



냄새없는 순환경 페인트

심한 냄새는 없애고 아름다운 컬러만 남겨줍니다



순&수 특징점

- 냄새가 나지 않습니다
- TVOCs를 획기적으로 감소시켰습니다
- 작업성이 뛰어납니다
- 도장면이 매끄럽습니다
- 은폐력이 뛰어납니다



soon & soo

NOROO

2011 . SPRING

Special Theme

Openness &
Harmony



NOROO

Special Theme		Openness & Harmony
06	VIEW	개방과 조화의 균형 Balance between openness and harmony
08	INTERVIEW	눈을 열어, 미래를 향하라 / ㈜노루페인트 안경수 회장 Sail into the Future with Open Eyes Chairman Ahn Kyung-soo NOROO Paint & Coatings Co., Ltd
12	BLANK STORY	개방을 위한 준비, 나를 알고 남을 알자! Preparing for Change, Know thyself and Others!



보들 고양이

'꽃가루와 같이 부드러운 고양이의 털에
고운 봄의 향기가 어리우도다'
이장희 시인의 [봄은 고양이로다] 시 구절입니다.
날카로운 발톱은 숨긴 채 오직 부드러운 털과
촉촉한 분홍빛 코만 존재하는 고양이처럼
상냥한 봄이 되시길 바랍니다.



일장춘몽

일장춘몽, 한단지몽, 호접지몽 등 일생의 무상함,
만물일치의 절대경지를 뜻하는 이 사자성어들이
가장 고밀도로 함축한 진리는 “봄은 졸립다”는
것입니다. 노곤한 봄날, 10분의 휴식과 진한
커피 한 잔으로 모두 활기찬 오후 만드시기 바랍니다.

Smile with NOROO

14	HAPPY PARTNER	NOROO, 내 삶의 동반자 / 화성페인트백화점 이은화 대표 NOROO, my Life Partner President Lee Eun-hwa, Hwaseong Paint Department Store
18	CHEER US	차세대의 리더! 수지로 이룬다 / ㈜노루알앤씨 Future Leader, NOROO R&C Co., Ltd.
22	HAPPY LINK	한마음, 한 뜻, 한소리 / NOROO 합창동호회 One spirit, one goal, one voice / NOROO Choir
24	FAMILY CLASS	가족은 꽃보다 아름다워 / ㈜노루오토코팅 안용진 과장 가족 Family is the most beautiful thing NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. manager Ahn Yong-jin and family

Spring



황사

해마다 봄이면 황사로 온갖 피해를 입습니다.
그때마다 바다 건너 이웃나라를 원망하기도 하지만
사실 황사의 확대는 전인류의 소행이랄 수 있습니다.
지구적인 환경오염이 사막화를 부추기고,
그 여파가 바람 부는 봄이면 더욱 커지는 것뿐이지요.
황사에 맞서 물 한 잔 더 마시면서,
사워 땀 물 한 바가지를 더 아껴보는 게 어떨까요.



꽃피는 봄

검색창에 '봄'을 치면 어느 계절보다도
'패션'에 대한 연관검색어가 많습니다.
그 결과 도시에서는 가로수보다 사람의 옷에서
더 많은 꽃과, 향을 느낄 수 있지요.
이번 봄은 어느 해보다 더 화려한 색감이 유행할 것이라고 합니다.
여러분도 '봄 패션', 검색해 봄이 어떨까요?

NOROO 그룹 사보 담당자

㈜노루홀딩스 서울시 강남구 역삼동 736-1 Capital Tower 10층 인사교육팀 장연언 대리 T:02-2191-7753 / ㈜노루페인트 경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략경영기획팀 지남철 과장 T:031-467-6128 / ㈜아이피케이 부산시 연제구 연산동 1422-8 국민연금 부산회관 17층 전략마케팅팀 정유진 주임 T:051-580-6183 / ㈜노루오토코팅 경기도 화성시 장안면 금의리 760-2 업무지원팀 서진아 주임 T:031-8059-9504 / ㈜노루케미칼 경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5 경영지원팀 장미선 대리 T:031-599-7253 / ㈜노루비케미칼 충청남도 천안시 백석동 527-6 경영지원팀 이수용 대리 T:041-620-6207 / ㈜노루코일코팅 경기도 안양시 만안구 박달동 615 지원팀 박서진 대리 T:031-467-6486 / ㈜노루로지넷 경기도 안양시 만안구 박달동 615 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363 / ㈜노루알앤씨 경기도 안양시 만안구 박달동 615 관리팀 박은주 사원 T:031-467-6518 / 칼라메이트㈜ 서울시 강남구 논현동 215-9 업무총괄팀 박미숙 사원 T:031-467-6379

NOROO

NOROO 그룹 사보 - 2011년 봄 19호

발행일 : 2011년 4월 15일 / 발행처 : NOROO 그룹
발행인 : 양정모 / 기획 : ㈜노루홀딩스 (02-2191-7700)
편집 및 디자인 : ㈜유니크앤디자인 (02-1544-9631), ㈜노루로지넷
인쇄 : ㈜대현미디어 / 사진 : URL스튜디오

Sense for NOROO

28	DECO & DIY	매장 인테리어, 예그리나로 그리다 Interior Design from Yegreena
30	HEALTH CARE	조리도구, 밥을 약으로 바꾸는 마술사 Cooking Utensils: transforming your everyday meal into a greater meal
32	ECO FRIENDLY	막 버리면 쓰레기, 잘 버리면 자원 Bad waste is a trash; Good waste is a good resource
34	COLOR & CULTURE	빛을 담은 화가, 모네 Monet: The artist who captured the lights

Clipping from NOROO

36	FOCUS ON NOROO I	2011 노루페인트 사업설명회 현장을 가다 Visit workplace 2011 NOROO Paint & Coatings
38	FOCUS ON NOROO II	노루가족 초청 음악회 NOROO Family Concert
40	NEWS BRIEFING	
46	IT Guide	스마트폰을 스마트하게 사용하는 앱 Application to guide you to use the smart phone effectively
47	Behind Cut	숨은 사진으로 보는 편집후기 Editing Review through picture puzzle

Openness & Harmony

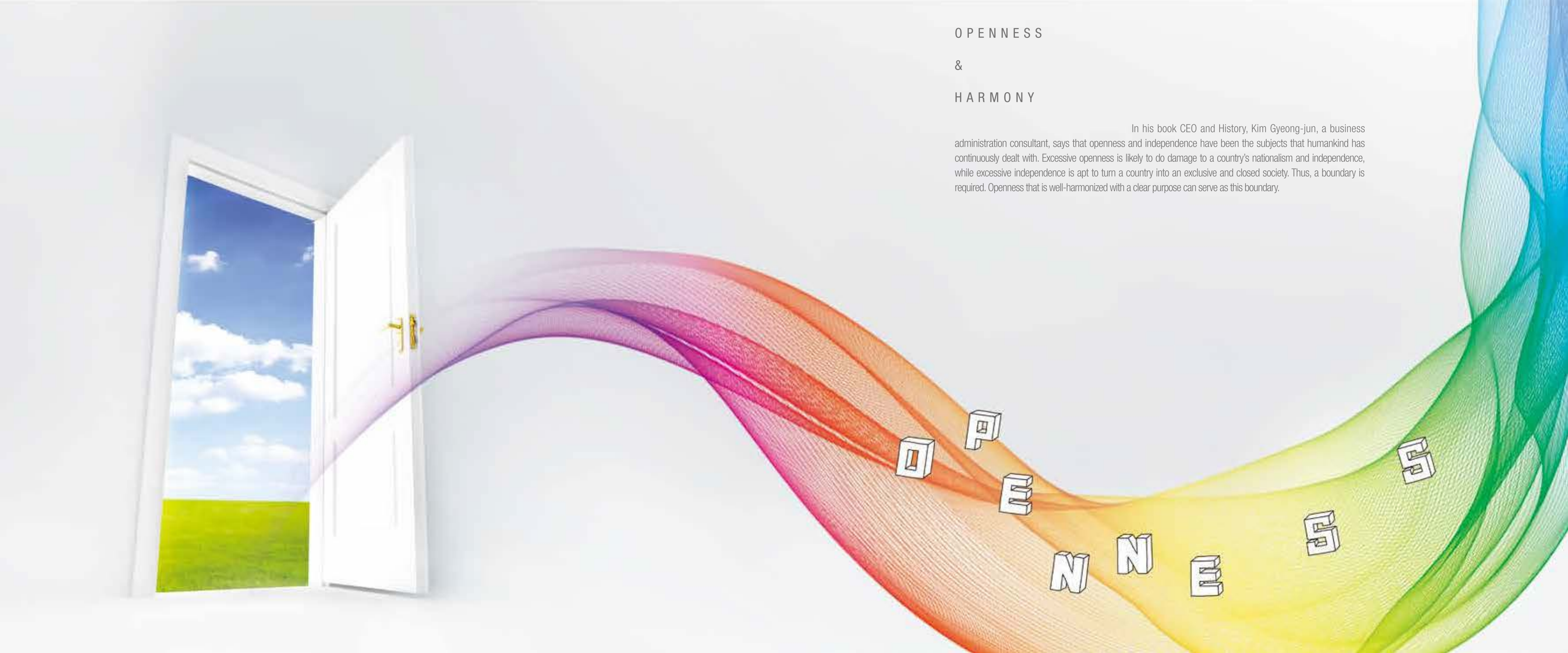
08	View	개방과 조화의 균형
10	Interview	눈을 열어, 미래를 향하라 - ㈜노루페인트 안경수 회장
14	Blank Story	개방을 위한 준비, 나를 알고 남을 알자!

개 방 , 조 화 를 동 반 하 다

경영 컨설턴트이자 경영서 전문 필자인 김경준은 『CEO, 역사에게 묻다』에서, 개방성과 독자성은 인류 사회를 관통해 온 화두라고 말한다. 사회나 국가에 개방성이 과하면 민족성과 자주성이 훼손되기 쉽고, 독자성이 되면 배타적이고 폐쇄적으로 변하기 쉽다. 그렇기에 여기엔 역설적이게도 경계(境界)가 필요하다. 목적이 분명한 개방, 조화를 이루는 개방이 그것이다.

OPENNESS & HARMONY

In his book CEO and History, Kim Gyeong-jun, a business administration consultant, says that openness and independence have been the subjects that humankind has continuously dealt with. Excessive openness is likely to do damage to a country's nationalism and independence, while excessive independence is apt to turn a country into an exclusive and closed society. Thus, a boundary is required. Openness that is well-harmonized with a clear purpose can serve as this boundary.



개방와 조화의

균형

개방성, 즉 개방이라는 말은 들고남이 자유로운 교류를 뜻한다. 즉, 어우러지는 조화(harmony)를 지향함이 옳다. 쉽고 좋은 말로 들리지만, 열린 문을 통해 긍정적 변화를 만들기 위해서는 철저한 준비와 훈련이 필요하다. 뚜렷한 목적과 주체성이 약화된 상태에서 의 개방은 조직뿐 아니라 개인에게도 혼란과 쇠퇴를 불러온다. 즉, 개방은 다른 의미의 조화(balance)를 동반해야만 한다.

Balance between openness and harmony

Openness means free exchanges with other countries. Openness should be accompanied by a well-balanced harmony. Positive though the term openness may sound, the process of door opening requires thorough preparation and training to bring about useful changes. Without a clear purpose and self-reliance, openness causes confusion and inefficiency for organizations and individuals. Thus, openness should be accompanied by balancing efforts.

OPENNESS

2007년, 유엔 인종차별 철폐위원회에서는 우리나라에게 “한국 사회의 다민족적인 성격을 인정하고 단일민족이라는 이미지를 극복하기 위한 조치를 취할 것”을 권고했다. 현재 교과서는 한국을 ‘다민족, 다문화 사회로 구성된 국가’로 소개하고 있다. 거리에서 외국인을 보는 것은 흔한 일이 되었고, 역으로 외국에서 한국 사람을 마주치는 것도 드문 일이 아니다. 오히려 한국인 한 명 없는 외국, 한국 물건 하나 없는 외국 시장을 찾는 것이 더 어려울 것이다. 그러나 유엔의 권고는 ‘개방’은 되었으며 아직 ‘조화(harmony)’를 이루지 못한 한국을 지적하고 있다.

국력의 신장과 이에 따른 각국과의 FTA 협상, 국내 기업의 해외 시장 개척 등으로 한국의 시장이 개방됨과 함께 세계로의 확장도 넓어지고 있다. 개방성은 적극적으로 받아들여야 할 글로벌 경쟁 시대의 흐름인 것이다. 우리는 이 개방의 주도권을 쥐고 그 흐름을 조절해 성공으로 이끌어야 한다. 개방을 적극적, 능동적으로 컨트롤할수록 그를 향한 성공의 길을 빨리 포착할 수 있다.

오늘날까지도 ‘대제국’이라는 수식어를 지닌 로마를 떠올려 보자. 로마는 한 때 변방의 시골 국가에 지나지 않았다. 그러나 찬란한 문명을 꽃피우고 있던 이웃 나라 그리스가 ‘피를 나눈 자’로 동포를 구분하는 폐쇄적 사고에서 벗어나지 못할 때, 로마는 ‘뜻을 같이 하는 자’를 모두 받아들이는 개방적인 자세로 영토를 확장하며 내부 갈등을 해소하고 유능한 인재를 유입시켜 국가 도약의 기회를 만들어냈다. 나일론을 개발해 엄청난 성공을 이루었던 미국의 화학기업 듀폰(DuPont)은 본업이랄 수 있는 섬유산업을 2004년 팔아치우고

개방적 혁신에 나서 지금은 농업과 신재생에너지, 전기재료 분야 등에서 종합과학기술으로서 성공을 거두고 있다.

그러나 이러한 개방성에는 앞서 말했듯이 경계가 필요하다. 『CEO, 역사에게 묻다』에서 저자 김경준은 ‘개방과 관용은 절대적 가치가 아니라 합리적인 균형과 범위의 문제’임을 확실히 하고 있다. 마키아벨리의 군주론도 리더가 개방적, 포용적으로 보이는 것은 중요하나 공동체의 유지와 번영이라는 확실한 목표와 범위 안에서만 인정이 된다고 말한다. 개방성을 공동체의 기본 가치로 삼았던 로마에서도 ‘공동체가 지향하는 기본 가치’를 인정해야만 로마 시민권이 부여되었다. 조직의 리더도 마찬가지다. 지나친 개방과 포용은 노선이 불분명하고 소신도 부족한 리더를 만들고, 폐쇄적이고 배타적인 리더는 조직 전체를 화석화시키고 기득권층을 볼모로 만든다.

재정경제부에서 2007년 펴낸 『THE MOFE WAY-열린 조직문화 구현을 위한 구성원의 태도와 가치』는 “준비되지 않은 개인과 조직의 어설픈 개방과 소통은 급속한 도태와 쇠락을 초래하게 된다. 따라서 성급하게 문을 열고 닫지 말고 열린 문화가 상호간의 성장을 도울 수 있도록 스스로가 먼저 준비하고 훈련해야 한다.”고 말한다.

NOROO의 개방성은 어떤 조화(balance)를 통해, 어떤 조화(harmony)를 지향할 것인가. 크게는 글로벌화를 수행함에 있어, 또한 개인적으로는 열린 마음과 업무 태도를 지남에 있어 그 목적과 균형을 잊지 말아야 할 것이다.



In 2007, the UN Committee on the "Elimination of Racial Discrimination" recommended that South Korea should “accept its being a multi-ethnic society and take steps to overcome its long-held self-image as a single ethnic society”. At present, textbooks used in Korea say that the country is a multi-ethnic, multi-cultural society. One sees foreigners on the streets in Korea as easily as he sees Koreans in foreign countries. Still, the aforesaid UN committee points out that the country has a long way to go in ethnic harmonization, although it has opened its doors widely.

The country has opened its market to foreigners and expanded its business activities worldwide amidst its enhancement of its own national strength and FTA negotiations with other countries. Openness is flow in the era of global competition that cannot be checked. We should take on the role of being a leader in this flow of openness to achieve success. The more positively you take part in the flow of openness, the more quickly you will put yourself on the path to success.

The Roman Empire was no more than a peripheral country in the beginning. However, it created an opportunity to take a great leap by making efforts to eliminate internal conflicts, expand territories, and have an open-minded attitude in attracting talented people to fill important positions. On the other hand, Greece, which used to boast of its splendid civilization, gradually found itself unable to get escape its closed-mindedness due to its sticking to the “pure-blood” mindset. Let’s look at another example of open-mindedness. DuPont, of the U.S., achieved enormous success through the development of nylon. In 2004, it sold off its fiber sector, which used to be its main sector of operation, as part of open-minded innovation. It is now doing well in agriculture, new/renewable energy, and electrical materials.

In the meantime, openness requires boundaries. In his book CEO and History, Kim Gyeong-jun stresses that openness and generosity are not absolute values, but that they are matters of rational balance and scope. In his book The Prince, Niccolo

Machiavelli says that openness and generosity are important virtues of a leader, but they are acceptable only within the extent of a clear objective and scope that are conducive to the maintenance and prosperity of the community. Rome adopted openness as a basic value of the community, but only granted citizenship to those who recognized the basic values of the community. The same can be said for the leader of an organization. A leader who adopts excessive openness and generosity cannot present a clear-cut path to their followers. A leader with a closed and exclusive mindset is likely to make his/her organization a fossilized relic. Under this type of leader, people with vested rights become hostages.

THE MOFE WAY – Attitudes and values that members of an organization should have for the realization of open organizational culture, published by the Ministry of Finance and Economy (MOFE) in 2007 says, “An attempt for openness and communication by an unprepared individual or organization is likely to cause failure. Members of an organization should make voluntary preparations and train themselves with the aim to bring about positive results through openness, rather than recklessly focusing on the openness itself.

As for NOROO’s openness, concentration should be focused on how it will be harmonized and balanced, with individuals adopting open-mindedness, in connection with its aim for globalization.

눈을 열어,

미래를
향하라

작년 7월, ㈜노루페인트에는 큰 변화가 있었다. 외부에서 영입된 첫 회장, 안경수 회장이 전격 부임한 것이다. 소니와 후지쯔, 삼성과 효성 등 일본과 한국의 글로벌 그룹을 두루 거친 그가 ㈜노루페인트의 회장으로 부임한 지 이제 일년을 향해 간다. '변화 속 조화와 도약'이라는 2011년의 경영지표 중 '변화'의 큰 축에 그가 있음은 분명하다. 그가 생각하는 개방, 그리고 조화는 무엇일까?

Sail into the Future with Open Eyes

Last July NOROO Paint & Coatings went through a big change with the appointment of Ahn Kyung-soo, as our first outsourced Chairman. He has worked with Japanese and Korean multinational conglomerates such as Sony, Fujitsu, Samsung, and Hyosung. It has been almost a year since his appointment with NOROO Paint & Coatings. Chairman Ahn has a big role in the "change" in this year's management motto of, "harmony and development in the midst of change" What is the his idea of open-mindedness and harmony?

지난 2월, NOROO 임직원들은 평소보다 이른 시각에 회의실에 모였다. 안경수 회장의 조회사가 있던 날이었다. 한 시간을 훌쩍 넘어 진행되었지만 그룹의 현재를 직시하고 미래 비전을 구체적으로 제시하는 화면과 목소리에 모든 눈과 귀는 시종 긴장을 놓지 않았다. 이번 인터뷰도 그의 경영 철학 및 미래 정진에의 NOROO 그룹 행동 강령이 공유되는 조회사의 연장선상에서 이루어졌다.

균형, 인생의 키워드

“균형 감각을 가진 사람만이 인생을 잘 살 수 있습니다. 이기적인 동시에 사회적 동물인 인간이 자신과 타인과의 조화를 이루려면 나를 알고 남을 알아야 하지요. 손자(孫子)가 말한 백전백승의 전제, 이것 역시 난 조화라고 생각합니다. 나를 알고 남을 알고, 그 차이를 메워갈 때 기업도 성공할 수 있으며 글로벌 시장에서도 마찬가지입니다. 글로벌화는 모든 나라의 동일화를 의미하지 않습니다. 서로의 색깔이 확실하지 않다면 조화를 이루지 못하겠지요. 음악으로 치자면 잡음을 만들어냄과 다르지 않습니다.”

안경수 회장은 쉽고도 폭이 넓은 설명으로 단숨에 주제의 정수를 향해 나아갔다. 개인의 인생 얘기에서 기업으로, 글로벌 시장으로 나아가는 그 빠른 속도에도 핵심을 잃지 않았다.

“예를 들어 국제적 합작에 있어서도 자사(自社)만 유리하게 한다면 그 관계는 절대로 오래가지 못합니다. 국내의 거래에 있어서는 최종소비자인 고객과 함께 매개자인 관계사, 특약점, 대리점, 도장공들도 조화의 대상에 넣어야 하는 것이지요. 궁극적으로는 소비자가 원하는 기능, 친환경적 요소, 가격, 브랜드 파워 등 다각적 기대치를 충족시키고 나아가 새로운 가치를 창조하는 한편, 우리의 매개자가 얼마나 편하게 작업할 수 있는가, 얼마나 이윤을 남길 수 있는가를 생각해 그들의 비즈니스에 도움이 될 수 있도록 해야 합니다. NOROO와 거래하면 돈을 번다, NOROO와 거래하면 고객을 만족시킨다'라는 결론을 내리도록 말이지요. 나와 상대, 주변을 고루 조화로운 상태로 이끌 때, 성공은 따라옵니다.”

전자업계에서 NOROO라는 대표적 화공업체로 경영전선을 바꾼 그가 추구하는 조화로운도 이와 같다. “아날로그적 화공업체는 디지털 업계에 비해 변화와 혁신의 속도가 느린 반면, 원천 기술과 장인 정신의 가치가 남아 있습니다. 여기서 승자와 패자를 가르는 것은 각각의 장점을 어떻게 조화시키느냐에 있을 것입니다.”

Last February, NOROO board members assembled in the conference room earlier than usual. The new Chairman was to give his morning briefing. It lasted over an hour while everyone attentively listened as the Chairman assessed the group's current position and presented its future vision in full detail. This interview is an extension of the briefing, with its focus on his management philosophy and the decisions that NOROO Group will make in the future.

HARMONY – THE KEYWORD OF LIFE

“Only those with balance can lead a successful life. Humans are egocentric and social at the same time. In order for us to live in harmony with others it is important to know yourself and others. Sun Wu considered this as the premise for being undefeated in warfare. For me, this is harmony. Knowledge about yourself and others works as an adhesive in the social web. The stronger the tie the likelier it is for your enterprise to flourish. The same goes for the global market. The best outcome of globalization is not becoming generic. On the contrary, when each member of the community maintains their true colors, harmony is achieved. If an orchestra consists of only one instrument and note, it would be just noise and not music.”

Chairman Ahn explained as he cut straight to the core of the subject. From his personal life to his professional career he never lost focus on the subject, no matter how quickly he changed the subject.

“For instance, international collaborations never go well when the conditions are not fair to both parties. From a national prospective, the circle includes customers, related companies that connect customers to us, sales agents, and painters. Our mission is to meet customer's expectations; produce eco-friendly products that are also functional, affordable, and that live up to the brand's name; and to create new value. We must also consider the convenience of our agents and help them generate revenue and get our customers to have the mindset that, 'Doing business with NOROO is profitable; NOROO products are always satisfactory.' When you, the surroundings, and I come together in harmony, success follows.”

Chairman Ahn has long worked in the electronics field but made a transition into the paint industry by joining the largest company in the field. His idea of harmony goes like this, “The paint industry is 'analog' compared to the digital industry, which moves much faster and is more open minded. It instead places value on things like original technology and master craftsmanship. What makes or breaks the deal is if the strong points are delivered in harmony.”

㈜노루페인트

안경수 회장

Chairman Ahn Kyung-soo
NOROO Paint & Coatings Co., Ltd

O P E N N E S S



개방, 성장의 관문

“성장 없는 기업은 의미가 없어요. 성장으로 직원의 기본 욕구를 충족시키는 선순환적 사고를 가져야만 하지요. 그런데 고객이 없는 성장은 없어요. 일반적으로 말해서, 경제의 모멘텀이 둔화되고 고령화로 성장이 한계에 이르는 경제발전단계에서는, 한정된 시장을 벗어나 세계에서 고객과 시장을 개척해야 하는 것은 필수적입니다. 이러한 시기에 우리 회사가 작년보다 얼마나 성장했느냐는 중요치 않습니다. 작년보다 물가는 얼마나 올랐는가, 경쟁사는 얼마나 성장했느냐를 비교해야죠. 성장을 보는 시각도 개방하여 외부로 돌려야 합니다.”

글로벌 시장으로 나아감에 있어서 안 회장은 ‘수행력’을 중시한다. “단순히 해외에 진출하는 것은 의미가 없습니다. 반드시 성공하기 위해 치밀한 시나리오를 짜고 투자에 대한 리턴을 확보할 수 있도록 철저하게 준비하는 것, 이것이 진정한 글로벌 수행력이라고 할 수 있습니다.” 이를 위해서는 무엇보다 기업 본연의 가치와 기술을 유지하고 어필해야 한다고 그는 강조한다.

“또한, 기업 내의 개방성을 위해서는 무엇보다도 투명성이 중요합니다. 기업의 가치관을 투명하고 명확하게 개방하여 임직원 모두가 공유할 때 글로벌 수행력이 탄탄해지고 새로운 성장 동력을 찾는 데 있어 흔들림 없는 변화를 이룰 수 있습니다. 또한 개방은 필연적으로 네트워크로 이어지는데 이때 조직의 인화단결이 느슨해진다면 그 개방은 실패합니다. CEO, 임원, 사원 모두 각자의 책임을 다하고 연계된 이의 업무까지 고려하는 협력의 자세로 일할 때 공고한 네트워크로 개방과 조화를 성공시킬 수 있습니다.” 개방성과 관련하여 그는 또한 ‘개방된 눈, 즉 전체를 보는 눈’을 강조했다. 자신이 속해 있는 계열사만이 아닌, 전체 NOROO로 시야를 개방하여 ‘전체 최적화’의 발전을 목표로 해야 한다는 뜻이다.

“NOROO의 발전은 색에 근간해 왔습니다. 아름다움은 다양한 색의 조화를 필요로 하지요. 우리는 개방 정신과 균형 감각 위에 문제 해결을 향해 다양한 의견을 주고 받으며 발전을 이루고 더 나은 미래를 만들어야 합니다. 그것이 저의 꿈, 그리고 우리들의 꿈이고 숙제입니다.”

OPENNESS – THE GATEWAY TO GROWTH

“An enterprise that does not move forward is meaningless. One must maintain a positive cycle by fulfilling the employees’ needs by progressing. Bear in mind that there is no growth without clients. In general, now that the economy has lost its momentum and the population is getting older it is essential to go out into the world and tap into a new market. How much our company has expanded is not important at this point. What does count, though, are the changes in market prices and how much progress our competitors have made. We must turn our attention to the outside.”

Chairman Ahn considers “executive power” to be the key to moving into the international market. “Going international is not important in itself. But, coming up with a solid scenario that ensures a return on our investment, what I call ‘executive power,’ is essential.” He went on to emphasize the values of an enterprise, maintaining technology, and appealing to potential clients.

“Transparency is also an important factor in keeping the company progressive. Making the company value clear and open so that all can share is what gives global executive power more force and keeps us moving forward without being detoured, as we will be always discovering new engines for growth. Openness inevitably connects to a network. When the ties that are holding the company together loosen, the company then loses its openness. The CEO, board members, and Staff must do their part. They must cooperate and build a legitimate network, create an open environment, and work together in harmony.” On the topic of openness he added the importance of, “opening your eyes and seeing the bigger picture.” “Transcend the limits of your own department and see things from NOROO’s perspective for ‘optimization of the whole,’ ” he stated, as he explained future goals.

“NOROO’s growth was based on a great range of colors. Beauty requires the harmony of an array of different colors. We must exchange our opinions grounded on openness and balance for a brighter.”

개방은 필연적으로
네트워크로 이어지는데
이때
조직의 인화단결이
느슨해진다면
그 개방은 실패합니다.
CEO, 임원, 사원
모두 각자의 책임을 다하고
연계된 이의 업무까지
고려하는 협력의 자세로
일할 때
공고한 네트워크로
개방과 조화를
성공시킬 수 있습니다.

O P E N N E S S



개방을 위한 준비, 나를 알고 남을 알자!

나를 알고 남을 알면 백전백승이라 하였다. 하지만 ‘열 길 물속은 알아도, 한 길 사람 속은 모른다’는 말처럼 알기 어려운 게 사람의 마음이다. 이에 사람의 성격을 알아내기 위한 과정에서 서로 공존하는 특성들을 모은 성격 유형들이 만들어졌는데, 이러한 성격 유형 분류 방법 중 최근 널리 쓰이는 것이 5대 성격 유형, 빅파이브(Big Five)라고 불리는 분류 체제다. 여기서 말하는 5가지 성격 유형은 ‘개방성(Openness)’, ‘성실성(Conscientiousness)’, ‘외향성(Extroversions)’, ‘동조성(Agreeableness)’, ‘신경성(Neuroticism)’인데 순서대로 각 성격 유형의 알파벳 첫 글자를 따면 ‘OCEAN(대양)’이라는 단어가 된다. 간단한 빅파이브 검사를 통해 나의 성격을 파악해 보자.

나의 5가지 성격 유형 알아보기

표 ①을 참조하여 아래 1번부터 10번까지의 질문에 각각 점수를 적어 보자. 정확한 측정을 위해 최대한 정직하게 적어야 한다. 표 ②에 따라 계산한 후 표 ③의 평균점수와 비교하면 내 각각의 성격 유형이 평균에 비해 어떤 높낮이를 갖는지를 알 수 있다

표 ①

완전히 부정한다	다소 부정한다	약간 부정한다	동의도 부정도 하지 않는다	약간 동의한다	다소 동의한다	완전히 동의한다
1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점

내 생각에 나는 :

1. 외향적이며, 열정적이다()
2. 비판적이며, 화를 잘 낸다()
3. 믿을 만하며, 자기 관리를 잘 한다()
4. 불안하며, 쉽게 우울해진다()
5. 새로운 경험에 개방적이며, 감정이 복잡하다()
6. 수줍어하며, 과묵하다()
7. 동정심이 많으며, 따뜻하다()
8. 계획성이 없으며, 부주의하다()
9. 침착하며, 감정적으로 안정되어 있다()
10. 전통적이며, 창의성이 없다()

표 ② 계산법

개방성 = (8-10문항의 점수) + 5문항의 점수
성실성 = (8- 8문항의 점수) + 3문항의 점수
외향성 = (8- 6문항의 점수) + 1문항의 점수
동조성 = (8- 2문항의 점수) + 7문항의 점수
신경성 = (8- 9문항의 점수) + 4문항의 점수

표 ③ 평균 점수

이 평균 점수는 수천 명을 대상으로 한 연구조사로 산출된 것이다.

BG 5 성격유형	여성	남성
개방성	10.8	10.7
성실성	11.0	10.4
외향성	9.1	8.5
동조성	10.6	10.1
신경성	6.7	5.7

위의 평균 점수에 비교하여 나의

① ‘개방성’ 점수가 가장 높다면

개방성이 높은 사람은 창조적이고 상상력이 풍부하며, 추상적이고 호기심이 많다. 사색을 좋아하고 독창적이며, 발명에 재능이 있고 예술적이며, 심미적인 경험을 소중히 여긴다. 반면 개방성이 낮은 사람들은 관습적이고 구체적이며 전통을 중시한다. 미지의 것을 좋아하기보다는 이미 잘 알고 있는 것을 선호한다. 이들은 주로 서점의 인문 코너에서 찾아볼 수 있다.

② ‘성실성’ 점수가 가장 높다면

성실성이 높은 사람은 빈틈없고 의지가 되며, 믿음직스럽고 열심히 일하며, 목표 중심적이고 효율적이며, 계획성이 뛰어나다. 반면 성실성이 낮은 사람들은 계획성이 없고 지각을 잘 하며, 부주의하고 충동적이다. 이들은 주로 색인용 파일 종류를 파는 사무용품 코너에서 찾아볼 수 있다.

③ ‘외향성’ 점수가 가장 높다면

외향성이 높은 사람은 수다스럽고 에너지가 넘치며, 열정적이고 자기주장이 강하며 사교적이다. 반면 외향성이 낮은 사람들은 말수가 적고 조용하며, 수줍음이 많다. 이들은 주로 흥겨운 모임의 중심부에서 찾아볼 수 있다. 모임에서 가장 많이 웃는 사람이 바로 이들이다.

④ ‘동조성’ 점수가 가장 높다면

동조성이 높은 사람은 남에게 도움을 주고, 사심이 없으며, 동정심이 많고 친절하며, 용서하고 신뢰하고, 사려 깊으며, 협조적이다. 반면 동조성이 낮은 사람들은 단점이나 잘못된 점을 찾는 데 예리하고, 다툼기를 좋아하며, 비판적이고, 가혹하며, 냉담하고, 통명스럽다. 이들은 주로 자원봉사 단체에서 찾아볼 수 있다. 주변 누군가가 불행한 일을 당했을 때 옆에서 위로해주는 사람들 대부분이 이들이다.

⑤ ‘신경성’ 점수가 가장 높다면

신경성이 높은 사람은 불안해하고 쉽게 동요하거나 우울해하며, 걱정이 많고 침울하다. 반면 신경성이 낮은 사람들은 침착하고 편안하며, 스트레스를 잘 다스릴 줄 알고 감정적으로 안정되어 있다. 이들은 중요한 미팅 전날 밤에 침대 위에서 뜯 눈으로 밤을 지새우며 얹치락뒤치락하고 있기 십상이다. 또 한 친구가 한 말이 정말 무슨 뜻일까 되새기고, 되새기고, 곰씹고, 또 곰씹는다.



NOROO, 내 삶의 동반자

“NOROO 없이 제 인생을 얘기할 수 있을지 싶어요.” 둥그란 얼굴에 서글서글한 웃음을 가득 담고 이은화 사장이 입을 열었다. 16년 전, 그녀는 4평 가게에서 사업을 시작해 지금은 매장에 창고와 분점까지 거느리고 2010년에 연 10억 원 매출을 달성했다. 그 16년의 이야기는 한 편의 인생 극장과 같았다.

NOROO, my life partner

“I don't think I can talk about my life without mentioning NOROO,” said Lee, with a friendly smile. She started up her business in a store measuring just 4-pyeong (= 12m²) 16 years ago, and now operates many branches. Last year, her business posted 1 billion won in sales. Her life as a business owner has been like a TV drama.



화성페인트백화점 이은화 대표

President Lee Eun-hwa
Hwaseong Paint Department Store

첫 손님을 영원한 단골로

전국에서 노루페인트로만 연 10억 원 매출을 올리는 대리점은 다섯 손가락에 꼽는다. 그 중 경상남도 김해에 위치한 화성페인트백화점의 매출액은 특히나 그 매출액의 규모나 순위의 의미가 남다르다. 부산에 연고지를 둔 타 페인트 회사 탓에, 적진이랄 수 있는 경남에서 노루페인트의 점유율을 높이는 것은 다른 지역보다 쉽지 않기 때문이다. 그런데 전국에서 5위에 드는 매출액을 올렸으니 그 매출액의 숫자에 몇 배를 더한 땀방울과 노력이 있었으리라.

“손님들께서 많이 찾아주시니까요. 방문하신 손님의 상황을 살펴 페인트에 대해 잘 설명해 드리고, 견적서 내는 것에 서투르신 분들은 제품 한 개의 가격부터 전체 전작까지 살펴봐 드려요. 세금계산서 준비, 인부 수배 등 다른 가게에서 하지 않는 서비스를 해드리니 편해서 자주 오시지요.” 성공의 비결을 많이 찾아주시는 손님’ 덕으로 돌리는 이은화 사장이었지만, 손님이 ‘찾아 오게끔’ 하는 것, 그리고 그 손님을 ‘단골’로 만드는 것은 누구나 할 수 있는 일은 아니다. 손님의 치하 뒤에 따르는 도움 항목들은 이은화 사장의 영업 비결이 살뜰한 살핌에 있다는 걸 알려 준다.

페인트 구매부터 시공 후 결과에 대한 반응 조사 및 사후 관리까지 빠짐없이 관리해 준 덕분에 화성페인트백화점은 김해에서 가장 큰 대리점으로써, 본점 외에 10개의 분점과 140평의 창고까지 두게 되었다. 창고와 매장을 합해 총 1만여 말의 페인트가 쟁여져 있고, 이 분량은 한 달 내에 다 판매될 것이라 한다. 취재 중에도 매장 전화기는 쉴 새 없이 울려댔고, 직원인지 손님인지 분간이 안 될 정도로 가게 사정에 익숙한 단골들이 계속해서 드나들었다.

“저희 화성 영업 담당을 서로 맡기 싫어할 걸요? 아주 바쁘게 움직이셔야 하거든요. 이제까지 담당해 주신 분들께서 정말 잘 해주셨어요. 여기 계신 한필호 대리님도 있는 물건, 없는 물건 다 찾아서 갖다 주시고, 손님을 붙잡는 노력이 정말 끈질기세요.” 이은화 사장과는 달리 한필호 대리는 화성 영업 담당이 반가운 자리라고 말한다. “화성이 열심히 팔아 주셔서 진급이 빨라진다고 하더라고요. 하하하.” 한 가족처럼 같은 마음으로 일하다 보니 회식 때면 예전 담당자들도 꼭 온다고 한다. “화성은 대리점이 아니라 그냥 NOROO 가족이거든요.”



MANY LONG-LASTING PATRONS

Her store is one of five representative NOROO Paint stores that record more than 1 billion won in annual sales. The solid performance of her store in Gimhae Gyeongsangnam-do is particularly significant, as it was not easy to enhance the market share of NOROO Paint in that port city, which was and still is home to another leading paint manufacturer. Her store's ranking (5th in the entire country in terms of sales) under such unfavorable circumstances attests to her backbreaking efforts.

Lee says, “I feel very grateful to our steady customers. I make a point of checking in detail individual customers' specific needs. As for contractors (who are) not used to drawing up price quotes, I sit down with them to find ways to make the quotes they submit to the clients more competitive. I also help them to arrange tax invoices and find workers who will work for them. They feel my willingness to help them and become my loyal patrons.” Securing a long list of loyal customers is not something that everyone can achieve. To summarize, the secret of her success in business appears to be the sincere care she shows towards her customers.

She even monitors the level of satisfaction felt by the clients of the painting contractors who purchase paints from her and provides them with an after-sales service. As a result, her store has become the largest representative store of NOROO

Paint - which operates 10 branches and a 140-pyeong (= 420 m²) warehouse - in Gimhae. She said that the 180,000-plus liters of paint currently stocked in the stores and the warehouse would be sold out in a month. During the interview, the phones in her store never stopped ringing. The reporter could see that the people moving about in her store had been doing business with her for a long time just by observing the way they talked to each other.

“The sales position in this store is a very grueling assignment. It keeps you busy all day long. I think I'm lucky that all my sales employees do their bit very well. This gentleman, Han Pil-ho, for example, works like the store is his own, always doing what he can to meet customers' specific needs in every possible way.” Assistant manager Han dispatched from the NOROO Paint headquarters, says that he is satisfied with his current assignment at Lee's store. He adds, “This store is doing well and other people say that I will get promoted quickly due to the store's good performance. People in this store feel like they are part of a family. At staff night outs, we invite those who have been transferred from elsewhere and they are happy to join us.”



NOROO가 선택한 사장

그런데 이은화 사장은 왜 NOROO를 택했을까? 페인트 대리점을 시작할 때 타사를 선택할 수도 있었을 텐데 말이다. “사실 저는 선택의 여지가 없었어요. 4평짜리 가게, 페인트를 모르는 사장에게 누가 대리점을 주겠어요. NOROO가 절 선택해 준 거죠.”

이은화 사장은 변호사 사무실에서 근무했다고 한다. 그러다 털썩 페인트 가게를 맡게 되었고, 열의만 가지고 있는 사장에게 대리점 자격을 준 것은 NOROO였다. “처음엔 정말 어려웠지요. 페인트에 대해 문외한일 때 노루페인트에서 만들어 준 『하자보수사례』 책자를 외울 정도로 읽고 공부했어요. 필요한 분께 복사해서 나눠 드리기도 했지요. 인터넷도 찾고, 직접 도장하고 인테리어 공사도 하면서 완벽한 노하우를 쌓을 때까지 공부했어요. 그러다 보니 페인트뿐만 아니라 정보도 함께 제공해 드릴 수 있게 되고, 도움이 되니 장사가 되는 거지요.”

그러한 노력 끝에 이은화 사장은 주변에서 “성공했다”라는 말을 듣는 지금에 왔다. 5년 만에 집을 사고, 창고를 넓히고, 지게차도 들였다. 성장 중에 큰 위기도 있었다. 판매 외에 제조도 직접 하다가 불의의 인사 사고가 생긴 것이다. “그 때 NOROO의 믿음을 다시 한번 확인할 수 있었어요. 그 때 NOROO가 아니었다면 지금의 저는 없었을 겁니다.” NOROO는 이 사장의 사건이 해결될 때까지 기다려 주고 실질적 배려로 다시 일어설

시간을 충분히 벌여 주었다.

“작년에 10억 원 매출을 할 수 있었던 것도 NOROO 관계자 분들의 격려가 시작이었습니다. (주)노루페인트 안성근 상무님, 우경현 이사님들께서 ‘함께 더 성장해 봅시다. 화성은 할 수 있을 겁니다. 도와드리겠습니다’란 만날 때마다 해 주셨는데, 그 말이 목표가 되고 확실한 도전을 시작할 수 있게 하더군요.” 이은화 사장은 ‘서로의 도움’을 수없이 강조했다. “손님이 잘 되어야 내가 잘 되고, 내가 잘 되어야 NOROO가 잘 된다는 생각으로 물건을 팝니다.” 고객과 화성페인트백화점, NOROO가 주고받는 도움이 동반성장으로 연결된다는 이야기다. 앞서 가게도 ‘페인트’만이 아닌 ‘도움’을 주면서 변창하였고, NOROO의 도움과 자극으로 매출을 달성할 수 있었으며 여러 통로를 통해 그녀도 NOROO에 도움을 준다. 인터뷰 중에도 (주)노루페인트 제품의 바뀐 패키지에 대한 평가와 조연도 빠뜨리지 않았고 한필호 대리에게는 납품과 세무에 대한 꼼꼼한 분석을 수없이 되풀이해 주었다. “노루페인트는 패키지가 너무 자주 바뀌어요. 도장공들에겐 눈에 익은 확실한 브랜드가 필요해요. 노루페인트의 브랜드 인지도가 일관성 있게 지켜져 갔으면 합니다.” 사랑하는 상대에게 쓴 소리를 하기란 힘든 일이지만, 그녀는 사랑하기에 더욱 더 충성스럽게 말한다. “이제껏 받은 것만큼 저도 도와야지요. NOROO와 함께 성장하고 싶고, 더 나아지고 싶습니다. NOROO는 제 인생인 걸요.”

A BUSINESS REPRESENTATIVE SELECTED BY NOROO

The reporter asked Lee what made her choose NOROO from among the many paint manufacturers in the first place. She said, “Other manufacturers were not interested in giving dealership to me when I talked about my plan to start a business with a 4-pyeong store, but NOROO was.”

At that time, the only thing that Lee could offer was earnestness. She says, “I had a very hard time in the beginning. Paint was quite a new area to me, but I studied so hard that I could memorize the entire contents of NOROO’s defect repair manual. I also distributed photocopies of the manual to those interested. I kept on working to become a paint expert, finding the relevant materials on the Internet and carrying out painting work myself. One day, I found myself providing expert paint-related information to customers.” Now, people close to her regard her as “a successful business owner”.

In the five years after starting the business, she earned a lot of money. She bought a house for her family and a forklift for the business and expanded her warehouse. One day, one of her employees was injured in an industrial accident while engaged in production work. She said the following about that time: “What I am today is largely attributable to the attitude adopted by NOROO. NOROO patiently waited for me to settle the case and took care of me so that I might stand on my own again.”

“I owe everything, including attaining the target of 1 billion won in sales, to NOROO’s officers. Senior Director Ahn Seong-keun and Director Woo Kyung-hyun encouraged me every time they met me, offering me a great deal of help and hope,” said Lee. That helped her set more challenging targets. During the interview, she stressed “the need for mutual assistance” many times. She added, “We are doing business here, thinking that NOROO’s good business requires my good performance and that my good business requires my customers’ good performance.”

Lee’s business has prospered by giving help to her customers. NOROO gave her help and encouragement. She also does her best to provide help to NOROO. During the interview, she did not forget to give Han Pil-ho advice on product supply and tax-related matters, as well as on NOROO’s new product package, saying, “I think the product package is changed too often. Painting workers prefer a brand they have become accustomed to. You should maintain some consistency here. I am saying this because I want to be of help to NOROO in return for what it has given me. I want to grow further with NOROO, which is a major part of my life.”



이은화 사장은
‘서로의 도움’을 수없이 강조했다.
“손님이 잘 되어야 내가 잘 되고,
내가 잘 되어야
NOROO가 잘 된다는 생각으로
물건을 팝니다.”
고객과 화성페인트백화점,
NOROO가 주고받는 도움이
동반성장으로 연결된다는 이야기다.



차세대의 리더!

수지로 이룬다

요즘 NOROO의 안양 공장 사무실에는 밤늦게까지 불 켜진 창이 많다. 그 중 하나를 들여다보면 틀림없이 ㈜노루알앤씨의 직원을 만날 수 있을 것이다. 고분자 관련 기술로 수지 산업을 크게 키워나가겠다는 일념 하에 불철주야 노력하는 ㈜노루알앤씨 직원들의 뜨거운 열정을 만나본다.

Future Leader, NOROO R&C Co., Ltd.

Lights stay on till the wee hours of the night at the offices of NOROO plant in Anyang. Without fail, one is bound to find a hard working NOROO R&C man still working afterhours. The employees at NOROO R&C work day and night to expand the resin division with high molecule related technology. Here is their story.

집중과 전진

수지는 페인트의 엔진, 심장이라고들 한다. 도료의 약 50%는 수지로 구성되며 중요도에 있어서도 같은 비중을 차지한다. 따라서 거의 모든 페인트 회사에는 수지 관련 부서가 있다. 그러나 페인트를 만들지 않으면서도 수지를 개발, 판매하는 회사가 있다. 다우케미컬이나 DSM, 바이엘 등의 다국적 기업이 그렇다. 도료업계 외에도 많은 곳에서 수지를 필요로 하기 때문이다.

㈜노루알앤씨는 그 점에 집중하였다. ㈜노루홀딩스 중앙연구소의 수지 기술을 모태로 2006년 10월 설립된 ㈜노루알앤씨는 2년간의 준비 끝에 2009년부터 본격적으로 수지 사업에 뛰어든 사업 3년 차의 회사다. 자체 공급만을 위한 수지 제작이라는 한계에서 벗어나 다양한 수지를 개발하여 더 큰 시장의 수요에 부응하는 것, 국내의 페인트 회사와 경쟁하는 것만이 아닌, 외국의 다국적 기업과 겨루는 새로운 링에 올라서는 도전. ㈜노루알앤씨는 그렇게 탄생하였다.

“수지는 고분자 물질로 화학 산업에서 아주 중요한 부분입니다. 전기, 전자와 의학, 화장품, 접착제 등 여러 정밀 화학 분야에서 쓰이지요. 용도별로 뛰어난 수지를 개발하여 NOROO 그룹의 성장에 새로운 동력이 되는 것이 우리의 목표입니다.” 수지연구개발팀에서부터 시작하여 ㈜노루알앤씨의 대표이사를 맡고 있는 송기명 부사장의 말이다. 이 목표는 ㈜노루알앤씨의 다른 직원들에게 물어보아도 같다. 기술팀의 이종문 부장은 회사의 중장기 계획을 반드시 달성한다는 목표를 마음에 되새기고 있다. 열 명 남짓한 작은 회사 규모는 확실히 공유된 목표 의식과 가치 기준으로 모든 직원을 똘똘 뭉치게 했다. 또한 서로가 서로에게 보여주는 확실한 책임감과 열정 탓에 동료의식은 존중을 넘어 존경을 향하고 있었다.

“모두 같은 목표 아래 열성을 다하고 있어요. ‘미치지 않으면 이룰 수 없다’라고 하죠. 수지로 세계와 경쟁하여 NOROO의 차세대 견인차가 되는 것, 노루알앤씨는 꼭 이뤄낼 것입니다.” 송기명 부사장의 말이지만, 모두의 마음과 다름 아닐 것이다.



01.



02.



03.

CONCENTRATION AND PROGRESS

"Resin is the engine and heart of paint," as the saying goes in the industry. Paint consists of up to fifty percent resin, which makes resin so important. It explains why all paint companies have a department that exclusively dedicated to resin. But there are companies that are wholly committed to developing and distributing resin. The Dow Chemical Company, DSM, and Bayer are international companies that fall into that category. The paint industry is only one of the many industries that require resin.

NOROO R&C captured that point. The division was established in October 2006 based on NOROO Holdings Central Research Center's resin technology. After two years of preparation it went into full production in 2009. With three years in the industry, the company's mission is to go beyond producing resin for its own product line and to develop a more diverse collection that can provide for a much larger market. NOROO R&C's debut in the international ring involved competing not only against local companies, but also against multinational conglomerates in the field. That is how NOROO R&C was born.

"Resin is a high molecular substance and an important part of the chemical industry. It is used for electronics, medical electronics, cosmetics, adhesives, and other products that require fine chemistry. Our goal is to develop high-quality resins for different purposes and to become NOROO Group's new source of growth." Song Ki-myong is the CEO of NOROO R&C. He began his career as a researcher in the resin R&D team. Ask any employee about the company's goal and they will always give you the same answer. Lee Jong-moon, general manager of the technology team, mentally reviews the mid-long term goal. The company employs just over ten people. The team is closely woven and each member is passionate about what they do. Their dedication has fostered a sense of respect towards one another.

"We are all doing our best under the same goal. They say you have to be a little crazy to accomplish things. NOROO R&C will become the driving force behind NOROO by going into the international market," CEO Song said on behalf of his team.

01.
정병근 부장이 말하는
송기명 부사장

Song Ki-myong
C.E.O

제품의 트렌드를 빠르게 잡아내시고,
조직 문화를 유연하게 이끌어
서로의 소통을 자유롭게 만드신 리더.

02.
김윤형 차장이 말하는
박은주 사원(관리팀)

Park Eun-ju
Staff of the management team

일 욕심이 많아
업무 숙달과 적응도가 빠른 사원.
그리고 미인이시라는 것.

03.
김기원 주임이 말하는
이재홍 차장(영업팀)

Lee Jae-hong
Deputy general manager of the sales team

화학, 컴퓨터, 경제, 어학 등의
지식과 전달 수준이 높으심.
내겐 큰 우산처럼 든든한 선배님.





04. 이재홍 차장이 말하는
정병근 부장(영업팀)

Jung Beung-gun
General manager of the sales team

사람의 장점을 복돋우며
조직에서는 문제의 핵심을 짚어내시는,
백전노장.

05. 정병근 부장이 말하는
김기원 주임(영업팀)

Kim Ki-won
Assistant manager of the sales team

인사성이 아주 밝고 적극적인 후배.
제품에 대한 지식과
해외 영업에 대한 욕심도 남다른 인재.

06. 박정민 대리가 말하는
이종길 차장(기술팀)

Lee Jong-Kil
Deputy general manager of the technology team

잘 챙기시고 잘 설명해 주시는,
따뜻한 선배님.
일할 수 있는 폭을 넓혀 주시는 분.

07. 이종길 차장이 말하는
이종문 부장(기술팀)

Lee Jong-moon
General manager of the management team

많은 경험으로
소비자 대응이 빠른 연구자,
작은 회사를 빠른 속도로
급성장시키실 승부사.

08. 박은주 사원이 말하는
김윤형 차장(관리팀)

Kim Yun-hyung
Deputy general manager of the management team

가정적이신 분,
많은 업무를 시간 내에 처리하시는
대단한 노하우 소지자.

09. 이종문 부장이 말하는
박정민 대리(기술팀)

Park Jung-Min
Assistant manager of the technology team

이틀 밤을 새도
지각이 없는 책임감으로
자기 일을 꼭 부러지게 해 내는 친구.

공통의 목표, 공동의 협력

“60년 동안 쌓아온 수지 노하우, 자신 있습니다.” 기술 팀 이종문 부장은 카메라 조명만큼이나 눈을 빛내며 말을 이었다. “노루알앤씨가 본격적으로 사업을 시작한 지가 3년째인데 매년 높은 매출신장세를 보이고 있습니다. 같은 제품으로는 기존 시장의 치열함에서 승부할 수 없다 보고 조금 더 다른, 조금 더 특화된 제품을 내놓고 있기 때문이지요. 가격이 조금 저렴하면서도 품질은 동일하거나 더 우월한 제품, 물성이 타 제품보다 탁월한 수지, 친환경적 수지 등 노루알앤씨의 서로 다른 사람들이 가진 서로 다른 생각을 뽑아 차별적인 제품을 만들고 있습니다.” 3년 된 신생회사이지만 NOROO 그룹이 그간 닦아온 기술의 전문성은 독립되면서 더욱 더 날이 섰다. 작은 회사라 서로의 의견이 초고속으로 전달되고, 현장의 소리도 빠르게 전해 듣는다. 영업팀과 기술팀을 총괄하고 있는 정병근 부장이 말을 덧붙였다. “노루알앤씨의 연구팀은 시장 적용을 위한 제품 개발에 발 빠르게 대응합니다. 영업팀과 고객의 필요를 금방 파악하고 실제로 고객과 커뮤니케이션하며 적시에 결과물을 제시하니 고객과의 신뢰가 두터워 영업력을 뒷받침해 주지요.”

정병근 부장은 영업팀에 대한 기대와 목표도 잊지 않았다. “영업 활동이라는 것은 물건을 팔아오는 것 뿐만 아니라 내부에서는 개발팀에게서 좋은 제품을, 생산팀에게서는 합리적인 납기일을 끌어내는 것이기도 합니다. 즉 전후방의 상황을 잘 파악함으로써, 전진할 때 전진할 줄 아는 팀원들이 단합할 때 영업 목표는 단지 숫자에 불과합니다. 이러한 전제에서 볼 때 노루알앤씨의 영업팀, 그리고 우리 회사는 성공할 수 있는 여건들을 갖추고 있습니다.”

(주)노루알앤씨의 영업팀에게 고객의 NO는 NO가 아니라, YES의 전 단계일 뿐이라고 이재홍 영업팀 차장은 말한다. 실제로 그들은 최종 단계인 YES를 위해 거래처를 불쑥, 꾸준히, 넓게 찾아 다닌다.

이러한 기술팀과 영업팀의 업무가 매끄럽게 진행되도록 서포트하는 것은 바로 관리팀. 회계, 자금 관리와 함께 지주회사와의 연결고리가 되어 회사의 안팎이 고루 커갈 수 있도록 챙기는 김윤형 차장과 박은주 사원은 그저 너무 열심히 일하는 (주)노루알앤씨의 모든 직원이 건강하기만을 바랄 뿐이다. 이는 송기명 부사장도 마찬가지다. 이 모든 사원들에 대해 혹 바라는 점이 있는가를 송기명 부사장에게 묻자, 바로 사원들의 '건강'을 챙겼던 것. NOROO의 차세대 엔진을 꿈꾸는 그들, 서로를 아끼는 그들의 따뜻한 동료애는 (주)노루알앤씨의 가장 강한 동력일 것이다.



COMMON GOALS AND COOPERATION

“We have sixty years worth of knowledge and information,” explained Lee Jong-moon, general manager of the technology team. His eyes were glistening as he spoke, “In three short years NOROO is already outputting high growth rates. The trick is introducing specified products that cater to specific needs in order to survive in a competitive market. Our prices are reasonable, yet the quality is equal to or better than that of our competitors. Resin with higher matter properties and eco-friendly products are another option. We collect ideas to create products that stand out.” It has been three years since the division went independent, but it embodies the years of technology that NOROO Group has accumulated over time. If anything, it is more cutting edge than ever before. Since the company is small in scale, communication and feedback between the company and field is extremely efficient. Jung Beung-gun, general manager of the sales and technology team added that, “NOROO R&C's research team reacts quickly to the market. The sales team evaluates the client's need and we respond to it immediately. The trust between our clients and our company backs the sales power.”

General Manager, Jung Beung-gun always has the sales team's goals and expectations in mind. “Sales not only involve

selling, as it must also be backed by a good product developed by the development team, and to receive it on time with help from the production team. In other words, because the team members are constantly evaluating surrounding situations and know the next move the sales goal becomes nothing but numbers. We have all the right ingredients to create a successful company.”

To the sales team at NOROO R&C a client's no is not really a “no.” It is stepping stone for a “yes.” They travel wide, tenaciously, and unexpectedly in order to establish new clients.

The management team's job is to support the rest of the company so that the technology and sales team can run smoothly. They are the link to the finance and fund management of the mother company so that both entities can grow in balance. Kim Yun-hyung and Park Eun-ju of the department both wish their teammates good health. The same goes for CEO Song. When asked what he expects from his employees he chose his team's health first. They all dream of becoming the engine behind NOROO Group. Their most powerful weapon is the kind regard that they have for one another.



한마음, 한 뜻, 한소리

NOROO 합창동호회와 평화의 집 보육원

평화의 집 보육원의 어느 날 저녁은
NOROO 합창동호회 한소리 회원들이 찾아오면서
시끌벅적한 명절날이 되었다.
서로 삼촌과 조카가 되어
집안을 가득 메운 웃음소리는
그 어느 노래보다 아름다웠다.

NOROO
Quarterly Magazine

노래와 나눔

KBS 남자의 자격- 합창단 편은 아직까지도 많은 사람들의 뇌리에 남아 있다. 음악적으로나 인간적으로 아름다운 조화의 경지에 다다르기까지의 무수한 고난과 자기 극복을 보여주었기 때문이다. 사람은 음악으로 이렇게 서로를 고양시킬 줄 안다. 그 의미를 아는 이들이 모여 만든 동호회가 바로 '한소리'다. 창립된 지 20여 년이 되어가는 역사 깊은 한소리, 그동안 3개의 음반을 내고 제 22회(1991년도) KBS 근로자 가요제에서는 은상을 수상하기도 했다. 매일의 출근시간과 점심시간, 회사에 올려 퍼지는 사가(社歌) 역시 그들의 목소리다. 그리고 또 하나, 지속적인 활동을 펼치고 있는 것이 바로 평화의 집 보육원에서의 봉사활동이다.

사실 봉사활동이라는 말을 붙이기는 이제 여색하다. 창립 초기부터 인연을 맺어온 탓에 평화의 집 보육원과는 친척 그 이상의 친밀함이 있다. 유치원생이 고등학생이 되어가는 모습을 지켜보기도 했고, NOROO의 청년이 장년으로 변화가는 모습도 공유했다. 이러니 한소리 회원이 보육원을 찾은 날이 명절과 같다는 게 이해가 갈 것이다. 아니 일년에 두 세 번 오는 명절보다 더 자주, 두어 달마다 만나니 그저 즐거운 휴일이라 해도 되겠다.

재도약을 위한 심호흡

한 때 왕성한 활동으로 많은 관심을 받았던 한소리지만, 회원이 줄고 활동도 잦아들면서 합창은 고사하고 정기모임도, 보육원 방문도 모두 끊긴 적이 있었다. "한소리 이제 없어졌냐"고 묻는 사람도 심심치 않게 있을 정도였다. 침묵의 악장을 끝내고 새로운 전기를 마련하게 된 것은 2009년에 현재 회장인 (주)노루페인트 유상민 대리가 회장으로 선출되면서부터다. 정기모임과 참석률이 점점 늘고, 보육원 방문을 재개하면서 수년간 없었던 신입회원도 4명이 나 생겼다.

그러나 그간의 공백은 아직도 한소리의 새로운 발걸음에 무게를 더한다. "회원들은 한소리를 '좋았던 추억'으로만 남겨두는 것 같아요. 하지만 한소리는 빛 바랜 옛 사진이 아닙니다. 회원들의 열정으로 언제나처럼 새로운 추억을 만들어갈 것입니다."

더 힘찬 도약을 위해 숨을 고르고 있는 한소리. 시간이 여의치 않아 세 명의 회원만 보육원에 올 수 있었지만, 야근 후에도 아이들과 즐거운 시간을 보내는 그들의 '쌹쌹함'이 한소리의 '쌹쌹한' 활동을 증명하였다.



Love and
Harmony





가족은

꽃보다 아름다워

“사람은 꽃보다 아름답다”라고 했던가, 사람과 사람이 모여 이룬 가족이 보여주는 아름다움은 어떨까. 안용진 ㈜노루오토코팅 생산 계획팀 과장 부부와 아들 셋이 보여주는 ‘花기애애’에서 그 아름다움을 느껴본다.

아들 셋 덕에 국가유공자

긴 겨울 끝에 찾아온 봄 햇살이 따뜻한 일요일 아침, 인왕산 자락 아래에 위치한 꽃가게 겸 카페인 두 플라워는 아침부터 북적댔다. 초등학교 5학년, 4학년의 재우, 재민이에 올해 유치원에 입학한 재영이까지, 세 아들을 앞세우고 아빠와 엄마, 외할아버지와 외할머니도 봄나들이 삼아 나오셨기 때문이다. 수업을 진행할 플로리스트 신창희 씨가 눈이 휘둥그레져서 외쳤다. “전 아들 둘 낳고 친구들한테 한껏 놀림 받았는데, 대단한 부자(父子)님들이 오셨네요!” 아들이 둘이면 엄마가 고생이 많기에 친구들이 염려와 격려를 섞어 농담을 건네기 일쑤인데 아들 셋인 가족이 왔으니 그 눈이 커질 만도 하다. 그 말에 외할머니께서 “하하하, 우리 가족은 부자일 뿐만 아니라 국가 유공자예요.”라고 자랑하신다. 저출산 시대를 고민하는 국가에게 아들 셋 가족은 매우 큰 공을 세운 유공자임에 틀림없다. 규모뿐만 아니라 활력까지도 국보급인 국가유공자 가족이 발산하는 분주함을 타고 두 플라워의 꽃 향기는 여느 때보다 더 강하게 넘실댔다.



완성작인
함께 가득한
꽃꽂이를 들고
함박웃음을 짓는
다섯 사람,
사람은
하나보다 둘이,
둘보다 여럿이
더 아름답다는
진리를 보여주는
이들이다.
마치
꽃이 모여
꽃밭을 이루듯





한 송이보다 세 송이

“꽃꽂이는 물을 매일 갈아 주는 게 가장 중요해요. 그리고 매일 조금씩 줄기 끝을 잘라 주면 더 좋지요. 자를 땀 가위를 쓰지 말고 칼로 빠르게 잘라내세요. 줄기의 물관이 뭉개지면 안 되니까요.” 안용진, 서현주 씨 부부에게 관리 방법을 설명하는 동안, 세 아들은 어버이날을 위한 카네이션 코르사주를 배웠다. 리본을 말고, 줄기 끝에 촛농을 묻히고, 구슬을 꿰는 등의 순서를 제대로 따르는 것은 듣직한 만형 재우뿐, 재민과 재영은 처음 보는 재료를 가지고 연신 장난질이다. 십 분 남짓 수업을 하는 데도 선생님은 정신이 쏙 빠질 지경. 매일 아이들과 부대끼 엄마에게 이러한 육아의 고충을 들어보려 했는데 의외로 다른 대답이 돌아왔다. “바쁘고 정신없지만, 아이가 늘수록 더 기쁘고, 예뻐요. 엄마 손이 두 개뿐이라는 게 미안하죠.” 자녀들이 약속을 안 지키거나 심하게 싸울 땀 군기를 잡기도 하지만 아이들이 있어 웃을 일이 많고 이제는 보디가드 느낌을 받을 만큼 의젓해져 든 든하다는 엄마 서현주 씨. “손에 걸레, 빗자루, 청소기를 각각 들고 엄마를 돕는 모습을 보면 아빠로써 정말 보람 있어요.” 안용진 과장이 말을 보태었다.

완성적인 향기 가득한 꽃꽂이를 들고 함박웃음을 짓는 다섯 식구, 사람은 하나보다 둘이, 둘보다 여럿이 더 아름답다는 진리를 보여주는 이들이다. 마치 꽃이 모여 꽃밭을 이루듯.



가족이 발산하는
분위기를 타고
두 플라워의
꽃 향기는
여느 때보다
더 강하게 넘실들었다.

꽃향기가 전하는 여유

농촌진흥청 원예연구소가 실험용 쥐를 통해 꽃 향기의 스트레스 감소 효과를 측정, 꽃향기를 맡은 후에는 스트레스 호르몬인 코티졸의 농도가 현저히 떨어지는 것을 확인한 연구 결과가 있다. 쥐에게 스트레스 자극을 준 후 꽃이 있는 상자와 꽃이 없는 상자 두 가지에 분류해 넣었을 때, 꽃이 없는 상자 속 쥐들에 비해 꽃이 있는 상자 속 쥐는 두 시간 후 모두 평안하게 잠자고 있거나 차분해져 있었던 것이다. “외국에서도 꽃과 관련된 리포트가 많아요. 꽃은 심미적으로나 심리적으로 집안 분위기를 부드럽게 만들어 주죠.”

신창희 씨의 설명에 부부는 고개를 끄덕이고 세 아들은 이 꽃을 달라, 저 꽃을 달라며 고르고 자르고 꽃을 데 열중한다. 특히 막내 재영이의 조그마한 고사리 손이 가장 바쁘다. “신혼 초에는 가끔 꽃 선물을 했는데, 아이들이 태어나고부터는 여유가 없었어요. 아내도 실용적 선물을 더 중시하더라고요. 허허” 꽃 선물을 자주 주고 받았다는 질문에 안용진 과장도, 아내인 서현주 씨도 웃음 짓는다. 이제 결혼 12년 차, 세 아들을 낳고 키우는 그동안 다른 평범한 가족들이 그러하듯 장바구니 안에 꽃이 들어갈 자리는 미처 없었을 것이다. 세 아들이 연신 꽃아 만든 오늘의 풍성한 꽃꽂이가 그 간의 기갈을 해소해 주지 않을까.



Floral Arrangement

제작 방법

재료 :

- ◎ 얇은 토분, 플라워폼, 장미, 카네이션, 재스민, 히아신스, 유칼립투스, 라넌큘러스, 오죽, 흙, 이끼 약간

과정 :

1. 플라워폼을 물에 담가 충분히 적셔 준다. 물을 부어 적시면 안쪽까지 흡수되지 않으므로 꼭 담가 적신다.
2. 토분 중앙에 이끼와 흙으로 뿌리를 감싼 재스민을 두고, 나머지 공간은 1의 플라워폼으로 채워 준다. 재스민은 방향 효과가 좋고 꽃을 오래 즐길 수 있다.
3. 미리 잘라둔 검은 대나무를 토분의 가장자리에 가깝도록 꽂아준 뒤 나머지 꽃들을 골고루 보기 좋게 꽂는다. 비슷한 색 계열로 꽂되, 옆자리 꽃의 꽃받침에 키가 닿는 정도의 높이로 잘라 꽂으면 서로의 개화에 방해가 되지 않고 조화로워 준다.
4. 선물 시에는 오죽에 리본을 묶고 카드를 달아 준다.

Tip :

1. 꽃에 물을 공급하는 플라워폼은, 마르기 시작하면 반대로 꽃에게서 수분을 빼앗아와 물관을 막아버린다. 그러므로 절대로 마르지 않게 관리해야 한다
2. 토분이 화기로 좋은 이유는 자연스럽게 젖기 때문이다. 토분이 마르면 물이 부족함을 쉽게 알 수 있고, 젖은 토분은 공기 중 습도 조절 기능도 한다.
3. 목련이나 단풍나무 등의 목질을 가진 재료는 줄기 끝을 다지듯 뭉개고 길게 갈라 물이 닿는 면적을 최대한 늘려주면 물의 흡수가 빨라 오래 간다.

* 지도 및 도움 : 두 플라워 샵&카페 <http://dofflower.com> (02-736-0263)

매장 인테리어, 예그리나로 그리다

예그리나가 출시된 지 3년, 예그리나의 개성 있는 질감과 쉬운 작업성은 DIY 분야에서도 높은 호응을 얻고 있으며 프랜차이즈 업계의 매장 인테리어용으로도 그 수요가 빠르게 늘고 있다. 균일한 이미지가 보다 많은 고객에게 노출된다는 점에서 매장 수요는 또 다른 홍보가 되고 있다.

(주)노루페인트 특수사업팀 김병선 대리, 건축 1팀 최주안 주임



어디서나 예그리나!

제빵업계의 양대산맥으로 치열한 접전을 벌이고 있는 파리바게트와 푸레주르, 그라나 그들 사이의 공통분모가 점점 늘고 있다. 바로 (주)노루페인트의 예그리나로 매장 벽면이 꾸며지고 있다는 것.

전국 150여 개의 파리바게트 매장이 예그리나 스웨이드(NR8010)로 마감된 데 이어 지난 해부터 바뀌기 시작한 푸레주르의 새 인테리어에도 예그리나가 지속적으로 적용되고 있다. 도회적 이미지를 추구하는 파리바게트는 회색으로 벽면을 마무리하는데, 스웨이드의 가죽 질감이 자칫 차가워 보일 수 있는 색 느낌을 부드럽게 완화시켜 준다. 이에 반해 푸레주르 매장만의 부드럽고 안정적인 브라운 색상은 별도 조색된 것으로 예그리나 스웨이드의 따뜻한 느낌이 갓 구워 나온 빵의 색감과 식감을 연상케 하여 베이커리의 인테리어를 완성하는 큰 역할을 하고 있다. 서로 전혀 다른 분위기를 예그리나 스웨이드가 충실하게, 그리고 아름답게 뒷받침하고 있는 셈.



다른 외식업계에서도 예그리나는 그 힘을 발휘하고 있다. 국내 토종 외식 브랜드인 VIPS에서 지난 12월과 2월, 4월에 예그리나 스웨이드(NR3103)를 적용하여 새로이 오픈하거나 리뉴얼하는 매장을 꾸미고 있으며 토마토아저씨는 전국의 30여 개 매장에 예그리나 스웨이드 제품 및 (주)노루페인트의 친환경수성제품을 시공한 데 이어, 추후 전국에 열게 될 모든 매장에 이 제품들을 이용할 예정이다. 특히 토마토아저씨의 인테리어 컨셉은 밝은 외광과 조명 아래 전원풍의 목가구들로 이루어져 있어 페인트로 인한 분위기 연출이 극대화된다. '이웃처럼 친근한 패밀리 레스토랑'을 표방하는 토마토아저씨 매장 등 패밀리 레스토랑은 DIY용품의 주소비층인 주부를 위시로 하여 가족 단위의 고객이 많이 찾는 곳이기 때문에 노출 효과도 기대되는 바다.

지난 2008년 출시된 예그리나는 스웨이드, 그레놀 등 다양한 질감과 입체문양을 가진 친환경페인트다. 이 중 예그리나 스웨이드는 백색의 특수 구형안료의 특성이 연출면에 시각적으로 부드러운 스웨이드 느낌을 주고 촉각적으로는 단열효과에 의한 온화함을 부여하여 전체적으로 포근하고 서정적인 효과를 자아낸다. 붓 터치에 따라 입체감과 색채감이 풍부하고 빛 반사를 흡수해 시각적 피로감까지 없앤 웰빙 인테리어용 페인트 예그리나, 단순한 색이 아니라 매장에 업종별 특색까지 만들어내는 '분위기 메이커'로 그 역할을 톡톡히 하고 있다.



조리도구,

밥을
약으로
바꾸는

마.술.사.

흔히 밥이 보약이라고 한다. 그런데 힘들어 달인 보약을 값싼 플라스틱 그릇에 내는 사람은 없을 것이다. 그러니 밥을 담은 그릇에도 유의할 일이다. 웅기에 장을 담고, 뚝그릇에 비빔밥을 담아 먹는 조상의 지혜는 각각의 식재료와 도구에 대한 완벽한 이해에서 비롯되었다.

조리기구와 식품의 궁합

얼마 전 식품의약품안전청에서는 조리기구와 식품의 궁합에 대해 발표한 바 있다. 냄비, 주전자 등 가볍고 열 및 전기 전도율이 좋아 각광받고 있는 알루미늄 주방 기구가 다른 금속 재질에 비해 단단하지 못하며, 특히 양배추, 토마토, 과일처럼 산(acid)을 많이 함유한 식품을 조리하면 알루미늄이 우리나라를 우려가 있기 때문에 주의해야 한다는 것이다. 특히 매실 절임, 간장, 된장 등 산이나 염분을 많이 함유한 식품은 알루미늄 용기나 호일에 장기간 보관하지 않는 것이 좋다고 한다. 따라서 바비큐를 할 때 그릴 위에 알루미늄 호일을 깔고 양념갈비를 굽는 것도 피하는 것이 좋겠다. 이러한 알루미늄은 정상인이란면 소변을 통해 대부분 배출되지만 당뇨병 등으로 신장 기능이 감퇴된 사람이라면 골연화증, 골다공증, 기억력 감퇴 등 많은 부작용을 일으킬 수 있다.

또한 니켈이 도금된 전기주전자 내에 담겨있던 물은 니켈 성분이 용출되었을 수 있기 때문에 다시 끓여 사용하지 말고 사용 후에 남은 물은 담아두지 않는 것이 좋다고 한다. 재활용 고무대야를 사용하여 깎두기나 김치를 절이고, 담그는 것 역시 납, 카드뮴 등의 중금속이 용출될 우려가 있으므로 절대 사용하지 말라고 권고하고 있다. 그렇다면 안전한 조리기구는 무엇이 있을까?



안전한 조리기구와 사용법

다행히 한국인의 부엌에 하나씩은 다 있을 법한 뚝배기는 매우 안전한 조리기구다. 우리나라에서 산출되는 질 좋은 점토로 만든 뚝배기는 열전도율이 높고 보온이 잘 될 뿐 아니라 가벼워 여러 가지로 사용하기 좋다. 하지만 씻을 때 세척액을 묻히면 미세한 숨구멍으로 스며들 수 있으므로 되도록 맑은 물로 씻고 세척액을 묻혀야만 한다면 5초 안에 흐르는 물에 즉시 행구어내야 잔류를 방지할 수 있다. 또한 흔히들 쓰는 테프론 코팅 프라이팬도 염려하는 것만큼 유해한 기구는 아니다. 하지만 일단 굽히거나 마모가 심해지면 코팅이 벗겨지며 환경호르몬이 녹아나올 수 있으므로 나무나 실리콘 재질의 조리도구와 함께 사용하고, 되도록 수분과 양념이 많은 요리는 피하는 것이 좋다. 특히, 조리 후 뜨겁게 달군 상태에서 물에 담그거나 씻으면 수명이 짧아지므로 자연스럽게 식혀 세척한다.

코팅 프라이팬에 대한 안정성에 의구심이 들면서 대체품으로 찾는 것이 스테인리스스틸 프라이팬이다. 스테인리스스틸은 내화특성과 내부식성이 월등한 재질이라 고온에서 음식물이 닿아도 중금속 용출 등의 문제가 없지만 합금으로 인해 금속 고유의 열전도율이 매우 낮다. 따라서 2중 혹은 3중의 스테인리스스틸 층 사이에 알루미늄처럼 열전도가 빠른 금속을 접합하여 열전도율을 높인 것이 통3중, 통5중 냄비와 팬이다. 이러한 스테인리스스틸 팬은 느긋한 마음을 가지고 예열을 충분히 해야 효과적으로 사용할 수 있다. 강한 불에서 예열 후 식히거나 아주 약한 불에서 10분 정도 예열한 뒤 물방울을 떨어뜨렸을 때 '치익' 소리를 내며 포르포르 굴러다니면 예열이 완료된 상태다. 이 때 기름을 붓고 조금 더 기다렸다가 조리를 시작한다.



항균성에 있어서는 유리 그릇이 최고다. 유기가 식중독균인 O-157균을 없앤다는 실험 결과도 있었고 또한 사기와 스테인리스스틸, 유리 그릇에 각각 음식을 담았을 때 유기에 담은 음식이 가장 신선하게 유지되는 것으로 밝혀졌다. 하지만 비용이나 관리가 부담스러워 쉽게 손이 가지 않는 것이 사실. 무난하게 쓸 때는 사기 그릇이 좋지만 값싼 인공 유약이 의심된다면 유리용 매장 등에서 우리나라 전통 방식으로 구운 무공해 질그릇을 구입하는 방법도 있다. 컵에서 냄비, 구이판, 저장 용기 등 다양한 용도로 개발되어 나오고 있다.

마지막으로, 거의 모든 재료들이 거쳐가는 도마를 살펴 보자. 미국 애리조나 대학 세균학 박사 찰스 거바 교수는 번기 갈개와 도마 중 도마에 세균이 더 많다고 밝혔다. 그렇다면 어떤 도마를, 어떻게 써야 청결히 유지할 수 있을까? 나무 도마, 플라스틱 도마, 유리 도마를 비교했을 때 유리, 나무, 플라스틱 순으로 항균성이 높다. 그러나 유리 도마는 칼이 쉽게 무뎠고 소리가 시끄럽기 때문에 나무 도마나 플라스틱 도마가 일반적으로 쓰인다. 나무는 자체에 항균력을 가지고 있지만 플라스틱은 그렇지 않으므로 항균력을 보강한 제품을 사는 것이 좋으며 그 중 미국의 대형 식당 주방에서 사용토록 권고되는 재질인 HDPE류의 제품을 추천한다. 하지만 칼자국이 많아지면 과감히 버려야 한다. 나무의 경우는 사용 후 소금이나 레몬즙칠 등으로 닦아 냄새를 없애고 살균을 한 후 씻어 햇빛에 말려주며 한 달에 한 번씩 무취의 식용 미네랄 오일로 표면을 코팅해 주면 수분이나 세균으로부터 미세 틈새를 막아줄 수 있다.



막 버리면
쓰레기,

잘 버리면
자원

작년 8월, 미군 부대가 위치한 동두천시에서는 미국에서 온 주부들에게 재활용품과 음식을 쓰러기 버리는 법 등을 안내했다. 쓰러기를 버릴 때 종량제 봉투를 왜 구입해야 하는지 알아야 하는 까닭은 주부들을 위해서다. 이렇게 선진국에서 온 주부들도 다시 배워야 하는 번거롭고 까다로운 쓰러기 배출법이지만 덕분에 대한민국의 도시쓰레기 재활용률은 OECD중 2위를 차지하고 있다.

우리나라 국민 한 사람이 70세까지 살면서 배출하는 생활 쓰레기는 무려 55톤에 이른다고 한다. 사실 평생이 아니더라도 사나흘마다 한 번씩 돌아오는 분리수거일에 쌓인 쓰레기들을 보면, 도대체 이 쓰레기들이 어디서 나왔나 어리둥절해지곤 한다. 종이용 수거통에 모아둔 각종 고지서, 전단지, 이면지, 플라스틱 바구니에 모인 두부 포장지, 콩나물 봉지, 포장지들... 이것만이 아니다. 매일 밤 비워야 하는 음식물 쓰레기 역시 새삼 놀라운 부피를 느끼게 한다. 집에서 만들어 먹는 밥이니 남기지 않을 만큼 덜어 먹었는데도 1리터들이 통에 매일 한가득이다. 이 많은 쓰레기들이 대한민국 좁은 땅덩이 어디로 갈 수 있을까? 생각만 해도 아득하지 않은가.

다행히 지난 1994년부터 실시된 쓰레기 종량제로 쓰레기 발생량이 30~40%나 줄고 재활용품 수거는 2배 이상 늘어났다고 한다. 이에 1995년부터 지금까지, 전국적으로 쓰레기 종량제와 분리배출이 실시되고 있으며 그 결과 지난해 말 실시한 국가경쟁력조사에 따르면 도시쓰레기 재활용률은 OECD 국가 평균이 19%인 데 비해 한국은 49%로 OECD 국가 중 1위라고 한다. 또한 지난 2005년, 쓰레기 종량제 10년을 맞아 벌인 조사 결과 환경부는 종량제와 분리배출로 인해 쓰레기 처리비가 7조 1567억 원 줄고 재활용품 판매수익이 9695억 원 증가해 총 8조 1262억 원에 이르는 경제적 이익이 발생했다고 평가했다. 또한 폐자원 에너지의 생산단가는 태양광의 10%, 풍력의 66% 수준으로 낮고 투자 대비 효율이 높다고 하니 분리 수거하는 온 국민의 수고를 자랑스러워 할 일이다.



하지만 아직도 쓰레기를 손에 들고 분리수거통 앞에 설 때마다 알쏭달쏭하
다. 이것은 쓰레기일까? 재활용품일까? 비닐봉투는 플라스틱에 버려도 될
까? 종이팩은 종이에 버려도 될까? 곱질집은 음식물 쓰레기일까?

첫째, 비닐봉투는 플라스틱에 버리면 안 된다. 따로 비닐봉투 수거함에 넣어야 하지만 따로 비치되지 않는 경우가 많기 때문에 일반 쓰레기에 넣곤 한다. 하지만 지난 2002년부터 비닐봉투 분리수거는 권고사항이었고 2009년부터는 의무규정이다. 비닐은 합성수지용기류보다 가공성이 뛰어나고 재활용을 하면 소각 비용과 함께 소각 시 나오는 다이옥신을 줄일 수 있다.

둘째, 종이팩은 종이와 따로 재활용되므로 역시 따로 수거해 가는 게 옳다.

셋째, 골껍질은 음식물 쓰레기에 해당된다. 그리고 답은 사실 하나다. “지자체에 따라 다르다.” 실제로 골껍질은 경기도 성남시 분당구에서는 음식물 쓰레기이지만 인접한 경기도 광주시에서는 일반쓰레기다. 각 구청이나 시청 등의 홈페이지의 환경/재활용 코너를 확인하면 각각 다른 지자체의 분리수거 원칙을 볼 수 있으며 궁금증은 전화하면 바로 답변이 돌아온다. 이처럼 세세한 것이 다르다 보니 헷갈리지만 큰 골격은 비슷하다. 종이, 캔, 병, 플라스틱, 비닐, 의류, 음식물 등등으로 분류하고 모두 오염물을 씻어낸 후 배출해야 하며 종이에 붙은 철판이나, 플라스틱에 붙은 은박지 등 서로 섞여 있는 이물질들은 떼어내어 버려야 함은 물론이다.

플라스틱의 경우, 뒤에 분리배출 표시가 적혀 있다. 1 PET는 페트병, 2 HDPE는 세제류 용기 및 물통, 4 LDPE는 봉지, 쇼핑백, 우유병, 5 PP는 음료상자, 필름, 쓰레기 통, 6 PS는 스티로폼 용기류로 재활용 가능하지만 산업용 파이프와 타일인 3 PVC와 7 OTHER는 대용량 물통으로 재활용이 불가능하다. 이런 복잡한 용어도 이제 는 바닐, 플라스틱, 페트 3가지로 통합됨에 따라 분리배출이 더 쉬워질 전망이다.

음식물의 경우, 안양시청 홈페이지의 고지에 따르면 조개 껍질, 소, 돼지 등의 뼈를 재활용 불가능으로 구별하고 있으며 이 외에는 소금 성분과 이물질, 물기를 제거하고 무, 수박껍질 등은 잘게 썰어 배출할 것을 원칙으로 하고 있다.

국내의 음식물 쓰레기로 인한 경제가치 손실은 2012년에 25조원에 이를 것으로 예상된다고 한다. 한 예로 우리나라 1,300만 가정이 일주일에 밥 한 그릇, 국 한 그릇을 버릴 경우 연간 2만5천toe의 에너지가 낭비되고, 그에 따라 5만6천 톤의 온실가스가 배출되는 결과를 초래하는 것이다. 나의 체중 감량을 위해 한 숟가락을 버리는 순간 환경에는 온실 가스 한 수저를 떠 주는 셈이다. 그러니 음식을 주문할 때부터, 장을 볼 때부터 남기지 않겠다는 각오와 실천이 필요하다.

멀리는 지구와 우리나라의 환경을 위해, 그리고 가까운 국가 경제와 종량제 봉투 한 장이라도 덜 쓰는 집안 경제를 위해 눈에 불을 켜고 분리수거를 하고, 음식물 쓰레기를 줄일 일이다. 물론 쓰레기를 분리하기 이전에 쓰레기를 덜 만드는 일, 즉 덜 소비하는 것이 최선일 것이다.



빛과 눈을 믿다

지난 해 9월부터 올해 초까지 프랑스 파리의 그랑팔레는 클로드 모네 특별전을 열었다. 뉴욕, 시카고, 보스턴, 런던, 상트페테르부르크 등 세계의 대도시에서 속속 불려내 한 자리에 모은 모네의 그림을 보기 위해 4개월간 몰린 인파는 무려 1백만여 명. 관람객이 심하게 몰려 온라인 티켓 예매는 일찌감치 마감되었고, 주최 측은 추위 속에 길게 줄을 선 관람객과 관광객들의 사정을 고려해 마지막 나흘은 24시간 동안 개방하는 파격적 대안을 내놓기도 했다. 이것은 파리에서만 이야기가 아니다. 2007년 우리나라 서울시립미술관에서 열린 모네 회고전은 약 4개월 간 45만 명의 관람객을 기록했다. 이 정도면 그랑팔레의 기록에 비견할 만 하다. 이토록 모네가 대중들에게 사랑 받는 이유는 무엇일까? 그것은 모네의 그림이 뿜어내는 '생명력' 때문일 것이다.



빛을 담은 화가, 모네

그림 속 흰 양산이 반사한 햇빛에 나도 모르게 눈을 찡그린다. 그림에는 빛이 아닌 색이 있을 뿐인데, 모네가 그린 탓이다. '외광'을 중시하여 스튜디오 밖으로 화폭을 옮기고 빛에 따라 시시각각 변하는 색을 온전히 전달하고자 한 화가, 모네의 그림이었기 때문이다.

우리는 색이 '빛'의 반사로 이루어진다는 것을 종종 잊곤 한다. 우리의 눈이 빛에 반응하는 것일 뿐 고유한 색은 없다는 것은 과학적으로 잘 알고 있는 사실인데, 현실 속의 우리는 시각보다는 이성과 타성으로 그 사실을 망각하는 것이다. 18, 19세기 시민혁명과 신대륙의 독립, 사진기의 발명 등 시대의 거센 변화 속에서 새로운 주제와 화법을 탐색하던 화가들은 이것을 과학적 분석보다는 '관찰'을 통해 알아내고, 표현했다. 그 중 모네는 특히 '햇빛'에 의해 변하는 자연을 있는 그대로 그려야 한다는 생각 아래 그림의 처음부터 끝까지 대상을 눈으로 좇으며 그려내었다. 따라서 그 현장에서 그림을 시작하고 마무리했으며 이는 필연적으로 새로운 기법들을 발전시켰다. 물결 위에서 반사되는 햇빛, 흐르는 구름, 바람에 펄럭이는 드레스 자락, 흐드러지게 피어 있는 장미 등을 그 자리에서 그려내기 위해 모네는 배 위에서 작업하기도 했고, 어두운 바탕 위에서 점점 밝게 덧칠하는 옛 방식을 버리고 빠르게 붓질을 하며 세부적인 묘사를 버렸다. 이를 위해선 당연히 색을 혼합해 쓸 수가 없었다. 섞을 시간 없이 발린 색은 화폭 위에서 옆의 색과 어우러져 더 생생해졌다.

그러나 모네의 그림을 처음 본 당시의 비평가는 "캔버스 위에 물감을 대강 붓칠하여 발라놓은 그림"이라 혹평하였다 사람의 눈은 그 대강의 전체 형태를 짜맞추어 보는 능력이 있다는 것을 그는 몰랐을까. 모네는 눈의 힘을 믿었다. 그는 머리 속 관념에 의해 화석화된 색을 쓰지 않고, 눈을 통해 순수한 시각적 정보를 철저히 따랐다. 순간순간 변하는 색을 빠른 붓질로 잡아채어 화폭에 담은 그는 마치 펄떡대는 날 것 같은 풍경을 그려내었다. 이러한 그림을 제대로 감상하려면 -그의 붓질을 관찰할 것이 아니라면- 조금 멀리 떨어져 봐야 한다. 연못을 감상할 때 물에 코를 박고 볼 사람은 없듯이 말이다. 결과적으로 그가 '발라놓은 물감'은 대상을 넘어 현장감까지도 공유시킨다. 수련이 아닌 '흔들리는 수련'으로, 햇빛이 아닌 '눈부신 햇빛'으로 말이다. 그러한 현장감이 생명력과 내레이션을 부여하여 감상의 재미를 대폭 늘린다. '한 순간의 인상으로 미완의 그림을 그리는 작가들'로 폄하하기 위해 모네의 작품 〈인상:해돋이〉의 제목에서 따온 '인상주의'라는 조롱용 별명은, 오늘날 전시회의 흥행을 보증하는 대표 명칭이 되었다.

- | | | | | |
|----|----|----|----|----|
| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 |
| 06 | 07 | | | |
01. 양산을 쓰고 왼쪽으로 몸을 돌린 여인 (1886)
 02. 사이, 풀밭 위의 점심 식사 (1907 경)
 03. 해바라기가 있는 정물 (1881)
 04. 인상 : 해돋이 (1872)
 05. 네덜란드의 튜립 꽃밭 (1886)
 06. 런던, 국회의사당, 안개를 뚫고 비치는 햇빛 (1904)
 07. 수련 (1904)



Claude Monet

올해, 모네를 만나다

그랑팔레의 위세에 비하면 다소 초라할 수도 있지만 모네가 열중한 빛과 색의 변화를 확인할 수 있는 기회가 올해 가까이 찾아온다. 오는 6월 9일부터 9월 25일까지 예술의 전당 한가람미술관에서는 〈오르세 미술관전〉이 열릴 예정이고, 대전시립미술관은 5월 24일부터 8월 29일까지 〈프랑스 생테티엔느 미술관 소장품전〉을 개최한다. 또한 어린이 대상 미술관으로 특성화한 광주시립미술관 어린이갤러리에서는 〈인상파와 놀자〉전이 5월 29일까지 진행 중이다.

한국에서 세 번째 열리는 〈오르세 미술관전〉에는 날씨에 따라 색과 느낌을 달리 전하는 모네의 〈루앙 성당〉 외에도 밀레의 〈봄〉 등 주요작이 공개되며 빈센트 반 고흐의 〈별이 빛나는 밤〉이 처음 한국에 소개된다. 대전시립미술관이 주목한 프랑스 제 2의 컬렉션인 생테티엔느 근대 미술관은 유럽의 인상주의에서부터 현재에 이르는 서양 미술의 변화가 담긴 1900년대 이후 작가들의 작품을 대거 소장하고 있다. 따라서 이번 〈프랑스 생테티엔느 미술관 소장품전〉은 모네뿐만 아니라 피카소, 칸딘스키, 앤디 워홀, 리히텐슈타인, 레제 등 인상주의, 아방가르드, 팝 아트, 누보레알리즘, 미니멀리즘에 이르는 근대 미술의 대표작가들을 만나 볼 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 〈인상파와 놀자〉전은 인상파 화가들의 복제품으로 전시되며 트라아트 기법의 패러디 작품도 함께 걸려 어린이들에게 재미있는 미술 체험의 장을 제공한다.



2011 노루페인트 사업설명회 현장을 가다

지난 3월 8일, 과학도시 대전의 엑스포컨벤션센터는 봄기운을 전하는 연두색으로 물들었다. <2011 노루페인트 사업설명회>를 준비하는 NOROO 직원들의 유니폼이 분주히 움직이는 탓이었다.

Visit workplace 2011 NOROO Paint & Coatings Business Presentation

On March 8, NOROO Paint employees were busy preparing for the 2011 NOROO Paint & Coatings Business Presentation in their yellowish-green uniforms. Actually, the presentation venue, the Expo Convention Center in Daejeon, widely known as a science city, was full of yellowish green hues, exuding the atmosphere of spring.



새로운 전환의 의지

신제품을 알리는 것발 대열이 설명회장 앞에서 내방객들을 힘차게 반긴다. 예그리나로 꾸민 카페와 방수재, 특수바닥재, 각종 산업부품용 도료, 국제적 색상 표준 기업 팬톤과 함께 한 에니컬러시스템, 자보용 HIQ, DIY용품, 에너지세이버 등의 부스는 각종 신제품, 브로슈어와 샘플, 이벤트 등으로 분주히 손님을 맞았다. 여기에 마지막 코너의 낯선 브랜드가 말끔한 얼굴을 내민다. 사업설명회에 첫 공개되는 핵심 신제품, '순앤수'다.

"NOROO는 건설 경기의 악화와 원자재가격 폭등이라는 이중고를 반전의 기회로 삼아 새로운 전환을 이룰 것입니다." (주)노루페인트 김수경 사장은 노루페인트의 강한 의지에 대해 확고히 밝히며 행사를 시작하였다. '고객과의 소통 강화, 현장 중심의 제품 개발을 위한 연구소 통합, 히트제품을 위한 총력전' 등을 약속하는 김수경 사장의 개회사는 그간

NOROO가 치열히 준비해 온 노력과 성과, 목표를 전하는 것이었다. 이어 각종 신제품과 새로운 사업이 소개되면서 내방객들은 프리젠테이션에서는 진지한 청중으로, 부스에서는 적극적인 질의응답으로 설명회에 임했다.



순환경 페인트 순앤수

2010년 마케팅저널에서 설문 조사한 바에 따르면 전세계 인구 중 40%가 친환경 제품을 사겠다고 대답한 반면, 직접적 구매율은 4%에 지나지 않는다고 한다. 구매의욕은 있으나 기능성이 부족한 탓이다. 친환경성과 기능성이 병존해야만 소비자를 충족시킬 수 있다. 이에 (주)노루페인트가 개발한 제품이 바로 '순앤수'다. 냄새와 TVOC를 획기적으로 감소시켜 소비자의 눈높이를 맞추면서도 뛰어난 작업성과 매끈한 도장면, 높은 은폐력 등으로 기능성과 작업 편의성을 높인 획기적 제품이다. 국내 최초로 EVA 수지를 도입한 이 제품을 (주)노루페인트는 '친환경'이 아닌 '순환경'이라 부르며 대대적인 홍보에 나설 계획이다. 일반 페인트와 함께 수성차열도료도 런칭, 에너지 절감으로 환경 보호 기능을 더더욱 업그레이드했다.

이와 함께 정부 조달 비즈니스를 위한 안내, 특수바닥재 소개 등의 설명에 대해 내방객들은 "신제품이 많고 색다른 내용으로 다양한 정보를 얻을 수 있었다"고 평했다. 또한 신제품에 대한 향후 홍보전략을 기대하며 NOROO와 함께 더 많은 고객을 만나갈 것을 다짐하기도 했다.

3월 8일 첫날의 뜨거운 호응은 폐막일인 10일까지 나흘간 계속해서 이어졌다. 또한 한영재 회장과 안경수 회장의 참석은 직원에게는 힘을, 내방객에게는 NOROO의 새 기치를 전달하여 이번 행사를 더욱 뜻깊게 하였다.



WILL TO CHANGE

Banners announcing new products pleasantly greet visitors in front of the presentation venue. A café decorated with a new paint, 'YEGREENA', and booths for water-proof materials, special floor materials, paints for various industry parts, and color system of an international standard color company, Pantone, as well as the booths of HIQ (paint to repair cars), DIY goods and Energy Saver, were busy welcoming visitors with a variety of new products, brochures, samples and events. Furthermore, an unfamiliar brand, SOON & SOO, which is a key newly-released product of NOROO Paint, welcomes visitors at the end of the line of booths.

In his opening address, Kim Soo-kyoung, CEO of NOROO Paint & Coatings Co., Ltd., revealed the company's determination, saying, "NOROO Paint is set to change again, overcoming the double hardship of a weakening construction industry and soaring raw material prices". His opening address dwelled on the enormous efforts, achievements and objectives of NOROO Paint, expressing the consolidation of communication with customers, the integration of research centers for field-oriented product development, and the company's commitment to developing hit products. As various new products and businesses were introduced, the visitors carefully listened to addresses,



explanations, and descriptions during the presentation, and actively participated in Q&A sessions in the booths.

According to a questionnaire survey published in a marketing journal in 2010, about 40% of the world's population affirmed that they would buy eco products, but the actual purchasing rate was only 4%. Even though people have a desire to buy eco products, the functionality of those products is lacking. However, products having both environmental-friendliness and functionality can meet consumer needs. In this regard, SOON & SOO has been developed by NOROO Paint & Coatings Co., Ltd. The product features substantially reduced smell and TVOC, thus meeting specific consumer needs, and also offers improved functionality and work convenience through its excellent workability, smoothly painted surface, and high concealment capacity. The company plans to conduct a huge promotional campaign for the product, which incorporates EVA resin for the first time in Korea. Together with general paints, NOROO Paint & Coatings Co., Ltd., has launched a water-based, heat-resistant paint, and has further upgraded its environmental protection function by pursuing energy savings.

Visitors revealed their opinions on the information of government-invested business and the special floor materials offered by NOROO Paint & Coatings, saying, "There are lots of new products, and a wide range of specific information has been offered." They also expressed their expectations about the future PR strategy for new products, and were determined to meet customer needs through NOROO Paint products.

The event remained hugely popular from the opening (March 8) to the closing day (March 10). The attendance of Chairman Han Young-jae and Chairman Ahn Kyung-soo inspired the employees, and conveyed NOROO's new sense of commitment and determination to the visitors: Indeed, their presence at the event gave true meaning to the event.

노루가족 초청 음악회

음악의 전하는 아름다운 조화



The Sound of Beautiful Music NOROO Family Concert

On a nice spring afternoon, the sound of applause filled the KBS Hall in Yeouido. The resounding performance of the orchestra under the direction of the energetic conductor struck a chord with the audience. The audience stood up and called for an encore. The NOROO Family Concert, held on March 19, 2011, provided the audience with a heartbreaking moment.



NOROO
Quarterly Magazine

따뜻한 봄날의 오후, 우레와 같은 박수 소리가 여의도 KBS홀을 터질 듯 채웠다. 지휘자의 카리스마 아래 박력 넘치고도 섬세한 교향악단의 연주는 기어이 앙코르 곡을 끌어내었고 청중을 일으켜 세웠다. 2011년 3월 19일에 있었던 <노루가족 초청 음악회>는 감상을 넘어 감격을 채운 무대였다

완전한 조화, 심포니

관계사와 고객 등 NOROO 가족과 내빈들이 속속 모여 들기 시작한 3월 19일 오후의 KBS 홀 로비는 따뜻한 미소와 반가운 인사가 꽃처럼 피어났다. 오랜만에 가족들 까지 함께한 공식적 자리라 그런지 친밀함과 기대감에 청중들의 얼굴은 한껏 상기된 표정이었다

“열심히 달려온 NOROO 가족에게 마음의 휴식을, 지금의 NOROO가 있기까지 도움을 주신 내빈 여러분께 감사의 마음을 드리기 위해 마련했습니다. 이번 음악회를 통해 삶의 심포와 아름다움을 발견하시기 바랍니다.” 한영재 회장의 인사말을 도입부로 하여, 음악회는 엘가의 <위풍당당 행진곡>으로 힘차게 청중의 눈과 귀를 사로잡았다. 교향악단은 뒤이어 코플랜드, 라우즈 등 미국 작곡가, 고전음악의 금맥과도 같은 나라 오스트리아의 작곡가 모차르트, 프랑스 작곡가 생상스, 러시아의 쇼스타코비치 등 세계 곳곳의 명작들을 연주하며 때로는 흥분 속으로 때로는 슬픈 선율로 청중을 안내했다. 특히 신에 첼리스트 이상은의 생상스 협연은 나이를 잊게 하는 기교와 대범함으로 갈채를 받았다.

박미자 소프라노와 이영화 테너의 매혹적인 협연에 이어 마지막 곡 <아리랑 랩소디>가 전한 생동감은 두 시간에 걸친 연주회를 마무리하는 것에 아쉬움을 표하게 했다. 결국 끊이지 않는 박수에 함신의 지휘자와 교향악단은 요한 스트라우스 1세의 <라데츠키 행진곡>을 앙코르 곡으로 선사했는데, 특히 이 곡은 지휘자의 손짓에 따라 청중도 박수로 참여하여 연주홀 내의 모든 이가 일체가 되는 조화로움의 정점을 맞볼 수 있었다. 또한 청중의 열렬한 반응에 대해 함신의 지휘자는 “연주에 흥을 돋워 준다”고 감사를 표했다.

‘심포니’는 그리스어의 ‘완전한 어울림’이란 말에서 유래한다. 작곡가, 연주자, 청중을 연주회의 3요소라고 할 때, 이 날의 연주회는 이 3요소가 완벽하게 조화되는 ‘심포니’를 보여 주었다. 섬세하게 음을 골라내는 바이올린, 묵직하게 바리케이드를 쳐주는 콘트라베이스, 모습을 감추고 있다가 극적인 순간을 극대화시키는 심벌즈 등 교향악단의 악기들처럼, 모든 NOROO인들이 자신의 소리를 때로는 감추고, 때로는 드러내며 조화를 이루어 가는 것, 그리하여 하나가 되고, 더 나은 NOROO가 되어가는 것, 그것은 이번 연주회가 품게 한 희망이고 도전일 것이다.



심포니 - 더 나은 하나



THE SYMPHONY, A PERFECT COMBINATION OF BEAUTIFUL SOUND

NOROO family members and guests arrived at the KBS Hall one after another on the afternoon of March 19, exchanging warmhearted smiles and greetings with each other. The atmosphere could be compared to that of a garden blooming with beautiful spring flowers. People wore expressions full of friendliness and expectation about the official gathering among NOROO families.

“We prepared this event as an opportunity for mental rest and relaxation for our hard-working NOROO family members and to express our gratitude to those who have provided support for NOROO. I hope that every one of you will enjoy a moment of good rest and feel peace of mind at this concert,” said Chairman Han Young-jae. At that moment, the Pomp and Circumstance Marches composed by Edward Elgar were powerfully performed. The orchestra also played pieces of classical music by Aaron Copland, Christopher Rouse, Wolfgang Mozart, Camille Saint-Saëns and Dmitri Shostakovich, captivating the hearts of the audience. Lee Sang-eun, a young cellist, in particular, won applause with her amazing technique which was far in advance her tender age.

The audience appeared to lament the end of the two-hour event, when the final piece, Arirang Rhapsody, was played, following the awe-inspiring singing of Soprano Park Mi-ja and Tenor Lee Yeong-hwa. The orchestra, led by Conductor Ham Sin-ik, presented the audience with The Radetzky March as an encore in response to their enthusiastic applause. Everyone in the event hall became one as the audience clapped along to the conductor's gestures while the orchestra played on. Conductor Ham Sin-ik expressed his gratitude for the audience's warmhearted applause, saying, “Their enthusiasm added strength to the orchestra's performance.”

The word symphony originated from the Greek word meaning ‘perfect harmony’. The three crucial elements of performance, namely, the composer, the performer and the audience, showed perfect unity during the event of the day. Like violins making a delicate sound, contrabasses forming a protective barricade, and cymbals maximizing the dramatic effects, it is hoped that all NOROO family members can join in the efforts to create great harmony among themselves, sometimes toning down their voices or expressing their views clearly if necessary, to build a better future of NOROO.



(주)노루홀딩스
제65기 정기 주주총회 개최



NOROO 그룹 팀장역량 1차 교육 실시



(주)노루홀딩스 서울사무소 산행



2011년 무재해 기원제 및 사산제 실시

(주)노루홀딩스 NOROO HOLDINGS CO.,LTD.

✦(주)노루홀딩스 제65기 정기 주주총회 개최

지난 3월 18일, (주)노루홀딩스의 주주 및 회사 임직원들이 참석하는 가운데 제65기 정기 주주총회가 안양 본사 NOROO 복지관에서 개최되었다. 이날, 의장인 (주)노루홀딩스 양정모 대표이사는 회사의 영업 성과 및 재무 현황 등 핵심 안건들을 주주들에게 자세히 설명하였다. 양정모 대표이사는 “2010년 하반기에 일부 유럽 국가의 재정 위기로 세계의 경기 성장세가 둔화되고, 원자재 가격이 상승하여 어려운 상황에 직면하기도 하였지만, 2010년에 영업수익 297억 원, 당기 순이익 69억 원을 실현하였으며, 2011년에는 ‘변화 속의 조화와 도약’이라는 경영방침 아래 기존의 사업영역에 대한 집중과 새로운 시장에 나아가기 위한 변화를 조화롭게 이루어 새로운 성장의 패러다임을 구축하고 원대한 회사의 비전 및 주주이익의 극대화를 실현하겠다”고 발표하였다.

이번 주주총회에서는 2010 사업 연도의 회사 성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서의 승인을 받았으며, 이익잉여금 처분계산서(안)에서 주당 400원씩(보통주), 405원씩(우선주)배당이 승인되었다.

한편, 이날 주총에서 임기 만료였던 양정모 이사, 송윤빈 이사 및 진인주 사외이사는 중임되었고 최광주 사외이사의 중도 사임으로 김연성 사외이사가 신규로 선임되었다. 또한 신임 감사로 김철희 감사가 선임되었다.

65TH PERIODICAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

On March 18, NOROO Holdings held the 65th periodical general meeting of shareholders at the headquarters building in Anyang, with its directors and employees present. President Yang Jeong-mo, who chaired the meeting, explained the Company's performance results and financial status to the shareholders. He said, "In 2010, the Company posted 29.7 billion

won in operating profit and 6.9 billion won in net profit, although it experienced a difficult situation in the second half of the year amid the overall sluggishness of the world economy resulting from the financial crisis in some European countries and the jump in raw material prices. In 2011, we will adopt a new paradigm for growth, set a far-reaching vision for the future, and do our best to maximize shareholder value under the Group's management guideline, which can be summarized as harmony and development in the midst of change. We will concentrate on our existing business areas and undertake harmonious changes in a drive to make successful forays into new markets."

At the session, the shareholders approved the balance sheet and the income statement for 2010, as well as the allocation of a dividend of 400 won per share (for common stocks) and 405 won per share (for preferred stocks) in the surplus appropriation statement. Directors Yang Jeong-mo, Song Yoon-bin and Jin Inn-joo (outside director) were reelected, while Mr. Kim Youn-sung was newly elected as an outside director to fill the vacancy left by the departure of Mr. Choi Kwang-joo, and Mr. Kim Chul-hee was elected as the new Auditor.

✦NOROO 그룹 전략기획양성교육 실시

NOROO 그룹은 각 분야에서 '기획' 역량을 발휘할 미래의 리더를 양성하기 위하여 각 사별로 최종 추천된 23명 직원들을 대상으로 전략기획양성교육을 실시하고 있다. 이번 교육은 한 달에 1회 정도의 집합교육으로 향후 약 8개월 동안 계속 진행된다.

이에 따라 지난 3월 16~17일에는 'Planning 기초와 방법론'이라는 주제로 대교 HRD센터에서 첫 번째 교육이 실시되었다. 교육 중에 진행되는 활동과 교육 후의 보고서를 통한 1차 평가 후, 최종 기획서를 발표함으로써 참가자들이 제출한 Action Learning 과제에 대한 최종 평가가 이루어질 예정이다.

EDUCATIONAL SESSION ON STRATEGIC PLANNING

The NOROO Group carries out a series of educational sessions on strategic planning for 23

employees handpicked by affiliated companies in connection with the need to train future leaders with the ability to exert their "planning" capabilities in their respective fields. The sessions will be carried out once a month for eight months.

The first session was held on March 16~17 on "The Basics of Planning and the Relevant Methodologies" at the Daekyo HRD Center. The evaluation of the trainees will be based on the activities they carried out during the sessions, the post-education reports submitted and their final planning proposals.

✦NOROO 그룹 팀장역량 1차 교육 실시

NOROO 그룹 전 팀장들의 관리 능력과 리더십 역량을 제고하기 위해 NOROO 그룹 팀장역량 교육이 실시되었다. 이 교육은 올해부터 매년 다른 주제로 3년간 진행될 예정이며 2011년 팀장역량 교육의 주제는 '부하 육성 및 코칭'이다. 이 주제는 주로 팀장의 부하 육성 리더십, 팀장으로 산다는 것, 조직장으로 산다는 것, 부하 육성의 습관, Coaching Skills, 관리자에서 코치로, 린 시그마 등의 내용을 다루게 된다.

해당 대상자들이 원하는 시기에 신청해서 수강할 수 있도록 교육 모듈은 1년에 4회씩 주기적으로 진행될 예정이다. 지난 3월 22~23일에는 2011년 팀장역량 1차 교육이 대교 HRD센터에서 실시되었다.

EDUCATION TO ENHANCE TEAM LEADERS' CAPABILITIES

The first session of the team leaders' capability enhancement education was carried out at the Daekyo HRD Center on March 22~23. The session will be carried out four times per year for three years, with a different subject tackled at each session. The main subject for 2011 is "How to Train and Coach Team Members", which is subdivided into the following secondary subjects: Team/Supervisor Leadership; Forming the Habit of Training Team Members; Coaching Skills; From Manager to Coach; and Lean Sigma. Those eligible can choose one from the four sessions provided in a year.

✦(주)노루홀딩스 서울사무소 산행

새롭고 활기찬 2011년 한 해의 시작을 위하여 지난 2월 19일 (주)노루홀딩스 서울사무소의 전체 임직원들은 인왕산 돌레길을 탐방하였다. 이날 오전 9시 30분에 사직원에서 출발, 창의문, 팔각정을 넘어 약 3시간 정도 걸리는 산행이 끝난 후에는 임직원들이 한자리에 모여 식사를 하며 허심탄화한 대화를 나누었다.

SEOUL OFFICE EMPLOYEES GO MOUNTAIN HIKING

On February 19, the employees of NOROO Holdings' Seoul Office went mountain hiking at Mount Inwang Mountain so as to start the New Year with a refreshed spirit. They started out on the three-hour course from Sajik Park at 9: 30, passing by Changmu Gate and Palgakjeong Pavilion along the way. After finishing the hike, they gathered for dinner and exchanging dialogues.

✦2011년 무재해 기원제 및 사산제 실시

지난 3월 5일, 포근한 날씨 속에 안양 수리산에서 무재해 기원제 및 사산제를 실시하였다. 이날 행사는 (주)노루페인트와 (주)노루홀딩스 및 계열사 등 많은 임직원들이 참여하였으며, 수리산 환경 정화활동 및 야생동물 먹이주기 행사를 함께 진행하였다. 이날 행사에서 안전을 기원하는 결의문 낭독과 녹색경영방침 선편서로 올 한해 무재해를 다짐하였으며 2011년 NOROO 지표인 변화 속의 조화와 도약으로 업계를 리드하자는 각오를 다졌다.

RITE WISHING FOR ZERO INDUSTRIAL DISASTERS AND SAFE MOUNTAIN HIKING



(주)노루페인트 서울지점, 북서울지점, 수원지점, 원주지점 이전



포승공장 중부지방고용노동청장 선정 최우수 공장으로 인증



(주)노루페인트 제5기 정기주주총회 개최



On March 5, the Group held a rite expressing their wishes for zero industrial disasters and safety during hiking excursions on Surisan Mountain in 2011, with the employees of various Group affiliates, including NOROO Paint & Coatings Co., Ltd. and NOROO Holdings Co., Ltd., in attendance. The attendees also picked up garbage scattered along the mountain path and distributed wild animal feed. They also announced green management guidelines and refreshed their resolve to lead others in the industry under the Group's management guideline i.e. harmony and development in the midst of change in 2011.

(주)노루페인트 NOROO PAINT & COATINGS CO., LTD.

✦(주)노루페인트 서울지점, 북서울지점, 수원지점, 원주지점 이전

(주)노루페인트의 서울지점과 북서울지점, 수원지점과 원주지점이 이전하여 개소식을 가졌다. (주)노루페인트의 상징적 건물인 을지로 사옥으로 이전한 서울지점은 수도권 1위 탈환의 의지와 서울지점의 위상을 드높일 각오로 1월 29일 사옥이전을 완료했다. 또한 북서울지점은 서울 북부의 3개 구와 경기도 북부 전 지역에 대한 수도권 유통경쟁력을 강화시켜 2015년 중장기전략을 달성하고 경쟁시장에서 선도적 위치를 선점하기 위해 전략적 이전을 결정하였다.

수원에 사무실을 전진 배치시켜 개소한 수원지점은 고객에게 보다 밀착된 업무를 통해 2015년, 시장점유율 1위에 오르는 것을 목표로 하고 있다. 원주지점은 지역 내에서 행정타운으로 급부상하고 있는 무실동 행정지구로 이동하였는데, 이로 인해 원주와 춘천, 충주의 고객을 더 가까이 만나고 유통 M/S를 강화하여 (주)노루페인트의 위상을 제고하리라 기대한다.

RELOCATION OF SEOUL/NORTH-SEOUL/SUWON/WONJU BRANCHES

NOROO Paint's Seoul, North-Seoul, Suwon and Wonju Branches each held a ceremony to

commemorate their relocation. The Seoul Branch moved into its new premises in Euljiro on January 29. Its relocation to the building, which has long been regarded as a symbol of the Company, signifies its resolve to regain the top position in the Greater Seoul area and enhance its status as an elite branch. The North-Seoul Branch, which covers three districts in northern Seoul and all of northern Gyeonggi-do, renewed its determination to occupy a leading position ahead of its rivals in the market and to work hard to attain its mid- and long-term objectives by 2015. As for the Suwon Branch, it aims to rise to the top position in terms of market share by 2015 in the new location by strengthening its customer-friendly operation. The Wonju Branch moved to a new location in Musil-dong, which is emerging as an administrative town, to bolster sales to customers in nearby areas such as Chuncheon and Chungju.

✦포승공장 중부지방고용노동청장 선정 최우수 공장으로 인증

2010년 포승공장 PSM 점검 결과, 최우수등급인 P등급으로 평가되어 지난 1월 13일 중부지방고용노동청장으로부터 인증패를 받았다. PSM은 Process Safety Management의 약자로, 공정안전관리를 의미하며, 산업안전보건법에 의거하여 화학업종 등 화재, 폭발 등의 중대산업사고의 우려가 높은 사업장에 대해 공정안전관리 체제를 점검하여 사고예방체계를 갖추도록 의무화한 제도다.

포승공장은 이 점검에서 93.8점으로 최우수등급을 받았으며, 이 외에 P등급을 받은 사업장은 삼성전지(기흥), 삼성전기(수원), 한국석유공사(구리), 한국석유공사(용인) 등 9개 사업장이 있다. 이 등급은 2011년부터 2014년까지 4년간 유효하다.

POSEUNG FACTORY CERTIFIED AS THE BEST FACTORY BY THE LOCAL EMPLOYMENT/LABOR OFFICE

On January 13, the Poseung Factory received a certification plaque from the Ministry of Employment and Labor, Jungbu District Office. The office awarded the factory with the "P" grade (93.8 points), the highest level of evaluation, as a result of its PSM (Process Safety Management) check for 2010. The compulsory check is imposed on workplaces where a fire or explosion is feared in connection with the need to prevent accidents under the Industrial Safety and Health Act. Among the other workplaces to have received a "P" level evaluation are the factories of Samsung Electronics (in Giheung), Samsung Electro-Mechanics (in Suwon), Korea National Oil Corporation (in Guri and Yongin). The "P" level evaluation remains valid for four years.

✦(주)노루페인트 1시간 내화도로 인정 획득

(주)노루페인트는 화재발생 시 건축용 철구조물을 보호할 수 있는 1시간용 내화규격에 적합한 철구조물용 내화도료를 개발하여 인정시험(한국건설기술연구원)에서 합격했다고 밝혔다. 국내의 내화규격은 건축물의 크기나 용도에 따라 1시간, 2시간, 3시간 규격으로 나누어지는데, 이번 제품은 1시간 화이어블로킹 213S[0.85mm, 기둥: 0.75mm (하도 0.05mm 포함)]의 제품이다.

이는 가열로 내 최고 온도 945℃의 가열 조건에서 1시간 동안 내화시험을 실시했을 때, 강재 표면의 평균 온도가 538℃, 부위별 최고 온도가 649℃를 넘지 않아야 하는 조건을 충족시켜야 한다.

또한 이 도료는 타 재료에 비하여 발포탄화층(char)이 고온에서 우수한 안정성, 단열성 등 내화성능을 지닌다. (주)노루페인트는 미려한 외관을 꾸밀 수 있고 작업효율성이 우수한 이 유기계 내화도료에 대한 수요가 크게 증가할 것으로 내다보고 있으며, 이미 창고 등 국내 주요 철골구조물에 사용돼 그 기술력을 인정받고 있다.

NOROO PAINT & COATINGS CO.,LTD. PASSES A TEST FOR A ONE-HOUR FIRE-RESISTANT PAINT

NOROO Paint & Coatings Co., Ltd. reported the successful testing of the one-hour fire-resistant paint it has developed to protect steel structures carried out at the Korea Institute of Construction Technology (KICT). Domestic intumescent paint specifications include one/two/three-hour types, depending on the sizes and purposes of the buildings where it is used. The new paint developed by NOROO Paint is intended to block fire for one hour (213S, 0.85mm, column : 0.75mm, including primer 0.05mm).

The specifications for the test require that the temperature of a steel material's surface shall not exceed 538℃ on average and 649℃ on specific parts under temperature conditions of up to 945℃ in the test furnace. The characteristics of the newly developed paint boasts excellent stability and heat insulation at high temperatures. The Company expects that demand for this organic intumescent paint, which has the advantages of a nice appearance and high work efficiency, will continue to increase. The technological prowess of the paint has already been recognized through its use in steel structures on a trial basis.

✦(주)노루페인트 제5기 정기주주총회 개최

지난 3월 18일, (주)노루페인트는 안양 본사 NOROO 북지관에서 제5기 정기주주총회를 개최하였다.

이날 (주)노루페인트의 주주 및 회사 임직원들이 참석한 가운데 의장인 (주)노루페인트 김수경 사장은 회사의 영업성과 및 재무현황 등의 핵심 안건을 발표하였다. 김수경 사장은 "글로벌 경기 침체에 따른 어려운 상황 속에서도 2010년 (주)노루페인트 경영실적은 매출액 3,000억 원을 돌파한 총 3,012억, 영업이익 97억으로 전년 대비 약 18% 증가하는 성과를 달성하였다. 유가급등에 따른 원자재 가격폭등 등 주변 여건은 그리 호락호락하지 않으나 2011년 '변화 속의 조화와 도약'이라는 그룹 경영지표 아래 '미래 성장동력 확보, 글로벌 경영가속화, 브랜드 이미지 제고'의 3대 경영방침을 설정하고 이를 단계적으로 추진해 나갈 것"이라고 말했다. 이번 주주총회에서 2010 사업 연도의 회사 성과에 대한 대차대조표 및 손익계산



(주)노루페인트, 제2회 속도방수대회 개최



서의 인건은 만장일치로 승인되었으며, 이에 따라 배당은 보통주 1주당 150원(현금배당 배당금 총액은 30억 원이며, 시가 배당율은 4.5%)을 결정 승인했다.

**NOROO PAINT & COATINGS CO.,LTD. HOLDS
THE 5TH PERIODICAL GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS**

On March 18, NOROO Paint & Coatings Co., Ltd. held the 5th periodical general meeting of shareholders at its headquarters building in Anyang. President Kim Soo-kyong, who chaired the session, explained the Company's management results and financial status to the shareholders. He said, "In 2010, the Company posted 301.2 billion won in sales and 9.7 billion won in operating profit, which represents an increase of about 18% over the preceding year, in the face of a difficult situation caused by the global recession. In 2011, we will push ahead with three major management guidelines, namely, securing future growth engines, accelerating global management and enhancing the brand image, coupled with the Group's management guideline, i.e. harmony and development in the midst of change, despite the various unfavorable conditions, including soaring raw material prices caused by the jump in oil prices." At the general meeting, the shareholders approved the balance sheet and the income statement for 2010, as well as the allocation of a dividend of 150 won per share for common stocks (the total amount of the cash dividend payout amounts to 3 billion won, at a dividend to market price ratio of 4.5%).

✦(주)노루페인트, 제2회 속도방수대회 개최

지난 3월 29일, (주)노루페인트 안양공장에서 전 직원의 화재 초기 대응 능력 향상 및 함께하는 안전 문화 정착을 위해 제2회 '속도방수대회'를 개최하였다. 대회는 3명이 한 조가 되어 옥외소화전 호스를 전개하고, 방수 후 정리하는 것까지의 시간을 측정하여 최단시간에 끝내는 조가 우승하는 방식으로 이뤄졌으며 이번 대회 우승에는 포승공장 팀이 1위로 상금 40만 원을 수상하였다. 소화기경연대회에는 인사총무팀의 추현아 대리가 1위를 차지하였다.

**NOROO PAINT & COATINGS CO.,LTD. HOLDS
A SPEEDY FIREFIGHTING CONTEST**

On March 29, NOROO Paint held the 2nd annual speedy firefighting contest at the Anyang Factory in an effort to enhance employees' capability to cope with a fire in the initial stage and foster a safety-first atmosphere. The contest was carried out, with three employees forming a team. The team from the Poseung Factory finished the work - which consisted of laying the hydrant hose to the fire, extinguishing the fire and rearranging the hose after the fire - faster than the others, and hence won first prize, along with a cash reward of 400,000 won. Assistant Manager Choo Hyun-a of the Personnel/General Affairs Team won first prize in the fire-extinguisher handling skill contest.

**(주)아이피케이
IPK**

지방세 성실 납세자 표창 - (주)아이피케이 부산 본사/철서 공장

지난 3월 3일 제45회 납세자의 날을 맞이하여 부산 시청 1층 대강당에서 허남식 시장을 비롯한 관계 공무원, 모범납세자 등 500여 명이 참가한 가운데 '제 45회 납세자의 날' 기념식이 개최되었다. 이 날 행사에서는 어려운 경제 여건에도 성실한 납세를 통해 시정에 크게 기여한 지방세 우수 납세자 36명(법인 20, 개인 16)과 지방세청 발전에 적극 협조한 기관, 단체 임직원 등 7명에 대하여 시장의 표창이 있었으며, (주)아이피케이 본사는 이날 성실 납세자로 선정되었다.

우수 납세자는 최근 3년간 납부 기한 내에 지방세를 전액 납부한 자로서 납부 실적이 우수하고 사회 봉사활동 등의 지역사회 발전에 기여한 업체로서 구청장 또는 군수의 추천을 받아 부산광역시 지방세 심의위원회 표창공적심의회 심의를 거쳐 선정되었다.

그리고 철서 공장 또한 '2010년도 함안군 지방세 성실 납세자'로 선정되어 표창을 받았으며, 이번 상장은 함안군에서 시행하는 첫 성실 납세자 표창으로 그 의미가 더욱 깊었다. 이번 표창 대상자는 2011년 2월 1일을 기준으로, 관내에서 제조업을 운영하면서 체납 사실이 없고 최근 3년간 지방세 일액 원 이상 납부한 법인 및 천만원 이상 납부한 개인 기업을 추천 받아 공적심사위원회의 심의를 거쳐 선정되었다.

이번 수상은 (주)아이피케이의 투명경영을 내부와 외부에 알리고 더욱 견고히 하는 좋은 계기가 될 것이다.

**IPK HEADQUARTERS AND CHILSEO FACTORY CITED AS EXEMPLARY
TAXPAYERS**

On March 3, a ceremony was held at Busan City Hall in commemoration of the 45th Taxpayers Day, with more than 500 people in attendance, including Busan City Mayor Hur Nam-sik, Busan



지방세 성실 납세자 표창 -
아이피케이 부산 본사/철서 공장

City officials, and a group of exemplary taxpayers. At the session, 36 exemplary taxpayers (20 corporations and 16 individuals) and seven people from institutions and organizations that contributed to the development of the local tax administration were cited by the Busan City Mayor. The IPK headquarters was included among the exemplary taxpayers cited by the Mayor.

The exemplary taxpayers were recommended by district office heads or county magistrates from among those who had paid their local tax in full within the deadline over the preceding 3 years and made a conspicuous contribution to local development including through volunteer activities, with the final selection made by the Busan Local Tax Deliberation Committee.

The Chilseo Factory was also selected as an exemplary taxpayer among the businesses in Haman-gun, Gyeongsangnam-do. The exemplary taxpayers were finally selected by the said committee from among the recommended manufacturers having paid more than 1 million won (for corporations) or 10 million won (for individual businesses) in local taxes over the preceding 3 years. It is expected that the prize-winning will serve as an occasion to publicize the Company's transparent management and enhance its image as a reliable business.

Smart하게

스마트폰을 사용하는 앱

이제 스마트 기기(스마트폰, 태블릿 PC 등)는 생활가전이라 할만큼 보편화되고 있다. 같은 도구라도 누가 어떻게 사용하느냐에 따라서 그 가치는 달라진다. 막강한 기능을 가지고 있는 스마트폰을 단지 전화기로만 사용한다면 정말 안타까운 일이 아닐 수 없다. 스마트폰의 활용도를 200%로 올려주는 앱에 대해서 알아보도록 하자.

카카오톡



이 유명한 앱은 간단하게 설명하면, 스마트폰에서 무료로 문자를 보내는 앱이다. 하지만 단순히 문자 전송뿐 아니라 그룹 대화 등 그 이상의 기능을 제공하여 현재 가장 인기있는 앱 중의 하나로 자리매김했다. 다운받은 앱에 자기 전화번호와 이름을 등록하면 내 전화번호부를 기반으로 친구를 자동 등록하고친구도 카카오톡에 이미 등록했다면, 누군가가 나를 친구로 등록하고 있다면, 친구 추천 목록에서 상대방을 보여 준다. 카카오톡은 기존의 문자 메시지를 대체하고 있으며, 현재 한국의 가입자 700만 명이 하루 1억통의 문자 메시지를 보낸다고 한다. 즉, 스마트폰을 갖게 되면 기본적으로 사용해야 할 앱인 것이다.

트위터/페이스북

twitter



스마트폰 앱 중에 빼놓을 수 없는 것이 트위터와 페이스북이다. 일반 컴퓨터나 노트북에서도 트위팅이나 페이스북을 할 수 있지만, 스마트폰으로 해야 실시간 업데이트의 제 맛을 느낄 수 있다. 특히, 사진이나 동영상을 찍고 올리기를 할 때는 스마트폰의 강점이 최대로 드러난다. 이 두 가지 모두 SNS(Social Network Service)라는 카테고리에 들어가지만, 트위터는 자기를 following 하는 사람들(follower)에게 자기의 의견, 생각, 시사각각의 정보를 단방향, 단문으로 제공하는 것이고, 페이스북은 이에 비해서 커뮤니티 성격이 더 짙어서 서로의 수락 하에 '친구'를 맺고, 양방향으로 정보나 소식을 공유하는 것이다.

서울버스



고등학생이 개발했다는 그 유명한 '서울버스' 앱은 버스 뒤를 쫓아 뛰는 일을 줄여 준다. 내가 타야 할 버스가 언제 도착하는지, 어디쯤 왔는지 알려주는 대표적 앱으로, 유사한 버스, 지하철 앱이 많으니 골라 쓸 수 있다. 무엇보다, 대중 교통을 이용하며 약속 시간을 엄수하고자 하는 사람들에게는 필수적인 앱이다.

내비게이션



자가 운전자에게 스마트폰은 작은 내비게이션이다. SKT사용자는 Tmap, KT 사용자는 Olleh Navi를 사용하면 된다. 단 이 앱을 사용하려면, 스마트폰 거치대는 옵션으로, 차량용 전원연결 세트는 필수로 구비해야 한다. 그렇지 않으면 목적지를 코 앞에 두고 배터리 방전으로 스마트폰, 아니 내비게이션이 까지는 낭패를 당할 수 있을 테니.

Painted Space

스카프에 어울리는 가방 색이 궁금하다면? 페인트 시공 후의 모습이 궁금하다면? NOROO 친친노루 블로그에서 노루 페인트 앱, Painted Space를 다운받는다. 촬영한 사진 속 이미지의 컬러 정보와 그에 어울리는 배색 안을 확인하고 메일로 전송 받을 수 있으며 인테리어 시뮬레이션 기능을 통해 바닥재, 창호, 가구 배치와 페인팅 결과를 직접 확인할 수 있다. 가까운 노루페인트 대리점도 검색할 수 있으니, 컬러리스트, 인테리어 디자인 업체가 내 손 안에 있는 셈



카카오와 안경수업

안경수 회장님과 인터뷰는 짧은 경제 수업을 듣는 듯했습니다. 이렇게 재미있는 교수님 아래서 배웠더라면 학생 때도 좋지 않고 공부할 수 있었을 텐데요. ^^



웃음! 짧은노루촬영비

촬영 중 가장 힘든 코스인 단체사진 찍기. 한 사람이라도 눈을 감거나 웃지 않으면 도루묵이거든요. 자, 이렇게 모두를 웃게 해 주신 공로자는 누구일까요?



꼬나 플로리스트

오른쪽부터 재민, 재영, 재우입니다. 엉뚱한 재민, 장난꾸러기 재영, 진지한 재우의 개성이 잘 드러나지요? 손만 등장한 플로리스트 선생님은 무척 애쓰시는 중이지요.



평화의강동, 한소리와보통원

체온을 1도 올려주는 따뜻한 이들의 기억. 한소리 동호회와 보육원 나들이의 기억입니다. 아근 후 달려오셨다가 다시 회사로 가신 동호회 여러분, 정말 멋졌습니다~!



진짜가족 화성계보

화성페인트백화점은 직원 분들이 거의 친인척 사이입니다. 한필호 대리님도 그 속에 계시니 진짜 가족 같네요.



Behind Cut

숨은 사진으로 보는 편.집.후.기.

19호를 준비하면서 NOROO의 많은 분들을 만났습니다. 회장님, 사우 가족 여러분, 대리점 여러분... 그 분들께서 전해 주신 삶의 이야기와 따뜻한 미소, 서로를 생각하는 배려와 애정까지 모두 다 전해 드리고 싶었습니다. 못 다 실은 사진들로 짧은 페이지의 아쉬움을 달래봅니다.

