



FFTK 2020 인터뷰

‘플랜티 큐브’ 김혜연 엔싱 대표

“인공조명 광합성, 온·습도 자동조절 코로나시대엔 ‘컨테이너농장’이 해답”

컨테이너 안이 작은 농장이 된다. 인공조명으로 광합성을 하고, 온도와 습도를 원하는대로 조절한다. 이런 농장이라면 사막 한가운데, 시베리아 별판은 물론 화성 한복판에서도 원하는 작물을 마음껏 키울 수 있다. 어떤 환경에서도 농산물의 자급자족이 가능해진다는 얘기다.

컨테이너 농장 ‘플랜티 큐브’를 만든 김혜연 ‘엔싱’ 대표는 “농산물을 해외 수입에 의존하는 국가들은 신종 코로나바이러스(코로나19) 확산 이후 큰 어려움을 겪고 있다”며 “자국 내 농업생산을 계획하는 국가들이 많아지면서 우리에게 큰 기회가 열렸다”고 말했다.

스마트팜 스타트업 ‘엔싱’은 지난 1월 세계 최대 규모 가전제품 박람회인 국제전자제품박람회(CES)에서 스마트시티 부문 최고혁신상을 받았다. 농업 분야에서 첫 수상이라는 점에서 큰 의미를 가진다.

엔싱의 ‘플랜티 큐브’는 1차 산업인 농업에 4차 산업인 IoT를 결합했다. 외부와 차단된 컨테이너 안에 작은 농장을 만들고, 발광다이오드(LED) 인공조명과 온도·습도가 원격 조종되는 모니터링 장치 등을 설치해 사람의 손길 없이 작물 재배가 가능하도록 했다. 엔싱은 국내는 물론 아랍에미리트(UAE) 아부다비 등 농산물 자급자족이 어려운 중동 주요 도시에 스마트팜 ‘플랜티 큐브’

를 공급하고 있다.

-엔싱을 창업하게 된 계기는?

“(전자공학과) 전공도 전공이지만 원래 IT에 관심이 많았다. 2000년대 초반에는 가게 홈페이지를 만들어주면서 용돈을 벌었다. 그리고 삼촌이 비닐하우스 만드는 농자재 회사를 하신다. 거기서 잠깐 일을 도와드리다가

환경 제약없이 농산물 키우고 IoT기술로 쉽게 작물재배 가능 CES서 ‘최고혁신상’ 뜻 깊어



좋은 기회로 우즈베키스탄에 토마토 농장을 만드는 프로젝트를 담당하게 됐다. 그때 농업이라는 산업의 가능성이 크겠다는 생각을 갖게 됐다. 시공간의 제약을 가장 많이 받는 산업인 농업이 시공간 제약이 전혀 없는 인터넷과 만나면 어떻게 상상할 수 있을까. 플랜티 큐브의 시작이었다. 농업의 변화에 따라 인류 역사상 큰 변화가 있어 왔다. 앞으로도 큰 변화가 있을 것이다.”

-이 사업의 장점을 한 문장으로 표현해달라.

“궁극적인 건 소비자 인사이드다. 기술은 필요 없다. 더 맛있고 깨끗하고 다양한 먹거리를 지속할 수 있게 공급하는 게 최종 목적이라고 생각한다.”

-CES 최고혁신상을 받았다.

“그냥 혁신상이 아닌 최고혁신상이다. CES라는 세계적인 컨퍼런스에서 농산물이 상 받은 건 처음이라 의미가 깊다. 엔싱은 새로운 개념을 만들어냈다. 모듈화된 농장이나 농장을 마치 제품처럼 만들어내는 개념들을 세계적으로 인정받은 것 같다. 수상 이후 사업 기회가 많아졌다. 아직 오픈은 못 하지만 하반기에 아주 좋은 뉴스가 많이 나올 것 같다.”

-스마트팜은 해외에도 많다. 한국 기업으로서 경쟁력이 어떤?

“가장 큰 경쟁력은 ‘속도’라고 생각한다. 미국에 있는 우리와 비슷한 회사들이 적은데 1000억원에서 많게는

4000억원 까지 펀딩을 받았다. 그 회사들도 몇 년 전부터 중동에 진출할 거라고 얘기는 했지만 엔싱이 훨씬 더 빨랐다. 엔싱은 지난해 여름에 이미 중동 지역 테스트를 끝내고, 지금 훨씬 더 큰 농장을 진행하고 있다. 기존에 있는 큰 투자사들도 연락이 많이 온다. 다른 버티컬팜 회사들의 방식이 ‘탑다운(Top-down)’ 설계라면 저희는 ‘보텀업(Bottom-up)’ 방식이다. 한번 해서 가능하면 빠른 속도로 농장을 늘릴 수 있어서 시장에 빠르게 진출이 가능하다. 중동 지역도 더 빠르게 확장하고, 동남아시아나 러시아도 진출하려 한다. 전 세계 시장을 선점해 후발주자들이 못 따라올 수준을 만들 것이다.”

농산물 해외수입 높은 국가 코로나19로 스마트팜 주목 화성에 농장 만들때까지 노력

-올해 중동 국가를 포함한 해외 진출이 목표라고 했는데 신종 코로나 코로나19로 인한 어려움은 없나.

“미팅이 어려워지니 단기적인 계획은 늦춰졌지만 중장기 계획은 훨씬 빨라졌다고 생각한다. 중동 국가에 집중하는 이유는 스마트팜이나 버티컬팜이 그 지역에서는 꼭 필요한 것(MUST HAVE)이기 때문이다. 중동은 먹

거리들을 거의 100% 다 해외 수입에 의존한다. 요르단, 이집트처럼 주변 국가나 네덜란드, 이탈리아 등에서 수입해 온다. 특히 생으로 먹는 채소들을 많이 수입한다. 그런데 지금 이탈리아에서 수입하는 채소들을(코로나19 사태로 인해) 먹을 수가 없다. 중동 국가 등에서 원래 중·장기적으로 자국 내에서 농업 생산을 하는 계획을 갖고 있었다. 코로나19 이후 그런 계획들이 앞당겨지고 있다고 생각한다.”

-코로나19가 오히려 새로운 기회가 되겠다.

“매우 큰 기회다. 예를 들어 싱가포르도 ‘싱가포르 버티컬팜’이라는 정부 주도 스마트팜을 계획 중이다. 싱가포르도 자국 내에서 농산물 생산을 거의 하지 않는다. 전부 해외 수입에 의존하는데 이번 코로나19로 많은 변화가 생겼다. 그 전에는 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등에서 수입을 해왔는데 코로나19로 위생 문제가 대두되면서 ‘깨끗한 환경에서 재배하고 포장했을까’ ‘이걸 먹어도 될까’하는 의문이 들 것이다. 그렇기 때문에 자국 내에서 솔루션을 찾다 보면 결국 플랜티 큐브 밖에 없다. 전세계 모든 국가가 기후에 상관없이 안정적으로 먹거리를 생산할 수 있도록 하는 것이 엔싱의 목표다. 화성에 농장을 만드는 날까지 작은 한 걸음을 위해 열심히 노력하겠다.(웃음)”

/박미경·백지연 기자
mikyung96@metroseoul.co.kr
/사진=손진영 기자 son@

‘배달 이유식’ 케어비, 론칭 100일 이벤트

남양유업 SNS 해시태그로 참여

남양유업의 신사업인 배달 이유식 브랜드 ‘케어비’가 론칭 100일을 맞아 다양한 혜택을 주는 ‘랜선 백일잔치’ 이벤트를 연다고 6일 밝혔다.

케어비는 지난 3월 론칭 이후 100일 동안 무료체험 고객 6000명 돌파, 리뷰 글 1000 건 이상 등록, 체험단 200명 이상 활동 등 많은 성과를 이뤘다. 이에 백일 동안 고객에게 받은 관심과 사랑에 보답하기 위해 ‘케어비 랜선 백일잔치’라는 이벤트를 통해 다양한 프로모션을 진행한다.

케어비 랜선 백일 잔치 이벤트로는 ▲케어비 100일 축하 덕담 댓글을 남기고 개인 SNS에 해시태그를 달면 참여자 전원에게 케어비 물 포인트 제공, 추첨을 통해 백일잔치·젠한국 프리미엄 도자기 그릇 세트·아쿠아플레이 물놀



‘케어비’ 이유식 /남양유업

이 장난감 등 경품 지급 ▲7월 백일인 아이 정보 인증 시 추첨으로 케어비 이유식 35세트를 무료로 제공, 백일 지난 아이에게도 케어비 물 할인 쿠폰을 지급 ▲매주 금요일 오전 10시부터 100분 동안 진행되는 ‘백백타임딜’ 이벤트에서 선착순 댓글 참여자에게 케어비 물 포인트 5000원 적립 등이 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@

오비맥주 ‘카스 블루 플레이그라운드’ 공개

레드벨벳·엑소 등... 온택트로 진행

오비맥주의 카스가 공식 SNS 채널을 통해 ‘카스 블루 플레이그라운드 커넥트 2.0 (이하 CBP)’의 라인업을 공개했다고 6일 밝혔다.

올해로 6회째를 맞는 CBP는 젊은 소비자들을 위한 뮤직 페스티벌로 지난 2015년 8월 처음 시작했다. 올해는 사회적 거리두기를 준수하면서 젊은 소비자들에게 최고의 브랜드 경험을 제공하기 위해 ‘온택트’ 형식의 공연으로 개최된다. 공연은 오는 7월 18일 오후 7시부터 10시까지 카스 공식 유튜브와 페이스북을 통해 진행되며 카스 공식 SNS 채널에 게시된 행사 포스터 내의 QR코드로 접속 후 만 19세 인증을 거친 소비자에게 한해서만 시청이 가능하다. 공연에는 최근 카스의 여름 캠페인 모델로 발탁된 엑소의 세훈&찬열(EXO-SC)을 비롯



오비맥주 ‘카스 블루 플레이그라운드’ 라인업

해 레드벨벳과 소녀시대 멤버인 디제이 효(효연)가 참여한다. 또한 이하이 등 K팝 대표 아이돌들이 다채로운 무대를 선보일 예정이다. /조효정 기자 princess@

GS샵 ‘선물하기’ 오픈

GS샵이 상대방의 주소를 몰라도 마음을 전달할 수 있는 ‘선물하기’ 서비스를 오픈한다고 6일 밝혔다.

‘선물하기’ 서비스는 GS샵 상품 페이지에서 선물하기 버튼을 누르면 이용할 수 있다. 이어서 선물을 받는 사람의 이름과 연락처, 메시지만 기재하고 결제하면 서비스 이용이 완료된다.

고객들은 800만개에 달하는 GS샵의 상품을 모두 ‘선물하기’ 서비스로 이용할 수 있다. 다만 설치와 렌탈 상품, 여행 및 지정일배송 상품 등 일부는 대상에서 제외된다.

선물을 받은 고객은 카카오톡이나 문자로 수신된 메시지를 보고 선물을 받을 주소와 연락처를 스스로 입력하면 된다. 선물을 받은 후 5일 이내 수락하지 않으면 자동 취소된다. 선물하기와 관련된 문의는 GS샵 고객센터를 통해서도 가능하다. /신원성 기자 tree6834@