

NOROO

NOROO

Summer. 2020



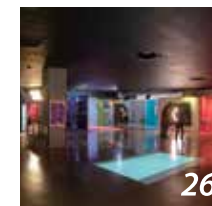
Endless Challenge

Summer. 2020

NOROO Quarterly Magazine | 2020년 여름 55호

NOROO

ENDLESS CHALLENGE



Special Theme

04 Column 우리의 도전은 끝나지 않는다

08 Interview 모두를 위한 노동조합, 함께 도전합니다
(주)노루페인트 노동조합 홍순철 위원장과 박준규 부위원장

12 Viewfinder 도전으로 삶은 충만해진다

Culture Gallery

14 Travel 몸과 마음이 기지개를 켜다
자연 속 캠핑

20 Taste 풀밭 위의 식사 시간

22 Office 코로나 19 속 직장인 수난기

NOROO People

26 Paint for ART 팬톤페인트와 함께라면 모든 컬러가 인생사진!
롯데월드 어드벤처 그릴싸진관+세젤예교

30 High Five 더기반의 기술로 세계를 달콤하게
(주)더기반 박과팀

34 Social Contribution 더 윈 콘서트로 음악의 날개를 펼치다
NOROO와 함께하는 <더 윈 콘서트>

38 Family Time 손안에 바다를 담다
(주)노루페인트 ESQM팀 노용욱 사원과 친구들의 수제 비누 체험

42 Special Store 정보로 시장을 바꾼다
평택 현대페인트

46 News briefing

50 1 Minute Guide 물, 더해서 마시기

51 Behind Cut

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사지원팀 정석찬 과장	(주)노루페인트 디지털마케팅팀 정순미 대리	(주)노루오토코팅 경영기획팀 안세현 대리	(주)노루비케미칼 경영지원팀 이용채 대리
(주)노루코일코팅 경영지원팀 문효빈 대리	(주)노루케미칼 업무지원팀 현준 대리	(주)노루알앤씨 경영지원팀 현준 대리	(주)노루로지넷 경영지원팀 오재학 주임
칼라메이트(주) 지원팀 이선희 주임	(주)아이피케이 총무팀 최대섭 차장	(주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장	

우리의 도전은 끝나지 않는다

SPECIAL THEME

아놀드 토인비는 저서 『역사의 연구』에서 “역사는 도전과 응전이다.”라고 하였다.
인류는 가혹한 환경이나 외부의 도전에 치열하게 응전하며 문명을 이루고 역사의 발전을 이끌었다는 것이다.
그렇다면 지금 이 시대는 무엇에 직면해 있는가. 우리가 맞서 싸워야 할 대상은 무엇인가.
그리고 그 과정을 통해 어떤 발전을 이루어내야 하는가에 대해 다시 생각해 본다.

ENDLESS CHALL- ENGE

우리는 기업의 성장을 이뤄감과 함께
구성원 하나하나의 내적 만족을 위해서도
도전과 응전을 거듭해야 할 것이다.
이는 더디지만 더 넓게 아우르는 성장으로 이어질 것이다.



경제성장을 이룬 도전정신

2008년 말 미국에서 시작된 경제 위기가 전 세계로 확산될 당시, 《조선일보》와 《마이니치신문》이 한국과 일본을 대상으로 여론 조사를 공동 실시했다. ‘이번 경기 침체를 조기에 극복할 수 있다’는 자신감에 있어 한국인의 48퍼센트는 ‘그렇다’라고 대답한 반면, 일본인은 21퍼센트밖에 긍정적인 답변을 하지 않았다. 같은 조사에서 일본인은 한국인의 최대 장점으로 정신력과 도전정신을 꼽았다.¹ 1996년 미국의 경제지 《잉크》와의 인터뷰에서 피터 드러커는 세계에서 가장 기업가정신이 충만한 나라로 한국을 지명했다. 해방 이후 20여 개 산업 분야를 세계적 수준으로 키워냈고 조선 등에서 최고 수준을 유지하고 있다며 말이다.² 『도전력』의 저자 김병도 교수의 글을 빌려 말하자면 우리나라는 서구 선진국들이 200년에 걸쳐 이룩한 경제 성장의 업적을 50년 만에 달성한, 도전정신과 혁신의 지가 충만한 나라였다.

그러나 성장이 정체되면서 한국의 모습이 달라지고 있다는 소리가 들린다. 한국경제연구원의 수치상으로도 경제의 역동성은 저하되었고 기업가정신 지수는 낮아졌다. 이미 안정화되어 견고해진 사회 계층 구조 속에서 빈부의 차가 교육의 차이를 만들고, 직업 선택의 차이로 이어져 흙수저, 금수저라는 자조적 표현이 만들어지는 시대이다. 그 속에서 젊은 세대가 도전정신을 잃고, 안전만을 지향한다는 비판이 많다. 틀린 지적은 아니다. 토인비가 말하는 가혹한 환경이나 외부의 도전이 사라져서일까. 그야말로 먹고살 만해져서일까. 도전할 거리가 없는 이 시대에, 응전할 이유가 없는 것인가.

도전의 방향이 바뀌었다

도전은 사라지지 않았다. 그러나 세대가 바뀌었다. 이데일리 신문은 「90년대생 리포트」를 통해 ‘도전의식이 없다, 노는 것만 좋아한다.’고 기성세대가 비판하는 90년대생은 기술을 이용한 다양한 사업에 참여하고 있으며 모바일에서 제2의 청년 벤처붐을 일구고 있다고 말한다.³ 책 『90년생이 온다』는 90년생을 기성세대와 전혀 다른 영역을 개척하는 세대라고 말한다. SNS를

들여다보면 아이스버킷 챌린지부터 책 속 문장을 옮기는 챌린지, 아무 노래 챌린지 등 각종 챌린지, 즉 도전 시리즈가 심심찮게 등장한다. 이게 어떻게 도전이냐고 코웃음 칠 수도 있겠지만 재미와 의미를 함께 추구하며 자아실현을 하는 90년대생들에게는 이것 역시 자연스러운 도전이다. 효암학원의 채현국 이사장이 말했듯이 “지금은 경험이 고정관념이고 오류가 되는 시대”이다. 과거의 도전 경험 역시 유효기간이 지난 것일 수 있다. 이제 도전은 어쩔 수 없이 이어내는 아프고 힘든 게 아니라 즐겁고 신나며 도덕적으로도 옳은 것이어야 한다.

도전, 더더도 함께

그러나 기업에게는 분명한 목표가 있고, 이를 위한 도전 역시 필요로 한다. 그렇다면 90년생을 포함한 모두가 모인 기업의 도전력은 어떻게 해야 탄탄해질 것인가. 김병도 교수는 조직의 혁신 의지는 ‘자유, 보상, 존경’에 의해 결정된다고 말했다. 자유는 혁신을 시작할 수 있는 제도적 환경이고 보상은 혁신을 지속하게 해주는 힘이며, 존경은 혁신에 대한 구성원의 평가라 할 수 있다.⁴ 기회를 부여하고 소통의 장을 마련해 자발적인 참여를 끌어내는 것은 90년생에게만 국한된 방법이 아니다. 이제 우리는 기업의 성장을 이뤄감과 함께 구성원 하나하나의 내적 만족을 위해서도 도전과 응전을 거듭해야 할 것이다. 이는 더디지만 더 넓게 아우르는 성장으로 이어질 것이다.

1. 2. 4.
『도전력』, 김병도, 해냄
3.
『90년대생 리포트 4. 도전정신 없다? 스타트업, 1인마켓 주도』, 《이데일리》

모두를 위한 노동조합, 함께 도전합니다

(주)노루페인트 노동조합 홍순철 위원장과 박준규 부위원장

지난 6월 12일, 노루페인트에서는 노동조합 임원 선거가 있었다.

이날 선거를 통해 홍순철 위원장과 박준규 부위원장이 선출되어 제13대 노동조합의 활동을 시작했다.

오늘보다 더 좋은 내일, 모든 조합원이 함께하는 노동조합과 노루페인트를 위해 도전을 시작한 두 사람을 만났다.

노동의 숭고함은 모두 같다

“노동의 숭고함을 지키기 위해서는 누군가 꼭 해야 하는 일이니까요.” 선거에 나서게 된 계기에 대해 묻자 홍순철 위원장은 ‘숭고’와 ‘숙명’을 이야기했다. 그는 생산기술을 담당하는 엔지니어로 일하다가 노루페인트 노동조합 부위원장으로 6년간 활동해 왔다. “현업을 떠나 노동 운동을 한다는 것은 삶이 바뀌는 경험이었습니다. 도전이라기보다는 조직원으로서 숙명과도 같았지요. 이번 선거도 그러한 사명감에 따른 것이었습니다. 노동조합이 기업 안에서 건강한 대립을 만들어야 모두가 발전할 수 있기 때문입니다.” 도전보다는 숙명에 무게를 더 둔 대답이었지만 위원장으로서 그는 오래 꿈꾼 도전을 준비하고 있다. 바로 ‘모두를 위한 조합’이다.

“노동조합의 출발 자체가 제조업 생산직에서 비롯되다 보니 상근자가 생산직 쪽에서 계속 선출되고 정책 역시 편향되었던 것이 사실입니다. 생산직뿐만 아니라 기술직, 영업직, 관리직 모두를 아우려야 하는데 말입니다. 노동조합은 소수의 것이 아닌,

모두의 조합이어야 하기에 위원장에 도전하며 부문의 밸런스를 최우선에 두었습니다.” 이를 위해 홍순철 위원장은 기술직이던 박준규 과장에게 부위원장으로 함께하자고 제안했다. 또한 부위원장도 조합원들에게 검증받아야 한다는 생각에 선거 관리 규정을 정비해 선출직으로 바꾸었다. 기술직 근무 18년 차였던 박준규 부위원장은 ‘모든 조합원이 함께하는 조합’을 만들겠다는 목표가 마음에 와 닿았다고 말한다. “이는 저희 노동조합의 새로운 도전이 될 것입니다.”라며 박준규 부위원장은 희망 가득한 미소를 보였다.

인정과 공감, 소통과 이해

변화의 과정이 쉽다면 도전이라는 단어를 붙일 수 없을 것이다. 홍순철 위원장 역시 조합원들 간의 의견 조율에 대한 어려움을 예상하며 각오를 단단히 하고 있다. “생산과 영업, 영업과 기술, 관리와 생산 등에서 업무적 대립이 발생합니다. 하지만 서로 이해하지 않으면 건강한 노동조합, 건강한 회사를 만들 수





홍순철 위원장



박준규 부위원장

없습니다. 차이와 다양성을 인정하는 것에서 출발해 공감과 소통을 이루어야 합니다. 그 위에서 균형 잡힌 정책으로 모두가 조금씩 행복해질 수 있을 것입니다.”

세대 간의 갈등도 꾸준히 풀어가야 할 난제이다. 두 사람은 “회사를 이끌어온 기성세대의 가치관과 함께 젊은 세대의 사고방식도 중요하기에 서로에겐 상대를 이해할 수 있는 교육이 필요합니다.”라고 말한다. 박준규 부위원장은 “먹기 위해 일했던 과거에는 형그리 정신이 통했지만 지금은 시대가 달라졌으니까요. 젊은 세대 역시 도전의 욕구는 강합니다. 이를 발현시키기 위해서는 합리적이고 객관적인 정책과 도전할 수 있는 환경을 조성해야 할 것입니다.”라고 밝혔다.

존재 자체가 도전의 증거이다

노동조합 임원으로서의 고민과 함께, 두 사람이 생각하는 현재의 직면 과제는 바로 코로나 19로 비롯된 불경기, 그리고 인공지능을 필두로 한 산업의 변화이다. “코로나 19로 인해 과거 IMF보다 예측하기 어려운 상황이 불거지고 있습니다. AI는 노동 환경의 큰 변수이고요. 하지만 우리 모두는 언제나처럼 극복할 것입니다. 해방동이 기업인 노루페인트의 존재 자체가 도전을 이어온 증거이며 조합원의 행복한 삶은 그 응전의 결과라 생각합니다. 노루페인트에는 노동자의 주체성, 주인 의식이 있습니다. 그렇기에 대화를 통해 공존하며 성장해 올 수 있었지요. 분명 우리는 코로나 19 사태를 이겨내고 한 단계 더 도약한 모습으로 포스트 코로나 시대를 맞이하리라 생각합니다.”

홍순철 위원장과 박준규 부위원장이 입을 모아 말하는 단호한 희망에는 이유가 있다. 노동조합과 경영진이 협력해 온 역사가 지금의 노루페인트를 이루어냈기 때문이다. 벽차게 희망하고 과감히 도전하는 두 사람과 함께 제13대 노동조합이 엮어갈 미래의 모습 또한 기대되는 바다.



도전은 내 실존의 증거

광주노루페인트 주식회사 정정하 실장

정정하 실장은 전라남도 광주에서 가족과 함께 노루페인트 특약점을 운영하는 동시에 작가로 활동 중이다. 유화물감 등 미술 전문 안료로 작업을 했던 그녀는 페인트 특약점을 하며 재료를 페인트로 바꾸는 도전을 시작, 수 차례 개인전을 열었다. 낮에는 일하고, 밤에는 작업하느라 육체적으로는 힘들지만 정신적으로는 행복하다고. “바쁘면 아플 새도 없지요. 쉬지 않고 에너지를 발산하는 방법이 힘든 걸 이겨내게 하는 원동력입니다.”라는 그녀의 도전은 페인트에 대한 인식도 바뀌내고 있다. “아직 페인트를 건축용 화학제품으로만 보는 고정관념이 있어요. 환경을 위해 기술이 많이 발전하고 있다고 설득 중입니다.”

도전으로 삶은 충만해진다

도전이라는 단어는 위인전에서만 만날 수 있는 게 아니다. 늦잠 대신 선택한 아침 운동, 고치고 또 고친 사업계획서, 새로운 업종으로의 변경 등 우리는 스스로 도전 과제를 만들거나, 만나게 된다. 변화를 꾀하는 역동의 과정은 성패를 떠나 삶을 충만하게 한다. 도전하는 NOROO인의 모습에서 내일을 바꾸는 뜨거운 에너지를 확인한다.



도전은 열정이다

(주)노루페인트 직판1팀 김선정 대리

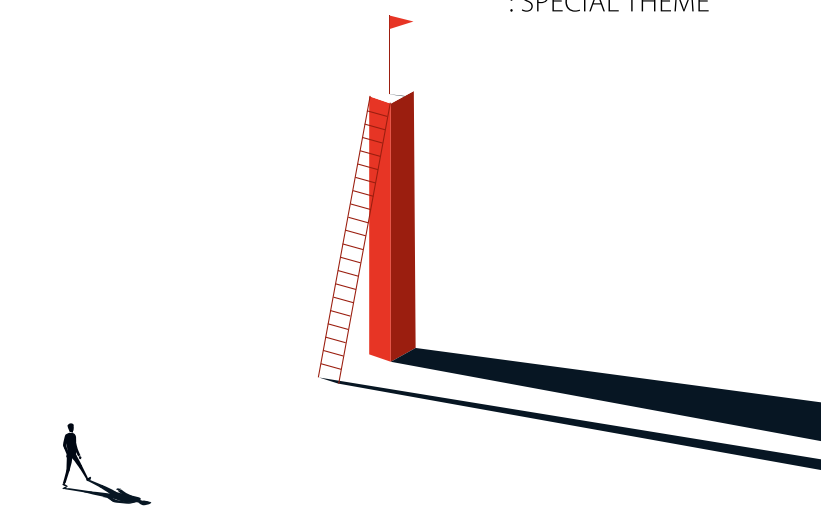
“도전은 인생을 변화시킵니다.” 김선정 대리는 목표를 향해 노력하는 자신의 모습에 스스로 놀랐다고 한다. 그녀가 도전했던 것은 필라테스 강사 자격증. 몸을 바르게 교정해 주는 필라테스의 매력에 빠져 긴 시간 고민하고 노력한 끝에 지난해 자격증을 취득했다. “도전을 결심하는 게 쉽진 않았어요. 하지만 일년이 지나도 여전히 고민하는 제 자신을 보며 포기하지 않으리란 생각이 들었고, 도전했습니다.” 그녀는 도전의 가치는 수치로 표현할 수 없이 크다고 말한다. 힘든 순간도 있지만 도전의 과정에서 에너지가 넘치게 된다고. “하고 싶은 무엇이 생긴다는 건 삶에 큰 열정을 가져다 줍니다!”라는 그녀의 말은 진리이다.



도전은 자기 실현 과정의 첫걸음

(주)노루홀딩스 부속실 신영섭 과장

농업을 전공, 국비유학생으로 일본에서 농학박사를 취득했으며 aT센터 조사원, 농화학계 상사 및 식물공장 벤처 등 농생명 분야에서 활동한 바 있는 신영섭 과장. 늘 버킷리스트를 갱신하며 일상을 도전으로 채우는 그의 인생 모토와 목표는 ‘농업계에 공헌’과 ‘농생명 종합회사를 만드는 것’이다. 많은 조사과정을 거쳐 신규 사업 발굴을 진행하며 매일의 업무에서 목표를 향해가는 보람을 느낀다고 말하는 그에게 도전은 자아실현을 위한 절대정신의 덕목이라고 한다. “목표를 실현하는 데 역경은 불가피하죠. 이를 위한 첫 번째 과정이 도전이라고 생각합니다.”라며 하루하루 시간이 짧아서 고민이라는 그에게서 목표를 향해 빠르게 정진하는 도전의 속도감이 느껴진다.

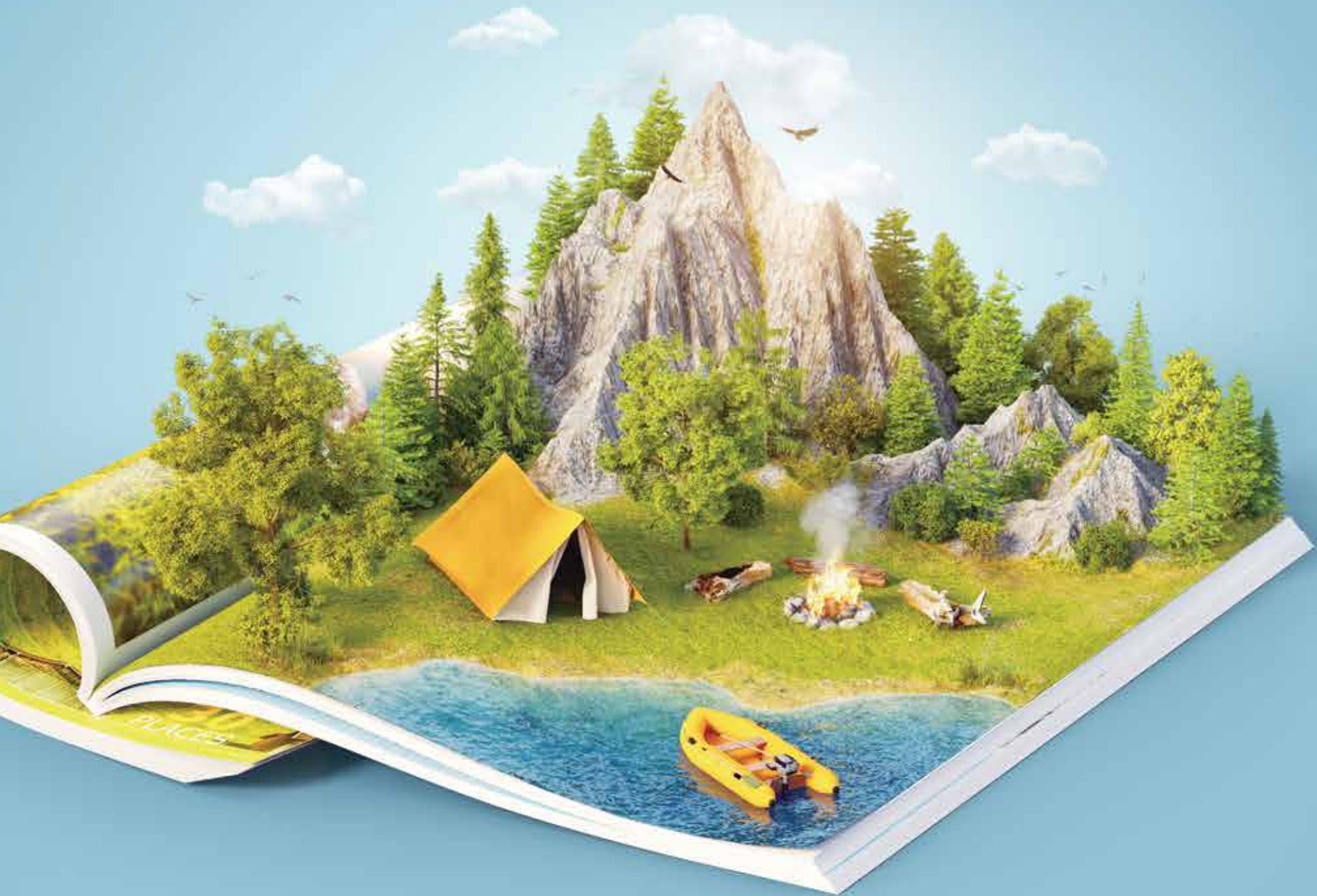


몸과 마음이 기지개를 켜다 자연 속 캠핑

글·양효승

되도록 인적이 드문 곳에 가고 싶다. 코로나 19 때문에도 그렇지만 잔뜩 시달린 머리도, 몸도 쉬고 싶기 때문이다. 여러모로 옥죄이는 일상 속에서 코로나 19는 우리를 더욱 움츠리게 했다. 버스와 지하철을 탈 때, 사람이 많은 공간에 갈 때, 심지어 길을 걷다 누군가와 스칠 때조차 멈칫하게 되는 이곳을 떠나 마스크를 벗고, 걱정도 덜 수 있을까. 사람이 아닌 오직 자연만을 마주하며 마스크 안의 한숨 대신 시원한 심호흡과 함께 기지개를 켜고 싶다. 그렇다면 캠핑이 답이다.





혼자 혹은 함께

코로나 19로 멈춰버린 것 같은 세상 속에서 계절만은 어김 없이 바뀌었다. 코로나 19에 가려 흐릿했던 봄을 지나 갑자기 불쑥 찾아온 여름이어서 그런지 올여름은 유난히 또렷한 존재감을 드러낸다. 파란 하늘, 하얀 뭉게구름, 뜨거운 태양, 짙푸른 초록의 풀과 나무가 자연을 가까이 데려다 놓는다. 시간 가는 줄도 모르는 채 실내에만 있는 인간에게 여름이 푹푹 문을 두드리는 듯하다. 쉬고 싶다면 이리 오라고 말이다.

자연 속의 휴식이 너무나도 간절하기에 이 여름에 더욱 반응하는지도 모른다. 우리는 지금 무엇보다도 타인에게서 떨어져 있길 원한다. 사람도, 사건 사고도 많은 도시에 비해 자연에서는 오롯이 자기 자신에게 집중할 수 있다. 특히 캠핑은 오직 나와 자연만의 공간을 가질 수 있는 여행법이다. 숙박에서 식사까지 나 혹은 동행자와 자체적으로 해결해야 한다. 식당의 잘 차려진 밥과 쾌적한 숙소에 비하면 직접 만든 음식과 얇은 텐트는 초라해 보일 수 있다. 하지만 홀로 해낸다는 것 혹은 함께 힘을 모은다는 것이 귀한 추억이 된다.

자연과 나의 시간

여행에서는 숙소와 놀 거리를 각각 고민해야 하지만 캠핑은 그 자체가 여행이다. 먹을 것과 잠잘 곳만 신경 쓰면 될 뿐 그 외에는 온전히 자유롭다. 책을 읽고 싶다면 책을 읽고, 걷고 싶다면 걷자. 온몸을 자연에 맡기고 자유를 만끽할 수 있다는 게 캠핑의 가장 큰 매력 아닐까. 조금은 고되지만 자유로운 하루 끝 저녁에는 모닥불 앞에 앉아 보자. 멍하니 모닥불을 바라보는 일명 '불멍'은 따스한 온기와 명상의 효과를 준다. 불을 피우는 수고와 비용에 의구심을 품었던 사람들도 막상 불이 타닥타닥 타오르는 움직임이 아무 생각 없이 보기 시작하면 자리를 떠날 줄 모른다. 명상이란 다른 게 아니라 어느 하나에 집중하여 다른 생각들을 털어버리는 것이다. 우리는 끊임없이 무언가를 생각하고 자극받으며 살아간다. 이때 어느 하나에 집중하면 다른 자극은 모두 사라지는 경험을 할 수 있다. 뇌가 쉬게 되는 것이

다. 어두운 밤에 모닥불 하나만 바라보다 보면 자연스럽게 명상으로 이어진다.

자연이 주는 선물은 낮과 밤을 가리지 않는다. 불멍 중에 무심코 바라보는 밤하늘, 별이 쏟아질 듯한 거대한 자연 아래 모닥불과 텐트, 나와 내가 사랑하는 이만 존재하는 순간은 지금 우리에게 꼭 필요한 위로다.

작은 모험, 뿌듯한 하루

아이와 함께하는 캠핑에는 모험의 즐거움이 더해진다. 일상 속에는 각자의 역할이 대부분 고정되어 있지만, 캠핑장에서는 달라진다. 짐 나르기, 텐트 설치, 식자재 준비와 요리, 설거지까지 각각의 역할이 재분배되어 모두 크고 작은 도전을 하게 된다. 이를 통해 아이들은 협동과 성취감을 느낄 수 있다.

자연을 접하기 어려운 도시의 아이들에게 캠핑은 자연 관찰과 학습의 기회이다. 숲에서의 다양한 활동은 창의성과 독창성, 문제 해결 능력을 길러준다고 한다. 분노와 우울감도 20% 이상 줄여준다고 하니 아이와 성인 모두에게 숲과 자연은 선물 같은 존재가 아닐까.

어두운 텐트 안에서 랜턴에 의지한 채 보드게임을 하거나 일기를 써 보는 것도 좋을 것이다. 자연의 냄새를 맡으며 포근한 침낭에 눕는 기분은 또 어떤가. 침낭 사이로 두런두런 나누는 이야기는 유난히 재밌다. 폴벌레 소리에 잠들고 새소리로 깨어나는 아침이라니, 당장 떠나고 싶지 않은가. 그러나 캠핑에 대한 이러한 기대와 열망은 혼자만 느끼는 게 아니다. 언택트 나들이의 필요에 따라 캠핑용품의 수요가 늘고 캠핑장이 풀 부킹되는 상황이다. 코로나 19로 공공형 캠핑장이 휴장함에 따라 문을 연 곳이 더 봄비는 현상도 보인다. 무엇보다 안전을 위해 가능한 공휴일을 피하고 공동화장실과 샤워장을 이용할 때는 유의해야 할 것이다. 숙박 없는 '캠프닉(캠핑+피크닉)'이나 집에서의 불멍도 활용해보자. 그렇게라도 긴장된 몸과 마음에 자연의 숨을 불어넣어 보자. 싱그러운 초록 나무처럼 한껏 기지개를 켜고 돌아오는 몸과 마음은 한결 가벼워질 것이다.



장비가 없어도 즐길 수 있다

글램핑

캠핑은 ‘장비빨’이라고들 한다. 그만큼 캠핑의 쾌적함을 좌우하는 것은 장비. 마땅히 준비된 장비가 없다면 글램핑으로 캠핑 체험부터 해 보는 게 어떨까. 캠핑 요리는 물론 야외의 즐거움을 느낄 수 있으면서도 집처럼 편하다는 게 장점이다. 침낭이 아닌 폭신한 침대에서 잘 수 있고 여러 편의시설도 구비되어 있다. 사진은 경기도 포천에 위치한 파인밸리 글램핑장의 전경이다. 넓은 대지에 다양한 놀이 시설을 갖추고 자전거까지 대여해 주어 심심할 틈이 없다.

사진 제공 · 파인밸리 글램핑(pglamping.hosting2003.co.kr)



텐트가 없어도 캠핑은 가능

차박

텐트는 없다. 숙박은 하고 싶다. 그런데 캠핑 숙소를 빌리긴 싫다면? 차를 이용하자. 최근 차에서 숙박하는 차박족도 늘고 있다. 비용적으로도 저렴하고 텐트를 치고 걷는 번거로움도 없다. 포털사이트에 ‘차박 지도’를 검색하면 차박을 할 수 있는 장소가 표시된 지도를 찾을 수 있어 편리하다. 차박에서는 뒷좌석과 트렁크를 최대한 수평으로 만드는 게 관건이다. 다양한 차종에 맞춤형 차박 매트도 판매하고 있으니 참고하자.

사진 제공 · 인스타그램 pogny93 (www.instagram.com/pogny93)

나가는 싫지만 캠핑은 즐기고 싶어

홈 캠핑

장비를 이용해서 옥상이나 테라스 등 집에서 캠핑을 즐기는 방법도 있다. 텐트와 간단한 장비만으로도 일상 탈출의 기분을 낼 수 있다. 코로나 19로 인해 홈 캠핑이 대세인 요즘에는 아예 베란다를 홈 캠핑을 위한 장소로 개조하는 사람들도 심심치 않게 있다. 주의할 점은 화재에 조심해야 한다는 것. 불멍을 위해 모닥불 대신에 에탄올 난로나 양초 등을 이용해 보는 것은 어떨까.

사진 제공 · 인스타그램 _bohye_____ (www.instagram.com/_bohye_____)



특별한 공간에서 특별한 하루를

카라반

핑클의 <캠핑 클럽>으로 인기가 더 높아진 카라반은 한 번쯤 경험해 보고 싶은 특별한 숙소다. 작은 차 안에 오밀조밀 꾸며진 침대며 주방, 화장실도 재미있지만 외국 영화에서나 보던 빈티지한 외관은 묘한 향수를 불러일으킨다. 부산의 더무빙은 바다 조망의 언덕 위에 귀여운 카라반이 웅기종기 모여 포토 스팟을 연출한다. 유명 건축가 박희수가 디자인한 이곳은 카페 WAVON COFFEE까지 함께 자리해 멋진 감성 캠핑을 즐길 수 있다. 바다를 내려다보며 카라반 앞에서 즐기는 커피 한 잔은 완벽한 하루를 만들어줄 것이다.

사진 제공 · 더무빙 카라반 (www.themoving.kr)



진정한 캠핑러라면 역시

비박

진정한 캠핑은 비박이 아닐까. 장비와 장소 선정 등 진입 장벽과 난이도가 높은 만큼 성취도도 높다. 인공적으로 조성된 캠핑장을 벗어나 완전한 자연에 들어설 수 있다는 것도 매력적이다. 그러나 날씨에 따라 위험할 수 있으니 폭우나 강풍이 예고되어 있다면 피해야 한다. 주변에 여행 경로를 미리 알려두어 만약의 위험에도 대비한다. 비박이 불가능한 장소도 있으므로 미리 알아보도록 하자.

사진 제공 · 인스타그램 african__chief(www.instagram.com/african__chief)



풀밭 위의 식사 시간

집에서 하는 요리와 별 다를 것이 없는데도 캠핑지에서는 무엇이든 더 맛있다. 평범한 고기와 찜도, 소시지와 맥주도 마법의 향신료를 뿌린 듯 뱃속으로 끊임없이 들어가기 마련. 그러니 평소와 약간이라도 다른 메뉴라면 그야말로 특별한 식사가 될 것이다. <진짜 캠핑 요리>를 통한 색다른 시도로 풀밭 위의 식사를 더 맛깔나게 만들어 보자.



돼지 등갈비 구이

뭐니 뭐니 해도 캠핑은 바비큐다. 이번엔 삼겹살, 목살에서 벗어나 등갈비를 구워보자. 미리 한 번 삶아 가면 캠핑지에서의 조리가 간단해진다. 양념은 타기 쉬우니 그릴 위에서 등갈비를 충분히 구운 후 바른다. 혹 구이가 여의치 않으면 목은지에 푹 끓여 등갈비 김치찜으로 활용할 수 있다.

재료 (4인분 기준) 돼지 등갈비 2대, 양파 1개, 소금·후춧가루 약간, 소스 재료(마늘 5쪽, 토마토케첩 4T, 바비큐 소스 3T, 물엿 2T, 물 1/2컵)

- 조리순서**
1. 돼지등갈비는 찬물에 30분 정도 담가 핏물을 뺀 후 끓는 물에 넣어 30분 삶아 건진다.
 2. 양파는 채 썰어 찬물에 담갔다가 접시에 건져 놓는다.
 3. 편으로 썬 마늘과 나머지 소스 재료를 넣어 걸쭉해지도록 끓인다.
 4. 그릴에 등갈비를 충분히 구운 후 소스를 덧발라가며 구워 채 썬 양파 위에 올린다.

열빙어 구이

그릴이 준비되었는데 돼지고기만 굽긴 아쉽다. 식사에서 맥주 순서로 넘어갔다면 마른안주로 열빙어는 어떨까? 집에선 냄새 때문에 구이가 망설여지는 생선류는 캠핑 시 적극적으로 활용해야 할 식재료이다. 열빙어는 냉동 상태에서 구워야 먹음직스러운 모양을 살릴 수 있다.

재료 (4인분 기준) 열빙어 20마리, 굵은소금 약간, 간장 양념 재료(간장 2T, 고추냉이 0.5T), 고추냉이 양념 재료(마요네즈 2T, 고추냉이 0.5T)
*고추냉이는 고추장으로 대체 가능하다.

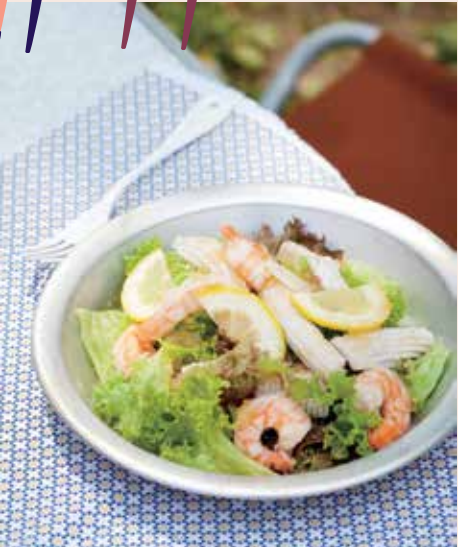
- 조리순서**
1. 열빙어는 키친타월로 물기를 닦고 굵은소금을 살짝 뿌린다.
 2. 석쇠에 앞뒤로 노릇하게 구워 접시에 담는다.
 3. 각각의 양념 재료를 섞어 열빙어 구이에 곁들인다.

날치알 바다 샐러드

해산물 샐러드는 덥고 끈적한 여름의 식사를 상큼하게 만든다. 새우, 오징어, 조개 등을 화이트 와인에 익히면 비린내 없이 맛을 잘 살릴 수 있다. 여기에 날치알을 더하면 톡톡 씹히는 식감이 해산물과 잘 어우러진다.

재료 (4인분 기준) 해산물(새우, 오징어 등) 600g, 소금 약간, 양상추 1/4통, 레몬 1/4개, 마늘 2쪽, 화이트 와인 1/4컵, 소금·후춧가루 약간씩, 드레싱 재료(올리브 오일 1/4컵, 화이트 와인 2T, 날치알 3T, 소금·후춧가루 약간씩)
*드레싱에 올리브 오일 대신 생크림을 넣으면 맛이 더 부드럽다.

- 조리순서**
1. 새우는 꼬치를 이용해 등 쪽의 내장을 빼내어 씻고 오징어는 내장과 껍질을 제거하고 잔 칼집을 넣어 한입 크기로 썬다.
 2. 조개는 열은 소금물에 담가 해감하여 깨끗이 씻는다.
 3. 양상추는 씻어 물기를 뺀 후 먹기 좋은 크기로 썬다. 레몬과 마늘은 슬라이스한다.
 4. 냄비에 손질한 해산물을 담고 마늘, 화이트 와인, 소금, 후춧가루를 넣고 뚜껑을 덮어 익힌 후 차게 식힌다. 화이트 와인이 없으면 올리브 오일을 이용해도 된다.
 5. 드레싱 재료를 섞어 양상추와 레몬, 해산물과 함께 곁들인다.

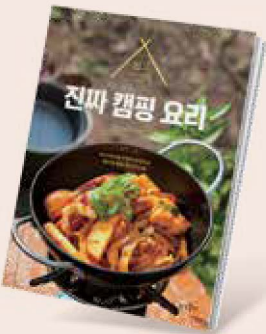


남은 와인으로 상그리아

여름에 어울리는 와인 음료 상그리아로 더 특별한 캠핑 분위기를 내 보자. 캠핑이라면 낯술도 부담 없고 상그리아라면 더욱 가볍게 즐길 수 있다. 키위, 딸기, 포도 등 제철과일로 다양한 맛의 상그리아를 만들 수 있다. 자신의 주량에 따라 와인을 줄이고 주스를 넣는 등 조절한다.

재료 (4인분 기준) 오렌지 1/2개, 굵은소금 약간, 사과 1/2개, 키위 1/2개, 레드 와인 2컵, 크랜베리 주스 2컵

- 조리순서**
1. 오렌지는 껍질을 굵은소금으로 문질러 씻고, 사과는 흐르는 물에 깨끗이 씻어 껍질째 슬라이스한다. 키위도 껍질을 벗겨 슬라이스한다.
 2. 레드 와인에 크랜베리 주스를 부어 고루 섞는다.
 3. 슬라이스한 오렌지, 사과, 키위를 넣어 섞으면 끝.



<진짜 캠핑 요리> 쿡킹스튜디오 꿀밥 이미경 지음 / 상상출판

맛있고 간단한 캠핑 요리 레시피를 알려주는 요리책. 최소한의 캠핑 도구와 집에 있는 재료로 초보자들도 만들 수 있는 별미 요리 140가지를 담았다. 빠지면 아쉬운 구이 요리부터 든든한 밥과 찌개, 일품요리, 키즈 푸드와 카페풍 디저트까지 망라하면서도 야외 상황에 맞게 레시피가 간단하다. 캠핑 고수가 귀찮아하는 캠핑 식재료 고르는 법, 포장법, 냉장·냉동식품의 보존 기간도 좋은 팁이다. 책을 보면 캠핑이 더 가고 싶어질 것이다.



코로나 19 속 직장인 수난기

코로나 바이러스로 인한 갑작스러운 사회 변화는 그 방향과 속도를 예상하기조차 힘들다. 만나서 두 눈을 바라보며 감정을 나누고 소통하는 사람과 사람 사이의 기본적인 일상이 모두 바뀌고 있다. 또 정상적인 상황이라면 10년이 걸렸을지도 모르는 변화가 지난 6개월 만에 우리 앞에 현실로 나타나고 있다. 이런 변화의 물결을 회사라고 피해 갈 수는 없다.

글 · 손성곤(직장생활연구소 대표)

코로나 19의 급습

직장인 A대리는 회사 게시판의 글을 보고 깜짝 놀랐다. 주 4일 근무, 무급 휴가 신청을 받는 것이었다. 자을 신청이라고는 했지만 팀의 절반 인원이 할당을 받았다는 소문이 돌았다. 상황이 안 좋은 것은 알았지만 이 정도일 거라고는 예상하지 못했다. 사람을 직접 만나는 일이 업무의 대부분인 그는 코로나로 인해 기피 대상이 되어 버렸다. 공식적인 근무 시간이 줄어든다고 해서 꼭 업무량이 줄어드는 것은 아니었다. 하지만 급여는 줄어든다. 사람을 직접 대하지 않는 비대면의 물결이 업무 형태마저 바꿔 놓았다.

대형마트 본사에서 일하는 B차장도 마찬가지다. 코로나는 오프라인 마트에 고객들의 발을 끊게 만들었고 고객은 온라인으로 급속도로 옮겨갔다. 상품의 신선도가 중요하며 오프라인에서 확인하고 식품을 구매했던 고객들마저 온라인으로 상품을 구매하기 시작했다. 나라에서 재난지원금을 풀었지만 대형마트에서 쓸 수 없었다. 매출은 곤두박질쳤지만 개인이 할 수 있는 일은

한계가 있었다. 회사는 비상경영을 선포하며 살아남기 위한 초긴축에 들어갔다. 회사도 외부 상황이 최악이라는 것을 인정은 하지만 그렇다고 매출 압박이 사라진 것은 아니었다. 마이너스가 넘쳐나는 매일 아침 매출 보고는 도망치고 싶은 자리였다.

기업을 상대하는 회사에서 일하는 C과장은 갑작스러운 재택근무 지시를 받았다. 각 팀의 50%는 재택근무를 하라는 지시가 내려왔다. 당연히 회사도 개인도 아무런 준비가 되지 않았다. 하루아침에 재택근무를 시작한 그의 첫 번째 난관은 회사 컴퓨터를 외부에서 접속하도록 설정을 바꾸고 승인을 받는 것부터였다. IT 파트에서 급하게 만든 매뉴얼대로 했지만 서버에 부하가 걸리며 접속 자체가 되지 않았다. 사무실에 출근한 직원들에게 전화가 왔지만 대응할 수가 없었다. 힘들게 만나질 만에 접속한 사내 인트라넷에는 메일이 80개가 와 있었다. 평소의 세 배가 넘는 양이었다. 하나하나 읽으며 답을 하는 데만 2시간이 넘게 걸렸다. 모여서 미팅을 하면 10분이면 해결될 수 있는 일이었다. 회의는 카톡방에서 이루어졌다. 잠시라도 대답이 없으면 'C과장, 놀러간 거 아냐?'라는 웃을 수만은 없는 농담이 이어졌다. 겨우 카톡 회의방을 빠져나오고 나니 코로나로 등교하지 않는 초등학교 아이가 와서 놀아 달라고 또 배고프다고 보챈다. 내가 일을 하고 있는 건지 뭐하고 있는 건지 혼란스럽다. 코로나로 재택근무를 실시한다는 신문기사의 회사는 IT 업종의 인프라가 갖춰진 소수의 기업들뿐이었다. 갑작스러운 변화가 너무 당황스러웠다.

예측 불가능하며 부정적인 변수

사람들이 만남, 이동과 대면 소비를 최소화한 결과는 대부분의 기업에 큰 변화를 가져왔다. 가장 큰 변화는 유연시간 출근제, 단축 근무, 무급 휴가 등의 불경기로 인한 근무 시간의 축소였다. 공공상생연대기금이 4월 조사한 바에 의하면 '코로나로 인해 업무가 줄었다'라는 응답이 43.6%로 나타났고 소득이 줄었다는 응답도 47.5%로 거의 절반을 차지하고 있다. 아울러 코로나 19

로 인해 '직장의 경영상태가 나빠질 것'이라는 응답이 57.1%로 나타났다. 많은 직장인들은 코로나가 가져오는 부정적인 변화를 우려하고 있다는 것이다. 대부분의 사회 변화는 언제나 징후와 함께 서서히 시작된다. 연료를 넣는 자동차의 시대가 끝날 것이고, 사람이 운전하지 않는 자동차의 시대가 온다는 것은 예전부터 충분히 예측할 수 있었다. 하지만 이번 코로나가 가져온 변화는 대응하기가 힘들다. 그 속도가 너무 빠르고 방향도 아직은 불분명하기 때문이다. 사실 변화는 언제나 있었다. 개인이나 기업에게 가장 중요한 것은 '변화에 적응할 준비'다. 변화는 거부할 수도 없는 데다가 변화라는 큰 파도에 온 몸으로 맞서면 부딪혀 물에 빠져 죽고 만다. 변화라는 파도가 오면 우리는 그 파도를 타야만 한다.

코로나가 직장인에게 알려준 진리는 '모든 것은 변한다'는 것뿐이다. 코로나로 시작된 변화에 직장인들은 웃기도 하고 울기도 할 것이다. 우리는 물에 빠지지 않고 변화의 파도를 탈 수 있는 최소한의 나무판자 하나는 있어야 한다. 그건 상황의 변화에 빠르게 적응하는 유연한 사고와 준비된 업무 해결 마인드이다. 또한 그 누구도 예측할 수 없었던 이번 사태 속에서 기업 역시 새로운 업무 형태를 적극적으로 받아들이며 외부의 변수에 따라 성장의 속도와 방향을 조절하는 융통성을 가져야 할 것이다. 우스개소리지만 이제 시대는 BC와 AC, Before Corona와 After Corona로 불릴 것이라고 한다. 현 사태를 어떻게 헤쳐나가느냐에 따라 AC에서의 승패가 갈리지 않을까.



The background of the entire page is a light blue color. Scattered across this background are several light-colored wooden blocks. Each block has a black silhouette of a person or two people. Some blocks are tilted at various angles. Each wooden block is enclosed within a thin, white, hand-drawn square border. The overall composition is clean and modern, emphasizing human connection and community.

NOROO People are...

코로나 19로 타인과의 거리두기가 강조되는 지금,
오히려 서로가 긴밀히 연결되어 있음을 실감합니다.

나로 인해 동료が 안전해지고

동료로 인해 내가 안전해지며

모두가 모두의 울타리가 되고 지지대가 되기 때문입니다.

우리는 배려와 연대로 더욱 단단한 울타리를 짓고

지치지 않는 결의로 내일을 향할 것입니다.

우리는 NOROO입니다.

팬톤페인트와 함께라면 모든 컬러가 인생사진!

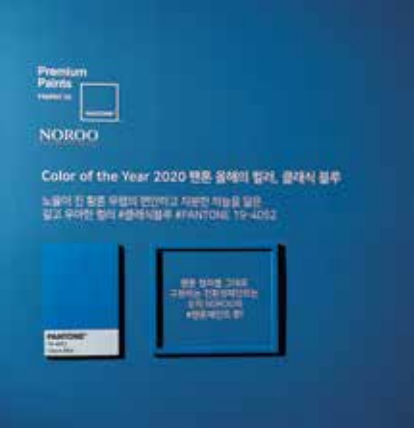
롯데월드 어드벤처 그릴싸진관+세젤예교

스마트폰 속의 일상 사진들은 대체로 맛있게 채워진다. 그러나 이곳을 방문한다면 사진첩의 분위기는 확연히 달라질 것이다.
컬러가 다채로워지고 포즈가 풍부해지며 표정이 살아난다. 한 장 한 장이 인생사진이다.
표정을 살리고 사진을 살리는 컬러의 힘, 롯데월드 어드벤처 그릴싸진관과 세젤예교에서 만난다.



그릴싸진관

방문객의 마음을 들뜨게 만드는 그릴싸진관은 각 부스마다 각각의
콘셉트와 조명이 갖춰져 누구나 그야말로 그릴싸한 사진을 찍을 수 있다.



그야말로 그릴싸해, 그릴싸진관

“와! 여기 너무 멋진데?” 롯데월드 어드벤처 4층에 위치한 그릴싸진관에 들어서는 이용객의 입에서는 탄성부터 나온다. 그리고 곧 손과 발이 바빠진다. 우아하고 로맨틱한 꽃나무, 고풍스러움이 풍기는 테이블과 램프 등 20여 개의 콘셉트 부스를 모두 사진으로 담고 싶어지기 때문이다. 방문객의 마음을 들뜨게 만드는 그릴싸진관은 각 부스마다 각각의 콘셉트와 조명이 갖춰져 누구나 그야말로 그릴싸한 사진을 찍을 수 있는 셀프 포토 스튜디오다. 2018년 오픈해 일일 평균 3,500명을 넘는 이용객이 방문하며 ‘인생샷 성지’로 등극한 이곳은 2020년 팬톤페인트와의 콜라보레이션을 통해 더욱 생생한 컬러로 채워졌다. 그릴싸진관의 첫 부스에서는 꽃 속에 폭 파묻힌 것처럼 풍성한 다홍색 속에서 한껏 무르익은 봄을 만날 수 있다. 팬톤페인트 콘치 셸(Conch Shell 15-1624)의 맑고도 진한 컬러 앞에 서면 두근거림으로 상기된 듯 얼굴이 발그레하게 빛을 발한다. 팬톤사가 올해의 컬러로 꼽은 클래식 블루(Classic Blue 19-4052)는 중후한 장식의 거울과 어우러져 고전적인 아름다움을 발견할 수 있도록 돕는다. 네온 조명과 빈티지한 장식으로 오묘한 분위기를 내는 부스에는 콜로니얼 블루(Colonial Blue 18-4522) 컬러가 사진에 깊이감을 더해준다. 컬러가 달라지며 말 그대로 ‘색다른’ 각각의 부스 안에서 이용객들은 포즈와 표정을 달리해가며 각자의 인생사진을 촬영했다. 특히 인기있는 곳은 NOROO가 연출한 ‘페인트관’이다. 페인트붓, 페인트통의 조형물과 함께 재미난 사진을 만들 수 있기 때문이다. 그릴싸진관의 컬러를 담당할 (주)노루페인트 디지털 마케팅팀 조현정 과장은 “다양한 부스마다 고유의 느낌이 돋보일 수 있도록 컬러를 선택했습니다. 팬톤페인트는 어느 페인트보다도 고채도의 컬러를 보여주기 때문에 사진이 보다 선명하게 연출될 수 있죠.”라고 설명했다.





세젤예교

롯데월드의 상반기 테마인 'Let's Play School'에 따라 '세상에서 제일 예쁜 학교'로 꾸며진 세젤예교 스튜디오에서 NOROO의 팬톤페인트가 컬러의 힘을 유감없이 발휘했다.



자꾸 가고 싶은 학교, 세젤예교

아무리 욕심난다 해도 그럴싸진관에서 스마트폰의 사진첩을 다 채우지 않도록 조심해야 할 것이다. 또 다른 포토 스튜디오, 세젤예교가 최근 맞은편에 오픈했기 때문이다. 이곳은 롯데월드의 상반기 테마인 'Let's Play School'에 따라 '세상에서 제일 예쁜 학교' 즉, 세젤예교로 꾸며졌으며 역시나 NOROO의 팬톤페인트가 컬러의 힘을 유감없이 발휘했다.

학교를 들어가는 발걸음이 이렇게 가벼울 수 있구나! 세젤예교의 입구를 장식한 팬톤페인트의 보송보송한 노랑, 달콤한 핑크는 등곳길마저 달콤하게 만들어버린다. 캔디 핑크(Candy Pink

14-1911), 플라밍고 핑크(Flamingo Pink 15-1821) 등 겹겹이 쌓인 핑크 레이어를 지나 교실, 과학실, 독서실, 미술실, 체육관을 차례대로 가다 보면 곳곳이 모두 포토 스팟이다. NOROO가 연출한 컬러 랩인 과학실은 블루 토파즈(Blue Topaz 14-4310)로 페인팅되어 사진 속 얼굴을 보다 산뜻하게 만들어 주고 독서실은 버터컵(Buttercup 12-0752)과 메도우 모브(Meadow Mauve 18-3230)의 선명한 대비로 주목성을 높인다.

레드와 화이트, 블랙만으로 강렬하고도 자유로운 예술적 감성을 표현한 미술실, 민트와 핑크의 조화가 생동감을 불어넣는 체육관 등 세젤예교 안에서는 이동할 때마다 마치 과학

자나 화가, 방금 땀 흘리며 경기를 마친 선수라도 된 듯 기분도 바뀌는 것을 느낄 수 있을 것이다. 기분이 바뀌니 카메라를 바라보는 표정도 자연스러워지고 인생사진이 '속출'하는 건 당연하다. 그 정점은 졸업식에서 찍힌다. 핑크 마시멜로(Pink Marshmallow 12-2907) 컬러가 달콤한 꽃길을 보장해 주는 졸업식장이다.

인생사진, 팬톤페인트와

두 포토 스튜디오에서 비치된 소품을 이용해 촬영을 즐기는 이용객들은 공간과 컬러의 분위기에 맞춰 진지하게, 장난스럽

게, 우아하게 몸짓과 표정을 바꾸었다. 촬영 후 사진을 확인하는 얼굴 또한 즐거움과 기쁨으로 가득했다. 담당자인 롯데월드 어드벤처 콘텐츠 전략팀 김윤수 주임은 "팬톤페인트의 색채가 유난히 선명한 것 같아요. 이용객들이 사진을 확인할 때 탄성을 지를 만큼 뛰어난 채도를 보여줍니다. 오염에도 강하고요."라며 팬톤페인트의 컬러와 기능에 찬사를 보냈다. 눈으로도 바로 알 수 있는 팬톤페인트의 생생한 컬러감은 사진 속에서 그 효과가 더 극적으로 나타난다. 팬톤페인트와 함께라면 인생사진, 어렵지 않다. 롯데월드 어드벤처 그럴싸진관과 세젤예교에서 인생사진을 남겨 보자.



더기반의 기술로 세계를 달콤하게

(주)더기반 박과팀

더운 여름에 숨통을 틔워주는 것은 시원하고 단 과일들이다. 수박이 갈라지는 찢어 소리는 여름을 쪼개는 듯 박력 있고, 멜론은 녹아내리는 아이스크림만큼이나 부드럽고 달콤하다. 선명한 노랑과 하양의 줄무늬가 전하는 참외의 청량함은 또 어떤가. 더기반의 박과팀이 만들어내는 꿀맛 과일들. 한국의 여름을 넘어 세계를 달콤하게 만들 그들을 만나본다.

생산자와 소비자 모두를 위해

5월에서 7월은 더기반의 박과팀이 바쁜 시기이다. 봄에서 여름에 걸친 첫 작기의 수확과 평가가 이어지기 때문이다. 더기반에는 고추, 배추, 무, 양채류, 토마토, 양파 등 작물에 따라 여섯 개의 연구팀이 있다. 그중 박과팀은 참외와 멜론, 단호박, 애호박, 오이, 수박 등을 육성한다. 한국에서 1년에 두 번의 작기를 진행하는 박과팀은 올해 첫 작기의 과실을 평가하기 위해 하우스 한 동에 멜론과 참외, 수박을 주욱 진열해 둔 참이다. 일명, 조합 성능 검사의 날이다.

“직접 먹어보며 맛과 식감을 평가하고 기계로 당도를 측정합니다. 폭과 길이, 색깔 등 과형도 기록하고요.” 엄지용 연구원 앞에 가지런히 놓인 멜론은 총 116개의 조합이 낳은 결과이다. “원하는 형질이 나오게끔 우성으로만 순계를 짜서 계통 육성이라는 것을 합니다. 이중 5종을 선발하는 게 오늘 검사의 목표죠. 5종은 주로 재배될 현지에 보내 시험 재배를 하며 지역 적응성을 확인합니다. 그중 양호한 종을 확대 재배하여 안정성이 확인되면 본격적으로 생산, 판매하게 됩니다.” 설명하며 멜론들을 꼼꼼하게 살피는 그의 눈길에는 애정이 듬뿍 담겨 있다. “품종 개발은 늘 현재 리딩 품종을 기준 삼아 단점을 보완하고 장점을 덧붙이는 방향으로 나아갑니다. 생산자와 소비자 모두를 만족시킬 수 있도록 품종에서 안정적 수확성과 수송성, 맛과 당도 등을 개선시켜가고 있지요.”



해외 시장을 목표로

국내 시장에서 높은 점유율을 올린 참외와 더불어 네트 멜론 또한 시장 점유율을 높여가고 있다. 특히, 멜론은 현재 해외 시장을 목표로 품종 개발을 지속 중이다.

“국내 시장은 규모가 매우 작습니다. 수익을 위해서는 북미, 북아프리카, 유럽 등 큰 시장이 필요하지요. 그래서 연구개발이 필수입니다. 특히 지금은 생명공학이 기능성과 내병성을 찾아내는 데 큰 지원군이 됩니다. 시간 또한 절약해 주지요.” 엄지용 연구원은 ‘품종 육성은 시간과의 싸움’이라고 말한다. “계통을 짜기 위한 유전자원 수집과 평가에만 만년, 순계 작업에 3년 정도, 현지 재배에 1년쯤 걸립니다. 이 시간을 줄이는 게 관건입니다. 더기반의 태국 연구소는 1년에 세 번의 작기를 가질 수 있어 세대 단축을 돕습니다.” 한국과 태국에서의 육성과 생명공학팀과의 협업을 통해 더기반의 멜론 종자는 해외로 나아갈 준비를 단단히 하고 있다. “멜론 중 오렌지색 과육을 가진 캔탈로프의 경우 국내에서는 아모르라는 품종명으로 농가에서 재배되어 소비자를 만나고 있습니다. 특히, 캔탈로프는 저장성을 높여 수송성이 좋아 해외 마케터들에게 관심을 받고 있어요. 아직은 시작 단계지만 여러 대륙에 다양한 멜론 품종을 시험재배하여 피드백을 받는 중입니다.”



이 달콤함을 모두에게

박과의 경우, 참외의 국내 종자 시장 규모는 약 50억, 단호박은 80~100억, 수박이 100억 가량 된다. 가장 큰 수박 종자 시장을 위해 더기반은 작년부터 수박 또한 육성 중이다. 더운 여름, 찜통같은 하우스 안에서의 작업은 고되기가 이루 말할 수 없지만 엄지용 연구원은 직장인이 아닌 직업인으로서 일을 대하면 힘든 것을 이겨낼 수 있다고, 더기반 품종으로 재배되어 마트에 공급된 작물을 많은 소비자들이 사가는 걸 볼 때 큰 보람을 느낀다고 말한다. 수박 담당 강선우 연구원은 식물은 공휴일이 없어서 꾸준히 관리해 주는 게 힘들긴 하지만 원하는 수확물이 나올 때 정말 뿌듯하단다.

검사 과정에서 엄지용 연구원이 추천한 허니듀 멜론을 시식해 보았다. 이름 그대로 꿀처럼 달고 향이 진하면서도 이슬처럼 맑은 맛이였다. 더기반의 달콤함을 국내는 물론 지구촌 많은 이들이 찾는 날이 어서 오길 기대해 본다.

더 윙 콘서트로 음악의 날개를 펼치다

NOROO와 함께하는 <더 윙 콘서트>

“음악은 천사의 말이다.” 영국의 비평가인 토마스 카알라일은 이렇게 말했다. 더 많은 사람들에게 그 소리를 들려주기 위해서는 먼 곳까지 날아갈 수 있는 날개가 필요하다. 윙바디 트럭으로 전국 방방곡곡에 클래식 연주의 아름다움을 전하는 NOROO와 심포니 송의 <더 윙 콘서트>가 바로 그 날개이다. 신록의 어느날, 경북 영천 육군3사관학교에 내려앉은 날개 사이로 천사의 말이 울려 퍼졌다.



윙바디 트럭, 음악을 신다

<더 윙 콘서트>는 5.5톤 윙바디 트럭에서 펼쳐지는 연주회다. 오케스트라 부흥사로 불리는 함신의 예술감독의 아이디어에 NOROO의 조용한 후원이 만나 이루어진 세계 최초의 트럭 위 오케스트라 연주 무대는 문화적으로 소외된 지역과 시설 곳곳을 순회하며 클래식 음악의 감동을 전하고 있다. 이번에 <더 윙 콘서트>가 찾은 육군3사관학교 역시 주변에 문화 예술 공연 시설이 부족한 데다가 사관생도와 장병 전원이 기숙사 생활을 하기 때문에 문화 공연을 접할 기회가 적은 곳이다. 특히, 코로나 19의 위험이 있는 상황에서 출타가 제한되어 문화 행사에 대한 간절함이 더욱 커져 있기도 했다. 이에 사관학교 측에서 심포니 송을 초청, 콘서트가 이루어지게 되었다. 물론 안전을 위해 출입 인원 모두는 문진표 작성과 발열 체크를 거쳤다. 윙바디 트럭의 무대가 준비된 곳은 육군3사관학교 내에 있는 한국형 정원, 호국정. 싱그러운 신록과 따스한 햇살이 마스크

를 끼고 반듯하게 줄을 맞춰 자리한 사관생도들을 에워쌌다. 세계 유일의 편입학 사관학교로 52년 역사 속에서 정예장교를 양성해 온 육군3사관학교의 엄격한 공기는 오케스트라의 악기와 각각의 소리를 소개하는 함신의 예술감독의 힘찬 목소리로 유쾌하게 바뀌었다. “현악기는 군대로 따지면 보병입니다. 계속 구보하고 행군하죠. 가끔 가다가 뛰는 포병, 방공포 미사일같은 포병은 관악기이고요. 목관 중 가장 낮은 소리를 내는 바순은 바주카포와 비슷하죠? 그리고 이걸 여러분에게 가장 익숙한 악기일 수 있습니다. 나팔이죠.” 이어지는 익숙한 기상 나팔의 멜로디에 생도 사이에서 웃음이 일었다. 즐거운 분위기 속에 주페의 <경기병 서곡>으로 본격적인 연주회가 시작되었다.

자연 속에서 듣는 생생한 연주

초등학교 운동회, 각종 배경음악 등으로 자주 사용되어 익숙한 <경기병 서곡>이지만 함신의 예술감독의 해설과 생생한 연



주로 들으니 새롭게 다가온다. 생도들은 자신도 모르는 새 발로 박자를 맞추며 행진의 에너지를 느끼고 있었다. 이어진 스트라우스 2세의 <봄의 왈츠>는 손지수 소프라노의 청아한 음색으로 봄의 환희와 기쁨을 전달했다. 그녀의 목소리는 꽃이 되었다가, 미풍으로 불었다가, 시냇물로 흐르는 등 봄의 면면을 들려주었다. 하이든의 <트럼펫 협주곡>은 명쾌하고도 웅장한 트럼펫 소리로, 마스네의 <나바레의 여인>은 현란하고 힘찬 리듬의 반복으로 너른 교정을 가득 채웠다. 플루트 협주곡으로 연주된 비제의 <카르멘>은 계절과 날씨에 완벽하게 어울리는 곡이었다.

오페라 <로미오와 줄리엣>에서 줄리엣이 부르는 구노의 '꿈 속

에 살고 싶어라', 베토벤의 교향곡 제5번 <운명>에 이르는 모든 연주 프로그램마다 뜨거운 박수가 쏟아졌다. 그 열기로 이어진 앙코르 곡 <위풍당당 행진곡>에서는 합신의 예술감독이 리드하여 관중이 함께 절도 있는 군무를 연출하기도 했다. 곡에 대한 재미있는 설명과 함께 합신의 예술감독은 돌발퀴즈를 내고 관중의 참여를 적극적으로 유도하는 등 노련한 진행으로 청중뿐만 아니라 연주자들까지 웃음을 터뜨리게 만들었다.

천사의 말, 날개를 달다

사관생도와 장병 등 총 1천 5백여 명의 청중과 함께해 이제까지의 <더 윙 콘서트> 중 가장 큰 규모였던 이번 연주회의 프로

그램은 합신의 예술감독이 준비한 것이다. 코로나 19로 엄중한 분위기에 새로운 활력과 용기를 주고자 하는 그와 NOROO의 바람은 육군3사관학교의 모두에게 부족함 없이 전달되었다. 콘서트에 참석한 양현민 사관생도는 “오늘 공연을 통해 그동안 쌓인 스트레스를 해소할 수 있었습니다. 호국정의 아름다운 정취와 합신의 지휘자님의 위트 있는 진행, 고품격 오케스트라의 공연이라는 3박자가 잘 어우러졌습니다.”라고 감상평을 남겼으며 용사인 이구상 상병은 “이번 공연을 통해 코로나 19로 인해 잠시 잊고 있던 자연의 변화와 생명력을 흠뻑 느꼈습니다. 특히 야외에서 경쾌한 분위기로 이루어진 ‘윙 바디 트럭’ 공연이 신선하고 인상적이었습니다.”라고 말했다. 또한 육군3사관학교 장달수 교장은 “학교 전 장병과 사관생도의 힐링을 위해 이번 콘서트를 지원해 주신 (주)노루홀딩스에 감사드린다.”라고 하며 합신의 예술감독을 통해 감사패를 증정했다.

사실 야외에서의, 더구나 트럭 위에서의 연주는 쉽지 않다. 익숙하지 않은 환경에 맞추어 음향시설을 구축하고 날씨에 따라 무대 설치에 변화를 줘야 하는 등 준비 과정이 길다. 그러나 음악을 함께 즐겨주는 청중의 모습에 힘이 나고, 행복해진다고 심포니 송의 연주자들은 말한다. 부악장 김정수 바이올리니스트는 “이런 멋진 무대에서 연주를 한다는 것은 NOROO와 함께하는 합신익과 심포니 송에서만 가능합니다.”라며 자랑스러움을 내보였다. 이렇듯 연주자와 청중이 장소의 구애 없이 현장에서 서로 어우러질 수 있기에 <더 윙 콘서트>의 음악은 특별할 수밖에 없다. 음악의 아름다움에서 소외되는 곳이 없도록 날갯짓해 온 <더 윙 콘서트>의 이번 연주 역시 천사의 말을 들려주었던 연주회였다.



코로나 19로 엄중한 분위기에

새로운 활력과 용기를 주고자 하는

합신의 예술감독과 NOROO의 바람은

육군3사관학교의 모두에게 부족함 없이 전달되었다.





손안에 바다를 담다

(주)노루페인트 ESQM팀 노용욱 사원과
친구들의 수제 비누 체험

시원한 바다가 그리운 여름이다. 썩아 하고 밀려왔다가 철썩하며 부서지는 파도 소리라면 이 여름의 더위도, 코로나의 긴장도 모두 씻어낼 것만 같다. 하지만 아직은 조심을 앞세워야 할 때이다. 눈 앞의 바다 대신 손 안의 바다로 마음의 염려를 깨끗이 지우자. 노용욱 사원과 친구들의 바다 비누 체험을 함께 즐긴다.

나를 위한 수제 비누

코로나 19로 그 어느 때보다 손 씻기가 강조되는 요즘, 핸드숍과 비누는 생활필수품, 아니 생존필수품이 되었다. 내 취향의 비누라면 세면대에서의 시간이 좀 더 즐거워지지 않을까? 바다를 담은 비누는 손은 물론 눈에도 청량감을 전할 것이다. 이를 위해 노용욱 사원과 홍소영 씨, 이현지 씨, 김 아녜스 씨가 수제 비누 공방 나비 아틀리에를 찾았다.

“오늘 만들 바다 비누는 MP비누예요. MP는 ‘Melt and Pour’의 약자로, 비누 베이스를 녹여 붓는 간단한 비누 제작 방식입니다. 비누 베이스에 자신의 피부 타입과 취향에 맞는 분말, 에센셜 오일을 더하는 수제 비누이지요.” 나비 아틀리에 이희선 강사의 설명으로 실습이 시작되었다. 수제 비누는 크게 MP와 CP로 나뉜다. CP는 Cold Process, 즉 저온법으로 식물성 오일과 가성소다수를 저온에서 교반하고 약 하루 보온한 후 4주간 숙성하여 완성하는 천연 비누이다. 당일 완성을 위해 이번엔 MP비누를 선택했다.

“어성초와 팔 분말로 가장 밑단인 모래층의 색을 만들어 보세요.” 어성초는 피부 진정과 항균 작용을 하는 뛰어난 허브이다. 팔은 보습 효과를 더한다. 티스푼으로 분말을 옮기는 네 명의 손놀림이 조심스럽다. 강사는 너무 긴장하지 않아도 된다고 하지만 초보자들에게는 모든 순간이 위중한 법이다. 색을 내어 글리세린으로 개어둔 분





요.”라고 모두는 입을 모았다. 그 아쉬움을 알기에 노용욱 사원은 이번 기회를 놓치지 않았다. “용욱이가 올린 글을 보고 제가 빠르게 팀을 구성했죠. 요즘 같은 때에 더욱 뭔가를 해보고 싶었거든요.” 청년부 부회장인 홍소영 씨에 따르면 ‘사람 좋고 성실한 용욱이’ 덕에 함께 바다 비누를 만들게 된 셈이다.

바다, 비누로 담다

드디어 완성된 비누를 잘라 꾸미는 순서! 같은 재료를 썼지만 개성에 따라 깊고 푸른 바다와 얇고 잔잔한 바다 등이 각각의 비누에 담겼다. 부드러운 사용감을 위해 모서리를 대패로 손질하고 테코용 조개 비누를 붙인 후 스탬프로 다양한 문구를 새기면 완성이다. 신중하게 조개의 위치를 잡고 스탬프의 문구를 고르며 이들은 몰입의 즐거움에 빠져들었다. 바다를 담은 비누를 들고 사진을 찍으며 추억도 하나 더 쌓였다. 아플리에에 가득한 레몬과 페퍼민트의 향기 때문일까? 정말 재미있었다며 맑은 웃음을 짓는 이들에게서 시원한 바다 바람이 불어오는 듯했다. 노용욱 사원과 친구들의 바다 비누는 오늘의 향기로 매일을 상쾌하게 채워줄 것이다.

나비 아플리에 | 수원시 장안구에 위치한 공방으로 전문 강사 자격증을 갖춘 이희선 강사가 비누뿐만 아니라 향수와 화장품 등 천연 스킨케어 용품과 레진아트, 캔들 등의 다양한 수업을 진행한다. 공간이 무척 아름다워 수업이 더욱 즐겁다. www.nabiat.com

말에 미리 녹여둔 비누 베이스를 부은 후 에센셜 오일로 향을 더한다. 노용욱 씨는 페퍼민트를, 김 아네스 씨와 홍소영 씨는 레몬을, 이현지 씨는 라벤더를 선택했다. 아플리에 안에 천연 오일의 상쾌한 향이 퍼지니 결과물이 더욱 기대된다. 모래 위에 파도의 하얀 포말을 올리고 바다를 3개 층의 파랑으로 표현하면 바다 비누가 완성된다. 각기 다른 컬러를 섞은 비누 베이스를 몰드에 붓는 과정을 총 5번 해야 하는 것이다.

힐링을 주는 주일

몰드 속 비누가 적당히 굳기를 기다리는 시간, 노용욱 사원에게 체험 참가 동기를 물었다. “성당 청년부 친구들과 즐거운 시

간을 갖고 싶었어요. 그래서 참가자 모집 메일을 보자마자 단톡방에 글을 올렸죠.” 군포에서 나고 자란 노용욱 사원은 한성당에서 유아 세례부터 청년부까지 27년의 신앙생활을 해왔다. 그에게 청년부는 힐링을 주는 곳이다. “주일마다 그간 지내온 이야기를 나누다 보면 일상을 정리하고 준비하게 됩니다. 그러면서 자연스레 휴식이 되는 것 같아요.” 청년부에서 4~5년을 함께 활동해 온 홍소영 씨와 김 아네스 씨도 같은 생각이다. “종교와 나이가 비슷한 사람들과 대화하면 마음이 편해져요. 신앙적으로도 서로 도움을 받고요.” 최근 청년부에 들어온 이현지 씨는 코로나 19로 정기 모임이 줄어들어 아쉽다. “코로나 19를 통해 이러한 만남이 얼마나 귀한지도 느끼게 되었어



정보로 시장을 바꾼다

평택 현대페인트

위기 앞에서는 대부분 반사적으로 움츠러들기 마련이다. 그러나 전혀 다른 방식으로 대응하는 이가 있다. 멈추는 대신 더 빠르게 달려나가고 몸집을 줄이는 대신 더 단단히 키워 능동적으로 위기를 타파한다. 위기가 기회라는 말은 이들을 위한 말이다. 평택 현대페인트가 바로 그런 곳이다.



평택 현대페인트가 위기 속에서 도리어 전진의 속도를 높이는 이유는 무엇일까. 김홍수 대표는 백지에서 시작한 것이 오히려 뒤를 돌아보지 않게 하는 힘이 되었다고 말한다.



작아지는 시장에서 사업을 키우다

AI로 인한 변화는 벌써 일어나고 있다. 흔히 떠올리는 로봇의 모습이 아니라 생활 전반의 서비스에 조금씩 스며들어 우리의 일상을 서포트한다. 이는 자동차 보수용 페인트 시장에도 영향을 미쳤다. 자동차가 똑똑해지며 접촉 사고가 줄었다. 평택 현대페인트의 김홍수 대표는 이러한 자보 시장을 두고 “니치마켓이자 줄어드는 시장”이라고 평한다. 자보용 특약점을 시작한 지 8년째인 대표라면 한숨만으로도 부족할 텐데 그의 어조는 흔들림이 없다. 오히려 사업을 확장하기까지 했다. 위기 속에서 도리어 전진의 속도를 높이는 이유는 무엇일까. 그는 백지에서 시작한 것이 오히려 뒤를 돌아보지 않게 하는 힘이 되었다고 말한다.

“IT 업계에서 30년을 일하고 은퇴 후 원주에서 처음 자보용 특약점을 시작했죠. 페인트는 처음인 데다 지역 연고도 전무

해서 내세울 것은 정직박에 없었는데 그게 공업사 대표님들께 긍정적으로 작용한 듯싶습니다.” 자신보다 페인트 고수인 상대에게 정직하게 다가갈 수밖에 없었고, 위기에 쫓기니 더 빨리 달리는 수밖에 없었다는 김홍수 대표다. “오랜 경험과 전문성을 가진 직원들을 스카우트하고 고객이 원하는 대로 불편사항을 해결해 주며 영업했습니다. 직원 3명으로 시작해 지금은 5명이 되었죠. 이곳 평택 현대페인트는 25년 된 사업체를 4년 전에 인수해 건물을 짓고 이사했습니다. 기존 업체가 NOROO의 자보용 페인트로 거의 모든 자동차에 대응할 수 있도록 데이터를 만들어 놓은 게 매우 큰 메리트라고 판단했어요.” 이후 평택 현대페인트 역시 6명이던 직원이 9명으로 늘었다. (주)노루페인트 자보경인팀의 최정욱 대리는 원주와 평택 자보 시장의 노루페인트 점유율 또한 더 높아졌다고 말한다.



정부 규제에 따른 수용성 시장으로의 변화, 인건비와 자재비의 상승, 코로나 19로 인한 불경기와 비대면 영업의 필요성 확대라는 불리한 여건들 속에서 김홍수 대표는 위기를 기회로 만드는 것은 자동화와 데이터라고 생각했다.



자동화와 데이터는 시대의 요구

정부 규제에 따른 수용성 시장으로의 변화, 인건비와 자재비의 상승, 코로나 19로 인한 불경기와 비대면 영업의 필요성 확대라는 불리한 여건들 속에서 김홍수 대표는 위기를 기회로 만드는 것은 자동화와 데이터라고 생각했다.

“페인트 사업도 체계화, 전산화, 자동화되어야 합니다. 유성 도료의 컬러는 목측, 즉 눈으로 확인할 수 있었지만 수성은 컬러 시판을 만들어 확인해야 하기에 데이터로 계량화해야만 빠른 대응이 가능하죠. 정확한 컬러와 비대면营业을 위해서는 자동 조색 시스템과 색측기가 꼭 필요합니다. 공업사에서 색측

기로 측색한 것을 온라인으로 전달받아 조색, 공급하면 되니까요. 언젠가는 드론으로 시편을 운반하는 것도 가능하지 않을까 싶습니다.”

이를 위해 김홍수 대표는 노루페인트에서 국내 최초로 출시한 워터큐 자동 조색 시스템을 특약점 중 처음으로 들여놓았다. 수성 제품은 유성보다 저장성이 낮기 때문에 소량 주문이 늘어나는데 사람 손으로는 안료를 세밀하게 조절하기가 어렵다. 몇 ml의 차이까지 완벽하게 맞춰내는 자동 조색 시스템은 수성 시장에 없어서는 안될 필수품이다.

고객을 위해 시스템을 만든다

시대의 흐름을 빨리 파악하고 한 발 앞서 준비하는 김홍수 대표를 통해 최정욱 대리는 많은 것을 배우고 있노라고 말한다. 이에 김홍수 대표는 “자보용 페인트는 NOROO가 일등”이라고 평했다. “컬러를 제조하고 연구하고 시장에 대응하는 전 과정에서 노루페인트가 가장 앞선 시스템을 갖추고 있습니다. 제가 노루페인트로 사업을 시작하게 된 이유죠.” 민첩한 시장 분석과 정직한 영업, 데이터 관리와 함께 평택 현대페인트에는 성장의 비결이 하나 더 있다. 직원들의 성실과 열심이다. 그는 직원들 덕에 여기까지 올 수 있었다며 감사의 말을 덧붙였다.

이제 그의 목표는 지역을 넘어 ‘고객이 찾아오는 시스템’을 향한다. “컬러는 디테일이 중요합니다. 이에 대응할 수 있는 데이터 베이스는 더 많은 고객을 돕고 그 자체로도 큰 가치를 지니죠. 원주를 비롯한 강원도와 평택의 공업사들을 네이버 밴드로 연결해 데이터를 서로 공유하고 있습니다.” 김홍수 대표는 공업사의 후기 등 실제 데이터를 모아 함께 활용할 계획이다. ‘고객이 잘 되어야 우리가 잘 된다.’라는 신념으로 그가 만들어가는 데이터 베이스와 시스템은 시장의 변화를 따르는 동시에 새로운 발전을 만들 것으로 기대된다.



한영재 NOROO그룹 회장 ‘코로나 19’ 극복을 위한 ‘스테이 스트롱 캠페인’ 동참

(주)노루홀딩스

한영재 NOROO그룹 회장
‘코로나 19’ 극복을 위한

‘스테이 스트롱(Stay Strong) 캠페인’ 동참

한영재 NOROO그룹 회장은 코로나 19 극복을 위해 응원과 격려를 전하는 ‘스테이 스트롱(Stay Strong) 캠페인’에 동참했다. 스테이 스트롱(Stay Strong) 캠페인은 대한민국 외교부가 코로나 19를 함께 극복해 나가기 위한 연대 메시지를 전 세계로 확산시키기 위해 3월 초 시작한 것으로, 지명된 이가 응원 메시지가 적힌 손팻말을 들고 있는 사진을 SNS에 게시하고 다음 캠페인 동참 주자 3명을 지목하는 릴레이 방식으로 진행된다. 손팻말에는 비누 거품으로 손을 씻는 동작과 기도하는

두 손이 겹쳐지는 이미지의 로고에 스테이 스트롱(Stay Strong) 문구를 적어 ‘개인위생 준수로 코로나 19를 이겨내자’는 의미를 담고 있다. 한영재 회장은 “어려운 환경에서 한마음 한뜻으로 위기 극복에 헌신하신 대한민국 의료진들과 국민 여러분께 감사의 말씀을 드린다. 이번 캠페인을 통해 모두가 함께하면 위기를 극복할 수 있다는 희망의 메시지를 전하고 싶다.”고 밝혔다.

한영재 회장은 우리금융그룹 손태승 회장의 추천으로 이번 캠페인에 참여했으며, 다음 캠페인 주자로 심포니송 함신의 예술감독, 서울향료(주) 조성용 대표, (주)삼보컴퓨터 이홍선 대표를 각각 지목했다.

한편, NOROO그룹은 출근 전 건강 상태 보고, 출입 시 예외 없는 발열 체크와 마스크 착용, 손 소독제 비치, 부분별 점심시간 차별 운영, 사내 식당

테이블 배치 변경, 부분 재택근무 제도 시행, 출장과 외부 미팅 지양 등 사별로 활동 지침을 수립하여 코로나 19의 확산 방지에 최선을 다하고 있다.

(주)노루페인트

(주)노루페인트, 지붕에 바르는 선크림
‘차열 페인트’ 쿨루프 캠페인

노루페인트는 올여름에도 옥상용 쿨루프 페인트를 통해 사회 취약 계층을 돕는 쿨루프 캠페인을 지속한다. 주거 환경 개선을 위한 쿨루프 캠페인은 노루페인트, 한국지역난방공사의 후원으로 사회적 협동조합인 십년후연구소가 함께한다. 현재 옥탑방 11가구를 시공했으며 올해 안으로 총 100여 가구에 대해 시공을 추가할 계획이다. 또한 최



(주)노루페인트, 지붕에 바르는 선크림 ‘차열 페인트’ 쿨루프 캠페인

근 포항시, 기후변화교육센터, 지속가능발전협의회, 지속가능발전대학 1, 2기와 함께 포항시 남구 해도동 경로당 건물 옥상을 시공하는 등 지자체와 연계해 캠페인을 활발히 전개할 예정이다. 지난해 노루페인트는 부산시청, 부산건축사협회와 함께 부산 8개 구내 경로당 19개소에 대해 쿨루프 시공을 완료하고 시흥시 경로당 15개소와 관악구 어린이집 및 경로당 47개소에 대해 쿨루프 시공을 진행하는 등 캠페인을 꾸준히 전개해 왔다.

노루페인트에서 개발한 에너지 절감형 옥상 방수 페인트인 ‘에너지세이버 쿨루프 수성’은 미국 에너지 절감형 도료 인증 CRRC(Cool Roof Rating Council)의 ENERGY STAR 인증을 획득한 제품이다. 흰색 특수 안료를 이용해 태양열을 반사하여 표면의 열을 대기 중으로 빠르게 방출하는 고

방사 효과와 차열 효과를 갖추고 있다. 에너지세이버 쿨루프 수성페인트는 시공 전과 비교했을 때 콘크리트 표면 온도를 20도 이상 낮춰 냉방에너지를 저감하는 고성능성 제품으로 콘크리트 옥상뿐만 아니라 일반 지붕 면에도 시공 가능하다. 노루페인트는 “지자체와 제휴하여 취약계층을 돕는 사회공헌 활동을 올여름에도 지속할 예정이다.”라며 “에너지 절감과 시원한 여름을 위해 최적화된 제품인 에너지세이버 쿨루프 수성페인트로 차열페인트의 효과에 대한 인식을 확산시키고 관련 시장을 확대해 나갈 계획이다.”라고 말했다.

‘에코 크린탄’으로 국내 방수재 시장 1위 지속
여름 장마철을 맞아 노루페인트의 옥상 방수재 제품인 ‘에코 크린탄’이 더욱 부각되고 있다. 에코 크린탄은 6가크롬 화합물, 납, 카드뮴, 수은 등 4대

유해 중금속과 6대 프탈레이트, 그리고 유독물질로 분류되는 4,4'-메틸렌비스(2-클로로아닐린, 이하 MOCA) 성분을 사용하지 않은 친환경 우레탄 제품으로 2019년 출시 이후 방수재 시장에서 큰 호응을 얻고 있다. 그뿐만 아니라 국가표준(KS) 인증 기준을 상회하는 물성으로 건설용 도막 방수재 항목인 KS F 3211 우레탄 고무계 1류 인증을 취득하였으며 환경부 산하 ‘한국환경산업기술원’의 친환경 마크도 획득한 환경친화적인 제품이다. 노루페인트는 유해물질 방출로 인한 환경 오염을 막고 저급 제품의 난립 속에서 소비자와 기술자가 피해를 보지 않도록 옥상 방수 도료가 본격적으로 성수기에 돌입하는 6월부터 에코 크린탄 마케팅을 강화했다. 도장업자를 대상으로 제품 세미나 및 품평회를 지속하여 품질의 우수성을 알리고, 에코 크린탄을 이용해 옥상 방수를 시공하는 순서



‘에코 크린탄’으로 국내 방수재 시장 1위 지속



자외선 차단 차열페인트 ‘에너지세이버 윈도우’ 출시



농가 시범 재배 토마토 품종 품평회 개최

와 방법을 노루페인트 기술연구원이 자세하게 소개하는 영상을 유튜브 채널 <페인트잇수다>에 업로드하여 일반 소비자의 이해도 도왔다.

특히 2020년 8월에 ‘환경부 MOCA 제한물질 지정 고시’ 유예기간이 종료됨에 따라 일반 페인트 판매점에서 MOCA가 포함된 제품을 판매, 보관, 저장, 운반 등 사용하는 것이 제한되지만, 에코 크린탄은 환경부 규제에 해당하지 않아 제한 사항이 없다. 노루페인트는 이 점을 시장에 적극적으로 홍보하며 판매를 강화하고 있다. 노루페인트 관계자는 “기온이 높고 습하지 않아 옥상 방수 시공에 적합했던 6월부터 장마 준비를 위한 방수재 매출이 크게 확대되고 있다. 에코 크린탄을 앞세워 약 2,500억 원 규모인 국내 방수재 시장에서 업계 점유율 1위를 사수하고 우수한 품질로 시장을 더욱 확대해 갈 것이다.”라고 밝혔다.

자외선 차단 차열페인트

‘에너지세이버 윈도우’ 출시

노루페인트는 여름철 실내로 유입되는 태양열 및 자외선 차단을 위해 유리창에 손쉽게 시공할 수 있는 일반 소비자용 열차단 페인트인 ‘에너지세이버 윈도우’를 최근 출시했다.

창을 통해 들어오는 강한 자외선과 태양열은 심한 경우 아토피, 두드러기와 같은 피부질환을 유발한다. 특히 코로나 19로 집에 있는 시간이 길어진 지금은 주거 환경에 더욱 세심한 주의가 필요한 때이다. 특수 나노 물질로 만들어진 에너지세이버 윈도우는 시공 면에 반투명 필름 막을 형성하여 자외선과 태양열을 차단하고 자연 채광은 직접 투과시키는 유리용 페인트이다. 한국화학융합시험연구원의 실험 결과 에너지세이버 윈도우는 자외선 차단율 90% 이상의 효과가 확인되었다.

에너지세이버 윈도우는 자외선으로부터 피부를 보호하고 실내 온도를 낮출 뿐만 아니라 반투명 필름막으로 사생활 보호까지 해 주는 다양한 효과의 신제품으로, 창호 및 유리에 쉽게 작업이 가능해 여름철 주거환경에 폭넓게 적용될 수 있다.

보다 많은 소비자가 에너지세이버 윈도우 제품의 효과를 편리하게 누릴 수 있도록 트레이, 마스크 테이프, 롤러가 제품 패키지로 구성되어 별도의 부자재도 필요치 않다. 작업 편의성도 우수하다. 유리면을 깨끗이 닦고 롤러로 골고루 발라주면 20~30분쯤 지나 반투명 필름 막이 생성된다. 또한 제거가 필요할 때는 분무기로 물을 뿌리고 2~3분 후 벗겨내면 된다. 엠보 무늬가 있는 유리 면에도 시공이 가능하여 윈도우 시트지보다 더 다양한 범위에 사용될 수 있다.

노루페인트 관계자는 “에너지세이버 윈도우는 노

루페인트의 기술 노하우를 녹인 제품으로 윈도우 시트지보다 훨씬 편리하게 이용할 수 있다. 일반 가정뿐 아니라 매장, 식당, 사무실 유리창 등에 간단히 시공함으로써 자외선 차단 및 에너지 사용 절감이라는 환경적 가치를 높여주는 제품이다. 앞으로 노루페인트는 무더위에 취약한 계층을 대상으로 제품 활용을 통한 사회공헌 활동도 진행할 예정이다.”라고 말했다.

농업회사법인 (주)더기반

안성연구단지, 상반기 조항 성능 검정 실시

지난 6월 19일, 더기반은 상반기 조항 성능 검정을 실시하여 안성연구단지에서 연구 재배되고 있는 작물들의 전반적인 작황 상태를 점검하고 수확

물을 확인했다. 이날 진행된 품목은 무와 배추, 양파, 토마토, 멜론 등으로 연구원과 영업사원, 마케터가 한자리에 모여 각 작물의 특성이 정상적으로 발현되어 재배되는지, 시장 진입에 문제가 없는지 등을 살피고 앞으로의 연구 육성 방향을 꼼꼼하게 검토했다. 이외에도 전국 농가의 재배 상황에 대해 의견을 나누고 토론하는 등 시장 환경의 변화를 면밀히 파악하는 시간을 가졌다.

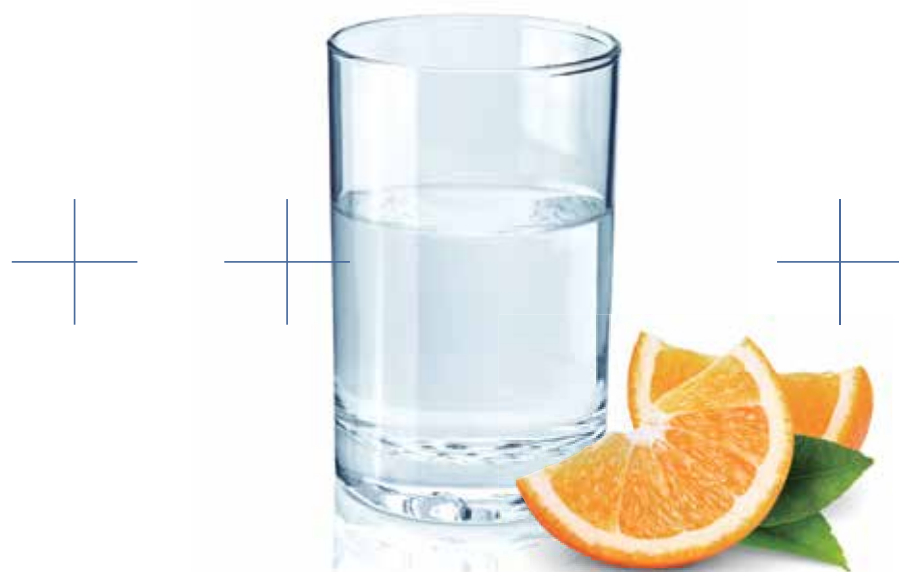
농가 시범 재배 토마토 품종 품평회 개최

더기반은 지난 5월부터 6월에 걸친 토마토 수확철을 맞아 강원도와 전라북도, 전라남도의 농가에서 시범 재배된 토마토 품종의 현장 품평회를 실시했다. 더기반은 품종의 우수성을 알리고 현지 재배 과정의 장단점을 파악하기 위해 농가 재배를 체크하고 시교 사업을 상시로 진행한다. 이번

품평회는 완숙 토마토 품종인 레드피아와 TY샤르망, 핑크스타 그리고 대추방울토마토인 TY아이템에 대해 이루어졌으며 강원도 춘천시 신북읍과 철원군 근남면, 전북 장수군 계북면, 전남 장성군 황룡면에서 각각 진행되었다. 더기반의 육종 연구원과 영업사원, 마케팅 본부장이 직접 현장에 참석했으며 주변 농가에서 많은 농민과 농업기술센터 직원들까지 방문하여 재배 과정과 토양, 작황에 대해 질의 답변하는 시간을 가졌다. 이날 작황 현장을 확인하고 수확물을 시식한 농민들은 더기반의 토마토 품종에 대해 호평하며 재배에 참여하겠다는 의사를 밝혔다.

물, 더해서 마시기

물이 가장 많이 필요한 계절이다. 매일 마시는 물, 색다르게 마신다면 일상의 즐거움이 조금 더 늘지 않을까?
우리 몸에 필수인 물에 때로는 맛을, 향을, 영양을 더해 마셔보자. 갈증 해소를 넘어 기분 전환까지 도와줄 것이다.



맛을 더하고 해외직구템이었다가 편의점까지 진입한 크리스탈 라이트는 저 칼로리에 천연과일향과 깔끔한 단맛을 내 탄산음료나 주스 대용으로 마시기 좋다. 맹물은 싫지만 칼로리는 걱정인 이들에게 추천한다. 편의점용은 500ml 생수용 사이즈에 적합한 용량으로 판매되고 있어 간편하게 즐길 수 있다. 빠른 수분 흡수를 돕는 포카리스웨트도 분말로 나와 있어 휴대가 용이하다.

차를 더하고 차갑게 식힌 보리차만큼 여름에 어울리는 음료가 있을까. 그러나 차를 우리기 위해 물을 끓인다는 상상만으로도 더 더워진다. 식을 때까지 기다리려니 당장의 해갈이 급하다. 이럴 땐 분말차를 이용해 보자. 3초 보리차로 불리는 순보리아이티, 간편한 보리차 등은 물에 타 바로 보리차를 만들 수 있다. 보리 100% 외엔 어떤 첨가물도 없어 안심이다.

영양을 더하고 목에 걸리는 알약의 느낌이 싫어서 영양제가 거북하다면 물에 녹여 주스처럼 마시는 비타민이 어떨까? 개별포장 스틱으로 깔끔하게 물에 타 마실 수 있는 센트룸의 아쿠아비타, 종근당의 비타씨플러스, 다양한 발포 비타민이 출시되어 있다. 정관장도 그냥 먹거나 타먹을 수 있는 홍삼분을 스틱형으로 제공, 편의성을 높였다.

때로는 포만감까지 이제는 ‘선식’이라는 이름으로 사시사철 먹을 수 있어 여름의 음료라고 말하긴 어색하지만, 얼음 동동 띄운 미숫가루는 더위에 제격이다. 휘휘 저은 설탕과 미숫가루가 가라앉기 전에 마셔야 하니 머리를 찜하게 만든 차가운 속도감 탓도 있을 게다. 최근엔 보틀에 선식이 적당량 들어 있어 물을 부어 마시도록 한 제품들이 나왔다. 제일제당의 밸런스밀, 인테이크 밀스의 프레시모닝이 그것이다. 한 잔으로 포만감을 느낄 수 있어 다이어터들에게 인기이다.



1. 그릴싸진관에서 즐거운 시간을 보내시던 관람객들께서 즉석 현장 모델이 되어주셨습니다. 칠판과 책상으로 꾸며진 교실은 관람객 덕분에 더 생동감을 얻었습니다. 관람객의 존재로 완성되는 곳, 그릴싸진관입니다.
2. 노랑게 잘 익은 참외 앞에서 (주)더기반 박과팀 얼굴도 환해집니다. 참외 속에 꿀맛을 채워온 이들의 노고가 농부의 손길을 통해 소비자의 식탁 위로 잘 전해지길 기대합니다.

NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 55호(비매품)

종별 : 정보간행물(계간) • 등록번호 : 안양 바00022 • 등록연월일 : 2019년 3월 15일 • 발행일 : 2020년 8월 27일 • 발행처 : (주)루돌프스 발행인 : 김동환 • 편집인 : 정석찬 • 기획 및 디자인 : (주)커뮤니케이션, (주)노루로지넷 • 사진 : URL 스튜디오 • 인쇄 : (주)대한프린테크 발행소 : 경기도 안양시 만안구 박달로 351 • 문의 : 02-2191-7700