

# NOROO

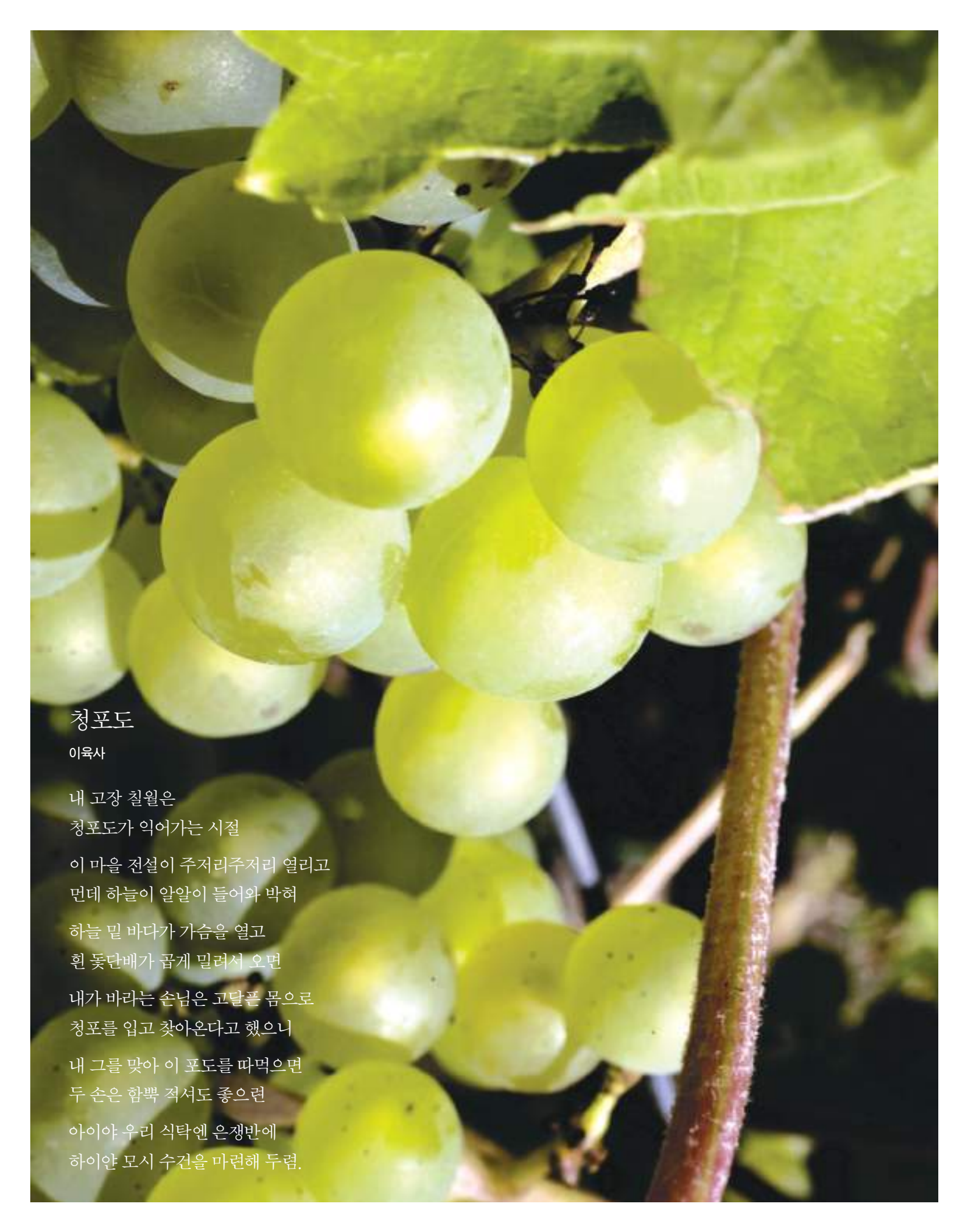
2010 SUMMER

NOROO그룹사보 | 2010년 여름 16호

시원한 죽부인을 끌어안고  
부채의 실랑실랑한 바람속에서  
여유와 기다림으로 여름을 즐겁게 보낸  
우리의 선조들처럼 우리도 웃음으로  
여름을 보냅시다



NOROO



## 청포도

이육사

내 고장 칠월은  
청포도가 익어가는 시절  
이 마을 전설이 주저리주저리 열리고  
먼데 하늘이 알알이 들어와 박혀  
하늘 밑 바다가 가슴을 열고  
흰 돛단배가 곱게 밀려서 오면  
내가 바라는 손님은 고달픈 몸으로  
청포를 입고 찾아온다고 했으니  
내 그를 맞아 이 포도를 따먹으면  
두 손은 함뻍 적셔도 좋으련  
아이야 우리 식탁엔 은쟁반에  
하이얀 모시 수건을 마련해 두렴.

# NOROO

NOROO그룹사보 | 2010년 여름 16호  
C O N T E N T S

## NOROO, 생각을 담다

- 04 **NEWS**  
NOROO그룹 계열사 소식
- 10 **NEW VISION**  
2010 녹색경영! 다양한 해법을 모색하다
- 14 **IN PEOPLE**  
뽀로로키즈 페인트 TFT  
최고의 페인트, 최고의 캐릭터 뽀로로를 만나다
- 18 **HAPPY PARTNER I**  
신뢰와 열정으로 30년 인연을 이어오다  
(주)노루페인트 & 현대사
- 22 **HAPPY PARTNER II**  
서로에게 힘이 되는 최고의 기업  
NOROO그룹 & 북경 보리미아 무역유한회사
- 26 **NOROO+현장속으로**  
김용목 노조위원장  
상생, 화합이라는 이름의 새노사 문화를 세우다
- 28 **HOT FOCUS**  
테오안센-살아있는 거대 생명체전

## NOROO, 사랑을 담다

- 30 **HAPPY+FAMILY**  
(주)노루페인트 유상민 대리
- 32 **인물열전**  
노루 마라톤 클럽
- 36 **우리끼리+Talk, Talk**  
팀워크에 대하여 이야기하다!
- 38 **세상 돌아가는 이야기**  
스마트폰, 잘 쓰고 계십니까?
- 40 **N-POST**  
신입사원을 소개합니다

## NOROO, 행복을 담다

- 42 **세상에서 가장 아름다운 여행**  
신선이 되어 무릉도원을 걷다
- 46 **궁금합니다, 알려주세요~?**  
소비자 상담실 Q&A
- 47 **PHOTO CONTEST**

발행일 | 2010년 7월 30일 발행처 | NOROO그룹 발행인 | 최광균 기획 | (주)노루홀딩스 (02-2191-7700)  
편집 및 디자인 | (주)IR큐더스 (02-6011-2000) 인쇄 | 영은문화

NOROO 그룹 사보 담당자 | (주)노루홀딩스 서울시 강남구 역삼동 736-1 Capital Tower 10층 전략기획팀 장연연 주임 T:02-2191-7753 |  
(주)노루페인트 경기도 안양시 만안구 박달동 615 전략경영기획팀 지남철 대리 T:031-467-6128 | (주)아이피케이 부산시 연제구 연산동 1422-8  
국민연금 부산회관 17층 전략마케팅팀 정유진 사원 T:051-580-6183 | (주)노루오토코팅 경기도 화성시 장안면 금의리 760-2 장안첨단산업단지  
업무지원팀 서진아 주임 T:031-8059-9504 | (주)노루케미칼 경기도 안산시 단원구 성곡동 682-5 경영지원팀 최홍규 과장 T:031-599-7252 |  
(주)노루케미칼 충청남도 천안시 백석동 527-6 경영지원팀 이수용 대리 T:041-620-6207 | (주)노루코일코팅 경기도 안양시 만안구 박달동 615  
지원팀 박서진 대리 T:031-467-6486 | (주)노루로지넷 경기도 안양시 만안구 박달동 615 총괄지원팀 전희경 대리 T:031-467-6363 | 칼라메이트(주)  
서울시 강남구 논현동 215-9 업무총괄팀 박미숙 사원 T:031-467-6379 |



# N O R O O N E W S

## NOROO그룹, 계열사 사명 변경

그룹 CI 통합 작업의 일환으로, 2010년 5월 1일부터 계열사인 대한비케미칼(주)의 사명은 (주)노루비케미칼로 변경되었고, (주)DAC는 (주)노루오토크팅으로 변경되었다.

## Changes in Affiliates' Name

As a part of the Group's CI integration process, Daihan Bee Chemical Co., Ltd. will change its name to NOROO Chemicals Co., Ltd. and Daihan Automotive Coatings Co., Ltd. will change its name to NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. effective on and after May 1, 2010.

## BU MBA 학생 NOROO 방문



지난 6월 3일, Boston University MBA Asian Field Seminar의 일환으로 김종성 생산관리학과 부교수 인솔하에 MBA과정의 학생 19명이 안양공장 및 연구소를 방문했다. 오후 2시부터 2단지 교육장에서 NOROO그룹 홍보영상 및 그룹소개를 마친 후, 공장시설 및 연구소로 이동하여 기술개발 현황을 직접 눈으로 보고 체험하였으며, 예그리나를 직접 칠해 보는 시간을 갖기도 했다. Q&A시간에는 한영재 회장이 직접 참석하여 학생들과 대화의 시간을 가졌으며, 사료전시관에서도 직접 설명을 하여, 학생들의 NOROO그룹 이해에 많은 도움을 주었다.

## BU MBA Students Visits Noroo

On June 3 2010, 19 MBA students from Boson University, participating in the Asian Field Seminar, visited Anyang Factory and R&D

Center led by Kim, Jong-sung, an associate professor of production management. The students watched a promotion video and listened to the introduction of NOROO Group in the 2nd complex education center from 2 p.m. Then, the students visited factories and R&D centers, getting a hands on experience on NOROO Group's technological progress. The students also had the opportunity to paint YEGREENA, which is an environmentally friendly premium paint. During Q&A, Han, Young-jae, Group Chairman, conversed with the students, helping them to better understand the background and questions about NOROO Group through out the Q&A.

## (주)노루홀딩스, 일본전략본부 이전



NOROO그룹의 GLOBAL 도약을 위한 동아시아의 견고한 새로운 발판으로서 (주)노루홀딩스 일본전략 본부는 동경의 중심 도시 긴자에 위치한 NBF 히비야(日比谷)빌딩으로 사무실을 이전하였다.

지난 7월 6일, 일본전략본부 신 사무실에서 개소식이 열렸다. (주)노루홀딩스 최광균 부회장, 이상철 상무, 김동빈 차장 및 타카노 아키요시 고문, 카네코 히데아키 고문, 오니시 끼요시 고문, 동경대학교 아라키 고지 교수 등이 개소식에 참석하였다. 이날 최광균 부회장은 축사를 통해 “국경의 의미가 없어져가고 있는 작금의 GLOBAL 경쟁시대 속에서도 일본전략본부가 GLOBAL NETWORK의 중심에 자리할 것”이라며, 일본전략본부 이전에 대한 큰 관심과 기대를 보였다. 아라키 교수는 축사에서 “일본의 모든 정보가 모여 있는 중심지인 히비야(日比

谷)로 일본전략본부가 이전한 것은 대단한 일”이라고 밝혔고, 향후 일본전략본부를 통한 큰 발전을 기대하겠다고 했다.

## NOROO Holdings Co., Ltd. moves its Japan HQ

In light of the NOROO Group's globalization effort and as a steppingstone for East Asia, NOROO Holdings Co., Ltd. Japan Headquarters moved to a new office in NBF Hibiya building located in Ginza, the heart of Tokyo. The opening ceremony of the new office was held in July 6. Choi, Kwang-kyun, vice-chairman of NOROO Holdings Co., Ltd., as well as Lee, Sang-chul, director, and Kim, Dong-bin, deputy general manager and many advisers, Takano Akiyoshi, Kaneko Hideaki, Onishi Kiyoshi and Araki Koji, professor of Tokyo University, participated in the opening ceremony.

On this day, Choi, Kwang-kyun announced that “There are no boundaries between countries now. Our Japan Headquarters will be standing at the forefront of the global network.” He had great expectation from the headquarters. Professor Araki Koji also celebrated the occasion, announcing that “It is amazing that Japan Headquarters moved to a new building in Hibiya, the center of Japan's information industry. I expect the headquarter will make an impact in Japan and the world.”

## 노루복전도료(광주)유한공사 총경리 이임 및 취임식

2010년 6월 23일, 노루복전도료(광주)유한공사는 트레이닝센터 회의실에서 전임 총경리의 이임식과 신임 총경리의 취임식을 가졌다.

회사 전체 임직원들이 참석한 취임식에서 신임 최건훈 총경리는 전임 마은량 총경리가 회사를 위해 힘써 준데 대해 감사의 뜻을 전하고 회사의 미래 5년 발전계획을 발표하였다. 그는 자신의 성장과정을 소개하며 모든 임직원들이 업무에 열중하고 학습을 강



화하며 끊임없이 새로운 지식과 기술을 습득하여 새로운 도전에 임하기를 부탁하였다. 최건훈 총경리는 회사의 발전과 개개인의 발전이 함께 이루어져야만 회사의 수익성이 더욱 높아지고 직원들의 임금과 복리도 함께 높아질 것이라 하였다.

이번 취임식은 회사의 미래 발전방향을 제시하였고 임직원들이 더욱 높은 자신감을 가지게 하였다. 머지않은 미래에 회사가 더욱 높은 발전을 이룩할 것으로 전망된다.

#### **NOROO FUTIAN Paint(Guang Zhou) Co., Ltd. Welcomes a New General Manager**

On June 23rd 2010, NOROO FUTIAN Paint(Guang Zhou) Co., Ltd. had a farewell banquet for the exiting General Manager and an inauguration ceremony for the incoming General Manager in the conference room of the Company's training center.

With every employee in attendance, the new CEO, Cuiun, thanked former General Manager, Ma yin ling, for his years of service and dedication, and introduced his future growth plan for the next 5 years. Along with the introduction of the new plan, he also shared his background, asking every employee to work hard and seek new challenges to acquire the necessary knowledge and skills. General Manager Chuibelieved that the growth of both the company and employees is the first step of improving the Company's overall earnings and profits, which in turn will lead to better salary and ben-

efits for the employees. In the end, the inauguration set a new path for the company's long-term growth. NOROO FUTIAN Paint (Guang Zhou) Co., Ltd. is expected to achieve a remarkable development.

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

##### **(주)노루페인트 회장 취임**



지난 7월 5일, (주)노루페인트 신임회장인 안경수 회장의 취임식이 그룹사 임원 및 안양공장에 근무하는 직원이 참석한 가운데 실시되었다. NOROO그룹 회장의 임명장 수여 후 취임사에서 "새로 입사한 신입의 입장이지만 빠른 시일 내에 직원들과 눈높이를 맞출 수 있도록 노력하겠습니다, 우선은 고객이고, 고객만족경영을 실현하는 기업이 될 수 있도록 노력하겠다"는 소감을 피력했다. 이번 새로 취임한 안경수 회장은 前소니코리아 회장, 후지쯔사장등 대표이사를 다수 역임한 전문 경영인이다. (주)노루페인트는 제2 도약을 위해 IT계 전문경영인을 영입하여 변화를 추구하고자 한다.

#### **Inauguration of Chairman of NOROO Paint&Coatings Co., Ltd.**

Last July, the inauguration of new chairman Ahn, Kyung-soo was held in Anyang Factory where employees and the Group's executive directors participated to celebrate the event. After the

inauguration, the new chairman announced that "Even though I was newly appointed for this job, I will work hard to meet all of your expectations as soon as possible. Our priority is the customer, and I will pursue customer satisfactory management." The new chairman was a management expert for world renowned IT companies such as Sony Korea and Fujitsu where he was appointed as chairman and a CEO. He was newly hired to prepare for the second take-off of NOROO Paint& Coatings Co., Ltd. entry in the competitive IT industry.

#### **NOROO그룹 축구대회 개최**



제13회 NOROO그룹 축구 대회가 지난 6월 6일, NOROO그룹 6개 관계사의 임직원 및 선수들이 참석한 가운데 개최되었다. 이번 경기 성적은 우승(주)노루케미칼, 준우승(주)노루오토코팅, 3위-대한잉크(주)가 차지하였으며 NOROO그룹기는 우승사인 (주)노루케미칼이 차지하였다. 이날 행사 관계자는 "축구 대회가 더욱 활성화되어 NOROO그룹의 화합과 단합을 위한 계기가 되기를 희망 한다"고 하였으며 올해 축구 대회를 위하여 적극적인 지원을 한 (주)노루페인트 노동조합에 감사의 뜻을 전했다.

#### **NOROO Group Soccer Competition**

The 13th NOROO Group Soccer Competition was held last June 6. Employees and players of 6 affiliated companies participated in the event. NOROO Chemicals Co., Ltd. won the competition, followed by NOROO Coil Coatings Co., Ltd.

# NOROO NEWS

and DAIHAN Ink Co., Ltd. The Flag of NOROO Group was given to the winner of the competition, NOROO Chemicals Co., Ltd. "I hope that more people participate in the competition to strengthen our harmony and unity," said a participant, also thanking the labor union of NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. for the active support on this day.

## NOROO Marathon Club participates in Fundraising Marathon for childhood cancer patients

지난 5월 2일, 노루마라톤 클럽에서 '소아암 환우 돕기 제 7회 서울시민 마라톤 대회' 출전하였다. 참가인원 38명 모두(5km 11명, 10km 8명, 하프코스 19명)안전사고 없이 완주 하였다. 또한 GLS사무국 소속의 이미경 주임은 하프코스(21.0975KM)에서 행운의 10위에 입상하여 상장 및 상금 5만원을 받아 기부금으로 전달했다.

## NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. donates paints to Mary Doty Memorial Hospital

On last May 2, NOROO Marathon Club participated in the '7th Seoul Citizen Fundraising Marathon Competition for Childhood Cancer Patients'. On this day, NOROO's 38 participants completed the race without any issues. 11 members completed 5km course and 8 completed 10 km while 19 members completed a half course. Lee, Mi-kyoung, assistant manager of GLS Office, won the lucky 10th award by completing a half course (21.0975km). She donated her KRW 50,000 reward.

## NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. donates paints to Mary Doty Memorial Hospital

지난 4월 2일, 은평구 응암동 마리아수녀회 도티기념병원 휴게실 외벽도장을 위해 필요한 페인트를 ㈜노루페인트에서 기증하였다. 페인트는 친환경페인트인 뽀로로-멀티플러스로 지원하였으며, 추가 도장에 필요한 도장복, 붓, 롤러,



빈용기 등을 함께 제공하였다. 이날 벽화 행사에 참여한 부모 및 아이들의 생각을 벽에 펼쳐놓았다.

## NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. donates paints to Mary Doty Memorial Hospital

In April 2, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. donated paints to Mary Doty Memorial Hospital in Eungam-dong, Eunpyeong-gu. The paints will be used to paint the exterior walls of resting room in the hospital. The paint is an environment-friendly Pororo-Multiplus product. In addition, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. also donated painting clothes, brushes and containers. Parents and their children helped to paint the wall, portraying their beautiful imagination.

## Radio advertisement program change

7월 1일부터 ㈜노루페인트에서 운영 중인 라디오 광고 편성 시간대를 변경하여 운영하고 있다. 기존 편성은 주부 위주의 프로그램으로 운영 하였으나 '출퇴근 시간대위주'로 변경하여 광고를 진행하고 있다.

## Radio program advertisement operation situation

### SBS(107.7Mhz)

이숙영의 파워 FM 2부(FM) / 07:40 ~ 08:00  
최화정의 파워타임 2부(FM) / 12:40 ~ 13:00  
박소현의 러브게임 4부(FM) / 19:40 ~ 20:00  
뉴스레이다(AM) / 08:00 ~ 08:30

### KBS(106.1Mhz)

박경철의 경제포커스1부 / 07:10 ~ 08:00  
8시뉴스 전 / 07:59

### MBC(울산)(92.3Mhz)

시선집중 3, 4부 사이 / 07:39

### CBS(울산)(100.3Mhz) (8시뉴스전) / 07:59

## NOROO Paint&Coatings changes radio promotion

Since July 1, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. changed its radio broadcasting promotion time. The previous programs were usually held for housewife, but now, they will be held during commuting times.

## -Radio Program Promotion

### SBS(107.7Mhz)

Lee, Suk-young's Power FM Part 2(FM) / 07:40 ~ 08:00  
Choi, Hwa-Jung's Power Time Part 2(FM) / 12:40 ~ 13:00  
Park, So-hyun's Love Game Part 4(FM) / 19:40 ~ 20:00  
News Radar(AM) / 08:00 ~ 08:30

### KBS(106.1Mhz)

Park, Kyung-chul's Economic Focus Part1 / 07:10 ~ 08:00  
(before 8 o'clock News) / 07:59

### MBC(Ulsan)(92.3Mhz)

between Look Focus Part 3 and Part 4) / 07:39

### CBS(Ulsan)(100.3Mhz)

(before 8 o'clock News) / 07:59

## Chukgudonghwa, Social Welfare Activity Implementation



지난 6월 20일, ㈜노루페인트 축구 동우회인 DEER F.C는 의왕시 오전동 소재 징검다리 어린이집에서 사회봉사 활동을 실시하였다. 징검다리 어린이집은 중증 장애 어린이를 수용하는 개인 시설로 정부의

지원이 진행되고 있으나 시설보수·개선 등을 실시하기에는 부족하여 의왕시청 사회복지과의 소개를 통해 축구 동우회에서 페인트 공사 봉사활동을 진행하였다.

어린이집 지하실 놀이방 페인트 공사(창고에서 놀이방으로 전환), 옥상 원예 심리치료실 방부목 스테인 페인트 공사 등을 진행하였으며, 어린이집 내부 바이러스 방지를 통한 어린이 건강관리를 위하여 PINGO VK 2 BOX 및 물 티슈 6 BOX, 쌀 15포를 지원하였다.

#### NOROO Soccer Club begins community service

In last June 20, DEER F.C, a soccer club of NOROO Paint&Coatings Co., Ltd., volunteered at Stepping Stone Child Care Center in Ojeon-dong, Uiwang-si. The center takes care of severely disabled children, which is supported by the government. However, it requires special maintenance and renovations for its facilities. Through the request from Uiwang-si's social welfare service, DEER F.C volunteered to help the center. The soccer club painted underground play room which has been transformed from a storage room. In addition, the soccer club also painted a horticulture psychotherapy room at the rooftop and supplied 2 boxes of PINGO VK2, 6 boxes of wet tissues and 15 bags of rice.

#### 야구동호회, 사회봉사 활동 실시

지난 5월 2일, 노루야구단은 박달동에 위치한 지적 장애인 생활시설인 사랑의집에 방문하여 봉사활동을 실시하였다. 생필품지원 및 지하 강당 및 야외 테라스 등의 도장작업을 완료하였으며 향후에도 나눔을 실천할 수 있는 노루야구단이 되도록 노력하겠다는 뜻을 밝혔다.



#### NOROO Baseball Club begins community service

In May 2, NOROO Baseball Club visited Love House in Bakdal-dong, a living facility for intellectually disabled person. The baseball club provided commodities and painted the basement hall and outdoor terrace, putting all their efforts to share love.

#### 노루마라톤 클럽 봉사활동 실시



지난 7월 3일, 김포소재 중증장애인 거주 시설인 향유의집을 방문하여 페인트 도장 봉사활동을 실시하였다. 이번 봉사활동은 장애인 거주시설에 복도 및 방에 친환경페인트로 도장을 실시하여 새단장하였으며, 9월 중에는 향유의집 장애우들과 휠체어를 밀고 10km 단축 마라톤 대회를 함께 할 예정이다.

#### NOROO Marathon Club carries out volunteer activities

In last July 3, NOROO Marathon Club visited the House of Enjoyment in Gimpo, a living facility for the severely disabled. Through volunteering, marathon club painted the floors and rooms of

the facility with environment-friendly paints. The marathon club plans to hold a 10km marathon event in September from the House of Enjoyment residents.

#### 칠서공장 무재해(3배) 달성 수여

지난 6월 3일, 한국산업안전보건공단에서 주관하는 무재해 운동 추진과 관련하여 칠서공장이 2007년 5월 24일~2010년 3월 8일까지 무재해(3배)를 달성하여 한국산업안전보건공단 경남 지도원에서 개최한 “무재해목표달성 인증식”에 참석하여 인증서를 수여 받았다.

앞으로 무재해 목표는 1,360일(4배)로 2011년 2월로 예정하여 지속적인 안전보건활동의 유지, 강화를 통해 공장 무재해가 지속될 수 있도록 계획하였다.

#### Chilseo Factory receives certificates for no disasters (3 straight years)

In June 3, Chilseo Factory received an award in 'No Disasters Achievement Certification Event' held by Korea Occupational Safety & Health Agency, for no disasters between May 24 of 2007 and March 8 of 2010. The next goal is to have no disasters for 1,360 days (4 straight years) which is until February 2011. Chilseo Factory will continuously pursue safety activities to meet that goal.

#### 2010년 사업부별, 팀별 워크숍 실시

(주)노루페인트에서 상반기의 성과를 되돌아보고, 하반기 목표달성 의지를 다지고자 '2010년 부문별 / 팀별 워크숍'을 7월 한 달 동안 일정 별로 실시했다. 이번 워크숍의 목적은 상반기 부문별/팀별 성과분석, 목표 달성을 위한 토론의 장, 임직원간의 일체감 조성 및 다양한 의사소통 시스템 시현 등을 목표로 각 사업부 일정에 따라 실시되었다.



# NOROO NEWS

## 2010 Division and Team Workshop

In July, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. is holding a '2010 Division / Team Workshop' to examine the performance from the first half and set the goal for the second half. The workshop will not only evaluate performances by division / team in the first half and have a discussion to set the goal but also create a unity among employees through various activities. The workshop will be carried out autonomously by each division.

## (주)노루비케미칼

NOROO BEE Chemical Co., Ltd.

### 창립 20주년 행사 개최



지난 5월 29일, 천안 세종웨딩홀 컨퍼런스홀에서 (주)노루비케미칼 창립 20주년 행사를 개최했다. 형식적인 행사에서 벗어나 임직원 및 임직원 가족이 참여하여 저녁 만찬 및 가족 참여 레크리에이션, 행운권 추첨 등의 행사를 가졌다. 이번 일정으로 임직원과 임직원 가족은 서로를 이해할 수 있는 화합의 시간을 가졌다.

## NOROO BEE Chemical Celebrates its 20th Anniversary

In May 29, NOROO BEE Chemical Co., Ltd. held the company's 20th anniversary event at the

conference hall of Sejong Wedding Hall in Cheonan. It wasn't a formal event as the company invited the employees and their family members to have a gala dinner together, holding various side events and recreational activities including a lucky drawing event. Through the event, the employees of NOROO BEE Chemical Co., Ltd. and their family members reinforced a sense of unity by understanding the company's culture.

## (주)노루오토코팅

NOROO Automotive Coatings Co., Ltd.

### COLOR DESIGN CENTER 개관

(주)노루오토코팅의 CDC(Color Design Center) 개관하였다. 이번 개관하는 (주)노루오토코팅의 CDC는 칼라디자인 업무를 더욱 강화하여 각 자동차메이커의 디자인센터, 일본 Nippon Paint의 CDC와 공동으로 새로운 Color Trend 창조, 자동차용 신규 칼라의 개발 등의 업무를 수행해 나갈 것이다.

### Opens Color Design Center

NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. opened its CDC (Color Design Center). The CDC, in cooperation with automotive design centers and Nippon Paint in Japan, will set and focus on a new color trend and develop new colors for automotive application.

### 체력 단련실 오픈

지난 6월14일, 직원들의 복지증진을 위하여 체력 단련실을 오픈했다. 사내 복지동 2층에 마련된 체력 단련실은 각종 최신식 운동기구들이 구비되어있어 여느 헬스클럽과 비교해도 손색이 없으며 운동으로 스트레스도 풀고 개인체력까지 단련 시킬 수 있어 직원들의 만족도가 높다. (주)노루오토코팅 직



원들의 건강과 나아가 건강한 (주)노루오토코팅 발전에 기여할 복지시설이 될 것으로 예상된다.

## NOROO Automotive Coatings Opens a Fitness Center

In last June 14, NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. opened a fitness center to promote the welfare of its employees. The fitness center, located on the 2nd floor of the company's welfare complex, is equipped with the latest fitness equipments comparable to any fitness center. The employees can not only relieve stress but also improve their physical fitness, so they are very satisfied with the new fitness center. We expect that the fitness center will further improve the health of the employees, thereby contributing to the growth of the company in the future.

## (주)아이피케이

International Paint (Korea) Co., Ltd.

### 남아공월드컵 메인 스타디움 인터내셔널 페인트로 도장

(주)아이피케이에서 지난 2010 남아공월드컵이 개최된 5곳의 주경기장과 2곳의 보조경기장을 인터내셔널 페인트의 고성능 도료인 프라이머 Interzinc 및 마감도 Interfine 시리즈로 도장하였다. 인터내셔널의 Interzinc, Interfine 시리즈는 습도와 염도가 높아





부식을 가속화시키는 환경에 노출된 철구조물의 보호 도장으로 탁월한 성능을 발휘하므로 월드컵 스타디움과 같은 중요한 기간 시설의 마감재로 각광을 받고 있다.

#### International Paint (Korea) Paints the Main Stadiums at the South Africa World Cup

International Paint (Korea) Co., Ltd. painted the 5 main stadiums and 2 auxiliary stadiums at the 2010 South Africa World Cup. The company's high performance primer, Interzinc, and a final coating, Interfine, were used to paint the stadiums, which were perfect protective solutions for the steel structures exposed to high humidity and salinity. The products drew public attention as the finishing paint and coating were used for massive facilities with national significance such as the World Cup stadiums.

#### 산업재해예방 유공 포상 수상

㈜아이피케이 칠서공장은 지난 5월, 무재해 8배수를 달성한 데 이어 제 43회 "산업안전보건의 날"을 맞아 산업 재해 예방 우수 기업으로 선정되어 생산 본부장 김용현전무가 노동부 장관으로부터 산업 재해 예방 유공 포상을 수상하였다. 금번의 포상은 그 동안 칠서 공장 임직원들이 무재해를 실현하기 위해 지속적인 혁신활동을 통해 각종 안전·보건 개선활동을 강화하였을 뿐만 아니라, 기존 설비 보수를 비롯한 신규 투자를 확대함으로써 안전한 일터를 만들기 위한 노력을 아끼지 않은 결과라 할 수 있다.

#### International Paint (Korea) Receives an Award for Industrial Disaster Prevention

After the achievement of no disasters for 8 consecutive

times, the Chilseo Factory of International Paint (Korea) Co., Ltd. has been selected as the Best Disaster Prevention Company at the 43rd Annual "Occupational Safety and Health Day". Kim, Yong-hyun, the company's managing director, received the Merit Award for Industrial Disaster Prevention from the Ministry of Labor. This achievement was not only possible through the continuous innovative health and safety improvement activities from the employees at Chilseo Factory but also through the company's never-ending effort to make the workplace safe by making new



investments in maintenance of existing equipments.

#### 대한잉크(주) DAIHAN Ink Co., Ltd.

#### 녹색경영대상 제품상 대통령표창

대한잉크(주)가 2010 대한민국 녹색경영대상 제품 부문 대통령상을 수상하였다.

대한잉크(주)가 만드는 친환경 제품은 솔프리를 비롯해 읍셋·윤전 대두유 잉크, 아동용 친환경 잉크, 수성 코팅 및 항균 코팅제, 무습수 잉크 등 시중품과 각종 주문품을 포함해 80여 종에 이른다.

또한 대한잉크(주)는 전사적 환경 경영활동을 통해 환경 보호와 품질 향상에 적극 나서고 있다.

2005년부터 3년 동안 환경 및 혁신 컨설팅을 수행하였으며 현재는 자체 혁신활동을 지속적으로 수행하고 있다. 이러한 활동의 일환으로 사내에서는 환경·품질 전시장을 운영하고 있으며 전시장에는 모든 임직원과 고객이 볼 수 있도록 환경·품질 관련 지표를 공개하고 있다.

한진수 회장은 "친환경 인쇄잉크 선도 기업으로서 더욱더 환경 친화적인 제품 개발과 체계적인 관리 시스템을 유지하기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

#### Receives a Presidential Award for Green Management Product

DAIHAN Ink Co., Ltd. received a Presidential Award in 2010 Korea Green Management Award in the product category. The company manufactures around 80 different products not only environmentally friendly Sol Free products but also offset soybean inks, paints for children, waterproof coatings, antibacterial coatings, waterless inks and others. DAIHAN Ink Co., Ltd. is actively pursuing environmental protection and enhancing product qualities, which are the part of the company's green management activities. Since 2005, the company for the past three years has performed green and innovative consulting by continuously promoting innovative activities. As part of these activities, the company is operating environment · quality exhibitions where every employee and customer can see the company's green · quality indexes. Han, Jin-soo, chairman, commented that "As a pathfinder for the production of environmentally friendly printing inks, we will put all our efforts to continue the development of green products while operating systematic management system."

# 녹색경영!

## 다양한 해법을 모색하다

지난 1월 녹색경영을 선포한 NOROO그룹은 2010년도를 녹색경영 추진 원년의 해로 정하고  
녹색경영 추진 3대 전략인 “Green Product”, “Green Process”, “Green Regulation”의  
기반을 조성하는데 활동의 역점을 두고 추진중이다.

### 친환경 기준 정립 및 관련시스템 개선으로 Green Product 실현

NOROO그룹이 녹색경영을 통하여 제시되는 친환경 도료에 대한 기준을 정립하였다. 친환경도료의 기준은 글로벌 시대에 발 맞추어 세계 어떤나라에서도 친환경 도료로 인정될 수 있는 수준으로 결정되었다. 이를 위해서 각 국의 친환경 도료 기준을 조사하여 적용하였으며, 각 국의 규제사항을 반영하여 기준을 정립하였다. 또한 친환경 도료 기준이 원재료 물질 구성에서부터 식별 및 추적되도록 관리하고, 이를 배합프로그램에 반영하여 설계자에게 정보를 제공함으로써, 설계자가 개발 및 개선을 쉽게 할 수 있도록 관련시스템이 정비될 예정이다.

이번에 마련된 친환경도료기준에 대한 관련시스템이 정비되면 현재 친환경 제품 비율이 각 사업부별로 나타나게 되며, 제품 개선 목표를 수립하여 점차적으로 친환경제품을 늘려가는데 역점을 둘 예정이다. 또한 각국의 규제 사항이 포함되어 물질규제 사항에 쉽게 대응할 수 있게 된다.

이를 근거로 NOROO그룹은 타사 보다 빠른 대응 및 준비가 가능하게 될 전망이다.

### 녹색경영 인벤토리 구축을 통한 Green Process 실현

저탄소 녹색경영의 시대를 맞이하여 원재료, 수송, 제품 제조 등 각 단계에서 사용되는 에너지를 최소화하여야 한다. 이를 위해 NOROO그룹은 ERP와 연동한 녹색경영 인벤토리 시스템을 구축할 예정이다. 금번에 구축되는 녹색경영 인벤토리 시스템에는 원재료 별 CO<sub>2</sub> 발생량이 DB화 되며, 원재료 공급업체와의 거리 계산을 통하여 수송단계의 CO<sub>2</sub> 발생량이 산출될 예정이다. 또한 제품 제조시 사용되는 에너지를 설비의 정격용량과 사용시간으로 역산되는 프로그램을 구축하여 각 제품 제조시 발생하는 CO<sub>2</sub> 발생량을 산출하게 된다. 이를 통하여 제품의 생산 전 단계에 대한 CO<sub>2</sub> 발생량이 산출되며 각 사별, 각 공장별, 각 팀별 탄소배출량의 현재 상태가 표시되도록 함으로써 향후 장·단기 절감목표 수립의 기반을 마련하게 된다.





현재 구축되는 녹색경영 인벤토리 프로그램은 에너지 사용 과다 제품, 과다 설비가 나타나도록 설계되며 설계 및 생산팀에서는 이를 근거로 동일에너지의 제품 생산량 증대 및 고효율 설비 도입을 적극 검토하게 된다.

#### 규제 정보 공유 및 녹색경영 홍보를 통한 Green Regulation

화학산업과 관련된 각종 규제 사항이 점진적으로 증가하고 있는 추세에서 규제 정보를 얼마나 빨리 획득하고 이를 반영하여 대처하는가는 회사의 존립에 영향을 줄 전망이다. 따라서 NOROO그룹은 규제 정보의 보다 빠른 입수 및 이에 대처할 수 있도록 관련시스템을 정비할 예정이다. 관련시스템이 정비되면 NOROO그룹에서 보유하고 있는 cas정보와 원재료 정보를 matching하고, 이를 배합프로그램에 연계하여 규제 정보를 설계자가 설계입력시 확인할 수 있도록 함으로써 보다 빠른 대처가 가능하도록 할 전망이다.

또한 녹색경영과 관련된 각종 정보 및 현황이 그룹 포털의 녹색경영 site로 종합되어 전 임직원에게 제공될 예정이다. Site 개발이 완료되면 모든 임직원의 현재 상태의 녹색경영 추진사항 및 정보를 쉽게 접할 수 있게 되며, 이를 근거로 녹색경영활동에 박차를 가하게 된다.

#### ISO 14001 환경경영시스템 도입

NOROO그룹의 녹색경영은 린시그마와 ISO 14001 환경경영시스템을 기본으로 한다. 이에 공장을 보유한 그룹의 모든 회사는 2010년내에 ISO 14001 인증을 획득하기로 하였다. 이를 위해 각사에서는 환경영향평가, 환경목표수립, 환경프로그램 운영 등을 통하여 제품 제조 및 서비스에서 발생하는 환경영향을 최소화되도록 노력할 것이며 이를 근거로 녹색경영 활동에 박차를 가하게 될 것이다.

#### 경기도 STOP CO<sub>2</sub> 멘토링 협약

녹색경영과 관련하여 경기도에서 추진하고 있는 STOP CO<sub>2</sub> 멘토링 사업에 (주)노루페인트가 멘토로서, (주)노루오토코팅, (주)노루케미칼이 멘티로서 참여하게 되며, 6월 29일 경기도와 3자간 협약식을 맺게 된다. 멘토링 제도는 대기업의 그간 축적된 저탄소 녹색경영기술을 협력업체의 온실가스 감축에 제공하고, 감축된 온실가스를 대기업의 감축분으로 확보할 수 있도록 하는 제도로써 “온실가스 목표관리제” 및 “탄소배출권거래제” 시행시 산업체의 안정적 연착륙을 유도하기 위해 시행되는 제도이다. 이에 (주)노루페인트가 멘토로서 그룹의 녹색경영을 주도하며, (주)노루오토코팅과 (주)노루케미칼의 멘티로서 (주)노루페인트의 지원을 받아 각사에서 발생하는 탄소배출량을 감축하게 된다.





## Green Management! Exploring Multiple Solutions

**Last January, NOROO Group declared the year 2010 as the beginning of Green Management. In an effort to move forward, NOROO Group is pursuing three strategies for Green Management: "Green Product", "Green Process" and "Green Regulation".**

### **Achieving Green Product by setting environment-friendly standards and improving the overall system**

Through Green Management, NOROO Group has an established environment-friendly standard for its paints. The environmental standards are in line with the strictest international regulations and be accepted anywhere in the world. In order to achieve that high standard, NOROO Group has evaluated and applied international environmental standards and regulations for paints. In addition, NOROO Group plans to establish an operation system which will manage and track the production of environment-friendly paint from its raw materials composition. Then, the results will be applied to a mix program, and following information will be provided to an operator. Thus, the operator can easily develop and manage the system.

The new criteria will provide the paint system maintenance rate for environment-friendly products for each business division, focusing to increase the number of environment-friendly products through gradual improvement. In addition, the system checks for any environmental regulation violations in other countries and give a proper assessment.

Based on the system, the NOROO Group is ready and will quickly respond to environment-friendly standards than its competitors.

### **Fulfilling Green Process by establishing the Green Management Inventory**

In response to the Low Carbon and Green Management movement around the world, Noroo Group must minimize the use of energy in all operating processes including raw materials, transportation and production. To do that, NOROO Group plans to establish a Green Management Inventory System which will be linked with ERP. The System not only records CO<sub>2</sub> emission of raw materials into the database, but also measures CO<sub>2</sub> emission during the transportation between the Group's subsidiaries and its raw material suppliers. In addition, the System will also calculate capacity and operation time to check energy usage, measuring CO<sub>2</sub> emission from each production process. In the end, the CO<sub>2</sub> emission from all production process is calculated. Every Noroo companies from the factories to the teams will be able to see the current CO<sub>2</sub> emission level, allowing them to set up long and short-term goals to reduce the emission.



Currently, the Green Management Inventory System is designed to display products and equipments with heavy energy usages. The design and production team will use this data to gain high efficiency and increase capacity from the same input.

#### **Fulfill Green Regulation by sharing regulatory information and promoting public relations**

The number of environmental regulations imposed upon the chemical industry is increasing. Therefore, a quick response to changes in regulations is key to the company's survival. In an effort to meet the regulations, NOROO Group will establish a system which will quickly gather regulatory information. Once the system has been established, it will match with NOROO's cases and raw material information. Then, the system will be connected to the third party program, allowing an operator to check for any violation of regulations

In addition, all information and status of Green Management will be provided to employees in the Green Management site of Group Portal. So every employee can easily access the current status of Green Management as well as regulatory information, accelerating the Group's effort for the Green Management activities.

#### **Adoption of ISO 14001 Environment Management Systems**

The Green Management of the NOROO Group is based on Lean Sigma principles and ISO 14001 Environment Management System. Every Noroo companies with a factory plan will acquire ISO 14001 certification by 2010. Each company will set up environment goals, operate environment evaluations and programs to minimize negative impacts on environment from its products and services.

#### **Agreement of STOP CO<sub>2</sub> Mentoring in Gyeonggi-do**

The companies of NOROO will be participating in the STOP CO<sub>2</sub> Mentoring program promoted by Gyeonggi Province. NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. will be a mentor and NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. and NOROO Chemicals Co., Ltd. will be the mentees. The three companies made an agreement on June 29th with Gyeonggi-do. The mentoring program gives an opportunity to the Group to pass its know-how in Low Carbon Green Management technologies to subsidiaries in order to reduce greenhouse gas emissions. Then, the emissions reduction in the subsidiaries is added to the emissions reduction of the Group. The mentoring program will help ease the transition for the subsidiaries in regards to the enforcements of "Green House Gas Management Regulation" and "Emissions Trading". NOROO Paint&Coatings Co., Ltd., as a mentor, will lead the Green Management movement of the Group by assisting NOROO Automotive Coatings Co., Ltd. and NOROO Chemicals Co., Ltd. to reduce their carbon emission.



#### 나의 업무 동반자

● **김문우 : 스펙트라(Spectra)**, 페인트를 저어보기 때문에 만들고 실험할 때 없어서는 안 될 공구입니다. 늘 들고 다니는 친구입니다.

● **이정오 : 뽀로로 벨소리와 컬러링**. 제가 세상과 소통하려면 휴대전화에 올리는 뽀로로 벨소리를 듣고 상대방에게

컬러링을 들려줘야 하지요. 뽀로로 벨소리와 컬러링은 세상과 저를 이어주는 다리입니다.

● **전혜원 : 칼라북**. 하루에도 수십 번씩 칼라북을 보고, 만지작거립니다. 색상 개발하는 일은 한순간에 이루어지지 않기 때문에 늘 곁에 두고 색감을 익히고 고민하지요.

● **지남철 : 카메라**. 들고 다니면서 눈에 띄는 것이라면 무

조건 찍습니다. 주위의 사람, 사물, 광고물 등 환경을 놓치지 않고 기록하는 것이 광고의 원천이고 감각의 기본이라고 믿기 때문이지요.

● **황민영 : 노트북**. 기획안 만들고 정보와 자료를 찾는 것이 주 업무이기 때문에 언제 어디서든 인터넷이 되고 작업할 수 있는 노트북이야말로 제 업무의 필수품입니다.



# 최고의 페인트, 최고의 캐릭터 **뽀로로**를 만나다

**뽀로로키즈  
페인트 TFT**

(주)노루페인트의 젊은 직원들이 큰일을 벌였다. 국내 최초 친환경 어린이 전용 페인트라는 ‘사건’을 일으킨 것. 어린이 전용 페인트는 대한민국 페인트 업계는 물론이고 세계에서조차 유래가 없던 일이다. 거기다 어린이들이 가장 좋아하는 캐릭터인 ‘뽀로로’를 입혀 캐릭터 페인트 마케팅이라는 새로운 영역까지 열어젖혔다. 건축기술팀 김문우 대리, 건축마케팅 이정오 대리, 황민영 주임, 전략경영기획팀 지남철 대리, 컬러디자인센터 전해원 대리. 이들이 바로 ‘뽀로로키즈페인트’를 만들어낸 주역들이다.

## 어린이 눈높이에서 발견한 뽀로로의 힘

뽀로로 페인트의 탄생은 ‘생활의 발견’에서 비롯되었다. 이정오 대리가 네 살짜리 딸을 데리고 장을 보러 갔는데, 딸이 많고 많은 장난감 가운데 유독 뽀로로 앞에서 떠날 줄을 몰랐다. 이정오 대리는 궁금했다. ‘대체 저 파란 동물이 뭐기에 저렇게 정신을 못 차릴까?’ 아내가 설명했다. “요즘 애들, 뽀로로가 최고야.” 순간 이정오 대리의 뇌리에 ‘뭔가 되겠다’는 생각이 스쳤고, 집에 돌아오자마자 뽀로로를 찾아보았다.

“재미있더군요. 이야기 전개도 빠르고 무엇보다 색감이 굉장히 뛰어나서 아이들뿐 아니라 어른도 충분히 좋아할 만했습니다. 어린이 세계의 2PM이라 불릴 만하더군요. 이거 잘하면 물건 하나 되겠다 싶은 생각이 들었습니다.”

어린이용 페인트 기획안의 뼈대를 만들고 진행한 황민영 주임은 기획의도와 주 소비층을 확실히 파악하는 작업부터 시작했다. “그동안 DIY 제품 시장의 성장 속도에 비해 노루페인트의 DIY 제품이 약하다는 사실에서 출발해 새로운 소비층을 설정하는 작업부터 시작했습니다. 다섯 살에서 일곱 살 사이의 자녀를 둔, 웰빙과 환경과 DIY에 관심 많은 30대 주부가 그 대상이었죠.”

마침 5~7세의 어린이들은 뽀로로에 가장 열광하는 연령대였다. 어린이 전용 친환경 페인트에 가장 인기 있는 캐릭터인 뽀로로를 입히자는 계획은 이렇게 시작되었다. 그러나 쉽지 않은 시작이었다. 일단 캐릭터를 따오는 문제가 무척 까다로웠고, 캐릭터 페인트를 아직까지 만들어본 적 없는 상황에서 ‘무모한 모험이 아니냐’는 내부의 우려도 많았다.

## 기획부터 소비자의 요구를 먼저 살피다

뽀로로페인트 출시에는 인암 부장의 지원이 큰 힘이 됐다.

“아무리 친환경을 강조해도 페인트에 대한 기존 이미지는 그리 좋지 않은 게 사실입니다. 하지만 어린이 전용 친환경 페인트라는 컨셉에 학부모와 아이들에 친숙한 절대적인 지지를 받고 있는 뽀로로가 더해진다면 기업의 이미지를 높이는 것과 동시에 시장에서 반응이 있으리라 확신했습니다” 예상은 맞아 떨어졌다. 뽀로로 페인트는 출시 두 달 만에 매출 2억을 달성했다. 반응은

노루 안에서 먼저 왔다. 우선 아이를 둔 엄마 사원들이 뽀로로의 색상을 무척 좋아했다. 인터넷에도 색이 예쁘다는 칭찬이 많이 올라오고 있어 색 개발자인 전해원 대리는 더없이 뿌듯하다.

“색 개발 단계에서 사내 주부 사원들에게 설문조사를 했습니다. 아이를 둔 엄마의 눈과 마음으로, 자기 아이들 방에 칠해주고픈 색을 얻기 위한 설문이었는데, 그렇게 해서 엄마와 아이들이 함께 좋아하고 원하는 색에 대한 정보를 모을 수 있었습니다.”

물론 작업 과정도 만만치 않게 어려웠다. 특히 캐릭터 제작사와 의견 조율하는 과정은 길고도 더뎠다. 디자인기획 부문을 총괄한 지남철 대리는 뽀로로 제작사를 ‘출근하듯’ 드나들었다. “디자인 협의 과정이 무척 오래 걸렸습니다. 캐릭터 디자인 사용에 대한 규정이 무척 까다로워 제작사인 아이코닉스에 직접 가서 캐릭터 사용에 대한 교육을 받았고, 세세한 항목들을 수없이 수정하고 또 수정하는 과정을 거쳤죠.”

지남철 대리는 이런 과정을 통해 페인트 용기뿐 아니라 뽀로로 캐릭터를 적용한 다양한 제품 디자인을 만들어낼 수 있었다.

## 항균율 99.0%의 친환경 페인트를 만들다

뽀로로 페인트에 대한 노루 직원들의 관심과 애정은 무척 크다. “어느 매장에서 팔자”, “어디에 판촉하면 좋겠다.” 등등 직원들이 먼저 나서 뽀로로 판매와 관련한 다양한 발상을 내놓는다. 그만큼 잘 만들어진 제품인 것이다. 제품 개발을 맡은 김문우 대리는 “친환경적이면서 바르기 쉬운 페인트”라는 말로 뽀로로에 대한 애정을 드러낸다.

“어린이용 페인트 개발에서 가장 중점을 둔 부분이 환경입니다. 지금 전 세계적으로 환경이 큰 이슈가 되고 있고 우리나라에서도 많은 사람들이 친환경, 유기농에 관심이 많죠. 항균력을 갖춘 냄새 없는 페인트, 소비자들이 직접 칠하기 쉬운 페인트가 관건이었죠.”

이는 우연한 행운이 아니라 오랜 준비에서 나온 필연적인 결과다. 노루페인트에서는 가정용 DIY 제품의 필요성을 깨닫고 오랫동안 개발 과정을 거쳐 상



1	2	3
4	5	

<sup>1</sup> 건축기술팀 김문우 대리

<sup>2</sup> 건축마케팅 황민영 주임

<sup>3</sup> 건축마케팅 이정오 대리

<sup>4</sup> 전략경영기획팀 지남철 대리

<sup>5</sup> 컬러디자인센터 전해원 대리

품을 준비하고 있던 중이었다. 무독성, 친환경, 작업 편리성 등등 여러 부분을 고민하며 다양한 실험과 개발로 막바지 단계에 와있던 작업이 뽀로로를 만나 드디어 날개를 달게 된 것이다.

이렇듯 기획, 디자인, 개발 등 각 분야에서 모인 유쾌하고 긍정적인 젊은 기운들이 어린이 전용 친환경 페인트라는 최초의 시도를 성공시킬 수 있었다. 앞으로도 시대의 요구를 발 빠르게 살피고 소비자와 눈높이를 맞추는 이런 시도들이 계속되어 새로운 노루, 앞서가는 노루가 되기를 기대해본다.

#### Team Interview-Pororo Kids Paint TFT

### Fusing the Best Paint and the Best Character, Pororo

A group of young employees in NOROO created a company milestone, developing the world's first environment-friendly paint exclusively for children. Not only that, they combined 'Pororo', the most popular character among children in Korea with paint, opening an entirely new market for the company. Let's meet the creators of Pororo Paint:

Kim, Moon-woo, assistant manager of architectural technology team, Lee, Jung-oh, assistant manager of architectural marketing, Jun, Hye-won, assistant manager of CDC, Ji, Nam-cheol, assistant manager of strategic management planning team and Hwang, Min-young, assistant manager of architectural marketing.

## The need for a product to match children's expectation saw the power of Poporo

The history of Pororo Paint started from a need to match children's expectations in order to grab their attention and market. For example, Assistant Manager Lee, Jung-oh took his 4-year-old daughter to the market. While shopping, he noticed that his daughter's attention was on Pororo, ignoring all other toys around her. He wondered, 'What is that strange blue animal?' His wife replied, "It's called Pororo. It's the most popular character for children these days." At that moment, an idea popped up and he quickly researched about Pororo as soon as he got back home.

"Pororo animation was great. The story unfolds quickly and the colors were pretty and stood out. It's no wonder that it's so popular with both kids and adults. Now I understand why Pororo is called the 2PM for children and a great product potential."

Assistant Manager Hwang, Min-young was responsible for the planning of paints exclusively for children which started out the project by setting up a target customer base and value chain.

"Compared to the growing DIY market, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. had a poor DIY product lineup. Accordingly, we set an entirely new customer base: Housewives in their 30s with children between ages 5 to 7 with interest in wellbeing, environment and DIY."

Children between ages of 5 to 7 were usually excited about Pororo. With this fact in mind, the team started out to develop environment-friendly paint exclusive for the children and combined Pororo. However, the start wasn't that smooth, and the team was faced with many obstacles such as acquiring the license for the character. In addition, there were concerns within NOROO as the company never produced character paint before and thought of it as a bit adventurous.

## Listening to customers from the planning stage

In this situation, In, Am, general manager, was a big help for the team.

He quotes, "those paint isn't popular these days even when it is advertised as an environmental-friendly product. However, I was convinced that if we fuse an environment-friendly paint exclusively for the children with the friendly image of Pororo, we will heighten the image of the company and gain popularity among customers at the same time."

He was correct. Within two months of the initial launching, Pororo Paint recorded KRW 200 million sales. The product quickly became popular among the employees. For example, employees with kids loved the color of Pororo and gave a positive response. In addition,

there were many compliments on the internet regarding the pretty color of the paint. Jun, Hye-won, assistant manager who was responsible for the development of colors, was very proud of the result.

"From a development stage, we carried out evaluations on housewife employees, asking which colors they prefer for their children's room. In the end, we were able to collect valuable information."

The process of acquiring the license wasn't easy as well, requiring a long negotiation with the producer of Pororo. Assistant Manager Ji, Nam-cheol, who was responsible for design, visited Iconix, creators of Pororo, as if he was an employee of the company on a daily basis. He quotes "the negotiation was long and tedious. I had to go to Iconix and learn the company's requirements for the use of character. The design process went through many endless modifications."

Through his effort, he was able to design various products with Pororo not only including paint containers but also piggy banks and paint gift sets.

## Environment-friendly paint with an antibacterial rate of 99.0%

NOROO employees have great interest and affection for Pororo Paint asking "where should we sell it?" or "Where should we promote?" They came up with various ideas to boost the sales of the painting product which was well made. Kim, Moon-woo, assistant manager who is responsible for the development of the paint, commented that "Pororo Paint is easy to apply and environment-friendly at the same time", exemplifying his love for the paint.

"When we developed Pororo Paint, our highest priority and focus is on environment. There is an ongoing green movement around the world, and Korea is also focusing on environment-friendly activities and organic farming."

In addition, the development of Pororo Paint was not by coincidence, but a fruit of years of efforts. In light of a need for household DIY product, NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. has been preparing a new product lineup for a long time. The development focused on non-toxic, environment-friendly and easy to use paint. During the last stage of the development, NOROO met Pororo, giving it wings for a brighter future.

The launch of Pororo Paint was successful based on a collaboration of optimistic young employees with expertise in planning, design and development. They produced the first environment-friendly paint exclusive for the children. We hope that NOROO revitalize and advance a step further by meeting the society and customers' needs through innovations.





대전시 대덕구에는 페인트의 모든 것을 경험할 수 있는 마술 같은 공간이 있다. 페인트에 관해 상상할 수 있는 모든 것이 있는 곳, 현대사. 노루와의 30년 인연을 발판 삼아 앞으로의 30년을 내다보며 더 큰 페인트 세상을 꿈꾸는 현대사. 최고라는 자부심과 웅골진 노력으로 대전을 넘어 전국으로 뻗어가고 있는 현대사의 미래를 살짝 엿보았다.

“  
신뢰와 열정으로  
30년 인연을 이어오다 ”



## 손님이 원하는 페인트의 모든 것

현대사는 페인트 사업부와 함께 인테리어 자재 사업부, 창호사업부, 건축 사업부를 갖췄다. 단순한 페인트 판매점을 뛰어 넘어 가히 '건축 종합 서비스'를 제공하는 기업이라 할 수 있다. 40년 가까이 페인트를 취급한 노하우를 바탕으로 색깔 조합뿐 아니라 색상 및 제품 관리, 기술 지원, 현장 서비스까지 가능하다. '페인트의 모든 것'을 다룬다고 해도 지나치지 않을 정도.

현대사 황태경 대표의 철학은 확고하다. 고객 위주, 고객 우선이다. 현대사가 추구하는 목표는 'Three One Stop'이라는 말에 잘 나타나 있다. '모든 제품을 한 곳에서, 모든 제품을 즉시, 모든 납품 배송을 즉시'라는 뜻으로, 그만큼 자신 있다는 뜻이다.

이와 함께 'Three Nothing'도 있다. 현대사에 없는 세 가지는 '없습니다, 안 합니다, 모릅니다'라는 말.

"손님들에게 저희는 이렇게 이야기합니다. 무슨 제품 있어요? 라고 묻지 말고 그냥 달라고 하세요, 라고요. 다른 특약점들이 특정 제품을 보유하고 있는 것에 비해 현대사는 모든 제품을 갖추고 있습니다. 손님이 와서 어떤 제품을 원한다면, 그 자리에서 즉시 꺼내 주고 혹시라도 가게에 없다면 반드시 구해드립니다. 손님이 찾는 물건은 달나라에서라도 구해다 줘야 하죠."

사정이 이러하니 "노루에는 물건이 없어도 현대사에는 있다."라는 말이 농담만은 아니다. 오랜 전통에 자만하지 않고 끊임없이 변화하며 고객에게 다가가는 노력도 게을리 하지 않는다. 홈페이지([www.hdsp.co.kr](http://www.hdsp.co.kr))에서는 제품 검색과 온라인 견적이 가능하며 판매뿐 아니라 사후 관리 역시 철저하다.



## 노루와 함께 페인트의 역사를 만들다

현대사는 오랜 역사만큼이나 독보적인 기록도 많다. 황태경 대표는 바닥재 우레탄 계열 에폭시와 'DHDC 2740 라이트 그린' 제품을 최초로 규격화시켰고 수성, 유성 전용 조색기를 갖춘 국내 유일의 업체이기도 하다. 또한 5대의 조색기를 갖춰 전국 최다 보유 기록도 갖고 있다. 황태경 대표의 아내이자 현대사의 조색을 책임지고 있는 송정자 실장은 자타 공인 '조색의 달인'이다.

"그 당시는 조색을 다 손으로 했지요. 처음에야 페인트 성분이 뭔지, 조색이 무슨 개념인지도 몰랐어요. 창고에서 술하게 페인트 섞어보고 흘려보면서 조금씩 알게 됐죠. 0.5리터, 1리터짜리 통에 색을 만들어 팔았습니다. 그동안 버린 옷이요? 말도 못하게 많지요."

송정자 실장에게 지난 30년은 '페인트에 폭 빠진' 세월이었다. "페인트의 '표' 자도 모르던 상태로 페인트쟁이한테 시집 와 한 우물만 판 30여 년 세월"이라는 송 실장의 말처럼 두 부부가 페인트에 쏟아 부은 관심과 애정은 놀라울 정도다. 어느 정도나 하면, 1979년에 잉크조합에서 나온 컬러북을 지금까지 간직하고 있을 정도. 색이 다 바래서 '흑백북'에 가까운 그 컬러북은 한국 페인트의 역사이자 현대사의 역사를 말해주는 생생한 유물이다. 손으로 일일이 페인트를 부어 색을 만들던 시대에서 컴퓨터 조색기가 나온 지금까지도 변하지 않는 단 하나, 손님이 원하는 색을 만들어 내기 위해 끝없이 노력한다는 사실이다.

## 대전을 넘어 전국으로 뻗어가는 현대사

현대사는 1979년에 (주)노루페인트 대리점으로 인연을 맺은 뒤 1983년, 1987년, 1988년 잇따라 노루페인트 표창장을 받았다. 그만큼 노루의 매출과 홍보에 기여한 바가 컸기 때문이다. 2010년에는 또





현대사는 오랜 역사만큼이나 독보적인 기록도 많다. 황태경 대표는 바닥재 우레탄 계열 에폭시와 'DHDC 2740 라이트 그린' 제품을 최초로 규격화시켰고 수성, 유성 전용 조색기를 갖춘 국내 유일의 업체이기도 하다. 또한 5대의 조색기를 갖춰 전국 최다 보유 기록도 갖고 있다.



다시 노루페인트로부터 감사장을 받았다. 현대사와 노루 사이에 흐르는, 단순히 본사와 특약점을 넘어선 끈끈한 신뢰의 끈을 짐작할 수 있는 대목.

조성수 부장은 '황고집'이라는 말로 황태경 대표를 설명한다. "엄청나게 치밀하고 꼼꼼한 분입니다. 고집이 세서 한 번 결정한 것은 절대 바꾸지 않는 결단성의 소유자이죠. 그런 면이 영업사원들에게 버겁게 느껴질 때도 있지만, 치밀함과 꼼꼼함으로 노루와의 관계 또한 탄탄한 신뢰로 이어올 수 있었던 것이겠죠."

황고집으로 현대사를 이만큼 키워왔지만, 현대사에게도 고비라고 할 만한 순간들은 있었다. 황태경 사장이 기억하는 현대사의 가장 큰 위기는 자동차 보수도료 시장에 새로 뛰어들던 순간들. 기존 업체들의 장벽은 높기만 하고 텃세 또한 그만큼 심해서 마음고생이 만만치 않았다. 그러나 황 대표의 특유의 독심과 고집으로 위기를 잘 헤쳐 나갔고, 앞으로 더 큰 변화로 새로운 전성기를 준비하고 있다. 물론 그 변화의 중심에는 노루가 있다.

"건물, 자동차, 의류 등 의식주와 관련된 모든 물건에 페인트가 쓰입니다. 페인트는 고도의 기술력과 인간의 감각이 집약된 산업이라 할 수 있죠. 페인트를 잘 안다는 자부심이 지난 세월 현대사를 키워온 원동력이었다면, 앞으로의 30년은 고도의 전문성을 바탕으로, 노루와 함께 전국 세 손가락 안에 드는 최고의 페인트 업체로 성장하기 위해 노력하겠습니다."

#### Happy Partner-Hyundaisha

### Building a lasting relationship based on Trust and Passion for over 30 years

Located in the heart of Daedeok-gu, Daejeon, where one can have a magical experience about the painting industry. This place is Hyundaisha, a paint company with an unbreakable 30 year bond with NOROO where it dreams of a bright future in the painting industry for the next 30 years and beyond. Through endless efforts and first class mindset, Hyundaisha is deciding to expand its business from Daejeon to all over Korea, a sneak peek at its bright future.

#### Customer Satisfaction in Paint

Hyundaisha synergizes its painting business with three major business operations in Interior Materials, Windows and Construction. Hyundaisha is not a mere paint company but went a step further providing comprehensive construction service to its partners. Based on 40 years of accumulated know-how, the company offers a total service including not only color mixing but also product management, technical support and on-site service. Hyundaisha's mission is simplified into one phrase "all about paints".

Hwang, Tae-gyeong, CEO of Hyundaisha, has a firm business philosophy of 'Customer First'. The goal of Hyundaisha can be summed up with pride into a single phrase 'Three One Stop', meaning every product is available at one stop, packaged instantly and shipped at once. In addition, the company has another phrase 'Three Nothing' which is to never say: not available, we don't do that and we don't to the customer.

We usually tell our customers "instead of asking what product we have, just ask for it." Unlike other specialty stores who only carry specific products, we have wide range of products available for all types of customers needs. If our customers ask for a product that we don't have, then we do everything we can to find that specific product.

There are even jokes about the company's passion for customers, such as "if you cannot





“

“엄청나게 치밀하고 꼼꼼한 분입니다. 고집이 세서 한 번 결정한 것은 절대 바꾸지 않는 결단성의 소유자이죠. 그런 면이 영업사원들에게 버겁게 느껴질 때도 있지만, 치밀함과 꼼꼼함으로 노루와의 관계 또한 탄탄한 신뢰로 이어올 수 있었던 것이겠죠.”



find a product in NOROO, then go to Hyundai. In addition, Hyundai is not satisfied with its past success and traditions but it's striving to move forward by taking steps to better serve customers. For example, the company has not only set up its homepage ([www.hdsp.co.kr](http://www.hdsp.co.kr)) with options to search for products and get online quotation which provides great aftercare service.

### Making the History of Paint with NOROO

Hyundai has many great milestones with a long history in the painting industry. Hwang, Tae-gyeong, CEO, was the first in the industry to standardize flooring urethane epoxy and 'DHDC 2740 Light Green'. Hyundai is also the only company in Korea to own a water-based & oil-based mixing machine. Furthermore, the company owns 5 color mixing machines, which is the largest in Korea.

Song, Jeong-ja, director and also the wife of Hwang, Tae-gyeong, is well known in the industry as the 'master of color mixing'.

"Back then, we did color mixing with our bare hands. At first, I didn't even understand what the paints were made out of or the reasons behind the color mixing. I learned slowly after mixing paints in the warehouse. I used to mix and sold colors 0.5L or 1L containers. I ruined so many clothes that I lost count on them."

For the last 30 years, she had a 'passion and strong affinity for paint'. At first, she was ignorant about paint that she didn't even know the letter 'p' for paint when she first married Hwang, Tae-gyeong and spent the last 30 years focusing on painting. As a result, the couple's long love for painting is amazingly seen today. For example, they still keep the book that was made out of color mixing in 1979. The colors have faded, almost black and white now, but the book represents the history of the mature development of the painting industry in Korea. Although color mixing production changed from handmade to computer processed, the company values is still producing colors that customers want, just like when the couple first started out the company.

### Hyundai Expansion to the rest of Korea

After starting a relationship with NOROO Paint & Coatings Co., Ltd. in 1979 as a sales branch, Hyundai has received award certificates from NOROO in 1983, 1987 and 1988 for its excellence in sales and promotion for NOROO. In 2010, the company has received a letter of appreciation. Hyundai and NOROO are still carrying a close relationship with each other, going beyond a partnership.

Jo, Sung-su, manager of Daejeon branch, describes Hwang, Tae-gyeong as a 'strong minded' person.

"He is very precise and meticulous. Once he sets a plan, he never changes it. Sales employees are sometimes troubled by his decisive personality, but it's the personality that has lasted the unbreakable bond between the two companies."

Based on his decisiveness, Hwang, Tae-gyeong has raised the company successfully, but there were many challenges along the way. The biggest challenge was when the company started a car repair paint business. The entry barrier was very high and there was intense competition in the business creating some heartache. But based on his decisiveness, he overcame all the challenges, now preparing for another leap for the future with its bond with Noroo.

"Paints are used in every where including but not limited to buildings, cars and clothes. The paint industry requires high technology and sensitivity. For next 30 years, we will work together with NOROO, putting in all our efforts to become a top 3 player in Korea."



## 서로에게 힘이 되는 최고의 기업

NOROO그룹 &  
북경 보리미아 무역유한회사

노루와 북경 보리미아 무역유한회사의 인연이 시작된 것은 지난 2003년 9월, 비교적 짧은 시간 함께 해왔지만 노루와 북경 보리미아 무역유한회사는 서로를 믿고 신뢰하는 든든한 동반자가 되어가고 있다. 북경 보리미아 무역유한회사에게 노루는 '최고의 품질과 정확한 납기로 언제나 믿고 의지할 수 있는 거래처'다. 또한 북경 보리미아 무역유한회사는 노루를 '성장가능성과 잠재력이 무궁무진한 미래가능성이 충분한 기업'으로 평가한다.





### 최고의 품질로 중국을 장악하다

지난 2002년 설립한 북경 보리미아 무역유한회사는 2003년 처음으로 노루의 하이큐를 만났다. “안양공장을 처음 방문했을 때의 감동을 잊을 수가 없습니다. 큰 시설과 규모에서 한번 놀라고 노루인들의 궁지에 다시 한 번 놀랐습니다. 책임감 강하고 열정이 있는 노루인들이 만드는 제품이라면 믿을 수 있겠구나 하는 생각이 들었습니다. 많은 페인트전문 회사들을 방문했었지만 노루 또한 어느 세계적인 회사에 뒤지지 않는 규모와 설비를 갖추고 있었습니다.” 부지강 총경리는 또한 노루는 어떤 문제가 발생했을 때라도 발 빠른 대처로 더욱 신뢰가 간다고 이야기한다.

북경 보리미아 무역유한회사는 북경에 있는 70여 개의 4S업체 · 서비스센터와 협력관계를 구축하고 고객들에게 페인트, 조색(調色)제품 및 기술지원 서비스를 제공하고 있는 노루의 중국 파트너다. 자동차 도료는 물론 자동차 수리에 사용되는 거의 모든 제품, 공구를 취급한다. 100여명의 직원들 중 단독으로 조색작업이 가능한 70여 명의 조색사가 북경 보리미아 무역유한회사의 가장 큰 강점이다. 한국과 달리 전문 조색사가 더욱 귀한 중국내에서는 70여 명의 조색사를 보유하고 있다는 것만으로도 큰 경쟁력이 된다고 한다. “그러나 뛰어난 조색사만으로는 고객을 만족시킬 수 없습니다. 자동차의 꽃이라 할 수 있는 도색을 맡고 있는 노루의 하이큐가 있기에 고객들이 저희를 믿고 자동차를 맡기고 웃으며 돌아갈 수 있는 것입니다. 세계 내로라하는 페인트 중에서 어떤 면도 뒤지지 않으며 가격 경쟁면에서까지 앞서는 노루의 하이큐는 당연 으뜸입니다.”

전쟁과 같은 중국시장에 노루의 하이큐가 우뚝 설 수 있었던 이유 중에 하나가 바로 북경 보리미아 무역유한회사와의 노루와의 서로에 대한 깊은 신뢰가 한몫했다.

### 때로는 친구처럼, 때로는 가족처럼

노루와 인연을 맺고 한 번도 후회한 적이 없다고 한다. “예전에도 노루였고 지금도 노루입니다. 앞으로도 노루일 것이라 믿습니다. 의리 있고 따뜻하고 어려움이 있으면 서로 도와주는 친구와 같은 존재가 노루와 북경 보리미아 무역유한회사입니다. 노루의 하이큐를 만나고 매출도 많이 성장하였습니다. 중국시장 내에서 다섯 손가락 안에 꼽힐 정도로 회사가 성장하였습니다. 조금 아쉬운 점이 있다면 노루에서 더욱 적극적인 투자와 활발한 제품개발로 보다 다양한 상품과 컬러를 개발했으면 합니다.” 부지강 총경리는 또한 현재는 중국내 현대자동차의 도색만을 하고 있는 하이큐를 더욱 다양한 영업 전략을 통해 한국의 기아차 뿐 아니라 세계의 자동차들을 하이큐로 도색할 수 있는 날이 오길 바란다고 한다.

이처럼 노루에게 쓴 소리를 하는 것도 진정한 친구는 서로에게 서로의 발전을 위해 조언도 하는 것이며 이 모든 것이 뿌리 깊은 신뢰로 뭉친 양사의 발전을 위한 길이라고 한다.

국내 최고를 넘어 세계 최고를 향해 발전하는 노루, 중국 북방지역 최대 규모의 북경 보리미아 무역유한회사! 양사의 아름다운 인연은 앞으로도 이어질 것이다.

## **NOROO Group & Beijing Borimiya Trading Co.**

# **Mutual Relationship between the Best Companies**

NOROO Group and Beijing Borimiya Trading Co. started a partnership in September 2003. In a short period of time, the two companies have become true partners. To Beijing Borimiya Trading Co., NOROO is a trustworthy supplier with 'the best quality and on-time delivery'. NOROO compliments Beijing Borimiya Trading Co. as a company with a promise for strong growth and a company with an unlimited future potential.



## **Dominating the Chinese Market with the Best Quality**

Established in 2002, Beijing Borimiya Trading Co. visited NOROO in 2003.

"I was really impressed when I first visited NOROO's Anyang Factory. I was surprised with the large facilities and surprised once more with the strong spirits of NOROO employees. In light of the employees' responsibility and vigor, I have high assurance in NOROO's products. I've visited many paint specialists in the past, and NOROO is second to none with its large scale factories and equipments," said Fu ZhiGang, president of Beijing Borimiya Trading Co.. He also places immense confidence in NOROO because the company responds to every problem in a timely manner.

Beijing Borimiya Trading Co., a strategic partner of NOROO in China, has established partnership with around 70 4S companies and service centers in Beijing, delivering various paints, mix products as well as providing technical support for its customers. The company carries almost every product for automobiles including repair tools and paints. The greatest strengths of the company are the 70 employees with expertise in color mix. Unlike Korea, there are limited numbers of color mix experts in China, so the company has a competitive edge over others.

"To satisfy various requirements of our customers, we need more than our color mix experts. It is very important to use high quality paint. NOROO's HiQ, a specialized automotive paint, is our choice. The paint is one of the best paints in the world with price competitiveness above all others. Because of HiQ, our customers trust us, going back happily to their home with a big smile on the face." Through deep trust with Beijing Borimiya Trading Co., NOROO's HiQ could penetrate and became leading company in the highly competitive Chinese market.

## **Like a Friend, Like a Family**

President Fu ShiGang never regretted entering a business partnership with NOROO.

"NOROO has been and remains a great business partner and we will maintain our relationship in the future. NOROO is trustworthy and friendly, like a friend and family of Beijing Borimiya Trading Co.. Our sales began to pick up after we started business with NOROO's HiQ. Now, our company ranks within the top 5 companies in China. I hope that NOROO, through continuous investments and R&D, develop new products and colors in the future." Currently, NOROO's HiQ is only used to paint Hyundai cars in China. In the future, president Fu ShiGang hopes that the paint can be used for the cars produced by KIA in Korea and other global automotive producers. His advices are in the interest of the development of the two companies. NOROO is striving to be not only the best company in Korea but also in the world, and Beijing Borimiya Trading Co. is growing as the largest company in northern China. The two companies will continue their beautiful relationship in the future.





# 하이큐를 통한 고객만족

## Customer Satisfaction through HiQ



경현영화(京現榮華) 자동차판매 유한회사는 현대자동차 전문 판매팀과 AS팀을 보유하고 있으며 판매, 유지 보수, 부품공급, 기술지원과 교육서비스를 제공하는 현대자동차그룹에서 직접 중국에 투자한 최초의 4S 플래그십 매장이다. 가장 주요한 서비스로는 ㈜노루페인트의 하이큐 제품으로 자동차를 도색하여 고객만족을 이끌어 내고 있는 것이다. “저희의 최고 목표는 고객만족입니다. 하이큐는 우리의 이런 목표를 달성하기 위해 최상의 페인트라고 생각합니다. 또한 저희는 최상의 품질, 합리적인 가격, 완벽한 서비스와 관리시스템으로 현대자동차의 고객들을 위해 최고의 서비스를 제공하고 있습니다.” 또한 경현영화 자동차판매 유한회사는 첨단 자동차 전시장과 수리공장을 체계적으로 운영하고 있다며 조페이 총경리는 이야기 한다.

앞으로도 (주)노루페인트에서 더욱 다양한 컬러와 높은 품질의 페인트를 개발하여 모든 고객을 만족시킬 수 있기를 바란다고 한다.

Beijing jing Xian Rong Hua CO., invested directly by Hyundai Motor Company in Korea, is the first 4S flagship sales store in China. The company not only has dedicated sales and after-sales service teams for the automobiles produced by Hyundai, but also providing maintenance and auto components as well as technological support and education service. In addition, the company uses HiQ, paint produced by NOROO Paint&Coatings Co., Ltd., to paint automobiles, maximizing the customer satisfaction.

“What we care most is the customer satisfaction. HiQ is the best paint out there that satisfies the high standard of our customers. In addition, we provide the best service to our customers by offering the best quality, competitive pricing, and excellent service & management system,” said Zhao Pei, president of the service center. He also mentioned that the company has its own high-end car show room and a repair factory. He hopes that NOROO Paint&Coatings Co., Ltd. develop better paints in the future, with more diverse colors and higher quality, to satisfy every need of the customers.





김용목 노조위원장

## 상생, 화합이라는 이름의 새 노사 문화를 세우다



김용목 (주)노루페인트 노동조합 위원장이 2010년 노동절을 맞아 대통령 표창을 받았다. 노사 화합에 기여한 공이다. 김용목 위원장은 이미 노루페인트의 유명 인사다. 노루만의 상생하는 노사 관계로 언론에도 여러 번 소개된 바 있고, 강연 요청이 끊이지 않는 인기 강사이기도 하다. 현장 업무, 강연, 노조 활동으로 하루 24시간을 금처럼 아껴 쓰는 그의 간절한 소망은 노루 가족의 행복과 번영. 그가 꿈꾸는 노루의 노사 문화는 상생과 화합이다.



### 조합원들의 삶과 복지를 살피는 위원장

“노동조합 운동의 핵심은 조합원들을 편하게 해주는 것이라 생각합니다. 조합원들의 삶을 살피고 복지의 문제를 해결하는 것이죠. 일하는 사람에게 가장 큰 복지 문제는 결국 고용 안정이겠지요. 회사와 노동자는 자전거의 앞바퀴와 뒷바퀴처럼 함께 굴러가는 것입니다. 어느 한쪽이 구르지 않으면 안 되는 것이죠. 저는 회사가 건강하게 살아나가면서 조합원들의 삶이 더 나아질 수 있다고 믿습니다. 그래서 상생과 화합의 노사문화가 필요하다고 생각합니다.”

김용목 위원장에게 노동조합 운동이란 노루페인트 직원들의 삶과 복지를 챙겨주는 것이고 노동자와 회사가 함께 행복한 길을 추구하는 것이다. 노루페인트 노사의 상생과 화합은 ‘직원이 곧 노동조합’이라는 가치에서 출발하고 있다. 그래서인지 노루페인트 노동조합 사무실은 분위기부터 다르다. ‘노동조합’ 하면 흔히 떠오르는 딱딱하고 경직된 분위기가 아니라 아무 때나 들러서 쉴 수 있는 쉼터 같은 느낌을 준다. 실제로 노루 직원들은 노동조합 사무실을 쉼터나 휴게실처럼 이용한다. 점심 먹고 둘러 앉은 한숨 자기도 하고, 차 마시면서 담소를 나누기도 한다. 동네 사랑방, 직원들의 쉼터 같은 노조 사무실은 상생과 화합이라는 노조의 가치와도 어울린다.

### 노루 영업사원이라는 마음가짐으로

“1990년대 후반부터 여기저기 강연을 많이 다니는데, 다양한 사례 발표를 하고 노루페인트 노사의 화합 비결을 알려주었죠. 강연하러 가서 강연만 하지는 않습니다. 회사 홍보를 빼놓을 수 없죠. 노루페인트 노동조합 위원장은 곧 노루페인트 직원들의 얼굴 아니겠습니까? 스스로 노루페인트의 영업사원이라고 생각하면서 열심히 알려나갔죠.”

김 위원장이 다녀간 사업장에서는 그를 좀체 잊지 못한다. 열정적인 강연도 강연이려니와, 적극적이고 당당하게 회사 홍보를 하는 덕이다. 그 전까지 노루를 잘 몰랐던 곳이라 해도, 김 위원장이 노루페인트를 각인시킨 덕분에 노루페인트의 새로운 고객이 되고는 한다. 스스로 ‘노루페인트의 영업맨’이라 믿고 행동하는 태도, 과연 노루페인트의 노조위원장답다. 노조위원장을 맡은 9년 동안 그가 다닌 강연 횟수만 800여 차례. 전국 방방곡곡 그를 필요로 하는 곳이라면 어디든 달려가 사람들에게 노루페인트 노사의 화합과 상생을 알렸고, 노루페인트를 홍보했다.

“2010년 초 쌍용자동차 4천 명 직원 앞에서 강연을 했습니다. 물론 떨리기가 조금 떨렸지요. 그렇게 큰 규모는 처음이었으니까요. 그렇지만 이내 평정을 되찾았습니다. 강연하러 온 게 아니라 노루 영업하러 왔다고 생각하니 마음이 편해지더군요. 성의껏 강의하고 돌아온 뒤 강연 좋았다는 메일을 받았는데, 무척이나 보람 있고 기쁩습니다.”



### 조합원에 의한, 조합원을 위한 노조위원장

회사에 대한 애정도 크지만, 그가 조합원들에게 품고 있는 애정은 그 깊이를 측정할 수 없을 정도다. 그는 2002년부터 9년째 노조위원장을 맡고 있다. 노조위원장 선거에 세 번 나와서 세 번 모두 당선된 데서 조합원들의 신뢰 또한 무척 크다는 것을 짐작할 수 있다. 그는 아침 일찍 공장에 나와 제일 먼저 불을 켜고 제일 늦게 불을 끈다. 조합원들에게 한 약속이기 때문이다. 쉬는 날에도 특근하는 조합원들과 함께 한다.

“출근하자마자 현장으로 달려갑니다. 조합원들과 만나 현장의 문제들을 듣고 불편한 것은 없는지 살핍니다. 제가 알고 있는 회사의 정보들을 전하기도 하고요. 조합원들과의 이런 일상적 소통이야말로 기본 중의 기본이 아닐까요.”

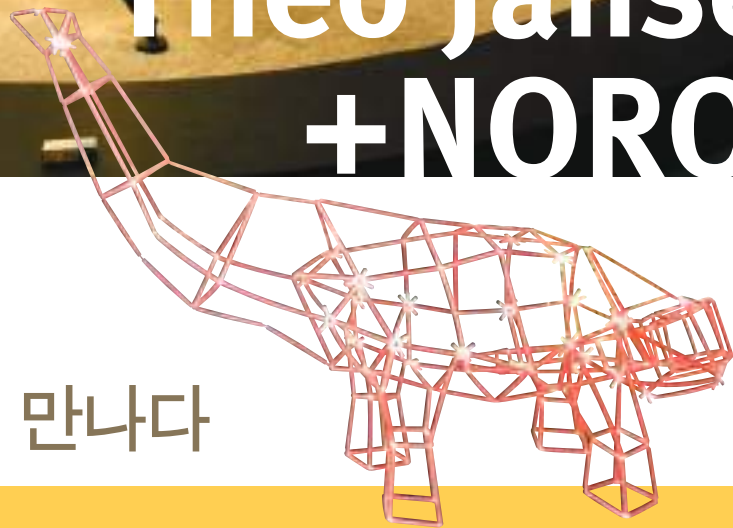
군림하는 노조위원장 아닌 함께 하는 노조위원장으로, 김용목 위원장은 조합원들의 웬만한 가정사와 개인 사들을 꿰뚫고 있다. 아버지처럼, 때로는 형처럼, 오빠처럼 조합원들을 챙기는 그의 궁극적인 바람은 ‘노루 가족의 행복’이다. 회사와 노동자가 함께 오래 오래 행복할 수 있는 터전으로서 노루를 가꾸기 위해 최선을 다하고 싶다.

“노루페인트 노동조합이 양보의 리더십을 발휘할 수 있도록 집행부를 믿고 따라주는 조합원들에게 정말 감사드립니다. 조합원들의 삶과 복지를 두루 살피며, 노루 가족 전체의 행복을 위해 뛰는 노동조합이 될 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.”



# Theo Jansen + NOROO

〈테오 안센-살아 있는 거대 생명체〉 전  
테오 안센과 노루,  
환경과 지구를 위해 만나다



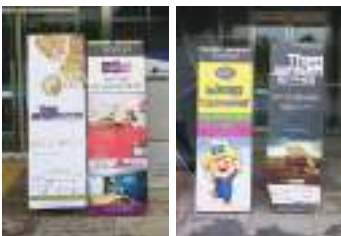
키네틱 아트(Kinetic Art)의 세계적인 대가 테오 안센(Theo Jansen) 전이 열리고 있는 국립과천과학관. 국내 최초이자 세계 최대 규모로 마련된 이번 전시회에 연일 관람객들의 행렬이 이어지고 있다. 그만큼 우리나라에서 쉽게 만날 수 없는 전시이기 때문이다. ㈜노루페인트는 이번 전시의 협찬을 맡아 환경과 지구 살리기라는 메시지에 동참했다. 뽀로로 키즈 페인트의 이벤트를 통해 많은 어린이들에게 전시회 관람의 기회를 주었고, 전시장을 찾은 어린이들은 예술과 환경이 만나 빛어낸 놀라운 세계를 경험하며 즐거워했다.





#### 키네틱 아트란?

작품이 움직이거나 움직이는 부분을 넣은 예술작품이다. 관객이 작품을 움직여 외관을 변화하거나 동력에 의하여 작품 자체가 움직인다.



#### 물건이 생명을 입는 놀라움을 보다

이번 테오 안센 전은 세계 최대 규모라는 말이 무색하지 않을 만큼 초기작부터 미공개작까지, 테오 안센의 예술 세계를 아우르는 많은 수의 작품들이 전시되어 관람객들을 끌어당기고 있다. 우리에게 아직 생소한 키네틱 아트란 현대 미술의 한 장르로서, 작품 그 자체가 움직이거나, 움직이는 부분을 넣은 예술작품을 말한다.

우리 생활 속에서도 키네틱 아트는 심심찮게 찾아볼 수 있다. 창 아래 매달아놓은 풍경, 아기를 방에 장식한 모빌 인형 등이 모두 생활 속 키네틱 아트에 속한다고 할 수 있다. 여러 키네틱 아티스트 가운데서도 테오 안센이 주목받는 이유는 단순히 움직이는 예술작품을 만들기 때문이 아니라 그 속에 자신만의 독특한 철학과 사상을 녹여 유래 없는 독특한 작품을 만들어내고 있기 때문이다.

예술이라는 장르를 입고 과학의 원리와 환경의 철학이 만나 빚어낸 그의 생명체들은 단순히 움직일 뿐만 아니라 생명체처럼 스스로 진화하며 환경에 적응한다. 그 움직임과 진화를 가능하게 해주는 동력은 석유나 전기 등 인위적으로 만들어낸 에너지가 아니라 순전히 자연에서 온다. 그 동력은 바로 바람. 육지 생물이 허파를 갖고 있고 물고기가 부레를 갖고 있듯 테오 안센의 생명체들은 모두 몸에 빈 페트병을 품고 있다. 인간에게는 처치 곤란한 쓰레기일 뿐인 빈 페트병이 해변 생명체들에게는 생명이나 다름없다. 공기 중 머니이자 바람을 저장하는 창고 역할을 하는 것이다.

#### 환경에 대한 남다른 생각

해변 동물들은 바람이 불지 않는 날에도 페트병에 저장해 둔 바람으로 움직일 수 있으며, 바람의 양과 강도에 따라 스스로 움직임을 조절한다. 1990년대 초반, 네덜란드의 한 바닷가에서 거대한 플라스틱 배대로 구성된 기묘한 생명체가 덜거덕거리며 거니는 모습을 처음 본 사람들의 놀라움은 지금까지도 이어지고 있다. 1993년에 태어난 최초의 바다 생명체인 아니마리스 쿠렌스 불가리스(Animaris currens vulgaris)를 비롯해 지금까지 테오 안센이 창조한 모든 작품들은 동일한 생체 구조를 지니고 있다. 어떤 전기 부품이나 화학적인 물질 없이 오직 플라스틱 튜브와 나일론 끈, 고무링 그리고 빈 페트병으로만 구성되어 있는 것. 인간 생활에 더없이 편리한 물건이지만, 대대손손 써지 않아 환경의 중대한 골칫덩어리가 되어버린 플라스틱을 통해, 테오 안센은 인간의 삶이 갖는 아이러니를 말하고 있다.

테오 안센의 작품들은 모두 아니마리스(Animaris)라는 이름을 갖고 있는데, 이는 라틴어 Ani(동물)와 Maris(바다)의 합성어이다. 아니마리스는 즉 바다 동물이라는 뜻이며, 생명체가 탄생한 기원인 바다로 다시 돌아가 맞닥뜨리는 자연과 생명이라는 그의 작품 철학이 반영된 핵심이다.

그의 철학과 신념에 지구촌 많은 사람들이 공감하는 바, 유엔환경계획(UNEP)은 2009년 7월 그에게 '생태 예술가 상(Eco Art Award)'을 수여했다. 비환경적인 물질인 플라스틱을 이용하지만, 자연 동력을 끌어다 쓰는 친환경적인 작업 과정을 통해 환경 문제에 대한 새로운 대안을 제시했다는 것이 생태 예술가 상을 준 이유다.

이 같은 테오 안센의 생각과 NOROO그룹의 환경에 대한 그것이 일맥상통한다. 이에 노루페인트가 페인트 협찬을 하게 된 배경이다.

여름방학을 맞아 아이들과 함께 전시장을 찾아보는 것은 어떨까.

키네틱 아트는 생소한 예술장르를 경험하는 한편 전 세계가 직면하고 있는 환경 문제를 함께 고민해보는, 일석이조의 시간이 될 것이다. 전시는 10월 17일까지 열린다.



## 치열한 다름의 과정을 넘어 같은의 먼 길로 향하는 동반자

유상민 대리(㈜노루페인트 구매팀) 가족

(주)노루페인트 구매팀 유상민 대리(34)와 아내 신윤정(30)씨의 집에는 웃음이 끊이질 않는다. 딸 나영이(18개월)가 온 집을 뛰어다니며 밝고 건강한 기운을 쏟아내기 때문이다. 두 사람은 2007년에 결혼해 결혼 3년째 접어들었다. 유상민 대리 대학 후배의 소개로 만나 3년 동안 연애했던 뒤 결혼했으니 어느덧 6년차 커플인 셈. 그 6년 동안 두 사람은 함께 30대에 들어섰고, 보물 같은 딸 나영이를 얻었고, 아직은 서툴지만 제법 생활의 연륜이 묻어나는 부부가 되었다.







### 실컷 싸운 뒤 깨달은 사랑의 지혜

연애 3년 동안 두 사람은 참 많이도 싸웠다. 연애할 때 어땠느냐는 질문에 곧바로 “무지하게 싸웠다”라고 대답할 정도. 타고난 성격도, 자라온 환경도 너무 다른 두 사람이 만난 터라 연애 하는 내내 크고 작은 문제로 투닥거렸다.

그런데 정작 결혼하고 나서는 싸우지 않는단다. 다른 부부들이 연애할 때는 입속 허처럼 굴면서 알콩달콩 사이좋다가 결혼하고부터 그럴 줄 몰랐네, 속았네, 으르렁거리느라 바쁜 것과는 대조적이다.

“연애 기간 3년 동안 열심히 싸우면서 깨달은 바가 큼니다. 어떤 부분에서 서로의 생각이 다르고 어떤 부분이 싸움을 부르는지 알게 되면서 서로 조심하고 배려하게 되더군요. 또 나영이 낳고 기르면서 서로 부딪히는 일보다 웃고 기뻐할 일이 더 많아지면서 더더욱 싸움 일이 줄어들기도 했어요.”

유상민 대리의 말에 윤정 씨도 적극 동의한다. 서로를 알아가는 3년이란 시간 동안 치열하게 부딪치고 다투는 과정이 있었기에 결혼생활의 시행착오를 그만큼 줄일 수 있었고, 웬만큼 서로를 잘 알게 되면서 참고 이해하는 마음이 더 커지게 된 것. 두 사람은 성격이 무척 다르다. 유상민 대리는 말수 적고 싫증을 잘 드러내지 않는 성격인데 비해, 윤정 씨는 속에 있는 것을 그때그때 풀어내야 직성이 풀린다.

### 속 깊은 남편, 바지런하고 활동적인 아내

아내는 바지런하고 활동적이고 애교 많은 성격인데 남편은 겉으로 보기에 무뚝뚝하고 애정 표현도 잘 하지 않는다. 하지만 속정이 깊어 은근슬쩍 보이지 않게 잘 챙기곤 한다. 남편의 속정과 아내의 발랄한 애교가 만났으니 가히 천생연분이다.

“상민 씨가 겉으로는 무뚝뚝하고 표현을 잘 안 하는 성격인데 실제로는 참 다정한 성품입니다. 연애하면서 선물을 참 많이 받았어요. 물질적인 선물뿐 아니라 마음으로 챙기는 선물을 특히 많이 했는데, 경치 좋은 곳, 맛있는 곳을 알아두어 자주 데려가려고 노력했고, 기념일 같은 것을 잊지 않고 꼬박꼬박 챙겼죠. 말없이 챙겨주는 자상함이 좋아요.”

아내의 남편 자랑에 질세라 ‘헌신적인 사람’이라는 말로 남편도 아내를 자랑한다. 연애하는 3년 내내 아침잠 많은 상민 씨를 위해 윤정 씨가 의정부에서 안양까지 달려갔고, 상민 씨가 자격증 준비하느라 근 2년을 도서관에 출퇴근하다시피 했을 때도 군소리 없이 ‘도서관 데이트’를 감내해주었던 것.

“남편은 저녁형 인간이고 저는 아침형 인간이에요. 상대방의 다른 생활 리듬을 억지로 고치려 하지 않고 서로의 차이를 고려하면서 모자란 부분을 채워주면서 사는 것이 결혼 생활 아닐까요?”

### 욕심 부리지 않고 지금처럼 행복하기

윤정 씨와 상민 씨는 결혼하면서 굳게 약속한 것이 하나 있다. 아무리 나이 들어도 손 꼭 잡고 다니자는 약속이 바로 그것.

“밖에 나가 보면 나이 먹은 부부들은 손을 안 잡고 다니잖아요. 싸운 사람들처럼 말쑥이 떨어져서 어색하게 다니는데 우리는 아무리 늙어도 손 꼭 잡고 팔짱 끼고 다니자, 나이 아무리 많이 먹어도 사이 좋은 부부로 다니자, 그런 얘기 한 적이 있어요. 끝까지 좋은 사이를 유지하기 위해서는 서로를 배려하는 마음이 중요하겠지요. 편해졌다고 말이나 행동을 막 하지 않고 예의를 지키면서 사랑하는 부부가 되고 싶습니다.”

10년, 20년이 지나도 연인처럼 친구처럼 어디서든 손잡고 다니고픈 바람은 윤정 씨만의 것은 아니다. 상민 씨 또한 지금처럼 늘 행복하기를 바란다.

“큰 욕심이나 바람은 없습니다. 가정생활도 직장생활도 지금처럼 평화롭고 행복했으면 좋겠네요. 일이 아무리 힘들고 스트레스가 많이 쌓여도 집에 돌아와 딸 웃음 한 번 보면 저절로 풀리는 것처럼 소박한 행복이 계속되었으면 좋겠습니다. 가장 평범한 가정이야말로 어쩌면 가장 지키기 힘든 것이 아닐까 싶어요. 아기가 조금씩 커가면서 하나씩 놀라움을 발견하듯이 우리 가정에서도 작지만 소중한 발견들이 계속 되기를 바랍니다.” 윤정 씨와 상민씨의 사랑으로 만드는 가정은 ‘행복바이러스’에 감염중이다.

노루 마라톤 클럽

## 세상에서 가장 정직하고 솔직한 땀방울의 매력, 마라톤

매주 목요일 저녁 안양천에 가면 파란 셔츠를 입은 사람들과 만날 수 있다. 멀리서도 그들은 눈에 확 띈다. 그도 그럴 것이, 달리는 사람들이기 때문이다. 안양천의 바람을 온몸으로 맞으며, 온몸의 근육을 활짝 열어 자연과 교감하며 달리는 사람들. 바로 노루 마라톤 클럽 회원들이다. 2009년 6월에 만들어졌으니 딱 1년 됐다. 첫 돌 맞은 아기치고는 그 성장세와 활동이 놀랍다.





## 달리면서 만난 사람들

노루에 있는 여러 동호회 가운데서도 회원 수 많고 활동력 좋기로 유명한 노루 마라톤 클럽은 2009년 5월 노동절에 열린 국민마라톤 대회에서 그 유래를 찾을 수 있다. 마라톤을 좋아하는 사람들이 따로 따로 참석한 뒤 뒤편이 자리에서 서로의 '존재'를 알게 됐던 것. 자연스럽게 '한 번 모여보자'는 생각에 의기투합했고, 마음이 모이니 전력질주 하듯 일이 착착 진행되었다. 하나 둘 늘어난 회원은 어느덧 36명에 이르고 매주 체계적인 훈련을 하며 단체로 대회 참석도 했다. 이 모든 '사건'의 중심에는 베테랑 마라토너인 고 객안내실 이윤범 대리가 있다.

송지현 회원의 표현대로 "50대의 나이에 30대의 몸을 갖고 있는" 이윤범 대리는 2003년에 처음 마라톤을 시작해 수십 회의 하프마라톤, 풀코스 마라톤, 울트라 마라톤 등 다양한 경력을 가진 '선수'다. 날 때부터 마라톤을 했을 것만 같은 그에게도 마라톤과는 전혀 거리가 멀고, 조금만 걸어도 숨이 차 헉헉대던 '저질 체력'의 과거가 있었다.



“2003년에 군 입대를 앞둔 아들이 체력 기른다고 운동을 시작하기에 무심코 따라 나섰습니다. 집 근처를 걷는데, 아들이 그러는 거예요. ‘아버지 왜 그리 숨차하세요?’ 아주 조금 걸었을 뿐인데도 숨이 차 괴롭더군요. 안 되겠다 싶어 달리기 시작했습니다.”

## 땀 흘린 만큼 돌아오는 희열

이윤범 대리는 마라톤을 통해 그야말로 다시 태어났다. 마음도 생활도 늘 가볍고 즐겁다. 동호회의 총무인 인사총무팀의 민경남 차장 또한 ‘마라톤 다이어트’의 산 증인이다.



“살이 너무 찌서 작년 3월에 처음 마라톤을 시작했는데, 1년 동안 10kg이 빠졌습니다. 가끔 사람들이 몰라볼 때도 있어요. 지금은 다이어트가 목적이 아닌, 마라톤 그 자체의 재미에 빠져버렸습니다. 마라톤이 야말로 몸과 마음이 함께 건강해지는 최고의 운동이죠.”

민경남 차장은 재미를 뛰어 넘어 차근차근 본격 마라톤에 다가서고 있다. 최근 백두대간 694km 종주를 마쳤고 동호회 회원 가운데 아마추어 마라토너들의 꿈이라는 ‘서브 스리(3시간 안에 폴코스 완주)’에 가장 가까이 다가선 실력자라고, 이윤범 회장이 살짝 귀땀할 정도.

‘마라톤이야말로 여자들에게 정말 좋은 운동’이라고 믿고 있는 자금팀의 송지현 대리는 작년 철원 DMZ 마라톤 대회에서 처음으로 하프코스를 완주했다. 그리고 결승점에 도착해 펄펄 눈물을 쏟았다. 말로는 다할 수 없는 희열, 바로 그 때문이었다.

“포기하고 싶은 순간, 힘든 순간을 견디고 드디어 결승점에 딱 도달했을 때, 따뜻하게 맞아주고 기다려준 노루 식구들을 보는 순간 눈물이 터져 나오더군요. 마라톤은 정말 정직한 운동입니다. 훈련한 만큼 기록이 나오고, 땀 흘린 만큼 잘 뛸 수 있으니까요.”

## 몸과 마음이 함께 행복하다

그 정직함과 솔직함, 몸이 극한의 고통을 경험한 뒤 지극한 성취감을 맛보는 순간의 희열. 그것이 바로 마라톤이 주는 ‘중독’일 것이다. 그 건강한 중독 때문에 컬러디자인팀의 김승현 대리는 매주 목요일이면 안양에서 서울까지 달려서 퇴근한다. 집이 마침 서울 목동이라 훈련 마치고 내친 김에 한강 따라서 달리는 것. 건강, 교통비 절약, 친환경까지 그야말로 일석삼조다.

“흔히들 마라톤을 인생에 비유하는데, 뛰어나니 그 뜻을 알겠더군요. 달리다 보면 포기하고 싶은 순간들이 군데군데 찾아와요. 그렇지만 포기할 순 없죠. 무리하게 막 달려서도 안 돼요. 마라톤도 인생도, 절대 포기하지 않고 자신의 호흡과 속도를 조절하며 달리는 일이라는 생각이 듭니다.”

몸과 마음의 건강을 찾고, 자연과 가장 먼저 교감하는 마라톤. 노루 마라톤 클럽의 문은 활짝 열려있다. 그러니 노루인이라면 누구라도 환영이다. 관전에 무리가 올 것 같다고? 잘 못 달릴 것 같아 두렵다고? 그런 걱정일랑은 붙들어 매시라. 가장 중요한 사전 운동에서 주법, 대회 훈련 일정까지 베테랑 선배들이 시작부터 끝까지 완벽하게 이끌어준다. 그러니, 늘어나는 살 따라 마음까지 축축 늘어지고 있는 당신!

주저 말고 노루 마라톤 클럽으로 오라.







살이 너무 쪼서 작년 3월에 처음 마라톤을 시작했는데, 1년 동안 10kg이 빠졌습니다. 가끔 사람들이 몰라볼 때도 있어요. 지금은 다이어트가 목적이 아닌, 마라톤 그 자체의 재미에 빠져버렸습니다. 마라톤이야말로 몸과 마음이 함께 건강해지는 최고의 운동이죠. **민경남 차장**



집 근처를 걷는데, 아들이 그러는 거예요. ‘아버지 왜 그리 숨차하세요?’ 아주 조금 걸었을 뿐인데도 숨이 차 괴롭더군요. 안 되겠다 싶어 달리기 시작했습니다. **이윤범 대리**



흔히들 마라톤을 인생에 비유하는데, 뛰어보니 그 뜻을 알겠더군요. 달리다 보면 포기하고 싶은 순간들이 군데군데 찾아와요. 그렇지만 포기할 순 없죠. 무리하게 막 달려서도 안 돼요. 마라톤도 인생도, 절대 포기하지 않고 자신의 호흡과 속도를 조절하며 달리는 일이라는 생각이 듭니다. **김승현 대리**



포기하고 싶은 순간, 힘든 순간을 건디고 드디어 결승점에 딱 도달했을 때, 따뜻하게 맞이주고 기다려준 노루 식구들을 보는 순간 눈물이 터져 나오더군요. 마라톤은 정말 정직한 운동입니다. **송지현 대리**



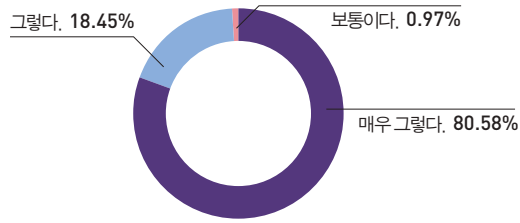
## 팀워크에 대하여 이야기 하다!

기업의 성공여부는 개개인의 능력, 역량도 중요하지만 전체구성원의 팀워크에 의해 좌지우지되기도 한다. 분열되는 조직은 성공할 수 없다. 따라서 조직의 팀워크는 기업의 소중한 자산으로 여겨지고 있다. 이에 팀워크에 대한 노루인의 생각을 들어보았다.

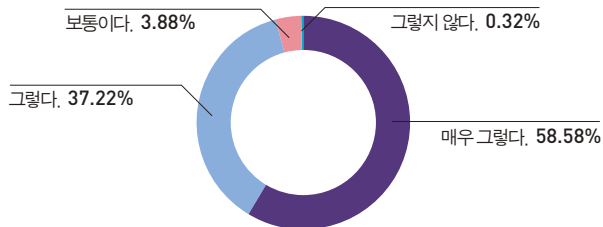
팀워크의 중요성은 노루인 누구나 인식하고 있는 편이며 현재 팀워크에 대한 의견도 91%가 넘는 응답자가 만족하고 있으며 다방면의 노력을 통해 더욱 발전된 모습으로 나아갈 것이라는 의지를 확인할 수 있는 설문이었다.



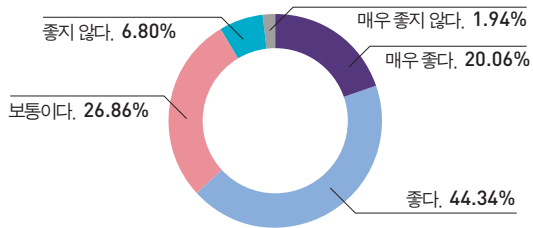
## 1. 기업의 발전과 성공에 있어 팀워크가 중요하다고 생각하십니까?



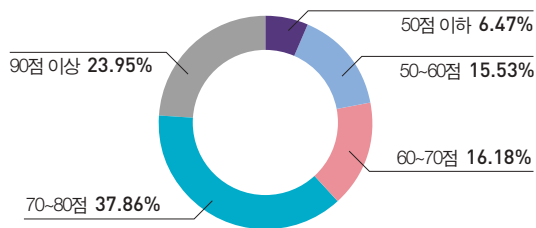
## 2. 팀워크가 좋지 않으면 업무능률이 떨어진다고 생각하는가?



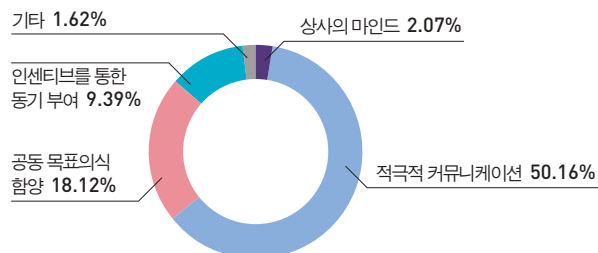
## 3. 현재 귀하가 속해있는 조직의 팀워크는?



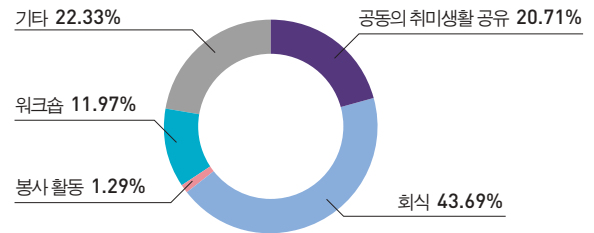
## 4. 우리 조직은 팀워크를 위해 노력을 하나요?(점수로 매긴다면)



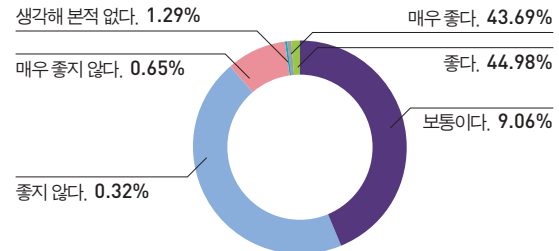
## 5. 팀워크를 향상시키기 위한 방법은 무엇이라 생각하십니까?



## 6. 팀워크 향상을 위해 우리 부서가 하는 일은 무엇입니까?



## 7. 우리 조직의 팀워크를 향상시키기 위해 다양한 프로그램이 생긴다면?



## 8. 팀워크에 대한 스스로로 정의를 내린다면? (정의와 간단한 이유를 써주세요)

- ▶ 관심과 존중이다. 어떤 관계에서든 무관심은 관계를 망치게 된다. 팀원간에 관심을 갖는것, 존중하는 마음으로 서로를 대하는 것, 이런것들이 원활하게 이루어질 때 팀워크는 자연스럽게 만들어 진다고 생각한다.
- ▶ 서로가 공감하는 하나의 목표를 향하여 스스로의 역할과 참여로 결과를 창출하는 성과의 밀거름이다.
- ▶ 팀의 목표가 곧 회사의 공동 목표라 할 수 있듯이, 회사가 나아가는 방향을 향해 팀원 모두가 함께 한곳을 바라보고 서로 목표를 이뤄낼 수 있도록 노력함을 말하는 것이 아닐까?
- ▶ 밥이다. 먹지 않고 살 수 없듯이 팀워크 없이 원활한 업무진행이란 있을 수 없음으로..
- ▶ 팀원들 여정의 네비게이션이다.
- ▶ 1+1=2다. 혼자서의 의미보다 다른 구성원과 함께 일하고, 정보를 공유함으로써 2 이상의 시너지 효과를 낼 수 있기 때문이다.
- ▶ 팀워크는 축구다. 한사람이 아무리 뛰어나도 우리팀 선수가 옆에서 도와주지 않으면 혼자서 골을 넣을 수 없기 때문이다.
- ▶ 시계의 톱니바퀴! 정확하게 맞아서 돌아가는 시계처럼 팀워크가 좋은 팀일 수록 명품팀이 되는 것이다.
- ▶ 팀워크는 제2의 가족애라고 생각한다. 가족 이외에 일상을 가장 오래 보내는 직장 동료와의 동료애는 가족애와 견줄만하기 때문이다.

# 스마트폰, 잘 쓰고 계십니까?

스마트폰을 갖고 있는 이들에게 이런 질문을 던져보자. 자신 있게 “그렇다”라고 대답할 수 있는 노루人是 과연 얼마나 될까? 대부분은 웃으며 머뭇거리거나 멍쩍은 표정으로 머리를 긁적일 것이다. 스마트폰, 아직은 낯설고 또 어렵다. 똑똑한 전화기라는 스마트폰의 이름에 어울리는 똑똑한 사용자가 되고 싶다면, 단순히 게임이나 인터넷 쓰는 수준에 머물지 않고 업무에 적극 활용할 수 있는 방안을 고민해봐야 할 때이다.



## 나는 왜 스마트폰을 쓰는가

그렇다면 국내 스마트폰 사용자들은 스마트폰으로 주로 무엇을 할까? 정답은 '인터넷'이다. 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원이 지난 5월 국내 스마트폰 이용자 1천5백7십8명을 대상으로 스마트폰 이용실태를 조사했는데, 응답자의 95%가 스마트폰을 인터넷 활용 용도로 쓴다고 답했다. 물론 인터넷 활용에는 메일 확인, 뉴스 검색, 웹 서핑 등 다양한 활동들이 들어있기는 하지만, 상당히 편중된 활용이라 할 수 있다.

그렇다면 단순 인터넷 활용에서 벗어나 내 몸에 맞춘 듯 업무에 활용할 수는 없을까? 방안을 연구하기 전에 먼저 해야 할 일은 '스마트폰이 나에게 꼭 필요한 물건인가'를 생각해보는 것이다. 이미 스마트폰을 가진 사람에게는, 앞으로 스마트폰을 사고자 하는 사람에게도 이 물음은 무척 중요하다. 스마트폰이 가진 무궁무진한 기능과 용도에 상관없이, 그저 전화를 걸거나 받고, 문자를 보내고, 때때로 '폰카'를 찍고 인터넷이나 조금씩 할 계획이라면 굳이 비싼 돈 주고 스마트폰을 살 필요가 없다. 그 정도의 기능은 지금 쓰고 있는 보통의 휴대전화로도 충분하기 때문이다. 물론 기능이 아니라 다른 이유로 스마트폰을 선택하는 사람도 있을 것이다. '디자인이 예뻐서, 내장 게임이 다양해서, 인터넷이 빨라서' 등등의 이유만으로도 스마트폰은 충분히 가치 있을 수 있다. 이 이유들에 '이왕이면'이라는 말을 덧붙인다? 이왕이면 좋아하는 스마트폰을 내 직업 특성과 업무 성격에 맞춰서 충분히 활용할 수 있다면, 그것만큼 좋은 일은 없을 것이다. 사람마다 일의 성격과 활용도가 다르기 때문에 어떤 용도로 활용할 수 있는지 고민하고, 스마트폰과 업무의 찰떡궁합을 찾아보자.

## 영업 사원들에게 꼭 필요한 길 위의 사무실

길에서 많은 시간을 보내는 직종이라면 위치 정보를 활용해보자. 특히 고객이 있는 곳이라면 어디든 달려가야 하는 영업사원들에게 스마트폰의 위치 정보 서비스는 훌륭한 업무 동반자가 될 수 있다. 대부분의 스마트폰에는 내가 있는 장소의 위치를 파악해 주는 GPS가 내장되어 있고, 이를 이용한 위치 기반 서비스들을 적절히 활용하면 단순히 길이 아니라 '길 위의 사무실'이 될 수 있다.

새로운 영업장소를 찾아가는 지도와 내비게이션에 의존하는 것에서 벗어나 스마트폰만으로 자세한 정보를 얻을 수 있다. 또한 승용차 운전자라면 언제 어디서든 지금 위치에서 가장 가까운 주유소와 맛집 정보 등을 알 수 있다. 시간이 곧 돈인 영업 사원들에게 최대한 막히지 않은 도로 상황을 알려주는 교통 정보는 기본이다.

은행에 갈 필요도 없다. 스마트폰 하나면 자동차 안에서든 은행 업무가 가능하다. 스마트폰 뱅킹을 이용하면 기존의 인터넷 뱅킹이 갖고 있는 기능을 거의 모두 활용할 수 있다. 계좌 조회와 이체는 기본이고 덩으로 다양한 금융 정보도 얻을 수 있다. 물론 초기 작업은 필요하다. 인터넷 뱅킹을 최초 개설할 때 은행에 한 번은 찾아가야 하듯, 스마트 뱅킹 또한 은행에 한 번 방문해야 할 것 같아서 귀찮다고? 그런 걱정은 불들어매자. 인터넷 뱅킹 사용자라면 은행에 가지 않고 곧바로 해당 스마트폰용 응용프로그램을 다운받아 스마트폰 뱅킹을 사용할 수 있다.

## 현장 업무가 많다면 원격 제어 프로그램을

공장이나 매장 등 현장 업무가 많은 업무라면 스마트폰의 원격 제어 프로그램을 활용해보자. 원격 제어란 '선로 또는 전파를 이용해 멀리 떨어진 기기나 인간이 직접 손을 쓸 수 없는 물체를 제어하는 것'을 말하는데, 이미 컴퓨터 상에서는 원격 제어가 일반화되어 있다. 가령 집이나 사무실에서 다른 곳의 있는 컴퓨터에 접속해 업무를 보거나, 고장 난 컴퓨터를 직접 손대지 않고 원격으로 수리하는 등의 기능이 그것이다.

몇 가지 프로그램을 깔면 스마트폰에서 집이나 사무실에 있는 컴퓨터의 원격 제어가 가능하다. 현장에 나와 있다가 컴퓨터에 있는 파일이나 문서를 열어보기 위해 일일이 사무실에 오가는 수고를 덜 수 있고, 밤을 새워 중요한 보고서나 기획안을 작성했는데 깜빡 놓고 왔을 경우에도 더 이상 집으로 뛰어가지 않아도 된다. 컴퓨터에 있는 파일을 첨부해 스마트폰으로 메일을 보내는 것도 가능하고 반대로 스마트폰에 들어있는 파일을 컴퓨터로 보내 작업을 할 수도 있다. 뿐만 아니라 포토샵, 그래픽 디자인 등 컴퓨터에서 배울 수 있는 웹 기술 등을 원격 제어를 통해 스마트폰에서도 배울 수 있다.

작은 스마트폰에서 다루기 버거운 용량 큰 자료나 그림 파일, 설계 도면 등을 어디서나 열어볼 수 있다는 것도 스마트폰 원격 제어로 할 수 있는 기능이다. 이렇듯 스마트폰 원격 제어 기능을 잘만 활용하면 무척 유용한 도구다. 그러나 아직까지 다운받아야 할 프로그램이 많고 실행 절차가 복잡하다는 맹점이 있다. 원격 제어의 대상이 되는 컴퓨터가 접속 가능해야 하는 것은 물론이다.

이밖에도 업무와 관련된 스마트폰의 활용 범위는 무척 넓다. 인사 담당자들이라면 SNS(Social Network Service)를 눈여겨보자. 실제로 평소 트위터나 미투데이 등을 적극 활용하며 친해진 사람들 가운데서 회사에 필요한 인재를 뽑거나, SNS로 맺어진 불특정다수의 이웃들에게 중요한 업무의 조언을 구하는 경우도 적지 않다. 문제는 신천지를 개척하듯 꼼꼼히 시간을 들여 스마트폰을 살피고 연구해야 한다는 것. 스마트폰은 정보의 바다이고 가능성의 우주이지만, 적표 없이 뛰어들었다가 차칫 표류하기 쉽다는 것을 잊지 말자.

# 신입사원을 소개합니다!!!

NOROO그룹에 활기를 불어넣기 위해 긴급투입된 신입사원 중  
5명이 진술한 이야기를 풀어놓았습니다.  
신입 5인방의 재밌고도 알찬 자기소개가 펼쳐진다.



노루사 여러분들, 반갑습니다.

(주)노루페인트 해외사업1팀 강아영주임입니  
다. 무더운 여름이 다가오고 있습니다. 건강관리

잘하고 계시나요?

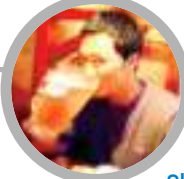
전 올해 4월에 입사하여 2달간 교육을 받고, 현재 서울 사무소에서  
근무하고 있습니다. 앞으로도 교육기간 동안 열심히 가르쳐 주시고  
가족처럼 대해주신 여러 부서 모든 분들께 감사한 마음 잊지 않겠습  
니다.

저는 긍정적인 생각과 태도를 가지려고 항상 노력하는 편입니다.  
그래서인지 주변 사람들과 맛있는 것을 먹으며 즐거운 얘기를 나눌  
때, 가장 행복한 것 같습니다. 저는 무척이나 활동적인 편이라, 새로  
운 것을 시도하는 것을 좋아하며, 거의 모든 운동은 다 좋아합니다.  
(잘하진 못하지만...^^)

앞으로 노루 가족 여러분들과도 업무 외의 즐거운 얘기를 나누며 더  
욱 가까워지고, 서로에게 활력이 되고, 힘이 될 수 있었으면 좋겠습  
니다.







안녕하세요~~  
**신입사원 신금용**  
**입니다.**

안녕하십니까? 입사 후 소문대로 열심히 음주를 이겨내고 있는 (주)노루페인트 서울지점 신입 주임 신금용입니다. 어렵게 입사한 만큼 열심히 하여 주목 받는 노루인이 되고 싶습니다.

지금도 선배님들을 항상 모니터링하며 배우고 있는 중입니다.

저는 동그란 공 가지고 하는 운동은 모두 즐기는 자칭 스포츠맨이고 음주와 데이트를 즐기며 가무를 사랑하는 열혈 청년입니다. 앞으로 열심히 하는 노루인이 되겠습니다.

노~~오~~루~~ 파이팅!!!

노루는 나의 운명이라고 생각합니다.



동갑내기 와이프와 사람흥내를 내기 시작하는 고양이 2마리와 살고 있는 **(주)노루페인트 건축마케팅팀 김희국대리입니다.**

입사할 때는 날씨가 다소 쌀쌀한 감이 있었는데 어느덧 무더운 여름이 되어 노루인이 된지도 2개월이 되었습니다.

Web & Digital 담당자로 입사했고, 웹이나 인터넷을 통한 마케팅과 관련수익모델을 담당하고 있습니다. 기존에 있던 일보다는 새롭게 찾아가야 하는 일들이 많고 제가 노루에서 커나갈 수 있는 가능성도 더욱 커진 것 같습니다. 경력사원으로 들어왔지만 환경이 다른 부분이 많아 주위에서 많은 도움주고 계십니다. 항상 감사드립니다.

멍하니 시간 보내기 싫다 보니 다양한 취미생활을 가지고 있습니다. 사진촬영과 블로깅(블로그 활동)이 가장 많고 배로 가는 해외알뜰 여행을 좋아합니다. 그리고 13년째 '오카리나(Ocarina)' 동호회 활동을 하면서 초보강습과 공연활동을 하고 있습니다. 관심 있으신 분들은 언제든지 환영합니다~

Blog : <http://blog.naver.com/duew2> Twitter : @moonfisher2003(<http://twitter.com/moonfisher2003>) Ocarina : <http://cafe.daum.net/ocarina>

기타 취미로는 격투기, 프라모델, 오카리나 제작, 전시회 관람, 술&차 마시며 수다떨기입니다.

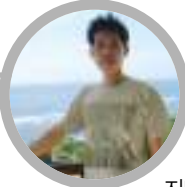
"초심을 잃지 않는 사람이 되겠습니다."



**(주)노루페인트 ESQM팀 최태현주임입니다.**

하늘이 주신 귀한 기회를 놓치지 않고 좋은 회사에 입사하게 되어서 기쁘게 생각하고 있습니다. 빨리 실무를 배우고 익혀서 자리만 채우고 있는 직원이 아닌 꼭 필요한 직원이 되고 싶습니다. 초심을 잃지 않고 항상 열심히 최선을 다하겠습니다. 잘 부탁드립니다. 그리고 늘 감사합니다.

저는 사람들과 술이나 차 한 잔 하면서 대화 나누는 것을 좋아하고 같이 운동하는 것도 좋아합니다. 노루인들과도 제가 좋아하는 것을 함께 하고 싶습니다. ^^



**(주)노루페인트 전략경영기획팀 장병호대리입니다.**

안녕하세요.

지난 3월 15일 입사한 전략경영기획팀 장병호 대리입니다.

따사로운 봄기운과 꽃이 피는 시기에 입사하였는데 어느새 3개월이 지나 여름을 맞이하고 있네요. 그간 여러 부서의 분들을 뵈고 알게 되어 더 없이 좋은 시간이었습니다. 업무적으로도 많은 도움에 감사드립니다. 무엇보다 이렇게 노루의 한 가족이 되어 많은 분들과 함께 할 수 있다는 것이 좋습니다.

사회생활을 시작하여 어느새 30대 중반을 맞이하고 있습니다. 사회생활, 대인관계, 가족의 의미를 되돌아보게 되는 시기인 것 같습니다.

그 중 한 가지 드는 생각은 사람간의 상호작용으로 태어난 힘은 그 무엇보다 크다고 느껴집니다. 개인적인 좌우명은 긍정적천으로 "긍정적으로 생각하고 적극적으로 실천하자"입니다. 업무적으로나 개인적으로 다양한 분들을 만나 새로운 삶을 접하고 공유하는 것을 좋아합니다. 언제 어디서나 편하게 연락주세요. ^^





# 신선이 되어 무릉도원을 걷다

동해

무릉계곡





동해는 산과 바다가 모두 좋다.  
 특히 동해시 서쪽의 두타산과  
 청옥산 사이로 흘러내린  
 무릉계곡은 일명 무릉도원이라  
 불릴 정도로 아름답다.  
 계곡 들머리부터 위낙  
 수려하다 보니 더 들어갈 생각을  
 않고 초입에서만 머물다 가는  
 사람이 많은 정도다.  
 하지만 계곡을 따라 좀 더  
 들어가면 맑은 계류와 기암절벽,  
 울창한 숲, 폭포 등이 어우러져  
 진짜 무릉도원 같은 느낌을 준다.







## 천여 명이 앉을 수 있는 거대한 무릉반석



동해시 삼화동에는 무릉계곡이 있다. 두타산과 청옥산 자락에 걸쳐 있는 이 계곡은 이름 그대로 무릉도원처럼 아름다운 곳이다. 두 산의 수많은 골짜기에서 흘러내린 물이 모여 동쪽으로

로 장장 14km를 내닫는 계곡이 무릉계곡이다. 두타(頭陀)란 머리를 흔들어 번뇌를 떨어뜨리고 수행정진한다는 뜻이고, 청옥(靑玉)은 아미타경에 나오는 극락의 일곱 가지 보석 중 하나란 뜻. 그러니 무릉계곡이란 이름이 붙을 만도 하다.

무릉계곡 입구에 들어서면 무릉반석이라 불리는 널찍한 바위에 눈길이 간다. 천여 명이 앉아도 될 만한 크기다. 암반에는 이곳을 찾은 시인 묵객들이 글씨를 남겨 놓았다. 김시습의 것도 있고 조선 전기 4대 명필 중 한 사람으로 꼽히는 봉래 양사언의 무릉선경 중대천석 두타동천(武陵仙境 中臺泉石 頭陀洞天)이란 글씨가 새겨져 있다.

금관정을 지나면서부터 연이어지는 계곡은 우거진 숲과 너럭바위 그리고 밀바닥이 보일 정도로 맑은 계곡물로 이루어져 있다. 계곡 입구에는 삼화사란 절이 있다. 삼화사란 '세 나라를 하나로 화합시킨 영험한 절'이라는 뜻이다. 1,300년이나 되는 긴 역사를 가지고 있는 이 절은 일제 때 의병들이 진을 치고 병력을 길렀다 하여 일본군이 불을 지르기도 했다. 경내에는 보물로 지정된 3층 석탑과 철불이 있다.

삼화사 앞을 지나 무릉계곡을 타고 산으로 올라가면 학소대, 관음폭포, 하늘문, 병풍바위, 장군바위, 선녀탕, 쌍폭포, 용추폭포 같은 뛰어난 절경이 펼쳐진다. 이 길은 옛날 삼척지방 사람들이 백봉령을 넘어 정선 입계로 해서 서울로 오갈 때 사용하던 지름길이다.

## 신선바위에서 신선놀음, 아찔한 하늘문

삼화사를 지나면 갈림길이 나온다. 왼쪽으로 가면 학소대를 지나 쌍폭포와 용추폭포로 이어진다. 평탄한 길이라 그다지 힘들지 않고 갈 수 있어 일반인들이 많이 찾는 코스이다. 반면 오른쪽인 관음암 방향으로 길을 잡으면 비교적 가파른 계곡을 돌아가게 되는데 약간 힘들긴 하지만 통행하는 사람도 별로 없고 무릉계곡의 빼어난 경관을 감상하기에 좋은 길이다. 여기서부터 관음암까지는 약 1.1km. 관음암을 조금만 지나면 신선바위가 나온다. 신선바위에서 바라보는 두타산과 청옥산의 모습이 그야말로 절경이다. 바위에 앉아 시원한 산바람에 땀을 말리며 이 기막힌 절경들을 바라보고 있노라면 왜 이 바위의 신선바위라 이름지었는지 알 것 같다. 신선바위에서 1km쯤 가면 하늘문이 나온다. 신선바위와 더불어 가장 풍광이 좋은 곳이다. 그 아래는 피마름골이고 철계단이 놓여 있다. 무려 280계단에 경사도가 70도, 심한 곳은 90도에 가깝다. 보기만 해도 아찔해 고소공포증이 있거나 심장 약한 사람은 다리가 후들거려 내려올 엄두가 나지 않을 정도다. 철계단 아래 바위가 지붕처럼 덮혀 있어 계단 아래에서 올려보면 영락없이 하늘로 향한 문처럼 보인다. 이 철계단은 2000년에 두타산 구조대장 권영일 씨가 구조대원들과 함께 30kg이 넘는 철근을 저울려 가며 힘들여 만들었다.

피마름골이란 이름은 임진왜란 때 의병들이 흘린 피가 마를 날이 없다고 하여 붙여진 이름이라 한다. 피마름골에서 장군바위와 병풍바위, 선녀탕을 지나면 쌍폭포가 나온다. 두 갈래로 나뉘어 세 차게 흐르는 쌍폭포는 보기만 해도 땀과 더위가 말끔히 가실 정도다. 쌍폭포에서 2~3분 거리엔 3단으로 이루어진 용추폭포가 있다. 3단으로 이루어진 용추폭포의 진면목은 계단을 타고 5분쯤 올라가면 더욱 잘 보인다. 용추폭포는 쌍폭포와 함께 무릉계곡의 백미로 꼽고 있는데 18세기 말 삼척부사 유한전은 폭포의 장관에 반하여 하단 절벽에 '용추'란 글을 새겼으며 폭포 앞에도 '별유천지'라는 글귀가 남아 있다. 조선시대에는 이곳에서 기우제를 지냈다고 한다.





여행정보

## 코스(총 2.85km, 약 2시간 30분 소요)

관리사무소 → 삼화사(0.2km) → 관음암 입구 표지  
판(0.1km) → 관음암(1.1km) → 하늘문(1km) → 장  
군바위, 병풍바위(0.15km) → 선녀탕(0.15km) →  
용추폭포(0.15km)

## 찾아가는 길

영동고속도로 강릉분기점에서 동해고속도로로 갈아타고, 천곡교차로에서 7번 국도를 따라 삼척 쪽으로 가다 보면 효가사거리가 나온다. 여기서 우회전해 정선 방항으로 들어서 삼화동 42번 국도로 우회전해 5km쯤 달린다. 대중교통으로는 동서울터미널이나 강남고속버스터미널에서 동해행 버스가 수시로 운행된다. 청량리역에서 새마을호와 무궁화호를 이용해도 된다. 동해시외버스터미널 앞에서 무릉계곡 가는 버스가 있다.

## 숙박

무릉계곡 입구에 무릉프라자호텔(033-534-8855), 청옥정(534-8866)이 있고 식당과 민박을 겸하는 집들이 있다. 시내인 천곡동에 가면 시설 좋은 모텔들이 많다.

## 맛집

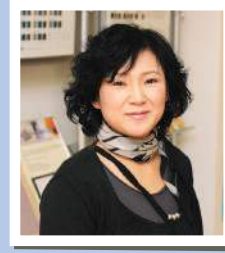
쌍용연수원 맞은편에 있는 굴뚝촌(534-9199)은 가  
미술 왕대나루밭, 미당(534-8111)은 손두부전문점  
으로 유명하다. 무릉계곡 입구에 있는 보리밭(534-  
9199)은 산채비빔밥이 맛있다.



## 소비자 상담실 Q&A

궁금합니다, 알려주세요~?

소비자문화센터 조 희 정 과장  
www.noroo.co.kr  
031-467-6077  
전국어디서나 1588-7700



**Q. 유리에 도장하여 에너지를 절감할 수 있는 페인트가 개발이 되었다고 하는데, 어떤 원리에 의한 제품인가? 혹시 도장을 하면 햇빛이 들어오지 않아 어두워지는 것은 아닌가? 일반인이 손쉽게 붓이나 로라, 분무기 등을 통하여 작업하는 것이 가능한가? 제품의 특징과 도장방법에 대하여 알려주세요.**

**A.** 유리코팅으로 열을 차단하는 차열도료로 “에너지세이버 글라스(ENERGY SAVER GLASS)”라는 제품이 개발되었다. 유리코팅 차열도료인 에너지세이버 글라스 제품은 태양열선을 일부 차단해 에너지를 20%가량 절감할 수 있는 고기능성 제품이다.

### 에너지 세이버 글라스의 원리

#### 1. 적외선, 자외선 차단

특수 나노 무기안료에 의하여 선택적으로 태양광의 적외선을 차단하여 실내온도 상승을 방지하고 인체에 유해한 자외선을 차단하여 피부 보호 및 내부의 인테리어를 보호할 수 있다.

#### 2. 가시광선 투과

태양광의 가시광선 영역을 그대로 투과시켜 자연채광을 그대로 이용하며, 쾌적한 실내공간을 유지시켜 준다.

**Q. 페인트를 사용하는데, 사용하는 제품에 대한 MSDS를 비치하라고 하는데, MSDS가 정확하게 무엇인가? 어떤 내용으로 구성되어 있나요?**

**A.** MSDS란? 화학물질의 유해위험성, 응급조치요령, 취급방법 등을 설명해 주는 자료(Material Safety Data Sheets : MSDS)로서 우리가 일상 생활에서 냉장고와 같은 가전제품을 구입하면 그 취급방법, 사용시 주의사항 등에 대한 설명서가 있고 또한 의약품을 구입하면 그 성분 및 함유량, 효능, 부작용 등을 알려주는 설명서가 있는데 이와 같이 화학제품의 안전 사용을 위한 설명서가 바로 MSDS이다.

### MSDS 작성요령

1. MSDS는 화학물질의 일반적인 취급을 전제로 누구나 MSDS의 내용에 따라 적절한 조치를 할 수 있도록 한글로 작성하여야 한다.
2. MSDS는 화학물질로부터의 사고를 미연에 방지하기 위한 것으로 화학물질의 개별성분에 관한 정보보다 혼합물 전체의 관련정보가 잘 나타나 있어야 한다.
3. 외국어로 되어있는 MSDS를 번역하는 경우에는 자료의 신뢰성이 확보될 수 있도록 자료 출처 및 작성 시기를 함께 기재하여야 한다. 연구기관의 시험결과를 인용하거나 산업안전보건공단의 D/B를 활용하여 MSDS를 작성하는 경우에도 그 출처를 기재하여야 한다.
4. MSDS 작성항목 16가지를 빠짐없이 작성하여야 한다. 부득이 어느 항목에 대해 관련 정보를 얻을 수 없는 경우 작성란에 “자료 없음”이라고 기재하고, 적용이 불가능하거나 대상이 되지 않는 경우 작성란에 “해당 없음”으로 기재한다.
5. 사업주는 MSDS를 작성할 때 취급 근로자의 건강보호 목적과 부합되도록 성실하게 작성하여야 한다.
6. 사업주는 화학물질의 유해위험성 등에 대한 새로운 정보를 알게 된 때에는 이를 3개월 이내에 MSDS에 추가하여야 한다.

### MSDS 작성항목

- |                    |                 |                |
|--------------------|-----------------|----------------|
| 1. 화학제품과 회사에 관한 정보 | 7. 취급 및 저장 방법   | 13. 폐기 시 주의사항  |
| 2. 유해성, 위험성        | 8. 노출방지 및 개인보호구 | 14. 운송에 필요한 정보 |
| 3. 구성성분과 명칭 및 함유량  | 9. 물리화학적 특성     | 15. 법적 규제현황    |
| 4. 응급조치 요령         | 10. 안정성 및 반응성   | 16. 기타 참고사항    |
| 5. 폭발, 화재 시 대처방법   | 11. 독성에 관한 정보   |                |
| 6. 누출사고 시 대처방법     | 12. 환경에 미치는 영향  |                |



# NOROO PHOTO CONTEST



㈜노루페인트 칠서 업무지원팀 김동수 과장  
마음은 하얀 염소보다 더 하얗고, 얼굴은 꽃보다 이쁜 딸.....



㈜노루페인트 전략경영기획팀 김민진 사원  
사진동아리 출사 갔을 때 벽초지 수목원에서  
찍은 사진입니다.



㈜노루페인트 전략경영기획팀 이지영 주임  
자는척~다현애! 간식먹자~벌떡~

\* 향후 노루가족 포토 콘테스트 참여방법이 다양해집니다.

참여방법1. 공모사진을 노루가족 사이트(<http://myhome.noroo.co.kr>)에 직접 올리시기 바랍니다. 각사 포털 사이트의 Community 하단메뉴에서 바로 링크 가능!

참여방법2. 노루가족에 접속하지 못 하신 분은 메일로 보내주시기 바랍니다. ㈜노루홀딩스 전략기획팀 장 연 언 주임 [yyjang@noroo.co.kr](mailto:yyjang@noroo.co.kr)

또한, 당첨자(1명)에게 소정의 상품권을 지급합니다.

# NOROO