

업체탐방

친환경 도료 제조업체 “노루페인트”

노루페인트는 기능성 도료와 친환경 도료를 적극 선보이며 늘 새로운 가능성을 열어가고 있다. 또한 중국과 베트남 등 해외시장 공략은 물론 전국 700여개에 달하는 특약점 유통망을 정비해 내수판매도 늘릴 방침이다.

노루페인트는 향후 한국을 대표하는 글로벌 도료 메이커로서, '아름다운 세상' 조화로운 가치창조라는 경영이념 하에 최고의 도료서비스를 제공하는 기업으로 성장할 것이라고 포부를 밝혔다.



노루페인트 사장
양 정 모
031-467-6114

노루페인트 소개

(주)노루페인트는 60여년 동안 일반인의 머리 속엔 '노루표'라는 친숙한 기업 이미지로 자리매김하고 있다. 2000년도에 글로벌기업으로 거듭나기 위해 상호를 '디피아이'로 변경한 이후, 지난해 창립 60주년을 맞은 이 회사는 올해 6월 투자부문 지주회사인 (주)디피아이홀딩스와 사업부문 자회사인 (주)노루페인트로 분할을 결정, 더 나은 미래를 향한 새로운 항로를 개척 중에 있다.

도료업계의 첫 지주회사 출범에 걸맞게 그룹내 핵심 계열사로서 위상을 떨치고 있는 노루페인트는 우선 '투자' 부분을 디피아이홀딩스가 전담하게 돼, 회사의 주력인 도료제조 및 판매 등에 역량을 집중할 수 있게 됐다. 즉 '노루' 브랜드를 달고 국내외 출하되는 모든 도료, 코팅제, 수지의 생산을 노루페인트가 총괄하게 된 것이다. 이를 통해 'NOROO' 브랜드는 현재 3만여가지의 도료와 코팅제 생산 외에 신규 제품 출시와 신시장 개척에 있어 더욱 활발한 활동 및 사업의 고도화를 꾀할 수 있게 됐다.

'노루' 하면 '업계 최초 기술', 그 독보적인 페인트 기술력과 노하우

노루페인트는 R&D분야의 지속적인 기술개발 투자, 제품개발, 품질향상의 노력 등을 통해 도료업계

에서는 최초로 KS 표시허가를 획득하는 성과를 올렸다.

또한 각 도료부문 국가에서 인정하는 수상은 물론, 국내 최초 중국 자금성 도장, 5년연속 한국표준협회 선정 품질경쟁력 우수기업 선정, 2005년 근로자의 날 은탑산업훈장 수상, 2006년 KS-QEI(기존 ks제품 품질우수성 지수) 수상, 친환경 제품개발과 녹색경영을 실천해온 기업에게 주는 최고 권위의 상인 대한민국녹색경영대상(베스트그린상) 및 다수의 상을 수상했으며, ISO인증획득 및 수출의 날 산업훈장 수상하는 등, 한 국가의 대표 도료기업에 걸 맞는 눈부신 길을 걸어왔다. 그 중 한동안 언론에도 이슈화되었던 자금성 재도장 수주는 지난 해 중국 정부가 네덜란드 AKZO, 독일 BASF 등 내노라하는 글로벌 메이커들을 놔두고 2008년 베이징 올림픽을 대비한 자금성 재보수 공사 납품업체로 저희 노루페인트를 지정했다. 그 가격대에 색상이나 도색상태의 내구성을 유지할 수 있는 것은 저희 노루페인트 밖에 없다는 중국정부의 말에 사원 모두 커다란 자부심과 긍지를 가지고 있다. 그 기술력으로 노루페인트는 현재 국내외 건축용 도료를 비롯해 가전금속용, PCM용, 중방식용, 환경친화형 페인트 제조의 기본이 되는 수지 등 자연색 그대로의 3만 여종에 달하는 제품들을 생산하고 있다. 수많은 도료분야를 책임지고 있는 기업으로서 노루페인트는 앞으로 자연과 보다 가까운 친환경 제품들을 개발, 소비자의 보다 편안한 생활공간을 완성함으로써 삶의 행복을 누리실 수 있도록 최선을 다하고 있다.

인간의 행복을 위한 기업 그리고 인간중심 경영

노루페인트는 99년 이후 8년째 무교섭 임금협상 타결이라는 놀라운 사내문화를 만들은 물론, 창립 이래 노사분규가 단 한번도 없을 정도로 화합된 노사문화를 창조하고 있다.

‘이익창출을 추구하는 노동조합’, ‘신 노사문화를 만들어 가는 노동조합’을 기본 이념으로 삼고 있는 노루페인트 노동조합은 회사위기 상황마다 노사가 일치단결해 위기극복을 위해 노력하는 모습을 보여줬고 이것이 대외적으로 알려지면서 국내 노사관계의 새로운 표준을 제시했다. 한 예로 96년 대형 화재사고발생 및 연이어 덜친 97년 경제위기로 회사가 난항을 겪자 노조 스스로 ‘안전운동’, ‘낭비 발굴작전’ 등의 활동으로 원가 절감과 생산성 향상을 주도했다. 무엇보다 어려운 여건을 타개하기 위해 인력감축이란 극단적인 조치에도 적극 동의함으로써 회사위기극복에 큰 견인차 역할을 했다.

그 후 노루페인트는 외환위기 당시 퇴직했던 100명을 다시 복직시켜 노사간의 신뢰가 더욱 두터워진 계기가 됐다. 노루페인트는 구조조정 이후에도 회사 혁신활동 전개의 여세를 몰아 ‘신바람운동’, ‘1인2자격 운동과 3무(재해, 공해, 질병)운동’ ‘NOW NOROO 2006’ 등 매년 새로운 실천운동을 전개하여 신뢰를 바탕으로 한 노사협력의 풍토를 다지는데 노력하고 있다. “노사는 상하관계가 아닌 파트너”라는 사고로 인간의 안전하고 행복한 환경을 위해 존재하는 기업의 이념으로 인간중심경영을 위한 끊임없는 노력을 게을리하지 않고 있다.

노루페인트의 해외 시장 진출 현황과 성공 비결

노루페인트는 도료 산업의 기존 내수위주 매출구조를 글로벌화하고 새로운 성장동력을 확보하기 위



▲ 색상표

해 전략적으로 해외시장 진출을 시도하고 있다.

“당사 글로벌화의 핵심은 현지화 전략(Localization)입니다”라는 관계자 말에서 알 수 있듯이 국내외 페인트 업체의 해외시장 진출은 단순무역 또는 100% 직접투자 방식이 대부분이어서 비용과 리스크 회피에 어려움이 있는 게 사실이었다. 노루페인트는 이 같은 문제점을 극복하고 효과적인 글로벌 네트워크를 구축하기 위해 조인트 벤처를 통한 현지화 전략을 추진 중에 있다. 동북아(중국·일본), 아세안, 중동·아프리카, 인도, 미주, 유럽 등 전세계를 6개 권역으로 나눠 각 지역별로 현지시장에 맞는 마케팅과 해외 현지기업과의 win-win할 수 있는 전략적 제휴를 위해 노력하고 있다.

이를 통해 중국 현지 시장 및 동남아 시장의 시장 선점과 매출을 확대할 예정이라고 한다.

페인트산업의 발전 가능성과 향후 노루페인트의 목표

노루페인트는 수익성이 높은 고부가가치 도료 개발에 전력을 다하고 있으며, 무엇보다 매출액을 대폭 늘릴 방침이라고 한다. “향후 페인트산업을 포화 산업군에 속할 것이다” 라고 하는데 절대 그렇지 않다고 관계자는 밝혔으며, 노루페인트는 기능성 도료와 친환경 도료를 적극 선보이며 늘 새로운 가능성을 열어가고 있다. 또한 중국과 베트남 등 해외시장 공략은 물론 전국 700여 개에 달하는 특약점 유통망을 정비해 내수판매도 늘릴 방침이다.

이를 토대로 올해 영업이익을 전년보다 40%이상 끌어올릴 계획이며 2008년 이후에는 영업이익률을 10%대까지 높일 것이라고 밝혔다. 노루페인트는 향후 한국을 대표하는 글로벌 도료 메이커로서, ‘아름다운 세상’ ‘조화로운 가치창조’라는 경영이념 하에 최고의 도료서비스를 제공하는 기업으로 성장할 것이라고 포부를 밝혔다.