ATOMY MAGAZINE

6/7/8월
2024 | Vol. 31

변치 않는 가치, 끝이 없는 성장
헤모힘 HEMOHIM

기능성 추가 인증, 카테고리 확장, 글로벌 버전 출시

COVER STORY
• 헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다

FIELD
• 기다렸다, 1박2일 석세스아카데미
• 2024 액츠 프로젝트, 다시 시작되다

NEW PRODUCT
• 에너지부스팅은 물론 면역까지, 헤모힘샷!
• 고함량 멀티비타민, 애터미 프로팩타민

INTERVIEW
• 사격 금메달리스트 출신, 유주희 스타마스터
• 중앙아시아에서 'K바람'이어가, 최마리아 다이아몬드마스터



atom美 ATOMY

atom美 ATOMY

애터미 이너콜라겐

흡수가 잘되는 어린(魚鱗)콜라겐으로 피부 속부터 건강하게

ATOMY INNER COLLAGEN



건강기능식품
피쉬 콜라겐펩타이드
25 mL X 14병 (350mL)

애터미 이너콜라겐
₩ 34,800원 PV 17,000pv

판매원 : 애터미(주)
제조원 : 콜마비앤에이치(주) 음성공장

CONTENTS

6 / 7 / 8월 2024 | Vol. 31

04 FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE 애터미의 길 | 박한길 애터미 회장
06 COVER STORY 헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다
10 PRODUCT ❶ 에너지부스팅은 물론 면역까지, **헤모힘샷!**
12 FIELD ❶ 축 헤모힘! 면역은 물론 피로까지 한 번에 잡았다
14 FIELD ❷ 기다렸다, 1박 2일 석세스아카데미
18 FIELD ❸ 해외기자단, 애터미 본사 방문해 "글로벌 유통 기업" 체감
22 GLOBAL ❶ 2024 액츠 프로젝트, 다시 시작되다
24 GLOBAL ❷ 멕시코 · 콜롬비아 · 영국, 올해 폭풍 성장 예고
26 FIELD ❹ Z세대, 월 ? 만 원 정도 수입이면 직접판매 할 것
28 PRODUCT ❷ 당신의 힘찬 하루를 응원하는 고함량 멀티비타민, **애터미 프로팩타민**
32 PRODUCT ❸ 100% 사탕수수즙으로 만든 진짜 비정제 원당 시럽 **애터미 유기농 미네랄 원당 시럽**
34 PRODUCT ❹ 쫄깃 탱탱한 면발 최강자, 애터미 스테디셀러 **감자로 만든 채식라면**
36 PRODUCT ❺ 소중한 물, 더 깨끗하고 안전하게
38 PRODUCT ❻ 탱글탱글 탄력 지지대, 콜라겐
40 COLUMN ❶ 기본 3대 영양소 '단백질', 똑똑하게 채우기
42 PRODUCT ❼ **애터미 트리플 업 프로틴**
44 INTERVIEW ❶ 애터미 통해 성공의 과녁을 정조준하다 유주희 스타마스터
46 INTERVIEW ❷ 한국 제품으로 중앙아시아에서 'K 바람' 이어가 최마리아 다이아몬드마스터
48 GALLERY 2024년 상반기 승급여행 스케치
50 FIELD ❺ 업계를 선도하고 있는 기업 애터미, 업계 최초의 기록들
52 GLOBAL ATOMY NEWS 글로벌 애터미 뉴스
54 법률 Q&A 다단계판매에서의 소비자보호 오승유 변호사
56 COLUMN ❷ 꿀벌은 말벌을 어떻게 물리칠까? 이성연 경제학 박사
58 CARTOON 애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니
62 EVENT 매거진 이벤트











Publisher | 박한길 Publication | 애터미(주) (32543) 충청남도 공주시 백제문화로2148-21(웅진동)
E-mail | atomysori@atomypark.com Planning&Design | 커뮤니케이션실&크레아트 Printing | (주) 미래엔

애터미의 길



1,500만 애터미 회원 여러분, 우리의 주력 제품인 헤모힘에 대한 3가지 기쁜 소식이 있습니다. 하나는 피로 개선 기능 추가 인증입니다. 최초로 받은 면역 기능 개선과 더불어 이중기능성 건강기능식품이 되었습니다.

두 번째는 헤모힘의 글로벌 버전인 헤모힘G의 개발 및 출시 소식입니다. 헤모힘의 원재료인 천궁·당귀·작약은 한약재로도 사용되고 있습니다. 따라서 일부 국가에서는 의약품의 용도 외에는 등록 자체가 불가한 경우가 더러 있습니다. 이에 애터미는 지구상 모든 소비자들이 헤모힘을 경험할 수 있도록 헤모힘의 글로벌 버전을 개발하는데 진력, 헤모힘G를 탄생시킬 수 있었습니다.

세 번째는 올해 하반기 출시를 목표로 '헤모힘샷'을 개발하고 있습니다. '박O스'처럼 맛으로 당기는 헤모힘이 목표입니다. 헤모힘의 이중기능성 인증과 더불어 헤모힘G, 헤모힘샷까지, 애터미는 더 많은 소비자들이 헤모힘을 경험할 수 있도록 헤모힘의 라인을 확장하고 있습니다. 이러한 결실을 맺게 하는 애터미의 끊임없는 노력은 경영 목표 1번인 고객의 성공을 향한 끊임없는 염원에서 비롯됩니다.

지난 4월부터 저는 글로벌 제심합력 프로그램인 액츠 프로젝트의 일환으로 중국과 홍콩, 그리고 몽골의 석세스아카데미에 참가했습니다. 중국에서는 온오프라인을 합해 무려 13만여 회원들이 석세스아카데미에 이목을 집중했습니다. 그리고 홍콩과 몽골에서도 수많은 회원들이 참석하며 성공을 꿈꾸고, 계획하고, 앞으로 나아가고 있었습니다. 이제 애터미가 펼쳐가는 성공의 길이 전 세계로 확장되고 있는 것입니다.

애터미에는 가난을 벗어나 성공을 향할 수 있도록 이끌어 주는 성공 시스템이 있습니다. 또 서로가 서로의 성공을 밀어주고 끌어주는 제심합력의 정신이 있습니다. 무엇보다 간절하게 성공을 꿈꾸는 회원이 있고 그 꿈을 현실로 만들어 줄 절대품질 절대가격의 제품들이 있습니다. 품질은 최고로 유지하고 가격은 최대한 저렴하게 판매한다는 정책은 양립하기 힘듭니다. 보통 품질과 가격 가운데 양자택일하지만 애터미는 품질과 가격 둘 다 놓치지 않는 양자택이(兩者擇二)를 한 것입니다.

저는 성경을 통해서 양자택이의 지혜를 배우게 되었습니다. 상반된 것을 동시에 이루는 것은 어렵지만 하나님께서는 공의와 사랑, 어느 것도 포기하지 않으시고 동시에 이루십니다. 하나님의 공의는 죄를 행하면 책임질 것을 요구하시는 하나님의 공적인 의로우심입니다. 또한 하나님께서는 사람들의 궁극적인 행복을 위해 늘 우리를 돌보시고 양식을 공급하시는 한없는 사랑을 베푸십니다. 하나님의 공의는 죄를 지은 사람에게 죽음을 요구하실 정도로 준엄하지만, 동시에 하나님의 사랑은 자비롭고 은혜롭고 용서하시는 것입니다.

준엄하기 짝이 없는 공의와 한없이 자애로운 사랑, 이처럼 두 가지 상반된 가치를 모두 포기하지 않고 추구하는 것, 그 양자택이의 정신이 애터미의 제품 전략에 담겨서 절대품질과 절대가격의 원리가 나오게 된 것입니다. 준엄하기 짝이 없는 하나님의 공의를 보고 한 치의 흔들림도 없는 절대품질을 떠올렸고, 한없이 자애로운 하나님의 사랑에서 소비자에게 조금이라도 싸게 공급하려는 절대가격을 생각한 것입니다.

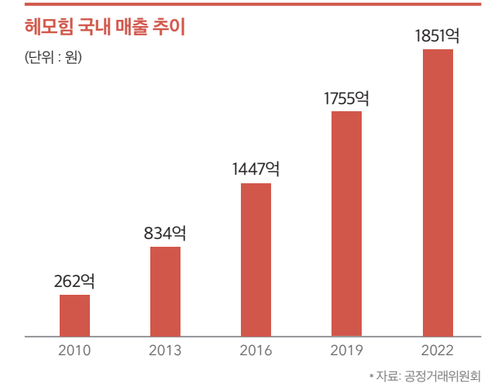
1,500만 회원 여러분, 여러분은 단순한 사업자도 소비자도 아닙니다. 가난한 이웃에게 성공의 길을 알려주고 그들의 손을 잡고 함께 나아가는 사명을 지닌 애터미인입니다. 여러분은 파트너를 성공시키는, 그리고 주변의 가난한 이웃들을 성공의 길로 인도하는 숭고한 사명을 지니고 있습니다. 저 박한길과 애터미의 모든 임직원은 여러분이 걸어가는 그 길을 세상의 어떤 길보다 더욱 튼튼하고 안전하게 만들어 나갈 것입니다. 애터미는 한없이 자애로운 하나님의 사랑을 본받은 공의 기업으로 회원 여러분을 사랑하고 여러분의 성공을 간절하게 기원하고 있습니다.

헤모힘, 건강기능식품의 역사를 다시 쓰다

개별인정형 건강기능식품 최초로 면역기능 개선과 피로개선 이중기능성 인정
글로벌 버전 출시로 시장 확대

애터미 헤모힘이 건강기능식품의 역사를 다시 쓰고 있다. 지난해 10월 식품의약품안전처는 애터미 헤모힘의 주원료인 '헤모힘 당귀등혼합추출물'이 면역 기능 개선 외에도 피로 개선 기능성이 있다고 인정했다. 이로써 애터미 헤모힘은 개별인정형 건강기능식품으로는 최초로 면역 개선과 피로 개선 이중기능성 건강기능식품이 됐다. 또한 최근에는 해외 시장형 제품 '헤모힘G'의 개발을 완료하고 유럽과 튀르키예, 대만 등에 출시하여 회원 대상 헤모힘 이벤트를 개최하는 등 적극적으로 세계 시장을 공략하고 나섰다.





2017년부터 준비한 '헤모힘 지속 기술 개발 프로젝트'

헤모힘은 지난 2006년, 한국원자력연구원이 개발한 '헤모힘당귀등혼합추출물'을 주원료로 하여 개발된 최초의 개별인정형 면역 개선 기능성 건강기능식품이다. 콜마비앤에이치가 생산해 애터미가 전담 판매하고 있으며 해외 19개 지역에 수출하고 있다. 2014년 이후 국내에서만 매년 1,000억 원이 넘는 매출을 올리고 있으며, 2022년 공정위 발표 기준 국내 매출 1,851억 원을 달성하여 역대 최대 매출을 기록했다.

수치가 말해 주듯 헤모힘은 자타가 공인하는 국내 최고의 상품성을 지닌 건강기능식품이다. 그러나 애터미는 이에 만족하지 않았다. 헤모힘의 상품성 강화를 위해 헤모힘 생산 업체인 콜마비앤에이치와 함께 지난 2017년부터 헤모힘의 신규 기능성에 대한 연구를 시작했다. 이미 헤모힘의 주원료인 '헤모힘당귀등혼합추출물'에 신규 기능성이 있다는 점을 알고 있었지만, 이를 체계적으로 규명해야 했기 때문이다. 이에 '헤모힘 지속 기술 개발 프로젝트'를 가동한 지 6년 만인 지난해 피로 개선 효과를 과학적으로 입증했다.

헤모힘의 피로 개선 기능성 인정은 우리 몸의 항산화 기전을 과학적으로 증명한 것이 주효했다. '헤모힘당귀등혼합추출물'의 항산화와 관련된 논문은 이미 여러 편이 보고된 바 있지만, 피로 개선에 집중해 이를 입증해 냈다. '헤모힘당귀등혼합추출물'의 임상시험(인체적용시험)과 비임상시험(세포실험) 결과, 피로를 호소하는 만 30세 이상 60세 미만 건강한 성인 남녀에게서 피로도척도(FSS, Fatigue Severity Scale), 다차원피로척도(MFI, Multidimensional Fatigue Inventory)가 유의미하게 개선되었음을 확인했다. 이 연구 결과는 국제 학술지인 '파이토메디신 플러스(Phytomedicine Plus)'에 게재되었으며 우리나라는 물론 러시아에 특허 등록을 완료했다. 그리고 지난 2023년 9월 1일, 제6차 건강기능식품심의위원회 회의 결과 '헤모힘당귀등혼합추출물'의 피로 개선 기능성 추가가 공식 인정됐다.

헤모힘G로 글로벌 확장 가속화

헤모힘의 개별인정형 건강기능식품 최초 면역 기능 개선 및 피로 개선 이중기능성 인정과 더불어 또 하나의 희소식이 날아들었다. 바로 헤모힘의 글로벌 버전인 '헤모힘G'가 개발돼 유럽 등에 출시된 것이다.

헤모힘G는 해외 많은 국가에서 식품으로 등재되고 참당귀, 일천궁, 작약과 동일한 목적으로 사용하는 중의학 약재로 개발됐다. 효능의 경우 면역 증진 및 활성도 수치 성분이 기존 헤모힘과 차이가 없는 것으로 확인되었다. 한방에 익숙하지 않은 외국인들에게 거부감이 없도록 포뮬레이션 개발에도 힘썼다. 출시 전 영국과 유럽 법인의 회원 및 한국 회원을 대상으로 설문 조사를 실시했는데, 유럽 회원의 만족도가 한국 회원보다 높았다. 이는 한약 느낌의 맛이더라도 유럽인들에게 접근이 가능하다고 해석할 수 있다. 또 헤모힘 구입 의향에 대해서는 응답자의 10명 중 9명이 구입하겠다고 응답했다.



헤모힘G의 개발 및 출시로 향후 애터미의 해외 진출이 더욱 가속화될 것으로 전망된다. 헤모힘은 앱솔루트 셀 랙티브 스킨케어와 함께 오늘의 애터미를 만든 일등 공신이다. 특히 처음 출시 당시, 타사에서 60포에 77만 원에 판매하던 것을 30포에 76,500원에 출시한 뒤, 마른 수건도 쥐어짜는 비용 절감을 통해 60포에 76,500원까지 가격을 인하했다. 마케팅팀 관계자는 "헤모힘G는 글로벌 건강식품 시장을 겨냥해 개발한 제품"이라며 "건강기능식품 최초 면역 기능 개선과 피로 개선 이중기능성으로 상품성이 향상됐다면 글로벌향 제품은 시장 확대를 통해 매출 증대에 큰 역할을 할 것"이라고 말했다.



9월 출시를 준비 중인 헤모힘샷 * 상기 이미지는 추후 변경될 수 있습니다.

9월 헤모힘샷 출시. 브랜드 라인업 강화

애터미는 지난 4월부터 헤모힘 피로 개선 기능성 추가 인정 및 헤모힘G 출시 등의 호재를 사업자들이 제대로 인식하고 사업에 활용할 수 있도록 다양한 이벤트를 개최하고 있다. 석세스아카데미와 원데이 세미나 등 다양한 교육 프로그램을 통해 각종 이벤트가 펼쳐졌으며, 포토 부스, 귓가를 도는 중독적 멜로디의 헤모힘 로고송들이 동시다발적으로 진행됐다.

헤모힘 이벤트는 회원들이 좀 더 가볍고 부담 없이 소비자에게 헤모힘을 소개하고 이를 통해 확실한 국내 넘버원 건강기능식품으로 자리매김하는 것이 목표다. 한 회원은 "실제로 헤모힘 얘기를 하면 '난 건강에 문제가 없는데 이걸 먹어야 돼?'라는 사람들이 많았다"라며 "피로 개선에 도움이 된다고 인증을 받았다면 훨씬 더 소개하기가 수월해질 것"이라고 말했다.

이벤트와 함께 헤모힘 브랜드의 라인업도 강화된다. 오는 9월, 애터미는 신제품 '헤모힘샷'을 출시할 계획이다. 헤모힘샷은 헤모힘을 맛있고 간편하게 즐길 수 있도록 개발한 제품이다. 식약처에서 '피로 개선에 도움을 줄 수 있음'을 인정받은 '헤모힘당귀등혼합추출물' 6g이 들어있는 기능성 표시식품으로 타우린, 과라나추출물이 함유되어 즉각적인 피로 개선 효과를 기대할 수 있다. 제품 개발 담당자는 "피로 개선 기능성을 인정받은 '헤모힘당귀등혼합추출물'이 주원료인 '헤모힘샷'은 '건강한 에너지 드링크'를 표방하는 제품"이라며 "피로 회복과 집중력 강화 하면 가장 먼저 떠오르는 제품으로 자리매김할 것"이라고 자신했다.

지난 4월 석세스아카데미 헤모힘 타월 이벤트 현장(좌), 대만 석세스아카데미 헤모힘 부스 전경(우)

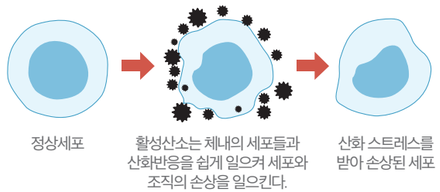




면역 기능과 피로 개선의 조합 근거

면역 기능과 피로 개선의 조합은 우연히 발견 또는 착안해 낸 아이디어가 아니다. 여기에는 우리 신체에서 이루어지고 있는 피로 누적, 면역 기능에 관여하는 '항산화(抗酸化, Antioxidation)' 기전이 매우 중요한 근거가 되고 있다. 항산화는 산화의 억제를 의미하며, 세포의 노화 과정과 안티에이징을 설명할 때 많이 등장하는 개념이기도 하다.

사람의 호흡을 통해 체내로 들어온 산소는 인체에 필요한 에너지를 만드는 데 중요한 역할을 하지만, 그 과정에서 활성산소라는 자유 라디칼(Free Radical, 짝지어지지 않은 홀전자를 가진 원자나 분자)을 생성하게 된다. 자유 라디칼은 불안정하고 높은 에너지를 갖고 있어, 인체의 다른 분자들과 쉽게 산화반응을 일으키며, 세포와 조직의 손상을 일으키게 된다. 이 때문에 성인병과 암을 비롯한 질병을 일으키는 원인이자 노화를 일으키는 주범 중 하나다. 반면에 면역체계 강화, 근육 재생, 당뇨병 억제, 퇴행성 관절염을 완화시키는 등의 기능도 한다.



정상세포 활성산소는 체내의 세포들과 산화반응을 쉽게 일으켜 세포와 조직의 손상을 일으킨다. 산화 스트레스를 받아 손상된 세포

활성산소는 육류나 가공식품, 패스트푸드 등과 같은 음식을 섭취하면 소화 분해 과정에서 발생한다. 또한 육체적으로 힘든 일을 할 때, 우리 몸에 침투한 병원체를 없앨 때, 스트레스나 피로가 쌓였을 때도 활성산소가 발생한다. 자외선, 방사선, 흡연, 환경오염물질, 스트레스, 과식, 심한 운동, 인스턴트 음식, 염증 등이 활성산소를 유발하는 주요 요인으로 꼽히고 있다.

만약 활성산소가 만들어지는 속도와 제거되는 속도의 균형이 깨져서 활성산소가 지나치게 많아지면 우리 몸에는 '산화 스트레스'가 발생하게 된다. 즉 염증이 생길 수 있고 변형된 단백질이 축적되거나 세포나 조직, DNA 손상 등을 일으킬 수 있다. 세포가 사멸하거나 이상 증식되어 종양이 생길 수도 있다. 쉽게 표현하자면 노화, 뇌졸중, 심근경색, 암 등 여러 질병이 나타나고 면역 세포를 감소시켜 면역 기능을 떨어뜨릴 수 있다. 이 활성산소를 제거하는 것이 세포의 산화, 즉 노화를 막는 방법이며, 이러한 세포의 산화를 억제하는 것이 항산화다.

산화적 스트레스와 면역 세포 간의 불균형은 우리가 흔히 겪는 만성피로일 때도 찾아볼 수 있다. 한 연구에 따르면 만성피로 환자의 경우 T세포 중 Th1, Th2 간 면역반응의 균형이 깨져 있으며, 염증 증상과 초기 T세포 활성화 경로를 조절하는 혈청아연(항산화 물질)의 수치가 유의미하게 낮은 결과를 보였다고 한다. 아연은 강력한 항산화 물질로, 만성피로 환자에게 감소된 아연은 산화적 스트레스의 증가와 관련이 있다는 것을 입증한다. 만성적인 피로에 의해 발생한 산화적 스트레스가 면역체계에 부정적인 영향을 준다는 것은 피로와 면역 기능이 유기적으로 연관되어 있음을 나타낸다.

결국 면역계의 안정을 위해서는 산화적 스트레스를 유발하는 만성피로뿐만 아니라 앞서 언급한 자외선, 방사선, 흡연, 환경오염물질, 스트레스, 과식, 심한 운동, 인스턴트 음식, 염증 등을 멀리하는 것이 중요하다. 또한 비타민C, 토코페롤, 페놀산 등이 함유된 항산화 식품이나 항산화제를 섭취해 체내의 산화적 스트레스를 줄이는 것도 필요하다.

활성산소를 유발하는 주요 요인



* 상기 내용은 일반적인 내용으로 제품과 직접적인 연관이 없습니다.

에너지부스팅은 물론 면역까지, 헤모힘샷!

피로 개선과 면역 강화를 위한 맛있는 한 병

공부나 업무 시 집중력을 끌어올리기 위해, 운동을 즐기기 위해 섭취하는 에너지드링크 시장이 빠르게 성장하는 가운데 근본적인 피로 개선은 물론 면역력 강화에 도움을 줄 수 있는 헤모힘샷이 9월 출시된다. 헤모힘의 면역력 강화와 피로 개선 효과에 타우린과 과리나추출물의 더해 에너지부스팅 효과를 더했는데 대한민국 대표 피로회복제로 우뚝 설 헤모힘샷의 출사표가 기다려진다.



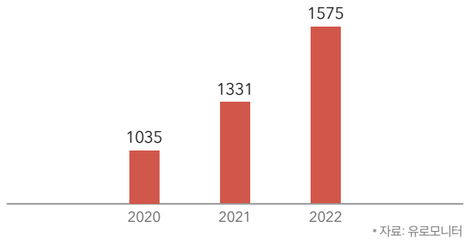
* 상기 이미지는 변경될 수 있습니다.

'헤모힘당귀등혼합추출물' 함유로 근본적 피로 회복

헤모힘은 한국원자력연구원이 개발한 특허 성분 '헤모힘당귀등혼합추출물'을 주성분으로 개발된 국내 최초의 개별인정형 건강기능식품이다. 2022년 식품의약품안전처가 발표한 '2021 식품 등의 생산 실적'에 따르면 '헤모힘당귀등혼합추출물'은 6,048만 달러(약 700억 원, 2021년 평균환율 적용)로, 4,832만 달러(약 553억 원)를 수출한 홍삼을 제치고 국내 건강기능식품 가운데 가장 큰 수출액을 기록했다. 헤모힘샷은 이러한 헤모힘을 맛있고 간편하게 즐길 수 있도록 나온 제품으로, 특허 성분 '헤모힘당귀등혼합추출물'이 6g 함유되어 있어 피로 개선 및 면역력 강화에 도움을 줄 수 있다. 헤모힘샷 1병으로 헤모힘 일일섭취량 대비 30%를 섭취할 수 있는데, 평소에 피로를 호소하는 만 30세 이상 60세 미만의 건강한 성인 남녀 100명을 대상으로 인체 적용 시험을 한 결과, 8주 섭취 후 피로도 척도가 개선되는 것을 확인했다.

에너지드링크 국내 시장 성장세

(단위 : 억 원)



* 자료: 유로모니터

타우린, 과라나추출물 함유로 정신 번쩍!

애터미 헤모힘샷에는 '헤모힘당귀등혼합추출물' 외에도 타우린, 과라나추출물이 함유되어 즉각적인 피로 개선 효과를 기대할 수 있다. 타우린은 아미노산의 일종으로 자양강장제나 에너지드링크 성분으로도 잘 알려져 있다. 음식으로 섭취하려면 낙지, 갑오징어, 주꾸미, 소라, 굴 등을 통해 섭취할 수 있는데, 타우린은 간을 튼튼하게 해 피로를 회복하고 심장과 눈 건강, 스트레스 완화 효과가 있다. 최근 사이언스지에 실린 뉴욕 컬럼비아 대학교 연구 결과에 따르면 타우린이 인간의 노화를 늦출 수 있다고 한다.

과라나추출물 또한 에너지드링크의 주성분으로, 아마존 열대우림에서 자라는 과라나 식물의 씨앗에서 추출한 성분이다. 과라나 씨앗은 카페인을 비롯한 다양한 성분을 포함하고 있는데, 이로 인해 집중력 향상, 에너지 증가, 운동 성능 향상, 항산화 효과를 지닌다. 헤모힘샷에 포함된 카페인은 30mg으로 1일 최대 권고섭취량(성인 400mg)의 1/10 수준이다. 에너지드링크(핫식스 60mg)나 캔 커피(조지아 104mg)에 함유된 카페인양보다 낮아 비교적 안심하고 섭취할 수 있다.

대표적인 타우린 음식과 과라나 열매





대한민국 대표 피로회복제로 거듭날 것

헤모힘샷이 에너지드링크나 자양강장제와 다른 점은 일시적으로 피로를 잊게 하는 것이 아니라 피로의 원인을 근본적으로 개선한다는 것이다. 에너지드링크는 카페인이 주성분으로 뇌를 각성시켜 집중력을 높이고 졸음을 예방하는 효과가 있다. 자양강장제는 몸의 영양을 붙게 한다는 의미를 가지고 있으며 타우린을 주성분으로 한다. 헤모힘샷은 에너지드링크, 자양강장제에 들어가는 성분을 부원료로 하며 면역기능 개선, 피로 개선에 도움을 주는 '헤모힘당귀등혼합추출물'을 주성분으로 한다. 식약처에서 '피로 개선에 도움을 줄 수 있음'을 인정받은 기능성 표시식품으로 설탕과 같은 정제당을 사용하지 않고 자일리톨과 파인애플농축액으로 건강한 단맛을 냈다는 점도 차별점이다.

애터미 헤모힘샷은 공부 피로도를 줄이고 집중력을 높이고 싶은 수험생, 과도한 업무로 피로가 쌓인 직장인, 장거리 운전자 등에게 추천할 수 있으며, 피로와의 싸움을 위해 커피를 마시지만 건강한 대체품을 찾는 사람들에게도 딱이다. 간편하게 하루 한 병 섭취하며 피로 개선에 도움을 줄 수 있는 애터미 헤모힘샷이 바쁜 현대인들의 필수 음료로 자리 잡는 날이 머지않을 것 같다.



지난 4월 석세스아카데미 애터미오롯 현장에서 진행된 헤모힘 타월이벤트

축 헤모힘! 면역은 물론 피로까지 한 번에 잡았다

이중기능성 인정 축하 이벤트, 친필 골드 카드를 잡아라

지난 4월부터 전국의 석세스아카데미 현장에서는 다양한 이벤트들이 진행됐다. 헤모힘 이중기능성 인정을 축하하는 '헤모힘 피로 개선 기능성 추가 론칭 이벤트'가 시작된 것이다. 헤모힘 이벤트와 함께 글로벌향 헤모힘G가 출시됐고, 더불어 하반기에는 '헤모힘 샷'이 출시된다. 바야흐로 헤모힘이 또 한 번의 퀀텀 점프를 준비하고 있는 것이다. 이윤근 헤모힘 담당자는 "피로 개선 기능성 추가 획득을 계기로 헤모힘 브랜드를 더 많은 사람들에게 알리고자 이번 이벤트를 기획하게 됐다."라고 말했다.

면역 UP! 피로 DOWN! 8월까지 이벤트 진행

4월부터 시작된 '헤모힘 피로 개선 기능성 추가 론칭 이벤트'가 회원들의 호응 속에 열기를 더하고 있다. 지난해 10월 헤모힘의 주원료인 '헤모힘당귀등혼합추출물'이 식품의약품안전처로부터 피로 개선 기능성을 획득해 건강기능식품 최초 2중 기능성 개별인정형 원료가 됐다. 애터미는 '헤모힘당귀등혼합추출물'에 신규 기능성이 있다는 점을 확인하고, 지난 2017년 '헤모힘 지속 기술 개발 프로젝트'를 가동해 6년 만에 피로 개선 효과를 과학적으로 입증해 낸 것이다. 이에 지난 4월부터 헤모힘의 2중 기능성 인정을 축하하고 이를 더 많은 소비자들에게 널리 알리기 위해 '헤모힘 피로 개선 기능성 추가 론칭 이벤트'를 펼치고 있다.

이번 헤모힘 이벤트에는 다양한 프로모션들이 동시다발적으로 펼쳐지고 있다. 우선 석세스아카데미에 참석한 모든 회원들이 자유롭게 참여할 수 있는 헤모힘 석세스 응원 타월 이벤트가 있다. 피로 개선 기능성 추가 획득을 축하하는 동시에 전 세계 모든 소비자들이 헤모힘의 2중 기능성을 경험하기를 염원하며 '면역 UP! 피로 DOWN! 애터미 헤모힘'이라는 글귀가 새겨진 헤모힘



헤모힘 드림카드와 골드카드 이벤트

응원 타월을 석세스아카데미 현장에서 모두 함께 머리 위로 펼치는 행사다. 이를 통해 피로 개선 기능성 추가를 함께 축하하고 이를 모든 소비자에게 알리겠다는 회원들의 의지를 다진다는 의미다.

이와 함께 드림카드 이벤트도 진행중이다. 헤모힘 박스마다 박한길 회장의 편지와 응원 메시지가 담긴 카드 5종이 랜덤으로 동봉된다. 이 메시지 카드 5종을 모두 모아 인증하면 특별한 경품이 기다리고 있다. 경품은 물론 카드를 수집하는 소소한 재미도 느낄 수 있는 이벤트인 셈이다. 또한 골드카드 이벤트도 있다. 골드카드를 획득한 총 5명에게 5성급 호텔 숙박권과 애터미 기프트박스가 증정된다. 카드 이벤트는 8월까지 계속된다.

헤모힘 신규 로고송도 제작됐다. '면역에는 헤모힘 애터미 헤모힘~ 피로에도 헤모힘 애터미 헤모힘~ 지친 면역 깨우는 애터미 헤모힘~'이라는 가사를 바탕으로 귓가에 맴돌고 입으로 흥얼거리게 되는 중독적 멜로디로 회원들을 사로잡았다. 헤모힘 이벤트 담당자는 "애터미 헤모힘이 피로 개선 기능성을 추가 인정받으면서 개별인정형 건강기능식품 최초로 면역 기능 개선과 피로 개선의 2중 기능성을 획득했다"라며 "최근 글로벌 확산을 위한 헤모힘G도 론칭하는 등 이번 이벤트를 통해 헤모힘이 세계 정상급의 건강기능식품으로 우뚝 설 수 있을 것"이라고 말했다.

피로 개선 기능성 추가로 더 많은 소비자에게 소개 가능해

피로 개선 기능성 추가 인정에 대해서는 모든 회원이 '쾌거'라고 할 만큼 반가워했다. 기존에는 헤모힘을 소개하면 '아프지 않다'라거나 '면역엔 자신 있다'라고 하는 사람들이 더러 있었다. 그러나 이젠 피로 개선까지 추가돼 광범위한 소비자들에게 더욱 쉽게 헤모힘에 다가갈 수 있게 됐기 때문이다. 모 회원은 "피로 개선 기능성을 인정받았다고 하면 확실히 피로가 좀 풀린 것 같다는 분들이 많다"라며 "이제 헤모힘은 정말 온 국민이 다 먹어야 될 것 같은 '국민 건강식품'이라는 생각이 든다"라고 말했다.

애터미를 부업으로 하고 있는 한 사업자는 "헤모힘을 알리고 싶은데 면역을 얘기하면 어렵고 부담스러워하는 사람들이 많다"라며 "헤모힘 이벤트가 실질적으로 굉장히 도움이 된다"라고 했다. 이벤트 동영상이나 사진을 보여 주며 호기심을 끈 뒤 헤모힘이 피로 개선에도 좋다고 설명하면 보다 용이하게 다가갈 수 있다는 것이다.

또 다른 사업자는 보다 현실적인 부분을 짚었다. 건강한 사람도 피로가 쌓일 수 있는 만큼 애터미의 타깃층이 사실상 거의 모든 소비자로 확대 됐다는 것이다. 피로 개선 기능성의 추가로 소비층이 두터워지면서 수요가 확대되고, 수요가 확대되면서 헤모힘에 대한 인지도가 높아지고, 이는 다시 소비층을 더욱 두텁게 하는 선순환 효과를 기대하고 있다.

그러나 헤모힘 이벤트의 가장 큰 효과는 회원들에게 '애터미가 회원을 생각하는 마음이 보이는 것'이다. 한 사업자는 "이런 이벤트를 통해 애터미가 회원을 위해 많이 움직이고 있다는 느낌을 받는다"라며 "그런 것들이 또 회사에 대한 신뢰를 키우게 되고 더 열심히 해야겠다는 각오를 만든다"라고 말했다.







1박2일 석세스아카데미를 진행한 애터미오룻(좌)과 수원 라비돌 호텔(우)의 2일차 현장

Editor_이형민

FIELD 2

기다렸다, 1박 2일 석세스아카데미

매달 석세스아카데미가 기다려지는 이유 - 현장 르포

1박 2일 석세스아카데미 첫날의 수원 라비돌 리조트, 아직 오전이지만 행사장 앞 로비에는 사업자들의 두런거리는 소리와 분주한 움직임으로 활기가 가득하다. 삼삼오오 모여 회포를 풀기도 하고 오래간만에 만난 사업자들과 인사를 하거나 아직 도착하지 못한 파트너들을 챙기며 다음날까지 이어지는 석세스아카데미에 대한 반가움과 기대를 표출했다.

당일치기보다 좋은 1박 2일

팬데믹 이전의 석세스아카데미는 당연히 1박 2일이었다. 애터미 초창기에는 전국에서 사업자들이 속리산에 모여 1박 2일 동안 함께하며 제심합력의 스킨십을 통해 다 같이 성공하기를 꿈꿨다. 그러다가 전국 9곳에서 동시다발적으로 1박 2일 석세스아카데미를 개최하기에 이르렀다. 한 사업자는 1박 2일 석세스아카데미가 필요한 이유를 “교육만 듣고 헤어지면 후속 미팅까지 상당한 시일이 걸리는 경우가 많다.”라고 하며, “그런 경우, 사실상 석세스아카데미의 효과는 반감된다.”라고 말했다.

팬데믹 때에는 어쩔 수 없었지만 이제는 그럴 필요가 없어진 것이다.

3년 동안의 팬데믹은 인고의 시기였다. 오프라인을 온라인으로 전환하면서 메타버스와 가상현실에 많은 기대를 했다. 그러나 현실을 대체하기엔 아직은 시기상조였다. 부족한 것은 열정과 간절함으로 채우며 오프라인을 기다리고 있었던 것이다.

팬데믹 이후 처음으로 일부 지역에서 1박 2일 석세스아카데미가 개최됐다. 첫째 날, 오랜만에 함께 밤을 지새우게 된 회원들은 늦은 밤까지 그룹별, 팀별로 인생 시나리오를 함께 쓰고 서로의 시나리오를 보며 새로운 각오를 다졌다. 또한 그동안 못다 했던 일상의 이야기와 비즈니스 노하우, 서로의 꿈들을 털어놓으며 스폰서로서, 파트너로서, 그리고 동반자로서 칭찬과 위로와 격려를 나눴다. 한 회원은 스폰서와 파트너들이 함께 모여 인생 시나리오를 쓰면서 “팬데믹 시절에는 조금 의무감에 쓰는 그런 느낌도 없지 않아 있었다.”라고 하며, “오늘은 이렇게 같이 쓰다 보니까 더 생각하게 되고 비전이 확실해진다.”라고 말했다.

2일째 아침, 피곤한 표정 없이 회원들은 아침을 먹고 가벼운 발걸음으로 행사장으로 모였다. 어젯밤 늦도록 꿈과 비전을 공유하며 서로에게 힘을 주고받느라 피로가 쌓일 법도 하건만 마치 힐링 여행이라도 온 듯 산뜻한 표정과 모양새였다. 모 회원은 “간밤에 인생 시나리오를 쓰면서 내 꿈을 찾은 것 같은 느낌이 들었다.”며, “쓴 만큼 성과를 내야 하겠다는 압박과 희망이 생겨났다.”라고 말했다. 긴 밤, 열정과 희망을 가슴에 채우느라 눈을 붙이지는 못했지만 피곤할 틈도 없이 2일째 아침 프로그램에 참석했다.

이윽고 헤어져야 할 시간, 회원들은 서로서로 손을 부여잡고는 아쉬움을 고했다. 누군가는 후속 미팅을, 누군가는 센터에서의 만남을, 또 누군가는 한 달 후의 석세스아카데미를 기약하며 달콤한 이별을 나눴다. 말하지 않아도 모두들 알고 있었다. 다음의 1박 2일을 기다리고 있다는 것을. 막 집으로 가는 차에 오르려던 한 사업자에게 물었다.

“1박 2일 석세스아카데미 어땠어요?”

“당일치기 석세스아카데미보다 훨씬 좋았어요. 모두들 해 볼 만하다고 하니까 저까지 덩달아 제대로 한번 해 보자는 각오가 생기네요.”



다같이 모여 인생시나리오를 작성하는 회원들(수원)

같은 공간서 지내며 스폰서 파트너 마음 터놓게 돼

1박 2일동안 파트너와 함께하는 비즈니스 여행 아침에 전날 석세스아카데미 소감 나눌 수 있어 좋아

이혜선 다이아몬드마스터 & 윤미경 다이아몬드마스터

다시금 시작된 1박 2일 석세스아카데미, 회원들은 어떻게 생각할까? 또 팬데믹 이전과 이후의 차이점은 없을까? 1박 2일 석세스아카데미가 열리고 있는 수원 라비돌 리조트 현장에서 이혜선 다이아몬드마스터, 윤미경 다이아몬드마스터와 더블 인터뷰를 했다. 이혜선 다이아몬드마스터는 미국에서 직접판매 회사의 컨벤션 통역을 했었던 실력파 통역사였지만 애터미의 제품을 보고 '이런 다단계판매라면 해 볼 만하다.'라고 생각하고 애터미를 시작했다. 팬데믹 이전에 1박 2일 석세스아카데미를 4~5회 정도 경험해 봤다. 윤미경 다이아몬드마스터는 이혜선 다이아몬드마스터의 파트너로 1박 2일 세미나를 처음 경험했다. 영업을 오래 했지만, 애터미 제품을 보고 비전을 봤다. 그리고 김연숙 임페리얼마스터의 영상에 반했다. 어머니를 김연숙 임페리얼마스터처럼 처럼 만들고 싶다는 간절함에 애터미 사업을 시작했다.



윤미경 다이아몬드마스터(좌)와 이혜선 다이아몬드마스터(우)

처음 1박 2일에 참가하실 때 거부감 같은 것은 없으셨나요?

윤미경 예전에는 세미나에 가더라도 숙박을 안 했었잖아요. 처음 출발할 때는 대학교 MT를 간 것 같은 느낌이었어요. 근데 같이 1박을 보내고 나니까 파트너가 정말 사업적인 파트너가 아니라 가족 같은 느낌이 들어서 너무 좋았어요.

이혜선 3번 정도 1박 2일에 참석하고 팬데믹이 왔어요. 아이들이 어려서 그게 조금 걱정이 됐었는데, 일단 오니까 '진짜 내가 애터미를 하는구나.'라는 결심을 할 수 있어서 좋았어요. 그런 경험을 했기 때문에 다음 달에도 가야 되고, 그 다음 달에도 가야 된다는 마음을 전했더니 가족들이 다 이해하더라고요. 부모님이 믿어주는 부분이 생긴 것 같아서 도움이 많이 됐었던 것 같아요.

오는 길에 파트너분들이랑 같이 오셨을 텐데 분위기는 어땠나요?

윤미경 파트너 두 분은 기차를 타고 오시고 저희 아버지는 대구에서 오셔서 같이 차를 타고 수원에 왔거든요. 근데 그때 오는 길이 너무 재미있는 거예요. 아빠가 '이런 여행을 매달 갈 수 있다는 게 너무 즐겁다.'라고 하시더라고요. 아빠가 아직 사업을 안 하시는데, 1박 2일이 생기고 나서 애터미 사업을 같이 하자고 말씀을 드리려고 모시고 온 거예요. 이렇게 1박을 보내고 나면 아빠한테도 애터미 피가 흐르지 않을까 해서요.

1박 2일로 하니까 석세스아카데미와 승급식을 보고 어떤 느낌이었는지 얘기를 할 수 있었고, 또 저녁에 자기 전에 애터미의 비전에 대해서 의견을 나누고, 그다음 날은 애터미 사업을 어떻게 하는지 공유하는 시간을 가지면서 정말 '데리고 오기만 하면 되겠구나.'하고 느꼈어요.

팬데믹 전, 그리고 팬데믹 때하고 지금의 차이라면 어떤 게 있을까요?

이혜선 팬데믹 전에는 좀 신기했었던 것 같아요. '이런 게 있구나.' 정도였다면 팬데믹 후에는 정말 1박 2일을 기다렸거든요. 그러니까 팬데믹 전과 후에 세미나를 받아들이는 마음이 굉장히 다르죠. 이제는 더 신나서 오게 돼요.

윤미경 팬데믹 때에는 파트너와 조직을 만들어 가는 것이 아무래도 더뎠다고 할까요.

예를 들어서 제가 어떤 분을 소개받으면 저와 그 분은 관계성이 생기는데, 제 스폰서나 중간 파트너하고 새로운 분을 연결해 주는 것들이 조금 힘들었어요.

따로 개인 미팅을 하거나 센터에서 만나서 소개하거나 했거든요. 이제는 1박 2일을 통해서 조직화시킬 수 있어서 참 좋아요. 여기 오면 한 번에 해결되잖아요. 어떻게 보면 만남의 장을 만들어 주는 거죠.

석세스아카데미가 매번 비슷하게 느껴질 수 있는데 어떻게 힘을 받게 되는지요? 어떤 점이 그렇게 만드는 건가요?

이혜선 제가 느끼는 애터미 석세스아카데미의 장점이라면 우리가 할 수 있는 걸 가르쳐 줘요. 저 사람이 이렇게 하니까 나도 이렇게, 다음번에 또 들으니까 따라 할 수 있도록 만들어 주는 거죠. 그런 게 실제로 저희한테 필요한 거예요. 저 얘기를 나도 파트너에게 전해야지 하는 거죠. 세미나가 매번 비슷하게 보일 수 있지만 아니예요. 계속 듣다 보면 매번 새로운 것을 깨달아요.

윤미경 똑같은 영상이지만 제가 애터미 사업을 한 기간에 따라, 저의 위치에 따라 내용이 들려요. 같은 회장님 강의도 내가 정말 세일즈를 열심히 해야 될 때는 어떻게 세일즈를 해야 되는지가 집중해서 들렸고, 다이아몬드마스터가 돼서는 그 내용이 또 다르게 들렸어요. 어떻게 조직을 운영해야 되고, 요즘은 어떻게 내 파트너를 도와줄 수 있나 이런 부분이 또 새롭게 들려요.

중요한 것은 새로운 파트너를 모시고 그 자리에 가는 거잖아요. 그러면 제 파트너는 그 얘기를 처음 들어보는 거예요. 또 여러 성공자들의 자기만의 스토리가 소개되잖아요. 맥락은 같지만 각기 다른 스토리가 있어서 재밌게 강의를 들을 수 있어요.

인생시나리오를 처음 쓰는 분께는 어떻게 코치를 해주시나요?

이혜선 한 번도 써본 적이 없다는 분이 많으세요. 그래서 어떻게 써야 하는지 얘기하기가 참 힘들어요. 그래서 저는 제가 처음 시작할 때 석세스아카데미에 와서 썼던 인생 시나리오를 항상 가지고 다니면서 '나도 이렇게 썼어요. 이거 두세 가지밖에 목표가 없었는데 지금은 이렇게 인생 수레바퀴가 커졌거든요.'라고 보여줘요. 그러니까 저처럼 두세 가지라도 시작해야겠다고 하는 생각을 할 수 있는 것 같더라고요.

인생 시나리오 쓰는 법을 배우실 때 어떤 점이 제일 막혔나요?

윤미경 지금까지는 제가 살면서 이렇게 큰돈을 벌 수 있다는 가능성을 생각하고 있지 않았어요. 17년 동안 회사에서 일을 했지만, 그때는 월급이 300~500만 원 사이였거든요. 그 안에서 저축이나 미래 대비를 고민했었기 때문에 내가 미래에 이렇게 돈을 벌 수 있다는 가능성을 생각해 본 적이 없었던 거죠. 그런 부분이 처음에는 좀 막막했었는데, 지금은 2년이 넘게 애터미를 하면서 계속 인생 시나리오를 쓰다 보니까 하고 싶은 게 계속 늘어나는 거예요. 그래서 빨리 임페리얼마스터가 되겠다는 생각을 하게 됐습니다.

애터미 사업에 전력을 다해야겠다고 결심하게 된 계기가 언제쯤이었나요?

윤미경 저는 애터미 사업을 시작하자마자 비전을 봤거든요. 영업을 오래 했었기 때문에 이렇게 좋은 아이템이라면 정말 가능하다는 것을 확실하게 느꼈던 거죠. 하지만 사업을 꼭 해야되겠다고 느꼈던 건 저희 어머니 때문이에요.

처음 석세스아카데미를 센터에서 화면으로 봤는데, 김연숙 임페리얼마스터가 나와 빨간 스포츠카 앞에서 치마를 휘날리는 사진을 봤어요. 저희 어머니랑 김연숙 임페리얼마스터랑 나이가 같은데 저희 엄마는 지하에 있는 가게에서 30년 넘게 장사하고 계시고 임페리얼마스터는 정말 즐거운 삶을 살고 계시는 거죠. 그게 저한테 너무 아픔으로 다가오더라고요. 그래서 '우리 엄마를 빨리 저기에서 탈출시켜 드려야 되겠다. 정말 엄마의 삶을 즐거운 삶으로 바꿔드려야 되겠다.'라는 생각이 들어서, 그때 정말 눈물을 펑펑 흘리면서 김연숙 임페리얼마스터의 성공을 엄마에게도 드리자고 생각했어요.

이혜선 처음엔 '이거 진짜 되겠다.'보다는 '나쁘지 않네, 내가 손해 볼 게 없겠다. 일단은 우선 발만 담가보자.' 그랬죠. 그런데 될지 안 될지 잘 모르지만, 하라는 대로 쭉 따라가다 보니까 이게 10이 생기고 세미나에서 성공한 사람들이 했던 경험을 따라 해봤더니 20이 되고 30이 되면서 계속 차올라갔던 거죠. 한 달 후, 또 1년 후에 제가 계속 세미나나 센터의 모임에 참여하면 이게 훨씬 더 커질 것 같다는 생각이 들더라고요.

이제는 파트너분들이 오면 '그냥 시키는 대로 하십시오.'라고 해요. 마음에 확신은 생겼지만 어떻게 할지 모른다면 시키는 대로 매주 세미나에 오면 되니까요. '매주 세미나에 오고, 매달 한 번씩 석세스아카데미에 참여해라.' 그렇게 하다 보니까 점점 확신이 커가는 것 같아요.

해외기자단, 애터미 본사 방문해 “글로벌 유통 기업” 체감

중국, 대만, 태국, 카자흐스탄 4개 지역 8개 매체 한국 방문

지난 5월 15일부터 18일까지 3박4일 동안 중국과 대만, 태국, 카자흐스탄 등 4개 지역의 언론사 기자단이 애터미를 방문했다. 현지 법인의 초청으로 이루어진 이번 투어는 글로벌 애터미의 헤드쿼터인 애터미파크 방문 및 박한길 회장과의 간담회, 애터미 오롯 비전홀에서의 석세스아카데미 참관, 한국콜마 방문 등의 일정으로 진행됐다. 해외기자단은 이번 투어를 통해 “애터미가 전 세계 27개 지역에서 영업하는 글로벌 유통 기업이라는 것을 제대로 알게 됐다”, “절대품질 절대가격이야말로 1,500만 애터미 회원들의 힘이라는 것을 느꼈다” 등의 소감을 밝혔다.

애터미파크에서 실감한 애터미의 저력

팸 투어의 첫 번째 공식 일정은 애터미파크 투어였다. 16일 오전, 애터미파크에 도착한 해외기자단 일행은 애터미파크의 독특한 콘셉트에 호기심을 나타냈다. 특히 업무 공간이 부서별로 구분되어 있지 않고 열린 공간인 채로 사용되는 것에 놀라워했다. 또한 다양한 스타일의 회의 공간 역시 많은 이목을 끌었다. 특히 ‘씽킹룸’의 변기 의자는 해외기자단 모두에게 ‘상상만 해도 충분하리만큼 재미있는 아이디어’라는 인상을 주었다. 그 밖에도 임직원들을 위한 헬스장 시설이나 옥내 정원 등에 감탄을 연발했다. 대만의 한 기자는 “웅장한 건물에 굉장히 사랑이 넘치는 사옥 같다”라며 “이렇게 둘러보는 것만으로도 직원에 대한 사랑이 느껴진다”라고 말했다. 특히 여성 휴게실과 미용실 등 여성을 배려한 설계는 기자단의 호평을 받았다. 태국에서 온 기자는 “여성에 대한 배려가 눈에 띄어 감동적”이라며 “여성에게 친절한 기업이라는 점이 마음에 든다”라고 말했다.





애터미파크 투어 중인 해외기자단



국내 직접판매 시장과 애터미 사회공헌 활동에 대한 브리핑 현장

해외기자단은 애터미파크 투어를 통해 애터미의 저력을 실감했다는 분위기였다. 카자흐스탄에서 온 기자들은 애터미에 대해 익숙하지는 않았지만, 애터미파크의 규모와 다섯 개 대륙 곳곳에 해외 법인이 분포하고 있다는 소개에 글로벌 유통 기업임을 확실하게 알게 됐다. 중국 기자들은 애터미파크 업무 공간의 분위기가 자유롭고 격이 없이 서로를 존중하는 것이 느껴졌다고 말했다. 이들은 창업한 지 10년 만에 연 매출 2조 원을 넘는 글로벌 유통 기업으로 성장한 애터미의 저력에는 애터미파크에서 볼 수 있는 자유로운 창의성과 막힘없는 소통이 큰 역할을 했을 것이라고 말했다.

애터미파크 투어가 끝나고 대회의실에서 국내 직접판매 시장에 대한 간략한 설명과 애터미의 사회공헌 활동에 대한 브리핑을 가졌다. 이 자리에서 애터미 CSR 담당은 “애터미는 2009년 창립 당시부터 사회공헌 활동을 기업의 의무이자 권리로 생각해 왔다”라며 “한국 법인뿐만이 아닌 전 세계 법인을 통해 현지에서 각종 CSR 활동을 펼치고 있고, 사랑받는 기업으로 자리매김하고 있다”라고 강조했다. 이어 김태오 한국직접판매산업협회 사무국장은 “한국의 직접판매 시장은 강한 규제에도 불구하고 미국에 이어 세계 2위”라며 “애터미는 시장 경쟁력 있는 제품으로 성장하고 있는 한국의 네트워크마케팅 기업”이라고 말했다.

박한길 회장과의 간담회... 궁금한 것은 성장 비결

해외기자단의 애터미 투어의 하이라이트는 박한길 회장과의 간담회였다. 애초 한 시간 정도로 예정된 기자간담회는 열띤 질의응답이 이어지며 두 시간이 넘게 진행됐다. 해외 기자들은 애터미가 빠르게 글로벌 유통 기업으로 성장할 수 있었던 배경과 성장 동력, 그리고 해외 시장 전략에 대해 집중적으로 질의했다. 또 자국에서 펼치는 마케팅 전략과 목표 및 전망 등에 대해서도 궁금해했다.

첫 질문은 중국 기자단이었다. 중국 기자단은 애터미가 이미 27개 지역에 법인을 설립하고 회원들에게 절대품질 절대가격의 제품과 서비스를 제공하고 있다는 것을 잘 알고 있다며 애터미의 글로벌 비전과 그것을 달성하기 위한 전략에 대해 질문했다. 또 다른 중국 기자는 애터미가 앞으로 중국 시장에 대해서 어떤 기대를 하고 있는지, 또 그것을 위해 어떤 전략과 지원 방책이 있는지 궁금하다고 했다.

카자흐스탄 기자단은 요즘 새로 떠오르고 있는 이커머스 등 새로운 형태의 판매 방식들이 직접판매와 어떻게 다르고 어떻게 변화해 가는지와 애터미가 카자흐스탄에서 펼치는 마케팅 전략이 한국이나 다른 국가와 다른 부분이 있는지를 물었다. 또 대만 기자단은 애터미파크와 절대품질 절대가격에 대한 질문을 던졌다. 애터미파크를 통해 회원에게 전달하고자 한 메시지와 품질과 가격이라는 서로 모순되고 갈등이 발생하는 두 개의 단어를 어떻게 조화롭게 융합했는지 궁금하다고 했다. 마지막으로 태국 기자단은 애터미의 강점은 무엇인지, 그리고 애터미가 펼치고 있는 지속가능경영에 대해 말해달라고 요청했다.

박한길 회장은 유통 산업이 전 세계적으로 온라인화되고 대형화됨에 따라 일자리가 줄어드는 현상이 나타나고 있다고 전제한 뒤, 애터미는 소비자들이 뭉쳐서 대형 유통과 경쟁할 수 있고 일자리도 늘어나는 유통시스템을 만들고자 한다고 말했다. 또 애터미의 글로벌 전략

은 한국과 마찬가지로 '절대품질 절대가격의 제품을 유통'한다는 점을 밝혔다. 특히 IT나 AI 등의 발전에 대해서는 애터미는 기술기업이 아니라 유통기업이라는 점을 분명히 하며 AI나 IT의 발전은 "우리의 비즈니스를 더욱 활성화시키는 좋은 도구가 될 것"이라고 설명했다. 또 애터미의 성장 비결에 대해서는 "좋은 제품 싸게 공급한다는 유통의 상식을 견지해 온 것이 주효했다"라고 강조했다. 박한길 회장은 "대부분의 네트워크마케팅 기업은 자신들이 판매하는 제품이 왜 비싼지 설명해야 하지만, 애터미는 왜 싼지를 설명해야 하는 기업"이라며 "바로 그 점이 빠르게 성장한 비결이라면 비결"이라고 말했다.

박한길 회장은 해외기자단의 감탄을 자아낸 애터미파크에 대해서도 상세하게 설명했다. 그는 애터미파크를 설계할 때 가장 염두에 두었던 것으로 '소통'과 '독립'을 들었다. 직원들이 서로 소통할 수 있는 열린 공간이자 개인의 업무에 집중할 수 있는 독립적인 공간이 어우러진 사옥을 만들고자 했다고 말했다.

석세스아카데미 참관

다음날인 17일 오전, 해외기자단은 콜마비앤에이치 견학에 나섰다. 애터미의 주력 제품을 생산하는 한국콜마의 생산시설을 견학하기 위해서였다. 위생 가운과 모자를 쓰고 생산 현장을 둘러보며 새삼 애터미의 품질제일주의를 떠올렸다.

세계적인 생산 전문기업과 세계적인 유통 전문기업의 만남이 그려진 것이다. 해외기자단의 머릿속에서 품질과 가격이라는 서로 모순되고 갈등이 생기는 두 개의 단어가 조화롭게 융합되는 순간이었다.

이어 애터미오룻 비전홀에서 열린 석세스아카데미를 참관했다. 애터미오룻에 도착한 해외기자단은 먼저 애터미아자의 스마트팜을 견학했다. 애터미아자 스마트팜은 밀폐된 재배 환경에서 빛, 물, 온도, 습도, 이산화탄소, 비료 등을 제어하여 농약, 미세먼지, 유해 물질, GMO 등의 걱정 없는 신선한 채소를 계획적이고 연속적으로 연중 생산할 수 있는 최첨단 실내 농장이다. 완전 무공해 상태에서 이루어지는 신개념 농업의 현장에 해외기자단은 신기해하면서 생산량은 얼마인지, 유기농인지 질문을 쏟아내며 연신 사진을 찍느라 여념이 없었다. 스마트팜 견학에 이어 애터미오룻에서 취급하는 각종 상품을 둘러봤다. 특히 중국에서 인기리에 판매되고 있는 '유기농 발효 노니'와 간단하게 취식할 수 있는 즉석식품류에 많은 관심을 보였다.

이후 석세스아카데미 현장에 도착한 해외기자단은 먼저 규모에 놀랐다. 마이스(MICE, Meeting, Incentives, Convention, Exhibition) 전문기업이 아님에도 최대 칠천 명을 수용할 수 있는 대규모 이벤트홀을 보유하고 있다는 것도 흔치 않은 일이거니와, 방송국을 방불케 하는 각종 촬영 및 방송 장비와 무대 전면을 꽉 채운 고해상도의 LED 전광판에 눈이 휘둥그레졌다. 더욱 놀라운 것은 석세스아카데미에 참석하는 회원들의 열기였다. 이날 애터미오룻 비전홀에는 천여 명 가까운 해외 회원을 포함해 오천여 명의 회원이 운집했다.

석세스아카데미 참관을 마친 해외기자단은 한국콜마의 내곡동 화장품 연구소 견학을 끝으로 애터미 방문 일정을 마쳤다.

한국콜마 종합기술원 견학



애터미오룻 제품 전시대 관람



박한길 회장과의 주요 질의응답



중국 기자단

Q. 애터미는 어떻게 제품 품질과 소비자 권리를 보장하나요?

A. 제품 품질을 무엇보다 우선하고 있습니다. 또한 애터미는 한 제품은 한 협력사에만 발주하는 대신 품질만은 철저하게 유지 및 개선해달라고 요구합니다. 소비자에게는 언제든 반품할 권리를 보장합니다. 소비자 보호 관련 법령에서 규정하는 것 이상으로 반품 및 환불 권리를 보장합니다. 더 나아가 품질과 가격으로 소비자의 만족을 이끌어 털끝만큼의 소비자 불편조차도 없애는 것을 목표로 하고 있습니다.

Q. 애터미 중국의 미래 발전에 대해 어떤 기대를 하고 있나요?

A. 애터미 중국은 수년 내 한국보다 매출 규모가 훨씬 커지리라 기대하고 있습니다. 또한 애터미가 판매하는 제품의 메인 생산 기지가 될 것으로 전망하고 있습니다. 이렇게 되면 자연스럽게 애터미의 제조와 판매 중심은 중국으로 옮겨가고 한국 본사는 성장 전략을 세우고 집행하는 데 집중하게 될 것입니다. 또한 중국에서 제조된 주요 제품들이 한국은 물론 미국과 유럽, 아시아, 중동까지 전 세계로 팔려나가게 될 것입니다.

대만 기자단

Q. 대중명품이라는 목표 달성을 위해 어떤 노력을 기울이셨나요?

A. 품질을 높이면서 가격을 내리거나 유지하기 위해 첫 번째로 제품 라인업을 간소화함으로써 규모의 경제를 달성하고자 했습니다. 두 번째로는 일품일사 정책을 통해 협력사가 원가를 절감하고 품질을 개선할 수 있도록 지원했습니다. 또한 원자재 대량 구입이나 공정개선을 위한 자금을 무이자로 지원함으로써 이자 비용 절감을 유도했습니다. 애터미 자체적으로도 무차입 경영을 통해 금융비용을 제로화하고, 임직원들의 자율성을 보장함으로써 생산성을 향상하는 데 중점을 두었습니다.

Q. 대만 시장에 대해 어떤 기대와 전략이 있으신가요?

A. 대만은 한국에서 보면 동남아시아와 인도 태평양으로 나가는 길목이자 지리적으로 아주 가까운 사이이기도 합니다. 회원의 협력과 소통을 중심으로 신뢰 자본을 확충해 나가는 동시에 소비자에게 좀 더 다가가는 전략으로 지속적인 성장을 이뤄나갈 생각입니다. 올해로 10주년을 맞이한 대만 법인은 지난 2017년, 해외 법인 가운데 가장 먼저 연 매출 1,000억 원의 고지에 오르는 등 애터미의 글로벌 진출에서 아주 큰 의미를 가지고 있습니다.

태국 기자단

Q. 애터미의 강점은 무엇이라고 생각하시는지?

A. 좋은 제품을 싸게 파는 것입니다. 애터미는 항상 품질이 같으면 더 싸게 공급하고, 가격이 같으면 더 좋은 제품을 공급한다는 원칙을 갖고 있습니다. 이 원칙은 전 세계 어느 지역의 소비자에게도 통합니다. 이 때문에 대부분의 네트워크마케팅 기업들은 자사 제품이 왜 비싼지를 소비자에게 납득시켜야 하지만, 애터미는 왜 싼지만 설명하면 됩니다. 또 하나, 네트워크마케팅 기업으로서 애터미는 전 세계 모든 국가를 하나의 시장으로 접근하고 있습니다. 태국 법인의 회원이 미국 법인이나 영국 법인, 심지어 한국 법인의 회원을 파트너로 둘 수 있습니다.

Q. 애터미가 펼치고 있는 지속가능한 경영에 대해 말씀해 주십시오.

A. 애터미의 창업 이념 첫 번째가 생존입니다. 따라서 지속가능 경영은 애터미의 최우선 목표라고 해도 과언이 아닙니다. 지난해 애터미는 ESG 보고서를 발간했습니다. 또한 한국 공정거래위원회로부터 '소비자중심경영' 기업으로 3회 연속 인증 받았습니다. 또한 제로플라 정책을 통해 플라스틱 사용을 줄여나가고 있으며 최종적으로는 제로로 만들 계획입니다. 환경은 미래 후손들에게 빌려 쓰는 것이라고 생각합니다. 따라서 우리가 막 써도 되는 것이 아니라 더욱 깨끗하게 만들어서 후손들에게 물려주어야 합니다.

카자흐스탄 기자단

Q. 국가별 인기가 있는 제품이 궁금합니다.

A. 국가마다 조금씩 차이가 있습니다. 대체적으로는 헤모힘과 앱솔루트 화장품, 치약과 칫솔, 비타민C, 프로바이오틱스에 대한 선호도가 높습니다. 이 중에서도 애터미의 대표 제품인 헤모힘이 전 세계적으로 가장 인기가 좋습니다. 한국원자력연구원에서 개발한 헤모힘은 한국에서 단일제품으로 누적 매출 2조를 돌파한 한국의 대표 건강기능식품입니다. 최근 면역 기능 개선과 함께 피로 회복 개선 기능성 인정도 받았습니다.

Q. 이커머스와 같은 새로운 유통 채널의 발전이 직접판매 산업에 미치는 영향은 무엇인가요?

A. 직접판매 산업은 굉장히 유연한 산업입니다. 처음 시작은 판매원과 소비자가 대면 미팅을 통해 제품 정보를 전달하고 판매가 이루어졌습니다. 그러나 지금은 온라인을 흡수하며 공간적으로나 시간적으로나 훨씬 큰 규모가 된 것입니다. 기술이 더욱 발전하고 가상현실, 인공지능 등이 일반화된다면 직접판매 산업은 또 다른 혁신을 통해 더욱 안전하고 효율적이며 성장잠재력이 넘쳐나는 산업이 될 것입니다.



중국 쓰촨성 청두 석세스아카데미

2024 액츠 프로젝트, 다시 시작되다

박한길 회장 올해 첫 액츠 프로젝트
중국, 홍콩, 몽골 사업자들의 열정과 자신감을 다시 한번 불타오르게 만들어

지난 4월과 5월, 박한길 회장은 액츠(ACTS, Atomy Collaboration Total System) 프로젝트의 일환으로 중국과 홍콩, 그리고 몽골 법인의 석세스아카데미 현장에 함께했다. 지난 2022년부터 이어진 ACTS 프로젝트는 시간이 흐를수록 글로벌 애터미의 성장시스템으로 확고히 자리 잡아 나가고 있다. 이번 박한길 회장의 액츠 프로젝트에 함께한 각 법인의 회원들은 "사업자들의 열정과 자신감을 다시 한번 불타오르게 했다"(중국), "회장님의 말씀 하나하나에 들어있는 열정이 생생하게 다가왔다"(몽골), "애터미는 더 나은 삶을 통해 전 세계인들에게 사랑과 기쁨을 선사한다"(홍콩) 등의 반응을 보이며 받은 감동을 전했다.

Editor_이영민

청두

13만 명 동시 참여

지난 4월 23일, 박한길 회장은 중국의 유서 깊은 도시인 쓰촨(泗川)성의 청두(成都)시에서 열린 석세스아카데미에 참석했다. 이날 석세스아카데미에는 중국 전역과 싱가포르, 대만 등의 해외 법인에서 회원 1만여 명이 현장 참석했으며 온라인 참석자들은 무려 12만여 명에 달했다. 또한 임승택, 박용옥, 이덕우, 이혜정 등 4명의 임페리얼마스터가 참석, 박한길 회장의 2024 액츠 프로젝트 투어의 첫걸음을 함께했다. 박한길 회장은 이 자리에서 애터미의 비전을 주제로 강연을 했다.

박한길 회장은 애터미가 직접판매 업계 중에서 유일하게 절대품질, 절대가격이라는 캐치프레이즈로 시작한 회사라는 점을 강조했다. 또한 향후 10년 안에 중국에서 애터미가 직접판매 업계 1위에 오를 것이라고 확신했다. 박 회장은 "10년 내에 애터미 중국의 매출은 500억 위안(약 9조 4,000억 원)에 달할 것"이라며 "어떤 장애물이 있더라도 꿈의 바퀴가 크기만 하면 넘어갈 수 있으니 미쳐버릴 만큼 간절한 목표를 정하고 미친 듯이 열정을 불살라야 한다"라고 말했다.

박한길 회장의 애터미 비전 강연에 대해 청두 석세스아카데미에 참석한 회원들은 새로운 열정과 자신감에 고양됐다. 청두 석세스아카데미에 참석한 한 애터미 중국 회원은 "중국 시장에 대한 박한길 회장의 기대와 지원을 명확히 알게 됐다"라며 "3년 뒤 한국 매출을 추월하고 10년 내 글로벌 1위라는 비전 제시를 듣고 큰 감동을 받았다"라고 말했다. 이번 박한길 회장의 액츠 프로젝트 투어를 통해 중국 법인은 이번 액츠 프로젝트 투어가 애터미 사업을 망설이던 회원들의 결단을 촉구하는 계기가 되었다고 분석했다. 특히 사업자들이 새로운 시장을 개척하겠다는 결심을 굳히면서 분위기도 전반적으로 향상되고 있다고 분석했다. 중국 법인 관계자는 "이번 박한길 회장의 투어는 중국 사업자들의 열정과 자신감을 다시 한번 불타오르게 했다"라며 "중국 법인은 이번 액츠 프로젝트를 계기로 중국 시장에서의 성장을 위해 더욱 노력할 것"이라고 말했다.

홍콩

실적 수직 상승

박한길 회장은 청두시에서의 액츠 프로젝트 투어를 마친 후 곧바로 홍콩으로 이동, 4월 26일 열린 석세스아카데미에 참석했다. 이 자리에서 박한길 회장은 홍콩시장이야말로 애터미의 특장점이 가장 잘 녹아들 수 있는 시장이라는 점을 강조했다. 또한 아직도 애터미 모르는 사람이 태반이라는 점 또한 지금 당장 애터미를 시작해야만 하는 이유라고 설명했다.

박한길 회장의 강연에 홍콩 회원들은 전폭적인 공감을 나타냈다. 한 회원은 "애터미가 100년 기업으로 도약하기 위한 확고한 전략을 수립한 데 탄복했다"라며 "앞으로 더 고급스럽고 가치 있는 제품과 서비스가 기대된다"라고 말했다. 또 다른 회원은 자신의 SNS에 "박한길 회장은 우리에게 놀라움과 함께 성공에 대한 영감을 주었다"라며 "이 멋진 행사를 준비한 홍콩 법인 직원에게 감사드린다"라고 적었다.

홍콩 법인은 이번 박한길 회장의 액츠 프로젝트 투어를 계기로 홍콩 시장에서 영향력을 확대해 나갈 계획이다. 회원들의 고조된 자신감과 성공에 대한 기대감을 현실로 만들기 위한 활동과 함께 아직 애터미를 모르는 홍콩 시민들에게 다가가기 위한 백만갑(去見100個人) 활동을 전폭적으로 지원한다. 홍콩 법인장은 "액츠 프로젝트 투어 이후 매출이 50% 상승하는 등 큰 효과가 있었다"라며 "홍콩 법인의 미래는 홍콩 최고의 직접판매 기업"이라고 말했다.

몽골

하면 된다는 희망과 할 수 있다는 용기 심어줘

5월 11일, 박한길 회장은 몽골의 수도인 울란바토르에서 열린 석세스아카데미에 참석했다. 지난 2022년 몽골 법인 오픈 이래 처음으로 몽골 현지에서 박한길 회장을 만난 몽골 회원들의 반응은 뜨거웠다. 몽골 법인은 "시간이 지날수록 참석 회원이 늘어났다"며 "박한길 회장의 강연에 몽골 회원들은 하면 된다는 희망과 할 수 있다는 용기를 가지게 됐다"라고 말했다.

박한길 회장은 강연을 통해 저임금과 좋은 일자리가 부족하고 연금성 소득 제도가 미비한 몽골의 현실을 극복하는 데 애터미가 적잖은 도움이 될 수 있다고 강조했다. 박 회장은 "애터미는 여러분들의 간절한 꿈을 이루게 해주는 것이 목적인 기업"이라며 "이루고 싶어 미칠 것 같은 꿈을 꾸고, 그 꿈을 이루기 위해 미쳐야 한다"라고 말했다. 강연이 끝나고 회원 한 사람 한 사람과 포토타임을 가지며 회원들에게 큰 희망과 용기를 불어넣어 줬다.

몽골 법인은 이번 박한길 회장의 액츠 프로젝트 투어를 통해 많은 회원들이 열정을 가지게 되었다고 밝혔다. 특히 박한길 회장의 비전 강연이 예정된 시간보다 1시간 30분이나 길어졌음에도, 자리를 지키며 경청하는 모습을 보여주었다. 최장우 몽골 법인장은 "몽골 회원들에게 성공에 대한 간절함이 조금씩 스며드는 것 같다"라며 "몽골 법인은 이러한 분위기를 유지하는데 총력을 기울여 성장을 가속화할 것"이라고 말했다.

홍콩 석세스아카데미(좌), 몽골 박한길 회장 스피치(우)







멕시코 석세스아카데미 현장

멕시코 · 콜롬비아 · 영국, 올해 폭풍 성장 예고

올해 적어도 50% 많게는 세 배 이상 성장 기대

전 세계적인 인플레이션과 이로 인한 구매력 저하에도 불구하고 글로벌 애터미는 우상향 기조를 유지하고 있다. 각국의 법인마다 다소의 격차는 있지만 오프라인의 귀환을 필두로 다양한 온라인 마케팅을 융합하여 회원과 소비자의 마음을 사로잡으며 저변을 넓혀 가고 있는 것이다. 이는 절대품질 절대가격이라는 애터미 캐치프레이즈의 유효성이 점점 확대된다는 의미다. 이에 더해 애터미의 주력 상품인 헤모힘의 글로벌 버전이 본격적인 힘을 발휘한다면 글로벌 애터미의 성장은 기대를 넘어 확신이 된다.

올해 50% 성장 기대
멕시코 법인

멕시코 법인은 올해 2023년 대비 50% 이상의 성장을 기대하며 회원들의 비즈니스 의욕을 고취시키는 데 주력할 방침이다. 이를 위해 멕시코 제2의 도시인 과달라하라(Guadalajara)와 틀락스칼라(Tlaxcala) 등 2개 도시에서 석세스아카데미를 추가 개최한다. 또 원데이 세미나는 기존 15개 도시에서 6곳을 늘려 21개 도시에서 개최한다. 이와 함께 물류 센터 2곳을 추가 오픈, 회원들이 더 빠르게 제품을 받아볼 수 있도록 한다.

글로벌 리더들의 액츠 프로젝트에도 박차를 가한다. 올 상반기 이혜정 임페리얼마스터의 방문과 최시혁 크라운마스터의 순회강연 결과는 기대 이상이었다. 멕시코 법인장은 "글로벌 리더가 멕시코 회원을 챙기고 이끌어 주는 모습은 감동적이었다"라며 "멕시코 회원들의 사기가 크게 진작되고 성공하고자 하는 도전정신이 강화됐다"라고 말했다. 이에 멕시코 법인은 하반기에 김분숙 크라운마스터가 15일간 7개 도시를 도는 순회강연을 준비하고 있다.

회원들과의 소통도 확대할 방침이다. 먼저 멕시코 법인의 올해 목표와 실행 전략을 핵심 리더와 공유하기 위한 워크샵을 개최하고 전략상품인 애터미오롯 유기농발효노니에 대한 강연과 실시한다. 또 GSGS 상품인 '애터미 데오드란트(Deodrant)'를 출시할 예정이다. 인스타그램이나 'X' 등의 SNS 활동도 강화한다. 신제품 출시, 세미나 알림, 비즈니스 스킬 및 제품 정보 등 콘텐츠의 내실을 기하는 동시에 비전 강연, 제품 정보, 마케팅 플랜 등을 적극적으로 게시하고 쇼핑몰 방문자 수 및 매출 증가에 도움이 되도록 운영한다. 멕시코 법인장은 "멕시코 법인은 명실공히 남미 지역의 애터미 선봉장"이라며 "앞으로도 회원과 함께 성장하기 위해 최선을 다할 것"이라고 말했다.

올해 헤모힘 출시로 100% 성장 예상
콜롬비아 법인

지난해 46% 성장한 콜롬비아 법인은 올해 전년 대비 100% 성장을 예상하고 있다. 콜롬비아 법인장은 "2023년 대비 두 배 이상 성장할 것"이라며 "콜롬비아 직접판매 기업 가운데 상위권에 들어가는 것이 목표"라고 말했다.

올해 4월까지 매출액은 전년 동기 대비 39% 성장했다.

콜롬비아 법인의 자신감은 헤모힘G의 출시에 대한 기대 때문이다. 콜롬비아 법인에 따르면 헤모힘에 대한 콜롬비아 식약청의 승인을 획득했다. 이는 장장 3년간의 서류 심사 등 제품 등록 프로세스를 성공적으로 마치고 최종 승인을 얻은 것이다. 콜롬비아 법인장은 "이르면 7월 말, 콜롬비아에서 헤모힘이 판매되기 시작할 것"이라며 "이를 통해 성장률이 적어도 30% 이상은 올라갈 것"이라고 말했다.

콜롬비아 법인은 올해 목표를 달성하기 위해 석세스아카데미와 원데이 세미나 등의 오프라인 행사를 지난해 대비 50% 이상 늘릴 계획이다. 또한 행사에서 제품을 시연하고 무료 커피 제공 등의 활동으로 오프라인 행사 참여율이 60% 이상 성장했다고 보고했다. 이와 함께 온라인 이벤트를 강화한다. 특히 각 SNS의 특성과 타깃층에 맞춘 콘텐츠를 통해 애터미 브랜드를 강화하고 더 많은 소비자들에게 관련 정보를 전달할 수 있도록 할 예정이다.

콜롬비아 법인장은 "올해 콜롬비아의 주요 이벤트는 헤모힘 출시와 오는 10월 박한길 회장의 방문"이라며 "이를 통해 리더 사업자들에게 확실한 비전과 동기 부여를 할 수 있을 것"이라고 말했다.

'I Choose Atomy' 마케팅 전개
영국 법인

영국 법인장은 "올해 300% 성장을 기대한다"라며 "1분기 매출이 전년 대비 65% 증가하며 성장 모멘텀이 강화되고 있다"라고 말했다. 이러한 성장세를 유지 및 강화시켜 나가기 위해 영국 법인은 'I Choose Atomy' 마케팅 캠페인을 전개하고 있다. 'I Choose Atomy' 캠페인의 목표는 애터미가 개개인의 삶에 미치는 영향을 드라마틱하게 보여주는 서사를 만드는 것이다. 주로 영상 콘텐츠로 제작할 예정이며 성공 스토리와 개인의 성장, 애터미가 추구하는 '균형 잡힌 삶'에 중점을 둔다. 이를 통해 애터미가 고객과 깊이 소통하고, 고객의 삶에 긍정적인 변화를 가져오는 기업으로 인식되고자 한다.

또한 다양한 성공 시스템을 확장해 나갈 예정이다. 석세스아카데미와 원데이 세미나, 백만갑 활동은 물론이고 뷰티 엑스포에 참가, 일반 소비자들에게 애터미를 적극적으로 알려 나간다. SNS 마케팅도 빠지지 않는다. 매달 5개 이상의 콘텐츠를 채널애터미에 업데이트하고 인스타그램에 애터미의 균형 잡힌 삶과 리더들의 성공 스토리를 게시한다.

지난 4월에는 '굿모닝 애터미 영국'이라는 유튜브 채널을 론칭, 현재 1만여 명 이상의 팔로워를 확보했다. 영국 법인은 "올해를 기점으로 영국 법인의 위상은 달라질 것"이라며 "보다 공격적인 마케팅으로 애터미라는 이름을 영국 전역에 알릴 것"이라고 말했다.



콜롬비아 석세스아카데미 현장의 제품 체험 부스



영국 석세스아카데미 현장

Editor_이영민

Z세대, 월 _?_ 만 원 정도 수입이면 직접판매 할 것

미국 직접판매 세대별 인식 조사결과 공개

직접판매를 막 시작한 사람은 어떤 것에 주목하고, 어떤 비전을 보고 있으며, 어떻게 사업을 구축하고자 할까?
최근 미국에서 직접판매에 대한 세대별 인식과 관련하여 광범위한 조사가 실시됐다. '브릿지헤드 콜렉티브(Bridgehead Collective)'와 '제너레이션 키네틱스(Generational Kinetics)'가 시행한 이번 연구조사는 성별, 인구 통계, 고용 상태, 교육 수준 및 지역이 미국 전체를 아우르면서 고르게 분포되어 있으며, 97%의 신뢰 수준을 보이고 있다. 애터미 매거진은 이 연구조사에 대해 2회에 걸쳐 다룰 예정이다. 이번 기사를 통해 신규 판매원에 대한 이해도를 높여 유지율 개선에 도움이 되기를 바란다. 참고로 이번 조사에서 사용된 세대 구분은 Z세대(18세~26세), 후기 밀레니얼(Y.M, 27세~35세), 전기 밀레니얼(O.M, 36세~43세), X세대(44세~55세)이다.

석 달 내 실제 수입이 발생해야

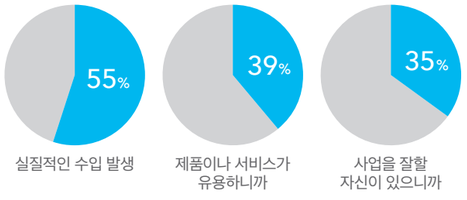
가장 눈에 띄는 질문은 직접판매원을 시작한 지 석 달이 지난 후, 계속 직접판매를 하게 만드는 가장 확실한 요인은 무엇인지에 대한 것이다. 대부분의 사람들이 짐작하듯이 '실질적인 수입이 있을 때' 직접판매를 계속할 것이라는 응답이 전체의 55%를 차지했다. 이어 '제품이나 서비스가 생활에 유용할 때'(39%)와 '사업을 잘할 자신이 있을 때'(35%)가 2위와 3위로 나타났다.

중요한 것은 실제로 직접판매를 통한 수입이 있어도 절반에 가까운 사람들은 직접판매를 계속하지 않는다는 것이다. 이는 수입과 더불어 다른 무언가가 필요하다는 것이다. 그 다른 무언가는 바로 '제품이나 서비스가 생활에 유용하고 직접판매를 잘할 수 있을 것이라는 생각'이다. 품질과 가격이 경쟁력 있고, 본인의 적성에 맞아야 한다는 의미다.

다음은 어느 정도의 월간 수입이 있어야 직접판매를 계속할 것인지에 대해 물었다. 이에 대해 Z세대는 250달러(약 34만 원)~499달러(약 68만 원)의 수입이 생길 경우 직접판매를 계속하겠다는 응답이 45%에 달했다. 또 후기 밀레니얼은 39%가 계속할 것이라고 응답했고, 전기 밀레니얼과 X세대 또한 각각 30%, 32%로 가장 높은 비중을 차지했다. 전기 밀레니얼세대는 500달러(약 68만 원)~999달러(약 136만 원)와 1,000달러 이상일 때라는 응답이 각각 29%씩이었으며, X세대는 27%, 28%인 것으로 나타났다. 30대 중반 이전의 초기 사업자들에게는 적더라도 확실한 수입이라는 점을 인식시키는 것이 유리하지만 40~50대에 직접판매를 시작한 사람들에게는 소득을 대체할 수 있다는 비전을 공유하는 것이 유리하다는 의미가 된다.

이와 함께 직접판매원에 대한 혜택 가운데 가장 중요한 것 역시 추가 수입인 것으로 확인됐다. '지금 당장 직접판매원으로 등록하도록 하는 가장 큰 유인(誘引)은?'이라는 질문에는 응답자의 57%가 추가 수입(Make Extra Money)이라고 답했다. 이어서 일할 장소와 시간을 스스로 정할 수 있는 것(43%), 최소한의 노력으로 매주 수당을 받을 수 있다는 것(39%) 등의 순이었다.

직접판매를 계속 하게 만드는 요인

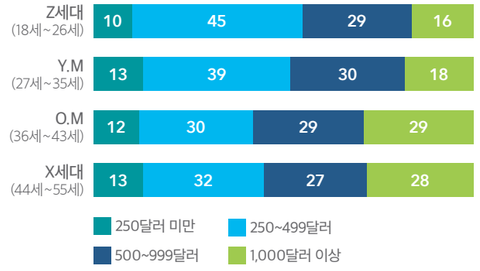


제품에 대한 확신이 가장 중요

직접판매원이 잠재 고객에게 직접판매를 소개하도록 하는 원인은 무엇일까. 직접판매원이 되는 가장 큰 이유는 수입이었지만, 직접판매원으로서 활동하도록 하는 가장 큰 동인(動因)은 바로 제품과 서비스에 대한 확신이었다. '잠재고객에게 직접판매를 소개하게 만드는 것'에 대한 질문에 응답자의 41%가 '제품이나 서비스에 대한 확신'이라고 답했다. 이어 '제품, 서비스 및 기회를 공유하는 데 도움이 되는 도구', 그리고 '이미 제품과 서비스를 좋아하고 사용하고 있을 때'가 각각 34%, 32%를 차지했으며, '다만 제품을 판매할 뿐이며 원하지 않는다면 팀을 구축하지 않아도 된다는 것을 알 때'가 31%를 차지했다.

어느 정도의 월 평균 수입이 있어야 직접판매를 계속할 것인가?

(단위 : %)



결국 직접판매는 맛집을 소개하듯 부담 없이 내 마음에 드는 제품과 서비스를 소개하는 것이 자연스럽다는 것이다. '먹어 보니 맛있더라'와 '써 보니 좋더라'는 동격이다. 그래서 애터미에는 '지 맘의 법칙'이 있다. 자신이 써 보고 좋은 제품을 주변에 소개하는 것은 내 맘이다. 동시에 그 말을 듣고 제품을 사는 것도, 애터미 비즈니스를 시작하는 것도 모두 소개받은 사람의 몫이다.

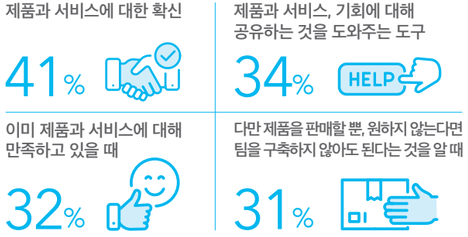
'직접판매를 시작한 첫 30일간 어떤 교육이 가장 효과적이라고 생각하는가?'라는 질문에는 '자신의 일정에 맞춰 참여할 수 있는 확실한 주간 교육 프로그램'이 가장 효과적이라는 응답이 전체의 42%로 제일 많았다. 시간을 내 집중적으로 받는 교육이 가장 효과적이었다고 볼 수 있다.

3분의 2는 온오프라인 병행

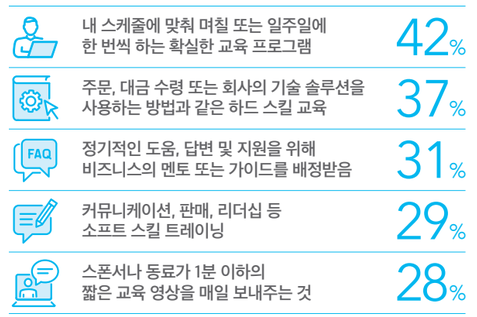
'어떤 방식으로 직접판매 사업을 준비하는가?'라는 질문에는 '대부분 오프라인'이 27%로 가장 많았고, 이어 '온오프라인 병용' 26%, '오프라인으로만' 19%, '온라인으로만' 14%, '대부분 온라인' 13%로 나타났다. 즉 전체의 2/3는 오프라인과 온라인을 적절히 혼합하는 방식으로 직접판매 사업을 하겠다는 의미다. 또 오프라인에 주력한다는 응답이 46%인 반면 온라인에 주력한다는 응답은 27%에 그쳤다는 점도 눈여겨 볼만하다. 팬데믹으로 인해 온라인 직접판매가 발전했음에도 여전히 직접판매는 오프라인이 주력이라는 것을 보여준다고 할 수 있다.

또 하나 특이한 것은 세대별로 봤을 때 Z세대가 X세대보다 오프라인을 더 중시한다는 점이다. '오프라인으로만'이라는 응답이 Z세대는 17%인 반면 X세대는 15%였으며, '온라인으로만'이라는 응답은 Z세대가 11%에 그쳤고 X세대는 이의 두 배가 넘는 23%로 나타났다. '대부분 오프라인'과 '대부분 온라인'이라는 응답도 Z세대는 35%:11%인 반면 X세대는 23%:12%로 Z세대가 더 오프라인에 주력하겠다는 것으로 나타났다. 이는 X세대의 경우 직접판매를 통해 '부가적인 소득'을 얻고자 하는 케이스가 많기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 또한 Z세대에 비해 많은 인맥이 넓은 지역, 다양한 분야와 계층에 분포해 있기 때문에 오프라인보다는 온라인이 효율적일 수 있다. 미국이라는 국가적 특성도 반영되어 있다고 볼 수 있다. 반면 Z세대의 인맥은 대체적으로 좁은 지역과 비슷한 관심사를 지닌 또래들인 경우가 많기 때문에 온라인보다 오프라인이 더 자연스럽고 효율이 좋을 것이라는 분석이 유력하다. 이와 함께 Z세대가 SNS에서 벗어나 새로운 경험을 추구하기 때문이라는 시각도 있다.

잠재고객에게 직접판매에 대해 얘기하게 만드는 것은?



직접판매를 시작한 최초 30일 동안 가장 효과적이었던 교육은 무엇인가?



다음 호에 계속 ▶

당신의 힘찬 하루를 응원하는 고함량 멀티비타민, 애터미 프로팩타민

* 애터미 바이탈컬러 멀티비타민 함량 대비

내 몸에 에너지를 채우는 21종의 비타민과 미네랄

몇 년 새 고함량 비타민 B군이 포함된 멀티비타민의 매출 성장이 심상치 않다. 현대인들이 활력 비타민이라 불리는 비타민 B군 섭취를 통해 건강 관리에 도움을 받고자 하는 심리가 반영된 것인데, 이러한 추세에 맞춰 비타민 B군 등 총 21종의 영양성분이 함유된 애터미 프로팩타민이 6월 말 출시된다. 비타민과 미네랄 섭취의 중요성, 기존 멀티비타민과의 차이점 등 애터미 프로팩타민만의 특별한 점을 알아보자.



하루 2캡슐로 내 몸을 채우는 에너지 애터미 프로팩타민

애터미 프로팩타민은 그 이름처럼 전문적으로 설계된 고함량 멀티비타민이다.(애터미 바이탈컬러 멀티비타민 함량 대비)

PRO 전문적으로 설계된 | PACKED 가득 채워진 고함량 | TAMIN 멀티비타민

* 애터미 바이탈컬러 멀티비타민 함량 대비

1. 비타민 B군 함량을 높여 활력 충전

애터미 프로팩타민은 1일 1회 2캡슐로 13종의 비타민과 8종의 미네랄 등 총 21종의 영양성분을 균형 있게 섭취할 수 있는 멀티비타민이다. 비타민 B군이란 '비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 B12, 나이아신, 판토텐산, 비오틴, 엽산'을 묶어 부르는 말로, 탄수화물, 단백질, 지방 등 다양한 대사 활동에 관여해 에너지를 생성하고 에너지 대사에 도움을 주기 때문에 '활력영양소'라고도 불린다.

2. 원료부터 부원료까지 꼼꼼한 설계

애터미 프로팩타민은 Pureway-C(비타민 C), 글루콘산아연, 글루콘산동 등과 미네랄을 사용했다. 뿐만 아니라 부원료로는 당근농축분말, 아로니아농축액분말, 브로콜리추출물분말, 크랜베리농축분말 등 4가지 과일 야채 농축 분말과 탄산칼슘, 산화마그네슘, 나토균 배양분말 등 다양한 부원료를 함유했다.

엄선하여 선정한 부원료

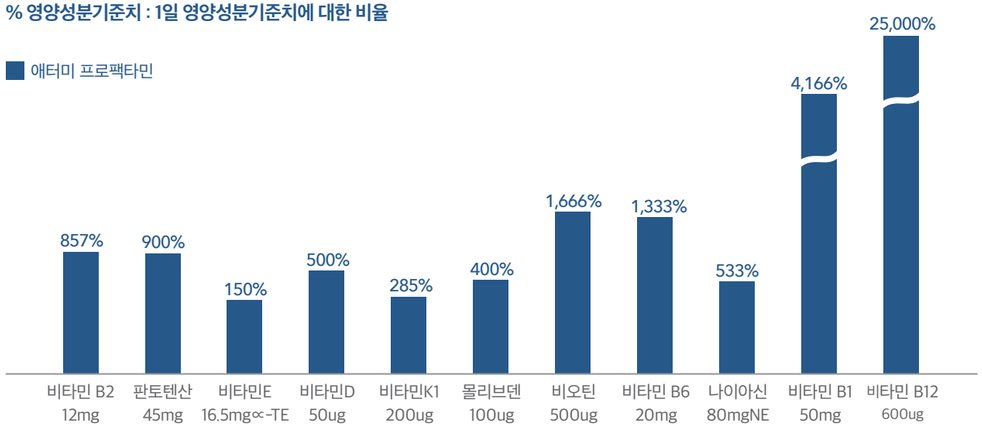


3. 500mg의 작은 캡슐 사이즈

건강기능식품은 꾸준한 섭취를 통해 영양을 보충하고 건강을 유지하는 것에 도움을 주기 때문에, 꾸준히 먹을 수 있는지가 중요한 포인트이다. 애터미 프로팩타민은 500mg의 작은 캡슐 사이즈로 목 넘김이 편안하고, 비타민 특유의 이취를 감출 수 있도록 식물성 캡슐에 넣어 냄새 부담 없이 편안하게 섭취할 수 있다. 또한 캡슐에 오징어 먹물 색소를 활용한 각인을 도입해 섭취의 즐거움을 높였다.



% 영양성분기준치 : 1일 영양성분기준치에 대한 비율



21종 영양소의 기능

항산화

- **비타민 A** 700ugRE — 어두운 곳에서 시각적응을 위해 필요. 피부와 점막을 형성하고 기능을 유지하는데 필요. 상피세포의 성장과 발달에 필요
- **비타민 C** 100mg — 결합조직의 형성과 기능유지에 필요. 철의 흡수에 필요. 항산화 작용을 하여 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요
- **비타민 E** 16.5mg∝-TE — 항산화 작용을 하여 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요

뼈 건강

- **비타민 D** 50ug — 칼슘과 인이 흡수되고 이용되는데 필요. 뼈의 형성과 유지에 필요. 골다공증발생 위험 감소에 도움을 줌

혈액건강

- **비타민 K** 200ug — 정상적인 혈액응고에 필요. 뼈의 구성에 필요
- **엽산** 400ug — 세포와 혈액생성에 필요. 태아신경관의 정상발달에 필요. 혈액의 호모시스테인 수준을 정상으로 유지하는데 필요

에너지

- **비타민 B1** 50mg — 탄수화물과 에너지 대사에 필요
- **비타민 B2 나이아신** 12mg 80mgNE — 체내 에너지 생성에 필요
- **판토텐산 비오틴** 45mg 500ug — 지방, 탄수화물, 단백질 대사와 에너지 생성에 필요
- **비타민 B6** 20mg — 단백질 및 아미노산의 이용에 필요. 혈액의 호모시스테인 수준을 정상으로 유지하는데 필요
- **비타민 B12** 600ug — 정상적인 엽산의 대사에 필요

8종 미네랄

- **망간** 3mg — 뼈 형성에 필요, 에너지 이용에 필요. 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요
- **셀렌** 69ug — 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요
- **구리** 0.8mg — 철의 운반과 이용에 필요. 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요
- **아연** 8.5mg — 정상적인 면역기능에 필요. 정상적인 세포분열에 필요
- **철** 8.9mg — 체내 산소운반과 혈액생성에 필요. 에너지 생성에 필요
- **요오드** 150ug — 갑상선호르몬의 합성에 필요 / 에너지 생성에 필요. 신경발달에 필요
- **크롬** 76ug — 체내 탄수화물, 지방, 단백질 대사에 관여
- **몰리브덴** 100ug — 산화 · 환원 효소의 활성에 필요

* 상기 정보는 원료 설명에 한합니다.

애터미 멀티비타민 제품 총정리

제품명	애터미 바이탈컬러 멀티비타민	애터미 프로팩타민	애터미 파워비타에너지
패키지			
특징	· 13종 비타민, 10종 미네랄 함유 · 아로니아, 레몬, 브로콜리, 토마토 등 과일과 채소 등의 부원료 함유로 원료의 색을 그대로 담아 기초 영양에 도움을 주는 멀티비타민	· 13종 비타민, 8종 미네랄 함유 · **고함량 비타민B군 함유** (* 애터미 바이탈컬러 멀티비타민 함량 대비) · 당근, 아로니아 등 4종의 과일 야채 농축 분말 포함 총 7종의 부원료 사용 · 식물성 캡슐 사용으로 이취는 줄이고 섭취량을 줄여 간편한 섭취 가능	· 13종 비타민, 6종 미네랄 함유 · **과라나추출물, 타우린 등 부원료 함유** · 찬물에 타서 맛있게 섭취 가능
제형	정제	캡슐	분말
섭취량	1일 4정	1일 2캡슐	1일 1포

비타민과 미네랄, 왜 중요할까?

보건복지부의 국민영양조사에 의하면 국민의 40%가 영양을 부족하게 섭취하거나 지나치게 많이 섭취하는 영양 불균형 상태라고 밝혔다. 비타민은 인체에서 자체적으로 합성되지 않기 때문에 매일 식사를 통해 공급해야 하는데, 요즘 현대인들의 변화된 식습관으로 인해 비타민과 미네랄이 부족해지기 쉽다.
비타민과 미네랄은 신체의 정상적인 기능 유지를 위해 반드시 필요하지만, 체내에서 합성이 되지 않아 반드시 음식으로 섭취해야 한다. 비타민은 크게 수용성 비타민과 지용성 비타민으로 구분된다. 지용성 비타민은 기름에 녹는 비타민류를 말하며, 대표적으로 비타민 A, D, E, K가 있다. 수용성 비타민은 비타민 B, C 등이 있으며, 열과 물에 약해 한식의 조리법상 음식물에서 충분한 섭취가 어려워서 많은 섭취량을 요구한다.
미네랄은 자체적으로 합성하지 못하는 영양소로 체외에서 공급되어야 한다. 미네랄 단일 원소 그 자체가 영양소로써 작용하기 때문에, 반드시 외부에서 섭취되어야 하는 필수 영양소다.
식습관을 통한 영양 섭취가 부족하다면, 비타민과 미네랄이 풍부한 과일과 채소의 섭취를 늘리는 것이 중요하며, 섭취가 어렵거나 부족한 경우엔 멀티비타민 등 건강기능식품을 통해서 보충해 주는 것이 좋다.

매출 쑥쑥! 고함량 멀티비타민 시장 성장

2023년까지 건강기능식품 시장은 6조 원대까지 상승했다. 우리나라 국민 100명 중 78명은 1년에 한 번 이상 건강기능식품을 직접 구매한다고 했고, 대략 가구당 연 36만 원 정도를 쓴다고 답했다. 특히 MZ세대의 구입 비용이 늘었는데, 이들은 헬스디깅, 갓생 트렌드 등에 발맞춰 자신의 건강관리에 투자하고 있다.
건강기능식품을 챙겨 먹는 이유인 건강과 관련하여 가지고 있는 고민은 무엇일까? 가장 주된 목적으로는 '체력 저하'로 나타났다.
멀티·단일 비타민은 해마다 증가 추세를 보이고 있다. 그중에서도 비타민 B군을 고함량으로 함유한 멀티비타민 제품이 대세를 이루고 있다.

멀티비타민 선택 CHECK POINT

- ☑ 충분한 비타민과 미네랄을 함유했는가?
- ☑ 비타민B군의 함량이 충분한가?
- ☑ 좋은 원료를 사용했는가?
- ☑ 꾸준히 먹기 편안하게 설계되었는가?

* 상기 정보는 제품과 무관한 정보입니다.

100% 사탕수수즙으로 만든 진짜 비정제 원당 시럽 애터미 유기농 미네랄 원당 시럽

더 맛있게, 더 건강하게, 더 간편하게 먹자!

건강을 생각해서 정제 설탕 대신 비정제 원당을 찾는 소비자들이 늘고 있다. 비정제 원당을 사용하면 단맛은 그대로 살리되 열량을 낮춰 더 맛있고 건강하게 즐길 수 있기 때문이다. 이러한 분위기를 반영하듯 애터미 비정제 원당 제품이 리뉴얼 재출시되었다. 기존의 분말 타입이 아닌 시럽 타입으로 만들어 편의성과 활용성을 높인 애터미 유기농 미네랄 원당 시럽을 선택해야 하는 이유를 알아보자.



설탕과 원당의 차이는?

우리가 흔히 얘기하는 설탕은 '정제당'이다. 사탕수수 원액을 원심분리기에 넣어 당밀을 제거하고 탈색하는 여러 번의 정제 과정을 거치면서 사탕수수(사탕무)에 함유된 각종 영양소는 거의 제거되고 단맛을 내는 당분만이 남는다. 정제당은 체내의 칼슘과 비타민을 제멋대로 뺏어갈 뿐만 아니라 신체의 영양 밸런스를 무너뜨려서 몸에 해로운 영향을 끼친다.

반면 원당은 사탕수수를 재배하는 원산지에서 간단하게 1차 정제만 거쳐서 수입되는 설탕의 원재료를 뜻한다. 일반 설탕에 비해 칼슘, 마그네슘, 칼륨, 아연 등의 미네랄, 식이섬유 등이 풍부하게 함유되어 있다. 백설탕에 비해 혈당을 천천히 올리고 인슐린을 자극하지 않기 때문에 설탕 대체제로 사용하는 사람들이 많아지고 있다.

애터미 유기농 미네랄 원당 시럽의 원료인 **유기농 미네랄 원당 제조 과정**

재배	세척	압착	졸임	굳힘	분쇄
청정지역에서 3년이상 화학비료를 쓰지 않는 유기농법으로 사탕수수를 재배합니다.	재배된 사탕수수의 불순물을 제거하고 깨끗하게 세척합니다.	압착하여 사탕수수즙을 냅니다.	사탕수수 원액에서 원당을 분리하지 않고 끓여서 졸입니다. (정제 과정이 없습니다)	전통 용기에 담아 자연상태 그대로 굳힙니다.	친환경 용기와 도구를 사용하여 분쇄합니다.

진짜 비정제 원당 고르는 법

OX QUIZ

건강에 대한 관심이 높아지면서 정제당인 설탕 대신 정제되지 않은 비정제 원당을 선호하는 사람들이 많아지고 있다. 문제는 '유기농 100%', '원당 100%' 같은 문구로 소비자 혼란을 가중시키는 제품들도 많다는 점이다. 가족의 건강을 위해서는 어떤 비정제 원당을 고르는 것이 좋을지, OX 퀴즈를 통해 알아보자.

Q1. 백설탕 말고 황설탕을 고르면 된다? X

A. 설탕에 대한 오해 중 하나는 '황설탕이나 흑설탕이 백설탕보다 건강하다'라고 생각하는 것인데 전혀 그렇지 않다. 백설탕에 열을 가하는 등의 정제를 거친 것이 황설탕, 캐러멜 시럽을 섞은 것이 흑설탕이다. 색과 향이 다를 뿐 영양적으로는 백설탕과 크게 다르지 않다.

Q2. '화학적 정제를 거치지 않았다' 문구가 있어야 한다? X

A. 설탕의 화학적 정제 과정을 보면 원심력을 이용해 당밀을 분리해 설탕을 만드는데, 이 과정은 물리적인 정제라서 '화학적인 정제 과정을 거치지 않았다'라는 것은 맞는 말이다. 하지만 당밀은 원당과 분리되었기 때문에 진짜 비정제 원당이라 할 수 없다.

Q3. '유기농'이라고만 적혀 있으면 비정제 원당일까? X

A. '유기농'이라고 적혀 있으면 화학적 정제를 거치지 않았다고 생각하기 쉽다. 하지만 유기농 원료를 사용했더라도 정제 과정에서 당밀이 분리되는 과정을 거쳤다면 비정제 원당이 아닌 단순 '유기농 설탕'이라고 볼 수 있다.

Q4. '전통적인 방법을 사용했다', '당밀을 분리하지 않았다' 등의 문구가 있어야 한다? O

A. 사탕수수즙을 그대로 끓이고 굳히는 전통 방법으로 제조한 비정제 원당은 기계나 화학약품에 의한 과정을 거치지 않아 사탕수수의 영양 성분을 대부분 함유하고 있다. 사탕수수에는 미네랄과 비타민이 풍부하므로 당분의 소화를 도와 혈당치를 적정 수준으로 유지해 준다. 특히, 비정제 원당 중에는 원심분리 과정을 거치지 않아 미네랄과 식이섬유 성분인 당밀을 포함하고 있는 함밀당이 가장 영양이 풍부하다.

콜롬비아 청정지역 유기농 원료로 원심분리 공정을 거치지 않은 비정제 원당 시럽

애터미 유기농 미네랄 원당 시럽의 특별함

유기농이라 안심!
콜롬비아산 청정 고산지대에서 자란 100% 유기농 사탕수수 사용

미네랄은 그대로!
사탕수수즙만으로 만든 진짜 비정제 원당 시럽 NON-GMO, NO 첨가물

더 깐깐하고 위생적으로!
100% 국내 제조, 100% 애터미의 독자적인 특허 기술로 제조

언제든지 간편하게!
요리뿐만 아니라 음료나 디저트에도 간편하게 활용 가능한 시럽 형태

쫄깃 탱탱한 면발 최강자, 애터미 스테디셀러 감자로 만든 채식라면

세계인의 입맛을 사로잡은 감자라면의 매력

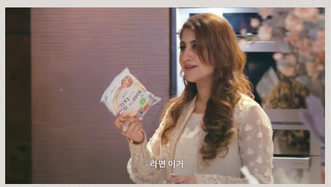
간편식, 야식하면 생각나고 김치를 봐도 생각나는 그 이름, 라면! 전 세계적으로 한국 라면에 대한 인기가 식을 줄 모르면서, 작년의 라면 수출액은 사상 최대(9.5억 달러, 한화로 1조 2천억 원)를 달성했다. 많은 식품 업체들이 매운 라면부터 순한 라면, 비빔면까지 맛, 식감, 조리법을 달리한 신제품을 출시하며 소비자들을 찾는 가운데, 우주최강의 쫄깃함으로 12년간 꾸준한 사랑을 받아오고 있는 애터미의 스테디셀러, 감자로 만든 채식라면을 집중 조명해 본다.



전 세계로 입소문 난 애터미 감자라면의 매력

얼마 전 넷플릭스 '슈퍼리치 이방인'이라는 프로그램에 애터미 감자로 만든 채식라면이 등장했다. 파키스탄 귀족 가문인 주인공들은 "난 이것만 먹어. 라면 너무 맛있어."라며 감자로 만든 채식라면에 대한 애정을 드러냈다.

현재 애터미 감자로 만든 채식라면은 16개국에 진출했으며 2023년 기준 약 107억 원의 수출액을 기록하고 있다. 애터미 감자로 만든 채식라면이 이처럼 세계인의 입맛을 사로잡은 이유는 무엇일까? 첫 번째 매력은 쫄깃한 면발에 있다. 애터미 감자로 만든 채식라면은 면발의 식감이 여느 라면보다 쫄깃하면서도 부드럽다. 국산 감자전분을 사용해 면발을 제조했기 때문이다. 두 번째 매력은 그 이름처럼 육류 성분을 넣지 않은 채식라면으로 채식주의자도 섭취할 수 있다는 것이다. 채식라면은 전 세계적으로 증가하는 채식 인구를 배려할 뿐 아니라 축산업으로 인한 온실가스 감소를 도와 환경에도 도움이 된다. 또 다른 매력은 건강한 재료에 있다. 양상추 한 통 반에 해당하는 식이섬유 6,000mg이 들어있어 현대인의 식사에서 부족하기 쉬운 식이섬유를 보충하기에도 좋고, 고춧가루는 물론 건더기 스프에 들어가는 표고버섯, 파, 당근, 미역 또한 국산 재료를 사용하여 안심하고 섭취할 수 있다. 또한, 화학조미료를 사용하지 않아 맛이 자극적이지 않으며, 먹고 난 후에도 느끼하지 않고 속이 편안하다는 것이 소비자들의 반응이다.







* 출처 : 넷플릭스 '슈퍼리치 이방인 2화'

감자로 만든 채식라면, 어디에서 만들까?

애터미 감자로 만든 채식라면은 우리 땅에서 생산한 우리 농산물로 만든 식품 개발에 매진해 온 ㈜새롬식품이 만든다. 나와 가족이 먹는다는 마음으로 20년간 다양한 식품을 생산하고 있는 새롬식품의 철학에 반해 합력사로 선정하게 되었으며, 100여 번의 실험과 5개월의 깐깐한 레시피 수정을 거쳐 지금의 애터미 감자로 만든 채식라면이 탄생했다. 새롬식품은 감자로 만든 채식라면 외에도 양갱 선물 세트, 우리밀 감자라면 컵, 감자로 만든 순한라면, 감자로 만든 비빔면 등 5개 품목을 납품하고 있다.

애터미는 우수한 품질의 제품을 가지고 있으면서도 안정적인 판로 확보가 어려운 중소기업을 선정해 글로벌 기업으로 동반 성장하는 합력성선을 중시하고 있다. 그 예로 2016년 12월 10일 새롬식품 공장 화재가 발생(피해액 규모 37억 원)했을 때 피해복구비 10억 원을 지원하며 새롬식품의 재기를 도왔으며, 이를 계기로 새롬식품은 생산 설비를 최신화하고 로봇팔 등 신규 설비를 도입하면서 생산 효율을 증대시키는 전화위복의 계기를 마련할 수 있었다. 이후 새롬식품은 애터미 우리밀 감자라면 컵을 동일한 가격에 62.5g에서 73g으로 증량해 애터미와 애터미 소비자들에게 감사의 마음을 표현하고 있다.

숫자로 보는 2023년 애터미 감자라면 기록(한국 법인 기준)

각 제품 면 길이

채식라면 **49m**

순한라면&비빔면 **63m**

컵라면 **53m**

1년에 판매되는 총 면발 길이

30만 km

지구 **6.27** 바퀴

롯데월드타워 **53.6**만 개 높이

1년에 판매된 봉지 개수

567만 봉

1년 판매된 라면 무게

총 **604**톤

아프리카코끼리(4.5톤) **135** 마리

성인 남성(70kg 기준) **8,630** 명

애터미 라면 종류



애터미 감자로 만든 채식라면(24ea)
₩34,400원 PV 4,500pv
내용량 / 114g



애터미 우리밀 감자라면 컵(18ea)
₩25,800원 PV 2,600pv
내용량 / 73g



애터미 감자로 만든 순한라면(24ea)
₩34,400원 PV 4,500pv
내용량 / 113g



애터미 감자로 만든 비빔면(10ea)
₩16,800원 PV 1,600pv
내용량 / 140g(면 100g)

소중한 물, 더 깨끗하고 안전하게

여름철 건강한 수분 섭취를 위한 애터미 제품 추천

"물은 생명이다"라는 말처럼 물은 인간의 생명 유지하는 데 중요한 역할을 한다. 체내의 수분이 2%만 줄어들어도 심한 갈증을 느끼고, 5% 부족하면 혼수상태가 되며, 약 10%의 수분 손실은 사망에 이르게 될 수도 있다. 덥고 습한 여름철에는 땀 배출이 많기 때문에 충분한 수분 섭취가 특히 중요하다. 건강한 삶을 위해 깨끗한 물 관리가 중요한 이유와 안전한 수분 섭취를 위한 애터미 필수템을 소개한다.







인류 수명 연장의 비결은?

100세 시대를 넘어 120세 시대를 바라보고 있다. 평균 수명이 늘어난 데는 의학 기술의 발전 등 여러 요인이 있지만, 결정적인 이유는 깨끗한 물과 하수도 덕분이라는 보고가 있다. 2007년 영국의학저널이 구독자인 의사들을 대상으로 지난 150년 동안 의학 분야의 이정표가 될 만한 업적을 묻는 설문조사를 실시한 결과, 1위를 차지한 것은 놀랍게도 의학 분야가 아닌 '상하수도'였다.
실제로 미국 질병통제예방센터에 따르면 1900년부터 1999년까지 인류의 평균 수명은 약 30년 늘어났는데, 이는 상하수도 보급으로 폐렴, 결핵, 콜레라와 같은 질병이 줄었기 때문이라고 했다.
인간의 수명은 물이 좌우한다고 해도 과언이 아니다. 그렇지만 지구상에서 식수로 사용 가능한 물은 0.5% 정도이고 그것마저도 빠르게 감소하고 있으며, 우리가 마시는 수돗물 안전성에 대한 우려 또한 사그라지지 않고 있다. 깨끗하고 안전한 물을 마시기 위한 인류의 노력이 계속되는 이유다.

어떤 물이 좋은 물일까?

좋은 물은 환경호르몬, 중금속, 방사성 물질 등 인체에 유해한 물질이 포함되지 않은 깨끗한 물을 말한다. 이에 더해 우리 몸에 이로운 미네랄 함량이 풍부한 물이다. 미네랄은 우리 몸에 필수적인 성분이지만 직접 합성이 되지 않아 외부 섭취를 통해서 보충해야 하기 때문에, 미네랄이 풍부한 물을 마시는 것이 좋다.
세계보건기구(WHO)에 따르면, 유해한 물질이 포함되지 않고 미네랄이 적당히 함유돼 약한 알칼리성을 띠는 물을 '좋은 물'로 정의하며, 미네랄 함량이 부족한 물을 지속 섭취하면 건강상의 위험을 초래할 수 있다고 경고한다. 따라서 가정에서 미네랄이 풍부한 물을 섭취하는 방법은 미네랄 함유량을 유지해 주는 정수기를 사용하는 것이다. 사용 중인 정수기가 유해 물질은 걸러내면서 미네랄은 보존하는 최신 필터 기술이 적용되었는지 확인해 볼 필요가 있다.

깨끗하고 안전한 물을 제공하는 애터미 제품 추천



애터미 이지 클린 용기형 정수기

중용량 ₩62,000원 (PV)21,700pv
대용량 ₩69,000원 (PV)24,100pv

- ☑ 1980년대 유럽에서 처음 개발된 후 오래도록 사랑 받아온 용기형 정수기
- ☑ 한국 환경에 맞게 설계된 카본필터+UF 멤브레인 필터 적용
- ☑ NSF(미국위생협회)가 인증한 안전성과 탁월한 정수 효과
- ☑ 수돗물 속 각종 세균 및 중금속, 잔류염소를 걸러내 맛있고 건강한 물로 재탄생
- ☑ 3개월 사용 가능한 필터로 플라스틱 및 이산화탄소 배출량 대폭 감소
- ☑ 다이얼 방식의 타이머로 필터 교체 주기 쉽게 확인
- ☑ 설치형 정수기를 설치하기 어려운 집이나 야외 활동이 많은 아웃도어 매니아, 친환경 제품에 관심이 높은 그린슈머들에게 추천

· 수돗물 특유의 소독약 냄새도 안 나고, 특히 캠핑장에서 사용하기 정말 좋아요!
· 뚜껑의 다이얼이 필터 교체 시기를 알려주니 따로 신경 쓸 일이 없어 편해요!



애터미 올-케어 정수기

₩1,480,000원 (PV)700,000pv

- ☑ 국내 물 마크 및 WQA(미국 수질협회)의 까다로운 검증을 통과한 필터 시스템 적용
- ☑ 35가지 유해 물질 제거로 신뢰성 높은 용출 안정성과 정수 성능 보장
- ☑ 원터치 분리와 물 세척이 가능한 프리필터로 셀프 교체 용이
- ☑ 최대 12개월까지 사용 가능해 잦은 교체로 인한 불편과 비용 절감
- ☑ 전기분해 살균수와 UVC LED가 내부 유로와 파우셋을 정기적으로 살균 케어
- ☑ 12시간 미사용 시 내부의 물을 자동 배수하여 언제든 안심 사용
- ☑ KTR(한국화학융합시험연구원)이 살균력을 인증하는 S 마크 취득

· 며칠 사용하지 않아도 관 속에 오랫동안 머물러 있는 물이 아니라 새로운 정수 물이 나와서 안심되고 좋아요!
· 다른 제품들과 달리 1년에 두 번 정도만 필터를 교체하니 너무 간편해서 놀랐어요!



애터미 해양심층수

1.2L×9ea ₩11,800원 (PV)2,500pv
500ml×20ea ₩12,800원 (PV)3,000pv

- ☑ 동해 최북단 청정해역인 고성의 수심 605m에서 생산되는 해양심층수를 이음매 없는 HDPE 단일관을 통해 취수해 더욱 깨끗한 물
- ☑ 해양심층수란 태양광이 도달하지 않는 수심 200m 이상의 깊은 곳에 존재하는 건강하고 깨끗한 물로, 해양식물의 성장에 필수적인 무기 영양염류가 풍부하고 미네랄 밸런스가 뛰어남
- ☑ 우수한 바디감과 편안한 목 넘김으로 누구나 마시기 편안한 부드러움 선사
- ☑ 무라벨 용기를 도입해 플라스틱 중량은 DOWN, 재활용 효율은 UP

· 무라벨 용기라 분리수거 할 때 따로 비닐을 제거하지 않아도 돼서 편해요!
· 미네랄이 풍부한 데다 목 넘김이 부드럽고 편안해서 외출할 때도 가지고 다니며 마셔요.

탱글탱글 탄력 지지대, 콜라겐

콜라겐 성분으로 피부 탄력 채우는 애터미 제품 추천

나이가 들수록 피부 탄력이 떨어지고 주름이 깊어지기 시작하는데, 이때 세포를 지탱하고 지지대 역할을 하는 것이 바로 콜라겐이다. 몇 년 새 콜라겐이 피부의 필요충분조건이라 여겨지면서, 시중에는 바르는 콜라겐부터 먹는 콜라겐까지 다양한 제품이 출시되고 있다. 피부뿐 아니라 뼈, 연골 등 인체에 반드시 필요한 콜라겐의 특징을 정확히 알아보고 피부를 탱탱하게 유지시켜 줄 콜라겐이 함유된 애터미 제품을 만나보자.



탱글탱글한 피부 속 스프링, 콜라겐

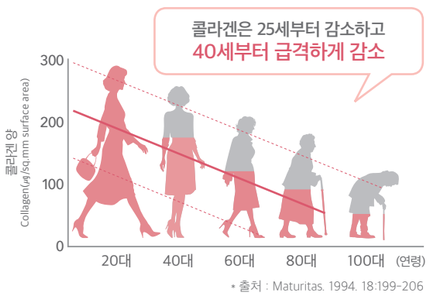
콜라겐은 피부나 연골 등 신체의 다양한 결합조직의 세포 밖 공간을 채우는 주성분으로, 단백질의 일종이다. 동물의 가죽이나 생선의 비늘도 콜라겐으로 이루어지며 포유동물에서는 전체 단백질의 25~35%를 차지하는 가장 풍부한 단백질이기도 하다.

그리스어로 콜라(colla)는 접착한다는 의미이며, 겐(gen)은 원료라는 뜻이다. 이처럼 콜라겐은 피부를 지탱하는 스프링 같은 역할과 동시에 몸속 세포들이 떨어지지 않게 연결하는 접착제 역할을 한다.

체내에서 가장 흔한 세포인 섬유아세포(fibroblasts)가 콜라겐을 생성, 분비한다. 우리가 접하고 있는 것 중 콜라겐과 연관이 깊은 것이 바로 젤라틴이다. 아이스크림, 젤리, 푸딩 등 시중에서 판매되는 식품이나 요리에 사용되는 젤라틴 대부분은 돼지의 가죽이나 뼈, 힘줄 등에 있는 콜라겐을 물리/화학적으로 처리하여 만든다. 만약 어떤 건강보조식품의 설명서에 '동물유래'라고 표시되어 있다면 '젤라틴'을 원료로 사용했기 때문일 수 있다.

콜라겐은 폴리펩타이드 세 분자가 서로 삼중 나선으로 꼬인 밧줄과 같은 형태를 이루고 있다. 이러한 특유의 구조 때문에 이론적으론 장기간 분해되지 않으나, 생체 내에선 노화 같은 여러 가지 이유로 분해가 촉진된다. 콜라겐의 감소 요인의 첫 번째로 자외선이 있다. 자외선을 받으면 피부 속 섬유아세포는 콜라겐 합성을 멈춘다. 두 번째로는 시간에 따른 피부의 노화다. 피부가 노화됨에 따라 콜라겐 등을 분해하는 단백질 분해 효소의 합성량이 많아져 콜라겐 분해가 촉진된다. 나이를 먹을수록 체내 콜라겐 양이 감소하는데, 보통 20대부터 매년 1%씩 사라지다가 40대 이후에는 20대의 절반으로 감소하게 된다.

연령에 따른 피부 콜라겐 양



콜라겐이 우리 몸에 미치는 영향

피부 탄력 유지

콜라겐은 피부 진피층의 90%를 차지할 정도로 피부 건강에 가장 중요한 성분이며, 피부 수분 보유 능력을 증가시키고 피부 처짐을 방지한다.

뼈, 관절 건강

콜라겐은 뼈 손실을 예방하고 골밀도를 증가시킨다. 또한, 관절 연골의 75%를 차지하는 주요 구성 성분으로, 연골 세포 사이사이를 단단하게 묶어주는 역할을 한다.

상처 치유 촉진

콜라겐은 혈관에 생기는 상처를 치유할 때 필요한 영양소로, 피부 재생을 촉진하고 흉터를 예방하는 데 도움을 준다.

* 위 내용은 원료적 특성으로 제품과 무관합니다.

콜라겐이 함유된 애터미 제품 추천



애터미 이너 콜라겐

₩34,800원 PV 17,000pv

흡수가 잘 되는 어린 콜라겐 펩타이드를 일일 섭취량 최대 함량인 3,270mg 함유했다. 고분자 콜라겐을 효소분해 등 후처리 과정을 거쳐 512달톤의 저분자 펩타이드 형태로 흡수가 잘되도록 했다. 콜라겐 외에도 히알루론산, 엘라스틴, 세라마이드, 비타민C 등을 부원료로 함유해 눈가 주름, 피부 탄력, 피부 보습 개선에 도움을 준다.



애터미 마린앰플 겔 마스크 미백탄력 마린앰플 아이패치

겔 마스크 2종 ₩29,800원 PV 15,000pv
아이패치 ₩15,000원 PV 7,500pv

시트지 없이 유효성분을 겔 형태로 농축시켜 만든 100% 수용성 하이드로겔 마스크로, 저분자 마린 콜라겐과 진주 추출물을 함유해 탄력 있고 화사한 피부를 완성한다.

얼굴 전체를 관리하고 싶다면 겔 마스크 미백 탄력을, 눈가와 미간, 팔자 주름 등 부분적인 케어를 원한다면 아이패치를 추천한다.



애터미 아델리카 더 뉴 골드 콜라겐 앰플 쿠션

₩34,800원 PV 14,000pv

히알루론산과 베타인, 6종 세라마이드, 13종 펩타이드로 구성된 풍부한 앰플 성분이 보습과 진정을 도와주며, 콜라겐과 퓨어 골드가 더해져 탄력 있고 건강한 피부로 케어한다. 미백, 주름 개선, 자외선 차단의 3중 기능성 제품으로, 바르는 순간 촉촉하고 글로우한 피부로 연출되며 빈틈없는 커버력이 오래 지속된다.



기본 3대 영양소 '단백질', 똑똑하게 채우기

Editor_임수진

나이가 들수록 단백질은 필수

우리나라가 초고령사회에 진입하면서 건강한 노후에 대한 국민들의 관심이 높아지고 있다. 건강한 노후를 위해서는 적절한 영양 섭취가 필수적인데, 그중에서도 단백질은 근육 감소와 면역력 저하를 예방하기 위해 매우 중요한 영양소이다.

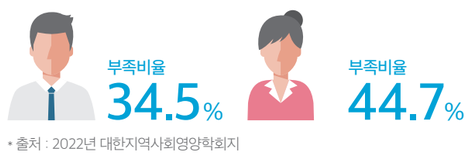
보건복지부의 연구보고서에 따르면, 65세 이상 다인 가구의 만성질환율이 87%에 달하며, 당뇨병이나 퇴행성 관절염 등 만성질환의 주요 원인은 근육 감소에 있음을 확인할 수 있다. 근육은 30세를 기점으로 1%가량씩 빠지기 시작하여 65세에는 30%, 80세에는 40% 이상 줄어들기 때문에, 근육 감소를 예방하기 위해서는 단백질 섭취가 필요하다.

하지만, 한국 노인 2명 중 1명 이상이 하루에 필요한 단백질을 섭취하지 못하는 것으로 연구결과 확인돼 식생활 개선이 다급한 것으로 나타났다. 2022년 '대한지역사회영양학회지'에 게재된 논문에 따르면 2010~2019년 국민건강영양조사에 참여한 성인 남녀(약 5만 명)를 대상으로 단백질 섭취 실태를 분석한 결과, 단백질 평균 필요량 미만 섭취자 비율이 2010년 21.7%에서 2019년 27%로 늘어난 것을 확인할 수 있었다.

이러한 증가 추세는 전 연령대 남성과 20~30대의 여성 군에서 확인이 되었으며, 2019년 기준으로 65세 이상 노인 중 단백질 부족 섭취자의 비율은 남성 34.5%, 여성 44.7%에 달하며 65세 이상 남성 군에서 필요량 미만 섭취자 비율이 가장 많이 늘어난 것(8.5% 상승)을 확인할 수 있다.

나이가 들수록 단백질이 부족하면 근감소증과 면역 기능이 약해질 수 있어, 양질의 단백질 섭취가 중요하다. 한국인의 경우 탄수화물과 채소 위주의 식습관을 갖고 있으며, 고기를 섭취하지 않는 것이 건강식으로 잘못 알려진 경우가 많다. 적절한 동물성 단백질 섭취는 근육량과 면역력을 유지하는 데 필수적이다.

65세 이상 단백질 부족 섭취자 비율



* 출처 : 2022년 대한지역사회영양학회지

단백질 보충제의 종류는?

단백질이 풍부한 음식으로는 닭가슴살, 계란, 두부, 콩, 생선 등이 있으며, 이를 통해 올바른 영양소를 섭취할 수 있다. 그러나 몇몇 상황에서는 식사만으로 충분한 단백질을 섭취하기 어려운 경우가 있다. 이에 발맞춰 다양한 단백질 보충제가 출시되어 소비자의 선택 폭이 넓어지고 있다.

단백질 보충제를 선택할 때에는 자신의 체질과 건강 상태를 고려하여 적절한 제품을 선택해야 한다. 또한, 단백질 섭취와 함께 운동을 병행하면 근육 감소를 예방하고 건강한 노후를 보낼 수 있다는 점을 염두에 두어야 한다.

단백질 섭취량을 결정할 때에는 일반적으로 체중 1kg당 1.0~1.5g으로 평균적으로 1g을 기준으로 삼는다. 예를 들어, 60kg의 성인이라면 하루에 60g의 단백질을 섭취해야 한다. 그러나 체중 감소, 체중 유지, 체중 증가, 근육량 증가 등의 목표에 따라 권장량이 달라질 수 있다. 체중 유지 또는 체중 및 근육량 증가를 고려 중이라면 여성은 체중 1kg당 1.5g, 남성은 2g까지 권고하고 있으며, 체중 감소의 경우 1kg당 1g 내외를 유지하며 지방 및 탄수화물 섭취량을 줄여야 한다.

단백질 보충제는 주로 우유에서 추출한 동물성 단백질과 대두(콩류)에서 추출한 식물성 단백질로 구분된다. 각각의 종류에는 특징과 장단점이 있으며, 자신의 상황에 맞게 선택해야 한다.

신장이나 간 질환 등 단백질 제한이 필요한 경우에는 보충제 섭취를 삼가야 한다. 조언을 따르면서 적절한 보충제를 선택하는 것이 중요하다.

단백질 보충제 종류

카제인 단백질	소화 흡수 속도가 느리고 포만감을 유지하는 데 좋아 식사 대용으로 좋다. 그러나 소화기관이 약한 사람은 소화 불량이나 속쓰림이 발생할 수 있으므로 주의가 필요하다.
농축 유청 단백질(WPC)	일반인에게 권장되는 유청 단백질 중 순도가 가장 낮은 제품이다. 하지만 유당 불내증이 있는 사람은 소화 불량이나 복부 불편을 느낄 수 있으므로 주의해야 한다.
분리 유청 단백질(WPI)	근육 발달과 회복에 중점을 둔 운동인과 유당 불내증이 있는 사람에게 적합하다.
가수분해 유청 단백질(WPH)	체내 흡수가 빠르기 때문에 운동인이나 소화 기능이 떨어지는 사람에게 추천된다.
분리 유청 가수분해 단백질(WPIH)	운동인이나 소화 흡수에 어려움이 있는 사람에게 좋다.
식물성 대두 단백질(ISP)	비건이나 유제품을 섭취하지 않는 사람들에게 권장된다.

단백질을 고르는 기준, 아미노산

단백질 보충제를 고를 땐 '불완전단백질'과 '완전단백질' 여부를 확인하고 고를 수 있다. 아미노산이란 단백질의 기본 단위를 일컫는 말인데, 자가 생성이 되지 않아 반드시 외부 공급이 필요한 아미노산을 필수 아미노산이라 부른다. 필수 아미노산은 총 9종(히스티딘, 이소로이신, 로이신, 라이신, 메티오닌, 페닐알라닌, 트레오닌, 트립토판, 발린)이 있으며, 이 모든 것이 들어있는 단백질을 '완전단백질'이라 한다. 반면에 이러한 필수 아미노산이 한 가지 이상 부족한 단백질을 '불완전단백질'이라 부른다.

필수 아미노산은 하나라도 부족하게 되면 우리의 몸이 원활하게 작동하지 않게 되어 다양한 질환에 노출될 수 있으므로, 몸에서 자가 생성이 되지 않는 필수 아미노산이 모두 들어있는 '완전단백질'을 고르는 것이 무엇보다 중요하다.

그 외에도 따져 봐야 하는 좋은 단백질을 고르는 기준을 '아미노산스코어'라 부르는데 '아미노산스코어'란 세계보건기구(WHO)가 제정한 것으로 9가지 필수 아미노산 함량을 비교하고 단백질의 질을 평가하는 방법이다. 즉, '아미노산스코어'가 높을수록 질이 좋은 단백질이라 할 수 있는데, 국내 식약처(식품의약품안전처)의 경우 단백질 건강기능식품의 기준치를 85점 이상으로 정의하고 있다. 그러므로 단백질 보조식품(건강기능식품)을 선택할 때는 아미노산스코어 100점 이상의 질 좋은 단백질 보조제를 선택하는 것을 추천한다.

임수진 선임연구원
現) 콜마비앤에이치(주) 식품과학연구소

1) 영양소별 평균 섭취량 - 연령층별(전체), 한국보건산업진흥원
2) Adequacy of Protein Intake among Korean Elderly: An Analysis of the 2013-2014 Korea National Health and Nutrition Examination Survey Data, 대한가정의학회 학회지

* 상기 내용은 제품과 관련 없는 일반적인 정보입니다.

PRODUCT 01

atom美 ATOMY

애터미 트리플 업 프로틴

아낌없이 매일 함께 챙기는
트리엑티브 프로틴 파우더

ATOMY TRIPLE-UP PROTEIN



건강기능식품
단백질 | 조단백질 25 g / 일
25 g x 30 포

애터미 트리플 업 프로틴
₩ 44,800원 PV 22,000pv

판매원 : 애터미(주)
제조원 : 콜마비앤에이치(주) 음성공장

애터미 트리플 업 프로틴 알아보기

필수 아미노산을 모두 함유한 프리미엄 단백질

단백질 건강기능식품
아미노산 스코어
125점 이상
* 식약처 기능성 인정 기준 140% 이상

과학적 배합 설계
3가지 동식물 단백질의
이유 있는 배합 비율

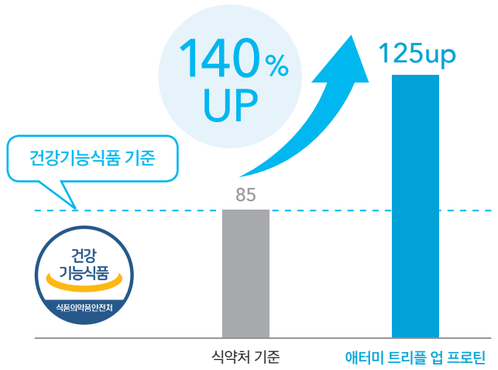
고소한 두유맛
부원료 블랙곡물추출물분말을
가미해 고소한 프로틴

검증된 원료
3가지 단백질 원료 모두
글로벌 인증 완료

고품질 원료와 간결한 전성분
꼭 필요한 성분만 엄선한 無첨가 원칙

식약처 기능성 인정
단백질 건강기능식품
단백질 건강 기능 식품의 기준 중 하나인
아미노산 스코어 125점 이상

필수 아미노산을 모두 함유한 프리미엄 단백질



건강기능식품 기준 140% 이상(식약처 건강기능식품 단백질 기준 85점 이상)
* 아미노산 스코어는 세계 보건 기구에서 만든 단백질의 질을 평가하는 방법으로 9가지 필수 아미노산의 함량을 기준으로 평가합니다.

고품질 원료

Triple up complex

분리 대두 단백
대두에서 지방과 탄수화물을 제거한
식물성 단백질

분리 유청 단백질(WPI)
농축유단백(WPC)에서 유당/콜레스테롤 등의
불순물을 제거하여 함량을 더욱 높힌 단백질

카제인 칼슘
우유에서 지방, 유청을 분리하여
남은 카제인에 칼슘을 혼합한 단백질

이런 분께 권합니다

- 평소 **단백질 섭취**가 부족하신 분
- **불규칙한 식사**로 단백질이 부족하신 분
- 평소 **탄수화물, 지방** 위주로 섭취하시는 분
- **건강하고 맛있는** 단백질을 섭취하고 싶으신 분
- 운동 후 **부족할 수 있는 단백질**을 채우고 싶으신 분
- **노화로 인해 근육건강**이 염려되시는 분

섭취 방법

취향에 따라 물양을 조절해 섭취하세요.
종이컵에 꽉 채우면 180ml

100ml	120ml	150ml
진한 곡물맛	고소한 맛	편안하고 부드러운 맛



애터미 통해 성공의 과녁을 정조준하다

사격 금메달리스트 출신 영문학 박사 '유주희 스타마스터'

유주희 스타마스터는 어린 시절 사격 선수로 활동했고, 이후 영문학 박사 학위를 받고 대학 강단에 섰다. 50대 후반, 사회에서 은퇴하는 나이에 애터미에 새롭게 도전하며 애터미 사업에서도 '금메달'을 노리고 있다.

사격 국가대표 출신 영문학 박사

유주희 스타마스터는 중학교 시절 담임선생님의 권유로 사격에 입문하자마자 숨겨진 재능을 발휘하기 시작했다. 국가대표로 선발됐으며 아시아 선수권대회에서 4개의 금메달, 세계사격선수권대회에서 1개의 은메달을 땄으며 체육 훈장도 2개나 받았다. 이후 사격을 그만두고 공부에 전념하여 영문학 박사 학위까지 받았다.

한의사인 남편을 만나 결혼해 아이를 키우며 평범한 가정주부로 지내던 유주희 씨는 40대부터 대학 강사로 강단에 서며 16년 동안 학생들을 가르쳤다. 영문학 전공 학생들을 대상으로 영미문학 강의는 물론 일반 학부생을 대상으로 토익, 대학 영어 강의를 했고, 학교 밖에서는 입시생들을 위한 영어 과외도 했다.

"50대 후반에 접어들면서 눈이 침침해지고 가끔 할머니 소리를 듣기도 하면서 덜컥 남은 노후가 걱정되기 시작했어요."

남편은 한의사이지만 한의원을 옮기고 확장하면서 여전히 갚아야 할 빚이 남아 있었다. 정형외과 의사였던 시아버지는 큰 병원을 운영할 정도로 잘나갔지만, 갑작스럽게 돌아가시자 소득이 '제로'가 됐다. 당당하던 시어머님의 모습이 쓸쓸해 보였다. 의사도 결국은 평생 노동을 해야만 돈이 들어오는 노동소득자라는 사실을 절감했다. 그때 유주희 씨에게 다가온 것이 애터미였다. 2014년 아들 친구 엄마로부터 애터미를 전해 듣고 제품을 사용했지만, 사업을 해볼 생각은 하지 못했다. 하지만 제품을 소비하기만 해도 돈이 생기는 것을 보고 2018년 연말부터 관심을 갖게 됐고, 2019년 새해에 접어들면서부터 집중적으로 애터미를 알아보기 시작했다.

긍정적인 마인드가 가장 큰 무기

마치 박사 논문 쓰듯이 애터미에 대해서 공부를 시작했다. 애터미 홈페이지는 물론 헤모힘 개발의 산실이 되었던 원자력연구원 홈페이지를 살펴보고, 한의사인 남편에게도 모르는 내용들을 물어보고 확인하는 등 꼼꼼한 확인 과정을 거쳤다. 또 헤모힘에 관한 논문도 찾아보고 세미나에 참석해 강의를 들으면서 폭풍 '열공'을 했다. 그 과정에서 애터미가 노동소득이 아닌 확실한 시스템 소득이 될 수 있으며, 그 소득이 보통 사람이 30~40년 후에 받는 연금성 소득보다 훨씬 크다는 것을 알 수 있었다. 또 애터미라는 회사가 정직한 기업이며, 생필품을 취급하는 회사지만 자신도 충분히 할 수 있겠다는 자신감이 생겼다. 그러다 보니 보통 사람들은 3개월이면 애터미에 대해서 충분히 알아볼 수 있다고 하는데 유주희 씨는 6개월이나 걸렸다.

"이럴 때 보면 제가 애터미를 하려고 박사가 됐나 싶었죠."

6개월간 참여한 각종 세미나에서 만난 사람들의 진심과 열정적인 태도를 보면서 저 사람들과 함께한다면 분명히 될 수 있을 것이라는 확신을 갖게 됐다.

유주희 씨의 가장 큰 장점은 적극적이고 긍정적인 성격이다. 사람과 만나는 것을 겁내지 않는다. 보통은 사람들을 만나면 다른 이야기를 하다가 조심스럽게 애터미 이야기를 꺼낼 법도 한데 유 씨는 사람을 만나면 거두절미하고 애터미 이야기부터 꺼낸다.

또 명함에는 QR코드가 3개 들어 있는데, 유튜브에 올라와 있는 자신의 발표 내용 링크와 애터미 회원 가입 방법에 대한 안내, 애터미 쇼핑몰 접속 링크 등이다.

"저는 제 자신이 가장 큰 무기라고 생각해요. 임페리얼마스터까지 갈 사람이라는 자신감과 함께, 저와 함께 가면 꼭 성공할 수 있다는 확신을 줍니다."

대학 강사까지 하다가 완전히 새로운 일을 시작했지만, 사업을 소개하는 데 조금도 주저함이 없다. 가끔 아는 사람들이 "왜 하필 다단계 판매를 하느냐"라고 물으면 "다단계라서 한다. 단단계라면 시작도 하지 않았을 것"이라며 당당하고 자신감 넘치는 표정으로 말한다.

매주 영어 줌 열며 글로벌 시장 확대 꿈꿔

2019년 7월에 본격적으로 애터미를 시작, 3년 4개월 만인 2022년 11월 스타마스터가 되었다. 대학 강사를 하면서 과외수업까지 할 때는 월수입이 8백만 원에 달하기도 했다. 그때와 비교하면 아직 부족하지만, 애터미는 노동소득이 아니라 시스템 소득이어서 보통 사람들이 30~40년 후 받는 연금성 소득에 비해 훨씬 크다는 것을 알게 되면서 더 이상 노후가 두렵지 않게 되었다.

평소 알고 지내는 외국인들도 많아서 해외 시장을 염두에 두고 이들을 집중적으로 공략했다. 이들로부터 하나둘 사람들을 소개받으면서 글로벌 시장으로 발을 넓혀 갈 수 있었다.

현재 대만, 몽골, 필리핀 등 아시아는 물론 아프리카 가나에 이르기까지 전 세계 15개 국가의 사람들과 교류를 하고 있으며, 이들을 위해 매주 일요일 영어로 진행하는 줌 미팅을 지속적으로 열어왔다.

국내 시장과 해외 시장을 투 트랙으로 하여 해외 시장도 보다 적극적으로 공략해 나갈 생각이다. 5월에는 여행 겸 사업으로 일본에 다녀오고 6월 중국, 10월 튀르키예, 12월 몽골에 다녀올 계획이다. 이를 위해 외국어 공부도 열심히 하고 있다.

"해외에서 강의를 할 기회가 있다면 적어도 오프닝과 클로징 멘트 정도는 그 나라의 언어로 직접 하고 싶어요."

영어와 독일어 외에도 중국어와 일본어, 스페인어 등 12개 나라 언어를 간단히 인사말 정도는 할 수 있는 수준이다. 유주희 씨는 애터미를 늦게 시작했지만, 임페리얼마스터가 되고 싶은 확고한 목표를 갖고 있다.

"어릴 적부터 세계를 무대로 활동하는 꿈을 갖고 있었어요. 외국 문학을 전공한 것도 그런 꿈을 위한 과정 중 하나였죠. 임페리얼마스터가 되면 그 꿈을 실현시킬 수 있을 것 같아요. 제가 좋아하는 셰익스피어나 헤밍웨이의 고향에 찾아가는 인문학 여행을 즐기면서 애터미 사업도 하고 싶어요. 남은 시간이 많지 않지만 70세 이전에는 반드시 임페리얼마스터라는 목표를 이룰 겁니다." Q



석세스아카데미에서 강의 중인 유주희 스타마스터

한국 제품으로 중앙아시아에서 'K 바람' 이어가

글로벌 애터미 개척 나선 키르기스스탄 고려인 '최마리아 다이아몬드마스터'

키르기스스탄에 살고 있는 최마리아 다이아몬드마스터는 고려인이다. 중앙아시아에 거주하는 많은 고려인들처럼 부모님이 러시아 극동 지역에서 강제 이주를 당해 이곳에 정착했다. 한국대사관에서 근무한 경험이 있어서 한국의 상황에 대해서도 너무나 잘 알고 있다.



한국대사관을 그만두고 나오다

결혼 후 엄마이자 아내로 평범한 삶을 이어가던 최마리아 씨는 2008년 키르기스스탄 한국대사관에 취업하면서 사회생활을 시작했다. 리셉션 업무부터, 대사 비서, 총무과 대리 등을 거쳐 퇴사하기 2년 전부터는 비자 업무도 담당했다. 한국대사관에서 받는 월급이 1천 달러 수준이었는데, 키르기스스탄의 소득 수준을 생각하면 적은 금액이 아니었다. 최마리아 씨는 안정적인 직장 생활을 뒤로하고 2020년 6월, 12년 동안 근무했던 키르기스스탄 한국대사관을 그만두었다.

"코로나 팬데믹이 제 가치관을 많이 바꾸어 놓았습니다. 세상이 빠른 속도로 변화되고 있다는 것을 느꼈죠. 이전과 같은 세상으로 절대 다시 돌아가지 않을 거라는 확신을 갖게 됐어요."

그 빠른 세상의 변화를 가져오게 될 수단 중 하나가 바로 애터미였다.

위암 판정받은 엄마를 위한 선택

한국대사관에 근무하던 당시, 최 씨의 어머니는 위암 진단을 받았다. 위암 환자에게 좋은 것을 찾다가 유튜브를 통해서 헤모힘의 존재를 알게 됐다. 한국원자력연구원의 기술로 개발된 식품이라 믿음이 갔고 암 환자들에게도 도움이 될 수 있다는 이야기를 듣자 어머니께 사드리고 싶었다.

그러던 차에 친구로부터 애터미를 소개받았다. 애터미 사업에는 전혀 관심이 없었지만, 헤모힘을 사고 싶다는 생각에 바로 회원 가입했다. 어머니는 헤모힘을 전달해 드린 이후 몸이 많이 좋아졌다. 제품을 직접 경험해보니 지인들에게 소개해도 좋을 제품이라는 생각이 들었다. 애터미 사업에도 관심이 생겼다.

"다단계라는 점이 조금 걸리긴 했지만 강제 구매 조항이 없어서 누구나 쉽게 사업을 시작할 수 있고, 누구에게 피해를 주는 일도 없을 것 같았어요. 인생을 걸어도 좋겠다는 생각에 2020년 정들었던 한국대사관을 그만두고 본격적으로 애터미 사업에 뛰어들었습니다."



센터에서 강의 중인 최마리아 다이아몬드마스터

키르기스스탄에서 가장 인기 있는 애터미 상품은 헤모힘이다. 현지 물가에 비해 가격이 비교적 높은 편이지만, 아픈 다음에 약 사 먹는 돈을 생각하면 오히려 저렴하다는 인식이 생겼다.

키르기스스탄 사람들은 기름진 음식을 많이 먹는 식습관을 갖고 있는데 건강 관리를 위해 밀크시슬, 징코앤낫토, 스피루리나도 건강식품으로 반응이 좋았다. 그밖에 가격 부담이 크지 않은 치약, 칫솔, 세제 등의 인기도 높다.

애터미 제품은 한국에서는 절대품질, 절대가격으로 통하지만, 키르기스스탄의 소득 수준에 비하면 아직 조금 높은 편이다. 제품을 소개하면 가격만 보고 멈칫하는 사람들도 많다. 이 때문에 제품을 처음 써보게 하는 것이 어렵지만, 제품을 한번 써보고 나면 비싸다는 이야기가 쏙 들어간다. 품질에 비하면 결코 비싼 편이 아니라고 생각하기 때문이다.

"키르기스스탄에도 K팝, K뷰티, K푸드 열풍이 불어 한국의 이미지는 매우 좋은 편입니다. 이곳 소비자들도 애터미 제품이 좋다는 것을 다 알죠."

지구 반대편에서 만난 새로운 친구들

"애터미의 가장 큰 장점이 바로 글로벌 사업이라는 점이죠. 전 세계의 파트너들과 함께 사업을 키워나갈 수 있다는 것이 너무나 놀랍고 신기합니다."

키르기스스탄의 경제 규모나 시장 규모가 아직 작다고 해도 전 세계를 대상으로 사업을 할 수 있기 때문에 확장성도 무궁무진하다.

최마리아 씨 산하에도 유럽과 미국 쪽 소비자들이 조금씩 생기고 있다. 애터미를 하지 않았으면 절대로 만날 수 없는 새로운 친구들이 생기는 게 스스로 생각해도 너무 신기하다. 지구 반대편에 본 적도 없고 말도 안 통하는 하위 파트너들이 생기는 것도 신기하고, 인터넷을 통해 줌으로만 만났다가 실제로 만나게 된 스폰서나 파트너들을 보면 그저 행복한 마음 뿐이다.

애터미 사업을 하면서 겪는 가장 힘든 일은 역시 인간관계에서 오는 갈등이다. 처음에는 다들 으쌰으쌰 하면서 사업을 시작하지만, 예상치 못한 상황에서는 서로 핑계를 대기 시작하고, 그러면서 파트너의 관계도 나빠진다. 사업이 풀리지 않을 때는 세미나를 빠지지 않고 동기부여 될 만한 책이나 영상을 보면서 마음가짐을 새롭게 했다.

"키르기스스탄에서는 직접 물건을 사고파는 방식의 영업 활동이 대부분입니다. 애터미처럼 세미나를 통해 영업하는 방식이 거의 없다 보니 이에 대한 이해가 부족하죠. 애터미는 결국 교육 사업이라고 생각해요. 사람들이 이 사업을 어떻게 이해하느냐에 따라 사업의 성과가 결정될 것이라고 보고 있어요. 세미나 문화를 좀 더 깊이 심어 바른 사업 문화를 만들면 좋겠다는 생각이 들어요."

결국은 많은 사람들에게 애터미의 시스템을 이해시키는 것이 제일 큰 과제다. 최 씨는 올해 안에 오토세일즈마스터가 되는 것을 목표로 하고 있다. 최종적인 목표는 물론 월 1억 원을 버는 것이다.

"하위에 1,000명의 오토세일즈마스터를 육성하는 것이 지금으로서 가장 큰 과제입니다. 그리고 우리 가족이 5년 후 다 함께 삶을 즐기면서 여행도 다니고 각자가 하고 싶은 일을 하면서 살았으면 좋겠어요. 무엇보다 제가 임페리얼이 되는 날까지 엄마가 건강을 잘 챙기시면서 저와 함께 무대에 설 수 있기를 기도합니다."

2024년 상반기 승급여행 스케치

매력적인 휴양지 필리핀 세부, 사이판, 유럽에서 뉴 샤론로즈마스터, 스타마스터, 로열마스터와 가족들의 행복한 승급여행이 진행됐다. 여행 마지막 날 사업자와 가족들은 서로에 대한 감사와 응원의 말을 전하고, 뜨거운 눈물을 흘리며 가족애를 다지고 다시 한 번 성공의 의지를 불태웠다. 웃음과 눈물이 넘쳤던 승급여행의 생생한 기록을 담아봤다.

90-91차 샤론로즈마스터 세부 승급여행

83코드 **90차** : 4/23~4/27, **91차** : 4/24~4/28

뉴 샤론로즈마스터들과 가족들 총 181명이 필리핀의 세부에서 행복한 시간을 가졌다. 한 샤론로즈마스터는 "애터미에서 여행의 시작이 이곳 세부, 샤론로즈마스터 승급여행"이라면서 "내년에는 가족들과 사이판 스타마스터 승급여행에 갈 수 있도록 남은 올해 더 열정적으로 달려나갈 것"이라고 말했다.









92-93차 스타마스터 사이판 승급여행

42코드 **92차** : 4/30~5/3, **93차** : 5/7~5/10

별빛이 아름다운 도시, 사이판에 뉴 스타마스터와 그의 가족 160명이 모였다. 뉴 스타마스터들의 가족들은 각각 "애터미의 별로서 빛이 나길 항상 응원하고 기도할게", "가족들과 해외 여행은 처음인데 천국 같은 곳에 데려와 줘서 고마워.", "엄마, 아빠! 이 자리까지 오느라 고생 많았어. 나에게도 꿈꿀 수 있는 용기를 줘서 감사해요."라며 응원의 메시지를 전했다.









94-95차 샤론로즈마스터 세부 승급여행

70코드 **94차** 5/21~5/25, **95차** : 5/22~5/26

뉴 샤론로즈마스터와 가족들 총 157명이 세부 여행에 올랐다. 5살 아들과 처음으로 해외 여행을 함께 왔다는 한 사업자는 아들에게 "아빠가 사업도 하고 여행도 하는 애터미 일을 하니 좋지?"라고 물었다며 "앞으로도 애터미를 통해 아들에게 많은 여행의 기회를 선물할 것"이라고 말했다. 한 가족은 "엄마를 따라 왔는데 너무 좋습니다! 엄마가 더 열심히 해서 사이판 여행도 데려가주면 좋겠습니다!"라고 소감을 전했다.










96차 로열마스터 유럽 크루즈 승급여행

8코드 5/24~6/2

로열마스터 8인과 가족들을 포함 37명이 10박 11일간 바르셀로나, 제노아, 로마 등 유럽 각지를 여행했다. 한 로열마스터는 "가족에게 가난을 물려주지 않기 위해 지금까지 달려왔는데, 이곳에 오니 지금까지의 세월이 주마등처럼 스쳐 지나간다"며 "지금껏 기다려준 가족들에게 너무 감사하다"고 소감을 전했다. 이에 로열마스터의 큰 딸은 "저도 딸을 낳고 보니 어머니가 얼마나 대단하신지 알겠더라"며 "지금까지 가족을 위해 희생해줘서 고맙고 사랑해"라고 말했다.









업계를 선도하고 있는 기업 애터미 업계 최초의 기록들

수출의 탑 수상, CCM 인증, 일하기 좋은 기업, ESG보고서 발간 등

애터미는 출범 당시부터 '네트워크마케팅의 역사를 새로 쓴다.'라는 목표를 가지고 있었다. 국내 네트워크마케팅 업계에서 애터미가 써 내려간 역사는 어떤 것들이 있을까. 물론 애터미 피셜로 본다면 절대품질 절대가격, 100% 환불 보증, 제심합력 등 수많은 역사를 들 수 있다. 그러나 좀 더 객관적인, 모두가 인정하는 팩트를 기준으로 본다면 어떤 게 있을까. 자랑스러운 애터미의 활동을 한 번 짚어 봤다.

업계 최초 수출의 탑 수상

애터미는 한국 네트워크마케팅 기업으로는 최초로 수출을 통해 국가 경제에 이바지하는 기업에 수여하는 수출의 탑을 수상해 왔다. 지난 2011년 500만 불 수출의 탑을 시작으로 2013년 1,000만 불, 2015년 2,000만 불, 2016년 3,000만 불, 2017년 5,000만 불, 2018년 7,000만 불, 2019년 1억 불, 2021년 3억 불 수출의 탑을 차례로 수상했다.

수출고가 높아짐에 따라 애터미의 해외 매출액도 나날이 늘어났다. 지난 2021년에는 한국 매출액보다 많은 해외 매출액을 기록하며, 명실공히 글로벌 기업으로 자리매김했다. 이 또한 한국 네트워크마케팅 기업 최초의 일이다.

애터미의 해외 진출 이후 한국 네트워크마케팅 기업들의 해외 진출이 가시적으로 늘어나기 시작했다. 대표적으로 아프로존, 리만코리아, 지큡, 인큐텐 등의 기업들이 해외시장에 노크하고 있다.

연도 별 수상 내역

누적 해외 수출액
(2010~2023년 기준)
15억 불

수상 연도	수출의 탑
2011	5백만 불
2013	1천만 불
2015	2천만 불
2016	3천만 불
2017	5천만 불
2018	7천만 불
2019	1억 불
2021	3억 불

업계 최초 소비자중심경영 인증

애터미는 지난 2019년 12월, 국내 네트워크마케팅 업계 최초로 소비자중심경영(Consumer Centered Management, 이하 CCM) 인증을 받았다. 2007년 처음 시행된 CCM 인증 제도는 한국소비자원이 평가하고 공정거래위원회가 인증하는 것으로, 기업의 모든 경영 활동을 소비자 중심으로 구성하고 이를 지속적으로 개선하고 있는지 평가하는 국가 공인제도이다.

네트워크마케팅 업계는 '소비자 피해 예방'을 이유로 현재까지도 공정위의 관리 감독을 받고 있다. 소비자피해보상보험, 후원수당 지급률 상한, 판매가격 상한 등 일반 기업으로서는 상상하지 못할 규제를 받으면서도 꾸준히 성장해 왔지만, 시선은 여전히 곱지 않은 것이 사실이다. 그 와중에 애터미가 공정위로부터 CCM 인증을 받은 것이다. 애터미는 창업 이후 지금까지 고객의 성공을 경영 목표로 삼아 성장해 왔다. 최고경영자의 경영 목표와 창립 이념을 토대로 꾸준히 소비자중심경영을 이끌어 왔으며, 2019년 12월 12일 인증서수여식을 통해 그 성과를 인정받았다. 이후 '절대품질 절대가격', '절대 가치', '제품 확대' 등을 기반으로 하는 중장기 전략을 수립해 실행했고, 고객여정팀을 신설 고객여정지도를 구성하고 고객 접점 전반에 걸친 디지털 전환 활동을 전개한 것을 높이 평가받아 3연속 재인증에 성공했다.

애터미의 CCM 인증은 네트워크마케팅 업계에 커다란 영향을 끼쳤다. 애터미의 뒤를 이어 한국암웨이가 2022년 12월 CCM 인증을 받았으며 피엠코리아가 CCM 인증을 준비하고 있는 것으로 알려지고 있다. 바야흐로 애터미가 주창해 온 소비자중심 네트워크마케팅이 업계의 흐름을 이끌어 가고 있는 것이다.



2023년 소비자중심경영(CCM) 인증서 수여식

업계 최초 일하기 좋은 기업

지난 2021년, 애터미는 'GPTW(Great Place to Work) Korea'의 '제19회 대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에 선정됐다. GPTW는 미국, 유럽, 중남미, 일본, 중국 등 세계 70여 개 국가와 공동으로 신뢰경영을 연구, 전파하는 기관이다. 일하기 좋은 기업이란 조직 구성원 관점에서 상사/경영진에 대한 신뢰(Trust), 업무에 대한 강한 자부심(Pride), 동료들 간의 일하는 재미(Fun)가 높아 열정을 다해 일하기 좋은 일터를 의미한다. 애터미는 임직원들의 높은 평가와 함께 신뢰경영지수에서 높은 점수를 받았다.

박한길 애터미 회장은 '젖소철학-아기철학'을 통해 사람은 수단이 아닌 목적 그 자체임을 강조한다. 젖소를 잘 돌보는 것은 젖소를 위한 것이 아니라 젖을 많이 짜기 위한 수단인 데 반해, 엄마가 아기를 잘 돌보는 것은 아기로부터 무엇인가 얻어내기 위함이 아니라 아기 그 자체가 목적이라고 강조한다. 임직원은 함께 성장하고 발전해야 할 존재라는 점을 경영에 접목했다.

애터미가 일하기 좋은 기업으로 선정된 이후 네트워크마케팅 업계는 임직원의 워라밸에 각별한 관심을 기울이기 시작했다. 애터미는 2021년부터 2024년까지 4년 연속 일하기 좋은 기업을 수상했다. 이후 유사나, 메나테크, 피엠코리아, 한국허벌라이프 등이 줄줄이 '일하기 좋은 기업'으로 선정되며 네트워크마케팅의 가치를 드높였다.



2024 GPTW 일하기 좋은 기업 수상식 현장

업계 최초 ESG 보고서 발간

지난 2023년 애터미는 네트워크마케팅 업계 최초로 ESG 보고서를 발간했다. 애터미의 친환경 활동과 나눔·상생 활동을 담은 2023 지속가능경영(ESG)보고서는 지속가능경영 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, 기업의 사회적 책임에 대한 국제표준인 ISO26000, 글로벌 공동 이행 목표인 UN SDGs(Sustainable Development Goals)를 준수해 작성됐으며, 신뢰성 확보를 위해 전문 검증기관인 한국품질재단의 3자 검증을 받았다.

애터미는 '미래 세대를 위한 더 나은 미래, 소비자들에게 이익이 되는 유통이자 지속가능한 기업으로 거듭나는 애터미'가 되기 위해 노력하고 있다. 지난 12월 14일 산업통상자원부와 중소벤처기업부가 주최하고 한국생산성본부가 주관하는 '지속가능경영유공 정부포상'에서 애터미는 '종합 ESG 부문 산업통상자원부 장관상'을 수상하는 쾌거를 거뒀다. 무엇보다 애터미가 환경보호와 나눔, 그리고 투명한 경영을 하고 있음을 보여줌으로써 네트워크마케팅에 대한 소비자의 인식 개선에 좋은 영향을 끼쳤다.

한편, 한국암웨이는 글로벌 암웨이와 함께 ESG 실천을 선도하고 있다. 뉴스킨 코리아도 지속가능성을 실천하기 위해 뉴스킨 희망의 숲을 조성하고 다양한 사회공헌 활동을 펼치며 지속가능경영에 힘쓰고 있다.



'2023 지속가능경영유공 정부포상' 산자부 장관 표창

Editor_이영민

GLOBAL
ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

애터미 중국, 옌타이첨단기술지구에 물품 기부

애터미 중국이 옌타이첨단기술지구의 의료, 교육, 노인 요양, 소방, 공안 등 부서에 약 100만 위안 상당의 자선 물자를 기부했다. 최근 옌타이첨단기술지구 창업빌딩에서 거행된 사랑의 기부식에는 옌타이첨단기술지구 실무위원회 위원과 관리위원회 부주임 유홍링, 지구 관련 부서 책임자가 참석했다.

이 자리에서 박병관 중국 법인장은 애터미 중국이 2017년 옌타이첨단기술지구에 입주한 이후 외자기업에서 13개 산업 체인 지원 프로젝트로 확장했다고 밝혔다. 특히 애터미는 생활필수품 및 기타 소비용품을 유통하는 선도 기업으로 자사의 합력 업체들을 중심으로 산업 클러스터를 형성하고 있다. 박 법인장은 "애터미의 성장은 옌타이첨단기술지구 관계 부처들의 성실한 서비스와 전폭적인 지원 덕분"이라며 "앞으로도 애터미는 기업의 책임을 다하며 지역 경제 발전에 더 큰 공헌을 할 것"이라고 말했다.



애터미, 화장품 생산액 국내 4위에 올라

애터미가 화장품 생산액 기준 국내 4위에 올랐다. 식품의약품안전처는 최근 발표한 '2023년 화장품 생산·수입·수출 통계 자료'에 따르면 애터미는 지난해 1,766억 원의 생산액으로 엘지생활건강과 아모레퍼시픽, 애경에 이어 랭킹 4위의 화장품 생산기업이 됐다. 애터미의 주력 화장품 '앱솔루트 셀렉티브 스킨케어'는 화장품 업계 최초로 쿼드러플 크라운을 달성한 것으로 유명하다. 쿼드러플 크라운이란 특허기술상인 'IR52 장영실상'과 '차세대 일류상품 선정', 특허청 특허기술상 '세종대왕상', 'NEP 인증' 등을 말한다. 앱솔루트 라인 외에 더 페임 라인도 스테디셀러다. 2009년, 애터미 스킨케어 6 시스템이라는 이름으로 출시된 후, 2019년 더 페임으로 리뉴얼되어 지금까지도 인기를 누리고 있다. 애터미 관계자는 "애터미는 좋고 싼 화장품으로 소비자의 선택을 받고 있다"라며 "특히 앱솔루트 라인은 정상급 원료와 기술이 만나 탄생한 매스티지(Masstige) 제품"이라고 말했다.



대만 법인, 헤모힘G 출시

지난 5월 15일, 대만 법인이 헤모힘G를 공식 출시했다. 헤모힘G는 애터미의 주력 상품인 국내 최초의 면역기능 개선 개별인정형 건기식 '헤모힘'의 글로벌 버전으로, 원료·성분 배합비를 조정한 수출용 제품이다. 대만 회원들은 이미 사전 홍보를 통해 헤모힘G의 출시에 대해 높은 관심을 보였다. 최윤혁 대만 법인장은 "면역력 강화에 더해 피로 회복에도 좋은 제품임이 밝혀진 만큼 많은 인기를 누릴 것"이라고 말했다.



애터미, '스위스 제네바 국제 발명대전' 수상

애터미와 아이엘사이언스가 공동 개발 중인 두피케어기 특허 기술이 글로벌 시장에서 제품 혁신성을 인정받았다. 2024년 스위스 제네바 국제 발명품 전시회에서 동상과 인도네시아 발명협회 특별상을 수상한 것이다. 이번에 수상한 두피케어기의 특허 기술은 신기술 인증(NET)인 실리콘 렌즈와 기존 단일 기전의 상품과 차별화를 둔 미세전류, LED의 듀얼 테크놀로지가 접목됐다. 특히 두피케어기의 핵심기술인 미세전류는 인체에 흐르는 생체전류와 유사하게 세포의 재생 및 활성 효과가 있는 것으로 알려져 있다. 세계적 권위의 SCI급 미국 화학회 학술지인 'ACS 나노'에 의하면 미세전류가 모낭 수 증식 촉진 및 모발 성장 속도를 높이는 데 효과가 있다는 것을 입증하기도 했다. 전 세계적으로 탈모케어 시장은 2021년 144억 5,800만 달러(약 19조 1,481억 원)에서 2025년 210억 9,800만 달러(약 27조 9,421억 원)로 성장할 것으로 전망되고 있다. 이에 애터미 가전사업부 담당자는 "오는 9월이면 두피케어 특허 기술로 탄생한 신제품이 출시될 것"이라며 "애터미 풀케어 정수기와 덴탈 소닉에 이은 또 하나의 히트 가전제품이 될 것"이라고 말했다.



애터미 박한길 회장, 세종시청서 나눔문화 특강

박한길 애터미 회장이 세종시 공무원을 대상으로 애터미의 3대 문화에 대한 특강을 진행했다. 지난 4월 18일, 세종특별자치시 시청 대강당에서는 박한길 애터미 회장이 지난해 10월에 사랑의 열매 고액기부자 모임인 아너소사이어티 중에서도 10억 원 이상 기부자 모임인 오플러스 1호 회원이 되면서 기부한 기부금 10억 원 가운데 8억 4,000만 원을 세종시에 지정 기탁한 것에 대한 전달식을 가졌다. 이날 세종시청 대강당에서 진행된 박 회장의 특강에는 최민호 세종시장을 비롯해 세종시 보건복지국 직원 50여 명 등 400여 명의 청중이 참석했다. 이 자리에서 박한길 회장은 나눔에 대해 특별 강연을 펼쳤다. 평소 "나눔은 소명"이라는 박한길 회장은 '가까운 곳부터, 작은 것부터, 바로 지금부터 해야 한다'라는 지론을 가지고 있다. 실제 애터미는 나눔에 관한 한 국내 500대 기업 가운데 최고로 나타났다. 지난 2021년과 2022년 기준 500대 기업 가운데 유일하게 매출 대비 기부금 비중이 2%를 넘은 것이다. 이날 강연을 통해 박한길 회장은 "나눔도 가치 창출이 되어야 한다"라고 강조했다. 그러면서 "무조건적인 나눔만 하다 보면 더 이상 나눌 것이 없어지는 상황에 직면할 수밖에 없다"라며 "흩어 없어지는 일회성 나눔이 아닌 지속 가능한 가치 창출이 되는 나눔이 중요하다"라고 말했다.



로열마스터 승급자와 가족 40명, 유럽 크루즈 승급 여행 떠나

로열마스터 승급 프로모션 유럽 크루즈 여행이 지난 5월 24일부터 6월 2일까지 9박 10일간의 일정으로 진행됐다. 이번 승급 프로모션에는 로열마스터 승급자와 가족을 포함한 40여 명이 함께했다. 크루즈 여객선은 5월 25일 스페인 바르셀로나에서 출항, 칸 국제 영화제로 유명한 프랑스 남부의 휴양 도시 칸과 이탈리아 제노바와 거대한 고대 문명의 도시 로마, 그리고 따스한 기온과 천혜의 자연환경을 자랑하는 마요르카를 거쳐 6월 1일 바르셀로나로 귀항한다. 한편, 지난 4월과 5월에는 필리핀 세부와 미국 사이판으로 샤론로즈마스터와 스타마스터 승급 여행 일정이 있었다.



다단계판매에서의 소비자보호

Q 주문한 제품이 파손이 된 채로 배송이 되었습니다.
교환이나 반품을 하고 싶은데
어떠한 제약이 있는지 궁금합니다.





A 방문판매법에 따르면 소비자는 14일 이내에 다단계판매원에게 우선적으로 청약철회를 하고, 이가 어려운 경우 다단계판매업자에게 청약철회를 할 수 있습니다. 다단계판매원의 경우에는 3개월 이내에 청약철회를 요구할 수 있습니다.

* 애터미 회원들이 고객행복센터를 통해 문의한 사항 중 일부 내용을 발췌해 칼럼을 작성하고 있습니다.

청약철회의 의미

제품을 구매한 이후 이런저런 사유로 자신이 구매한 상품을 다른 상품으로 바꾸거나 환불을 받은 경험은 누구나 가지고 있을 것이다. 방문판매법에서는 환불 즉 반품에 대한 내용을 청약철회라는 표현을 사용하여 규정하고 있다. 청약철회라는 표현은 방문판매법뿐만 아니라 전자상거래법을 비롯한 소비자 관련 법에서 흔히 사용하는 표현이다. 소비자가 행하는 거래의 유형마다 각종 소비자 관련 법에서 청약철회를 보장하고 있는데, 그 내용은 법에 따라 상이한 부분이 있다.

방문판매법상 청약철회

방문판매법 제17조와 제18조에서 다단계판매원의 청약철회에 대한 내용을 규정하고 있다. 제17조에서는 소비자가 제품구매 후 청약철회하는 것과 다단계판매원이 다단계판매업자에게 청약철회하는 것을 구분하여 정하고 있다. 즉 소비자는 14일 이내에 청약철회를 할 수 있는데, 소비자가 다단계판매원에게 제품을 구입한 경우 다단계판매업자가 아닌 다단계판매원에게 우선적으로 청약철회를 하고, 일정한 사유로 인해 다단계판매원에게 청약철회가 어려울 경우에 다단계판매업자에게 청약철회를 하도록 하고 있다. 다단계판매원은 제품을 다단계판매업자로부터 구매할 수밖에 없는데, 이 경우에는 소비자가 제품을 구매한 경우와 구분하여 계약을 체결한 날로부터 3개월 이내에 청약철회를 할 수 있도록 정하고 있다.

요즘 흔히 사용하는 온라인 쇼핑몰에서의 거래는 전자상거래법의 적용을 받는다. 전자상거래법에서는 청약철회 기간을 기본적으로 7일로 정하고 있다. 할부거래[1]는 할부거래법에서 전반적인 사항을 규율하고 있는데, 여기에서도 청약철회 기간을 7일로 정하고 있다.

타 법과 비교했을 때 방문판매법은 다단계판매 방식으로 제품을 구매한 소비자에게 14일이라는 장기간의 청약철회 기간을 인정해 주고 있다. 또한 다단계판매원의 경우에는 무려 3개월이라는 청약철회 기간을 보장하고 있다. 청약철회 기간만을 보더라도 방문판매법은 타 소비자 보호 관련 법에 비해 소비자 및 다단계판매원을 두텁게 보호하고 있다는 것을 알 수 있다. 이처럼 이번 글에서는 청약철회에 대한 내용을 위주로 설명하였지만, 그 밖에도 방문판매법에서는 소비자 및 다단계판매원을 보호하기 위한 각종 장치들을 마련하고 있다. 만약 다단계판매업자가 이러한 보호 장치를 훼손하는 내부 정책을 펼친다면, 소비자나 다단계판매원은 법에서 보장하고 있는 권리를 주장할 수 있어야 한다. 그렇게 하기 위해서는 이러한 법적인 보호 장치에 대해 설명을 꾸준히 듣고 숙지할 수 있도록 노력해야 한다.

방문판매법상 청약철회

구분	온라인 쇼핑몰	방문판매/다단계판매	보험 상조 등
적용법규	전자상거래법	방문판매법	할부거래법
청약철회기간	7일 이내	소비자 : 14일 이내 판매원 : 3개월 이내	7일 이내

다단계판매는 일반 대중들의 막연한 인식과는 달리 법적으로 강력한 소비자 보호 장치를 마련하고 있다.

청약철회의 예외 사유

그렇지만 아무런 제한 없이 위에서 설명한 기간 동안 청약철회가 허용되는 것은 아니다. 소비자는 14일 이내라고 하더라도 소비자에게 책임이 있는 사유로 재화 등이 멸실되거나 훼손된 경우, 소비자가 재화 등을 사용하거나 일부 소비하여 그 가치가 현저히 낮아진 경우, 시간이 지남으로써 다시 판매하기 어려울 정도로 재화 등의 가치가 현저히 낮아진 경우, 복제할 수 있는 재화 등의 포장을 훼손한 경우 등에는 청약철회를 할 수 없다. 또한 다단계판매원은 재고 보유에 관하여 다단계판매업자에게 거짓으로 보고하는 등의 방법으로 과다하게 재화 등의 재고를 보유한 경우, 다시 판매하기 어려울 정도로 재화 등을 훼손한 경우 등을 청약철회의 예외 사유로 정하고 있다. 이러한 청약철회의 예외 사유는 전자상거래법에서도 유사하게 규정하고 있고, 다단계판매원에게 적용되는 예외 사유인 과다 재고 보유 사항은 다단계판매원의 특수한 지위에 기인하여 인정되는 예외 사유이다. 법에서 정하고 있는 것은 소비자나 다단계판매원을 보호하기 위한 최소한의 기준이다. 따라서 다단계판매업자가 방문판매법에서 정한 기간보다 짧은 기간의 청약철회 기준을 내부 규정으로 가지고 있다고 하여도 이는 효력이 없다. 그렇지만 방문판매법에서 정한 기간보다 더 긴 청약철회 기간을 인정하거나 청약철회의 예외 사유를 더 좁게 인정하는 것은 오히려 소비자나 다단계판매원에게 유리하므로 그 효력이 인정된다. 거의 다 사용한 제품을 단순 변심에 의해 청약철회하려고 할 경우, 법에서 정한 바에 따르면 제품을 일부 사용하거나 소비하여 그 가치가 현저히 낮아진 것에 해당하므로 다단계판매업자는 청약철회 요청을 거절할 수 있다. 이러한 제품의 청약철회도 받아주는 것은 그만큼 해당 다단계판매업자가 소비자 및 다단계판매원을 법에서 정한 것보다 두텁게 보호해 주고 있다는 것을 뜻한다.

1) 소비자가 사업자에게 대금을 2개월 이상의 기간에 걸쳐 3회 이상 나누어 지급하되 대금을 완납하기 전에 재화의 공급이나 용역의 제공을 받기로 하는 거래



오승유 변호사
現) 애터미(주) 해외사업부
제5회 변호사 시험 합격
서울시립대학교 법학전문대학원 졸업
고려대학교 법학과 졸업

꿀벌은 말벌을 어떻게 물리칠까?

우리가 벌 중에서 가장 두려워하는 것은 말벌이다. 말벌은 강력한 독을 가지고 있어서 인간의 생명을 위협할 수도 있다. 최근에는 도심 지역까지 말벌이 확산되면서 시민들에게 큰 위협이 되고 있기도 하다. 뿐만 아니라 말벌은 꿀벌을 자주 공격하여 양봉 농가에 큰 피해를 입히는 곤충이다. 말벌은 곤충 등을 공격한 후 강한 주둥이로 씹어 경단을 만들며, 집으로 가지고 가 애벌레에게 먹인다고 한다.

꿀벌의 가장 무서운 적은 말벌이라고 한다. 말벌은 꿀벌의 500배에 해당하는 강한 독성을 가지고 있다. 꿀벌의 벌통 주변을 보면 종종 꿀벌이 수없이 죽어 있는 모습을 볼 수 있는데, 이것은 말벌이 꿀벌을 공격하여 그렇게 된 것이라고 한다. 말벌이 워낙 강하기 때문에 꿀벌이 말벌과 1:1로 싸워 이길 확률은 0이다. 즉 꿀벌은 1:1로 말벌과 싸워서는 절대로 이길 수 없다.

그럼 꿀벌은 말벌에게 속수무책으로 당하고만 있을까? 꿀벌 나름대로 방어책을 갖지 못했다면 아마 멸종하고 말았을 것이다. 꿀벌이 말벌을 이길 수 있는 유일한 방법은 열공격(熱攻擊)이라고 한다. 꿀벌의 치사온도는 48~50도이고, 말벌의 치사온도는 44~46도이다. 꿀벌이 말벌의 공격을 물리치는 방법은 수많은 꿀벌들이 말벌을 에워싸서 벌덩어리를 만든 뒤 열을 47도까지 끌어올려 죽게 만드는 것이다. 1도 차이로 말벌은 죽고 꿀벌은 살아남는다. 꿀벌은 본능적으로 '뭉치면 살고 흩어지면 죽는다.'라는 사실을 알고 있는 것이다.

이것이 상대적 약자의 생존법이다. 상대적 약자가 강자에게 1:1로 덤볐다가는 백전백패를 당한다. 약자가 살기 위해서는 힘을 합치는 길 밖에 없다.



TV에서 '동물의 왕국'이라는 프로그램을 보면, 마사이마라(Masai Mara)나 세렝게티(Serengeti) 등 아프리카 초원에서 들소나 얼룩말과 같은 초식동물 수십 또는 수백 마리가 무리 지어 다니는 것을 볼 수 있다. 이렇게 무리 지어 움직이는 이유는 사자나 치타 등 포식자로부터 살아남을 확률이 커지며 번식에도 유리하기 때문이다. 즉, 많은 개체가 함께 뭉쳐 움직이면 첫째, 포식자는 어떤 녀석을 공격할지 혼란스러워지고, 둘째, 여러 개체가 포식자를 감시하므로 누군가가 포식자의 접근을 알아차리면 덩달아 도망칠 수 있고, 셋째, 무리를 지어 있으면 자신이 포식당할 확률이 크게 낮아지고, 넷째, 좁은 공간에 암수가 섞여 있으면 배우자를 만날 가능성이 높아진다는 것이다.

그런데 먹이를 먹는 데 정신이 팔려 무리와 함께 움직이지 않거나, 혹은 어떤 이유로 무리에서 분리되면 반드시 공격당하는 장면을 우리는 볼 수 있다. 사자나 치타 등 포식자들은 큰 무리가 함께 움직일 때는 한참 지켜보고 있다가 무리에서 분리되는 녀석이 나타나기를 기다린다. 어떤 이유로 분리된 녀석을 발견하면 공격을 시작한다.

TV 동물의 왕국 프로그램에서 각종 동물들이 살아가는 모습을 보면 각 동물들의 생존 전략을 엿볼 수 있다. 초원에서 동물의 제왕은 역시 사자다. 그러나 상대적 약자들도 나름대로 생존 전략을 가지고 있다. 그런 전략 중 가장 두드러지는 것이 무리 지어 살아가는 방식이다.

가끔 하이에나 무리가 사자가 힘들여 잡은 먹이를 통째로 빼앗아 먹는 것을 본다. 어떻게 이게 가능할까? 물론 하이에나는 일대일로 덤비면 사자의 적수가 못된다. 그러나 하이에나 수십 마리가 모이면 이야기가 달라진다. 하이에나 떼가 모여들어 사냥한 먹이를 먹으려는 사자를 계속 괴롭힌다. 그러면 사자는 으르렁거리며 하이에나를 쫓아내지만 하이에나 떼는 쉴 새 없이 사자를 괴롭힌다. 그러면 사자는 먹이를 포기하고 자리를 뜬다. 영리한 사자는 하이에나 떼와 싸우면 자신이 이기겠지만 자신도 상처를 입는다는 것을 안다. 야생에서 상처를 입으면 그건 치명적이다. 사냥도 할 수 없고 동료들로부터도 외면당하기 때문이다. 하이에나의 행동은 제심합력의 위력을 보여 준다.

애터미인들은 평균적으로 보면 경제적 약자들이다. 약자가 강자에게 잡아먹히지 않는 방법은 제심합력뿐이다. 혼자 힘으로는 강자에게 당하지 못한다. 애터미 조직의 질을 향상시키기 위해서는 제심합력하여 초유기체를 형성하고, 그리하여 집단지성을 발현하는 것이 필수적이다. 그것은 각 구성원들이 조직에 물리적 뿐만 아니라 화학적으로도 하나가 되는 것이다.

초유기체를 형성하여 발휘하는 집단지성을 공생지성이라고도 한다. 집단지성을 발휘하는 것은 공생하기 위한 최선의 방책이기 때문이다. 초유기체는 각자의 개성에 따라 행동하는 것이 아니라, 개미나 꿀벌의 군락과 같이 조직 전체가 마치 하나의 개체처럼 움직이는 것을 말한다. 이런 경우 하나의 개체가 조직에서 떨어져 나가는 경우 그 생명력을 오래 유지할 수가 없다.

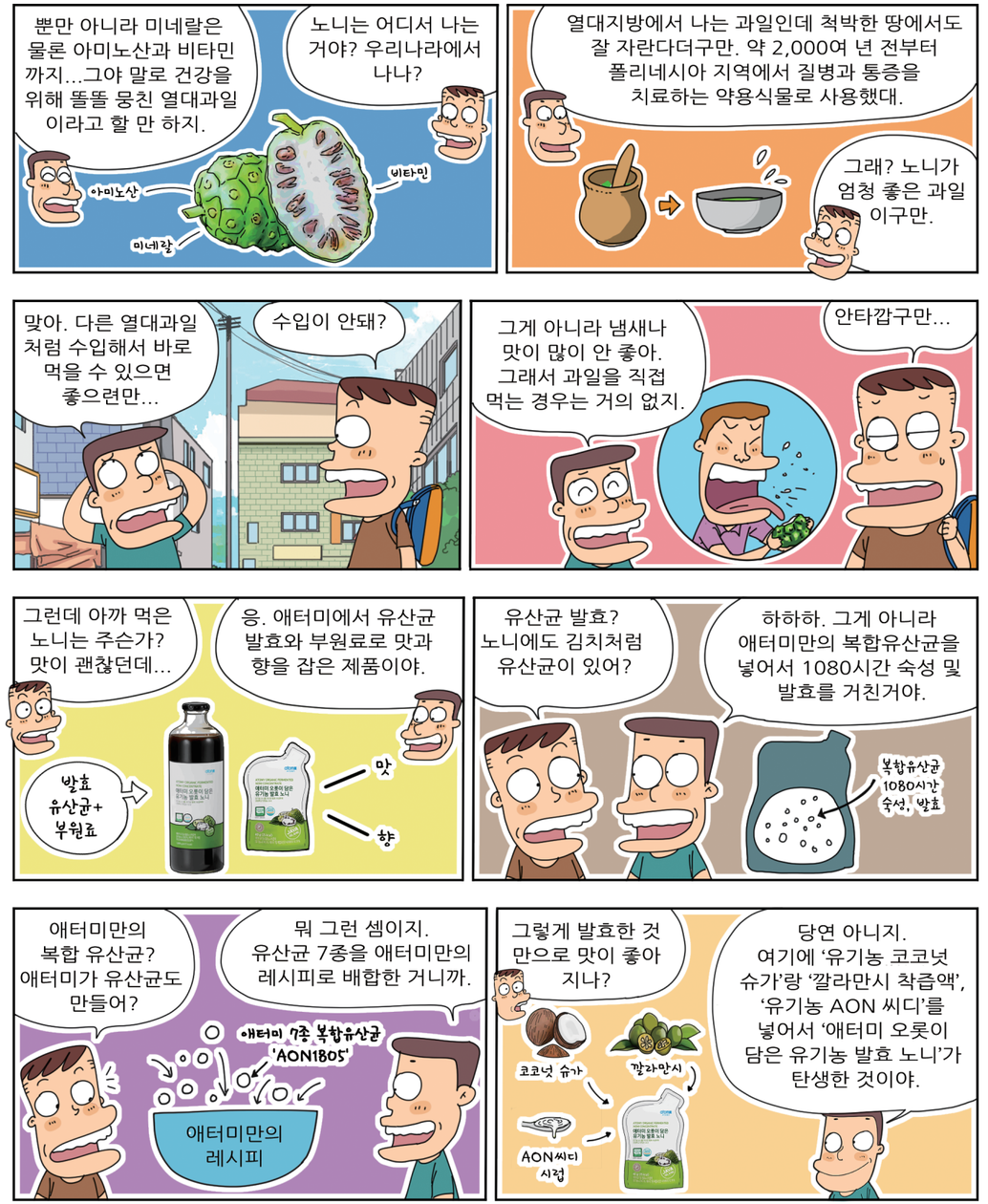
애터미 사업의 성공 여부는 각 조직이 초유기체를 형성하느냐, 아니면 각개 약진하느냐에 달려 있다. 애터미 사업은 개인의 능력으로 성공하는 것이 아니라 집단의 능력으로 성공한다. 따라서 집단이 초유기체를 형성하면 성공하고, 제멋대로 행동하면 성공하기 어렵다. 따라서 제 잘난 맛에 독불장군처럼 행동하는 사람은, 자신은 물론 다른 사업자들의 사업까지 망치는 존재가 된다.

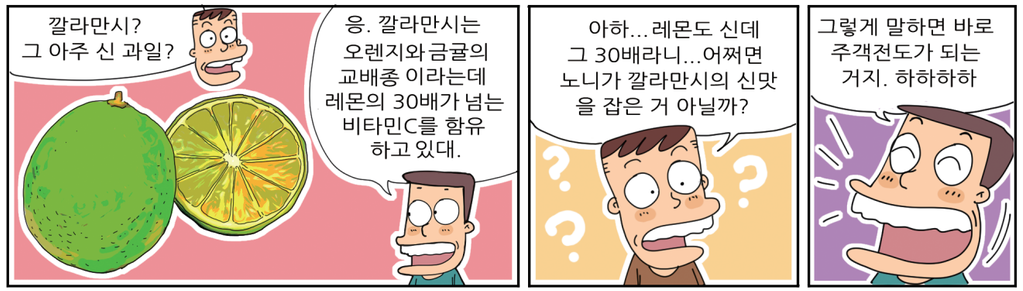
이성연 경제학 박사
1989 경북대학교 경제학 박사 취득
1986 보국훈장 삼일장 수상
1982 미국 브라운대 대학원 경제학 석사 취득
1976~2010 육군사관학교 및 3사관학교 교수 역임
1976 서울대학교 경제학과 졸업
1972 육군사관학교 졸업



애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니



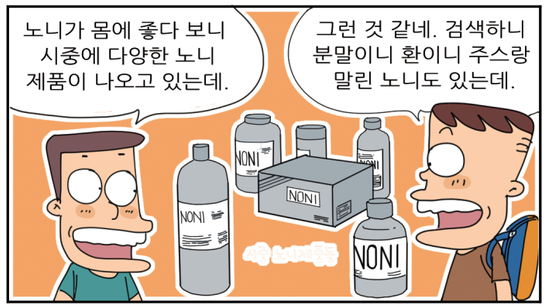


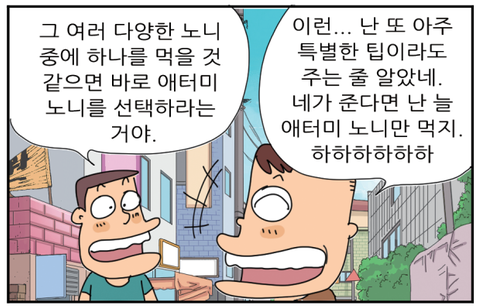

깔라만시?
그 아주 신 과일?
응. 깔라만시는 오렌지와 금귤의 교배종 이라는데 레몬의 30배가 넘는 비타민C를 함유 하고 있대.

아하...레몬도 신데 그 30배라니...어쩌면 노니가 깔라만시의 신맛을 잡은 거 아닐까?
그렇게 말하면 바로 주객전도가 되는 거지. 하하하하


그 깔라만시랑 코코넛 슈가랑 섞어서 또 15일간 숙성을 시킨 다음에야 비로소 애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니가 탄생하는 거야.
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니
코코넛슈가
깔라만시

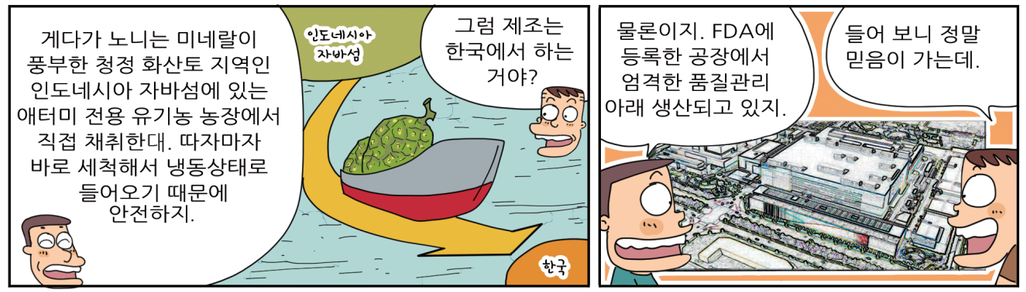

아...내가 팁 하나 주지.
팁? 뭔데


노니가 몸에 좋다 보니 시중에 다양한 노니 제품이 나오고 있는데.
그런 것 같네. 검색하니 분말이니 환이니 주스랑 말린 노니도 있는데.
NONI


그 여러 다양한 노니 중에 하나를 먹을 것 같으면 바로 애터미 노니를 선택하라는 거야.
이런... 난 또 아주 특별한 팁이라도 주는 줄 알았네. 네가 준다면 난 늘 애터미 노니만 먹지. 하하하하하하


내가 애터미 사업한다고 애터미 노니를 추천하는 거 아냐. 그럴만한 근거가 다 있거든.
근거? 뭔데. 제일 좋은 노니만 선별해서 만들었다든가 뭐 그런거.


쯧쯧쯧... 나를 아주 물로 보는구만. 애터미노니는 한국식품연구원과의 공동 연구를 통해 발효노니 관련 제조방법 및 조성물 특허를 3건이나 받았거든.
엥? 특허? 아니 노니 주스 하나에 뭔 특허를 세 개씩이나...
특허 제 10-2151371호
특허 제 10-2151372호
특허 제 10-2151373호


게다가 노니는 미네랄이 풍부한 청정 화산토 지역인 인도네시아 자바섬에 있는 애터미 전용 유기농 농장에서 직접 채취한대. 따자마자 바로 세척해서 냉동상태로 들어오기 때문에 안전하지.
인도네시아 자바섬
그럼 제조는 한국에서 하는 거야?
한국
물론이지. FDA에 등록한 공장에서 엄격한 품질관리 아래 생산되고 있지.
들어 보니 정말 믿음이 가는데.


최고의 원재료를 최고의 정성으로...애터미 노니는 유기농산물 인증은 물론 해썹(HACCP)과 유기가공 식품 인증까지도 받았어.
유기가공식품 (ORGANIC)
농림축산식품부
식품안전관리인증 HACCP
식품의약품안전처


흔한 음료라고 만만히 볼 게 아니네.
아니 이 사람아. 그걸 이제야 아는감? 애터미 제품은 뭐 하나 손쉽게 출시되는 게 없어요.철저하게 품질 검사하고 원가 절감하고 나서야 출시되지.


그래서 절대품질 절대가격이라는 말을 캐치프레이즈로 사용 하는구먼.
그렇지. 절대품질 절대 가격이라는 말은 어떤 제품이든 애터미가 취급하는 제품이라면 품질과 가격에서 믿어도 된다는 소비자에 대한 애터미의 약속이야.


그러다보니 해외에서도 애터미 노니 인기가 상한가를 치고 있지.
아, 이 노니가 해외로 수출된다고? 어디에?


중국과 미국은 물론 말레이시아, 호주, 일본 등등 10여 개 나라가 넘어. 올해까지 18개 국가에 수출할 계획이라고. 중국에서는 워낙 인기가 좋아 TOP3에 들어갈 정도라고.
와우...잘하면 애터미 노니가 세계를 석권하겠는데.


어디 노니뿐이겠어? 헤모힘은 이미 세계적인 건강기능식품이고 앱솔루트 화장품이나 칫솔 등등등... 많지. 너도 더 늦기 전에 빨랑 회원 가입 하라고.
그래. 가입할게... 좋은 제품 싸게 사는 것만으로도 남는 장살테니 말야. 하하하

애터미 매거진 수필 공모전

매거진 회원 수필 코너의 주인공을 찾습니다!

애터미와 함께 울고~웃고!
이꼴 저꼴 별꼴 다 봤었던
감동적인 사연을 기다립니다.

주 제 애터미와 관련된 자유 주제

대 상 애터미 회원 누구나

방 법
- **분량** : 공백 포함 2500자 내외
- **파일 형식** : 한글, MS워드
- **접수** : atomysori@atomypark.com으로 메일 송부
  * 메일 접수 시 제목에 [매거진 수필] 말머리 포함

상 품 회원 수필로 게재될 경우 **애터미 신제품** 증정



함께 만들어요 애터미 매거진

이런 기사 있으면 좋겠다! 애터미가 만들어주면 좋겠다!
매거진 기사 콘텐츠를 자유롭게 제안해주세요.

이벤트
참여하러 가기

주 제 제품, 인터뷰, 트렌드분석 등 다양한 기사 콘텐츠

대 상 오른쪽 QR코드를 스캔한 후 원하는 주제와 내용을 기입

상 품 실제 기사화가 될 경우 **애터미 신제품** 증정



GLOBAL CONTACTS

www.atomy.com

애터미 본사
충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel. 1544-8580 Fax. 02-888-4802

KOREA
shop.atomy.com
TEL 1544-8580
FAX 02-888-4802
E-MAIL atomy_kr@atomypark.com

USA
www.atomy.com/us
TEL +1-253-946-2344
E-MAIL atomy_usa@atomypark.com

JAPAN
www.atomy.com/jp
TEL +81-03-6705-8640
E-MAIL atomy_jp@atomypark.com

CANADA
www.atomy.com/ca
E-MAIL atomy_ca@atomypark.com

TAIWAN
www.atomy.com/tw
TEL +886-0800-586-685
E-MAIL atomy_tw@atomypark.com

SINGAPORE
www.atomy.com/sg
TEL +65-6797-9570
E-MAIL atomy_sg@atomypark.com

CAMBODIA
www.atomy.com/kh
TEL +855 -(0)23-922-111
E-MAIL atomy_kh@atomypark.com

PHILIPPINES
www.atomy.com/ph
TEL +63-2-8776-8177
E-MAIL atomy_ph@atomypark.com

MALAYSIA
www.atomy.com/my
TEL +603-2718-7000
E-MAIL atomy_my@atomypark.com

MEXICO
www.atomy.com/mx
TEL +52-55-5086-2855
E-MAIL atomy_mx@atomypark.com

THAILAND
www.atomy.com/th
TEL +66-2-024-8926 to 28
E-MAIL atomy_th@atomypark.com

AUSTRALIA
www.atomy.com/au
TEL +61-3-9133-5100
E-MAIL atomyau_cs@atomypark.com

INDONESIA
www.atomy.com/id
TEL +62-08001503098
E-MAIL atomy_id@atomypark.com

RUSSIA
www.atomy.ru/ru
E-MAIL atomy_ru@atomypark.com

CHINA
www.atomychina.com.cn
TEL +86-400-107-1999
E-MAIL atomycallcenter@vip.163.com

COLOMBIA
www.atomy.com/co
TEL+57-601-4897928
EE-MAIL atomy_co@atomypark.com

HONG KONG
www.atomy.com/hk
TEL +852-3611-7706
E-MAIL atomy_hk@atomypark.com

INDIA
www.atomy.com/in
TEL +91-124-695-9000
E-MAIL atomy_in@atomypark.com

NEW ZEALAND
www.atomy.com/nz
TEL +64-9-86-999-88
E-MAIL atomy_nz@atomypark.com

TURKIYE
www.atomy.com/tr
TEL +90-850-290-8060
E-MAIL atomy_tk@atomypark.com

UNITED KINGDOM
www.atomy.uk/uk
TEL +44-(0)20-3878-4522
E-MAIL atomy_uk@atomypark.com

KAZAKHSTAN
www.atomy.kz/kz
TEL +7-(727) 347-01-64
E-MAIL atomy_kz@atomypark.com

KYRGYZSTAN
www.atomy.kg/kg
TEL +996-0(312) 97-57-22
E-MAIL atomy_kg@atomypark.com

BRAZIL
www.atomy.com/br
TEL +55-800-878-2266
E-MAIL atomyamavc@atomypark.com

MONGOLIA
www.atomy.com/mn
TEL +976-7744-8580
E-MAIL atomy_mn@atomypark.com

UZBEKISTAN
www.atomy.uz/uz
TEL +998-78-150-2220
E-MAIL atomy_uz@atomypark.com

EUROPE
shop.atomy.com/eu
TEL +49-6196-9233-046
E-MAIL atomy_eu@atomypark.com

atom美 ATOMY

애터미 프로팩타민

내 몸의 에너지를 가득 채우는
21종의 멀티비타민 미네랄

ATOMY PRO PACKED-TAMIN



건강기능식품
비타민 13종 / 미네랄 8종
500 mg X 120 캡슐(60g)

판매원 : 애터미(주)
제조원 : 콜마비앤에이치(주) 음성공장