드 티켓 10만 장을 포함해 13만 장의 티켓 판매고를 보인 화제의 전시, 사전 예약 후 길게 줄을 서서 봐야 할 정도로 높은 인기를 누리고 있는 이 전시는 에드워드 호퍼의 화업을 드로잉과 판화, 유화, 수채화 160여 점과 산본 호퍼 아카이브(Sanborn Hopper Archive)의 자료 110여 점 등 270점으로 조망한다. 우리가 이 작가의 대표작으로 흔히 떠올리는 것은 도시와 건물 속 고독한 인물들의 모습이지만 이러한 작품들 전에도 그는 긴 길을 걸어왔고, 또 계속 나아갔다. 이번 전시는 파리, 뉴욕, 뉴잉글랜드 일대, 케이프코드 등 도시와 자연을 오가는 작가의 자취를 따라가며 그가 이룬 독보적 화풍을 8개 섹션에 걸쳐 보여준다.

‘에드워드 호퍼’로 명명된 첫 번째 섹션은 학생 시절의 습작, 드로잉으로 시작된다. 마음에 들지 않았는지 신경질적인 선으로 그어 지운 얼굴 아래의 드로잉 이후에 완성한 20대의 자화상을 만나면 우리에게 익숙한, 컬러감이 더해진 40대의 자화상을 만날 수 있다. 무겁게 응축되어 보이는 표정에서 조금은 가벼워진 듯한 이 얼굴이 그려지기까지, 그리고 어두운 <나이액 예술가의 침실>(1905~1906년경)에서 1949년, 다시 이 집을 떠올리며 작업한 후기작 <계단>의 빛이 들어오는 열린 공간에 이르기까지의 길을 다음 섹션들이 안내한다.



도시와 자연을 잇는 컬러

호퍼 특유의 분위기는 자연을 그릴 때도 고유하게 발휘된다. '길 위에서', '뉴잉글랜드' '케이프코드' 색션의 자연, 그리고 자연 속 집의 풍경들 역시 각각의 이야기를 상상케 한다. 마치 일상의 한 순간에 일시정지 버튼을 누른 것 같은 그의 작품은 그 정지의 순간이 극적이지 않다는 것에서 더욱 호기심을 일으킨다. 우리의 삶인 것처럼 매우 일상적이고 평범한 장면인데도 사건이 일어나기 직전 같은 긴장감이 느껴지는 것은 그가 세밀하게 계획한 구도와 빛의 배치 때문이라. 그렇게 짐작할 수 있는 것은 작가의 스케치에 부인인 조세핀 호퍼가 세부 사항을 적어 남겨준 덕이다. 에드워드 호퍼의 작품 활동에 기여하며 큰 영향력을 미친 조세핀 호퍼에 대한 소개는 동명의 색션 속에서 그녀를 모델로 하여 그려진 작품들과 함께 마련되었으며 자연스럽게 마지막 색션인 '호퍼의 삶과 업'으로 이어진다.

65여 년에 걸쳐 작가가 걸어간 긴 길은 2층에서 3층, 그리고 다시 1층의 관람 코스로 이번 전시에 구현되었다. 그리고 마지막 지점인 아트샵에서 우리는 새삼 눈을 뜨게 될 것이다. 그 긴 동선의 곳곳에서 관람객을 맞이하던 컬러가 바로 이 그린 베이스의 노루페인트 컬러였다는 것을. 그리고 그 컬러는 첫 색션의 자화상에서 만났던 색감과 닮았다는 것을 말이다. 도시와 자연, 해변의 경계를 누그러뜨리는 PANTONE 16-6216 Basil 컬러는 그 부드러운 힘으로 전시장을 감쌌다. 그리고 순&수 울커버 WT 1009 Brush Ivory는 전체 전시의 베이스가 되어 호퍼의 빛과 그림자가 드러나도록 뒷받침했다. 그 컬러의 길 위에서 우리 현대인의 모습을 만나보자.



두 번째 색션 '파리'에서 우리는 그가 1906년~1910년 사이 파리에 머물며 인상주의 화풍의 영향으로 작업한 야외 작품을 감상할 수 있으며 이후 '뉴욕' 색션에서는 도시 개발이 본격화되던 당시 뉴욕의 면면을 담은 에칭 판화와 유화 등을 보게 된다. 그가 그린 늘어선 아파트, 길게 뻗어가는 철로와 다리, 무대와 관객석, 창문 너머 도시인의 일상은 도시의 '인상' 그 자체이다. 대도시의 빌딩들이 만드는 빛과 그림자 속에서 각각 고립된 듯한 사람들의 그림은 인상주의 화가의 시선이 자연에서 도시로 향하면 어떤 장면을 포착하는가를 보여주는 듯하다. 어쩌면 호퍼는 도시의 인상주의 화가라 할 수 있지 않을까.



아트샵에서는 NSDS가 발간한 2023 컬러 트렌드 북 'COVER ALL' Vol.07도 진열, 판매되었다. 책과 함께 올해의 주제를 알리는 포스터도 진열되어 NOROO의 컬러 감성을 전했다.

컬러로 물든 영화의 순간

맥스 달튼, 영화의 순간들 63 with NOROO PAINT

우리가 영화를 보는 이유는 뭘까. 아마도 두 시간여 동안 다른 인물, 다른 삶, 다른 세계를 체험할 수 있기 때문일 것이다. 《맥스 달튼, 영화의 순간들 63》 전시는 맥스 달튼이 그려낸 수많은 영화 속 인물과 장면을 모아 관람 시간 동안 수 십 편의 영화를, 더 많은 인물과 세계를 경험케 한다. 노루페인트의 컬러가 물들인 영화 속 순간들을 만나보자.

상상의 세계로 입장

한강과 하늘이 큰 창을 절반씩 차지해 탄성을 자아내는 63아트. 뒤를 돌아 《맥스 달튼, 영화의 순간들 63》으로 들어서는 입구를 보면 탄성은 더 커질 것이다. “자, 여기서부터는 현실을 잊으세요. 상상의 세계가 시작됩니다.”라고 안내하는 듯한 진한 분홍의 아치와 기둥, 보라색 벽은 관람객을 전시장 안으로 혹 끌어들이고, 현실로부터 경계선을 확실히 긋는다. ‘과연 맥스 달튼의 세계구나!’라고 감탄하게 만드는 이 컬러는 PANTONE 17-3240 Bodacious와 PANTONE 18-3531 Royal Lilac이다.



맥스 달튼은 부에노스아이레스에서 태어나 현재 독일에 거주하는 일러스트레이터로 옛 영화와 음악, 오랜 책 등에서 받은 영감을 예스러운 색감과 정돈된 구도의 작품으로 표현하는 작가이다. 이러한 개성은 웨스 앤더슨 감독의 영화 스타일과 딱 맞물려 그의 영화를 모티브로 일러스트를 그리기 시작한 맥스 달튼은 관련 전시에 이어 『웨스 앤더슨 컬렉션』 책의 일러스트레이터로 참여하게 되었고, 이 책이 뉴욕타임스 베스트셀러에 오르면서 이름을 세계적으로 알리게 되었다. 130여 점의 작품을 모은 이번 전시는 웨스 앤더슨 감독의 최신작 『웨스 앤더슨 컬렉션 : 프렌치 디스패치』의 내지 완결판과 봉준호의 <마더>, <설국열차> 등을 소재로 한 작품을 세계 최초로 공개하여 더욱 화제를 모으고 있다.





한 장의 영화, 일러스트

영화에서 비롯된 작품들을 선보이는 만큼, 전시는 각각의 ‘막’으로 구분되었다. ‘제1막 영화의 순간들’에는 1970년~2010년 대까지의 영화사에서 손꼽히는 명작들을 작가의 관점으로 재구성한 일러스트들이 걸렸다. 로맨스 영화 속 연인들을 한데 모아 그린 <러브 스토리>, 스튜디오 지브리의 가오나시와 토토로, 미야자키 하야오가 등장하는 <행방불명>과 <이웃집 하야오>, 영화 <티파니에서 아침을>의 장면 등은 PANTONE 16-1516 Cameo Brown과 15-1516 Peach Beige로 포근하게 감싸여 애정과 추억을 전했다.

‘공상과학 키드’였던 그는 다수의 SF 영화도 오마주했으며 그 중 <스타워즈>를 모티브로 한 다수의 작품을 이번 전시에 걸었다. PANTONE 19-4129 Key Largo는 어둡지 않은 우주의 배경으로 자리하고 이어진 고질라, 주라기 공원, 제임스 본드, 마블 등의 일러스트 전시 공간은 PANTONE 17-1225 Tawny Birch, 16-1435 Carnelian이 경쾌하고도 박진감 넘치는 분위기를 조성했다. <괴물>, <설국열차> 등 봉준호 감독의 영화들을 그린 일러스트와 열차 미니어처 등이 놓인 공간은 좁고 짧은 복도를 지나야 하는 데다가 PANTONE 18-0316 Olivine로 이끼 낀 느낌을 주어 무드 전환을 극대화했다. 유리창 너머의 한강과 겹쳐지는 괴물 그림은 특히 이번 전시의 백미였다.



클라이맥스를 만드는 컬러

‘제2막 웨스 앤더슨 컬렉션’은 아름다운 미장센과 판타지가 섞인 연출로 유명한 웨스 앤더슨 감독 작품을 오마주한 그림들이 걸린 곳이다. ‘웨스 앤더슨의 일러스트레이터’라는 수식어를 가진 맥스 달튼의 대표작들로 전시의 클라이맥스를 이룬 이곳에는 맑디맑은 PANTONE 15-5210 Nile Blue에 이어 고상하고도 화려한 18-3531 Royal Lilac이 압도적으로 동화적인 공간을 창출해 냈다. 세계 최초로 공개된 『웨스 앤더슨 컬렉션: 프렌치 디스패치』의 내지들은 영화의 세계관에 맥스 달튼의 색감이 어우러져 일러스트만이 갖는 매력을 생생히 드러낸다.

마지막 ‘제3막 맥스의 순간들’은 그의 오랜 취향과 영감으로 창조한 LP 앨범 커버, 미술사의 유명한 화가들의 작업실 풍경을 표현한 <화가의 작업실> 시리즈, 그림책 시리즈로 구성되어 있다. 마치 맥스 달튼의 서재나 수집 창고, 작업실처럼 보이도록 고풍스러운 벽지로 연출한 이곳엔 웨인스코팅 몰딩에 PANTONE 15-1218 Semolina의 페인팅이 아늑한 방의 마감을 완성했다. 이어진 굿즈 샵에서도 전시장과 이어진 컬러는 감상의 여운을 진하게 남겼다.

《맥스 달튼, 영화의 순간들 63》 전시는 영화의 스토리를 압축한 일러스트의 묘미를 다양하게 즐길 수 있는 전시이다. 한강과 서울을 조망하는 뷰와 미로처럼 구성된 내부는 감상의 호기심을 높이고, 공간마다 바뀌는 풍성한 컬러는 작품에 스며 그 효과를 극대화한다. 이 전시는 10월 29일까지 계속된다.



고개를 숙여 스니커즈를 보라

스니커즈 언박스드 서울 with NOROO PAINT

마릴린 먼로는 “내가 고개를 숙이는 일은 내 신발에 감탄할 때뿐이다(If I ever let my head down it will be to admire my shoes).”라고 말한 바 있다. 이는 마릴린 먼로의 자존심과 신발에 대한 애정을 보여준다. 현재라면 ‘shoes’를 ‘sneakers’로 바뀌어도 되지 않을까. 스니커즈는 수십 년 동안 수십억 달러 규모의 열풍을 일으키며 전 세계로 문화적 영향력을 넓히고 셀러브리티와 일반인 모두의 삶에 깊숙이, 그리고 단단히 자리를 잡았다. 이러한 스니커즈의 모든 것을 훑아보는 한국 최초, 최대 규모의 전시에 노루페인트가 함께했다.



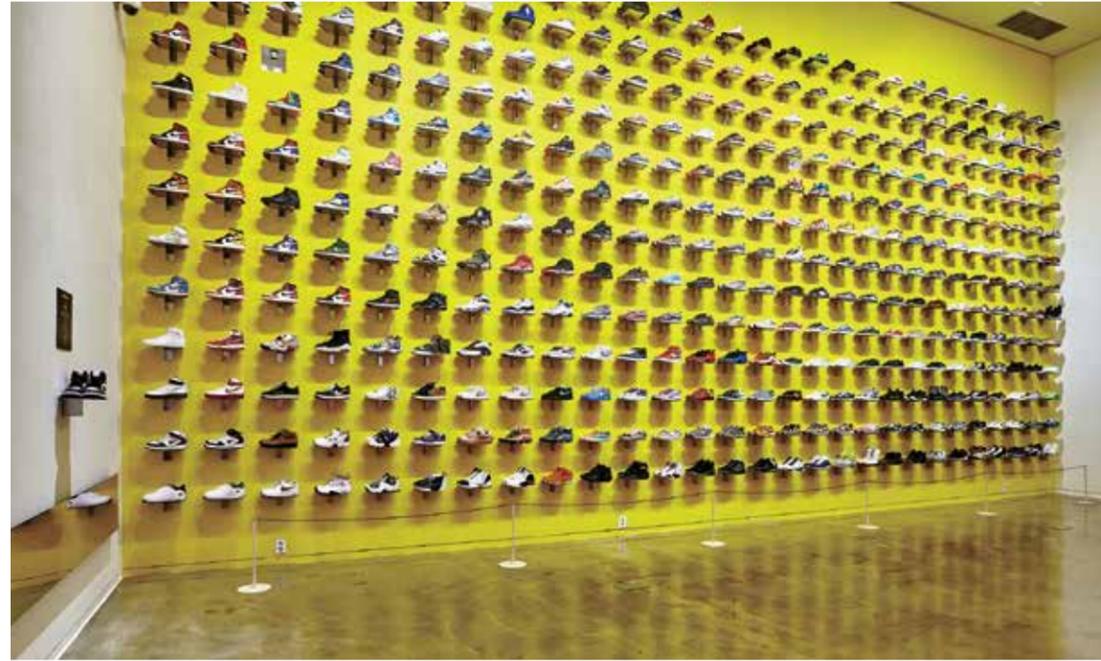
스니커즈에 담긴 문화

세종문화회관 세종미술관에서 열리고 있는 《스니커즈 언박스드 서울 SNEAKERS UNBOXED: STUDIO TO STREET》는 영국 런던 디자인 뮤지엄(The Design Museum)의 월드 투어 전시로, 2021년 영국 런던에서부터 네덜란드 덴보쉬, 대만 타이베이로 거쳐 서울에 개최되었다. 런던 디자인 뮤지엄은 “디자인으로 세상을 이해하고 세상을 바꿀 수 있다.”는 기치 아래 건축, 패션, 제품을 아우르는 디자인의 세계를 소개하는 세계적 명성의 뮤지엄이다. 그러한 런던 디자인 뮤지엄이 스니커즈를 주제로 삼은 이유는 무엇일까.



우리에게는 매우 일상적인 제품인 스니커즈 안에는 그 일상성 덕분에 다양한 세대의 정체성을 대변하는 스타일과 문화, 그리고 역사가 녹아 있다. “여성의 발을 하이힐에서 벗어나 대지에 닿을 수 있게 했다.”라는 칭송까지 들었던 스니커즈의 탄생은 1820년대 브라질의 고무 덧신에서 시초를 찾을 수 있으며 테니스의 인기, 농구의 발명과 함께 폭발적으로 확산되며 그 영역을 넓혀 왔다. 최근 몇 십 년 동안 기하급수적 성장을 이룬 스니커즈 시장의 규모는 2023년 103조 원을 상회하고 2027년에는 135조 원 수준에 이를 것으로 예측된다. 캐나다 바타 신발 박물관의 수석 큐레이터이자 신발 역사학자인 엘리자베스 세멀 핵은 스니커즈를 “세계에서 가장 민주적인 형태의 신발”, “현재 문화적으로 가장 중요한 신발”이라고 한 바 있다.

이번 전시는 스니커즈를 가능케 한 고무의 발견과 가공에서부터 스포츠와 스트리트 문화를 통한 제조 및 소비의 변천사, 스타일과 기술의 발전 및 미래의 변화를 영상과 사진, 엄청난 수의 실제 스니커즈로 소개함으로써 우리가 하여금 고개를 숙여 지금 신고 있는 신발을 다시 보게 만든다.



특히 유튜브 와디가 참여한 이번 전시는 서울의 대표적 스키커즈 부티크인 칩스와 함께 전시장 한쪽 벽면에 다양한 스토리를 지닌 360여 켤레, 총 11억 원 상당의 스키커즈들을 진열하여 압도적인 연출을 이뤄냈다. '아워 월Our Wall'이라 명명된 이 코너는 월드 투어 중 이번 서울 전시에서만 볼 수 있는 디스플레이로 노루페인트의 PANTONE 13-0859 Lemon Chrome이 벽면에 쓰여 주목성을 한껏 높여주었다. 이어지는 공간에서는 한국의 디자이너, 아티스트와의 콜라보레이션으로 탄생한 제품과 관련 영상을 준비해 서울 전시만의 특색을 보여주기도 했으며 이외에도 지하 전시 공간에서는 스포츠의 수행 능력을 끌어올리기 위해 적용된 과학과 기술, 환경 문제를 줄이고 소재의 재생률을 높이기 위한 여러 노력 또한 다루어 스키커즈의 미래를 상상케 한다.



평범함에서 비범함으로

스니커즈란 밀창이 고무로 된 운동화를 일컫지만 그냥 운동할 때 신는 신발이 아니다. 패션의 일부이자 거의 종교적 숭배의 대상이며 일상용품인 동시에 희귀 수집품이다. 전시장에 걸린 이러한 설명에 걸맞게 전시는 스타일, 퍼포먼스, 지속가능성 등의 섹션 구성 아래 1920년대 캔버스의 상징적 모델, 1980년대 첫 발매되며 문화적 아이콘으로 부상한 나이키 에어 조던, 브레이크 댄서들의 푸마 클라이드, 캘리포니아의 스케이트 보더와 반스, 영국 청년들의 리복, 스키커즈 구매를 위해 폭동이 일어나기까지 했던 나이키 SBxStable NYC Dunk Low Pigeon(2005), 사길 오닐의 400 사이즈 농구화, MIT 디자인 연구소와 공동연구한 스키커즈 등을 사진과 실제 제품으로 전시하여, 시대의 열기를 생생히 전했다.



노루페인트는 이번 전시에 슌&수 원터치와 프리미엄 팬톤페인트로 함께했다. 세련된 블랙 PANTONE 19-0303 Jet Black, 맑은 오렌지 컬러의 PANTONE 16-1363 Puffin's Bill, 에너지를 전하는 옐로우 PANTONE 13-0859 Lemon Chrome, 초록 그 자체인 PANTONE 16-6240 Island Green의 생생한 컬러는 스키커즈가 누볐을 도심의 분위기와 농구장의 열기, 아티스트들의 생기와 축구 필드의 호쾌함까지 전시장 곳곳에 불어넣어 스키커즈의 그라운드를 만들어 주었다. "당신이 알아야 할 스키커즈에 관한 모든 것"이라는 가디언 지의 평을 받은 이 전시는 스키커즈를 넘어 스키커즈의 소비자, 추종자, 그리고 창조자들까지 만나게 한다. 내 평범한 스키커즈에서 연결되는 장대한 문화와 역사, 그 구성원들이 궁금하다면 놓치지 말자. 전시는 9월 10일까지 계속된다.

모은 손 사이로 마음이 스민다

포인핸드 with NOROO PAINT

국내 최대 유기동물 입양 애플리케이션 포인핸드의 로고는 사람의 손과 동물의 앞발이 모인 모습이다. 사람과 동물이 함께 살아가길 바라며 만들어진 포인핸드를 매개로 10년 동안 10만 마리가 넘는 유기동물들이 가족을 찾았다. 그리고 더 많은 사람들에게, 더 가까이에서 입양 문화를 알리기 위해 포인핸드는 최근 서울 홍대 근처에 입양문화센터를 개관했다. 모인 손과 발 사이로 포개어지는 마음들에 노루페인트도 함께해 따뜻함을 더했다.



Don't buy, Adopt with PAWINHAND

홍대 앞 골목길 한켠, 깔끔한 화이트와 산뜻한 오렌지색이 조화로운 건물이 눈길을 끈다. 건물 외벽에 걸려 멀리서부터 보이는 멋진 개들의 플래카드는 호기심을 일으킨다. 이곳이 바로 포인핸드 입양문화센터이다.

포인핸드는 수의사 이환희 대표의 손에서 시작된 유기동물 입양 플랫폼이다. 2013년 당시 공중방역수의사로 근무하던 그는 동물 보호 업무를 했지만 개체 수 조절을 위해 입양되지 않은 유기동물이 어쩔 수 없이 안락사되는 것을 지켜볼 수밖에 없었다. 어떻게 하면 더 살릴 수 있을까, 더 많이 입양을 보낼 수 있을까 고민하던 그는 유기동물 입양 애플리케이션 ‘포인핸드’를 직접 개발, 세상에 내놨다. 전국의 유기동물 보호소로 구조된 동물들의 정보를 실시간으로 제공해, 사용자들이 더 쉽고 편하게 입양 공고를 확인할 수 있는 애플리케이션이었다. 이 앱은 반려동물을 키우고 있거나 관심이 있는 사람들 모두에게 사랑받으며 누적 다운로드 수가 무려 100만 건, 하루 이용자가 8만 명(2020년 기준)에 이르렀으며 이를 통해 매년 1만 마리 이상의 유기동물이 소중한 가족의 일원이 되고 있다.

이렇듯 온라인을 통해 ‘분양’에서 ‘입양’으로, 사고파는 ‘물건’이 아니라 ‘생명’이자 ‘가족’으로 반려동물에 대한 인식을 바로잡으며 입양 문화를 넓혀온 포인핸드가 오프라인까지 영역을 확대해 입양문화센터를 만든 이유는 무엇일까. 이환희 대표는 “경험”이라는 단어로 대답을 시작했다.





입양이 주는 행복을 전하다

“오프라인에서의 직접적인 경험은 심리적 거리감을 좁히는 동시에 강한 설득력을 가지니까요. 누구나, 언제든지 방문해서 표준화된 입양 정보를 숙지할 수 있고, 커뮤니티를 가능케 하는 복합문화공간은 유기동물에 대한 오해를 없애고 입양 문화를 더 적극적으로 전하는 데 큰 역할을 할 것이라고 생각했습니다.” 이환희 대표가 오래전부터 마음에 품고 있었다는 이 공간은 포인핸드 10주년을 맞아 개관되었다. 그의 목표대로 이곳은 반려동물에 대한 이해를 돕고, 이들과 함께하는 삶에 대한 준비도 점검할 수 있도록 해주는 공간이다. 1층에서 3층, 옥상까지 이어지는 동선을 따라가며 현재 보호소에서 새로운 가족을 기다리는 유기동물들을 사진과 영상으로 만나고, 유기동물 입양 전 체크 리스트와 입양 방법, 입양 가족들의 행복한 이야기, 유기동물 보호소 정보들을 접하다 보면 온라인보다 물리적으로 넓은 공간에서 내면의 시야 역시 확실히 넓어지는 것을 경험할 수 있다. 밝고 환한 공간은 이러한 과정을 더욱 긍정적으로 만들어 준다.



“유기동물은 무언가 잘못해서 버려졌다고 오해받지만 유기동물의 원인은 보호자에게 있는 경우가 대부분이에요. 어딘가 부족하고, 불쌍하다는 시선을 견어내려면 쾌적한 공간, 즐거운 모습들을 더 많이 보여주는 것이 필요하다고 생각했죠. 이곳이 그런 공간으로 만들어져서 감사하고 뿌듯합니다.”

이환희 대표의 바람대로 입양문화센터는 오픈하자마자 행복이 모이는 곳이 되었다. 포인핸드에서 반려동물을 입양한 가족들이 마치 고향을 찾듯 방문해 사진도 찍고 담소를 나누며 자연스럽게 입양의 기쁨을 전했기 때문이다. 모든 공간은 당연히 반려동물 동반 가능하며 특히 노루페인트와 옥상에 마련한 ‘포인핸드 그라운드’는 동물들이 자유롭게 뛰어놀 수 있도록 마련된 놀이터로 방문객들을 맞이한다. 노루페인트는 한해동 작가와 함께 능글하고, 귀엽고, 씩씩한, 보호소들의 대표 모델 유기견들을 벽화로 그려 넣어 입양 홍보를 겸하는 포토 존이자 포인핸드의 정체성을 전하는 정다운 외관을 완성했다.

“앞으로 많은 분들이 방문하셔서 유기동물의 입양 스토리를 경험해 보시길, 그리고 누가 봐도 행복하고 아름다운 이 동물들의 모습을 통해 더 관심을 갖게 되시길 바랍니다.”라는 이환희 대표의 바람에 마음을 보탠다. 포인핸드의 손과 발에 우리도 손 하나를 더 얹어보는 게 어떨까. 분명 따스함을 느낄 수 있을 것이다.



Sweet Home, Sweet Cake!

달콤한 것은 참 힘이 세다. 먼저 입을 즐겁게 해 주고, 다음엔 미소를 머금게 하며, 기분까지 동실동실 가볍게 만든다. 여기에 레터링으로 나의 마음까지 새긴다면 눈으로 보는 즐거움까지 더해져 행복은 몇 배가 될 것이다. 이 행복한 순간을 노루페인트 자보기술2팀의 박상현 차장과 딸 박시윤 양이 함께했다.



빨간 맛, 빈티지 체리 케이크

패밀리 타임의 레터링 케이크 체험 소식을 듣자마자 박상현 차장은 “바로 이거야!” 싶었다고 한다. 만들기를 좋아하는 첫째 딸, 시윤이가 떠올랐기 때문. “시윤이 요리하는 걸 좋아해요. 집에서 엄마와 쿠키랑 케이크를 만들기도 했고, 학교 요리 교실에서도 만들어 봤다고 하고요.” 말수 적은 박시윤 양은 어린 미소만 짓고 있다가 “뭔가 만들 때가 제일 재미있어요. 반지나 팔찌 만드는 것도 좋아하고요.”라고 작은 목소리를 보냈다. 목소리는 작았지만 준비된 재료를 보는 반짝이는 눈에서 체험에 대한 열의를 느낄 수 있었다. 시윤 양이 오늘을 위해 고른 것은 로미스 베이커리의 ‘빈티지 체리 케이크’. 하얀 아이싱과 러플 장식, 새빨간 체리가 빈티지의 매력과 정감을 듬뿍 드러내는 케이크다. 로미스 베이커리는 100% 우유 버터와 수제 바닐라 엑스트랙, 프랑스산 마스카포네 치즈와 유크림, 수제 바닐라 설탕 등 좋은 재료로만 수업을 진행하기 때문에 맛은 물론, 먹은 후 속까지 편한 케이크를 만들 수 있다. 수업은 케이크를 꾸밀 아이싱용 크림을 만드는 것에서부터 시작된다.

“자, 생크림과 마스카포네 치즈를 섞어서 아이싱을 만들 거예요. 이들 재료에 슈가 파우더를 체에 쳐서 넣어 주세요.”라는 강사의 말에 따라 시윤 양은 조심조심, 그리고 아빠인 박상현 차장은 털털하게 체질을 했다. 그 후 천천히 핸드믹서로 젓다가 생크림과 마스카포네 치즈, 슈가파우더가 잘 섞이면 속도를 높여 되직하게 만드는데, 중간에 수제 바닐라 엑스트랙을 넣어 향을 더한다. 레터링용 크림은 따로 덜어낸 뒤 식용색소를 섞어 준비해 두고, 나머지는 흐르는 느낌이 없어질 때까지 계속 휘핑하여 아이싱용으로 완성한다. 페인트 교반을 자주 해왔던 박상현 차장은 능숙한 손놀림으로 강사에게 칭찬을 받기도 했다.



Sweets are strong

아빠와 딸이 협동하여 달콤하게 만든 아이싱으로 이제 케이크를 장식할 차례. 강사는 스패츨러를 잡는 방법부터 친절히 안내했다. “두 번째 손가락을 스패츨러 뒷면에 두고 잡아야 방향 전환이 쉬워요.” 강사의 조언대로 1단 케이크 시트 위에 아이싱을 바르고, 수제 라즈베리 콩포트를 올려 새콤한 맛을 추가한 뒤 다시 2단 케이크 시트를 올려서 옆면, 윗면 순서로 아이싱을 채우면 장식을 위한 겉면의 준비가 끝난다. 스패츨러의 각도를 잘 조절하고 케이크 겉에 빈 곳이 없는지 점검해 가며 아이싱을 빈틈없이 발라주는 시윤 양의 꼼꼼한 모습에 강사는 “웬만한 성인보다 잘한다.”라며 찬사를 보냈다. 케이크 겉을 깔끔히 정리한 후엔 딸주머니로 윗면에 러플을 짜줄 차례이다. “두 손가락으로 딸주머니 상단을 잡으면 안에 든 크림이 밀려 올라가는 걸 방지할 수 있어요. 나머지 세 손가락으로 힘 조절을 해서 러플을 만들어 보세요.”란 강사의 가르침은 동일한데 손의 힘 차이로 딸과 아빠의 러플은 각각 다른 모양이 나오고 말았다. 시윤 양의 러플은 부드러운 물결을 그리는 것에 반해, 힘센 아빠의 러플은 살짝 거친 파도가 되었달까. 레터링에서도 아빠의 힘 조절이 어려운 기미를 보이자, 시윤이 대신 마무리를 했다. 레터링의 팁은 숨을 참는 것! 그리고 딸주머니를 수직으로 세워 글자를 만든 뒤 마지막 터치는 살짝 눌러주는 게 포인트이다.



시윤 양이 고른 레터링은 빨간 체리와 잘 어울리는 'sweet spring'. 딸주머니로 작은 글씨를 완벽하게 그리는 솜씨를 발휘했다.



시윤 양이 섬세한 솜씨로 'sweet spring'의 달콤한 레터링을 완성! 간격을 맞춰 체리를 올리고 스프링클을 뿌릴 차례가 되자 이번엔 아빠의 힘이 솜씨를 발휘했다. 힘차게 스프링클을 던진 덕에 케이크 옆면에 콕콕 잘 박힌 것이다. 흐뭇한 아빠 박상현 차장의 웃음과 딸 박시윤 양의 뿌듯한 미소로 체험이 완료되었다. 아직 시식 전이지만 달콤한 케이크의 기운이 두 사람의 얼굴에 이미 스민 듯하다. 역시 달콤한 것은 힘이 세다!

레터링 케이크 체험을 함께하지 못해 아쉬웠을 동생 박하윤 양을 위해 마련된 미니 컵케이크 데코 시간. 컵케이크 위에 딸주머니로 아이싱을 올리고 스프링클과 토퍼를 더해 자기만의 컵케이크를 만들었다. 덕분에 언니와 동생, 아빠 모두의 얼굴에 웃음꽃이 피었다.



로미스베이커리

베이킹으로 소중한 추억을 만드는 레터링 케이크 원데이 클래스 베이커리. 방부제나 유화제, 합성착향료를 쓰지 않고 좋은 재료로만 만들며 미리 구워진 시트에 아이싱과 장식, 레터링을 넣어 완성하기 때문에 초보자도 쉽게 자기만의 케이크를 완성할 수 있다. 예약은 smartstore.naver.com/romisbakery에서 가능하다.

NOROO 같이가치 캠페인 색다른 사진관

대영페인트

사진은 기억을 추억으로, 순간을 영원으로 만든다. 서울 영등포의 대영페인트 한진수 대표가 노루페인트와 함께한 시간 또한 사진에 담겨 영원한 추억으로 남을 것이다. 노루페인트의 같이가치 상생 프로젝트, '색다른 사진관'을 통해 조명된 노루페인트와 대영페인트의 오랜 이야기를 만나본다.

노랑의 온기와 활기

초여름의 햇살이 쏟아져 들어오는 스튜디오 안, 햇살처럼 밝은 노랑을 배경으로 찍은 자신의 사진을 손에 든 한진수 대표는 환한 미소를 얼굴 가득 채웠다. “노루페인트 덕에 특별한 경험을 해 보네요. 허허허.”라며 웃는 그는 옷을 세 번이나 갈아입으며 긴 시간 촬영을 한 후인데도 지친 기색이 전혀 없었다. 다부진 체격에 취미로 배드민턴을 치는 체력 덕일까, 그에게서 느껴지는 활기와 온기는 영업 담당인 정재원 과장이 왜 한진수 대표에게서 노랑의 컬러 키워드를 떠올렸는지 공감하게 했다. 이른 아침부터 촬영을 준비하는 스태프들을 위해 샌드위치와 김밥을 직접 만들어 보낸 한진수 대표의 부인과, 계속되는 각종 포즈 요구에도 유머와 친절을 유지하는 그의 태도는 따뜻함 그 자체였으니 말이다.



“아침부터 많은 고객을 만나시면 지치실 법도 한데, 대표님은 언제나 친절하게 고객을 응대하세요. 업무적으로나 인간적으로 정말 배울 점이 많은 분이시죠. 페인트에 대해서 모르는 게 없셔서 페인트 시공 방법, 도구, 자재, 인원까지 원스톱 컨설팅으로 상세히 상담해 주시고요.”라며 정재원 과장은 말을 이었다. “시장의 흐름을 빨리 읽고 대비하시는 혜안도 남다르십니다. 대영페인트가 있는 영등포 지역은 예전엔 작은 공장들이 많아서 공업용 도료가 활성화되어 있었어요. 그런데 추후 주거 지역으로 바뀔 것을 예측하시고 건축용 도료에 집중하셨지요. 그 예측은 정확히 맞아떨어졌어요.”

정재원 과장의 이야기에 한진수 대표는 미소를 머금은 목소리로 설명을 덧붙였다. “사실 공업용 시장에서는 손실을 크게 보기도 했기 때문에 건축용 쪽으로 시장을 넓혀야 할 필요성을 느꼈지요. 그때 노루의 덕을 많이 봤습니다. 좋은 품질의 건축용 제품이 많은 데다가 가격 정책 등에서 적극적으로 도와주신 덕에 믿고 함께해서 지금의 대영페인트가 되었죠.” 겸손한 대답이었지만 대영페인트의 고객과 주변인들은 모두 알 것이다. 새벽 6시에 문을 열고, 다른 종업원은 퇴근하더라도 자신은 늦게까지 남아 고객을 챙긴 한진수 대표의 성실이 오늘을 만들었음을. 어떤 손님이 오건 놓치지 않겠다는 그의 집념과 정성, 페인트에 대한 끊임없는 탐구가 없었다면 불가능했을 일이다.



오래도록 빛날 대영

40여 년을 씬 없이 일해왔기에 사실 한진수 대표는 60세가 되는 해에 은퇴하려고 마음을 먹었고, 그게 바로 올해였다. 그 계획을 반복하게 한 것은 팬톤페인트였다. “팬톤페인트의 매력에 빠져서 그만둘 수 없게 되었지 뭐니까? 친환경 제품에 냄새도 없고 컬러도 좋으니 고객에게 자신 있게 추천할 수 있고, 고객들도 만족하시니 제게 다시 보람으로 돌아오고요.”라고 말하는 그의 눈빛은 열정으로 빛나고 있었다. “앞으로 모든 시장은 친환경 제품으로 채워져야 하고, 그렇게 될 것입니다. 노루페인트가 친환경 제품에서도 앞장서고 있기 때문에 함께 성장해 나갈 미래에 대한 꿈과 목표가 계속 생깁니다.”



이렇듯 미뤄진 은퇴 대신 이번 촬영은 그에게 뜻깊은 이정표가 되었다. “노루페인트에서 이런 프로젝트로 멋진 사진을 남겨 주니 제 지난 세월에 자부심이 느껴집니다. 은퇴도 미웠으니 앞으로 전국 1등을 목표로 해볼까 합니다. 정재원 과장, 같이 해보자고! 하하하!” 한진수 대표의 호쾌함에 정재원 과장도 웃음을 터뜨렸다. 누구보다 착실히 대영페인트와 보조를 맞추어 온 그에게 한진수 대표는 감사의 인사를 빼놓지 않았다. “정재원 과장의 성실성, 친화력 모든 부분에 참 고마울 뿐입니다. 앞으로도 지금까지처럼 오래도록 함께하길 바랍니다.”라는 말에 정재원 과장 역시 “저를 이끌어 주시고 시장의 방향성 등을 앞서 알려주신 대표님, 고맙습니다.”라고 정중한 감사를 전했다. 마주 보며 미소 짓는 그들에게서 내일의 빛을 본다. 햇살만큼 따뜻하고 밝은 빛을. 대영페인트는 이름 그대로 크게, 길이 빛날 것이다.

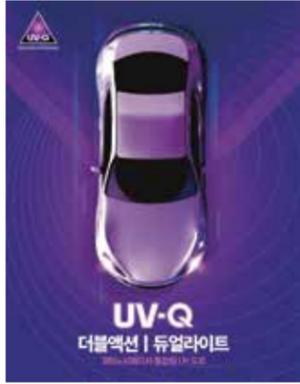


평상시의 차림으로 매장에 선 한진수 대표의 모습이다. 은퇴를 미루게 한 팬톤페인트와 함께 그는 더 높은 도약을 꿈꾸고 있다.

STORE INFORMATION

대영페인트 서울시 영등포구 도림로 285-1
02.835.0225

NEWS BRIEFING



환경 친화적 자동차 보수 도장 시스템 'UV-Q' 출시



바이오 생분해 플라스틱 용기 적용 친환경 패키지 출시



국립현대미술관 《젊은 모색 2023》 후원



최명희 대표이사 상생기업인상 수상

(주)노루페인트

환경 친화적 자동차 보수 도장 시스템 'UV-Q' 출시

노루페인트는 세계 최초로 두 가지 공정을 통합, 작업 효율성을 극대화한 환경 친화적 자동차 보수 도장 시스템 'UV-Q'를 출시했다. 전용 도료 'UV-Q 더블액션 Zero VOC'와 자외선 조사기 'UV-Q 듀얼라이트'로 구성된 UV-Q 시스템은 퍼티와 서페이서를 한 번에 커버할 수 있어 크게 5개로 나뉜 자동차 보수 공정 단계를 줄여 주고, UV(자외선) 건조 방식을 적용함으로써 기존 공정과 비교했을 때 작업량을 약 1.5배 상승시키는 효과를 발휘한다.

'UV-Q 더블액션 Zero VOC'는 대기오염의 원인이 되는 휘발성유기화합물(VOCs)을 함유하지 않은 환경친화적 제품으로, 경화제를 혼합하지 않아 폐기물의 발생 없이 지속적으로 사용할 수 있고, 최근 유독물로 지정된 스티렌 모노머를 완전히 제거하여 사용자가 안정적인 도장 공정을 펼칠 수 있도록 돕는다.

UV-Q 시스템과 이를 이용한 새로운 자동차 보수 방법은 2022년 12월 특허청 특허를 취득하는 등 대외적으로 인정받았으며 출시 전 전국 공업사를 대상으로 체험단을 운영해 현장의 목소리를 듣고 제품 개선점을 찾는 등 품질 리스크도 제거했다.

노루페인트는 노루기술교육원을 통해 UV-Q 시스템 실습 교육을 지속적으로 실시할 예정이다. 경기도 평택시에 마련된 노루기술교육원은 고용노동부와 한국산업인력공단이 주관하는 '국가인적

자원개발컨소시엄' 사업 운영기관에 선정되어 도장 실습에 특화된 교육 과정을 운영 중이다.

노루페인트 관계자는 "UV-Q 시스템은 작업 시간 단축과 같은 효율성과 친환경성을 극대화한 획기적인 제품이다. 앞으로 UV-Q 시스템을 많은 분들이 경험할 수 있도록 다양한 체험 프로모션을 진행할 예정이다."라고 말했다.

바이오 생분해 플라스틱 용기 적용 친환경 패키지 출시

노루페인트는 업계 최초로 '산화생분해 가능한 친환경 플라스틱 용기'를 개발하고 주력 제품인 '더스테인(THE STAIN)'에 우선 적용하여 유통을 시작했다.

이번 친환경 패키지 개발은 NOROO 그룹의 ESG 경영 전략 및 글로벌 친환경 소재 확대 트렌드에 맞춰 진행되었다. 다양한 패키지 원료를 검토한 노루페인트는 영국 'Symphony(심포니)'사의 산화생분해 첨가제 'd2w'가 친환경 패키지에 가장 적합한 것으로 판단해 이를 첨가한 용기를 개발했다.

기존의 일반 플라스틱 용기는 소각 시 분해되지 않고 조각화되어 미세 플라스틱과 같은 환경 문제를 유발한다. 노루페인트 친환경 패키지에 적용한 'd2w' 물질은 토양 및 해양 환경에서 세균, 산소, UV(자외선), 열 등에 반응해 일정 시간(5년) 경과 후 미생물에 의해 생분해되어 이산화탄소, 물, 바이오매스로 전환되는 것이 특징이다.

노루페인트 관계자는 "생분해 친환경 패키지 도입은 ESG 경영 전략 중 하나로 사회적 책임과 지속가능경영을 실천하는 활동의 일환이다."라며 "초기에는 1L 용기 등 일부 제품에 적용한 뒤 점차 확대하고, 친환경 효과 평가도 병행하여 고객 및 주주들과 소통할 예정"이라고 덧붙였다.

국립현대미술관 《젊은 모색 2023》 후원

노루페인트는 ESG 경영 철학의 일환으로 국립현대미술관(MMCA)이 개최하는 《젊은 모색 2023: 미술관을 위한 주석》을 후원했다. 《젊은 모색 2023》은 1981년 《청년작가전》에서 출발해 올해 42주년을 맞이한 가장 역사 깊고 권위 있는 국내의 신진 작가 발굴 프로그램이다. 올해는 국립현대미술관 학예연구사와 외부 전문가들의 추천과 자문으로 선정된 신진 작가 13명(팀)이 참여했다.

노루페인트는 그동안 페인트의 기능성과 아름다운 컬러를 통해 소외 지역에 환경 개선 컬러 나눔 활동을 펼침과 동시에 미술, 사진전, 아트페어 등 다양한 분야에서 문화·예술과의 접목을 시도하며 고객 경험을 창출하기 위해 힘써왔으며 지난 3월에는 한국 미술 문화의 발전을 도모하기 위해 국립현대미술관과 후원 협약을 체결했다. 특히 이번 전시에는 노루페인트와 국립현대미술관이 함께 개발한 'MMCA White 도료'가 공간 연출에 사용되어 작가들의 작품이 더욱 돋보일 수 있도록 도왔다.

노루페인트 관계자는 "이번 후원은 신진 작가에게 새로운 기회를

제공하고 기업과 국내 문화·예술계의 교류를 확대하기 위해 진행되었다."라며 "앞으로도 문화예술 산업의 발전을 위해 다양한 협업을 시도할 예정이다."라고 말했다.

(주)노루케미칼

최명희 대표이사 상생기업인상 수상

안산상공회의소가 '상공의 날' 50주년을 기념해 개최한 '제33회 안산상공대상 시상식'에서 노루케미칼 최명희 대표이사가 '상생기업인상'을 수상하였다.

최명희 대표이사는 노사의 상생과 원활한 의사소통을 위해 다양한 대화의 장을 마련하고 현장의 고충과 요구 사항을 수렴 및 조율하는 등 임직원들의 복지 발전에 심혈을 기울여 왔다. 이번 시상식에 새롭게 신설된 한국노총 안산지역지부의 '상생기업인상'은 노동계에서 바라본 상생기업인을 선정, 그 공로를 치하하는 것으로 최명희 대표이사가 첫 수상의 영예를 안았다.

이번 시상식은 상공업 진흥 유공자 및 가족, 기업 관계자와 안산시장, 유관 기관과 단체장, 상공인 등 120여 명이 참석한 가운데 진행되었다. 이 시상식은 법정 기념일인 '상공의 날'을 기념하여 매년 국가 및 안산 상공업의 진흥을 촉진하고 산업 발전에 기여한 상공인의 노고를 격려하기 위해 1989년부터 시행되고 있다.

NEWS BRIEFING



연암대학교 스마트팜 전문가 멘토링 협력



서울대학교 식물생산과학부 현장 교육 실시

(주)더기반

한국방송통신대학교 농학과에 현장 견학 제공

지난 4월, 한국방송통신대학교 충북지역대 농학도가 현장 견학을 위해 더기반을 찾았다. 한국방송통신대학교 농학과는 농업의 첨단 기술과 전문지식을 제공하여 농업 지식인을 양성하고 생명과 환경을 지켜주는 산업인 농업의 다원적 기능에 대한 인식과 이해를 넓히기 위해 다양한 수업을 진행하고 있다.

이번 현장 견학은 농업의 근간이 되는 종자 연구 시설과 육종 연구에 대해 서적과 자료만으로는 부족했던 부분을 채우기 위해 진행되었으며 방송통신대학교의 특성상 다양한 연령대를 가진 참가자들은 견학 후 “조금 늦은 학업에 궁금한 것도 많고, 대학 졸업 후 무엇을 어떻게 해야 할지 막막한 부분도 있었는데 이러한 부분이 해결되는 좋은 기회였다.”라고 소감을 남겼다. 이에 대해 더기반 또한 농업의 발전을 위해서 늘 함께 나아가는 동반자가 되겠다고 다짐을 밝혔다.

연암대학교 스마트팜 전문가 멘토링 협력

더기반은 지난 5월 10일, 연암대 스마트팜에 계열이 전공 분야에 대한 직접적 경험과 이해를 늘리기 위해 현장을 방문하고 이론과 실무를 연계해 수업하는 ‘전문가 멘토링’ 과정에 협력함으로써 연

암대 학생들의 ‘스마트팜 리빙랩’ 과제를 도왔다.

6개의 전공으로 구성된 연암대 스마트팜에 계열은 각 전공마다 다양한 식물을 직접 생산하고 관리, 디자인해 보는 교육 과정을 통해 식물에 대한 전문적 지식을 쌓으며 경험을 늘리고 있다. 이번 멘토링은 현장에서 문제를 발견하고 공유, 협업하며 해결 방법을 찾는 리빙랩 교육 모델로써 더기반은 전문가로서 멘토링을 제공, 학생들의 문제 해결을 돕고 진로를 탐색하는 경험도 제공했다.

서울대학교 식물생산과학부 현장 교육 실시

지난 6월 21일, 더기반 안성연구소는 서울대학교 식물생산과학부 원예생명공학전공 소속 학부생 및 대학원생 80명과 교수진을 맞이하여 현장 교육을 진행하였다. 더기반은 전통육종과 생명공학을 접목해 채소 종자를 육종하고 연구하는 더기반의 시설과 연구 방법, 연구의 방향성을 학생과 교수들에게 소개하였으며 연구 및 생산 현장을 직접 눈으로 볼 수 있도록 안내하여 충실한 견학이 되도록 도왔다. 또한 현장에서 활동하는 선배로서 들려준 생생한 이야기들은 미래에 농생명 산업의 성장을 책임질 후배들에게 깊은 인상을 남겼으며 참가자들은 평소 궁금하던 더기반에 대해 자세히 알 수 있는 좋은 기회였다고 현장 교육에 대해 감사를 표했다. 앞으로도 더기반은 열린 소통과 인재 육성을 위해 산학을 연결하며 대한민국의 농생명 발전을 위해 지속적으로 노력할 것이다.



2023 여름호 사보를 꼼꼼히 읽어주신 독자님께 퀴즈를 통해 선물을 드립니다.

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

TIP 답은 늘 사보 안에 있습니다!

Q

노루페인트는 현재 세종문화회관 세종미술관에서 열리고 있는 《스니커즈 언박스드 서울SNEAKERS UNBOXED: STUDIO TO STREET》에 함께하고 있습니다. 이 전시는 스포츠와 문화, 기술의 발전과 더불어 진화해 온 스니커즈의 모든 것을 엄청난 수의 실제 스니커즈로 소개하고 있습니다. 이 전시에는 NBA 선수 샤킬 오닐의 농구화도 전시되어 있는데요. 샤킬 오닐의 이 신발 사이즈는 몇일까요?

- ① 400
- ② 410
- ③ 420

*8월 31일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.

*당첨 개별 연락을 위해 **반드시 연락처를 함께 보내주시기 바랍니다.**

*메일의 제목은 ‘2023 여름호 사보 퀴즈 정답’으로 보내주세요.

*선정되신 10분께는 문화상품권 5만 원권을 선물 드립니다.

NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 67호(비매물)

중별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2023년 8월 8일 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