

“아빠 마음으로 만든 영유아 화장품… ‘소중한 습관’의 시작”

도전! 스타트업UP

주성균 시너지팜 대표

세균 감염 딸 돌보며 유기농 관심
물 없이 쓰는 클렌저, 제균 98.9%
“물티슈 성분 제각각에 피부 부담”

비건 위시바·아기 전용 물티슈 확장
“육아 편해져 출산율 도움이 되길”

#.사랑하는 딸이 네살때 세균성 감염에 걸렸다. 코로나 팬데믹 시절 혹시나 아이가 어떻게 될까봐 기저귀도 더 자주 갈아줬다. 씻기는 것은 물론이었다. 그런데 손이 가면 갈수록 아이 엉덩이 피부에 생긴 발진이 더욱 심해졌다. 육아를 통해 마음 아픈 경험을 한 아빠는 아이 엉덩이를 잘 관리할 수 있도록 돕는 영유아 기능성 화장품 개발에 본격 나섰다.

‘소중한 습관’ (소:습)을 세상에 내놓은 시너지팜 주성균 대표 이야기다.

“지금도 많은 부모들이 물과 물티슈를 이용해 기저귀를 차는 아이들 엉덩이를 관리한다. 물티슈만으로는 눈에 보이는 것을 깨끗이 하는데 한계가 있다. 나머지는 물을 이용해야한다. 그런데 우리가 쓰는 물티슈나 물은 어떨까.



주성균 시너지팜 대표가 '소중한 습관' 제품들을 설명하고 있다.

/김승호 기자

물티슈는 성분이 제각각이다. 물은 PH 농도가 너무 높다. 엉덩이를 물로 씻긴 후엔 파우더를 뿌리고 진정크림을 발라주는 게 일반적이다.”

주 대표도 아이를 키울 땐 마찬가지였다. 그런데 딸 아이가 감염에 걸리고 나선 생각이 바뀌었다. 그 후 자신이 직접 아이를 위한 제품을 만들기로 마음 먹고 나니 보이지 않던게 서서히 보이기 시작했다. 물 없이 쓰는 엉덩이 클렌저 ‘다이퍼 이너 피니셔’는 아빠의 마음

으로 그렇게 탄생했다.

주 대표는 “이 제품은 대장균이나 칸디다균, 포도상구균 등과 같이 기저귀 속에서 감염의 원인이 되는 병균을 98.9% 제거하는 효과가 있다. 물은 전혀 없어도 된다. 보습 효과가 있고 곰팡이균 보호막을 통해 습진을 예방한다”고 설명했다.

주 대표는 마케팅 기획자 출신이다. 더 엡솔루트 그룹, 필립 모리스 코리아, 레드볼 코리아 등을 거치며 마케팅



시너지팜이 선보인 소중한 습관의 엉덩이 클렌저 ‘다이퍼 이너 피니셔’.

분야에서 여러 경력을 쌓았다. 이런 그가 화장품을 개발해 세상에 내놓기까진 우여곡절이 많았다. 시간도 제법 걸렸다.

“화장품을 잘 만드는 회사를 찾는 것이 급선무였다. 잘 만든다고 소문난 회사에 3번을 찾아가니 빛이 보였다. 2개월 만에 1차 결과가 나와 진균 테스트를 했다. 결과가 좋았다. 임상도 진행했다. 맘카페 회원 1000명을 대상으로 품평회도 했다. 97점을 받았다. 당초 스프

레이형으로 만들었지만 제균력이 약해 품 형태로 바꿨다. 기획부터 제품이 나오기까지 2년 정도 걸렸다.(미소)”

아기 엉덩이 클렌저는 모란뿌리추출물, 로즈마리, 라벤더오일 등 자연에서 유래한 5가지 성분을 담았다. 향균과 동시에 피부를 보호해주는 ‘G.H.A 조성물’로 특허도 출원했다. 전 성분 ‘EWG 안전 등급(그린 등급)’까지 받았다. 한국비건인증원으로부터 ‘비건 인증’도 받았다. 제품은 휴대용 패드 타입의 클렌저 뿐만 아니라 아기들 목욕·삼푸를 위한 비건 위시바, 그리고 아기 전용 물티슈로 넓혔다.

“물티슈까진 안만들려고 했다. 시중엔 같은 브랜드라도 물티슈가 수십가지다. 한 브랜드에 하나씩이면 충분하다. 두께나 성분도 따라 물티슈를 다르게 만드는건 말이 안된다. 닭임성과 발림성이 좋으면 그만이다. 우리 제품은 현존하는 물티슈 중에 가장 좋은 성분을 썼다. 이보다 좋은 물티슈는 없다고 자부한다. 시중 물티슈 가격 범위가 1부터 10까지면 우리 제품(70매 기준)은 8 정도다. 목욕·삼푸용 위시바는 아토피가 있는 아이들에게 적절하다.”

주 대표는 유기농 원료로 만든 보습크림, 반려동물용 화장품 출시도 준비하고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

교육 콘텐츠, 웹툰·게임으로… Z세대 맞춤형 학습 확산

천재교육·웅진씽크빅·비상교육 체험기반 몰입형 콘텐츠 변화 신호

Z세대의 몰입형 학습 요구에 맞춰 교육기업들이 웹툰·게임·캐릭터 등 콘텐츠 산업과의 협업에 속도를 내고 있다. 에듀테크 시장이 학습자 중심의 콘텐츠 혁신 국면에 진입하고 있다.

20일 교육업계에 따르면 천재교육, 비상교육, 웅진씽크빅 등 주요 교육기업들은 자사 교재에 웹툰, 게임형 스토리, 캐릭터 IP를 접목한 콘텐츠 개발을 적극 추진 중이다.

단순 지식 전달을 넘어, 학습 경험

전반을 스토리텔링 기반으로 재설계하는 시도다.

천재교육은 ‘수학’을 웹툰 콘텐츠로 풀어낸 시리즈를 선보이며 교육 콘텐츠의 경계를 확장했다. 해당 콘텐츠는 인기 웹툰 작가들과의 협업을 통해 수학 개념을 서사 구조에 녹여낸 게 특징이다. 등장인물과의 감정 이입을 유도해 자연스러운 개념 이해 및 문제 해결로 이어지도록 설계했다.

천재교육 관계자는 “Z세대는 직관적이고 감성적인 접근을 선호하는 만큼, 스토리 중심의 웹툰은 학습 진입 장벽을 효과적으로 낮출 수 있다”며

“수학에 대한 긴장감이나 두려움을 해소하고 학습 참여도를 끌어올리는 데 새로운 전환점이 되고 있다”고 설명했다.

비상교육은 자사 대표 캐릭터 IP ‘비바’ 시리즈를 활용해 초등학생 대상 스토리텔링 기반 교재 라인업을 확대하고 있다. 문제 풀이를 단순 작업으로 인식하기 쉬운 학습자들에게 ‘탐험’과 ‘미션 수행’ 형식으로 구성된 교재를 제공함으로써 학습 몰입도를 높이고 있다.

특히 문제 해결 과정에 캐릭터들이 직접 개입해 학습자와 함께 이야기를

만들어가는 구조는 학습 동기 유발에 효과적이라는 평가다. 비상교육은 해당 콘텐츠를 기반으로 향후 애니메이션 연계 교재, 인터랙티브 영상 콘텐츠 등 미디어 확장을 준비 중이다.

웅진씽크빅은 게임의 구조와 UI를 학습 콘텐츠에 접목한 ‘수학탐정 스토리’ 시리즈를 통해 몰입형 학습 경험을 제공하고 있다. 사용자는 수학탐정이라는 주인공의 역할을 맡아 스토리를 따라가며 문제를 풀고, 각 챕터를 클리어하는 방식으로 콘텐츠를 진행한다.

/최빛나 기자 vitna@



지난 18일(현지시간) 미국 LA 한미은행에서 진행된 업무협약식에서 (왼쪽부터)박기홍 허브천하 회장, 김기문 중기중앙회장, 바니 리 한미은행장, 스킷 리 LBBS 파트너변호사가 업무협약 체결 후 기념촬영을 하고 있다. /중기중앙회

중기중앙회

美 진출 ‘삼각 지원’

김기문 회장, LA서 업무협약

중소기업중앙회가 한국 중소기업들의 미국 진출을 지원하기 위해 한미은행, 허브천하, LBBS(Lewis Brisbois Bisgaard & Smith LLP) 로펌과 업무협약을 체결했다.

20일 중기중앙회에 따르면 지난 18일(현지시간) 미국 LA 한미은행 본점에서 진행된 업무협약을 통해 각 기관은 한국 중소기업의 미국 진출을 위한 ▲금융 및 보험지원 ▲인사관리 및 법률지원 ▲현지 기업 및 유관기관과 네트워킹 구축 등의 분야에서 상호 협력기로 했다.

김기문 중기중앙회장은 “LA 인근에 ‘K푸드타운’ 조성 논의가 활발하게 이뤄지는 등 한국 중소기업에 대한 미국 현지수요가 높아지면서 공장설립이나 M&A 등 해외진출을 고려하는 기업이 많아졌지만 신용 부족으로 인한 금융 조달의 어려움과 각종 규제 등 법률 정보 파악이 가장 큰 장애물”이라고 밝혔다.

/김승호 기자

홈쇼핑, 유통망 통해 中企 ‘수출 지원’

美서 ‘세계한인비즈니스대회’ 참여
20개사 대상 수출 연계 프로그램 지원

홈쇼핑이 K-뷰티, K-푸드 등 한국 중소기업들의 미국 진출을 추가로 지원한다.

홈쇼핑은 지난 17일 미국 애틀랜타에서 열린 ‘제23차 세계한인비즈니스대회’에 참여해 입점 중소기업 20개사의 해외 수출 확대를 위해 지원했다고 20일 밝혔다.

이번 행사는 재외동포청, 미주한인상공회의소 총연합회, 재외동포 경제단체가 공동 주최한 글로벌 비즈니스 행사로, 전 세계 한인 경제인들과 국내

기업 간 교류와 협력을 위한 플랫폼 역할을 한다.

홈쇼핑은 자사 방송을 통해 검증된 유망 중소기업 중 해외 진출 잠재력이 높은 20개사를 선발해 ▲1대1 비즈니스 미팅 ▲비즈니스 피칭 ▲바이어 가이드 투어 등 실질적인 수출 연계 프로그램에 참여할 수 있도록 적극 지원했다.

특히, 기업 전시 부스 뿐만 아니라 통역, 장치, 물류 등 다양한 제반 비용을 포괄적으로 지원하며 현지 바이어들과의 원활한 소통과 브랜드 홍보에 실질적인 도움을 제공했다.

/김승호 기자

LX하우시스, ‘벽지 디아망’ 신제품 선보

선호도 높은 표면질감 디자인 추가

LX하우시스가 ‘LX Z:IN(LX지인) 벽지 디아망(DIAMANT)’의 2025년형 리뉴얼 신제품을 출시했다.

20일 LX하우시스에 따르면 ‘디아망’은 지난 2018년 출시 이후 일반벽지보다 30% 더 두꺼운 두툼한 표면 질감과 세련된 디자인, 친환경성으로 국내 고가 프리미엄 벽지 시장의 판도를 바꾼 것으로 평가받는 베스트셀러 제품이다.

2년 만에 리뉴얼한 2025년형 디아망 벽지는 회벽·스톤·직물·페인팅 등 소비자 선호도가 높은 표면질감 디자인

이 대거 추가해 선보였다.

자연 소재의 느낌을 그대로 살리고 깊이감과 입체감을 더해주는 표면질감을 구현하기 위해 엠보(울록볼록 무늬) 공법 및 표면 무광 처리 공법 등을 적용했다.

새롭게 선보인 디아망 회벽 컬렉션은 빛에 따라 은은한 느낌이 연출되어 공간을 보다 세련된 분위기로 만들어주며, 스톤 컬렉션은 우아하고 고급스러운 분위기에 제격이다. 직물 컬렉션은 따뜻한 색감과 부드러운 촉감을 시각적으로 표현해 공간을 더욱 아늑하게 연출할 수 있다.

/김승호 기자