

NOROO

NOROO

SPRING · 2025

VOL. 74

NOROO

NOROO Quarterly Magazine

SPRING · 2025

VOL. 74

SPECIAL THEME
80년 역사의 힘





SPECIAL THEME

80년 역사의 힘

06	VIEWFINDER 1	NOROO, 최초로 일궈온 성장의 역사
10	VIEWFINDER 2	해방둥이에서 산업 주역으로, 1945년생 기업들

CULTURE GALLERY

14	COLOR SOUND	2025년, 새로운 컬러와 새롭게
16	GARDEN	다정하게 만나는 자연, 정원으로 오세요



NOROO PEOPLE

20	HIGH FIVE	함께한 오늘 더 좋을 내일 2025 화학사업 신규 입사자 입문 교육
24	FOCUS ON NOROO 1	진화하는 모빌리티 혁신 기술로 준비한다 2025 모빌리티 사업본부 차세대 경영자 세미나
28	FOCUS ON NOROO 2	먼저 만나는 내일, 신기술/신제품 전시회 2025년 NOROO 그룹 화학사업 신기술/신제품 전시회
32	PAINT FOR ART 1	선을 그리고 색을 담아서 꽃을 피우다 〈알폰스 무하: 아르누보의 꽃〉 WITH NOROO PAINT
36	PAINT FOR ART 2	컬러로 짓는 미피의 세상 〈미피와 마법 우체통〉 WITH NOROO PAINT
40	PAINT FOR ART 3	인간과 자연의 작품 공원에서 만나다 〈공원의 낮과 밤- 만들어진 풍경, 재생되는 자연〉 WITH NOROO PAINT
44	SPECIAL STORE	든든한 내 편 우리는 영원히 한 편 NOROO 같이가치 캠페인, 색다른 사진관 X MK케미칼
48	NEWS BRIEFING	
51	QUIZ	

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사지원팀 정석찬 차장 (주)노루케미칼 업무지원팀 신성민 사원 (주)더기반 홍보디자인팀 김택수 차장	(주)노루페인트 디지털마케팅팀 박지현 대리 (주)노루알앤씨 경영지원팀 신성민 사원	(주)노루오토코딩 경영기획팀 우채연 주임 (주)노루로지넷 경영지원팀 김지안 주임	(주)노루코일코딩 인사총무팀 추정민 주임 (주)기반테크 영업2팀 김기현 주임
--	--	---	---

SPECIAL THEME

80년 역사의 힘

2025, NOROO의 80주년이 밝아왔다. NOROO는 ‘사업을 통해 나라에 이바지한다’는 사업보국의 이념으로 1945년 조국의 해방과 함께 설립되어 대한민국의 발전을 함께해 왔다. NOROO가 일궈온 80년의 역사는 곧 대한민국 경제 성장의 역사이기도 하다. 애국적 신념이 깃든 확고한 뿌리와 긴 역사 속에 커져이 쌓아온 두터운 나이트의 힘으로 NOROO는 미래를 향해 새로운 가치를 뽐내고 있다.





NOROO, 최초를 일궈온 성장의 역사

“기업은 사소한 이익보다 국가 발전에 기여할 수 있는 보다 큰 목표를 지향해야 한다.” 창업주 한정대 회장이 밝힌 NOROO의 창업 철학이다. 시대와 국민의 필요에 부응해야 한다는 이 철학은 격동의 80년 역사 속에서 언제나 새로운 돌파구를 만들며 NOROO의 성장을 이끌고 대한민국의 발전을 든든히 뒷받침했다. 잉크에서 시작해 종합정밀화학기업으로 거듭난 NOROO의 성장사를 돌아본다.



1945~1966 사업보국의 이념으로 성장의 기반을 쌓다

1945년, 해방으로 자유를 되찾자, 그간 억눌렸던 언론출판계가 활발히 활동하기 시작했다. “건국에 있어서는 문화 교육이 중요한데, 문화 교육에서 절대 필요한 것이 출판이요 출판은 잉크 없이 할 수 없다”라는 조언을 받아들인 25세의 한정대 창업 회장은 근대산업 발전의 원동력이 되어 온 화학제품을 생산하는 일이 문화 부흥과 신생 조국에 이바지하는 길이라 생각하고 인쇄잉크 제조에 뛰어들었다.

그해 세워진 ‘대한오브세트잉크’ 회사는 한국인의 손으로 설립된 최초의 잉크회사로, 최초의 국산 잉크 생산, 국내 최초의 안료 개발 등 최초의

기록을 써 내려갔다. 우수한 품질로 조선은행권 인쇄, 국정교과서 인쇄 등에 잉크를 납품하며 공신력을 갖게 된 대한오브세트잉크는 6·25전쟁의 시련을 이겨 내고 전후에는 해외 시장까지 하며 새로운 미래 기반을 마련하기 위해 도로 사업에 진출했다.

문래동에 국내 최초의 현대식 공장과 연구소를 설립하고 노루표 상표를 사용하기 시작한 대한잉크는 주한미군 군납으로 시작한 도로 사업을 내수 시장으로 확대, 국내 건축용 도로 시장에 뿌리를 내리고 끈질긴 해외 시장 개척의 노력 끝에 국내 도로 업계 최초의 수출 또한 달성해 냈다.



문래동 공장 전경



생산된 도로 제품들



TV 광고(TBC)

1959

1964

1974

(주)대협이 수출실적으로
동탑산업훈장을 수상한
한정대 회장



1987

사품일신 추진대회



1967~1988 강한 경쟁력으로 고속 성장을 이룬다

창업 후 20여 년 동안 각고의 노력으로 인쇄잉크와 도로 업계에서 국내 정상 위치를 확립한 대한잉크페인트는, 수출 드라이브 정책을 펼치는 정부의 요구에 따라 1967년 대한조화공업사를 설립하고 플라스틱 조화 생산에 나섰다. 그러나 국내 플라스틱 업계의 취약성과 해외에서의 무리한 경쟁으로 적자가 지속되자, 대한잉크페인트는 이를 흡수·합병하고 공업용 플라스틱 부품 및 플라스틱 인형·완구 제품 생산으로 방향을 전환했다.

생산 품목을 변경한 대한잉크페인트의 프라스틱 사업부는 3년 만에 흑자를 기록했으며 1970년 (주)대협을 설립하고 인형·완구류를 생산하여

1978년 초까지 무려 8,000만 달러어치를 수출, 외화 획득과 국가 경제 발전에 크게 기여했다.

생산 품목 전환과 사업 다각화에 따른 경영 합리화로 대한잉크페인트는 건축용 도로뿐만 아니라 국가기간산업에 필수적인 특수도로와 자동차 도로 등 공업용 도로의 기술 개발과 생산, 판매에 박차를 가하며 사세를 크게 신장시켰다. 급증하는 수요에 대응하기 위해 대한잉크페인트는 1976년에 안양 공장을 준공했으며 1986년에는 ‘사품일신’을 지표로 삼는 제2 창업을 선포하고 새로운 도약을 다짐했다. 이후 과감한 선진 기술 도입을 지속하며 업계의 기술 발전을 선도했다.



1989~1999 전문성을 강화하며 국제화로 나아가다

1980년대 중반부터 급속히 진행된 개방경제체제와 1997년 IMF 외환 위기라는 초유의 사태로 한국은 총체적 위기에 직면했다. 급변하는 경영 환경에 대비하기 위해 대한인크페인트는 1988년 한영재 대표이사 사장을 선임하여 새로운 경영체제를 마련하고, 상호를 대한페인트·잉크주식회사로 바꾸는 등 기업 이미지를 재정비하며 전문화 및 국제화를 향한 경영 혁신 활동을 다각적으로 전개했다.

이와 함께 선택과 집중 전략의 일환으로 분사를 적극적으로 추진, 대한 비케미칼, (주)대한자동차도료, (주)디아이티 등을 설립하고 공장을 증설하여 도료 품목별 전문 공장 체제를 구축함으로써 특화제품을 생산했다.

또한 시장 변화에 발맞춰 다양한 마케팅 전략도 펼쳤으며, 기술연구소를 독립시켜 연구 기능을 강화하는 한편, 특허 수로 세계 5위를 기록할 정도로 기술 개발에 주력했다. 이로써 품질과 생산성이 대폭 향상되었으며, 고객의 신뢰도 또한 높아졌다.

예기치 못한 위기도 있었다. 1996년 안양공장 화재에 이어 1997년에는 IMF 외환위기를 맞닥뜨리게 된 것이다. 그러나 이때마다 하나가 된 임직원의 치열한 헌신과 희생으로 단기간 내에 시련을 극복할 수 있었다. 이러한 경험들은 대한페인트·잉크를 더욱 탄탄한 기업으로 성장시키는 계기가 되었다.



창업 45주년 기념식



주부 초청 봄맞이 집단장 요령 공개 강좌

1990

1995

2004

독채 상하이공장과
연구개발센터 전경

2008

국가품질경영대회
환경경영상 수상

2000~2009 혁신적 도전으로 새 시대를 열다

2000년, 희망의 새 천년은 한영재 회장의 취임과 함께 시작되었다. 이와 더불어 대한페인트·잉크는 ‘21세기 초일류 종합화학회사’라는 비전을 내세우고 ‘디지털 혁명의 선도, 정보화 시대의 경쟁력 확보, 사회적 책임에 충실한 기업’을 위한 글로벌 경영 전략을 수립했다. 같은 해 11월에는 회사명을 (주)디피아이로 변경하여 환경 친화적인 기업 이미지를 확립하고 본격적인 세계 시장 진출을 준비했다. 또한 2006년에는 업계 최초로 투자부문 지주회사인 (주)디피아이홀딩스와 사업부문 자회사인 (주)노루 페인트로 분할하여 경영효율성을 극대화하고 책임경영 체제를 확립하여 새로운 도약의 기반을 다졌다.

1990년대에 축적한 글로벌 역량은 중국 및 아시아 시장 진출의 도약대가 되어 주었다. 2002년 중국에 독채상해도료유한공사를 설립했고 2008년에는 중국 북전화학공업집단에 이어 대만 난파오 그룹과 손잡고 합작 회사를 설립했다. 이와 함께 일본, 인도, 체코, 미국 등 다양한 국가에 법인을 설립하여 해외 네트워크를 확장했다. 국내에는 첨단 설비를 갖춘 포승공장을 준공함으로써 세계 시장을 향한 생산력을 극대화하고 환경·안전 관리 수준을 한층 강화했다. 또한, 지속적인 R&D 투자로 끊임없는 성장의 발판을 마련했다.

2010~2015 색채산업의 지평을 넓히며 신사업을 추진하다

2010년, 디피아이는 지주회사의 사명을 (주)노루홀딩스로 바꾸고 그룹 계열사 사명도 NOROO로 통일하며 기업 정체성을 강화했다. 이어 2012년에는 창업정신을 미래지향적으로 계승·발전시킨 글로벌 가치체계 NOROO Way를 제정하여 그룹의 방향성을 재정립하였다. 또한, 글로벌 ERP 시스템을 구축해 업무의 자동화와 최적화를 이루고 고객 만족을 극대화했으며, 생산 시스템의 효율화·고도화와 품질·환경·안전 활동 강화, 연구개발 조직 정비 등으로 생산력과 기술력을 세계 수준으로 강화하여 해외 시장 확장을 적극 추진했다.

뿐만 아니라, 컬러와 친환경을 내세운 프리미엄 제품과 획기적인 고기능성

제품으로 시장을 선도했으며, NOROO International Color Trend Show를 개최하여 오래도록 쌓아온 색채 연구의 전문성을 부각하고 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 공고히 했다.

이와 함께, 급속도로 변화하는 환경과 산업 패러다임을 예리하게 분석한 NOROO는 다시 ‘사업보국’의 사명감으로 농생명 분야의 사업에 착수하는 등 지속 가능한 미래를 위한 초석을 쌓았다. 또한 친환경 및 신소재 분야에서도 다양한 신사업을 추진하며 시장 변화에 발맞춘 혁신을 이어갔다. 이러한 전략적 대응과 국내외에서의 경쟁력 강화를 바탕으로 NOROO는 글로벌 저성장 기조 속에서도 지속적인 성장을 이뤄 나갔다.



노루페인트 신제품 박람회



DIY & 리폼 박람회

2012

2013

2017

농생명 연구 클러스터
더기반 종자연구단지

2024

노루 홀딩스 2023
지속가능경영보고서 표지

2016~2025 종합정밀화학기업으로 세계 정상을 향하다

NOROO는 업계 선도기업으로서 국내 정상을 넘어 세계 정상을 향해 힘찬 전진을 계속했다. 조직 내부적으로는 NOROO Way Restart를 추진, 역동적 소통과 강한 결속력을 바탕으로 미래를 준비했다. 또한, 2020년에는 통합 라벨 시스템으로 데이터를 자산화하고 스마트 팩토리를 대비하였다.

컬러 산업에서도 활발한 활동을 펼쳤다. NOROO International Color Trend Show 개최, Frieze Seoul 참여, Milan Design Week 참가 등을 통해 컬러의 중요성을 널리 알리는 동시에 컬러 전문 기업으로서의 입지를 강화했다. 특히, 업계 최초로 유튜브 채널을 개설하여 페인팅에 대한 인식을 확장하고, 컬러의 가치를 효과적으로 전달했다.

선도적 기술 개발도 계속 이어갔다. 오픈 이노베이션 추진팀을 신설해 다양한 아이디어와 기술을 연결했으며 에너지 절감 도료, 친환경 바이오

도료, 항공우주산업 도료 등 혁신적인 제품을 개발했다. 특히, 세계 최초의 UV 경화형 자동차 보수 도료 시스템을 선보이며 기술력을 한층 높였다. 또한, 지속 가능한 미래를 위한 바이오 소재 시험 생산 설비를 구축하여 시장 변화에 빠르게 대응했다. 농생명 신사업의 기틀도 잡아갔다. 국내 최대 규모의 농생명 연구 클러스터인 종자연구단지를 안성에 준공한 (주)더기반은 2020년 백만불 수출의 탑에서 시작해 2023년 오백만불 수출의 탑을 수상하며 실적을 꾸준히 쌓고 있다.

이와 함께 NOROO는 지속가능성을 위한 ESG 경영을 적극 실천하고 그 성과와 비전을 담은 보고서를 발간, 업계 최고 수준인 통합 A등급을 획득하며 ESG 경영의 선도 기업으로 자리매김했다. NOROO는 앞으로도 미래 기술의 선점을 위해 혁신과 변화로 역량을 강화하고, ESG 경영의 고도화를 통해 지속 가능한 성장의 견고한 기반을 마련할 것이다.



해방둥이에서 산업 주역으로, 1945년생 기업들

해방의 기쁨 속에서 NOROO와 함께 첫발을 내디딘 기업들의 80년 발자취를 따라가 본다. 해방둥이 기업들은 수탈의 매마른 땅 위에서도, 전쟁의 포화 속에서도 꺾이지 않는 의지로 도전과 혁신을 거듭하며 산업화와 경제 발전을 이뤄냈다. 제약, 항공, 식품 산업에서 역경을 넘어 대한민국과 함께 성장한 이들의 발자취를 따라가 보자.



사진 출처 : 대웅제약 뉴스룸

대웅제약

해방 직후, 열악한 위생 환경 속에서 의약품의 수요가 급증하자 많은 제약회사가 설립되었다. 그 가운데 오늘날까지 꾸준히 성장해 온 기업 중 하나가 바로 대웅제약이다. 대웅제약의 전신은 1945년 8월 15일 광복과 함께 설립된 조선간유제약공업사로, 1961년에는 사명을 ‘대한비타민산업’으로 변경하고 대표 장수 제품인 ‘우루사’를 출시했다. 이후 1966년, 윤영환 명예회장이 회사를 인수하며 경영 혁신을 이끌었고, 그 결과 회사는 빠르게 성장하게 되었다. 특히 1969년 인공감미료 싸이클라메이트가 발암물질로 판명된 사건에서 대한비타민의 드링크 제품만이 유일하게 이를 사용하지 않은 것으로 확인되면서, 소비자들 사이에 ‘좋은 원료로 약을 만드는 회사’라는 긍정적인 인식이 확산되었다. 1974년에는 자체 연구소를 설립하고 ‘우루사’를 연질 캡슐 형태로 만들어 큰 성공을 거두었으며, 1978년 사명을 ‘대웅제약’으로 변경한 뒤에도 ‘의약보국(醫藥報國)’이라는 창립 이념 아래 바이오 신약 개발 등 다양한 분야에서 지속적인 성과를 내며 성장해 오고 있다.

고려제강

1945년 12월 1일 설립된 고려제강은 대한민국 산업화의 중심에서 철강 전문 기업으로서 중추적인 역할을 해온 ‘해방둥이’ 기업이다. 고려상사로 출발한 후, 1961년에는 ‘고려제강소’를 설립하며 와이어로프 생산을 본격화했고, 1969년 현재의 사명인 ‘고려제강’으로 변경하였다. 이후 끊임없는 기술 혁신과 신제품 개발을 통해 고려제강은 자동차, 교량, 에너지, 건축, 전기, 전자 등 다양한 산업 분야에 필수적으로 쓰이는 고급 강선(경강선재) 제품을 생산하며, 전 세계 80여 개국에 수출하는 글로벌 기업으로 성장했다. 특히 부산의 아름다운 경관을 완성한 한국 최초의 현수교 ‘광안대교’의 현수 케이블과, 한국에서 두 번째로 긴 다리인 ‘서해대교’의 사장 케이블 역시 고려제강의 기술력으로 만들어졌는데, 이는 우리의 일상 곳곳에 고려제강의 기술이 스며 있음을 보여준다.



위 - 광안대교 ©한국관광공사 포토코리아, 라이브스튜디오
아래 - 서해대교 ©한국관광공사 포토코리아, IR 스튜디오

SPC삼립

동네 어디서나 만날 수 있는 파리바게뜨, 마트에서 익숙하게 눈에 띄는 호빵과 크림빵으로 잘 알려진 SPC삼립은 NOROO와 같은 해에 태어난 동갑내기 기업으로, 황해도 웅진에서 시작된 작은 빵집 ‘상미당(賞美堂)’이 그 모태이다. 웅진에서 인기를 누리던 상미당은 서울에 재창업되며 본격적인 도약을 준비한다. 1959년 ‘삼립제과공사’란 이름으로 기업형 제빵 사업에 나선 SPC는 국내 최초로 비닐 포장을 적용한 크림빵을 선보이며 급성장했고, ‘기업은 사회에 공헌해야 한다’는 철학 아래 사업을 식품 전반으로 확대하며 베이커리 시장에도 진출, 1987년에는 ‘파리크라상’을 설립하여 국내 베이커리 산업의 새로운 장을 열었다. 이후 많은 계열사를 설립한 SPC삼립은 글로벌 종합 식품기업으로 자리매김했고, 소비자들에게 더욱 다양한 먹거리를 제공하고 있다. “맛있는 것을 주는 집”이라는 상미당의 뜻이 80년 전이나 지금에도 여전히 생생하게 다가오는 바다.



사진 출처 : SPC뉴스룸

한진그룹

‘한민족의 전진’이라는 의미를 담은 ‘한진상사’는 인천 항구에서 트럭 한 대로 시작해 생필품 물자를 운반하며 사세를 확장, 이후에는 주한 미군과 군수 물자 수송 계약을 체결하는 등 뛰어난 사업 감각과 영업력으로 1960년에는 가용차량이 500대에 이를 정도로 빠르게 성장했다. 1969년 만성 적자에 시달리던 대한항공공사를 인수한 한진은 ‘수송으로 국가에 보은한다’는 ‘수송보국(輸送報國)’의 경영 철학으로 항공 운송 사업을 개척하여 대한항공을 글로벌 항공사로 성장시켰다. 또한 1977년에는 한진해운을 설립하고 컨테이너 물류 시스템을 구축하는 등 해운·물류업의 수준을 한층 끌어올리며 세계 최고의 종합 물류 기업으로 자리잡았다. 1992년 처음으로 택배 서비스를 선보이며 물류 분야의 새로운 장을 개척한 한진은 택배가 보편화된 요즘, 우리 생활에서 자주 만나는 반가운 이름이기도 하다.



사진 출처 : 한진칼 홈페이지

현암사

1945년, 해방의 감격과 함께 설립된 현암사는 우리말, 우리글로 된 책의 보급이 조국에 대한 헌신이라 믿으며 창간물 『건국공론』을 시작으로 출판이라는 한길을 걷기 시작했다. 혼란한 시대 속에서 민족이 나아갈 길을 책으로 밝히고자 한 현암사는 대한민국 최초의 『법전(法典)』을 1959년부터 매년 펴내며 실용과 교양을 아우르는 종합 출판사로 자리잡았다. 동서양의 고전을 현대적 시각으로 풀어낸 『현암신서』를 비롯해 박목월, 박경리, 이여령 등 수많은 문인의 저작을 출간하며 한국 출판문화의 토대를 다졌고, 다양한 분야의 양서를 통해 시대와 함께 호흡해 왔다. 특히 1960년대에는 김요섭의 『날아다니는 꼬끼리』를 출간하며 국내 아동문학의 새로운 지평을 열었고, 이후 ‘현암아동문고’ 등을 통해 어린이 출판의 저변 확대에 앞장섰다. 창업자의 ‘신익과 성실’이라는 출판 철학은 3대에 걸쳐 이어져 오고 있으며, ‘더불어 삶, 더불어 책’이라는 기치 아래 100년 출판을 향한 도전을 이어가고 있다. 현암사는 지금도 책을 통해 시대를 읽고, 지식과 사유를 나누는 동반자로서 우리의 길을 지키고 있다.



사진 출처 : 현암사 블로그

CULTURE GALLERY

기온이 점점 올라가며 신록의 농도도 짙어지는 계절입니다.

한 해의 시작과 함께 소개되었던 컬러들도 2025년을 조금씩 물들이고 있는 요즘,
색깔을 찾는 모험을 떠나보는 건 어떨까요.

커피잔과 초콜릿케이크에서 부드러운 모카무스를, 여름밤 가로등 아래서 그린오로라를 발견해 보세요.

전국 곳곳의 정원에서 형형색색의 꽃을 만나보는 것도 좋겠습니다.

2025년, 새로운 컬러와 새롭게

페인트와 사운드의 공감각적 조화로 컬러의 아름다움에 대한 감각을 풍부하게 일깨우는 <컬러 사운드>가 ‘올해의 컬러’를 주제로 세 편의 Satisfying ASMR 을 제공, 2025년을 채워갈 컬러들을 기대케 했다. 팬톤 올해의 컬러 ‘모카 무스’와 서울색 ‘그린오로라’, 그리고 ‘『COVER ALL』의 컬러들’을 사운드와 함께 만나본다.



SCAN ME

COVER ALL Vol.08 : Understanding

노루페인트 컬러 디자인 전문 연구소인 노루서울디자인스튜디오(NOROO Seoul Design Studio)는 2016년부터 변화하는 사회 현상과 글로벌 디자인 트렌드를 다각도로 분석하여 최신 컬러 정보와 실용적인 활용 방법을 제공하는 글로벌 컬러 트렌드 북 『COVER ALL』을 매년 발간해 오고 있다. 올해 발간된 『COVER ALL』 VOL. 08은 2025 컬러 트렌드 키 컬러로 무거움과 경쾌함, 클래식과 모던의 상반된 매력이 공존하는 골드 브라운인 NR08-012 Brown Splendor, 금빛을 흠뻑 머금은 듯 농도 진한 오일감이 느껴지는 미드톤의 올리브 그린인 NR08-016 Gold Green 등을 ‘이해(Understanding)’의 주제로 다루었다. 인류의 지식과 경험이 혁신과 창조적 기술로 이어지기 위해서는 ‘이해’가 열쇠라는 이 주제를 컬러로

활용할 수 있도록 『COVER ALL』 VOL. 08은 48개의 트렌드 컬러와 영역별 디자인 방향성, 소재의 활용 전략 등을 본문에서 자세히 설명하였다. <컬러 사운드> ‘COVER ALL Vol. 08 : Understanding’ 편은 그 주요 컬러들의 무드를 한껏 느낄 수 있도록 사운드를 곁들인 컬러풀 영상을 제공한다. NR08-048 Black Hybrid, NR08-022 Old Decor, NR08-006 Signal 등은 스포츠카가 되어 속도감을 보여주고 흐르는 물소리 속의 NR08-012 Brown Splendor는 노을 속 휴식을 전한다. NR08-028 Dried Blue는 매트하게 페인팅된 조형물 위로 페인트가 흘러내리며 반전의 매력으로 눈길을 사로잡는다. 신비로운 배경음악과 효과음, 컬러와 빛, 다양한 질감의 조화를 통해 직관적으로 만나는 <컬러 사운드> ‘COVER ALL VOL. 08 : Understanding’. 빠르게 지나갈 2025년을 위해 어서 감상해 보자.

2025 팬톤 올해의 컬러 Mocha Mousse

<컬러 사운드> ‘2025 팬톤 올해의 컬러 Mocha Mousse’ 편은 늦은 오후의 햇빛을 머금은 듯 따스한 모카 무스 색상의 벽에서 시작한다. 바람과 새소리를 타고 이동한 화면에는 밀크초콜릿 볼, 흩뿌려지는 카카오 가루, 케이크 위로 흘러내리는 초콜릿이 부드러움과 달콤함을 입안 가득 상상케 한다. 아침의 시작을 알리는 부드러운 빛, 잘 빛은 흠의 느낌을 고스란히 담은 토기는 자연의 너그럽고 풍요로운 면모를 보여주어 위로와 편안함을 선사한다.

팬톤이 2025 올해의 컬러로 선정한 PANTONE 17-1230 Mocha Mousse는 따뜻하고 깊이 있는 브라운 톤으로, 세련되고 풍성하면서도 꾸밈없는 클래식함이 소박함과 안정감, 고급스러움과 세련미를 동시에 전하는 컬러이다. “편안함에 대한 갈망을 충족시키고, 타인과 함께 나누고 선물할 수 있는 즐거움의 여유를 표현하는 컬러”라는 팬톤의 설명이 텍스트 없이도 고스란히 전해지는 영상이 바로 <컬러 사운드> ‘2025 팬톤 올해의 컬러 Mocha Mousse’ 편이다.



SCAN ME



2025 서울색 Green Aurora

서울시가 올해의 서울색으로 발표한 그린오로라 <컬러 사운드>로 만나 보자. 2023년 서울시와의 MOU를 통해 ‘디자인 서울 2.0사업’의 서울색 개발을 지원한 노루페인트는 2025년에도 서울색 파트너로 동행을 이어가게 되었다. 이에 그린오로라의 ‘서울 스탠다드 컬러북’을 공동 제작하고 친환경 수성 페인트 11종과 바닥·방수재로 구성된 유성페인트 7종에도 그린오로라 컬러를 적용한 노루페인트는 <페인트 잇수다>를 통해 <컬러 사운드> ‘2025 서울색 그린오로라’ 편도 준비했다.

여름밤 가로등 불빛을 머금은 가로수의 색감과 광택이 구현된 그린오로라의 특징이 나뭇잎 위로 떨어지는 소나기의 빗방울, 반딧불이의 작은 불빛과 만나 여름의 향을 더 진하게 퍼뜨린다. 모래시계 안에서 사락사락 떨어지는 모래의 소리, 일렁이는 오로라와 영롱한 물방울, 섞이며 녹아드는 물소리와 어우러지는 그린오로라의 향연은 올해의 서울을 미리 맛보게 한다.



SCAN ME

다정하게 만나는 자연, 정원으로 오세요

도시와 자연은 흔히 멀리 있다고 여겨진다. 하지만 천천히 주위를 돌아보면 크고 작은 자연을 주변에서 만날 수 있다. 건물 앞 한편에, 때로는 옥상에, 도로와 강 사이에, 학교 옆에, 아파트 곳곳에 크고 작게 존재하는 정원들은 우리가 자연을 가까이, 다정히 만날 수 있게 해주는 소중한 공간이다. 봄을 맞아 정원에 한 발짝 더 깊이 들어가 보는 방법을 소개한다.



위 - 2017년 서울사진공모전 ©장현정

아래 - 2017 서울사진공모전 ©구본일

정원도시, 서울

인간이 가꾼 자연인 정원은 좀 더 안락하고 편안하게 즐길 수 있다는 점이 장점이다. 자연의 거친 면은 다듬고 아름다움을 모아 만든 정원은 편안하게 거닐며 푸르름을 즐기는 귀한 휴양지가 된다. 정원 감상은 도시 경관 감상보다 불안 수준을 20%나 감소시키고 일주일에 한 번 이상 정원에서 시간을 보내면 스트레스에 시달리는 횟수가 60% 감소한다고 한다. 이에 2023년 3월엔 국가건축정책위원회 7기가 ‘공원 같은 나라, 정원 같은 도시’라는 비전을 내세우기도 했고, 서울시 또한 ‘정원도시 서울’이라는 비전을 내걸고 다양한 정원 문화를 공유하고 있다. 서울시는 ‘매력가든, 동행가든 프로젝트’로 도심에 예술적 정원으로 업그레이드하기 위해 26년까지 매년 300여 곳씩 정원들을 만들어 간다는 계획이다. ‘정원도시 서울’ 홈페이지(parks.seoul.go.kr)에 들어가면 서울 곳곳의 정원, 공원 정보를 볼 수 있어서 주말의 가벼운 나들이에 참고하기 좋다.



고흥 힐링파크 옥섬옥섬, 사진 출처 : 산림청 보도자료

전국의 민간 정원

공원에 비해 정원은 규모가 작고 민간인이 가꾸는 경우도 많아 정보를 얻거나 접근하기가 제한적인 경우가 많다. 이에 산림청은 국가 정원, 지방 정원, 민간 정원을 한눈에 찾아볼 수 있는 대한민국 정원 여행 지도를 제작, 제공하고 있다. 이 지도는 산림청 누리집(www.forest.go.kr)의 통합자료실과 정원누리(www.koagi.or.kr/garden) 공지사항에서 내려받을 수 있다.

여기서 ‘아름다운 민간 정원 30선’도 저장해 두자. 산림청과 한국수목원정원관리원이 ‘잘 알려지지 않았지만 특별한 이야기가 있는 아름다운 민간 정원’을 소개하기 위해 전국의 139개소 민간 정원 중 45개소를 선발하고 대국민 온라인 투표와 전문가 현장평가를 종합해 최종 선정한 30개의 민간 정원이다. 풍경이 좋은 정원, 심이 있는 정원, 전통과 예술의 정원, 체험 프로그램이 있는 정원, 특별한 식물이 있는 색다른 정원 등으로 나뉘어 있고 홈페이지에서 바로 연결되어 있어 사진도 확인할 수 있다. 가까운 곳부터 하나하나 가보면 어떨까? 봄부터 가을까지 알찬 심이 될 것이다.

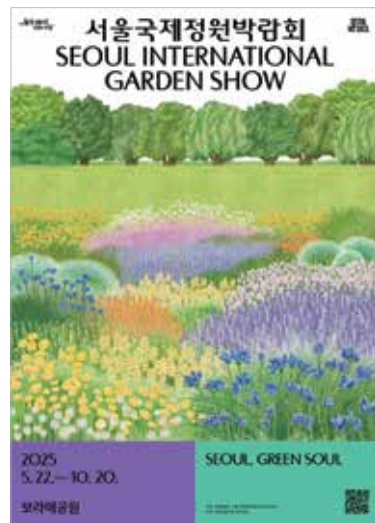


보성 성림정원, 사진 출처 : 산림청 보도자료

한 곳에서 만나는 정원

여러 정원을 만나기 위해 전국으로 떠나는 방법도 있지만 정원들이 한 곳에 모이기도 한다. 가지각색의 컨셉으로 꾸며진 정원들을 만날 수 있는 절호의 기회는 바로 정원 박람회! 올해는 서울국제정원박람회가 독서한강공원에서 5월 16일부터 22일까지 행사로, 5월 23일부터 10월 8일까지 상설전시 형태로 열린다. ‘Seoul, Green Vibe(서울에서의 정원의 삶)’의 주제와 ‘Colorful Hangang(색색가지 한강)’의 부제로 열리는 이번 박람회에서는 국제공모를 통해 국내외 전문가가 참여하는 작가 정원부터 학생, 시민, 기업, 기관 등 다양한 주체가 조성하는 수준 높은 정원을 만날 수 있다. 5월부터 10월까지 역대 최장 기간 펼쳐지는 만큼 계절 따라 아름답게 변하는 경관을 감상할 수 있을 것으로 기대된다.

2010년부터 시작된 경기정원문화박람회는 올해 평택시 농업생태원에서 10월 16일부터 19일까지 개최되 곧 들려올 소식에 귀 기울여 보자. 경상남도 진주시 초전공원에서 6월 13일 개막 예정인 2025 코리아가든쇼에서는 한국 문화의 정체성이 반영된 정원이 조성된다고 하니 여행 계획에 곁들여 보는 것도 좋겠다.



땅에 시를 쓰다, 이야기가 자라다

방문하는 것만으로도 힐링이 되는 정원이지만, 알고 보면 감상은 더 깊어진다. 영화와 책으로 정원에서의 시간을 더 진하게 준비해 보자. 대한민국 1호 여성 조경가로서 거의 반세기에 걸쳐 국립수목원, 예술의전당, 제주 오설록 등 우리나라의 대표적인 공원과 정원을 만든 정영선 작가의 삶과 작업 과정을 담은 다큐멘터리 <땅에 쓰는 시>는 정원과 조경의 의미에 대해 고찰해 보게 한다.

윤광준 저자의 『정원의 황홀』은 특유의 심미안을 가진 작가의 눈에 포착된 한국적 정원 22곳을 농밀하게 전하는 책이다. 부제가 ‘온 세상을 끌어들이는 한국의 정원’인데, 책을 읽은 후엔 그 ‘온 세상’에 독자도 포함되게 될 것이다.





NOROO PEOPLE

하나 된 든든한 네트워크로 미래를 준비하며 누구보다 앞서
첨단 기술을 선보이는 NOROO의 80주년은 언제나처럼 새
로워지는 한해입니다. 제 역할에 충실한 컬러로, 지속 가능한
발전을 이뤄가는 뛰어난 기술력으로 NOROO는 더 아름답고,
더 편리하며, 더 안전할 내일을 만들어갑니다.



함께한 오늘 더 좋을 내일

2025 화학사업 신규 입사자 입문 교육

지난 1월 15일부터 17일까지 2박 3일간 화학사업 신규 입사자 입문 교육이 이루어졌다. 총 29명의 교육생은 신입사원의 역할과 책임에 대한 이해도를 높이고 직무 수행을 위한 기본 소양을 함양하기 위해 모였다. 아울러, 교육과 함께하는 활동들을 통해 유대감과 소속감을 키웠다.



지식과 경험을 나누는 장

노루페인트, 노루케미칼, 노루코일코팅 등 서로 다른 계열사, 서로 다른 근무지에서 29명의 NOROO인이 교육을 위해 수원 소재의 교육원에 모였다. 입사일도 나이도 각각 다른 이들은 모두가 교육생이 되어 2박 3일간 함께 강의를 듣고, 숙식하고, 활동하며 업무에 필요한 기본 지식을 키우는 동시에 서로의 경험을 나누어 NOROO의 조직문화에 대한 이해를 넓혔다.

강의는 그룹사와 노동조합 소개, 환경 및 안전 교육으로 시작되어 낭비를 제거하여 효율적으로 시간을 관리하는 작업 방법 교육으로 이어졌으며, 둘째 날에는 팀 빌딩으로 활기와 에너지가 넘치는 강의가 수행되었다. 이어 신입사원 마인드 셋과 팔로워십 강의를 통해 조직 내 자신의 위치와 역할, 목표와 실천 방안이 리마인드되었으며 맛있는 식사와 함께 간담회를 가짐으로써 강의에서 못다 한 이야기들을 나눌 수 있었다. 그리고 셋째 날에는 커뮤니케이션 스킬과 NOROO Way 교육 후 안양 본사의 공장 및 사료 전시실 견학을 통해 NOROO의 역사와 현재를 확인하는 것으로 교육의 마지막 일정이 이루어졌다. 이 중 커뮤니케이션 스킬 강의 현장에서 교육생들을 만나 보았다.



효율을 높이는 커뮤니케이션

“조직 커뮤니케이션의 3요소는 심리적 안전감, 경청, 그리고 말하기입니다. 이중 심리적 안전감에 대한 실험을 소개해 볼게요. 친밀한 관계의 사람들로 1그룹을 만들고 서로 잘 모르는 관계의 사람들로 2그룹을 만든 뒤 단순 작업과 창의성이 필요한 작업을 각각 하도록 했습니다. 자, 단순 작업을 가장 잘 해낸 그룹은 어디일까요?” 강사의 설명이 끝나자, 각 팀의 팀원들은 의견을 나누기 시작했다. 간간이 웃음소리가 들리기도, 질문이 이어지기도 하는 모습이었다. 잠시 시간이 지난 후 팀별로 답과



그 이유가 발표되었다. 1그룹을 선택한 팀은 ‘친밀한 관계라면 서로의 장점을 잘 알고 있을 테니, 그에 맞게 업무 분담을 해서 더 효율적으로 작업을 마무리할 것’이라고 이유를 들었고, 2그룹을 선택한 팀들은 ‘서로 친하지 않으므로 대화 없이 작업에만 몰두할 것’이라고 추측했다. 이어서 창의성이 필요한 작업을 잘 해냈을 것 같은 그룹을 묻는 말에도 각각 다른 의견을 내었다. 이 두 질문의 정답이 모두 ‘1그룹’이라고 하자 교육생들은 의외라는 듯 고개를 갸웃거리기도, 역시 자기의 생각이 맞았다고 끄덕이기도 했다.

“서로 대화가 편한 1그룹의 경우엔 단순 작업을 할 때 함께 의논해서 가장 효율적 방법을 빠르게 찾아냈어요. 2그룹은 서로 눈치를 보느라 시간을 허비했고요. 창의적 작업을 할 때도 피드백이 활발한 1그룹이 더 성과를 냈습니다. 이 연구를 통해서 조직 내에서도 친밀한 관계와 수평적 커뮤니케이션이 필요하고 이를 위해 동아리 등의 활동이 장려되어야 함이 확인되었지요.” 이어서 강사는 상대의 뜻에서 상대의 말로, 내가 들은 말에서 내가 이해한 뜻으로 이어지는 의사소통 모델과 관찰, 영향, 감정, 바람의 4단계로 이루어지는 말하기 스킬 등을 설명하고 다양한 사례 적용으로 교육생들의 참여를 끌어냈다. 강의 말미에 강사가 소통이 원활한 조직을 위한 방안들을 떠올려 볼 것을 권했고, 교육생들은 ‘경청’, ‘직급별 롤링페이퍼’, ‘티타임’ 등 다양한 의견을 포스트잇에 적어 제시하기도 했다.

내일을 만들 반짝임들

이번 교육에 참여한 신규 입사자들은 강의 프로그램을 통해 좋은 동료들을 만나고 업무 수행에 가져야 할 마인드에 대해 많이 배웠다고 평했다. 머리를 맞대어 함께 궁리하고 몸으로 활동하며 웃음으로 하나가 된 시간이 인상적이었다는 그들은, 교육을 통해 현재 하던 일의 의미를 더 확실히 되새기게 되었다고 말하며 새로이 깨달은 것들을 앞으로의 업무에 적용해 보리라 다짐하기도 했다.

강의 중 잠시 짬을 내어 팀별 촬영을 준비하면서 온몸으로 웃어댄 이들은 교육장에서는 다시 진지한 표정으로 금세 교육생의 모드로 돌아갔다. 이어진 단체 촬영에서는 2박 3일을 마무리하는 각각의 표정을 카메라에 전하며 2025 신규 입사자 입문 교육의 추억을 사진으로 남겼다. 배움을 현장에 옮기겠다 다짐하며 반짝이는 눈빛으로 함께 나누고, 즐겼던 이들의 오늘은 더 좋은 내일을 만들 것이다.



노루페인트 칠서도료생산팀
박동호 사원



노루페인트 칠서수지생산팀
이민준 사원



노루페인트 도료생산2팀
박종혁 사원



노루코일코팅 ESQM팀
최의린 사원



노루케미칼 생산1팀
한도균 사원

팀을 단합하게 한 활동적 교육이 가장 인상 깊었습니다. 이번 교육을 통해 NOROO인으로서 가져야 할 마인드를 많이 배웠습니다. 더욱 적극적인 모습으로 이를 업무에 반영하고자 합니다.

많은 분을 만나고, 알아가게 되어 즐거웠습니다. 2년 차가 되는 시점에 강의를 들으니 더 유익했는데요, 특히 마인드 셋 강의는 업무에 더 능동적으로 임해야겠다는 동기부여를 해주었습니다.

이번 교육은 제 직무에 대해 새삼 깨닫게 하는 기회가 되었습니다. 교육 내용을 일에 적용할 수 있는 방법도 생각해 보았고요. 다양한 분들과 공감을 나눌 수 있던 것도 좋았습니다.

역할 분담을 통해 가장 빠르게 성과를 낼 수 있었던 팀 활동이 재미있었고, 가장 기억에 남아요. 굉장히 도움 되는 교육들이어서 앞으로 더 자신감 있게 업무를 할 수 있을 것 같습니다!

커뮤니케이션 강의가 참 유익했습니다. 업무적으로 소통의 폭을 넓혀가는 데 도움이 되리라 생각합니다. 무엇보다 재밌는 활동들을 통해 많은 분과 친해져서 무척 좋았습니다.

진화하는 모빌리티 혁신 기술로 준비한다

2025 모빌리티 사업본부 차세대 경영자 세미나

노루페인트 모빌리티 사업본부는 자동차 보수용 도료 특약점의 차세대 경영자를 대상으로 <자동차 보수용 시장 전략 세미나>를 지난 2월 21일부터 1박 2일 일정으로 개최했다. 광명 테이크호텔에서 열린 세미나에는 반영훈 모빌리티 사업본부장과 전국의 차세대 경영자 등 40여 명이 참석해 현재와 미래의 자동차 보수용 시장 환경에 대한 다양한 정보와 대응책을 나누었다.



시장의 변화, 기회를 모색하다

최근 자동차 보수용 도료 시장은 기술 발전과 환경 규제 강화 등으로 다양한 변화를 겪고 있다. 자율주행 기술, ADAS(첨단 운전자 보조 시스템) 등의 발전으로 접촉 사고가 줄어들면서 보수 도장의 수요 자체가 줄고, 차량 공유 서비스 확산으로 개인 소유 차량이 줄어들면서 자동차 보수 시장 자체가 위축될 것이란 전망도 있다. 그러나 환경부 규제에 따라 기존의 유성 도료에서 수성 도료로 전환하는 과정에서 새로운 제품과 기술이 필수적이라는 점, 차량의 고급화 및 커스터마이징 트렌드, 중고차 시장 활성화에 따른 외장 복원의 중요성, 전기차 확대에 따른 변화 등에서 여전히 시장을 성장시킬 기회들을 찾을 수 있다. 노루페인트 모빌리티 사업본부는 다양한 MOU와 신제품 개발로 이러한 기회들을 적극적으로 모색하며 새로운 수익 창출을 도모하고 있다. 이번 <자동차 보수용 시장 전략 세미나>는 그 활동을 보다 상세히 알림과 함께, 차세대 경영자들이 전하는 현장의 소리를 가까이 듣는 자리였다.





실전 노동법부터 전문 교육까지

세미나 첫날은 사업본부장의 인사말을 시작으로 조현진 노무사의 실전 노동법 강의가 진행되었다. 최근 노동법이 개정되면서 특약점 또한 다양한 노동 이슈에 직면할 수 있기에 이에 대처 방안을 제시하는 것이었다. 노동법 강의 후 이어진 스트레스 관리 전문가 류종형 강사의 사상 체질을 통한 소통과 리더십 강연은 개인의 특성에 맞는 효과적 소통 방법과 리더십 전략을 사상 체질 이론에 기반해 안내했으며 조직 내 갈등을 예방하고 해결하는 방법에 관해서도 설명했다. 오후 1시 반부터 시작된 세미나는 저녁 식사로 이어져 노루페인트 임직원과 참석자들은 아이디어와 노하우를 나누며 경영의 고충과 고민을 공유하는 시간을 가졌다.



다음날은 신제품 소개를 위주로 질의응답이 이루어졌다. 노루페인트 모빌리티 사업본부는 작업 시간을 단축하는 고효율 제품, 수익을 높이는 고마진 제품, 신사업 아이템에 초점을 맞춰 성장 기회를 만들어갈 것이라 발표하며 컬러칩의 업데이트와 조색 단계를 용이하게 해 줄 워터큐 F/P(Factory Package) 세트화, 애프터마켓 및 PPF(Paint Protection Film) 전문 기업과의 업무 제휴 등 현재 진행 중인 사업을 소개했다. 또한 자동차 보수 도장 관련 교육도 등급제로 운영하고 기능 경기대회를 개최하여 특별한 혜택을 부여할 예정이라며 참여를 독려하기도 했다.

미래를 향한 혁신 기술

이어 모빌리티 기술2팀의 박현상 차장이 작년 하반기부터 나온 신제품에 대해 본격적인 소개 순서에 들어갔다. 높은 고형분과 저점도로 최적의 작업성을 갖추고 여름철 내핀흡성까지 우수한, 진정한 의미의 E-VHS 하이브리드 크리어와 작업의 효율성을 대폭 높여주는 수성 Wet-on-Wet F/P 라인업 제품, 40°C X 30분 건조 타입으로 배터리의 고온 노출을 방지하여 전기차 보수에 최적화된 저온 경화형 크리어 등이 발표되어 참석자들의 관심을 모았다. 이어서 모빌리티 기술4팀의 백승재 부장은 토치로 샘플에 직접 불을 갖다 대며 노루페인트의 우수한 난연 & 절연 성능을 실연하기도 했다. 이는 전기차 배터리에 적용되어 차량 화재 발생 시 지연 효과를 내는 것이다. 또한 Polysiloxane을 주성분으로 하는 1액형 보호 코팅제인 필러블 도료를 소개하며 외부에 장기간 보관해야 하는 중장비 등을 보호하는 데 활용해 볼 것을 제안하기도 했다.

현 시장의 적재적소에 필요한 신제품과 미래형 신기술을 소개한 이번 세미나를 위해 모빌리티 사업본부는 많은 노력을 기울여 왔다. 모빌리티 기술1팀의 윤윤수 차장은 차세대 경영자분들을 위해 영상을 활용해 좀 더 재미있게 소개해 보았으며 다음에도 이러한 소통의 자리를 더 잘 준비해 보겠다고 말했으며 모빌리티 1팀 장세일 팀장 역시 많은 분이 참석해 주신 데 대해 감사를 표했다. 이번 세미나는 빠르게 변화하는 시장 환경의 속도를 앞서기 위해 누구보다 먼저 혁신 기술을 현장에 도입하는 노루페인트의 의지와 차세대 경영자의 도전 정신이 만나는 자리였다. 만남을 통해 더욱 단단히 결속된 파트너십으로 자동차 보수용 시장을 밝혀갈 앞날이 기대된다.

			
우창상사 천예진 실장	명성케미칼 지명근 부장	노루페인트 화성점 권석준 과장	MK케미칼 신광현 과장
작년에 이어 올해도 참석했는데, 작년보다 좀 더 업그레이드된 것을 느낄 수 있었어요. 소개된 신제품 중저는 경제형 크리어 제품에 가장 흥미가 있습니다. 저희 부모님 때부터 시작해 20년간 이루어진 파트너십이기 때문에 앞으로도 NOROO와 함께라면 잘될 것으로 생각합니다.	실무적으로 도움 될 내용이 늘어서 만족스럽습니다. 기존의 제품군도 워낙 좋기 때문에 더 충실해진 신제품도 기대되고 특히 울트라 파인 제품에 관심이 갑니다. NOROO는 항상 혁신적으로 시장을 선도해 왔죠. 올해도 아주 어려운 것이 예상되지만 좋은 파트너십으로 함께 또 성장할 수 있길 바랍니다.	재밌고 도움 됐던 강의였습니다. 저는 E-VHS 제품의 높은 퀄리티와 저렴한 가격이 굉장한 메리트라고 생각합니다. 작업반장님들도 써 보시고 좋다고 하시고요. 자동차 보수용 시장의 미래가 불투명한 가운데, 앞으로도 NOROO에서 다양한 신규 사업으로 효과적인 타개책을 제시해 주시기를 기대합니다.	사상체질 강의도 재밌었고, Wet-on-Wet 제품도 인상 깊었습니다. 작업자 편리성이 높아 보였거든요. 이번 세미나를 통해 신제품 소식을 더욱 풍성하게 알게 되었습니다. 앞으로의 기술 개발도 많이 기대됩니다.

먼저 만나는 내일, 신기술/신제품 전시회

2025년 NOROO 그룹 화학사업 신기술/신제품전시회

NOROO 그룹은 지난 4월 17일 노루페인트 안양 연구소에 <2025년 NOROO 그룹 화학사업 신기술/신제품 전시회>를 열었다. 혁신 소재 기술, 미래 성장 동력 기술, 시장 주도 기술의 세 가지 테마로 온라인과 오프라인에서 동시에 진행된 이번 전시는 NOROO의 앞선 기술력을 다시 확인하는 기회가 되었다.



세 가지 테마로 보여주는 기술의 무대

노루페인트 안양 연구소 A동 2층 지담터가 전시장으로 바뀌었다. 대형 모니터가 설치된 입구에 이어 각종 설명과 견본들이 전시된 내부는 평소보다 환한 조명으로 눈길을 모았다.

“NOROO 화학 그룹은 이전부터 신기술, 신제품 오프라인 전시회를 진행했는데 코로나 때 온라인으로 전환하면서 온라인 전시회의 역량도 갖추게 되었습니다. 마침 NOROO 그룹 80주년인 올해는 오프라인과 온라인 동시 전시로 준비했습니다. 또한 세 가지 테마 아래 효과적으로 기술과 제품을 소개했는데요, 기존의 한계를 뛰어넘는 뉴이코노미 핵심 소재 신기술인 ‘혁신 소재 기술’, NOROO 화학 그룹의 새로운 성장을 끌어내는 원동력이 될 ‘미래 성장 동력 기술’ 그리고 고객 가치 창출을 목표로 하는 연구개발로 시장을 선점할 수 있는 ‘시장 주도 기술’이 그것입니다.”

노루페인트 방양국 연구소장의 설명을 따라 들어선 전시장에서 가장 먼저 만나는 것은 혁신 소재 기술 부문의 노루페인트 제품인 ‘수소 연료 전지용 불소 테이프’이다. 노루페인트 소재 3팀의 김현석 과장은 “저희 연구소가 특별히 자랑할 수 있는 제품 중 하나”라면서 거침없이 설명을 이어갔다. “수소 연료 전지의 안정성을 부여해 주는 테이프로, 기존의 해외 제품을 대체할 수 있는 제품입니다. 수소 연료 전지는 천연가스를 수소로 변환하며 전력을 생산해 내며, 이 과정의 부산물은 그저 따뜻한 물뿐이라 아주 친환경적이죠. 재작년에 노루페인트가 인터배터리에 참가했던 것이 계기가 되어 이 개발에 착수하게 되었습니다.” 이 제품과 함께 혁신 소재 기술의 대표 제품으로 꼽히는 것이 스텔스 도료(RAM-1500)로, 우수한 전파 흡수 성능으로 레이더 탐지를 피할 수 있게 해 주는 특수 도료이다. 노루페인트 M팀의 이진우 차장은 “국방과학연구소의 인증을 받은 국내 유일한 제품입니다. 앞으로 K-방산은 더욱 커지리라 예측되기에 이런 특수 도료의 기술을 가진 NOROO가 시장에 더 많은 어필을 할 수 있으리라 봅니다.”라며 뿌듯함을 내비쳤다.



제품에 대한 자부심과 자신감은 미래 성장 동력 기술의 ‘Low VOC 하이솔리드 아크릴 수지’를 소개하는 노루알앤씨 연구개발1팀의 신진섭 과장의 소개에서도 묻어났다. “이 제품은 기존 도료보다 유기용제를 훨씬 덜 쓰기 때문에 VOC 배출을 저감하고 더 짧은 시간 동안 더 적은 양으로 도장이 가능하지요. 시장의 가장 큰 이슈가 친환경이기 때문에 앞으로 이러한 쪽으로 집중 개발할 예정입니다.” 이어지는 시장 주도 기술 부문에서도 효율성은 관건이다. 이 부문의 대표 제품인 ‘친환경 Wet-on-Wet F/P System’은 작업 효율성을 현격히 개선한 제품이다. “기존의 자동차 보수용 베이스코트의 3차에 걸친 도장과 건조 공정을 중간 건조 없이 최종 도장 후 한 번에 건조할 수 있는 공정으로 개발하여 작업 효율이 높고 작업자의 피로도를 대폭 줄였습니다.”라고 설명하는 노루페인트 모빌리티 기술2팀의 임원배 차장의 눈빛에는 기대감이 가득했다. “5월 초에 런칭할 예정인데 시장의 반응이 기대됩니다. 시장의 요구를 반영하며 더 좋은 제품을 개발할 예정입니다.” 담당자들이 설명하는 동안에도 많은 NOROO인들이 전시장에 둘러 전시된 13종의 제품을 살펴보고 질문과 대화를 나누었다. 전시장은 NOROO의 기술력과 이를 이뤘던 NOROO인들의 노고를 조명해 빛나게 하는 무대였다.



혁신, 성장, 시장을 연결해 미래를 열다

“끊임없는 혁신과 기술 개발로 산업 발전에 기여해 온 NOROO가 미래 비전을 제시할 신기술, 신제품 전시회로 여러분을 초대합니다.” NOROO의 역사를 훑는 영상 위로 노루페인트 방양국 연구소장의 또렷한 목소리가 드리워졌다. 오프라인 전시에 앞서 4월 14일에 먼저 오른 온라인 전시 영상이다. 전시 영상에서는 온라인의 시간적, 공간적 자유로움에 힘입어 총 25종의 신규 기술 및 제품이 자세히 설명되었다. 혁신 소재 기술 부문에서는 노루페인트(이후 NRP) 4종, 노루오토코팅(이후 NAC) 3종, 노루알앤씨(이후 NRC) 1종으로 총 8종, 미래 성장 동력 기술 부문에서는 NRP 3종, NAC 2종, 노루코일코팅(이후 NCC) 2종, NRC 1종 등 총 8종, 시장 주도 기술 부문에서는 NRP 6종, NAC 1종, NCC 1종, NRC 1종 등 총 9종이다. AI를 활용해 제작된 제품 소개 영상은 생동감 있게 연출되어 40분에 가까운 시간 동안 끝까지 집중을 이끌었다. 영상을 통한 온라인 전시에 이어 4월 15일과 16일 오전에는 NOROO인 모두가 참여하는 온라인 양방향 소통 시간을 마련, 제품에 대한 이해를 높이고 더 깊이 탐색하는 기회를 가졌다. 온라인과 오프라인에서 동시에 진행되며 소통의 기회 또한 늘어난 이번 전시는 서로가 가진 기술로부터 아이디어를 캐치하고 시장에서의 영업 포인트를 발견하는 자리가 되기도 했다. 무엇보다 그간 갈고닦은 기술과 제품을 모두가 함께 눈으로 확인하며 부푼 자긍심은 또 한 번 미지의 미래로 뛰어오르게 할 도약대가 될 것이다. 빛이 가득한 전시장에서, 더 빛날 NOROO의 미래를 꿈꿔 본다.



선을 그리고 색을 담아서 꽃을 피우다

〈알폰스 무하: 아르누보의 꽃〉 with NOROO PAINT

19세기 말과 20세기 초, 예술과 디자인의 경계에서 유럽 전역을 매혹시킨 ‘아르누보(Art Nouveau)’ 중심에, 알폰스 무하가 있었다. 지금 서울 강남 마이트뮤지엄에서는 무하의 오리지널 원화로 만나는 대규모 회고전, 〈알폰스 무하: 아르누보의 꽃〉이 펼쳐지고 있다. 특유의 아름다운 선과 색채로 자신의 이상과 시대정신을 담아낸 무하의 세계는 오늘날에도 여전히 우아하고 낭만적이다. NOROO의 순&수 울커버 페인트는 그 세계를 섬세한 컬러로 꾸며 무하 고유의 미감을 더욱 확장했다.

새로운 미술, 무하의 아르누보

알폰스 무하는 체코 출신의 화가이자 디자이너로 파리에서 극장 포스터, 삽화, 광고, 장식 패널 등 다양한 상업 디자인을 통해 아르누보 운동의 선두 주자로 자리 잡았다. 프랑스어로 ‘새로운 미술’을 뜻하는 아르누보는 전통적 고전주의 미술에서 탈피해 산업과 융합하며 대중에게 더 가까이 다가간 장르이다. 정치와 사회, 기술의 변화가 급격히 이루어지던 이 시기의 요구에 따라 탄생한 아르누보는 그래픽 아트, 장식 예술, 건축 등에 큰 영향을 미쳤다. 무하는 특히 자연을 소재로 한 곡선의 사용과 슬라브의 민족적 모티프인 패턴 등을 풍부하게 사용, 소박함과 화려함이 어우러진 독특한 아름다움을 자아내면서 아르누보를 대표하는 작가로 미술사에 이름을 새겼다.

그가 인기를 얻게 된 과정은 소설과도 같아서 명성에 화려함을 더한다. 삽화 작가로 활동하던 중 우연히 유명 배우 사라 베르나르의 연극 포스터를 그린 것이 엄청난 인기를 끌면서 단숨에 유명 작가의 반열에 오르게 된 것. 그러나 그는 명성을 얻은 후에도 성공만을 좇지 않고 도덕적 이상과 정신적 메시지를 작품에 담아냄으로써 시대를 초월한 아름다움을 이루어 냈다. 이번 전시는 그 모든 과정을 조명하여 작품의 감상을 넘어 작가의 이해에 도달하도록 한다. 노루페인트는 그 공간에 색을 더함으로써 작품의 감정을 고조시키고 작가의 내면으로 관람객을 깊이 안내한다.



거리로, 조국으로, 가까이 더 가까이

전시의 1부에는 ‘뮤즈가 건넨 붓, 화가가 그린 전설’의 제목 아래 무하의 이름을 단시간에 알린 〈지스몽다〉 연극 포스터를 중심으로 사라 베르나르를 주연으로 한 포스터들이 걸려 오프닝을 담당했다. 이곳은 무대의 커튼처럼 장중한 컬러인 NORO MD 6027 Cinnamon Red가 배경이 되어 포스터의 연극을 상상하도록 돕는다. 2부, ‘아르누보의 꽃’에서는 〈지스몽다〉의 대성공 이후 무하가 광고 포스터를 통해 도시 거리를 야외 미술관으로 만든 과정을 보여준다. 사람들이 포스터를 뜯어 가져가는 센세이션서널한 현상이 벌어질 정도로 인기를 끈 그의 작품은 장식 패널이라는 새로운 형태를 통해 예술의 폭을 넓혀 대중도 접근 가능하도록 만들었다. 이 섹션에서 소개된 담배, 샴페인 등의 광고 포스터는 그 혁신적인 아름다움을 NOROO MD 6027 Marshland의 기품 있는 은녹색과 NU 4005 Smoked Mauve의 연보라 위에서 우아하게, NOROO MD 5124 Botanic Green과 MD 6088 Canary Green의 이국적인 대비 위에서 보다 선명하게 드러낸다. 곳곳에 진열된 실제 상품은 지금도 구매욕을 일으킬 정도로 매력적이다.

3부는 ‘무하 오디세이’로, 1900년 파리 만국박람회를 기점으로 얻은 국제적 명성을 미국과 고향인 체코로 확장하는 그의 철학과 예술적, 영적 이상을 조명한다. 그 흐름 속에서 배경인 NOROO MD 6178 Summer Boom은 작품들과 어우러져 마치 서서히 밝아오는 조국의 하늘빛처럼 느껴진다. ‘슬라브와 화가’의 4부에는 체코로 돌아와 조국과 슬라브 민족을 위해 제작한 지폐, 우표, 스테인드글라스 작품 등을 소개했으며 이 시기에 진행되어 체코의 문화적 자부심이자 기념비적 작품으로 남은 ‘슬라브 서사시’는 마지막 관람 코스에서 영상으로 만날 수 있게 배치되었다.



사람들을 위한 그림, 색이 감싸안다

마이야트뮤지엄의 알폰스 무하 전시는 이번이 처음이 아니다. 개관 5주년을 기념하며, 개관전이었던 알폰스 무하 전시를 리오프닝한 것이다. 그만큼 알폰스 무하는 현대 예술과 디자인에 큰 영향을 미친 대작가이자 지금도 대중에게 사랑받는 작가이다. 첫눈에도 ‘예쁜 그림’으로 환영 받는 그의 작품들은 깊이 들여다볼수록 아름다움을 향한 치밀한 연구와 인간에 대한 애정을 진하게 느낄 수 있다. “나는 예술을 위한 예술보다 사람들을 위한 그림을 그리는 화가가 되기를 바란다.”라고 말했던 알폰스 무하. 보다 많은 사람, 그리고 조국을 향한 그의 마음이 NOROO의 컬러에 감싸여 여기 전시에 살아 숨쉰다. 선으로 그리고 색으로 담아 피어난 꽃, 아르누보의 향기를 느껴 보자.

컬러로 짓는 미피의 세상

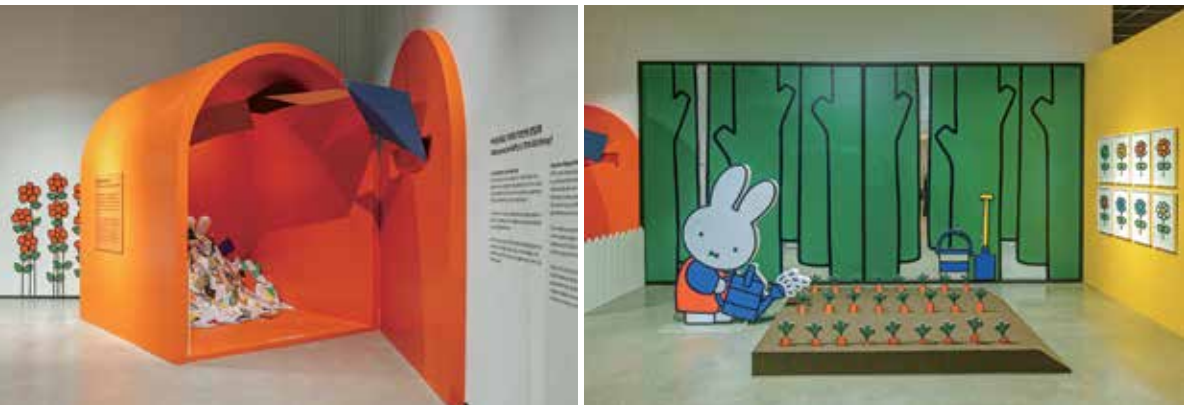
〈미피와 마법 우체통〉 with NOROO PAINT

네덜란드에서 태어나 전 세계적 캐릭터가 된 미피가 올해 70번째 생일을 맞이했다. 아기 토끼 미피의 특별한 생일을 맞아 서울 인사동 인사아트센터뮤지엄에서 아시아 최대 규모로 열린 〈미피와 마법 우체통〉은 다정함과 따스함이 가득한 미피의 세상을 보여준다. 노루페인트는 특별히 커스터마이징한 페인트로 그 세상을 더욱 완벽히 구현하였다.



미피가 사는 세상의 컬러

둥글둥글 얼굴에 긴 귀, 우리를 응시하는 작고 검은 눈, X자 입을 가진 하얀 아기 토끼 미피. 작가 딕 브루너가 자녀를 위해 들려주었던 작은 토끼 이야기에서 시작된 미피와 미피의 가족, 친구들의 이야기는 간결하고도 섬세한 매력으로 오랜 시간 사랑받아 왔다. 70년간 세계적으로 8,500만 부 이상 판매된 미피 시리즈의 생일을 맞아 열린 이번 전시는 인사아트센터의 넓은 공간을 풍부하게 활용해 집과 정원, 리틀 스퀘어, 스쿨존, 숲, 꿈의 언덕 등 미피의 마을과 공상적 세상까지 넉넉하게 풀어냈다. 또한 딕 브루너의 작업실을 구성하여 다정한 미피의 세상을 견고하게 지켜낸 작가의 작품 세계와 철학 ‘Less is More’를 깊이 있게 들여다볼 수 있도록 했다. 이와 함께 그의 또 다른 작품인 추리 소설 시리즈 〈블랙베어〉의 표지 그림과 캐릭터, 그리고 ‘갤러리’ 코너에서 여러 작가에 의해 다양하게 변주된 미피의 모습들은 딕 브루너의 개성과 철학, 영향력을 다시 강하게 전달한다. 이러한 전시 구성과 함께 딕 브루너 컬러로 불리는 여섯 가지 색, 빨강과 노랑, 파랑, 녹색, 갈색과 회색을 메인으로 사용한 컬러 활용은 관람객들이 단순히 작품을 감상하는 것을 넘어, 컬러가 전하는 감정을 직접적으로 체험할 수 있게 한다. 작품의 순수성을 대변하는 이 컬러들의 명료성을 위해 노루페인트는 친환경 순&수 페인트를 한 치의 오차 없이 커스터마이징 해내어 밀도 높은 전시를 완성했다.



동심을 지키는 세심한 다정

전시장에 들어서면 가장 먼저 눈길을 사로잡는 것은 거대한 우체통과 다채로운 색감이다. 우체통 안에 자리한 미피가 안 보일 만큼 가득 쌓인 생일 축하 편지들은 미피를 향한 많은 사랑을 느끼게 한다. 입구를 지나 홈 스위트 홈에서는 알록달록한 정원과 집에서의 즐거운 순간들이 펼쳐진다. 레스토랑과 케이크 가게, 학교 등 친구와 이웃이 모이는 장소들로 꾸며진 리틀 스퀘어 등은 딕 브루너의 컬러 팔레트가 조화롭게 어우러져 관람객을 미피의 세상으로 순식간에 텔레포트 시킨다.

관람객은 곳곳의 포토존에서 미피의 마을 속 방문객이 되어 추억을 남기고 보물찾기처럼 마련된 전시 소개를 찾아 읽으며 다음 전시 공간으로 계속 초대장을 받는 듯한 경험을 하게 된다. 너른 전시 공간에 적절히 자리한 소개 글도 미피에 대한 애정을 새록새록 솟게 한다. 토끼의 코는 V자, 입은 八자 모양이어서 미피의 입 모양이 X자가 되었다는 이야기, 어른 캐릭터에는 입 모양에 가로로 선 하나를 더 그어 구분한다는 이야기, 미피의 편지 친구인 멜라니의 소원은 비 오는 것을 무서워하지 않게 강해지는 것이란 소개, 1959년부터 시작된 독특한 정사각형 형태의 미피 책은 어린이들이 쉽게 잡을 수 있도록 고안된 이야기 등은 딕 브루너가 얼마나 세심하게 어린이의 마음을 헤아렸는지를 가늠케 한다.

또한 요리사가 되어볼 수 있는 미디어 체험, 미피와의 유령 놀이 등 크고 작은 인터랙티브 미디어 아트는 눈과 함께 귀를 사로잡으며 스토리를 더 생생하게 전달한다. 특히 언덕을 넘어 삼면에 걸쳐 가득 펼쳐지는 미피의 꿈으로 들어서는 ‘꿈의 언덕’은 동화 속에 꼭 감싸이는 충분한 시간을 제공한다.



컬러가 이야기하는 전시장

〈미피와 마법의 우체통〉은 컬러를 활용한 스토리텔링의 정수를 보여준다. 딕 브루너의 단순한 색감이 노루페인트의 순&수 페인트로 적재적소에 사용됨으로써 제한된 컬러로도 풍요로움이 가능함을 보여주는 전시장은 관람객에게 따뜻하고 친근한 동화적 인상을 남긴다. 노랑과 빨강을 사용한 미피의 방과 교실 등은 아늑함과 활기를 전하고 미피가 친구와 노는 숲과 언덕의 그린과 블루는 생기 넘치는 자연을 연출한다. 벽면, 가구, 바닥, 전시 작품과 미디어 아트 등 전시장 내의 모든 시각적 요소가 통일된 컬러로 구현된 〈미피와 마법의 우체통〉은 색채의 마법으로 완성된 다정한 동심의 세계이다. 놓치지 말고 꼭 방문하길 권한다. 전시는 오는 8월 17일까지 계속된다.



인간과 자연의 작품 공원에서 만나다

〈공원의 낮과 밤- 만들어진 풍경, 재생되는 자연〉 with NOROO PAINT

소마미술관은 올림픽공원의 생태적 환경을 주제로 한 〈공원의 낮과 밤- 만들어진 풍경, 재생되는 자연〉전을 지난 4월 11일부터 개최했다. 소마미술관 최초로 올림픽공원의 생태 환경에 주목한 이 전시는, 인간과 자연이 서로에게 주고받는 영향을 조망하며 노루페인트의 친환경 제품으로 꾸며져 그 의미가 더욱 오롯이 전달되었다.

다면적 공원

복잡한 서울 속에서 지평선을 보여줄 정도로 넓고 푸른 올림픽공원. 서울올림픽의 문화유산을 계승하기 위해 이곳에 설립된 소마미술관은 풍경과 어우러지는 외관, 햇빛을 가득 받아들이는 구조 덕분에 자연과 예술을 함께 누릴 수 있는 독특한 공간미를 보여준다. 소마미술관의 예술 작품은 자연을 배경으로 더 풍성한 아우라를 관람객에게 전하는데, 이번에 개최한 〈공원의 낮과 밤- 만들어진 풍경, 재생되는 자연〉은 이러한 특수성이 부각되는 전시이다. 녹지공간이 부족한 시민들이 자연을 향유하고 소비할 수 있도록 조성된 공원은 낮에는 인간에게 편의를 제공하는 사회문화적 공간으로, 밤에는 온전한 자연의 생태적 공간으로 계속 순환하며 변화한다. 이 전시는 공원의 역할과 의미에 대해 되짚어 보고 더 나아가 인간과 자연의 관계를 고찰케 한다.



다각도의 예술

권다예 작가의 설치 작품이 자리한 첫 번째 전시 공간에서는 통창 너머로 잔디밭과 나무, 길 건너의 큰 건물과 작품이 한눈에 들어와 주제를 직관적으로 마주하게 된다. 관람자가 직접 잉크를 주입해 천천히 물들어지는 한지는 자연에 대한 인간의 개입과 그에 따른 변화를 체험케 한다. 올림픽공원의 전지된 나뭇가지에 동작감지센서를 부착해 관람자의 움직임에 반응하도록 만든 강현아 작가의 작품 또한 수동적으로 변화를 겪으면서도 순환하는 자연을 보여준다. 이 작품들은 ‘설계된 자연’의 키워드로 제시되었다.

이어서 만나는 작품들은 급변하는 환경 속에서 ‘진화하는 식물’의 테마를 다룬다. 홍िका 작가는 수천 년 후 새로운 생태계에서 살아갈 식물을 상상력으로 형상화했고, 소수빈 작가는 가상 세계의 ‘신-생태계’를 창조하여 조형물과 3D 영상, AR 등 다양한 매체로 확장, 현대 과학과의 융복합을 모색했다.

‘관계의 재구성’ 섹션에 들어서면 관람자의 생각은 전시된 선풍기만큼이나 빠르게 돌아갈 것이다. ‘이건 무슨 의미일까?’라는 의문을 자아내기 때문. 정재희 작가의 수많은 선풍기가 만드는 바람을 지나 짹짹 자라는 금속성 새싹을 마주하면 대답 대신 ‘느낌’이 온다. 그 느낌은 ‘아, 자연은 조용한 듯해도 이렇게 쉴 새 없이 변화하는구나’일 수도, ‘자연도 굳건한 법칙을 가지고 있구나’일 수도, 혹은 전혀 다른 것일 수도 있다. 이어서 박문희 작가의 작품 역시 이질적인 요소의 조합으로 새로운 인식을 제시한다.

마지막으로 만나는 ‘자연의 정서’ 섹션에서는 인간과 자연의 공존, 그 상징적 공간으로서의 공원을 차분히 돌아보게 된다. 나점수 작가는 흙을 소재로 한 작품으로 자연의 순환 속에서 인간의 위치를 돌이켜 보게 하고, 송미리 내 작가는 돌을 통해 공원의 자연물과 소통하고 교감하도록 도왔다.



페인팅에 잠기다

인간이 만든 자연 속에 깊이 침잠하는 듯한 이 전시는 노루페인트의 컬러 안에 잠겼다가 다시 나오는 감각적 경험이기도 하다. 도심 속 자연 생태계를 성찰케 하는 본 전시를 위해 노루페인트는 팬톤 프리미엄 페인트와 순&수 울커버 등 친환경 제품을 후원했다. NOROO VV 8013 Flame Red는 송미리내 작가의 설치 작품에 쓰여 혈관처럼 이어져가는 삶의 맥박을 더 뜨겁게 전달하고, NOROO MC 2005A Smoky Moon은 낮과 밤이 닿는 아스라한 새벽빛을 표현했다. PANTONE 18-5102 Brushed Nickel은 작품의 자연성과 대비되는 금속성 회색으로 주제를 인상 깊게 만들었다.

소마미술관을 나오며 구불구불 이어지고 내려가는 전시장 동선이 나무의 뿌리를 닮았다는 생각이 들었다. 이 또한 이번 전시가 주는 감상의 연장선일 것이다. 여운을 길게 남기는 〈공원의 낮과 밤- 만들어진 풍경, 재생되는 자연〉은 8월 31일까지 계속된다.



든든한 내 편 우리는 영원히 한 편

NOROO 같이가치 캠페인, 색다른 사진관 X MK케미칼

날카로운 쇠소리와 묵직한 기계음이 생생한 문래동 공업단지는 시간이 교차하는 골목이다. 오래된 바퀴는 여전히 구르고, 기름때 낀 장갑 끝에선 쇠가 새로이 태어난다. 이곳에 위치한 스튜디오를 찾은 오늘의 주인공, MK케미칼의 부자(父子)인 신오근 대표와 신광현 과장은 단단하게 이어지는 그 시간의 결을 닮았다. 아버지와 아들, 세대와 세대가 결합하여 더 견고해질 그들의 이야기를 같이가치의 사진이 담았다.

사진, 기억의 표석이 되다

“아들이 사업에 합류한 것을 기념하고 싶었습니다.” 긴장한 기색 속에서도 아들을 입에 올리자 신오근 대표의 얼굴에는 웃음이 번졌다. 많은 카메라와 스태프 앞에서 자연스럽게 여간해선 쉽지 않다. 그러나 아들이 말쑥하게 차려입고 멋있게 포즈를 잡는 걸 보니, 마음이 저절로 표정이 되어 나오는 것이다. 신 대표가 1990년대에 자동차 보수용 도로 분야에 뛰어든 후 MK케미칼을 설립한 것이 2011년이니 2000년생인 신 과장은 아버지가 쌓아온 노하우, 키워온 사업체와 함께 자라온 셈이다. 그리고 작년, 함께 일해보겠냐는 아버지의 제안을 받아들여 지금은 열심히 기술을 익히는 중이다. 신오근 대표에게는 두 결실의 만남이자, MK케미칼의 새 장을 여는 시기의 이번 촬영이 기억의 표석이자 이정표가 될 터였다.

아버지와 아들, 세대와 세대의 교차와 이어짐을 위해 스타일리스트는 수트에 각각 캐주얼과 모던함을 덧입혔다. 신오근 대표는 아웃포켓의 오버사이즈 재킷으로 캐주얼하게, 신광현 과장은 포멀하면서도 젠지 감성이 나도록 연출한 것이다. 여기에 구두는 다시 믹스매치로 차별점을 두었다. 평소와 다른 서로의 차림새를 보며 부자는 씩스레게 웃다가도, 상대의 촬영 과정을 흐뭇하게 지켜 보았다. 문래동의 쇠소리 사이로 꽃히는 봄 햇살만큼이나 두 사람의 미소는 맑고, 강건했다.



마음에 마음을 잇다

아버지의 권유를 ‘덱석’ 물었다는 신 과장이지만, 주저함이 없는 건 아니었다. “아버지가 너무나 훌륭하게 해 오신 걸 아니까요. 그만큼 잘해야 한다는 생각에 부담을 느끼기도 했습니다.”라는 신 과장은 그러나, 아버지가 정성으로 일궈온 사업을 돕고 싶은 마음이 부담감을 이겼다고 말한다. 그 마음으로 현재 도장과 기술에 대한 부분을 철저히 습득 중이다.

이는 경영과 영업에 앞서 기초부터 탄탄히 다져야 한다는 신 대표의 오랜 경험에서 비롯된 것으로, 신 대표는 매장 오픈을 위해 20여년간 도장업에서 경험과 전문지식을 쌓아온 바 있다. 이후 고객의 요구와 기대를 최우선으로 생각하는 ‘고객 중심의 경영’, 항상 최고의 품질을 제공하기 위해 노력하는 ‘품질 중심 경영’, 새로운 기술과 트렌드의 적극적인 수용으로 혁신적 서비스를 제공하는 ‘혁신 중심 경영’을 앞세운 경영 철학으로 MK케미칼을 설립하고 운영해 온 것이 15년째이다. 회사 설립 초기부터 TS(Technical Service, 기술 대응) 담당 직원을 고용해 제공한 컬러 조색 서비스, 노루페인트의 정밀한 조색 시스템과 고품질의 도료, 하루에도 수백 킬로미터를 이동하는 영업 활동과 진심을 다한 소통은 100여 개의 안정적인 거래처를 만들고 진주와 창원 두 곳의 사업체를 굳건히 자리 잡게 했다.



가장 큰 내 편, 아버지와 아들

함께 일하면서 두 사람은 서로에 대해 새로운 면을 더 알아가고 있다며 장난스러운 눈빛을 보냈다. “말이 없는 줄 알았던 아들인데, 일할 땐 말도 잘하더라고요.”라며 업무 때문에 대화가 늘었다는 신 대표는 아들 이야기에 얼굴에 다시 웃음이 가득해졌다. “도장 자격증 등 관련 공부에 욕심을 내면서 열심이라 무척 든든할 뿐입니다.”라는 신 대표이다.



신 과장도 아버지 이야기를 시작하자 미소가 스며들었다. “집에서도 부지런하시긴 하지만 매장에서는 더 깔끔하시고 먼저 솔선수범하시더라고요. 특히 항상 일찍 출근하고 늦게 퇴근하고 주말에도 일하시는 걸 현장에서 실감하니 회사에 대한 아버지의 애정이 더욱 와닿았어요.”라는 신 과장은 “아버지는 진주에, 저는 창원에 따로 있지만 ‘큰 선배님이 제 편이다’라고 생각하면 마음이 참 좋습니다.”라며 아버지를 큰 선배이자 롤모델로 삼아 정진 중이다. 그러한 아들을 위해 ‘딱 한 가지 조언을 한다면?’이라고 신 대표에게 질문하자 그는 천천히 답했다. “어디서든 인사 잘하는 사람이 됐으면 좋겠어요. 기술도 중요하지만, 결국 사람을 얻는 힘은 마음을 전하는 예의에서 나오니까요.” 마음으로 다가가고 기술로 만족시키는 ‘고객, 품질, 혁신 중심의 경영’을 이어갈 MK케미칼의 두 사람. 출발 시간은 다르지만 영원할 한 편이 되어 이들은 같은 방향으로 함께 나아가고 있다. 이들의 길을 NOROO는 늘 응원하며 함께할 것이다.

NEWS BRIEFING



노루페인트, 이수민 신임 대표 선임



온라인 공식몰 '노루공식몰(smartstore.naver.com/noroo paintmall)'



경량화·가성비 강화 '고온고압 우레아 전용 장비' 출시



아라리오뮤지엄 백정기展 <is of>에 친환경 페인트 협찬

(주)노루페인트

노루페인트, 이수민 신임 대표 선임

지난 3월 21일, 노루페인트는 제19기 정기주주총회를 열고 이수민 신임 대표이사를 선임했다. 1970년생인 이수민 대표는 1996년에 노루페인트에 입사한 이후 기업 경영의 살림을 책임지는 재무와 기획 부서에서 20년 이상 커리어를 쌓은 NOROO인으로, 2021년에는 노루로지넷 대표이사로 선임되어 리더십과 경영 역량을 입증했다.

이 대표는 취임사에서 “새로운 사업 기회를 창출하여 회사의 포트폴리오를 다각화하겠다.”며 “급변하는 시장 환경과 경제 상황에 유연하게 대처하기 위해 철저한 분석과 대비책 마련을 최우선으로 삼아 안정적인 성장과 지속 가능한 경영을 실현해 나가겠다.”라고 말했다.

노루페인트는 1970년생 젊은 리더를 대표이사로 선임한 만큼, 앞으로 체질 개선을 통한 조직 유연성 확보와 실무 중심의 운영 강화를 통해 경기 불황을 극복해 나갈 계획이다.

온라인 공식몰 '노루공식몰'과 새로운 B2C 브랜드 '노루와' 런칭

노루페인트는 고객 접점 확대를 위해 페인트부터 부속품까지 다양한 제품을 손쉽게 구매할 수 있는 온라인 공식몰 '노루공

식몰(smartstore.naver.com/noroo paintmall)'을 새롭게 오픈했다.

이번 공식몰은 제품 정보와 이미지를 크고 선명하게 제공하여 사용자 편의성을 높였으며, 오후 1시 이전 주문 건에 대해서는 당일 발송 시스템을 통해 상품을 신속하게 받아볼 수 있도록 구현했다. 또한 제품 판매뿐 아니라 남은 페인트의 폐기 방법, 여름철과 겨울철 온도에 따른 수성 페인트 보관법 등 다양한 정보를 제공하여 고객들이 페인트를 보다 효율적으로 사용하고 관리할 수 있도록 지원할 계획이다. 이러한 활동을 통해 '노루공식몰'을 노루페인트의 메인 플랫폼으로 육성하여 고객에게 브랜드 철학과 가치를 전달하고 제품을 체험할 수 있는 소통 창구로 활용할 방침이다.

이와 함께 노루페인트는 공식몰을 통해 B2C 브랜드 'NOROOWA (노루와)'를 처음으로 선보였다. '노루와'는 아름답고 건강한 삶·공간·환경을 만들기 위해 탄생한 브랜드로, 일상 속 작은 부분에서부터 시작되는 아름다움과 건강함을 모티브로 삼았다.

노루페인트는 공식몰 오픈과 신규 브랜드 론칭을 기념하여 '노루와' 롤러페인트 할인 행사를 비롯한 다양한 이벤트를 진행했다. 노루페인트 관계자는 “노루공식몰과 신규 브랜드 '노루와'를 통해 고객과의 접점을 확대할 수 있을 것으로 기대한다. 앞으로도 80년 역사를 지닌 대한민국 대표 페인트 기업으로서 고객 만족을 높이기 위해 지속적으로 노력할 것이다.”라고 말했다.

경량화·가성비 강화 '고온고압 우레아 전용 장비' 출시

방수 시공은 건축물의 누수와 노화를 막기 위한 가장 기본적인 공정이다. 그중 우레아 시공은 우레탄에 비해 내구성, 내수성, 신장률이 더욱 뛰어나 시공 후에도 유지기간이 길다는 강점이 있다. 그러나 수천만 원에 달하는 고가 장비와 높은 전압 요구로 사용 조건이 제한적이며, 주로 대형 현장에만 적용되어 왔다. 노루페인트는 이러한 문제를 해결하고자 우레아 시공 프로세스의 경량화와 가성비를 동시에 만족시키는 '고온고압 우레아 전용 장비(프로텍N-10HP)'를 출시했다.

이번 신제품은 일반적인 우레아 도장 장비 무게의 절반 수준인 72kg으로 설계되어 사용자 휴대성이 더욱 강화됨으로써, 현장 제한 없이 저층과 고층 어디서나 쉽게 이동하면서 사용할 수 있다. 또한 220V 가정용 전압을 채택하여 편의성을 더욱 높였으며, 대형장비와 동등한 수준의 우수한 압력과 토출량 등의 성능을 보유했다. 넓은 면적을 짧은 시간 안에 처리할 수 있다는 점도 큰 장점이다.

프로텍N-10HP는 범용성과 이동 편의성으로 주차장, 옥상 등 벽면과 바닥면에 이르기까지 다양한 종류의 표면에 사용할 수 있으며, 실내외 우레아 방수 시공이 필요한 모든 현장에 활용할 수 있다. 노루페인트 관계자는 “현장의 다양한 요구에 대응하기 위해 기존 장비 대비 경량화와 간편한 사용성을 확보하는 데

주력했다.”라고 하며 “앞으로도 혁신적인 제품으로 시장을 선도해 나가겠다.”라고 밝혔다.

아라리오뮤지엄 백정기展 <is of>에 친환경 페인트 협찬

노루페인트는 지난 4월, 아라리오뮤지엄에서 개최 중인 백정기 작가의 개인전에 친환경 페인트를 협찬하여 예술과 환경의 조화를 실현하는 특별한 협업을 진행했다.

이번 협찬은 전시 공간 내의 벽면 및 구조물에 친환경 페인트 '순&수 울커버'를 적용한 것으로, 작가의 작품 세계를 보다 효과적으로 전달할 수 있도록 공간의 색채 연출과 분위기 조성에 중점을 두었다. 특히, 관람객의 건강과 쾌적한 전시 환경을 고려하여 휘발성 유기화합물(VOCs)이 낮은 친환경 제품을 사용했다. 백정기 작가는 감각적인 색채와 대담한 조형 언어로 주목받고 있는 현대미술 작가로, 2007년부터 치유, 보존, 재생, 자연, 욕망 등에 관심을 갖고 작업을 이어왔다. 아라리오에서 열리는 이번 전시에서는 사진, 조각과 같은 전통적인 예술 형태에 산소 유입을 차단하는 과학 기술을 접목함으로써, 존재의 유한함과 무한함의 모순을 탐구했다. 노루페인트의 섬세한 색상과 안정성 높은 도료는 작가의 의도를 시각적으로 극대화하며, 전시 전반의 몰입도를 높이는 데 기여했다.

노루페인트 관계자는 “페인트의 색은 단순한 배경에 머물지 않

NEWS
BRIEFING

‘래미안안양메가트리아’ 지하주차장 환경개선공사 완료

고 나아가 예술가의 창의적인 표현을 돕는다.”라며 “지속 가능한 전시 환경을 조성할 수 있도록 앞으로도 다양한 문화예술 협업을 이어갈 예정”이라고 전했다.

‘래미안안양메가트리아’ 지하주차장 환경개선공사 완료

노루페인트는 시공사인 이루미건설과 협력하여 준공 10년이 지난 ‘래미안안양메가트리아 아파트’의 지하주차장 환경개선공사를 성공적으로 완료했다.

래미안안양메가트리아 아파트는 경기도 안양시 만안구에 자리 잡은 약 4,250세대 규모의 대단지 아파트로, 삼성물산 브랜드가 적용된 고급 주거 단지다. 이번 프로젝트는 노후화된 주차장 바닥을 새롭게 단장하여, 주민들에게 더 쾌적한 환경을 제공하는 동시에 안전성과 내구성을 향상시키는 것을 목표로 진행되었다. 노루페인트는 주차장 벽면에 환경성적표지(EPD) 인증 및 친환경 건축자재 인증(HB마크)을 획득한 친환경 수성 페인트를 사용하고 바닥에는 내마모성과 내충격성이 뛰어난 고경질 바닥재를 적용해 안전하고 지속 가능한 환경을 조성했다. 물리적 경도와 성능이 우수한 노루페인트의 바닥재는 차량 하중과 마찰에 강해 내구성이 뛰어나며, 충격과 굽힘에도 손상이 적다. 방수성과 오염 저항성이 높아 유지 관리가 용이하며, 보행자 및 차량의

미끄럼 방지 기능도 갖춰 안전성을 확보할 수 있다.

이번 지하주차장 공사는 작년 9월부터 올해 3월까지 6개월 동안 진행되었으며, 겨울철 기온 변화와 습도 문제로 인한 어려운 시공 환경 속에서도 높은 기술력과 철저한 관리 덕분에 문제없이 완료될 수 있었다. 특히 입주자 대표회의 회장과 관리사무소장은 입주민과 방문자의 주차 및 차량 통행 문제를 포함한 다양한 민원을 적극적으로 해결했다. 입주민들도 아파트 품질 향상과 자산 가치 상승에 대한 기대감으로 공사 중 불편을 감수하며 협조했고, 시공사인 이루미건설은 이러한 협조 속에 해당 공사를 성공적으로 마무리했다. 여기에 노루페인트의 우수한 품질은 시공 결과의 만족도를 높였다. 이로써 이번 공사는 시공사의 우수한 시공 능력과 제품의 품질이 입증된 환경개선공사가 되었다. 아파트 입주자 대표 및 입주민들은 “입대의 측과 관리 주체 측의 많은 협조와 노력으로 인해 성공적 준공이 이루어졌다.”라며 “기존 주차장은 노후화로 불편함이 컸지만, 지금은 고급 쇼핑몰이나 백화점 주차장처럼 깔끔하고 쾌적해 만족스럽다.”라고 말했다.

노루페인트 관계자는 “이번 주차장 바닥 개선 공사로 입주민들의 주차 편의가 향상되기를 바란다.”라고 하며 “앞으로도 지속 가능한 건축 환경 조성을 위해 다양한 프로젝트를 적극 추진할 예정이다.”라고 말했다.



2025 봄호 사보를 꼼꼼히 읽어주신 독자들에게
퀴즈를 통해 선물을 드립니다.

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

TIP 답은 늘 사보 안에 있습니다!

Q

올해 초 2025 화학사업 신규 입사자 입문 교육이 있었습니다. 조직 커뮤니케이션에 대한 강의도 교육 과정에 있었는데요. 다음 중 조직 커뮤니케이션의 3요소에 포함되지 않는 것은 무엇일까요?

- ① 심리적 안전감
- ② 말하기
- ③ 경청
- ④ 감청

*6월 30일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.

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

*메일의 제목은 ‘2025 봄호 사보 퀴즈 정답’으로 보내주세요.

*선정되신 10분께는 문화상품권 5만 원권을 선물 드립니다.

NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 74호(비매품)

중별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2025년 5월 15일 발행처: (주)노루홀딩스
발행인: 강태준 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)리커뮤니케이션, (주)노루로지넷 사진: 마우스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크
발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700