# “자체 설비로 ‘고농축 콜드브루’ 생산… 연매출 500억 너끈”

**르포 | 횡성 커피공장 ‘넥스트바이오’ 가보니**

“우리가 개발한 ‘고농도 저온 추출 기술’은 에스프레소에 비해 3배 이상 진한 콜드브루 커피 원액을 대량으로 생산할 수 있는 것으로 ‘세계 최초’라고 자부한다. 이 기술은 지난해 농림축산식품부로부터 ‘신기술 인증’도 받았다. 커피 자동화 추출 장비와 시스템은 우리가 자체적으로 설계하고 제작해 설치했다.” 2008년 넥스트바이오를 창업한 신언무 대표의 설명이다.

신언무 넥스트바이오 대표가 강원도 횡성 본사에서 제품을 들고 포즈를 취하고 있다.

넥스트바이오 횡성 공장에 있는 로스팅 설비.

공장에 들어서자마자 고소한 커피향이 반긴다. 한우로 유명한 강원도 횡성에 커피공장이 있다.

영동고속도로 새말IC 바로 옆 우천 제2농공단지. 세계 최초로 저온에서 고농도, 고효율, 고속으로 콜드브루 커피를 추출하는 기술을 갖춘 넥스트바이오가 있는 곳이다.

이 기술을 적용하면 350ml 기준으로 하루에 약 100만 잔의 정도의 콜드브루를 만들 수 있다. 이는 하루 10톤(t) 분량이다. 한 방울씩 떨어져 오랜 시간 참고 기다려야 맛볼 수 있는 콜드브루 커피를 신기술로 대량 생산할 수 있는 시스템을 갖춘 것이다.

고농도 커피를 추출하는 넥스트바이오의 ‘슈퍼 드롭(super-drop)’ 기술은 별도의 농축 공정이 없고, 효율도 높아 생산에너지 비용을 획기적으로 줄일 수 있다.

신 대표는 “이 기술은 결과적으로 이산화탄소(CO2)를 덜 배출하게 된다. 자체 계산 결과 연간 122t의 CO2 절감 효과가 있다. 고농도다보니 물류 및 보관창고 비용도 획기적으로 줄일 수 있다. 비용을 절감하는 동시에 친환경적인 녹색 프로세스를 갖추게 된 셈”이라고 전했다.

넥스트바이오가 출시한 ‘브루젠’ 분말 커피 제품군.

물론 이런 기술을 적용하면서도 커피의 맛과 향, 성분은 그대로다.

이렇다보니 넥스트바이오가 만드는 콜드브루 커피는 이미 업계에서 정평이 나 있다.

할리스커피, 폴바셋, 테라로사, 투썸플레이스, 이디야 등 커피 프랜차이즈에 있는 콜드브루 원액이나 분말 스틱은 모두 넥스트바이오가 만들어 납품한 제품들이다.

국내 뿐만이 아니다. 스위스의 세계적인 인스턴트 커피회사인 네슬레(Nestle)에도 콜드브루 커피분말을 납품하고 있다. 지난해에만 약 33억원 어치를 네슬레에 팔았다. 프랑스의 글로벌 향기회사인 MANE에도 콜드브루 커피 원액을 수출하고 있다.

횡성에서 우리의 토종 기술로 만든 콜드브루를 세계인들이 맛보고 향기를 느끼고 있는 것이다.

“지난해엔 165억원의 매출을 기록했다. 올해는 180억원, 내년엔 200억원 이상 매출을 각각 기대하고 있다. 국내와 해외는 8대2 정도다. 앞으로는 해외시장을 추가로 공략해 해외 비중을 더 늘려갈 계획이다. 요즘엔 K-푸드가 대세여서 국내에서 성공해야 해외시장을 개척하는데 유리하다.”

**에스프레소 보다 3배 진한 커피**
**日 10t 이상 콜드브루 생산가능**

**할리스·폴바셋·투썸 등에 납품**
**국내 넘어 네슬레 등 해외 수출**

**‘브루젠’ 브랜드로 커피 8종 출시**
**노하우 토대 횡성 한우와 콜라보**

하루 8시간 기준으로 약 6t 가량의 원두를 배합하고 로스팅하고 분쇄하고 커피를 추출하는 이곳 횡성공장의 설비와 시스템은 넥스트바이오가 500억원 정도의 매출까지는 너끈하다.

OEM, ODM을 중심으로 생산했던 넥스트바이오는 최근 ‘브루젠’이란 자체 브랜드를 새로 내놨다. 바닐라커피, 디카페인커피 등 콜드브루 인스턴트 커피 4종과 액상 커피(4종)를 각각 출시하면서다. 쇼핑몰도 새로 오픈했다.

“연회비 5만원 유료회원(브루젠 환경보호 서포터즈)의 경우 4만원은 제품을 구입할 수 있고, 1만원은 자연환경보호기금으로 기부한다. 회사도 1만원을 매칭해 고객과 같이 기부한다. 유료회원에게는 전 품목 40% 할인 혜택도 제공한다. 일단 1000명이 목표다.”

신 대표는 금융인 출신이다. 국민은행 기획파트에서 10년, 기술보증기금 기술평가파트에서 10년을 근무하고 사업에 뛰어들었다. 2002년에는 넥스트바이오의 전신인 유맥스를 창업했다. 자연에서 나오는 천연재료에서 기능성 물질을 추출하는 것이 본업인 회사다. 당시 아이템은 참기름이었다. 그러다 유맥스를 매각하고 계열사였던 넥스트바이오를 커피공장으로 탈바꿈시켰다.

“IMF가 끝나고 2000년대 초엔 창업투자회사도 차렸었다. 그땐 모든 것을 다할 수 있겠다고 생각했다. 하지만 착각이었다. 기업에 투자를 하다보니 경영진들의 모럴헤저드가 무척 실망스러웠다. 그래서 내가 직접 제조업에 뛰어들어 회사를 경영해보자고 생각했었다. 도전해서 모범을 보여주고 싶었다. 그래서 창업했다.(웃음)”

신 대표가 사업에 직접 뛰어든지도 어느덧 20년이 훌쩍 흘렀다. 문과 출신이지만 이공계 출신 만큼 기술자도 다 됐다. 세계에서 최고의 콜드브루 커피를 만들기위해 임직원들과 하나, 하나씩 연구하고 해결해 온 결과다.

“지금도 사업하는 것이 쉽지는 않다. 하지만 어려우니까 좋다. 자극이 되기 때문이다. ‘건강’이라는 가치를 통해 세상에 도움을 주고 싶은 것이 꿈이다.”

넥스트바이오와 신 대표는 그동안 쌓아온 커피 제조 노하우를 토대로 회사가 있는 횡성이란 지역과의 콜라보 등 넥스트를 준비하고 있다. 한우, 그리고 랜드마크 커피 전문점이 그것이다.

넥스트바이오는 벤처기업, 이노비즈기업 인증과 함께 강원 스타기업, 강원도 일자리 우수기업 등에도 이름을 올렸다. 브루젠 콜드브루 커피는 중소벤처기업부로부터 브랜드K 인증도 받았다.

/횡성(강원도)=김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

# 중기중앙회, 베트남 진출 韓기업 판로개척 등 추가지원

**베트남중소기업협회와 업무협약**
**“양 기관 네트워크 활용 지원할 것”**

중소기업중앙회가 베트남에 진출하고 있는 한국 기업 추가 지원에 나섰다.

24일 중기중앙회에 따르면 지난 22일 베트남 하노이 기획투자부 청사에서 베트남중소기업협회와 업무협약을 체결했다.

베트남중소기업협회(Vietnam Association of Small and Medium Enterprises, VINASME)는 2005년에 설립된 중소기업정책 개발 및 대정부 건의를 지원하는 베트남 중소기업 대표 단체로, 6만5000개 이상의 중소기업을 회원으로 두고 있다.

김기문 중기중앙회장을 비롯한 관계자들이 기념사진을 찍고있다.

이번 업무협약은 지난 6월 윤석열 대통령의 베트남 국빈 방문 당시 중소기업계 교류 확대 논의를 계기로 체결됐다.

두 기관은 협약을 통해 ▲중소기업의 해외 진출 지원 ▲바이어 발굴 등 판로 개척 지원 ▲정보 및 인적 교류 활성화 분야에서 상호 협력해 나갈 예정이다.

이날 협약식에는 트란 두이 동 베트남 기획투자부 차관, 최영삼 주베트남 한국대사도 참석해 양국 중소기업계 현안을 청취했다.

이 자리에서 중기중앙회는 베트남 진출 한국기업에 대한 노동, 금융 지원 확대 등 베트남 정부 차원의 관심과 지원을 요청했다.

김기문 중기중앙회장은 “베트남은 한국의 제 3위 교역국이자 중소기업의 주요 생산 거점”이라며 “양 기관은 서로의 네트워크를 활용해 시장 정보 제공을 강화하는 등 중소기업의 해외 진출을 적극 지원할 것”이라고 밝혔다.

한편, 중기중앙회는 지난해 하노이에 ‘한-베 중소기업 교류지원센터’의 문을 열고 글로벌 포럼인 백두포럼을 베트남상공회의소와 공동 개최하는 등 중소기업의 베트남 진출 저변을 넓혀 나가고 있다. /김승호 기자

# 코웨이, 2023년형 프라임 전기레인지 출시

700℃까지 견디는 내구성 갖춰

코웨이가 강력한 화력과 미니멀 디자인을 갖춘 ‘2023년형 코웨이 프라임 전기레인지’ 5종(사진)을 출시했다.

24일 코웨이에 따르면 이번 신제품은 독일 쇼트세란의 세라믹 글라스 상판을 사용한 ‘프라임S 전기레인지’ 3종과 프랑스 유로케라의 세라믹 글라스 상판을 사용한 ‘프라임 전기레인지’ 2종이다.

두 모델 모두 최대 700℃까지 견디는 강력한 내구성을 갖췄으며 세라믹 소재로 스크래치에 강하고 청소가 쉽다. 렌탈 방문관리 서비스 고객에게는 약정 기간 내에 1회 상판 무상 교체 서비스를 제공해 언제나 새것처럼 사용할 수 있다.

코웨이 2023년형 전기레인지는 고객 선호에 따라 화구 종류를 선택할 수 있다. /김승호 기자

**공영홈쇼핑**
## 쌀나눔 릴레이 캠페인

공영홈쇼핑이 추석명절을 앞두고 전국지역단위로 ‘사랑의 쌀나눔 릴레이 캠페인’을 이어간다.

24일 공영홈쇼핑에 따르면 릴레이 캠페인 일환으로 경기 동두천 및 고양 지역사회복지협의회에 각각 쌀1000kg(10kgX100포)을 비롯해 한국사회복지협의회가 운영하는 푸드뱅크사업 (경북, 광주, 충북 광역푸드뱅크)에도 쌀 6000kg 등 총 8000kg을 전달했다.

공영홈쇼핑은 지난달 30일 한국사회복지협의회와 사랑의 쌀나눔 릴레이 캠페인 등 ESG상생파트너십 업무협약을 맺고 사회공헌활동에 대해 상호 협력하기로 했다.

공영홈쇼핑이 연간 캠페인으로 추진하는 사랑의 쌀 나눔은 복지부 산하 공공기관인 한국사회복지협의회의 푸드뱅크사업에 기부함으로써 지역협의회 및 전국단위 푸드마켓에 직접 전달할 수 있다.

사회복지협의회가 운영하는 푸드뱅크사업은 결식아동, 독거노인, 재가장애인 등 저소득계층에게 식품, 생활용품 등을 지원해주는 물적자원 전달사업이다.

전국적으로 445개소의 광역 및 기초 푸드뱅크, 푸드마켓을 설치 운영해 결식문제 해결에 기여하고 있다. /김승호 기자