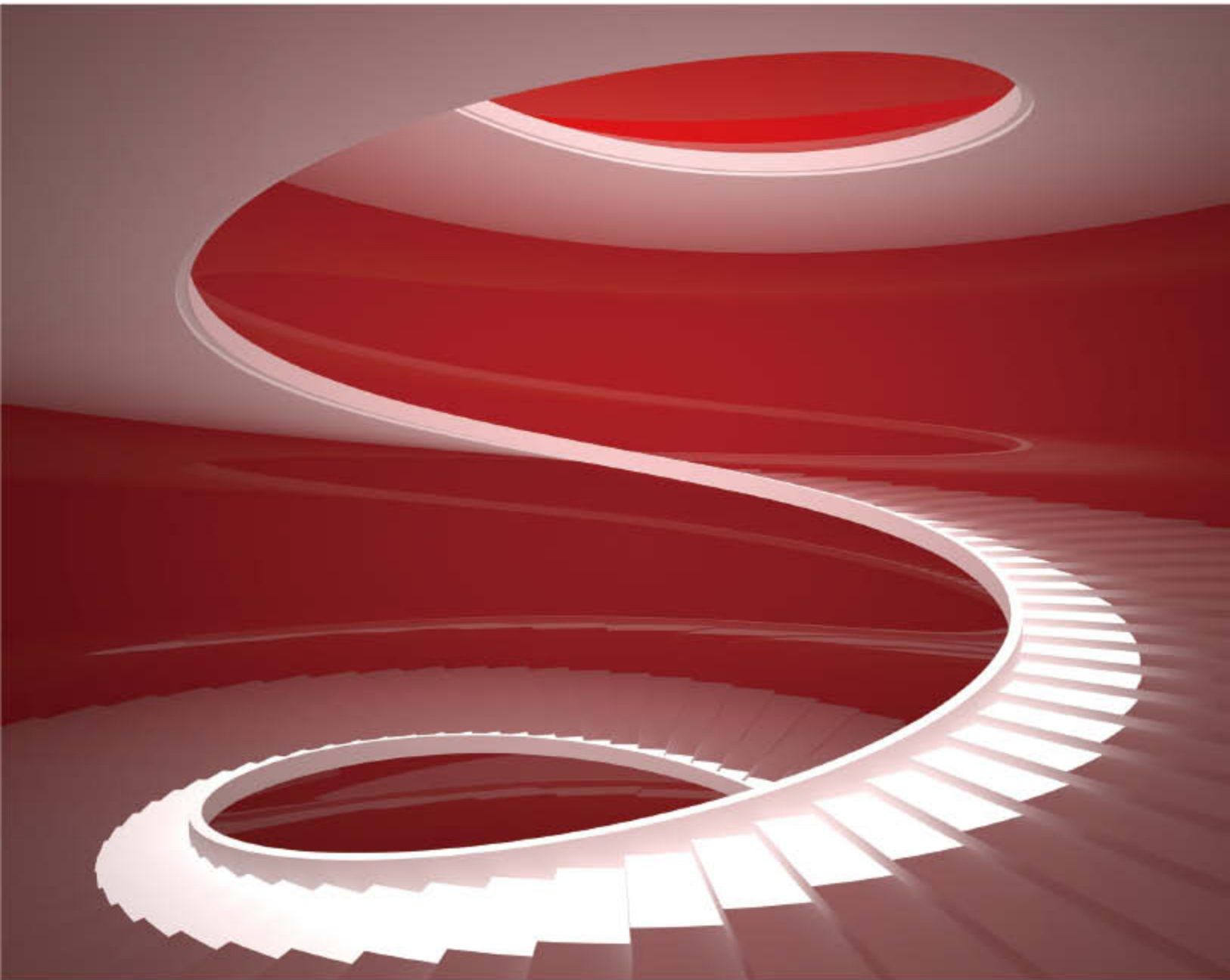


# 심화엔피플

09-10 2012 vol.1 창간호



S T A R T

새로운 시작 그리고 세상의 행복을 키워가기 위해 감동의 깊이를 넓히기 위해,  
심화엔피플은 새로움과 따뜻함이 가득한 세상으로 우리를 이끌어 갑니다.

# CONTENTS

## THE FIRST SPECIAL

- 01 CEO message
- 02 소식지 창간 축하메시지 삼화가족, 축하릴레이 H! SAMHWA & PEOPLE
- 04 주재기자단, 신고합니다 레인보우기자단을 소개합니다.

## THE STORY

- 06 테마스토리 세상의 모든 시작들

## THE COLOR

- 08 컬러 스페셜 삼화페인트, SAMHWA - NCS Collection 950 Launching
- 10 컬러 트렌드 세상을 바꾸는 컬러를 말하다
- 12 컬러 라이프 입 속에 퍼지는 레드와인의 유혹 속으로

## THE FOCUS

- 13 마켓 인사이트 DIY 페인트, 애물단지인가? 보물단지인가?
- 14 소비자의 목소리에 귀 기울이다!
- 15 뉴스 포커스

## THE CULTURE

- 16 테마가 있는 문화이야기



### cover story

STRAT: 새로운 시작  
 새로운 시작 그리고  
 세상의 행복을 키워가기 위해  
 감동의 감자를 넓히기 위해  
 삼화인피플은 새로움과 따뜻함이 가득한  
 세상으로우리를 이끌어갑니다.

# 09 10

## 삼화페인트의 진정한 소통의 장(場)으로 삼화인피플이 시작합니다!

삼화가족의 소통의 장이 될 삼화인피플의 창간을 축하합니다.  
 삼화페인트의 지난 시간들은 아무도 봐보지 않은 신대륙으로의 용기 있는 한 걸음들이 모여 이루어졌다고 생각합니다. 그 순간의 한 걸음에는 삼화가족의 열정과 노력이 있었기에 가능했습니다.  
 삼화페인트의 새로운 소식과 솔직 담백한 일상을 담은 삼화인피플은 삼화가족이 공감하고, 페인트시장의 새로운 흐름을 눈여겨보며 수많은 가능성을 탐색해가는 또 다른 한 걸음이 될 것입니다. 또한 우리회사의 사업 이야기뿐만 아니라, 전국 대리점과 직원들의 이야기를 공유하면서 삼화가족이 진심으로 화합하고 시너지를 창출하는 계기가 되었으면 좋겠습니다. 삼화인피플이 삼화가족의 진정한 소통의 장(場)으로 거듭날 수 있도록, 여러분의 많은 참여와 관심 부탁드립니다. 삼화가족을 대표하여 삼화인피플의 무궁한 발전을 기원합니다.

삼화페인트공업(주)  
 대표이사

김장연





# 삼화가족, 축하릴레이 HI! SAMHWA & PEOPLE

축하! 축하 삼화페인트 소식지 <삼화애플플> 창간호가 드디어 발행했습니다.

이를 기념하기 위해 서울본사 로비와 안산공장 식당에서 삼화가족 모두가 참여하는 창간이벤트가 진행됐습니다. 삼화가족들은 미리 준비된 포스트-잇에 정성 가득한 축하 메시지를 적고 보드에 붙였습니다. 처음엔 호기심으로 모였던 사람들이 시간이 지나면서 장사진을 이뤘고, 비어있던 보드 위에 형형색색의 메모지가 하나 둘 붙어지면서 삼화가족들의 마음이 한 데 어우러졌습니다.





# “레인보우 사내기자단 소개합니다”

삼화페인트 소식지가 드디어 탄생합니다!

〈삼화엔피플〉 발행에 발 맞춰 삼화페인트의 비전을 전하고, 다채로운 삼화소식을 전해 줄 주재기자단을 선발했습니다. 앞으로 레인보우와 같이 다채로운 재미와 색깔 있는 소식을 전해줄 레인보우 사내기자단을 소개합니다.



**마켓기획팀 김태운 과장**  
'고객감동'을 위해서라면 어디든 달려갑니다.

**컬러개발팀 이미리 연구원**  
삼화 소식지의 시작을 축하드리며, 주재기자로서 사명을 가지고 삼화인들이 컬러와 더욱더 친숙해지는 그날까지 최선을 다하겠습니다.



삼화가족의 열린 커뮤니케이션 장(場)을 기대하며…… 삼화페인트 소식지 〈삼화엔피플〉의 창간을 진심으로 축하합니다. 그리고 〈삼화엔피플〉의 초대 편집장으로 취임하게 되어 영광으로 생각합니다. 이 가을, 우리는 새로운 출발선에 섰습니다. 출발선 앞에 선 두려움은 어느새 잡념으로 바뀝니다. 시작 그리고 희망과 꿈을 향한 그 선배들 〈삼화엔피플〉이라는 이름에 실어 여러분을 찾아옵니다. 편집장으로서 알차고 풍요로운 내용이 여러분에게 전달되도록 최선을 다하겠습니다. 여러분의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다. 편집장 박정식



**고객지원팀 주상의 대리**  
저보다 더 훌륭하신 분들이 계심에도 불구하고 저를 사내기자로 선정해 주셔서 감사드리고 고객들에게 '감동'은 어렵겠지만 웃게 만드는 기자로 활동, 노력하겠습니다.

**마켓지원팀 권혁준 사원**  
성공을 확인하는 것이 성공의 첫걸음!!! 성공적인 삼화 소식지를 만들어가겠습니다.

**재무팀 안수용 대리**  
삼화페인트의 알찬 소식들이 전국 방방곡곡으로 퍼져나갈 수 있도록 최선을 다해 남녀노소 구분 없이 모든 사람들이 찾아보는 삼화 소식을 만들도록 하겠습니다.

**연구지원팀 김필영 주임연구원**  
소식지 주재기자로서 알차고 유익한 정보로 연구소를 대표하는 글쟁이가 되겠습니다.

**마켓지원팀 원유락 과장**  
삼화페인트 발전을 기복하고 삼화인들에게 삼화페인트 문화의 전파자가 될 수 있는 소식지를 만들도록 하겠습니다.

**사업관리팀 신용기 대리**  
“대내외적으로 좋은 소식들을 놓치지 않고 널리널리 퍼뜨려, 친숙하고 가치 있는 삼화엔피플이 되는데 일조하겠습니다.”





# Start

세상의 모든 시작들

사람들은 오늘도 무언가를 시작한다. 지금 시작한 그것이 작은 해프닝으로 끝날 수 있고, 세상을 바꾸는 단초가 될 수도 있다. 하지만 여기서 가장 중요한 것은 이 '시작'이라는 것이 훗날 어떤 결과를 초래하든 다양한 의미를 지니고 있다는 것이다. 그것이 비록 사소하고 엉뚱한 것일지라도 말이다. 누군가에게 시작은 사랑이었고, 또 다른 누군가에게 시작은 우연이었다. 그리고 그 우연은 새로운 인연의 시작으로 발전되었다. 새롭게 발행되는 삼화페인트 소식지 '삼화엔피플'의 창간호도 그러한 시작이다. 그래서 이번 창간호에서는 '시작'에 대한 다양한 의미에 대해 이야기 하고자 한다.

### 시작은 사랑이다


우리는 사랑하는 사람을 위해 무언가를 시작한 경험이 있다. 담배가 백해무익하다고 아무리 말해도 꿈쩍 않던 남자가 사랑하는 그녀를 위해 금연을 시작했고, 맛있게 먹을 줄 밖에 모르던 여자가 사랑하는 그를 위해 요리들 배우기 시작했고, 운동이라면 숨쉬기 운동이 전부이던 사람이 사랑하는 내 자신을 위해 '진짜' 운동을 시작했다. 이렇게 사랑은 시도조차 생각하지 않고 있던 우리를 시작하는 인간으로 변모하게끔 해주는 유희유이자 원동력이다. 여성의 아찔한 속눈썹 연출에 도움을 주는 마스카라의 시작도 그러했다. 화학자인 토마스 윌리엄스는 짝사랑 때문에 슬퍼하는 여동생 메이

블의 모습에 마음이 아팠다. 메이블이 짝사랑하던 체트의 마음을 돌리고자 오빠 토마스는 방법을 모색하게 된다. 어느 날, 석탄가루와 바세린을 혼합하여 메이블의 속눈썹에 발라 주었고, 이를 본 체트는 더욱 동성하고 질어진 메이블의 눈빛에 반하게 된다. 그 후 둘은 결혼까지 골인하게 된다. 사랑을 위해 만들게 된 마스카라가 전세계에 등장하게 된 계기가 된 것이다. 이는 메이블렌(여동생 이름 '메이블'+바세린의 '린') 브랜드가 탄생하게 되는 시초가 되었다. 너무나 흔하고 익숙해 절대 대단해 보이지 않는 주름빨대의 시작 또한 사랑이었다. 아들을 사랑한 엄마의 사랑, 일본 요코하마에 있는 병원

에 입원한 아들을 둔 한 부인이 있었다. 아들이 빨대로 우유를 마시기 위해 상반신을 힘겹게 일으키는 것을 보고 누운 채로 우유를 마실 수 있는 방법을 강구하다 빨대를 구부리면 된다는 생각에 도달했다. 그러던 어느 날 수도꼭지에 끼워져 있는 호스를 보게 됐다. 그 호스는 움직이기 쉽게 주름이 잡혀 있었다. 여기에 착안해 그림을 그려보았고, 그렇게 해서 주름빨대가 탄생하게 됐다. 이렇게 탄생한 물건들의 시작에는 사랑이 숨겨져 있었다. 단순히 여동생을 사랑한 오빠, 아들을 사랑한 엄마의 마음이지만 이 사랑은 시작으로 이어졌고, 지금도 사랑으로 자리잡고 있다. 그래서 시작은 위대한 사랑이다.

### 시작은 우연이다

어쩌면 '우연'이라는 단어만큼 시작을 잘 표현할 수 있는 단어는 없을 것이다. 무엇을 시작했든 우리의 인생은 철저한 계획으로 시작되는 경우보다는 아주 사소한 우연으로 시작되는 경우가 더 많기 때문이다. 우연히 들이간 식당의 음식에 반해 평소 싫어하던 음식이 좋아지는 계기가 되고, 우연히 읽었던 책에 푹 빠져 그 작가의 팬이 되고, 우연히 만났던 그 사람이 인연이 돼 버린다. 우연한 시작은 영화나 책 속에서도 많이 등장한다. 인터넷 포털사이트 웹툰 코너에서 인기리에 연재됐던 '우연일까?'는 바로 이런 우연한 만남으로 시작된 인연 이야기들 담고 있다. 소개팅 자리에서 우연히 마주친 동창 친구들, 학생시절 마음에 품었던 사람을 만나면서 시작된 다. 지긋한 눈으로 흥주들 바라보는 후영, 그런 후영을 보며 아릿한 가

슴을 느끼는 헤지, 또 그런 헤지를 보며 안절부절 못하는 경택까지 우연한 만남은 인연에서 연인으로 이어진다. 읽는 동안 가슴이 말랑말랑해지는 이들의 이야기는 우리 인생에서 인연의 시작은 우연임을 보여준다. 우연이라 하면 이 물건을 빼놓고 넘어갈 수 없다. 사무실에서 가장 많이 사용하는 물건 중 하나이며, 학생들도 많이 사용한다. 이 물건은 바로 '포스트잇'. 우연한 기회로 상품화 된 포스트잇은 우연 중에 우연이라 할 수 있겠다. 1970년 화학제품·의료기 등을 만드는 3M 중앙연구소의 연구원 스펀서 실버는 불기도 하고 잘 떨어지는 접착제를 만들었다. 하지만 연구소 측의 불응다가 떨어지는 접착제를 어디에 쓰니까?라는 반응에 그의 접착제는 실패로 돌아갔다. 영원히 잊혀질 뻔했던 그 접착제를 되살린 것은 같은 회사 테이프 사업부에서 일하던 아트 프라이였다. 그는 매주 일요일이면 교회 성가대에서 노래를 불렀는데, 그날 부를 찬송가를 찾기 쉽도록 종이를 끼워 넣었다. 그 종이가 자꾸 빠져 나가 원하는 페이지를 찾느라 매번 허둥했는데 1974년 어느 날 그의 머리에 스펀서의 접착제가 떠올랐다. 쉽게 붙이고 책이 찢어지지 않을 것이라 생각이었다. 아트 프라이는 연구를 거듭해 붙었다가도 말끔하게 떼어낼 수 있는 적당한 수준의 접착제를 바른 종이 조각을 개발했고, 1981년부터 포스트잇(Post-it)이라는 이름으로 팔기 시작했다. 우연의 연속인 우리 인생, 우연 속에서 시작된 만남과 발명은 원가에 목말라하는 우리에게 단비와 같다. 그래서 시작은 아주 사소하지만 소중한 우연이다. 

007  
008



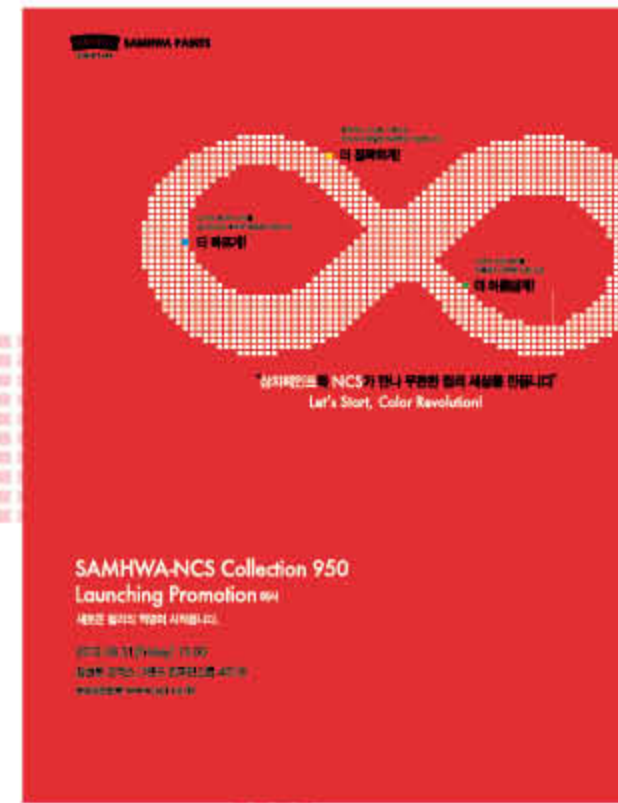
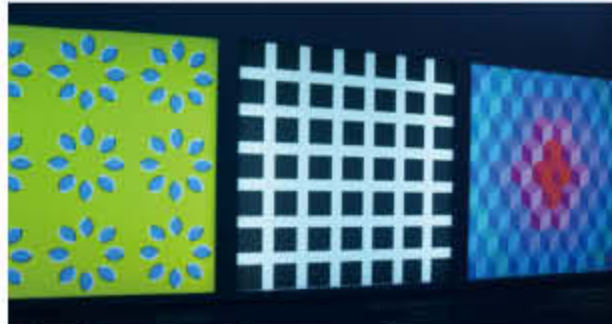


# 삼화페인트 SAMHWA-NCS Collection 950 Launching

Let's Start, Color Revolution!  
더 빠르게! 더 정확하게! 더 아름답게!

삼화페인트가 지난 2월 초, 글로벌 색채 전문업체인 스웨덴의 'NCS Cobur AB(이하 NCS)'와 색채 마케팅을 위한 전략적 제휴를 맺었다. 이후 국내 경쟁 페인트사의 컬러북과 기존 삼화페인트 컬러북에 대한 지속적인 연구를 거듭해온 결과, 저채도 색상뿐만 아니라 고채도의 색상까지 다양하게 구현할 수 있는 950개의 아름다운 컬러를 선정, 'SAMHWA-NCS Collection 950'을 제작했다. 이에 삼화페인트 컬러 디자인센터에서는 지난 8월 31일(금) 삼성동 코엑스 그랜드 컨퍼런스룸에서 'Let's Start, Color Revolution!'이라는 주제로 자연에서 온 아름다운 컬러 'SAMHWA-NCS Collection 950' Launching Promotion 행사를 진행했다.


이번 'SAMHWA-NCS Collection 950 Launching Promotion' 세미나에서는 주 고객인 디자이너, 학계, 건설 및 관련 업체의 전문가들을 대상으로 진행됐다. 역동적이고 환상적인 Art Performance로 문을 연 세미나는 구자현 대표이사의 환영사와 함께 시작됐으며, NCS의 대표이사인 CHRISTOFER HAUX와 (사)한국색채학회의 회장인 최경실 교수의 축사로 이어졌다. 삼화페인트 컬러디자인센터 감향란 센터장의 'SAMHWA-NCS Collection 950 Promotion' 발표로 1부가 마무리 되었으며, 간단한 휴식 후 시작된 2부에서는 'SAMHWA-NCS Collection 950'의 탄생 스토리와 2013 Global Mega Trends 발표로 모든 행사가 마무리됐다. 삼화페인트 구자현 부사장은 세미나를 통해 "이번 런칭 프로모션은 Let's Start, Color Revolution!이라는 주제에 걸맞게 다채롭고 신선하게 준비했다"며, "SAMHWA-NCS Collection 950' 런칭 프로모션을 필두로 새로운 컬러 선도기업으로 도약하는 삼화페인트의 도전을 기대해 달라"고 당부했다.



▶▶ Let's Start, Color Revolution!  
삼화페인트와 NCS가 만나 무한한 컬러 세상을 만듭니다.



또한 'SAMHWA-NCS Collection 950' 컬러는 '2012 코리아 하우징 페어 전시(8/30~9/2)'를 통해 일반인들에게 공개됐다. 4일 동안 진행된 전시에서는 'SAMHWA-NCS Collection 950'뿐 아니라 자사의 다양한 우수 제품들을 홍보하고 컬러 선도그룹으로 새롭게 도약하는 삼화페인트의 의지를 보여 줬다.

전시장에는 삼화페인트를 소개하는 모션TV와 회사 제품홍보영상, 컬러시뮬레이션 등 세 개의 존과 컬러테라피적 효과를 체험할 수 있는 빨강, 파랑, 노랑, 초록의 방이 구성됐다. 네 가지 방에는 컬러가 주는 이미지뿐 아니라 흥미로운 색채효과를 맘마다 각기 다른 테마를 가지고 소개했다. 뿐만 아니라 친환경 수성제품을 도장하여 일반인들로 하여금 삼화페인트의 친환경 페인트의 우수함을 함께 소개했다. 많은 전시장 관람객들은 초록방에서 안정감을, 파란방에서는 시원함을 느낀다고 말했다. 노란방의 다양한 노란색 컬러 시편들을 통해 페인트가 다양하고 아름답다는 걸 알게 됐다고 대답했다. 네 가지 방 중에는 빨강색방의 컬러 코드들 궁금해하는 관람객이 가장 많았다. 전시장에서 가장 관람객의 관심을 끈 것은 'SAMHWA-NCS Collection 950'이었다. 950컬러의 구성 방법과 모든 컬러가 페인트로 구현 가능한지에 대한 질문이 가장 많았다. 'SAMHWA-NCS Collection 950 Launching Promotion'과 '2012 코리아 하우징 페어 전시(8/30~9/2)'를 통해 'SAMHWA-NCS Collection 950'뿐 아니라 자사의 다양한 우수 제품들을 홍보하는 기회가 됐다. 이를 통해 'SAMHWA-NCS Collection 950'의 '더 빠르게, 더 정확하게, 더 아름답게'라는 주제처럼 컬러 선도기업으로 새롭게 도약하는 삼화페인트가 되고자 한다. 



## 세상을 바꾸는 컬러를 말하다 - 2013 S/S 컬러트렌드

컬러는 생활 속 언어라 한다. 지금 이 세상을 살아가는 모든 이가 어떠한 사물을 보고, 만들고, 선택하는데 있어 컬러는 가장 중요한 척도이기 때문이다. 컬러트렌드 전문기관 '한국컬러앤드패션트렌드센터 CFT(Color & Fashion Trend Center)'에서 제안하는 2013년 봄·여름을 이끌어갈 S/S 컬러트렌드를 소개하고자 한다.

### Color Trend Research

컬러트렌드는 관련 분야에서 컬러를 효율적으로 활용할 수 있도록 2년 앞선 유행색을 제공한다. 발표되는 유행색은 시장의 컬러 동향, 라이프스타일, 사회, 정치, 경제, 환경의 이슈를 분석한 메가트렌드를 통해 예측되며, 봄/여름시즌, 가을/겨울시즌으로 나누어 발표된다. 각 시즌에는 Inter Color(국가별 컬러), Mega Color(결정색), 각 분야별 컬러(패션, 제품, 건

축, 인테리어 등)로 넓은 범위의 유행색에서 분야별 활용 가능한 컬러까지 차례로 조사되며, 매년 예측되는 유행색은 현장 디자이너와 관련 업계 전문가들에게 다양하게 활용된다. 따라서 관련분야 전문가들이 컬러트렌드 조사 과정을 이해한다면, 현장에서 보다 더 효율적으로 활용할 수 있을 것이다. 리서치 방법은 아래와 같다.



### 2013 S/S Color Trend

#### 2013 Life Style

Confidence 2013년 라이프스타일에 대한 제안은 주류에 편입되지 않았던 것들에 대한 재발견이다. 사회, 문화적 소수자들의 혁신적이고 상식을 뒤엎는 창의성과 아이디어는 주류사회의 변화와 발전을 위한 새로운 원

동력이 되며, 사회, 문화적 비주류, 소수, 약자들의 가치는 재평가되고, 이들이 제공하는 자양분을 통해 새롭게 변화한다. Confidence는 비주류의 젊고 새로운 생각의 사람들이 자신만의 개성과 가치에 대한 확신을 가지고 자신만의 길을 걸어가는 태도를 말한다. 사회의 부조리를 고발하고 그 늘진 곳을 조명하고 치유하는 '새로운 대안'의 길을 모색하는 '젊은 생각'을 나타낸다.



#### 2013 S/S Color Trend

CFT(Color & Fashion Trend Center)에서 제안하는 2013년 Summer 컬러트렌드는 Primary, Instinct, Custom, Crossover의 4가지 테마이다. 공감/Empathy'이라는 것에서 영향을 받아 창의성과 새로운 생각, 개성과 가치에 대해 재조명하였다. 이번호에서는 4가지 테마 중 Crossover에 대해 소개하고자 한다.

Crossover Street Graffiti를 상징하는 반광택의 멀티 컬러 레인지.



Energetic한 느낌의 Orange를 중심으로 인공적이고 Naive한 느낌의 Coral, Turquoise의 결합, 재활용된 옷감과 종이, 캔 등을 상징하는 Cardboard, Raw Denim 그리고 Blue Gray가 베이스로 활용된다.

**KEY WORD** Spray 스프레이, Irrational expression 비이성적 표현, Willy-nilly 무질서하게, Recycled 재활용, Custom ready-made 맞춤 기성품



### Color Analysis

#### Color for 2013 S/S

한국컬러앤드패션트렌드센터 CFT(Color & Fashion Trend Center)에서 제안하는 2013년 봄, 여름 시즌, 각 컬러별 Key Color는 Orange &

Radiant Yellow, Mexican Red & Romantic Power, Exotic Pool Green, Metallic Concrete Blue이다.

#### Orange & Radiant Yellow

모든 생명의 원천인 태양과 새로운 탄생을 의미하는 Yellow, Orange와 Radiant Green은 이번 시즌을 상징하는 컬러이다.

#### Mexican Red & Romantic Power

Red와 Brown은 "Strong & Sweet" 느낌에 충실하면서 동일한 색상을 반복, 대비를 통해 제안된다.

#### Exotic Pool Green

Green은 Exotic 무드에서부터 Bio Tech에 이르는 영역을 표현하기 위해 폭넓은 영역을 제공한다.

#### Metallic & Concrete Blue

젊고 창의적인 Urban의 이미지를 표현하는 Blue, 그리고 권능미와 Male Culture의 장식과 과감한 톤온톤 대비를 표현하는 Mauve와 Intense Purple이 제안된다.





## 입 속에 퍼지는 레드와인의 유혹 속으로

이번 가을의 트렌드 색은 레드라 한다. 패션지에서는 이미 레드컬러 패션에 대한 기사로 많은 부분을 할애하고 있다. 패션 외에도 우리 생활과 가까이에 있는 레드 라이프에는 무엇이 있을까? 한국 문화에도 깊숙이 들어와 자리잡은 와인이 있다. 와인에는 화이트와인, 레드와인이 있지만 붉은색 와인이 병 입구부터 잔에 떨어지기까지의 모습은 가히 매혹적이다.

레드와인에는 다양한 종류가 있다. 그 중에서 카베르네 소비뇽은 가장 널리 재배되는 레드와인 품종의 하나다. 레드와인의 가장 기본적이면서도 중후한 남자의 기품 있는 이미지를 연상케 하는 품종이다. 포도 알이 작고 껍질이 두꺼우며 씨가 커서 식용으로는 먹지 않는다. 숙성 전에는 와인의 맛이 거칠고 텁텁한 숙성 후엔 신맛과 달콤한 맛의 조화로 부드러움이 일품이다. 요즘에는 저렴한 가격대의 카르베네 소비뇽 와인도 많이 나와

있는 편이다. 레드와인을 처음 접하는 사람들이라면 한번쯤은 음미하고 넘어가야 할 품종이다. 부드러우면서도 푹부러지는 여자들 연상시키는 메들로 와인. 포도 알이 크고 탄닌이 적어 달콤한 맛이 순하고 과일의 달콤함이 풍부해 지빠귀새도 좋아한다 해서 메들로(Merlot)이라는 이름이 붙여졌다고 한다. 메들로 와인은 부드러운 맛, 색, 그리고 향이 좋아 화이트와인, 레드와인 가릴 것 없이 와

인을 처음 접하는 사람들에게 인기가 높다. 미국 뉴질랜드, 호주, 칠레의 와인이 값이 저렴하기 때문에 초보자들도 부담 없이 즐기기에 안성맞춤이다.

묵직하면서 달콤한 맛이 매력인 레드와인은 많은 음식과 잘 어울려 식사 때 함께 마시기에 좋다. 특히 스테이크처럼 육류와 잘 어울린다. 레드와인의 강한 향이 어류보다 재료의 냄새가 더 강한 육류에 잘 어울리기 때문이다. 또한 레드와인에 함유된 탄닌 성분이 육류의 지방질을 중화시켜주고, 폴리페놀 성분은 육류 지방이 분해되면서 나오는 유독물질을 억제해줘 건강에도 좋다.

그러나 반드시 레드와인은 육류 요리와만 먹어야 하는 것은 아니다. 육류 중에도 송아지, 닭, 돼지고기 등 살이 흰 것은 드라이라한 화이트와인이 잘 어울리고, 붉은 살 생선이나 진한 소스를 사용한 생선요리에는 레드와인이 잘 어울린다.

분위기 잡기 좋은 계절 가을. 오붓하게 가족과 함께, 또는 유쾌한 사람들과 함께 훌쩍 떠날 레드와인 한잔씩 하는 것은 어떻게 입안에서 퍼지는 레드와인의 풍미가 알싸한 가을밤을 선사할 것이다. ☺



### 분위기 있게 한 잔의 와인을 즐길 수 있는 와인카페

와인은 고급스러운 레스토랑에서만 마실 수 있다? 절대 아니다! 편안한 분위기에서 와인을 마실 수 있는 와인카페를 소개한다.

**홍대 '드모아'** 홍대에 자리잡고 있는 와인카페 '드모아'는 와인뿐 아니라, 음료, 커피도 마실 수 있는 공간이다. 지하 1층에서 와인을 맛볼 수 있는데, 이곳은 지상 1층과는 전혀 다른 분위기를 풍긴다. 약간은 어두운 조명, 여러 가지 종류의 와인으로 친밀한 벽면은 마치 와이너리에 온 듯한 기분이 들게 한다.

**논현동 '와인북 카페'** 논현동에 책을 보면서 와인까지 즐길 수 있는 북카페가 있다. 이름도 와인북카페. 주로 와인에 관한 책을 출판하는 '바블릭스' 출판사에서 운영하는 카페이다. 빈티지 소품으로 꾸며진 실내를 둘러 보는 것만으로도 재미를 준다. 또한 다양한 와인 서적이 구비되어 있어 와인에 대한 상식도 넓힐 수 있다.

## DIY 페인트, 애물단지인가? 보물단지인가?

지난 7월26일, 국내 처음으로 DIY 산업 육성을 위한 'DIY & REFORM SHOW 2012'(한국DIY가구공방협회, ㈜체오선계이트 주최)가 개최됐다. 국내 공방 및 DIY용품 제조사 등이 참여했으며, 국내 페인트 제조사인 삼화페인트와 노루페인트도 참여해 일반 소비자를 맞이했다.(그림1 참조)

특히 삼화페인트는 DIY용 페인트인 홈스타파스텔 OK플러스와 수성스테인을 0.4L, 0.9L 단위로 활용성을 높인 친환경 패키지 '이지팩'을 국내 처음 출시했다. 소비자의 호응과 함께 많은 가구 공방으로부터 공동마케팅 제의 등 수많은 러브콜을 받았다.

기존의 플라스틱/철재 포장용기가 사용이 편리하고 친환경적인 비닐팩으로 변경됐을 뿐만 아니라 전용 진열대를 통해 한눈에 제품 종류와 색상을 소비자가 직접 확인하고 구매할 수 있는 장점이 있기 때문이다.(그림2 참조)

그러나 많은 소비자, 특히 대리점의 사장님들께서는 페인트가 용량도 제각각 포장용기도 플라스틱, 철재 캔도 모자라 이제는 왜? 우유팩이나 음료팩 같은 디자인까지 나와야 하는지, 또 잘 팔리는 제품 놓을 자리도 없는데, 진열대까지 놓아야 하니 고민이 이만 저만 아니다.

하지만 그렇게만 볼 것이 아니다. 하나의 예로 일본 DIY용 산업인 홈퍼니싱(Home Furnishing, DIY 가구) 분야를 살펴보면 2000년 초에 약 3,700개의 홈퍼니싱 업체가 2003년 약 4,000여 개로 증가했다. 이는 2002년 세계적 홈퍼니싱 업체인 아케아(스웨덴 가구기업, 35개국 360여 개 매장보유)의 일본 진출의 영향이 컸다.



그림1 2012 DIY & REFORM SHOW



그림2 해외대리점-1



그림3 해외대리점-2

국내 또한 2014년 세계최대 규모의 광명역세권 1호점을 시작 4~5개 들 오픈할 계획이다. 현재 해멜레 우드워킹 아카데미, 유니크마이스터 등 전문 교육을 통한 창업과 개인적 소질을 바탕으로 한 창업이 활발히 늘어나고 있다. 약 1,500여 개 중소 공방이 활동하고 있는 것으로 추정되며, 향후 더욱 늘어날 것으로 본다.

물론 DIY용 페인트나 가구용품 등의 최대 수혜자는 인터넷 쇼핑몰임에 틀림없다. 급속도로 발전하는 인터넷 속도와 물류배송 등 시스템의 발전은 Off-line 매장이 소비자 발길을 붙잡기에는 아직은 부족한 상황이다.

그렇다면 DIY용 페인트는 인터넷 쇼핑몰 업체만의 노다지 시장인가? 누구나 한마디로 '아니다'라고 할 것이다.

Off-line 매장 즉 대리점은 제품 추천, 사용방법, A/S 등 소비자에 대한 즉각적인 서비스와 상호 믿음을 통한 구매 경로가 강점이기 때문이다.



그러나 페인트 대리점에 일반 소비자의 방문은 늘 상 있는 일이 아니다. 또한 오래도록 제품을 살펴보고 묻고, 직접 제품을 선택 구매하는 모습은 찾아 보기 쉽지 않다.

선진국의 페인트 대리점은 이러한 소비자 접근성을 가능케 했다.(그림3 참조) 소비자가 쉽게 방문하고 일반 소비자 상품처럼 아이쇼핑(Eye shopping)과 함께 다양한 서비스와 제품을 구매할 수 있는 인테리어를 갖추고 있기 때문이다.

이처럼 선진국형 매장을 위해서는 제조사의 역할도 중요하다. 대리점의 창고 역할과 즉각적인 물류시스템이 갖춰 진다면 친근한 매장으로 탈바꿈할 수 있다.

DIY 시장은 폭발적 증가를 눈앞에 두고 있다. 이로써 페인트 개발과 신제품도 눈에 띄게 늘어날 것이고, 많은 대리점에서도 준비가 필요함은 당연할 것이다. ☺



## 소비자의 목소리에 귀를 기울이다

삼화페인트는 언제나 소비자를 존중합니다. 이번 소식지에서는 '소비자의 목소리에 귀를 기울이다'를 통해 소비자의 소중한 현장의 소리를 함께 고민하고 풀어가도록 노력하겠습니다.

**Q.** 스피클탄S형 기포 발생과 관련한 사례로 건물 외벽 타일에 스피클탄S형을 도장하였으나, 기포가 발생하였습니다. 현장 확인 결과 스피클탄S형으로 로라 작업을 하여 기포가 발생한 것으로 확인되었습니다.

**A.** 보수방안은 다음과 같습니다. 기포가 발생한 부위를 모두 제거 한 후 스피클탄으로 알계 재도장 해야 합니다. 현장 도장시스템은 스피폭시FD프라이어/스피클탄S 로 하였으나, 문제를 방지하기 위해서는 스피폭시FD프라이어/스피클탄으로 해야 합니다.

\* 스피클탄S 는 숙건형으로 스프레이로 작업해야 하며, 로라 작업시 기포가 발생합니다. 부득이 로라로 작업을 해야 할 경우 로라 작업이 가능한 지건형 타입의 우레탄을 사용해야 합니다. 지건형 우레탄 제품으로 대표적인 제품은 '스피클탄' 과 'LOV 스피클탄'입니다. 수도권 지역이고 집진설비가 되어 있지 않는 곳에서 작업시에는 수도권 전용 제품인 'LOV 스피클탄'을 사용합니다.



**Q.** 에포크트210PLUS 이색 사례로 에포크트210PLUS 마감 도장 시 이색이 발생하였습니다. 발생원인은 과량 희석(15%이상)한 상태에서 구배 조정을 위해 도막을 올리거나 도로가 겹치는 끝단 부위에서 적색안료 색분리가 발생하였습니다.

**A.** 보수방안은 다음과 같습니다. 10% 이내로 희석하고, 100μ 이내로 도막 두께를 준수해야 합니다. 권장하는 희석률을 초과시 색 분리 현상이 발생하여 이색이 생기며, 도막물성 또한 저하되므로 추천희석률 한에서 사용을 권장합니다.

**Q.** KSF3211 1류 엠보와 관련한 사례로 체육관 옥상에 상기품을 도장하였으나 부풀음이 발생한 건입니다. 발생원인은 한번에 과도막 도장(3mm 이상)으로 (현장은 5mm 이상) 도포 되었으며, 28도씨가 넘는 무더위 속에서 오전부터 작업하였고, 추천두께 이상으로 도장하여 표면 건조는 빠르나 내부 가스가 방출하지 못해 엠보현상이 발생하였습니다. 또한 하도 도막이 형성되어 증간 부착력도 저하되었습니다.

**A.** 보수방안은 다음과 같습니다. 부풀은 부위를 제거한 후 우레탄실란트로 매워 보수도장합니다. 작업시 주의사항은 우레탄 방수재 증도의 경우 옥의 작업시 하절기 폭염이 예상되는 날에 작업하면 표면 건조가 빠르게 진행되어 부풀음이 발생되며 기포, 핀홀 등이 생깁니다. 단, 불가피할 경우 가급적 늦은 오후 (최소 4시 이후)에 작업 하시는 게 좋습니다. ☺



## News

### 삼화페인트, 계열회사 추가



### VOC함량 규제 법률 전국 확대 시행

015  
016

## Focus

삼화페인트공업은 S/W 및 시스템 개발을 영위하고 있는 ㈜에스엠투네트웍스에 지분 90%를 출자하였다고 밝혔다.

현재 ㈜에스엠투네트웍스는 전산자원을 중앙에서 통합관리하고 복구할 수 있는 NetHelper, 쉬운 인터페이스를 통해 간단하게 시스템 복원 시점을 생성, 복원할 수 있는 Comback 솔루션을 제공하는 등 지속적인 전산 시스템 구축을 위한 연구개발에 집중하고 있다. 또한 소셜미디어를 실시간 분석,

관리하는 솔루션 제공과 컨설팅 사업을 영위하고 있다. 기업비즈니스 지능화와 효율화를 위해 글로벌 시장에서 검증된 Salesforce.com, Radian6 등의 우수한 솔루션을 자체 개발력과 접목함으로써 지속적인 성장의 발판을 만들어 나가고 있다. 삼화페인트 관계자는 "금번 ㈜에스엠투네트웍스에 대한 지분 출자를 통하여 전산시스템의 신속한 반영으로 기업의 경쟁력 강화의 발판으로 만들 것이다." 고 말했다. 취재기자 안수용[재무팀 대리]

수도권 지역의 대기환경을 개선하기 위해 수도권 대기환경 개선에 관한 특별법이 시행되고 있으며, 환경부는 이를 개정해 수도권에만 시행되고 있는 도로 중 VOC(Volatile Organic Compounds) 함량 규제 법률을 전국으로 확대 적용하기 위해 대기환경보전법을 개정, 2013년 5월 24일부로 시행 예정이다. 법 시행에 따라 건축용 도로, 자동차보수용 도로, 도로표지용 도로는 법에서 규정한 VOC 함유기준에 적합한 제품만 사용 가능하다. 법 시행일 이전에 생산된 수도권 이외 지역에 공급하던 제품은 수도권 이외의 지역으로 공급하거나 판매하는 것은 가능하나 선입선출 등을 통해 우선적으로 소진하

는 것을 권장하고 있다. 도로를 공급하거나 판매하는 자가 법 위반시에는 1년 이하의 징역 또는 1000만원 이하의 벌금을 부여 받는다. 삼화페인트는 이미 VOC 함량을 저감한 기술개발을 진행했으며, 친환경 수성도로, 수용성 에나멜, 수성 발수제, 수용성 바닥재, 인플러스 시리즈 등 VOC 저감 제품을 다양하게 출시했다. 또한 환경마크와 같은 친환경 인증을 취득하여 제품의 우수성을 입증하였으며, 현재보다 VOC 함유량이 낮은 다양한 환경친화적 제품을 공급하기 위해 지속적으로 연구개발을 추진하고 있다.

취재기자 김필영[연구지원팀 주임연구원]

### 광고홍보 지원현황



1. 광고  
SBS FM 라디오광고-The Classy 광고 (컬투쇼, 박소현의 러브게임, 이숙영의 파워FM, 최화정의 파워타임)  
The Classy 광고-신문광고(한국교육신문) 기업광고-신문광고(대경일보)  
기업광고-전문지광고(월간 인테리어, 월간 이하우징, 월간 컨셉)  
재도장 홍보-아파트 엘리베이터 영상광고
2. 자료집제작  
9월-월드스테인, 에포크트2100 샘플북

- 건축용기술자료집, 스피레탄카디로그, 차임탄성코트  
10월-에폭시바닥재 판넬집, 우레탄바닥재 판넬집  
3. 프로모션  
The Classy 전용매대 제작기획 중  
The Classy 색근본 제작기획 중  
The Classy 전문대리점 이너간판 제작기획 중  
이지코트 샘플북 제작 중  
취재기자 원유락[마켓지원팀 과장]



## 테마가 있는 문화이야기

이번 창간호의 주제는 '시작'이다. 문화를 전하는 코너 'The Culture'에서는 '시작'을 주제로 한 영화, 음악, 책을 소개하고자 한다. 그럼 '시작'의 의미를 되새기며, 소개하는 작품들을 함께 즐겨보자.

### Movie 영화의 시작, '오프닝'이 인상 깊은 영화

영화에서 시작이라 하면 오프닝이다. 이것은 관객을 영화 속으로 빠져들게 하기 위한 가장 첫 관문이다. 그만큼 감독들은 오프닝에 모든 열과 성을 쏟는다. 관객들 뇌리에 강력하게 각인시켜준 영화 오프닝을 소개하고자 한다.

찰리와 초콜릿 공장(2005) \_ 감독 팀 버튼/주연 조니 디프

영화의 임팩트 있는 오프닝 하면 팀 버튼 감독을 빼 놓을 수 없다. 그 중 '찰리와 초콜릿 공장'은 컨셉과 특징이 잘 살아있는 오프닝이다. 사건이 일어나는 초콜릿 공장에서 시작하면서 시퀀스를 이끌어 간다. 초콜릿 공장에서 하나의 오차 없이 움직이며, 초콜릿을 만드는 기계의 모습과 초콜릿이 포장되기까지의 과정은 관객을 공장 안으로 빨려 들어가게 한다. 그래서 마치 관객이 공장에 직접 있는 것 같은 느낌을 자아낸다. 전혀 현실적이지 않으면서도 후시나 있지 않을까 싶게 만드는 오프닝 장면들은 영화가 앞으로 보여줄 환상 이야기 속으로 초대한다.



### Music '시작'과 어울리는 음악

'시작'이라 하면 설렘이란 감정이 제일 먼저 떠오르게 된다. 시작 앞에서 두근거림을 싱그러wie 표현한 노래를 찾아보았다.



김동준 5집(Monologue) - 출발

여행을 시작하려는 사람의 마음만큼 설레는 것은 없을 것이다. 부드러운 중저음의 목소리가 매력적인 김동준의 5집 수록 곡 '출발'은 이처럼 여행 시작 전의 설렘을 싱그러wie 분위기로 담아냈다.

'아주 멀리까지 가 보고 싶어 그곳에선 누구를 만날 수가 있을지, '작은 물병 하나, 먼지 낀 카메라, 때 묻은 지도 가방 안에 넣고서 언덕을 넘어 숲길을 헤치고 가벼운 발걸음 닿는 대로 끝없이 이어진 길을 천천히 걸어가네'라는 두근거림 가득한 가사는 지금 당장이라도 가방 하나 메고 떠나가고 싶게끔 한다.

### Book 관계의 첫 시작 '첫인상'을 위한 조언서

인간관계의 첫 시작은 첫인상이다. 첫인상이 '호감'이냐, '비호감'이냐에 따라 사람들은 앞으로의 관계에 대해 결정을 하기 때문에 간과하고 넘어갈 사항이 아니다. 첫 단추에서부터 꼬이고 싶지 않다면 첫인상을 위한 조언서를 참고해보자.



호감 가는 사람으로 거듭나는 첫인상 심리학 | 나이트 요시히토 지음/지식여행 펴냄

이 책은 인간관계의 시작인 첫인상에 영향을 주는 요인에서 가장 큰 비중을 차지하는 것이 성격이라고 말한다. 심리학 연구결과에 따르면 성격은 다른 여러 가지 요인에 비해 5배나 더 강력한 영향을 끼친다고 한다. 따라서 외모를 가꾸기보다는 누구에게나 어필할 수 있는 매력적인 성격을 가지는 것이 더욱 중요하다고 강조한다.

플 가꾸기보다는 누구에게나 어필할 수 있는 매력적인 성격을 가지는 것이 더욱 중요하다고 강조한다.

# THE QUIZ

[삼화엔피플]에서 독자 여러분께 문화를 선물해 드립니다

아래 업서에 두 사진은 같아 보이지만 다른 부분이 5곳 있습니다. 사진을 잘 비교해 다른 부분을 찾아보세요. 업서에 표시해서 우편이나 행낭으로 보내주시면 정답자 중 추첨을 통해 테마가 있는 문화이야기에서 소개 드린 작품 중 한가지를 상품으로 보내드립니다.



이곳에 붙힐해주세요

통합 우편 업서

우표

보내는 사람

주소

성명 전화번호

□ □ □ - □ □ □

받는 사람

삼화엔피플

서울특별시 종로구 묘동 125번지  
삼화페인트 마켓지원팀 사보담당자

1 1 0 - 3 7 0

한층 더 아름다운 사보로 만드는데 힘을 다하겠습니다.

<quiz> 다른 부분 5군데를 표시해 보내주시면 문화를 선물해 드립니다.







Sweden/ Stockholm/ Gamla Stan 대광장

컬러의 힘을 믿으세요.

삼화페인트는

세계적으로 환경색채 분야의 최고 권위를 가지고 있는 스웨덴의 NCS컬러시스템과 전략적 제휴를 맺었습니다.  
건축색채 분야에서 보다 자연친화적이며, 편안하고 독창적인 컬러를 만들어 가겠습니다.



삼화 페인트

