

NOROO

WINTER · 2025

VOL. 73

NOROO

NOROO Quarterly Magazine WINTER · 2025 VOL. 73

SPECIAL THEME
[향토], 가치를 올리다

NOROO

04 NEW YEAR’S MESSAGE ‘혁신 NOROO, 도약하는 100년!’



SPECIAL THEME



[향토], 가치를 올리다

- 08 VIEWFINDER 1 반세기의 상생, NOROO와 안양
- 12 VIEWFINDER 2 지역과 나누며 더불어 나아온 NOROO

CULTURE GALLERY

- 16 COLOR SOUND 캐릭터, 컬러, 사운드로 즐기는 극강의 귀여움
- 18 BOOK 올해의 책으로 준비하는 2025

22 . PAINT FOR ART 1



34 . HIGH FIVE



46 . NEW YEAR’S COLOR



NOROO PEOPLE



- 22 PAINT FOR ART 1 NOROO의 컬러 위에 펼쳐진 FRIEZE SEOUL
FRIEZE SEOUL WITH NOROO PAINT
- 26 PAINT FOR ART 2 색으로 보듬은 로트렉의 휴머니즘
〈틀루즈-로트렉 : 몽마르트의 별〉WITH NOROO PAINT
- 30 PAINT FOR ART 3 페이퍼 피플 페인팅으로 펼쳐지다
〈장 줄리앙의 종이 세상〉WITH NOROO PAINT
- 34 HIGH FIVE 함께 달리면 끝까지 갈 수 있어
NOROO 마라톤 동호회
- 38 SPECIAL STORE 오세요, 원당로 사랑방 노루페인트 고양점으로
노루페인트 고양점
- 42 FOCUS ON NOROO 1 우주항공 · 방산용 소재산업 발전을 위한 업무협약 체결
노루페인트, 다자간 업무 협약 체결
- 44 FOCUS ON NOROO 2 2025, 푸르게 빛나라. 노루페인트의 서울색, 그린오로라
- 46 NEW YEAR’S COLOR CONNECTION, COMFORT, AND HARMONY MOCHA MOUSSE
- 48 NEWS BRIEFING
- 51 QUIZ

NOROO 그룹 사보 담당자

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

‘혁신 NOROO, 도약하는 100년!’



친애하는 노루 가족 여러분!

2025년 을사년(乙巳年) 새해가 밝았습니다. 새해를 맞아 올해도 임직원 여러분의 가정에 항상 건강과 행복이 함께 하시기를 기원합니다.

지난 한 해는 우리 모두에게 도전의 시간이었습니다. 국내 정치, 사회의 불안정과 함께 러시아 우크라이나 전쟁, 중동 분쟁의 장기화에 따른 글로벌 공급망 교란, 기후변화 리스크 등에 경기 침체, 고환율, 고물가 등으로 불안정한 기업 환경이 지속되고 있습니다. 그럼에도 불구하고, 우리 노루그룹은 ‘변화의 시대, 새로운 가치창조 NOROO!’라는 경영지표 아래 임직원들의 노력으로 개선된 재무 상태와 함께 견고한 실적을 이룩하였습니다. 여러분의 노고에 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

노루 가족 여러분!

올해는 우리 노루그룹이 창립 80주년을 맞는 뜻깊은 해입니다. 1945년 해방과 함께 선대 회장님께서 “나의 조국을 위하여”라는 창업 이념을 걸고 인쇄잉크 생산을 시작하셨습니다. 한 나라의 국력은 기술 기반의 제조업에 있다는 선대 회장님의 굳은 신념은 품질 경쟁력 강화, 사업 다각화, 글로벌 확대를 통해 노루그룹이 꾸준히 성장하는 밑거름이 되었습니다.

지난 80년간의 성취는 분명 큰 의미가 있으며, 이제 새로운 100년, 200년을 만들어 나아가는 중차대한 책임감이 더욱 크게 다가옵니다. 그 어느 때보다도 불확실성이 커진 시대에, 우리 모두가 불굴의 도전 정신과 자신의 직업에 대한 주인의식을 가지고 적극적이고 능동적인 자세로 미래를 열어가야 하겠습니다.

이에 저는 더 나은 성과와 도약하는 미래 비전을 실행하기 위하여 2025년도 그룹 경영지표를 **‘혁신 NOROO, 도약하는 100년!’**으로 제청하고자 합니다.

이를 위해 다음 3가지 핵심 목표를 임직원 여러분과 함께 추진해 나가고자 합니다.

첫째, 미래 핵심기술을 통한 지속성장 동력을 발굴하여 기업 경쟁력을 강화해야 합니다.

지속성장을 하는 기업들은 공통적으로 환경 변화에 발맞춰 독자적인 경쟁력을 확보해 나갑니다. 기업을 둘러싼 시장, 경쟁, 기술, 규제 등 환경 변화에 민첩하게 대응해 나아가야 합니다. 외부의 환경 변화에 일희일비하지 않고, 지속적인 혁신과 미래 핵심기술 개발을 통해 경쟁력을 더욱 강화해야 합니다. 미래 핵심사업의 독보적 위치를 선점하고, 핵심역량을 바탕으로 친환경, 바이오, 스페셜티 케미컬 등 뉴 이코노미의 핵심소재 영역을 꾸준히 확대해 나아가도록 해야 하겠

습니다. 이를 위해 일선 업무 현장의 움직임과 소리를 철저히 반영하고 그 기본 바탕 위에 우리만의 차별화를 더하여 선택받는 기업이 될 수 있도록 힘써 주시기를 바랍니다.

둘째, 내실 경영을 통해 안정적 목표를 달성하고 재무 건전성을 탄탄하게 유지해야 합니다.

최근 국내의 불확실성 지속에 대해 기업들이 대응하는 움직임이 점차 빨라지고 있습니다. 위기에 대한 기업의 대응 속도와 해결 능력에 따라 기업의 신용등급이 양극화될 것으로 전망됩니다. 고금리 장기화에 따른 부동산 시장 위축, 고령화 및 저출생에 따른 인구 감소, 내수경기 부진으로 인한 불황 장기화 등 급격한 기업 환경 변화에 기민하게 대응해 나아가야 하겠습니다.

각 회사는 자율 경영과 책임 경영하에 특단의 노력을 통해 스스로의 힘으로 당면한 난관들을 헤쳐 나가야 하며, 우리 모두가 그 어느 때보다 긴장의 끈을 늦추지 않아야 하겠습니다.

선제적 리스크 관리와 자금 관리 시스템 고도화를 통해 비용과 생산성, 운전자본 및 투자 등을 효율화하여 재무 건전성을 강화하고 유동성 확보 및 수익성 개선을 통해 내실 경영을 추구하여 위험에도 흔들리지 않는 탄탄한 경영 체질을 구축해야 합니다.

셋째, 지속가능 경영 체계하에 ESG 전략을 실현하고 가치를 내재화해야 합니다.

ESG 경영은 ‘기업의 핵심 전략이자 차별화 경쟁력’이라는 기조 아래 전사 차원의 지속가능 경영 체계를 강화해야 합니다. 우리는 2021년부터 체계적이고 투명한 ESG 경영을 통해 대응 체계를 구축하고 내재화하였으며, 그 결과 2024년 ESG 평가 결과에서 도료 업계 유일의 ‘통합 A등급’을 획득하였습니다.

우리 노루그룹은 여타 모든 기업과 마찬가지로 공적인 존재입니다. 고객과 협력사, 주주, 지역사회 등 수많은 이해관계자에 대한 무거운 책임감을 바탕으로, 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치 창출에 대해서도 고민하면서 지속가능 경영의 뿌리를 단단히 내리는 한 해가 되어야 합니다. 이를 명심하시고 임직원 모두가 ESG 경영이 정착되는 조직 문화가 유지될 수 있도록 만전을 기해주시기를 바랍니다.

노루 가족 여러분!

올해는 어느 때보다 불확실한 위험 요인들이 많습니다. 뿌리 깊은 나무는 바람에 흔들리지 않듯이 어떠한 악재도 우리의 도전을 막을 수는 없습니다. 청년 NOROO의 열정과 도전 정신을 되새기며, 우리의 발걸음 하나하나가 NOROO의 빛나는 미래를 만든다는 사명감을 가지고 더욱 과감한 혁신과 도전으로 2025년을 맞이하기를 바랍니다.

마지막으로 오늘 뜻깊은 새해를 맞이하여 상생의 철학으로 늘 함께 동행해 주시는 노조위원장 여러분들과 집행부, 조합원 여러분께 진심으로 감사드립니다.

새해에도 임직원 여러분께서 소망하시는 일을 모두 이루시고 가정에 건강과 행복이 가득하시기를 다시 한번 기원드립니다. 여러분! 새해 복 많이 받으십시오.

2025년 1월 2일 회장 **한영재**

SPECIAL THEME

[향토], 가치를 올리다

향토 기업이란 한 지역에 기반을 두고 제품을 생산하거나 영업 활동을 하는 기업을 말한다. 향토 기업은 고용 창출, 세금 납부에서 시작해 유동 인구를 늘리고 상권을 살리는 등 경제를 활성화하고 다양한 사회공헌으로 행정력이 미처 닿지 않는 곳까지 빛을 비추곤 한다. 노루페인트는 1973년 안양에 뿌리를 내리고 대표적 향토 기업으로 지난 50여 년간 지역 성장에 기여해 왔다. 노루페인트는 앞으로도 안양시의 발전과 함께할 것이다.





반세기의 상생, NOROO와 안양

1973년, 안양 공장 착공 이래 노루페인트는 지역사회의 일원으로 책임과 의무를 다해왔다. 50여 년 전 허허벌판이던 안양천 일대에 노루페인트 공장의 설립과 함께 다양한 기업이 들어서며 안양시의 인구 유입이 늘어나고 지역 경제가 활성화되었다. 공업도시로 시작된 안양시 역사의 일원으로서, 지역경제의 단단한 뿌리 중 하나로서 노루페인트는 계속하여 상생의 길을 걸을 것이다.

안양공장 전경(1976. 4. 1 준공 당시)



노루페인트와 함께 발전해 온 안양

1973년 9월 25일, 안양시 박달동 안양천변에 노루페인트(당시 대한잉크페인트) 안양공장 공장용지 조성이 시작되었다. 급증하는 페인트 수요로 서울 문래동 공장의 생산능력이 한계에 도달하자 노루페인트가 신공장 건설을 추진한 것이다. 총 3만 9,492.5평의 부지에 공장용지 조성을 시작하면서 안양 지도가 바뀔 정도의 변화가 일어났다. 연인원 16만 명이 투입된 건설로 황량했던 벌판에 17개의 건물이 들어서고 300명을 동시에 수용할 수 있는 식당, 120명을 수용할 수 있는 기숙사 등 당시 업계 최초의 시설들이 속속 세워졌다. 1976년 4월 1일, 공장 준공과 함께 노루페인트는 기술연구소를 신설, 신기술 개발로 각종 발명특허를 획득하였으며 선진기술 도입을 활발히 추진하고 생산시설도 지속적으로 보강해 나갔다. 이 모든 것은 생산공장의 운영을 통해 나라의 발전에 이바지한다는 ‘사업보국’의 창업 철학에 기반한 것이었다.



외국 도료업체 관계자 안양공장 방문(1976. 6. 7)

1976년 신설된 기술연구소 현장



노루페인트의 성장과 함께 안양시의 발전 속도도 급진전하였다. 노루페인트를 위시하여 제조를 기반으로 한 공업도시로서의 활약은 노동자와 주민 등 안양시로의 인구 유입을 가속했다. 1970년 9만여 명이었던 인구는 1975년, 13만 명을 넘어섰으며 이에 앞서 1973년에는 안양읍에서 안양시로 승격되었다. 기업 유치와 인구 증가로 교통망 등 도시 인프라도 더 빠르게 확충되었고 1980년에는 인구가 25만 명, 1985년에는 36만 명을 웃돌았다. 안양시는 1990년대 말까지 대기업 17개를 포함, 1,446개 업체가 밀집한 제조업 중심의 대표적 공업도시¹⁾로 대한민국 경제 발전의 견인차 역할을 했다.

1) 「시민이 행복한 ‘스마트 도시’ 향해 … 힘찬 날갯짓」, 세계일보, 2019.01.23



뿌리를 흔드는 개발

2000년대 초반까지도 경기 남부권 최대 공업도시로 명성이 높았던 안양시는 그러나 점차 인구가 줄며 중소도시로 축소될 위기 앞에 있다. 많은 기업이 정부의 개발 제한에 발목이 잡히고 높은 지가에 떠밀려 지방으로 이전하고 있는 탓이다. 축소의 위기 속에서도 노루페인트는 굳건히 자리를 지키며 연구소를 새로이 증축하는 등 투자를 계속하고자 하였으나 안타깝게도 최근 안양시는 건축 허가를 부결하는 등 도시 발전 역행의 결정을 내리는 상황이다.

안양시와 안양도시공사는 노루페인트 부지가 속한 지역을 대상으로 ‘박달·첨단산업단지 조성 사업’을 추진하여 고용 창출 및 산업 구조 고도화를 꾀하겠다는 계획을 세우고 이 부지에 대한 투기 수요 방지와 사업의 원활한 취지를 이유로 최대 5년간 개발행위허가를 제한했다. 노루페인트 연구소 신축의 부결도 이에 따른 것이다. 이미 해당 부지에서 반세기 넘도록 기술 개발 및 제조 활동을 하던 기업으로서는 큰 제약이 아닐 수 없다. 이와 함께 안양시 측은 과거 수증기 사고 관련 대책 회의에서 이전에 관해 논의했던 노루페인트와 안양시 측의 ‘협의 사항’을 ‘합의/약속’으로 바꾸어 전하는 등 언론사와 주민들에게 혼선을 주고 공장을 이전하라는 압박을 가하는 모양새이다.



박달 준공업지역 노동자연대의 집회



노루페인트는 공장 이전을 합의한 바가 없으며 당시 적극적으로 사고 수습에 나서서 인근 지역 주민들의 치료와 피해 보상을 모두 완료하였고 사고 관련 제조실은 이미 모두 타지역으로 이전했다. 또한 노루페인트가 새로이 건축하고자 하는 연구소 역시 이차 전지 셀과 모듈, 팩에 적용할 수 있는 바인더를 비롯해 스텔스 항공기에 적용되는 도료, 페플라스틱 리사이클 등 ‘에너지, 첨단 소재’ 신사업 강화를 위한 것으로, 시와 도시공사가 추진하고자 하는 첨단산업단지 조성 내용의 사업과 궤가 같다. 그러나 연구소 신축이 어려워지면서 노루페인트의 사업 지속성이 불안정해졌다. 더불어 안양시는 박달동 일대의 기업에게 산업단지 조성 사업을 이유로 계속 이전의 압박을 가하고 있다. 이는 비단 노루페인트뿐만이 아니라 나아가 이 지역에 토대를 둔 기업들의 활동과 이 지역을 삶의 터전으로 삼은 5,000여 명 직원들 및 그 가족인 1만 3,000여 명의 거주권과 생존권을 흔드는 문제이다.

이러한 위기 앞에서 관련 기업의 직원들은 ‘박달 준공업지역 노동자연대’를 꾸려 안양시의 일방적인 ‘박달·첨단산업단지 조성 사업’ 개발 계획을 반대하는 집회를 안양시청 앞에서 여러 차례 열고 한목소리를 내었다. 노루페인트 홍순철 노조위원장은 이 연대의 투쟁위원장으로 “개발의 명분을 위해 지역 향토 기업을 배척하지 말라. 기업과 충실하고 진정한 논의를 해 달라.”고 입장을 밝히고 있다.

지역과 기업, 하나의 미래

도시는 사람이 모여, 사람이 일군다. 도시에게 기업 유치가 중요한 이유다. 기업이 들어서면 인구가 늘고, 상권이 활성화되며 인프라가 확대된다. 노루페인트는 안양에 뿌리를 내리고 지난 반세기에 걸쳐 고용 창출을 지속하며 안양시의 발전을 도왔다. 첨단 기술을 개발하고, 소재의 국산화를 연구하며, 친환경 도료와 리사이클 도료의 영역을 넓혀가는 노루페인트의 연구는 도시를 넘어 국가와 세계, 자연과 미래를 향해 현재형으로 진행되고 있다. 또 다른 개발을 이유로 이를 막기보다 이제까지 탄탄히 다져온 토대 위에서 상생을 이뤄가는 것이 지역과 도시를 더욱 발전시키는 길일 것이다.

부산의 향토기업이었던 한 철강 기업이 지역 여론과 갈등에 밀려 최근 타지역으로 이전을 준비하면서 직원과 가족, 협력업체 관계자 등 1,000여 명이 이주하게 되자 “부산은 이제 젊은이는 모두 떠나고 노인과 바다만 남을 것이다.”라는 등²⁾ 거센 비판이 일고 있는 사례도 깊이 있게 들여다 봐야 한다.

한 고장에 자리 잡았던 기업의 뿌리가 깊을수록 그 뿌리가 뽑혀 사라진 구멍이는 깊고 어두울 수밖에 없다. 기업 유치가 얼마나 중요한지 가장 잘 알고 있을 지자체의 헤아림과, 사업보국의 철학 위에서 지역의 발전을 이끌어온 기업의 의지가 결속으로 이어질 때 미래는 더 빛나는 결실을 약속할 것이다.

노루페인트 연구소 조감도



2) 「아파트 민원에... 향토기업 내쫓는 부산시」, 경향신문, 2024.07.30



지역과 나누며 더불어 나아온 NOROO

사업보국의 경영 철학으로 설립된 노루페인트는 ‘사회가 있어야 노루가 있다’라는 신념 위에서 ‘함께 성장하는 NOROO’라는 공유 가치로 다양한 사회 공헌 활동을 진행하고 있다. 특히 노루페인트가 깊이 뿌리 박은 안양시에서 가장 구석구석, 세심하게 지역 밀착형 나눔 활동을 펼치며 향토기업으로서 지역 주민에게 더 좋은 이웃, 더 좋은 동반자의 역할을 충실히 수행해 왔다.



지역 주민 의견 수렴 협의 채널 도입

지역 주민 의견 수렴 협의 채널 도입

노루페인트는 지역 주민을 위한 사회 공헌 활동이 더 큰 실효성을 가질 수 있도록 ESG경영추진실에 지역 주민 의견 수렴 담당자를 지정하고 주민자치위원회 위원으로 참여, 활동하고 있다. 노루페인트는 주민 자치위원으로서의 역할에 최선을 다하기 위해 주민들의 의견을 반영하여 소외이웃 돕기, 꽃길 조성 사업, 체육대회, 김장/연탄 봉사 등 지역을 가꾸고 화합을 이루는 행사에 예산을 편성하고 현장에 적극적으로 참여하며 지원해 왔다. 특히 1사 1노인정 지원활동과 1사 1하천 정화, 월급 끝전 모으기, 창립 기념일 쌀 화환을 통한 사랑의 쌀 나누기, 가족 동반 수리산 환경 정화 등 구체적 활동으로 지역민의 복지를 꼼꼼히 챙겨 왔다. 이외에도 FC안양 연간회원권 기부 등으로 축구 꿈나무들이 희망찬 미래를 그리도록 돕고 있기도 하다.



안양 지역 쌀 기탁 사회 공헌



만안구 김장 김치 나눔 봉사활동



경기도 숲속 공장 우수 사업장 선정

안양지역환경단체연합회 주관 환경봉사대상 다수 수상

노루페인트는 지역 환경 보호 활동의 전문성과 효과를 높이기 위해 안양 환경단체연합회와 파트너십을 맺고 매달 환경 보전 활동 비용을 지원하며 함께 환경 정화 활동에 참여해 왔다. 또한 안양천 정화 활동 등 지역 환경 보전에 앞장섬으로써 각종 환경 관련 상을 잇달아 수상해 그 공로를 인정받은 바 있다. 관련 상으로는 2002년 산업체 환경개선 공로자로 시민환경봉사대상 수상, 2003년 경기도 안양시 만안구 석수동 주민자치회로부터 감사패 수상, 2019년 안양 환경 단체연합회와 경기 환경문제연구소가 주관한 환경봉사대상의 환경봉사대상 선정 등이 있다. 이 환경봉사대상은 지역의 NGO 단체가 사회단체 환경 분야와 산업체 환경개선 분야에서 각각 그해의 환경일꾼을 선정해 수여하는 것으로, 노루페인트는 과거에도 여러 차례 꾸준히 이 상을 수상했다. 이 외에도 노루페인트는 경기도 광역환경 관리 사업조에서 추진하는 ‘숲속 공장 만들기’에 동참하여 느티나무를 안양 공장 인근에 다량 식수, 미세먼지 저감을 도와 경기도지사상을 수여하고 경기도 숲속 공장 우수 사업장으로 선정되기도 했다.

기부 문화 선도로 안양시장으로부터 감사패 수상

노루페인트는 안양시 나눔운동본부의 사회공헌 프로젝트인 ‘착한 기업과 함께하는 행복한 안양 만들기’에 적극적으로 참여, 2021년 안양시장으로부터 ‘착한 기업 감사패’를 수상했다. 이는 노루페인트가 물품과 성금을 꾸준히 시에 기부하여 어렵고 소외된 이웃을 돕는 데 솔선해 온 활동에 의한 것으로, 노루페인트는 특히 코로나19로 힘든 시기에 마스크 90만 장과 손소독제 등을 기부하여 지역민의 안전 확보에도 힘쓰고 있다. 안양시장은 이에 감사패를 전달하며 “기업인들이 기부 문화를 선

도했다.”라고 감사의 인사를 전하기도 했다. 노루페인트는 2022년, 안양시 기부의 날 기념식에서도 ‘경기도지사상’을 수상했으며 2023년에는 ‘ESG나눔기업’으로 선정되어 안양시 ‘착한기업 감사패 및 ESG나눔 기업패 전달식’에서 감사패를 받는 등 지역사회 공헌 활동의 공로를 인정받아 왔다.

페인트로 아름다운 안양 조성

노루페인트는 페인트를 통한 벽화 등 환경 조성 사업으로 안양시 곳곳을 아름답고 안전하게, 그리고 쾌적하게 가꿔왔다. 기록이 희미해질 만큼의 오랜 과거에는 마을의 낡은 철문 칠해주기부터 시작해 안양6동 노송공원 콘크리트 담장 벽화 조성(2016), 호현삼거리 담장 디자인 개선 사업(2016), 안양초등학교 안전한 등하굣길 만들기 프로젝트(2018), 안양소년원학교 가꾸기 프로젝트-벽화 그리기(2018), 석수3동 안양천변 옹벽 벽화 작업(2021), 안양시 관내 공공경로당의 쿨루프 시범사업을 위한 차열페인트 후원(2021), 안양만안경찰서와 함께한 범죄예방 인프라 조성 사업 ‘여성안심골목길’ 구축(2022) 등 셀 수 없이 많은 벽화 및 환경 미화, 보수 작업에 페인트를 지원하여 허름한 곳을 새롭게 바꾸고, 어둡고 낙후되어 불안한 곳을 안전감이 들도록 밝게 변화시켰다. 또한 집수리 및 차열페인트 지원으로 지역 주민이 쾌적한 생활을 할 수 있도록 도왔다. 안양시에는 오래도록 이어진 노루페인트의 헌신이 곳곳에 스며 있기에, 어디를 가더라도 노루페인트의 흔적을 쉽게 만날 수 있을 것이다.



여성안심골목 조성

CULTURE GALLERY

엄동설한의 겨울, 바깥의 추위에서 돌아온 후에는 따뜻하게 몸을 녹여야 하는 법입니다.
마음도 마찬가지로.
마음 곳곳에 얼음이 박히기 쉬운 때에는 음악과 영상, 책으로 온기를 쬌는 시간도 꼭 필요합니다.
다정한 사운드 속 귀여운 캐릭터들로, 많은 이들이 읽고 추천하는 책으로
얼었던 마음을 녹여 가만히 흘러보내 봅니다.



캐릭터, 컬러, 사운드로 즐기는 극강의 귀여움

우아함, 화려함, 세련됨, 승고함, 웅장함 등 세상에는 많은 미적 가치들이 있지만 가장 쉽게 마음을 파고드는 것은 단연 ‘귀여움’이 아닐까. 마음을 몽글몽글 녹여 마음 전체를 점령하고 마는, 꼭 껴안고 사랑만 주고 싶어지는 귀여움의 힘은 정말이지 강력하다. 오죽하면 ‘귀여움은 세상을 구한다’라는 말까지 있겠는가. 노루페인트의 〈컬러 사운드〉들은 귀여운 캐릭터에 컬러, 사운드를 더해 극강의 귀여움을 구현했다.



최애가 가득, Disney Cats & Dogs

먼저 만날 귀여움의 세계는 ‘NOROO X DISNEY CATS AND DOGS ASMR’이다. 실루엣으로 등장해 하나씩 조명되며 정체를 드러낸 귀여운 캐릭터들은 바로 디즈니의 강아지, 고양이 캐릭터들인 달마시안 강아지, 베이비 구피, 체셔 캣, 마리 캣이다. 이 밖에도 전경이 드러난 숲 저쪽에 숨은 듯 등장한 심술 고양이 루시퍼, 레이디와 트램프 커플까지, 월트 디즈니의 애니메이션들에서 주연과 조연을 맡아 존재감을 뽐냈던 다양한 강아지, 고양이 캐릭터들이 이번 〈컬러 사운드〉에 출연했다.

노루페인트는 이들의 귀여움을 통통 튀는 배경 음악 외에도 물방울 속으로 번지는 잉크, 눈발 위로 자박자박 새겨지는 발자국, 컵에 페인트가 채워지며 구피의 얼굴이 완성되는 컬러의 영상미와 함께 귀를 촉촉하게 적시고, 진득하게 달라붙으며, 페인팅 되어 쓱쓱 마음까지 채우는 사운드로 더 강화해 시각과 청각을 무장 해제시켜 버린다. 각각의 캐릭터 특징에 맞춰 점박이 무늬 달마시안 강아지는 맑고 검은 물방울 배경으로, 하얗고 부드러운 털에 사랑스러운 분홍색 귀를 가진 마리 캣은 같은 컬러의 리본으로 화룡점정을 찍어주며, 투명해

지는 기묘한 능력을 지닌 체셔 캣은 눈발 위의 발자국으로 연출했다. 또 영상은 강아지, 고양이의 가장 귀여운 부분이라 할 수 있는 젤리 같은 발바닥 소품으로 포인트를 준 뒤 귀여움이 뚝뚝 흘러내리는 듯, 페인트를 방울방울 떨어뜨리고 구피의 얼굴을 제 색으로 채웠다.

이어서 〈컬러 사운드〉의 트레이드 마크라 할 수 있는, 페인트를 붓으로 젖는 녹진한 소리가 귀를 감싸고 나면 컬러들이 붓을 따라 캔버스 위 제자리를 찾아가며 마리 캣, 체셔 캣, 달마시안 강아지, 레이디와 트램프의 모습을 드러내는 것을 볼 수 있다. 하나의 캔버스에 자리한 이들은 모두 다른 개성을 가지면서도 너무나도 귀엽다는 공통점을 지녔다. 이중 나의 취애를 골라보며 그들만의 유니크한 귀여움을 찾아보는 것도 좋겠다.



다정하고 단정한, 딕 브루너의 미피

클릭 한 번에 또 다른 귀여움의 세상이 열린다. ‘NOROO X 미피 : 미피 70주년 생일에 초대합니다 ASMR’은 노루페인트가 〈미피 70주년 생일 기념전, 미피와 마법 우체통〉에 함께한 것을 기념해 컬러 사운드로 구성한 영상이다. 2025년으로 70번째 생일을 맞이한 미피는 네덜란드의 그래픽 아티스트 딕 브루너가 탄생시킨 캐릭터이다. 책 표지를 그리다가 아기 토끼 미피를 주인공으로 한 이야기를 쓰고 그리며 세계적 아동 문학 작가가 된 딕 브루너는 빨강, 노랑, 파랑, 녹색, 갈색, 회색의 6가지 색깔만을 쓰는 간결한 그림체로 미피와 가족, 친구들의 다정한 이야기들을 만들었다.

〈컬러 사운드〉영상은 미피가 식사하고, 블록을 쌓고, 그림을 그리고, 옷을 갈아입고, 강아지인 스너피와 숨바꼭질을 하고 생일 파티를 하는 모습들을 폭신 폭신한 미피 인형의 스톱 모션 애니메이션으로 귀엽게 연출했다. 6가지의 브루너 컬러로 구성된 평면적 배경은 캐릭터의 간결성을 극대화하고 동화책의 세계에 들어선 것처럼 느끼게 한다. 화면에 등장하는 노루페인트 통의 두 마리 노루 캐릭터도 ‘딕 브루너 스타일’로 심플하게 넣어 귀여움을 배가했다. 보다 보면 마음이 편안해지고 입가에 미소가 머물며 마음이 포근해지는 것, 이 또한 귀여움의 힘이다.



SCAN ME

NOROO X DISNEY CATS AND DOGS ASMR

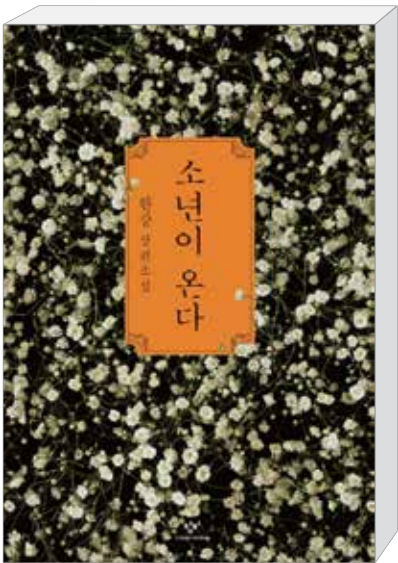


SCAN ME

NOROO X 미피 :
미피 70주년 생일에 초대합니다 ASMR

올해의 책으로 준비하는 2025

미래는 과거로부터 와서 현재를 거쳐 모습을 갖춰 간다. 2024년의 책을 돌아봐야 하는 이유도 여기에 있다. 가장 많이 읽힌 책에서 우리는 우리의 발길을 확인하고 대중이 내디딜 다음 발걸음의 방향을 가능해 볼 수 있을 것이다. 과거를 불러오는 한강의 소설과 불변의 법칙을 깨닫게 하는 역사서, 인간을 다면적으로 보게 하는 소설들로 나의 다음 행보도 준비해 보자.



소년이 온다 / 한강

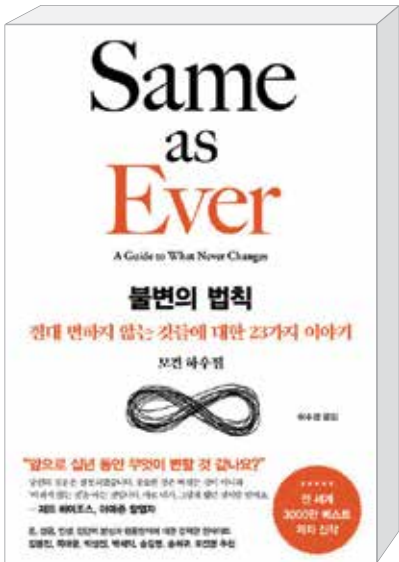
교보문고 2024 베스트셀러 1위

출판계를 넘어 2024년 한국의 핫이슈이자 큰 경사 중 하나는 한강 작가의 노벨문학상 수상이다. 『소년이 온다』는 지난 10월 10일 노벨상 수상 이후 두 달이 채 안 되는 기간의 판매량만으로 교보문고 집계 2024 베스트셀러 1위를 차지했다. 판매량으로는 최단기간 최다 판매의 기록이자 지난 10년간 종합 1위를 한 도서 중 최다 판매량이기도 하다. 한강 작가는 2016년 맨 부커상 인터내셔널 부문에서 수상한 『채식주의자』로 그해 베스트셀러 1위를 한 적이 있는데 8년 만에 『소년이 온다』로 또 1위에 올랐다. 『채식주의자』는 다시 조명되어 2024년 교보문고 베스트셀러 2위에 올랐으며 『작별하지 않는다』가 그 뒤를 이었다. ‘한강 효과’는 침체되었던 한국 출판 시장 전체에도 활력을 불어넣었다. 교보문고 측은 2024년 ‘한강 효과’로 한강 작가의 작품을 제외하고도 소설 분야의 판매량이 전년 대비 30.0%나 신장했고, 시/에세이 분야도 26.6%로 크게 올랐다고 밝혔다. 시공간의 한계를 넘어 인간 역사의 보편성을 보여줌으로써 훼손되지 말아야 할 인간성을 절박하게 복원해 낸 한강 작가의 『소년이 온다』는 2024년을 견뎌낸 지금 다시 읽는다면 우리에게 크나큰 울림과 힘을 또 새로이 전해줄 것이다.

불변의 법칙 / 모건 하우절

교보문고 2024 베스트셀러 4위

한강 작가의 소설 세 권이 줄줄이 2024년의 베스트셀러 1, 2, 3위를 차지한 가운데 4위에 오른 책, 『불변의 법칙』이다. 책이 속한 분야는 ‘재테크, 투자가이드/자산관리’이지만 이 책은 돈과 투자 영역은 물론이고, 인간 본성과 세상 이치에 관한 이야기까지 두루 다루어 다층적이고 복합적인 메시지를 담아냈다는 평가를 받는다. 세계적 베스트셀러 『돈의 심리학』의 저자 모건 하우절이 3년 만에 세상에 내놓은 이 책에서 저자는 “사람들은 무엇이 변할 것인지에 대해 늘 관심을 두지만, 미래에 대비하기 위해서는 오히려 변함이 없는 ‘불변의 법칙’에 대해 알아야 한다.”고 강조한다. 그리고 백 년 후에도 유효할 인간의 행동양식과 반복패턴에 대한 흥미로운 일화들을 들려준다. 워런 버핏의 스니커즈, 빌 게이츠의 숨겨진 불안, 유발 하라리가 받은 뜻밖의 비난, 벌지 전투의 최후 등, 한 편 한 편의 이야기가 마치 다큐 소설처럼 펼쳐진다. 흥미로운 일화에 인간사를 꿰뚫는 통찰과 삶의 교훈을 꿰어내어 “역시 모건 하우절이다”라는 찬사를 받은 이 책은 출간하자마자 아마존과 뉴욕타임스 베스트셀러 자리에 올랐다.



다시, 역사의 쓸모 / 최태성

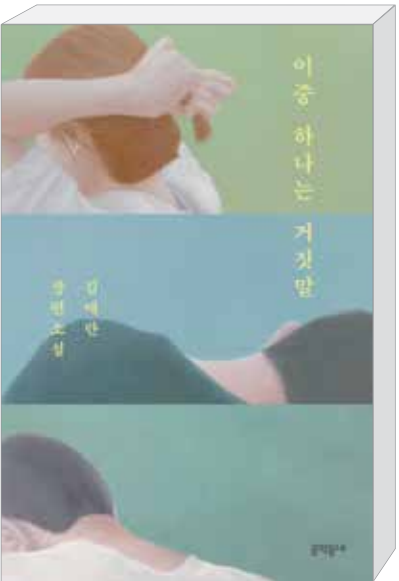
예스24 독자가 뽑은 2024 올해의 책 2위

온라인 서점 예스24는 899,444번의 독자 투표로 2024년의 책 24권을 선정, 공개했다. 1위는 ‘소설가 50인이 뽑은 올해의 소설’ 3위에도 선정된 『이처럼 사소한 것들』이며 2위는 최태성의 『다시, 역사의 쓸모』이다. ‘역사를 배워야 하는 이유’를 말했던 『역사의 쓸모』를 5년 연속 역사 베스트셀러에 올리고 대한민국에 쓸모 열풍을 불러일으켰던 저자는 『다시, 역사의 쓸모』로 ‘삶에 역사의 지혜를 들여오는 방법’까지 소개한다. 더 깊고 예리한 시선과 한층 풍부해진 경험을 더한 『다시, 역사의 쓸모』는 지식을 넘어 삶과 세상을 탐구하는 도구로 역사를 활용하는 방법을 소개하며 독자들을 다시 한 번 역사의 쓸모 세계로 초대한다. 역사에 중요하게 기록될 지난 한 해 동안 우리는 과거를 기억하고 되새김으로써 정당한 선택을 한 현재가 현격히 다른 미래를 만들어낼 수 있다는 것을 실감했다. 무섭게 폭주하는 사회의 변화 속, SNS를 통해 쏟아지는 자극적이고 단편적인 정보들에 휩쓸리기 일췌인 우리에게 삶의 기준을 바로 세워줄 무언가가 그 어느 때보다 절실하다. 이 시기, 수백 년의 시간이 검증한 역사의 통찰은 몸을 기댈 든든한 보루가 되어줄 것이다. 시간이 지나도 변하지 않는 단단한 가치들을 역사에서 건져 보여주는 『다시, 역사의 쓸모』는 ‘한 번의 인생, 어떻게 살아야 하는가’에 대한 답을 찾을 수 있게 도울 것이다.

이 중 하나는 거짓말 / 김애란

소설가 50인이 뽑은 올해의 소설

교보문고는 2016년부터 해마다 소설가 50인에게 그해 출간된 소설 중 가장 추천하고 싶은 소설을 질문, 독자들에게 소개하고 있다. 손원평, 은희경, 이도우, 조우리, 장강명 등이 참여한 가운데 가장 많이 추천된 책은 김애란 작가의 『이 중 하나는 거짓말』이다. 세 명의 고등학생이 몇 가지 우연한 계기를 통해 서로를 의식하기 시작한 후 서서히 가까워지며 잊을 수 없는 시기를 통과해 나가는 이 이야기는 인물의 다면적이고 중층적인 삶을 특유의 간결하고 여운 가득한 문장을 통해 그려 보인다. 2위는 『두 사람의 인터내셔널』로, 2024년 젊은작가상을 받은 한국문학의 신성인 김기태 작가의 첫 소설집이다. 작가의 단편 소설을 모은 이 책은 소설이 선사할 수 있는 재미와 의미를 새롭게 각인시킨다. 3위는 두 개의 소설에 공동으로 돌아갔다. 예소연 작가의 『사랑과 결함』, 클레어 키건의 『이처럼 사소한 것들』이다. 『사랑과 결함』은 이효석문학상, 황금드래곤 문학상 등을 수상하며 한국문학의 기대주로 자리매김한 예소연의 첫 소설집이며 『이처럼 사소한 것들』은 예스24의 ‘올해의 책’ 독자 투표에서 1위로 꼽히기도 했던 책으로 “아름답고 명료하며 실리적인 소설”이라는 호평을 받으며 전 세계 독자들의 사랑을 받은 베스트셀러이다. 동명의 영화로도 만들어져 최근 개봉한 바 있다.





NOROO PEOPLE

어둠이 깊어지고 무채색이 주가 되는 겨울철, 전시장의 컬러들은 더욱 빛을 발합니다. 세계 곳곳에서 모인 명화들, 작가의 손에서 생명을 얻어 살아나는 작품들은 NOROO의 컬러 속에서 더 또렷이, 더 생생하게 고유의 목소리를 내고 관람객과 눈 맞춤을 합니다. 2025년을 위해 NOROO가 준비한 컬러들도 이제 더 많은 곳에서 대중과 만날 것입니다.

NOROO의 컬러 위에 펼쳐진 FRIEZE SEOUL

FRIEZE SEOUL with NOROO PAINT

올해로 3회째를 맞는 <프리즈 서울>이 지난해 9월 4일부터 7일까지 서울 코엑스 전시관에서 개최되었다. 공식 페어 파트너로 행사에 함께한 NOROO는 한 자리에 모인 세계 각지의 갤러리들을 위해 비스포크 컬러의 프리미엄 페인트를 준비, 화려한 예술의 향연을 위한 무대를 완성해 냈다.



글로벌 미술 도시, 서울

전 세계 32개국에서 110개의 갤러리가 서울을 향했다. 국내외 미술 관계자, 미술 애호가 7만여 명 역시 같은 곳으로 눈길과 발길을 모았다. 가고시안, 하우저&위스, 바톤 등 아시아, 미주, 유럽의 최정상급 갤러리들이 대표작을 가지고 한자리에 모인 <프리즈 서울>의 이야기이다.

회화, 조각, 설치미술, 미디어아트, 라이브 퍼포먼스 등 전통과 현대는 물론 온갖 장르를 아울러 미술의 아름다움과 새로운 시도를 펼쳐 보이는 이 아트 페어로 인해 서울은 글로벌 미술의 도시로 자리 잡고 있다. 특히 올해는 아시아 기반 갤러리가 대거 입성하면서 110개 갤러리 중 아시아 갤러리가 63%에 이르고 31개가 한국 갤러리였을 정도로 아시아 거점으로서 서울의 정체성과 개성이 더욱 부각되었다. 프리즈 서울 디렉터 패트릭 리는 이에 자부심을 표하며 “올해 프리즈 서울은 그 입지를 더욱 확고히 했으며, 국내외 방문객들에게 더욱 특별한 에너지와 열정을 불어넣었다.”라고 평가기도 했다. 특히 올해는 경기 침체의 여파를 고려해 갤러리들이 블루칩 작가들의 작품과 함께 동시대 작가들의 수억 원대 작품을 폭넓게 선보임으로써 소장자의 기회 또한 늘리고 장내외의 다양한 프로그램으로 미술의 저변을 확대했다. 사이먼 폭스 프리즈 최고경영자는 “경기 불황에도 불구하고 작년보다 더 많은 컬렉터가 방문했고 반응도 매우 좋았다.”라며 “하이 퀄리티의 환경에서 작품을 선보일 수 있기에 프리즈 서울이 성공을 이어가는 것 같다.”라는 취지의 발언을 하기도 했다.





탁월한 컬러 연출의 NOROO

이러한 전시 환경을 만드는 데에는 공식 로컬 파트너로 3년째 프리즈와 함께하고 있는 NOROO의 페인트가 든든한 역할을 했다. NOROO의 컬러 컨설팅 전문 기관인 ‘노루서울디자인스튜디오(NSDS)’는 〈프리즈 서울〉 주관사와 협의하여 전시 공간을 연출할 컬러를 엄선하여 노루페인트 중앙연구소에서 개발한 전시 특화 비스포크(Bespoke) 페인트로 시공했다. 대다수의 부스에 적용된 화이트 컬러 외에도 곳곳에서 NOROO의 컬러는 부스의 개성을 강화하고 작품을 더욱 돋보이게 했다.

서도호 설치미술가와 서울호 건축가가 그들의 아버지이자 수목 추상화의 대가인 고 서세옥 화백의 작품으로 LG 전자와 콜라보하여 선보인 〈Suh Se Ok X LG OLED〉전시는 LG 투명 OLED TV로 작품의 레이어를 늘리며 공간 전체를 작품화했는데, 이 공간에서 NOROO의 비스포크 페인트는 깊이감 있는 먹색으로 흑백의 아름다움을 그윽하게 전달했다. 베트남 호치민에 소재한 퀴(Quynh) 갤러리는 투안 안드류 응우옌의 대형 모빌 작품을 설치하며 청록색을 배경색으로 선택해 눈에 띄는 공간을 만들었다. 이 갤러리를 소개한 아트인(Artin)의 김지원 대표는 “원했던 컬러가 정확히 발현되어 굉장히 만족스럽다.”라며 평소에도 NOROO의 페인트로 좋은 전시 공간을 만들고 있다고 밝히기도 했다. 퀴 갤러리의 전시는 가장 뛰어난 전시 연출 갤러리에 수여하는 ‘프리즈 스탠드 프라이즈(Frieze Stand Prize)’에 선정되었다.

예술과 함께, 컬러와 함께

〈프리즈 서울〉 전체의 미감을 북돋우는 NOROO의 컬러 역할은 전시장에 설치한 미디어 월에서도 생생하게 전달되었다. 인파가 가장 붐빈 Hall C에서 NOROO 미디어 월은 페인트의 다채로운 색감과 질감을 소리와 함께 보여주는 〈컬러 사운드〉와 밀라노 디자인 워크에서 선보였던 노루페인트의 전시 〈Hongchul Wonderland〉영상을 상영하며 관람객의 이목을 끌었다.

또한 NOROO는 작년에 이어 올해도 영국 런던 프리즈 본사가 선정한 ‘최우수 갤러리 선정 후원사’로서 ‘포커스 아시아 스탠다드 프라이즈’를 수여하는 명예로운 역할을 하기도 했다. 이번 ‘포커스 아시아 스탠다드 프라이즈’는 멀티미디어 작가 루앙을 소개한 일본의 파르셀 갤러리와, 황서연 작가와 함께한 한국의 G 갤러리에 돌아갔다. 최근 프랑스 파리에서 루이뷔통과 전시 협업도 하고 있는 루앙 작가는 이번 수상을 전혀 예상하지 못했다면서 정말 기쁘다는 소감을 NOROO에 전하기도 했다. 〈프리즈 서울〉과 함께 예술의 저변을 확대하는 데 힘을 보태온 NOROO는 앞으로도 예술이 있는 곳, 컬러가 필요한 곳이라면 어디서든 함께하며 다양한 예술 활동을 적극 후원할 계획이다. 서울이 글로벌 미술 도시로 자리매김되었듯 NOROO 역시 전 세계 고객들에게 문화적, 예술적 영감을 주는 컬러 전문 기업으로 깊이 인식되고 있다.



색으로 보듬은 로트렉의 휴머니즘

〈툴루즈-로트렉 : 몽마르트의 별〉 with NOROO PAINT

급속한 근대화 속에서 경제, 과학과 기술, 문화가 크게 번성했던 프랑스의 19세기 후반은 ‘아름다운 시대’, 즉 ‘벨 에포크’로 불릴 만큼 낙천적이고 화려한 시대였지만 빈부격차의 길은 어둠 또한 존재했다. 앙리 드 툴루즈 로트렉은 그 빛과 그림자를 동시에 그려낸 화가로, 이번 〈툴루즈-로트렉 : 몽마르트의 별〉 전시는 인간에 대한 그의 깊은 관심과 애정에 초점을 맞추어 구성되었으며 노루페인트는 그의 휴머니즘을 색으로 감싸 더 따스하게 비춰냈다.



압생트의 그린

앙리 드 툴루즈 로트렉의 그림을 보고 있노라면 마치 벨 에포크 시대 몽마르트의 시끌벅적한 카바레에 들어와 있는 듯하다. 취객의 소음과 음악, 담배 연기가 섞이고 댄서들의 춤으로 들쭉날쭉한 공기가 그림으로부터 퍼져 나온다. 그러나 막상 춤을 추고, 남성을 상대하는 여인들의 표정은 어딘가 피로하고 지쳐 있다. 여성과 남성이 나누는 은밀한 대화와 시선에는 사랑보다는 계산이 읽힌다. 그래서 더 눈이 가고 마음이 간다. 석판화의 단순한 색과, 취해서 흐느적거리는 것 같은 작가 고유의 선으로 묘사된 몽마르트의 풍경은 흥청망청 그 자체인 밤의 유희 문화와 이면의 쓸쓸함을 전한다. 그 이질감을 두드러지게 하며 동시에 작가의 인간애가 더 진하게 배어 나오도록 돕는 것은 노루페인트의 컬러로 조성된 전시장이다.

‘보헤미안’이라는 주제로 〈물랑 루즈 : 라 굴뤼〉, 〈콩페티〉 등 로트렉의 실험정신이 깃든 작품들을 전시한 제1부는 ‘초록 요정’이라 불리며 당시에 널리 사랑받았던 술, 압생트와 같은 계열인 NOROO MD 6108 Edamame의 진한 연두색으로 채워져 그림 속 스토리에 대한 묘한 각성 효과를 일으킨다. 도수 높은 술잔 안에 놓인 것 같은 그림들은 인물들의 감정과 화가의 의도를 더 또렷이 드러낸다. 1880년대 몽마르트에 정착한 그는 일본 우키요에로부터 영향받은 비대칭의 대각선 구도, 생략과 강조를 통한 전경과 후경의 완급 조절, 간결한 색채의 대비 등 파격적 양식으로 센세이션을 불러일으키며 특정 유파에 속하지 않은 작품들을 보여 주었다. 귀족 출신이었지만 스스로 보헤미안이 되고자 한 그의 실험이 시작된 것이다.





소박한 일상의 옐로

붉은 커튼과 NOROO WV8021 Onyx Red로 당시 인기 있었던 유흥 시설 중 하나인 카페 콩세르(Cafe Concert)를 재현한 붉은 방을 지나면 제2부, ‘휴머니스트’가 펼쳐진다. 이 섹션에는 작가가 직접 사창가에서 지내며 매춘부의 소박한 일상을 특유의 관찰력과 인간애로 그려낸 12점의 연작과 여성 배우, 가수들이 주인공인 그림이 걸렸는데, 이들 작품의 배경이 된 NOROO MD 6085 Wild Yellow는 비좁은 골목에도 스미는 따뜻한 햇살이 되어 고된 일을 끝낸 그녀들의 낮을 부드럽게 감싼다.

제3부인 ‘몽마르트의 별’에서는 짧은 생을 살다 간 로트렉의 생애 후반기 판화 작품과 다양한 삽화 작품을 NOROO MD 1117 Soft Leaf의 차분한 색조 위에 걸었다. 36살의 나이로 병원에서 생을 마감하기까지 그는 색연필을 쥐고 그림에 대한 열정을 이어갔다. 어린 시절 아버지와 함께 관람했던 서커스를 회상하여 그린 그림들은 기존보다 더 정교하고 사실적인 묘사로 생애 대한 의지와 동경을 보여주는 한편, 좁은 공간에서 조련당하는 동물들을 통해 작가의 고통과 굴레에 공감케 한다.

화려한 광고와 주홍

전시는 ‘프랑스 아르누보 포스터’의 4부로 마무리되는데, NOROO WV 8028 Orange City를 메인 컬러로 사용한 이 공간은 당시 상업 포스터 작가로 활동한 쥘 세레, 조르주 드 피르, 폴 베르통 등의 포스터로 당대의 소비와 여가 문화를 고스란히 보여준다. 따로 조성된 알폰소 무하의 공간은 아르누보 스타일의 빼어난 아름다움으로 눈을 즐겁게 한다.

전시에 진중함을 드리우는 NOROO NU 4063 Cordwood와 함께 시대 연표와 영상, 벨 에포크와 자포니즘, 석판술에 대한 자료로 마무리되는 전시의 마지막 공간을 나서며 ‘몽마르트의 별’이라는 전시 제목을 곱씹어 본다. 어둠 속에 빛나며 밤의 모든 것을 지켜보는 별이니 정말이지 앙리 드 툴루즈 로트렉에 걸맞은 제목이 아닌가. 귀족임에도 신체적 장애로 귀족 문화에서 소외될 수밖에 없었으나 몽마르트에서 독특한 화풍을 펼치며 현대 회화를 도래케 한 위대한 예술가. 그의 유산들은 각각의 별빛으로 긴 시간을 지나 우리에게 당도해 있다.



페이퍼 피플 페인팅으로 펼쳐지다

〈장 줄리앙의 종이 세상〉 with NOROO PAINT

세계적 일러스트레이터 장 줄리앙의 새로운 전시, 〈장 줄리앙의 종이 세상〉이 서울 ‘퍼블릭가산 퍼블릭홀’에서 개최되었다. 프랑스 파리의 유명 백화점 르봉 마르쉐와 일본 도쿄의 복합 물 긴자 식스 건물 전체를 점령하다시피 했던 전시, 〈페이퍼 피플〉의 연장선상에서 나아가 ‘페이퍼 월드’를 보여주는 이번 전시는 노루페인트의 풍성한 컬러로 더 다채롭게 펼쳐졌다.

단순해서 명쾌한

주변의 일상과 사회적 이슈를 일러스트, 회화, 설치미술, 사진, 영상 등 다양한 작업 방식으로 풀어내어 큰 인기를 모으고 있는 프랑스 출신의 장 줄리앙은 한국에서도 사랑 받는 작가로, 2022년 DDP에서의 회고전 〈장 줄리앙: 그러 먼 거기〉, 2023년 경주 우양미술관의 〈여전히, 거기〉 등의 전시로 약 30만 명 이상의 관람객과 교감하며 뜨거운 반응을 얻은 바 있다. 이번 전시 역시 프리뷰에서부터 많은 관람객들이 몰려 작가에 대한 애정을 짐작하게 했다.

장 줄리앙이 사랑받는 이유는 작품을 보면 바로 알 수 있다. 일단 쉽고, 무척 재미있다. 작은 테마파크 같은 전시장에 들어서면 그 특유의 느낌은 더 확실해진다. 이곳은 어린이의 낙서처럼 단순하지만 유니크한 종이 캐릭터, 페이퍼 피플이 가위질로 자유롭게 창조해 낸 세상이다. 쓱쓱 오리고 싹싹 칠해 탄생한 페이퍼 피플들이 곳곳에서 책을 읽고, 걷고, 쇼핑하고, 폰을 보는 〈종이 세상〉의 심플함과 과감성에 관람객들은 어딘가 명쾌해지는 경험을 하게 된다. 복잡하게 얹혀 있는 머릿속 생각들이 싹둑싹둑 잘려 나가는 것 같달까. 그러면서도 작품들은 현실을 명확히 바라보게 만든다. 똑같이 재단되어 컨베이어 벨트 위에 놓이는 페이퍼 피플은 비슷한 삶을 살아가고 추구하는 우리인 듯 느끼게 하고, 곳곳의 일러스트는 피식 나오는 웃음과 함께 폐부를 찔러 스스로를 돌아보게 한다. 재치로 시선을 끌고 철학으로 깊이 생각하게 해 빠져들 수밖에 없는 작가와 전시가 〈장 줄리앙의 종이 세상〉이다.





페이퍼 피플의 대서사시

작가가 이끌어 온 <페이퍼 피플> 스토리의 마지막 챕터임을 표방한 이번 전시는 크게 세 섹션으로 구성되었다. 첫 번째 섹션인 ‘페이퍼 팩토리’는 벽면의 종이에서 막 잘려 나오고 컨베이어 벨트 위와 허공에 줄줄이 놓인 페이퍼 피플들로 그들의 세계가 시작됨을 알린다. 수 년 간의 시련 끝에 마침내 복제 기술을 마스터했다는 페이퍼 피플들의 진화를 보여주는 이 방은 위압적인 크기의 일러스트와 설치 작품으로 압도적인 첫인상을 준다. 화려한 궁전 안에 잔뜩 걸어 두는 초상화처럼 높은 층고의 벽에 걸린 대형 작품들은 역사 속 기록물들을 보여주는 듯하다.

두 번째 섹션 ‘페이퍼 정글’은 그 역사를 길게 서술하는 코너다. 귀여운 얼굴을 한 거대한 뱀의 구불구불한 몸통에는 지구 생명체와 인류의 진화, 번영, 쇠락부터 페이퍼 피플의 기원과 성장, 소통, 확장, 그리고 내면의 아픔까지 촘촘히 그려 넣어 마치 대서사시와 같이 길고 긴 이야기를 전한다. 정교하게 구성된 정글 속에서 관람객은 작가의 의도를 깊이 이해하며, 숨겨진 메시지를 발견하는 특별한 경험을 하게 된다. 마지막 섹션인 ‘페이퍼 시티’는 수년간의 여행 끝에 마침내 페이퍼 피플이 만든 도시이다. 이곳에는 그들이 일상을 보내는 책방, 영화관, 꽃집, 빵집 등이 작은 마을처럼 구성되어 우리도 페이퍼 피플인 양 섞여 거닐게 된다. 장 줄리앙의 회화와 드로잉 작품들을 비롯해, 파리 르봉 마르세에서 선보였던 쇼윈도 설치 작품까지 함께 전시되어 관람객은 독창적인 도시 풍경을 생동감 있게 감상할 수 있다.



종이 세상을 만든 40가지의 컬러

장 줄리앙은 이번 전시를 위해 약 2주간 한국에 머물며 전시 구성, 설치, 그리고 현장의 작품 창작에 적극적으로 참여했다. 컬러 선택도 그가 직접 진행했는데 무려 40가지의 노루페인트가 사용되어 간결한 그림에 풍부한 색감을 입혀 주었다. 이번에 사용된 페인트는 친환경 수성페인트인 ‘순&수 울커버’로 BT 7040 Coral Sugar, VV 8028 Orange City, MD 5149A Aqua Drop 등 24가지 컬러가 전시 공간 연출에 쓰여 페이퍼 피플의 캐릭터와 도시 분위기를 완성해 주었으며 BT 7116 Cozy Melon, BT 7039 Strawberry Caramel, MD 6113 Sunshiny Green 등 16가지 컬러는 벽면 작품의 컬러로 사용되어 다양한 색감이 통일성 있게 어우러지도록 도왔다.

단순한 라인 드로잉의 납작한 페이퍼 피플들이 다채로운 컬러를 입고 수많은 이야기를 들려주는 곳, 그래서 다층적 의미를 만들어 주는 곳, <장 줄리앙의 종이 세상>은 3월 30일 까지 열려 있다. 그들의 세계가 닫히기 전에 서둘러 방문 하길 권한다.



함께 달리면 끝까지 갈 수 있어

NOROO 마라톤 동호회

아직 여름의 더위가 가시지 않은 가을의 초입, 서울 상암 월드컵공원에서 제22회 국제관광 서울 마라톤 대회가 열렸다. 이른 아침임에도 뜨거운 햇빛이 광장에 가득 내리쬐는 가운데, 많은 사람이 함께 달리기 위해 평화광장에 모였다. 그 속에는 NOROO 마라톤 동호회 회원들도 있었다.



건강하게, 즐겁게, 함께

이날 대회에 참가한 동호회원은 노루페인트 포승 ESQM팀 김대기 책임과장, 해외사업본부 해외1팀의 박보용 과장, 디지털 마케팅팀의 조현정 과장과 박지현 대리이다. 밝은 미소로 만난 이들은 달리기에 앞서 가볍게 준비 운동을 시작했다. 오늘의 마라톤 코스는 평화광장에서 시작해 난지천공원 주차장, 노을공원 등을 통과해 다시 평화광장으로 돌아오는 코스로, 참가자는 곳곳의 반환점에 따라 5km, 10km, 하프 코스를 뛰게 된다. 하프 코스를 선택한 박지현 대리 외에는 모두 10km를 뛴 예정. 모두 마라톤 경험자라 그런지 표정에는 여유가 엿보였다. 특히 동호회 회장인 김대기 책임과장은 털털한 웃음으로 인터뷰하며 2009년부터 마라톤 동호회 활동을 한 베테랑 마라토너의 모습을 보여주었다.

“저희 동호회는 2009년에 개설되었고 현재 회원은 29명이예요. 운동을 좋아하는 데다, 공장장실에 걸려 있는 마라톤 대회 사진이 멋있어 보여서 저도 그때 가입했죠. 마라톤의 장점이요? 건강한 삶과 사교적인 삶을 연결해 준다고 생각해요. 함께 달리면서 유대감도 쌓고, 건강도 얻고, 스트레스도 해소할 수 있죠. 달리다 보면 아무 생각도 안 할 수 있어요.”라는 그에게 달리다가 힘들 때 극복할 방법을 묻자 재미있는 대답이 돌아왔다. “상상하는 겁니다. ‘전쟁이 발생했다! 가족들을 찾으러 집으로 뛰어 야 한다!’라는 상상이요. 하하하.”





성취감을 늘리는 마라톤



“저도 평소에 달리기를 좋아해서 가입하게 되었어요. 동료는 지치고 힘들 때도 달리게 하는 동력이 되어주거든요. 그래도 힘들 땐 동호회에서 접수하는 마라톤 대회에 덜컥 신청하면 됩니다. 대회 준비를 하다 보면 자연스럽게 극복돼요!”라며 조현정 과장은 환하게 웃어 보였다. 이날 조현정 과장의 목표는 대회를 즐기면서 완주하는 것. “처음 출전했을 땐 신나서 초반에 오버페이스하는 바람에 일주일 동안 몸이 아팠어요. 이번엔 기록 욕심 없이 달리기를 즐겨 보려고요.”라는 조현정 과장이자.

박보용 과장의 목표도 기록 상관없이 풍경을 눈에 최대한 담으면서 완주하는 것. “마라톤의 권태기라고 하는 ‘런태기’가 오면 평소 익숙하지 않던 새로운 코스를 뛰어보는 게 도움이 돼요. 그래서 다양한 마라톤 대회에 나가는 게 효과가 있죠. 이 대회도 코스가 마음에 들어서 참가하게 되었어요.”라는 그는 지금까지 참가한 마라톤 중 에션 차량을 통제해 도로 한복판을 달릴 수 있었던 동아 서울 마라톤이 가장 기억에 남는다며 “마라톤은 자기 효능감을 향상할 수 있다는 게 장점이에요. 짧은 거리라도 완주를 반복하다 보면 성취 경험이 쌓이면서 스스로에 대한 확신과 믿음이 생기거든요. 마라톤, 추천합니다!”라고 강력히 권했다.

2016년부터 서울 마라톤 크루에 가입해 마라톤을 시작했다는 박지현 대리는 운동을 한참 쉬다가 올해 동호회에 가입했다. 함께 달리고 운동에 대해 대화하며 즐기는 마라톤을 하는 게 런태기 극복의 팁이라는 그는 “힘들어도 사람들과의 약속 때문에 억지로라도 달리면, 결국 기분이 좋아져요. 이게 동호회의 장점이지요.”라고 하며 동호회 활동을 추천했다.

같이 달리지 않을래요?

진행자와 참가자들의 힘찬 카운트다운과 함께 드디어 마라톤이 시작되었다. 밝은 얼굴의 동호회원들은 중간중간 두동실 떠오른 페이스메이커들의 풍선만큼이나 가벼운 몸짓으로 달려 나갔다. 우르르 지나가는 마라토너들의 등을 응원의 소리가 힘껏 밀어주었다.

얼마나 지났을까. 햇빛이 차츰 더 뜨거워지며 시간의 흐름을 알리자 5km 코스를 선택한 이들부터 하나, 둘 돌아오기 시작했다. 이어서 10km를 완주한 동호회원들이 등장했다. 붉어진 얼굴에 땀을 한가득 흘리며 숨을 몰아쉬는 이들은 주최 측이 준비한 음료와 간식을 받아들고 그늘에 털썩 주저앉았다. “와, 너무 힘들어요!”, “마라톤 왜 하죠? 다신 안 해!”, “오르락내리락 코스라 쉽지 않네요.”, “진짜 더웠어요!”라며 연신 물을 들이키던 이들은, 잠시 휴식이 끝나자 언제 그랬냐는 듯 “다음에 또 참가해야겠어요.”, “역시 개운해요.”라며 달리기에 흠뻑 빠진 마라토너의 모습을 보여주었다. 이어 하프 코스를 완주하고 돌아온 박지현 대리와 함께 동호회원들은 메달을 걸고 카메라 앞에 섰다. 출발할 때와 달리 땀에 얼룩진 얼굴에, 흐트러진 머리였지만 그들이 뿜어내는 에너지에 압도당하는 듯했다. 그들의 뜨거운 에너지는 소리가 되어 마치 이렇게 말하는 듯했다. “같이 달리지 않을래요?”



오세요, 원당로 사랑방 노루페인트 고양점으로

노루페인트 고양점

서울시의 북쪽에 맞붙은 경기도 덕양구와 일산동구의 경계선에 자리 잡고 야트막한 건자산을 바라보는 원당로 513의 벽제교 삼거리에 위치한 노루페인트 고양점. 교차로를 무심히 지나치는 이들은 이곳이 그저 페인트 대리점이거나 할 것이다. 그러나 한 번이라도 문을 열고 들어선 이들은 알게 된다. 이곳이 따뜻한 정이 오가는 사랑방이라는 것을. 인연을 소중히 하며 페인트로 정을 나누는 노루페인트 고양점의 남명국 대표, 이은이 실장을 만났다.

100% 신뢰로 시작한 동업

“이런 자리 어색해서 사양했는데... 차 한잔하시면서 이야기해요.”라며 이은이 실장은 쑥스러운 미소로 자리에 앉았다. “커피 드실래요?” 하고 남명국 대표가 일어서려던 차에 전화가 걸려 오자 문수철 과장이 대신 익숙하게 커피를 타왔다. 오래도록 함께한 사람들이 공유하는 자연스러움이 엿보이는 장면이었다. 노루페인트 고양점이 이 자리에 문을 연 것은 2020년 4월. 사업을 시작한 지는 이제 5년 차이지만 남명국 대표와 이은이 실장의 인연은 25년이 넘어간다. “예전에 다른 페인트 대리점에서 20년을 동고동락했어요. 남명국 대표님은 그곳에서 40년을 일하셨죠. 그리고 우리의 사업을 이곳에서 시작하게 되었어요.” 주변에선 모두 말렸다고 한다. “가족끼리도 동업이 힘든데, 남과 동업하는 것 아니다, 동업 자체가 쉽지 않다’면서 모두 반대하더라고요. 하지만 남명국 대표님이니까 할 수 있다고 생각했어요.” 열은 미소에 진한 신뢰를 담아 이은이 실장은 말을 이었다. “20년을 봐왔는 걸요. 정말 정직하시고, 성실하세요. 저희 부모님도 남명국 대표님이라면 믿을 수 있다면서 사업을 지지해 주셨죠. 무조건 잘될 것으로 생각했어요.” 남명국 대표는 이 말을 그대로 이은이 실장에게 돌렸다. “제가 100% 믿는 이은이 실장이 있으니까 맨땅에 헤딩할 수 있었던 건데요. 서로가 모르는 것 가르쳐 주며 일하던 긴 세월 끝에 같이 재미나게 사업하니까 참 좋습니다. 허허허.”



2021년부터 노루페인트 고양점을 담당해 오며 가족 같은 사이가 된 노루페인트 서울3지점의 문수철 과장도 한 마디를 보탰다. “욕심 없이 서로를 위하시는 분들이라 그 어렵다는 동업을 성공해 내신 것 같아요. 그리고 정말 친절하세요. 오시는 분들께 정성을 다하시거든요. 그래서 여기가 이 동네 페인트 시공업자분들의 사랑방이에요.”



성실과 친절로 만드는 사랑방

페인트 시공업자들은 오가며 노루페인트 고양점에 들른다. 일이 끝나면 반주를 곁들인 저녁을 함께하는 날도 많다. 거의 매일 이 그러니 손님과 주인 모두가 ‘식구’인 셈이다. 이곳이 사랑방이 된 것은 두 사람의 성실과 친절에서 비롯되었다.

“처음에 여기 가게를 낸다고 하니 반응들이 안 좋았어요. 헛헛 그런 곳에 웬 가게냐 했죠. 심지어 코로나 시기였고요. 하지만 열심히 하면 한 번 온 손님이 두 번 올 것이라고 생각했어요. 근처에 거래처의 창고가 있기도 했어요.” 두 사람은 그렇게 가게를 열고 3년 동안 하루도 쉬지 않았다. 새벽에도 물건을 필요하다는 전화가 오면 차에 시동을 걸었다. 1년에 자동차 주행거리가 5~6만 km씩 쌓였다. 남명국 대표의 아들은 배달을 도우며 운 영에 힘을 보탰다. 바쁘게 사업을 키워 나가는 와중에 주위에 도움 주는 것도 마다하지 않았다. “오랜 경력으로 시스템을 잘 아 시고 조색 능력도 뛰어나시거든요. 특약점 개설하려는 다른 분 들께 노하우를 전수해 주시는 데에도 자주 도움을 주셨어요. 매 장에 하나 있는 제품도 빌려달라고 하면 주시면서 ‘내가 못 팔아 도 남이 팔면 된다.’라고 하시는 분이세요. 그렇게 넉넉한 마음이 라 사업이 성공하는 것 같아요.”라고 말하는 문수철 과장이다.



나누고 누리며 앞으로

욕심은 그저 일 욕심만 있을 뿐, 나머지는 모두 나누고 누리는 게 노루페인트 고양점의 모토이다. 거래처가 지방에서 일하면 주말에 내려가서 현장 일을 거들기도 하고, 펜션에서 바비큐를 함께하기도 한다. 좋은 일에는 축하하는 마음이 자연스레 앞서 인연 된 거래처들의 환갑 잔치를 8번이나 열어 주기도 했다. 거래처도 늘고 매출도 꾸준히 상승세를 이어가는 사업 5년 차인 지금, 앞으로의 목표를 묻자 “별거 있나요, 이렇게 계속 매출 늘리면서 돈이 벌리면 우리와 일하시는 분들이랑 여행이나 가고 맛있는 것 먹는 거죠. 제주도도 가고, 언젠가 해외도 가고요.”라는 남명국 대표의 말에 이은이 실장이 웃음을 얹어 주었다.

노루페인트 고양점의 살가운 행보엔 앞으로도 노루페인트가 계속 함께할 것이다. 두 사람은 오래도록 노루페인트를 다루어 왔기에 매장을 낼 때에 한 치의 고민도 없이 노루페인트를 택했다. “노루페인트에 익숙하기도 하지만, 무엇보다 노루페인트는 계속 개선해 나간다는 장점이 있어요. 지속적으로 업그레이드하고 신제품을 내면서 품질에 신뢰를 주죠. 가족처럼 편하게 잘 해주는 문수철 과장 등 함께 일하는 분들도 좋고요.”라고 마치 한 입인 것처럼 말하는 문수철 대표와 이은이 실장. 그들이 정성으로 만들어 가는 사랑방에서 언제나 훈훈한 소식이 들려오길 기대한다.



STORE INFORMATION

노루페인트 고양점 경기도 고양시 일산동구 원당로 513
031.963.7704

우주항공·방산용 소재산업 발전을 위한 업무협약 체결

노루페인트, 다자간 업무 협약 체결

노루페인트는 지난 2024년 10월 24일, ‘우주항공·방산용 실란트 소재 초격차 기술 개발 및 실증 사업 추진을 위한 다자간 업무협약(MOU)’을 체결했다. 노루페인트를 포함해 총 7개 기관이 참여한 이번 협약식은 우주항공·방산용 실란트 소재에서의 초격차 기술 개발 및 실증 사업의 원활한 추진과 성과를 위해 이루어졌다.

초격차 기술 확보를 위한 MOU

지난 10월 24일, 경상남도 양산시의 양산시청에서는 한국 항공 및 방산용 소재 개발에 있어 중요한 협약식이 열렸다. 경상남도, 양산시, 한국항공우주산업(KAI), 한국건설생활환경시험연구원 (KCL), 경남테크노파크, 새론테크, 그리고 노루페인트가 참여한 이 협약식은 ‘우주항공·방산용 실란트 소재 초격차 기술 개발 및 실증 사업 추진을 위한 다자간 업무협약(MOU)’으로, 참여 기업들은 이 협약식을 통해 상호 협력을 더욱 공고히 하여 우주 항공·방산용 소재 산업을 국산화로 전환하고 나아가 글로벌 시장에 빠르게 진출할 수 있도록 박차를 가할 것임을 공표하였다. 실란트는 부품들의 접합부, 이음매 등의 틈을 메우는 액상 소재로 창문 유리, 싱크대 틈새에 사용되는 실리콘도 실란트의 한 종류다. 우주항공·방산용 실란트는 항공기 제조·정비(MRO : Maintenance, Repair, Overhaul)의 핵심 기능 소재로 연료 탱크의 누설을 방지하고 조종실과 객실의 압력을 유지하며 비행 중 부품의 풀림을 막고 부품 접합면의 기밀을 유지하는 등 다목적으로 사용된다. 우주항공과 방산용은 극저온과 극고온 등 극한 환경에 반복 노출되어도 동일한 성능을 유지해야 하기 때문에 일반적인 산업용 실란트 소재보다 월등히 뛰어난 최고 수준의 성능이 요구된다. 그러나 해외로부터의 기술 이전이 제한되어 있는 데다 국내에는 시험 평가 기반 및 인증 체계가 없어 전량 수입에 의존하고 있던 상황이다. 이에 한국항공우주산업 등 국내의 수요처는 국산화의 필요성을 계속 제기해 왔다.



이를 위해 산업통상자원부는 2024년부터 5년간 국비 200억 원 등 총 344억 원을 투입해 실링 소재·제품 시험 평가를 위한 장비 구축, 수요 기업 연계 표준화 기술 개발, 미연방조달청 시험기관 등록을 통한 제품 인증 지원, 실링 소재 국산화 기술 개발 지원, 산·학·연·관·군 전문가 네트워크 구축, 기술 컨설팅 및 시제품 제작 지원을 통한 기업 지원 등을 추진하는 ‘우주항공·방산용 실란트 소재 초격차 기술 개발 및 실증 사업’을 공모하였다. 노루페인트는 2024년 3월에 공모한 해당 사업의 개발사로 최종 선정되어 이 협약에 참여하게 되었다.



극한 환경을 이겨내는 실란트 개발

이번 공모를 통해 선정된 한국건설생활환경시험연구원과 경남테크노파크는 공동으로 실증을 위한 기반을 조성하고, 노루페인트와 새론테크는 세부 기술별로 대학, 연구소 등과 기술 개발을 담당하게 되었다. 이에 따라 노루페인트는 지난해부터 연료 탱크를 보호하고 에어프레임(비행기 동체, 착륙 장치, 꼬리 날개 등)에 적용할 가혹 환경 부식 방지용 실란트 제품 개발에 착수했으며 대표적인 수요 기업인 한국항공우주산업과 연계하여 기술 개발 및 실증 업무 등을 진행하고 있다. 노루페인트 관계자는 “현재 개발하고 있는 기술은 철도와 선박, 건설, 자동차, 미래항공 모빌리티 등 다양한 분야에 확대하여 적용할 수 있는 고부가가치 사업이 될 것입니다.”라고 밝히며 “협약 기업들과의 상호 협력을 통해 우주항공·방산용 소재 산업에서 초격차 기술을 확보해 나갈 예정입니다.”라고 말했다. 관(양산시, 경남도), 연(경남테크노파크, 한국건설생활환경시험연구원), 산(노루페인트, 새론테크)이 함께하며 특히 노루페인트의 기술력이 발휘될 이번 사업의 미래가 크게 기대되는 바다.



2025, 푸르게 빛나라 노루페인트의 서울색, 그린오로라

서울시는 노루페인트와 ‘서울색 구현 및 확산’을 위한 업무 협약을 체결하여 2024년의 서울색, ‘스카이코랄’을 발표한 데 이어 2025년의 서울을 대표하는 색으로 ‘그린오로라’도 발표했다. 2년 연속 서울색 개발에 참여해 컬러 구현과 적용에 함께한 노루페인트는 활기와 평온함을 담은 이 색상으로 2025년의 서울 곳곳을 푸르게 빛낼 계획이다.

서울의 밤, 그린오로라가 떴다

셀 수 없이 많은 색 중 서울색은 어떻게 선정될까? 여기엔 빅데이터가 동원된다. 서울 시민이 한 해 동안 주로 어떤 일상을 보냈는지, 어디에 가장 많은 관심을 두었는지를 분석하여 키워드를 잡고, 관련 색채군을 수집한 후 전문가들이 논의하여 선정하는 것이다.

전문기관은 지난 한 해 AI·빅데이터를 기반으로 서울 시민의 문화·환경·기술·생활 분야별 키워드를 분석하여 서울의 주요 키워드로 ‘긴 여름’을 선정했다. 기후 변화로 점점 길어지는 여름이 시민들의 일상 속에 이슈화된 것이다. 이러한 여름에 대해 오전·오후·야간의 시간대별로 색채군을 수집한 후 전문가의 논의를 거쳐 최종적으로 선정된 컬러는 길고 푸르렀던 여름 밤의 정취와 초록빛의 안정감을 담은 ‘그린오로라’이다. ‘그린오로라’의 초록은 여름 태양의 열기가 다소나마 누그러지는 밤, 조명에 비친 가로수의 색상으로 인공과 자연이 조화를 이룬 도시, 서울의 아름다움을 전한다.



서울시는 올해 11월까지 서울을 ‘그린오로라’로 물들인다는 계획이다. 이미 지난 11월 28일부터 서울의 밤에 ‘그린오로라’가 펼쳐졌다. 서울시청, 세빛섬, 세종문화회관, 광화문광장(해치마당), 월드컵대교, 신행주대교, 롯데월드타워, 남산서울타워, 서울식물원, DDP 등 서울 곳곳은 일렁이는 초록빛, ‘그린오로라’의 명소가 되었다.

서울에 그린오로라를 펼쳐내는 노루페인트

2025 서울색 ‘그린오로라’를 표준화하는 과정에는 노루페인트가 함께했다. 노루페인트는 컬러 기술력과 컨설팅 역량을 바탕으로 지난해 페인트 업계 최초로 ‘디자인 서울 2.0 사업’의 서울색 개발에 협업하였고 서울색이 시민의 일상에 성공적으로 스며들 수 있도록 영상 제작을 비롯한 다양한 마케팅 활동으로 협력해 왔다. 이러한 성과를 바탕으로 2025년에도 노루페인트는 서울색 파트너로 동행을 이어가게 되었다. 노루페인트는 서울시와 함께 공공정보를 효과적으로 전달하고, 서울의 이슈와 메시지를 시민들에게 안내할 수 있는 『2025년 서울 스탠다드 컬러북』을 공동 제작했다. 서울색 컨셉으로 제작된 컬러북에는 2025 서울색, 서울 방호벽 안전색, 서울 감염예방 대표색, 서울 안전색 등이 수록되었으며 시민 누구나 컬러를 활용할 수 있도록 각 컬러별 RGB, CMYK 등이 함께 표기되었다. 이와 함께 노루페인트는 다양한 공간에 서울색이 활용될 수 있도록 ‘그린오로라’ 친환경 수성페인

트(1L, 4L)를 출시, 전국 노루페인트 특약점을 통해 판매할 예정이다.

노루페인트 관계자는 “서울색을 알리는 데 집중했던 2024년에 이어, 2025년에는 서울색을 일상생활에 반영할 수 있는 다양한 작업을 시도할 것”이라며 “이러한 활동을 통해 노루페인트가 단순히 페인트를 만드는 기업이 아닌 컬러와 디자인을 다루는 기업으로 대중들에게 알려질 것”이라고 기대를 밝혔다.

‘그린오로라’는 여러 기업과의 콜라보를 통해 다양한 제품으로도 출시될 계획이다. 그린오로라가 곳곳에서 빛날 2025년의 서울은 어떨까. 특히 올해의 여름밤은 ‘그린오로라’로 조금 더 신선하고, 청량해지지 않을까?



Connection, Comfort, and Harmony

Mocha Mousse

매년 세계의 시대정신을 포착해 올해의 컬러를 발표, 문화와 색상과의 관계를 명시적으로 드러내는 팬톤이 2025년 올해의 컬러를 발표했다. 2025년 올해의 컬러로 선정된 것은 풍부함이 깃든 따뜻한 갈색 색조인 PANTONE 17-1230 Mocha Mousse로 초콜릿의 달콤함과 커피의 부드러운 향을 암시하여 편안함과 만족감을 전한다.



행복의 순간을 깊이 전하는 브라운

매해 연말이면 전 세계 컬러 산업 및 트렌드 관련 전문가들의 시선이 한 곳에 집중된다. 바로 글로벌 색채 전문기업 팬톤의 ‘올해의 컬러’ 발표이다. 팬톤은 해마다 트렌드를 분석하여 대중이 가장 중요하게 생각하는 것, 가장 원하는 것을 반영하여 ‘올해의 컬러’를 발표한다. 이렇게 선정된 컬러는 인테리어, 패션, 뷰티, 제품, 웹 디자인 등 수많은 분야를 그야말로 ‘물들이며’ 대중의 마음에 스며들고, 소비자의 구매욕을 자극하며, 트렌드를 선도한다.

2025년 올해의 컬러로 선정된 PANTONE 17-1230 Mocha Mousse는 풍부하고 감각적이며 편안함과 따뜻함을 지닌 갈색 색조이다. 설명을 듣지 않아도 컬러를 보는 순간 밀크초콜릿이 입안에서 녹는 듯 부드럽고 달콤한 맛이 가득 차오르는 느낌이 들 것이다. 진한 커피에 따뜻한 우유가 섞인 고소한 카페라떼가 떠오르기도 하고, 녹진한 캐러멜이 그려지기도 한다. 또는 실내 벽난로에서 타닥타닥 타오르는 장작불로부터 흘러나오는 따뜻한 열기와 연기가 연상되기도 하며, 그 불을 만들어내는 잘 마른 갈색 장작의 자연미에까지 상상이 미치기도 한다.

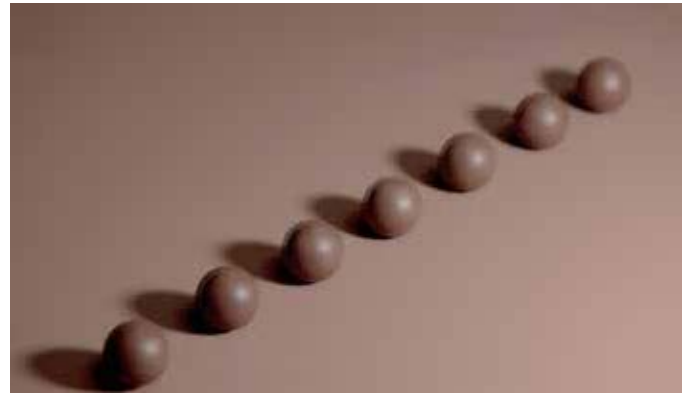
이 모든 것은 일종의 윤택함을 시사한다. 작지만 확실한 행복감을 주는 초콜릿과 커피, 훈훈함 등과 연동되는 PANTONE 17-1230 Mocha Mousse는 세련되고 호화로우면서도 동시에 소박한 고전의 분위기를 보여줌으로써 갈색에 대한 우리의 인식을 ‘겸손하고 현실적인 컬러’에서 ‘사치스러움을 우아하게 즐기는 태도가 돋보이는, 고급스러운 컬러’로까지 확장하는 것이다. 이렇듯 미묘한 우아함과 감각적 풍부함으로 행복의 순간을 깊이 누릴 수 있도록 돕는 Mocha Mousse에 대해 팬톤 컬러 연구소의 로리 프레스먼 부사장은 “편안함에 대한 욕구와 다른 사람에게 선물하고 나눌 수 있는 단순한 즐거움에 대한 탐닉으로 이어지는 컬러”라고 소개하기도 했다.

편안하게, 조화롭게, Mocha Mousse

‘사려 깊은 탐닉’으로 ‘소확행’을 견인하는 컬러, 끊임없이 변화하는 세상과 ‘조화로운 편안함’을 이루는 중립적인 컬러, 정통하고 친근하면서도 풍부하고 관대해 ‘나만의 순간’을 만족스럽게 만들어주는 컬러인 Mocha Mousse는 이와 함께 세련된 자연미로 우리를 둘러싼 환경의 소중함을 은연중에 깨우치고 지속가능성의 중요성을 계속해서 환기한다. ‘조화로운 편안함’은 타인과의 관계에서도 중요하지만, 지구 위에서 살아가는 인간이 자연과 맺는 관계에서도 현재 매우 시급한 지향점이기 때문이다. 이러한 시점에 흙과 나무의 색으로 자연을 상징하기도 하는 브라운 톤이 올해의 컬러로 선정된 데에는 자연과 공존하고자 하는 전 세계적 움직임이 반영되었다 할 수 있다.

노루페인트는 ‘2025 올해의 컬러’를 전국 팬톤페인트 전문점 및 온라인에서 팬톤페인트로 만날 수 있도록 용도별 5가지(팬톤 내 부용, 멀티, 외부용, 우드 & 메탈, 에어프레쉬) 제품을 준비하고 노루페인트 유튜브 채널 <페인트 잇수다>를 통해 인테리어 활용 팁도 소개했다.

<페인트 잇수다>의 ‘2025 팬톤 올해의 컬러 모카 무스’ 편에서는 유니크 밸런스, 꽃길, 딜리셔스니스, 미묘한 대비, 편안한 우아함 등 5가지 추천 팔레트를 마련해 Mocha Mousse를 각각 개성 있게, 생기 있게, 맛깔나게, 모던하게, 편안하게 인테리어에 적용할 수 있도록 안내해 주었다. 여러 이미지와 인테리어 사례를 통해 다양한 컬러 속에서 드러나는 Mocha Mousse의 매력을 한껏 즐길 수 있는 콘텐츠이니 꼭 감상해 보자.



부드러운 피치 계열인 지난해의 PANTONE 13-1023 Peach Fuzz에 이어 더욱 진하고 한층 깊어진 컬러로 문을 열게 된 2025년, Mocha Mousse의 편안함과 조화가 모두의 삶에 깃들길 기원해 본다.



SCAN ME

2025 팬톤 올해의 컬러 모카무스 ASMR

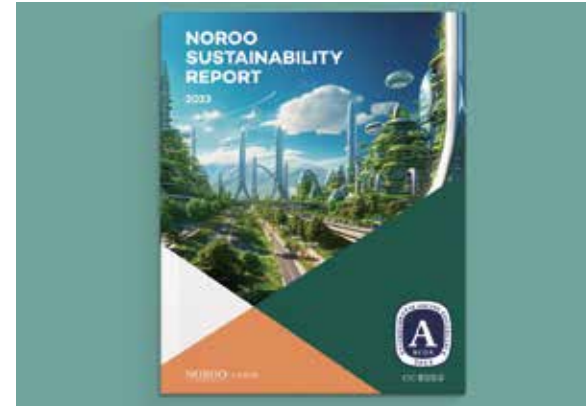
NEWS BRIEFING



26년 연속 무분규 임금 협상 타결



노루페인트-한샘, 국내 최초 '가구용 수성 도료 상용화'



한국ESG기준원 2024년 평가에서 '통합 A등급' 획득



환아들을 위한 나눔마켓에 포토존 후원

(주)노루페인트

26년 연속 무분규 임금 협상 타결

노루페인트(대표 조성국)와 노루페인트 노동조합(위원장 홍순철)은 임금 협상을 거쳐 2024년 11월 4일, '26년 연속 무분규 임금 협상 타결'을 이루었다. 노사 양측은 지난해 4월 26일 임금 교섭 상견례를 실시한 이후 어려운 경영 환경에도 불구하고 노사 양측의 신뢰와 존중을 바탕으로 의견을 조율하여 임금 협상을 마무리하였다. 노루페인트 노동조합은 사내 직원 간 형평성을 최대화할 방안을 찾는 동시에 국내외 경제지표 등을 객관적으로 검토하여 임금 협상에 임하였으며 사측 역시 노사 양측의 발전과 상생을 위해 노동조합과 함께 최선의 합의점을 도출해 내었다.

이로써 노루페인트는 2023년에 이어 2024년에도 무분규로 임금 협상에 타결하여 '26년 연속 무분규 임금 협상 타결'의 기록을 이어가게 되었다.

노루페인트-한샘, 국내 최초 '가구용 수성 도료 상용화'

지난해 10월, 노루페인트는 종합 홈 인테리어 전문기업 한샘과 국내 최초의 '가구용 친환경 수성 도료'를 공동 개발하고 상용화하기 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

가구는 한 번 구매하면 10년 이상 실내에 두고 사용하기에 도료의 친환경성이 매우 중요하다. 이번 협약은 가구에 적용되는 도료를 친환경으로 전환하는 것에 목적을 두고, 성능 검증과 실증

착수 및 친환경 수성 도료 인테리어 소재 적용 협력, 친환경 수성 도료 성능 및 품질 향상, 수입 원료 국산화 등을 주요 내용으로 하였다.

양사는 2021년에 유해물질을 최소화한 가구 도장 제품 개발 계획을 함께 수립하고, 가구 마감재에 적용되는 유성도료를 수성도료로 전환하는 프로젝트를 시작한 바 있다. 오랜 협력을 통해 기존의 유성도료와 동등한 수준의 물성을 가진 친환경 수성도료 및 수입 원료를 대체할 수 있는 국산화 기술을 개발했으며 이를 국내 한샘 특판 현장에 적용하는 것을 확정했다.

노루페인트와 한샘이 공동개발한 친환경 도료는 외관, 광택 안정성, 경도, 내스크래치성 등이 우수하며, VOC(휘발성유기화합물)를 발생시키는 용제가 거의 함유되지 않아 건조 후에 냄새가 나지 않는다. 또한 뛰어난 물성과 친환경성으로 도장 후에도 가구의 무늬는 보존하면서 실내 공기질 저하와 새집 증후군을 방지할 수 있다.

이번 도료 개발을 위해 각 사의 연구소는 물성, 안전성, 유해성 등 엄격한 품질 시험과 규격의 표준 관리, 친환경 자재 사용을 위한 유해물질 평가를 진행했다. 또 내열성, 크랙, 도장면 부착성, 내오염성, 내스크래치성 등의 테스트를 반복해서 수행했고, 엄격한 품질 기준을 만족하는 제품을 만들어냈다.

노루페인트 관계자는 “가구는 아이부터 어른까지 누구나 사용하기에 친환경성과 안전성이 중요하다.”며 “한샘의 엄격한 품질 관리 시스템과 노루페인트의 친환경 수성도료 기술력으로 이번 공동개발 성과를 낼 수 있었다.”라고 말했다.

한국ESG기준원 2024년 평가에서 '통합 A등급' 획득

노루페인트는 한국ESG기준원(KCGS)에서 발표한 2024년 ESG 평가 결과에서 도료 업계 유일의 '통합 A등급'을 획득했다.

KSCGS는 국내에서 가장 영향력 있는 ESG 평가 기관으로, 2011년부터 매년 국내 상장회사의 지속가능경영 수준을 종합적으로 평가하고 있다. 2024년 평가 대상인 국내 상장회사 1,001개사 중 통합 A등급 이상을 획득한 기업은 노루페인트를 포함하여 231개사다.

노루페인트는 이번 평가에서 환경(Environment) A, 사회(Society) A+, 지배구조(Governance) B+ 등급을 획득하며 전년 대비 높은 점수를 받았다. 특히 지배구조 부문에서 지난해보다 한 단계 높은 등급을 획득하는 등 주주 친화 정책과 책임경영을 실천한 공로를 인정받았다. 지배구조 등급은 이사회 리더십, 주주권 보호, 감사, 관계자 소통 등의 요소를 평가한다.

노루페인트가 도료업계에서 유일하게 통합 A등급을 획득한 데에는 2021년부터 매년 ESG 실행의 비전과 성과를 투자자, 고객, 지역사회 등에 투명하게 공개해 온 것과 이사회 평가(BSM) 도입, 준법지원인 선임, 준법 통제 기준 제정 등 지배구조 건전성 제고가 영향을 미친 것으로 보인다. 또한 주주의 의견권 행사를 최대한 보장하기 위해 전자투표제를 실시하고, 지역사회 온실가스 배출량 감소를 목표로 공장 내 태양광 발전설비에 투자하고 재생에너지 상용량을 늘려간 점도 주요했다. 다양한 분야에 걸친 사회공헌활동과 친환경 미래 기술 확보를 위한 노력 역시 긍정적인 평가를 받았다. 안양시 향토기업인 노루페인트는 안양

만안경찰서와 함께하는 범죄예방 셉테드 사업 등 지역 환경개선에 앞장서고 있으며, 최근에는 지속적인 후원 공로를 인정받으며 만안종합사회복지관으로부터 감사패를 수상했다. 또한 친환경 바이오, 리사이클 등 친환경 기술과 더불어 국가 경쟁력에 이바지할 수 있는 스텔스 전투기 전용 도료, 수입 의존도를 낮추기 위한 이차전지 소재 개발에도 노력을 기울이고 있다.

노루페인트 관계자는 “전문 평가기관의 ESG 평가 수준이 높아짐에 따라 비즈니스에도 영향을 미칠 것으로 전망된다.”며 “앞으로도 체계적이고 투명한 ESG 경영을 통해 지역사회와 함께 성장해 나갈 것”이라고 말했다.

환아들을 위한 나눔마켓에 포토존 후원

노루페인트는 2024년 연말을 맞이해 중증 및 희귀, 난치성 질환 환아들의 치료비 지원을 위해 열린 '나눔(÷)마켓'에 크리스마스 포토존과 전시 초대권을 후원했다. 지난 12월 14일 서울 삼성동 소재 프레인 빌라에서 열린 나눔마켓은 배우 윤송아 씨의 유튜브 채널 '승아로운'과 프레인글로벌이 공동 주관한 행사로 마르디 메크르디 등 30여 개 유명 인기 브랜드의 기부 물품을 특가에 판매, 수익금을 환아들의 치료비를 위해 전액 기부하고 남은 물품은 베이비박스(주사랑공동체)에 전달하여 따뜻한 연말을 만들었다.

노루페인트는 행사장에 크리스마스 트리와 페인트 캔, 벽면 연출로 포토존을 만들어 행사장에 활기찬 크리스마스 무드를 조성하고 아트 콜라보 중인 전시 초대권을 후원하여 훈훈한 나눔에

NEWS BRIEFING



서울예술대학교 융합교과 로컬컬처메이커스 프로그램 협업

함께하였으며 개장 전부터 줄을 섰던 입장객들은 다양한 물품을 구매하고 포토존에서 즐거운 인증샷을 찍으며 후원에 동참했다.

(주)노루케미칼

서울예술대학교 융합교과 로컬컬처메이커스 프로그램 협업

노루케미칼은 지난해 11월, 안산시 소재의 서울예술대학교에서 진행하는 로컬컬처메이커스 프로그램을 지원하여 예비 예술 창업자 양성 및 지역 문화 활성화를 도왔다.

로컬컬처메이커스 프로그램은 창의적인 아이디어와 지역 자원을 결합해 차별화된 로컬 콘텐츠를 만들기 위한 것으로, 로컬 콘텐츠 중점대학으로 선발된 서울예술대학교가 중소벤처기업부의 예산 지원을 받아 운영하는 교육 프로그램이다. 이 프로그램은 우수콘텐츠로 선정되어 중앙부처의 좋은 사례로 소개되고 있기도 하다.

노루케미칼은 로컬컬처메이커스 프로그램의 거점 공간으로써 경기도 공간 조성 지원사업에 선정된 코스모스(안산시 단원구 예술1길 14)의 리노베이션에 필요한 도료와 2024년도 프로그램 운영에 참여하는 여섯 팀의 POC(Proof of Concept)를 위한 도료, 시공에 쓰일 작업 도구 및 컬러 자문을 도와 로컬컬처메이커스 프로그램에 협업하였다. NOROO의 도료로 지하 1층부터 2층까지 총 3개 층과 외부 도장까지 완료된 코스모스 건물은 로컬컬처메이커스 프로그램에 참여한 팀들이 도시 브랜딩과



제2회 K-Food Export Award에서 오백만불 수출탑(우수상) 수상

지역 사회 변화를 위해 준비한 프로젝트 발표의 장이 되어 주었다. 20~30대 학생들의 주도 아래 차별화된 로컬 콘텐츠 창작이 이루어질 이 공간은 특히 NOROO 브랜드의 지역 플래그십 스토어로도 활용되어 더 많은 고객을 만나게 해줄 것으로 기대된다.

(주)더기반

제2회 K-Food Export Award에서 오백만불 수출탑(우수상) 수상

더기반은 2023년에 이어 2024년에도 K-Food Export Award에서 오백만불 수출탑을 수상했다. K-Food Export Award(K-Food+ 수출탑 시상식)은 농식품과 전후방산업의 수출을 독려하고 수출 확대에 노력한 기업과 관계자를 격려하기 위해 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사가 개최하는 행사이다. 또한 이 행사는 대한민국 식품 산업의 성장을 널리 알리는 자리로, 식품 및 이와 연관된 다양한 전후방 산업의 수출 성과를 통해 1년간의 노력과 결실을 확인할 수 있는 기회가 되기도 한다. 이 시상식의 종자 부문에서 2년 연속 수상을 기록한 더기반은 앞으로 한국의 종자 수출에 더 다양한 노력을 기울이겠다는 각오를 다졌다. 세계 곳곳에서 재배될 채소 종자를 연구 개발하고 우수한 품종을 선보이는 데 집중하여 세계 시장에서 더욱 경쟁력을 갖추고 2025년에도 더 많은 수출국을 만남으로써 3년 연속 수상을 노리겠다는 각오이다. 2025년 제3회 K-Food Export Award에서 다시 호명될 더기반의 모습이 기대되는 바이다.

QUIZ!

2025 겨울호 사보를 꼼꼼히 읽어주신 독자들에게 퀴즈를 통해 선물을 드립니다.

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

TIP 답은 늘 사보 안에 있습니다!

Q

지난해 가을, 서울 상암 월드컵공원에서 열린 제22회 국제관광 서울 마라톤 대회에 NOROO 마라톤 동호회 회원들이 참가, 초가을의 뜨거운 햇빛 아래서 다양한 코스를 뛰었습니다. 다음 중 기사에 나온 내용과 다른 것은 무엇일까요?

- ① 마라톤을 하면 유대감도 쌓고, 건강도 얻고, 스트레스도 해소할 수 있다.
- ② 지치고 힘들 때도 다시 달리게 되는 동력은, 동료이다.
- ③ 마라톤은 자기 효능감도 향상시킨다.
- ④ 이날 참가자는 5km, 10km, 하프 코스, 풀코스를 각각 뛰었다.

*2월 28일까지 chan@noroo.com으로 정답을 적어 보내주세요.

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

*메일의 제목은 '2025 겨울호 사보 퀴즈 정답'으로 보내주세요.

*선정되신 10분께는 문화상품권 5만 원권을 선물 드립니다.

NOROO

NOROO 그룹 사보 | 통권 73호(비매품)

중별: 정보간행물(계간) 등록번호: 안양 바00022 등록연월일: 2019년 3월 15일 발행일: 2025년 2월 5일 발행처: (주)노루홀딩스
발행인: 강태준 편집인: 정석찬 기획 및 디자인: (주)리커뮤니케이션, (주)노루로지넷 사진: 마주스튜디오 인쇄: (주)대한프린테크
발행소: 경기도 안양시 만안구 박달로 351 문의: 02-2191-7700