

물만 따르면 라면이 보글보글 ‘조리정수기’가 만든 주방의 변화

메트로가 만난 기업인 범일산업 신영석 대표

조리정수기 보급 위해 ‘라빠’ 오픈 튀김기 등 다양한 도구 출시하고파 후속작품으로 주방문화 주도할 것



범일산업 신영석 대표가 서울 구로 ‘라면에 빠지다’ 매장에서 하우스룩 조리정수기와 함께 포즈를 취하고 있다. /하우스룩

주방 조리기구를 대체할 수 있는 정수기만한 기계. 주거 공간이 작은 1인 가구나 셰어하우스 거주자라면 귀가 솔깃할만한 얘기다.

하우스룩 조리정수기가 주인공이다. 편의점에서 흔히 볼 수 있는 라면조리기와 비슷한 모양이지만, 정수기를 결합하면서 다양한 음식을 만들거나 차를 끓여 마실 수 있게 됐다. 시장에서는 하우스룩이 유일하다.

하우스룩은 인덕션 주요 부품인 코일을 만드는 범일산업에서 만들었다. 앞으로 조리기뿐 아니라 가정용 튀김기를 비롯해 다양한 주방용 조리기를 출시할 예정이다.

범일산업 신영석 대표를 만났다. 2세 경영인으로, 전기밥솥과 인덕션 등

부품 제작을 하던 노하우로 직접 조리정수기를 개발하는데 성공하면서 범일산업에 새로운 시대를 열었다.

신 대표는 서울 구로 ‘라면에 빠지다(라빠)’ 매장에 있었다. 시간 여유가 있을 때면 라빠를 찾아 제품을 살펴보고 문제점을 점검해본다고 소개했다.

라빠는 범일산업이 직접 운영하는 라면점이다. 다양한 종류의 라면을 조리정수기에서 직접 끓여 먹을 수 있는 공간이다. 라면에 따라 물과 열, 시간까지 자동으로 설정되기 때문에 더 편하게

맛있는 라면을 먹을 수 있다.

신 대표는 조리정수기를 더 보급하기 위해 라빠를 시작하게 됐다고 설명했다. 조리정수기로 끓인 라면을 맛보게 할 수 있고, 조리정수기의 편리함을 전달하는 데에도 가장 효과적인 방법이라고 여겼다고 했다.

라빠만으로도 사업성은 충분하다고 봤다. 조리정수기 특성상 공간과 인력에 구애받지 않을 수 있어서다. 이미 매장 형태를 일반 분식점과 셀프 조리, 소형 부스형 등으로 세부화해 직영점을

확대하거나 프랜차이즈 사업으로 발전시킬 준비를 마친 상태다.

단, 라빠가 신 대표의 주력 사업은 아니다. 신 대표는 하우스룩 조리정수기를 전 세계에 보급해 주방 문화가 새로 변하는 세상을 꿈꿨다. B2B에 집중하면 당장은 더 실적을 올릴 수 있겠지만, B2C 시장에 더 힘을 쏟는 이유도 이 때문이다.

신 대표가 조리정수기를 개발하게 된 계기는 단순했다. 국내 최고 수준인 인덕션 코일 기술을 이용해 어떤 무엇을 만들지를 고민하다가 간편 식품조리기를 떠올렸고, 정수기를 장착하면 더 편하게 쓸 수 있게 될 것이라고 생각했다.

개발을 시작해서 시장에 나오기까지는 5년 가까이 걸렸다. 2013년 처음 개발을 시작해 1년반만에 완료했지만 필드 테스트를 끝내고 나니 벌써 2017년이 됐다. 결국 하우스룩 조리정수기는 2017년 10월에서야 시장에 나오게 됐다.

준비가 오래 걸린 만큼 시장 반응도 기대 이상이었다고 신 대표는 말했다. 올 초 판매량은 월 200대 수준, 입소문이 퍼지면서 문의도 크게 늘었다. 이제 구내 식당이나 호텔 레스토랑 등에서도

쉽게 찾아볼 수 있다.

특히 신 대표는 국내뿐 아니라 글로벌 시장에 더 신경을 쓰고 있었다. 출시 후 전세계 가전 박람회들에 꾸준히 참가 중이며, 지난해 10월 독일 함부르크 전시회에서는 현지 가전사인 밀레 관계자가 방문해 상품을 극찬했다고 자랑했다.

신 대표의 올해 목표 판매량은 전세계 1만대다. 성장 속도를 감안하면 충분히 달성할 수 있다는 설명, 목표를 이룬 후에는 생산량을 더 늘려 수요에 대응하겠다는 계획도 준비 중이다.

중소기업 제품의 가장 큰 문제점, 사후 서비스를 물었다. 신 대표는 솔직하고 간단하게 대답했다. 전국으로 AS망을 확보하기 어려운 만큼, 문제가 생기면 무조건 리퍼 제품으로 교환해 주기로 했다. 정수기 필터 교체도 고객 요청에 따라 방문 서비스를 준비 중이라고 덧붙였다.

신 대표는 목표를 이룬 후에는 후속작품으로 주방 문화를 주도하겠다는 포부를 드러냈다. 기름이 튀지 않는 가정용 튀김기를 시작으로 만능 조리기와 밥 요리를 하는 제품 등이다.

/김재홍 기자 juk@metroseoul.co.kr



박영선 신임 중소벤처기업부 장관이 9일 청와대 본관에서 국무회의에 참석, 국기에 대한 경례를 하고 있다. /뉴스1

박영선 장관, ‘어머니 리더십’으로 임기 스타트 “직원들과 진솔하게 대화하고 싶다”

중기부 직원과 독서 모임 제안도

박영선 신임 중소벤처기업부 장관이 ‘어머니 리더십’으로 임기 첫 행보를 시작했다.

첫 여성 중기부 장관으로 8일 오후 늦게 취임식을 마친 후 사실상 임기 수행 첫 날인 9일 아침 중기부 내부망을 통해 직원들에게 편지를 보내 “진솔하게 대화하고 싶다”고 전하면서다.

박 장관은 또 이날 오전엔 문재인 대통령이 주재한 국무회의에 참석한 뒤 오후엔 산불 피해를 입은 강원도 고성과 속초 등의 중소기업과 전통시장을 찾아 긴급경영안정자금 지원 등을 약속했다.

박 장관은 직원들에게 보낸 편지에 “어려분과 격의 없이 소통하고 여러분의 의견을 경청하고 진솔하게 대화하고 싶다”고 적었다.

그러면서 중기부 직원들과 독서 모임을 갖자고 제안했다.

박 장관은 “함께 책을 읽고 같이 이야기를 나누며 여러분의 생각을 듣고, 변화하는 세상에 대한 우리와 대한민국의

미래를 논하고자 한다”면서 “독서 목록을 제시하면 그 책 읽기를 원하는 분들과 함께 책을 읽고 생각을 서로 나누었으면 한다”고 말했다.

다만 희망자에 한해 직급에 상관없이 생각을 나누고자 한다면 중기부 직원 누구나 환영한다고 덧붙였다.

첫 번째 책으로 대우증권 리서치센터장과 미래에셋대우 대표 등을 역임한 홍성국의 ‘수축사회’를 추천했다.

박 장관은 “인구가 늘고 더 이상 파이가 커지는 팽창사회가 아니고, 제조업을 넘어 수축사회로 가는 앞으로 우리에게 닥쳐올 사회현상을 같이 논하면서 상생과 공존을 바탕으로 다 같이 성장하는 사회를 우리가 어떻게 만들 수 있을지 이야기해보고 싶다”는 말로 추천한 이유를 설명했다.

그러면서 “책과 사회에 대해서만 이야기하는 것 뿐만 아니라 격의없는 소통을 통해 여러분의 삶을, 우리의 삶을 같이 나누고 싶다”고 전했다.

박 장관은 전날 취임식에서 중기부 직원들이 뜨겁게 환영해 준 것에 대해서도 감동을 받았다고 밝혔다. /김승호 기자

산불 피해지역 中企·소상공인, 공제기금 지원

중기중앙회, 재해지역 지원대책 마련
공제기금 대출금리 단일 5%로 낮춰

중소기업중앙회가 산불 피해 지역 중소기업 돕기에 나섰다. 중기중앙회는 강원도 고성, 속초 등에서 발생한 산불로 피해를 입은 중소기업이나 소상공인의 빠른 시설 복구와 경영 정상화를 지원하기 위해 ‘재해지역내 공제기업 지원대책’을 마련, 9일부터 시행에 들어갔다고 밝혔다.

대상지역은 산불 피해가 심한 고성, 속초, 인제, 강릉, 동해 등 5곳이다.

지방자치단체나 공공기관을 통해 재

《중소기업중앙회 지원내용》

구분	공제기금	노란우산공제
대출한도	1~2배 → 최대 3~7배 확대	-
대출금리	5.5~9.63% → 5%(단일) 인하	3.7% → 2.7% 인하
대출상환	6개월 유예	자동연장
부금납부	6개월 유예	6개월 유예

해사실을 확인받은 공제기금 가입 중소기업이나 노란우산공제에 가입한 소상공인이 지원대상이다.

특히 노란우산공제의 경우 이번엔 처

음으로 재해 지원에 나섰다. 지원내용은 공제기금의 경우 기존 1~2배 대출한도를 최대 3~7배로 늘리고, 대출금리도 5.5~9.63%에서 5%(단일)로 낮추기로 했다. 대출 상환이나 부금 납부 기간도 6개월 유예해준다. 노란우산공제 가입자에 대해선 대출금리를 현행 3.7%에서 2.7%로 인하하고, 대출상환은 자동연장, 부금납부는 6개월 연장 조치를 시행하기로 했다.

신청기간은 이달 30일까지이며 필요 시엔 추가로 연장할 계획이다. 신청 희망 업체는 중소기업중앙회 공제운영부나 강원지역본부로 문의하면 된다.

/김승호 기자

공영홈쇼핑, 농어민 판로지원 확대

전담조직 ‘상품개발 추진단’ 발족

공영홈쇼핑은 공적수행 기능을 강화하기 위해 ‘상품개발 추진단’을 발족했다고 9일 밝혔다.

‘상품개발 추진단’은 중소기업 및 농어민들의 판로지원을 위한 상품 개발을 지원하고, 홈쇼핑 입점을 공정하게 추진할 수 있도록 구성된 전담 조직이다.

중소기업과 소상공인의 중장기적인 판로지원을 장려하고 국내 중소기업의 생산터전 마련을 독려해 우수한 중소기업과의 동반성장이 최종 목표다. 특히 추진단은 단발성 지원의 한계를 극복하기 위해 상품 개발 단계부터 판매까지 전 과정을 공정하게 수행하게 된다.

추진단원은 상품기획자(MD) 외에도 다양한 파트에서 업무 경력 10~20년에 이르는 중진 간부급 직원 십여 명으로



구성한다. 조직은 상품 선정의 공정성을 강화하고 빠른 의사 결정을 위해 영업본부장이 추진단장직을 겸임하기로 했다.

또, 추진단 업무 성과 극대화를 위해 전국을 누빌 전용 차량과 독립된 사무공간 등 전폭적인 지원을 아끼지 않을 예정이다.

공영홈쇼핑 관계자는 “4차 산업혁명 시대에도 결국 홈쇼핑 산업의 경쟁력은 좋은 상품에서 나오는 것”이라며 “추진단이 우수한 우리 중소기업 신상품이 업계의 히트상품으로 이어지는 가교 역할을 하는 ‘스페셜’한 조직으로 거듭날 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다. /김승호 기자

한샘 ‘내일의 집’ 이벤트로 리모델링 시공권 쏜다

한샘은 ‘내일의 집’ 캠페인의 일환으로 고객이 생각하는 이상적인 집의 모습을 공유하는 이벤트를 연다고 9일 밝혔다. 이벤트를 통해 뽑힌 1등 한 명에게는 3000만원 상당의 리모델링 시공권을 선물한다.

이벤트 참여방법은 한샘 ‘내일의 집’ 광고 캠페인을 본 후 본인이나 생각하는 ‘내일의 집’ 모습을 사진이나 영상으로 찍어 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등 한샘 SNS에 공유하면 된다.

이번 이벤트는 응모만해도 선착순 1000명에게 스타벅스 아메리카노 1잔을 선물한다. 이벤트는 오는 21일까지이며 당첨자는 이달 24일 한샘닷컴 이벤트 페이지를 통해 공지하고 개별 통보한다. /김승호 기자