ATOMY MAGAZINE

3 / 4 / 5 월
2026 | Vol. 38

IR52 장영실상 수상, 애터미 발효 노니

차세대 세계일류상품 선정, 2030년 글로벌 점유율 13% 전망

COVER STORY
- 발효로 재탄생한 노니, 연 매출 1,000억 시대를 열다

PRODUCT
- 스킨케어 시스템 더페임 리뉴얼
- 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000
- 아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치

FIELD
- 건기식 시장 현황 및 소비자 실태조사
- 대한민국 GPTW 2위 선정

INTERVIEW
- 박지연 크라운마스터
- 케이던스 로우 스타마스터





CONTENTS

3/4/5월 2026 | Vol. 38

04	FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE	결단의 속도 그리고 몰입 | 박한길 애터미 회장
06	COVER STORY ❶	발효로 재탄생한 노니, 연 매출 1,000억 시대를 열다
10	COVER STORY ❷	내가 알던 노니 맞아? 맛의 부담은 낮추고, 건강은 높이고
12	FIELD ❶	식품 전문 기업을 넘어 글로벌 헬스케어 기업으로
14	FIELD ❷	피로를 이겨 내는 힘, 코트 위에 서다
16	FIELD ❸	빠르게 배우고, 즉시 실행하며, 깊이 몰입한다
18	FIELD ❹	글로벌 직접판매시장, 봄기운 돈다
20	GALLERY	결단의 속도로 몰입하는 글로벌 현장
22	FIELD ❺	'10가구 중 8가구 섭취' 건강기능식품, 일상 속 필수품 됐다
26	COLUMN ❶	포스트바이오틱스(Postbiotics)와 장건강
28	PRODUCT ❶	건강한 장이 만드는 건강한 라이프, 애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000
30	PRODUCT ❷	피부 본연의 힘을 길러 근본부터 탄탄하게, 애터미 스킨케어 시스템 더페임
34	PRODUCT ❸	주름부터 색소 침착까지 더 깊고 정확하게 케어하자, 애터미 라인리프터 V5 마이크로콘 패치
36	PRODUCT ❹	당신의 장(腸)에 가장 친절한 해답, 애터미 유산균 4종 솔루션
38	PRODUCT ❺	임신 준비부터 출산 후까지 필수 건강기능식품 총정리
40	INTERVIEW ❶	17년 차 전업주부에서 연봉 4억 사업자로 박지연 크라운마스터
42	INTERVIEW ❷	20대 중반, 평생 직장생활을 해도 못 얻을 삶의 여유 누려요 케이던스 로우 스타마스터
44	FIELD ❻	애터미, '대한민국에서 가장 일하기 좋은 기업' 종합 2위
46	FIELD ❼	평가 지표로 증명된 애터미의 조직 경쟁력
48	FIELD ❽	글로벌 성공 사관학교, 속리산 석세스아카데미
50	FIELD ❾	생소맘 100억 원의 결실, 국내 최초 한부모가족 통합지원센터 오픈
52	GLOBAL ATOMY NEWS	글로벌 애터미 뉴스
54	법률 Q&A	다단계판매원이 경계해야 하는 허위 과대 광고 오승유 변호사
56	COLUMN ❷	신속한 결단은 비즈니스 성공의 필요조건이다 이성연 경제학 박사
58	CARTOON	절대목표











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



결단의 속도 그리고 몰입

안녕하십니까. 애터미 회장 박한길입니다.
애터미의 창업 이념은 생존, 속도, 균형입니다. 이는 단순한 경영 구호가 아니라, 애터미가 시작한 이후 지금까지 모든 선택의 기준이 되어 온 원리이자 원칙이며, 앞으로도 변함없이 이어질 방향입니다.
창업 이념 1번은 '생존'입니다. 애터미는 창업 초창기부터 어떠한 위기에도 살아남는 회사를 만드는 데 집중해 왔습니다. 애터미가 다루는 제품은 유행을 타지 않는 생활 필수품입니다. 화장품, 건강식품, 치약과 칫솔은 100년 전에도 사용되었고, 100년 후에도 사용될 수밖에 없는 것들입니다. 경기의 호황과 불황, 환경의 변화와 관계없이 일상에서 반드시 소비되는 영역입니다. 지급 이자가 한 푼도 나가지 않는 무차입 경영으로 애터미는 국내 500대 기업 유통사 가운데 재무 건전성 1위 기업으로 평가받았습니다.
이는 외형 확대보다 기초 체력을 단단히 다져 온 결과이며, 애터미가 말하는 생존이 단순한 버팀이 아니라 지속 가능한 힘을 축적해 온 과정임을 보여줍니다.
다음은 '균형'입니다. 애터미가 말하는 균형은 창출된 가치를 전후 사방의 이해관계자들에게 고르게 배분하는 것입니다. 소비자에게는 합리적인 가격과 신뢰할 수 있는 품질의 제품을 제공하고, 합력사에는 납품 후 1주일 이내 현금 결제와 무이자 자금 지원 등을 통해 함께 성장할 수 있는 구조를 만들었습니다. 사업자에게는 세대를 이어 가는 경제 활동 환경을, 임직원에게는 일하기 좋은 근무 환경을 만들었습니다. 여기에는 성실한 납세와 지속적인 사회 공헌 활동을 통한 기업의 사회적 책임을 실천하는 것까지 포함됩니다.
이러한 균형의 철학은 각종 인증과 수치로도 확인됩니다. 애터미는 공정거래위원회와 소비자보호원이 주관하는 소비자중심경영(CCM) 인증을 업계 최초로 획득했으며, 대한민국에서 가장 일하기 좋은 기업에 6년 연속 선정되었습니다. 또한 지금까지 누적 1,400억 원의 기부금을 통해, 국내 유통기업 가운데 매출액 대비 기부금 비율 1위를 기록했습니다.
이제는 '속도'입니다. 애터미의 성장은 결코 느리지 않았습니다. 창립 이후 10년 만에 매출 1조 원, 15년 만에 2조 원을 달성하며 유니콘 기업이라 할 만큼 지속적인 성장을 이어 왔습니다. 특히 중국에서 이러한 속도가 더욱 분명하게 나타나고 있습니다. 중국 법인 설립 5년 차인 2025년의 연간 매출액은 5천억 원을 넘어섰고, 향후 5년 내 중국 단일 시장 2조 원, 10년 내 10조 원 매출이라는 목표를 향해 나아가고 있습니다. 중국에서 해외 1호 임페리얼이 탄생한 것은 시작에 불과합니다. 이를 기점으로 글로벌 시장은 전례 없는 속도의 확장이 이루어질 것입니다.
지금 우리가 마주한 시대의 속도는 이전과 다릅니다.
특히 인공지능을 중심으로 한 기술 환경의 변화는 판단과 실행의 방식을 근본적으로 바꾸고 있습니다. 이제 중요한 것은 성장의 속도를 결정하는 요소가 무엇인가입니다.
바로 결단의 속도와 몰입입니다. 결단의 속도는 감각이 아니라 준비된 판단에서 나옵니다. 인공지능을 통해 필요한 정보와 근거를 빠르게 확보할 수 있는 환경에서 결정을 미루는 것은 더 이상 신중함이 아니라 기회를 놓치는 선택이 될 수 있습니다.
그리고 결단 뒤에는 반드시 몰입이 따라야 합니다.
몰입이란 복잡한 것을 줄이고, 핵심적인 일을 단순화한 뒤 그것을 꾸준히 반복하는 힘입니다.
어떤 분야에서든 성과를 내는 사람들은 예외 없이 같은 동작을, 같은 기준으로, 수없이 반복해 왔습니다. 뛰어난 홈런타자는 야구 방망이로 타이어 치는 것을 누구보다도 피나게 많이 한 사람입니다.
기술이나 재능 이전에, 결과를 만드는 힘은 결국 집중과 반복에서 나옵니다. 이제 애터미에 요구되는 속도는 단순히 바쁘게 움직이는 속도가 아니라, 빠르게 결단하고 결단한 방향에 깊이 몰입해서 반복하는 실행력입니다.
마지막으로, 비전의 바퀴를 크게 키우십시오.
문제는 쉽게 줄어들지 않습니다. 유일한 방법은 그 문제를 가볍게 넘어설 만큼 내 비전의 크기를 키우는 것입니다. 문제를 없애려 들여다보고, 줄이려 애쓰고, 분석하는 데 매달릴수록 우리는 오히려 그 자리에 머물며 지치게 됩니다. 사람이 쉽게 흔들리는 이유는 능력이 부족해서가 아닙니다. 자신을 사로잡을 만큼 큰 비전을 품지 못했기 때문입니다.
애터미 창업 초기, 저는 아무 기반도 없는 상황에서 물류와 전산, 상품 개발, 교육 세미나 시스템을 하나씩 구축해 나갔습니다. 그러나 그 과정이 어려운 문제라고 생각하지 않았습니다. 문제가 작아서가 아니라 비전이 그보다 훨씬 컸기 때문입니다. 이미 모든 기반이 갖춰진 애터미에서 사업하는 여러분은, 어렵다고 말하기보다 각자의 비전을 더 크게 세우고 그것을 실현하는 데 에너지를 집중하십시오. 문제가 더 이상 문제가 되지 않을 만큼 큰 비전을 품을 때 비로소 길은 열립니다.
생존과 균형으로 쌓아 온 기반 위에 결단의 속도와 몰입의 실행력, 그리고 더 큰 비전이 더해질 때 애터미와 함께하는 여러분은 모두 각자의 자리에서 반드시 성공의 주인공이 될 것입니다.

발효로 재탄생한 노니, 연 매출 1,000억 시대를 열다

특허 26건·SCI급 논문 10편… '먹는 노니'에서 '바르는 노니'까지

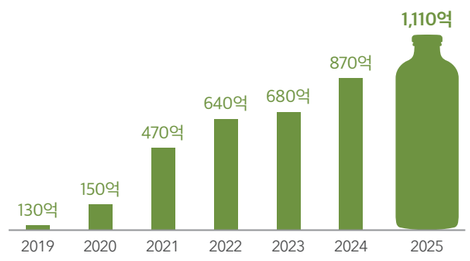
애터미 노니가 2025년 연 매출 1,000억 원을 돌파했다. 전 세계 20개 지역에서 판매되고 있으며 누적 매출은 4,000억 원을 넘어섰다. 특히 중국 시장은 누적 매출 2,000억 원을 기록하며 가장 가파른 성장세를 보이고 있다. 애터미 노니는 발효 공정을 중심으로 26건의 특허를 확보했고, SCI급 논문 10편을 포함한 총 12편의 연구 논문을 발표했다. 시장조사기관 와이즈가이즈는 세계 노니 시장이 2033년 25억 달러 규모로 성장할 것으로 전망했다. 애터미는 2030년 노니 매출 5,000억 원(약 3억 4천만 달러) 달성을 목표로 하며, 글로벌 시장 점유율 13% 이상을 바라보고 있다.

Editor _정재학



애터미 노니 매출 추이

(단위 : 원)



* 자료: 내부 기준

IR52 장영실상 등 '3관왕' 수상… 핵심은 바이오컨버전 기술

애터미 노니는 2022년 한국식품연구원 식품기술대상 금상, 2024년 산업통상자원부 차세대 세계일류상품 선정, 2026년 과학기술정보통신부 IR52 장영실상 수상으로 기술력을 인정받았다. 특히 IR52 장영실상은 의약·생명·화학 분야에서 수상했다는 점에서 의미가 크다. 전자·전기, 소프트웨어, 기계, 화학, 에너지 등 16개 산업 분야와 경쟁해 최우수 제품으로 선정되면서, 식품을 넘어 산업 전반의 기술과 나란히 평가받았다. 2026년부터는 특허기술대상 세종대왕상에도 도전하며 또 한 번의 도약을 준비하고 있다.

핵심은 '바이오컨버전 공법'이다. 이는 유산균과 효소 등 미생물의 기능을 활용해 고분자 물질을 저분자로 전환함으로써 체내 이용도를 높이는 생물학적 변환 기술이다. 이 기술은 영양 및 기능성 성분의 흡수율 개선, 기능 성분 함량 증가, 새로운 유효 성분 생성 가능성을 제시하며 천연물 기반 연구 분야에서도 주목받고 있다.

과학적으로 설계된 발효 노니

2025년 국제학술지 <Current Issues in Molecular Biology>에 게재된 연구에서는 발효노니 추출물을 항암 화학요법과 병용했을 때 폐암·유방암·신경모세포종 세포에서 유의미한 시너지 효과가 확인됐다. 세포독성 개선, 암세포 전이 및 종양 형성 억제, 내재적 세포 사멸 유도 등 긍정적 결과가 도출되며 천연 보조 소재로서의 가능성을 보여 줬다.

특허를 통해 확인된 기능성 범위도 넓다. 당뇨 예방 및 개선, 남성 갱년기 증후군 완화, 알레르기 및 아토피 개선, 면역 기능 증진, 운동 수행 능력 및 피로 회복 향상, 스트레스 완화 등 다양한 영역으로 확장되고 있다. 여기에 사이클로덱스트린 포접 기술을 적용해 유효 성분의 안정성과 체내 지속성을 높이고, 노니 특유의 향과 쓴맛을 개선함으로써 효능과 섭취 편의성을 동시에 확보했다.

'먹는 노니'에서 '바르는 노니'까지

노니에 함유된 글리세롤, 지방산, 뷰티르산은 콜라겐 합성과 피부 장벽 강화에 도움을 주는 성분으로 알려져 있으며, 스코폴레틴과 이리도이드는 항염 및 세포 재생에 관여하는 대표 물질로 주목받고 있다. 특히 발효 과정에서 함량이 증가한 이리도이드는 면역 균형 조절과 피부 장벽 회복에 긍정적 가능성을 보이며 아토피 피부염 완화 연구로도 이어지고 있다.

이 같은 연구 성과는 '먹는 노니'에서 '바르는 노니'로의 확장으로 이어지고 있다. 피부 장벽 개선 및 염증성 피부질환 예방 관련 특허를 적용한 앰플과 크림, 더마 비누와 바디케어 라인을 준비하고 있다. '씻는 순간부터

애터미 발효노니 수상 및 연구성과

- 식품기술대상 금상 (KFRI 한국식품연구원)
- 차세대 세계일류상품 (KOREA WORLD CLASS)
- IR52 장영실상 수상
- 26건 특허 (지식재산처)
- SCI급 논문 10편



시작되는 케어'라는 개념 아래, 이너 뷰티(Inner Beauty)와 아우터 뷰티(Outer Beauty)를 하나의 시스템으로 연결하는 노니 헬스케어 생태계를 구축하고 있다.

발효노니는 이제 건강기능식품을 넘어 의약 영역까지 탐색 중이다. 과민 면역 및 면역 증진 분야 개별인정형 원료 등록을 위한 임상이 진행되고 있으며, 염증 치료 신약 개발을 위한 기초 연구도 병행되고 있다. 남성 갱년기와 모발 건강 분야 역시 임상 단계 진입을 준비하고 있다.

애터미오롯은 국내외 대학 및 연구기관과 협력 네트워크를 확대하며 연구 인프라를 강화하고 있다. 한국식품영양과학회, 강원대학교와의 공동 연구를 비롯해 중국 절강대학교, 미국 하와이대학교, 일본 오비히로대학교, 인도네시아 자카르타 국립대학교 등과의 글로벌 협력도 이어지고 있다.

INTERVIEW

나임정 박사
애터미오롯 연구소장

Q. 최근 국제 학술지에 발표된 연구들을 보면 노니의 기전까지 규명하려는 시도가 인상적입니다. 이처럼 과학적 검증을 고집하는 이유는 무엇인가요?

노니는 200종 이상의 파이토케미컬을 함유한 과일로 '신이 주신 선물'이라고도 알려져 왔지만 '발효노니'에 대한 과학적 검증은 전무했습니다. 발효노니는 애터미가 처음 선보인 영역이기 때문에, 그 효능을 증명하는 책임 또한 우리의 몫이라고 생각합니다.

Q. 발효 노니 제품 하나에만 26건의 특허를 등록했습니다. 그 과정에서 어떤 기술적 접근과 고민이 있었는지 설명해 주시겠습니까?



착즙 음료만으로는 노니의 가능성을 온전히 담을 수 없다는 생각에 한국이 강점을 가진 발효 기술, 더 나아가 바이오컨버전 기술과 사이클로덱스트린 포접 기술까지 결합했습니다. 발효노니에 대해 연구할수록 가능성이 무궁무진하다고 느낍니다.

Q. '먹는 노니'와 '바르는 노니' 영역 사이에는 어떤 연결 고리가 있습니까?

고대 의학자 히포크라테스는 "모든 질병은 장에서 시작된다."라고 말했습니다. 장 건강은 면역뿐 아니라 피부, 정신, 감정 상태와도 깊이 연결돼 있습니다. '섭취하는 피부 건강(Inner Beauty)'과 '바르는 피부 건강(Outer Beauty)'이 동시에 이루어져야 진정한 케어가 완성된다고 보았습니다. 그것이 발효노니의 섭취와 함께, 피부에 직접 적용할 수 있는 소재 개발에 착수한 이유입니다. 현재 발효노니는 국제 명명위원회(INC)로부터 화장품 성분 인증을 받은 상태입니다.

Q. 애터미 발효 노니는 일반 기준을 훨씬 상회하는 463종의 안전성 검사를 실시하는데, 이를 고집하는 이유가 있나요?

463종의 잔류농약과 중금속 검사는 물론, 수확 단계에서도 완숙된 원과만 선별하고, 수확 후 12시간 이내 세척과 씨앗 제거, -40℃ 급속 냉동까지 전 과정을 철저히 관리합니다. 품질과 안전은 효율의 문제가 아니라 원칙의 문제라고 생각합니다.

Q. 소장님이 그리는 애터미 노니의 최종 청사진은 무엇입니까?

단순한 시장 점유율 확대가 아니라, 기존 노니 시장과 다른 '발효노니 시장'을 새롭게 창출하는 것입니다. 심혈관 질환 개선, 면역 조절, 염증 치료 등 추가 R&D를 통해 건강기능식품을 넘어 의약 영역까지 확장해 나가고 싶습니다.

Q. 마지막으로 애터미 회원들에게 전하고 싶은 말씀이 있다면?

'질병'뿐 아니라 '노화' 역시 원인을 알면 관리와 개선이 가능합니다. 천연물은 오랜 시간 인류의 경험을 통해 효능과 안전성이 축적된 자산입니다. 애터미 회원들이 질병과 노화로부터 벗어나 보다 건강한 삶을 누릴 수 있도록, 더 깊이 연구하고 더 많이 검증하겠습니다.

노니 확장 개발 분야



2022년부터는 미국, 중국, 대만 등 해외에서도 특허를 등록 중이다. 국제 특허 환경에 대응하기 위해 전문 특허법률사무소와 협업해 권리 보호 체계도 구축했다.

품질과 안전성 확보 역시 병행하고 있다. 애터미 발효노니는 각 수출국 유기농 인증과 ISO9001, ISO14001, FSSC 22000, HALAL, KOSHER 인증을 기반으로 글로벌 유통 체계를 마련했다. 미국 FDA NDI 인증과 GRAS, 유럽 Novel Food 승인, Non-GMO, 비건 인증도 추진하며 국제적 신뢰를 쌓아가고 있다.

발효로 재탄생한 노니. 애터미는 원물의 가능성을 과학으로 증명하며, 세계 시장을 향해 또 한 번의 도약을 준비하고 있다.

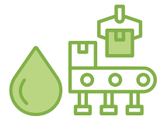
인포그래픽으로 보는 애터미 발효 노니 생산과정

1. 수확
노니 열매 하나에 담긴 햇빛 에너지



인도네시아 자바섬의 강렬한 햇살을 머금은 노니. 아직 땅에 떨어지지 않은 유기농 노니를 최적의 시기에 수확

2. 세척&선별
깔끔&깐깐 노니의 샤워 시간



깐깐한 세척과 재선별 과정을 거친 후 -40℃ 초저온 급속동결로 신선하게 국내 공수

3. 안전성 검사
안정성 검사



DNA 품종 검사·463종 이상의 농약과 중금속 및 유해 미생물 등의 안전성 검사 진행

4. 발효
성공과 닮은 인내의 시간



애터미만의 7종 복합 유산균과 함께 총 1,440시간 저온 숙성. 인내의 시간으로 애터미만의 발효노니가 탄생

5. 탄생
유익균 부대 탄생



8,000억 cfu/g 유산균으로 발효숙성한 애터미 노니, 노니 대사산물이 유익균의 먹이

6. 출시
전 세계 20개 지역을 사로잡다



20 개 지역

전 세계 20개 지역 소비자를 만나고 있는 애터미 노니. 3명 중 1명 이상 재구매

내가 알던 노니 맞아?
맛의 부담은 낮추고, 건강은 높이고

한국·미국·중국 소비자들이 직접 말하는 애터미 노니



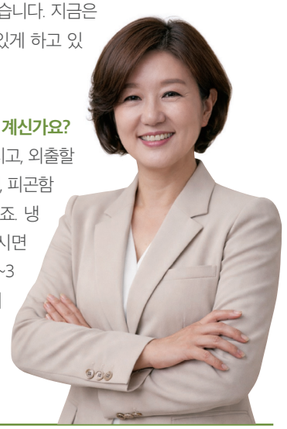
INTERVIEW 1

2~3일에 한 병씩, 음료수 대용으로 마셔요

김미정
로열마스터(국내/여성/64세)

Q. 노니를 처음 접하게 된 계기는 무엇인가요?
어느 날 눈 주변에 피부 트러블이 생겼는데, 주변에서 노니를 먹어 보라는 권유를 받았죠. 오래전 해외에 다녀온 분들로부터 다른 회사 노니 제품을 선물로 받은 적이 있었는데, 맛 때문에 쉽게 먹지 못했어요. 그런데 애터미 노니를 먹어 보니 맛에 대한 부담이 전혀 없고 먹기 편해서 깜짝 놀랐어요.

Q. 집중 섭취 후 어떤 변화를 경험하셨나요?
피부 트러블이 심했을 때는 사람을 만나는 것 자체가 큰 부담이었어요. 애터미 본사에 강의 일정이 잡혀도 고민이 될 정도였어요. 그런데 노니를 꾸준히 섭취하면서 예전처럼 편안하게 사람들을 만날 수 있게 된 것이 가장 큰 변화였습니다. 지금은 강의와 대외 활동도 자신 있게 하고 있습니다.



Q. 현재는 어떻게 섭취하고 계신가요?
아침 공복에 가장 먼저 마시고, 외출할 때도 파우치를 챙겨 다니며, 피곤함이 느껴질 때 한 번씩 마시죠. 냉장고에 보관해서 차게 마시면 맛이 훨씬 부드러워져요. 2~3일에 한 병 정도 먹는데, 이제는 음료수 대용으로 먹을 만큼 맛있게 느껴져요.

INTERVIEW 2

먼저 맛보고 직접 느끼도록 기다려 줘요

장루양
스타마스터(중국/여성/60세)



Q. 애터미 노니가 중국에서 빠르게 인기를 얻은 이유는 무엇인가요?
중국 소비자들은 건강식품에 대한 관심이 높으며 성분과 안전성에 매우 민감해요. 애터미 노니는 발효 공법과 깨끗한 성분 구성, 부드러운 맛으로 신뢰를 얻었습니다. 출시 직후 공급이 수요를 따라가지 못할 정도로 판매가 빠르게 이루어지면서 입소문도 크게 퍼졌어요.

Q. 애터미 노니를 처음 권할 때 소비자의 반응은 어떤가요?
노니가 아직 많은 소비자들에게 낯선 원료이다 보니 처음에는 애터미 노니 제품에 대해서도 확신을 갖기 힘들 수 있어요. 가장 좋은 방법은 직접 맛보고 느끼게 하는 것이죠. 평소 파우치 제품을 갖고 다니면서 개개인에게 선물하고, 회식 자리 등 모임에는 병을 가져와서 권하고 있어요. 센터에서 시음회를 열기도 하죠. 먼저 맛을 보고, 스스로 느껴 볼 수 있도록 시간을 주는 것이 중요해요.

Q. 소비자에게 특별히 강조하는 부분이 있다면 무엇인가요?
식습관으로 인해 영양 불균형인 소비자들이 많이 있어요. 노니에는 균형 있는 영양소가 함유되어 있다는 점을 설명하고 맛과 효과를 의심하는 분들께는 먼저 시음하도록 합니다. 가격을 고민하는 분에게는 식사 비용과 비교해 영양과 가성비를 설명하면 빠르게 이해를 하거든요.

INTERVIEW 3

유기농 원료와 엄격한 품질 기준, 미국 시장의 신뢰를 얻었어요

줄리아 포포프
샤론로즈마스터(미국/여성/49세)

Q. 미국 시장에서 애터미 노니가 주목받는 이유는 무엇인가요?
미국의 건강식품 시장은 매우 크고 경쟁도 치열합니다. 노니도 세계에서 가장 큰 시장을 형성하고 있죠. 그런 분위기 속에 미국 시장에서 최근 애터미 노니가 주목받고 있습니다. 그 이유는 유기농 원료 사용과 엄격한 품질 기준, 발효 농축액 형태라는 점에서 다른 제품과 차별화되기 때문입니다. 농축도가 높아서 맛은 깊고 풍부하며, 자연스러운 단맛과 기분 좋은 향에 대한 반응이 좋습니다.



30일 노니 챌린지에 참여하는 줄리아 포포프 샤론로즈마스터와 파트너들

Q. 애터미 노니는 얼마나 섭취했고, 어떤 변화를 경험했나요?
2024년 봄부터 애터미 노니를 섭취하고 있습니다. 저희 센터에서 '30일 애터미 노니 챌린지'를 진행해 파트너들과 하루 두 번씩 꾸준히 섭취하기도 했습니다. 애터미 노니를 먹으면서 피부가 더욱 맑고 건강해지는 것을 느꼈어요. 지금도 매일 섭취하고 있으며, 제 웰니스 루틴의 중요한 일부로 자리 잡고 있습니다.

Q. 소비자에게는 애터미 노니 제품을 어떻게 전달하나요?
스트레스, 수면, 장 건강처럼 일상적인 고민과 연결해, 전반적인 균형과 회복력의 관점에서 설명합니다. 3개월간 꾸준히 섭취하고 나서 체중 변화와 함께 건강 관리에 효과를 봤다는 소비자들도 많죠.



INTERVIEW 4

피부 변화에서 시작된 건강 루틴

이은혜
샤론로즈마스터(국내/여성/36세)

Q. 노니를 경험하게 된 계기와 체감한 변화는 무엇인가요?
애터미 제품으로 다이어트를 하면서 비만이 스트레스와 깊은 관련이 있다는 이야기를 듣고, 스트레스 관리 차원에서 노니를 먹기 시작했어요. 피부 트러블이 많았는데 노니를 섭취하면서 고민이 해결되었습니다. 디톡스를 경험한 듯한 변화였죠.



Q. 섭취 방법에 대해 소비자에게 특별하게 조언하는 방법이 있나요?
다른 노니 제품을 경험한 후 맛에 대해 선입견을 갖고 있는 소비자들이 있습니다. 애터미 노니는 부드럽고 훨씬 먹기 편하다는 점을 강조합니다. 그래도 어려워하면 물에 희석하거나 다른 식품과 섞어서 먹는 방법도 있습니다. 저는 평소 즐겨 먹던 아보카도오일에 애터미 노니를 섞어 먹었는데 먹기 편했어요. 일정 시간이 지나면 자연스럽게 적응합니다.

Q. 노니에 대해 특별히 강조하는 부분이 있나요?
노니 원료의 핵심 키워드는 염증입니다. 얼굴이나 두피 등 피부에 발생하는 트러블도 근본적으로는 염증 때문에 생기는 경우가 많다고 생각해요. 피부 트러블로 고민하시는 분들께는 화장품이나 샴푸도 중요하지만, 노니를 함께 드셔 보시라고 권해 드리고 있습니다.



소소클에서 노니에 대해 강의하는 이은혜 샤론로즈마스터



Editor_이정선

애터미오롯 연구실 전경

식품 전문 기업을 넘어 글로벌 헬스케어 기업으로

애터미오롯 비전 2030

애터미의 식품 전문 자회사 애터미오롯(대표이사 박지훈)이 글로벌 헬스케어 기업으로 도약하고 있다. 2017년 설립 이후 '균형 잡힌 영양을 오롯이 담는다.'는 철학 아래 건강한 K-푸드의 우수성을 세계에 알려온 애터미오롯은 이제 자체 R&D 역량 및 외부 기관과의 R&D 인프라, 스마트팜, 글로벌 거점을 결합한 '글로벌 식품클러스터 연구개발기업'으로 제2의 성장을 시작했다.

글로벌 경쟁력 견인하는 기술 혁신

애터미오롯은 지난해 전년 대비 30%성장을 기록했다. 특히 해외 매출이 절반을 넘어서며 국내 시장을 뛰어넘는 성과를 거뒀다.

그 중심에는 세계 20개국에 수출되며 메가히트 제품으로 자리 잡은 '애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니(이하 애터미 노니)'가 있다. 애터미 노니는 헤모힘, 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어에 이어 애터미 제품 중 세 번째로 연 매출액 1,000억 원을 돌파했다.

이에 더해 '한국식품연구원 특허기술상 금상'(2022), '차세대 세계일류상품'(2024)에 이어, 2026년 새해 국내 최고 권위의 'IR52 장영실상' 수상 제품으로 선정되며 식품 바이오 분야에서 독보적인 기술력을 공식 인정받았다.



일본에 출시한 애터미오롯의 OSGS 제품 '애터미 GMZ'

2030년 매출 2,000억 목표

애터미오롯은 새해를 맞아 미래 청사진이 담긴 '비전 2030'을 발표했다. 글로벌 실적으로 입증한 성장 동력을 바탕으로 K-푸드의 세계화를 가속화하고, 전략적 시장 확대를 통해 2030년 매출 2,000억 원을 달성한다는 목표다.

박지훈 대표이사는 "노니와 같은 고부가가치 건강지향 식품 개발과 B2B 원료 유통 비즈니스를 본격화하겠다."고 밝혔다. 이를 위해 노니의 유효성분인 다당체 추출물의 면역 활성 강화를 비롯해 제품을 지속적으로 업그레이드하고, 노니를 활용한 화장품, 샴푸, 마스크팩 등 미용 제품군도 선보일 계획이다.

또한 노니 다당체 추출물의 면역 기반 개별인정형 원료 등록을 위한 임상을 진행 중이며, 7종 복합유산균과 새싹대양귀리분말 등 경쟁사가 모방하기 힘든 신소재 개발에도 힘을 쏟고 있다. 나아가 당뇨와 암 등 질병 코드에 맞춘 천연물 소재와 근력 개선 기능성 신소재를 개발하며 경쟁력을 강화하고 있다. 최근 출시된 '포스트바이오틱스 코어밸런스 5000' 역시 독자적인 특허 유산균 배합 기술이 적용된 사례다.

글로벌·스마트팜 사업본부 신설로 현지화 박차

글로벌 공략을 위해 지난해 '글로벌 사업본부'와 '스마트팜 사업본부'를 신설했다. 각국의 우수한 원료를 오롯의 기술로 제품화해 유통하는 OSGS(Orot Sourcing Global Sales) 전략을 강화하며, 그 1호 제품인 건강지향 식품 '애터미 GMZ'를 일본에서 출시하기도 했다. 또한 '애터미오롯 차이나'를 중화권 거점으로 삼아 현지 니즈를 반영한 제품을 개발하고, 향후 아시아와 미주로 지사를 확대할 방침이다.

미래 먹거리를 위한 스마트팜 사업은 중국과 캄보디아까지 확장을 준비하고 있다. 기후 변화와 관계없이 고품질 원료를 안정적으로 수급할 체계를 갖추기 위함이다.

R&D 역량과 ESG 경영으로 지속 가능한 미래 준비

연구개발 기업으로서 SCI급 논문과 각종 특허 확보 등 지적재산권 확보에도 주력하고 있다. 중국 절강대, 일본 오비히로대 등 해외 기관과 발효노니 및 유산균 공동연구를 진행 중이며, 연구원들의 역량 강화를 위한 교육 지원도 확대해 나가고 있다.

지속 가능한 미래를 위해 ESG 경영에도 속도를 내고 있다. 친환경 라벨 용지 사용 확대 및 노니 파손 방지 완충제를 리사이클링 종이로 변경하는 것을 검토 중이다.

'균형 잡힌 영양을 오롯이 담은 건강하고 우수한 식품 연구 개발'을 이념으로 출발해 한국을 넘어 세계인의 건강을 책임지고 있는 애터미오롯의 꿈은 명확하다. 안심하고 먹을 수 있는 바른 식품을 통해 인류의 행복한 삶과 식문화 발전에 이바지하고, 일상 속 올바른 식품 섭취로 인체가 스스로 건강을 관리할 수 있는 새로운 건강 솔루션을 만들어 글로벌 헬스케어의 새로운 표준이 되겠다는 포부다.



애터미오롯 스마트팜 시설

피로를 이겨 내는 힘, 코트 위에 서다

헤모힘과 대한민국 배드민턴 국가대표 팀의 만남

배드민턴은 '순간의 스포츠'다. 셔틀콕이 네트를 넘는 찰나, 점프와 착지, 방향 전환이 반복된다. 한 경기에서 수백 번의 폭발적인 움직임이 이어진다. 국제 무대에서 정상급 기량을 유지하기 위해서는 기술만큼이나 중요한 것이 체력과 회복 능력이다. 애터미와 콜마비앤에이치는 대한배드민턴협회와 협약을 체결하고 2026년 3월부터 2029년 2월까지 3년간 국가대표 선수단에 헤모힘을 제공하며 면역과 피로 관리 기반을 지원한다. 이 기간에는 2026년 아시안게임과 2028년 올림픽이 포함된다. 세계 최고 무대를 향한 준비의 시간에, 헤모힘이 컨디션 관리의 한 축을 맡게 됐다.

진천선수촌에서 열린 협약식 현장

2월 25일 충북 진천 국가대표 선수촌 오륜관. 협약식에 앞서 오전 훈련이 한창이었다. 새 유니폼을 착용한 선수들이 코트를 가로지르며 스매시와 드라이브를 반복했다. 세계 랭킹 1위 남자복식조 서승재·김원호 선수와 세계랭킹 1위 안세영 선수가 훈련을 이어 갔다. 오렌지와 블랙, 화이트 컬러가 교차하는 하의 한쪽에는 'HEMOHIM' 로고가 선명하게 새겨져 있었다. 오후 협약식에서는 서명식과 유니폼 전달식, 국가대표 선수단과의 단체 촬영이 이어졌다. 선수단과 관계자들이 한자리에 모인 순간, 코트 위에서 보았던 긴장감은 결의로 바뀌었다. 윤용순 애터미 대표이사는 "국책 연구로 시작해서 지금까지 성장해 온 헤모힘이, 이제 대한민국을 대표하는 선수들의 건강 관리에 함께하게 되어 뜻깊다."며 "국민 건강 증진에 기여해 온 제품인 만큼, 국가대표 선수들의 준비 과정에도 도움이 되길 바란다."라고 말했다.

헤모힘, 스포츠 수행과 회복 능력의 과학

운동선수들에게 피로는 단순한 피곤함이 아니다. 누적된 피로는 근육 반응 속도, 집중력, 회복 능력에 영향을 미치며 경기력과 직결된다. 헤모힘은 국내 최초로 면역 기능 개선과 피로 개선 기능을 동시에 확보한 2중 기능성 원료다. 서울대학교 체육교육과 송욱 교수는 '헤모힘 피로 개선 연구' 발표를 통해 헤모힘이 FSS(피로심각도 척도) 평가에서 정신적·육체적 피로도를 유의하게 개선했으며, 특히 육체적 피로 개선 효과가 두드러졌다고 밝혔다. 동시에 항산화 활성 증가 등 생리적 지표의 변화도 확인됐다고 덧붙였다. 또한 헤모힘은 반도핑 인증을 획득해 국제 대회에 출전하는 엘리트 선수들이 안심하고 섭취할 수 있는 안전성을 갖췄다.



후원 협약식에 참석한 (왼쪽부터) 윤용순 애터미 대표이사, 김동문 대한배드민턴협회장, 이승화 콜마비앤에이치 대표이사



여자단식 세계 1위 안세영 선수

세계 정상의 준비를 뒷받침하다

이번 협약을 통해 제공되는 지원은 국가대표 및 연령별 유소년 대표팀 강화 훈련, 국제 대회 파견, 국내·국제 대회 개최 등에 활용된다. 김동문 대한배드민턴협회 회장은 "국가대표 선수들이 국제 무대에서 최고의 기량을 발휘하기 위해서는 체계적인 건강 관리가 필수적"이라며 "과학적 근거와 안전성을 갖춘 제품이 함께하게 된 것은 선수단에 큰 힘이 될 것"이라고 밝혔다.

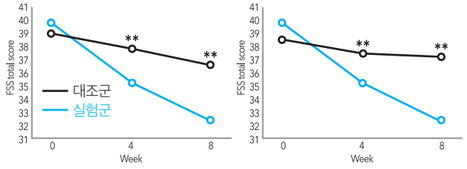
세계 무대에서 또 다시 증명될 힘

헤모힘은 단일 제품으로 누적 매출 3조 원을 기록하며 시장에서 경쟁력을 입증해 온 제품이다. 국내를 넘어 해외 주요 시장에서도 영향력을 확대해 왔다. 배드민턴은 중국, 말레이시아, 인도네시아 등 아시아 강국을 중심으로 세계 무대를 이끌고 있는 종목이다. 특히 중국의 배드민턴 인구는 약 2억 5천만 명에 이르는 것으로 알려져 있으며, 국내에서도 약 400만 명의 생활체육 인구를 보유한 대표 종목이다. 이처럼 대중적 기반이 두터운 종목인 만큼, 국제 대회 성과는 방송과 디지털 플랫폼을 통해 전 세계로 확산된다. 이 과정에서 헤모힘 역시 글로벌 차원의 직간접적 노출 효과를 기대할 수 있다. 글로벌 시장에서 축적해 온 브랜드 역량이 이제 엘리트 스포츠 현장이라는 새로운 영역과 연결되고 있다. 시장에서 다져 온 경쟁력이 이러한 환경에서 어떤 성과로 이어질지 관심이 모인다.

헤모힘당귀등혼합추출물 피로개선 인체적용시험

* 송 욱 교수(서울대학교 체육교육과)

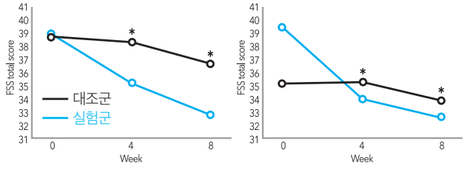
피로도 척도 FSS(Fatigue severity scale)



총점 유의적 개선

'피로 때문에 신체적 활동이 감소된다' 항목 유의적 개선

다차원피로척도 MFI(Multidimensional fatigue inventory)



총점 유의적 개선

'나는 쉽게 피곤해진다' 항목 유의적 개선


남자복식 세계 1위 서승재(좌), 김원호(우) 선수



Editor _정재학

300여 명의 리더들 대상으로 진행된 AI 워크숍 현장

FIELD ❸

빠르게 배우고, 즉시 실행하며, 깊이 몰입한다

AI부터 제품체험 교육까지… 2026 캐치프레이즈 '결단의 속도 그리고 몰입' 확산

2026년 1분기, 애터미 현장이 빠르게 움직이고 있다. 올해의 캐치프레이즈인 '결단의 속도 그리고 몰입'이 구호를 넘어 실제 실행으로 이어지면서, 회원들의 활동 방식에도 변화가 나타나고 있다. 리더사업자들이 먼저 실천에 나서며 회원들을 이끌고, 각 센터는 특성화 프로그램을 통해 실전 중심의 학습과 활동을 강화하고 있다. 배우고 바로 적용하며 깊이 몰입하는 것. 지금 애터미 현장에서 펼쳐지고 있는 변화의 핵심이다.

배워서 바로 써먹는 AI교육

2026년 애터미 사업 현장 변화의 중심에는 단연 AI 교육의 확산이 있다. AI 기술이 빠르게 일상과 비즈니스에 스며들면서, 회원들은 AI를 배우고 직접 사업에 적용하려는 움직임을 본격화하고 있다.

특히 리더 사업자들이 다양한 AI 프로그램을 직접 경험한 뒤 그 필요성과 활용 노하우를 공유하며 학습 문화를 주도하고 있다. AI 활용이 아직 익숙하지 않은 파트너들을 위한 지원도 강화되고 있다. 일부 센터에서는 AI 학습 시간을 정례화해 회원들이 함께 실습하며 배우는 환경을 마련하고, 새로운 도구를 부담 없이 익힐 수 있도록 돕고 있다.

학습 방식 역시 철저히 실전 중심이다. 숏폼 영상 제작, 사업 홍보 이미지 제작 등 현장에서 바로 활용할 수 있는 콘텐츠를 직접 만들어 내는 데 초점을 맞추고 있다.

이러한 흐름에 발맞춰 애터미 본사도 회원 대상 AI 역량 강화에 나섰다. 지난 2월에는 약 300여 명의 리더들이 참석한 가운데 AI 워크숍을 개최해 임직원과 회원들





AI 워크숍에 참여한 회원들(좌)과 회원들이 직접 생성한 결과물 우수사례(우)

의 AI 활용 사례를 공유하고, 사업 설명·제품 소개·해외 개척 등에 적용할 수 있는 현장 실습 프로그램을 진행했다. 이번 프로그램을 총괄한 영상팀 김태원 전무는 "회원들이 부담 없이 시도하고 함께 배우는 과정 속에서 AI 활용 역량을 높이고, 이를 각자의 사업 경쟁력으로 발전시키는 계기가 되길 바란다."라고 말했다.

뷰티데이·건강영양데이 등 체험형 프로그램 확대

회원들의 전문성을 높이기 위한 체험형 프로그램도 확대했다. 애터미 센터에서는 지난해부터 운영해 온 '뷰티데이'에 이어, 올해부터 '건강영양데이'를 새롭게 도입하며 체험 중심 교육을 강화하고 있다.

본사는 체계적인 강의와 학습 자료를 제공하고, 각 센터는 이를 기반으로 하여 자율적으로 프로그램을 진행한다. 센터별 특성에 맞춘 다양한 체험형 클래스 운영을 통해 회원들이 현장에서 직접 경험을 쌓고 전문성을 갖춘 인재로 성장할 수 있도록 돕고 있다.

건강영양데이는 혈당 관리, 면역 밸런스, 120세 시대 건강 관리 등 현대인의 주요 건강 관심사를 중심으로 구성된다. 제품 소개를 넘어 생활 속에서 실천할 수 있는 생활 밀착형 건강 관리 솔루션을 제안하며, 장 건강, 두뇌 건강, 구강 건강 등으로 세분화해 회원들이 분야별 전문성을 갖추고 고객을 체계적으로 케어할 수 있도록 지원한다.

뷰티데이는 스킨케어 커리큘럼을 중심으로 진행된다. 피부에 대한 이해부터 제품 활용 방법, 관리 루틴 설계까지 단계적으로 학습하며, 실제 현장에서 활용할 수 있는 실무 능력을 키우는 데 초점을 맞춘다.

프로그램 운영의 핵심은 '선택과 집중'이다. 모든 분야를 한 사람이 담당하기보다 팀원들의 강점에 맞춰 역할을 분담하는 방식이 강조된다. 누군가는 건강 전문가로, 또 다른 누군가는 뷰티 마스터로 성장하며 팀 전체의 전문성을 확장해 가고 있다.

'결단의 속도 그리고 몰입'이 만드는 현장의 변화

회원들은 배운 내용을 곧바로 현장에 활용하고, 체험을 콘텐츠로 확장해 사업 활동과 연결하고 있다. 이를 통해 자신만의 방식으로 새로운 성과를 만들어 가고 있다.

리더사업자의 역할도 더욱 중요해지고 있다. 현장의 변화를 누구보다 먼저 체감하는 리더들이 배움과 실천의 연결 고리가 되어 팀을 이끌며, 파트너들의 새로운 시도에 자신감을 가질 수 있도록 돕고 있다. 빠르게 배우고 즉시 실행하며 깊이 몰입하는 문화가 2026년 애터미 현장의 새로운 성장 흐름을 만들고 있다.

CH.ATOMY



[채널애터미 > 사업자료 > 제품데이]에서 모든 강의자료를 만나볼 수 있다



애터미 중국 석세스아카데미 현장

글로벌 직접판매시장, 봄기운 돈다

글로벌 핵심 시장 집중, 중장년·고령층 판매원 영향력 확대

Editor _정재학

국가별 시장 평균 성장률 4.6%로 상승

직접판매세계연맹(WFDSA)이 발표한 '2024년 글로벌 연간 직접판매 통계 데이터 보고서'에 따르면, 2024년 글로벌 직접판매 총매출은 1,639억 달러로 집계됐다.

이는 최근 3년간 연속적인 마이너스 성장세에서 -0.05% 보합 수준으로 마감된 수치이다. 글로벌 전문 시장조사 기관 프리시던스 리서치에 따르면 2026년도 직접판매 시장의 예상 규모는 2,575억 달러로 2035년까지 연평균 성장률 7.24%를 기록할 것으로 전망했다.

국가별 시장의 평균 성장률을 살펴보면 긍정적인 변화가 더욱 뚜렷하다. 2024년 국가별 평균 성장률은 4.6%를 기록하며 2022년(-5.4%)과 2023년(0.7%) 대비 확연한 개선세를 보였다. 특히 아르헨티나, 러시아, 브라질 등 다수 국가가 뚜렷한 성장을 보이며 전 세계 시장의 분위기 반전을 이끌고 있다.

애터미, 글로벌 핵심 시장 10개국에 모두 진출

국가별로는 미국과 독일, 중국, 한국, 말레이시아가 2024년 직접판매 시장 상위 5개국으로 집계됐다. 이들 국가를 포함한 상위 10개국이 전 세계 직접판매 매출의 78%를 차지하며, 글로벌 시장이 일부 핵심 국가에 집중되어 있음을 보여 준다.

애터미는 이들 상위 10개 시장에 모두 진출해 있는데, 이는 글로벌 직접판매 산업의 핵심 축에서 확고한 입지를 다지고 있음을 의미한다. 앞으로 애터미는 페루·칠레 등 남미를 비롯해 아프리카와 중동 시장 진출도 검토하며 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 확대해 나갈 전망이다.

글로벌 시장 구조를 살펴보면, 아시아·태평양과 미주 지역이 전체 매출의 77% 이상을 차지하며 양대 축을 형성

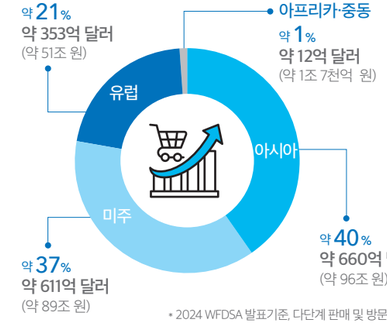
전 세계 상위 10개 직접판매 시장

1위 미국	6위 일본
2위 독일	7위 브라질
3위 중국	8위 멕시코
4위 한국	9위 프랑스
5위 말레이시아	10위 대만



• 2024 WFDSA 발표 기준

글로벌 직접판매시장 지역별 시장 점유율



• 2024 WFDSA 발표기준, 다단계 판매 및 방문판매 합산

하고 있다. 한편 애터미 해외 지역의 2024년 대비 2025년 성장률을 보면 유럽 70%, 브라질 54%, 콜롬비아 47%, 러시아 44%, 일본 23%, 중국 18% 등 주요 시장에서 높은 성장률을 기록하며 글로벌 시장에서의 성장세를 이어 가고 있다.

아시아·태평양은 웰니스·생활용품, 미주는 뷰티&퍼스널케어 강세

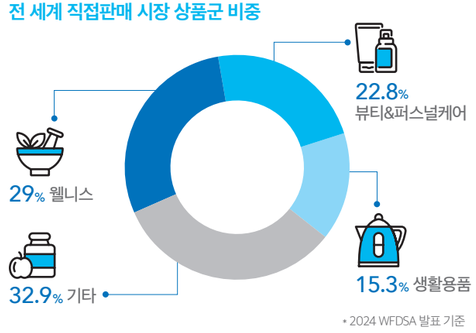
글로벌 직접판매 시장에서 가장 강력한 경쟁력을 갖고 있는 상품 카테고리는 어떤 것일까? 2024년 기준, 글로벌 직접판매 시장은 웰니스(29.0%), 뷰티&퍼스널케어(22.8%), 생활용품(15.3%)이 전체 매출의 67.1%를 차지하며 시장을 주도했다. 세 개 카테고리만으로도 전체의 3분의 2 이상을 형성하는 구조다. 건강과 자기 관리, 일상 소비재가 직접판매 산업의 중심축을 이루고 있음을 보여 준다.

지역별로 살펴보면 더욱 뚜렷한 차이가 나타난다. 아시아·태평양 지역은 웰니스(43.2%)와 생활용품(22.9%) 중심의 구조를 보이며, 건강과 실용 소비가 강세를 나타낸다. 반면 미주 지역은 뷰티&퍼스널케어(30.3%) 비중이 가장 높아, 외모 관리에 좀 더 높은 관심을 갖고 있는 것으로 보인다. 유럽은 웰니스(17.1%), 뷰티&퍼스널케어(14.2%), 생활용품(13.3%)이 비교적 균형을 이루고 있다.

나이 들수록 존재감 커진다… 4050 이상이 직접판매시장 주도

2024년 기준 45~54세 판매원 비율이 22.8%에서 24.1%로, 55세 이상 비율은 24.8%에서 28.4%로 높아지는 등

전 세계 직접판매 시장 상품군 비중



• 2024 WFDSA 발표 기준

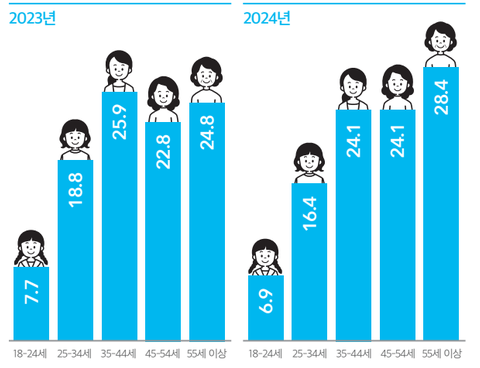
4050 세대 및 고령층의 비율이 지속적으로 확대되는 추세다. 반면 18~24세는 6.9%, 25~34세는 16.4%, 35~44세는 24.1%로, 이 연령대의 비율은 다소 감소했다.

이는 전 세계적 고령화 추세와 맞닿아 있다. 중장년·고령층 비중 확대, 평균 수명 연장 등 사회적 요인이 맞물리며 시니어층 비중이 빠르게 증가하고 있다.

실제로 World Bank에 따르면 OECD 국가의 65세 이상 인구 비중은 2010년 14.4%에서 2023년 18.2%로 높아졌다. 이러한 인구 구조 변화는 노동시장 전반에 영향을 미치며, 직접판매 시장에서도 시니어층 확대가 구조적 흐름으로 자리 잡고 있다.

특히 네트워크마케팅은 창업 초기 비용과 진입 장벽이 비교적 낮고, 신뢰 기반의 관계 형성이 중요한 직접판매 구조로 인해, 풍부한 경험과 네트워크를 갖춘 중장년층에게 적합한 환경으로 평가된다.

직접판매 판매원 연령대별 비율 (단위 : %)



• 2024 WFDSA 발표 기준

Speed of Decision and Absolute Immersion
결단의 속도로 몰입하는 글로벌 현장

애터미의 27개 글로벌 법인은 서로 다른 언어와 문화 속에서도, '성공'을 향한 열망만큼은 하나로 통한다. 2026년 애터미의 새 캐치프레이즈인 '결단의 속도, 그리고 몰입'을 가슴에 품고 뜨겁게 타오른 글로벌 석세스아카데미의 순간들을 기록했다. 국경을 넘어 서로 닮아 있는 회원들의 반짝이는 눈빛, 그 감동의 현장을 지금 만나 보자.

사훈 제창으로 성공을 위한 결단을 외치다

애터미의 모든 세미나는 사훈 제창으로 시작한다. 성공이라는 목적을 가지고 세미나장에 모인 글로벌 회원들은 애터미언즈라는 이름으로 각자의 비전을 생각한다. 지역은 달라도 성공자가 될 거라는 하나의 결단을 우렁차게 외치며 석세스아카데미 막을 연다.


필리핀


말레이시아


말레이시아



태국

인생시나리오를 통해 비전의 바퀴를 키우다

애터미 회원들은 오늘도 인생시나리오를 통해 자신의 성공을 설계한다. 문화는 달라도 성공을 향한 몰입은 국경이 없다. '결단의 속도 그리고 몰입'이라는 올해의 가치 아래, 반복되는 실행력으로 성공의 주인공이 되어 보자. 비전의 바퀴가 가득 채워지는 그날이 머지않았다.



말레이시아


말레이시아


일본


일본


일본


태국


태국

성공이라는 엔터테인먼트, 석세스아카데미

세미나장에 모인 글로벌 애터미언즈의 눈빛은 성공을 향한 열망으로 하나되어 빛난다. 애터미 석세스아카데미는 전 세계 27개 법인에서 펼쳐지는 글로벌 스케일의 성공 축제로, 성공자의 비전과 제품 소개, 다양한 공연 등이 무대 위에서 펼쳐진다. 다만, 이 축제의 진짜 주인공은 무대 위의 누군가가 아니라 현장에서 함께 호흡하는 애터미언즈이다.


대만


대만


일본


미국


캄보디아


태국



태국


멕시코


말레이시아

꿈이 실현되는 승급식 무대

승급식 무대는 성공을 향해 한 발짝 더 다가선 동료들을 축하하며, 미래의 성공자가 된 자신의 모습을 생생하게 그려 보는 시간이다. 해외에서도 첫 임페리얼마스터 1호가 탄생했듯, 애터미의 성공은 지역, 성별, 나이에 국한하지 않고 누구에게나 열려 있다. 다음 승급식 무대의 주인공은 바로 당신이 될 수 있도록, 올 한 해를 성공을 위한 뜨거운 몰입의 시간으로 만들어 보자.


필리핀


멕시코



말레이시아

‘10가구 중 8가구 섭취’ 건강기능식품, 일상 속 필수품 됐다

시장 현황과 소비자 구매 성향으로 본 산업의 방향

한국건강기능식품협회가 발표한 ‘2025 건강기능식품 시장 현황 및 소비자 실태조사’에 따르면, 2025년 국내 건강기능식품 시장 규모는 약 6조 원, 최근 5년간 연평균 5.1%의 성장률을 기록하며 계속된 성장 흐름을 이어가고 있다. 또한 가장 최근에 발표된 세계 건강기능식품 시장 규모는 약 1,947억 7천만 달러(한화 약 264조 원)로 전년 대비 5.5% 성장했다. 경기 둔화와 대외 불확실성 속에서도 건강에 대한 예방적 관리 수요가 확대되면서 세계 건강기능식품 시장 역시 견고한 성장세를 유지하고 있다. 이제는 건강기능식품이 '선택제'에서 '일상 소비재'로 전환되었다고 해도 과언이 아니다.

Editor _ 이은미



애터미 건강기능식품들

10가구 중 8가구가 구매

전국(제주 제외) 6,700가구를 대상으로 한 조사 결과, 최근 1년 내 건강기능식품 구매 경험률은 83.6%로 최근 5년 내 최고치를 기록했다. 이는 10가구 중 8가구 이상이 최소 한 번 이상 건강기능식품을 구매했다는 의미다. 시장이 특정 연령층이나 일부 가구에 한정된 소비 단계를 넘어 거의 전 가구 단위로 확산되었음을 보여 준다.

최근 1년 내 건강기능식품 구매 경험률

83.6%



구매 경험률이 이미 80%를 상회하는 상황에서 향후 성장은 신규 소비자 증가보다는 재구매, 복수 품목 구매, 객단가 상승에 의해 좌우될 가능성이 높다.

이는 건강기능식품의 산업 구조가 ‘확장기’에서 ‘성숙기’로 이동하고 있음을 시사하며, 더 이상 특정 가구만 구매하는 좁은 시장이 아니라 대다수의 가구가 구매에 참여하는 보편적 시장으로 자리잡았음을 의미한다.

현대인의 건강 고민, 1위 면역 증진, 2위 피로 회복

실제로 소비자들이 개선하고 싶은 건강 문제 1위는 면역력 증진(21.4%), 2위는 피로 회복(18.5%), 3위는 항노화(16.5%)로 나타났다. 현대인의 핵심 건강 관심사가 ‘면역’과 ‘피로’에 집중되어 있으며, 실제로 피로 회복을 위해 건강기능식품을 섭취한 소비자가 가장 많았다. 이는 분명한 목적을 가지고 건강기능식품을 소비하는 소비 트렌드를 반영한다.

글로벌 시장 기준 건강기능식품 품목별 점유율을 보면, 비타민·미네랄 제품이 37.9%로 가장 큰 비중을 차지한다. 이어 스포츠·스페셜티 제품이 37.1%, 허브·보타니칼 제품이 25.1%를 기록하고 있다. 특정 품목이 독점적으로 우위를 점하는 구조가 아니라, 주요 카테고리가 비교적

건강기능식품을 통해 개선하고 싶은 건강 문제

1위 면역력 증진



2위 피로회복



3위 항노화



4위 눈 건강



5위 전반적 건강증진



면역력 증진

1위	70대	30.6
2위	60대	21.4
3위	50대	20.8
4위	40대	20.4
5위	30대	19.5
6위	20대	19.3

피로회복

1위	20대	28.9
2위	30대	23.9
3위	40대	20.1
4위	50대	17.7
5위	60대	10.0
6위	70대	9.3

(Base: 향후 섭취 의향이 있는 응답자 2,898명 / 단위 : %)



면역증진과 피로회복 이중기능성 건강기능식품으로 현대인의 건강고민에 최적의 솔루션인 애터미 헤모힘

균형 있게 분포하는 양상이다.

비타민·미네랄은 여전히 기본 건강 관리 제품군으로서 시장의 저변을 형성한다. 반면 스포츠·스페셜티 제품의 높은 점유율은 소비가 구체적인 건강 개선의 목적을 가지고 있음을 보여 준다고 할 수 있다.

기존에는 종합비타민으로 대표되던 건강기능식품의 품목 구성은 점점 세분화되고 있으며, 소비자는 자신의 건강 고민에 맞춘 목적형 제품을 선택하는 경향을 보인다. 이는 소비자들의 선택이 특화 제품으로 확장되며 시장이 고도화되고 있음을 의미한다.

구매 시 가장 많이 확인하는 것은 '성분 함량'

건강기능식품 구매 시 소비자들이 가장 많이 확인하는 비교 기준은 '성분 함량(57.3%)'이다. 이어 가격(53.4%), 브랜드 신뢰도(45.8%)가 중요한 판단 요소로 나타났다. 가장 높은 비율을 기록한 성분 함량은 소비자가 제품의 실질적 효능과 구성에 주목하고 있음을 보여 준다. 이는 단순히 유명세나 광고에 의존하는 소비가 아니라, 제품 라벨과 성분표를 직접 비교하는 정보 기반 소비가 확산되고 있음을 의미한다.

가격 역시 50% 이상이 고려하는 요소다. 고물가 환경 속에서 소비자는 '가성비'를 면밀히 따진다. 건강에 대한 투자는 유지하되, 합리적 선택을 추구하는 태도가 뚜렷하다.

브랜드 신뢰도 또한 45.8%로 높은 비중을 차지한다. 결국 소비자는 성분과 가격이라는 객관적 요소와 함께 브랜드에 대한 신뢰를 동시에 고려한다. 건강기능식품은 건강을 위한 섭취 제품이라는 특성상 안전성과 신뢰성이 핵심 전제이기 때문이다.

이러한 소비자들의 조건에 비추어 볼 때 시장에서 애터미가 갖는 강점은 분명하다. 절대품질 절대가격 전략으로 소비자를 만족시키며, 장기간 흔들리지 않은 브랜드의 신뢰성은 소비자들의 선택을 받기에 충분하다.

경험자의 추천이 브랜드의 신뢰도를 만든다

브랜드 선택 기준을 보면 '믿을 수 있는 상표(35.2%)', '잘 알려진 제품(35.2%)', '유명 브랜드(32.0%)'가 주요 요인으로 나타났다. 여기에 '주변 추천(31.1%)' 역시 높은 비중을 차지한다.

특히 주변 추천이 30%를 넘는다는 점은 의미가 크다. 건강기능식품은 직접 섭취하는 제품이기 때문에 타인의 경험과 평가가 구매 결정에 큰 영향을 미친다.

광고와 프로모션이 초기 인지도를 형성한다면, 실제로 구매 전환을 이끄는 것은 신뢰와 경험이다. 한 번의 긍정적 섭취 경험은 재구매로 이어지고, 이는 다시 추천으로 확산되는 구조를 형성한다.

결국 브랜드 경쟁력은 단기적 마케팅 효과가 아니라 장기적 신뢰 축적에서 비롯된다. 시장이 성숙할수록 소비자는 더 심사숙고하며 브랜드를 선택하고, 신뢰 기반 브랜드에 집중되는 현상은 강화될 가능성이 높다.

여기에서 중요하게 여겨지는 세 가지 '믿을 수 있는 상표', '주변의 추천', '기존 섭취 경험'은 모두 애터미 사업 모델과 직결되는 요소다. 특히 건강기능식품은 직접 섭취하는 제품 특성상 신뢰의 중요성이 절대적이다. 제품에 대한 긍정적인 경험은 브랜드에 대한 신뢰를 구축하고 재구매와 추천으로 이어진다. 그리고 이는 신규 소비자 유입으로 확장된다. 결국 시장은 대규모 광고보다 '경험 → 신뢰 → 추천'의 선순환 구조를 갖춘 브랜드에 유리하게 작용하게 된다.

글로벌 시장 규모는 미국·중국·유럽 순

세계 건강기능식품 시장 규모는 약 1,947억 7천만 달러(약 264조 원)로 전년 대비 5.5% 성장했다. 이는 국내 시장 성장률을 상회하는 수치로, 글로벌 시장 역시 꾸준히 성장하고 있으며 건강기능식품 시장의 가능성을 엿볼 수 있게 한다.

지역별로는 미국이 최대 시장을 형성하고 있으며, 중국과 유럽이 뒤를 잇는다. 특히 인도는 향후 가장 높은 성장률이 기대되는 국가로 부상하고 있다. 라틴아메리카와 중동 또한 높은 성장 잠재력을 보이며 주목받고 있다.

글로벌 시장의 무게 중심이 기존 선진국에서 신흥국으로 점차 확대되는 흐름은 향후 산업 지형 변화를 예고한다. 예방 중심의 건강 관리 트렌드는 국가와 지역을 초월해 확산되고 있으며, 건강기능식품은 이를 반영하는 대표 산업으로 자리 잡았다.

결국 건강기능식품 산업의 핵심은 '성장 그 자체'가 아니라, 성숙한 시장 안에서 얼마나 정교하게 소비자 신뢰를 구축하고 유지하느냐에 달려 있다. 시장은 커졌고, 소비자는 더욱 똑똑해졌다. 애터미의 높은 소비자 신뢰도와 절대품질 절대가격의 경쟁력은 고도화된 국내 및 세계 시장의 소비자들에게도 효과적으로 작용할 것이다.

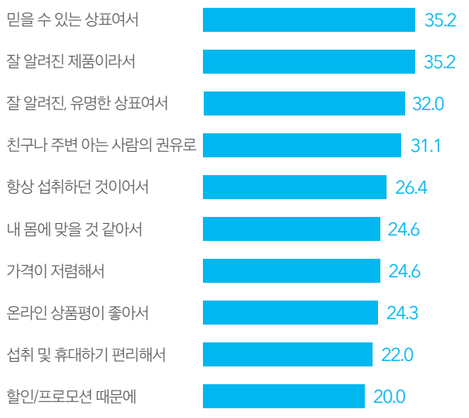
건강기능식품 비교 기준



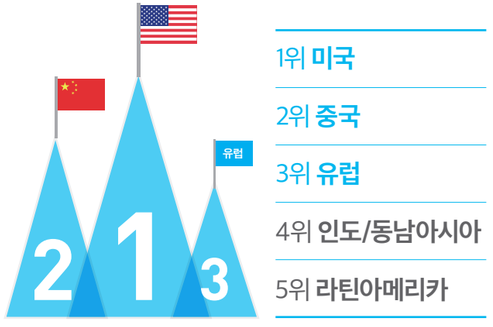
• Base : 최근 1년 구입 시 제품 비교자 1,433명

브랜드 선택 이유(응답자 특성별)

(Base: 최근 1년 건강기능식품 구입자 2,120명 / 단위 : %)



세계 건강기능식품 지역별 시장 점유율 TOP5



세계 건강기능식품 지역별 시장 예상 성장률 TOP5



포스트바이오틱스 (Postbiotics)와 장건강



최근 장 건강에 대한 관심이 높아지면서 단순히 '유산균' 하나만 챙기던 프로바이오틱스(Probiotics) 시대를 넘어, 유산균의 먹이인 프리바이오틱스(Prebiotics)와 프로바이오틱스의 최종 결과물인 불활성화된 유산균 자체(사균체)와 각종 생리활성물질까지 고려하는 포스트바이오틱스(Postbiotics)까지, 장 건강을 위한 복합적이고 다중적인 바이오틱스(Biotics)가 주목받고 있다.

차세대 유산균 Biotics 제품, 포스트바이오틱스

포스트바이오틱스는 한마디로 '유익균인 프로바이오틱스가 그 먹이인 프리바이오틱스를 소화하고 증식 및 발효 과정을 통해 만들어 낸 건강에 유익한 최종 결과물'로, 배양 과정에서 생성한 유익한 대사산물을 포함하는 복합적인 제제로 간주된다.[1]

과거에는 살아 있는 유익균(생균)인 프로바이오틱스가 장에 들어가 생존하는 것만이 장 내 마이크로바이옴(Gut Microbiome) 및 장 건강에 효과가 있는 것으로 생각했다. 하지만 많은 연구 결과를 통해 살아있는 균이 아니라 그 성분과 대사산물만으로도 장내 생태계를 재구축하고 면역력을 강화할 수 있다는 사실이 밝혀졌으며, 이를 토대로 새롭게 개발된 것이 바로 포스트바이오틱스로 더욱 안전하고 효율적인 차세대 바이오틱스로 주목받고 있다.[1]

바이오틱스 패밀리의 비교 및 포스트바이오틱스의 장점

프로바이오틱스와 프리바이오틱스 및 포스트바이오틱스는 장내 미생물 생태계에서 서로 다른 역할을 수행하며, 상호 보완적인 관계에 있다.

프로바이오틱스: 장 건강을 지켜 주는 살아 있는 균대 역할을 하는 것으로, '적절한 양을 섭취했을 때 건강상 이점을 주는 살아 있는 미생물'을 말하며, 유산균 음료나 캡슐 형태의 생균 제품이 대표적이다. 장내에 정착하여 유해균과 싸우고 유익한 환경을 조성하는 역할을 한다.

프리바이오틱스: 프로바이오틱스의 먹이 역할을 하는 것으로 장내 유익균 및 프로바이오틱스가 선택적으로 이용하게 하여 장 건강에 도움을 주는 역할을 한다. 주로 식이섬유(이눌린, 프락토올리고당 등)가 대표적이다. 프로바이오틱스와 장 내 유익균이 잘 자랄 수 있도록 돕는 환경 조성제라고 볼 수 있다.

포스트바이오틱스: 프로바이오틱스가 프리바이오틱스를 먹고 증식 및 발효 과정을 통해 만들어 낸 건강에 유익한 최종 결과물로 여기엔 그들의 사균체도 포함한다. 즉, 장내에서 미생물이 활동한 결과로 나타나는 '효과' 자체를 직접 섭취하는 방식으로, 생균이 아니므로 안정성이 매우 높고, 위산이나 담즙산에 의해 파괴되지 않고 장까지 도달하여 즉각적인 생물학적 활성과 면역 활성을 나타낼 수 있다.

바이오틱스 패밀리의 비교

구분	프로바이오틱스 (Probiotics)	프리바이오틱스 (Prebiotics)	포스트바이오틱스 (Postbiotics)
구성	살아있는 미생물 (생균)	유익균의 먹이 (비소화성 섬유질)	인체에 건강상 효능이 입증된 미생물의 사체 또는 사체와 대사산물을 포함하는 구성물
주요 작용 및 역할	· 장내 정착 및 활성 대사산물 생성 · 장 마이크로바이옴 균형 유도	유익균 증식 유도를 통한 장 마이크로바이옴 균형 유도	· 장 마이크로바이옴 균형 유도 · 면역 조절 및 장벽 강화 (직접 작용)
대표 사례	락토바실러스, 비피도박테리움 등	이눌린, FOS, GOS 등	사균체, 단쇄지방산(SCFA), 박테리오신 등

포스트바이오틱스 장점

1. 높은 안정성: 생균인 프로바이오틱스는 장까지 살아남기 어려워 이를 극복하기 위해 캡슐 처리 같은 다양한 기술이 적용된다. 하지만 포스트바이오틱스는 이미 대사가 끝난 상태이거나 열처리된 상태이므로 파괴되지 않고 100% 장까지 도달한다. 실온 보관이 가능하다는 것도 큰 장점이다. 감염에 대한 높은 안전성으로 인해 면역 저하자도 감염 우려 없이 섭취 가능하다.

2. 빠른 효과: 프로바이오틱스는 장에 정착하고 먹이를 먹고 증식하여 대사 물질을 만들어내기까지 시간이 소요되고, 개인의 장내 환경(pH, 기존 균총의 상태)에 따라 생산되는 포스트바이오틱스의 양과 질이 큰 차이를 보인다. 반면 포스트바이오틱스는 유효 성분을 직접 섭취하는 것이기 때문에 장내 균총의 상태와 상관 없이 균일하고 높은 농도의 유효 성분을 직접 전달해 장내 환경 개선과 면역 활성 속도가 매우 빠르다.

포스트바이오틱스와 프리·프로바이오틱스의 상호 작용 및 시너지 효과

장내 마이크로바이옴 시스템 내에서 이 세 가지 '바이오틱스'는 단독으로 존재할 때보다 함께 작용할 때 훨씬 강력한 효과를 발휘한다. 이러한 상호 작용 메커니즘을 이해하는 것은 현대적인 건강 관리의 핵심이라고 볼 수 있다.

바이오틱스 생태계의 선순환 구조: 일반적인 건강한 장 내에서는 다음과 같은 세 가지 바이오틱스의 선순환 과정이 일어나게 된다. ㄱ) 사용자가 식이 섬유가 풍부한 프리바이오틱스를 섭취하게 되면[2], ㄴ) 장 내 유익균과 외부에서 섭취된 프로바이오틱스가 이 프리바이오틱스를 먹고 증식 및 발효를 시작하게 된다.[3] ㄷ) 증식 및 발효 과정에서 건강에 유익한 대사산물과 증식된 프로바이오틱스의 균체 및 세포 파편들이 생성되는데, 이것이 불활성화 과정을 거쳐 포스트바이오틱스가 될 수 있다.[4] 결국 포스트바이오틱스는 장내 미생물 활동의 정점이자 결실이라고 할 수 있다. 장 건강을 위해서는 이 세 가지 바이오틱스를 함께 섭취하여 효능 향상이라는 시너지를 극대화시키는 것이 바람직하다.[5]



포스트바이오틱스의 역할



나임정 ㈜애터미오룻 연구소장
신현동 베름㈜ 연구소장

[참고문헌]
1) ISAPP consensus statement on the definition and scope of postbiotics (2021)
2) An overview of postbiotics: unveiling their distinct role in gut health. Food and Agricultural Immunology, 2024, 35.1: 2434463.
3) The Rise of Postbiotics for Gut Health - News-Medical
4) Postbiotics and their biotherapeutic potential for chronic disease and their feature perspective: a review. Frontiers in Microbiomes, 2025, 4: 1489339.
5) https://www.newfoodmagazine.com/article/263280/positioning-prebiotics-postbiotics-and-fermentates-in-gut-health-innovation/

건강한 장이 만드는 건강한 라이프

애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000

최근 장 건강에 대한 관심이 높아지면서, 유산균 섭취로 장 건강을 관리하는 것을 넘어 장 환경을 안정적으로 개선하려는 소비자가 늘고 있다. 애터미는 이러한 소비자 니즈에 맞춰 장 환경 관리를 위한 새로운 접근법으로 애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000을 선보인다.



장 건강이 일상 컨디션을 좌우한다.

장은 흔히 '제2의 뇌'라고 불리며, 음식물 소화뿐 아니라 면역 기능에도 중요한 역할을 하며 장과 신경계의 연관성 또한 꾸준히 언급되어 왔다. 이 때문에 장은 오래전부터 신체 전반의 균형과 컨디션 관리 측면에서 중요한 역할을 하는 기관으로 여겨져 왔다.

하지만 현대인의 장은 불규칙한 식사, 가공식품 위주의 식단, 잦은 외식과 스트레스 등으로 균형을 잃기 쉽다. 이러한 이유로 최근에는 장을 단순히 '관리해야 할 기관'이 아닌, '꾸준히 돌봐야 할 환경'으로 인식하는 경향이 커지고 있다.

장내 균형엔 포스트바이오틱스

시중의 유산균 관련 제품은 프로바이오틱스(살아있는 유익균), 프리바이오틱스(유익균의 먹이가 되는 성분), 포스트바이오틱스(유익균의 대사산물 또는 열처리된 균체 성분)로 나눠 볼 수 있다.

흔히 섭취하는 프로바이오틱스는 살아 있는 균이기 때문에 섭취 시 열과 위산의 영향으로 장까지 도달하는 생존율이 관건이다. 한편, 유익균의 먹이 역할을 하는 프리바이오틱스는 유익균 자체의 수가 적을 경우 기대하는 작용을 얻기 어려울 수 있다.

이런 이유로 유산균을 먹어도 특별한 변화를 보지 못했다면 장내 환경을 의심해 봐야 한다. 장 환경이 균형을 잃은 상태에서는 유익균이 충분히 자리 잡기까지 시간이 필요할 수 있기 때문이다.

포스트바이오틱스는 이러한 상황의 대안이 될 수 있다. 유익균이 장내에서 생성한 대사산물과 유효 성분으로, 장까지 안정적으로 도달해 장내 균형 형성에 직접적인 영향을 준다.

유산균을 먹어도 체감을 못 하던 사람이라면 포스트바이오틱스로 장내 환경을 관리하는 것이 현명한 선택지가 될 수 있을 것이다.

왜 애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000인가?

애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000은 포스트바이오틱스 전문 기업 베름의 기술력을 기반으로, 1포당 5,000억 Cell[1]의 고함량 포스트바이오틱스를 담았다. 단순히 배합한 것이 아니라, 균의 형태와 성분을 유지한 채 사균화하는 특수 열처리 공정을 적용해 안정성과 밀도를 동시에 확보했다.

메인 균주로 사용된 beLP1은 다양한 연구 자료를 통해 장 환경과 관련된 특성이 보고된 바 있다. 애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000은 김치, 모유, 포도, 치즈 등 서로 다른 특성을 가진 7종의 포스트바이오틱스를 배합하고 발효 식이 섬유 성분, 식물 유래 부원료를 함께 구성해서 장 환경을 다각도로 고려했다. 이러한 포스트바이오틱스는 좋은 균의 먹이가 되고, 장벽을 튼튼하게 하며 장 속 면역 시스템을 깨워 장 환경을 개선하고 결과적으로 우리의 일상 컨디션을 끌어올리는 데 도움을 준다.

또한 입안에서 천천히 녹는 분말 제형과 상큼한 블루베리 맛으로, 장 관련 제품에 부담을 느끼는 소비자도 비교적 편안하게 섭취할 수 있다.

장 건강은 단기간에 결과를 기대하기보다, 일상 속에서 꾸준히 관리해 나가는 영역에 가깝다. 유익균 보충에 더해 장 환경을 바라보는 새로운 접근을 찾고 있다면, 애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000이 좋은 선택지가 될 것이다.

1) Cell : 물리적으로 존재하는 균체의 수를 측정하는 단위로, 살아있는 상태가 아닌 열처리를 통해 사멸시킨 사균체의 개별 개수를 의미

애터미 포스트바이오틱스 코어밸런스 5000의 특별함

특수 열처리 공정	검증된 효능	세포 구조 기능 유지	고농도 포스트바이오틱스	프리바이오틱스	유익한 부원료
생균의 형태와 성분 유지	7가지 다양한 기능을 가진 사균 조합	세포벽이 살아있는 사균	총 15조 셀 1포 5,000억 셀	신바이오글루칸	오니로

7종의 포스트바이오틱스 배합

Lactiplantibacillus plantarum beLP1
특허 항염증, 항산화, 항균, 피부 기능 개선
연구중 장내 유익균 증식/장 불편감 완화/체지방 감소
유래 김치

Lacticaseibacillus casei beLPC1
연구중 정장, 면역
유래 모유

Limosilactobacillus fermentum LM1020
특허 월경전증후군 완화
유래 발효 반죽

Lactobacillus acidophilus beLAC1
연구중 정장, 면역
유래 포도

Bifidobacterium animalis subsp. Lactis LM1017
특허 아토피, 피부염 예방
유래 유아 분변

Lacticaseibacillus rhamnosus LM1011
특허 피부미용
유래 치즈

Lacticaseibacillus paracasei LM1010
특허 비만, 당뇨병 예방
유래 치즈

이렇게 섭취하세요



1일 1포, 식사 시간과 관계없이 섭취



따뜻한 음료 또는 찬 음료에 함께 섭취 가능



슬림바디쉐이크와 함께 섭취

이런 분들에게 권해요

- 장 관련 제품을 꾸준히 섭취해도 효과가 없으셨던 분
- 불규칙한 식습관이나 생활 패턴으로 장 컨디션 관리가 필요한 분
- 섭취 시간이나 보관 조건에 크게 구애받지 않는 제품을 찾는 분
- 일상적인 장 관리 습관을 만들고 싶은 분
- 다이어트를 하며 장 건강 관리를 하고 싶으신 분

이런 점을 기대해 볼 수 있어요

(개인에 따라 차이가 있을 수 있습니다)

"식후나 공복 구분 없이 먹기 편하네요."
"일상적인 컨디션 관리 차원에서 선택했어요."
"다이어트 중의 장 건강에 도움이 됐어요"

피부 본연의 힘을 길러 근본부터 탄탄하게

애터미 스킨케어 시스템 더페임, 업그레이드 리뉴얼 출시

2026년 4월, 애터미 스킨케어 시스템 더페임이 전면 리뉴얼된다. 창립 이후 꾸준히 사랑받아 온 대표 제품인 만큼 이번 변화에 대한 소비자의 관심이 뜨겁다. 최근 급부상한 슬로우에이징(저속노화) 트렌드에 맞춰 피부 본연의 힘을 길러 주는 '피부 근본 케어 솔루션'으로 진화한 스킨케어 시스템 더페임을 만나보자.



Editor_이정선

변치 않는 아름다움, 변치 않는 명성

'스킨케어 시스템 더페임'의 전신인 '스킨케어 6시스템'은 출시 당시 한국원자력연구원 기술을 바탕으로 탄생한 프리미엄 화장품으로 큰 주목을 받았다. 이는 애터미의 절대품질 절대가격의 경영 철학을 본격적으로 구현한 제품으로, 브랜드 정체성을 확립한 상징적 사례로 평가된다. 2019년 3월 '스킨케어 시스템 더페임'으로 재탄생한 이후에도 브랜드 가치를 한층 확장하며 성장세를 이어갔다. 두 제품은 16년간 누적 판매량 7,000만 개를 넘어서는 성과를 기록하며 애터미 스킨케어를 대표하는 핵심 주력 상품으로 자리매김했다.

피부 본연의 힘을 키우는 '피부 근본 케어 솔루션'

새로운 더페임은 더 정밀한 설계를 통해 피부 본연의 힘을 길러 주는 '피부 근본 케어 솔루션'으로 진화했다. 슬로우에이징을 위한 피부 건강지표인 수분력, 피부 톤, 탄력, 피부 결, 윤기를 개선한 저자극 화장품으로, 16년간 사랑받은 애터미의 제품 철학에 최신 피부 과학을 더해 완성했다. 애터미만의 4대 핵심 기술과 신소재를 적용해 자연스럽게 아름답고 건강한 피부로 완성하는 애터미 스킨케어 시스템 더페임의 리뉴얼 포인트와 더욱 특별해진 장점을 정리해 보자.

애터미 스킨케어 시스템 더페임 변천사



Technology 더 정밀하게, 더 깊숙이 스며드는 4대 신기술

오랜 명성을 이어온 한국원자력연구원의 4대 기술

고농도 정제 기술

한국원자력연구원 생명공학 센터의 오랜 연구 끝에 개발된 고순도 정제 기술

녹차 건조과정에서 생겨나는 산화물질과 갈변 현상을 차단하고 농축된 고함량의 유효 성분을 추출

후레쉬 바이오 기술

신선한 생허브에서 유효 성분을 고함량 추출하는 콜마 BNH(주)만의 독보적인 기술

7가지의 신선한 허브를 당일 채취, 당일 가공하여 고농도, 고함량의 유효 성분을 추출하는 과학기술. 건조한 허브 대비 항상화 활성 성분 22배 증가

발효 기술

애터미 독자 균주를 이용해 핵심 성분을 미세하게 분해하여 피부 흡수력을 향상시키는 기술

3단계의 공정과 100시간 최적 조건을 통해 피부 자극 최소화 및 피부 흡수력 향상

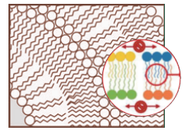
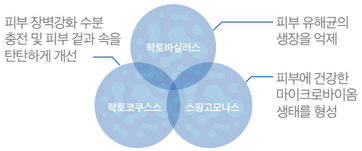
슬로우 다중캡슐 기술

인지질 유사 핵심 성분을 나노캡슐로 안정화시켜 핵심 성분의 피부 전달력을 향상시켜 주는 기술

생분해성 고분자 히알루론산으로 두 번 코팅한 나노캡슐이 유효 성분을 24시간 동안 서서히 방출하여 핵심 성분을 장시간 전달하고 지속적 피부 효능을 나타내며, 피부 자극은 최소화

혁신적으로 업그레이드된 신소재

표피를 지나 진피까지 도달할 수 있는 20k Da 이하의 차세대 히알루론산과 영국산 최상급 고순도 판테놀 등 5가지 신소재를 추가하여, 보습부터 탄력, 장벽 케어까지 한 번에

구분	성분	효과	
	스펙트럼 히알루론산	**20k Da[1] 이하의 저분자 히알루론산이 스펙트럼으로 존재하는 차세대 히알루론산** · 자신의 무게보다 약 1,000배의 수분을 끌어당기는 대표 보습 성분	
멀티 케어	고순도 판테놀	**영국산 최상급 고순도 판테놀과 판토락톤의 복합체** · 보습·진정·재생 등 피부 치료에 다양한 피부 효능, 효과	
	롱체인 세라마이드	**자연계에서 존재하는 가장 긴 울트라 롱 체인 천연 세라마이드** · 일반 세라마이드가 메꾸지 못하는 피부 장벽의 빈틈을 꼼꼼하고 확실하게 커버	
장벽 케어	Youth Biome™	**20대의 건강한 피부에서 선별한 마이크로바이옴** · 유익균이 감소한 50대 피부 속 미생물 균형을 맞춰 탄탄한 장벽을 유지하고 외부 자극·유해 요소로부터 피부를 보호	
탄력 강화	2종 탄력 펩타이드	**콜라겐 생성 펩타이드와 콜라겐 연결 강화 펩타이드의 결합으로 탄력 시너지 UP!** · Tricoll Booster: 탄탄한 콜라겐 매트리스 구조 완성, 콜라겐 합성 촉진 · Proliphil Peptide: 콜라겐 합성을 하는 효소 활성 증가 (* 페이스 앤 아이 세럼에만 함)	

1) 히알루론산은 분자의 크기에 따라 '저분자'와 '고분자'로 나눌 수 있는데, 분자의 크기가 50킬로달톤(KDa) 이하인 것을 저분자 히알루론산으로 구분하고, 분자량이 600킬로달톤(KDa) 이상이면 고분자 히알루론산으로 분류한다. 평균 분자량이 높으면 분자량이 낮은 히알루론산에 비해 피부 흡수가 어렵다. 따라서 피부의 흡수율을 고려하면 저분자 히알루론산을 사용하는 것이 다소 이득이 있다.

Product 5단계에서 4단계로, 비움으로써 채워진 '스마트 루틴'

단계는 줄이고, 효능은 더 확실하게 응축

5종에서 4종으로 스킨케어 단계를 간소화하면서도 각 제품의 역할은 강화하여 핵심 기능을 더 밀도 있게 전달

STEP 1

속 보습, 피부 결, 톤 케어



더페임 트리트먼트 토너

사용 직후 수분 밀도를 31.55% 개선해 피부 속부터 차오르는 매끈하고 빛나는 피부로 부스팅

- 5가지 수용성 보습제 적용
  · 보습 성분 함량을 기존 대비 2배로 증가
  · 끈적임 없이 가볍고 빠르게 흡수해 즉각적인 수분 충전 및 피부 진정
- 더 오래 지속되는 수분 지속력
  · Skin Moisturizing System으로 수분 증발을 방지해, 피부 겉부터 속까지 차곡차곡 쌓이는 수분으로 보습력 UP

▶ **이런 분께 추천합니다!** → 건조 피부/피부 속 당김/강력한 보습/촉촉 진정/부드러운 피부결

STEP 2

주름 관리, 피부 탄력

미백/주름 개선 2중 기능성 화장품



더페임 페이스 앤 아이 세럼

눈가부터 목주름까지 한 번에 케어하는 고농축 이중 탄력 세럼

- 기존 세럼의 한계를 넘어선 퍼펙트 세럼
  · Skin Tightening Technology 적용으로 입자 사이즈는 작게, 피부 위 수분막을 형성해 쫀쫀한 사용감 및 탄력감 부여
  · 고농축 영양 세럼이면서 끈적임 없이 흡수
- 이중 펩타이드로 탄력 UP
  · 프로리필 펩타이드와 트리콜부스터로 콜라겐 합성을 촉진하고 느슨해진 피부 장벽을 촘촘하게 연결해 피부 탄력을 부여

▶ **이런 분께 추천합니다!** → 지·복합성 피부/수분 부족/탄력이 무너진 피부/꾸준한 탄력 관리

STEP 3

유수분 밸런스, 피부 보습



더페임 밸런싱 로션

무너진 피부 유수분 밸런스를 되살리는 진짜 보습의 힘

- 과학적으로 설계된 최적의 밸런스
  · 수상보습제 함량 2배 증가와 오일 에몰리언트들의 최적 조합
  · 피부 표면에서 번들거리는 유분감 없이 촉촉한 수분감 전달
- 라멜라 액정 유화 시스템
  · 피부 지질구조와 유사한 자연 유래 유화제로 피부 친화적이고 빠르게 흡수
  · 피부 표면에 균일한 보습막을 형성해 보습 성분을 효과적으로 전달
- 4계절 내내 사용하는 편안한 보습 케어
  · 실키스킨베리어 공법으로 EWG 그린 등급의 안전성이 검증된 실리콘 오일 사용
  · 부드럽고 쫀쫀하게 피부에 밀착되어 보습 마무리로 피부 결 정돈

▶ **이런 분께 추천합니다!** → 건조 피부/민감성 피부/꾸준한 보습 관리/유수분 밸런스

STEP 4

보습 장벽, 탄력 장벽

주름 개선 기능성 화장품



더페임 베리어 크림

보습과 탄력을 동시에 잡는 장벽 강화 마무리 크림

- 피부 겹겹이 탄탄하게 세워지는 피부 장벽
  · 얇고 쫀쫀하게 밀착되어 깊고 오래가는 탄력과 보습 효과 선사 임상시험 결과 2주 만에 피부 수분량 40.33% 개선,
- 답답하지 않게 빈틈을 채우는 영양크림
  · 호호바에스터(수분 유지, 장벽 기능 강화), 해바라기씨 왁스(풍부한 단백질, 건강한 피부 개선) 등 식물성 왁스 성분으로 얇고 부드러운 롤링감과 자연 친화적인 영양감 부여
  · 다양한 에몰리언트(연화제, 수분 증발 방지) 조합과 Wax Butter Technology로 피부 온도에서 부드럽게 녹아드는 발림성 임상시험 결과 2주 후 경피 수분 손실량 53.52% 감소

▶ **이런 분께 추천합니다!** → 민감성 피부/장벽이 무너진 피부/꾸준한 탄력&장벽 관리

수치로 증명된 변화, 지속 가능한 아름다움

더페임 4종 세트 4주 사용 후 결과

슬로우에이징을 위한 피부 건강 지표(수분력/피부 톤/탄력/결/윤기)개선

피부 톤 균일도	피부결(거칠기)	피부 윤기	피부 탄력	피부 수분량
21.32% 개선	13.80% 개선	24.52% 개선	7.84% 개선	25.3% 개선

· 시험 기관: ㈜마리디엠 / · 시험 기간: 2025. 10. 27 ~ 2025. 11. 28
· 시험 대상자 수: 39~60세 성인 여성 20명, '애터미 더페임 4종 시리즈' 병행사용에 대한 인체피부 건강 지표[피부 톤, 결, 탄력, 윤기] 및 보습 개선효과 평가시험

참가자 전원, 4주 사용 후 만족도 100%

피부 만족도 100%

피부가 촉촉하고 건조함이 줄어들었다	100%	전반적으로 피부가 한 층 힘있어진 느낌이다	100%
피부 탄력이 개선되어 밀도가 채워졌다	100%	전체적인 만족도	100%
사용 후에 피부가 쫀쫀해지고 탄력감이 느껴진다	100%	이 제품을 추천하고 싶다	100%

피부 저자극 테스트 완료

엄격한 기준과 절차로 높은 신뢰도를 자랑하는 독일 피부과학연구소 더마테스트 'Excellent' 등급 획득으로, 민감하고 예민한 피부도 안심하고 사용할 수 있다.

DERMA TEST 인증의 의미
- ☑ 피부에 자극을 줄 가능성이 있는 성분을 배제한 안심할 수 있는 제품
- ☑ 사용 후 피부 알러지나 자극이 발생할 확률이 낮은 제품
- ☑ 다양한 타입의 피실험군에 대한 맞춤 테스트를 통과해 안정성을 확보한 제품

INTERVIEW



김은지
애터미 브랜드 매니저

Q. 스킨케어시스템 더페임 리뉴얼의 핵심은?

애터미의 제품 철학을 대표적으로 보여 주는 화장품 중 하나로써, 그동안 쌓아 온 명성을 이어 가기 위해 기존의 핵심 기술은 유지하고 더욱 진화된 소재들을 적용해 리뉴얼했습니다.

Q. 리뉴얼을 진행하면서 가장 중점을 둔 부분은?

피부 장벽 강화와 슬로우에이징에 초점을 맞췄습니다. 노화가 시작된 후 관리하는 것이 아니라, 지금의 건강한 피부를 오래도록 지킬 수 있는 화장품을 만들었습니다. 이를 위해 유효 성분 전달에 집중하면서도, 매일 부담 없이 쓸 수 있는 사용감을 목표로 제형을 조정했습니다. 더 가볍고 흡수는 빠르지만, 마무리는 탄탄하게 남도록 했습니다. 기존 더페임 사용자라면 흡수 속도, 끈적임 감소, 피부 탄력에서 많은 차이를 느끼게 될 것입니다. 특히 피부가 편안해졌다고 느낄 수 있을 것입니다.

Q. 5종에서 4종으로 줄어들면서, 효능도 줄어들까 걱정하는 소비자에게 하고 싶은 말은?

단계를 줄이면서도 피부에 필요한 핵심 기능은 더 확실하게 전달되도록 했습니다. 제품별 역할을 명확히 정리해 효과를 집중했습니다. 인체 적용 시험에서도 나타났듯이 2~4주 사용 시 보습감, 피부 결, 탄력, 피부 톤과 윤기 면에서 확실한 개선 효과를 경험하게 될 것입니다. 특히 효능이 집중된 아이크림을 얼굴 전체에 사용할 수 있도록 설계해 30대부터 탄력 관리를 할 수 있도록 했습니다.

Q. 이번에 리뉴얼된 더페임에 적용된 다른 특별한 기술이 있다면?

기존 4대 기술 중 하나였던 '다중 액정 캡슐 기술'을 이중 쉘(Shell) 구조로 감싸 유효성분을 보다 안전하게 보호하고 효과적으로 흡수될 수 있는 '슬로우 다중 캡슐 기술'로 업그레이드했습니다. 특히, '서방형 방출 시스템'을 적용한 것이 이번 리뉴얼의 핵심입니다. 유효성분이 함유된 다중 캡슐이 피부 속에서 서서히 방출되도록 설계해, 피부 자극은 최소화하고 유효성분은 충분히 피부가 받아들일 수 있도록 돕습니다. 이는 단순한 전달 기술을 넘어, 장벽 강화까지 고려한 전달 시스템으로 유효성분의 안정성, 전달력, 지속력까지 정교하게 설계한 진화된 캡슐 기술입니다.

주름부터 색소 침착까지 더 깊고 정확하게 케어하자

작은 패치 하나로 시작되는 차이, 아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치

애터미 홈 에스테틱의 대표 제품인 아크로패스 라인리프터가 새로운 기술과 새로운 성분을 적용해 '아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치'로 재탄생했다. 떠오르는 안티에이징 성분인 PDRN과 특허받은 마이크로니들 기술인 '마이크로콘'을 적용한 새로운 아크로패스를 만나보자.



바르는 '연어 주사' PDRN 열풍

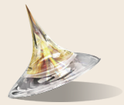
요즘 피부과·성형외과 시술에서 가장 많이 언급되는 주사가 있다. 바로 연어 주사다. 주름 개선에 효과적이라는 연어 주사의 핵심 성분은 PDRN(폴리데옥시리보뉴클레오티드나트륨)으로 연어의 생식 세포에서 추출한 DNA 조각을 잘게 쪼개서 피부 겉면을 통과하여 잘 스며들 수 있도록 저분자 형태로 가공한 것이다.

주로 피부 재생과 회복을 목적으로 피부과 시술이나 전문 의약품 영역에서 주로 쓰였던 PDRN 효과가 알려지면서, 뷰티 업계도 PDRN 성분을 활용한 화장품 개발에 공을 들이고 있다. PDRN은 화장품 외에도 점안액(인공눈물), 상처 치료제에 주로 사용되고 있어, 한때 인공눈물을 얼굴에 바르는 이들이 늘면서 가격이 폭등하고 품절되는 해프닝도 있었다.

실제로 PDRN은 강력한 재생 및 상처 치유 능력이 있어서 세포 재생을 촉진해 손상된 피부 장벽을 빠르게 복구하고, 흉터나 시술 후 예민해진 피부 회복에 탁월하다. 또 진피층의 콜라겐 합성을 유도해 느슨해진 피부 탄력을 촘촘하게 채워 주고 잔주름을 개선한다. 이런 효과들로 인해 최근에는 고가의 시술 대신 집에서 직접 홈케어를 통해 효과를 느끼고 싶어 하는 소비자들도 많아지고 있다.

집에서 관리하는 연어 주사 성분 홈케어
아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치의 특별함

1. 집중 주름, 탄력, 미백 개선 처방 설계



- PDRN, 5가지 비타민, 보톡스 유사 펩타이드의 시너지 처방으로 주름부터 색소 침착까지 한 번에 해결!
- 히알루론산(Hyaluronic Acid): 자기 무게의 1,000배에 달하는 물을 끌어당기는 초강력 수분 자석으로 수분과 탄력을 동시에 개선
- 보톡스 유사 펩타이드(아세틸옥타펩타이드3, 알지닌라이신폴리펩타이드, 팔미토일트리펩타이드5): 피부 속 빈 공간을 탄탄하게 채워 주름 완화 및 탄력 개선에 도움

2. 마이크로콘의 깊고 정확한 흡수력

- **마이크로콘(Microcone)이란?**
  통증 없는 초 미세바늘로 고형화된 유효성분을 피부 내로 전달하는 신기술
  - 머리카락 1/3~1/4 굵기의 미세한 침
  - 매우 얇지만, 피부에 들어갈 정도의 강도를 가지고 있어 직접 피부에 화장품 효능을 전달
  - 피부 속으로 투과 시 유효성분들이 피부 속 수분에 녹아 흡수



- **특허받은 마이크로콘 제조 방식**
  라파스 제조 기술(DEN): UV나 열을 사용하지 않고 상온 제조하여 다양한 성분을 손실 없이 온전하게 고형화하는 특허 제조 기술

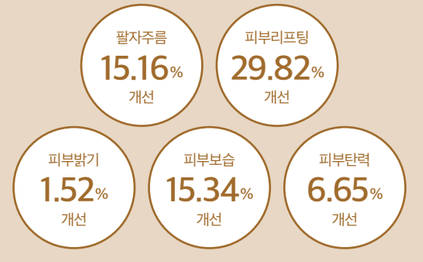


3. 미간 주름에 특화된 T자형 패치



(기존)아크로패스 라인리프터 | 아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치

4. 인체 적용 시험으로 입증된 안티에이징 효과



- ☑ 주름·리프팅·밝기·보습·탄력
- ☑ 피부 노화를 결정 짓는 5가지 핵심 지표로 증명된 즉각적인 안티에이징 효과
- ☑ 제품 4주 사용하여 사용 전과 비교한 값. 개인차 있을 수 있음

• 시험 기관 : (주)큐티스의생명연구센터 / 시험 기간 : 2025. 12. 24~2026. 01. 21 / 시험 대상자 : 30~59세 성인 여성 20명 '애터미 아크로패스 라인리프터 V5 마이크로콘 패치'의 안티에이징에 대한 인체적용시험

- 주름·보습·밝기·리프팅·탄력
- 피부 노화를 결정짓는 5가지 핵심 지표로 증명된 즉각적인 안티에이징 효과

소비자 리뷰

A ★★★★★

세안 후 물기 없는 피부에 먼저 아크로패스를 부착하고 위에 평소처럼 스킨케어 제품 바르고 잤어요. 자고 일어나서 떼어 보니 니들이 다 녹아 매끈해져 있어 정말 신기했습니다. 패치 붙이고 안 움직이는 게 중요한 것 같아 자기 전에 사용하는 게 제일 좋은 것 같아요. 핫한 성분인 PDRN을 니들로 피부 속에 직접 투여해 주는 것 같아 효과가 더 좋은 느낌이에요! 꾸준히 사용해 더 예뻐져 보겠어요!

B ★★★★★

기존보다 가격도 착해지고 필요 부위에 부착할 수 있어 너무 만족합니다. 3일 동안 사용했을 때 옅은 눈가 잔주름은 확실히 개선된 것을 확인했습니다. 깊은 주름은 5회면 효과를 많이 볼 수 있을 것 같아요!

C ★★★★★

팔자주름에 2시간 부착 후 떼어봤는데 정말 눈에 띄게 많이 옅어졌어요!! 패치 붙이고 선크림도 발라봤는데 패치가 들뜨지 않고 착! 밀착되어 고정력에 너무 좋아 놀라웠습니다. 평소에 팔자주름, 목주름이 고민이었는데 꾸준히 사용해 보겠습니다.

당신의 장(腸)에 가장 친절한 해답, 애터미 유산균 4종 솔루션



"건강의 시작은 장에서부터"라는 말은 이제 상식이 되었다. 하지만 저마다 라이프스타일이 다르듯, 우리 장내 마이크로바이옴의 생태계 역시 제각각이다. '많이' 먹는 것이 중요한 게 아니라, '나에게 필요한' 균주와 배합을 고르는 지혜가 필요한 시대다. 애터미는 온 가족의 기초 장 건강을 책임지는 가성비의 정석 '애터미 프로바이오틱스 10플러스 친생 유산균'부터, 100억 보장 균수의 스펙을 자랑하는 프리미엄 '애터미 SCI 마이크로바이옴', 여성만의 섬세한 고민을 담은 '애터미 더블유 이너밸런스', 우리 아이의 건강한 성장과 정상적인 면역기능까지 고려한 '애터미 키즈 프로바이오틱스'까지 탄탄한 라인업을 완성했다. 무엇을 선택해야 할지 고민인 당신을 위해, 애터미 유산균 4종의 정교한 설계와 핵심을 한눈에 비교했다. 오는 당신의 컨디션에 딱 맞는 '인생 유산균'을 지금 확인해보자.

장 부위별로 서식하는
균주를 고려한 12종 배합

애터미 프로바이오틱스 10플러스 친생유산균



₩ 56,800원 (PV) 21,500pv(4개월 분)

판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

주 원 료 | 프로바이오틱스 12종, 30억 CFU/1포
식품유형 | 건강기능식품
제품특징 | 4개월 분 대용량으로 가성비가 가장 뛰어난 애터미의 대표적인 유산균 제품. 유산균 입문용으로 추천
추천대상 | 온 가족 데일리 장 건강 관리를 원하는 분

전 균주가 SCI 논문에 등재된
검증된 균주+4종 코팅기술

애터미 SCI 마이크로바이옴



₩ 52,000원 (PV) 26,000pv(2개월 분)

판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

주 원 료 | SCI 프로바이오틱스 8종, 100억 CFU/1캡슐
식품유형 | 건강기능식품
제품특징 | 식약처 고시 1일 최대 함량인 100억 CFU보장

듀얼 코팅 기술로 생존율을 높인 7종 균주와
아연, 비타민D의 배합

애터미 키즈 프로바이오틱스



₩ 29,800원 (PV) 15,000pv(1개월 분)

판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

주 원 료 | 프로바이오틱스 7종+아연+비타민D, 20억 CFU/1포
식품유형 | 건강기능식품
제품특징 | 아이들이 좋아하는 바나나 맛. 정상적인 면역기능(아연)과 뼈 건강(비타민D)이 포함된 3중 기능성 건강기능식품
추천대상 | 성장기 어린이

두 균주의 복합물,
UREX 유산균

애터미 더블유 이너밸런스



₩ 43,800원 (PV) 18,000pv(45일 분)

판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

주 원 료 | UREX 프로바이오틱스, 10억 CFU/1캡슐
식품유형 | 건강기능식품
제품특징 | 여성의 장 건강과 질 건강을 동시에 케어하는 개별인정형 원료인 UREX 유산균 함유
추천대상 | 바쁜 일상 속 건강 밸런스를 유지하고 싶은 여성

KHFF 한국건강기능식품협회에서 광고심의 받은 광고물입니다.

임신 준비부터 출산 후까지 필수 건강기능식품 총정리

임신과 출산 시기별 맞춤 건강기능식품 섭취 가이드

임신과 출산이라는 여정은 여성의 몸과 마음이 큰 변화를 겪는 중요한 시기다. 이 시기에는 태아의 건강한 성장과 엄마의 체력 유지를 위해 '균형 잡힌 성분 섭취'가 필수다. 하지만 음식만으로는 필요한 성분을 충분히 섭취하기 어려워 시기별로 적절한 건강기능식품 보충이 권장된다.



애터미와 함께하는 임신 시기별 맞춤 성분 솔루션

* 개인마다 반응이 다를 수 있으므로 전문의와 상담 후 섭취를 권장합니다.

추천 제품[1]	권장 섭취량	특징 및 기능	섭취 안내	섭취 시기			
				임신 준비기 (3~6개월 전)	임신 초기 (1~12주)	임신 중후기 (13주~출산 전)	수유기
애터미 SCI 마이크로바이옴	1일 1캡슐	· 특허 받은 프로바이오틱스 8종 함유 · 장까지 살아가는 4중 코팅 특허 기술로 더 많은 프로바이오틱스가 장까지 살아서 도달 · 하루 1캡슐로 100억 CFU 섭취(프로바이오틱스 식약처 고시 1일 섭취량 최대 함량)	장 건강을 위해 전 기간 꾸준히 섭취를 권장합니다.				
애터미 레몬 유래 엽산	1일 1정	· 태아 신경관의 정상 발달과 세포 및 혈액 생성에 도움 · 임신 준비기부터 수유기까지 필수 영양소 · 엽산과 비타민B6 B12를 함께 담은 3중 복합 기능성 포뮬러	태아 신경관의 정상 발달을 위해 유기농 엽산에 집중합니다. (프로팩타민과 중복 복용 불가)				
애터미 메가 비타민 D3K2	1일 1캡슐	· 비타민D는 소장에서 칼슘 흡수를 증가시켜 혈액 속 칼슘 농도 항상성 유지 · 비타민K2는 뼈의 구성에 필요 · 체내 흡수율이 높은 햇빛비타민D3와 저온 초임계로 추출한 비타민K2	비타민D 수치가 매우 낮을 경우 전문가 상의 후 섭취합니다. (프로팩타민과 중복 복용 불가)				
애터미 프로팩타민	1일 2캡슐	· 비타민D는 소장에서 칼슘 흡수를 증가시켜 혈액 속 칼슘 농도 항상성 유지 · 비타민K2는 뼈의 구성에 필요 · 체내 흡수율이 높은 햇빛비타민D3와 저온 초임계로 추출한 비타민K2	중기부터는 멀티비타민을 정량(2알) 섭취합니다.				
애터미 철분	1일 1포	· 체내에서 자연 생성되지 않아 외부로부터 규칙적으로 섭취해 줘야 하는 필수 영양소 · 체내 산소 운반과 혈액·에너지 생성에 필요	아침 공복 섭취를 추천하며, 프로팩타민과 병용 시 임산부 권장량(20.9mg)을 충족합니다.				
애터미 알티지 오메가3	1일 2캡슐	· 하루 2캡슐로 챙기는 혈행 건강 눈 건강 · 글리세롤에 불포화지방산만을 붙여 순도와 흡수율, 생체 이용률이 높은 깨끗하고 투명한 rTG 오메가3	지용성 성분으로 식후 섭취를 권장합니다.				
애터미 트리플 업 프로틴	1일 2포	· 필수 아미노산을 모두 함유한 프리미엄 단백질 · 분리 대두, 분리 유청, 카제인 단백질 등의 고품질 원료 · 소화 속도를 고려한 과학적인 배합비 설계	수유기에 급증하는 단백질 요구량을 채우기 위해 추가 보충이 필요합니다.				
애터미 트리액티브 칼마디	1일 3정	· 칼슘, 마그네슘, 비타민D, 비타민K, 구리, 망간 등 6종의 종합 영양소를 한 번에 보충 · 칼슘 흡수율을 고려한 칼슘 : 마그네슘 = 2 : 1의 이상적인 배합비	철분과 칼슘 섭취 시 서로 흡수를 방해할 수 있으므로 철분을 피해 저녁 이후 섭취를 권장합니다.				

1) **제조사**: 콜마비앤에이치(주) / **유통사**: 애터미(주)

한국건강기능식품협회에서 광고심의 받은 광고물입니다.



애터미 SCI 마이크로바이옴
52,000원 (PV) 26,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

애터미 철분
24,000원 (PV) 9,500pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)세종3공장

애터미 트리플 업 프로틴
46,800원 (PV) 23,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

애터미 알티지 오메가3
34,800원 (PV) 14,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

애터미 트리액티브 칼마디
22,800원 (PV) 11,500pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

애터미 레몬 유래 엽산
14,800원 (PV) 6,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)세종3공장

애터미 프로팩타민
37,800원 (PV) 19,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

애터미 메가 비타민 D3K2
18,800원 (PV) 9,000pv
판매원 | 애터미(주)
제조원 | 콜마비앤에이치(주)음성공장

17년 차 전업주부에서 연봉 4억 사업자로

세 아이의 행복을 지키기 위한 생존의 선택, 박지연 크라운마스터

세 아이를 키우며 17년간 집과 교회만을 오가며 살았던 전업주부의 삶. 남편과의 불화로 아이들을 책임지며 홀로서야 하는 상황에서 애터미의 존재는 절대적인 힘이 되어 주었다. 살림밖에 모르던 평범한 주부였지만, 이제는 전 세계의 파트너들과 해외 사업을 개척해 나가는 사업자로 성장했다.

현모양처를 꿈꾸던 전업주부

박지연 크라운마스터의 어린 시절 꿈은 현모양처였다. 대학 시절 캠퍼스 커플로 만난 남편과 가정을 꾸렸을 때만 해도 그 꿈은 어렵지 않게 이룰 수 있을 것이라 믿었다.

세 아이를 키우며 17년간 전업주부로 살았지만 꿈꾸었던 행복한 가정과는 거리가 멀었다. 남편은 술에 취해 새벽에 귀가하는 날이 잦았고, 그런 날이면 가족을 향한 폭언과 폭력이 반복됐다. 아이들과 함께 남편으로부터 독립하고 싶었지만, 경제력이 없는 마흔다섯 살의 전업주부가 할 수 있는 일은 아무것도 없었다.

소비만 했을 뿐인데 수당 입금

그러던 중 우연히 아들 친구 엄마를 통해 애터미를 전달받았다. 얼마 전 딸과 함께 사용하며 품질에 만족하고 있던 화장품이 애터미였다는 사실을 그제야 알게 됐다. 사업에 대한 이야기는 들어도 잘 이해가 되지 않았지만, 포인트를 모으면 돈이 된다는 이야기는 귀에 쏙 들어왔다. 가격 대비 품질이 너무 좋았기 때문에 집에서 사용하던 생필품을 하나씩 바꿔가기 시작했다. 그러던 어느 날 첫 수당으로 6만 8,160원이 통장에 찍힌 것을 보고 깜짝 놀랐다.

박지연 크라운마스터 승급식 현장



박지연
크라운마스터

"이 돈이 도대체 왜 들어온 거죠."

통장에 찍힌 금액을 보니 관심이 더 커졌다. 좀 더 자세한 이야기를 듣고 싶어서 스폰서를 따라 센터에 나갔고, 결국 속리산에서 열린 애터미 석세스아카데미까지 참석하게 됐다.

"첫 세미나 때 성공자 두 분이 나와서 월 2천만 원의 소득을 올리고 있다고 했어요. 저는 월 2백만 원만 벌 수 있어도 정말 좋겠다고 생각했죠."

돈보다도 더 큰 임팩트를 준 것은 두 사람의 성공 방식이었다. 두 사람은 마치 약속이라도 한 것처럼 "세미나에 빠지지 않고 참석한 점"을 가장 큰 성공 비결로 꼽았다. 17년 차 전업주부로서 특별한 재능은 없지만, 세미나만큼은 빠지지 않을 자신이 있었다. "말주변도, 인맥도, 자본도 없어도 가능하다."라는 박한길 회장의 말도 그녀에게 용기를 주었다.

박지연 크라운마스터는 교회 봉사를 주말로 옮기는 등 애터미 세미나 참석을 삶의 가장 중요한 우선순위로 삼았다. 차가 없었기 때문에 부산에서 세미나가 열리는 속리산까지 가려면 아침 일찍 서둘러 고속버스를 타야 했다. 잠이 많은 아들을 깨우지 못하고 일찍 버스에 오르는 날이면, 버스를 타고 가며 전화로 아들을 깨워야 했다.

세미나에 다녀오면 들은 내용을 정리해서 그대로 따라 해보고, 또다시 배우는 과정을 반복했다. 화장품을 쓰며 피부 상태가 눈에 띄게 좋아지자, 주변에서 먼저 관심을 보이기 시작했고 그럴수록 더욱 용기를 얻게 됐다.

애터미 시스템 소득의 위력을 실감하다

애터미를 하기 전 박지연 크라운마스터는 본인 이름으로 된 신용카드 한 장 갖고 있지 않을 정도로 경제력이 '제로'에 가까웠지만, 애터미를 통해서 고정적인 수입이 생기면서 아이들과 함께 살 수 있는 방 한 칸을 마련할 수 있었다. 그렇게 조금씩 집을 넓혀가기 시작해, 애터미를 시작한 지 3년 반 만에, 남편으로부터 완전히 독립해서 아이 셋을 혼자 키울 수 있는 자가를 마련할 수 있었다.

2019년에는 파트너들과 세미나에 가던 중 고속도로 교통사고를 당해 수술을 받고 병상에 누워 지내는 시련을 겪었다. 하지만 그 와중에도 수당이 꾸준히 지급되는 것을 보며 애터미 시스템 소득의 힘을 실감했다.

애터미 이후 가장 큰 보람은 아이들이 꿈을 펼칠 수 있게 된 것이다. 연기를 꿈꾸는 첫째, 미술을 하고 싶어하는 둘째, 운동을 원하는 막내를 경제적·정신적으로 전폭적인 지원을 하며 응원하고 있다.



박지연 크라운마스터와 세 자녀

전업주부에서 연봉 4억 사업자로

이제 박지연 크라운마스터는 살림 밖에 할 줄 몰랐던 전업주부에서 연봉 4억 원을 버는 사업자가 되었다.

크라운마스터에 올랐지만, 여전히 더 높은 곳을 바라보고 있다. 얼마 전에는 부산에 거주하는 집 외에 대형 평수의 아파트를 추가로 한 채 더 장만했다. 이곳을 애터미 제품을 체험하고 해외 파트너들이 들어올 때 머물며 본사에서 열리는 세미나에도 참석할 수 있도록 하는 등 해외사업의 거점으로 적극 활용할 계획이다.

이제 그는 한 가정의 행복과 독립을 넘어, 자신과 같은 자리에서 출발한 평범한 주부와 파트너들에게 삶을 바꿀 수 있다는 확신을 전하는 존재가 되고자 한다. 자신의 변화로 증명해 낸 그 가능성을, 더 많은 이들의 용기와 희망으로 확장할 것이다.



박지연 크라운마스터와 파트너들

20대 중반, 평생 직장생활을 해도 못 얻을 삶의 여유 누려요

반대하시던 아버지도 이제는 든든한 지원군, 케이던스 로우 스타마스터

케이던스 로우 스타마스터는 대학 졸업 후 입사했던 회사를 4개월 만에 그만두고 나와서 애터미를 시작했다. 20대 초반의 어린 나이에 아는 사람도 없고 사회 경험도 부족해 어려움을 겪었지만 20대 중반에 스타마스터에 올랐다. 지금은 평생 직장생활을 해도 얻지 못했을 부와 행복을 만끽하고 있다.



케이던스 로우
스타마스터

INTERVIEW ❷ Editor_정재학

스물두 살에 애터미를 시작하다

올해 스물여섯 살인 말레이시아의 젊은 MZ 사업자, 케이던스 로우 스타마스터는 사라왁주의 작은 마을 출신이다. 요리사였던 아버지는 온몸을 바쳐 가족을 위해서 열심히 일했지만, 삶은 크게 나아지지 않았다.

집안일밖에 모르는 평범한 주부였던 그녀의 어머니는 걱정스러운 마음에 일을 찾아 나섰다. 어머니가 처음 선택했던 업종은 네트워크 마케팅이었다. 아버지를 보면서 육체노동만으로는 성공할 수 없다는 걸 뼈저리게 느꼈기 때문이었다.

"누구에게나 필요한 좋은 품질의 칫솔인데 4.25링깃밖에 하지 않는구나."

해외 유명 브랜드와 비교했을 때 절반도 안 되는 합리적인 가격, 누구나 일상에서 부담 없이 사용할 수 있는 생활필수품이 중심인 것을 보고 어머니는 애터미 사업에 확신을 가졌다.

아버지와 어머니의 돈 버는 방식은 완전히 달랐다. 아버지는 시간과 체력을 투입해야만 돈을 벌 수 있는 구조였다면 어머니는 사람을 만나고, 제품을 소개하고, 팀을 세워가며 '구조'를 만드는 방식이었다. 케이던스 로우 스타마스터는 어린 나이였지만 아버지보다 어머니의 돈 버는 방식이 훨씬 여유롭다는 것을 깨달았다.

2018년 대학을 졸업하고 바로 애터미 사업에 뛰어들고 싶었지만, 아버지의 반대로 말레이시아 유명 팜유 기업의 마케팅 담당으로 입사했다. 회사에 입사했을 때, 마침 자신의 상사가 은퇴를 앞두고 있었다. 40년 넘게 직장생활을 했지만 월급이 5천 링깃을 넘은 적이 없다는 것을 알고 깜짝 놀랐다. 어머니가 애터미를 시작한 지 1년도 안 되어 월수입 1만 링깃을 훌쩍 넘었던 것과 비교하면 엄청난 차이였다. 케이던스 로우는 입사 4개월 만에 회사를 그만두고 애터미 사업에 뛰어들었다. 남을 위해서 일하는 것이 성공으로 이어지지 않는다는 것을 확실하게 느꼈다.

내가 먼저 경험한 변화, 그 확신으로 전하다

초기에는 자기관리가 제대로 되지 않았기 때문에 제품을 소개하는 데 어려움을 겪었다. 변비로 인해 여드름이 많았고, 피부 톤도 칙칙했다. 그런 몸 상태로 다른 사람들에게 뷰티용품과 건강관련용품을 소개한다는 것은 있을 수 없는 일이었다.

그래서 애터미 프로바이오틱스, 비타민C, 헤모힘을 꾸준히 섭취하고, 화장품을 단계별로 꾸준히 사용했다. 그 덕분에 얼굴이 몰라보게 환해졌다.

어린 나이라 인맥이 거의 없었기에 남자 친구의 고향 시장을 개척하기로 했다. 외진 곳이었지만 애터미 제품을 가득 채운 가방 두 개를 들고 무작정 그곳을 찾아갔다. 남자 친구 어머니의 피부 관리를 해주고 홈파티를 열면서 동네에 입소문이 퍼졌다. 대학 강사였던 남자 친구는 각종 행사와 센터 활동, 제품 공유까지 애터미 사업을 전적으로 지지하며 도와주었고, 데이트 시간 대부분을 애터미 활동에 쏟았다. 1년도 되지 않아 그녀의 월수입이 남자 친구를 훌쩍 넘어서게 되자, 남자 친구는 대학 강사를 그만두고 애터미 사업에 함께 나섰다.

어린 나이에 좌절을 겪으며 실망한 적도 많았다. 스킨케어 제품을 권했던 친구 중에는 여드름이 났다며 연락을 끊어버린 일도 있었고, 마케팅 플랜을 설명하고 있는데 "너무 길어서 못 듣겠다."라며 말을 끊는 경우도 있었다. 정신적으로 힘들 때면 어머니가 멘토가 되어 주었다. 꿈과 목표에 다시 집중할 수 있도록 개선할 부분을 짚어주는 어머니의 조언 덕분에 마음을 다잡을 수 있었다.

"한 사람이 거절하면 다음 사람을 찾으면 되죠. 열 사람, 스무 사람을 찾아다닐 거예요. 포기하지 않는 한 결국 애터미를 받아줄 사람을 만나게 될 거라고 믿습니다."

20대 중반, 첫 차로 BMW를 몰다

지식과 경험이 부족하다는 생각에 센터 브리핑, 원데이 세미나, 석세스아카데미 등 애터미의 성공 시스템에 단 한 번도 빠지지 않고 꾸준히 참여했다.



석세스아카데미에서 강의 중인 케이던스 로우 스타마스터

'애터미 성공의 8단계'를 매일 성실하게 실천했다. 설명을 듣고 바로 제품을 주문하지 않는 사람도 많았지만, 진심이 최고의 전략이라고 믿고 애터미의 가치를 전하는 데 집중했다. 그러다 보니 주변 회원들이 그녀를 좋아하고, 궁금한 점이 있을 때마다 편안하게 물어보게 되었다.

애터미를 반대하던 아버지는 매일 열심히 일하는 딸의 변화된 모습을 보면서 그녀를 인정해 주었다. 2020년, 아버지는 마침내 요리 업계에서 물러나 애터미를 함께 하기 시작했다.

가족의 삶도 훨씬 풍요로워졌다. 가족들과 좋은 식당에 가더라도 가격을 보지 않고 좋아하는 메뉴를 고르며 식사할 수 있게 되었다. 20대 중반이지만 첫 자동차로 BMW를 구입했고, 남편과 자신을 위한 집도 마련했다. 매달 수익의 일부를 어려운 단체에 기부하기도 하며 가족과 함께 매년 그리스, 중국 등 여러 나라를 여행할 수 있게 되었다. 다음 인생 시나리오는 아버지께 매월 1만 링깃을 드리고, 시댁 식구들과도 매년 해외여행을 하는 것이다. 현재 살고 있는 집을 멋지게 리모델링해서 꿈의 집처럼 꾸밀 계획이다.

애터미, ‘대한민국에서 가장 일하기 좋은 기업’ 종합 2위

6년 연속 선정, GPTW 7개 부문 석권의 쾌거

사람을 목적에 두는 기업, 애터미가 다시 한 번 조직 문화의 경쟁력을 입증했다. 애터미는 GPTW 코리아가 발표한 ‘2026 대한민국에서 가장 일하기 좋은 기업’에서 종합 2위에 오르며 6년 연속 선정이라는 기록을 이어 갔다. 지난해 종합 5위에서 크게 올라선 성과다. 여기에 ‘글로벌 ESG 인권경영 인증’과 ‘부모가 일하기 좋은 기업’까지 더해 기업 부문 3관왕을 달성했다. 박한길 애터미 회장은 국내 최초로 6년 연속 ‘대한민국에서 가장 존경받는 CEO’에 선정됐다.

Editor _ 정찬영

GPTW 7개 부문 석권

GPTW(Great Place to Work Institute)는 전 세계 150여 개국에서 동일한 기준으로 기업 문화를 평가하는 글로벌 인증 제도다. 특히 구성원을 대상으로 진행되는 신뢰도 조사와 조직 문화 평가를 바탕으로 기업을 선정한다는 점이 특징이다. 구성원들이 직접 참여해 조직 내부의 신뢰도와 자부심, 동료 간 협력, 리더십에 대한 신뢰 등을 평가하고, 그 결과를 종합해 ‘일하기 좋은 기업’을 선정한다. 이번 시상에서 애터미는 기업 부문뿐만 아니라 개인 부문에서도 의미 있는 성과를 거뒀다. 기업 부문 수상에 이어 GPTW 파이오니아상, GPTW 혁신리더상, 대한민국 자랑스러운 워킹맘상 등 개인 부문 수상까지 더해지며 총 7개 부문을 석권했다.

사람은 수단이 아니라 목적

이번 GPTW 경영 컨퍼런스에서 박한길 회장은 ‘영혼을 소중히 여기는 애터미의 핵심 가치가 이루어낸 혁신 경영’을 주제로 기업 사례를 발표했다. 박 회장은 애터미 경영 철학의 출발점을 사람을 바라보는 관점에서 찾는다.

“사람은 어떤 경우에도 수단이 되어서는 안 됩니다. 사람 자체가 목적이 되어야 합니다.”

그는 기업 경영에서 사람을 생산 요소로 보는 기존의 관점과는 다른 생각을 가지고 있다고 설명했다.

“경영학에서는 흔히 생산의 4요소를 사람(Man), 기계(Machine), 재료(Material), 작업 방식(Method), 이른바 ‘4M’으로 설명합니다. 하지만 저는 그 가운데 사람(Man)을 다른 요소들과 같은 수준에 놓는 것에 동의하지 않습니다. 사람은 재료나 기계처럼 활용되는 대상이 아니라, 기업이 존재하는 이유가 되는 존재라고 생각하기 때문입니다.”

애터미 사훈 첫 번째가 ‘영혼을 소중히 여기며’인 이유도 여기에 있다. 사람을 존중받아야 할 존재로 바라보는 것이 애터미 기업 문화의 출발점이다.



제24회 대한민국 일하기 좋은 기업 시상식 단체 기념사진



애터미 기업 사례를 강연 중인 박한길 애터미 회장



‘아시아 일하기 좋은 200대 기업’ 중 중소기업 부문 3위에 오른 애터미

글로벌로 확산되는 ‘일하기 좋은 기업’ 문화

애터미의 ‘일하기 좋은 기업’ 성과는 국내에만 머무르지 않고 해외에서도 이어지고 있다. 애터미 중국과 필리핀 법인은 2025년 GPTW가 선정한 ‘일하기 좋은 기업’ 평가에서 각각 종합 3위를 기록하며 조직 문화 경쟁력을 인정받았다. 말레이시아 법인 역시 ‘일하기 좋은 기업’에 선정되며 글로벌 시장에서도 애터미의 기업 문화가 주목받고 있다. 또한 캄보디아 법인은 2025년 처음으로 ‘일하기 좋은 기업’에 신규 진입했다. 이는 애터미가 만들어 온 조직 문화가 해외 법인에서도 자연스럽게 뿌리내리고 있음을 보여 주는 결과다.

INTERVIEW



이현우 전무
(Chief Global Officer)

대한민국 GPTW 파이오니아상

애터미 해외 사업은 본사뿐 아니라 각 나라 현장에서 함께 뛰는 회원과 임직원분들의 노력으로 만들어진 성과라고 생각합니다. 이 상을 모든 해외법인과 나누고 싶습니다. 앞으로도 전 세계 애터미 회원들이 더 많은 지역에서 애터미 사업을 이어 갈 수 있도록 글로벌 네트워크를 지속적으로 확장해 나가겠습니다.



박귀용 실장
(CVI·Customer Value Innovation팀)

대한민국 GPTW 혁신 리더상

회원들이 겪는 불편과 궁금증을 신속하고 정확하게 해결해 드릴 수 있도록 상담 시스템과 업무 환경을 개선하는 데 노력해 왔습니다. 하지만 무엇보다 중요한 것은 회원들의 마음을 이해하고 어루만지는 일이라고 생각합니다. 앞으로도 회원들이 언제든 믿고 찾을 수 있는 상담 서비스를 만들기 위해 노력하겠습니다.



김희연 팀장
(업무지원팀)

대한민국 자랑스러운 워킹맘상

회사의 다양한 제도와 배려로 안정된 마음으로 일할 수 있었습니다. 무엇보다 회사 안에서 제 역할이 존중받고 있다는 점이 큰 힘이 됩니다. 일과 가정의 균형은 거창한 목표라기보다 매일의 삶을 성실하게 살아가는 과정이라고 생각합니다. 이 상을 모든 대한민국의 워킹맘들과 나누고 싶습니다.

평가 지표로 증명된 애터미의 조직 경쟁력

조직문화·경영진 신뢰도·복지 등 업계 최고 수준

최근 유통업계 전반에서는 시장 변동성이 커지며, 단기 실적만으로 조직을 유지하기 어려운 환경이 이어지고 있다. 이로 인해 희망퇴직을 포함한 구조 조정 흐름도 확산되고 있다. 특히 인력 이동이 잦은 유통·생활용품 업계에서는 '일하기 좋은 기업' 여부가 곧 조직 안정성과 지속 성장의 기반이 되고 있다. 유연근무제 확대와 육아지원제도 공시 의무화 등 제도 변화 역시 조직 문화와 근로 환경을 기업 평가의 주요 지표로 만들고 있다. 이러한 흐름 속에서 애터미는 조직 문화와 일·가정 양립 제도 전반에서 업계 최고 수준의 평가를 받으며 주목받고 있다.

애터미, 유통·생활용품업 기업 중 만족도 1위

기업데이터연구소 CEO스코어가 2024년 매출액 상위 500대 기업 중 유통·생활용품업 기업을 분석한 결과, 애터미는 기업 리뷰 플랫폼인 잡플래닛과 블라인드에서 평균 기업 평점 4.1로 조사 대상 중 유일하게 4점대를 기록하며 1위를 기록했다. 두 플랫폼 모두 재직자 중심의 평가가 축적되는 만큼, 단기적인 이미지보다 실제 근무 경험이 비교적 솔직하게 반영된다는 점에서 의미가 크다.

조직 문화 전 항목 상위권… '고른 신뢰도'가 경쟁력

조직 문화 세부 항목별 평가에서도 애터미의 강점은 뚜렷하게 나타났다. 승진 기회, 복지·급여, 사내 문화, 경영진 신뢰도 등 핵심 항목 전반에서 모두 1, 2위를 차지했다. 이는 특정 복지 제도나 단편적인 만족도가 아니라, 조직 운영 전반에 대한 신뢰가 축적돼 있다는 점에서 의미가 있다. 구성원들이 단기적인 혜택이 아닌, 장기적인 관점에서 회사를 신뢰할 수 있는 기반이 마련돼 있다는 것이다.

기업 평판 플랫폼별 평균 기업 평점 TOP10

순위	기업명	평균	잡플래닛	블라인드
1위	애터미	4.10	4.3	3.9
2위	농협경제지주	3.95	3.9	4.0
공동 3위	한국쓰리엠	3.75	3.7	3.8
공동 3위	농협유통	3.75	3.7	3.8
공동 5위	아모레퍼시픽	3.55	3.6	3.5
공동 5위	신세계	3.55	3.7	3.4
공동 7위	유한킴벌리	3.45	3.5	3.4
공동 7위	에스에이엠티	3.45	3.5	3.4
9위	창신INC	3.40	3.4	3.4
10위	에스에스지닷컴	3.35	3.5	3.2

* (기업평점) 기업 평판 플랫폼 2곳(잡플래닛·블라인드)의 기업 평점을 합해 2로 나눈 값(점)
* (조사기준) 2025년 12월 말



* 출처: CEO스코어 2024년 매출액 상위 500대 기업 중 유통·생활용품업 69개 기업 분석

'육아휴직 복귀율' 및 '복귀 후 근무 유지율' 100%

애터미의 조직 문화는 육아지원제도에서도 확인된다. 애터미는 2024년 육아휴직 사용률이 전년 대비 2.3% 증가해 조사 대상 기업 중 가장 큰 상승 폭을 기록했으며, 출산휴가 사용률 역시 1.6% 증가했다. 특히 2022년부터 2024년까지 3년 연속 육아휴직 후 복귀율 100%, 복귀 후 12개월 이상 근무 유지율 100%를 기록해, 육아휴직이 경력 단절로 이어지지 않는 조직 문화가 실제로 작동하고 있음을 보여 준다. 애터미는 출산휴가와 육아휴직 사용을 적극 권장하고 있으며, 출산 장려 차원에서 1·2자녀 1,000만 원, 3자녀 2,000만 원의 출산 장려금을 지급하고 있다.

대기업형 기본 복지에 성장 지원까지 더하다

복지 제도 측면에서도 애터미는 탄탄한 제도적 기반을 갖추고 있다. 매출 상위 대기업들이 공통적으로 운영하는 장기근속 포상, 건강상담, 생활안정금, 자녀수당 지원은 물론, 퇴직금을 2배수로 적립하는 등 대기업을 넘어서는 복지 제도를 시행하고 있다.
여기에 멘토링 제도, 대학원 유학 지원, 자기계발·교육 지원 등을 병행하며 구성원의 성장과 업무 몰입을 함께 고려한 정책을 운영 중이다. 복지 항목을 늘리는 데 그치지 않고, 구성원이 장기적으로 근무하며 지속적으로 발전할 수 있는 환경을 설계했다.

육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근무 유지율 TOP10

순위	기업명	3년간 평균	2022년	2023년	2024년
1위	애터미	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
1위	한솔제지	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
1위	현대홈쇼핑	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
4위	LG생활건강	92.3%	88.0%	95.0%	94.0%
4위	유한킴벌리	92.3%	88.0%	100.0%	89.0%
6위	신세계	90.6%	95.0%	96.7%	80.0%
7위	코스맥스	89.8%	94.7%	81.0%	93.8%
8위	삼성웰스토리	88.9%	88.9%	86.7%	91.2%
9위	창신INC	88.3%	76.0%	89.0%	100.0%
9위	아모레퍼시픽	88.3%	87.0%	91.1%	86.9%



2026년 대한민국 일하기 좋은 기업 2위에 선정된 애터미

고객의 성공을 위한 경영 철학

이 같은 경영의 출발점에는 박한길 회장의 분명한 철학이 있다. 박한길 회장은 창업 초기부터 사람은 어떠한 경우에도 수단이 될 수 없으며, 그 자체로 목적이 돼야 한다는 원칙을 경영의 중심에 두어 왔다. 애터미는 사람을 성과를 위한 자원으로 보지 않는다. 구성원 한 사람 한 사람이 애터미와 함께 보내는 시간이, 다른 어떤 선택보다 성공적이고 행복한 삶의 일부로 기억되기를 바란다. 박한길 회장은 "직원들이 행복하면 다른 걱정 없이 고객에게 오롯이 집중할 수 있다. 그렇게 최고의 제품과 서비스를 제공하게 되고, 회사는 저절로 성장하는 선순환 구조가 이루어진다."고 말한다.



애터미 파크

글로벌 성공 사관학교, 속리산 석세스아카데미

전 세계 회원 1만 5천 명 속리산 방문… 글로벌 성공 비전을 키우다

애터미가 '글로벌 속리산 석세스아카데미'를 새롭게 선보인다. 전 세계 애터미 회원들이 속리산으로 모이는 이유는 무엇인지, 그리고 그 안에서 자신의 목표에 성큼 다가갈 힘과 에너지를 어떻게 축적해 가는지, 2026년 첫 글로벌 속리산 석세스아카데미 현장에서 그 해답을 찾아봤다.

눈 내리는 속리산, 뜨거웠던 몰입의 현장

欢迎来到韩国艾多美!(한국 애터미에 오신 것을 환영합니다!) 2026년 글로벌 속리산 석세스아카데미의 포문을 연 첫 번째 주인공은 중국에서 온 200여 명의 회원들이었다. 한국의 겨울을 처음 접한 이들은 입소식에서 한복을 차려입고 눈 내린 속리산을 배경으로 '인생샷'을 남겼다.

본격적인 세미나가 열린 이튿날, 현장의 열기는 용광로를 방불케 했다. 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어와 노니 등 주력 제품 직강은 '절대품질 절대가격'에 대한 확고한 신뢰를 심어주었다. 이어서 강단에 오른 박한길 회장의 직강은 회원들의 가슴에 거대한 불을 지폈다. "현실의 문제를 가볍게 넘길 만큼 내 비전의 바퀴를 더 크게 키워라"는 메시지는 언어의 장벽을 넘어 참석자들의 심장을 뜨겁게 달궜다. 이날의 하이라이트는 단연 '인생 시나리오' 작성 시간이었다. 중국 회원들은 새벽 2시가 넘도록 불을 밝힌 채 애터미와 함께 펼쳐 나갈 밝은 미래를 노트 가득 채워 나갔다.

마지막 날 일정은 공주 애터미파크 본사 방문과 콜마비앤에이치 방문으로 이어졌다. 글로벌 기업의 거점과 최첨단 제조시설을 직접 눈으로 확인한 이들은 "애터미를 선택한 것은 인생 최고의 결정"이었다며 엄지를 치켜세웠다.

올해 글로벌 속리산 석세스아카데미는 상반기에만 중국, 일본, 유럽 등 해외 법인 회원들을 대상으로 총 11회의 투어를 진행하며, 매달 평균 500여 명의 글로벌 회원이 속리산 포레스트를 찾아 열기를 더할 예정이다. 상반기 6천 명, 하반기 8천 명을 포함해, 올해에만 총 1만 5천 명의 글로벌 회원이 '성공의 성지'를 방문한다.

더 가까이, 더 생생하게

프로그램은 더욱 정교해졌다. 전문 강사가 동행해 해당 국가 언어로 직강 세미나를 진행하며, 속리산 트레킹과 뷰티 아카데미, A-Care 체험존 등 오감을 만족시키는 콘텐츠도 가득하다. 여기에 퍼포먼스 관람과 신설 준비 중인 '애터미 굿즈샵'은 글로벌 회원들에게 잊지 못할 추억을 선사할 예정이다. 무엇보다 해외 회원들은 그동안 영상과 자료로만 접해 왔던 상품 개발자와 연구원, 한국 리더들의 강의를 가까이에서 듣고 느낄 수 있게 되었다. 제품 탄생과 성공 스토리를 눈앞에서 생생하게 듣는 순간, 이해는 확신으로 바뀐다. 또한 박한길 회장의 강연을 현장에서 직접 듣는 경험은 성공을 향한 더 깊은 울림과 결단을 이끌어 낸다.

올해 첫 글로벌 속리산 석세스아카데미에 참석한 애터미 중국법인 회원들









다양한 체험형 프로그램(왼쪽부터 한복 체험, 스트레스 측정 체험, A-care 체험존)

몰입형 교육의 무대

애터미는 현재 26개 해외 법인을 운영하며 55개국 소비자와 만나고 있다. 향후 2030년까지 중동 및 아프리카 등으로 네트워크를 더욱 확대할 계획이다. 해외 법인의 폭발적인 성장은 필연적으로 많은 변화를 요구받게 된다. 그 가운데 핵심은 '성공 시스템의 본질적인 이식'이다. 속리산 석세스 아카데미는 한국의 청정 자연 속에서 애터미의 문화를 온전히 체험하는 '몰입형 교육'이다. 애터미 회원들의 성공 신화가 시작된 이곳은 앞으로 전 세계 회원들이 '성공'이라는 하나의 목표를 향해 나아가는 글로벌 성공 사관학교로 자리매김할 전망이다.

글로벌 속리산 석세스아카데미에서 강의 중인 박한길 회장

글로벌 속리산 석세스아카데미 참석 회원 Q&A



저우샤오란 스타마스터



우단 다이아몬드마스터

Q. 속리산 포레스트에서 보낸 2박 3일은 어땠나요?

A. 저우샤오란 스타마스터 석세스아카데미에 올 때마다 가슴이 벅찹니다. 특히 이번엔 눈 내리는 속리산 풍경과 함께 수많은 애터미 제품이 가득한 호텔에서 지내니, '성공자의 삶'을 제대로 체험하는 기분이었습니다.

A. 우단 다이아몬드마스터 저는 한국어를 한마디도 못 하지만, 섬세하고 원활한 통역 지원 덕분에 이곳에서 느낀 '성공의 언어'를 완벽하게 이해할 수 있었습니다. 새벽까지 인생 시나리오를 쓰면서, 파트너들과 함께 반드시 정상에 오르겠다는 결의를 다졌습니다. 속리산의 맑은 공기만큼이나 저의 비전도 명확해졌습니다.

Q. 앞으로의 목표와 파트너들에게 전하고 싶은 메시지는?

A. 저우샤오란 스타마스터 회장님께서 강조하신 '속결심경(速決深耕)'의 자세로 임하겠습니다. 빠르게 결단하고 깊게 파고들어, 2026년에는 제 산하에서 50명의 세일즈마스터와 4명의 리더스 클럽 멤버를 배출하는 것이 목표입니다. 팀과 함께라면 더 멀리 갈 수 있습니다.

A. 우단 다이아몬드마스터 이번 글로벌 속리산 석세스아카데미에서 직접 보고 경험한 확신을 바탕으로, 파트너들과 함께 중국을 넘어 전 세계를 무대로 자신 있게 시장을 펼쳐 나가겠습니다. 저와 함께하는 모든 파트너가 천군만마를 지휘하는 리더로 성장하여 함께 시장을 개척해 나가기를 바랍니다.



애터미 기부로 건립된 국내 최초의 한부모가족 통합지원센터

생소맘 100억 원의 결실, 국내 최초 한부모가족 통합지원센터 오픈

주거·양육·교육·상담 등 원스톱 지원

2019년 6월, 애터미는 사랑의 열매에 100억 원을 기부했다. 당시 중견기업 기부로는 최대 규모를 기록하며 화제가 된 애터미 기부금은 '생소맘(생명을 소중히 여기는 맘MOM)'이라는 이름의 미혼모를 지원하는 기부자조언기금으로 운용됐다. 그 이후 6년이 지난 2026년 1월, 국내 최초의 한부모가족 통합지원센터가 개소식을 갖고 본격적인 운영에 들어갔다.

국내 최초 '한부모가족 통합지원센터' 개소식 현장

2026년 1월 13일, 애터미의 전액 기부로 조성된 국내 최초의 '한부모가족 통합지원센터' 개소식이 있었다. 경기도 안산시에 위치한 센터는 청소년 미혼모와 한 부모 가정을 대상으로 흩어져 있던 주거, 양육, 교육, 상담 등의 지원 체계를 한 곳에서 제공하는 원스톱 지원 공간이다. 이날 개소식에는 도경희 애터미 부회장, 황인식 사랑의열매 사무총장, 홍보대사 가수 백지영 씨 외에 한 부모 가족들이 참석해서 오픈을 축하했다. 재단의 지원을 받은 아이들은 행사의 의미를 더해주는 축하공연으로 눈길을 끌었다.



한부모가족 통합지원센터 개소식 테이프 커팅식 현장

센터 운영을 맡은 한생명복지재단의 이효천 대표는 인사말을 통해 "오늘은 단순히 건물 하나가 완공된 날이 아니라, 한부모 가족에게 또 하나의 선택지가 생긴 날"이라며 "주거, 양육, 교육, 상담, 자립까지 각각 흩어져 있던 지원을 원스톱으로 제공하는 거점 기관으로 한부모들이 편히 쉬고 의지할 수 있는 친정 같은 역할을 하게 될 것"이라고 소개했다.

생명을 다시 일으켜 세우는 희망의 공간이 되기를

한부모가족 통합지원센터는 지하 1층부터 4층까지 총면적 1,209㎡(약 365평) 규모로 조성됐으며, 영유아 돌봄센터를 비롯해 교육장, 체력단련실, 커뮤니티 공간 등을 갖췄다. 건립 비용은 전액 애터미의 기부로 이뤄졌다. 2019년 6월 사랑의열매에 기부한 100억 원 중 약 63억 원이 이번 센터 건립에 사용됐다. 2025년 8월에는 도경희 애터미 부회장이 사재 3억 원을 추가 기부하며 힘을 보탰다.

도경희 부회장이 이효천 대표와 인연을 맺은 것은 10년 전 우연히 도경희 부회장이 이 대표의 이야기가 실린 기사를 읽고 난 후부터다. 도경희 부회장은 "20대의 젊은 나이에 미혼모들의 눈물을 닦아주고 있다는 사실이 깊은 울림으로 다가왔고, 이효천 대표를 통해 알게 된 미혼모들의 현실이 참으로 가슴 아팠다."라고 회고한다.



한부모가족 통합지원센터 개소식 격려사를 하고 있는 애터미 도경희 부회장

이날 개소식은 10년간 이어진 도경희 부회장의 후원과 이효천 대표의 활동이 결실을 맺은 자리로 큰 박수와 응원을 받았다. 안산에서 시작된 한부모가족 통합지원센터가 수많은 생명이 다시 꿈을 꿀 수 있는 희망의 공간으로 자리 잡고, 전국으로 확산되기를 기대한다.

INTERVIEW

황○○
(센터 이용 미혼모)



Q. 한부모가족 통합지원센터에서 주로 이용하는 시설과 서비스는?
놀이 공간과 후원 물품 마트를 자주 이용하고 있어요. 센터 개소 전에는 아이들이 뛰어놀기에 공간이 협소해 아이에게 "뛰지 마라, 다칠 수 있다."라는 말을 자주 했는데, 지금은 자유롭게 뛰어다니며 웃는 모습을 많이 볼 수 있어서 좋습니다. 또 전에는 후원 물품을 받는 과정이 번거롭고 어렵게 느껴졌는데, 지금은 필요한 물건을 쉽게 확인하고 선택할 수 있어서 좋습니다. 경제적 부담이 줄어든 만큼 생활에 여유가 생기고 심리적 안정감도 생겼어요.

Q. 앞으로 계획이 있다면?
이용만 하기보다는 이 공간에서 아이들을 위해 무언가 해 보고싶다는 생각에, 학점은행제로 사회복지사 공부를 시작해서 마지막 학기까지 왔습니다. 지금까지 재단과 센터를 통해 도움받았던 경험을 바탕으로 다른 아이들과 가정에 조금이나마 도움이 되는 사람이 되고 싶어요.

이효천
(한생명복지재단 대표)



Q. 센터 설립 과정에서 힘들거나 어려웠던 순간이 있었다면?
단연 코로나19 시기였습니다. 자재비와 공사비가 급격히 오르면서 처음 계획했던 예산으로는 공사를 이어가기 어려운 상황이 여러 번 있었습니다. '여기까지가 한계인가.' 싶어 포기하고 싶은 순간도 있었습니다. 그때마다 도경희 부회장님께서 진심 어린 응원과 용기를 불어넣어 주셨습니다. 이 사업은 단순한 건축이 아니라 '사람을 살리는 일'이라는 믿음과 위로가 있었기에 끝까지 방향을 놓지 않을 수 있었고, 조금 느리더라도 멈추지 않고 이 자리에 올 수 있었습니다.

Q. 한부모가족 통합지원센터가 그리는 비전과 계획은?
단기적인 지원을 넘어 청소년 미혼모와 아동학대 피해 청소년의 삶에 중장기적으로 동행하는 기관이 되고자 합니다. 특히 지역사회와 행정, 민간이 함께 협력하는 모델을 안정적으로 구축해서 다른 지역에서도 참고할 수 있는 통합지원 사례를 만들어 가는 것이 목표입니다.

Q. 애터미 회원들에게 전하고 싶은 한마디?
애터미 여러분의 후원은 건물 하나를 세운 것이 아니라, 사람 한 명이 다시 삶을 선택할 수 있는 시간과 용기를 선물해 주신 것입니다. 여러분의 후원은 사람의 가능성을 조금 더 멀리, 조금 더 오래 연장시키는 일입니다. 덕분에 누군가는 포기하지 않아도 될 선택지를 얻었습니다. 그 선택지가 계속 이어질 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

GLOBAL
ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

애터미 노니, 3월 7일부터 대전 국립중앙과학관 전시

애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니(이하 애터미 노니)가 3월 7일부터 2개월간 대전 국립중앙과학관 내 미래기술관 1층에 전시된다. 이번 전시는 기업의 우수 수상 제품 성과물에 대한 전시 및 홍보를 통해 최신 과학 및 산업 기술에 대한 대국민 이해도를 제고하기 위해 올해 IR52 장영실상 수상작에 한해 진행된다. 애터미오롯은 "전시관에는 애터미 노니 및 원료 모형, 연구원 인터뷰, 논문 등이 함께 전시될 예정"이라며 "애터미오롯은 앞으로도 애터미 회원들의 자긍심 고취를 위해 더욱 노력할 것"이라고 말했다.



공주시·대한적십자사에 감자라면 576박스 기탁

애터미는 지난 2월 26일 공주시 및 대한적십자사에 관내 취약계층을 위한 '감자라면' 576박스를 기탁했다. 기부 물품은 공주시 지역사회보장협의체, 장애인연합회, 적십자봉사회, 9개 보훈단체 등의 기관과 대전·세종·공주 전역의 돌봄이 필요한 세대에 전달될 예정이다. 정상직 대한적십자사 대전·세종지사 회장은 "애터미와 같은 기업들의 헌신적인 기부 정신이 우리 사회의 인도주의 활동을 지속하게 하는 큰 동력"이라고 말했다. 한편, 애터미는 지난해 업계 최초로 보건복지부와 한국사회복지협의회가 주관하는 '지역사회공헌 인정기업'에 선정된 바 있다.



공주시 지역 언론인 간담회 개최

애터미가 2월 11일 2026년 지역 언론인 간담회를 개최했다. '지역과 함께 성장하는 글로벌 기업'이라는 슬로건으로 열린 간담회에서는 현재 애터미가 추진 중인 연구센터 건립 현황과 글로벌 사업 확대 및 지역사회 공헌 성과 현황 등을 공유했다. 특히 연구·교육 역량 강화를 위해 증축 중인 연구센터 사업 설명과 언론 보도를 통해 소개된 지역 주민과의 소통 모범 사례 등을 설명했다. 또한 매년 명절마다 지역 내 취약계층을 위해 생필품을 지원하고, 공주시와 협약으로 제민천변에 사계장미 5,000주를 식재하는 등 지역사회와의 상생을 위한 사회공헌 활동을 공유했다.



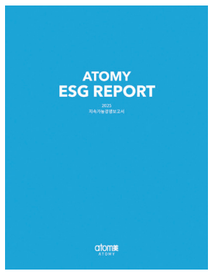
애터미 리더스 회원 대상 AI 워크숍 진행

애터미 영상중계팀은 지난 2월 26일 애터미오롯 비전홀에서 애터미 리더스 회원(크라운리더스클럽, 로열리더스클럽, 리더스클럽, 영리더스클럽)을 대상으로 AI 워크숍을 주최했다. 이날 참가한 회원은 약 300명으로, 애터미 직원 및 영리더스 회원들의 AI 활용 사례 공유, 실전 활용을 위한 현장 실습 위주로 진행됐다. 애터미는 지난해부터 애터미 회원과 임직원의 AI 역량 강화를 위해 AI 콘텐츠 경진대회 등을 진행한 바 있다. 이번 워크숍에 참석한 한 회원은 "워크샵을 통해 막연했던 AI 활용법에 대해 배울 수 있었고 사업 설명, 제품 소개, 해외 개척 등에 적극 활용할 예정"이라고 소감을 밝혔다.



2025 애터미 지속가능경영보고서 출간

애터미의 지속가능경영 활동을 담은 <2025 애터미 지속가능경영보고서>가 출간됐다. 이번 보고서는 2024~2025년 기준 데이터가 공시되어 있으며, 애터미의 지속가능경영 활동 및 방향을 7개 분야(믿을 수 있는 제품을 만드는 책임, 플라스틱 없는 바다를 위한 약속, 신뢰를 기반으로 합력성선, 사람을 먼저 생각하는 기업문화, 고객·회원과 함께 가치를 나누는 성장 공동체, 사회를 따뜻하게 만드는 나눔문화, 정선상략으로 실천하는 책임경영)로 나누어 소개하고 있다. 2025 애터미 지속가능경영보고서는 국문 및 영문을 지원하며 글로벌 애터미 공식 사이트(https://global.atomy.com/)에서 확인할 수 있다.



애터미 지속가능경영 보고서
2025 바로가기

직접판매세계연맹, 인천관광공사… WFDSA 세계대회 시찰

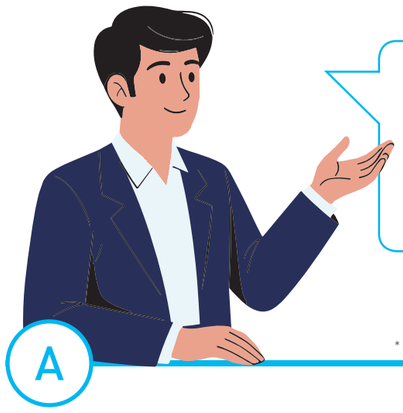
지난 2월 12일, 직접판매세계대회 주 행사장인 인천 영종도 인스파이어 엔터테인먼트 리조트에서 2026 WFDSA 세계대회 개최를 위한 현장 시찰 및 준비 회의가 열렸다. 직접판매세계연맹, 직접판매산업협회, 인천관광공사, PCO업체, 대회조직위원회로 애터미, 암웨이, 뉴스킨, 피엠인터내셔널 기업 대표 등이 참석했다. 참석자들은 그랜드볼룸 등 메인 행사장과 숙소를 점검하고 스케줄 및 프로그램을 논의했다. 인천관광공사 유지상 사장은 "인천에서 열리는 직접판매 세계대회의 성공적 개최를 위해 전폭적인 지원을 약속할 것"이라고 말했다.



다단계판매원이 경계해야 하는 허위 과대 광고



Q 애터미에서 판매하고 있는 건강기능식품을 꾸준히 섭취한 후 건강 상태가 호전되어 주변 사람들에게 이를 알리고 제품 판매를 하려고 하는데 문제가 되나요?



건강기능식품을 사람의 질병에 대해 진단·치료·경감·처치 또는 예방할 목적으로 사용하는 식품으로 광고하는 것은 금지되어 있습니다. 대신 식약처에서 인정받은 해당 제품의 기능성에 대해서 도움을 받았다고 언급하는 것은 괜찮습니다.

A

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

식품, 건강기능식품, 의약품의 구별

다단계판매업자는 대부분 건강기능식품, 화장품, 식품류를 주로 취급한다. 이는 다단계판매원이 소비자를 상대로 홍보 및 판매하는 제품군도 건강기능식품, 화장품, 식품류에 해당한다는 것을 의미한다. 허위 과대 광고에 대해 살펴보기 위해서는 우선 식품, 건강기능식품, 의약품의 차이가 무엇인지를 알아야 한다. 건강기능식품법상 건강기능식품이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조한 식품을 말한다. 그리고 식품위생법상 식품이란 의약으로 섭취하는 것을 제외한 모든 음식물을 말한다. 의약품에 대한 정의는 약사법에서 하고 있다. 의약품은 약사법상 3가지 항목 중 하나에 해당하여야 하는데, 가장 중요한 개념은 사람의 질병을 진단·치료·경감·처치 또는 예방할 목적으로 사용하는 물품이라는 것이다. 이 개념들을 비교해서 보면 식품과 의약품은 분명하게 구분이 되고, 건강기능식품은 식품 중 기능성을 인정받은 식품을 일컫는다. 의약품은 일반인들의 취급 및 판매가 제한되어 있는 품목이므로, 다단계판매원의 경우 주로 건강기능식품 및 식품과 관련된 허위 과대 광고가 문제 된다.

광고에 있어서 건강기능식품이 갖는 한계

허위 과대 광고에 대한 판단은 위 3가지 개념의 명확한 구별에서부터 시작한다. 허위 과대 광고로 볼 수 있는 여러 유형의 광고가 있지만 가장 빈번하게 발생하고 그 피해가 큰 광고 유형이 건강기능식품을 의약품인 것처럼 광고하거나, 식품을 건강기능식품인 것처럼 광고하는 것이다. 이는 각각 건강기능식품법과 식품표시광고법에서 금지하고 있는 광고 유형이다. 즉, 위 개념에 따를 때 건강기능식품이 아닌 일반식품을 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조한 식품인 것처럼 광고해서는 안 된다. 또한 건강기능식품을 사람의 질병을 진단·치료·경감·처치 또는 예방할 목적으로 사용하는 식품으로 광고하는 것도 금지된다.

애터미의 대표적인 건강기능식품인 헤모힘을 광고한다고 가정해 보자. 헤모힘은 식약처로부터 면역 기능 개선에 도움을 줄 수 있다는 기능성 인정을 받았다. 또한 최근에는 피로 개선에 도움을 줄 수 있다는 이중 기능성 인정까지 받았다. 식약처로부터 인정받은 인체에 유용한 기능성에 대한 광고는 건강기능식품의 정의에 포함되는 것이므로, 이를 광고하는 것은 허위 과대 광고에 해당하지 않는다. 그렇지만 만약 헤모힘을 먹고 암과 같은 특정 질병이 치료가 되었다거나 증상이 호전되었다는 내용으로 광고하는 것은 의약품의 개념에 포함되는 설명이기 때문에 허위 과대 광고에 해당하게 된다. 마찬가지로 건강기능식품이 아닌 일반 식품류에 대해 광고하면서 피로 개선이나 면역 기능 개선 기능이 있는 것처럼 광고하는 것도 허위 과대 광고에 해당한다.

다단계판매는 대중매체를 통한 광고보다는 다단계판매원들의 구전 광고로 인한 판매가 많은 유통 방식이다. 이러한 판매 방식이 갖는 장점도 많이 있지만 제품에 관해 설명하는 과정에서 자칫 판매원 개인의 경험이 반영되어 허위 과대 광고로 이어질 위험성이 크다. 판매원은 건강기능식품을 꾸준히 섭취한 뒤 건강이 호전되었다고 느낄 수 있다. 그렇지만 의약품을 섭취한 것이 아니기 때문에 질병 치료 효과로 일반화해 단정하기는 어렵다. 질병의 치료나 예방의 효과가 있다는 내용으로 광고를 할 수 있는 것은 의약품만 가능하고, 본인이 경험했다고 하더라도 건강기능식품에 대해 질병명을 언급하며 광고하는 것은 허위 과대 광고에 해당한다.

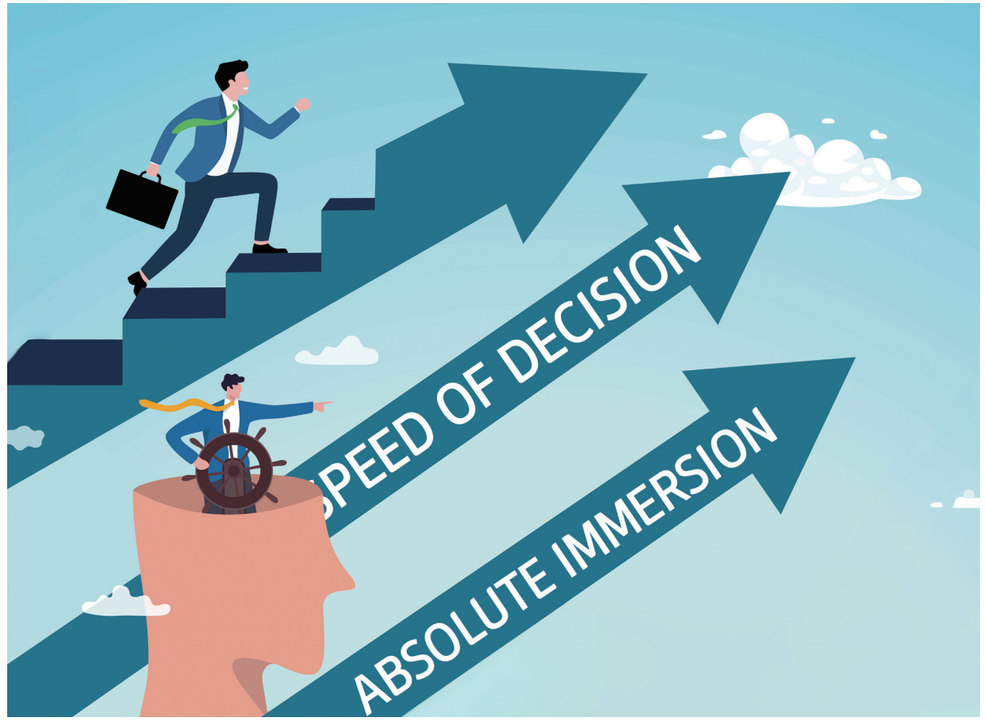
AI와 허위 과대 광고

SNS를 통해 사업을 진행하는 다단계판매원이 늘어나면서 AI를 활용해 콘텐츠를 제작하여 게시하는 사례도 덩달아 늘어나고 있다. 의사나 약사로 오인할 수 있는 가상의 인물을 만들어 건강기능식품을 홍보하는 과정에서 마치 질병의 치료나 예방에 효과가 있는 것처럼 광고하거나 신체 영상과 합성하여 효과를 부풀리는 사례가 많아지고 있다. 또한 제품 섭취 전과 후 체험기에 대한 AI 영상을 만들어 부당하게 광고하는 경우도 심심치 않게 찾아볼 수 있다. 이러한 콘텐츠는 일반 소비자로 하여금 의약품으로 오인하게 만들 소지가 더 커서 소비자 피해로 쉽게 연결될 수 있다. AI로 콘텐츠를 만들어 사업에 활용하려는 다단계판매원들은 본인이 제작한 콘텐츠에 허위 과대 광고의 요소가 없는지 잘 살펴보아야 한다. 2026년 1월부터 인공지능기본법이 시행되면서 AI로 생성한 콘텐츠에 대해 이용자가 이를 인식할 수 있도록 워터마크 등의 표기를 해야 한다. 광고나 후기 영상 제작·게시 시에는 AI로 생성하였는지 여부를 명확히 표시해야 하며 이를 위반할 경우 과태료가 부과될 수 있다. 소비자 역시 광고 콘텐츠를 접할 때 AI 생성 표시나 워터마크 유무를 확인하는 습관을 길러야 한다.

다단계판매원들의 수가 매우 많고, 판매원들이 언제, 어디서, 어떤 방법으로 홍보를 하고 있는지 알 수가 없다 보니, 다단계판매업자가 판매원들의 허위 과대 광고를 완전히 단속하여 차단하는 것은 사실상 불가능에 가깝다. 그러므로 다단계판매원들은 스스로 자신이 광고 또는 판매하는 제품이 의약품이 아니라는 사실을 분명히 인식하고, 제품을 홍보하거나 판매하는 과정에서 질병의 치료나 예방에 관련된 내용을 언급하지 않도록 각별히 주의를 기울여야 한다.

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





신속한 결단은 비즈니스 성공의 필요조건이다

기존의 질서가 무너지고 지극히 혼란한 시대를 흔히 춘추전국시대 같다고 한다. 손자병법의 저자로 유명한 손무(孫武)는 춘추시대 말기의 사람으로, 전국시대가 시작되던 시기의 오나라 장군이자 군사 전략가였다. 그 시기는 기존의 질서가 붕괴되어 국가 간에 약육강식이 다반사로 벌어지던 시대였다. 작금의 세계 질서는 그야말로 춘추전국시대보다 더 혼란한 시기이다. 정치 질서뿐만 아니라 경제 질서도 한 치 앞을 내다볼 수 없을 정도로 혼란하고 격변한다. 거기다가 AI를 중심으로 한 제4차 산업혁명의 급속한 진행으로 인해 안정이 보장되는 일자리는 전무한 시대가 되었다. 손무는 그러한 시대를 이겨 내기 위한 전략을 모색했는데, 그 결과 탄생한 것인 손자병법이다.

손자병법은 단순한 싸움 기술을 넘어서 싸우지 않고 이기는 전략과 지혜를 담아, 경영, 정치, 인생 등 현대사회의 모든 분야에 적용되는 전략서이다. 총 13편으로 구성되며, 전쟁의 본질과 승리 조건을 분석하고, 지피지기 백전불태(知彼知己百戰不殆), 즉 '적을 알고 나를 알면 백번 싸워도 위태롭지 않다.'라는 유명한 구절을 포함해 깊은 통찰을 제공하는 고전(古典)이다.

손자병법은 칼 폰 클라우제비츠(Karl von Clausewitz) 같은 군사 전략가들뿐만 아니라, 마이크로소프트의 창업자 빌 게이츠, 일본 소프트뱅크 회장 손정의(孫正義), 파나소닉 창업자 마쓰시타 고노스케(松下幸之助) 등 탁월한 기업인들도 인생과 경영의 지혜가 담긴 핵심적 책으로 꼽으면서 적극적으로 활용한 것으로 알려져 있다. 특히 빌 게이츠는 경영 전략의 바이블로 손자병법을 극찬하며, 사업 전략을 수립할 때 이 책에서 영감을 얻은 것으로 널리 알려져 있다.

논리학에 필요조건이라는 개념이 있다. 필요조건이란 어떤 진술이 참이 되기 위해서 반드시 충족되어야 하는 조건을 말한다. 예를 들면 호흡은 인간이 생존하기 위해 필수적으로 충족되어야 하는 조건인데, 이것이 바로 인간 생존의 필요조건이다. 이와 같이 '신속한 결단은 비즈니스 성공의 필요조건'이라는 진술은 비즈니스에 성공하기 위해서는 '신속한 결단'이 반드시 충족되어야 한다는 것이다.

손자병법에서 병귀신속(兵貴神速)이라는 사자성어가 유래되었다. 이 말은 '군사를 부릴 때는 귀신같이 빠른 속도를 귀하게 여긴다.'라는 뜻이다. 전쟁이나 급박한 상황에서는 망설이지 않고 신속하게 행동하는 것이 가장 중요하다는 의미를 담고 있다. 군사 행동은 언제나 신속해야 하며, 머뭇거리지 않고 빠르게 대처하는 것이 승리의 요건임을 이르는 말이다. 군사적인 분야뿐만 아니라, 일상생활이나 비즈니스에서 목숨이나 큰 이익을 다투는 일을 처리할 때 속전속결(速戰速決)이 중요함을 비유할 때도 사용된다. 즉, '머뭇거리지 말고 신속하게 행동하라.'라는 교훈을 주는 성어(成語)이다.

"신속한 결단은 성공의 필요조건이다."라는 말은 급변하는 환경과 치열한 경쟁 속에서 머뭇거리지 않고 빠르게 내린 결정이 목표 달성과 성장의 핵심적인 전제 조건임을 의미한다. 이 명언이 담고 있는 구체적인 의미는 다음과 같다.

첫째, 속도가 곧 경쟁력이라는 것이다. 정보와 상황이 실시간으로 변하는 현대사회에서 기회는 잠시 머물다 사라진다. 빠른 결단은 기회를 놓치지 않고 획득하게 해 준다. 아마존의 창업자 제프 베이조스와 같은 경영자들은 '속도'를 비즈니스의 새로운 화폐로 본다. 신속한 결단은 경쟁자보다 앞서 나가게 하는 전략적 우위(Strategic Advantage)를 제공하기 때문이다. 다시 말하면 신속한 결단은 곧 돈이다.

둘째, 모멘텀, 곧 추진력을 유지하도록 해 준다는 것이다. 결단이 늦어지면 프로젝트나 달성하고자 하는 목표 자체가 지연되거나 동력을 상실하게 된다. 신속한 결정은 행동으로 바로 이어지게 하여 업무의 흐름과 추진력을 유지하도록 해 준다.

셋째, 불확실성을 감소시켜 준다는 것이다. 너무 오래 고민하면 오히려 상황이 복잡해질 수 있다. 기존의 사업자들 및 리더들의 의견과 실제를 보고 어느 정도 확신이 섰다면 빠르게 결정하고, 이후 상황에 맞춰 전략 전술을 수정하는 것이 소기의 목표를 달성하는 지름길이다.

넷째, 시행착오를 통한 학습의 기회를 얻을 수 있다는 것이다. 신속한 결단은 더 많은 시도를 가능하게 한다. 실패하더라도 빠르게 수정하여 더 높은 성과를 낼 수 있는 민첩성을 제공해 준다는 것이다. 스타트업의 심장부인 미국 실리콘밸리의 핵심적인 구호는 '빠르게 실패하고 빠르게 배우라!'라는 것이다. 실패는 끝이 아니라 더 나은 성공을 위한 과정이라는 철학이다. 결론적으로, 완벽한 타이밍을 기다리다가 기회를 놓치지 말고, 신속한 판단으로 행동에 옮겨 지속적인 모멘텀을 만들어 내는 것이 성공의 필수적인 요소라는 뜻이다.

애터미 사업자들은 기본적으로 자신이 자신을 이끌어가는 셀프 리더이다. 현대사회에서 성공하기 위해서는 셀프리더십을 갖추어야 한다. 셀프리더십과 신속한 결단은 '주도성'과 '명확한 목표 의식'을 매개로 하여, 불확실한 상황에서도 흔들리지 않고 행동으로 옮기게 하는 강력한 상관관계를 가지고 있다. 셀프리더십이 높은 사람은 자기 관찰과 자기 관리를 통해 자신의 가치관과 목표가 뚜렷하기 때문에, 신속하고 올바른 결단을 내릴 수 있는 기반을 갖추게 된다. 신속한 결단은 성공의 필요조건이다. 모두 셀프리더십을 갖추어 비전을 달성하자.

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

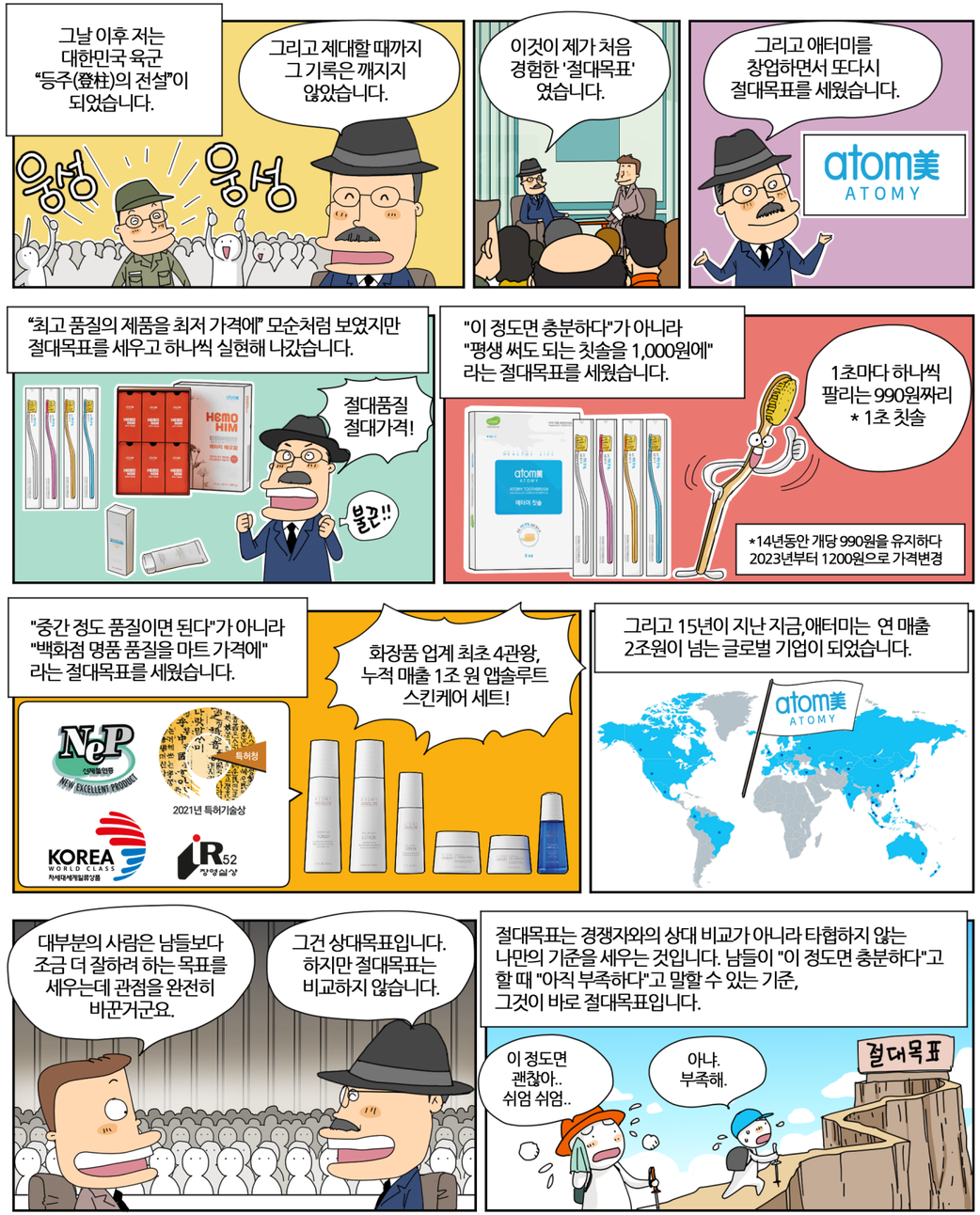


절대목표


절대목표는 사람으로서는 더 이상 할 수 없다고 여겨지는 지점을 목표로 삼는 것입니다.
현실적인 목표랑은 완전히 다르네요?
예를 들면 전봇대를 3.8초 안에 오르내리겠다고 선언하는 거죠.
탁 탁 탁 탁
상식적으로 말이 안 되는데요?


1979년 가을, 강원도 양구 21사단 최전방
저는 포대 통신병이었습니다. 전봇대를 타고 올라가 전화선을 가설합니다. 전봇대 타기 속도는 곧 전투력이었습니다.
차가운 아침 공기 속에 병사들이 훈련장에 모였습니다. 군단 포술경연대회를 앞둔 훈련이었습니다.
박한길 병장! 네가 우리 사단 대표다. 확실하게 이기고 와라!
예! 알겠습니다.
[한 발의 지지가 확인된 후 다음 발을 찍는다] 모두가 교범대로 훈련했습니다.
신병 평균 18초, 숙련병 13초. 저도 처음엔 다르지 않았습니다.
하지만 어느 날, 훈련을 마치고 막사로 돌아가는 길에 문득 이런 생각이 들었습니다.
왜 걸어서 올라가야 하지? 달리면 안 되나?
전봇대를 눕혀 왕복 달리기를 해봤습니다.
3.8초!
타다다다닥
저는 그날부터 3.8초를 절대목표로 정했습니다.
중력을 거슬러 올라가는게 평지를 달리는 것보다 빠를 수는 없으니까요.
끼덕끼덕


처음엔 1미터 정도 높이에서 뛰어올라 찍는 연습부터,
타앗
척
두 발이 떠 있는 순간에도 다음 발을 찍는 연습! 떨어지면 다시 올라가고, 실패하면 다시 도전했습니다.
13
14
15
동료들은 식사시간, 쉬는시간까지 쪼개 훈련하는 절 의아하게 바라보곤 했습니다.
장교도 아닌 쫄병이 뭘 그렇게까지 하냐.
허 허 허 허
너 말뚝 박을 거야?
군단 포술경연대회
첫 번째 선수! 14초!
글썰썩
더 잘할 수 있었는데!
두 번째 선수. 12.5초!
씨익~
우와 대단하다!
으윽
병장 박한길. 전주 앞으로!
네!
척
파 파 파 팟
헉!
3...3.8초!
우 와아아아ㅡ
짝 짝 짝 짝 짝


그날 이후 저는 대한민국 육군 "등주(登柱)의 전설"이 되었습니다.
그리고 제대할 때까지 그 기록은 깨지지 않았습니다.
웅성 웅성
이것이 제가 처음 경험한 '절대목표' 였습니다.
그리고 애터미를 창업하면서 또다시 절대목표를 세웠습니다.
atom美 ATOMY
"최고 품질의 제품을 최저 가격에" 모순처럼 보였지만 절대목표를 세우고 하나씩 실현해 나갔습니다.
절대품질 절대가격!
붙끈!!
"이 정도면 충분하다"가 아니라 "평생 써도 되는 칫솔을 1,000원에" 라는 절대목표를 세웠습니다.
1초마다 하나씩 팔리는 990원짜리 * 1초 칫솔
*14년동안 개당 990원을 유지하다 2023년부터 1200원으로 가격변경
"중간 정도 품질이면 된다"가 아니라 "백화점 명품 품질을 마트 가격에" 라는 절대목표를 세웠습니다.
NeP 신제품인증 NEW EXCELLENT PRODUCT
특허청 2021년 특허기술상
KOREA WORLD CLASS 차세대세계일류상품
iR52 장영실상
화장품 업계 최초 4관왕, 누적 매출 1조 원 앱솔루트 스킨케어 세트!
그리고 15년이 지난 지금,애터미는 연 매출 2조원이 넘는 글로벌 기업이 되었습니다.
atom美 ATOMY
대부분의 사람은 남들보다 조금 더 잘하려 하는 목표를 세우는데 관점을 완전히 바꾼거군요.
그건 상대목표입니다. 하지만 절대목표는 비교하지 않습니다.
절대목표는 경쟁자와의 상대 비교가 아니라 타협하지 않는 나만의 기준을 세우는 것입니다. 남들이 "이 정도면 충분하다"고 할 때 "아직 부족하다"고 말할 수 있는 기준, 그것이 바로 절대목표입니다.
이 정도면 괜찮아.. 쉬엄 쉬엄..
아냐. 부족해.
절대목표


한 가지 고백을 하겠습니다.
?
저도 두려웠습니다. "내가 정말 성공자가 될 수 있을까?"
"주변 사람들을 도와줄 수 있는 사람이 될 수 있을까?"
여러분들 또한 마음속에 두려움이 있을 겁니다.
여러분, 용기를 내십시오.
용기라고 하는 것은 두려움을 느끼지 못하는 것이 용기가 아닙니다.
꾸욱
용기는 두려움이 있지만, 그 두려움과 맞서는 것이 용기입니다.
실패는 쓰러지는 것이 아닙니다. 실패는 쓰러졌을 때 일어나지 못하는 것입니다. 일어서는 것이 용기입니다.
용기
두려움
목표와 현실이 붙어있으면 일할 필요가 없습니다.
현실을 목표까지 끌어올리는 과정, 그것이 일입니다. 그 간격이 클수록 할 일이 많고, 그만큼 성장할 수 있습니다.
목표
현실
남들이 월 300만원을 목표로 할 때, 여러분은 월 1억을 목표로 하십시오. 미칠듯한 절대목표를 세우십시오. 불광불급!(不狂不及), 미치지 않으면 미칠 수 없습니다.
제가 해냈던 일들은 지폐에 그려진 거북선으로 한국을 조선 강국으로 만든 업적도, 세계를 이끄는 초격차 반도체 공장을 세운 업적도 아닙니다.
내가 가진 능력과 상관없이 '미친열정' 하나만 있어도 무언가를 이룰 수 있다는 얘기를 하고 싶은 것입니다.
절대목표는 시간이 걸립니다. 하루아침에 이루어지지 않습니다. 하지만 포기하지 않고 계속 가면, 결국 됩니다.
꺾 꺾 꺾 꺾 꺾 꺾
제가 3.8초를 달성했듯이, 여러분도 자신만의 3.8초를 달성해 보시기 바랍니다.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

INDONESIA
id.atomy.com
TEL +62-02130422288
E-MAIL atomy_id@atomypark.com

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

atom美
ATOMY

주름? 이제 바르지 말고, 붙이세요!

애터미 아크로패스 라인 리프터 V5 마이크로콘 패치

ATOMY ACROPASS LINE LIFTER V5 MICROCONE PATCH

미백 · 주름개선 기능성 화장품



| 눈가&팔자용 10 파우치 | 10 Pouches

| 미간용 5 파우치 | 5 Pouches