

37

Samhwa & People

Paint Magazine

2020 Summer



CONTENTS

04
EDITOR'S LETTER
2020 Samhwa & People

10
TREND COLUMN
평범함 속에서 특별함을 추구하는 시대

20
LOUNGE
74 Anniversary
-삼화페인트 서울본사



26
TREND DISCOVERY
Boundary Between Boundary
-끼룩하우스, 카페 정 티브루어,
하이웨스트 익션, 살롱순라

32
PLUS PEOPLE
삼화페인트 X 일러스트레이터 조성민 작가



36
FIND OUT
Design Into Our Daily Life

38
HOW TO IDEA
Mix & Match 스타일링을 위한 페인팅 아이디어

44
HOW TO COLOR
Mix & Match Interior Color Idea

48
HOT ISSUE I
삼화 컬러 프로젝트
도자기, 색을 입다

52
HOT ISSUE II
네이처독, 삼화로 물들다

54
FRIENDS
3대째 한결같은 마음가짐 그대로
서울 '경대상사' 오용기·오중근 부자

58
NEW PRODUCT
올 뉴 아이릭스 3종



60
PRODUCT
Paint For Summer

62
COLOR MAGAZINE
2020 Spring-Summer
Interior Color Package



66
FOCUS
컬러유니버설디자인으로
실현한 사회적 가치

68
NEWS



삼화엔피플 2020년 여름호 정보간행물종로 바00176 발행일 2020년 7월 10일 발행인 오진수 편집인 김대형
발행처 삼화페인트 서울 종로구 돈화문로 58 문의 1544-5357 기획·디자인 코비즈 02-2272-1400
*본 정보간행물은 인쇄용이므로 실제 페인트 컬러와 차이가 있습니다. 정확한 컬러는 삼화페인트 색견본으로
확인 부탁드립니다.

삼화엔피플 사내기자단 커뮤니케이션팀 김현정 과장, 김예슬 과장, 백승아 대리 마켓기획팀 신영규 과장
컬러디자인팀 이미리 과장 연구지원팀 김필영 책임 SM2 네트워크 허현아 대리

2020 SAMHWA & PEOPLE

74주년을 맞이한 삼화페인트의 모멘텀을 Samhwa & People이 보여주고 있는가를 고민하는 것으로 우리의 2020년 Samhwa & People은 시작되었습니다. 2019년 Samhwa & People이 Color와 인테리어(DIY)에 집중했다면 2020년 Samhwa & People은 삼화페인트와 주변 지역의 이야기를 담아내고자 합니다. 삼화페인트 사업장인 서울본사를 시작으로 안산공장, 공주공장에 대한 이야기에 초점을 맞추고 삼화페인트가 가고자 하는 방향을 감성적으로 펼쳐내려고 합니다.

이번 호의 주제는 “특별한, Normal” 입니다. 지금까지 평범한 것은 “특별하고 멋진 것”과는 거리가 멀었습니다. 그러나 요즘 우리는 순간순간을 소중하게 생각하며 살아가는 일상이 “특별하다”는 궁극적인 가치를 배워가고 있습니다. “나의 행복은, 나의 특별함”을 내가 정의하는 지금, 우리의 일상은 어떤 모습인지 바라봤습니다.

-우리의 일상을 보다 특별한 컬러로 물들이고 있는 삼화페인트 서울본사
-삼화페인트 서울본사를 중심으로 요즘 더 핫한 익선동과 서순라길
-미처 몰랐지만 특별한 이야기가 숨어있는 일상명품
-페인트와 컬러로 만들어가는 나만의 유니크한 공간 등의 이야기를 다뤘습니다.

당신의 일상에 조금은 특별한 선물이 되었으면 하는 마음으로 이번 Samhwa & People도 열심히 만들었습니다. 그럼 2020년 Samhwa & People, 즐겨주시기 바랍니다.



일상을 채우는 컬러, 공간을 채우다



오늘 스쳐 간 모든 이들은, 독보적이며 특별한 존재들이다.



평범함 속에서 특별함을

추구하는 시대

트렌드(Trend)란 경제의 장기간에 걸친 변동 경향을 나타내는 움직임을 말하는 경제 분석상의 용어다. '어떤 현상이 일정한 방향으로 나아가는 경향' 또는 '어떤 세력이나 세력 있는 사람을 추종하는 것'이라는 의미로, 사회 전체에 영향을 미치는 주된 흐름의 힘을 뜻한다. '나'를 중시하며 스스로 행복을 정의하는 사회로 변화하고 있는 요즘, 우리 삶을 결정하는 최근의 트렌드는 무엇일까?

물건을 여러 개 사는 대신 돈을 몽땅 털어 넣어 명품 하나를 구입하는, 이른바 '탕진잼'을 실천한다. 발렌시아가, 구찌, 오프화이트 같은 럭셔리 브랜드 매장에서 젊은 학생들을 어렵지 않게 발견하고, 학생들이 주고받는 대화 중 명품 브랜드 이야기가 두드러지는 현상도 플렉스의 유행과 맥락을 같이 한다. 값비싼 명품을 구매한 뒤 SNS를 통해 소비를 과시하는 것 자체가 '플렉스 놀이'의 일환이기 때문이다.

자기 과시의 주문, 나 플렉스 했지 뭐야

밀레니얼 세대의 라이프스타일 트렌드를 말할 때면 '플렉스(Flex)'라는 용어가 자주 발견된다. 1990년대 미국 힙합 문화에서 유래한 이 말은, '구부리다', '몸을 풀다'라는 사전적 의미에서 확장하여 불링블링한 명품, 보석 등을 착용해 자신의 성공을 과시하는 것을 말한다. 한국에서는 보통 '값비싼 물건을 구입한 후 자랑하고 뽐내다', 혹은 '(물건을) 질러버렸다'는 의미로 사용되고 있다. 플렉스 현상은 "나 오늘 플렉스해 버렸지 뭐야"라는 문장으로 모든 것이 설명된다. 페이스북이나 인스타그램에서 #플렉스 #플렉스했지뭐야 등의 해시태그를 검색해보면 10~20대가 올린 다양한 명품 인증 사진들을 볼 수 있다. 이들은 명품 아이템을 획득하기 위해 아르바이트를 하고, 용돈을 모은다. 그렇게 모은 돈으로 저렴한

소비와 절약 사이에서 플렉스는 다양한 논쟁거리가 된다. 그럼에도 불구하고 한번쯤 "플렉스해 버렸지 뭐야"라고 외칠 수 있는 탈출구가 필요하다는 데에는 이견이 없다. 만족스러운 소비로 자신의 행복에 가치를 부여하고, 하나라도 진짜 좋은 물건을 구매하여 내 삶을 업그레이드하겠다는 것. 그것이 바로 플렉스의 핵심이기 때문이다.

개인의 취향, 존중해주시죠?

밀레니얼 세대의 트렌드지만 이와는 정반대의 현상처럼 보이는 것도 있다. 바로 '개취존중'의 문화다. 인터넷 커뮤니티에서는 말머리에 '개취존중'이라는 네 글자를 달거나 '취향 저격 당했다'는 표현을 사용하는 것을 심심찮게 볼 수 있는데, 전자는 말 그대로 개인의 취향과 개성

을 존중해달라는 표시고, 후자는 자신의 마음에 드는 무언가를 발견했을 때 하는 말이다.

개취존중을 외치는 이들에게는 커피 한 잔을 마시더라도 자신만의 스타일이 있다. “이런 걸 왜 해?” “이런 게 왜 좋아?”라는 질문은 금물이다. 이들은 취미부터 소비 패턴에 이르기까지 자신만의 개성과 기준으로 모든 것을 선택한다. 여행, 음식, 의류, 화장품, 공연, 운동 등 그 분야도 다양하다. 남들이 이해하지 못하는 이색 취향을 가졌더라도 고유한 아이덴티티를 고수하길 원한다. 나이, 성별에 따라 무엇을 해야 하고 하지 말아야 한다는 고정관념도 사라졌다. 남자가 뜨개질에 심취해 있거나 여자가 레이싱을 즐기기도 하고, 다 큰 성인이 장난감을

다양성을 수용하고 유니크함을 추구하며 나를 위해 아낌없이 선물하겠다는 이들이 늘고 있다. 바야흐로 ‘나다움’을 중시하며 ‘나답게’ 사는 세상이 시작되었다.

조립해 수집하기도 한다. 보통 사람들은 먹지 않는 특이한 조합의 음식을 개발하여 SNS에 올리는 것, 타인의 시선을 신경 쓰지 않고 좋아하는 옷을 자유롭게 입는 것 모두가 ‘개취존중’의 정신이다.

명품 위주의 소비를 하고 이를 과시하는 플렉스와 이 같은 개취존중의 문화는 일견 양극단의 상반된 현상처럼 보인다. 한쪽에서는 유행에 편승해 명품을 사고, 한쪽에서는 남들이 하지 않는 특이한 행동을 한다고 비판하는 사람도 있다. 그러나 플렉스와 개취존중은 자신이 원하는 바를 명확하게 표현하는 시대에, 자기가 원하는 것에 집중한다는 점에서 공통점을 갖는다. 취향을 존중해달라고 용기 내어 목소리를 높이는 것은 나 자신을 존중하며 그러한 나를 당당하게 자랑하겠다는 선언과 일맥상통하는 것이다.

자존감이 주는 행복, 미-스펙트와 나나랜드

현대의 트렌드 대부분은 각자 삶의 가치를 중요하게 생각하는 지점에서 시작된다. 이와 같은 삶의 태도를 표현하는 말에는 ‘미-스펙트’와 ‘나나랜드’가 있다. ‘미-스펙트’는 나를 의미하는 Me와 존경하다는 뜻의 영어단어 Respect를 조합한 말로, 나를 존중하고 아낀다는 뜻이다. ‘나나랜드’는 데이미언 셔젤 감독의 영화 <라라랜드>에서 차용한 신조어다. <라라랜드>가 꿈꾸는 이들의 도시라면, ‘나나랜드’는 진정 나를 아끼고 사랑하는 이들이 정착한 기회의 땅이다. ‘미-스펙트’의 정신을 가진 사람들이 ‘나나랜드’에 모여 산다. 미-스펙트와 나나랜드를 추구하는 이들은 타인의 시선

이나 사회의 기준보다 중요한 것이 나를 바라보는 ‘나’의 시선이며, 자신의 삶을 풍요롭게 만드는 것 역시 ‘나’ 자신이라고 믿는다. 부모님이 기대하는 삶, 사회가 성공이라고 규정할 삶, 타인이 우러러 보는 삶이 아닌, 내 스스로가 만들어가고 싶은 삶을 살기 위해 노력한다.

미-스펙트와 나나랜드의 삶을 살아가는 대표적인 인물로 미국의 모델 애슐리 그레이엄이 있다. 애슐리 그레이엄은 175cm에 80kg의 체구를 가진 인물로, 일반적으로 우리가 생각하는 마른 몸매의 모델과는 거리가 멀다. 그러나 그녀는 친근하고 건강미 넘치는 몸매를 당당하게 드러내며 플러스 사이즈 모델로 활동했고, 있는 그대로의 자신을 드러내는 당당함으로 ‘자기 몸 긍정주의 (Body Positivity Movement)’라는 새로운 현상을 만들어내며 많은 이들의 선망하는 대상이 됐다.

나를 위한 작은 인테리어

삶을 풍요롭게 만드는 주체가 ‘나’라는 믿음은 소비에서도 나만의 특징을 드러낸다. 기성품보다는 자기 개성을 드러내는 커스터마이징 제품을 선호하거나 만족감이 높은 소물 럭셔리 소비 패턴을 보이는 것이 대표적이다. ‘소물 럭셔리’란 비교적 저가의 명품을 사거나 보다 좋은 물건을 선택하여 만족감을 느끼는 현상을 말한다. 예를 들면 명품 립스틱, 명품 가전제품, 고가의 식품 등이 이에 해당한다. 소물 럭셔리를 추구하는 삶의 방향은 인테리어에서 특히 두드러진다. 과거의 인테리어가 유행과 나의 만족에서 중간 지점을 찾는 것이었다면, 지금은 ‘내가 우선이

된다. 라이프스타일에 있어서도 자신만의 공간을 완성하는 사람들이 증가함에 따라, 개인이 우선시되는 장소인 침실과 침대에 가장 많은 투자를 한다. 개성을 표현하는 수단으로 공간에 컬러를 적극적으로 활용하기도 한다. 어울릴 것 같지 않은 컬러를 과감히 매칭시키는 Mix & Match Interior가 주목받고 있다. 또한, SNS나 인터넷 공유 플랫폼을 통해 침실까지 공유하고 자랑하는 시대가 도래하면서, 인테리어 기능을 갖추거나 그 자체가 인테리어가 될 수 있는 침구류 또한 더욱 주목을 받을 전망이다. 가성비보다는 품질과 콘셉트가 중요해진 시대다. 다양성을 수용하고 유니크함을 추구하며 나를 위해 나에게 좋은 것을 아낌없이 선물하겠다는 이들이 늘고 있다. 타인의 시선보다 자신의 생각이나 행동을 중시하는 사람들이 만들어가는 사회. 바야흐로 ‘나다움’을 중시하며 ‘나답게’ 사는 세상이 시작되었다.

종묘의 물담길을 따라 걷다 보면 삼화페인트 서울본사를 만날 수 있다. 삼화페인트 직원들이 가장 좋아하는 공간으로 도시의 소음에서 벗어나 잠시 한적함을 맛볼 수 있는 곳이기도 하다.







LOUNGE

삼화페인트=Special을 선물하다

74 Anniversary

삼화페인트는 서울 본사를 시작으로 현재 안산공장, 공주공장, 중국, 베트남, 말레이시아, 인도 등 총 17개의 계열사를 설립하며 글로벌 도로 기업으로 거듭나고 있다. 이런 삼화페인트의 중심이라 할 수 있는 서울 본사가 돈화문로에 자리를 잡은 지 53년이 흘렀다. 예스러움과 모던함이 극강의 어울림을 만들어내며 주변지역의 랜드마크로 자리 잡고 있다.

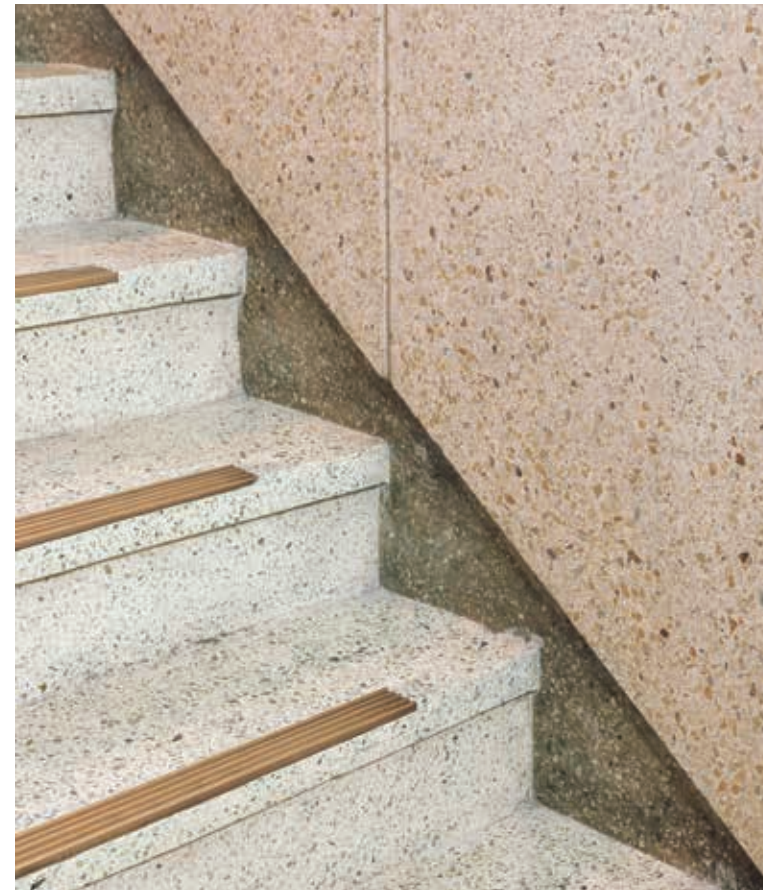
#돈화문로(敦化門路) 서울특별시 종로구 와룡동 122번지 돈화문에서 청계천 3가를 지나 중구 필동 82-1번지 중앙대학교 부속병원에 이르는 길이 1.85km, 너비 20m의 4차선 가로다. 이 도로는 창덕궁의 정문인 돈화문을 기점으로 한다는 의미에서 유래되었으며, 1966년 11월 26일 서울특별시고시 제1093호에 의해 처음으로 돈화문로 이름 붙여졌다. 기점은 필동2가 82-1번지, 종점을 와룡동 5번지로 정하였으며 1984년 11월 7일 서울특별시공고 제673호에 의해 돈화문로로 가로명이 변경되었다.





SINCE 1946

유성페인트를 시작으로 친환경, 프리미엄 제품까지 진화를 거듭해온 삼화페인트는 1946년 처음 페인트 사업을 시작한 이래 국내 최초 수출, 해외 우수 기업의 선진 기술 도입을 통해 대한민국 페인트 산업의 발전을 선도해오고 있다. 사람과 환경 중심의 미래지향적인 기술 개발로 페인트의 내일을 보여주는 기업, 삼화페인트가 100년 기업이 되는 그날을 기대해본다.



Traditional

몇 해 전부터 레트로 열풍과 함께 다시 인기를 끌고 있는 테라조(도끼다시 스타일)가 삼화페인트 본사 건물 계단과 벽면에 예전 모습들을 그대로 간직한 채 삼화페인트의 74년의 전통성을 상징하듯 자리하고 있다.



 **삼화페인트**

별표 삼화페인트는 고품질의 상징이었으며, 믿고 다시 찾는 신뢰의 상표였다. 밤하늘을 밝게 빛내는 별처럼 페인트의 질이 우수하고 변질되지 않을 뿐만 아니라, 수천 리 밖의 천공에서 빛나는 별처럼 그 색이 영롱하다는 뜻을 담고 있다. 삼화페인트는 발전을 거듭하며 새로운 디를 사용하고 그때보다 더 다양한 제품들을 생산하고 있지만 지금도 삼화인들의 가슴에는 별표 삼화페인트의 정신을 간직하고 있다.



TREND DISCOVERY

익선동, 서순라길 = Special Rest



Boundary Between Boundary

경계는 이것과 저것을 구분하는 배타적인 성질을 이야기하는 단어다. 그런데 이런 배타적인 것들이 서로 어울리며 만들어내는 정체성은 특별한 문화를 만들어내고 우리는 그 문화에 호응한다. 이 문화의 가운데에 바로 삼화페인트 본사를 중심으로 자연스럽게 형성된 한옥의 성지 익선동, 'HOT' 해질 준비 중인 서순라길이 있다. 시간이 켜켜이 쌓여 특별해진 돌담길을 따라 고즈넉한 골목을 산책하고 유니크한 개성을 한껏 담고 있는 인생 컷도 건져보자.

#삼화페인트 #익선동 #서순라길 #돌담길 #한옥 #인스타캠성 #끼룩하우스 #카페점 #하이웨스트 #살롱순라



#익선동 익선동은 과거와 현재가 오가는 동네로 서울 종로구에 속한 마을로 창덕궁을 중심으로 11개 법정동과 함께 도시재생활성화지역으로 선정돼, 현재는 '창덕궁 앞 열하나 동네'에 속한다. 법정동은 종로 1,2,3,4가동이다.

#서순라길 조선시대 종묘에는 종묘를 순찰하는 순라청이 있었다. 종묘를 중심으로 순라청 서쪽에 위치한 담장 길을 서순라길이라고 부르는데 순라길은 순라군이 도둑과 화재 등을 경계하기 위해 밤에 궁중과 도성 안팎을 순찰하는 길이다. 서순라길은 종로 3가 45-4에서 권농동 26까지를 잇는 도로로 종묘담장을 따라 길게 걸을 수 있다.



돌담 옆의 차 박물관
카페 정 티브루어



티브루어란 '차 전문가'라는 의미를 지녔다. 그 이름 뜻 그대로, 카페 정 티브루어에 방문한 사람들은 출중한 실력을 갖춘 차의 대가와 만나게 된다. 현재 다도 전공으로 박사 학위를 준비 중인 카페의 대표는 차 공부를 하며 동시에 사람들과 다도의 매력을 나누는 문화원 같은 공간을 꿈꿨다. 카페 정은 이러한 목적에 맞게 수많은 차잎을 보유한 차의 보고로, 메뉴에 있는 차는 물론, 메뉴에 없는 차라도 주문만 하면 무엇이든 내놓을 준비가 되어 있다. 카페 정은 지하 1층과 지상 2층, 옥상의 루프톱으로 구성되어 있는데, 다도 수업을 진행하는 공간을 제외하고 본격적인 카페의 역할을 담당하는 곳은 입구와 연결된 지상 1층이다. 카페 정만의 독특한 점은 다른 차 전문점과는 달리 주방을 바(Bar) 형태로 제작했다는 점이다. 홀로 차를 마시고 돌아가기보다는 차에 대해 궁금한 점이나 차를 마시며 느낀 점 등을 주인과 편안한 분위기 속에서 대화를 할 수 있도록 조성했다. 그밖에 좌석 테이블은 서순라 길의 풍경과 공명할 수 있도록 공간의 위치를 정했다. 창 밖으로 보이는 오래된 종묘 돌담의 모습, 푸른 나뭇잎이 바람에 흔들리는 모습, 잔술집에 서서 담소를 나누는 노인들의 모습 등 길의 모든 요소가 카페 정만의 또 다른 인테리어가 되어 씩씩한 차향과 어우러진다.

A 서울 종로구 서순라길 115



기와 지붕이 가져다주는 장관
끼룩하우스

한옥에서 가장 아름다운 부분은 어디일까. 이 질문에 대한 대답은 사람의 취향에 따라 제각기 다르겠지만, 익선동의 베이커리 카페 '끼룩하우스'에 방문해보면 이들이라면 공통적으로 기와 지붕을 고르게 될 것이다. 익선동 외곽에 위치한 끼룩하우스는 유기농 밀가루와 천연 발효종을 사용한 맛있고 건강한 빵들이 당일 생산, 당일 소비를 원칙으로 준비돼 있어 오픈 직후부터 빵을 좋아하는 빵순이, 빵돌이에게 퀄리티 높은 베이커리 카페로 정평이 났다. 무엇보다 끼룩하우스는 베이커리부터 드링크에 이르기까지 모든 메뉴에 합성 첨가물이나 방부제, 시판용 소스나 시럽을 쓰지 않는다는 원칙을 고수한다. 좁은 골목길을 지나야만 만날 수 있는 끼룩하우스는 화이트로 칠해진 외벽과 나무 본연의 컬러를 살린 문이 독특한 감성으로 방문객을 맞이한다. 내부 인테리어도 간결함 그 자체다. 노출 콘크리트 등의 마감재를 활용한

인더스트리얼(Industrial) 인테리어는 나무와 라탄 소재가 주는 정갈한미를 해치지 않을 정도로만 활용되어 전체적인 균형을 유지한다. 계단을 따라 위층으로 올라가면 본격적으로 끼룩하우스 공간만의 강점을 느낄 차례다. 통유리창 벽면 너머로 빼곡하게 내려다보이는 한옥의 기와지붕이 보는 사람들로 하여금 무심코 감탄을 내뱉게 할 정도의 장관을 이룬다. 유리창 바로 앞에 마련된 좌석 테이블 공간 또한 기와의 곡선을 모티프로 고즈넉한 전통의 미감을 살린다. 자연과 어우러진 루프톱 또한 들어서는 순간 시선을 사로잡는다. 제각기 취향에 따라 발걸음을 옮기다보면 이내 훤히 내다보이는 익선동의 풍경에 마음을 빼앗긴다.

A 서울 종로구 돈화문로11나길 26-4



익선동 안의 작은 유럽
하이웨스트 익선

가장 한국적인 마을 익선동의 한복판에서 생생한 유럽의 감성을 느끼고 싶다면 카페 '하이웨스트'에 방문해보는 것이 좋다. 소품 하나하나 신경 쓴 듯 예쁘게 꾸며진 공간에서 퀄리티 높은 커피와 베이커리를 즐기다보면 내가 앉아있는 이곳이 익선동인지, 몽마르뜨인지 알 수 없는 기분이 든다. 카페 하이웨스트는 서울 중심에 위치해 있지만 다양한 국적과 연령대의 사람들이 방문하는 유니크한 익선동의 매력과 꼭 닮았다. 단층으로 된 카페는 한옥 한 채를 전부 사용하는데, 한옥의 옛 지붕은 그대로 살리고 곳곳에 모던한 빈티지 스타일의 인테리어를 더해 세련되면서도 포근함을 주는 공간으로 완성했다. 서울에 있으면서도 유럽에 여행간 듯한 기분이 들도록 창문이나 메뉴판 등 곳곳에 레터링 디자인을 사용하였으며, 소품 또한 새것을 제작하거나 기성품을 사지 않고 실제 사용되었던 외국의 빈티지 물건을 배치하여 오래된 가정집의 느낌을 연출했다. 전체적인

컬러는 아이보리를 테마로 하여 카페 외벽과 내벽, 테이블, 장식장 등을 꾸었다.

하이웨스트의 모든 공간이 아름답지만, 가장 인상적인 곳을 고르라면 출입문을 열었을 때 한눈에 보이는 커다란 선반장과 그 위에 달린 바테이블, 그리고 각종 베이커리가 섬세하게 플레이팅 된 스탬바다. 특히 베이커리 스탬바는 외국에서 직접 눈으로 보고 경험했던 디스플레이 방식이나 플레이팅을 그대로 표현했는데, 단순히 예뻐 보이기 위해 인위적으로 배치된 인테리어가 아니라 내추럴한 아름다움이 있는 유럽 가정집의 생활 자체를 공간적 연출로 보여주고자 했다.

A
서울 종로구 돈화문로114길 18



나
살롱순라
왔다갑



동서양의 조화가 만들어진 장미정원
살롱순라

문화나 취미가 같은 사람들이 모이는 공간을 의미하는 불어 '살롱'과 조선시대 왕궁을 지키는 사람을 지칭하던 단어이자 순라길의 명칭이기도 한 '순라'가 합쳐진 '살롱순라'는 순라길에 위치한 사교장이라는 뜻을 지녔다. 동서양의 조화, 자연과 인간의 조화, 과거와 현재의 조화를 느끼게 하고 싶었다는 살롱순라의 대표는 위의 세 가지 테마가 적절하게 융화된 레스토랑을 탄생시켰다. 동서양의 단어를 합쳐 가게 이름으로 삼은 것처럼 명란크림파스타, 로즈스테이크 등 잘 만들어진 메뉴 하나하나가 동서양의 퓨전을 테마로 개발되었다.

인테리어에서도 서로 다른 문화가 조합된 독특한 멋을 살렸다. 고즈넉한 분위기가 풍기는 한옥 안에는 유럽풍의 가구와 식기들이 독특한 존재감을 드러내며 배치되어 있다. 가게 안팎으로 우거진 꽃과 나무, 실내 곳곳에 가득 놓여진 화분들은 마치 내추럴한 지중해의 레스토랑에서 밥을 먹는 것 같은 착각을 불러일으킨다. 분위기 있는 실내를 빠져나오면 살롱순라를 더욱 신비롭게 만드는 비밀 장소가 나온다. 바로 테라스다. 과거 마당이었던 공간을 그대로 살려 만든 이 공간은 대문의 역할을 하지 않는 지금도 가옥의 전체적인 이미지를 결정한다. 한옥이 지어질 당시 함께 마당에 심었다는 장미나무가 늦봄과 초여름이면 테라스 가득 붉은 꽃을 피운다. 동양과 서양, 모던함과 엔틱함 등 정반대에서 서로 상충하는 이미지의 디자인이 장미라는 주제를 만나 통일성을 얻고 하모니를 이루는 곳. 살롱순라에서만 만날 수 있는 조화로움의 미(美)다.

A
서울 종로구 율곡로10길 75





삼화페인트 X 일러스트레이터 조성민 작가

삼화페인트가 아티스트와 함께 만들어가는 특별한 일상 "PXP(Paint X People) 프로젝트" 그 첫 번째 시리즈로 조성민 작가와 함께 했다. 우리 주변의 다양한 오브제에 삼화페인트로 새로운 색을 부여하고 미니멀한 예술로 공간을 재탄생시키는 과정을 함께 즐겨보자.

간단한 소개 부탁드립니다.
페인팅 작업을 주로 하는 조성민이라고 합니다. 2000년 즈음에 일러스트레이션으로 전업 작가가 된 후 20년간 꽤 많은 협업 작업을 해온 것 같습니다. 국립극장, SK Telecom, KB금융그룹, 현대라이프, 매일유업 등 다수 브랜드 작업을 진행했습니다. 요즘은 제주로 이주를 하고 개인적인 페인팅이나 판화 작업 등을 계속 이어가고 있습니다.

삼화페인트와 함께 PXP 프로젝트를 진행 중이신데 삼화페인트와 인연을 맺게 된 계기는 무엇일까요?
2020년 초부터 미니멀하고 원색적인 컬러 작업으로 작품의 방향이 조금씩 변했고, 포트폴리오에도 색채의 요소가 비중이 커졌습니다. 그런 점들에 주목한 삼화페인트 측에서 협업 제안을 해주셨고, 아티스트와 함께 만들어가는 PXP 프로젝트에 깊은 영감을 받아 영광스럽게도 삼화페인트와 콜라보 작업을 하고 있습니다.

이번 PXP 프로젝트에서 가장 중점을 두는 것은 무엇인가요?
개인적인 키워드는 일상의 색, 그리고 색 에너지입니다. 개인적인 작업이라면 작품 스케일을 크고 복잡하게 원하는 만큼의 밀도를 높이게 되지만, 삼화페인트 콜라보는 일반 사용자분들이 주로 이용을 하는 페인트라는 점에 초점을 맞추고 있습니다. "Life Canvas"라는 삼화





의 슬로건처럼 우리의 일상에서 흔히 접하는 대상들에 심미적인 요소를 부여하는 것이 중요하다고 생각합니다. 제 작업이 '조금은(과하지 않게) 새로운 시도를 해봐도 괜찮겠구나' 하는 동기부여 역할을 한다면 좋겠습니다. 하지만 원가를 표현하고 그려야 한다는 압박보다 색 자체가 가지고 있는 에너지를 받아들이는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 그런 부분이 진정한 의미의 '전환'이고 누구나 공통으로 누릴 수 있는 부분인 것 같습니다.

삼화페인트를 직접 사용해보신 소감은 어떠신지요?
현재 제주도에 거주하고 있는 제 집도 상당 부분 삼화

페인트를 사용했습니다. 해외 브랜드도 다수 사용해보았지만 발색과 마감, 그리고 환경적인 면에서도 훌륭하다고 생각합니다. 본질을 지키고 끊임없이 변화하는 삼화페인트의 행보를 볼 때면 왜 한국 페인트 시장에서 국내 브랜드가 독보적인 위치에 있는지 알 수 있습니다.

이번 작품 중 문에 74라고 써 있는 것이 삼화페인트의 새로운 시작에 관련된 것이라고 들었습니다. 특별히 문을 생각하신 이유나 이 작품에 대한 설명을 부탁드립니다.

<Door74>라는 작품의 문은 사실 산책을 하다가 발견했는데 누군가가 버린 것이었습니다. 저한테는 우연이었지만 반면에 큰 행운이었다는 생각도 듭니다. 이번 협업을 결정하면서 삼화페인트 74주년에 어울릴 만한 소재를 찾고 있었기 때문인데요, 비록 버려지고 낡은 문이었지만 신기할 정도로 유리까지 거의 온전히 보전된 상태였습니다. 오래된 문을 바라보면서, 이 나무 문이 열리고 닫히고, 수많은 사람, 그리고 시간이 흘러오고 흘러갔구나 라는 생각을 들었습니다. 바로 이런 부분이, 한 길을 오랜 시간 꾸준히 걸어왔고 이제 74주년을 맞는 삼화페인트라는 회사와 공통점이 있다는 생각이 들

었습니다. 그래서 이 문을 첫 번째 작업물로 쓰면 좋겠다는 생각도 자연스럽게 하게 됐습니다.

앞으로 어떤 작품들을 삼화페인트와 진행하실 예정인지 설명해주세요.

<Door74>를 시작으로 웰컴월(집의 현관 벽에 작업한 그래피티 성향의 페인팅), 즐거운 벽(아이들방 벽에 달 오브제와 결합한 생동감 있는 그래픽) 등이 현재 작업이 끝난 상태입니다. 캔버스에 삼화페인트를 주제로 한 페인팅도 진행 중이고 위에서 언급한 것처럼 색 에너지를 전달할 수 있는 작업을 제주도 자연 속에서 진행할 계획도 가지고 있습니다.

가장 대표적인 작품, 그리고 애착이 가는 작품은 무엇이 있을까요?

아내와 협업한 <MIN x HWA>를 꼽을 수 있을 것 같습니다. 민화 작가인 아내와 제 이름에서 따온 프로젝트인데 사물이나 기본 조형 요소를 통해서 약간의 초현실적이고 미니멀한 풍을 지향하는 민화 방식의 작업입니다. 악기, 스파이 영화 등 제가 좋아하는 어떤 것이든 작업 속에 끌어들이고 진지하게 작업을 해본 의미 있는 시간이었고 색다른 즐거움을 느껴본 작업들이어서 기억에 남습니다. 또한 이번에 삼화페인트와 콜라보 작업도 제게는 특별한 경험이었습니



어떤 부분에 무게를 두고 작품 활동을 하시나요?

저는 메모장에 단어를 기록해두는 습관이 있습니다. 보통 두 개 단어의 조합인데 서로 개연성이 전혀 없는 단어들도 많습니다(때로는 문장을 적기도 하구요). 두 소재 간의 충돌이나 섞임, 때로는 저도 전혀 예측하지 못한 초현실적인 이미지를 제 손으로 만들어내고 시각화하는 것에 큰 흥미를 느끼는 편입니다. 이 과정에서 나오는 여러가지 미적인 요소들을 타이포그래피나 페인팅 등을 통해 이미지를 구현내는 것이 바로 제 작업 방식입니다. 사실 저는 컬러에 무게를 둔 작업을 많이 하지는 않았습니다. 그런데 이번에 삼화페인트와 작업을 하면서 페인트의 컬러가 가지고 있는 에너지에 대한 긍정적인 부분이 떠올랐고 그래서인지 이번 콜라보에서 좀더 과감한 색을 사용해보았습니다.

앞으로의 계획은 무엇인가요?

저도, 보는 분들도 모두 즐거운 작업들을 주로 해보고 싶습니다. 디자인과 관련된 제안도 생각해보고 싶고요. 개인적으로는 페인팅 작업 비중을 높이고 싶습니다. 또한 전시나 콜라보를 통해서 새로운 작업의 방향성을 제시하고 또 다른 가능성을 찾게 되었으면 하는 바람이 있습니다.

Samhwa & People 독자분들에게 한 말씀해주세요.

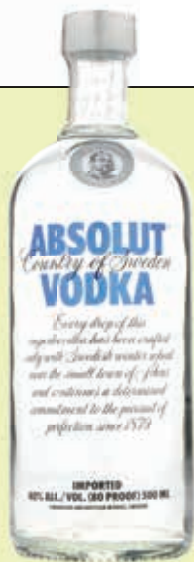
지금 어려운 시기를 겪어내면서 일상의 소중함을 한번 더 느끼고 있는 것 같습니다. 사회적 거리두기로 집안에 머무는 시간이 더욱 많은 요즘 이번 삼화페인트 콜라보 작품에서 영감을 얻어 나름의 색과 이미지를 집안에 들여 보시는 것은 어떨까 싶습니다.

Design Into Our Daily Life

주위에서 흔히 볼 수 있기에 늘 대수롭지 않게 여겼던 일상의 물품 가운데는 우리가 생각하지 못 했던 명품 디자인이 숨겨져 있다. 독창적인 아이디어와 남다른 이야기를 품고 있는 생활명품들을 만나보자.

ABSOLUT VODKA | 술병 디자인의 새로운 패러다임 애플루트 보드카

‘미국에 석유가 있다면 스웨덴에는 애플루트가 있다.’ 이 말은 스웨덴에서 애플루트 보드카가 얼마나 중요하게 여겨지는지를 상징적으로 설명한다. 술을 좋아하는 사람이라면 누구나 한 번쯤 마셔봤을 애플루트는 ‘보드카의 왕’이라 불리는 라르스 올손 스미스(Lars Olsson Smith)가 얼을 가해 보드카를 증류하는 연속식 증류법을 개발하면서 1979년에 탄생했다. 하지만 애플루트가 미국 시장 진출을 노리던 당시에는 ‘보드카는 곧 러시아 술’이라는 인식이 확고하던 시기였다. 올손은 보드카의 고루한 이미지를 벗기 위해 예술적인 디자인과 참신한 광고를 글로벌 생존전략으로 삼았다. 그루나르 브로맨(Grunar Broman)과 라르스 보르예 카를손(Lars Börje Carlsson)이 이끄는 스웨덴의 디자인 에이전시인 ‘카를손&브로맨’에게 애플루트의 새로운 디자인을 의뢰한 것이다. 카를손&브로맨은 스톡홀름의 골동품 가게에서 발견한 구식 의약품 병에서 영감을 얻어 현재의 애플루트 병을 완성했다. 평범한 알코올 병처럼 보이지 않도록 병목을 짧게 하고 미니멀리즘 풍의 금속 스크류 마개를 가미했으며, 종이 레이블이 제품의 이미지를 산만하게 만든다고 판단하여 병에 직접 브랜드 이름을 인쇄해 병 자체를 애플루트의 레이블로 삼았다.



CHUPA CHUPS 츄파춥스

막대사탕의 대명사 츄파춥스(Chupa Chups)는 1958년 스페인 바르셀로나에서 탄생해 전 세계에 연간 40억 개 이상을 판매 중인 세계 최대의 사탕 브랜드다. 츄파춥스의 창업자 엔리크 베르나트(Enrich Bernat)는 처음 막대사탕을 고안한 인물로, 사탕을 가장 많이 먹는 어린 아이들이 사탕을 먹기 좋게 막대에 꽂아 팔기 시작했다. 막대사탕은 출시 직후부터 인기를 얻었지만 베르나트는 만족하지 않고 브랜드 이미지와 콘셉트에 어울리는 디자인을 고민하던 중 자신의 고향 친구이자 초현실주의 화가인 살바도르 달리(Salvador Domingo Felipe Jacinto Dali)를 찾아가 고민을 털어놓았고, 달리는 그 자리에서 뱀킨을 가져다 그림

JUICY SALIF | 아름다움과 실용성을 동시에 주시 살리프

이탈리아 주방 기구 업체 알레시(Alessi)의 감귤류 착즙기 ‘주시 살리프’(Juicy Salif)는 전 세계 사람들에게 깊은 인상을 남긴 제품이다. 거미나 외계의 우주선을 연상시키는 독특한 형태의 착즙기로, 은은한 곡선으로 이루어진 길쭉한 원통 모양의 몸체에 여러 개의 홈이 파여져 있으며, 그것을 기하학적인 모양의 다리 세 개가 받치고 있다. 오랜지나 레몬 등을 반으로 잘라 위에 올려놓고 누르면서 돌려주면 과즙이 원통의 홈을 타고 흘러내리며 밀의 뽀족한 꼭지에서 아래로 떨어지는 형태다. 컵 등의 용기에 손쉽게 즙을 모을 수 있으며, 세 개의 다리가 안정적으로 원통을 받치고 있어 강한 힘으로 과일을 누를 수 있고, 사용한 후에는 물로 씻어주면 되기 때문에 편리하기까지 하다. 최소한의 디테일로 착즙기 본연의 기능을 극대화시키면서도 디자인적 미가 부각된 최고의 현대 디자인 작품으로 평가된다. 주시 살리프를 디자인한 사람은 세계 3대 산업디자이너로 잘 알려진 필립 스타크(Philippe Starck)이다. 이탈리아 투스카니의 한 레

스토랑에서 오징어 요리 위에 레몬즙을 뿌리던 도중 영감을 얻은 필립 스타크가 그 자리에서 뱀킨에 그림을 그려 알레시의 CEO에게 보냈다고 전해진다. 필립 스타크가 디자인한 주시 살리프는 실용적 디자인 그 이상의 예술적 가치를 담은 제품으로, 현재는 실제 착즙기로 이용하는 사람들보다 책상 위의 오브제나 영감을 얻는 추상물로 활용하는 사람들이 많다. 실제로 수많은 디자이너들이 이 제품을 구입하였고, 산업디자이너들에게는 필수 소장품으로 인식되고 있다.

살바도르 달리가 뱀킨 한 장에 그린 그림

을 그리기 시작했다. 데이지 꽃 모양의 로고를 그린 뒤에는 ‘바탕에 옐로우 계열의 컬러를 입히고 글자는 눈에 잘 보일 수 있도록 두꺼운 폰트를 사용하라. 또한 포장할 때는 이미지가 사탕 꼭대기에 올 수 있도록 배치하라’는 조언도 덧붙였다. 엔리크 베르나트는 달리가 그려준 로고와 그의 조언을 그대로 수용하여 막대사탕의 디자인으로 삼았다. 츄파춥스는 달리의 작품을 새긴 후로 5년 만에 30만 개 매장에서 상품이 팔렸으며 지금까지도 막대사탕의 대명사로 굳건히 자리를 지키고 있다.



HOW TO IDEA

Mix & Match = Special Unique

Mix & Match 스타일링을 위한 페인팅 아이디어

Mix & Match 인테리어에서 빠질 수 없는 것이 바로 컬러다.

채도가 낮은 모던한 컬러부터 형광 느낌의 네온 컬러까지 과감하게 사용한다면
독특하고 아티스틱한 공간을 연출할 수 있을 것이다.

Frame Play

벽면은 데코 스팟으로 활용하기에 가장 적합하다.
규격에 얽매이지 않는 액자와 모던한 Wall 페인팅을 믹스하면
보다 청키한 분위기를 즐길 수 있다.



Pattern Play

인테리어 사조에 있어 이제는 지극히 개인적인 '취향'이라는 키워드는 빠질 수 없게 되었다. 어떤 컬러든 어떤 문양이든 당신이 원하는 대로 페인팅하면 그것이 바로 디자인이 된다.



Naturalism

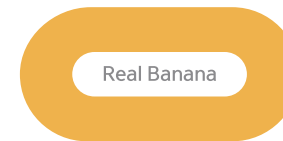
자연에서 온 소재와 물성을 그대로 살린 자연주의 인테리어를 목표로 한다면 라탄이나 식물성 소재를 활용한 제품, 에스닉한 패턴, 청록색의 포인트 컬러 페인팅 조합이면 충분하다.



Mix & Match
Interior
Color Idea

집 안의 분위기를 결정하는데 있어 빠질 수 없는 것이 바로 컬러다. 아니 어쩌면 컬러가 전부일 때도 있다.
무드별 컬러칩을 모아보았으니 Wall, Door뿐 아니라 가구나 작은 소품을 결정할 때도
참고한다면 잡지에서 본 듯한 공간을 연출할 수 있을 것이다.

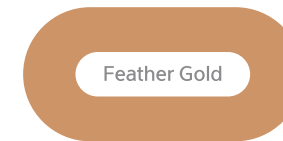
Pop Mix &
Match Style



Real Banana

SH S 1060-Y10R
0101F

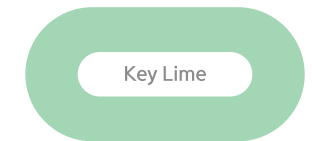
Rustic Mix &
Match Style



Feather Gold

SH S 2040-Y10R
0069D

Blooming Mix &
Match Style



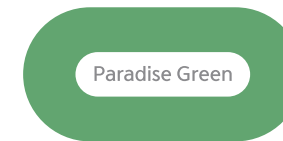
Key Lime

SH S 0530-G10Y
0129C



Grape

SH S 5030-R50B
0116F



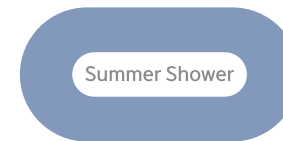
Paradise Green

SH S 2050-G20Y
0130E



Marigold

SH S 1060-Y30R
0104E



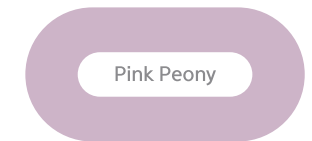
Summer Shower

SH S 2030-R80B
0086D



Petrol Blue

SH S 4050-B20G
0154C



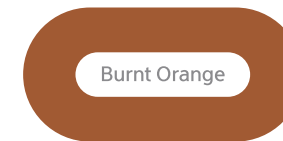
Pink Peony

SH S 1020-R40B
0083B



Goddess

SH S 0515-R80B
0028C



Burnt Orange

SH S 4050-Y30R
0139C



Ballad

SH S 2020-R40B
0083C

QR코드를 스캔하시면 제품을
구매할 수 있습니다.



COLOR IS A MESSAGE

우리는 청량한 옐로우와 쾌활한 블루의 조합만으로도 뜨거운 태양과 아이들의 웃음소리를 상상할 수 있다.





색으로 빚어낸 예술 언어

그동안 전통 도예의 멋과 가치를 선보이고 전통 도자의 다양함을 현대적으로 재해석해온 여주세계생활도자관에서 장르적 확장을 시도한 특별한 전시가 열렸다. 삼화 페인트가 후원한 <색을 빚다_Making Colors>전은 '색色'이라는 주제를 통해 다양한 장르에서 '감정 표현'으로 재해석되는 작품들을 선보였다. 서로 다른 매력을 지닌 4인의 작가는 자신만의 스펙트럼에서 다양한 기법으로 표현되는 색채 감정과 감각 전이에 의한 감정의 변화를 드러내며 관람객들에게 메시지를 전달했다. 전시장에 들어서면 관객은 가장 먼저 Magical Violet (Sh S 3050-R60B)색과 만나게 된다. 전시 공간을 채운 매지컬 바이올렛은 희, 노, 애, 락이 다양하게 뒤섞인 인간의 감정을 어우르기에 적절한 컬러다. 이 색채로 꾸며진 공간에서 고무정 작가는 전통 도자 제작 기법을 기

**삼화 컬처 프로젝트
도자기, 색을 입다**

페인트와 컬러, 예술이 함께 만드는 행복하고 가치 있는 세상을 꿈꾸는 삼화페인트가 '컬처 프로젝트'를 통해 국내외 공공예술에 후원을 이어가고 있다. 최근에는 여주세계생활도자관의 <색을 빚다_Making Colors>전에 삼화페인트 제품을 후원해 페인트가 특별한 예술적 언어가 될 수 있다는 것을 증명했다. 코로나19로 조금 늦게 관람객들을 만난 이번 전시가 더욱 반갑고 특별한 이유다.



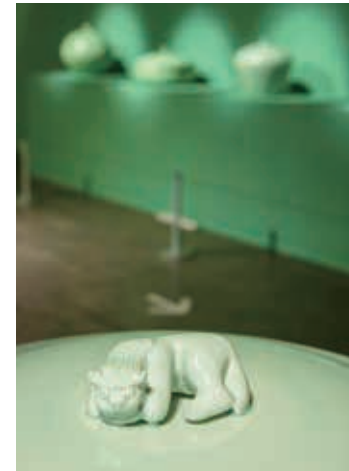
반으로 한 매우 현대적이고 회화적인 작품을 선보인다. 다른 문화와의 접촉 과정에서 일어난 소통의 단절, 그럼에도 타인과 연결되고 싶어하는 내면의 양기적 욕망을 작품으로 표현했다. 초월적이면서 사머니즘적인 영감의 작품들은 내면의 잠재력과 외면의 강력한 파괴력을 대변해준다. 빛으로 구현되는 RGB 색채 그라데이션을 모니터 속 풍경 평면 회화로 그려낸 송지윤 작가의 화려한 색 에너지는 Magenta(SH S 1070-R20B) 컬러로 한층 강렬해진다. 작가는 선명하고 신비한 색상, 신전을 닮은 유토피아적 이상향을 캔버스 위에 그려낸다. 얇게 덧칠해진 물감의 레이어들은 풍경 속 장소의 허구성과 모호성을 이야기하고, 깊이감을 배제한 모더니즘적 평면성은 실제 장소와 온라인 화면에 연출된 가상 공간의 간극을 드러낸다. 한국의 현대도자문화를 주도해온 이동하 도예가의 청자는 Balloon Green(SH S 3040-G) 컬러와의 만남으로 그 깊이를 드러낸다. 전통적인 청자를 기반으로 하고 있지만 작가만의 독특한 방법으로 재탄생시킨 모던한 청자 작품들은 별론 그린 컬러로 꾸며진 전시 공간에서 자신만의 빛깔을 발현한다. 비움과 채움을 반복하며 전통적 가치 위에 현대적 감성을 더한 청자는 현대적인 조형라인과 독특한 캐릭터로 미래지향적인 작가의 작품 세계를 보여주고 있다. 공간의 미학을 담은 삼죽접시, 부드러운 양감의 합, 세련된 원형의 향로가 우아한 컬러의 전



시 공간에서 빛을 발한다.
Sunshine(SH S 0560-Y10R) 컬러는 모노톤의 도자가 가진 에너지를 조용하지만 저력 있게 뒷받침 해준다. 물레를 돌려 도자를 빚어내는 이흥기 작가는 전통 도예의 맥을 잇는 젊은 청년이다. 스님의 발우(鉢盂, 승려들이 공양할 때 사용하는 식기)에서 영감을 받아 만들어낸 바리 시리즈는 모자라거나 넘침이 없는 건강한 식사에 대한 염원이 담겨있다. 흑과 백의 절제미와 깊이감이 일정한 간격으로 겹겹이 포개진 바리가 선사인 컬러를 만나 힐링 메시지를 전달한다.

삼화페인트X여주세계생활도자관

이번 전시가 더욱 특별한 것은 삼화페인트가 내부 전시 공간에 친환경 페인트 '아이생각 수성내부 프로'와 '우레코트 300'를 후원하여 전시가 표현하고자 한 색채의 메시지를 적절히 뒷받침했다는 점이다.
삼화페인트로 칠해진 네 곳의 전시 공간은 작가들의 작품 세계를 강조해줄 뿐만 아니라 그 자체로 하나의 작품이 되어 전시의 주제를 명확히 드러냈다. 전시를 기획한 담당 큐레이터는 과거 10년간 기업의 디자인연구소에서 근무했던 경험을 바탕으로 삼화페인트의 제품력과



지속력으로 전시장의 퀄리티를 드높였다. 세분화된 제품 라인의 컬러감, 외부의 충격과 자극에도 변하지 않는 제품의 안정성은 전시 공간이 관람객들을 만남에 따라 시간이 지날수록 점점 더 그 가치를 증명하고 있다.
앞서 <사갈 러브 앤 라이프, <슈가 플래닛>, <행복을 그리는 화가 에바 알머슨> 등 다양한 전시를 후원해온 삼화페인트는 대한민국을 대표하는 친환경 도료 전문 제조기업으로서 앞으로도 '컬처프로젝트'를 통해 공공예술에 페인트 후원을 이어나갈 방침이다. 여주세계생활도자관과의 콜라보를 성사시킨 이번 전시를 기점으로 앞으로도 한국의 전통 문화예술을 발전시키고 지원하기 위한 일에도 적극적으로 기회를 마련할 계획이다. 여주세계생활도자관의 <색을 빛다_Making Colors>전은 5월 11일부터 11월 29일까지 진행된다.



시스템에 강한 신뢰를 갖고 있었다. 전시를 준비하며 삼화페인트와의 콜라보레이션을 기획한 것도 그러한 이유였다. 가장 먼저 각 전시 공간을 꾸밀 색채 테마를 정한 뒤, 삼화페인트의 NCS 컬러칩에서 그에 적합한 컬러 코드를 찾는 작업이 순차적으로 이루어졌다.
해당 작가만의 독특한 작품 세계를 고려하여 선택된 컬러의 무드는 전시장을 새로운 차원의 공간으로 탈바꿈시키며 전시장 전체를 하나의 예술로 탄생시켰다. 관람객들은 삼화페인트의 선명한 색으로 사방이 칠해진 전시장 안에서 충만한 시각적 경험을 하게 된다. 때로는 센터멘털하게, 때로는 강렬하게, 때로는 우아하게, 때로는 포텐셜하게 연출된 컬러가 자신 안의 독특한 감정을 불러일으키는 것이다.
관계자는 "삼화페인트의 브랜드 밸류에 강한 믿음이 있다"며 "삼화페인트의 수준 높은 기술력과 품질이 전시 공간 그 이상의 시너지를 창출했다"고 전했다. '아이생각 수성내부 프로'는 선명하고 고른 발색으로 전시장의 천장과 벽면을 꾸며주었으며, 바닥에 칠해진 '우레코트 300'은 관람객들이 밟고 지나가도 변함없는 단단한

- Magical Violet**
SH S 3050-R60B 0149B
- Magenta**
SH S 1070-R20B 0147A
- Balloon Green**
SH S 3040-G 0128F
- Sunshine**
SH S 0560-Y10R 0101E



네이처독, 삼화로 물들다

북한산 아래, 강아지들을 위한 원더랜드가 있다. 싱그러운 녹음 속을 마음껏 달리고 시원한 물 속을 헤엄칠 수 있는 곳. 북한산 송추계곡 헤세의 정원 안에 자리 잡은 네이처독은 반려견에게 즐거운 한 때를 선물하고 싶은 이들에게 안성맞춤인 공간이다.



북한산 밑 반려견을 위한 자연 공간, 네이처독

“코를 비추는 따뜻한 햇살, 발끝에 와닿는 촉촉한 흙의 감촉, 싱그러운 숲의 내음, 나를 따라오는 풀벌레 소리. 나와 나의 강아지, 우리는 모두 여기에서 태어났습니다.” 네이처독 오픈 초대장에 적혀있던 이 말처럼, 네이처독은 자연 그 자체를 이용한 반려견의 쉼터다. 북한산 국립공원 숲속에 둘러싸인 자연 테마 애견 카페로, 약 3천 평에 달하는 천연 잔디운동장이 마련되어 있다. 북유럽식 건축과 강아지를 위해 마련된 너른 운동장, 계절이던 서로 다른 매력을 뽐내는 꽃과 나무들이 방문객을 맞이한다. 자연을 이용한 넓은 부지가 네이처독의 전부 아니다. 네이처독은 설계에서부터 강아지와 보호자가 안심하고 시설을 이용할 수 있도록 배려했다. 강아지의 체중에 맞추어 6kg 미만 소형견들만 들어갈



수 있는 정원운동장, 15kg 미만의 소·중형견이 뛰어 노는 데크운동장, 8kg 이상 중·대형견이 이용할 수 있는 숲속운동장으로 이용 공간을 안전하게 분리해 두었으며, 북한산의 계곡물을 받아 조성한 수영장도 경사를 최소화 하는 등 반려동물이 다치지 않도록 최적의 디자인을 추구했다.

PS 인증 제품으로 반려견을 위한 행복하고 안전한 공간 완성!

자연테마 애견카페로 유명한 네이처독에 삼화페인트가 함께 했다. 페인트 업계 최초로 ‘반려동물 제품 인증’을 획득한 삼화페인트가 반려동물을 위한 공간 조성에 힘을 실은 것이다. 한마디로 반려동물이 물거나 핥아도 안전한 공간을 만든 것이다. 특히, 반려동물이 많이 다니는 카페와 쉼터 내부 벽면에는 이지 클리성과 아토피 알러지 케어 인증이 있는 친환경 프리미엄 페인트로 시공했다. 반려동물의 털 날림에도 손쉽게 청소



- Snow White**
SH S 0500-N
0001B
- Minimal Gray**
SH S 4000-N
0002C
- Aqua Pure**
SH S 1015-B50G
0091B
- Blue Ambition**
SH S 4030-B10G
0089E
- Eton Blue**
SH S 2020-B40G
0091D
- Nero**
SH S 8502-R
0013F

가 가능하고, 사람보다 매우 민감한 반려동물의 피부에도 안전하다고 할 수 있다. 바닥은 반려견의 슬개골을 보호해줄 수 있도록 논슬립 기능과 더불어 냄새 걱정이 없는 친환경 수용성 제품으로 시공했다. 그밖에도 야외 컨테이너와 외부 철재난간 출입구 등에는 중금속 성분이 함유되어 있지 않은 친환경 철재용 페인트가 칠해졌다. 후각과 피부가 사람보다 훨씬 예민한 반려견이 편안한 느낌을 받으며 안전하게 뛰어놀 수 있도록 최적의 컬러 배치를 한 것도 빼놓을 수 없는 특징이다. 반려동물들이 노란색과 파란색 계열 컬러를 볼 수 있다는 점에 집중하여, 화이트와 블루, 그레이 계열을 적절하게 배치해 반려견들에게 친화적인 환경을 조성한 것이다. 점점 커져가는 반려동물 시장에 발맞추어 사람은 물론, 반려동물에게도 안전한 제품 개발에 힘쓰는 삼화페인트는 대한민국을 대표하는 친환경 도료 전문 기업으로서 앞으로도 반려동물 테마파크 시설에 시공을 확대해 나갈 계획이다.

사용 제품 : 내부 벽면-더클래시, 바닥면-그린코트 아쿠아, 슬립스톱, 외부 벽면-아이생각 수성 외부프로, 철재/컨테이너-ONE-STOP 방청 프라이머 NT, 그린에나멜 외부용 등





3대째 한결같은 마음가짐 그대로

서울 '경대상사' 오용기·오중근 부자

서울시 관악구 봉천동에 자리한 경대상사는 할아버지와 아버지, 그리고 아들까지 삼대가 삼화페인트와 인연을 맺고 그 인연을 이어가고 있다. 2012년 <Samhwa & Peple>의 '파트너를 소개합니다'라는 코너에 첫 테이프를 끊었던 오용기 대표와 오중근 부자는 8년이 지난 지금도 같은 자리에서 한결같은 마음가짐으로 고객을 대하고 있었다.

삼대가 이어온 가업

“처음 '경대상사'라고 이름 지은 것은 '서울에서 제일 큰 가게가 되겠다'는 마음가짐을 표현한 것입니다. 여전히 그 뜻은 진행 중입니다. 제가 제 아버지 뒤를 이어 왔듯이, 제 아들도 제 뒤를 이어 경대상사를 이끌어 갈 테니 언젠가는 서울에서 제일 큰 가게가 될 수 있을지도 모르겠습니다.”

8년 전인 2012년 겨울, <Samhwa & People> 2호에서 처음 소개됐던 경대상사는 여전히 오용기 대표와 오중근 부자, 그리고 배범진 총무가 그대로 자리를 지키고 있었다. 8년이라는 시간이 흐른 만큼, 당시에는 앳됐던 오중근 대리의 얼굴에도 이제 프로페셔널의 관록이 묻어난다. 아버지 오용기 대표도 인자한 눈매와 서글서글한 얼굴로 손님을 맞이하고 있었다. 오용기 대표는 8년이라는 시간이 흘렀어도 여전히 그때와 다르지 않은 마음으로 매장 문을 연다고 말했다.

“8년 전에 제가 그랬죠. ‘페인트가 있어서 제가 있는 것 같다’고 말이죠. 제 인생에서 페인트를 뺀다면 무엇이 있을까 싶습니다. 그만큼 페인트가 있기에 지금의 저와 제 가족, 주변 사람들이 함께 행복할 수 있었다고 해도 과언이 아닙니다. 제 아버지의 뒤를 따르지 않고 다른 일을 했어도 이만큼 행복할 수 있었을까요? 모를 일이지만, 지금 제가 있게 한 젊은 날의 선택을 후회하지 않습니다.”

“예나 지금이나 우리 경대상사의 장점은 ‘신뢰’가 아닐까 싶습니다. 여전히 그 키워드는 경대상사의 원동력이지 앞으로도 끝까지 지켜나가야 할 목표라고 생각합니다.”



오용기 대표는 선친의 페인트 사업을 이어 지금까지 운영하고 있다. 경대상사의 전신은 1960년대 서울 성북구 돈암동에서 문을 연 '일신도료'다. 청년 시절, 아버지가 힘들게 페인트 통을 나르는 것을 보고 '그래도 젊은 내가 하는 게 낫다'며 돕기 시작한 것이 오늘에 이르렀다. 사업에 소질이 있었는지, 아버지 일을 돕다 보니 자연스레 하나둘씩 일이 손에 익기 시작했다. 그러면서 차츰 자신만의 가게에 대해서도 구상을 했고, 그 결과가 바로 봉천동 터줏대감으로 자리 잡은 경대상사였다.

신뢰와 믿음이 제일 큰 경쟁력

경대상사의 새벽은 아버지 오용기 대표가 연다. 주 고객층이 새벽같이 길을 떠나야 하므로 미리 주문받은 물건

들을 전날 오중근 대리가 모두 준비해 놓는다. 코로나 19 사태가 일어난 이후 적잖은 여파가 경대상사에도 영향을 끼치고 있지만, 이들은 묵묵히 버티고 나아가면 이겨낼 수 있을 거란 믿음을 가지고 있었다.

“예나 지금이나 우리 경대상사의 장점은 ‘신뢰’가 아닐까 싶습니다. 여전히 그 키워드는 경대상사의 원동력이자 앞으로 끝까지 지켜나가야 할 목표라고 생각합니다.” 오용기 대표는 확고한 믿음과 신뢰를 주는 것이 경쟁력이라고 강조했다.

“사업을 하다 보면 늘 힘든 시기가 있고 갑작스러운 일도 생기기 마련입니다. 그럴 때일수록 상대를 더 배려하고 불편한 일이 생기지 않도록 하는 일이야말로 중요한 사업 덕목 중 하나라고 생각합니다. 그런 것들이 쌓이고 쌓여서 굳건한 신뢰를 형성해 줄 것이고, 그런 신뢰 관계를 통해 위기를 극복할 수 있지 않을까요?”

오용기 대표의 사업 철학을 이어갈 오중근 대리는 여전히 자신을 ‘수련 중인 대리’라고 몸을 낮췄다. 8년 전 처음 사보에 실릴 인터뷰를 할 때나 지금이나 아버지를 믿고 따르는 것만으로도 배우는 것이 많다고.

“아버지가 계셔서 든든하죠. 직장 상사로 아버지를 바라봐도 배울 게 많은 분임에는 틀림없어요. 종종 아버지와 트러블이 있는 친구들 이야기도 들곤 하지만, 저는 오히려 아버지가 있기에 지금의 저도 있다고 생각합니다. 아버지가 할아버지에게 일을 배우면서 느꼈던 경험을 바탕으로 저를 가르쳐주고 계세요. 그걸 알기에 아버지에게 사업에 대해 더 열심히 배우고 있습니다. 그래서 저 또한 아버지의 뒤를 이어 삼화페인트를 더 많은 사람들에게 알리고자 합니다.”



“아버지로서, 직장 상사로서 존경해요. 여전히 아버지께 배울 점이 많이 있어요. 아버지도 할아버지께 배우던 시절이 있었듯이, 그때 어려웠던 점을 감안해서 제게 많이 알려주신답니다. 그렇게 합을 맞춰 온 지도 어느새 만 8년이네요.”



오중근 대리가 아버지의 뒤를 잇겠다는 생각은 자연스럽게 생겼다. 할아버지에서 아버지로, 그리고 자신에게 주어질 천직에 대해 일말의 고민조차 없었다. 오히려 다른 일을 해보겠다는 생각 대신 아버지의 뒤를 제대로 따르자고 마음먹었다. 차근차근 배울 생각으로 창고 재고 정리하는 것부터 시작해 관리 업무까지 영역을 넓혀왔다.

물론 어려운 점도 있었다. 조용한 성격인 오중근 대리는 시원시원한 성격의 아버지와는 또 달랐기에 고객 응대하는 일이 처음에는 어렵게 다가왔다. 아버지가 고객을 상대할 때 말 한 마디에도 힘이 실려 있는 게 처음에는 너무 부러웠다.

“그래서 아버지로서, 직장 상사로서 존경해요. 여전히 아버지께 배울 점이 많이 있어요. 아버지도 할아버지께 배우던 시절이 있었듯이, 그때 어려웠던 점을 감안해서 제게 많이 알려주신답니다. 그렇게 합을 맞춰 온 지도 어느새 만 8년이네요.”

아들, 전수받은 노하우에 노력을 더하다

경대상사 매장에는 조색기가 2대 있다. 하나는 들어온 지 1년도 채 되지 않은 신형, 다른 하나는 열추 20년은 족히 넘었다. 구형이라고는 하지만 여전히 현역이고, 관

리를 무척 잘 해온 덕분에 그렇게 낡아 보이지도 않는다. 그렇게 두 대의 조색기는 마치 오용기, 오중근 부자처럼 서로의 부족한 점을 보완해주고 있었다.

오중근 대리는 “구형 조색기에는 신형 조색기에 들어 있지 않은 조색 데이터가 많다”며 “아주 오래전 고객이 요청했던 데이터처럼 무궁무진한 조색 데이터가 있다”고 설명했다. 그는 “언제고 신형 제품에 데이터가 모두 옮겨갈 날이 있겠지만 그전까지는 현역보다 더 현역 같은 기계”라며 웃었다.

“저도 이 구형 조색기처럼 경험을 많이 쌓아서 할아버지와 아버지에게 부끄러워하지 않으려 하고 싶어요. 그렇게 되려면 많은 노력과 경험이 필요하겠지만, 제 아버지와 할아버지가 닦아 놓은 길을 잘 살피는 것만 해도 해답을 얻을 수 있지 않을까 싶어요. 그때까지 열심히 배우고 익히는 아들이자 직원이 되겠습니다.”

이제 막 여름이 찾아오기 시작한 경대상사 앞길에는 플라타너스 나무가 한껏 잎사귀를 드리우기 시작했다. 아직은 아이 손바닥만 하지만 곧 경대상사 앞을 다니는 사람들을 위해 큰 그늘을 만들어줄 것이다. 마치 오용기 대표가 오중근 대리의 그늘이 되어주듯이 말이다. 서로를 이끌어주고 존중하면서 의기투합을 하고 있는 경대상사 두 부자의 밝은 모습이 계속되기를 희망해본다.

All New iLUX 아이릭스

건축용페인트 1위 삼화페인트가 자신있게 추천하는 친환경페인트



QR코드를 스캔하시면 제품을
구매할 수 있습니다.



아이릭스 멀티 플랫

차분한 느낌의 무광으로 고급스러움을 더하며 벽면에 사용하기 좋은 페인트가 바로 이번 출시된 아이릭스 멀티 플랫이다. 실크, 합지, 수입벽지 등 벽지 위에 바로 바를 수 있는 최고급 페인트로 발림성이 좋아 누구나 쉽게 페인팅 가능한 제품이다.

실내 벽면/벽지 페인트
끈적임없는 FLAT광/ EG-FREE
 NCS 950 Color 조색 System
 유해물질 NO. 6대 중금속 FREE
 LOW-VOC / 100% Pure 아크릴



아이릭스 멀티 에그셸

아이릭스 멀티 에그셸은 방문부터 가구까지, 리폼에 적합하며 저광의 은은한 광택과 고급스러운 분위기를 연출한다. 특히, 친환경 생활방수 기능으로 물이 닿는 부위의 손상 방지 이지클리닝 기능과 오염물질이 쉽게 제거되는 기능을 강화한 제품이다.

방문/가구/물딩/싱크대 페인트
친환경 생활 방수 가능/이지클리닝 가능
 고급스러운 EGG SHELL 광 / EG-FREE
 NCS 950 Color 조색 System
 유해물질 NO. 6대 중금속 FREE
 LOW-VOC / 100% Pure 아크릴



아이릭스 하이크로마

아이릭스 하이크로마는 선명한 고채도 색상 구현으로 감성 있는 개성 연출이 가능한 제품으로 내부나 외부 모두 사용 가능하다. 또한 냄새가 거의 없으며 작업성이 뛰어나고 건조시간이 빨라 공사 기간을 단축해준다.

인/익스테리어 겸용 페인트
선명한 고채도 구현
 고급스러운 SATIN 광 / EG-FREE
 NCS 950 Color 조색 System
 유해물질 NO. 6대 중금속 FREE
 LOW-VOC / 100% Pure 아크릴



Paint For Summer

불쑥 찾아오는 장마와 여름 무더위를 미리 대비하기 위한 삼화페인트의 여름 시즌 기능성 페인트를 소개한다.

옥상방수 페인트 그린방수마스터

그린방수마스터 시리즈는 옥상 등의 누수 방지 페인트로 유해 중금속 및 MOCA 성분을 사용하지 않고 이를 대체할 수 있는 유기 안료를 개발해 생산한 환경친화적 우레탄 방수 페인트이다. 우레탄 수지로 만든 그린방수마스터는 우레탄 수지 특유의 탄성과 인장 성능으로 콘크리트가 수축하거나 팽창할 때 페인트도 함께 늘어나 균열 부분에 수분이 침투하는 것을 방지해 곰팡이 누수 피해를 근본적으로 막아준다.

차열 페인트 스피콜아쿠아방수

스피콜아쿠아방수 시리즈는 건물의 지붕, 옥상 방수를 목적으로 하는 방수도료에 차열 기능을 접목하여 에너지 절약 기능을 더한 최첨단 도료이다. 미국 환경 보호청에 의해 만들어진 지구 온난화 기체를 줄이는 친환경 제품임을 증명하는 에너지스타에서 인증을 받았으며 CRRC(Cool Roof Rating Council) 단체에서 에너지 절감형 도료인증 마크를 받은 제품으로 기존의 유성 타입에서 수용성으로 업그레이드된 제품이다.

지붕방수 페인트 싱글방수마스터

싱글방수마스터는 아스팔트 싱글 전용 방수 페인트로 도장을 통해 누수를 막아 건축물의 내·외부를 보호해준다. 또한 아스팔트 싱글과의 밀착력이 매우 우수하기 때문에 2~3회 도장만으로 방수 성능을 높임과 동시에 내구성, 알칼리성이 우수하여 유지보수를 가능하게 하며 장마철이 오기 전, 2~3년에 한 번씩 재도장을 하면 건축물을 완벽히 보호할 수 있다. 업체 최초로 독자적인 NCS 950 컬러를 적용해 적갈색, 흑갈색, 돌회색, 진초록 4가지 컬러를 개발했다.

발수페인트 워터시리코트 PLUS

수용성 친환경 외부 발수제로 침투력 및 발수성이 우수하며 재도장이 가능한 제품이다. 워터시리코트 PLUS는 기존 발수제의 단점인 2차 도장을 방해하는 문제를 해소하여 시간이 지난 뒤에도 발수제 도장면에 재도장이 가능하다는 장점이 있다. 또한 수용성 발수제로 화재의 위험성과 인체 유해성을 줄인 제품으로 타일, 자기 벽돌, 시멘트 도장에 추천한다.

도로용 차열도료 바이로드 Cool

바이로드 Cool은 MMA 타입으로 특수 안료를 적용하여 아스팔트 도로 및 콘크리트의 온도 상승을 저감하고 도로의 열섬 효과를 완화하는 도료이다. 근린시설 산책로, 차량·자전거 전용 도로, 버스전용차선, 스쿨존 등에 사용 가능하며 이번에 국내 페인트 업계 최초로 반로동 물을 위한 PS 인증 또한 취득했다.



2020 Spring-Summer Interior Color Package

착한 사회적 거리두기 운동으로 집콕러들이 늘어나고 있는 시점에 발맞추어 삼화페인트 컬러디자인센터가 2020 봄/여름 인테리어 트렌드를 발표했다.

랜선 집들이를 위한 Home

Chic & Fresh 인테리어 컬러 ①

집콕 일상을 공유하기 위해 대단한 인테리어 스타일링이 필요한 것은 아니다. 심플한 소파와 테이블만 있는 공간이라도 컬러의 조화만으로 원하는 분위기를 연출할 수 있다.

살몬 무스(SH S 2020-Y90R) 컬러의 페인팅으로 따뜻하고 편안한 느낌을 주고, 밝고 깨끗한 바닐라 그레이(SH S 1002-Y), 포레스트 그린(SH S 6020-B70G) 컬러를 조화시켜 보자. 밝은 톤의 원목과 실내 플랜트가 어우러져 프레쉬한 웰빙 공간을 완성한다.

Salmon Mousse
SH S 2020-Y90R
0079B

Mild Cream
SH S 1010-Y50R
0073A

Vanilla Gray
SH S 1002-Y
0004B

Forest green
SH S 6020-B70G
0156D



Chic & Fresh 인테리어 컬러 ②

베란다 정원, 홈카페 등 나만의 개성을 살린 특색 있는 인테리어를 SNS에 자랑하고 싶다면, 벽 페인팅 뿐만 아니라 콘솔과 소품 등을 적극 활용해보자.

오래된 원목 콘솔에 스틸 크릭(SH S 4010-R90B) 컬러로 DIY 페인팅을 하고 손잡이도 교체하여 새로운 프리미엄 가구로 재탄생시킬 수 있다.

바이올렛 페탈(SH S 1020-R50B) 컬러와 함께 유려피안 스타일을 완성할 수 있다.

Violet Petal
SH S 1020-R50B
0116B

Pure Gray
SH S 1000-N
0001C

Steel Creek
SH S 4010-R90B
0053D

Espresso Brown
SH S 5010-Y30R
0040E



유산소 운동을 위한 Active Energy Style ②

신나는 음악과 함께 담배 등 가정용 헬스 기구를 활용한 유산소 운동을 즐기는 이 들이라면 보다 활동적이고 에너지 넘치는 공간을 만드는 것이 좋다. 샤르트리즈(SH S 0540-G70Y) 컬러의 페인팅과 커넬 시티(SH S 2020-B30G) 컬러를 조화시킨 공간에서 홈트를 하면 산뜻한 기운을 충전할 수 있을 것이다.

Chartreuse
SH S 0540-G70Y
0135C

Pebble Gray
SH S 1502-Y50R
0005C

Canal City
SH S 2020-B30G
0090C

Grand Ocean
SH S 4040-B10G
0089F

확찐자가 되지 않기 위한 홈트 공간

요가와 명상을 위한 Calm & Fresh Style ①

홈트를 마음먹어본 이들이라면 요가매트 하나쯤 구입해보지 않은 사람은 아마 없을 것이다. 집콕하며 얻은 균형을 홈트를 하며 관리하고 싶다면, 돌돌 말려져 있 던 요가매트를 다시 펼쳐보자.

요가에 어울리는 차분하고 안정적인 공간을 만들고 싶다면 일렉트릭 그린(SH S 0530-G30Y) 컬러의 페인팅을 추천한다.

운동과 명상을 통해 몸과 마음의 웰니스를 동시에 찾을 수 있을 것이다.

Electric Green
SH S 0530-G30Y
0131C

Nude
SH S 2010-Y50R
0042B

Ash Gray
SH S 2000-N
0001E

Teal Black
SH S 7502-B
0014E





컬러유니버설디자인으로 실현한 사회적 가치



컬러유니버설디자인이란?

색을 인식하는 방법은 개개인이 가진 유전자의 특성이 나 다양한 눈의 질환에 따라 다르다. 또, 이용자의 눈높이와 공간 특성에 적합한 컬러 디자인은 안전과 편의성을 높이고, 정서적 안정을 준다. 이에 따라 주거 및 생활 환경 등에서 시각 정보를 제공할 때 컬러유니버설디자인의 중요성이 강조되고 있다.

컬러유니버설디자인이란 성별, 연령, 장애유무에 관계 없이 누구나 서비스 등을 편리하게 이용할 수 있도록 색각이상자를 배려해 색채를 설계하는 것이다. 최근 차별을 없애고 '함께'라는 보편적인 공유 가치를 더하는 방향으로 사회 기조가 변화하고 있다. 이에 따라 컬러유니버설디자인의 영역 또한 제품, 건축, 환경, 서비스 등으로 폭넓게 확장되고 있는 추세다.



컬러유니버설디자인 공공주택 적용 확대

최근 LH와 한국토지주택공사가 수원 호매실4단지 국민임대를 대상으로 컬러유니버설디자인을 적용한 시범 사업을 성료하여 공공주택에 최초로 도입했다. (사)한국컬러유니버설디자인 협회가 협력사로 참여해 가이드 라인을 만드는 데에도 주효한 역할을 했다.

인구 다양화와 가파른 고령화 등 사회적 변화에 따라, 생활 노출 빈도가 높은 아파트 환경을 조성하기 위해서는 컬러유니버설디자인을 적용하는 것이 효과적이다. 이번 사업은 안전사고가 자주 발생하는 지하주차장 차량 교차로 표시와 보행자 동선, 비상벨 표기를 강화하는 등 입주민의 안전과 주거 환경의 편의성을 높였다는 점에서 좋은 평가를 받았다.

또한, 공공주택에 컬러유니버설디자인을 적용한 것은 국내 최초라는 점에서 의미가 더욱 크다.

컬러를 통해 만드는 따뜻한 사회

삼화페인트는 컬러를 통한 사회공헌사업을 오랜 기간 지속해왔다. 특히 2015년부터 (사)한국컬러유니버설디자인협회와 손을 잡고 안전취약층을 위한 '컬러유니버설 가이드'에 대한 연구개발을 진행해왔다. 그 첫 결실로 2015년에 노인복지시설에 적용 가능한 652가지 색과 사용 기준을 정리한 가이드를 완성했으며, 이듬해 흥성노인복지관에 실제 적용했다. 올해에는 발달장애인의 생활 공간을 위한 컬러유니버설디자인 업무 협약을 맺으며, 생활 공간 개선 사업을 시작했다. 이 외에도 2015년부터 진행해온 시각장애아동을 위한 교육 인프라 지원사업을 인비저블 투 비저블(Invisible to Visible)과 연계하여 특수 도서 제작 지원 사업과 교육 공간 개선 사업으로 확장하는 등 적극적으로 컬러복지 사업을 확대해나가고 있다. 앞으로도 삼화페인트는 다양한 협업을 통해 컬러 전문 기업으로서 사회적 역할에 대한 진정성 있는 모습을 보여주고자 한다.

사진 출처 LH-CUD 가이드라인 개발(KCUD협회)
수원 호매실 단지 적용((주)한국색채디자인개발원)

01

발달장애시설 컬러가이드 개발을 위한
컬러유니버설 업무 협약



지난 5월 21일, 삼화페인트가 한국컬러유니버설디자인협회와 발달장애인이 생활하는 공간을 위한 컬러유니버설디자인 연구개발 관련 업무 협약을 체결했다. 컬러유니버설디자인이란 다양한 장애, 색각 이상을 가진 사람을 배려해 컬러를 디자인하는 것이다. 협약식에서 양사는 발달장애인 공간의 컬러유니버설 적용을 위한 컬러 연구, 이용자(장애인) 관점에 맞춘 컬러 가이드 개발 등에 적극 협력하기로 약속했다. 이날 삼화페인트 관계자는 “발달장애인 공간에 컬러유니버설디자인을 적용함으로써 공간

이용에 안전과 편의성을 높이고, 정서적으로 안정감과 긍정적 행동변화를 기대할 수 있다”고 컬러유니버설디자인의 의미를 설명했다. 삼화페인트는 지난 2016년부터 시력, 색상 인지능력, 시야각이 약한 고령층과 시각장애인을 위한 컬러유니버설디자인 개발하고 노인복지시설, 시각장애학교 등에 공간개선 사회공헌활동을 전개해오고 있다. 올해는 사회복지법인 따뜻한동행과 컬러유니버설디자인을 적용한 발달장애인 공간개선사업을 진행, 컬러복지를 더욱 확대한다.

02

삼화페인트, 장애인의 날 맞아
시각장애아동 위한 기부금 전달



지난 5월 24일, 창립기념일과 장애인의 날을 맞아 시각장애아동을 위한 기부금 2,000만 원을 하트하트재단에 전달했다. 기부금은 시각장애아동 교육 인프라를 지원하는 ‘인비저블 투 비저블(Invisible to visible)’ 사업을 위해 쓰인다. ‘인비저블 투 비저블(Invisible to visible)’ 사업은 삼화페인트가 색채전문기업 특성을 살려 시각장애아동 교육 인프라를 지원하기 위해 지난 2017년부터 시작한 대표적인 사회공헌활동으로 색과 사물을 온전히 보지 못하는 시각장애아동이 교육을 통해 미래 비전을 가질 수 있도록 돕는다. 해당 사업은 크게 특수도서 제작과 시각장애인학교에 컬러복

지를 도입한 교육 환경 개선으로 이뤄진다. 현재까지 대구광명학교, 청주맹학교, 전북맹아학교, 국립서울맹학교 등에 컬러유니버설을 적용하여 교육 환경을 개선했다.

03

카라 ‘더봄센터’에 친환경 페인트 후원



2020년 4월 말 정식 개장한 카라의 새로운 유기동물 돌봄처 ‘더봄센터’는 단순히 유기견들을 모아놓고 관리하는 곳이 아니다. 인간과 동물이 함께 공존하면서 반려동물의 좋은 돌봄을 배울 수 있는 ‘종합 동물복지공간’을 추구한다. 이에 공감하며 삼화페인트가 내·외부 마감을 위한 친환경 페인트를 후원했다. 개와 고양이가 친숙하게 느낄 수 있는 색상으로 1, 2층을 각기 다른 색으로 도색했다. 1층은 따뜻한 느낌이 드는 노란색 계열로, 2층은 발랄한 느낌의 연파랑으로 도색해 느낌을 달리 했다. 또한 사용된 페인트 모두 실내 환경 주요

유해물질인 휘발성 유기화합물이나 포름알데히드, 암모니아 등을 흡착하고 소취하는 기능이 뛰어난 개와 고양이, 나아가 사람의 건강까지 지켜준다.

04

업계 최초 반려동물 제품인증 취득



페인트업계 최초로 ‘반려동물 제품인증(Pet Product Safety Certification)’을 취득했다. 인증 제품은 총 24개로 건축용 페인트 실내용 14개, 실외용 10개이다. 반려동물 제품인증제는 (사)한국애견협회에서 펫케어 제품 신뢰도와 안정성을 확보하고, 반려동물 건강과 안전을 보증하고자 도입한 제도이다. 시험항목과 인증기준은 어린이제품 안전기준을 적용하고 있다. 이번 제품인증을 통해 친환경을 넘어선 안전성까지 확보한 삼화페인트는 앞으로 반려동물을 가족 개념으로 확장시킨 펫테리어 컬러와 제품을 지속적으로 개발할 계획이다.

05

타일 전용 홈스타 타일페인트 출시



주방, 욕실 타일 전용 '홈스타 타일페인트'를 새롭게 출시했다. 홈스타 타일페인트는 물 사용이 많은 여름철, 물때가 생기기 쉬운 욕실이나 주방 타일에 적용하여 쾌적하고 깨끗한 공간을 만들어주는 친환경 제품으로 냄새가 없어 집안에 안심하고 사용할 수 있는 제품이다. 기존 타일용 수성페인트가 습한 환경의 욕실이나 미끄러운 타일에 발랐을 때 쉽게 떨어지는 등 부착력이 약하다는 단점을 개선해 수용성 2액형 타입으로 개발했다. 내오염성 등 우수한 성능은 물론 기존 미끄러운 타일에도 별도 젯소 작업 없이 뛰어난 부착력을 보이며 작업성이 뛰어나다.

07

'수용성 아크릴-변성 페놀계-변성 에폭시 수지의 제조방법' 특허 취득



6월 24일 <수용성 아크릴 변성 페놀계 변성 에폭시 수지의 제조방법, 이에 의해 제조된 수용성 아크릴-변성 페놀계-변성 에폭시 수지, 및 이를 포함하는 조성물> 특허를 취득하고 공시했다. 에폭시 수지는 내열성, 내화학성, 소재와의 부착성, 내수성이 좋아 접착제, 코팅-페인트, 전자 회로기판 등에 폭넓게 사용된다. 그런데 에폭시 수지는 대부분 유기용제와 함께 쓰여 환경에 영향을 주기 때문에 수용성 에폭시 수지 또는 조성물에 대한 요구가 높아지는 추세다. 에폭시 수지를 수용화하는데 있어 기존에는 다양한 아크릴계 단량체를 중합하는 방식 등이 있었지만 이 방법은

점도, 도막두께, 내화학성이 우수한 에폭시 화합물 제조에 한계가 있었다. 이번 특허는 이러한 문제를 해결하기 위해 아크릴 및 페놀계 화합물로 에폭시 수지를 변성함으로써, 낮은 점도와 고흡분 함량을 갖는 수용성 아크릴 변성 에폭시 수지 조성물과 이를 사용해 높은 도막두께 및 내화학성을 갖는 수성 도료 제조가 가능하도록 했다.

06

'2020년 취약계층 환경성질환 예방사업' 참여



삼화페인트는 지난 6월 24일 한국환경산업기술원(서울시 은평구)에서 열린 '2020년 취약계층 환경성질환 예방사업' 사회공헌 업무협약식에 참석, 8년째 해당 사업에 동참기로 약속했다. 환경부가 주최하고 한국환경산업기술원이 주관하는 취약계층 환경성질환 예방사업은 환경유해인자 노출에 민감하거나 상대적으로 취약한 계층의 생활환경 유해인자를 점검하는 한편, 실내환경 개선 작업을 병행하여 환경보건 서비스를 제공하고 나아가 환경복지를 실현하기 위해 마련됐다. 전국 지자체와 삼화페인트를 포함한 18개 사회공헌기업의 참

여로 진행되는 올해 사업에서 각 지자체는 사회취약계층 가구 내의 환경성질환 유발 요인을 진단하고, 사회공헌 참여기업은 실내 생활환경 진단 및 개선에 필요한 물품 지원과 업무 지원을 담당한다. 2013년부터 취약계층 환경복지사업에 동참하고 있는 삼화페인트는 올해 전국 사회취약계층 650여 곳에 환경표지인증 획득한 아이생각 등의 친환경 페인트를 후원해 실내 환경 개선을 돕는다.

08

홈엔톤즈, 제주 화산송이 담은 더클래시 제주 출시



삼화페인트의 자회사 홈엔톤즈가 업계 최초로 제주 화산송이를 원료로 만든 친환경 페인트 '더클래시 제주'를 출시했다. 화산송이는 공기과 만난 용암이 굳어 만들어진 다공성암석으로, 강력한 항균 작용과 습도 조절이 뛰어난 천연물질로 알려져 있다. '더클래시 제주'는 화산송이의 미세한 다공질 구조로 환경오염물질(음식 및 반려동물 냄새 등)의 강력한 흡착 기능이 있어 탈취에 효과적이다. 이뿐만 아니라 여름철 고온다습해지는 기후 환경에 대응, 자연 습도 조절 기능이 있어 쾌적한 실내 유지에 도움을 준다. 또한 제주우수제품 품질인증

(JQ인증)을 획득했으며 휘발성 유기화합물, 포름알데히드 등 유해물질과 10대 중금속 불검출로 친환경인증을 받았다. '더클래시 제주'는 제주 자연에서 뽑은 하얀조약돌, 역새물결, 들꽃분홍, 제주바람, 푸른오름의 다섯 가지 컬러를 제공한다. 더클래시 제주와 더불어 국내 유일의 친환경 자석페인트, 칠판페인트 등 다양한 인테리어 페인트를 갖춘 홈엔톤즈 제품은 온라인몰(www.homentones.com)과 서울 대치본점, 롯데하이마트(잠실점) 등 전국 15개 홈엔톤즈 매장에서 만날 수 있다.

& Event

독자분들에게 더 가까이 다가가고 싶은 마음을 담아 리서치 이벤트를 개최합니다. 아래 설문 답을 메일로 보내주세요. 보내주신 의견을 적극 반영하여 더욱 만족도 높은 2020년 <Samhwa & People>을 만들겠습니다. 그럼 많은 참여 기다리겠습니다.

1. 이번 <Samhwa & People>은 재밌었나요?

- ① 아주 만족
- ② 만족
- ③ 보통
- ④ 불만족

2. 디자인과 종이, 판형(책 사이즈)은 어떠셨나요?

- ① 아주 만족
- ② 만족
- ③ 보통
- ④ 불만족

3. 가장 관심있게 읽은 내용은 무엇인가요?

- ① 회사 소식(뉴스, 신제품 등)
- ② 구성원들과 대리점 소식
- ③ 생활 및 문화 정보(트렌드 및 라이프스타일 칼럼 등)
- ④ 인테리어 및 컬러 정보

4. 좀 더 다뤘으면 하는 내용은?

- ① 회사 소식(뉴스, 신제품 등)
- ② 구성원들과 대리점 소식
- ③ 생활 및 문화 정보(트렌드 및 라이프스타일 칼럼 등)
- ④ 인테리어 및 컬러 정보
- ⑤ 기타()

5. <Samhwa & People>에 대한 전반적인 소감을 보내주세요. 간단해도 좋습니다.

추첨을 통해 스타벅스 기프트 카드를 보내드립니다. 꼭 휴대폰 번호를 적어서 응모해주세요. 응모는 8월 15일까지, 당첨자는 개별 통보드립니다. **응모 메일** : speople@samhwa.com



페인트의 정의

페인트는 물체의 표면에 덮어씌워 막을 형성함으로써 어떤 성능을 부여하고 주위와의 조화로운 색상을 구현하는 소재를 말한다. 한국산업표준(KS)에서는 '안료를 포함하는 액상 또는 분말 형태의 물질로 바탕 보호 및 겉모양 장식 기능, 또는 특수한 기능을 갖는 것'이라고 정의하고 있다.

페인트를 물체에 칠하는 것을 '도장'이라고 하며, 칠한 페인트가 얇은 막으로 단단하게 굳는 것을 '건조', 건조된 얇은 막을 '도막'이라고 부른다. 가장 대표적인 도장법은 붓을 이용해 칠하는 것이지만 오늘날에는 페인트의 성질에 따라 롤러, 스프레이 등 다양한 방법이 사용된다. 페인트 작업 순서는 크게 하도, 중도, 상도로 나누어 진행된다.

하도 Primary Coat

물체의 바탕에 직접 칠하는 것으로, 녹의 발생을 방지하고 도막층의 접착성을 증가시키기 위해서 사용한다. 하도를 칠한 후에는 중도 페인트를 더욱 잘 접착시키기 위해 샌딩(사포질)을 하기도 한다.

중도 Intermediate Coat

도막의 두께를 만드는 역할을 하며 하도와 상도 사이의 부착성을 증가시킨다. 페인트 작업의 완성도가 대부분 중도에서 결정된다.

상도 Top Coat

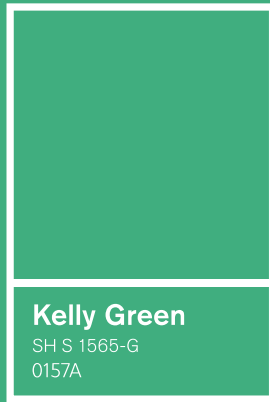
최종적으로 표면을 정리하고 코팅하는 역할을 한다. 외부의 자극이나 햇빛의 노출로부터 보호하는 기능이 있으며, 광택을 위해 작업하기도 한다.

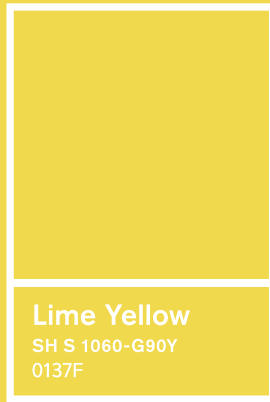
페인트의 탄생과 발전

페인트의 역사는 10만 년 전으로 올라간다. 붉은 흙이나 황토에 숯, 짐승의 피, 나무 진액 등을 섞어 벽화를 그리는데 사용한 것이 페인트 사용의 시초이다. 이집트의 건축물 중에는 2000년 전에 사용한 페인트의 색감이 아직 살아있는 유적이 남아 있는데, 흰색, 검은색, 파란색, 붉은색, 노란색, 초록색의 여섯 가지 색상을 발견할 수 있다. 중세에 이르러서는 호박을 식물성 기름에 녹여 만든 페인트에 대한 기록이 등장하며, 18세기에는 유성 도료가 개발되면서 현대적 의미의 페인트가 탄생했다.

한편 우리나라에 처음 도료가 들어온 것은 1400년 전으로 추정된다. 중국에서부터 불교가 전파되었을 때 불상이나 불구(仏具) 제작에 필요한 도금기술과 옷칠기술이 함께 들어온 것을 페인트의 시작으로 본다. 현대적 의미의 페인트는 1940년대부터 제조된 것으로 알려져 있다. 고종 황제 때 서양 건축법이 도입되면서 서양식 조합 페인트가 수입됨에 따라 식물유를 사용한 유성 페인트가 탄생했다.

오늘날에는 물질의 표면을 보호하고 아름답게 장식하는 기본적인 기능 이외에도 단열, 방수 등 특수한 기능을 가진 페인트가 다양하게 등장하고 있다. 친환경페인트, 에폭시, 규조토편페인트 등 종류와 질도 나날이 향상되고 있으며 셀프 인테리어가 늘어나면서 페인트를 사용하는 사람도 대폭 증가했다. 페인트는 이제 첨단 과학기술이 살아 숨쉬는 종합 화학제품으로 자리잡았다. 인간의 역사와 밀접한 관계를 맺으며 변화를 거듭해온 페인트 한계를 뛰어넘는 페인트의 발전은 현재진행형이다.

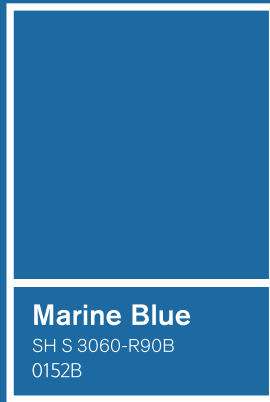




Lime Yellow
SH S 1060-G90Y
0137F

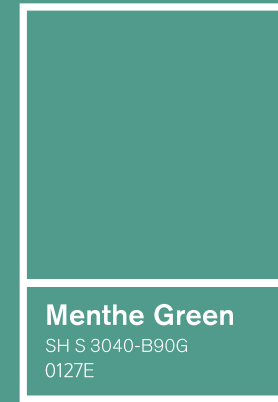


Lavender Fields
SH S 2040-R70B
0118E



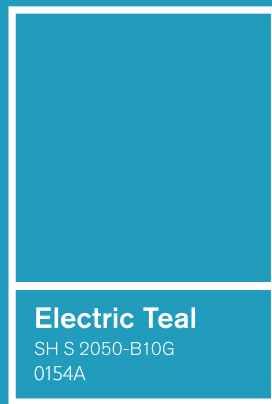
Marine Blue

SH S 3060-R90B
0152B



Menthe Green

SH S 3040-B90G
0127E



본 정보간행물은 인쇄용이므로 실제 페인트 컬러와 차이가 있습니다. 정확한 컬러는 심화페인트 색견본으로 확인 부탁드립니다.

Samhwa & People

이 책은 저작권법에 따라 보호받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금지하며, 이 책 내용의 일부 또는 전부를 이용하려면 반드시 사전에 저작권자와 출판권자의 동의를 받아야 합니다.

All rights reserved. Not part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior consent of the publisher.



삼화페인트