

NOROO

NOROO

Spring. 2014



Spring. 2014

Color & House

집에 살다,
집과 살다

NOROO Quarterly Magazine | 2014년 봄 31호

NOROO



Color & House

Special Theme

- 06 Column 가장 소중한 장소, 집
- 08 Information 이제 나도 단독주택에 살고 싶다
- 12 Interview 또 하나의 가족, 우리 집

Culture Gallery

- 16 Color 색과 내가 뒤범벅, 컬러풀 축제
- 18 Gallery 모니터, 미술관이 되다
- 20 Pet 고양이 집사 VS 강아지 부모
- 22 Economy 다양성을 위한 투자, 윤리적 소비
- 24 Desk 책상 위, 바로 이것

NOROO People

- 28 Tea Time 세상에서 가장 쉬운 봉사, 헌혈
- 30 Happy Partner 컬러의 세상에 규칙을 세우다 (주)포산 인더스트리
- 34 Focus on NOROO NOROO의 동행 2014 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나
- 38 Family Trip 정다운 가족의 즐거운 주말 여행법 (주)노루오토코팅 도료생산팀 장기성 과장 가족
- 42 Special Store 아버지와 아들 푸르게 더 푸르게 달린다 김해 한국상사
- 46 News Briefing
- 50 1 Minute Guide 하루 한 시간, 영어 사이트에서 놀기
- 51 Behind Cut

NOROO 그룹 사보 담당자

(주)노루홀딩스 인사총무팀 박희정 주임
서울특별시 강남구 테헤란로 142 캐피탈타워 A동 10층 T:02-2191-7700

(주)노루페인트 마케팅전략팀 지남철 과장
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6128

(주)아이피케이 총무팀 송수경 주임
부산광역시 연제구 중앙대로 1000(국민연금 부산회관 17층) T:051-580-8363

(주)노루오토코팅 전략기획팀 백현정 대리
경기도 화성시 장안면 장안공단 7길 28 T:031-8059-9517

(주)노루케미칼 인사총무팀 현준 주임
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 13 T:031-599-7276

(주)노루비케미칼 경영지원팀 이승아 사원
충청남도 천안시 서북구 백석동단1로 111 T:041-620-6200

(주)노루코일코팅 지원팀 박서진 대리
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6486

(주)노루로지넷 총괄지원팀 전희경 과장
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6363

(주)노루알앤씨 인사총무팀 현준 주임
경기도 안산시 단원구 첨단로 285번길 8 T:031-599-7276

칼라메이트(주) 업무총괄팀 유은아 사원
경기도 안양시 만안구 박달로 351 T:031-467-6379

from House
to Home

집에 살다, 집과 살다

“창가에는 제라늄이 피어 있고 지붕 위에는 비둘기가 노니는 붉은 벽돌집을 보았어요!” 아이의 말에 어른들의 반응은 시큰둥했습니다. 그런데 아이가 “그 집은 10억이래요!”라고 하자, 그제서야 어른들은 “오, 훌륭한 집이구나”라고 했지요. 생 텍쥐페리의 이 『어린왕자』 이야기를 기억하시나요. 우리는 우리의 집을 어떻게 말할 수 있을까요. 이제껏 우리는 숫자로만 표현되는 집에 익숙해져 왔습니다. 그런데 조금씩 변화가 생기고 있습니다. 아파트에서 벗어나 각각의 모양과 색을 지닌 단독주택들에 대한 관심이 뜨겁습니다. 이에 우리도 생각해 봅니다. 집은 과연 무엇일까요. 혹은 당신에게 집은 무엇인가요. 당신은 집에 살고 있나요, 집과 살고 있나요.





가장 소중한 장소, *from House to Home* 집

“존재는 장소에 거주하고 장소는 기억 속에 거주한다.” 철학자 하이데거의 말입니다. “존재는 장소에 거주한다”는 말은 우리가 어느 곳에서 인가 살아가는 존재라는 의미입니다. 그런데 왜 하이데거는 우리가 사는 그곳을 장소라고 했을까요? 장소는 우리와 특별한 관계를 맺은 공간을 말합니다. 우리를 둘러싼 모든 곳이 공간인데, 그중에서 나와 인연을 맺은 공간은 특별해집니다. 그런 공간이 바로 ‘장소’입니다. 이런 장소들 중에서 가장 중요한 곳은 당연히 우리가 사는 ‘집’입니다.

✎. 구본준_건축 칼럼니스트, <한겨레> 기자

차익 대신 추억을 담아주는 집

장소는 왜 소중할까요? 공간이 특별한 장소가 되는 이유는 뭘까요? 우리의 추억이 담겨 있기 때문입니다. 평범한 골목이어도 내가 첫 키스를 한 골목이라면 그 어떤 곳보다 내겐 소중한 ‘장소’로 변합니다. 그래서 하이데거는 “장소는 기억 속에 거주한다”고 했습니다. 이런 장소들 중에서 가장 중요한 곳은 집입니다. 집처럼 나와 중요하게 연결되는 공간은 없습니다. 우리의 추억이 집에서 매일매일 생겨나고 하루하루 쌓여가기 때문에 집은 우리에게 가장 소중한 장소입니다. 그렇기에 ‘좋은 집’은 ‘비싼 집’이 아닙니다. 우리에게 많은 추억을 만들어주는 집, 그래서 추억이 많이 담긴 집이 가장 좋은 집입니다.

하지만 지금 우리가 사는 집들은 어떻습니까. 현대 도시에서 살아가는 우리는 우리 취향대로, 각자의 라이프스타일에 맞게 집을 짓기가 어렵습니다. 남이 지어놓고 파는 집, 다 똑같이 보이는 집에 들어가 사는 경우가 대부분입니다. 사람마다 취향이 다르고, 가족 구성이 다르고, 원하는 생활 방식이 다른데 집은 모두 엇비슷한 아파트뿐이었습니다.

한국에서 아파트가 거주의 표준이 된 지 이제 30년이 넘어가고 있습니다. 아파트는 좋은 만큼 아쉬운 점도 있습니다. 집은 부동산인 동시에 보금자리입니다. 과거엔 아파트를 사기만 하면 시세차익을 올릴 수 있었기에 불편해도 아파트를 원할 수밖에 없었습니다. 하지만 이제는 부동산으로 손쉽게 돈을 버는 시대는 저물고 있습니다. 자연스럽게 ‘재산가치로서의 집’에서 ‘내 삶을 담은 내 공간’이라는 집의 본질적 가치로 사람들은 눈을 돌리기 시작했습니다.

사람들이 마당 있는 집을 원하는 것은 우리 가족이 그 마당에서 많은 추억을 얻기 위해서일 겁니다. 바로 우리만의 ‘장소’를 원하는 마음입니다. 아파트는 살기에는 편리하지만, 놀기에는 불편한 집입니다. 추억은 놀 때 생깁니다. 놀다 보면 아주 소소한 순간도 추억이 되고, 그런 추억이 많이 생기면 허전한 집이어도 나만의 특별한 장소가 됩니다.

그런데도 우리가 단독주택을 꺼려온 것은 “단독주택은 불편하다” 또는 “단독주택은 비싸다”는 생각 때문이었습니다. 그러나 생활의 편의나 돈도 중요하지만 추억과 행복도 소중하다고 여기는 사람들이 늘어나며 단독주택에 대한 인식도 변하고 있습니다. 이제는 비싼 단독주택이 아니라 다양한 단독주택, 작은 집의 가치 등으로 관심이 바뀌어 나가야 할 차례입니다.



원하는 대로, 색을 입혀 보세요

단독주택이 좋은 점은 처음부터 내가 원하는 대로, 내가 가진 만큼 지을 수 있다는 점입니다. 가족이 셋이면 17평 아파트도 충분합니다. 단독주택도 20평이면 충분합니다. 마당은 작아도 좋습니다. 다섯 평 마당이어도 추억을 만드는 데는 부족함이 없습니다. 작고 혼한 개나라라도 내 집 안에서 피어나면 특별해지기 때문입니다. 아파트에서도 가능합니다. 비슷 비슷한 아파트든, 작은 단독주택이든 집을 나만의 ‘장소’로 바꾸는 가장 쉬운 방법은 ‘내 맘대로 공간 쓰기’입니다. 비싼 인테리어가 아니라 내 손으로 내 마음대로 공간을 가지고 장난 치듯 놀면 됩니다.

감사하게도 추억이란 것은 많은 비용을 들이지 않고도 우리 스스로 만들어낼 수 있습니다. 집의 아주 작은 부분이라도 내 색깔을 입혀 봅시다. 그 과정 속에서 추억이 생기면서 집은 나만의 장소가 되어줄 겁니다. 건축가 구승희 씨가 직접 해봤던 방법 하나 소개합니다. 천편일률인 아파트의 자기 집 현관을 빨간색으로 칠해보는 방법입니다. 지쳐 집으로 돌아올 때면 우리 집만의 빨강 현관이 가족을 반겨줄 겁니다. “어서 오세요, 여기가 당신의 집입니다”라고 말해주는 집, 우리가 직접 만들면 됩니다.



사진제공. 도시농부

이제 나도 단독주택에 살고 싶다

2011년, 『두 남자의 집 짓기』를 통해 땅콩집이 출현한 이후 인테리어 서적 코너의 절반은 ‘집 짓기’가 차지하고 있습니다. 그중에는 표지가 너털너털해질 정도로 손을 탄 견본들도 보이죠. 단독주택에 대한 사람들의 관심을 보여주는 증거인데요. 실제로 2011년 단독주택 거래량은 눈에 띄게 증가했습니다. 아파트 중심의 부동산 시장에서 투자 가치의 증발과 천정부지로 치솟는 전셋값을 목도하고 주거의 진정성에 눈을 돌리는 이들에게 나만의 컬러를 가진 단독주택이 대안으로 떠오르고 있는 것입니다.

땅콩집

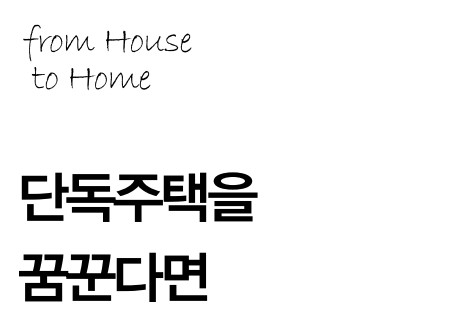
하나의 필지(토지의 단위)에 두 가구의 건물을 붙여 지은 것을 듀플렉스 하우스, 듀플렉스 홈이라 합니다. 한국에서는 2011년 건축가 이현욱, 신문기자 구본준 씨가 공저한 『두 남자의 집 짓기』란 책에서 ‘땅콩집’이란 이름으로 용인시 동백에 지은 자신들의 집을 공개하면서 ‘땅콩집’을 널리 알렸고 본격적인 집 짓기 열풍을 불러왔습니다. 땅콩집은 서울의 아파트 전세가격으로 2~3개월의 짧은 시공 기간에 단열 잘 되며 마당 딸린 집을 수도권에 세울 수 있다는 것을 내세워 어린 자녀를 둔 30~40세대에게 큰 호응을 받았습니다. 필지 하나를 단독으로 쓰는 경우는 외콩집, 세 가구 이상이면 완두콩집, 땅콩집이나 외콩집이 여러 채 있는 단지를 땅콩밭이라 하는 등 다양한 스타일로 변용되었습니다. 필지 분양부터 시작하여 마을을 만들기도 하고, 개별적으로 필지를 구하여 건축을 의뢰하기도 하는 등 <이현욱의 좋은집 연구소>의 블로그와 홈페이지에는 지금도 땅콩집 상담이 활발히 오가고 있습니다. (www.lhl.co.kr)

도시농부 타운하우스

단독주택의 부흥 속에 타운하우스 분양도 속속 선보이고 있습니다. 기존의 타운하우스는 60~70평의 고급 하우스가 대부분이었는데 땅콩집의 소구 집단을 공략하는 3억 원대의 20~30평 타운하우스가 늘고 있는 것이죠. 타운하우스는 땅콩집보다 많은 가구의 건물이 잇대어져 있는 경우가 많으나 역시 마당을 가질 수 있다는 것이 매력적입니다. 그중 눈에 띄는 것이 도시농부 타운하우스인데요, 현재 용인과 동탄, 파주 등에 분양되었거나 분양 중인 도시농부 타운하우스는 60~110세대의 대규모 단지에 텃밭 제공, 주민센터와 셔틀 버스 운영 등 아파트에 버금가는 주민 편의 시설을 계획하여 눈길을 끄니다. (www.dntown.co.kr)

리노베이션 하우스

단독주택이 수도권에만 있는 것은 아닙니다. 서울 시내에도 아직 많은 단독주택이 남아 있습니다. 이러한 주택을 골라 리노베이션하는 것도 하나의 방법입니다. 리노베이션이라고 하여 신축보다 돈이 적게 들거나 쉬운 것은 아니지만 이미 생활 편의 시설이 안정적으로 갖춰진 동네를 선택해 들어갈 수 있다는 것이 장점입니다. 혹은 수도권 밖 지방의 허름한 농가 주택을 리노베이션하여 주말용 집으로 쓰는 이들도 늘고 있습니다. 어차피 주중엔 집에서 지내는 시간이 적으니 주말용 집에 집중하는 것이죠. 가격은 저렴해지나 마음에 맞는 집을 구하기까지 동네를 여러 번 탐색해야 하는 등 시일이 오래 걸릴 수 있습니다.



단독주택을 꿈꾼다면

이것만은 반드시

구경과 생활은 다르다

단독주택에 관심을 갖게 되는 동기는 다양하지만, 단독주택을 통해 바라는 생활상은 비슷할 겁니다. 아이들이 마음껏 뛰어놀 수 있는 집과 마당, 어색한 거리를 유지하지 않아도 되는 이웃관계, 위아래 양 옆 오롯이 우리 가족만의 공간인 자유로움, 아파트 값의 등락에 연연해 하지 않게 되는 마음의 평화 등이죠. 그러나 장점만 있는 것은 아닙니다. 쓰레기 수거, 방법, 교통 등 주변 인프라는 공동주택이 훨씬 편리하며 아파트에 맞춰진 살림을 단독주택에 옮기기도 쉽지 않죠. 바람, 비, 낙엽 등 다양한 변수를 맞이하는 집 관리는 부지런함을 요하고요. 그땐 휴일에 TV 앞에 늘어져 있을 수 있는 아파트 주민의 모습이 부러워 보일 것입니다. 빗자루나 망치를 손에 들고 집 안팎을 돌아다녀야 할 테니까요.

결심을 굳혔다면 실험을

그래도 단독주택에 대한 결심을 굳혔다면 탐색에 나섭니다. 살고자 하는 동네를 직접 찾아가 보고 부동산과 신뢰를 쌓아 둡니다. 분양 중인 필지가 아니라 이미 형성된 동네라면 전세로 살아보는 것도 좋습니다. 살다 보면 집에 대해 포기할 수 없는 부분과 욕심을 내려놓을 부분을 알 수 있어 다음에 신축하거나 리노베이션할 때 많은 참고가 되지요. 단독주택은 평생 살 집이라는 생각으로 여유와 신중을 가지고 접근해야 합니다. 아파트와 달리 단독주택, 혹은 필지는 서로 다른 모양과 입지 조건, 노후 상태며 법적 요건을 가지고 있기 때문이죠. 마음에 둔 곳 주변을 직접 걸어보고, 자가용과 버스를 타고 통근코스를 확인하는 등 시간과 노력을 투자해야 합니다.

설계와 시공, 단열과 방수

드디어 설계와 시공입니다. 계약 전 토지이용규제 정보와 건축물 대장 등을 통해 법적 요건을 확인해야 하는 것은 필수이고요, 자신의 스타일과 견적에 따라 건축가와 시공사를 선택해야 합니다. 단독주택은 흔히 추위에 약하다고 하지요. 서로 맞닿은 아파트와 달리 외기에 노출되는 면이 많기에 단열은 단독주택에 가장 큰 쟁점입니다. 이와 함께 급수, 배수, 방수, 하수, 결로 등 물 관리도 중요합니다. 그렇기에 리노베이션이나 시공의 견적을 받을 때는 너무 싼 값에 현혹되지 않고 적절한 가격에 꼼꼼히 시공 받는 것이 좋습니다. 싼 건 싼 이유가 있기 마련이니까요. NOROO의 가능성 제품들은 방수와 단열에서 큰 힘이 될 것입니다. 인테리어 역시 자료를 많이 보고 원하는 것을 정확히 얘기해야 합니다. 노루페인트의 앱을 통해 컬러 변화를 미리 살펴보는 것도 좋겠지요.

01.

02.

03.

04.

도서
추천

1억원대 집짓기 워너비 하우스
이세정 지음 / 주택문화사

집 짓기에 대해 막연한 열망이 있다면 이 책이 훌륭한 입문서가 될 것입니다. 이 책은 30, 40평 대의 면적과 1억 원대의 시공비에 한정한 현실적인 실제 사례 17채를 통해 단독주택이라는 꿈에 대한 희망을 품게 합니다. 단독주택의 상세 사진과 도면, 주택별 자재 내역과 시공비를 오픈하고 견적서 작성 비법과 공사비용, 인허가 비용, 건축물 사용 승인 등 집을 지으면서 맞닥뜨리게 될 사항들을 찾아보기 쉽게 정리해 두었습니다. 알아두면 편리할 앱과 소소한 아이템까지, 작은 책이지만 충실하게 채워져 있지요.

02.

집짓기 바이블
조남호, 문훈, 김창균, 문성광, 송형국, 정재식, 문병호 지음 / 마티

집 짓기에 대한 확신이 섰다면 이 책은 꼭 구비하여 정독하길 권합니다. 『두 남자의 집 짓기』를 출간하여 열풍을 불러일으킨 출판사 마티가 '집짓기를 둘러싼 과대포장 없는 진짜 정보를 공개하기 위해 건축주, 건축가, 시공사의 이야기를 함께 들어보는 책을 만들었습니다. 건축주가 제시하는 무한한 궁금증에 시공자는 책임 시공이 무엇인지, 건축주와 건축가가 시공자에게 어떤 요구를 해야 합리적인지, 공정별 감리 포인트는 무엇인지를 거리낌 없이 공개하고 건축가는 좋은 설계와 설계비의 기준, 시공 중의 갈등과 해법, 건축주가 행거야 할 사항 등 실제적인 정보를 나누어 줍니다. 또한 세 건축주들의 개별적 사례는 일기처럼 세세하게 구성되어 집 짓는 경험을 함께하지요. 예비 건축주라면 이 책을 통해 건축가, 시공자와 어떻게 만나 무엇을 이야기해야 하는지와 같은, 다른 어느 곳에서도 들을 수 없는 조언을 얻게 될 것입니다. 5월에는 더 상세한 내용을 추가하여 개정판이 나온다 하니, 그야말로 '바이블'인 이 책의 발전이 더욱 기대됩니다.

03.

살고 싶은 집 단독주택
유은혜 / 동아일보사

집짓기 바이블에 버금가는 두께(320p) 속에 도심 속 주택에서 서울 근교의 땅콩집, 일본식 주택, 타운하우스 등 다양한 형태의 단독주택에 살고 있는 26명의 이야기를 담은 책입니다. 집 짓기에 대한 정보와 그 과정에서의 고민과 시행착오, 결과에 대한 수용의 속내를 꼼꼼히 읽다 보면 "자, 집 짓기는 쉽지 않아. 마음을 굳게 먹어"라며 단독주택의 꿈에 대한 다짐을 재차 받는 듯한 느낌입니다. 그러나 그들만의 집에서 만족감을 표하는 소회는 '해 보고 싶다!'와 '해볼 만하겠다!'는 생각을 품게 하죠.

04.

페인트 인테리어
오타 아야코 / 소란

집 짓기 카페의 질문 코너에 자주 올라오는 것 중 하나가 "벽지 대신 페인트는 어떨까요?"입니다. 집을 마련하면 인테리어 고민이 시작되기 마련. 이때 벽지 대신 페인트에 눈을 돌리는 이들도 많아지고 있지요. 『페인트 인테리어』는 다양한 색과 무늬의 변주로 공간을 연출하는 페인트 인테리어를 소개합니다. 무난한 크림색과 브라운 계통의 인테리어뿐만 아니라 민트와 파플, 스카이블루와 오렌지 등 컬러의 충돌이 만드는 생동감은 페인트 세계로 독자를 이끍니다. 나만의 색을 찾아내는 색 결정에서 커버링 작업, 칠하기와 관리하기, 가구 리폼법 등 다양한 팁도 함께 구성되어 있습니다.

또 하나의 가족, 우리 집

고양이가 나른하게 하품하고, 아이들은 강아지와 술래잡기를 하며, 햇살 속에 바람이 넘겨주는 책을 읽을 수 있는 마당. “밥 먹자~!”란 부름이 2층, 3층 계단을 통해 울리면 제각각 일에 몰두하던 가족들이 우당탕 모여드는 식탁. 혼자 있고플 땐 조용히 기대는 집안의 작은 구석. 집이 만드는 풍경이 이렇게 다채로울 수 있다는 것을, 문화라 씨와의 이야기를 통해 깨닫습니다.



집이 우리에게 주는 것

일산 시내에서 15분을 차로 들어가면 야트막한 산이 품은 주택단지가 나옵니다. 성석동 숲속마을이라 불리는 이곳은 2011년 땅콩집 열풍이 불 당시, 마당 딸린 집을 꿈꾼 이들이 모여 만든 마을이죠. 문화라 씨도 그중 한 명으로, 필지 선정부터 설계, 시공 과정을 끝내고 입주하여 가족과 함께 2년째 단독주택 살림을 하고 있습니다.

아파트에 살던 그녀가 단독주택을 짓게 된 것은 남편 때문이었다고 합니다. 땅콩집에 관심이 많던 남편에게 이끌려 땅을 보러 왔을 때만 해도 그녀는 논과 밭, 산만 있는 이곳에 어떻게 사나 걱정이 들었습니다. 그런데 설계를 맡기러 간 건축가에게서 “집에 대해 어떻게 생각하느냐”란 질문을 받고 밤을 새며 생각에 생각이 거듭되자 걱정은 잊혀졌습니다. “비와 바람, 눈, 새와 나무를 느낄 수 있었던 어린 시절의 단독주택 생활이 추억되었어요. 우리 아이들에게도 이런 자연을 선물해 주어야겠다고 생각했죠. 아이들에게 동의를 얻은 뒤 일사천리로 집 짓기를 시작했습니다.”

아이들은 햇살 따뜻한 거실에서 마당으로, 그리고 계단으로, 키 낮은 천장 때문에 자연스레 자기들만의 기지가 된 다락방으로 자유로이 돌아다니며 놀이를 만끽합니다.



마당, 자연과 이웃

문화라 씨가 기대한 대로 집은 자연 속에 자리했고, 마당과 테크로 자연을 끌어들이며 가족과 공유합니다. “가을귀라는 말 아세요? 가을에 들려오는 여러 소리들을 가려내는 섬세한 귀를 일컫는 말이에요. 아직 가을귀를 가지진 못했지만, 자연의 소리들이 정말 많이 들려와요.” 마당을 통해 절기를 느끼는 것도 변화입니다. 서리가 내리고, 싹이 트는 것을 보며 문화라 씨네 가족은 4절이 아닌 24절을 체험하지요. 실내를 벗어난 아이들의 놀이는 무궁무진하게 전개되었고 감수성도 풍부해졌습니다.

마당은 자연과 함께 이웃도 끌어들이습니다. “마당에 있다 보면 이웃들과 자연스레 인사를 나누고 밥상도 함께하게 되니까요. 아이들은 자유롭게 왕래하며 놀고요. 마당이 있다는 것은 벽이 낮다는 것과 같아요.” 이웃, 가족과 함께하는 시간이 늘었다하여 반대로 개인적인 공간이나 시간이 줄어든 것은 아니라고 문화라 씨는 말합니다. “단독주택은 서로의 공간을 잘 지켜주는 집이에요. 예를 들어 아파트는 수평적 공간이라 모든 것이 펼쳐져 있죠. 계단으로 층층이 분리된 단독주택은 각각의 독립적인 공간을 만들어 줘요. 혼자만의 책 읽기도 자연 속에서는 더욱 즐겁고요.”



큰 딸과 쌍둥이 아들이 있는 다섯 가족의 집은 이들에게 딱 맞게 설계되었습니다. 손 가는 게 많다는 단독주택이지만 일 년에 두 번, 조경업체를 통한 마당 손질 외에는 딱히 아파트 생활보다 불편할 일이 없다고 문화라 씨는 말합니다.

가장 크고 넉넉한 가족

단독주택에 장점만 있는 것은 아닙니다. 기대한 공사 기간은 여러 변수로 훌쩍 늘어났고, 입주 후에도 몇 번 손을 대야 했습니다. 바닥을 높이고, 물딩을 바꾸고, 벽지도 교체했지요. “1층만 페인트 칠을 하고, 나머진 도배를 했는데, 확실히 곱팡이는 벽지에 더 잘 피더군요. 동물들의 발톱에 마모도 심하고요. 오염도 잘 닦이고 내구성 강한 페인트가 여러 모로 좋은 것 같아요.” 주변에 가게가 없다든가, 학원 차가 오지 않는다는 단점은 장점이기도 합니다. 장 볼 때는 계획을 세워서 하게 되었고, 아이들은 사교육 대신 마당과 이웃을 통해 산 교육을 배웁니다. “무엇보다도 진정한 휴식을 가질 수 있어요. 에너지가 충만해지지요.” 어디에서보다 집에서 힐링을 얻는다는 문화라 씨의 말에서, 생명력을 지닌 집을 느낍니다. 그는 넉넉하게 가족을 품어주는 또 하나의 가족입니다.

from House
to Home



C u l t u r e
G a l l e r y

햇살이 부푸는 봄. 무릎 위의 고양이,
소박한 장바구니, 정갈한 책상 위로
사뿐사뿐 봄이 쌓이고 있습니다.



색과 내가 뒤범벅, 컬러폴 축제

유행하는 컬러의 옷을 입는다거나, 화장품을 고르거나, 소품을 마련함으로써 색을 즐기는 방법도 있지만, 더 적극적으로 색에 빠져보고 싶다면 이 축제들은 어떨까. 말 그대로 온몸에 색을 뿌리고 던지며 색과 내가 하나가 되는 것, 색으로 뒤엎켜 달리고, 웃고, 마음껏 소리쳐 보자. 색색으로 물든 얼굴은 자연스레 가면이 되어줄 테니 부끄러움은 숨어버릴 것이다.

컬러를 던지다

드라마에서 등장인물들이 분노를 표출하며 아무거나 집어던지는 것을 흔히 보곤 한다. 이것에 학습되어서일까, 일상 중 마음대로 일을 풀리지 않을 땐 나도 손에 잡히는 대로 무엇인가를 던져 보고 싶지만, 드라마에는 나오지 않는 사후 난장판이 머리 속에 떠올라 '치우는 게 더 힘들지'하며 한숨이나 폭죽 쉬어달 뿐이다. 그러한 일상 속 스트레스를 풀어주는 것이 바로 축제 아닐까. 게다가 이 축제는 마음껏 던진다. 던진 후를 염려하지 않아도 되고, 오히려 던진 후엔 더욱 아름다워지기까지 한다. 바로 인도의 홀리 축제. 던져야 할 것은 굴랄이라는 이름의 부드러운 컬러 파우더다.

매년 3월 중반쯤이면 인도는 컬러로 물든다. 단풍이 산을 물들이고, 꽃이 들을 물들이는 것과는 차원이 다른 대규모의 인공적 물들이다. 건물, 거리, 바닥, 사람, 지나가는 개와 고양이까지 모두 색으로 뒤범벅이 된다. 모두가 컬러 파우더를 들고 나와 뿌리고 던지고, 비벼대고, 물총을 동원해 쏘아대기 때문이다. 분홍, 노랑, 연두, 파랑, 빨강 등의 총천연색과 이들이 섞여 내는 셀 수 없는 색 조합에 홀리 축제는 3월의 인도를 사진가들이 몰려드는 유명한 관광 코스로 만들었고, 흑갈색 피부의 인도인뿐만 아니라 하얗거나 검거나 살구색인 모든 인종들이 모여 즐기는 축제가 되었다. 컬러의 조합은 더 늘어난 셈이다.

연인의 장난, 인간의 축제

홀리 축제는 인도의 가장 오래된 축제 중 하나다. 춥고 어두운 겨울이 지나고 밝은 봄이 왔음을 축하하는 축제이기도 하고, 양력으로 3월 중순 경이 되는 인도의 음력 12월 보름에 열려 묵은해를 보내는 송구영신의 행위이기도 한다. 홀리 축제가 탄생한 배경에는 여러 전설이 있지만, 가장 낭만적인 단서는 힌두교의 신 크리슈나와 그의 연인 라다에게 있다. 사랑스러운 라다의 흰 피부를 부러워한 크리슈나가 장난으로 라다에게 물감을 던져댄 데에서 시작되었다는 것. 짓궂은 애정 표현이 발단이 되어서일까, 아직까지도 엄격한 계급 차별이 남아 있는 인도이지만 이 축제만큼은 누구나 평등한 입장에서 자유롭게 즐길 수 있다. 성별, 나이, 지위에 상관없이 누구나, 누구에게나 물감을 던지며 “해피 홀리, 홀리해!”를 외친다. 가계도 대부분 문을 닫고, 교통 수단도 멈춰 거리는 흙뿌려지는 색과, 물든 사람들로 가득해진다. 색과 함께, 마음 속 앙금도 힘껏 털어내는 것이 이 축제다.

컬러와 즐거운 행진

인도에서 홀리 축제가 열릴 즈음이면 세계 곳곳에서도 소규모로 같은 축제가 열리곤 한다. 우리나라에서도 지난해 부산 해운대 모래사장 에서 홀리 축제가 열린 바 있다. 올 5월에는 전분으로 만든 묽은 젤리 같은 페인트를 뿌리며 음악과 춤을 즐기는 <라이프 인 컬러> 파티가 서울랜드에서 열린다고 한다. 컬러 파우더에 흠뻑 퐁구는 일탈의 기쁨을 자선행사와 연결한 컬러 미 라드(Color me Rad)라는 행사도 주목해 보자. 이 행사는 5km의 마라톤 코스 중간 중간에 보라, 노랑, 파랑 등의 색 폭탄 구간이 있어 형형색색으로 물든 친구나 가족과 서로의 모습에 웃고 즐기며 기부하는 기쁨을 느끼게 하는 마라톤이다. 참가비는 어려운 이웃을 돕는 데 쓰인다. 컬러미라드코리아(www.colormerad.co.kr)에서 경기의 정보를 받아볼 수 있다.



짓궂은 애정 표현이
발단이 되어서일까,



아직까지도

엄격한 계급 차별이

남아 있는 인도이지만

이 축제만큼은

누구나 평등한 입장에서

자유롭게 즐길 수 있다.

성별, 나이, 지위에 상관없이

누구나, 누구에게나 물감을 던지며

“해피 홀리, 홀리해!”를 외친다.



올 초, 전국의 미술 애호가들은
설렘에 휩싸였다.
관람이 쉽지 않던 간송 미술관이
동대문디자인플라자에서의
전시에 앞서 온라인으로
소장품을 공개한 것이다.
이를 통해 많은 이들이 모니터로
김홍도와 신윤복, 정선의 그림과
서예 작품을 감상할 수 있었다.
이렇듯 온라인 서비스로
집에서 편하게 미술품을
관람할 수 있는 사이트들을 소개한다.

모니터, 미술관이 되다



네이버 미술 검색 arts.search.naver.com

네이버의 초록색 검색 창은 이제 국민 검색 창이라고 부를 수 있을 정도로 보편화되었다. 부동산, 지도, 음악 등 다양한 서비스를 제공하는 네이버의 미술 검색은 어떨까. 네이버 미술 검색의 메인 페이지에 들어가 보니 백남준, 김환기, 르누아르, 오달리스크 등 주목해 볼 만한 작가나 주제의 이미지가 뜬다. 양 옆의 화살표를 누르면 더 다양한 이미지의 전시를 볼 수 있다. 좌측으로는 주요 작가나 시대 / 사조, 장르, 주요 미술관, 테마별로 작품을 감상할 수 있게 하였는데 마치 중고등학교 미술 교과서를 보는 듯 단정하고 깔끔하지만 아무래도 사용자들의 검색이 예상되는 작가나 미술관을 정리해 두었기에 의외의 작품을 만나는 재미는 덜하다. 우연성을 바라는 관람객이라면 주요 미술관 코너에서 생소한 이름의 미술관을 찾아 감상하는 것이 좋을 것이다. 여러 가지 테마별 검색도 즐거운 결과를 보여준다. 원하는 테마를 미술 검색 창에 넣어 보자. 구글 미술관과 비교해 가장 큰 장점이 한국어로 자유롭게 이용할 수 있는 것이니 말이다. 미술 검색의 전체 작품 수는 15만 7천 여 점. 메인 하단의 '네이버 캐스트 - 오늘의 미술'이나 '미술 지식 백과', '미술 전시회 정보'도 미술 관련 교양과 지식을 쌓기에 좋은 통로다.

구글 아트 프로젝트 www.googleartproject.com

이름에서부터 차이를 느낄 수 있다. 네이버가 미술 '검색'이라면 구글은 '아트 프로젝트'. 첫 온라인 미술관이랄 수 있는 구글 아트 프로젝트는 혁신적인 서비스를 내놓는 구글다운 발상으로 전 세계의 눈을 집중시켰고 그 서비스도 좀더 포괄적이다. 어떤 작품은기가픽셀로 제공하여 붓 터치까지 선명하게 보여주니,기가픽셀이라는 명칭을 붙인 작품이 있다면 꼭 확대해 보자. 예를 들어 보티첼리의 <미의 탄생> 그림을 확대해 보면 바다의 물결을 그린 만화스러운 표현도 감상할 수 있다. 이외에 스트리트 뷰를 이용하여 전시실과 세계 문화 유산도 보여주지만 솔직히 마우스로 움직이는 것은 불편하다. 베르사이유 궁전의 정원에서 이것을 이용하다가 길을 잃거나 담쟁이 덩굴에 부딪히기 일쑤일 테니. 하지만 작품을 비교해 볼 수 있고, 나만의 갤러리를 꾸미고, 소셜 네트워크를 통해 공유할 수 있는 것은 작품 감상에서 한 발 더 나간 적극적 향유로 사용자를 이끈다. 일단 구글 아트 프로젝트를 방문해 보자. 낯선 영어에 이리저리 클릭하다 보면 오히려 예상치 못한 어느 나라에서 미지의 작품을 만나는 색다른 경험을 할 수 있다. 생생한 화질 의 그림은 감동을 더해 주고 말이다.

공공미술포털 www.publicart.or.kr

거리를 걷다 보면 건물 주변에서 흔히 조각 작품을 볼 수 있다. 너무 흔해서 작품인 줄도 모르고 지나치기 쉬운 이 설치물들은 문화예술진흥법에 따라 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 미술 작품의 설치에 사용하도록 한 제도에 따라 만들어진 것이다. 좋은 취지로 시작된 제도였지만 수주 단계에서 비리가 잦아 구설수에 오르기도 하였고, 예술성이나 주변 환경과의 조화를 고려하지 않은 채 자리만 채워 오히려 시각적 공해를 낳는 작품이 양산되기도 하였다. 이에 따라 최근에는 직접 미술 작품을 설치하는 대신 문화예술진흥기금을 납부할 수 있도록 한 선택적 기금제가 도입되었고 2012년 말에는 공공미술포털을 통해 아트맵을 제공, 건축물미술작품과 공공미술을 검색해 볼 수 있게 되었다. 한국문화예술위원회의 추천작부터 업로드되어 있으며 차츰 확대해 나갈 예정이라고 한다. 내 주변에 어떤 예술 작품이 있는지 찾아보고 직접 경험한다면 매일 다니는 길도 색다르게 보이지 않을까?



고양이
집사



강아지
부모

우리나라에도 반려견과 반려묘 등 반려동물과 함께하는 가구 수가 400만에 달한다고 한다. 시골 마당을 지키는 누렁이부터 주인과 침대를 공유하는 고양이까지, 점점 가족으로 인정받고 있는 오랜 인간의 벗, 반려동물의 세계로 입문해 보자. 활발한 강아지의 아빠이자 요염한 고양이들의 집사인 필자가 귀한 충고를 전한다.

글·강병한 문화 칼럼니스트, 제주 오렌지다이어리게스트하우스 주인장

혼자서도 잘해요. 반려묘 고백하자면 필자는 강아지나 고양이에 관심이 없었다. 마당 있는 집에 살던 어릴 적에는 강아지를 길렀었다. 물론, 부모님께서. 하지만 그 후 계속 아파트에 살면서 반려동물을 볼 기회가 없었기에 그렇게 많은 강아지와 고양이가 인간과 함께 살아가고 있다는 것을 정말 몰랐다. 모든 것은 시골로의 이사 때문에 벌어졌다. 도시에서의 삶을 버리고 제주로 귀촌을 결심한 후, 다시 마당 있는 집으로의 이사를 꿈꿨다. 당연히 마당에는 강아지가 뛰어다녀야 했다. 그런데 누군가 얘기했다.

“시골에는 쥐가 있을 텐데?”

앗, 쥐는 계획에 없었다. 고양이가 있는 집에는 쥐가 없다던데. 그래서 고양이를 분양받았다. 나도 아내도 40년 가까이 살면서 고양이는 키워본 적이 없었다. 그래서 고양이를 분양받기 전 포털 사이트의 고양이 카페에 가입하고, 도서관 책을 빌려서 공부하기 시작했다. 그런데 고양이 카페에서는 모두 스스로를 ‘집사’라 칭하는 것이 아닌가. 문화충격이었다. 사람이 집사면 고양이는 주인? 우리는 단지 소중한 집을 쥐에게서 지키기 위한 ‘동물’로서 고양이를 대하기로 결심했다.

그런데, 친구에게 소개받아 3살 먹은 냥이(고양이 집사들은 그들의 주인을 냥이라는 애칭으로 부르곤 한다) ‘쁘리’를 데려오고 이들이 지나자 결심은 무너졌다. 아내와 나는 서로 자신이 뿌리와 더 친하다고 우기기 시작했다. 고양이가 발톱을 긁기 위한 기구인 스크래처를 저렴한 것으로 사준 것을 후회하며 고양이 놀이기구인 캣타워를 검색하기 시작했다. 그때부터 회사에서나, 친구 중에서 고양이와 함께 사는 인간들이 보이기 시작했다. 우리도 집사의 길로 들어선 것이다. 고양이는 완벽한 동물이다. 그들은 스스로 만족할 줄 알고, 인간의 요구에 쉽게 응하지 않는다. 당신이 아무리 작은 집에 살아도 냥이는 그 집을 인간보다 여섯 배는 넓게 사용한다. 아주 작은 택배 박스 안에서도 만족하고 냉장고나 책상 위로 뛰어올라 세상을 바라본다. 화장실을 만들어 주면 어릴 때부터 용변을 가리고 항상 자신의 몸을 깨끗이 단장한다. 집사가 집을 비워도 개워치 않는다. 집은 집사와 냥이의 공동구역이기 때문이다. 3박 4일 여행을 떠나야 한대도 넉넉한 사료와 물, 화장실을 준비해 두면 족하다. 다시 말하면 고양이는 도시의 상자 같은 아파트나 연립주택에 살 때 완벽한 반려동물이다.



뿌리



고양이는 완벽한 동물이다. 그들은 스스로 만족할 줄 알고, 인간의 요구에 쉽게 응하지 않는다.

까워



강아지를 기르는 것은 부모가 되는 것과 비슷하다. 강아지 혼자 집에 두고 나간다는 것은 막 걷기 시작하는 아기를 집에 두는 것과 다름없다.

내겐 당신이 필요해요. 반려견 강아지를 데려오기 전까지 우리 부부는 아무런 공부도 하지 않았다. 귀촌할 집이 정해지고 강아지를 분양받았다. 우리는 태어난 지 2개월 남짓한 갈색 푸들 ‘까워’를 아직 이사날짜가 한참 남은 어느 날, 서울의 한 아파트에서 키우기 시작했다. 그리고 이를 후, 우리가 갓난아기를 키우기 시작했다는 것을 깨달았다. 고양이를 성공적으로 맞이하면서 우리는 마치 십 년은 반려동물을 키워온 사람마냥 착각하고 있었다. 두 달 된 갈색 털둥치는 끊임없이 똥오줌을 싸고 놀아달라고 보챘다. 이가 나기 시작하자 눈에 보이는 것은 모두 입으로 가져가고 아파트 계단이 떠나가라 짖기 시작했다. 아내는 책과 TV 동물농장을 보며 ‘얏아’, ‘손’, ‘누워’, ‘기다려’를 가르치고 나는 규칙적으로 산책을 나가 다른 사람들과 어울리는 법을 가르쳤다. 이 모든 것은 굉장한 참을성이 필요했고 반복적이어야 했다. 강아지를 기르는 것은 부모가 되는 것과 비슷하다. 강아지 혼자 집에 두고 나간다는 것은 막 걷기 시작하는 아기를 집에 두는 것과 다름없다. 그들은 반드시 사

고를 칠 것이다. 그 사고는 주인 탓이다. 강아지는 넘치는 에너지를 풀어주기 위해 산책을 나가고 놀아줘야만 한다. 충분히 운동을 하며 주인과의 교감을 나누는 강아지는 매우 충직하다. 그들은 어떤 일이 벌어져도 당신 곁을 지키고, 오라고 손짓하면 기꺼이 뛰어온다. 때로 다른 동물을 쓰다듬기라도 하면 썸내고 질투한다. 강아지에게 당신은 하나뿐인 엄마이자 아빠다. 하지만 도시에서 강아지를 키운다는 것은 주인에게도 그만큼의 활동량을 요구한다. EBS 프로그램 〈당신은 개를 키우면 안 된다〉가 반려견을 키우는 사람들 사이에서 화제가 된 것도 그런 이유 때문이다. 도시에서 외로운 것은 사람만이 아니다. 당신은 충분한 시간을 가족들과 보내고 있는가? 그러면 개의 부모가 될 자격이 있다. 당신의 공간을 함께 쓸 룸메이트를 찾고 있는가? 고양이 집사가 되어 보는 것도 괜찮을 것이다.

다양성을 위한 투자 윤리적 소비

커피 한 잔의 여유를 즐기러 들른 카페에서 낯선 커피 이름에 눈길이 간다. ‘페어트레이드(공정무역) 커피’. 이 커피는 무엇인가 싶어 카페 직원에게 물으니 “손님께서 구입하신 커피 한 잔이 개발도상국 생산자들의 경제적 안정과 발전을 돕습니다”라며 과테말라 농부들의 작은 협동조합(co-operatives)에서 생산한 커피를 공정한 가격으로 구매하여 판매한다고 소개한다. 더불어 “윤리적 소비를 실천해 주셔서 감사합니다”란 인사까지. 대체 윤리적 소비란 무엇일까?

☞ 신효진_(재)한국사회투자 사업관리팀 주임연구원



Ethical Consumerism



윤리적 소비란? 일반적으로 소비자의 구매 행위는 최고 품질의 제품 또는 서비스를 저렴한 가격으로 구매하는 것에 초점이 맞춰져 있을 것이라고 생각된다. 하지만 이와는 종종 다른 모습을 보이는 소비자들도 있다. 그들은 제품의 품질이 뛰어나거나 브랜드 파워가 크더라도 이것이 비윤리적인 노동환경 속에서 만들어졌다는 사실을 접하면 구매를 꺼리고 더 나아가 불매운동을 벌이기도 한다. 또한 일반 상품보다 가격이 높은 환경친화적인 제품을 구매하거나 개발도상국의 생산자들에게 공정한 가격을 주는 공정무역 제품을 구매하는 소비자들도 있다. 이러한 구매 활동을 윤리적 구매 행위 또는 윤리적 소비라고 이야기한다. 윤리적 소비는 소비 활동을 통해 사회, 문화 그리고 환경과 관련된 문제들을 긍정적으로 변화시킬 수 있다는 생각에서 시작된다. 공정무역 커피의 경우, 대규모 농장을 통한 커피보다 소작농 혹은 소규모 자작농에 이익을 돌려주어 자립을

돕는다. 소비를 결정짓는 중요한 요인 중 하나는 소비를 통한 자신의 이익인데 윤리적 소비 활동은 사회적, 생태적 차원의 이익 증진은 물론 장기적으로는 소비자의 이익까지 보호한다. 예를 들어 커피 원두가 대규모 농장만을 통해 유통된다면 향후 그들이 독단하는 가격 정책에 소비자는 대안을 가질 수 없게 된다. 자립적인 소규모 농장들도 공존해야 선택의 자유가 생기는 것이다.

윤리적 소비의 발전 윤리적 소비는 자본주의가 먼저 발달한 선진국에서부터 시작되었다. 인간과 동물, 자연 환경을 착취하거나 해를 가하지 않는 상품 또는 건강한 삶에 도움을 주는 상품을 구매하자는 것으로, 기존 소비 활동에 대한 반성에서부터 비롯된 것이다. 이는 다양한 영역에서 실천할 수 있다. 윤리적 소비라는 단어가 사용된 지 벌써 20여 년이 넘은 선진국에서는 윤리적 소비의 대

표적인 실천 사례들이 나타나고 있다. 특히 공정무역과 노동자 인권 영역에서 두드러지는데, 개발도상국의 노동자들에게 적절한 임금과 안전한 노동 환경을 보장하는 공정무역과 이를 통해 생산되는 커피, 바나나, 설탕 등이 유통, 소비된다. 국내에서도 웰빙과 유기농에 대한 관심으로 친환경 농산물과 로컬푸드에 대한 인식이 증가하고, NGO 단체를 통한 공정무역 상품 유통 등 윤리적 소비의 영역이 커지는 추세다.

생활 속 윤리적 소비 윤리적 소비를 실천하는 일은 그다지 어렵지 않다. 재 활용 제품을 이용하는 것, 프랜차이즈 커피가 아닌 공정무역 커피를 구매하는 것, 대형마트가 아닌 재래시장을 찾는 것, 우리 동네에 단골가게를 만드는 것 등 작은 변화에서부터 윤리적 소비가 이뤄진다. 사회적 기업의 제품을 구입하거나

생활협동조합(생협)의 조합원이 되어 적극적으로 윤리적 소비를 실천할 수도 있다. 사회적 기업은 사회적 가치와 경제적 이익 창출을 동시에 고려하는 기업으로, 사회적 목적을 위해 수익을 만들고 환원한다. 전국에 1천 개가 넘는 사회적 기업들이 취약계층의 일자리 창출은 물론 환경보호, 장애우 지원, 문화예술 활성화 등 상대적으로 사회적 관심이 미비한 영역에서 가치를 창출하고 있다. 소비자와 생산자의 직거래를 통해 안전한 먹거리 확보는 물론 농촌 살리기에 동참하는 생협도 이용해 보자. 이 윤리적 소비는 우리 쌀과 콩이 경작되는 농지를 지키며 건강까지 챙겨주는 훌륭한 투자다. 국내외 환경, 사회, 인권 등 우리 일상과 관련된 다양한 이슈와 소비와의 관계를 고민하고 탐색하는 윤리적 소비. 오늘, 윤리적 소비하는 것은 어떨까?

책상 위,
바로 이것

Stuffs

모니터와 키보드 외에 나만의 책상을 꾸며줄 무엇이 필요하다면, 이 제품들을 주목해 보자. 보다 편리하게 책상 위 일들을 도와주고, 깔끔하게 변신시킨다. 기발한 아이디어의 상품들을 살펴다 보면 머리 속 뉴런들도 반짝반짝 반응하지 않을까?

1.

마이티 머그

바쁜 업무 중 실수로 컵을 엎어 서류며 노트북을 적셨던 짜증스런 경험은 마이티 머그가 잊게 해 줄 것이다. 흡착 처리로 단단히 부착된 하단으로부터 위로 톱! 떼어 사용하는 마이티 머그. 쏟아지는 서류철의 공격에서 커피와 책상을 보호한다. (마이티머그)

2.

보스 사운드링크 미니

스마트폰의 음악을 장중하게 듣고 싶다면, 명품 오디오 브랜드 보스에서 내놓은 무선 블루투스 스피커를 추천한다. 블루투스가 되는 장치라면 어떤 것이든 연결되어 자유롭게 이용할 수 있다. 어른 손바닥만한 크기에서 내뿜는 웅장한 저음이 공간을 꽉 채운다. 미스터쿤에서 3월의 베스트셀러로 선정된 제품!(보스)

3.

분리형 스테이플러

왜 스테이플러는 종이 가장자리만 짙을 수 있었던 것인가! 벽에 짙겠다고, 혹은 종이 가운데를 짙어 보겠다고 스테이플러를 넓게 펼치고 애쓰던 과거는 이제 그만. 이 스테이플러는 상하를 분리하여 어느 곳이든 쿡쿡 완벽하게 짙어준다.(미스터쿤)

4.

타이타닉 연필꽂이

바닥으로 가라앉는 컵이 재미난 연필꽂이다. 유니크한 디자인은 펜을 꽂거나 꺼내기 편한 각도도 동시에 제공한다. 내부는 두 단으로 나뉘어 한쪽은 작은 도구들을 넣을 수 있게 했다.(스틱트리)

5.

아날로그 데스크매트

책상의 유리는 관리가 쉽긴 하나 겨울엔 차갑고, 여름엔 끈적하다. 가죽 공방 헤비츠가 이탈리아 소가죽으로 만든 매트는 겨울엔 부드럽고 여름엔 쾌적한 책상을 제공할 것이다.(헤비츠)

6.

정글 북엔드

책이 나무로부터 만들어진다는 것을 떠올리면 책장은 하나의 숲과도 같다. 숲 앞에 선 동물들이 시선을 끈다. 북엔드이면서 페이지 사이로 꽃을 수 있어 북마크 역할도 겸하는 독특한 제품이다. (디셀)

7.

포그링

봄은 수분이 더욱 필요한 계절. 포그링은 어떤 컵이나 상관없이 컵 속에 띄워 쓰는 미니 가습기다. 하루 한 컵의 물을 포그링에게 맡겨 보자. 따갑던 눈, 코를 촉촉하게 해 줄 테니.(네오티즌)

8.

박스탭

전자기기의 사용이 늘며, 멀티탭도 바빠졌다. 하지만 책상 아래 먼지 쌓인 멀티탭은 결코 건드리고 싶지 않은 지하세계. 박스탭을 이용하면 밝은 지상에서 깔끔하게 모든 전원을 제어할 수 있다. 튼튼한 플라스틱 재질로, 위에 모니터를 올려놓아도 끄떡없다. (에이블루)





아이디어 톡톡 튀는 재미난 물건, 선물하고 싶은 단 하나의 디자인을 만나고 싶다면 아래 쇼핑물들을 추천한다. 요새 뜨고 있는 큐레이션 커머스(전문가들이 선별한 상품을 할인하여 판매하는 온라인 마케팅)를 통해 세상은 넓고 물건은 많다는 것을 느낄 수 있다.

이것은
바로 이곳에서!
Get!

미스터쿤

www.mrkoon.com

“너무 많은 상품의 세계 속에서 가장 핫하고 좋은 제품을 소개하기 위해 내가 왔노라!”고 외치는 이 사이트는 큐레이션 커머스를 전면에 내세운다. 특가와 글로벌 상품의 배송 책임, 상품을 SNS로 공유하면 다른 사람들이 구매할 때마다 용돈을 적립해 주는 독특한 포인트제로 눈길을 끈다. 상품을 함께 체험하는 듯한 설명이 귀에 쏙쏙 들어온다. 이름에서 느껴지듯 남성들이 혹할 제품이 많다.

퀄키

www.quirky.com

위의 쇼핑물을 둘러보다 보면, 상품명 옆에 붙은 퀄키(quirky)라는 태그가 자주 눈에 띈다. 퀄키는 2009년 시작된 소셜 상품 개발 플랫폼으로, 일반인들이 아이디어를 내면 네티즌과 퀄키의 평가를 통해 제품을 개발, 생산하여 판매하고 이익을 함께 나누는 크라우드 소싱(crowd sourcing)을 실행한다. 퀄키의 태그가 붙은 상품이 바로 이러한 프로세스를 통해 탄생한 제품인 것. 현재 퀄키는 전세계 43만 명의 발명자 커뮤니티를 통해 300여 개가 넘는 제품을 개발하고 있다.

1300k

www.1300k.com

재미난 온라인 문구점 대열의 만이급인 사이트로, 남녀 및 모든 연령대를 아우르는 제품 구성력을 지녔다. 문구부터 가구까지, 다루지 않는 것이 없을 정도. 매월 13일에는 할인행사가 열리는데 지난 달에는 홈페이지가 마비될 정도로 많은 고객들이 몰려들었으니, 그 명성을 알만하다. 상품 판매와 함께 다양한 강좌와 아트 프로젝트를 열어 문화적 감수성을 전파한다.

펀샵

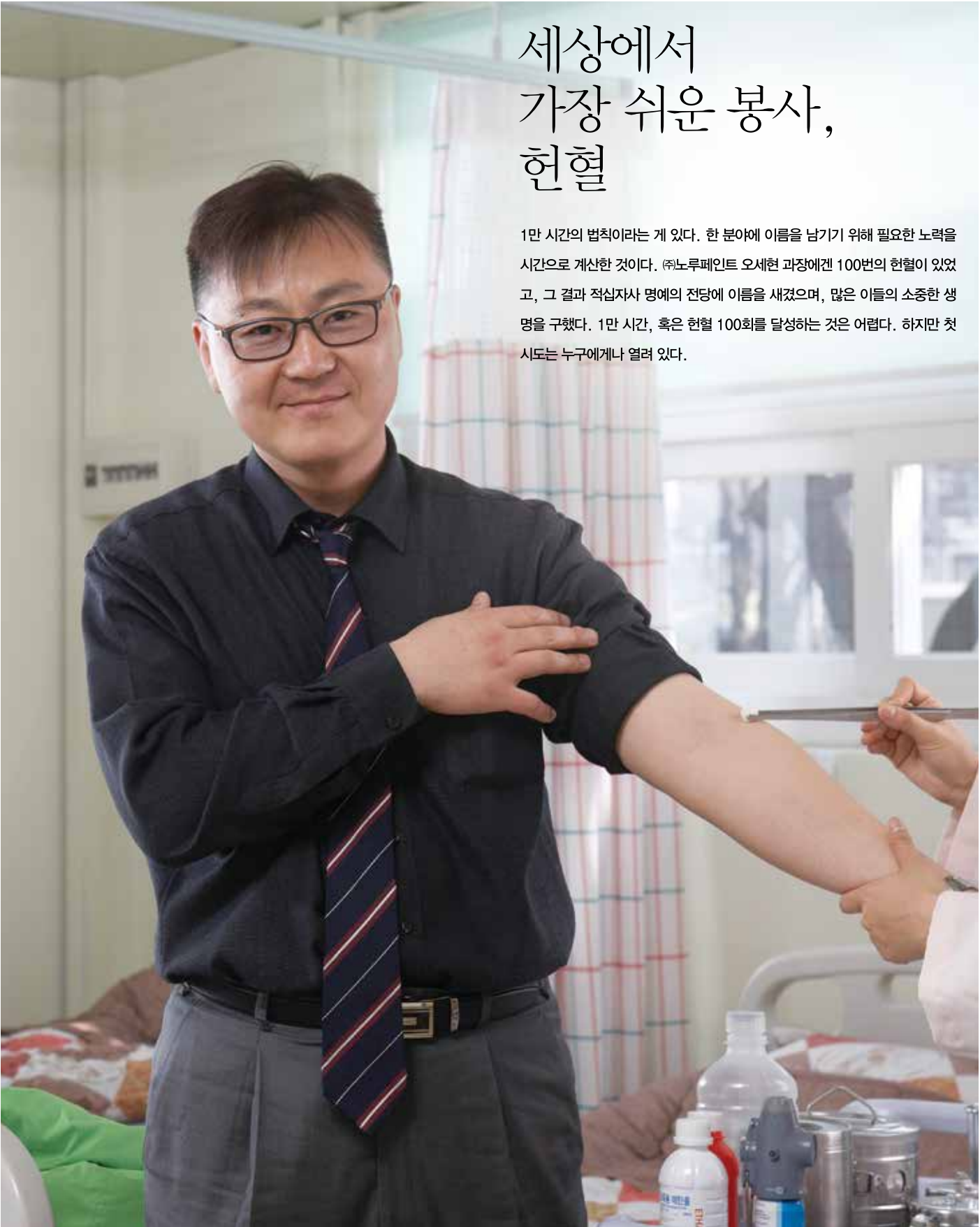
www.funshop.co.kr

‘어른들을 위한 장난감 가게’로 익히 알려진 온라인 쇼핑물. 생활의 가려운 곳, 혹은 심심한 곳을 시원하게, 재미나게 긁어주는 아이디어 상품을 소개하며 오랜 단골을 확보해 왔다. 한 번 클릭하면 마우스 휠을 끝없이 회전시키며 모든 상품을 구경하게 하는 편리하고도 즐거운 마력을 지녔다. 깔끔한 화면 구성이 남성 고객들에게 특히 선호되는 사이트.

N O R O O P e o p l e

NOROO에는 좋은 사람이 많습니다.
누군가에게 슈퍼맨이 되고, 서로에게 버팀목이 되며
사람의 정을 느끼게 하는 NOROO인이 자랑스롭습니다.





세상에서 가장 쉬운 봉사, 헌혈

1만 시간의 법칙이라는 게 있다. 한 분야에 이름을 남기기 위해 필요한 노력을 시간으로 계산한 것이다. ㈜노루페인트 오세현 과장에겐 100번의 헌혈이 있었고, 그 결과 적십자사 명예의 전당에 이름을 새겼으며, 많은 이들의 소중한 생명을 구했다. 1만 시간, 혹은 헌혈 100회를 달성하는 것은 어렵다. 하지만 첫 시도는 누구에게나 열려 있다.

두 딸을 위하여

“헌혈은 가장 소극적인, 가장 쉬운 봉사 활동입니다.” 듣고 보니 그렇다. 헌혈은 누워서 할 수 있는 봉사 아닌가. 게다가 달콤한 간식까지 따라온다. 오세현 과장은 자신도 주사 바늘을 그리 좋아하진 않지만, 자신이 할 수 있는 가장 쉬운 봉사 활동이기에 헌혈을 택했다고 말한다. 그러나 100회까지 온 것은 뚜렷한 목표 의식이 있어서였다.

“두 딸을 위한 아빠의 기록을 남기고 싶어서 몇 가지 목표를 세웠죠. 첫째는 호적에 무관 기록을 남기는 것, 둘째는 헌혈을 100회 하여 적십자사 명예의 전당에 이름을 남기는 것이었습니다.” 그는 심사와 교육을 거쳐 소령 진급을 함으로써 첫 번째 목표를 달성했고 헌혈 기록에 도전, 30회 감사훈장, 50회 감사훈장 수상을 거쳐 100회 감사 큐브를 받으면서 명예의 전당에 입성했다. 헌혈의 종류와 일정까지 고려하며 계획을 세운 덕분이었다.

NOROO 유니폼을 입은 슈퍼맨

헌혈을 뽑는 것은 두 달에 한 번씩만 할 수 있고, 외국 출장을 다녀온 후엔 불가능하기 때문에 출장이 잦은 그에게 적합한 헌혈 방식이 아니었다. 그는 2주에 한 번씩 할 수 있는 혈장 헌혈을 마음 먹고 스마트 헌혈 앱을 통해 헌혈소 예약 및 수면과 스케줄 관리를 하며 헌혈했다. “게다가 전 O형이라 누구에게나 수혈해 줄 수 있으니 더욱 기쁘죠. 헌혈을 항상 염두에 두고 있다 보니 몸을 관리하게 됩니다. 헌혈하면 혈액에 대한 건강 검사 결과를 알려 주니까 건강도 자주 체크하게 되고요. 건강 관리를 위해서라도 헌혈을 권합니다.” 성취감과 보람은 당연히 따라오는 보상이다. 헌혈증서로 지인들에게 직접 도움을 주었던 것도 큰 기쁨이다. “거래처 담당자의 부인께서 투병 중에 수혈을 받으셔야 해서 헌혈증서를 드렸죠. 후배 아버님 수술에도 드리고, 건강도 챙기고 생명도 살리니 헌혈을 안 할 이유가 없습니다.”

목표한 100회를 넘겼지만 그는 헌혈을 그만두지 않을 것이다. “저는 헌혈의 집 안양센터의 등록 헌혈 회원입니다. 혈액이 급히 필요할 땐 구조 요청이 옵니다.” 생명을 구하려 달려갈 그의 모습을 상상해 본다. 빨간 망토 대신 NOROO 점퍼를 입은 슈퍼맨, 바로 오세현 과장이자.

(주)노루페인트

공업2팀

오세현 과장



1회 헌혈 양 400cc를 기준으로 하면 그의 총 헌혈 양은 어림잡아 40kg이 넘는다. 오세현 과장이 가장 쉽게 말하는 봉사는 30~40명의 생명을 연장시켜 주었다.



컬러의 세상에

규칙을 세우다

(주)포산 인더스트리

세상에는 많은 길이 있다. 작은 골목길부터 국도, 고속도로까지 다양한 길 위를 차들이 자유롭게 운행할 수 있는 것은 표지판과 신호등, 즉 규칙이 있기 때문이다. 컬러의 세상도 이와 같다. 너른 대지와도 같은 컬러의 세상을 많은 사람들이 자유로이, 효율적으로 누빌 수 있도록 표지판과 신호등이 있다. NOROO가 세상을 아름다운 컬러로 물들인다면 그곳에 쉽게 도착하도록 길 안내를 해 주는 기업이 (주)포산 인더스트리다.

틴팅 시스템의 국내 도입

(주)노루페인트의 세미나 행사 현장에 가면 늘 마주치는 이름이 있다. 조색기, 측색기 공급처인 (주)포산 인더스트리다. 페인트 업계에 있는 이들이라면 너무나도 친숙한 기계, 조색기. 지금은 많은 특약점에 설치되어 있지만 10여 년 전만 해도 조색을 기계로 한다는 것은 상상하기 어려운 일이었다. 소수의 명장이 그들만의 숙련된 손길로 조색을 하는 것이 대부분이었고, 그러한 명장은 많지 않았기에 소비자들이 본사와 대리점을 통해 원하는 색을 얻기까지는 오랜 시간과 번거로움을 거쳐야 했다. (주)포산 인더스트리의 임경화 사장은 이 점에 주목했다.

“포산 인더스트리를 설립하기 전에 케미칼 도료 생산 설비를 수입, 납품하는 회사를 다니며 틴팅 시스템, 즉 지금의 대리점용 조색 시스템을 접했습니다. 1990년대 초반이었죠. 회사를 설득해 독일에서 하는 전시회에 가 봤더니 세계의 유명도료 회사들이 그 시스템을 이용하고 있더군요. 우리나라에도 꼭 도입해야겠다고 생각했지요.”



㈜포산 인더스트리

조색기와 측색기, 화질 룬 등
포산은 컬러의 표준을
확인시켜 주는 장비와 시스템을
수입, 개발한다.

미묘하게 달라지는 색의 세계에서
이러한 표준은
질서를 잡아 주는
신호등의 역할을 한다.

NOROO와 특약점, 상생의 시스템

그러나 도입은 쉽지 않았다. 많은 사람들이 ‘한국에는 아직 시기상조’라고 말했고, IMF로 임경화 사장이 몸 담았던 회사도 문을 닫았다. 임경화 사장은 그러나 위기를 기회로 만들었다. 그는 ㈜포산 인더스트리를 설립하여 본격적인 조색기, 즉 틴팅 시스템 마케팅에 나섰다.

“조색기를 처음 소개했을 때 아주 극소수의 회사만이 여기에 관심을 보였습니다. NOROO가 그중 하나였죠. IMF 시기에 기업들은 투자와 비용을 줄여야 했는데 대리점용 조색기는 여기에 안성맞춤이었습니다.” 조색기를 이용한 틴팅 시스템은 기본 베이스만 있으면 조색제로 모든 색을 만들어 낼 수 있었다. 본사는 베이스가 되는 제품만 만들면 되니 일을 덜었고, 대리점은 재고 걱정을 덜었으며 손님은 시간을 절약할 수 있었다. 특약점과의 상생과 성장, 고객 서비스를 중시했던 NOROO는 이러한 시스템의 강점을 빠르게 파악하고 도입하여 포산과 함께 시장의 선두에 설 수 있었다.



컬러의 길, 더 정확하고 더 자유롭게

조색기의 도입을 성공적으로 이끈 ㈜포산은 해외 우수 측색기 제조사의 독점 판매권을 따낸 데 이어 화질 룬 사업에도 나서고 있다. “측색기는 사람으로 치면 판단하는 능력이지요. 현재 성장세에 도입하는 단계입니다. 화질 룬은 라이팅 박스를 크게 확장한 형태입니다. 맑은 날, 흐린 날 등 날씨에 따라 자동차나 핸드폰 등 제품의 컬러를 확인할 수 있는 방이죠. 한국 GM 등에 하모니 룸으로 구축했으며 쉔킴 등 해외에도 수출 중입니다.” 이승재 과장의 설명에 조색기를 담당하는 이정석 부장도 보태었다. “조색기의 경우, NOROO의 조색기는 가격 대비 성능이 매우 좋아 만족도가 높은 제품입니다. 설치대수가 가장 많고 가장 빠르게 전파되고 있어요. 또한 교체 프로모션도 NOROO가 가장 먼저 시행했기에 특약점에 많은 도움이 되리라 생각합니다.”

최근의 소비자 설문 조사에 따르면 소비자들의 제품 선택 요인 중 80%가 컬러에 대한 인식이라고 할 정도로 컬러는 생활에서나 산업에서나 중요하다. 그렇기에 임경화 사장은 컬러 비즈니스의 미래가 밝다고 말한다. “전 세계 컬러 비즈니스는 점점 커지고 있습니다. 그동안 취약했던 우리나라에서의 기회는 더욱 큼니다.” (주)포산의 컬러 솔루션과 함께, 그리고 NOROO의 컬러 디자인 그리고 재현력과 함께라면 컬러의 세상을 누비는 길은 더욱 아름답고, 자유로우며 더 정확해질 것이다.



㈜포산의 컬러 솔루션과 함께, 그리고 NOROO의 컬러 디자인 그리고 재현력과 함께라면 컬러의 세상을 누비는 길은 더욱 아름답고, 자유로우며 더 정확해질 것이다.



임경화
대표 이사

이정석
부장

이승재
과장





세미나가 열린 크리스탈 볼룸에는
전국의 200여 특약점에서 온 대표들과
영업 직원들이 모여 집중의 열기를 더했다.

NOROO의 동행[®]

2014 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나

“여러분의 사업은 과거와 비교해 어떻게 달라지셨습니까? 이제 우리는 변화를 생각해야 할 것입니다.” 롯데호텔 제주 크리스탈 볼룸의 상층리에 ㈜노루페인트 안경수 회장의 말 한 마디 한 마디가 반사되어 반짝거렸다. 이에 대한 참석자들의 뜨거운 관심은 회장 안의 온도를 높였다. ‘동행, 같이 가는 길’이라는 주제로 모인 <2014 노루페인트 VIP 특약점 초청 세미나>는 NOROO가 만들어갈 새로운 길로 함께 나아가고자 발 맞추는 자리였다.

고객을 향한 가치창출

“이 자리는 여러분께서 만들어 주신 자리입니다. 여러분들이 계시지 않았다면 이런 행사도, NOROO도 없었을 것입니다.” 안경수 회장은 단상에 오르며 참석자들에게 감사의 인사를 전하였다. 서울, 부산, 대전, 강원, 대구, 광주 등 전국 곳곳에서 NOROO 특약점을 운영하는 대표들은 큰 세미나 룸에 가득 모여 단상에 시선을 집중하였다. 소비자를 만나는 최전선에서 고군분투하는 그들이 있기에 가능했던 자리였고, 그를 위해 마련한 자리였기에 안경수 회장은 “여러분의 자리이니 마음껏 즐기시며 기탄 없이 말씀하시고 정보를 나누는 자리가 되시기 바랍니다”고 강조하였다. 그리고 화두는 ‘변화, 그리고 가치 창출’로 이어졌다.

안경수 회장은 변화의 속도가 빨라지는 시장 상황 속에서 페인트 업계가 살아남기 위한 가치 창출을 이야기하며 적선소(積善梳)

라는 빛의 예를 들었다. 절에 가 빛을 팔아야 하는 상황에서 누군가는 스님에게 머리를 굽으시라며 한 개를 팔았고, 누군가는 힘겹게 절까지 올라오느라 머리가 헝클어진 신도들을 상대하여 10개를 팔았지만 누군가는 주지스님과 함께 머리 속의 걱정을 털어내는 빛이라 이름 지어 1000개를 팔았다는 것이다.

이 이야기는 ‘생존 경쟁에서 결국 살아남는 종은 가장 강한 종도, 가장 머리가 좋은 종도 아닌 변화에 잘 대응하는 종’이라는 찰스 다윈의 이론을 증명한다며 안경수 회장은 고객의 다양성을 찾아 이를 만족시키는 경영을 하자고 역설하였다. 또한, 동행을 위한 상생과 선순환을 언급하며 서로가 나누는 정보를 통해 특약점과 본사가 시장의 요구에 부응하고 고객이 우리를 먼저 찾을 수 있도록 차별적인 가치를 지닌 파트너가 될 것을 다짐하였다.

안경수 회장은
변화의 속도가
빨라지는 시장 상황 속에서
페인트 업계가
살아남기 위한
가치 창출을 이야기하며
적선소(積善梳)라는
빛의 예를 들었다.

전국 페인트 특약점들을
대상으로 한
설문조사 결과를
바탕으로 한
안경수 회장의 연설은
변화의 포인트를 모색하는
방향으로 나아갔다.
변화를 통해
시장 속 성장은
이루어질 수 있다.



기술의 신제품, 차별적 마케팅

김수경 사장이 발표한 동반 성장을 향한 중점 사항, 그리고 안경수 회장의 인사말에 이은 기술연구소 기동춘 상무의 신제품 발표는 NOROO의 앞선 기술력을 다시 확인시키고 NOROO에 자부심을 갖게 하는 순서였다. 친환경성과 작업성을 높인 다양한 제품들이 고가와 저가 라인으로 갖춰져 합리적인 선택을 할 수 있도록 준비되었는데 세미나 장 밖에는 신제품의 시편과 샘플을 전시하고 담당 직원들이 적극적으로 상담하여 이해를 도왔다. 한 참석자는 “유용하고 다양한 신제품에 앞으로의 발전이 더 기대된다”며 칭찬을 아끼지 않았다.

마지막으로 단상에 오른 김민성 상무의 ‘2014년 건축 부문 핵심 전략’ 역시 흥미로운 내용으로 참석자들을 끝까지 자리를 지키게 하였다. 건축 시장 마켓 쉐어를 증대하기 위해 큐피트에 에너지 마크를 넣고, 팬톤 프리미엄 페인트를 메이크업 페인트로 내세우는 등의 히트상품 육성과 아파트 보수 시장과 인테리어 페인트 시장을 공략하는 시장의 수요 확대, 특약점 사장을 위한 컨설팅 강화의 영업 지원, 컬러 선도력 강화와 철저한 고객 지향적 사고의 5대 핵심 과제를 내세운 그는 “특약점 사장님들께 NOROO가 사업의 동반자와 해결사가 되도록 최선을 다하겠습니다”고 말하며 세미나를 힘찬 박수 속에 마무리 지었다.

한 걸음씩 모여 동행으로

세미나와 함께 준비된 여러 행사는 NOROO라는 한 가족의 따뜻함과 기쁨을 즐길 수 있게 하였다. 만찬 자리는 NOROO의 임직원들과 특약점 사장들이 건배를 나누는 허물없는 대화의 장이 되었고, 다음날은 골프와 승마, 요트 등으로 나누어 즐거운 추억을 함께 만들기도 하였다. 이번 행사에 대해 참가자들은 “세미나가 굉장히 흥미로워서 아주 열중해 들을 수 있었다”라고 말했으며 자각을 일깨우는 연설 내용에 새로운 영업과 도전의 계기가 되었다고 밝히기도 하였다. 또한 가격적인 마케팅 외에 감성적 감동을 주는 마케팅 접근을 기대하는 의견도 있었다.

행사를 마치고 버스에 오르며 손을 흔드는 이들에게서 앞으로의 동반 성장을 향한 기대와 포부를 읽는다. 세상에 없는 길, NOROO가 만드는 길로의 동행은 이렇게 모두의 한 걸음, 한 걸음이 모여 이루어질 것이다.



친환경성과 작업성을 높인 다양한 제품들이
고가와 저가 라인으로 갖춰져 합리적인 선택을 할 수 있도록 소개되었는데
세미나 장 밖에는 신제품의 시편과 샘플을 전시하고
담당 직원들이 적극적으로 상담하여 이해를 도왔다.

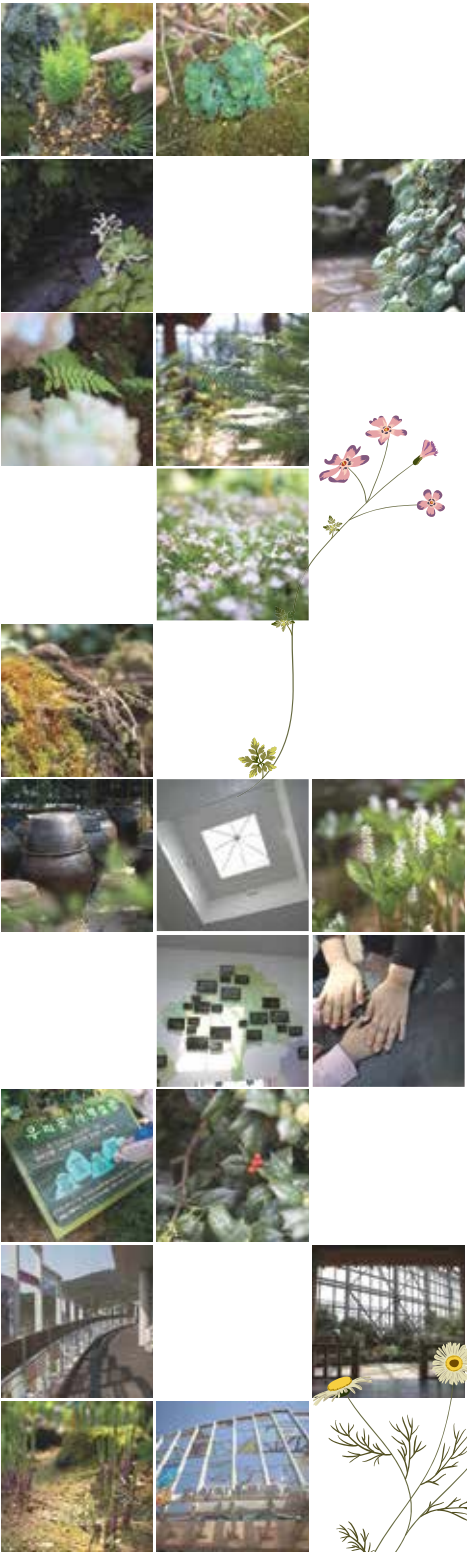


골프, 요트, 승마 등 다양한 레저 활동을 통해
참가자들은 NOROO 가족으로 함께 웃고, 마음을 나누며
함께하는 즐거운 추억을 하나 더 만들었다.



(주)노루오토코팅 도료생산팀
장기성 과장 가족

정다운 가족의 즐거운 주말 여행법



듣고, 말하고, 걷기
화성 우리꽃식물원에 들어서자 촉촉한 공기 속에 은은한 풀 냄새가 감돌았다. 황사와 미세먼지에 숨 쉬기가 편치 않았던 날에 단비를 맞는 기분이었다. “여기 좋죠? 가족과 자주 오는 곳이에요. 날씨 좋은 날 도시락 싸서 오곤 해요.” 심호흡을 하는 기자에게 장기성 과장이 한 말이다. 마침 장기성 과장 가족은 화성에 사는지라, 우리꽃식물원이 친숙하단다. 몇 번이나 왔다면 식상할 텐데 가족은 꽃과 나무, 이끼를 자세히 들여다보며 재잘재잘 수다가 끊이지 않았다. “온실인데도 계절마다 분위기가 달라요. 봄은 봄인가 봐요. 피어나는 꽃도, 나무의 잎도 새롭네요.” 장기성 과장의 부인인 이정숙 씨는 꽃 향기를 깊이 들이마시며 말했다. 13살 딸 아름이도 엄마를 따라 꽃에 얼굴을 대며 눈을 감았다가 금새 장난을 거는 아빠를 쫓아 달음박질친다. 술래잡기를 하다가, 무등을 타다가, 손을 잡고 휘적휘적 함께 걷는 부녀의 모습이 참 다정하다.



함께 느끼고 생각하기

“앗! 이거 아빠가 쌔 쌔먹는 머위다!” “응? 그런데 좀 다르네?” “어떻게 다르지?” 딸과 엄마, 아빠의 대화는 자연스럽게 이어진다. 마침 장기성 과장이 원예학을 공부했었기에 이야기는 더 풍부해졌다. 식물에 붙어 있는 명패의 처음 보는 단어에 신기해하며 서로의 지식과 느낌을 나눈다. 그래서일까, 아름이는 요즘 아이들과 달리 학원을 하나도 다니지 않지만 제 몫의 공부를 착실히 해낸다. 담임 선생님도 아름이의 스스로 공부법을 지지하셨기에 엄마인 이정숙 씨의 마음도 가벼워졌다. 학원을 보내지 않은 것은 남다른 교육관이 있어서라기보다 그저 건강하게 자라길 바라는 아빠, 엄마의 마음 때문이다.

“아름인 초등학교 1학년 때 학원 가는 횡단보도에서 차에 치여 큰 수술을 받고 중환자실에 오래 있어야 했어요. 사고란 것이 정말 누구에게나 일어날 수 있다는 것을 아프게 실감했고, 다행히 완쾌된 후엔 오직 건강만을 바라게 되었죠.” 담담하게 이야기를 있는 이정숙 씨의 눈길에 아빠와 장난을 치며 까르르 웃는 아름이가 보인다. 선물이나 장난감이 아닌 몸과 마음으로 자녀를 웃게 하는 부모, 함께 생각하고 느끼는 부모가 있어서 아름이는 참 행복하다.

어디든지 나가기

아름이가 행복한 이유를 하나 더 찾자면 아빠의 기민한 활동력에 있다. 야근도 많고, 토요일도 회사에 자주 나갈 정도로 바쁘지만 쉬는 날에는 어김없이, 어디든지 나간다. “그게 저의 스트레스 해소법이에요. 낚시, 수영, 래프팅, 스키 등등 아름이와 함께 하며 웃는 얼굴을 보는 것이 즐거워요.” 캠핑이 지금처럼 대중화, 고급화되기 전에도 간단한 도구만으로 훌쩍 캠핑을 떠나곤 했단다. 이번 여행에도 낚시 도구를 챙겨왔다는 장기성 과장이다.

촬영을 마칠 시간이 되어 가족을 향한 한 마디를 부탁하자, 말이 떨어지기도 전에 아름이부터 외친다. “엄마, 아빠, 사랑해요!”, “우리 항상 건강하자!”, “지금까지처럼 특별한 매일매일을 살자~” 이것은 모든 가족들의 바람이기도 할 것이다. 그들처럼 세상의 모든 가족도 특별한 오늘을 만들기를 바란다.



화성 우리꽃식물원
기와집을 닮은 지붕의 유리 온실이 인상적인 곳이다. 천장이 높아서 쾌적하고 조경이 아름다워 한껏 거닐기 좋다. 유리 온실 외에 너른 외부 정원과 바둑분수, 야트막한 산으로의 산책로가 조성되어 있어 가벼운 나들이 장소로 좋다.
Tel. 031-369-6287



아버지와 아들

푸르게 더 푸르게 달린다

페인트는 전문직
페인트 영업을 하던 구정환 사장이 자신의 가게를 차린 것은 2004년의 일이었다. 그 전부터 15년이나 영업을 해 왔기에 페인트 대리점에 대한 확신은 굳건했다. 그는 페인트 장사가 일종의 전문직이라고 생각했다. “페인트의 모든 것을 알아야 제대로 해낼 수 있죠. 기술 자료집을 늘 곁에 두고 현장을 뛰어다니며 기술과 노하우를 쌓아온 것이 장사에 큰 힘이 되었습니다.” 구정환 사장의 이러한 자신감은 구성철 실장에게 그대로 전수되었다. 대리점을 시작한 지 3년만에 매출은 두 배로 켄쵸 뛰어들었고, 당시 군대를 제대한 구성철 실장은 뒤도 돌아보지 않고 대학교를 자퇴한 후 사업에 뛰어들었다. 페인트 사업의 미래를 확신한 부자에게 망설임은 없었다. 그리고 7년 여가 지난 지금, 매출은 창업 초기의 1,000배에 이르러 한국 상사는 부산 영업소의 특약점 중 매출 1위이다. 가게는 판매를 중점적으로 하는 특약점과 전문공사를 주로 하는 사무실로 나뉘었고, 매출과 함께 물량이 늘어 창고도 두 개나 더 났다. 현재에도 300군데에 달하는 거래선이 꼬리에 꼬리를 물고 연락을 해 오기에 한국상사는 물량을 최대한 확보해 가격 경쟁력을 높이고 있다.

김해 한국상사

최근, 『가업을 잇는 청년들』(남해의 봄날)이라는 책이 나와 화제가 되었다. 이 책은 다양한 분야에서 끈기와 열정으로 가업을 잇는 젊은이들을 소개하였다. 김해 한국상사의 구성철 실장을 보자 그들에게서 보았던 열정과 사명감이 떠올랐다. “저는 사업을 넘겨받는다 생각하지 않습니다. 제가 쟁취해야 하는 것이죠”라는 그와 그런 아들을 흐뭇하게 바라보는 구정환 사장. 2014년 청마 해를 맞아 푸르른 기상으로 달리는 그들을 만났다.





구성철 실장



구정환 사장



최종문 대리

한국상사를 담당하는 최종문 대리는
구성철 실장의 고집 때문에 담당 지역이 고정된 셈이다.
사람 좋고 목소리 나는 그 아니면 안 된다며 구성철 실장이 거센 요구를 한 탓이다.

계승이 아닌, 발전

“저는 사업을 잇는다고 생각하지 않아요. 제가 쟁취해 와야 하는 것이죠.” 아버지의 대를 잇는 것에 대해 묻자 구성철 실장은 이렇게 말한다. 다른 직업도 생각해 볼 수 있었을 텐데 아쉽지 않느냐는 질문에 1초의 고민도 없이 대답이 나온다. “다른 사람이 하는 것보다 제가 하는 게 낫고, 페인트 일이 저는 좋습니다. 몸 쓰는 것도 어렵지 않았고요.” 천직이 가업이라니, 복 받은 아들이고, 아버지다. 일하다 보면 나올 수 있는 불평도 낙천적이고 저돌적인 성격으로 툭툭 털어내어 버리니 불화도, 응어리도 없다. 매출 규모가 너무 커지는 것을 염려하는 구정환 사장과 달리, 구성철 실장은 “아직도 더 하고 싶다”며 의욕과 도전에 충만한 모습을 보여주지만, 그러한 차이는 불협화음이 아니라, 시너지의 하모니를 낳는다. 그들은 가족이기 때문이다.

노하우와 민첩성

그렇다면 이들이 NOROO를 선택한 이유는 무엇일까. 두 부자는 ‘인지도’와 ‘질적 우수성’을 꼽았다. 브랜드 인지도도 좋지만 NOROO의 품질이 워낙 탁월하기에 고객에게 자신 있게 권할 수 있단다. 영업사원과의 인간적인 관계도 함께 발전할 수 있었던 요인 중 하나다. 한국상사를 담당하는 최종문 대리는 구성철 실장의 고집 때문에 담당 지역이 고정된 셈이다. 사람 좋고 목소리 나는 그 아니면 안 된다며 구성철 실장이 거센 요구를 한 탓이다.

하루 수 십 통 이상 통화하며 구성철 실장과 손발을 맞추는 최종문 대리는 한국상사를 ‘좋은 제품을 위해서라면 투자를 아끼지 않는’ 특약점이라 평한다. 한국상사는 조색기를 구입하는 것에 있어서도 얼리어답터다. 최상의 조색 결과를 위해 최신 조색기를 들이는 데 가장 먼저 앞장선다.

2세 경영을 시도하는 곳은 여럿 있으나 성공은 쉽지 않은데 한국상사는 1세대의 특징인 ‘귀한 노하우’와 2세대의 특징인 ‘빠른 일처리’가 결합되어 개발이 한창인 김해라는 도시를 기반으로 성공의 추진력을 더하고 있다. 올해 NOROO 전체 특약점 중 매출 1위가 목표인 한국상사. 청마 해의 기운을 타고 목표로 거세게 달려가길 기대한다.



2세 경영을 시도하는 곳은 여럿 있으나 성공은 쉽지 않은데
한국상사는 1세대의 특징인 ‘귀한 노하우’와
2세대의 특징인 ‘빠른 일처리’가 결합되어
개발이 한창인 김해를 기반으로 성공의 추진력을 더하고 있다.

News Briefing

•
뉴스 브리핑



경기도청과 사회공헌 협약



(주)노루홀딩스

(주)노루홀딩스 대표이사 선임

NOROO 그룹의 자회사인 (주)노루홀딩스는 3월 21일 주주총회를 열고 새로운 대표이사로 정준호 대표를 선임하였다. 연세대 경영학과와 뉴욕대 경영대학원을 졸업한 정준호 사장은 대우증권 국제영업팀 부장, 홍콩법인 사장 등을 거쳐 2000년부터 C&F 캐피탈 대표를 맡아왔다.

NOROO 정기 주주총회 개최

지난 3월 21일, (주)노루홀딩스와 (주)노루페인트는 주주 및 회사 임직원들이 참석한 가운데 정기 주주총회를 안양 본사 NOROO 복지관에서 개최하였다. 이날, 회사의 영업 성과 및 재무 현황 등 핵심 안건들이 주주들에게 자세히 설명되었다. 또한 “세계의 경기 성장세가 둔화되고, 원자재 가격이 상승하여 어려운 상황에 직면하기도 하였지만, ‘NOROO가 펼쳐가는 기술경영의 새 지평’이라는 경영방침 아래 기존의 사업 영역에 대한 집중과 새로운 시장에 나아가기 위한 변화를 조화롭게 이루어 새로운 성장의 패러다임을 구축하고 원대한 회사

의 비전 및 주주이익의 극대화를 실현하겠다”고 발표하였다. 이번 주주총회에서는 2013 사업 연도의 회사 성과에 대한 대차대조표 및 손익계산서가 승인되었으며 이익잉여금 처분계산서(안)의 보통주와 우선주에 대한 배당도 각각 승인되었다.

(주)노루페인트

경기도청과 사회공헌 협약

(주)노루페인트는 경기도청이 취약계층 실내 공기질 개선을 위해 추진하는 ‘푸른 내음 실내 환경 개선 사회공헌’에 대한 협약을 지난 2월 12일 체결했다. 경기도는 2009년부터 전국 최초로 소규모 보육시설, 장애인시설, 노인요양시설 등과 아토피 가정 등을 대상으로 실내 공기질을 무료 측정하고 이에 따른 개선요령 등을 컨설팅해 주는 사회공헌 사업을 벌이고 있다. (주)노루페인트가 이번에 경기도청과 맺은 협약은 이러한 취약계층 환경 복지 개선 효과를 더욱 극대화하기 위한 것으로, 지난해 무료 측정 결과 기준치를 초과한 191개소 가운데 아토피 가정, 청소년 쉼터 등 시설 개선이 시급한 20곳을 선정해 개선 사업



칼라메이트 디자인하우스 EBS, SBS 방영

에 착수하는 것이다. 협약에 참석한 박수영 행정1부지사는 “도의 추가 예산 지원 없이 순수하게 기업의 사회공헌과 봉사단체의 헌신으로 상대적으로 열악한 실내 환경에 노출되어 있는 취약계층의 환경 복지 향상을 도모할 수 있게 되었다”고 말했다. (주)노루페인트는 이처럼 지역의 환경과 복지 향상을 위한 사회공헌 활동에 앞으로도 지속적, 적극적으로 참여할 계획이다.

칼라메이트 디자인하우스 EBS, SBS 방영

지난해 새롭게 런칭한 국내 최초의 컬러 인테리어 서비스이자 전시장인 칼라메이트 디자인하우스가 컬러 전문 브랜드로서 매스컴에 방영되고 타기업과 콜라보레이션 사업을 펼치는 등 관심을 모으고 있다. 지난 1월 YTN 사이언스의 <다큐S-색으로 통하다> 프로그램에서는 컬러를 통한 공간 인테리어의 내용으로 칼라메이트 디자인하우스가 소개되었으며, 2월 2일에는 SBS 8시 뉴스를 통해 ‘색의 정치학’이라는 주제로 취재 및 인터뷰 영상이 방영되었다. 또한 한샘플래그십(잠실점)에서는 칼라메이트 디자인하우스의 다양한 상품과 서비스를 체험할 수 있는 전시를 진행(2월 5일~3월 2일)하여 고객을 만났다. 다양한 분야에서 컬러에 대한 중요성이 높아짐에 따라 컬러 인테리어 브랜드인 칼라메이트 디자인하우스에 대한 소비자의



해피콜과 MOU 체결

관심 또한 증대될 것으로 기대한다.

해피콜과 MOU 체결

(주)노루페인트는 주방용품 전문 제조기업 ‘해피콜’과 공동 기술개발 및 사업 협력을 위한 양해각서(MOU)를 2월 21일 체결했다. 양사는 이번 MOU를 통해 곰팡이 방지 페인트 분야의 공동 R&D 수행 및 신제품 개발, 곰팡이 방지 관련 신규 사업 협력 모델 발굴을 협약했다. 해피콜의 자회사인 TR켄텍은 타사에 비해 곰팡이 방지 지속력이 월등히 뛰어난 방균 기술을 보유하고 있는 방균제 전문 기업이다. 특히 이 회사가 보유한 곰팡이 방지 기술은 곰팡이(진균)에 대한 억제력이 매우 뛰어나 뿐만 아니라 그 효과가 최소 2~5년 이상 지속된다. 또한 피부에 자극이 없고 환경유해물질도 포함되지 않아 방균 분야에서 높은 기술 경쟁력을 인정받고 있다. 이번 제휴에 따라 TR켄텍의 곰팡이 방지 기술과 페인트 분야 대표기업인 (주)노루페인트의 친환경 도료 기술이 만나 시장을 선도할 ‘곰팡이 방지 페인트’ 신제품이 탄생할 수 있을 것으로 기대된다. 이렇듯 (주)노루페인트는 MOU를 통해 해피콜의 기술 및 유통 역량을 합쳐 공격적인 마케팅을 펼치는 등 끊임없는 도전과 변화를 추구할 예정이다.

News Briefing

• 뉴스 브리핑



울목종합사회복지관에 쌀 기증



영업 마케팅 마인드 강화 및 코치 교육 실시

울목종합사회복지관에 쌀 기증

㈜노루페인트는 지난 2월 14일 경기도 안양 지역 울목종합사회복지관에 사회공헌 활동의 일환으로 20kg짜리 쌀 10포대를 기증하였다. ㈜노루페인트는 이번 기증을 통해 매월 약 10포대의 쌀을 울목종합복지관에 지원함과 더불어 안양시에서 선정된 저소득층 및 독거노인에게 급식 서비스를 제공할 계획이다. NOROO는 앞으로도 사회공헌 활동을 기업 이익의 사회 환원이라는 개념을 넘어 기업과 사회가 모두 행복해지는 상생으로 여기며 대내외 소외계층에 대한 사회공헌을 지속적으로 펼쳐나갈 것이다.

영업 마케팅 마인드 강화 및 코치 교육 실시

㈜노루페인트는 영업 및 마케팅 관련 직원에 대해 1월부터 3월까지 총 3회에 걸쳐 전략적인 영업 활동 및 마케팅 마인드 함양을 위한 교육을 실시하였다. 이번 교육의 목적은 문제 발견과 해결의 능력을 배양하고 마케팅 마인드를 강화시키며 창의력의 핵심을 이해, 현업으로 적용시키는 데 있으며 유명 강사인 신병철 박사의 강의로 이루어졌다. 또한 기다리는 영업에서 찾아가는 영업으로 보다 적극적인 영업 활동을 펼치기 위해 '코치 제도'를 본격적으로 도입하였다. 이는 ㈜노루페인트

가 육성한 영업 컨설턴트인 코치가 전환 교육과 채권 관리, 재고 관리, 재무 관리 등을 컨설팅하여 특약점의 경영 및 영업 역량을 높이는 데 도움을 주는 프로그램이다.

2014년 무재해 기원제 실시

지난 3월 8일, 포근한 날씨 속에 안양 수리산에서 NOROO의 무재해 기원제가 실시되었다. 이날 행사는 ㈜노루페인트, ㈜노루홀딩스를 비롯하여 많은 NOROO 계열사 임직원이 참여하였으며, 수리산 환경 정화 활동 및 야생동물 먹이주기 행사도 함께 진행되었다. 참석한 NOROO 임직원들은 안전을 기원하는 결의문 낭독과 NOROO WAY 전서로 2014년도의 무재해를 다짐하였으며 2014년 NOROO 지표인 'NOROO가 펼쳐가는 기술경영의 새 지평'을 통해 NOROO가 글로벌 기업으로서 세계 시장을 리드해 나가자는 각오를 다졌다.



2014년 무재해 기원제 실시



(주)아이피케이

Interchar 212, 3시간 국내 내화 인증 획득

최근 초고층 건물의 신축 수요가 늘고 있는 가운데, 지난 1월 27일, (주)아이피케이의 Interchar 212 제품이 한국건설연구원(KICT)의 3시간 내화 인증 시험을 통과함에 따라, 국내 기업으로서는 최초로 메쉬(Mesh, 그물) 시공 없이 기둥과 보, 모두에 적용할 수 있는 내화 제품을 제조하고 생산하여 국내에서 판매할 수 있게 되었다.

통상, 내화 도료란 건축물의 뼈대가 되는 철골의 보와 기둥에 시공되는 것으로 화재 시 도료가 팽창함으로써 열 전도를 낮춰 철골이 녹아 내리는 시간을 지연시키는 역할을 한다. 이러한 고기능성 페인트는 건축물의 붕괴로부터 인명과 재산을 보호하는 역할을 한다. 당사는 지난 2009년 Interchar 212 제품으로 에폭시 기술로는 국내 최초로 2시간 내화 인증을 획득한 데 이어, 금번에는 동 제품으로 최대 3시간까지의 내화 구조 인증을 획득함에 따라 미국의 UL, 영국의 BS와 같이 국제적으로 공신력 있는 기관과 국내 기관으로부터 내화 구조 기술력을 재차 인정받았다.

현재 국내에서는 건축법상 모든 철 구조물에는 내화재 적용이 의무화되어 있는 가운데, 12층 또는 높이가 50m 이상인 건축물에는 3시간용 내화 구조를 반드시 적용해야 한다. 최근 각종 초고층 건물에 대한 신축 공사가 늘어나는 것은 물론, 폭발 사고가 잇따르면서 내화재에 대한 수요가 급격히 증가하고 있는 가운데, 국내 내화 페인트 시장의 규모 또한 2009년 200억 원대에서 2010년 300억~400억 원, 최근 700억~800억 원대로 크게 늘어난 것으로 추산되고 있다. 이에 현재 각 도로 제조사마다 3시간 내화 도로 시장을 선점하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 당사의 Interchar 212 제품의 3시간 내화 구조 인증은 메쉬 사용이 필요 없으면서도 기둥과 보에 모두 적용할 수 있다는 이점이 있어 향후 시장에서 많은 관심을 받을 수 있을 것으로 기대된다.



하루 한 시간, 영어 사이트에서 놀기

매해 초가 되면 하는 결심 중 하나. 올해는 꼭 영어공부를 하리라! 그러나 이 결심은 바톤이 되어 계주하듯 다음해로 건네지기 일쑤다. 영어 공부의 정체 되는 가장 큰 이유는 영어를 쓰지 않아도 크게 불편하지 않기 때문이다. 영어 공부를 하는 환경부터 바꿔보자. 한국어가 최대한 배제된 외국 사이트로!



englishcentral.com



engvid.com



breakingnewseglish.com

일단, 들어가 보자. 이메일과 비밀번호를 넣으면 가입 끝! 사이트는 바로 다음 창으로 넘어가 화제가 되고 있는 비디오를 보여준다. 이를 난이도나 트렌드에 따라 골라 듣고, 받아쓰기하고, 따라 읽음으로써 단어와 문장에 대한 퀴즈를 풀게 한다. 특히 사용자의 음성을 녹음하여 바로 확인시켜 주고 다시 말하길 독려하는 과정이 반복 학습을 이끈다. 이 영어 학습 과정의 플랫폼은 최근 국내 영어 사이트 시원스쿨에도 제공되었다. 하지만 인증 과정 없이 가입이 편리하고 화면 구성이 영어에만 몰입할 수 있도록 구성된 EnglishCentral을 더 추천한다. 무료로 제공되는 것만 봐도 그 가치를 느낄 수 있다.

아이들은 책을 통해 말을 배우지 않는다. 수없이 듣고, 보고, 말하면서 익히는 것이다. 영어 공부도 이처럼 하자. 일단 자꾸 듣고 보아서 익숙해져야 하는 법. 이때 자막은 되도록 배제하는 것이 좋다. engvid 사이트에 들어서면 바로 동영상이 뜨며 영어로 강의를 시작한다. 다양한 주제로 초급과 중급, 심화과정까지 준비되어 있으며 여러 강사들이 비즈니스, 문화, 토익, 토플 등을 주제로 강의한다. 가입 없이도 이용할 수 있어 부담이 없다. 다른 영어 학습 사이트와 비교하면 단순하지만, 그것이 장점이다.

듣고, 말하는 수준에서 벗어나 읽고 쓰고 토론할 수 있는 정도의 학습을 원한다면 이 사이트를 권한다. 7가지 레벨에 따라 짧은 기사들을 제공하는데, 여러 속도로 읽어주고 읽어보도록 하며 단어와 문법 공부, 작문까지 시킨다. 프린트하여 볼 수 있으며 답안도 제공한다. 혼자 공부하기보다는 여러 명이 스터디 그룹을 이뤄 함께 한다면 더욱 효과를 낼 듯 한데, 이 중 한 기사만 공부해도 제대로, 꼼꼼하게 하면 엄청난 양의 진보를 이뤄낼 것이다.

Behind Cut

비하인드 컷

01.

제주의 날씨는 변화무쌍하기로 유명하지요. 그러나, (주)노루페인트 VIP 특약점 초청 행사가 있던 날, 청명한 하늘과 따뜻한 햇살이 NOROO 가족을 반겨주었습니다. 유리잔 가득 제주의 공기를 담아 NOROO 가족의 건승을 건배합니다!



02.

패밀리 트립에서 만난 (주)노루오토코딩 장기성 과장님과 딸 아름입니다. 마리오네트를 움직이듯 머리카락으로 아빠를 조종해도 아빠는 아름이가 귀엽기만 하지요.



03.

현철로 왕성한 봉사활동을 하시는 (주)노루페인트 공업2팀 오세현 과장님과의 인터뷰는 안양공장의 보건실에서 이루어졌습니다. 과장님의 팔에 남은 현철 자국에 취재진은 엄숙해졌습니다.