

NOROO

NOROO

WINTER · 2024

VOL. 69

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

WINTER · 2024

VOL. 69

SPECIAL THEME
[함께], 가치를 올리다



04 NEW YEAR'S MESSAGE '변화의 시대, 새로운 가치창조 NOROO!'



SPECIAL THEME



[함께], 가치를 올린다

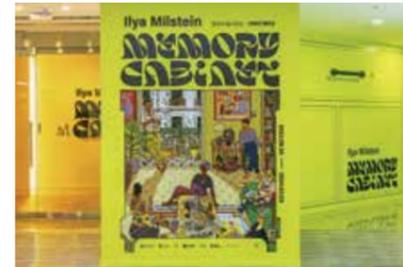
08 INTERVIEW 함께하는 혁신, 가속하는 가치 창출
노루페인트 오픈이노베이션 추진팀

12 VIEWFINDER 오픈 이노베이션, 함께 미래를 열다

CULTURE GALLERY

- 16 COLOR SOUND 보들보들 보송보송 촉감을 전하는 ASMR
- 18 TRAVEL 추울수록 따뜻해지는 겨울의 온천
- 20 BOOK 책으로 시작하는 한 해

32 . PAINT FOR ART 3



40 . SPECIAL STORE



46 . NEW YEAR'S COLOR



NOROO PEOPLE



- 24 PAINT FOR ART 1 가볍게 그러나 강렬하게
양리 마티스 LOVE & JAZZ WITH NOROO PAINT
- 28 PAINT FOR ART 2 ART IN THE MUSEUM, LOVE IN PARADISE
LOVE IN PARADISE: BANKSY & KEITH HARING WITH NOROO PAINT
- 32 PAINT FOR ART 3 일상에서 환상으로
일리아 밀스타인: 기억의 캐비닛 WITH NOROO PAINT
- 36 PAINT FOR ART 4 정물로 만나는 몬스터들의 하루
스티키몬스터랩 : 스틸 라이프 WITH NOROO PAINT
- 40 SPECIAL STORE NOROO 같이가치 캠페인 색다른 사진관
부산 대응상사 류철운, 류승현 부자
- 44 FOCUS ON NOROO 디자인 도시 서울을 위한 노루페인트의 스카이크랄
- 46 NEW YEAR'S COLOR 복숭아빛으로 물들 2024
팬톤이 선보이는 올해의 컬러
- 48 NEWS BRIEFING
- 50 ECO GUIDE 하나씩 바꾸며 조금씩 가까워지는 플라스틱 제로
- 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)노루오토크팅 경영기획팀 안세현 과장
(주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임

(주)노루코일코팅 인사총무팀 추정민 주임
(주)기반테크 경영지원팀 김효원 대리



‘변화의 시대, 새로운 가치창조 NOROO!’



친애하는 노루 가족 여러분!

새로운 기대와 함께 2024년 갑진년(甲辰年) 새해가 밝았습니다. 새해를 맞아 올해도 임직원 여러분의 가정에 항상 건강과 행복이 넘치시기를 기원합니다.

지난해 우리 노루그룹은 ‘미래창조 NOROO! 안정적 도약’이라는 경영지표 아래 세계 경제의 불확실성 등 매우 어려운 대내·외 환경에도 불구하고 강한 조직력과 임직원들의 노력으로 견고하고 안정적인 성장을 이룩하였습니다. 여러분의 노고에 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

노루 가족 여러분!

올해는 팬데믹의 위기는 벗어났지만, 러시아·이스라엘 전쟁 등으로 세계 경제의 불확실성이 확대되어 대외 위기가 지속되고 있으며, 뉴노멀(New normal)로 자리 잡은 고금리와 고환율, 고물가 등으로 경영 리스크가 증가하는 어려운 경영 환경으로 힘든 한 해가 될 것으로 예상됩니다. 그러나, 우리는 위기에도 흔들리지 않는 뿌리 깊은 노루 정신을 기본으로 끊임없는 도전을 통해 안정적으로 도약하며 다가올 미래를 예측하고 준비해야 합니다. 화학 사업 부문은 그동안 성장해 온 시장 지배력을 더욱 확대하면서 시장을 선도하여야 하고, 농생명 사업 부문은 매출 확대와 재무 건전성을 확보하여 본격적으로 시장을 확대해 나가며, 바이오 부문은 성공적으로 상업화를 추진하여 그룹의 새로운 성장 동력이 되어야 합니다.

저는 오늘 2024년도 그룹 경영지표를 “변화의 시대, 새로운 가치창조 NOROO!” 로 하고자 합니다. 창립 80주년을 한 해 앞둔 올해, 선대회장님의 “가치창조 정신”은 어려운 경영 환경에도 굴하지 않고 세상에 없는 길, NOROO가 만드는 새로운 길을 만들어 가는 우리에게 가장 필요한 정신이자 가르침입니다.

2024년 끝없는 도전으로 우리 NOROO의 새로운 도약을 준비하기 위해 다음의 3가지 핵심 목표를 임직원 여러분과 함께 추진해 나가고자 합니다.

첫째, 새로운 영역의 미래 기술을 확보하기 위해 끊임없이 변화하고 노력해야 합니다.

오늘 우리는 디지털 기술이 모든 것을 초기화해 버리는 ‘리셋 모멘트(Reset Moment)’ 시기에 있습니다. Chat-GPT로 대변되는 생성형 AI 기술은 기존 비즈니스 생태계를 뒤 흔들고 있으며, 급변하는 기술 시대에는 미래 기술을 확보하는 기업만이 생존할 수 있습니다.

미래 경쟁력 강화를 위해 화학 사업 부문은 스페셜티 포트폴리오를 확대하고, 오픈 이노베이션 이종산업 협업 강화를 통해 미래 코어기술을 확보해야 합니다. 이를 통해 고객 맞춤형 제품 개발을 확대하고, 트렌드를 선도하며 시장 중심의 R&D 성과를 창출함으로써 시장 지배력도 더욱 강화해 나갈 수 있습니다.

농생명 사업 부문도 연구 역량 강화를 통한 신제품 개발 확대 및 시장 선도 제품 출시로 판매 시장을 다각화하며 시장 경쟁력을 강화하고 핵심기술을 적용한 제품 생산 확대로 사업 안정화를 꾀하여야 할 것입니다.

핵심기술 보유 및 우수한 R&D 역량은 어떠한 역경 속에서도 지속가능한 경영을 이루어 갈 수 있는, 결코 놓쳐서는 안 되는 필수 사항입니다. 안양 제2연구소 건축 등 미래 코어기술 확보를 위한 우리의 노력은 새로운 미래를 만들어 가는 큰 발걸음이 될 것입니다.

둘째, 선제적 리스크 관리 강화로 불확실성에 적극 대응해야 합니다.

국제 신용평가사 무디스는 한국 주요 기업들의 신용등급이 기업의 위기관리 능력에 따라 양극화될 것으로 전망했습니다. 고금리 장기화로 인한 건설경기 악화, 저출산에 따른 인구 감소 및 인구 고령화, 가계부채 부실 등 여러 악재로 인해 내수경기가 부진할 것으로 전망됩니다. 따라서 선제적 리스크 관리를 강화해야 합니다. 구매, SCM, 안전, 거래처 부도 등 발생 가능한 리스크에 사전 대응하고, 불확실성 속에서도 시장 주도권을 강화하기 위하여 시장을 정확하게 예측해야 합니다. 또한 그룹 차원의 자금관리체계 고도화를 통해 채권 집중 관리, 운전자본 축소로 유동성 확보와 함께 수익성을 개선하고, 재무안정성을 지속적으로 유지하여 미래 성장 재원을 안전하게 확보해야 합니다.

셋째, ESG 경영 고도화를 통해 지속성장 기반을 마련해야 합니다.

최근 글로벌 기업들은 ‘환경 경영’, ‘ESG 경영’ 등 새로운 조류에 따라 관련 산업 선점을 위해 각축을 벌이고 있고 이미 본격적인 관련 규제 적용이 임박한 상황입니다. 2025년에는 이른바 ‘탄소국경세’가 도입될 예정입니다. 기후 변화에 따른 탄소중립, 기업의 사회적 책임 강화, 투명한 지

배구조 확립에 중·장기적이고 구체적인 대응책이 필요한 상황입니다.

따라서, 이에 걸맞은 운영체계 수립과 친환경 중심의 공정 개선, 관련 기술 개발 등 사업 전반에 ESG 경영을 고도화하는 활동을 적극적으로 구체화해야 합니다. 또한 ESG 관련 인증을 획득하고, 폐기물 저감, 탄소 감축 기술 개발 등 비즈니스 모델을 구축하며, 스마트 팩토리 등 생산성 향상을 위한 업무의 변화를 통해 위기를 기회로 삼아 성장해야 할 것입니다. 그룹 차원에서도 ESG 경영 및 친환경 브랜드 전략을 추진하고 지속가능 경영을 위한 인적자원의 운영 전략도 고도화해야 합니다.

노루 가족 여러분!

올해는 어느 때보다 더욱 불투명한 요인들이 우리를 둘러싸고 있습니다. 하지만 위기를 기회로 전환하여 한 단계 더 도약하도록 긍정적이고 적극적인 자세로 임해야 할 것입니다. 어떠한 난관도 우리의 꿈과 도전을 막을 수는 없습니다. NOROO의 빛나는 미래를 만들어 가기 위해 열정과 도전정신으로 더욱 과감하게 혁신하고 도전하면 2024년도 안정적인 도약을 이루어 낼 수 있으리라 확신합니다.

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.

SPECIAL THEME

[함께], 가치를 올리다

함께할 때 우리는 서로와 눈을 마주치거나, 같은 곳을 바라보며 서로의 시각을 더 깊게, 더 넓게 만든다. 마주하며 상대에 대한 이해를 높이는 동시에 상대의 시각으로 나의 한계와 가능성을 발견하는 것, 시각에 시각을 이어 세상을 바라보는 각도를 180도에서 360도로 넓히는 것, 그리하여 새로운 것을 발견하고 서로를 발전시켜 주는 행위가 '함께하는' 것이다. 함께한다면, '너와 나'의 가치를 '우리'의 가치로 만들면, 그 가치는 더욱 고양되며 실현의 속도 또한 빨라진다.





함께하는 혁신, 가속하는 가치 창출

노루페인트 오픈이노베이션 추진팀

기술과 산업 환경이 급변하는 시대, 누구보다 더 빠른 변화와 혁신을 이루기 위해서는 이전과 다른 방식으로 생각하고 실행해야 한다. 노루페인트는 개방형 혁신, 즉 오픈 이노베이션을 위해 다양한 채널을 통해 아이디어와 지식, 기술을 연결하는 오픈이노베이션 추진팀을 2021년 10월에 신설하고 외부 기업 및 스타트업과 협력하며 가치를 창출하고 있다.

고장난명

(孤掌難鳴)

“고장난명. 혼자 힘으로는 아무것도 이룰 수 없다는 만고불변의 진리가 산업계에서도 화두입니다. 기업이든 사람이든 변화에 대응하지 않으면 성장할 수가 없죠. 연구 개발 비용은 늘어나고 제품 수명과 개발 주기는 줄어들며 산업 장벽 간의 경계가 사라지는 시장 환경에 적극적으로 대응하기 위해서는 기업의 내외부를 가리지 않고 다양한 분야의 기업, 전문가, 연구소, 소비자 등과 함께 아이디어와 기술을 공유하며 비즈니스 모델을 발굴해 지속 성장 가능성을 높여야 합니다. 저희 오픈이노베이션 추진팀은 이를 목표로 업무를 진행합니다.”

오픈이노베이션 추진팀에 대한 소개 요청에, 김문우 팀장은 사자성어로 이야기를 시작했다. 그렇다. 꼭꼭 문을 닫아걸고 모든 것을 자신만의 손에 움켜쥐려는 폐쇄적 태도로는 고립되고 도태되는 요즘이다. 기업 내부의 아이디어와 지식과 기술을 널리 알리고 외부의 제품과 공법, 기술을 도입하여 더욱 뛰어난 제품을 개발하는 C&D(Connect & Development) 활동이 필요한 지금, 오픈이노베이션 추진팀은 바로 그 역할을 하고 있다. 외부의 변화를 감지하여 내부에 전달하고 내부의 기술을 외부에 알려 새롭게 적용되고 발전할 수 있도록 다리를 놓는 일이다. 구체적으로 드러나는 활동으로는 스타트업 매칭 프로그램 참여와 기업 간의 MOU 등이 있다.

“작년에는 한국무역협회가 주관하는 오픈이노베이션 지원 패키지인 스타트업 매칭 프로그램에 참여해 50여 개 스타트업의 협업 제안을 접수, 최종적으로 3개 업체와 업무 협약을 체결

하고 PoC(Proof of Concept)를 진행한 바 있으며, 올해는 경기 창조경제혁신센터가 추진한 스타트업 밋업(Meet-up)을 통해 현재 3개 기업과 협업 업무를 진행하고 있습니다. 이러한 대/중견기업-스타트업 오픈이노베이션 매칭 프로젝트에서는 1만 개 이상의 스타트업 데이터를 공유할 수 있어 서로의 니즈에 부합하는 업체를 찾기가 용이합니다. 더불어 최근에는 대한항공, 한국항공우주산업, 한일시멘트 등과 MOU를 체결했습니다.”





오픈이노베이션, 솔루션이 되다

외부와 접점을 다양화하기 위해 사내 여러 분야에서 오픈이노베이션 추진팀으로 모인 팀원들은 순환보직으로 2~3년간 관련 업무를 진행하게 된다. 현재는 자동차 도료를 개발하던 이진우 차장, 소재 부문을 담당하던 이동훈 차장, 중방식용 도료를 개발하던 김성수 차장, 건축용 도료 부문의 김문우 팀장이 오픈이노베이션 팀에서 활약 중이다.

“한 분야에서 오랫동안 쌓아왔던 역량이 여러 분야에 활용되도록 조직된 팀이라고 할 수 있습니다. 그간 내부의 자원을 이용해서 직접 개발했다면 여기에서는 외부의 자원, 네트워크를 활용해서 개발이 더 빨라질 수 있도록 돕습니다. 순환 보직인 것도 그 이유죠.”라고 말하는 김문우 팀장은 외부 연력과 외근이 잦은 업무가 초기에는 익숙지 않았다고, “저희 기술을 알리기 위해 연락하



고, 제안하고, 거절당하는 일이 쉽지 않았죠. 하지만 그 과정에서 새로운 사람들, 기술들을 만나면서 시야가 넓어지고 색다른 문제 해결 방법을 발견하게 되어 개인적으로나 업무적으로 보람을 느낄 때가 많습니다.” 이동훈 차장도 동감하며 덧붙였다. “최근에는 외부에서 먼저 연락 오는 경우도 늘고 있습니다. 노루페인트 내부에서 발생하는 현장이나 영업의 요청도 저희가 외부 네트워크와 자원을 활용해 해결의 실마리를 찾아드리곤 하고요. 그래서 요샌 ‘어디에 문의해야 할지 모를 땐 저희에게 이야기해 주십시오’라고 알고 있어요.”

이와 함께 이진우 차장은 ‘객관적 판단’을 장점으로 꼽았다. “외부의 트렌드와 정보에 안테나를 세우면서 우리 기술의 장단점을 현실적으로 정확하게 판단하게 됩니다. 외부 기업과 협업하며 장점을 활용하고 단점을 보완할 방법이 더 고민하게 되고요.” 팀에 최근 합류한 김성수 차장 역시 다른 시각으로 기술과 시장을 바라보게 되어, 발전을 위한 새로운 기회를 더 만들 수 있으리라 기대한다고 말했다.

이렇듯 혁신적 소재 발굴과 기술 개발, 비즈니스 모델 확보로 기존의 경험을 뛰어넘는 발전을 이루고자 오픈이노베이션 추진팀은 더욱 넓은 영역에서 협업을 진행하고 있다. 오픈이노베이션 추진팀의 활동과 성과가 이어지며 ‘함께하면 가치는 더욱 올라간다’는 확신은 더욱 빛나고 있다. 그러니 앞으로 참신한 솔루션이 필요하다면 오픈이노베이션 추진팀을 찾아오길 바란다. 함께할수록, 새로운 시각이 추가될수록, 세상은 넓어지고 숨은 솔루션이 드러나니 말이다.





오픈 이노베이션, 함께 미래를 열다

노루페인트 오픈이노베이션 추진팀은 넓고 촘촘한 네트워크를 통해 기술력을 높이고 더 큰 시장에 진출할 수 있도록 다양한 기업과의 MOU를 지원하고 있다. 계속된 소통으로 시야를 넓히고 새로운 관점으로 문제 해결을 돕는 노루페인트 오픈이노베이션 추진팀 지원의 MOU들을 소개한다.



대한항공과 ‘항공기 스텔스 도료’ 기술 개발 업무 협약 체결

지난해 10월 19일, 노루페인트는 서울국제항공우주 및 방위산업 전시회(ADEX 2023)에서 대한항공과 전략적 파트너십 구축을 위한 양해각서(MOU)를 체결했다.

이번 MOU 내용은 441억 원 규모의 국책 과제인 ‘최신 탐지 위협 대응 무인기용 메타 구조 스텔스 융합 기술’ 연구의 하나로, 사업에는 다수의 업체가 참여하며 노루페인트는 스텔스 도료 기술인 ‘불연속 영역 산란 저감 소재 개발’에 착수한다. 전파를 흡수해 레이더 탐지로부터 아군의 물적, 인적 자원을 보호하는 스텔스 도료 기술은 무인기, 함정, 탱크 등 방산 분야에서 널리 활용된다.

노루페인트는 지난 20여 년간 국방과학연구소(ADD)와 협업하

여 전파 흡수 기능을 충족하는 도료 개발을 진행해 왔으며, 최근 자체적으로 관련 도료 기술을 개발한 바 있다. 오픈이노베이션 추진팀은 관련 네트워크를 통해 해당 기술을 적용할 기업과 사업을 검토함으로써 이번 MOU를 성사시킬 수 있었다. 대한항공이 축적한 비행체 설계 및 제작, 시스템 통합 기술 및 다양한 저피탐 특화 기술들은 향후 스텔스 무인기 체계 개발 사업에 적용 가능한 수준에 도달한 것으로 전해지고 있다. 대한항공이 보유한 전파흡수구조 설계 기술 및 기체 형상 설계-제작 경험에 노루페인트의 도료 기술을 접목하게 될 이번 MOU는 국가 방위 산업 발전에 일조하며 저피탐 성능의 스텔스 도료 국산화에 한 걸음 다가가게 할 것으로 촉망된다.

한국항공우주산업과 항공 소재-부품 국산화 MOU 체결

노루페인트는 10월 19일 서울국제항공우주 및 방위산업 전시회에서 한국항공우주산업(KAI)과도 양해각서를 체결했다. 이 양해각서의 목적은 KAI에서 2019년에 출범한 항공소재개발연합회에 참여하여 항공 소재-부품의 국산화 업무를 담당하는 것이다. 현재 41개 산학 연관 기관이 참여 중인 항공소재개발연합회는 지금까지 항공 소재 및 부품 분야에서 총 163종의 국산화에 성공하여 약 240억 원의 수입 대체 효과를 거두었다. 항공소재개발연합회는 2030년까지 국산화를 50%, 수입 대체 효과 7,500억 원을 목표로 지속적인 협업 및 개발을 진행할 계획이다.

노루페인트에서는 항공용 소재 및 도료 등에 대한 개발 업무를 진행 중이며 오픈이노베이션 추진팀은 해당 기술에 대한 MOU를 계속 확대할 계획이다.



국립중앙과학관 첨단기술 분야 전시 MOU 체결

노루페인트 오픈이노베이션 추진팀은 노루페인트가 국립중앙과학관과 첨단기술 분야 전시 협력을 위한 MOU도 체결하도록 도왔다. 이번 협약을 바탕으로 국립중앙과학관은 2년간 미래기술관 전시 공간과 운영 경비 등을 지원하고, 노루페인트는 스텔스 도료 기술을 중심으로 한 홍보 전시관을 구성하여 방문객들은 과학기술을 더욱 다양하게 즐길 수 있게 되었다. 노루페인트가 준비하는 홍보 전시관은 청소년을 비롯한 국민 모두 누구나 쉽게 관람하고 체험하며 관련 기술에 대한 흥미를 높이고 우리나라의 높은 기술력에 자긍심을 느끼게 만들 것으로 기대된다. 국립중앙과학관장은 이번 MOU를 체결하며 “최신 기술과 참신한 아이디어를 가진 민간 기업과 국립중앙과학관의 연계·협력

이 첨단과학기술 전시를 강화하며 민관의 협력을 기반으로 과학기술 문화의 저변을 확대하는 모델로 자리잡을 수 있기를 기대한다.”라고 인사말을 남겼다.



CULTURE GALLERY

차가운 나날을 따스한 추억으로 채워가는 것이 겨울의 묘미가 아닐까요.
체온을 따뜻하게, 공기를 향기롭게, 마음을 부드럽게,
생각을 풍요롭게 채우는 다양한 콘텐츠를 만나보세요.



보들보들 보송보송 촉감을 전하는 ASMR

시각, 청각, 후각, 미각, 촉각 등 오감 중에서 겨울에 가장 예민하게 발동하는 것은 따뜻한 온기를 감지할 촉각일 것이다. 포근함을 갈구하는 겨울의 촉각 세포들을 위해 NOROO가 월트디즈니 컴퍼니 코리아와 함께 'NOROO X PIXAR FLUFFY FESTIVAL'을 준비했다. 컬러 사운드에서는 영상으로, 팝업스토어에서는 컬러로 펼쳐진 보송보송 부드러운 세계에 빠져보자.

시각에서 촉각으로

첫 이미지부터 손이 저절로 화면을 향한다. 보들보들 폭신폭신했던 솜털과 핑크의 조화라니, 보기만 해도 체온이 0.5도는 상승하는 기분 좋은 매혹을 이겨낼 수가 없다. 올라가는 체온처럼 BGM도 함께 상승하며 어딘가 상기되어 보이는 'PIXAR FLUFFY FESTIVAL'의 귀여운 제목이 화면에 띄워지자, 부드럽고 따뜻한 컬러와 캐릭터의 본격적 여행이 시작된다.

보송보송 여행의 첫 코스는 거품 목욕. 바스밤이 보글보글 소리를 내며 거품과 함께 컬러로 작은 욕조를 채우니 <토이 스토리>의 털복숭이 캐릭터 랏소 베어가 동동 떠다니며 거품 목욕을 시전한다. "너무 귀엽잖아!"라는 비명 같은 감탄이 나오려 할 때 "이건 어때?"하며 등장한 건 소복한 눈을 쓸어 닦듯 컬러를 담은 아이스크림 스쿱이다. 달콤함을 진하게 품은 PANTONE 15-2216 Sachet Pink를 한 스쿱, 따사로운 햇살 같은 PANTONE 12-0727 Sunshine을 한 스쿱 떠서 아이스크림 위에 올리는 순간 랏소 베어와 더키의 귀여운 뒤통수가 되어버리는 장면은 컬러와 사운드, 캐릭터가 함께하기에 가능한 마법이 아닐 수 없다. 그러니 부드러운 주홍의 PANTONE 16-1462 Golden Poppy가 울러지면 무엇으로 변할지 이번엔 예측할 수 있지 않을까. 그건 바로 <메이의 새빨간 비밀>에 나오는 레드 판다 메이! 털복숭이 친구들이 보드라운 컬러와



함께 모이니 정다움이 배가 된다.

솜털 위로 PANTONE 18-2330 Fuchsia Fedora, PANTONE 16-4725 Scuba Blue, PANTONE 17-3619 Hyacinth 등 밀키한 색깔의 페인트가 녹듯이 흘러내리고 물속으로 퍼지며 내는 소리는 겨울날 진한 코코아를 짓고, 보글보글 차를 끓이는 듯 따뜻한 환청이 된다.

쓰다듬고 싶은 복슬복슬 긴 털 위로 유리구슬이 구르고, 색색을 더해 캐릭터가 되면 여행의 풍경이 완성된다. 종착지인 핑크의 공간에 모인 건 설리번, 랏소 베어, 더키, 메이 뿐만이 아니다. 인형들을 하나하나 안으며 따스함을 느끼는 구독자들도 그 안에 함께할 테니 말이다.



온라인에서 오프라인으로

PIXAR FLUFFY FESTIVAL은 <컬러 사운드>의 온라인과 함께 오프라인에서도 그 폭신폭신했던 온도를 전했다. 월트디즈니 컴퍼니 코리아가 PIXAR FLUFFY FESTIVAL을 준비하며 잠실 롯데월드몰, 롯데백화점 수원점, 롯데백화점 부산광복점에 오픈한 팝업 스토어에 노루페인트가 팬톤 우드&메탈 페인트로 함께한 것. 실내의 목재 및 철재 전용 페인트로 오염과 스크래치에 강한 친환경 수성페인트 팬톤 우드&메탈은 PANTONE 15-2215 Begonia Pink, PANTONE 12-1310 Icy Pink, PANTONE 15-2913 Lilac Chiffon, PANTONE 13-2807 Ballerina 등 사랑스러운 핑크로 애니메이션 캐릭터들을 위한 판타지 공간을 만들어냈다. 미키 마우스, 백설공주, 인어공주 등 월트 디즈니를 대표하는 캐릭터들과 랏소 베어, 더키, 메이 등 픽사 캐릭터들은 가방, 옷, 실내화 등 1,000여 종의 풍성한 굿즈로 공간을 채웠다. 그 입구에서 방문객을 맞이한 것은 <컬러 사운드>의 기분 좋은 촉감과 소리를 전하는 PIXAR FLUFFY FESTIVAL 영상이었다.



SCAN ME

추울수록 따뜻해지는 겨울의 온천

한반도의 겨울은 그야말로 빠가 시리고 치가 떨리도록 춥지만, 그 추위로 인해 간절한 따뜻함을 즐기는 묘미는 더욱 커지곤 한다. 특히 얼굴에는 차가운 바람을 맞으며 몸을 뜨거운 물에 녹이는 노천의 온천욕은 겨울에 맛볼 수 있는 특별한 휴식이다. 겨울에 방문할 만한 노천온천 휴양지와 집을 온천으로 만드는 간단한 방법들을 소개한다.



겨울밤 별과 함께 온천욕

사실 겨울철 국내 여행 테마로는 온천욕만 한 게 없지 않을까. 좋은 여행을 좌우하는 요건 중 날씨가 차지하는 지분은 상당히 커서, 추우면 어디로 나서는 것부터가 고역이기에 겨울을 즐기면서도 따뜻할 수 있다는 것이 온천 여행의 가장 큰 장점이다. 그러나 어린 자녀들이 있으면 상당히 지루해질 수 있다는 것도 고려해야 하니 이럴 땐 아무래도 물놀이 시설이 구비된 곳이 적당하다. 이 경우, 서울에서 가까운 데다 넓은 실내의 공간에 다양한 이벤트탕, 유수 풀, 미끄럼틀이 있어 남녀노소 모두 만족할 수 있는 이천 테르메덴을 추천한다. 숙박시설도 카라반과 한옥으로 독특해 어린이들이 더 흥미로워할 것이다. 겨울에 카라반이라니, 춥지 않을까 염려되겠지만 난방 시설이 잘 갖춰져 있어서 걱정을 접어도 된다.

제천 리솜 포레스트 역시 노천온천과 함께 실내 워터파크 시설이 있어 가족여행에 좋다. 단정하게 꾸며진 야외 수영장과 온천에서 눈 덮인 산과 숲을 볼 수 있어 여행 온 기분을 제대로 느낄 수 있다. 문경 STX 리조트는 저렴하게 묵으면서 간단한 스파와 노천온천이 가능해 근처 여행 계획이 있다면 좋은 선택이 될 것이다.

서울에서 한 시간 반이면 가는 석모도 미네랄 온천은 강화군에서 운영하는 곳으로, 서해와 석양을 바라보며 온천욕을 할 수 있다. 460m 화강암에서 용출되는 51°C의 미네랄 온천수를 천연 그대로 사용하는 것이 특징인데 인기가 많아 가끔 대기해야 하거나 이용객이 몰릴 땐 대기표 발행이 아예 어려울 수 있으니 유의해야 한다.

일본식 목조 건물과 거리를 재현한 것으로 유명한 동두천의 니지모리 스튜디오의 숙박시설인 료칸에서도 개인 노천탕이 딸려 있는 객실을 선택하면 노천온천이 가능하다. 상점과 음식점, 숙소까지 모두 일본풍이라 비행기를 타지 않고도 일본에 온 기분을 낼 수 있다.

양양에 위치해 설악산을 등지고 동해를 바라보는 설해원은 온천 사우나에 노천온천, 온천 수영장 외에도 골프 코스까지 구비한 종합 리조트이다. 이곳의 온천수는 칼슘과 칼륨 등이 함유된 pH 8.3의 약알칼리성



천연온천수로 사우나와 온천, 수영장 외에도 객실의 풀과 자쿠지에게까지 공급된다. 다양한 온천 시설 중 노천온천은 가장 높은 곳에 자리해 주변 풍광과 함께 온천욕을 즐길 수 있다. 프라이빗 노천온천과 야외수영장이 구비된 객실들은 겨울바람 속 조용하고 따뜻한 휴식을 제공한다.

부산에서는 파라다이스 부산의 씨메르를 추천한다. 조경이 잘된 야외에 작은 온천탕을 여럿 두어 개인 탕이 아님에도 프라이빗한 느낌을 즐길 수 있다. 해수욕장을 마주한 탕은 포토스팟. 조명이 켜진 밤이면 특히나 아름답다.

우리집 욕조가 온천탕

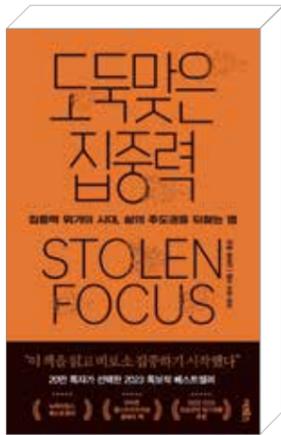
집에 욕조가 있다면 따뜻한 물을 받아 몸을 녹여 보는 것도 좋다. 뜨거운 물에 10여 분만 들어가 있어도 얼굴에 땀이 나는 걸 느낄 수 있다. 물을 채우는 게 번거롭긴 하지만 한번 해 보면 중독될 정도로 힐링의 효과가 크다. 다양한 입욕제를 내 취향대로 사용할 수 있는 것도 우리 집 목욕의 자유로움이자 특징점. 거품이 나는 바스밤은 수압이 센 샤워기를 이용해 녹여주면 더 풍성한 거품을 즐길 수 있다. 추천 제품은 사회적 기업 동구밭의 바스밤으로, 순한 성분을 사용하면서도 다른 브랜드에 비해 가격이 합리적인 편이다. 향과 거품이 약한 게 흠이지만 혼자만의 간단한 목욕을 즐기기에 손색이 없다.

거품이 필요 없다면 바스 솔트도 좋은 선택이다. 바스밤보다 가격은 저렴하고 양도 많아 입욕을 즐기는 사람들에게겐 바스 솔트가 제격. 티백형으로 다양한 허브가 들어 있는 제품도 사용하기 편하다. 목욕물 온도를 오래 유지하고 싶다면 욕조 덮개를 사용해 보자. 물건도 올려둘 수 있어서 유용하다.

여행을 겸한 온천 나들이도, 작은 욕조에서 즐기는 목욕도 모두 온 몸을 녹이고 마음까지 부드럽게 풀어낸다. 겨울에 느낄 수 있는 따뜻한 행복을 가까이서, 혹은 멀리서 자주 즐겨보자.

책으로 시작하는 한 해

새로운 계획을 세우고 마음가짐을 정비하는 연초, 많은 이들이 올해의 목표 중에 독서를 써넣곤 한다. 일 년간 쌓인 데이터를 통해 각 서점이 연말에 발표하는 ‘올해의 책’ 리스트들은 매일 쏟아지는 신간의 홍수 속에서 놓치면 안 될 귀한 책을 가능케 한다. 반짝 주목받았던 책이 아닌, 독자와 전문가들에 의해 걸러지고 엄선된 책들 중 상위권에 위치한 몇 권을 소개하니 아직 읽지 않았다면 독서 계획에 넣어 보길 권한다.



도둑맞은 집중력

예스24 독자 선정 올해의 책 1위,
알라딘 독자 선정 올해의 책 5위, 교보문고 종합 베스트셀러 6위

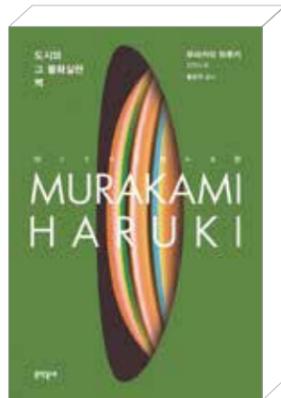
온라인 서점 예스24는 2022년 10월 1일부터 2023년 9월 30일까지 출간된 도서 중 예스24 도서팀과 283개 출판사 담당자의 추천으로 48종의 책을 후보로 선정, 독자들의 투표를 통해 올해의 책을 발표했다. 그중 1위는 34,845표를 얻은 『도둑맞은 집중력』이다. 한 가지 일에 65초 이상 집중하지 못하는 미국의 10대, 평균 집중 시간이 단 3분에 지나지 않는다는 직장인들의 문제를 저자는 현대 사회 시스템이 만들어낸 유행병으로 보고 그 원인을 추적한다. 흔히 우리는 산만함의 원인이 스마트폰 등 디지털 기기에 대해 자제력을 발휘하지 못하는 개인의 실패에 있다고 여기지만 뉴욕 타임스 베스트셀러 작가이자 저널리스트인 요한 하리는 250명 전문가와의 인터뷰를 통한 전방위적 탐사로 수면의 부족, 독서의 붕괴, 테크 기업의 주의력 조종과 약탈 등 12가지 원인이 집중력의 위기를 초래한다는 것을 발견했다. 우리는 단순히 집중력을 잃는 게 아니라 적극적으로 도난당하고 있다는 것. 이러한 사회적 시스템을 향해 대담한 반론을 펼친 요한 하리는 다시 집중하기 위한 새로운 해결책 또한 제시한다. 한 가지 더 흥미로운 것은 이 책을 ‘집중맞은 도둑력’으로 잘못 읽은 일이 SNS에 퍼지면서 동명의 페이크 커버가 제작되었던 것. 그 오류마저도 자연스럽게 넘어갈 정도로 ‘집중력’을 잃은 현실을 직시하게 하는 매우 적절한 마케팅이었다.

도시와 그 불확실한 벽

알라딘 독자 선정 올해의 책 1위, 예스24 독자 선정 올해의 책 21위,
교보문고 종합 베스트셀러 4위

판매량과 독자 평점, 미디어 주목도와 알라딘 도서팀 추천으로 선정된 후보 중 알라딘 독자 선정으로 1위에 등극한 책은 무라카미 하루키의 최신작인 『도시와 그 불확실한 벽』이다. 이 소설은 1980년 중편소설로 발표된 지 43년이 흐른 끝에 3부 구성의 장편소설로 완성되었다. “이 작품에는 무언가 내게 매우 중요한 요소가 포함되어 있다고 느꼈지만, 당시의 나는 유감스럽게도 그 무언가를 충분히 써낼 만큼의 필력을 갖추지 못했다.”며 “이 작품을 완성한 지금 솔직히 마음이 무척 편안해졌다. 나에게 이 작품은 줄곧 목에 걸린 생선 가시처럼 신경 쓰이는 존재였으므로.”라고 작가 후기에 썼을 만큼 이 소설은 무라카미 하루키에게 중요한 의미를 지닌다.

이야기는 서로 좋아하게 된 소년과 소녀로부터 시작된다. “진짜 내가 사는 곳은 높은 벽에 둘러싸인 도시 안이야.”라고 말하던 소녀가 돌연 사라진 후 소년은 오랜 시간의 기다림 끝에 결국 소녀가 말했던 미지의 도시로 향한다. 현실과 비현실을 넘나드는 하루키의 상상력을 다시 만나볼 수 있는 이 소설은 그의 신작을 기다려온 팬들에게 ‘하루키 세계를 집약한 결정적 작품’으로 자리매김할 것이다.



세이노의 가르침

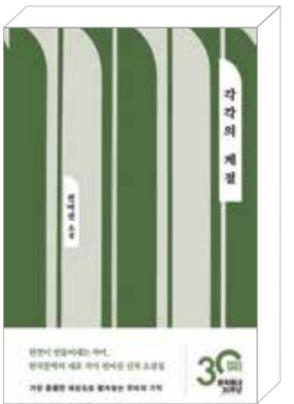
교보문고 종합 베스트셀러 1위, 예스24 독자 선정 올해의 책 2위,
알라딘 독자 선정 올해의 책 2위

교보문고가 2023년 1월 1일부터 12월 1일까지 온라인과 오프라인, E-BOOK 판매를 종합 집계한 베스트셀러 중 1위, 예스24와 알라딘의 독자 선정 올해의 책 공동 2위인 이 책, 일단 화제일 수밖에 없는 이유 중 하나는 700쪽이 넘는 분량임에도 7천 원 안팎인 가격과 전자책이 무료라는 것이다. 더 많은 사람이 이 책을 보고 힘을 얻길 바라기에 인세도 받지 않는다는 저자의 마음이 담긴 가격 정책이다. “천억 원대 자산가이니 그런 거 아니야?” 싶겠지만 가장 좋아하는 것이 ‘문제를 해결하는 것, 사람을 가르치고 깨우치는 것’이라는 저자 소개를 보면 납득이 갈 것이다. 건강과 가난의 문제 속에서도 홀로 지속한 일과 공부로 자산을 이룩한 그가 지난 20여 년간 여러 칼럼을 통해 나누어 준 삶과 성공에 대한 체험적 지식을 묶은 이 책의 제목이자 필명인, ‘세이노’는 당신이 믿고 있는 것들에 “NO!”를 외치고 제대로 살아가라는 뜻이다.

각각의 계절

교보문고 주최 소설가 50인이 뽑은 올해의 소설 1위

이번엔 소설가 50인이 뽑은 올해의 소설이다. 교보문고는 소설의 새로운 흐름을 발견하고 독자들에게 좋은 소설 작품을 소개하고자 2016년부터 소설가들에게 ‘올해 출간된 소설 중 가장 추천하고 싶은 소설’을 받아 소개한다. 강화길, 장강명, 장류진, 정세랑 등 50인이 참여한 이 추천 리스트의 1위가 권여선 작가의 『각각의 계절』이다. 작가는 일곱 번째 소설집인 이 책에서 기억과 감정, 관계의 중핵을 파고들며 한 시절을, 한 인물을 꼼꼼히 들여다본다. 그렇게 직시한 삶의 모습은 결코 화사하지 않지만, 그 과정에서 우리는 풍성하고 생동적인 삶을 목망하게 된다. “어느 시절을 살아내게 한 힘이 다음 시절을 살아낼 힘으로 자연스럽게 연결되지 않는다.”라는 말에서 지금, 이 순간을 살아낼 힘을 생각해 하는 책이다.



스즈메의 문단속

예스24 독자 선정 올해의 책 10대 1위, 알라딘 독자 선정 올해의 책 10대 20대 남성 2위,
교보문고 종합 베스트셀러 11위

예스24와 알라딘은 올해의 책 투표 결과를 연령별로 보여준다. 30대 이상의 연령에서는 상위권에 있는 책들이 거의 비슷하나 10대와 20대, 특히 10대의 취향은 뚜렷이 구분된다. 『스즈메의 문단속』이 그 대표적인 책이다. 이 책은 2023년 3월 개봉한 동명의 애니메이션 원작 소설로, 감독인 신카이 마코토가 직접 집필해 영화에 소개되지 않은 캐릭터의 감정과 더 정밀한 세계관을 묘사한다. 규슈의 조용한 마을에 어느 날 나타난 아름다운 청년 곁을 스친 열일곱살 소녀 스즈메가 “문을 찾고 있다.”는 그의 뒤를 쫓다가 낡고 하얀 문을 발견하면서 과거와 현재, 미래를 잇는 ‘문단속’ 이야기가 시작된다.





NOROO PEOPLE

컬러의 아름다움이 펼쳐지는 곳에는
언제나 든든한 NOROO가 있습니다.
NOROO의 컬러 위에서 피어나는 예술과 역사를 향유하며
더욱 다채로워질 내일을 기대합니다.

가볍게 그러나 강렬하게

앙리 마티스 LOVE & JAZZ with NOROO PAINT

순수한 색채를 바탕으로 한 회화 양식인 야수파의 창시자이자 20세기 프랑스 미술의 거장인 앙리 마티스의 열정과 한계 없는 도전을 가장 뜨겁게 확인할 수 있는 것은 노년의 작품들이다. 기존의 작업이 어려워진 투병 생활 속에서도 그는 새로이 그리고, 또 만들었다. “난 그림을 그리지 않는다. 눈으로 생각한다.”라고 말한 그의 작품은 생각을 그대로 옮겨 놓은 투시도와 같다. 《앙리 마티스 LOVE & JAZZ》에서 노루페인트 위로 펼쳐진 그의 생각을 만나본다.



컬러에 빠져들다



파랗다. 정말이지 파랗다. 《앙리 마티스 LOVE & JAZZ》 전시장 입구를 보는 순간 느낌이 올 것이다. ‘이 전시에서는 색에 그저 빠져들겠구나.’라는 느낌 말이다. 마티스를 좋아하는 사람이라면 이미 그러한 생각을 하고 오겠지만 PANTONE 19-4053 Turkish Sea로 페인팅된 한없이 파란 전시장의 입구는 그 생각에 실감을 생생히 더한다. 그리고 들어선 전시장에서 첫 번째로 만나는 건 자유로운 선과 컬러가 조화를 이루는 마티스의 ‘컷 아웃’ 기법을 이용해 꾸민 연보와 영상 색션이다.

마티스는 건강 악화로 침대에 누워 있는 시간이 길어지자 조수들의 도움을 받아 종이를 오려 작업하는 ‘컷 아웃’ 작품을 시작했고 이는 마티스의 노년기를 대표하는 새로운 예술 형식이 되었다. 컷 아웃 작품이 명쾌하게 잘린 면과 진한 원색으로 강렬함을 전한다면, 이 당시 작업한 작은 크기의 소묘들은 한없이 가벼운 선으로 대가의 여유로운 숨쉬와 자유로움을 느끼게 한다. 시집 등 아티스트북을 위해 그린 이러한 소묘 작품이 색션 1, ‘하우스 오브 마티스’에 걸려 있는데 이 공간의 초입에는 유화 작품을 큰 화폭과 태피스트리로 배치하고 벽난로와 책상 등을 놓아 마티스의 방을 연출했으며 PANTONE 11-0701 Whisper White의 따스함으로 작가의 숨결을 공간에 불어넣었다. 『아폴리네르』, 『비하인드 더 미러』 등의 책자에 실린 석판화가 전시된 이곳에서는 노루페인트의 컬러 사운드 영상도 만날 수 있다.

이어지는 색션 2, ‘재즈’에서는 컷 아웃 시리즈로 작업한 아티스트 북 『재즈』와 그 작품들을 PANTONE 19-4053 Turkish Sea의 파랑 속에 펼쳐 놓았다. 전시장에 구현된 파란 벽과 노란 별 무늬는 우리를 〈이카루스〉 작품 속으로 데려가 창공을 낙하하는 듯 아찔한 느낌을 준다. 압도적인 파랑 속에서 마티스의 컷 아웃 작품들은 대담한 색채 구성과 가위질이 낡은 단순화된 형태로 시각적 쾌감을 선사한다. 이러한 면과 색의 조합은 현대의 그래픽 아트로의 접근과 새로운 시각을 제시하였고 〈재즈〉는 독특하고 혁신적인 현대 미술 작품이라는 평가를 받았다.





사랑을 향해 뛰어들다

강렬한 파랑의 잔상은 이어지는 섹션 3, '마티스와 사랑의 시'를 꾸민 PANTONE 13-2007 Veiled Pink의 보드라운 핑크로 인해 금세 사라질 것이다. 샤를 도를레앙, 스테판 말라르메의 시를 위해 그린 판화 드로잉은 그의 눈에 비친 자연과 시의 세계를 마치 봄날의 바람처럼 산뜻한 선으로 전달해 내는데, 핑크는 여기에 햇살 같은 따사로움과 포근함을 더한다. 룡사르의 연애시집에 실린 작품들은 순&수 울커버 W 8033 carrot candy의 선명한 주황색 위에 자리하여 생동감이 강조되었다.



메종 마티스와 함께한 이번 전시에는 관련 상품들도 소개되었다. 메종 마티스는 앙리 마티스의 후손이 설립한 라이프스타일 부티크로 마티스의 화풍을 현대적으로 해석한 오마주 에디션을 다수 선보이고 있다. 전시장에는 그중 일부인 화병 시리즈와 식기 등이 전시되어 마티스의 유산이 현대에 어떻게 이어지고 있는지를 확인케 한다.

전시장의 출구로 향하는 마지막 섹션, '로사리오 성당'에는 말년의 작품인 로사리오 성당의 스테인드글라스와 패널화를 연출하여 전시 관람 종료의 아쉬움을 달랜다. 또한 앙리 마티스의 전시 포스터, 국내 컬러리스트가 앙리 마티스 작품의 컬러로 특별히 준비한 '디톡스 아트'도 마티스의 컬러를 되새기는 기회를 줄 것이다.



마티스 서거 70주년을 맞이해 특별전으로 열린 《앙리 마티스 LOVE & JAZZ》는 노루페인트의 순&수 울커버와 프리미엄 팬톤 페인트로 그의 컬러가 더욱 밀도 있게 연출되었다. 그는 “물갈 통을 손에 잡는 순간부터 이것이 내 삶이라는 것을 알았다. 사랑하는 것을 향해 뛰어드는 동물처럼 그 속으로 나를 던졌다.”라고 말했다. 그의 삶에, 그의 컬러에 뛰어들게 하는 전시, 《앙리 마티스 LOVE & JAZZ》였다.



ART in the Museum, Love in Paradise

Love in Paradise: Banksy & Keith Haring with NOROO PAINT

지난해, 파라다이스시티는 《러브 인 파라다이스: 뱅크시 앤 키스 해링》전을 개최하여 대표적인 그래피티 아티스트 두 명이 전하는 표현의 자유, 사랑과 저항의 정신을 한 자리에서 볼 수 있는 귀한 기회를 제공했다. 노루페인트는 뱅크시와 키스 해링 작품의 각각 다른 개성과 그들의 파격적이고도 폭넓은 주제를 고스란히 담아내는 컬러로 전시에 함께했다.



뱅크시와 키스 해링

뱅크시와 키스 해링이라는 가장 대표적인 그래피티 아티스트 두 명의 작품을 모은 전시 《러브 인 파라다이스》가 개최된 것은 지난해 9월 5일부터 두 달 간의 기간으로, 파라다이스시티의 예술전시공간 ‘파라다이스 아트 스페이스’에서였다. 전 세계에서 많은 사랑을 받으며 화제를 모으는 두 작가의 국내 첫 전시작을 포함해 대표 작품 36점을 무려, 무료로 관람할 수 있었던 이 전시가 열리게 된 것은 지난해 9월에 열렸던 ‘제2회 프리즈 서울’ 덕이었다. 프리즈서울의 호텔 파트너였던 파라다이스시티가 예술에 대한 관심을 고조시키고자 특별전을 마련했던 것. 세계 최대 경매사 중 하나인 소더비와 함께한 이 전시는 사회적 문제를 날카롭게, 재치있게 풍자하며 인류애에 대한 메시지를 꾸준히 전달해 온 뱅크시와 키스 해링의 다양한 작품을 한 자리에서 만날 수 있는 좋은 기회였다. 특히 뱅크시의 대표작이자 떠들썩한 이슈가 되었던 문제작, 〈Girl without Balloon〉(2021)이 국내 관람객에게 처음 공개되었던 데다가 〈Love is in the Air〉, 〈Choose your Weapon〉, 〈Love Rat on the Palette〉 등 뱅크시의 주요 작품 여러 점이 처음으로 한국을 찾았고, 키스 해링의 대형 작품을 비롯해 국내 첫 전시작을 포함한 작품 다수를 만날 수 있었던 까닭에 예약제인 이 전시는 주말은 물론 평일에도 매진이 이어졌다.



예술이라는 사랑

층고 높은 홀 내부의 거대한 아치형 파사드가 압도감을 주는 파라다이스 아트 스페이스. 복도에 도열하듯 새겨진 'Love in Paradise' 글자를 지나 만나게 되는 키스 해링의 작품은 선명한 색상과 단순한 선으로 관람객의 시선을 한순간에 잡아들인다. 1970년대, 분주하고 너저분했을 뉴욕 지하철역에서 시작된 그의 작품이 수많은 시민과 승객의 눈길을 이끌었듯이 말이다.

캔버스에 아크릴로, 나무에 스프레이로, 타포린 현수막에 페인트로 채워진 그림은 굵고 힘있게 표현된 선으로 사람들을, 행위를, 감정을, 생각을 마치 문양처럼 표현한다. 색과 선이 간결하기에 더욱 상징성을 가지는 그의 그림은 쉽고 거침없이 대중들에게 메시지를 전달한다. "예술은 모두를 위한 것이다.", "예술은 영혼을 해방시키고, 상상력을 자극하며, 사람들이 앞으로 더 나아가도록 용기를 주는 것이어야 한다."는 철학으로 그려진 키스 해링의 작품은 그가 원했던 "예술에 대해서 아무것도 몰라도 누구나 볼 수 있는 작품"에 완벽히 부합한다.



2층으로 올라가면 밝은 컬러가 가득했던 키스 해링의 1층과는 달리 다소 거칠고 어두운뱅크시의 세계를 만나게 된다. 대형 박물관, 권위있는 미술관에 '가짜' 작품을 설치해 기존의 예술계를 비판하고, 거리 곳곳에 그래피티를 새겨 사회의 부조리를 비꼬는 등 자칭 '예술 테러리스트'로서의 활동을 이어가는 정체불명의 화가 뱅크시는 그러나 이러한 파격적 활동으로 인해 자신의 작품이 다시 자본적 미술 시스템 안으로 돌아가 고가에 거래되자 2018년 경매에 부쳐진 <Girl with Balloon>(2006)이 낙찰되는 순간 액자에 장치해 둔 분쇄기를 원격으로 가동해 그림을 파괴하는 퍼포먼스를 보이기도 했다. 일명 "뱅크시 당했다(Banksy-ed)."고 명명되는 이 행위는 도리어 이 작품의 가격을 18배나 올리는 효과, 아니 역효과를 낳기도 했다. 다행인지 불행인지 분쇄기의 오류로 작품이 절반만 잘렸던 덕이다. 이 유명한 작품을 국내에서 처음 만날 수 있었던 것이 이 전시이다.

파라다이스시티는 특히 이 작품을 위해 공간을 따로 구획 짓고, 진중한 네비비 컬러 NOROO MD 6128A Prussian Blue를 배경으로 선택해 관람객으로 하여금 작품 앞에 오래 머물며 그 의미와 가치를 깊이 생각하도록 도왔다. 그 외의 공간은 부드러운 NOROO WT 1030 Mystic White, WT 1015 Fall Star 등으로 미술관의 기품을 더욱 북돋워주었다. 모든 것을 품는 이 컬러들은 미술관 밖의 거리를 선택했던 그림들을 다시 불러들인 미술관에 더없이 어울리며 작품들의 의미를 다시금 상기하게 한다. 결국 예술에는 어떠한 경계도 없다는 것, 그것은 어쩌면 사랑의 본질, 천국의 사랑 'Love in Paradise' 아닐까.



일상에서 환상으로

일리아 밀스타인: 기억의 캐비닛 with NOROO PAINT

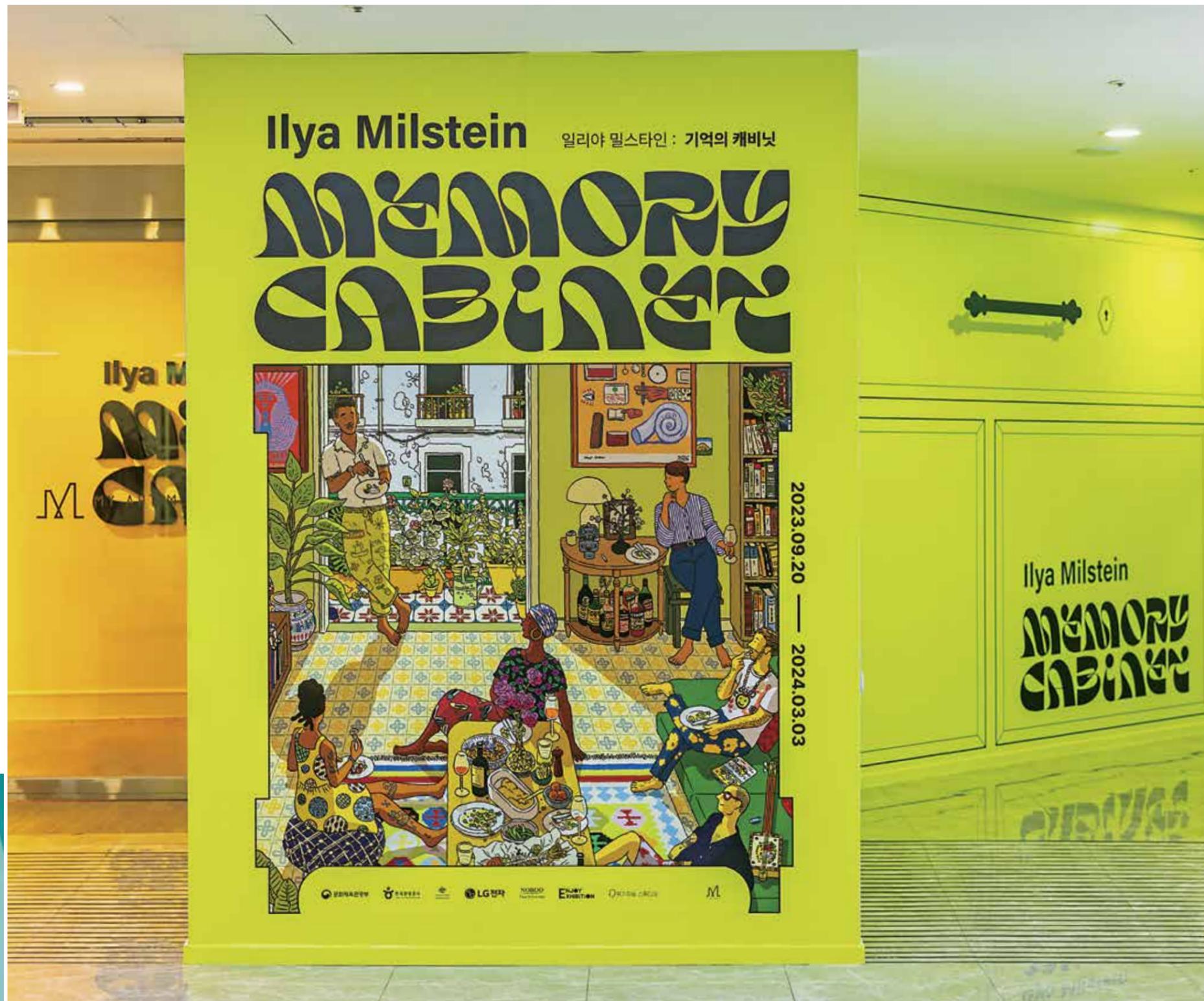
마이아트뮤지엄은 뉴욕 타임즈, 구글, 페이스북, 구찌 등 글로벌 브랜드와 협업하며 인기를 모으고 있는 일러스트레이터 일리아 밀스타인의 작품을 만끽할 수 있는 국내 첫 대규모 특별 기획전 《일리아 밀스타인 : 기억의 캐비닛》을 3월 3일까지 개최한다. 평범한 일상 속에서 환상의 추억을 만들어내는 그의 전시는 노루페인트로 더욱 컬러풀해졌다.

환상의 추억 속으로

누구나 이러한 경험이 있을 것이다. 정리를 마음 먹고 서랍이며 수납장의 물건들을 잔뜩 꺼내다가 그 하나하나에 담긴 추억에 푹 빠져 정리는 뒷전이 되었던 경험 말이다. 《일리아 밀스타인: 기억의 캐비닛》 전시는 마치 이야기거리가 가득한 캐비닛을 열듯 추억으로, 그러한 공간으로, 그리고 거기에서 더 확장되는 환상으로 우리를 데려간다.

PANTONE 13-0645 Limeade의 산뜻한 컬러 위로 소박하고도 풍성한 오찬을 즐기는 작은 파티를 그린 작품으로 장식된 전시회 로비는 관람객으로 하여금 그림 속 소파나 바닥에 앉아 함께 어울리고 싶다는 생각이 들게 한다. 다양한

인종의 자유분방한 옷차림, 그림자의 길이를 키우는 오후의 햇살, 싱싱하게 자라난 화분의 식물, 건너편 건물의 허름한 외벽에서 느껴지는 이 거리의 오랜 역사까지, 작가는 작고 일상적인 것들을 세세히 그려냄으로써 작품을 ‘보는’ 것이 아니라 ‘읽게’ 만들고 머리 속으로 이야기를 ‘그리게’ 한다. 작은 물건들로 큰 감상을 낳는 그의 미시적 세계관을 이번 전시는 각각의 ‘캐비닛’으로 은유하여 구성하였으며 캐비닛마다 적용된 노루페인트의 컬러는 감상을 더욱 증폭시켰다.



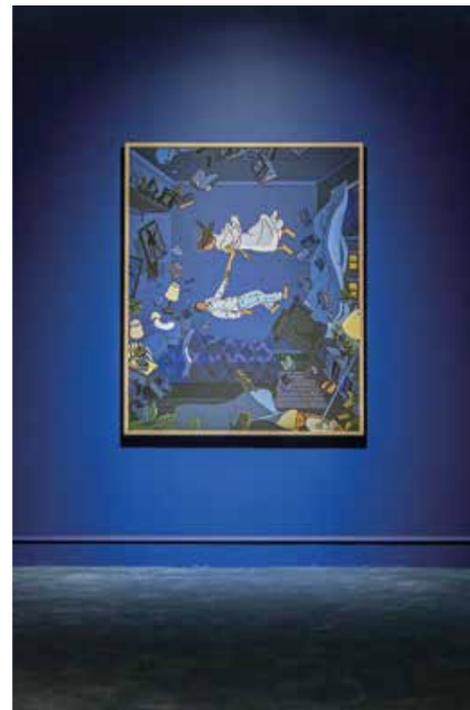
캐비닛을 열면 나타나는 세상

첫 번째 캐비닛인 '티레니아해 옆 서재'는 홀로, 혹은 둘이 등장하는 작품들로 구성되어 있다. 고독과 사색의 묘한 양면성이 공존하는 이 그림들을 위해서 공간은 따뜻한 노랑인 PANTONE 13-0941 Banana Cream과 노을 직전의 빛을 품은 듯한 부드러운 오렌지 컬러 PANTONE 15-1245 Mock Orange로 조성되었다. 덕분에 작품 속 인물들이 누리고 있는, 결코 외롭지 않은 평화로운 고독감은 더 따스하게 보호되는 것처럼 보인다. 이어지는 작품들은 연인들을 묘사하였는데, 좀더 내밀하고 프라이빗한 시간을 위해 PANTONE 19-4029 Navy Peony의 깊은 푸르름이 밤이 되어 이들을 지켜 준다.

두 번째 캐비닛인 '리비에라에서의 추억들'에 도착하면 가족, 친구들과 함께하는 일상의 즐거운 순간에 공존한 모든 사물들, 빛과 그림자의 입자까지 '깨알같이' 그려낸 작품들로 작가의 맥시멀리즘 표현의 정수를 만나게 된다. 이 공간의 배경이 된 PANTONE 13-5313 Aruba Blue는 지중해의 바람을 느끼게 하는 컬러로 그림 속 공기를 프레임 밖으로 상쾌하게 퍼뜨리는 역할을 한다.



다음 코너인 책거리는 그림 속으로 성큼성큼 들어가게 되는 공간이다. 작가 본인이 아이디어를 내어 기획된 이곳은 대표작 <티레니아해 옆 서재>를 우리나라 전통 정물화인 '책거리'와 접목하여 실제 서재처럼 꾸민 것으로, 한국적 소품과 이제껏 공개된 적 없는 오리지널 드로잉을 책장 속에서 만날 수 있다. 좀더 큰 외부 세계를 배경으로 한 '1983년 여름, 소호의 저녁'의 세 번째 캐비닛은 평범한 거리 풍경 속에서 그가 골라내어 담은 사물과 인물들을 통해 군중으로 묶이는 개인의 다양성과 지역의 특징을 재미있게 보여 준다. 또한 사회 문제에 상상력을 더해 기이하게 그린 작품들에서는 작가의 통찰력과 시사점을 직관적으로 확인할 수 있는데, PANTONE 19-0303 Jet Black의 블랙은 이러한 작가의 시선을 견고하게 지지해 주었다.

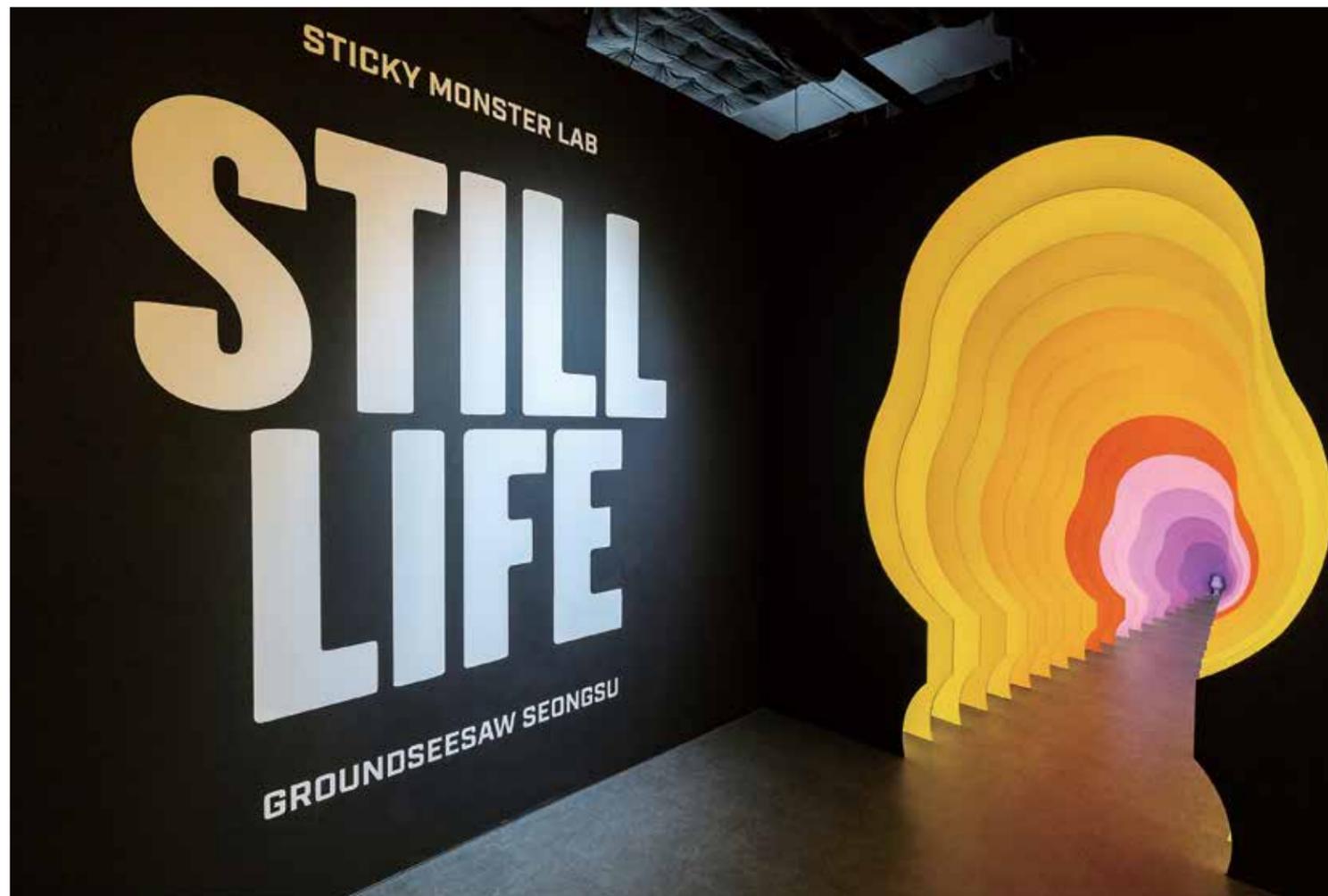


대미를 장식하는 마지막 캐비닛에서는 그 많던 인물들이 사라진다. 오로지 자연과 동물, 공간 묘사만 있는 이곳에서 우리는 인간 중심적 사고에서 잠시 벗어나 새로운 시선으로 세상을 바라보게 된다. 지구 위에는 인간 외에도 이야기를 만드는 많은 생명체가 있다는 사실에 새삼 눈을 뜨게 되는 것이다. PANTONE 13-0645 Limeade는 그 신선한 환기를 돕는다. 일리아 밀스타인은 일상과 주변을 자세히, 깊이 바라보게 함으로써 우리를 기묘한 환상으로, 넓은 세상으로 데려간다. 삼성동 마야아트에서 그의 캐비닛을 열어보자. 컬러와 함께 이야기가 쏟아지는 여행이 될 것이다.

정물로 만나는 몬스터들의 하루

스티키몬스터랩 : 스틸 라이프 with NOROO PAINT

아주 평범한, 별다른 것 없이 반복되는 일상의 풍경이라도 그 순간에 초점을 맞추면 작품이 되곤 한다. 별이 빛나는 밤, 손님을 맞이하는 바텐더, 비 오는 거리를 걷는 사람들 등 순간을 잘라내어 액자 속에 담은 수많은 명화들이 그랬다. 여기, 몬스터들의 다양한 모습을 포착해 피규어로 정밀하게 구현한 《스티키몬스터랩 : 스틸 라이프》에서 작품이 된 하루를 감상해 본다.



아침부터 오후까지

전시장 입구, PANTONE 13-0840 Snapdragon, 15-1263 Autumn Glory, 17-2625 Super Pink, 19-3536 Amaranth Purple 등 노랑에서 주황, 분홍을 거쳐 보라색으로 나아가는 10가지 색상으로 점점 빨려 들어가는 듯한 조형물 속 몬스터가 이 전시의 기묘한 매력을 예고한다. 저 동그랗고 자그마한, 멍한 표정을 지은 몬스터들의 도시란 어떤 풍경을 가지고 있을까. 'WELCOME TO M-CITY'라 적힌 짧은 복도를 지나 입장한 M-CITY는 아침이 시작되고 있었다. 짙은 아침 햇살처럼 무결점의 순백색 순&수 울커버 White로 채워진 공간 안에서 몬스터들은 식당의 창문을 닦고, 조간 신문을 읽고, 커피와 도넛 혹은 시리얼을 먹으며 하루를 준비했다. 어디선가의 스피커에서 흘러 나오는 익숙한 도시의 소음은 몬스터들의 모습을 우리의 일상에 겹쳐 줌으로써 더욱 친근해 보이게 하는 역할을 한다.



조명이 바뀌어 한낮의 해 아래 있는 느낌이 확연한 MID-DAY의 섹션에서는 각각의 독립된 화이트 큐브 안에 정지 화면처럼 멈춰 있는 몬스터들을 만나게 된다. 맨홀 수리를 하고 있는 몬스터, 디제잉을 하는 몬스터, 잠시 쉬는 택시 운전문, 랜턴을 든 경비문 등 저마다의 역할을 충실히 수행 중인 몬스터들의 27개 장면은 큐브 안에 담김으로써 still life(정물화)의 느낌을 전시장 내 그 어느 곳보다 강하게 전달한다. 다음 코너인 M-KIOSK는 몬스터들이 이용하는 귀여운 자판기와 포토부스가 모여 있는데, 전시장 입구에서 나눠준 몬스터 코인으로 포토카드 혹은 귀여운 미니 어쳐 굿즈를 획득할 수 있어 관람객들의 얼굴에 호기심과 즐거운 웃음이 가득해지는 곳이기도 하다.

환한 네온 사인으로 가득한 M-KIOSK를 뒤로 하고 들어선 AFTERNOON 섹션은 PANTONE 16-0928 Curry로 꾸며져 늦은 오후의 나른함이 진하게 고인 공간이다. 이곳은 M-CITY의 시장 Eggmon이 전달하는 메시지와 스티키몬스터랩의 다양한 그래픽을 관람할 수 있는 메인 광장으로, 느낌표가 박힌 강력한 문구들과 느긋하게 맥주를 마시거나 외따로 웅크리고 앉은 몬스터들의 대비가 일에서 뒤돌아서고 싶은 오후의 고단함을 대변하는 듯하다.

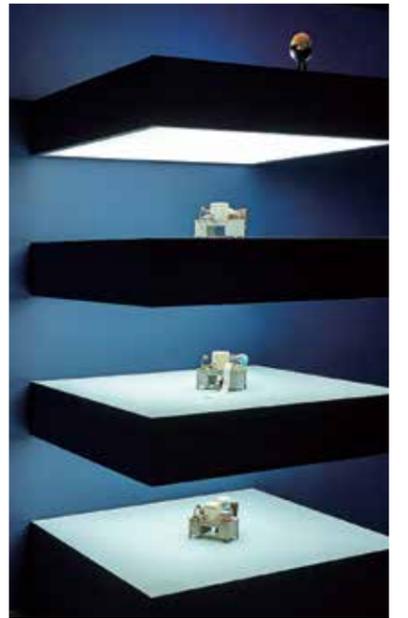


저녁부터
밤까지

드디어 일터에서 돌아온 몬스터들은 노을 속에서 취미 생활을 즐긴다. 테니스를 치고 농구를 하고 베이비몬과 여유로운 시간을 갖는 해질녘의 몬스터들을 감싸주는 것은 PANTONE 16-1357 Bird of Paradise의 따뜻한 컬러와 깊이를 더해주는 조명이다. 이윽고 해가 완전히 저문 밤이 되어도 몬스터들의 하루는 끝나지 않는다. 엘리베이터를 타고 집에 돌아오면 빨래도 돌려야 하는 데다, 비디오 렌탈샵의 점원몬과 위스키바의 바텐더몬은 밤이 더 바쁜 법이다. PANTONE 19-4025 Mood Indigo 속에 조명된 그들의 정지된 움직임과 고유의 사운드는 밤의 안전한 고독을 극대화해 준다.



야근하는, 아니 야근하다 쓰러진 워크몬들의 NIGHT BUILDING을 지나면 택배회사 MonEx Building을 재현한 디오라마에서 몬스터들의 아침부터 밤까지의 시간 흐름을 조명의 변화로 볼 수 있다. 건물의 안과 밖에서 자기만의 시간에 몰두한 그들을 보는 것은 묘한 힐링이 된다. CAR THEATER에서 스티키몬스터랩의 단편 애니메이션들을 관람하고 THE LAST STOP에서 가만히 서 있는 몬스터의 무심한 배웅을 받으며 스티키몬스터랩과 전시에 대한 소개와 사물들을 소개한 OUTRO까지 보고 나오면 전시는 끝이다. 그러나 이후 마주한 우리의 실제 도시 풍경에서 이들의 스티일 라이프는 계속 재생된다. 버스를 기다리며, 음료를 마시며, 핸드폰을 보는 순간 순간의 나 역시 M-CITY의 몬스터가 된 듯한 착각이 들기 때문이다. 일상을 반추하게 하는 무해한 몬스터들의 전시, 노루페인트와 함께한 《스티키몬스터랩 : 스티일 라이프》였다.



NOROO 같이가치 캠페인 색다른 사진관

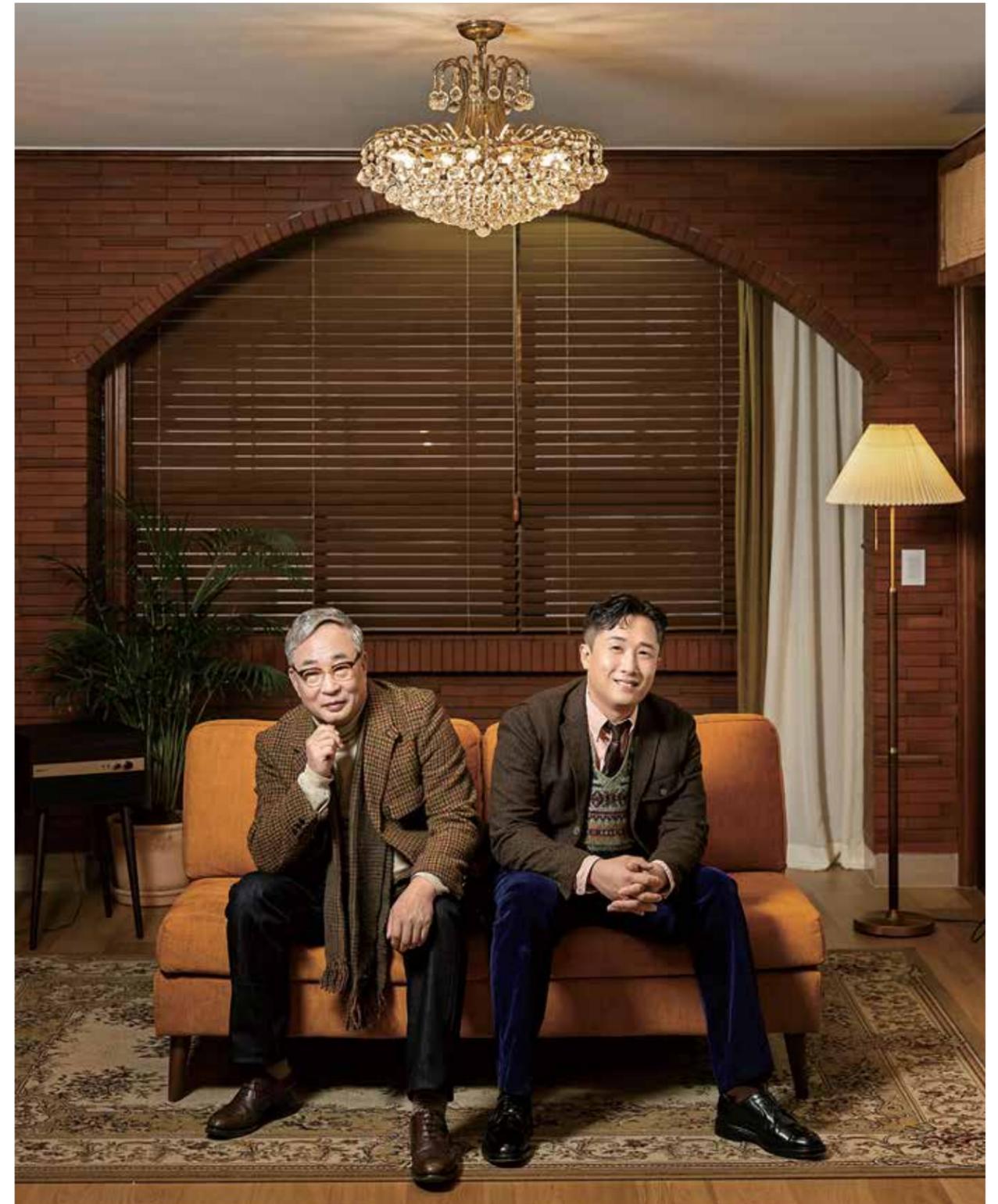
부산 대웅상사 류철운, 류승현 부자

“두 분, 여기를 봐주세요. 네, 갑니다!” 카메라를 든 포토그래퍼의 말에 두 사람의 눈은 자연스럽게 호를 그리며 구부러졌다. 플래시가 터지는 요란한 소리에도, 번쩍이는 빛에도 미소는 흐트러지지 않았다. 30년 역사를 만든 단단한 심장이어서일까. 함께한 가족을 향한 자연스러운 애정 덕이었을까. 대웅상사 류철운 대표와 그의 아들 류승현 부사장이 함께한 ‘색다른 사진관’ 촬영 현장은 그렇게 종일 이어진 촬영 속에서도 따뜻함이 가득했다.

시간의 교차점

촉촉하게 내리는 비가 가로수의 채도를 높여주는 가을의 어느 하루, 쌀쌀한 바람과 달리 촬영장 안은 훈훈한 공기가 감돌았다. 그건 아마 이날의 주인공들이 발산하는 에너지가 촬영장을 가득 채운 덕분이었을 것이다. 부산 대웅상사의 류철운 대표와 류승현 부사장은 브라운과 카키 계열의 세미 수트에 어울리는 따스한 웃음을 만면에 띄운 채 인터뷰에 응했다. 아침 10시부터 촬영이 시작되었는데 힘들지 않으시냐고 묻자 류철

운 대표는 “정말 뜻깊은 시간인 걸요. 이런 선물을 받아 기쁠 뿐입니다.”라며 더욱 활짝 웃어 보였다. 이번 촬영에 대해 몇 번이고 ‘의미 있는 이벤트’라고 강조한 그에게 그럴 만한 이유가 있었다. 대웅상사 대표직을 아들에게 넘겨주는 시기에 진행된 두 사람의 촬영이었기 때문이다. 류철운 대표의 지나온 시간과 류승현 부사장이 나아갈 시간의 교차점을 담게 된 이 날은 그래서 더욱 특별했다.



노루페인트와 함께한

승부

“그러니까... 32년의 세월이었네요. NOROO와 함께한 시간이요.” 류철운 대표는 마치 32년 전의 풍경을 바라보는 듯 눈을 가늘게 뜨며 대답했다. “부산에서 노루페인트로 장사를 하겠다고 하니, 다들 말렸었죠. 허허허.” 그도 그럴 것이 당시 부산에서는 다른 로컬 브랜드의 인지도가 높아 노루페인트가 열세였던 데다가 류철운 대표 또한 호남 태생이라 여러 모로 영업이 쉽지 않은 상황이었다. 하지만 그는 노루페인트와 잡은 손을 놓지 않았다. 건설회사에서 근무했던 때 접했던 노루페인트의 품질을 믿었기 때문이다.



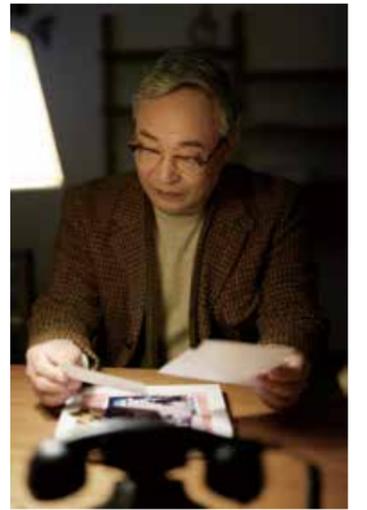
“죽기 살기로 덤벼했습니다. 노루페인트로 승부를 걸겠다는 마음이었어요.” 공터를 빌리고 천막 가건물로 매장을 차린 그는 매일 자동차에 페인트를 싣고 카 세일즈를 시작했다. “현장에 직접 가서 제품을 홍보하고 외상으로 물건을 뒀어요. ‘이것이 노루페인트다! 수도권의 알아주는 페인트다!’라고 알리며 설득했죠.” 그가 장담한 노루페인트의 품질은 공고했던 편견의 장벽을 서서히 무너뜨렸고 그의 부지런함과 성실함, 정직은 신뢰를 단단히 쌓아 올렸다. 그렇게 치열히 보낸 32년 세월 속에 2평 반짜리 가건물 매장은 100평으로 커졌고, 아들 류승현 부사장은 든든한 후계자로 자리잡았다. 2007년에 대웅상사에 본격적으로 합류한 류승현 부사장은 16년이라는 경력의 노하우 위에 고객과의 소통을 넓히며 사세를 계속 키우는 중이다.



NOROO와 함께 나아온 길, 나아갈 길

이토록 오랜 시간 노루페인트와 함께해온 류철운 대표와 류승현 부사장이 한결같이 말하는 것이 있다. 노루페인트는 늘 먼저 나아간다는 것.

“노루페인트는 가장 빠릅니다. 대표적인 예가 조색기예요. 노루페인트가 업계에서 가장 먼저 도입한 조색기 덕에 대웅상사도 크게 성공할 수 있었죠. 전 지금도 조색기가 영업을 한다고 말하곤 합니다.”라는 류철운 대표는 조색기가 출시되었을 당시 전국에서 두 번째로 매장에 들인 후 지금까지 그 효과를 톡톡히 누리고 있다고 한다. “조색기가 없었을 당시는 컬러를 정확히 맞추기가 어려워 난감한 경우가 많았습니다. 기계가 이걸 해결해 주다니, 역시 선구자인 노루페인트답다고나 할까요.” 류승현 부사장은 “노루페인트는 기존의 브랜드 파워에 의존하지 않고 항상 새로운 제품으로 시장을 선도해 갑니다. 더 넓은 시야를 갖추고 보다 발전적인 방향에 초점을 맞춘다는 것을 느낄 수 있어요.”라며 칭찬을 아끼지 않았다. 현장의 소리에 귀를 기울이고, 특약점과의 상생을 앞세우며, 이인삼각으로 나아가는 노루페인트라고 말이다. 그 다리를 하나로 묶어준 끈은 바로 신뢰이다.



아버지에게서 아들로 대표 자리가 옮겨가도 그 신뢰의 끈은 느슨해지지 않는다. 내일로 나아갈 류승현 부사장에게 여느 때와 같은 ‘정직’과 ‘성실’이란 단어로 격려하는 류철운 대표, 그런 아버지에게 ‘공감’과 ‘발전’을 다짐하는 류승현 부사장이 마주앉아 나누는 웃음에 쏟아지는 따스한 조명처럼, 대웅상사와 노루페인트의 미래에도 밝은 미래가 함께할 것이다.

STORE INFORMATION

부산 대웅상사 부산광역시 동래구 안남로 111
051.527.2591

디자인 도시 서울을 위한 노루페인트의 스카이크랄

노루페인트가 지난 11월 30일 서울시와 ‘서울색 구현 및 확산’을 위한 업무 협약을 체결한 가운데, 같은 날 행사에서 노루페인트의 컬러 전문 연구소인 NSDS(NOROO Seoul Design Studio, 이하 NSDS)와 서울시가 공동 개발한 2024 서울색, ‘스카이크랄’이 서울시 디자인정책관에 의해 발표되었다. 서울 한강의 노을에서 영감을 받아 탄생한 스카이크랄은 향후 남녀노소 모두가 즐길 수 있도록 서울 곳곳에 적용될 예정이다.

한강의 노을

서울색이 발표된 것은 이번이 처음이 아니다. 서울시는 2008년 남산초록색, 한강은백색, 꽃담황토색 등 10가지의 서울색을 개발, 발표한 바 있다. 당시의 서울색은 보다 정제된 서울의 경관을 위한 환경색 위주의 색으로, 서울시는 일반 시민들도 보다 다양한 분야에 쉽게 사용하며 서울의 활력을 전할 수 있도록 앞으로는 매년 서울의 이슈와 시민의 라이프스타일, 트렌드 등을 반영한 ‘올해의 서울색’을 선정, 발표하겠다는 계획을 밝혔다. ‘즐거워 활력도시 서울’을 만들기 위한 ‘디자인서울 2.0 프로젝트’의 일환으로 진행된 이번 서울색 개발에 선정된 민간업체는 바로 노루페인트의 컬러 전문 연구소 NSDS로, NSDS는 서울시와 함께 2024 서울색을 공동 개발, 서울의 주요 이슈를 반영한 색, 서울 시민의 생각을 담은 색, 함께 공감하고 소통할 수 있는 색의 3가지 기준 하에 ‘스카이크랄’을 채택하였다. 스카이크랄의 선정에는 여러 설문조사와 데이터 분석, 공공·환경, 색채, 시각, 패션, 디자인 트렌드 등 다양한 분야별 전문가들의 자문이 있었다. 2023년 서울 시민의 주요 이슈는 여가활동으로, 한국관광 데이터랩 빅데이터의 결과 가장 많이 가는 여가장소가 한강이라는 점, 서울 시민 1,014명과 색채전문가 45명



을 대상으로 한 설문조사 결과 서울의 랜드마크이자 서울에서 자주 가고 싶은 곳 1위가 한강이었다는 점, 그리고 한강 연관 검색어로 한강 노을, 핑크빛 노을 등이 다수 집계되었다는 점 등과 함께 2024년은 현재보다 더 따뜻한 느낌의 ‘난색’으로 변화를 희망한다는 조사 결과에 따라 ‘한강’과 ‘핑크빛 하늘’에서 컬러를 도출, ‘스카이크랄’이 선정되었다.



서울의 이슈를 전하다

이렇게 선정된 서울색은 빛으로도 구현되어 다양한 야간 명소에 적용되었다. 남산서울타워, 롯데월드타워, DDP, 월드컵대교 등에서 11월 30일부터 동시 점등되었으며 신형주대교를 포함한 한강 27개 교량 등에도 확대 적용된다. 올해의 서울색 확산 및 구현을 위해 서울시는 여러 기업과 업무 협약을 체결하였는데, 노루페인트는 시민들이 직접 사용할 수 있는 염서 타입의 서울 스탠다드 컬러북을 제작하여 올해 서울의 이슈와 메시지를 전달하는 트렌드 컬러, 공공정보의 효과적 전달을 위한 유형별 컬러를 소개할 계획이다. 앞서 2022년에도 NSDS와 서울시는 ‘표준형 안전디자인’ 업무 협약을 체결하여 안전 사각지대에 놓인 색약, 색맹 등의 색각이

상자가 쉽게 구별할 수 있는 총 6종의 컬러를 개발, ‘서울시 안전디자인 매뉴얼’로 제작 배포하여 학교, 건설 현장, 지자체 등 관련 업무 종사자들에게 큰 호평을 받은 바 있다. 노루페인트 측은 “서울시가 추구하는 디자인 도시를 실현할 수 있도록 회사 차원에서 적극적으로 협력할 것”이라며 “앞으로도 노루페인트의 축적된 컬러 정보·디자인 기술력이 고객들의 문화 생활 확대 및 삶의 가치 향상에 기여할 수 있도록 최선을 다하겠다.”라고 밝혔다. 노루페인트의 컬러 노하우와 기술력이 더해진 스카이크랄의 따스함으로 밝게 빛날 서울광장 스케이트장, 광화문 책마당 등 2024 서울시 곳곳의 풍경이 기대된다.

복숭아빛으로 물들 2024

팬톤이 선보이는 올해의 컬러

2024년을 맞아 팬톤이 올해의 컬러를 발표했다. 2024 올해의 컬러는 핑크와 오렌지를 부드럽게 품은 PANTONE 13-1023 Peach Fuzz로, 부드러움과 배려, 나눔, 공동체와 협력의 메시지를 전하는 컬러이다. 팬데믹으로 인해 고립되었던 시간을 뒤로 흘려보낸 2023년에 이어 PANTONE 13-1023 Peach Fuzz는 2024년에 '함께하는 순간의 소중함'을 일깨울 것이다.

포용과 포용의 색

팬톤의 컬러 설명에 앞서 PANTONE 13-1023 Peach Fuzz의 컬러를 바라보며 마음 속에 떠오르는 단어를 하나하나 건져보자. 필자가 건져낸 단어는 따스함, 살결, 부드러움 등이다. 그리고 보니 이 컬러, 12색 크레파스 안에 있던 살구색, 과거에는 '살색'으로 불렀다가 인종 차별에 대한 우려로 '살구색'으로 이름이 바뀐 그 색을 닮지 않았는가. 살구색으로 인식하니 PANTONE 13-1023 Peach Fuzz가 더 따뜻하게 다가온다. 살결이 전하는 체온, 사람과 사람 사이의 애정, 포용의 감촉 등이 컬러의 인상 에 직관적으로 따라온다.

Peach Fuzz에 대한 팬톤의 소개도 이와 일맥상통한다. 팬톤은 이 컬러를 모든 것을 포용하며 몸과 마음 그리고 영혼을 풍요롭게 만드는 부드러운 복숭아색, 타인과의 공존에 대한 열망과 이것이 만들어내는 감정을 강조하는 따뜻하고 포근한 색상으로 소개한다. 진심 어린 다정함을 전하는 섬세하고 감각적인 Peach Fuzz는 배려, 나눔, 공동체, 협력의 메시지를 전달한다. 또한 Peach Fuzz는 현대적인 분위기로 재해석될 수도 있는 컬러로써, 차분함과 세련됨, 송고함과 함께 달콤하고도 절제된 가벼움을 지녀 디지털 세계에서는 임팩트와 깊이감을 부여할 수 있다. 시적이고 로맨틱한 이 컬러는 빈티지 무드와 함께 모던함도 겸비한 피치톤이다.

팬톤이 이 컬러를 선택한 배경에는 최근 두드러지는 라이프 스타일과 플레이 스타일의 변화가 있다. 팬데믹 이후 우리는 삶에서 가장 중요한 것이 무엇인지를 다시 생각하며 건강과 웰빙에 중점을 두고 친구, 가족과 보내는 시간은 물론 혼자만의 시간에서도 정신적, 신체적 따뜻함과 편안함을 소중히 여기게 되었다.



커뮤니티의 중요성, 타인과의 공존에 초점을 맞추게 되면서 사랑하는 사람들과 더 가까워지고 싶은 마음을 표현하는 색상으로 Peach Fuzz를 선택하게 된 것. 따스한 환영의 포용을 떠올리게 하는 이 컬러는 2024년에 연민과 공감의 메시지를 전달한다.



팬톤페인트의 Peach Fuzz

팬톤과의 협업을 통해 국내에서 유일하게 2,800개의 팬톤 컬러를 프리미엄 페인트로 완벽히 구현하는 노루페인트는 올해의 컬러를 발표하는 시기에 맞춰 팬톤페인트 공식 체험단을 모집, 올해의 컬러를 페인트로 가장 먼저 체험할 수 있는 기회를 제공했다. 2024년 올해의 컬러를 내부용, 외부용, 멀티용, 에어프레시, 우드&메탈 등 5가지 용도별 팬톤페인트로 준비한 노루페인트는 선정된 체험단에게 팬톤페인트 멀티 제품과 부자재 세트를 제공하고 우수 리뷰 작성자를 선정해 페인트와 백화점 상품권 등 다양한 리워드를 선물했다.

또한 노루페인트의 유튜브 채널 <페인트잇수다>에서도 Peach Fuzz를 소개하며 팬톤페인트로 직접 페인팅해 발색과 발림성, 1회칠과 2회칠의 색상 차이, 조명의 색온도 및 광도에 따른 변화까지 상세히 보여줌으로써 올해의 컬러가 정확하게 사용될 수 있도록 안내했다.

뿐만 아니라 Peach Fuzz를 테마로 한 <컬러 사운드>도 업로드 하였는데, 아직 못 봤다면 꼭 보길 권한다. 부드러운 바람과 새소리, 음악 소리 속에 사락거리는 커튼과 식물의 숨털들, 빛이 비쳐 들어오면서 변하는 Peach Fuzz의 명도, 조용히 변지는 물결의 파동과 부유하는 깃털을 보다 보면 모든 것을 내려놓고 온전한 나 자신이 되어 편히 쉬는 느낌이 든다. Peach Fuzz 컬러 위에 Peach Fuzz 페인트가 덮이는 것을 보면 내 몸이 감싸이는 기분이랄까. 올해의 컬러 Peach Fuzz의 정수를 고스란히 맛보고 싶다면 <컬러 사운드>가 답이다.



페인트잇수다
2024 올해의 컬러
Peach Fuzz



컬러사운드
2024 올해의 컬러
Peach Fuzz

NEWS BRIEFING



더기반, 제60회 무역의 날 '오백만불 수출의 탑' 수상



노루페인트, 모범적 문화예술 공로로 '2023 문화예술 후원 우수기관' 선정



용인특례시 공공디자인 프로젝트로 안전한 어린이 통학로 조성



노루알앤씨, 매출 600억 달성을 기념하는 푸드트럭 행사 진행

(주)더기반

제60회 무역의 날 '오백만불 수출의 탑' 수상

더기반은 지난 12월 5일 한국무역협회에서 개최한 '제60회 무역의 날 수출의 탑' 행사에서 해외 시장 개척과 수출 확대 공로를 인정받아 '오백만불 수출의 탑'을 수상했다.

산업통상자원부와 한국무역협회(KITA)가 우리나라 수출 기업과 유공자를 격려하기 위해 개최하고 수여하는 '수출의 탑' 상은 각각의 단일 법인이 당해(전년도 7월 1일~당해 연도 6월 30일) 기준으로 달성한 수출 실적이 기존의 실적을 경신할 때 수여하는 것으로 기업의 계속되는 도전과 노력의 성공을 상징하는 영예의 상이다. 더기반은 ISF, APSA 등 국제 총회 참석을 통한 해외 바이어 발굴 및 해외 현지 시험재배 등 적극적인 수출 활동을 통해 작년의 '삼백만불 수출의 탑' 수상에 이어 올해는 5백만 불 수출액을 달성하여 연속으로 수출의 탑을 수상하는 쾌거를 이뤘다.

더기반 관계자는 "공격적인 R&D 투자와 철저한 품질 관리 시스템을 통한 우수한 제품력, 해외 현지 시장에 맞는 맞춤형 품종 연구개발을 통해 매년 수출 신기록을 경신하고 있다. 앞으로도 탁월한 제품력을 바탕으로 해외에 한국 채소 종자의 우수성을 알리고 해외 시장 개척에 최선을 다하겠다."고 밝혔다.

케이푸드플러스(K-Food+) '수출탑 우수상' 수상

더기반은 지난 12월 19일 서울 at센터에서 개최된 제1회 케이푸드 플러스 (K-Food+) 수출탑 시상식에서도 수출 확대 노력과 수출 증가율 등의 활동으로 좋은 평가를 받아 우수상을 수상하였다. 농림축산식품부가 지난해 처음 운영한 케이푸드 플러스 수출탑은

농식품뿐만 아니라, 지능형 농장(스마트팜), 농기계, 비료, 농약, 종자, 동물용 의약품, 반려동물 음식(펫푸드) 등 전후방산업을 수출 산업으로 육성하고 수출 확대에 노력한 기업을 격려하기 위해 만들어졌다.

수출탑은 2022년 10월부터 2023년 9월까지 1년간의 수출 실적을 평가하여 억 불대, 천 만불대 등 수출 실적에 따라 수여하는 대상, 최우수상, 우수상과 수출 증가율이 높은 기업에 수여하는 도약상, 신규시장 진출에 적극 노력한 기업에 수여하는 시장개척상, 지능형 농장(스마트팜) 수출 활성화에 기여한 기업에 수여하는 스마트팜상으로 구분되며, 총 50개 기업이 수상의 영광을 가졌다. 작년에 이어 수출액을 더욱 늘린 더기반은 이러한 해외 시장 개척의 노력으로 우수상을 수상하였다.

현재 태국과 라오스 현지 법인을 운영 중인 더기반은 앞으로도 R&D 투자를 확대하고 품질을 더욱 철저히 관리함으로써 해외에서 한국 채소 종자의 위상을 계속 높여갈 계획이다.

(주)노루페인트

모범적 문화예술 공로로 '2023 문화예술 후원 우수기관' 선정

노루페인트는 지난해 11월 9일, 모범적인 문화예술 활동과 탁월한 후원 성과를 거둔 공로로 문화체육관광부가 주최하는 '문화예술후원 우수기관 인증'을 획득했다.

문화예술후원 우수기관 인증 사업은 문화예술 분야 후원 활동을 촉진하는 기업을 선정하여 국내 문화예술 분야 후원 기반을 강화하

고 지원하고자 마련된 제도다. 2014년 제정 및 시행된 '문화예술후원 활성화에 관한 법률'에 따라 매년 전문평가단의 심사와 인증심의를 거쳐 선정하며 지난해에는 문화예술후원 매개 단체 4곳과 우수기관 16곳이 선정되었다.

노루페인트는 누구나 쉽게 문화·예술을 접하고 향유할 수 있는 기회를 제공하고자 공공미술을 비롯해 민간 업체가 주관하는 전시, 공연, 아트페어 등 다양한 공간에 후원을 실시해 왔다. 또 컬러를 필요로 하는 사회공헌 프로젝트에 정기적 후원 및 기부 활동을 이어오고 있다.

최근 국내 예술 창작 활성화와 대중의 예술적 경험 확대를 위해 진행한 <세종문화회관 싱크넥스트 23>페스티벌 후원은 노루페인트의 대표적인 문화 사회공헌 활동으로 꼽힌다. 노루페인트는 단순한 후원이 아닌 사회적 문제인 학교 폭력을 주제로 하는 그리멘토 공연과 연계한 페인팅 퍼포먼스를 세종문화회관과 함께 기획해 페스티벌 현장을 찾은 관람객들에게 호평받았다.

노루페인트는 미래 세대의 행복과 번영을 위해 함께 성장한다는 경영철학 아래 문화예술 부문에 다양한 공헌을 실천하고 있다. 앞으로도 노루페인트는 대중들이 함께할 수 있는 다양한 문화예술 활동과 후원을 펼칠 것이다.

용인특례시 공공디자인 프로젝트로 안전한 어린이 통학로 조성

지난해 노루페인트는 안전한 어린이 통학로 조성을 위해 용인특례시 공공디자인 프로젝트에 참여하여 용인특례시 처인구에 안전한 어린이 통학로를 조성하였다.

이번 프로젝트는 용인특례시와 체결한 '생활안전디자인(공공디자인

인) 분야 사회공헌사업' 업무 협약의 일환으로 추진되었으며 노루페인트는 초등학생들의 쾌적하고 안전한 통학을 위해 컬러 컨설팅 및 도료를 후원했다.

공공디자인이 적용된 용인특례시 처인구 유림동 소재 성산초등학교와 신갈초등학교는 등하교 담장이 노후화되어 환경 개선이 필요했다. 노루페인트와 용인특례시는 등하교 담벼락과 울타리 약 1km에 셉테드(CPTED) 기법을 적용한 컬러 디자인을 적용해 안전한 통학로를 조성했다. 안전에 취약한 지역을 대상으로 범죄에 대한 두려움을 낮추고 안전사고 발생을 예방하는 범죄예방 셉테드(CPTED) 디자인은 주민들의 삶의 질 향상에 기여한다고 알려져 있다.

노루페인트는 쾌적하고 안전한 공간과 사회를 만들기 위해 다양한 나눔 활동을 전개하고 있으며 앞으로도 지역사회 공헌에 기여하기 위해 여러 지자체와 상호 협력할 예정이다.

(주)노루알앤씨

매출 600억 달성을 기념하는 푸드트럭 행사 진행

노루알앤씨는 매출 600억 원 달성을 기념하고 자축하기 위해 노루가족들에게 감사의 뜻을 담아 푸드트럭 이벤트를 진행했다.

2023년 12월 15일 노루페인트 안양공장과 포승공장, 칠서공장, 노루오토코팅의 화성공장과 천안공장, 노루코일코팅의 포항공장과 노루케미칼의 안산공장에 달려간 푸드트럭은 따뜻한 커피와 샌드위치로 직원들에게 향기롭고 든든한 휴식 시간을 선물했다.

하나씩 바꾸며 조금씩 가까워지는 플라스틱 제로

인류의 역사를 석기시대, 청동기시대, 철기시대로 구분한다면 현대는 플라스틱시대라 할 수 있다고들 한다. 20세기 초 발명된 플라스틱은 싸고, 가볍고, 튼튼해 우리 삶을 편리하게 했다. 그러나 한 번 쓰고 버릴 수 있다는 장점은 엄청난 쓰레기로, 튼튼하다는 장점은 썩지 않는다는 단점으로 부메랑이 되어 돌아왔다. 부메랑의 충격을 줄이기 위해 플라스틱을 대체할 친환경 소모품을 소개한다.



고체 세제

액체 대신 고체 세제를 사용하는 것도 플라스틱 프리에 도움이 된다. 액체 세제는 주로 플라스틱이나 두꺼운 비닐로 유통되는데 고체 세제는 종이 포장인 대부분이기 때문이다. 그리고 고체보다 액체 세제에 화학 물질이 더 많이 들어가니 이러한 것을 줄이는 효과도 있다. 최근엔 주방용, 세안용, 온몸용, 그리고 샴푸용까지 다양한 비누가 나오고 있으며 치약도 알약처럼 생겨 휴대도 간편한 고체형을 쉽게 구할 수 있다.



수세미

합성수지 수세미를 쓰다 보면 조금씩 닳아 해지고 얇아진다. 사라진 부분은 어디로 갔을까? 아주 작게 바스라져 물과 함께 하수구로, 강으로, 바다로 갔을 것이다. 일부는 설거지한 식기나 수저에 붙어 있을 수도 있고 말이다. 이런 생각을 하면 수세미도 허투루 쓸 수가 없다. 가능하면 천연 수세미로 지구와 가족의 건강을 지키자. 천연 수세미 중에는 덩굴식물인 그야말로 ‘수세미’를 건조한 것과 사이잘삼, 삼베 등으로 짠 수세미가 있는데 특히 원조 수세미는 거품도 잘 나고, 약간의 세제로도 기름기를 깨끗이 닦아낸다. 가급적 원형 그대로의 건조 수세미를 잘라 쓸 것을 권하며 납작하게 압착해 파는 중국산 수세미는 뾰뾰한 경우가 많으니 추천하지 않는다. 사이잘삼이나 삼베 수세미는 행굼용으로 적합하다. 거품 설거지 중에 남아있던 밥풀이나 잔여세제를 말끔히 씻어내 준다. 닳아도 생분해되는 식물이기 때문에 안심이다.

비즈왁스 랩

친환경 제품은 다소의 불편을 감수해야 하는 것으로 생각되지만, 편리성이 가미된 제품들도 많다. 플라스틱 랩 대체용으로 개발된 비즈왁스 랩은 천연 밀랍을 면 원단에 녹여 만든 다회용 제품이다. 접착 효과에 항균 성분, 발수 기능까지 있어 기존 플라스틱 랩의 훌륭한 대체재가 된다. 다. 천연 펄프와 송진, 밀랍으로 만든 비즈왁스 랩은 일회용으로 쓸 수 있게 개발되어 더 편리하다.



2024 겨울호 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!



노루페인트의 컬러 전문 연구소 NSDS는 서울시와 함께 2024 서울색을 공동 개발했습니다. 서울의 주요 이슈를 반영한 색, 서울 시민의 생각을 담은 색, 함께 공감하고 소통할 수 있는 색의 3가지 기준으로 채택된 이 색은 서울 시민들이 가장 많이 가는 여가 장소인 한강의 노을에서 영감을 받은 색입니다. 이 색은 무엇일까요?

- ① 스카이코랄
- ② 스키야키코랄
- ③ 스카이발랄

*2월 29일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.
 *당첨 개별 연락을 위해 **반드시 연락처를 함께 보내주시기 바랍니다.**
 *메일의 제목은 ‘2024 겨울호 사보 퀴즈 정답’으로 보내주세요.
 *선정되신 10분께는 문화상품권 5만 원권을 선물 드립니다.



NOROO 그룹 사보 | 통권 69호(비매품)

중별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2024년 1월 25일 발행처: (주)노루홀딩스
 발행인: 강태준 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)리커뮤니케이션, (주)노루로저넷 사진: 마주스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크
 발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700