

NOROO

worldwide value partner

NOROO magazine vol.01 2007 07+08





만약에 모든 것이 다 사라진다면 우리는 무엇을 할까요. 만약
 한 세대를 걸쳐야 하는 NOROO는
 미래가 우리 삶의 한 부분이 되었습니까?
 지금 어떤 곳에 있습니까?
 앞으로 볼 미래가 무슨 뜻으로 우리를 인도합니까?
 그리고 이제, 세계로 향한 우리의 발걸음 속에서 어떤
 함께 할까요? 합니까?
 가장 소중한 열정과 믿음을 나누고 싶은 우리는
 무엇을 NOROO가 할까요?
 그리고는 어디까지 갈까요? 어디까지, 얼마나까지?

Like the sun that shines down on us from the
 same place at all times,
 the NOROO Group continues to be a
 dependable part of our lives.
 When we were happy, NOROO was beside us
 sharing the happy moment with us.
 When we were down, NOROO folded us in its
 warm arms to support us.
 Now, the NOROO Group is embarking on a new
 journey to the world and the future.
 Sharing deep passion and bright smile,
 we are NOROO people.

Cover Models: Manager Young Ok Kim (left) and Manager
 Young Ok Kim (right) of Floor & Ceiling Production Team L,
 NOROO Floor & Ceiling Co., Ltd.

NOROO magazine vol.01 2007 07-08

2007년 7 - 8월호(총권1호)

발행일 2007년 7월 18일

발행처 NOROO

발행인 최성진

거주지(서울) 서울특별시 강남구 삼성동 281-7714

편집 및 디자인 유규하 (02-309-4100)

전화 02-309-4100

NOROO 그룹 사모 담당자

대한주택건설	서울시 강남구 역삼동 736-4 한동빌딩 8층 108호 대한주택건설 본사 운영팀 T:02-2191-7714
유니콘건설	경기도 고양시 일산구 덕양동 615 신원건설(주) 건설팀 4층 T:031-407-6128
대한주택개발	부산시 연제구 연제동 142-6 대한건설 부산지점 118호 대한주택개발(주) 부산지점 운영팀 T:051-580-6180
유이DAC	경기도 고양시 일산구 덕양동 615 대한주택개발(주) 운영팀 T:031-407-6127
대한주택개발	경기도 고양시 일산구 선곡동 982-5(신원건설 9층 400호) 대한주택개발 본사 운영팀 T:031-500-7252
대한주택개발(주)	충청남도 천안시 동남구 527-6 대한주택개발 본사 운영팀 T:041-420-4204
대한건설(주)	경기도 고양시 일산구 덕양동 615 대한주택개발(주) 운영팀 T:031-407-6488
유이건설	경기도 고양시 일산구 덕양동 615 신원건설(주) 건설팀 4층 T:031-407-6128
유이건설	경기도 고양시 일산구 덕양동 615 신원건설(주) 건설팀 4층 T:031-407-6128



- 03 Contents
- 04 Message from the Chairman
- 06 Congratulations from Group CEOs
- 08 NOROO News
- 12 **Our Family** 아름다운 세상, 조화로운 가치창조 '주노루페인트'
Beautiful World, Value Creation in Harmony - NOROO Paint & Coatings
- 16 **Our People** (주)노루페인트 도료3팀 이덕희 대리
Lee Duck-hee, Paint & Coatings Production Team 3 of NOROO Paint & Coatings
- 18 **Trend Report** NOROO 그룹의 '6시그마 경영'
Six Sigma Campaign in NOROO Group



Global Value Partner

- 22 **Global Network** 상하이에서 글로벌 경쟁력을 키워나가는 '득채(상해)도료유한공사'
Top-Tier Dream in Shanghai, DPI (Shanghai)
- 26 **Global Focus** 아시아의 메가시티(megacity) 상하이
Asia's Megacity Shanghai
- 28 **Happy Partner I** 기업 탐방 _ 포스코
POSCO
- 32 **Happy Partner II** 대리점 탐방 _ 데코플러스
Decoplus
- 34 **Creative Partner** 고객이 원하는 색상을 만들어 내는 색채의 마술사, 조색사
Magician of Color, Colorist
- 36 **NOROO Outreach** NOROO 그룹 동호회 '한소리' 와
안양 평화보육원 가족들의 운동회 현장
Field Day of *Hansori* and Anyang Peace Orphanage Home



Fun & Good

- 40 **Travel** 일상 탈출! '원가 특별한' 발리의 은은한 매력
Escape Daily Routine: There is something about Bali!
- 44 **Moneymaking Tips** 2007년 재테크의 핵(核)은 '펀드'
Keyword in 2007 is Fund
- 48 **Fashion** 직장인을 위한 여름 패션 제안
Fashion tips for office workers' summer outfits
- 50 **Editor's Note**





미래지향적인 열린 커뮤니케이션의 장(場)을 기대하며

Future-Oriented Channel for Open Communication

Congratulations on the foundation of the *Worldwide Value Partner* on behalf of the entire NOROO family. A company's in-house magazine is a window to the corporate identity, culture, and competencies. Our active contribution and attention to WVP will help to make the NOROO Group a more vibrant and cohesive workplace.

We have opened a new chapter in our corporate history with the launch of DPI Holdings Co., Ltd. Now we are truly pursuing the Group's founding philosophy as it articulates with globalization. This goal can only be reached through our people's creative and dynamic activities. I believe WVP will effectively introduce these activities to our customers, and thereby improve our corporate image.

To survive in this evolving business environment, we should not be afraid of changes. Moreover, management and labor should have a common goal and move forward together. In light of this, I hope this newly-launched magazine will effectively inform our people of changes in the business environment and lead toward the same direction.

I also believe WVP, as our medium for intra-organizational communication, will bind our people together and infuse them with insights into the future and bigger visions, while also serving as an information-sharing venue not only for the NOROO people and their families but also for our domestic and world-wide customers and shareholders.

In closing, I wish the *Worldwide Value Partner* every success and hope it will increasingly reflect our improvements issue after issue.

Young J Han, Chairman
DPI Holdings Co., Ltd.

지주회사 체제의 출범과 더불어 이제 다시금 새로운 모습으로 출발하는 우리 NOROO 가족의 사보 <Worldwide Value Partner> 창간을 축하합니다.

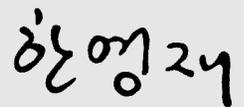
사보를 보면 그 회사의 기업문화를 알 수 있다고 합니다. 그것은 한 권의 사보 안에 그 기업의 색깔과 능력이 함축되어 있다는 뜻일 것입니다. 이러한 공간에 우리가 적극 참여하고 관심을 가질 때 기업은 활력과 응집력을 떨 수 있을 것이라고 생각합니다. 더불어 사보는 내적으로 NOROO 그룹의 임직원을 하나로 만드는 사내 커뮤니케이션의 창구이자 밖으로는 그룹의 실제적인 모습을 흥미롭게 전달하여 고객과 함께하는 매개체로서 기업의 이미지 제고에 큰 역할을 수행하는 좋은 도구가 될 수 있습니다.

따라서 그 어느 때보다도 역동적으로 변화하는 이 시대에, 창업정신을 바탕으로 하는 창조적이고 적극적인 활동을 통해 진정한 글로벌화를 추구하는 우리 NOROO 그룹 전 구성원의 진정한 모습을 내외에 보여 주고, 우리 임직원들에게 내일을 바라보는 안목과 큰 비전을 제시해 주는 사보가 되길 기대합니다.

끊임없이 변화하는 경영환경 속에서 지금 우리에게 필요한 것은 변화를 두려워하지 않고 위기를 오히려 도약의 기회로 삼을 수 있는 새로운 기업문화를 구축해 가는 것이며, 노사가 하나가 되어 같은 목표를 향해 더욱 힘을 모아야 할 때입니다.

이에 새로 출발하는 사보가 이러한 환경 변화를 효과적으로 전달하고 교육하며, 회사의 지향점을 견인해 가는 매개체가 되기를 기대합니다. 또한, 그룹 내 전 구성원 및 고객과 주주, 사우 가족까지를 포용하는 열린 공간으로서 크고 작은 정보를 공유하고 공감하는 NOROO 기업문화의 중추적 중심이 될 수 있기를 바랍니다.

NOROO 가족을 대표하여 거듭 사보 창간을 축하하는 바이며, 앞으로 무궁한 발전이 있기를 기원합니다.



(주)디피아어 홀딩스 會長 한 영 재

NOROO 그룹 커뮤니케이션의 중심이 되어 주기를

(주)디피아이 홀딩스 · 대한코일코팅(주) 최광균 대표이사

통(通)하여야만 합니다.

인체도 막히면 죽고 잘 통하면 건강하게 살 수 있다고 합니다. 숨도 통해야 하고, 피도, 기(氣)도 잘 통해야 활기차고 건강한 생활을 영위할 수 있듯이 사람과 사람 사이에서도 말이 통하고, 뜻이 통하고 마음이 통해야 하며, 조직 역시 위아래와 좌우, 사통팔방으로 커뮤니케이션이 원활하고 활발해야만 발전할 수 있다고 생각합니다. 이번에 새롭게 발간되는 사보가 우리 NOROO 그룹의 커뮤니케이션 채널의 중심으로서 큰 역할을 맡아 주시기를 진심으로 기대합니다.

Core Communication Tool of the Group

Kwang-kyun Choi President & CEO, DPI Holdings · Daihan Coil Coatings

Circulation matters. Just as good circulation of air, blood, and energy in our bodies helps us lead healthy lives, so does the effective circulation of diverse ideas and points of views in a company enable the organization to flourish. The circulation of thoughts and opinions is described in one word, "communication." I sincerely hope the *Worldwide Value Partner* will play the important role of facilitating the NOROO Group's communication, both vertical and horizontal, as our major channel of information-sharing and open discussion.



NOROO의 숨결이 담긴 멋진 사보를 기대합니다

대한비케미칼(주) 강신원 대표이사

오늘날 온라인에 의한 정보 전달의 속도가 아무리 빨라진다 해도 책장을 넘기면서 느끼는 맛과 멋은 결코 포기할 수 없을 것입니다. 간혹 역사 사료관에 있는 옛 사보 '노루'의 빛바랜 책장을 들추어 보면서도 갖게 되는 느낌입니다. 지주회사를 중심으로 그룹의 규모가 커지고, 사업 분야에 따라 계열사 간의 특성이 나타나기 시작하는 지금, 그룹의 경영 방침을 전 직원이 공유하고 계열사 간의 유대감을 돈독히 하는 데는 사보의 역할이 대단히 중요하다고 생각합니다. 온라인을 통한 정보에서는 느낄 수 없는 맛과 멋이 사보에는 담겨 있기 때문입니다.

중간된 지 10여 년 만에 긴 동면에서 깨어나는 사보의 탄생을 축하하며, NOROO 그룹의 Communication Press로서 사명을 다하기를 기대합니다.

Embodiment of the Group's Spirit

Shin-won Kang President, Daihan Bee Chemical

However fast online information traffic becomes, the pleasure of turning pages cannot be displaced. This was my feeling when I once flicked through old issues of "NOROO", our previous in-house magazine. I wholeheartedly welcome the rebirth of the magazine after a decade of hibernation, under the new title "*Worldwide Value Partner*." Currently the NOROO Group is experiencing expansion spearheaded by DPI Holdings, while our subsidiaries are defining their standings in their respective business fields. At this significant time, the role of WVP is crucial as a means of disseminating our managerial principles to the NOROO people and promoting the unity among the NOROO family. I hope WVP will faithfully fulfill its missions as the NOROO Group's communication press.

NOROO 그룹의 행복을 담은 그릇으로

(주)노루페인트 · (주)디피엠 · (주)씨케이페인트 양정모 대표이사

NOROO 그룹의 고유한 기업 문화를 조성하고 사내의 커뮤니케이션 활성화의 장이 되어 줄 그룹 사보 <Worldwide Value Partner>의 창간을 진심으로 축하합니다. “더도 말고 덜도 말고 처음만 같아라.”라는 말과 같이 창간 취지를 충실히 수행함으로써 글로벌 기업으로 도약하는 NOROO 그룹의 성장 발전에 일익을 담당하는 사보가 될 것을 기대합니다.

사보 <Worldwide Value Partner>는 NOROO 그룹의 행복을 담은 그릇으로, 한발 더 나아가 고객과 함께하는 생동감 넘치는 커뮤니케이션 매체로 날이 발전하는 NOROO 그룹의 살아있는 역사가 될 것으로 확신합니다.

(주)노루페인트 임직원 모두 사보 <Worldwide Value Partner>와 함께 새로운 역사를 위해 힘차게 달려겠습니다. 임직원을 대표하여 다시 한번 창간을 축하하며 무궁한 발전과 건승을 기원합니다.

Happiness Capturer

Jung-mo Yang President, NOROO Paint & Coatings · DPM · CK Paint

I would like to offer my heartfelt congratulations on the publication of the *Worldwide Value Partner*. I am confident that WVP will help to uphold our corporate culture and facilitate intra-organizational communication, contributing to the NOROO Group's endeavor to become a global player. I firmly believe that WVP will become a lively record of our corporate history and a medium of interaction with our customers by capturing happy moments of our people. NOROO Paint & Coatings promises to do its part for the growth of WVP and for the greater future for the Group. On behalf of the people in NOROO Paint & Coatings, I hope the ambitious beginning of the magazine will lead to an everlasting success.



NOROO 그룹과 함께 성장하는 <Worldwide Value Partner>

(주)아이피케이 강오수 대표이사

안녕하십니까? (주)아이피케이 사장 강오수입니다.

먼저, NOROO 그룹 사보 <Worldwide Value Partner>의 창간을 진심으로 축하합니다. 현대사회에서 '커뮤니케이션'은 우리 신체의 혈관에 비유될 정도로 그 중요성을 더해 가고 있습니다. 그러한 점에서 이번 사보 창간은 더 큰 의미를 가진다고 생각합니다. 앞으로 <Worldwide Value Partner>가 재미있고 유익한 사보로 자리매김하여 계열사 간 그리고 경영진과 직원 간의 커뮤니케이션 활동의 중심 매체가 되리라 확신합니다. 또한, 독특하고 고유한 기업 문화를 외부에 알림으로써 NOROO 그룹의 든든한 동반자로 지속적인 성장을 거듭하기를 기원합니다.

'Worldwide Value Partner' that Grows Along with the Group

OS Kang President & CEO, International Paint (Korea)

First of all, let me extend my congratulations on the publication of the *Worldwide Value Partner*. In today's world, the importance of communication, often likened to the artery of a human body, is ever-increasing. In the light of this, the launch of WVP is all the more significant. I have no doubt that this interesting and informative in-house magazine will solidify its position as the prime medium of communication among the NOROO subsidiaries as well as between the management and employees. WVP is also expected to let the world know about us and our unique corporate culture. I hope for the magazine to make continuous progress as a value partner of the Group.

(주)노루페인트

NOROO Paint & Coatings Co., Ltd.



(주)노루페인트, 대한민국시스템경영대상(KSMG) 수상

2007년 5월 18일, 한국표준협회가 주최한 '2007 대한민국시스템경영대상'에서 노루페인트가 환경경영대상을 수상했다. 시상식은 그랜드 인터컨티넨탈 호텔에서 이계형 회장을 비롯한 수상업체 관계자들이 참석한 가운데 시행됐다. 대한민국시스템경영대상(KSMG)은 한국표준협회가 주최하고 한국품질경영학회, 한국인정원, 한국심사자격인정원, 한국경제신문이 후원하는 상으로 전사적 경영시스템 구축을 통한 투명성과 신뢰성 확보로 고객만족 및 경영성장을 현격히 개선한 기업에게 주어진다. (주)노루페인트는 이번 수상을 통해 경영시스템의 혁신을 통한 고객만족과 경영성장의 우수성을 인정받게 되었다. 2006년까지 국내외 시스템 경영 우수 사례 발굴 및 전파의 장으로서의 역할을 해온 '국제표준시스템경영대상(ISSMA)'은 2007년부터 '대한민국시스템경영대상(KSMG)'으로 새롭게 바뀌었다.

NOROO Paint & Coatings Won the KSMG Award

On May 18, the company won the Green Management Prize in the Korea System Management Grand Prix (KSMG). The award ceremony was held at the Grand Intercontinental Hotel, attended by KSA Chairman Gye-hyung Lee and officials from the award-winning companies. The KSMG awards, co-sponsored by the Korean Society for Quality Management (KSQM), Korea Accreditation Board (KAB), Korea Auditor Registration (KAR), and the Korea Economic Daily, selects its recipients among companies that have significantly improved their performance and customer satisfaction by establishing a transparent and accountable management system. The KSMG succeeded the International Standard System Management Award (ISSMA) that rewarded companies with the best system-management practices until 2006.



'안양천 살리기 정화 활동 및 걷기대회' 실시

(주)노루페인트 노동조합이 연중행사로 진행 중인 '안양천 살리기 정화활동 및 걷기대회'가 지난 5월 12일 시행됐다. 이 행사에는 300여 명의 노루페인트 임직원 가족들과 박달동, 석수동 부녀회원, 안양시청 및 안양시 환경단체 등이 참석했다. (주)노루페인트 노동조합은 환경을 소중히 여기는 기업 이미지에 걸맞게 (주)노루페인트가 건립되던 1974년도부터 매년 이 행사를 실시하고 있다. 이러한 노력으로 인해 안양천은 안양 주민의 삶의 보금자리로 새롭게 태어나고 있다. 안양천 살리기 캠페인은 안양 지역의 주민들에게 환경의 중요성을 알리고, (주)노루페인트의 노사 화합과 더불어 기업 이미지를 제고하는 소중한 계기가 되고 있다.

"Save Anyang Stream" Cleanup Campaign and Walkathon

The annual "Save Anyang Stream" Cleanup Campaign and Walkathon took place on May 12. The event, organized in 1974 by the NOROO Paint & Coatings, has offered the company a precious opportunity to solidify its eco-friendly image and management-labor cooperation. In this year's event the participants included NOROO Paint & Coatings employees and their families, members of the Women's



(주)노루페인트 사회공헌활동 실시

(주)노루페인트는 안양시 박달동에 거주하는 불우 이웃 10가구를 선정해 사랑의 쌀을 전달하고, 각종 전기 시설을 수리해 주는 등 자원봉사활동을 실시했다. 또한 노동조합 봉사단이 주축이 되어 안양시 박달동의 불우한 노인들에게 점심식사를 제공하기도 했다. (주)노루페인트는 매달 릴레이 형식으로 사회공헌활동을 실시하고 있으며 앞으로도 지속적으로 이를 확대해 나갈 예정이다.

Social Contribution Activities

NOROO Paint & Coatings employees have conducted monthly community services in relays. This year, they fixed broken electricity facilities and delivered rice to ten low-income households in Bakdal-dong, Anyang City. Led by volunteers of the NOROO Paint & Coatings labor union, they also treated needy seniors of the town to a substantial prepared lunch. NOROO Paint & Coatings will progressively expand its social contribution activities.



(주)노루페인트 CATV 광고 방영

(주)노루페인트 광고가 2007년 4월 1일부터 CATV 3사(MBC, KBS, SBS)에 방영되고 있다. 이 광고에서 (주)노루페인트는 '컬러 전문가 기업'의 이미지를 부각시키고 (주)노루페인트가 공간, 환경, 건강 등 사회 전반의 주제를 아우르는 색채 전문 기업임을 강조했다.

TV Ad on Air

NOROO Paint & Coatings's TV ad was first screened on MBC, KBS and SBS on April 1. The ad gives prominence to the company's image as a colorist who specializes in suggesting colors for all kinds of spaces in a health- and environment-conscious way.

(주)DAC

Daihan Automotive Coatings Co., Ltd. (DAC)



(주)DAC, 모범납세자 국무총리 표창 수상

제41회 납세자의 날(3월 3일)을 맞이하여 지난 3월 5일, 코엑스에서 납세자의 날 기념식이 있었다. (주)DAC는 이날 모범납세자 국무총리 표창을 수상하여 성실한 기업의 역할을 다하는 지금의 자세를 유지해 나갈 것을 다짐했다.

DAC Won the Prime Minister's Prize

On the occasion of the 41st Taxpayers Day (March 3), DAC received the Prime Minister's Prize for the most exemplary taxpayer. At the ceremony held at COEX on March 5, the company pledged to continue to fulfill its responsibilities as a corporate citizen.

대한비케미칼(주)

Daihan Bee Chemical Co., Ltd.



대한비케미칼(주) 천안공장 준공식

3월 23일, 계열사 및 천안시 귀빈들이 참석한 가운데, 충남 천안시 백석동 527-6번지에서 대한비케미칼(주) 천안공장 준공식이 거행됐다. 대지 4,600평 내에 연구동, 공장동, 창고동을 준공했으며, 현재 연간 5,000톤 규모의 생산 능력을 보유하고 있으나 10,000톤 규모로 생산 능력 확장이 가능할 것으로 보인다. 대한비케미칼(주)는 다품종소량생산 전문의 플라스틱용 도로 제조 공장을 거점으로 하여 현재 연간 500억 원의 매출을 달성하고 있으며, 2010년대 연간 매출 1,000억 원을 목표로 도약하고 있다. 대한비케미칼(주) 신 공장 2층에는 Batch size 1,000kg 이하의 대량제품 제조는 물론 100kg 이하 소량제품도 대응이 가능한 조색 라인을 구축했고, 1층에는 포장 라인을 설치했다.

오토 랙(Auto Rack) 시스템을 사용한 원료·제품의 관리, 원료 투입 FA 시스템도 기존 공장과 차별화되는 점이라 할 수 있다.

Dedication Ceremony of Cheonan Plant

The dedication ceremony of Daihan Bee Chemical's new plant, which has an annual production capacity of 5,000 tons, took place in Cheonan City on March 23, 2007. Covering some 4,600 pyeong (3.8 acres), the premises house the R&D building, factory, and storage. The plant has a color matching line on the second floor that can be used for both large- and small-volume items, and a packaging line on the first floor. What also sets the new plant apart is its 'auto rack' system that automatically controls the supply of raw materials and the quality of products. The plant's annual capacity can increase to 10,000 tons. The company is striving to double the current annual revenue of 50 billion won by expanding its production facilities that manufacture multiple low-volume items.

(주)아이피케이

International Paint (Korea) Ltd.



강오수 대표이사 취임

5월 3일, 칠서공장 대회의실에서 칠서공장 임직원 및 각 지역 간부 직원들이 모인 가운데, 신임 대표이사 강오수 사장의 취임식이 열렸다. 5월 1일자로 신임 대표이사가 된 강오수 사장은 이날 취임식에서 투명경영, 윤리경영, 현장중시경영 등을 주요 경영 방침으로 추진해 나가고, 내부적으로는 '인재경영, 열린 경영, Fun 경영'을 통해 신명나는 회사 분위기를 만들어 갈 것을 약속했다. 덧붙여 지금이야말로 그간 쌓아온 지혜와 역량을 발휘하여 새로운 성장 동력을 찾아 옹비할 절호의 기회를 거듭 강조했다. 한편, 차화칠 전임 사장은 그룹의 SBU 매니저로서 한국, 일본, 호주 지역 등을 총괄하는 직위로 영전하여 한국인으로서 큰 긍지를 심어주는 계기가 되었다.

Inauguration of President OS Kang

President OS Kang was sworn in at the inauguration ceremony held on May 3 at IPK's Chilseo facilities. He pledged himself to run the company in a transparent, ethical, and pragmatic manner, and to help the employees find fun and fulfillment at work through talent management and faithful disclosure. Mr. Kang also stressed the need to join forces and wisdom to find a new growth engine. Meanwhile, former president Hwa-chil Cha has advanced to the position of Strategic Business Unit (SBU) Manager for Korea, Japan, and Australia.



삼성중공업 담당자 대상 도료 기술 교육

당사와 삼성중공업의 기술협력의 일환으로, 지난 1월 22일부터 5일간 거제 기술연구소에서 삼성중공업 기본설계팀 신입사원 및 도장 관련 담당자 등 총 8명을 대상으로 도료 기술 교육이 실시됐다. 최근 조선회사 직원들의 거제 기술연구소와 칠서공장 방문 및 견학 횟수가 점차 증가함에 따라 협력 관계가 더욱 두터워지고 있다. 특히, 이번 삼성중공업 도료 기술 교육은 (주)아이피케이 기술부에서 마련한 교육 계획에 따른 풍부한 도료 지식 전달에 중점을 두고 진행됐다. 전반적인 도료 정보뿐 아니라 도료 제조 과정을 직접 실습함으로써 현실감 있는 교육이 되었다. 이번 교육에서는 각 단계별 기술부 담당자들이 번갈아 교육을 실시해 전문성을 높이는 동시에 더욱 더 친밀해지는 계기가 되기도 했다. 교육을 수료한 8명의 삼성중공업 직원들은 (주)아이피케이 기술부로부터 수료증을 받았다. (주)아이피케이는 향후에도 고객과의 win-win을 위한 프로그램을 다양하게 마련할 예정이다.

Paint and Coatings Education for Samsung Heavy Industries employees

As part of its technological cooperation with Samsung Heavy Industries (SHI), IPK educated eight SHI employees on paint and coatings technology, for five days beginning January 22 at the Research Center in Geoje. The program carefully prepared by the IPK Technical Division was designed to deliver as much information as possible to the trainees. The trainees took in-depth lectures from experts of each production stage, and had a first hand opportunity to experience the production process. IPK awarded certificates to all the eight trainees. The cooperative relationship with SHI is strengthening, which is evident in the increasing number of SHI employees' visits to the Research Center and Chilseo plant. IPK plans to develop more of cooperative programs with our customers.

(주)씨케이페인트

CK Paint Co., Ltd.



(주)씨케이페인트 양정모 대표이사 취임

2월 1일, 양정모 사장이 (주)씨케이페인트 제6대 대표이사로 취임했다. 2월 23일 진행된 취임식에서 양정모 대표이사는 지주회사 출범을 통한 NOROO 그룹 제2의 도약기를 맞아 철저한 혁신정신으로 고객에게 감동을 주는 (주)씨케이페인트를 만들어 나갈 것을 다짐했다.

Mr. Jung-mo Yang Sworn in as President

Mr. Jung-mo Yang took office on February 1 2007 as the sixth president of CK Paint. At the swearing-in ceremony held on February 23, President Yang urged the employees to work together to grow CK Paint into a truly innovative company that exceeds customer expectation. He also emphasized the importance of unity at this watershed moment of the NOROO Group, marked by the launch of DPI Holdings,

(주)씨케이페인트, 2007년 대리점 간담회 실시

(주)씨케이페인트는 수도권 대리점 대표들을 대상으로 2006년부터 정례적으로 대리점 간담회를 실시하고 있다. 프로그램은 신제품 발표, 당년 회사 주요 정책 발표 등으로 구성된다. 올해 간담회에는 교수 출신 회계사가 강사로 초빙되어 '개인사업자 절세 방안'을 주제로 강의가 실시됐으며 강사의 뛰어난 화술과 알찬 내용으로 참여자들의 호응이 매우 높았다.

Sales Agencies Meeting 2007

CK Paint has regularly held meetings with sales agencies since 2006 to showcase new products, explain key policies, and listen to voices of the agencies. In this year's event that took place in Ansan City on February 9, a new feature was included: a scholar-turned-CPA provided tax saving tips for the self-employed. The informative lecture got some heated responses from the audience.

대한코일코팅(주)

Daihan Coil Coatings Co., Ltd.



노루산악회, 경주 남산 산행에서 발족식 가져

노루산악회는 지난 5월 27일, 경주 남산 금오봉 산행을 실시했다. 오전 9시에 서남산 주차장을 출발해 삼릉골, 상선암을 거쳐 오전 10시경 정상인 금오봉에 도착했다. 노루산악회 회원들은 정상 산행을 자축하며 금오산 비석에서 기념 촬영을 하는 등 조촐한 발족식을 가지고 팀워크를 돈독히 했다. 첫 산행에서 부상자가 생길 것을 우려했으나 전원이 무사히 산행을 마쳐 더욱 더 의미 있는 발족식이 되었다. 노루산악회 회원은 ㈜대연 직원을 포함 총 26명이며, 이날 산행에는 8명이 참석했다.

Launch of NOROO Alpine Club

The NOROO Alpine Club climbed up Namsan Mountain in Gyeongju City on May 27 to celebrate its launch. Eight out of the 26 Club members including some Dai Yon employees participated. The hiking started at the western foot of the mountain at 9 a.m. and safely ended on the pinnacle at around 10 a.m. On the peak, the Club held a humble launching ceremony and took souvenir pictures.

(주)디피엠

DPM Co., Ltd.



2007년 근로자의 날 모범사원 표창 수상

경남 함안상공회의소에서 실시된 '2007년 근로자의 날 모범사원 표창 수상'에 ㈜디피엠의 안대광, 이수진 사수가 선정됐다. 도로생산팀 안대광 사수(우)는 김영덕 국회의원으로부터 국회의원상을, 수지생산팀 이수진 사수(좌)는 안수영 함안경찰서장으로부터 함안경찰서장상을 수상했다.

Two DPM Employees Won the Model Worker Awards 2007

At the Haman Chamber of Commerce and Industry, Dae-gwang Ahn (right) of the Coatings Production Team received the "Lawmakers Prize" from Rep. Young-deok Kim, while Su-jin Lee (left) of the Resin Production Team won the "Chief of Haman Police Agency Prize" given by Senior Superintendent General Su-young Ahn. The Prizes are awarded in order to mark May Day.

물탱크 시설물 무료 도장 실시

㈜디피엠 자원봉사단은 기존의 낡은 물탱크 외벽에 밝은 색상의 환경친화적인 그래픽 이미지를 표현하여 새롭게 단장했다. 봉사단원들이 밀그림 및 선 작업을 실시했으며, 담당 내부 도색 작업은 지역 주민들과 함께 실시해 성공적으로 마무리되었다. 이번에 새로 도색한 물탱크가 위치한 곳이 국도 5호선 및 칠원면 시장 부근이어서 지역 주민들에 대한 노루페인트의 홍보 효과도 적지 않을 것으로 판단된다. ㈜디피엠은 지속적인 무료 도장 실시로 지역 주민과의 유대관계를 활성화시키고, 회사 이미지를 제고를 위해 힘쓸 것을 다짐했다.

New Face of Water Tank

The DPM Volunteer Service Club dressed up the old and dirty water tank located in Chirwon-myeon by adding to the exterior brightly-colored graphic images that depict the beauty of nature. The volunteers drew the outlines and local residents helped to fill in colors. The new face of the water tank is expected to have advertising effects for the NOROO Group, as the facility is located near National Road No. 5 and the Chirwon-myeon market. The participants pledged to do the free painting service regularly in hopes to maintain good relations with the community as well as improve the Group's corporate image.

(주)대연

Dai Yon Co., Ltd.

이민형 대표이사 취임

2월 1일, (주)씨케이페인트에 몸담았던 이민형 사장이 ㈜대연의 대표이사로 취임했다. ㈜아이피케이와 대한잉크(주)에서 근무했던 이민형 대표이사는 이날 직원들과의 대화의 시간을 통해 ㈜대연의 작업 환경 개선과 꾸준한 발전을 위해 함께 노력할 것을 강조했다.

New President Min-hyoung Lee Took Office

Former CK Paint President Min-hyoung took office as the new President of Dai Yon on February 1. At the inauguration event, President Lee had a discussion with the employees and asked them to cooperate with him to improve working conditions and ensure the company to continue to prosper.

운송비 정산시스템 구축

(주)대연은 운송비 정산업무의 표준화·전산화를 위한 운송비 정산시스템을 구축 중이다. 이 시스템을 통해 NOROO 그룹 각 계열사별 운임 정산 시 전산의 표준화 작업으로 신속한 마감 처리 및 운송자료의 DB화가 가능해질 예정이다. 이로 인해 유형별 통계자료 분석이 용이해지고, Web Based 시스템을 통한 처리 장소의 확장 및 맞춤형 GUI 등 사용자의 편리성이 확대될 예정이다. 이 시스템은 현재 DIT에서 프로그램 설계 중이며, 안정화 기간을 거쳐 9월 초 시행될 예정이다.

New Shipping Cost Processing System

Dai Yon is establishing a computerized system to standardize shipping cost processing, scheduling to use it from early September after a trial. The web-based system under development by DIT will enable a quick and accurate processing of the NOROO subsidiaries' shipping costs while improving customer convenience through new features like customized graphical user interfaces (GUI). It will also create a database for better shipping cost analyses.

노사협의회 실시

4월 13일, 이민형 사장실에서 실시된 노사협의회에서 직원 복리후생 및 직원에 대한 회사의 당부 사항 등에 대한 노사 양측의 대화가 오고 갔다. 회사 측은 1/4분기 경영실적을 근로자 측에 보고하고, 2007년 급여 인상 외에도 주 40시간 근무제가 7월 1일부터 시행됨을 알렸다. 또한 회사 측은 직원들에게 허리보호대 착용을 필히 실행하여 근골격 손상 예방 및 안전에 힘쓸 것을 당부했다.

Labor-Management Meeting

Dai Yon had a frank labor-management discussion in President Lee's office on April 13 to explore ways to improve the employees' wellbeing. The company informed the employees of the fourth-quarter business performance, wage hike plan, and the effectuation of five-day work week system on July 1, while urging the employees to wear back protectors to prevent injuries.

최고의 기술력으로 해외로 뻗어나가는 (주)노루페인트

Global Frontier with Top Technology
NOROO Paint & Coatings

글 편집실 Text by WVP editors

초여름의 신선한 기운이 물씬 풍기는 아침, 안양시 만안구 박달2동에 위치한 (주)노루페인트 생산 현장에는 어느 때와 다름없는 활기찬 하루가 시작되고 있었다. 발전을 거듭하는 진취적인 기업, 나눔과 협력으로 일궈낸 신나는 일터. 이것이 국내 정상 of 도료회사 (주)노루페인트의 모습이다. 도료그룹장 이성규 이사에게 (주)노루페인트의 현재와 나아갈 길에 대해 들어 보고, 세계로 뻗어나갈 (주)노루페인트의 행보에 주목해 본다.

One early summer morning, employees of NOROO Paint & Coatings located in Anyang City were busying themselves starting a yet another dynamic day. This is a snapshot of the ever advancing, top-tier paint and coatings maker. Director Sung-Gyu Lee of Paint and Coatings Production Division tells WVP about the company today and in the future.



깊은 역사 그리고 드높은 열정

지난해 창립 60주년을 맞은 노루(NOROO) 그룹은 2006년 6월, 투자사업부문(주디피아어 홀딩스)과 제조판매사업부문(주노루페인트)으로 분리됐다. 그리하여 (주)노루페인트는 독자 경영으로 고유 사업에만 전념하여 생산력 향상에 더욱 탄력을 받게 되었다. 현재 (주)노루페인트는 안양공장을 생산 거점으로 평택시 포승공단에 자동차 보수용 신 공장을 건축 중이다.

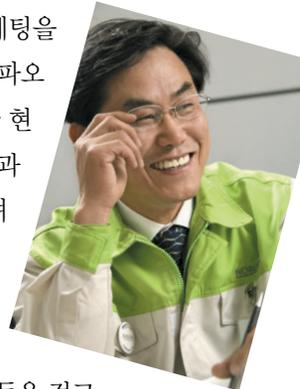
전 세계적으로 기업의 환경친화정책이 강조되고 있는데 (주)노루페인트는 이러한 흐름의 선두에서 환경 경영 시스템을 구축하고 친환경 제품을 개발·생산하고 있다. 이번에 새로 개발된 친환경 제품들로는 나노실버 기술을 적용한 내부용 고급 페인트인 '내츄럴 밀크페인트'를 비롯해 '자수정페인트', 프리미엄급 웰빙페인트 '세이프' 등이 있으며 '재집중후군'의 우려를 불식시키고자 인테리어용 도료를 개발하여 깨끗하고 건강한 환경 만들기에 동참하고 있다.

이와 같은 끊임없는 신기술 연구·개발을 위한 노력은 풍요롭고 깨끗한 환경을 만드는 책임 있는 기업으로서 고객의 마음 속에 늘 일 순위로 자리하고픈 (주)노루페인트의 지치지 않는 열정의 발현이다.



손잡고 세계로

'해외시장 공략. 이것은 '매출액 확대'와 더불어 2007년 (주)노루페인트의 또 하나의 목표이다. 단순무역 혹은 100% 직접투자 방식의 단점을 극복하기 위해 '현지화 전략(Localization)'을 채택하여 중국·일본(동북아), 그 외 아시아 지역, 중동·아프리카, 인도, 미주, 유럽 등 전 세계를 6개 권역으로 나누어 마케팅을 실시하고 있다. 특히 대만 업체인 난파오(Nanpao)와 전략적 제휴를 통해 중국 현지 시장 및 동남아 시장의 시장 선점과 매출 확대를 위해 노력하고 있으며 2002년 12월, 상하이에 별도 법인인 '득채(상해)도료유한공사'를 설립하고 기술 연구소 및 생산공장을 가동하여 본격적인 중국 시장 진출에의 시동을 걸고 있다.



이성규 이사는 (주)노루페인트의 강력한 경쟁력의 요소로 타 기업과 차별화되는 폭넓은 기술력을 꼽았다.

"(주)노루페인트는 공업용에서 자동차 도료에 이르기까지 폭넓은 분야의 기술력을 확보하고 있습니다. 이는 곧 고객의 모든 요구를 수용할 능력이 있다는 뜻이지요. 이와 같은 우리의 자신감은 해외 진출 시 강점으로 작용할 것입니다."

이와 더불어 (주)노루페인트만의 또 하나의 빼놓을 수 없는 경쟁력으로 '노사 화합'을 들었다. '2007 한국노사협력대상' 중견·중소기업부문 대상을 수상한 바 있는 (주)노루페인트는 창립 이래 노사분규가 단 한 건도 없었을 정도로 모범적인 노사관계로 주목받고 있다. 매월 직원들에게 회사 실

Global Network



적을 투명하게 공개하고 공유하는 회사와, 회사 방침이 섰을 때 선봉이 되어 솔선수범하는 노조가 손을 잡았으니 대상 수상은 어찌 보면 당연한 결과일 터. 그러나 칭찬에 손사래 치는 이성규 이사의 표정에는 자족감보다는 겸손함이 훨씬 더 많이 묻어난다.

“일반적으로 이야기하는 교과서 속의 이상적인 노사관계가 바로 우리 (주)노루페인트의 실제 모습입니다. 하지만 우리는 이것을 특별히 의식하거나 대단하다고 생각하지 않습니다. 서로를 먼저 생각하는 노사 문화가 우리에게서는 지극히 자연스런 일상이며 이제까지 그래 왔던 것처럼 앞으로도 손을 맞잡고 함께 걸어갈 것이기 때문입니다.”

광복 이후 어렵던 시절, 나라와 함께 경제성장을 이루어 온 (주)노루페인트는 외환 위기 시 구조조정의 아픔을 극복하고 매출 성장과 함께 퇴출 직원 복직의 약속을 지켰고, 96년도에는 아시아 최대 규모를 자랑하는 중국의 자존심 자금성의 보수·도장 프로젝트를 맡아 중국 대륙에 (주)노루페인트의 위용을 떨치기도 했다.

따뜻한 가슴을 지니고 합리적인 사고를 하는 인간적인 기업 문화의 토대 위에 다져진 최고의 기술력으로 해외 진출의 꿈을 현실로 만들어 가는 (주)노루페인트. 열정과 믿음으로 뭉쳐진 기업 (주)노루페인트의 앞날이 더욱 다채롭고 풍성한 빛



Time-honored History and Unwavering Passion for Excellence

The NOROO Group which marked its 60th anniversary in 2005 restructured into two parts in June 2006: the investment sector led by DPI Holdings and the manufacturing sector governed by NOROO Paint & Coatings. This structural reform enabled NOROO Paint & Coatings to focus on strengthening its competitiveness in its own field and on making decisions based on its own business requirements. To increase its production capacity the company is constructing a new plant in the Poseung Industrial Zone, Pyeongtaek City, that will exclusively produce automotive refinishes.

With 'environment' emerging as the key word in the global business arena, NOROO Paint & Coatings is taking the lead in establishing a green management system as well as in developing eco-friendly products. In particular, the company is striving to invent new interior paints that can dispel public concerns about the sick house syndrome. Recently developed paints include Natural Milk and Natural Amethyst, high-end products using nanosilver technology, and Safe, a health-conscious premium paint.

NOROO Paint & Coatings's endless endeavor for advanced green technologies is evidence of the firm's commitment to environmental protection and its passion to remain the most trustworthy company for our customers.

Marching Together to the World

Along with the expansion of sales revenue the other goal of NOROO Paint & Coatings in 2007 is to strengthen its global presence. Aiming to overcome the limitations of mere exports or 100% direct investment, the company has adopted the localization approach. NOROO Paint & Coatings divided the world market into six blocks (Northeast Asia including China and Japan; the rest of Asia; Middle East and Africa; India; the Americas; and Europe) and has been crafting marketing strategies tailored to each block.

For example, NOROO Paint & Coatings forged a strategic alliance with the Taiwan-based Nanpao Group to gain the upper hand in Southeast Asia as well as China, and established DPI (Shanghai) in December 2002 to make further inroads into the Chinese market. DPI (Shanghai) has its technology research center and production facilities in China.

Director Sung-Gyu Lee cited NOROO Paint & Coatings's technological prowess as the strongest factor that sets the company apart. "NOROO Paint & Coatings possesses top-tier technologies in a broad range of products from industrial to automotive paints and coatings. This means that we can accommodate any demands and needs. Our technological confidence will have a positive effect on our move into world markets," he added.

He also picked our cooperative labor-management relations as an important element of the company's competitiveness. NOROO Paint & Coatings has experienced no labor strikes at all since its foundation, and we received the Grand Prize in the small- and medium-sized enterprises sector of the Korea Labor-Management Cooperation Awards 2007. The award winning is not surprising given the ideal match in NOROO Paint & Coatings between the management which honestly discloses company performance to the employees every month and the labor which commits themselves to achieve business goals set by the management.

Director Lee's face, however, revealed more humbleness than pride. "NOROO Paint & Coatings has the ideal labor-management relationship that seems otherwise to exist only in textbooks. But we don't see this as unusual or special. Considering the other's position first is quite natural for us. We will continue to move on together as partners."

NOROO Paint & Coatings shares the perseverance of Korea that has grown into an economic powerhouse despite numerous difficulties that have afflicted our nation since its liberation from the Japanese colonial rule. The company successfully survived the Asian financial crisis and kept its promise to bring back the laid-off employees once the situation got better. In 1996, NOROO Paint & Coatings won a project to mend and repaint the Forbidden City, one of the biggest man-made structures in Asia. We thereby gained reputation throughout the mainland China.

Geared with humane corporate culture, ability for rational thinking, and world-class technology, NOROO Paint & Coatings is getting closer to realizing its aspiration to become a global player. The passionate and confident company's future can only be bright and splendid.

산 처럼 든든한 친구가 되겠습니다

Stand Tall Like a Mountain

글 편집실 Text by WVP editors

(주)노루페인트에서는 매년 근로자의 날 기념 회장님 표창을 실시하고 있다. 지난 5월 2일, 복지회관에서 거행된 시상식에서 회장님 표창을 받은 이덕희 대리에게는 해외연수의 부상이 주어진다. 어떠한 상황에서도 미소를 잃지 않고, 주어진 업무에 충실히 임하여 동료 직원들의 귀감이 되고 있는 모범 사원 이덕희 대리를 만나 그의 인간적인 속내와 NOROO 그룹의 일원으로서 업무에 임하는 마음가짐에 대해 들어보았다.

To commemorate May Day, NOROO Paint & Coatings awards the Chairman's Prize each year to the most exemplary employee. This year, Mr. Duck-hee Lee of the Paint & Coatings Production Team 3 won the Prize for his diligence and positive attitude. WVP met him to learn more about him as a person and as a model employee of NOROO Paint & Coatings.



아픔을 딛고 씩 없이 정진하다

“열심히 일하시는 분들이 많은데 제가 큰 상을 받게 되어 죄송할 따름이죠. (주)노루페인트에서 오래 근무했고, 회사가 힘들었던 시기에 함께했기에 그런 점을 많이 생각해 주신 것 같습니다.”

근로자의 날 기념 회장님 표창을 받은 소감을 묻자, 이덕희 대리에게서 이렇게 소박하고 겸손한 대답이 돌아온다.

(주)노루페인트 도로3팀에서 자동차보수용 도로 조색 업무를 맡고 있는 이덕희 대리는 91년도에 입사해 꾸준히 근무하다가 98년 외환 위기 시 퇴사, 계약직으로 약 1년간 근무한 경력이 있다. 회사와 직원 모두에게 힘든 시기였지만 흔들리지 않고 묵묵히 자리를 지킬 수 있었던 것은 ‘사정이 좋아지면 퇴직 직원들과 반드시 다시 함께할 것’이라는 회사 측의 약속을 굳게 믿었기 때문이다. 역시 약속대로 이덕희 대리는 다시 정규직으로 전환되어 지금까지 (주)노루페인트의 일원으로서 큰 몫을 담당해 오고 있다.

외환 위기 시의 아픈 기억 외에도 이덕희 대리에게는 또 다른 힘든 시간이 있었다. 업무 중 재해를 입어 1년간의 치료를 받아야만 했던 것이다. 연이어 닥친 불행에 크게 낙담하고, 어쩌면 인생의 큰 고비가 될 수도 있었던 때에 늘 묵묵

히 곁을 지켜준 가족과 동료, 그리고 완치될 때까지 전폭적인 지원을 해 준 회사가 있었기에 기적처럼 다시 힘을 낼 수 있었다고 한다. 그 일이 있은 후, 이덕희 대리는 매일 아침 남들보다 일찍 출근해 스스로 기계 설비의 안전을 일일이 체크하고 있다. 안전의 중요성에 대해 뼈저리게 절감했기 때문이다. ‘안전한 환경은 업무의 기본이며, 동료의 안전이 곧 나의 안전’이라고 말하는 그의 진지한 눈빛에서 믿음직한 NOROO인의 모습이 읽힌다.

산(山)이 좋아 산을 답아가는 사람

이덕희 대리는 사내 산악동호회 회원으로 매주 산행에 참가하고 있으며, 외부 산악회 활동에도 적극적이다. 그는 현재 지리산 등반을 시작으로 3년 계획의 ‘백두대간 종주’에도 참여하는 등 산(山) 사랑이 예사롭지 않다.

“무작정 산이 좋더라고요. 산에 오르면 마음도 넉넉해지고 맑은 공기에 온몸이 정화되는 느낌이지요. 힘들었던 시기에 친구가 되어준 것도, 삶이 고단할 때 어깨를 두드리며 격려를 해준 것도 언제나 산이었습니다.”

산이 좋으니 사람도 좋고, 사람을 사랑하는 선한 마음으로 일터에서도 제 몫을 다하는 (주)노루페인트의 성실한 일꾼, 이덕희 대리.

평생토록 꿈을 안고 갈구하여 비로소 ‘큰바위 얼굴’을 닮게 된 나다니엘 호돈의 소설 속 어니스트처럼, 정년퇴직하는 그날까지 맡고 있는 업무 분야에서 최고가 되기 위해 노력하겠다는 다짐을 말하는 그의 모습은 언제나 묵묵히 같은 자리에서 모두의 친구가 되어주는 산을 꼭 닮아 있었다.



Suffering Cannot Stop Me

"I feel I must apologise for receiving this honor as there are many others who work harder than me. I think the reason I won the Prize was because I have worked for the company for a long time through thick and thin." When asked about his feeling, he returned this modest answer.

Duck-hee Lee who joined the company in 1991 was laid off in 1998 in the aftermath of the Asian financial crisis. He decided to remain at the company a non-regular worker, because he firmly believed the company's promise to bring him back when the situation turned around. A year later, the company kept its promise. Since then Lee has been diligently doing his part as a member of NOROO Paint & Coatings.

His hardship didn't end here: he was hospitalized for a year due to an injury he had gotten on duty. He was able to recover thanks to the full support of his family, colleagues and the company. Having learned the importance of safety the hard way, Lee arrives at the company earlier than others and checks the safety of the machinery every morning. "A safe working environment is a must, and when my colleagues are safe am I too," he said.

I Climb Mountains. Therefore I Am.

His love of mountains is extraordinary. Being an enthusiastic member of the hiking club in NOROO Paint & Coatings, Lee climbs mountains every week. He is also participating in the three-year project of ascending all the major mountains along the Baekdudaegan, a mountain range which runs most of the length of the Korean Peninsula, beginning with Jirisan Mountain. "I cannot help loving mountains. Mountains have been my true friends who stood by me and encouraged me whenever life treated me in harsh ways" Lee said.

Lee pledged to strive until retirement to become the best in his field, like Ernest, the central character in Nathaniel Hawthorne's short story The Great Stone Face. The face of Lee, who loves mountains and thus people with a warm heart, looked stout and steady like a mountain.

발전과 혁신을 위한 대전제

Prerequisite for Growth and Innovation

6 sigma

글 편집실 Text by WVP editors

‘6시그마 경영’이란 생산 현장에서 품질 수준을 측정하는 것으로서 백만 건당 3.4개의 불량률 수준을 의미한다. ‘6시그마 경영’은 제조 공정과 서비스 프로세스의 결함을 줄여 고객 만족을 높이고, 기업의 가치 증대에 기여하게 하는 경영 혁신 프로그램의 일종이다. 80년대 초 모토로라를 시작으로 90년대 중반 GE가 ‘6시그마 경영’을 통해 성장 동력을 확보하면서 이러한 움직임은 전 세계적으로 확대되었다.

2000년대부터 본격화된 도로업계의 치열한 경쟁 속에서 (주)노루페인트는 경쟁 우위를 확보하고 이익 극대화를 추구하기 위해 2003년 8월, 본격적인 6시그마 경영 운동을 시작하여 현재 전 계열사로 이러한 움직임이 확대되고 있다. 전략경영기획팀 민경남 과장과 6시그마 경영 컨설팅을 맡은 양선모 박사에게 NOROO의 6시그마에 대해 들어 보았다.

Six Sigma which was originally defined as a methodology to reduce defect levels below 3.4 defects per million opportunities is a system of innovation. It raises the level of customer satisfaction and business value by systematically improving processes. Following Motorola, GE gained growth momentum through Six Sigma in the mid-90s, prompting other businesses to follow suit.

In the NOROO Group, NOROO Paint & Coatings embarked on its Six Sigma campaign in August 2003, to secure a competitive edge and maximize profitability. Planning Department Manager Kyung-nam Min and Six Sigma consultant, Dr. Sun-mo Yang explain the Six Sigma movement in NOROO.

NOROO의 6시그마 경영 운동

우리는 기업의 생산 활동을 이야기할 때, 흔히 품질 개선의 중요성을 강조한다. 여기서 우리가 분명히 짚고 넘어가야 할 것은 '6시그마'에서 말하는 '품질'이란 단순히 제품의 질만을 뜻하는 것이 아니라는 것이다. 폭넓은 의미의 '품질'이란 '고객이 느끼는 종합적인 상태'까지도 포함한다. 그러므로 가격 수준, 납기일 준수 여부 등 종합적인 서비스의 질이 모두 '품질'의 범위에 속하는 것이다.

마스터 블랙벨트(MBB), 블랙벨트(BB), 그린벨트(GB), 화이트벨트(WB)의 네 등급은 6시그마 경영에 있어 전 세계적으로 통용되는 구분 기준이다. (주)노루페인트는 사내 자격인 증제도를 두어 각 등급별 과제를 성공적으로 수행하고 실효를 거둔 직원들에게 그에 따른 포상과 등급 승격의 기회를 주고 있다.

(주)노루페인트의 6시그마 경영 활동은 크게 세 가지로 나눌 수 있다.

첫째는 6시그마 핵심 경영을 위한 인력 양성이다. 이는 MBB, BB, GB, WB 각 등급별 사원을 대상으로 실시하는 계층별 교육 계획에 의해 진행된다.

둘째는 실질적인 수익 창출을 위한 개선 활동으로서 전사적 프로젝트인 Big-Y* 과제를 전 부문 직원들이 공동으로 진행하고, 팀 단위 프로젝트를 실시하여 팀 내 개선사항을 도출해낸다. 또한 매년 6시그마 경영 추진 계획에 의거하여 다

양한 교육과 프로젝트를 수행하는 등의 내용으로 구성된다.

셋째는 원활한 커뮤니케이션을 위한 회의체 운영이다. 이는 대표이사를 중심으로 임원과 함께하는 '챔피언 데이'와 사업부문별로 매달 진행되는 '6시그마 데이', 6시그마 운동의 주체가 되는 BB그룹이 운영하는 'BB협의체'로 구성된다. BB그룹은 시행된 프로젝트의 과정과 결과를 평가하여 6시그마 활성화 방법에 대해 토의하고, 인력 양성과 수익 창출을 극대화시키기 위한 방안을 논의한다.

6시그마 경영 운동은 현재 이렇듯 체계적인 계획 하에 활발히 실시되고 있지만 시행 초기에는 변화에 대한 거부감과 혼란으로 인해 어려움을 겪기도 했다. 그러나 6시그마 경영의 의의와 목표를 전 직원들이 공유함으로써 이를 통한 비전 달성을 추구하고, 내부 개선 역량 강화를 통한 수익 개선과 프로세스 개선 활동을 위해 모두가 힘쓰고 있다.

그 결과, (주)노루페인트는 현재 시간당 생산량 증가와 납기 기간의 단축, 효율적인 재고 평가 능력 상승 등 눈에 보이는 효과를 얻고 있다. 실제로 세정 용기를 표준 규격화시켜 실질적인 절약 효과를 거두고 있으며, 용기 외부의 부식 문제를 해결하기 위해 구체적 데이터를 활용, 코팅이 얇은 것이 그 원인임을 밝혀내어 3개월 이상 방치해도 녹슬지 않는 용기를 사용하게 된 사례도 있다.

6시그마 경영혁신활동 전개사항



경영혁신 3단계 ('10 - '12)

6시그마 경영 · Best Practice 실현

- 제도와 시스템에 의한 능동적 혁신문화 정착
- 가치혁신체계 구축을 통한 블루 오션 전략의 확대
- 6시그마 기반의 경영혁신활동의 체질화
- Global Standard와 Best Practice의 구현을 통한 아시아 5대 Major의 구현

경영혁신 2단계 ('07 - '09)

6시그마 경영의 정착화

- 전사 BSC를 기반으로 Big-Y 프로젝트 전개
- 교육 확대를 통한 전 사원의 의식 전환 강화
- TDR 운영을 통한 집중 개선 전략의 실천
- 전 관계사의 혁신활동 확대 및 제도와 혁신 축의 Consensus 형성
- 블루 오션 전략의 추구를 통한 재무성과 확대

경영혁신 1단계 ('03 - '06)

경영혁신 인프라 구축 및 전개

- 경영혁신 활동 의식 전환
- 교육 및 프로젝트 수행을 통한 경영혁신 활동의 이해
- BB 및 GB 인력 양성
- 경영혁신을 위한 인프라 구축
- 혁신활동의 재무성과 획득

(주)노루페인트는 현재 6시그마 운영 시스템 정착과 재무성과 10억 달성 등을 1차 목표로 한 '도약기'를 거쳐 전 직원의 60% 이상이 GB 자격을 얻어내는 '성숙기'로 접어들 준비를 하고 있다. (주)노루페인트는 지금의 이 움직임에 박차를 가하여 6시그마적 사고가 회사 문화로 녹아 들어 일상 업무에서 자연스럽게 6시그마 활동을 하는 진정한 경영혁신이 이루어지는 '정착기'에 이르기까지 끊임없이 도전할 것임을 선포했다.

6시그마 경영 운동은 (주)노루페인트를 중심으로 하여 각 계열사로 확대 실시되고 있다. NOROO는 합리적인 제도와 시스템에 의한 능동적 혁신 문화를 정착시키고, 가치 혁신 체계 구축을 통한 블루오션 전략을 확대하여 세계에서 두 목받는 기업이 되기 위한 단계를 차근차근 밟아나가고 있다.

* Big-Y : 전사적으로 중요한 영향을 미칠 수 있는 프로세스 개선 과제를 의미하는 것으로 KPI(핵심성과지표)에서 전 부문에 걸쳐 커다란 영향을 줄 수 있는 관리지표의 개선 프로젝트를 칭함.

“6시그마적 사고로 커뮤니케이션 하라!”



생각을 바꾸면 시야는 넓어진다. 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해서는 우리의 위치를 냉철히 파악하는 눈을 가져야 한다. 6시그마는 큰 의미의 사고 과정이다. 생각을 어떻게 하느냐에 따라 우리의 모습이 바뀌게 마련이다. 이러한 인식을 토대로 6시그마적 사고를 습관화하면 어떻게 해야 경쟁 우위를 확보할 수 있는지 우리 스스로 깨닫게 될 것이다.

“Think and communicate in the Six Sigma way!”

Change the way of thinking to broaden your vision. To survive competition, we should see our position correctly. Six Sigma is a process of reasoning. We need to think better to compete better. If the Six Sigma way of thinking becomes our second nature, it will tell us how to gain the upper hand.

양선모 박사 Sun-mo Yang, Ph.D

“모든 것을 ‘문제’라 여기고 6시그마적 공통 언어를 생활화하라!”



우선 직원들 모두가 6시그마 용어를 이해하고 숙지하여 원활한 커뮤니케이션이 이루어져야 한다. 또한 매너리즘에서 탈피해야 한다. 안주하려는 마음, 변화를 싫어하는 성향에서 과감히 벗어나 모든 것을 '문제'로 인식하여 개선하려는 창의적이고 적극적인 태도를 갖는다면 진정한 혁신과 발전을 이루어낼 수 있을 것이다.

**“Think everything can be an issue!
Make the Six Sigma terms a common language!”**

All the employees should become familiar with the Six Sigma terms and able to use them in daily communication. Be mindful of mannerisms. We should remember everything can be an issue that requires improvement, and be creative and proactive to bring about genuine innovation and growth.

민경남 과장 Kyung-nam Min, Manager of Planning Department

Six Sigma Campaign in NOROO

When people talk about production, they often emphasize the importance of quality control. 'Quality' as a term of Six Sigma does not mean only quality of products. Quality in a broader concept refers to the overall feeling that customers have of a product or service. Hence factors like price levels and timeliness are also included in the scope of quality.

Master Black Belt (MBB), Black Belt (BB), Green Belt (GB), and White Belt (WB) are the four universally recognized levels of quality control mastery. NOROO Paint & Coatings runs its own certification system and gives rewards to employees who successfully conduct the tasks appointed to each level in addition to level upgrading.

The Six Sigma campaign at NOROO Paint & Coatings consists of three major activities:

First, the company is fostering Six Sigma specialists. Level-specific education and training programs are administered to employees according to their levels of quality control mastery (MBB, BB, GB, and WB).

Second, the employees carry out the Big-Y* task, a company-wide project to create tangible profits through innovation, while conducting team-level tasks to identify team issues that require improvement. The tasks are adjusted every year according to the company's Six Sigma roadmap.

Third, the company strives to facilitate communication through diverse efforts. These efforts include the Champion Day event where the President and Executive Directors mingle with the employees, the Six Sigma Day event that is held every month by each business division, and the BB Council operated by the BB Group. The BB Group, that is leading the Six Sigma movement, assesses the processes and results of finished projects and discusses ways to promote the campaign, nurture Six

Sigma specialists, and maximize profitability.

Although the Six Sigma campaign suffered its fair share of difficulties in the early stages, the movement is now sailing smoothly under a systematic plan as the employees agree on the purpose and goals of the campaign and fully cooperate in its execution.

NOROO Paint & Coatings is beginning to reap tangible results such as an increased production volume per hour, shortened production times, and enhanced efficiency in inventory management. For example, the company analyzed related data to address the problem of rusting vessels, and found out that the cause was the vessels' thin coating. Accordingly, the previous vessels were replaced with new ones that do not rust for at least three months without maintenance. NOROO Paint & Coatings also saves costs by standardizing the cleaning vessels.

The Six Sigma campaign in NOROO Paint & Coatings is advancing from the inception period that focused on putting down its roots and achieving 1 billion won in saved costs, to maturity with a goal of encouraging more than 60% of the employees to earn the GB certificate. Now Other NOROO subsidiaries are joining the Six Sigma crusade of NOROO Paint & Coatings which is committed to wage the Six Sigma campaign proactively until the movement brings forth a stream of genuine innovations.

As such, the NOROO Group, aiming to emerge as a true global player, is patiently taking the steps necessary to create a corporate culture conducive to innovation and a new value system based on rational institution.

* Big-Y: The important business result that the Six Sigma project seeks to improve, or project of improving the key performance indicator (KPI) that most affects the entire process.

상하이에서 펼쳐는 세계 일류의 꿈

Top-Tier Dream in Shanghai

글 편집실 Text by WVP editors

득채(상해)도료유한공사(이하 '득채(得彩)')는 중국 상하이에서 세계 유수의 도료업체들과 어깨를 나란히 하고 그 명성을 높여 나가고 있다. 상하이 공장을 중심으로 베이징, 광저우에도 사무소를 두고 있는 득채(得彩)는 중국 내 글로벌 기업들과의 경쟁을 통한 성장과 성공적인 현지화를 목표로 직원 교육 강화 등 전사적인 노력을 기울여 최고의 도료 서비스를 제공하는 기업으로 우뚝 서고자 한다. 상해사무소 정성현 부장에게 상하이 현지의 생생한 소식을 들어 보고, 득채(得彩)의 현재와 미래를 조망해 본다.

DPI (Shanghai)'s dream is to become a world-class paint and coatings company. Besides its facilities in Shanghai, the company also has offices in Beijing and Guangzhou. DPI (Shanghai) is endeavoring to emerge as a full-fledged global player by competing successfully in China, the biggest market for the industry, through its localization strategy, WVP met Vice General Manager Sung-hun Jung to discuss DPI (Shanghai) and his life in China.



득채(得彩), 글로벌 경쟁에 뛰어들다

득채(得彩)는 2002년 12월, 중국 상하이에 현지 법인을 설립하고 2004년 2월, 1기 리패킹 공장 및 연구동을 완공한 이후 본격적인 도료 생산 및 현지 판매에 박차를 가하고 있다. 설립 당시 34억 원에 불과했던 연 매출액이 지난해 120억 원을 기록하는 등 꾸준히 상승세를 타고 있으며 올해에는 약 30% 성장한 150억 원을 달성할 것으로 전망된다. 또한 2005년 ISO 9001 인증 취득에 이어 2006년 ISO 14001 인증을 취득, 친환경 도료 제조 기술력의 우수성을 입증했다.

득채(得彩)는 상하이에서 가장 큰 전자재 전문 백화점인 홍싱메이카롱 내부에 건축용 도료 직영 1호점을 설립하고 올해 5월부터 본격적인 영업을 시작했다. 'NOROO (纳路漆)' 브랜드로 중국의 일반 소비자는 물론, 전문 시공업자의 요구에도 부응할 수 있도록 다양한 견본판과 자료집을 구비하여 페인팅에 관계된 모든 서비스를 제공하고 있다. 또한 컬러 컨설팅과 컴퓨터 자동조색서비스 제공으로 고객의 높은 호응을 얻고 있으며, 이러한 유통 채널을 베이징과 광저우에도 추가 설립할 계획이다. 득채(得彩)는 또한 북경시와 건설위원회 주관으로 실시된 '2008년 북경올림픽 환경건설지정 건축도료업체 선정'을 위한 실사에서 건축용 도료공급 지정업체로 선정되어 올림픽 관련 시설물의 도장 공사에 도료를 공식 판매할 예정이다. 또한 현재 판촉이 진



행되고 있는 올림픽 선수촌 아파트, 국가 체육관, 교통 지휘부 등의 프로젝트 수주 가능성도 높아지고 있어 매출 상승이 예상되는 등 세계 최대의 도료 시장인 중국에서 그 입지를 확고히 굳혀 나가고 있다.

득채(得彩)는 '현장중심 경영으로 글로벌 경쟁력을 강화하자!'라는 2007년 경영방침에 따라 판매 목표를 달성하기 위한 방안으로 신제품 개발, 고효율의 생산 기술, 고객만족 극대화를 위한 마케팅 및 효율적인 물류 및 지원 시스템을 준비하고 있으며, 시장별 판매단가를 현실화하고 낭비 제거와 비용 절감 등을 통한 목표 수익 달성을 위해 힘쓰고 있다.



글로벌 기업을 만드는 글로벌 비즈니스맨

상해사무소 정성현 부장

1. 중국에서 근무한 기간과 현재 득채(得彩)에서 맡고 있는 업무에 대해 소개해 주세요.

88년도에 입사하여 20년째 NOROO 가족으로 일하고 있습니다. 그리고 지난해 1월 초 상하이 근무를 시작하여 현재 약 1년 6개월째로 접어들고 있습니다. 한국에서 배워 왔던 자동차 보수용 도로와 공업용 도로 영업, 신규사업 기획, 직영점 기획, 지역영업팀장, 마케팅팀장 등의 주요 업무 경험을 살려 중국에서의 건축용 시장 마케팅에 전념하고 있습니다.

2. 중국 생활에서 가장 힘들었던 점과 좋은 점은 무엇입니까?

외국 근무를 하는 직원들 사이에는 일반적인 출장이 아닌 주재원 생활을 하는 경우엔 꼭 '현지 신고식'을 거친다는 속설이 있습니다. 저의 경우에도 어김없이 상하이에서 근무를 시작한 지 일주일 만에 이마 부위에 '대상포진'이 발병하여 엄청난 통증으로 보름간 무척 고생한 적이 있습니다. 그때 한국 주재원과 중국 직원들의 따뜻한 보살핌으로 금세 완쾌되어 업무에 복귀할 수 있었죠. 이 자리를 빌어 정성껏 간호해 주셨던 분들께 다시 한번 감사의 마음을 전합니다. 좋은 점이라면, 요리에 전혀 소질이 없던 제가 점점 요리에 흥미를 붙이고 있다는 것입니다.



상하이 남자들은 매우 가정적이어서 요리 못하는 남자가 거의 없다고 합니다. 그런 분위기 때문인지 저도 상하이 생활 6개월째부터 된장찌개, 김치찌개 정도는 척척 만들어 내고 있습니다.

정(情)을 기반으로 한 인간미 있는 NOROO의 기업 문화는 뛰어난 기술력과 함께 현지 인재 양성의 중요한 요건이 되고 있다고 생각합니다

3. 업무 중 느껴지는 한국 직원과 중국 직원 간의 대표적인 차이점은 무엇입니까?

한국인과 중국인의 성격 차이는 '능동과 수동', '기동력과 인내력'이라는 말로 표현할 수 있습니다. 중국인은 업무 방식과 조건이 명확히 제시되었을 때 이에 잘 따르는 편이고, 한국인은 방법과 조건의 제시가 부족한 상황에서도 능동적으로 대처하는 모습을 보입니다. 또한 한국인들은 신속한 처리와 결과를 원하는 반면, 중국인들은 속도보다 실리를 중시하여 충분히 생각하고 인내심 있게 기다리는 편입니다. 중국에서 좋은 결과를 내려면 목표에 앞서 방법과 조건을 명확히 제시하고 내부 시스템을 갖추어야 하며, 중국인의 특성을 이해하여 인내력을 갖춘 후 중국 시장에 뛰어들어야 한다는 의미가 됩니다.

4. 한국 주재원과 중국 현지 직원들의 화합이 이루어지게 하는 요소는 무엇입니까?

한국인의 문화는 '정(情)'의 문화라 할 수 있죠. 하지만 중국인의 문화는 그에 비해 좀 더 개인주의에 가깝습니다. 하지만 '정(情)'은 개인주의를 흡수하여 결과적으로 모두를 하나되게 합니다. 많은 중국 직원들이 한국 주재원들과 생활하며 느끼는 정(情) 때문에 오랫동안 함께 일하고 싶다고 말하곤 합니다. '정(情)'을 기반으로 한 인간미 있는 NOROO의 기업 문화는 뛰어난 기술력과 함께 현지 인재 양성의 중요한 요건이 되고 있다고 생각합니다.

5. '득채(得彩)'에 대한 중국 내 동종 타 기업들의 반응은 어떤가요?

득채(得彩)는 공업용·건축용·자동차보수용 도로 시장을 목표로 중국시장을 공략했으며 공업용 도로 시장의 경우, 한국업체 중심의 매출 구조를 탈피하여 중국업체를 대상으로 본격적인 신규시장 개발을 시작하고 있습니다. 건축용 도로 시장은 프로젝트 대리점 및 직영점을 중심으로 시장 공략 계획을 세우고 있으며 한국 내 동종업계는 물론, 중국 내 경쟁업체로부터 긍정적인 평가를 받고 있습니다. 자동차보수용 도로 시장의 경우는 한국계 생산업체인 북경현대 및 동풍열달기아 정비업체(4S점)를 중심으로 영업을 펼치는 한편, 중국 내 기업 중에서는 성장 속도가 가장 빠른 치루이(奇瑞) 자동차의 4S점을 목표로 서비스 제공에 최선을 다하고 있습니다. 하지만 득채(得彩)가 향후에 중국을 비롯한 동아시아 시장에서 살아남기 위해서는 NOROO 그룹의 시너지를 최대한 발휘할 수 있도록 공업, 자동차, 플라스틱 부문을 총망라하여 중국시장을 공략할 수 있어야 합니다. 이를 위해 내부적으로 신속하고 유연한 지원 체계를 확립하는 과제가 남아 있다고 봅니다.

글로벌 무한경쟁시대에 득채(得彩)가 시장에서 선전하기 위해서는 마케팅, 연구·개발, 품질, 서비스 등 모든 분야에서 최고가 되어야 합니다.

6. 세계 최대 도로 시장인 중국에서 입지를 굳히고 있는 '득채(得彩)'의 일원으로서 앞으로의 각오와 포부를 밝혀 주세요.

최근 도로업체의 규모와 관계없이 도로 시장 영역을 확보하기 위한 경쟁이 가열되고 있습니다. 글로벌 무한경쟁시대에 득채(得彩)가 시장에서 선전하기 위해서는 마케팅, 연구·개발, 품질, 서비스 등 모든 분야에서 최고가 될 준비를 해야 하며, 해외 로컬업체와도 과감한 전략적 제휴를 맺어 경쟁력 강화에 힘을 쏟아야 합니다. 저를 비롯한 득채(得彩)의 전 직원들은 "어려울 때일수록 기본으로 돌아가라."라는 말을 되새기며 글로벌 기업을 이끌어 가는 글로벌 비즈니스맨이 되도록 최선을 다할 것입니다.

DPI (Shanghai) Goes Global

DPI (Shanghai) was established in Shanghai in December 2002, and constructed its repacking factory and R&D facilities in February 2004. The annual revenue has increased steadily from a mere 3.4 billion won upon foundation to 12 billion won last year while it is anticipated to rise 30% this year to 15 billion won. The company was accredited to ISO 9001 certification in 2005 and ISO 14001 certification in 2006 proving its technological excellence in eco-friendly paint and coatings production.

DPI (Shanghai) opened its first flagship store for architectural coatings in Hongshingmeialong, the biggest construction materials department store in Shanghai, this May. This shop displays diverse samples and brochures of "NOROO" branded products to serve

both individual and corporate customers. The store's color consulting and computer-based color matching services are popular. DPI (Shanghai) plans to open another flagship store in Guangzhou.

In addition, DPI (Shanghai) was designated as an official paint provider for the 2008 Beijing Summer Olympics, and this is expected to increase chances for the company to win orders for the Olympics player housing program and other state-run construction projects.

The NOROO Group announced "Market-Guided Management for Globalization" as its managerial principal for 2007. As a result DPI (Shanghai) is developing effective pricing, marketing, and logistics systems tailored to the Chinese market while striving to reduce waste factors and cost.

Global Businessman for Global Company

Sung-hun Jung

Vice General Manager, DPI (Shanghai) Co., Ltd.

1. How long have you worked in China and what are your responsibilities?

I came to Shanghai in early January last year. I am working to expand NOROO's share in the Chinese architectural paint and coatings market, guided by my two-decade experience in the NOROO Group.

2. What is your most difficult moment in China? And what is the bright side of your life in China?

There's a superstitious belief in the Group: employees deployed to overseas locations suffer bad luck as a rite of passage.

I suffered shingles, which developed on my forehead. But I could come back to work soon, thanks to the support of my colleagues, both Korean and Chinese. As for the bright side, my cooking has gotten better. Most husbands in Shanghai are family men and good cooks. This seems to affect me.

3. What is the greatest difference you feel between the Korean and Chinese employees in DPI (Shanghai)?

Korean employees are pro-active and

agile. Chinese workers are post-active and patient. While the Koreans are active even when they are not sure under which conditions they are working, the Chinese excel when work arrangement and terms are clearly proposed. The Koreans seek quick results but the Chinese work patiently at practical paces until the desired results are produced. We need to fully understand these differences to succeed in China.

4. What is the prime factor that bonds the Korean and Chinese employees together?

Our corporate culture has "jeong" [affection & love] while Chinese employees show individualism at first. Many of our Chinese workers often say they want to remain in DPI (Shanghai) for long because of jeong that their Korean colleagues show to them. Along with our technological prowess, this humane corporate culture is yet another major factor that attracts many able Chinese workers.

5. How do the Korean and local rivals in the Chinese market assess DPI (Shanghai)'s performance so far?

Their assessments of DPI (Shanghai)'s performance so far are favorable. DPI (Shanghai) is focusing on paint and coatings for industrial, architectural, and automotive refinishing purposes. In terms

of industrial-paint and coatings, NOROO Paint & Coatings is shifting its focus from Korean customers to Chinese. As for the architectural paint and coatings market, we are utilizing our flagship stores and sales agencies to boost sales. Regarding the automotive refinishes sector, we are marketing actively to the body shops (4S shops) of Beijing Hyundai Motor Company and Dongfeng Yuedo Kia Automotive Company while having our eye on Chery Automobile Company, the most rapidly growing carmakers in China. But we need a comprehensive marketing strategy covering the entire industry. Our task is to make quick and flexible Group-level support systems based on marketing strategies created by the NOROO subsidiaries.

6. DPI (Shanghai) is cementing its position in China, the biggest market for the paint and coatings industry. What is your resolution as a member of DPI (Shanghai)?

Companies in the Chinese paint and coatings industry are competing aggressively for a greater market share. To survive, DPI (Shanghai) needs to hone its competitive edge and to be the best in every aspect. As a NOROO man, I will continue to do my utmost with renewed determination to contribute to the Group's vision for a true global leader.

아시아의 메가시티^{megacity} 상하이를 주목하라

Keep Your Eye on Mega-city Shanghai

글 **한우덕** 한국경제신문 국제부 기자 Text by **Woody Han**, Reporter, International News Department, Korea Economics Daily

1842년 8월, 중국 난징(南京)시를 지나는 양쯔강 위에 군함이 떠있었다. 영국 군함 콘월리스호(號). 군함 선실에 관복을 입은 청(淸)나라 관리와 허리에 칼을 찬 영국 군사들이 마주앉아 있었다. 긴장감이 감돌았다. 그들 사이에 조약이 체결된다. 난징조약이었다. 1840년 시작됐던 아편전쟁이 끝나는 순간이었다. 아니, 청나라가 서방세력에 무릎을 꿇는 순간이기도 했다. 아편전쟁이 시작된 곳은 광둥(廣東)성 광저우(廣州)였다. 이후 광둥성과 텐진(天津) 앞바다 등을 오가며 전투가 벌어졌다. 2년여 동안 끌었던 전쟁은 난징에서 조약이 체결됨으로써 끝나게 된 것이다. 난징조약은 중국에 새로운 도시의 출현을 낳게 했다. 바로 상하이다.

In August 1842, the British warship HMS Cornwallis was berthed in the Yangtze River that runs through Nanjing, China. Aboard, Qing Dynasty officials in full regalia and British military officials wearing their swords sat face to face across the table. Nervous tension was in the air. The two parties signed the Treaty of Nanjing that marked the end of the First Opium War, as well as China's first surrender to a foreign power ...and the emergence of Shanghai.



역사의 한 면을 장식했던 난징조약을 통해 상하이가 중국 경제의 전면으로 등장하게 되었다. 상하이가 개항(開港)된 것이다. 영국인들이 개항 도시로 상하이를 선택한 이유는 상하이가 중국을 공략하는 데 가장 적절하다고 판단했기 때문이다. 상하이는 거대한 물줄기 내륙 유통망인 양쯔강이 끝나는 곳이다. 양쯔강과 태평양의 접점에 있기에 내륙의 화물을 해외로 수출하는 데도 적격이다. 게다가 상하이 주변에서는 당시 영국이 중국에서 사들여 간 실크와 차(茶), 도자기 등을 쉽게 얻을 수 있었다. 당시 영국의 주요 교역품이었던 아편을 상하이항을 통해 유통시키면 양쯔강 물줄기를 타고 중국 내륙으로 빠르게 전파시킬 수 있었기 때문이다.

21세기에 접어들어서도 상하이의 지정학적 힘은 조금도 변하지 않았다. 완벽한 내륙 유통의 중심지, 해외 시장 진출

의 전초기지, 주변에 포진한 제조업 단지 등은 예나 지금이나 상하이를 중국 최고의 경제중심도시로 자리매김케 하는 요소이다. 170년 전이나 지금이나 상하이는 중국 경제를 이끌어가는 핵심도시인 것이다. 중국 최고의 경제도시 상하이는 지금 메가시티(megacity)의 웅지를 키워가고 있다. 상하이 주변의 주요 도시를 한 경제권으로 묶어 뉴욕, 시카고(디트로이트), 도쿄, 파리, 런던 등에 이은 세계 제6대 도시로 키우겠다는 비전이다.

상하이에서 자동차를 타고 1시간 반 정도 달려 도착한 자싱(嘉興)현 하이탕(海塘)에서 그 비전의 단면을 보게 된다. 이곳에 건설 중인 '항저우(杭州)만 대교'가 그 주인공이다. 상하이와 Ningbo를 잇게 될 이 다리의 총 길이는 36km. 세계 최대 해상교량이다. 올해 왕복 6차선의 대교가 모습을 드러



널 터다. 지금 상하이에서 닝뽀까지 가려면 자동차로 7시간 정도를 달려야 한다. 다리가 완공되면 두 도시는 2시간으로 단축된다. 상하이-항저우-샤오싱(绍兴)-닝뽀 등으로 연결되는 항저우만 주변 도시가 만나질 생활권으로 묶이는 것이다. 6대 메가시티 구상이 전혀 허황된 것이 아니다.

중국인들은 상하이를 중심으로 주변 15개 지역을 묶어 '창장(長江·양쯔강)삼각주 경제권'이라고 부른다. 이 지역은 전국에서 차지하는 면적은 불과 1%에 불과하지만 전체 국내 총생산(GDP)의 약 20%를 차지할 만큼 경제적 비중이 높은 지역이다. 이 창장삼각주경제권의 핵심 도시가 바로 상하이다. 쑤저우(蘇州), 난징, 항저우 등의 제조업 도시에 공장을 두고 있는 외국 다국적기업들은 대부분 상하이에 본부를 두고 있다. 무역과 금융, 정보가 상하이로 모이기 때문이다.

특히 상하이의 금융가인 푸둥(浦東)은 창장삼각주 지역에 포진한 중국 기업과 국제 자금이 만나는 곳이기도 하다. 그러기에 '창장삼각주 경제권의 용두(龍頭)가 상하이요, 그 용이 머무르고 있는 여의주가 바로 푸둥'이라는 말이 나온다.

상하이는 오는 2010년 엑스포를 열게 된다. 이를 계기로 전 세계에 메가시티의 위용을 떨치겠다는 게 상하이의 구상이다. 상하이는 이를 위해 인프라뿐만 아니라 소프트웨어 충전 작업도 병행하고 있다. 국제화 마인드를 갖추려는 노력이다. 지난해 상하이대극장에서 '오페라의 유령'이 공연됐다. 3개월 동안 모두 96회 막이 올랐다. 주최 측은 약 1천만 위안(1위안=약 1백20원)의 흑자를 기록했다고 밝히고 있다. 거의 전 회에 걸쳐 입장권이 매진됐다는 후문이다. 이는 상하이인들이 국제화 마인드로 무장하고 있음을 보여주는 것이다.

세계는 지금 아시아의 메가시티 상하이를 주시하고 있다.

The epoch-making Treaty of Nanjing brought Shanghai to the forefront of the Chinese economy by forcing Shanghai to become an open port. The British chose Shanghai for the city is the gateway to mainland China. Shanghai is situated at the contact point of the Yangtze River (major inland logistics route) and the Pacific Ocean, being an ideal place to trade their opium for Chinese silk, tea, and china.

In the 21st century, the geographical merit of Shanghai remains unchanged. A cluster of manufacturers in the vicinity of Shanghai is another merit factor. Shanghai is now well advanced in its plans to become the mega-city of Asia. The idea is to develop the metropolitan area of Shanghai to become the sixth largest mega-city in the world following New York, Chicago, Tokyo, Paris, and London.

Concrete steps are underway. One example is the Hangzhou Bay Bridge project. Once completed, the 36-kilometer 6-lane bridge linking Shanghai and Ningbo will become the longest ocean-crossing bridge in the world. Currently, it takes 7 hours by car from Shanghai to Ningbo. The bridge will shorten the traffic time to two hours. Moreover, Hangzhou Bay cities including Shanghai, Hangzhou, Shaoxing, and Ningbo will be brought into one-day travel distances.

The Chinese call the triangular-shaped territory that contains Shanghai the Chang Jiang Delta. Although the Delta accounts for a mere one percent of China's total area, it contributes 20% to the national GDP. Shanghai is the economic capital of the Delta. While most multinational companies have their production facilities in such manufacturing cities as Suzhou, Nanjing, and Hangzhou, they have their Chinese head office in Shanghai, because Shanghai is the hub of trade, finance, and information. In particular, Pudong can be called Shanghai's Wall Street where foreign capital meets Chinese companies clustered in the Delta. Hence people often say that the Delta is a dragon, Shanghai is the head and Pudong is the Cintamani.

Shanghai hosts World Expo 2010. The Chinese expect the Expo will get the city international recognition as a mega-city. To that effect, the city authorities are upgrading not only the hardware but also the software: the global mindset of its citizens. Last year, the Shanghai Grand Theatre staged the musical Phantom of the Opera. The musical was performed 96 times in three months with the tickets sold out almost every performance. The Theatre reported that it raked in approximately 10 million RMB in profit. The phenomenal popularity of the Broadway musical may be evidence of Shanghai citizens' mindset becoming more and more wide open to the world.

The world is now watching Asia's mega-city Shanghai.

NOROO와 함께하는 튼튼한 동반자, 포스코

True Partner POSCO

글 편집실 Text by WVP editors

포스코 기술 연구소는 (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소와 함께 환경친화형 용융아연도금 강판용 크롬 프리(Cr-Free) 코팅제를 개발하여, 국내외 가전·자동차·건재 고객사들로부터 우수한 품질로 호평을 받고 있다. 또한 (주)노루페인트는 크롬 프리 코팅제를 생산, 포스코 생산 라인(광양제철소, 도금공장)에 납품하고 있다. NOROO의 고객사인 포스코를 방문하여 표면처리연구그룹 박영준 박사에게 NOROO와의 공동 기술 개발 업무와 성과에 대해 들어 보았다.

POSCO Technical Research Laboratories and DPI Holdings Research & Development Center have jointly developed a chromium-free coating for galvanized steel sheet which is earning a favorable review from customers. Currently NOROO Paint & Coatings produces and supplies the new coating to POSCO's alloy plant and Gwangyang Steelworks. WVP visited Principal Researcher Young-jun Park of POSCO's Surface Technology Research Group.



신뢰와 존중으로 똘똘 NOROO와 포스코

올해로 창립 39주년을 맞는 포스코는 인류 역사에 빼놓을 수 없는 '철'과 그 운명을 함께해 왔다. 발전의 기회를 잃었던 우리 역사의 아픈 시기를 지낸 후, 한국 철강산업은 눈부시게 발전했다. 포스코는 급증하는 철강 수요를 감당하기 위해 포항제철소를 건립하고, 이후 광양에 제선-제강-압연 공정을 직결하는 최신훈 제철소를 건설했으며, 독자기술 개발을 위해 산학연체제를 구축한 우리나라 산업 발전의 역군이라 할 수 있다.

현재 전 세계적으로 환경친화정책이 확산되어 가는 가운데, 포스코 역시 이에 동참하여 기업 경쟁력을 높이고 있다. 철의 부식을 막기 위해서는 표면에 필수적으로 방청 코팅을 하게 되는데, 이 코팅제에는 최근까지 자연 환경과 인체에 유해한 중금속인 크롬 성분이 첨가되어 있었다. 그리하여 포스코는 환경 경영의 일환으로 크롬 프리 표면처리를 위한 수용성 용액 코팅 기술 개발 업무를 개시하였으며, 2004년부터 (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소와 협력하여 용융아연 도금 강판용 크롬 프리 표면처리를 위한 수용성 코팅 개발 업무를 지속해 왔다. 또한 (주)노루페인트는 이를 생산하여 포스코 생산 라인(광양제철소, 도금공장)에 납품하고 있다.

포스코는 국내 여러 표면처리 관련 기업들에게 같은 주제의 연구 개발 아이템을 제시하고, 그 결과를 공정하게 평가하여 가장 기술력이 높은 기업을 선정하는 절차를 따르고 있다. 그리고 선정된 기업과 함께 본격적인 개발, 생산 업무에 착수하게 된다. 용융아연도금강판용 크롬 프리 코팅 분야의 기술력은 (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소가 일등하며, 크롬 프리 코팅제를 생산하는 (주)노루페인트와 표면처리된



강판을 생산하는 포스코의 기술력 또한 해외 고객사들로부터 당연히 인정받고 있다는 것이 포스코 박영준 박사의 설명이다. 실제로 포스코에서 생산된 용융아연도금강판의 표면처리 제품은 국내외 여러 고객사들로부터 좋은 반응을 얻고 있다. 그러나 제품이 개발된 이후에도 국내외 고객사들의 높아진 품질 요구 수준에 대응하기 위한 크롬 프리 제품의 품질은 계속 업그레이드되고 있다. 이를 위해 포스코 기술 연구소와 (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소, (주)노루페인트 담당자들은 품질 개선을 위한 논의를 거듭하고 있다.

박영준 박사는 이러한 협력 관계를 원활히 이어나갈 수 있는 가장 큰 힘으로 '믿음'을 꼽는다.

“기술협력 관계에 있어 가장 중요한 것은 ‘믿음’입니다. 기술 개발과 관련된 사항은 보안이 생명이죠. 서로를 믿지 못하면 아이디어조차 공유할 수 없으니 아예 프로젝트 진행

자체가 불가능합니다. (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소와 포스코는 강한 신뢰를 바탕으로 뭉쳐진 한 팀입니다. 서로를 믿고, 서로의 능력을 존중하기에 원활한 연구·개발 업무와 좋은 성과가 가능했습니다.”

굳은 신뢰의 바탕 위에서 동반자적 관계를 이어 나가고 있는 포스코 기술 연구소와 (주)디피아이 홀딩스 기술 연구소, 그리고 (주)노루페인트는 서로 동등한 입장에서 서로를 격려하고 때로는 충고하며 함께 발전해 나가는 건설적인 파트너십을 만들어 나가고 있다.

‘미래를 풍요롭게 하는 차세대 철강기술연구소’ 포스코와 ‘최고의 기술과 제품, 서비스로 고객과 함께 성장하는 세계 일류 기업’을 추구하는 NOROO의 결합이 낳을 새로운 신화에 주목할 때다.



Trust and Respect between NOROO and POSCO

Steel has played a key role in the development of human civilizations. Marking its 39th anniversary this year, POSCO has grown along with the Korean steel industry that has developed tremendously following the dark period of our modern history. In response to the surging steel demand, POSCO constructed two integrated steelworks - one in Pohang and the other in Gwangyang - that carry out all the production processes, from iron making and steel making to rolling, at a single facility.

To develop new technologies, POSCO is actively cooperating with academia and the research community. In particular, POSCO is focusing on eco-friendly new technologies to sharpen its competitive edge in this increasingly environment-conscious world. To prevent rust, steelmakers apply anti-corrosion coatings to their products. The anti-corrosion coatings contain a heavy metal called chromium that can cause harm to humans as well as the environment. POSCO embarked on the development of a water-based coating for surface treatment of galvanized steel sheet, and DPI Holdings Research & Development Center joined the project in 2004. The joint project was successful and NOROO Paint & Coatings is now supplying the chromium-free coating to POSCO's alloy plant and Gwangyang Steelworks.

To choose its R&D partner, POSCO asks multiple companies to conduct separate research on a same theme for a certain period. After a fair assessment, POSCO selects the company coming up with the best results as its partner. Dr. Young-jun Park said that DPI Holdings Research & Development Center's research capability in chromium-free coating for galvanized steel sheet is world-class, and that POSCO's galvanized steel sheet treated with the new coating produced by NOROO



Paint & Coatings is held in high esteem in the world steel market. Still, researchers at POSCO Technical Research Laboratories and DPI Holdings Research & Development Center continue to explore ways to improve the coating's quality to live up to rising customer expectation.

Dr. Park cited "mutual trust" as the key factor in the successful collaboration between POSCO and the NOROO Group. "In technological cooperation, nothing is more important than mutual trust. If the partners cannot share ideas or information for security reasons, the joint R&D project will make no progress. NOROO and POSCO are a team of true partners. We have produced outstanding results since we trust each other and respect each other's competence."

POSCO Technical Research Laboratories, DPI Holdings Research & Development Center, and NOROO Paint & Coatings are creating a mutually beneficial partnership by encouraging and helping each other. It is exciting to expect the next big thing that will be brought about by the partnership.



생활 속의 컬러리스트 데코플러스

Colorist of Life, Decoplus

글 편집실 Text by WVP editors

깊이 있는 40년 연륜과 참신한 젊은 두뇌의 결합. 경기도 파주에 위치한 (주)노루페인트 대리점 '데코플러스'를 한 마디로 표현하는 말이다. 40년 넘게 아버지가 운영하던 대리점을 물려받아 3년째 직접 꾸려나가고 있는 김이진 사장은 30대 초반의 나이에 이미 세 아이의 아버지이자 미국 유학을 마치고 건축기사 자격증까지 보유한 재원이다. 그 독특한 이력만큼이나 남다른 의욕을 보여주고 있는 '데코플러스'를 직접 찾아가 보았다.

The harmony of old and new! Four-decades of tradition met a fresh young mind in Decoplus. Y-jin Kim, the owner of Decoplus, inherited the 40-year-old family business from his father three years ago. Mr. Kim is an overseas-educated talent and a Certified Architectural Engineer. In his early 30s, he is already a father of three. WVP met him at Decoplus.

노루페인트, 너는 내 운명

'데코플러스'는 유채꽃 흐드러진 파주 봉일천의 아담한 터에 자리한 노루페인트 대리점이다. 파주 지역에서는 이미 그 역사가 깊지만, 김이진 사장은 이에 만족하지 않고 온라인을 적극 활용하여 인터넷 특약점으로 그 입지를 더욱 넓혀나가고 있다. 인터넷 오픈마켓(<http://stores.auction.co.kr/decoplus>, <http://shop.gmarket.co.kr/decoplus>)을 통해 페인트와 맞물리는 인테리어 소품을 묶어 판매하거나 페인트를 사면 페인트 작업 시 필요한 제품을 무료 배송해 주는 등 소비자의 마음을 읽는 젊은 감각이 매출 확대에 톡톡히 한몫하고 있다.

결코 쉽지 않은 온·오프라인 동시 판매와 홍보에 힘을 실어주는 것은 역시 본사 영업 담당자와의 환상의 파트너십이다. (주)노루페인트 영업팀 이흥기 과장과 데코플러스의 인연은 올해로 3년째다. 이들은 하루 다섯 번 이상



통화하며 세세한 사항을 함께 논의하고 공유한다. 그러다 보니 친형제처럼 가까워져 일이 끝나고 함께 술자리를 가진 횡수도 부지기수. 실제로 이흥기 과장은 인터뷰 중인 김이진 사장을 대신해 대리점으로 걸려 오는 문의 전화를 받아 직접 상담을 해주기도 하는 등 업무 협력에도 손발이 척척 맞았다.

김이진 사장의 (주)노루페인트에 대한 신뢰와 애정은 실로 각별하다. 얼마 전, 온라인으로 강원도의 고객에게 수용성 우레탄 방수제를 판매한 적이 있는데 제품의 특성을 정확히 이해하지 못한 고객이 건조 후 끈적임이 남고 광택이 없다는 이유로 불만을 제기해 왔다. 고객은 무조건 직접 방문해 줄 것을 요청했으나, 파주에서 하루 수십 통의 고객의 문의 전화를 받는 김이진 사장에게는 도저히 불가능한 일이었다. 이에 (주)노루페인트 강원도 지점 영업팀에 도움을 요청하여 직원

이 직접 해당 고객을 방문해 친절하게 제품 특징을 설명하고 이해시켜 문제가 신속히 해결된 적이 있다. 자사 제품과 고객에 대한 (주)노루페인트의 의지가 그대로 드러나는 대목이다.

“저에게는 미우나 고우나 평생 끌어안고 가야 할 것이 세 가지가 있습니다. 조국, 아내 그리고 노루페인트. (주)노루페인트가 추구하는 ‘컬러 전문가’라는 콘셉트와 제가 원하는 방향이 정확히 일치합니다. 대부분의 사람들이 페인트 일은 힘들고 구식이라 여기지만 이 분야가 알수록 매력 있는 세계라는 것은 겪어 본 사람만이 알겠지요. 사람을 행복하게 만드는 일, 페인트 일은 제 천직입니다.”

당당한 페인트 사랑이 아름다운 김이진 사장은 현재 페인트 칠 노하우를 담은 책 발간을 준비 중이다. 인테리어 서적은 넘쳐나지만 인테리어에서 빼놓을 수 없는 페인트 작업에 관한 전문 서적이 아직 없어 자신이 손수 칠하고 사진 촬영까지 도맡아 쉽고도 전문적인 책을 만들고 싶다는 김이진 사장은 또한 ‘(주)노루페인트와 함께하는 리폼 페스티벌’을 열어 가족, 연인과 함께 직접 만들고 칠하는 행복한 페인트 축제를 열고 싶다는 희망도 내비쳤다.

젊은 패기와 번뜩이는 아이디어, 그리고 이를 뒷받침하는 탄탄한 실력은 ‘데코플러스’를 단순한 페인트 대리점에서 나아가 노루페인트를 사랑하고, 색깔에서 행복을 찾는 新 멀티플레이어들의 공간으로 만들어 나가고 있다.



NOROO Paint, You Are My Destiny

Decoplus located in Paju has built a reputation in the region as a NOROO Paint sales agency. Not complacent, Mr.Kim is expanding the business into the cyber world. Decoplus' online shopping malls (<http://stores.auction.co.kr/decoplus> and <http://shop.gmarket.co.kr/decoplus>) contribute a lot to its sales revenue by satisfying the needs of young consumers. For example, you can purchase decorative DIY paints in a bundle. If you order paints, the shops send painting tools for free.

Doing sales and marketing both off- and on-line must not be easy. What made this possible is the wonderful partnership with the NOROO Paint & Coatings marketing team. The bonds between Mr.Kim and Sales Manager Hong-gi Lee of NOROO Paint & Coatings began three years ago. Since then they have had telephone conversations at least five times a day to discuss every detail. Now they are so close that Manager Lee even answered the incoming telephone calls on behalf of Mr.Kim during our interview with Kim at Decoplus.

Mr.Kim has extraordinary trust and affection for NOROO Paint & Coatings. He once sold water-based urethane waterproofing to a Gangwon Province customer online. The customer who didn't fully understand characteristics of the product complained that the waterproofing was still sticky and was not glossy when it was dry. While the customer insisted Mr.Kim visit him, it was impossible for Kim who receives dozens of customer calls a day in Paju alone. So Kim asked the Gangwon Province branch office of NOROO Paint & Coatings for help and a NOROO sales person in the branch office visited the customer and addressed the misunderstanding. This anecdote shows NOROO Paint & Coatings's confidence in its products and commitment to customer satisfaction.

"I have three destinies to embrace for lifetime: my country, my wife, and NOROO Paint. NOROO Paint & Coatings's 'colorist' concept corresponds with what I pursue. People may think my work is hard and outdated. But I like this work because I can make people happy with colorful paints. This is my calling."

Mr.Kim is writing a book on painting know-how. Although bookstores are flooded with interior decoration books, there are no books devoted to painting skills. He also has a plan to hold the "Reform with NOROO Paint & Coatings" festival where the participating families and couples can reform the surfaces of their old materials using NOROO paints.

Equipped with a young spirit, creative ideas, and a formidable capability, Decoplus is not a mere sales agency. It is a space for everyone who seeks for happiness that only the colors expressed in NOROO paints can offer.



세상을 아름답게 인생을 풍요롭게

Beautiful World, Wonderful Life

글 편집실 Text by WVP editors

거리를 걷다 주위를 둘러 보면 익숙한 풍경이 눈앞에 펼쳐진다. 아파트 건물, 달리는 자동차, 군데군데 벗겨진 정겨운 담장과 오밀조밀 늘어선 여러 색깔의 지붕들... 그 낯익은 풍경 속에 이들의 눈빛과 손길이 녹아 있다. 그 주인공은 바로 (주)노루페인트 도로생산팀 김영식 과장과 김광옥 과장. 이들과의 만남을 통해 고객이 원하는 색상을 정확하게 만들어 내는 색채의 마술사, 조색사의 세계를 들여다 본다.

Apartment buildings, house roofs, fences, and cars ... in this familiar scene, good eyes and the delicate touches of colorists are resolved. Through this WVP interview with Young-sik Kim and Gwang-ok Kim of Paint & Coatings Production Team 1, let us look into the world of colorists.

흔히 특정 색상을 지칭할 때 우리는 ‘푸르스름하다’, ‘새빨강다’ 혹은 ‘살구빛’, ‘우윳빛’ 등의 표현을 쓴다. 그러나 조색사에게는 이러한 단어가 용납되지 않는다. 어떤 색상을 대하든 정밀한 수치만이 허락될 뿐이다.

도료생산1팀 김영식 과장과 김광옥 과장은 각각 80년도, 88년도에 입사하여 20여 년 안팎의 긴 세월 동안 (주)노루페 인트와 함께해 왔다. 이들이 처음 조색사로 일할 당시만 해도 체계적인 교육 시스템이 갖추어져 있지 않았던 터라 전문가로 거듭나기까지 우여곡절이 많았다.

“잘하고는 싶었지만 처음이라 실력이 턱없이 부족했죠. 가르쳐 달라고 선배를 조르고, 점심식사를 거르며 연습하기도 했습니다. 새벽 2시에 출근해 날 밝는 줄 모르고 연습한 적도 있고, 그렇게 열심히 만들어도 상사는 늘 퇴짜를 놓았죠. 그러다 드디어 호랑이 같던 상사가 제 등을 두드리며 처음으로 웃어 주던 순간의 그 짜릿한 느낌은 지금까지도 생생합니다.”



김광옥 과장

이러한 과정을 거쳐 이제 베테랑이 된 두 사람은 함께해 온 세월이 긴 만큼 쌓아온 우정도 깊다. 각각 대량 파트와 소량 파트로 분리되어 일하지만 서로의 도움이 필요할 때가 많은 것이 사실이다. 김광옥 과장이, 자신의 업무가 바쁘더라도 기꺼이 시간과 노력을 할애해 도와주는 김영식 과장의 따뜻한 마음 씀씀이를 칭찬하자 김영식 과장은 붉어진 얼굴로 너털웃음을 짓는다. 그러한 모습에서 고향 선후배와도 같은 푸근함이 흠뻑 묻어난다.

조색사는 여러 색상을 조합·배합하여 고객이 원하는 색을 정확히 만들어 낸다. 같은 색상의 제품을 여러 차례에 걸쳐 납품할 때는 특히나 색상 차가 발생하지 않도록 심혈을 기울인다. 오랜 노하우로 실력이 다져졌다 해도 조금의 오차조차 허용되지 않는 정밀한 조색 작업이 힘들 법도 하지만, 이들이 갖는 직업에 대한 애정은 그 어떤 수고로움도 잊게 한다.

“우리가 만든 색상의 페인트로 우리 생활이 채색되는 것을 볼 때면 조색사로서 자부심을 느낍니다. 사람들이 흔히 “단풍이 아름답다.”라고 말하지만 저는 제가 만드는 색이 단풍보다, 세상 그 무엇보다 아름답다고 생각합니다. 조색사로 일하면서 제 인생의 색깔도 새롭게 발견하게 되었습니다.”

생산 현장에서도, 인터뷰 중에도 웃음을 잃지 않는 김영식 과장과 김광옥 과장. 내면의 열정을 지닌 이들이야말로 지상에 존재하는 그 어떤 빛깔보다 더 신비롭고 아름다운 빛을 지닌 이들이 아닐까.



To refer to a certain color, we use such words as “light blue,” “burgundy,” “pastel orange,” and “milk white.” To colorists, these vague words are not allowed. They use precise numbers to describe colors.

Colorists Young-sik Kim and Gwang-ok Kim of Paint & Coatings Production Team 1 joined the NOROO Group in 1980 and 1988 respectively. When they started working as colorists, it was not easy to acquire specialties since there was no effective training system.

“I wanted to do a good job but I was a novice. I begged my senior to teach me. But however hard I practiced, I couldn't satisfy my senior. One day, he finally smiled at the color I had made, patting my back encouragingly. I still remember the exhilaration.” - Young-sik Kim, Manager

Going through the difficult training together, these two men have become veteran colorists and close friends. Although they work separately, they often need each other's help. When Gwang-ok Kim appraised Young-sik Kim who gladly helps whenever asked, Young-sik Kim's face flushed.

Colorists create colors by customers by precisely mixing different colors. If they have to make a certain product at several times, they become more careful to prevent color mismatch. Although the two are now seasoned colorists, their precision work as colorist is never easy. Still, they have a religious affection for their work.

“I feel proud of myself when I see the colors I made decorate our living environment beautifully. People usually admire the rich colors of autumn leaves. But I cherish the colors I create much more. My work as a colorist enriches my life as well.” - Gwang-ok Kim, Manager

They did not stop smiling throughout this interview. Their smiley faces seemed to exude much more mystic beauty than any other colors existing on the planet.



김광옥 과장

마음과 마음이 만들어 내는 하모니

Harmony^{of} Hearts

글 편집실 Text by WVP editors

햇살이 따갑게 내리쬐던 현충일 아침, NOROO 그룹 노래동호회 '한소리' 회원들과 안양 평화보육원 가족들이 모여 한여름 운동회를 열었다. 더운 햇볕에도 이랑곳하지 않고 유치부 생과 고등학생이 한데 어울려 뛰고, 한소리 회원들과 보육원 교사들까지 모두 하나되어 노랫가락보다 아름다운 합성을 만들어 냈던 한강시민공원 난지 지구로 함께 떠나 보자.

In the Memorial Day morning (June 6), members of Hansori, the NOROO Group's sing-along club, and the Peace Orphanage Home held a summer field day event at Nanji District of Han River Citizens' Park. Despite the hot sun, kindergarteners and high school students alike played actively and all the participants created a more harmonious roar than any melodies.





‘노래’와 ‘봉사’. 이 두 단어의 공통점은 무엇일까? 그것은 바로 세상을 아름답게 한다는 것, 그리고 NOROO의 전통 깊은 동호회 ‘한소리’의 영원한 테마라는 것이다.

‘한소리’는 노래하며 봉사하는 동호회로서 함께한 세월도 벌써 20여 년이 되어 간다. 노래 경연대회에서 입상하여 받은 성금을 모아 봉사활동에 사용한다니 좋은 일을 많이 하기 위해서는 더욱 더 아름다운 화음을 만들어 내야 할 일. 그래서일까? 한소리 회원들의 눈빛에는 유난히 살가운 정이 묻어난다.

‘한소리’와 평화보육원의 인연은 올해로 17년째에 접어들다. 매년 봄이나 여름이면 평화보육원 원생들과 함께 놀이공원 등으로 소풍을 떠나곤 했는데 올해엔 특별히 운동회를 열었다. 몸을 부대끼며 마음도 끌어안고 싶은 이유에서였다.

이날 운동회에는 평화보육원 여학생 35명과 교사 3명, 그리고 한소리 동호회 회원 10명 등 총 48명이 참여했다. 한소리 회원들은 게임에 필요한 훌라후프, 대형 줄넘기, 사탕뿐 아니라 직접 못질해 림보 세트까지 만들어 오는 등 운동회 준비에 정성을 들였다.

나들이 인파로 북적이던 한강시민공원 난지지구에서 한소리 회원들과 평화보육원 가족들도 배구장 한 칸을 차지하고는 두 팀으로 나뉘어 “에이스팀 파이팅!”, “빠다귀팀 힘내라!”를 외치며 본격적인 대결에 들어갔다.

(주)노루페인트 김현모 과장의 진행으로 치러진 운동회의 첫 번째 대결 종목은 2인 3각 달리기. 초등학교 중학생이 한조를 이루어 발을 묶고는 출발선에 섰다. 키가 맞지 않아 뒤뚱거리며 뛰다가 넘어지는 모습에 지켜보던 이들은 폭소를 터뜨린다. 상대팀은 이미 저만치 달아나고, 조급한 마음에 서둘러 일어나다가 그만 박자가 뒤엉겨 또 다시 넘어지고 만다. 이래저래 운동회장에는 웃음꽃 만발이다.

훌라후프 돌리기 게임에는 교사도 함께 참여했다. 평소 갖고 닦았던 실력을 아이들 앞에서 폄나게 자랑하고 싶은데 마음처럼 되지는 않고, 그 바람에 응원하던 이들은 또 한번 웃음보를 터뜨린다.

‘럭비공 차면서 사탕 먹기’, ‘단체 줄넘기’ 등 다양한 종목의 경기가 진행됐지만, 가장 인기를 끈 것은 ‘림보 게임’과 ‘피구 경기’였다. 키가 작은 유치부 생과 초등학교생들이 먼저 대결에 들어갔다. “나 이거 잘해요!”라며 림보 게임 순서만 손꼽아 기다리던 11살 애림이는 제법 유연한 몸놀림으로 허리를 젖힌다. 멋지게 성공한 후 언니, 오빠들의 환호에 신이 났는지 어깨를 으쓱거린다. 마지막으로 진행된 피구



경기 역시 모든 인원이 참가해 오랜만에 운동도 하고, 서로 간의 정도 다시금 확인하는 뜻깊은 기회가 되었다.

‘한소리’ 회원인 대한코일코팅(주) 박서진 주임은 “운동회를 연 것은 이번이 처음인데 아이들과 몸을 부대끼며 함께 뛰어노니 동심으로 돌아간 것 같아요. 앞으로도 한소리 봉사활동에 꾸준히 참여할 생각입니다.”라고 소감을 밝혔다.

회사의 지원을 통해 평화보육원 새 단장에 필요한 페인트를 공급하는 등 다양한 선행을 펼치고 있는 한소리 동호회는 9월에 열린 경기 노동문화예술제에 참가하여 노래 실력을 뽐낼 계획이다. 휘파람 불며 마음의 흥을 돋우듯 한소리 동호회원들은 노래와 봉사를 통해 삶의 힘을 얻는다.

‘도와주는 것이 아니라 나누는 것’, ‘참여하는 것이 아닌 동화(同化)되는 것’ 이라는 따뜻한 봉사의 공식을 만들고 있는 한소리 동호회. 그들이 만들어 내는 고운 화음처럼 지금 이 순간에도 세상은 조금씩 더 아름다워지고 있다.

Songs and volunteer work, what do they have in common? They both make the world a more beautiful place, and are the eternal themes of Hansori. This two-decade old sing-along club of the NOROO Group is a volunteer work club too. The members use the prize money they win in singing competitions to help people in need. Maybe this is the reason why the harmony created by the Hansori members is so moving. The relationship between Hansori and the Peace Orphanage Home in Anyang marks the 17th year in 2007. The Hansori members, who went on outings to theme parks or other places with the Peace Orphanage Home kids every year, specially organized the field day event this year, because they want to touch the kids' hearts through physical contacts.



In the event, a total of 48 people participated - 25 girls and 3 teachers from the Peace Orphanage Home plus 10 Hansori members. For the event, Hansori members prepared hula hoops, jumping ropes, a limbo set, and candies required for the games. The limbo set, in particular, was handmade by the Hansori members.

Nanji District of Han River Citizens' Park was crowded with citizens that morning. The participants found a place near the volleyball courts and formed two teams.

And then, they started the event in earnest by loudly shouting "Ace Team, Fight!" and "Bone Team, fighting!" Manager Hyun-mo Kim presided over the event.

The first game was the three-legged race. A team was formed by an elementary school kid and a middle school student. Because of their different heights, the team soon tumbled down causing a ripple of laughter through the audience. They stood on their feet again and struggled to catch up with other teams far ahead of them. But they hurried too much and toppled down again amusing the audience. In the hula hoop competition, the teachers took part too. Whereas they wanted to show off a wonderful hula hooping to their students, their bodies defied them. At the sight, the kids burst into teasing laughter.

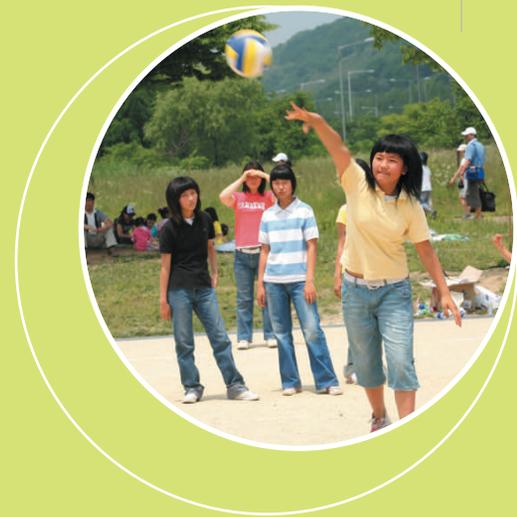
Diverse games were played including the group rope jumping and eating candies while kicking a rugby ball, but limbo and dodge ball were the most popular. Kindergartners and elementary school kids with short heights played first. Aerim, 11, who had looked forward to the limbo game saying "I am good at it," succeeded to

pass through under the bar in a pretty flexible movement. Flattered by the cheers from senior students, she was upbeat. The final game was Dodge Ball involving all the participants. The field day event was a meaningful opportunity for the participants to do physical activities in a long time and strengthen the bonds between them.

Hansori member Seo-jin Park from Daihan Coil & Coatings said "We held the field day event for the first time. It was touching to play with kids. I felt as if I had become a kid again. I will continue to join my force in the Hansori activities."

Hansori has done a lot of other good as well thanks to support of the NOROO Group. For instance, the club provided paints for free to the Peace Orphanage Home so that the Home could dress up its facilities. In addition, the club plans to perform at the "Gyeonggi Province Workers' Festival for Art and Culture" scheduled for September.

When we feel excited, we whistle to make ourselves more cheerful. Likewise the Hansori members gain new strength through songs and volunteer works. Hansori is proving that volunteerism is not about helping but about sharing. Right at this moment, the harmony that Hansori creates through singing as well as volunteer works is making the world a better place to live.



일상 탈출! '뭔가 특별한' 발리의

Escape Daily Routine: There is something about Bali!

글·사진 황정일 여행신문 기자 Text & Photos by Jung-il Hwoang Reporter, The Korea Travel Times

“열심히 일한 당신, 떠나라!”라는 한 광고의 카피가 현대인의 삶을 한마디로 함축하면서 큰 인기를 얻었던 적이 있다. 지금도 수많은 사람들 사이에서 이 말이 회자되고 있다. 그만큼 이 카피는 바쁘고 힘들게 일하면서도 쉬 수 있는 날을, 여름휴가철을, 재충전의 시간을 기다리고 있는 우리들의 마음을 대변하고 있는 것이다. 하지만 ‘열심히 일한 당신’이 떠나고 싶어도 여름휴가에 앞서 늘 망설이는 이유는 “어디로 갈까?”를 고민하기 때문이다. 바쁜 일상을 살아가는 우리는 누구나 마음 한구석에 ‘아! 아무 생각 없이, 아무 것도 하지 않고 딱 한 달만, 아니 일주일만이라도 쉬고 싶다.’라는 생각을 물어두고 있다. 일년에 단 한번, 한여름에 주어지는 꿀맛 같은 휴가는 아무런 제약도 받지 않고, 그 어떤 구속에서조차 벗어나 편안히 쉴 수 있는 절호의 시간이다. 아무 것도 하지 않을 자유를 원한다면 ‘신들의 섬’이라 불리는 발리에서 ‘게으름의 미학’에 흠뻑 빠져 보자.

“Leave now, as you worked hard!” This phrase featured in a credit card firm's TV ad made a big splash a few years ago, for it appealed strongly to the distressed urbanites who look forward to summer vacation. Deep inside, everyone may think; “Only if I could spend a month or just a week far from this rat race ? doing nothing but relaxing!” Summer vacation can be the right opportunity to take a sweet rest without any restraint. But you may hesitate for a while before actually hitting the road, because you are not sure where you want to go. If you are dreaming of a place in our overly active world that permits total physical and mental inertia, turn your eyes to Bali, the “island of god.”

은은한 매력

나만의 여유, 사랑할 수밖에 없는 발리

발리는 이미 우리나라 사람들에게 너무나도 친숙하게 알려진 여행지다. 하지만 아직까지는 이제 갓 결혼식을 올리고 새 출발을 하는 신혼부부들이 떠나는 허니문 목적지뿐만 인기를 누리고 있다. 그러나, 단언하건대 발리는 여름휴가를 준비하는 직장인들, 여름방학을 여유롭게 보내고 싶은 가족들 모두에게 가장 편안하고 아름다운 추억을 만들어 주기에 부족함이 없는 곳이다.

이미 많이 들어 봤을 테지만 발리는 '신들의 섬'이나 '지상의 마지막 낙원' 등으로 불릴 만큼 이미 그 아름다움을 인정받고 있다. 더욱이 몇 년 전 TV 드라마 <발리에서 생긴 일>이 선풍적인 인기를 얻으면서 여행지로서도 그 인기를 더해 가고 있다. 지금까지도 매년 수많은 사람들이 꾸준히 이곳을 찾는 것을 보면, 분명 '반짝인기'만은 아닌 듯하다.

앞서 언급한 것처럼 발리에서 가장 먼저 누릴 수 있는 것은 게으름의 미학이다. 책 한 권 옆구리에 끼고, 상쾌한 발리의 햇살을 받으며 비치 베드에 누워 일광욕을 즐기는 것. 눈앞에 끝없이 펼쳐져 있는 푸른 바다

에 일 년 동안 쌓였던 스트레스와 만성 피로를 던져 버리며, 마치 꿈을 꾸듯 나른하고 달콤한 나만의 여유를 한껏 누릴 수 있는 것이다.

일상에서 일종의 직업병처럼 얽매어 있던 핸드폰의 굴레로부터도 완벽하게 자유롭다. 언제나 주머니 속에서, 핸드백 속에서 자신을 감시라도 하듯 온종일 긴장하게 하는 핸드폰의 울림. 이러한 문명의 압박에서 벗어난 하루하루가 입가의 미소를 더욱 번지게 한다. 여기에 더해 부드럽고 따사로운 아침 햇살과 흐릿하게 다가오는 잔잔한 바다의 푸른빛 또한 발리의 거부할 수 없는 매력이다.

확실히 발리에는 뭔가 특별한 것이 있다. 사실 발리에 다녀온 사람들은 대부분 "바다가 생각보다 예쁘지 않아요."라고 말한다. 그러나 시간이 지나면 지날수록 발리에서의 추억이 아름답게 되새겨진다고들 한다. 고요하고 평온한 발리의 아름다움에 젖어 이미 사람들은 발리에 동화되고 발리를 사랑하게 된 것이다. 이것이 발리의 진정한 매력이다.



● 알아두면 더 좋을 발리의 이모저모

농사. 발리에서는 힌두력으로 새해를 맞이하는 날을 '예삐(Nyepi) 데이'라고 해서 일주일간 다채로운 이벤트를 연다. 매년 3월 중에 해당하며, 우리나라의 '구정'을 생각하면 된다. 축제가 끝나는 '예삐데이'에는 발리에서 아무 것도 할 수가 없다. 불을 켜서는 안 되기 때문이다. 이날에는 실내에서 음식도 하지 않고 조용하게 보내는 전통이 있다.

둘. 태국 등 여타 동남아시아 국가들과는 달리 발리에서는 하루의 일과가 빨리 끝난다. 대부분의 상점들이 밤 10시경 모두 문을 닫고, 그래서인지 발리의 밤은 유난히도 길다. 그러므로 미리 호텔이나 리조트로 돌아와 긴 밤을 만끽하는 것이 좋다. 숙소 주변에 늦은 시간대에 즐거움을 누릴 수 있는 곳을 미리 체크해 두는 것도 좋은 방법.

셋. 사방으로 바다를 접하고 있어 해변을 끼고 수많은 리조트, 풀빌라들이 준비하게 서 있다. 대부분의 리조트에서 자체 프로그램을 운영하고 있으니 스케줄에 맞추어 잘 고르면 색다른 재미를 맛볼 수 있다. 리조트의 시간대별 프로그램을 사전에 숙지하고 일정을 진행한다면 더욱 알찬 여행이 될 것이다.

발리 · 우붓 · 롬복 - 삼색(三色) 매력에 빠지다

일반적으로 '발리'라고 하면 발리 섬을 말하며, 최근에는 발리 섬 바로 옆에 자리한 롬복 섬까지 아울러 인기를 얻고 있다. 발리와 롬복 모두 사람과 자연의 순수함으로 여행객들을 이끈다. 곳곳에서 만날 수 있는 인도네시아와 발리의 전통 문화, 발리인의 따뜻함, 산과 물이 그득한 자연이 관광객의 마음까지 끌어안는다.

발리에서는 아무 것도 하지 않을 자유를 누릴 수도 있지만, 무엇이든 할 자유도 만끽할 수 있다. 섬나라인 만큼 사방에 바다가 펼쳐져 있어 해양 스포츠가 매우 발달해 있다. 어디에서든 바나나보트, 아일랜드 호핑투어, 스노클링 등 다양한 수상스포츠로 시원하게 바다를 내달릴 수 있다. 또 박쥐계곡 래프팅이나 섬 일주 크루즈 여행 등 색다른 체험도 가능하다.

발리 섬의 중심부에는 '우붓'이라는 도시가 있다. 우붓은 발리의 핵심으로 불리는 곳으로, 최종심부인 만큼 바다는 찾아볼 수 없다. 우붓에서는 울창한 산과 숲, 계곡들이 바다의 아름다움을 대신한다. 특히 우붓은 발리, 우붓의 전통을 한데 담고 있다. 여기에 더해 예술이라는 테마가 여행객들을 맞이한다. 바다에서의 여유와는 또 다른, 새로운 것을 배운다는 기분에 들뜨게 하는 것이다.

'예술인의 마을' 우붓의 시내 중심에는 옛 왕궁 터가 자리하고 있다. 왕궁을 둘러싸고 있는 것은 각양각색의 상점이 모인 재래시장이다. 전통의상, 목각인형, 각종 수공예품 등이 전시·판매되는 곳으로 예술인의 마을임을 실감케 한다. 우붓의 예술은 밤에도 이어진다. 곳곳에 재즈 바, 클럽 등이 들어서 있어 밤이면 신나는 음악과 리듬, 화려한 율동이 예술의 혼을 더한다.

발리 섬에서 비행기로 약 30분 정도 이동하면 롬복 섬에 도달한다. 롬복에서는 '뭔가 특별한' 발리의 매력에 더해 한눈에 느껴지는 아름다운 바다가 휴가의 기분을 한 차원 높여준다. '롬복'은 인도네시아 말로 '반듯한, 정직한'이라는 뜻이다. 하지만 이곳은 아직 개발이 덜 된 곳으로, 현재 한창 개발이 진행 중이어서 구불구불 울퉁불퉁한 길이 많다. 아직도 사람이 차보다 많고, 차보다 사람이 우선인 곳이다. 그래서인지 이곳은 마치 어렸을 때 고향으로 명절을 쇠러 간 것 같은 분위기다. 어른 아이 할 것 없이 외지인을 보면 하얀 앞니를 드러내고 환하게 웃으며 반긴다. 이방인과 쉬이 친화되는 이러한 순수함 때문에 마음부터 편안함을 느끼게 되는 곳이 롬복이다.



Mesmerizing Bali, New Found Freedom

Although Bali is popular as a Honeymoon destination, the island also has much to offer to sun-seeking office workers as well as parents who want to make beautiful memories with their children during summer vacations.

Bali's natural beauty has long been recognized, as seen in the epithets "island of god" or "last paradise on the planet" that are given to the Indonesian island. Bali has become even more popular among Koreans since "The Bali Story," a Korean TV drama, made a big hit a few years ago. The island still attracts a lot of Koreans each year proving its popularity is not short-lived.

What you can enjoy first and foremost on Bali is the joy of laziness. Why not bask in the sunshine lying on a beach bed or read a book feeling the ocean breeze touching your face? Just wash off you stress and fatigue in the ocean that stretches as far as the eye can see, and indulge yourself in a sweet and dream-like respite.

You can be also freed from the obsession of cell phone that supervises you all day long in your pocket or bag. The warm and clear morning skies and glassy blue ocean will help you forget about everything you left behind.

There is definitely something about Bali. Many of those who have visited Bali say, "The oceans were less amazing than expected." But they soon confess that they come to cherish the memories they made on Bali more and more as time goes on. As such people are unwittingly enchanted by the charm of Bali.

Bali, Ubud, and Lombok - Captivating in Their Own Ways

On Bali, people have the right to do nothing. And, the right to do anything too! As an island, Bali has a well developed marine sports infrastructure. Travelers can enjoy banana boat riding, island hopping tour, snorkeling and many more. Bat Cave rafting and cruise tours are also available.

At the heart of Bali is a city called Ubud. Although you cannot see the ocean in Ubud, you can cherish the lush mountains, thick forests, and astounding valleys. Ubud preserves the tradition of its own as well as Bali's. What makes the city even more worth to visit, however, is its art. The shops near the old palace site at the center of city sell a wide assortment of handcraft goods including traditional costumes and wooden dolls. At night, exciting rhythms and splendid dance moves add an artistic touch to the jovial air of jazz bars and clubs.

Usually "Bali" refers to only the island of Bali. But the greater Bali includes Lombok, another beautiful island near Bali. "Lombok" is Indonesian for "honest."

A 30-minute flight from Bali will bring you to Lombok. The picturesque landscape, exotic culture, and kindness of the islanders attract a growing number of tourists. There are more tortuous dust roads than straight paved ways, and more people than cars, which may remind you of your parent's rural hometown that you visited as a child. The residents welcome aliens with big smiles. This innocence and pureness is what allows people visiting Lombok to feel at home.

Travel Tips

1. The Balinese have a week-long festival to celebrate Nyepi, the last day of the Hindu calendar which usually falls towards the end of March. On Nyepi itself, everyone stays quietly at home using no lights and doing no cooking, hoping that when evil spirits descend, they are fooled into thinking that Bali is uninhabited and leave the island in peace for another year.
2. Unlike in other Southeast Asian nations, the Balinese call it a day early with most shops closing doors at around 10 p.m. Come back early to your accommodation to take a good rest. Or you may check places near your hotels in advance that cater to the traveling night owls.
3. Bali has many wonderful oceanfront resorts. Most of them run their own leisure programs. Your travel could be more joyful and memorable if you check the program in advance and adjust your schedule accordingly.





FUND

2007년 재테크의 핵(核)은 '펀드'



Keyword in 2007 is Fund

글 서기수 HBasset management 대표 Text by **Ki-soo Suh** President, HBasset Management

흔히들 재테크(財Tech)의 3요소로 수익성, 안정성, 유동성을 얘기한다. 높은 수익을 내면서 안전하고 언제든지 현금화가 가능한 재테크 수단이야말로 3요소를 모두 갖춘 것이라 볼 수 있는데, 실제로 이를 모두 만족시키는 투자가 쉽지만은 않다. 수익률이 높으면 그만큼 위험도 따르고, 안정성만 따지다 보면 수익률이 만족스럽지 않기 때문이다. 이러한 딜레마 속에서도 최근에 가장 각광받고 있는 요소는 단연코 수익률이 아닐까 싶다. 과거에 '절약'을 기초로 해서 '저축'을 했던 습관을 버리고 '공부'와 '관심'을 기반으로 해서 '투자'를 하는 시대로 바뀐 것이다. 수익률을 앞세워 2005년부터 불기 시작한 펀드(Fund)의 대공세에 이제는 펀드 투자를 빼놓고는 재테크를 논할 수 없는 지경까지 왔다.

그렇다면 많은 사람들이 모두 펀드 상품에 대해서 자세히 알고 투자를 하는 것일까? 안타깝게도 상품의 정확한 특징은 고사하고 본인이 가입한 펀드 상품의 이름조차 모르고 그저 대세만을 따라 투자하는 사람들이 많은 것이 현실이다. 지금부터 펀드 투자에 관한 기본 상식과 2007년 들어 높은 수익률을 나타내고 있는 중·소형주 펀드에 대해 알아보도록 하자.

Return, Safety, and liquidity are the three most cited investment principles. It is not easy to find an investment opportunity that satisfies all three of these principles. The dilemma here is that high return entails high risk. Nowadays, however, the balance seems to be tilting toward return. In 2005, mutual funds (or funds) that promise relatively high returns have become so popular that it is nearly impossible to discuss investment without mentioning funds.

Do people make an informed investment in funds? Unfortunately, so many fund investors are chasing the herd knowing little about the funds they are in. Let us learn about the basics of funds and top performing small- and medium-scale funds in 2007.

초보자들을 위한 펀드 기본 다지기

Q. 도대체 펀드는 누가 운용하나요?

A. 자신의 주거래 은행이 있다고 해서 당연히 주거래 은행에서 펀드를 가입하는 건 50점의 투자 방법이다. 적어도 펀드 투자에 앞서 실제로 내가 맡긴 돈을 누가 운용하는지, 어느 회사가 운용을 잘하는지 따져 보고 가입하는 게 펀드 투자의 첫걸음이다. 투자자들이 맡긴 돈을 잘 굴러서 불리는 역할을 하는 곳이 자산운용회사이다. 따라서 펀드 수익률은 전적으로 자산운용사의 실력에 따라 결정된다.

대부분의 투자자들은 펀드를 자산운용회사가 아닌 은행이나 증권사에서 가입한다. 그런데 일부 은행에서는 '펀드의 질' 보다는 자신의 금융그룹 계열사가 운용하는 펀드를 적극적으로 '밀어 주는' 일이 가끔 있어 주의가 필요하다. 즉, 은행들이 지주회사화되면서 해당 은행이 속한 지주회사의 운용회사에서 운용하는 펀드를 권하는 경향이 많다는 것이다. 하지만 실제로 수익률이나 펀드의 운용 실력을 보려면 펀드평가사이트(www.kfr.co.kr / www.funddoctor.co.kr / www.morningstar.co.kr) 등을 참고해 펀드를 먼저 고르고, 해당 펀드의 판매회사를 확인한 후 가입하는 절차를 따르는 게 중요하다.

Q. 펀드 종류에는 어떤 것이 있나요?

A. 펀드는 크게 주식형, 혼합형, 채권형, 머니 마켓 펀드(MMF) 등 4가지로 나눌 수 있다.

주식형 펀드는 맡긴 돈의 60% 이상을 주식에 투자하도록 정해진 펀드로서 많은 주식형 펀드는 자산의 90% 이상을 주식에 투자한다. 혼합형은 자산의 60% 이하를 주식에 투자할 수 있다. 대부분 혼합형 펀드들이 주식 투자 한도인 60%를 거의 채워 주식 대 채권 투자비율이 6대 4 정도 된다. 채권형은 주식에 투자할 수 없고 자산의 대부분을 채권에만 투자한다. 머니 마켓 펀드(MMF)는 기업어음(CP), 양도성예금증서(CD) 등에 투자하는 초단기 상품으로 수시로 입출금할 수 있는 펀드이다.

Q. 펀드의 수수료와 보수는 어떤 건가요?

A. 펀드 가입자들은 판매자, 펀드 운용자, 수탁자, 회계감사인 등 다양한 이해관계자들에게 비용을 지불한다. 펀드의 비용은 크게 보수와 수수료로 두 가지로 구분된다. 보수(fee)란 매일 펀드의 평가액에서 일정한 비율의 비용을 차감했다가 보통 1년에 한 번씩 인출하는 비용을 의미한다. 이에 반해 수수료(commission)는 펀드에 가입하거나 환매할 때 한 번만 떼는 비용을 말한다. 따라서 펀드의 안내장을 살펴보면, 보수 앞에는 '연(年)'이라는 표시가 없지만 수수료 앞에는 이러한 표시가 없다.

펀드 관련 비용

구분	세부종류	내용
투자자가 지급하는 비용	선취판매수수료	펀드에 가입하거나 환매할 때
	후취판매수수료	투자자가 한번만 지출하는
	운용보수	판매비용
펀드에서 지급하는 비용	판매보수	펀드에서 판매자, 운용자, 수탁자,
	수탁자보수	기타 업무관계자에게 정기적으로
	기타 비용	지급하는 비용

펀드의 보수에는 펀드의 운용을 담당할 자산운용회사에게 지급하는 비용으로 운용보수가 있고, 판매회사인 은행이나 증권회사에서 가져가는 판매보수가 있다. 비용은 판매 관련 비용이다. 현재 펀드는 금융기관을 통해서 가입하는 방법과 자산운용회사로부터 직접 가입하는 방법이 있다. 은행, 증권, 보험사와 같은 금융기관을 통해 펀드에 가입하는 경우에는 판매비용을 물게 된다.

판매비용은 펀드에 들어갈 때 한꺼번에 지급하는 선취판매수수료, 펀드에서 환매해 나갈 때 무는 후취판매수수료, 운용보수처럼 매일 펀드의 평가액에서 지급하는 판매보수. 이렇게 세 가지 방법으로 처리한다. 또한 펀드의 주식이나 채권 실물을 보관해 주는 수탁회사(보통 은행)가 가져가는 수탁보수가 있고 펀드를 관리해 주는 대가로 떼는 기타사무보수가 있다. 이렇듯 펀드 가입 시 발생하는 여러 가지 비용을 감안하여 수익률을 따져보는 습관을 들이는 것이 중요하다.

Q. 펀드에서 수익이 나면 세금은 얼마를 떼나요?

A. 펀드가 어떤 자산에 투자하느냐에 따라 달라지는데 주식 차익에 대해서는 비과세다. 채권 이자나 주식 배당금에 대해서는 수익의 15.4%를 세금으로 내야 한다. 물론 세금우대로 해당 펀드에 가입하면 9.5%의 저율로 세금을 낸다. 따라서 자신이 투자한 펀드가 주식형 펀드이고 수익의 대부분이 주식 투자로 벌어들인 것이라면 세금은 붙지 않는다.

다만 주식형 펀드라도 수익 가운데 배당금이 들어 있다면 배당금 분에 대해서만 15.4%의 세금을 물린다. 채권형 펀드는 채권 수익의 15.4%를 세금으로 물게 된다.



2007년 수익률 선두 주자는 중·소형주 펀드

동양중·소형고배당주식, 유리스몰뷰티, 한국밸류10년투자주식...

2007년 상반기 내내 수익률 상위권을 고수한 펀드들의 이름이다. 이들의 공통점은 뭘까? 바로 중·소형주 펀드라는 점이다.

중·소형주 펀드란, 내재가치에 견주어 저평가되어 있는 종목 가운데 성장 가능성이 높은 중·소형주에 집중 투자해 장기적으로 시장평균수익률보다 높은 수익을 추구하는 펀드를 말한다. 쉽게 표현해서 알차고 내실있는 회사에 주로 투자를 하는 펀드인 것이다.

중·소형주 펀드는 2005년 이후 급성장했다. 유리스몰뷰티 펀드는 2005년 수익률이 124%를 달성하는 등 그 해의 신데렐라로 떠올랐고, 2006년 해외펀드 열풍과 국내 주식시장의 부진을 계기로 수익률이 하락하면서 사람들의 뇌리에서 사라지다가 싶더니 2007년도에 다시 화려하게 부활했다.

중·소형주 펀드 수는 2004년 말 4개에 불과했으나 현재 26개로 늘었다. 설정액도 2004년 말 822억 원에서 지난 5월 1조 475억 원으로 불어났다. 이러한 중·소형주 펀드의 2007년도 수익률은 타의 추종을 불허한다. 자산 50억 원 이상인 7개 중·소형주 펀드의 최근 1년과 2년 수익률 평균은 각각 26.3%, 108.7%로 코스피 지수 상승률에 견주어 각각 10.5% 포인트, 36.4% 포인트 앞섰다. 특히 2년 수익률이 100%를 넘어서며 펀드 투자는 역시 중장기 계획을 바탕으로 해야 한다는 정설을 입증했다.

지금까지 중·소형주 펀드의 단점으로 꼽혔던 것은 수익률의 등락이 대형주 펀드에 비해 심하다는 것이었으나 대형주들도 유동성 장세에 힘입어 변동성이 늘어가는 것이 최근의 추세인 만큼 중·소형주 펀드에 대한 기존의 우려는 서서히 사라지고 있다.

국내 중·소형주 펀드 현황

(단위: 억 원%)

운용사	펀드	설정액	수익률			펀드비중	
			6개월	1년	2년	중형	소형
한국밸류자산	한국밸류10년투자주식1	5060	29.6	32.1	-	29.8%	56.8%
미래에셋자산	미래에셋3억만들기중소형주식(ClassA)	543	23.2%	12.6%	98.4%	39.0	54.7
유리자산운용	유리스몰뷰티주식C	542	31.9	35.7	118.3	34.2	65.8
동양투신운용	동양중소형고배당주식1	516	39.3	42.6	132.9	16.6	83.4
미래에셋자산	미래에셋솔로몬나이스주식형1	312	15.1	24.0	-	43.4	47.8
알리안츠자산	베스트중소형주식 A-1CLASSB	211	19.4	24.0	85.1	53.3	13.1
미래에셋자산	미래에셋나이스주식1	207	13.2	13.4	-	32.0	58.1
평균		7392	24.5	26.3	108.7	11.6	53.0

자료: 제로인, 굿모닝신한증권

이러한 중·소형주 외에도 2007년 우리가 눈여겨보아야 할 펀드 종류로는 떠오르는 신흥시장에 투자되는 일부 해외펀드(말레이시아, 베트남, 태국, 인도, 중국, 동유럽, 남미 등)와 함께 부동산, 선박, 원유, 그림, 곡물, 커피 설탕, SOC, 에너지 등 다양한 실물자산에 투자되는 실물자산 펀드들이다. 즉, 펀드 내에서도 수익성, 안정성이 존재한다는 것이다.

최상의 재테크 전략은 어떤 종목이나, 언제 투자하느냐가 아니고 '어떻게 분산투자하느냐'임을 명심하고 분산투자의 여러 항목 중에서 중·소형주 펀드의 추가를 고려해 보도록 하자.

서기수 HBasset management 대표 (moneymst@paran.com)

- 고려대학교 정책대학원 국토계획경제학과
- 前 한미은행 재테크팀장
- 前 호원대학교 부동산경영학부 겸임교수
- 한국경제신문사 한경닷컴 재테크 칼럼니스트



Fund 101 for Novices

Q: Selecting Funds

It is not wise selecting a fund simply because it is managed by your primary bank. Cross-comparison of various funds in the market is the first step you must take. A fund's yield rate depends on the capability of the entity that manages the fund asset.

Many investors turn to commercial banks or securities companies instead of asset management firms. But when the bank is a holding company, it sometimes tends to recommend products run by one of their affiliates. Check some mutual fund rating websites (www.kfr.co.kr, www.funddoctor.co.kr, www.morningstar.co.kr) first before making a decision.

Q: Fund Categories

There are four general categories: equity fund, bond fund, hybrid fund, and money market fund (MMF). An equity fund invests 60 percent or more of its asset in equities. In reality, the ratio is over 90% in many cases. A bond fund invests most of its asset in bonds. A hybrid fund invests up to 60 percent of its asset in equities with the remainder in bonds. A money market fund is a short-period product that mostly invests in CP (Commercial Paper) and CD (negotiable Certificate of Deposit). MMF Investors can deposit or withdraw money anytime.

Q: Fees and Expenses

Fund investors pay fees and expenses to various parties interested such as brokers, managers, trustees, and auditors for their services. Some of these fees and expenses are paid once a year and are thus expressed in annual percentage term while some others are paid just once.

Management fees are paid out of fund assets to the fund's investment adviser for managing the fund's investment portfolio. Sales loads are fees paid to the selling brokers. Funds that use brokers, usually banks or securities firms, to sell their shares typically compensate the brokers. If the sales loads are paid upon purchases, they are called front-end sales loads. If they are paid upon redemptions, they are called back-end sales loads. The purchase-related fees and expenses can also be paid out of fund assets based on a daily basis. In this case, the costs are called purchase fees. Also there are custodial fees paid to the trustees (usually banks) that take custody of the real equities or bonds, and other expenses. It is important to take them into consideration because these fees and charges can lower the actual yield of your fund.

Q: Tax Rates

It varies. The tax rates are zero percent for equity fund profits and 15.4 percent for dividends and bond fund profits. If your fund qualifies for a tax-break, the rate is 9.5 percent. Therefore, if your fund is an equity fund and most of your profits are gained from equity investment, you pay no taxes.

Top Performers in 2007 are Small- and Mid-Cap Stock Funds

Dongyang Small- and Mid-Cap High-Dividend Equity 1, Yurie Small Beauty, Korea Value 10 Year Investment Equity 1... there are the names of top performing funds in the first half of 2007. They are all small- and medium-scale equity funds.

Small- and mid-cap stock funds pursue higher investment returns than the market average by concentrating on the underappreciated and most promising small- and mid-cap stocks.

Small- and mid-cap stock funds have grown rapidly since 2005. Although they lost some luster in 2006 as the yield rates dropped due to the overseas fund boom and the bearish domestic stock market, they are regaining momentum in 2007.

The number of these funds increased from four in 2004 to 26 now. The total amount of assets under management increased from 82.2 billion won in 2004 to 1.48 trillion won last year. The yield rates in 2007 have no rivals. The one-year and two-year yield rates of seven funds with asset amounts of over 5 billion won are on average 26.3 percent and 108.7 percent. These figures are 10.5 and 36.4 percentage points higher respectively than the KOSPI averages. In particular, the two-year yield rate exceeded the 100 percent mark proving that the established belief that investments in funds must be made based on long- and medium-term plans.

So far, the most commonly mentioned drawback of these funds is the yield-rate fluctuation. But investors' concerns are slowly fading, as the large-cap stock funds are also experiencing an increasing fluctuation in yield rates in the current liquidity-driven market.

Also worth watching are overseas funds invested in the emerging markets (Malaysia, Vietnam, Thailand, India, China, Eastern Europe, and Latin America) and real asset funds invested in real estates, ships, crude oil, paintings, grains, coffee, sugar, SOC, or energy.

Keep in mind that the best strategy is not about how to choose the right item and timing, but about how to diversify your investment portfolio, and consider small- and mid-cap stock funds as part of your portfolio.

Ki-soo Suh, President of HBasset Management (moneymst@paran.com)
- Department of Human Settlement Economics, Korea University Graduate School of Policy Studies
- Head of Hanmi Bank's Wealth Management Department
- Adjunct professor at Howon University Department of Business Administration
- Wealth management columnist of HanKyung.com

직장인을 위한 여름 패션 제안

Fashion tips for office workers' summer outfits

Cool Look! Hot Summer

글 김은정 코오롱패션(주) 쿠아 디자인실 실장 Text by Eun-jung Kim Chief Designer, KOLON Fashion

본격적인 여름이 시작되었다. 불쾌지수가 높아지는 무더운 여름, 직장인들에게는 해변의 물놀이를 꿈꿀 여유보다 찜통 더위 속 근무를 걱정하는 마음이 더 큰 것이 사실이다. 하지만 그렇다고 짧은 반바지에 민소매티 차림으로 회사로 향할 수는 없는 일. 온도는 1도 낮추고, 일의 능률은 1도 높이는 센스 있는 패션 코디로 산뜻한 여름을 연출해 보자.

Summer is upon us. The summer heat is raising discomfort index and office workers' concern about the swelter in the office is getting stronger. You cannot go to work in short pants and sleeveless shirts. Here are some tips for cool summer looks.



멋쟁이는 ‘슬림셔츠’와 ‘내로우 타이’를 입는다!

여성과 달리 남성의 패션은 비교적 한정되어 있는 것이 사실이다. 더운 날씨에도 정장을 입어야 하는 남성 직장인들에게 완성도 있는 패션 감각까지 요구한다면 지나친 욕심일까? 그렇다면 이것 하나만은 기억하자. ‘셔츠’는 남성 패션의 시작이라는 것. 정장을 입었을 때 브이넥으로 포인트를 주고, 상의를 벗는 실내에서는 남성의 선을 표현해 주어야 한다.

· 슬림룩 _ 셔츠와 넥타이의 변신은 무죄

드레스셔츠는 정장 재킷 안의 브이존을 장식하고, 재킷을 벗었을 때는 그 자체만으로도 패션 아이템 구실을 한다. 부드러운 인상을 강조하고 싶은 남성이라면 셔츠의 색상을 핑크나 바이올렛 등 파스텔 색조로, 지적인 이미지를 주고 싶다면 블루 컬러로 선택하는 것이 좋다. 여기에 폭 7~8cm의 ‘내로우 타이’를 매면 전체적으로 늘씬한 실루엣을 강조할 수 있다. 현재 내로우 타이의 판매량은 7:3 정도의 비율로 일반 타이의 그것을 앞서는 등 남성들에게 선풍적인 인기를 끌고 있다.

· 소재의 차별화 _ 린넨 소재의 하의 & 기능성 섬유 의상의 상의

패션 산업의 발달로 속건, 항균 등 다양한 기능성 소재들이 출시되었다. 좀 더 편안한 느낌을 주고 싶다면 100% 폴리에스테르 100%의 단순 소재보다 쿨론과 같은 기능성 섬유로 된 티셔츠를 선택해 보자. 린넨과 같은 마 소재 역시 여름 의상 선택의 필수 요소. 현재의 트렌드에 맞추어 하의는 화이트 컬러의 마 소재를, 상의는 블랙이나 블루, 네이비 컬러의 기능성 소재를 선택한다면 무더위 탈출과 멋스러운 코디의 두 가지 과제를 동시에 해결할 수 있다.

“센스 있는 당신의 선택, 액세서리”

패션의 완성은 역시 액세서리. 포켓 칩은 타이를 대신할 수 있는 아이템이다. 튀는 색상보다는 재킷 색상보다 조금 연한 톤으로 선택하는 것이 좋다. 가방은 격식을 갖춘 가죽 가방보다는 올해의 트렌드인 나일론 소재나 캔버스 조직의 빅 백을 매치하는 것이 멋스럽다.



원피스, 그 백 가지 매력

여름철 직장 여성에게 가장 사랑받는 의상은 단연 원피스다. 올 여름에도 미니 원피스를 중심으로 다양한 패턴과 디자인의 원피스가 유행하고 있다. 본인의 패션 취향과 체형을 고려한 원피스로 좀 더 시원하고 감각적인 여름을 만들어 보자.

· 사랑스러운 페미닌룩 _ 로맨틱 도트 프린트 원피스

매년 여름 꾸준히 사랑받는 도트 프린트는 특히 올해 복고풍이 유행하면서 트렌드의 중심으로 자리 잡았다. 작은 도트 프린트에서부터 큰 물방울을 연상시키는 빅 도트 프린트 원피스까지 선택의 폭은 다양하다. 모노톤의 시폰 소재 도트 원피스는 로맨틱하면서도 발랄한 이미지를 연출한다. 골격이 큰 사람이라면 도트 사이즈가 큰 것을 고르는 것이 전체적으로 날씬한 실루엣을 강조할 수 있는 비결. 허리에 검은 색 벨트로 마무리하면 몸매 라인을 강조하는 여성스러운 패션을 완성시킬 수 있다.

· 세련된 도시 감각의 모던룩 _ 솔리드 컬러의 시폰 원피스

올해 복고풍과 더불어 미니멀리즘이 유행한다는 것을 주목하여 솔리드 컬러의 깔끔한 시폰 미니 원피스를 올 여름 필수 아이템으로 추천한다. 단색 원피스는 자칫 단조로워 보일 수 있으니 광택이 있는 실버나 골드 컬러의 핸드백이나 샌들을 매치하여 좀 더 세련된 분위기를 연출하는 것도 좋은 방법이다. 민소매나 슬립 형태의 시폰 원피스에는 금사, 은사 등 메탈사로 짜여진 니트 블레로를 걸치면 노출을 피하는 동시에 모던한 분위기도 연출할 수 있다.

“카디건으로 연출하는 또 다른 매력”

내부와 외부의 온도 차 때문에 감기에 걸리기 쉬운 직장인들에게 ‘카디건’은 현명한 선택. 통이 넓은 롱카디건이든 짧은 블레로 형태이든 유행에 구애받지 말고 기존에 가지고 있던 카디건 중 그날의 의상에 어울리는 것으로 선택하여 건강도 지키고, 색다른 분위기를 연출해 보는 것도 좋겠다.



Trendy Guys Wear Slip Shirts and Narrow Tie!

Menswear is less diverse than women's wear. Remember: choosing right dress shirts is the starting point. With the jacket on, they should give an accent to the attire. With the jacket off, they should reveal the manly lines.

· Slim Look - Shirts and Neckties are Chameleons

If you want a mild look, select a pastel color like pink and violet. Blue is right for an intelligent image. Add a narrow tie (7-8 centimeter wide), and you will look slimmer. Nowadays, seven out of every ten neckties sold are narrow ties.

· Diverse Fabrics - Linen Pants & Functional-Fabric Jackets

Various functional fabrics are available. If you want a more comfortable feeling, try coolron or linen dress shirts. This year's trend is white linen pants matched with black, blue, or navy shirts made of a functional fabric.

One-Piece Dress - Millions of Charms

The most beloved fashion item of the women is no doubt the one-piece dress. The latest fad is short one-piece dresses with diverse printed patterns and styles. Choose one that best fits your taste and body type.

· Lovely Feminine Look - Romantic Dot Print Dress

Dot print is in vogue again. This mono-tone chiffon dot dress presents a romantic and vivid image. Big dots help your body figure look slimmer. A black belt could emphasize the feminine curves.

· Sophisticated Urban Look - Solid Collar Chiffon Dress

Also popular is minimalism. A solid collar chiffon dress is a must-have item. A monotone dress can be too boring. Match it with a handbag or strap shoes in silver or gold color. A sleeveless chiffon dress plus a neat bolero woven with metallic-color threads can give you a modern look.



‘한소리’ 동호회와 평화보육원 가족들의 운동회.
 럭비공 몰고 여기까지 달려온 것도 힘들었는데, 밀가루 속 사랑은
 대체 어디 있는 거야? 등 뒤에는 갈갈대는 친구들, 눈앞에는 카메라.
 밀가루 범벅이 된 얼굴로 울어야 할지, 웃어야 할지 이것 참...



오늘의 촬영 콘셉트는 ‘대리점 대표와 본사 영업 직원의 다정한 모습’.
 서로 얼굴을 맞대고 어깨동무를 하고, 심지어는 원두막에 앉아
 마주보고 웃는 것까지 사진기자의 다양한 요구에 열심히 포즈를 취하던
 김이진 사장과 이흥기 과장이 참다못해 외친 한마디.
 “그런데 꼭 남자끼리 이런 걸 해야 하나요, 네?”

사진 촬영에 임한 조색사 김영식 과장, 김광옥 과장 그리고 이덕희 대리의
 감동적인 NOROO 사랑, 눈물겨운 페인트 사랑~.
 “페인트 통에 걸터앉아 보시겠어요?”라는 사진기자의 말에 일제히 돌아온 대답은
 “우리는 페인트 통을 끌어안으면 안았지 깔고 앉을 수는 없어요!”

사보 담당자 후기

2007년, 새롭게 태어나는 NOROO 그룹 사보에 후기를 신게 되어
 기쁩니다. 사보 한 권을 만든다는 것이 얼마나 어려운지 새삼
 깨닫게 되었고, 여러 분야의 업무에 종사하는 NOROO인들과
 NOROO의 다양한 활동을 접하면서 더욱 진솔하고 열정적인
 NOROO를 발견하는 소중한 기회가 되었습니다. 아울러 함께
 취재하고 제작을 도와주신 IR큐더스에도 깊은 감사를 드립니다.
 이번 창간호를 거울 삼아 앞으로도 NOROO 가족들에게 따뜻하고
 행복한 소식을 전하는 사보를 만들도록 노력하겠습니다.
 독자 여러분의 많은 의견과 질책 부탁드립니다. 감사합니다.

(주)디파이아 홀딩스 전략기획팀 권나영 주임

NOROO 가족의 참여를 기다립니다

NOROO 그룹 사보 《WORLDWIDE VALUE PARTNER》는
 여러분의 관심과 참여로 꾸며집니다. 혼자 보기에는 아까운
 재미있는 사진이나 특별한 추억이 담긴 사진, 사우들과 나누고픈
 소중한 사연이 있으면 담당자에게 메일 혹은 엽서를 보내 주세요.
 채택되신 분에게는 소정의 상품을 드립니다.

주소 135-983 서울시 강남구 역삼동 736-1 한솔빌딩 A동 12층
 (주)디파이아 홀딩스 전략기획팀 권나영 주임
전화 02-2191-7714
팩스 02-2191-7703
이메일 nykwon@dpi.co.kr

NOROO 세계를 향한 힘찬 도전!

1945년 창립 이래 60년간 대한민국 정상의 종합정밀화학기업으로 성장해 온
NOROO그룹이 지주회사 디피아이홀딩스의 출범과 함께 세계 초우량기업으로 본격적인 도전을 시작합니다.
앞으로 적극적인 경영혁신과 기술개발로 전 세계에 NOROO의 이름을 알리고 신뢰받는 글로벌 리딩기업으로 성장하겠습니다.



NOROO
(주)디피아이 홀딩스

(주)노루페인트 | (주)아이피케이 | (주)DAC | (주)씨케이페인트 | 대한비케미칼(주) | 대한코일코팅(주) | 득채상하이도료유한공사 | (주)세다