



두 개의 회전 칫솔모로 '쓱쓱' ... 잇몸 자극 최소화

이달주 그린테크를 사장(66)은 태권도 공인 7단이다. 1978년부터 12년간 사우디아라비아에서 태권도 사범을 했을 정도로 건강하다. 하지만 젊은 시절 담배를 많이 피우고 탄산음료를 즐겨 마신 탓에 성한 치아가 거의 없다. 그래서 "모든 사람이 치아를 건강하게 유지할 수 있도록 돕겠다"는 생각에 칫솔 회사를 차렸다. 이 사장은 직접 개발한 '360도 무동력 회전 칫솔(360 폰즈 케어)'의 디자인을 간결하게 개선한 보급형 상품을 다음달 출시할 계획이다.

회전하는 두 칫솔모가 치석 제거 치아를 닦는 방법으로는 미국의 폰즈(Fones) 박사가 고안한 폰즈법이 있다. 치아를 다분 상태에서 칫솔모(브러시)를 직각으로 세워 원을 그리듯 문질러 닦는 방법이다. 이 사장은 "폰즈법이 치아 사이의 잔여 음식물을 제거하는 가장 효과적인 방법"이라며 "폰즈를 쉽게 구현하는 게 바로 360폰즈케어"라고 소개했다.

이 제품은 칫솔 몸체와 칫솔모가 분리된다. 플라스틱 나사(볼트)

원형 브러시 360도 회전 강한 자극 없이 치석 제거 칫솔모 분리돼 쉽게 교체

3분의 1로 값 낮춘 보급형 내달 출시 ... 日 수출도 체비

로 이어져 있어 등근 칫솔모가 360도 회전한다. 어린이용(0-3세, 4-7세) 2종류와 성인용 한 종류가 있다. 성인용 칫솔모는 지름 10mm와 12mm짜리 두 개가 달려 있다. 등근 두 칫솔모 사이에 3mm 공간이 있다. 두 칫솔모가 회전하면서 치아 사이를 둘러싸듯 자연스럽게 음식물을 제거해준다. 진동(울림)으로 닦는 전통칫솔은 치아를 상하게 할 수 있다는 게 이 사장의 설명이다.

기존 일자형 고정 칫솔에 비해 힘이 훨씬 적게 든다. 대학 때 공예를 전공한 이 사장이 직접 칫솔 몸체를 디자인해 잡는 느낌이 좋다. 노랑과 초록 같은 칫솔모 색깔이 하얗게 바뀌면 칫솔모만 교체할



이달주 그린테크를 사장이 잇몸 구석구석까지 닦을 수 있는 360폰즈 케어 칫솔의 장점을 설명하고 있다. 김진수 기자

수 있다. 보통 3개월 주기로. 몸체는 아이들 핑퐁 소재인 트라이탄을 써 100도 끓는 물에 3-5초 위생 소독이 가능하다. 몸체 하단에 치간 칫솔을 넣는 공간도 있다. 이들 제품은 신세계백화점 본점 등 주요 지점과 서울역 내 중소기업명품마루(기업은행과 코레일 공동 운영)에서 판매되고 있다. 김문겸 숭실대 교수(으뜸중기 심사위원장)는 "칫솔모 두 개가 자연스럽게 회전하는 게 발상의 전환"이라고 평가했다.

저렴한 보급형 다음달 출시 이 사장은 개인사업자다. 직원이 없다. 제품은 주문자상표부착생산(OEM) 방식으로 경기 군포시(몸체)와 충남 공주시(칫솔모)에서 생산하고 있다. 이 사장은 "나일론이 생산된 뒤 칫솔이 나온 게 올해로 78년 됐다"며 "칫솔만 잘 써도 오복의 하나인 치아를 건강하게 사용할 수 있다"고 말했다.

이 사장은 가격을 기존 제품(소비가격 1만5000원)의 3분의 1 수준으로 낮춘 보급형 제품을 다음

◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이매일(sjlee@hankyung.com)로 신청받습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.

◆7-9월 으뜸중기 제품 △어댑트-다운핏 △지바슬루션즈-루나스케어 엘리스 △그린테크를-360폰즈 칫솔 △에어택-마를 공기청정기 △테크온비전-화면 분할 모니터 △아이티버스-마우스 스마트 패치 △오토상-자동물걸레 진공 청소기 △푸드마스터그룹-덕터할리 펌 밀크 △홀릭스닷컴-아쿠아핏 수중식 물고기정화기 △대정-하이진 물병, 시크릿보틀 △작은영화-내 손안의 스마트 에어텐트 △시엘바 이오-올인원 크림바

달 출시할 예정이다. 보급형 칫솔은 대형마트에 공급하고 온라인을 통해서도 판매할 예정이다. 다음달 원산지 증명서가 나오면 일본에 수출하는 방안도 추진한다.

김진수 기자 true@hankyung.com

"발암물질 생리대 오해 풀겠다" 새 브랜드 내놓은 깨끗한나라

1만2000명 소비자 설문 반영 '메이앤준'으로 신뢰회복 나서



지난해 '유해성 생리대 파동'으로 점유율이 급락한 깨끗한나라가 새 생리대 브랜드를 내놨다. 이 브랜드로 재기에 성공할 수 있을지 관심이 쏠린다.

깨끗한나라는 새 생리대 브랜드 '메이앤준'(사진)을 출시했다고 2일 발표했다. 메이앤준은 지난해 생리대 파동을 일으킨 '릴리안'을 대체할 새 브랜드다. 이미지 회복을 위해 깨끗한나라는 '소비자가 바라는 생리대'라는 콘셉트를 내세웠다. 지난 3월부터 한 달간 1만 2000명의 여성 소비자를 대상으로 '나는 이런 생리대를 원한다'는 주제로 설문조사를 했다. 소비자들은 '안전하고 피부에 자극이 없는 생리대'를 원한다는 결과가 나왔다. 깨끗한나라 관계자는 "실문결과를 반영해 메이앤준은 독일 피부 자극 테스트 인증기관 더마 테스트에서 '엑셀런트' 등급을 받을 정도로 피부 자극을 줄였고 두께가 2mm로 얇아 야외 활동에도 어려움이 없다"고 설명했다. 메이앤준 출시로 릴리안 브랜드는 없앨 것으로 업계는 보고 있다. 깨끗한나라는 "아직 릴리안 생산 중단 계획은 없지만 제품 마케팅이나 생산 계획은 새 브랜드에 집중할 것"이라고 말했다.

깨끗한나라가 메이앤준으로 잃은 점유율을 회복할지는 미지수다. 안전성 논란 이후 생리대 시장 트렌드는 '친환경'으로 넘어가

고 있다. 깨끗한나라 릴리안이 갖고 있던 시장은 영국산 유기농 순면 생리대 브랜드인 나트라케어 등이 가져갔다. 나트라케어는 일반 생리대보다 가격이 높지만 위생용품 중 처음으로 올 상반기(1-6월) 올리브영 전체 매출 10위 안에 들었다. 메이앤준은 순면 브랜드가 아니라 기능성 브랜드다. 식품의약품안전처의 조사 결과를 불신하는 분위기도 악재다.

생리대업계 관계자는 "생리대는 업체보다 브랜드 이미지를 보고 선택하는 경향이 있어 깨끗한나라가 새 브랜드를 내놓았다"며 "비싸지 않은 가격에 얇고 통풍이 잘 되는 기능성 생리대를 원하는 소비자도 많은 만큼 반응을 지켜봐야 할 것"이라고 말했다.

릴리안은 지난해 3월 여성환경연대와 김만구 강원대 생활환경연구실 교수가 "국내 생리대 10종에서 유해물질 22종이 검출됐다"고 발표하면서 어려움을 겪기 시작했다. 유해물질이 검출된 생리대 중 릴리안이 포함됐던 게 밝혀지면서 파장은 컸다. 이후 시장점유율이 곤두박질했다. 시장조사업체 칸타월드패널에 따르면 릴리안의 점유율은 2017년 1분기 15.4%(3위)에서 지난 6월 5.9%로 급락했다.

심상미 기자 smshim@hankyung.com

삼계탕 대신 홍삼 먹는 2030

뉴스카페

서울 옥수동에 사는 30대 직장인 전도진 씨는 건강기능식품 브랜드 네추럴라이프에서 나온 영양제 '에너지오티만'을 먹는다. 최근 기록적인 무더위가 연일 이어지다 보니 체력이 급속도로 떨어져 영양분을 보충할 필요성을 느꼈기 때문이다. 전씨는 "과거에 영양제는 몸이 아파야 먹는 것이라는 인식이 있었는데 최근 이런 생각이 많이 바뀌었다"며 "직장에서도 여름철에 보양식보다 영양제를 선택하는 젊은 직원이 늘었다"고 설명했다.

중·장년층의 전유물로 여겨지던 건강기능식품을 챙겨 먹는 2030 직장인이 늘고 있다. KGCI인삼공사에 따르면 20-30대 젊은 층의 홍삼 제품 구매액은 2013-2017년 연평균 14.2%씩 성장했다. 홍삼 농축액을 간편하게 먹을 수 있도록 스틱형 포장에 담은 '정관장 홍삼정 에브리타임'은 20-30대 연령

층에서 연평균 136%씩 성장했다. 업계 관계자는 "미세먼지 등 1년 내내 유해환경에 노출되는 것도 젊은 층이 건강기능식품을 찾는 원인 중 하나"라고 말했다.

업계는 이런 흐름에 맞춰 건강기능식품의 이미지를 젊고 발랄하게 바꾸려고 노력 중이다. 유한양행은 젊은 층의 취향에 맞게 인테리어 등을 꾸민 건강기능식품 매장 겸 식당 뉴오리진을 지난 4월 서울 여의도동 IFC몰에 열었다. 다음달 실 롯데월드타워에 열 계획이다. 세 번째 매장 후보지로는 서울 이촌동 등을 검토하고 있다.

유한양행 관계자는 "뉴오리진 매장을 젊은이들이 건강기능식품을 친근하게 느끼도록 체험하는 공간으로 꾸몄다"며 "매장에서 방문객이 알약 형태의 건강기능식품을 직접 먹자사발로 받아 음식에 뿌려 먹도록 안내하고 있다"고 말했다.

양병훈 기자 hun@hankyung.com

회색빛 도시에 생기 불어넣은 '컬러골재'

김다영 한별 대표

자연석에 친환경 특수코팅 도로포장·인테리어 등 활용



내구성은 물론 미적인 측면에서도 뛰어나다"고 덧붙였다.

이를 활용한 제품 중 하나가 빗물이 땅으로 스며들도록 한 투수블록이다. 김 대표는 "다양한 크기의 골재를 조합해 투수율을 조절할 수 있다"며 "수목 보호판, 미끄럼 방지 도로포장재, 인테리어 소품용으로도 활용할 수 있다"고 설명했다.

김 대표는 대학 졸업 후 시멘트착색제업체의 컬러연구원으로 5년간 일한 경험을 바탕으로 창업전선에 나왔다. 김 대표는 "시

멘트로 색을 내면 색상이 단조롭지만 물에 색을 얹어 조합하면 다양한 색을 낼 수 있겠다"는 생각이 들어 직접 창업했다"고 말했다.

2014년 9월 창원에서 한별을 설립했고 이듬해 '한별골재(컬러스톤)'라는 제품을 선보였다. 창업자금은 중소기업진흥공단의 지원과 국책 연구과제 등을 통해 해결했다. 김 대표는 "2016년 도전 K-스타트업에서 6500개 도전과제 중 15위 안에 들기도 했다. 2017년에는 중소기업청장상(우수상)과 미래창조과학부 장관 표창을 받았다. 김 대표는 "작년엔 7억8000만원의 매출을 올렸다"며 "올해부터는 벤처나 라(창업기업 전용 온라인장터)를 통해 공공기관에 공급할 수 있게 됐다"고 말했다.

김낙훈 중소기업전문기자 nhk@hankyung.com

스스로학습이 희망이다

서로 다른 분야가 융합되고 변화의 속도가 빨라지는 시대 스스로 학습하는 능력은 더욱 중요합니다.

스스로학습법은 아이가 좋아서, 쉬워서, 스스로 학습하게 하여 사고력과 문제해결력을 지닌 창의적 인재로 자라게 합니다.

스스로학습으로 내일을 준비합니다. 스스로학습이 희망입니다.

JEI 재능교육