ATOMY MAGAZINE

9/10/11월
2025 | Vol. 36
인도네시아 특집호

글로벌 애터미, 이제 시작이다

82억 인구 시장이 만드는 무한한 가능성

COVER STORY
- 애터미는 글로벌 비즈니스다
- 글로벌 애터미 비즈니스, 누구나 할 수 있다

PRODUCT
- 애터미 메가 비타민D_3K_2
- 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트

FIELD
- 공정위·WFDSA 자료로 입증한 애터미의 성장 잠재력
- 애터미 중국, 2030년까지 매출 1조 넘어설 것

INTERVIEW
- 김종열&김복진 스타마스터
- 전수아 스타마스터



atom美
ATOMY



CONTENTS

9/10/11월 2025 | Vol. 36

04	FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE	미쳐 버릴 만큼 멋진 성공 시나리오 | 박한길 애터미 회장
06	COVER STORY ❶	애터미는 글로벌 비즈니스다
08	COVER STORY ❷	언어와 능력을 뛰어넘은 3인 3색 이야기
10	FIELD ❶	인도네시아, 동남아 최대 소비 시장
12	FIELD ❷	인도네시아 법인, 2035년까지 시장 점유율 20% 목표
14	FIELD ❸	인도네시아 석세스아카데미, 3,000명 운집… 꿈을 향해 도전하라
16	FIELD ❹	인니 회원 3인과의 대담, 왜 애터미인가?
20	FIELD ❺	인도네시아의 백만갑, 현장 반응 좋아
22	FIELD ❻	인도네시아 최고 직급자와 인도네시아를 누비는 한국 청년
24	GLOBAL	애터미 노니, 2030년까지 글로벌 시장 점유율 20% 목표
26	FIELD ❼	공정위·WFDSA 자료로 입증한 애터미의 성장 잠재력
28	FIELD ❽	애터미 중국, 2030년까지 매출 1조 넘어설 것
30	COLUMN ❶	건강의 기본, 비타민 C
32	PRODUCT ❶	비타민C, 생기있는 하루를 만드는 항산화 에너지
34	FIELD ❾	백터미 현장 르포 _ 소비자도 파트너도 사로잡는 비결은?
36	PRODUCT ❷	애터미 핸드케어가 만드는 일상의 방패막
38	PRODUCT ❸	부족한 비타민D 채우려면 '애터미 메가 비타민D_3K_2'가 답!
40	PRODUCT ❹	매일 스킨케어하듯 집에서 하는 단백질 케어
42	INTERVIEW ❶	동네 마트 아저씨, 성공 이끄는 멘토가 되다 김종열·김복진 스타마스터
44	INTERVIEW ❷	펜싱에서 못 이룬 '금메달', '임페리얼'로 이룰 것 전수아 스타마스터
46	PRODUCT ❺	으랏차차! 피로 회복과 에너지 충전을 한 번에
48	FIELD ❿	"매일 한 병, 피로가 달라졌어요" 애터미 헤모힘 샷 체험기
50	GALLERY	2025년 상반기 해외 법인 승급여행 스케치
52	GLOBAL ATOMY NEWS	글로벌 애터미 뉴스
54	법률 Q&A	다단계판매 제품의 온라인 재판매 오승유 변호사
56	COLUMN ❷	구르는 돌에는 이끼가 끼지 않는다 이성연 경제학 박사
58	CARTOON	애터미 프로팩타민











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

미쳐 버릴 만큼 멋진 성공 시나리오



여러분, 빌딩을 지을 때 설계도면 없이 그냥 막 지을 수 있을까요? 큰 빌딩을 설계도 없이 짓는다면 실패작이 될 겁니다. 마찬가지로 우리 인생도 그렇습니다. 성공했다는 말을 듣는 인생을 살아가기 위해서는 반드시 인생의 설계도가 필요합니다.

저는 실제로 365평 규모의 저택에 살고 있습니다. 땅 찾는 데만 2년, 100군데 넘게 돌아보았습니다. 설계에 1년 6개월, 공사에 1년 6개월이 걸렸습니다. 한국 사람들은 집을 지을 때 설계비를 아깝다고 생각한답니다. 하지만 저는 설계비를 깎아 달라고 해 본 적이 없습니다. 오히려 더 지불했습니다. 왜냐하면 아무리 좋은 자재를 사용하더라도 설계가 부실하다면 흉물에 불과하기 때문입니다. 현재 제 집은 건축학과 학생들이 견학 오는 장소가 되었습니다.

건물 한 채도 이렇게 설계도가 중요한데, 우리 인생은 건물보다 훨씬 더 소중하고 복잡합니다. 그런데 이 인생을 설계도 없이 살아간다는 게 말이 되겠습니까? 많은 이들이 인생의 실패를 한탄합니다. 그 가장 큰 이유가 바로 인생 설계도 없이 살았기 때문이라고 저는 생각합니다. 그래서 애터미는 인생 시나리오 쓰는 것을 매우 중요하게 생각합니다. 이건 그냥 종이에 글 몇 자 쓰는 게 아니라, 내 인생의 설계도를 그리는 일입니다.

미래를 현재로 끌어오는 힘, 양자역학

그렇다면 성공적인 인생 설계도는 어떻게 그려야 할까요? 상상력을 발휘해서 미래로 먼저 가야 합니다. 미래로 훌쩍 날아가 성공한 나 자신을 먼저 만들어 놓는 겁니다. 그리고 그 멋진 성공자의 모습을 현재로 끌고 와서 오늘을 살아야 합니다.

미래의 성공한 나와 지금의 나는 서로 얽혀 있습니다. 미래에 성공한 내가 딱 정해져 있지 않으면, 지금의 나도 오늘을 어떻게 살아야 할지 결정할 수가 없습니다. 이건 마치 양자역학의 '양자 얽힘'과도 같습니다. 서로 얽힌 두 개의 양자는 한쪽이 변하면 아무리 멀리 떨어져 있어도 다른 한쪽이 동시에 변합니다. 미래의 나와 현재의 내가 바로 그렇게 얽혀 있는 것입니다. 이게 바로 애터미가 강조하는 인생 시나리오의 핵심 원리입니다.

미치지 않으면 성공에 미칠 수 없다

하나님이 우리 인간에게 주신 특별한 능력이 있습니다. 바로 상상력입니다. 이 상상력은 시간을 초월하는 힘을 가졌습니다. 이 능력을 통해 미래로 날아가 성공한 나의 모습을 그려야 합니다. 다시 강조합니다. 미래의 성공한 모습을 오늘로 가져와, 지금의 힘든 시간을 버텨 내는 동력으로 삼는 겁니다.

미래의 성공한 내 모습은 클수록 좋습니다. 미쳐 버릴 만큼 대단한 성공이어야 합니다. 성공한 사람치고 '미쳤다.'라는 말을 듣지 않은 이는 없습니다. '불광불급(不狂不及)', 미치지 않고서는 결코 목표에 도달할 수 없습니다. 지금 이 순간이 힘들다고 느껴진다면, 아직 미치지 못했기 때문입니다. 미치지 못한 이유는 무엇일까요? 바로 미쳐 버릴 만큼 멋진 인생 시나리오를 아직 쓰지 않았기 때문입니다. 미친 사람은 힘들다고 투덜거리지 않습니다.

애터미 초창기, 제가 무엇을 선언했습니까? "임페리얼 마스터가 되면 10억 원을 지게차로 떠 드리겠습니다!" 많은 사람이 미친 소리라며 비웃었습니다. 하지만 저는 이미 미래에서 확정된 사건을 선포한 겁니다. 그리고 약 10년 후인 2017년, 약속대로 10억 원을 지게차로 떠 드렸습니다. 그 이후로 1년에 평균 2명씩 14명의 10억 원 주인공들이 탄생했습니다. 이제 곧 해외에서도 임페리얼 마스터가 탄생할 것입니다. 이게 바로 제가 인생 시나리오 작성을 실천한 결과입니다.

저는 이미 10년, 20년 후의 애터미를 생생하게 그리고 입술로 선포하며 걸어왔습니다. 선포한 대로 이루어진다는 것을 애터미의 역사가 증명합니다. 이것이 바로 인생 시나리오의 위대한 힘입니다.

'선승구전(先勝求戰)', 먼저 이기고 나서 싸우는 길입니다! 자, 이제 모두 멋진 성공 시나리오를 쓰고, 제대로 한 번 미쳐 봅시다! 그리하여 성공의 정상에서, 여러분의 파트너들과 함께 균형 잡힌 삶을 멋지게 누리시기를 바랍니다.

애터미는 글로벌 비즈니스다

글로벌 직판 시장 220조… 이제 시작이다

애터미는 글로벌로 해야 제격이다. 이유는 아주 단순하다. 전 세계 시장이 한국 시장보다 매우 크기 때문이다. 간단하게 보자. 한국은 5,000만 인구다. 세계 인구는 80억 명이다. 한국보다 160배나 크다. GDP 규모로 보면 어떨까. 국제 통화 기금(International Monetary Fund)에서 발표한 2025년 주요국 GDP 예상 자료에 따르면 한국의 2025년 예상 GDP는 1조 9,471억 달러다. 글로벌은 115조 3,383억 달러다. 자그마치 60배 정도 더 크다. 그러니 애터미 사업은 글로벌로 할 때 더욱 시너지가 크다.



글로벌 원서버 시스템

애터미 사업을 글로벌로 해야 제격인 첫 번째 이유는 애터미의 보상 플랜이 글로벌 원 서버 시스템이기 때문이다. 애터미의 보상 플랜은 한국 회원 아래 미국 회원이, 그 미국 회원 아래에 일본 회원이, 그리고 그 일본 회원 아래에 다시 한국 회원이 등록하는 것이 전혀 이상하지 않다. 한국 시장 혹은 아시아태평양 시장, 미주 시장, 유럽 시장 등으로 구분해 나눠 먹는 보상 플랜이 아니다. 전 세계 모든 시장을 하나의 시장으로 보고 시작하는 보상 플랜이다.

영어 한 마디 못해도 미국에 라인을 펼칠 수 있다. 일본도, 말레이시아도, 독일도, 이탈리아도 마찬가지다. 심지어 한 번도 간 적이 없는 나라에서 파트너가 생기기도 한다. 내가 글로벌 사업에 뜻이 없어도 글로벌로 진행되는 사업이라는 뜻이다. 한국 사람만 만나 리크루팅을 하고 한국 소비자만 만나 제품을 소개하고 애터미 사업을 전달해도 말이다. 그러니 해외 사업에 조금만 관심을 가져도 성공 가능성은 적어도 60배는 커진다고 할 수 있다. 전 세계의 GDP는 한국 GDP의 60배니까.

회사에서 지원하는 글로벌 비즈니스 시스템

또 하나, 애터미는 회원의 성공 가능성을 최대로 높이기 위해 글로벌 비즈니스를 적극적으로 밀어주고 있다. 바로 전구동보(全球同步)다. 글자 그대로 모든 지구상에서의 애터미는 같은 걸음을 걷는다는 의미다. 애터미의 고객이라면 세계 어디에서나 같은 고객 경험을 누릴 수 있어야 한다. 따라서 애터미는 글로벌 표준화를 진행하고 있다. 각 법인의 영상 콘텐츠나 세미나 상황들을 수십 개 언어로 번역해서 제공하고, AI 동시통역을 지원해서 전 세계에서 동시에 참여할 수 있는 시스템을 만들었다. 또한 ABR 등 애터미만의 성공 시스템을 해외 법인에서도 실시하고 한국에서 출시되는 제품은 최대한 빠르게 해외 법인에서도 출시한다. 다양한 콘텐츠에 대한 글로벌 회원들의 접근성을 확대하고 법인 간의 정보 불균형을 해소해 나간다. 또한 각 나라마다의 법률과 규제 차이로 인해 불가피하게 각 해외 법인 간의 출시 제품에 있어 생기는 차이는 앳지몰을 통해 해결해 나가고 있다. 전 세계가 하나의 시장인 것처럼 전 세계의 모든 애터미 법인이 동일한 서비스를 고객에게 제공하는 것이다.

이러한 비즈니스 시스템 외에도 올바른 비즈니스 철학과 효율적인 방향성을 제시하고 있다. 대표적인 것이 애터미의 비즈니스 철학인 제심합력이다. 모든 회원의 성공을 위해 함께 힘을 모은다는 제심합력 아래 영어를 못하면 잘하는 회원이 도와주고, 해외에 연고가 없으면 있는 회원이 다리를 놓아 주고, 강의를 잘 못하면 잘하는 회원이 가르쳐 주면서 애터미의 글로벌 사업이 커져 왔다. 특히 다른 네트워크마케팅 기업과 차별화되는 부분은 기업에서 직접 회원들의 세미나 등을 지원한다는 점이다. 한국 기준, 매달 9곳에서 열리는 석세스아카데미에는 애터미 회원 누구나 무료로 참석할 수 있다. 이 외에도 원데이 세미나, 비즈니스 세미나 등 매주 혹은 수시로 열리는 무료 비즈니스 교육들이 있다.

2010년, 45억 원이었던 해외 매출은 그렇게 성장하며 2021년 1조 원을 넘었고 지난해 1조 2,400억 원으로 무려 270배 이상 성장했다. 고객의 성공을 위한 애터미의 지원이 결실을 맺기 시작한 것이다. 이는 또한 스폰서의 전폭적인 지원으로 파트너의 성공이 이루어지고, 파트너의 성공은 다시 스폰서의 성공으로 이어지는 제심합력 시스템의 결과물인 것이다.

2030년까지 10조 목표, 글로벌은 이제 시작

애터미의 글로벌 사업은 이제 시작이나 다름없다. 2021년, 애터미는 한국 다단계판매 기업 최초로 해외 매출이 국내 매출을 넘었다. 당시 해외 매출액은 1조 1,966억 원(2021 평균 환율 기준)으로 국내 매출액 1조 332억 원 대비 16% 더 많았다. 사실 해외 시장을 개척한 것도, 해외 매출액이 1조 원을 넘어선 것도 애터미가 국내 최초였다. 지난해 해외 매출액 1조 2,400억 원은 220조 원에 달하는 글로벌 시장의 1%도 되지 않는다. 1,500만 글로벌 애터미 회원도 82억 세계 인구에 비하면 많다고 할 수 없다. 2010년 이래 애터미는 절대품질 절대가격의 제품과 소비자의 이익과 고객의 성공을 우선하는 소비자중심 네트워크마케팅으로 전 세계 시장을 개척하며 소기의 성과를 거뒀다. 그 성과는 1조 원 이상의 해외 매출이 아니라, 회원들이 흔들림 없이 글로벌 시장을 공략해 나갈 수 있도록 만반의 준비를 갖춘 것이다, 실제로 올 상반기 해외 매출은 전년 동기 대비 10% 성장했다.

지난 6월 말 기준 가장 높은 성장률을 기록한 법인은 2024년 로컬 기준 58%에 달하는 성장률을 보인 콜롬비아 법인으로, 상반기에 전년 동기 대비 무려 80% 성장했다. 이어 유럽 법인이 66%, 러시아 법인이 55% 성장했다. 해외 법인 가운데 가장 많은 매출액을 올리는 중국 법인도 8.5% 성장하며 글로벌 성장세에 힘을 보탰다. 글로벌 시장 개척은 국내에서 비즈니스를 펼치는 것보다 더 많은 어려움이 있다. 언어와 문화가 다르고 경제적 가치가 다르다. 또한 인플레이션으로 인한 물가 상승과 소득 감소 효과 등의 시장 상황은 평생직장으로서 애터미 비즈니스의 가치가 오히려 돋보이게 하고 있다. 헤모힘과 노니, 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 등 경쟁력 있는 제품들을 무기 삼아 얼마든지 공략해 나갈 수 있다. 글로벌 애터미, 이제 시작이다.

말레이시아 석세스 아카데미 현장



언어와 능력을 뛰어넘은 3인 3색 이야기

글로벌 애터미 비즈니스, 누구나 할 수 있다

애터미 회원이라면 누구나 해외 사업을 할 수 있다. 어쩌면 샤론로즈마스터 이상의 직급자라면 자신이 직접 해외 사업을 하지 않아도 파트너 가운데 누군가는 해외 사업을 하고 있을 가능성이 매우 높다. 이미 해외 매출액이 한국 매출액을 넘어선 지 오래이기 때문이다. 특히 전 세계를 하나의 시장으로 접근하는 애터미의 특성상 지금 시작하더라도 조만간 해외 파트너가 생길 것이다. 아니 어쩌면 이미 스폰서 가운데 해외 회원이 있을 수도 있다.

해외 사업에 주력하고 있는 한국 회원을 만나봤다. 왜 해외 사업을 시작하게 됐는지, 어떤 어려움이 있었는지, 그리고 해외 사업의 노하우는 무엇인지 물었다. 그들은 한결같이 겁내지 말라고 조언했다. 해외 사업이나 국내 사업이나 큰 차이 없다는 것이다. 두려움을 없애고 과감하게 부딪혀 보면 어느 사이엔가 성공이 다가와 있다. 국내 사업도 좋지만, 해외 사업 병행을 추천한다. 그 이유는 시장도 크고, 아직 애터미를 모르는 사람들이 태반이기 때문이다. 무엇보다 애터미가 취급하는 절대품질 절대가격의 제품을 더 많은 세계 소비자들에게 알리는 것은 비즈니스를 넘어선 인류애의 적극적인 표현이기 때문이다.

INTERVIEW 1

좋은 제품 파는 회사, 세계에 알려야
국내보다 빠른 글로벌 사업, 겁내면 제자리일 뿐 – 영어는 AI로 해결

조승훈(33)
샤론로즈마스터

올해 서른셋, 애터미에 대한 선입견은 없었다. 그저 좋은 제품을 판매하는 회사라고만 생각했다. 스타벅스에서 알바도 해보고, 전기 제품을 만드는 공장에서 일도 했었다. 그러다가 애터미를 알게 됐다. 선크림이나 헤모힘 등의 제품은 직접 써보고 효과도 느꼈다. "비염이 심했어요. 헤모힘을 먹은 지 석 달 정도 됐을까. 어느 날인가 가족들이 '비염 괜찮아졌네'라고 하는 거예요." 제품이 좋으니 열심히만 하면 될 것이라고 생각했다.

그러던 차에 스폰서가 부산에서 센터를 연다고 했다. 애터미에 올인할 것인가 아니면 소비자로 남을 것인가를 잠시 고민했다. 올인한다면 스폰서를 따라 울산에서 부산으로 이사를 해야 했다. 고민 끝에 올인을 택했다. 그리곤 바로 부산으로 이사를 했다. "스폰서와 같이하면 내가 부산에서 애터미 사업의 성과를 낼 수 있겠다고 생각했어요. 늘 무엇이든 해보려고 하는 모습에 신뢰가 갔거든요."



해외 사업을 시작한 지는 1년 남짓 됐다. 시작한 이유는 단순했다. 애터미는 글로벌 기업이니 애터미 사업을 한다면 당연히 글로벌이다. 하지만 말이 좋아 글로벌이지 그게 어디 쉬운가. 언어도 다르고 문화도 다르고 아는 사람 하나 없는 외국에서 애터미 사업을 한다는 것이 말처럼 쉬울까? "처음엔 언어 문제가 제일 힘들었어요. 하지만 AI 등을 활용해 넘을 수 있었죠. 그러고 나니 문화적인 부분이 힘들어지더라고요." 문화적인 부분은 어쩔 수 없었다. 직접 부딪히면서 깨지면서 배우는 수밖에. 그래도 글로벌은 글로벌이었다. 한동안 답보상태였던 비즈니스가 활기를 찾고 성장 궤도에 올라서기 시작한 것이다.

현재 조승훈 샤론로즈마스터가 주력하는 해외 법인은 튀르키예다. 크리스천이기에 주저하긴 했지만, 실제로 접해보니 배려와 존중만 있으면 아무런 문제도 없었다. 히잡으로 꽁꽁 싸맨 여성이 많지만 의외로 화장품이 인기다. 애터미 제품의 신뢰도가 상당히 높은 편인 것도 도움이 된다. "튀르키예 사람들은 사용했을 때 어떤 효과가 있는지 충분히 설명해 주면 있는 그대로 받아들여요. 그리고 실제 경험을 한 뒤 평가를 하거든요."

조승훈 샤론로즈마스터의 해외 비즈니스 노하우는 '아생연후살타(我生然後殺他)'다. 해외 사업을 하려면 국내 사업부터 안정시켜 놓고 장기적인 비전으로 해야 한다는 말이다. "오토 세일즈를 국내에서 구축하는 게 롱런할 수 있는 해외 비즈니스의 첫 단계라고 생각해요. 그래야 나 자신은 물론이고 해외 파트너의 사업도 안정적으로 후원할 수 있거든요."



튀르키예 센터에서 사업 설명 중인 조승훈 샤론로즈마스터

INTERVIEW 2

최고의 콘텐츠는 나 자신
해외 사업, 두려워 말고 여행 삼아 무조건 그냥가서 부딪히다 보면 되는 것

김미숙(65)
로열마스터

"애터미가 글로벌로 나갈 때는 글로벌 사업을 같이 하면서 성공하라고 하는 것이잖아요. 아는 사람 하나 없는 해외에서 어떻게 하나고요? 가서 부딪혀 보면 돼요. 일곱 다리만 거치면 이 세상 사람 모두와 연결된다는 말도 있잖아요." 김미숙 로열마스터의 말이다. 대한항공 파일럿이던 남편 덕분에 알래스카에서 몇 년을 살기도 했고 해외여행이라면 신물 날 정도로 다녔지만, 해외에서 애터미 사업을 한다는 생각은 해보지도 않았었다.

그러던 어느 날, 김분숙 크라운마스터의 연락을 받았다. 영어 한마디 못 하지만, 미국에서 애터미 사업을 하고 있다는 것이었다. 별생각 없이 미국행 비행기에 몸을 실었다. 함께하는 파트너가 미국에서 고생하는데 뭐라도 거들 게 있으면 거들어 줘야겠다는 마음이었다. 가보니 생각과는 많이 달랐다. "내가 하지 않았지만 곳곳에 파트너들이 몇십 명 몇백 명씩 있는 것이었어요. 그냥 눈물이 나는 거예요. 너무 감사했죠." 늦었지만 후원이라도 제대로 해야겠다고 마음을 다잡았다.

그렇게 의도치 않게 해외 사업을 시작했지만 특별한 어려움은 없었다. 가고 싶을 때, 경제적 부담 없이 언제든 가서 후원할 수 있었고, 언어 문제도, 문화적 충격도 없었다. 해외 라인이든 국내 라인이든 구분하지 않고 다 아울렀다. 어릴 적, 집에 손님이 오면 좋아했던 성격이 지금도 내 파트너 네 파트너 가릴 것 없이 사람들하고 어울리게 했다. "애터미의 제심합력이 바로 그것 아닌가요? 애터미는 전 세계가 하나인 원서버고, 전 세계 애터미언즈는 모두 원라인이죠." 덕분에 김미숙 로열마스터의 파트너는 미국과 멕시코, 호주, 중국, 인도까지 지구촌 방방곡곡으로 뻗어있다.

해외에서는 애터미 제품만 있으면 얼마든지 사람에게 다가갈 수 있다. 문제는 두려움이다. 해외에 나가는 그 자체가, 공항을 통과할 때의 두려움이고 누구를 만나야 할지 모르는 것에 대한 두려움이다. 그 두려움을 이겨 내면 전 세계가 나의 시장이 되는 것이다. "세계 어딜 가나 성공한 파트너들이 반갑게 맞아준다고 생각해 봐요. 그 기쁨을 상상할 수 있다면 어떤 두려움도 다 사라질 거예요. 한국에서 시작해 미국을 거쳐 유럽을 아우르고 동남아를 지나 다시 한국에 돌아오는 그 기분을 느껴보길 바라요. 그게 글로벌 비즈니스거든요."



INTERVIEW 3

잘하는 영어, 제대로 써먹자
글로벌 애터미 비즈니스? 좋아하고 즐기면 되는 것

이영래(41) / **박수민**(34)
샤론로즈마스터

어머니의 권유로 애터미를 시작한 지 이제 7년 반 정도 지났다. 네트워크마케팅? 어머니가 애터미를 하고 계셔서 거부감은 없었다. "사람을 만나 대화하면서 사업을 하면 될 것 같다는 생각을 했어요. 애터미는 그런 제게 맞춤형인 셈이죠." 영어에 대한 자신감이 글로벌 애터미에 대한 자신감으로 확장된 것이다.

해외에서 펼치는 애터미 사업은 한국에서와는 살짝 달랐다. 한국에서는 애터미 제품을 쓰다가 사업으로 진행되는 경우가 많았지만, 해외에서는 비즈니스에 대한 부분이 먼저인 경우가 많았다. 그러다 보니 상대방도 '비즈니스 파트너'의 가능성을 염두에 두고 상호 존중하는 태도로 대해 준다. 이영래·박수민 샤론로즈마스터가 주로 사업을 펼치는 태국에서는 특히 그런 느낌을 많이 받는다. "서로 존중해 주는 상황에서 애터미 제품을 체험하거나 검색을 해보면 애터미가 크고 좋은 회사라는 걸 알게 되죠. 그럴 때면 애터미가 가진 비즈니스로서의 가치가 느껴지죠."

인기가 많은 제품은 이브닝케어와 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어다. 그리고 최근 들어 이너뷰티 제품에 대한 수요가 높아지고 있다. 이영래·박수민 샤론로즈마스터는 태국 유명 관광지인 푸켓에서 홈파티나 다양한 행사에 팝업 스토어나 협찬 등의 방식으로 애터미 비즈니스와 제품을 알리고 있다. 따라서 제품 가격에는 민감하지 않은 사람이 대부분이다. 실제로 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어나 헤모힘 등 가격보다는 건강과 피부 미용에 좋은 제품들이 많이 판매되고 있다. "경제적으로 여유가 있는 사람들이 많아요. 비싸도 효과가 확실한 제품을 좋아하죠. 애터미 제품은 가격도 품질도 '엄지 척'이죠."

홈파티도 매우 유용한 비즈니스 스킬이다. 집에서 사람들이 모여 요리를 먹으면서 이야기하는 것처럼 좋은 콘텐츠도 없다. 맛있는 요리를 먹고 나서 세미나처럼 제품 이야기도 하고 비즈니스까지 소개하면 금상첨화(錦上添花)다. "새로운 사람들이랑 애터미 이야기하면서 시간을 꾸려 나갈 수 있다는 것 그 자체가 이미 즐거움이죠. 글로벌? 저희에겐 특별한 게 아니라 좋아하고 즐기는 일입니다." 글로벌 애터미 비즈니스? 두려워할 것이 아니라 좋아하고 즐기면 되는 것이다.









인도네시아 수도인 자카르타 전경과 현지의 애터미 세미나

인도네시아, 동남아 최대 소비 시장

직접판매 가능성 무궁무진… 애터미의 성장 가능성은?

인도네시아는 약 2억 8,572만 명의 인구를 가진 세계 4위의 인구 대국이다. 인도양과 태평양 사이 적도에 걸쳐 자리하고 있는 섬나라로 면적은 대한민국의 약 20배인 1억 9,169만 677㏊(세계 14위)에 달한다. GDP는 1조 1,222억 7,078만 달러(2022년)로 세계 17위이지만, ASEAN 내 최대 소비 시장이기도 하다. 2023년 기준 직접판매 시장은 약 13억 달러이며, 회원 수는 약 800만 명이다. 직접판매 시장으로 보면 성장기에 막 진입한 상태라고 볼 수 있다. 따라서 애터미 인도네시아 법인의 성장 가능성도 무궁무진하다고 할 수 있다.

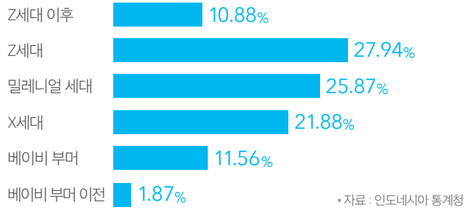
2050년, 세계 4대 경제 규모의 글로벌 소비 중심지

KOTRA의 글로벌 시장 보고서에 따르면 인도네시아는 오는 2050년, 세계 4대 경제 규모의 글로벌 소비 중심지로 성장할 전망이다. 특히 인구의 54%가 젊은 층으로 트렌드에 민감하고 소비 성향이 높아 젊은 층이 사회 주역이 되는 10년 이내에 내수시장 규모가 폭발적으로 성장할 것으로 예상된다. 지속적인 경제 성장세로 인해 가처분 소득 증가, 도시화에 따른 소비패턴 변화로 리빙 제품이나 가공식품 및 음식, 건강식품 등의 지출이 많아질 것이기 때문이다. 실제로 인도네시아의 중산층은 식품과 영양제 등 건강을 위한 지출에 비용을 늘리고 있는 것으로 나타났다.

인도네시아의 1인당 국민 소득은 2024년 말 기준 4,368달러다. 또한 빈곤에서는 벗어났으나 경제적 안정성이 부족한 인구수는 1억 1,500만 명으로 추산되고 있다. 따라서 가성비가 중요한 구매 요인으로 작동하는 시장이다. 그러나 수도인 자카르타의 1인당 명목 GDP는 19,029달러, PPP(구매력평가)는 55,184달러 수준으로, 인도네시아 평균을 훨씬 상회하고 있다는 점도 유념해야 한다. 실제로 인도네시아의 중심 상권은 인구의 절반인 1억 2천만 명이 거주하고, 제1, 제2의 도시인 자카르타, 수라바야가 있는 자바섬에 있다.

2025년에는 최저임금 인상과 무상급식 확대에 힘입어 저소득층의 구매력 유지 및 포용적 성장이 기대되고 있다. 또한 평균 연령이 29.7세로, 젊은 인구가 소비의 중심이 되고 있으며 e커머스가 확산되고 있는 상황이다. 특히 코로나19로 인한 비대면 수요 확대로 2020년 전자상거래 시장은 전년 대비 11% 증가한 440억 달러 규모로 확대됐으며, 올해에도 두 자릿수 이상의 폭발적인 성장세가 전망되고 있다.

세대별 인구 비중(2020년 기준)



* 자료 : 인도네시아 통계청

인도네시아 평균 연령



29.7세 (2023.05 기준)

한 눈에 보는 인도네시아 시장

- 총 인구(2025 / 통계청, UN, 대만통계청) 2억 8,572만 명
- 노동 인구(2024 / 인도네시아 통계청) 2억 1,537만 명
- 인도네시아 1인당 GDP 4,368 USD
- 수도 자카르타 1인당 GDP 19,029 USD
- 인도네시아 전자상거래 시장 620억 USD
- 직접판매 시장 연평균 성장률 5.24%

세계경제포럼(World Economic Forum, WEF)은 오는 2030년의 인도네시아 중위 연령을 32세로 예측하고 있다. 이 연령층은 최신 기술에 능숙하고 온라인 소셜 미디어를 통해 원하는 제품을 비교하며 개인 건강과 환경 문제에 민감하다. 또한 도시 이주로 인한 소규모 가족 구성과 여성의 노동 시장 참여가 늘 것이라고 내다봤다.

직접판매, 성장 잠재력 높아

인도네시아 직접판매의 성장 잠재력은 매우 높다. 유로모니터에 따르면 인도네시아의 직접판매 시장 규모는 2024년 기준 18조 3,109억 루피아(약 1조 5,821억 원)에서 연평균 5.24% 성장해 2029년에는 23조 6,376억 루피아(약 2조 422억 원)로 확대될 것으로 전망된다. 인도네시아 법인은 오는 2035년까지 시장점유율을 20%로 끌어올릴 계획이다. 참고로 2024년 기준 인도네시아 직접판매 시장에서 가장 많은 매출액을 올리는 기업의 점유율은 10.9%이다.

WEF는 인도네시아에 대해 '젊은 인구 및 중산층 증가, 빠른 도시화 그리고 인터넷 접근성 향상' 등으로 인해 소비 시장이 빠르게 변화하고 있다고 짚었다. 이러한 변화는 애터미에는 기회로 작용한다. 또한 인구가 많고 젊은 층의 소비력이 강하게 형성되어 있어, 신규 사업자와 고객을 끌어들이기에 매우 적합하다는 것도 매력적이다. 무엇보다 애터미 비즈니스는 개인 간의 추천과 네트워크를 통해 제품을 판매하는 비즈니스 모델이기 때문에, 인도네시아와 같은 커뮤니티 중심 사회에서 성공 가능성은 한층 높아진다.

인도네시아 직접판매협회(Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, 이하 APLI)는 인도네시아 Z세대의 직접판매에 대해 여러 디지털 비즈니스 대안과 함께 유연하고 잠재적인 청년 비즈니스 기회 옵션 중 하나라고 강조했다. 특히 유연성과 낮은 초기 자본, 커뮤니티 및 교육과 추가 소득 잠재력 등에서 높은 점수를 얻고 있다고 분석했다. APLI 관계자는 "Z세대 직접판매 사업에 대해 '부담 없이 소득을 올릴 수 있는 유연한 기회'로 보고 있다."라며 "투명성, 창의성 및 진실성을 가지고 젊은 세대의 가치와 스타일에 맞는 비즈니스 접근 방식을 확보하는 것이 중요하다."라고 말했다.

인도네시아 직접판매 시장의 주력 제품군은 시장의 67.9%를 차지하고 있는 웰니스와 23.3%를 점유하고 있는 화장품 & 퍼스널케어다. 팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 더 커지고 있어서 이와 같은 현상은 한동안 지속될 것으로 보인다. 화장품과 색조 화장품은 세대를 막론하고 외모를 가꾸는 필수 요소로 받아들여지고 있으며, 미백 효과가 있는 제품을 많이 찾고 있다. 인도네시아 법인은 헤모힘과 비타민C, 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어 등의 제품을 통해 이러한 수요를 만족시키고 있다.

인도네시아 직접판매시장 제품군 순위

순위	제품군
1위	웰니스(건강식품, 건강음료 등)
2위	화장품 및 헤어&바디 등
3위	의류 및 액세서리
4위	생활용품(리빙) /가전제품
5위	식품 및 음료
6위	홈케어
7위	도서, 장난감, 문구 등

애터미 인도네시아 2024년 인기품목 TOP3(매출기준)



애터미 헤모힘 | 애터미 바이탈 비타민C | 애터미 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어



인도네시아 석세스아카데미에 참석한 회원들(2025년 7월)

인도네시아 법인, 2035년까지 시장 점유율 20% 목표

2024년까지 연평균 51% 성장하는 등 애터미 미래 전망 매우 밝아

지난 2018년 오픈한 인도네시아 법인은 오는 2035년, 인도네시아 직접판매 시장에서 TOP3 기업으로 올라설 계획이다. WFDSA의 자료에 따르면 2023년 기준 인도네시아 직판 시장 규모는 12억 8,100만 달러, 한화로 약 1조 7,000억 원이다. 김성전 인도네시아 법인장은 "2035년까지 인도네시아 직판시장 규모는 약 2조 5,000억 원 정도로 예상된다."라며 "애터미 인도네시아는 향후 10년 동안 시장 점유율을 20%까지 끌어올릴 것"이라고 말했다.

2024년까지 연평균 51% 성장해

팬데믹 이후 직접판매는 전 세계적으로 다소 주춤거렸다. WFDSA 자료에 따르면 2022년과 2023년 연속으로 마이너스 성장을 기록했다. 인도네시아 직판 시장 역시 2023년 10%가 넘는 마이너스 성장을 기록했다. 하지만 인도네시아 법인은 2023년 15%에 이어 지난해에도 10% 이상의 성장을 기록했다. 김성전 법인장은 "빠르게 성장하는 인도네시아 경제는 신규 사업자와 고객을 끌어들이기에 매우 적합하다."라며 "건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 건강기능식품과 화장품의 수요가 크게 증가하고 있고 온라인 시장의 침투율이 확대되고 있어 애터미의 미래 전망은 매우 밝다."라고 말했다.

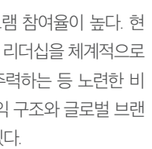
실제로 인도네시아 법인은 오픈 이후 지난해까지 6년 동안 연평균 51%씩 성장했다. 인도네시아 법인의 주력 상품은 헤모힘으로 지난해 매출액의 12%를 차지하고 있다. 그 외 애터미 치약, 컬러푸드 비타민C, 앱솔루트 셀랙티브 앰플 등이 강세다. 헤모힘의 인기는 팬데믹으로 인해 건강은 건강할 때 지켜야 한다는 인식이 확산되고 면역력의 중요성이 떠올랐기 때문이다. 여기에 더해 천궁, 작약, 당귀 등이 인도네시아 전통 의학에서 사용하는 허브와 유사한 것도 헤모힘의 인기를 설명해 준다.

인도네시아 법인의 성장은 김성전 법인장을 비롯한 임직원들의 열정과 정성이 회원들의 사업에 그대로 투영된 결과이기도 하다. 지난 7월, 인도네시아 법인의 석세스아카데미는 이러한 모습을 고스란히 보여줬다. 법인 직원 10명 남짓이 회원 3,000명이 참석한 석세스아카데미를 진행하는 힘의 근본은 '회원의 성공'을 자기 일처럼 여기는 마음이었다. 푸트리(Putri) 인도네시아 법인 직원은 "정말 다양한 회원들이 애터미에 오는 이유는 단 하나, 성공하기 위해서"라며 "모든 법인 직원은 회원들의 간절함을 알고 조금이라도 도움이 되기를 바라고 있다."라고 말했다.

INTERVIEW

건강 관심 높아지고 온라인 침투율 확대 등 인도네시아 직판 확대 중

제품 강화와 교육 인프라 확대를 통해 지속 성장 이어 갈 것



김성전
인도네시아 법인장

김성전 법인장은 인도네시아 법인의 성장에 대해 매우 낙관적이다. 그 이유는 인도네시아의 직접판매 시장이 블루오션이기 때문이다. 인도네시아는 2억 명의 인구와 5,000달러 수준의 국민소득, 5% 이상의 경제성장률을 유지하고 있다. 석세스아카데미 현장에서면 회원들의 열기에 피부가 따끔거린다는 그는 "인도네시아 법인은 회원들의 열정과 노력이 제대로 발휘될 수 있도록 길을 터 놓는 것이 임무"라며 "인도네시아인이라면 누구라도 어디에서라도 애터미를 만나고 성공할 수 있도록 제반 인프라를 갖춰 나갈 것"이라고 말했다. 다음은 김성전 법인장과의 일문일답이다.

Q. 팬데믹 이후 꾸준히 성장할 수 있었던 이유는?

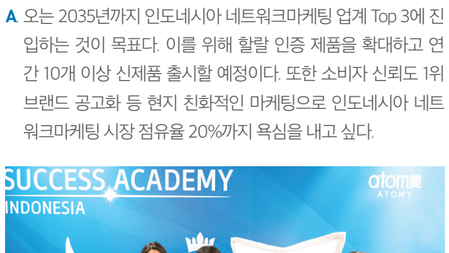
A 팬데믹 이후 애터미 인도네시아의 지속적인 성장은 '오프라인 세미나와 교육 인프라 확대'를 통해 회원들의 역량을 체계적으로 강화한 결과다. 월간 오프라인 세미나를 팬데믹 전 대비 3배(월 4회 → 12회) 늘려 회원들과의 직접적인 소통과 네트워킹 기회를 확대했다. 또한, 1박 2일 형식의 '석세스아카데미'를 정기적으로 운영하며, 제품 교육부터 영업 전략, 리더십 개발까지 체계적인 커리큘럼을 제공함으로써 회원들의 현장 활동을 적극 지원하고 있다.

Q. 인도네시아 회원들의 강점이라면?

A 인도네시아 회원들은 애터미 교육프로그램 참여율이 높다. 현장 중심의 학습으로 제품 지식, 판매 기술, 리더십을 체계적으로 습득하며 활동적으로 다운라인 육성에 주력하는 등 노련한 비즈니스를 펼치고 있다. 특히 애터미의 수익 구조와 글로벌 브랜드라는 점을 강력한 비전으로 생각하고 있다.

Q. 헤모힘의 인기가 상당한데 그 원인은? 또 헤모힘 외에 기대하고 있는 상품은?

A 팬데믹 이후 인도네시아 소비자들은 '예방적 건강관리'에 적극적으로 투자하기 시작했으며, 특히 천연 허브 성분 기반의 면역 조절 제품을 선호하고 있다. 헤모힘의 주성분인 천궁, 당귀, 백작약은 현지에서도 전통적으로 사용되는 허브와 유사해 신뢰도가 높다. 기대하고 있는 상품은 현재 제품 등록 진행 중인 노니다. 인도네시아 전통의학(Jamu)에서도 노니는 면역 강화, 소화 개선, 피로 회복 용도로 사용되어 왔으며, 현지 소비자들에게 이미 친숙하기 때문이다. 발효를 통해 맛을 개선하고 이취를 없앴기 때문에 인도네시아에서도 호응이 높을 것이다.



Q. 인도네시아 법인의 차별화 요소라면?

A 교육 인프라의 압도적 우위다. 애터미는 월 11회의 정기 오프라인 세미나와 1박 2일 석세스아카데미를 운영하고 있다. 다른 직접판매 회사 대비 3배 이상 많은 교육 기회를 제공하고 있기 때문에 제품과 비즈니스에 대한 회원들의 이해도 극대화되고 있다. 또한 현지 문화에 맞춘 '실전 중심' 교육 커리큘럼과 과학적 검증 및 대중명품가치 강조하고 있다. 이러한 법인 차원의 체계적인 교육 시스템과 더불어 로컬 유통망 최적화를 통한 배송 효율성 1위 등이다.

Q. 미래 비전 및 목표는?

A 오는 2035년까지 인도네시아 네트워크마케팅 업계 Top 3에 진입하는 것이 목표다. 이를 위해 할랄 인증 제품을 확대하고 연간 10개 이상 신제품 출시할 예정이다. 또한 소비자 신뢰도 1위 브랜드 공고화 등 현지 친화적인 마케팅으로 인도네시아 네트워크마케팅 시장 점유율 20%까지 욕심을 내고 싶다.



헤모힘 마스코트와 함께하는 인도네시아 회원



지난 7월 박한길 회장이 인도네시아에 방문해 3,000여 명의 회원들을 만났다

Editor_이형민

인도네시아 석세스아카데미, 3,000명 운집… 꿈을 향해 도전하라

박한길 회장, 미치도록 간절하게 꿈을 선포하면 성공의 길 보여

지난 7월 25일, 인도네시아 수도인 자카르타에서 인도네시아 법인의 석세스아카데미가 개최됐다. 박한길 애터미 회장의 참석이 예고된 탓인지 이날은 평소의 두 배가 넘는 3,000여 명의 회원들이 참석해서 행사장은 발 디딜 틈도 없이 가득 찼다. 특히 말레이시아의 리더 30여 명이 자리를 함께하며 이번 석세스아카데미를 빛냈다. 박한길 회장은 이 자리에서 "애터미가 최고의 네트워크마케팅 기업이라는 것을 확신한다."라며 "누가 들어도 미쳤다고 할 만한 꿈을 선포하라. 그러면 그때부터 성공의 길이 보인다."라고 만상불여언상(萬相不如言相)을 강조했다.



인도네시아 석세스아카데미에 참석한 회원들

파트너와 함께 성장해야 성공

사훈 제창에 이어 김성전 인도네시아 법인장과 보 프리다(Bo Frieda) 스타마스터의 환영사로 인도네시아 법인의 7월 석세스아카데미가 시작됐다. 김성전 법인장은 "애터미는 여러분과 함께 지속가능한 성장을 추구하고 있다."라며 "이 자리에 계신 회원뿐만 아니라 모든 애터미 회원들이 성공하는 그날까지 노력에 노력을 더할 것"이라고 말했다. 환영사에 이어 회사 소개와 제품 소개, 박한길 회장의 VOD로 갈음한 '균형 잡힌 삶 & 인생시나리오', 그리고 회원 세 명의 인생 시나리오 발표가 진행됐다. 한 회원은 자신의 인생 시나리오를 발표하며 "애터미는 꿈이 있으면 도전해야 한다고 하니, 두려움을 극복하고 제 인생 시나리오를 썼다."라며 "애터미를 통해 더 나은 삶을 만들어 갈 것"이라고 말했다.

홍연구 임페리얼마스터는 '성공의 길'이라는 강연을 통해 어떻게 해야 임페리얼마스터가 될 수 있는지 자신만의 노하우를 참석자들과 공유했다. 그는 성공하는 노하우로 다음 직급까지의 목표 기간을 길게 잡지 말고 짧게 잡고, 달성하지 못하면 바로 다시 시작해야 한다고 강조했다.



총 21명 인도네시아 회원의 승급을 현장에서 축하했다

SM 15명, DM 5명, SRM 1명 등 모두 21명 승급해

홍연구 임페리얼마스터의 강연이 끝나고 잠깐의 휴식과 홍성선 바리톤의 공연이 있었다. 이어서 회원들의 꿈의 무대인 승급식이 거행됐다. 이날 승급식 무대에 오르는 인도네시아 회원은 세일즈마스터 15명, 다이아몬드마스터 5명, 샤론로즈마스터 1명 등 모두 21명이었다. '요하니스 발루분(Yohanis Balubun)' 뉴 샤론로즈마스터는 승급 소감으로 "작은 걸음들이 하나둘씩 모여 커다란 성취를 만든다."라며 "가족들과 함께 행복하게 살겠다는 일념으로 열심히 노력하다 보니 이제 그 꿈이 이루어졌다는 걸 알게 됐다."라고 말했다.

박한길 회장은 마지막 무대에 나와 '애터미의 비전'에 대해 열강했다. 그는 인도네시아 회원들에게 애터미의 새로운 비전인 '애터미 케어 센터'와 올 초 오픈한 전 세계 모든 애터미언즈의 발원지이자 제1회 석세스아카데미가 열렸던 공간 - 속리산포레스트에 대해 이야기했다. 박 회장은 "애터미에서는 반팽이도 성공한다."라며 "이 자리에 계신 분 모두 사랑하는 사람을 위해 반드시 성공할 것임을 선포하라."라고 강력하게 주문했다.

성공하려면 미쳤다는 말을 많이 들어야

석세스아카데미에 앞서 박한길 회장은 인도네시아 법인 직원과 인도네시아 리더 회원들과 차례로 간담회를 가졌다. 리더 간담회에는 300여 명의 리더들이 참석, 박한길 회장에게 궁금한 것들을 질문했다. 첫 번째 질문은 '지속 가능한 성공을 위해 리더가 반드시 갖추어야 할 것은 무엇인가?'였다. 이에 대해 박한길 회장은 "인생 시나리오를 반드시 쓰되 성공 가능성이 낮은 목표를 잡으라."라고 말했다. 누구나 다 할 수 있는 것을 해냈다고 해서 성공이라고 하지 않는다. 미쳤다는 소리를 들을 만큼 성공할 가능성이 적은 것을 해내야 성공한 것이다.

애터미 사업에 소극적으로 변한 회원들의 열정을 다시 끌어올리는 방법에 대해서는, 성공해야 할 이유를 자신에게 두지 말고 자녀와 아내, 부모님 등 사랑하는 가족과 친구, 그리고 주변의 어려운 사람에게 두라고 했다. 또 좋은 진주를 찾기 위해서는 수많은 조개를 까봐야 하듯, 좋은 파트너를 찾는 것도 수많은 파트너들을 만나야 한다고 강조했다. AI와 애터미 사업에 대해서는 "AI를 나와 무관하다고 생각해서도 안 되고, 두려워해서도 안 된다."라며 "AI를 어떻게 사용할 것인가보다는, AI가 나를 어떻게 설명할지에 대해서 생각해야 한다."라고 말했다.

박한길 회장은 리더 간담회에 참석한 회원들을 향해 "항상 연락할 사람들의 리스트를 250개 이상 유지하도록 노력하라"고 주문했다. 좋은 진주를 찾기 위해 100개를 까봤더니 진주가 없다면 새로운 100개의 진주조개를 바구니에 담아야 한다. 박 회장은 "가망고객 250명을 점검하는 것이 우리 사업의 성장 동력"이라며 "그래서 매일 100명을 만나러 나가야 한다. 스스로 250명의 명단을 관리하면서 파트너도 250명을 관리하도록 도와주는 것이 중요"하다고 강조했다.



300여 명의 현지 리더들과 간담회를 가졌다

인니 회원 3인과의 대담, 왜 애터미인가?

가입비·유지비 없고 공정한 보상 시스템… 제품 만족도 100%

인도네시아 법인의 회원들은 왜 애터미 사업을 시작했고 어떤 점에 매력을 느꼈을까. 또 그들의 간절한 꿈은 무엇이고 어떻게 이루어 갈 생각일까. 사실 전 세계 모든 애터미 회원들이 크게 다르지 않을 것이다. 인도네시아 현지에서 애터미 회원들을 만나 직접 애기를 나누어 봤다. 어떤 회원은 가입비와 유지비가 없다는 조건에 반해서, 어떤 회원은 애터미 샴푸로 탈모에 효과를 봐서, 또 어떤 회원은 패시브 인컴(Passive Income)에 대한 열망 때문에 애터미를 시작했다. 이들이 힘들어하는 부분은 어디며 또 어떻게 극복했을까. 한국에서의 제심합력이 인도네시아에서도 유효할까? 또 애터미에 대해 어떤 기대를 하고 있을까? 결론적으로 이들은 애터미가 100년 이상 지속 가능한 회사가 되어 희망을 잃은 사람들의 등불이 되고 균형 잡힌 삶으로 이끌어 주는 '위대한 기업'이 되어 주기를 기대했다.

Editor_이형민

Q. 애터미를 만나기 전에 무엇을 했는가?

Hendrik Hidayat SRM(이하 헨드릭) 그랩(GRAB)이라는 온라인 택시 운전을 했다. 매일 호출 승객을 따라 시내를 돌아다니며 그날그날의 생활비를 벌었다. 생활할 만큼의 돈은 벌었지만, 정신적으로 육체적으로 지쳐갔다. 이런 삶이 계속된다면 버텨낼 수 있을 것 같지 않았다. 그럴 때 운명처럼 애터미를 만났다.

Ezra Priskilla DM(이하 에즈라) 어린 나이에 대학을 졸업하고 회사에 다녔었다. 어느 날 말레이시아로 출장을 갔는데, 거기서 대학 친구가 애터미를 하고 있었다. 당시 인도네시아에는 애터미가 오픈하지 않았기 때문에 2018년까지 기다려야 했다.

Eni Purwati SRM(이하 에니) 재택 조산원(助産員)이었다. 애터미를 만나기 전에 'O'사 같은 글로벌 기업과 인도네시아 로컬 기업에서 네트워크마케팅 경험이 있었다. 사고나 질병에 걸려도 안정적인 소득을 얻을 수 있는 직업에 관심이 있었다.

Q. 애터미의 어떤 점에 매력을 느꼈는가?

헨드릭 처음에는 네트워크마케팅이라 할 생각이 없었다. 그런데 알고 보니 가입비도 유지비도 없고 보상 시스템이 공정했다. 제 생각에는 누구든지 큰 자본 없이도 애터미에서 성공할 수 있다. 포기하지 않고 꾸준히 애터미 사업을 하는 한 누구나 성공할 수 있는 시스템이다.

(왼쪽부터) 헨드릭 샤론로즈마스터, 에니 샤론로즈마스터, 에즈라-벤 레무엘 다이아몬드마스터 부부





석세스아카데미에 참석해 청강 중인 헨드릭 샤론로즈마스터

에즈라 제품에 먼저 반했다. 애터미를 소개받았을 때, 심각한 탈모 증상 때문에 고민하고 있었다. 여러 제품을 사용해 보았지만, 효과를 보지 못했었다. 친구가 알려준 애터미 제품은 가격이 저렴했다. 큰 기대 없이 석 달 정도 사용해 보니 확실히 효과가 있었다. 그러자 자연스럽게 다른 애터미 제품에도 관심이 가기 시작했다. 그러다가 비즈니스 시스템에 합류하게 됐다. 네트워크마케팅 사업에 대한 경험이 없는 젊은이들에게 애터미 시스템은 합리적이고 공정하며 성공할 수 있는 잠재력이 크다. 특히 절대품질 절대가격은 어떤 다른 회사도 따라 할 수 없는 애터미만의 독보적인 시스템이다.

에 니 회사, 마케팅 플랜, 제품 모두 매력적이었다. 애터미만큼 매력적인 네트워크마케팅 회사는 없다고 해도 과언이 아니다. 애터미를 하기 전에 9번 정도 네트워크마케팅 사업을 했었다. 그러나 2~3년 정도 지나면 더 이상 진행하기 힘들어 포기하곤 했다. 하지만 애터미는 달랐다. 처음 알았을 때부터 정말 좋아할 수밖에 없었다.

Q. 애터미 사업을 통해 이루고 싶은 것은?

헨드릭 시간과 재정적 자유다. 가족과 더 많은 시간을 보낼 수 있고, 돈 걱정 없이 평화롭게 살 수 있고, 나와 같은 문제를 가진 사람들을 도울 수 있기를 바란다. 또 더 나은 삶을 위한 희망이 없다고 느끼는 사람들에게 내가 해 온 애터미 사업을 알려 주는 것이 그들에게 희망이 될 수 있기를 바란다.

에즈라 자유와 영향력이다. 경제적 자유, 건강과 시간에서의 자유로움, 그리고 나의 선한 영향력이 많은 사람들에게 영감이 되기를 바란다. 애터미는 나와 내 가족의 건강에 많은 도움을 줬다. 그 도움을 다른 사람들에게 전하고 싶다. 애터미 사업을 하면서 만난 남편과 서로 부족한 부분을 채워 주면서 함께 미래를 만들어 가고 있어 행복하다.

에 니 당연하겠지만 경제적인 자유다. 늙고 병들었을 때도 수입에 대한 걱정 없이 지내고 싶기 때문이다. 어린 시절에 매우 가난했다. 주변 아이들 중에서 가장 가난해서 비참했다. 내 아이들에게는 그런 경험을 겪게 하고 싶지 않다. 그리고 어느 정도 소득이 늘어나면 애터미의 블루마린처럼 해양쓰레기를 수거하는 일을 하고 싶다.

Q. 애터미 사업을 하면서 가장 즐거웠던 에피소드는?

헨드릭 아내가 애터미 사업을 도와준다고 했을 때가 가장 행복했다. 택시 운전을 하던 시절엔 경제적으로 힘들어 사이가 좋지 않았다. 애터미 사업을 한다고 했을 때는 이혼당할 뻔했다. 이후 어느 정도 애터미 사업이 궤도에 올라가자, 내가 아내에게 '메디쿡'을 사 준다고 했다. 아내가 너무 좋아하면서 '어떻게 도와줄까?' 하고 묻길래 친구들한테 애터미 제품을 소개시켜 주면 된다고 했다. 그때부터 아내도 애터미 사업을 함께하기 시작했다.

에즈라 처음 석세스아카데미에 참석했을 때다. 말레이시아에서였는데 그 자리에서 애터미 사업에 대한 확신이 들었다. 그날 많은 리더들이 나뿐만 아니라 수천 명의 사람들에게 영감을 주었다고 생각한다. 그렇게 성공 스토리를 공유하는 것을 보는 것은 처음이었다. 그래서 내게는 역사적이고 중요하고 소중한 날이었다. 또 파트너와 함께 애터미를 집집마다, 도시마다 소개시켜 주는 모든 순간이 즐거웠다. 많은 도전이 있었지만 돌이켜 보면 모든 것이 소중한 경험과 추억이 됐다.

에 니 애터미에서 경제적 자유와 함께 제 꿈도 이룰 수 있다는 것을 깨달았을 때다. 애터미 사업을 시작한

이후 많은 친구들과 파트너들이 생겨 행복하다, 애터미 사업을 하며 세미나에서 만난 사람들은 처음에는 낯설었지만, 시간이 흐르면서 모두 형제처럼 느껴지게 됐다. 이런 모든 것들이 나를 행복하게 만든다.

Q. 애터미 사업을 하면서 가장 힘들었던 점은 무엇인가? 또 어떻게 극복했는가?

헨드릭 애터미를 사람들에게 소개했을 때, 심지어 가장 가까운 사람들조차 무시하거나 거절했을 때였다. 물론 그렇다고 애터미를 포기할 생각은 하지 않았다. 오히려 애터미 사업을 통해 그들에게 증명하고자 노력했다. 성공할 수 있고, 성공할 것이며, 성공했다는 것을. 시간이 흐르고, 거절했던 사람들이 내 삶의 변화를 지켜보고는 애터미에게 관심을 갖기 시작했다.

에즈라 가장 힘든 것은 신뢰와 응집력을 잃은 파트너를 상대하는 것이다. 어린 나이에, 20살 때 애터미를 시작했다. 나이가 많은 파트너들이 신뢰하지 않는 경우가 종종 있었지만 포기하지 않았다. 더 겸손하고, 더 배려하고, 더 소통하고, 파트너의 관점을 이해하는 법을 배우면서 벌어졌던 관계를 개선하고자 노력했다. 쉽지는 않지만 매일 조금씩 나아지려고 노력하고 있다.

에 니 애터미 사업을 시작할 때부터 포기하지 않겠다는 의지가 강했다. 확실한 꿈을 꾸었기 때문이다. 물론 성공을 위해서는 많은 도전을 받아들여야 한다는 것을 알고 있었다. 사람들은 다양하고 원하는 것이나 생각하는 것이 다르다. 그런 것들이 부딪힐 때 생기는 문제가 나를 가장 힘들게 한다.



지난 5월 승급식을 가진 에니 샤론로즈마스터

Q. 제심합력이 사업을 하는 데 있어 어떻게 도움이 되는가?

헨드릭 애터미 사업의 장점 중 하나는 모든 것을 혼자 해 나가지 않아도 된다는 것이다. 사람들의 재능은 다양하다. 제품 교육에 도움이 되는 사람도 있고, 비즈니스 프레젠테이션에 도움이 되는 사람도 있고, 팔로우 업에 도움이 되는 사람도 있다. 회원들끼리 서로를 백업하고 작업을 나누고 함께 성장한다. 내 성공은 파트너의 성공으로부터 나온다. 때문에 '제심합력은 애터미 사업에 있어 무엇보다 중요하다.

에즈라 제심합력은 팀의 결속력을 유지하고, 서로의 꿈을 실현하며, 보다 효과적이고 효율적으로 일할 수 있도록 도와준다. 애터미의 초기 비즈니스 시스템은 인간관계에 기반을 두고 있기 때문에 협력과 응집력이야말로 성공의 핵심이다. 스폰서가 말레이시아에 있어 처음에는 여기 인도네시아에서는 혼자라는 느낌이 엄청 많았다. 그런데 애터미는 라인에 관계없이 모든 리더와 파트너가 경험과 노하우와 비전을 공유한다. 그게 바로 성공의 핵심이다.

에 니 실제로 나는 제심합력의 도움을 많이 받았다. 강사로서의 재능은 거의 없지만 매일 아침, 저녁으로 줌 미팅을 하면서 파트너들을 성장시켰다. 제심합력이 아니었다면 훨씬 더 오랜 기간 어려움을 겪어야 했을 것이다. 간혹 합력의 의미를 잘 모르는 파트너들이 있다. 합력은 협력과는 달리 같은 비전을 향해 같이 가는 것이다.

Q. 가장 좋아하는 제품과 많이 팔리는 제품은? 또 그 이유는?

헨드릭 가장 잘 팔리는 제품은 헤모힘이다. 팬데믹을 겪으면서 사람들은 건강, 특히 면역력에 대한 관심이 높아졌다. 헤모힘은 인도네시아 전통의 허브와 비슷한 재료로 만들어져 친숙하게 여겨졌으며, 실제로 많은 사람들이 도움을 받았기 때문이다.

에즈라 헤모힘과 이브닝케어 세트, 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어다. 많은 사람들이 이미 이 제품으로 효과를 보고 있기 때문이다. 또한 이 세 가지 제품은 파트너들도 가장 좋아하고 많이 판매하는 제품이다. 잘 팔리는 이유는 내가 느낀 점과 파트너들의 개인적인 경험을 진솔하게 이야기하기 때문이다.

에 니 애터미의 모든 제품을 다 좋아한다. 애터미 제품은 우리 모두가 필요로 하는 제품이기 때문이다. 그 가운데 내 인생에 가장 큰 영향을 준 제품은 헤모힘이다. 내 삶을 더 건강하게 만들어 주었고, 부모님도 건강해졌다. 헤모힘은 모든 사람에게 반드시 필요한 제품이다.



석세스아카데미에 참석한 에즈라&벤 레무엘 다이아몬드마스터 부부

Q. 오프라인과 온라인 어느 쪽에 더 힘을 쏟는가?

헨드릭 사람들을 직접 만나는 것을 좋아하기 때문에 오프라인에 더 집중하고 있다. 오프라인으로 사업을 하면 제품 체험을 통해 현장에서 바로 리크루팅이 가능하다. 하지만 온라인도 간과할 수 없기 때문에 왓츠앱(WhatsApp), 틱톡 및 줌 등 SNS 사업 도구도 배우고 있다. 오프라인에서 친밀감을 쌓고, 온라인으로 더 넓게 애터미를 전파할 수 있다.

에즈라 오프라인과 온라인을 가리지 않고 비즈니스를 운영하는 데 주력하고 있다. 둘 다 필요하기 때문이다. 온라인은 셀프 브랜딩을 구축하는 데 효과적이며, 파트너나 잠재적인 회원들과 만나고 소통하는 기회와 길을 열어 준다. 또한 지리적으로 떨어져 있는 파트너들과도 줌 미팅을 통해 친밀감을 유지할 수 있다. 물론 홈파티, 테이블 토크, 정기 모임 등 오프라인 활동도 유지해야 한다. 직접 만남을 통해 더 깊은 신뢰와 열정을 주고받으며 애터미 사업을 지속해 나갈 에너지를 채울 수 있기 때문이다.

에 니 나는 온라인을 주로 하고 있다. 이전에도 재택 조산원으로 일했던 데다 아들 둘이 아직 어렸기 때문이다. 오프라인 비즈니스는 센터에 나가 제품에 대해 배우거나 파트너들과 함께 홈 파티를 하는 정도다. 하지만 애터미의 모든 제품을 언제 어느 곳에서나 소개할 수 있도록 늘 연습하고 있다.

Q. 하고 싶은 말 또는 앞으로의 포부는?

헨드릭 나처럼 미래가 없다고 느끼는 사람들이 애터미를 만나 희망을 가지고 일어설 수 있기를 바란다. 왜냐하면 애터미는 희망을 잃어버린 사람들이 가질 수 있는 희망이기 때문이다. 택시 운전사였던 나도 애터미 덕분에 이제 글로벌 사업을 구축할 수 있다. 우리가 배우고, 열심히 일하고, 포기하지 않는 한, 우리는 할 수 있다. 내가 할 수 있다면, 누구나 할 수 있다.

에즈라 애터미를 만난 것은 내 삶의 축복이자 특권이다. 애터미를 통해 건강해졌고 재정의 자유, 시간의 자유를 얻을 수 있었으며 인간관계도 훨씬 좋아졌다. 전 세계의 수백만 사람들도 애터미를 통해 나와 같은 경험을 얻을 수 있다. 제 파트너들도 애터미를 통해 국제적인 성공을 이루었다. 앞으로도 모든 파트너들의 성공을 위해 노력할 것이다.

에 니 애터미는 100년 이상 지속 가능한 회사다. 절대품질 절대가격과 제심합력은 그저 슬로건이 아닌, 다른 회사와 차별화된 애터미만의 가치이기 때문이다. 아들 둘도 지금 애터미 사업을 하고 있다. 내가 시작한 애터미 사업은 대대로 이어지는 우리 가족의 가업이 될 것이다.



백만갑을 함께 동행한 인도네시아 크마요란 센터 회원들

Editor_이영민

인도네시아의 백만갑, 현장 반응 좋아

결단시키기까지 세미나 참여 등 꾸준히 후속 관리해야

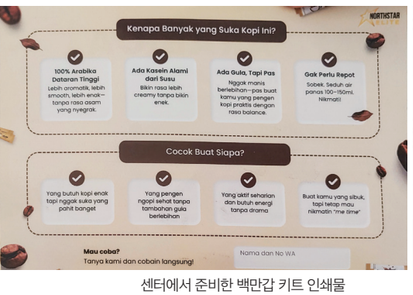
인도네시아에서 백만갑은 주로 상가나 백화점, 병원 등으로 나간다. '백 명을 만나러 갑니다'라는 의미의 백만갑은 콜드 컨택의 핵심이다. 가족이나 친구, 지인을 넘어, 전혀 알지 못하는 사람들에게 애터미의 비전과 제품의 장점을 전달하는 비즈니스 스킬을 연마하기 위한 것이다. 사비나 크마요란 센터장은 "나갔을 때 반응은 나쁘지 않았다. 백화점 갔을 때는 거절하는 사람도 있었지만, 제품에 관심을 보이는 사람도 만난다."고 말했다.

온라인 백만갑도 열심

백만갑 현장을 직접 보기 위해 자카르타 중부에 있는 크마요란 센터로 향했다. 센터에 들어가자 회원들이 모여 앉아 백만갑 준비를 하고 있었다. 백만갑 키트에는 '애터미 카페 아라비카'와 '애터미 바이탈컬러 비타민C'가 들어갔다. '애터미는 한국에서 온 온라인 슈퍼마켓으로 예뻐질 수 있고, 건강해질 수 있으며 수입도 챙길 수 있다.'라는 내용도 적혀 있었다. 아라비카 커피를 쓰는 이유는 커피를 좋아하는 사람이 많고 편리하기 때문이라고 했다.

인도네시아에서 백만갑은 의외로 병원에서의 반응이 좋다고 한다. 사비나 센터장은 "병원에는 건강기능식품이 필요하신 분들이 많이 계셔서, 미리 제품 소개를 준비하면 좀 더 쉽게 설명을 할 수 있거든요. 그래서 그런지 반응이 괜찮았어요."라고 했다.

인도네시아 회원들은 온라인 백만갑에도 많은 노력을 쏟는다. 재밌는 것은 직접적으로 제품에 대해 얘기하는 콘텐츠보다 요리하는 모습이라든가 화장하는 장면들을 짤막짤막하게 편집해서 올린다. 주부들이 많아 일상 활동을 자연스럽게 올리는 것이다. 그러면 보는 사람들이 호기심이 생겨 연락을 한다. 제품도 광고하는 게 아니라 예뻐지는 모습을 보여주고 어떤 제품을 쓰는지 궁금증을 유발한다는 것이다. 그러다가 팔로우하거나 친구 등





센터에서 준비한 백만갑 키트 인쇄물

록하는 사람들이 많아지면 제품에 대한 콘텐츠를 만든다. 사비나 센터장은 "제품 영상을 보낼 때 미리 보낸다고 연락하고 보내야 돼요. 보낸 다음엔 후속 관리를 계속해야 해요."라고 말했다.

백만갑 현장, 반응좋아

백만갑의 첫 현장은 가까운 상가였다. 상가라고는 해도 노점과 3~4층의 상가 건물 두 채가 있는 곳이었다. 10여 명의 센터 회원 가운데 3명이 한 가게로 들어갔다. 한국의 부동산중개업소 같은 가게라고 했다. 따라 들어가니 이미 한 회원은 남성 둘이서 얘기하고 있는 테이블로 가서 이야기를 시작했다. 센터에서 접은 백만갑 키트를 전달하며 자연스럽게 의자에 앉아 대화가 시작됐다.

동행한 인도네시아법인 직원에게 대화 내용을 물었다. 그에 따르면 애터미 제품을 써 본 적이 있냐고 물었더니 써 본 적이 있다고 대답했다. 이어 혹시 애터미 쇼핑몰 알고 있냐고 물었다. 상대방은 모른다고 했다. 그러자 쇼핑몰에 가면 여러 가지 제품들이 있는데, 필요한 것들을 직접 주문할 수 있다고 설명해 줬다.

그렇게 대화가 이어지는 가운데 다른 회원은 카운터에 앉아있는 여직원과 대화를 시작했다. 또 다른 회원은 관심을 보이는 가게 직원과 바짝 붙어 앉아 핸드폰을 보여주면서 설명을 하기 시작했다. 가게 직원이 어떤 제품이 있냐고 질문하고 회원들은 다시 설명을 해 주고 있었다. 제품을 쓰고, 다른 사람에게 소개하면 수입이 생긴다는 점도 빠지지 않고 설명했다. 결과는 좋았다. 한 사람은 현장에서 바로 회원 가입을 했고 한 사람은 일단 제품만 써보겠다고 했다.

다른 회원들은 카페에 갔다가 다른 지역에 온 사람에게 애터미에 대해서 설명을 해줬고 가입도 시켰다고 했다. 또 지나가던 사람이 제품을 보고는 질문을 했다. 다른 네트워크마케팅 제품을 쓰고 있는데, 관심이 있다며 연락처를 주고는 연락해달라고 했다. 또 한 팀은 백화점에 갔다고 했다. 그들은 가입시키지는 못했지만 제품에는 관심을 가진 사람을 만나 연락처를 전달했다.

결단을 이끌어 내는 과정이 중요

사비나 센터장은 가장 중요한 것으로 '결단'을 꼽았다. 상가나 백화점 등에서 만나는 대부분의 사람은 직장을 가지고 있다 보니 매일 출근해야 한다. 그 때문에 어렵게 세미나에 초대해서 열정을 심어줘도 계속해서 세미나에 나오기가 힘들다. 그러다 보니 며칠 또는 몇 주가 지나면 처음의 열정이 약해져 버린다. 사비나 센터장은 "세미나에 계속 참가해야 열정이 확신으로 변하는데 그때까지가 힘들어요."라고 말했다.

센터 운영은 힘들어하지 않고 오히려 재밌어했다. 인도네시아에서도 네트워크마케팅에 대해 일부 부정적으로 생각하는 사람들이 있지만 주부들도 재미있게 사업을 할 수 있다는 것을 보여줄 수 있어서 좋다고 했다. 무엇보다 자신의 센터에서 세일즈마스터가 많이 나오길 바랐다. "애터미의 장점은 가입비나 유지비 없이 자유롭게 일하면서 안정적인 수입을 만들어 갈 수 있다는 점이죠. 특히 나이가 있는 사람들이 부담 없이 할 수 있는 일이 그렇게 많지 않잖아요. 애터미는 경쟁이 아니라 같이 할 수 있는 비즈니스라 재밌게 할 수 있으니 더할 나위 없죠."

마지막으로 사비나 센터장은 "결단은 빠를수록 좋아요. 본인은 물론 본인이 사랑하고 또 본인을 사랑하는 사람들을 위해서 일찍 시작하는 게 좋아요."라고 말했다. a



상점 직원에게 애터미를 소개하는 회원들



백만갑 활동 준비를 하는 크마요란 센터 회원들

인도네시아 최고 직급자와 인도네시아를 누비는 한국 청년

인도네시아에서 꽃피운 두 애터미언즈의 이야기

보 프리다 스타마스터와 이예은 샤론로즈마스터, 전자는 인도네시아 법인의 최고직급에 오른 사업자고 후자는 한국 회원이면서 인도네시아에서 사업을 펼치는 사업자다. 두 사람과의 인터뷰를 통해 애터미 사업의 의미를 되짚어 봤다. 한 사람은 절망의 골짜기에서 애터미를 만났고, 다른 사람은 일상생활 중에 만났다. 절망 속에서 만난 애터미는 희망이 됐고 일상에서 만난 애터미는 평생의 직업이 됐다.

INTERVIEW 1

유통을 넘어 꿈과 성공으로 새로운 삶을 창조하는 회사

기다리지 말고 일단 움직여라

보 프리다(Bo Frieda)
스타마스터

보 프리다(Bo Frieda) 스타마스터, 인도네시아 법인의 최고 직급자다. 파이프 유통 사업을 하다 파산해 삶의 의미를 포기하려 하는 순간 운명처럼 애터미를 만났다. "삶의 가장 밑바닥에서 애터미를 만나 희망을 발견했죠. 거의 포기할 뻔했던 순간에 인생의 새로운 국면이 시작된 거예요."

절망의 구렁텅이에서 희망의 전도사로

네트워크마케팅 경험이 많았던 프리다 스타마스터는 애터미의 '공정한 분배'라는 비전과 '고객의 성공'이라는 목표가 와 닿았다. 그때까지 알고 있었던 네트워크마케팅과는 전혀 달랐다. 어떤 부담도 없었고 누구라도 성공할 수 있었다. 경제적으로 안정된 노후를 꿈꾸며 했던 파이프 유통 사업이 망하고, 더 이상의 희망은 없다고 절망하던 그 순간, 기적처럼 애터미가 다가온 것이었다.



좌고우면(左顧右眄)하지 않았다. 자본도, 학위도, 심지어 경험마저 없어도 성공할 수 있는 애터미의 진실을 안 순간, 오로지 앞만 보며 내달렸다. 프리다 스타마스터의 강점은 공감 능력과 끈기, 두 가지였다. 사실 그 두 가지면 차고 넘쳤다. 파트너들의 이야기를 들어주고, 자신의 경험을 공유하며 성장해 나갔다. "실패를 두려워하지 않았어요. 거절당하면 다른 사람을 찾으면 되니까요. 준비하지도 않았어요. 생각을 실행하는 것 그 자체가 이미 준비하는 과정이니까요."

파트너들도 프리다 스타마스터를 따라 변화하기 시작했다. 처음엔 불안정한 재정이나 실패에 대한 두려움에 근심 어린 표정이었지만, 조금씩 자신감을 되찾으면서 다시 꿈을 꿀 수 있게 됐고 타인의 삶에 긍정적인 영향을 주기 시작했다. "그런 모습을 보며 자랑스러웠어요. 절망에 몸부림치던 내가 이제는 희망의 전도사가 된 것이잖아요."

애터미, 꿈을 잃은 사람의 꿈을 되살리는 비즈니스

프리다 스타마스터는 임페리얼마스터가 된 후 싱글맘들을 위한 일을 하고 싶다고 했다. "제가 싱글맘이거든요. 그래서 싱글맘들이 저를 보고 희망을 가졌으면 좋겠어요." 임페리얼마스터가 되면 스터디 커뮤니티와 트레이닝 센터를 구축할 생각이다. 이를 통해 스스로가 싱글맘들에게 동기부여가 되고, 자신을 보고 애터미 사업을 시작하는 싱글맘들이 성공할 수 있도록 지원할 생각이다. 스스로 예상하기를 앞으로 6년 정도면 가능할 것으로 내다봤다. "약간의 사명감 같은 게 있어요. 다른 사람을 도울 수 있을 때가 가장 행복하거든요." 지금도 파트너들이 애터미를 만나서 성장해 가는 모습을 보면 뿌듯하고 행복해진다.

프리다 스타마스터는 파이프 유통 사업의 실패로 생긴 빚을 애터미 사업을 하면서 갚아 나갔다. 담보로 설정했던 집도 되찾고 미쓰비시 사의 익스팬더 차량을 구입, 더욱 활발하게 애터미 사업을 펼쳐나갈 수 있게 됐다. 수입은 최고 월 1억 2,500만 루피아(약 1,066만 원)까지 증가했다. 애터미를 통해 재정적인 문제에서 해방될 수 있었던 것이다. 프리다 스타마스터에게 애터미는 단순한 비즈니스를 넘어 사람들에게 꿈을 주고 그들의 삶을 되살리는 비즈니스다. 그녀는 "애터미에서의 모든 노력은 성공을 향한 발걸음이자 희망의 싹을 틔우는 일"이라며 "애터미 사업을 통해서 다음 세대를 위한 진정한 변화를 만들어 갈 것"이라고 다짐했다.



석세스아카데미에 참석해 청강 중인 보 프리다 스타마스터

INTERVIEW 2

글로벌 원 마케팅, 인도네시아에서든 한국에서든 다 통해

온라인서 제품 소개하다 보면 가입 신청 들어와

이예은
샤론로즈마스터

이예은 샤론로즈마스터, 한국인이지만 인도네시아가 더 편한 사업자다. 어려서부터 인도네시아에서 살았고, 친구들도 인도네시아에 있다. 당연히 애터미 사업도 인도네시아에서 주로 펼치고 있다. 네트워크마케팅을 제대로 몰랐던 그녀는 '글로벌 원 마케팅'과 '무한 단계'라는 말 때문에 애터미 사업을 결심하게 됐다.

세계가 하나의 시장

"글로벌 원 마케팅이라는 것은 전 세계를 하나의 시장으로 본다는 것이잖아요. 한국에서 하든 인도네시아에서 하든 차이가 없다면, 내가 편한 인도네시아에서 사업을 주로 펼치는 것이 당연하지 않을까요?" 왜 인도네시아에서 활발하게 사업을 펼치냐는 우문(愚問)에 대한 현답(賢答)이다.

어머니가 소비자회원이었다. 그러나 어머니를 통해서가 아니라 스스로 애터미를 찾아봤다. 헤모힘이 어머니의 생리통 완화에 효과가 있었던 탓이다. 어떤 회사의 제품인지 알아보다가 헤모힘을 소개해 준 어머니 친구분과 연결됐다. "마케팅 플랜을 계속 들어보라고만 하셨어요. 그래서 처음엔 네트워크마케팅이 아니라 온라인 쇼핑몰이라 생각하고 접근했죠."



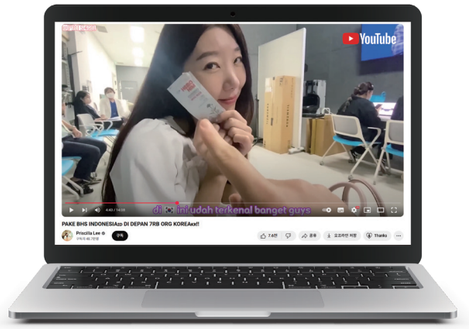
경험은 없었지만 몇 번 듣다 보니 어렴풋이 알 것도 같았다. 당시 이예은 샤론로즈마스터는 유튜브와 콘텐츠 크리에이터를 하고 있었다. 자신이 하는 일과 애터미 사업이 시너지가 생길 것 같다는 생각도 들었다. 그렇게 1년을 혼자서 공부한 끝에 애터미 사업을 시작했다. 생각한 대로 자신이 하던 온라인 활동에 애터미 콘텐츠를 추가하는 방식이었다. 애터미를 소개하고 제품을 알리는 콘텐츠를 올리면 금방 반응이 올 줄 알았다. 유튜브에 48만 명, 틱톡은 200만 명의 팔로워가 있는 인플루언서였으니 말이다. 그러나 현실은 좀 달랐다. "제품은 쓰는 사람이 생기는데 회원 가입은 하지 않으시더라고요. 그러다가 한참 지나고 나서 가입하고 싶다는 요청이 들어오기 시작했어요." 평판을 중요하게 생각하는 인도네시아 소비자의 특성상 애터미라는 브랜드에 익숙하지 않다 보니 체험이 먼저였던 것이다.

한류, 온라인 비즈니스에 유리

온라인 비즈니스에 전념하는 이유는 자신이 인플루언서인 이유도 있지만 오토바이들이 많은 인도네시아의 거리에서는 한국처럼 백만 갑을 하기에 어느정도 제약이 있다. 또한 애터미 제품은 엘리트들만 사용할 수 있는 명품 제품이라고 여겨지는 점도 있다. 가격과 품질면에서 차별화가 되기 때문이었다. 또한 인도네시아의 젊은 층을 중심으로 온라인 쇼핑이 주류가 되어가고 있다는 점과 한류 콘텐츠에 대한 호감도가 높은 것도 무시할 수 없다.

그럼에도 불구하고 이예은 샤론로즈마스터는 "인도네시아에서도 백만갑은 필요"하다고 말했다. 그녀는 "인도네시아에서의 백만갑은 현장에서 가입시키거나 리스트를 얻기 위한 목적보다는, 모르는 사람에게 다가가서 애터미를 소개하고 애터미 제품을 알려주는 트레이닝"이라며 "인도네시아든 한국이든 애터미 비즈니스는 동일한 것"이라고 말했다.

인도네시아 현지의 채용 정보업체 인베스타킷의 자료에 따르면 KB뱅크의 인도네시아 지점장(Branch Manager) 급여가 월 1,200만 루피, 우리 돈으로는 106만 원 정도다. 이예은 샤론로즈마스터는 애터미 사업만으로 은행 지점장의 1.5배 정도의 수입을 올리고 있다. "애터미를 꾸준히 해야 하는 이유죠. 시간이 흐르면 수입은 점점 커질 테니까요."



유튜브 구독자 48만 명을 보유한 이예은 샤론로즈마스터가 헤모힘을 홍보하고 있다.

애터미 노니, 2030년까지 글로벌 시장 점유율 20% 목표

인도네시아 자바섬의 애터미 노니 전용 농장 현장을 다녀오다

'애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니(이하 애터미 노니)', 애터미 헤모힘과 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어에 이어 애터미 제품으로는 세 번째로 연 매출액 1,000억 원 돌파가 기대되는 제품이다. 지난 2024년에는 산업통상자원부가 운영하는 '차세대 세계 일류 상품'에 선정됐다. 차세대 세계 일류 상품이란 미래의 세계 시장에서 일류 상품으로 떠오를 가능성이 있는 상품이다. 앞으로 7년 내에 세계 시장 점유율 5위 이내, 5% 이상을 차지할 것으로 예상되는 유망 상품들을 대상으로 산업통상자원부와 KOTRA에서 선정한다.



애터미 노니, 세계 시장 빠르게 잠식 중

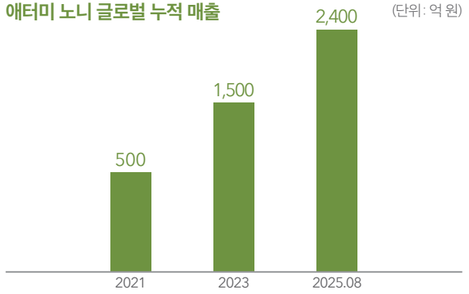
시장조사전문기관'와이즈가이리포트(WISEGUYREPORTS)'에 따르면 전 세계 노니 주스 시장은 지난해 12억 4,000만 달러(약 1조 7,000억 원) 규모로 파악된다. 또 2035년까지 연평균 6.59%의 성장률을 보이며 25억 달러 규모로 확대될 전망이다. 애터미오롯의 나임정 박사는 "2030년까지 애터미 노니의 글로벌 매출 목표는 5,000억 원"이라고 말했다.

애터미 노니가 빠르게 세계 시장을 잠식해 들어가는 첫 번째 차별화 포인트는 발효에 있다. 노니는 몸에는 좋으나 먹기에는 아주 불편하다. 썩은 치즈 냄새에 맛은 쓰기 때문이다. 이러한 노니의 위크 포인트(Weak Point)를 애터미 노니는 발효로 극복했다. 좋은 유효성분을 소화, 흡수가 잘될 수 있도록 애터미 7종 복합유산균 'AON'를 투입해 1,440시간 동안 발효시켜 맛과 냄새를 잡았다. 이와 함께 달콤하지만 GI지수가 낮고 각종 미네랄이 풍부한 천연당인 유기농 코코넛슈가와 항산화 성분이 풍부한 '깔라만시(Kalamansi)'를 사용해 맛을 개선했다. 그 결과 맛도 좋고 몸에도 좋은 애터미 노니가 탄생한 것이다.

좋은 제품은 좋은 원료에서

절대품질 절대가격의 출발선은 좋은 원재료다. 전 세계 노니 시장을 빠르게 점령해 가고 있는 애터미 노니의 시작도 질 좋은 노니를 재배하고 수확하는 작업에서 시작된다. 아열대 식물인 노니는 일조량이 풍부하고 기온이

애터미 노니 글로벌 누적 매출 (단위: 억 원)



따뜻하고 습한 환경을 좋아하며 직사광선과 강한 바람 및 건조한 기후에도 강하다.

애터미 노니에 사용되는 노니는 인도네시아 자바섬의 전용 농장에서 전량 공급받는다. 자바섬은 화산성 토양을 가지고 있고, 기온과 기후, 일조량과 강수량, 바람 등 노니를 키우는 데 적합한 환경을 갖추고 있다. 많은 강수량에도 불구하고 물이 빠르게 스며들면서도 고이지 않고 빠르게 배출되며 미네랄과 유기물이 풍부해 노니가 잘 자란다.

애터미 노니 전용 농장에서는 좋은 노니의 수확을 위해 나무와 나무 사이의 간격을 3~5m 정도 띄워서 심고 있다. 노니는 익으면 쉽게 떨어지는데, 떨어지고 나면 바로 뭉개지고 썩게 된다. 이 때문에 애터미 노니 전용 농장에서는 숙성 단계에 해당하는 열매를 땅에 떨어지기 전에 수확하기 위해 수시로 농장을 돌면서 관찰하고 수확하고 있다.

노니는 얼마나 익었는지에 따라 유용 성분의 양과 활성이 다르게 나타나기 때문에 애터미 노니 전용 농장에서는 노니의 숙성도를 5단계(Stage)로 나누어 관리하고 있다. 숙성될수록 유용성분이 풍부해지고 활성도 높아지지만, 너무 익어버리면 수확하기도 전에 땅에 떨어져 썩게 되므로 땅에 떨어지기 직전에 나무에 매달려 있는 상태로 수확하는 것이 좋다. 숙성 단계로 치면 연한 노란빛을 띤 4단계가 수확의 적기다. 잘 익었지만 아직 나무에 달려 있는 상태다. 이 시기의 노니가 유용성분과 품질 측면에서 가장 이상적이다.

농약, 화학비료 사용하지 않은 '유기농 인증' 노니

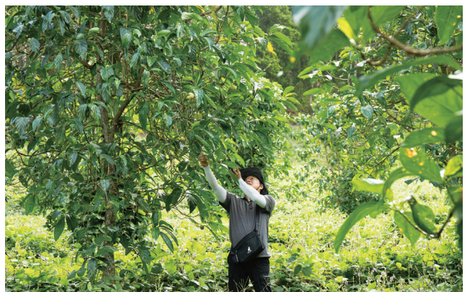
노니는 연중 수확이 가능하다. 노니나무는 심은 후 대략 12개월 정도 자라면 열매 수확이 가능하고 이후에는 연중 계속해서 꽃이 피고 열매가 맺히는 주기를 반복한다. 김용덕 애터미 노니 전용 농장 농장장은 "2~3년 이상 자란 노니 나무는 한 달에도 여러 차례 수확이 가능하다."라며 "다만 일조량이 풍부한 건기(보통 5~10월)에 수확하는 노니가 우기(11~4월)에 수확하는 열매보다 당도가 높고 수확 효율도 높다."라고 말했다.

수확된 노니는 선별 과정을 거치게 된다. 선별할 때 가장 중요한 포인트는 외형적으로 상처, 구멍, 멍, 곰팡이, 병해충 피해 등이 없는지 확인하는 것이다. 또한 맛과 향 및 품질에 영향을 미치는 숙성도 역시 놓치지 않아야 한다.

수확 현장에서 1차 선별된 노니는 곧바로 세척장으로 옮겨져 2차 선별이 진행된다. 세척 후에는 -40도로 급속 냉동 후 정해진 무게로 포장하여 출하할 때까지 보관한다. 이 과정까지 3~4일 정도가 소요된다.

애터미 노니 농장은 까다로운 애터미의 품질 기준에 맞춰, 토양에서부터 열매까지 모든 재배 과정은 물론 수확과 보관까지 품질을 최우선으로 관리하고 있다. 또한 애터미 노니 전용 농장은 유전자 검사를 통해 확인된 '모린다 시트로폴리아(Morinda citrifolia)' 품종만을 재배하고 있다. 이뿐만 아니라 농약이나 화학비료 등을 일절 사용하지 않은 '유기농 인증'을 받아 안심할 수 있다. 김용덕 애터미 노니 전용 농장 농장장은 "자카르타 대학과 유기농 노니의 기능 성분을 높일 수 있는 재배 조건 등을 연구하고 있다."라며 "동시에 최고의 노니를 안정적으로 공급할 수 있도록 농장을 확장할 계획"이라고 말했다.

인도네시아 애터미 노니 농장 전경



애터미오롯 노니 1차 선별 과정



공정위·WFDSA 자료로 입증한 애터미의 성장 잠재력

헤모힘 글로벌 누적 매출 3조 돌파, 글로벌 직접판매 전망 밝아

지난 7월, 공정거래위원회는 2024년도 다단계판매업자 주요 정보를 공개했다. 이에 따르면 애터미의 매출 대비 반품률은 0.2%로 30개사 평균과 대비해 압도적으로 낮았다. 가장 많이 팔린 제품은 헤모힘으로 1,375억 원의 판매고를 기록했으며, 이어서 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어(683억 원), 애터미 화장지(406억 원), 더 페임(279억 원), 친생유산균(261억 원)의 순이었다.

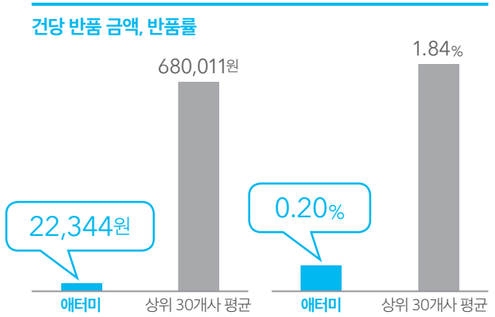


헤모힘, 글로벌 누적 매출액 3조 원 돌파

헤모힘의 누적 국내 매출액은 2024년 말 기준 1조 6,673억 원이었다. 애터미가 헤모힘을 판매하기 시작한 2009년부터 2014년까지 16년 동안 연평균 매출액 1,000억 원을 넘었다. 해외 매출까지 합하면 올 7월 기준으로 누적 매출액 3조 원을 넘어섰다. 2017년 출시한 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 8년 동안 누적 매출액 5,274억 원을 기록했다. 친생유산균은 2013년 출시 이후 지난해까지 12년 연속 베스트셀러 TOP5를 유지했다. 2022년 처음으로 TOP5에 오른 애터미 화장지는 매년 판매가 늘어나며 지난해에는 TOP3에 올랐다.

반품 건당 평균 금액은 2만 2,344원으로 나타났다. 상위 30개 업체 가운데 가장 낮았다. 가장 높은 반품 건당 평균 금액은 4,454,593원으로 무려 200배 가까운 차이가 났다. 반품 건당 평균 금액이 낮다는 것은 애터미의 네트워크마케팅이 소비자 지향이라는 점을 말해 준다고 평가된다. 특히 방문판매법상 160만 원 이상의 제품을 취급할 수 없는 상황에서 160만 원이 넘는 반품 액수는 소비를 위한 제품이 아닌 비즈니스 그 자체를 위한 '묶음 판매'일 가능성이 높다.

업계 전체의 주력 품목은 건강식품(일반 식품 포함)이 압도적이었다. 매출액 기준 상위 30개 업체의 베스트셀러 5개 제품을 분석한 결과 건강식품은 전체 150개 제품 가운데 89종으로 59.33%를, 매출액으로는 1조 1,800억 원으로 71.42%를 차지했다. 한때 건강식품과 함께 네트워크마케팅 업계의 주력 품목이던 화장품은 제품 가짓수로는 21종으로 14.00%, 매출액으로는 13.60%에 머물렀다. 그나마 애터미의 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어'와 '스킨케어 시스템 더페임'을 빼고 나면 제품 수로는 12.84%, 매출 비중은 8.26%로 떨어진다.



통신상품은 아예 곁가지 상품으로 전락했다. 전체 150종의 상품 가운데 통신상품은 5종으로 569억 원의 매출을 기록, 매출 비중은 3.44%에 불과했다. 생활용품(화장지, 정수기, 기능성 속옷 등)은 총 14종이었으며 매출액은 1,343억 원으로 8.13%의 점유율을 기록했다. 마지막으로 기타(에센스오일, 보정속옷, 가정용 의료기기 등)는 21종의 상품이 562억 원의 매출을 기록해 매출 비중 3.40%를 기록했다.

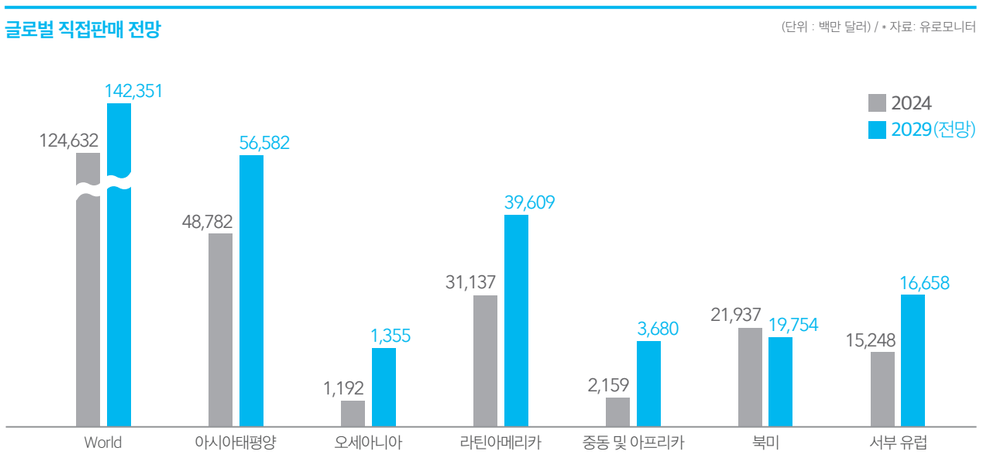
글로벌 직접판매, 2029년까지 200조 원으로 확대 전망

미국 직접판매협회의 자료에 따르면 직접판매의 원산지이자 가장 큰 시장인 미국의 직접판매 시장 규모는 2024년 347억 달러(약 47조 3,301억 원)로 전년 대비 5.5% 감소했다. 판매원 수도 610만 명에서 540만 명으로 11.5% 줄었다. 그러나 판매원 1인당 매출은 6,016달러에서 6,426달러로 6.4% 증가했다.

국내 시장 또한 여의치 않았다. 공정거래위원회(이하 공정위)의 발표에 따르면 2024년 말 기준 121개 등록업체 중 2024년에 영업 실적이 있고, 2025년 4월 말 기준 정상 영업 중인 다단계판매업체의 총매출액·후원수당 총액·다단계판매업자 수·다단계판매원 수는 모두 전년보다 감소했다. 또한 다단계판매업자 수는 2018년 130개를 기록한 이후 지속적으로 감소 추세를 보이고 있다.

그러나 직접판매 전망은 어둡지 않다. 유로모니터에 따르면 전 세계 직접판매 시장 규모는 2024년 1,246억 3,250만 달러(약 174조 1,739억 원)에서 연평균 2.65% 성장해 2029년에는 1,423억 5,100만 달러(약 199조 1,063억 원)로 확대될 전망이다. 가장 높은 성장이 전망되는 지역은 중동 및 아프리카(Middle East and Africa)로, 2024년 21억 6,000만 달러에서 2029년에는 36억 8,070만 달러로 연평균 11.25%의 성장률을 보일 것으로 예측했다. 이어 라틴아메리카가 311억 3,710만 달러에서 연평균 4.93% 성장해 2029년에는 396억 960만 달러에 달할 것으로 예상했다.

이러한 미래 비전은 애터미에 긍정적이다. 중동 및 아프리카 지역에는 조만간 진출할 계획을 가지고 있고, 라틴아메리카에서는 멕시코와 콜롬비아, 브라질의 성장세가 고무적이기 때문이다. 올 상반기 6개월 동안 애터미의 라틴아메리카 지역 매출액은 전년 같은 기간 대비 무려 35% 증가했다. 법인별로 보면 멕시코가 17.5%, 콜롬비아가 79.1%, 브라질이 32.2% 등 모두 두 자릿수 이상 매출이 증가하며 글로벌 애터미의 성장에 힘을 보탰다. ⓐ



애터미 중국, 2030년까지 매출 1조 넘어설 것

96%의 재구매율과 반품률 0.19%… 매스티지는 중국에서도 유효한 전략

지난 2020년 7월 10일, 고대하던 애터미 중국 법인의 쇼핑몰이 드디어 공식 오픈됐다. 치밀한 준비 끝에 법인을 설립한 지 2년여가 지나 영업을 시작한 것이다. 애터미 중국 회원들은 이날, 긴 기다림의 분풀이라도 하듯 쇼핑몰에 접속했다. 그 바람에 서버는 마비되고 일부 제품은 바로 매진이 됐다. 그 후 5년, 2020년 2,545억 원이었던 매출액은 2024년 4,185억 원으로 두 배 가까이 증가했다. 박병관 법인장은 "5주년을 맞은 올해가 재도약의 원년이 될 것"이라며 "브랜드센터와 애터미 전용 국제물류센터의 오픈 등 2024년 대비 20% 이상 성장할 것"이라고 말했다.

올해 5,000억 원 돌파 목표

지난해 중국 법인은 사업자 대상 비즈니스 교육 과정을 완비하는 데 초점을 맞췄다. 애터미 비즈니스의 절반은 교육이기 때문이다. 이에 회원들의 수강 편의성 도모를 위해 교육통합플랫폼 '艾多美加油站(애터미가유참(주유소))'을 론칭했다. 현재 5만 명 이상이 이용하고 있는 애터미가유참에는 ABI(애터미 비즈니스 인비테이션), GSMC(고세일즈마스터 캠프) 등의 과정이 운영되고 있다. 중국 법인 관계자는 "내년에는 '도전! 오토판매사 과정'을 추가해 더 많은 성공자를 배출하는 데 전력을 다할 계획"이라고 강조했다. 이와 함께 '백.만.갑, 불면불휴(日见百人 ,不眠不休)'를 구호 삼아 모든 회원들과 함께 적극적인 백만갑 활동을 통해 안정적으로 성장하고 있다.

중국 법인은 올해 예상 매출액을 5,000억 원 이상으로 잡고 있다. 이를 위해 중점적으로 투자하는 것은 브랜드센터와 지능형 물류 시스템 구축이다. 브랜드센터는 중국 법인의 브랜드 제고 프로젝트의 일환으로, 2024년 10월에 시공했으며 올해 말에 완공하고 2026년부터 정식 오픈할 예정이다. 애터미의 역사와 문화를 담은 역사문화관과 매스티지 제품 철학을 드러내는 제품관, 명예의 전당, 건강미용 상담실, R&D, 세미나 기능 등이 통합된 종합 브랜드 체험 센터로 애터미 브랜드 인지도와 신뢰도를 높이는 데 큰 기여를 할 것으로 기대되고 있다.



애터미 교육통합플랫폼
애터미가유참(艾多美加油站) APP

2023년 5월 중국 석세스아카데미




중국 브랜드센터 조감도

지능형 물류 시스템은 삼성SDS Logistics와 협력해 '정확한 배송과 효율적인 서비스'를 실현하여 제품이 소비자에게 도달하는 시간을 앞당겼다. 이에 멈추지 않고, 중국 법인은 더 나은 배송 서비스를 중국 소비자에게 제공하기 위해 삼성SDS와 함께 독자적인 신규 국제물류센터를 건설, 2025년 하반기부터 오픈할 계획이다. 온라인 유통의 화두인 '배송 전쟁'에서 앞서야 성장이 가능하다는 판단에서다. 박병관 중국 법인장은 "올해 5,000억 원 이상의 매출을 달성, 2030년까지 1조 원을 넘어설 것"이라며 "96%의 재구매율과 0.19%에 불과한 반품률 등 애터미의 매스티지 전략은 중국에서도 유효한 성장 전략"이라고 말했다.

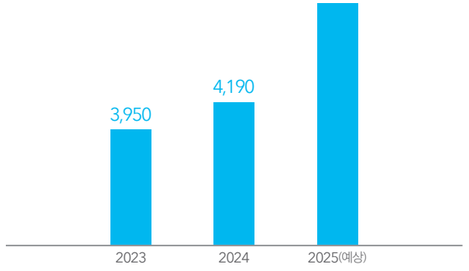
현지화로 지속 성장 기반 갖춰

중국 법인의 성과 이면에는 현지화 작업이 있다. 현지화는 '중국에서, 중국을 위해(In China, for China)'라는 원칙 아래 진행됐다. 산동성 연태시 한중산업단지에 애터미 산업클러스터를 조성하는 것에서부터 시작됐다. 이곳에 콜마비앤에이치, 디오텍, 연태애수심, 에코매스 등의 합력사와 합작법인을 설립, '한국산(Made in Korea)'에서 '중국 현지 생산(Made in China)'으로 전환했다. 또한 GSGS 전략에 따라 산동성의 특화 자원을 활용한 사과칩, 샌드위치 김 등의 제품을 싱가포르와 말레이시아 등지로 수출하고 있다. 이를 통해 한국의 기술로 중국에서 생산해 글로벌 시장을 공략하는 이상적인 구조를 만들었다.

이러한 현지화 전략으로 중국 법인은 단 5년 만에 중국 시장에 깊이 뿌리내리고 성장을 이어 나가고 있다. 특히 중국 법인이 공식 영업을 시작한 2020년은 팬데믹으로 전 세계가 얼어붙어 있는 기간이었다. 많은 기업들은 전례 없는 충격과 어려움으로 존폐의 위기에 처하기도 했으나 애터미 중국 법인은 꾸준한 성장을 유지하며 앞으로 나아갈 수 있었다. 중국 법인 관계자는 "애터미 중국은 '중국의 발전을 위한 기업'에서 더 나아가 '중국에서, 세계를 위한(In China, for World) 기업'"이라며 "현지 생산 거점 및 글로벌 유통망을 아우르는 종합적인 운영 시스템을 구축해 나갈 것"이라고 강조했다.

중국 법인의 노력은 중국 정부도 인정하고 있다. 지난 2024년 애터미 중국 법인은 산둥성 상무청으로부터 크로스보더 전자상거래 분야에서 '산둥성 중점 육성 크로스보더 전자상거래 거래 서비스 기업'으로 인증받았다, 지난 2022년에 이어 2회 연속 인증으로 연태시에서는 애터미 중국 법인이 유일하게 받았다. 이와 함께 '산둥성 고품질 브랜드 육성 인증'과 '소비자 선호 제품 브랜드', '글로벌 전자상사 소비자 만족 브랜드'로 선정됐다. 또한 주중대한민국대사관에서 수여하는 'CSR 모범기업 우수상'과 연태시의 '연태시 자선상', 'GPTW 중화권 일하기 좋은 기업', 화하시보의 '최고브랜드인지도상' 등을 수상하며 중국 내 초일류기업으로 발돋움하고 있다.

박병관 중국 법인장은 "중국은 세계에서 가장 큰 소비 시장이자 애터미 비즈니스의 무한한 기회"라며 "지난 5년간 다져 온 매스티지 전략과 원칙중심의 운영을 통해 더욱 효과적인 애터미만의 성공 시스템을 구축, 더 많은 회원들이 성공할 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.





건강의 기본, 비타민 C

비타민 C는 건강기능식품 중 소비자들에게 가장 친숙한 원료로, 오랜 시간 동안 꾸준히 사랑받아온 필수 영양소이다. 15~19세기 대항해 시대의 선원들은 장기간 항해로 인해 괴혈병이라는 질병에 시달렸다. 괴혈병은 잇몸 출혈, 피부 멍, 관절 통증, 심할 경우 사망에 이르는 질환으로, 20세기에 들어서야 괴혈병에 효과가 있었던 성분이 비타민 C였다는 것이 과학적으로 밝혀졌다.

우리 몸은 비타민 C를 스스로 합성할 수 없기 때문에 반드시 외부에서 섭취해야 한다. 비타민 C는 강력한 항산화제로써 활성산소를 제거하여 노화와 염증을 완화시키고, 백혈구의 기능을 활성화하여 면역력을 강화하고 감염성 질환 예방에 도움을 줄 수 있다. 또한, 콜라겐 합성을 촉진해 피부, 혈관, 뼈, 힘줄을 튼튼하게 하고[3], 철분 흡수를 촉진하여 빈혈 예방에도 기여한다. 신경 세포를 보호하고, 신경전달물질 합성에 관여하여 뇌 건강을 유지하는 데 도움을 준다.

반면, 비타민 C가 결핍되면 전신 권태감, 피로, 식욕 부진, 피부와 머리카락의 탄력 저하 등의 증상이 나타날 수 있다. 철의 흡수율을 감소시켜 빈혈을 유발하거나, 모세혈관이 약해져 피부에 멍이나 반점 등의 출혈 증상이 나타날 수 있다.

보건복지부에서 제시하는 비타민 C의 1일 권장 섭취량은 다음과 같다.

비타민 C의 1일 권장 섭취량[1]

구분	권장 섭취량(mg/일)
유아(3~5세)	45
남성(15세 이상)	100
여성(15세 이상)	100
임신부	성인 섭취량 + 10
수유부	성인 섭취량 + 40

- 임신부와 수유부를 포함한 성인의 권장 최대 용량은 1일 2,000 mg/일이다.
- 비타민 C는 수용성 비타민으로, 권장량 이상 복용해도 소변을 통해 체외로 배출되므로 건강한 사람에서는 과다하게 섭취 시 경미한 위장관 장애 외에는 큰 문제가 없다. 하지만 개인에 따라서 설사, 메스꺼움, 복통, 요로결석[2] 등이 생길 수 있으니 주의해야 한다.

비타민 C는 오렌지, 딸기, 키위, 브로콜리, 양배추 등 과일과 녹색채소를 통해 섭취할 수 있다. 다만, 비타민 C는 열에 민감하여 조리 과정에서 쉽게 파괴되므로 생으로 섭취하는 것이 좋다. 생야채나 과일을 섭취하기 어려운 경우, 비타민 C 건강기능식품을 통해 보충하는 것도 좋은 방법이다.



비타민 C가 많이 함유된 음식들. 오렌지, 딸기, 키위, 브로콜리, 양배추 등

비타민 C와 궁합이 좋은 영양 성분

비타민 C와 함께 섭취하면 좋은 영양 성분으로는 셀렌, 구리, 망간, 철분 등이 있다. 셀렌은 유해산소로부터 세포를 보호한 뒤 산화되는 비타민 C의 항산화력을 재생시켜 주므로 함께 복용하면 시너지 효과를 얻을 수 있다. 구리와 망간은 활성산소를 중화시키는 항산화 효소인 SOD (Superoxide dismutase)의 구성 요소이다. SOD는 활성산소를 과산화수소 형태로 전환시키며, GPX (Glytathione peroxidase)가 이를 물로 분해하게 된다. 비타민 C는 GPX를 재생시키게 되는데, 이처럼 구리와 망간, 비타민 C는 항산화 작용에서 서로 상호작용을 하기 때문에 함께 섭취하는 것이 도움이 된다.[4] 철분은 체내 산소 운반과 혈액 생성, 에너지 생성에 필요한 필수 영양소이지만, 흡수율이 2~35%로 낮은 편이다. 비타민 C는 철분을 흡수가 가능한 형태(Fe2+)로 전환하여 장에서 흡수율을 높인다. 단, 칼슘이나 마그네슘 등은 철분의 흡수를 방해할 수 있으므로 비타민 C와 동시에 섭취하지 않도록 유의해야 한다.



비타민 C에 대한 오해

▶ 비타민 C는 모든 사람에게 동일한 효과를 준다?

비타민 C의 효과는 개인의 건강 상태, 생활 습관, 식단 등에 따라 달라질 수 있다. 특히, 흡연자는 비흡연자보다 비타민 C의 소모량이 많기 때문에 더 많은 섭취가 필요하다.

▶ 비타민 C는 피부 미백에 효과적이다?

비타민 C는 콜라겐 합성을 촉진하여 피부탄력을 유지하고 피부 손상을 방지하는 데 도움을 줄 수 있다. 하지만 미백 효과를 기대하려면 비타민 C 섭취만으로는 한계가 있으므로, 비타민 C가 포함된 스킨케어 제품과 함께 사용하는 것이 더 효과적이다.

▶ 비타민 C를 많이 먹으면 감기를 예방할 수 있다?

감기 증상이 나타난 후 비타민 C를 섭취하면 증상 지속기간을 8~14% 단축시키는 효과가 있다는 연구 결과가 있으므로, 비타민 C는 염증을 완화하고 면역력을 강화하는 데 도움을 준다.[5]

▶ 비타민 C를 많이 먹으면 암을 치료할 수 있다?

비타민 C의 메가도스 섭취는 만성 피로 감소, 스트레스 완화, 염증성 질환 등에 긍정적 영향을 미칠 수 있다는 연구 결과가 있다. 하지만 과다 섭취 시 설사, 복부 팽만감, 신장 결석 등의 위험이 높아질 수 있다는 연구 결과도 함께 존재하기 때문에 개인의 건강 상태와 목적에 따라 신중히 결정해야 한다.

김혜진 연구원/약학박사
콜마비앤에이치㈜ 식품과학연구소

[참고문헌]

1) 보건복지부(2020). 한국인 영양소 섭취 기준
2) Thomas, L. D. K., et al. (2016). Ascorbic acid supplements and kidney stone risk: A meta-analysis. American Journal of Kidney Diseases, 67(3), 400-407.
3) Halliwell, B., & Gutteridge, J. M. C. (2015). Free Radicals in Biology and Medicine. Oxford University Press.
4) Valavanidis, A., Vlachogianni, T., & Fiotakis, C. (2009). 8-hydroxy-2' -deoxyguanosine (8-OHdG): A critical biomarker of oxidative stress and carcinogenesis. Journal of Environmental Science and Health, Part C, 27(2), 120-139.
5) Hemilä, H., & Chalker, E. (2013). Vitamin C for preventing and treating the common cold. Cochrane Database of Systematic Reviews.



비타민C, 생기있는 하루를 만드는 항산화 에너지

비타민C 건강기능식품으로(온가족) 건강 지키기

좋은 품질의 비타민을 가격 부담없이 섭취할 수 있는 제품에는
어떤 것들이 있는지 애터미 쇼핑몰에서 찾아보자.

매일 맛있게 채우는 항산화 에너지

유해 산소로부터 세포를 보호하고 결합 조직 형성과 기능 유지, 그리고 철의 흡수에 필요한 애터미의 비타민C 제품 2종을 소개한다.

제품명	애터미 바이탈컬러 비타민C	애터미 바이탈 메가비타민C 2000
		
가격/PV	20,800원 / 7,500PV	29,000원 / 13,000PV
용량	2g×90포(180g), 3개월분	3g×90포(270g), 3개월분
유형	스틱형 분말 타입	스틱형 분말 타입
비타민C 함량(1포 당)	500mg	2,000mg
특징	- 남녀노소 누구나 맛있게 섭취할 수 있도록 상큼함을 더한 망고맛 비타민C - 단 1포로 식약처 1일 영양성분 기준치를 500% 충족	- 식약처 1일 영양성분 기준치를 2,000% 충족하는 고함량 비타민C - 과일과 채소에서 추출한 7가지 부원료를 넣어 상큼달콤 맛있는 레몬맛
판매원/제조원	애터미(주) / 콜마비앤에이치(주) 세종3공장	애터미(주) / 콜마비앤에이치(주) 세종3공장
쇼핑몰 리뷰	ID : 420***12 ★★★★★ 시지도 않고 가루라서 어디서나 물없이 편하게 먹을 수 있고 쎄지 않아서 조아용~~^^ ID : 397***75 ★★★★★ 딸들에게 철분이랑 같이 먹이고 있어요. 제가 안챙겨줘도 잘 먹으니 좋아요^^ ID : 350***55 ★★★★★ 맛도 너무 좋아서 절로 에너지가 넘칠 것 같아요. 골고루 영양도 만점! 정말 시원하게 잘 마시고 있어요.	ID : 397***73 ★★★★★ 매일 1개씩 기분 좋은 비타민 섭취로 활력과 에너지를 공급받는다는 생각입니다. ID : 439***47 ★★★★★ 여러 상품을 추천받았지만, 특히 추천합니다. Vitamin C 함량이 많아서 해외 여러곳을 다니면서 편하게 먹고 있습니다. 제가 원래 각각의 카테고리에서 좋은 제품을 만나면, 그 제품이 10배 20배 가격이 뛰는 시간을 거치며 20년 이상 쓰는 충성 고객인데, 이건 현재로서 건기식으로 계속 구매할 의향이 있습니다. ID : 430***19 ★★★★★ 아주 진한 메가급 비타민C입니다. 좋은 원료로 잘 만들어진 비타민이라 주변에도 추천합니다.

매일 맛있게 채우는 항산화 에너지

비타민C는 유해산소(활성산소)를 제거해 세포를 보호하는 대표적인 항산화 영양소로 건강 유지에 매우 중요한 역할을 한다. 또한 대표적인 수용성 비타민으로, 필요한 만큼만 사용되고 나머지는 체외로 배출된다. 하지만 사람의 경우 체내에서 자연 합성할 수 없어 외부로부터 규칙적으로 섭취하는 것이 중요한 필수 영양소다.
유해 산소로부터 세포를 보호하고 결합 조직 형성과 기능 유지, 그리고 철의 흡수에 필요한 애터미의 비타민C 제품 2종을 소개한다.

비타민, 이런 분께 권합니다.

- **맛있고 간편**하게 **비타민C를 섭취**하고자 하시는 분
- **육류위주의 식생활**을 하시는 분
- 평소 **과일**과 **채소** 섭취가 부족하신 분
- **철의 흡수에 도움**이 되는 영양소 섭취가 필요하신 분
- **결합조직의 형성과 기능의 유지**가 필요하신 분
- 유해산소로부터 **체내를 보호**하고자 하시는 분

Q&A로 알아보는 비타민C

Q. 하루 중 언제 먹는 것이 좋을까?
A. 공복보다는 식사 중 또는 식사 후에 그대로 한 포 섭취하는 것을 추천한다. 신 맛이 부담스럽다면 물이나 탄산수, 주스 등 기호에 맞게 섞어서 섭취해도 된다.

Q. 비타민C와 멀티비타민의 차이는?
A. 비타민C와 멀티비타민은 모두 건강을 위한 중요한 요소지만 목적과 차이에서 차이가 있다. 비타민C는 단일 성분으로 특정 기능을 집중하는 반면, 멀티비타민은 다양한 영양소를 균형있게 공급하는 역할을 한다.

비타민C: 결합조직 형성과 기능유지에 필요, 철의 흡수에 필요, 유해 산소로부터 세포를 보하는데 필요
멀티비타민: 비타민과 미네랄 공급, 전반적인 건강 유지

Q. 비타민C와 멀티비타민 같이 먹어도 될까?
A. 비타민C는 단독으로 섭취해도 좋지만, 다양한 영양소와 함께 섭취합니다.

애터미 멀티비타민

제품명	애터미 파워비타에너지	애터미 키즈 비건 구미 멀티비타민
		
가격/PV	32,800원 / 16,000PV	22,800원 / 10,000PV
용량	300g(8.5g+1.5g, 30포), 1개월분	270g(45g×6O개), 1개월분
유형	듀얼 스틱형 분말 타입(물 혼합 섭취)	젤리 타입
특징	- 13종의 비타민과 6종의 미네랄로 1일 영양성분 기준치 100% 충족(비타민C 300mg 함유) - 1일 1포로 한국인이 필요로 하는 필수 영양소 섭취 - 신개념 듀얼 스틱 포장으로 비타민과 부원료를 우수한 상태로 유지	- 8종의 비타민과 3종의 미네랄로 5~13세 어린이 1일 권장 섭취량의 111% 충족(비타민C 100mg 함유) - 비건 인증을 받은 식물성 구미 - 동물모양으로 골라 먹는 재미에 망고 맛 농축액(부원료)으로 맛까지 챙긴 젤리
판매원/제조원	애터미(주) / (주)서흥	애터미(주) / (주)서흥

백터미 현장 르포

소비자도 파트너도 사로잡는 비결은?

백만갑 우수센터 센터장의 성공 노하우

애터미의 핵심 활동 중 하나인 백만갑 프로젝트. 하루에 10명도 아닌 100명을 만난다는 게 가능할까 싶지만, 매월 우수센터가 나오고 여러 차례 수상한 센터도 있는 걸 보면 쉽지 않지만 불가능하지도 않다는 것을 알 수 있다. 그렇다면 백만갑 우수센터의 성공 비결은 무엇인지, 정읍최강파워센터 센터장 임난경 스타마스터를 전격 인터뷰했다.

골프장 서비스 전문가에서 교육 기반 사업가로

애터미 사업을 시작하기 전 임난경 스타마스터는 골프장 서비스 전문가로 일했다. 골프장 서비스 운영팀장을 맡아 직원 교육, 회원 관리, 대외 행사 주관 등을 담당하던 그는, 퇴사 후 동종업계에서 창업해 한국을 넘어 중국 골프장으로 사업 영역을 확장했다.

당시 소비자로서 애터미 제품을 사용하면서 '좋은 제품'이라는 확신은 있었지만 다단계에 대한 선입견 때문에 사업을 망설이다가, 친하게 지내던 지인이 애터미 사업으로 성공하는 것을 지켜보면서 애터미의 사업성과 방향성에 주목하게 됐다.

애터미는 판매 사업이 아닌 교육 사업

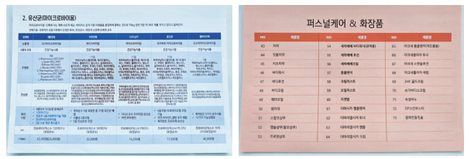
2018년 애터미 사업을 시작한 지 7년. 백만갑 우수센터 센터장으로 승승장구하고 있는 임난경 스타마스터는 골프장 서비스 전문가로 일했던 경험이 지금의 교육센터 운영에 많은 도움이 되고 있다고 말한다.



"골프장 서비스 사업과 애터미 사업은 교육과 시스템의 힘으로 지속 가능한 구조를 만든다는 점에서 같다고 생각해요. 겉으로 봤을 때 애터미 사업은 물건을 소개하고 판매하는 영업 사업이라 생각하기 쉽지만, 사업을 하면 할수록 애터미 사업 정보를 정확하게 전달하고 소개하는 교육 사업이라는 것을 체감하고 있습니다."

체험 중심의 교육 프로그램으로 신뢰 확보

자칭타칭 교육 기반 사업가로 활약하고 있는 임난경 스타마스터는 '교육센터'는 정보 전달의 핵심 거점이라 믿으며, 신규 사업자 및 오토판매사 달성자 교육, ABC 교육 전 단계로 스킨케어 체험 교육, 건강식품 챌린지와 같은 자체 학습 프로그램을 운영하고 있다.



자체 제작한 애터미와 타사 제품을 비교하는 [제품 성분 및 함량 비교] 교육 책자

정읍최강파워센터의 가장 큰 차별점은 '체험 중심의 교육 프로그램으로 고객의 신뢰를 얻고 전국으로 확장된 파트너 네트워크를 펼치고 있다.'라는 점이다. 즉 뷰티 제품을 중심으로 스킨케어 체험 프로그램을 시작해 건강기능식품 및 식품으로까지 카테고리를 넓히며 자연스러운 구매와 PV 발생 구조를 만들고 있다.

"체험에서 소득으로 연결되는 흐름이 명확해야 신뢰가 생기고 사업도 이어져요. 타 브랜드와의 비교도 투명하게 진행하고, 쇼핑몰 마이페이지를 활용한 시각적인 설명으로 만족도를 높이고 있어요."

임난경 스타마스터의 하루에는 얼마나 많은 애터미가 함께할까?

임난경 스타마스터의 일상을 채우는 백터미 체크리스트 : 200터미

0 — 100 — 200

소비자도, 파트너도 사로잡는 비결은 '진정성'과 '체험'
소비자를 넘어 애용자, 비즈니스 파트너를 만드는 실전 팁

- **센터 초대 Tip**: 무료 스킨케어 체험을 제공하고, 단계별 체험으로 재방문 유도
- **사업 설명 Tip**: 제품 비교와 PV 시각화 설명, 사업 시기별 맞춤형 프로그램 운영
- **사업 리크루트**: 체험 교육을 통해 제품력을 인식하고 자연스러운 소비를 통해 사업자 전환

임난경 스타마스터의 비즈니스 노하우 4가지

1. 스킨케어 체험, 건강식품 챌린지 등 직접 만든 교육 프로그램 운영
2. 타 브랜드 대비 가격·품질 비교 책자 제작
3. 5060세대 중심 디톡스&뷰티 챌린지 프로그램 운영 및 프로필 촬영 무상 지원
4. 각 지역 파트너가 거점이 되도록 리더십 역량 강화

임난경 스타마스터 추천 제품 베스트

차세대 세계일류상품 선정
애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니

노니를 활용해 일주일 정도 디톡스를 했다. 사흘 동안 하루에 노니 한 병과 비타민을 같이 먹어봤는데, 독소가 배출되어선지 몸이 가벼워진 느낌이 정말 좋았다. 교육 시간에 실제 경험담을 전했더니 파트너들도 푹 빠져서 하루에 종이컵 한 잔씩 드시는 분들도 많다.



애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니(1,000g, 병)
₩ 47,800원 PV 24,000pv

지친 면역세포를 깨우는 힘
애터미 헤모힘

헤모힘 브랜드북이 출간되면서 더욱 좋아졌다. 공신력 있는 특허자료와 논문들, 교육자료에서 충분히 다룰 수 없었던 헤모힘의 면역기능 및 피로 개선 효과에 대한 작용 기전 등 신뢰할 수 있는 콘텐츠가 많아 헤모힘 정보를 깊이 있게 더욱 잘 전달할 수 있게 되었다. 애터미의 대표 제품인 헤모힘에 대해 누가 묻더라도 자신 있게 답할 수 있는 헤모힘 전문가가 된 것 같다.



애터미 헤모힘(60포, 1개월분)
₩ 88,000원 PV 44,000pv

임상 시험으로 확인된 피부 문제 복합 개선 효과
애터미 앱솔루트 셀랙티브 앰플

피부에 유효한 성분들을 빠르고 정확하게 전달하는 CellActive™ Technology가 피부 케어를 효율적으로 돕는 것 같다. 나도 애용하지만 어린 막내 아이도 앱솔루트 셀랙티브 앰플을 몸에 발라 피부 보습 효과를 경험한 후 자주 사용하고 있다. 몸에도 바를 만큼 합리적인 가격이라는 점도 큰 장점이다.



애터미 앱솔루트 셀랙티브 앰플 1ea(40ml)
₩ 39,600원 PV 20,000pv

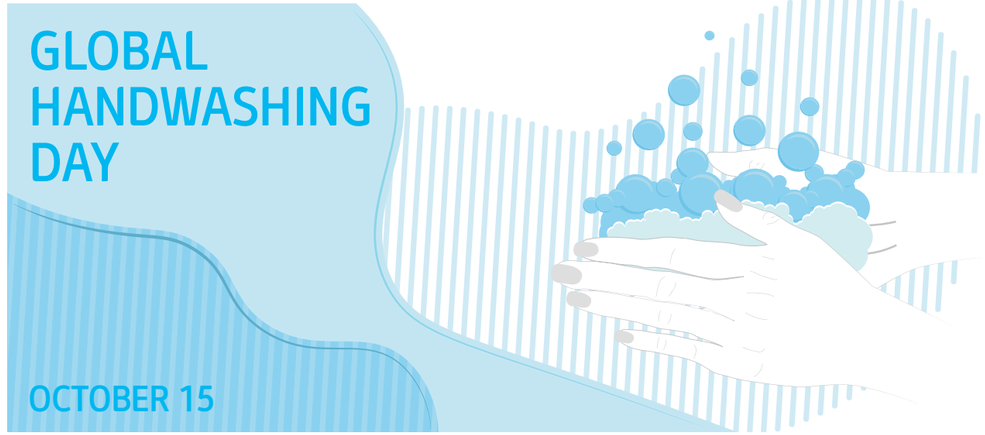
디톡스&뷰티 챌린지 프로그램에 주로 사용하며 재구매율이 높은 인기 제품

디톡스 프로그램	스킨케어 체험
헤모힘, 노니, 유산균, 오메가3, 비타민 제품군	앱솔루트 셀랙티브 세트, 이브닝케어(4종), 시너지 앰플 비타 루미너스 세트

애터미 핸드케어가 만드는 일상의 방패막

당신 손 위에 26만 마리 세균이 살고 있다

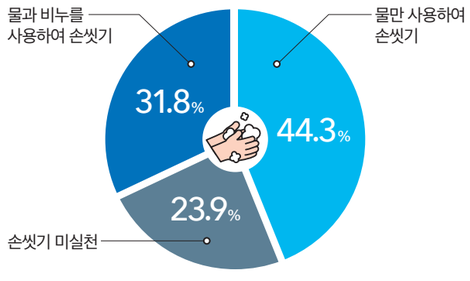
매년 10월 15일은 유엔이 정한 '세계 손 씻기의 날'이다. 각종 감염으로 인한 전 세계 어린이들의 사망을 방지하기 위한 목적으로 제정되었다. 전문가들은 평소 손 씻기만 잘해도 많은 질병을 예방할 수 있다고 조언한다. 문제는 올바르게 손을 씻는 성인은 10명 중 1명에 불과하다는 것이다. 올바른 손 씻기의 중요성과 방법에 대해 알아보자.



10명 중 3명은 용변 보고 손 안 씻어

2023년 질병관리청이 '세계 손 씻기의 날'을 맞이해 공중화장실을 이용하는 일반 성인을 대상으로 관찰 조사를 실시한 결과, 물과 비누를 사용하여 손을 씻는 비율은 25.4%, 물만 사용하여 손을 씻는 비율이 45.7%, 손을 씻지 않는 경우도 28.9%였다. 코로나19 유행 이후 손 씻기 실천율이 증가했지만, 여전히 국민 10명 중 7명은 용변 후 비누로 손을 씻지 않는 것으로 나타났다. 반면 성인 10명 중 1명만이 용변 후 30초 이상 비누를 사용해 손을 씻는 '올바른 손 씻기'를 실천한 것으로 나타났다.

공중화장실을 이용한 성인 4,225명 손씻기 관찰결과



• 출처 : 질병관리청·국제한인간호재단, 2024 감염병 예방행태 실태조사

잘 씻기지 않는 부위



• 출처 : 질병관리본부

30%, 20%… 숫자가 말하는 손 씻기 효과

우리나라 보건복지부·질병관리본부에서는 올바른 손 위생 실천 시 메르스, 인플루엔자, 신종플루, 식중독 등 감염병의 발생률을 절반으로 낮출 수 있다고 설명하고, 미국 질병통제예방센터(CDC)도 손 씻기를 '셀프백신'이라 부를 정도로 그 중요성을 강조하고 있다. 올바른 손 씻기 실천으로 설사 질환의 30%, 호흡기 질환의 20%를 예방할 수 있다는 것이다.

3시간에 한 번 손 씻는 습관 들여야

질병관리청에 따르면 3시간 이상 손을 씻지 않고 방치할 경우 약 26만 마리의 세균이 손에 번식하는 것으로 알려졌다. 이에 따라 최소한 3시간에 한 번씩은 손을 씻는 습관을 들여야 한다.

손을 올바로 씻기 위해서는 손에 물을 묻히고 비누를 바른 다음 30초 이상 손을 비비면서 거품을 내야 한다. 손바닥과 손등, 손깍지, 손가락, 엄지손가락, 손톱 밑 등을 모두 골고루 비벼서 씻어야 한다. 손이 젖어 있으면 병균이 쉽게 다시 묻을 수 있기 때문에 손을 씻은 후에는 수건이나 페이퍼 타월로 잘 말리는 것도 중요하다. 자동 핸드드라이어로 손을 말릴 경우, 시간이 오래 걸린다고 완전히 말리지 않거나 남은 물기를 옷에 흡수시키면 손이 다시 오염될 수 있다.

비누와 물을 사용할 수 없는 경우에는 에탄올 함량이 60% 이상인 손소독제를 사용하는 것이 좋다. 손소독제에는 에탄올, 이소프로판올이라는 성분이 들어 있어 항균 효과를 낸다. 손소독제를 사용할 때는 손바닥, 손가락 사이, 손등, 손톱 밑까지 구석구석 꼼꼼하게 문질러 소독해 준다. a





• 출처 : Clin Microbiol Infact. (2017). Jun:23(6):409.e1-409.e4.

애터미 손 위생 제품 추천

제품명	애터미 핸드솝	애터미 손소독제 겔
제품		
용량	1ea(300ml)	1ea(500ml)
가격/PV	3,300원/750PV	9,800원/2,500PV
특징	- **자연의 힘으로 부드럽게** ☑ 자연에서 찾은 안심 핸드솝으로 노폐물과 유해 물질을 깨끗하게 제거(복합 오렌지 추출물+팜, 코코넛 유래 세정 성분+모이스처 천연 추출물) - **세정 후에도 촉촉하게** ☑ 강력한 보습 성분이 건조한 피부에 에너지를 충전. 세정 후에도 수분 배리어를 형성	- 옥수수 발효를 통한 식물 에탄올 사용해 어린이와 노약자도 안심하고 사용 - 72.8vol% 고함량 에탄올 함유로 강력한 살균 효과 - 식약처 허가받은 전문 손소독제 - 상쾌하고 기분 좋은 그린 허브 향이 전하는 리프레쉬 효과

부족한 비타민D 채우려면 ‘애터미 메가 비타민D_3K_2’가 답!

뼈 건강을 돕는 애터미 메가 비타민D_3K_2

현대인에게 부족한 비타민D를 충분하게 섭취할 수 있도록 애터미에서 체내 흡수율이 높은 비타민D_3와 비타민K를 꼼꼼히 채운 애터미 메가 비타민D_3K_2를 출시한다.



판매원 : 애터미(주)
제조원 : 콜마비앤에이치(주)음성공장

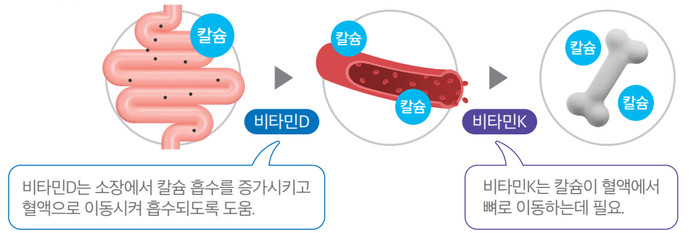
햇빛 비타민 부족시대! 어쩌면 나도 비타민D 부족?

비타민D는 음식으로도 일부 섭취할 수 있지만, 대부분은 햇빛을 통해 피부에서 만들어져 ‘햇빛 비타민’이라고도 불린다. 따라서 비타민D가 잘 생성되려면 햇볕을 쬐어야 하는데, 잦은 자외선 차단제 사용과 긴 실내 활동 탓에 한국인 대부분은 비타민D를 합성할 시간이 충분하지 못하다. 또한 음식만으로는 충분한 양을 섭취하기 어려운 환경에 놓여 있다.

비타민D, 비타민K와 칼슘

비타민D는 뼈 건강에 간접적인 도우미 역할을 한다. 비타민D는 비타민D2와 비타민D3의 두 종류가 있는데, 비타민D2는 버섯 등 주로 식물성 원료에 많고 D3는 생선 등 동물성 원료에서 합성된다. 햇빛에 의해 피부에서 전환되는 건 비타민D3로 체내 흡수율이 높다.
소장에서 칼슘을 잘 흡수하고, 흡수된 칼슘이 혈액을 거쳐 뼈까지 잘 이동하기 위해선 비타민D와 비타민K의 연계된 역할이 필요하다. 비타민K는 혈액 응고와 관련이 있음이 밝혀지면서 ‘응고(K(c)oagulation)’의 첫 글자를 따 비타민K로 명명했다. 비타민D가 칼슘을 혈액으로 이동시켜 흡수되도록 돕는다면, 비타민K는 칼슘이 혈액에서 뼈로 이동하는 데 필요하다.

비타민D, 비타민K의 기능성



• 출처 : 건강기능식품 기능성 평가 가이드 - 뼈 건강에 도움 편 인용. 2020 한국인 섭취기준, 비타민K편 인용.
• 위 정보는 제품과 직접적으로 관련없는 일반 정보입니다.

햇빛비타민 부족시대

하루 1캡슐로 빠르게 채우는 비타민D_3K_2

애터미 메가 비타민D_3K_2는 비타민D 중에서도 체내 흡수율이 높은 비타민D3만 사용했으며 한국인 영양소 섭취기준 안전한 기준 내에서 비타민D를 최대로 섭취할 수 있는 용량 4,000IU를 한 알(하루 상한 섭취량)에 담았다.
애터미 메가 비타민D_3K_2는 세계적인 비타민 전문 기업인 DSM에서 개발한 비타민D3로 프리미엄 원료 품질을 보증하는 마크인 퀄리-D 인증을 받은 비타민D3를 사용한다. 애터미 메가 비타민D_3K_2에 함유된 비타민K2는 ‘메나퀴논7(MK-7)’ 원료를 사용했으며 낫토나 청국장 등에서 주로 얻어지는 바실러스 나토균 균주를 발효하여 생산한 원료를 100% 사용했다. 또한, 열에 약한 원료의 손상을 보호하기 위해 저온 초임계 추출 방식이라는 친환경적인 공법으로 원료 손상을 방지했다.
아무리 좋은 건강기능식품이어도 목 넘김이 쉽지 않다면 섭취를 꺼리게 될 터, 애터미 메가 비타민D_3K_2는 1cm 크기의 초미니 캡슐로 하루 1캡슐이면 고함량 비타민D를 섭취할 수 있다.

애터미 메가 비타민D_3K_2 누가 섭취하면 좋을까?

비타민D와 K는 멀티비타민 등 다른 건강기능식품과 함께 섭취할 경우 한국인 영양소 섭취 기준 하루 상한 섭취량 일일 최대 허용량인 4,000IU를 넘기지 않도록 주의해야 한다. 애터미 메가 비타민D_3K_2는 4,000IU의 비타민D 섭취가 필요한 분, 골밀도 및 뼈가 약해지는 갱년기 및 노년층, 실내 활동이 많고 야외활동이 부족한 현대인들에게 섭취를 권하며, 애터미 프로팩타민, 애터미 트리액티브 칼마디 제품도 추천한다.

제품명	애터미 메가 비타민D_3K_2	애터미 프로팩타민	애터미 트리액티브 칼마디
			
추천 대상	비타민D 부족으로 보충을 원하는 사람	21종의 비타민과 미네랄을 골고루 충전하고 싶은 사람	뼈 건강을 위해 칼슘과 비타민D 보충을 함께 원하는 사람
주요 성분 (% 영양성분 기준치)	비타민D3 100ug(4,000IU) (1,000%) 비타민K2 70.6ug(100%)	비타민D3 50ug(2000IU), 비타민K1 200ug + 이외 비타민, 미네랄(활력) 고함량 첨가	비타민D3 15ug(150%), 비타민K1 70ug(100%), 칼슘 450mg/1일(64%) , 마그네슘 225mg/1일(71%)
특징	퀄리-D 인증을 받은 프리미엄 비타민D3가 4,000IU 함유	활력, 항산화, 뼈 건강, 눈 건강, 혈액 건강, 정상적인 면역 기능 등 다양한 비타민, 미네랄 21종을 한 번에 섭취	- 칼슘, 마그네슘, 비타민D, 비타민K, 구리, 망간 등 ‘6종 복합 기능성’ - 흡수를 촉진하는 ‘칼슘:마그네슘=2:1 배합비’
판매원 제조원	애터미(주) 콜마비앤에이치(주)음성공장	애터미(주) 콜마비앤에이치(주)음성공장	애터미(주) 콜마비앤에이치(주)음성공장

매일 스킨케어하듯 집에서 하는 단백질 케어

손상된 모발을 한 올 한 올 건강하게 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트

펌, 염색 같은 잦은 시술과 드라이기 등 열기구 사용, 강한 자외선으로 점점 거칠어지는 머릿결. 건강한 모발을 유지하기 위해서는 매일 스킨케어하듯 꾸준히 관리해 주는 것이 필수적이다. 헹궈내지 않아 편리하고, 헤어샵에서 관리받은 것처럼 집에서도 간편하게 케어할 수 있는 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트를 추천한다.

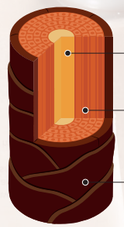
Editor_ 이정선



모발의 구조를 알면 관리법도 달라진다

모발 구조 이해하기

우리의 모발은 단순히 외적인 아름다움을 넘어 건강과 활력의 상징이기도 하다. 모발은 케라틴이라는 단단한 단백질로 구성된 구조체로 크게 큐티클(cuticle), 코텍스(cortex), 메듈라(medulla)라는 세 가지 층으로 구성되어 있는데, 각각의 구조는 모발의 건강과 특성에 중요한 역할을 한다.



메듈라(Medulla): 모발의 가장 안쪽에 있는 층으로 모든 사람에게 꼭 있는 건 아니고 굵고 강한 모발에서만 발견되기도 한다.

코텍스(Cortex): 모발의 80~90%를 차지하는 핵심 중심층으로 케라틴 섬유가 규칙적으로 배열되어 있어 모발의 굵기, 강도, 색상을 결정한다.

큐티클(Cuticle): 가장 바깥쪽에 위치한 투명한 비늘 모양의 층으로, 외부 자극(열, 화학약품, 자외선 등)으로부터 모발을 보호하는 역할을 한다.

손상된 모발 어떻게 케어할까

손상은 되돌릴 수 없지만 예방과 완화는 가능

피부와 달리 모발은 한 번 상하면 스스로 재생하는 능력이 없다. 손상된 큐티클이나 단백질은 스스로 복구되지 않으며, 손상이 누적될수록 모발은 점점 약해지고 끊어지게 된다. 따라서 손상 모발에 맞는 최적의 제품을 사용해 모발에 영양을 도포하고 보호하는 꾸준한 관리가 필요하다. [a]

모발의 구조를 체계적으로 케어하는 필수템

애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트 특장점 세 가지

애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트는 모발 건강의 핵심 요소인 '큐티클'과 '코텍스'를 각각 체계적으로 케어해 줌으로써 모발에 영양과 보습을 효과적으로 공급한다.

230℃ 고온에서 보호하여 열 손상을 막는 히팅 가드 트리트먼트

큐티클층의 건강을 위해서는 외부 공격인 '열 손상'으로부터의 보호와 모발 표면의 영양 클리닉이 중요하다. 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트에는 230도의 고온에서도 열을 막아 주는 '히팅 가드' 기능(ThermoShield Premium)을 가지고 있어 고데기나 드라이어 사용 시 200도에도 끄떡없는 열 감소 효과와 모발 섬유 속 수분을 보호해 주는 효과가 임상 확인되었다.
또한 보습에 도움을 주는 AQUARICH(검은 귀리 추출물) 성분이 함유되어 있어 모발 표면을 매끄럽게 만들어 푸석푸석한 모발에 윤기와 부드러움을 선사한다.(모발 큐티클 47.6% 개선 임상 확인)

애터미 TPP 코드로 모발 필수 영양분을 채우는 살롱 단백질 클리닉

손상된 모발을 '다공성 모발(구멍이 많은 모발)'이라고도 표현하는데, 이는 모발의 주요 단백질인 케라틴이 유실된 상태를 말한다. 케라틴은 모발 내의 여러 섬유 사이를 채워 주고 단단히 붙여 주는 본드의 역할을 하는데, 케라틴이 손상되면 쉽게 끊어지고 푸석푸석한 모발이 된다. 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트에는 열 손상으로부터 모발을 보호하고, 영양 공급으로 손상된 모발을 복구하여 모발의 강도와 탄력을 강화하는 애터미만의 독자 TPP 코드가 함유되어 있다. 또한 모발 클리닉 성분이 85,000ppm 함유되어 손상된 모발을 단백질로 채워 촉촉하고 생기 있게 케어해 준다.

씻어낼 필요 없어 오~래 착붙하는 단백질 트리트먼트

기존의 트리트먼트는 샴푸한 젖은 머리에 바른 후 10~15분 방치를 해야 그 효과를 볼 수 있는데, 바쁜 현대인들이나 귀차니스트들에게는 결코 쉬운 일이 아니다. 애터미 실키 리페어 노워시 트리트먼트는 샴푸 후 드라이하기 전 발라 주기만 해도 같은 케어 효과를 볼 수 있으니 세상 편하다. 또한 상큼한 그린 플로럴향과 신선한 우디 노트향이 절묘한 조화를 이루어 마음까지 편안하게 케어해 준다.

Q&A로 알아보는 노워시 트리트먼트

Q. 컨디셔너를 생략하고 노워시 트리트먼트만 사용해도 될까?

A. 컨디셔너를 생략하고 사용해도 무방하다. 하지만 모발의 컨디션에 따라 모발이 얇고 손상된 상태라면 워시오프 형태의 컨디셔너나 트리트먼트를 사용하고 '실키 리페어 노워시 트리트먼트'를 함께 사용했을 때 효과가 극대화된다. 두 제품을 잘 활용하면 헤어샵 못지않은 홈케어 효과를 누릴 수 있다.

Q. 애터미 헤어 에센셜 오일과 어떤 차이가 있을까?

A. 노워시 트리트먼트는 우리가 매일 사용하는 헤어드라이기나 고데기 등 스타일링 기기의 열로부터 모발을 보호해 주는 방패 역할을 수행한다. 즉, 외부 환경으로부터 모발을 보호하여 손상을 미리 예방하고 단백질 케어도 함께 해 주는 트리트먼트 제품이다. 반면 헤어 에센셜 오일은 모발에 영양도 주지만 부스스한 모발을 차분하게 진정시키고 윤기를 부여하는 에센스 제품이다.

Q. 매일 사용해도 괜찮을까?

A. 제형이 무겁지 않고 산뜻하여 매일 사용이 가능하며 오히려 매일 사용하는 것을 권장한다. 자외선 차단을 위해 매일 선크림을 바르듯이 드라이기 열과 외부 자외선으로부터 보호하기 위해 매일 사용하면 손상 방지에 큰 도움이 된다.

동네 마트 아저씨, 성공 이끄는 멘토가 되다

은퇴 후 인생 3막 펼치는 김종열·김복진 스타마스터 부부

20여 년간 마트를 운영하면서 성실하게 살아온 부부. 은퇴 후 느긋한 인생 2막을 즐기려던 그들은 뜻밖의 시련과 우연한 계기를 통해 '가치 있는 삶'에 눈떴고, 이제는 자신과 타인의 성공을 함께 이뤄가는 인생 3막을 살고 있다.

더 바랄 것 없는 삶

김종열 스타마스터는 자타가 공인하는 탁월한 '장사꾼'이었다. 부부가 함께 작은 마트를 운영하면서 남부럽지 않은 성공을 거두었다. 비결은 '박리다매'에 있었다. 동네 주민을 상대로 한 장사이다 보니 적게 남더라도 싸게 많이 팔았고, 그의 가게는 늘 고객으로 북적였다. 마트를 운영해서 번 돈을 차곡차곡 모아 가게를 샀고, 다른 건물에도 투자해서 어엿한 부동산 임대 사업자가 되었다.

더 바랄 것 없는 삶이었다. 모든 것이 순탄할 것 같았던 그때 큰 위기가 닥쳐왔다. 부부가 운영하던 마트 근처에 대형 유통회사에서 운영하는 프랜차이즈 체인 마트가 새롭게 문을 연 것이었다. 지금까지와는 완전히 다른 새로운 경쟁 상황이 펼쳐졌다. 고민스러웠다. 지금보다 더 허리를 졸라매고 더 싸게 판다면 경쟁을 못할 것도 없다는 생각도 했지만, 부부는 거기서 멈추기로 했다. 적지 않은 나이에 그렇게까지 경쟁하다가는 몸에 병이 날 것 같았기 때문이다.

"이제 장사는 그만하라는 하늘의 뜻인가 보다 생각하고 마음 편히 살기로 했어요."

부부는 과감하게 가게를 정리하고 제2의 인생에 나섰다. 다행히 임대 수입이 있었기 때문에 경제적으로 큰 어려움은 없었다. 부부는 평소 하고 싶었던 일들을 하나하나 도전하면서 새로운 인생을 살았다. 노래 교실도 다니고, 연극도 하고, 시니어 모델로 무대에 섰으며 라인댄스도 배웠다. 아침 방송에 출연해 행복한 부부의 일상을 보여주기도 했다. 유쾌하고 신나는 인생 2막이었다. 하지만 이 평화도 오래 가지 못했다.

사업을 들으러 갔다가 인생을 듣고 오다

아내 김복진 스타마스터가 건강검진 과정에서 유방암 진단을 받고 결국 수술대에 올랐기 때문이었다. 수술을 거치고 몸을 추스르는 과정에서 몸에 좋은 것을 찾아다니다 '헤모힘'을 알게 됐다. 가격이 싸서 처음에는 큰 믿음을 갖지 않았지만, 꾸준히 먹다 보니 몸이 확실히 좋아진다는 느낌을 받으면서 애터미 제품에 대해서도 하나둘씩 관심을 갖게 됐다.

결정적인 계기는 단 한 번의 세미나였다. 사업 설명을 들으러 갔다가 박한길 회장의 혼신의 강연을 듣고 그의 인생 전체가 송두리째 흔들리는 경험을 했다. 지금까지 자신이 살아왔던 삶과는 너무나 다른 삶이 거기에 있었다.

"그전엔 우리 가족만 잘 먹고 잘살면 그게 성공이라고 생각했어요. 가난한 농부의 아들로 태어나 자수성가해서 이 정도 삶을 유지할 수 있다는 것도 흔치 않은 일이라고 여겼죠. 그런데 박한길 회장님은 '공헌하는 삶'을 이야기하시더라고요. 그 이야기가 가슴을 울렸어요."

마트를 운영한 경험이 있기 때문에 애터미 사업도 비슷할 것이라고 생각했지만 전혀 달랐다. 마트 영업은 가만히 앉아서 오는 손님을 맞으면 됐지만, 애터미 사업은 사람을 찾아다니고 먼저 다가서야 했다.

사람들을 대상으로 강의를 해본 적도 없고, 시스템 판매라는 개념도 여전히 낯설었지만, 김종열 스타마스터에게는 마트를 운영하며 평생 갈고 닦아온 성실성이라는 무기가 있었다.

남들보다 일찍 센터에 나가 부지런히 센터를 쓸고 닦는 일부터 시작했다. 아내는 식사나 간식 장만을 도맡았다. 부부가 앞장서서 움직이자, 센터도 활력을 띠기 시작했다.

김종열 스타마스터의 가장 큰 장점은 긍정적인 마인드다. 특유의 긍정적 말투가 사람들에게 긍정적인 에너지를 준다. 그와 이야기를 나누면 누구나 '곧 잘될 것 같은 기운'을 받는다. 애터미 사업을 시작하고 특별하게 힘들거나 어려움을 느낀 적이 없다고 할 정도다.

단합을 위한 공간도 따로 마련해 자주 모이고, 함께 식사하고, 주말농장에서 파트너들과 시간을 보내기도 한다. 파트너들에게 아낌없이 베풀고 정을 쌓으면서 함께 나가고 있다.

10원짜리 인생에서 100억 원짜리 인생으로

매일 아침 일찍 마트 문을 열었던 것처럼 하루도 빠짐없이 센터에 나가 애터미 사업의 문을 열고 있다. 조그마한 마트 하나를 운영하면서 성공을 거둘 수 있었던 비결도 바로 이러한 성실함과 부지런함, 꾸준함이었다.




베트남 다낭 승급여행

단합력도 빼놓을 수 없다. 센터 외에 사랑방 같은 공간을 따로 마련해 파트너들에게 밥을 해 먹이며 끈끈한 정을 나누고 있다. 이 공간에서는 단연 아내 김복진 스타마스터의 역할이 크다. 그밖에 주말이면 주말농장이나 별장 같은 공간에 모여 신나게 놀면서 뭉치면 잘될 수 있다는 비전을 나눈다. 이런 상황이니 파트너들과의 분위기가 좋지 않을 수 없다.

동네에서 마트를 할 때는 아무리 돈을 많이 벌어도 '마트 아저씨'에 머물렀지만, 애터미 사업을 하고 있는 지금은 자신과 가족만 잘 되는 삶이 아니라 누군가를 성공시킬 수 있는 사람이 됐다는 것에서 행복감을 느끼고 있다.

"돈 많이 벌어서 자식들 공부시키고, 안 굶고 살면 그게 성공이었어요. 배 터지게 먹고, 취미 생활 즐기다 인생 끝내면 된다고 생각했죠." 하지만 애터미를 만나고 나서 삶의 목표가 달라졌다. 매슬로우의 욕구 5단계로 보자면 생리적 욕구, 안전, 소속감과 애정, 존중의 욕구를 넘어, 마지막 5단계인 '자아실현'이라는 새로운 인생의 과제를 고민하게 됐다.

"예전엔 저 혼자만 성공하는 10원짜리 인생이었어요. 하지만 지금은 수많은 사람들과 함께 성공을 꿈꾸는 100억 원짜리 인생을 살고 있습니다."

애터미 덕분에 가치 있는 삶을 알게 됐고, 그런 삶을 살아가고 있다. 김종열, 김복진 스타마스터 부부는 혼자 잘 사는 길이 아니라 함께 잘 사는 길을 찾아 나섰다. 인생 2막을 넘어, 인생 3막에 도전하고 있다.

INTERVIEW



펜싱에서 못 이룬 '금메달', '임페리얼'로 이룰 것

캐나다 이민 생활 어려움을 이겨 내고 애터미 성공 신화 써나가는 전수아 스타마스터

펜싱 국가대표를 꿈꾸던 운동선수, 20대 중반에 결혼과 함께 훌쩍 떠난 캐나다 이민 생활 속에서 애터미를 만났다. 영어도 못하고, 친구도 없고, 자동차도 없이, 어린아이 둘을 데리고 다니는 말도 안 되는 상황 속에서도 그녀는 핑계보다 해결 방법을 찾았다.

못다 한 펜싱 금메달리스트의 꿈

전수아 스타마스터는 초등학교 5학년 때부터 펜싱 선수로 활동했다. 운동선수라면 누구나 바라는 올림픽 메달리스트의 꿈. 실업팀에 입단할 정도로 촉망받던 선수였지만 세계 최고가 된다는 것은 누구에게나 허용된 일이 아니었다. 스포츠 세계의 냉정한 현실을 파악하고 일찌감치 펜싱 검을 내려놓았다. 20대 중반, 은퇴 후 캐나다 시민권자인 남편과 결혼하자마자 낯선 캐나다로 이민길에 올랐다.

"캐나다의 삶은 자유롭고 여유로울 것이라고 생각했어요. 그런데 막상 와보니 현실은 무척이나 빡빡했고 한국보다 더 치열하게 사는 분들이 많더라고요."

이민 초기, 빠듯한 생활 속에서 저렴한 생활용품을 찾다가 토론토 맘카페를 통해서 애터미 칫솔을 처음 접했다. 사용해 보니 가격도 싼데 품질이 무척 좋았다. 애터미 칫솔의 품질에 반한 그녀는 맘카페에 애터미 칫솔을 구입하고 싶다는 글을 올렸고, 그중 한 사람으로부터 애터미 칫솔을 전달받으면서 애터미 사업에 대해서 알게 됐다.

전수아 스타마스터는 젊은 시절 잠시 다단계 판매를 경험했던 적이 있었다. 고가의 이불을 판매하는 사업이었는데 빚까지 크게 지고 사업을 중단했던 쓰라린 기억이 있다.

다단계를 경험해서 그런지 애터미의 마케팅 플랜을 들은 순간, 눈이 번쩍 뜨였다. 가입비도 없고, 유지비도 없는 구조. 게다가 '무한 수당'이라니. 이건 실패할 수는 없는 사업이라는 생각에 가슴이 뛰었다.

"애터미와의 첫 만남에서 느꼈던 설렘이 지금도 생생해요. 설레서 잠을 못 이룰 정도였죠. 머릿속으로 빌딩 몇 채를 짓고 건물주가 되고, 그런 상상을 계속했어요.

핑계보다 방법을 찾다

두 아이는 기저귀를 차고 다닐 정도로 어렸고, 자동차도 없었으며, 친구도 없고, 영어 한마디 못했다. 안 되는 이유는 끝도 없었지만 전수아 스타마스터는 핑계를 대기보다는 해결 방법을 찾았다.

"꿈을 크게 갖고 주변 사람들에게 선포해라."

박한길 회장이 강조했던 그 말이 떠올라 당장 실천에 나섰다. 우선 남편을 자신의 편으로 만들기 위해 제안을 했다.


전수아 스타마스터와 교육센터의 회원들

"40대 중반에 은퇴시켜 주고, 골프 마음껏 치게 해줄게."

주변 사람들에게도 이미 뭔가 되어 있는 사람처럼 앞으로 이런저런 많은 것들을 해주겠다고 '선포'하고 도움을 요청했다. 그 말의 힘 덕분이었는지 남편은 흔쾌히 아이들을 돌봐주었고 주변 사람들도 적극적으로 도와주었다. 낡은 중고차를 한 대 구입해 직접 운전을 하며 기동력을 확보했다. 각종 모임에 나가 친구를 사귀었고, 영어 과외를 받으면서 부족한 영어 실력을 갈고닦았다. 그 덕분에 영어 한마디 못 하던 이민 초년생이었지만, 지금은 세계 각국에서 온 다양한 나라 사람들을 대상으로 영어로 강의까지 '술술' 할 수 있게 되었다.

2022년에는 '베스트 센터 매니저' 상을 받았고, 2023년에는 '베스트 센터' 상을 받기도 했다.

"오게 하라. 머무르게 하라. 또 오게 하라." 전수아 스타마스터가 센터에서 늘 강조하는 말이다. 그런 센터 특유의 문화 덕분인지 늘 긍정적이고 밝은 에너지가 가득하다. 단합도 잘되고 누가 와도 머무르고 싶은 센터로 인정을 받고 있다.

애터미를 통해 찾은 경제적 여유

애터미 사업을 처음 시작했던 이민 생활 초기, 칫솔 하나도 싸게 구입하기 위해 애쓰던 주부였지만, 이제는 생활에 큰 걱정을 하지 않을 정도로 경제적 여유를 갖게 되었다. 눈길에 잘 나가지 않아 고생했던 낡은 프라이드 중고차를 팔고, 아우디 SUV 차량도 새롭게 구입했다. 또 아이들 때문에 센터에 한 번 나가는 것도 어려워했지만, 지금은 밴쿠버, 캘거리, 애드먼턴 등 캐나다 주요 도시에 수시로 비행기를 타고 출장을 다니고 있다.

"애터미는 진짜 단순하거든요. 반복해서 제품을 전달하는 일이니까요. 그런데 이 반복되는 일이 힘들다고 생각하시는 분들이 많아요. 저는 12년간 운동을 하면서 같은 일을 끊임없이 반복했어요. 운동장을 100바퀴, 1,000바퀴 얼마나 반복해서 달렸겠어요. 그래서 저는 애터미가 크게 힘들다고 느껴본 적이 없어요."

그녀는 애터미가 가져다준 변화를 '감사'라는 한 단어로 표현한다. "만난 것도 감사하고, 함께하는 파트너, 스폰서, 가족 모두에게 감사해요. 범사에 감사하며 이 사업을 한다면 누구든 성공할 수 있다고 믿어요."

그녀는 함께 성장하고 있는 파트너들과 정상에서 다시 만나는 것이 목표다. 최종 목표는 '임페리얼 마스터'. 하지만 그보다 더 중요한 건 애터미가 가진 '나누고, 사랑하고, 섬기는 삶'의 가치를 널리 전하는 것이다. 기회가 되면 신학대학에 진학해 공부를 하고 싶은 생각도 있다.

"갖고 싶은 드림하우스를 상상하곤 했는데, 그런 집이 바로 집 근처 10분 거리에 있더라고요."

방 8개에 화장실 10개, 수영장까지 딸린 집으로 3D투어까지 이미 경험했다.

"그 집을 사서 파트너, 선교하시는 분들이 편하게 머물다 갈 수 있는 공간으로 만들고 싶어요."

누군가에게 쉼과 영감을 주는 집, 그리고 그 안에서 나누고 사랑하며 섬기는 삶이 전수아 스타마스터가 그리는 진짜 드림하우스다.

캐나다 전역으로 회원들을 만나는 전수아 스타마스터





으랏차차! 피로 회복과 에너지 충전을 한 번에

지친 몸을 깨우는 샷, 애터미 헤모힘 샷

2009년 출시 이후 누적 매출액 3조 원 돌파! 한국원자력연구원이 10년간의 국책 프로젝트로 완성한 헤모힘의 기능성 원료가 들어간 드링크 음료 '애터미 헤모힘 샷'이 출시됐다. 헤모힘 샷은 캡슐이나 환 형태의 건강기능식품이 아니라 음료처럼 간편하게 섭취할 수 있는 기능성표시식품으로, 피로 회복 드링크 시장의 재편을 예고하고 있다.



성인 5명 중 1명은 '만성피로'



현대 사회를 관통하고 있는 키워드 중 하나는 바로 '피로사회'다. 한국계 독일인 철학자 한병철 교수가 처음 제시한 개념으로, 현대 사회에서 개인이 느끼는 만성적인 피로와 심리적 소진 상태를 말한다. 실제로 전 세계 인구의 약 10~20%가 만성적인 피로를 호소하고 있으며, 대한민국 성인 5명 중 한 명은 거의 또는 항상 피로감을 느낀다고 말한다.

성장하는 에너지음료 시장



일상 속 피로감을 호소하는 사람들이 늘면서 피로 회복 에너지 음료 시장도 꾸준히 성장하고 있다. 최근 10년간 성장률은 58%로 2022년 기준 시장 규모는 5,185억 원으로 추정된다. 이를 연간 판매 기준으로 환산하면 12억 9천 병 규모로, 대한민국 성인 인구의 56%가 매주 1병씩 마시는 셈이다. 최근에는 천연성분, 저카페인, 기능성 강화 등 건강한 피로 회복 음료도 많이 찾는 추세다.

피로 어떻게 해결해야 할까?

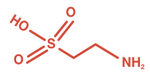


특별한 이유 없이 육체적·정신적으로 탈진 상태가 6개월 이상 지속된다면 단순한 스트레스성 피로가 아닌 '만성피로증후군'을 의심해 봐야 한다. 문제는 만성피로를 방치하면 치명적인 질병으로 발전할 수 있다는 점이다. 특히 면역계 기능 이상으로 암 억제에 중요한 NK세포 활성도가 저하될 수 있다.

* 위 내용은 제품과 무관한 일반 건강정보입니다.

지친 몸을 깨우는 에너지 드링크 한 잔 애터미 헤모힘 샷의 주요 성분과 특징

면역력과 활력 관리로 많은 사랑을 받아온 메가 히트 상품 '애터미 헤모힘'이 드링크 음료로 새롭게 탄생했다. 바쁜 일상 속, 지친 몸에 빠르게 활력을 채워줄 에너지 음료형 건강 제품, 애터미 헤모힘 샷에 담긴 특별한 성분과 그 효과에 대해 알아보자.

헤모힘 당귀 등 혼합 추출물 6000mg	타우린 500mg	과라나 추출물
		
식약처에서 피로와 면역기능 개선에 도움을 줄 수 있다고 인증받은 기능성 원료	빠른 에너지 증진과 피로 회복 효과	천연 카페인 성분으로 지속적인 에너지와 장시간의 집중력을 제공

'헤모힘 당귀 등 혼합추출물'을 6000mg 함유한 에너지 샷

애터미 헤모힘 샷 100ml 한 병에 식약처로부터 피로 개선에 도움을 줄 수 있다고 인증받은 '헤모힘 당귀 등 혼합추출물(당귀, 천궁, 작약)' 6000mg이 함유되어 있다. 이는 기존 헤모힘 일일 섭취량의 30%에 해당하는 양으로, 꾸준한 섭취를 통해 근본적인 피로 개선과 면역기능 개선이라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있도록 돕는다.

지친 몸에 필요한 타우린 500mg과 과라나 추출물 함유

아미노산의 일종으로 피로 회복에 도움을 주는 물질로 잘 알려진 타우린 500mg이 함유되어 있다. 이는 바다의 우유로 불릴 만큼 영양이 풍부한 생굴 5~6개에 해당하는 양으로 피로 회복에 탁월한 효과를 발휘한다. 이에 더해 천연 식물성 카페인 성분 에너지 열매로 미국 FDA에서 안전성을 인정받은 과라나 추출물이 함유되어 지친 몸에 기분 좋은 활력을 불어넣는다. a



언제 어디서나 바로 섭취 가능한 액상 타입
100ml 액상 타입으로 간편하게 휴대해서 언제 어디서나 맛있게 활력을 충전할 수 있다.

청량한 파인애플 맛을 더해 부담 없이 섭취 가능
새콤달콤한 맛을 내는 다양한 부원료를 넣어 누구나 부담 없이 즐길 수 있다.

헤모힘 샷 본연의 맛을 살려주는 지속 가능한 유리 용기 사용
식품 고유의 맛과 향을 가장 잘 보존해 주는 유리 용기 사용으로 헤모힘 샷 본연의 맛을 살리고 지속 가능한 지구를 위한 블루마린 프로젝트를 실천하고 있다.

개발자 인터뷰

Q. 헤모힘 샷을 개발하면서 특히 신경 쓴 부분은?

A. '헤모힘 당귀 등 혼합추출물'을 활용해 호불호 없이 누구나 편하게 즐길 수 있는 기능성 드링크를 만들려고 했습니다. 실제 당귀, 천궁, 작약 등 한약재 특유의 맛에 거부감을 느낄 수 있는 소비자들도 편하게 섭취할 수 있도록 맛과 향을 개선하는 데 집중했습니다. 또 타 브랜드 제품들과 다르게 탄산 없이도 청량한 느낌을 내기 위한 배합 설계에 중점을 두었습니다.

Q. 헤모힘과 비교했을 때 헤모힘 샷의 차별점은?

A. 헤모힘 샷은 남녀노소 누구나 부담 없이 편하게 마실 수 있는 음료형 제품으로 기획했습니다. '기능성표시식품제도'를 활용하여 기능성이 과학적으로 확인된 원료를 사용했지만, 건강기능식품만큼 무겁지 않으면서도 실질적인 건강 효과를 기대할 수 있는 가볍고 맛있는 데일리 드링크라는 게 가장 큰 차별점입니다.



김상백
콜마BNH 팀장(한약사)

“매일 한 병, 피로가 달라졌어요” 애터미 헤모힘 샷 체험기

피로가 쌓여 가던 일상 속에서 소비자들이 선택한 간편한 건강 루틴

하루하루 피로가 누적되는 현대인의 일상. 간편하게 건강을 챙기고 싶어하는 소비자들 사이에서 ‘애터미 헤모힘 샷’이 큰 호응을 얻고 있다. 실제로 ‘애터미 헤모힘 샷’을 섭취한 소비자들은 어떤 변화를 느꼈을까? 그들의 생생한 후기를 들어 봤다.



부담 없는 활력 충전!

정진영 씨(33세/원주시)

에너지드링크를 마시면 심장이 두근거리고 불안해지는 사람들에겐 ‘활력 충전’조차 큰 결심이 필요하다. 공무원인 정진영 씨 역시 평소 카페인에 예민한 체질로, 피곤함을 느껴도 일반적인 에너지 보충 음료는 쉽게 손이 가지 않았다.

“헤모힘 샷이 가장 좋았던 건 카페인 함량이 낮아서 예민한 저도 부담 없이 마실 수 있다는 점이었어요. 시중 제품과 비교했을 때 확실히 안심이 되더라고요.”



마지막으로 그는 이렇게 덧붙였다.

“건강을 챙기고 싶지만 자극적인 음료가 부담스러웠던 분들께 딱 좋은 제품 같아요. 가볍게 마시고 건강까지 챙길 수 있는 거죠.”

가족들이 더 많이 찾아요. 이건 진짜 꾸준히 손이 갑니다

신남호 씨(68세/서울특별시)

60대에 접어들며 체력 저하를 실감하고 있다는 신남호 씨는 건강식품을 꾸준히 챙겨오고 있다. 그녀는 2년 넘게 애터미 ‘헤모힘’을 섭취해 왔고, 최근엔 ‘헤모힘 샷’까지 함께 애용하고 있다.

“헤모힘은 평소처럼 먹고, 더 피곤한 날엔 헤모힘 샷을 같이 마셔요. 나른하던 몸이 즉각적으로 깨어나는 기분이 들어서 좋아요.”

놀라운 점은 가족들의 반응이었다. 기존에 건강식품을 멀리하던 식구들도 헤모힘 샷은 거부감 없이 자연스럽게 섭취하게 되었다고 한다. “식구들도 맛있다고 잘 먹어요. 누구나 부담 없이 즐길 수 있는 제품이에요.”



그녀는 ‘헤모힘 샷’이 건강을 챙기려는 모든 세대에게 좋은 대안이 될 수 있다는 점에서 높은 만족을 느끼고 있다고 말했다.

건강한 성분, 부드러운 맛… 헤모힘 샷, 해외에서도 통할 것 같아요

옥사나 설다토와 씨(41세/러시아)

러시아 소비자 옥사나 씨는 현지에서 먼저 ‘헤모힘’을 접한 경험이 있었고, 이후 ‘헤모힘 샷’을 마셨을 때 확연한 차이를 느꼈다고 한다. “헤모힘은 약간 한약재 맛이 강하게 느껴져 외국인들에게 생소하게 느껴졌는데, 헤모힘 샷은 맛이 훨씬 부드럽고 맛있었어요. 외국인 입맛에도 잘 맞는 제품이라는 생각이 들었죠.”



러시아에 출시된다면 젊은 세대나 운동하는 사람들 사이에서 특히 관심을 끌 것이라며 가능성을 높게 평가했다.

피로가 일상인 직장인분들에게 추천하고 싶어요

권은혜 씨(44세/고양시)

회사에서 디자이너로 활동 중인 권은혜 씨는 디자이너 업무 특성상 잦은 야근으로 만성 피로에 시달리고 있었다.

“디자인 일이 생각보다 체력 소모가 커요. 마감 전에는 밤샘 작업이 일상이 되구요.”

지친 일상에 해결책이 필요했던 그녀는 얼마전 지인으로부터 헤모힘 샷을 전달받았다.

“처음엔‘ 이런 게 효과가 있을까?’ 하는 생각도 있었어요. 그런데 선물로 받았으니 한번 먹어 보자는 마음으로 먹어 봤죠.”

그녀는 주로 점심 식사 후, 졸음이 쏟아질 무렵에 한 병씩 마시는 루틴을 만들고 있다.

“헤모힘 샷을 섭취한 뒤로 확실히 예전보다 피로감이 덜해요. 오후 늦게까지도 몸이 가볍고, 업무 집중력이 높아진 걸 느껴요. 전에는 당 떨어지면 달달한 음료를 찾곤 했는데, 이제는 헤모힘 샷이 그 자리를 대신하고 있어요.”

그녀는 끝으로 “요즘 제일 잘 챙겨먹고 있는 제품이에요. 맛과 효과가 동시에 만족스러우니, 안 챙기기가 더 힘들더라고요.” 바쁜 일상 속에서도 자신만의 피로 회복 루틴을 지켜 나가는 그녀에게 ‘헤모힘 샷’은 더 이상 선택이 아닌 하루의 기본이 된 셈이다.



쉴 틈 없는 일상 속, 나에게 딱 맞는 건강템

김미연 씨(57세/인천광역시)

가정과 일을 동시에 책임지고 있는 김미연 씨의 하루는 늘 분주하다. 매일 아침 8시에 집을 나서 파트너들과 미팅하고, 늦게는 밤 10시 반이 넘어서야 귀가하는 삶. 그녀의 하루는 말 그대로 풀타임 이상의 워킹라이프다.

“하루가 너무 길고, 몸은 점점 무거워졌어요. 그런데 헤모힘 샷을 챙긴 뒤로는 확실히 덜 무기력하고, 여유가 좀 생긴 기분이에요.”

그녀는 특히 운전과 출장이 잦은 점이 체력적으로 큰 부담이었다고 말한다.

“운전할 때나 일하다가 잠깐 짬 날 때 한 병씩 마시는데, 그게 참 좋더라고요. 가방에 넣어 다니기도 편하고요.”

하루를 온전히 소화하기 위해 필요한 에너지, 그녀는 오늘도 작은 한 병으로 채워 가고 있다.



2025년 상반기 해외 법인 승급 여행 스케치

올해 상반기 글로벌 애터미 각 법인에서는 회원들의 승급을 기념하는 승급 여행 프로모션이 활발히 펼쳐졌다. 필리핀·유럽·러시아 등의 회원들은 한국을 찾아 애터미 본사와 오롯, 속리산, 합력사 등을 방문하며 애터미 DNA를 체감하고 제품에 대한 기대감을 높였다. 한편 미국·인도·호주 등의 회원들은 멕시코 칸쿤, 말레이시아, 인도네시아 발리 등 휴양지에서 재충전의 시간을 가지며 승급의 기쁨을 만끽했다. 다채로운 현장에서 진행된 글로벌 애터미의 승급 여행, 그 뜨거운 열기를 함께 들여다본다.

필리핀 샤론로즈마스터 승급 여행

4월 9일~13일(4박 5일) / **제주도**










한국을 찾은 필리핀 뉴 샤론로즈마스터들은 제주도의 푸른 바다와 샛노란 유채꽃이 어우러진 아름다운 자연을 만끽했다. 참가자들은 "TV에서만 보던 제주도를 직접 와 보니 정말 행복한 시간이었다."라고 소감을 전했다. 한 회원은 "엄마와 함께하는 첫 해외여행을 애터미 승급 여행을 통해 오게 되어 기쁘다."라며, "다음 로열마스터 승급 여행에도 꼭 다시 엄마를 모시고 오겠다."라는 다짐을 남겼다.

호주 샤론로즈마스터 승급 여행

6월 17일~20일(3박 4일) / **인도네시아 발리**













호주 법인의 샤론로즈마스터 승급 여행은 천혜의 자연을 품은 휴양지, 인도네시아 발리에서 진행됐다. 호주의 뉴 샤론로즈마스터들은 바쁜 승급의 여정을 잠시 멈추고 푸른 녹음 속에서 리트릿의 시간을 가지며 재충전했다. 한 참가자는 "이번이 호주 법인의 첫 샤론로즈마스터 승급 여행으로 알고 있는데, 법인에서 잘 준비해 주신 덕분에 즐겁게 보낼 수 있었다."라고 전했다.

유럽 샤론로즈마스터 승급 여행

4월 12일~19일(7박 8일) / **부산, 속리산, 공주, 서울**











유럽의 뉴 샤론로즈마스터들 역시 한국을 찾아 잊지 못할 승급 여행을 함께했다. 부산의 요트 투어와 서울 경복궁 한복 체험도 즐거웠지만, 이들이 가장 고대했던 순간은 바로 애터미 파크와 석세스아카데미, 애터미 오롯, 그리고 한국콜마 방문이었다. 석세스아카데미 현장에서 직접 느낀 열기를 통해 애터미 사업의 자부심을 되새겼고, 오롯과 합력사 방문에서는 신제품을 시음·체험하며 궁금증을 해소하고 답변을 얻는 소중한 시간을 가졌다.

러시아 샤론로즈마스터 승급 여행

4월 15일~19일(4박 5일) / **서울, 공주, 속리산**












4박 5일간 한국을 찾은 러시아 뉴 샤론로즈마스터들은 애터미파크에서 가장 큰 환호를 보였다. 본사 앞 동상과 드림홀, 그리고 곳곳의 조형물 앞에서 끊임없이 포즈를 취하며 가족들에게 애터미의 모습을 자랑하듯 소개했다. 한 참가자는 "짧은 4일 동안 애터미의 스케일을 체감할 수 있었다."라며, "이 감동을 가지고 돌아가 파트너들에게도 영감을 줄 것"이라고 전했다.

GLOBAL
ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

도경희 부회장, '한부모가족 통합지원센터' 설립에 사재 3억 원 기부

도경희 부회장이 지난 8월 22일 열린 애터미 석세스아카데미 현장에서 사재 3억 원을 한생명복지재단에 한부모가족 통합지원센터 설립 지원금으로 기부했다. 한생명복지재단은 청소년 한부모가정, 소년소녀가장, 학대 피해 아동 청소년 등을 지원하기 위한 비영리단체다. 이번 기부는 지난 2019년 사회복지공동모금회 사랑의열매에 당시 중견기업 최대 규모인 100억 원을 기부자조언기금으로 기부하며 시작한 '생명을 소중히 여기는 맘(생소맘)' 사업의 연장선으로 한부모가족 통합 지원센터의 안정적 운영을 위한 추가 지원금이다. 현재 경기도 안산에 건립 중인 센터에는 상담·치료·산후 건강관리·예배당·커뮤니티홀 등을 갖출 예정이다. 한생명복지재단 측은 흩어져 있던 지원 창구를 한곳으로 모아, 체계적인 지원을 제공할 예정이라고 밝혔다. 도경희 부회장은 "통합지원센터가 위기 가정의 희망이 되고 사랑을 나눌 때 기적이 시작된다는 믿음이 널리 퍼져 나가기를 바란다."라고 말했다.



애터미 치약, 의약외품 수출 4년 연속 1위

애터미 치약이 4년 연속으로 의약외품 수출 1위를 이어갔다. 지난 6월, 식품의약품안전처가 공개한 의약외품 수출 실적에 따르면 애터미 치약은 2024년도에 829만 5천 달러(약 113억 원)의 수출을 기록, 의약외품 가운데 가장 많은 수출액을 기록했다. 2위에는 474만 6천 달러(약 65억 원)의 수출을 기록한 영케미칼의 반창고 '소마덤스팟-에스(Somadermspot-S)'가, 3위에는 362만 7천 달러(약 50억 원)의 수출고를 올린 엘지유니참의 '쏘피초숙면팬티'가 차지했다. 애터미 치약은 지난 2021년, 마스크 등 방역용품을 제치고 의약외품 수출 1위를 기록한 이래 2024년까지 4년 연속 수출 실적 1위를 유지했다. 애터미에 따르면 애터미 치약은 미국과 일본, 독일, 중국, 러시아 등 전 세계 26개국에 수출되고 있다. 애터미 관계자는 "애터미 치약은 구강 내 항균 작용에 도움을 주는 브라질산 그린 프로폴리스 추출물과 매스틱 오일 등을 함유한 대표적인 매스티지 제품"이라며 "앞으로도 애터미는 항상 합리적인 가격의 좋은 제품을 소비자에게 제공하기 위해 노력할 것"이라고 말했다.



중국 법인, '위애수호' 프로젝트에 270만 위안 기부

지난 7월, 중국 법인은 '위애수호(卫艾守护)' 프로젝트를 위해 270만 위안(한화 약 3억 2천만 원) 상당의 생리대를 비롯한 자선 물품을 기부했다. 이번 기부로 중국 법인은 지난 2021년부터 위애수호 프로젝트에 총 1,100만 위안(한화 약 15억 원)을 기부, 1,000여 명의 10대 소녀들이 생리적 어려움에서 벗어날 수 있도록 도움을 주었다. 현재까지 산둥, 안후이, 윈난, 광시, 간쑤, 네이멍구, 헤이룽장, 장시, 티베트, 칭하이 등지에서 진행됐다. 중국 법인 관계자는 "외딴 지역 여성, 특히 십 대 소녀들의 일상생활과 학습 상황을 조사하고 있다."라며 "벽지에 사는 모든 여성, 특히 십 대 소녀들이 어려움을 극복할 수 있도록 생리대를 지원하는 것이 목표"라고 말했다. 한편, 중화사원공정기금회 농촌발전부 왕젠은 "애터미 위애수호 프로젝트가 농촌 소녀의 성장과 농촌 진흥 측면에서 매우 중요하다."라며 "벽지 소녀들의 건강 교육 보급을 가속화해 준 애터미에게 감사한다."라고 말했다.



애터미, 캄보디아 뻣머꽃 초등학교 10년째 무료 급식 중

지난 8월 7일, 박한길 회장은 2015년부터 10년째 무료 급식을 이어오고 있는 캄보디아 뻣머꽃 초등학교를 방문했다. 박 회장은 열악한 환경 속에서도 교육에 헌신하는 교사들을 격려하며 교사 상여금과 개인용 책상, 의자, 캐비닛을 지원하겠다고 약속했다. 유치원생과 초등학생 180명이 꿈을 키우는 뻣머꽃 초등학교는 공립학교지만 도움이 절실했다. 이에 애터미는 깨끗한 식수를 공급하고 청결한 화장실을 제공했으며, 놀이터와 최신 컴퓨터를 기증했다. 애터미는 또 지방 출신 대학생들이 경제적 부담 없이 학업에 전념할 수 있도록 2018년 프놈펜 중심가에 기숙사를 건립한 것이다. 기숙사 출신 투이 사락은 "기숙사 덕분에 무사히 학업을 마칠 수 있었다."라며 "애터미의 도움처럼 앞으로 나누는 삶을 살겠다."라고 다짐했다.



Acare 서포터즈 발대식 개최

지난 8월 20일, 애터미파크 드림홀에는 전국 각지에서 모인 Acare 서포터즈들로 가득 찼다. 전국 181개 센터에서 총 360명의 서포터즈들이 애터미의 차세대 먹거리인 'Acare'를 지원하기 위해 모인 것이다. 이날 발대식은 박한길 회장의 환영사를 시작으로 '균형 잡힌 삶의 시작 Acare Story', 'Acare 기능 의의, 활용 방법' 등의 강연이 진행됐다. 이와 함께 '에이케어 기능 사전 체험 시간', 'Acare를 활용한 사업 효과에 대한 예시' 등이 진행됐다. 애터미는 해외 법인과 함께 Acare의 실행 방향을 공유하고, 법인별로 도입 및 확산 전략을 수립하고 있다. Acare 서포터즈들은 9월 석세스아카데미 현장에서 Acare 부스를 운영하고 참석자들에게 Acare 앱의 설치 및 활용 방법을 안내할 예정이다. 또한 Acare 커뮤니티를 통해 전문의 수준의 건강 정보를 제공하고 지속적인 챌린지 참여를 유도해 생활 속에서 자연스럽게 건강 습관을 만들어 나가도록 할 계획이다.



산불 진화 희생자 유가족 위로지원금 전달

지난 3월, 애터미가 영남권 산불 피해 지원을 위해 사랑의열매 사회복지공동모금회에 기부한 100억 원의 성금 가운데 47억 원이 우선 지급됐다. 사랑의열매는 지난 7월 9일, 단일 기업 기준으로는 재난·재해 분야에서 역대 최대 규모인 애터미의 성금이 본격적인 집행에 들어가면서, 첫 단계로 희생자 유가족과 부상자들에게 위로지원금을 지급했다고 밝혔다. 지원금은 유가족의 안정적 생활 기반 마련을 위해 희생자 1인당 5억 원, 중상자에게는 치료비 및 재활 지원을 위해 2억 원, 경상자에게는 치료비 명목으로 2천만 원씩 각각 지급됐다. 박한길 회장은 "불길 앞에서도 국민의 안전을 지키기 위해 물러서지 않았던 분들의 희생을 기리며, 가족들에게 작은 위로가 되길 바란다."라며 "이번 지원은 회원들의 마음이 모여 이뤄진 것으로, 앞으로도 공동체의 아픔을 함께 나누는 기업으로서 책임을 다하겠다."라고 말했다.



다단계판매 제품의 온라인 재판매



Q 지인이 애터미 공식 쇼핑몰이 아닌 오픈마켓에서 헤모힘을 구매했는데, 겉박스 없이 내용물과 판매자가 제작한 헤모힘 관련 출력물만 배송받았다고 합니다. 이렇게 판매하는 게 법적으로 문제가 없나요?



A 제품의 겉박스를 제거하거나 표시사항이 기재된 부분을 오려내는 경우 필수 기재사항이 표시되지 않은 채로 제품을 판매하는 것이 되어 법 위반 행위에 해당합니다. 또, 필수 기재사항을 별도 출력물 형태로 동봉하여 판매한다 해도 최소 판매 단위 별 용기·포장에 필수 표시사항을 기재하도록 정하고 있기 때문에 법 위반에 해당합니다.

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

온라인 재판매의 확산

다단계판매업을 비롯한 직접판매산업 전반에 걸친 골칫거리 중 하나가 바로 온라인 재판매에 대한 문제이다. 방문판매, 다단계판매, 후원방문판매를 포괄하는 직접판매는 개념상 온라인 판매와는 어울리지 않는다. 즉 판매원들이 가가호호 방문하여 친분을 쌓고 제품을 체험하게 하면서 소비자나 하위 판매원들을 늘리는 형태의 산업으로, 불특정 다수의 소비자를 상대로 판매하는 온라인 판매와는 그 방향성 자체가 다른 것이다. 다단계판매업자들은 자체 온라인 쇼핑몰을 통해서 회원들이 제품을 구매할 수 있도록 하고 있으나 이는 폐쇄몰 형태로 불특정 다수가 접근 가능한 오픈마켓의 쇼핑몰과는 다르다. 무분별한 온라인 판매는 오프라인에서 사업을 진행하는 대다수 다단계판매원들의 사업 환경을 매우 악화시키는 요인으로 꼽힌다. 이러한 이유로 인하여 많은 다단계판매업자들은 소속된 다단계판매원들의 온라인 판매를 금지하는 규정을 두고 있다.

그렇지만 온라인 재판매는 더욱 확산되고, 다단계판매원들은 이로 인한 사업상 어려움을 끊임없이 호소하고 있는 상황이다. 온라인 재판매가 근절되지 않는 데에는 여러 가지 이유가 있겠지만 현행법상 다단계판매 제품을 온라인에서 판매하는 것 자체가 불법이 아닌 게 가장 큰 이유가 아닐까 생각한다. 다단계판매업자들이 자체적으로 온라인 판매를 금지하는 규정을 두고 있다고 하더라도 이는 소속된 다단계판매원들에게만 적용이 가능한 것으로, 회원 가입을 하지 않고 제품을 판매하고 있는 온라인 판매업자들에게까지 확대 적용할 수는 없는 것이다.

온라인 재판매업자들의 법 위반 사항

온라인 재판매 자체가 불법이 아니라고 해서 그러한 판매가 법적으로 문제가 없는 것일까? 온라인 재판매업자들은 다단계판매 제품을 판매하면서 포장을 훼손하고 판매하는 경우가 많다. 이러한 행위들은 대부분 화장품법이나 식품표시광고법 위반에 해당한다. 위 법에서는 화장품이나 건강기능식품을 판매할 때 제품에 필수적으로 기재해야 하는 사항들이 정하고 있다. 제품의 겉박스를 제거하거나 표시사항이 기재된 부분을 오려내는 경우 필수기재사항이 표시되지 않은 채로 제품을 판매하는 것이 되어 법 위반 행위에 해당한다. 최근 일부 판매업자들은 이러한 법 위반에 따른 처벌을 피해 가기 위해 겉포장 상자를 제거하여 판매하면서 필수기재사항을 별도 출력물 형태로 동봉하여 판매하고 있다. 그렇지만 이러한 행위 역시 법 위반에 해당한다. 식품표시광고법 및 같은 법 시행규칙에 따르면 일부 예외적으로 허용한 경우를 제외하고 소비자에게 판매하는 제품의 최소 판매 단위별 용기·포장에 필수표시사항을 기재하도록 정하고 있다. 애터미에서 판매하고 있는 헤모힘을 예로 들면 제품 60포가 들어있는 겉포장 상자가 헤모힘의 최소 판매 단위별 용기·포장에 해당한다. 따라서 필수기재사항은 겉포장 상자에 직접 표시가 되어야 하고, 상자 없이 필수표시사항을 출력물 형태로 별도 동봉하는 것은 식품표시광고법 위반으로 보는 것이 타당하다.

판매금지청구권의 신설 촉구

이러한 법 위반 판매 행위로 인한 피해는 다단계판매업자, 다단계판매원, 소비자 모두에게 돌아간다. 다단계판매업자는 회사나 제품에 대한 이미지 제고를 위해 많은 비용과 시간을 투자하고 있다. 온라인 판매업자들의 제품 훼손 행위로 인하여 다단계판매업자들은 이미지에 큰 타격을 입게 된다. 회사나 제품에 대한 이미지가 훼손되고 소비자들의 신뢰가 무너지게 되면 현장에서 제품을 판매하는 다단계판매원들의 사업 또한 큰 어려움을 겪을 수밖에 없다. 법에서 필수표시사항을 최소 판매 단위에 기재하도록 한 취지는 소비자들의 알 권리를 보장하여 올바른 소비를 하도록 하기 위한 것이다. 그런데 이 경우 소비자들은 법에서 보장하고 있는 제품에 대한 최소한의 정보조차 배제된 제품을 구매하게 되어 잠재적인 피해자의 지위에 놓이게 된다. 또한 온라인에서 제품을 구매한 소비자가 청약철회를 하려고 할 때도 방문판매법에서 정한 기간을 보장받지 못할 수 있다. 방문판매법에 따르면 다단계판매원은 3개월, 소비자는 14일 이내에 청약철회를 할 수 있다. 전자상거래법에서는 통상 7일의 청약철회 기간을 부여하는데, 온라인 판매업자로부터 제품을 구매한 소비자는 7일 이후에 본인이 구매했던 온라인 판매업자에게 청약철회를 할 수 없다. 다단계판매업자는 소비자들의 청약철회 요청이 있을 시 해당 제품의 구매일을 확인하여 방문판매법상 청약철회 기간이 지나지 않았는지, 이로 인하여 발생하는 수당이 있는지 등을 확인해야 한다. 그렇지만 온라인 판매업자가 구매에 대한 정보를 제공하지 않는 이상 소비자는 다단계판매업자로부터의 구매에 대한 정보를 알 수 없고, 결국 청약철회를 할 수 없게 되는 상황이 발생한다. 즉 방문판매법에서는 최장 3개월의 긴 청약철회 기간을 부여하고 있지만, 온라인 판매업자들이 이러한 보호 규정을 무력하게 만드는 것이다.

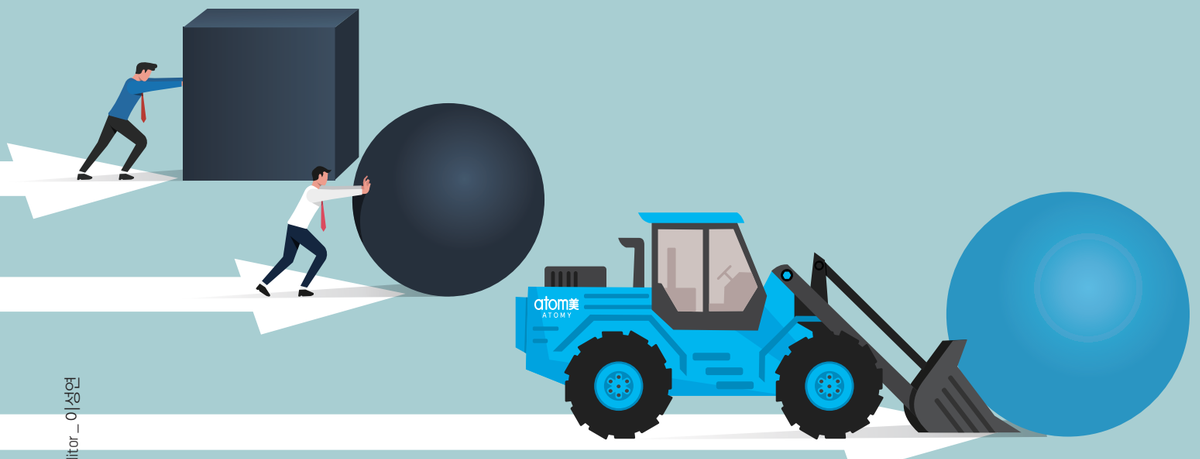
표시사항을 훼손하거나 겉박스 없이 판매한다는 내용을 쇼핑몰에 버젓이 써놓고 판매 행위를 하고 있어도 현재로서는 선제적으로 이러한 불법 판매 행위를 막을 수 있는 방법이 없는 실정이다. 이러한 불법적인 판매업자들의 판매 행위를 사전에 막을 수 있는 판매금지청구권을 법상 도입해야 한다. 또한 소비자들도 소비자로서의 권리를 보장받을 수 있는 제대로 된 제품을 구입하려는 인식이 필요하다. 여러 가지 이유로 온라인 판매업자로부터 다단계판매 제품을 구입하겠지만, 이는 결국 식품표시광고법이나 방문판매법에서 소비자 보호를 위해 규정해 둔 장치들을 소비자 스스로 없애는 결과로 이어질 수 있다는 것을 명심해야 한다.

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



COLUMN ❷

구르는 돌에는 이끼가 끼지 않는다



Editor _ 이성헌

안녕하십니까? 안녕하지 못하시다고요? 그러실 겁니다. 지금 세상이 정신없이 미쳐 돌아가고 있으니까 말입니다. 제4차 산업혁명이라고 해서 AI다 뭐다 기술과 지식, 사람들의 사고방식과 가치관이 송두리째 급변하는, 그야말로 문명 패러다임이 통째로 바뀌는 시대를 우리가 살고 있으니까 말입니다. 지금까지 그럭저럭 유지되던 돈벌이가 느닷없이 안 되는가 하면 다른 직업과 직장을 찾아보려 해도 조건도 까다로운 데다, 거기도 역시 신통치가 않기는 마찬가지이니 이러지도 저러지도 못하고 있으니 말입니다.

지금 한국 경제, 아니 세계 경제는 일대 전환기에 있습니다. 어떤 나라 할 것 없이 혼돈의 시기입니다. 먹고 살기가 만만치가 않습니다. 무역 환경은 혼란을 겪고 있고 국제적 공급망이 재편성되는 시기입니다. 관세 전쟁이다 시장 개방이다 해서 자유 무역 시대는 가고 국제 무역이 난관에 처해 있습니다. 수출로 먹고 사는 한국으로서는 큰 애로 사항이 아닐 수 없습니다. 더군다나 출산율 하락과 노령화는 한국 경제의 미래를 어둡게 하고 있습니다. 인구 감소와 노령화는 국내 총수요의 감소를 가져와 경기의 활성화를 근본적으로 가로막고 있습니다. 이러한 총수요의 감소를 막고 침체된 경기를 되살려보고자 한 정책이 지금 진행되고 있는 전 국민 민생지원금 지급입니다.

애터미 사업도 갑자기 재미가 없는 분들이 많으실 겁니다. 경제가 성장하지 않고 총수요가 줄어드니 전반적으로 사업이 잘 안될 수밖에는 없지요. 그럼에도 불구하고 성장하는 사람들도 있습니다. 전쟁통에도 돈을 버는 사람들이 많습니다. 어떻게 그렇게 할 수 있을까요? 그런 사람들은 성공의 원칙을 지켰기 때문입니다. 아무리 세상이 변해도 사람 사는 세상에는 변하지 않는 원칙이 있습니다.

'구르는 돌에는 이끼가 끼지 않는다(A rolling stone gathers no moss).'라는 서양 속담이 있습니다. 서양에서 '이끼가 끼다'라는 말은 '돈을 번다'거나 '바람직한 것을 얻다'라는 의미입니다. 따라서 이 속담의 뜻은 '직업을 자주 바꾸면 부자가 못 된다. 또는 성공하지 못한다.'라는 뜻입니다. 애터미 사업에서도 라인을 자꾸 바꾸면 결코 성공하지 못합니다. 인간관계라는 건 하루아침에 뚝딱 형성되는 게 아니거든요.

또 '우물을 파도 한 우물을 파라.'라는 속담이 있습니다. 무슨 일에서나 성공하기 위해서는 '선택과 집중(Choice and Focus)'이 필요하다는 뜻입니다. 우물을 파는 경우를 생각해 봅시다. 주변의 물을 죄다 얻겠다고 1미터짜리 우물을 20개 파 가지고는 아무런 물도 얻지 못합니다. 그러나 20미터짜리 우물을 하나 파면 주변의 물을 모두 얻을 수 있습니다. 이것이 한 우물을 파는 것이고 선택과 집중입니다. 이와 유사한 서양 속담은 '두 마리의 토끼를 쫓으면 한 마리도 잡지 못한다(If you run after two hares, you will catch neither).'라는 것입니다. 애터미 사업에서도 역시 '구르는 돌, 여러 개의 우물을 파는 사람, 두 마리의 토끼를 쫓는 사람'은 성공하기 힘듭니다. 에너지가 분산되어 버리거든요.

자~, 그럼 한 우물만 파기로 결심을 했다고 합시다. 파려면 도구가 있어야 합니다. 그 도구를 경제학에서는 자본이라 합니다. 생산은 노동과 자본의 결합으로 이루어집니다. 노동은 바로 우리가 가지고 있는 육체적 힘입니다. 이 노동이 어떤 자본과 결합하느냐에 따라 생산성이 확 달라집니다. 호미를 들고 우물을 파느냐, 괭이를 들고 파느냐, 포클레인으로 파느냐에 따라 성과는 하늘과 땅 차이로 벌어집니다.

몇 년 전 프랑스 파리 경제대학 교수인 도마 피케티(Thomas Piketty) 박사가 21세기 자본이라는 방대한 저서에서 앞으로도 부익부빈익빈이 더욱 심화될 것이라는 연구 결과를 발표하여 지구촌에 큰 실망을 안겨주었는데, 그 이유는 '자본이 돈을 버는 속도가 노동이 돈을 버는 속도보다 빠르기 때문'이라는 것입니다.

그런데 노동과는 달리 자본의 개념은 날이 갈수록 확대되고 있습니다. 자본의 개념에는 도구나 기계 등과 같은 유형 자본뿐만 아니라 지식과 기술, 노하우와 매력 등 무형적 요소도 자본에 포함되며, 오늘날에는 이런 무형적 요소가 돈벌이를 훨씬 크게 해 줍니다.

'서툰 목수 연장 탓한다.'라는 속담이 있습니다. 이는 실력 없는 사람은 누군가에게 떠넘길 핑곗거리를 찾는다는 말입니다. 같은 연장이라도 노련한 목수와 서툰 목수는 만들어 내는 작품이 다른 법입니다. 내가 사업이 잘 안 되는 이유는 스폰서가 무능하고 파트너들이 게을러서, 사회가 불공정하고 썩어서, 정부가 정책을 잘못해서 등 얼마든지 핑곗거리를 찾을 수 있습니다. 그러나 이런 가운데서도 성장하고 돈을 버는 사람이 있습니다.

우물을 파는데 포클레인이라는 자본이 주어졌다 합시다. 그런데 운전을 할 줄 모른다면 그 고도의 자본은 고철 덩어리에 불과합니다. 포클레인에 대한 지식이 있고 운용할 수 있는 노하우가 있어야 쉽게 우물을 파고 물을 얻을 수 있는 것 아니겠습니까?

이게 모두 자본입니다. 포클레인이라는 물적 자본, 포클레인에 대한 지식과 운영 노하우라는 인적 자본이 바로 개인이 가진 총자본입니다. 애터미라는 도구는 누구에게나 똑같이 주어졌습니다. 문제는 그것을 내실 있게 운용할 수 있는 인적 자본입니다.

구르는 돌에는 이끼가 끼지 않습니다. 성공을 위해서는 선택과 집중, 그리고 도구를 적절히 이용할 줄 아는 인적 자본이 필수적입니다. 링컨 대통령은 이렇게 말합니다. "나에게 나무를 자를 여섯 시간을 준다면, 나는 먼저 네 시간을 도끼를 날카롭게 하는 데에 쓰겠다." 모두 자신의 도끼를 날카롭게 합시다.

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



애터미 프로팩타민


당신 건강기능식품 챙겼어?
응. 비타민하고 루테인하고. 어디보자 또 뭐가 있나. 칼슘이랑 애터미 헤모힘은 아까 먹었고.


애터미 프로팩타민도 챙겨야지.
프로팩타민? 그건 뭐야?


비타민과 미네랄까지 들어있는데 당신한테 딱 맞는 제품이야.
비타민이랑 칼슘 먹었는데 또 먹어?
ATOMY PRO PACKED-TAMIN
애터미 프로팩타민


다 당신 건강을 위해서야. 애터미 프로팩타민은 비타민이랑 미네랄이 21종 이나 들어가 있거든.
21종?
비타민B1, B2, 나이아신, 판토텐산, 비오틴, 비타민 B6, B12, 셀렌, 구리, 철, 요오드
셀렌 구리
세포 보호
활력
눈 건강
비타민A
비타민 C, E
항산화 작용
철
혈액 건강
엽산
비타민 D, K, 망간
뼈 건강
정상적인 면역기능
아연


응. 비타민이 13종이고 미네랄이 8종이야.
비타민이 13종? 비타민 종류가 그렇게 많아?
비타민 13종
미네랄 8종


비타민 C랑 D랑 그리고 E, B 이정도 아냐?
A랑 K는 잊어버리셨구만. 그리고 B는 B군이라 해서 B1, B2, B6, B12 등등이 있어.
ATOMY
VITA
A
C
E
D
K
B1
B6

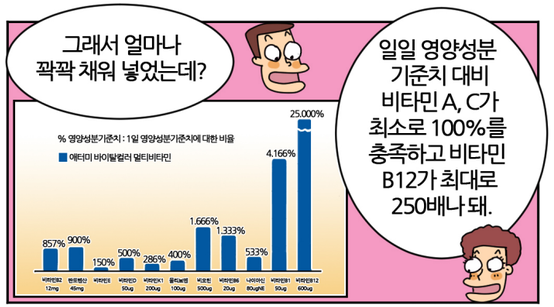

그래봐야 9가지잖아.
나이아신, 엽산, 비오틴, 판토텐산도 비타민이라는 것 몰라?


아 그래서 13가지구나. 근데 그렇게 많으면 뭐해. 이것저것 찔끔찔끔 넣어 종류만 많다고 자랑하는 것 아냐?
당신, 애터미가 만만하게 보여? 아님 내가 우스워?

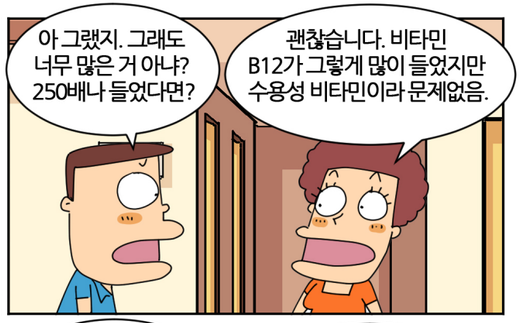

아냐 아냐. 무슨 말을 그렇게 무섭게 하고 그래. 내가 얼마나 당신을 아끼고 사랑하는데. 애터미는 또 얼마나 좋아하는데,
그런데 이것저것 찔끔찔끔 넣는다는 말이 나와?


이름을 봐봐. 애터미 프로팩타민. 딱 봐도 이건 비타민이라는 위엄이 팍팍 느껴지지 않아?
타민은 비타민이고, 그럼 팩은 어떤 의미?
ATOMY
PRO PACKED-TAMIN
애터미 프로팩타민


영어로 Packed(팩드). 꽉 들어찼다는 뜻이야. 팩타민, 즉 비타민으로 꽉꽉 채웠다는 뜻이야.
Packed
오호라, 그렇게 깊은 뜻이!


그래서 얼마나 꽉꽉 채워 넣었는데?
일일 영양성분 기준치 대비 비타민 A, C가 최소로 100%를 충족하고 비타민 B12가 최대로 250배나 돼.
% 영양성분기준치 : 1일 영양성분기준치에 대한 비율
애터미 바이탈컬러 멀티비타민
857%
900%
150%
500%
286%
400%
1,666%
1,333%
533%
4,166%
25,000%


우와 250배? 그럼 한 알만 먹으면 몇 년은 안 먹어도 되는 거야?
에구. 생각이 단순하니? 적게 든 건 일일 기준치라고 했잖아.


아 그랬지. 그래도 너무 많은 거 아냐? 250배나 들었다면?
괜찮습니다. 비타민 B12가 그렇게 많이 들었지만 수용성 비타민이라 문제없음.


비타민 B12? 수용성?
수용성 비타민이란 물에 녹는 비타민으로 필요한 양 이상을 섭취해도 몸에 쌓이지 않고 땀이나 소변으로 배출돼.
B12


아 그렇군. 그런데 비타민 B군은 어떤 작용을 해?
B12랑 B1, B2, B6, 나이아신, 판토텐산, 비오틴, 엽산 등을 한데 묶어서 비타민 B군이라고 하거든.
B12
B1
B2
판토텐산
나이아신
비오틴
B6
엽산
B군


이 비타민 B군은 탄수화물, 단백질, 지방 등 다양한 대사활동에 관여하고, 생명활동과 에너지를 생성하고 이용하는데 꼭 필요한 영양성분이야.
에너지
에너지
활동
단백질
탄수화물


더군다나 수용성이기 때문에 체내에 축적되지 않거든. 그래서 매일 충분히 먹는 것이 좋아.
그래서 비타민을 'Packed'했구나. 아 그리고 아까 비타민 K인가? 하는 비타민은 어떤 거야? 처음 들어보는데.

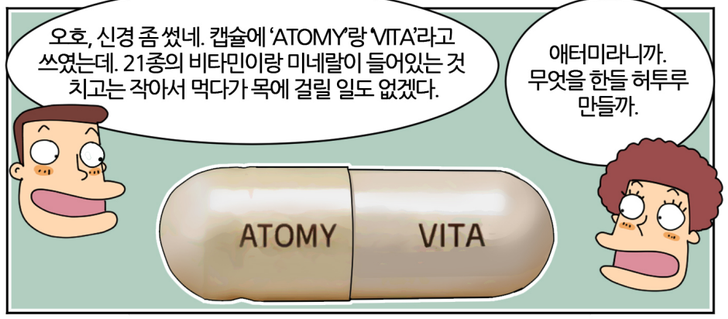

비타민 K잖아. K하면 뭐?
설마... 그 K? K-뷰티에 이어 K-헬스?


호호호. 그건 아니고, 비타민 K는 고시형 건강기능식품 원료로 인정 받은지 얼마 안됐어.
'정상적인 혈액응고에 필요'와 '뼈의 구성에 필요'하다는 기능성으로 2021년 9월에 등재됐어.


그럼 그렇지. 난 또 애터미 헤모힘도 해외에서 인기라고 하니까 비타민 K하면 한국식 비타민인가 했지. 근데 그건 어디에 필요한 거야?
비타민 K는 지용성 비타민인데 정상적인 혈액응고에 필요해.


정상적인 혈액응고? 그러면 그게 없으면 다쳤을 때 피가 잘 안 멈추겠네.

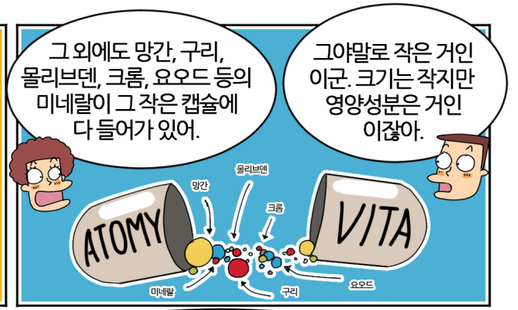

애터미 프로팩타민을 꼭 챙겨 먹어야겠구먼. 어디 한 번 줘봐. 먹어보게.


오호, 신경 좀 썼네. 캡슐에 'ATOMY'랑 'VITA'라고 쓰였는데. 21종의 비타민이랑 미네랄이 들어있는 것 치고는 작아서 먹다가 목에 걸릴 일도 없겠다.
애터미라니까. 무엇을 한들 허투루 만들까.
ATOMY
VITA

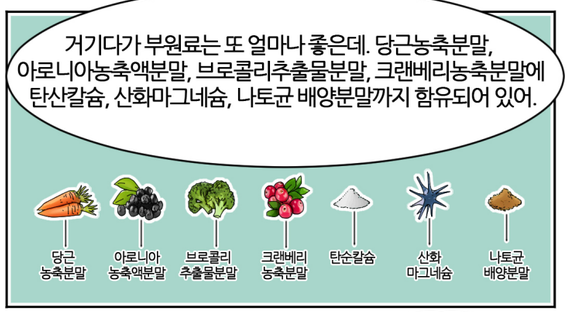

어련하겠어. 그러니까 우리가 애터미 사업을 하지.
8종의 미네랄은 또 어떻고?


미네랄? 철분은 피를 만드는데 쓰이고, 아연은 정상적인 면역기능에 필요하잖아.
잘 아네. 계속해 보세요~


그 뭐야... 아연은 했고 셀렌, 셀렌은 그 뭐냐... 항산화?
맞아. 셀렌은 활성산소를 억제하는 항산화 기능성이 있어.


그 외에도 망간, 구리, 몰리브덴, 크롬, 요오드 등의 미네랄이 그 작은 캡슐에 다 들어가 있어.
그야말로 작은 거인 이군. 크기는 작지만 영양성분은 거인 이잖아.
ATOMY
VITA
망간
몰리브덴
크롬
마네랄
구리
요오드


작은 거인? 그럴싸한데. 작아서 먹기 좋고 무려 21종이나 되는 비타민과 미네랄로 건강은 확실하게 지키고.
내 말이 그 말이야.


거기다가 부원료는 또 얼마나 좋은데. 당근농축분말, 아로니아농축액분말, 브로콜리추출물분말, 크랜베리농축분말에 탄산칼슘, 산화마그네슘, 나토균 배양분말까지 함유되어 있어.
당근 농축분말
아로니아 농축액분말
브로콜리 추출물분말
크랜베리 농축분말
탄산칼슘
산화 마그네슘
나토균 배양분말


헐!!! 이거 먹자마자 건강해지는 느낌인걸.
오구오구 우리 남편, 힘도 좋아. 그냥 아주 장사네 장사.


하하하 내가 힘만 장산 줄 알아? 애터미 사업도 백두장사급이야.
네네. 본부장님. 제가 그래서 이렇게 애터미 프로팩타민도 챙겨 드리잖아요. 호호호
애터미 프로팩타민



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
tr.atomy.com
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

지친 몸을 깨우는 샷

애터미 헤모힘 샷

ATOMY HEMOHIM SHOT



안전관리인증 HACCP 식품의약품안전처

[기능성표시식품]
헤모힘 당귀등 혼합추출물(고형분 함량 30%) 5.72%
1 SET : 100ml×10병×2박스