

NOROO

노루

03+04

NOROO magazine vol.05 / 2008



COVER STORY



새로운 탄생을 알리는 봄이 찾아옵니다.
사계절의 시작인 봄을 준비하면서
한번쯤 자신을 돌아보는 노루인이 되십시오.

“당신의 생명을 의미있는 뭔가로 만들라
당신은 쓸데없이 태어난 것이 아니다
당신이 무엇을 위하여 태어났는지를 발견하라
당신은 우연히 태어난 것이 아니다”
소설가 베르나르 베르베르는 ‘개미’라는 책에서
이렇게 서술하였습니다.

우리가 태어난 이유를 알고 준비하고 행동하십시오.
자신의 가치를 아는 노루인이 되시기 바랍니다.

Spring has arrived.

By launching our four seasons, spring gives us time
to reflect on our past and plan for the future.

“Make your life meaningful.

You were born for a reason.

Discover it.

You were not born by chance.”

This paraphrases a passage from author Bernard Werber’s book,
“The Empire of the Ants.”

Know what you were born to do, prepare to do it, and go for it!
Understand your value and cherish it.

NOROO magazine vol.05 2008

2008년 03 · 04월호(통권5호)

03 + 04

발행일 2008년 3월 7일

발행처 NOROO

발행인 최광균

기획 (주)디피아이 홀딩스 (031-467-6073)

편집 및 디자인 (주)IR큐더스 (02-6011-2000)

인쇄 (주)그램앤크

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)디피아이 홀딩스	경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략기획1팀 김한주 대리 T: 031-467-6073 hjkim02@dpi.co.kr
(주)노루페인트	경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략경영기획팀 지남철 대리 T: 031-467-6128 ncji@noroo.co.kr
(주)아이피케이	부산시 연제구 연산동 1422-8 국민연금 부산회관 17층 영업2본부 마케팅팀 엄연숙 주임 T: 051-580-6182 norma.um@internationalpaint.com
(주)DAC	경기도 안양시 만안구 박달동 615 업무지원팀 조규용 대리 T:031-467-6526 joky@dackorea.co.kr
(주)씨케이페인트	경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5(시화공단 6바 406호) 경영지원팀 김시연 주임 T:031-599-7252 sykim@ckpaint.co.kr
대한비케미칼(주)	충청남도 천안시 백석동 527-6 경영지원팀 이수용 사원 T:041-620-6207 sylee@dbckorea.co.kr
대한코일코팅(주)	경기도 안양시 만안구 박달동 615 지원팀 박서진 주임 T:031-467-6486 sjpark@dcckorea.co.kr
(주)대연	경기도 안양시 만안구 박달동 615 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363 hkjeon@loginet.co.kr

04 NOROO News

08 Our Family → 선박, 중방식용 도료의 선두주자, (주)아이피케이
IPK Leads the Market for Marine Paints and Heavy Duty Protective Coatings

12 Our People → 득채(상해)도료유한상사 북경사무소 김형섭 소장과 천엔동 사원
Director and Employee of Beijing Office of Noroo Paint

16 Trend Report → 대기환경보전법에 따른 NOROO그룹의 대응 및 정책
Noroo Group's Response to the Enactment of the Air Pollution Control Act



20 Global Network → 유럽시장을 압도하는 다크호스, DBC Coatings Czech s.r.o.
Asian Market Leader Challenges European Market DBC Coatings Czech s.r.o.

24 Global Focus → 과거와 현대의 대화가 숨쉬는 도시, 프라하
Prague_ The City Where Conversation of the Past and the Present

28 Happy Partner I → 무한한 가능성이 있는 기업, 대현전자
Noroo Paint's Promising Partner - Daehyun Electronics

32 Happy Partner II → '시작이 반이다' 거점형 총판 1호점, (주)씨케이 북부총판점
North Exclusive Agency, the First Depot of CK Co., Ltd.

34 Creative Partner → 인테리어 도료 '예그리나' (YEGREENA) 브랜드 탄생
Interior Paints Team_ "YEGREENA", New Paint Brand for Home Decor

36 NOROO Outreach → 사상 최악의 기름유출사고 현장 '태안', 노루페인트가 가다
The Worst Ever Oil Spill in Taean Noroo Paint Volunteers to Help Clean-up

38 Color Story → 마케팅 성공의 열쇠, '컬러 비즈니스' - Yellow
Key to Success of Marketing, "Color Business" _ Yellow

40 DIY World → 스스로 만드는 것을 즐기는 사람들, '미국 DIY시장'
U.S. DIY Market Meets the Needs of People Who
Enjoy Doing Things Themselves



42 Travel → 매화, 동백꽃 흐드러진 땅끝 해남

Haenam, Home to Maehwa (Prunus Mume) and Camellia Flowers

46 Moneymaking Tips → 부동산 재테크_ 이사철, 효율적인 전셋집 구하기
Real Estate Techniques_ Effective House Hunting



NOROO그룹 2008년 합동시무식 거행

2008년 NOROO그룹 합동시무식이 지난 1월 2일 안양 본사 강당에서 열렸다. 이날 정기임원 인사와 관련하여 대상자들에게 임명장이 각각 수여되었으며, 신년하례가 진행되었다. 신년사에서 한영재 회장은 “내실을 바탕으로 글로벌 경영을 추진하자”라는 지표를 다시 한번 강조하였으며, NOROO그룹의 제2의 도약을 지속적으로 추진하여 글로벌 시장 확대와 제품 개발 및 신규사업 개척 등에 힘써줄 것을 당부했다.



2008년 정기 임원인사 단행

(주)디피아이 홀딩스는 2008년 1월 1일부터 NOROO그룹의 정기 임원인사를 단행하였다. (주)DAC 대표이사로 강신원 사장을, (주)씨케이 대표이사로 권혁준 사장을 임명하였다. 또한 (주)대연 대표이사 이민형 전무이사를 부사장으로, (주)디피아이 홀딩스의 송기명 전무이사를 부사장으로, 대한코일코팅(주) 이한복 상무이사를 전무이사로 임명하였으며, (주)디피아이 홀딩스의 이주길 이사, (주)노루페인트의 신준 이사, 이성규 이사를 상무이사로 각각 임명하였다. (주)노루페인트의 신동훈 부장, 이문용 부장은 이사로, (주)씨케이 조창연 부장은 이사대우로 임명되었다. 이와 더불어 (주)디피아이 홀딩스의 한상용 전무이사를 득채(상해)도로유한공사로 파견근무를 명하였으며, 총경리에 임명하였다.



(주)디피아이 홀딩스, 일본 제스사와 실버사업을 위한 합작사업 조인식 거행

지난 2월 4일, 일본의 제스사의 히라야마 히로유키 회장과 이노우에 쓰토무 사장이 합작계약 조인식을 위해 (주)디피아이 홀딩스를 방문하였다. 이날 방문한 히라야마 사장 일행은 한국의 너싱홈 등을 견학한 후 (주)디피아이 홀딩스 서울사무소에 도착하여 합작투자계약 조인식을 거행하였다. NOROO그룹 한영재 회장은 “고령화 사회에 대비하기 위한 준비의 일환으로, 일본에서 실버사업을 성공적으로 추진하고 있는 제스사와의 합작계약을 통해 한국에서의 실버사업을 추진하게 되었다”고 밝혔다. 한편, 제스사는 일본 내에서 부동산 컨설팅 및 실버하우스, 너싱홈 등을 경영하는 대기업으로 이번 합작사업을 통해 아시아 시장으로의 새로운 진출을 도모하게 된다.

사랑의 손길 모금운동 시행

NOROO그룹 임직원들은 작년 12월부터 〈사랑의 손길〉 행사의 일환으로 이영두 과장 돕기 모금운동을 진행하였다. (주)노루페인트 공업도로사업부 이영두 과장은 루게릭병(근위축성 측삭경화증)이라는 불치병을 진단받았다. 힘든 투병 생활을 하고 있는 이영두 과장에게 NOROO그룹 임직원들이 사랑과 정성을 전달하였다. 이를 전달 받은 1월 중순 이영두 과장은 직접 안양공장 본사에 휠체어를 타고 방문하여 임직원 모두에게 감사함과 고마움을 전하였다.

Noroo Group Holds Year-Opening Ceremony

On January 2, Noroo Group held the year-opening ceremony at the auditorium in the head office located in Anyang City. During the ceremony, newly promoted personnel received letters of appointment, after which, we celebrated the New Year. During his address, Mr. Han, Young-jae, Chairman and CEO of DPI Holdings Co., Ltd, stressed the catch phrase, “A Strong Organization Makes a Global Organization” and encouraged staff members to work to increase the company’s share in the global market and develop new products and avenues of business.

Year-end Promotion for Directors

DPI Holdings Co., Ltd. promoted its directors according to its regular member assessment, which came into effect on January 1, 2008. Mr. Kang, Shin-won, a president, was appointed as the CEO of DAC Co., Ltd. and Mr. Kwon, Hyeok-chun, a president, as the CEO of CK Co., Ltd. Mr. Lee, Min-hyeong, Daiyon’s President and DPI Holding’s senior managing director, was elevated to executive vice president, Mr. Song, Gi-myeong, DPI Holdings’ senior managing director was promoted to executive vice president and Mr. Lee, Han-bok, Daehan Coil Coating’s managing director, became a senior managing director. Mr. Lee, Ju-gil, DPI Holdings’ director, Mr. Shin, Jun and Mr. Lee, Seong-gyu, both Noroo Paint’s directors, were also appointed as managing directors. Mr. Shin, Dong-hun and Mr. Lee, Mun-yong, Noroo Paint’s general managers were promoted to directors while Mr. Cho, Chang-yeon, a general manager, was elevated to vice president. In addition, Mr. Han, Sang-yong, DPI Holdings’ senior managing director, was assigned to work with DPI (Shanghai) Co., Ltd. as the President.

DPI Holdings Partners with ZECS of Japan for Silver Industry

On February 4, ZECS Chairman Hiroyuki Hirayama and President Tsutomu Inoue visited DPI Holdings to sign a joint venture agreement between the two companies. Mr. Hirayama and the delegation visited nursing homes in Korea before arriving at the Seoul Office of DPI Holdings to sign the joint venture agreement. Noroo Group CEO Mr. Young-jae Han explained, “Our partnership with ZECS, Japan’s successful company in the elder care industry, will help us better meet the needs of Korea’s aging society.” ZECS Corporation has a real estate consulting business and elder care facilities and nursing home operations in Japan. Partnering with Noroo, the company hopes to expand business to other parts of Asia.

Fund-raising Campaign for a Colleague in Need

Noroo’s staff has launched fund-raising efforts to help Mr. Lee, Young-du, a manager, as part of the “Loving Hand” campaign. Mr. Lee, a manager of the Industrial Paint Business Division of Noroo Paint, has been diagnosed with the incurable Lou Gehrig’s disease (amyotrophic lateral sclerosis). His colleagues expressed their love and concern by offering material assistance to Mr. Lee, who is suffering greatly from his disease. After receiving the grant from his colleagues, Mr. Lee visited the Head Office in Anyang and expressed his appreciation.

(주)노루페인트 NOROO Paint & Coatings Co., Ltd.

(주)노루페인트, 베트남 '트롱 하이 오토'에 도로 납품

친환경 글로벌 기업으로 도약하는 (주)노루페인트가 기아자동차의 베트남 CKD(부품조립생산) 업체인 '트롱 하이 오토'社(이하 트롱社)의 단독 도로로 지정되었다.

이번 결정으로 (주)노루페인트는 글로벌 도로 업체로서 향후 트롱社의 자동차 바디용 전착도로 및 승용차 신규 모델 도로 경쟁에서 유리한 고지를 차지할 것으로 보인다.

(주)노루페인트 관계자는 트롱社의 단독도로 지정이 향후 동남아 진출 기지 건설에 큰 역할을 하게 될 것이라는 전망이다.

한편 트롱社는 자동차 수입 판매업으로 창업한 회사로 2001년부터 베트남 지역의 기아자동차와 CKD 계약을 체결하고 베트남 내 기아자동차의 모닝 자동차를 조립판매하고 있다.

Noroo Paint Delivers Paints to Trung Hai Auto in Vietnam

Noroo Paint was designated as the sole official paint supplier for Trung Hai Auto ("Trung"), Kia's Vietnamese CKD (Complete Knock Down) company.

Noroo Paint thus assumed a favored position in the competition among paint suppliers, particularly when it comes to ED (electro deposition) coating for Trung's car bodies and paints for passenger car models.

A representative of Noroo Paint predicted that this decision will facilitate Noroo's business expansion in Southeast Asia.

Trung, having started as an auto importer, signed a CKD agreement with Kia Motors in 2001 and has since assembled Kia's "Morning" units for sale in Vietnam.

2008년 사업계획 발표

(주)노루페인트는 2008년도 각 사업부별 사업계획 발표를 전담장이 참여하는 가운데 안양 본사에서 실시하였다.

이번 사업계획은 각 사업부별 추진전략에 따른 회사의 핵심 사항을 발표하는 자리로 수익성증대, 제품경쟁력강화, 유통채널강화, 신제품 개발 등에 대한 회사 전반적인 부분을 발표하였다. 또한 빠르게 변화하는 국내 및 해외시장에 대처하기 위해 중장기 계획의 추진사항과 각 사업부별 경쟁력 있는 고부가가치 제품 및 친환경제품 개발을 더욱 확대할 수 있는 사업전략 강화방안이 논의되었다.

Noroo Announces Business Plans for 2008

Noroo Paint's business divisions gathered in the Head Office in Anyang to announce their business plans for 2008 to all team leaders.

These included general strategies that apply to the whole organization, including those for better profitability, competitiveness, distribution channels and development. The company plans to pursue mid- and long-term objectives including high-value and environmentally friendly development.



2008년 무재해 기원제 및 시산제 실시

지난 2월 16일(토요일) 안양 수리산(수안봉)에서 무재해 기원제 및 시산제를 실시하였다. 이날 행사는 노루페인트 임직원 외 (주)디피아이 홀딩스 및 계열사도 참여하였으며, 수리산 환경 정화활동 및 야생동물 먹이주기 행사를 함께 진행하였다. 매년 실시하는 이 행사에서 (주)노루페인트 임직원이 하나되어 신공장(포승공장)의 순조로운 건설진행을 기원하였다. 이와 더불어 올해 경영방침인 '내실을 바탕으로 글로벌 경영을 추진하자'라는 의지를 모은 결의문 선서와 노루인의 열정과 공헌을 실천하는 조직문화 구현으로 효율적인 사업구조 구축과 미래 성장기반을 확보하자는 각오를 다졌다.

Company Holds Good Luck-Wishing Ceremony for 2008

On February 16, Noroo Paint held a good luck-wishing ceremony for 2008 in Mt. Suri (Suanbong Peak), Anyang City. Noroo Paint staff as well as representatives of DPI Holdings and its affiliates participated in the ceremony that included picking up litter around Suri Mountain and feeding wild animals. An annual event by Noroo Paint, this year also celebrated the efforts for the successful construction and operation of the new plant (Poseung Plant). A resolution was read to remind attendees that "A Strong Organization Makes a Global Organization" and to prepare for future success by maintaining enthusiasm and initiatives that make the organization more efficient.



노루바자 장학금 전달식

지난해 연말에 진행된 노루바자는 수익금 전체를 1월 16일 안양 평화보육원에 장학금으로 전달하였다. 이번 바자회는 NOROO그룹 임직원이 참여하며 이웃을 돕기 위한 일환으로 온라인상에서 협동하여 노사가 함께 참여하고, 그 판매대금을 전액 어려운 이웃을 위한 장학사업으로 활용한 뜻 깊은 바자회였다.

특히 판매금액은 전액 안양 평화보육원의 정서적인 치료를 필요로 하는 아이들의 미술, 음악치료와 컴퓨터 활용 프로그램 등의 수업을 위한 장학금으로 사용되었다.

Noroo's Charity Bazaar Donates Funds for Less Advantaged Children

Noroo's charity bazaar raised funds at the end of 2007 and visited Peace Orphanage in Anyang on January 16 to donate the money to aid in the children's welfare. The bazaar allowed Noroo members to participate in helping those less fortunate members of the community. Both management and labor participated on-line in the fund-raising efforts and donated all profits raised.

The donation will provide art and music therapies for children with emotional problems and computer programs for all children residing at the Peace Orphanage.



수용성 바닥재 '내추럴 웰포시' 국내 최초 개발

환경 친화적 수성 에폭시 수지를 사용하여 제조된 도로로서 유성 에폭시와 달리 인체에 유해한 용제성분이나 밀폐된 공간 도장 시 폭발 및 화재 위험이 있는 휘발성 물질 등이 전혀 없는 친환경 수용성 도로이다.

기존 공장 바닥 도장 시 밀폐된 공간에 여러 화학물질이 배출되어 나온 유증기로 인하여 화재 위험성이 있어 도장작업이 어려웠다. 하지만 이번에 개발된 바닥재는 냄새가 거의 없고, 수용성 제품이라 작업자가 별도 마스크 없이도 도장이 가능하다.

"Natural Well-poxy", First Waterborne Floor Paint in Korea

Natural Well-poxy is paint made from an environmentally friendly water-soluble epoxy resin that does not contain harmful solvents or inflammable elements.

Previously used floor paints involved the emission of chemicals and oil steam, which were flammable. According to a representative of Noroo Paint, however, this new floor paint has little unpleasant odor and is water-soluble, which means that painters can use it without wearing a protective mask.



핑고, 2008 경향하우징페어 참가

핑고사업팀은 지난 2월 22일부터 27일까지 일산 KINTEX 전시장에서 열린 2008 경향하우징페어에 참가하였다.

이번 행사는 핑고브랜드 홍보 및 유통채널별 전문 벤더계약을 목표로 참가하게 되었다. 특히 이번 행사는 프리첼과 함께 UCC 페스티벌을 개최하여 호응도를 높였다.

(주)노루페인트는 '핑고'와 함께하는 UCC 페스티벌을 개최하여 관람객 및 프리첼 회원들에게 제품 체험의 기회를 제공하고 UCC 공모를 받는 등 다양한 이벤트를 준비하였다. '핑고 UCC 페스티벌'을 위해 (주)노루페인트와 프리첼은 '경향하우징 페어 2008'이 열리는 일산 KINTEX의 핑고 행사장 내에 '프리첼 UCC 스튜디오'를 설치해 운영했다. 관람객들은 스튜디오에서 자유롭게 UCC를 촬영해 자신의 홈페이지에 간직할 수 있으며 그 중 2명을 선발해 닌텐도DS를 선물했다. 또한 행사장을 방문하는 이들 중 매일 선착순 100명에게는 두건과 티셔츠 등의 기념품도 제공하였다.

"Pingo" Presented at Kyunghyang Housing Fair 2008

Pingo Business Division participated in Kyunghyang Housing Fair 2008 held at KINTEX, Ilsan from February 22 to 27.

The purpose of participation was to promote the Pingo brand and demonstrate that the company is a professional vendor. During the fair, Noroo and Freechal hosted a UCC festival, which attracted significant attention and enthusiastic participation.

The UCC festival featured the 'Pingo' brand and events that allowed Freechal members to try Noroo products and share their UCC's. Noroo Paint and Freechal prepared 'Freechal UCC Studio' within the Pingo section in KINTEX. Visitors could shoot their own UCC's at the studio and post them in their personal web pages. The two best UCC's shot at the studio and their producers were awarded Nintendo DS units. Also, the company gave the first 100 visitors hoodies and T-shirts as souvenirs.

(주)아이피케이 International Paint (Korea) Co., Ltd.

생산본부, 함안군청으로부터 자원봉사자상 수상

지난 2007년 12월 5일 경남 함안군청이 매년 실시하는 자원봉사자 대회에서 (주)아이피케이 칠서 생산본부가 함안군수로부터 자원봉사자 표창장을 수상 하였다.

함안군 칠서면 사무소의 협조를 받아 그간 CSR(Corporate Social Responsibility: 기업의 사회적 책임) 활동으로 홀로 사는 노인 목욕 봉사, 주택 수리 보수 작업 및 주거 환경미화 등을 통한 직장인들의 자발적인 봉사활동을 진행해 왔으며, 이러한 정신을 높이 샀던 칠서 면사무소에서 함안군청에 추천하여 표창장을 받게 되었다.



Production Division Is Honored by Haman-gun Office for Its Volunteerism

IPK's Chilseo Production Division was honored by the magistrate of Haman-gun in its annual award ceremony on December 5, 2007 for its dedication to volunteerism in the community.

The members of Chilseo Production Division were commended for their participation in CSR programs, such as helping single elderly residents with bathing as well as repairing and cleaning their houses. Their efforts did not go unnoticed by Chilseo-myeon Town Office, which recommended the division to Haman-gun Office.

대한비케미칼(주) Daihan Bee Chemical Co., Ltd.

대한비케미칼(주), 태안 봉사활동 다녀와

대한비케미칼(주)은 지난 1월 26일 15명 직원들이 모여 태안 반도 안쪽의 구룡포 해수욕장으로 봉사활동을 다녀왔다. 오전 9시부터 분주히 움직여 12시부터 봉사활동을 한 대한비케미칼(주) 직원들은 모래사장과 바위에 엉겨 붙은 기름띠와 오일볼을 제거하였다.



Daihan Bee Chemical Visits Taean to Help Clean-up

Fifteen staff of Daihan Bee Chemical went to Guryongpo Beach along the inner part of the Taean Peninsula on January 26 to help clean up the oil spill. From 9 a.m. to noon, the volunteers diligently removed persistent oil marks and oil balls from the sand and rocks.

(주)씨케이 CK Co., Ltd.

상반기 각 본부별로 워크숍을 실시

(주)씨케이는 2008년 상반기기를 맞이하여 각 본부별로 워크숍을 실시하였다.

2008년 1월에는 사명의 변경 및 권혁춘 대표이사의 취임 등으로 변화와 도약을 예고하는 의미 있는 일들이 많았다. 이번 워크숍에서는 개인과 회사가 모두 2008년 새로운 멋진 한 해를 건설하자는 포부를 주고 받았으며 생산본부의 경우에는 무재해를 다짐하는 선서식을 갖는 등, 새해 워크숍으로서 다양한 프로그램을 진행하였다.

대한코일코팅(주) Daihan Coil Coatings Co., Ltd.

국내 최초 40년 보증 고내후성 PCM 도료(SQP-40) 개발

대한코일코팅(주) 기술팀에서 국내 PCM 업체 최초로 다년간의 연구 끝에 보증기간을 획기적으로 늘린 40년 보증 고내후성 도료, SQP-40을 개발하였다.

SQP-40은 고내후성 폴리에스터 수지를 주요 수지로 하였으며, 또한 세라믹 안료를 사용하여 내후성을 극대화한 제품이다.

SQP-40은 세계적인 에너지 절감 추세에 발맞춰 고내후성 도료에 차열기능을 부여한 고내후성 열반사(COOL ROOFING) 도료로도 사용 가능하도록 미국 차열 지붕 평가 협의회인 CRRC(Cool Roofing Rating Council)에도 등록 의뢰 중이다.

DCC 포항 직원들, 태백산 등산

지난 1월 18일부터 19일까지 DCC 포항 산악동호회에서는 첫 산행으로 태백산에 다녀왔다. 7명의 직원들은 영하 10도의 기온 속에서도 웃음을 잃지 않고 산행을 하였으며, 천제단에 도착하여 서서히 여명이 밝아오며 해가 솟아 오르기를 기다렸다. 구름 속에 가려 일출의 장관은 오전 7시 50분쯤 볼 수 있었다. 춥고 힘들기는 했지만 직원간의 친목과 우정을 다질 수 있는 시간이 되었다.

(주)대연 Dai Yon Co., Ltd.

족구로 다져지는 단합

매일 점심시간, 안양공장 2단지 제품창고 앞에는 대연의 일꾼들이 식사 후 족구에 여념이 없다. 대연 가족은 오전의 바쁜 출고 업무 후 잠시 휴식을 취할 시간이지만 안양 공장에 울리는 스피커의 노래 소리와 함께 족구 경기에 푹 빠진다. 나른한 점심시간 족구로 다져진 심신은 오후 업무 집중에도 긍정적인 효과를 가져다 준다. 아직은 쌀쌀한 날씨지만 대연 가족은 언제나 열정이 가득하다.

Divisions Hold Workshops for First Half of 2008

At the start of 2008, CK's divisions held workshops.

January was filled with many events heralding the upcoming changes and improvements for the company, including the company's new name. The workshops provided participants with the opportunity to share ambitions and hopes. Production Division had their resolution for a disaster-free year read, among many programs of the workshops.



First-in-kind Decay-resistant PCM Paint (SQP-40) Developed

Daihan Coil Coating Co., Ltd. has developed Korea's first decay-resistant PCM paint, which carries a 40-year guarantee.

This product coded SQP-40 is based on the decay-resistant polyester resin and ceramic pigments.

SQP-40 is also currently under review by CRRC (Cool Roofing Rating Council) for registration as a paint helpful in cooling roofs.

DCC Pohang Staff Climb Mt. Taebaek

On January 18-19, the members of DCC Pohang's mountaineering club climbed Mt. Taebaek for its first hike of the year. Although the weather was cold -10°C, the seven climbers joyfully climbed the mountain and waited for the sunrise at Cheonjedan. The sky was cloudy and the rising sun was visible at 7:50. In successfully climbing the mountain despite suffering from cold and hunger, the climbers renewed warm friendships and gained greater camaraderie.



Jokgu Unites People

Every day, some members of Daiyon's staff play Jokgu, also called Korea kickball, after lunch in front of the warehouse in the 2nd Complex of Anyang Plant. After a busy morning, some consider taking a nap at lunchtime, but they prefer to play Jokgu together as the music plays on the speakers around the premise.

The players feel reinvigorated after a game and find it easier to focus on their afternoon tasks. The weather is still cold, but Daiyeon family's hearts are filled with energy.



세계 최고의 시장 점유율을 자랑하는
선박 · 중방식용 도료의 선두주자,
(주)아이피케이



IPK Leads the Market for Marine Paints and Heavy Duty Protective Coatings

글 편집실 Text by WVP editors





2008년 2월 안양 본사의 부산 이전과 함께 부산의 30대 기업으로 빠르게 입성하며 제2의 전성기를 누리고 있는 (주)아이피케이. 명실공히 국내 선박·중방식 도료 업계 중에서 최대의 도장 실적과 함께 최고의 시장 점유율을 자랑하는 중견 기업으로 친환경 도료 개발의 선두주자로서 그 위상을 높이고 있다.

IPK Co., Ltd. has enjoyed its second heyday since it moved to Busan in February 2008, and has been listed as one of Busan's 30 best corporations. The company leads the Korean market for marine paints and heavy duty protective coatings with its extensive painting experience and largest market share. IPK Co., Ltd. has also established a sterling reputation as an environmentally aware paint manufacturer.

(주)아이피케이는 1980년 네덜란드의 세계적인 종합화학회사인 약조 노벨 산하 선박·중방식 도료 메이커로서 노루 페인트로 널리 알려진 (주)디피아이 홀딩스와의 합작 투자로 설립된 회사이다. 합작사인 약조 노벨의 경우, 130여 년 전통의 투철한 장인정신을 자랑하는 인터내셔널 페인트와 합작을 하여 세계적으로 더욱 유명해진 기업이다.

2008년, 시작과 더불어 (주)아이피케이의 발걸음은 더욱 바쁘게 움직이고 있다. (주)아이피케이는 안양 본사에서 경영 지원본부와 영업본부가 함께하는 부산 본사로 이전을 하며 새로운 준비에 한창이다. 뿐만 아니라, 스피드 경영과 커뮤니케이션 원활화를 통해 시너지 효과를 창출하고 있으며, 나아가 신속한 대고객 서비스를 제공함으로써 고객감동에 한걸음 더 다가설 수 있을 것으로 기대하고 있다.

첨단 테크놀러지의 산실_ '기술연구소'

(주)아이피케이의 기술연구소는 선박용 도료뿐만 아니라 중방식용 도료분야에서 고객들의 다양한 요구에 부합하는 제품을 개발하는 도료 전문 연구 센터이다. 이 연구소는 국내 주요 조선소 및 각종 산업 단지와 인접한 거제도에 자리잡고 있다. 기술 연구소는 시장의 흐름에 신속하게 대응하며 나아가 한국, 중국, 일본 등 아시아의 주요 해양 산업 강국은 물론 유럽, 미주 지역의 연구소들과 공동 연구를 통해 선박 및 중방식용 도료 시장을 대표하는 최

적의 솔루션을 개발하고 있다.

또한 영국에 센터를 두고 글로벌 네트워크를 통해 실제 제품을 적용해 본 전세계 고객들로부터 받은 피드백과 독자적인 도료 기술을 접목하여 각종 환경·안전·보건 규제에 부합하는 첨단 신제품 개발에 앞장서고 있다.

높은 시장 점유율의 비결_ '품질 관리'

(주)아이피케이의 또 하나의 자랑거리인 칠서 공장은 글로벌 네트워크를 통해 세계 조선, 해양, 중방식 산업의 발전과 함께 시장의 다양한 요구에 부응하는 제품을 엄격한 품질관리 시스템에 따라 생산, 공급하고 있다. 또한 국내 주요 조선소를 비롯한 각종 산업 단지와 인접한 지역에 위치하고 있어 적시에 정량을 공급하는 신속, 정확한 납품 서비스로 높은 고객 만족도를 유지하고 있다. 또한 칠서 공장은 품질관리를 위해 원재료 구매에서부터 배합관리, 공정 표준화 및 완제품 출고까지 모든 공정을 시스템화 하여 운영하고 있다. 선진 산업 시설의 핵심 관리 요소인 환경, 안전 및 보건에 대해 칠서 공장은 철저하게 모니터링을 하며 매년 향상된 목표를 두고 성과 관리를 하고 있다.

최고의 도장 품질을 보증하는_ '기술 감리'

(주)아이피케이는 180명 이상의 우수한 도장 전문가로 구성된 세계 최고의 기술 감리 서비스를 운영하고 있다. 기술 감리 직원



아이피케이는 스피드 경영과 커뮤니케이션 원활화를 통해 시너지 효과를 창출,
신속한 대고객 서비스를 제공함으로써 고객감동에 한걸음 더 다가설 수 있을 것으로 기대

IPK is creating synergy by maintaining prompt and effective administration and communication.
It is also building a solid reputation within the industry for timely and customer-oriented service.

들은 신조와 수리 조선소뿐만 아니라 구조물이 있는 현장에서 인 터내셔널 제품이 올바르게 도장될 수 있도록 전문 기술 감리 서비스를 제공하고 있다. 또한 (주)아이피케이는 전문적인 기술 감리 서비스를 제공하기 위해 글로벌 스탠다드에 부합함은 물론 국내외 공인 도장 감리사 자격 시험보다 더 엄격한 자체 교육 시스템을 운영을 통해 보다 프로페셔널한 서비스를 제공함으로써 국내외 고객들로부터 업계 최고의 기술감리 서비스팀으로 인정받고 있다.

차세대 첨단 친환경 방오 도료_ ‘Intersleek 900’
(주)아이피케이는 지난 2007년 2월 전 세계 54개국 회원사에서 현존하는 방오도료로서 최첨단 테크놀러지의 집합체로 개발된 친환경 방오도료 ‘Intersleek 900’을 출시하였다. Intersleek 900은 독극물을 사용하는 일반 방오도료와는 달리 플루오르 폴리머라는 첨단 테크놀러지를 이용하여 개발된 제품이다. 이 제품은 방오 성능이 뛰어나 선박 연료 절감 효과에 의한 경제성이 탁월할 뿐만 아니라, 배기 가스 배출량을 현저하게 줄일 수 있어 환경 친화적인 제품이다. 무엇보다도 일반 자기마모형 방오도료에 비해 6% 이상의 선박 연료 절감 효과를 얻을 수 있어 유가 100불 시대를 맞아 날로 악화되는 선박 운항 선사들의 수익성 제고에 많은 도움이 되고 있어 국내외 유수의 선사들로부터 각광받고 있다.

세계를 향한 발걸음

(주)아이피케이는 국내 선박용 도료 시장 점유율 1위 업체로 국내 조선소에서 건조되는 유럽과 미주의 주요 선사들에게 도료를 공급하고 있다. 또한 440여 명의 직원이 함께 만들어가는 (주)아이피케이는 본사 이전과 더불어 부산 30대 기업에 속하게 되어 그 기대치가 한층 높아지고 있다.

외국계 조선분야 기업들이 준비하고 대한민국 조선 1번지 부산은 (주)아이피케이가 성장하기 위한 발판이 되어 줄 것이다. 더불어 부산이 첨단 조선기자재 분야에서 세계의 중심에 설 때 이와 함께 (주)아이피케이도 핵심기업으로서 우뚝 설 수 있을 것이라는 전망이다. 거듭나는 기업, 준비된 기업 (주)아이피케이의 세계로 향한 발걸음이 가볍다.

주석

*방오도료란? 선박이 항해 중이거나 정박하는 동안 배가 해수에 잠기는 선저 부위에 해조류 및 따개비류 등의 해중 동식물이 부착되어 선속을 떨어뜨리거나 선박 연료 소모량을 증가시키는 주요 요인인 파울링(fouling)을 효과적으로 방지하는 기능성 도료를 말한다.

IPK Co., Ltd. is a marine paint and heavy duty protective coating maker established in 1980 as a joint venture of Akzo Nobel, a global chemical corporation based in the Netherlands and DPI Holdings Co., Ltd., also known as Noroo Paint. Akzo Nobel came to worldwide prominence due to its partnership with International Paint, a company reputed for its 130-year history and extraordinary workmanship.

IPK hastened its pace for success at the start of 2008. Its head office in Anyang moved to Busan, where its management support and sales divisions are located. The company is creating synergy by maintaining prompt and effective administration and communication. It is also building a solid reputation within the industry for timely and customer-oriented service.

IPK R&D Center Produces Cutting-edge Technologies

IPK R&D Center is a professional paint research center focused on developing marine paints and heavy duty protective coatings that fulfill customers' expectations. It is located in Geojedo (Geoje Island), which accommodates Korea's major shipbuilding yards and industrial complexes. The Center aims to promptly follow market trends and develop optimal solutions to the marine paint and heavy duty protective coating needs of Asia's major shipbuilders in Korea, China and Japan, through joint research with European and American research centers.

The Center utilizes feedback from global customers delivered through its UK branch and its paint technology to produce advanced products that conform to global environmental, safety and health standards.

Large Market Share Attributed to Seamless Quality Management

IPK's Chilseo Plant and global network produce items that accommodate the market's needs and contribute to the expansion of the world's shipbuilding, marine and heavy duty industries. Its strategic location next to major shipbuilding yards and industrial complexes in the area also contributes to timely and accurate delivery and the highest level of customer satisfaction.

Chilseo Plant has also systemized all of its processes that cover RM purchase, production formulas, process standardization and finished goods shipment. Chilseo Plant monitors environment, safety and health issues, which are core concerns with advanced industrial facilities, and sets and meets higher goals each year.

Technical Supervision Ensures Best-quality Painting

IPK operates the world's best technical supervision service team, which consists of 180 experts in painting. The team provides a professional technical supervision service to ensure correct painting with regard to International products not only at shipbuilding yards but also at any site with structures. The company is in compliance with global standards and provides high-tech supervision service and operates an in-house training system that exceeds the qualifications mandated by Korean and overseas authorized painting supervisor qualification tests.

Intersleek 900, Next-generation Antifouling Paint that Helps Preserve the Environment

In February 2007, IPK released Intersleek 900, the best environmentally friendly, antifouling paint that its affiliates based in 54 countries all over the world have ever seen. Intersleek 900 is based on fluoropolymer, unlike other antifouling paints that contain biocide. It represents the very latest advances in fouling control technology, which helps save fuel and significantly reduces emissions. Most of all, it delivers 6% better fuel economy than SPC (self polishing copolymer) paints, which means it helps the shipping industry reduce costs and boost profits.

Step Forward to the World

IPK is the undisputed market leader in Korea for marine paints and also supplies paints to Korean corporations that build ships for Europe and the Americas. Its 440 members anticipate a better future, being part of a company in the list of Busan's 30 best corporations.

Busan will be the best place for IPK's continued growth because it is the center of the Korean shipbuilding industry and accommodates several international shipbuilders. When Busan becomes acknowledged as the world's center for state-of-the-art shipbuilding equipment industry, IPK will also play a crucial role in this field. The future is promising for IPK, an ever-innovating organization.

Notes

What is Antifouling Paint?

It is a functional paint that effectively controls fouling caused by seaweed and barnacles that stick to the ship's hull and create additional drag, which results in reduced speed and increased fuel consumption.





김형섭 소장 + 천연동 사원

A Story of Two Old Friends: Kim, Hyeong-seob and Chen, Yan Dong,
Director and Employee of Beijing Office of Noroo Paint

글 편집실 Text by WVP editors



특채(상해)도료유한회사 북경사무소

오랜 시간 곁에 둔, 벗이 된 두 사람의 이야기



‘친구’는 폐와 같고 ‘사랑’은 심장과 같다고 한다. 폐가 없으면 숨을 쉬기 어렵듯이 곁에 있어도 인식하지 못하지만 언제나 필요할 때면 자신의 일을 묵묵히 견디어주며 소중함을 느끼게 하는 폐, 이와 같은 친구가 진정한 벗이다.

It is said that just as friendship is to the lungs, so love is to the heart. It is impossible to breathe without lungs; and although we often forget their value, we need our friends just as much as we need lungs that breathe in air.

특별한 환경에서 이뤄진 우정은 삶의 마지막까지 간다고 한다. NOROO 그룹 안에 얻어진 우정으로 어느 사이보다 더 각별한 그들만의 이야기를 들어보았다.

밀크티같은 부드러움과 강렬한 커피향같은 ‘우리사이’ 강렬한 커피향이 느껴지는 인상과 밀크티같은 부드러운 마음을 지닌 리더 ‘김형섭 소장’. 그리고 밀크티 같은 부드러운 인상과 강렬한 커피향을 지닌 ‘천연동 사원’. 다른듯하면서도 닮은 그들에게 무슨 사연이 있기에 바라만 봐도 미소부터 지을까?

지난 2003년 9월, 이들의 인연은 북경 사무소를 맡게 된 김형섭 소장의 첫 인사에서 시작되었다. 김형섭 소장의 “젊은 사람은 끊임 없이 변하고 발전해야 한다”는 발언은 운전 기사로 입사한 천연동 사원의 마음에 깊이 새겨지게 되었다.

천연동 사원은 김형섭 소장의 말처럼 자신에게 주어진 역할 외에 도료분야에 대한 지속적인 공부를 하였고 지난 2005년 건축도로 영업부로 발령되었다. 또한 천연동 사원은 “NOROO 그룹이라는 울타리 안에서 노력하면 노력하는 대로 발전할 수 있을 것이라 여겼다”며 “김 소장님이 말씀하신 것 중에 ‘도료 회사에 입사했으면 페인트에 대해 조금은 알아야 되지 않겠냐’는 말에 관심을 가지고

공부하게 되었다”고 했다. 중국 기업문화의 경우 자신의 말은 임무에만 최선을 다하는 게 일반적이다. 하지만 천연동 사원의 경우 능력에 따른 발전 가능성을 키워주는 NOROO 그룹의 문화에 맞춰 스스로 노력한 조금은 남다른 경우이다.

김형섭 소장은 “처음 여기에 와서 한 말을 기억하고 마음에 새겨 두었다는 점에서 책임감과 관리자로서의 의무감을 느낀다”며 “오히려 기회를 잡으려고 노력한 천연동 사원이 그런 마인드로 임하였기에 발전 했을 거라는 생각이 든다”고 말하면서 슬쩍 천연동 사원에게 어깨동무를 했다. 그의 행동 하나로 어색했던 천연동 사원의 얼굴에 미소가 번진다.

우리는 지금 ‘현재진행형’

김형섭 소장과 천연동 사원은 서로에게 때론 친구 같고 때론 형 같은 편안한 사이다. 서로 격려하고 조언을 하며, 맡은 역할에 최선을 다하고 있어 더욱 아름다운 그들이다.

김형섭 소장은 지금도 항상 “직무를 수행하는 부분에서 자신이 직접 책임감을 갖고 행할 수 있다면 발전의 기회로 받아드려라. 하지만 받아드릴 능력이 부족하다면 받아드리지 말라”고 하며 “능력 위주의 사회에서 누군가에 기대어 성공하는 것은 바라지도 말아



드넓은 중국 땅, 북경사무소 안에서
그들의 웃음과 대화는 아직
끝이지 않는 현재진행형이다.



야 한다”고 직원들에게 조언한다. NOROO 그룹을 대표하여 하는 말도 있지만 김형섭 소장의 마인드가 스며있는 발언은 어느새 직원들에게 새로운 기회를 주는 계기가 되며, 직원들의 삶을 이해하는 멘토의 조언으로 북경사무소의 지탱목이 되고 있다. 중국 속의 한국 기업문화는 능력에 맞게 기회를 주는 문화이고, 중국 기업문화는 자신의 주어진 업무만 최선을 다하는 시스템을 지닌 문화로 약간의 차이가 있어 어느 것이 정도(正道)라고 할 수는 없다. 하지만 어느 회사든 그 안에 적응하고 발전해가는 직원이 있다면 그 직원을 키워 주는 것은 회사와 관리자의 몫이 아닌가 싶다. 드넓은 중국 땅 가운데 작지만 강한 북경사무소 안에서 그 몫을 실천하고 있는 김형섭 소장과 천연동 사원. 그들의 대화는 아직도 끊이지 않는 현재 진행형이다.

같이 할 수 있어서 힘이 되는 ‘가족’

북경사무소의 분위기는 ‘화합과 커뮤니케이션의 장’이다. 사진 촬영을 하며 어색해하던 직원들은 김형섭 소장의 유머와 재치 속에 어색함은 사라지고 자연스러움과 카메라를 의식하지 않는 담소 분위기로 이어졌다.

민족이 다르고 문화가 다른 김형섭 소장이 직원들 틈에서 분위기 메이커가 되고 리드할 수 있는 이유는 무엇일까?

김형섭 소장은 가장 중요한 이유 및 요인은 “커뮤니케이션”이며 “의사소통이 원활하지 못하고 사소한 이야기조차 가능하지 않다면 업무 외에 그 이상의 관계에 대한 효과를 보기 어렵다”고 했다. 그리고 보니 가이드 없이 인터뷰 진행이 가능했던 것은 김형섭 소장이 직접 통역을 해주고 있기 때문이었다. 그뿐만이 아니라 세부

설명까지 곁들이는 김 소장의 통역은 중국 본토인과의 인터뷰에서 느끼는 이질감이라고는 찾아 볼 수 없을 만큼 맛깔스러웠다.

이것이 북경사무소만의 분위기이다. 북경사무소의 분위기를 천연동 사원은 “단어 하나만으로 정리할 수는 없지만 우리 회사는 단결이 잘된다”며 “분위기 자체가 서로 협동하고 단합하려는 마인드가 강하다”고 명료하게 정리했다.

자금성 도장 그 후 10년 ‘올림픽 선수촌 도장’

지난 95년 NOROO그룹은 자금성을 도장하였고, 품질을 인정받아 2005년 대대적인 보수도장에 재 선정되어 도장 되었다. 자금성 도장을 준비했을 당시 중국인들의 문화와 취향을 고려하여 독자적인 ‘China RED’ 컬러를 개발하였다. China RED 컬러는 그 이후 도로기업들에게 본이 되었고, 중국의 여러 분야에 사용되게 되었다. 10년 후 그때 그 열정과 아이디어는 NOROO그룹을 2008 북경 올림픽 선수촌으로 이끌었다. 이번 프로젝트는 까다로운 친환경 기준과 다국적 기업들과 경쟁을 하기 때문에 준비가 많이 필요하였다. 김형섭 소장과 천연동 사원은 그 동안의 중국을 분석한 결과를 토대로 중국인들의 특징을 살리면서 국제 기준에 부합한 도료를 제출하였다. 그 결과는 매우 훌륭하였다. 타기업에서 놓칠 수 있는 부분을 북경사무소 직원들은 제공하였고, 김형섭 소장은 NOROO그룹과 협의하여 그에 적합한 도료를 준비하였기 때문이다. 항상 노력하고 자만하지 않으며 철저하게 준비하여 다가가는 북경 사무소, 이 곳이 있기에 NOROO그룹의 아시아 시장 진출은 가능한 것이 아닐까. 무한한 땅 중국 그곳에 우뚝 설 북경사무소의 미소가 세계로 퍼지는 것 같았다.



A friendship formed under a unique condition tends to last. This is a story of two men's special friendship in Noroo Group.

A Warm and Strong Friendship

The Beijing Office Director Kim, Hyeong-seob has a warm heart behind his sharp impression. Chen, Yan Dong, an employee at the office, has a kind look on his face, yet is a very strong person inside. How have these two men become close friends despite their differences?

They met in September 2003 when Kim was appointed to lead the Beijing Office. Having joined the company as a driver, Chen found Kim's advice that "Youths must continue to improve and innovate" especially memorable.

Following this advice, Chen studied paints although his work back then was not directly related to paints. As a result, he was assigned to work in the Sales Department in 2005. Chen said, "I believed hard work would help me improve within Noroo Group." He continued, "Mr. Kim reminded me that I needed to know paints better as a member of a paint company." The Chinese corporations often encourage people to focus on what they do, rather than expanding their capabilities. However, Chen quickly adapted himself to Noroo Group's culture that promotes individual growth and became an example among the Chinese staff.

Kim explained, "I felt more responsible when I learned that Chen had taken my words to heart." Patting Chen on the shoulder, he continued, "It is Chen's efforts that have actually won him the trust and opportunity." Spurred on by his director's gesture, Chen smiled brightly.

Friendship Continues

Kim and Chen are a friend and brother to each other. They exchange encouragement and ideas, while working hard at their respective positions. Kim advises his staff, "Accept challenge as opportunity for improvement, but do so when you're ready. In this competitive society, it is better not to expect another to help you succeed." It expresses Noroo Group's belief, but also reflects how Kim views things. As a mentor who understands his staff's circumstances, he supports and advises them at the Beijing Office. The Chinese and Korean corporate cultures differ in that the former focuses on fulfilling duty while the latter values providing opportunity according to capabilities. Both views have advantages and are equally valuable. However, an employee who steadily improves himself

should be acknowledged by the organization and management. Kim and Chen are models in this regard, due to their exemplary performance as the director and employee. They will continue to interact with one another.

Noroo Family in Beijing

The Beijing Office has an atmosphere of harmony and communication. Although the employees initially felt awkward at being photographed, they soon began to talk and pose for the camera, thanks to Director Kim's tactful jokes. How has Kim become such a successful leader when it comes to creating a good atmosphere among his people?

Kim said the secret was "good communication." He explained, "Poor communication hinders effective relations." The interview with the Beijing staff went smooth as Kim skillfully interpreted during the interview. He interpreted not only words but also the feelings and details, making the conversation easy and enjoyable. The Beijing Office is unique in this regard. Chen Yan Dong said, "No one word can describe the atmosphere we have, but I would say our office has a very strong bond." He went on, "All of us are willing to cooperate and collaborate."

The "Forbidden City" Over a Decade Ago, Now the Olympic Village

Noroo Paint painted the Forbidden City in 1995. Acknowledged for its quality, the company was asked to paint it again during its massive renovation in 2005. When the company prepared to paint the Forbidden City, it developed the "China Red" color to satisfy the Chinese taste. The China Red has since been a standard for other paint companies and used with various facilities. The enthusiasm and innovation that Noroo showed back then has led it to the Beijing Olympic Village project. This project involves high environmental standards and fierce competition with other global corporations. Director Kim, Hyeong-seob and Chen, Yan Dong presented the results of some research on China and the paint that complies with international standards. The response was enthusiastic. The staff at the Beijing Office offered ideas to differentiate their products and Director Kim prepared the best paint after consulting with Noroo Paint. The Beijing Office of Noroo Paint became the base camp for Noroo's expansion in Asia by innovating and being thoroughly prepared for the future. The Beijing Office will give a smile of optimism, not only to China but also to the entire world.



NOROO & Me

Trend Report

(주)DAC

자동차 산업 트렌드, ‘친환경 도료’

대기환경보전법에 따른 NOROO그룹의 대응 및 정책

Auto Industry Trend, Environmentally Friendly Paints

Noroo Group's Response to the Enactment of the Air Pollution Control Act

글 송준서 (주)DAC 기술부 부장 Text by Song, Jun-seo Director of Technology Department, DAC



환경에 대한 끊임 없는 관심은 주거생활을 넘어 실생활의 작은 부분까지 확대되어 갔다. 최근에는 자동차 도료 산업에 트렌드로 부상 중인 '친환경 도료'에 대한 관심은 국가적인 관심으로 높아져 갔다. 편리한 교통수단으로 각광받는 자동차 산업의 발전은 향후 지속적으로 늘어날 전망이다, 이에 대비하여 소비자들의 요구는 점차 까다로워지기 시작할 것이다.

The public interest in the environment has extended far beyond building environmentally friendly residences. The use of environmentally friendly paints for the auto industry has recently become an important issue. It is expected that the number of cars and drivers will steadily increase and consumers will become more demanding.

지난 2005년 1월 1일부터 시행된 대기환경보전법(시행규칙 중 개정령 환경부령 제166호)에 따라 자동차도장 시설(건조시설포함)에 탄화수소 허용기준이 강화됨에 따라 수년 전부터 수성도료의 개발 및 도장공법의 단순화를 통한 친환경 도료의 검토가 이루어졌으며, 이미 국내 일부 자동차 도장 공장에 적용되고 있다.

자동차산업의 환경규제는 그 자체의 중요성도 크지만, 세계 각국의 시장 다변화 및 선진국들의 각종 규제에 인하여 복잡한 과제와 그에 따른 다양한 대책이 요구되고 있다.

특히, 국내의 상황도 사회적인 요구인 CSR의 중요성 증대로 인한 기술혁신의 빠른 발전이 절실히 요구 되어 지고 있는 현실이며, 고외관, 고방청 등의 CS품질향상 및 공정단축, 에너지 절약 등의 경제성의 고려도 장래의 자동차 도장의 개선을 위한 재료 및 시스템의 개발방향으로서 매우 중요하다고 볼 수 있다.

* 대기환경관련 과제 및 대책 방안(대표적 사례)

문제점	삭감화방안
CO2 배출량의 증대로 인한 지구온난화	도장공정의 단축 공정길이는 사용하는 에너지(CO2발생량)와 비례 → 도장공정 단축
유기용제(VOC)의 배출로 인한 대기 오염문제	도료중의 용제 삭감 (수성도료 및 High Solid도료) 유기 용제를 최대한 삭감한 도료의 적용 → 수성도료 설계

국내 VOC규제 현황 및 대응 방향

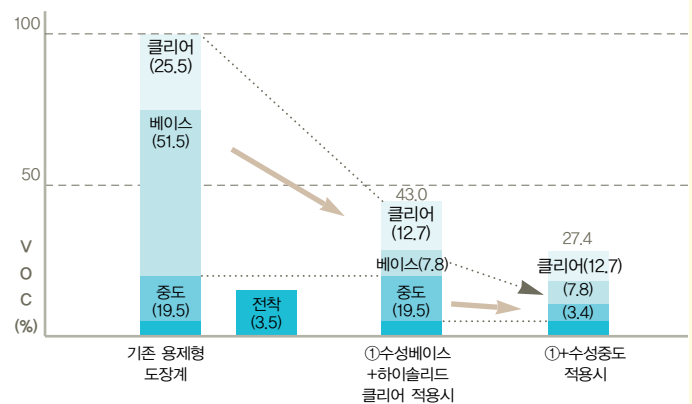
국내에서는 대기환경보전법이 시행되면서 자동차 도장공장의 VOC배출 기준이 과거에 비해 매우 강화되었다. 하지만 아직 자동차 선진국의 수준에는 아직 미흡하다고 볼 수도 있고, 향후 규제 수준이 더욱 강화될 가능성이 남아 있다고 예상된다.

따라서, VOC저감 대책측면에서 여러 측면의 방안이 있을 수 있겠으나 수성베이스도료(Waterborne Base Paint)를 적용할 경우 세계적인 VOC규제 수준에 접근할 수 있을 전망이다.

자동차 도료의 도장 구성을 보면 크레 전착, 중도, 상도(베이스+클리어 도료) 등 세가지로 구분할 수 있다. 이들 중 전착은 수성 도료이므로 극히 적은 양의 유기용제를 포함하고 있으나, 기타 중·상도 도료에는 상당량의 유기용제를 포함하고 있다.

그 중에서도 상도의 유성베이스도료(자동차 외관색상의 도료)는 매우 많은 유기용제가 함유되어 있기 때문에 수성베이스도료를 적용할 경우 유기용제 함량을 저감시키는 가장 현실적인 방안이라고 할 수 있다.

* 각 도장계별 VOC 저감현황 사례



도료 자체의 유기용제의 사용자체는 VOC저감 대책으로 매우 효과적이라고 할 수 있으나, CO2발생에는 저감대책이 될 수 없으므로, 도장 공정의 단축을 통하여 VOC의 발생량은 물론 CO2의 발생량도 줄일 수 있다.



자동차 산업의 환경문제는 세계적으로 이슈가 되어 대책이 논의되면서 각종 규제가 생겨났다. 이에 따라 국내의 자동차업계에서도 다양한 방면에서 대책이 수립되고 있다.

The environmental concerns with regard to the auto industry have become important global issues and resulted in the enactment of restrictions. Accordingly, Korean auto makers are required to make efforts to meet these new requirements.

국내 자동차 제조사별 VOC규제 대응 현황

앞에서도 언급했듯이 국내 자동차 제조사들도 각종 환경 규제에 대응하기 위하여 많은 노력을 기울이고 있으며, 그에 따라 도료 제조사 역시 그에 적합한 도료 개발 및 도장 공법의 제안이 필수적인 과제라고 볼 수 있다.

(주)DAC는 수년 전부터 수성베이스도료의 전개와 3WET공법에 적합한 도료를 개발하여 국내 자동차 제조사에 도료를 공급하고 있다.

수성베이스 도료의 경우 현재 국내의 자동차 회사별로 차이는 있지만 2003년을 시작으로 현재까지 활발하게 적용되고 있는 상황이다. 특히, 현대자동차와 르노삼성의 경우 이미 대부분의 승용차 도장 LINE의 수성베이스 도료적용이 완료되었거나, 마무리 적용 단계에 있으며, 기아자동차는 수성베이스 전개 및 중·상도 3WET도장공법 적용을 활발히 진행 중이다.

고객의 요구에 맞는 대응 과제

자동차도료에 있어서 환경부하 저감 측면에서의 대응으로 지구환경을 보호하기 위한 노력은 현재도 앞으로도 계속 지속되어야 할 과제라는 것은 분명하다. 하지만, 각 자동차 제조사별로 제반 여건이 조금씩은 다르고 추구하는 방향성에 있어서 상이하기 때문에 비단 환경 대응형 도료뿐만 아닌 경제성 및 기능성을 고려한 도료의 개발이 필요하다.

수성베이스도료의 전개에 있어서 유기용제의 대부분이 물로 바뀌면서, VOC대응은 물론, 작업장 환경에도 인체에 유해한 유기용제가 매우 줄어든 것은 사실이다. 단, 수성베이스를 도입함에 따라

까다로워진 도장작업성의 보완은 앞으로도 수성도료의 과제라고 할 수 있다.

최근 들어 해외 유명 브랜드의 차들이 속속 수입되면서, 고객들의 품질 요구수준도 매우 높아졌다. 또한 이에 따른 자동차 제조사들의 요구사항(SPEC)도 과거에 비해 매우 까다로워지고 있는 것이 현실이며, 한쪽에서는 경제성을 고려한 경차 및 보급형 차량의 개발이 요구되고 있는 상황이므로 도료 제조사도 고객의 요구 상황에 맞는 도료의 개발에 가속을 내야 하는 상황이다.

주석

- * 3WET공법 : 중도 건조를 삭제하고, 상도공정까지 일원화된 BOOTH에서 도장되는 공법. - 즉, 중도 → 상도BASE → 상도CLEAR의 공정을 WET ON WET로 도장하는 방식.
- * CSR : Corporate Social Responsibility (기업의 사회책임)
- * CS : Customer Satisfaction (고객 만족)



The hydrocarbon emission level for auto painting facilities (coat-drying facilities included) has become more stringent following amendments to the Air Pollution Control Act (amended articles among the enforcement regulations, Ministry of Environment Regulation No. 166), which were enacted on January 1, 2005. The production of environmentally friendly paint water-soluble paints and simpler painting processes has already been implemented in some auto painting factories.

The restrictions on the auto industry are in themselves an important step for environmental preservation, but industries are making efforts to meet various international standards from a practical point of view.

In particular, the importance of CSR (Corporate Social Responsibility) is increasingly stressed in Korea and technical innovations in this regard are under development. Also, CS quality improvement and process simplification as well as energy saving are important issues to consider for the improvement of painting materials and systems.

*** Air Pollution Control Requirements and Major Follow-up Measures**

Problem	Solution
Global warming due to the increase of CO2 emissions	Simplification of painting processes Energy used increases in proportion to the process length = 3WET method in intermediate and top coats
Air pollution due to the emission of VOC (Volatile Organic Compounds)	Reduction of compound content in paints Minimizing organic compound content = water-soluble paints (high solid paints)

Restrictions on VOC in Korea and Follow-up

The enactment of the Air Pollution Control Act means stricter VOC emission standards for auto painting facilities. However, they are not as strict as those in the countries where the auto industry is more advanced than in Korea. Therefore, there is more room for reinforcing them even further.

Among the many ways to reduce VOC emissions, the use of waterborne base paints is especially helpful in reaching the international VOC standards.

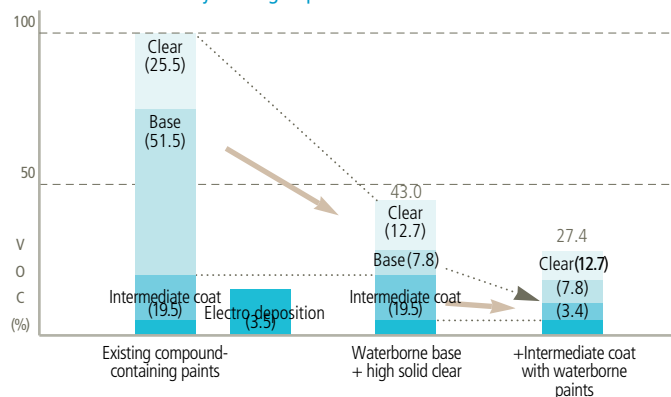
Auto painting is done in three steps - electro deposition, intermediate coat and top coat (base + clear paint).

The paint used for electro deposition is water-soluble with a limited organic compound content, but the top coat paint contains a significant volume of organic compounds.

Oil-based paints used for the top coat (auto surface colors) contain a lot of organic compounds. Therefore, using waterborne paints instead of oil-based paints will sharply reduce the content of organic compounds in coats.

The restriction on the use of organic compounds in paints is effective in reducing VOC, but is not likely to reduce the emission of CO2. Both VOC and CO2 emission may be reduced by simplifying the painting processes.

*** VOC Reduction Cases by Painting Step**



Korean Auto Makers Make Efforts to Meet VOC Standards

As mentioned above, Korean auto makers are working hard to meet environmental standards. Paint manufacturers are also required to develop compliant paints and painting methods.

DAC has promoted the use of waterborne paints and developed paints for 3WET method for Korean auto makers.

Waterborne paints have been used by different auto makers since 2003. In particular, Hyundai and Renault-Samsung have completely or almost totally replaced oil-based paints with waterborne paints in their auto painting lines. Kia is actively shifting to waterborne paints and 3WET painting method for intermediate and top coats.

Auto Makers Strive for Customer Satisfaction

It is clear that the efforts to preserve the environment by reducing pollution should continue in the future.

However, auto manufacturers have different circumstances and objectives, which requires paint companies to consider not only environmental factors but also economic and functional features for the products they manufacture.

The use of waterborne paints in place of oil-based paints have significantly reduced VOC emissions and other harmful organic compounds. However, waterborne paints are harder to use in coating, so the necessary paint film qualities are harder to achieve consistently without constantly improving the process.

Recently, imported cars produced by the world's major auto makers have made customers' requirements harder to meet. While this has made auto makers' specifications stricter, the demand for the paints used in compact cars and cheaper models remains. Paint manufacturers therefore must diversify their development.

Notes

* 3WET Method: A method of applying coats in a single booth without an intermediate drying line. This method coats automobiles on a WET ON WET basis from the intermediate coat through top coat base to top coat clear. * Corporate Social Responsibility * CS: Customer Satisfaction

DBC Coatings Czech는 NOROO그룹 창립 이후 60년 만에 유럽시장 진출의 의미를 갖게 한 계기가 되었다. DBC Coatings Czech는 향후 플라스틱 도료 브랜드로서 유럽시장 내 진출과 확고한 자리매김을 꾀하고 있다.

The launch of DBC Coatings Czech marks a milestone in Noroo's 60 years of operation. DBC Coatings Czech expects to gain a commanding European market share among plastic paint brands.

글 편집실 Text by WVP editors

아시아시장을 넘어 유럽시장을 압도하는 다크호스,

Asian Market Leader Challenges European Market
DBC Coatings Czech s.r.o.

DBC Coatings Czech s.r.o.



국내 대표 자동차 메이커인 현대와 기아차가 신흥시장의 확보와 EU 기존시장 확대를 위해 체코와 슬로바키아에 각각 30만대 규모의 공장을 가동하였다. 또한 이에 더불어 플라스틱 전문 기업인 (주)대한비케미칼도 동유럽의 탈 소련블록과 EU가입 그리고 한국 기업의 급 팽창하고 있는 글로벌화 추세에 따라 지난 2007년 5월 이곳 체코 오스트라바에 진출을 하였다.

DBC Coatings Czech는 현지 생산 및 개발, 판매를 준비하고 있다. 컬러 및 디자인 트렌드 연구와 원료 개발 및 판매 등의 계획을 세워 유럽시장의 점유율을 높이기 위해 노력할 것이다.

우선 1차적으로 공략할 시장은 유럽에 진출한 한국 자동차 기업들로서 터키, 러시아, 체코의 현대차와 슬로바키아의 기아차이다. 그 뒤 2차적으로는 도요타, 스즈키 등 일본 진출 자동차 업체이며 3차는 폭스바겐 등 유럽 자동차 기업을 목표로 하고 있다. 지난 2007년 유럽의 총 자동차 생산 규모는 2,400만대이며, 이런 계획과 전략이 성공적으로 수행된다면 NOROO그룹이 유럽 시장에 진출하는 새로운 역사를 만들 수 있을 것이다.

DBC Coatings Czech는 법인 설립 6개월 동안 Technical service 및 판매를 위한 인프라를 구축했다. 또한 유럽시장이 요구하고 있는 까다로운 수성 베이스와 클리어를 개발, 현지 생산을 위한 공장부지 확보 등 법인 설립의 취지와 목표를 순조롭게 진행해 가고 있다.

발전 가능성이 농후한 유럽의 도료시장

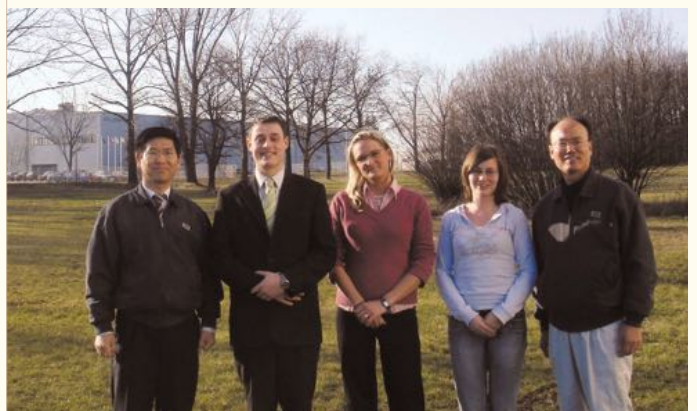
서유럽의 도료시장은 정체되어 있는 반면에 동유럽은 동구권의

부동산 열기와 서유럽 공업기반 시설의 동유럽 이전 및 가동률 상승으로 유럽 최고의 도로 소비국인 독일시장 대비 점차 증가 추세이다.

DBC Coatings Czech가 진출해 있는 체코는 지난 2006년 자동차 생산 판매 현황에 따르면 87만대를 생산하여 12만대 판매 및 55만대 수출을 한 수출위주 국가이다.

이처럼 현재 유럽은 저임금 및 신흥시장 확보를 위해 서유럽 자동차 메이커의 대규모 동유럽 이전으로 2003년부터 자동차 생산량이 급증하여 향후 2010년 750만대 생산을 예상하고 있는 발전 가능성이 농후한 시장이다. 이 시장 진출에 대비하여 DBC Coatings Czech는 도로강국인 독일 내에서 연구개발을 진행할 것이고, 생산과 판매는 동유럽 및 러시아, 중앙아시아를 목표로 하여 NOROO그룹이 가지고 있는 장점을 극대화 하면서 부족한 점을 보완할 예정이다. 이러한 대응은 현지 업체와의 제휴를 통해 중장기적인 방안을 마련하여 진행될 것이다.

이런 계획 속에 DBC Coatings Czech는 체코의 현대차와, 슬로바키아의 기아차를 1차 목표로 하고 있지만 이를 넘어 EU 경제 공동체 시장을 목표로 한다. 체코 내에 완성차 공장으로 독일 폭스바겐이 인수한 슈코다가 시장 1위이지만 체코, 슬로바키아, 폴란드, 헝가리 등 동구권 지역에서 대부분의 부품을 생산하고 있어 플라스틱 도로 시장의 잠재력은 늘어날 전망이다. 국내 플라스틱 도로의 유럽 시장 진출의 시초가 될 DBC Coatings Czech의 행보가 기대된다.



**정열과 집념을 가지고
최고의 기술과 품질 확보를 위한
역량 집중하는 경영 방침**
Enthusiasm, Determination,
Focus on Technology and Quality

DBC Coatings Czech는 제품의 특성화와 축적된 기술력을 기반으로 단계적인 시장확대를 추진할 예정이다. 유럽 시장에 새로운 역사를 쓰는 DBC Coatings Czech을 이끄는 소용호 법인장과 자동차 기술팀 권지현 차장의 소감과 각오를 들어보자.

DBC Coatings Czech plans to gradually expand its market share with its original products and technology. Soh, Yong-ho, DBC Coating Czech's Head Director and Kwon, Ji-heon, Manager of Auto Technology Team express their hopes and determination.

“해결해야 할 문제가 있기에 내가 필요하다”는 마음가짐
“I Believe I Am Here Because I Have a Task to Fulfill”

소용호 법인장 Soh, Yong-ho Head Director



지난 2007년 5월에 법인을 설립했을 때 1, 2년 한발 앞서서 나왔더라면 하는 아쉬움이 많았습니다. solventsoluble시장이 아닌 watersoluble시장으로서 KMS(기아 SK)가 본격 가동 전에 이곳 유럽 시장에서 요구하는 제품을 개발 양산 공급체제를 갖추었다더라면 HMMC(현대 CZ) 양산이 본격화되는 2009년에 첫 번째 목표를 그다지 어렵지 않게 달성할 수 있을 것 같습니다.

하지만 마음만 먼저 앞섭니다. 새로운 것을 창조하는 데에는 막대한 에너지가 필요로 하듯이 지금 10년 후 DBC Coatings Czech의 발전상을 그리면서 집중할 수 있는 메가톤급의 에너지 분출을 위해 분투 중입니다.

DBC(주)의 제품은 공업용 제품으로 고객이 일반 시장이 아닌 도장라인에 한정된 고객이므로 브랜드에 영향을 많이 받는다고 보다는 품질과 가격경쟁력이 관건입니다. 원론적인 화학 지식보다는 응용에 치우친 한국의 현재 기술로 Akzo, Dupont과 같은 세계 유명 기업들과의 경쟁에서 이기기 위해선 브랜드보다는 높은 기술이 핵심이 될 것입니다.

이 외에도 유럽 시장이 요구하고 있는 수성 프라이머, 베이스 도료와 외관이 개선된 유성 클리어를 안착시키기 위해 DBC(주) 본사 기술 및 개발팀에서 총력을 기울이고 있습니다. 원가경쟁력 확보 및 상시 공급체제 구축을 위해 체코 현지 브랜드를 통한 OEM 공급을 비롯 2008년 말까지 모스노프 EU국가 공단 내 2ha 규모의 대지 위에 DBC 체코 공장을 완공할 예정이며 서유럽, 특히 독일 지역의 원료 브랜드 발굴과 현지 연구개발을 위한 글로벌 인재 확보 등 세계를 향한 DBC 기술개발을 위한 중장기 방안을 마련 중에 있습니다.

10년 후 DBC Coatings Czech의 청사진을 그리며 “해결해야 할 문제가 있기에 내가 필요하다”는 마음가짐과 “열정과 집념”으로 임하고 있습니다.

When we established a legal entity in this country in May 2007, I wished we had done so one or two years earlier. Only if we had prepared a mass production system that supplied European standard compliant water-soluble products before KMS (Kia SK) began operation, reaching our first goal by 2009 when HMMC (Hyundai Czech) begins mass production would not have been so difficult. However, what's passed is past. We need to exert tremendous energy to create new products and services and are determined to reach our goal during the next 10 years.

Our products are mostly for industrial use so brand power is not as important as quality and competitive price. If we are to compete with world leaders Akzo and DuPont and their established reputation in chemistry, we need to focus more on technology than brand.

In addition, DBC HQ's Technology and Development Teams are doing their utmost to make our water-soluble primers, base paints and oil-based clear measure up to European standards. Our Czech Plant, being built on a 2-hectare site in Mosnov EU Industrial Complex, should be completed in 2008 to achieve competitive pricing and production. We also have mid- and long-term technical development plans that call for securing RM and recruiting global talent from Western Europe, especially Germany.

We work with enthusiasm and determination, envisaging our success in 10 years. May we all constantly remind ourselves, “I am here because I have a task to fulfill!”

까다로운 유럽시장, 발 빠른 대응력으로 점유율 높이기
Hard-to-please European Market Requires Adaptability

권지현 차장/자동차 기술팀 Kwon, Ji-heon Manager of Auto Technology Team



DBC Coatings Czech는 현대자동차 체코공장과 기아자동차 슬로바키아공장을 기반으로 하여 유럽 자동차 시장으로의 확대를 목표로 설립되었습니다. 국내에서도 자동차 관련 도료시장의 경쟁이 치열하듯이 유럽시장은 세계적인 유명 기업들의 각축장이라고 해도 과언이 아닙니다. 이와 경쟁하는 한국의 플라스틱도료 전문회사로서의 막중한 책임과 사명감을 느낍니다.

유럽지역은 많은 도료 브랜드와 원료회사들이 있습니다. 현재 유럽에 진출한 플라스틱 도료회사는 Akzo, Dupont, BASF, PPG 등의 세계 굴지의 도료 전문회사들이 시장을 선점하고 있습니다. 이 시장에 설립된 지 8개월 남짓한 DBC Coatings Czech는 유럽에서의 시장 점유율은 미미하지만 DBC Coatings Czech의 강점인 고객의 요구에 앞서 한발 다가서는 발 빠른 대응력으로 유럽시장에서의 점유율이 빠르게 높아지리라 믿습니다.

유럽은 VOC 등의 도료에 대한 환경 규제가 심한 지역입니다. 플라스틱 도료의 대부분도 수성도료가 적용되고 있습니다. 국내의 경우 플라스틱 수성도료가 일부 개발되어 적용 중에 있으나 세계시장에서 경쟁하기에는 부족한 점이 많습니다. 해외시장에서의 경쟁에서 살아남기 위해서는 환경규제, 품질 등 시장이 요구하는 사항을 정확히 파악하는 것이 필요합니다.

DBC Coatings Czech의 기술센터에서는 유럽 및 세계시장에서 경쟁우위에 설 수 있는 플라스틱도료를 유럽 현지에서 개발하는 것을 계획으로 하고 있습니다. 이 계획들이 순조롭게 진행된다면, 우리가 세운 목표달성은 성공적으로 이를 것으로 생각합니다. 현지의 언어, 문화, 습관 등의 차이에서 많은 어려움을 겪지만 DBC Coatings Czech의 발전과 국내 플라스틱 도료를 진출시킨다는 일념으로 이런 어려움을 극복하고 많은 노력을 하고 있습니다.

DBC Coatings Czech was established to work with Hyundai Czech and Kia Slovakia and expand to other parts of the European market. Europe is indeed an arena of fierce competition among world-famous auto paint companies. As a Korean plastic paint company, we bear the responsibility and have made the commitment necessary to win this competition.

Akzo, DuPont, BASF and PPG are major plastic paint companies with a presence in Europe. DBC Coatings Czech has been in Europe for only 8 months and does not have a great market share but because of our adaptability and proactive management, we're confident that our market share will quickly grow.

European environmental standards regarding VOC and other types of paints are very stringent. Most plastic paints produced in Europe are water-soluble. Korea has only recently begun developing and using water-soluble paints so we must make significant improvements in quality and meet the market requirements on environmental impact to be competitive.

DBC Coatings Czech Technology Center is committed to the systematic development of competitive plastic paints for the European and global markets.

Although we must cope with language and cultural barriers, we are determined to overcome these difficulties and make DBC Coatings Czech and our plastic paints industry leaders.



DBC Coatings Czech는 현대차는 체코, 기아는 100km 정도 떨어진 슬로바키아에 위치하고 있지만 이를 넘어 EU 경제공동체 시장을 목표로 한다.

DBC Coatings Czech targets Hyundai and Kia in the Czech Republic and Slovakia, but ultimately hopes to penetrate EU markets.

Hyundai and Kia, Korea's major auto makers, began operating plants with annual production capacity of 300,000 units in the Czech Republic and Slovakia to expand European market share. DBC, a plastic paint professional, established a local entity in Ostrava, the Czech Republic in May 2005 to take advantage of the growing Eastern European economies and to collaborate with the EU in continuing the globalization of Korean corporations.

DBC Coatings Czech is preparing to produce, develop and sell products in the Czech Republic. The company will study color and design trends and plan RM development and distribution to increase its market share in Europe.

Its first target will be Hyundai companies in Turkey, Russia and the Czech Republic and the Kia operation in Slovakia. Future marketing targets include Japanese auto makers Toyota and Suzuki and ultimately European auto makers such as Volkswagen. As of 2007, Europe produces 24 million automobiles a year. When DBC's plans and strategies materialize, it will open a new chapter in Noroo's business in Europe.



During its first six months of operation, DBC Coatings Czech decided on a site for a local plant, established an infrastructure for technical service and sales, and developed a waterborne base and clear that meet Europe's stringent standards.

European Paint Market with Potential for Growth

Although the paint market in Western Europe is rather sluggish, real estate development and transfer of Western Europe's industrial facilities to Eastern Europe is making that region's paint market comparable to that of Germany, Europe's largest paint consumer.

In the Czech Republic where DBC Coatings Czech is established, auto production in 2006 was 870,000 units. Over 120,000 automobiles were sold locally and 550,000 were exported.

Western European auto makers have been increasingly transferring their production facilities to Eastern Europe where labor is cheaper and the market has more potential for growth. Since 2003, Eastern Europe has seen a sharp increase in auto production and by 2010, it is estimated that over 7.5 million automobiles will be produced there.

DBC Coatings Czech will commit money and effort to R&D in Germany, the world's paint industry leader, to spur production and sales in Eastern Europe, Russia and Central Asia, making full use of Noroo Group's strengths. Collaboration with local businesses will also help DBC to reach its long-term goals.

DBC Coatings Czech's initial marketing targets are Hyundai and Kia; however, it ultimately seeks to penetrate EU markets. Skoda, Volkswagen's recent acquisition in the Czech Republic, is the best CBU (completed built unit) maker. Most of this company's parts are produced in the Czech Republic, Slovakia, Poland and Hungary, so the demand for paints in these countries is expected to increase. DBC Coatings Czech has a promising future in Europe.



Global Value Partner

Global Focus

체코의 수도 프라하는 9세기에 세워진 건축물 유산이 풍부해 ‘100개의 뿔족탑을 가진 도시’로 묘사되기도 한다. 봄마다 열리는 축제의 향기 속에서 천 년의 역사가 고스란히 살아있는 도시 ‘프라하’에서 삶의 향기를 느낄 수 있다.

Prague, capital of the Czech Republic, is also known as the “City of 100 Spires”. This eastern European metropolitan region has a rich architectural heritage with some buildings dating to the 9th century A.D. Spring festivals highlight its 1,000-year history.

Prague in The Czech

낭만적인 삶을 꿈꾸게 하는 과거와 현대의 대화가 숨쉬는 도시, 프.라.하.

Prague_ The City Where Conversation of the Past and the Present Creates a Romantic Life

글 정혜원 자유기고가, 사진제공 KES Text by Jeong, Hye-won Freelance writer Photo by KES

프라하는 92년 도시 전체가 유네스코 세계문화유산으로 지정된, 동유럽 역사와 문화의 중심지다. 10세기 말부터 건설되기 시작한 이 도시는 1,000년 역사를 자랑이라도 하듯 고고하면서도 섬세한 자태를 지녔다. 또한 체코는 카프카, 쿤데라를 비롯한 위대한 작가와 드보르자크, 스메타나 등 유명 작곡가들을 낳았다. 지금도 체코에는 ‘음악과 예술의 도시’라는 명색에 걸맞게 수많은 콘서트와 공연이 연일 열리고 있다. 꼭두각시를 이용한 거리 공연도 자주 열린다. 그래서인지 프라하의 골목에서는 전통의상을 입은 꼭두각시를 파는 노점상들을 쉽게 볼 수 있다. 꼭두각시와 함께 서부 보헤미안에서 생산되는 유리잔도 관광객들 사이에서 인기 있는 프라하 특산품의 하나이다.



천 년의 건축물을 만나다

프라하는 성당만 47개인 특성 때문인지 괴테에 의해 ‘백 탑의 도시’라 명명되기도 했다. 그 중 프라하 성 중앙에 있어 시내 어디에서도 보이는 성 비투스 성당은 47개의 성당 중 가장 돋보이는 성당이다. 이 성당의 특징은 화려한 스테인드 글라스와 성왕 바츨라프의 무덤이다. 이외에도 이 곳에서는 천년 역사를 거슬러 올라가 최고 미술품들을 감상할 수 있다. 그러나 프라하는 성당뿐만 아니라 다양한 건축물을 볼 수 있는 곳으로도 유명하다. 로마네스크, 고딕, 르네상스, 바로크, 로코코, 아르누보 등의 다양한 건축 양식이 제각기 아름다움을 뽐내고 있어 도시 전체가 예술 박물관이다. 중세의 좁은 골목 사이사이에 천 가지 색깔의 건축물이 웅장하게 자태를 드러내며 넓은 광장으로 이어질 때는 놀라지 않을 수 없다.



프라하 관광은 The Royal Mile(왕의 길)을 이용하면 한층 더 백미를 느낄 수 있다. 시청문화회관 옆 화약 탑과 프라하 성당을 연결하는 이 길은 보헤미아의 왕과 왕비들 대관식 행렬이 자주 지나간 곳이기도 하다. 그 길의 시작인 시청문화회관 옆 화약 탑에서부터 첼레트나(Celetna)거리, 구시가 광장, 카를로바(Karlova) 거리, 카를다리, 프라하 성당까지 볼거리가 가득하다. 시내 중심을 구비구비 흐르는 블타바 강은 우뚝 솟은 프라하 성과 맞은편으로 펼쳐진 올드타운과의 대비를 더욱 강조해 준다. 올드타운은 1989년 유네스코에서 세계문화유산으로 지정되었다. 좁은 골목이 거미줄처럼 얹혀 있고, 동유럽에서 가장 오래된 돌다리로서 최고로 손꼽히는 카를다리가 있다.

카를다리를 거쳐 모스테카(Mostecka), 그리고 네루다(Neruda)거리를 지나 왕의 길을 거쳐 마침내 프라하의 성에 도착한다. 프라하 성은 프라하의 심장이 되는 곳이기도 하다. 체코를 찾는 관광객 대부분이 프라하 성의 야경을 보기 위해 온다고 해도 과언이 아닐 정도로 프라하 관광의 핵심이 된다.



선술집 맥주를 닮은 프라하의 삶

1인당 맥주소비량 세계 1위, 최초의 맥주 양조법에 관한 기록, 세계 최초의 맥주 박물관 개관, 세계 최초의 플젠식 맥주 생산, 맥주공장 종업원이 대통령이 된 나라. 맥주의 천국으로 불리는 체코를 수식하는 말들이다. 영원한 보헤미안들의 안식처이며 중세 예술의 보고인 프라하를 중심으로 전국에 흩어져 있는 수많은 맥주 양조장과 선술집에는 누구든지 환영 받고, 누구든지 마음껏 마실 수 있는 세계 최고 품질의 맥주가 기다리고 있다.

체코인들은 집에서 맥주를 마시기보다는 선술집에서 마시는 것을 더 좋아한다. 맥주 마시는 행위가 바로 친구를 사귀고 토론을 할 수 있는 그 자체를 의미하기 때문이다. 체코의 선술집은 오랜 기간 동안의 역사와 위기상황에서 유래된 친분을 넓히려는 경향, 시끄러운, 열린 공간 그리고 체코인의 민주적 성격과 사회성을 대변해 주는 수다스러움이라고 정의할 수 있다. 선술집에서의 모임은 불안한 역사 속에서 살아남을 수 있었고 위안받을 수 있었던 유일한 보상이었다. 맥주를 통해 사회와 문화를 이야기하고 사람들과의 논쟁에 참여하며 정치와 경제를 토론해 왔다. 분주한 분위기와 구수하고 쌉싸름한 호프냄새 가득한 선술집의 풍경과 그 안에서 벌어지는 사건들은 고스란히 체코의 예술에 드러나 있다. 삶의 모습이 곧 맥주의 모습이고 이것은 선술집의 모습과 같다.

프라하의 봄 '오월'

'프라하의 봄'이라 불리는 오월 음악 축제는 제2차 세계대전 이후인 1946년에 시작된 후 수많은 프라하 문화 행사 중 가장 큰 행사이다. 이 음악제는 매년 5월 12일부터 6월 초까지 약 3주간 이어진다.

이 페스티벌 기간 동안 진정한 음악 애호가들은 교향곡, 실내악 연주 등 다양한 콘서트와 오페라 등을 선택할 수 있다. 기본적인 세계명작은 물론이고 현대의 국내외 신작들도 다양하게 프로그램에 포함된다. 특히 스메타나의 〈나의 조국〉, 〈나의 생애〉, 〈팔려간 신부〉, 드보르작의 〈신세계〉, 〈첼로 협주곡〉, 야나체크의 〈바이올린 소나타 제3번〉을 비롯하여 요셉 수크, 파르티누, 알로이스 하바, 와인베르그 등의 다양한 작품이 매년 공연된다.

이러한 공연을 꾸준히 해 올 수 있었던 것은 성공한 체코 회사들의 재정적 후원 덕분이다. 체코는 이를 바탕으로 장래에 대한 과감한 계획을 수립할 수 있고, 세계 정상급의 음악가들을 초청하여 매년 한층 더 질 높은 음악 축제를 개최할 수 있다.

프라하의 음악 축제 기간 동안 전세계로부터 많은 음악 애호가들이 프라하로 몰려와서 모든 연주회 티켓은 매진되기 일쑤이다. 그래서 프라하에 올 수 없거나 표를 구할 수 없는 음악 애호가들을 위해 체코라디오와 텔레비전은 중요한 연주회를 방영해 준다.

한편 전통적으로 프라하의 봄 음악 축제는 체코가 낳은 위대한 민족 음악 작곡가 베드르지흐 스메타나의 서거일인 5월 12일을 기념하는 날에 그의 교향곡 시리즈 〈나의 조국〉을 공연함으로써 시작되며 기쁨의 송가와 더불어 베토벤의 제9교향곡 〈합창〉이 피날레를 장식한다.



Designated as a UNESCO World Heritage Site in 1992, Prague enjoys a global reputation as a center of Eastern European history and culture thanks to its graceful elegance that can be traced back to its origin in the 10th century.

The Czech Republic is also the home of great authors like Franz Kafka and Milan Kundera and renowned composers Antonin Leopold Dvorak and Bedrich Smetana. As a center of music and art, the Czech Republic hosts concerts and performances by professionals in grand auditoriums and theaters and regular citizens host puppet shows on sidewalks and in parks. Cheerful street vendors tucked away in Prague's picturesque alleyways sell puppets adorned in traditional costumes and West Bohemian glassware, making the area a hit with tourists looking for the perfect souvenir.

Thousand-Year Heritage

Goethe christened Prague the "City of 100 Spires" because of its 47 cathedrals, including St. Vitus Cathedral, perched in the center of Prague Castle and visible from virtually everywhere in the city. This majestic cathedral is adorned with brilliantly lustrous stained glass and is the final resting place of the great King Vaclav. Many of the world's oldest works of art are displayed here in architecturally magnificent Romanesque, Gothic, Renaissance, Baroque, Rococo, and Art Nouveau buildings. Take in Prague's grandeur by meandering among the many narrow alleyways of shops and cafes until your path leads to the large central square where the historical significance of this city comes to light.

Sightseeing is best accomplished by following in the footsteps of ancient Bohemian kings and queens during their coronation marches along the Royal Mile, which connects Prague Powder Tower and Prague Cathedral.

Start at Prague Powder Tower, pass Celetna Street, Old City Square, Karlova Street, Karluv Bridge and continue up to Prague Cathedral. Vltava River flows through the center of Prague and sharpens the contrast between the magnificent Prague Castle and the Old Town on the opposite side. The Old Town of Prague was designated as a UNESCO World Heritage Site in 1989 in part because of its famous maze of alleyways and the Karluv Bridge, known as the oldest stone bridge in Eastern Europe. Tourists out for an evening stroll should follow the path over Karluv Bridge, along Mostecka Street, Neruda Street and the Royal Mile to the Prague Castle where the night view has been inspiring Czech Republic visitors for centuries.

Life in Prague Centers on Drinking Beer at a Public House

The Czech Republic's per capita beer consumption is the highest in the world and the country boasts the earliest recipe for brewing beer. The



world's first beer museum is located in Prague, where the first Pilsner was produced. A brewery employee even rose to the position of president of the Czech Republic, making this country a paradise for beer loving authentic and wanna-be Bohemians. Prague's numerous breweries and public houses welcome beer lovers and offer visitors great quantities of the best quality beer anywhere.

Czechs love drinking beer at public houses rather than at home. To them, drinking beer itself means making new friends and debating. With a history of enduring difficult times, Czechs' love for the public house stems from their inclination to express their opinions on the economy, politics, and society in general after downing a few pints of the best local brew. Czech art reflects these lively and engaging scenes with the scent of beer and the atmosphere of the public house. In the Czech Republic, life is beer and beer is the public house.

Prague Spring in May

The music festival called "Prague Spring" is one of the biggest cultural events in Prague and has been held each May since 1946, immediately after World War II. This festival starts on May 12 now and continues for about three weeks until early June. This joyous festival offers genuine music lovers a choice of orchestra or chamber music, concerts or operas, classical or new opera. Every year, Smetana's "My Fatherland," "From My Life," "The Bartered Bride," Dvorak's "Symphony from the New World," "Cello Concerto" and Janacek's "Sonata for Violin No. 3" are part of the festival's favored repertoire as well as many works by Josef Suk, Bohuslav Martinu, Alois Haba and Mieczyslaw Weinberg.

The continuation of this festival year after year is attributable to the generous financial support of successful Czech businesses. Thanks to their help, the Czech Republic is able to establish daring plans for the future and host the best-quality music festival and invite the world's best musicians year-after-year. During the festival, music lovers flock to Prague and attend sold-out performances. Czech radio and television air important concerts for music lovers not able to be in Prague or get a concert ticket.

Prague's Spring Festival starts on May 12 in commemoration of the death of Bedrich Smetana, a great musician of the Czech Republic. The festival begins with playing his symphony series, "My Fatherland" and culminates in playing Ludwig van Beethoven's Symphony No. 9, "Choral" including its "Ode to Joy."



Global Value Partner

Happy Partner I

(주)노루페인트와 거래하는
무한한 가능성이 있는 기업,
대.현.전.자

Noroo Paint's Promising Partner - Daehyun Electronics



글 편집실 Text by WVP editors





공업도시로의 발전이 기대되는 천진. 그 곳에 지난 2000년 4월 대현전자가 자리 잡았다.

대현전자는 전자레인지 도어를 개발 생산해 내고 있다. 거래를 시작한 지 10여 년이 지났지만

여전히 처음 마음을 유지하는 대현전자와 (주)노루페인트의 이야기를 들어 보자.

Tianjin is a developing industrial area in China. Daehyun Electronics launched operations there in April 2000. This company develops and produces microwave oven doors. Noroo Paint has a 10-year history of working with Daehyun Electronics. Let's learn about how the two companies have built trusting business relations.

곳곳에 보이는 공장단지, 그리고 아파트 단지들은 중국의 현시점을 보여주기에 딱 알맞았다. 한길 을 사이에 두고 단층짜리 건물과 4, 5층의 건물들이 공존하는 천진, 아직은 시작단계이지만 앞으로 공업단지로서의 기대는 높아지고 있다.

뚝 떨어지는 중국 해를 잡은 _ **‘박호준 사장’**

대현전자 박호준 사장은 처음 중국에 첫 발을 내밀 당시 힘들었던 시절을 회상했다. 중국 공장을 설치하면 금방 주문이 들어 올 것이라고 여겼던 박호준 사장은 8개월 동안 주문량이 없어 공장 운영을 중지시켰었다. 막연한 마음으로 호텔에서 저무는 해를 보다가 문득 다시 일어섰다고 한다. 아직도 그때의 마음을 생생하게 기억하는 박호준 사장은 “호텔 창 밖으로 바라본 해는 우리나라처럼 해가 점점 지는 것이 아니라 해가 뚝 떨어지는 느낌을 받았다”며 “잠시 시선을 돌렸다 다시 보면 어김없이 해는 뚝 떨어지길래 여러 생각이 들었다”고 한다.

특히 박 사장은 “이 해가 어디 갔지 하고 찾아보니 해가 없는 거야. 여기가 평지라서 해가 뚝 떨어지는 것처럼 느껴진 거지. 그 때 그 해의 모습이 공장은 세워놓고 가동은 못한 채 기계들이 녹슬어 가는 내 모습인 거 같고 내가 여기서 저렇게 없어지나 보다 하는

위기감을 느꼈지. 그런데 그렇게 뚝 떨어지는 해가 되기 싫어 죽기살기로 해보니 이렇게 잘 됐지, 뭐” 그때 그 다짐이 지금의 대현 전자를 만든 계기가 되었다.

무한한 가능성 _ **‘중국’**

중국인의 제조 능력과 습득력을 파악한 대현전자는 일찍이 중국 진출을 함으로써 입지를 굳히기 시작했다. 한국 기업들이 많이 진출한 말레이시아, 인도, 멕시코에 비해 중국은 엄청난 성과를 보이고 있다.

중국의 가시적인 성과와 경제발전의 모습은 주변국을 떠나 세계적으로 두려움을 안겨주고 있다. 박호준 사장은 “중국인의 경우 분명히 목표가 있어서 돈이라든지 대가성이 따라오면 굉장히 열심히 한다. 그래서 중국이 기술습득이 굉장히 빠르고 돈을 너무 좋아해서 일명 짝퐁(가짜)을 만들어내는 것도 중국인들이 앞서는 것”이라고 한다.

대현전자 역시 중국에 터를 잡은 이유는 세계적인 추이를 맞추기 위함도 있지만 회사의 목표를 실현시키기 위함이다. 대현전자는 세계최저 가격, 세계최고 품질, 세계최고 생산성 등 세가지 목표를 만족시키기에 좋은 환경은 중국이라고 한다.

물론 중국이 외국기업이 성공하기 무조건 쉬운 나라는 아니다. 자



국 기업보다 지켜야 할 사항이나 법규가 더 많고 철저하다. 하지만 대현전자는 이에 준비하여 천진에 자리매김함으로써 중국 사회에 맞춰갔다. 또한 중국인들의 장점을 활용하여 인력양성을 하였다. 그 외에도 중국은 한국에서 생산하여 수출하는 것보다는 경비나 인건비 절감에 효과가 높기 때문에 최적의 장소가 되었다.

Win-Win 전략은_ “민고 따라주기”

대현전자는 일찍이 한국에 공장이 있을 때부터 삼성전자와 거래를 했던 기업이다. 그리고 중국으로 옮기기 시작하면서 LG전자와 대우전자도 거래하기 시작했다.

LG전자와의 거래의 시작은 맨몸으로 뛰어든 거래였다. 대현전자는 LG전자에 영업사원 하나 아는 사람이 없었다. 직접 세미나에 참석 하기도 했지만 직접적인 거래는 없었다. LG전자 측에서 먼저 만나자는 제의를 한 후에 본격적인 거래가 시작되었고 그 이후 대우전자 역시 확보되어 지금의 거래를 유지하게 된 것이다. 어찌 보면 무모하지만 그만큼 대현전자는 전착도장이나 대량생산 품질 등에 확고한 자신감이 있었기 때문에 가능했던 일이다. 더불어 대현전자의 또 다른 경쟁력은 소수의 인원으로 운영하며, 원자재부터 Assy제품까지 만들어내는 체제라고 할 수 있다. 기술 자체가 쉽지 않은 다공 press 및 일반 press 도장에 분체, 내열, 스프레이, 전착 과정 등 전과정을 운영하고 있다. 전착도 화이트, 블랙 등 다양하게 개발 생산해내고 있다. 대현전자는 모든 작업을 각 직원들이 습득하고 있기 때문에 어떤 부분에도 적용이 가능하다는 것이

장점이다. 특히 대현전자에 가장 핵심적인 아이템은 도장이다. 컬러에 대한 관심도가 높아지면서 전자레인지는 도어의 경우에도 다양한 색상이 요구되어 대현전자의 중요한 파트너는 (주)노루페인트라고 한다. 남들은 말레이시아로 떠날 때 대현전자는 중국으로 오면서 허허벌판에서 사업 파트너로서의 힘이 되어 주었던 것, 역시 (주)노루페인트이다.

지속적인 개발과 아이디어가_ ‘생명력’

대현전자는 현재 1공장과 2공장으로 나누어 작업을 하고 있다. 많은 발전을 한 모습이지만 아직 가야 할 길이 멀다고 한다. 대현전자는 지금 이곳에서 도장의 활용을 높이기 위해 노력 중이다. 박호준 사장은 “지금 노루페인트가 생산하는 제품은 우리가 다 적용하고 활용할 수 있는 상황”이며 “그 도료들을 다 활용하고 새로운 것들을 요구해 나가는 것이 중요한 것 같다”고 한다.

또한 대현전자는 노루페인트와의 인연으로 색상에 대한 어려움과 고민은 많이 될 수 있었고, 올해부터는 도료를 다변화 시켜 제품 개발을 할 예정이다. 박호준 사장은 LG전자나 대우전자 등 대기업에 의존하지 않고 거래처를 다변화 시켜서 일본, 한국, 외국기업 상대로 도장 부가가치를 높여 제품 경쟁력을 키우갈 것이라고 한다.

무엇이 필요한가, 무엇을 창출해 낼 수 있는가를 대현전자와 노루페인트가 독자적인 기술로서 개발하여 Win-Win 관계를 유지해야 한다고 박호준 사장은 강조했다.

The industrial complexes and apartment buildings constitute a symbol of China's growth. In Tianjin's streets, old single-story buildings and new four-to-five-story buildings stand facing one another. A glance at the landscape helps us envisage the future of Tianjin as a thriving industrial center.

CEO Park, Ho-jun Inspired by the Fast Sunset in China

Daehyun Electronics' CEO Park, Ho-jun remembers the hardships he experienced when he launched his business in China. He felt optimistic at first, but he received no orders for the first eight months and had to stop production. One night while looking at the sunset from his hotel, he suddenly felt motivated. He explained, "The sun seemed to set more quickly than in Korea. I felt as if it disappeared all of a sudden."

He went on, "At another glance, the sun was no more. China's even terrain created a trick on the eye that the sun was setting faster. I saw myself in the fast-setting sun. My factory was not running and I would soon pass away like that sun. I knew that was the last thing I wanted to be like. I picked myself up and worked hard, and I'm here now." His determination and motivation made him a successful businessman.

China's Potential Is Unknown

Having sensed the Chinese manufacturing capacity and quick adaptability, Daehyun Electronics made an early start in China. Now, Korean companies in China produce far better results than those in Malaysia, India and Mexico.

China's economic growth is overwhelming, even daunting to the rest of the world. CEO Park said, "The Chinese are highly purpose-driven people and work really hard for money or other types of returns." He added, "That's why they are very quick to learn new skills and produce imitations."

Daehyun Electronics chose China, not only to keep up with the global economic trend, but also to reach its ultimate objectives. It believes China has the right environment for the lowest-cost yet highest-quality and most productive manufacturing operation.

Granted, it is not always easy for foreign companies to succeed in the country. China imposes more stringent regulations on them. However, Daehyun prepared itself well enough to adapt to Chinese society before launching business in Tianjin. The company also took advantage of the

Chinese strengths when developing human resources. Thanks to such preparation and initiatives, the company found China the best place for low-cost production.

Trust and Support Is the Key to Win-Win Outcome

Daehyun Electronics had long been Samsung Electronics' vendor before moving to China. It became a vendor also to LG and Daewoo Electronics after starting business in China.

The deal with LG seemed almost impossible at first because there was no personal connection within LG Electronics. Participation in seminars hosted by LG did not produce any tangible results at first. Negotiations started when LG Electronics made the first contact. The successful deal was followed by another deal with Daewoo. The start was insignificant, but Daehyun Electronics always had confidence in its quality of electro deposition and mass production. Another of its strengths is the small but well-rounded organization that is capable of handling all processes from RM to assembly.

The company operates vesicular and general press painting, powder coating, heat-resistant, spray and electro deposition processes.

It has a wide electrocoat lineup including standard black and white. All of its members are familiar with the entire production process and ready to be placed anywhere in the company. The company's forte is painting. Due to increased color-awareness, microwave oven doors are now painted in more colors. In that respect, the company views Noroo Paint as an important partner. Noroo Paint became a valuable partner to Daehyun also by supporting the company when it was going through hard times in China.

Tireless Development Efforts and New Ideas Are Crucial

Daehyun Electronics operates two factories. Although its growth until now has been impressive, the company is not satisfied yet. It is making efforts to put paints into better use. CEO Park said, "Now we are able to apply and utilize all of Noroo Paint's products." He continued, "What we need to do now is make full use of them and create new expectations for Noroo."

Thanks to Noroo Paint's support, its color operations proceed smoothly. The company aims to diversify the use of paints in its development. CEO Park endeavors to make his company more competitive in painting to meet the standards of other companies like LG and Daewoo.

Park hopes to maintain win-win relations with Noroo Paint based on both companies' creative development and production.



‘시작이 반이다’

거점형 총판 1호점, (주)씨케이 북부총판점

“Well Begun Is Half Done”

North Exclusive Agency, the First Depot of CK Co., Ltd.

글 편집실 Text by WVP editors

(주)씨케이가 퇴직 프로그램의 일환으로 각 지역에 있는 대리점들을 창고형 거점으로 총판을 설립하고자 포천시에 북부총판 1호점을 시범 오픈 하였다.

CK Co., Ltd. opened the North Exclusive Agency on a trial basis as part of its retirement program.

회사에 주인의식이나 평생직장의 개념으로 지역을 거점으로 총판을 맡아 영업활동을 할 수 있는 제도를 시행하기 위한 첫 걸음이었다. 이런 계기로 오픈할 예정이었던 총판은 4곳이었다. 하지만 (주)씨케이의 첫 시도이자 경험이 부족하였던 터라 미리 포기를 하고 이세재 소장만이 용기를 내어 1호점을 이끌게 되었다.

결국 지난 2007년 10월, 그 동안 창업에 관심을 보였던 이세재 소장 뜻이 통한 회사 퇴직 프로그램은 ‘북부총판’이라는 결과물을 낳았다.

다행이 연고지가 있던 이세재 소장은 오픈과 동시에 매출을 발생시키고 꾸준히 발전시키고 있다. 이 소장은 (주)노루페인트에 입사하여 (주)씨케이 생산직을 맡았다. 그 이후 5년 정도 포천지역의 영업을 맡았던 이력을 가지고 있다. 이 이력들은 결국 북부총판 설립에 큰 도움이 되고 있다.





두 주먹 불끈, 힘차게 걷는다

(주)씨케이 이경철부장(영업1팀장)은 북부총판이 시범적으로 성공적인 결과를 얻을 수 있게 되면 2012년까지 거점형 총판을 4곳 이상 추가로 오픈할 계획을 잡고 있다.

총판점의 경우 다이렉트 마케팅을 통해 고객의 요구사항을 신속히 해결하거나 회사에 전달할 수 있는 이점을 가지고 있다. 또한 대리점이 충족시키지 못하는 물량이나 배송을 용이하게 도와주는 역할을 하여 고객이 원하는 납기일에 맞추어 제품을 제공할 수 있어서 기대치가 높은 편이다.

이세재 소장은 “이 지역이 본사와 거리도 멀고 영업사원이 매번 챙기기 어렵다”며 “그렇기에 고객과 직접 거래하여 소량다품종인 씨케이 제품을 고객의 요구 사항에 만족할 수 있게 하는 역할이 중요하다”고 했다.

아직 시작에 불과하지만 발전 가능성을 보여주는 이세재 소장의 발걸음은 2호점, 3호점 등 새로운 총판이 늘어갈 수 있는 밑거름이 되어주고 있다.

용기와 자부심 하나로 시작한 이세재 소장은 오늘도 북부총판을 위해 두 주먹 불끈 쥐고 힘차게 포천시를 누빈다.

CK's newly initiated retirement program provides retired staff with the opportunity to run an agency and give them a sense of ownership and belonging even after retirement. It was the company's original plan to open 4 exclusive agencies. However, only one of the four candidates volunteered to be an agent, because the program was new and there was some risk.

Mr. Lee, Se-jae, the only dedicated volunteer, and the company worked together and opened the North Exclusive Agency in October 2007. Thanks to his connections in the area, he has steadily increased sales.

When he first joined Noroo Paint Company, he was assigned to the Production Department of CK. He was then transferred to Sales and worked in the Pocheon area for five years. This experience was invaluable in opening his business.

I March Forward, Clenching My Fists

Lee, Gyeong-cheol, Manager of Sales Team #1 of CK Co., Ltd., is planning to open at least 3 more depots in other areas by 2012 if this first depot is successful.

An exclusive agency has the advantage of being able to respond to customers' needs and report to the head office quickly, thanks to its direct marketing method. Also, it can assist dealers with delivery and supply of products so customers get what they need, when they want it.

Lee, Se-jae explains, "The area where I work is quite far from the head office and dealers often have a hard time trying to meet customers' requirements." He continues, "So, it is important to make direct contact with our customers to determine exactly what they need because CK products are supplied in small volumes and a large number of SKU's."

Although it is just a beginning, his operation has great growth potential should contribute to an increase of exclusive agencies.

Lee's business began with him clenching his fists in a show of courage and confidence to succeed in the Pocheon area.





인테리어 도료

‘예그리나’ (YEGREENA) 브랜드 탄생

Interior Paints Team_ “YEGREENA”, New Paint Brand for Home Decor
By Editorial Department

글 편집실 Text by WVP editors

지난 호 소개된 (주)노루페인트의 인테리어 전용 도료의 출시가 임박한 가운데 인테리어 도료팀에서는 독자적인 브랜드인 “예그리나”(Yegreena)를 탄생시켰다.

With the approaching release date of our home decor paints, the Interior Paints Team has added the “YEGREENA” original brand to our product lineup.

YEGREENA의 제품 및 도구로 칠해진 Deco school의 벽면을 바라보면 누구나 신비롭게 바라본다. 그도 그럴 것이 우리가 보아왔던 종전 도료와는 다른 질감, 다른 패턴으로 칠해졌기 때문이다. 봄의 기운을 받아 화사한 에너지가 뿜고 있는 곳, 그 곳에서 YEGREENA와 만남을 가졌다.

브랜드 차별화 전략

YEGREENA는 순 우리말로써 “예쁘고 아름답다”는 의미와 “사랑하는 우리 사이”라는 의미이며, 확장된 의미로 yes!! Green!!(친환경)의 의미와 yes green art!!(예술)의 복합적인 의미를 담았다.

YEGREENA 브랜드의 로고는 벽지를 타깃으로 하는 형상인 다섯 개의 벽에 색의 명도차이를 줌으로써 벽의 입체감을 보다 풍만하게 표출하였다.

또한 브랜드 로고의 기본색상은 Purple계열을 채용함으로써 심리적인 안정감과 세련미를 돋보이게 하였다. YEGREENA 브랜드의 탄생은 인테리어 도료의 차별화 전략의 일환인 셈이다.

프리미엄 도료 ‘YEGREENA’

자기만의 개성과 감성을 표현하는 프리미엄 도료 YEGREENA는 현대인이 요구하는 ‘친환경 트렌드’에 맞게 개발되었다.

YEGREENA 제품은 “환경마크 인증”과 “Lohas 인증”을 취득할 예정이어서 타 경쟁사와는 다른 독자적인 입지를 런칭 단계부터 구축할 예정이다. 이러한 인증기준은 국내뿐만 아니라 해외에서도 각광받을 것으로 예견되어 페인트 문화에 익숙한 국가로의 수출도 기대해 볼 수 있으며, 각종 기능성 즉, 방균, 항균기능 및 단열기능 등을 추가로 부여함으로써 웰빙 시대에 맞춘 도료로서 손색이 없을 듯하다.

전문 인력을 창출하는 ‘데.코.스.쿨’

인테리어 도료팀은 전문시공기사를 육성 배출함으로써 인테리어 도료의 사회적 저변확대와 시공 품질의 향상을 위해 Deco school을 운영한다. 전문가 양성과정과 일반인 양성과정으로 나누어 진행될 Deco school은 YEGREENA 홍보 및 확산의 기회로 자리 잡게 될 전망이다.





Deco school에서 실시하는 과정은 주택과 상업용 공간의 인테리어 도료관련 시공교육을 받고자 하는 도장인, 점주, 일반인을 대상으로 하며, YEGREENA의 축적된 시공 Skill을 이론 및 실습교육을 통해 제공함으로써 현업 및 가정에서 전문성 있는 시공을 수행할 수 있도록 지원할 계획이다. 수료 후에는 보수교육 제공은 물론 수료증과 (주)노루페인트에서 인증하는 라이선스를 발급하여 보다 품격 있는 시공을 소비자에게 보증 제공할 예정이다.

Deco school이 YEGREENA 커뮤니케이션場으로서의 역할을 십분 기대해 본다.

An attention-grabbing wall in the Decor School has a unique texture and pattern thanks to YEGREENA products and tools. Let's learn more about YEGREENA, a messenger of spring.

Differentiated Brand

YEGREENA is a pure Korean expression that combines the Korean words meaning "pretty and beautiful" and "loving relationships." It also reminds you of the English words, "yes," "green" and "art."

The YEGREENA brand logo is a symbol with five differently colored doors creating a cubic effect while the predominate purple hues exude feelings of calmness and gracefulness. YEGREENA is a truly differentiated home decor product.

Premium Paint, "YEGREENA"

YEGREENA, a premium paint that brings out the natural beauty of any surface, is also an environmentally friendly product.

It will soon be eco-labeled and LOHAS certified, setting it apart from its competitors and opening opportunities for exports. YEGREENA delivers anti-pest and insulation features that add to its attractiveness as a well-being paint.

Decor School Produces Professional Painters

Interior Paints Team sponsors the Decor School to produce professional interior painters, promote premium interior paints and improve painting quality. Decor School has professional and amateur courses that promote the YEGREENA brand of products. The courses are open to painters, store owners and others interested in residential and business interior painting. School trainees hone their professional painting skills by using YEGREENA products. Graduates of the Decor School receive certificates and Noroo licenses and may enroll in courses that prepare them to provide better customer service.

The Decor School communicates YEGREENA skills to enthusiastic professionals and DIY"ers."



사상 최악의 기름유출사고 현장 ‘태안’, 노루페인트가 가다

The Worst Ever Oil Spill in Taean
Noroo Paint Volunteers to Help Clean-up

글 편집실 Text by WVP editors

태안지역 최악의 기름유출 사건이 일어난 지 꽤 많은 시간이 지났다. 자원 봉사자 100만 명 이상이 손길을 뻗어 바다의 모습을 되찾아가고 있다.

지난 1월 5일 토요일, 휴일임에도 불구하고 (주)노루페인트 본사 앞에는 태안으로 봉사 활동을 하러 갈 직원들로 북적거렸다. 사내 뉴시회에서 시작된 작은 의견이 각 동호회 및 노동조합과 회사까지 움직여 80여 명의 인원이 동원된 제법 큰 규모의 봉사활동을 떠나는 아침이다. 이날 참여했던 노동조합 김용목 위원장은 “이번 봉사활동은 동호회가 연합하고 회사가 후원한다는 점에서 의미가 깊다”며 “더불어 양정모 사장님이 함께 참여하셔서 노사 화합도 이루는 일석 삼조의 효과를 누렸다”고 말했다.

기름 띠를 덮은 인간 띠

모항항구에 도착을 하니 제일 먼저 반기는 것은 지독히도 강한 기름냄새였다. 째썩한 바다 냄새를 덮어버린 기름냄새가 태안의 현재를 보여주고 있었다. 복장을 갖춘 임직원들은 통솔하는 지역 이장의 지시아래 담당구역으로 배치 되었다. 바위에 묻은 기름때를 일일이 천으로 닦아내고 부직포를 이용하여 원유 찌꺼기를 걷어냈다.

하지만 모래 속의 스며든 기름은 제거하기 어려워 자연의 치유를 바래야 할 형국이다. 또한 오후 2, 3시면 밀려 들어오는 바닷물은 봉사 시간을 단축시켜 더욱 더 아쉬움을 만들었다. 시간이 부족한 만큼 점심을 대충 도시락으로 때우고 막바지 작업에 몰두한 (주)노루페인트 임직원들. 잠시 후 화성기를 통해 “인간 띠를 만들겠습니다. 모두모두 모여서 한 줄로 이어 주세요.”라는 말이 나오자, 어리둥절한 사이 이미 눈치챈 직원들은 움직이기 시작했다. 기름작업장에서 걷어낸 기름과 사용된 천을 쓰레기장으로 보내는 작업이었다. (주)노루페인트 임직원들은 인간 띠를 만들며 다시 한번 따뜻한 사람들의 온정을 느낄 수 있었다.

노동조합 박연수 부위원장은 “작업하는 것보다 인간 띠 만들어 쓰레기 치우는 작업이 더 힘들었다”며 “하지만 길게 늘어선 사람들 사이에서 왠지 모를 따스함을 느낄 수 있었다”며 그날의 감동을 전했다.

이제 태안에 남은 사안은 보상문제와 앞으로 자연 스스로 치유할 수 있는 시간이다. 지금까지 다녀간 100만 명 이상의 자원봉사자들의 발걸음은 희망을 알리는 신호탄이 되어 째썩한 향이 나는 자연의 바다를 만드는 희망의 불씨가 될 것이다.



어둠이 내리 깔린 태안반도에 눈물이 흐르고 있다.
눈물을 흘리면 닦아 주는 친구가 있듯이, 태안의 슬픔을 닦아줄
노루페인트 임직원들이 달려갔다.

Following a substantial oil spill, Taeon is now crying out for help.
Noroo people went to Taeon to dry the tears and give comfort to those citizens
suffering from this environmental disaster.



Much time has passed since Taeon experienced Korea's worst ever oil spill. Over 1 million people have volunteered to clean the seashore. On January 5, Saturday, the Head Office of Noroo Paint Co., Ltd. was crowded with its employees who volunteered to go to Taeon. This plan was first suggested in a fishing club within the organization and spread to all other clubs, the Labor Union and many departments so a large number of people volunteered. Mr. Kim, Yong-mok, Director of Noroo Paint's Labor Union said, "This activity was especially meaningful because it contributed to the unity of our clubs and was sponsored by our company." He then added, "Both management and labor felt united as we worked side-by-side with Mr. Yang, Jeong-mo, our CEO."

Our Efforts to Remove Oil from the Beach

When the volunteers arrived at Mohang Port, they first noticed the pungent smell of oil that overwhelmed the natural scent of the sea. Our employees were positioned by a local leader so they could most efficiently use cloths to wipe off rocks and screen off the remaining oil with a special non-woven fabric.

However, it was nearly impossible to absorb the oil that had saturated the sand. Only nature could solve this problem. The tide began to rise at two or three in the afternoon, limiting the volunteers work, so they ate a simple lunch and continued working. Soon, a voice from the loudspeaker said, "Let's line up. Please stand in queue." The volunteers quickly complied and began turning in the collected oil and oily cloths for transfer to a safe disposal site. The volunteers from Noroo Paint in the queue felt physically tired, but emotionally united.

Mr. Park, Yeon-su, Deputy Director of the Labor Union said, "It was harder to dispose of wastes than to wipe up the oil." He continued, "However, we felt truly humane as we worked hard in the queue."

What Taeon needs now is fair compensation and time to heal itself. The help of 1 million volunteers until now has signaled hope to Taeon and the beautiful beaches of the area.100



마케팅 성공의 열쇠 '컬러 비즈니스'

Key to Success of Marketing, "Color Business" _ Yellow

글 전해원 (주)노루페인트 디자인센터 대리 Text by Jeon, Hye-won Assistant Manager, Design Center of Noroo Paint Co., Ltd.

봄의 색상으로 가장 먼저 연상이 되는 노란색은 꽃의 화사함과 어린 아이의 생기 발랄함, 생명의 에너지인 태양의 색이며 본능적으로 사람을 끌어당기는 색이다.

햇살 가득한 날에 개나리가 만발한 거리를 지나칠 때면 우리는 밝고 산뜻함을 느낄 수 있다.

이렇게 우리에게 친근하고 반가운 색 노랑은 햇빛, 황금, 해바라기 등을 연상하게 하는 색상으로 특히 아시아권에선 신성함과 권위의 상징으로 삼을 만큼 중요한 색상이다. 중국의 황제들은 노란 색 옷을 입을 수 있는 '독점권'을 소유했는데, 그들과 그 왕족들이 입을 수 있는 유일한 색이었기 때문에 일반 백성들이 노란 색 옷을 입는 것은 결코 허용하지 않았을 정도로 아주 중요하게 생각했다. 이처럼 노란색은 역사상 무수히 많은 개념들과 관련된 색이기도 하다.

또한 눈에 확 띄는 색상이기에 주의나 경고를 하는 곳에도 쓰인다. 유치원 아이들의 옷이나 유치원 차량도 역시 노랑이다. 이 차에는 보호해야 할 어린이들이 탑승하고 있으므로 주의를 하라는 의미이기도 하다. 그와 마찬가지로 교통안전 시설에도 노랑과 검은색의 굵은 사선 무늬가 사용된다.

노란색은 주의력을 향상시켜 객관성이 모자랄 때 냉철하고 바른 판단을 할 수 있도록 도와주기도 하는데, 이것이 은행이나 법원에서 작성하는 신청 서류들에 노란색이 많은 이유이다.

새로운 아이디어를 얻고 싶을 때나 중대한 결정을 내려야 할 때, 마음의 문을 열고 생명과 죽음, 따뜻함과 냉담함의 모순을 동시에 담고 있는 노란색을 명상하면 창조적이고 독창적인 영감을 얻을 수 있을 것이다.

노란색은 지혜, 쾌활함, 따스함을 느끼게 해줄 뿐만 아니라 속임수, 겁쟁이, 질투 같은 모순된 의미를 동시에 지니고 있기 때문에 감정적이면서 의외로 따뜻함이 부족한 색상이라고 보는 견해도 있다. 이처럼 확장과 커뮤니케이션을 의미하는 색상으로 이해할 수 있겠다.

이 외에 실생활에서 노란색이 주는 여러 가지 효과들을 알아보자.

노란색은 클리닝 특성으로 피부와 내장을 깨끗하게 해주며 몸 안의 노폐물을 정화시키는 데 도움을 주는 색상으로, 변비에 좋으며 체장을 자극하여 인슐린 분비를 촉진시켜 당뇨병에도 색채요법으로 활용되는 색상이다.

욕실에 노란색 타일을 활용하거나 노란색 타일을 걸어두면 마음이 밝아지고 변비 해소에도 도움이 된다.

노란색의 음식들은 식욕을 높이고 소화 기능을 도우며 베타 카로틴 등 카로티노이드를 풍부하게 함유하고 있으므로 가족의 식탁에 영양 음식으로 활용된다. 한편 노란색은 심리적인 고만을 해소하기 때문에 정신적으로 불안정한 사람들에게 도움을 주기도 한다.



컬러에 따른 치료효과를 알아 보자!

과음 | 주황, 노랑 ● 주황, 노란색에는 음주 억제 효과도 있다고 알려져 있다. 과음을 했을 때에는 황색계의 소품으로 심신을 부드럽게 해주는 것이 좋은 방법이다.

소화불량 | 빨강, 노랑 ● 소화기 계통에는 난색계열의 빨강, 노랑 등이 효과가 있는 것으로 알려지고 있다. 노란색은 특히 위염에 효과가 있기 때문에 요리를 만들 때 접시 위에 레몬조각을 잘라서 올려놓는 것도 효과적인 방법이다.

식욕부진, 영양보충, 빈혈 | 빨강, 주황, 노랑 ● 빨강, 주황, 노랑은 식욕을 불러일으키고 소화와 흡수를 돕는다고 알려져 있다. 우유를 오렌지색이나 갈색 컵에 마시면 칼슘과 비타민C의 흡수에 도움이 된다고 한다.

근육통, 피로회복, 어깨 결림, 요통 | 초록, 파랑, 보라 ● 누적된 피로와 격렬한 운동 후의 근육통에는 편안함을 주고 신경계의 통증을 풀어주는데 좋다고 알려져 있는 초록, 파랑, 보라를 응용하는 것이 효과적이다. 삼림욕이 좋다.

치통, 충치 | 초록, 파랑, 보라 ● 초록과 파랑에는 살균 해독 효과가 있다고 알려져 있으며 보라에는 진통억제의 작용이 있다고 알려져 있다. 치약의 색채가 초록이나 파랑이 많은 이유이다.

수면부족, 불면증, 눈의 피로 | 초록, 파랑, 보라 ● 초록은 근육의 긴장을 풀어주어 눈의 피로를 풀 수 있을 뿐 아니라 멀리에도 효과적이다.

다이어트 | 초록, 파랑, 보라 ● 난색계열의 초록, 파랑, 보라는 식욕을 감소시키는 색채이면서 편안함을 주는 효과가 있다.

추운 겨울이 지나 새싹들이 돌아나는 봄의 시대가 열리고 있다.
봄이 누구에게나 설렘과 새 출발의 의미로 다가온다.
봄의 소식을 알리는 싱그러운 느낌을 주는
'노란색'의 세계로 들어가 보자.

Winter is now almost over and spring is coming. Spring is a symbol of a new start to many.
Let's relish the return of yellow, a fresh spring color.

Yellow is thought to be a color of spring. It reminds us of beautiful flowers, lively children, and the energy of life that comes from the sun. People are instinctively drawn to it.

It is refreshing to see beautiful Korean forsythias in their full bloom on a sunny day.

A reminder of the sunshine, gold and sunflower, yellow is a symbol of holiness and authority and a very important color in Asia. The Chinese emperors had an exclusive right to wear yellow and held it so precious that they did not allow any of their subjects to wear yellow garments. Yellow has also been connected to various concepts throughout history.

Since it attracts attention, it is often used to warn people. Kindergarten uniforms and school buses are usually in yellow, too. The bus in yellow carries children who need to be protected and cared for. For a similar reason, some traffic signs have yellow and black stripes.

Yellow is known to call attention and help people make an objective decision. For that reason, many bank and court documents are in yellow.

When looking for some fresh ideas or trying to make an important decision, thinking about yellow might inspire you in a creative and unique way.

Although yellow gives cheerful and warm feelings, it has connotations of trickery, cowardice and jealousy. Overall, it stands for expansion and communication.

Let's think about what effect yellow has on our lives.

Yellow is known to help people suffering from constipation or diabetes because of its cleansing and insulin stimulating features.

Laying yellow tiles in a bathroom or using a yellow towel can cheer you up

and help relieve your stress.

Yellow food ingredients are appetizing and usually rich in carotenoids including beta carotene. Yellow is also known to relieve stress and be helpful to the anxious and restless.



Now, let's consider the effects of various colors!

Heavy drinking _ orange and yellow ● Orange and yellow are known to prevent heavy drinking. After overdrinking, yellow and orange objects may relieve your mind and body.

Indigestion_ red and yellow ● Warm colors such as red and yellow are known to soothe digestive organs. Yellow in particular is said to relieve gastritis; it would be good to put a piece of lemon on the plate when serving food to people suffering from gastritis.

Loss of appetite, malnutrition and anemia_ red, orange and yellow ● Red, orange and yellow are known to stimulate appetite and help digestion and assimilation. Drinking milk

Muscle pain, fatigue, shoulder strain and back pain_ green, blue and purple ● Green, blue and purple are known to soothe fatigue and muscle pain. Also, a walk in the forest can help.

Toothache and cavity_ green, blue and purple ● Green and blue are known to help sanitize and purple is said to relieve pain. Toothpastes are usually in green or blue for that reason.

Sleep debt, insomnia and eye strain_ green, blue and purple ● Green relieves muscle strain, eye strain and nausea.

Overweight_ green, blue and purple ● Cold colors such as green, blue and purple help reduce appetite and give comfortable feelings.



스스로 만드는 것을 즐기는 사람들, ‘미국 DIY 시장’

U.S. DIY Market Meets the Needs of People Who Enjoy Doing Things Themselves

글 황요환 인투스 디자인 클럽 실장 Text by Hwang Yo-hwan Director, Intooth Design Club

미국인들은 취미로 새장이나 찬장, 의자 등을 만드는 사람들도 있고, 손수 귀걸이 등의 장신구를 만들거나 옷을 염색하여 독특한 디자인의 옷을 만드는 사람들도 많다. 이들은 가끔씩 벼룩시장 등을 통해서 자신이 만든 작품들을 팔기도 한다. 그 외에도 모형 자동차, 비행기, 배 등을 조립하는 등 뭔가 창조적이고 적극적인 취미 생활을 즐기는 사람들이 많다. 그래서 혼자서도 잘 할 수 있도록 지도해 주는 DIY(Do It Yourself) 프로그램들이 인기 있다.

우리나라는 보통 새로 이사를 하면 전문가를 시켜 집을 꾸미지만 대부분의 미국인들은 직접 자기 나름대로 장식하는 것을 좋아한다. 벽지를 직접 바르고 페인트칠을 하고 예쁜 울타리를 치면서 가족들이 함께 성취감을 느끼게 되며 가족간의 즐거움을 나누는 시간을 보내기도 한다.

미국인들은 보일러가 고장이 나거나 수도꼭지가 새거나 번기가 막히거나 지붕이 썩 때 전문가를 부르는 경우도 있지만 주로 스스로 알아서 하는 문화를 가지고 있다. 그들의 차고에 보면 온갖 공구들을 많이 보유하고 있다. 그들은 차가 고장이 났을 때에도 카센터에 맡기기도 하지만 취미 삼아 직접 고치는 일도 많을 정도이다. 일상 자체가 DIY 삶 자체이다.

물론 미국은 우리나라에 비해 서비스 요금이 비싸고 시간도 오래 걸리는 편이므로 스스로 알아서 하는 경우가 많지만 이런 생활 습관은 가족과 함께하는 시간을 늘려 아이들의 정서에도 도움을 준다.

또한 나이가 들어서 은퇴한 노인들은 시간 여유가 많기 때문에 취미생활을

많이 즐긴다. 특히 혼자 있기를 좋아하는 노인들은 정원을 아름답게 가꾸는 일로 하루를 보내는 경우가 많다. 이런 문화 덕분에 미국의 집은 대부분 정원이 잘 관리되어 있고 잔디를 깎거나, 떨어진 낙엽을 긁어 모으거나 가지 치기를 하는 등 할 일이 많다.

지역별로 차이가 있긴 하지만 자체적인 DIY 교육을 통해서 좀 더 멋지고 효율적으로 정원 가꾸는 법을 배울 수 있는 강좌가 많아 실생활에 많은 도움을 주고 있다.

일상에 친숙한 DIY 시장

미국 사람들은 예쁘게 꾸미고, 탈이 난 곳은 고치고, 부족한 건 보충하며 집을 덜 노화시키는 게 생활화 되어있다. 그래서 20년이 지난 집도 깨끗하고 편리한 것이 새 집과 다를 없다. 남자들은 휴일엔 차고문을 열어놓고 다양한 공구로 기술자처럼 능숙하게 집수리를 한다. 대다수의 남자들은 이미 전문가 못지 않게 집수리에 대해 관심과 노하우를 가지고 있다.

관심 따라 생활모습이 변하고, 소비형태가 정해지며, 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 관련 산업이 발달되는 것처럼 미국 공구상의 규모와 다양성은 우리가 생각하는 수준을 훨씬 넘어선다.

미국의 인테리어업체는 소수의 부유층과 상업공간을 대상으로 하는 전문 디자인업체, 건축재료와 공구를 판매하며 시공인력을 연결시켜주는 대형 판매업체, 작은 집수리 등을 하는 보수업체로 나누어진다. 또한 이들 업체에서는 자발적으로 매일 다른 주제로 집 고치는 데 필요한 기술 강좌가 있어, 자기가 원하면 얼마든지 무료로 실습이 가능하다.

이처럼 오랜 역사와 함께한 실생활의 DIY는 이미 주변 속에 물들어 버린 미국인의 문화가 된지 오래다.

미국은 스스로 어려움을 이겨내고 자수성가한 사람들이 특히 존경을 받는 사회이다. 누구나 노력하면 할 수 있다는 가능성을 지닌 미국인들은 스스로 뭔가를 만들고 해내는 것을 좋아한다. 그것이 DIY의 시초가 된 것은 아닐까.

In the United States, successful people are especially respected. Americans believe in hard work and like doing and making things on their own. That was probably the start of the DIY boom.

In the United States, people make birdcages, cupboards and chairs for themselves. Others make earrings or dye cloth to make original clothing. Some sell the things they make at flea markets. Many Americans enjoy creative hobbies like assembling model automobiles, airplanes and ships. Naturally, DIY (Do-It-Yourself) programs that teach people to make things themselves are very popular among Americans.

In Korea, most people hire decorators to decorate a new house, but Americans usually prefer to do it themselves. Families spend time together painting the walls or building pretty fences around their houses. When a boiler breaks down, a faucet leaks, a toilet will not flush, or a ceiling leaks, Americans usually try to solve the problem themselves rather than asking for help. Often people keep different types of tools in their garage. When a car breaks down, some decide to fix it themselves. American lifestyle is the DIY style.

People tend to do things for themselves in the United States because services are more expensive and performed more slowly than in Korea. However, the habit of making and repairing things themselves helps parents spend more time with their children.

Retired senior citizens have a lot of time to pursue hobbies. Some elderly people enjoy gardening so most houses in America have nice gardens. There are many things to do around a house including mowing the lawn,

raking up fallen leaves, and pruning branches.

DIY programs are helpful in beautifying their homes and gardens.

DIY Market Within Your Reach

Americans are accustomed to decorating and repairing their homes to prevent deterioration so even 20-year-old houses are often clean and comfortable to live in, like a new house.

Men and women are interested in and capable of using tools to fix their homes on holidays and weekends.

Interests change lifestyles, which in turn shape spending habits. Industries develop to meet the needs of consumers. The tool market in the United States has become far larger and more diverse than Koreans think, due to the needs of Americans.

The U.S. home decoration business consists of professional interior designers who work with well-off people and business property owners, large retailers who sell construction materials and tools, and connect workers to consumers and small repair businesses that fix minor problems around the house. Many of these businesses volunteer to teach people how to repair a house. Anyone interested may take such courses free of charge.

DIY is and will continue to be an important part of American life and culture.



해풍에 실려온 봄의 향기 매화, 동백꽃 흐드러진 땅끝

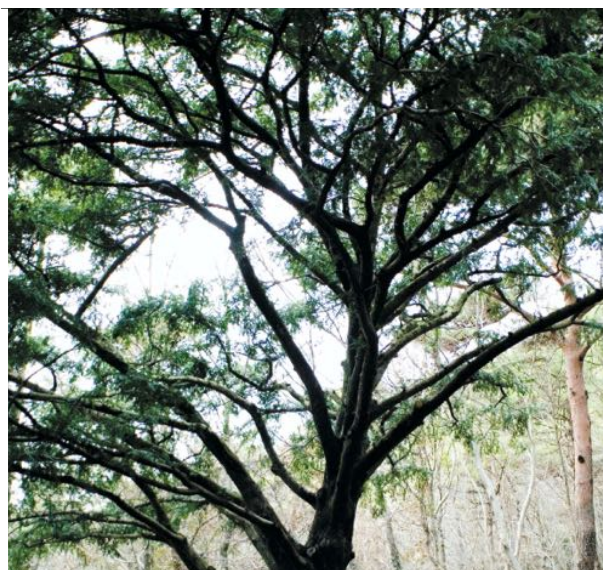
Spring-scented Sea Breeze
Haenam, Home to Maehwa (Prunus Mume) and Camellia Flowers

해남

글 · 사진 김동욱 여행 칼럼리스트 Text & Photos by Kim Dong-ok Tour Columnist

남풍에 실려 온 따스한 봄의 기운이 가장 먼저 닿는 곳 '땅끝' 해남. 청보리밭 성긴 흙 알갱이 사이사이로 아지랑이가 아련히 피어 오르고, 들판 가득 핀 매화꽃은 벌과 나비를 부르며 봄의 한가운데로 달음질치고 있다.

Spring arrives first in Haenam, at the southern end of the Korean peninsula. The air is shimmering above the loose soil of the green barley field and Maehwa flowers decorate the landscape with alluring scents and colors that inspire the bees and butterflies to perform their aerial magic.



매화꽃터널 아름다운 보해매실농원

가만히 눈감고 있으면 코끝을 간질이며 몸 안으로 살며시 들어오는 봄 꽃의 내음들. 바다남쪽 해남에는 지금 꽃구름이 넓게 드리워져 있다. 매화와 동백, 그리고 이름 모를 들꽃들의 잔치가 한창이다.

섬진강 물길 따라 핀 줄만 알았던 매화꽃. 해남에는 더한 매화꽃 이불이 깔렸다. 전국에 매화를 심은 농원들은 많다. 그 중에서도 해남의 매화꽃밭은 규모면에서 가장 크다. 보해양조가 1979년부터 조성한 이 매실농원은 전체 면적이 14만평. 그곳에 심겨진 매화나무만 1만4천 그루에 달한다. 그 수많은 매화나무들이 일제히 꽃을 피우기 시작했으니 상상만으로도 즐겁다.

이곳은 그다지 입 소문을 타지 않은 탓에 광양의 매화마을에 비해 한결 여유롭다. 보해매실농원에는 다양한 품종의 매화나무가 심어져 있다. 백가하, 앵숙, 고성, 소매 등이 심어져 있고 꽃도 백매화와 홍매화가 어우러져 있다. 매화밭은 얇은 구릉지대에 자리하고 있다. 모두 일곱개 단지로 이루어져 있고 각 단지는 오솔길로 이어져 있다. 매화나무들은 서로 머리를 맞대고 꽃을 피우며 터널을 만든다. 그 아래로는 사람들이 한가히 지나다닌다.

매화밭은 누가 주인인지도 모를 만큼 자유롭게 드나들 수 있다. 관리사무소가 하나 있기는 한데, 이곳마저도 개방돼 있다. 이곳의 매화밭은 특이하게도 동백나무로 방풍림이 조성돼 있다. 그런데 이게 또 볼거리를 제공한다. 해풍을 막기 위한 동백나무의 꽃들이 요즘 절정을 이룬 것이다. 매화는 꽃향기가 매우 진한 편이다. 그러나 한낮에는 그 향기를 잘 맡을 수가 없다. 하지만 아침과 저녁 무렵이라면 그 향기를 온전히 즐길 수 있으니 참고하자.

녹우당 뒤편 동백은 왜 그리도 붉은지

보해매실농원에서도 동백꽃을 실컷 보기는 했지만 그 빛깔은 녹우당 뒤편의 동백꽃에 비할 바가 아니다. 고산유적지 내에 자리한 녹우당은 해남 윤씨의 종가이다. 녹우당은 일반에게 개방되지만 현재도 안채에서는 윤씨 종손이 살고 있어 정숙을 요한다. 녹우당 뒤편에 동백나무가 크게 군락을 이루고 있는 것은 아니다. 아마도 이곳에 집을 지으면서 동백나무들을 심었던 듯한데 나무가 하나같이 크고 꽃이 만발했다. 특히 이곳의 동백꽃들은 왜 그리도 붉은지 천연해 보이기까지 한다.

사실 동백꽃으로 유명한 곳은 대흥사이다. 하지만 이곳의 동백은 생각보다 일찍 사그라졌다. 동백꽃이 떠난 자리에는 벚나무가 몽우리를 밀어 올리며 꽃을 피울 태세다. 조만간 벚꽃은 그 화사한 빛깔을 뽐내며 대흥사 계곡을 화려하게 수놓을 것이다.





Travel Tips

● **길잡이:** 자가용 서해안고속국도→목포IC→1번국도→영암·해남방면 2번국도→영산강하구둑→49번지방도→해남방향 806번지방도→매화농원. 대중교통 서울고속터미널에서 오전 7시30분~오후 5시55분 하루 7차례 버스가 다닌다. 해남읍에서 산이면에 가는 군내버스를 이용한다. 아침 6시20분부터 저녁 7시10분까지 30분 정도의 간격으로 있다. 문의 해남교통 061-533-8826. ● **먹거리:** 해남읍은 대한민국 최고의 해물탕을 자랑한다. 매일 아침 바다에서 공수하는 신선한 재료에 화학조미료를 전혀 쓰지 않아 맛이 개운하다. ● **잠자리:** 보해매화농원 근처에는 숙박업소가 없다. 해남읍으로 나와야 한다. ● **문의:** 해남군청 문화관광포털 (061-530-5114 <http://tour.haenam.go.kr>)

● **Route:** Car_ West coast Expressway→Mokpo IC→Local road No. 1→Local road No. 2 to Yeongam and Haenam direction→Yeongsan River estuary dock→Local road No. 49→Local road No. 806 to Haenam direction→Maesil Orchard. **Public transportation_** Buses leave Seoul Express Bus Terminal seven times from 7:30 a.m. to 5:55 p.m. Once in Haenam-eup, take a local town bus to Sani-myeon. Buses are scheduled to arrive every half hour from 6:20 a.m. to 7:10 p.m. For more information, call Haenam Transportation at 061-533-8826. ● **Restaurant:** Haenam-eup's specialty is Haemultang (seafood soup). Its all natural ingredients are delivered fresh each morning and prepared with no artificial seasoning. ● **Accommodation:** There are no public accommodations near Bohae Maesil Orchard so arrangements must be made in Haenam-eup. ● **Information :** Visit Haenam-gun Office's culture and tourism portal site (<http://tour.haenam.go.kr>) or call the Office at 061-530-5114.





Bohae Maesil Orchard with Beautiful Maehwa Flower Tunnel

Close your eyes and inhale the scent of the spring flowers~ahhh, the perfect remedy for winter's blues. Haenam, nestled at the southern tip of the Korean peninsula, wears a springtime suit of colorful Maehwa, camellia, and numerous indigenous flowers.

Maehwa flowers have already bloomed along the Seomjin River and Haenam hosts an even more splendid carpet of these flowers. Throughout the country, there are many Maesil (plum) orchards, however, Haenam's Maesil orchard is the largest of all. Bohae Brewery Co., Ltd. has cultivated this 114-acre, 14,000-tree orchard since 1979.

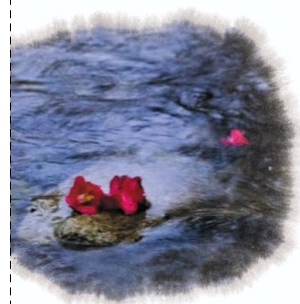
Bohae Maesil Orchard is less well known and naturally less crowded than Gwangjang Maesil Village, but boasts red and white blooms adorning Baekgaha, Aengsuk, Goseong and Somae Maehwa trees on low hills in seven distinct orchard units connected by narrow paths. The Maehwa trees' branches join to make a floral-scented tunnel in spring that attracts lovers, young and old, on hand-in-hand strolls. A unique feature of these Maehwa fields is the surrounding windbreak of camellia trees.

The Maehwa fields are open to everyone free of charge, with a control office providing visitors with valuable information.

How Red Camellia Blossoms Bloom Behind Nokwudang!

Of course, Bohae Maesil Orchard offers the beautiful scenery of camellia flowers, but it is not to be compared with that behind Nokwudang. The original house of Haenam Yoons, Nokwudang is located within Gosan Historic Site and is open to the public, however, the main building is still occupied by the Yoons so visitors should be respectful of their privacy. The small wooded area's brilliantly-red camellia trees' blossoms evoke a feeling of sorrow.

Daeheungsa, a Buddhist temple, has a long season of blossoms with the most famous camellia blossoms leading the way followed by cherry trees, making the Daeheungsa valley an embroidered quilt of color.





Fun & Good

Moneymaking Tips

부동산 재테크_ 지피지기면 **백전백승!**

이사철, 효율적인 전셋집 구하기

Real Estate Techniques_ Know Yourself and Your Enemy,
and You Will Win Every Battle! **Effective House Hunting**

글 박상연 유엔알 컨설팅 대표 Text by Park, Sang-eon CEO, U&R Consulting

봄철 황사 바람보다 고민스럽고 무서운 전셋집 구하기. 크고 작은 것부터 꼼꼼히 찾아가며 알아보면 누구나 인정하는 부동산 재테크 전문가가 된다. 다가오는 이사철, 거품 없이 알뜰한 선택을 위한 전셋집 재테크에 빠져보자.

Finding a new residence is a great concern for many families in the spring. if you search for information, you can make knowledgeable, sound decisions about real estate. Spring is a good season to move and here are some tips for house hunting.



우선 적으로 교통환경과 입지조건을 봐야만 한다. 요즘은 맞벌이 부부가 많아 출퇴근을 가장 먼저 생각해야 하므로 자신의 직장까지의 소요시간과 대중교통 등도 꼼꼼히 따져봐야 한다. 또 집이 너무 도로에서 가까이 있으면 자동차의 소음과 매연으로 인해 쾌적한 주거생활이 제약 받기 때문에 도로에서 10분 거리의 주택을 고르는 게 좋다. 난방은 중앙난방과 개별난방이 차이가 있으므로 맞벌이의 경우는 개별난방의 아파트를 고르는 것이 난방비를 절약하기 좋다. 주택의 경우 기름보일러를 사용하는 곳이 도시가스를 사용하는 곳에 비해 난방비가 많이 들어감으로 이것도 꼼꼼히 살펴봐야 한다.

● **신혼부부나 첫 독립이라면 중개업소를 통해**
매매나 전세계약은 주로 중개업소를 통해 이루어지지만 젊은이들 일부는 편리성의 이유로 벼룩시장이나 인터넷을 통한 직거래로 직접 당사자끼리 계약한다. 하지만 직거래는 계약 경험이나 사회경험이 부족한 신혼부부들에게 위험요소가 있을 수 있다.

위험요소란 집주인을 가장해 계약을 하는 경우도 있고 그렇지 않다고 하더라도 추후 퇴거하게 될 때 명확한 하자보수에 대해 시시비비(是是非非)가 힘들어지기 마련이다.

또한 정확한 시세를 모르고 전세를 계약하기 때문에 시세보다 높은 가격에 계약하기 일쑤이다. 문제가 커지기 전에 되도록 허가된 중개업소의 공인중개사를 통해 전세계약을 하여야 한다.

● **전세 재테크도 발품 팔면 보인다**
우선 전세계약을 하기 전, 전셋집의 등기부 등본을 떼어 봐야 한다. 등기부 등본은 해당구청이나 공인중개업소에 부탁하거나 인터넷에서 쉽게 발급 받을 수 있다. 등기부등본상의 집주인 명의로 전세계약시 계약자 명의로 동일 한지를 살펴본 후 근저당권, 가등기, 압류, 가압류, 가처분 등의 권리관계를

명확히 확인해야 한다.

만약에 근저당권 등이 등기부등본상에 설정되어 있으면, 차후 전세금을 돌려받지 못하는 경우가 발생할 수 있으므로 신중하게 살펴본 후 계약을 해야 피해를 입지 않는다.

근저당권은 주택 값에서 우선순위의 근저당권 금액을 뺀 금액이 전세보증금보다 많다면 문제가 되지 않는다. 가등기나 가처분이 설정된 집인 경우 전입신고와 확정일자를 받아도 소용이 없을 수도 있다. 소유권이 불분명한 가등기는 가등기권자가 언제든지 본등기에 의해 새로운 소유주가 될 수 있다. 따라서 기존소유주는 무권리자가 될 수 있기 때문에 이런 경우도 계약을 하지 않는 게 좋다.

가처분은 소유권분쟁을 생길 때 원소유자가 임의로 주택을 처분하지 못하도록 법원에 임시 보존한 상태이다. 가처분한 사람이 승소할 경우 불법점유자가 되어 강제퇴거를 당하고 전세금도 돌려받을 수 없기 때문에 이럴 경우도 절대 전세계약을 해서는 안 된다.

● **많을수록 좋다고? NO!**

아울러 다가구 주택인 경우 현재 몇 세대가 세들어 살고 있는지 먼저 확인해야 한다. 등기부상에 담보권이 설정되어 있지 않더라도 소액 세입자(임차인)나 이미 확정일자를 받은 세입자(임차인)가 있으면 경매와 같은 일이 발생했을 때 전세보증금을 100% 돌려 받지 못하고 손해를 보는 경우가 생길 수 있다.

이런 경우는 우선순위의 세입자(임차인)들의 보증금을 변제하고도 전세보증금을 확보할 수 있는지 살펴보고 계약하여야 한다. 특히 이런 경우는 집 값이 하락했을 경우까지 염두 해야 한다. 모든 것이 충족되어 전세계약을 했다면 우선 전입신고와 함께 확정일자를 받아두어야 한다. 전입신고와 확정신고는 되도록 잔금이 완료되는 날 해당 동사무소에서 하는 게 좋다.

모든 것이 충족되어 전세계약을 했다면 우선 전입신고와 함께 확정일자를 받아두어야 한다. 전입신고와 확정신고는 되도록 잔금이 완료되는 날 해당 동사무소에서 하는 게 좋다.



● 본인에 맞는 전세자금 대출 활용

올해 저소득층 주거안정을 위한 국민주택기금 융자사업 지원액이 지난해보다 2,869억원 늘어났기 때문에 해당 지자체에 문의해 보는 게 좋다. 전세자금 대출의 경우 3자녀이상 가구는 기준금액에서 추가로 1,000만원을 더 융자해 주기로 했다. 저소득가구 대출금은 전체 1조 700억원으로 전세보증금의 70% 이내에서 수도권 과밀억제권역은 7,000만원, 수도권 기타지역 및 광역시는 5,000만원, 기타지역은 4,000만원이 가구별로 지원된다. 금리는 연 2.0%로 정해졌으며 15년 분할상환조건이다.

국민주택기금에서 제공하는 '근로자·서민 전세자금대출'도 금리조건(연 4.5~5.5%)이 좋다. 그러나 자격조건이 까다로운 만큼 꼼꼼히 따져봐야 한다. 만 35세 이상 무주택 가구주, 연 소득 3,000만원(세전) 이하, 임차 전용면적 85㎡(25.7평) 이하라면 도전해 볼 만하다.

● 장기전세 '시프트'

참고적으로 전세로 살다가 시세보다 싼 값에 전세를 얻고, 청약통장을 재사용할 수 있고 무주택을 늘려 청약가점도 높일 수 있는 장기전세 주택인 시프트를 주목할 필요가 있다. 서울시가 얼마전 4차 시프트로 공급한 은평뉴타운과 송파구 장지 4단지 청약 경쟁률이 각각 평균 5.64대 1과 13.4대 1을 기록했다. 이 같은 시프트의 높은 인기는 소형 위주로 공급되던 국민임대 주택과 달리 일반분양 아파트 내 중대형도 많다는 점이다.

시프트는 주변시세의 80%선에서 전셋값이 결정되고 계약기간은 일반 전세처럼 2년이지만 계약 연장을 통해 20년까지 살 수 있어 장점이 많다.

Public transportation and location are important in deciding where to live. In many families, both husband and wife work outside the home so it is reasonable to consider how long it would take to commute to work and if public transportation is convenient. Select a place about 10 minutes' walk away from the main road because a house near the road is often affected by traffic noise and exhaust gas.

Central heating and individual heating costs are different. If both husband and wife work outside the home, it is better to choose an apartment with an individual heating system. Oil is more expensive than city gas; fuel used for heating should therefore be considered carefully.

● Inexperienced Movers - Use Real Estate Agent

Some young people may prefer to make a contract directly with a seller or landlord rather than doing it through an agent. However, it can be risky to inexperienced individuals or newlyweds.

The risks may include fraud and liability for maintenance and repair.

Some consent to pay more deposit because they are not familiar with the situation in the neighborhood. To avoid such problems, make a contract through a real estate agent.

● Early Bird Catches the Worm

Before you sign a Jeonse (Translator's note: Jeonse is a deposit basis lease that exists only in Korea. The renter pays a lump sum, approximately 60~70% of the estate price, as the deposit and gets it back when the lease expires. The leaseholder usually deposits the money received in the bank and derives income from the bank interest.) contract, you need to check the estate register. You can have a certified copy of the estate register issued through the district office, real estate agents or through the Internet. What you need to check in this document includes the name of the owner, whether the estate is given in fixed collateral, subject to seizure, provisional seizure or provisional disposal.



If, according to the certified copy of the estate register, the estate concerned is given in fixed collateral, it is probable that the renter cannot get the deposit back after the expiration of contract.

It is not risky as long as the estate price less the prioritized fixed collateral is larger than the lessee's deposit. However, if an estate is subject to provisional registration or provisional disposal, the lessee may not be protected even if he has notified the authorities of his moving-in and received confirmation from the authorities. Regarding an estate that is provisionally registered, the owner of this kind of estate is not clear. The ownership may be transferred from the original owner to the applicant of the provisional registration at any time. Therefore, it is best not to make a contract with the original owner in such a situation.

An estate subject to provisional disposal is temporarily held from the original owner's disposal by the court due to a legal conflict over ownership. If the applicant for the provisional disposal wins the lawsuit, the lessee may be considered an illegal occupant and forced to leave the place.

● The More Renters, The Better? No Way!

If you are thinking of renting a unit of multiple dwellings, check how many units are currently occupied. Although the estate is not given in collateral, you may not get all your deposit back when the estate is put up at auction if there is another lessee who has acquired confirmation of his contract by the authorities prior to you.

So, it would be good to consider whether, when this estate is put up at auction by any chance, you can get your deposit back or not after lessees with priority rights are paid their due. Any possible fall in the price of the estate should also be considered. Once you have made a Jeonse contract, the first thing to do is notify the authorities of your moving-in and receive their confirmation. You can take this step in the dong (village) office on the day you pay the last portion of your deposit if possible.

● Take Advantage of Available Loans

This year, the government will provide 286.9 billion KRW more than last year to support the less advantaged who want to borrow money for renting a house or apartment. With regard to loans for Jeonse, the government will lend 10 million KRW more to families with three or more children through the National Housing Fund. The fund for lending to low-income families amounts to 170 billion KRW. Eligible families may borrow up to 70% of their Jeonse deposit, up to 70 million KRW in Seoul and highly concentrated regions, up to 50 million KRW in other parts of Seoul and major cities and up to 40 million KRW in other areas. As stated above, families with three or more children can borrow 10 million KRW more. The interest rate is 2.0% yearly and the borrower can pay back by installments over 15 years.

The National Housing Fund lends money for Jeonse deposit to working population for favorable interest rates (4.5~5.5% yearly). However, it is not easy to be eligible. The borrower should be a family head of at least 35 of age, earn 30 million KRW (before tax) or less a year and be renting a house or apartment of 85mm² in size.

● "Shift" _ A Long-term Jeonse

"Shift" is also worth considering. It is a system to rent a place with a lower deposit and as long as you live in a "Shift" house or apartment, you will not be considered an owner of a house or apartment, which means you will have better scores when applying to buy an apartment. Recently, Seoul City supplied Eunpyeong New Town and Songpa-gu Jangji Complex #4 on the "Shift" basis. The competition ratios for these complexes were 5.64:1 and 13.4:1 respectively. People found these "Shift" apartments attractive because middle- and large-sized apartments were also included. "Shift" apartments are leased at around 80% of Jeonse deposit level of the surrounding area. The lease contract is good for two years, but can be extended up to 20 years.

애독자 퀴즈

아래의 (1), (2)에 들어갈 정답은 각각 무엇일까요?
03+ 04월호 사보 속에 정답이 있습니다.



1. 플라스틱 도료 브랜드로서 유럽시장 내 확고한 자리매김과 진출한 (1)는 현지 생산 및 개발, 판매를 준비하고 있다. 해외법인 설립 6개월 동안 Technical service 및 판매를 위한 인프라를 구축하고, 또한 유럽시장이 요구하고 있는 까다로운 수성 베이스와 클리어를 개발, 현지 생산을 위한 공장부지 확보 등을 진행한 이 기업은?



2. (주)씨케이가 퇴직 프로그램의 일환으로 각 지역에 있는 대리점들을 창고형 거점으로 총판을 설립하고자 포천시에 (2)을 시범 오픈하였다.
(2)이 시범적으로 성공적인 결과를 얻을 수 있게 되면 2012년까지 거점형 총판을 4곳 이상 추가로 오픈 할 계획이다. 위에 들어갈 정답은 무엇일까요?

애독자 퀴즈 정답을 아시는 분은 담당자에게 이메일을 보내 주세요.
혼자 보기에는 아까운 재미있는 사진이나 특별한 추억이 담긴 사진, 사우들과 나누고픈 소중한 사연도 환영합니다.

「노루」를 사랑하는 독자 여러분의 많은 참여 바랍니다.

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

NOTICE

사보 담당자 후기

2008년 한 해의 시작이 엇그제 같은데 벌써 3월입니다.
그와 더불어 사보 발행 5호째를 맞이 하고 있습니다. 처음보다 많은 직원들이 사보에 익숙해지고 참여도도 높아지지만, 아직까지 부족함을 많이 느끼고 있습니다.
사보에 대해 관심을 강요하기 보다는 자연스러운 접근이 필요할 때라고 생각합니다. 사보 담당자로서 직원들에게 더욱더 가까이 다가갈 수 있는 사보를 만들기 위해 노력하겠습니다. 사보에 항상 관심 가져 주시고 협조해 주시는 분들께 감사 드리며, 나날이 발전해가는 사보를 지켜봐 주시기 바랍니다.

대한비케미칼(주) 이수용 사원

문의하실 곳

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

N O R O O PHOTOCONTEST



박해준 부장/(주)노루페인트, 구매팀
바람은 불지만 우리가족은 행복했던 겨울 바다 여행

Winner



양선희 대리/(주)대연, 물류기획팀
다섯형제아이들의 다섯가지 개성과 표정~
꼭 개뿔어 주고싶어 - NOROO 그릇 주니어들



장진영 대리/(주)노루페인트, 인사총무팀
힘찬 사나이들의 겨울이기는 신명.
태백산 등반을 하며 우정을 다진다



함태영 부장/(주)노루페인트, 칠서공장 생산기술팀
우리의 소망을 담아 올해의 꿈을 담아~~
풍선들이 날아올라!!



이지영 대리/(주)노루페인트, 영업영업팀
스트레스는 한방으로 날려버려!
클래식 1877동호회는 통과하게 될란다

NOTICE

01+02 애독자 퀴즈 당첨자



>> 퀴즈정답

- ① 칼라메이트
- ② 기술연구소

김미선 대리_ (주)디피아아 홀딩스 연구기획실 | 김미령 사원_ (주)노루페인트 인사총무팀
송환주 사원_ (주)DAC 기술개발팀 | 김상환 사원_ 칼라메이트 유통영업팀

- 퀴즈당첨자와 사진우수작 전원에게 5만원 상당의 상품권을 드립니다.
사진최우수작 양선희 대리에게는 10만원 상당의 상품권을 드립니다.

NOROO