

# 맛·기능은 물론 향수까지... '맷돌' 100억 판매신화

(믹서기)

## 메트로가 만난 기업 이재우 홈밀맷돌 대표

공영홈쇼핑서 론칭후 100억 넘게 판매  
"1380도 가마서 사흘 구워 쇠만큼 단단  
가격 낮추고 꾸준한 개발로 경쟁력 ↑"

어린시절 시골에서 태어난 사람이라면 할머니나 어머니가 콩 등을 맷돌에 갈던 모습을 지켜봤던 향수가 있다. 아이는 따라한다며 옆에서 고사리같은 손으로 맷돌에 콩을 한줌씩 넣고 힘겹게 돌리면서 재미있어하던 풍경이다.

믹서기, 녹즙기, 원액기, 주서기 등의 이름으로 저마다 브랜드를 달고 소비자들을 손짓하고 있는 가운데 전통적인 맷돌방식을 이용한 믹서기가 선풍적인 인기를 끌고 있다.

중소기업 전용홈쇼핑인 공영홈쇼핑에서만 지난해 82억원 어치가 팔려나가며 주금액 기준으로 1위를 기록한 홈밀맷돌과 이재우 대표가 그 주인공이다.

믹서기의 분쇄부분을 칼날이 아닌 맷돌과 절구 방식으로 대체한 아이디어 상품인 홈밀맷돌은 2015년 중반에 공영홈쇼핑 론칭과 함께 선보이며 해당 홈쇼핑에서만 100억원 넘게 판매되며 간판



홈밀맷돌 이재우 대표가 경기 안산 본사에서 제품을 들고 포즈를 취하고 있다.

상품으로 이름을 날리고 있다.

"음식을 갈때 금속 칼날을 사용하면 맛이 변질되고 색깔도 빨리 변하는 등 단점이 많아 옛부터 사용하던 맷돌과 절구를 믹서기에 활용하면 어떨까 싶어 제품을 개발하게 됐다. 맷돌은 세라믹, 장식, 규석, 알루미늄 등 10여가지를 섞어 1380도의 가마에서 사흘을 굽는다. 이렇게 해서 나온 맷돌의 경도는 쇠만큼 단단하다." 이재우 대표의 설명이다.

첫 번째 홈밀맷돌 제품이 탄생한 것은 벌써 25년 가량이 됐다. 투박하던 디자인에 변화를 주고, 기

능을 보완하다보니 네번째 제품이 나오면서 서서히 빛을 보기 시작했다.

맷돌 방식을 활용하기 위해 개발에 집중하다보니 제조단가도 만만치 않았다. 중소기업이라 마케팅이나 홍보도 쉽지 않아 좋은 제품을 만들어놓고 팔지 못하는 때도 있었다.

이 대표는 "재고가 1만개 이상 쌓였던 시절도 있었다. 사업을 접겠다고 마음도 먹었다. 그러다 아예 가격을 10만원 가량 내려서 판매하기로 결정했다. 그 때 공영홈쇼핑이 탄생하며 판매 채널도 확보하

게 됐다. 지금도 다른 TV홈쇼핑에선 수수료 때문에 이 제품을 파는 것이 쉽지 않다"고 설명했다.

한 때 공영홈쇼핑을 통해 하루에만 3억7000만원이란 최고 매출을 찍기도 했다.

전에 없던 기술을 개발해 적용하고, 원가를 낮추는 노력을 꾸준히 한 결과 지금은 다른 경쟁업체에서 유사 제품을 만들고 싶어도 불가능한 상황이 됐다. 자연스럽게 제품 경쟁력, 가격 경쟁력이 생긴 것이다.

특히 맷돌을 믹서기에 활용한 것이 40대 이상의 주부들에게 큰 반향을 일으켜 충성 고객들까지 생기고 있다.

이 대표는 "홈밀맷돌을 이용해 음식을 만들어 본 고객들이 맛이 좋다는 이야기를 많이 전해와 뿌듯하다"면서 "특히 서울 마포에 있는 고령의 한 소비자는 맷돌에 대한 향수가 있어 제품을 구입해놓고도 사용할 줄 몰라 본사로 전화가 와서 우리 직원 이 집으로 직접 찾아가 설명을 해주고 오기도 했다"면서 웃었다.

이 대표는 현재 분쇄시간을 늘리는 등 기능을 업그레이드하고, 디자인을 새롭게 한 5세대 홈밀맷돌 제품도 준비하고 있다. 판매채널도 기존의 데이타방송 뿐만 아니라 다른 TV홈쇼핑 진출도 고민하고 있다.

또 국내에서 호평받은 것을 토대로 중장기적으로 중국 등 해외시장 진출도 계획하고 있다.

/글·사진 안산(경기)=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr



맘스터치 미국 1호점.

/해마로푸드서비스

## 맘스터치, 버거의 본고장 美 시장 진출

국내 버거브랜드 최초 점포 오픈

맘스터치가 버거의 본고장인 미국 시장에 본격 진출했다.

맘스터치는 지난 1일 미국 캘리포니아주 콘코드(Concord) 지역에 미국 1호점을 오픈했다고 4일 밝혔다.

매장은 콘코드 지역 내 다양한 음식점이 밀집돼 있어 이른바 '먹자골목'으로 불리는 상권에 들어섰다. 약 132㎡(약 40평) 규모, 40여개의 좌석으로 구성했으며 세계질내내 따뜻한 캘리포니아주의 날씨를 고려해 외부 테라스도 마련, 고객들이 다양한 매장 환경을 경험해 볼 수 있도록 했다.

맘스터치 측은 버거 매장으로는 맘스터치가 유일해 현지 고객은 물론 관광객까지 다양한 고객들의 방문이 이어질 것으로 기대된다고 설명했다.

현지화 전략도 눈에 띈다. 맘스터치 측은 버거의 본고장인 미국 현지 고객들의 까다로운 입맛을 사로잡기 위해 맞춤형 소스 개발에 심혈을 기울였다. 또 커스터마이징 요소를 추가 도입해 경쟁력을 확보해나간다는 계획이다.

이번 미국 1호점 오픈으로 맘스터치는 대만, 베트남에 이어 미국까지 모두 3개국 진출하며, 글로벌브랜드 도약을 위한 기반을 마련하게 됐다. /박인용 기자 parkiu7854@

## 휴베나, 패키지 프린팅 사업 진출

휴온스글로벌 자회사

'원·부자재 토탈솔루션' 기업 도약

휴온스글로벌의 자회사인 휴베나가 원·부자재 토탈 솔루션 기업으로 새로운 도약에 나선다.

휴베나는 상품 패키지와 라벨 등을 제작·판매하는 프린팅 사업부를 신설했다고 4일 밝혔다.

의약품 유리용기 전문기업인 휴베나는 그동안 애플, 바이알을 주력 제품으로 생산, 판매하며 쌓은 노하우와 함께, 다양한 종류의 패키지 및 라벨을 제작하며 축적해온 디자인, 제작 역량을 더해 '용기부터 패키지까지' 원스톱으로 해결할 수 있는 원·부자재 토탈 솔루션을 제공할 예정이다.

휴베나의 프린팅 사업부는 제약산업 외에도 화장품, 식품 등 다양한 업계의 고객사와 협업을 통해 사업영역을 확대할 계획이며, 그 일환으로 고객사의 니즈에 발빠르게 대응하고, 고품질의 인쇄물을 제공하기 위해 국내 최초로 'ps판 간헐식



ps판 간헐식 인쇄기 WJPS-660.

/휴베나

인쇄기(WJPS-660)'를 도입하는 등 최신 식·최첨단 프린팅 시스템을 구축했다.

'ps판 간헐식 인쇄기'는 기존 그라비아 인쇄 방식의 최대 단점인 고가의 동판 제작비와 불필요한 최소 생산량, 제한적 컬러를 보완한 제품이다. 비닐, 패키지, 라벨 등 고객사가 원하는 다양한 디자인을 다양한 인쇄물로 유연하게 제작해낼 수 있으며, 컬러 또한 7도까지 표현할 수 있어 더욱 선명한 컬러의 패키지를 선보일 수 있다. 또한 동판과 최소 수량(MOQ) 제작에 따른 시간, 비용 절감 효과가 뛰어난 장점이 있다.

특히 어느 분야에서나 다품종 소량 인쇄는 시제품 라벨, 패키지 제작 등 신제품 개발 시 꼭 필요한 과정이지만, 시간과 비

용 문제로 인해 어려움을 겪어왔던 만큼, 제약사 외에 화장품, 식품 등 다양한 업계에서도 각광 받을 것으로 기대하고 있다.

박병무 휴베나 대표는 "그 동안 애플, 바이알, 카트리지 등 의약품 유리용기의 생산, 판매뿐만 아니라, 프리필드시린지, PVC Hole, 고무전 등 다양한 제약관련 원·부자재로 사업영역을 확대해왔다. 특히 1, 2차 포장재 프린팅 산업은 인쇄산업 중 성장세가 두드러진 분야로, 휴베나 프린팅 사업부는 최첨단 프린팅 시스템 구축을 통해 우수한 품질과 빠른 제작 기간, 원가 경쟁력 등 차별화된 서비스를 제공함으로써 포장재 프린팅 산업을 선도해 나갈 것"이라고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@

## 비타민하우스, 이너뷰티용 제품 2종 출시

비타민하우스가 올해 미용·건강 분야의 주요 키워드인 '이너뷰티(inner beauty)' 사업을 강화하기 위해 '가벼운 오늘'과 '풍성한 내일'이란 제품 2종을 출시했다고 4일 밝혔다.

비타민하우스 측은 간편한 식품 섭취를 통해 내면에서부터 건강한 아름다움을 추구하려는 소비자들의 니즈에 부합하는 제품이라고 설명했다.

이번 신제품 가운데 '풍성한 내일'은 비오틴과 비타민C가 첨가된 사과맛 저분자 피쉬콜라겐이 핵심 성분인 제품이다.

기존 생선콜라겐으로는 섭취가 불가능했던 영양분을 사과농축분말로 맛있게 먹을 수 있게 만든 것이 특징이다. 특히 비



오틴이 함유돼 머릿결과 피부에도 좋다.

또 다른 출시 제품인 '가벼운 오늘'은 노폐물을 배출해주는 효소 클렌즈 제품이다. 몸을 가볍게 해주는 효소 클렌즈는 현미, 대두, 보리, 수수 등 국내산 곡물효소와 유산균이 1포에 1000mg 함유돼 있다. /박인용 기자 parkiu7854@

## "환경개선 아이디어에 총 5억원 지원"

서울시-녹색서울시민위원회

선정 단체 사업별 최대 3000만원

서울시와 녹색서울시민위원회는 시민 주도 환경 개선 확산을 위해 '2018년 녹색서울실천공모사업' 지원 단체를 모집한다고 4일 밝혔다. 사업에 선정된 단체에는 사업별로 최대 3000만원, 총 5억원을 지원한다. 사업 기간은 다음달 약정 체결일부부터 10월 31일까지다.

지원 대상은 서울시 소재 비영리민간단체나 비영리법인, 사회적협동조합이다. 지정사업(6개 분야 25개 사업)과 일반사업 중 선택해 접수하면 된다. 6개 분야

는 ▲기후에너지 ▲대기 ▲생태 ▲자원순환 ▲환경보건 ▲환경교육이다.

일반사업은 시민단체가 환경개선과 환경의식 증진을 위해 독자적인 사업을 제안하고 주도적으로 추진하는 방식이다.

접수는 16일 오전 9시부터 22일 오후 6시까지 서울시 보조금관리시스템 누리집에서 할 수 있다.

심사는 녹색서울시민위원회의 '공모사업관리위원회'가 ▲사업목적과 내용의 적합성 ▲사업수행 단체능력 ▲예산계획의 적정성 등을 기준으로 진행한다.

최종 선정 단체는 다음달 서울시 누리집과 개별 안내로 발표된다. /이범중 기자 joker@

## 삼양사 '큐원 상쾌환' 패키지 리뉴얼 출시

삼양사는 한 형태숙취해소제품 '큐원 상쾌환'의 패키지 디자인을 리뉴얼했다고 4일 밝혔다.



이번 패키지 디자인은 상쾌환의 브랜드 컬러인 푸른색을 활용해 하늘색을 전면에 내세웠다. 상쾌환 패키지 전면에 인쇄된 모델 헤리의 의상과 포즈도 상쾌하고 발랄한 느낌을 강조했다.

상쾌환은 삼양사가 2013년 12월 출시한 환(丸) 형태의 숙취해소 제품이다. /박인용 기자