

vol. 19
autumn 2015

Samhwa & People





추억, 감성, 낭만이 스며드는 가을 그리고 레트로

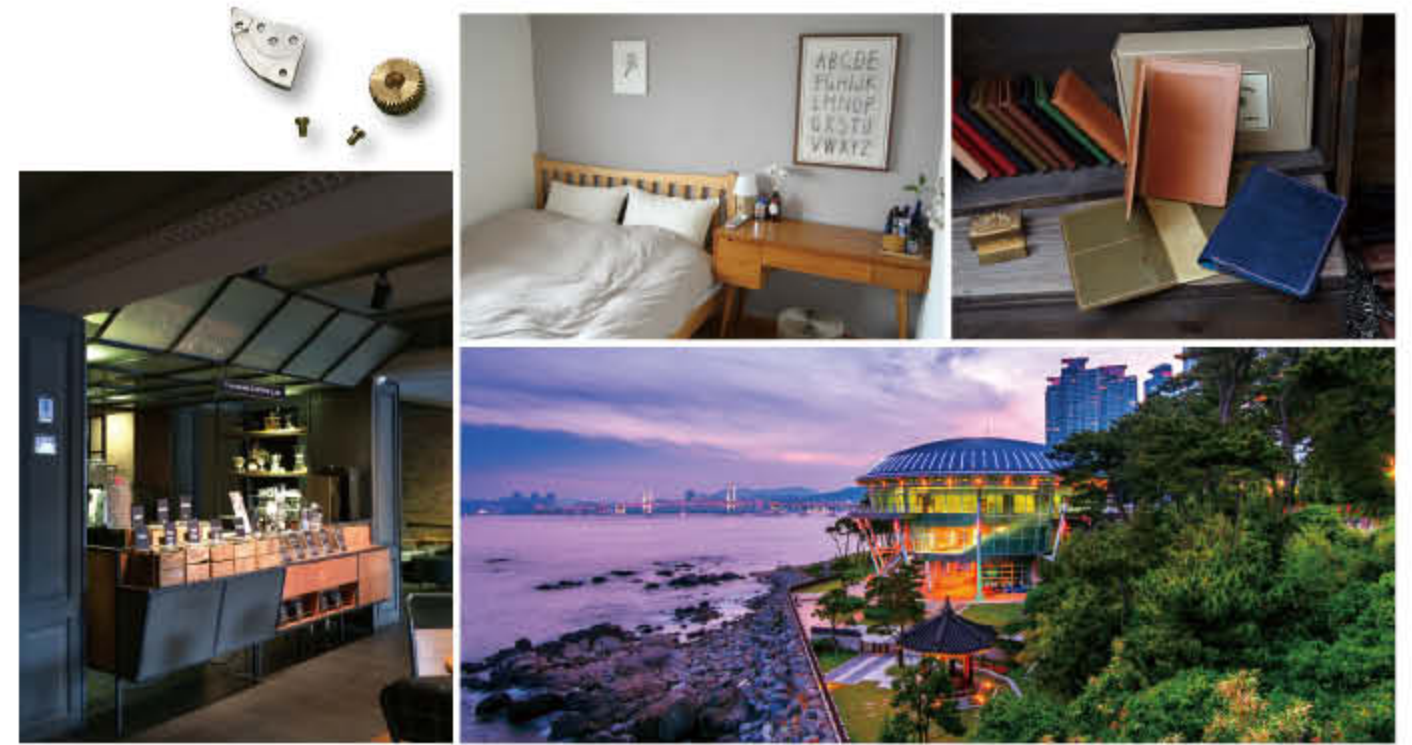
맹렬한 더위가 서서히 물러가는가 싶더니,
선선한 바람이 불어옵니다.
시원한 공기가 온몸에 스며드는 가을의 길목에서
팬스레 생각에 잠기고 추억에 젖어 듭니다.
눈을 감고 아련한 추억 속의 느낌을 떠올릴수록 마치 그것이
실제 손안에 존재하는 것인 양 손끝을 간질입니다.
낭만이 깃든 사진과 추억이 가득한 소품들 그리고 두근두근
설렘 있는 공간까지 가을은 또 다른 영감의 씨앗이 되어
있고 있던 자신의 감성을 꽃피웁니다.

추억과 감성 그리고 낭만이 깃든 그 이름 '레트로'
가을 정취에서 옛 기억의 향수를 불러 일으킬 레트로 스타일과
함께 마음을 촉촉하게 적셔줄 감성을 찾아 떠납니다.

삼화엔퍼플에서 전합니다.
바야흐로 지금은 레트로 시대.

Contents

2015 autumn Vol.19



S THEME

- 004 **OPEN STORY**
아날로그 감성이 담긴 공감의 미학, 레트로
- 008 **COLOR**
감성을 자극하고 마음을 움직이는 레트로 컬러
- 010 **INTERIOR**
레트로 감성을 담은 신혼집 페인트 인테리어
- 014 **DIY**
더클래시 리빙작가 셀프페인팅 손재주 만렙 슈니의 시멘트 화분 만들기
- 016 **IDEA**
원 포인트로 즐겨보는 레트로 인테리어 스타일링
- 018 **INTERVIEW**
있는 그대로 레트로한 멋스러움을 담은 카메라
- 수제 메탈카메라 제작자 현광훈

S SOCIETY

- 020 **COMPANY**
삼화페인트 광고, 그 시대를 대변하는 가장 핫한 페인트 트렌드
- 022 **FRIENDS**
페인트로 언제나 스마일! - 삼화페인트 영등포 영일도로
- 024 **HIDDEN WORKER**
꿈이 있기에 오늘의 열정은 타오른다 - 품질경영팀 한종윤 차장



S LIFE

- 026 **GLOBAL**
세계의 공장 중심에서 새로운 길을 개척하다
삼화도로(장가항)유한공사 동관분공사
- 028 **BUILD**
삼화로 만들면 색 다르다 삼화페인트 컬러개발 사례
- 두레쥬르, 투썸플레이스, 유니클로
- 030 **CSR**
어린이들의 등굣길 담벼락을 꿈과 희망으로 물들인
삼삼한 화가들 벽화봉사 활동
- 032 **NEWS FOCUS**
- 034 **NEW PRODUCT**
낙서는 스케치페인트 위에다 하세요! '스케치페인트 아쿠아'
- 035 **PHOTO CONTEST**
가을로 가는 길, 함께라서 언제나 즐겁다
- 036 **HOBBY CLASS**
가족 내음이 묻어나는 따스한 손길과 즐거운 열정,
나만의 가족여권지갑 만들기
- 040 **LIFE TREND**
오늘은 나도 요새남, 삼화인 추천 야식레시피
- 042 **STORY 1**
돌아온 추억, 복고 열풍으로 대한민국은 뜨겁다
- 046 **STORY 2**
어린 날 추억을 잊지 못하는 당신을 위한 키덜트 사용 설명서
- 048 **TRAVEL**
부산 여행은 시티투어버스를 타고 즐겨야 제맛
- 052 **S CULTURE**
S Notice · S Mail Box · S Quiz

아날로그 감성이 담긴 공간의 미학, 레트로

사람들은 저마다 옛 기억에 대한 애뜻함을 가지고 있다. 디지털 시대 빠르게 지나가는 유행 속에 과거의 모습이 아름답게 느껴지는 것은 어떻게 보면 당연한 이유일 것이다. 아날로그 감성에 빠져 조금은 느리게 조금은 심플하게 추억을 되새기며 사람들은 과거의 매력에 조금씩 빠져 간다. 그 시절 추억에서 선사하는 깊은 감성은 하나의 장르가 되어 우리 앞에 찾아왔고, 사람들은 그것을 레트로라 부른다.
글 이승호 | 사진처 LG전자, Smeg Group S.p.A.



Retro

레트로, 과거의 추억을 현재로의 재해석

레트로(Retro)는 회상, 추억이라는 뜻의 영어단어 'Retrospect'의 준말로 과거로 돌아가 그것을 추억한다는 뜻을 가지고 있다. 즉 과거의 아이디어와 디자인을 현대적으로 재해석하여 재현한 것이라 할 수 있다. 사람들은 이러한 이유로 레트로와 빈티지(Vintage)를 혼동하는 경우가 많이 있다. 하지만 둘은 엄연히 다른 풍을 가지고 있다. 레트로가 과거의 모습을 현대적으로 재해석했다면 빈티지는 과거의 본질을 잘 살려서 보여준 것이다. 이를 사진으로 비유하면 과거의 모습을 컬러로 담은 것이 레트로, 흑백으로 담은 것이 빈티지이다. 또한, 와인의 생산연도를 뜻하는 말에서 유래된 빈티지는 오래되고 값진 유서 깊은 것이라는 뜻으로 의미를 확장해 사용되므로 대중적 복고풍을 뜻하는 레트로와는 단어적 의미에서도 그 차이가 명확히 드러난다.

최근 들어 레트로는 하나의 문화적 장르로 '레트로 스타일'이라 불리며 트렌드를 이끌어가고 있다. 사람들은 레트로 스타일의 옷을 입고 레트로 공간에서 문화를 즐기며, 레트로 스타일에 흠뻑 빠져있다. 분위기가 이렇다 보니 미디어에서는 레트로를 소재로 한 콘텐츠들을 앞다투어 내놓게 되었다. 그 중 대표적인 사례가 tvN의 '응답하라 시리즈'이다. 동시대 세대에게는 추억을 현대 세대에는 신선함을 전한 이 드라마는 케이블 드라마 사상 유례없는 대성공을 거두며 '레트로=성공'이라는 수식어를 만들었고 레트로 성장의 시발점이 되었다. 이후 미디어를 넘어 패션, 자동차, 전자제품 등 다양한 분야에서 레트로 스타일을 주목했고, 저마다 레트로 디자인의 제품을 쏟아내며 인기몰이를 하고 있다.

Retro Style



과거를 빼닮은 새로운 감성, 레트로 테크



미디어에서 이끈 레트로 열풍에 가장 발 빠르게 대응한 분야는 전자 제품 분야이다. 전자제품 기업들은 앞다투어 다양한 디자인의 레트로 상품을 제작했고, 이 제품들은 출시와 함께 인기를 끌고 있다. 일명 '레트로 테크'라 불리는 이 제품들은 미래의 디자인이 과거에서 온다고 말하듯 과거의 모습을 현대적으로 멋스럽게 보여준다. 만약에 이러한 이야기에 공감하지 못한다면 디터 램스의 디자인에서 그 디자인을 가져온 아이폰을 생각한다면 이해가 빠를 것이다. LG전자 레트로 디자인 시리즈와 이탈리아 SMEG(스메그)냉장고는 레트로 테크의 대표적 사례로 그 인기를 방증해 준다.

LG전자는 70~80년대 금성전자에서 나온 듯한 분위기의 클래식TV, 레트로 오디오, 레트로 미니빔 등 레트로 디자인 시리즈를 출시했다. 걸모습은 과거의 향기가 물씬 풍기는 레트로 디자인을 하고 있지만 성능은 최신형으로 옛 시절의 옷만 살짝 걸쳐 입은 제품이다. 이로 인해 효과적인 브랜드 아이덴티티를 표출하고 있다는 평가를 받으며, 가전 제품 시장에서도 높은 인기를 구가하고 있다. SMEG(스메그)냉장고는 레트로 디자인의 선구자로 형형색색의 컬러와 레트로 스타일의 공간 연출을 위한 포인트 아이템으로 높은 인기를 구가하고 있다.



RETRO INTERIOR



단순하고 고급스러운 낭만의 공간, 레트로 인테리어

레트로 스타일의 결정판은 최근 인테리어 시장에서 최고의 화두로 떠오르고 있는 '레트로 인테리어'이다. 기존의 클래식 & 엔틱의 열풍으로 인해 곡선형 실루엣과 '과잉' 장식적이었던 '맥시멀리즘'이 물러가고 기본에 충실한 디자인 즉 베이직 스타일에 고급 소재가 조화를 이룬 '레트로'가 새롭게 주목받고 있다. 레트로 인테리어는 1950~70년대 영화 필름 속에 등장하던 '그때 그 시절의 정겨운 모습, 약간 촌스러운 듯하면서도 운치 있고 '클래식'한 멋까지 느껴진다.

레트로 인테리어는 모던 레트로와 빈티지 레트로, 두 가지 스타일로 나누어진다. 모던 레트로에는 세련된 모던 스타일에 엔틱으로 포인트를 준 디자인으로 스칸디나비아 인테리어의 진화형에 가까운 디자인이다. 빈티지 레트로에는 과거 스타일의 모습을 있는 그대로 보여주는 디자인으로 고풍스러운 분위기와 함께 자유분방한 분위기를 연출하는 것이 특징이다.

프랑스 파리에서 열린 인테리어 박람회 '메종 & 오브제'에서 첫선을

보인 레트로 인테리어는 60~70년대 정서가 살아 있는 복고풍 인테리어로 당시 화제를 불러모았다. 세련되다 못해 차갑게 느껴지는 모던 스타일과 달리 단순한 형태에 마호가니와 가죽 등의 따뜻한 소재가 결합하고, 촌스러운 듯 정겨운 옴티컬 패턴이 더해져 생동감마저 감도는 공간으로 '머물고 싶은 곳, 아늑한 휴식처'라 불리며 관람객들로부터 높은 호응을 얻었다.

레트로 인테리어의 가장 큰 특징은 기존 복고풍 디자인을 따르되 소재의 고급화를 추구했다는 점에 있다. '황학동 골동품 가게'에서 구할 수 있는 '리얼 빈티지' 제품이 아닌 '리프로덕트'로 생산된 고품질의 가구와 소품 등으로 한층 고급스럽게 연출할 수 있게 된 것이다. 레트로 인테리어의 인기가 높은 일본에서는 옛날 디자인 그대로 생산하고 있는 가구와 소품 브랜드가 많이 있는데, 이들 제품 모두 품질 좋은 원목과 고급 가죽 등을 사용, 오래 사용할수록 운치가 더해지는 것이 특징이다. 5



Retro Tech



감성을 자극하고 마음을 움직이는

RETRO COLOR

레트로 컬러는 레트로 스타일의 특성을 고스란히 가져와 다양한 특성을 뒤섞은 컬러감을 가지고 있다. 고풍스러운 앤티크한 느낌과 세련미가 묻어나는 도회적 느낌 그리고 자연이 느껴지는 내추럴한 느낌까지 과거로부터 시작해 현대 트렌드로 자리 잡은 자연 친화적 분위기의 레트로 컬러는 사람의 감성을 자극하고 마음을 움직이는 마력을 가지고 있다. 글백송아마켓지원팀 사진



VINTAGE RETRO

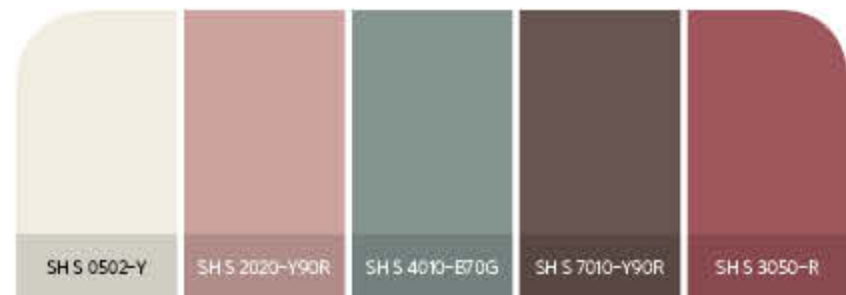
복고풍 디자인의 '빈티지 레트로'

빈티지에서 오는 형식에 얽매이지 않는 자유로움과 레트로에서 오는 목적하면서도 세련된 색감이 마치 온기를 담은 듯한 분위기를 연출한다.

발랄하고 상큼함을 전하던 컬러들의 반란 화이트, 오렌지, 블루, 레드가 명도와 채도를 낮추면서 부드러운 촉감, 온몸으로 전해지는 포근한 온기를 느끼게 한다. 느낌과 안정, 자연으로 회귀하고 본성으로 돌아가자는 의지가 낳은 레트로는 현대인들에게 위안이 되며 컬러가 주는 정겨움으로 향수가 묻어나는 인테리어를 완성할 수 있다.

인테리어 tip! 1940~1970년대 디자인된 가구를 기본으로 배치하는 것이 바로 빈티지 스타일 인테리어에 특히 나무는 온기를 느끼게 할 수 있는 요소로써 빈티지 레트로를 살리는 데 큰 역할을 한다.

Target ● 북유럽 스타일의 빈티지 인테리어 컨셉을 추구하는 고객층 ● 자연처럼 꾸미지 않은 디자인을 추구하고 사용할수록 더욱 가치를 발하는 롱라이프 디자인을 추구하는 고객



MODERN RETRO

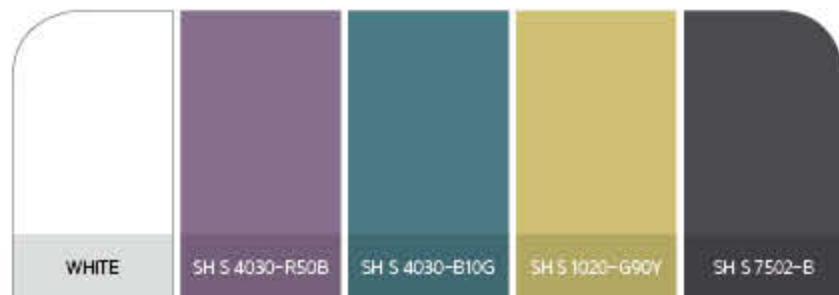
복고인 듯 복고 아닌 디자인의 '모던 레트로'

복고적이지만 그 안에서 다양한 색상의 조합과 다른 컨셉들의 충돌을 자연스럽게 레트로라는 이름 아래 나열할 수 있다는 매력이 있다.

포인트 컬러들의 화룡점정 모던 레트로의 대표 컬러는 짙은 그레이로 자칫 차가운 느낌을 주기도 한다. 하지만 퍼플, 블루그린, 옐로우 포인트로 중성시킬 수 있다. 군더더기 없이 깔끔한 배색으로 현대적인 모던 인테리어에 복고적인 분위기를 가미해 전통과 현대를 모두 느낄 수 있는 감각적인 컬러들이다.

인테리어 tip! 모던 레트로에 빠질 수 없는 것이 짐의 간소화, 심플화이다. 여기에 레트로한 스톨, 서랍장 등을 요소로 준다면 좀 더 쉽게 모던 레트로 공간을 만들 수 있다.

Target ● 유행을 타지 않고 인테리어를 오래도록 유지하고 싶은 고객층 ● 포인트를 살려 자신만의 개성을 나타내고 싶은 고객층 S



레트로 감성을 담은 신혼집 페인트 인테리어

좋은 집이란 넓은 공간에 비싼 가구를 들여놓거나 매끈하게 개조한 곳이 아니다. 집주인의 라이프 스타일과 고유의 향기가 묻어나는 공간이야말로 편안하고 좋은 집이다. 삼화페인트 더클래시 리빙작가 '리나'로 활동 중인 주부 정애린씨에게 집이란 크고 웅장함이 아니라 소박하지만, 신혼부부만의 상큼한 일상이 담겨 있는 집이다. 작지만 디테일 한 부부만의 로망이 깃든 집. 정애린씨는 부부 각자의 로망을 담은 신혼집을 스스로 만들기로 마음 먹었고, 그렇게 해서 탄생한 것이 레트로 감성이 물씬 풍기는 러브하우스이다. 복유럽풍의 세련미와 복고풍의 레트로한 분위기가 어우러진 그녀의 집을 찾아 그 속에 담긴 감성을 느껴보았다. 글 이승호 | 사진제공 정애린더클래시 리빙작가 리나

결혼을 앞둔 사람이라면 나의 신혼집에 대한 로망을 꿈꾸며, 그 밑그림을 그려 봤을 것이다. 하지만 대다수의 사람에게 찾아오는 현실은 전셋집이나 오래된 집과 만나기 십상이다. 정애린씨 역시, 똑같은 현실과 맞닥뜨렸다. 그녀에게 다른 점이 있다면 꿈꿔왔던 로망을 그저 묵묵히 실천했다는 것이다. 그것도 모두가 어렵다며 도전하기 두려워하는 셀프 인테리어로 말이다. 그녀의 집은 조금 오래된 집이다. 하지만, 이중 새시에 베란다가 확장되어 있어 거실 활용이 용이하다. 이러한 장점이 그녀의 선택에 든든한 힘을 실어주고 있다.

셀프 인테리어를 진행하며 가장 중요하게 생각한 것은 '라이프 스타일'이었다. 집은 멋스러운 공간이 아닌, 부부가 함께 시간을 보낼 수 있는 실용이기 때문이다. 아기자기한 소품을 활용하면서도 복유럽 스타일의 심플함과 레트로 스타일의 편안한 느낌을 살리는 데 중점을 두었다. "남편이 바라는 신혼집은 커피 한잔 마시며 편하게 책을 읽을 수 있는 카페 같은 집이에요. 카페에서 책 읽는 걸 좋아해서 이런 로망이 생긴 것 같아요. 저 역시 카페 같은 분위기를 좋아해 거실을 카페처럼 꾸미기로 했어요." 레트로한 분위기가 물씬 풍기는 화색빛 벽을 등지고 직접 만든 긴 테이블과 레트로 스타일의 소파로 분위기를 낸 거실은 여느 카페 부럽지 않은 모습을 한 부부만의 공간이다. 주요 공간은 친환경 페인트 더클

래시를 활용하여 포인트를 살려주었다. 그레이 & 화이트 컬러가 조화를 이룬 벽과 물딩은 깔끔하면서도 편안함을 동시에 전한다. 또한, 공간별로 블랙 컬러를 활용해 모던함을 강조했다. 시크한 느낌의 컬러 매치가 자칫 차가워 보이지 않도록 원목 분위기의 소품을 활용하여 포인트를 주었다. "요즘 벽지 대신에 페인트를 활용한 인테리어가 대세예요. 그래서 저희 집도 친환경 페인트를 활용해서 꾸며 봤어요. 페인트 컬러도 다양해서 머릿속으로 생각한 모던 레트로 컬러가 모두 조색이 가능하더라고요." 침실은 모던 레트로 스타일로 화이트와 브라운 컬러가 따뜻하면서도 평온한 분위기의 극치를 보여준다. 액자로 코지 공간을 마무리하고, 원목 가구를 배치해 집중도를 높였다.

완성된 정애린씨 부부의 러브하우스는 셀프 인테리어라 하기에는 믿기지 않을 만큼 감각적이면서도 높은 완성도를 보여준다. 집 안 구석구석 레트로한 감성이 느껴지는 정애린씨 부부의 러브하우스. 작은 실연부터 실천하는 그녀가 있기에 오늘도 그녀의 공간은 조금씩 새로움을 담아가다. S

HOUSE INFO 총면적 53㎡(16평) / 가족 구성원 부부 / 시공 기간 1개월(셀프인테리어 기준) / 사용 페인트 더클래시 월페이퍼, 홈스타파스텔 OK 플러스, 월드퍼티





LIVING ROOM

긴 테이블과 레트로한 분위기의 카키색 소파를 중심으로 베란다 부분에 놓인 화분이 집 안에 생기를 불어넣는다. 그레이(SH S 3502-G) & 화이트 컬러와 특 유럽풍 소품의 절묘한 조화는 모던하면서도 아늑한 분위기의 표정 있는 거실을 완성했다.

SH S 3502-G

White



BED ROOM

1 수납공간은 리탄소재의 수납장을 배치하여 내추얼과 모던함을 동시에 표출했다. 수납장 상단 코지 공간에 캔버스 액자를 걸어 채움과 비움의 조화로운 공간 분위기를 완성했다.

2 침실은 화이트와 브라운계열(SH S 3005-Y80R)의 컬러대비가 돋보인다. 침대와 화장대는 원목가구로 배치하여 침실의 분위기를 더욱 운치있게 해주었다. 원목 침대는 그레이 컬러 침구와 톤온톤으로 매치해 편안하면서도 세련된 멋을 자아낸다.

White

SH S 3005-Y80R

KITCHEN

주방은 다소 좁지만 아담하면서 세련된 분위기를 연출한다. 특히, 가스레인지 옆 장을 가리기 위해 칠판 페인트로 만든 작은 칠판과 자주 사용하는 주방용품들을 걸어놓은 파이프 주방걸이가 이색적이다. 타일을 떼고 칠드퍼티로 마감한 상부 주방 벽면과 두 개의 와인 벽을 이어 만든 와인 병 데코레이션은 모던 레트로 스타일의 전형적인 모습을 담고 있다.

White



ETCETERA

1 홈스타마스빈 OK 플러스로 칠을 한 블랙 현관은 디테일로 컬러 대비를 끌어낸 스타일링의 진수다. 전체 분위기를 이끄는 그레이 & 화이트 컬러와의 강렬한 대비로 방문하는 순간부터 눈길을 사로잡기에 충분하다.

2 점의 의자 2개를 활용하여 만든 베란다 화단은 집안에 생기를 불어 넣었다. 왼쪽 구석 공간은 커튼을 달아 자질구레한 실용살아를 수납하는 공간으로 탈바꿈시켰다.

Black

SH S 1060-Y10R

더클래시 리빙작가 셀프페인팅 손재주 만랩 휴니의 시멘트 화분 만들기

집 안이 왠지 모르게 차갑고 삭막하다 느껴질 때, 우리는 가장 먼저 식물을 떠올린다. 마땅이 공간을 따로 내기에 어려운 상황이라면 작은 화분 하나 키우는 일에 만족할 수 밖에 없는 현실. 선인장은 보고 있으면 마음까지 힐링 되는 듯한 훌륭한 인테리어 소품으로 캠벨 수프 캔 선인장, 빈 캔을 재활용한 아이디어가 빛을 발하면서 복고풍 공간으로 멋스럽게 변신한다. 요즘 그 흔한 시멘트 소재가 다시 새롭게 떠오르면서 인스타그램에서도 시멘트화분 만들기 열기가 가시지 않는다. 시멘트 위에 내가 원하는 컬러는 물론 다양각색의 패턴을 입히니 세상의 하나뿐인 화분이 탄생! 무심하면서 도 차가운 시멘트가 컬러를 입으면서 오아시스에 있는 샘물처럼 황량한 공간에 싱그러움을 전한다. 리빙작가 휴니가 도전한 시멘트 화분 만들기 과정을 통해 무심한듯 담백한 시멘트화분 만들기 매력에 빠져 보자. 글 백승아 마켓지원팀 사원



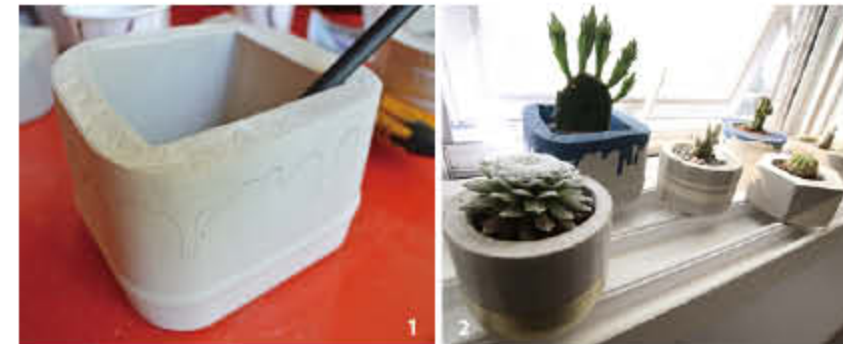
Step 1.



시멘트 화분 만들기

1. 먼저 가정용 시멘트와 우유 팩, 페트병, 일회용 커피컵 등 빈 용기들을 다양하게 준비한다.
TIP! 종이의 경우 우유 팩처럼 코팅된 걸 사용하면 미끄러지고 나서 잘 움직이지 않게 잘 벗겨진다. 아니면 시멘트에 닿는 면에는 오일을 살짝 발라 주는 것도 좋다.
2. 시멘트마다 방법이 다를 수 있으니 설명서를 꼭 참조하여 반복한다.
3. 화분의 형태가 될 용기와 식물이 들어갈 용기를 이용해 형태를 잡고 그 안에 시멘트를 채워준다. 시멘트를 넣으면 종이 가 위로 밀려 올라오는데, 그때 테이프를 이용하여 십자모양으로 붙여주면 안쪽들이 밀려 나오지 않는다.
4. 건조 시간은 대략 24시간이라고 하지만 시멘트 설명서에 있는 시간만큼 건조한다. 건조 후 용기들을 분리하고 사포로 면을 정리해준다. 거친 느낌을 원한다면 굳이 하지 않아도 된다.
TIP! 너무 늦게 밀려도 시멘트 화분 바닥은 아직 열 미를 수 있으니 온 라고 뒤집어서 한번 더 밀리는 게 좋다.

Step 2.



시멘트화분 옷 입히기

1. 화분이 완성됐다면 차가운 시멘트에 나만의 컬러를 입혀 준다. 컬러를 입히기 전 페인팅의 컨셉을 세우고 연필로 밑그림을 그려준다.
2. 밑그림대로 페인팅하면 세상에 하나뿐인 완전 소중한 나만의 화분 완성! 또는 마스킹 테이프를 이용해 스트라이프 패턴의 화분을 만들어도 좋다. 마지막으로 드립로 조심스럽게 들구멍을 하나씩 뚫어주면 시멘트 화분 만들기 끝!
TIP! 드립로 들구멍을 뚫는 것이 어렵다면 화분 밑에 솜을 깔면 선인 장 뿌리에 물이 고일 일이 없다. 물론 주의해서 물을 주는 것이 관건!

시멘트 가루 푼 풀 풀리면서 우여곡절 과정도 많았지만, 결과를 보니 꽤 만족스럽고 시멘트 화분 만들기 매력에 푹 빠져버렸다. 흘러내리는 패턴, 다양한 스트라이프 등 어디서도 볼 수 없는 하나뿐인 나만의 화분이 완성되었다. 5

SH S 6030-R90B white 차임에달릭 골드





원 포인트로 즐겨보는 레트로 인테리어 스타일링

반복적 도형이나 패턴을 응용한 모던한 디자인에서부터 평기한 컬러와 과감한 디자인까지 시대를 반영한 다양한 레트로 스타일이 있다. 원목의 자연소재를 주로 사용해 편안한 감성을 주되 조형미가 돋보이는 가구나 조명 디자인들, 화려한 컬러와 도형이 주는 리드미컬한 패턴이 반복적으로 이루어져 독특한 멋을 내는 디자인들은 대표적인 레트로 스타일이다. 현대의 모던 레트로 스타일은 평범한 공간에서 단 하나의 포인트만으로도 공간의 활력을 넣을 수 있는 멋진 인테리어 스타일이다.

글 자연 인테리어 스타일리스트, 아들리에 대표 | 참고 아들리에 제이의 레트로 스타일 컬러북

패턴에 집중하는 레트로 스타일

style 1

도형의 연속된 패턴, 빈티지한 컬러, 과감한 오피아트 등 디자인 부흥기에 걸맞은 다양한 패턴들이 공간에 활력을 준다. 이런 멋진 패턴은 쿠션이나 액자, 테이블 웨어 등 다양한 소품에 접목한 제품을 손쉽게 만날 수 있다. 이런 패턴 중에는 과일이나 꽃잎, 식물의 잎사귀 등 소박한 디자인이지만 파스텔톤의 컬러와 유머러스한 일러스트로 표현되어 공간에 독특한 아이콘이 되어 주기도 한다. 레트로 스타일의 패턴들은 과감한 스타일이 많기 때문에 모던한 공간에서 더욱더 큰 힘을 발휘한다.



마리메코

style 2



아이후스

최신 트렌드 북유럽풍 가구와 레트로 스타일

최근 가장 사랑받는 북유럽풍의 스칸디나비아 디자인은 대표적인 레트로 스타일 중 하나이다. 원목소재가 주는 편안한 감성과 멋진 컬러 배합이 만나 압제어 하나 장식장 하나만으로 공간에 세련된 감성을 불어 넣어준다.

개성 있는 레트로 스타일 조명은 화룡정점

조명 하나가 공간을 얼마나 새롭게 바꾸는지 알게 된다면 깜짝 놀랄 것이다. 식탁등 혹은 플로어 스탠드는 간접조명이 주는 편안한 무드를 만들어주고 레트로 스타일의 독특한 조명 디자인은 그 자체가 훌륭한 오브제가 된다. S

style 3



아이후스

Tip 아들리에 제이가 제안하는 나만의 데코 아이디어



아들리에 제이

시트지를 이용한 평범한 가구에 레트로 스타일 포인트 주기

오래된 원목 컬러에 싫증이 났다면 간단하게 시트지로 포인트를 주어 보자. 반복된 도형패턴은 레트로 스타일의 대표적인 디자인이다. 일정한 원, 혹은 반원 등의 각기 다른 지름의 원형을 이용해 규칙적으로 혹은 리드미컬하게 붙여줘도 좋다. 시트지는 언제든 떼었다 다시 붙일 수 있기 때문에 초보자라도 쉽게 도전해 볼 수 있는 데코 방법이다.



페인트를 이용해 벽면에 패턴 주기

나름 페인트로 집을 리폼해본 경험이 있다면 디자인 패턴이 도전해 보자. 소파 뒤는 흔히 액자나 인테리어 선반 정도에서 스타일링 하는 것이 일반적. 이런 식상한 공식 말고 좀더 새로운 스타일에 도전해보고 싶다면 벽 전체를 캔버스라 생각하고 디자인해보자. 기존의 그레이톤 벽면에 메릴릭 브론즈로 포인트를 주었다. 그 어떤 수입 벽지보다 개성 넘치는 벽면이 된다.



있는 그대로 레트로한 멋스러움을 담은 카메라
수제 메탈카메라 제작자 현광훈

미래의 시작은 과거로부터 온다. 매일 같이 수많은 디지털기기가 쏟아져 나오며 하루가 다르게 발전하지만, 그 본질은 언제나 과거로부터 시작되어 쭉 이어져 온다. 메탈 수제카메라 제작자 현광훈. 그 역시 디지털의 세련미와 편리함을 뒤로하고 과거가 가진 원초적 의미에 집중하며 자신만의 길을 묵묵히 걷는 사람이다. 그리고 화려한 장식과 기능보다, 있는 그대로의 멋스러움을 카메라에 담는 그를 보고 우린 레트로 마스터라 부른다.

글 이승호 | 포토그래퍼 임재우

작은 금속 상자에 세상을 담다

작은 기계 부품을 손끝에 쥐고 정밀한 손길로 부품을 어루만지며 작업에 열중하는 한 남자. 수제 메탈카메라 제작자인 현광훈 작가는 오늘도 어김없이 창작의 길을 걸으며 작품 세계에 빠져있다. 그를 빠져들게 하는 작품은 렌즈 없이 사진촬영이 가능한 일명 '바늘구멍 사진기'라 불리는 '핀홀 카메라'이다. 작은 구멍을 통해 들어오는 빛의 양으로 형상을 인화하는 카메라로 르네상스 시기 이탈리아 화가 레오나르도 다빈치가 원근법을 실험하기 위해 사용했다고 한다. 하지만 하루가 멀다하고 새 카메라가 쏟아져 나오는 요즘 같은 시대에 현광훈 작가는 화질도 떨어지고 사진 찍는 시간도 오래 걸리는 핀홀 카메라를 왜 만드는 것일까. 이는 그와 핀홀 카메라와의 운명적인 만남 때문이다.

"대학에서 금속조형디자인을 전공했는데 전공수업에 큰 재미를 느끼지 못했어요. 학교생활 역시 어영부영 보내기 일쑤였죠. 그러다 사진과 카메라에 관심이 생겨 교양수업으로 사진 강의를 듣게 되었는데 핀홀 카메라로 사진을 찍어오라는 과제를 받았죠. 보통 핀홀 카메라라는 종이로 만들지만 금속조형디자인을 전공한 저에게는 종이보다는 금속으로 만드는 것이 더 쉬웠어요. 이때 만든 작품이 저의 첫 작품이자 운명적 첫 만남이에요." 그 후 졸업 작품 전시회에 전시한 핀홀 카메라가 호평을 받으면서 현광훈 작가는 카메라 제작자로서의 길을 걷게 된다.



카메라에 심장을 담다

막상 카메라 제작자가 되기로 결심했지만 취미가 일이라는 경계선을 넘어서는 순간에 찾아온 어려움은 그를 더욱 막막하게 만들었다. 현광훈 작가는 그때마다 일의 즐거움을 생각하며 도전에 도전해 거듭했고, 이는 다양하고 창의적인 카메라들의 탄생으로 이어졌다. 그 중 하나가 현광훈 작가의 야심작인 핀홀 카메라에 시계의 심장을 이식한 '무브먼트 핀홀 카메라'이다. "어느 날 문득 타이머를 통해 자동으로 사진을 찍을 수 있는 핀홀카메라를 만들면 어떨까 생각했어요. 그리고는 바로 실천으로 옮겨 기계식 시계 구조에 대해 공부하며 연구했죠. 이를 통해 기계식 타이머 장착을 위한 길이 보이기 시작했고, 마침내 시계의 심장인 무브먼트를 이식한 핀홀 카메라를 완성했어요. 이 카메라는 리미티드 에디션으로 단 10개만 만들 예정입니다."

과거를 나누고 의미를 담다

수제 메탈카메라는 처음 본 순간부터 레트로한 매력이 물씬 풍긴다. 빈티지하면서 독특함과 신선함을 동시에 전하는 디자인은 어느 누가 바라봐도 그 시선을 끌기에 충분하다. 현광훈 작가는 레트로 스타일에서 그 모티브를 가져왔다고 이야기한다. 빈티지한 옛날 카메라를 좋아하는 그는 옛날 카메라를 수집하고 자료를 찾으며 이를 모티브로 수제 메탈카메라를 제작한다. 그의 레트로 사랑은 1920년대에 태어나 세월의 흔적이 물씬 풍기는 작업실 공구들에서도 느낄 수 있었다. 미래에만 집착하는 요즘 편리한 기술이나 화려한 장식이 아닌 그 본질을 생각하며 옛것의 멋스러움을 있는 그대로 보여주는 수제 메탈카메라 제작자 현광훈. 그는 오늘도 손수 만든 핀홀 카메라를 손에 들고 과거와 교감한다. 그리고 이 시대의 진정한 레트로 마스터로 과거에 대한 진정한 의미를 전한다. S

현광훈 작가의 수제 메탈카메라에 대해 더 궁금한 게 있거나 구입을 원하신다면 이곳에서 문의하세요.
 web www.kwanghun.com Email kwanghun.hyun@gmail.com

삼화페인트 광고, 그 시대를 대변하는 가장 핫한 페인트 트렌드

영화 한 편 보겠다고 대가에 대가를 걸어놓고서야 보고 싶은 비디오테이프를 빌리고, 나라 한번 살려보겠다고 씨가마르도록 금 모으기를 하던 시절이 있었다. 지금이야 기억도 가물가물한 먼 옛날이야기가 되었지만, 당시엔 그 무엇보다 중요한 유행이자 트렌드였다. 삼화페인트 광고의 변천사를 들여다보면 그 시절 사회·문화적 변화가 잘 드러나고 있다.

대한민국 페인트 역사와 함께해온 삼화페인트. 시대의 흐름과 맞물려 이야기처럼 전해온 삼화페인트의 광고를 보며 그때 그 시절 가장 핫한 페인트 트렌드를 되짚어보자.
글 이승호 | 사진 삼화페인트

1990's

문화의 시대 그리고 브랜드화의 서막

냉전의 종식과 함께 찾아온 평화는 디지털 시대의 시작이자 문화 시대의 도래를 알렸다. 제품들의 디지털 전환과 컴퓨터의 대중화, 그리고 문화의 세계화가 1990년대에 본격적으로 시작되었다. 특히, 다양한 문화에 흠뻑 빠진 사람들이 늘어나면서 영보다는 질을 우선시하는 문화가 자리 잡기 시작했다. 광고시장도 시대적 트렌드에 맞게 기업 브랜드를 중심으로 이루어졌고, 삼화페인트 또한 이러한 시대적 흐름을 간파하지 않았다. 기업 성장의 견인차인 품질경쟁을 중심으로 한 광고로 브랜드 인지도를 확고히 하였고, 첨단 기술력을 집약한 제품의 우수성을 알려 고객신뢰도를 공고히 했다. 이러한 노력은 1997년 일어난 IMF 사태를 슬기롭게 극복하고 지속성장 가능한 기업으로 재도약하는 시발점이 되었다.



1980's

한강의 기적 그리고 페인트의 대중화

1970년부터 이어온 산업성장은 한강의 기적이란 이름 아래 대한민국의 경제발전을 알렸다. 성장과 동시에 실업난이 나타나면서 점점 원하는 것을 소유하고픈 사람들이 늘어나던 시기가 1980년대이다. 이 중 사람들이 가장 욕심냈던 것은 다름 아닌 집. 서울과 수도권을 중심으로 아파트가 큰 인기를 끌면서 너도나도 아파트 구입에 동참했고 이는 아파트 붐의 현상이라는 기현상을 낳았다. 건축용 페인트의 대중화도 이 무렵에 일어난다. 사람들은 조금씩 제품의 성능에 대해 관심을 가졌고, 페인트 산업을 이끌어온 삼화페인트는 광고를 통해 소비자 트렌드에 발 빠르게 대처한다. 특히, 금성장 증인 광고시장에 주목한 삼화페인트는 다양한 지면 매체를 통해 품질의 우수성과 페인트 상식을 전달하였고, 이는 페인트 광고시장의 새 바람을 일으킨다.



2000's

생활의 여유 그리고 친환경 페인트

시대가 변하고 생활에도 여유가 생기면서 2000년대부터는 '나를 위한 삶'을 사는 이들이 많아졌다. 공장은 매년 해외로 휴가를 떠나려는 여행객들로 북적거렸고, 자신을 한층 돋보이게 할 아이템 구입을 위해서는 어떤 수고도 마다치 않았다. 웰빙과 로하스의 선풍적 인기로 친환경이 사회적 이슈로 떠오르면서, 페인트 시장에도 변화의 물결이 찾아온다. 삼화페인트 역시, 이러한 점을 중요하게 생각하여 자연을 콘셉트로 환경마크 최대보유 타이틀과 자연 친화적 이미지를 강조한 광고를 차례로 선보인다. 삼화페인트의 광고를 본 소비자의 반응은 긍정적이었다. 특히, 환경호르몬 문제가 이슈화된 상황에서 자연 친화적 모습은 높은 평가를 받으며 기업의 가치를 높이고 프리미엄 이미지를 얻는 계기가 되었다.



2015 ~

DIY의 열풍 그리고 프리미엄 페인트 시대

자신만의 라이프 스타일이 중요해지면서 세상에 하나뿐인 본인만을 위한 제품을 찾는 사람들이 늘고 있다. 직접 만든 것이 많아질수록 자기 삶의 진정한 주인이 된다는 미국의 작가 윌리엄 코퍼스웨이트의 말처럼 사람들은 DIY로 손수 집을 꾸미기 시작했다. DIY 열풍이 불면서 페인트업계도 함께 비바쳤다. 실내용 제품의 수요가 늘면서 친환경은 물론이고 컬러와 면리까지 갖춘 제품들이 앞다투어 출시됐고, 페인트문화가 확산되면서 프리미엄 페인트를 찾는 고객이 늘어났다. 삼화페인트는 DIY 페인트시장 선점을 위해 2014년부터 자사의 프리미엄 페인트 더글래스의 TV 광고를 시작했다. 올해는 인기 국악인 송소희를 모델로 한 광고로 큰 호응을 얻고 있으며, 페인트 자체를 위한 광고가 아닌, 페인트를 통해 주거 공간이 건강하고 아름답게 변화할 수 있다는 가치를 전달하고 있다.





삼화를 만드는 사람들의 열일곱 번째 이야기 페인트로 언제나 스마일!

-삼화페인트 영등포 영일도료

전통이 묻어있는 장소를 찾으면 무엇인지 모를 아우라가 느껴진다. 누구도 쉽게 가지지 못한 가치적 유산과 자기만의 색깔을 확실하게 드러내며 사람들에게 어필한다. 오늘 찾은 45년 전통의 영등포 영일도료도 그들의 전통인 '웃음 철학'을 언제나 되새기며 대리점을 운영하고 있다. 언제나 웃음꽃을 피우며 고객에게 스마일로 신뢰를 전하는 영등포 영일도료를 만나보자. 글 이승희 사진 이기훈

스마일한 영일도료 식구를 소개합니다



대표 김재형

"안녕하세요! 삼화페인트 영등포 영일도료를 운영하는 김재형 대표입니다. 저는 매장의 전반적인 업무를 맡고 있습니다. 매장운영부터 자재관리까지 매장이 원활하게 돌아가도록 하는 컨트롤 타워입니다."



실장 박성화

"반가워요! 삼화페인트 영등포 영일도료의 총일점 박성화 실장입니다. 일명 '매장관리'의 신이라 불리죠. 고객이 항상 편하게 매장을 이용할 수 있도록 매장관리와 각종 살림을 도맡아 하고 있습니다. 비좁은 매장을 더욱 쾌적하게, 오늘도 정례 정례!"



부장 이부종

"안녕하십니까! 삼화페인트 영등포 영일도료의 온라인드 플레이어 이부종 부장입니다. 조색이나 고객 응대는 물론, 삼화페인트를 고객들에게 전달하는 배송업무를 맡고 있습니다. 무거운 페인트도 겹싸게 트럭에 싣고 고객 앞으로 출발!"



영일도료의 경영철학 중에 철저한 고객관리-대응과 함께 '웃음 철학'이라는 단어가 눈에 들어왔다. 고객에게 언제나 스마일한 얼굴로 친근감 있게 다가간다는 영일도료의 웃음에 관한 경영철학. 웃음 바이러스라는 말이 있듯 웃음은 또 다른 웃음을 낳기에 영일도료를 방문한 고객이 환한 얼굴로 대리점을 나서는 모습이 문득 떠올랐다. 영일도료 김재형 대표는 자신에게 페인트란 '스마일'이라 했다. 이는 경영철학을 떠나서 웃음이 세상을 아름답게 하듯 페인트 역시 세상을 아름답게 하는 것이 일맥상통해서라고 이야기한다. 고객은 언제나 만족스러워야 한다. 그래서 영일도료 식구들은 언제나 노력하고 웃는다. 영일도료를 찾는 모든 고객이 웃음을 멈추지 않는 그 날까지, 오늘도 페인트로 언제나 스마일이다. S

영등포의 터줏대감 영일도료는 화기에애한 분위기 속 회의를 마치고 각자 많은 업무와 함께 바쁜 하루를 시작한다. 대리점이 비좁은 관계로 다른 대리점보다 부지런을 떨어야 하는 특징이 있지만 고객대응을 대비해 철저한 준비를 최고의 경쟁력으로 생각하는 김재형 대표이기에 오전 대리점 풍경은 항상 분주하다. "45년 전이나 지금이나 고객관리와 함께 준비를 철저히 하는 것이 전통이에요. 바로바로 대응할 수 있는 이런 준비는 이제 영일도료에 불가결의 원칙이 되었습니다." 영등포에 터 잡고 삼화페인트 대리점을 운영한 지 어느덧 45년. 영등포에 공단이 있을 시기부터 지금까지 단골도 꽤 많다. "과거 영등포 공단 시절 고객들이 자리 옮긴 지금도 페인트를 주문합니다. 45년 언제나 저희 대리점을 찾아주는 고마운 고객들입니다. 이런 고객들이 많다 보니 주문부터 납품까지 간간하고 정직하게 관리할 수밖에 없어요. 그래서 주문이 들어온 순간부터 퀄리티를 가장 중요하게 생각하고 관리합니다."





꿈이 있기에 오늘의 열정은 타오른다

품질경영팀 한중운차장



그에게 현실과 이상의 경계란 없다. 꿈으로 짓는 계획과 실천만이 그의 혁신을 완성하고 진정한 프로로 변화시킨다. 삼화페인트 품질부서와 함께한 16년은 도전으로 엮여온 희망의 세월이었다. 더 나은 삼화페인트를 위해 그가 가진 꿈의 조각들을 채워나가는 한중운차장. 꿈을 향해 멈추지 않고 도전을 이어나가는 그의 열정 온도는 오늘도 뜨겁다.
글 이승호 | 포토그래퍼 김윤상

계획한 자만이 꿈을 품는다

한중운차장의 하루 일과는 계획에서부터 시작된다. 정신 없이 흘러가는 하루 일상에서 품질경영을 위해 힘쓰는 그에게 일일 계획은 불가결성의 원칙이다. "품질경영팀은 고객만족을 위해

준수해야 할 기본과 기준을 제시하는 팀이에요. 그 중 저는 시스템, 규정, 법규관리, 인증관리 등의 업무를 하고 있습니다. 최근에 화학물질관리법과 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률이 강화되면서 더욱 신중함과 꼼꼼함을 요하는 업무가 많아졌습니다. 그래서 요즘에는 매일 같이 계획을 세우고 이를 체크해가며 실천하고 있습니다." 계획에 맞춰 바쁘게 하루 일과를 보내는 한중운차장이지만 그에게 프로의식이 없었더라면 지금의 그도 없었을 것이다. "사실 저는 순발력보다 지구력으로 승부하는 꿈 같은 사람이에요. 그러다 보니 남들보다 한발 늦게 움직여 신입사원 때는 실수도 참 많이 했죠. 그때마다 저 자신을 마인드 컨트롤하며 프로의식을 가지고 끊임없이 채우고 발전하기 위해 노력했습니다. 16년이 지난 지금까지도 그때의 기억을 잊지 않고 진정한 프로가 되기 위해 노력하고 있습니다."

꿈을 품은 자만이 진정한 성취를 맞는다 했던가. 한중운차장은 삼화페인트에 입사해 크고 작은 다양한 꿈을 가졌다. 그 중 2009년 원자력품질보증시스템 적합동보는 한중운차장의 기억 속에서 떠나지 않는 최고의 도전이자 꿈의 실현이었다. "원자력품질보증시스템을 준비하고 계획해 초기 심사에서 조건부 적합을 받아 개선자료를 제출하고 결과를 초조하게 기다렸습니다. 그리고 12월 31일, 사무실로 전화 한 통이 걸려왔어요. 바로 기다리고 기다리던 적합동보였어요. 이 소식을 듣는 순간 원자력 심사를 준비하면서 부딪혔던 힘든 순간들이 주마등처럼 스쳐가며 눈사울이 붓어 지덕군요. 정말 연말 큰 선물을 받은 기분이었어요. 그 당시 꿈을 이룬 성취감이란 이런 거구나 하고 느꼈습니다."



꿈을 품은 자만이 꿈을 이룬다

품질부서 경력 16년차. 어느덧 중간관리자라는 위치에 서 있는 한중운차장이지만 그는 아직도 가슴에 꿈을 안고 살아가고 있다. "저는 꿈쟁이예요. 가슴 속에 늘 새로운 꿈을 품고 사는 꿈쟁이죠. 별동별을 보면 누구나 소원을 빌곤 합니다. 그러나 별동별이 떨어지는 찰나에 소원을 비는 사람이 몇이나 있겠어요. 소원을 빌기 위해 순발력을 길러야 할까요? 아닙니다. 가슴 속에 꿈을 품고 있으면 됩니다. 언제든 꺼내 말할 수 있는 꿈을 말이죠." 돌이켜보면 모든 것의 출발점은 '꿈'이었다. 첫 입사가 그랬고 멈추지 않고 새로운 제품 인증취득을 위한 도전도 그러했으며, 한 직장에서 16년간의 시간도 꿈이 있었기에 가능한 세월이었다. 그리고 여전히 그 꿈의 조각들을 현재진행형으로 펼쳐내는 중이다.

"앞으로의 꿈은 QA본부의 변화와 혁신을 이루는 것입니다. 이를 위해 새로운 품질경영기법을 개발하여 당사 시스템에 적용하려고 합니다. 그리고 선진형 품질경영사례를 분석하고 새로운 경영기법을 적극 수용하여 당사의 체질에 맞는 품질경영시스템으로 새롭게 발전시키는 것이 앞으로의 목표입니다." 삼화페인트를 자신의 또 다른 꿈이자 생활의 활력이라 말하는 한중운차장. 이제 막 인생의 후반전을 시작한 그의 최종 꿈은 멋진 은퇴와 새로운 도전이라 한다. 현실과 이상의 경계 없는 삶 속에서 언제나 새로운 꿈을 꾸며 살아가는 한중운차장을 보며 결코 식지 않는 꿈과 열정이 무엇인지를 새삼스레 느끼게 된다. S



삼화도료(장가항)유한공사 - 동관분공사

세계의 공장 중심에서 새로운 길을 개척하다



광저우에서 홍콩으로 가려면 육로든 해로든 반드시 거쳐야 하는 도시 '동관'. 하이난 지방의 교통의 요지이자 상업 및 산업 중심지로 발전한 이곳에 삼화도료(장가항)유한공사 - 동관분공사가 자리하고 있다. 수출 산업이 발달하여 외국계 기업이 많고 인구의 절대 다수가 외지인으로 구성된 것이 특징인 이곳에서 동관분공사는 글로벌 삼화를 외치며 새로운 길을 개척하기 위해 오늘도 달린다. 클립기초 해외협력팀 대리



여기는 세계 공장의 중심 '동관'

한국사람들에게는 동관이란 지명은 다소 생소하다. 그래서 동관을 이야기할 때는 심전, 홍콩, 마카오 근처에 있는 도시라고 이야기하는 경우가 많다. 하지만 동관은 세계적으로 유명한 산업도시이자 공업도시로 심전에서 약 1시간 정도 거리, 홍콩 마카오에서 약 2시간 거리에 위치해 있으며, '세계의 공장'인 중국에서 공업의 중심지라 불리는 인구 약 800만의 최대 공업도시이다.

동관은 중국 표준인 북경어가 아닌 광둥어를 주로 사용하는 지역이다. 중국의 방언은 지역별로 편차가 크기로 유명하다. 동관에서 사용하는 광둥어는 홍콩 영화 속 '아이야' 하는 언어를 생각한다면 이해가 빠를 것이다. 음식은 중국 4대 요리 중 하나인 광둥요리를 주로 먹는다. 맛은 약간 맵고 짜며 외국인이나 외지인이 많아 서양 요리에 들어가는 재료와 조미료를 쓰고 해산물과 생선을 재료로 하는 요리가 많다. 기후는 중국 남부지역에 위치해 중남아 지역과 비슷한 편이다. 여름이 9개월, 겨울이 3개월로 덥고 습한 날씨가 반복되며 스콜성 소나기가 자주 내린다.

중국 최대 공업도시로 불리는 동관은 그 칭호가 아깝지 않을 만큼의 규모를 자랑한다. 특히, 전자산업 분야에 특화되어 있어 삼성, 엘지 등의 국내 글로벌 기업은 물론, 도시바, 레노버 등 세계 굴지의 전자기업체 생산기지가 모여 있는 곳이 바로 동관이다. 최근 스마트폰 시장이 급성장하면서 이와 관련한 사출, 카메라 등 모바일 부품업체들이 급증하고 있다.

한국사람들에게는 동관이란 지명은 다소 생소하다. 그래서 동관을 이야기할 때는 심전, 홍콩, 마카오 근처에 있는 도시라고 이야기하는 경우가 많다.

글로벌 삼화를 향한 새로운 개척의 땅

글로벌 기업들이 하나둘 모여드는 이곳 동관에 글로벌 기업을 향한 힘찬 발걸음을 내디딘 삼화페인트가 빠질 수 없다. 2009년 문을 연 동관분공사는 삼화페인트의 연구 기술력을 기반으로 중국 도시장은 물론 글로벌 기업을 대상으로 한 글로벌 시장을 함께 공략하고 있다. 동관분공사는 삼성모바일디스플레이를 주요 고객으로 매년 성장에 성장을 거듭해 왔다. 최근에는 로컬 모바일로 시장을 확대하여 vivo와 거래를 맺고 2015년 9월에 첫 납품을 시작하였다. 모바일 도로 외에 건축도로, 분체도로 등으로 그 영역을 확대해 나가고 있다.



샤오미 회장 레이펑은 '태풍의 길목에 서면 돼지도 날 수 있다(台风来的时候, 猪都会飞)'는 구절을 인용하여 꿈의 실현에 관해 이야기했다. 그는 이 구절이 두 가지 뜻을 가지고 있다고 한다. 첫 번째는 탄탄한 기본기와 근면한 태도 없이 성공할 수 없다는 것이고, 두 번째는 그것들을 가지고 있다고 해서 반드시 성공하는 것이 아니라 그것을 바탕으로 적절한 기회를 잡아야만 성공할 수 있다고.

동관분공사는 우수한 기술과 품질로 이미 탄탄한 기본기를 갖추고 있다. 스마트폰 시장의 판도가 급변하는 지금 이 순간, 적절한 기회를 잡는다면 샤오미와 같이 중국시장에서 저 높은 하늘 위로 날아오르지 않을까. 미래의 그 날을 생각하며 동관분공사 임직원들은 오늘도 더 높은 곳을 바라보며 날갯짓을 한다. S





삼화로 만들면 色 다르다 삼화페인트 컬러개발 사례

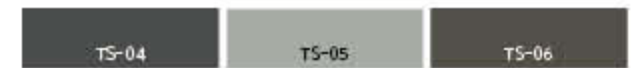
뚜레쥬르, 투섬플레이스,
유니클로

창립 이래 69년 동안 건축용 페인트 No.1 자리를 지키고 있는 삼화페인트. 이에 전국의 다양한 기업 브랜드 매장에서 삼화페인트를 사용하고 있다. 삼화페인트의 컬러개발이 특별한 이유는 브랜드의 BI 컬러가 매장에도 그대로 구현될 수 있도록 페인트 컬러를 개발해 주는데 있다. 글 김여승 마켓이벤트 대리

달콤한 케이크 한 조각과 향기로운 커피의 대명사 프리미엄 디저트 카페 투섬플레이스

다크 그레이, 라이트 그레이, 레드를 메인 컬러로 고급스러운 매장 분위기를 연출해 젊은 층에게 많은 사랑을 받고 있는 투섬플레이스. 이들은 해외 출장 중 발견한 컬러 시편을 가져와 페인트 컬러 개발을 의뢰했다. 투섬플레이스 매장에 구현된 페인트 컬러는 주로 그레이톤인데, 같은 그레이톤에도 여러 가지 컬러가 있어 67가지 그레이 컬러가 매장 분위기에 맞게 적용된다. 은은하면서도 고급스러운 그레이톤은 투섬플레이스의 벽돌과 우드 인테리어를 한결 돋보이게 한다.

삼화페인트는 'TS'라는 고유 컬러 번호인 투섬플레이스만의 페인트 컬러를 통해 전국 매장에 동일한 컬러를 제공하며, 투섬플레이스의 세컨드 브랜드인 투섬커피 매장을 위한 페인트 컬러도 개발해 '투섬드림', '투섬블루'라는 고유 컬러 번호로 지정해 페인트를 제공하고 있다.



CJ 제일제당의 60년 제분 기술 노하우로 베이커리 트렌드를 선도하는 뚜레쥬르

뚜레쥬르하면 민트그린과 브라운 컬러가 떠오른다. 빵 포장지를 가져와 봉지에 있는 컬러와 동일한 페인트 컬러를 의뢰했다는 뚜레쥬르. 이에 삼화페인트는 뚜레쥬르의 BI 컬러인 민트그린과 브라운 컬러를 매장에도 그대로 구현할 수 있도록 페인트 컬러를 개발했다. 또한, 이를 'TLJ'라는 뚜레쥬르만의 고유 컬러 번호로 지정해 전국 매장에 항상 동일한 컬러를 제공하고 있다.



세계적인 브랜드로 성장한 캐주얼 의류 브랜드 유니클로

유니클로하면 깨끗한 화이트와 강렬한 레드 컬러가 떠오른다. 유니클로는 일본 유니클로 매장과 동일한 컬러가 한국 매장에 구현될 수 있도록 유니클로만의 화이트 컬러 개발을 의뢰했다. 이에 삼화페인트는 유니클로의 대표 컬러인 화이트 컬러가 매장에 구현될 수 있도록 페인트 컬러를 개발했다. 유니클로는 전체 매장을 화이트 페인트로 시공함으로써, 트레이드마크인 레드 BI와 다양한 컬러의 의류들이 더욱 돋보이도록 했다.

화이트하면 한 가지 색상만 생각할 수 있는데, 아주 미세한 컬러 차이에 따라 다양한 화이트 컬러가 존재한다. 화이트 컬러의 미세한 부분까지 완벽을 추구하는 유니클로와 그 완벽을 실현시킨 삼화페인트의 컬러 개발의 조합으로 더욱 멋진 매장이 탄생되었다. S





지난 2014년 창단한 삼화페인트 공식 벽화봉사단 '삼삼한 화가들'은 그동안 벽화 나눔 실천에 앞장 서며 사내 직원과 가족, 일반 소비자들과 함께 지속적인 사회공헌 활동을 진행해왔다. 2015년 창단 2년 차를 맞이한 삼삼한 화가들은 작년에 이어 올해도 어김없이 벽화 나눔을 통한 아름다운 동행을 이어가고 있다.

삼삼한 화가들의 벽화 나눔 세 번째 동행지는 고지대에 위치한 동작초등학교와 동작중학교이다. 학생들의 등굣길을 밝고 활기차게 꾸며주기 위해 모인 삼삼한 화가들. 토요일 이른 아침에도 불구하고 벽화 봉사를 위해 80여 명의 삼화페인트 사내 직원과 가족, 일반 소비자, 더클래시 리빙작가들이 한자리에 모였다. 특히 12차 벽화봉사에 참여해주셨던 분들과 동작초등학교에 재학 중인 학생과 학부모도 함께 참여하여 더욱 뜻깊은 봉사활동이 되었다.



어린이들의 등굣길 담벼락을
꿈과 희망으로 물들인

삼삼한 화가들 벽화봉사 활동

2015년 삼화페인트는 아이들의 등굣길을 밝게 밝혀주는 사회공헌 활동을 지속해서 이어가고 있다. '삼삼한 화가들'과 함께한 동작초등학교, 동작중학교의 등굣길 벽화봉사 현장을 공개한다. 글·사진 김예슬마켓리얼팀 대리



동작초등학교는 학교 등교를 위해 수십 개의 계단을 오른 후, 또 한 번의 가파른 오르막길을 올라가야 하는 고지대에 위치하고 있다. 이 가파른 계단과 오르막의 벽면은 어둡고 오래되어 삭막하고 답답한 모습을 하고 있었다. 삼삼한 화가들은 아이들의 등하굣길인 이곳에 돌고래 교장 선생님이 아이들을 맞이하는 바닷속 세상을 벽화로 표현하여 밝고 화사한 분위기의 등하굣길로 탈바꿈시켰다. 동작중학교는 조금 성숙한 아이들을 위해 사계절을 모티브로 숲과 나무를 품은 사계절의 모습을 표현하였다. 숲과 나무가 계절에 따라 변해가는 모습을 통해 아이들이 꿈과 희망을 품고 성장해 주길 바라는 마음으로 벽화를 하나하나 완성해 나갔다.

벽화봉사 활동에 사용된 페인트는 아이생각 외부 프로 제품으로 삼화페인트의 대표 외부용 친환경 페인트이다. 가족단위 아이들이 많이 참여하는 만큼 아이들도 안심하고 벽화를 함께 그릴 수 있도록 친환경 페인트가 사용되었다.



NEWS FOCUS

삼화페인트, 친환경페인트로 사회취약계층의 주거환경 개선에 나서다.



삼화페인트공업(주)은 지난 8월 21일 환경부와 함께 사회취약계층의 주거환경 개선을 위한 협력을 약속하는 '실내취약계층 실내환경 진단·개선사업에 대한 사회공헌기업 협약'을 체결했다.

환경부에서 주관하는 '사회취약계층 실내환경 진단·개선사업'은 저소득층과 결손가정, 환경성 질환을 앓고 있는 어린이 거주가정 등 생활환경이 열악한 사회취약계층을 대상으로 환경성 질환을 유발할 수 있는 유해인자를 진단하고 개선이 필요한 가구에게 친환경 페인트·장판 교체, 곰팡이 제거 등 무료로 실내환경을 개선해주는 사업이다.

삼화페인트는 친환경페인트의 대표주자로서, 더클래시 아토프리, 아이생각, 홀스타파스텔OK플러스 등의 친환경페인트를 지원하여 사회취약계층의 주거환경 개선을 도울 예정이다. 특히, '더클래시 아토프리'는 페인트 업계 최초로 미국, 한국 전식 알러지 협회에서 인증을 받은 제품으로 아토피가 있는 아이들이 생활하는 공간에도 안심하고 사용할 수 있어 이번 사업에 큰 역할을 할 수 있을 것이라 기대되고 있다.

환경부는 이번 협약 체결에 따라 9월부터 실내환경 개선이 요구되는 가구에 대해 사회공헌기업으로부터 후원받은 물품을 이용해 생활환경 개선사업을 본격적으로 추진해 나갈 예정이며, 5월부터 지자체의 추천을 받은 총 2,000가구를 대상으로 환경성질환 유발인자를 진단하고 이중 700가구를 선정해 실내환경 개선을 지원한다. 환경보건센터와 연계하

여 아토피·천식 등 환경성질환을 앓고 있는 어린이 200명에 대한 무료 진료도 함께 제공하는데, 미국, 한국 전식 알러지 협회 인증 제품인 '더클래시 아토프리'의 중요성이 더욱 부각될 것이다.

서흥원 환경부 환경보건정책과 과장은 "이번 협약을 계기로 실내환경 진단·개선사업에 민간의 참여와 지원이 활성화되기를 희망한다"며 "앞으로 정부와 기업이 힘을 합쳐 사회취약계층에 도움이 되는 사업으로 확대·발전시켜 나가겠다"라고 말했다. [취재 박철희(마켓기획팀 대리)]

삼화페인트, 셀프인테리어 키트 TV홈쇼핑 3차 런칭



삼화페인트공업(주)은 소비자 유통채널인 TV홈쇼핑을 지난 6월과 7월에 이어 3번째로 방송을 진행했다. 이번 TV홈쇼핑 3차 런칭은 '누구나 손쉽게 바를 수 있는 페인트'를 콘셉트로 주요 랜드마크와 다양한 적용사례 그리고 아이를 위한 친환경 소재 메시지를 전달했다. TV홈쇼핑 3차 방송은 지난번에 이어 GS홈쇼핑을 통해 9월 24일(목) 방송됐으며, 상품은 더클래시 셀프인테리어 페인트 키트로 더클래시 멀티(리터, 3개), 망

코탱고(더클래시 하이크로마, 0.5리터, 1개), 브러시와 롤러세트, 트레이, 커버링 테이프(2개), 마스킹 테이프(1개)로 누구나 쉽게 페인트를 할 수 있도록 꼭 필요한 제품으로만 구성했다.

삼화페인트는 이번 3차 런칭을 통해 고객과 소통할 수 있는 새로운 고객창구 역할을 기대하며, 일반소비자를 겨냥한 B2C 시장 점유율을 지속적으로 높여간다는 전략이다. [취재 박철희(마켓기획팀 대리)]

홈앤톤즈, 현대백화점 무역센터점 팝업스토어 운영



홈앤톤즈가 9월 한달 동안 현대백화점 무역센터점에서 팝업스토어를 운영했다. 홈앤톤즈는 서울 대치동의 플래그십을 중심으로 온라인몰, 홈쇼핑 등 다양한 채널을 통해 소비자와 직접 만나고 있으며 최근 백화점까지 진출했다. 현대백화점 무역센터점 팝업스토어는 가을 인테리어 성수기에 맞춰 기획됐으며, 이미 플래그십을 통해 입문된 홈앤톤즈의 프리미엄 컨설팅 서비스를 백화점의 고객을 대상으로 제공했다. 현대백화점 무역센터점 팝업스토어에는 전문 디자이너가 상주하여 컬러와 인테리어에 관한 맞춤형 컨설팅을 제공하며 홈앤톤즈 전문 시공팀의 원스톱 서비스는 물론, 새로운 문화가 된 셀프페인팅에 관한 가이드도 만날 수 있다. [취재 김현정(경영관리팀 과장)]

무스는 머리에만 바르는 것이 아닙니다! 신개념 무스형 페인트 '스무디스테인' 특허 취득



삼화페인트공업(주)은 누구나 손쉽게 작업이 가능한 무스 형태의 신개념 페인트 '스무디스테인'의 특허를 취득했다. (특허명: 무스 타입의 수성 스테인 에어로졸 조성물 (MOUSSE TYPE AQUEOUS STAIN AEROSOL COMPOSITION), 특허등록번호: 10-1537512, 등록일자: 2015년 7월 14일) 이번에 특허를 취득한 스무디스테인은 목재용 수성 스테인으로 에어로졸 충전이 가능한 무스타입의 제품이다. 목재용 도료는 다양한 색상으로 목재를 착색시킬 수 있으며 목재 특유의 재질감을 살리고 내구성을 높여준다. 하지만 도장할 때 튀거나 흐르는 문제가 발생하고 남은 도료의 보관이 어렵다는 단점이 있다. 스무디스테인은 기존 목재용 도료의 단점을 개선함은 물론, 사용의 간편함과 빠른 건조효과 등의 장점을 가지고 있다. 이와 함께 목재용 도료에 기능성과 항균효과를 부여했으며, 에어로졸 충전이 가능해 저장안정성을 확보했다. 신개념 무스형 페인트 '스무디스테인'의 특허 취득으로 목재도료가 한 단계 성장하는 계기가 됐으며, 향후 관련 도료의 매출 증대가 기대된다.

[취재 김필영 (연구지원팀 선임연구원)]

낙서는 스케치페인트 위에다 하세요!

Sketch paint



낙서는 창의력의 시작이란 말이 있다. 성장기 아이들에게 창의력과 상상력을 발달시키는 최고의 학습법이다. 하지만 이와 반대로 낙서는 아이를 키우는 가정이라면 한 번쯤 고민해봤을 법한 영원한 난제 중 하나이다. 삼화페인트에서는 이러한 난제를 한 방에 해결해 줄 페인트를 내놨다. 바르기만 하면 벽면 어디든 화이트보드로 변신시키는 마법 같은 페인트, '스케치페인트 아쿠아가 바로 그것이다. 글박희의 마켓기행팀 대리



스케치페인트 아쿠아는 기존 유성페인트의 단점을 극복하고 새롭게 수용성으로 출시된 제품이다. 기존 스케치페인트의 고유 장점인 지움성은 그대로 유지하면서 냄새를 부드럽게 바꾸고 누구나 쉽게 칠할 수 있도록 가사 시간을 연장하였다.

스케치페인트 아쿠아의 최대 장점은 수성이라는 특수성과 함께 별도의 화이트보드 설치 없이 본인이 원하는 데로 벽, 문, 가구 등 다양한 곳에 원하는 크기와 모양으로 화이트보드를 만들 수 있다는 것이다. 이와 함께 기본색이 되는 흰색 외에 투명색도 있어 기존 벽지나 배경을 가리지 않고 그대로 유지하면서 가능성을 더할 수 있어 일거양득이다.

기성 화이트보드보다 더 큰 면적을 화이트보드로 만들 수도 있고 구석진 곳을 화이트보드로 변신시킬 수 있다. 이러한 이유에서 가정집뿐 아니라 기업 사무실에서도 맞춤형 아이디어 보드로 활용성이 높다. 기존에 출시된 수입브랜드와 비교했을 때도 스케치페인트 아쿠아의 경쟁력은 충분하다. 특히, 수용성으로 냄새를 최소화한 점은 기존 수입브랜드와의 가장 큰 차이점이라고 할 수 있다. 스케치페인트 아쿠아는 2액형 타입의 제품으로 DIY용 0.9L와 3L 2가지 포장단위로 출시되었으며, 주제, 경화제 혼합비율 2:1에 색상은 백색과 투명 두 가지로 구성되어 있다. S



·성능표

색상	백색, 투명	도장횟수	2-3회
추천도막두께	80μm	가사시간(25도)	3시간
조심	2액형	희석률	희석하지 않음
피도면	콘크리트, 목재, 철재	건조시간(25도)	지속건조: 1시간 경화건조: 24시간
이른도포면적	5.9㎡	포장단위	0.9L / 3L

2015 Autumn

가을로 가는 길,
함께라서 언제나 즐겁다

정처 없이 2015년이라는 길을 걷다 보면 어느덧 바스락거리는 낙엽소리가 과자처럼 고소한 가을 길에 도달한다. 세상이 온통 울긋불긋하게 물들어 지금이 여행을 떠나기 적기라 외치는 가을 고소한 가을길에 올라 가족, 친구, 연인과 함께 가을여행을 떠나보는 것은 어떨까? 삼화페인트에서는 삼화인들의 가을여행 이야기를 사진으로 함께 나누고자 포토 콘테스트를 열었다. 가족, 친구, 연인과 함께한 가을여행 & 나들이를 주제로 열린 이번 포토 콘테스트를 통해 삼화인이 전하는 가을의 향기, 그 길 속으로 함께 들어가 보자.



인천영등포구과 함께한 소래산 등반
인천영등포구인생과 자랑



자태산, 가을을 달려서
마케팅팀 박승미 사진



가족과 함께 한 영등포구
본격도리본 김대만군님



모르는 여행의 기록
산림청 최미영대리



역새마을과 우리아
원주영등포구이영희 사진



우리 사랑할 여행과
산림청 인영희 사진



지리산 자락의 한 골짜기 앞에서
외주관리팀 박원준 사진



가을의 향기
외주관리팀 박원준 사진



가족 내음에 묻어나는 따스한 손길과 즐거운 열정,

나만의 가족여권지갑 만들기



치열한 일상에 지쳐 주말이면 잠만 청하는 우리 시대 직장인. 이제 집 밖으로 뛰쳐나와 주말에 나만의 취미를 즐겨보자! <삼화엔피플>에서 준비한 직장인 취미 만들기 프로젝트 '삼화취미클래스'로 여러분을 초대한다. 아직까지 마땅한 취미를 찾지 못했다면 지금 이 순간이 당신에게는 절호의 찬스! 삼화취미클래스의 시작을 알리는 첫 번째 취미는 하고 싶지만 어떻게 해야 할지 몰라 포기했던 이색취미, 바로 '가족공예'이다. 글 이승호 | 포토 그래퍼 임재우 | 장소 엠퍼센드 가족공방



나만의 가족여권지갑 만들기 추울발~

오늘 배울 취미는 가족공예 입문코스인 '가족여권지갑 만들기'이다. 추석 전 가을의 시작을 알리는 가을바람이 선선히 부는 일요일 오후 2시, 클래스가 열리는 이태원 엠퍼센드 가족공방으로 삼화취미클래스 1기 멤버인 삼화페인트 경영전략팀 김영일 차장, 공업도로팀 박정현 선임연구원, 마켓지원팀 권혁준 대리가 들어온다. 이들 3인방은 지금부터 4시간 후, 그들의 가족여권지갑과 함께 새로운 취미를 갖게 될 것이다.



서툰 손길 넘어 가족의 새로운 탄생

가족공예를 위해 책상에 모여 앉은 삼화취미클래스 1기들은 새로운 경험이 설렘인지 서로 웃음꽃을 피우며 화기애애한 분위기를 연출했다. 잠시 후 일일 강사의 가족공예 강의가 시작되고 가족컬러를 고르면서 멤버들은 이내 진지한 표정으로 배움에 집중하기 시작한다. 서툰 손놀림으로 과정 하나하나에 어려워하는 모습을 보였지만, 새로운 취미를 배우고자 하는 그들의 마음은 진중한 표정에서 오롯이 드러났다. 자르고, 다듬고, 붙이고, 바느질하면서 그들이 고른 가족은 어느 순간 새 생명을 얻듯 가족여권지갑이란 이름으로 새롭게 태어났다.





가족과의 만남으로 얻은 새로운 신표

교과 4시간을 집중한 끝에 시계바늘이 오후 6시를 가르치자 하나 둘 가족여권지갑을 완성한다. 완성된 가족여권지갑을 보며 흐뭇해 하는 삼화취미클래스 1기들은 서로 자신의 결과물이 더 멋스럽다고 서로서로 자랑하며 힘박웃음을 짓는다. 삼화취미클래스를 마치고 가족 공방을 나서는 1기 멤버들 손에는 선물상자에 포장된 가족여권지갑과 함께 새로운 취미라는 삶의 신표가 들려있었다. s

삼화취미클래스 1기 도전 뒷이야기,



“예 전부터 가족을 정말 좋아했습니다. 그래서 가족공예를 배워볼까’ 하고 생각했는데 어느 날 <삼화앤피플>에서 삼화취미클래스로 가족공예를 한다고 해서 신청하게 됐어요. 막상 해보니 어렵더라고요. 특히, 바느질할 때는 어찌할 줄 몰라 안전부절 못했습니다. 덕분에 생전 처음으로 손가락에 쥐가 나는 경험도 했어요. 하지만 시간가는 줄 모르게 즐거웠습니다. 앞으로 다시 한번 도전해서 가족들에게 아빠가 만든 가족제품을 선물로 주고 싶네요.” 김영일 경영전략팀 차장



“먼 저 새로운 취미를 만들어준 <삼화앤피플>에 감사인사를 드립니다. 이번 클래스에 참여하기 전 바느질을 쉽게 생각했는데 막상 재단하고 바느질을 시작하니 생각보다 어려웠어요. 수제라 불리는 핸드메이드 제품의 값어치에 대해 새삼 다시 느끼게 됩니다. 오늘 클래스를 마치고 지갑이 아닌 가방이나 다른 가족제품에 도전해보고 싶다는 생각이 계속 들더라고요. 다음에 또 이곳을 찾아 새로운 가족 제품에 도전하고 싶습니다.” 박정현 공업도로팀 선임연구원



“무 언가를 만드는 것을 좋아했습니다. 그래서 취미로 다양한 공예 활동을 열망했는데 <삼화앤피플> 덕분에 소원성취했습니다. 특히, 가족공예는 정말 해보고 싶었어요. 서점에 가서 책도 찾아봤을 정도니까요. 그래서인지 오늘 삼화취미클래스는 정말 뜻깊은 시간이었습니다. 가족과 실을 고르고 마무리 작업까지 과정 하나하나가 정말 재미있는 경험이었고 뿌듯했습니다. 오늘 만든 생애 첫 가족여권지갑은 와이프에게 선물로 줄 거예요. 얼른 집에 가서 좋아하는 와이프의 모습을 보고 싶습니다.” 권혁준 마켓지원팀 대리

삼화취미클래스 2기를 모집합니다. <생활 속 작은 가구 만들기>에 응모하세요!

삭막한 도심 속에서 매일매일 치열한 전투를 치를 당신에게, <삼화앤피플>이 당신의 엔도르핀이 되어 줄 작은 선물을 드립니다. 이번 삼화취미클래스 2기에서는 '생활 속 작은 가구 만들기'에 도전합니다. 지금 삼화앤피플 편집실 이메일(speople@spi.co.kr)로 참여 신청을 해주세요. 추후 일정은 선정되신 분들에게 별도로 공지를 드리겠습니다.



Passport Wallet

집에서 도전해보자, 가족여권지갑 만들기 레시피!

준비물 베지터블 가죽, 칼, 자, 송곳, 그리프, 토코놀, 치즐, 가죽본드, 바늘, 실, 왁스, 망치 등

* 재료는 인터넷에서 준비할 수 있으며, 간단한 도구는 집안에 있는 도구를 응용해서 사용



재단하기

형지를 이용해 재단하기 가족여권지갑의 패턴 조각으로 디자인된 형지(종이로 만든 패턴)를 만들어 이를 따라 가죽을 재단한다. 이때 가죽 재단을 할 때 이용하는 것이 오히려 일반 칼을 이용해도 무관하다. 두꺼운 가죽은 칼날을 90도로 자르는 것이 안전하다. 패턴 조각은 총 4장으로 구성되어 있다.



악품 바르기

가죽 표면에 악품을 바르기 패턴 조각이 나오면 토코놀(고무성분의 악품)을 가죽 앞면을 제외한 모든 곳에 고르게 발라준다. 토코놀을 바르면 가죽이 부드러워져 질감을 더한다. 토코놀이 완전히 건조된 후, 옛지코트를 전단면에 바른다. 옛지코트를 2-3번 발라주면 가죽의 단면이 깔끔하고 도둑에게 안전된다.



본딩 하기

가죽 조각을 모양에 맞춰 본딩하기 4개의 가죽 조각을 조합해 여권 지갑 형태를 만든다. 이때 본드는 얇게 발라주어야 접합력이 좋고 완성한 후 깔끔한 모양이 나온다. 본드를 두껍게 발라주면 바느질에 어려움을 겪을 수 있다. 공방에서는 본딩 전 이니셜 새기기 작업이 진행된다. 집에서 어려운 작업이므로 필요 시 공방이나 가죽 가공 전문점을 찾아가 의뢰하자.



바느질 구멍 만들기

치즐로 바느질 구멍 뚫어주기 바느질하는 가죽에 구멍을 내기가 어려우므로 '치즐'이라는 도구를 사용한다. 치즐을 이용해 사선 스티치를 내주기 위해 구멍을 뚫는다. 이때 치즐 이용의 편함을 위해 '그리프'로 불리는 망치를 이용하여 구멍을 낸다. 도구 사용 시 90도 수직을 잘 맞춰야 뒤틀림도 일정하게 모양이 나온다.



바느질하기

2개의 바늘을 사용한 새들 스티치 먼저 가죽에 어울리는 실을 고른 후, 실에 왁스를 고르게 바른다. 그리고 왁스가 마른 뒤 바늘에 끼어 준비한다. '포너'라는 도구로 가죽을 고정하고 바느질 구멍을 따라 바느질한다. 2개의 바늘이 교차하며 바느질을 하는데, 일정한 규칙을 반복해야 예쁜 바느질 모양이 나온다.



망치질하기

가죽 망치로 바느질한 실을 눌러주기 바느질이 끝나면 가죽의 단면을 슬리커 우드로 문질러 압착감 있게 마감해준다. 이후 가죽 망치로 바느질한 부분의 실을 눌러준다. 그러면 바느질 구멍을 좁혀주는 동시에 가죽을 펴서 지갑의 모양을 예쁘게 만들어준다.



오늘은 나도 요섹남, 삼화인 추천 야식레시피

요리 잘하는 남자가 섹시하다! 지금 대한민국은 요섹남에 빠져있다. TV 리모컨을 들고 이 방송 저 방송 돌려봐도 쿡방이다, 먹방이다, 외치는 요리 프로그램들 일색이다. 그리고 결정적인 건 요리 프로그램은 출출한 늦은 밤에 한다는 것. TV를 보다 출출한 생각에 '나도 요섹남이 되어볼까' 주방에 서지만 당최 요리는 어렵기만 하다. 그래서 준비했다. 누구나 쉽게 10분 안에 근사한 야식을 만들어 먹을 수 있는 삼화인 추천 초간편 레시피. 지금 이 글을 보는 당신은 오늘부터 요섹남이다.

에디터 이승호 | 레시피주재경 책임연구원, 백승아 사원

분석팀 주재경 책임연구원의 추천 메뉴 언제든 빠르고 쉬운 부침개 만들기 '스피드 감자전'

비 내리는 밤, 갑작스레 출출함이 밀려올 때 가장 먼저 생각나는 음식은 부침개 아닐까요. 비가 오는 날 부침개에 술 한잔 곁들이면 그동안 쌓인 피로가 비와 함께 씻겨 내려가듯 기분이 좋아 집니다. 하지만 집에서 부침개를 해먹으려면 여간 번거로울 수가 없어요. 하지만 여러분, 걱정하지 마세요. 감자만 있다면 단 5분 만에 감자전을 만끽할 수 있다는 사실. 지금부터 초간편 스피드 감자전 만들기의 비밀을 공개합니다.

재료 : 감자 1개, 소금, 식용유, 케첩
소요시간 : 5분

TIP : 감자 대신 고구마를 사용해도 좋아요. 단, 고구마를 이용하실 때에는 전분가루 사용이 필수. 그리고 부침 때 달걀과 치즈 치즈를 사용해 함께 부치시면 독일식 감자전 로스티로 변신이 가능해요!

스피드 감자전 레시피

- ① 감자 껍질을 깨끗이 벗긴 후 채를 썰어요.
- ② 프라이팬에 식용유를 둘러 10초간 달군 후, 채 썬 감자를 넣고 부쳐주세요.
- ③ 감자전을 부치며 밀간으로 소금을 살짝 뿌려주세요.
- ④ 짭조름하면서도 고소한 초간편 스피드 감자전 완성! 먹을 때 케첩과 함께 먹으면 더욱 맛있어요.

오지치츠후라이 in 편의점 레시피

- ① 편의점에 감자 과자를 수북하게 담아 주세요.
- ② 슬라이스 치즈는 적당한 크기로 자르고 스트링 치즈는 길게 썰어 과자 위에 올려주세요.
- ③ 전자레인지에 넣고 30초~1분가량 돌려요. 이때 치즈가 녹을 정도로만 조리하는 것이 포인트!
- ④ 마지막으로 파슬리를 살짝 뿌려주면 치즈랑 가득 풍기는 오지치츠후라이 in 편의점 완성.

마켓지원팀 백승아 사원의 추천 메뉴 편의점과 패밀리레스토랑의 만남 '오지치츠후라이 in 편의점'

야심한 밤이면 유난히 입이 심심해지면서 먹을 게 땡 집니다. 이럴 때 가장 먼저 생각나는 건 과자와 같은 스낵류. 하지만 평범한 과자는 이제 지겹지 않아요. 그럼 과자를 요리로 탈바꿈시켜 보는 건 어떨까요? 지금 당장 편의점으로 달려가 감자 과자, 슬라이스 치즈, 스트링 치즈를 사 오세요. 단 2분 만에 흔해빠진 감자 과자가 패밀리레스토랑에서 먹던 오지치츠후라이로 변신합니다. 심심한 입을 달랠 때, 맥주 한잔 생각날 때, 아이 간식이 필요할 때, '오지치츠후라이 in 편의점' 하나면 한방에 해결됩니다.

재료 : 감자 과자 1봉지, 스트링 치즈 1개, 슬라이스 치즈 2장, 파슬리 약간

소요시간 : 2분
TIP : 감자 과자 외에 고구마나 양파 과자를 첨가해도 좋아요. 만약에 케첩을 넣는다면 과자 위에 케첩을 살짝 뿌린 후 치즈를 올려 조리하시면 됩니다.

돌아온 추억, 복고 열풍으로 대한민국은 뜨겁다



누구에게나 피할 수도 거역할 수도 없이 찾아왔던 첫사랑의 추억은 있게 마련이다. 아련한 기억을 더듬어 가슴 설레게 했던 첫사랑을 떠올리며 그 황홀경에 점점 추억에 잠긴다. 대한민국도 첫사랑의 추억을 더듬듯 어느 순간 복고 열풍에 흠뻑 빠져있다.

유행이야 들고 돈다지만 이번 복고 열풍은 그 조짐이 심상치 않다. 과거를 추억하며 소소했던 기억을 다시금 떠오르게 하는 복고. 21세기 대중과 복고의 이유 있는 그 뜨거운 동행이 시작됐다.

글 이승호

사진출처: 중앙일보 | 김영만, MBC대중 | 배너: 주호영/뉴비즈, 알도와 박지수/네스 | 용담/에바 1994, 채용/비지 | 권욱/이근 | 광명출판 | 김이슬/글레시, 하이브/노

나는 존재한다, 고로 추억한다!

“백종원이 ‘너도 할 수 있다’를 전했다면 김영만은 ‘너도 한 적이 있다’를 이야기한다.” 요즘 잘나가는 TV 프로그램인 MBC ‘마이 리틀 텔레비전’에 ‘종이접기 아저씨’ 김영만 원장이 등장해 인기를 끌자 SNS에 적힌 말이다. 90년대 큰 반향을 불러일으키며 소위 8090세대의 아이콘이었던 김영만 원장의 등장은 새로운 복고 열풍의 촉매제가 되었고, 배우 신세경과 함께 출현해 17년 전 TV 유치원 ‘하나들셋’을 재현한 방송은 김영만 열풍의 화룡점정을 찍었다. 애초 마이 리틀 텔레비전의 흥행을 이끌었던 백종원의 하차로 우려가 컸지만, 오히려 김영만 원장의 등장으로 이러한 우려는 말끔히 해소됐다. 그렇다면 사람들은 왜 김영만 원장의 등장에 열광할까. 그 해답은 그속에 자리잡고 있는 추억이란 키워드에서 찾을 수 있다.

사람은 추억을 먹고 사는 동물’이라고 한다. 추억에 담긴 희로애락을 기억의 양식 삼아 되새기며 살아가는 사람의 모습에서 나온 말이다. 사람들은 과거와 연관된 무언가를 접하는 순간, 언제나 추억의 꽃을 활짝 피우고 즐거워한다. 복고 열풍도 이와 마찬가지로, 과거의 향수 속 추억이란 이름을 등에 업고 사람들에게 다가와서 즐거움을 이끌어낸다.



8090세대, 그뎨 그뎨지!

7080세대를 깨워준 '썸시봉'이나 영화 '건축학개론', '써니'를 통해 일어난 복고 열풍은 2013년 드라마 '응답하라 1994'를 통해 만개했다. 특히, '응답하라 1994'는 현재 복고 열풍을 주도하고 있는 8090세대의 잠재된 추억 본능을 일깨워줬다. 대중문화평론가들이 하나같이 복고 열풍의 중심으로 손꼽는 8090세대는 90년대에 대학을 다니면서 청춘을 보낸 X세대로 이전 7080세대보다 문화적 추억이 훨씬 풍부하다. 인터넷과 휴대폰의 대중화 시작, 다양한 문화콘텐츠로 무장한 민영방송국과 케이블방송국의 개국, 서태지와 아이들의 등장과 팬클럽문화, 일본 대중문화개방 등 지금도 낯설지 않은 문화들이 시작된 시기가 바로 이때부터이다. 대한민국 문화의 황금기였던 이 시기를 오롯이 느끼며 성장한 8090세대. 그들이 복고 열풍을 이끈다는 건 어찌 보면 당연한 결과일 것이다.

지난해 말 방송되어 큰 화제를 불러일으킨 MBC '무한도전-토요일 토요일은 가수다(이하 토토가)'는 90년대 대중가요를 이끌었던 가수들의 추억의 콘서트란 컨셉으로 기획된 하나의 코너이다. 하지만 이 방송이 물고 온 파급력은 상상을 초월했다. 토토가는 잠자던 90년대의 감성을 제대로 건드렸다. 방송을 보며 울컥했을 8090세대는 토토가에 열광했다. 커뮤니티 사이트에서는 연일 토토가 관련 내용으로 도배됐으며, 음원 사이트 다운로드 순위는 8090세대 음악으로 가득 채워졌다. 이 방송을 계기로 2000년대 이후로 모습을 감췄던 90년대 가수들도 하나 둘 방송으로 복귀했고, 이와 관련된 새로운 프로그램도 생겨났다. 이러한 현상 중심에는 8090세대가 자리했음은 물론이고, 이들의 파급력을 다시 한번 확인할 수 있는 계기가 되었다.



복고 열풍, 대한민국 구석구석!

방송 프로그램을 중심으로 시작된 복고 열풍은 광고, 식품, 게임 등 장르를 가리지 않고 퍼져나가고 있다. 얼마 전 60년대 유행했던 의상과 복고풍 웨이브 헤어스타일을 한 아이유의 모습이 화제가 됐다. 모 주류기업의 광고로 최근 복고 열풍에 주목해 자신들의 전통성과 복고 트렌드를 조합하여 광고를 만들었다. 광고는 복고풍으로 치장한 아이유의 클래식한 액자 프레임에 '소주는 두꺼비'라는 문구를 삽입해 레트로 분위기를 물씬 풍긴다. 먹거리 시장에도 복고 열풍이 거세게 불고 있다. 추억의 아이스크림이 속속들이 등장하는가하면 그 옛날 엄마 손잡고 시장이나 가면 볼 수 있었던 통째로 튀긴 옛날통닭도 새롭게 출시되어 인기를 끌고 있다.

복고 열풍에 레트로 게임도 덩달아 뜨고 있다. 영화 '픽셀'의 개봉으로 화제가 된 레트로 게임은 조작이 복잡한 요즘 게임과 다르게 단순한 조작에서 그 재미를 느낄 수 있다. 과거에 발매된 다양한 게임과 추억이 전하는 친근함이 레트로 게임이 지닌 최대 장점이다. 여기에 슈퍼마리오, 남극탐험, 원더보이 등 추억의 캐릭터와 추억의 게임기 그리고 세로로 꽂아서 쓰는 게임팩은 옛 추억의 향수를 불러일으키기에 충분하다. 레트로 게임의 인기로 이와 관련한 웹사이트나 카페 등이 속속 등장하고 있고, 그 인기는 한동안 계속될 것으로 보인다.

복고의 세계는 그 끝을 알 수 없을 정도로 넓디넓다. 지금 이 순간에도 사람들은 복고풍의 옷을 입고, 90년대 음악을 듣고, 레트로 게임을 하며 즐거워한다. 이런 모습을 보고 전문가들은 말한다. 현재의 복고 열풍은 일시적인 사회현상이 아니라고 가슴 한 편에 추억을 간직하고 살아가는 사람들이 있는 한 복고의 열기는 쉽게 꺼지지 않을 것이다. 그리고 오늘도 복고는 여전히 뜨겁다. S



어린 날 추억을 잊지 못하는 당신을 위한 키덜트 사용 설명서

어린 시절 TV에 앞에 앉아 만화영화를 보며 꿈을 키우던 당신. 만화영화에 나온 장난감을 사달라고 부모님께 떼를 쓰던 당신. 그때 그 시절을 기억하는가. 만약에 어린 날의 추억을 아직도 잊지 못했다면 당신은 키덜트 세계에 입문할 준비가 된 사람이다. 일일이 열거할 수 없을 만큼 다채로운 매력이 담긴 키덜트의 세계. 지금부터 키덜트 사용 설명서에서 즐거움이 넘치는 지상 최고의 놀이터로 당신을 안내한다.
글 이승호 | 사진 이기훈



2장. 키덜트 문화 초급 : 만화 그리고 애니메이션

'다 큰 녀석이 아직도 만화 보냐!' 이런 고조선 시대에는 들을 법한 말은 이제 그만. 문화 콘텐츠 산업의 핵심인 만화와 애니메이션은 키덜트 문화의 기초 중의 기초이다. '원손은 거들 뿐...'이란 강백호의 명대사를 남긴 슬랭딩크를 시작으로 건담, 드래곤볼, 도라에몽 등 과거의 향수를 자극하는 옛 작품부터 요즘 가장 핫한 국민애니 원피스를 필두로 나루토, 블리치, 토리코 등의 최근 작품까지 만화와 애니메이션은 키덜트들에게 폭넓은 사랑을 받고 있다. 이 밖에도 히어로 영화의 대명사인 아이언맨과 어벤져스, 슈퍼맨과 배트맨도 원작은 만화로 이들 역시, 키덜트 문화를 부흥시킨 또 하나의 요소 중 하나이다.



1장. 키덜트 입문 : 덕후들의 당당한 귀환

각박한 일상 속에서 지친 사람들. 그들에게 추억이란 지친 삶을 치유하는 엔도르핀 같은 존재이다. 최근 복고 열풍과 함께 키덜트(Kidult)란 생소한 단어가 주목받고 있다. 키덜트는 키드(kid)와 어덜트(adult)의 합성어로 아이들 같은 감성과 취향을 지닌 어른을 지칭하는 말이다. 이들은 각박한 현대인의 생활 속에서 마음 한구석에 어린아이와 같은 동심을 유지하는 사람들로 긍정적인 이미지를 가지고 있다. 키덜트는 유년시절 즐기던 장난감이나 만화, 대중문화 등에 향수를 느껴 이를 다시 찾는 20~30대가 주를 이룬다. 일찍이 대중문화가 발달한 서양에선 널리 알려진 문화지만 우리나라는 걸음마 단계로 아직은 생소한 감이 없지 않다. 하지만 쉽게 사라지는 유행이라 생각하면 오산이다. 연예인을 중심으로 조금씩 언론을 타면서 키덜트는 하나의 문화로 자리를 잡아가고 있다. 키덜트 문화의 중심은 장난감과 만화로 과거에는 오덕후라 불리며 놀림의 대상이기도 했다. 하지만 지금은 문화생활을 즐기는 마니아로 불리며 곳곳에 있는 키덜트 성지에서 당당하게 쇼핑을 즐긴다.

3장. 키덜트 문화 중급 : 키덜트의 레어템, 피규어

진정한 키덜트족이 되고 싶다면 피규어 열 개쯤은 가지고 있는 것이 기본. 키덜트하면 피규어, 피규어 하면 키덜트는 절대 떨어질 수 없는 애증 관계이다. 만화, 애니메이션, 영화 속 주인공은 피규어 제작에 좋은 소스이다. 이를 본 키덜트들은 인상 깊게 본 장면 속 모습을 떠올리며 피규어를 찾는다. 피규어는 크게 완제품과 처음부터 조립해 칠까지 미치는 프라모델로 나눌 수 있는데 제작각 매력이 다르므로 개인의 취향에 맞게 선택하는 것이 진리이다. 최근에는 피규어를 직접 제작하는 키덜트들도 늘고 있다. 피규어하면 가장 먼저 떠오르는 것은 건프라다. 건담 프라모델의 줄임말인 건프라는 소위 피규어의 꽃이라 불리며 높은 인기를 자랑한다. 건담 애니메이션을 보지 않은 사람이라도 건프라를 보고 그 매력에 빠져 키덜트가 된 사람도 적지 않다. 그 대표적인 케이스가 배우 박해진으로 그 역시 건담 애니메이션은 모르지만 건담 이름은 줄줄 외우는 전형적인 후천성 건프라 키덜트의 대표 주자다.



4장. 키덜트 문화의 상급 : 카페에서 즐기는 키덜트 세계

피규어를 경험했다면 이제 당신은 진정한 키덜트족이다. 그런 당신이라면 커피 한잔 마시며 키덜트 문화를 즐기는 것은 기본. 최근 키덜트를 즐기는 사람들이 늘면서 이들을 위한 다양한 휴식공간이 생겨나고 있다. 이중 가장 주목받는 공간은 커피와 함께 키덜트 문화를 즐기는 키덜트 카페이다. 아기자기한 키덜트 소품들로 빼곡히 채워진 키덜트 카페의 매력은 주문한 음료를 기다리며 장난감과 함께 키덜트 이야기 삼매경에 빠질 수 있다는 것이다. 좋아하는 만화를 보며 프라모델을 만들고 키덜트들끼리 커피 한잔 마시며 소통할 수 있는 공간. 지금 키덜트 카페를 찾아 좋아하는 문화를 즐기며 여유와 행복을 만끽해 보는 건 어떨까? S

추천카페: 서교동 모형대방 서울시 마포구 홍익로5길 45 2층 / 전화 02-322-7220



부산 여행은

시티투어버스를 타고 즐겨야 제 맛!

어느새 성큼 다가온 가을.

산들바람 솔솔 불고 세상이 오색 빛으로 물드는 가을은 왠지 어디론가 떠나고 싶은 계절이에요. 하지만 식상한 단풍여행은 이제 그만 색다른 가을여행을 생각한다면, 저렴하고 간편하게 포인트만 콕콕 집어가며 즐기는 부산시티투어버스 여행이 제격입니다. 가을 부산은, 사람으로 북적거리는 여름과 달리 운치 있는 바다와 거리 속 낭만 그리고 식도락의 즐거움이 있는 도시로 탈바꿈합니다. 지금부터 가을 부산의 참맛을 느낄 수 있게 가이드를 시작할게요. 함께 시티투어버스에 몸을 싣고 부산의 매력을 만나러 출발~

글 이승호 | 사진제공 부산광역시청, 부산관광공사

먹거리, 볼거리, 즐길 거리가 끝없이 펼쳐져 사시사철 여행자들로 북적거리는 부산. 이 관광 천국을 만 원짜리 두 장으로 마음껏 즐기는 방법. 부산시티투어버스를 타고 부산의 명소들을 구석구석 돌아보는 것입니다. 버스는 정차하는 곳마다 승하차할 수 있어 부산으로 두박이 여행을 떠난 사람에게는 안성맞춤 레어 아이템. 부산시티투어버스는 크게 3가지 코스로 나눌 수 있어요. 부산역에서 해운대를 순환하는 레드라인, 해운대에서 용궁사를 순환하는 블루라인, 마지막으로 오륙도를 오가는 그린라인으로 월요일을 제외한 매일 아침 9시 30분부터 30분 간격으로 15회 운행합니다. 이용권 가격은 단돈 15,000원. 이 이용권 한 장이면 3가지 코스를 하루 동안 마음껏 이용할 수 있습니다. 여기서 잠깐, 기존에 있던 태종대 코스가 안 보인다고요. 태종대 코스는 2015년 7월부터 점보버스는 이름으로 분리 운행하고 있어요. 만약 태종대 코스를 돌아보고 싶다면 중간에 환승하여, 별도요금 5,000원을 내고 이용해야 하니 이 부분을 꼭 참고하세요. 1일 코스로 부산 여행을 즐긴다면 해운대를 중심으로 운행하는 레드라인이면 충분해요. 떠오르는 쇼핑 천국 센텀시티, 자타공인 대한민국 최고의 해변 해운대해수욕장, 부산 원도심의 정취가 느껴지는 광복로까지 레드라인만으로도 부산의 진정한 매력을 느낄 수 있어요. 버스에 몸을 싣고 부산의 다양한 볼거리를 편하게 즐길 수 있는 부산시티투어버스. 부산의 진정한 속살을 원하시나요? 그럼 부산시티투어버스의 안내를 받아 부산을 즐겨보세요. 세상에 둘도 없는 최고의 가을여행이 부산에서 탄생합니다. S



마린시티 부산 즐기기, 레드라인



1 부산역

2 UN기념공원

3 부산박물관

4 용호만유람선터미널

5 남태평양의 열정이 담긴 도심 속 해변, 광안리해수욕장

남태평양의 정취를 그대로 옮겨다 놓은 듯 이국적 분위기가 물씬 풍기는 광안리해수욕장. 크지는 않지만 독특한 분위기를 자아내는 레스토랑과 카페, 다양한 먹거리와 볼거리로 여행의 즐거움을 더해주는 곳이에요. 특히, 광안대교와 어우러져 하얗고 아름다운 야경은 가을 낭만을 즐기기에 더없이 좋은 장소. 낭만이 깃든 카페거리와 부산의 상식한 회를 맛볼 수 있는 300여 곳의 횡집은 낭만 식도락의 진수를 보여줍니다. 남태평양의 가을이 궁금하다면 광안리 해변을 한번 거닐어보세요. - 정복장 시티투어 광안리해수욕장에서 하차 / 문의 051-622-4251



6 아라피나

10 세계 최대의 쇼핑 메카, 신세계 센텀시티

세계 최대의 백화점으로 기네스북에 오른 쇼핑 메카 부산에 있다? 세계적인 쇼핑의 메카로 떠오른 부산 센텀시티. 그곳에는 임이 막 벌어질 만큼 압도적인 위상을 자랑하는 신세계 센텀시티가 자리하고 있습니다. 기네스북에 오른 백화점은 어떤 곳일까요. 지하 2층부터 지상 14층으로 이루어진 이곳은 백화점은 물론, 아이스크림, 영화관, 골프레인지, 아쿠아랜드 등 없는 것 없이 다 갖춘 복합쇼핑 리조트입니다. 이곳을 다 구경하려면 하루도 모자랄 정도. 열 마디 말보다 직접 보는 게 백배 낫지 않을까요. 부산의 랜드마크로 우뚝 선 신세계 센텀시티에 꼭 들러보시길. 아, 구경은 공짜.

- 정복장 시티투어 센텀시티에서 하차 / 문의 1588-1234



9 해운대해수욕장

동백섬에 피어난 또 하나의 동백꽃, 누리마루

섬과 육지 사이를 매워 만든 동백섬. 조용필의 꽃피는 동백섬으로 유명한 이곳에 또 하나의 명물이 났습니다. 그 이름도 예쁘장한 누리마루가 그 주인공이에요. 2005년 APEC 정상회담이 열렸던 곳으로 동백섬에 들린다면 꼭 찾아가 봐야 하는 명소 중의 명소. 특히, 이곳을 더욱 유명하게 만들어 주는 것은 부산 앞바다의 최고의 전망이라는 것입니다. 오죽도나 광안대교는 물론이고 날씨가 좋다면 대마도까지 볼 수 있답니다 이곳은 놓쳐서는 안 될 필수 코스 중 하나예요. 섬 중앙에는 최치원 선생의 등상도 있으니 놓치지 말고 꼭 보고 가세요.

- 정복장 시티투어 동백섬에서 하차 / 문의 051-744-3140



8

7 마린시티

11 영화의전당

12 시립미술관·백스코

13 평화공원

14 부산 원도심 스토리 투어, 광복로

부산의 진정한 매력을 원한다면 광복로 안대를 걸으며 부산의 옛 추억을 맛보는 것이 진리. 젊음이 불타는 시내마거리 BIFF광장을 지나 도매기시장이자 영화로 유명한 세울 치른 국제시장과 야시장으로 유명한 부평장동시장, 보수동책방골목까지, 두루두루 볼거리가 넘쳐나는 광복로 주변은 부산시티투어의 화룡점정입니다. 반대편 바다로 이어지는 길에는 부산의 명을 자갈치시장이 자리하고 있어 부산여행의 끝을 보여주는 곳이에요. 여기에 한 가지 더, 부산의 별미 씨앗호떡과 튀김만두도 있으니 꼭 맛보고 즐기세요. - 정복장 시티투어 광복로에서 하차 / 문의 부산종합안내소 051-253-8253



부산 별미 1 '부산 어묵'

뜨겁고 씹을수록 촉촉한 식감 그리고 중독성 있는 맛, 부산의 대표 음식이 부산 어묵이라는 것에 모두 공감하실 거예요. 지금은 대한민국 어디서나 쉽게 맛볼 수 있는 것이 어묵이지만 그래도 부산 어묵을 먹어보면 역시 다르구나 하며 감탄사가 절로 나올 겁니다. 최고의 부산 어묵인 삼진어묵과 고래사는 꼭 들러야 할 필수코스. 부산 음식의 골판지, 부산 어묵으로 식도락의 정수를 맛보세요.



부산 별미 2 '냉채 죽발'

얇게 썬 죽발 위에 오이, 양파, 해파리 등을 올리고 과일 소스와 겨자 소스로 버무려 만든 냉채죽발. 기름기 짝 해 다이어트식으로도 손색이 없으며, 특히 겨자소스의 톡쏘는 새콤한맛이 더운 여름 입맛 돋우는 데 제격입니다. 부산 죽발 일번지 부평동 죽발 골목골 찾아 부산 특유의 냉채죽발을 마음껏 즐겨보세요.



S Notice

페인트 스타일 매거진으로 새롭게 탄생한 <삼화엔피플>이 독자 여러분을 환영합니다.

올가을 페인트 스타일 매거진을 표방하며 보다 알찬 내용을 들고 찾아온 <삼화엔피플>의 달라진 모습에 독자분들 깜짝 놀라셨죠. 확 달라지다 못해 새롭게 탄생한 <삼화엔피플>은 삼화페인트 사내 소식지의 개념을 넘어 인테리어, DIY, 다양한 페인트 문화에 관심이 있으셨던 모든 분들이 즐길 수 있는 '최초의 페인트 스타일 매거진'으로 재탄생하였습니다.

새로워진 <삼화엔피플>은 크게 세 가지 모습으로 독자들을 찾아가합니다. 준비한 세 가지 중 첫 번째는 'S THEME'입니다. 이번 호 테마인 '레트로 스타일'과 같이 각 계절에 어울리는 테마 스타일을 인테리어, 컬러, DIY, 문화 등 다양한 콘텐츠를 통해 독자들에 테마 스타일

을 전합니다. 두 번째는 'S SOCIETY'로 삼화페인트의 기업 이야기를 독자분들에게 전해드립니다. 마지막 세 번째 'S LIFE'에서는 삼화페인트 직원들의 이야기를 소개하는 섹션으로 마련했습니다. 일상에서 지친 독자들에 취미를 만들어주는 콘텐츠와 여행지 소개 콘텐츠, 요즘 유행하는 최고의 라이프트렌드를 소개하는 콘텐츠 등 다양한 문화소식과 볼거리로 독자들을 찾아가합니다. 새롭고 알찬 이야기거리로 찾아온 페인트 스타일 매거진 <삼화엔피플>의 변화는 여전히 진행형입니다. 그리고 그 변화의 중심에는 독자분들의 관심 어린 조언이 있었기에 가능했습니다. 앞으로도 독자분들의 많은 관심과 조언을 부탁드립니다. 언제나 꼭 <삼화엔피플>과 함께 즐겨주세요.

S Mail Box

독자 여러분의 말씀 한 마디가 <삼화엔피플>을 더욱 풍요롭게 만듭니다. 여러분의 소감이나 의견을 귀하게 들겠습니다. 채택된 분들께는 소정의 선물을 보내드립니다.



■ 오용섭 님_경기 성남시

'보기 좋은 떡이 맛도 좋다'는 말처럼 <삼화엔피플>은 표지 디자인부터 특색 있어 마음에 듭니다. 버릴 것 하나 없는 콘텐츠, 잘 나온 인물사진과 레이아웃으로 여는 접지와 비교해도 손색이 없을 정도예요.

■ 임재익 님_서울 관악구

여름 휴가지를 정하지 못해 걱정했는데 이번 호에 여름 휴가 관련 콘텐츠가 많아서

<삼화엔피플> 덕분에 고민을 해결했습니다.

앞으로도 실생활에 도움이 되는 유익한 글들 기대할게요. 파이팅!

■ 이효순 님_서울 도봉구

이번 호에서 스쿠버다이빙 소개에 깜짝 놀랐어요. 얼마 전에 필리핀에서 스쿠버다이빙을 하고 그 매력에 푹 빠진 순간이었는데, <삼화엔피플>에서 소개가 나와 머릿속이 온통 스쿠버다이빙 생각뿐이에요.

삼화엔피플 공식 이메일로 독자의견 및 퀴즈 정답을 적어 12월 10일까지 보내주세요.

삼화엔피플 공식 이메일 speople@spi.co.kr 보내실 때는 이름과 주소, 연락처를 꼭 함께 보내주세요~!

S Quiz

Quiz. 영화를 보고 다른 부분을 찾아라(4군데)



만종 (L'Angéus) | 장 프랑수아 밀레(Jean-Francois Millet)

1859년 / 유화 / 캔버스에 유채 / 55.5cm x 66cm / 오르세 미술관 소장

빈센트 반 고흐의 작품 속에 영감을 불어넣고, 천재 화가 살바도르 달리의 승배의 대상이며, 한국의 대표 화가 박수근에게 화가로의 꿈을 만들어준 작품. 수많은 미술가들이 사랑한 세기의 명작 '만종 (L'Angéus)'을 이야기하는 것이다. 프랑스가 가장 사랑하는 화가 장 프랑수아 밀레의 대표작 중의 하나인 '만종'은 황혼녘에 한 쌍의 농부 부부가 삼종기도를 올리는 장면을 그린 작품이다. 광활한 지평선을 뒤로하고 감자밭에서 기도를 올리는 한 쌍의 농부와 멀리 보이는 교회당은 정지된 아름다움의 극치를 보여주며 자연의 순수함을 나타낸다.

정답을 찾으신 분은 스마트폰으로 사진을 찍어 함께 보내주세요!

당첨을 축하 드립니다.

S QUIZ에 응모해주신 모든 분들께 감사를 드립니다. 당첨자 되신 열분께는 소정의 상품을 보내드리겠습니다.

지난 호 퀴즈 당첨자

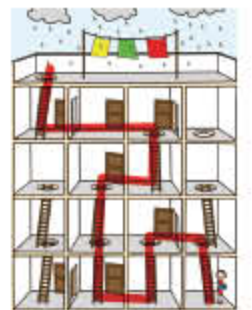
생산4팀 임승호 님 / 경기 안산시 김경희 님 / 전주 완산구 이세민 님 / 경북 구미시 김순영 님 / 분석팀 김진섭 님 / EMC도료2팀 김수완 님 / 건축도료팀 위재필 님 / 서울 서초구 문혜진 님 / 서울 관악구 김민주 님 / 외주관리팀 박원준 님

* 당첨되신 모든 분들께 축하 드리며, 앞으로도 많은 참여와 관심을 부탁드립니다.

지난 호 퀴즈정답

Quiz 1 정답

: 네덜란드



Quiz 2 정답

SH S 4030-B10G

SH S 2020-Y90R

SH S 7502-B

SH S 1020-G90Y

SH S 4030-R50B

삼화로
레트로하다

SH S 3050-R

Autumn

Retro