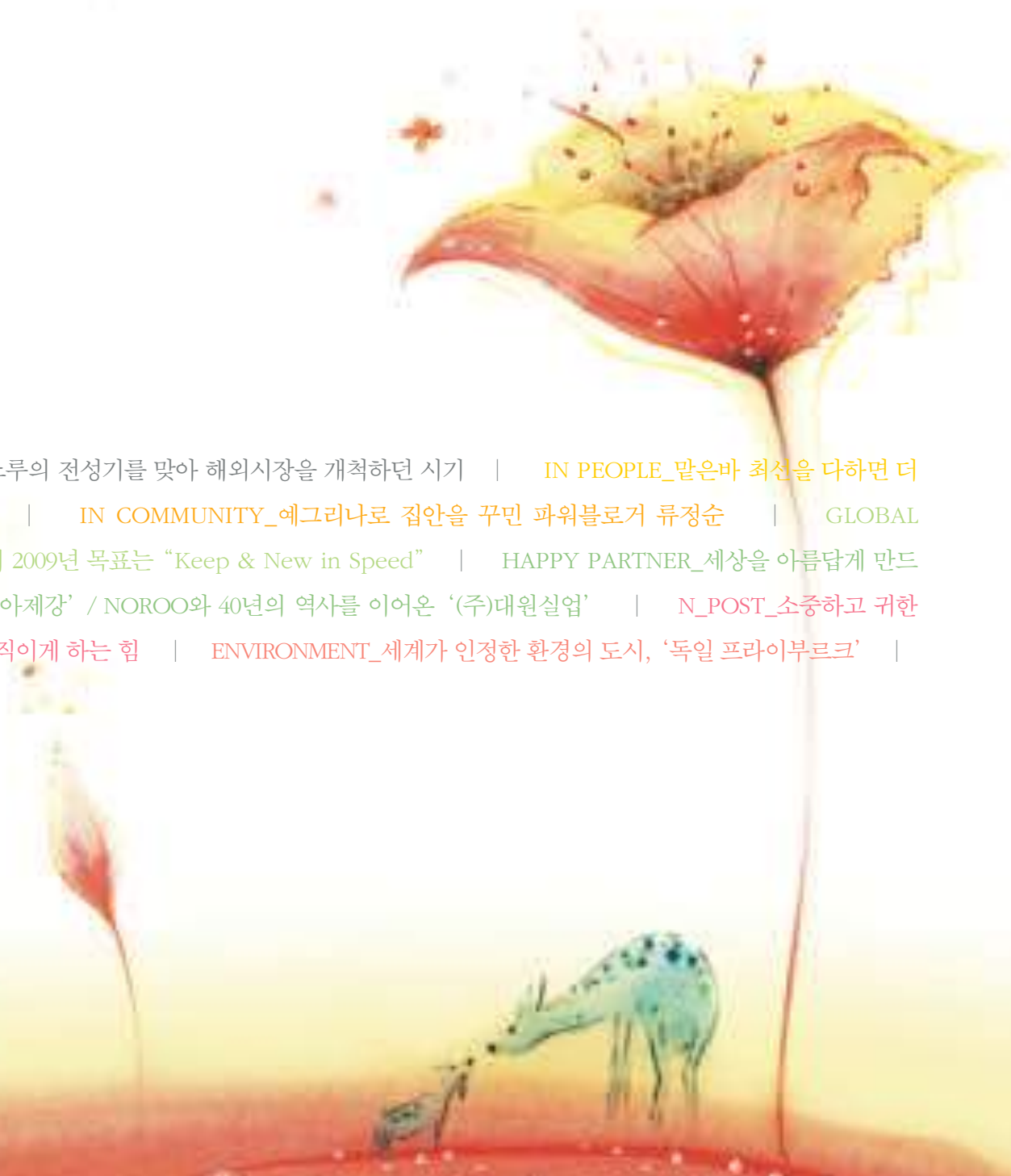


NOROO

NOROO



FOCUS_ 80년대, 노루의 전성기를 맞아 해외시장을 개척하던 시기 | IN PEOPLE_말은바 최선을 다하면 더 밝은 내일이 온다 | IN COMMUNITY_예그리나로 집안을 꾸민 파워블로거 류정순 | GLOBAL NETWORK_우리의 2009년 목표는 “Keep & New in Speed” | HAPPY PARTNER_세상을 아름답게 만드는 철의 힘, ‘(주)세아제강’ / NOROO와 40년의 역사를 이어온 ‘(주)대원실업’ | N_POST_소중하고 귀한 시간들 / 마음을 움직이게 하는 힘 | ENVIRONMENT_세계가 인정한 환경의 도시, ‘독일 프라이부르크’ |





【 N Story #1 】

NEWS	04 NOROO그룹 계열사 소식
FOCUS	08 화보로 보는 NOROO의 역사(2)
WORLD WIDE	12 불확실성 하의 경영자의 역할

【 N Story #2 】

IN PEOPLE	14 (주)노루페인트 칠서공장 도료생산팀
IN COMMUNITY	18 네이버 파워블로거 류정선
GLOBAL NETWORK	22 중국 특채(상하이) 도료 유한공사
HAPPY PARTNER I	30 대한코일코팅(주) 거래기업 (주)세아제강 군산공장
HAPPY PARTNER II	34 (주)노루페인트 특약점 (주)대원실업
N_POST	38 NOROO인의 자유기고

【 N Story #3 】

ENVIRONMENT	44 친환경 트렌드 도시 _ 프라이부르크
COLOR STORY	46 마케팅 성공의 열쇠, 컬러 비즈니스 _ Yellow
DIY WORLD	48 머플러, 넥타이 수납장 만들기
소비자문화센터 Q&A	50 똑똑똑!!! 궁금합니다!
EDITOR'S NOTE	51 애독자 퀴즈 및 사진 공모

N Story는? 노루와 함께 만들어 가는 이야기를 다룬 사보입니다.

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)디피아이홀딩스 서울시 강남구 역삼동 736-1 Capital Tower 12층 부속실 홍경숙 부장 T:02-2191-7707 |
 (주)디피아이홀딩스 경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략기획1팀 장연연 주임 T:031-467-6527
 (주)노루페인트 경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략경영기획팀 지남철 대리 T:031-467-6128 |
 (주)아이피케이 부산시 연제구 연산동 1422-8 국민연금 부산회관 17층 전략마케팅팀 신보미 사원 T:051-580-6183 |
 (주)DAC 경기도 화성시 장안면 금의리 579번지 구매팀 조규용 대리 T:031-8059-9519 |
 (주)씨케이 경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5(시화공단 6바 406호) 경영지원팀 김시연 대리 T:031-599-7252 |
 대한비케미칼(주) 충청남도 천안시 백석동 527-6 경영지원팀 이수용 사원 T:041-620-6207 |
 대한코일코팅(주) 경기도 안양시 만안구 박달동 615 지원팀 박서진 대리 T:031-467-6486 |
 (주)대연 경기도 안양시 만안구 박달동 615 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363 |

NOROO NEWS



【NFC 우수 대리점 사장단 한국 방문 및 공장 견학】

광조우복전노루도료(NFC)는 매년 초, 우수대리점 사장단 대회를 실시해 오고 있으며 이번 사장단대회는 합작 후 처음으로 한국에서 실시되었다. 지난 2월 23일부터 5일간 한국과 한국의 문화는 물론, 노루페인트의 기업문화, 한국 자보도료 시장의 흐름을 이해하기 위해 NFC의 우수 대리점 사장단 총 19명이 한국을 방문하였다. 이 기간 동안 서울의 주요명소 관광과 더불어 25일에는 안양공장에서 노루페인트 자보도료사업부 마케팅 및 기술팀담당자가 참여, HiQ 제품 및 자보제품의 구성, 조색 등에 대한 현황을 직접 설명하였다. 특히 이날은 중국 수출 HiQ 제품에 대한 교육이 진행되었으며 추가적으로 제품의 품질과 마케팅 전략에 대한 질의응답을 함께 공유하고 토론하는 자리가 되었다. 이날 오후에는 포승공장, ㈜중부 대리점 견학을 통해 HiQ 제품의 생산과정, 주요 자동화 설비, 품질관리 체계에 대한 이해를 더욱 높이고 중국시장에서 HiQ 제품의 판매에 대한 믿음도 굳힐 수 있는 자리가 되었다.

【Presidents of Model NFC Operations Visit Korea and Company】

Each year, NOROO Futian Paint (Guangzhou) Co., Ltd. (NFC) holds a meeting with the presidents of model operations. This year, the meeting was held in Korea for the first time since NFC's establishment. For 5 days from February 23, 19 presidents of model NFC operations visited Korea to better understand Korea and its culture, NOROO Paint's corporate culture, and trends of the Korean auto refinishes market. During this time, they visited major tourist attractions in Seoul and on February 25, they were joined by representatives of the Marketing and Technology Teams of NOROO Paint's Auto Refinishes Business Division, who explained to the group the features of the HiQ line-up and auto refinishing products and color mixing details. This day featured a training session on the HiQ lineup exported to China and a Q&A session on product quality and marketing strategies, where all the participants shared ideas and discussed relevant issues. In the afternoon, the group visited the Poseung Plant and Central Operations and acquired a good understanding of the HiQ production process, major automated facilities, and quality management system, which boosted their confidence in HiQ.

【NOROO그룹 위기대응 사장단 교육 실시】

NOROO그룹은 지난 2월 25일 경제위기에 따른 기업 생

【(주)디피아이홀딩스 제63기 주주총회 개최】



존전락을 실행하며 임원으로서 기업에 어떤 역할과 자세로 회사를 이끌어 가야 하는가에 대한 명확한 인식을 갖기 위해 양재동 E타워의 엘가든홀에서 NOROO그룹 전 임원을 대상으로 교육을 실시하였다. 이번 교육에는 중앙대학교 경영대학 전용욱 교수가 한국기업의 생존전략을 주제로 교육을 진행하였다.

【 NOROO Group Holds Crisis-tackling Training for Presidents 】

On February 25, the NOROO Group hosted training for directors in El Garden Hall, EL Tower located in Yangjae-dong. The training session prepared participants to execute corporate survival strategies among the current economic turmoil and lead their organizations with the right mindset and attitude. This session was led by Professor Jeon, Yong-uk of the College of Administration, Chungang University, who gave a lecture on the survival strategies for Korean enterprises.

【 상하이금력태화공유한공사(KNT) 제4기 이사회 및 2008년도 주주총회 개최 】

지난 3월10일, 상하이금력태화공유한공사(KNT) 제4기 이사회 및 2008년도 주주총회가 KNT회의실에서 개최되었다. 이날 오전에 진행된 이사회에서는 KNT의 전체 이사 및 회사 임직원들이 참석하였다. KNT의 전경위 총경리는 회사의 영업성과 및 2009년 사업계획 등을 이사회에게 보고하였으며, 서인환 CFO(Chief Financial Officer)는 회사의 재무현황과 계획 등 핵심 안건들을 자세히 설명하

였다. 이날 주총에서 상기 내용 외에 장형석 감사는 2008년도 감사보고서를 주주들에게 보고하였다.

이번 회의에서는 2008사업 년도의 회사성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서의 승인과 이익잉여금 처분계산서(안)에서 배당가능이익이 2,000만 RMB의 승인을 받았다. 한편, 이날 이사회에서 전보국 경리가 상무부총경리로 선임되었다.

【 Shanghai Kinlita Chemical Co., Ltd. (KNT) Holds its 4th Board of Directors' Meeting and 2008 Stockholders' Meeting 】

Shanghai Kinlita Chemical Co., Ltd. (KNT) held its 4th board meeting and 2008 stockholders' meeting in the KNT Conference Room on March 10. The board meeting scheduled in the morning was attended by KNT directors and executives. KNT GM Qian Qiong Wei reported the company's sales performance and 2009 business plan to the directors and CFO (Chief Financial Officer) Xu Ren Huan explained the company's key financial issues and planned activities in detail. Auditor Jang, Hyeong-seok presented the 2008 audit report to the stockholders in attendance. The participants endorsed the company's 2008 balance sheet and profit and loss statement and the payment of 20 million RMB per stock as a dividend on the basis of the amount of divisible profit. During the meeting, Manager Tian Bao Guo was appointed GM of the Division of Commerce.

【 2009년 그룹임원 승진 】



NOROO그룹은 2009년 4월 1일부터 (주)노루페인트의 안창모 상무를 전무로 임명하였고, 안성근 이사를 상무로 임명하였다. 또한 홍종명 부장 및 고학현 부장을 모두 이사로 임명하였다. 이와 함께, (주)디피아이홀딩스 연구소 수석연구원 최명희 부장은 연구위원(이사급)으로 임명되었다.

【 Group Management Staff Promoted in 2009 】

Effective from April 1, 2009, the NOROO Group promotes Managing Director Ahn, Chang-mo to Senior Managing Director and Director Ahn, Seong-geun to Managing Director. Senior Managers Hong, Jong-myung and Koh, Hak-hyun were promoted to Directors of the group. Senior Researcher Choi, Myung-hee was also promoted to Research Commissioner [Director of Group level].

(주)디피아이 홀딩스는 지난 3월 20일 제63기 정기주주총회를 안양본사 NOROO복지관에서 개최되었다. 이날 (주)디피아이 홀딩스의 주주 및 회사 임직원들이 참석하였다. 이날 의장인 (주)디피아이 홀딩스 최광균 사장은 회사의 영업성과 및 재무현황 등 핵심 안건들을 주주들에게 자세히 설명하였다. 최광균 사장은 "2008년, 유가와 환율의 급변동, 또한 미국 금융시장으로부터 시작된 국내외 금융시장 불안과 실물 경기의 침체 등은 자회사 및 계열회사의 경영실적에 많은 영향을 주었지만 2008년의 영업수익 208억 원, 당기순이익 13억 원을 실현" 하였으며, "올 한해 '2009 새로운 시작과 도전'이라는 기치아래 전임직원은 발전과 이익창출을 목표로 효율적인 경영, 윤리경영을 통한 기업가치의 제고와 현실에 안주하지 않는 도전의식을 갖추어 신시장 개척과 이를 통한 주주이익 극대화에 최선을 다할 것을 약속한다" 고 했다. 이번 주주총회에서는 2008사업 년도의 회사성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서의 승인을 받았으며, 이익잉여금 처분계산서(안)에서 주당 200원씩 배당(보통주 시가배당률4.44%)이 승인되었다. 한편, 이날 주총에서 임기만료였던 한영재 이사는 중임되었고 신임이사로 양정모 이사가, 최광주 사외이사가 선임되었다.

【 DPI Holdings Co., Ltd. Holds its 63rd General Stockholders' Meeting 】

DPI Holdings held its 63rd general stockholders' meeting in the NOROO Welfare Hall in Anyang Headquarters on March 20. This meeting was attended by DPI Holdings' stockholders and company representatives. Mr. Choi, Gwang-gyun, President of DPI Holdings and Chair of the meeting briefed attendees on the company's business and financial status as well as other core issues during his presentation. President Choi explained, "Fluctuations in oil price and exchange rate that we saw in 2008, instability in the local and international financial markets that were started in the U.S.A., and the economy downturn have greatly affected the management results of the subsidiaries and affiliates." He added, "Under our slogan for 2009, 'A New Start and Challenge,' I represent all directors of our company in making it our commitment to enhance the corporate value through ethical management and become true challengers to develop new market segments and maximize value for our stockholders." The stockholders endorsed the company's 2008 balance sheet and profit and loss statement and the payment of 200 KRW per stock as a dividend (4.44% of ordinary stock price) on the basis of the surplus appropriation statement. In addition, Director Han, Young-jae was reappointed upon the expiration of his service period, Yang, Jeong-mo was newly appointed as a director, and Choi, Gwang-ju as an outside director.



NOROO NEWS

(주)노루페인트 NOROO Paint Co., Ltd.

【 (주)노루페인트, 제3기 정기주주총회 개최 】



지난 3월 27일 (주)노루페인트는 2009년, 지주회사 전환 이후 세번째 해를 맞아 안양 NOROO 복지관에서 정기주주총회를 개최하였다. 이날 (주)노루페인트의 주주 및 회사 임직원들이 참석하였다. 이날 의장인 (주)노루페인트 김수경 사장은 회사의 영업성과 및 재무현황 등 핵심 안건들을 주주들에게 자세히 설명하였다. 김수경 사장은 “2008년 미국 경기하락으로 시작된 미국 글로벌 금융위기로 시작된 여파로 세계 및 국내 경기 위축으로 이어져 국내 경쟁사간 경쟁심화에 따른 이중고를 겪었던 한 해였지만 매출액 2,708억 원, 영업이익의 91억 원을 달성” 하였으며, 2009년에도 경영목표 달성은 물론 글로벌 경영을 실현해가며 ‘2009 새로운 시작과 도전’이라는 지표아래 임직원 모두가 한마음 한 뜻으로 경영활동을 전개해 어려운 경영환경을 극복하여 ‘노루가족’ 임직원 모두가 금년도 사업목표를 차질 없이 달성할 것을 약속한다” 고 했다.

이번 주주총회에서는 2008사업 년도의 회사성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서의 안건을 모두 만장일치로 승인 되었으며, 이에 따라 배당은 보통주당 100원씩(시가배당률 4.2%) 우선주당 105원씩(시가배당률 6.2%)으로 승인을 되었다.

【 NOROO Paint Holds the 3rd General Meeting of Stockholders 】

On March 27, NOROO Paint held its 3rd general stockholders' meeting in the NOROO Welfare Hall in Anyang Headquarters. NOROO Paint President and Chair of the meeting, Kim, Su-Kyoung presented the company's business and financial status among other core issues. President Kim reported, "The economic downturn of the U.S. in 2008 and the subsequent global crisis have adversely affected the Korean market and intensified competition. Still, our company saw a turnover of 270.8 billion KRW and an operating profit of 9.1 billion KRW this year." He added, "I promise our stockholders that all members of NOROO including myself will combine our efforts to reach this year's business goals by pursuing globalization with the slogan, "A New Start and Challenge for 2009."

The stockholders unanimously endorsed the company's 2008 balance sheet and profit and loss statement and the payment of 100 KRW per ordinary stock (2.3% of ordinary stock price) and 105 KRW per preferred stock as a dividend (6.2% of ordinary stock price).

【 2009년 무재해 기원제 및 시산제 실시 】



지난 2월 21일 (주)노루페인트는 안양 수리산(수안봉)에서 무재해 기원제 및 시산제를 실시하였다. 이날 행사는 노루페인트 임직원외 지주회사인 (주)디피아이 홀딩스 및 계열사도 참여 하였으며, 수리산 오솔길을 2시간 정도의 코스로 진행되었으며 환경 정화활동 및 야생동물 먹이주기 행사를 함께 진행하였다.

매년 실시하는 이 행사에서 (주)노루페인트 임직원이 하나 되어 어려운 글로벌 경영위기 상황에도 아무 사고 없이 슬기롭게 대처하며 금년도 회사 목표달성과 무재해를 기원하였다.

※ 등반코스(일정) : ①제1주차장 → ②석탑이 있는 숲 → ③제1전망대 → ④제2전망대 → ⑤ 행사장

【 Company Performs Good Luck-Wishing Ceremony for 2009 】

On February 21, NOROO Paint performed a good luck-wishing ceremony for 2008 in Mt. Suri (Suanbong Peak), Anyang City. NOROO Paint staff as well as the representatives of DPI Holdings, the group's holding company, and its affiliates participated in the ceremony that included hiking on a path through Suri Mountain, picking up litter and feeding wild animals.

At this annual ceremony, all members of NOROO Paint celebrated their efforts to cope

with the global crisis with insight and achieve this year's goals that include creating an accident-free workplace.

※ Hiking course (planned): ① Parking Lot 1 → ② Stone tower forest → ③ Observatory 1 → ④ Observatory 2 → ⑤ Ceremony site

【(주)노루페인트 장기거래특약점 시상】



(주)노루페인트는 지난 3월 17일부터 23일까지 장기거래 특약점에 대한 포상을 실시하였다. 이번 선정 방식은 3월초를 기준으로 현재 거래중인 전국 노루페인트 특약점을 대상으로 하였으며 최초 거래개시일자, 주거래처 등을 기준 40년, 30년, 20년으로 장기거래 특약점을 선발하였다.

선정된 특약점은 각 사업부별 담당 임원이 직접 특약점으로 방문하여 상패와 기념품을 전달하였으며 그 동안의 노력과 열성에 대해 감사의 말을 전하였으며, 앞으로도 (주)노루페인트에 대한 많은 애정과 관심을 바란다 고 전달하였다.

건축도료사업부 40년 : 1개소, 20년 : 5개소, 10년 : 9개소
자보도료사업부 20년 : 5개소, 10년 : 7개소

공업도료사업부 10년 : 1개소

【NOROO Paint Co., Ltd. Honors Old Partners】

Between March 17 and 23, NOROO Paint awarded those agencies that had partnered with the company for a long time. Among all NOROO agencies, special agencies that had worked with NOROO for 40, 30, and 20 years as of the beginning of March were selected. Directors of relevant Business divisions of NOROO visited the selected agencies and honored them with plaques and gifts as well as words of gratitude for their hard work and enthusiasm. They also asked honored agencies to continue to support NOROO Paint.

【에너지 절감 TFT 추진 및 진행】

(주)노루페인트는 사무실 및 공장내 에너지절감에 따른 활동으로 에너지 절감 TFT를 추진하여 진행하고 있다. 이는 글로벌 경기 침체에 따른 내수경기 하락에 따른 에너지 절감 활동으로 안양, 포승, 칠서 공장의 에너지 절감 활동에 따른 지속적인 점검 및 홍보활동을 실시하고 있는 가운데 공장별 특성에 맞는 에너지 절감 방안 등의 내용을 내놓고 있다.

또한 에너지절감 TFT는 2주 1회 간격으로 각 부서 담당자들이 모인 가운데 각 공장별 년간 계획 대비 진행사항 및 특성에 맞는 에너지 절감 방안 협의, 에너지 절감 홍보에 대한 아이디어 협의, 개별 에너지 절감 추진실적에 대한 수칙화(금액화)등 공장내 에너지 절감 활동에 따른 지속적인 점검 및 홍보활동을 실시하고 있다.



【Energy-Saving TFT Implemented】

NOROO Paint implements an energy-saving TFT program to reduce energy consumption in offices and plants. The global economic downturn has motivated the company to pursue this plan, which is currently applied to the plant facilities in Anyang, Poseung, and Chilseo with on-going inspections and promotions. Various energy-saving solutions are implemented to meet the needs of each facility. The energy-saving TFT includes semi-monthly meetings with relevant staff for discussing the progress against the yearly plan, energy-saving solutions, and results of energy-saving efforts in terms of figures (and values). These meetings demonstrate the company-wide commitment to TFT.

【(주)DAC DAC Co., Ltd.】

【(주)DAC 채권교육 실시】



(주)DAC는 최근 경제 사정으로 인해 자동차 시장이 악화될 것을 대비하여 지난 3월 6일 (주)노루페인트 인입 부장을 초빙하여 거래선 대응에 원활한 영업 업무 및 영업사원의 자질 향상을 위해 (주)DAC 전 영업 사원을 대상으로 채권관리 교육을 실시하였다.

【DAC Co., Ltd. Trains Sales Staff on Receivables】

DAC gave a training session on the collection of receivables to all sales staff on March 6 to enhance their capabilities. The session led by NOROO Paint's Deputy In, Ahm, was designed to help the sales representatives equipped with adequate knowledge and skills of collecting receivables.

【2009 건축 세미나 개최】



(주)노루페인트는 2009년도 성수기를 대비하여 (주)노루페인트 특약점 대표자 및 도장기술자를 대상으로 세미나를 개최하였다. 이번 세미나는 특약점대표자 세미나(전국10곳), 도장기술자 세미나(전국8곳)로 전국에 걸쳐 진행하였다. 2009년도에 성수기를 대비하여 (주)노루페인트에서 새롭게 개발한 제품 소개 및 시공방법을 소개하였으며, 이 세미나를 통하여 (주)노루페인트의 신제품 외 기존 시장에서 판매되어 사용하고 있는 제품들에 대한 다양한 조언을 공유하는 중요한 계기가 되었으며, 추후에도 제품 정보에 대한 다양한 정보를 공유할 수 있도록 하였다.

【2009 Construction Seminar Held】

NOROO Paint held a seminar for the agents and professional painters to prepare them for this year's upcoming high-demand season.

The seminar for agents and painters was held in 10 and 8 places, respectively, nationwide. The seminar featured NOROO Paint's newly developed products and their usage and provided an important opportunity for participants to exchange information about the products. The company is also planning to hold similar events in the future.

화보로 보는 NOROO의 역사,

100년을 준비하는 기업 NOROO의 발자취를 돌아본다(2)

(화보로 보는 NOROO의 역사는 20년씩 분할하여 3회에 걸쳐 진행될 예정입니다.)

NOROO History Panorama

NOROO's History with the Century Ahead in Mind (2)

(NOROO History Panorama will be a three-part series, each describing 20 years of the group's 60-year history.)

60년대 후반~70년대 초반은 수출지향적 산업화가 1970년대의 한국은 비교적 높은 경제성장을 이룩하였으며, 그 동안은 수출의 급신장과 이에 힘입은 공업부문의 고성장이었다. 공업구조 또한 고도화되면서 외양적으로 한국경제는 국내외 환경의 악화에도 불구하고 활기찬 양상을 띠었다.

이후 1980년대의 한국경제의 고도성장은 1970년대 그 기반을 구축한 중화학공업부문에 의해 주도되었으며, 오늘날에도 철강, 석유화학, 자동차, 전기전자 등의 부문에서 우리나라가 신생 독립국들 중 가장 높은 국제경쟁력을 갖게 되었던 시기이다.

Korea experienced extensive economic growth in the 1970's due to the export-oriented industrialization that occurred in late 60's and early 70's. The structure of Korea's industry advanced, giving vitality to the economy despite domestic and international hardships. The remarkable growth of the Korean economy in the 1980's was led by the heavy and chemical industries that had prepared their foundation in the 1970's. Thanks to the growth realized during these years, Korea become internationally competitive among the emerging economies, especially in the steel, oil, chemistry, automobile, and electronics industries.

1967~1975

NOROO그룹은 정부의 수출주도정책에 따라 설립한 대한조화의 사업수지 악화로 찾아온 시련을 프라스틱사업부 설치와 인형완구 업체 대협의 설립으로 슬기롭게 극복하는 한편, 자동차·선박·가전 등 공업용 도료 생산의 확대를 통해 도료전문업체로서의 위상을 공고히 하였다.

사업 다각화와 시련의 극복

이 시기에는 NOROO그룹은 성년기업으로서 안정적인 성장 궤도로 진입하여 국내 정상의 위치를 확고히 하기에 이르렀다. 특히 인쇄잉크와 도료의 국산화를 위한 기술개발에서 업계를 선도하였다. 故 한정대 선대회장은 발전에 자족하지 않고 지속적인 품질 향상과 제품 다양화를 위한 노력을 전념함으로써 전문 분야 제조업을 육성시키는데 일조하였다.

당시 박정희 대통령은 프라스틱 조화에 관심을 보이며 국내 기업 중에 조건이 맞는 기업을 선정하여 수출특화산업으로 육성하라는

지시를 내렸다. NOROO그룹은 그 당시 플라스틱 조화를 생산하기에는 보유한 기술과 시설로는 생산하기 어려웠다. 故 한정대 선대회장은 국내의 시장조사를 통해 새로운 기술과 제조시설을 도입하는 등 국책 과제의 수행을 충실히 하였다. 이후 NOROO그룹은 대한조화공업주식회사를 설립하여 국내 최초 플라스틱 조화공장의 탄생을 알렸다. 또한 故 한정대 회장은 직접 세계의 바이어들을 찾아 다니며 조화산업의 발전을 도모하고 그 결과 뉴욕에 지점을 개설하게 되었다. 1970년 대한잉크페인트는 대한조화를 흡수 합병하고 프라스틱사업부로 전환하게 되었다. 1971년 인형완구 등 봉제품을 직접 제조 일본 등지로 수출하기 시작하며 법인설립을 하면서 대협의 본격적인 수출과 더불어 NOROO그룹은 수출로 활로를 열게 되었다. NOROO그룹은 이후 기술개발을 위한 거듭된 노력으로 공업용 도료의 비중을 증대하였다. 국민소득이 높아지면서 산업구조가 한층 고도화되어 건축, 건설, 자동차 등 국내 공업생산이 급신장하기 시작했다. 이와 더불어 공업용 도료 역시 날로 성장하게 되었다.

공업용 도료의 성장으로 NOROO그룹은 니폰페인트와 기술적 제



1967-1975

- ① 구로공장 전경
- ② 동탑산업훈장을 받고(1974. 11. 30)
- ③ 구로공장을 방문한 박정희 전 대통령(1973. 6. 5)
- ④ 코리아프라스틱 전경
- ⑤ 프라스틱사업부에서 생산한 각종 제품
- ⑥ 구로공장을 방문한 티우 월남 대통령 부인 일행





- ① 완공된 안양공장(1976, 4, 1)
- ② 자동차용 도료공장 준공(1986, 11, 1)
- ③ 창립 41주년을 맞아 한일은행으로부터
41년 신용거래 감사패를 받았다(1986, 7, 11)



휴를 맺고 신제품 개발에 박차를 가하였다.

또한 체계적인 품질관리와 기술교육에 중요성을 인식하여 세미나 및 기술 교육 등을 진행하였다. 이는 도료의 올바른 보급에 기여하였다.

1976~1988

1976년 안양공장 준공으로 새로운 도약의 기반을 마련한 NOROO 그룹은 적극적인 해외 기술 제휴를 통해 기술제일주의 · 품질제일주의를 실천하는 한편, 1980년 대한인터내셔널페인트, 1986년 자동차용 도료공장 설립 등 지속적으로 사업을 확장해 갔다.

안양공장 준공과 사업확장

1955년 문래동공장 준공 후 1970년대에 들어서면서 문래동공장의 생산능력은 한계에 도달했다. 이에 NOROO그룹은 안양으로 공장을 확대 이전하기에 이르렀다. 안양공장은 치밀한 설계와 세부적인 시공 계획으로 규정에 어긋나지 않으며 화재나 사고에 대비하

여 과학적인 시공방법을 총동원하여 설립되었다. 안양공장의 건설은 대량생산체제의 확립과 고용증대, 신제품 개발의 신속한 대응, 공해 대책 완비, 제품의 품질 개량 등의 파급효과를 가져왔다. NOROO그룹은 이후 기술연구소를 설치하여 미래를 위한 기술 개발과 그 축적의 기초를 다지는데 중점을 두었으며, 기술 투자와 미국이나 일본의 기술을 도입하여 자체적인 기술 개발에 힘을 쏟았다.

1980년에는 산업구조의 고도화로 자동차, 전자, 기계 등 중화학공업 분야의 성장이 두드러지자 여기에 소요되는 첨단도료의 수요도 점차 늘었다. NOROO그룹은 이 시기에 선진기술을 도입함으로써 자체 개발에도 더욱 박차를 가하였다. 그리하여 이 시기에 분체도료 공장 설립과 선박용 도료, 자동차 도료 생산을 시작하며 시장을 확장해 나갔다.

또한 80년대는 국내 도료업계에 크고 작은 업체들이 난립하고 시작하였으며, 이에 대응하여 NOROO그룹은 경영환경의 변화에 맞춰 경영 합리화를 꾀하고 신용과 전통의 기업 이미지를 제고하여

확고한 자리매김을 하였다. 現 한영재 회장을 중심으로 기획조정실에서는 종합경영정보시스템(MIS : Management Information System) 구축에 착수하여 업무능률의 향상을 이룩하였다. 특히 80년대에는 NOROO그룹의 전성기를 맞아 국내에서는 특약점과 대리점을 확장하며, 해외시장 진출을 개척했던 시기이다.

한편, 소비자상담실을 운영함으로써 고객만족을 실현시키고자 노력하였다.

1967~1975

Having suffered from the failure of Daehan Johwa (Korea Artificial Flowers), an affiliate established based on the government's export policy, the NOROO Group reversed the unfavorable situation by establishing the Plastics BU and Daehyeop, a toy company. It solidified its position as a leading paint maker by increasing production of industrial paints for automobiles, ships, and home appliances.

Business Diversified and Hardships Overcome

During this period, the NOROO Group became a mature enterprise and a leading paint maker in Korea. In particular, it led the industry with technical development aimed at independently producing printing inks and paints. The late founder Han, Jeong-dae contributed to growing his company by consistently focusing on improving quality and diversifying products.

Park, Jeong-hee, then President of Korea, was interested in the manufacture of artificial flowers and asked his cabinet to select a suitable company and develop it as a professional artificial flower exporter. When it was selected, the NOROO Group did not have the technical and infrastructural basis for producing plastic flowers. However, President Han did his best to fulfill this assignment by adopting new technologies and manufacturing facilities based on domestic and international market research. The Group established Daehan Johwa, Korea's first plastic flower manufacturer. President Han sought to promote his artificial flower business by traveling all over the world to find buyers. As a result, the business grew and he established a New York Office. In 1970, Daehan Inks and Paints Co., Ltd. acquired Daehan Johwa and made it its Plastic BU. The NOROO Group became a real exporter as it began exporting sewn matters such as doll dresses to Japan in 1971 while Daehyeop also increased exports. The Group consistently pursued technical development and increased the importance of its industrial paint business. As Korea's GNP expanded and its industrial structure became more sophisticated, its construction and automobile industries saw tremendous growth along with the industrial paint business. Thanks to this growth, the NOROO Group made a technical partnership with Japan's Nippon Paint for new product development.

Aware of the importance of systematic quality management and technical training, the Group offered seminars and technical training opportunities for staff. These efforts contributed greatly to the popularization of our paints.

1976~1988

After preparing a foundation for advancement by establishing a plant in Anyang in 1976, the NOROO Group became actively involved in forming technical partnerships with foreign firms to enhance technical competence and produce superior quality products. Business continued to expand with the establishment of Daehan International Paint Co., Ltd. in 1980 and an auto-paint factory in 1986.

Anyang Plant Established and Business Expanded

Built in 1955, the Mullae-dong Plant reached the limits of production capacity at the threshold of the 1970's. So, the Group decided to transfer this facility to a larger site in Anyang. The Anyang Plant was meticulously designed and built to meet all legal requirements for preventing fire and accidents using the latest, most scientifically formulated building methods. The establishment of this facility created many benefits including preparation of a mass production system, an increase in the number of employees, timely, new product development, ecologically-conscious production, and quality enhancement.

After that, the Group established the R&D Center to be prepared to meet the technical challenges ahead, invested in the development of new technologies, and adopted new technologies from the U.S. and Japan in preparation for independent development.

By 1980, Korea was heavily industrialized and growth in the automobile, electronics, and machinery industries were evident, which increased the demand for advanced paints. During this period, the NOROO Group adopted advanced technologies and concentrated on developing independently. It also established a powder paint plant and began producing paints for ships and automobiles, expanding its market share.

In the 1980's, the Korean paint industry became highly competitive, with emerging competitors, both small and large. In response, the NOROO Group sought to streamline management and highlight its image as a reliable and mature paint maker. Under CEO Han, Young-jae's leadership, the Planning and Coordination Division embarked on developing the MIS (Management Information System) to enhance work efficiency. The 1980's was a highly successful period for the NOROO Group; it enlarged its network of domestic agents and prepared for international business.

The Group also began operating the customer center to increase customers' satisfaction.

+ 정리 편집실

자료제공 중앙대학교 경영전문대학원장 전용욱 교수

Organized by Editorial Department / Source Courtesy of Professor Jeon, Yong-uk,
President of Graduate School of Management, Chungang University

불확실성 하의 경영자의 역할

The Leader's Role in this Era of Uncertainty

현재의 불확실성은 과거의 불확실성보다 훨씬 변화무쌍해지고
실체 파악이 힘들어지고 파급효과를 예상하기 힘들어졌다.
우리는 한 치 앞도 볼 수 없는 불확실성 시대에서 살아남아야 한다.

1997년에는 경상수지 적자의 누적과 외채의 증가, 외화유동성 관리의 소홀 및 대기업 금융기관의 부실 등의 이유로 외환위기가 발생했다. 하지만 이번 경제위기는 국내뿐만 아니라 글로벌 금융위기까지 확대되어 더욱 큰 어려움을 초래하고 있다. 글로벌 금융위기는 서브프라임 모기지 파산과 기타 파생금융상품의 연쇄붕괴, 정부의 금융기관감독 부실 및 높은 국가간 자금 유동성 등이 원인이 되었다. 하지만 이러한 어려움 속에서 얻은 교훈이 있다. 또한 얻은 교훈을 가지고 이 시기를 해결해 나갈 방법을 모색할 수 있다.

현재 국내외 기업들은 기업의 자산건전성을 유지해야 되며, 외적 팽창보다는 내실성장, 기업의 지배구조를 개선해야 한다. 또한 고수익에는 고위험이 따른다는 정의를 인식하고 위험을 간과하지 말아야 하며, 거품은 언젠가 붕괴된다는 인식으로 기업경영에 힘을 써야 한다.

현재 우리는 불확실성이라는 폭풍우 속에서 임원은 비전과 실행의지를 보여야 한다!

리더들은 “리더란 자신의 부하직원 모두의 생명을 책임져야 하는 막중한 위치에 있기 때문에 최악의 상황에서도 태연할 수 있는 담력과 자신감을 지녀야 한다”며 “그러한 리더만이 부하직원들은 믿고 따른다”는 정의를 되새기며 실천해 가야 한다. 특히 전략을 수립하고 이를 시행하는 CEO의 경영능력이 중요하다. CEO가 미래에 대한 확신을 갖고 방향과 목표를 제시하며 새로운 가치를 창조할 수 있도록 주위를 둘러싸고 자금처럼 경기불황에 기업을 이끌어갈 수 있다.

미래를 이야기 하는 리더

오바마가 대선에서 승리한 이유는 어쩌면 오바마는 미국 대선 후보들 중 유일하게 “미래를 얘기하는 사람”이라는 한 전문가의 지적처럼 미국민들은 다시 뭉칠 수 있고, 미국은 세계인의 존경을 받는 위대한 나라로 거듭 날 수 있다는 오바마의 비전 제시에 미국인들은 공감하기 시작했기 때문일 것이다. 오바마의 리더십처럼 위기의식을 공유하되 불안감

을 진정시키고 투자를 고취하며, 불확실성에서 조직을 이끌 비전 제시하고 헌신과 협력의 조직문화 고취 및 솔선수범하고 희생하는 정신과 행동이 필요한 시기이다.

경기가 어려울 때일수록 국가와 사회에는 불만이 터져 나오기 마련이다. 경영자로서 고통분담을 실천하는 모습을 통해 직원들의 사기를 증진시키는 것이 중요하다.

지금의 경제위기에 리더들에게 필요한 것은 민첩한 임기응변력과 불황에도 버텨낼 수 있는 맷집이다. 지키기 어려워도 성공이 예상되는 사업은 지키며 미래를 위한 과감한 투자를 할 때이다. 차별화된 경쟁력과 위기를 뛰어넘는 신시장 창출, 어려울 때 더욱 빛나는 협력으로 위기에 대응해야 한다.

The current uncertainties are more volatile, incomprehensible, and unpredictable in terms of effect compared to those experienced in the past. We are required to survive in this time of unprecedented uncertainty.



The recent foreign exchange crisis is the result of an accumulation of current account deficits, increasing foreign debts, poor foreign currency liquidity management, and poor management and oversight of financial institutions. The current foreign exchange crisis and the global financial crisis are having a devastating influence on the Korean economy. The global financial crisis was caused by subprime mortgage defaults, a series of collapses of derivatives, poor governmental surveillance, and international fund liquidity. We are learning a lesson the hard way. If we take advantage of this lesson, we can identify a solution to the current crisis.

Corporations should maintain healthy financial status, enhance corporate governance, and create real new wealth rather than merely chase after bubbles. It should be remembered that high yield means high risk, which should never be underestimated and that bubbles are bound to burst.

Executives of corporations should offer a vision and show willingness to stick to plans in this stormy season of uncertainty.

Leaders should be mindful of the courage and confidence necessary in these trying times because they are crucially responsible for their staff. People are motivated to follow such leaders. CEO's especially need managerial skills to devel-

op and implement the correct strategies. They can continue as leaders only if they confidently provide directions and objectives and encourage their employees to create new values.

Leader Talks about the Future

As an expert explained, President Barack Obama won the election because he was the only candidate who "seriously talked about the future." The hearts of Americans were touched by Obama's vision that Americans could be united again as constituents of a great country admired by the whole world.

As he did, leaders should also be able to help followers dispel feelings of insecurity and promote investment by providing a clear view of the crisis. They should deliver a vision to their organizations, promote a culture of dedication and collaboration, and take the initiative in making sacrifices that strengthen the company.

Economic hardships can leave people critical and dissatisfied. A leader's willingness to share the pain can encourage and inspire others.

What a leader needs most in this time of uncertainty is agility and perseverance. It is a time to protect promising projects and invest in the future with boldness. Highly competitive leaders who create new markets will be empowered with the cooperation of their partners to cope successfully with the crisis.

불확실한 상황에 대처하는 4대 대응전략

1. 사업 구조조정

- ▶ 선택과 집중
- ▶ 핵심역량이 있는 사업에 집중
- ▶ Fit & Value 로 버릴 사업을 결정, 주력사업도 매각 대상

2. 전략적 비용절감

- ▶ 다운사이징 ▶ 프로세스 재설계 ▶ 아웃소싱

3. 적극적 마케팅

어려울 수록 지속적인 마케팅은 소비자들에게 기업에 대한 신뢰를 심어준다!

- ▶ Product 전략 - 저가알뜰, 비용절감과 명분 제공을 동시에 실현하는 상품개발
- ▶ Price 전략 - 박리다매를 부르는 할인 전 방위적 부가서비스로 가격 민감성 완화
- ▶ Promotion 전략 - 소비명분을 제시, 광고의 공과 측정을 위한 기준 설정
- ▶ Place 전략 - 다양한 판매 채널을 발굴하여 소비자 접점 확대

불황기는 경쟁사들이 긴축경영에 치중하기 때문에 호황기보다 저비용으로 브랜드 이미지를 강화할 수 있다

4. 미래를 위한 투자

불황은 언젠가 끝나며, 기업은 불황이든 호황이든 장기적이고 지속적으로 성장해야 한다!

- ▶ 불황을 넘긴다고 하더라도 호황이 왔을 때 경쟁에서 뒤처진다면 결국 생존에 위협받기는 마찬가지
- ▶ 어려운 시기더라도 '현재'를 넘어 '미래'를 바라보고 준비하라, 경영자들에게 두려워하지 말라!



Be the Best, and Tomorrow Will Be Brighter
Paint Production Team, Chilseo Plant of
NOROO Paint Co., Ltd.





맑은바 초선을 다하면
더 밝은 내일이 온다

(주)노루페인트 칠서공장 도료생산팀

햇살이 따사롭게 비치는 봄날, 구수한 사투리와 소박한 미소가 보는 이로 하여금 더욱 행복을 느끼게 하는 (주)노루페인트 칠서공장 도료생산팀과의 만남은 별보다 따뜻했다. 가지각색의 꽃처럼 다양한 사람들이 모여 각자의 역할을 짊어지고 가는 도료생산팀의 얼굴에는 미소가 먼저 피어 오른다.

One fine spring day, we visited the Paint Production Team of NOROO Paint's Chilseo Plant. The friendly accent and smile of its members warmed our hearts. As the colorful flowers make spring more beautiful, the smile on the members of the Paint Production Team and their hard work make their team more special.

왼쪽부터 김진환 대리, 황재관 대리, 정훈 대리, 권정환 대리, 진현주 사원, 김병체 대리



“사투리로 기사 써 주시는 거죠?”, “사투리를 몬 알아듣는 거 아냐?”, “지금 녹음되는 게 아~?” 인터뷰 시작과 함께 여기저기서 사투리가 들려온다. 모이자 마다 떠들썩한 분위기가 감돌고 누구라 할 것 없이 이야기 보따리를 풀어놓기 시작했다. NOROO그룹의 최고의 생산성을 자랑하는 도료생산팀은 연일 이어지는 업무 속에서도 미소를 잃지 않고 오늘도 자기만의 역할을 지켜간다.

우리 삶의 주인공은 '우리' 다

전국으로 납품되는 건축용 도료를 생산하는 (주)노루페인트 칠서공장 도료생산팀은 이경재 공장장을 선두로 하여 총 27명의 직원들이 근무하고 있다. 개성이 강한 만큼 각자의 업무에서 이미 베테랑이 된 지는 오래. 이제 눈빛만 봐도 통하는 사이를 지나 숨소리만 들어도 알 정도로 가족과 같은 팀이다.

팀의 재간둥이인 권정환 대리는 “NOROO그룹의 칠서공장 도료생산팀은 주인공이다”며 “모든 드라마나 영화에는 주인공이 있듯이 우리가 NOROO그룹의 주인공이라는 생각으로 책임을 다해 본연의 업무를 한다”고 말했다.

이경재 공장장은 “칠서공장만의 매력은 직원들이며 긍정적인 마인드와 빠른 의사전달과 응집력, 그런 것이 우리 공장의 매력이다”고 또한 “현재 주변의 공장에 비해 이직률이 낮은 것도 그만큼 노루문화 자체가 직원들에게 좋게 받아들여지는 분위기인 것 같고, 그게 애사심을 만드는 것 같다”고 말했다.

이날 참석했던 10명의 도료생산팀원들은 칠서공장의 꽃은 ‘도료생산팀’이라고 이구동성으로 외친다. 이 목소리에 자신감과 책임감이 공존하여 칠서공장에 울려 퍼졌다.

자신의 삶의 주인공처럼 모든 일에 최선을 다하는 진정한 NOROO그룹의 챔피언들의 만남이 이날 시작되었다.

남다른 팀워크의 원천은?

모든 직원의 멀티플레이어의 역할을 강조하는 이경재 공장장은 실제 업무 외에 다른 업무를 접할 수 있는 기회를 주는 것으로 유명하다. 지난 2003년 이곳으로 발령받아 맡게 된 이 공장장은 매년 2회의 워크숍과 자체 교육을 통해 팀워크 강화 및 목표 설정, 그리고 실천을 한다. 또한 직원들과의 의견 교류나 시간을 가질 때는 직원들에게 항상 강조하는 것이 있다. ‘기분을 지키고 자기 역할을 충실히 하자’ 이 말은 곧 모든 직원들의 마음 속에 새겨져 이 공장장과 직원들이 한마음 한 뜻이 된 원천은 아닐까? 만형 같은 정훈 대리는 팀워크에 대해 “조회사 회의 시 공장장님께서 항

상 업무 외에 과제와 목표를 주시곤 한다”며 “그 목표와 계획들 덕분에 우리가 더 발전하고 응집력이 강해지는 것 같다”고 말했다.

진현주 사원 역시 도료생산팀에 대해 “우리 팀은 개성이 강하기 때문에 이야기 하다 보면 미처 생각하지 못한 아이디어가 여기저기서 나오기도 한다”며 “그렇기에 팀워크도 강하고 개성과 팀워크를 잘 조율할 줄 아는 것 같다”고 말했다.

팀원들의 말처럼 응집력이 강해져서 인지 몰라도 칠서공장 도료생산팀은 일년 내내 공 한번 같이 안차도 대회에 나가면 일등을 할 정도로 팀워크가 강하다. 팀의 막내 사원이 5년 차고 최고참은 20년 이상 근무 하였으니 이제는 눈빛만 봐도 알기에 말조차 필요 없다.

더불어 이 공장장의 리더십인 ‘소통’ 이 도료생산팀의 파워를 한층 더 키웠다. 이 공장장은 직원들과 소통하기 위해 노력하며 자신의 고집만 가지고 가는 것이 아니라 직원들의 의견을 듣고 판단하여 종합적인 의견을 만들어 내고 실천하는 것이 중요하다고 한다. 이 공장장의 그런 소통을 통한 판단과 실행이 지금의 칠서공장 도료생산팀과의 팀워크와 어우러져 남다른 팀 파워를 만들었다.

자신의 역할에서 유지하며 이 시기를 견뎌내자

“칠서공장에 오시니 기분이 좋죠? 우리 공장에 오시면 다들 기쁨이 넘쳐 납니다” 밝은 미소로 촬영에 임했던 이경재 공장장은 경기가 어려워진 만큼 칠서공장 도료생산팀 역시 이 어려운 시기를 잘 이겨나가기 위해 노력 중이라고 한다.

지금 이 시기는 새로운 계획을 진행하는 것보다는 지금까지 지켜온 계획을 유지해가며 효과를 높이는 것이 중요하다고 한다. 또한 공장의 가동률을 높이기 위해 영업에서 마케팅을 하고 있기에 내부에서는 절약하는 방법이 가장 중요한 것이라고. 이 공장장의 말처럼 현재 칠서공장에는 젊은 인력이 많기 때문에 이런 방법들을 잘 활용하여 이 열정을 가지고 맡은 바 최선을 다하면, 더 밝은 내일이 올 것이라고 확신한다.

이경재 공장장은 마지막으로 “희망을 가지자”며 “어려운 시기를 버텨내야 되고 다음을 준비하며 지금의 자리를 유지해가면 더 좋은 내일이 있다”고 노루인들에게 전했다.

“Are you going to put all our dialectal expressions in your article?”

“Do you understand what I say in our accent?”

“Has recording started?” - A group of curious interviewees spoke to us in their unique accent. That broke the ice and everyone was eager to say something. In fact, the Paint Production Team has much to be

proud of as the most productive team in the NOROO Group, thanks to its diligent and reliable members.

The VIP's of Our Lives Are "Us"

The Paint Production Team of NOROO Paint's Chilseo Plant produces paints for construction that are sold nationwide. Under Plant Manager Lee, Gyeong-jae's leadership, a total of 27 partners are working in this team. Each of them is distinct and unique; all of them are simply the best at what they do. They are very close like a family and know each other's feeling just by looking each other in the face or hearing "each other's breath", as it were.

One of the team's gifted members, Assistant Manager Kwon, Jeong-hwan said, "You can find the VIP's of the NOROO Group in the Paint Production Team." He added, "Just as a soap opera or movie has main characters, so does the NOROO Group. We consider ourselves as the main characters of the NOROO Group."

Plant Manager Lee, Gyeong-jae said, "The best thing about our plant is our people with a positive mindset, great communication skills, and remarkable coherence. Our plant's low turnover in comparison to other factories shows that our people love NOROO's corporate culture and their workplace."

The team's 10 members that we interviewed believed their team was the core of the Chilseo Plant. Their voices were filled with confidence and a sense of responsibility.

They are real champions of the NOROO Group, the main characters, and VI's of their lives.

What Makes Your Teamwork So Extraordinary?

Plant Manager Lee, Gyeong-jae stresses the need to be a multi-tasker. He is known as a leader who is skilled at exposing his people to new experiences. Since he joined the Chilseo Plant, he has hosted workshops and training sessions twice a year to reinforce teamwork, motivate members, and implement his plans. Whenever he exchanges ideas with his staff and spends time with them, he always reminds them of something he believes crucial: "Be true to the basics and focus on your role". This thought has been engraved on his staff's hearts and brought them together.

The team's big brother, Assistant Manager Jeong, Hoon said, "When we meet as a group, our Plant Manager gives us tasks to do and goals to pursue. Such goals and plans help us grow and collaborate

with one another."

Partner Jin, Hyeon-ju also said of the Paint Production Team, "Since we are a very colorful team, we unexpectedly come up with new ideas during a casual conversation. So we have strong teamwork and know how to balance individual and group values."

Thanks to its strong teamwork, the team has frequently won annual soccer matches, although they do not usually practice soccer together. The team's youngest member has worked with the team for 5 years and the oldest, over 20 years; it is little wonder that the team is close-knit.

In addition, Plant Manager Lee's leadership based on communication has made the team stronger. Lee endeavors to communicate with his people heart-to-heart and considers it important to listen to them rather than insist on his own way to be able to make a balanced decision and put it into practice. Lee's decision-making and implementation based on communication has produced rare dynamics thanks to the Paint Production Team's strong teamwork.

Overcome Crisis by Giving the Best

"How did you like your visit to our plant? I hope you are as happy as those who have visited our facility and returned home with hearts full of joy." Plant Manager Lee explained that the Paint Production Team of the Chilseo Plant was doing its best to overcome the present crisis with joy.

During a crisis, it is important to keep up with the plans in progress and make them more efficient rather than jumping into new plans. While the sales team is focusing on marketing to keep the plant running, other departments are required to concentrate on cost saving.

As Plant Manager Lee said, the Chilseo Plant has many young, enthusiastic staff members. Therefore, if they continue working as they have so far, they can look forward to a better tomorrow.

Plant Manager Lee said at the end of the interview, "We need to keep our hope alive; we should believe that our future will be bright and try to overcome the present problems, prepare for the future, and maintain our strengths."



왼쪽부터 임용수 대리, 김석순 과장, 이종애 사원, 송도주 주임



이경재 공장장

네이버 파워블로거 '호상맘' 류정순의 봄철 인테리어 제안

‘예그리나’ 로 이국적인 분위기를 연출해 보세요!

Naver Power Blogger

Mrs. Ryu, Jeong-sun (ID: hosangmom) Suggests
"Yegreena" for Exotic Spring Home Decor!

오늘날, 주거환경이 아파트 위주로 변화하면서 현대인들은 가족 구성원이나 필요로 하는 공간에 상관없이 획일화된 구조의 집에서 살고 있다. 가구와 소품으로 집안 분위기를 바꿔 보지만, 나만의 개성으로 구석구석을 채운 인테리어를 완성하기란 쉽지만은 않은 일. 인터넷이 발달하면서 예쁘게 꾸며진 집에 대한 정보가 넘쳐나고, 인테리어 관련 책을 사보기도 하지만 막상 재료 구입은 어디서 해야 할지, 페인트 칠은 어떻게 해야 하는지 막막하기만 하다.



인터넷에 넘쳐나는 인테리어 관련 사이트 중 집을 예쁘게 꾸미고픈 마음만 가득한 초보들에게 더 없이 좋은 정보가 되는 블로그가 있다. 개인적인 관심과 노력으로 아름다운 집 꾸미기의 달인이 된 류정순 씨의 블로그 '초록을 좋아하는 나는' (<http://blog.naver.com/peanut0723>). 포털사이트 네이버의 파워 블로거로 선정된, 아이디 '호상맘' 류정순 씨는 직접 리폼한 가구와 감각적인 컬러 선택 및 페인팅 노하우로 주부들 사이에서 유명한 인기 스타다. 하루 평균 6천여 명의 블로거들이 방문하는 류정순 씨의 블로그에 최근 폭발적인 반응을 일으킨 포스트가 있다. 바로, '예그리나'로 꾸민 침실의 벽면을 찍은 사진이 그것. 예그리나 제품을 이용해 침실 외에도 현관 전실과 베란다 벽면에 이국적인 느낌이 가득한 페인팅을 한 류정순 씨에게서 아름다운 집 꾸미기 노하우를 들어봤다.

‘예그리나’로 이국적인 공간을 집안에 들이다

봄을 맞아 골드톤의 무늬가 새겨진 벽지로 꾸며졌던 침실의 분위기를 완전히 바꿔 보고 싶었던 류정순 씨가 선택한 아이템은 페인팅. 조색을 통해 내가 원하는 색을 자유롭게 만들어 낼 수 있고, 선택한 색에 맞춰 기존 물딩이나 방문의 색까지 바꿀 수 있기 때문이다. 류정순 씨는 페인팅의 초보자라면 온라인에서 구매하는 것보다는 페인트 매장에 직접 가서 조색을 해보고 선택하는 것이 좋다고 조언한다. 페인팅으로 분위기를 바꾸기로 한 류정순 씨가 선택한 제품은 '예그리나 엠보스'. 핸디코트보다 훨씬 묵은 느낌인 엠보스를 벽 전체에 한번 발라주고, 적당히 마른 다음 붓을 이용해 거친 느낌의 무늬를 만들며 두껍게 2차 페인팅을 해주었다. 여기서 류정순 씨가 전하는 팁 하나. 2차 페인팅 때 예그리나 엠보스를 두껍



Yegreena Emboss

<http://blog.naver.com/peanut0723>

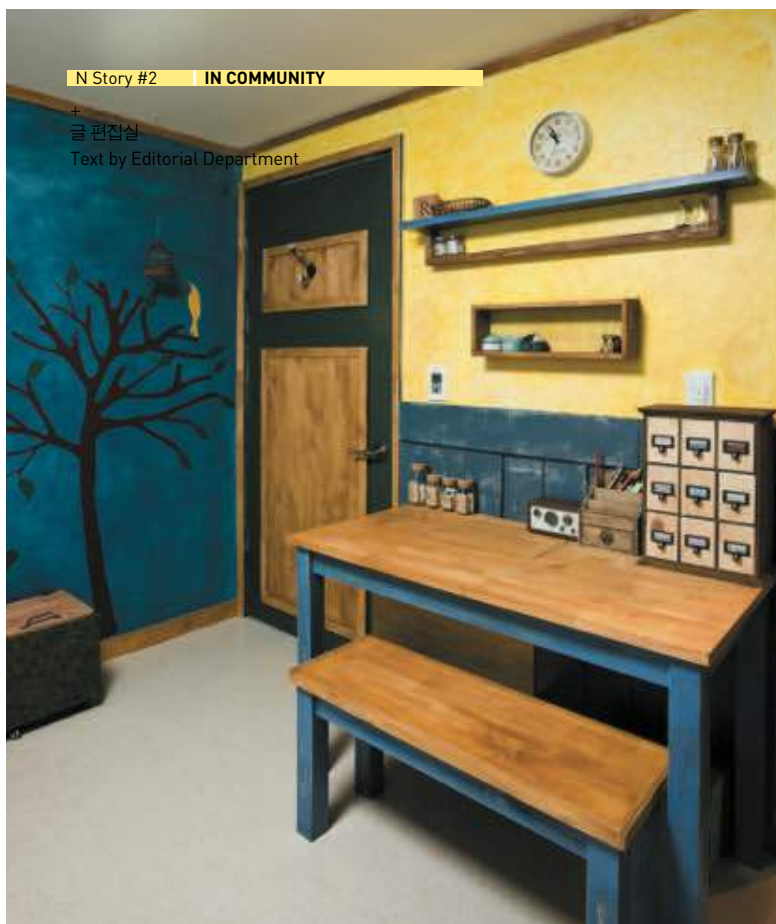
게 바르고 난 후 흙손이나 병 뚜껑 등의 소재를 이용하면 무늬를 만들기가 좀 더 용이하며, 텍스처 브러시를 가지고 세로로 긁어 내리면 스트라이프 무늬의 벽면을 꾸밀 수도 있다.

류정순 씨는 거친 느낌의 무늬가 그대로 말라 색다른 표정을 가진 벽면을 연출하는 역할을 해 주기 때문에 무엇보다 무늬가 잘 살아나도록 신경 써가며 엠보스를 발랐다고 한다. 엠보스가 다 마른 후에는 엠보스 클리어로 싱그러움 봄의 화사함을 더해 줄 푸른 색으로 벽을 메워주었다. 아주 묽기 때문에 스펀지에 적시어 쓱쓱 문질러가며 발라주었는데, 금세 마르기 때문에 발라지는 모양을 살피가며 칠해주는 것이 중요하다.

“집안에 누구나 꿈꾸는 이국적인 벽을 만들어 보고 싶었어요. 그러던 중 알게 된 노루의 예그리나 엠보스는 벽면 활용도도 높고 초보자의 경우도

붓 하나만으로 회벽의 느낌을 낼 수 있을 만큼 쉽게 칠할 수 있어 좋더라고요.” 류정순 씨는 현관 전실에 칠한 ‘예그리나 그레놀’이 그레놀 프라이머를 바른 후 컬러키트를 섞어 원하는 색을 만들어주는 제품이라 무엇보다 다양한 색을 만들 수 있어 좋았다고 전한다. 몽글몽글한 알갱이 형태로 되어 있어 벽에 칠하고 어느 정도 시간이 지나면 손쉽게 회벽의 느낌을 낼 수 있기 때문에 페인팅 작업에 솔솔한 재미를 느낄 수 있다고. 류정순 씨 집의 첫 인상이 되는 현관 전실은 예그리나 그레놀로 마치 카페처럼 멋지게 꾸며졌다.

류정순 씨의 집 꾸미기 노하우의 산실인 작업 공간 겸용 베란다의 벽면은 ‘예그리나 스웨이드’로 시공했다. 스웨이드의 느낌을 더욱 잘 살려주고 페인트의 색을 잘 살려주기 위해 에센스를 발라주었는데, 가구에 페인트



가 잘 칠해지도록 젯소 칠을 하는 것과 같은 원리라고 한다.

“처음 페인팅을 하는 분들이 가지는 가장 큰 고민이 붓 자국이 너무 선명하게 남는다는 것인데요. 예그리나 스웨이드는 붓 자국을 내면서 자연스럽게 입체감과 가죽과 유사한 질감을 살려주는 특징을 가지고 있기 때문에 초보 분들에게 더 없이 좋은 제품이지요.” 류정순 씨는 페인팅 느낌이 너무 부드러워 아주 손쉽게 시공할 수 있다고 덧붙인다.

예그리나 퀸 1기의 즐거움

벽지 대용 페인트를 표방한 예그리나를 이용해 더욱 아름다운 집을 꾸민 류정순 씨는 노루에서 운영하는 예그리나 퀸 1기 멤버다. 인테리어에 관심도 많고 실력이 빼어난 주부들이 주축인 예그리나 퀸에서 관심사를 이야기하다 보면 시간이 어떻게 가는 줄도 모를 정도로 즐겁다는 류정순 씨는 “예그리나 퀸 1기로 활동하면서 가장 좋았던 것은 데코스쿨에서 국내에는 생소한 다양한 페인팅 기법을 배울 수 있었다는 점이지요”라며 예그리나 퀸 1기로서의 기억을 되짚었다. 와인 스쿨, 전시회 관람 등으로 진행되는 정기모임도 좋지만 다양한 페인팅 기법을 배우고 직접 칠해볼 수 있는 데코스쿨은 인테리어에 관심을 가진 이들에게는 더 없이 좋은 기회다. 자유롭고 편안한 분위기에서 재미있게 진행되는 터라 멤버들의 참여도도 높고 수업 후에는 제품을 멤버들의 집으로 발송해 주어 직접 집에 적용해 보는 기회도 가질 수 있다. 예그리나 데코스쿨은 예그리나 홈페이지에서 신청하면 무료로 강좌를 들을 수 있다.

As more and more people choose to live in apartments, the layouts of many modern homes are becoming more uniform, regardless of the unique family makeup and needs. Furniture and fixtures can be used to



give a new look to a home, but it is not always easy to fill each corner of the apartment with unique features. The Internet is full of information on pretty home decor and bookstores offer many DIY guides, but not many know where the best home decor items are available and how to use paints.

With a host of home decor websites on the Internet, we introduce a blog that can be very helpful, especially to DIY novices. A skilled DIY'er, Ryu, Jeong-sun (Mrs.) has been named a power blogger by the Internet portal Naver for her remarkable activities with her famous blog on DIY home decor (<http://blog.naver.com/peanut0723>) called “I Love Green”. Often called by her ID “hosangmom”, Ryu is already a celebrity among homemakers interested in furniture reforming, home decor palette, and painting. Over 6,000 people visit her blog every day, especially out of interest in Ryu's recent post. The post included a picture of her bedroom with a wall decorated with “Yegreena”. We interviewed Ryu to learn how she used “Yegreena” to create an exotic atmosphere, not only with her bedroom, but also with her porch and back porch.

“Yegreena” Creates an Exotic Look

One spring day, Ryu felt the need to change the atmosphere of her bedroom that had walls covered with gold-patterned wallpaper. Her choice was wall painting. She thinks it was a wonderful choice because the color-mixing in wall painting provides a variety of colors that can be used to paint existing moldings and doors. Ryu recommends that beginners visit a paint store in person and try paint-mixing before



현관 전실에 칠한 '예그리나 그레놀' 이 그레놀 프라이머를 바른 후 컬러키트를 섞어 원하는 색을 만들어주는 제품이라 무엇보다 다양한 색을 만들 수 있어 좋았다고 전한다. 몽글몽글한 알갱이 형태로 되어 있어 벽에 칠하고 어느 정도 시간이 지나면 손쉽게 회벽의 느낌을 낼 수 있기 때문에 페인팅 작업에 솔솔한 재미를 느낄 수 있다



selecting a product, rather than buying paints on-line. Once she decided to change the decor of

her home by painting, she found "Yegreena Emboss". She applied "Emboss," which was a lot thinner than "Handy coat," to the walls and created a grained texture by applying the second coat with a brush after the primary coat set. Ryu gave a tip on painting the walls: use a trowel or bottle cap to create patterns after applying a thick layer of Yegreena Emboss for the second coat and create stripes by brushing the wall with a texture brush.

Ryu said she had carefully applied Emboss to make the pattern stand out and to allow the grained texture to give a unique look to the wall. After Emboss set, she used Emboss Clear to add refreshing green to the wall for a spring look. It was so thin and easy to apply; she just soaked a sponge in it and began applying it. She also suggested keeping an eye on the wall during application because the paint dries quickly.

"I was dreaming of an exotic wall as many were when I learned of NOROO's Yegreena Emboss. This useful paint is easy for even beginners to apply; simply use a brush to create the look and feel of a plastered wall." Ryu particularly loves "Yegreena Granule" that she used for her porch because of its color-mixing system and color kit used after applying the granule primer. The granules contained in the primer help create a plastered look on the walls and make painting fun. The porch of Ryu's apartment is painted with Yegreena Granule and looks like that of a beautiful cafe.

The back porch that Ryu often uses as her personal studio has walls

painted with "Yegreena Suede". She applied Essence to highlight the suede texture and color, the same way as she would use gesso for furniture before applying a coat.

"One of the things that worry those who try painting for the first time is the brush mark. Yegreena Suede is best for such beginners because it gives natural volume and a leather feel to the wall with the touch of a brush." Ryu also explained that its extraordinary softness made it simple to apply.

Pride of Being Yegreena Queen

Ryu was able to successfully decorate her apartment with Yegreena after attending NOROO's 1st Class of the Yegreena Queen Course. Ryu loves talking about home decor with other "Yegreena Queens", the homemakers interested in and skilled at home decor. She said, "What I liked most about being part of the course was the Decor School that taught me a variety of new painting methods."

Of course, the course offers a variety of other enjoyable activities like wine tasting and exhibitions, but the Decor School is the most special program because it gives home decor DIY'ers a wonderful learning opportunity. The free and comfortable atmosphere of the school helps its participants become fully involved. Attendees can also receive NOROO products at home for personal application. The free Decor School is available to anyone applying on Yegreena's home page.

+
글 편집실
Text by Editorial Department



NOROO그룹의 해외 첫 법인기업인 득채(상하이)도료유한공사. 드넓은 중국시장에서 성장하기 위해 성장통을 겪고, 실패를 발판 삼아 재도약을 꿈꾸고 있다. 한결 같은 마음으로 최선을 다하는 득채(상하이)도료유한공사를 재조명해 보았다.

DPI (Shanghai) Co., Ltd. is the first entity the NOROO Group has established outside Korea. The growing pains it has experienced have better equipped the company for the future. The company's consistent efforts have also helped it look forward to a successful tomorrow.

선택과 집중을 통한 성장 추구, ‘득채(상하이)도료유한공사’

DPI (Shanghai) Co., Ltd. Leads Chinese Market





특채(상하이)도료유한공사는 올해 분주함에서 시작되었다. 이명희 총경리의 부임으로 공장 내에 활기가 불기 시작했다. 중국시장 진출 후 성장통을 앓은 기간이 길어서인지 몰라도 특채(상하이)도료유한공사의 이번 활기는 더더욱 기대감에 차있다. 특히 세계를 이끄는 인재로 구성된 윤정국 기술부장, 차외권 부장, 김성욱 생산부장, 김민수 영업부장, 김형섭 북경영업소장 (현지 직급을 표기함) 등 주재원들의 역할과 앞으로의 포부가 새로운 기대감과 어울려 더욱 빛나 보였다.

중국시장의 현 상황과 어려움, 그리고 변화에 따른 대처방안

최근에는 중국의 시장 흐름이 동쪽에 있는 자원을 서쪽으로 이동시키는 형상이다. 천연가스, 유전 등 사천성 쪽에 지진 이후 재개발을 위해 이동해 가는 추세이며, 이와 더불어 산업들이 이동을 하고 있다. 하지만 중국시장은 영업적으로 봤을 때도 한마디로 표현 하기 어려운 시장이다. 중국의 개방에 따라 시기별, 지역별로 발전의 정도와 해외 기업들의 진출에 차이가 많이 나는 편이다. 그렇기에 중국시장은 한마디로 정의 내릴 수 없다는 결론을 내릴 수 밖에 없다.

중국시장은 수많은 외자기업들의 진출과 중국업체의 급성장으로 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이에 대응하기 위한 특채(상하이)도료유한공사의 전략적 대응이 시급한 시기이다. 특채(상하이)도료유한공

사는 현지화를 위하여 내부적으로는 노조 형성을 하여 제도를 협의하여 결정하고 있으며 본사 교육을 통해 교류를 갖고, 기술자를 현지 채용하여 중국시장에 접근성을 높이고 있다. 특히 북경 올림픽을 전후하여 중국 정부의 강화된 환경정책에 대응하기 위해 환경안전, 소방, 환경보호 등에 중점을 두고 교육 및 제도를 강화하고 있으며 이에 맞게 교육 및 운영을 본사와 유기적으로 협력 관계를 유지하고 있다. 이외에 중국 현지에 맞추어 중국시장에 맞는 기업으로 발돋움하기 위해 독자적인 운영 계획 및 프로젝트를 개발하고 있다.

김성욱 부장은 “우리의 전략은 중국에서 통하는 상품 중에 저희가 제일 자신 있고 좋은 제품을 저렴한 가격으로 판매하는 것이 전략”이며 “PCM도료 판매 및 대형 철강사 위주로 납품하여 수금을 담보할 수 있는 곳을 지향하는 것” 이라고 말했다.

장기 미수채권 우려가 없는 L/C거래가 아니기 때문에 영업사원의 인맥과 영업력을 중심으로 움직이기에 어려움이 많다고 한다. 특히 안정되고 진실한 기업을 선별하기 어려움이 있어 납품처 선별에 주의를 기울려야 한다고.

특히 특채(상하이)도료유한공사의 경우, 개인적인 인맥을 가지고 고객감동을 주는 방법으로 영업을 하고 있기 때문에 더더욱 영업 및 서비스에 심혈을 기울려야 한다. 이와 더불어 내부적인 커뮤니케이션

역시 놓칠 수 없는 중요한 포인트이다.

국내와 비교하여 이곳에서 업무와 마인드는 어떻게 달라지냐는 질문에 차외권 부장은 “현지인과 국내 직원과의 관계 커뮤니케이션이 중요하다”는 생각이 들며, 그것이 기업이 성장하는 요건 중에 하나이다”며 “현재 주재원들의 업무 과중이나 책임은 직급 그 이상이고, 지금 이 자리를 지키는 분들은 어렵고 힘이 들지만 비교할 수도 없는 많은 업무 안에서 역량을 키우고 더 넓은 시각을 가지게 된다”고 말했다.

김민수 부장은 “적박한 중국땅에 DPI가 일찍이 독자로 들어와 오랜 문화와 독특한 경쟁력을 바탕으로, 해외 유수의 빅 도료 브랜드 경쟁사 및 중국내 코걸 도료 회사들과 시장에서 치열하게 경쟁하고 있다”고 말했다. 이에 윤정국 부장은 “우리는 스피드로 버틸 수 있으며, 고객이 필요한 점을 빠르게 대응하는 하기 위해 생산, 기술, 영업의 중요성을 파악하여 때에 맞게 잘 활용하여 장점으로 취하고 있다”고 덧붙혔다.

이명희 총경리는 “2009년 목표는 ‘Keep & New in Speed’의 정신하에 1억RMB달성과 BEP달성 이다”며 “중국 현재 직원들이 목소리를 최대한 듣기 위해 노력 중이며, 열린 마음으로 중국 직원들을 보는 것이 중요하다”고 했다. 또한 “우리가 가진 약점을 빠르게 보완하고 강점이 될 수 있는 부분을 최대한 부각시키는 것이 중요하다”며 “건축용 도료는 프로젝트별로 진행하여 현재 우리가 가진 자원으로 효과를 극대화 할 예정이며, 특히 철강사를 고객으로 하는 공업용 도료인 표면처리제 제품이 득채(상하이)도료유한공사가 집중할 아이템으로 위촉된 세계경제 상황과는 달리 중국 내수시장에 대한 기대가 크기 때문에 시장에 대한 전망은 낙관적입니다. 향후 표면처리제 제품을 중국 4대 철강사(보안강철, 무한강철, 안산강철, 마안산강철)에 공급하기 위해 전력을 다할 것이다”라고 말했다.

김민수 부장은 마지막으로 “가장 경쟁력을 갖춘 시장 선호 제품의 합리적인 선택 이후, 당사가 가진 핵심역량을 창조적으로 어떻게 신속히 시장에 적용할 수 있을까? 하는 것이 성공의 관건이라고 생각합니다. “법인의 단시간내 독자 운영을 위해서는 가장 경쟁력을 갖춘 제품의 선정과 이에 대해 신속한 기술지원이 이루어져, 중국 내수 시장을 확보할 수 있다면 우리가 계획한 목표에 가장 신속하게 도달할 수 있을 것이다”고 라고 말했다.

하지만 득채(상하이)도료유한공사는 이제 이명희 총경리의 부임으로 이미 많은 부분 개선되고 있으며, 각자의 맡은 역할 이상의 노력으로 최선을 다하는 윤정국 기술부장, 차외권 부장, 김성욱 생산부장, 김민수 영업부장, 김형섭 소장. 이들이 있어 득채(상하이)도료유한공사의 미래가 더욱 밝은 것은 아닐까.

DPI (Shanghai) Co., Ltd. had a busy start this year. The recent inauguration of General Manager Lee, Myung-hee brought some new energy to plant operations. This new atmosphere is especially reinvigorating because of the long period of trial and error the



이명희 총경리는 “2009년 목표는 ‘Keep & new in Speed’ 이다”며 “현재 직원들을 교육시켜 귀가 되어주고 목소리가 되어주길 바라는 것이 방법론이며 현재 우리는 들을 수 있는 귀가 제한되어 있다”고 했다.



+
글 편집실
Text by Editorial Department



GM Lee, Myung-hee explained, “Our goal for 2009 can be summarized “Keep & New in Speed” and we are working to reach a turnover of 0.1 billion RMB and BEP. We keep our hearts open to what our Chinese partners have to tell us and pay attention to their feedback.”



company experienced after launching operations in China. The important role played by the selected talent sent here is also having a positive influence on the outlook. This dream team includes the Technical Managers Yoon, Jeong-guk and Cha, Woi-gwon, Production Manager Kim, Seong-uk, and Beijing Office Manager Kim, Hyeong-sub (positions currently held in China).

Present Situation and Challenges in China and Solutions

China is presently seeing the movement of resources from the east to the west. Since the devastating earthquake in Sichuan Province, natural gas and oil production facilities are being repositioned to other areas, and relevant businesses are following them. However, China is such a complicated market that it cannot be described in definite terms. The degree of participation of foreign corporations and their level of success depend largely on the timing and region. Therefore, China cannot be defined in a single phrase.

The Chinese market is becoming more and more competitive with the increasing participation of foreign businesses and rapid growth of local businesses. DPI Shanghai finds it necessary to respond to this with a solid tactical approach that includes making

a system for a labor union, sending its members to the Group HQ for training and exchange, and employing local experts to increase its presence and relevance in the local market. It is reinforcing its training offerings and systems with an emphasis on environmental safety, fire-prevention, and conservation to meet the Chinese government's environmental policies that are now more rigorous than before the Olympics and keeping in close contact with HQ. However, some independent operations and projects are being either planned or developed for the company to be a “truly Chinese” business.

Manager Kim, Seong-uk explained, “Our foremost strategy is to offer products that have the greatest Chinese appeal at low prices. We focus on promoting PCM paints and products for reliable customers including large steel companies.”

The company is experiencing many challenges since its business is not secured by the use of L/C's and largely depends on the networking and promotional skills of its sales resources. It is difficult for the company to be sure of the buyer's ability to pay and it requires a great deal of caution in deciding whether or not to pursue business with a particular customer.

DPI Shanghai finds it challenging to maintain its sales and service



standards since it has always had a goal of touching the hearts of its customers with personalized services. Internal communication is another key issue for the company in China.

We asked Manager Cha, Woi-gwon what was unique about working in China. He answered, "I think in China, it is important to help Korean and Chinese staff interact and communicate better, which is crucial to our development." He added, "Although the staff members sent from Korea are required to deal with more responsibilities and a heavier workload in China, those who survive these challenges will have their capabilities enlarged and deepened."

Manager Kim, Min-su said, "DPI experienced many difficulties in this land of mystery, but it has ample experience and a competitive edge and is confidently competing with other local and international paint makers." Manager Yoon, Jeong-guk also noted, "Our strength is speed; we promptly apply what we learn about our customer's production, technical, and sales needs to maintain our speed."

GM Lee, Myung-hee explained, "Our goal for 2009 can be summarized 'Keep & New in Speed' and we are working to reach a turnover of 0.1 billion RMB and BEP. We keep our hearts open to what our Chinese partners have to tell us and pay attention to their

feedback." She added, "It is important to overcome our weaknesses and leverage our strengths as fast as we can. We will pursue projects for architectural coatings to make the best use of our current resources and focus on our steelwork customers and their needs for surface treatment products. We are optimistic about the future because the local Chinese market is promising, quite contrary to the global outlook. We will focus our promotional efforts with surface treatment products on China's 4 major steel makers."

Finally, Manager Kim, Min-su said, "I think the key to success lies in getting the answer to our pressing question of how to apply our most favored products to the local market in the most creative way possible." He added, "If our company is to have more independent operations, we need to select the items that have the greatest appeal to the local market and focus on enhancing them technically. Then we will have a stable local market share and reach our goals very soon." With the new GM inaugurated, DPI Shanghai is seeing many improvements. Also, the work done by its dream team - Technical managers Yoon, Jeong-guk and Cha, Woi-gwon, Production manager Kim, Seong-uk, and Beijing Office Manager Kim, Hyeong-sub - is making its future more promising.

“중국시장에서 이겨내야 세계시장에서 승리할 수 있습니다”

“We need to be successful
in China to be successful
in the world”



Interview 01_한상용 동사장

DPI President Hahn, Sang-yong

중국시장과 한국시장의 분석과 득채(상하이)도로
유한공사의 미래와 전망은?

현재 한국시장은 포화상태이며, 중국시장은 한국의 제2의 내수시장화 된 곳입니다. 한국에서 기술력에 의한 인지도와 브랜드 파워를 가지고 한국시장에서 커 왔지만 중국에서는 국내의 우수기업뿐만 아니라 해외 우수기업들까지 경쟁을 해야 되기 때문에 쉽지 않은 시장입니다. 이미 구미, 일본 해외 우수 동종 기업들은 M&A등을 통해 중국의 기존 기업들을 지배하고 있어 낙후된 중국 도로 시장에서의가 아니라 이미 선진화된 유럽이나 미국에서 사업을 하는 셈 입니다. 그렇기에 향후 해외사업에서 성공하기 위해서는 일단 중국시장에서 성공체험이 필요하다고 하겠습니다.

이 시기에 우리가 실천해야 하는 부분은 중국내에서의 더차이 위상을 다시금 깨닫고 노루가 초창기에 한강변에서 바니쉬를 끓이던 초심을 본받아 중장기적 전략하에 각자 맡은 업무에서 최선의 해결방안을 추구하는 자세를 견지하는 태도를 갖추는 것이라 하겠습니다.

중국직원들에게 배울 수 있었던 것은?

어려움을 감내하는 인내력을 배울 수 있습니다. 중국직원들은 현재 득채(상하이)도로유한공사가 설립할 시기부터 같이 일한 직원들이 주축이 되어 어려운 환경 속에서도 NOROO그룹을 믿으며 각자 충실하게 중국내 실정에 맞는 의견을 개진해주며 회사 발전에 기여하고 있습니다. 국내 직원들과는 다른 또 다른 집념과 인내심으로 NOROO그룹 안에 또 다른 NOROO 기업문화를 만들어 가고 있습니다.

노루인들에게 전하실 말씀은?

이미 언급 드렸지만 한국시장은 성숙된 시장으로 해외로 필히 진출해야 한다면 중국시장에서의 사업 성공이 노루 브랜드가 세계로 뻗어나갈 수 있는 제1차 관문이 되겠습니다. 그만큼 중요한 시장이라는 것을 인식하여 기술력을 통한 브랜드 제고에 모두가 매진하는 것이 중요하다고 봅니다.

해외사업은 꺾임이 형태가 아닌 휘몰이 형태로 이루어져야 한다는 점에서 더차이에 대한 본사의 배전의 이해와 지원을 부탁드립니다.

How do you see the Chinese and Korean markets and what do you think the future holds for DPI Shanghai?

The Korean market is already fully developed and the Chinese market is our second home ground. We have grown in the Korean market based on our technical competence and brand power, but extra work is required to continue growing in China, where both Korean and international corporations are fighting for market share. Our American and Japanese competitors have acquired many Chinese companies and are already controlling the Chinese market. In effect, they can just sit on the couch at home and expand business in China without having to deal with local challenges firsthand. So, if we are to be successful in international business in the future, we must have a successful business in China, first.

At this time, we must be aware of our true standing in China and go back to the basics we acquired as we boiled varnishes near the Han River in the beginning. Also, we need to remember our mid- and long-term plans as we seek the best solutions to our current issues.

Is there anything you learned from your Chinese colleagues so far?

I learned the importance of endurance and patience. Our Chinese staff members have stayed with us through thick and thin and made valuable suggestions for our growth, fully trusting in the NOROO Group despite some difficulties they have experienced. What makes them truly special is their strong willpower and persistence; they are creating a unique Chinese culture for NOROO.

Do you have any words for other members of NOROO?

As I have said earlier, the Korean market is fully developed and it is crucial for us to succeed in China for better results in our international business. Given the importance of this market, I would like to encourage you all to participate in sharpening our technical edge and enhancing our brand reputation. Doing business in a foreign country requires taking root in the local area; it does not happen in a day. So, the Group's support and understanding are more than appreciated.



상하이 득채(상하이)도료유한공사에
총경리로 부임하게 된 후 소감은?

‘정말 나같이 운이 좋은 사람이 없구나’ 하며 감사 했습니다. 득채(상하이)도료유한공사를 거쳐간 많은 선배님들께서 든든한 기반을 갖춰 주셔서 득채(상하이)도료유한공사는 이미 어느 정도 성장을 한 상태입니다. 이제 저는 정한 방향으로 전진하기만 하면 되기 때문에 그런 생각이 들었습니다. 제가 이곳에서 와서 그 동안 고전을 면치 못한 득채(상하이)도료유한공사를 분석한 결과 이유는 단 하나! 성공에 대한 경험이 부족하기 때문이었다고 생각합니다. 고통의 반대는 기쁨이 아니라 ‘무고통’입니다. 고통은 성공으로 가기 위해 반드시 겪어야 할 과정이지 실패가 아닙니다. 이제 우리는 실패라고 생각했던 고통들을 성공으로 가기 위한 발판으로 삼을 것입니다. 우리는 이제 성공만이 남았습니다. 앞으로 득채(상하이)도료유한공사는 5년 내 중국 도료 시장의 어느 한 분야에서 반드시 1위를 할 것입니다. 그리고 저는 이 목표가 절대 실현 불가능하다고 생각하지 않습니다.

저는 득채(상하이)도료유한공사의 중국 직원들의 순수 열정을 믿습니다. 그리고 그들로부터 많은 것을 배우고, 저의 나태함과 방종을 반성하기도 합니다. 저는 득채(상하이)도료유한공사 중국 직원들이 이유 없이 좋습니다. .”

2009년 목표와 향후 계획은?

세계시장이 생각보다 어려워진 것은 사실이며, 중국 시장만이 빠르게 회복될 수 있는 가능성이 있다고 생각합니다. 득채(상하이)도료유한공사는 2003년부터 투자를 시작하여 지금의 생산기지를 갖출 때까지 단계단계 배운 것이 참 많았던 회사이며, 그러한 수업을 통해 얻은 노하우를 활용하여 자신 있는 한 분야에 집중하는 것이 중요하다고 생각합니다. “영업의 집중화와 생산의 효율화”만이 우리가 살 수 있는 길입니다.

특히 PCM도료 및 표면처리제를 중점으로 주요 철강사와의 거래를 높이는 게 득채(상하이)도료유한공사의 목표입니다. 이를 위해 현재 중국 4대 철강사를 공략 중에 있으며 득채만의 영업 방식으로 4대 철강사에 최대 공급상이 되는 것이 목표입니다. 저는 고객과 대화를 나눌 때마다 고객에게 강조합니다. “우리 같은 회사와 거래를 하게 된 것은 당신들 복이라고, 우리 제품만 파는 것이 아니라 우리의 마음까지 함께 하기 때문에 우리와 거래를 할 수 있는 기회를 잡은 고객이 행운이라고 말합니다.” 우리 우리의 제품을 사용하는 고객을 감동시키기 위한 일이라면 수단과 방법을 가리지 않습니다.

한편, 중국 시장에서는 한국 고객은 기본입니다. 우리가 고민해야 할 부분은 중국 고객을 어떻게 공략하여 시장

을 잡느냐입니다. 이 부분은 NOROO그룹만의 축적된 고객만족 노하우를 통하여 고객감동을 통해 해결해 나갈 것입니다. 득채(상하이)도료유한공사는 “이제 성공하기 위한 준비를 마쳤고 이제 성공할 일 만이 남았습니다.”

How do you feel about beginning to work with DPI Shanghai?

When I was informed that I was going to work with DPI Shanghai, I thought, “I am the luckiest fellow in the world.” Those who worked for DPI Shanghai before me have made it a very strong organization. I thought I was lucky because the direction is already set, and all I need to do is just follow the course set before me. I tried to analyze this organization and the reason that it has had a difficult time. I think it has lacked just one thing. Its history is too short for it to experience success. The opposite of pain is no pain, not joy. Pain is something every winner has to experience and is not failure. Now we will translate the pain, which is not failure, into a stepping stone to success. Our next chapter is called “Success.” I will make DPI Shanghai the best in at least one segment of the Chinese paint market. And I don’t think this goal is beyond our reach. I believe in the effectiveness of our enthusiastic Chinese staff. I learn so much from them and realize how lazy I have been. That’s why I love working with them.

What is your goal and plan for 2009?

It is a fact that the world is experiencing a crisis, but China has unique potential to overcome difficulties. DPI Shanghai has learned from every step it has taken since its original investment in China in 2003 and is ready to leverage its experience and focus on one market segment. Focusing on sales and streamlining production is our only way for survival.

It is our goal to increase our business with major steel companies with our excellent PCM and surface treatment solutions. We are doing all we can to make China’s 4 major steel makers our customers and become their largest supplier. There’s something I tell my customers whenever I meet them: “You are lucky to work with us because we genuinely offer our best; our products are not simply goods, but our hearts.” We do everything to make our customers truly happy. Also, it is very important to satisfy the needs of Korean customers based in China. If we master the heart and mind of our Chinese customers, the market will be ours. The NOROO Group’s know-how in customer satisfaction will be an invaluable asset to us in this regard. Now, DPI Shanghai is set for success. All that remains is for us to implement our plans!

“득채(상하이)도료유한공사의 부족한 2%를 찾았습니다. 그래서 우리는 성공할 수밖에 없습니다”

“I know what DPI Shanghai can do to improve. So we’ve got to be successful.”



Interview 02_이명희 총경리
General Manager Lee, Myeong-hee



대한코일코팅(주)의 든든한 파트너, 세상을 아름답게 만드는 철의 힘,

(주)세아제강 군산 공장

Daihan Coil Coating Finds Reassuring Partnership In Seah Steel Corp.'s Gunsan Plant that Makes the World Better with Steel

우리가 사는 집, 우리가 타는 자동차, 우리가 쓰는 생활용품들 구석구석에 철이 숨어있다. 철은, 강하지만 부드럽게 우리 삶을 감싸고 있는 필수 요소다. (주)세아제강은 1960년 '부산철관 공업주식회사'라는 이름의 대한민국 최초의 강관 회사로 출발해 1960년대부터 국내 최초로 강관 수출을 시작했고, 1996년 1월 (주)세아제강으로 다시 태어났다.

유래 상쾌 통쾌, 군산 공장 이상무!

세아란 이름에는 '세상을 아름답게'라는 뜻이 담겨 있다. 부드럽고 아름다운 이름의 뜻은 강하고 무겁고 거칠 것 같은 철강회사의 편견을 단숨에 날려준다. 이름처럼 세상을 더욱 아름답고 편리하게 만든다는 사명과 믿음이 (주)세아제강을 이끌어가는 힘이다. 일터의 분위기 좋은 (주)세아제강이지만, 그 가운데서도 군산 공장은 '즐겁고 유쾌한 일터'라는 면에서 남다른 면을 자랑한다.

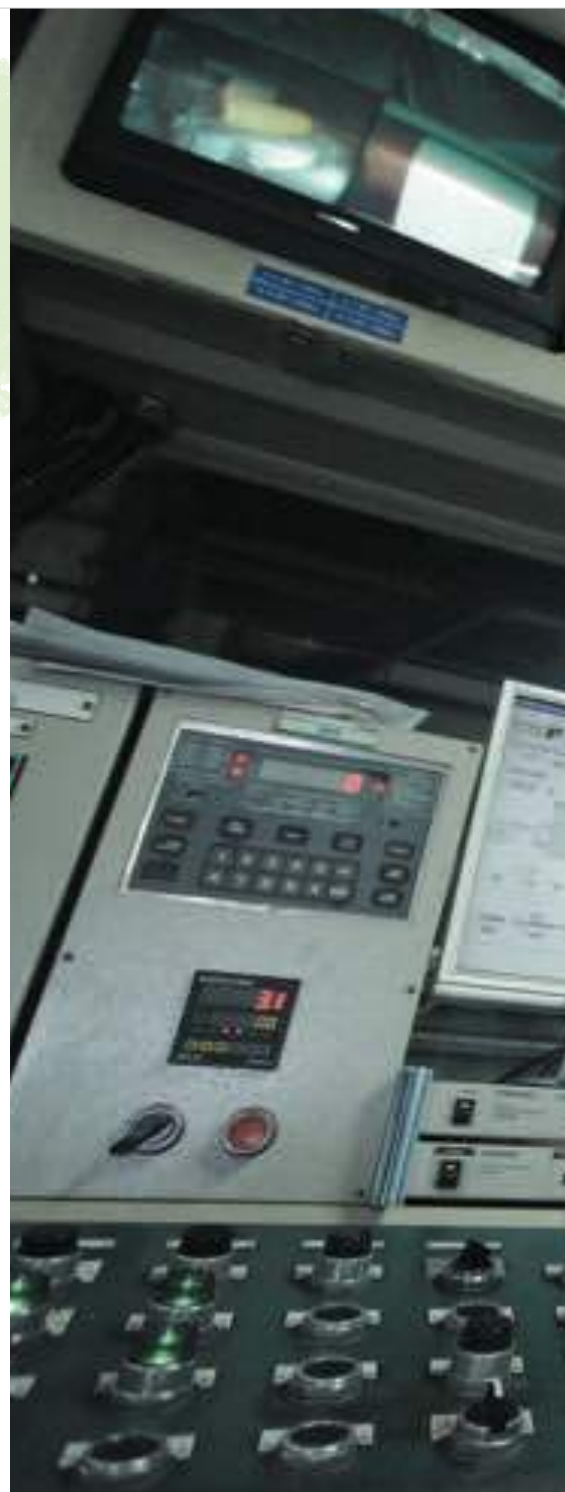
군산 공장만의 차별화된 장점이자 특징은 독특한 문화와 분위기를 갖고 있다는 것. 평균 나이 31.5세라는 젊음도 활력에 한몫 단단히 하고 있지만, 무엇보다도 군산 공장을 차별화시키는 것은 활성화된 TPM(Total Productive Maintenance, 회사 전체를 통틀어 행하는 생산 보전 활동)제도다.

TPM은 달마다 공장장 주재로 모든 직원들이 모여 그 달의 경영 성과를 설명하는 자리인데, 매출과 원가 등을 솔직하게 공개하고 있다. 간부사원에서부터 신입사원에 이르기까지 모든 직원에게 공장의 정보가 투명하게 공개되고, 상하 구분 없이 중요한 정보를 공유한다는 것은 폐쇄적인 기업 문화에서는 상상할 수 없는 일. TPM 덕에 직원들은 군산 공장의 현황을 정확히 알게 되고 사명감과 책임감을 더 갖게 된다.

김후동 생산팀장은 "사람과 설비의 체질 개선을 통해 기업의 체질을 개선하는 것이 군산공장 TPM의 가장 큰 목적"이라고 강조한다. 시행 3년 째, TPM은 점차 눈에 보이는 성과를 보이고 있다. 품질 안정화와 시스템의 조기 정착을 목표로 한 그 노력은 지금도 계속 이어지고 있다.

후발 주자의 약점을 강점으로 바꾸는 힘

(주)세아제강은 1998년 컬러강관 생산을 시작한 이래 2007년에는 컬러강관 누적 판매를 1백만 톤을 달성했다. (주)세아제강 군산 공장은 연간 50만 톤 규모의 PO 강관, 30만 톤의 미소둔강관, 30만 톤의 아연도금강관, 15만 톤의 컬러강관 생산능력을 갖춘 공장으로, 주력 상품은 산세강관, 아연도금강관, 컬러강관 등이다. 2008년 매출 3천4백억 원을 달성했고 2009년



The Gunsan Plant of Seah Steel Corp., one of Korea's leading steel corporations, provides a pleasant workplace for many. We visited Gunsan to meet this company's partners who have backed up and supported Daehan Coil Coating.

국내 손꼽히는 철강 전문기업인 (주)세아제강 군산 공장은 '철든 사람들'로 복직이는 유쾌한 일터다. 짝조름한 바다 내 가득한 군산에서 대한코일코팅(주)의 든든한 파트너들을 만났다.



HAPPY PARTNER

에는 4천억 원, 2010년에는 5천억 원을 목표로 삼고 있다. 해마다 매출액 10%, 영업이익 20% 성장하는 것이 군산 공장이 세운 사업 목표의 큰 그림.

(주)세아제강의 강점과 약점은 한 뿌리에서 출발한다. 약점은 판재 사업을 뒤늦게 시작한 후 발업체로서 시장의 인지도가 아직까지는 다른 회사들에 비해 약하다는 것. 다른 철강 회사들에 비해 늦게 컬러 강판 생산에 뛰어들어 출발이 30년 정도 출발이 늦었기 때문에 따라잡기 위해 그만큼 노력해야 했다. 강점 또한 여기서 나온다. 늦었기에 그만큼 노력하고, 젊은 직원들의 의욕과 열정은 다른 회사들이 생각하지 못했던 효과를 불러일으키기도 한다.

“군산 공장의 기본 모토는 ‘가족 경영’입니다. 모든 직원이 한 가족처럼 일하고 생각하고 합심하는 것이죠. 전 직원들에게 스스로 노력할 수 있는 동기를 부여하고 있습니다.”

김후동 생산팀장의 말처럼 군산 공장의 모든 직원들은 ‘품질, 환경, 안전’이라는 세 가지 목표 아래 힘을 모아 내고 있다.

대한코일코팅(주)와 함께 더 큰 미래를 꿈꾸다

대한코일코팅(주)와의 인연은 1998년으로 거슬러 올라간다. 처음 컬러강판을 시작할 무렵 대한코일코팅(주)와 인연을 맺게 되었고 그 인연은 지금까지 죽 이어지고 있다. 군산 공장의 전체 페인트 구매량의 대부분을 대한코일코팅(주)가 차지하고 있을 정도로 대한코일코팅(주)에 대한 신뢰는 높다. 김후동 생산팀장은 대한코일코팅(주)의 장점으로 ‘앞선 기술력과 빨 빠른 대응’을 꼽는다.

“대한코일코팅(주)은 그 동안 여러 철강회사를 겪으면서 다양한 경험을 쌓았고, 그 방면의 노하우를 키워왔습니다. 그래서 여러 사업적 상황에 대한 대응이 무척 빠릅니다. 또한 기술 면에서도 다른 회사보다 앞서 있죠. 안정적인 품질 관리 수준도 믿음직스럽습니다.”

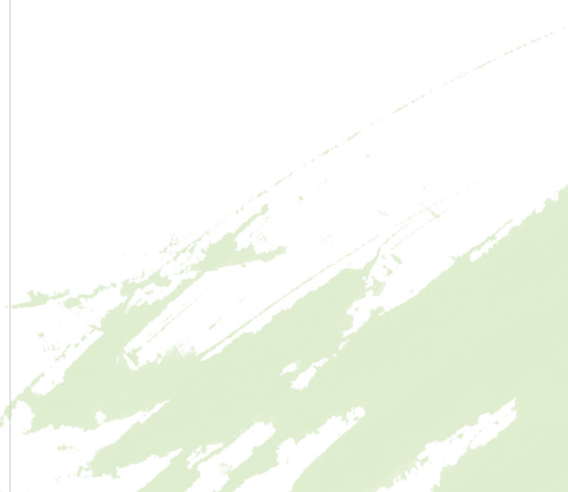
대한코일코팅(주)에게 바라는 점이 있다면, (주)세아제강 군산 공장의 약점을 극복하는 데 대한코일코팅(주)가 더 많은 힘을 보태주는 것이다. 시장을 앞서가기 위해서는 결국 좋은 품질로 승부할 수밖에 없고, 그러기 위해서는 더 좋은 기술을 개발해야 한다. 바로 그 길에 대한코일코팅(주)가 함께 해주기를 바라는 것. 페인트로 맺은 끈끈한 인연. (주)세아제강 군산 공장 과 대한코일코팅(주)의 아름다운 동행은 계속 될 것이다.

The house we live in, the vehicle we drive, many of the commodities we use every day would not exist without steel. Steel is a robust, yet essential element that makes our life convenient. Seah Steel Corp. was established in 1960 as “Busan Iron Pipe Manufacturing Co., Ltd.”, Korea’s first iron pipe manufacturer. It also became the first Korean company to export steel pipes in the 1960’s and was renamed “Seah Steel Corp.” in January 1996.

Good, Excellent, Brilliant Gunsan Plant

The name “Seah” was taken from a Korean phrase meaning “make the world beautiful”. The tender and beautiful image emanating from this name contrasts with what many expect from a steel company to resemble. The power that pushes Seah Steel Corp. ahead comes from its commitment to and belief in making the world a more beautiful and a more convenient place to live. All of Seah’s workplaces are satisfactory places to work, but the Gunsan Plant is particularly famous for being an ideal place to work. One of the unique strengths of the Gunsan Plant is its positive culture and atmosphere. The average age of its team is only 31.5 years, which means they have abundant youthful energy. What really differentiates it, however, is the TPM (Total Productive Maintenance) system, which is implemented throughout the company.

The TPM system provides all members with an opportunity to gather and learn about the plant’s business results of the past month, which is made more special as the turnover and cost details are openly shared.





All members of the plant, from new hires to executive officers, have transparent access to the plant's information, regardless of the position they hold. It would be an impossible practice in a highly hierarchical organization. Thanks to TPM, the members of the Gunsan Plant are accurately informed of the plant's current situations and are strongly motivated to work more responsibly. As the Production Team Leader Kim, Hu-dong stresses, "The most important objective of the TPM system used by the Gunsan Plant is to improve human resources and equipment quality so that ultimately, the entire organization's quality is enhanced." Although it has been only 3 years since its start, TPM is producing tangible returns in quality stabilization and systemization.

Power that Turns Weakness into Strength

Seah began producing colored steel plates in 1998 and by 2007 was the market leader. Seah's Gunsan Plant is capable of manufacturing 500K tons of PO steel plates, 300K tons of full-hard plates, 300K tons of galvanized steel plates, and 150K tons of colored steel plates. Its main products include PO, galvanized, and colored plates. Having celebrated a turnover of 340 billion KRW in 2008, it expects to see its turnover increased to 400 billion KRW in 2009 and 500 billion KRW by 2011. The Gunsan Plant has a goal of growing 10% in turnover and 20% in operating profit.

Seah's strength and weakness share a common cause. To mention its weakness, the company began manufacturing steel plates later than its competitors and is still less well known to customers. Its history of colored steel plate manufacturing began 30 years later than its competitors, which required Seah to work harder to overcome. This weakness, however, has also worked for the good of the company. Aware that they had no time to waste, its young partners have worked with enthusiasm and passion, which has often resulted in production that exceeded expectations. As the Production Team Leader Kim, Hu-dong puts it, "Our motto is to work as a family. We work as a family, think as a family, and help each other as a family. This kind of mindset motivates all of us to work hard individually." The Gunsan Plant's partners continue to work conscientiously each day considering "Quality, Environment, and Safety" as their priorities.

Dreaming of a Bright Future with Daihan Coil Coating

Seah's partnership with Daihan Coil Coating had its start back in 1998, when Seah began its colored steel plate business. This partnership is still sound and robust. The Gunsan Plant displays a strong confidence in Daihan Coil Coating, buying most of the paint it needs from Daihan Coil Coating. The Production Team Leader Kim, Hu-dong cites "advanced technology and agility" as Daihan Coil Coating's most remarkable strengths. He said, "Daihan Coil Coating has accumulated a lot of experience working with a number of steel companies and is highly competent in this regard. That enables Daihan Coil Coating to respond agilely to business situations. Also, it is a company of superior competence in comparison to other companies. Their reliable quality management merits our trust."

The Gunsan Plant of Seah Steel Corp. hopes that Daihan Coil Coating will give more support to help it surpass its current limitations. Quality determines market leadership, and high quality is attainable only with advanced technology. Seah hopes that Daihan Coil Coating will continue to support its pursuit of technical advancement. Both companies have worked together to form strong ties between them based on coating and will continue to support each other in their partnership for success.

DREAMING OF
A BRIGHT
FUTURE WITH
DAIHAN COIL
COATING

한결같은 믿음과
신뢰로 이어온
40년 역사,

(주)대원실업

Daewon Industrial and
NOROO Cherish
Their Forty Years of Trust

HAPPY PARTNER



가장 가까운 관계라는 부부조차 40년을 해로하는 것은 어려운 일이다. 이해득실에 따라 부박하게 흐르는 세태, 믿음과 신뢰라는 말은 점점 희미해지고 있다. 40년 전통의 노루 특약점 (주)대원실업과 노루의 인연이 아름다운 것은 바로 이 때문이다.

It is often rare even for a marriage with the union of two lovers, to last 40 years. Today, business relationships are losing integrity; trust and confidence are easily ignored. This trend makes the 40-year relationship between NOROO and Daewon Industrial Co., Ltd., NOROO's agency even more special.

경북 포항시에 자리 잡은 대원실업. 정문에 걸린 특약점 개설 40주년을 축하하는 현수막이 손님들을 맞는다. 경상북도뿐 아니라 전국을 통틀어서 이토록 오래 노루와 이어진 인연은 보기 드물기에, 대원실업과 노루의 40년 인연은 더욱 뜻 깊다. 한결같은 믿음과 신뢰로 포항 페인트업계의 선두를 유지하고 있다.

끊임없는 노력으로 이룬 1등

원태랑 (주)대원실업 대표는 예나 지금이나 끊임없이 노력하고 공부한다. 그것이 바로 최고를 놓치지 않는 비결이다.

“신제품이 나오면 지금도 팸플릿을 꼼꼼히 읽으며 공부를 합니다. 페인트를 잘 알아야 고객에게 자신 있게 설명할 수 있으니까요. 특약점은 본사와 소비자를 연결하는 다리의 역할을 해야 합니다. 이 다리가 튼튼해야 본사와 소비자 모두 만족할 수 있죠.”

1969년 (주)대원실업을 열기 전, 원 대표는 다른 페인트 가게에서 3년 동안 점원으로 일을 했다. 그 당시 월급 5천 원. ‘페인트’라는 이름조차 널리 알려지지 않아 사람들은 “집 칠하는 약 주세요”라고 하던 시절이었다. 결혼과 함께 자신만의 사업을 벌여야겠다고 결심한 원 대표는 노루와 함께하기로 했다. 그렇다면 원 대표는 왜 노루를 선택했을까?

“노루가 최고였으니까요. 페인트 관련 일을 한다면 당연히 노루여야 한다고 생각했습니다. 그 당시에도 지금도 노루는 최고입니다. 선택에 단 한 번도 후회가 없었고, 세월이 지날수록 그 선택이 옳았음을 확신했습니다.”

대원실업이 처음 문을 열었을 때 포항에는 다른 상표의 페인트가 대세였다. 그 페인트는 노루 가격의 60%였고, 손님들은 당연히 싼 페인트를 찾았다. 이 차이를 메우기 위해 부단히 노력했고, 결국 품질 차이로 따라잡았다. 품질을 거짓말을 하지 않는다는 원 대표의 믿음이 적중한 것이다.

최고라는 이름으로 함께 하다

타임머신을 타고 역사를 거슬러가듯 까마득한 시절 문을 연 (주)대원 실업은 1970년대 새마을운동과 대한민국 산업화에 발맞춰 함께 성장했다. (주)대원실업의 역사가 곧 한국 페인트 산업의 역사인 셈. 원 대표는 놀라운 충기로 옛일을 또렷이 기억한다. 1968년에 포항제철이 생기면서 공단과의 인연도 시작됐다. 자전거로 배달하던 시절을 거쳐 리어카, 0.5톤 트럭으로 차근차근 사세를 넓혀갔다. 꿈수 부리지 않고 한 계단 한 계단 차근차근 이룬 성과이기에 더욱 값지고 보람된 성공이었다.

원 대표는 성공의 기쁨을 노루에게 돌리는 겸손도 잊지 않는다. “노루가 있었기에 대원실업이 있었고, 노루가 최고이기에 대원실업이 성공할 수 있었다”는 것. 수많은 노루의 장점 가운데서도, 원 대표는 문제가 발생했을 때 발 빠르게 대응해주는 것을 노루의 가장 큰 장점이자 강점으로 꼽는다.

“20년 이상 포항 지역 공단과 거래를 해왔습니다. 큰 공장들과 거래하다 보면 제품에 이상이 있거나 전문적인 기술자가 필요할 때가 종종 발생하는데, 그럴 때면 본사와 지점 기술진이 와서 문제를 빨리 해결해주곤 했습니다. 그래서 바로바로 문제를 처리할 수 있었죠. 이것이 바로 노루가 최고일 수 있는 힘입니다.”

더 큰 내일을 향해 댄다

이은석 건축도료사업부 대구경북지역팀 포항영업소장은 9년 동안 대원실업과 함께 해왔다. 대원실업과 노루의 인연만큼이나 이 소장 과 원 대표의 인연도 각별하다. 7, 8년을 함께 해왔기에 이제 서로 눈빛만 봐도 무엇을 원하는지 알 수 있을 정도. 원 대표는 풋풋한 신입 사원 시절의 이 소장을 때로는 동생처럼 때로는 자식처럼 아낀다. 이 소장 또한 원 대표에 대한 마음이 극진하다.

“사장님이 굉장히 치밀하고 세밀하십니다. 건적서의 자그마한 숫자 하나 틀리신 적이 없어요. 저희가 열심히 영업 뛰어서 판을 벌여놓으면 사장님이 기막힌 타이밍으로 공사를 따 냅니다. 그렇게 포항의 1인자 자리를 지켜왔죠. 한 마디로 손발 척척 잘 맞는 팀입니다.”

이 소장의 말처럼 특약점 영업소의 호흡이 워낙 잘 맞는 터라, 포항 지역 아파트에 쓰이는 페인트의 80~90%가 노루페인트의 제품이다. 가히 건축용 페인트의 최강자라 할 수 있다. 물론 이렇게 되기까지의 과정은 결코 쉽지 않았다. 원 대표는 아파트마다 여러 번 찾아가서 노루 페인트의 장점과 특징을 설명하고 설득하는 과정을 꾸준히 계속해 왔다.

“시장은 한정돼있는데 업체들의 경쟁을 더욱 치열해지고 있습니다. 본사와 특약점이 손잡고 긴밀히 움직여야 성과를 거둘 수 있습니다.” 원 대표는 다시금 노루와 대원실업의 상생과 협조를 강조한다. 서로

에 대한 믿음과 긴밀한 파트너십으로 일군 40년의 역사. 노루와 대원 실업은 굳건한 믿음과 신뢰로 경제 불황을 뚫고 나아갈 더 큰 미래를 준비하고 있다.

Daewon Industrial is located in Pohang-si, Gyeongbuk. A placard celebrating its fortieth year hangs at the entrance. Not only in Gyeongbuk but throughout Korea, its long partnership with NOROO is a rare and meaningful one. NOROO and Daewon are leading the paint industry in Pohang with mutual trust.

First Place Acquired by Hard Work

Daewon's CEO Won, Tae-rang is known as a studious and diligent person. His consistent attitude is the secret to his success.

“Whenever a new product is released, I make sure I study it very carefully. I need to be familiar with paints before I can persuade potential customers. I believe an agency is like a bridge between the supplier and buyer. Only a strong bridge can serve both sides satisfactorily.”

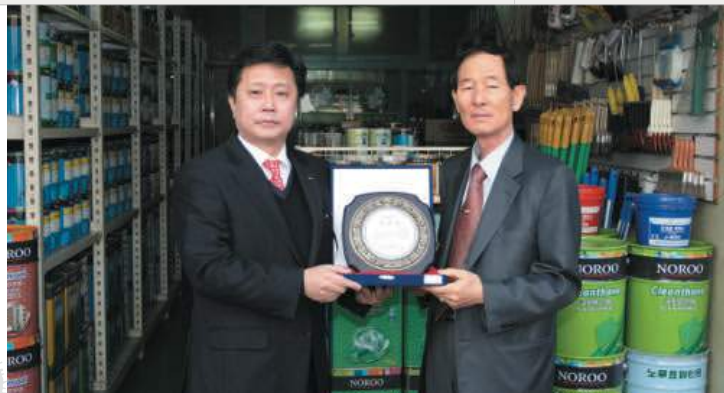
Before Won opened Daewon Industrial in 1969, he had worked for a paint shop as a clerk for three years. The salary he received every month was only 5,000 won. At that time, paint was something new to many Koreans and they often called paint “a liquid for coloring a house”. After marriage, Won decided to open his own business and his choice was NOROO. What made Won choose NOROO?

“It's very simple. NOROO was already the best. I thought I had to work with NOROO as long as I stayed in this field. It was the best as it is today. I've never regretted my decision. Rather, my confidence has grown throughout the years.”

When Daewon began, another brand was more popular in Pohang. The brand was sold at 60% of NOROO's price and customers were naturally attracted to its low price. Won worked hard to reverse that trend, and superior quality eventually won him trust. Won had always thought that quality would never betray him, and he was right.

Be the Best Together

Having been established so many years ago, Daewon grew throughout the 1970's when the Saemaeul (New Community) Movement and industrialization of Korea were in progress. Daewon's history represents Korea's history of the paint



industry. Won still remembers that time very clearly. When POSCO was established in 1968, Won began business with a newly built industrial complex. He delivered products on his bicycle at first, but his vehicle changed to a car, and then a 0.5-ton truck. He climbed the ladder slowly yet steadily, as it were, and attained an invaluable level of success.

Won is humble to attribute his success to NOROO. He said, "Daewon wouldn't have existed without NOROO and wouldn't have been successful without NOROO's best quality." Won cites the quick response to a problem as NOROO's greatest strength. "I have worked with Pohang's industrial complex for 20 years. Whenever our major customers found problems with the products or requested professional assistance, NOROO always sent technicians and engineers from HQ or branches in a timely manner. Thanks to NOROO's quick response, we were able to

tackle problems quickly. This made NOROO the best."

For a Better Tomorrow

Lee Eun-seok, head of Pohang Office, Daegu-Gyeongbuk Regional Team, Construction Paint Business Division has worked with Daewon for 9 years. He and Won are special partners, as NOROO and Daewon are. Their long partnership has brought them close. Won remembers the time when Lee first joined the company as a young man. To Won, Lee is like his own younger brother or son. Lee also cherishes friendship with Won.

"Mr. Won is very meticulous and careful. He has never made an error with an invoice. Once we succeed in attracting customers, Mr. Won appears at the right time and makes the project his own. That's how he's become No. 1 in Pohang. Our teamwork is just superb."

As Lee explained, the regional office and agency Lee and Won represent are a born team, and their efforts have resulted in the current situation in which 80~90% of all apartment houses built in Pohang are painted with NOROO products. It would be no exaggeration to say they are the masters of construction paints. Of course, this success did not happen in one day. For many years, Won has consistently visited numerous project sites to explain NOROO Paint's advantages and features and to persuade customers.

"The market is like a pie; more and more people want to take a piece. We can be successful only if the HQ and agencies really work together."

Once again, Won stressed the importance of coexistence and cooperation. The 40 precious years of history is based on trust and partnership. With this foundation intact, NOROO and Daewon are preparing for a better tomorrow beyond the current global crisis.



+ 글 김명훈 대리
(주)디피아 홀딩스 연구3실 (일본 고베 연구실)

샌드위치에 커피한잔을 마셨다. 신문 2편을 보고 잠시 눈을 감았다 떴다.
간사이 공항 도착. 비행시간으로 1시간 반. 참으로 가까운 나라임에 틀림없다.
내가 도착한 지역은 호코현 고베시. 파견근무지는 고베대학교 대학원 응용화학과 오쿠보 교수님 연구실이다.
이곳에서 1년간 폴리머 콜로이드 관련 학문을 공부하게 되었다. 처음으로 접한 일본이라는 나라, 고베라는 도시.



소중하고 귀한 시간들

Precious and Rewarding Moments in Kobe

+ Text by Kim, Myeong-hun, Assistant Manager of Research Team 3 (located in Kobe, Japan), DPI Holdings

고베라는 동네는...?



산과 바다를 마주하고 있으며 오사카 우메다(梅田)역까지 30분이면 갈 수 있는 거리에 위치하고 있다. 또한 고베는 서 일본 최초의 국제 항구도시로 19세기 말 외국에 문호를 개방한 이래 주요 무역항으로 발전해온 도시다. 도시분위기도 아시아와 유럽문화가 공존하고 있어 현대적이면서 이국적인 분위기를 느낄 수 있는 곳이다.

빵과 고베 스테이크가 유명하지만 이보다 더 유명세를 만들어놓은 것은 바로 지진이다. 1995년 1월 17일, 강도 7.2의 한신 대지진으로 고베시에 집중적으로 피해를 입혀 약 25만 가구가 파괴되고 45만 명의 희생자를 만들게도 했던 끔찍한 도시였다. 하지만 현재는 새로운 건물과 빌딩이 다시 들어선지 10여년이 넘었고 그때의 처참한 분위기는 지진 메모리얼 파크에서나 찾아볼 수 있을 뿐이다.

시내 규모는 그리 크지 않지만 고베시에서 가장 번화한 산노미야(三宮)는 매우 복잡한 분위기를 자아낸다. 젊은이들의 과감한 옷차림, 저마다 독특한 패션을 만들어내고 있는 이곳은 마치 서울 대학로의 느낌이 난다. 다이마루(大丸)백화점과 소고(Sogo)백

화점 등 대형백화점이 자리잡고 있는 쇼핑 및 교통의 중심지로 매우 변화한 거리이다. 숙소는 약 6평의 원룸. 살고 있는 동네는 시내와는 너무도 다른 분위기다. 길가에 주차되어 있는 차량을 볼 수가 없는 거리. 그러나 왠지 일본이라는 느낌이 강하게 다가오진 않았지만 귀에서 반기는 소리가 '스미마센' 뿐이라는 것을 직감했을 때 비로소 일본에 와있는 것을 깨달았다.

느끼는 것들...

사실, 일본에 오기 전 짧게 공부한 일본어이지만, '영어면 되겠지' 라고 생각했다. 하지만 언어의 필요성은 절실했다. 새로운 언어를 익히는 것은 또 다른 세상을 갖게 된다고 했던가... 나는 이번 파견의 기회를 감사히 여기면서 또 다른 세상을 내 것으로 만들기 위해 분주히 움직였다. 일본어 공부와 연구활동의 병행. 7년 만에 다시 대학이라는 곳을 마주하게 되었다. 환경은 역시 사람은 바꾸기 마련인가 보다. 공부하고 싶어졌고, 회사와는 다른 분위기에 조금 더 젊어지는 느낌을 받기도 했다.

고베대학교는 한국인, 중국인을 비롯해 동남아시아 및 미주, 유럽 등 다양한 국가에서 온 유학생들이 많이 있다. 한국인 유학생은 약 100여명에 이른다. 10대부터 40대 학생까지. 공무원, 교사 등 다양한 직업을 가진 사람들이 다시 학생의 신분으로 돌아가서 공부를 하고 있는 이들도 있다. 대부분의 20대 초반 학생들은 일본 문부성 장학생으로 4년간 국비의 지원을 받으며 공부를 한다. 그들을 볼 때 참 부럽기도 했다. 그리고 내 자신을 다시 돌아보게 해주었다. 그래도 난 내 자신의 모습이 나쁘지 않다고 생각한다. 자신의 길은 자신이 만들어 가는 것이고 그 증거는 현

재 자신의 모습에서 바로 찾아볼 수 있기 때문이다. 앞으로 내가 가야 할 길도 잘 알고 있다. 그 와중에는 다양한 선택의 길이 있겠지만 말이다. 선택한 일에 대해서 후회 없이 밀고 나가는 것이 중요하다. 선택의 책임은 본인에게 있으니 그것은 당연한 얘기일 것이다.

Globalize

내가 일본에 와있는 것은 글로벌화를 위한 여러 방법 중의 하나라고 생각하고 있다. 현재의 세계는 '글로벌'이 아니면 살아남지 못할 것 같다. 모든 곳에서 글로벌화를 외쳐댄다. 글로벌이 아니면 시작도 하지 말아야 할 것처럼. 틀린 말이 아니긴 하지만 글로벌화를 위한 준비는 본인의 마음가짐부터 출발해야 한다고 생각한다. 내가 보는 글로벌화는 조금 다르다. '글로벌화'라고 하면 우선 외국어를 잘해야 한다고 생각하지만 그 소통의 문제는 두 번째라고 생각한다.

첫 번째는 남과 다른 차이를 인정하고 이해하는 것이다. 문화가 다르고 생각새가 다르다. 언어는 물론이고 사고방식, 생활방식, 음식 등 다른 것이 비슷한 것보다 항상 많다. 일본이 그렇다. 비슷한 것보다 다른 것이 많은 나라다. 생각새는 같다.(일본인은 왠지 일본인스러운 점은 있기 마련이지만) 이들도 김치를 먹고 한국음식을 꽤나 좋아한다. 이들이 만들어내는 한국음식은 비슷하다. 기무치(キムチ)는 빨강이지만 맵지 않고 돌솔비빔밥(石釜ビビンバ)은 뜨겁지 않다. 한국음식점의 메뉴는 한국말로 되어있는 일본풍의 한국음식을 만들어낸다.

그들은 괜찮다고 하는 것을 우리 한국인이 보면 깜짝 놀란다. 한국에서는 화장실에서 청소하는 아주



머니들을 쉽게 볼 수 있다. 문과 바닥 사이로 대걸레가 쑥하고 들어와서는 땀물이 다 튀도록 짹짹 거칠게 청소를 한다. 하지만 일본에서 이보다 더한 것이 목욕탕에서 청소하는 아줌마다. 아무렇지도 않게 들어와서 거울을 닦고 바닥청소를 하고 나간다. 30분 마다 들어온다. 놀랍다. 이런 것도 문화적 차이에서 나오는 것 중 하나일 것이다.

우리는 외국인을 대할 때 우리와 다른 그들의 차이를 이해하고 인정해야 한다. 이해와 인정에서 그들과 교섭이 이루어지고 부드럽게 만남을 가질 수 있다. “그 놈들은 원래 그러니까.....”라는 말 한마디로 그들의 중요한 문화를 묵살해 버린다. 사실 알고 보면 그럴만한 이유가 있을 텐데 말이다. 영업업무 또는 기술업무를 담당하든, 외국인을 대할 때 이해와 인정하는 마음가짐을 가져야 한다.

선입견이라는 우물 안에 빠져있는 사람들이 있다. 내가 아는 한국인 중 어떤 이들이 외국인을 대하고, 외국에서 생활하면서도 문화의 차이를 인정하지 않은 이들이 종종 있다. 참 안타까운 일이다. 세상의 1%도 안 되는 우물 밖 하늘을 바라보면서 모든 것을 알고 있는 듯이 행동하고 말한다.

인정하는 마음으로 그들을 맞이하고, 차이에서 오는 것에 흥미를 느낄 때 글로벌화를 위한 첫 단추가 꿰어진다. 좋은 관계는 그렇게 시작된다고 생각한다. 비단 이것은 외국인에 국한되지 않는다. 같은 사무실의 팀원, 연구소, 모든 조직이 마찬가지다. 개성이 다르고 가치관이 다른 이들과 함께 지내며 생활하고 있다. 이해와 인정, 신뢰를 쌓는다는 것. 그것이 바로 커뮤니케이션의 시작이며 글로벌화를 위한 준비라고 생각한다. 경기침체로 직장 내 분위기가 싸늘해져 가는 요즘 따듯한 인간미가 더욱 필요한

시기가 아닌가 싶다.

또다시 무너지는 일본

2009년 일본. 1990년대 버블경제 붕괴의 악몽이 다시 떠오르고 있다. 영구불멸로 생각되던 종신고용, 연공서열이라 불려왔던 일본의 경영형태. 작년 12월 소니에서는 감원을 한다며 일반적으로 해고를 통보해왔고, 회사에 들어가려는 해고 근로자와 경비원간의 실랑이가 벌어졌다. 소니에 이어 파나소닉, NEC 등 일본 최대 전자, 가전업체에서 같은 일이 벌어지고 있다. 일본식 경영의 최대 특징 중 하나인 종신고용제가 뿌리째 흔들리고 있는 현재의 시점이다.

미국 발 금융위기의 여파는 더 이상 새로운 뉴스가 아니다. 전세계적으로 영향을 받고 있다. 우리나라도 직장인, 자영업자 등 온 국민이 IMF 보다 더 극심한 어려움에 처해 고통 받고 있다. 한편 이런 경제난을 비롯기라도 하듯이 현재 서울의 명동과 부산 일대는 일본관광객들로 넘쳐나고 있다.

비 오는 날에 우산장수는 제법 돈을 벌고 있는 중이다. 엔화 강세의 여파로 우리 수출 기업의 경쟁력은 일본기업에 비해 상대적으로 높아져 지금의 경제난이 우리기업에게는 오히려 기회가 될 수도 있다는 지적도 있다. 물론 엔화대출로 몇 배로 고생하는 기업도 물론 있지만 말이다.

위기는 늘 기회로 오는 것처럼 이번 경제위기를 잘 활용하는 지혜가 필요한 시기이다. 다시 약해지는 일본에서 좀 더 강해져야겠다는 생각이 든다. 일본이라는 나라에 대해 오랜 기간을 살지 않은 사람이 일본이 이렇다 저렇다 평가하기는 너무 경박한 발언이 될지 모르겠다. 하지만 오히려 짧게 있는

동안 느끼는 것들이 더 정확한 면도 있지 않을까 싶기도 하다. 일본의 정치, 경제, 사회, 문화 등에서 보여지는 어두운 부분들이 있다. 일본이 선진국이기도 하지만 꽤나 많은 문제점을 안고 있는 것을 어렵지 않게 발견할 수 있다.

일본의 정치환경도 매우 불안하다. 후쿠다 야스오 전 총리가 총리사직 발언을 하던 전날까지 그의 부인도 몰랐다고 한다. 현재 아소 다로의 지지율도 바닥을 치고 있는 가운데 일본 차기 총리로 유력시되는 민주당의 오자와 이치로 당대표의 불법정치자금 구설로 일본정계가 더욱 술렁이고 있다.

경제, 연금, 교육, 노후 및 북한문제 등 우리나라에서 보는 일반적 사회문제가 이곳에서도 마찬가지로 진행되고 있다. 먹살과 머리채를 휘어잡고 망치와 소화가 동원되며 싸우는 국회의원들의 모습은 보이지 않았지만 이곳 일본도 해결해야 할 문제들이 많이 쌓여있다. 하지만 단점만 보이는 것은 아니다. 그래도 일본은 선진국이었다.

노벨상 이야기

작년 10월, 과학부문 노벨상은 일본의 잔치라는 표현들을 많이 했다. 물리학과 화학상에서 4명의 일본인 수상자가 나왔기 때문이다.

선진국에서 공통적으로 발견되는 부분은 바로 과학기술의 발전이다. 일본은 2002년에 이어 이번에도 물리학과 화학상을 동시에 석권했다. 한 우물을 파는 연구자를 존중하는 풍토와 우수한 인재에 대한 집중 지원이 있었기에 가능했다는 평가가 대세를 이루고 있다.

또한 일본은 지난 1995년 향후 50년간 30명의 노벨상 수상을 배출한다는 과학기술 기본계획을 세워

+ 글 김영훈 대리
(주)디피아이 홀딩스 연구3실 (일본 고베 연구실)

국가적인 지원을 하고 있다. 이러한 부분은 참 부러운 부분이 아닐 수 없다. 하지만 한국인의 과학적 재능이 일본에 비해 전혀 뒤지는 것은 아니다. 2008년 국제 학술지 논문 수는 세계 12위이다. 논문의 질적 수준이 더 중요하지만, 오쿠보 교수님 연구실 논문 발표시 소개되는 한국 과학자의 연구논문을 보더라도 꽤 우수한 것들이 많다.

노벨상은 개인의 능력에 의존하는 것으로만은 매우 어렵고 한계가 있는 문제다. 정부의 과감한 투자와 전략. 그리고 기초과학의 육성이 중요하다. 정부가 그 역할을 확실히 해주어야 한다.

이와 같은 투자와 전략, 인재육성의 문제는 국가의 문제뿐만이 아닌 전 세계의 모든 기업에서 가장 중요시 하는 문제이다.

우리 회사도 1945년 창업 이래 한 우물을 파면서 도료산업의 대표주자로 우뚝 서있다. 앞으로도 어떤 모습, 어떤 방향으로 진화하던지 기초과학의 전략적인 성장을 위해 과감한 투자와 먼 미래를 내다보는 전략으로 임해야 할 것이라 생각한다. 응용과학은 기초과학의 뒷받침이 없이는 한계가 있기 때문이다.

발등에 떨어진 불을 끄는 것도 중요하지만 항상 먼 미래를 바라보는 시각을 갖고 연구에 임하는 것이 매우 중요하다고 생각한다.

연구실에서

현재 오쿠보 교수님 연구실은 박사 3명, 석사 15명, 학부생 15명 등 약 30여명이 넘는 학생이 같은 방에서 공부를 하고 있다. 꽤 많은 인원이다. 지난 해 태국 부부학생 2명이 박사과정을 졸업했고, 방글라데시에서 온 박사과정 학생 1명, 스웨덴 출신의 부교수, 니를 포함해 외국인이 현재는 3명이 있다.

오쿠보 교수님 방에서 진행되는 프로젝트는 다양하다. 에멀전, 서스펜션, 디스퍼전, 이온용액에서의 중합, 초임계 이산화탄소 내에서의 중합, 콘트롤된 리빙라디칼 중합 등이 있다. 미크론 사이즈 고분자 미립자의 합성이 주된 연구과제이며 폴리머 사이즈 콘트롤 및 폴리머 입자의 모폴로지(Morphology) 변형에 관해 다양한 연구를 진행하고 있다.

현재 내가 진행하는 실험이 산업현장에 바로 사용되기는 쉽지 않다 하더라도, 1년간 이곳에서 보고, 듣고, 배우는 것들이 앞으로의 연구활동에서 어떤 형태로든 도움이 될 것으로 생각하고 있다. 이곳에서 맺은 인간관계도 차후에 도움이 될 수 있을 것으로 믿는다. 대학동창들을 학회에서 우연히 만나는 경우가 있듯이 고베대학교 졸업생들을 현장 및 해

외 학회 등에서 만날 기회가 있으리라 본다. 이 또한 어떤 형태로든 서로간에 도움이 될 수 있을 것으로 생각하기에 현재 맺고 있는 인연의 끈도 잘 이어가도록 해야 할 것이다.

신념을 갖자

1년이라는 시간은 길지도 짧지도 않은 시간이다. 소중한 귀한 이 시간들이 좀 더 앞으로 나가고 멀리 볼 수 있도록 하는데 충분히 도움을 주었다고 생각한다. '높이 나는 새가 멀리 본다', '아는 만큼 보인다' 라는 속담은 너무 평범해서 거기서 주는 교훈을 흘려버릴 수 있지만 요즘 이 속담이 참 와 닿는 것 같다.

우물 안을 나와서 세상을 바라봐야 하고, 세상에 나오면 더 높은 곳을 올라가서 세상 아래를 내다봐야 한다. 가능하면 날개를 달고 될 수 있는 한 높이 날아서 멀리 볼 줄 아는 힘과 지혜를 길러야 한다는 것이 내 지론이다. 이는 매우 상투적이지만 그 힘은 강하다고 생각한다.

자신을 믿는 힘을 갖고 그 가치를 믿으며 신념을 갖고 힘차게 달려야 한다. 스스로를 자랑스러워할 수 있도록 완전하게 실현시키고, 후회하지 않도록 지금 이 순간 최선을 다할 수 있도록 말이다.

A sandwich and a cup of coffee. Two newspapers skimmed and a momentary nap. Then I was in Kansai International Airport. It took only one and a half hours to reach. That short flight really made me feel how close Japan was to Korea.

My destination was Kobe, Hyogo-ken. I was sent to work with Professor Okubo teaching in the Department of Applied Chemistry, Graduate School of Kobe University. It was where I was going to study polymer colloids for a year. I was in a city completely new to me.

What is Kobe like?

The city is located between a mountain and beach and is only 30 minutes' drive away from Umeda Station, Osaka. Kobe is Japan's first international port city and has been one of Japan's most important ports since the country began trading with other countries at the end of the 19th century. The blend of Asian and European cultures that exists in Kobe adds an exotic beauty to it.

Kobe is well-known for its delicious bread and steak; however, what made Kobe internationally known was the massive earthquake that occurred on January 17, 1995. The 7.2 magnitude Hyogo Prefecture Earthquake caused enormous damage to Kobe, destroying approximately 250,000 homes and resulting in 450,000 casualties. Leaving the memories of the disaster behind, Kobe has accommodated new buildings and properties for over 10 years and the only trace of the earthquake is in Earthquake Memorial Park.

The downtown area of Kobe is not so wide; the Sannomiya district is the busiest and most crowded part of this area. Bold outfits and striking fashion items that young passers-by wear draw attention. The area resembles Korea's Daehakno (University Road). This district, where Daimaru and Sogo Department Stores are located, is a center of shopping and transportation. I live in a 20-square-meter studio apartment. My neighborhood is totally different from downtown. You can hardly see any cars parked in my neighborhood. It does not feel like a foreign country until I hear "Sumimasen (Excuse me)" everywhere I turn.

Sentiments...

I did study Japanese briefly before coming to Japan, but I thought I could survive with English. When I got here, however, I came to realize that learning Japanese was a must. Learning a new language opens a whole new world. I began to work hard to



make every new experience mine, appreciating this opportunity to study in Japan. Back to university for the first time in 7 years, I had to juggle with Japanese and my course. The environment is really changing the way I think and feel. My desire for learning was rekindled, and I felt much younger than when I had worked in my company.

Various nationalities may be found in Kobe University - Koreans, Chinese, Southeast Asians, Americans, and Europeans. About 100 Korean students are studying at Kobe University. They are from all different age groups from teens to forties. They also come from different career backgrounds such as public service and education. Most students in their twenties are selected talents studying under a four-year scholarship provided by the Ministry of Education of Japan. At times I find myself envying them and looking back on my past.

Although I am not the best student, I believe I am quite lucky. A person's current situation is the result of his past efforts and represents what he is doing for the future.

I am very clear about what I should do in the future although I will have to choose from many options. I believe it is important to choose decisively and go forward without looking back. We should make decisions that we will be happy about.

Globalize

I think I am in Japan for globalizing. We live in an era when globalizing is a pressing need. Everyone seems interested in what-ever is called global as if nothing un-global were worth pursuing. This entire notion is generally accepted, but I think globalizing starts in the heart rather than something tangible.

I view globalizing from a slightly different point of view. First of all, many believe learning a foreign language is a prerequisite for globalizing, but I think it is of only a secondary priority.

The first and foremost value is to be able to appreciate and understand differences. Cultures and races are diverse. Language

is only part of the difference; people think, live, and eat differently from country to country. Japan made me realize that it is very similar to Korea, but at the same time, very distinct. Koreans and Japanese look alike and Japanese love eating Kimchi and Korean food in general. Koreans can easily find their food served in Japan. The Japanese version of Kimchi, which is called "Kimuchi", is almost the same as its original. The Dolsot Bibimbab served in Japan is identical with the original except that it is not served in a burning-hot bowl. The menus you can find in Korean restaurants in Japan carry the original names, but served slightly adapted to Japanese taste.

Also, there are some shocking differences between Korea and Japan. Many who visit Korea are often surprised to see female janitors clean restrooms for gentlemen. They enter the restroom with a mop without hesitation, and arduously clean the floor. Something more surprising happens in Japan. Female janitors may be found in the public bath for men. A janitor often bursts into the bathroom and cleans the mirrors and floor. They do that every half hour. The way they worked really surprised me. Maybe it is part of the culture shock I experienced in Japan.

When we meet people from a different cultural background, we need to be able to understand and accept their way of living. Understanding and accepting provides the basis for a good relationship. We might find it easy to look down on people who are different from us saying, "They're always like this and that." It is always possible to understand the difference if only we are willing to try. Whatever sort of job we hold, from sales to technology, it is necessary for us to be ready to understand and accept foreigners.

There are people who know only the part of the world they live in. Some of my fellow Koreans fail to understand and accept the differences with other cultures although they often meet foreigners or live in a foreign country, which can be loss on their

part. Some who act as if they knew everything about the world actually know little about it.

If we welcome other cultures and show an interest in closing the gap we feel, we have a solid basis for genuine globalization. I believe such a mindset is the start of a healthy relationship.

Of course, this attitude is not limited to a situation where we meet foreigners. Any organization needs people with an open mind. In fact, there are no two identical people. Rather, people differ in personality and values. Understanding, respect, and trust are the beginnings of true communication and meaningful globalization. As the current economic downturn continues, we particularly need to show warmth and kindness toward one another more than ever.

Japan on the Bubble Economy

In 2009, Japan is experiencing the same situation as the 1990's when its economic bubbles burst. Japan's unique corporate culture that guaranteed permanent employment and valued long service began to disappear.

Sony one-sidedly decided to lay off employees in December last year and a quarrel between indignant layoffs and security guards was frequently seen at the entrance of the Sony building. After Sony, Panasonic and NEC among other Japanese electronics companies made similar decisions. Permanent employment, a cornerstone of the Japanese-style business management is being shaken by its roots.

The influence of the financial crisis originating from the U.S.A. is now widely detected. In fact, the whole world is affected significantly. Most Koreans, including employees and business people, are experiencing difficulties that are as severe as those faced during the financial crisis of 10 years ago. Ironically, However, Myeong-dong, Seoul and Busan are crowded with Japanese tourists.

Crisis becomes another opportunity as a rainy day is a perfect day for an umbrella

+
글 김영훈 대리
(주)디피아이 홀딩스 연구3실 (일본 고베 연구실)



seller. Thanks to the strong yen, Korean exporters have become more competitive than their Japanese competitors. The current crisis is likely to work for the good of most Korean enterprises although some of them that bor-

rowed in yen have a tough way ahead.

Crisis turns into opportunity for the wise; we need insights that will guide us through the current economic crisis. Witnessing Japan's low ebb, I am determined to reinforce my strengths and abilities.

I have not lived in Japan long enough to evaluate the country. However, the impression I get from the country as a newcomer may be instinctively accurate.

Japan has dark areas in politics, economy, society, and culture. Although it is a developed country, the problems that the Japanese society has are clearly visible.

Japan's political situation is not so stable, either. Former Prime Minister Yasuo Fukuda's wife was oblivious to the fact that her husband was going to resign the next day. Japanese Prime Minister Daro Aso's approval rating has plunged while Democratic Party Leader Ichiro Ojawa is suspected to have been involved in illegal funding.

General social problems that we see in Korea regarding the economy, pension system, education, and retiree welfare are developing in Japan as well. Although violent sprees in the National Assembly that are common in Korea do not exist in Japan, Japan also has problems that require attention.

Despite its problems, I know that Japan is really one of the world's advanced countries.

Country of Nobel Prize Winners

In October last year, Japan celebrated winning Nobel Prizes in science. Four

Japanese scientists won Nobel Prizes for Physics and Chemistry.

A characteristic found commonly with advanced countries is scientific achievement. Japan won Nobel Prizes for Physics and Chemistry in 2002, as well. An atmosphere that cherishes persistent researchers and offers continued support for academic talents has made this remarkable achievement possible.

In 1995, Japan began supporting young scientists with a basic plan for promotion of science to win 30 Nobel science prizes in the next 50 years. It is something that I really admire about Japan.

Korea also has as many science geniuses as Japan does. As of 2008, Korea is ranked 12th in the number of research papers published in international scientific journals. Of course, what really matters is the quality of the research, but the research papers often used during Professor Okubo's presentations are really superb.

The Nobel Prize is not given to one gifted individual. It is often a result of investment and strategic efforts of the winner's country. Also, it is vital to promote basic sciences, a large part of which should be done by the government. Such investment and strategic approach as well as the development of resources constitute a primary task not only for a country but also to global enterprises.

My company has become a leading paint maker since its establishment in 1945. It is vitally important for us to invest decisively and act proactively to strengthen our scientific basis. Progress of applied science is limited without the support of basic science. Thinking and acting proactively is as important as solving the problems at hand.

Laboratory Life

Now, over 30 students including 3 in the doctorate program, 15 in the master's program, and 15 undergraduates are studying under Professor Okubo's direction. A large team, indeed. Since a Thai couple received

their doctor's degrees last year, 1 Bengali, 1 Swedish assistant professor, and I have been the only foreign staff led by Professor Okubo.

A number of projects are in progress in Professor Okubo's laboratory. They include those related to emulsion, suspension, dispersion, polymerization in ion solutions, polymerization in supercritical carbon dioxide, and controlled living radical polymerization. Our professor's main research area is composition of micron-sized polymer corpuscle and a number of research projects regarding polymer-sized control and polymer particle morphology are being conducted.

Although the experiments that I conduct in my course may not be directly applied to production, what I see, hear, and learn here during the year will be a valuable asset for my future career.

The people I meet here are also my assets. Throughout my career, I will have many opportunities to meet and work with Kobe graduates in professional or academic settings. I believe such a relationship will be helpful to everyone and would like to cherish and make good use of it.

Believe in Yourself

One year is not a long time, but can be a meaningful period in life. This precious period will help me progress and become more far-sighted.

People often say, "A bird flying higher sees more" or "It takes one to know one." The lessons these sayings teach seem very plain, but mean volumes to me these days.

I need to come out of my little shell, fly higher, and see more. I would like to fly as high as I can, as it were, and increase my insight and wisdom. I believe this thought actually has more power than it seems.

I would like to be confident in myself, cherish the value of confidence, and go forward to be fulfilled and proud of myself and have no regrets.

“워낭소리”

“경북 봉화 최씨 할아버지와 40살을 넘긴 소와의 이야기”를 이곳 체코에서도 볼 수 있게 되었다. 참 좋은 세상이다. 영화에서는 느낌의 미학을 통해서 한편의 감동을 보여주고 있는데 그 영화를 이곳 체코에서 보게 되다니 참 역설적이다. 우리 작은 친절과 배려에 쉽게 감동하는 것 같다.



마음을 움직이게 하는 힘

Power that Moves Hearts

+
소용호 부장 DBC(주) 체코법인장 Director Soh, Yong-ho of DBC Czech Republic



상해에서 중국직원들과 헤어질 때 눈물을 흘리던 王君이 생각한다. 지금은 중국 유명 도로회사 중역이 되었다고 하는 소식을 들었다. 염성 시골 출신으로 상해 복단대를 졸업했으니 그 마을에서는 수재였다고 한다. 같은 마을 여자 친구는 상해 사범대를

마치고 교사를 하고 있었는데 객지 생활을 하다 보니 동거하게 되었고 당시 아주 작은 아파트를 임대하니 돈을 빌려 매입을 하게 되면 돈도 절약하게 되고 가격폭동에 대비할 수도 있어서 돈을 구하고 있었던 것 같았다.

어느 날 돈을 빌려달라고 했다. 우리 돈 약 100만원 정도. 고민이 되었다. 어떻게 하나? 작은 돈도 아니고 게다가 무담보. 그런데 솔직히 나도 모르게 다음날 아무 조건 없이 빌려주게 되었다. 물론 차용증도 없이. 평소의 그 친구의 근무태도와 맘 씩씩이를 봐 왔기에 결정을 하는데 그리 큰 고민이 되지 않았던 것 같았다. “만만다”는 그 친구에게서 찾을 수가 없었다. 무에서 유를 창조해냈다. 잠재 거래선 리스트 업을 한 후 전화로 미팅 약속하고 방문 상담하고 정말 열심히 한 노력의 결과로 한 두 개씩 거래선을 만들어 나갔다.

Czech Republic, Mosnov.

평일 퇴근 시간은 밤 11시 때론 새벽 2시 출근은 거래선 라인 가동시간에 맞춰야 하기에 6시. 모두들 쉬는 토요일 일요일도 10시간 이상 근무 벌써 5개월째 이리 저리 뛰고 있다.

이곳 Mosnov에 파견되어 근무중인 우리 한국인 기술진의 일과표이다. 무에서 유를 창조해 내는 한편의 감동 휴먼드라마가 펼쳐지고 있는 듯 하다. 그 맘의 결정체가 작년 11월부터 양산되기 시작한 i30에서 나타나고 있다. 체코 현대차(HMMC)에서 우리의 대응력에 고맙다고 술도 사주고 이곳 체코, 헝가리, 폴란드 현지 로컬 부품업체들에게 우리를 소개해 주고 있다.

1년 반의 産苦!!

늘어나는 매출지표와 inquiries를 보면서 궁금해 진다. 무엇이 우리를 이렇게 움직이게 했는가? 사료대신 노구를 이끌고 풀을 베어서 여물을 만들어 먹이는 그 할배의 작은 배려와 우리 평범한 한국인 직장인의 책임감과 프론티어 정신에 해답이 있는 것 같다. 떠나 보낸 소를 그리면서 눈물 자아내는 촌로의 엔딩 장면과 안개 자욱한 새벽의 Mosnov 문을 여는 우리 기술사단의 힘찬 모습이 오버랩된다.

The Korean documentary film, “Old Partner”. I watched this movie about an old man and his 40-year-old bull, here in the Czech Republic. What a convenient world we are living in!

The movie touches hearts by showing the beauty and value of a slow life. It is rather ironical that this movie reached the Czech Republic so fast thanks to the cutting-edge communication technology. We are often touched by seemingly insignificant expressions of kindness and consideration. I remember Wang who was tearful as he said goodbye to me in Shanghai. I recently heard that he had become an executive in a famous paint company in China. In his small hometown in Yenxing, he was considered a rare genius because he was smart enough to attend Fudan University. When I was working with him in Shanghai, he began to live with his girlfriend who was teaching at a school after graduating from Shanghai Teachers' University. They thought buying a place would be cheaper than renting one in the long run, but they did not have sufficient funds.

One day Wang asked me to lend him money equivalent to about 1 million Korean won. I did not know what to say to him. What am I supposed to do? It was big money for me, and he had nothing to offer me as security. However, I found myself lending money unconditionally the next day. Of course, we did not put anything in writing. I trusted him based

on his work attitude and spending habits until then and I was right. Unlike other Chinese, he did not seem to believe in the “Manmande” spirit (tendency to work slowly). He was capable of creating values out of nothing. He really worked hard and reaped the result. He made a list of potential customers, called each of them, visited them, and did all he could to win their trust. As a result, the number of our customers increased each day. My trust in him was rewarded.

Mosnov, Czech Republic

Here in the Czech Republic, our closing time is 11 p.m. or 2 a.m. and we go back to work at 6 a.m. to be ready to meet our customers before their lines start. We work at least 10 hours on weekends, too. This has continued for 5 months. This is a normal routine followed by all of us Korean technicians positioned in Mosnov. We are really striving to make things happen out of nothing at all. Our efforts began to see results when mass production of i30 began last November. Appreciating our strenuous efforts, Hyundai Motor Czech Republic (HMMC) treats us and often connects us to local parts suppliers in the Czech Republic, Hungary, and Poland.

Hard Work for Last One and Half Year!

Increasing sales invoices and inquiries make us wonder, “What has really made us work this hard?” The old man in the movie I mentioned at the outset has much in common with many Korean employees like us. He spared no pains to cut grass and prepared fodder for his bull himself. We show a similar sense of responsibility and attachment toward our work.

The old man who cried over his dead bull showed how attached a person can be to his partner. That sort of partnership exists between us technicians working here in the Czech Republic.

백백한 상록수로 이루어진
검은 숲이 울창한
세계가 인정한 환경과 태양의 도시,
독일 '프라이부르크'

Freiburg

독일을 대표하는 환경도시 프라이부르크는 주민들의 노력으로
환경을 최우선으로 생각하는 도시 만들기에 더욱 박차를 가한
덕분에 1992년 독일의 '환경수도'로 선정되었다.
기계와 산업의 발전으로 생활에 편리함이 확대되어 가는 대신
자연이 주는 삶을 잃어가는 현대 사회에 프라이부르크는
친환경의 지상낙원이 아닐까 싶다.

독일 프라이부르크는 연간 1,750시간에 이르는 풍부한 일조량과 온화한 기후, 태양에너지 분야의 연구와 생산으로 유명하다. 지난 1986년에는 의회 만장일치로 이 도시만의 에너지정책을 수립했다. 에너지 절감, 열병합발전, 신재생에너지 이용 확대가 주요 골자이며, 이 계획에 따르면 프라이부르크는 2003년 9억1,000kWh였던 전력 사용량을 2010년 8억 1,900만kWh로 낮출 예정이다.

프라이부르크의 환경정책

구체적인 환경정책은 에너지 정책, 교통정책, 쓰레기 정책, 녹림보호 및 도심하천살리기 등 총 4가지로 요약 할 수 있다.

우선 에너지 정책으로는 지역 자가발전 지향, 절전유도 전력요금제도 도입, 태양에너지 등 재생가능 에너지 개발, 에너지절약 건축물 보급 등이 있다.

두 번째로 교통정책은 대중교통 확대, 자가용 이용 억제를 시의 방침으로 삼음, 도심상가는 상품반입을 제외하고는 자동차의 진입을 금지, 모든 주택가에서는 자동차의 제한속도를 시속 30km이하로 규정, 자전거 전용도로 총 160km 확충, 시내버스 노선 정비, 보행자전용구역 설치, 환승체계가 잘 갖춰진 역 등이 있다.

세 번째는 쓰레기정책으로 쓰레기 분리수거와 재활용화, 각종 공공행사에서의 일회용품 사용금지, 재활용되지 않는 쓰레기는 기계와 생물분해 방식을 도입해 처리, 다이옥신 발생 억제 등이 있다.

마지막으로 녹지, 도심하천살리기에는 산성비에 의한 녹림의 피해 복구를 실천할 계획이다.?

프라이부르크 벤치마킹

지난해 오세훈 서울시장은 프라이부르크를 방문하고, '서울 친환경 에너지 선언'을 발표하였다. 서울시장뿐만 아니라 국내 지자체 관계자들이 프라이부르크를 방문하고 벤치마킹 하고 있다. 특히 태양광이나 지열 등 신재생에너지에 관심을 보이며 국내에도 신재생에너지 보급률을 확대해갈 예정이다. 국내 지자체뿐만 아니라 기업들도 친환경 및 신재생 에너지에 관심을 보이며 해외 국가나 도시들을 벤치마킹하며 연구에 힘을 쏟고 있다.

현재 국내에서도 자전거도로 확대와 친환경 가스를 이용한 대중교통의 확대로 친환경 도시를 향한 발걸음을 시작하였다. 기업들 역시 친환경 및 신재생에너지에 대해 연구하며 친환경 도로, 친환경 자동차 등을 개발하고 있으며, 향후 신재생에너지 시장을 확대해갈 예정이다. 삶의 질을 향상시키고, 건강한 삶을 만드는 개발과 연구를 기대해본다.

Maize

Yellowish Brown

Lemon Yellow

Lemongrass

Yellow

Naples Yellow

Mustard

마케팅 성공의 열쇠, 컬러비즈니스

Y e l l o w

2009년 봄 컬러는 옐로우로 집중되고 있다. 본래 봄에는 따스하거나 싱그러움의 컬러들이 인기를 끌어 그린이나 핑크 같은 컬러가 유행을 선도하였지만 2009년 봄의 트렌드는 옐로우가 대세다. 특히 경제 불황 속에 옐로우 컬러는 희망을 주는 색으로 기분으로나마 경제 불황을 이겨내고자 하는 의미가 있다.



경기 불황을 극복하려는 의미

옐로우는 부와 권위를 상징하고 가장 먼저 봄소식을 알리는 색깔로서 새로운 시작을 의미하며, 최근 미국에서 가장 희망을 주는 색으로 선정된 컬러이다. 또한 옐로우는 의외로 따뜻함이나 귀여움이 아닌 개혁과 전진의 의미가 있다. 지난 미국 오바마 대통령 취임식에서 퍼스트 레이디 미셸이 의상으로 선택한 원피스와 코트의 컬러였던 '레몬그래스(Lemongrass, 푸른 빛이 도는 노란색)'는 경제 침체에 따른 어려움을 극복하기 위한 패션이었다는 평가를 받았다.

컬러 전문기업 팬톤에 의하면 2009년의 컬러로 옐로우를 선정했다. "옐로우는 태양의 따뜻함과 나타내는 색상으로 안도감을 주는 컬러"며 "다른 컬러와 잘 어울리는 다재 다능한 색상일 뿐만 아니라, 남녀 패션은 물론 인테리어에 있어서도 활약 가능성이 높다"고 설명했다.

움츠렸던 겨울의 끝과 봄의 시작을 알리는 계절의 컬러이면서 또한 시대를 함께하며 강렬한 희망의 메시지를 전달하는 옐로우는 단순히 패션을 위한 컬러가 아니라 이 시대를 대변하는 트렌드로 올봄 거리를 휩쓸 전망이다.

옐로우 데이, 옐로우 마케팅

경기 불황은 지속되면서 기업뿐만 아니라 개인 또한 움츠리게 한다. 몇몇의 기업들은 경제회복을 기원하며 희망을 나누기 위해 컬러마케팅을 선보였다. 요일별로 컬러를 선정하여 할인 폭을 올리는 레인보우카드와 최근 홈플러스의 '경제회복, 가족건강 기원 옐로우 데이'가 눈에 띈다.

레인보우카드의 경우, 패밀리레스토랑 및 여가 생활에 할인 혜택을 줌으로써 침체된 가족 경제에 희망과 즐거움을 주기 위해 진행되고 있고, 홈플러스의 옐로우 데이는 행사를 통해 어린이와 고객들이 희망을 적은 노란 리본을 나무에 매달고 환절기, 황사철을 맞아 비타민C가 많아 피로회복, 감기예방 등에 좋은 '옐로우 과일 모음전'도 진행하고 있다.

이렇듯 옐로우 마케팅이 눈에 띄는 것은 따뜻함과 희망, 안정감을 주는 색으로 현재 우리가 처한 상황들이 경기 불황과 정치적 혼돈이 예상되지만 어떤 순간에도 낙천적이고 희망을 잃지 말라는 메시지의 의미가 크다.

한 외신에 따르면 이번 봄·여름 컬렉션은 온통 '기분 좋은 요소(feel-good factor)'로 가득했다고 한다. 희망의 컬러 옐로우로 더 나은 2009년 하반기를 꿈꾸기를 바래본다.



+ 글/사진 백선희
리폼 & D.I.Y 강사 / 공방 [나무향기] 대표

롱다리, 머플러와 넥타이 수납장 만들기

넥타이를 가지런히 정리해 칸칸이 수납하면 좋으련만 보통 남자들은 바쁜 출근길에 넥타이 매는 것이 귀찮다고 넥타이를 완전히 풀지 않고 조금 느슨하게 해서 금방 목에 걸 수 있도록 조심스럽게 빼서 걸어 놓습니다. 이런 습관 때문에 넥타이를 보기 좋게 정리하는 일은 애당초 어려운 일입니다. 하여 궁여지책으로 남편을 위해 넥타이 수납장을 만들어 보았어요. 마땅히 보관이 어렵던 제 머플러들도 덕분에 함께 수납할 수 있게 되었습니다. 남편의 넥타이와 제 머플러를 한 번에 보관할 수 있는 머플러&넥타이 수납장 만드는 법을 소개합니다. ♥

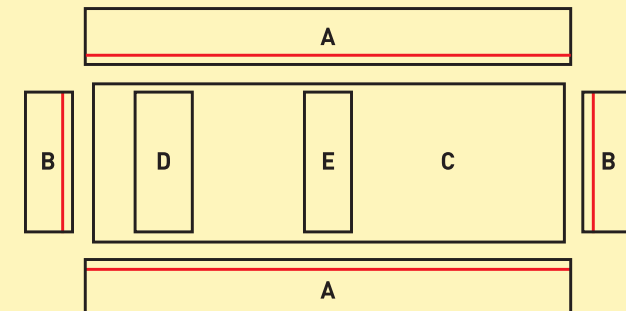
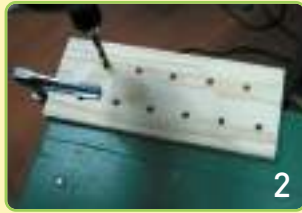


준비물

1,2T 미송집성목, 0,3T mdf,
0,9T 미송합판패널, 8cm 폭 사과상자 판재,
나사못, 목공본드, 경첩, 빠찌링, 액자고리,
손잡이, 목심, 접시스탠드,
화이트 엔틱 글레이즈, 바니쉬, 젯소,
수성페인트, 아크릴물감

문의 및 참고 : <http://blog.naver.com/bbsh1105>





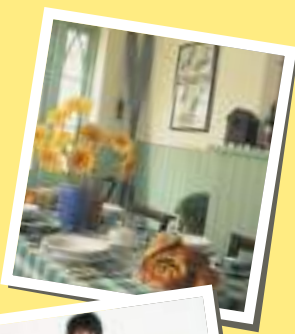
- ① 뒤판용 MDF판재에 젯소를 1회 칠한 후 수성페인트(화이트)를 2회 칠합니다.
- ② 미송집성판재에 드릴로 목심 굵기에 맞춰 목심 구멍을 지그재그로 뚫어줍니다.
- ③ 미송집성판재에 수성페인트(브라운)에 물을 섞어 1회 칠합니다.
- ④ 좀더 엔틱한 분위기를 내기 위해 미송집성판재에 화이트 엔틱글레이즈를 칠한 후 마른 헝겊으로 닦아냅니다.
- ⑤ 집성판재의 홈에 목공본드를 칠한 후 mdf뒤판과 조립합니다.
- ⑦ 2번에서 준비된 판재의 목심 구멍에 목공본드를 넣고 목심을 박은 후 수납장과 조립합니다.
- ⑧ 수납장 가운데에 판재를 끼워 수납장을 좀더 견고하게 조립합니다.
- ⑨ 미송합판패널을 재단하여 수성페인트(화이트)를 칠하고 세로 패널에 덧널 가로패널은 사과상자를 재단하여 수성페인트(그린색)에 물을 섞어 칠합니다.
- ⑩ 사과상자 패널 뒷면에 목공본드를 칠하여 세로패널 위에 붙이고 뒷면에서 나사못을 박아 고정합니다.
- ⑪ 마감을 위해 수납장과 패널 문짝 전체에 수성 바니쉬를 2회 정도 칠합니다.
- ⑫ 접시스탠드를 잘라 패널 문짝 안 위쪽에 고정합니다.
- ⑬ 문짝 안쪽에 Z경첩을 먼저 부착하고 반대편을 수납장 안쪽에 부착합니다.
- ⑭ 드릴로 구멍을 내고 손잡이를 부착합니다.
- ⑮ 손잡이 가까운 위치에 빠찌링을 부착합니다.
- ⑯ 뒷판 상단 양쪽에 액자고리를 달아줍니다.

A : 12T 미송집성목, 900 * 120 mm
 B : 12T 미송집성목, 300 * 120 mm
 C : 0.3T mdf, 885 * 309 mm
 D : 12T 미송집성목, 300 * 150 mm
 E : 12T 미송집성목, 300 * 120 mm
 붉은선 : 3mm폭 5mm깊이로 홈가공

소비자 상담실 Q&A



소비자문화센터 조 희 정 과장
www.noroo.co.kr
031-467-6077
전국어디서나 1588-7700



똑똑똑!!! 궁금합니다!

Q. 페인트를 도장할 때, 페인트 색상을 여러 가지로 바꾸어 해 보려고 한다. 가능한가?

A. 페인트의 다양한 색상 표현을 위해서 제품의 종류에 따라, 수성 전용 조색제인 칼라톤과, 유성 전용 조색제인 슈퍼칼라를 이용하여 각자의 개성에 맞는 색상 연출이 가능합니다. 수성페인트 전용으로 사용할 수 있는 조색제 칼라톤은 다양한 색상 표현은 물론이고, 밝은 색상의 연출이 가능하며, 착색력이 매우 우수하기 때문에 소량으로도 원하는 색상을 표현할 수 있습니다.

색상은 밝은 적색, 특황색, 철황색, 밝은 녹색, 밝은 청색, 적갈색, 흑색의 7가지 색상이 있습니다. 슈퍼칼라 조색제는 유성 페인트의 전용 조색제로 대부분의 신나를 사용하는 유성 페인트와 혼화성이 나오므로 범용적으로 사용이 가능한 제품입니다. 착색력이 강하므로 소량으로 원하는 색상이 가능합니다. 밝은 색상 표현은 물론 여러 가지 색상의 표현이 가능합니다. 조색제 자체의 저정성이 매우 좋으며, 흐름성이 우수하여 사용이 편리한 고급 유성 조색제입니다. 색상으로는 밝은 적색, 적갈색, 황색, 밝은 황색, 철황색, 밝은 녹색, 밝은 청색, 보라색, 흑색, 백색 10가지 색상 선택이 가능합니다.

Q. 아파트 현관문에 기존에 유성페인트로 도장을 했는데, 수성페인트로 도장하면 떨어진다고 하는데…?

A. 멀티플러스는 부착성이 우수한 특수 에멀전 수지와 안료를 주체로 하여 설계되어, 콘크리트 소지뿐 아니라 기존의 유성 에나멜이나 락카의 구도막에 이르기까지 다양한 소지에 도장이 가능한 다용도용의 고기능성 수성도료입니다. 또한 수성도료이므로 친환경적이고 독성이 없는 저취형 도료로 은폐와 도막 외관이 우수하여 누구나 손쉽게 작업이 가능합니다.

Q. 벽지 같은 질감이 나는 페인트가 있는가?

A. 예그리나는 다양한 색상과 함께 텍스처 (texture) 질감 표현까지 가능해 한가지 제품 만으로도 고급스런 연출이 가능하며, 2~3가지 제품을 섞어서 사용하거나 전용 롤러를 사용하면 색다른 컬러 및 무늬를 만들어 낼 수 있다. 기존의 벽지 위에 덧바르는 것도 가능 하다. 또한 일반 벽지나 건자재 사용시 발생할 수 있는 각종 오염물질을 최소화 해 친환경인증뿐만 아니라 도료업계 최초로 대한민국 로하스(LOHAS) 인증을 획득한 제품이다.

Q. 외부 벽면에 도장하는 제품으로 비가오면 비를 내뿜는 도료가 있다고 하는데, 맞는가?

A. 노루슬 수성외부용 프리미엄은 고급 아크릭 에멀전과 내후성이 좋은 안료를 선정하여 제조한 외부용 도료입니다. 또한 물성면에서 내알카리성, 내세척성, 내수성, 내후성 등이 훌륭한 도료이며 콘크리트 몰탈, P.C, 프라스타 등의 신축 건물이나 보수도장에 적합한 도료입니다. 특히 발수성이 있어 외부로부터 물의 침투를 막으면서 내부의 습기를 배출하여 건물의 노화를 방지해주는 특급품의 발수성 수성도료입니다.

Q. 베란다 부분에 겨울철에 결로가 매우 심하여 물이 떨어지는 정도이다. 결로방지가 되는 페인트가 있는가?

A. 아파트 등의 베란다, 지하주차장의 벽면 및 천정, 냉동창고, 건축물의 내벽 등 결로가 생기기 쉬운 부분에 결로보완용의 내추럴 듀프리코트 제품이 있습니다.

내추럴 듀프리코트는 내후성이 우수한 특수 아크릭 에멀전수지 및 세라믹 재질을 이용하여 제조된 수성 결로보완 단열도료입니다. 도장시 태양광선 중의 열선을 반사시킬 뿐만 아니라 표면의 열이 내부로 전달되는 것을 막아주어 우수한 단열효과를 나타내 줍니다. 또한 건축물 내부와 외부의 온도차에 의해 생성되는 결로현상을 단열 및 흡습 효과에 의해 경감하거나 차단하는 효과가 뛰어나고 다습한 곳에서 발생하기 쉬운 곰팡이 등의 균조류 생성을 방지하여 쾌적한 환경을 제공하는 친환경적인 고기능성 수성도료입니다

Q. 스프레이 제품인 핑고 제품이 사용하는 부분이 어디인가?

A. PINGO는 최첨단 나노테크놀로지를 구사한 스프레이로, 소재 깊숙이 침투해 밀착하기 때문에 소재를 당겨도, 비틀어도 벗겨지거나 갈라지지 않습니다. 또한, 초미립자스프레이기 때문에 스프레이 한 곳과 스프레이 하지 않은 곳의 촉감이 다르지 않고 컬러 체인지 또는 오래된 시트 등도 새 제품처럼 재생하는 것이 가능합니다. 지금까지 스프레이가 불가능했던 매끄러운 부분에도 스프레이가 가능합니다.

▶적용사례

구두, 지갑, 쇼파, 핸드백, 가방, 부츠, 공, 운동화, 전화기, 레자, 의자, 책상, TV, 컴퓨터, 오토바이, 자전거, 유리, 공예품, 부분 장식용(가죽시트, 대리보드, 타일벽면) 등

▶적용가능 재질 : 가죽, 레자, 나무, 섬유, 플라스틱, 유리 등

[NOROO PHOTO CONTEST]



【WINNER】

이경준 대리 / (주)노루페인트 설비보존팀
대한독립만세



김시연 대리 / (주)씨케이 경영지원팀
빙어낚시



평가희 주임 / (주)디피아이 홀딩스 부속실
사슴사진



장연언 주임 / (주)디피아이 홀딩스 전략기획 1팀
페인트 칠하는 나무인형

애독자 퀴즈 당첨자

11-12 월호

>> 퀴즈정답

① 새마을회관 ② 무진실

김용진 사원 | (주)노루페인트 도료생산1팀

송수정 사원 | (주)DAC 기술부

박은진 사원 | DBC(주) 자동차 기술팀

손서영 사원 | DCC(주) 생산팀

09년 1-3 월호

>> 퀴즈정답

① 절연바니쉬 ② 칼라메이트

이정아 대리 | (주)디피아이홀딩스 연구기획실

김경미 대리 | (주)노루페인트 전략경영기획팀

박지혜 | (주)아이피케이 신조선 영업1팀

이경록 | 영업 김해화성페인트백화점

공지사항

1. N_POST에 원고와 사진을 받습니다. 원고와 사진을 보내 주시는 분들 중 우수작을 선정하여 소정의 상품권을 지급하고 있습니다.

2. 기존까지 진행 중이었던 애독자퀴즈는 중단되었으며, 사진공모는 N_POST로 보내 주시면됩니다.

보내실 곳은

(주)디피아이 홀딩스 전략기획1팀 장 연 언 주임

031-467-6527 yyjang@dpi.co.kr

퀴즈당첨자와 사진우수작 전원에게 5만원 상당의 상품권을 드립니다.
사진 최우수작 이경준 대리에게는 10만원 상당의 상품권을 드립니다.