

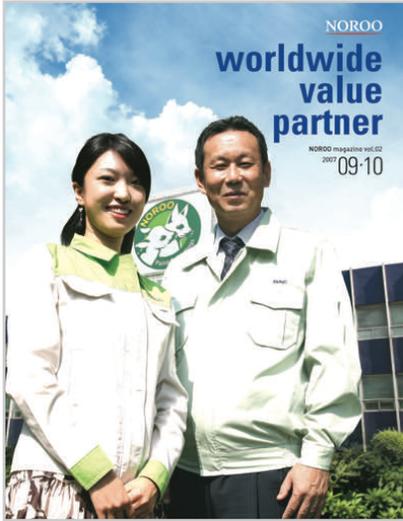
NOROO

worldwide value partner

NOROO magazine vol.02

2007 09+10





여러 색깔이 어우러져 새로운 색을 탄생시킵니다.
 그 위에 빛이 더해지면 색은 더욱 풍성해집니다.
 아름다운 마음들이 모여 오늘의 NOROO를 만들었습니다.
 사람과 사람의 참된 어울림은 모두의 마음을 열게 하고
 창의와 열정에 불을 지펴 더 나은 문화를 일구어냅니다.
 우리는 열린 가슴으로 세상을 향해 달려갈 준비가 되어 있습니다.
 조화로운 이들이 만드는 조화로운 세상,
 NOROO가 앞장섭니다.

표지 모델 : (주)DAC 코야마 진무(우)/일본 NPC 파견
 (주)디피아이 홀딩스 전략기획1팀 장연연 사원(좌)/중국 대련

A rainbow of colors harmonizes to create new colors.
 Adding light makes the color more radiant.
 Beautiful minds came together to create today's NOROO.
 True harmony among people opens up everyone's mind
 and builds a fire of creativity and passion for a better culture.
 We are ready to cover the world with brilliant colors and
 open minds.
 Harmonious world by harmonious people,
 NOROO leads the way.

Cover Models : Senior Executive Director KOYAMA MASAOKI, DAC Co.,
 Ltd. (right) / NPC Dispatch(Japan) and Staff ZHANG YANYAN, DPI Holdings
 Co.,Ltd. (left) / DA LIAN(China)

NOROO magazine vol.02 2007 09+10

2007년 9 · 10월호(통권2호)

발행일 2007년 9월 6일

발행처 NOROO

발행인 최광균

기획 (주)디피아이 홀딩스 (02-2191-7714)

편집 및 디자인 IR큐더스 (02-369-8150)

인쇄 영은문화

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)디피아이 홀딩스 서울시 강남구 역삼동 736-1 한솔빌딩 A동 12층
 전략기획1팀 권나영 주임 T:02-2191-7714

(주)노루페인트 경기도 안양시 만안구 박달동 615
 전략경영기획팀 지남철 대리 T:031-467-6128

(주)아이피케이 부산시 연제구 연산동 1422-8 국민연금 부산회관 17층
 영업2본부/마케팅팀 엄연숙 주임 T: 051-580-6180

(주)DAC 경기도 안양시 만안구 박달동 615
 업무지원팀 이상길 과장 T:031-467-6527

(주)씨케이페인트 경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5(시화공단 6바 406호)
 업무지원팀 김시연 주임 T:031-599-7252

대한비케미칼(주) 충청남도 천안시 백석동 527-6
 경영지원팀 조성갑 대리 T:041-620-6204

대한코일코팅(주) 경기도 안양시 만안구 박달동 615
 지원팀 박서진 주임 T:031-467-6128

(주)대연 경기도 안양시 만안구 박달동 615
 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363



NOROO & Me

03 Contents

04 NOROO News

08 Our Family

강하고 발 빠른 플라스틱 코팅사업 분야의 일인자, 대한비케미칼(주)
Daihan Bee Chemical, A swift and strong giant in the plastic coating area

12 Our People

(주)대연 물류1팀 우수목 차장
Yoo, Soo-Mok, Deputy General Manager of Dai Yon's Distribution Team 1

14 Trend Report

NOROO 그룹 팀장 교육
Education for Team Managers in NOROO Group

Global Value Partner

18 Global Network

NOROO와 KNT, 합작 및 기술이전 계약 체결
NOROO and KNT signed a contract for collaboration and technology transfer

22 Global Focus

특채(상해)도료유한공사 현지 채용 직원 이문화 교육
Education on Different Cultures for Local Employees in DPI (Shanghai)

26 Happy Partner I

기업 탐방 _ 동부제강
Company Story _ Dongbu Steel

30 Happy Partner II

대리점 탐방 _ (주)평석상사
Agency Story _ Pyungsuk Industry

32 Creative Partner

(주)노루페인트의 신개념 나노 스프레이 '핑고(PINGO)'
NOROO Paint & Coatings's PINGO, a new concept of nano spray

34 NOROO Outreach

(주)노루페인트 축구동호회 봉사활동
Voluntary Activities of NOROO Paint & Coatings's Football Club



NOROO & Life

36 Color Story

마케팅 성공의 열쇠, '컬러 비즈니스' - GREEN
"Color Business", A Key to Success in Marketing - Green

38 DIY World

벽지·벽면 페인트 칠하기
Painting on wall paper and walls in my house

Fun & Good

40 Travel

아름다운 가을 정원, '순천만'
"Suncheon Bay", a beautiful autumn garden

42 Moneymaking Tips

롤러코스트 주식시장의 맛깔 나는 투자전략
Sound Investment Strategies in a Roller Coaster Market

46 Editor's Note





NOROO 그룹, 글로벌 리더 집체 교육 시행

NOROO 그룹은 글로벌 리더 육성 계획 일정에 따라 8월 22일, 23일 1박 2일간 양재동에 위치한 교육문화회관에서 NOROO 그룹 글로벌 리더 집체 교육을 시행했다. 첫째 날은 글로벌 리더의 필요성과 글로벌 리더가 되기 위한 자치, 리더의 역할, 글로벌 조직문화 등에 대한 교육이 실시됐고, 둘째 날은 신뢰 구축, 열정 불러일으키기, 리더십 실천 계획 수립 등의 내용으로 교육이 진행됐다. 이번 교육은 글로벌 리더 육성의 발판을 마련한 의미 있는 시간이었다. (주)노루페인트 이문용, 문병두, 이명희, 우경현, 신동훈, 이경재 부장, 이범홍, 최성환 차장, (주)씨케이페인트 안재춘 부장 이상 총 9명이 글로벌 리더 후보로 선발되어 교육에 참석했다.

NOROO Group conducted group education for global leaders

NOROO Group conducted group education for NOROO Group's future global leaders at the Education and Culture Center located in Yangjae-dong for two days from April 22 to 23. On the first day, education on the necessity for global leaders, guidelines to become a global leader, global leader's roles, and cultures of a global organization were delivered, and education programs such as the establishment of trust, bringing passion, and setting up leadership practice plans were carried out on the second day. This education provided a meaningful opportunity to prepare a base for the cultivation of global leaders. A total of nine managers (Lee Moon-Yong, Lee Myung-Hee, Woo Kyung-Hyun, Shin Dong-Hoon, Lee Kyung-Jae, Lee Bum-Hong, and Choi Sung-Hwan from NOROO Paint & Coatings, and An Jae-Chun from CK Paint) were selected as the candidates for global leaders to participate in the education.



득채(得彩)도로유한공사, 북경 올림픽 선수촌 색칠

NOROO 그룹의 중국 법인인 득채(得彩)도로유한공사가 2008년 북경 올림픽 지정도로 공급업체로 선정돼 공사를 진행 중이다. 득채(得彩)도로유한공사는 지난 3월부터 북경시가 실시한 도로업체 시찰 결과 동종업계 대비 뛰어난 가격 경쟁력과 자연친화형 페인트 제조 기술 및 내구성 면에서 높은 점수를 받았다. (주)노루페인트가 1995년 세계적인 도로업체인 독일의 BASF, 네덜란드의 AKZO를 제치고 중국의 자존심인 자금성 보수 공사를 성공적으로 실시한 데 이어 2005년 재보수 공사를 성공리에 마무리한 것이 크게 작용한 것으로 보인다. 이로써 득채(得彩)도로유한공사는 2008년 올림픽 도시환경 건설 지정 도로 공급업체로 약 5억 원 규모의 북경 올림픽 선수촌 내·외부 도장을 맡게 된다.

DPI(Shanghai) paints Beijing Olympic Village after Forbidden City

NOROO Paint & Coatings's localization strategy to capture market share in China is being accelerated. DPI (Shanghai), NOROO Group's local company in China, has been selected as the paint supplier for the 2008 Beijing Olympics. According to the investigation by Beijing City since last March, DPI was judged superior on its excellent price competitiveness, eco-friendly paint manufacturing technologies, and the durability of its paint. Our selection was greatly assisted by our successful completion of re-repair work on the Forbidden City in 2005, following its successful repair, in which NOROO Paint & Coatings beat companies like BASF (Germany) and AKZO (Netherlands). DPI (Shanghai) takes charge of a \$510,000 painting project for Beijing Olympics Village.

(주)노루페인트

NOROO Paint & Coatings Co., Ltd.



(주)노루페인트, 2년 연속 KS-QEI 수상

(주)노루페인트가 2006년 KS-QEI 수상에 이어 2년 연속 KS제품 품질우수성 지수 우수기업으로 선정됐다. KS-QEI는 한국표준협회가 주최하고, 산업자원부 기술표준원과 한국품질경영학회가 후원한다. KS-QEI는 기업 간 선의의 경쟁과 지속적인 품질 혁신을 유도하는 한편, 소비자에게는 KS표시제품의 품질 우수성을 널리 알리는 데 그 목적을 두고 있다. 우수한 KS표시제품을 발굴·홍보해 소비자의 신뢰를 높이고, 소비자에게는 KS표시제품에 대한 정확한 품질 비교 정보를 제공하며, 해당 기업에서는 조사 결과를 품질 향상의 수단으로 활용하도록 유도하고 있다. 2년 연속 KS제품 품질우수성 지수에 (주)노루페인트의 수성도료가 수상함에 따라 수성도료의 우수한 품질을 바탕으로 소비자에게 더 큰 만족을 줄 수 있을 것으로 보인다.

NOROO Paint & Coatings won KS-QEI for two consecutive years

NOROO Paint & Coatings was selected as an excellent company for KS-QEI for the second consecutive year in 2006. KS-QEI is hosted by the Korea Standards Association and sponsored by the Korean Agency for Technology and Standards of the Ministry of Commerce, Industry & Energy and The Korean Society for Quality Management. KS-QEI encourages well-meant competition among corporations and continuous quality innovation, and introduces the excellence of KS marked products to consumers. It improves customer trust by picking out and promoting KS-mark products, provides accurate quality comparison information on KS-marked products for consumers, and induces companies to use the results of investigations for quality improvement. As NOROO Paint & Coatings's water paint products won KS-QEI for two consecutive years, the products are expected to give higher satisfaction to customers.



신개념 나노 스프레이 '핑고(PINGO)' 출시

(주)노루페인트는 약 6개월간의 준비 기간을 거쳐 염료형 스프레이 '핑고(PINGO)'를 출시했다. '컬러로 장식하다'라는 의미를 가진 핑고(PINGO)는 구두, 핸드백, 소파, 청바지, 대리보드, 타일 등 소재의 구애를 거의 받지 않고 어디에 뿌려도 완벽하게 색을 입힐 수 있는 획기적인 제품이다. 또한 10~20초 만에 건조되는 속건성과 분사 후 비틀거나 물에 세탁해도 색의 손상이 없는 밀착성을 자랑한다.

지난 7월 27일부터 3일간 잠실 롯데월드에서 "핑고를 뿌려라!"라는 타이틀로 런칭 행사가 진행됐으며 7월 20일부터 이마트 5개점에 입점했다. 이어 9월부터는 이마트 전국 매장과 대형 문구점, 홈쇼핑 등에 선보이게 된다. 핑고 홈페이지(www.pingoclub.co.kr)에서 자세한 제품 정보를 얻을 수 있다.

NOROO Paint & Coatings launched a new concept of nano-spray product 'PINGO'

NOROO Paint & Coatings has launched "PINGO" after six months of preparation. PINGO is an innovative product that can be applied anywhere. It also features fast drying within 10 to 20 seconds and adhesivity that enables no change in color even when washed with water.

There was a launching event at Lotte World for three days from July 27, and PINGO has been displayed in five E-MART stores since July 20. It will be sold through various markets from September.

(www.pingoclub.co.kr)



(주)노루페인트, (주)디피엠(칠서공장) 합병

(주)노루페인트는 2007년 7월 28일부로 (주)디피엠과 실질적인 합병을 완료했다. 지난 5년간 (주)노루페인트의 생산기지로서 자회사 역할을 수행해 온 (주)디피엠은 '주)노루페인트 칠서공장'이라는 공식 조직으로 새롭게 재편됐다. 금번 합병은 자회사 분리 운영에 따른 비효율을 해소하고, 시너지를 창출함으로써 글로벌 기업으로의 도약을 위한 성장 동력을 확보했다는 데 의의가 있다. 향후 칠서공장은 '최고의 서비스를 제공하는 기업'이라는 (주)노루페인트의 조직문화를 공유하고, 그간 축적된 생산 기술력을 바탕으로 (주)노루페인트와의 제반 자원 공유를 통해 '경영 효율성 제고와 기업가치 확대'라는 공동의 비전을 실천하기 위해 힘쓸 것이다. 이에 (주)노루페인트는 더욱 경쟁력 있는 글로벌 기업으로의 도약에 박차를 가할 전망이다.

NOROO Paint & Coatings merged DPM (Chilseo Factory)

NOROO Paint & Coatings has completed a merger with DPM Co., Ltd. as of July 28, 2007. DPM was a subsidiary of NOROO Paint & Coatings and functioned as its production base for five years. This new company is called "Chilseo Factory of NOROO Paint & Coatings". It is meaningful since NOROO Paint & Coatings has secured a growth engine to assume global leadership through consolidation of operations with this merger. Chilseo Factory will share NOROO Paint & Coatings's organizational culture "Company Providing Best Services", and implement the common vision of "Improvement of Managerial Efficiency and Expansion of Corporate Values" through sharing resources with NOROO Paint & Coatings based on accumulated production technologies. With this merger, NOROO Paint & Coatings is expected to accelerate its growth as a competitive global corporation.



전국 극장 광고 시행

(주)노루페인트는 4월부터 6월까지 CATV 광고를 내보내던데 이어 7월부터는 전국 극장 광고 방송을 시행하고 있다. 영화 관람객이 몰리는 7월, 8월, 9월, 12월 총 4개월간 극장 광고가 편성됐으며, 특히 다수의 초대형 영화가 개봉되는 여름 성수기를 겨냥해 소비자의 관심을 끌며 모을 예정이다.

'The Colorist'라는 제목의 이번 광고는 CATV 광고 콘셉트와 마찬가지로 (주)노루페인트가 컬러 전문가 기업임을 강조하여 색을 통해 공간, 환경, 건강 등의 주제를 포괄하는 색채 전문 기업의 성격을 띠는 점을 부각시켰다.

Started theater advertisement nationwide

NOROO Paint & Coatings implemented theater advertisements nationwide in July following advertisement through CATV from April to June. The theater advertisements are scheduled for July, August, September, and December when spectators gather in theaters. Exposure will be greatest during the summer when blockbuster hits are screened. Like the concept used in the CATV advertisement, this theater advertisement titled "The Colorist" emphasizes that NOROO Paint & Coatings is a color-specialist company specializing in color covering items in our living space, the environment, and for our health.

(주)DAC

Daihan Automotive Coatings Co., Ltd. (DAC)



(주)DAC, 내장산 워크숍 실시

(주)DAC는 지난 6월 9일, 직원들의 사기 진작 및 유대감 강화의 일환으로 내장산 워크숍을 실시했다. 총 86명의 인원이 참여한 이번 워크숍은 내장산 산행과 백양사 방문 등의 프로그램을 통해 대자연의 정취를 느낄 수 있던 좋은 시간이었다. 이날 워크숍에서 직원들은 서로 간의 친목을 도모하고 앞으로 더욱 더 건강한 몸과 마음으로 업무에 매진할 것을 다짐했다

DAC had a workshop in Mt. Naejang

DAC had a workshop in Mt. Naejang on June 9 to boost employees' morale and enhance the relationship among employees. This workshop had 86 employees in attendance where they enjoyed mountain climbing and visiting Baekyang Temple. In the workshop, employees promised to seek harmony and work with a healthier body and mind in the future.

(주)아이피케이

International Paint (Korea) Ltd.



"Share & Act Together!"

2007 IPK 한마음 대행진 개최

5월 19일, 20일 양일간 경주에서 '2007 IPK 한마음 대행진'이 개최되었다. 4년 여 만에 개최된 이번 행사는 알찬 준비와 진행으로 직원들의 기대에 부응하는 IPK 대화합의 장이 되었다. 이번 행사는 19일 오후, 단체 거북이 마라톤을 통한 Team Building으로 시작되어 지역별 장기자랑 IPK Star King 선발대회로 축제의 절정을 이루었다. 2007년 Star King 선발대회 대상의 영예는 부산 사무소의 'JACKSON 2010' 팀이 차지했다. 최우수상은 생산본부 '블랙이글' 팀, 우수상은 관리본부 'The Pirates' 팀에게 각각 돌아갔으며 나머지 팀들은 장려상을 수상했다. 초대가수 마야, DJ DOC의 공연과 개그맨 이수근의 재치있는 진행은 직원들을 열정과 환희의 도가니로 이끌었다. 이번 행사에서 특히 돋보인 것은 강오수 사장을 위한 임원들의 서번트 리더십이었다. 직원들을 위한 행사인 만큼 경영진이 일일 웨이터로 활약하며 경직된 상하관계를 타파하려는 노력과 배려를 보여 줬다. 비록 1박 2일의 짧은 일정이었지만 '2007 IPK 한마음 대행진'은 IPK의 'FUN' 문화를 보여 준 성공적인 축제였다.

"Share & Act Together!"

Held 2007 IPK Hanmaeum March

"2007 IPK Hanmaeum (One Heart) March" was held in Gyeongju May 19 and 20. This event started with a group turtle marathon race, and the event reached its climax with a community talent show "IPK Star King Contest". "Jackson 2010" of Busan Office won the grand prize. The gold prize and silver prize went to "Black Eagle" of Production Division and "The Pirates" of Administration Division, respectively. Maya and D.J. DOC's shows and gagman Lee Su-Geun's witty emceeing kept employees attention. Servant leadership of directors including President Kang, Oh-Soo was outstanding in the event. Management efforts as waiters were effective in breaking the ice. It was a successful event that showed IPK's "FUN" culture.



Akzo Nobel IR 관련 저널리스트들 방문

6월 11일, Akzo Nobel의 IR 담당자인 Mr. Marc Michelsen과 Mr. Tim Van der Zanden이 세계 유수의 신문, 잡지 기자단과 함께 IPR과 대우조선해양을 방문했다. 이날 오전 IPR에서는 강오수 사장이 직접 이들을 맞아 한국에서의 IPK 비즈니스 전반에 관한 내용과 IPK 소개를 내용으로 한 프레젠테이션을 실시했다. 이후 참석한 기자들과의 질의응답을 통해 IPK의 성과와 선박 페인트 산업 전반에 관한 궁금증을 해소하는 시간을 가졌다. 오후에 이어진 대우조선해양 방문 일정은 조선소의 관심과 환대 속에서 알차게 치러졌다. 대우조선해양 기술본부장 기원강 부사장은 이날 기자단을 위해 대우조선해양을 직접 소개하고, 질의에 성실하고 우호적으로 답변하여 기자단에게 좋은 반응을 이끌어냈다. 마지막 순서였던 Yard Tour에서 한국의 조선산업을 직접 견학한 기자단은 건조 중인 선박의 규모와 Yard의 웅장함에 깊은 인상을 받아 사진 촬영 및 질문을 이어갔다.

Visit by IR journalists from Akzo Nobel

Mr. Marc Michelsen and Mr. Tim Van der Zanden, IR journalists of Akzo Nobel, visited Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering along with reporters from world famous newspapers and magazines on June 11. President Kang, Oh-Soo of IPK welcomed them to IPR in the morning with a presentation introducing IPK and IPK's overall businesses in Korea. They satisfied the reporters' curiosity about IPK's performances and details of the marine paint industry through a rousing question and answer session. They visited Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering in the afternoon. Mr. Ki, Won-Kang, a vice president and head of the Technology Division of DSME, introduced DSME and answered. Yard tour, the last program of the event, gave reporters a better understanding of the scale of ships under construction and the shipyard, which led to more questions and photos.

(주)씨케이페인트

CK Paint Co., Ltd.



2007년도 합동소방훈련 실시

7월 6일, (주)씨케이페인트는 안산소방서와 함께 합동소방훈련을 실시했다. (주)씨케이페인트는 평소 안산소방서와 함께 비상 상황에 대비한 초기 진화 훈련을 실시하고, 취급 원료에 대한 유해·위험성을 인식해 자체적인 진압 훈련과 대피 훈련을 실시해 왔다. 실전을 방불케 했던 이날 합동소방훈련은 참여자들의 질서정연한 대처로 성공적으로 마무리되었다.

1차 진압은 자위소방대가 신속하게 조치해 확산을 억제시켰고, 인화 물질 유출 방지를 위한 방제 시스템이 가동됐다. 2차 진압은 안산소방서가 주관이 되어 완벽하게 치러졌다. 조석건 공장장은 이날 강평을 통해 "우리가 반드시 해야 할 일은 우리 일터를 스스로 지키는 일이다."라고 말하며 그렇게 하기 위해서는 각자 맡은 바 임무에 충실하고, 주변에 잠재되어 있는 작은 위험도 무심코 지나쳐서는 안 된다고 전했다. 또한 '안전'과 관련해서는 어떠한 사소한 위험과도 절대 타협해서는 안 된다는 점을 강조했다.

Conducted 2007 Joint Firefighting Exercise

CK Paint conducted a joint firefighting exercise with Ansan Firefighting Station on July 6. CK Paint has regularly conducted fire extinguishing exercises with Ansan Firefighting Station, and self firefighting and escaping exercises. The realistic joint firefighting exercise was a success. In the first fire extinguishment, the self firefighting troop promptly took action to keep the fire from spreading, and the firefighting system prevented the leakage of flammable materials. The second fire extinguishment was carried out perfectly by the Ansan Firefighting Station.

"We must protect our workplace by ourselves," said Mr. Cho, Suk-Geon the Factory Manager, and added, "To do so, we should be faithful to our duties and not ignore even a small potential risk around us. And we must not compromise any small risk for 'safety'."

09+10 2007

대한코일코팅(주)

DAIHAN COIL COATINGS, Ltd.



대한코일코팅(주), 한탄강 래프팅 실시

6월 30일과 7월 1일 양일간 대한코일코팅(주) 기술팀과 지원팀 총 17명이 한탄강으로 래프팅을 다녀왔다. 토요일 업무를 마치고 한탄강에 도착한 대한코일코팅(주) 직원들은 강사의 구령에 맞춰 보트를 타며 즐거운 시간을 보냈다. 이날 저녁에는 과장급 이상 대 대리급 이하 직원들이 모여 족구 경기를 하며 팀워크를 다졌다. 마지막으로 바비큐 파티를 열어 앞으로도 가족처럼 서로를 아끼며 효율적인 업무를 이어나갈 것을 다짐하며 하루를 마무리했다.

Daihan Coil Coatings conducted rafting on Hantan River

A total of 17 employees from Technical Team and Support Team of Daihan Coil Coatings went rafting on the Hantan River June 30 to July 1. The employees of Daihan Coil Coatings left for Hantan River after work on Saturday and rode boats according to their instructor's commands. That evening, they organized two teams - employees of manager class or higher and employees of assistant manager class or lower - and enjoyed kickball games to strengthen teamwork. The day ended with a barbecue party, in which they promised to treat one another like family and do their jobs efficiently.

(주)대연

Dai Yon Co., Ltd.

주 40시간 근무제 도입

2007년 7월 1일부로 개정된 근로기준법에 따라 주 40시간 근무제가 도입되었다. 이에 따라 노사협의회 및 근로자의 동의를 구해 (주)대연은 주 5일제 근무 제도를 시행하고, 선택적 보상휴가제도 또한 시행키로 합의했다. 주 40시간 근무제 도입으로 여가 시간이 증가됨에 따라 근로자들은 취미활동과 학습 등 자기개발의 기회를 확대할 수 있게 됐다. 그러나 아직까지는 토요일 주문 및 배송이 이루어지고 있는 관계로 당분간은 이에 대응하기 위한 인력 배치 시스템을 확보할 예정이다. 탄력적인 주문 대응과 고객 서비스로 (주)대연은 앞으로도 물류 서비스에 최선을 다할 계획이다.

Introduced a 40-hour per week working system

A 40-hour per week working system has been introduced in accordance with the Labor Standards Act revised as of July 1, 2007. Dai Yon has implemented a 5-day per week work system under agreement with Management-Labor Committee and employees, and agreed on a selective compensation leave system. Since order receiving and delivery still occur on Saturday, however, Dai Yon plans to temporarily operate a workforce placement system to cope with it. Dai Yon will do its best for distribution services in the future with flexible order taking and customer services.

팀별 워크숍 실시

(주)대연은 7월 한 달간 각 팀별로 워크숍을 실시했다. 상반기 실적 분석과 하반기 목표 달성을 위한 방안을 모색하고 팀원들의 단합을 도모하는 것을 그 목적으로 했다.

안양의 총괄지원팀, 물류기획팀, 시스템사업부, 다이아몬드특송 직원들은 7월 20일 강원도 홍천 대명 비발디파크에서 워크숍을 가졌다. 물류1팀은 7월 14일, 지입차량 사장들과 함께한 자리에서 현장에서 발생하는 오해를 풀고 화합을 다짐하는 기회를 마련했다. (주)대연의 이번 워크숍은 그동안의 문제점을 해결하고 앞으로의 업무 발전 방안을 논의하는 뜻깊은 시간이 되었다.

Conducted team workshops

Dai Yon conducted workshops aiming to analyze the performances of the first half, find out plans to achieve goals for the second half, and seek harmony. General Support Team, Distribution Planning Team, System Business Division, and Express Diamond Delivery Team in Anyang had a workshop at Daemyeong Vivaldi Park in Hongcheon, Gangwon-do on July 20. Distribution Team 1 had an opportunity to solve misunderstandings and promise harmony with contracted vehicle owners on July 14.

07

도전과 창의, 그리고 끊임없는 기술 개발에의 열정 대한비케미칼(주)

Challenge, Creativity, and Endless Passion for Technology Development
Daihan Bee Chemical Co., Ltd.

글 편집실 Text by WVP editors

2006년 12월, 충남 천안시 백석동에 대한비케미칼(주) 천안공장이 세워졌다. 1990년에 회사가 설립되어 이제 드디어 자체 공장을 가지고 연구 및 생산 활동에 전념할 수 있게 된 것이다. 오후 햇살을 맞고 선 천안공장 건물은 의욕에 찬 대한비케미칼(주) 가족들의 새로운 다짐을 상징하듯 은회색으로 환하게 빛나고 있었다. 자동차기술팀 백승욱 부장에게 대한비케미칼(주)의 도전과 성장에 대해 듣고, 작지만 강한 기업 대한비케미칼(주)의 활약에 주목해 본다.

In December, 2006, the Cheonan Factory of Daihan Bee Chemical was established in Baekseok-dong, Cheonan city, South Chungcheong province. Established in 1990, DBC now had its own factory for production and research. DBC's Cheonan Factory faces the afternoon sunlight and this emboldens the employees in their quest for quality and innovation. Let's listen to the challenge and growth of Daihan Bee Chemical from Mr. Baek, Seung-Wook, general manager of the Automotive Technology Team, and take a look at activities of DBC, a small but strong corporation.



대한비케미칼(주)는 (주)디피아이 홀딩스와 일본비케미칼(주)의 합작 회사로서, 분야별 전문 업체를 키워내고자 한 NOROO 그룹의 분산 정책에 따라 1990년 6월에 설립되었다.

대한비케미칼(주)는 플라스틱 도료를 전문으로 연구·생산·판매하는 회사로 자동차용 도료뿐만 아니라 휴대폰, 일반 백색 가전, 기타 플라스틱에 도장되는 모든 도료를 취급하고 있다. 대한비케미칼(주)는 '소량 단납기'를 목표로 계량 조색이 가능한 관리 시스템을 구비하고 있으며 명실상부한 세계 최고의 플라스틱용 도료 전문업체로 자리매김하고 있다.

대한비케미칼(주)는 2007년 3월 천안공장 준공식을 계기로 연구·생산에 더욱 박차를 가하게 되었다. 그동안 제품 생산을 안양공장에 기대어 왔던 터라 대한비케미칼(주) 직원들 모두는 자체 공장을 갖기를 염원했고, 이제 그 기대가 현실로 바뀌어 새로운 마음가짐으로 매출액 증대를 위해 더 큰 힘을 쏟을 수 있게 된 것이다.

대한비케미칼(주)의 주 생산 품목은 자동차 도료이다. 자동차 도료 시장에서 입지를 넓히기 위해 대한비케미칼(주)는 엄청난 노력을 벌여

왔다. 타사의 주거래 고객이었던 현대자동차에 도료를 납품하기 위해 2001년부터 꾸준히 노력하여 2006년부터는 현대자동차의 주력 차종인 HD 아반떼 도료의 70%를 납품하는 놀라운 성과를 올리기도 했다. 이는 영업 전략의 성공이기도 하지만 세계적 수준의 기술력이 뒷받침이 되었기에 가능한 일이었다.

대한비케미칼(주)는 2000년, 일본비케미칼(주)가 중국에 설립한 회사에 파견 나가 중국 현지 기술자들에게 대한비케미칼(주)만의 기술을 전수하였고, 2001년에는 ISO-TS16949 인증을 받음으로써 기술력은 물론 시스템의 우수성까지 인정받은 바 있다. 주로 해외에서 기술을 제공받던 이제까지와는 달리, 2006년부터는 미국의 NBCi, 터키의 CBS 등에 기술을 수출하고 있다. 또한 올해부터는 일본비케미칼(주)로부터 받던 일방적인 기술 제휴를 상호 기술 제휴 계약으로 바꾸면서 대한비케미칼(주)의 기술력을 인정받게 되었다. 현재 대한비케미칼(주)는 미국, 터키에 진출한 현대·기아 자동차와 기술 제휴를 맺고 있으며 중국, 인도, 체코에 현지법인을 설립해 그 명성을 드높이고 있다.

목표를 향한 당당한 발걸음

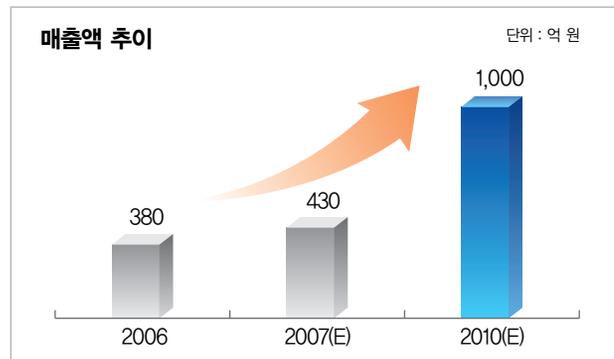
대한비케미칼(주)는 수성 도료를 개발하여 상용화하고, 친수성 도료와 기능성 UV 도료의 체계적인 연구 기반을 마련하고자 한다. 또한 울산과 체코 공장 건설을 개시하여 생산을 확대시키는 것을 2007년 목표로 잡고 있다.

“대한비케미칼(주)는 일본비케미칼(주)와 (주)디피아아 홀딩스 기술연구소의 기술력을 토대로 한 뛰어난 신기술 개발 능력과 신속한 A/S로 고객의 신뢰를 얻고 있습니다. 이 두 가지 핵심적인 강점에 효율적 영업 전략이 더해져 대한비케미칼(주)는 비록 규모는 작지만 타사와 차별화되는 경쟁력을 자랑합니다. 이를 바탕으로 우리는 자동차 부품용 도료에 집중되어 있는 현재의 매출 구조를 2010년 이후 자동차용 도료 50%, 기타 도료 50%까지 끌어 올리고자 합니다. 균형있는 발전으로 지속적으로 성장하는 대한비케미칼(주)를 지켜봐 주십시오.”

올해의 목표를 넘어서 2010년까지 이루어야 할 목표를 이야기하는 자동차기술팀 백승욱 부장의 눈빛이 사뭇 진지하다. 대한비케미칼(주) 직원들은 새로이 동지를 둔 천안공장에서 이러한 목표를 가슴에 새기고 2010년 매출액 1,000억 달성을 위해 정진하고 있다. 2006년 380억,

2007년 430억 매출로 국내외에서 그 성장세를 이어 나가고 있는 젊은 기업 대한비케미칼(주)에게는 그 어떤 목표도 불가능할 것은 없어 보인다.

구성원들의 창의력을 이끌어 내는 자유로운 학습 분위기, 고객 만족과 기술 향상, 그리고 사회 공헌 실현을 위해 힘쓰는 대한비케미칼(주)의 지치지 않는 열정은 플라스틱 도료 업계의 세계 최강자로 우뚝 서는 그날을 앞당길 것이라 믿어 의심치 않는다.



Daihan Bee Chemical was established in June 1990 as a joint venture between DPI Holdings and Bee Chemical in Japan, following NOROO Group's decentralization policy.

Specialized in research, production, and sales of paint products for plastics, Daihan Bee Chemical deals with paint products for cell phones, home appliances, and other plastics as well as automotive paints. DBC has a control system that enables computerized color mixing for a "short delivery of a small amount", and has become recognized as the world's best paints-for-plastics manufacturer.

With the completion of Cheonan Factory in March 2007, Daihan Bee Chemical accelerated its research and production. All employees at Daihan Bee Chemical wanted to have their own factory since they had previously depended on the Anyang Factory for production.

The main item of Daihan Bee Chemical is automotive paint and there has been a great effort to expand its position in the automotive paint market. DBC worked hard to become the paint supplier to Hyundai Motor since 2001, and began supplying 70% of paints for HD Avante in 2006. This occurred because of sales strategy and the world-class technology of DBC.

In 2000, Daihan Bee Chemical transferred its own technologies to local engineers of a company established in China by Japan Bee Chemical, and quickly earned a reputation for superiority of its system as well as technologies by obtaining ISO-TS16949 certificate in 2001. DBC now began exporting technologies to NBCi and CBS in Turkey in 2006. As DBC received recognition for its technologies, the one-sided technology transfer partnership with Japan Bee Chemical was converted to a mutual technology partnership this year. DBC is advancing its reputation with a technical partnership with Hyundai and Kia Motors that have advanced to USA and Turkey and the establishment of local branches in China, India, and the Czech Republic.



Confident Steps toward Goals

Daihan Bee Chemical plans to develop water paint and commercialize it, and prepare a base for systematic research of water paints and functional UV paints. There is a plan to start the construction of factories in Ulsan and Czech Republic in 2007 to expand production.

"Based on technologies of Japan Bee Chemical and DPI Holdings and prompt after-sales services, Daihan Bee Chemical enjoys the trust of its customers. Efficient sales strategies add to these two key strong points. The current automotive paint oriented revenue structure is scheduled to become a more balanced 50% automotive paints and 50% other paints by 2010."

Mr. Baek's eyes were sincere when he talked about the goals to be accomplished by 2010. DBC is projecting sales revenue of KRW 100 billion in 2010 with the Cheonan Factory production. There is a bright future for domestic and international growth with sales of 38 billion Korean won in 2006 and 43 billion Korean won so far in 2007.

Daihan Bee Chemical is destined to lead the plastic paints industry with its commitment to employee creativity, customer satisfaction, technical advancements, and social contributions.

새로이 펼쳐질 인생 2막의 출발선에 서다

At the Starting Line of Life's Second Act

글 편집실 Text by WVP editors

“돈을 잃으면 조금 잃는 것이고, 명예를 잃으면 많이 잃는 것이고, 건강을 잃으면 모두 잃는 것이다.” 평소 무심코 지나치던 이 말이 이제 (주)대연 물류1팀의 유수목 차장에게는 평생 가슴에 담을 만큼 절감하는 문구가 되었다. 그는 2년 전, 위암 2기 선고를 받아 수술과 항암 치료의 고통을 견뎌내고 마침내 건강을 되찾았다. 든든한 가장으로, 성실한 NOROO인으로 새 삶을 살고 있는 유수목 차장을 만나 그간의 이야기를 들어 보았다.

“You would lose a little if you lose money; you would lose much if you lose honor; you would lose all if you lose health.” This saying rings true for Mr. Yoo, Soo-Mok, a deputy general manager of Distribution Team 1 in Dai Yon. He was diagnosed with stage two stomach cancer two years ago, but overcame the pains of surgery and anti-cancer treatments and regained his health. Here is the story of Mr. Yoo who is living a new life as a reliable father and diligent NOROO employee.

유수목 차장은 1983년 (주)노루페인트 전신인 대한페인트 잉크에 입사해 현재 안양 단지 내 모든 물류 관리 업무를 담당하는 (주)대연의 물류1팀에서 근무하고 있다. 어느 때 처럼 의욕적으로 업무에 임하던 유수목 차장이 갑자기 청천벽력같은 소식을 접한 것은 2005년 12월이었다. 그저 소화가 잘 되지 않아 병원을 찾았던 그에게 생각지도 못한 ‘위암 2기’ 선고가 내려진 것. 평소 등산, 골프 등 운동을 꾸준히 해왔던 터라 더욱 믿을 수 없는 결과였다. 이듬해 1월, 곧바로 수술을 받았고 회복에 대한 강력한 의지로 항암 치료도 받았다. 그러나 항암 치료의 고통은 상상 이상이었다. 머리카락이 빠지고 무기력증과 구토가 동반되면서 우울증이 찾아왔다. 가족들에게도 힘겨운 시간이 시작되었다. 다시 떠올리기도 힘들 만큼 그때의 절망은 컸다고 그는 회상한다.

그러나 유수목 차장은 암 관련 인터넷 동호회에서 투병기를 읽고 암에 대한 공부를 하면서 ‘암은 더 이상 불치병이 아니며, 나처럼 고통을 받는 사람이 많다’는 사실에 위로를 얻었다고 한다. 아침마다 녹즙과 토마토, 마 등을 갈아 마시고 하루도 빠짐없이 식사일지를 쓴 지도 1년째다. 꾸준히 노력한 결과, 현재 위암은 완치됐지만 재발 가능성



이 높아 매사에 주의를 기울이고 있다. 투병 중에 힘을 낼 수 있었던 이유를 묻자 그는 이렇게 대답한다.

“암 환자에게는 가족의 관심과 사랑이 가장 큰 힘이 됩니다. 아내의 희생이 없었다면 이만큼 건강해질 수 없었을 겁니다. 또한 항암 치료 받는 동안 출근하려던 저를 만류하며 반드시 다 낫고 돌아오라고 응원해 준 회사와 진심어린 격려를 보내 준 직원들에게도 이 자리를 빌어 감사 인사를 전하고 싶습니다.”

건강하고 행복한 삶을 위하여

25년간 NOROO와 함께하면서 그는 참 많은 일을 겪었다. 지금도 잊을 수 없는 것은 97년도 화재 사건이다. 창고 크레인 판넬에 불이 붙으면서 시작된 화재는 도색 용도의 에어스프레이가 가동되면서 순식간에 걷잡을 수 없이 커졌다. 유수목 차장은 더 큰 사고를 막기 위해 불 속에 뛰어 들어 혼신의 힘을 다해 시너 드럼을 빼냈다. 다시 생각해도 아찔한 순간이었다. 유수목 차장은 그날의 화재를 잊지 않고, 늘 안전을 위해 힘쓰고 있다. (주)대연의 물류 창고는 NOROO 그룹에서 생산된 제품들이 보관·운반되는 곳이기 때문에 화재에 대한 각별한 주의가 요구된다.

“다각적인 변화가 요구되는 현 시점에서 (주)대연은 더욱 질 좋은 서비스를 제공하도록 노력할 것입니다. 개인적으로는 늘 긍정적인 마음으로 욕심 없이 삶에 임하고자 합니다. 사랑하는 가족과 든든한 동료들이 있으니 나는 행복한 사람입니다.”

NOROO인으로서, 그리고 한 사람의 자연인으로서 앞으로의 다짐을 말하는 유수목 차장의 얼굴에 이제는 제2의 인생에 대한 감사와 행복이 스며든다. 아내의 정성이 담긴 건강 도시락을 펼치며 동료 직원들에게 건강 관리의 중요성을 강조하는 (주)대연의 건강 전도사, 유수목 차장. 몸과 마음의 건강이 일도, 가정생활도 즐겁게 해주는 원동력이라는 진리를 유수목 차장은 오늘도 몸소 보여 주고 있다.



Mr. Yoo joined Daihan Paint & Ink, the former body of NOROO Paint & Coatings, in 1993, and now works at Distribution Team 1 of Dai Yon in charge of all distribution in the Anyang complex. In December 2005 Mr. Yoo went to a hospital complaining of indigestion and was discovered to have stage two stomach cancer. He had surgery the following January and anti-cancer treatments. It was a hard time for his family too.

By doing research on the Internet, he discovered that “cancer is no longer an incurable disease and there are lots of patients who feel pain like me”. He drinks green juice, tomato juice, and hemp juice every morning and writes a meal diary because he is worried about its recurrence. To my question about what encouraged him during his fight with cancer, he answered:

“My family’s attention and love have been the biggest support. Without my wife’s sacrifice, I could not have regained my health. I would like to give special thanks to the company for encouraging me and helping me return to work, and to my colleagues who offered their heartfelt encouragement.”

For a Healthy and Happy Life

Mr. Yoo’s most memorable experience in his 25 years at NOROO was a fire in 1997. It started with a small flame on a crane panel in a warehouse and quickly became a raging inferno when it contacted the air spray for painting. Mr. Yoo immediately began removing drums of paint thinner and prevented an even more disastrous situation. He is always concerned with safety, especially in the NOROO Group’s distribution warehouse in Dai Yon because of the highly flammable materials stored there.

“Dai Yon is working hard to deliver the highest quality services and I am facing life from a positive viewpoint since I have a loving family and supportive colleagues.”

Mr. Yoo, the health evangelist of Dai Yon, emphasizes the importance of health care to colleagues again today while opening his healthy lunch prepared by his loving wife. He is a perfect example of how physical and spiritual health contribute to the happiness of a family.

글 편집실 Text by WVP editors

성공을 부르는 긍정적 에너지의 힘

Power of Success-Bringing
Positive Energy
- Education for Team Managers in
NOROO Group

NOROO 그룹은 NOROO인들이 끊임없이 변화하는 비즈니스 환경에 효과적으로 적응하여 경쟁력을 강화할 수 있도록 각 계열사를 통합한 획기적인 인재 육성 교육 프로그램을 실시하고 있다.

7월 23일과 24일 양일간, 팀장급 직원들을 대상으로 하여 ‘Self Change Leadership : 나로부터 비롯되는 변화’라는 주제로 교육이 실시됐다. 이번 교육은 총 45명의 높은 호응 속에서 성공적으로 치러졌다. 긍정적 에너지가 넘쳐나는 놀라운 변화의 현장 속으로 함께 떠나 보자.

NOROO Group operated an innovative integrated talent cultivation training program for its affiliated companies to help NOROO people enhance their competitiveness in today’s changing business environment. From July 23 to 24, a training program for team managers was conducted with the theme “Self Change Leadership: Changes from Myself”. This education received favorable responses from the 45 trainees. Let’s take a trip to the site of astonishing changes full of positive energy.



경쟁이 치열한 비즈니스 세계에서 글로벌 기업으로 당당히 성장하기 위해서는 조직원들 모두의 힘이 뒷받침되어야 함은 말할 것도 없다. 그 중에서도 가장 중요한 것은 리더의 역할이다. 변화에 능동적으로 대처하는 유연한 사고와 행동력, 조직원들과의 효과적인 커뮤니케이션이 바탕이 될 때 비로소 그 조직은 안정 속의 변화, 조화 속의 성공을 날게 되는 것이다.

한국의식경영연구원 윤태익 원장의 강의로 진행된 이번 교육은 조직원들과의 효과적인 커뮤니케이션, 조직원들 간의 배려와 수용으로 열린 관계 형성, 변화와 혁신을 통한 조직의 비전 달성 등을 그 목적으로 하였다.

이번 팀장 교육에서는 '리더의 파워마인드' 라는 프로그램을 통해 개인의 의식이 조직에 미치는 영향을 분석하고, 성공과 실패를 좌우하는 긍정적, 부정적 사고방식에 대해 성찰하는 시간을 가졌다. 또한 '리더의 Win-Win 전략'을 통해 자신의 라이프 스타일을 돌아보고 조직 생활에서 굳어진 자신의 업무 스타일을 새로이 파악하도록 하는 등 다양하고도 획기적인 프로그램이 실시됐다. 한 마리의 '나비'가 탄생하기까지 그가 품어야 할 꿈, 열정, 도전, 인내, 희망 등의 덕목들을 되짚어 봄으로써 성공적인 삶을 위한 능동적 에너지를 축적하는 뜻깊은 시간이었다. 변화와 화합을 가능케 하는 긍정적 마인드를 함양하고, 자발적 실천을 통해 열정의 리더십을 발휘하는 지혜를 얻을 수 있었다는 점에서 이번 교육에 대한 참여자들의 반응은 무척 뜨거웠다.

바람직한 리더십과 팔로우십을 아는 리더, 동료의 소중함을 알고 책임감 있는 관리자로서의 역할을 충실히 해내는 리더. 이들이 활약하는 한 변화와 혁신을 주도하는 NOROO의 창조적 성장은 결코 멈추지 않을 것이다.

It goes without saying that the growth to a global corporation requires the support of all employees. The most important thing in achieving this is leadership. An organization can achieve changes in stability and success in harmony only based on the leader's flexible thought and action to cope with changes and effectively communicate with employees.

Directed by Mr. Yoon, Tae-Ik, the head of Korea Consciousness Management Research Center, this education helped the organization through formation of open relationships, changes, and innovations based on effective communication with members and consideration and adaptation among members.

In this education for team managers, the trainees had time to analyze the impact of individual consciousness on an organization through a program "Power Mind of Leader". The education also provided innovative programs for trainees to look back on their lifestyles and rethink their work styles in the program "Win-Win Strategies of Leader". It was a meaningful time to accumulate positive energy for successful life by discussing the virtues of dream, passion, challenge, and patience, and hope that should be born in mind for the birth of a "Butterfly".

Leaders who know appropriate leadership and followership; leaders who know the preciousness of colleagues; leaders who faithfully carry out their role as a responsible manager. As long as they are in action, the creativity and innovation leading NOROO's creative growth will never be stopped.



조화로운 조직을 만드는 리더의 힘 Leader's Power Creating a Harmonious Organization

조직을 이끌어 가는 리더에게는 수많은 덕목이 요구된다. 그 중에서도 변화에 대응하는 지혜와 창의력, 구성원들과의 효과적인 커뮤니케이션 능력은 필수가 아닐까? 아름다운 리더가 되기를 꿈꾸는 대한코일코팅(주) 포항공장 생산팀 하태윤 차장과 (주)씨케이페인트 경영지원팀 이찬영 차장에게 팀장 교육에 대한 소감과 앞으로의 각오를 들어 보았다.

Leaders must have certain virtues to effectively lead an organization. Wisdom and creativity to cope with changes and effective communication with members are especially essential among them. Here are impressions and resolutions from Mr. Ha, Tae-Yoon, a deputy general manager of Production Team in Daihan Coil Coatings's Pohang Factory, and Mr. Lee, Chan-Young, a deputy general manager of Management Support Team in CK Paint Co., Ltd. who dream of becoming an effective leader.

'나'로부터 비롯되는 변화의 파워

"오랜만입니다. 그동안 잘 지내셨지요? 이런 교육을 받게 되니 만나게 되는군요." 안양 식당 휴게실에서 나는 첫인사였다. 웃음 가득한 얼굴로 악수와 포옹을 나누는 모두의 얼굴에 서로를 향한 반가움과 이번 교육에 대한 기대가 가득해 보였다.

금번 교육을 통해 나를 돌아보는 시간을 가지고, 나비 일생의 비밀에서 회사, 가정, 그리고 인생의 전환점을 만드는 비법을 배우고자 하는 마음으로 교육에 임했다. BEST 1(강점 강화), FIRST 1(기회 선점), ONLY 1(차별적 경쟁력), '꿈을 갖고 열정적으로 도전하고 인내하면 희망이 열린다'는 '나비 5'의 신비에 대해 깨달음을 전수하듯 강사님의 강의에도 열정이 넘쳤다. 나뭇잎을 먹는 애벌레가 나비가 되기 위해 도전하는 마음, 즉 '깨달음, 평화, 기쁨, 사랑, 이성, 포용, 자발성, 중립, 용기'의 파워를 체험해 보는 시간을 가졌다. 또한 100% 신념을 갖고 끝까지 인내해야 하는 '고치 틀기'의 중요성을 이해하였고, '3GO - 고인, 고통, 고요'의 25분 체험은 무척 힘들었지만 인상적인 시간이었다. 지금보다 나은 모습을 위한, 꿈을 이루기 위해 필요한 도전과 인내의 필요성을 절감하고 새로운 각오를 다지는 계기가 되었다.

'머리형, 가슴형, 장형' 인간의 학습을 통해서는 '다르다'의 개념을 수용하고, 자기와 동료, 직원, 고객의 스타일을 파악하여 진정한 배려를 통한 열린 관계를 형성할 수 있다는 확신을 갖게 되었다. 직장가 가정에서의 역할극을 통해 그동안 내 방식으로만 주위에 요구해 왔던 것은 아닌지 반성하기도 했고, 이제는 내가 가족과 직원들에게 코드를 맞추어 대화해야겠다는 다짐도 하였다. 마지막 게임 순서에서는 어떻게 팀을 짜도 팀워크가 척척 맞았다. 교육의 효과를 톡톡히 확인한 셈이다.

21세기 화두는 '도전과 창의력'이라고 하는데, NOROO 그룹의 도전과 성공을 위해 '나로부터 비롯되는 변화의 파워'를 확산시켜야 되겠다는 각오를 다시 한번 다졌다.

이렇게 하여 짧고도 유익했던 교육 프로그램은 끝을 맺었다. 다시 만날 것을 약속하면서 헤어짐이 아쉬워 두 손을 맞잡았던 우리들. 모두 이번 교육을 계기로 각자의 스타일을 찾아 도전하고 인내하여 '나비'로 거듭날 수 있기를 기원한다. 마지막으로 '감+사(감사와 사랑)합니다' 운동을 확산시켜 행복한 나, 행복한 우리, 나아가 최고의 NOROO를 만들고 싶다.

The Power of Change from "Myself"

"Long time no see! It's so nice to meet you here thanks to this education." It was greetings among trainees at a lounge in the restaurant in Anyang.

This education gave me the opportunity to look back on myself and find ways to create a turning point in my company, family, and life from the secret in the life of a butterfly. We had time to experience the mind of a caterpillar challenging to become a butterfly. I also understood the importance of "Cocoon Making" that requires endless patience and faith. The 25 experience of "3 GO - Gomin (Agony), Gotong (Pain), and Goyo (Silence)" was very hard but impressive.

I could accept the concept of "difference" through the learning of "Brain, Heart, and Body-Centered Type", and become sure "We can form an open relationship through true consideration by understanding the styles of myself, colleagues, employees, and customers." Keeping in mind that the issues of the 21st century are "challenge and creativity", I once again tightened my resolution to spread the power of change from myself for the challenge and success of the NOROO Group.

I hope all of the trainees can challenge and endure the future in their own styles to be reborn as a "butterfly" through this education. Lastly, I would like to accomplish Happy I, Happy We, and the Best NOROO by spreading the "T+L (Thank You and Love)" movement.

대한코일코팅(주) 포항공장 생산팀 하태윤 차장

Ha, Tae-Yoon Deputy General Manager of Production Team in Daihan Coil Coatings's Pohang Factory



한 마리의 '나비'로 태어나기 위해 우리가 기억해야 할 것들



1박 2일간의 NOROO 그룹 팀장 교육을 마치고 일터로 복귀했다. 이번 교육은 내 삶에 필요한 것들을 얻은 정말로 유익한 시간이었다. 처음 보는 팀장님들도 많았지만 모두들 하나되는 편안한 분위기 속에서 교육이 진행됐다. 이러한 유익한 교육을 받도록 기회를 주시고, 곳은 날씨에도 교육 진행에 애쓰신 NOROO 가족들에게 먼저 감사 인사를 드리고 싶다.

오늘 나의 작은 변화와 실천이 미래의 큰 변화인 성공을 부르는 조건이 될 수 있기에 교육에 앞서 설레기도 했으나 '나로부터 비롯되는 변화'와 나비의 꿈, 열정, 도전, 인내, 희망에 대해 강의를 들을 때는 나의 부끄러운 부분을 들킨다는 생각에 긴장이 되기도 했다. 사람의 유형을 머리형, 가슴형, 장형으로 나누어, 각각의 타입마다 기질과 에너지 충전 방식이 다를 수 이해할 수 있었는데, 이 점은 앞으로 직원들과 회사 일을 하는데 큰 도움이 될 것으로 생각한다. 그간 팀장으로서 팀원들을 이해하고 도우려 했지만 그것이 진정한 이해를 바탕으로 한 체계적인 도움이었는지 스스로 돌아보게 되었다.

또한, 교육 내용 중 주도적인 나비 에너지인 '파워'와 수동적인 나비 에너지인 '포스'의 수치화된 의식의 지도를 알고 나

니 회사 생활에서 동료들에게 에너지를 줄 수 있는 방법이 무엇인지 알 수 있었다. 내가 동료들에게 에너지를 주고, 실천을 통해 분위기를 바꾸어 나가면 이를 받은 동료들 또한 내게 에너지가 되는 힘과 행동을 보여 줄 것이다. 이와 같은 순환을 통해 회사 전체에 힘이 넘칠 것이고, 그런 회사에서 일하는 나도 끊임없이 에너지를 받게 되니 나의 성공적인 삶에도 도움이 될 것으로 확신하게 되었다. 복귀한 다음 날 아침, 에너지의 순환을 실천하자는 의미에서 팀원들에게 이와 같은 교육 내용을 복사하여 전해 주었다.

조직의 발전을 위해서는 팀장만이 변화하는 것이 아니라, 팀원들도 '나비'가 되기 위한 꿈을 가지고 애벌레의 열정과 고치 틀기의 도전, 번데기의 인내를 가져야 할 것이다. NOROO 그룹의 70년을 내가 보고, 후배들에게는 80년을 보게 하면, 그 다음 후배들은 백 년의 꿈을 가질 수 있지 않을까.

이러한 교육의 기회가 다른 직원들에게도 확대되어 더욱 혁신적이고 에너지 넘치는 NOROO 그룹으로 발전해 나가기를 바라는 바이다.

Must-Remembers to be reborn as a "butterfly"

After the two-day education for team managers in the NOROO Group, I returned to the office. Although many trainees were strangers to me, the education was conducted in a harmonious and comfortable atmosphere. I'd like to express my appreciation to NOROO people who provided a chance for me to take this useful education and made efforts to conduct education programs even in bad weather.

My heart leaped up before the education because of a thought that today's small change and practice can be a condition for a big change in the future, but I was also nervous when I listened to a lecture about "Changes from myself" because of a thought that my shameful aspects could be revealed. I could understand that a person's type can be divided into brain, heart, and body-centered type, and each type have a different disposition and method of charging energy. This can be very helpful in doing work with colleagues in the future. I thought I tried to understand and help team members as the team manager, but now I look back on the past asking myself if it was systematic help based on real understanding.

In addition, I learned to know how I could provide energy to my colleagues after learning the digital mapping of consciousness of "power", active butterfly energy, and "force", passive butterfly energy. If I give energy to my colleagues and change the atmosphere by practice, they will also show power and action that can be energy to me. I believe that this virtuous circle will make the company full of energy and it will be helpful for my success in life. When I returned to the office the next morning, I copied the contents of the education and provided them to team members.

For the growth of the company, not only team managers should change but also team members should have caterpillar's passion, challenge of cocoon-making, and chrysalis' patience with the dream to become a "butterfly". When I see 70 years of NOROO Group and the younger see 80 years, the following generation will see a 100-year dream.

I hope these kinds of education opportunities will be provided for other employees so that NOROO Group can continue its march towards being an innovative and energetic global enterprise.

(주)씨케이페인트 경영지원팀 이찬영 차장

Lee, Chan-Young Deputy general manager of Management Support Team in CK Paint Co.,Ltd.



최고와 최고가 함께 만들어 내는 시너지- NOROO와 KNT, 합작 및 기술이전 계약 체결

Synergy happens when the best teams up with the best
- NOROO and KNT signed a contract for collaboration and technology transfer

글 편집실 Text by WVP editors

중국 내 자동차용 도료부문에서 높은 성과를 거두고 있는 KNT(Shanghai Kinlita Chemical Co. Ltd)와 NOROO가 손을 잡았다. NOROO는 이번 합작을 통해 자동차용 전착도료(CED) 기술을 KNT에 전수하고 중국 자동차 도료 시장에 본격적으로 진출한다. 뚜렷한 목표와 서로에 대한 신뢰가 톱니바퀴처럼 맞물려 최고의 파트너로 탄생한 NOROO와 KNT. 이들의 만남이 낳을 아시아 자동차 도료업계의 새로운 신화에 귀추가 주목된다.

NOROO and KNT (Shanghai Kinlita Chemical Co., Ltd.) are joining forces. This collaboration involves NOROO advancing aggressively into the Chinese automotive paint market by transferring automotive cathodic electro-deposition (CED) paint technology to KNT. NOROO and KNT have created the Asian industry's best partnership founded on a combination of clear goals and mutual trust.



지난 7월 10일, 중국 상하이에 위치한 KNT 본사에서 NOROO와 KNT의 합작 체결식이 거행됐다. (주)디피아이 홀딩스 한영재 회장과 KNT의 우국정 동사장, 전경위 총경리 및 귀빈들이 참석한 가운데 열린 이번 합작 체결식은 서로 간의 목표와 다짐을 공고히 하고, 양사가 공동으로 추진해 나갈 앞으로의 계획을 공식적으로 확인하는 의미 있는 자리였다.

NOROO의 전착도료 기술은 미국 특허를 받는 등 이미 국제적으로 그 우수성을 인정받은 바 있다. KNT는 NOROO로부터 자동

차용 전착도료(CED) 기술을 전면적으로 도입하여 제품의 시장 경쟁력을 높이고, 중국 내 자동차 코팅 분야에서 경쟁력을 강화할 전망이다. 또한 NOROO는 KNT와의 합작을 통해 중국 자동차 도료 시장에 진출 가능성을 타진하고, 글로벌 기업으로 발돋움 하는 초석으로 삼고자 한다. 이번 합작 체결은 양사의 이익과 발전을 도모하고, 성공적인 미래의 청사진을 제공했다는 점에서 큰 의미가 있다.

KNT는 어떤 기업인가?

KNT(Shanghai Kinlita Chemical Co. Ltd)는 1993년 중국 상하이에 설립되어 자동차 코팅 분야의 연구, 생산, 판매, A/S를 전문으로 하는 기업이다. 대표적 제품으로는 양이온 전착도료(CED), 음이온 전착도료(AED), 하도 중도도료, 솔리드 상도도료, 메탈릭 상도도료, 플라스틱 도장용 상도도료, 세라믹 도료 등이 있다.

KNT는 앞선 기술력을 바탕으로 중국 과학기술부로부터 Torch-project Enterprise로 승인받았고, 상하이 지방자치 정부로부터 첨단 기술 기업으로 인정받으며 13년간 꾸준히 그 역량을 증진시켜 오고 있다. 중국 자동차 코팅 분야에서 KNT의

생산·판매량은 상위 5위 이내이며, 자동차용 전착도료(CED) 제품은 선두를 차지하고 있다. 전문 부서의 유기적인 협력과 혁신적인 기술 개발에 대한 노력으로 KNT의 엔드 투 엔드(End-to-End) 전략은 실질적으로 품질, 가격, A/S 등 페인팅 분야의 모든 니즈를 포괄한다. 고객 우선 방침으로 100여 곳의 장기 거래처를 확보한 신뢰받는 기업 KNT는 BSI(British Standard Institution)로부터 ISO/TS16949 품질경영 시스템을, Shanghai Academy of Environment & Science로부터 ISO14001 환경경영 시스템을 인증받은 바 있다.

About KNT

Established in Shanghai, China in 1993, KNT (Shanghai Kinlita Chemical Co., Ltd.) specializes in research, production, sales, and after-sales services in the automotive coating sector. Its main products include cathodic electro-deposition (CED) paint, anion electro-deposition (AED) paint, base and intermediate coat, solid top coat, metallic top coat, top coat for plastics, and ceramic paint.

KNT has received approval from China's Ministry of Science and Technology as a Torch Project Enterprise based on its advanced technologies and improved capabilities over the past 13 years. It is also recognized by the Shanghai Provincial Government as a high-tech corporation. KNT ranks among

China's top 5 automotive coating companies in terms of production and sales volume, and leads the market of automotive CED products. Along with organic cooperation among specialty departments and development of innovative technologies, KNT's end-to-end strategy includes quality, price, and after-sales services. KNT, having 100 long-term customers based on its customer-oriented policies, received the certificate of ISO/TS16949 Quality Management System from BSI (British Standard Institution) and the certificate of ISO14001 Environmental Management System from Shanghai Academy of Environment & Science.



신뢰의 파트너십으로 뭉친 NOROO와 KNT NOROO and KNT united by partnership of trust

최고의 자동차 도료 기업으로 거듭나기 위해 NOROO와 합작 및 기술이전 계약을 체결한 KNT.
앞으로 NOROO의 합작사로서 협력해 나갈 KNT의 경영진에게 그에 관한 각오와 전망을 들어 본다.

KNT signed this contract for collaboration and technology transfer with NOROO to introduce its technologies and work with NOROO in becoming the world's best automotive paint company. Let's listen to resolutions and prospects from the management of KNT about its cooperation with NOROO.

오늘날, 세계적인 경제 통합 관점에서 국제 기업 간의 협력이 늘고 있습니다. 기업의 장기적인 발전을 위해서는 민족주의를 버리고 외국 기업과의 합작으로 국제 시장에서의 입지를 넓혀야 합니다. KNT와 NOROO의 이번 합작은 이러한 움직임의 일환입니다.

중국 자동차 산업은 빠른 속도로 발전하고 있습니다. 2000년도에 200만 대였던 자동차 생산량이 금년에는 800만 대를 초과하였고, 2010년이면 중국은 세계 최대의 자동차 생산국이 될 전망입니다. 세계 유명 자동차용 도료 생산 업체들이 중국에 공장을 설립하여 중국 자동차용 도료 시장 점유율을 높이기 위해 치열하게 경쟁하고 있습니다.

NOROO는 이번 합작을 통해 효과적인 중국 진출의 초석을 마련하고, KNT는 NOROO의 기업 문화와 창조적 기술, 축적된 노하우를 나누어 중국 상용차 도료 부문에서의 지위를 확고히 할 것입니다. 또한 상용차 이외의 자동차용 도료 시장 진출을 확대하여 매년 20% 이상의 성장 속도를 유지할 계획입니다.

궁극적으로 사회 공헌을 추구하는 NOROO와 KNT는 기업 이념이 상통합니다. 60여 년 역사로 다져진 NOROO의 기술, 제품, 기업 관리 능력은 KNT에게 좋은 본보기가 될 것이라 생각합니다. KNT는 합작 내용을 준수하여 최대의 성과를 이끌어 낼 수 있도록 최선을 다할 것을 약속드립니다. KNT와 NOROO는 서로 간의 신뢰와 열정으로 사업 파트너를 넘어 진정한 동반자로 거듭나리라 확신합니다.



우국정 KNT 회장

KNT는 “국제 일류의 도료 공업을 창조하자!”라는 기업 목표를 가지고 산업 진흥과 사회 공헌을 실천하는 기업으로서 중국 자동차 도료 시장 석권을 위해 노력하고 있습니다. NOROO와의 이번 합작은 양사에 많은 이익을 가져다 줄 것으로 보입니다. KNT는 NOROO의 획기적인 자동차용 전착도료(CED) 기술을 도입하여 한층 향상된 품질의 전착 도료 제품을 경쟁력 있는 가격에 생산·판매할 것입니다. 그렇게 하여 NOROO에게도 투자 이익을 제공하고, NOROO는 중국 시장 진출의 통로를 마련할 수 있게 됩니다. KNT는 중국 내 상용차 도료 시장에서의 지위를 확고히 하고, PPG와 같은 세계적인 도료업체의 아성에 도전할 준비가 되어 있습니다. KNT와 NOROO의 합작은 중국 자동차용 도료의 경쟁 구도에도 큰 영향을 미칠 것입니다.

합작 계약이 체결되기까지 쌓아온 믿음을 바탕으로 서로의 역량을 믿고 협력한다면 빠른 시일 내에 가시적인 성과를 이룩할 수 있을 거라 생각합니다. KNT의 전 구성원은 NOROO와 같은 우수한 합작 파트너를 맞이하게 된 사실에 만족하고 있으며, 양사가 장기적인 공동의 목표를 가지고 진실되고 건설적인 관계를 이어 나간다면 최대의 시너지를 발휘할 것이라 믿습니다.



전경위 KNT 사장

NOROO and KNT held the contract signing ceremony at the head office of KNT located in Shanghai, China on July 10. With the attendance of Mr. Han, Young-Jae, the chairman of DPI Holdings, Mr. WU GUOZHENG, the chairman of KNT, and Mr. QIAN XIONGWEI, the president of KNT along with other guests, the signing ceremony was an auspicious meeting where mutual goals and commitment were solidified and plans for the newly formed partnership confirmed.

NOROO's CED technology has already received international recognition for excellence as evidenced by

registration of its USA patent. KNT is expected to improve market competitiveness of products and strengthen its competitiveness in the automotive coating market in China by fully introducing the automotive CED technology from NOROO. NOROO also intends to examine the possibility of advancing into the Chinese automotive paint market through collaboration with KNT. This contract is significant because it seeks mutual benefits and growth and provides both companies with a blueprint for an even more successful future.

WU GUOZHENG, Chairman of KNT

Joint ventures among global corporations are increasing because of international economic integration. For an enterprise to achieve long-term global growth, it is necessary to throw off the yoke of nationalism and enhance its position in international markets through collaboration with foreign companies. This collaboration between KNT and NOROO represents just such a commitment.

The Chinese car industry is rapidly expanding as evidenced by a production rate of 2 million cars in year 2000 and over 8 million cars this year. Industry analysts predict that China will become the world's leading car production country by 2010. Global automotive paint production companies are competing to increase their share of the Chinese auto-paint market by establishing factories in China.

This collaboration establishes a base for NOROO to advance its market penetration in China and KNT will strengthen its position within the Chinese commercial vehicle paint industry by sharing NOROO's corporate cultures, creative technologies, and accumulated knowledge. An annual growth rate of 20% is forecast, thanks to expansion of our existing commercial vehicle paint market to the automotive paint market.

Basically, NOROO and KNT corporate philosophies are "in sync" concerning contributions to society. NOROO's technologies, products, and enterprise management capabilities achieved over 60 years of operations represent an example for KNT to aspire to and we pledge our commitment to obtaining maximum results from this collaboration contract. I am confident that KNT and NOROO will become true companions, not just business partners, based on the highest levels of mutual trust and enthusiasm.

QIAN XIONGWEI, President of KNT

KNT is committed to conquering the Chinese automotive paint market through industrial promotion and social contribution. Our company goal of creating the world's best paint and our collaboration with NOROO will bring substantial benefits to both companies. KNT will manufacture and sell the highest quality CED paint products at competitive prices by introducing NOROO's innovative automotive CED technologies to the rapidly expanding Chinese market. We will provide NOROO with a high return on their investment, and NOROO will enjoy a smoother entry into the Chinese market. KNT is now positioned to challenge world-class paint companies like PPG in the Chinese commercial vehicle paint market. The collaboration between KNT and NOROO will have a major impact on the paint products market for commercial vehicles in China.

We can achieve tangible results within a short period if we trust our partners' capabilities and cooperate in the ways specified in the collaboration agreement. There is a company-wide commitment at KNT to collaborating with NOROO in building a long-term synergistic relationship.

한·중 문화의 조화로 글로벌 기업 NOROO의 미래를 열다

Harmony between Korean and Chinese cultures opens the future of global NOROO.



글 편집실 Text by WVP editors

글로벌 시대가 열리면서 비즈니스에는 국경이 사라졌다. 이러한 비즈니스 환경 속에서 외국 근로자들과 함께 일하면서 생기는 문화적 격차를 해소하고 이문화에 대한 이해와 적응도를 높이는 것은 직원 화합 차원을 넘어 기업 발전의 핵심 키워드가 되고 있다.

‘특채(상해)도료유한공사’에서 이번에 중국 현지 직원들을 상대로 이문화 교육을 실시했다. ‘Working Effectively with Korean Colleagues’라는 주제로 진행된 열기 가득한 이문화 교육 현장을 찾아가 보았다.

The opening of the global era has eliminated national borders from business. Removing culture gaps that occur in working with foreign workers in this business environment and improving understanding and adaptability to different cultures are keys to corporate growth and harmony among employees.

DPI (Shanghai) has recently conducted culture education for local employees in China. Let’s look over the exciting site of education for “Working Effectively with Korean Colleagues”.

7월 10일과 11일, 득채(상해)도료유한공사 강당에서 중국 현지 채용 직원들을 대상으로 한 이문화 교육이 실시됐다. 이 프로그램은 한국 직원들과 함께 일해 온 중국 매니저들에 의해 계획된 것으로서 다문화 환경에서 일하는 현지 채용 직원의 의식을 발전시키고, 한국 직원들과의 효과적인 상호작용을 가능케 하는 글로벌 비즈니스맨의 매너를 습득하게 하는 것이 그 목적이다.

이번 교육은 크게 두 가지 내용으로 구분된다. 첫째는 한국 문화에 대한 총체적인 교육이다. 역사에서부터 방문, 식사, 의복 예절에 이르기까지 한국인의 생활에 배어 있는 문화 관습을 익힘으로써 한·중 직원 간의 문화 격차를 줄이고자 했다.

둘째는 한국의 기업문화에 대한 교육이다. 한국 기업의 조직 문화를 이해하고 장단점을 분석하여 이를 바탕으로 Cross-Cultural 능력을 제고하는 것은 다문화 환경에서 일하는 득채 직원들이 갖추어야 할 매우 중요한 요건이다.

교육생들에게 이번 이문화 교육은 한국과 중국의 문화적 유사성을 알고, 더불어 잠재적 갈등 요소를 발견하여 이를 효과적으로 해소하기 위한 방안을 찾는 훈련의 시간이기도 했다. 프로그램 중 가장 호응도가 높았던 것은 '커뮤니케이션'의 중요성을 인식시켜 준 게임이었다. 한 팀이 2개 조로 나뉘어 주어진 임무를 수행하는 형식으로, 공동 업무에 있어 정확한 정보 교류와 이해가 성공적인 임무 수행을 좌우한다는 진리를 일깨워 준 유익한 시간이었다. 이번 이문화 교육에서는 강의 시간 내내 질문이 끊이지 않는 등 교육생들은 적극적으로 수업에 임했으며, 강사의 열성적인 강의와 재치 있는 입담은 교육생들의 이해와 집중도를 높였다.

이문화 교육을 통해 조직원 모두가 한층 성숙된 Cross-Cultural 마인드로 똘똘 글로벌 기업 득채로 거듭나기를 기대해 본다.

The education on different cultures was conducted for local employees in China in the auditorium of DPI (Shanghai) on July 10 and 11. Planned by Chinese managers who have worked with Korean colleagues, this program was aimed at improving the recognition of local employees working in a multi-cultural environment and help them acquire manners appropriate for a global businessman and enable effective interactions with Korean employees.

In general, this education can be divided into two categories: The first is overall education about Korean culture. They tried to reduce culture gaps between Korean and Chinese employees by teaching Korean history, and etiquette during visits and dining. Clothing styles were also reviewed.

The second is education on Korean corporate cultures. Understanding the organizational culture of Korean companies, analyzing its pros and cons, and improving cross-cultural capabilities based on them are very important elements for DPI's employees who work in a multicultural environment.

This program helped trainees understand the similarities between Korean and Chinese cultures, discover potential trouble spots and how to eliminate them. The most popular part of this program was a game where trainees experienced the importance of "communication." The game involved one team that was divided into two groups having to accomplish given missions through the accurate understanding and exchange of information. Trainees enthusiastically participated in this education program by asking questions and having dialogs with lecturers.

I expect all employees to contribute to the rebirth of DPI as a global corporation a mature, cross-cultural mind.



“이문화 교육 실시로 한층 성숙해질 특채(상해)도료유한공사를 기대합니다!”

"I anticipate DPI (Shanghai) will demonstrate greater cultural sensitivity after this education."

글로벌 시대를 이끌어 가는 것은 글로벌 기업, 그리고 최고의 글로벌 기업을 만드는 일등 공신은 바로 국제화된 마인드로 무장한 구성원들이다. 이번 이문화 교육의 강의를 맡은 강사에게 이문화 교육의 필요성과 교육 효과에 대해 들어 보고, 교육생들이 말하는 교육 소감과 각오에 귀 기울여 보자.

Global corporations lead the global era, and what makes the best global company are its members equipped with a global mind. Let's listen to the lecturer of this education program about the necessity and effects of education on different cultures, and trainees' comments on the education and their resolutions.



Donny Huang (강사 • 4 stones Cross-Cultural 발전 유한공사 대표)
(Lecturer • CEO of 4 Stones Cross-Cultural Improvement)

오늘날의 글로벌 비즈니스 환경에서 다국적 기업 근로자의 '이문화 교육'이 꼭 필요한 이유는 무엇인가?

오늘날 미국의 다국적 기업들이 아시아 시장 진출을 확대하고, 동시에 아시아 기업은 날로 국제화 되는 가운데 이제 '글로벌 기업'은 국제 비즈니스 시장의 주인공으로 급부상하고 있다. 성공적인 다국적 기업은 아시아 경제에도 지대한 영향을 미치게 될 것이다.

특채와 같은 다국적 기업은 끊임없이 신흥 시장을 발굴하고 주요 해외 시장으로 뻗어 나가기 한다. 그러므로 해외 시장을 잘 아는 경영 인재를 키워내야 하며, 이들에게 한국 문화와 특채 고유의 기업문화를 알리고 이들의 Cross-Cultural 능력을 배양하는 것이 특채의 글로벌 경쟁력을 확보하는 중요한 수단인 것이다.

이번 교육은 '특채'에 어떠한 긍정적인 효과가 있을 것으로 보는가?

교육생들은 이번 교육을 계기로 국제적 시야를 넓히고, 한국인 동료와의 업무에서도 이전과는 다른 Cross-Cultural 능력을 발휘할 수 있을 것이다. 물론 직원들 간의 교육 효과의 차이도 발생할 것이나 업무를 지속하면서 이러한 격차는 줄어들 것이다. 서로 간의 격차를 줄이기 위한 판단과 노력의 과정 또한 교육의 연장선이라 볼 수 있다. 이번 교육을 통해 특채 직원들의 업무 효율을 높이고, 이는 실질적인 기업의 이익으로 이어질 수 있을 것이라 기대한다.

What is the absolute reason for the necessity of "Education on Different Cultures" for employees of multinational companies in global business environments these days?

As American multinational companies are expanding into the Asian markets and Asian companies become more globalized, global corporations are becoming the leaders in international business and markets. Successful multinational corporations will greatly affect the Asian economies.

A multinational company such as DPI should endlessly develop new markets and advance into overseas markets. To secure global competitiveness, therefore, it is important for DPI to cultivate management talent that is well aware of foreign markets, educate them about Korean culture and DPI's unique corporate culture, and bring up their cross-cultural capabilities.

What kind of positive effects to DPI do you expect from this education program?

Through this education program, trainees will be able to widen their global views and show their cross-cultural capabilities in working with Korean colleagues. Of course individual gaps among employees in educational effects may occur, but these gaps will decrease as they continue to work. Processes of judgment and efforts to reduce the gaps can be considered part of this education. I expect our efforts here will improve work efficiency of DPI's employees and lead to practical benefits for the company.

이문화 교육을 마치고...

천병 (공업영업사원)

저는 공업영업부분의 판매원으로 PCM, 내지문 도료 및 구조강용 도료 판매를 담당하고 있습니다. 평소에 신기술 및 시장 전경이 넓은 제품에 대해 관심이 많아 타 문화권과의 교류에 대한 학습이 필요하다고 스스로도 생각해 왔습니다. 이번 교육을 통해 타 문화권에 속한 사람들 간의 이해와 커뮤니케이션 방법을 익히게 되어 매우 흥미롭고 유익했습니다. 앞으로 한층 강화된 Cross-Cultural 능력을 바탕으로 글로벌 기업 특채의 일원으로서 힘차게 전진하겠습니다.

당월 (영업기획팀장)

중국의 대표적인 문화적 특성 중 하나는 '나래주의(拿來主義)'입니다. 외국의 문물을 받아들여 그 중 좋은 것을 배우자는 뜻으로, 이는 중국 고유 문화에 외국 문화의 장점을 결합하는 특성입니다. 그러한 측면에서 저는, 어떤 일도 소홀히 하지 않고 이미 최상의 것임에도 더욱 뛰어난 것으로 만들고자 하는 한국인 특유의 문화를 받아들여 발전의 초석으로 삼고자 합니다. 앞으로도 교육 대상의 범위를 넓혀 지속적으로 이러한 교육이 실시되었으면 하는 바람입니다.

장뢰 (업무지원과장)

처음 특채에 들어왔을 때는 한국인과 함께 일하더라도 내가 맡은 일을 책임 있게 해내지만 한다면 문화 차이는 문제되지 않을 거라 생각했습니다. 그러나 문화 차이는 생각보다 업무에 많은 영향을 미친다는 사실을 알게 되었죠. 이번 이문화 교육은 한국 직원과 중국 직원이 서로의 문화를 더욱 잘 이해하고 융화할 수 있는 시발점이 되었다고 생각합니다. 이를 계기로 더욱 경쟁력 있는 특채로 거듭날 수 있을 것이라 확신합니다.

심봉량 (건축기술팀장)

3년여 동안 특채에서 근무하면서 합리적이고 실리를 중시하는 중국인들과 열정적이고 적극적인 한국인의 업무 스타일에서 양국 간 비즈니스 문화의 차이를 느껴 왔습니다. 어려운 상황에서도 꿋꿋이 견뎌내고, 바꾸어야 할 점은 과감히 개혁하는 한국인의 특성과 성실히 일하고 겸손한 태도로 배우고자 하는 중국인의 특성은 각각의 장점을 갖고 있습니다. 이번 교육을 통해 중국 문화의 장점을 재발견하고, 한국 문화의 특성 및 예절, 기업 문화에 대해 심도 있게 학습하는 좋은 기회가 되었습니다. 또한 서로 간의 커뮤니케이션의 기본은 '언어' 이므로 앞으로 한국어 학습을 강화하여 한국 직원들과의 더욱 원활한 커뮤니케이션을 위해 노력하겠습니다.

After Education on Different Cultures

CHEN XING (Industrial Sales)

I am in charge of sales of PCM, an anti-fingerprint paint and paint for ferrosilicon. I am interested in high-technology products having broad market prospects and have recognized the necessity of education on positive cultural exchanges. This education was so interesting and useful in learning how to understand and communicate with other people in other cultures. Based on these enhanced cross-cultural capabilities, I will move forward as a member of global DPI.

TANG YUE (Sales Planning Team Manager)

One of the Chinese cultural features is Nalai Zhuyi (拿來主義), which means accepting foreign cultures and learning good things from them. I would like to accept Koreans' unique culture as a base for improvement, not to let any thing slide, and to try to make even the best better. I hope this education will be continued for a wider range of trainees.

ZHANG LEI (Work Support Team Manager)

When I joined DPI, I thought there would be no problem in working with Koreans if I did my own job responsibly. However, I learned that the cultural difference greatly affected my work. I think this education program on different cultures became a starting point for Korean and Chinese employees to better understand each other's culture and work more harmoniously. I am sure DPI will be reborn as a more competitive global company through this opportunity.

SHEN LIANGPENG (Construction Technology Team Manager)

I felt a difference in business cultures between reasonable and practical Chinese working style and enthusiastic and aggressive Korean working style during my 3 years at DPI. Both the characteristics of Koreans to withstand difficult situations and resolutely innovate and the characteristics of Chinese to work faithfully and learn in a modest attitude have advantages. This education was a good opportunity for me to rediscover the advantages of Chinese culture and learn more about Korean culture, manners, and corporate attitudes. Keeping in mind that the basis of mutual communication is "language", I will do my best to study Korean for smoother communication with my Korean colleagues.

세계 최고를 향해 함께 달리는 대한코일코팅(주)의 윈-윈(Win-Win) 파트너 **동부제강**

Win-Win Partnership of Daihan Coil Coatings and Dongbu Steel

글 편집실 Text by WVP editors

국내 철강업계와 도료업계는 그 시장이 좁은 만큼 경쟁도 치열하다. 이와 같은 경쟁 속에서 기업들이 반드시 지켜야 할 것이 있다면 어디에 내놓아도 뒤지지 않을 훌륭한 기술력과 고객 서비스, 그리고 거래 기업 간의 신뢰일 것이다. 대한코일코팅(주)는 20년이 넘는 세월 동안 동부제강과 거래하면서 굳건한 믿음을 쌓아 왔다. 서로의 발전을 지켜 보며 세계 일류의 큰 꿈을 품고 함께 나아가는 동부제강과 대한코일코팅(주)의 희망찬 미래를 기대한다.

Korea's steel and paint industries are very competitive due to the small market size. Industry-best technologies, excellent customer service, and trust between business partners are fundamental elements for corporations to utilize in surviving this business environment. Over the last twenty years Daihan Coil Coatings has worked hard to establish a sound basis of trust with Dongbu Steel, as a result we expect a bright future for both Dongbu Steel and Daihan Coil Coatings.



동부제강은 1967년 국내 최초로 냉연강판을 생산한 이래 지난 30여 년 간 일류 기술을 기반으로 국가 주요산업을 발전시켜 온 철강기업이다. 아산만공장, 인천공장, 포항공장을 생산 거점으로 하여 냉연강판을 비롯해 표면처리강판, 소·중·대구경 강관, 용접 H형강, 봉강, 선재 철 구조물 등을 생산·판매해 왔다. 지난 2005년 '대한민국 품질경영대상'에서 품질경영부문 최우수상을 수상하기도 한 동부제강은 연간 매출액 2조 4천억 원을 기록하는 등 초우량 철강기업으로서의 면모를 과시하고 있다.

동부제강과의 인연을 20년 넘게 이어오고 있는 대한코일코팅(주)은 국내 최초 코일 코팅용 도로 공급업체로서 각종 건자재 및 가전제품의 컬러강판용 도료를 개발·생산하고 있다. 컬러강판은 아연을 97% 이상 함유한 도금조에 냉간압연강판을 침착시켜 양면을 같은 두께로 용융 도금한 강판에 도료를 연속 도장하여 생산한 제품을 말한다. 컬러강판으로 만들어지는 제품은 건축용 자재뿐 아니라 냉장고, 에어컨 등의 가전 제품이나 PDP 케이스, 책상, 캐비닛 등 일상 생활 속에서 흔히 접할 수 있는 것들이다.

대한코일코팅(주) 영업1팀장인 김영욱 차장을 비롯한 담당 직원들은 동부제강에 상주하다시피 한다. PCM 컬러강판 도장 작업 시 문제가 생기면 신속하게 대응하기 위해서다. 제품의 우수한 품질을 보장하는 것은 기본이고, 작업 시 발생할 수 있는 문제까지 완벽하게 해결하고자 하는 대한코일코팅(주)의 고객 우선주의가 잘 드러난다. 동부제강 칼라생산팀 박중면 팀장은 대한코일코팅(주)의 차별화된 기술과 서비스에 대해 이렇게 말한다.

“이전에는 한국 도로 기술이 낙후되어 있었습니다. 그 후 국내 도로업계는 꾸준히 기술 발전을 시도해 왔는데 대한코일코팅(주)의 기술력 향상은 특히 주목할 만합니다. 해외 선진 기술을 발 빠르게 도입해 품질을

대폭 향상시켰죠. 이는 매우 현명한 결정이었다고 봅니다. 우수한 기술력은 대한코일코팅(주)의 막강한 경쟁력이 되었습니다. 대한코일코팅(주)의 또 다른 장점은 적극적인 태도로 고객을 대한다는 것입니다. 2001년 저희 회사는 'E-비즈니스'의 일환으로 발주부터 출하까지의 전 과정을 관리하는 전산 시스템을 구축했는데, 이것이 정착되기까지 대한코일코팅(주) 담당자 분들과 몇 날 며칠 같이 밤을 새워가며 정상적으로 가동되는지 점검한 적도 있죠. 돌아보면 함께 고생한 기억이 참 많습니다.”



함께 성장하는 파트너

동부제강과 대한코일코팅(주)는 신뢰로 뭉쳐진 파트너 이상의 동반자 관계이다. 대한코일코팅(주)는 95년도 외환위기 당시 수입 원료 가격이 상승하고 원료 수급이 원활하지 않은 상황에서 동부제강에 도료를 적극 공급해 주었고, 대한코일코팅(주) 담당자들은 동부제강 생산라인 스케줄에 맞춰 때로는 야근과 주말 근무도 불사하며 불량품에 대한 완벽한 조치를 취하기도 했다. 동부제강과 대한코일코팅(주)는 거래의 가장 중요한 원칙인 '신뢰'를 바탕으로 긴 우정을 쌓아 온 만큼 앞으로도 최고의 동반자로서 협력할 계획이다.

동부제강 칼라생산팀 박종면 팀장은 스스로에게 늘 이렇게 묻는다고 한다. “내가 가진 것 중 세계 최고인 것은 무엇인가?” 고민할 필요도 없는 명실상부한 세계 최고의 제품 하나를 만드는 것, 그 이름 하나만으로 세계 일류가 되기에 손색 없는 기업을 만들기 위해 동부제강과 박종면

팀장은 오늘도 최선을 다하고 있다.

“대한코일코팅(주)에 바라는 것은 한 가지입니다. 세계 1등 도료를 만들어 동부제강에 제공해 달라는 것이죠. 대한코일코팅(주)는 충분히 그럴 만한 저력이 있다고 믿습니다. 앞으로도 대한코일코팅(주)는 지금과 같은 신뢰를 바탕으로, 세계 최고의 종합소재 회사를 꿈꾸는 우리 동부제강과 함께 성장하는 윈-윈(win-win) 파트너가 되었으면 합니다.”

냉철한 프로의식과 든든한 신뢰로 뭉쳐진 동부제강과 대한코일코팅(주). 최고를 향한 이들의 도전이 아름답다.



Since producing Korea's first cold-rolled steel sheets in 1967, Dongbu Steel has contributed to the improvement of key domestic industries through its advanced technologies. With production bases in Asan Bay Factory, Incheon Factory, and Pohang Factory, it has manufactured and sold cold-rolled steel sheets, surface-treated steel sheets, steel pipes of small, medium, and large diameters, welded H steel, bar steel, wire rods, and steel structures. Dongbu Steel won the Grand Prize in Quality Management Division at the 2005 Korea Quality Management Contest and generated sales of KRW 2.4 trillion (approx. USD 2.5 billion).

Daihan Coil Coatings with over 20-years of service to Dongbu Steel, Korea's first provider of coil coatings, develops and manufactures construction materials and paints for colored steel used in home appliance products. Colored steel sheets are manufactured by depositing cold-rolled steel sheets in a plating tank containing more than 97% zinc, and then hot-dipping them to form a series of paint coatings. Colored steel sheets are used for construction materials and for refrigerators, air conditioners, PDP cases, desks, and cabinets.

Employees like Mr. Kim, Young-Wook, the team manager of Sales Team 1 of Daihan Coil Coatings, are usually stationed in Dongbu Steel to promptly respond to any problem during the coating of PCM colored steel sheets. This reflects Daihan Coil Coatings's customer-oriented philosophy where there is a guarantee of quality and a commitment to solve any problem during production. Mr. Park, Jung-Myeon, the Color Production Team Manager of Dongbu Steel, describes Daihan Coil Coatings's differentiated technologies and services by saying,

"Domestic paint technologies were underdeveloped in the past but are now making huge advances in technology, with Daihan Coil Coatings having a competitive advantage by bringing in innovative solutions from around the world. In 2001 Daihan Coil Coatings implemented, as part of its "E-Business," a computerized management system that integrated all production processes. The staff from Daihan Coil Coatings spent several days and nights checking the operation.



Partners growing up together

Dongbu Steel and Daihan Coil Coatings are partners in trust. Daihan Coil Coatings worked hard to supply paint for Dongbu Steel, even during the foreign currency crisis in 1997 when prices of imported materials increased and shipments were irregular. Staff from Daihan Coil Coatings worked nights and weekends to meet schedules and correct defective products.

Mr. Park, the team manager of Dongbu Steel's Color Production Team, seeks to manufacture a product that is regarded as the world's best and he believes this is possible as long as Daihan Coil Coatings continues to supply the world's best paint products

He hopes Daihan Coil Coatings will be a win-win partner with Dongbu Steel in becoming the world's leading general material company.

Dongbu Steel and Daihan Coil Coatings are bonded together through cool professionalism and sound trust!

대한비케미칼(주)와 함께 성장하는 작은 거인 (주)평석상사

Little Giant Growing Alongside Daihan Bee Chemical Pyung Suk Industrial Co., Ltd.

글 편집실 Text by WVP editors

1986년도에 서울 염창동에 처음 문을 연 (주)평석상사는 1990년, 시흥유통산업단지로 터를 옮겨 21년째 왕성한 영업 활동을 펼치고 있다. (주)평석상사는 (주)노루페인트 대리점으로 시작해 90년도부터는 대한비케미칼(주) 전문 대리점으로 자리잡았다. 한때 (주)노루페인트에 근무한 경력이 있어 늘 NOROO 그룹의 기본 정신을 마음 속에 품고 대리점 운영을 한다는 이태용 사장. 열정만은 어느 NOROO인 못지 않은 이태용 사장의 대리점 운영 노하우를 공개한다.

Established in Yeomchang-dong, Seoul in 1986, Pyung Suk Industrial moved its operations and sales to Siheung Distribution and Industrial Complex in 1990. Starting as a dealer of NOROO Paint & Coatings, Pyung Suk Industrial has become a specialized dealer of Daihan Bee Chemical. President Lee, Tae-Yong of Pyung Suk Industrial has extensive experience with NOROO Paint & Coatings and operates his company in keeping with the basic spirit of the NOROO Group. Here are some of Mr. Lee's operational tips.



소규모 대리점들이 즐비한 시흥유통산업단지 내에 자리한 (주)평석상사는 자그마한 규모에도 불구하고 연간 40억 원의 매출을 올리는 '작은 거인'이다. 맨 처음 (주)노루페인트 대리점으로 사업을 시작한 이태용 사장은 현재 대한비케미칼(주)의 제품을 전문적으로 취급하며 대한비케미칼(주)과 함께 성장하고 있는 동반자라 할 수 있다. 1980년도에 (주)노루페인트에 입사하여 6년간 근무한 경험을 바탕으로 대리점을 시작해 지금까지도 NOROO인의 마음가짐으로 고객을 대하고 있다.

대한비케미칼(주) 대리점과 본사의 관계는 타사의 그것과는 달리 매우 밀접하고 특수하다.

“DBC의 대리점은 일반 대리점이라기 보다는 본사의 영업부서나 마찬가지입니다. 본사 측과 수시로 전략회의를 하고 거래선과의 문제나 신제품 개발, 판매 확대 등에 대해 논의하죠. 대리점은 일선에서 고객과 직접 만나므로 고객의 반응을 즉각 본사에 알리고 발 빠르게 대응해 고객 만족도를 높이고 있습니다. 저 또한 DBC의 일원이라는 생각으로 대리점을 운영하고 있지요.”

본사와 대리점의 특별한 협력 관계는 'UV 경화형 도로 개발'에서 빛을 발했다. 대한비케미칼(주)는 플라스틱용 도로 전문 업체인 만큼 주거래 고객은 개인이 아닌 기업이다. 이제까지는 자동차 도로로 사용되는 UV 경화형 도로를 100% 일본에서 수입해 왔으나 자체 기술력으로 이를 소화하기 위해 개발에 착수하여 현재 당당히 대한비케미칼(주)의 제품으로 공급하고 있다. 기존 도로와는 달리 UV 경화형 도로는 자외선만 쬐이면 손쉽게 건조되는 장점을 가지고 있다. 이를 개발하기 위해 대한비케미칼(주)와 (주)평석상사는 1년 반 동안 함께 연구하고 백 번 이상의 테스트를 거쳤다고 한다. 이쯤 되면 본사와 대리점이 한 가족이라는 이태용 사장의 말을 실감할 만하다.

이와 같은 신속한 제품 개발력 외에 거래 기업을 만족시키는 또 다른 요소는 확실한 A/S이다. 이태용 사장을 비롯한 (주)평석상사의 직원 6명은 모두 해당 분야의 전문 기술을 보유하고 있어 고객의 요구가 있을 때 대리점 차원에서 신속하게 문제를 해결하는 혁신적인 시스템



을 갖추고 있다.

그러나 고객을 감동시키는 (주)평석상사의 핵심적인 비법은 뭐니뭐니 해도 '고객에 대한 신의'이다. 한번은 기존 거래 고객이 자신이 운영하는 공장을 이전하면서 자금 문제로 결제가 어려운 지경에 처한 적이 있다. 이때 태용 사장은 그간 쌓아온 고객과의 신뢰를 바탕으로 1년 반 이상 수금을 미루는 용단을 내렸다. 고객에 대한 믿음이 없었다면 당연히 불가능했을 일. 그 고객은 후에 사업에 성공하여 해외로 진출했고, 그때의 기억은 이들 서로에게 값진 선물이 되었다.

(주)평석상사는 내년 매출액 목표를 100억으로 잡고 있다. 이러한 놀라운 매출 상승은 제품에 대한 전문적인 지식과 더불어 '나는 NOROO인이다.'라는 주인의식, 그리고 고객을 향한 신의가 어우러진 자연스러운 결과인지도 모른다. 천안공장 건립과 함께 성장에 가속이 붙고 있는 대한비케미칼(주)와 그의 영원한 동반자 (주)평석상사의 승승 장구를 기대해 본다.



Pyungsuk Industrial is located in Siheung Distribution and Industrial Complex, which is home to many smaller dealers. But President Lee boasts that his "little giant" has sales of \$4.2 million. This business began as a NOROO Paint dealer and now specifically deals products of Daihan Bee Chemical. After starting his career at NOROO Paint & Coatings in 1980, Mr. Lee is a staunch supporter of the "customer is king" business philosophy.

There is a close, special relationship between Daihan Bee Chemical and its dealers.

"A DBC dealer is more like a member of our sales department rather than a normal agent. We frequently have strategy meetings with the head office to discuss customer problems, develop new products, and expand sales. Meeting customers directly means faster response and greater customer satisfaction. I operate the agency like I am a member of DBC," said Mr. Lee.

The special relationship between the company and dealers played a significant role in the "development of UV solid paint." Since Daihan Bee Chemical specializes in paint for plastics, its main customers are not private citizens but corporations. UV solid paint products for automotive coating were previously imported from Japan, but DBC now supplies products developed from in house technologies. Unlike existing paints, UV solid paint dries quickly when exposed to UV rays. DBC and Pyungsuk Industrial conducted research and more than 100 tests for a year and a half to develop this remarkable product, which demonstrates that the head office and its dealers are one family.

Prompt product development and reliable after-sales service are prime factors in satisfying any business partner. Mr. Lee and his team of six employees use an innovative system to solve problems and earn the trust of Pyungsuk Industrial customers.

The real secret of Pyungsuk Industrial's customer satisfaction is "faithfulness to customers." On one occasion, an established customer fell into a financially difficult situation and Mr. Lee made the courageous decision to postpone bill collection for over a year and half based on the trust he had established with that customer, who went on to become a successful international company.

Pyungsuk Industrial has a KRW 10 billion (approx. USD 11 million) sales revenue target for next year, which is based on Pyungsuk Industrial's combination of specialty knowledge of products, entrepreneurial spirit, and faithfulness to customers. I expect continuous victories of Daihan Bee Chemical, accelerating growth with the establishment of the Cheonan factory, and business associations with companies like Pyungsuk Industrial.

‘핑고(PINGO)’ 와 함께 생활을 디자인하라

Design your life with 'PINGO'!

- NOROO Paint & Coatings launches "PINGO" a nano-spray product.

글 편집실 Text by WVP editors

오래 입어 싫증난 청바지, 밤낮으로 마주해야 하는 지겨운 컴퓨터, 유행은 한참 지났지만 버리기엔 아까운 가죽 가방에 신선한 변화를 주고 싶다면? 여기에 명쾌한 해답이 있다. (주)노루페인트에서 출시한 나노 스프레이 ‘핑고(PINGO)’가 맛있는 일상을 한 순간에 변화시키는 마법으로 고객의 마음을 사로잡는다.

Want to revitalize your old, tired-looking blue jeans, boring computer you have to work with all day, or old-fashioned leather bag but too good to throw away? Here is the clear answer. Captivate your customers with NOROO Paint & Coatings's newly launched nano-spray product 'PINGO' that changes flat life in a moment.



‘핑고(PINGO)’는 ‘컬러로 장식하다’라는 뜻을 가진 라틴어로, 제품에 뿌리기만 하면 질감은 그대로 유지시키면서 원하는 색상을 완벽하게 구현해내는 신개념 나노 스프레이이다. 핑고는 밀착성이 뛰어나 소재를 비틀어도 코팅이 벗겨지거나 갈라지지 않고, 뿌린 뒤 10~20초 만에 건조되어 남녀노소 누구나 손쉽게 사용할 수 있다. 가죽, 인조 가죽, 나무, 섬유, 플라스틱, 유리 등 모든 재질에 사용 가능해 기존 페인트 시장의 한계를 뛰어넘는 획기적인 상품으로 주목받고 있다. 소파 색상을 바꾸어 집안 분위기를 확 달라지게 만들거나 자동차 대시보드, 낡은 자전거도 감쪽같이 변신시키는 등 그 활용의 폭도 무궁무진하다.

핑고는 일본 테로손(Teroson)사와 전략적 제휴 계약을 통해 국내에 출시한 브랜드로 일본에서는 ‘소메큐’라는 제품으로 소비자들의 호응을 얻고 있다. 핑고는 이용의 편리성뿐만 아니라 인체와 자연에 무해한 친환경 제품이라는 점에서도 주목을 끌고 있다. 핑고는 EU에서 시행하는 ROHS(특정유해물질 제한 지침)를 통과하여 인체와 환경에 유해한 6가지 화학물질이 첨가되지 않았음을 증명했고, 일본도료협회에서 F☆☆☆☆ 인증을 받으므로써 포름알데히드 방산량이 거의 없는 자연친화적 제품임을 입증했다. 편리성과 환경친화성을 동시에 지닌 특징점이 일본 소

비자들에게 주목받으면서 핑고는 2005년과 2006년, 일본 DIY Homecenter Show에서 ‘사람과 환경에 친화한 제품상’, ‘베스트 히트상’, ‘바이어 인기 투표상’의 3개 부문을 연속 수상하는 쾌거를 이룩하기도 했다.

이제 핑고가 한국의 고객들을 만난다. 7월 20일부터 1차로 이마트 5개점(은평, 기양, 구로, 산본, 분당)에 입점했으며 9월부터 이마트 전국 매장에 선보일 예정이다. 이어 대형 문구점, 자동차 튜닝샵, 홈쇼핑 채널 등을 통해 국내 고객 앞에 모습을 드러낸다.

(주)노루페인트는 핑고 출시를 기념하여 7월 27일부터 3일간 잠실 롯데월드에서 ‘핑고를 뿌려라!’라는 타이틀로 대규모 행사를 열었다. 신제품 핑고를 소개하고, ‘나만의 T셔츠 만들기’, ‘프리챌 UCC 이벤트 홍보’를 통해 고객의 참여를 유도하여 높은 호응을 이끌어 냈다. 앞으로 리폼 및 DIY 시장에 새바람을 일으킬 핑고의 활약을 기대해 볼 만하다. 핑고에 대한 자세한 설명 및 사용법을 알고 싶다면 핑고 홈페이지(www.pingoclub.co.kr)에 접속하면 된다.

이 가을, 컬러의 마법사 핑고와 함께 평범한 일상을 180도 변신시키는 ‘생활 디자이너’로 데뷔해 보는 것은 어떨까?



PINGO is a Latin word having a meaning 'Decorate with color'. It is a new concept nano-spray product that delivers desired colors by just spraying it. The material's original texture is remarkably unchanged! Since the coating is not stripped off or cracked, the object can even be twisted due to its excellent adhesiveness and becomes dry within 10~20 seconds after spraying. It's so easy, everyone can do it. PINGO can be applied to all kinds of materials including leather, artificial leather, wood, fabric, plastic, and glass. This revolutionary product transcends the limits of existing paint products. Whatever you can imagine painting, PINGO can coat it. Change your living room atmosphere by changing the color of the sofa. Perfectly transform the dashboard of your car or SUV. Even your old bike can be revitalized with PINGO.

PINGO is a Japanese brand introduced to Korea through a strategic partnership contract with the Japanese company Teroson, which is well-known to consumers in Japan for its SOMEQ products. PINGO is widely received because it is convenient to use and even more importantly, because it is an eco-friendly product that is harmless to the human body and nature. PINGO has passed ROHS(Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment) controlled by EU to prove that it does not contain any of the six chemicals hazardous to the human body and environment, and obtained the F☆☆☆☆ certificate from Japan Paint Manufacturers Association to

prove that it is a nature-friendly product with almost zero emission of formaldehyde. PINGO offers both the features of convenience and eco-friendliness and has won over the Japanese consumers on the strength of its prizes for "Human-and-Eco-Friendly Product", "Best Heat", and "Buyers' Most Favorite Product" in consecutive years in Japan's DIY Homecenter Show 2006 and 2007.

Now PINGO meets Korean customers. This amazing product has been displayed in five E-Mart stores (Eunpyeong, Gayang, Guro, Sanbon, and Budang) since July 20, and will show up in all Korean E-Mart stores in September. Later, it will be available to customers through large stationary shops, automotive tuning shops, home shopping channels, and other marketing and distribution outlets.

NOROO Paint & Coatings held a large-scaled event with the title "Spray PINGO!" at Lotte World Jamsil for three days from July 27, celebrating the launch of PINGO. NOROO Paint & Coatings introduced the new product PINGO and gained public favor by inducing the participation of customers through "Making my own T-shirts" and "Freechal UCC Event Promotion". Strong future growth is expected in the DIY and renovation markets. For more information on PINGO and its applications, visit the PINGO website (www.pingoclub.co.kr).

What about debuting this autumn as a "living designer" who can change a flat life 180 degree with PINGO, the wizard of color?

사랑의 패스, 희망의 **슛~골!**

Pass of Love, Goal of Hope!



글 **홍순철** (주)노루페인트 품질관리팀 대리

Text by **Hong, Soon-Cheol** Assistant Manager, Quality Control Team, NOROO Paint & Coatings Co., Ltd.

1980년 창설된 (주)노루페인트 축구동호회는 NOROO 그룹 동호회 중 가장 오랜 역사와 가장 많은 회원 수를 자랑한다. 매년 전 계열사가 참여하는 축구 경기를 열어 NOROO인의 축제의 장을 마련하는 축구동호회가 이번에는 소외된 어린이들을 대상으로 따뜻한 축제를 열었다. 축구동호회 회장으로 활동하고 있는 (주)노루페인트 품질관리팀 **홍순철** 대리가 안내하는 그날의 기쁨 흥흥한 현장 속으로 함께 떠나 보자.

Established in 1980, the football club of NOROO Paint & Coatings boasts the longest history and the largest number of members among all the clubs in NOROO Group. The football club provides a festive atmosphere for NOROO people by playing football games between all affiliated companies every year. It also hosts a warm festival for neglected children during this time.

Let's take a trip to the heartwarming site of the day with guide of Mr. Hong, Soon-Cheol, an assistant manager of NOROO Paint & Coatings's Quality Control Team and acting head of the football club.

지난 6월 9일, 우리 축구동호회는 안양시 석수체육공원 내 축구장에서 회사 인근 사회보호시설에서 생활하고 있는 어린이들과 함께 신나는 축구 축제를 벌였다. 노사가 공동으로 진행하는 그룹 차원의 사회공헌활동에 동참하고, 이를 통해 개인과 지역 사회에 희망의 빛을 주고자 우리 동호회가 자체적으로 기획한 행사였다. 우리 회원들은 사단법인 정다우리로부터 소개받은 60여 명의 어린이들과 함께 축구 게임과 레크리에이션을 즐기며 흥겨운 시간을 가졌다. 공연팀 '좋은 사람들'의 공연으로 분위기가 무르익어 한층 즐거움을 더해갔다. 행사의 취지와 내용을 전해 듣고 흔쾌히 참여 의사를 밝혔던 설기현 선수는 갑작스런 부상으로 인한 수술과 재활치료 때문에 안타깝게도 이날 참석하지 못했다. 그러나 자필 사인이 담긴 사진과 사인볼, 그리고 어린 천사들을 위한 희망의 메시지를 보내며 마음으로 동참해 주어 더욱 흥흥한 시간을 만들 수 있었다.





이날 함께한 아이들 중에는 우리 축구동호회가 정기적으로 후원하는 어린이도 있었다. 이 아이는 한 국인 아버지와 필리핀 어머니 사이에서 태어났으나, 임신 6개월 되던 시기에 아버지가 사고로 사망하여 필리핀 어머니와 둘만 남게 된 아이다. 아이의 어머니인 필리핀 여인은 결혼 6개월 만에 한국인 남편을 잃어 한국 국적도 얻지 못하고, 아이의 교육 문제는 물론 생계까지 위협받을 정도로 어려운 상황에 놓여 있다. 우리들의 후원을 시작으로 기초생활보조금과 기초무상교육 등 정부 지원을 받게 되었고, 사회공헌단체와 연계되는 등 좋은 일이 많이 생겼다고 한다. 이러한 도움의 손길이 그들의 힘겨운 현실을 완전히 바꾸어 줄 수는 없겠지만, 좀 더 나은 상황 속에서 밝은 미래를 꿈꿀 기반을 마련해 줄 수 있다면 우리들 모두에게도 보람이 될 것이라 생각한다.

비록 하루 일정의 짧은 행사였지만 즐거워하는 아이들을 보며 우리 동호회원 모두는 작은 실천이 가져다 주는 큰 행복을 느꼈다. 사회로부터 소외된 아이들이지만 하나같이 순수

한 동심을 지니고 있었고, 우리의 작은 관심과 사랑이 그 아이들에게 웃음을 줄 수 있다는 사실에 기쁘면서도 한편으로는 가슴이 저릿해져 왔다.

우리 축구동호회는 정기적인 금전 후원 활동뿐 아니라 의왕시 나자로 마을 한센병 환우 봉사활동에도 적극 참여하고 있다. 소외된 아이들과 함께하는 체육 행사나 야외 나들이를 향후에도 정기적으로 실시할 예정이다.

앞으로도 우리는 축구를 사랑하는 마음으로 사람을 사랑하고, 더욱 따스한 사회를 만들기 위해 힘쓸 것이다. 인간에 대한 사랑을 실천하는 봉사 정신과 순수와

정의를 지향하는 스포츠 정신은 그 맥을 같이 한다고 믿기 때문이다.



On June 9, we had a fun football festival with children who live in a youth care center near the company, on a football ground in Seoksu Sports Park in Anyang. The club planned this event to build relationships with our management-labor union at the group level, and give hope to needy individuals and communities. Our members had a great time with football games and recreation with 60 children introduced by Jeongdawooree, an incorporated association. Good People's show was warmly received. Mr. Seol, Ki-Hyun, an English Premier League football player who expressed his will to participate in the event upon hearing its purpose and contents, unfortunately could not make it because of surgery and medical treatment for an injury. But he sent autographed photos and balls and a message of hope for the little angels.

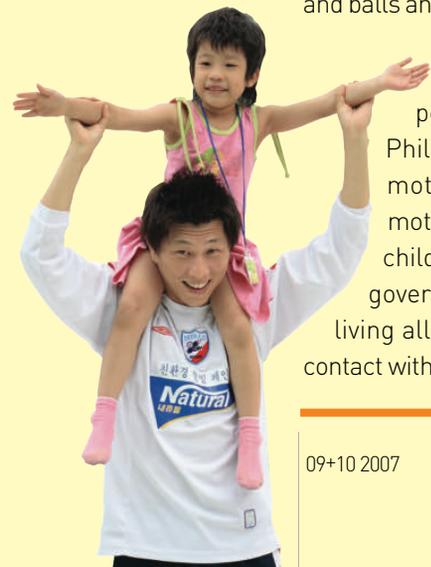
Among those children, there was a child whom our football club has regularly supported. Born between a Korean father and a Philippine mother, this child was raised by his mother following the death of his father. The mother is not a Korean citizen so educating the child is difficult. With our support, she receives governmental support such as a supplementary living allowance and free basic education, and has contact with social contribution agencies. Although these

helping hands cannot change their harsh realities completely, I believe it is worthwhile to provide a base for them to dream for a better future.

It was a short one-day event, but all of our club members were happy watching the delighted children. I felt happy and at the same time sad to know that those children neglected by the society are innocent juveniles and even our small concern and love could give them a smile.

Our football club participates not only in regular financial support activities but also in voluntary activities for leprosy patients of Lazarus Village in Euiwang city. We will continue to have regular sports events or picnics for neglected children in the future.

We will also love people and make efforts to build a warmer society. After all, we believe that the spirit of voluntary service that puts love toward mankind to practice and the spirit of sports that rewards innocence and justice have a thread of connection.



마케팅 성공의 열쇠

'컬러 비즈니스'

GREEN

'Color Business', Key to Success in Marketing- Green

글 **곽호천** (주)노루페인트 건축마케팅팀/디자인센터 과장

Text by **Kwak, Ho-Cheon** Design Center Manager of Construction Marketing Team, NOROO Paint & Coatings

오늘날, '컬러'는 폭넓은 분야에서 현대인의 개성 표현과 감성적 욕구를 자극시키는 고도의 심리적인 비즈니스 전략으로 활용되고 있다. '컬러 마케팅'이 21세기의 강력한 화두로 떠오른 것도 그 때문이다. NOROO인이라면 모두가 '컬러리스트'가 되어 상품 및 기업 그리고 서비스의 차별화를 이루어내야 하지 않을까? 그런 의미에서 (주)노루페인트 디자인센터는 <Color Story>를 통해 앞으로 컬러 산업을 리드해 나갈 수 있는 유익한 정보를 지속적으로 제공하고자 한다. 첫 번째로 선보이는 주제는 우리 NOROO 그룹의 대표적인 기업 컬러인 'Green', 초록색이다.

Nowadays, 'color' is used as a highly psychological business strategy to stimulate personality expression and emotional desire among people in a wide range of areas. That is the reason why 'color marketing' has become a hot issue in the 21st century. A NOROO employee should be a 'colorist' to accomplish differentiation in products, company, and services. With this regard, we, the Design Center of NOROO Paint & Coatings, would like to provide useful information through this (Color Story) with which we can lead the color industry. The first subject we will introduce is 'Green', a representative company color of NOROO Group.



'Green(초록)'의 어원에는 '성장'의 의미가 담겨 있다. 초록색은 '자연'과 '희망'이란 상징적인 이미지를 담고 있으며, 사람들에게는 가장 편안한 색으로 인식되고 있다. 또한 자연의 세계에서도 가장 지배적이고 탁월한 색상이다. 온화한 감정을 끌어내고 싶거나 인내력과 근면함을 강조하고 싶을 때, 전원의 이미지를 연출하고 싶을 때 사람들은 초록색을 사용한다.

활기와 쇠신, 상쾌함의 이미지를 주고 싶을 때에는 초록색에 노란색을 더한다. 다른 것과 차별화하고 싶고, 당당하고 두려워하지 않는다는 것을 전달하고 싶을 경우에는 초록색에 노란색을 많이 섞으면 효과적이다. 영화 '마스크'의 주인공 스탠리는 우연히 신비로운 힘을 가진 마스크를 쓰게 된다. 초록색 얼굴에 섰노란 옷차림의 캐릭터로 변신한 그는 초인적인 힘을 가진 불사신이 되어 내면의 욕구를 맘껏 펼치게 된다. 우리 NOROO 그룹은 지난 동절기 때 초록색에 노란색을 더한 고체도의 연두색 근무복을 접했다. 이러한 색상의 웃은 입은 이로 하여금 긍정적인 효과를 불러 일으킨다. 마치 영화 '마스크'의 주인공이 된 것처럼 자신감이 생기고, '옳은 일을 하면 두려울 게 없다.'라는 적극적인 마음가짐을 갖게 한다.



반면에 초록색에 파란색을 더하면 빛의 파장이 단파장으로 기울어 매우 차분한 색상이 된다. 또한 시간이 짧게 느껴지는 경향이 있어 사무실이나 공장 등과 같이 일상적이고 단조로운 일을 하는 장소에 사용하면 좋다.

피로에 지쳐 있을 때 우리의 몸은 초록색을 보기를 스스로 원하게 된다. 초록색을 보고 있는 동안 당신은 순간적으로 고민을 잊거나 편안하게 숨쉬고 있다는 사실을 깨달을 수 있을 것이다. 초록색은 심리적으로 자극을 주지 않으므로 신경과 근육의 긴장을 완화시키고 마음을 평온하게 한다. 집중해서 일해야 할 때는 방 안 일부를 초록색으로 꾸미거나 녹색 식물, 소품 등을 놓아두면 효과적이다.

초록색은 새 생명의 에너지이며 성장과 재생 치료의 컬러이다. 혈압을 낮춰주고, 신경계에 영향을 미쳐 안정제나 최면제로 작용하기 때문에 신경과민, 극도의 피로, 신경통, 두통, 초조감, 신경성 불안감 치료에 도움이 된다. 또한 신경질적이고 다혈질인 사람에게도 초록색이 필요하다. 심신의 안정이 필요하다고 느껴진다면 초록색과 함께 명상을 해 보자. 육체와 정신의 균형이 조화를 이루어 초조한 마음이 진정되고, 신중한 판단을 가져올 것이다.

성공적인 마케팅의 비밀 - '컬러 비즈니스'

컬러 포워드형 :

유행하는 색에 아주 민감하여 남들보다 앞서가고 싶어하는 유형.
전체 유형의 약 20%를 차지하며 남성보다는 여성, 10~30대 연령층이 많다.

컬러 프루던트형 :

유행하는 색에 아주 민감하여 남들보다 앞서가고 싶어하는 유형.
전체 유형의 약 20%를 차지하며 남성보다는 여성, 10~30대 연령층이 많다.

컬러 로얄형 :

유행하는 색에 대해 관심은 많으나 꼼꼼히 따져 보고 조심스럽게 접근하는 유형.
전체 유형의 50% 정도를 차지하며 남녀 비율은 반반을 차지하고, 중산층이 대부분이다.

'컬러'를 선호하는 취향은 크게 위의 3가지 유형으로 나눌 수 있다.

이 중 '나는 어느 유형에 속하는가?'를 먼저 생각하고, 내가 좋아하는 컬러 팔레트가 무엇인지 생각해 두자. 자신과 비슷한 유형의 고객으로부터 창조적·역동적·현대적인 컬러를 요구받았을 때는 자신이 좋아하는 컬러보다 한 단계 더 높은(선명한) 컬러로 제안하고, 신중하고 충실하며 신뢰감이 느껴지는 컬러를 요구 받았을 때는 자신이 좋아하는 컬러보다 한 단계 더 낮은(차분한) 컬러로 제안하는 것이 좋다. 그러면 대부분의 고객은 큰 만족감을 표할 것이다. 이렇듯 오늘날의 '컬러'는 개성을 마음껏 표출하고 감성적 사고를 하는 현대인들을 공략하는 핵심적인 비즈니스 전략으로 급부상하고 있다. 비즈니스도 색으로 승부하는 21세기, '컬러'가 갖는 힘을 잘 이용한다면 고객의 마음을 읽는 진정한 '컬러리스트'로 거듭날 수 있을 것이다.

Secret of Successful Marketing - 'Color Business'

Color Forward Type: This person is sensitive to popular colors and willing to be forward over others. 20% of all persons are in this category. Women are more so than men; and more teenagers than those in their thirties are more likely to be Color Forward.

Color Prudent Type: This person is interested in color, but weighs the pros and cons and approaches decisions carefully. This type occupies 50% of all types and the proportion of male to female is 50/50. Most middle class people are Color Prudent.

Color Royal Type: This person has a traditional standard of value and sticks to his or her own color and is not shaken by fads or current styles. This type occupies 30% of all types and is popular in middle-aged busy career people with overcrowded minds.

The taste in color can be divided into the three types identified above.

Think "What type do I come under?" first, and what my favorite color palette is. It is good to suggest a color one-class higher [brighter] than your favorite when you are requested for a creative, energetic, and modern color from a customer whose type is similar to yours, and it is good to recommend a color one-class lower [calmer] than your favorite when requested for a prudent, faithful, and trusty color from the customer. In most cases, he or she will express high satisfaction with these recommendations.

Like this, 'color' is becoming a hot issue these days as a key business strategy to capture the attention of modern people who freely express their personalities and think emotionally. In the 21st century when color rules business, you can be reborn as a true 'colorist' who can read clients' thoughts if you efficiently use the power of 'color'.

'Green' is synonymous with 'Growth'. Green has symbolic meanings of 'Nature' and 'Hope', and is recognized by people as the most comfortable color. It is also the most dominant and prominent color in the world of nature. People use green when they want to induce gentle emotion, emphasize endurance and diligence, and present a rural image.

You can add yellow to green to give an image of vitality, renovation, or exhilaration. It is effective to mix a great deal of yellow with green when you want to be differentiated and deliver a message that you are confident and unafraid. Stanley, the hero of the movie 'The Mask', happens to wear a mask of mysterious power. Changed to a character with a green face and pure yellow clothing, he becomes a phoenix with superhuman power to express his internal desire freely. Our NOROO Group selected high-saturation yellow-green color for the uniform last winter. This color brings positive effects to wearers. It makes wearers feel as confident as if they are the hero of 'The Mask' and with an aggressive belief that 'there is no fear in doing right things'.

On the contrary, adding blue to green creates a tranquil color because of the shortened wavelength of light. Because of its tendency to make people feel time flows fast, it is also good to use in offices and factories where work is routine.

Our bodies want to see green when we are tired. While you are seeing a green color, you instantly forget about worries and breathe comfortably. Green gives no psychological stimulation, and thus releases nervous tension in muscles and helps minds become peaceful. It is effective to decorate your room with green or place green plants or furnishings in your room when you have to concentrate on work.

Green is a color of energy for new lives and of growth and regeneration. Since green acts as a tranquilizer or a soporific by lowering blood pressure and affecting the nervous system, it is helpful in curing oversensitivity, extreme fatigue, neuralgia, headache, impatience, and apprehension. Nervous and full-blooded people also need green color. Practice meditation in green surroundings when you feel the need for spiritual rest. The balance between body and spirit will be harmonized, your nervous mind will calm down, and it will bring about more prudent judgment.

DIY

DIY 페인트칠로 집안 분위기를 화사하게

Make your house splendid with DIY painting!

글 유미영 인테리어 스타일리스트 Text by Yu, Mi-Young Interior Stylist

무더운 여름이 지나고 선선한 바람이 부는 가을이 오면 누구나 자기 집 인테리어에 변화를 주고 싶어진다. 그러나 '인테리어'라는 단어가 주는 거창한 느낌 때문인지 선뜻 실행에 옮기기엔 부담스러운 것도 사실. 그런 당신을 위해 적은 비용으로 집안을 화사하게 변화시킬 수 있는 DIY 아이템이 준비되어 있다. 맛있는 우리 집 벽면에 직접 페인트칠하기. 일명 '컬러 인테리어' 도전하기!

As the scorching hot summer fades into the cool wind of autumn, everyone wants to change their house's interior. This is not as easy as it sounds, however, because of the hassle of doing it yourself. Now, DIY is really fun and surprisingly easy to do. You can change your home's dull, lifeless interior into a remarkable inner space for just a fraction of the cost of home remodelers. Paint your monotonous walls by yourself! Challenge the so-called 'Color Interior'!

최근 인테리어 경향을 보면 모던, 앤티크, 클래식 등 일반적인 큰 흐름에 전원주택에 대한 열망으로 새비시크(Shabby-chic) 컨츄리 스타일을 더하기도 하고, 향수를 불러 일으키는 레트로와 빈티지 스타일이 유행하면서 여기에 나만의 개성을 더한 키치 스타일 등도 선보이고 있다. 이와 같은 다양한 인테리어 경향에 맞춰 벽지 종류도 매우 다양해졌다. 공간마다 다른 색상의 벽지를 바르거나 무늬가 화려한 벽지로 포인트를 주는 일은 이미 일

반화되었다. 하지만 강렬한 포인트 벽지는 처음에는 신선해도 쉽게 싫증나기 마련이다. 그래서 최근 인테리어 경향은 무늬 있는 벽지를 바르기도 보다는 아예 벽면에 색상을 입히는 쪽으로 흐르고 있다.

컬러 스타일링을 하기 위해 벽지를 고르다 보면 무늬는 다양하고 화려하지만, 아무래도 색상에는 한계가 있다. 그렇다면, 조색이 자유로운 페인트를 이용하는 건 어떨까? 벽지 샘플북을 아무리 뒤져도 찾을 수 없던 색상을 대형 페인트 매장에 가면 30분이면 찾을 수 있다. 여러 번 색상을 덧입혀 변화를 쉽게 줄 수 있다는 점도 벽지 • 벽면 페인팅의 장점이다.

초보자가 직접 페인트칠을 할 때 가장 어려운 점이 색상이 제대로 안 나온다는 것이다. 이유는 바로 '표면처리'에 있다. 페인트를 칠할 때는 표면의 질감이 매우 중요하다. 노출 콘크리트나 석고보드처럼 건축 자재 그 자체에 칠하는 경우, 질감은 물론 건축 자재의 짙은 색상 때문에 페인트 색을 제대로 살리기 힘들다. 벽지 또한 화려한 무늬가 있거나 색상이 강한 경우, 화이트 페인트를 칠해 톤을 정리한 후 내가 고른 페인트를 칠해야 색상도 잘 나오고 여러 번 덧칠하는 번거로움도 줄일 수 있다.



우리 집 벽지·벽면 페인트칠하기

Painting on Walls and Wallpaper in Our Home

1. 벽면의 먼지나 오염물은 마른 걸레로 제거하고, 못 자국은 퍼티(접합제)로 메우고 사포로 문질러 표면을 매끈하게 정리한다. 곰팡이 등 심하게 오염된 부분은 희석한 락스를 분무기에 담아 뿌린 후 신문지로 닦아 내고 완전히 건조시켜야 얼룩이 생기지 않는다. Remove dust and pollutants with a dry duster, fill cloth nail holes with putty (adhesive), and make the surface smooth with sandpaper. Wipe off areas seriously contaminated by mold, etc. after spraying diluted detergent such as Clorox and drying them completely to prevent a stain.

2. 천장 몰딩이나 바닥 걸레받이, 문틀 등은 마스킹 테이프로 감싸 페인트가 묻지 않도록 한다. 들뜨는 곳 없이 꼼꼼하게 마스킹 테이프를 잘 붙이는 것이 페인트칠의 성공 요인이다. 바닥에는 비닐이 붙어 있는 마스킹 테이프를 넓게 퍼거나 신문지 등을 깔아둔다. Cover moldings on the ceiling, washboards on the floor, doorframes, etc. with masking tape to prevent paint from adhering to them. Sticking masking tape carefully without a loosened part is one of the keys to painting success. Spread out vinyl with masking tape or put newspapers on the floor to protect flooring and rugs from paint spills.

3. 페인트는 바닥까지 잘 저은 후 사용해야 색이 고르게 나온다. 모서리 등 좁은 곳은 먼저 붓으로 칠하고, 넓은 면은 롤러를 사용해 W자 형태로 칠한다. 초보자는 가능하면 좋은 붓을 사용하는 것이 좋고, 롤러는 바닥에 서너 번 문질러 사용해야 페인트가 흐르지 않는다. Thoroughly mix paint before use to ensure even color distribution. Paint narrow areas and corners with a paintbrush and wide areas with a roller in a "W" pattern. Avoid splatter by moving the roller slowly and smoothly. Too much paint on the roller causes "runs" so be careful when reloading. It is good to use the highest-quality paint materials available.

4. 원하는 색이 나올 때까지 2~3회 반복해 칠한다. 1회 칠하고, 3시간 정도 건조시킨 후 2차 작업을 해야 색이 곱게 나온다. 마무리로 마스킹 테이프 등을 떼어낼 때 벽지가 뜯기지 않도록 조심스럽게 힘 조절을 할 것. Use two or three coats until the desired color appears. Start the second painting after three-hour drying from the first painting to obtain best colors. Carefully remove masking tape or other attachments so that wallpaper is not stripped off.



추천! 벽지·벽면 칠하기에 좋은 노루페인트 제품

Recommendation! NOROO Paint products are perfect for painting over wallpaper and walls.



노루미 실크 (홈테리어 벽지용 페인트)
흐르거나 튀지 않는 고품질의 벽지 전용 페인트로 가정에서 누구나 손쉽게 사용 가능하며 석고보드, 슬레이트 등에 사용하기 좋다.
NOROOmi Silk (Paint for Interior Home Wallpaper)
A solid paint for wallpaper, free from runs and splatters; easy to use; good for plasterboard, slates, and other surfaces.



홈테리어 수성 (DIY 가정용 홈테리어)
건물 내부 발포 벽지 및 콘크리트 벽면에 사용하기 좋은 이 제품은 친환경 무독성 제품으로 기존 벽지용 페인트보다 칠하기 쉽고, 향기가 나는 새로운 타입의 페인트이다.
Home Interior Water Paint (for DIY Home Interior)
Excellent choice for foamed wallpaper or concrete walls; eco-friendly and nonpoisonous; easier to apply than existing paint products for wallpaper; a new type of paint with a sweet smell.



멀티플러스 (다용도 가정용 페인트)
휘발성 유기화합물과 중금속을 거의 함유하지 않은 친환경 수성페인트로서 유성 에나멜, 콘크리트 벽면 등에 칠하기 좋은 다용도 DIY 페인트이다.
MultiPlus (Multi-Use Home Paint)
An eco-friendly water-based paint containing almost zero volatile organic compounds and heavy metals; a multi-use DIY paint that is perfect for covering oil-based enamel or concrete walls.

Current interior design trends reveal that the shabby-chic country style now complements modern, antique, and classic styles. Greater individuality is now in vogue with some decorators opting for a retro or vintage style interior. Wallpaper styles are getting popular, and home owners are now using different colored wallpaper to highlight the different rooms in their homes. Often, homeowners complain that while the wallpaper-look seems good in the beginning, its attractiveness soon fades. The latest in interior design now calls for applying colors directly on walls. Homeowners are enamored with the incredible color options offered with paint compared to limited wallpaper designs and patterns.

Find just the right color for your walls at a large, reputable paint store. Here, expert technicians guide you

through the selection process and offer valuable insights into the final color design and wall texture. Now, walls can be changed easily to freshen-up your house and signal seasonal changes.

A problem with painting that affects most paint rookies is that the color on the finished wall doesn't look the same as it did at the shop. The reason for this is in the "surface treatment." When we paint on a construction material itself such as exposed concrete or plasterboard, colors are often muted because of the texture and the dark color of the construction material. When covering wallpaper with fancy patterns or strong colors, it is advisable to put on a base coat before applying the final coat of paint to ensure an accurate reproduction of the desired color.

아름다운 가을 정원 '순천만'

Suncheon Bay, a Beautiful Autumn Garden

글·사진 김동욱 여행 칼럼니스트 Text & Photos by Kim, Dong-Ok Travel Columnist

바람의 방향이 서서히 바뀌고 있다. 북태평양을 훑고 지나온 덥고 습한 바람은 그 꼬리를 감추는 중이다. 다만 아직 햇살이 따갑다. 가을로 접어들었지만 계절의 증거를 찾기 힘들다. 그러나 아주 조용한 발걸음으로 가을이 다가온 곳이 있다. 갯벌에는 붉은 꽃이 피고, 누렇게 갈대가 익어 가는 곳. 바로 순천만이다.

Wind direction is gradually changing. Hot and wet wind passing through the North Pacific Ocean is now fading away. Yet sunlight still makes skin smart although autumn has already begun. Nevertheless, there is a place where autumn has arrived with a very silent step. It is Suncheon Bay where red flowers are blooming on tidelands and reeds are mature.



생명의 터전, 순천만

전라남도 순천시 도사동과 해룡면, 별량면에 둘러싸인 장장 100리 해안선. 그 안에 순천만이 담겨 있다. 2,600만㎡에 이르는 광활한 갯벌과 230만㎡의 갈대밭 등 하구 염습지로 구성된 순천만은 세계 5대 연안습지 중 하나로 평가받는다.

'생명의 소용돌이'라는 말에 걸맞게 순천만에는 수많은 생물들이 치열하게 살고 있다. 농게와 꼬막, 짱뚱어 등 먹이사슬의 가장 낮은 단계 생물에서부터 그것들을 먹고 사는 보다 큰 어류와 갯벌 생태계의 꼭짓점에 있는 조류들이 팽팽한 긴장감을 유지한다. 조류들 중에는 천연기념물로 지정된 흑두루미를 비롯해 검은머리갈매기, 황새, 저어새, 노란부리백로 등 국제적으로 희귀한 것들이 많다. 특히 흑두루미는 오직 순천만에서만 볼 수 있다.

순천만에는 또 다양한 식물들이 뿌리를 내리고 있다. 그 수만도 116중에

달한다. 그렇지만 순천만의 가을은 칠면초와 갈대 두 가지로 대표된다.

가을을 노래하는 칠면초와 갈대

'남쪽의 가을은 순천만에서부터 온다.'라는 말을 실감나게 만드는 칠면초와 갈대는 9월에 들어서면서 확실히 변색을 하기 시작한다.

9월 중순부터 11월 중순까지 순천만 갯벌에 무리지어 피는 칠면초는 순천만 용산전망대 앞 염전 주변을 빨강게 물들인다. 바로 곁에서 볼 때는 하얗은 개풀이지만 멀리서 혹은 높은 곳에서 바라보면 핏빛처럼 강렬하다. 칠면초의 붉은빛과 대비되는 갈대의 누런빛. 여름 내내 파랑던 잎사귀는 그 비릿한 몸을 버리고 누렇게 말라간다. 그러나 갈대밭은 색깔이 바랄수록 더 포근해진다.

순천만은 나무 데크를 따라 산책하기 좋은 곳이다. 산책로는 용산전망대로 이어져 있다. 해룡면 농주리에 자리한 용산전망대는 순천만의 멋



진 해거름을 볼 수 있는 곳이다. 대대동 선착장 쪽에서 도보로 20분이면 넉넉히 닿는다.

당당하게 '산'이란 이름을 가졌지만, 사실 용산은 기껏해야 100m 높이도 되지 않는다. 그러나 높이가 낮다고 우습게 볼 게 아니다. 이곳 정상 전망대에서는 순천만을 굽어보기에 부족함이 없다.

세포 속까지 각인되는 순천만 노을

용산전망대에 오르면 순천만 갈대밭의 기하학적 무늬가 한눈에 들어온다. 갈대들은 여기저기 어울려 한데 뭉치면서 갯벌 위에 미스터리 서클 같은 그림들을 그려 놓았다. 자연의 경이로운 작품에 그저 감탄사가 나올 뿐이다.

순천만 최고의 그림은 해거름에 완성된다. 바다로 이어지는 물길의 'S'자로 굽이쳐 흐르고, 그 물길을 따라서 탐방선이 잔잔한 파문을 일으키며 나아간다. 해는 점점 서산으로 기울고, 드디어 순천만은 아름답게 물들기 시작한다. 이 세상에서 볼 수 있는 가장 아름다운 노을이 순천만에 내려앉는다. 노을은 단순히 하늘만 적시는 것이 아니고 순천만 물길에도 붉은 색깔을 한껏 풀어놓는다.

Travel Tip

길잡이 호남고속도로 순천 IC - 17번 국도 - 2번 국도(별교 방향) - 818번 지방도 - 순천만

먹거리 순천시 연향동에 '일품매우' (061-724-5455)라는 집이 유명하다. 청매실농원에서 재배한 한우를 먹인 매실한우 전문점이다. 육사시미, 육회, 한방갈비탕 등이 맛있다.

잠자리 대대동에 '순천만갈대바람' (061-741-0302)과 '흑두루미동지' (061-742-1737) 등 펜션이 더러 있다. 순천 낙안읍성 초가집에서 민박을 하는 것도 좋은 추억이 될 듯하다.

문의
순천시청(<http://www.suncheon.go.kr>) 문화관광과 061-749-3328

Travel Tip

Location: Suncheon IC of Honam Highway → National Road #17 → National Highway #2 (in the direction to Beolgyo) → Local Way #818 → Suncheon Bay

Food: "Ilpoommaewu" (061-724-5455) in Yeonhyang-dong, Suncheon is one of the most famous. Sliced raw beef, minced raw beef, and beef-rib soup with herbs are recommended.

Lodging: Pensions in Daedae-dong - Suncheonmangaldaebaram (061-741-0302) and Heukdurumidungji (061-742-1737). For a special experience, stay at a private thatched cottage in Nakaneupseong, Suncheon.

Information: Culture & Tourism Department (061-749-3328) of Suncheon City (<http://www.suncheon.go.kr>)

Suncheon Bay, Site of Life

A 40-km long coastline surrounded by Dosa-dong, Haeryong-myeon, and Byeolyang-myeon of Suncheon, Jeollanam-do is home to Suncheon Bay. Composed on vast tidelands covering 26 million m² and salt marshes at a river mouth including 2.3 million m² of reed beds, Suncheon Bay is considered one of the top 5 coastal marshlands in the world.

Suncheon Bay is a bio-diverse environment. Many rare species of birds like the hooded cranes live in this designated natural treasure, Saunders gulls, storks, spoonbills, and Chinese Egrets are all residents but hooded cranes are special because they can be seen only at Suncheon Bay.

Suncheon Bay also has 116 species of plants.

Suaeda japonicas and Reeds singing Autumn

Suaeda japonicas and reeds account for the saying, "Autumn in the south comes from Suncheon Bay" when they start changing color in September.

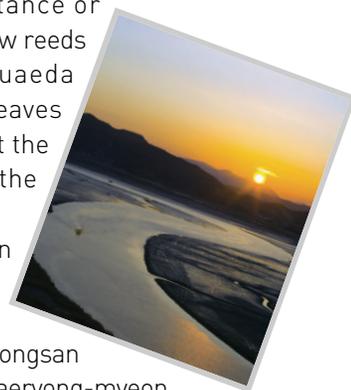
Suaeda japonicas bloom on the tidelands of Suncheon Bay from mid-September to mid-November and tinge the salt marshes in front of Yongsan Observatory with red color. They are mere plants growing on the tidal flat, but they look strong like blood red if you see them from a distance or from a high place. The yellow reeds battle the red color of Suaeda japonicas for brilliance. Leaves change to dried yellow, but the reed beds get warmer as the color fades away.

Suncheon Bay's wooden decks are a great place for an evening stroll. The esplanade stretches to the Yongsan Observatory, in Nongju-ri, Haeryong-myeon, It's a 20-minute walk to the dock in Daedae-dong.

Though having a name of "mountain", the height of Mt. Yong (Yongsan) is just less than 100 m. But there is no difficulty in looking down the Bay from the top of the observatory.

Glow of Suncheon Bay Carved into Cell

When you climb to the Observatory, you can see geometric patterns on the reed beds. The best picture of Suncheon Bay is brought to completion by sunset. The waterway to the sea meanders in the shape of an "S", and a boat churns up rhythmical waves. The setting sun provides a glow that not only saturates the sky but also dyes the waterway with a radiant red color.





STOCK

롤러코스트 주식시장의 맛깔 나는 투자전략

Sound Investment Strategies in a Roller Coaster Market

글 서기수 HB Partners 대표 Text by Suh, Ki-Soo CEO of HB Partners

최근 주식시장의 흐름이 하루가 다르게 급변하고 있다. 며칠 전까지만 해도 수십 포인트씩 빠지다가 다시 급상승하는가 하면 하루에도 몇 번씩 산등성이와 깊은 골을 왔다 갔다 하고 있다. 연초 1,400포인트 중반에서 시작한 종합주가지수가 2,000포인트를 넘는가 싶더니 미국의 서브프라임 모기지론으로 촉발된 개인신용에 대한 위기설과 일본의 엔 캐리 트레이드 청산 등의 문제로 1,600포인트까지 하락하면서 예상이 무의미해지는 분위기다. 그래도 많은 개인투자자들이 예전과 달리 하락세에서는 오히려 저가 매수의 기회로 삼아 매수를 하고, 어느 정도 수익이 날 것 같으면 매도를 해서 이익을 실현하는 현명함도 보이고 있다.

최근의 주식시장 흐름은 기업 실적 호전, 개인과 기관들의 투자 선호도가 높아지고 있다는 호재, 그리고 위에서 언급한 악재가 겹치면서 마치 롤러코스트를 연상시킨다. 그래도 어찌겠는가? 주식을 빼놓고는 직접투자나 간접투자를 논할 수 없는 게 요즘인 것을... 그래서 이번 호에서는 주식시장의 급등락에 대비한 안정적인 투자전략에 대해 알아보려고 한다.

Today's stock market is fluctuating wildly. The KOSPI fell tens of points several days ago and then sharply rose the next. There are dizzying rides between a ridge and ravine several times a day. The KOSPI is unpredictable, starting from the mid 1,400 points in the beginning of this year, going over 2,000 points and then receding to 1,600 points due to the rumor about credit risk in the private sector induced by sub prime mortgage loans in the USA and settlement problems with the yen carry trade in Japan. Nevertheless, many individual investors take this decline as a chance to buy stocks at a low price and show wisdom when taking a profit by selling stocks at a higher price.

Due to improvement in corporate performance, increased preference for stock investment by individuals and institutions, and the aforesaid disheartening factors, the current stock market reminds me of a roller coaster. So what? Anyway, we can't talk about direct and indirect investment without stock. So let's learn about stable investment strategies to survive the market's sharp rise and decline.

“주식투자를 하시는 분 손 한번 들어 보세요.”

백화점 문화센터나 외부의 재테크 강의 시 이런 질문을 하면 요즘에는 꽤 많은 수강생들이 손을 든다.

“자, 그럼 본인이 투자하신 종목의 대표이사 이름이 뭔지 아십니까? 아니면 작년에 그 회사의 매출액이 대략 얼마나 되었는지 아십니까? 혹은 PER(주가수익비율)이나 PBR(주가순자산비율) 등의 수치에 대해서 파악하고 계십니까?”

이렇게 추가적인 질문을 던졌을 때 정확하게 알고 있는 투자자는 많지가 않았다.

대부분의 투자자들이 ‘남들이 하니깐’ 혹은 ‘아는 사람이 하자고 해서’ 식의 소극적인 투자 계기를 말하곤 한다. 하지만 이제부터라도 주식시장에 대해서 조금만 공부하고 연구하면 얼마든지 손해 안 보는 짝짤한 주식투자를 할 수 있다. 주식은 신(神)도 모른다지만 이제 주식에 입문하려는 개인 투자자들은 5가지 원칙만 철저히 지키면 대박은 몰라도 쪽박 차는 일은 없을 것이다.

주식투자의 5가지 원칙을 알아 보자.

① 반드시 ‘여유 자금’으로 하라

종합주가지수는 올라가는데 꼭 떨어지는 주식이 있다. 우리는 보통 그런 주식들을 ‘내 주식’, ‘내가 보유 중인 주식’이라고들 한다. 그만큼 개인이 주식에 투자해서 높은 수익률을 올리기가 어렵다는 뜻일 것이다. 개인 투자자에게 주식투자는 본업이 아니라 부업이다. 집 살 돈으로 주식을 사거나 마이너스 통장으로 대출받아 투자하는 일은 없어야 한다는 얘기다. 잃어도 될 만한 돈으로 주식을 사야 한다. 생활 자금으로는 절대로 투자하지 말라. 주식의 대기인 피터 린치도 이런 말을 했다. “적어도 내 집은 마련하고 주식투자를 해라.”

② 목표 수익률을 정하라

주식에 실패하는 대표적인 이유는 ‘조금만 더’ 하는 투자 심리 때문이다. ‘플러스(+) 마이너스(-) 10%면 무조건 판다’는 식으로 목표 수익률을 정하고 ‘손절매(손해를 보고 파는 것)’에 주저하지 말아야 한다. 주식투자 격언 중에 ‘매수는 새색시 같이 하고 매도는 미친 여자 도마질하듯이 하라.’라는 속담이 있다. 그만큼 매수는 신중하게, 매도는 칼같이 끊어서 하라는 의미일 것이다. 나만의 목표 수익률 구간을 정하고, 그 구간에 도달하면 눈 딱 감고 매도나 매수를 하는 습관을 들이자. 그러면 크게 손해보는 일은 피할 수 있을 것이다.

③ 남의 말 절대로 듣지 말라

주식투자를 하는 사람들에게 그 주식을 왜 샀느냐고 물으면 대부분 이런 대답이 돌아온다. “아는 사람이...” 시장 루머나 정보에 의존해서 재미를 본 사람은 많지 않다. 귀가 얇아서는 안된다. 뒤늦게 추격 매입하다가 작전 세력에 걸려 땅을 친 사람들이 한둘이 아니다. 소신을 지켜라.

④ 신문을 스크랩하자

주식책이나 재테크 관련 도서를 10권 읽은 사람보다 신문을 1년 동안 꾸준히

게 스크랩한 사람이 시장의 흐름을 빨리 훨씬 파악하고 지식도 많다. 인터넷으로 주식시세표 들여다 볼 시간에 신문의 경제면과 산업면을 꾸준히 정독하면 경제의 흐름을 이해할 수 있다. 이는 좋은 주식을 고를 수 있는 안목을 키울 수 있는 가장 좋은 방법이다.

⑤ 회사를 알아보고 투자하자

시장에서 생선이나 수박을 살 때도 좋은지 나쁜지 알아보는 방법이 있다. 요즘 같은 세상에 맘만 먹으면 회사에 대한 정보는 얼마든지 구할 수 있다. 어떤 회사인지 파악하는 건 ‘기본 중의 기본’이다. 금융감독원 전자공시에 들어가면 모든 회사의 재무제표를 볼 수 있다. 영업이익이 꾸준히 증가했는지, 매출액은 얼마나 늘어났는지를 살펴봐야 한다. 원가의 비중에 노무비가 지나치게 높지는 않은지 알아봐야 하고 PER, PBR, PSR, ROE 등 기본적인 주식투자 요소 중 기본적 분석에 필요한 요소들을 꼼꼼하게 챙겨 봐야 한다. 업종 전체보다 이 회사가 높은지 낮은지를 살펴보고 투자 가치도 따져 볼 필요가 있다. 2007년 들어 주식이나 펀드 등의 투자 수단과 대상이 다양해진 것은 사실이다. 하지만 그만큼 투자자의 책임 또한 커졌다. 기회가 많은 만큼 그에 따른 책임도 늘어나고 있는 것이다. 손실이 발생한 후에 남 탓만 하기 보다는 남들보다 나은 수익률을 거두기 위한 준비와 실천이 더 시급하지 않을까?

서기수 HB Partners 대표 (moneymst@paran.com)

- 고려대학교 정책대학원 국토계획경제학과

- 前 한미은행 재테크팀장

- 前 호원대학교 부동산경영학부 겸임교수

- 한국경제신문사 한경닷컴 재테크 칼럼니스트

주식 용어 설명

PER

주가수익률 [株價收益率, price earnings ratio]
주식의 1주당 시장가적인 주가와 1주당 수익액의 비율. 동종 업종의 평균 PER보다 해당 회사의 PER이 낮으면 주가상승 기대치가 높다고 보면 된다.

PBR

PBR(PriceBook-valueRatio)이란 주가 순자산비율로, 주가를 1주당 순자산으로 나눈 것. 재무 내용면에서 주가를 판단하는 척도가 된다.
PBR(주가순자산비율) = 주가/1주당 순자산
여기서 ‘순자산’이란 대차대조표의 자산에서 부채를 차감한 후의 자산을 말함.

PSR

PSR이란 주당 매출액 비율로, 현재 주가를 주당 매출액(SPS: Sales Per Share)으로 나누어 구한다. 이는 기업의 성장성을 판단 시 상대적으로 저평가된 기업을 찾을 때 이용된 지표이다. 즉 주가에 비해 주당매출액이 큰 기업일수록 잠재적인 성장성이 높은 기업으로 평가되므로 PSR 지표로만 본다면 PSR이 낮은 기업일수록 좋은

기업이라고 평가할 수 있다. 이 지표는 매출액이 중요한 역할을 하며 매출액은 적자를 내지 않기 때문에 다른 투자 지표에 비해서 의미 있는 평가 수단이 된다. 하지만 매출액이 많은 기업이 반드시 이익을 많이 내는 것이 아니므로 매출액만으로 기업을 평가할 수는 없다. 아래 공식에서 보듯이 순이익에서 적자를 보는 기업이라도 PSR은 양(+)의 값을 가질 수 있기 때문에 반드시 순이익 지표와 함께 PSR을 보는 것이 바람직하다.

PSR = 주가/주당매출액(SPS)
= (주당순이익/주당매출액) X (주가/주당순이익)
= ‘매출액 순이익률 X PER’로 표현되기도 한다.

ROE

ROE(Return On Equity)는 1년 동안 당기순이익을 평균치 자기자본으로 나눈 것. ROE(자기자본이익률) = 당기순이익/평균치 자기자본
여기서 ‘자기자본’이란 ‘자본금, 이익잉여금, 자본잉여금, 자본조정’으로 구성된 것이며, 평균치 자기자본이란 ‘(당기자기자본 + 전기자기자본)/2’를 뜻함.



"Raise your hand please if you invest in a stock market!"

When I ask the above question in a lecture at the culture center of a department store or in a lecture on financial technology, quite a lot of students raise their hands these days.

"If so, do you know the name of the CEO of the company you invested in? Or do you know the approximate sales revenue of the company last year? Are you aware of numeric values such as PER (Price Earnings Ratio) or PBR (Price Book Value Ratio)?"

Not many of the investors answered these additional questions correctly.

Most investors say passive motives: "Others do..." or "My acquaintance suggested that I invest..." Now you can enjoy fairly good stock investment without any loss if you study and do a little research. Although it is said that even God does not know about stock investment, individual investors who want to start stock investment will not experience complete failure at the worst if they strictly keep the following five principles.

① Must invest in stocks with "spare money".

There are always stocks that fall even in a bull market. We usually call that kind of stock "My Stocks" or "Stocks that I hold". Maybe it means it is that difficult for individuals to make gains in stock investment. Stock investment is not the main job but a side job to an individual investor. It means that investment with money for the purchase of a house or borrowed money should never happen. Buy stocks with money that you can afford to lose. Never make investments with money needed for basic necessities.

② Set a target earning rate.

A typical reason for failure in stock investment is investment psychology of "a little bit more". Set a target earning rate like "I will sell my stocks at plus or minus 10%", and do not hesitate to act on this "stop loss [selling stocks at a loss]". There is a proverb of stock investment: "Buy stocks like a bride and sell like a crazy lady chopping". It means that buying should be made prudently and selling should be made decisively. Establish a range of target earning rate, and make it a habit to sell or buy stocks decisively when the stock price reaches that point. You will avoid losses and enjoy profits.

③ Never listen to others.

When you ask stock investors why they bought that stock, most of them probably answer:

"One of my acquaintances suggested..."

Not many people make gains by depending on rumors or information. Never be too easily influenced by what others say. A lot of investors suffer when they try to chase recommended stocks. Make your own decisions.

④ Clip newspaper articles.

Those who have clipped newspaper articles continuously for a year understand market flow better and have more knowledge than those who have read ten books about stock investment or financial technology. Read the economic section and industry section of a newspaper carefully and continuously during the time you look into your stock list on the internet to understand the flow of the economy. You will develop an expert eye for selecting stocks.

⑤ Study the company to invest in

Even when you buy a fish or a watermelon, there is a method to know whether it is good or not. There is a lot of information out there about companies. To understand a company is a "basic rule". You can review financial statements of all companies in the electronic disclosure section of the Financial Supervisory Service's website. You should check if operational profits have been steadily increasing and how much sales revenue has risen. You also should check if the proportion of labor costs is too high to total expenses, and carefully investigate necessary elements for basic analysis in stock investment such as PER, PBR, PSR, and ROE. It is also necessary to know whether the price of the stock is higher or lower than the average of the industry and check investment values.

It is true that the means and objects of investment such as stocks and funds became diversified in 2007. However, the responsibility of an investor has also increased. Bigger responsibilities follow more opportunities. Don't you think you need to prepare and practice for a better gain before blaming others for a loss?

Stock Terminology

PER : Price Earnings Ratio

The ratio of the market price of a stock and the profit earned per stock. You can expect a rise of the stock price if the PER of the company is lower than the average PER of other companies in the same industry.

PBR : PBR (Price-Book Value Ratio) is the ratio of the net asset of a stock to the market price, i.e., the stock price divided by the net asset per share. It is a measure of shareholders' stocks in the balance sheet.

$PBR = \text{Market Price of Stock} / \text{Book Value of Stock}$

Where, the book value is the asset after offsetting debts from assets in the balance sheet.

PSR : PSR (Price Sales Ratio) can be obtained by dividing the market stock price by SPS (Sales per Share). This measure is used to find a relatively undervalued company in consideration of its growth potential. That is to say, a company with a lower PSR can be evaluated as a good one since a company with a high SPS compared to the stock price is estimated as a company with high growth potential. This is a

meaningful measure of evaluation because sales revenue takes an important role in this measure and sales revenue does not show a loss. Nevertheless, you cannot evaluate a company with sales revenues since not all companies with big sales revenues make high profits. It is appropriate to check the profit-loss index along with PSR since even companies showing a loss may have a positive (+) value of PSR as shown in the formula below.

$PSR = \text{Market Price of Stock} / \text{Sales per Share}$

$= (\text{Net Profit per Share} / \text{Sales per Share}) \times (\text{Market Price of Stock} / \text{Net Profit per Share})$

$= \text{'Ratio of Net Income to Net Sales} \times \text{PER'}$

ROE : ROE (Return on Equity) is equal to the net income divided by the average equity capital.

$ROE (\text{Return on Equity}) = \text{Net Profit} / \text{Average Equity Capital}$

Where, "Equity Capital" includes capital, earned surplus, capital surplus, and capital adjustment, and average equity capital means "[Equity Capital of This Fiscal Year + Equity Capital of Previous Fiscal Year] / 2".

애독자 퀴즈

아래의 (①), (②)에 들어갈 정답은 각각 무엇일까요?

9, 10월호 사보 속에 정답이 있습니다.



(주)노루페인트가 런칭한 신개념 나노 스프레이 (①)은(는) 구두, 청바지, 소파, 컴퓨터, 핸드백 등 소재의 구에 없이 손쉽게 색상을 바꿀 수 있게 해 줍니다. 색상에 변화를 주고자 하는 제품에 뿌리기만 하면 비틀거나 세탁을 해도 손상이 없을 뿐 아니라 10~20초 만에 건조되는 속건성을 자랑합니다. 남녀노소 누구나 '생활 디자이너' 로의 변신을 가능케 하는 (주)노루페인트의 나노 스프레이 (①)은(는) 무엇일까요?



지난 7월 10일, 중국 상하이에서 NOROO와 중국 기업 (②)와(과)의 합작 및 기술이전 계약 체결식이 있었습니다. 중국 상하이에 설립되어 자동차 코팅 분야의 연구 및 생산, A/S를 전문으로 하는 기업 (②)은(는) 이번 합작을 통해 NOROO의 자동차용 전착도료(CED) 기술을 도입하여 중국 자동차도료 시장에서의 지위를 확고히 할 것이라는 포부를 밝혔습니다. NOROO의 중국 진출을 가속화하고 글로벌 기업으로의 동반 성장을 꿈꾸는 중국 기업 (②)의 이름은 무엇일까요?

애독자 퀴즈 정답을 아시는 분은 담당자에게 이메일을 보내 주세요.

혼자 보기에는 아까운 재미있는 사진이나 특별한 추억이 담긴 사진, 사우들과 나누고픈 소중한 사연도 환영합니다. 퀴즈 정답이나 사연이 채택되신 분에게는 문화상품권 1만원권 5매를 드립니다. <Worldwide Value Partner>를 사랑하는 독자 여러분의 많은 참여 바랍니다.

※ 퀴즈 응모 시 메일 제목에 '애독자 퀴즈 정답' 이라고 기재해 주세요.

사보 담당자 후기

모든 일들이 그러하지만 정말 관심과 사랑 없인 할 수 없는 일이 바로 사보인 듯합니다. NOROO 그룹 다양각색의 사람들과 그들의 무궁무진한 NOROO 사랑 이야기들이 이 책 한 권에 실린다는 것은 어쩌면 NOROO인 모두의 마음으로 이루어낸 것이 아닌가 생각합니다.

글재주 없는 제가 사보를 위해 할 수 있는 일이 무엇이 있을까 고민했는데 벌써 두 번째 사보가 나오게 되어 가슴 한 편이 쑥스러움과 뿌듯함이 벌써 다음 호의 기대를 품게 합니다. 앞으로 (주)대연의 소중한 이야기들을 NOROO 사보에 실을 수 있도록 노력하겠습니다.

(주)대연 물류1팀 전희경 대리

문의하실 곳

주 소 135-983 서울시 강남구 역삼동 736-1 한솔빌딩 A동 12층
(주)디피아이 홀딩스 전략기획팀 권나영 주임

전 화 02-2191-7714

팩 스 02-2191-7703

이 메 일 nykwon@dpi.co.kr

NOROO



컬러가 다르면 생활이 달라집니다

공간, 환경, 건강을 생각하는 컬러,
노루페인트의 색채전문가가 만들어갑니다

The Colorist - 노루페인트



(주)노루페인트
www.noroo.co.kr

NOROO