

노루

09+10

NOROO magazine vol.08 / 2008

이 가을에는

따뜻한 그리움 하나 품게 하소서.

우리들 매 순간 살아감이

때로는 지치고 힘들어

누군가의 어깨가 절실히 필요할 때

보이지 않는 파스함으로 다가와

어깨를 감싸 안아 줄 수 있는

따뜻한 그리움 하나 품게 하소서.



COVER STORY



이 가을에는
 따뜻한 그리움 하나 품게 하소서.
 우리들 매 순간 살아감이
 때로는 지치고 힘들어
 누군가의 어깨가 절실히 필요할 때
 보이지 않는 파스함으로 다가와
 어깨를 감싸 안아 줄 수 있는
 따뜻한 그리움 하나 품게 하소서.

May this autumn instill
 yearning in our hearts.
 When life gets rough
 and leaves us drained
 When we need a shoulder to cry on,
 someone to lift us up ?
 May autumn be our comforter
 our hearts have yearned for.

NOROO magazine vol.08 2008

09+10

2008년 09 · 10월호(통권8호)

발행일 2008년 9월 10일

발행처 NOROO

발행인 최광균

기획 (주)디피아이 홀딩스 (031-467-6073)

편집 및 디자인 (주)R큐더스 (02-6011-2000)

인쇄 영은문화

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)디피아이 홀딩스	경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략기획1팀 김한주 대리 T:031-467-6073
(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 이현정 사원 T: 051-580-6183
(주)DAC	경기도 화성시 장안면 금의리 579번지 구매팀 조규용 대리 T:031-8059-9519
(주)씨케이	경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5(시화공단 6바 406호) 경영지원팀 김시연 대리 T:031-599-7252
대한비케미칼(주)	충청남도 천안시 백석동 527-6 경영지원팀 이수용 사원 T:041-620-6207
대한코일코팅(주)	경기도 안양시 만안구 박달동 615 지원팀 박서진 주임 T:031-467-6486
(주)대연	경기도 안양시 만안구 박달동 615 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363

NOROO magazine vol.08 2008

2008년 09 · 10월호 (통권8호)

NOROO & ME

04 NOROO NEWS

08 NOROO FOCUS

(주)노루페인트_신시장 개척, 앞장 서다

NOROO Paint Goes Global

12 POWER OF TEAM

항상 함께 있어 행복합니다, (주)씨케이 연구1팀

Teamwork Brings Happiness To Research Team #1 of CK

16 TREND REPORT

온실가스 감축 목표와 실행, BARAKA GLOBAL ADVISORS

GHG Reduction Initiatives and Implementation, BGA

20 GLOBAL NETWORK

태국 사하 타이 스틸 파이프 주식회사

Saha Thai Steel Pipe Public Company Limited

24 HAPPY PARTNER

거래기업 탐방 _ 국도화학(주)

Partner Review _ Kukdo Chemical Co., Ltd.

28 CREATIVE PARTNER

친환경 인테리어 전문 브랜드 '예그리나 (Yegreena)'

30 NOROO'S DIARY

지대리의 디카세상이야기

Culture & Life

32 COLOR STORY

마케팅 성공의 열쇠, '컬러비즈니스' - Orange

34 DIY WORLD

사과상자로 울타리형 가든박스 만들기

36 TRAVEL

너울 넘듯 오름을 걷는다, '제주 오름 트래킹'

40 MONEYMAKING TIPS

주가가 떨어져도 수익이 난다? ELS의 모든 것

44 LIFE & HEALTH

지친 몸에 활력을 불어넣는 '스트레칭'

EDITOR'S NOTE





◎ NOROO그룹 한영재 회장, 자회사 지방공장 시찰

NOROO그룹의 한영재 회장은 7월 7일부터 7월 9일까지 계열사들의 지방공장을 방문하였다. 한영재 회장은 이번 방문에서 임직원들의 사기를 북돋아 주었으며, 이와 함께 노고를 격려하였다. 방문 일정은 7일(월)에는 DCC 포항 공장과 DAC&DBC 울산분공장을, 8일(화)에는 노루페인트 칠서공장과 부산지점 및 IPK 칠서공장과 본점을 방문하였다. 특히 각 회사별로 공장의 생산 현장을 직접 시찰하고, 현장 곳곳에서 땀 흘리며 근무하는 직원들의 노고를 치하하였다. 이와 함께 향후 직원들을 대상으로 각 회사별 공장의 생산라인을 서로 방문하고 공유하여 시너지 효과를 낼 수 있도록, NOROO그룹 차원의 공장견학 계획안을 추진할 것을 지시하였다.



◎ NOROO그룹 기후변화 대응교육 실시

NOROO그룹은 지구기후 변화에 따른 국제 협약과 향후 온실가스 감축 규제에 대응하고, 보다 적극적으로 기업의 친환경전략을 실행하며 전 임직원의 참여와 의식향상을 도모하기 위해 8월 22일부터 9월 4일까지 계열사별로 교육을 실시하였다. 이번 교육은 과장급 이상의 직원에 대해서 실시되었으며, 대리급 이하의 직원에 대해서는 동영상 교육 및 팀장을 중심으로 전달교육이 실시될 예정이다. 주요 교육 내용으로 기후변화대응과 장기 에너지 전망, 최근 기후변화 논의동향과 산업계 대응, 기후변화협약대응 에너지 기술동향, 기업별 온실가스 인벤토리 구축(사례중심), 기업의 CDM(Clean Development Mechanism: 청정개발체제) 활용 전략사례 등이 진행되었다.



◎ 글로벌리더 1기 수료식

지난 1년간 진행되었던 NOROO그룹 글로벌리더 1기의 교육을 마무리하는 수료식이 지난 8월 19일 독산동 노보텔에서 진행되었다. 중·장기적인 경쟁력을 강화하고 미래의 리더 및 글로벌 인재를 육성하기 위해 진행된 이번 프로그램은 총 9명이 수료하였으며, 수료식에서 글로벌리더 1기의 교육진행 결과 보고 및 Next Plan이 공유되었다. ㈜디피아이홀딩스 최광균 사장을 비롯한 각 계열사의 사장들은 글로벌리더 1기의 수료를 축하하였으며, 향후 지속적인 교육을 통한 자기계발 및 관련 업무 적용을 통한 회사까지 증대에 힘써줄 것을 당부하였다.

◎ NOROO그룹 하기휴가 실시

NOROO그룹은 무더운 여름철을 맞이하여, 임직원들의 사기 진작과 휴식을 위하여 7월 말부터 8월 초까지 회사별로 하기 휴가를 실시하였다. 디피아이홀딩스, 노루페인트, DCC, 대연, CK는 8월 1일 ~ 8월 6일, IPK는 8월 2일 ~ 7일, DAC와 DBC는 7월 26일 ~ 7월 31일까지 4일간의 휴가기간을 주말과 함께 실시하였다.

NOROO Group Chairman & CEO Young-Jae Han Visits Affiliate Plants

NOROO Group Chairman Han paid visits to the plants of the affiliates from July 7 to July 9. Chairman Han's visit boosted employee morale in the factories he visited as he commended their hard work. On Monday, July 7, he visited DCC's Pohang Plant and DAC & DBC's Ulsan powder paint factory. On July 8, he visited Noroo Paint's Chilseo Plant and Busan Branch as well as IPK's Chilseo Plant and HQ. The purpose of his visits was to tour the production facilities of the respective affiliates and express his appreciation for the hard work of the members. CEO Han instructed his subordinates to plan for intra-group visits to foster greater synergy.

NOROO Group Provides Training on How to Respond to Climate Change

NOROO Group conducted training sessions from August 22 to September 4 to equip its members with the knowledge to respond effectively to the legal restrictions constraining greenhouse gases emissions, implement corporate pro-environmental strategies, and enhance ecological awareness. These sessions were intended for those in managerial posts. Assistant managers and other partners will receive similar training by viewing video clips or through their team heads. The agenda of the sessions included climate change response, long-term energy outlook, recent discussions on climate change, response from the industry, energy-related technologies to meet the Convention on Climate Change, corporate experience on establishing GHG (greenhouse gases) inventories (case study), and CDM (Clean Development Mechanism) utilization by corporations.

Global Leader Training Class 1 Completes Course

The first class of the Global Leader Training course celebrated the completion of their 1-year course in Novotel, Doksan-dong on August 19. This program was aimed at reinforcing its 9 trainees' mid- and long-term competitive power and developing them into proactive leaders and global resources for the future. The results of the training and next steps were shared during the celebration of the successful conclusion of this training. The Presidents of all affiliates including President Choi, Gwang-gyun of DIP Holdings congratulated the trainees on their success and encouraged them to continue developing themselves and adding value to their companies by applying their training to work.

NOROO Group Goes on Vacation

NOROO Group's affiliates granted their members summer vacation between the end of July and beginning of August. DPI Holdings, Noroo Paint, DCC, Dai Yon, and CK were closed for vacation from August 1 to August 6 while IPK from August 2 to August 7 and DAC and DBC from July 26 to July 31 and the following weekend.

Noroo Paint Co., Ltd.

KSA Recognizes Noroo Paint's No. 1 Position in the Market for the Third Consecutive Year

Sponsored by the Korean Agency for Technology and Standards, the Korea Standards Association (KSA) awarded Noroo Paint for its KS-certified, best-in-kind products for the third consecutive year based on the 2008 KS-QEI survey. The KSA has expanded the scope of the survey from KS-certified products between 2005 and 2007 to commodities in general. This year's survey also testified that quality plays the key role in creating the best experience for customers, who are inclined to repurchase the products they find satisfactory.

Noroo Paint's water-soluble paints earned a score of 784.4 points, which was the best among its competitors. Noroo Paint's consistent R&D and quality improvement efforts were thus recognized by an outside organization.

What is KS-QEI?

The abbreviation of the "Korean Standard-Quality Excellence Index," KS-QEI is a customer satisfaction measuring model developed jointly by KSA and the Index Research Group of the Korean Society for Quality management (KSQM). It is a comprehensive index that represents the superior quality of the product and level of satisfaction of its buyers or experts.

Noroo Paint Sponsors Samreung Elementary School's Wall Painting by Supplying Paints

"Once it's done, the students of this school will enjoy the delightful pictures on the wall." It was the comment of the professors and students of the Design Department of Hanyang Women's College who painted the walls of Samreung Elementary School in Samseong-dong, Seoul on a sunny day in July. The participating students mixed paints and primers and began painting the constellations, universe, and spacecrafts on the wall with a theme of dream and hope.

One participant said, "I have no particular difficulty in painting thanks to my friends' help. I want to be a messenger of hope to my little friends." The Principal of Samreung Elementary School also sent a card of appreciation to Noroo Paint for sending paint free of charge for the wall-painting.

Noroo Paint Management Fulfills Its Commitment toward Labor Regarding Wage Increase

Noroo Paint's Labor Union decided at the end of April to follow the management's upcoming decision regarding the wage adjustment for this year. It was a decision to relieve the company's financial burden due to the skyrocketing prices of the petrochemical products, which are the base materials for paints. Three months later, on July 21, President Yang, Jeong-mo e-mailed all staff to announce a 4% wage increase for this year, which was fulfilled on the payday for July.

The Labor Union responded by thanking the management for this unexpected increase. The Union further praised the management for fulfilling the commitment it made in April to do its best to increase wages based on the business results of the first half of this year.

President Yang, Jeong-mo urged all members to use wisdom and enthusiasm for the rest of this year in overcoming all difficulties and working toward this year's business targets.

(주)노루페인트

◎ 한국표준협회로부터 3년 연속 1위 기업 선정패 수여

기술표준원이 후원하고 한국표준협회가 주최한 '2008 한국사용품질지수(KS-QEI) 조사결과'에서 노루페인트 수성도료가 KS제품 품질 우수성 지수 1위 기업으로 3년 연속 선정되어 한국표준협회로부터 1위 기업 선정패를 수여 받았다. 지난 2005년부터 2007년까지 KS제품에 대해 품질 조사를 한 노하우를 바탕으로 이번 조사는 일반제품까지 조사범위를 확대한 것이 특징이다. 이번 조사에서도 역시 품질이 높은 제품이 고객을 감동시키고 고객은 한번 사용해 본 제품을 재구매 한다는 결과가 나왔다.

한편, 이번 조사에서 노루페인트 수성도료는 784.4점을 기록해 전체에서 가장 높은 점수를 얻었다. 이는 그 동안 지속적인 연구개발과 품질개선을 실시한 노력의 결과를 대외기관에서 인정해준 것이다.

* 한국사용품질지수(KS-QEI)란?

한국사용품질지수는 한국표준협회와 한국품질경영학회 지수연구회가 제품에 대한 고객 만족도와 제품 특성을 반영해 공동으로 개발한 측정모델이다. 이 지수는 해당 기업의 제품을 구매 또는 이용한 경험자 및 해당 제품 전문가를 대상으로 품질의 우수성 및 만족도를 조사해 발표하는 종합 지표다.



◎ 삼릉초등학교 '벽화그리기' 페인트 지원

'벽화 그리기가 모두 끝나면 이곳 어린이들에게 즐거움을 주는 벽이 만들어질 거예요.' 지난 7월 여름날, 한양여대 디자인과 교수와 학생들이 주축이 되어 서울 삼성동 소재 삼릉 초등학교에 방문하여 벽화를 그리며 즐거운 한때를 보냈다. 학생들은 페인트와 도색제를 섞어 붓에 듬뿍 묻힌 뒤 벽에 속삭이듯 문지르며 별자리 우주, 우주선 등 '꿈'과 '희망'을 소재로 한 벽화 그리기에 몰두했다.

이날 참여한 디자인과 학생은 "친구들과 협동해 어려움 없이 작업하고 있다"며 "아름다운 벽화를 통해 어린이들에게 미래 희망을 전하고 싶다"고 말했다.

한편, 삼릉초등학교 교장은 이날 무료로 페인트를 지원해 준 (주)노루페인트에 대하여 감사장을 보내왔다.



◎ 노루페인트, 노동조합과 임금협상 약속 이행

노루페인트 노조는 지난 4월 말 올해 임금인상 여부를 회사에 일임했다. 페인트의 원료가 되는 석유화학 제품 가격이 급등하면서 '회사부터 살리기 위해' 취한 선택이었다. 그 후 3개월이 지난 7월 21일 양정모 노루페인트 사장은 전 임직원에게 6매일을 보내 "올해 임금을 기본급 기준으로 4% 올릴 것"이라고 밝혔으며, 7월 급여에 포함하여 지급하였다.

노조는 "올해는 동결을 각오했는데 임금이 인상돼 고맙다"는 뜻을 사측에 전달하였으며, 이는 4월 노동조합과의 임금협상에서 상반기 실적이 나오면 최대한 배려하겠다는 회사가 약속을 지켰다고 말했다.

양정모 사장은 2008년도 하반기도 모든 어려움을 극복하고 사업목표를 달성할 수 있도록 임직원 여러분 모두 지혜와 열정을 가지고 업무에 임하여 주기를 당부하였다.





◎ 제9대 노동조합위원장 노루페인트

김용목 위원장 당선

지난 7월 18일 노루페인트 제9대 노동조합위원장 선거에서 김용목 위원장이 85%의 지지로 당선됐다. 이번 선거는 노루페인트 조합원들이 250여 명이 참석한 가운데 안양공장에서 진행되었다. 김용목 위원장은 이번 선거에서 '고용안정 이룩하여 꿈과 희망이 있는 노동조합!'을 주장하였다. 김 위원장은 겸손과 성실, 소신과 용기로 위기상황을 돌파하는 강력한 추진력으로 무장하여, 새시대 새로운 상생의 노동운동을 추구하고, 섬김의 리더십으로 깨끗하고, 명쾌하며, 정직하게 임하여 꿈과 비전이 있는 미래지향적인 노동조합을 만들겠다고 내걸었다. 김용목 위원장은 3선위원장 당선 인사말에서 "앞으로도 더욱 성숙되고 안정적으로 노동조합을 이끌어 회사와 조합원이 함께 상생하는 아름다운 노사문화를 계승 발전시켜 나갈 것"을 약속했다.



◎ 노루페인트, 안양지역 환경단체협의회 감사패 수상

안양지역 환경단체협의회(회장 이성섭 외)는 지난 7월 30일 노루페인트(사장 양정모)를 방문, 지역사회 발전과 환경 보전을 위해 오랜 기간 기여해 온 것에 대해 '감사패'를 수여했다. 이번 감사패는 노루페인트의 친환경 경영과 지역 환경보호 활동에 대한 공로를 높이 평가 받고 순수 NGO들로 구성된 지역 환경단체협의회가 직접 수여했다는 것에 의미가 있다. 1974년 안양에 본사를 건립한 노루페인트는 환경을 소중히 생각하는 '친환경 글로벌' 기업으로서의 이미지에 걸맞게 전 임직원 및 가족들이 34년 동안 매년 '안양천 살리기 운동'에 참여해 왔으며, 다양한 환경 관련 행사 주관과 봉사활동을 실천해 왔다. 양정모 사장은 "앞으로 모든 제품 공정과 경영 전반에서 환경친화적이고 지속 가능한 가치를 실현하기 위해 한층 더 노력할 것"이라며 "지역 주민들을 위한 환경보전 및 이웃 사랑 실천운동도 보다 활발히 전개할 것"이라고 약속했다.



◎ 한국자동차도장협회에서 감사패 수상

지난 8월 18일 한국자동차도장협회(회장 이진구)는 노루페인트 본사에 방문하여 "자동차도장 발전 및 기술인 육성"에 공헌해 준 것에 대해 감사의 표시로 감사패를 전달하였다. (주)노루페인트는 2007년부터 학계(전국 25개 공업고등학교 및 직업전문학교)와 연계하여 자동차 도장자재 및 조색시스템의 공급, 교육지원을 통하여, 선진 도장기술자 양성 및 발전을 도모해왔다. 또한 노루페인트 자동차보수용 도료는 2008년부터 한국산업인력공단에서 주최하는 전국기능대회 자동차도장 직종에 시험도료로 선정되어 사용되고 있다. 이날 수여식에는 한국자동차도장협회 회장(이진구/신진과기교), 부회장(박인선/여수공고), 총무(성낙천/미래산업과학교)가 본사를 방문하여 감사패를 전달하였으며, 이에 (주)노루페인트 양정모 사장은 "앞으로도 자동차 도장산업의 발전과 미래도장인력 양성을 위해 최선을 다할 것을 약속한다"며 화답하였다.

Labor Leader Kim, Yong-mok Elected to Continue in Office in its 9th Period

On July 18, Labor Leader Kim, Yong-mok was elected by 85% of the voters to continue in office in the 9th period of the Union. The election took place in the presence of 250 Noroo Paint Union members in the Anyang Plant. Labor Leader Kim presented a slogan to "fill the Labor Union with dream and hope by making employment more stable." Kim promised the voters to break through challenges with modesty, diligence, faith, and courage as well as strong initiatives and direct labor activities to promote co-existence of management and labor. Also, he presented a vision to pursue a servant leadership to make the Labor Union more transparent, honest, and future-oriented. Thanking his supporters for electing him the third time, he said, "I would like to make our Union a mature and stable organization that promotes the co-existence of management and labor."

Noroo Paint's Environmental Efforts Recognized by Anyang District Environmental Council

Representatives of the Anyang District Environmental Council (headed by Chairman Lee, Seong-seob) visited the Noroo Paint on July 30 to honor the company with an appreciation plaque for its long-term contribution to environmental protection. This event was especially meaningful because the company's pro-environmental operations and environmental endeavors in the region it operates in were recognized by a regional environmental council consisting entirely of NGO's. Since its establishment in Anyang in 1974, Noroo Paint has encouraged its members and families to participate in cleaning Anyangcheon (Stream) as an advocate of environmental protection and hosted various events upholding environmental values. President Yang, Jeong-mo stated, "We will work harder to protect the environment and pursue sustainable development throughout our production process and management. Also, we will continue to live our beliefs in protecting the environment and fulfilling our social responsibility."

Noroo Paint Awarded a Plaque of Appreciation by KAAPT

On August 18, representatives of the Korea Association of Automobile Paint Technicians (KAAPT; headed by President Lee, Jin-gu) visited Noroo Paint HQ and presented a plaque of appreciation for its great contribution to the development of auto-paint technicians. Noroo Paint has provided painting systems (Color Bank) and materials to the automobile painting departments of 25 technical high schools and vocational schools since 2007. Also, Noroo Paint's products are used in the national paint technician's contests sponsored by the Human Resources Development Service of Korea. During KAAPT's visit to Noroo Paint, it was represented by its President (Lee, Jin-gu/Shinjin Science Technology Academy), VP (Park, In-seon/Yeosu Technical High School), and Secretary (Seong Nak-cheon/Mirae High School of Science and Technology). Noroo Paint's President Yang, Jeong-mo promised to continue to support future paint technicians.

Noroo Paint Celebrates 21st Anniversary of Labor Union's Launch and Holds the 22nd General Meeting of Labor Representatives

The 21st anniversary of the launch of Noroo Paint's Labor Union and the 22nd general meeting of labor representatives were held in Anyang Plant on August 21. These events constituted Part I of a two-part special program in the presence of Noroo management and labor members. Part II of the program included an informal talk between labor representatives from other organizations (Federation of Korean Chemical Workers' Unions and its Central and West Gyeonggi Regional Office and Federation of Korean Trade Unions and its Gyeonggi Regional Branch) and a ceremony to honor Lee, Pil-wun, an exemplary partner, with an award and celebrative events.

Noroo Paint's Labor Leader Kim, Yong-mok said during his remarks, "I thank all labor members for supporting me to take the leadership of the 9th Labor Administration and promise to continue union activities to enhance our members' quality of life."

CK Co., Ltd.

CK Ansan Plant Gathers at Dinner Table

CK Co., Ltd. invited all members and the staff of Dai Yon and IPK working at CK's Ansan Plant as well as its suppliers' drivers to a dinner on August 8. Almost all invitees attended and filled the Galbi restaurant located near the Central Station of Ansan City. They enjoyed one another's company over dinner regardless of their position and organization. This dinner party was given right after CK had reached its sales target of 7 billion KRW, encouraging all to unite for meeting the challenges facing the company in the future.

DAC Co., Ltd.

DAC Completes Hwaseong Plant and Starts Operation

DAC moved all its operations to its new plant facility located in Jangan, Hwaseong which began operations on August 11. The first factory facility for DAC, the automobile paint manufacturing Hwaseong Plant, incorporates the main office, production, service, and welfare buildings. This 50,000m²-large facility has 120 workers and is located within the advanced international industrial complex at 579 Geumui-ri, Jangan-myeon, Hwaseong-si.

◎ (주)노루페인트 노동조합 설립 제21주년 기념식 및 제22주년 정기대의원대회 개최

노동조합 설립 21주년 기념식 및 22주년 정기대의원대회가 지난 8월 21일 안양공장에서 개최하였다. 이날 행사는 1부 기념식 행사로 임직원 및 노조원들이 모인 가운데 진행되었다. 이후 2부에서는 간담회 행사로 외부 노조원 대표(화학연맹, 한국노총 경기도지역지부, 한국노총 경기중부지역지부, 화학연맹경기중서부지방본부등)와 이필운 안양시장이 참석하여 모범사원 표창 및 대회 축하 격려사, 내외빈 소개 등으로 행사가 진행되었다.

(주)노루페인트 김용목 위원장은 이날 기념사에서 "압도적 지지로 9대 집행부를 출범시켜 주신 조합원들께 감사" 하며, "초심을 잃지 않고 회사발전을 통한 조합원 삶의 질 향상이라는 조합원 중심의 노동철학을 실천해 가겠다" 고 다짐했다.



(주)씨케이

◎ 씨케이, 안산공장 전체회식자리 가저

(주)씨케이는 지난 8월 8일 회사 임직원뿐만 아니라 안산 공장에서 근무하는 ㈜대연, ㈜아이피케이 직원 및 납품회사 등을 포함하여 회식자리를 가졌다. 안산시 중앙역 인근에 위치한 갈비집에서 가진 이번 회식에서는 거의 대부분의 인원이 모여 공간을 가득 메웠으며, 처음부터 소속 등에 구애 없이 화기애애한 분위기 속에서 이루어지는 단합의 장이 되었다. 또한 이번 회식은 마침 7월 씨케이 70억 매출달성 이후에 이루어져 불황을 이겨내자는 각오가 넘치는 자리로서 의미를 더했다.

(주)DAC

◎ DAC 화성 공장 이전 완료, 업무 개시

DAC는 지난 8월 11일 화성 장안에 설립된 신공장으로 이전하여 첫 업무를 시작하였다. 이번 화성 공장은 DAC의 첫 공장으로 자동차 도료 생산설비를 갖추어 본관동과 생산동, 용역동, 복지동 크게 4개동으로 구성되었다. 5만m² 규모에 120여 명 정도 근무하는 화성 공장은 경기도 화성시 장안면 금의리 579번지 외국인첨단산업단지 내에 위치하고 있다.



(주)노루페인트, 글로벌 기업으로 도약

전략적 협력관계로 신시장 개척, 앞장 서다

Noroo Paint Aims to Go Global Through Strategic Partnership in Emerging Market

글 편집실 Text by Editorial Department



(주)노루페인트는 자동차 보수용 도료의 내수시장을 넘어 중동을 포함한 해외지역으로의 시장 확대를 꾀하고 있다. 이러한 해외시장 진입을 위해 일본 자동차 보수용 도료 전문 기업인 (주)ISAMU도료와의 전략적 협력을 통해 프리미엄 브랜드인 'AUTUSS(오투스)'를 출시했다. 야심 차게 내놓은 브랜드 'AUTUSS'로 해외 시장 공략에 나선 (주)노루페인트, 자동차 보수용 도료 시장에서 (주)노루페인트의 제2의 전성기가 기대된다.

Noroo Paint is expanding its auto refinishes business to the Middle East and other international markets. To become a global player in the premium paint market, Noroo Paint ambitiously launched "AUTUSS" with ISAMU, Japan's major auto-paint professional.

“AUTUSS(오투스)”는 (주)노루페인트가 (주)ISAMU 도료와 협력을 통해 새롭게 선보인 자동차 보수용 도료의 프리미엄 브랜드이다. “AUTUSS(오투스)”는 최근 급속하게 증가하고 있는 국내 수입 자동차, 특히 일본 수입 자동차를 타겟으로 하고 있다.

일본 수입 자동차의 경우 2001년 국내에 첫 선을 보인 것을 시작으로 매년 급격하게 증가하여 2008년에는 국내 수입 자동차 시장에서 40% 이상의 점유율을 기록하고 있으며, 일본 자동차 회사들의 국내 진출 확대 전략에 따라 향후 수년 내에 50% 이상의 수입차 시장 점유율을 나타낼 것으로 예상된다.

따라서 (주)노루페인트는 이번 (주)ISAMU도료와의 제휴를 통해 일본 특유의 섬세한 색상 매칭성 및 수용성 도료에 대한 우수한 기술을 확보하여, 이를 바탕으로 향후 5년 내에 국내 수입차 보수시장에서의 점유율을 30%까지 확대한다는 계획이다.

Win-Win 전략 가동을 시작한 (주)ISAMU도료와 (주)노루페인트

(주)ISAMU도료는 1927년 창업되어 현재 일본 내에 자동차 보수용 도료시장의 18%를 점유하고 있으며, 12,000개 유통점을 확보하고 있는 기업이다. 도쿄, 오사카, 나고야, 후쿠오카 등 일본 주요 대도시에서 지사가 있으며, 일본 전역 내 총 9개의 도장학교를 운영하고 있다.

(주)노루페인트는 (주)ISAMU도료의 일본 자동차에 대한 다양한 색상정보 및 기술 노하우를 활용하여 한국 및 해외의 자동차 보수용 도료의 프리미엄 시장 개척을 추진할 계획이며, 국내뿐만 아니라 해외시장 개척을 위해 꾸준히 노력해왔다. 또한 (주)노루페인트는 글로벌 네트워크를 전략적으로 활용하여 AUTUSS 브랜드의 시장확대를 통한 판매량 증가로 생산 효율화를 달성할 방침이다.

이렇듯 (주)노루페인트와 (주)ISAMU도료는 향후 글로벌 자동차 보수용 도료의 해외시장 개척을 위해 “WIN-WIN 전략”을 공유하고 실행해 가고 있다.



중동시장 개발로 세계로 가는 신호탄을 쏜다

(주)노루페인트는 (주)ISAMU도료와의 협력뿐만 아니라 중동지역 최대 유통업체인 AKA 그룹과 합작회사를 설립하여 중동시장에서의 사업 전개를 위한 교두보로 삼을 계획이다. (주)노루페인트는 이 합작회사를 통해 중동시장에서의 시장 점유율을 점차 증가시킬 계획이며, 중동시장의 공략을 본격화함으로써 중동지역을 넘어 아프리카 지역까지의 시장확대를 꾀하고 있다. (주)노루페인트의 중동시장 진출은 해외에서의 (주)노루페인트의 성공 신화를 다시 쓰는 기회가 될 것이다.

AKA 그룹은 중동지역 내 점유율 1위의 유통기업으로 강력한 판매 네트워크를 보유하고 있다. (주)노루페인트는 지난 2003년부터 AKA 그룹과 전략적 제휴에 관한 논의를 시작하여 중동시장 공략을 위한 독점 유통계약을 체결하였다. 이후 2007년 원가절감의 일환으로 현지 생산을 위한 기술지원 및 브랜드 사용계약을 체결하였으며, 중동지역 고객을 위한 기술지원 및 컬러서비스센터 설립을 계획하고 있다.

현재 AKA 그룹은 Makkah 자동차 페인트 공장을 운영하고 있으며, 코팅 및 보조제 생산과 차체 페인트 관련 제품 수입 및 유통, 화학 산업을 위한 기초 원료의 수입 및 유통, 그리고 자동차 산업을 위한 IT솔루션의 공급을 주요 사업으로 하고 있다. 이러한 AKA 그룹의 다변화된 사업 영역은 향후 (주)노루페인트의 중동시장 진출에 있어 강점으로 작용할 것으로 예상된다.

아시아 메이저 기업으로의 도약

(주)노루페인트는 전세계를 6개 권역으로 나눠 각 지역별로 현지공략 전략을 추진하고 있다. 이를 위해 중국, 일본, 중동, 아프리카, 인도, 미주 및 유럽 등에 소재하고 있는 해외 현지기업과 전략적 제휴를 체결, 시장 선점과 매출 확대를 동시에 꾀하고 있다. 이러한 노력으로 현재 (주)노루페인트의 해외사업부문 매출은 자동차 보수용 도료를 중심으로 매년 높은 성장률을 보이고 있다.

이러한 계획의 추진으로 (주)노루페인트는 국내외 자동차 보수용 도료 시장에서 일류 기업이 되겠다는 것을 목표로, 향후 (주)ISAMU도료와의 협력을 점차 강화시켜 국내 시장뿐만 아니라 아시아, 중동, 아메리카 지역 등의 해외 시장에서도 최고 품질의 제품과 서비스로 소비자에게 다가간다는 계획이다.

As a new premium paint brand for auto repair launched by Noroo Paint in partnership with ISAMU, AUTUSS aims to meet the increasing demand for imported automobiles especially those made in Japan.

Since AUTUSS's launch in Korea in 2001, sales of Japanese automobiles have dramatically increased, capturing a 40% share of Korea's imported vehicle market in 2008. Considering Japanese auto makers' strategy of expanding business in Korea, AUTUSS's market share is expected to reach 50% in no time.

Having adopted ISAMU's industry-leading technologies in delicate color-matching and water-soluble paint manufacturing, Noroo Paint is set to expand its share in the imported automobile market by up to 30% in just 5 years.



ISAMU, Noroo Paint Follow Win-win Strategy

Established in 1927, ISAMU enjoys an 18% share in the local auto-repair paint market and operates 12,000 distributorships in Japan. It also has branch facilities in Tokyo, Osaka, Nagoya, and Fukuoka and operates 9 painting schools throughout Japan.

ISAMU's color data and production technologies for Japanese vehicles will help Noroo Paint succeed in expanding its share in the local and overseas premium auto markets. In addition, Noroo Paint plans to leverage its global networking to expand the AUTUSS business in the market, which in turn will streamline its production.

Noroo Paint and ISAMU are implementing their win-win strategy to expand business in the global auto-repair paint market.

NOROO Launches Business in the Middle East!

In addition to its partnership with ISAMU, Noroo Paint also plans to forge a partnership with the AKA Group -- the largest paint distributor in the Middle East -- to lay down the foundation for future expansion in the region. The Group intends to increase its share gradually in the Middle East market through this partnership, ultimately reaching Africa. Noroo Paint expects its expansion to the Middle East will mark the beginning of a new success story for the company. Boasting the largest market share in the Middle East, the AKA Group has a robust sales network in the region. Noroo Paint and AKA Group began partnership negotiations in 2003 and

signed an exclusive distribution agreement to support mutual growth in the Middle East. In 2007, the two parties signed a technical support and brand license agreement to start local production and reduce costs. They also plan to establish technical support and color service centers for their customers in the region.

The AKA Group operates an auto-paint plant in Makkah; its activities include manufacturing coatings and related supplements, importing and distributing body compartments and goods for use in paint production, importing and distributing base materials for the chemical industry, and supplying IT solutions to the auto industry. The far-reaching business will be an advantage to NOROO's operations in the Middle East.

Noroo Paint Emerges as Asia's Major Corporation

Noroo Paint is localizing its business in six regions worldwide by forming strategic partnerships with local corporations in China, Japan, ASEAN region, Middle East, Africa, India, Americas, and Europe. This strategy translates into early market penetration and increased sales, helping Noroo Paint's Overseas Business Division enjoy a business boom in the auto-repair paint business.

These measures are propelling Noroo Paint toward becoming the best auto-repair paint producer in Korea and abroad, gradually reinforcing its partnership with ISAMU and ensuring that the world receives the best-quality paint products from Noroo Paint.





항상 함께 있어 행복합니다, 팀워크로 만드는 세상

(주)씨케이의 연구1팀

Close Teamwork Brings Genuine Happiness To Research Team #1 of CK Co., Ltd.

글 편집실 Text by Editorial Department



잡지 모델 같은 미소,
귀여운 동안
신재석 대리

탁월한 업무 능력,
뚝 소리 나는
이광호 대리

“같은 동네 사니깐 가끔 마트에서 마주치곤 해요. 하하하.” 같은 공간에서 근무하는 동료이자 같은 동네에서 사는 동네 주민인 이성곤 차장과 이광호 대리, 그리고 신재석 대리는 서로 얼굴을 보며 미소를 짓는다.

“We live in the same neighborhood and often bump into each other in the supermarket. Haha.” We saw bright smiles on the faces of Deputy Director Lee, Seong-gon and Assistant Managers Lee, Gwang-ho and Shin Jae-seok as they relate their special relationship as neighbors and colleagues.

(주)씨케이 연구1팀을 닮은 듯, 비가 오던 하늘에 수줍게 해가 비친다. (주)씨케이 내에서도 미남만 모여있다는 연구 1팀은 조용하고 소신 있게 일을 열심히 하는 이미지가 느껴지는 팀이다. 그저 모나리자의 모습처럼 언제나 그렇듯 한 표정으로 인터뷰 동안에도 조용히 자신의 소신을 밝히며 분위기를 유도해 갔다.

서글서글, 자상한 이성곤 차장

가장 만형이자, 서글서글한 연구 1팀을 이끄는 이성곤 차장은 연구팀에서 진행되는 실질적인 연구를 팀과 연계하여 전반적인 업무 진행 및 관리를 맡고 있다. 팀원들을 가족같이 잘 챙기고 남의 부탁을 잘 거절 하지 못하는 성격을 지니고 있다. 하지만 이런 모습이 서글서글한 미소





만큼이나 자상한 이성곤 차장의 가장 큰 장단점이다. 신재석 대리는 “아내가 임신 중이라서 가끔 먹고 싶어하는 음식을 사서 퇴근해야 하는 경우가 많은데 이성곤 차장님이 같이 신경을 써줘서 너무 감사하다”고 전했다. 이성곤 차장은 마침 이광호 대리나 신재석 대리가 같은 동네에 살다 보니 신경을 한번이라도 더 쓰게 된다고 하며 몇 째게 웃었다.

탁월한 업무 능력, 똑 소리 나는 이광호 대리



한마디 한마디에 신중을 기하고 또 박또박 자신이 소견을 밝히는 이광호 대리. 연구 1팀의 똑 소리 나는 캐릭터를 지닌 인물이다. 부드러운 인상과 달리 일 할 때만큼은 똑 소리 나게 하는 이광호 대리는 방수용 도로용 MMA 바닥재를 연구하고 있다.

연구 1팀에서 전라적으로 바닥재 위주의 연구를 진행하다 보니 밀려드는 업무량이 만만치 않다. 하지만 누구보다 자신의 일을 철저히 하는 이광호 대리는 다른 팀과 업무 진행에 있어서도 잘 처리하기로 유명하다. 이성곤 차장은 “이 대리는 자기 주관이 뚜렷하고 업무 조정 능력이 탁월하다”며 “정말 장점이 많은 직원이다. 또한 인간적이며 온순하여 화합이나 협력이 강한 편이어서 업무 외에도 배울 점이 많은 사람이다”고 평했다.

잡지 모델 같은 미소, 귀여운 동안 신재석 대리

활짝 웃는 모습이 막내 동생처럼 귀엽기만 한 신재석 대리는 입사 당시 잡지 모델이 입사한 것처럼 빛이 났다고 한다. 지금은 어느덧 예비 아빠의 역할을 잘 해가고 있다. 외모 덕분에 귀여움을 독차지 하지만 팀 내에서 역할은 다부지다. 일반 건축용도로와 차열도로 연



구를 담당하고 있다. 차열도로의 경우 내년초 판매 목표로 틈새시장을 공략하여 시장 진입을 노리고 있는 제품이다.

이광호 대리는 “신 대리는 외유 내강의 성격이 장점이자 단점이며 관리자의 능력을 지니고 있다”며 “서

류 정리정돈을 잘하고, 보이는 외모처럼 심성이 착하다”고 말했다. 신재석 대리는 자상한 이성곤 차장과 조용하면서도 일 처리가 깔끔한 이광호 대리 사이에 웃음과 미소를 주는 존재가 아닐까 싶다.

두 가지 바램

같은 팀이자 같은 동네 주민인 연구 1팀은 남은 팀 과제를 꼭 해결하고자 한다. 첫 번째 과제는 특화된 시장 진입을 목표로 연구 1팀은 올해는 개별 특허 1건씩을 출원하여 상품화 하는 아이템을 연구하고 있다. 틈새시장을 노려 특허와 함께 팀의 재탄생을 꾀하는 연구 1팀은 이 과제를 이루기 위해 노력하고 있다. 두 번째 과제는 가족모임이다. 이성곤 차장은 “우리 팀의 직원들과 가족들이 함께 회식을 하며 모임을 가지고 싶다”며 “그것이 우리 팀의 과제가 아닐까 싶다. 이번에 신 대리의 아기가 태어나면 꼭 모임을 가지고 싶다”고 말했다. 6명이었던 팀원이 3명으로 줄면서 업무량에 역량을 키우는 시간 조차 주지 못해 항상 팀원들에게 미안했다는 이 차장의 바램이 이뤄지길 바라본다.

Rain stopped and the sun shined through the window when we visited Research Team #1 of CK Co., Ltd. Well-known for its handsome members, the team had a quiet and stable atmosphere. The team members we interviewed calmly yet confidently answered our questions.



Deputy Director Lee, Seong-gon, the Team's Big Brother



Deputy Director Lee is the team's oldest member and leader and manages its projects and affairs. He is known for taking care of his team as his family and being helpful to everyone. His considerate personality is well reflected on his smiling face.

Assistant Manager Shin, Jae-seok said, "My wife is pregnant and I often need to buy a snack for her on my way home." He then added, "I was thankful to Mr. Lee when he bought me something to eat to bring home." Hearing this comment, Deputy Director Lee shyly smiled, saying that it was natural to care about Shin and his family as his neighbors.

Team's Smart Guy, Assistant Manager Lee, Gwang-ho

Assistant Manager Lee, Gwang-ho is an asset to the team for his thoughtfulness and confidence. He is the team's smart guy. The quiet look on his face belies him at work, because he is highly efficient and fast when it comes to his responsibilities in the waterproof MMA products for roads. Research Team #1 is a very busy team due to its focused research on flooring materials. Lee is well-known for his thorough and expeditious style at work, not only within his team but also in connection with other teams. Deputy Director Lee complimented Assistant Manager Lee saying, "He is very clear about what he is doing and is an excellent coordinator." He further described him saying, "He is a well-rounded member of our team and a warm-hearted, mild-tempered, and cooperative person with lots of qualities that make him special."

Team's Cool Guy, Assistant Manager Shin, Jae-seok

Assistant Manager Shin has a cute look on his face and is the youngest member of his team. When he first joined the team, he was literally

shining like a model for a magazine. Time flies and he is already a father-to-be. He is considered as the team's youngest brother, but the role he plays in the team is far from insignificant. He conducts research on general paints for construction and insulation. The insulation paints are being prepared for launch in the niche market at the beginning of next year.

Assistant Manager Lee described Shin: "His kind impression and strong personality are his important strengths and equip him with the tools needed to be a good manager. He is highly organized as a worker and very pleasant to be with as a person."

Assistant Manager Shin makes his team better by becoming a harmonious partner to Deputy Director Lee and Assistant Manager Lee who are known for their intelligence and warm-heartedness.

Two Hopes

The members of Research Team #1 hope to achieve two goals. Since the team's first goal is to join a specialized sector of the market, each of its members aims to apply for and commercialize at least 1 patent this year. The team is working hard to reach its goal for the niche market. The second goal the team wants to achieve is to have a family gathering. Deputy Director Lee explained, "It is one of our team's goals to gather as families and enjoy ourselves." He added, "We plan to have this gathering after Shin's baby comes along." The team used to have 6 members, but was reduced to only three members, which resulted in an increased workload and less time to develop themselves. Deputy Director Lee hopes to compensate for his team's hard work by holding a family event.





온실가스 감축 목표와 실행

Baraka Global Advisors의 방향과 실천 방안

Greenhouse Gases Reduction Initiatives and Implementation
Plans and Directions of Baraka Global Advisors

글 남 훈 BARAKA GLOBAL ADVISORS 팀장 Text by Nam, Hoon, Director, Baraka Global Advisors

1992년 UN의 주관으로 브라질 리우데자네이루에서 열린 환경회의에서 기후변화에 관한 기후변화협약 (UNFCCC) 이 채택되어 1994년 3월에 발효되었다. 이는 차별화된 공동의 부담 원칙에 따라 가입 당사국을 부속서 I 국가 와 비부속서 I 국가로 구분하여 온실가스 감축에 관한 형평성 있는 의무를 부담하기로 결정한 것이다.

Under UN's leadership, the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) was adopted in Rio de Janeiro, Brazil in 1992 and put into effect in March 1994. The Convention divides countries into groups with differing commitments based on Annex I and Non-annex I to allocate equal shares to them in reducing the greenhouse gases emissions (GHG).

온실가스 감축 목표를 부여한 교토의정서 (Kyoto Protocol)

이러한 기후변화협약의 기본원칙에 입각하여 선진국에게 구속력 있는 온실가스 감축 목표를 부여한 교토의정서(Kyoto Protocol)가 채택 되었으며, 다음과 같은 내용을 포함하고 있다.

첫째, 감축대상 온실가스로서는 CO², CH⁴, H²O, HFCs, PFCs, SF₆ 와 같은 6가지 온실가스로서 규정하였다. 둘째, 교토의정서의 감축 목표로서 제1차 이행기간(2008~2012)동안 1990년 대비 동의무 부담 국가 전체 평균 5.2%를 감축하되 국가별로 차별화하여 배출량을 할당하였다. 셋째, 온실가스 배출량 저감을 위한 구체적인 이행방안으로서 비용효과적인 온실가스 감축을 위한 시장체제, 즉 교토 메커니즘을 도입하였다. 교토 메커니즘은 공동이행제도(JI), 청정개발체제(CDM), 배출권거래제(ET)로 구성되어 있으며 이를 통하여 의무이행에 대한 유연성을 부여할 수 있도록 하였다. 이러한 교토의정서의 내용은 온실가스 감축에 대한 법적 구속력이 있는 국제협약으로서 2005년 2월 발효되었다.

2008년 현재, 기후변화협약 상에서 온실가스 감축목표를 부여 받지 않은 OECD 국가는 우리나라와 멕시코, 둘뿐이며 또한 우리나라는 세계 10위의 CO² 배출국(그림 1참조), 석유소비는 세계 7위를 차지하고 있다.

그러나 포스트 교토체제에 대한 협상들이 추진되고 있는 가운데 높은 온실가스 배출량 및 에너지 소비국인 몇몇 국가들에 대한 의무 감축국으로의 포함여부에 대하여 논의가 되고 있다. 이러한 국가들 중에 대한민국은 2013년 감축이행에 대한 의무 부담국으로서 논의 되고 있으며, 정부는 이러한 논의에 대하여 체계적인 종합대책들을 추진하고 있다.

1999년 기후변화 제1차 종합대책을 시작으로 2007년 12월에는 기후변화 제4차 종합대책(2008~2012년)을 수립하여 적극적인 기후 변화에 대한 적응, 연구개발, 감축의 3대 핵심분야에 대하여 중점을 두고 있다. 이에 따라 정부에서는 산업체분야에 대하여 산업체의 기후변화의 대응 역량 강화(적응), 원천기술 및 핵심 분야의 기술개발(연구개발)을 통하여 탄소시장에 대한 적극적인 참여(감축)를 기대하고 있다.

이에 대하여 산업체분야에서는 앞서 제시한 바와 같이 대한민국이 2013년 이후, 감축 의무국으로 지정되어 감축의무를 부담하게 될 경

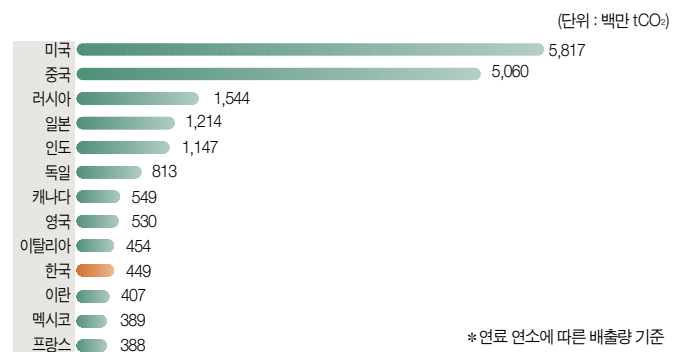


그림 1. 주요 국가별 CO² 배출현황 (2005년 기준)

Picture 1. CO₂ Emissions of Major Countries (2005)

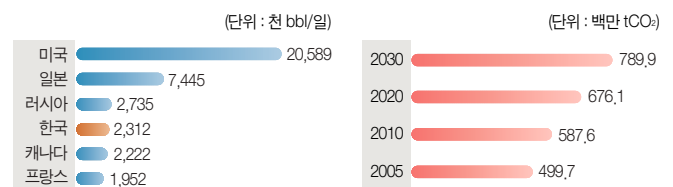


그림 2. 국가별 석유소비량 (2006년 기준)

Picture 2. Oil Consumption by Country (2006)

그림 3. 우리나라 온실가스 배출전망

Picture 3. Korea's Future GHG Emissions

우, 이에 대한 온실가스 의무 감축량은 산업체 각 기업으로 할당되게 될 것이며, 이에 대한 온실가스 감축에 일조할 수 있는 시스템, 즉 기업의 온실가스 인벤토리 구축 및 CDM 사업, 탄소 시장의 참여 등을 통하여 온실가스 감축에 적극적인 노력을 기울여야 할 것이다.

탄소시장의 구조와 작동 메커니즘

현재 전세계 탄소배출권 거래의 약 80%를 차지하고 있는 EU ETS의 경우를 중심으로 탄소시장의 기본 구조와 작동 메커니즘을 서술하면 다음과 같다. 교토의정서에 명시된 2008~2012년 기간 중 온실가스 감축 의무 당사국의 배출 감축 목표치에 의해 해당국의 배출권 (AAU · Assigned Amount Unit)이 산정되면, 각국의 배출권 배정 위원회(NAP · National Allocation Plans)에 의해 민간부문의 각 배출원별로 배출권(Allowance)이 할당된다. 2008~2012년 기간 중 1990년 수준 대비8%의 감축목표를 할당받은 EU의 경우 각 회원국별로 다시 배출권을 할당하고, 회원국들은 자국의 감축 목표치에 맞추어 주로 발전 시설 등 주요 민간 배출시설에 대해 배출권을 할당한다. 이런 방식을

통해 EU는 역내 전체 온실가스 배출량의 약40%를 규제하고 있다. 다음으로 배출권을 할당 받은 민간기업 등 배출원은 배출 목표를 달성하기 위해 에너지 효율화, 사용연료 전환 등의 각종 수단을 통해 자체 감축 노력을 전개한다. 만약 기간 중 허용된 배출권보다 더 많이 온실가스를 감축했을 경우 추가적인 감축분 만큼을 내다팔 수 있으며, 배출 허용량을 초과해 온실가스를 배출했을 경우 초과분에 대해 다른 배출원으로 부터 배출권을 사들이거나 CDM (Clean Development Mechanism 청정개발체제) 및 JI(Joint Implementation 공동이행체제) 등을 통해 생성된 크레딧을 구매해 부족분을 채워야 한다. 여기에서 탄소시장은 잉여분의 배출권을 거래하는 할당량 거래 시장(Allowance Market)과 CDM, JI 등의 온실가스 배출 감축 프로젝트를 통해 발생하는 배출권을 거래하는 프로젝트 기반 시장(Project-based Market)으로 구분된다.

경우에 따라 탄소시장을 1차 시장(Primary Market)과 2차 시장(Secondary Market)으로 구분하기도 하는데, 후발개도국에서 전개되는 CDM 프로젝트나 동유럽국가의 JI 프로젝트 등에 내재된 각종 불확실성과 리스크의 크기에 따라 분류한 것이다. CDM 프로젝트는 사업 계획, 투자재원 모집 등에서부터 UN 등 국제 공인 기구 등이 규정한 등록(방법론 검증), 인증(타당성 확인 및 검증) 절차를 통과해야만 최종적으로 크레딧(배출권)을 부여받는 등 매우 까다로운 절차를 거쳐서 완성된다.

따라서 최종 크레딧을 부여 받기 전이라도 시장 참가자들이 각 프로젝트가 지닌 리스크의 크기에 따라 장래에 예상되는 배출권(CER)에 대해 가격을 매겨 거래하도록 함으로써 프로젝트 개발자의 투자 위험을 낮추어 주는 동시에 더 많은 CDM 프로젝트 투자가 생겨날 수 있도록 한 것이 1차 시장이며, 2차 시장은 이러한 리스크가 제거된 상태의 배출권, 즉 단순배출권(EAU)이나 이미 크레딧이 부여된 CDM 프로젝트의 배출권(gCER, guaranteed CER)을 거래하는 시장이다.

탄소시장의 흐름에 따른 BGA의 역할

Baraka Global Advisors(이하 BGA)는 이러한 탄소 시장의 흐름에 따라서 고객사에 가장 적합한 탄소 관리 전략(Carbon Management Strategy, CMS)을 수립 제공합니다.

이러한 CMS는 기업의 온실가스 배출량의 산정, 탄소 중립 획득, 온실가스 저감 사업 수행, CDM 사업, 배출권 구매 및 판매, PF 등 탄소 시장에 접근 가능하며 필요한 모든 서비스를 제공한다.

1. 탄소중립 (Carbon Neutral)

탄소중립(Carbon Neutral)은 "탄소 중립이 되는 것은 당신의 총 탄소 배출량을 계산, 가능한 방법으로 감소한 뒤 탄소배출 상쇄를 구매함으로써 당신의 남은 배출량을 산정하는 것이다."

Baraka Global Advisors는 회사 내 총 온실가스 배출량을 계산할 수 있다. 먼저, 컨설턴트는 고객의 탄소 발자국을 정의 내린 후 수집한 정보를 바탕으로, 고객이 배출량을 감소할 수 있도록 온실가스 관리 계획을 작성하는 역할을 한다.

2. Corporate GHG Strategy

Baraka Global Advisors는 배출권 시장 상업화의 최적 조합을 이루고 고객의 구체적인 요구에 맞는 배출권의 적합한 이용을 위해 독점적인 모델을 이용한다. 또한 바라카글로벌의 컨설턴트는 위험과 규제에 대한 노출을 최소화하고, 탄소 패러다임 이동으로부터의 잠재적 이익을 극대화하기 위해 프로젝트와 배출권의 종류의 다양성을 고려한다.

3. 탄소 시장 조사 및 분석 Carbon Market Research and Analysis

Baraka Global Advisors 의 탄소 시장 분석 서비스는 국제 탄소 시장에 대한 폭넓은 안목을 제공한다. 시장의 수요와 공급, 잠재 소비자와 판매자를 조사하고, 미래 가격뿐 아니라 가격 driver에 대한 다양한 범주의 연구를 분석한다.

4. Certified Emission Reductions (CERs) Transaction Service

Baraka Global Advisors 는 탄소 배출권을 획득하기 위해 고객의 현 자산의 재정적 이용가능성을 평가한다. 또한 바라카글로벌은 모든 청정개발체제/공동이행체제의 신청 서류의 작성을 조인하고 준비하며 UN 규제 절차를 통해 프로젝트를 수행하고 있다. 이와 함께 Climate Change Consulting도 함께 시행하고 있다.

Kyoto Protocol Assigns Objectives to Reduce Greenhouse Gases Emissions

On the basis of the fundamental principles of the Convention, the Kyoto Protocol was adopted to assign tangible targets to reduce GHG emissions, and it defined the following criteria:

First, the Protocol defined the scope of the greenhouse gases to include CO², CH⁴, N²O, HFCs, PFCs, and SF₆. Second, this agreement committed the participants to reduce during its 1st implementation period the emissions by 5.2% on average compared to 1990 and assigned them with differing permissible emission levels. Third, the Protocol introduced a market system to promote a cost-effective GHG emissions reduction, namely, the Kyoto Mechanism. The Mechanism consists of Joint Implementation (JI), The Clean Development Mechanism (CDM), and Emissions Trading (ET), which were designed to make implementation more flexible. The Kyoto Protocol became effective in February 2005 as a legally binding international agreement regarding the reduction of GHG emissions.

As of 2008, the only OECD countries that have not been assigned a target to reduce GHG emissions in the UNFCCC are Korea and Mexico, ranking the 10th and 7th among the countries emitting CO₂ (refer to Picture 1).

As the post-Kyoto regime is currently in negotiation, a discussion is in progress to determine whether some large energy consumers responsible for considerable GHG emissions should be newly committed to reduce GHG emissions. Korea is one of the countries that may be required to reduce emissions starting from 2013. The Korean

government is making a comprehensive preparation for this discussion. Since 1999 when the government implemented the 1st comprehensive plan, it has taken active measures to cope with climate change. In December 2007, it established the 4th plan to focus on adaptation, R&D, and reduction for 2008-2012. The government is going to participate actively in reducing GHG emissions (reduction) by reinforcing the industry's capabilities to adapt to climate change (adaptation), and developing core technologies (R&D).

If Korea is included in the countries with a commitment, the industries in Korea will be required by the government to reduce GHG emissions from 2013 onward. The Korean corporations will be obliged to establish systems for GHG emissions reduction by creating corporate GHG inventories and CDM projects as well as participating in the carbon markets.

Structure and Mechanism of the Carbon Markets

The structure and operating mechanism of carbon markets may be illustrated by the case of the EU ETS, which is responsible for about 80% of the world's Emission Trading. Once the Assigned Amount Units (AAUs) are set for the relevant countries in the EU for the period between 2008 and 2012, each country's NAP (National Allocation Plans) allocates allowances for the private sectors responsible for emissions. Assigned to reduce between 2008 and 2012 8% of emissions compared to 1990, EU assigns an allowance for each member country, which will in turn allocate allowances to major private facilities responsible for emissions. EU controls around 40% of the total GHG emissions from this region in this way.

The private corporations allocated allowances make independent efforts to reduce GHG emissions by raising the efficiency of their energy consumption and changing fuels in use, among others. If any of these corporations reduces emissions beyond the set target, it can trade the remaining allowance. If a corporation exceeds the allocated limit, it is required to meet the compulsory level by purchasing an allowance from another corporation or credits generated by the CDM or JI systems. The carbon market consists of the allowance market that enables the trading of the surplus allowances and the project-based market that facilitates trading of the allowances generated by the GHG emissions reduction projects like CDM and JI.

In some cases, the carbon market is subdivided into a Primary Market and a Secondary Market. This classification is based on the uncertainties and risks inherent in the CDM projects of the underdeveloped countries and the JI projects of the East European countries. The CDM projects are completed by the grant of the credits (allowances) through a very stringent procedure that entails the business plans, investment resource raising as well as the registration (verification of methodology) and



certification (feasibility verification) stipulated by international agencies such as UN.

Therefore, the certified emissions reduction (CER) for the future are allowed to be traded by the market participants in the Primary Market based on the risk of the relevant project even before the grant of the final credits, thereby reducing investment risks on the part of the project developer and encouraging more investments toward the CDM project concerned. The Secondary Market is where the participants trade the allowances free from such risks including the emission reduction units (ERU) and guaranteed CER (gCER) of the CDM project already granted with the credits.

BGA's Role in Carbon Markets

Baraka Global Advisors ("BGA") provides carbon management strategies (CMS) that are ideally suited to customers.

The CMS aims to provide all necessary services such as setting a corporation's GHG target, helping reach the carbon neutral commitment, reducing GHG emissions, conducting a CDM project, trading allowances, and handling PF.

1. Carbon Neutrality

Being carbon neutral, or carbon neutrality, refers to neutral total carbon release, brought about by balancing the amount of carbon released with the amount sequestered or offset. BGA estimates a client's total GHG emissions. First, a BGA consultant defines the client's carbon footprint and creates a GHG emissions control plan to help reduce the emissions based on the data collected.

2. Corporate GHG Strategies

BGA utilizes a proprietary model to balance the client with the commercial carbon market and meet the client's specific requirements. Our consultants consider the diversity of the projects and carbon allowances to minimize exposure to risks and restrictions and maximize potential profits with the shift of paradigm regarding carbon concerns.

3. Carbon Market Research and Analysis

BGA's carbon market research and analysis services provide a wide outlook of the international carbon markets. Based on its market supply and demand research as well as potential consumers and suppliers, BGA analyzes anticipated price ranges and categories of price drivers.

4. Certified Emission Reductions (CERs) Transaction Service

BGA assesses the client's current availability of assets to acquire CERs. Also, it provides advice on the preparation of the CDM and JI applications and performs projects in accordance with the UN's regulations and procedures. BGA also offers climate change consulting.



Saha Thai Steel Pipe Public Company Limited



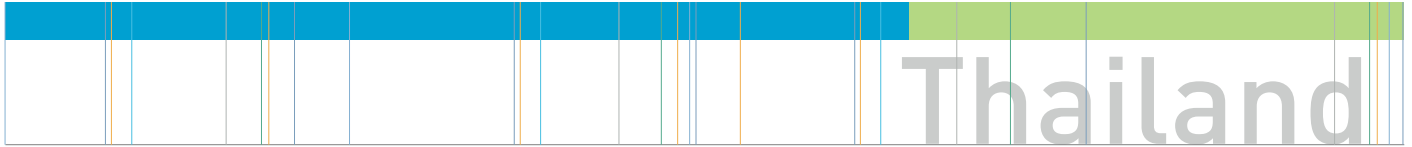
태국 최대의 강관 생산 및 판매 하는 태국기업 사하 타이 스틸 파이프 주식회사와

태국 시장에 진출한 국내 대표 브랜드 노루페인트

Thailand's Largest Steel Pipe Manufacturer Saha Thai Steel Pipe Public Company Limited

Partners with Noroo Paint for Thailand Business

글 편집실 Text by Editorial Department



지난 2003년 (주)노루페인트 이상현 대리가 태국 방콕에 지사를 설립하면서 2004년 거래를 시작한 사하 타이 스틸 파이프 주식회사. 노루페인트는 사하 타이 기업에 철재 파이프 도장용 수용성 방청도료를 납품하고 있다. 다양한 종류의 원형관 및 각관을 생산 및 판매하는 사하 타이 스틸 주식회사와의 국내 도료업계 대표 브랜드인 노루페인트와의 인연은 그렇게 시작되었다.

Noroo Paint first came into contact with Saha Thai Steel Pipe Company when Assistant Manager Lee, Sang-hyeon of Noroo established a branch office in Bangkok, Thailand. The business relationship between the two companies had its start in 2004. Noroo Paint is currently supplying Saha Thai Company with water-soluble rust-resistant paints for steel pipes. Saha Thai Company and Noroo Paint, respectively manufacturers of wide-ranging round and rectangular pipes and a variety of paints, have been in partnership for some years

사하 타이 스틸 파이프 주식회사는 태국 최초의 구조용 강관 제조 사로서 고품질 제품 생산에 전념하였으며 고객으로부터 높은 신뢰도를 자랑하고 있는 기업이다. 현재 사하타이는 태국 최대 구조용, 배관용 강관 생산자이자 판매자로서 생산량의 50% 이상을 해외로 수출하고 있다.

세계 파이프 시장에서 잘 알려진 태국기업 사하 타이와의 거래는 큰 의미가 있다. 태국의 경우 국가적으로 한국 기업보다는 일본 기업에 많이 진출한 상황이며 한국기업의 입지가 좁은 편이다. 이런 산업적 기반에 태국 최대 강관 생산 기업과의 거래는 노루페인트뿐만 아니라 국가적으로 태국 진출에 따른 의미가 있으며 이를 기반으로 주변국가로의 수출에도 긍정적인 영향을 주고 있다.

사하타이의 파이프 도장부문을 맡고 있는 관계사 JHP International Co., Ltd. 고육 사장은 “5년 가량 사하 타이와 노루페인트가 거래를 하면서 고품질의 도료를 안정적으로 공급하는 것과 문제 발생시 신속하게 해결해주는 서비스가 가장 중요하다”고 말했다. 이에 따라 노루페인트 이상현 대리는 사하 타이와의 지속적인 Win-Win 관계를 유지하기 위해 “변함없는 고품질의 제품을 공급하며 문제 발생시 누구보다 빠른 해결로 365일 고객만족을 실천하겠다”라고 말했다.

한편 호주, 미국, 캐나다, 유럽, 동남아 등에 수출을 하고 있는 사하 타이 스틸 파이프 주식회사는 자사의 도장 파이프에 100% 노루페인트 제품을 사용하고 있다. 더불어 내년 상반기에는 새로 증설되는 공장에도 노루페인트의 수용성 방청 바니쉬 클리어 제품을 사용할 계획이라고 밝혔다.



위트 있는 농담과 미소가 아름다운
JHP International Co., Ltd. 고육 사장

노루페인트와 언제부터 어떠한 제품을 거래하시기 시작하였나요.

“지난 2004년부터 노루페인트와 거래를 시작하였습니다. 그 전에는 파이프 코팅을 생산하는 설비가 갖춰지지 않아 외주를 통하여 생산하여 판매했었습니다. 사하타이는 직접 생산을 하기 위해 여러 정보를 접하던 중 노루페인트의 수용성 도료를 알게 되었고, 사하타이가 보유하고 있는 설비에 사용이 용이 할 것 같아 거래를 시작하게 되었습니다.

현재 우리가 생산하는 파이프에 종류가 여러 가지인데 우리가 주로 수출하는 호주 바이어들은 도장을 원하기 때문에 도장을 한 파이프를 주로 수출하고 있습니다.

그 동안의 거래를 통해 노루페인트의 강점은 무엇이라고 생각되나요.

우선 노루페인트는 검증을 받은 제품이라는 점이 강점이라고 생각합니다. 우리의 경우 문제 소지를 처음부터 생기지 않기 위해 지명도가 있고 검증 받은 제품인 노루페인트의 제품을 사용하는 것입니다. 노루페인트 제품은 품질이나 서비스 부분에서 태국기업이나 다른 한국기업에 대비하여 월등히 앞서 간다고 생각합니다.

처음 우리와 노루페인트가 거래를 시작할 당시에는 노루페인트 태국지사가 방콕에 상주하고 있어서 문제가 생기면 바로 해결해주기 때문에 더욱 신뢰가 높았습니다.(물론 지금도 문제가 생기면 바로

해결해 주기 위해 노루페인트는 노력한다고 생각되지만요, 하하하.) 지금은 태국지사를 이끌던 이상현 대리가 한국으로 돌아왔기 때문에 예전보다는 빠른 대응을 한다고는 할 수 없지만 다른 기업에 비해 신속한 대응을 해주는 것도 노루페인트의 강점 중에 하나라고 생각합니다.

교육 사장님이 한국인이기에 한국 기업과 거래 하는 것은 아닌지요.

팔은 안으로 굽는다는 말이 있듯이 사실 한국인이기에 한국 기업과 거래를 하는 것이 더 좋긴 합니다. 아무래도 한국 기업과 거래를 하면 대화가 통해 편안함도 있고, 즉각적인 조치가 있기에 더욱 용이합니다. 태국에서도 수용성 방청 도료가 개발 되어 있지만 기술적으로나 품질적인 부분에서 노루페인트의 제품이 뛰어나며, 검증 받은 제품이기에 더 신뢰가 생기는 것 같습니다.

사하 타이의 강관 도장부문을 맡게 된 계기와 이상현 대리와의 만남은 어떠신가요.

처음에 사하 타이 관계사에서 컨테이너 관련된 일을 하다가 파이프 도장 라인 문제를 해결하면서 도장부문을 완전히 맡게 되었습니다. 그 당시 이상현 대리는 태국지사에서 소장으로 근무하고 있었는데 그때 알게 된 인연이 지금까지 이어오고 있습니다. 태국의 경우 한국 기업의 진출이 많지 않아 서로 의지하며 지냈기에 더 각별했던 것 같습니다. 요즘에는 이상현 대리가 한국으로 귀국하는 바람에 개인적인 이야기나 만남이 많이 줄어들어 아쉽기도 하지만 그나마 이메일이나 전화 통화로 그 아쉬움을 달랠니다. 가끔 태국으로 출장을 와서 미팅을 하게 되면 그때 미뤄뒀던 이야기와 업무를 처리 하면서 그리움(?)을 달래곤 하죠. 하하하.

두 나라의 기업 문화의 차이가 있다면 무엇인가요.

태국과 한국의 기업을 경험해 보니 차이점은 확연합니다. 우리 나라 기업들의 경우 마무리가 좋은 편이며, 빠르고 효율적인 업무와 새로운 방법을 착안하는 등 머리를 많이 쓰는 편입니다. 태국은 이에 비해 조금 느긋한 편이며 조금함보다는 느긋함이 더 어울리는 태국이라는 나라인 것 같습니다. 예를 들어 생산 과정에서 문제가 생기면 한국의 경우 조금하게 문제 처리와 분주함이 느껴지는데, 태국의 경우는 오히려 차분하게 일을 처리하는 느낌이 많이 듭니다. 물론 두 나라의 특징이 서로 장단점을 논하기는 어렵지만 태국 사람들의 느긋함을 한국 기업들이 배웠으면 합니다.

* JHP International : Saha Thai Steel Pipe 도장부문을 대행하는 관계회사

Saha Thai Steel Pipe Public Company is Thailand's largest structural steel pipe manufacturer known for its superior quality and reliable service. Saha Thai Company presently manufactures and distributes the largest bulk of structural and plumbing pipes in Thailand and exports up to 50% of its production.

Saha Thai Company is renowned in the global pipe market and thus is an important customer of Noroo. In Thailand, Japanese companies have a better position in the market than Korean companies. Therefore, having a business relationship with Thailand's largest steel pipe manufacturer is meaningful, not to Noroo alone, but also to Korea, and it is expected to have positive influence on Korea's business relationship with other neighboring countries.

Saha Thai Company's pipe painting is contracted to its affiliate, JHP International Co., Ltd. The company's President Goh, Wuk explained, "Saha Thai Company and Noroo Paint's stable relationship has ensured a reliable supply of high-quality paints and prompt service." Noroo Paint's Assistant Manager Lee, Sang-hyeon is committed to maintaining a win-



win relationship with Saha Thai Company. He said, "Our customers can be assured of our commitment to product quality and customer satisfaction all year around made possible by our seamless follow-up service." Saha Thai Company uses only Noroo paints for its entire pipe production, most of which are exported to Australia, U.S., Canada, Europe, and Southeast Asia. It also has a plan to use Noroo's water-soluble, rust-resistant varnish clear products in its new production facility that will come into operation during the early half of next year.

Man Known for Good Sense of Humor and Friendly Smile - JHP International Co., Ltd.
President Goh, Wuk

When did your company begin working with Noroo Paint?

We did it in 2004. Prior to that, we didn't have a pipe-coating facility and contracted pipe-coating to an outside company. While Saha Thai Company researched many products to use in direct production, the company learned about Noroo's water-soluble paints. They looked perfect for use in Saha Thai's facilities and a deal was made.

We currently manufacture a variety of pipes and our major buyers in Australia prefer coated pipes. So, we export only coated pipes.

What has been Noroo Paint's advantage?

First of all, Noroo Paint offers products that have been verified through the years. We prefer quality-proven products because we want to nip trouble in the bud. I believe Noroo Paint's products and service quality far exceed those offered by any other company in Thailand or Korea.

Our trust in Noroo was at the maximum when we began because Noroo had a Thailand Branch in Bangkok back then to provide an immediate solution to any problem. Of course, we still trust Noroo because they make sure any problem is addressed as soon as possible. Assistant Manager Lee, Sang-hyeon, who used to represent the Thailand Branch has returned to Korea. Noroo's follow-up isn't as quick as when he was in Thailand, but Noroo still responds to a problem far more quickly than other companies.

Does your company prefer to work with a Korean company because you, the president, are Korean?

They say, "Men are blind in their own causes." Since I'm Korean, I feel more comfortable working with a Korean company. It's true I can communicate more freely with Koreans than foreigners and I like Koreans' expeditious manner at work. Having said that, the reason I work with Noroo is mainly for its verified quality. Thailand also produces water-soluble, rust-resistant paints, but I can say Noroo Paint's quality is the best of all and has been verified over time.

How did you get to undertake Saha Thai's pipe painting process and how did you first get in touch with Lee, Sang-hyeon?

At first, I was handling container affairs in Saha Thai's affiliate. I came to undertake pipe-coating after I solved a problem with the pipe-coating lines. I first contacted Noroo through Assistant Manager Lee who represented Noroo's Thailand Branch back then. I think we became closer friends very quickly as there were not many Korean companies operating in Thailand and we depended emotionally on each other. Sadly, he's back in Korea now, but we still exchange e-mails and talk to each other on the phone. When he visits Thailand on business, I make sure that we see each other and spend some time together.

What is the major difference in corporate culture between Korea and Thailand?

Korea and Thailand are very distinct countries. Korean companies are good at follow-up, effective and quick, always thinking how to improve. Thais are rather slow, not so stressed out. For example, Koreans tend to hurry a solution, but Thais solve a problem step-by-step, one at a time. Neither country could be said to be superior; but I think Koreans have much to learn about Thai's relaxed attitude.

* JHP International: Saha Thai Steel Pipe Company's affiliate assigned to paint its steel pipes.





Happy Partner

NOROO 그룹과 거래하는 'The First & The Best!' 기업,

국내 에폭시 시장의 절대 강자 **국도화학(주)**

NOROO Group's First & Best Partner

Kukdo Chemical, Korea's Major Epoxy Resin Maker

글 편집실 Text by Editorial Department



구로디지털 단지 내에 위치한 국도화학은 국내 최초로 에폭시 생산 및 판매를 시작한 기업이다. 국대 최대의 규모를 자랑하는 국도화학은 국내 에폭시 시장에서 과점적 시장 지위를 확보하고 있는 기업으로 (주)노루페인트와 80년대 초반에 거래를 시작하게 되었다.

Kukdo Chemical Co., Ltd. is Korea's first epoxy resin manufacturer and distributor and is sited in the Guro Digital Complex. Kukdo Chemical has the largest facility and a substantial market position in Korea's epoxy resin industry. It began working with Noroo Paint in the mid-80's.

국내 에폭시 산업은 80년대에 들어서면서 수요가 늘기 시작했다. 1972년 국도화학이 설립될 당시만 해도 국내 에폭시의 수요나 개발은 미미했을 뿐만 아니라 국내 기업들은 시도조차 하기 꺼려했던 사업이었다. 하지만 80년대 초반부터 활성화되기 시작한 도로, 자동차, 조선, 전자 산업의 발달로 국내에도 에폭시 시장의 수요가 커지기 시작했으며, 국도화학의 에폭시 역시 그때부터 주목 받기 시작했다. NOROO 그룹과의 거래도 그때 시작되어 지금에 이르게 되었다.

블루오션 전략, 국도화학(주)

김동치 부장은 “1972년 국도화학은 일본 합작회사로서 설립되었다”며 “초창기에는 국내 에폭시 수요가 적어서 일본 모기업에 수출을 하면서 발전하였다”고 했다.

초창기에는 미미했던 에폭시 사업은 산업 성장에 따라 발전해왔다. 국내 대기업들의 투자가 활발해지고 산업을 육성 성장시키는 단계에 접어들면서 수요가 급증하게 되었고 일부 대기업들도 에폭시 사업에 참여하게 되나 IMF 이후 일부 업체는 해외업체로 매각되는 등 과열경쟁에 따른 후유증도 있었다.

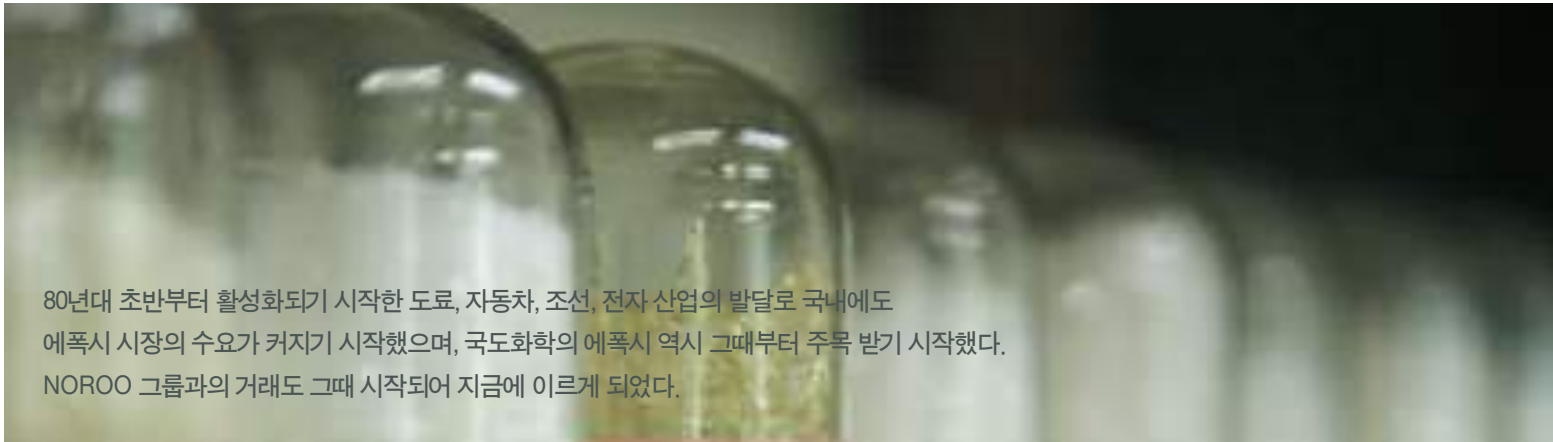
설립 이후 꾸준한 발전을 거듭한 국도화학은 구로디지털단지를 시작으로 익산, 시화, 부산 공장을 신증설 하면서 그 규모를 키워나갔으며, 중국에도 공장을 설립하여 해외시장 개발에도 박차를 가하고 있다.

김동치 부장은 “국도화학은 국내 최초로 에폭시 생산 및 판매를 한 기업”이며 “해외 수요가 높은 국도화학 에폭시의 경우 수출비중이 60% 이상을 차지하고 있으며, 향후 전망도 매우 밝은 편이다”고 말했다.

특히 세계 기업들이 눈독 들이고 있는 중국시장에서 에폭시는 중국의 높은 경제 성장에 따른 컨테이너, 선박, IT소재, 건설 등 전방 수요 산업의 성장으로 인해 수요가 급증하고 있다. 중국의 에폭시 수요증

가율은 향후 2008년까지 9% 수준의 성장을 전망하고 있으나, 중국의 높은 GDP성장률 등을 고려할 경우 실질 에폭시 수요 성장률은 두 자리 숫자 이상일 것으로 판단된다.





80년대 초반부터 활성화되기 시작한 도료, 자동차, 조선, 전자 산업의 발달로 국내에도 에폭시 시장의 수요가 커지기 시작했으며, 국도화학의 에폭시 역시 그때부터 주목 받기 시작했다. NOROO 그룹과의 거래도 그때 시작되어 지금에 이르게 되었다.

디딤돌이 되어주는 NOROO그룹과 국도화학(주)

국도화학 홍병기 팀장과 (주)DPI홀딩스 김성수 과장은 선임자들의 거래에 이어 10여 년 이상 업무 관계를 이어오고 있다.

김성수 과장은 “현재 국내 에폭시 생산업체는 네 곳 정도 있다”며 “그 중에 거래 비중이나 규모 면에서 국도화학과의 거래가 가장 많다”고 말했다.

거래를 지속적으로 유지하게 된 특별한 이유가 있냐는 질문에 김성수 과장은 “국도화학은 제품의 다양성과 수요자 요구에 가장 대응을 잘한다”며 “오랜 기간 거래를 해왔기 때문에 상호 동반자적 측면에서 모든 문제점을 해결한다”고 했다.

홍병기 팀장은 “NOROO 그룹 전체에 에폭시를 공급하고 제품개발 시 다양한 요구를 받아들이면서 거래를 지속해 온 만큼 앞으로도 지금보다 더 발전된 관계를 유지해 나갈 생각이다”라고 말했다.

실제로 NOROO에서 투자한 중국의 KNT는 홍병기 팀장의 협조아래 인근거리의 국도화학 중국공장과의 거래가 성사되어 원가절감 및 조달기간 단축 등 유무형의 효과를 보고 있다고 한다.

서로 꼭 필요한 부분인 도료와 에폭시처럼 NOROO 그룹과 국도화학(주)이 서로에게 디딤돌이 되어 발전을 거듭하길 바래본다.



국도화학은 국내 최초로 에폭시 생산 및 판매를 한 기업이다.
국도화학(주) 김동처 부장

In Korea, demand for epoxy resin has been increasing since the 1980's. When Kukdo Chemical was established in 1972, the demand for and development of epoxy resin products were insignificant, providing local corporations no incentive to participate. However, the market began to grow with the increasing demand from the flourishing paint, automobile, shipbuilding, and electronics businesses in the early 1980's, when Kukdo's epoxy resin products began to be better known. This was also when the company started working with the NOROO Group.



NOROO 그룹 전체에 에폭시를 공급하고 제품개발 시 다양한 요구를 받아들이면서 거래를 지속해 온 만큼 앞으로도 지금보다 더 발전된 관계를 유지해 나갈 생각이다.

국도화학(주) 홍병기 팀장

Blue Ocean Strategy Characterizes Kukdo Chemical

Director Kim, Dong-chi introduced Kukdo Chemical by saying, “Our company started as a joint venture company affiliated with a parent company in Japan and our growth is attributed not to local sales in Korea but to exports to the parent company.”

Although the business was small back then, it steadily grew with Korea's industrialization. Epoxy resin began to be in great demand as the investment of large companies in Korea increased and industries were fostered. Some large companies even launched epoxy resin businesses, but some of them were acquired by foreign corporations during Asia's financial crisis in the 1990's.

To accommodate the increasing demand and growth, Kukdo Chemical expanded facilities in the Guro Digital Complex, Iksan, Sihwa, and Busan and established a factory in China to expand business overseas.

Director Kim said, "Kukdo Chemical is Korea's first producer and distributor of epoxy resin." Regarding its future, he added, "Up to 60% of our epoxy resin items are in great demand by international markets so our international business prospects are bright."

The world's major corporations are interested in this industry and in China in particular, the demand for epoxy resin is rapidly increasing due to the growth of industries manufacturing containers, ships, IT materials and construction materials. Until the end of 2008, China's demand is expected to increase at an 8% rate, but the actual figure may turn out to be in double-digits, thanks to China's high GDP growth rate.

NOROO Group and Kukdo Chemical March Side by Side

Kukdo Chemical's Team Manager Hong, Byeong-gi and DPI Holdings' Manager Kim, Seong-su succeeded their predecessors in the two companies' 10-year relationship.

Kim explained, "Korea has four epoxy resin manufacturers, but our largest



and most important supplier is Kukdo Chemical."

We asked him to describe the secret of this long relationship and he answered, "Kukdo Chemical responds perfectly to consumers' differing needs for products." He further noted, "Our long relationship has made us close partners with a commitment that equals any challenge."

Hong said, "We will continue to supply epoxy resin throughout the NOROO Group and incorporate our customer's demands for product development in the formation of an even better relationship in the future." This close relationship has created great synergy. For example, KNT, NOROO's affiliate in China enjoys lower costs and shorter delivery times when buying from Kukdo Chemical's China Plant. Hong played an important role in connecting these two facilities.

As pigments and epoxy resins go hand in hand, the NOROO Group and Kukdo Chemical cherish their long and trusting relationship.



"국도화학은 제품의 다양성과 수요자 요구에 가장 대응을 잘한다"며 "오랜 기간 거래를 해왔기 때문에 상호 동반자적 측면에서 모든 문제점을 해결한다"고 했다.

(주)DPI홀딩스 김성수 과장



부산공장



시화공장



익산공장



중국 유현공사



Creative Partner

감성적인 공간으로 자연 느낌의 편안함을 추구하는 제품

친환경 인테리어 전문 브랜드 예그리나(Yegreena)

글 편집실



페인트 기술의 끝없는 진화, 벽지 대신 칠해요~ (주)노루페인트가 '친환경 트렌드'에 맞는 친환경 인테리어 전문 브랜드 “예그리나” 출시로 국내 벽지 문화에 새로운 바람이 불 전망이다. 예그리나는 자연에 가까운 프리미엄 인테리어 도료로 자연을 집으로 들여놓은 듯한 편안함을 추구하는 제품이다. 기술과 예술을 접목시켜 소비자들의 감성을 만족시킬 수 있는 새로운 패턴의 벽지 대체용 인테리어 도료로서 기대가 된다.

*예그리나 브로슈어 이미지입니다.

노루페인트가 야심 차게 내놓은 '예그리나'는 실내용이면서 벽지대신 칠하는 페인트로 주목을 받고 있다. 실내용 친환경페인트 출시를 계기로 지금까지의 저가제품 위주의 업체간 가격경쟁에서 벗어나 특화된 고부가가치 친환경 제품으로 시장에 새롭게 선보였다.

'예그리나'는 벽지를 대신해 페인트를 칠하는 마감방식으로 주거용으로는 일부 인테리어 업자나 소비자들이 수입제품 위주로 사용하기 시작해 현재 수요가 계속적으로 늘고 있는 전망이다. 페인트가 외부용, 상업용, 공공시설용이라는 틀에서 벗어나 일반 가정인 실내로 도입되면서 다양한 연출기법 개발과 자유로운 마감재의 면모를 유감없이 발휘하고 있어 국내 벽지문화에 새로운 바람을 일으키고 있다.

가죽 질감 페인트- 예그리나 Suede(스웨이드) / Premium interior paint

“Suede(스웨이드)”는 백색의 특수안료를 이용하여 부드러운 가죽 질감의 느낌과 시각적 온화함이 부여된 최고급 인테리어 제품이다. 붓터치로 벽면의 입체감과 색채감을 풍부하게 하며, 편안하고 안정감 있는 인테리어 분위기를 연출한다.

입체 문양 페인트- 예그리나 Emboss(엠보스) / Premium interior paint

“Emboss(엠보스)”는 “Emboss Clear” “Emboss Pearl”과의 조화를 통하여 색채감 및 입체감을 부여하여 기하학적 패턴 및 패브릭, 회벽의 느낌을 연출한다.

색채 문양 페인트- 예그리나 Granule(그래놀) / Premium pastel paint

“Granule(그래놀)”은 수많은 입자들이 펼쳐져 자연 그대로의 느낌을 주는 제품이다. 일반 색채 문양 도료들과는 달리 입자의 터치법에 따라 다양한 느낌의 연출이 가능하다.

스페셜 문양 페인트- 예그리나 Padding(패딩) / Special paint

“Padding(패딩)”은 일정한 무늬를 연출할 수 있도록 제작된 아트 패드를 이용하여 스펀징, 래깅과 유사한 형태로 연출하여 반복적인 무늬가 표현는 기법이다.

스페셜 페인팅 - 예그리나 Special painting(스페셜페인팅)

Special painting (스페셜 페인팅)은 여러가지 도장기구와 예그리나 제품인 프라이밍, 비쥬, 에센스, 밉글 등의 도료를 이용하여 문자, 식물, 기하학적인 모티프가 어울어진 환상적인 아라베스크(arabesque)적인 특수무늬를 만들어 낼 수 있다. 예그리나 스페셜 페인팅은 사용되는 도장기구에 따라 스펀징(Sponging), 래깅(Ragging) 패딩(Padding), 롤링패턴(Rolling Pattern) 등으로 불린다.

YEGREENA(예그리나)는 “예쁘고 아름답다”라는 의미의 순 우리말로 신체적 정신적으로 건강한 라이프 스타일을 지향하고 있으며, ‘친환경마크’ 인증뿐만 아니라 도료업계 최초로 대한민국 ‘로하스(LOHAS)’ 인증을 획득, 자연친화적 요소에서 가장 앞선 제품으로 평가 받고 있으며 페인트 문화에 익숙한 해외에서도 크게 각광받을 것으로 기대된다.



글 / 사진 지남철 (주)노루페인트 전략경영기획팀 대리

맛있는 식당소커비치

어머니의 손길이라고 해야하나. 항상 뜨거운 열기로 가득찬 구내식당 조리실. 그곳에서 땀흘리며 노루인들의 건강을 위해 항상 맛있고 건강한 음식을 만들어 주시는 식당 아주머니들을 렌즈에 담아 보았다. 손끝 하나하나에 정성으로 노루인들의 건강을 책임지고, 노루인들을 아껴주시는 아주머니들의 노고에 감사 드린다. 아주머니들의 땀과 정성이 새겨진 밥 한 톨이라도 감사히 여기고 맛있게 먹어야겠다.



내가 노루의 스마일 퀸이야~
몰랐으면 알아뵈~



생활의 달인:
칼을 들었으면
무라도 썰어야지!



테이블도 내 피부처럼
깨끗하게, 맑게, 자신있게~



장인의 정신,
대령숙수의 맛을 느껴보십시오.
노루 구내식당.



주문을 걸어
왼쪽으로 비비고
오른쪽으로 비비고
그리고 짹! 팍!



맛있게 드세요!
반찬 남기지 말고~

이 비법을 아는 자는
뜨거운 포크맛을
봐야 할 것이요!



순가락 부딪치며 찬찬찬~
그러나 반찬
바꿀 수 없다는 그 말~



디저트도 잊지 말고
챙겨드세요~



배고프면 식당가면 되고,
배부른때까지 먹으면 되고,
그러다보면, 배부르게 되고,
생각대로 하면 되고~



이걸 먹을까? 저걸 먹을까?
고민하지마! Hey, U Go Guy!



내일도 여기서 기다릴게요!
반찬 남기지 마세요~

Orange

상큼함의 대명사, 오렌지!

오렌지색의 성향을 지닌 사람들은 자립적이고, 현실적이며, 다정하고, 관대하고, 마음이 따뜻한 사람이다. 업계 분석에 따르면 오렌지 컬러를 좋아하는 사람들은 대체로 사교적이라는 조사 결과도 있다. 생활 곳곳에서 보이는 오렌지 컬러의 세상을 축제, 패션, 컬러테라피를 통해 알아보자.

마케팅 성공의 열쇠, '컬러 비즈니스' - Orange

글 편집실



전 세계의 축제의 장, '오렌지 축제'

오렌지 군단 하면 떠올리는 네덜란드답게 네덜란드의 오렌지 축제는 꽤 유명하다. 매년 4월 말경에 펼쳐지는 퀸즈데이는 더욱더 오렌지 축제의 열기를 키우는데 한 몫을 한다. 현지인이나 관광객 모두 저절로 춤을 추게 하는 이 날은 네덜란드의 전통 음악과 춤을 맘껏 즐길 수 있는 날이다. 마음씨 좋고 활기찬 네덜란드의 국민 성처럼 활기찬 축제의 그날은 오렌지 컬러가 더욱 돋보이는 날이다.

네덜란드 외에도 프랑스 망통의 오렌지 축제와 이탈리아 이브레아의 오렌지 전투 축제가 유명하다. 프랑스의 오렌지 축제는 레몬 축제라고도 불리는데 레몬과 오렌지로 장식한 차들과 퍼레이드, 삼바 공연까지 더불어 보는 이를 흥겹게 만드는 축제이다.

반면 이탈리아 이브레아의 오렌지 전투 축제는 각 지역의 오렌지를 축제의 장으로 모아 던지며 즐기는 축제이다. 수백만개 이상의 오렌지들을 이리저리 피하고 맞으면서 즐거움을 나누는 이 축제는 이탈리아를 오렌지 컬러로 물들이는 날이다.



가을 패션계의 과감한 반향 '오렌지'

가을은 남성의 계절이지만 막상 멋을 내려고 분위기를 잡으려고 해도 쉽지 않다. 올 가을 패션에 포인트를 주어 가을의 낭만을 만끽하는 것은 어떨까. 올 가을 남성들의 패션은 실크 · 캐시미어 소재에 베이지 · 갈색, 오렌지 등의 풍부한 색감으로 멋을 낸 가을 신사복들이 눈길을 끌고 있다.

가을에는 기본적으로 울 · 실크 소재가 많이 쓰이는 반면, 이번 시즌에는 부드러운 느낌을 강조하기 위해 캐시미어 · 비큐나 등 고급 소재가 전면에 등장할 것으로 예상된다. 짙은 회색이나 회색빛이 감도는 푸른색 수트에 좀 더 과감하게 가을 남자의 모습을 살리는 오렌지색 계열의 타이로 포인트를 주는 것은 어떨까?

오렌지색을 이용한 치료(컬러테라피)

오렌지색은 우리의 소화기관에 작용한다. 섬세하고 부드러운 힘이 있어서 장애물을 저지한다. 오렌지 색은 신경 쇠약, 우울증, 강간, 이혼, 사고 등의 경우 도움이 된다. 슬픔, 사별, 상실감 등을 치료할 때 색상들 중에 가장 효과가 높다. 또한 아주 심하게 분노를 느끼는 사람들에게 도움이 되어, 쇼크 상태에 이르는 것을 방지한다.

과거에서 벗어나지 못해 인생에서 전진하는 것을 두려워하는 사람들이 종종 오렌지 색을 싫어하는 사람도 있지만, 이런 장애물과 맞서는 데 필요한 강인함을 제공하는 색상이다.

오렌지색은 아무리 고통스러운 경험일지라도, 모든 경험이 우리에게 필요한 자양분이 된다는 심오한 의미를 지니고 있다.





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

우리집 베란다 꾸미기 사과상자로 울타리형 가든박스 만들기

글/사진 백선희 리폼 & D.I.Y 강사 / 공방 [나무향기] 대표



더운 여름이 지나고 시원한 바람이 부는 가을. 새로운 계절을 맞아 집안 청소를 하며 새롭게 꾸며보는 것은 어떨까?
에어컨을 틀기 위해 닫아두었던 베란다 문을 활짝 열어보자. 그 동안 가꾸지 못한 베란다 한 칸에 주변에서 쉽게 구할 수 있는 재료로
나만의 화단을 꾸며 보는 것은 어떨까. 사과상자 2개로 꾸며지는 베란다 화단을 직접 만들어 보자.

준비물

사과상자 2개, 노루(페인트) 멀티플러스, 수성칼라스테인, 나사못, 못, 목공본드



❶ 사과상자 2개를 준비해서 열심히 사포질을 합니다. 한 개는 화분이 들어갈 기둥박스로, 또 다른 것은 분해해서 울타리로 사용합니다.

TIP. 사과상자 사포질 하는 법

사과상자처럼 표면이 거친 판재는 처음부터 고운 사포(숫자가 큰 것)로 사포질을 하면 사포질이 굉장히 어렵습니다. 80방의 거친 사포로 사포질을 먼저 한 후 220방으로 사포질을 하세요, 더 고운 표면을 원한다면 320방으

로 한번 더 사포질을 합니다. 이번 기둥박스는 거친 터치느낌으로 표현하기 위해 220방 사포질로 마무리했습니다.

❷ 사포질이 끝난 후 사과상자의 긴 쪽 판재를 망치로 살살 두드려 분해합니다.

❸ 노루(페인트) 멀티플러스(색상:화이트)를 물 희석 없이 페인트 원액을 붓끝에 살짝 묻혀 사과상자 표면에 살짝 살짝 붓끝으로 터치를 합니다.

❹ 또 다른 사과상자를 분해해 판재의 한쪽 끝을 울타리 모양으로 뾰족하게 절단한 후 노루

멀티플러스로 위와 같은 방법으로 붓 터치를 줍니다.

❺ 사과상자 앞 쪽에 붙일 판재에는 노루(페인트) 수성스테인에 물을 약간 섞어 골고루 칠합니다.

❻ 철이 마른 후 320방 사포로 나무결을 따라 사포질 하세요, 나무 결이 드러나면서 훨씬 내추려하고 멋스러워집니다.

❼ 사과상자에 붙일 울타리 판재를 사과상자 안쪽 쪽에 맞춰 일정간격으로 배열한 후 목공본드를 바릅니다.

❸❸ 울타리 뒷쪽에 가로 판재를 붙이고 드릴로 나사 길을 뚫고 나사못을 2개씩 박아 고정합니다.

❸❸❸ 준비된 울타리를 기둥박스 안쪽에 끼운 후 기둥박스 뒷쪽에서 나사 길을 뚫고 나사못을 박아 울타리를 기둥박스에 고정합니다.

❸❸❸ 기둥박스 앞쪽에 그린 색으로 칠한 포인트 판재를 목공본드를 칠하여 붙인 후 못을 박아 고정합니다.

❸❸❸ 마지막으로 울타리형 기둥박스 전체에 바니쉬를 2회 정도 칠합니다.







제주 오름 이야기

너울 넘듯 오름을 걷는다

어디다 눈을 뒤편지 모를 정도로 볼 것 많은 섬, 제주. 사실 그 화려한 풍경에 밀려 수더분한 오름은 찬밥신세였다. 그러나 오름이야말로 제주의 상징이라 할 수 있다. '제주사람은 오름에서 나서 오름으로 간다'는 말이 있을 정도로 오름은 제주 그 자체를 특정 짓는 단어이다..... 글 김동욱 여행칼럼리스트

세계에서 가장 오름이 많은 제주도

마음으로 제주를 이해하고 싶다면 가장 좋은 방법은 오름에 올라보는 것이다. 오름은 흔히 기생화산으로 알려진 작은 산을 일컫는다. 이 자리에서 그 잘못된 상식을 바로 잡도록 하자. 오름은 엄연히 독립적인 화산활동을 하는 단성화산이다. 제주에는 이런 오름들이 360개 넘게 있다. 지중해 시칠리아 에트나 지역에 가장 많은 오름이 분포한다고 알려졌지만, 그 수가 260개에 불과하다. 기네스북의 기록은 이제 다시 씌어져야 한다. 오름은 제주도 전 지역에 골고루 퍼져 있지만, 그 중에서도 제주시 구좌읍 부근에 특색 있는 오름들이 많다. 특히 송당리, 종달리, 평대리 일대 오름들은 그 거리가 가깝고, 조망도 훌륭해 오름트래킹 장소로 적합하다.

이 지역 오름 중에서 가장 잘 알려진 것은 다랑쉬 오름이다. 송당리에서 16번 도로를 타고 수산리 방향으로 가다가 비자림 방향으로 내려가면 이 오름이 있다. 다랑쉬 오름은 그 높이가 382m에 달하고 정상의 분화구 둘레가 1,500m나 된다. 등산로는 잘 정비돼 있다. 가을의 다랑쉬오름은 분화구 둘레를 덮은 억새들이 황금빛으로 빛나며 장관을 연출한다. 다랑쉬오름 바로 앞에는 아끈다랑쉬가 있다. 다랑쉬에 딸린 새끼오름이다. 분화구가 있기는 하지만 거의 평평하다.

저마다 개성 뽐내는 오름

다랑쉬 주변에는 손지오름, 용눈이오름 등이 자태를 뽐내며 앉아 있다. 그 중 가장 접근이 편한 것은 손지오름이다. 16번 도로를 타고

해안절벽이 아름다운 송악산도 오름에 속한다.



가다가 비자림 쪽으로 빠지지 않고 내쳐 약 5km 가량 달리면 손지오름이 있다. 높이는 255m. 그러나 정상까지 채 10분도 걸리지 않는다.

손지오름 가기 전 오른쪽에는 동거미오름이 있다. 대부분의 오름이 분화구형인데 비해 이 오름은 일반 산맥처럼 길게 뻗어 있다. 340m 높이로 손지오름보다 조금 높다. 이 오름은 특히 공포를 느낄 만큼 바람이 드세기로 유명하다. 그럼에도 불구하고 정상에서 바라보는 해거름녘 풍경이 비현실적으로 아름다워서 찾는 사람이 많다. 저 멀리 파도가 몰려오듯 오름들의 실루엣이 드리워지고, 그 뒤로 붉디붉은 해가 넘어가는 모습은 액자 속에 고이 담아두고 싶을 만큼 아름답다. 조망이 좋은 곳은 또 있다. 바로 말미오름이다. 16번 도로를 따라 손지오름을 지나 더 내

다랑쉬오름에서 바라본 아끈다랑쉬.



려가다가 종달리 방향으로 길을 튼 후 약 5분 정도 달리다보면 오른쪽에 말미오름이 나온다. 두산봉이라고도 부르는 이 오름은 종달리와 시흥리 경계에 있다. 해발고도는 145.9m에 지나지 않는다. 하지만 이 오름에 오르면 성산일출봉이 손에 잡힐 듯 보인다. 한편, 마치 어머니 젖가슴처럼 부드러운 능선이 매력적인 제주의 오름에는 거의 빠짐없이 무덤들이 모여 있다. 특이하게도 제주의 무덤은 돌담이 둘러쳐져 있다. 제주무덤의 특징인 산담이다. 그 돌담은 집 울타리와 같다. 사후에 거주하는 집, 제주의 무덤은 그렇게 특별하다.

마음이 동하면 잠시 들렀다 가는 오름

오름트래킹의 가장 좋은 점은 특별히 목적지를 정할 필요도, 달리 준비할 것도 없다는 것이다. 일반적인 산의 등산법과는 전혀 다르다. 단지 제주의 중산간 도로를 달리다가 마음이 동하는 오름이 나타날 경우 올라가서

보면 그만이다. 체력을 요하는 것도 아니고, 시간이 오래 걸리는 것도 아니니 전혀 부담이 없다.

그러나 보다 기억에 남는 오름트래킹을 하고 싶다면 미리 제주의 오름에 대해 공부하고 가는 것이 좋다. 적어도 수많은 오름 중에서

마음에 드는 몇 개의 오름을 찍어 두고 비교하며 오른다면 더 재미가 있다.

위에 소개한 오름들 외에 영화 연풍연가를 촬영했던 '아부오름', 정상에 백록담처럼 물이 고여있는 '물чат오름', 백가지 약초가 난다는 '백약이오름' 등은 기억해두었다가 한번 올라보는 것이 좋다.

다랑쉬오름.



동거미오름의 해거름.



▲오름트래커를 위한 사이트 : 오름오르미들(<http://www.orumi.net>), 오름오름회(<http://www.ormorm.com>)

▲먹거리 : 종달리에 '잠수촌(064-783-3033)' 이라는 횡집이 있다. 여촌계 직영업소로 수산물을 저렴하게 만날 수 있는 곳이다. 선산일출봉 인근에는 '제주툰배기(064-782-1089)' 가 있다. 된장양념에 성게와 전복을 우려낸 국물 맛이 일품이다.

▲잠자리 : 비싼 호텔, 맛있는 펜션도 좋지만 휴양림에서의 하룻밤을 추천한다. 송당리에서 30분쯤 거리에 있는 제주시 봉개동 '절물휴양림(064-721-7421)' 은 삼나무숲으로 우거진 호젓한 곳이다. 숙박비도 저렴해서 여행경비를 아낄 수 있다. 다래, 머루, 산딸기, 오미자 등의 숙소가 3만원(4인)에서 7만원(20인) 선이다.



ELS Equity
Linked
Securities



“여러분, 요즘에는
은행이나 증권회사에 가면
ELS의 가입을 많이 권할 겁니다.
ELS가 무엇일까요?”

“선생님, 그거 영어학원 아닌가요?
English Language School인데요?
학원에 가입을 권하는 건가요?”

“%\$#@&@&
&# · \$%”

강의를 많이 하고 상담을 많이
하다 보면 참 재미있는 에피소드가
많이 있는데 그 중에 하나의 사례이다.
설마 정말 그렇게 알고 있지는 않겠지?
라고 다시 한번 반문하니 ELS가
무슨 상품인지 잘 모르지만 아무튼
영어학원은 알고 있다고 한다.

주가가 떨어져도 수익이 난다? ELS의 모든 것

글 서기수 HB Partners 대표

주식시장의 하락세에서도 10%이상의 고금리를 받을 수 있는 상품인데 어찌 영어학원보다도 못한 취급을 받는다는 말인가? ELS가 더 상심하고 도망가기 전에 우리가 당분간은 사랑하고 함께해야 하는 ELS에 대해서 알아보도록 하자.

ELS는 무엇인가?

ELS (Equity Linked Securities)란 주가수준에 따라 수익이 지급되는 신종증권으로 “주가연계증권”이라고 한다. 기준이 되는 주가(기초자산)란 종합주가지수뿐만 아니라 삼성전자, 국민은행, LG전자, POSCO, SK텔레콤 등의 개별주식의 가격 및 여러 종목으로 구성된 바스켓지수도 포함하는데 ELS는 투자자의 뜻대로 원금보장 수준과 목표수익률, 투자기간 등을 시장상황에 따라 결정할 수 있는 새로운 투자수단이라고 보면 될 것이다.

ELS는 통상 은행 예금처럼 안정성이 있으면서 동시에 예금이 자보다는 높은 수익률을 가져다 준다는 점 때문에 판매 이후 꾸준한 인기를 끌고 있으며 더군다나 요즘의 약세장 속에서 그 빛을 발하고 있다.

ELS는 주로 채권부분과 옵션부분으로 구성되는데, 만기 시 원금 보장 정도에 따라 그 비중이 달라질 수 있다.

원금보장 수준이 높을수록 채권비중이 커지고, 옵션비중이 작아지고 옵션비중이 커질수록 기대수익률을 높게 할 수 있는 레버리지 효과를 기대할 수 있으며, 채권비중이 커질수록 원금보장을 추구하는 안정성을 높일 수가 있다.

즉, ELS는 주식시장의 하락세에서나 조정장에서도 상품구조에 따라 고수익을 기대할 수 있다.

원금보장 정도에 따라, 옵션의 종류에 따라, 투자기간에 따라 매우 다양한 구조를 만들 수 있으므로 시장상황에 따라 탄력적인 상품구성이 가능하기 때문에 단순히 ELS에 가입했다고 말하기 보다는 ELS 중에서도 어떤 종류와 어떤 조건의 ELS에 가입했고 그 기초자산은 무엇이라는 식으로 얘기하는 것이 바람직한 표현이다.

ELS는 주가 하락 시에도 원금보장이 될 수 있도록 상품설계가 가능하고 원금보장이 되지 않는 공격적인 ELS도 일정 수준의 주가 하락까지 원금을 보장하는 상품이 구성될 수 있다. 따라서 ELS는 투자자의 투자성향에 따라 수익성과 안정성을 고려하여 상품을 선택할 수 있고 안정성을 추구하는 보수적인 투자자는 만기 시 원금보장을 받으면서 시중금리 이상의 목표 수익률을 기대할 수 있는 ELS에 투자할 수 있다.

반면, 다소 공격적인 투자자는 만기 시 원금보장은 되지 않으면서 주식투자처럼 고수익을 기대할 수 있는 ELS에 투자하면 되고 물론 이 경우에도 손실위험을 최소화하고 고수익 달성 가능성을 높임으로써 주식투자 보다 안정성을 가진다는 점이 ELS의 장점이라 할 수 있다.

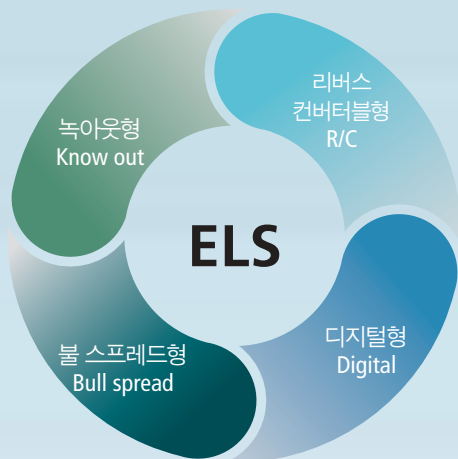
시중금리가 물가상승률을 커버하지 못하여 실질금리가 마이너스가 되고 있는 시장상황에서 ELS는 손실위험을 최소화하여 안정성을 높이고, 시중금리 보다 훨씬 높은 수익을 기대할 수 있는 매력적인 상품이기에 때문에 여유자금의 분산투자 차원에서 펀드에 국내펀드와 해외펀드, 실물자산 펀드로 포트폴리



오를 구성해 놓고 일부 ELS등에 가입하는 것도 요즘 같은 조정장에서의 투자 포인트라고 볼 수 있다.

주식시장이 상승하고 있는 상승장에서는 주식시장과 수익률이 연동되어 움직이는 인덱스펀드나 일반 주식형 펀드, 상장지수펀드(ETF)등으로 운용하고 주식시장이 하락세에 있을 때에는 ELS를 활용해서 투자 전략을 짤다면 남들보다 앞서는 투자자가 될 수 있겠다.

ELS의 종류는?



ELS의 종류에는 크게 네 가지로 나눌 수가 있다.

첫 번째가 녹아웃(Know out)형으로 ELS의 가입기간 중에 한번이라도 목표한 수익률에 도달하면 최초에 약정한 확정금리를 받을 수가 있는 방식이다.

녹아웃형은 주식시장의 상승기에 가입할 만한 상품으로 최초

에 가입시점의 종합주가지수나 특정 종목의 주가수준이 저평가 되어 있다고 판단되었을 때에 가입하는 종류이다.

ELS의 두 번째 종류로는 볼 스프레드 (Bull spread)형이 있다. 볼 스프레드형은 가입시점과 만기시점의 수익률을 비교해서 목표한 수익률로 마감을 하면 확정금리를 받는 상품이다. 최고 수익률구간에 대한 약정은 가입 시에 별도로 한다. 이와 이면 볼 스프레드형 보다는 녹아웃형이 가입기간과 만기일이라는 비교시점이 다르기 때문에 녹아웃형이 조금 더 기회가 많다고 볼 수 있다.

세 번째로는 디지털(Digital)형이 있다. 다른 표현으로 박스(Box)형이라고 하는데 미리 정해놓은 주가 수준에서만 수익률이 형성되면 확정금리를 받는 상품으로 주식시장이 뚜렷한 상승이나 하락 없이 미미한 움직임을 보이고 있는 시기에 가입할 만한 상품이라고 볼 수 있다.

네 번째는 리버스컨버터블(R/C)형이 있다.

리버스 컨버터블형은 미리 약정된 수준 이하로만 주가가 하락하지 않으면 확정금리를 받을 수 있는 상품이다. 이런 이유로 리버스 컨버터블형은 주식시장이 하락세일 때 가입할 만한 상품으로 꼽히고 있다.

ELS의 가입 시 유의할 점

누구에게나 나쁜 상품은 없다. 또한 누구에게나 좋은 상품도 없다. 모든 상품이 적당한 가입자와 기간을 찾는다면 그 진가를 발휘할 수 있는 것이다. ELS도 마찬가지로 어느 정도의 위험을 가지고 있다.





ELS가 정했던 기초자산의 두 종목 중 하나라도 6개월 후 주가가 기준가보다 30% 이상 떨어진 상태라면 원금 손실로 이어 진다는 것이다.

그래도 원금손실 가능성이 있긴 하지만 투자자 입장에서 주가가 일정 수준까지 떨어지더라도 수익을 지급받는다라는 측면에서 약세장에서 매력적인 면이 있다.

ELS는 국내 주식이나 지수 등을 기초로 해 발행 시 정한 조건을 만족하면 확정된 수익률을 지급한다. 기초 자산이 일정한 폭(보통 40~50%) 이상 하락하지 않는 한 발행 당시 제시한 수익률을 보장받는 것이다.

하지만 상품의 특성상 ELS는 기초 상품의 상승이 아닌 하락의 폭을 가늠할 수 있어야 하는데 지수 등 다양한 기초 상품에 연계돼 있는 ELS가 많은 만큼 다양한 ELS로의 분산 투자가 더욱 효과적이라는 지적이다.

또한 3개월, 6개월, 9개월 등 일정한 주기로 조기상환 평가를 하기 때문에 흐름을 가지고 투자하는 편드나 주식보다는 투자 시기와 종류를 정하는데 어려움이 있는 것이 사실이다.

최근에 판매를 했던 몇 가지 ELS의 상품구조나 조기상환 조건을 예로 들어보도록 하자. 유진투자증권이 지난 7월 16~18일 100억 원 규모의 '제68회 ELS'를 공모해서 판매했는데 KOSPI200 지수, 삼성전자 보통주가 기초자산이었다.

만기 2년으로 운용되며 연 16.2%의 수익을 추구하는 조기상환형 상품으로 조기상환 조건은 6개월마다 조기상환 평가일에 모든 기초자산의 평가가격(지수)이 최초기준가격(지수)의 95%(6개월), 90%(12개월), 85%(18개월) 이상이거나 만기 평

가일에 모든 기초자산(지수)의 평가가격(지수)이 최초기준가격(지수)의 80%(24개월) 이상인 경우 연 16.2% 수익률로 조기 또는 만기상환 된다. 최소 가입금액은 100만원이며 10만원 단위로 청약할 수 있다.

또한 신영증권이 지난 17일까지 시장방향에 관계없이 연계주식들의 절대편차평균(퍼짐도)이 커질수록 높은 수익 창출이 가능한 원금보장 신종 ELS를 판매했는데 '멀티스탁 베스트스윙 ELS'라는 이름으로 업계에 첫 선을 보이는 이 상품은 삼성전자, 포스코, 한국전력, LG전자, 신한지주, LG디스플레이, 현대중공업, SK, 우리금융, 기업은행, 삼성증권, SK에너지, 삼성중공업, 현대모비스 등 14개의 개별주식을 기초자산으로 하고 1년 만기시 14개 주식들의 수익률 평균을 기준 값으로 해 개별주식 수익률과의 절대편차평균을 산출해 낸 뒤 이 값이 행사가(27%) 이상인 경우는 행사가를 초과하는 값 그대로를 만기 수익률로 지급하며, 행사가 미만이라도 원금+2%의 수익을 보장하는 구조로 되어 있다.

지금으로부터 약 10~15년 전만 해도 은행에서 신탁상품을 판매하려면 안내장 하나 펼쳐놓고 잠시만 설명하면 그만이었다. 하지만 지금은 어떠한가?

상품 하나에도 ELS의 경우처럼 종류가 제각각 다르고 수익률을 산정하는 기간이나 날짜도 다르다는 것을 알 수 있다. 따라서 이제부터라도 금융상품에 가입할 때에는 관련 금융상품이 속해있는 상품군이나 관련 시장의 동향이나 향후 전망 등을 꼼꼼하게 챙기면서 특히 ELS같은 다종류형 상품의 경우에는 시장과 얼마나 매칭해서 높은 시너지효과를 낼 것인가를 꼭 생각하면서 가입하도록 하자.

내 몸에 에너지를 주자

지친 몸에 활력을 불어넣는

스트레칭

S T R E T C H I N G

휴가철이 지나고 후유증으로 고통 받는 당신이라면, 아무리 잠을 자도 피곤한 만성피로로 고생하는 당신이라면, 아픈 것도 아닌데 기운이 없는 당신이라면, 이제 자리에서 박차고 일어나 지친 몸에 활력을 주자. 어렵지 않게 주변에서 쉽게 할 수 있는 간단한 스트레칭으로 지친 몸을 가볍게 리모델링 해보자. 사무실에 앉아서, 때로는 거실에서 TV를 보며, 때로는 일을 하는 공간에서 짬을 내어 한 부위에 30초 이상 지속된 자세로 스트레칭을 해주면 몸은 활력을 되찾는다.

스트레칭 시 반동 없이
지속된 자세로 30초
이상 정자세를 유지한다.



01+02_ 목의 측면을 최대한 늘려주듯이 스트레칭 한다. 목을 틀어 사선 방향으로 할 수도 있다.

03+04_ 손을 등 뒤로 깎지를 끼어 가슴을 최대한 앞으로 내밀어 준다.
(주의: 손을 깎지 끼어 엄지가 꼬리뼈 쪽으로 오게 한 뒤 가슴을 앞으로 밀어 준다.)



05+06_ 한쪽 다리를 양반다리 하듯이 올린 다음 상체를 구부린다.
양쪽 엉덩이가 의자에서 떨어지지 않도록 주의한다.

07_ 턱을 가슴 쪽으로 당겨 인사하듯이 앞
쪽으로 늘려주며 스트레칭 한다. (반듯이 허
리를 세워 정자세를 유지한다.)

08_ 엄지 손가락을 모아 턱을 밀어 주어
스트레칭 한다.



09. 목의 측면을 최대한 늘려주듯이 스트레칭 한다. 목을 틀어 사선 방향으로 할 수도 있다.



10. 손을 깎지 낀 채로 앞으로 내밀면서 등을 말아주듯이 구부린다.



11. 의자나 책상에 뒤로 발을 올려 몸을 뒤로 기대듯이 허벅지 앞쪽을 최대한 스트레칭 해 준다.



12. 의자나 책상에 발을 올리고 발끝을 당겨 종아리 근육과 허벅지 뒤쪽 근육을 스트레칭 해 준다. (개인 유연성에 따라 무리가 되지 않는 높이로 스트레칭 한다.)



13. 한쪽 발등을 바닥에 누르듯이 정강이 앞쪽을 스트레칭 해준다.



14. 한쪽 다리를 직각으로 세우고 앞쪽에 몸무게를 실어 뒤쪽 종아리 근육을 최대한 스트레칭 해준다. (뒤쪽 발뒤꿈치가 바닥에서 떨어지지 않도록 주의한다.)



15+16. 팔을 쭉 펴고 손목을 90도 정도 위 아래로 꺾어 준다. (손바닥과 손등이 향하는 방향에 따라 스트레칭 부위가 달라진다.)



17. 책상이나 의자를 잡고 양쪽 발바닥이 바닥에 떨어지지 않도록 옆구리를 최대한 스트레칭 해준다.

TIPS

우리가 잘못 알고 있는 자세 - 삼두근 스트레칭



(o)



(x)

스트레칭 시 주의할 점

- 01_ 일정시간을 유지한다. (각 구간별 30초 이상)
- 02_ 절대 몸에 반동을 주지 않고 정지한 상태에서 스트레칭 한다.
- 03_ 몸이 항상 정면을 향하게 하며 스트레칭 하는 부위만 늘려 준다는 느낌으로 스트레칭 한다.
- 04_ 꼭 긴장을 풀고 최대한 편안한 마음가짐으로 자연스럽게 스트레칭 하도록 한다. (마음을 안정시키는 음악을 들으며 하는 방법도 추천!)
- 05_ 서서 하거나 앉아서 하는 스트레칭 모두 양쪽에 일정한 균형과 무게가 실리도록 유의한다.

도움말 정준오 스포파크 트레이너

애독자 퀴즈

아래의 (1), (2)에 들어갈 정답은 각각 무엇일까요?

09+ 10월호 사보 속에 정답이 있습니다.



1. ()는 1927년 창업되어 현재 일본 내에 자동차 보수용 도료시장의 18%를 점유하고 있으며, 12,000개 유통점을 확보하고 있는 기업이다. 도쿄, 오사카, 나고야, 후쿠오카 등 일본 주요 대도시에 지사가 있으며, 일본 전역 내 총 9개의 도장학교를 운영하고 있는 이 기업은 어디일까요?



2. (주)노루페인트가 '친환경 트렌드'에 맞는 친환경 인테리어 전문 브랜드 "에그리나"의 종류로 백색의 특수안료를 이용하여 부드러운 가죽 질감의 느낌과 시각적 온화함이 부여된 최고급 인테리어 제품은 무엇일까요?

애독자 퀴즈 정답을 아시는 분은 담당자에게 이메일을 보내 주세요.

혼자 보기에는 아까운 재미있는 사진이나 특별한 추억이 담긴 사진, 사우들과 나누고픈 소중한 사연도 환영합니다.

『노루』를 사랑하는 독자 여러분의 많은 참여 바랍니다.

※ 퀴즈 정답자 중 4분에게는 5만원 상당의 상품권을, 사연이 담긴 사진우수작 4점에게는 5만원 상당의 상품권을, 사진최우수작 1점에게는 10만원 상당의 상품권을 드립니다.
많은 참여부탁드립니다.

NOTICE

| 사보 담당자 후기 |

의류 관련 업체는 남들보다 한 시즌, 두 시즌 앞서 간다는 말을 들은 적이 있습니다. 대부분의 사람들이 여름을 즐기고 만끽하고 있을 때, 트렌드를 수집하고 분석하여 가을과 겨울의 의류를 준비한다는 의미인 것 같습니다. 사보를 담당한 후부터 다른 노루가족들보다 최소한 두 달은 앞서 가게 됩니다. 알찬 내용을 사보에 게재하기 위해, 많은 분들과 사전에 협의하여 사보를 준비하지만 발행이 되고 나면 항상 부족한 점이 많이 보입니다. NOROO그룹 임직원 여러분들의 애정 어린 관심 하나하나가 더욱 알차고, 내실 있는 사보를 만드는 밑거름이 될 것이라고 믿습니다. 항상 협조해 주시는 노루가족 모든 분들께 이 자리를 빌어 감사 드리며, 풍성한 한가위 보내십시오.

(주)디피아이홀딩스 전략기획팀 김한주 대리

| 문의하실 곳 |

주 소 430-849 경기도 안양시 만안구 박달동 615
(주)디피아이 홀딩스 전략기획팀 김한주 대리
전 화 031-467-6073
팩 스 031-448-9020
이메일 hjkim02@dpi.co.kr

N O R O O P H O T O C O N T E S T



Winner

박이윤 주임 (주)아이피케이 업무지원팀
머쓱한 아기 버릇... 예쁘네요???



김준호 대리 대한비케이칼쥬 경영지원팀
부산의 상징 광안대교의 모습을 반겼어요...



이정아 대리 (주)디파이올딩스 연구기획실
형아 운동하기는 길.. 이모~ 만들래! 후유~..



조성갑 과장 대한비케이칼쥬 경영지원팀
천도도 같은 우리아들, 착한캐쥬!

NOTICE

07+08 애독자 퀴즈 당첨자

>> 퀴즈정답

- ① NN (NOROO-NANPAO)
- ② 광주우복전노루도로유한공사

오석문 과장_ (주)노루페인트 공업기술2팀 | 박희정 사원_ (주)PK 신조영업4팀
정규창 사원_ (주)DAC 기술개발실 | 김진 대리_ (주)노루페인트 건축기술팀

- 퀴즈당첨자와 사진우수작 전원에게 5만원 상당의 상품권을 드립니다.
사진최우수작 박이윤 주임에게는 10만원 상당의 상품권을 드립니다.

행복, 감, 예그리나

고품질 인조대리석 패턴을 예그리나

다양한 색상과 질감을
가져 온 예그리나 패턴을

자연석과 같은 질감을
가져 온 예그리나 패턴을
자연석과 같은 질감을
가져 온 예그리나 패턴을
자연석과 같은 질감을
가져 온 예그리나 패턴을
자연석과 같은 질감을
가져 온 예그리나 패턴을

