ATOMY MAGAZINE

3 / 4 / 5 월
2024 | Vol. 30

글로벌 애터미호 순항 중

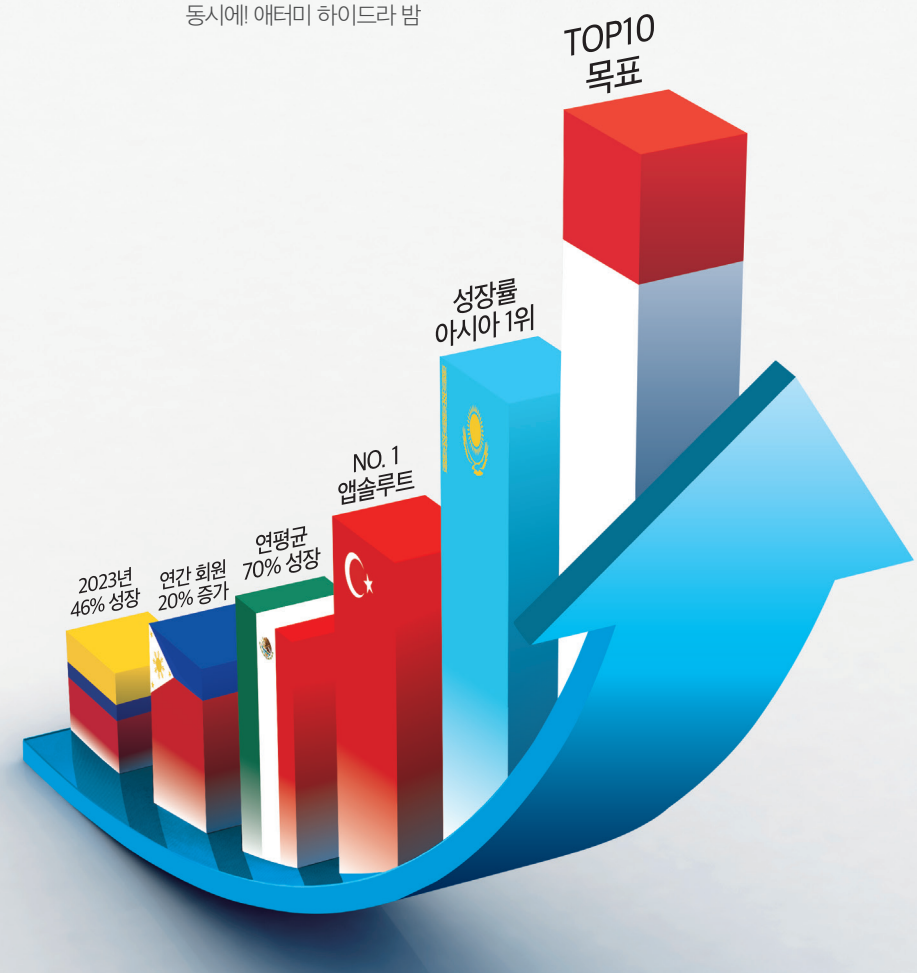
차세대 애터미를 선도할 해외법인의 현황과 미래 전략

COVER STORY
- 폭풍성장한 글로벌 법인 올해도 순항 예고

NEW PRODUCT
- 피부와 바다를 위한 선케어_애터미 프레쉬 선 로션
- 메디쿡 세라믹 프라이팬&무흠집 수세미
- 수분 충전, 탄력 강화, 리프팅을 동시에! 애터미 하이드라 밤

FIELD
- 혁신적인 디지털 헬스케어 '애터미 맞춤형 행복 프로젝트'
- 매스티지타임즈, 회원 성공 지원하는 제품 전문 웹진

GLOBAL
- 해외법인 사업자 8인의 비즈니스 노하우
- 대만법인, 오픈 10주년 맞아



atom美
ATOMY

atom美 ATOMY

애터미 트리액티브 칼마디

뼈 건강을 위한 3종 복합 칼슘 포뮬러

ATOMY TRI-ACTIVE CAL MAG D



건강기능식품
800mg X 180정 (144g)

CONTENTS

3 / 4 / 5월 2024 | Vol. 30

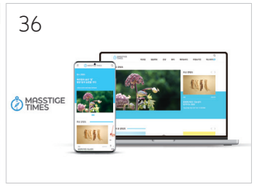
04	FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE	글로벌 애터미 | 박한길 애터미 회장
06	COVER STORY	폭풍 성장한 글로벌 법인... 올해도 순항 예고
12	GLOBAL ❶	해외 사업자 8인의 비즈니스 노하우
16	FIELD ❶	소소클, 현장에서 바로 활용하는 애터미 비즈니스
18	FIELD ❷	혁신적인 애터미 디지털 헬스케어가 온다!
20	PRODUCT ❶	나이를 속이는 스킨케어 루틴
22	COLUMN ❶	최근 핫한 건기식, 칼마디(칼슘, 마그네슘, 비타민D)에 대해 알아보자
24	PRODUCT ❷	수분 충전, 탄력 강화, 리프팅을 동시에
26	COLUMN ❷	하루의 기분과 평생의 건강을 책임지는 '장'
28	PRODUCT ❸	봄철, 대기 오염을 이겨내는 3가지 수칙
30	PRODUCT ❹	피부 속 수분 폭탄, 히알루론산
32	PRODUCT ❺	건강한 요리는 건강한 조리도구부터! 애터미 메디쿡 세라믹 프라이팬 & 무흠집 수세미
34	PRODUCT ❻	선크림 유목민이여 주목하라! 애터미 프레쉬 선 로션
36	FIELD ❸	매스티지타임즈, 회원 성공 지원하는 제품 전문 웹진
38	FIELD ❹	임직원이 바라 본 10년 후의 애터미
40	TREND	ALIVE, 애터미를 위한 2024년 뷰티&건강 소비 트렌드
42	INTERVIEW ❶	"한옥마을에서 꾸는 글로벌 애터미의 꿈" 이채영 샤론로즈마스터
44	INTERVIEW ❷	러시아 이민자, 유럽 최초의 스타마스터로 이나 므라드(Inna M'rad) 스타마스터
46	GLOBAL ❷	애터미 대만 법인, 오픈 10주년 맞아
48	FIELD ❺	애터미오롯, 글로벌 식품 기업으로 자리매김한다
50	CSR	도경희 부회장, 고객행복센터 장학금에 이어 회원 자녀들을 위한 행복드림 장학금 지원
52	GLOBAL ATOMY NEWS	글로벌 애터미 뉴스
54	법률 Q&A	수당 발생 후 주민등록번호 등록 오승유 변호사
56	COLUMN ❸	왜 최선을 다하지 않았는가? 이성연 경제학 박사
58	CARTOON	SCI 마이크로바이옴
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



글로벌 애터미

1,500만 애터미 회원 여러분, 안녕하십니까. 애터미의 창업자이자 회장인 박한길입니다.

여러분은 애터미의 글로벌 성과를 잘 알고 계실 것입니다. 애터미는 2009년에 설립된 이래로, 절대품질 절대가격의 제품과 소비자의 이익과 고객의 성공을 우선하는 소비자중심 네트워크마케팅으로 전 세계 시장을 공략해왔습니다. 현재 연간 2조 원이 넘는 매출을 국내외에서 올리고 있으며, 한국을 제외한 26개 해외 법인의 매출이 국내 매출보다 많은 글로벌 유통기업으로 성장했습니다. 지난해도 애터미는 우즈베키스탄과 EU 시장에 진출하며 성장을 이어갔습니다. 이는 회원 여러분들의 끊임없는 도전과 혁신, 그리고 글로벌 시장에 대한 꿈과 비전이 있었기 때문입니다. 여러분은 애터미의 글로벌화를 이끌어가는 리더이자 선구자입니다.

하지만, 우리는 여기서 만족할 수 없습니다. 앞으로도 우리는 더 많은 시장에서 더 많은 소비자에게 애터미의 가치와 제품을 전달해야 합니다. 또한 더 많은 고객들에게 건강과 행복, 그리고 성공의 기회를 제공해야 합니다. 우리는 더 많은 사람들과 함께 성장하고, 더 많은 사회에 기여해야 합니다. 우리는 우리의 제품과 시스템에 대한 자부심과 신뢰를 가지고, 우리의 비즈니스로 전 세계의 모든 사람들이 균형 잡힌 삶을 누리게 될 그날까지 멈춰서는 안 됩니다.

회원 여러분, 올해 애터미는 또 한 번의 퀀텀 점프를 통해 모두의 성공을 향해 달려갈 것입니다. 지난해 시작된 백만갑 프로젝트는 애터미 임직원들이 회원들의 오프라인 비즈니스 현장의 감각과 애환을 직접 체험하고, 회원들과 호흡을 맞출 수 있도록 개편됩니다. 또 현장 맞춤형 프로그램인 소소한 클래스는 다양한 이슈나 이벤트, 신상품 출시 및 프로모션의 효과를 극대화할 수 있는 기획을 통해 회원들의 성공 여정에 확실하게 힘을 줄 수 있는 프로그램으로 자리매김할 것입니다.

올해 애터미의 캐치프레이즈는 '철저하게 하든지 처절하게 하든지'입니다. 아무리 능력이 뛰어난 사람도 철저하게 하지 않고는 성공할 수 없습니다. 철저하게 한다면 능력 있는 사람도 하루에 8시간은 노력해야 합니다. 애터미 사업은 무에서 유를 창조하는 사업입니다. 리더가 되려면 파트너들을 이끌어 가는 것은 물론 수많은 소비자들을 만나 애터미 제품들을 올바로 소개하며 사업의 비전을 설득해야 합니다. 하루 8시간도 부족해야 하는 사업입니다. 하물며 능력이 없다면 하루 24시간을 갈아넣는다는 처절한 각오로 임해야 합니다. 잠자는 시간을 정하지 않고 기절할 때까지 일하다가 깨어나면 또 일하는 것입니다.

지름길이 있다면 된다는 확신을 가지고 될 때까지 단순한 일을 반복하는 것입니다. 확신이 없는 사람들이 자꾸 요행을 바라고 곁길로 가다가 넘어집니다. 요행을 바라는 사람일수록 실패의 원인을 남에게서 찾습니다. 하자는 대로 했으니 안 되면 남 탓으로 돌립니다. 주변에서 뭐라고 하든지 최종 결정은 자신이 내려야 하고 그에 대한 책임도 자신이 져야 합니다.

애터미 사업으로 성공하면 머니 리치(Money rich), 프렌드 리치(Friend rich), 타임 리치(Time rich)의 균형 잡힌 삶을 살아갈 수 있습니다. 성공하려면 철저하게 준비하고 계획대로 철저하게 실행해야 합니다. 철저하게 준비하지 못한 사람은 처절하게라도 해야 비로소 성공이라는 영광을 누릴 수 있습니다. 때문에 '철저하게 하든지, 처절하게 하든지' 해야 하는 것입니다.

애터미는 언제나 여러분과 함께 할 것입니다. 회원 여러분들의 꿈을 응원하며 성공을 위해 최선을 다하고 있습니다. 저 박한길은 여러분이 애터미의 글로벌 리더로서, 또 성공의 주역으로서 더욱 빛나고 행복하시기를 바랍니다. 여러분은 애터미의 가치를 실천하고, 전 세계에 전파하며 더 많은 사람들에게 성공의 기회를 배달하는 주역이기 때문입니다.





폭풍 성장한 글로벌 법인... 올해도 순항 예고

법인들의 성장 원동력과 올해의 전략은?

지난해 말 기준, 24개월 이상 영업한 법인 가운데 가장 높은 성장률을 기록한 법인은 튀르키예 법인이다. 성장률은 무려 200%. 2021년 6월 영업 시작이라는 기저효과를 감안해도 상당한 호실적이다. 이어서 러시아와 카자흐스탄, 콜롬비아, 필리핀, 뉴질랜드, 인도네시아 등의 순이다. 전 세계적으로 인플레이션과 이로 인한 소비 감소로 힘든 한 해를 보냈음에도 이들 법인이 순조로운 성장을 할 수 있었던 이유는 무엇이었을까. 튀르키예와 카자흐스탄, 콜롬비아, 필리핀, 멕시코, 인도네시아 등 6개 법인이 어떻게 성장했는지, 또 앞으로의 전략은 무엇인지 알아본다.





Editor_이영민





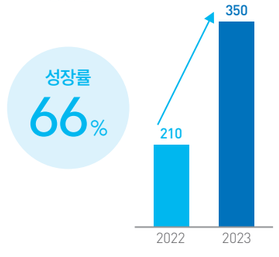
카자흐스탄

아시아에서 가장 빠르게 성장하는 시장

2021년 오픈, 2022년 210억여 원, 2023년 350억여 원 성장률 66%. 카자흐스탄 법인의 성적표다. 인구 2,000만여 명, 1인당 소득 1만 1,200달러인 카자흐스탄은 WFDSA 자료 기준 아시아에서 가장 빠르게 성장하는 직접판매 시장이다. 카자흐스탄 법인은 영업 시작 2년여 만에 카자흐스탄 직접판매 시장에서 점유율 5%를 넘기며 안정 궤도에 들어섰다. '아나스타샤 리(Anastassiya Lee)' 카자흐스탄 오피스 매니저는 "절대품질 절대가격의 원칙과 공정한 보상 플랜, 물류 시스템 개선 등이 큰 힘이 됐다."라고 하며, "특히 리더 회원들이 스스로 미래의 파트너 유치에 적극 나서며 성장에 큰 기여를 했다."라고 밝혔다. 올해에도 카자흐스탄 법인의 성장 드라이브는 계속된다. 아나스타샤 매니저는 "애터미의 성공시스템은 회원들의 성공을 지원하기 위한 것"이라며 "애터미에서는 회원의 성공이 곧 기업의 성공이기 때문"이라고 말했다.

카자흐스탄의 성장률

단위: 억 원



먼저 회원들이 더 빠르고 효과적으로 성공할 수 있도록 회원 친화적인 교육 프로그램을 개발한다. 성공시스템의 기존 프로세스를 개선하고 최적화시켜 회원의 불편을 최소화한다. 이와 함께 제품 보관 창고의 확장과 업그레이드를 통해 라스트마일에서의 고객만족도를 제고한다. 이뿐만 아니라 1분기에 카자흐스탄 직접판매협회 정회원이 된다. 이를 통해 카자흐스탄 직접판매 시장에 대한 폭넓은 이해를 얻는 것은 물론 법규 및 관습 등 성장에 도움이 되는 다양한 정보를 확보해 나갈 예정이다.

SNS와 오프라인 행사를 통해 소비자 접점 강화

SNS를 활용한 기업 홍보도 강화한다. 카자흐스탄 법인의 공식 SNS는 현재 빠르게 팔로워를 늘리며 소비자들과 가까워지고 있다. 또한 회원들이 유튜브를 통해 제품, 생활 시나리오 및 마케팅 플랜에 대해 이야기할 수 있도록 적극 지원할 예정이다. 백만갑 활동의 지원도 빼놓을 수 없다. 특히 콜드컨택의 애프터미팅을 위해 카자흐스탄 법인은 100여 명을 수용할 수 있는 회의실과 제품 전시 공간, 제품 테스트 존과 포토존을 갖춘 공간을 개방하고 매일 세미나와 다양한 교육을 무료로 개최한다.

기업의 사회적 책임도 놓치지 않을 계획이다. 다양한 자선재단과 여성위기센터에 제품 및 필요 장비 구입 등을 지원하는 등 '영혼을 소중히 여기는' 애터미의 철학을 유감없이 발휘할 계획이다. 아나스타샤 매니저는 "한인회와 공동으로 애터미 브랜드를 널리 알릴 수 있는 홍보 행사를 고려하는 등, 올해는 '애터미 알리기'에 집중할 생각"이라며 "올해 카자흐스탄 내 직접판매 시장에서 애터미의 입지는 크게 강화될 것"이라고 말했다.



카자흐스탄 법인 회원들



멕시코 법인 회원들

멕시코

연평균 성장률 70% 육박

지난해 멕시코 법인은 매출액은 132억여 원, 오픈 이후 지금까지 70%에 가까운 연평균 성장률을 기록했다. 에릭 로페즈(Erick López) 멕시코 법인 오피스 매니저는 "2023년은 회복과 성장의 해였다."라며 "시장의 관심과 침투를 위한 전략적 위치를 마련해 지속적인 확장의 기반을 닦았다."라고 말했다. 백만갑 활동도 큰 힘이 됐다. 백만갑을 통해 회원과 법인이 제심합력하며 공동의 성장을 꾀할 수 있었기 때문이다. 이를 통해 회원들은 거리와 행사장, 가게 등의 오프라인에서 새로운 사람들에게 애터미의 제품과 비즈니스를 소개할 수 있게 됐다. 멕시코의 직접판매 시장 규모는 세계 8위이다. WFDSA 자료에 따르면 2022년 기준 412만여 명의 활동 회원이 약 60억 달러(약 7조 원)의 매출을 올렸다. 특히 1인당 소득이 1만 1,000달러 수준이고, 인맥을 중시하는 경향으로 직접판매에 대한 수요가 높은 편이다. 이에 멕시코 법인은 멕시코 시장의 탑텐 기업으로 발돋움하기 위해 총력을 다한다.

노니 등 건기식 포트폴리오 강화

올해 멕시코 법인은 다각적인 마케팅 활동과 능동적인 소통을 통해 성장세를 유지할 방침이다. 우선 주력 제품인 헤모힘 알리기에 주력한다. 각종 오프라인 행사와 디지털 플랫폼을 통해 멕시코 전역에 걸쳐 헤모힘이 면역 개선에 도움을 줄 수 있는 최상급 제품이라는 것을 알린다. 이와 함께 노니, 비타민 C, 오메가3를 포함한 다양한 고품질 건강식품 포트폴리오를 확장한다.

두 번째로 종합적인 교육 프로그램과 세미나를 통해 회원의 성공에 필요한 지식과 기술을 전파한다. 특히 비즈니스 현장의 목소리와 소비 트렌드에 민감하게 반응하고 적극적으로 대응해 나간다. 에릭 오피스 매니저는 "애터미에는 앞으로 나아갈 수 있는 가능성과 도구가 있다는 확신을 심어줄 것"이라며 "애터미는 절대품질의 제품과 기회라는 것을 모든 사람에게 알려 나가겠다."라고 말했다.

에릭 오피스 매니저는 애터미 비즈니스를 통해 멕시코인들의 삶의 질을 향상시키고자 한다. 문화적으로 멕시코인들은 사람들과 친밀감을 필요로 하고, 다른 사람들과 함께 있으면 매우 편안함을 느끼기 때문에 더더욱 애터미 비즈니스와는 결이 맞닿아있다. 그는 "회원들의 애터미 브랜드화가 잘 되고, 더 많은 사람들과 가까워질 수 있도록 지원해 나갈 것"이며 "균형잡힌 삶이라는 비전을 모든 멕시코인들에게 전달할 수 있도록 노력하겠다."라고 강조했다.

콜롬비아

지난해 47% 성장, 올해 100% 이상 성장 목표

지난해 콜롬비아 법인의 매출성장률은 47%를 넘는다. 2020년 영업을 시작한 이래 2021년과 2022년 기초를 탄탄하게 다지며, 지난해 본격적인 성장 궤도에 오른 것이다. 콜롬비아 법인은 올해, 2023년 대비 100% 이상 성장하는 것을 목표로 하고 있다. 리세스 리네로스(Liseth Lineros) 콜롬비아 오피스 매니저는 "올해의 성장 전략은 회원의 성장을 포괄적으로 뒷받침할 수 있는 환경을 조성하는 것"이라며 "회원과 법인의 제심합력을 바탕으로 전년 대비 두 배 이상의 매출을 기대하고 있다."라고 말했다.

핵심 전략은 '제심합력'이다. 리세스 매니저는 "애터미 비즈니스에 대한 회원의 동기부여 및 신뢰 형성에 집중했다."라고 하며 "어려운 상황이었지만 회원과 법인의 참여와 합력으로 성장할 수 있었다."라고 말했다.



콜롬비아 법인 회원들





필리핀 법인 회원들

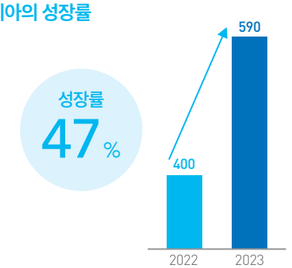
특히 창의성과 협업 문화를 조성하고, 회원의 공감을 불러일으킬 수 있는 이니셔티브를 통해 브랜드 충성도를 높이는 데 주력했다. 더불어 시장 트렌드와 회원들의 선호도를 면밀하게 분석하고 회원들의 피드백에 따라 이벤트 시간을 조정하는 등 회원 중심으로 마케팅 전략을 정교하게 조정함으로써 회원 참여도를 높일 수 있었다. 콜롬비아 법인에 따르면 올해 1월 매출이 2023년 같은 기간에 비해 47% 증가했다.

오프라인 세미나 전년 대비 대폭 늘릴 것

이에 따라 콜롬비아 법인은 올해 회원과의 소통을 기반으로 제품 포트폴리오를 비롯해 각종 이벤트 및 SNS 등 마케팅 활동을 유연하게 가져갈 계획이다. 세미나 등의 오프라인 이벤트를 지난해 대비 60% 이상 늘리고 건강보조식품과 스킨케어 및 퍼스널케어 등 19종 이상의 신제품을 출시한다. 이와 함께 법인 사무실 건물에 회원이 직접 방문해 제품을 픽업하고 다양한 이벤트에 참여할 수 있는 픽업센터를 오픈한다.

콜롬비아의 성장률

단위: 억 원



백만갑 활동도 주요 전략 가운데 하나다. 지난해 하반기 시작된 백만갑은 28개의 교육 센터와 리더들의 적극적인 참여로 콜롬비아 법인의 실적 견인에 기대 이상의 도움이 되었다. 이에 올해는 단순히 수치적인 목표보다는 성장에 기여할 수 있는 새로운 인적 네트워크의 형성에 초점을 맞출 생각이다. 회원의 참여에 가치를 두고 팀워크를 앞세워 낯가림에 적응할 수 있도록 지원한다.

회원의 성공을 위해 리더십 교육부터 개인의 매력 자본 높이기, 웅변 등 스킬 강화하기 등 퍼스널 트레이닝에 대한 지원도 아끼지 않는다. 리더와의 소통과 파트너와의 협력을 전제로 한 팀 단위의 인생 시나리오 작성을 기획하고 있다. 리세스 매니저는 "그동안 콜롬비아에서 360여 명의 직급자가 탄생했다."라며 "회원과의 협력을 통한 시너지로 역동적인 콜롬비아 직접판매 시장에서 하루빨리 탑5에 진입할 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 포부를 밝혔다.

필리핀

회원 수 연간 20% 증가

김병호 필리핀 법인장은 지난해의 성장세를 오프라인 행사의 재개로 회원들의 비전이 보다 구체화된 점을 첫 손가락으로 꼽았다. 그는 "팬데믹 기간 동안 불가피하게 온라인 세미나에 집중할 수밖에 없었지만 한계가 있어 많이 답답했다."라며 "지난해 1월부터 다시 1박 2일 석세스아카데미와 원데이 세미나를 재개하면서 2023년을 의미 있게 보낼 수 있었다."라고 말했다.

필리핀 법인의 2022년과 2023년 월별 매출 그래프를 보면 10개월 이상 전년 동월 대비 성장한 모습을 보인다. 이는 특별한 이벤트나 프로모션, 혹은 외부적 상황에 따른 것이 아니라 내부적으로 탄탄한 성장 인자가 있었음을 나타낸다. 즉 회원들에 대한 동기부여가 잘되고 있고 신규 회원의 유입이 원활해지는 등 기반이 견고해지고 있다는 방증이기도 하다. 실제로 필리핀 법인은 회원 수가 전년 대비 20% 정도 증가했다고 밝혔다.

회원 등록 절차 간소화... 하반기 더욱 성장할 것

필리핀은 직접판매에 유리한 사회적, 정서적 기반을 갖춘 국가로 평가되고 있다. 1억 명이 넘는 인구를 가지고 있고 직접판매에 대한 인식이 상대적으로 좋기 때문이다. 그리고 3,500달러의 1인당 소득과 7.57%에 이르는 높은 경제성장률 등 경제적 여건도 직접판매가 성장하는 데 적합하다. 이에 더해 한류에 대한 팬덤이 세계 2위이다.

필리핀 법인은 이러한 장점을 살리고 애터미만의 고유가치를 강조함으로써 지속적이고 안정적으로 성장해 나갈 방침이다. 특히 지난해 3월, ACTS의 일환으로 진행된 박한길 회장의 방문에 필리핀 회원들의 사업 분위기가 한껏 높아졌다는 분석에 따라 좀 더 효과적인 ACTS 프로젝트를 구상하고 있다.

ACTS와 함께 지난해 시작된 백만갑에 대한 지원도 확대할 계획이다. 특히 지역 엑스포 등 각종 MICE 행사에 참여, 회원들이 소비자에게 애터미를 홍보할 장소를 마련하는 데 집중한다. 이와 함께 신규 회원 대상 첫 구매 프로모션 등 애터미 제품 구매만으로도 좋은 경험이 되고, 재구매로 이어질 수 있는 이벤트도 시행할 방침이다.

김병호 법인장은 "중요한 것은 회원과 소비자의 풀

(POOL)을 확장해 나가는 것"이라며 "하반기 소비자 회원 등록이 가능해지고 회원 등록 절차가 간소화되면 필리핀 법인의 퀀텀점프가 시작될 수 있을 것"이라고 말했다.



튀르키예 법인 회원들

튀르키예

앱솔루트가 수직성장 견인

60억 원과 180억 원. 튀르키예 법인의 2022년과 2023년 매출액이다. 언뜻 봐도 세 배가 넘는다. 신재동 튀르키예 법인장은 수직 성장의 이유로 '절대품질 절대가격'을 들었다. "극심한 인플레이션으로 가성비 제품의 수요가 높아졌어요. 애터미 제품이 꼭 필요해진 거죠." 80%가 넘는 살인적인 인플레이션으로 실질 소득이 줄어든 탓이다. 이와 함께 한국에 대한 친근함과 한류로 인해 애터미를 비롯한 한국산 제품에 대한 선호도가 높다는 것도 수직 성장에 영향을 미쳤다.

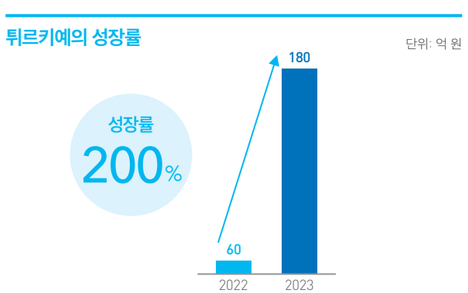
튀르키예 법인은 지난해의 수직 성장을 올해도 이어가기 위해 제품을 확대해 나갈 생각이다. 지난해 튀르키예의 핵심 상품은 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 세트'로 매출 1위를 기록했다. 이에 올해의 전략 상품으로 색조 화장품의 비중이 비교적 높은 튀르키예 화장품 시장을 겨냥한 '아델리카' 제품을 선정했다.

튀르키예 회원들도 애터미의 색조 화장품 라인인 '아델리카'의 출시를 기대하고 있다. 신재동 법인장은 "올해 색조 화장품 아델리카를 출시할 계획"이라며 "적극적인 홍보를 통해 애터미의 점유율을 끌어올리는 리딩 상품으로 성장시킬 것"이라고 말했다.

지방 도시까지 원데이 세미나 확장

이와 함께 지난해 발생한 대지진의 여파로 제한적으로 운영되었던 성공시스템이 정상화됐다. 이스탄불, 앙카라, 이즈미르 등 주요 도시는 물론 사업 수요가 높은 지방에서도 원데이 세미나를 비롯해 사업설명회, 비즈니스 미팅 등이 활발하게 진행될 수 있도록 지원한다. 신재동 법인장은 "애터미의 원칙중심 운영과 보상 플랜의 공정성이 튀르키예에서의 빠른 성장에도 크게 기여"했다며 "오프라인 세미나를 확대해 애터미의 장점을 알려나갈 것"이라고 말했다.

백만갑에 대한 기대도 크다. 현재 리더 및 센터장들의 주도로 진행 중인 백만갑 활동은 소비자들에게 긍정적인 반응을 이끌어 내고 있다. 특히 화장품에 대한 호의적인 관심이 많았으며, 회원 상호 간의 제심합력 분위기를 끌어내는 데에도 상당한 역할을 하고 있다. 튀르키예 법인은 리더 교육을 통해 우수 강사 양성에도 집중할 계획이다. 콜드컨택에 이은 애프터 미팅에서 회사 및 제품 소개의 전문성을 강화하기 위함이다. 신재동 법인장은 "애터미는 튀르키예 직접판매 시장에서 확실한 차별성을 부각시키고 있다."라고 하며 "비즈니스에서도 상품에서도 확실한 초격차를 통해 지속가능한 성장을 보여줄 것"이라고 말했다.



인도네시아

5년 내 탑텐 직판기업 목표

지난해 인도네시아 법인은 2022년 대비 15.0% 성장한 350억여 원의 매출을 올렸다. 김성전 인도네시아 법인장은 "애터미만의 성공 시스템 강화를 통해 더 많은 소비자들에게 애터미 비즈니스의 가치를 알리고자 했다."라며 "회원 수를 인도네시아 국민의 0.1%에서 1%까지 늘리는 데 집중할 것"이라고 말했다. 인도네시아 국민은





인도네시아 법인 회원들

2023년 말 기준 2억 8,000만여 명. 1%라면 280만여 명의 회원을 확보하겠다는 것이다.

이를 위해 인도네시아 법인은 지난해 5월부터 1박 2일 석세스아카데미를 재개하고, 회원 가입 잠재력이 큰 도시로 원데이 세미나를 확장하기 시작했다. 또 수도인 자카르타에서는 성공 시스템의 개최 횟수를 늘려나갔다. 김성전 법인장은 "신규 회원 및 소비자들의 애터미와 제품 및 비즈니스에 대한 이해도가 향상됐다."라며 "그것이 인도네시아 법인이 성장할 수 있었던 원동력"이라고 말했다.

올해에도 성장 기반 확충에 집중한다. 먼저 지난해에 이어 오프라인 세미나를 최대한 활성화한다. 특히 중점을 두는 것은 워크숍이나 리더십 교육, 회원 미팅 등 성공시스템의 다양화다. 이를 통해 회원들이 애터미 성공시스템에 보다 자연스럽게 접근하고 몰입할 수 있도록 지원할 방침이다. 회원들이 직접 세미나 등을 기획하고 준비할 수 있도록 관련 역량을 강화하는 것도 빼놓을 수 없다.

백만갑, 80개 이상 센터 참여

이와 함께 백만갑을 더욱 활성화할 계획이다. 주거지, 시장 등에서 백만갑 활동을 하기 위해서는 허가가 필요함에도 불구하고 80여 개 이상의 센터가 참여하는 등 지난해 매우 열정적으로 백만갑 활동을 펼쳤다. 올해에도 백만갑은 이어진다. 지난해보다 좀 더 효율적이고 애터미답게 매월 2~3개 센터를 선정해 임직원과 함께 진행할 예정이다. 김성전 법인장은 "인도네시아의 직접판매원 대부분은 콜드컨택을 하지 않는다."라며 "백만갑은 회원 풀(Pool)의 외연 확장에 큰 도움이 될 것"이라고 말했다.

제품 출시 프로세스도 개선한다. 지난해 시작된 전구동보의 일환으로 본사에서 출시할 제품 가운데 인도네시아에 적합한 제품은 가능한 한 본사와 출시 시기를 맞춰 나간다. 또한 회원들이 SNS 등을 통해 제품 소개를 용이하게 할 수 있도록 각종 디지털 콘텐츠를 제공하는 데 역점을 둔다. 김성전 법인장은 "회원의 성공을 위해 전폭적인 지원을 아끼지 않을 것"이라며 "향후 5년 이내에 인도네시아 탑텐 직판기업이 될 것"이라고 말했다.

결론, 원칙에 충실하면 된다

이상 6개 법인의 성장 배경과 전략을 보면 '오프라인'과 '소통', '절대품질 절대가격'이라는 키워드가 전체를 지배하고 있음을 알 수 있다.

2023년, 오프라인의 회복을 통해 성장 가도를 달렸고, 올해에는 오프라인의 확장이라는 명제를 실행함으로써 성장세를 이어간다는 것이다. 여타 법인들도 크게 다르지 않다. 필리핀 법인은 1박2일 석세스아카데미를 재개했고, 인도네시아 법인은 지방 도시까지 원데이 세미나를 확대해 나간다.

회원과의 소통은 애터미의 필수템이다. 회원의 성공이 곧 애터미의 성공이기도 하거니와, 회원의 목소리를 경청하는 것은 애터미의 의무이자 권리이기 때문이다. 이에 멕시코 법인은 다각적인 마케팅 활동과 능동적인 소통을 통해 성장세를 유지할 방침이며, 콜롬비아 법인은 회원과 법인의 제심합력을 바탕으로 폭풍 성장을 예고하고 있다.

마지막으로 절대품질 절대가격은 애터미의 주 무기이자 변하지 않는 화두다. 튀르키예 법인은 80%가 넘는 살인적인 인플레이션으로 절대품질 절대가격 제품이 '머스트해브' 제품이 되면서 매출이 수직 상승했다. 또 카자흐스탄 법인은 절대품질 절대가격의 원칙과 공정한 보상 플랜으로 영업 시작 2년여 만에 시장 점유율을 5%로 끌어올렸다.

'오프라인'과 '소통', '절대품질 절대가격'은 애터미의 원리원칙이다. 따라서 결론은 하나다. 원칙에 충실하라.

해외 사업자 8인의 비즈니스 노하우

본인과 파트너의 성공을 위해 가장 필요한 것은 소통과 신뢰

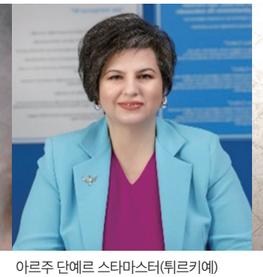
해외 사업자들은 어떻게 사업할까? 그들은 어떻게 백만갑을 하고 어떤 교육을 원할까. 그들의 비즈니스 노하우는 무엇이며 어떤 비전을 가지고 애터미 사업을 펼쳐 나가고 있을까. 일본에서부터 멀리 튀르키예까지, 스타마스터 이상의 직급을 가진 사업자 8인의 이야기를 들어봤다.

성공에 이르는 가장 중요한 스킬은 '소통'

본인의 성공을 이끈 가장 중요한 스킬이 무엇인지를 묻는 질문에는 사업자마다 조금씩 차이가 있었지만, 상대방과의 소통 능력을 꼽은 회원이 무려 4명으로 절반을 차지했다. 튀르키예의 아르주 스타마스터는 "소통 능력 덕분"에 성공할 수 있었다고 했으며, 태국의 카위사 스타마스터는 "소통을 통해 파트너나 소바자들이 필요로 하는 것이 무엇인지 파악하고 그에 대응한다."라고 말했다. 또 일본의 모로오카 로열마스터는 '알기 쉽게 설명하는 능력'을, 대만의 추메이샹 크라운마스터는 '경험담의 공유'를 가장 중요한 스킬이라고 말했다. 이 밖에도 '명확한 목표 설정'(모로오카, 일본)이나 '비즈니스 현장에서 소비자들과 소통하는 능력'(아르주, 튀르키예)이라는 응답도 있었다.

또 해외 회원들도 대부분 콜드컨택을 하고 있는 것으로 나타났다. 콜드컨택을 하는 이유로는 새로운 인맥을 만들어 가는 기회라거나 성공을 위한 강력한 스킬이기 때문이라는 응답이 많았다. 콜드컨택을 하지 않는 회원은 단 두 명에 그쳤다. 이들은 웜컨택이 마무리되지 않았거나 SNS를 통해 애터미를 소개하는 경우였다.


리만 센토사 스타마스터(인도네시아)


아르주 단예르 스타마스터(튀르키예)


미야자키 신지 스타마스터(일본)


추메이샹 朱美香 크라운마스터(대만)


모로오카 테츠야&정현미 로열마스터(일본)


쫑리미 스타마스터(인도네시아)


박영 스타마스터(싱가포르)


카위사 이암사망 스타마스터(태국)

국가별 비즈니스 에티켓

인도네시아



인도네시아의 기본 행정 업무를 하는 사무직 월급 수준은 월 400~500달러 내외로 한국보다 낮아 저축보다는 소비에 집중하는 경향이 있다.

- 인도네시아 사람들은 빠른 결정을 잘하지 않는 편이기 때문에 느긋하게 움직여야 하며 'No'라는 말을 잘 하지 않는다는 점도 명심해야 한다.
- 인도네시아에서는 '빨리빨리'가 통하지 않고 교통 체증이 심해서 약속 시간에 민감하지 않다. 상대방이 늦더라도 이를 이해하는 자세가 필요하다.

Q. 애터미 사업을 성공할 수 있게 하는 가장 강력한 스킬은 무엇인가요?

IDN 리만 센토사(Liman Sentosa) 인도네시아 스타마스터(이하 리만) : 목표를 설정하고 그 목표를 신중하게 분석하여 일일 목표로 구체화하는 것이라고 생각해요. 매일매일 명확한 목표를 갖고 있어야 망설임 없이 사업을 수행할 수 있거든요.

JPN 미야자키 신지(Miyazaki Shinji) 일본 스타마스터(이하 미야자키) : 멘탈이나 마인드 교육을 중요하게 생각해 사업자 교육 및 성공 시스템 참석을 중요시하고 있습니다.

SGP 박영 싱가포르 스타마스터(이하 박영) : 어떤 어려움이 닥쳐도 극복할 수 있는 의지와 용기가 성공의 열쇠라고 생각합니다.

TUR 아르주 단예르(Arzu Danyer) 튀르키예 스타마스터(이하 아르주) : 사람들과의 소통 능력 덕분인 것 같습니다. 애터미를 시작한 이후로 매일 다양한 사람들을 만나면서 열정적으로 애터미의 사업과 제품에 대해 소개해 왔습니다.

TWN 추메이샹(Chu Mei Hsiang) 대만 크라운마스터(이하 추메이샹) : 제품을 많이 사용하고 나서 경험담을 공유하는 것입니다. 강한 믿음, 결단력, 행동이지요.

IDN 쫑 리미(Tjong Li Mi) 인도네시아 스타마스터(이하 쫑리미) : 높은 자신감과 끈질김 그리고 실패에 대한 두려움 없이 내면의 강인함으로 꿋꿋이 노력하는 것입니다.

THA 카위사 이암사망(Kawisa Iamsamang) 태국 스타마스터(이하 카위사) : 효과적인 커뮤니케이션 능력입니다. 소통은 파트너와 소비자들이 무엇을 필요로 하는지 알게 해줍니다.

JPN 모로오카 테츠야 & 정현미(Morooka Tetsuya & Joung Hyunmi) 일본 로열마스터(이하 모로오카) : 제품이나 보상 플랜을 알기 쉽게, 그리고 끈기 있게 설명하는 능력입니다. 비회원에게는 제품을, 제품만 애용하는 회원들에게는 사업 설명을 꾸준히 한 결과 로열마스터까지 올 수 있었습니다.

Q. 콜드컨택을 하실 때 어떻게 애터미를 소개하시나요?

TUR 아르주 : 제품을 화제 삼아 자연스럽게 대화를 하면서 잠재 소비자인지, 애터미 사업을 할 수 있는 사업자인지 가능성을 판단합니다. 그 후 애프터미팅을 통해 관심이 있는 제품을 직접 체험할 수 있도록 하고, 구매나 사업 참여를 유도합니다.

JPN 미야자키 : '애터미 아세요?', '애터미 제품을 사용해 본 적이 있나요?' 등 남녀노소에 따라, 또 상황에 맞춰 대화 내용도 바꿔서 진행하고 있습니다.

THA 카위사 : 저는 애터미가 제 삶에 어떤 긍정적인 영향을 미쳤는지 공유하고 애터미를 좋은 제품 싸게 파는 '헬스 앤 웰니스' 회사로 소개합니다.

JPN 모로오카 : 애터미를 아는지 물어보고, 품질 좋은 생활용품을 저렴하게 판매하는 인터넷 쇼핑몰이 있는데 세제나 칫솔이 굉장히 인기가 많다고 이야기합니다.

국가별 비즈니스 에티켓

튀르키예



튀르키예는 중산층의 분포가 적으며 물가 상승에 따른 생활비 부담으로 인해 소비를 자제하거나 저렴한 제품을 구매하는 경향이 있다.

- 공식적인 방문이나 미팅 시에는 대부분 정장을 갖추어 입는다. 특히 첫 미팅 등 신뢰감 조성이 필요한 경우에는 정장을 갖춰 입는 것을 추천한다.
- 튀르키예는 나이와 권위를 존중하고 체면을 중요시하므로 상황에 따라 가급적이면 직접적인 'NO'보다는 돌려서 말하는 것이 좋다.

Editor_이영민

국가별 비즈니스 에티켓

일본



일본은 고령 사회로 인해 식품을 통한 건강 관리 수요가 점점 확대되고 있다. 또한 몸 가꾸기 열풍 등 미용을 위해 건강식품을 찾고 있는 청장년층의 수요도 늘어나고 있다.

- 일본인은 회사의 규모나 실적 등을 중시하므로 회사의 규모나 연혁, 재정 상태를 알 수 있는 회사 소개 자료를 카탈로그와 함께 제공하는 것이 효과적이다.
- 약속을 지키는 것은 철칙이다. 자신이 지킬 수 있는 것만 약속하고, 즉답할 수 없는 것은 확인 후 신속하게 회신하겠다고 말해야 한다.

IDN 쫑 리미 : SNS에서 관심을 보이는 분들에게 콜드 컨택을 통해 애터미 비즈니스를 소개하고 있습니다. 이후 DM으로 연락 주시면 제품과 보상 플랜에 대해 자세히 설명해 드리고 있습니다.

TWN 추메이샹 : 먼저 밝은 미소로 인사를 합니다. 그리고 '애터미를 들어보셨나요?'라며 애터미를 화제 삼아 대화를 합니다. 간단해 보이지만 세계 여러 나라에서 통하고 있습니다.

SGP 박영 : 애터미에 대해 들어본 적이 있는지 묻습니다. 그리고 애터미가 좋고 싼 생필품을 제공하는 독특한 온라인 플랫폼이라고 설명합니다.

Q. 잠재적인 회원들이 주목하는 애터미의 장점은?

JPN 모로오카 : 싸고 좋은 제품을 소개하다 보면 보너스가 발생하고 가입비·유지비가 없다는 점입니다. 또 열심히 하면 월 1,000만 엔까지 수입이 발생한다는 것에 긍정적입니다.

SGP 박영 : 브랜드와 제품 안전성, 가격 그리고 효과입니다.

IDN 리만 : 잠재적인 회원들은 제품을 통해 사업을 시작할 수 있다는 것에 주목하고 있습니다. 제품이 좋기 때문에 부담 없이, 누구나 쉽게 시도할 수 있는 사업이라고 생각합니다.

IDN 쫑 리미 : 가입비와 유지비가 없다는 점도 신규 사업자들이 좋아합니다.

THA 카위사 : 고품질에 저렴한 가격, 노력과 헌신에 보답하는 우수한 보상 플랜입니다. 또한 글로벌 성공 사례와 윤리적인 비즈니스도 관심을 보이는 부분입니다.

Q. 파트너 사업자들이 힘들어할 때 어떻게 도움을 주고 있나요?

SGP 박영 : 듣고 공감하고 함께 극복 방안을 모색합니다. 대부분의 신규 사업자들은 대인 관계에서의 어려움을 호소하는데, 진심 어린 이해와 공감 그리고 꾸준한 관심이 해답이라고 생각합니다.

IDN 리만 : 직접 현장에서 어떻게 사업을 진행해야 하는지 함께 고민하고 실천하며 어려움을 헤쳐 나갈 수 있도록 지원합니다.

JPN 모로오카 : 고민을 들어주고 멀리 볼 수 있도록 조언합니다. 무엇보다 마음의 크기를 키우기 위해 함께 할 수 있는 것들을 제안하고 실행하고자 노력합니다.

TUR 아르주 : 개별 미팅을 통해 파트너의 어려움을 주의 깊게 경청하면서 문제의 원인을 파악하고, 해결책을 제시합니다.

TWN 추메이샹 : 목표를 달성하는 과정을 현장에서 함께 합니다. 백만갑을 같이 하고, 성공 시스템에 참여시킵니다.

Q. 현재 애터미에서 하고 있는 여러 가지 교육 가운데 가장 효과적인 교육은 무엇이라고 생각하나요?

TWN 추메이샹 : 저는 GSMC와 성공의 8단계를 꼽고 싶습니다. 그리고 무엇보다 스스로 역량을 강화해 나가는 과정이 필요하다고 생각합니다.

THA 카위사 : 파트너와 신규 사업자에게 바로 공유할 수 있는 다양한 영상 콘텐츠가 가장 큰 도움이 되고 있습니다.

JPN 미야자키 : 가장 효과적인 것은 센터 교육이라고 생각합니다. 석세스 아카데미도 중요하지만, 센터에서 각 상황에 그룹별 맞춤 교육을 진행하여 단계적인 레벨업이 필요합니다.

SGP 박영 : 석세스 아카데미와 GSMC가 많은 도움이 되었습니다.

IDN 리만 : 석세스 아카데미라고 생각합니다. 제 아내를 비롯해 석세스 아카데미에 참가한 많은 사람들이 비전을 찾아 결단을 하고 사업을 시작하는 모습을 많이 목격했습니다.

TUR 아르주 : 채널애터미의 영상들입니다. 그 영상들을 통해 애터미는 다른 네트워크 회사와는 다르다는 것 - 영혼을 소중히 여기는 올바른 문화가 있다는 것을 알게 되었거든요.

Q. 본인과 파트너의 성공을 위해 가장 필요하다고 생각하는 것은 무엇인가요?

THA 카위사 : 명확한 커뮤니케이션과 신뢰, 그리고 비즈니스 목표에 대한 공통된 인식이 필수입니다. 함께 배우고 성장하려는 의지가 있다면 성공은 나의 것이 될 것입니다.

TWN 추메이샹 : 강한 신념과 내면의 추진력, 그리고 원대한 꿈을 갖는 것입니다.

TUR 아르주 : 성공의 비밀은 현장에 있습니다. 첨단 기술의 시대라고 해도 현장에 나가서 직접 만져보고, 제품을 설명하면서 직접 사용하게 하는 것만큼 좋은 방법은 없습니다. 이 때문에 백만갑 활동은 매우 가치 있다고 생각합니다.

JPN 모로오카 : 한 분이라도 더 많은 분이 애터미의 성공 시스템에 정착할 수 있도록 안내하는 일이야말로 성공하기 위한 필수 조건이라고 여기고 있습니다.

IDN 리만 : 명확한 목표 설정과 목표를 달성하기 위한 명확한 실행 단계가 필수적이라고 생각합니다.

IDN 쫑 리미 : 지속 가능한 애터미와 애터미의 시스템을 잘 따르는 것이 아닐까요?

SGP 박영 : 애터미 사업의 가치에 대한 깊은 이해, 성공에 대한 간절한 열망, 그리고 백만갑 활동을 지속적으로 해 나가야 합니다.

JPN 미야자키 : 파트너의 성공을 위해 가장 필요한 것은 서로 간의 신뢰 관계입니다. α

국가별 비즈니스 에티켓

싱가포르



싱가포르는 다양한 문화와 종교가 공존하는 다민족 국가로, 고품질의 제품과 서비스를 선호하며 브랜드 인지도와 신뢰도 등 가격보다는 가치를 중시한다.

- 미팅 전에 사전 약속을 잡고 시간을 엄수하는 것이 필수이며 드레스코드는 비즈니스 캐주얼이면 충분하다. 단, 공공기관에서는 격식을 차려야 할 수도 있다.
- 미팅에서는 업무에 관한 내용이나 핵심 의제로 신속하게 진행하며, 나이, 결혼 유무 등 업무와 무관한 질문은 자제한다.

국가별 비즈니스 에티켓

대만



대만인은 입소문에 민감하고 소비자 품평이나 지인 추천으로 구매를 결정하는 성향이 강해 화제가 되는 상품·서비스에 대한 관심이 빠른 시간에 집중되는 경향이 있다.

- 식사 시에는 중식 원탁 기준으로 대접하는 사람이 입구 쪽에 앉고 귀빈은 입구 맞은편 안쪽에 앉는 것이 원칙이며, 음식을 덜어갈 때는 공용 수저와 개인 접시를 사용해야 한다.
- 미팅 시에는 날씨, 음식, 관광 등 무난하고 가벼운 소재로 친근하게 대화를 시작하는 것이 일반적이다.

국가별 비즈니스 에티켓

태국



태국은 중산층 이상의 인구가 증가하면서 재량 소비 지출이 증가하고 있으며 특히 즐거움과 경험을 주는 고급 소비재와 서비스에 대한 수요가 높다.

- 태국인들은 체면을 중요시하므로 칭찬하고 미소로 대화하는 것이 좋으며 공격적이거나 고압적인 태도는 삼가야 한다.
- 느긋하고 낙천적인 사람들이 많으므로 약속 시간에 늦거나 결정하는 데 시간이 걸리는 경우가 있다. 따라서 비즈니스를 펼치기 위해서는 인내심이 필요하다.



소소클에 참석한 5,200여 명의 회원들이 애터미오롯 비전홀을 가득 채웠다

소소클,
현장에서 바로 활용하는 애터미 비즈니스

제품부터 사업 노하우까지 한 번에 습득… 사업자 만족도 높아

"현장에서 바로 활용 가능해요.", "세일즈 기술과 고객 응대 노하우도 배울 수 있어서 좋아요." 소소클을 직접 체험한 회원들의 말이다. 지난해 시작된 소소클이 어느덧 회원들의 필수 비즈니스 교육 프로그램으로 자리 잡아가고 있다. 소소클이란 '소비가 소득이 되는 소소한 클래스'의 준말로 '발이 달린 애터미 제품에 날개'를 달아 주겠다는 야심찬 의도로 론칭했다. 론칭 첫날, 애터미오롯 비전홀에 5,200명이 참석해 2층까지 개방해야 할 정도로 회원들의 호응이 컸다.

애터미 제품에 날개 달아 주기

애터미를 막 시작했거나, 시작한 지 얼마 되지 않은 회원들이 말하는 공통적인 애로 사항은 '제품의 종류가 너무 많아서 혼자서 공부하기 어렵다.'라거나 '제품이 너무 좋은데 어떻게 전달해야 할지 모르겠다.'라는 것이다. 이에 애터미는 발이 달린 애터미 제품에 날개를 달아 주기 위해 고심한 끝에 '소소클'을 생각했다. 회원들이 애터미 제품을 애용하고, 효과적으로 소비자들에게 전달하는 방법을 알려 주어야 할 필요성을 느꼈기 때문이다.

소소클의 프로그램은 크게 제품과 전달 등 2개 카테고리로 이루어져 있다. 제품 카테고리에서는 전문가가 말하는 제품 관련 정보 및 특장점과 전달할 때 짚어 줘야 하는 핵심 포인트, 그리고 제품 관련 트렌드, 개발 스토리 등의 정보와 타사 제품과의 직접 비교를 통한 차별화 포인트 등이 제공된다. 전달 부분에서는 제품 전달 방법론과 실제 전달 사례와 함께 리플렛을 이용한 상황별 전달 노하우, 소비자의 특성에 따른 맞춤 전달 방법 등이 공유된다. 또한 실제 제품 애용 및 전달을 통해 성공의 길에 들어선 선배 사업자들의 육성 강연도 진행된다.

회원들은 소소클에 대해 매우 긍정적인 반응을 보였다. 애터미오롯 비전홀은 필기하기 어려운 환경임에도 불구하고 참여 회원들은 강의 내내 열심히 필기하고 있었다. 설문 조사 결과 '실제 사업 현장에서 활용할 수 있는 필요한 교육', '소비자에게 어떻게 잘 전달하는지 배울 수 있었다.', '제품에 대해 말할 수 있는 자신감이 생겼다.' 등 호평이 쏟아졌다.

회원들의 호평은 실제 제품 판매로도 이어졌다. 2023년 12월에 소소클에서 다뤘으나 아무런 프로모션이 없었던 6개 제품의 2023년 12월 한 달간의 판매량은 6월부터 11월까지 6개월간의 평균 판매량 대비 모두 늘어났다. 가장 많이 늘어난 제품은 '시너지 앰플 어드밴스드 하이드레이션 세트'로 무려 세 배 가까이 늘어났다. 이어 '시너지 앰플 프로그램 4세트'도 두 배 이상 증가했다. 6개 제품 평균 증가율은 77%에 달했다.

또 하나 고무적인 것은 소소클의 회차가 거듭될수록 회원들의 만족도가 높아지고 있다는 점이다. 매회 실시하는 설문 조사 결과 소소클에 만족하거나 매우 만족한다는 회원의 비중이 지난해 7월, 파일럿 론칭 시 87.9%에서 9월 그랜드 오픈 때에는 88.1%, 그리고 12월에는 93.4%, 지난 1월에는 95%(매우 만족 83.5%)에 달했다. 이는 소소클이 횟수를 거듭하면서 실제 회원들의 수요를 제대로 집어내고 있는 것으로 분석된다.

프로모션과 연계 교육으로 효과 극대화할 것

소소클이 이처럼 빠르게 자리 잡아가고 있는 것은 무엇보다 현장에 맞춘 교육 프로그램이기 때문인 것으로 풀이된다. 실제 회원들의 후기를 보면 '현실적인 조언이 좋았다.', '실제 사업에 활용할 수 있는 유용한 정보', '실질적으로 고객을 만나 대처하는 방법', '신규 파트너의 가슴에 와닿는 강의' 등 현장에서 회원들의 막막하고 답답한 상황을 시원하게 뚫어주는 프로그램이라는 내용들이 많았다.

애터미는 소소클을 지속적으로 회원들의 니즈에 맞게 업그레이드해 나갈 방침이다. 특히 올해에는 실제 회원들의 실적 향상에 직접적으로 도움을 주기 위해 프로모션과 연계한 연간 편성을 시도한다. 즉 소소클에서 다루는 제품을 프로모션이 걸려 있는 제품들과 동기화시켜 교육에도 도움이 되고 매출 향상도 꾀하겠다는 것이다. 이와 함께 '혈행 건강 관련 제품군 추천'이나 '건조 피부에 맞는 제품 솔루션'등 단일 제품보다는 '솔루션' 베이스의 제품군으로 교육을 진행할 예정이다.

교육 후 집이나 센터에서 따로 공부할 수 있는 자료도 회원과 공유한다. 매달 소소클이 진행되고 난 이후 소소클에서 강의했던 내용들을 채널애터미의 '비즈니스 - 사업 자료 - 소소한클래스'에 공유한다. 회원이라면 언제든지 다운로드하여 활용 가능하다. 지난 2024년 1월에는 '트리플업 프로틴'과 '앱솔루트 리셋 밤' 등 4종의 제품과 거절에 대응하는 필살 전략을 공유했다.

소소클의 최종 목표는 회원들이 애터미에 적합한 세일즈 기법과 사업 노하우를 빠르게 습득해 균형 잡힌 삶을 누릴 수 있도록 도움을 주는 것이다. 황윤주 소소클 담당자는 "회원들의 성공 여정에 확실하게 힘을 줄 수 있는 프로그램으로 자리매김할 것"이라며 "다양한 이슈나 이벤트, 신상품 출시 및 프로모션의 효과를 극대화할 수 있는 기획을 하겠다."라고 포부를 밝혔다.

한편, 소소클에 참여할 수 있는 티켓은 원데이세미나와 마찬가지로 배부되며 좌석은 따로 배정하지 않고 선착순으로 운영된다.

집중해서 강의 내용을 필기하는 회원들



헤어제품에 대해 강의하는 제품 큐레이터



혁신적인 애터미 디지털 헬스케어가 온다!

의료 AI를 품은 애터미 맞춤형 프로젝트 가동

코로나19 이후 건강에 대한 소비자 트렌드는 예방, 디지털화, 개인화의 3가지로 요약할 수 있다. 이러한 소비자 니즈에 맞춰 많은 기업들이 앞다투어 맞춤형 헬스케어 서비스를 준비하고 있으며, 애터미는 맞춤형 행복 프로젝트의 일환으로 맞춤형 헬스케어 앱(APP) 오픈을 앞두고 있다. 의료 AI를 품은 애터미 맞춤형 행복 프로젝트만의 차별점은 무엇인지 알아본다.

데이터 정확도가 높은 개인 맞춤형 헬스케어를 원해

필립스가 발표한 '아시아 국가 개인 건강관리 실태 조사(Healthy Living in Asia Survey)' 결과에 따르면, 우리나라 사람들 대다수(89%)가 예방적 건강관리가 중요하다고 답했다. 예방적 건강관리는 질병이나 건강 악화를 미리 예방하기 위해 일상생활에서 현재의 건강 상태를 관리한다는 것이다. 여기에는 식습관, 운동 등의 생활 습관뿐 아니라 건강검진 및 정기적인 건강 상태 모니터링 등을 포함하고 있다.

개인 건강관리를 장려하는 방법으로는 한국인 59%가 '개인 맞춤형 기술 및 기기'를 선호한다고 답했는데, 개인 건강관리 기술 및 기기를 선택할 때 고려하는 사항으로는 '데이터 정확성(67%)', '가격(64%)', '활동 추적 기능 유무(62%)', '건강 추적 기능 유무(60%)', '개인 건강 목표 설정 가능 유무(56%)' 등을 우선순위로 꼽았다. 이처럼 예방적 건강관리를 중시하는 분위기 속에서 정확한 데이터를 바탕으로 자신만의 건강 상태를 체크하고 건강 습관을 형성할 수 있는 맞춤형 헬스케어 앱을 활용하려는 소비자들이 늘고 있다.

앱을 시작으로 2026년 애터미 건강검진센터 설립

올해 애터미 맞춤형 행복 프로젝트 일환으로 오픈되는 앱에서는 모바일 문진과 건강검진 데이터를 분석해 개인별 건강 상태를 분석하고 내게 맞는 건강기능식품 추천, 운동 프로그램, 식습관 코칭 등의 관리 서비스를 제공한다. 대다수의 디지털 헬스케어 서비스 앱이 기초적인 고객 설문에 그치고 있다면, 애터미 디지털 헬스케어는 의료 전문가 및 검진 센터와 연계하여 고도화된 검진 프로세스를 구축하고, 인공지능 기술을 통해 대용량의 의료 데이터를 분석해 이를 바탕으로 개인의 건강 상태에 대한 정확한 예측과 진단 서비스를 제공할 예정이다. 또한, 추후 애터미 건강검진센터를 설립해 의학박사, 영양사 등 전문가와의 1:1 상담을 진행하며 건강한 라이프 습관을 형성해 나갈 수 있도록 할 예정이다.

올해 앱 출시를 시작으로 2025년에 유전자 검사를 도입하고, 2026년에는 애터미 건강검진센터를 설립하여 보다 전문화된 헬스케어 서비스를 제공할 예정이다.

1) 고도화된 검진 프로세스(2024년)

우울증, 수면 패턴, 영양, 스트레스 검진 등 실제 병원에서 활용하는 문진 방법으로 고도화된 검진 시스템을 갖출 예정이다.

2) AI 기술을 통한 의료 데이터 분석(2025년)

정밀검사(모발 검사, 타액 검사 등)를 통한 유전자 분석으로 개인별 맞춤화된 데이터를 제공할 예정이며, AI 기술을 통해 대용량의 의료 데이터를 분석해 더욱 정확한 결과를 기대할 수 있다.

3) 전문가의 종합 솔루션(2026년)

애터미 건강검진센터를 설립하여 개인별 의료 자문 서비스를 제공받을 수 있으며, 병원과 환자를 연결하는 폭넓은 개인화 서비스를 제공할 예정이다.

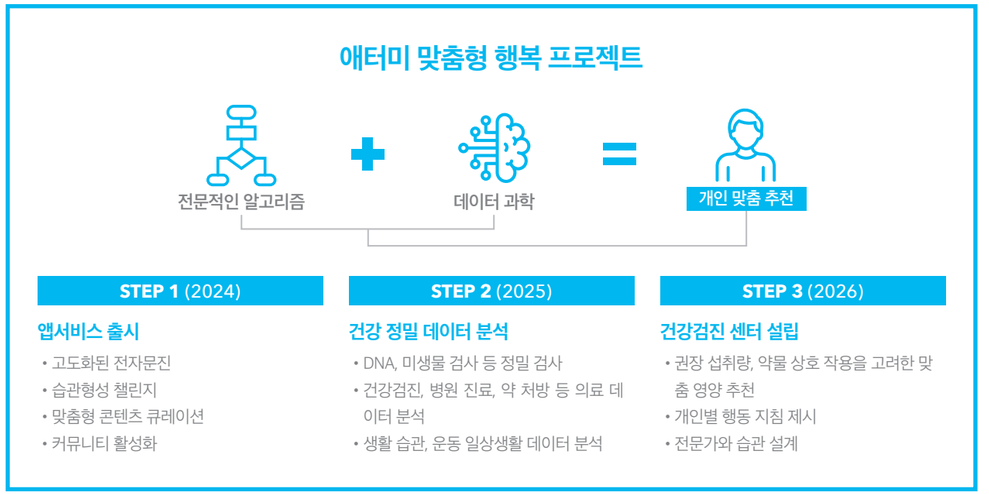
종합 라이프스타일 큐레이션 서비스의 시작

애터미 맞춤형 행복 프로젝트는 헬스케어 서비스를 시작으로 뷰티, 마인드케어, 식습관 등 다양한 측면에서 종합적인 라이프 스타일을 관리할 수 있도록 정보를 제공할 예정이다. 한 예로 개인의 퍼스널컬러를 진단해 나에게 맞는 메이크업 스타일을 추천하고, 내 건강과 체질에 맞는 식단을 제안할 뿐 아니라 수면패턴을 분석하고 마인드케어가 가능한 콘텐츠 등을 제공한다. 이를 통해 삶의 모든 영역에서 균형 있는 성장을 할 수 있는 행복한 사람을 만드는 것을 목표로 한다.

애터미 사업자들은 해당 앱을 사업과 연계해 활용할 수도 있다. 슬림바디 챌린지를 진행할 때 행복 맞춤형 프로젝트를 통해 보다 전문화되고 고도화된 분석을 제공할 수 있으며, 식습관 분석과 전문가 코칭까지 연계할 수 있게 되었다. 또, 백만갑을 할 때 소비자들에게 건강 정보를 제공하고 그에 맞는 제품 연계가 가능하며, 걸음 수, 거리 인증 기능을 통해 서로의 실적을 공유하며 센터별로 백만갑 챌린지를 진행할 수도 있다.

1월 석세스아카데미 맞춤형 행복 프로젝트 발표 현장





나이를 속이는 스킨케어 루틴

주름 부위별 고민을 해결해줄 8가지 아이템

무심코 거울을 보다 발견한 얼굴에 선명하게 그어진 주름. 최근 스마트폰 사용으로 인해 턱선이 무너지고 목주름이 생기는 연령이 낮아지면서 주름은 더 이상 중년만의 고민이 아니게 되었다. 수많은 역경 속에서 어떻게 주름 관리를 해야 할지 망설이고 있다면 애터미의 8가지 아이템으로 나이를 속이는 뷰티 루틴을 만들어보자.



내 피부에 주름이 생긴 이유

주름은 3가지 원인에 의해 발생한다. 첫째, 노화와 중력에 의해 피부가 처지면서 발생한다. 둘째, 침대의 스프링처럼 피부의 탄력을 담당하는 콜라겐이 자외선에 의해 손상되면서 탄력이 떨어져 발생한다. 셋째, 인상을 자주 쓰거나 말하고 웃는 등 표정 근육의 반복적 움직임에 의해서도 주름이 생긴다. 피부는 표피, 진피, 피하지방으로 이루어져 있는데 표피, 진피가 얇아지면서 생기는 잔주름은 자외선과 노화 등이 원인이 되므로 자외선 차단과 보습에 신경 써야 한다. 반면, 피하지방과 근육이 얇아지면서 생기는 주름은 표정에 의한 것으로, 이렇게 생긴 깊은 주름은 주름 개선 기능성이 있는 고영양 앰플을 사용할 것을 추천한다.

주름 없는 내일을 위한 스킨케어 루틴

❶ 얼굴 전체
기초→앰플→에센스 선

주름 예방은 겉탄력과 속탄력을 모두 관리해줘야 하므로, 주름 개선 기능성을 인정받은 스킨케어 제품을 3가지 이상 사용하는 것이 좋다. 만약 깊은 주름이 눈에 띈다면 토너를 바른 후 앰플 사용 단계에서 시너지 앰플 24K 골드 인퓨전과 하루 5분 사용으로 스킨케어 흡수율을 2배 이상 높여주는 애터미 EP 스킨 부스터 사용을 습관화해보자. 피부 탄력이 올라가고 주름골 깊이가 완만해지는 것을 기대할 수 있다.
외출 전 자외선 차단제를 발라 꼼꼼한 방패막을 만들어주는 것도 잊지 말자. 애터미 앱솔루트 에센스 선은 SPF 50+, PA++++로 강력한 자외선 차단 효과뿐 아니라 미백, 주름 개선 기능성으로 안티에이징에 도움을 준다.


시너지앰플 + EP스킨부스터
Ⓦ 246,000원 (Pv) 125,000pv


앱솔루트 에센스 선
Ⓦ 10,800원 (Pv) 3,800pv

❷ 눈가, 미간, 팔자주름
아이크림 2회

눈가 피부는 다른 부위보다 훨씬 얇기 때문에 주름이 쉽게 생긴다. 눈을 비비거나 자극하지 말고 아이크림을 아침, 저녁으로 사용하는 습관을 들이자. 앱솔루트 셀렉티브 아이컴플렉스는 미백, 주름 2중 기능성으로 셀렉티브 올마이트 코드가 칙칙함을 지우고 눈가를 탱탱하게 관리해준다.




앱솔루트 셀렉티브 스킨케어
Ⓦ 198,000원
(Pv) 100,000pv

❸ 이마, 눈가, 팔자, 목
리셋 밤, 라인리프터

앱솔루트 리셋 밤은 앱솔루트 셀렉티브 앰플과 아이크림의 유효성분을 스틱밤 형태로 고농축한 것으로, 간편하게 슥슥 발라 깊은 주름을 관리할 수 있다. 찡그리는 습관에 의해 표정주름이 나타나는 이마, 미간, 눈가는 물론 가로주름이 생기는 입술과 최근 스마트폰 사용으로 깊은 주름이 발생하기 쉬운 목까지 발라주면 좋다.
만약 시간 여유가 있다면 아크로패스 라인리프터를 눈가, 미간, 팔자주름에 2시간 정도 붙여두면 좀 더 빠른 주름 개선 효과를 기대할 수 있다. 히알루론산 등 4가지 유효성분을 굳혀 만든 패치 위로 미세바늘이 있어 피부 속으로 유효성분을 더욱 깊숙이 전달한다.


아크로패스 라인리프터
Ⓦ 148,000원 (Pv) 70,000pv


앱솔루트 리셋 밤
Ⓦ 15,800원 (Pv) 7,000pv

외출 후에도 주름지기 싫다면



앱솔루트 오일 세럼 미스트
Ⓦ 19,800원 (Pv) 10,000pv

❶ 미스트 뿌리기

미스트는 수시로 뿌려 즉각적인 보습을 해주는 기능으로 많이 알고 있지만, 앱솔루트 오일 세럼 미스트는 미백·주름 개선 2중 기능성으로 멀티 안티에이징 케어가 가능하다. 녹차 추출물과 수선화 비늘줄기 추출물, 용과 추출물 등을 함유해 피부 보습은 물론 피부 탄력, 눈가주름, 피부 광채 개선에 도움을 준다.



아델리카 더 뉴 골드 콜라겐 앰플 쿠션
Ⓦ 34,800원 (Pv) 14,000pv

❷ 쿠션 두드리기

이미 메이크업을 한 얼굴에 고농축 앰플을 또 바를 수 있을까? 아델리카 더 뉴 골드 콜라겐 앰플 쿠션이 있다면 가능하다. 이름처럼 콜라겐을 듬뿍 함유하고 있으며 퓨어 골드까지 더해져 두드릴수록 탱탱한 피부를 만들어줄 뿐 아니라 70% 이상을 차지하는 풍부한 앰플 성분이 보습과 피부 진정에도 도움을 준다. 미백, 주름 개선, 자외선 차단 3중 기능성으로 촉촉하게 발리면서 커버력·지속력까지 우수한 제품이다.



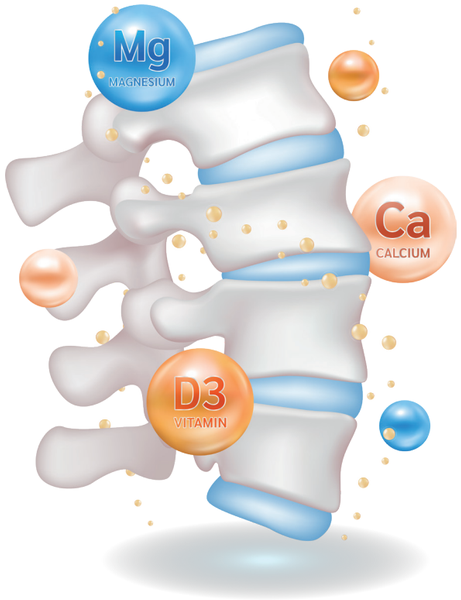
애터미 이너 콜라겐
Ⓦ 34,800원 (Pv) 17,000pv

❸ 콜라겐 마시기

콜라겐이 피부 탄력에 중요하다는 것은 많은 사람들이 알고 있다. 실제로 콜라겐은 진피 속에 있는 엘라스틴과 결합해 피부가 처지는 것을 방지하고, 피부에 전체적으로 광택이 돌도록 한다. 나이가 들수록 몸속에 존재하는 콜라겐의 양이 줄어들기 때문에 식품 혹은 건강기능식품으로 콜라겐을 섭취해 주는 것이 좋다. 이너콜라겐은 생선 비늘에서 추출한 어린콜라겐펩타이드로 흡수율을 높였으며 마시는 액상 형태라 섭취가 간편하다. 히알루론산, 엘라스틴, 비타민C를 부원료로 함유해 피부 보습, 피부 탄력, 눈가주름 개선에 도움을 준다.

최근 핫한 건기식, 칼마디(칼슘, 마그네슘, 비타민D)에 대해 알아보자

칼슘(Ca)과 마그네슘(Mg), 그리고 비타민D는 뼈 건강에 도움을 주는 영양소로 알려져 있다. 예전에는 뼈 건강을 위해 칼슘 등 단일 제품을 섭취했었다. 그런데 최근에는 세 가지 영양소를 복합적으로 섭취하는 '칼슘+마그네슘+비타민D', 줄여서 일명 '칼마디' 제품이 선호되고 있다. 이 세 가지 영양소를 왜 동시에 섭취해야 하는지와 효율적으로 섭취하는 방법에 대해 알아보자.



체내 칼슘의 99%는 뼈를 구성

뼈를 구성하는 주요 무기질은 칼슘이다. 체내 칼슘의 99%는 치아와 뼈에 존재하고 흡수된 칼슘은 뼈의 골밀도를 높여 더욱 단단하게 만드는 역할을 한다. 섭취한 칼슘은 소장에서 흡수되어 혈액 내에서 일정한 농도를 유지하며 존재한다. 혈중 칼슘 농도는 정상적인 골격을 유지하기 위해 가장 중요한 생리적 요인이다. 예를 들어, 혈중 칼슘 농도가 높으면 혈액 내 칼슘은 뼈로 이동하고 골질량이 증가한다. 그러나 혈중 칼슘 농도가 낮다면 뼈에서 칼슘이 방출되어 혈액으로 보내지고 골질량이 감소한다. 그래서 적당량의 칼슘을 꾸준히 섭취하여 혈액 내 칼슘 농도를 일정 수준으로 유지하는 것이 뼈 건강에 중요하다. 다만, 칼슘을 과잉 섭취할 경우 석회화되어 혈관에 쌓일 수 있기 때문에 과다 섭취하지 않도록 주의해야 한다.

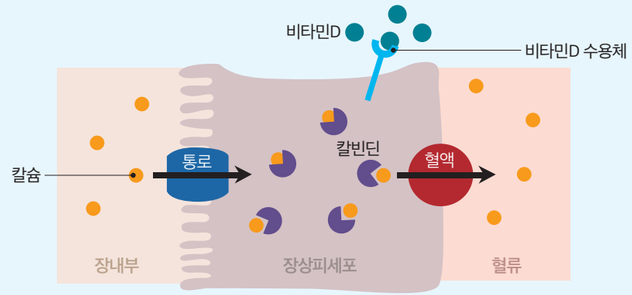
칼슘의 부작용을 막는 마그네슘

마그네슘은 인체 내 300종 이상 효소의 보조인자로 작용하여 다양한 생화학 반응에 관여한다. 마그네슘도 뼈와 치아를 구성하는 무기질 중 하나로 뼈의 단단한 정도를 유지시키는 기능을 하며, 칼슘, 인과의 복합체 형태로 뼈에 존재한다. 중요한 기능 중 하나는 칼슘이 혈관에 침착되는 것을 막는 것이다. 칼슘과 마그네슘은 상호보완적인 관계로 사다리를 생각하면 이해하기 쉽다. 몸에 칼슘이 과다하면 마그네슘은 부족해지고, 마그네슘이 과다하면 칼슘은 줄어든다. 따라서 칼슘과 마그네슘을 적당한 비율 섭취하는 것으로 칼슘의 과잉 섭취로 인한 부작용을 막을 수 있다.

무기질의 흡수를 돕는 비타민D

뼈 건강에 중요한 역할을 하는 칼슘, 마그네슘 같은 무기질은 체내에 흡수가 잘 안된다는 단점이 있다. 이를 보완하기 위해 비타민D가 필요하다. 대부분의 영양소는 소장에서 흡수된 후 혈액을 통해 전신으로 공급이 되는데, 비타민D가 칼슘과 마그네슘이 소장에서 충분히 흡수될 수 있도록 도와주기 때문이다. [1]

소장 내 비타민D에 의한 칼슘 흡수 모식도



비타민D는 칼빈딘(칼슘을 운반하는 칼슘결합단백질)과 칼슘 통로의 양을 증가시켜 소화기의 칼슘 흡수를 돕는다.

칼마디 현명하게 고르는 법

칼슘과 마그네슘의 최적 비율은 2:1

칼슘과 마그네슘은 체내 조직에서 2:1의 비율로 존재한다. 이 둘은 서로 상호보완작용을 하기 때문에 어느 성분이 과하거나 부족할 경우 균형이 무너져 몸에 이상이 발생할 수 있다. 따라서 제품의 영양 성분표를 확인하고 칼슘과 마그네슘 함량 비율이 2:1로 설계된 제품을 고르는 것이 현명하다.

영양 성분별 권장섭취량 체크

칼슘, 마그네슘 그리고 비타민D는 과잉 섭취할 경우 석회화, 구토, 복통 등의 부작용이 발생할 수 있는 영양소이다. 따라서 성분별 권장섭취량을 확인하여 내가 섭취하는 다른 영양제와 기능성분이 중복되어 기준치를 초과하지 않는지 확인해 보는 것이 좋다.

보건복지부의 2020년도 한국인 영양소 섭취기준에 따르면 칼슘의 하루 섭취권장량은 연령별로 유아(3~5세)는 600mg, 성장기 청소년은 900~1,000mg, 성인 남녀는 700~800mg을 섭취하도록 권장하고 있다.

마그네슘의 경우 자연식품으로 섭취할 경우는 부작용이 없으나 보충제를 통해 섭취할 경우 과잉 복용 시 설사, 구토를 유발할 수 있다. 마그네슘의 하루 권장섭취량은 성인 남성 기준 약 370mg, 여성의 경우 280mg이며, 식품 외 보충제를 통해 섭취하는 마그네슘은 350mg으로 상한 섭취량을 두어 제한하고 있다.

비타민D는 자연적으로 햇빛을 통해 몸에서 합성되나 야외 활동량이 적은 현대인들은 비타민D가 결핍되기 쉬워 영양제로 보충해주는 것이 좋다. 비타민D는 어린이의 경우 하루 5ug, 성인의 경우 10ug 섭취 시 충분하다.

칼슘 원료 유래 확인하기

칼슘은 자연에 많이 분포되어 있어 우유, 해조, 어골, 산호 등 유래가 다양하다. 정확히 밝혀진 바는 없지만 칼슘의 유래마다 각각의 특징이 있다. 해조 등의 식물성 칼슘은 소화가 잘된다는 장점이 있고 동물성 칼슘은 비타민D와의 시너지가 좋다. 일반적으로 시중 칼슘 보충제는 구연산칼슘과 탄산칼슘을 주로 사용하는데, 흡수율은 구연산칼슘이 더 높은 것으로 알려져 있다. 본인에게 맞는 칼슘을 선택하거나 각각의 장점을 고루 취할 수 있도록 여러 칼슘을 복합한 제품을 선택하는 것도 좋은 방법이다.

칼마디 성인 하루 권장섭취량

칼슘	마그네슘	비타민D
700~800mg	남성 370mg 여성 280mg	10ug

유현정 연구원
現) 콜마비앤에이치(주) 식품과학연구소

1) 보건복지부, 2020 한국인 영양소 섭취기준
2) Christakos, S., Dhawan, P., Porta, A., Mady, L. J., and Seth, T. 2011. Vitamin D and intestinal calcium absorption. Mol. Cell. Endocrinol . 347:25-9. doi: 10.1016/j.mce.2011.05.038

수분 충전, 탄력 강화, 리프팅을 동시에

쓰~윽 바르는 순간 얼굴 전체에 보습&탄력을 선사하는 애터미 앱솔루트 하이드라 밤 본격 출시

주름 케어가 필요한 부위에 수시로 발라 피부 리셋 효과를 선사하는 '애터미 앱솔루트 리셋 밤'의 열기가 꺼지지 않고 있다. 뛰어난 성능과 편리성으로 2022년 2월 출시 후 당해 월 평균 7만 세트 판매를 달성했으며, 2023년 단일 품목으로 애터미 스킨케어 매출 순위 TOP6에 진입하는 쾌거를 이뤘다. 이런 인기에 힘입어 2024년 4월, 봄여름 산뜻하고 촉촉한 피부를 만들어줄 '애터미 앱솔루트 하이드라 밤'이 본격 출시된다.



수분 탄력 리프팅 케어로 쫀쫀하고 탱탱하게 애터미 앱솔루트 하이드라 밤을 완성하는 11가지 기능성 원료

애터미 앱솔루트 하이드라 밤은 바르는 고함량 수분 콜라겐 크림을 콘셉트로 만든 스틱형 스킨케어 제품이다. 수분 충전, 탄력 강화, 리프팅 케어에 도움이 되는 11가지 기능성 원료들이 골고루 함유되어 있어서 얼굴 전체에 보습과 탄력을 선사하며 탁월한 리프팅 효과와 주름 개선 효과를 보여준다. 우수한 성능과 편리성으로 주목받고 있는 애터미의 새로운 스틱밤 제품, 애터미 앱솔루트 하이드라 밤을 완성하는 각 원료는 어떤 기능을 가지고 있는지 알아보자.

애터미 앱솔루트 리셋 밤 VS 애터미 앱솔루트 하이드라 밤 '리셋 밤'과 '하이드라 밤' 듀얼 사용하면 베스트

애터미 앱솔루트 리셋 밤이 안티에이징과 주름 완화에 집중한 고농축 앰플을 고체화한 제품이라면, '애터미 앱솔루트 하이드라 밤'은 수분과 탄력에 집중해 고함량 수분 콜라겐 크림을 스틱으로 만든 제품으로 다가올 봄 여름 시즌에 사용을 추천한다. 스킨케어 단계에서 사용하는 순서도 다르다. 하이드라 밤은 스킨케어 시작 단계에서 얼굴 전체적으로 수분감을 충전하는 용도로 사용을 권장하며, 리셋 밤은 스킨케어 마무리 단계에서 눈가, 팔자, 미간, 목주름 등 주름 개선이 필요한 부위에 사용하면 된다. 특히 지성 피부여서 리셋 밤의 쫀득하고 오일리한 질감이 부담스러웠다면, 위와 같은 방법으로 부위별로 나누어 사용하면 베스트! 외출 후 메이크업한 피부 위에 덧바르고 싶었던 소비자들에게도 가벼운 질감의 하이드라 밤 사용을 추천한다.

애터미 앱솔루트 하이드라 밤을 완성하는 11가지 기능성 원료

건조해 주름지고 처진 피부에 수분 충전과 피부 재생 효과를 동시에

수분 충전 및 재생 효과 UP

고대 이집트인들을 매료시킨
태양을 닮은 꽃
푸른연꽃수
항산화, 항노화, 항염, 진정 효과

천혜의 자연 아프리카
콩고에서 온 아름다운 광물
말라카이트
항산화, 디톡스, 외부 스트레스로부터 피부 보호

버터플라이피꽃 유래
푸른 빛의 식물성 단백질
Blue Phytotein
보습, 피부 장벽 강화

구형의 미세한 입자로
피부 장벽까지 침투
나노 파티클 히알루론산
주름 개선, 손상된 피부 보호, 피부 밝기 개선

콜라겐과 펩타이드 성분의 복합 시너지 효과로 되살아나는 피부 탄력

피부 탄력 효과 UP

북미에서 자란 크랜베리에서
추출한 펩타이드
BERRY-TIDE
레티놀보다 뛰어난 주름 개선 효과

콜라겐 생성에 관여하는
특허 물질
SYN-COLL
피부 탄력 증가, 피부 노화 회복

특허 받은
합성 콜라겐 펩타이드
Collaxyl IS
강력한 주름 개선 효과

지중해의 실레네 꽃에서 삼출법을
통해 추출한 사포닌 농축물
Flower Sapponin
피부 탄력 증가

동물 및 어류에서 추출한 단백질을 가수 분해하여
피부에 흡수되기 쉬운 형태로 바꾼 콜라겐
하이드롤라이즈드 콜라겐
탄력 증진, 수분 충전, 영양 공급, 노화 방지

CellActive™ 리프팅 코드와 특허 받은 보톡스 라이크 성분으로 탁월한 리프팅 효과 선사

리프팅 효과 UP

약초 열매의
초임계 추출 오일
Zantha-lift
즉각적인 리프팅 효과

피부 활력에 도움을 주는 귀한 원료들을 최적의 비율로
배합하여 효능을 극대화한 애터미 소재 기술
CellActive™ Lifting Code
피부 탄력, 주름 개선

애터미 앱솔루트 리셋 밤, 애터미 앱솔루트 하이드라 밤 비교

제품명	애터미 앱솔루트 리셋 밤	애터미 앱솔루트 하이드라 밤
		NEW 
제품컨셉	앱솔루트 셀렉티브 앰플과 아이크림의 유효성분을 고농축한 주름을 메꿔주는 스틱 밤	피부에 수분을 가득 채워 피부에 탄력을 선사하는 바르는 고함량 수분 콜라겐 크림
기능성	주름개선	보습 & 리프팅
	미백/주름 개선 기능성	미백/주름 개선 기능성
가격/PV	₩15,800원 PV 7,000pv	₩15,800원 PV 7,000pv
사용방법	스킨케어 마지막 단계, 자기 전, 주름이 고민되는 모든 부분	스킨케어 시작 단계, 수분 부족, 탄력이 고민되는 모든 부분

하루의 기분과 평생의 건강을 책임지는 '장'

면역세포의 70%가 분포해 있는 장 건강의 중요성

의학의 아버지 히포크라테스는 '모든 병은 장에서 시작된다'라고 말했다. 과민성 대장 증후군부터 비만, 대장암, 우울증, 뇌 질환까지. 건강의 '컨트롤 타워'라고 말해도 과언이 아닌 장! 이토록 중요한 '장'에 대해 우리는 얼마나 알고 있을까? 서구화된 식습관과 넘쳐나는 인스턴트식품, 가공식품의 홍수 속에서 위협받고 있는 한국인의 장 건강. 이대로 괜찮을까?



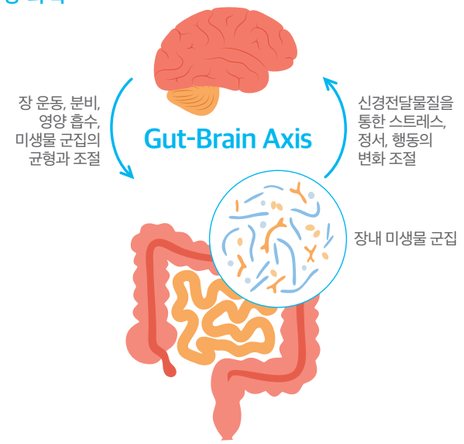
장 질환으로 연간 500만 명이 병원 찾아

소화 기관은 우리가 섭취한 음식을 에너지, 성장 및 회복에 사용할 수 있는 영양소로 분해하는 역할을 담당하는 기관들을 말하며, 음식이 들어가는 입을 시작으로 해서 식도, 위, 소장, 대장, 간, 담낭, 췌장 등의 다양한 기관들로 구성되어 있다. 그중에서 면역세포의 70%가 분포해 있는 장은 단순한 소화 기관을 넘어 '제2의 뇌'라고도 할 수 있다. 장과 장내 마이크로바이옴 시스템이 원활히 작동하면 영양소를 효율적으로 분해하고 흡수하며 노폐물을 제거하는 등 강력한 면역 체계를 형성하지만, 그렇지 않을 경우 다양한 불편함과 건강의 문제를 초래하기 때문이다. 그렇다면 한국인의 장 건강은 괜찮을까? 코리아리서치의 조사 결과에 따르면 국민 10명 중 3명은 변비 증상을 경험한 적이 있으며, 과민성 대장 증후군은 건강보험심사평가원 통계에 따르면 연간 150만 명 안팎이다. 그뿐만 아니라 우리나라의 대장암 발생률은 전 세계 최상위권을 보이는 등 다양한 장 질환으로 한 해 병원을 찾는 이들만 연간 500만 명을 넘어선다고 한다. 점차 서구화된 식생활과 인스턴트식품, 가공식품으로 인해 한국인의 장 건강 역시 위협받고 있는 것이다.

장 건강과 뇌의 연결 고리, 장-뇌 축

장 건강이 악화될 경우 발생하는 질환으로는 가볍게는 설사나 변비부터 시작하여 과민성 대장 증후군, 유당불내증, 궤양성 장염, 크론병 등의 염증성 장 질환에서 대장암까지 매우 다양하다. 그러나 놀라운 것은 소화기 건강이 인지와 정서 변화에도 영향을 끼친다는 사실이다. 장과 뇌 사이에는 흔히 '장-뇌 축'이라고 불리는 강력한 연결 고리가 있는데, 장에는 신경전달물질 생산과 뇌와의 소통에 중요한 역할을 하는 장내 미생물을 구성하는 수조 개의 박테리아가 서식하고 있기 때문이다. 그렇기 때문에 장내 마이크로바이옴의 불균형은 단순한 소화기

장-뇌 축



질환의 유발뿐만 아니라 기분에도 지대한 영향을 끼친다. 장내 미생물이 분자 신호를 통해 식욕과 기분, 어떤 음식을 먹을지에 대한 의사결정에도 관여하는 것이다. 그뿐인가? '뇌 스트레스' 완화 효과와 함께 인지 기능 개선과 알츠하이머 치매의 지연에 도움을 준다는 결과 역시 속속들이 발표되고 있다.

프로바이오틱스, 정말 도움이 될까?

장 건강과 면역력 관리의 필요성이 언급될 때마다 빠지지 않는 것이 바로 '프로바이오틱스'다. 프로바이오틱스는 유익균을 증식하고 유해균을 억제해 마이크로바이옴의 정상화를 돕는다. 하지만 무턱대고 아무 제품이나 골라서는 효과를 기대하기 어렵다. 제품을 선택할 때 가장 먼저 살펴봐야 할 것은 식약처에서 인정받은 프로바이오틱스의 함유 여부다. 김치 유산균으로 대표되는 락토바실러스 플란타룸의 경우 자극적인 음식을 즐기는 한국인의 장 환경에 적합한 유산균으로 알려져 인기가 높다. 또 식품의약품안전처에서 지정한 일일 권장량(최대 100억 마리)에 도달하는지 확인하는 것이 좋다.

활력 넘치는 생활을 위해 건강한 소화 시스템은 필수라고 할 수 있다. 그중에서도 장내 마이크로바이옴은 소화기 건강과 함께 전반적인 신체 건강에 지대한 영향을 미친다. 특히 현대인이라면 피할 수 없는 다양한 스트레스들과 불안, 우울 등으로 고생하고 있다면 지금이야말로 프로바이오틱스를 챙길 때다. 하루의 기분을 결정하고, 평생의 건강을 다스리는 '컨트롤 타워', 무병장수의 중심에 '장'이 있기 때문이다.

식약처 고시 대표적인 유산균

락토바실러스 플란타룸
LACTOVACILLUS PLANTARUM
발효음식, 김치 유래 유산균.
항암 효능과 면역강화 기능이 뛰어남.

스트렙토코커스 써모필러스
STREPTOCOCCUS THERMOPHILUS
발효 유제품 생산을 위한 초기 배양에 널리 사용. 열에 강한 젖산균.

락토바실러스 람노서스
LACTOVACILLUS RHAMNOSUS
인체의 내장이나 입안에서 발견되는 소화 유산균. 산 생성력이 가장 우수한 유산균.

비피도박테리움 락티스
BIFIDOBACTERIUM LACTIS
인체의 장이나 대장에서 발견되는 균주. 항체 생성을 향상, 염증 완화 등의 효능.

락토바실러스 카제이
LACTOVACILLUS CASEI
인간의 입안 조직 등에서 발견. 주로 치즈를 생산하는 일에 사용. 탄수화물 분해 효소 아밀라아제 생산.

비피도박테리움 브레브
BIFIDOBACTERIUM BREVE
영유아의 장내 점유율이 가장 높은 인체 유래 비피더스 균. 간 보호 효과 및 콜레스테롤 제거 효과.

락토바실러스 헬베티커스
LACTOVACILLUS HELVETICUS
스위스, 이탈리아 치즈 생산에 응용.
높은 안티-헬리코박터 활성 효과.

비피도박테리움 롱검
BIFIDOBACTERIUM LONGUM
인간의 위장관에 존재하는 유산균. 자외선B로부터 세포 보호 능력 우수.

락토바실러스 루테리
LACTOVACILLUS REUTERI
사람 또는 동물의 장관 내에 가장 많이 존재하는 젖산균. 유익균의 생육을 촉진.

비피도박테리움 비피덤
BIFIDOBACTERIUM BIFIDUM
인간의 장에서 발견되는 필수적인 박테리아. 나이가 들수록 감소.

락토바실러스 파라카제이
LACTOVACILLUS PARACASEI
김치나 요거트에서 쉽게 분리가 가능한 유산균.
장관부착능, 내산성과 내담즙성이 우수.

비피도박테리움 아니말리스
BIFIDOBACTERIUM ANIMALIS
수십 년 동안 발효식품에 사용.
피부 손상방지 및 개선 효능.

락토바실러스 애시도필러스
LACTOVACILLUS ACIDOPHILUS
구강이나 장관에 항상 존재하는 유산균.
정장 작용, 항암효과, 혈중 콜레스테롤 저하 등에 작용.

김병선
예수병원 소화기내과 전문의

봄철, 대기 오염을 이겨내는 3가지 수칙

호흡기와 피부 건강을 지키는 애터미 제품 추천

어느새 성큼 다가온 봄. 반가움과 동시에 늘 따라오는 황사, 미세먼지를 생각하면 얼굴이 찌푸려진다. 심한 날에는 1인당 흡입하는 먼지가 평상시의 3배에 달하는데, 이는 호흡기와 피부 건강에 안 좋은 영향을 미친다. 설레는 봄, 호흡기 건강과 실내 환경 관리를 위해 반드시 챙겨야 하는 3가지 수칙과 이를 도와 줄 애터미 제품을 소개한다.

대기 오염이 아토피 피부염 악화

프랑스의 한 연구에 따르면, 3년간 노출된 미세먼지(PM10), 일산화질소(NO2), 일산화탄소(CO)의 평균 농도가 높을수록 어린이의 습진 발생이 유의하게 증가하였고, 469명의 임산부를 대상으로 한 다른 연구에서는 출산 전후 초미세먼지(PM2.5)와 담배 연기에 노출 시 생후 첫 1년 동안 아토피피부염 유병률이 두 배 정도 높아지는 것을 확인했다.

몇 해 전, 대한민국 환경부 발표 역시 대기 중의 미세먼지, 벤젠, 톨루엔, 총휘발성유기화합물 등의 농도가 높을 경우 아토피 피부염 증상이 악화되는 걸 확인했다. 아토피 피부염은 유전적 요인, 면역체계의 이상, 환경적 요인 등 복잡한 요소들의 상호작용 결과로 발생하는데, 환경적 요인으로는 기후 변화, 대기 오염, 미세먼지 등 다양한 요인이 아토피 피부염을 포함한 알레르기 질환들의 발생과 악화에 영향을 주는 것으로 보고 있다.

습관적 마스크 착용 권장

마스크는 미세먼지나 공기 중에 있는 다양한 화학 물질, 알레르기 반응 물질을 걸러 주어 호흡기 질환 예방에 매우 효과적인 방법이다.

한국은 초미세먼지(PM2.5) 농도가 OECD 국가 중 최악의 수준이다. 이 때문에 미세먼지 농도가 높은 날에는 가급적 외출을 자제하고, 외출 시에는 식약처 인증을 받은 보건용 마스크(KF80, 94, 99)를 착용하도록 환경부에서 권고하고 있다. KF80은 평균 0.6μm 크기의 미세입자를 80% 이상 걸러내고, KF94와 KF99는 평균 0.4μm 크기의 미세입자를 각각 94%, 99% 이상 걸러낼 수 있다. 이와 같이 KF(Korea Filter) 뒤에 붙은 숫자가 높을수록 미세입자 차단 효과는 크지만, 호흡이 불편하다면 자신에게 맞는 마스크를 선택하는 것이 좋다.

애터미 뉴쉴드케어 황사방역마스크는 KF94 인증을 받은 보건용 마스크로 유해 물질로부터 호흡기를 우수하게 보호할 뿐 아니라 아기 기저귀, 생리대 등에 사용되는 써멀본드 원단이 편안한 호흡을 유도하고 피부 트러블을 최소화한다. 2D 입체설계와 3D 입체설계 타입 중 자신의 생활 패턴과 호흡량에 적합한 타입을 선택한다면 미세먼지로부터 우리의 호흡기를 보호하면서 편안한 실외 활동을 경험할 수 있을 것이다.

애터미 마스크 비교

제품명	애터미 뉴쉴드케어 황사방역마스크 KF94	애터미 비말차단 마스크(KF-AD)	애터미 에어 핏 마스크
			
특징	입자성 유해물질 및 감염원으로부터 호흡기 보호	비말차단	90%이상 악취 분해 자외선 99%이상 차단
용도	보건용	보건용	생활용, 운동용
구성	5매입	100매입	3매입
사용횟수	1회용	1회용	다회용 (30번 세탁 후에도 내구성 기능성 유지)
가격/PV	₩1,800원 PV 450pv (2D황사방역마스크 KF94 ₩2,000원 PV 500pv)	₩13,900원 PV 1,500pv	₩9,900원 PV 2,000pv

연약한 유아 피부를 지키는 목욕과 보습법

목욕은 세균, 바이러스, 곰팡이 등의 집락을 감소시키며, 이물질을 제거하여 피부를 건강하게 유지하는 작용을 한다. 피부가 연약한 유아의 경우, 세정력이 강한 제품은 자극이 될 수 있어 식물성 계면활성제를 함유한 저자극 바스 제품을 사용해야 한다. 또한, 피부 표면의 친산성 보호막에 의존해 피부를 보호하기 때문에 정상 피부의 pH인 4~5.5와 유사한 pH 5.5 정도의 약산성 제품을 사용하는 것이 좋다.

목욕 후 보습제를 발라주면 피부 장벽 보호에 도움을 준다. 미국피부과의사회(AAD)에 따르면 소아는 주당 100g 이상, 성인은 주당 250g 이상을 도포해야 보습제를 통한 피부 장벽 기능의 개선 효과를 충분히 얻을 수 있다고 하니, 건조증이 심한 부위에는 수시로 도포해 주자.

애터미 세라베베 세트는 샴푸 앤 바스와 로션, 크림으로 구성되어 유아의 목욕과 보습을 한 번에 챙길 수 있다. 특히 샴푸 앤 바스는 약산성 샤푸 겸용 바스 올인원 제품으로, 순한 성분과 식물성 계면활성제 함유로 자극이 적어 0세부터 사용이 가능하다. 세트 전 제품이 세라마이드, 콩 발효물, 아미노산과 비타민E를 함유해 피부 장벽 강화, 피부 보습, 피부 가려움 완화와 진정에 도움을 준다. 세라마이드란 피부 각질층을 구성하는 지질의 주요 성분으로, 손상된 피부 장벽을 회복하고 수분 함유율을 높여준다. 독일 더마테스트 EXCELLENT 등급을 획득했으며 민감성 피부 자극 시험을 통과해 연약한 유아 피부에 안심하고 사용할 수 있다.

환기는 자주, 평소엔 공기청정기로 실내 환경 관리

세계 보건 기구(WHO)에 따르면 실내 오염 물질이 폐로 전달될 확률이 실외 오염 물질보다 약 1천 배나 높다고 한다. 실내 공기 오염은 실내의 오염 물질이 밖으로 빠져나가지 못할 때 발생하기 때문에 실내 환경 관리를 하는 가장 쉬운 방법은 환기를 자주 하는 것이다. 그리고 또 하나의 방법은 미세먼지, 화학 물질, 세균, 바이러스 등 유해 물질을 효과적으로 필터링해 공기를 깨끗하게 만드는 공기청정기를 사용하는 것이다.

특허받은 애터미 복합필터가 장착돼 미세먼지, 악취 등을 3단계로 제거해 맑은 공기를 제공한다. 1단계, 극세 프리필터가 생활 먼지, 반려동물의 털, 꽃가루 등 알레르기의 원인을 제거하고, 2단계, 탈취 필터 안의 활성탄이 각종 생활 악취 및 유해가스를 제거한다. 3단계, 헤파필터가 극 초미세먼지를 99.97% 이상 제거한다. 또한, 센서를 통해 실내에서 발생할 수 있는 냄새와 휘발성 물질을 감지해서 공기오염도에 따라 자동으로 풍량을 조절하는 AI모드를 탑재해 소비전력을 절약할 수 있다. 필터 교체까지 간편한 애터미 공기청정기로 실내에 쾌적한 공기를 채워보자.



애터미 세라베베 세트


애터미 중형 공기청정기

피부 속 수분 폭탄, 히알루론산

히알루론산과 함께 피부 속 수분 지키는 애터미 스킨케어 제품들

판매 중인 보습라인 화장품에 거의 빠지지 않고 등장하는 성분이 있다. 바로 '히알루론산(Hyaluronic acid)'이다. 1930년대 처음으로 발견된 히알루론산은 피부, 관절액, 연골, 안구 등에 존재하는 성분으로, 많은 양의 물과 결합해 겔 상태에서 피부의 유연성과 관절의 윤활 작용 등에 관여하며, 특히 천연 보습제라고 불릴 만큼 뛰어난 친수성을 지녔다. 히알루론산의 특징과 우리의 피부를 촉촉하게 유지시켜 줄 히알루론산이 함유된 애터미 스킨케어 제품에 대해서 알아보자.

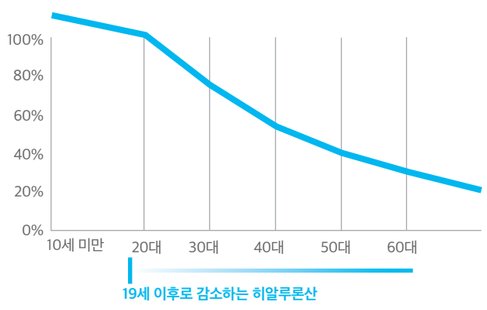


피부의 수분 폭탄, 히알루론산

히알루론산(Hyaluronic acid)은 피부에 많이 존재하는 생체 합성 물질로, 피부뿐만 아니라 눈, 관절 등 몸 속에서 자연적으로 발생하는 물질이다. 그렇기 때문에 부작용이나 알러지 반응이 일어날 위험이 거의 없는 안전도가 높은 물질로, 피부에서 보습 작용의 역할을 하는 물질이기 때문에 화장품에 널리 사용되고 있을 뿐만 아니라 '피부 보습에 도움을 줄 수 있다'라고 하여 식약처 건강기능식품 개별인정형 원료로도 그 기능성을 인정받고 있다.

히알루론산의 이론적인 수분 유지 능력은 2~6L/g이고, 이로 인해 세포 유지 기능을 발휘하며 조직의 유연성을 유지하는 기능을 하고 있다. 히알루론산은 단백질과 결합하여 세포 간격에 존재하며 강한 친수성을 바탕으로 세포 외액의 유지에 작용하는데, 히알루론산이 감소하면 세포 외액의 유지력이 약해져 세포로의 영양 성분 운송 및 노폐물 제거가 되지 않아 세포의 노화로 이어진다. 나이가 들수록 피부에 히알루론산이 줄어들어 세포 외액을 고정시키는 힘이 약해져 피부의 수분량이 감소하고 신진대사의 쇠약 원인이 된다. 이로 인해 노폐물 축적이 진행되어 유연성과 탄성이 떨어지기 때문에 히알루론산의 감소가 곧 노화로 이어질 수 있다. 이를 방지하기 위해 외부 화장품이나 보충제 등의 섭취를 통해 히알루론산을 보충시킴으로써 피부 상태를 건강하게 유지하는 것이 필요하다.

나이가 들수록 줄어드는 피부 속 히알루론산



• 출처 : 식품의약품안전평가원(2010)

히알루론산의 피부에 미치는 효능

탄력 유지

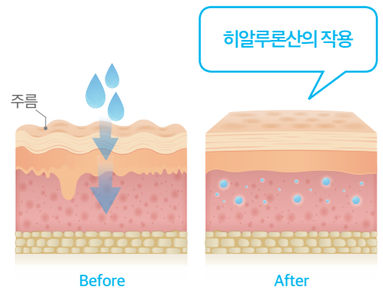
피부 콜라겐 합성을 촉진하고, 피부 탄력을 유지, 증가시켜 피부결을 매끄럽게 해 준다.

피부 손상 감소

상처 치유에 관여하는 조직 재생과정을 도와 피부의 염증을 완화시킨다.

피부 보습력 증진

히알루론산은 자신의 무게보다 약 300~1,000배에 달하는 수분을 끌어당기는 보습 작용이 뛰어난 성분이다. 피부가 건조하면 악화될 수 있는 피부 주름을 완화시켜 주는 데도 도움을 준다.



• 상기 내용은 제품과 무관한 원료 설명에 한합니다.

히알루론산이 함유된 애터미 스킨케어 라인



애터미 스킨케어 시스템 더페임

W 88,000원 PV 44,000pv

한국콜마와 한국원자력연구원의 기술력으로 검증된 4대 특허 기술(고순도 정제 기술, 후레쉬 바이오 기술, 미세 발표 기술, 다중 액정 캡슐 기술)과 판테놀, 세라마이드, 5중 히알루론산의 신소재가 적용되어 새롭게 태어난 애터미 스킨케어 스테디셀러 제품이다.

5가지 크기의 히알루론산 분자가 피부의 수분을 확실하게 잡아 주는 보습케어뿐만 아니라 수분을 결합해 보습 유지 및 진정 효과를 하는 판테놀, 건강한 피부의 근원이 되는 세라마이드를 채워 피부 장벽 케어까지. 수분을 촘촘히 채워 주는 3가지 보습 성분이 5종 전 라인에 적용되어 피부 속 수분을 채워 주는 애터미 스킨케어 시스템 더페임을 만나 보자.



애터미 하이드라 브라이트닝 케어

W 37,800원 PV 19,000pv

피부 보호와 피부 진정 효과로 건조한 피부 케어에 도움을 주는 자작나무 수액과 피부 보습 및 피부 장벽 케어에 도움을 주는 비타민나무 열매 추출물을 통해 다양한 외부 자극으로부터 내 피부를 지켜주는 촘촘한 수분 장벽을 만들어 주는 애터미 하이드라 브라이트닝 케어.

저분자 히알루론산과 비타민E, 만니톨, 셀룰로우스를 통해 강력한 수분 잠금 효과를 주는 에센스와 피부 친화적 구조로 빠른 수분 공급과 보습을 유지시키는 수분 광채 크림, 단 2STEP만으로 수분 에너지를 채워 주는 애터미의 대표적인 수분 라인을 경험해 보자.



애터미 마린앰플 겔 마스크 2종+아이패치

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

제주산 청정원료 7종과 엄선된 특허 성분으로, 피부 보습 인자 활성과 더불어 피부 장벽 개선, 피부 매끄러움 유지에 도움을 주는 3세대 겔 제형 마스크 제품이다.

히알루론산이 전 라인에 공통적으로 함유되어 마스크팩에서 바라는 보습 효과는 기본이고 피부 고민에 따라 제품을 선택해 사용하면 된다.

과다 피지 케어와 유수분 밸런스 케어를 통해 진정 효과를 얻고 싶다면 수분진정 라인을, 콜라겐과 나이아신아마이드를 통해 피부 톤과 탄력을 개선하고 싶다면 미백탄력 라인을, 눈가나 팔자 주름 등 집중 케어가 필요하다면 아이패치 라인을 선택해 데일리 홈 에스테틱을 경험하자.

원고 및 자문 : 한국콜마 스킨케어연구소 책임연구원(애터미 더페임 토너 및 하이드라 브라이트닝 캡슐 에센스 개발)



PRODUCT 5 Editor_정남미

건강한 요리는 건강한 조리도구부터!
애터미 메디쿡 세라믹 프라이팬 & 무흠집 수세미

각종 유해물질로부터 안전해 가족의 건강까지 생각

주방에서 사용하는 조리도구는 음식의 맛뿐 아니라 가족의 건강과도 직결되어 있다. 음식을 조리하는 도중 소재에 따라 건강에 이롭지 않은 물질이 발생할 수 있기 때문인데, 세라믹 코팅으로 각종 물질로부터 안전한 애터미 세라믹 프라이팬과 식기에 흠집을 내지 않는 애터미 무흠집 수세미가 출시된다.

메디쿡 세라믹 프라이팬 24cm 45,800원 16,000PV
메디쿡 세라믹 프라이팬 28cm 49,800원 17,000PV
메디쿡 세라믹 웍 28cm 54,800원 19,000PV
메디쿡 뚜껑 28cm 17,800원 5,500PV
메디쿡 세라믹 3종 세트 148,000원 60,000PV

• 2024년 4월 출시

내가 쓰던 프라이팬을 버려야 하는 이유

주방에서 가장 많이 사용하는 조리도구 중 하나 프라이팬! 미국과 유럽에서는 불소수지 프라이팬 판매가 금지되어 절반 이상의 주부들이 세라믹 프라이팬을 사용하는 데 반해, 한국은 별도의 규제가 없어 테플론이라는 합성 물질로 코팅된 불소수지 프라이팬을 사용하는 경우들이 많다. 테플론 코팅은 값이 저렴하고 음식물이 덜 붙는다는 장점이 있지만, 200도 이상에서 PFOA(과불화화합물)이 휘발하면서 호흡기를 통해 인체에 축적될 우려가 있다. PFOA는 다량으로 쌓일 경우 질병을 일으키는 치명적인 물질로 세계보건기구 산하 국제암연구소에서는 PFOA를 발암물질로 규정하고 있다. '혈중 PFOA 농도'가 한국 여성을 비롯해 아시아인들에게 가장 높게 나왔다는 연구 결과도 있다(2004, 대구가톨릭대 양재호 교수 연구). 만약 프라이팬에 흠집이 났다면 PFOA뿐만 아니라 기름과 친한 금속 성분(알루미늄 등)이 음식에 계속적으로 녹아 나오게 되므로 바로 교체하는 것이 좋다. 가족의 건강을 생각한다면 스테인레스팬이나 도자기로 만든 세라믹팬, 무쇠 주물팬 등을 사용하는 것도 추천한다.

발암물질로부터 안전한 세라믹 코팅

애터미 메디쿡 세라믹 프라이팬은 흔히 사용하는 불소수지 코팅 대신 7중 엑스트리마 세라믹 코팅과 알루미늄, 콜드 스프레이 기술을 더한 9중 코팅이 되어있어 발암물질인 PFAS(PFOA+PFOS)로부터 안전하다. 엑스트리마(XTREMA) 공법이란 자연의 천연 광물에서 온 친환경 코팅 공법으로 독자 개발된 신개념 기술로, 유럽화학물질관리청에서 발표한 고위험 우려 물질 224개 항목에서 불검출된 것을 확인했으며 인체에 유해한 PFOA 성분 또한 배출되지 않는 안전한 코팅이다. 콜드 스프레이 기술이란 접착제를 사용하지 않고 고온의 가스를 고압으로 분사하는 최첨단 기술로, 일반 프라이팬보다 인덕션에서 우수한 반응속도를 보여주며 인덕션 사용 시 소음이 적고 인덕션 상판과 프라이팬 바닥 스크래치를 감소시킨다. 또 매끄러운 바닥 표면으로 손쉽게 세척이 가능하다는 장점이 있다.

애터미 메디쿡 세라믹 프라이팬은 통주물 공법으로 제조해서 두께가 두꺼워 열이 오랫동안 보존되고 내구성 또한 뛰어나다. 기능을 오랫동안 유지하기 위해서 사용 전 제품 전체에 오일을 발라 코팅해주면 좋다. 열효율이 좋은 제품이므로 중불 이하로 사용할 것을 권장한다.

세라믹 코팅 PTFE 코팅 비교

		세라믹 코팅	PTFE 코팅
경도(높을수록 단단함)		9H 이상	4H 이상
저항성	연마	매우 강함	약함
	코팅 열	450℃	250℃
	비점착성 열	350℃	250℃
	화학물질	강함	보통
	스크래치	강함	약함
가연성&연소성 물질		없음	있음
PFAS		없음	있음
CO2 배출		낮음	높음

10만 회 세척에도 끄떡없는 무흠집 수세미 출시



무흠집 수세미 3,800원 900PV

유럽이나 미국에는 평평한 접시를 닦기 위해 주로 폭신한 스펀지를 사용하지만, 우리나라는 밥그릇에 눌어붙은 밥알을 떼기 위해 금속 실이 포함된 수세미를 사용하는 경우가 많다. 이러한 수세미를 이용해 양념이 묻은 코팅 프라이팬을 닦는 경우, 아무리 안전한 코팅 프라이팬이라 하더라도 금속 실이 물리적으로 비벼지는 상황에서는 흠집이 나면서 벗겨질 수밖에 없다. 새롭게 출시된 애터미 무흠집 수세미는 연마석을 사용하지 않은 수세미로 스크래치를 방지하고 세척력은 높였다. 항균 부직포 면, 항균 폴리우레탄 스펀지 면, 항균 필터폼 면으로 구성된 3중 구조 수세미로 용도에 따라 구분해 사용이 가능하며, 국가 공인 시험기관에서 SF인증마크를 획득한 제품으로 오랫동안 세균 걱정 없이 사용할 수 있는 99.9% 항균 인증 제품이다.

• 상기 내용은 출시 때 변경될 수 있습니다.

선크림 유목민이여 주목하라!
애터미 프레쉬 선 로션

민감한 피부와 바다를 위한 순한 선케어

민감한 피부를 가졌거나 아이를 위한 선크림을 고를 때면 순한 선크림을 먼저 검색하게 된다. 피부 자극이 없이 순하고 1차 클렌징만으로 쉽게 클렌징되며 식물성 성분으로 안전하고, 바다를 지키는 친환경 선크림. 이런 까다로운 조건을 만족하는 선크림이 있을까? 이 어려운 걸 '애터미 프레쉬 선 로션'이 해냈다. 피부 스트레스의 주범인 자외선을 피하고 싶은 선크림 유목민들이 환호성을 지를 선크림 '애터미 프레쉬 선 로션'이 나타났다!



애터미 프레쉬 선 로션
SPF50+ / PA++++ / 180ml
₩ 28,800원 PV 11,000pv
* 2024년 3월 출시

어른부터 아이까지, 온 가족이 사용 가능한 선로션

선크림을 고를 때 쉽게 선택하지 못하고, 구매했다고 하더라도 정착하지 못하고 다른 선크림을 살까 망설이는 사람들이 있다. 이런 사람들을 선크림 유목민이라고 부르는데, 그들이 선크림을 선택하는 조건은 무엇일까? 확실하게 자외선 차단이 되는지, 자신의 피부 타입에 맞는지, 이지 워셔블이 되는지, 부드럽게 발리는지, 친환경 선크림인지 등 다양하다. 그런데 이러한 수많은 조건을 만족시키는 애터미 프레쉬 선 로션이 출시된다.

애터미 프레쉬 선 로션은 얼굴부터 몸에 모두 사용할 수 있고, 100% 무기자차 선크림으로 민감성 패널 대상 피부 자극 테스트를 완료할 만큼 자극이 덜해 어른부터 아이까지 모두 사용 가능하다.

또 피부 진정과 보습에 도움을 주는 초저분자(2,000Da) 히알루론산, 판테놀, 캐모마일꽃수, 제주녹차 추출물이 함유되어 건조한 피부인 아빠도, 민감한 피부인 엄마도, 여린 피부의 자녀도 모든 피부 타입에 사용할 수 있기 때문에 가족 여행을 떠날 때 각자 따로 선크림을 챙길 필요 없이 애터미 프레쉬 선 로션 하나면 된다. 가족의 짐까지 가볍게 만들어 주는 은혜로운 선크림이 될 것이다.

Soothing & Moisturizing



캐모마일꽃수
아줄렌 성분을 풍부하게 함유해 피부 진정 및 항염 등에 도움



HAbooster
초저분자(2,000Da) 히알루론산으로 보습과 주름을 동시에 해결!



판테놀
고보습, 피부 진정, 각질 제거, 세포 성장에 도움



제주녹차추출물
카테킨 성분을 풍부하게 함유해 피부 진정, 미백에 도움

피곤한 순간에도 부담 없고 쉬운 클렌징

선크림을 사용하면서 부담스러웠던 건, 뜨거운 바닷가에서 신나게 놀고 지쳐버린 순간에도 꼼꼼히 해야만 했던 이중 세안이다. 심지어 전용 클렌저를 사용해야 하는 선크림도 적지 않았다. 그런데 애터미 프레쉬 선 로션은 이지 워셔블 타입으로, 물과 가벼운 세안제로 문지르면 쉽고 부드럽게 지워지기 때문에 클렌징 또한 간편하다. 가뜩이나 씻기 귀찮아하는 아이들에게 선크림 전용 클렌징워터를 화장솜에 적셔 얼굴을 문지르려 하는 순간, 쪼르르 도망가는 아이를 잡으려 온 집안을 다녔던 경험이 있는 부모라면 이것이 얼마나 광명 같은 일인지를 알 것이다. 혹시 이지 워셔블 타입이라 선케어가 잘되지 않는 건 아닌지 걱정할 필요는 없다. SPF 50+, PA++++로 강력한 자외선 차단 효과를 지닐뿐더러 땀이나 흐르는 물에는 완벽히 지워지지 않기 때문이다. 평소 사용하던 클렌저 혹은 바디워시를 사용해 부드럽게 문질러야 비로소 클렌징이 된다. 평소 아이를 씻기기 위해 사용했던 애터미 세라베베 샴푸 앤 바스(성인이라면 애터미 바디워시)면 충분하다.

바다를 지키는 '리프 세이프' 선로션

지난 2015년 국제 학술지 '환경오염과 기술 아카이브'를 통해 선크림의 옥시벤존 성분이 바다 생태계에 부정적인 영향을 준다는 사실이 밝혀졌다. 옥시벤존이 산호의 DNA를 손상시킨다는 것. 그 후 전문가들은 '리프 세이프(Reef-Safe)'라고 적힌 선크림을 사용할 것을 권장했다. '리프 세이프(Reef-Safe)' 제품은 해양 생태계 및 산호초 보호를 위해 친환경적인 요소를 더한 선크림을 말한다.

애터미 프레쉬 선 로션은 '리프 세이프' 선케어로 징크옥사이드 성분 100%를 함유한 무기 자외선 차단제이다. 애터미 프레쉬 선 로션에 사용된 징크옥사이드는 다양한 사이즈를 적절한 비율로 배합해 빈틈없는 자외선 차단은 물론 보송하고 프레쉬한 마무리감으로 누구에게나 만족스러운 선크림이 될 것이다.

Reef Friendly

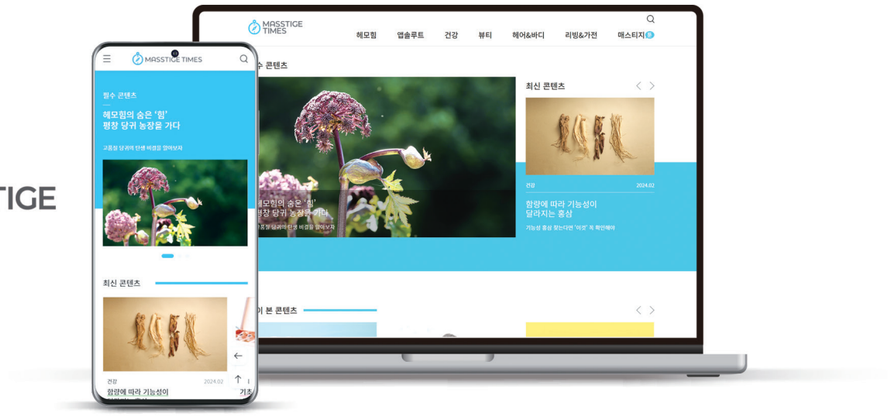
REEF FRIENDLY FOR BETTER ENVIRONMENT

Reef Friendly는 옥시벤존, 옥티노세이트 성분 등 산호초에 영향을 끼칠 수 있는 유해물질을 철저히 배제한 레시피로 전 세계 산호초 해변에서도 안심하고 사용할 수 있게 만든 제품을 말합니다.
애터미 프레쉬 선 로션은 건강한 피부와 아름다운 환경 모두를 생각하는 Reef Friendly 친환경 제품입니다.

매스티지타임즈,
회원 성공 지원하는 제품 전문 웹진

사업에 직접적으로 도움 되는 기능 지속 개발할 것

애터미가 사업자들을 위해 제품 전문 웹진인 '매스티지타임즈(Masstige Times)'를 창간했다. 매스티지타임즈는 '애터미의 대중명품(Masstige)을 쉽고 재밌게 소개하는 방법' 또는 '이제는 매스티지의 시대'라는 의미를 가지고 있다. 김원국 매스티지타임즈 담당자는 "현재 베타 테스트를 완료하고 정식 오픈을 준비 중"이라며 "언제 어디서나 손쉽게 접근할 수 있는 웹진으로 회원분들의 성공을 지원하는 데 목적이 있다."라고 말했다.



신제품 정보를 가장 빨리 만날 수 있어

매스티지타임즈의 목적은 하나다. 애터미 제품에 대한 다양한 정보를 회원들이 쉽고 빠르게, 그리고 간편하게 파트너와 또 신규 회원들과 공유할 수 있도록 하는 것이다. 어떤 제품이든 가지고 있는 정보는 다양하다. 성분과 기능과 효용부터 언제 어떻게 사용하면 좋은지, 그리고 활용 방법과 보관 방법까지 수많은 정보가 제품에 포함되어 있다. 매스티지타임즈는 이러한 정보들을 언제 어디서든 누구나 볼 수 있도록 온라인과 모바일을 통해 회원들에게 공유하기 위한 웹진이다.

이를 위해 매스티지타임즈는 애터미 회원이 아니더라도 제품 정보를 볼 수 있도록 비로그인 방식으로 개발됐다. 또한 제품 셀링 포인트, 전문가 칼럼, 개발자 인터뷰, 트렌드 등의 형태로 제작해 비회원들의 접근성을 강화했다. 이를 통해 애터미는 회원뿐만 아니라 일반 소비자들에게 애터미 제품에 대한 인식을 높이고 브랜드 이미지를 제고할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

매스티지타임즈는 특히 모바일에 최적화되어 있다. 지난해 12월 리더 회원들을 상대로 베타 테스트를 시작하였고, 테스트 참가자들의 피드백을 적극 반영하여 지난 3월 중 그랜드 오픈을 준비하고 있다. 이후 주 2건, 월 10건가량의 다양한 제품 소식들이 업로드된다.

제품 소개에 도움이 되는 정보들이 가득

매스티지타임즈에서 다루는 콘텐츠 형식은 다양하다. 제품에 대한 기사 형식의 콘텐츠부터 제품 소개 및 개발 스토리, 원료 이야기 등을 만화 형식으로 다룬 웹툰, 전문가가 직접 쓰는 제품과 관련된 건강 상식, 뷰티 정보, 생활 정보 등에 대한 칼럼, 제품 개발 스토리나 특장점을 제품 개발자나 연구원에게 직접 듣는 인터뷰가 그것이다. 이렇듯 다양한 형식의 콘텐츠에 다채로운 내용들이 들어간다. 주력 제품부터 시작해서 신제품은 물론이거니와 베스트셀러, 시즌별 기대상품 등이 총망라되는 것이다.

회원들이 파트너나 신규 회원 및 소비자에게 활용할 수 있도록 빠르게 변화하는 트렌드에 맞는 제품도 소개한다. 또 테마를 선정해 함께 추천할 만한 묶음 제품의 정보도 게시한다. 이와 함께 신제품 출시 전 제품 소개는 물론 관련 정보를 담은 콘텐츠를 빠르게 게시해 회원들의 궁금증을 풀어준다. 리뉴얼되는 제품들의 정보 역시 마찬가지다. 특히 쇼핑몰 상세 페이지에서 다룰 수 없었던 제품 정보나 자료들을 포함한 제품의 속 깊은 이야기를 다루는 콘텐츠도 제공할 예정이다.

쇼핑몰 연동 등 다양한 서비스

매스티지타임즈는 향후 회원들의 사업 전개에 직접적으로 도움이 될 수 있는 기능들을 지속적으로 서비스해 나갈 계획이다. 먼저 모든 콘텐츠는 제품 구매로 연결될 수 있도록 쇼핑몰과 연동된다. 방문객의 이해를 돕기 위해 제품과 관련한 영상의 링크도 서비스할 계획이다. 이와 함께 글로벌 애터미로 확산될 수 있도록 노력한다. 영어 및 다국어 서비스도 순차적으로 오픈한다. 또한 월 1회 새로운 콘텐츠를 간략하게 소개하는 뉴스레터를 카카오톡 알림톡 형태로 제공할 방침이다.

3월 · 4월 주요 콘텐츠

* 해당 제목과 구성은 향후 변동될 수 있습니다.

	3 · 4월 주요 콘텐츠
신제품&리뉴얼	프레쉬 선로션 / 세라믹코팅 프라이팬3종+무흠집 수세미 / 애터미 앱솔루트 스노우 토너&마스크 / 애터미 앱솔루트 하이드라 밤
전문가칼럼	탈모케어에 대하여 / 함량에 따라 기능성이 달라지는 홍삼 / 이중 기능성 건강기능식품 / 헤모힘
시즌&트렌드	봄철, 대기오염을 이겨내는 3가지 수칙 / 슬림바디 챌린지
제품소개	매끈하고 생기있는 얼굴 빛을 선사합니다. / SPF&PA지수란? 애터미 선케어 제품 소개 / 피부 속 수분폭탄, 히알루론산
제품심층분석	최근 핫한 건기식, 칼마디에 대해 알아보자. / 애터미 덴탈소닉
매스티지툰	애터미 간고등어 / 스킨케어 시작 단계, 수분 부족, 탄력이 고민되는 모든 부분


제품 소개



전문가 칼럼


심층분석

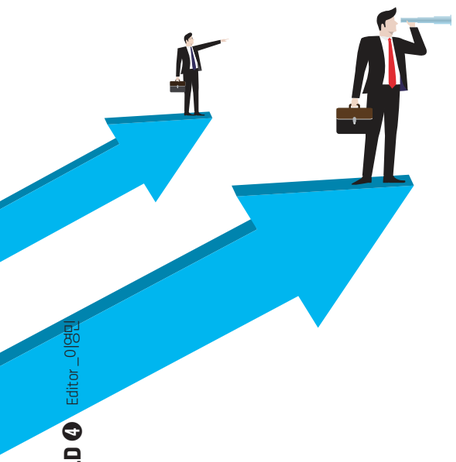


매스티지툰

매스티지타임즈 바로가기

임직원이 바라본 10년 후의 애터미

10년 후의 내가 현재의 애터미에게 보내는 편지



임직원들이 생각하는 10년 후의 애터미는 어떤 모습일까. 그리고 자신의 모습은? 저마다 조금씩 다르지만 현재의 애터미보다, 그리고 현재의 자신보다 멋지게 성장한 모습이지 않을까. 직접 물어본 결과 매출액이나 해외 법인 수, 회원 수 등에서 다소간의 차이는 있지만 현재보다 최소 두 배 이상이 될 것으로 전망했다. 또 최고직급인 임페리얼마스터는 100명 정도가 달성했을 것으로 예상했고, 글로벌 네트워크마케팅 기업 상위 5개 사에 포함되어 있을 거라고 봤다. 다음은 실제 임직원들의 '10년 후의 애터미' 가운데 특기할만한 것을 발췌했다. (부서 및 직급 생략)



고민화 DX차세대추진본부

10년 후, 1가정 1애터미가 현실이 되다

10년 후에는 아마도 모든 가정에서 애터미 제품을 사용하고 있을 거야. 우리의 회원들은 균형 잡힌 삶을 누리고 있고 소비자들은 절대품질 절대가격의 제품들로 더욱 풍요로운 삶을 살고 있겠지. 그때쯤 나는 회사에서는 든든한 선배가 됐을 테고 개인적인 소망이었던 동화책도 한 권은 선보였을 거야. 가족은 걱정 없이 행복만 가득하고, 나의 두 고양이는 어느새 할아버지가 되어 곁에서 낮잠을 자고 있지 않을까. 그렇게 10년 후 나는 별 탈 없이 소소하게 행복을 그리고 있을 거야.



이정관 글로벌컨설팅

아프리카로 백만갑을 가다

먼저 축하의 말을 전해야겠지? 앞으로 10년 동안 애터미의 엄청난 성장을 목격한 네가 조금 부럽군. 넌 백만갑을 아프리카로 가지 않을까. 그때쯤이면 지구상 모든 곳에서 애터미가 소비자들과 만나고 있을 테니까. 연봉은 아마도 지금의 10배 정도는 될 거야. 참, 10년 근속 여행은 어디로 갔었어? 사랑하는 아내랑 재밌게 놀다 왔겠지? 10년 동안 글로벌 어디에서든지 일할 수 있었고 가족들과 다양한 경험과 시간을 보내면서 감사가 가득한 가정이 되었을 거야. 이러한 성과와 행복이 계속해서 이어지길 바라면서, 네가 앞으로 더 큰 성공과 행복을 만끽하길 기대하며 편지는 여기까지 할게.



박종헌 글로벌상품브랜딩본부

남아프리카공화국 법인장이 되어 있을 것

10년 뒤에는 남아공 법인장이 되어 있기를 바란다. 아프리카 대륙까지 진출해 전 지구에 애터미의 깃발이 나부끼고 정반대편에서 맹활약하는 글로벌 인재가 되어 있길!
한국 애터미 회원들의 교육을 책임지는 자리를 거쳐 글로벌 회원들의 교육을 책임지는 자리로 가서 애터미 제품의 우수성을 전하고 소비자에게 어떻게 쉽게 권할지 교육하는 인재가 되어 있을 거야. 그리고 마지막 대륙인 아프리카로 가서 애터미 확장에 앞장서는 법인장으로 활약하고 있기를 바라고 있을게.



이현우 CGO(Chief Global Officer)

글로벌 매출액 20조... 나는 샤론로즈마스터 달성

2033년의 애터미와 나에 대한 장면 셋
1. 2033년의 애터미 송년회 - 30억 불 수출탑 수상과 글로벌 매출액 20조를 달성한 것을 축하하고 있다.
2. 석세스아카데미 - 지난주, 서울 KINTEX에 5만 명의 회원이 모인 자리에서 100번째 임페리얼 승급식 거행. 지게차 대신 드론으로 10억 원이 배달되고 BBC, CNN, CCTV, NHK 등 해외 언론의 취재 경쟁이 시작됐다.
3. 그날 승급식에서 나는 뉴 샤론로즈마스터로 무대에 올라 2024년에는 스타마스터에 도전하겠다는 감동적인 승급 스피치를 하고 있다.



김보경 글로벌상품브랜딩본부

10년 뒤의 나에게 쓰는 편지

보경아 안녕!
10년 뒤 나에게 편지를 보낸다니 이 얼마나 멋진 일인지! 넌 지금 작지만 탄탄하게 성장하고 있는 마케팅 회사의 CEO가 되어 있겠지? 축하할게. 나도 굉장히 설레 10년 후의 나에게. 내 예상대로라면 10명 정도의 좋은 직원들과 함께 연 매출 30억 정도 하겠지. 특히 업계에서 일 잘하는 회사로 정평이 나 있을 거야. 애터미에서 퇴사하고 합력 업체로서 자리 잡았다니... 생각만 해도 절로 미소가 번지네. 사랑하는 가족과 좋아하는 일을 하며 하루하루 의미 있는 삶을 살아가는 널 응원해. 정말 멋지게 잘 살아갔어! 사랑해 보경아!



김지만 DX차세대추진본부

고객 맞춤형 서비스로 이커머스 시장 강자로 우뚝 솟아

안녕 애터미! 대한민국 경제 위기도 잘 극복하고 해외 법인도 나날이 늘어 10조 매출을 달성하였구나. 그만큼 우리 회사도 내실이 튼튼해지고 체계적으로 발전해서 더할 나위 없이 강해졌어. 나도 듬직한 애터미에 걸맞은 멋진 인재가 되었어. 내 팀으로 동료가 10명이 생겼고 애터미에서 최고 기술 자문이 되어 애터미의 싱크탱크가 되었어. 애터미는 AI 시대에 걸맞게 고객 맞춤형 서비스를 제공해서 이커머스 시장의 강자로 우뚝 솟아있겠지. 앞으로 100년 기업을 성장할 맞이할 주춧돌 역할을 하게 될 거야.



이영민 커뮤니케이션

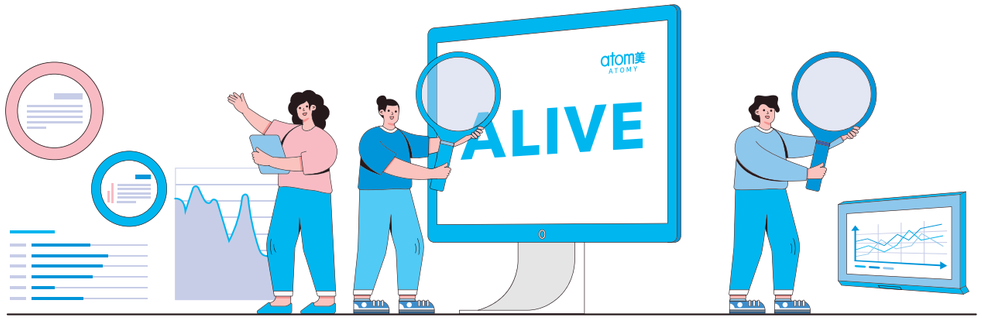
2034년의 애터미가 2023년의 애터미에게

안녕 2023년의 애터미, 나는 2034년의 애터미야.
2023년의 애터미나 2034년의 애터미나 또 그 후의 애터미나 우리는 모두 고객의 성공을 위해 노력하는 회사야. 언제나 더 많은 회원들이 성공할 수 있도록, 더 많은 소비자들이 우리 제품에 접근할 수 있도록 하고 있다는 점은 변함없어. 2034년의 애터미는 전 세계에서 가장 많은 사업자들이 성공하는 네트워크마케팅 회사이자 전 세계에서 가장 많은 연봉을 주는 네트워크마케팅 회사야. 아, 기분 좋은 소식 하나 얘기해 줄게. 애터미의 영원한 아이콘인 박한길 회장님이 WFDSA - 직접판매협회 세계연맹의 회장으로 선출됐어. 드디어 애터미가 전 세계 직접판매의 히로인으로 떠오른 거지.

ALIVE, 애터미를 위한 2024년 뷰티&건강 소비 트렌드

패러다임 선도할 5대 소비 키워드

국내 최고의 소비 트렌드 연구진인 서울대학교 소비트렌드 분석센터가 지난 1년간 애터미 사업자들과 함께 2024년 뷰티&건강 소비 트렌드를 도출했다. 바로 [ALIVE]다. 도출된 애터미 소비 트렌드 키워드 'ALIVE'는 소비자들이 추구하는 아름다움의 영역이 몸과 마음의 건강으로 확장되면서 생생하고 활기찬 라이프를 중시하는 트렌드와 맥락을 함께하고 있다.



슈링크-슈머 소비자는 돈과 시간을 아껴주는 판매원을 찾는다

Advent of the Efficient 'Shrink-Sumer'

고물가시대와 분초사회를 살아가는 요즘 소비자들은 돈과 시간의 효율성을 극도로 따지고 있다. 마케팅 비용을 줄이고 최저가로 판매하는 제품을 찾아다니거나 저렴한 가격으로 다양하고 만족스러운 제품 경험을 하기를 원하며, 극도의 가성비를 추구한다.

애터미는 소비자의 쇼핑 큐레이터역을 자임하고 있다. 절대품질의 제품만을 취급함으로써 소비자들이 좋은 제품을 찾아 헤매는 시간을 줄여주고, 절대가격의 제품은 소비자들의 돈을 아껴준다. 더 나아가 향후에는 소비자 개개인에게 더욱 세심하게 맞춰 추천해주는 서비스를 론칭할 계획이다. 눈앞에 닥친 AI 시대에 소비자 개개인을 위한 맞춤형 솔루션과 보다 인간적인 하이터치까지 제공하는 애터미야말로 '슈링크 슈머'를 위한 최적의 대안 아닐까.

매일밸런싱 하루하루 맞춰가는 몸과 마음의 균형

Level up Every day with Balancing

건강 관리, 이제는 일상이다. 조사에 따르면 건강과 관련해 가장 신경 쓰는 부분은 체중 관리, 스트레스, 면역력 향상, 식습관 순이다. 이제는 치료건강보다는 일상의 습관을 건강하게 바꾸는 일상건강에 셀링 포인트를 집중해야 한다.

소비자의 세심한 건강 관리 루틴을 지원하기 어렵다고 해도 걱정하지 마라. 애터미의 교육 프로그램만 이수하면 초보 회원도 베테랑 못지않은 지식으로 무장할 수 있다. 또 하나 잊지 말자. 애터미는 '균형 잡힌 삶'을 선사하는 기업이다. 신체적 건강은 물론 재정적 건강과 시간적인 건강까지, 거기에 더해 함께 가는 동료들까지도 챙길 수 있다. 내가 이룬 '균형 잡힌 삶'을 소비자에게도 선사해 보는 것은 어떨까?

미핏 라이프 맞춤형 뷰티&건강 라이프를 추구하는 소비자

Indulging in Myself, 'Me-Fit Life'

소비자의 니즈가 초개인화되고 있다. 그때그때 변하는 생활 패턴과 신체 리듬을 고려해 다양한 제품들을 직접 조합하기도 하고, 전문적인 지식과 기술을 활용해 나에게 최적화된 맞춤형 서비스를 삶에 적용하는 - 'Me-Fit Life'다.

이에 맞춰 애터미도 올해 소비자 맞춤형 건기식 세트인 "애터미 멀티팩 6종"을 준비하고 있다. 남성, 여성, 청소년 등 소비자 니즈에 딱 맞춰 함께 섭취해도 좋은 애터미 건기식을 조합해 한 팩에 담았다. 또 애터미 시너지 앰플과 애터미 앱솔루트 워시오프 마스크 3종은 보습, 피부탄력, 잡티, 미백, 모공 케어 등 소비자가 안고 있는 고민에 따라 제품을 선택하고 조합해 맞춤형 솔루션을 제공할 수 있다. 이제 애터미 사업자들은 소비자를 위한 맞춤형 뷰티&건강 컨설턴트가 된다.

매력정체성 기능만큼 보이는 매력도 중요하다

Vote for the 'Charm-identify'

매력적인 판매자가 브랜드의 중요한 요소로 부상하고 있다. 대표적인 '매력적 판매자'인 인플루언서들은 천문학적인 매출액으로 이를 증명하고 있다. 기업에서는 자체 인플루언서를 양성해 브랜드 가치를 높이고 있다.

판매자의 매력은 소비자가 필요로 하는 품질 좋은 제품을 효율적으로 소개하는 것에서 시작한다. 거기에 더해 신뢰할 수 있고, 소비자의 니즈를 120% 충족시킨다면 누구나 인플루언서가 될 수 있다. 애터미는 소소클, ABC 등 다양한 학습 도구들을 제공하며 사업자가 매력적인 셀러로 성장하는 데 도움을 주고 있다. 또 2024년 3월부터 제품 전문 웹매거진 '매스티지타임즈'를 통해 제품과 관련된 전문적인 지식과 비즈니스와 소비에 도움을 주는 콘텐츠를 전달하고 있다. 회사에서 제공하는 콘텐츠들과 함께 소비자의 구매욕구를 충족시킬 애터미 인플루언서로 거듭나 보자.

무경계 마켓 아름다움의 기준을 허물고 나 다움을 완성시키는 뷰티시장

Era of the 'Boundless Market'

'나'다움을 지향하는 시대적 가치관이 확산되면서 모두를 위한 뷰티 시장이 중요해지고 있다. 과거 여성의 전유물로 여겨졌던 화장품은 이제 남자도 당연하게 사용하는 것으로 진화했다. 이에 따라 남성 뷰티 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 애터미는 꾸준히 옴므라인을 확장하여 애터미 옴므 스킨케어부터 인텐시브&에너자이징 올인원, 올인원 워시 라인까지 그 영역을 확장하고 있다. 나이의 경계도 무너지고 있다. 40대 이상에서 주로 이용하던 안티에이징을 2030세대도 찾고 있다. 2023년 국내 최대 뷰티 오프라인 채널에서는 20대의 안티에이징 제품 구매가 40대를 앞질렀다. 이는 현재 자신만의 아름다움을 유지하고 관리하며 본격적으로 노화가 시작되기 전 미리 예방하는 얼리 안티에이징이 트렌드이기 때문이다. 이런 시대 흐름을 읽고 유연한 마케팅 전략을 세워 소비자에게 다가가 보자.

애터미를 위한 2024년 소비트렌드

뷰티&건강 5대 트렌드

A	Advent of the Efficient 'Shrink-Sumer' **슈링크-슈머**	소비자는 돈과 시간을 아껴주는 판매원을 찾는다
L	Level up Every day with Balancing **매일밸런싱**	하루하루 맞춰가는 몸과 마음의 균형
I	Indulging in Myself, 'Me-Fit Life' **미핏(me-fit) 라이프**	맞춤형 뷰티&건강 라이프를 추구하는 소비자
V	Vote for the 'Charm-identify' **매력정체성**	기능만큼 보이는 매력도 중요하다
E	Era of the 'Boundless Market' **무경계 마켓**	아름다움의 기준을 허물고 나다움을 완성시키는 뷰티시장

Editor _김원국



“한옥마을에서 꾸는 글로벌 애터미의 꿈”

시스템 소득으로 노후 불안을 해결하다

이채영 샤론로즈마스터는 은평한옥마을의 멋진 한옥에서 산다. 연세대 사회학과를 졸업하고 결혼 후 입시 영어학원을 운영하며 돈도 많이 벌었다. 남편은 신문기자 출신으로 40여 권의 책을 쓴 베스트셀러 작가이기도 하다. 이들이 애터미를 통해 새로운 꿈을 꾸고 있다.

학원 원장과 베스트셀러 작가의 아내

결혼 후 2년 만에 IMF 외환위기가 닥치면서 신문기자인 남편이 월급 걱정을 해야 할 정도로 어려운 상황을 맞았다. 생존을 위해서 대학 때 하던 과외를 다시 시작했고, 2006년부터는 막냇동생과 함께 입시학원을 차려서 수능 영어를 가르쳤다. 남편은 외환위기를 겪으며 기자도 더 이상 안정적인 직업이 아니라는 것을 깨닫고는 신문사를 그만두고 책을 쓰기 시작했다. 우리나라 전통적인 명문 가문의 교육 방식을 소개한 <5백년 명문가의 자녀 교육>이 크게 히트하며 베스트셀러 작가가 됐고, 이후 40여 권의 책을 썼다. 학원 수입과 남편의 인세 소득으로 아파트를 분양받고 오피스텔과 땅도 사고 지방에 별장을 짓고 서울에 멋진 한옥까지 지었다.

남들이 볼 때는 성공한 삶이었지만 늘 불안했다. 저출산 추세와 입시제도 변화로 원생 수가 점점 줄어들면서 학원을 언제까지 운영할 수 있을지 장담할 수 없었고, 남편의 책이 계속 잘 팔릴 것이라는 보장도 없었다. 중산층 이상의 삶을 계속 유지하려면 지속적인 수입이 필요했다. 그러던 중 러시아에 사는 시동생이 애터미 사업을 한다며 같이 해보자고 제안했다.

베스트셀러 작가 남편, 시스템 소득의 진가를 알아보다

시동생이 애터미를 한다고 하니, 남편은 못마땅하게 생각했다. 시동생이 한국을 방문했다가 러시아로 돌아가는 날, 이채영 샤론로즈마스터 부부는 공항에 배웅 나갔다가 한 임페리얼마스터 부부를 소개받고 시동생이 짐을 부치러 간 사이 애터미 사업 이야기를 듣게 됐다.

“전날까지만 해도 애터미 이야기는 꺼내지도 말라며 부정적이었던 남편이 1시간 만에 다른 사람이 됐어요. 애터미의 비전을 파악하고 나더니 오히려 제게 애터미 사업을 적극 권하게 된 거죠.”

남편은 애터미가 네트워크마케팅 회사라는 것 때문에 부정적으로 생각했으나 경제부 기자 출신답게 짧은 대화를 통해 글로벌 시장에서 엄청난 성장 가능성을 가진 회사라는 것을 파악했다. 또 임페리얼마스터 부부의 통장을 직접 확인하고 나서 시스템 소득의 진가를 알아봤다.

애터미를 시작했지만 지금까지 해오던 교육사업과 달라 처음엔 힘들었다. 학원에서는 상담이든 수업이든 먼저 돈부터 받고 일을 한다. 하지만 애터미는 처음부터 큰돈이 들어오지 않는다. 하나둘씩 제품을 쓰는 지인들이 생겨나고 파트너들이 늘어나면서 수입도 점진적으로 늘어난다. 절대적으로 견뎌야 하는 시간이 필요하다는 것을 깨달았다.

이채영 샤론로즈마스터는 밤에는 러시아의 시동생과 이야기를 나누고 아침에는 미국, 호주의 파트너 등과 전화나 화상 미팅을 통해서 대화를 나눴다. 전 세계를 상대로 미팅을 하다 보니 하루에 2~3시간밖에 잠을 못 잘 때도 많았다. “먹고 살 만한 사람이 무리하게 욕심내다가 있는 재산까지 다 말아먹는다.”라며 충고하는 사람도 있었지만 포기하지 않고 꾸준히 했다.

코로나가 터지고 경제가 어려워지면서 애터미의 진가가 나타나기 시작했다. 남편의 책 판매 인세는 점점 줄고, 엎친 데 덮친 격으로 10시간이 넘는 자궁근종 수술을 받고 한 달 넘게 누워 있다 보니 앞이 캄캄했다. 아들이 해외 유학 중이라 돈 나갈 곳은 많은데 수입은 점점 줄어들어 어려운 상황이었다. 다행히도 마침 그때 오토판매사로 승급하면서 숨통이 트였다. 따박따박 들어오는 시스템 소득의 위력을 제대로 느낄 수 있었다.

한옥, 글로벌 사업의 전초기지가 되다

지난해 3월에는 호주에 가서 온라인을 통해서만 만나던 파트너들을 만났다. 처음이었는데도 오래된 친구 같았다. 애터미 사업은 곧 ‘친구를 만드는 여행’이라는 생각이 들었다. 돈을 벌면서도 의미와 재미를 느낄 수 있어서 좋았다.

이채영 샤론로즈마스터는 자신의 한옥에 애터미센터를 만들었다. 한옥에 애터미센터가 있는 것을 신기해하는 사람들도 많다. 러시아, 호주 등에서 글로벌 파트너들이 애터미 석세스 투어를 위해 한국에 올 때도 이곳에 초대해 하룻밤 잠자리를 제공한다. 해외 파트너들은 한옥에서 잠을 자고 한국 음식과 한국 문화를 경험하는 것을 무척 좋아한다. 게다가 이곳에는 음식부터 가전제품, 비데에 이르기까지 200여 종류의 애터미 제품이 있기 때문에 하룻밤 묵으면서 한옥 체험은 물론 애터미 체험까지 하게 되는 이중 효과를 기대할 수 있다.



은평한옥마을 센터 앞 이채영 샤론로즈마스터

중산층 시대를 선도하는 사업자로 우뚝 서고파

이채영 샤론로즈마스터는 돈도 벌어봤고, 집도 여러 채 갖고 있다 보니 성공해서 집을 사겠다거나, 차를 사겠다는 식의 생각은 없다. 그보다는 현재의 삶을 어떻게 유지할 수 있는지가 관심사다. 애터미를 하면서 가장 좋았던 것은 미래에 대한 불안감이 사라진 것이다.

“같은 돈을 벌어도 4~5배는 더 번 느낌입니다. 1년에 5천만 원 소득이 있으려면 예금으로 24억 원 정도를 갖고 있어야 한다고 하는데 5년 동안 대출 없이 25억짜리 꼬마 빌딩 하나 만들었다고 생각해요.”

애터미의 또 다른 매력은 상속이다. 연금은 죽으면 끝나지만 애터미는 자식과 손자에게까지 상속된다. 중산층들이 이 매력을 알면 애터미에 더 많은 관심을 갖게 될 것이라는 생각이다. “상류층 가정에서도 애터미 제품을 많이 쓰고 있어요. 이제는 중산층 사업자들이 애터미에 많이 들어오게 될 겁니다.” 그 선두에 이채영 샤론로즈마스터가 서 있다.

러시아 이민자, 유럽 최초의 스타마스터로

원칙중심 독일인들의 마음을 사로잡다

이나 므라드(Inna M'rad)는 유럽 법인 최초의 스타마스터이다. 러시아인이지만 결혼하면서 독일로 이주해 지내던 중 애터미를 알게 됐다. 독일에서 미용실을 하던 그녀는 현재 미용실을 닫고 애터미 사업을 전업으로 하며 다음 목표인 유럽 법인 최초의 로열마스터를 향해 나아가고 있다.



Editor_허지연

혼자 남은 독일 생활, 애터미를 만나다

이나 므라드 스타마스터는 남편과 독일로 이주한 후 여러 가지 일을 알아보다가 미용실을 개업하기로 마음먹었다. 개업에 필요한 고가의 미용 기구들은 대출로 장만한 채, 부푼 꿈을 안고 개업했다. 그러나 야속하게도 개업한 지 얼마 되지 않아 팬데믹이 닥쳤다. 졸지에 오프라인이 정지되자 속수무책으로 폐업을 바라보아야 하는 상황에 처했다. 차마 폐업은 엄두도 못 내고 근근이 버티기 수 년 만에 팬데믹은 끝났다. 하지만 호사다마랄까. 전 세계적인 인플레이션과 이로 인한 불황에 미용실은 소리 없이 가라앉고만 있었다. 남편과의 관계도 소원해져 결국 이혼하게 됐다. 그때까지 장만한 집과 차, 미용실 등의 대출은 모두 고스란히 그녀의 빚으로 남았다. 우울증과 무기력증에 빠져있던 중 3,000km 떨어진 러시아의 지인이 애터미 사업을 해보라며 권유했다. 이전에는 네트워크 마케팅에 대해 부정적이었지만 지푸라기라도 잡는 심정으로 애터미에 대해 알아봤고, 애터미의 경영 철학과 누구나 노력만 하면 성공할 수 있는 성공 시스템에 마음이 열렸다. 특히 '영혼을 소중히 여긴다'라는 사람 중심의 철학이 마음을 흔들었다. 이전에 뷰티 업종에서 잠시 일하면서 타사 K-뷰티 제품을 여럿 써 본 경험도 있어서 애터미 제품의 품질도 좋을 것이라는 기대도 있었다. 본격적으로 애터미의 영상 강의, 제품 교육 자료 등 다양한 사업 자료들을 공부하기 시작했고, 애터미에 대해 알아볼수록 애터미를 통해 새로운 기회와 삶을 얻을 수 있을 것 같다는 확신이 들었다.

원칙중심 독일인들의 마음을 사로잡다

애터미 사업을 결심하고 나서, 낯선 땅 독일에서 지인이 많지 않아 걱정됐지만 미용실을 개업했을 때처럼 다시 용기를 내보기로 했다. 당시에도 아는 사람이 아무도 없었지만 스스로 가게 자리를 알아보고 계약을 해 사업을 시작했었다. 이나 므라드 스타마스터는 타지에서 같은 민족끼리 똘똘 뭉치고 서로 끈끈하게 돕는 특성을 활용해 독일에 거주하는 러시아 이민자들에게 먼저 다가갔다. 낯선 외지에서 같은 언어를 쓰는 사람을 만나니 네트워크 마케팅에 대해 부정적이던 소비자들도 금세 마음을 열고 애터미 제품에 관심을 갖기 시작했다. 또 당시 작은 마을에서 살고 있어 각 이주민들의 경제 사정에 대해서도 잘 알고 있었는데 이 덕분에 애터미의 성공 시스템도 더욱 자신 있게 소개할 수 있었다. 시간이 지나 러시아인들 사이에서 제법 반응이 좋아지면서 입지가 다져지자 독일인들에게도 애터미를 소개하기 시작했다. 실리를 추구하고 신중한 독일인 성향에 맞춰 애터미 제품의 성분과 인증 마크 하나까지 더 꼼꼼히 공부하고 준비했다. 특별히 독일의 피부 무자극 인증제도인 '더마 테스트' 최상위 인증을 획득한 화장품, 세탁세제, 섬유린스 등을 적극적으로 홍보했다. 이 외에도 애터미의 보상 플랜이 얼마나 공정한지, 애터미 사업자들이 세금을 정직하게 납부하고 있는지, 애터미가 국가 경제에 얼마나 도움이 될 수 있는지 등 소비자들의 질문이라면 무엇이든 준비해 설명해줬다. 이러한 그녀의 노력에 처음에는 콧방귀를 끼던 독일인들도 애터미 제품을 하나둘씩 써 보기 시작하더니 품질을 인정하고 주문하기 시작했다. 현재 독일인에서 가장 인기 있는 제품 중 하나는 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어'다. 독일에서는 유사한 세트 제품의 가격이 2,000유로 이상인데 애터미 제품은 195유로밖에 되지 않기 때문이다. 애터미의 절대품질 절대가격 가치를 경험한 사람이라면 러시아인이든 독일인이든 재구매로 이어졌다. "회사 시스템과 제품에 대한 공부를 마쳤다면, 다음으로 애터미 제품을 실제로 경험하게 하는 것이 중요해요. 애터미에 대해 의심하던 사람들도 제품을 사용하면 대부분 만족하고 사업에도 흥미를 갖게 되거든요."

유럽 최초의 로열마스터

유럽 법인 최초의 스타마스터인 그녀의 다음 목표는 유럽 최초의 로열마스터가 되는 것이다. 한 계단씩 올라갈 때마다 그녀를 통해 훨씬 많은 사람들이 성공할 수 있기 때문이다. 이나 므라드 스타마스터는 더 많은 사람들이 애터미를 통해 성공할 수 있도록 리더십, 제품 등 다양한 강의를 준비 중이다. 낯선 땅 독일에서 맨몸으로 부딪히며 얻은 노하우들을 담을 예정이다. "제가 나중에는 포르쉐를 타고 다닐 것이라고 초창기에 말했을 때는 많은 사람들이 비웃었습니다. 하지만 현재 저의 성공한 모습을 본 사람들은 더 이상 비웃지 않습니다. 주변 사람들의 말에 흔들리지 않고 지금껏 올 수 있었던 이유는 단 하나, 저만 바라보고 있는 파트너들 때문입니다." 이나 므라드 스타마스터는 애터미 사업을 결심했다면 주변 사람들의 반응과 현재 처해있는 현실이 나의 성공적인 미래의 삶에 영향을 미치지 못하도록 몇 번이고 스스로 믿음을 굳게 다져야 한다고 말한다. 반드시 기억해야 할 것은 애터미는 영혼을 소중히 여기는 회사이며 그 철학이 제품과 보상 플랜에 모두 녹아 있다는 사실이다. 그리고 사업자들도 그에 발맞춰 파트너들의 성공을 위해 포기하지 않고 나아가야 한다는 것이다.

이나 므라드 스타마스터와 그녀의 스폰서와 파트너들





지난 2024년 1월 박한길 회장은 대만법인 10주년을 맞아 현지 리더 회원들과 만남의 자리를 가졌다

Editor_이영민

애터미 대만 법인, 오픈 10주년 맞아

누적 매출액 1조 돌파 - 안정 속에서 새로운 도약 만들어 갈 것

애터미 대만이 진출 10주년을 맞았다. 지난 2014년 1월 7일, 대만의 까오슝(高雄)에서는 사업자 1,800여 명이 참석한 가운데 대만 법인의 오픈식이 거행됐다. 이 자리에서 박한길 회장은 "대만 법인은 글로벌 애터미로 가는 상징적인 이정표"라고 말했다. 오픈 후 3년 만인 2017년, 대만 법인은 1,025억 원의 매출을 올림으로써 해외 법인 가운데 가장 먼저 연 매출 1,000억 원의 고지를 돌파했다. 대만 법인의 폭풍 성장을 견인차 삼아 글로벌 애터미의 매출액도 2014년 430억 원에서 2017년에는 2,200억 원으로 다섯 배 이상 성장했다. 박한길 회장의 말대로 대만 법인은 글로벌 애터미의 이정표 역할을 톡톡히 했다.

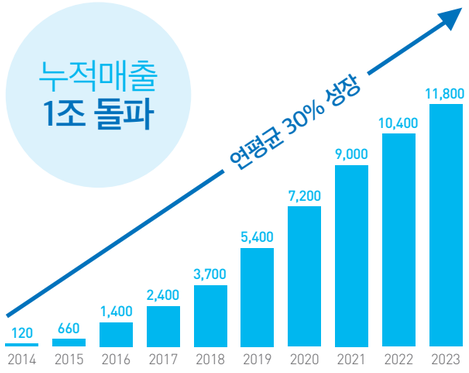
10년 누적 매출액 1조 넘어

2014년 이후 2023년까지 대만 법인의 누적 매출액은 1조 1,800억 원에 달한다. 해외 법인 가운데 누적 매출액 1조 원을 돌파한 법인은 대만 법인과 중국 법인 두 곳뿐이다. 진출 첫해 120억 원의 매출에서 지난해 1,300억 원으로 10배 이상 성장했다. 연평균 30% 이상씩 성장한 셈이다. 2017년에는 대만 직접판매 시장에서 매출액 기준 TOP10에 올랐으며 2019년에는 TOP5에 랭크됐다. 박한길 회장은 "지난 10년 동안의 애터미 타이완의 매출 성장은 기대 이상"이라며 "앞으로도 꾸준히 성장하기를 바라며 지난해에 이어 올해도 가장 먼저 대만 법인을 방문"했다고 말했다.

대만 법인의 성공 요인은 절대품질 절대가격 제품과 고객과의 꾸준한 소통이다. 가격 경쟁력과 가성비를 우선시하는 성향이 강한 대만에서 절대품질 절대가격의 애터미 제품은 제격이다. 특히 입소문에 민감하고 소비자 품평, 지인 추천을 참고해 제품 구매를 결정하는 경우가 많은 것도 대만 법인의 꾸준한 성장세를 설명해준다. 모두 함께 성공하는 것을 최고의 성공으로 여기는 애터미의 철학과 안성맞춤이기 때문이다. 대만 법인의 철저한 현지화도 빼놓을 수 없다. 특히 GSGS의 취지에 맞게 한국에서 수출이 어렵거나 관세 등의 문제로 절대가격 달성이 힘든 품목은 현지에서 유망한 기업을 찾아 유통망에 편입시키고 있다. 여기에는 '여주', '샌드위치 김' 등이 포함되어 있다.

대만법인 연간 누적 매출액

단위: 억 원



대만 소비자 '열정적인 트렌드 팔로워'

대한무역투자진흥공사는 대만 소비자들을 최신 이슈나 유행에 대한 호기심과 체험 욕구가 많은 '열정적인 트렌드 팔로워(Trend Follower)'라고 평가하고 있다. 따라서 한국에서 시장성과 경쟁력을 인증받은 애터미의 절대품질 절대가격 제품이 대만 소비자들에게 비교적 쉽게 다가갈 수 있었다는 점도 대만 법인의 성장을 설명해주는 요인이다. 대만 법인 관계자는 "특정 상품에 대한 관심이 빠르게 집중되는 만큼 빠르게 옮겨 가기도 한다."며 "소비 트렌드 변화에 꾸준히 보조를 맞출 수 있도록 더욱 노력할 것"이라고 말했다.

지난해 대만 법인장으로 부임한 최윤혁 법인장은 지금까지의 성장 기조를 흐트러뜨리지 않고 더 큰 성장으로 이어지도록 협력과 소통을 중심으로 회원과의 신뢰 자본을 확충해 나갈 방침이다. 회원의 목소리에 민감하게 반응하고, 회원 리더십 팀을 구성하여 성공이라는 목표를 함께 이뤄간다는 생각이다. 최윤혁 법인장은 "대만 소비자들은 직접판매에 대해 긍정적이기 때문에 애터미가 지속 성장하는 데 도움이 된다."라며 "오픈 10년째 되는 올해, 안정 속에서 새로운 도약을 시작하는 해로 만들어 갈 것"이라고 말했다.

애터미런, 8년 동안 8억 3,000만 원 기부

대만 법인이 오픈한 지 정확하게 만 10년째 되는 지난 2024년 1월 6일, 가오슝 국립경기장에서는 '애터미런'이 개최됐다. 지난 2017년부터 시작된 대만 법인의 애터미런은 회원과 임직원은 물론 일반 소비자가 함께 달리며, 등록비 전액을 각급 학교의 체육 발전을 위해 기부하는 달리기 축제다. 가오슝시 운동발전국·가오슝시 체육총회가 대만 법인과 함께 공동주최하며, 대만 가오슝시의 대표적인 체육행사로 자리 잡았다. 가오슝시는 애터미런을 위해 매년 첫 번째 토요일을 '애터미 공익 로드 러닝 데이'로 정하기도 했다.

대만 법인에 따르면 올해 참가자는 8천여 명이며 등록비는 400TWD(약 1만 7,000원)으로 총등록비는 약 1억 3,000만 원이다. 등록비는 전액 가오슝 인근 29개 각급 학교의 체육진흥을 위해 기부됐다. 또한 첫 회부터 지금까지 누적 기부금은 약 2,000만TWD(약 8억 3,000만 원)에 달한다. 행사장에는 제품 체험관 및 애터미 관련 지식과 철학을 퀴즈 게임으로 학습하는 코너 등 즐거운 경험을 통해 일반 시민들이 애터미와 친숙해질 수 있도록 배려했다. 대만 법인 관계자는 "가족 단위 참가를 감안하면 1만여 명이 함께 달렸다."라며 "애터미런을 통해 영혼을 소중히 여기는 애터미의 정신을 널리 알려 나갈 것"이라고 말했다.

이른 아침인 오전 6시, 행사장에서 10주년 기념 세리머니를 진행한 박한길 애터미 회장은 개회사를 통해 "애터미 런은 애터미 회원들의 단합과 건강 증진을 넘어, 나눔을 통해 사회를 따뜻하게 만드는 행사"라며 "앞으로 애터미가 진출한 모든 나라에서 이 행사가 진행되리라고 기대한다."라고 말했다.

지난 1월 가오슝 국립경기장에서 대만법인의 제8회 애터미런이 개최됐다





공주시 정안면에 위치한 애터미오롯

애터미오롯, 글로벌 식품 기업으로 자리매김한다

해외 매출 국내보다 많아… 올해 수출국 16개로 확대 목표

애터미오롯이 글로벌 식품 기업으로 성장하고 있다. 지난 2018년 영업을 시작한 애터미오롯은 2023년 해외 매출액이 국내 매출액을 추월했다. 2021년 중국 수출을 시작으로 2022년 미국, 호주, 콜롬비아 등 8개국으로 확대됐고, 2023년에는 일본과 러시아 등 13개국에 수출했다. 지금까지의 누적 수출액은 400억 원에 달한다. 김영일 애터미오롯 가공식품 팀장은 "올해는 글로벌 수출 제품 확장 및 제품 운영 안정화에 주력할 것"이라며 "명실상부한 글로벌 식품 기업이 될 수 있도록 최선을 다하겠다."라고 말했다.

올해 제품 8종을 16개국에 수출 목표

애터미오롯의 주력 수출 제품은 '애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니' 파우치형이다. 지난해 처음 수출길에 오른 병입형 노니도 가족형 소비자들을 대상으로 인지도를 높여가고 있다. 또 '애터미 오롯이 담은 유기농 ABC주스'는 지난해 수출 전선에 합류하며 애터미오롯의 글로벌 성장세에 힘을 보태기 시작했다.

2024년, 애터미오롯은 해외에서 2023년보다 두 자릿수 이상의 매출 증가를 목표로 하고 있다. 이를 위해 시장 다변화와 상품 다변화를 통해 수출 기반 조성 및 안정화를 꾀할 방침이다. 지난 2021년 6월 중국에 처음 수출한 이래 지금까지 수출국 수를 늘리는 데 중점을 두어 왔다. 2022년 8개국, 2023년 13개국으로 수출국이 확대됐고, 올해 인도네시아, 몽골, EU 3개국을 추가해 총 16개국 수출을 목표하고 있다.

이와 함께 수출 품목 다변화에도 힘을 기울여 배도라지앤모과, 블렌딩티세트, 활진기고 등 3~5종의 제품을 수출 전선에 투입할 계획이다. 강정환 애터미오롯 상무는 "애터미 해외 법인이 어떤 제품을 필요로 하는지 파악하는 중"이라며 "수요가 높은 제품을 필두로 여러 법인의 다양한 수요를 만족시키는 글로벌 종합 식품 기업으로 거듭날 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.

애터미오롯의 제품들



한방의 식품화 및 셀프 메디케이션 식품에 주력

해외 시장에만 신경 쓰는 것은 아니다. 애터미오롯은 올해 새로운 도약을 위한 3개년 계획을 론칭한다. 제품 카테고리를 ▲한방의 식품화, ▲간편, 편의 식품, ▲가공, 대체 식품, ▲전통의 현대화, ▲메디/실버 식품, ▲천연/발효 식품 등 6가지로 세분화하고 카테고리별로 최적의 성장 방안을 실행한다는 것이다.

올해에는 자체 개발한 제품 소재를 활용한 제품 개발에 역점을 둔다. 이를 통해 셀프 메디케이션 트렌드에 적합한 식품 시장에 출사표를 던질 예정이다. 또한 환자 맞춤형 식품과 실버 푸드 시장에서의 가능성을 타진할 생각이다. 이와 함께 '활진기고'와 '배도라지앤모과' 등에서 한방의 식품화에 대한 가능성을 확인한 만큼, 한국의 전통적인 처방을 현대화하는 작업을 계속 추진한다. 더불어 애터미의 절대품질 원칙에 부합하도록 품질 안전성을 향상시키기 위해 합력사와 품질개선 노력을 지속적으로 펼쳐 나간다.

해외 시장에 대한 노력도 멈추지 않는다. 해외 법인과 합력해 시장 조사 및 적합 제품 발굴에 힘을 기울이고, 회원의 니즈를 적극적으로 반영한 판매 활성화 전략을 수립, 글로벌 식품 기업으로 자리매김한다. 이를 위해 수출용 제품의 콘셉트 & 히스토리에 효과적인 셀링 포인트를 담아내는 등 차별화 노력을 경주한다.

강정환 애터미오롯 상무는 "글로벌이라는 큰 시장에서 애터미오롯만의 차별화 포인트는 개방성"이라며 "전통적인 한방 제품과 K-푸드부터 편의 식품, 실버 푸드, 퓨전 식품에 이르기까지 글로벌 애터미 회원의 니즈를 충실하게 반영한 제품을 통해 세계적인 식품 기업으로 발돋움할 것"이라고 말했다.

INTERVIEW

중국 법인

양지안웨이(杨健伟)
중국법인 마케팅팀

유기농 발효 노니는 맛과 영양과 가격 모두 잡은 제품

Q. 애터미오롯의 유기농 발효 노니의 판매량은?
A. 2021년 6월부터 지금까지 누적 판매량은 200만 병을 넘어섰다. 지난해부터는 파우치형 제품도 판매하고 있는데 이 역시 인기가 좋다.

Q. 회원들의 반응은 어떤지?
A. 노니는 건강에 좋은 점이 아주 많아서 중국 시장에서 인기가 많다. 특히 애터미오롯의 발효 노니는 여타 노니 제품보다 맛이 좋고 영양소도 잘 보존되어 있다는 점이 중국 시장에서 좋은 평가를 받고 있다. 회원 가운데에는 가장 많이 판매하는 제품이 '유기농 발효 노니'라고 하는 분도 있다. 가격이 타사 제품보다 훨씬 저렴한데, 먹기도 좋고 건강에도 좋다는 것이 그 이유다. 애터미오롯의 유기농 발효 노니는 가격과 영양, 맛 모두 잡은 제품이다.

Q. 추가적으로 오롯에서 수입하고 싶은 제품은?
A. '애터미 오롯이 담은 배도라지앤모과'다. 감기 예방과 인후염, 천식 관리에도 도움을 준다. 특히 미세먼지가 심할 때 많은 도움이 될 것이다.

Q. 오롯에 생산 의뢰하고 싶은 제품이 있다면?
A. 중국은 노령화와 팬데믹에 따라 건강에 대한 관심이 증가하면서 관련 시장이 크게 확대되고 있다. 그 가운데 정서 건강이나 몸매 관리, 수면 개선 등과 연관된 제품의 수요가 빠르게 증가하고 있고, 음료와 젤리, 캔디처럼 간편한 섭취가 가능한 제품을 찾는 소비자가 늘고 있다. 애터미오롯은 신뢰할 수 있는 기술과 철학을 가진 기업이다. 따라서 중국 트렌드에 맞는 제품을 개발한다면 중국 법인에 도움이 될 것이다.



고객행복센터 자녀를 위한 제7회 행복드림 장학금 전달식 현장

도경희 부회장, 고객행복센터 장학금에 이어 회원 자녀들을 위한 행복드림 장학금 지원

어려웠던 시절 누구보다 잘 알아... 목표는 애터미인의 행복

도경희 부회장에게 사업자도 임직원도 합력사도 다 가족이다. 비단 애터미인뿐만 아니다. 우리 주변의 어려운 이웃은 물론 바다 건너 가난의 굴레에서 벗어나지 못한 채 불투명한 미래를 기다리는 아이들에게까지 따스한 손길을 내밀고 있다. 그 자신은 어려움을 충분히 겪어 봤다. 아이들의 학비를 줄 여유조차 없었다. 아이들이 아르바이트로 벌어 온 돈마저도 생활비에 충당해야 했었던 때도 있었다. 그 아픔을 알기에, 그 모진 현실을 누구보다도 잘 알고 있기에 조금이나마 그 짐을 덜어주고 싶은 것이다. 늘 더 나은 삶과 더 행복한 세상을 꿈꾸는 도경희 부회장은 제품을 출시할 때도, 회사의 정책을 결정할 때도, 나눔을 할 때도 '엄마'의 마음이 된다. 더 좋게, 더 가족처럼, 다 따뜻하게 하고 싶은 것이다. 그 마음이 나눔을 일처럼 하게 만들었다.

고객행복센터 입학 장학금 전달

최근 도경희 부회장은 아웃소싱 CS 조직인 고객행복센터에 장학금을 기부했다. 전액 도경희 부회장의 사재로 충당되는 고객행복센터장학금은 지난 2018년부터 시작돼 7년째인 올해까지 누적 기부금은 2억 2,000만 원에 달한다. 매년 고객행복센터 상담 매니저의 자녀 가운데 각급 학교에 입학하는 자녀들에게 전달되며, 올해는 모두 17명에게 4,300만 원이 전달됐다.

이날 대학교 입학 장학금을 받은 한 장학생은 "3년 전에도 받았다."라며 "멋진 어른이 되어서 대학생이 되었다. 부회장님이 주신 장학금과 그리고 엄마의 기대에 부응하여 훌륭한 인재가 되겠다."라고 소감을 밝혔다. 또 한 학부모는 "1회 때 저희 아이가 초등학교 입학 장학금을 받았는데 이번에 또 중학교 장학금을 받게 돼 감사드린다."라며 "많이 부족한 엄마인데도 불구하고 저를 또 이렇게 너무 좋게 생각해 주는 저희 아들한테 잘 커 줘서 고맙다고 저도 사랑한다고 이야기하고 싶다. 아들아 사랑해"라고 했다.

애스오애스나눔회와 행복드림 장학금 협약식

이뿐만이 아니다. 지난해, 도경희 부회장은 크라운·로열 리더스클럽 송년회에서 자사 사업자들의 자조단체인 애스오애스(SOS)나눔회와 '도경희 행복드림 장학금' 기부 협약식을 가졌다. 향후 10년 동안 매년 5억 원씩, 도합 50억 원을 기부하는 '도경희 행복드림 장학금'은 전액 도경희 부회장의 사재로 출연된다. 지급 대상은 애터미의 오토세일즈마스터 직급을 달성한 사업자의 자녀 가운데에서 애스오애스나눔회가 선정한다.

애스오애스나눔회는 지난 2016년, 애터미의 사업자들에 의해 자발적으로 구성됐으며 애터미 회원 가운데 사고나 질병으로 인해 생계의 어려움을 겪고 있는 회원이나 자녀의 학자금을 지원하고 있다. 이번 '도경희 행복드림 장학금' 협약식은 애터미 회원 자녀들에게 자긍심을 고취하고 배움에 대한 기회를 확대하기 위해 정례화한 것이다.



지난 12월 행복드림 장학금을 위한 협약식을 가졌다.
좌)도경희 애터미 부회장, 우)박정수 애터미 임페리얼마스터(애스오애스(SOS)나눔회 이사장)

도경희 부회장이 꿈꾸는 것은 애터미의 모든 회원과 임직원 - 애터미인의 행복이다. 이 때문에 애스오애스나눔회에, 고객행복센터에 장학금을 기부한다. 아이들이 배우고 싶은 것을 배우며 성장할 수 있도록 돕고 싶은 것이다. 그 아이들이 어른이 되면 세상은 조금 더 행복해질 것이라고 생각하기 때문이다.

INTERVIEW

주는 것이 받는 것보다 더 기뻐

누군가를 돕고자 하는 꿈 있으면 행복해져



도경희
부회장

"주는 기쁨이 받는 것보다 훨씬 더 커요." 도경희 부회장은 남을 위해서 뭔가를 해 봐야 되겠다는 꿈을 가지면 시간이 흐를수록 가치 있고 행복한 삶을 누리게 될 것이라고 말한다. 애터미를 시작했을 때, 도경희 부회장은 50만 원짜리 월세방에서 살았었다. "웃풍이 심해 겨울이면 문이고 창문이고 비닐로 덮어씌워야 했죠." 그 어려움 속에서도 박한길 회장이 20만 원을 초등학교에 기부한다고 했을 때 반대하지 않았다. 누군가를 돕는다는 것, 그건 그 자체만으로도 마법처럼 기쁨을 자아내기 때문이다.

그런 마음은 애터미가 커지고 나서도 변하지 않았다. 애터미가 성장하고 발전한 것은 회원과 소비자와 임직원의 노력 덕분이라는 것을 알기 때문이다. "회원과 직원, 행복센터까지 각자 맡은 데서 열심히 해줬기 때문에 2조라는 매출을 일으키기까지 불과 20년도 안 되게 달려왔잖아요."

"살아오면서 보니까 자신을 위해 했던 일들은 기억이 안 남아요. 하지만 해마다 이렇게 장학금을 전달했던 것들은 1회부터 기억이 나요." 누군가를 돕는 것은 명품백을 사고 산해진미를 먹고 천하절경을 보는 것보다 오래도록 가슴에 흐뭇함을 남긴다. 그래서 도경희 부회장은 "내가 뭔가를 하겠다는 것보다도 많은 사람들한테 뭔가를 나누어 줄 수 있는 꿈을 가지는 게 굉장히 중요하겠다."라는 생각을 한다. 고객행복센터 장학금이나 애스오애스 행복드림 장학금이 그렇게 시작됐다.

도경희 부회장은 장학생들이 항상 꿈을 가졌으면 좋겠다고 한다. 특히 남을 위해 뭔가 해 봐야 되겠다는 꿈을 가지라고 한다. "제가 행복한 하늘이 같지 않아요? 베풀 수 있었던 그 시간이 저한테는 굉장히 소중하고 떠올릴 때마다 기쁨으로 다가와요."

GLOBAL ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

애터미의 나눔, 중국에서도 빛나

애터미 중국법인이 중국식품신문, 중국식품유통협회, 중국소비자보호기금회가 주최하는 '중국 식품기업 사회적 책임 포럼'에서 '다국적 기업 사회책임 실천 특별공헌상'을 수상했다. 중국법인은 창의적인 CSR 활동으로 취약계층과 빈곤 지역 등의 18만여 명에게 4,000만 위안(약 72억 원) 이상의 나눔을 통해 사회통합의 발전과 진보에 기여한 점이 인정됐다. 또 중국 관영 인민일보의 '2023 향촌진흥세미나'에서 농촌 지역 여성의 건강 의식 제고에 기여한 공로를 인정받아 '2023 향촌진흥 혁신사례 명예증서'를 받았다. 지난 2021년부터 3년간 중국 전역에서 매년 1,000여 명을 선정, 현재까지 4,000여 명에게 생리대 기증 및 생리 교육을 진행, 중국 농촌 지역 여성 건강에 크게 기여했다. 이와 함께 '2023년 제9회 재중 한국기업 CSR 모범기업 표창식'에서 '2023 사회적 책임(CSR) 모범기업' 우수상을 수상했다. 중국에 투자한 전체 한국기업을 대상으로 중국 최고 권위의 중국 사회과학원에서 심사와 선정을 담당했으며, 애터미는 현대자동차와 삼성, LG, 포스코, SK 등과 함께 수상 기업으로 선정됐다.



애터미, GTPW 대한민국 일하기 좋은 기업 4년 연속 선정

애터미가 GPTW 주관 '대한민국 일하기 좋은 기업'에 4년 연속 선정됐다. 애터미는 '영혼을 소중히 여긴다.'라는 사훈 아래 임직원들이 자유롭고 진취적으로 업무를 수행할 수 있는 환경을 조성했다. 박한길 애터미 회장은 "사람은 그 자체가 목적이며 어떤 경우에도 수단이 될 수 없다."라는 말을 강조하며 임직원의 성장과 발전을 위해 힘쓰고 있다. 애터미는 수평적인 조직문화를 추구한다. 형식과 권위에 얽매이지 않고 자신의 주장을 밝히는 '후츠파 정신(도전 정신)'을 박 회장은 강조한다. 애터미 사옥인 애터미파크는 그의 철학이 반영됐다. 업무 공간은 자율 좌석제로 운영하고 임원실은 해당 임원이 자리를 비운 경우 회의실로 사용한다. 사옥 곳곳에 미끄럼틀, 그네, 안마의자, 탁구대, 수영장 등 공용 공간을 마련했다.



애터미, 아프리카 선교 위해 20억 기부

애터미가 아프리카 선교단체인 PEFA 교단에 20억 5,000만 원을 기부했다. PEFA 교단은 아프리카 선교사 훈련 단체로 부룬디, 콩고, 탄자니아 등 성경학교를 통해 아프리카 전역에 선교사를 파견한다. 성경 교육 자료 제공, 각 지역 우물 설치와 영어 교육 및 의료 서비스 등을 지원한다. 아프리카 PEFA 교단을 대표하는 토리 라스무센 선교사는 "PEFA 교단은 1983년부터 아프리카 선교 활동을 펼치고 있다."라며 "박한길 회장님의 도움에 아프리카 사람들을 대신해 깊이 감사드린다."라고 말했다. 애터미는 2021년부터 PEFA 교단을 지원해 왔다. 대표적으로 '라이트하우스(Lighthouse)' 학교 시설의 현대화 지원, 구내식당 및 기숙사 제공, 보건시설 지원 등이 있다. 박한길 애터미 회장은 "애터미는 하나님 사랑을 세상에 전하는 기업"이라며 "아프리카 지역 복음화에 조금이나마 도움을 줄 수 있어 기쁘다."라고 말했다.



건강기능식품협회장상 수상

상품경영총괄본부 김순정 팀장이 건강기능식품 산업 발전에 기여한 공로로 건기식 협회장상을 수상했다. 김순정 팀장은 지난해 건기식 협회의 '글로벌 선진화 위원회'의 위원으로 활동하며, 건기식 수출 시 애로사항과 규제 등을 살피고 규제 완화 및 개선에 대한 제안을 다수 했다. 특히 수출 증대를 위해 건기식 수출 가이드 의견 제안, 글로벌 시장 확대에 필요한 건의 사항 및 표시 • 광고 라벨링, 수출 활성화 방안 등의 제안이 높은 평가를 받았다. 또한 26개 해외 법인을 보유하고 있는 애터미의 사례를 통해 회원사들의 궁금증과 현안 해결에 적잖은 도움을 준 것으로 평가됐다. 김순정 팀장은 "하고 싶었던 일을 했는데 상까지 받아 정말 기쁘다."라며 "앞으로 더욱 적극적으로 건기식 수출 경쟁력 제고에 힘을 보태겠다."라고 말했다.



2026 WFDSA세계대회, '박한길-배수정 공동위원장' 체제

한국직접판매산업협회(회장 박한길)가 2024년 정기총회를 열고 2026 WFDSA세계대회의 성공적 개최를 다짐했다. 협회는 WFDSA 세계대회의 성공적 개최를 위한 대회조직위원회를 구성, 애터미 박한길 회장과 한국암웨이 배수정 대표이사가 공동위원장을 맡아 운영하기로 의결했다. 또한 대회조직위원회를 중심으로 대회 로고 공모전, 개최 홍보 동영상 제작, 일본과 중국과의 교류 확대, 대행사 선정, 프로그램 기획, 후원사 모집 등을 순차적으로 진행할 예정이다. 박한길 회장은 "직판업계가 소비자중심경영을 도입하고 CCM 인증도 증가하고 있다."라며 "규제개선을 위해 협회가 중심이 돼 정부 기관과 업계와 지속적으로 협의해 나갈 것"이라고 밝혔다. 한편 인천시는 이날 정기총회에 관계자를 보내 WFDSA세계대회의 지역 유치에 기여한 공로로 협회에 감사패를 수여하고 앞으로 적극적인 지원을 약속했다.



박한길 회장, 국민일보 '역경의 열매'에 자전적 스토리 연재

국민일보 '역경의 열매' 코너에 박한길 회장 편이 연재 중이다. 지난 2월 26일, 연재 첫 편으로 '예측 불가능한 미래 경영, 성경에서 답을 찾다'가 게재되었으며 이후, 매일 1편씩 30여 편의 글이 연재된다. 1편에서는 불확실성의 시대 속에서 지속 가능한 기업 경영을 할 수 있는지에 대해 애터미의 실증 사례를 이야기했다. 박한길 회장은 글 속에서 "애터미라는 기업의 성장 과정 자체가 '역경'이었고 지금의 모습은 그 '열매'"라며 "사방이 막히고 바라볼 곳은 오직 하늘밖에 없을 때 성경 말씀이 내 발의 등이 되어 어두운 터널을 지나올 수 있었다."라고 밝혔다. 이어 2편 '어릴 적 꿈은 장사꾼… '복음 전도'의 꿈과 병행 고민'에서는 왜 장사꾼을 꿈꿨는지, 그리고 돈을 버는 것과 복음 전하는 일과의 고민을 어떻게 풀었는지에 대해 이야기했다. 역경의 열매 '애터미 회장 박한길' 편은 최종편까지 박한길 회장의 흥미진진하고 감동적인 인생 스토리가 펼쳐질 예정이다. 한편 '역경의 열매'는 한국을 대표하는 목회자들을 비롯해 학계, 문화계 등 인물들의 삶과 신앙 이야기를 다룬 국민일보 최장수 연재물이다.



수당 발생 후 주민등록번호 등록

Q 수당 발생 후 주민등록번호 등록 안내 알림톡이 옵니다. 회원 가입 시가 아니라 수당이 발생되었을 때 주민등록번호를 등록해야 하는 이유가 무엇인가요?





A 소득세법상 소득이 발생하게 되면 소득을 지급하는 자에게는 소득세의 원천징수의무가 발생하게 됩니다. 소득세를 징수하여 관할 세무서에 신고 및 납부할 때 다단계판매원의 주민등록번호가 필수적으로 기재되어야 합니다.

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

개인정보의 보호 강화

오래전에 애터미 회원 가입을 했던 회원들은 회원 가입 시에 주민등록번호를 입력했던 기억이 있을 것이다. 예전에는 애터미뿐만 아니라 타 다단계판매업자나 일반적인 온라인 쇼핑몰에서도 회원 가입 시에 주민등록번호를 비롯하여 많은 개인정보를 요구하였다. 전 세계적으로 개인정보의 중요성에 대한 공감대가 형성되고, 우리나라에서도 개인정보보호법이 지속적으로 강화되고 있다. 이 과정에서 주민등록번호는 법률·대통령령에서 구체적으로 주민등록번호의 처리를 요구하거나 허용한 경우 등 예외적인 경우에만 수집이 가능하도록 개인정보보호법이 개정되었다.

법령에 따라 개인을 고유하게 구별하기 위하여 부여된 식별정보를 고유식별정보라 한다. 주민등록번호, 여권번호, 운전면허의 면허번호, 외국인등록번호가 이에 해당한다. 고유식별정보 중 주민등록번호는 개인정보보호법에 의해 그 정보 처리에 있어서 더 강화된 제한이 가해진다. 고유식별정보는 개인정보보호법에서 정하고 있는 사항을 정보 주체에게 알리고 다른 개인정보의 처리에 대한 동의와 별도로 동의를 받으면 처리가 가능하다. 그렇지만 주민등록번호는 이러한 방식의 동의만으로는 처리를 할 수가 없고, 앞서 언급한 것처럼 법령에서 처리를 요구하거나 정보 주체 또는 제삼자의 급박한 생명, 신체, 재산의 이익을 위하여 명백히 필요하다고 인정되는 경우와 같이 극히 예외적인 경우에만 처리가 가능하도록 규정되어 있다.

다단계판매원의 가입과 주민등록번호의 수집

2017년 방문판매법 시행규칙이 개정되기 전까지는 다단계판매원의 등록을 하려는 사람은 성명·주민등록번호·주소·전화번호가 기재된 등록신청서를 제출하도록 규정하고 있었다. 즉 이때까지는 방문판매법 시행규칙에 근거하여 다단계판매원의 주민등록번호를 수집할 수 있었다. 다단계판매업에서는 그 업의 특성상 고유식별정보 중 하나로 주민등록번호를 수집할 필요성이 있었다. 다단계판매업은 상하위 회원들이 서로 연결되어 있는 상황에서 사업을 확장하고 그 성과에 따라 수당이 발생하는 보상 체계를 가지고 있기 때문에, 회원들의 계보도상 위치 변경에 일정한 제한을 가할 수밖에 없다. 이를 무분별하게 허용했을 경우 그와 연결되어 있는 상하위 회원들이 불측의 피해를 입을 수 있기 때문이다. 그래서 다단계판매원들의 중복 가입을 막기 위한 장치가 필요했고, 고유식별정보 중 하나인 주민등록번호 중

주민등록번호 수집 근거

구분	사용여부	활용목적	비고
회원가입	X	중복가입 여부확인 (휴대폰 인증)	2017년 방문판매법 시행규칙 개정에 따라 회원가입 시 주민등록번호 불필요
수당 지급	O	국세청 신고 원천징수	수당 발생 시 소득세의 원천징수의무 발생

복 여부 확인을 통해 중복 가입을 막는 효과를 얻을 수 있었다. 그렇지만 개인정보보호법이 강화되고, 이 시기에 맞춰 방문판매법 시행규칙도 개정되어 다단계판매원 가입 시에는 더 이상 주민등록번호를 수집할 수 없게 되었다. 다단계판매업에서는 여전히 회원의 중복 가입 여부를 확인할 필요성이 있기 때문에 현재는 휴대폰 인증 등을 통해 중복 가입 여부를 확인하고 회원 가입이 진행되고 있다.

소득세법에 따른 원천징수의무

앞서 설명을 한 것처럼 개인정보보호법이 강화되어 법령에 근거가 있는 경우에만 주민등록번호 수집이 가능하게 되었다. 그렇다면 고객 VOC에 접수된 주민등록번호를 등록해 달라는 알림은 무슨 이유에서 오는 것일까? 소득세법 상 소득이 발생하게 되면 소득을 지급하는 자에게는 소득세의 원천징수의무가 발생하게 된다. 소득세를 징수하여 관할 세무서에 신고 및 납부할 때 다단계판매원의 주민등록번호가 필수적으로 기재되어야 한다. 국세기본법 시행령 제68조 제3항에서는 세법에 따른 원천징수의무자는 원천징수 사무를 수행하기 위하여 불가피한 경우 주민등록번호 등 개인정보가 포함된 자료를 처리할 수 있다고 규정하여 주민등록번호 수집의 근거를 정하고 있다. 즉 다단계판매에 대한 전반적인 규율을 하고 있는 방문판매법 및 시행령에서는 주민등록번호를 수집할 수 있는 근거가 없다. 그렇기 때문에 회원 가입을 받을 때나 방문판매법의 규제 안에서 다단계판매업을 수행할 때에 다단계판매업자인 회사는 회원들의 주민등록번호를 수집할 수 없다. 그렇지만 해당 회원에게 수당이 발생할 경우 회사는 소득세법에 의해 비로소 해당 회원의 주민등록번호를 수집할 수 있는 법적 근거를 갖게 되는 것이다.

개인정보에 대한 경각심 필요

다단계판매업에서는 다단계판매원들에 의해 신규 회원이 모집되는 경우가 대부분이다. 이 경우 기존에 다단계판매원으로 가입된 사람의 도움을 받아 회원 가입을 하기 때문에 신규 회원의 개인정보가 회원 가입을 도와주는 다단계판매원에게 노출되는 경우가 있다. 회원 가입을 도와주는 다단계판매원은 회원 가입 시 필요한 최소한의 정보만을 회사에 제공하도록 안내하고, 신규 회원의 주민등록번호와 같은 추가적인 개인정보를 절대로 수집해서는 안 된다. 또한 신규 회원 가입 안내 시 우연히 알게 된 개인정보가 있더라도 이를 해당 회원 가입 이외의 용도로는 사용하여서는 안 되며, 이를 부정하게 사용할 경우 개인정보보호법상 처벌이 될 수 있으니 유의해야 한다.

다단계판매원이 사업을 진행하는 과정에서도 개인정보에 대한 경각심을 가질 필요가 있다. 회원 아이디와 비밀번호를 입력하여 로그인을 하면 해당 회원의 전화번호, 주소와 같은 개인정보뿐만 아니라 사업 수행과 관련한 다양한 정보를 확인할 수 있다. 즉 일반적인 온라인 쇼핑몰에 비해서 확인할 수 있는 정보량이 훨씬 더 많다. 다른 온라인 사이트에서의 아이디, 비밀번호도 노출되지 않게 신경 써야 하지만 다단계판매원의 아이디와 비밀번호는 확인할 수 있는 정보의 민감한 정도나 양을 고려했을 때 특히 타인에게 노출되지 않도록 주의해야 한다. 간혹 타 회원의 아이디와 비밀번호를 전달받아 사업을 진행하는 경우를 보게 된다. 아이디와 비밀번호는 반드시 본인의 책임 하에 관리되어야 하고, 타인에게 이를 알리는 행위는 지양해야 한다. 자칫 개인정보와 관련된 문제가 발생하면 형사처벌까지도 받을 수 있기 때문이다. 이러한 사항들이 사업을 진행하는 회원들 입장에서 조금 답답하게 느껴질 수도 있으나 개인정보를 보호하기 위한 최소한의 방법으로 인식하고 이를 습관화할 필요가 있다.

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



왜 최선을 다하지 않았는가?



COLUMN 3 Editor _ 이성연

지미 카터(Jimmy Carter)는 1946년 미 해군사관학교를 졸업하고 핵잠수함 프로그램에 지원하였는데, 미국 핵잠수함의 아버지로 불리는 하이먼 리코버(H. Lickover) 제독의 면접을 받게 되었다. 리코버 제독은 젊은 해군 장교에게 군인으로서의 자세와 태도 등 여러 가지 질문을 하다가 느닷없이 사관학교 생활에 대해 질문을 했다. 사관학교 시절을 어떻게 보냈으며 어떻게 공부했는지, 그리고 성적은 어느 정도였는지 등을 물었다. 지미 카터는 소년 시절부터 영특해 공부를 매우 잘했다. 그래서 성적에는 자신이 있었기 때문에 자랑스럽게 대답했다. 그의 졸업성적은 820명 중 59등으로 매우 우수했다.

그런데 칭찬을 들을 줄 알았던 카터는 의외의 질문을 받았다. "그 성적이 자네가 최선을 다한 결과인가?" 의외의 질문에 당황한 카터는 우물쭈물하면서 대답했다. "글쎄, 최선을 다했다고 말씀드릴 수는 없습니다." 그러자 리코버 제독은 무섭게 카터를 쳐다보면서 질책했다. "왜 최선을 다하지 않았는가?"

리코버 제독의 질책에 카터는 깜짝 놀랐다. 리코버 제독은 카터의 성적이 좋았는지를 물은 게 아니었다. 최선을 다했는지 그렇지 않았는지를 물은 것이었다. 그 후 이 말은 카터의 좌우명이 되었다. 카터는 결심했다. 무슨 일을 하든지 최선을 다하리라! 지미 카터는 이 좌우명을 실천했고, 그에 따라 그의 인생행로에 커다란 영향을 미쳤다. 지미 카터의 삶은 인간이 최선을 다할 때 어떤 열매를 맺을 수 있는지를 실증적으로 보여 주고 있다.

지미 카터의 처음 꿈은 핵잠수함을 지휘하는 제독이 되는 것이었다. 그래서 해군 장교로서 '최선을 다해' 근무했다. 그러나 1953년 아버지가 사망하자 7년간의 장교 생활을 마치고 해군 대위로 전역하여, 가업인 땅콩 농장을 인수받았다. 아버지가 경영하던 땅콩 농장은 빚투성이여서 빚을 갚고 나니 살림살이가 매우 궁색하게 되었다. 그러나 카터는 '최선을 다해' 땅콩 농장을 경영하여 성공적인 사업가가 되었으며, 지역 사회의 유지가 되었다.

땅콩 농장의 성공적인 경영으로 어느 정도 부를 축적한 지미 카터는 정계(政界)로 눈을 돌렸다. 당시 조지아주는 재정 적자에 허덕이고 있었다. 그는 1962년에 조지아주 상원의원 선거에 출마하여 당선되었다. 임기를 마친 지미 카터는 4년 후인 1966년 조지아 주지사에 출마하였으나 낙선하였다. 이때도 카터는 자신이 최선을 다해 선거 운동을 했는지 반성했다. 그런 다음 4년 후인 1970년에 주지사에 재도전하여 당선되었다. 카터는 재임 기간 동안 조지아주의 재정을 적자에서 흑자로 돌려놓았다.

주지사에서 퇴임한 지미 카터는 그 정도에서 만족하려 했다. 그러나 워싱턴 정가에서 대통령이 되겠다는 사람들을 만나 보니 자기보다 크게 나은 점도 없었다. 그래서 대통령에 도전했다. 당시 카터가 대통령에 출마한다고 기자회견을 했을 때 국민들은 물론 기자들도 그를 아는 사람이 거의 없을 정도였다. 그러나 카터는 민주당 예비선거에서 초반에 승리를 거두는 것이 무엇보다도 중요하다는 것을 잘 알고 있었다. 그래서 '최선을 다해' 선거 운동을 했다.

그 결과 언론이나 전문가들의 예상을 뒤집고 이름도 없는 조지아 촌뜨기 지미 카터가 1등이 되었다. 그 뒤로 언론의 관심을 끌게 되었고, 결국은 민주당 대통령 후보로 최종 결정되었으며, 공화당 제럴드 포드와의 대결에서 승리하여 제39대 미국 대통령이 되었다. 대통령에 출마하면서 지미 카터가 펴낸 자서전의 제목은 바로 <왜 최선을 다하지 않았는가(Why not the best)?>이다.

지미 카터는 모든 일에 '최선을 다해' 땅콩 농장 주인으로 끝날 뻔했던 인생 역정을 대통령으로 마무리했다. '최선을 다하는 것'이 어떤 결과를 가져다주는지를 지미 카터는 실증적으로 보여 주었다.

그러면 최선을 다한다는 것은 무얼 어떻게 한다는 것인가? 그것은 스트레치 목표(Stretch Goal)를 세우고 열심히, 죽기 살기로 밀어붙인다는 것을 의미한다. 스트레치 목표란 최선을 다하지 않으면 달성하기 힘들 정도의 도전적인 목표를 말하는 것으로, 자기 능력의 120% 정도를 목표로 잡는 것이다. 스트레치 목표를 설정하는 궁극적인 목적은 '도전적인 목표를 설정함으로써 기존의 루틴한 업무 수행 방법에서 벗어나 창의적이고 혁신적으로 일하도록 하는 것'이다.

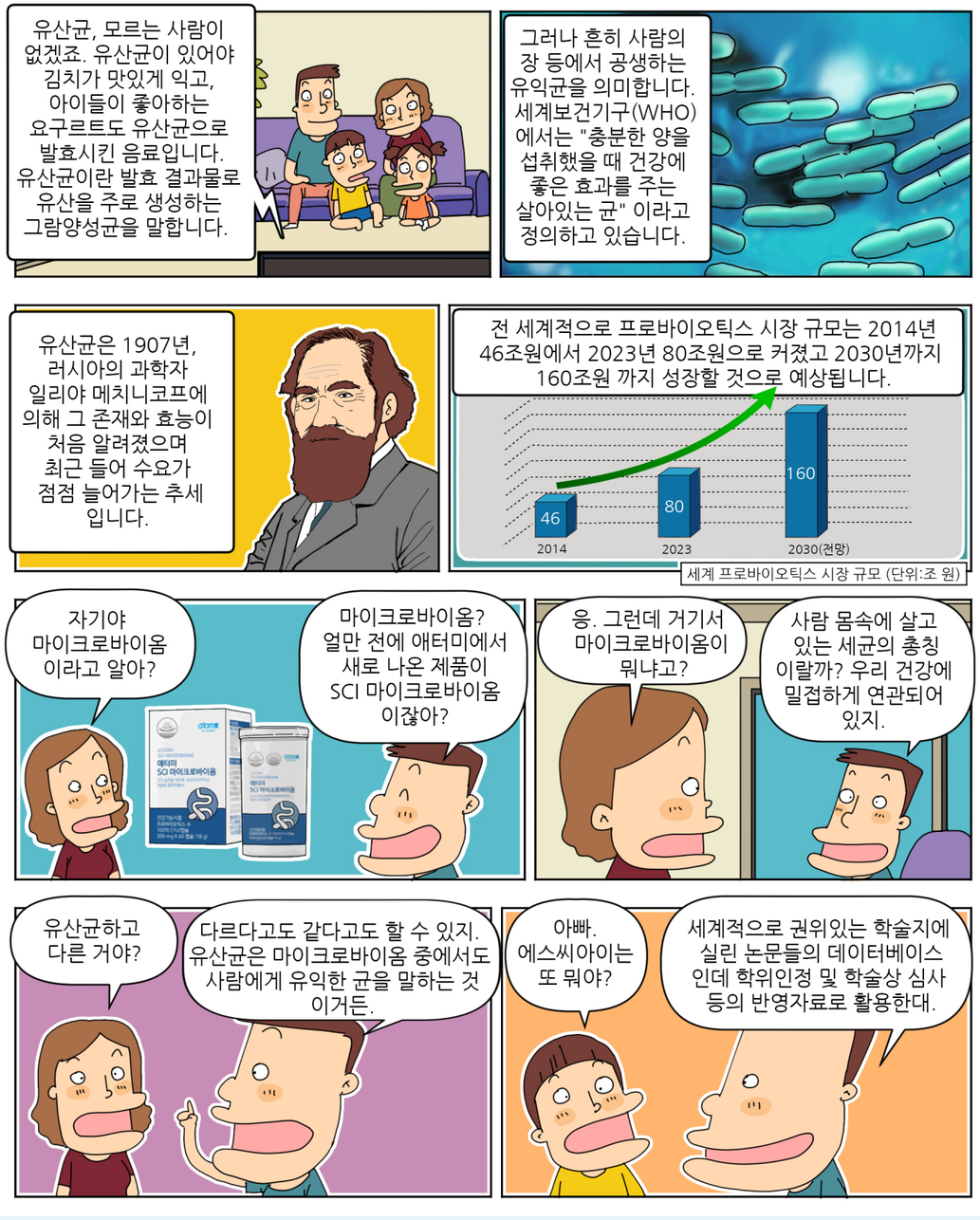
죽기 살기로 하면 왜 능력이 나타나는가? 그것은 인간의 잠재력이 무궁무진하기 때문이다. 인류는 아직 뇌 능력의 5%밖에 사용하지 못하고 있다고 한다. 이는 잠재력을 효과적으로 계발한다면 누구나 큰 능력을 발휘할 수도 있다는 의미이다.

세계화 시대가 끝나고 지구촌 여기저기서 전쟁과 분쟁이 연달아 터지면서 세계 경제는 바야흐로 저성장과 불황으로 빠져들고 있다. 그러나 이것은 평균적으로 그렇다는 것이고, 자신의 노력 여하에 따라서는 얼마든지 이를 극복하고 도약할 수 있다. 이는 철저하게 목표와 행동 방향을 설정하고 스트레치 목표를 세워 처절하게, 죽기 살기로 밀어붙일 때만 가능해진다.

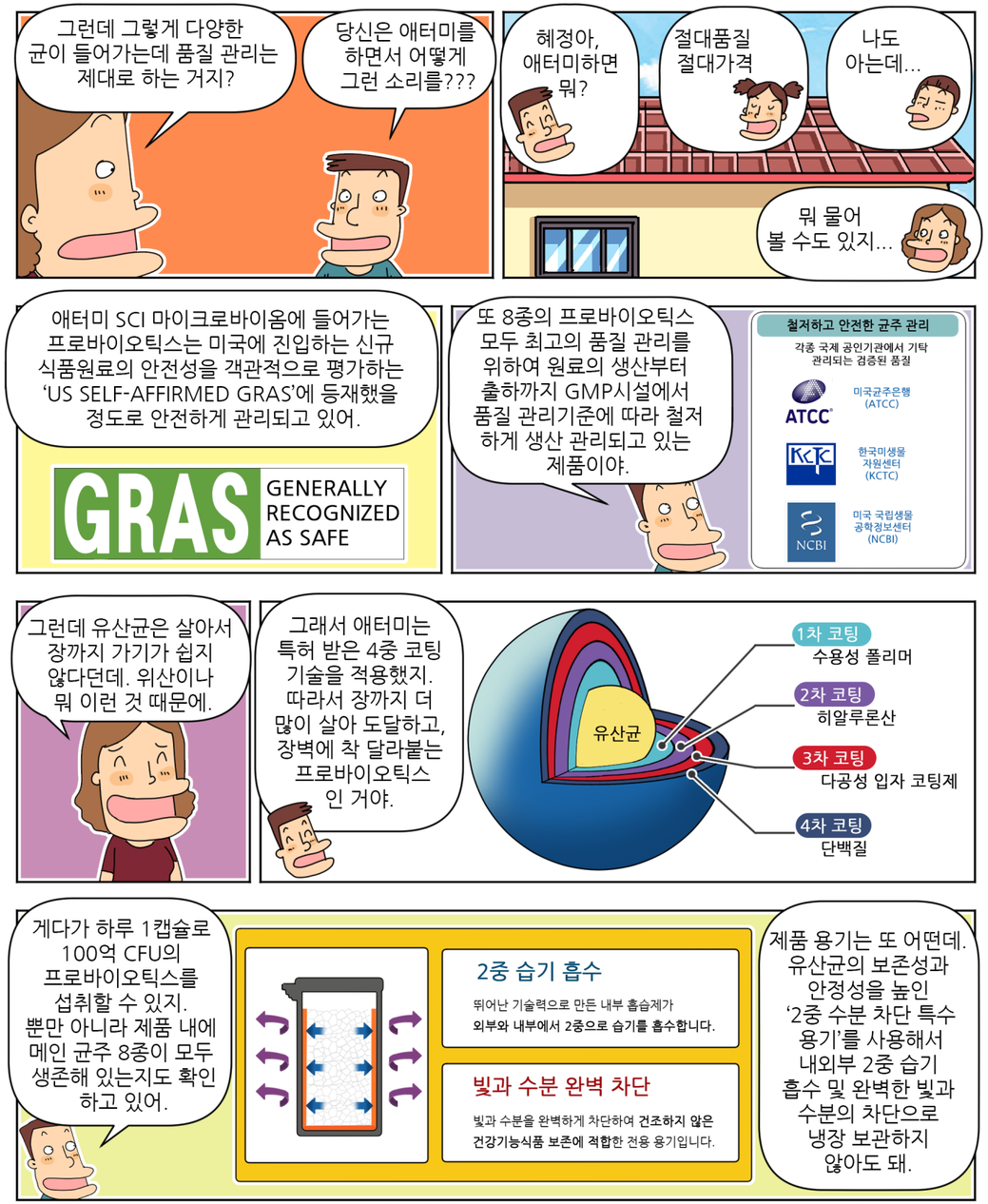
이성연 경제학 박사
1989 경북대학교 경제학 박사 취득
1986 보국훈장 삼일장 수상
1982 미국 브라운대 대학원 경제학 석사 취득
1976~2010 육군사관학교 및 3사관학교 교수 역임
1976 서울대학교 경제학과 졸업
1972 육군사관학교 졸업



SCI 마이크로바이옴


유산균, 모르는 사람이 없겠죠. 유산균이 있어야 김치가 맛있게 익고, 아이들이 좋아하는 요구르트도 유산균으로 발효시킨 음료입니다. 유산균이란 발효 결과물로 유산을 주로 생성하는 그람양성균을 말합니다.
그러나 흔히 사람의 장 등에서 공생하는 유익균을 의미합니다. 세계보건기구(WHO)에서는 "충분한 양을 섭취했을 때 건강에 좋은 효과를 주는 살아있는 균" 이라고 정의하고 있습니다.
유산균은 1907년, 러시아의 과학자 일리야 메치니코프에 의해 그 존재와 효능이 처음 알려졌으며 최근 들어 수요가 점점 늘어가는 추세 입니다.
전 세계적으로 프로바이오틱스 시장 규모는 2014년 46조원에서 2023년 80조원으로 커졌고 2030년까지 160조원 까지 성장할 것으로 예상됩니다.
46
80
160
2014
2023
2030(전망)
세계 프로바이오틱스 시장 규모 (단위:조 원)
자기야 마이크로바이옴이라고 알아?
마이크로바이옴? 얼만 전에 애터미에서 새로 나온 제품이 SCI 마이크로바이옴 이잖아?
응. 그런데 거기서 마이크로바이옴이 뭐냐고?
사람 몸속에 살고 있는 세균의 총칭이랄까? 우리 건강에 밀접하게 연관되어 있지.
유산균하고 다른 거야?
다르다고도 같다고도 할 수 있지. 유산균은 마이크로바이옴 중에서도 사람에게 유익한 균을 말하는 것이거든.
아빠. 에스씨아이는 또 뭐야?
세계적으로 권위있는 학술지에 실린 논문들의 데이터베이스인데 학위인정 및 학술상 심사 등의 반영자료로 활용한대.


그럼 애터미 SCI 마이크로바이옴이 학술지에 나온 거야?
그렇지. 애터미 SCI 마이크로바이옴에 들어간 유산균 8종 모두 SCI급 학술논문에 게재된 거야.
우리 몸에 얼마나 좋은지 연구한 결과가 학술 논문에 실렸다는 것?
그렇지. 그만큼 우수하다는 얘기 아니겠어?
어떤 유산균이 들어 있는데?
크게 나눠서 대장에 서식하는 유산균이랑 소장에 있는 유산균, 그리고 양쪽 다에서 사는 유산균 등 3종인데.
대장에서 서식하는 것은 비피더스균으로 2종이 들어있고, 소장에는 락토바실러스라고 하는 유산균 5종이 들어 있어. 그리고 소장과 대장에서 모두에서 살아가는 스트렙토 코커스 써모필러스라는 균종이 있어.
대장
소장
● 대장 : 비피더스균으로 2종
● 소장 : 락토바실러스라고 하는 유산균 5종
● 소장, 대장 : 스트렙토코커스 써모필러스
특히 '락토바실러스 플란타넘'은 김치에서 유래된 것으로 김치유산균이라고도 하지.
나 김치 좋아하는데.
락토바실러스플란타넘
에구 우리 아들. 그래서 건강하잖아.
유산균은 소화에 좋고 면역이나 다이어트, 변비 등 우리 건강에 좋은 영향을 끼치거든.
유산균이 다이어트에도 좋아?
정말이야?
소화가 잘 되면 다이어트에도 도움이 되지 않을까?
섭취한 음식을 효율적으로 흡수하고 변비 등의 증상 완화에도 도움이 될 테니.
그거 알아? 장은 음식을 소화 흡수하고 노폐물 배출만 하는 것이 아니라 인체에서 가장 많은 면역세포를 가진 면역 기관이자 뇌와 상호 작용하는 우리 몸의 중추 라는 걸.
뇌
장뇌축
장
미생물군집
영향: 운동성 분비물 영양공급 미생물 균형
영향: 신경 전달 물질 스트레스/불안 기분 행동양식
아빠, 그럼 장이 건강해야 머리도 몸도 건강해 진다는 거네.


그런데 그렇게 다양한 균이 들어가는데 품질 관리는 제대로 하는 거지?
당신은 애터미를 하면서 어떻게 그런 소리를???
혜정아, 애터미하면 뭐?
절대품질 절대가격
나도 아는데...
뭐 물어 볼 수도 있지...
애터미 SCI 마이크로바이옴에 들어가는 프로바이오틱스는 미국에 진입하는 신규 식품원료의 안전성을 객관적으로 평가하는 'US SELF-AFFIRMED GRAS'에 등재했을 정도로 안전하게 관리되고 있어.
GRAS
GENERALLY RECOGNIZED AS SAFE
또 8종의 프로바이오틱스 모두 최고의 품질 관리를 위하여 원료의 생산부터 출하까지 GMP시설에서 품질 관리기준에 따라 철저하게 생산 관리되고 있는 제품이야.
철저하고 안전한 균주 관리
각종 국제 공인기관에서 기탁 관리되는 검증된 품질
ATCC
미국균주은행 (ATCC)
KCTC
한국미생물 자원센터 (KCTC)
NCBI
미국 국립생물 공학정보센터 (NCBI)
그런데 유산균은 살아서 장까지 가기가 쉽지 않다던데. 위산이나 뭐 이런 것 때문에.
그래서 애터미는 특허 받은 4중 코팅 기술을 적용했지. 따라서 장까지 더 많이 살아 도달하고, 장벽에 착 달라붙는 프로바이오틱스인 거야.
유산균
1차 코팅
수용성 폴리머
2차 코팅
히알루론산
3차 코팅
다공성 입자 코팅제
4차 코팅
단백질
게다가 하루 1캡슐로 100억 CFU의 프로바이오틱스를 섭취할 수 있지. 뿐만 아니라 제품 내에 메인 균주 8종이 모두 생존해 있는지도 확인하고 있어.
2중 습기 흡수
뛰어난 기술력으로 만든 내부 흡습제가 외부와 내부에서 2중으로 습기를 흡수합니다.
빛과 수분 완벽 차단
빛과 수분을 완벽하게 차단하여 건조하지 않은 건강기능식품 보존에 적합한 전용 용기입니다.
제품 용기는 또 어떤데. 유산균의 보존성과 안정성을 높인 '2중 수분 차단 특수 용기'를 사용해서 내외부 2중 습기 흡수 및 완벽한 빛과 수분의 차단으로 냉장 보관하지 않아도 돼.


그런데 아빠? 왜 마이크로바이옴이야? 유산균이 들어 있는데?
유산균만 들어 있는 게 아니라 프리바이오틱스와 포스트바이오틱스, 효모까지 함유하고 있거든.
프리바이오틱스? 또 뭐 포스트바이오틱스?
유산균
효모
풍미
밀가루
이산화탄소
유기산
효모? 나 알아. 빵 만들 때 들어가는 거잖아.
역시 우리 딸이야. 효모도 다 알고. 유산균과 함께 발효의 대명사라고 할 수 있지. 된장도 효모로 발효시키거든,
그럼 김치는 유산균이 만들고 된장은 효모가 만드는 거야?
그런 셈이지.
프리바이오틱스도 뭘 만드는 거야?
음... 프로바이오틱스를 만들지.
프리바이오틱스는 쉽게 말해서 프로바이오틱스의 먹이야. 먹이를 많이 먹어야 힘내서 일을 할 수 있지. 찬규도 배고프면 쓰러지지?. 프로바이오틱스도 마찬가지야
프로 바이오틱스
프리 바이오틱스
그럼 포스트바이오틱스는?
정확하게 얘기하며 '대사산물' 이라는 것이야. 프리바이오틱스를 먹고 에너지를 얻으면서 발생되는 부산물인데. 수명이 다한 프로바이오틱스도 우리 몸에 이롭거든. 그런걸 다 포스트바이오틱스라고 해.
와 아빠 박사네. 모르는 게 없어.
아빠가 이래 봬도 강의를 얼마나 많이 하는지 아니? 센터에 가면 아빠 모르는 사람들이 없어.
나도 크면 애터미 할 거야.
그럼 안 하려고 했어?
나도 할 건데.
그래. 우리 모두 애터미로 대동단결 하는 성공 패밀리가 되는 거야.

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 그날엔 보라지유

하루 두 캡슐, 여성들의 편안한 그 날을 위한 작은습관

ATOMY BORAGE OIL



건강기능식품
감마리놀렌산 함유 유지, 비타민E
620 mg x 60 캡슐 (37.2 g)