

NOROO

NOROO

SPRING . 2021

VOL. 58

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

SPRING . 2021

VOL. 58

SPECIAL THEME SAFETY FIRST

Column	모든 것이 안전으로 수렴되는 시대
Interview	안전하게, 든든하게, V-가드가 지킨다 (주)노루페인트 건축기술1팀의 순&수 항바이러스 V-가드
View Finder	학교를 보호하는 보디가드, V-가드 계룡시 용남중학교와 V-가드





SPECIAL THEME



Safety First

06	COLUMN	모든 것이 안전으로 수렴되는 시대
08	INTERVIEW	안전하게, 든든하게, V-가드가 지킨다 (주)노루페인트 건축기술1팀의 순&수 항바이러스 V-가드
12	VIEW FINDER	학교를 보호하는 보디가드, V-가드 계룡시 용남중학교와 V-가드



CULTURE GALLERY



Library

18	ESSAY	세상이 바뀌어가듯 도서관도 진화한다
20	INFORMATION	온라인과 오프라인으로 도서관 100% 활용하기
22	BOOK	도서관, 이야기로 만나기
24	OFFICE	일과 쉼의 On & Off

NOROO PEOPLE



28	FOCUS ON NOROO 1	시퀀스로 만드는 새로운 시장! (주)노루페인트 자보4팀
32	FOCUS ON NOROO 2	힐링은 컬러링으로, 컬러는 노루페인트로 노루페인트 X tvN '즐거움앳홈 컬러링북'
36	HIGH FIVE	더 달콤하게 더 튼튼하게 (주)더기반 참외
40	FAMILY TIME	꽃이 나비를 부르는, 과연 봄이로구나 민화 원데이 클래스
44	SPECIAL STORE	새로운 감성의 페인트 루키 수원 채움플래닛
48	NEWS BRIEFING	
50	1 MINUTE GUIDE	가정의 응급요원 구급함
51	BEHIND CUT	



NOROO 그룹 사보 담당자

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

SPECIAL THEME

모두의 안전 을 위하여

SAFETY FIRST

코로나19로 '안전'은 가장 먼저 고려되어야 할 가치이자,
행동 수칙의 기준이 되었다. 정치, 산업, 경제, 교육 등
모든 면에서 안전을 최우선으로 두면서
크고 작은 변화가 우리의 일상을 파고들었다.
시민들은 생활 속 거리두기, 마스크 착용 등 개인 수칙으로,
기업은 위생과 안전을 지켜주는 기술 개발로
각자의 자리에서 방역망의 튼튼한 고리 역할을 하고자 함께 노력하고 있다.
팬데믹이 종식되더라도 그 단합의 힘은 이어지지 않을까.





모든 것이 안전으로 수렴되는 시대

글 · 채선애

1918, 2015, 그리고 2021

재난이라 할만한 대규모 사고를 겪으면 사람들은 과거를 되돌아보고, 역사책을 뒤진다. 1918년부터 1920년까지 전 세계를 뒤흔든 스페인 독감, 그리고 2015년 창궐한 메르스(MERS, 중동 호흡기 증후군)가 다시 언급되는 이유다. 2015년 당시의 매크로밀 엠브레인 조사 결과를 보면, “당분간 소비자들은 집에서 모든 사회적 욕구를 해결하려고 할 것이고, 따라서 TV 등으로 대리 만족하는 시대”가 될 것이라고 전망했다. 지금의 상황과 다르지 않다. 그리고 2015년 말, 정부가 메르스 종식을 선언하자 사람들은 그동안 ‘집콕’했던 답답함을 ‘올로YOLO’로 쏟아냈다. 약 7개월 동안 이어진 지긋지긋한 불확실성을 참아낸 것에 대한 보상으로 이듬해인 2016년에는 산으로 들로 ‘지금 당장의 행복’을 찾아 떠났던 것이다. 그렇다면 2021년은 어떨까? 2016년 그때처럼 ‘V자 반등’을 할 수 있을까? 그보다 먼저, 코로나19 종식 선언은 과연 언제가 될까?

안전의 벙커, 집

2015년, 217일 동안 186명의 감염자를 내고 종식된 메르스 때와 달리 1년 넘게 지속되며 누적 확진 환자가 10만 명에 육박(2021년 3월 기준)하는 코로나19 사태의 전망은 여전히 어둡다. 지역 사회 감염은 끊이지 않고 코로나19 바이러스는 계속 변종이 출현하며 미래의 불확실성을 높이고 있다. 안전하고 효과적이지만 검증 기간이 짧은 코로나 백신을 둘러싼 불안과 혼란도 가시지 않는다. 시민들의 외부 활동 위축이 이어지며 집의 중요성은 또다시

커지고 있다.

‘휴식의 공간’이라는 집의 이미지도 2015년 이후 다시 강화됐고 실제 홈 인테리어를 변경한 경험은 2015년에 비해 가히 폭발적인 수준으로까지 늘었다.¹⁾ 2020년 코로나로 인한 경기침체와, 비수기라 불리는 여름철에도 가전 가구 매출이 경종 뛰었을 정도다.²⁾ 홈 인테리어를 하게 된 배경에는 집의 노후 탓도 있겠지만, 보다 중요한 계기는 집에서 보내는 시간이 많아져서일 것이다. 평소 거슬리던 것이 더 눈에 띄니 손을 대게 되고, 이왕이면 코로나19 시대에 더 위생적인 환경을 만들고, 꼭 필요해진 실내 운동이나 재택 업무 등의 생산적 활동을 하기 위함도 있을 것이다. 거창할 것 없는 소소한 일상도 집콕 생활의 중대한 부분을 이루었다. 코로나19 이전 대비 가장 크게 증가한 실내 활동으로 ‘유튜브 보기’, ‘TV보기’, ‘인터넷 하기’ ‘그냥 누워있기’ 정도가 꼽혔으니 말이다.



분명한 건, 집에 머무는 동안 좀 더 나은 환경과 심리적 안정을 위해 실질적인 변화를 꾀하는, 이른바 집의 사용 가치를 높이는 대중이 많아졌다는 사실이다. 그리고 집으로부터 얻은 휴식과 성찰 등 긍정적 피드백(휴식과 성찰)의 경험도 늘어났다. 오클랜드 대학의 신경인류학자 존 S. 앨런 교수는 이 과정이 인간에게 매우 중요하며, 그래서 집은 전체적인 항상성Homeostasis을 위해 ‘필수적인 공간’이라고 설명한다. 무엇보다도 대중은 집에서의 안전감에 점점 익숙해지고 있다. 생각보다 많은 이들이 사회적 거리두기로 만남이 적어지니 오히려 좋다고 말한다.³⁾ 이쯤 되면, 2016년처럼 단기간 억압되어 있다가 감정을 발산하기 위해 외부로 급격하게 튀어 나가는 V자 반등과는 상당히 다른 양상이 펼쳐질 것으로 보인다. 안전한 벙커로서의 집은 외부 세계에서 마주하는 어려움으로부터 몸과 마음을 회복하는 공간의 권위를 얻을 가능성이 더욱 커졌다.

2020년의 경험이, 2021년의 니즈needs가 되다

소비자의 니즈는 일상생활에서의 결핍, 경험에서 비롯되고 이에 대응하며 시장이 만들어지곤 한다. 2020년에서 2021년으로 이어지며 팬데믹 상황 자체가 ‘뉴 노멀’이 된 시장에는 ‘안전’이 필수 소비재가 되었다. 인간은 질병 앞에 평등하지만 질병에 노출될 확률은 평등하지 않음을 직시하고⁴⁾ 환경의 차이가 안전에 영향을 미칠 수 있음을 깨달은 대중의 불안으로 인해 집은 물론이고 머무는 모든 공간을 철저히 외부와 분리하며 최대한 안전하게 만드는 제품과 서비스들이 절실해진 것이다. 기존의 의류청정기, 식기세척기, 가습기에 살균 기능이 강조되거나 덧붙여졌고, 판매도 급증했다. 휴대폰 살균기, 책 소독기, 엘리베이터 살균기가 화제에 올랐고 배달 로봇 등의 언택트 기술이 기사화되었다. 이러한 기술들은 물리적 공간과 물건에는 실질적 방역망이 되어주고 불안한 마음에는 심리적 방어막을 세워준다. 모든 것을 안전으로 수렴하는 시대 속에서 이러한 기술을 빌어 우리는 새로운 현실에 적응하고 포스트 코로나를 준비하는 중이다.

- 1) 홈인테리어 관련 조사(2020. 08.), 매크로밀 엠브레인 트렌드모니터
- 2) ‘코로나 집콕’ 늘자... 여름 비수기 백화점 가전·가구 매출 경종, <서울신문>, 2020. 09.08.
- 3) 코로나19로 인한 생활 패턴 변화 관련 조사(3차)(2020. 10.), 매크로밀 엠브레인 트렌드모니터
- 4) 『대한민국트렌드2021』, 김난도, 미래의창, 2020.

채선애 온라인 리서치 전문 기업 매크로밀엠브레인의 콘텐츠사업부 총괄 부장으로 <MBC 라디오-손에 잡히는 경제>의 패널, <TBN 라디오 채선애의 2017 트렌드 대한민국> 코너의 진행자로 활동했으며 『불안 권하는 대한민국, 소비자들의 마음을 읽는다』, 『트렌드 모니터』(2015~2021) 등을 공저했다.



안전하게, 튼튼하게, V-가드가 지킨다

(주)노루페인트 건축기술1팀의

순&수 항바이러스 V-가드

V-GUARD

마스크를 쓰고, 손을 자주 씻으며, 접촉을 피하는 개인의 노력만으로 방역이 이루어지지는 않는다. 모두의 협력, 그리고 기술이 필요하다. (주)노루페인트는 국내에서 처음으로 코로나19 바이러스로 직접 시험하고 사멸성을 검증한 항바이러스 페인트 'V-가드'를 지난 2월 출시했다. 생활 방역을 돕는 V-가드는 공간을 더 안전하게, 마음은 더 든든하게 만들어줄 것이다.

V-가드로 철벽 방역

코로나19 바이러스는 주로 감염자의 비말을 통해 전파되는 것으로 잘 알려져 있다. 이 비말은 공기, 그리고 표면 접촉으로 옮겨지는데 특히 코로나19 바이러스는 물체의 표면에서 최대 4일이나 생존하는 것으로 나타나 더욱 두려움을 느끼게 한다. 골판지, 천과 나무 등에서는 최대 하루, 유리에서는 2일, 스테인레스 스틸과 플라스틱에서는 무려 4일이나 생존한다는 것이다. 이렇다 보니 언제 어떻게 오염되었을지 모르는 공간을 소독하기 위해 소독제를 분무하는 경우가 많은데 환경부에 따르면 분무 소독은 오히려 바이러스를 공기로 퍼뜨릴 수 있고 호흡기를 통해 인체에 노출될 수도 있기 때문에 권장하지 않는다고 한다. 가장 확실한 방법은 소독제를 적신 천, 깨끗한 물을 적신 천으로 2차에 걸쳐 닦는 것이지만 여러 사람이 오가며 접촉이 반복되는 모든 표면을 닦고 또 닦을 수는 없는 노릇이다. 코로나19 바이러스가 묻더라도 빠르게 사멸시키는 방법은 있을까? 건축용 내외부 페인트와 인테리어용 도료를 개발하는 노루페인트 건축기술1팀은 이러한 문제를 해결하기 위해 작년 초, 항바이러스 페인트 개발에 빠르게 착수했다. 바이러스를 자체적으로 사멸시켜 표면 접촉의 전파를 막는다면 방역에 확실히 도움이 될

터였다. 1년 남짓한 개발 과정과 철저한 검증을 거친 끝에 드디어 지난 2월 순&수 항바이러스 V-가드가 출시되었다. V-가드는 최근 잇달아 나오고 있는 항바이러스 페인트 중에서 바이러스 사멸에 걸리는 시간이 가장 짧은 데다 코로나19 바이러스에 대한 직접적인 사멸을 검증받은 유일한 제품이다.





순&수 항바이러스 V-가드로 시공된 용인 엄지 어린이집



빠르고 확실한 항바이러스 효과

건축기술1팀의 김철우 대리과 서원평 대리는 V-가드 제품의 가장 큰 장점을 ‘시간 단축’으로 꼽는다. “시장의 유사 제품은 바이러스 사멸에 최소 6시간에서 최대 24시간이 소요됩니다. 하지만 V-가드에 닿은 코로나19 바이러스는 30분 내에 99.4%가 생존력을 잃어요. 그 효과는 도장 후 5년까지 지속되고요.”

사멸 효과에 대한 정확하고 완벽한 검증도 V-가드 제품의 강점이다. “보통 제품은 항균, 항곰팡이만 검증하는데 이 제품은 코로나19 바이러스, 인플루엔자 A 바이러스까지 총 4항목에 대해 검증을 완료하고 시험성적서를 받았습니다. 다른 항바이러스 페인트는 코로나19가 아닌 유사 바이러스로 시험했지만 V-가



드는 전문검증기관인 KR바이오텍 질병제어연구소가 코로나19 바이러스로 직접 시험했으니 더욱 확실하죠.” ‘시간 단축’과 ‘확실한 효과’라는 V-가드의 특징은 제품 개발 과정에서도 중요한 요소였다. 팀원들은 코로나19 팬데믹 사태 속에서 보다 빨리 제품을 출시하기 위해 힘을 모으는 동시에 월등한 효과를 위해 원료 선정부터 테스트까지 검증에 검증을 거치며 완벽을 기했다. 수많은 테스트 끝에 선정한 원료가 바로 미국 코닝사의 ‘가디언트(Guardiant®)’다. “가디언트는 고도의 기술로 개발된 글라스-세라믹 기술을 사용한 페인트 첨가제로 구리 이온이 5년 동안 안정적으로 분출되어 피막과 비피막, 습식과 건식 모든 타입 및 조건에서 동일한 바이러스 사멸 효과를 보입니다. 미국 환경청인 EPA에 정식 등록되어 안전성 또한 검증된 원료이고요.”



안전을 더하여 공간을 지키다



순&수 항바이러스 V-가드는 미국 환경청(EPA)에 등록된 코닝 가디언트(Corning Guardiant®)가 적용된 강력한 항바이러스 및 항세균 다용도 수성 내부용 페인트이다.

제품 개발 과정에서 가장 기뻐던 때를 묻자 두 사람은 ‘V-가드의 항바이러스 시험성적서가 나왔을 때’라고 답했다. “항바이러스 결과가 잘 나와서 정말 기뻐했습니다. 전용 디자인으로 통에 담겨 나오니 더 뿌듯해지더군요.” 두 사람은 V-가드에 대한 설명도 덧붙였다. “수성페인트라 유해중금속과 냄새도 거의 없을 뿐더러 콘크리트, 석고보드, 시멘트 몰탈, 실내용 목재, 알키드/락카 구도막에도 적용할 수 있는 다용도 도료입니다. 작업성이 좋아 누구나 칠할 수 있으니 소비자들께서 많이 쓰시고 보다 안전한 환경에서 생활하실 수 있으면 좋겠습니다.”

노루페인트는 앞으로 항바이러스 투명도료 및 공업용 도료도 개발할 예정이다. 코로나19의 종식까지는 아직 시간이 더 필요할 것으로 예상되고 있다. 코로나19 후에도 이러한 팬데믹들은 계속될 것이라는 경고의 소리도 높다. 안전이 최우선되는 지금, 노루페인트의 V-가드와 항바이러스 페인트들은 공간을 물론 마음까지 든든하게 지키는 최고의 방역 중 하나가 되어줄 것이다.



QR코드를 스캔하시면
자세한 정보를
확인하실 수 있습니다.



학교를 보호하는 보디가드, V-가드

계룡시 용남중학교와 V-가드

V-GUARD

아무리 품질과 효과가 뛰어난 신제품이더라도 시장에서는 새로운 것에 대한 심리적 장벽이 있기 마련이다.
㈜노루페인트는 이를 깨기 위해 V-가드의 본격적인 출시와 함께 현장 적용을 추진했다.
각종 다중이용시설과 사무실, 학교가 그 대상으로, 계룡시의 용남중학교가 첫 적용 현장이 되었다,



NOROO다운 V-가드

신제품은 많은 적용 사례를 통해 시장에 안착한다. 기존에 없던 새로운 기능을 가진 제품은 특히나 그렇다. 적용 과정에 문제는 없는지, 결과는 어떠한지, 시행착오는 없는지가 여러 사례를 통해 점검되며 제품에 대한 믿음이 쌓여간다. 이를 위해 노루페인트 마케팅팀은 본격적인 출시 이전부터 여러 곳과 접촉하며 V-가드를 소개했다. 마침 충남 계룡시의 용남중학교 도장을 앞두고 있던 대한성업공사의 윤여준 대표가 V-가드 도장을 함께하겠다고 나섰다. “저희 대한성업공사는 40년 넘게 노루 제품만 써오고 있는 특약점입니다. 노루 제품의 취지와 성능을 잘 알고, 늘 믿지요. 노루페인트 홈페이지의 V-가드 기사를 보고 먼저 관심을 가지고 있었는데 마침 직접 소개를 받으면서 바로 적용을 결정했습니다. 학교에 항바이러스 페인트가 도장되면 방역 효과를 높일 수 있을 테니까요.”



V-가드에 포함된 구리 이온은
바이러스 피막을 파괴하고
내부로 침투하여 바이러스를 사멸한다.
이 구리 이온은 도막이 손상되지 않는 한
최소 5년간 안정적으로 용출된다.

윤여준 대표는 용남중학교 측에도 V-가드의 기능성을 충분히 설명하여 이해를 도왔다. “학생들의 안전을 염려하셨던 교장선생님께서도 V-가드의 신뢰도 있는 인증서와 시험성적서, 결과 보고서를 보시고 마음을 놓으셨지요.” 윤여준 대표는 이에 공감한다고 밝혔다. “만약 이 제품이 코로나19가 시작되자마자 출시되었다면 좀 걱정했을 겁니다. 서류를 쫓아 성급히 만든 제품들도 많으니까요. 하지만 지금까지 충분한 시간을 들이고 각종 테스트를 거쳐 나온 제품이니 믿을 수 있었죠. 안전을 중시하는 노루다운 제품입니다.”

윤여준 대표는 기능성과 함께 작업성도 뛰어나다고 V-가드를 평했다. “은폐력이 뛰어나서 작업이 수월했고, 에그셸의 은은한 광택이 고급스럽습니다. 노루에서 고민하고 심혈을 기울여 만든 제품이란 것을 느낄 수 있었어요.”





학생, 학교, 지역사회까지

노루페인트 대전 지점의 방석한 과장은 대한성업공사에 대해 ‘열리어답터’라고 말한다. “페인트가 나아가야 할 방향은 기능성 제품에 있다고 생각하시는 곳입니다. 열리어답터라 신제품을 받아들이는 속도가 빠르시죠. 학교, 관공서에 도장을 많이 하시기 때문에 안전에 대한 책임감도 크게 느끼시고요.” 방석한 과장 역시 학교의 안전이 시급한 이때, V-가드의 출시가 기쁘고 반갑다. “어느 곳이나 방역의 최전선이 되어야 하지만 그중에서도 학교는 더욱 안전에 만전을 기해야 하는 공간이지요. 대한성업공사와 함께한 V-가드 도장이 학생은 물론, 학교 전체와 지역사회의 안전을 지켜주는 울타리가 되었으면 합니다.”



윤여준 대표는 V-가드가 앞으로 더욱 널리 적용될 것이라고 내다봤다. “카페를 하는 지인 역시 제 이야기를 듣고 카페의 한 벽면을 V-가드로 시공했습니다. 노루페인트의 뛰어난 색상과 곰팡이 방지, 오염 방지 등과 함께 항바이러스 기능이라는 홍보 포인트가 하나 더 생긴 셈입니다. 코로나19의 상황에서 가장 필요한 기능을 갖춘 V-가드는 앞으로 학교, 관공서뿐만 아니라 일반인들 역시 많은 관심을 가질 것으로 예상합니다.”



V-가드의 특수 기능은 병원, 유치원, 어린이집은 물론 일반 주택과 상업시설 등 모든 공간의 세균 및 바이러스 저항성을 높여준다.



V-가드, 보디가드가 되다

코로나19는 우리가 평소에 당연하게 받아들이던 일상을 새로이 돌아보게 한다. 그 일상 중에는 ‘학교’가 있다. 학교에 가지 못한다는 것은 학습 진행이 느려진다는 것뿐만 아니라 학습 불평등을 일으키며 학생들의 사회적 상호 작용이 어려워진다는 것, 그리고 어떤 학생들에겐 점심 식사가 사라지고 불우한 가정 환경 속에 갇히는 것임을 코로나19는 일깨웠다. 따라서 등교일을 늘리는 것은 팬데믹 속에서도 필수적으로 고려해야 할 사안이며, 학교의 안전은 더욱 중요해졌다. V-가드가 학교에 꼭 필요한 이유다. V-가드로 보호막을 두른 용남중학교에 이어 충북의 의료기기 제조업체 메디씨에 본사, 잠실 롯데월드, 용인 엄지어린이집 등에도 V-가드가 속속 시공되었다. 코로나19 바이러스 외에도 대장균, 황색포도상구균까지 99.9% 사멸시키는 등 항균성까지 지닌 V-가드는 안전한 환경이 필요한 곳곳에서 보디가드로 활약 중이다.

CULTURE GALLERY



LIBRARY

도서관에서의 여행

흔히 독서는 여행으로 비유되곤 한다.
새로운 풍경과 사람을 만나듯 우리는 책을 통해
이전에 알지 못했던 세상을 접하고 생각을 넓히게 된다.
그렇다면 수많은 책을 품은 도서관은 지구를 넘어 우주적 규모의 여행지일 테다.
책뿐만 아니라 다양한 자료를 통해,
아름다운 건축물과 온라인 공간을 통해 고대로부터 현재,
미래에 이르는 정보들을 값없이 전달하는 도서관.
그곳으로 여행을 떠나보자.

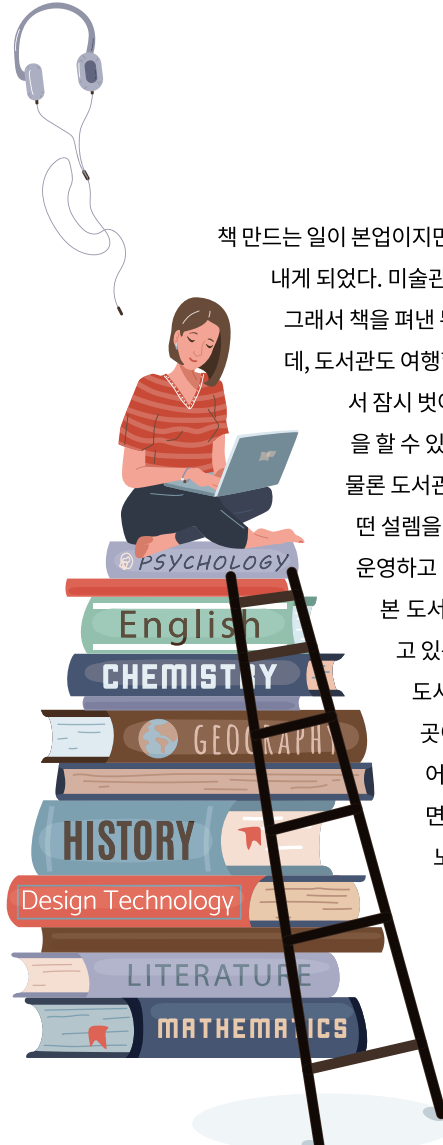




세상이 바뀌어가듯 도서관도 진화한다



글 · 임윤희



책 만드는 일이 본업이지만, 20여 년 여행이나 출장을 갈 때마다 해외 도서관을 기웃거리다 보니 관련 책을 펴 내게 되었다. 미술관이나 박물관, 혹은 서점 여행에 비해 도서관 여행은 아직 일반인에게 익숙지 않다. 그래서 책을 펴낸 뒤 이런 말을 자주 듣곤 했다. “도서관 하면 책을 빌리거나 공부하는 곳인 줄 알았는데, 도서관도 여행할 수 있다는 걸 처음 알았어요.” 그렇다. 도서관에 있는 많은 책들은 우리가 일상에서 잠시 벗어나 새로운 세상을 탐험할 수 있게 해 준다. 또한 도서관은 신선하고 재미있는 경험을 할 수 있는 곳으로 나날이 거듭나고 있다.

물론 도서관 여행이 모두 좋았던 것은 아니다. 하지만 새로운 도서관을 방문할 때마다 나는 어떤 설렘을 느끼곤 했다. 이 도서관은 어떤 걸로 나를 놀래킬까 싶은 마음, 이 도서관을 만들고 운영하고 이용하는 사람들은 또 어떤 길을 내고 있을까 기대하게 되는 마음. 사실 수년 전 가 본 도서관을 다시 들르고서 깜짝 놀라기도 한다. 세상이 바뀌듯이 도서관도 계속 달라지고 있는 덕분이다.

도서관 여행이 흥미진진한 이유는, 도서관이 그 지역의 문화 수준을 여실히 보여주는 곳이기 때문이다. 시민들의 세금으로 운영되는 곳인지라 한 지역이 보편적인 시민을 어떻게 대하고 있는지 알 수 있는 것이다. 그래서 인테리어가 멋진 도서관에 가게 되면 ‘이 지역은 시민들을 이렇게 귀하게 대접하는구나.’ 싶은 마음이 든다. 장애인이나 노약자 등을 위한 서비스가 좋은 도서관에 들르게 되면 ‘사회의 취약한 이들에게 마음 쓰는 곳이라니, 정말 멋진걸.’ 하는 마음이 든다. 아이들이 책에 코 박고 있는 모습을 볼 때면 ‘이 아이들에게 이곳은 어린 시절의 추억이 깃든 곳이 되겠구나.’ 싶어져서 괜스레 내 마음도 흐뭇해진다.

전통적으로 도서관은 책이라는 매체를 중심으로 자료를 갈무리한 뒤, 그것을 시민들에게 서비스해왔다. 하지만 많은 도서관 선진국들은 그 서비스의 깊이



와 넓이를 더더욱 확장해가고 있다. 처음에 도서관이 왜 만들어졌는지를 생각해본다면, 이는 충분히 이해 가능한 일이다. 책이 귀했던 시절, 그리고 책을 통해서 주로 고급 정보를 접할 수 있었던 시절, 도서관이 모든 이들에게 책을 접할 수 있는 가능성을 열어준 것은 이를 통해 시민들을 성장시킬 수 있고 이를 통해 사회가 더 나아질 수 있다는 믿음이 있어서였다. 즉 ‘책’이 매개가 되긴 했지만 도서관은 한 사회의 시민들이 성장하는 것을 모색하는 기관이다. 이는 책을 통해서도 찾을 수 있지만, 책 외의 것에서도 찾을 수 있다. 그리고 지금의 도서관들은 그러한 지점을 고민하고 있는 것이다.

이에 도서관에서 서비스하는 자료의 종류는 매우 폭넓고 다양해졌다. 해외에는 종이책뿐만 아니라 전자책, 음악 CD, 영화 DVD는 기본이고, 각종 전자 기기, 생활 용품을 비롯하여 우산까지 빌려주는 도서관도 있다. 왜 그런 용품들까지 빌려주느냐고 묻는다면 우리 삶의 질이 더 건강해지길 바라기 때문이라고, 왜 우산까지 빌려주느냐고 묻는다면 책을 빌리러 오는 이들이 갑작스레 내린 소나기에 비를 맞게 하고 싶지 않아서라고 말할 것이다. 가령 미국의 샌프란시스코 공공도서관 카스트로 분관의 입구에는 커다란 키오스크가 하나 놓여 있다. 태블릿 PC를 대여해주는 기기이다. 저소득층을 위해서는 기간이 한정된 와이파이 무료 이용권도 대출해준다. 인터넷을 통해 수많은 정보를 접하는 시대에기에, 이에 접근할 수 있도록 도서관이 지원을 하고 있는 것이다.

여러 사람들이 이 가능성을 품은 도서관에 더욱 많은 관심을 기울이고, 무엇보다도 적극적으로 이곳을 내 집처럼 아끼며 이용해준다면 좋겠다. 그런 이용자가 늘어갈 때 도서관이 발전할 것이고 사회도 더욱 나아질 것이다.

그리고 마지막 당부 하나. 도서관도 이용자들에 대해 좀 더 치열하게 고민하고 더욱 다정하게 말 걸어주면 좋겠다. 코로나19로 인해 많은 도서관들이 문을 닫고 있다. 한국뿐 아니라 외국 역시 마찬가지이다. 얼마 전 영국 국립도서관의 페이스북 페이지에서 이런 말을 보았다. “당신 없이 난 정말 아무것도 아니었나 봐요(The Library really has been nothing without you).” 한동안 굳게 문을 닫았던 도서관이 문을 열면서 남긴 말이다. 사랑하는 사람에게나 할 법한 이 말을 보고서, 나는 살짝 가슴이 설렘다. 우리 동네 도서관도 전염병으로 어수선했던 이 시국에 그런 마음을 품고 있을까. 아마도 그러할 것이다. 좋은 마음이 있더라도 그것을 표현해야 상대방이 알 수 있는 법이다. 도서관이 그런 마음을 계속 이용자들에게 표현해주는 곳이라면 정말 좋겠다.

THE LIBRARY REALLY
HAS BEEN NOTHING WITHOUT YOU



임윤희 도서출판 나무연필 대표이자 도서관 열혈 이용자다. 외국에 나갈 때마다 도서관을 여행한 20여 년의 경험과 생각을 모아『도서관 여행하는 법』을 썼다. 물론 한국 도서관도 좋아하는데, 그중 제일 좋아하는 곳은 지금 사는 동네의 도서관이다.

온라인과 오프라인으로 도서관 100% 활용하기

동네마다 멀지 않은 곳에서 도서관을 찾을 수 있다. 화려한 볼거리 없는 소박한 건물이라도 마음 편히 책을 빌리고 다양한 문화행사가 열리며 다른 도서관의 책을 연결해 주는 곳이 동네 도서관이다. 코로나19 상황에서도 도서관은 온라인으로 예약 서비스를 늘리며 정보 접근성을 놓치지 않도록 안간힘을 썼다. 문화의 모세혈관처럼 동네 곳곳에, 온라인 구석구석에 자리한 도서관을 잘 활용해 보자. 활용도가 높아질수록 도서관의 서비스도 높아진다.



국립세종도서관 / 사진 제공 : 국립세종도서관



별마당도서관 / 사진 제공 : 별마당도서관

대출하는 다양한 방법

도서관에 직접 가서 책을 골라 빌려오는 것 외에도 다양한 대출 방법이 있다. 가장 손쉬운 방법은 전자책이다. 도서관에서 전자책도 빌려준다. 전자책 기기도 필요치 않다. 지자체마다 사이버도서관이 있는데 그중에서도 경기도사이버도서관(www.library.kr)은 전국 광역지자체 중에서 최초로 개설된 도서관으로 PC나 스마트폰, 태블릿 PC에 전용 앱을 통해 전자책을 대출받아 볼 수 있다. 10권까지 최대 5일간 대출 가능하며 대출 중인 자료는 예약도 가능하다. 경기도사이버도서관에는 75,000여 권의 전자책이 준비되어 있으니 회원 가입 후 무료로 이용해 보자.

상호대차 서비스도 대출의 범위를 넓혀주는 멋진 서비스이다. 가까운 도서관에 책이 없을 때 도서관 사이트에서 관내 타 도서관의 책을 상호대차 신청하면 이용자가 원하는 도서관으로 보내준다. 관내 도서관에도 원하는 책이 없다면? 전국으로 상호대차의 범위를 넓혀주는 ‘책바다’ 서비스가 있다. 전국의 공공도서관과 대학도서관, 박물관 내 도서관 등 953개의 참여 도서관에서 책을 찾아 이용자의 소속 도서관으로 받아볼 수 있다. 1회 이용 시 5,200원의 요금이 소요되지만 경기도는 이중에 3,500원을 지원해 주기 때문에 1,700원만 개인 부담하면 된다. 희귀본이나 전문서를 찾을 때 매우 유용하며 책바다(www.nl.go.kr) 홈페이지에서 회원 가입 후 이용할 수 있다.

12개월 이하 자녀를 둔 부모나 임신부라면 ‘내 생애 첫 도서관’ 서비스를 꼭 이용하자. 거주 시 내 도서관의 소장 도서를 택배로 대출, 반납까지 해 준다. 같은 서비스로 장애인도 월 5회 이용할 수 있는 두루두루 서비스, 국가유공자, 장기요양자를 대상으로 한 책나래 서비스가 있다. 각 공공도서관 사이트나 경기도사이버도서관 사이트에서 신청할 수 있다. 책이 없다면 희망도서로 신청하자. 책이 입고되면 희망자에게 우선 대출된다.

세계의 도서관에서 영어 독서까지

인쇄물만이 아니라 다양한 콘텐츠 제공으로 도서관의 서비스는 확대되고 있다. 국립중앙도서관 홈페이지(www.nl.go.kr)는 ‘디지털 컬렉션’을 통해 여성 독립운동가의 생애, 전염병과 조선의 의서 등 가치 있는 지식문화자원을 선별하여 디지털 자료를 제공한다. 옛 신문, 관보, 세계 주요 도서관 현황 등 그야말로 ‘알쓸신잡’(알아두면 쓸모없는 신비한 잡학사전)’으로 보일 수도 있지만 누군가에게 분명 귀한 자료일 터다. 지역 도서관 홈페이지들도 해당 지역의 향토자료나 학술정보로 접근할 수 있는 통로를 제공한다. 지식의 문턱을 낮추는 도서관의 역할을 위해 스마트영어도서관을 운영하는 도서관도 있다. 안양시립석수도서관, 김포고촌도서관 외에도 많은 공립도서관이 어학 프로그램을 제공하니 지역 도서관 홈페이지를 자세히 살펴보자. 생각보다 다양한 서비스를 만날 수 있다.

특색 있는 도서관은 가벼운 나들이의 동기가 되기도 한다. 삼성역의 별마당도서관은 다양한 작가의 조형물과 예술 작품을 감상할 수 있는 문화 공간이며 세종시에 위치한 국립세종도서관은 펼쳐진 책을 연상케 하는 유려한 디자인이 인상적이다. 세계에서 여러 디자인 상을 받은 이 도서관은 세종 호수공원 옆에 위치하고 있어 통유리를 통해 아름다운 경관을 감상할 수도 있다. 장서도 75만 권으로 풍부하다. 의정부 미술도서관은 예술 서적의 장서 구성도 훌륭하지만 내부의 유기적인 흐름도 감상의 대상이 된다.

무슨 책을 읽을까?

도서관은 서점과 달리 책을 자유로이 볼 수 있지만, 서점처럼 스테디셀러나 베스트셀러 등의 책을 진열해 놓지 않는다. 때문에 유행이나 홍보문구에 현혹될 위험이 적은 건 장점이지만 무슨 책을 봐야 할지 막막할 때도 있다. 그럴 땐 반납된 책이 놓인 트레이에서 골라보자. 요즘 사람들이 무엇을 읽는지 살필 수 있다. 새로 들어온 책을 따로 모아둔 코너도 유용하다. 뽀뽀한 새 책을 여는 건 기분 좋은 일이다. 도서관마다 조금씩 다르긴 하지만 입구에는 추천도서를 프린트해 놓기도 하니 참고하자. 온라인 홈페이지에서 ‘사서 추천도서’나 ‘대출 베스트’를 훑어보면 도움이 될 것이다. 특히 어린이 도서는 따로 보여주기 때문에 자녀를 위한 대출에 용이하다. 물론 인기가 높아서 대출하기 쉽지 않을 수 있다. 이럴 땐 미리 대출 순서를 잡아두는 예약 서비스가 요긴하다.

학령기 자녀를 위해 책을 고를 땐 도서관 홈페이지에서 연결되는 독서교육종합지원시스템도 훌륭한 가이드가 되어준다. 초등학교부터 고등학교, 다문화, 예술, 과학에 이르기까지 추천도서를 꼼꼼히 올려두었다. 기관 권장 도서와 전문가 추천까지 훑다 보면 읽고 싶고, 읽히고 싶은 책이 확 늘어날 것이다.



의정부 미술도서관 / 사진 제공 : 의정부시

도서관, 이야기로 만나기

한국십진도서분류번호로 010에서 020번대의 서가에 가보자. 아마도 한적할 이 곳에는 도서관의 속내를 보여주는 내밀한 일기 같은 도서관학, 서지학, 문헌정보학 관련 책들이 모여 있다. 도서관 자체만으로도 이렇게 이야기들이 많다는 것을 알게 되는 코너로, 세상 속 도서관의 역할을 새삼 깨닫게 된다. 이 서가의 책들과 함께 도서관을 새로운 눈으로 보게 하는 여러 이야기를 소개한다.



세계의 도서관

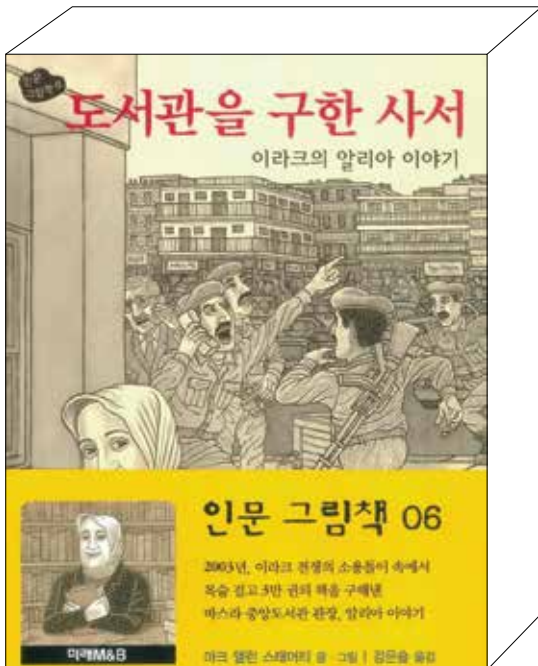
제임스 W. P. 캠벨 지음 / 사회평론

건축사학자인 제임스 캠벨과 사진작가 윌 프라이스가 21개국 80여 개에 달하는 유수의 도서관을 직접 순례하고 그 기록을 글과 사진으로 담았다. 지금은 사라진 고대 문명 속의 도서관들과 중세 시대의 수도원 도서관들, 그리고 로코코 시대의 화려하고 호화로운 도서관들과 각국의 상징이라 할 만한 현대의 도서관들에 이르기까지, 도서관 건축물의 발전사를 따라가며 도서관의 역할과 위상이 어떻게 변화해 왔는지를 보여주고 도서관의 역사를 통해 인류 문명의 역사를 조망한다. 2kg이 훌쩍 넘는 이 묵직한 책은 아름다운 사진 도판과 설명으로 세계 곳곳의 도서관을 여행케 하며 그 공간이 가진 우아함과 고풍스러움을 직접적으로 전달한다. 바로 이 지점에서 우리는 정보와 지식이 디지털화되는 전환 속에서 미래의 도서관이 어떤 존재가 될지를 예상할 수 있다. 도서관 고유의 공간감은 결코 그 가치를 잃지 않을 것이라고 말이다. 이 책은 절판되었으나 도서관에서 만날 수 있다.

도서관을 구한 사서

마크 앨런 스태머티 지음 / 미래아이

2003년 이라크 전쟁이 임박하자 바스라 중앙도서관장인 알리아는 장서를 안전하게 옮길 수 있도록 정부에 요청하지만 거절당한다. 곧 전쟁이 시작되고 알리아는 군 작전본부가 되어버린 도서관에 매일 출근하며 술 안에 책을 숨겨 집으로 가져간다. 영국군에 쫓겨 정부군이 도서관을 떠나자 알리아는 더욱 급히 책을 옮겨보지만 화재로 도서관은 잿더미가 되고, 그녀는 충격으로 쓰러지는데... 이 책은 실화를 바탕으로 한 만화이다. 같은 시기, 수도에 있던 국립도서관의 책이 모두 파괴되었던 반면, 이 작은 도서관은 알리아와 주민들의 노력으로 70%의 책을 지킬 수 있었다. 마을의 당산나무처럼 주민과 함께해온 도서관의 가치를 느끼게 되는 책으로 미래아이의 어린이 문학 <인문그림책> 시리즈 중 한 권이다. 이 책 역시 절판되었으나 도서관에서 빌릴 수 있다. 역시 도서관은 귀한 디 귀한 곳이다.



내 마음을 설레게 한 세상의 도서관들

조금주 지음 / 나무연필

한국은행 지식정보실, 송파어린이도서관, 미국의 사립대학 도서관에서 사서로 일했으며 도곡정보문화도서관 관장으로 이용자를 만나고 있는 조금주 저자가 미국, 핀란드, 일본, 중국, 대만의 30개 도서관을 둘러보며 그 변화의 방향과 흐름을 갈무리한 책이다. 압도적인 규모와 방대한 자료 소장을 시도한 중국의 슈퍼 라이브러리, 놀이와 배움을 결합한 미국과 유럽 도서관 어린이실의 플레이브러리(Playbrary), 최신 장비를 갖추고 분야별 멘토들을 연결시켜 디지털 네이티브 세대들을 끌어들이는 미국의 디지털 미디어 스튜디오, 온전히 책에 집중할 수 있는 자연 친화적 환경을 추구하는 대만의 그린 도서관 등 세상의 변화에 대응하는 세계 도서관의 다양한 시도들을 접하다 보면 “와, 우리 도서관도 저랬으면!”하는 마음과 “혹시 우리 도서관도?”하는 희망이 자꾸자꾸 생겨난다. 저자의 다른 책 『우리가 몰랐던 세상』도 함께 읽어보자.



사서가 바코디언이라뇨?

김지우 지음 / 부크크

도서관을 만드는 것은 정보와 이용자, 그리고 그 둘을 이어주는 사서다. 하지만 우리는 사서가 무슨 일을 어떻게 하는지 정확히 모른다. 떠오르는 이미지는 대출할 때 바코드를 찍어주는 모습뿐. 여기에 4년 차 사서 김지우 저자가 “바코드만 찍어주는 바코디언이라뇨! 사서는 이런 일을 합니다!”라며 사서 실무를 알리는 책을 펴냈다. 수서와 행사, 열람 등의 도서관 업무와 사서를 바코디언으로 만드는 위탁도서관의 현실 등 도서관과 사서에 대한 궁금했던 모든 것을 담았다. 이 책은 인디출판으로, 주문 후 제작되는 맞춤도서 혹은 전자책으로 만날 수 있다.



Copyright © 헤더 헨스/데이비드 스몰, 2012, (주)비룡소



꿈을 나르는 책 아주머니

헤더 헨스 지음 / 데이비드 스몰 그림, 비룡소

1930년대 미국 켄터키 주의 실화를 바탕으로 쓰인 그림책. 당시 미국의 루스벨트 대통령은 학교나 도서관이 없는 애팔래치아 산맥 켄터키 지방에 사람이 직접 말이나 노새에 책을 싣고 두 주에 한 번씩 고원 지대 집 곳곳을 방문해 책을 전하도록 했다. 글도 모르고 책에 관심도 없던 산골 소년 칼은 눈보라까지 헤치고 찾아와 책을 주고 돌아가는 책 아주머니의 뒷모습을 바라보며 생각한다. ‘책이 뭐라고, 저렇게까지 위험을 무릅쓰고 오는 걸까.’ 각종 정보를 온갖 편리한 수단으로 접하는 요즘, 책 한 권의 무게와 그것을 전하고자 하는 도서관과 사서의 묵묵한 책임감이 더욱 값지게 다가온다. 이듬해 봄, 글을 배운 칼은 책 아주머니에게 책을 읽어드린다.

일과 심의

ON



&



OFF

주 52시간 근무제가 법적으로 정착되고, 코로나19 바이러스 대유행으로 재택근무, 비대면 업무가 크게 늘어나며 업무환경이 많이 달라졌다.

업종이나 분야에 따라 조금씩 다르겠지만 3년 전쯤에는 생각지 못한 변화가 곳곳에서 많아졌다. 직접적인 미팅이 적어지고 퇴근 후 사람들과 뭔가 함께 도모하는 일도 줄었지만, 직장인들은 여전히 늘 피로하고 업무량이나 강도에 큰 차이가 없다고 느끼고 있는 경우가 흔하다.

글 · 전미옥

힘을 모으는



OFF

직장인들이 그렇게 느끼는 이유는 예측하지 못했던 급격한 변화에서 온다. 비대면과 언택트 문화가 새로운 일상이 된 지금을 자연스럽게 맞이했다기보다, 급히 억지로 적응해가는 과정에서 기업이나 그 구성원들은 긴장이 누적되고 피로가 가중되었다고 할 수 있다. 과중하거나 반복되는 업무에 지치고, 팬데믹이 종식되어도 언택트 환경의 고착이 불가피한 상황에서 아직 현재 진행 중인 적응기의 끝은 알 수 없게 되었다. 심리적으로 더 많은 시간 동안 업무에 ‘ON’ 상태가 되니 사람에 따라 큰 부작용을 낳는다. 언제 어디서나 업무를 처리할 수 있는 환경과 인식은 늘 일에 얽매이는 결과를 만들어 과로하게 한다.

게다가 우리는 여가 시간조차 바쁘게 보낸다. ‘ON’의 상태는 휴식 시간에도 이어지는데, 기사 검색, SNS, 동영상 서비스, OTT 서비스 이용 등 눈과 뇌는 시각적 정보를 처리하느라 쉬지 못한다. 쉬고 싶다고 하면서도 우리는 정작 끊임없이 뭔가를 하면서 쉴 수 있는 시간을 스스로 방해하곤 한다. 예전 모 광고의 “아무것도 안 하고 있지만 더 격렬하게 아무것도 안 하고 싶다.”는 카피가 유행한 적이 있다. 정말 쉬고 싶다는 생각이 간절하다면 하루 중 ‘격렬하게 아무것도 안 하는 시간’을 스스로 만들어야 한다. 소음과 속도가 없는 시간에 나를 조용히 놔두어야 한다. 꼭 물리적으로 긴 시간이 필요한 건 아니다. 짧은 시간이라도 순도가 높아야 할 것이다.

시쳇말로 ‘멍 때리기’만 해도 좋고, 아니면 하루 중 생긴 분노와 불안, 조급함과 답답함, 속상함 같은 감정들을 서서히 어루만지며 돌보는 것도 좋다. “누구나 그뻘 그럴 수 있었어, 괜찮아, 긴장해서 그래, 큰일 아니야, 기회는 또 있어, 나는 최선을 다했어, 모든 사람이 그걸 다 알아줄 순 없어.”라는 말을 나 자신에게 들려주자. 하루 종일 상사나 부하직원, 동료 등을 향하던 시선을 나에게 돌리며 자존감을 회복하는 시간이다. 이런 과정으로 마무리하는 하루는 밤새 새로운 에너지를 생성케 할 것이다.

명확하게 소통하는

ON



‘함께’보다 ‘혼자’하는 일이 익숙해지는 시대다. 혼자 놀기, 혼자 밥 먹기, 혼자 영화 보기 등 혼자라는 말이 외롭게 느껴지기보다 자연스럽게 들린다. 나 혼자만의 즐거움을 찾는 일상은 어떻게 보면 나를 알고 조절할 좋은 기회이기도 하지만, 사람들과 대면하면서 직접 겪는 다양한 상황에 따른 감정 컨트롤과 자기표현 방법을 상대적으로 부족하게 만들 수도 있다.

심리학자 앨버트 매러비안은 사람이 소통하는 데 있어서 언어적 요소는 생각보다 적은 7%밖에 차지하지 않는다고 했다. 나머지 93%는 시각과 청각적 요소일 텐데 비대면, 혹은 마스크 대면 상황에서는 표정을 읽기가 어려워서 글이나 말로 명확하게 의사표현을 하지 않으면 커뮤니케이션에 문제가 생기고 업무에 착오를 가져오거나 지장을 줄 수 있다. 더불어 직접 대면의 시간과 횟수가 줄어드는 이때, 관찰력과 순간 판단력을 통해 어떤 상황을 내 쪽으로 이끄는 센스는 더욱 중요해졌다. 짧은 시간의 만남 동안 더 효율적이고 효과적인 커뮤니케이션을 해야 하는 것이다.

말하기 어려운 일은 글로 하는 것이 더 쉬울 수 있다. 다만 글에 부정적 감정이 담기면, 현장에서 말로 할 때와 달리 상대의 반응에 바로 대응하고 분위기를 희석시키기가 쉽지 않다. 그 때문에 조금 더 예의를 다하되, 부정적 감정은 덜어내고 차라리 사실과 데이터에 근거한 건조한 문체로 표현하는 것이 좋다. 어려운 상황 속에서 직접 만나는 자리가 만들어졌다면 어떤 나쁜 조건이라도 더욱 집중하며 커뮤니케이션해야 오해나 오류, 착오를 줄일 수 있다.

만남과 소통에 대한 의미가 많이 달라진 시대, 어떻게 말하고 어떻게 소통할 것인가에 대한 고민이 필요하다. 비대면 소통이 더 쉬운 것도, 대면 소통이 더 원활할 것이란 생각도 고정관념일 수 있다. 말을 잘하는 사람이 아니라 말을 통해 상대를 움직일 수 있는 힘을 언어와 비언어에 어떻게 실을 것인지 자기만의 답을 찾아야 할 것이다. 진정한 쉼의 시간을 만들어 내게 새로운 에너지를 충전하고, 일터에서는 명확한 커뮤니케이션으로 타인과 나 사이의 소통의 효율을 높여가는 과정이 필요하다.

전미옥 중부대학교 학생성장교양학부 교수. KBS TV, KBS 라디오, MBC 라디오, TBS, YTN 등에 고정 출연하여 직장인들의 고민 상담을 했다. 『저는 일보다 사람이 어렵습니다』와 많은 저서가 있으며 『이 회사에서 나만 제정신이야?(공역)』 등을 번역했다.



NOROO PEOPLE

새 잎을 내고, 다시 꽃을 피우며 어김없이 제 일을 묵묵히 하는 자연이 사계절을 만듭니다.
각자의 자리에서 책임을 다하며 결실을 맺는 NOROO인이 있어 NOROO가 만들어집니다.

시켄스로 만드는 새로운 시장!

(주)노루페인트
자보4팀

노루페인트는 지난해, 글로벌 도료 기업인 악조 노벨과 국내 독점판매권 계약을 맺고 세계 자동차 보수용 도료 시장의 하이엔드 브랜드인 시켄스로 국내의 수입차 보수용 프리미엄 도료 시장 공략에 나섰다. 시켄스 수입과 판매, 노루기술교육원 등 새로운 사업을 위해 뭉친 자보4팀은 팀원 각각의 전문성을 바탕으로 본격적인 활동에 나서고 있다.



좌측부터 주홍석 대리, 이상인 과장, 박철진 차장, 박태순 대리, 권진선 사원, 이창협 과장



글로벌 브랜드와 NOROO의 만남

“자보4팀은 신규사업팀이라고 할 수 있습니다. 시켄스와 국가 인적자원개발 컨소시엄 사업 운영기관으로 선정된 노루기술교육원, 두 가지 신사업을 위해 모인 팀이니까요.” 박철진 차장의 설명이다. 자보4팀은 시켄스 구매와 영업, 마케팅 전반을 담당하는 박철진 차장과 박태순 대리, 테크니컬 서비스를 맡은 이상인 과장과 주홍석 대리, 노루기술교육원을 운영하는 이창협 과장과 권진선 사원 등 6명의 팀원으로 구성되어 있다.

“시켄스는 220년이 넘는 역사를 가진 악조 노벨의 브랜드로 세계 자동차 보수용 도료 시장 Global Top 3 브랜드입니다. 하지만 한국 시장에서는 유독 고전해 왔습니다. 탁월한 품질에 비해 영업력과 유통망이 부족했죠.” 박철진 차장의 설명에 따르면 노루페인트와 제휴 이전의 시켄스는 한국 시장에서 시장 규모가 훨씬 작은 스리랑카보다도 못한 판매율을 보여왔다고 한다. 더 넓은 유통망이 절실했던 시켄스와 프리미엄 브랜드로 수입차 시장을 공략하려는 노루페인트의 제휴는 필연이었다.

“노루페인트의 자보용 도료는 국내 시장 점유율 1위로, 국산차에 많이 쓰입니다. 국내 도로를 달리는 차의 80%가 국산차이지만 수입차도 점점 판매량이 늘고 있습니다. 수입차의 컬러는 국산차와 비교할 수 없이 많습니다. 컬러 배합이 수백만 가지에 이르죠. 이 모든 컬러를 가진 브랜드가 시켄스입니다.” 촘촘한 유통망과 수준 높은 테크니컬 서비스, 최신 교육 시스템까지 갖춘 노루페인트와 글로벌 프리미엄 브랜드의 만남은 그렇게 이루어졌다.



수입차 자보 시장, 시켄스로 넓힌다



시켄스의 탁월성은 IT 서비스에서도 두드러진다. 주홍석 대리는 타 글로벌 기업에도 비슷한 서비스가 있지만 접근성이나 편의성, 안정성에서 악조 노벨의 웹 배합 서비스가 월등하다고 평가했다. “클라우드 기반 웹사이트 MIXIT에서 컬러 식별과 검색 프로그램을 한국어로도 제공 중입니다. 언제 어디서나 모든 장치에서 접근이 가능하고 정교한 알고리즘은 작업이 정확히 수행되도록 돕죠.” 제품의 품질 또한 두말할 것 없이 뛰어나다. 이상인 과장과 주홍석 대리는 “은폐력이 매우 좋고 건조도 빠릅니다. 세분화된 제품 라인에 기능성 제품들도 특화되어 있지요. 예를 들어 열을 가하지 않고 건조시키는 습도 경화형 제품도 있습니



C R E A T I N G T O G E T H E R



다. 전기차의 경우 열을 주면 폭발할 수도 있으니 이러한 페인트가 필요하죠. 웬만한 글로벌 자동차 메이커들의 인증도 모두 가지고 있기 때문에 수입차 정식 서비스 센터로도 납품이 가능해서 다양한 시장 대응이 가능합니다.”라고 설명한다. 시켄스는 고가인 데다 특수 제품이 많아 노련한 테크니컬 서비스가 꼭 필요하다. “슈퍼 카 맥라렌에도 시켄스가 들어가는데 각 컬러마다 도장 방법에 대한 자료집이 따로 있을 정도죠. 숙지하여 교육하고, 도장 시에도 연습이 선행되어야 합니다. 이상인 과장은 설명을 이었다. “맥라렌에 도장되는 색상 도료는 일반적으로 배로 오는 다른 도료와 달리 실시간 주문으로 영국에서 비행기로 수입됩니다. 때문에 매우 고가에 판매가 되고 뛰어난 도장 기술이 필요한 것은 당연하죠.” 그 기술의 서비스와 교육이 펼쳐지는 곳이 노루페인트, 자보4팀이다.



CREATING TOGETHER
sikkens

노루페인트의 시켄스 런칭으로 이미 시장의 주목도는 높아지고 있다. 자보4팀은 컬러칩, 브로슈어, 기술 지원, 세미나와 교육 등 모든 면에서 전력을 다해 시켄스의 인지도와 매출을 늘려갈 계획이다.



다양성이 모여 시너지를 만든다

노루페인트와의 제휴로 한국 수입차 자보 시장에서 시켄스의 점유율은 이 전보다 빠르게 올라갈 것으로 점쳐진다. “전국 160여 노루페인트 자보 전문 대리점에서 시켄스 공통품을 판매하며 소비자 접근성과 인지도를 높이고 있습니다. 그중 50개 대리점은 시켄스를 전문적으로 취급하고요. 워터큐와 시켄스로 국내 자보 시장을 전방위적으로 대응할 계획입니다.”

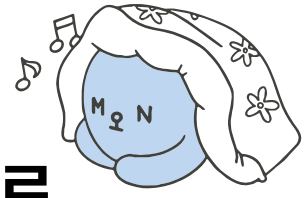
박철진 차장은 다짐에 기대를 더했다. “저희 팀원의 경력 연수를 모두 더하면 70년쯤 됩니다. 16년 차인 저와 21년 차인 이창협 과장, 15년차인 이상인 과장, 11년 차인 주홍석 대리, 6년 차 박태순 대리와 신입인 권진선 사원까지 다양성과 함께 전문성을 고려해 구성된 팀이니 해외 브랜드와 교육 컨소시엄 사업 등 새로운 사업을 주도해 나감에 있어 앞으로 시너지가 크리라 생각합니다.”

시켄스와 노루페인트가 만나 시너지를 내듯, 에이스들이 모인 자보4팀도 시장에서 분명한 상승 효과를 만들 것이다. 그들의 협력이 이루어낼 자보 시장의 미래를 그려본다.



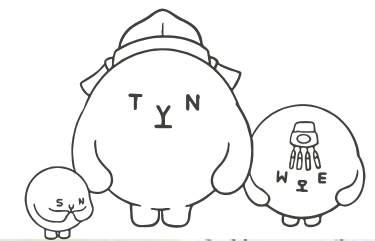
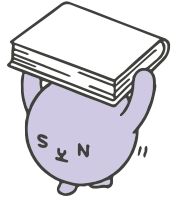
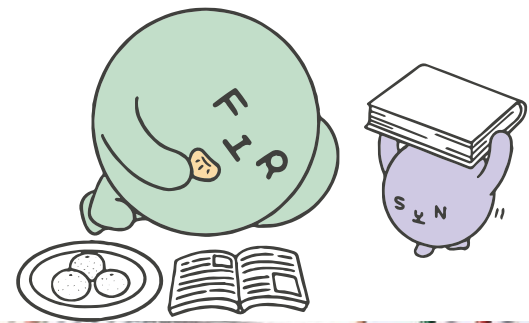
QR코드를 스캔하시면
자세한 정보를
확인하실 수 있습니다.

힐링은 컬러링으로 컬러는 노루페인트로



노루페인트 X tvN '즐거움앳홈 컬러링북'

(주)노루페인트는 CJ E&M의 엔터테인먼트 채널 tvN과 콜라보레이션 이벤트를 마련해 코로나19 속 즐거운 집콕 생활을 도왔다. '집에서 보내는 즐거움'을 주제로 컬러링북을 제작, 인스타그램을 통해 증정하고 색칠왕을 선발해 선물을 증정한 이번 이벤트는 컬러의 아름다움과 컬러링의 즐거움을 직접 느끼게 한 행사였다.



NOROO × tvN



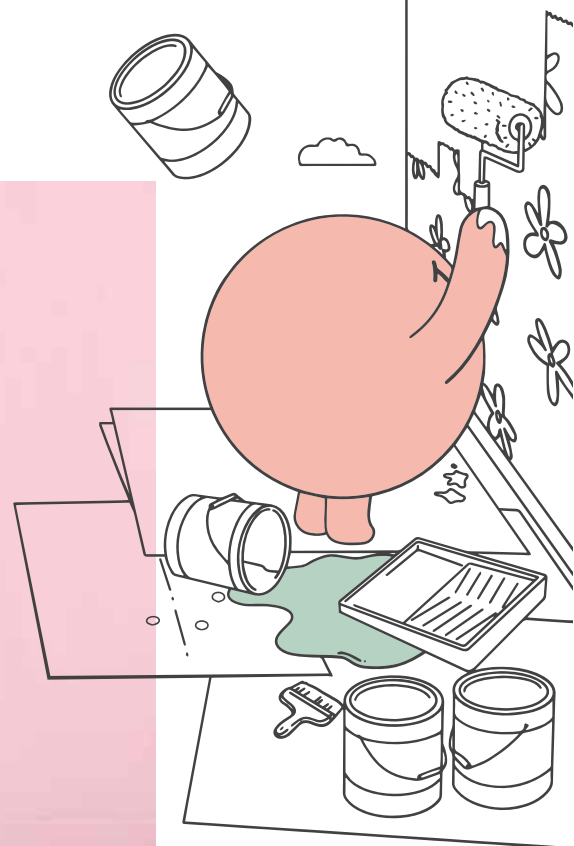
집의 모든 즐거움

시작은 '집'이었다. 코로나19로 집에 있는 시간이 많아지며 TV나 책을 보고, 요리하고, DIY 인테리어를 하는 등 사람들은 집을 적극적으로 즐기려 노력했다. <즐거움앳홈 컬러링북> 이벤트를 기획한 노루페인트 디지털마케팅팀의 정순미 과장은 집콕의 시간을 힐링의 시간으로 바꾸고, 무료와 무기력을 몰입과 집중으로 전환하는 데 이 책이 도움을 줄 것이라고 생각했다. '집에서 느끼는 즐거움'이라는 공통점을 가진 두 브랜드가 뭉치면 새로운 경험을 제공할 수 있으리라는 기대로 정순미 과장은 컬러링북을 기획해 tvN에 콜라보레이션을 제안했다.

"노루페인트는 '집'을 꾸미고, 가꾸려고 할 때 가장 먼저 떠오르는 대표 브랜드이고, tvN은 집에서 시간을 보낼 때 제가 가장 즐겨보게 되는 채널이었어요. 두 브랜드가 만나 '집'을 주제로 '집콕'하는 사람들에게 즐거움을 준다면 재미있겠다 생각했죠." 콜라보레이션의 결과로 다양한 집콕 문화 생활이 한 권의 컬러링북 안에 펼쳐졌다. "즐거움앳홈"을 두 가지 버전으로 담았어요. 노루페인트 편은 일상의 공간을 연출했습니다. 노루페인트 매장에서 페인트를 고르고, 거실과 화장실, 아이방, 테라스를 페인팅하는 흐름 속에서 나만의 컬러 인테리어로 집을 꾸미는 즐거움을 느낄 수 있도록 했죠. 홈트레이닝을 하는 인물과 반려동물을 배치하고 최근 인테리어 경향을 구현하는 등 트렌드를 반영했습니다. tvN 편은 귀여운 캐릭터를 적극 활용해 집에서 보

내는 사계절을 시간순으로 구성했어요. 새해 연하장을 쓰고, 여름에 마당에서 홈캠핑과 물놀이를 하고, 정월대보름에 망원경으로 천체 관측을 하고, 겨울엔 크리스마스 트리를 꾸미는 일상을 생생하게 표현했습니다."

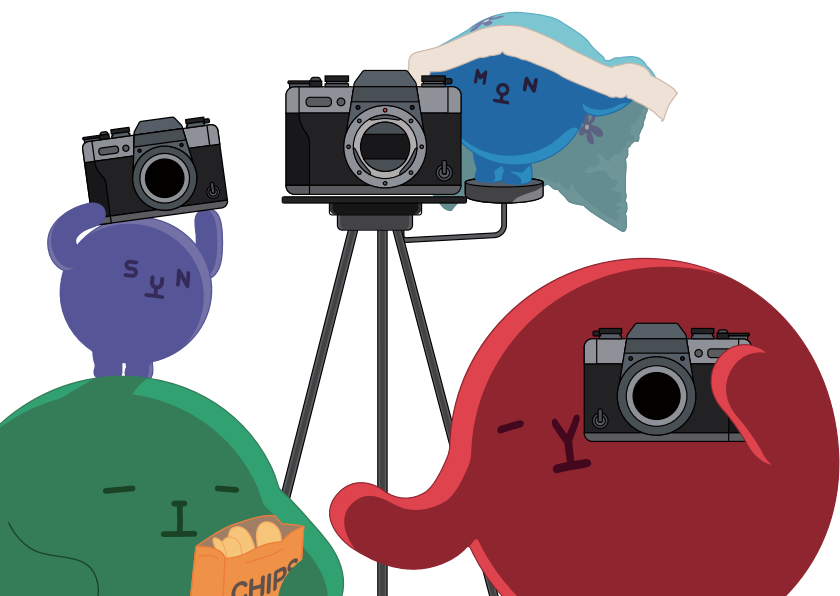
컬러링 도안 사이사이에는 팬톤페인트 올해의 컬러와 스타일북의 주요 이미지 등을 삽입해 컬러 선택에 도움이 되도록 꾸몄다. tvN의 캐릭터 티비엔프렌즈들은 곳곳에 개성 넘치는 포즈로 자리했다. 넉넉한 사이즈에 두꺼운 종이를 사용하여 시중에 판매되는 컬러링북과 비교해도 손색없는 퀄리티로 <즐거움앳홈 컬러링북>이 완성되었다.



모든 컬러의 아름다움

노루페인트와 tvN의 인스타그램 채널 등을 이용해 ‘즐거움컬러링이벤트’를 열어 응모한 500명에게 <즐거움앳홈 컬러링북>이 발송되었다. 노루페인트 홈페이지에서도 컬러링북 도안을 다운로드 할 수 있도록 오픈했다. 그리고 자유롭게 컬러링한 결과물을 자랑하며 콘텐츠가 확산될 수 있도록 ‘랜선 페인팅왕 선발대회’ 이벤트를 후속으로 기획해 연이어 진행했다. 사람들은 바로 인스타그램을 통해 컬러링한 결과물과 사연을 올리기 시작했다. 서툰 솜씨, 혹은 놀라운 재주로 채워진 그림 모두에서 제각각의 아름다움이 드러났다. 자녀와 즐거운 시간을 보냈다는 이야기, 원하는 일상을 그림으로 실현했다는 이야기, 잡념이 사라지며 그림 속 풍경에 빠져든다는 이야기들이 줄을 이었다.

“컬러를 즐기며 자유롭게 칠하는 데에서 기쁨을 느끼셨으면 했어요. 그렇게 컬러의 힘을 알게 되면 노루페인트와 페인팅에 대한 흥미로 이어지게 될테니까요.” 이벤트를 준비한 정순미 과장의 바람은 다양한 컬러로 이루어졌다.



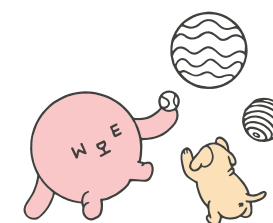
컬러링의 즐거움

마크 트웨인의 소설 『톰 소여의 모험』을 읽지 않은 사람이라도 톰 소여의 페인팅 이야기는 익히 알 것이다. 길고 긴 담장을 칠하라는 벌을 받게 된 톰 소여는 페인팅을 힘든 일이 아닌 재밌는 놀이인 양 연기함으로써 친구들에게 돈을 받고 이 일을 넘겨 버린다. 친구들은 줄을 서서 서로 페인팅을 하겠다고 나선다. <즐거움앳홈 컬러링북>을 채우다 보면 이런 생각이 든다. ‘톰 소여의 친구들은 정말 재밌었을 거야. 속았대도 하나도 아깝지 않았을 거야.’라고 말이다. 실제로 컬러링은 스트레스 완화와 불안 해소, 긍정적 자기 인식의 효과를 내는 것으로 잘 알려져 있다. 치매, 우울증 환자에게도 추천되는 치료법이기도 하다. 이 때문에 정순미 과장은 이번 이벤트를 사회적 공헌 활동으로 연결하는 것도 고민 중이다.

“시설이나 단체 등에 기부하면 더 많은 분들께 컬러의 아름다움과 컬러링의 즐거움을 전할 수 있겠죠? 앞으로도 다양한 콜라보레이션과 이벤트로 소비자 여러분을 만나겠습니다.” 다음을 기대하며, 일단 이 글을 보는 모든 이가 <즐거움앳홈 컬러링북>을 채워보길 바란다. 한마디로, 정말 재미있으니까!

#즐거움앳홈

COLORING BOOK
by NOROO PAINT



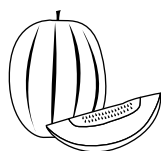
더 달콤하게 더 튼튼하게

(주)더기반 참외

성주에 가까워지면 곳곳에서 참외를 만날 수 있다. 휴게소, 고속도로 입구와 출구 등에서 마주치는 노랑고 둥근 참외 캐릭터들은 이곳이 전국 참외 생산량의 70~80%를 담당하는 성주군임을 바로 알려준다. 4천여 농가가 한 해 400톤이 넘는 참외를 생산하며 5천여억 원의 수입을 만드는 성주, 이곳 참외 종자의 50%는 더기반이 점유하고 있다. 더기반의 종자에서 시작되는 성주의 참외를 만난다.

최고의 참외를 찾아라

성주군에 위치한 한 공판장. 여기저기서 모여든 트럭에서 부산스레 참외 박스가 내려지고 가지런히 쌓인다. 샘플 상자가 열리고 경매사와 도매상인들은 바쁘게 박스 사이를 누비며 모든 감각을 이용해 참외를 살핀다. 넓은 공판장은 금세 참외의 달콤한 향으로 가득해진다. 드디어 경매가 시작된다. 마치 주문을 거는 듯한 경매사의 목소리가 마이크로 줄줄이 이어지는 동안 전광판에는 실재없이 단가와 낙찰 번호가 바뀐다. 낙찰



추울 때는 하우스 바닥의 멀칭 비닐 위로 물이 맺히곤 한다.
유영수 농민은 작은 스티로폼 조각을 참외 아래에 깔아 짓무르지 않도록 돌본다.
좋은 품종에 꼼꼼한 손길이 더해져 최고의 참외를 만든다.

된 참외가 트럭에 실려 나가면 다시 새로운 참외 박스들이 줄줄이 들어온다. 삼십삼 분간 진행된 끝에 전광판에 낮익은 이름이 떴다. 그리고 이제까지의 금액 중 최고단가가 적혔다. 경매를 지켜보던 더기반 경북지점 영업팀 박효민 대리는 낮은 감탄사를 내뿜었다. “역시!” 더기반의 종자로 참외 농사를 짓는 유한상 농장의 참외다.

소비자의 기호를 위한 더기반 종자



“정말 꼼꼼히, 부지런히 농사를 지으시는 곳입니다. 이곳의 참외가 최고가를 받는 이유가 다 있지요.” 유한상 농장에 대한 박효민 대리의 설명이다. 공판장에서 십 분 남짓 거리에 위치한 유한상 농장은 아버지인 유영수 부부와 아들인 유한상 농민이 함께 경영하는 곳이다. 작업복 차림으로 취재진을 맞은 유영수 부부는 2000년부터 참외를 재배해 온 21년 경력의 전문가로, 더기반의 종자만 사용해 5천 평에서 한 해 7천~8천 박스를 생산한다. 더기반과 시교재배도 함께 했으며 바른꿀, 알찬꿀에 이어 작년에 출시된 퍼스트꿀 종자까지 모두 섭렵한 더기반 참외 전문 농민이다. 그는 더기반의 종자를 선호하는 이유를 ‘소비자의 기호’ 때문이라고 말한다.

“제가 생산한 작물의 가격은 결국 소비자가 결정합니다. 열심히 농사지은 작물이 높은 가격을 받길 바라는 것은 당연한 욕심이지요. 이를 위해서는 소비자의 기호에 맞춰 재배할 수밖에 없습니다. 더기반의 참외 종자는 육질과 당도 등 상품성이 좋습니다. 알찬꿀은 맛있고 색상이 좋고 농사 짓기도 쉽습니다. 퍼스트꿀은 재배가 좀 까다롭지만 알찬꿀보다 육질과 당도가 더 뛰어납니다.”

유영수 농민은 이날 출하한 참외 박스에도 퍼스트꿀 참외가 들어가 있다며 “이걸 드신 분은 입이 아주 호강하실 것!”이라고 장담했다.

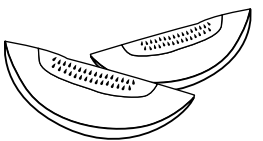




달디단 알찬꿀보다 육질과 당도가 더 높다는
퍼스트꿀은 흰가루병에 대한 내병성을 키우면서
식감과 맛을 모두 끌어올린 것이 특징입니다.



두 마리 토끼를 잡는 퍼스트꿀



달디단 알찬꿀보다 육질과 당도가 더 높다는 퍼스트꿀은 어떤 품종일까. 마침 현지 작
향을 살피러 성주를 방문한 더기반의 참외 연구팀은 퍼스트꿀 품종의 특징점으로 ‘내
병성과 육질, 당도’를 꼽았다.

“참외 농가에서 제일 어려워하는 병이 흰가루병입니다. 이에 대한 내병성을 키우면 맛
이 떨어질 수 있다는 단점이 있는데요, 퍼스트꿀은 내병성과 식감, 맛 모두 끌어올린 것
이 특징점입니다.” 더기반은 이러한 강점이 제대로 발현되도록 재배 방법을 지속적으
로 지도할 계획이다. “완벽한 품종이란 없습니다. 유전적 문제는 육종으로 개선하고 기
후 조건, 재배 관리 등 농가가 대응해야 할 부분은 정보를 제공하는 등 농민들과 소통,
협력하며 앞으로 더 가치있는 품종을 만들어 나갈 것입니다.”

연구팀에 이어 박효민 대리는 홍보에 대한 각오를 다졌다. “코로나19로 품종평가회도,
세미나도 진행하지 못했지만 비대면 채널로 품종을 꾸준히 알린 덕분에 이곳에서도 직
접 대리점에서 퍼스트꿀 종자를 구매하시고 당도와 육질에 호평을 해주셨습니다. 성주
참외 종자의 50% 가까이를 더기반이 맡고 있습니다. 저희 종자에 대한 호평이 이어지
고 더 많은 소비자들께서 퍼스트꿀 참외를 드실 수 있도록 열심히 뛰어다녀야지요.” 유영수 농
민도 기대가 크다. “더기반 품종으로 참외를 재배하면서 수익도 더 좋아졌습니다. 제가
농사를 짓는 동안 더기반이 계속 새롭고 좋은 품종을 만들어 주길 기대합니다.”

이들의 바람과 노력이 모두 모여 올해의 참외도 알차게 영글었다. 더기반의 연구개발로
씩을 틔우고 성주 농가의 손길로 튼튼하게 익어가는 참외가 한국의 소비자뿐만 아니라
해외 시장에도 달콤하게 가닿기를 바란다.

올해처럼 기온 차이가 클 때는 무엇보다
온도 관리 등에 더욱 신경을 써야 한다.
더기반의 연구개발과 성주 농가의 손길로
참외가 튼튼하게 익어간다.





꽃이 나비를 부르는, 과연 봄이로구나

민화 원데이 클래스

봄이 닿자 한지는 한껏 색을 받아들었다. 겨우내 굳어있던 땅이 봄비를 반기듯, 마른 뿌리가 물을 빨아들이듯. 그리고 한지가 머금은 색은 서서히 꽃으로 피어났다. 꽃잎이 바람에 열리는 것처럼 봄이 움직일수록 꽃은 제 존재를 더욱 확연히 드러냈다. 피어난 꽃의 향기에 나비도 살랑살랑 날아들었다.
(주)노루코일코팅 김찬이 주임과 여자친구인 박민진 씨가 그린 민화로 봄이 완성되었다.



꽃의 마음으로 꽃 피우다

봄을 잡아본 지 오래되어서 결과가 잘 나올지 모르겠다던 박민진 씨의 그림에선 벌써 열은 향기가 풍겨지는 듯했다. 박민진 씨가 선택한 도안은 모란도로, 부귀영화를 가져다준다고 알려진 그림이다. “동양화는 보통 컬러감이 연하다고 생각했는데 모란도의 발색이 굉장히 선명하더라고요. 어떻게 색이 선명하게 올라오는지 궁금해서 이 그림을 선택했어요.”라고 말하는 박민진 씨의 대학 시절 전공은 시각디자인이었다고. 그림을 좋아하지만 직장을 다니느라 직접 그린 지는 오래된 여자친구를 위해 김찬이 주임은 이번 원데이 클래스를 신청했다. “저는 무척 비교되겠지만, 같이 할 수 있는 게 그림 그리는 것 같아서요! 전시회 관람도 자주 가는 편이었는데 요새는 사람 많은 곳을 피하다 보니 오늘 이 기회가 참 귀하네요.”라며 꽃만큼이나 밝은 미소를 지었다. 그의 말따따나 김찬이 주임의 그림 속 수련은 어설픈 붓질에 비를 맞은 것 같아 보이기도 하지만, 무슨 상관이라. 꽃의 주인이 진짜 꽃 같은 마음인데 말이다.





자연을 그대로 옹기는 바림

민화는 밑 작업에 공이 많이 든다. 틀에 동양화용 한지를 붙이고 안료가 잘 먹도록 아교포수를 한다. 밑그림, 채색, 바림을 하고 선을 마무리하면 완성이다. 보통 원데이 클래스의 학생들은 밑그림 이후의 작업부터 시작하기 때문에 시간이 적게 들 것 같지만 작은 작품에도 2시간 이상이 걸린다. 민화의 꽃이라 할 수 있는 바림이 섬세함과 집중을 요구하기 때문이다.

“한국화 기법 중 하나로, 물로 자연스럽게 그라데이션 효과를 주는 걸 바림이라고 합니다. 밋밋했던 그림도 바림으로 확 살아나지요. 붓 하나로는 꽃잎 안쪽에 색을 넣고, 물만 묻힌 다른 깨끗한 붓으로 그 색을 퍼뜨려 줍니다. 붓 자국이 묘미인 서양의 수채화와 달리 동양화는 붓 자국이 드러나지 않아야 해서 시간이 많이 걸립니다.” 도담 화실 백정희 강사의 설명을 들으니 한국 정원의 ‘차경’이 떠오른다. 붓의 개입마저 감추고 대상을 표현하려는 바림은 자연을 그대로 가져와 경관의 일부로 이용하는 차경의 기법과 닮아있는 듯하다.

강사의 가이드를 따라 꽃잎을 하나하나 섬세하게 채우던 박민진 씨는 한지에 놀라움을 표했다. “신기해요. 물을 이렇게나 많이 먹이는데, 종이가 해지거나 일어나지 않고 다 흡수해요. 색도 자연스럽게 퍼지고요.”라는 말에 강사는 “한지 때문에 어려운 점도, 쉬운 점도 있다.”며 붓을 잘못 놀리면 물로 닦아낼 수 있을 정도로 강한 게 한지라고 설명했다.

“닥으로 만든 한지는 굉장히 질겨서 이제까지 한 번도 찢어지거나 구멍 나는 걸 본 적이 없어요. 내구성과 보존성도 매우 좋죠.” 화려하게 피었다가 바로 지기에 볼 수 있는 시간이 매우 짧다는 모란을 한지에 그리는 이유가 이것일 테다. 한지 위의 모란은 지지 않고, 나비는 편안하게 늘 꽃을 향하니 말이다.



모란화접도와 연화도

두 시간 반을 훌쩍 넘겨 두 사람의 작품이 완성되었다. 가정의 행복과 기쁨을 기원하며 그려졌다는 모란화접도, 자손 번성의 바람을 담는다는 연화도이다. 맑고 가벼운 느낌의 수채화 물감에 비해 동양화 물감은 무겁고 보안 느낌을 가지는데도 한지 위에서 바림된 꽃들은 그저 청아해 보일 뿐이었다. 두 개의 그림이 함께 놓이자 화사함은 네 배가 되었다.

“이렇게 집중한 게 얼마만인지, 정말 시간 가는 줄 모르고 빠져들었어요.”라는 박민진 씨를 보고 김찬이 주임은 좋은 시간을 선물하게 되어 기쁘다며 그녀와 똑같은 미소를 지었다. 함께 해서 기쁘고, 함께 즐겨서 더욱 좋았던 시간은 두 개의 그림으로 남아 더 큰 행복이 될 것이다.



도담화실 광명시 하안동에 위치한 도담은 민화 재료에 대한 이해부터 그리기, 배접 표구하기까지 배울 수 있는 화실이다. 원데이 클래스와 정규반 등 다양한 수업 코스가 있다. ‘민화공방 도담’ 블로그에서 자세한 안내를 볼 수 있다.

새로운 감성의 페인트 루키

수원 채움플래닛

“페인팅, 그거 어떻게 하지?” “유튜브에 설명이 다 되어 있긴 한데... 정말 내가 할 수 있을까?” 페인팅 초보자라면 작업에 앞서 이런 생각이 드는 것이 당연하다. 친절히 안내된 동영상을 봐도 막상 혼자 시도하기가 주저된다면 이곳을 찾아보자. 수원의 채움플래닛이다.

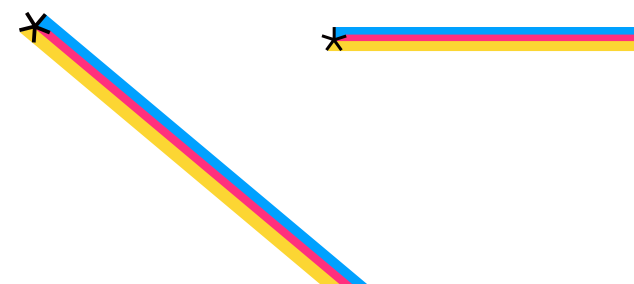


CHAEUM PLANET
채움플래닛

소비자의 마음을 알아주다

“내가 원하는 컬러로 집을 손쉽게 바꿀 수 있으니 셀프 페인팅은 정말 매력 있는 인테리어 방법입니다. 하지만 누구나 처음 할 때는 모르는 게 많아 주저하게 되죠. 매장에서 컬러를 직접 골라도 현장에서 기대했던 느낌과 달라지는 경우도 있고요. 이러한 시행착오를 줄이기 위해서는 페인팅에 대한 충분한 이해가 필요합니다. 저 역시 페인트 초보자였기 때문에 그 마음을 잘 알죠.”

최종문 대표의 차분한 설명을 들으니 왜 이곳에 셀프 페인터들이 많이 찾아오는지 딱! 감이 왔다. 셀프 페인팅을 많이 해보고, ‘라스트문’이라는 닉네임으로 팬톤페인트 작가 활동까지 한 경력자라 셀프 페인터들에게는 어쩐지 친숙한, ‘아는 분’처럼 다가오는 것이다. 게다가 그는 진짜 ‘잘 아는 분’이기도 하다. 매장 오픈 과정과 본인의 신혼집 셀프 페인팅, 각종 시공 과정 등을 공개해 둔 채움플래닛(blog.naver.com/lastmoon05) 블로그와 페인트 루키 유튜브 계정은 페인팅에 대한 전문 지식과 내공을 뽐내니 말이다. 이러니 ‘이 분이려면 내 고민을 잘 알아주실 것 같아!’라는 마음이 더해져 채움플래닛 고객의 90%를 셀프 페인터들이 차지하는 결과가 나왔을 게다. 빼놓을 수 없는 요소가 하나 더 있다. 최종문 대표 부부의 젊은 감성과 컬러 감각이다.





공간을 컬러로 채우다

채움플래닛의 로고와 ‘공간을 컬러로 채우다’라는 카피가 적힌 작은 입간판, 포인트 컬러와 트렌디한 컬러를 조화롭게 사용한 매장, 흘러내리는 페인트로 장식된 독특한 작품 등에서 보이듯, 최종문 대표 부부는 컬러와 디자인에 대해 남다른 감각을 가지고 있다.

“저와 아내 모두 산업디자인을 전공했어요. 저는 중국에서 디자이너로 일했죠. 한국에 돌아와 잠깐 벽화 아르바이트를 하는데 밑바탕을 작업하는 도장공들이 굉장히 행복해 보이더라고요. 오래전부터 가지고 있던 기술직에 대한 꿈이 다시 꿈틀거렸습니다. 내 사업을 하고 싶다는 희망과 함께요.”

부부가 함께 운영할 수 있다는 것도 매력적이었다. 아내도 이왕 하는 것 제대로 하자며 조언과 지지를 보냈다. 최종문 대표는 건설현장 페인트팀 막내로 시작해 4년 여를 페인트 시공 현장에서 쉼 없이 일하며 기술을 배웠다. 페인트 특약점을 준비하며 컬러를 공부하고 신혼집을 셀프 페인팅한 후기를 올리며 팬톤페인트 작가에 선정되어 활동했다. 그러면서



노루페인트 특약점을 해야겠다는 마음이 굳어졌다. “제품의 브랜딩이 체계적이고, 오랜 역사를 가진 기업인 동시에 NCTS, 페인트잇수다 등 시대를 앞서가는 마케팅으로 시장을 이끌어간다고 판단했습니다. 페인트만 파는 게 아니라 컬러로 문화를 만들고 있다는 생각이 들었죠.” 그렇게 오픈한 채움플래닛은 올해 5월로 만 1년을 맞는다.



Before

After

플랜에 열정을 더해 채움플래닛

1주년을 기해 아내인 양송이 씨도 실장의 직함으로 합류하게 되면서 최종문 대표의 마음은 미리 바빠지고 있다. “저 자신이 셀프 페인터였기 때문에 고객의 궁금증과 불안감을 잘 알고 있어요. 셀프 페인팅은 물론이고 시공도 사후관리까지 철저하도록 도와드리고자 합니다.” 이를 위해 그는 믿고 맡기는 시공업자의 명함에 채움플래닛을 넣고, 시공업체에 로고를 만들어 주는 등 다양한 방법으로 신뢰의 망을 넓히고 있다. 셀프 페인팅 역시 최상의 결과를 낼 수 있도록 마스킹 테이프, 붓, 롤러와 같은 부자재도 꼼꼼하게 검수하여 갖췄다. 포인트 컬러 컨설팅은 채움플래닛의 강점이다. 투톤, 톤온톤 등 여러 컬러를 사용해 포인트를 넣는 페인팅에는 위치 선정, 비율 계산이 중요한데 최 대표는 상담을 통해 이런 노하우를 아낌없이 알려준다. 앞으로 텍스처를 살리고, 패턴을 넣는 ‘아트 페인팅’까지 컨설팅과 시공 영역을 확장할 계획이다.

“먼 곳에서도 저를 찾아와 주시는 분들이 계셔서 뿌듯하기도 하고 책임감도 느낍니다. 지난 1년은 가게가 자리를 잡는 시간이었다고 생각합니다. 이제부터는 생각과 계획을 본격적으로 실행할 때입니다. ‘노

루페인트’ 하면 ‘채움플래닛!’이 바로 떠오르도록 말입니다.”

페인트가 필요하다면, 조언이 절실하다면, 그리고 컬러 감각을 중시한다면 수원의 채움플래닛은 가장 친절한 답이 되어줄 것이다.

QR코드를 스캔하시면
자세한 정보를 확인하실 수 있습니다.



STORE INFORMATION

채움플래닛

경기도 수원시 팔달구 월드컵로 357번길 3
031)890-7007



NEWS BRIEFING



(주)노루홀딩스

한영재 회장, ‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’ 동참

NOROO 그룹의 한영재 회장은 최근 어린이 교통사고 예방과 안전한 교통 환경 조성을 위한 ‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’에 동참했다. 이 행사는 지난해 12월, 행정안전부와 교육부 주최로 시작된 것으로, 어린이 보호구역 내 교통사고 예방에 대한 국민적 공감대 형성을 위해 참여자가 어린이 교통안전 문화 정착을 위한 슬로건을 공유하고 다음 주자를 지명하는 방식으로 진행된다. 한 회장은 우리은행 권광석 행장의 지명을 받아 캠페인에 동참했으며 관련 사진과 메시지를 SNS에 게시하고 다음 참여자로는 한독 김영진 회장, 세방여행 및 현(現) 한국여행업협회(KATA) 회장 오창희 대표, 연세대학교 경영대학장 이지만 교수를 지목했다. NOROO 그룹은 한 회장의 이번 챌린지 참여와는 별도로 기업 사회공헌활동의 일환으로 ‘어린이 교통안전 캠페인’을 매년 진행하고 있다. 작년에는 한국교통안전공단 및 대한적십자사와 함께 ‘어린이 교통안전 인식 재고를 위한 벽화 캠페인’을 진행한 바 있다.



노루홀딩스 제75회 정기주주총회 개최

노루홀딩스의 제75기 정기주주총회와 노루페인트의 제15기 정기주주총회가 주주 및 회사 임직원들이 참석한 가운데 지난 3월 26일, 안양 본사 NOROO 복지관에서 열렸다. 이번 주주총회에서는 각사의 2020년 사업연도의 영업수익 및 당기순이익, 종속회사 및 지분법투자회사의 실적을 포함한 연결손익의 매출액 및 당기순이익 등이 발표되었다. 또한 회사 성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서가 승인되고 이익잉여금 처분계산서(안)의 보통주와 우선주에 대한 배당도 각각 승인되었다. 이번 주주총회는 코로나19의 방역수칙을 준수하며 안전을 우선으로 진행되었다.



(주)노루페인트

레이어드 홈 겨냥한 신제품

‘순&수’ 울커버 출시

노루페인트는 다양한 공간에 사용할 수 있는 고기능성 만능 수성 페인트 ‘순&수 울커버’를 최근 출시하였다. 코로나19로 인해 집에 오피스, 헬스장, 카페 등 다양한 역할을 부여하는 레이어드 홈 인테리어가 인기지만 복잡한 공사나 리모델링은 부담이 되곤 한다. 순&수 울커버는 이러한 소비자 니즈를 위해 탄생한 제품으로 낡은 외벽, 철재, 목재, 콘크리트, 시멘트, 샌드위치 패널, 플라스틱(PVC), 비철금속, 벽지와 몰딩 등 건물 내외부의 다양한 공간과 소지에 쉽게 페인팅할 수 있으며 프라이머, 젯소 등 ‘하도’ 작업도 필요 없다. 컬러 발색력과 부착성은 물론, 항균, 항곰팡이 기능도 뛰어나다. 건축자재의 유기화합물 방출 강도를 평가해 등급을 부여하는 단체표준인증 마크인 HB마크 최우수 등급을 획득했으며, 친환경 인증도 받았다. 유해가소제와 BTX(벤젠, 톨루엔, 자일렌)를 사용하지 않았으며 중금속 불검출을 검증받았다. 노루페인트 마케팅팀 담당자는 “만능 페인트인 순&수 울커버를 통해 집 안을 가족의 취향이 담긴 공간으로 페인팅해 꿈꾸던 라이프스타일을 실현해 보길 바란다.”고 전했다.



데코레이션 바닥 마감용 페인트

‘에그리나 스톤플로어’ 출시

노루페인트가 내·외부 공간에 모두 사용 가능한 미끄럼 방지(논슬립) 데코레이션 바닥 마감재 ‘에그리나 스톤플로어’를 출시하며 건축용 인테리어 페인트 시장 공략에 나선다. ‘에그리나 스톤플로어’는 제품명에서 알 수 있듯이 스톤 무늬를 그대로 살려 독특한 무늬와 질감을 그대로 구현한 제품이다. 그동안은 수입 페인트로만 표현 가능했던 바닥 마감이다. 스톤 무늬 컬러칩이 포함된 수용성 아크릴 페인트로 별도 프라이머 작업 없이 콘크리트면에 도장 가능하다. 실내마크를 획득한 실내외 겸용 제품으로 사계절 기후에 강하며, 표면 컬러칩 입자의 엠보 질감으로 미끄럼 방지 성능까지 더해져 반려동물과 함께하는 외부 공간에도 안성맞춤이다. 사용이 편리한 1액형 타입으로 비전문가도 간편하게 직접 시공이 가능하다. 흔하지 않은 소재로 타운하우스, 아파트 입구 및 출입로, 고급 빌라, 골프장 카트 도로, 콘크리트 보행로 등 다양한 공간에 사용될 예정이다. 페인트 색상은 그레이스톤, 코르크스톤, 블루스톤, 퍼플스톤 총 4가지다.

QR코드를 스캔하시면
자세한 정보를 확인하실 수 있습니다.



가정의 응급요원 구급함

비상약통, 구급약함 등으로 불리며 각종 약과 밴드, 연고 등을 모아두는 구급함은 비상시 가장 먼저 찾게 되는 가정의 응급요원이다. 몸이 아파 찢찢맬 때 구급함이 비어 있다면 당황을 넘어 절망스러운 기분까지 들게 된다. 구급함이 언제나 제기능을 할 수 있도록 꼼꼼히 채워두자.

해열진통제는 두 가지로

대표적인 구급약인 해열진통제에는 두 종류가 있다. 아세트아미노펜 성분의 해열제는 염증을 제거하지 않지만 열을 내리고 통증을 감소시킨다. 두통과 치통 등에 사용되고 대표적인 약은 타이레놀, 펜잘, 게보린 등의 진통제와 판콜, 판피린, 화콜 등의 감기약이다. 염증이 동반된 통증을 줄여주는 소염진통제는 잇몸 염증, 관절염, 생리통 등에 효과가 좋으며 대표 성분은 이부프로펜, 아세틸살리실산, 덱시부프로펜 등이다. 애드빌, 부루펜, 이지엔 등이 있다.

아세트아미노펜 계열은 공복 복용이 가능하고 위를 자극하지 않는 반면 간에 부담을 줄 수 있으니 숙취 두통일 땐 타이레놀을 먹지 말아야 한다. 감기약과 함께 먹는 것도 좋지 않다. 이부프로펜 성분은 간에는 영향이 덜하지만 위벽을 보호하는 기능이 약하므로 식후에 복용하는 게 좋다. 두 가지 계열을 모두 상비하여 상황에 따라 복용하자.

소화제, 마실까, 삼킬까

소화불량은 매우 다양한 증상으로 나타난다. 배가 답답하고 머리가 아프거나, 속이 메스꺼리기도 한다. 약국에서 판매하는 베나치오, 가스활명수 등의 드링크류 소화제는 과식으로 둔해진 위장 활동을 촉진해 주고 베아제, 웨스탈 류의 알약 소화제는 소화 효소가 들어 있어 직접 음식을 분해해 준다. 과식으로 속이 답답하고 토하고 싶을 때는 마시는 소화제, 소화가 잘 안 되는 고기 등을 먹고 가스가 찬 듯 더부룩할 때는 알약 소화제가 도움을 준다. 두 종류를 함께 먹어도 좋다. 소화불량이나 복통은 위염에서 비롯되기도 한다. 병원 진료를 받는 것이 가장 좋지만 급할 경우를 위해 제산제나 위산억제제를 구비해 두는 것도 좋다.



EMERGENCY
BOX

연고, 항생제의 유무로 달라진다

후시딘과 마데카솔로 양분되는 상처 연고. 두 개를 모두 구비하되 차이를 알고 쓰자. 후시딘은 항생제가 들어 있고 침투력이 깊어 상처의 2차 감염을 막기 때문에 깊이 난 상처와 간단한 화상에 좋다. 마데카솔 연고는 새살이 올라오는 것을 돕는 성분이 있어 후시딘으로 어느 정도 완화된 상처나 얇은 찰과상 등에 효과적이다. 마데카솔은 연고 외에도 마데카솔 분말, 후시딘처럼 쓸 수 있는 마데카솔 케어연고, 복합 마데카솔 연고 등이 있다. 케어연고에는 항생제가, 복합 마데카솔에는 항생제+스테로이드가 들어있다. 참고로 편의점에서 파는 마데카솔에는 항생제가 들어있지 않아 감염성 상처에는 효과가 없다.

대일밴드와 습윤밴드

아이들은 작은 상처에도 놀라곤 한다. 이럴 때 찾게 되는 갖가지 캐릭터의 밴드는 상처와 함께 마음도 토닥토닥 덮어주는 만능 요원. 요즘은 일반적인 밴드 외에 습윤밴드가 맹활약 중이다. 상처 보호와 치료를 동시에 해주어 딱지 없이 아물게 하기 때문이다. 다양한 사이즈와 두께로 나와 있으므로 상처 종류에 따라 적절히 사용하자. 깊고 진물 나는 상처엔 폼 타입, 가벼운 상처에는 하이드로콜로이드 타입, 방수가 필요한 상처에는 바르는 액상 타입이 좋다. 너무 자주 교체하는 것보다는 2~3일에 한 번, 진물 흡수가 충분히 되었을 때 교체하는 게 좋다.



이 온도, 조명, 습도... 안에서 더기반의 참외가 무럭무럭 자란답니다. 그 결실이 달콤하기에 덥고 습한 하우스 안에서도 유영수 농민이 함박웃음을 지을 수 있지요.

글로벌 프리미엄 브랜드 시켄스와 국가인적자원개발 컨소시엄 사업을 운영하는 노루기술교육원, 두 가지 신사업에 박차를 가하는 노루페인트 자보4팀, 배경 모습처럼 시장을 힘차게 뚫고 나가시길 응원합니다!



NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 58호(비매품)

총괄: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2021년 4월 20일 발행처: (주)노루홀딩스
발행인: 김동한 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)리커뮤니케이션, (주)노루로지넷 사진: URL 스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크
발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700