

4조 5,141억 원...다단계 매출 0.5% 감소 상위 집중 구조 지속 속 판매원·업체 수는 소폭 증가

<2025 다단계판매업체 상위 10개사>

순위	업체명	매출액		전년 대비 증감률	2024년 매출 순위
		2025년	2024년		
1	한국암웨이(주)	1조 1,018억 원	1조 1,492억 원	-4%	1
2	에터미(주)	7,971억 원	8,570억 원	-7%	2
3	피엠인터내셔널코리아(유)	5,158억 원	5,280억 원	-2%	3
4	유니시티코리아(유)	2,081억 원	2,280억 원	-9%	5
5	뉴스킨코리아(주)	2,033억 원	2,493억 원	-18%	4
6	(주)리만코리아	1,983억 원	-	-	신규
7	한국허벌라이프(주)	1,716억 원	1,818억 원	-6%	6
8	유사나헬스사이언스코리아(유)	1,072억 원	1,167억 원	-8%	7
9	(주)비아블	913억 원	779억 원	17%	9
10	(주)카리스	868억 원	698억 원	24%	11

다단계판매 시장이 전반적으로 정체 양상을 보이는 가운데 업체 수는 증가하고 상위 기업 중심의 시장 집중도는 여전히 높은 수준을 유지한 것으로 나타났다. 다만 판매원 수와 업체 수는 소폭 늘어난 반면 매출은 감소하면서 시장이 성장보다는 정체 국면에 접어들었다는 분석이 나온다.

공정거래위원회가 공개한 '2025년 다단계판매업자 주요정보'에 따르면 2025년 다단계판매 시장 총매출은 4조 5,141억 원으로 전년(4조 5,373억 원) 대비 0.51% 감소했다. 후원수당 총액은 1조 5,115억 원으로 전년보다 0.11% 증가해 사실상 전년 수준을 유

지했다.

반면 다단계판매업체 수는 증가했다. 2025년 기준 영업실적이 있고 2026년 4월 말 기준 정상 영업 중인 등록 다단계판매업자는 112개로 전년 105개 대비 7개 증가했다. 다단계판매업체 수는 2018년 130개를 기록한 이후 지속적으로 감소해 왔지만, 오랜 감소세를 멈추고 반등했다.

매출액 기준 상위 10개사의 총매출은 3조 4,813억 원으로 전체 시장의 약 77%를 차지하며 시장 집중 구조는 여전히 유지됐다. 2025년 매출액 상위 10개 업체는 한국암웨이, 에터미, 피엠인터내셔널코리아, 유니시티코리아, 뉴스킨

코리아, 리만코리아, 한국허벌라이프, 유사나헬스사이언스코리아, 비아블, 카리스 순으로 집계됐다.

특히 대부분 상위 업체의 매출이 감소한 가운데 다단계판매 방식으로 전환한 리만코리아가 처음 통계에 포함되며 상위권에 진입했다.

여기에 지난해 11위였던 카리스도 상위 10개사에 새롭게 이름을 올리면서 상위권 기업 구성에도 변화가 나타났다. 이에 따라 상위 10개사 가운데 국내 기업은 에터미, 리만코리아, 비아블, 카리스 등 4곳으로 늘어나 국내 업체의 비중이 확대된 점도 눈에 띄는 변화다.

판매원은 늘었지만 실제 활동 인원은 감소

업체 규모별 양극화도 더욱 뚜렷해졌다. 매출액 1,000억 원 이상 기업은 8개로 전체 업체의 7.1%에 불과했지만, 이들의 매출액은 3조 3,032억 원으로 시장 전체의 73.2%를 차지했다. 반면 매출액 100억 원 미만 업체는 72개로 전체의 64.3%를 차지했으나, 이들의 매출은 2,051억 원으로 전체 시장의 4.5%에 그쳤다. 소수 대형 업체가 시장 대부분을 차지하는 구조가 더욱 고착화되고 있는 셈이다.

등록 다단계판매원 수는 2025년 말 기준 약 695만 명으로 전년(689만 명)보다 0.87% 증가했다. 그러나 실제 후원수당을 1회 이상 지급받은 판매원은 약 110만 명으로 전체 등록 판매원의 15.9%에 그쳤다. 이는 전년 116만 명보다 6만 명(4.9%) 감소한 것으로, 최근 5년간 감소세가 이어지고 있다.

상위 10개 사업자의 등록 판매원 수도 감소했다. 이들의 등록 판매원은 509만 명으로 전체의 73%를 차지했지만 전년(516만 명) 대비 1.3% 줄었다. 후원수당을 지급받은 판매원 역시 약 90만 명으로 전체 수령자의 81.9%를 차지했으나 전년(92만 명)보다 2.1% 감소했다. <업체 전체 매출표는 10면>

최민호·전재범 기자
mknews@mknews.co.kr

11/ 엔지엔, 성장 이끈 주역 한자리에 모여

12/ 강소기업의 DNA를 찾다⑤ - 엘바이오텍스

14/ 하이리빙, 30년이라는 신뢰 위에 새로운 시대를 열다

기획 - 건강기능식품 시장의 새 질서 (下)

건강기능식품 시장의 성장 공식이 달라지고 있다. 소비는 상위 품목으로 집중되는 반면, 산업의 혁신을 이끌어온 개별인정형 시장은 위축되는 모습이다. 본지는 '건기식 시장의 새 질서' 시리즈를 통해 시장 집중 현상과 혁신 원료의 명암, 그리고 미래 성장 전략을 짚어본다.

직접판매 시장 키운 개별인정형, 왜 힘을 잃었나

국내 직접판매산업의 성장사를 이야기할 때 건강기능식품을 빼놓을 수 없다. 화장품과 생활용품 중 심이던 시장은 2000년대 이후 건강기능식품이 핵심 품목으로 자리 잡으며 새로운 성장기를 맞았고, 그 중심에는 고시형과 차별화되는 독자적인 개별인정형 원료가 있었다.

개별인정형 원료를 적용한 건강기능식품은 직접판매업계 성장의 핵심 동력이었다. 독자적인 기능성을 기반으로 경쟁사와 차별화에 성공한 사례들이 등장하면서, 기능성 경쟁력이 곧 기업 경쟁력이라는 인식이 확산됐다. 이를 계기로 직접판매업계는 독점 원료 확보와 연구개발(R&D) 투자를 확대하며 건강기능식품 시장 성장을 주도했다.

하지만 시장은 다시 변하고 있다.

최근 식약처가 발표한 '2025년 식품 등의 생산실적'에 따르면 지난해 개별인정형 원료 판매실적은 6,662억 원으로 집계됐다. 2022년 8,511억 원을 기록한 이후 2023년 7,409억 원, 2024년 6,903억 원에 이어 3년 연속 감소세를 이어갔다. 반면 고시형 원료 판매실적은 3조 4,247억 원으로 전년보다 3.1% 증가했다.

직접판매 시장의 성장을 이끌었던 혁신이 더 이상 예전 같은 영향력을 발휘하지 못하고 있는 셈이다.

그러나 개별인정형의 시대가 끝났다고 보기는 어렵다. 오히려 이번 생산실적은 혁신의 가치가 사라진 것이 아니라, 시장이 혁신을 평가하는 기준이 달라지고 있음을 보여준다.

최민호 기자 <2면에 계속>

영국·남아공·인도네시아·말레이시아도 규제 강화

미국 연방거래위원회(FTC)의 미국 내 다단계판매업체 제재 강화 발표 이후 글로벌 다단계판매업계의 긴장감이 커지고 있다. FTC 강화 조치 전후로 각국이 MLM 규정을 강화하거나 새로운 규정을 추가하는 등의 움직임을 보여 직접판매산업에 긴장감이 돌고 있다. 영국과 남아공, 인도네시아, 말레이시아 등 주요 시장의 규제 흐름은 소비

자 보호와 모집 광고 관리 강화로 향하고 있다.

영국·남아공, 광고와 접촉 방식 관리 강화

영국은 이미 디지털시장·경쟁·소비자법(DMCC Act) 등을 통해 소비자보호 체계를 정비해 왔다. 다만 영국 광고심의기구 ASA/CAP는 MLM 모집

광고에서 수익을 언급할 경우 평균적인 참여자가 실제로 기대할 수 있는 수준을 대표해야 한다는 입장을 보이고 있다.

영국 규제의 초점은 "MLM이냐 아니냐"보다 "소비자가 오인할 수 있는 방식으로 수익 가능성을 제시했는가"에 가깝다. 일부 성공자의 사례를 일반적인 결과처럼 제시하거나, 실제보다

쉽게 수익을 얻을 수 있는 것처럼 표현하는 방식은 광고규제상 문제가 될 수 있다. 특히 SNS 기반 리크루팅이 확산되면서 판매원 개인의 게시물, 수익 인증, 여행·자동차 인센티브 노출, 라이프스타일 홍보 역시 모집 광고로 해석될 가능성이 커지고 있다.

남아프리카공화국은 직접판매업계가 주목해야 할 또 다른 사례다.

공병현 기자
mknews@mknews.co.kr
<2면에 계속>



©게티이미지프로

귀사의 성공을 이끄는 건강기능식품 파트너

엄격한 품질관리와 GMP·HACCP 인증 기반의
안정적인 R&D 시스템

신뢰할 수 있는 건강기능식품 제조 파트너, 고려한백

Certifications

우수건강기능식품제조기준
GMP
식품안전관리인증기준

식품안전관리인증
HACCP
식품안전관리인증기준

고려한백
Korea Hanbaek

본사 | 경기도 안양시 동안구 관악대로 298, 3층(관악동, KH빌딩)
공장 | 경기도 여주시 장여로 1679(점봉동)

문의하기
02-522-5200

ODM/OEM
KH&B

건강을 추구하는 기업

사설 (社説)

소비자 보호하다 시장 잃은 방판법

지난 7월 1일 2025년 다단계판매업자 주
요정보가 발표됐다. 2024년보다 소폭 줄어
들어 약 4조 5,000억 원에 그쳤다. 3년 연
속 하락이다. 정보 공개에서 나타난 것처럼
한국의 다단계판매 시장이 역동성을 잃어
가고 있다. 대한민국은 전 세계의 다단계판
매 기업이라면 누구나 탐내는 시장이었다.
문만 열면 매출이 폭발하고, 판매원들이 줄
을 서면서 벤처 거품이 꺼진 테헤란로를 지
탱해낸 주역이기도 했다. 그러나 오로지 소
비자 보호에만 초점을 맞춘 방문판매법으로
인해 판매원의 이익과 권리가 심각하게 침
해되면서 활력 넘치던 판매원들이 다단계판
매업계를 떠나기 시작했다.

방문판매법과 공제조합 등의 안전장치로
인해 과거 사회문제가 됐던 피라미드 사기
와 소비자 피해가 크게 줄어든 것은 부정할
수 없는 사실이다. 그러나 30년 전에 율았던
정책이라고 해서 지금도 옳고, 앞으로도 옳
을 것으로 생각하는 것은 바람직하지 않다.
성공한 정책일수록 새로운 평가를 받아야
한다. 한국 정부의 다단계판매 관련 정책은
소비자 보호에는 성공했지만, 그 대가로 시
장의 활력과 경쟁력을 잃었고, 이제는 판매
원까지 잃고 있다. 제도를 다시 들여다보아
할 때가 됐다라는 말이다. 산업이 존재하는 이
유는 기업만이 아니라 그 안에서 경제활동
을 하는 수많은 개인에게 기회를 제공하는
데 있다. 그 기회가 사라진 시장은 지속가능
성을 기대하기 어렵다.

더 큰 문제는 경쟁 구조다. 현재 시장은
암웨이, 뉴스킨, 허벌라이프 등 초기 선점 기
업과 이후 성장한 일부 기업에 매출이 집중
되고 있다. 반면 후발 기업은 시장에 진입해
도 차별화할 방법이 거의 없다. 건강기능식
품과 화장품 중심의 제품은 대부분 비슷하
고, 보상체계 역시 법이 사실상 획일화하고
있기 때문이다. 경쟁해야 할 요소가 모두 묵

여 있으니 결국 브랜드와 기존 조직 규모가
승패를 좌우한다. 소비자를 보호하려던 규제
가 결과적으로 기존 강자의 지위를 더욱 공
고히 하는 역설로 나타난 것이다.

대한민국은 근로자의 생계를 보장하기 위
해 최저임금이라는 ‘하한선’을 둔다. 그런데
다단계판매에서는 판매원의 소득을 결정하
는 후원수당에 ‘상한선’을 둔다. 과연 국가가
기업 간 경쟁 방식과 개인의 소득 기회까지
법으로 제한하는 것이 오늘날에도 가장 적
절한 규제 방식인가.

정부가 막아야 할 것은 높은 후원수당 자
체가 아니다. 허위 수익 광고와 과장된 성공
담, 불법 모집, 소비자 기만이다. 기업이 어
떤 보상체계를 선택하든 그것이 투명하게
공개되고, 약속대로 지급되며, 실제 판매를
기반으로 운영된다면 시장의 선택에 맡길
영역도 분명 존재한다. 규제의 초점은 ‘얼마
를 지급하느냐’가 아니라 ‘어떻게 모집하고
얼마나 투명하게 운영하느냐’에 맞춰야 한
다.

일부 국가는 기업이 자율적으로 보상체계
를 신고하고, 신고한 내용을 지키지 않을 경
우 엄격히 제재하는 방식을 운영한다. 우리
가 해외 제도를 그대로 도입할 필요는 없지
만, 규제의 방향이 사전 통제에서 사후 책임
과 투명성으로 이동하고 있다는 점은 주목
할 필요가 있다.

방문판매법은 지난 30년 동안 소비자를
보호하는 데 큰 역할을 했다. 이제는 그 성
과 위에서 한 걸음 더 나아가야 한다. 소비
자를 보호하면서도 기업이 혁신하고, 후발
업체와 경쟁하며, 판매원이 더 많은 소득 기
회를 얻을 수 있는 제도로 진화해야 한다.
소비자 보호와 산업 발전은 선택의 문제가
아니다. 이제 대한민국 방문판매법도 보호의
시대를 넘어 경쟁과 성장의 시대를 준비해
야 할 때가 됐다.



기사의 이해를 돕기 위해 시로 생성한 이미지

남아공은 2026년 4월 소비자
보호법 개정 규정을 통해 원치 않
는 직접마케팅을 줄이기 위한 옵
트아웃 등록제 도입을 공표했다.
2026년 7월부터는 직접마케팅 사
업자 등록과 소비자 등록 절차가
시작됐다. 소비자는 특정 사업자
또는 전체 업계의 마케팅 연락을
차단할 수 있고, 직접마케팅 사업
자는 소비자의 거부 의사를 반영
해 마케팅 목록을 관리해야 한다.
이 조치는 다단계판매 구조 자
체를 직접 겨냥한 규제는 아니다.
그러나 다단계판매업체가 전화,
문자, 이메일, SNS, 리드 리스트
등을 활용해 제품 판매나 사업자
모집을 진행하는 경우에는 직접
적인 영향을 받을 수 있다. 특히

판매원 네트워크를 통해 소비자
와 반복적으로 접촉하는 직접판
매업체 특성상, 남아공의 옵트아
웃 제도는 향후 모집·판매 방식
의 준법 관리 부담을 높이는 요인
이 될 수 있다.

**인도네시아·말레이시아도 직
접판매 관리 강화 흐름**
인도네시아는 FTC 발표보다
앞선 2026년 1월 직접판매 규제
를 강화했다.
인도네시아 현지 매체 메트로
TV뉴스(MetroTVNews)에 따르
면 인도네시아 무역부가 다단계
마케팅, 즉 MLM 제품을 온라인
쇼핑몰 또는 전자상거래 시스템
기반 무역 플랫폼, 이커머스 등을

통해 판매하는 것을 금지했다.
인도네시아 무역부 국내무역국
장 이크발 쇼판 쇼프완은 “MLM
제품 판매는 무역 분야 규정에서
별도로 관리되는 거래 모델이기
때문에 디지털 플랫폼을 통한 일
반 소매 거래와 동일하게 볼 수
없다”고 말했다.
인도네시아 정부는 PP No.3/2026
을 통해 직접판매업체의 사업장
주소 검증, 실제 운영 기반, 소비
자보호 감독을 강화했다. 관련 해
설에 따르면 직접판매업체는 가
상오피스나 단순 공유오피스에
기대기보다 실질적인 운영 공간
을 갖춰야 하며, 판매 절차와 마
케팅 방식, 보상 구조, 소비자 불
만 처리 체계도 더 엄격히 점검해
야 한다.
말레이시아도 직접판매와 피라
미드 방지 규정 개정을 준비 중이
다. 말레이시아 국내거래·생활비
부(물가·생활품 가격·소비자 부
담·유통시장 안정 등을 관리하는
기관)는 2025년 직접판매 및 피
라미드방지법 개정을 추진한다
고 밝힌 바 있다. 개정 취지는 소
비자와 합법적인 판매원을 보호
하고, 문제성 업체로 인해 피해가
발생하지 않도록 하기 위한 것이
다. 2026년 6월 전후 확정 개정이
확인되는 단계는 아니지만, 말레
이시아 역시 직접판매 시장에 대

한 제도 개선 필요성을 인식하고
있다는 점에서 주목할 필요가 있
다.
FTC, 수익 주장 문제 정조준
세계적인 다단계 규제 기조를
추발한 미국 FTC는 지난 4월 미
국 내 다단계판매업체에 대한 제
재를 강화한다고 밝힌 바 있다.
FTC가 문제 삼은 핵심은 제품 자
체보다 사업 기회 홍보 과정에서
사용된 수익 표현이었다. 일부 참
여자의 성공 사례나 높은 수익 가
능성을 앞세워 신규 참여자를 모
집하는 방식이 실제 평균 참여자
의 현실을 제대로 반영하지 못했
다는 것이다.
특히 “누구나 수익을 낼 수 있
다”, “부업으로 안정적인 소득을
얻을 수 있다”, “노력하면 고소득
이 가능하다”는 식의 표현은 실제
참여자 다수의 수익 자료를 뒷받
침되지 않으면 규제 리스크가 될
수 있다.
FTC는 MLM과 사업기회 광고
에서 사용되는 수익 표현을 규제
하기 위한 새로운 규칙과 기존 사
업기회 규칙 개정을 추진해 왔다.
이는 단순한 사후 제재를 넘어 수
익 주장 자체를 제도적으로 관리
하려는 흐름으로 볼 수 있다.
공병현 기자
mknews@mknews.co.kr

1면에 이어→ 기획 - 건강기능식품 시장의 새 질서 (下)

기능성 경쟁력으로 바뀐 성장 공식

같은 개별인정형 안에서도 희
비는 극명하게 갈렸다. 작약추출
물등복합물(HT074)은 지난해 판
매실적 421억 원을 기록하며 전
년 대비 4.577% 성장했고, 과채유
래유산균(L. plantarum CJLP133)
은 129.0%, 프로바이오틱스복합
물(HY7601·KY1032)은 36.1% 증
가했다. 반면 자일로올리고당분
말은 59.9%, 황기추출물등복합물
(HT042)은 25.3%, 헤모ହି당귀등
혼합추출물은 14.7% 감소했다.
최근 시장의 선택은 달랐다.
개별인정형이 과거에는 독점 원
료 자체가 경쟁력이었다면 지금
은 소비자가 기능성을 쉽게 이해
하고, 필요성을 공감하며, 변화를
체감할 수 있는지가 더욱 중요한
경쟁 요소가 되고 있다.

**새로운 질서에서 살아남는
혁신의 조건**
그동안 시장은 차별화된 기능

성을 인정받은 독점 원료를 앞세
워 성장해 왔다. 특히 헤모힘으로
대표되는 국산 개별인정형 원료
는 국내 직접판매업체가 건강기
능식품 시장을 확대하는 데 중요
한 역할을 했다. 연구개발을 통한
차별화가 곧 기업 경쟁력이라는
공식을 만든 것도 개별인정형이
었다.
하지만 이제 독점 원료를 보유
했다는 사실만으로는 소비자의
선택을 이끌기 어려워졌다. 기능
성에 대한 과학적 근거는 물론 소
비자가 쉽게 이해하고 공감할 수
있는 가치까지 함께 제시해야 하
는 시대다.
실제로 최근 성장세를 보이는
원료들은 시장이 어떤 혁신을 원
하는지 분명한 방향을 제시하고
있다.
지나해 생산실적에서 가장
눈에 띤 작약추출물등복합물
(HT074)은 관절·근력 건강에 대

한 관심이 높아진 흐름과 맞물리
며 전년 대비 4.500%가 넘는 업
적난 성장률을 기록했다.
과채유래유산균(L. plantarum
CJLP133) 역시 면역과 장 건강,
피부 건강을 아우르는 기능성을
앞세워 빠르게 시장을 넓히고 있
으며, HY7601·KY1032 프로바이
오틱스 복합물은 체지방 감소 기
능성을 기반으로 꾸준한 성장세
를 이어가고 있다. 인지 건강을
대표하는 포스파티딜세린 역시
초고령사회 진입과 함께 새로운
성장축으로 자리매김하는 모습이
다.
이들 원료의 공통점은 새로운
원료가 아니라는 것이다. 오히려
소비자가 실제로 체감하는 건강
고민을 해결하는 데 초점을 맞췄
다. 근력 저하와 관절 건강, 기억
력 관리, 장 건강, 체중 관리처럼
삶의 질과 직결되는 분야에서 기
능성을 입증한 원료들이 시장의

선택을 받고 있는 것이다.
개별인정형 시장이 다시 도약
하기 위해서는 시장을 선도할 수
있는 새로운 대표 성공 사례가 필
요하다. 이를 위해서는 단순히 새
로운 원료를 개발하는 데 그치지
않고, 국내 천연물과 바이오 기술
을 기반으로 한 차세대 토종 기능
성 원료를 지속적으로 발굴하고
사업화하는 노력이 뒷받침돼야
한다.
헤모힘이 국내 직접판매 시장
에서 개별인정형 시대의 문을 열
었다면 이제는 또 다른 국산 혁신
원료가 그 바통을 이어받아야 할
시점이다. 개별인정형의 다음 성
장은 연구실에서 출발하지만, 결
국 소비자의 선택을 받을 수 있는
기능성과 신뢰를 갖출 때 비로소
완성될 것이다.
최민호 기자
mknews@mknews.co.kr



“한국이 유독 심하지”
업계 관계자는 최근 다른 나라들의 다단계판매 규제 강화를 보며 그럼에도 한국이 더
심한 것 같다며...

“누가 그 많은 물량을 던지는지 대충 알잖아?”
상위 업체들이 매출 방어를 위해 대량으로 물건을 구매하듯 온라인에 싸게 재판매하는
상위 리더들은 눈감아 주고 있다며...

“쉬는것도 힘들던데”
업계의 한 관계자는 직장을 쉬면서 좋기만 할줄 알았지만, 아무것도 안하니 더 힘들게
느껴진다며...

직판조합, 2026년도 제2차 회원사 임직원 역량 강화 교육

하반기 국내외 경제 전망 특강 진행



직접판매공제조합(이사장 배수정, 이하 조합)은 지난 6월 24일 서울 삼성동 메디톡스 비즈니스센터에서 '2026년도 제2차 회원사 임직원 역량 강화 교육'을 개최했다.

이번 교육은 회원사 임직원의 전문성 제고와 산업 및 경제 환경에 대한 이해도를 높이기 위해 마련되었으며, 건강기능식품 정책 방향과 하반기 국내외 경제 전망을 주제로 강의를 진행됐다.

1부에서는 식품의약품안전처 김양수 사무관이 건강기능식품의 관리 체계 및 정책 방향을 안내하고, 최근 시

리만코리아, '아랄리아다이올' 한·미 화장품 원료 등재

모발 성장부터 항노화까지 폭넓은 활용 가능성 확인



(주)리만코리아(대표이사 강영제)의 R&D 전문기업 에스크랩스는 자사 독점 품종인 '자이언트 병풀'에서 규명한 신규 성분 '아랄리아다이올(Aralialdiol)'이 대한화장품협회와 미국 퍼스널케어제품협회(PCPC)에 공식 화장품 원료로 등재됐다고 밝혔다.

아랄리아다이올은 두름에서 최초 발견된 화합물로, 에스크랩스는 자이언트 병풀에 해당 성분이 풍부하게 함유돼 있음을 확인하고 피부 및 인체 건강 관련 효능을 연구해 왔다.

연구 결과 아랄리아다이올은 모발 성장, 항염, 항노화, 항산화 및 세포 보호 등 다양한 피부 관

나투라비탈리스, 건강기능식품 퀵리스트 등록

품질 신뢰도 강화...객관적 검증 시스템 앞세워 시장 공략



나투라비탈리스코리아(유)(대표 최민근, 이하 나투라비탈리스)가 국내 시장에 선보인 건강기능식품 전 품목에 대해 독일 쾰른리스트(Köln Liste®) 등록을 완료하며 품질 경쟁력 강화에 나섰다.

회사 측은 최근 공식 출시한 제품 8종 전 품목이 쾰른리스트 등록을 마쳤다고 밝혔다. 특히 독일 본 제품들이 아닌 국내 소비자가 실제 구매하는 한글 라벨 제품 기준으로 등록이 이뤄졌다는 점에서 의미가 크다는 설명이다.

쾰른리스트는 독일에서 운영되는 국제 도핑 예방 프로그램으로 건강기능식품 및 스포츠 영양 제품을 대상으로 도핑 관련 물질 검사를 실시하고 등록 정보를 공개하고 있다. 스포츠 선수와 관계자들이 제품 선택 시 참고하는 대표적인 검증 시스템 가운데 하나로 평가받고 있다.

최근 건강기능식품 시장은 원료와 함량 중심의 경쟁에서 벗어나 제조 공정과 품질관리 체계, 객

양조합-공정위
‘불법 피라미드 피해예방 캠페인’



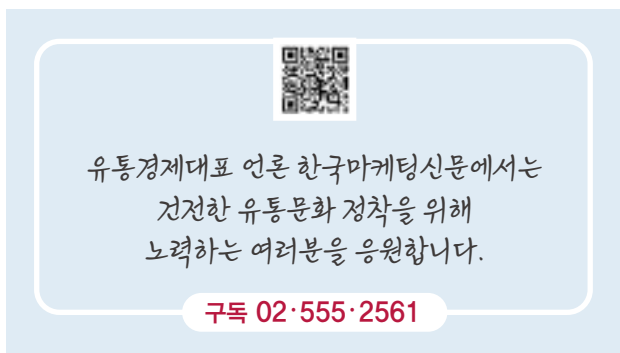
한국특수판매공제조합(이사장 정병하, 이하 특판조합)은 직접판매공제조합(이사장 배수정, 이하 직판조합), 공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 공정위)와 함께 대국민 대상 불법 피라미드 피해 예방 캠페인을 6월 29일부터 7월 28일까지 진행한다고 밝혔다.

이번 홍보는 공정위의 홍보 웹툰을 활용하여 1개월간 서울 강남권 주요 지하철역 및 버스 매체를 중심으로 진행한다. 특히 메시지 전달 효과를 높이기 위해 삼성역, 선릉역, 역삼역 등 유동인구가 많은 주요 거점에 집중하여 진행된다.

해당 홍보물은 공정위와 홍보 웹툰 이미지를 서울 강남권 지하철역 및 버스 광고 매체에 맞게 재구성하여 제작됐다. 홍보물에는 “미등록 다단계판매는 불법 피라미드! 확인하고 신고하면 피해 막을 수 있습니다.”라는 문구와 함께 공정위, 특판조합, 직판조합 등 관계 기관 로고를 표기했으며, 힐링곰 캐릭터 이미지를 활용하여 시민들이 미등록 다단계판매와 불법 피라미드에 대한 주의 필요성을 쉽고 직관적으로 인식할 수 있도록 구성했다.

미등록 불법 피라미드 업체와 달리 합법적인 다단계판매업체는 의무적으로 공제조합과의 공제계약 등 소비자 피해보상보험에 가입해야 하며, 불법 피라미드로 인한 피해를 예방하기 위해서는 반드시 관계기관인 특판조합·직판조합·공정위를 통해 등록 여부를 확인할 필요가 있다.

전재범 기자
mknews@mknews.co.kr



전재범 기자의 목요일 오후

분열의 나라, 대한민국



필자에게는 좀처럼 와닿지 않는 단어가 있다. 바로 ‘분열’이다. 아직 세상을 오래 살아본 것은 아니지만, 살아오면서 분열이라는 단어를 실감할 일은 많지 않았다.

하지만 최근 많은 사건들이 벌어지면서 분열이란 것을 실감하고 있다. 대표적으로 대한민국 여당과 야당이다. 대한민국 정부가 수립된 이후 여당과 야당은 한 차례도 쉬지 않고 싸우고 있다. 물론 그 싸움이 분열은 아니다. 어디까지나 국민들의 이득을 위해 싸우는 것이 정치이기 때문이다.

그러나 2010년대를 거치면서 그 싸움이 변질되었고, 현재는 싸움의 수준으로 국한되지 않는 것 같다. 국민의 이익보다 정파적 이해관계가 앞서는 모습은 정치 본연의 역할과 거리가 있어 보인다. 최근 모 교수가 한 토크 영상에서 “국민들의 이익과 권리를 위해서 양당이 머리채를 잡고 싸우는 것이 정치”라며 “자기들끼리 먹고 싸우고 있는데 이게 어떻게 정치냐”라고 말하며 화제가 됐다. 특히 지금 여당과 야당이 서로 싸우는 것도 모자라서, 각 정당 내부에서도 분열의 조짐이 나타나고 있다.

사실 이러한 분열은 우리 사회에 갑자기 나타난 현상이 아니다. 조금 과장하자면 대한민국이 아니라 한반도의 오랜 습관에 가깝다. 조선 시대만 들여다봐도 그렇다.

조선은 유교를 국가 운영의 근본으로 삼은 나라였다. 그러나 모두가 같은 유교를 공부했다고 해서 같은 생각을 한 것은 아니었다. 오히려 학문과 정치가 밀접하게 연결되어 있었기 때문에 작은 견해 차이도 거대한 정치적 갈등으로 번졌다. 조선 중기 선조 시기에 등장한 동인과 서인의 분열은 그 대표적인 사례다.

동인과 서인의 시작은 의외로 거창하지 않았다. 당시 사람 세력의

대표 인물이었던 김효원과 심의겸의 인사 문제를 둘러싼 갈등이 발단이었다. 김효원을 지지하던 세력은 동인, 심의겸을 지지하던 세력은 서인으로 불리게 됐다. 처음에는 단순한 정치적 견해 차이였지만 시간이 흐르면서 학맥과 지역, 인맥까지 얽히며 거대한 세력 대결로 발전했다.

문제는 여기서 끝나지 않았다. 동인은 다시 남인과 북인으로 갈라졌다. 정여립 사건과 정철 처벌 문제를 놓고 강경파와 온건파가 충돌한 결과였다. 같은 동인 안에서도 생각이 다르다는 이유로 서로를 공격하기 시작한 것이다. 북인은 남인을 믿지 못했고, 남인은 북인을 경계했다. 결국 상대 세력을 견제하고 배제하는 것이 정치의 중심이 되어 버렸다.

이후 조선의 정치는 분열의 역사가 됐다. 북인과 남인이 싸우고, 서인은 다시 노론과 소론으로 갈라졌다. 노론 안에서도 벽파와 시파가 등장했다. 국가의 미래를 놓고 벌어지는 생산적인 논쟁도 있었지만 상당수는 권력과 주도권을 둘러싼 다툼이었다. 한번 갈라진 세력은 다시 합쳐지기보다 더 잘게 쪼개졌다.

흥미로운 점은 분열이 반복될수록 상대를 설득하는 문화는 사라지고 상대를 제거하려는 문화가 강해졌다는 것이다. 내가 틀릴 수도 있다는 가능성보다 상대가 반드시 틀렸다는 확신이 앞섰다. 조선 후기의 수많은 정치적 혼란과 한국, 속청 역시 이런 분위기 속에서 나타났다. 나라를 걱정하는 마음으로 시작된 논쟁이 결국 상대를 인정하지 않는 대립으로 변질된 셈이다.

물론 조선의 봉당정치를 무조건 부정적으로만 볼 필요는 없다. 서로 다른 의견이 존재했다는 것은 그만큼 다양한 목소리가 있었다는 뜻이기도 하다. 문제는 의견의 차이가 존재하는 것 자체가 아니라 그 차이

를 어떻게 다루느냐에 있다. 상대를 경쟁자가 아닌 적으로 보기 시작하는 순간, 논쟁은 토론이 아니라 전쟁이 된다.

그리고 어쩌면 우리는 지금도 크게 다르지 않은 모습을 반복하고 있는 지 모른다. 정치권에서 벌어지는 진영 대립은 물론이고, 인터넷 공간과 유튜브, 심지어 가족과 친구 사이에서도 같은 현상이 나타난다. 생각이 다르다는 이유로 관계를 끊고, 상대의 말을 듣지 않은 채 자기 편의 주장만 소비한다. 시대는 바뀌었지만, 분열의 방식은 놀라울 정도로 닮아 있다.

그렇다면 이러한 분열은 정치권만의 문제일까. 안타깝게도 그렇지 않다. 필자가 몸담고 있는 직접판매 업계 역시 크고 작은 분열의 역사를 반복해 왔다. 사업자 조직 간 갈등과 이합집산은 지금도 업계 곳곳에서 벌어지고 있다. 하나의 조직이 성장 과정에서 갈라지고, 새로운 회사에서 다시 조직을 구축한 뒤 또 다시 분열을 겪는 사례도 적지 않다.

이뿐일까? 분열은 사업자 조직에서만 발생하는 것이 아니다. 때로는 경영진 사이의 갈등이 수면 위로 드러나기도 한다. 경영진들의 분열은 곧장 사업자들의 피해로 이어질 수 있기 때문에 더욱 조심해야 한다.

분열은 언제나 사소한 차이에서 시작된다. 문제는 그 차이를 어떻게 받아들이느냐다. 조선의 봉당정치가 남긴 교훈도, 오늘날 정치권의 갈등이 보여주는 모습도 결국 같은 이야기다. 생각이 다르다는 이유만으로 상대를 적으로 규정하는 순간 분열은 시작된다. 직접판매업계 역시 마찬가지다. 경쟁은 산업을 성장시키지만 분열은 산업을 약하게 만든다. 지금 우리 모두에게 필요한 것은 더 많은 편 가르기가 아니라, 서로 다른 목소리를 인정할 수 있는 여유가 아닐까.

코웨이, 유구공장에 태양광 발전소 증설

‘2050 넷제로’ 탄소중립 이행 속도



베스트 라이프 솔루션 기업 코웨이(주)(대표 서장원)가 충남 공주시 유구공장에 신규 태양광 발전소를 준공하며 ESG 환경경영 실천과 탄소중립 이행에 속도를 높였다.

코웨이는 유구공장 야외 주차장 유휴부지를 활용해 532kWp 규모의 ‘태양광 발전소 003’을 증설하고 본격적인 가동에 들어갔다고 밝혔다.

이번에 증설된 태양광 발전소 003은 주차장 상부에 그늘막 형태의 구조물을 조성하는 방식으로 대지 효율성을 극대화했다. 태양광 패널을 활용한 친환경 에너지 생산과 함께, 차량을 햇빛과 우천으로부터 보호하는 차광막 기능을 갖춰 여름철 차량 보호 및 주차장 열섬현상 완화 등 임직원 복지 환경 개

선에도 기여할 것으로 기대된다.

코웨이는 이번 설비를 자가소비형으로 운영해 생산 전력을 공장 운영에 활용할 계획이다. 이를 통해 연간 약 680MWh의 재생에너지를 생산하고 약 320톤의 온실가스(tCO₂)를 추가 감축할 것으로 예상된다. 이는 소나무 약 5만 그루를 식재한 것과 맞먹는 효과다.

이번 신규 발전소 준공으로 코웨이 전체 사업장의 연간 태양광 발전량은 2025년 기준 2,310MWh에서 2027년부터 2,990MWh로 약 29% 증가할 전망이다.

코웨이는 기후변화 대응과 탄소중립 실현을 위해 사업장 내 유휴부지를 활용한 친환경 에너지 인프라 구축을 지속적으로 추진해왔다. 현재 유구공장, 유구물류센터 사무동, 인천공장, 포천공장 등 주요 사업장 옥상에 자가소비형 태양광 설비를 운영하고 있으며, 유구물류센터와 자회사 비렉스테크에서는 상업용 태양광 발전 설비를 가동 중이다. 유구물류센터와 비렉스테크에서 생산된 전력은 전량 한국전력에 판매

하고 있으며, 이를 통해 확보한 신재생 에너지공급인증서(REC)를 재생에너지 사용 실적으로 전환해 온실가스 감축 실적에 반영하고 있다.

이번 유구공장 신규 설비 역시 2025년 ESG위원회 의결을 거쳐 추진된 전사적 환경경영 로드맵의 일환이다. 코웨이는 ESG 경영의 핵심 과제로 2023년 기준 약 1만 8,000톤 수준이었던 사업장 온실가스 배출량을 2033년까지 50% 감축하고, 2050년까지 100% 감축하는 넷제로(Net-Zero) 달성을 목표로 하고 있다. 이를 위해 재생에너지 확대와 온실가스 감축 투자를 꾸준히 늘려 나감 방침이다.

코웨이 관계자는 “이번 유구공장 태양광 발전소 증설은 사업장 내 유휴공간을 무한한 친환경 에너지원으로 전환해 기후변화에 선제적으로 대응하겠다는 ESG 실천 의지의 결과물”이라며 “앞으로도 2050 넷제로 달성을 위해 재생에너지 도입과 온실가스 감축 활동을 강화하고 지속가능한 성장 기반을 마련해 나가겠다”고 말했다.

최민호 기자 mknews@mknews.co.kr

hy, 보건복지부와 ‘사회적 고립 예방’ 업무협약

사회적 고립 위험군 선제적 발굴 지원

(주)hy(대표이사 변경규)는 보건복지부와 사회적 고립 예방을 위한 업무협약(MOU)을 맺었다고 밝혔다. 지역사회 내 고독사와 사회적 고립 위험군을 선제적으로 발굴하고 지원하기 위해 협력체계를 구축하는 차원이다. 협약식은 지난 6월 29일 대한상공회의소에서 변경규 hy 대표이사과 정은경 보건복지부 장관 등 주요 관계자가 참석한 가운데 진행됐다.

보건복지부가 발표한 ‘2024년도 고독사 발생 실태조사’에 따르면 지난해 고독사 사망자는 3,924명으로 전년(3,661명)보다 7.2% 증가했다. 같은 기간 전국 1인 가구 비중도 35.5%에서 36.1%로 확대됐으며, 19세 이상 국민의 33%는 도움이 필요할 때 도움을 받을 곳이 없는 고립상태를 경험한 것으로 나타났다.

고립 상태에 놓인 사람들은 필요한 지원을 직접 요청하지 않거나 외부와



의 접촉이 적어 위기 상황을 조기에 파악하기 어렵다. 이에 정부는 관련 사업의 실효성을 높이기 위해 민관 협력 체계를 확대 중이다. 생활 현장에서 정기적으로 주민을 만나는 민간과 공공 복지서비스를 연계하면 취약계층을 조기에 발굴하고 필요한 지원으로 이어질 수 있다.

이번 협약에 따라 hy는 전국 약 1만 1,000명의 프렌시 매니저 네트워크를 활용해 취약가구의 안부를 확인하고

고립 위험군을 발굴한다. 건강검료 정기 배달 과정에서 위기 징후를 살피고, 필요시 공적 복지체계와 연계한 지원이 이뤄질 수 있도록 협력한다. 활동 중에 발견한 위기 징후는 보건복지부 모바일 서비스 ‘복지위 기알림’을 통해 신고할 수 있다.

또한 hy는 사회적 고립 예방에 대한 국민 인식 확산에도 나선다. 자사 제품 리플렛 등 다양한 고객 접

점을 활용해 보건복지부의 관련 사업과 캠페인을 알리고 예방 문화 확산을 위한 홍보 활동을 추진할 계획이다.

변경규 hy 대표이사는 “안부확인을 통해 주변의 어려운 이웃을 살피는 역할을 맡게 되어 책임감이 크다”며 “보건복지부와 긴밀히 협력해 사회적 고립 예방과 고독사 위험가구 발굴에 최선을 다하겠다”고 말했다.

공병현 기자

mknews@mknews.co.kr

에스트라, 더마케어 최신허구 학술교류

글로벌 피부과 학회서 피부장벽 손상과 노화 연관성 연구 발표

(주)아모레퍼시픽(대표이사 서경배, 김승환)의 정통 더마 브랜드 에스트라(AESTURA)가 지난 6월 27일(현지시간), 미국 뉴욕 하버드 클럽(Harvard Club of New York City)에서 열린 ‘ACAIC(Asian Clinical Aesthetic Innovations Conference) 2026’에 참가했다. 전 세계 피부과 전문의와 업계 전문가 200여 명이 참석한 이번 학회에서 에스트라는 피부 장벽 및 민감 피부 관련 연구 성과를 소개하고 글로벌 연구진과 학술 교류를 진행했다.

에스트라 미국 피부과학 자문위원회 의장인 리처드 그랜스타인 교수(웨일 코넬 의과대학 피부과)는 ‘스트레스가 피부와 염증성 피부질환에 미치는 영향’을 주제로 발표했다. 리처드 그랜스타인 교수는 다양한 연구 성과를 종합적으로 검토하며 피부-신경-면역(Skin-Neuro-Immune) 상호작용 메커니즘을 설명했다. 또한 스트레스가 말초신경계를 통해 피부 염증을 악화시킬 수 있다는 연구 결과와 함께, 화장품을 활용한 피부 진정 및 심리적 스트레스 완화 관리가 일부 염증성 피부질환 개선에 도움을 줄 가능성을 제시한 연구 사례를 소개했다.

아모레퍼시픽 R&I센터 박원석 선형



뷰티연구소장은 ‘유해 환경이 피부 장벽에 미치는 영향’을 주제로 발표했다. 박 소장은 유해 환경(에스포좀)에 의한 장벽 손상이 노화를 촉진하는 핵심 원인임을 밝히고, 피부 장벽의 건강한 기능 회복을 위한 연구 성과를 소개했다. 또한 스트레스성 피부 장벽 손상을 개선하는 ‘하이드록시다이제인(Hydroxydaidein)’과 복합 자극으로부터 피부를 보호하는 ‘녹차 유래 에피카테킨(Epicatechin)’의 효능을 새롭게 공개했다. 아울러 각질층의 지질 구조를 정교하게 모사한 독자기술 고밀도 ‘더마온(DermaON®)’의 상용화 성과를 소개하며 ‘피부 장벽의 기능 복원’이라는 글로벌 더마 케어의 새로운 방향성

을 제시했다.

에스트라는 ACAIC 2026 공식 후원사로 참여해 글로벌 피부과 전문의와 업계 전문가를 대상으로 전시 공간을 운영하고, 다양한 발표 및 온·오프라인 커뮤니케이션 프로그램을 진행했다. 또한 아모레퍼시픽의 기술 비전인 ‘홀리스틱 롱제비티 솔루션(Holistic Longevity Solution)’을 바탕으로 외부 자극에 대응해 피부의 방어와 회복을 통합적으로 강화하는 연구 방향성을 공유했다. 이를 통해 피부과학 기반 연구 역할을 바탕으로 미국 시장에서 더마 브랜드로서의 입지를 더욱 공고히 했다.

에스트라 브랜드 관계자는 “글로벌 피부과 전문의와 업계 전문가가 참여하는 학술 플랫폼에서 에스트라의 피부 장벽 연구 역량을 소개할 수 있어 뜻깊게 생각한다”며 “앞으로도 글로벌 학술 무대에서 연구 기술 경쟁력을 지속적으로 알리고, 피부 장벽 보호 손상의 원인을 깊이 이해해 건강한 기능 회복을 돕는 피부과학 기반 더마 브랜드로서 신뢰를 더욱 강화해 나가겠다”고 밝혔다.

최민호 기자

mknews@mknews.co.kr

LG생활건강-환경재단, ‘그린 시네마 피크닉’ 개최

업사이클링 체험·비건 푸드 등 ‘친환경 가치’ 공유

(주)LG생활건강(대표이사 이선주)의 토탈 클린뷰티 브랜드 ‘비온드(BEYOND)’가 환경 전문 공익재단 ‘환경재단’과 함께 친환경 가치를 공유할 수 있는 한강공원 야외 영화제를 개최했다.

지난 6월 23일 LG생활건강과 환경재단은 서울 여의도 한강공원에서 서울 국제환경영화제의 단편 모음집을 상영하는 ‘그린 시네마 피크닉’을 개최했다. 이번 행사는 한강에서 영화 상영과 함께 피크닉을 즐길 수 있도록 음악 감상과 업사이클링 체험, 비건 푸드 등을 한 자리에서 경험할 수 있도록 기획됐다.

‘그린 시네마 피크닉’ 참가자들은 한강을 배경으로 환경을 주제로 한 국내·외 단편 영화들을 감상하며 기후변화와 생태계 보전 등 다양한 환경 이슈에 공감하는 시간을 가졌다.

LG생활건강과 환경재단은 특히 한강공원 잔디광장을 피크닉 공간으로 꾸미고 영화와 음악을 매개로 자원 순환과 지속 가능한 소비 등 친환경 가치를 시민들과 공유하는 프로그램도 마



련했다. LP 음악을 들으며 휴식을 취하는 ‘LP스테이션’을 운영하고, 비온드의 세 가지 시그니처 향과 재활용지를 활용한 향기 주머니 만들기, 업사이클링 양말목을 활용한 키링·실반지 만들기 등 오감으로 즐길 수 있는 체험형 콘텐츠를 선보였다.

LG생활건강은 화장품 공병을 지참한 방문객들에게 비온드의 베스트셀러 ‘딤 모이스처 크림 바디워시’와 ‘딤 모이스처 스무딩 바디에멀전’(각 150ml)을 교환, 증정하는 공병 수거 캠페인도 진행했다.

현장 이벤트 참여자 중 선착순 300명에게는 비건 푸드를 제공해 친환경 식문화에 대한 관심도 함께 높였다.

LG생활건강 담당자는 “서울을 대표하는 도심 속 자연 공간인 한강공원에서 비온드의 친환경 가치를 소비자와 함께 나누기 위해 기획한 행사”라며 “비온드의 감성적인 브랜드 경험을 결합한 친환경 프로그램을 꾸준히 선보이며 고객과 함께하는 ESG 활동을 이어가겠다”고 말했다.

전재범 기자

애틀라, 중국 시장 공략 강화

다국적기업 지도자 칭다오 정상회의 참가



애틀라가 중국 정부가 주최하는 국가급 경제무역 대외 플랫폼에 참여하며 중국 시장 공략 강화에 나섰다.

애틀라 중국은 최근 중국 산둥성 칭다오에서 열린 제7회 다국적기업 지도자 칭다오 정상회의에 참가했다고 밝혔다.

이번 행사는 중국 상무부와 산둥성 인민정부가 공동 주최했으며 '다국적기업과 중국-제15차 5개년 계획을 향해 함께 혁신하고 미래로 나아가다'를 주제로 진행됐다.

애틀라 중국의 박병관 법인장은 한국계 다국적기업 대표 자격으로 초청받아 행사에 참석했다. 박 법인장은 정상회의 기간 중 '치루의 약속' 교

류회와 엔타이시 정부가 주최한 '엔타이의 약속' 교류 행사에 참석해 현지 정부 관계자와 기업 관계자들을 만나 교류했다.

'엔타이의 약속' 행사는 정상회의 기간 중 열린 주요 경제무역 홍보 행사로, 엔타이시 주요 관계자들이 참석해 디즈니와 신에너지 혁신구 등 핵심 발전 계획을 소개했다.

다국적기업 지도자 칭다오 정상회의는 중국의 대표적인 국가급 경제무역 대외 플랫폼으로 평가받는다. 주최 측에 따르면 지난 6차례 정상회의에서 총 632건의 프로젝트가 체결됐으며 투자 규모는 757억 3,000만 달러에 달했다. 이번 행사에는 44개 국가 및 지역의 357개 다국적기업이 참가했으며, 포춘 글로벌 500대 기업 105개사와 업계 선도기업 252개사가 포함됐다.

개막식에는 한중 중국 국가부주석이 참석해 고 품질 발전과 대외개방 확대 의지를 밝히고 다국적기업의 중국 내 투자 확대를 적극 지원하겠다고 강조했다.

두영준 기자
mknews@mknews.co.kr

메리케이, 글로벌 뷰티 경쟁력 입증

유로모니터 선정 세계 1위 스킨케어·색조 브랜드



메리케이가 글로벌 시장조사기관 유로모니터 인터내셔널로부터 '세계 1위 스킨케어 및 색조화장품 직접판매 브랜드'로 선정됐다. 메리케이는 이번 선정으로 4년 연속 해당 부문 1위를 유지하게 됐다.

메리케이는 6월 23일(현지시간) 발표한 자료를 통해 유로모니터가 자사를 세계 1위 스킨케어 및 색조화장품 직접판매 브랜드로 평가했다고 밝혔다.

라이언 로저스 메리케이 CEO는 "이번 성과는 전 세계 독립 뷰티 컨설턴트들의 노력과 기업가 정신, 그리고 연구개발과 첨단 기술에

대한 지속적인 투자의 결과"라며 "고성능 스킨케어 및 뷰티 솔루션을 제공하기 위한 노력이 세계 시장에서 인정받고 있다"고 말했다.

유로모니터 인터내셔널은 100여 개국을 대상으로 시장조사와 소비자 분석을 수행하는 글로벌 시장조사기관이다. 앤서니 어윈 유로모니터 인터내셔널 수석부사장은 "메리케이의 지속적인 리더십은 경쟁이 치열한 글로벌 뷰티 시장에서 일관된 가치와 품질, 시장 적합성을 제공하고 있음을 보여준다"고 평가했다.

메리케이는 최근 각종 글로벌 평가에서도 성과를 이어가고 있다. 회사에 따르면 2025

년 한 해 동안 전 세계에서 41개의 뷰티 및 산업 관련 상을 수상했으며, 포브스가 선정한 '2025 사회적 영향력 우수 브랜드' 순위에서 9위에 올랐다. 또 WWD 뷰티(Beauty Inc.)의 '2025 글로벌 뷰티 기업 톱100'에서 20위를 기록했으며, 포브스의 '2026 최고의 고객 서비스 기업' 순위에서는 2위에 선정됐다.

공병현 기자
mknews@mknews.co.kr

DSA UK, '올해의 리테일 파트너' 최종 후보 선정

더 화이트 컴퍼니, 모리스 등과 함께 올라



영국직접판매협회(DSA UK)가 영국 유통업계 권위의 시상식인 '피플 인 리테일 어워즈(People in Retail Awards) 2026'의 '올해의

리테일 파트너' 부문 최종 후보에 선정됐다.

영국직접판매협회는 이번 후보 선정이 업계의 역량과 전문성, 긍정적인 영향력을 인정받은 결과라고 평가했다. 특히 더 화이트 컴퍼니(The White Company), 모리스(Morrisons), 홀랜드 앤 바렛(Holland & Barrett), 리버티(Liberty) 등 영국 유통업계를 대표하는 기업들과 함께 이름을 올렸다는 점에서 의미를 더했다.

'올해의 리테일 파트너' 부문 최종 후보에는 로질(Logile), 올리오(OLIO), 페이퍼 스타

라이트(Paper Starlights), 영국직접판매협회(DSA), 리테일 마천다이징 서비스(Retail Merchandising Services), 시세이도(Shiseido), 톱 투 톱(Top to Toe), 트루레이팅(Tru-Rating Ltd) 등이 포함됐다.

시상식은 오는 9월 24일 영국 런던에서 열리며, 유통업계 주요 경영진과 혁신가들이 참석한 가운데 한 해 동안의 우수한 성과와 업적을 기념할 예정이다.

전재범 기자
mknews@mknews.co.kr

해외뉴스

썬라이더 '일렉트로스포츠', 방송서 여름철 제품 소개



썬라이더의 전해질 보충 음료 '일렉트로스포츠(Electro-Sport)'가 미국 뉴욕 지역 방송사 PIX11의 라이프스타일 프로그램 뉴욕 리빙(New York Living)에 소개됐다. 이번 방송은 '올여름, 건강과 아름다움을 위한 라이프스타일 필수 아이템'을 주제로 진행됐으며, 라이프스타일 전문가 발레리 그린버그(Valerie Greenberg)가 여름철 추천 웰니스 제품들을 소개했다.

방송에서는 일렉트로스포츠를 더운 날씨에 적합한 수분 보충 제품으로 소개하며, 땀으로 손실된 전해질과 미네랄을 보충할 수 있는 고농축 포물러를 갖췄다고 설명했다. 또한 운동선수와 활동량이 많은 사람들에게 적합하며, 인공색소와 첨가당을 사용하지 않은 것이 특징이라고 소개했다.

두영준 기자 mknews@mknews.co.kr

보르버크, 독일 최대 시장 유지

보르버크(Vorwerk)의 주방가전 브랜드 써머믹스(Thermomix)가 독일에서 전년 대비 26.0% 증가한 6억 100만 유로의 매출을 기록하며 가장 큰 시장 자리를 지켰다. 프랑스는 43.0% 증가한 2억 7,900만 유로, 이탈리아는 24.3% 늘어난 2억 5,100만 유로, 스페인은 25.7% 증가한 1억 4,700만 유로를 기록하는 등 주요 유럽 시장도 모두 두 자릿수 성장률을 보였다. 오스트리아는 9,700만 유로(17.6%), 포르투갈은 7,200만 유로(6.9%), 스위스는 7,100만 유로(32.1%)의 매출을 기록했다. 영국은 4,700만 유로로 17.4% 성장했으며, 튀르키예는 81.8% 증가한 3,900만 유로를 기록해 주요 시장 가운데 가장 높은 성장률을 나타냈다. 체코는 38.0% 증가한 2,800만 유로, 미국은 10.5% 증가한 2,800만 유로, 멕시코는 2,500만 유로(1.2%), 캐나다는 1,400만 유로(14.0%)를 기록했다.

두영준 기자 mknews@mknews.co.kr

링가나, 미국 시장 진출...8,500만 달러 투자



오스트리아의 프리미엄 화장품·건강기능식품 기업 링가나는 미국 버지니아주 로어노크(Roanoke)에 신규 거점을 설립하고 북미 시장 확대를 위한 기반을 마련한다고 밝혔다. 회사는 약 8,500만 달러를 투자해 현지 사업을 확대하고, 최대 435개의 신규 일자리를 창출할 계획이다. 링가나는 이번 미국 진출을 통해 화장품, 건강기능식품, 기능성 음료 등 세계 최대 규모의 시장 가운데 하나인 미국에서 사업을

본격적으로 전개할 방침이다. 오스트리아는 앞으로도 링가나의 핵심 거점으로 유지된다. 연구개발(R&D), 혁신, 주요 생산 공정은 기존 오스트리아 사업장에 집중해 품질과 신선도, 지속가능성 기준을 지속적으로 유지한다는 계획이다.

두영준 기자 mknews@mknews.co.kr

포라이프, 싱가포르 취약계층 아동 대상 사회공헌 활동



포라이프(4Life)는 싱가포르 자선단체인 '칠드런스 위싱 웰(Children's Wishing Well)'과 함께 취약계층 아동 및 청소년을 위한 사회공헌 활동을 진행했다고 밝혔다. 이번 행사는 싱가포르 사이언스 센터에서 열렸으며, 자원봉사자들은 아이들과 함께 과학과 해양 환경을 주제로 다양한 체험 프로그램에 참여했다. 참가자들은 디지털 돔 극

장에서 '오션 파라다이스(Ocean Paradise)'를 관람한 데 이어, 가상현실(VR), 몰입형 프로젝션, 해양 생태계 및 해양 보전 관련 전시물로 구성된 '원 오션(One Ocean)' 전시를 체험하며 바다 환경의 중요성을 배우는 시간을 가졌다. 칠드런스 위싱 웰은 싱가포르에서 저소득 가정의 아동과 청소년을 지원하는 비영리 자선단체다.

두영준 기자 mknews@mknews.co.kr

2026년 가을 출시

와우넷 v7.0 글로벌버전

사전계약

1+2+3

PROMOTION

프로모션

문의: 대표이사 황우상 010-8315-0425

0+

와우넷(관리시스템)은 계약 당일 사용 가능

1+

개발기간 1개월 / 월 관리비 100만원 (선불) / 보상플랜 수당 1개월 100만원

2+

2026년 가을 출시 예정인 v7.0 글로벌 원-서버 업그레이드시 200만원 (프리미엄 계약 업체 중 2026년 12월까지 업그레이드시 적용)

3+

개발비 300만원

다단계/방관/후방 신규 계약에 한하며, 전산 교체의 경우 별도 문의 바랍니다.

본 프로모션은 와우넷 v7.0 글로벌버전 출시 전까지만 한정 진행합니다.

본 계약은 선입금 방식으로 진행되며 개발 가능 커스터마이징은 제공하지 않습니다.

WWW.WOWCNS.CO.KR

Hot Item

무더위 속 피부 보습 루틴 유니시티 오아시스



히알루론산, 비타민C 담은 이너뷰티 건강기능식품

여름철 건강관리의 관심사가 수분 섭취와 체력 유지에만 머물지 않고 피부 관리로도 확장되고 있다. 강한 자외선과 높은 기온, 잦은 땀방 환경은 피부 컨디션에 영향을 주는 주요 요인으로 꼽힌다. 특히 외부 활동이 늘어나는 여름에는 피부가 쉽게 건조해지고, 자외선 노출로 인한 피부 건강 관리의 필요성도 커진다. 이처럼 계절적 요인에 따라 피부 안팎의 관리를 함께 챙기려는 소비자가 늘면서 '이너뷰티' 제품에 대한 관심도 이어지고 있다.

유니시티코리아의 '유니시티 오아시스'는 이러한 흐름에 맞춰 피부 보습과 피부 건강 관리에 초점을 맞춘 건강기능식품이다. 제품명에서 연상되는 '오아시스'처럼, 여름철 건조함과 자외선으로 지치기 쉬운 피부를 위한 데일리 관리 제품으로 소개하기에 적합하다. 단순히 바르는 화장품 중심의 관리에서 나아가, 섭취를 통해 피부 건강을 챙기는 이너뷰티 루틴이라는 점이 특징이다.

무더위와 땀방 사이, 피부 보습 관리에 주목

여름은 땀과 피지 분비가 많아 피부가 충분히 촉촉하다고 느끼기 쉽지만, 실제 생활 환경은 피부 건조를 유발할 수 있는 요소가 적지 않다.

유니시티 오아시스는 이러한 여름철 피부 관리 니즈를 겨냥한 제품으로, 히알루론산과 비타민C를 주원료로 담았다. 히알루론산은 피부 보습과 관련해 잘 알려진 성분이며, 비타민C는 항산화 관리와 함께 일상 속 건강 관리에 널리 활용되는 영양성분이다. 여름철에는 자외선 차단제나 보습제처럼 외부에서 관리하는 제품도 중요하지만, 피부 건강을 위한 영양 공급에 관심을 두는 소비자도 늘고

있다. 유니시티 오아시스는 이러한 소비자의 흐름과 맞물려 '먹는 보습 관리'라는 콘셉트로 접근할 수 있는 제품이다.

특히 스틱형 분말 제품이라는 점은 바쁜 현대인의 생활패턴과도 맞는다. 출근 전이나 외출 전, 또는 하루 중 간편하게 휴대하며 섭취할 수 있어 여름철 데일리 루틴으로 활용하기 좋다. 무더위가 이어지는 계절에는 건강관리 제품도 휴대성과 편의성이 중요한 선택 기준이 되는데, 유니시티 오아시스는 이너뷰티 제품을 처음 접하는 소비자에게도 부담 없이 소개할 수 있는 형태를 갖췄다.

이너뷰티 시장에서 주목받는 여름철 핫 아이템

최근 건강관리 트렌드는 단순한 영양 보충을 넘어 목적별 관리로 세분화되고 있다. 장 건강, 수면, 에너지, 혈당 관리처럼 특정 니즈를 겨냥한 제품이 주목받는 가운데, 피부 보습과 피부 건강을 위한 이너뷰티 제품도 꾸준히 관심을 받고 있다. 특히 여름철에는 자외선, 땀, 땀방, 야외활동 증가 등 피부에 영향을 주는 요인이 많아지는 만큼 피부 컨디션을 관리하려는 소비자 수요가 자연스럽게 높아진다.

유니시티 오아시스는 이 같은 계절적 흐름에 맞춰 소개하기 좋은 제품이다. 피부 보습이라는 명확한 콘셉트를 갖고 있으면서도 남녀 모두 일상적으로 활용할 수 있는 건강기능식품이라는 점에서 범용성이 높다. 또한 여름철 제품 소개 기사에서 흔히 등장하는 체력, 수분, 다이어트 중심의 소재와 달리 '피부 보습'이라는 차별화된 키워드를 제시할 수 있다는 점도 장점이다.

공병현 기자
mknews@mknews.co.kr

대한민국 남성을 위한 '시너지 엠 픽' 출시

식약처 기능성 인정·국내 특허 등록 원료 SHPro® 함유

글로벌 건강식품 전문기업 시너지월드와이드코리아(주)(지사장 김혜련, 이하 시너지코리아)가 전립선 건강 기능성 원료 SHPro®를 함유한 남성 건강기능식품 '시너지 엠 픽(M Peak)'을 지난 7월 1일 정식 출시했다. 6월 사전 판매를 통해 먼저 공개된 시너지 엠 픽은 평소 건강관리에 관심이 많은 남성은 물론, 가족·친구를 위한 건강 선물을 찾는 이들에게도 주목받고 있다.

시너지 엠 픽의 주원료인 SHPro®는 농촌진흥청과 국내 연구진이 공동 개발한 참당귀황기추출복합물이다. 우수농산물관리제도(GAP) 인증을 받은 국내산 참당귀와 황기를 활용한 전립선 건강 기능성 소재로, 식품의약품안전처로부터 '전립선 건강의 유지에 도움을 줄 수 있음'으로 기능성을 인정받은 개별 인정형 원료(제2024-28호)이다.

또한 한국인 남성 84명을 대상으로 한 인체적용시험에서 SHPro®를 12주간 섭취한 결과, 국제전립선증상점수(IPSS) 총점과 잔뇨감 항목에서 유의적인 개선이 확인됐다(p<0.05). 단, 인체적용시험 결과는 모든 사람에게 동일하게 적용되지 않을 수 있다.

SHPro®는 '참당귀 및 황기 조성물'로 국내 특허(제10-2861212호)에도 등록되어 있다.

시너지 엠 픽은 SHPro®를 비롯해 옥타코사



놀 함유 유지, 마그네슘, 아연, 나이아신, 비타민 B1·B2·B6, 비오틴 등 9가지 주원료를 바탕으로 전립선 건강, 지구력, 에너지 대사, 면역 기능을 아우르는 총 11가지 기능성을 갖춘 제품이다.

사전 판매에서는 식약처가 인정한 전립선 건강 기능성 원료라는 점과 국내산 참당귀·황기를 활용했다는 점이 주목받았다. 전립선 건강관리가 필요한 남성부터 체력·활력 보충이 필요한 남성까지, 하루 한 번으로 간편하게 관리할 수 있는 남성 올인원 케어 제품이라는

점도 긍정적으로 평가됐다.

한편 시너지월드와이드는 1972년 설립된 최초의 허브 캡슐화 기업 네이처스 선샤인(Nature's Sunshine)의 제품력을 잇는 글로벌 건강식품 전문기업이다. 시너지코리아는 2024년 '제23회 식품안전의 날' 식약처 표창을 수상하며 식품 산업 발전에 기여한 공로를 인정받았다.

전재범 기자
mknews@mknews.co.kr

엔잭타, 프리미엄 스킨케어 브랜드 '알파 케이 루멘' 론칭

20년 쌓 연구 기술 집약... '비움-깨움-채움-잠금' 4단계 더마 솔루션 선보여



세포 영양 전문 기업 (주)엔잭타(지사장 고도영)가 20년간 축적한 쌓 연구 노하우를 바탕으로 프리미엄 스킨케어 브랜드 '알파 케이 루멘(Alfa K Lumen)'을 공식 론칭하고 본격적인 시장 공략에 나선다고 밝혔다.

알파 케이 루멘은 '피부가 스스로 빛나는 최초의 순간을 만나다'를 브랜드 철학으로 내세운 더마 코스메틱 브랜드다. 최근 화장품 시장이 성분과 객관적 효능 데이터를 중시하는 방

향으로 재편되면서 피부 장벽의 근본적인 회복을 추구하는 소비자 수요에 맞춰 개발됐다.

브랜드명은 모든 것의 시작과 변하지 않는 가치를 의미하는 '알파(α)', 한국의 뷰티 기술을 뜻하는 'K', 피부 속에서 자연스럽게 차오르는 본연의 빛을 의미하는 '루멘(Lumen)'을 결합해 만들었다.

엔잭타는 지난 20년간 쌓 추출물의 영양학적 가치와 활용 가능성을 연구해 왔다. 이번 제품군에는 쌓 추출물을 비롯해 쌓 PDRN, 엑토인(Ectoin), 갈락토미세스 등을 핵심 성분으로 적용해 피부 기초 체력 강화에 초점을 맞췄다.

알파 케이 루멘은 피부 장벽 붕괴와 탄력 저하 문제 해결을 위해 '비움-깨움-채움-잠금'으로 구성된 4단계 바이오 아키텍처 시스템을 제안한다.

1단계 '마그넷 차콜 클렌저'는 대나무 숯 성분을 활용해 초미세먼지와 피지를 제거하고, 2단계 '갈락토 피파이닝 부스터'는 갈락토미세스발효과물을 함유해 피부결 정돈과 수

분 공급을 돕는다.

3단계 '라이스 엑토 리페어 세럼'은 쌓 PDRN과 엑토인, 세라마이드를 결합해 손상된 피부 장벽 회복과 피부 자생력 강화에 초점을 맞췄다. 4단계 '바오셀 퍼밍 크림'은 펩타이드 복합체를 함유해 피부 탄력 개선과 보습 유지 기능을 제공한다.

엔잭타는 알파 케이 루멘을 세계적인 뷰티 트렌드인 '글래스 스킨(Glass Skin)'을 구현하는 K-더마 코스메틱 브랜드로 육성한다는 계획이다. 제품은 유럽 화장품 기준에 맞춰 개발됐으며 글로벌 시장 진출도 추진할 방침이다.

엔잭타 관계자는 "알파 케이 루멘은 단순한 미용 목적의 화장품이 아닌 유해 환경으로 약해진 피부 장벽을 다시 설계하는 토털 케어 솔루션"이라며 "객관적인 임상 데이터와 과학적 근거를 바탕으로 K-더마 코스메틱의 새로운 기준을 제시해 나가겠다"고 말했다.

최민호 기자
mknews@mknews.co.kr

△THE ELYON



ELYONA 자연의 정점에서 빛나는 피부

ACE ZENITH ADVANCEDSKIN SYSTEM
에이스 제니스 앰플 / 크림 / 아이크림

엘리오나 에이스 제니스 3종(앰플, 주름개선 기능성 화장품) (주)더엘리온 www.elyon.kr 세종특별자치시 천안중앙7로 6, 2층 B204호 고객센터 044-905-8249

서울 아파트값, 4개월 만에 모두 상승

평균 매매가격 15억 8,000만...평균 전세도 8억



©게티이미지프로

6월 서울 아파트 매매 가격이 4개월 만에 25개 자치구 전역에서 상승세를 보였다. 석 달 연속 하락세를 보이던 강남구 집값마저 반등하면서, 서울 주택 시장은 고가와 중저가 할 것 없이 모두 오르는 양상이다. 전세가격도 크게 올라 올해 들어 최고 상승률을 기록했다.

KB부동산의 '6월 전국주택가격동향'에 따르면 6월(15일 기준) 서울의 아파트 매매 가격지수는 105.8(2026년 1월=100)을 기록했다. 이는 전달(104.7) 대비 1.1% 오른 값이며, 연초(100)와 비교해선 5.8% 급등한 수치다.

서울 아파트 가격은 강남구가 반등으로 돌아서면서 모든 지역에서 빠짐없이 상승했다. 앞서 1월 말 다주택자에 대한 양도소득세 중과 재개 방침이 밝혀진 이후 강남구는 하락하다가, 6월 다시 0.3% 오른세로 돌아섰다.

강북 지역의 상승세는 더 거세졌다. 6월 가장 집값이 많이 오른 곳은 동대문구(2.16%)로, 서울 전체 상승폭보다 두 배 가까이 올랐다. 이어 성북구(1.99%), 광진구(1.85%), 중구(1.8%), 강북구(1.55%) 등이 뒤를 이었다.

서울 아파트의 평균 매매가격은 15억 8,311만 원으로 전달(15억 7,120만 원) 대비 1,191만 원 올랐다. 서울 아파트 평균값은 올해 1월(15억 2,162만 원)에서 6개월 만에 6,149만 원 올라 한 달 평균 1,000만 원씩 올랐다. 6월 강북 14개구의 평균 아파트값은 11억 5,709만 원, 강남 11개구는 19억 6,655만 원을 기록했다.

서울 아파트를 순서대로 줄 세웠을 때 정확히 가운데값을 나타내는 중위 가격은 12억 5,500만 원으로, 1월(11억 2,000만 원) 대비 6개월 만에 1억 3,500만 원 올라갔다.

경기 아파트 매매가격 변동률은 전월(0.39%) 대비 오히려 크게 확대돼 0.65% 상승했다. 특히 반도체 벨트인 화성 동탄구는 한 달 새 4.16%나 급등

했다. 이에 동탄의 m²당 아파트 가격은 처음으로 1,000만 원을 넘어서 평(1평=3.3m²)당 가격이 3,313만 원을 기록했다.

한편 서울 아파트 전세가격은 한 달 전보다 1.43% 올라 올해 들어 가장 많이 올랐다. 서울 아파트의 평균 전세가격은 6억 9,619만 원을 기록해 1월(6억 6,948만 원) 대비 4% 상승했다. 특히 강남 11개구의 평균 전세가격이 8억 193만 원을 기록하며 처음 8억 원을 넘었다. 강북의 평균 전세가격은 5억 7,910만 원을 기록했다.

3분기 제조업 경기전망 '80' 회복
올해 3분기 제조업 경기 전망이 전분기보다 개선된 것으로 나타났다. 반도체 및 인공지능(AI) 인프라 관련 업종의 호조로 수출 대기업의 심리가 크게 살아난 결과다. 다만 내수 부문과 중소기업의 경기 전망은 여전히 정체 국면에 머물러 있어 온기가 고르게 퍼지지 못하는 모양새다.

대한상공회의소는 전국 2,470개 제조기업을 대상으로 조사한 '2026년 3분기 기업경기전망지수(BSI)'가 전분기(76)보다 4p 상승한 '80'으로 집계됐다고 밝혔다. BSI는 기준치인 100을 넘으면 다음 분기 경기를 전분기보다 긍정적으로 보는 기업이 많다는 뜻이고, 100 미만이면 그 반대다. 여전히 기준치에는 못 미치지만 극심한 침체에 서는 한 발짝 벗어나는 양상이다.

이번 반등은 수출 기업들이 견인했다. 부문별 지수를 살펴보면 수출기업 BSI는 전분기 70에서 3분기 86으로 16p 수직 상승했다. 반면 고물가와 내수 침체 장기화의 직격탄을 맞은 내수 기업 BSI는 전분기와 동일한 78에 그쳐 엇갈린 행보를 보였다.

업종별로는 AI 슈퍼사이클의 중심에 선 반도체 업종이 조사 대상 중 가장 높은 '113'을 기록하며 3분기 연속 기준치 100을 돌파했다. K-뷰티 열풍을

탄 화장품(100)이 뒤를 이었고, 건조한 수주 랠리를 이어가는 조선(95)도 선방했다.

특히 글로벌 빅테크(대형 정보기술 기업)들의 공격적인 AI 인프라 투자 확대 기조는 관련 부품사들에 낙수효과를 가져다준 것으로 나타났다. AI 데이터센터 서버 구축에 필수적인 고다층 회로기판, 적층세라믹콘덴서(MLCC) 등을 생산하는 전자·통신(93) 업종과 전기장비(92) 업종의 지수가 동반 상승했다. 이 가운데 전자·통신은 전 업종을 통틀어 전분기 대비 가장 가파른 상승 폭을 기록했다.

반면 계절적 비수기와 공사비 부담이 겹친 업종들은 그늘이 짙었다. 시멘트·레미콘·유리 등을 포함하는 비금속 광물(61)은 장마철 건설 수요의 급격한 감소 여파로 전 분기 대비 18p 폭락하며 최하위로 내려앉았다. 정유·석유화학(64)의 경우 전분기보다 8p 소폭 반등하긴 했으나, 중국발 저가 제품 공급과잉 우려가 지속되면서 여전히 비관적인 전망이 우세했다.

기업 규모별 양극화도 뚜렷해졌다. 중동 정세 불안으로 심리가 급격히 위축됐던 대기업(88)과 중견기업(86)은 공급망 다변화 등 선제 대응 전략을 다지며 이전 수준의 심리를 회복했다. 그러나 대외 환경 변화에 취약하고 지불능력이 떨어지는 중소기업은 전분기와 똑같은 78에 머물러 중소 제조업 현장의 온도는 여전히 싸늘한 것으로 확인됐다.

중동전쟁으로 인해 하반기 경영·운영계획에 변동이 있었는지를 묻는 말에는 응답 기업의 55.6%가 '변동 있음'이라고 답했다. 경영 계획을 수정한 기업들은 구체적인 변경사항으로 '가격·납품단가(59.3%)'와 '원부자재 조달 규모·방식(56.4%)', '운영비용(41.5%)' 등을 우선 꼽았다.

강민재 대한상의 경제정책팀장은 "제조기업 경기 전망이 호전되고 있

서울 아파트 평균값 6개월 만에 6,149만 원...한 달 평균 1,000만 원씩 올랐다

글로벌 빅테크기업의 공격적인 AI 인프라 투자 확대 기조로 관련 부품사들에 낙수효과를 가져다줘

67개 핵심점포, 납품과 영업이 정상화될 경우 800억 원대 영업이익의 실현가능

현지 업체와 협력해 해외 시장에 진출하는 방식이 K방산의 미래 수출 모델이 될 것

으나 중동 정세 불확실성에 따른 고유가·고환율 기조와 공급망 불안이 제조업 전반의 경영 부담 증가로 이어지고 있다"며 "정부는 환율 변동성 관리와 원자재 수급 안정화에 정책 역량을 집중하고, 에너지·원자재 가격 변동에 따른 기업 부담을 완화할 수 있는 지원방안을 마련해 줄 필요가 있다"고 말했다.

홈플러스 회생계획안 수정...“1조 2,000억 줄였다”

기업회생 절차를 밟고 있는 홈플러스가 회생계획안의 내용을 또다시 수정한다. 회생계획안 인가 시점이 임박한 상황에서 계획 실행을 위한 운영자금 확보에 어려움을 겪자 홈플러스의 발등에 불이 떨어진 모습이다.

홈플러스에 따르면 회사는 서울회생법원에 수정회생계획안 변경안을 제출한다. 지난해 회생절차 돌입 후 큰 틀에서 두 차례 회생계획안을 수정하는 것이다.

앞서 지난해 3월 회생절차에 돌입한 홈플러스는 그해 하반기 통매각(대형마트+슈퍼마켓 사업부) 실패 후 구조조정 및 사업부 분리 매각 등이 담긴 수정회생계획안을 제출한 바 있다.

홈플러스는 수정회생계획안 이행을 위해 올해 임직원 희망퇴직에 나섰고 점포 구조조정도 지속했다. 회사에 따르면 자연퇴사 및 구조조정을 통해 전체 인력의 50% 정도가 줄었다. 대형마트 운영 점포는 전국 126개에서 67개로 절반 가까이 감소했다. 슈퍼마켓 사업부(홈플러스 익스프레스)는 약 1,200억 원을 받고 하림그룹 계열사 NS홈쇼핑에 분리 매각했다.

홈플러스의 회생계획안 인가를 앞두고 홈플러스 측은 인력 및 점포 구조조정을 통해 회생 가능성을 높였다고 강조 하기도 했다. 회사에 따르면 인력 및 점포 구조조정으로 회생 신청 직전 대비 각종 비용이 약 1조 2,000억 원 감소했다. 67개 핵심점포로 재편된 대형마트는 납품과 영업이 정상화될 경우 800억 원대 영업이익의 실현이 가능하다는 게 홈플러스 측 주장이다.

문제는 서울회생법원이 홈플러스의 기존 수정회생계획안을 비판적으로 본다는 것이다. 서울회생법원은 수정회생계획안의 핵심인 2,000억 원 자금조달 계획을 받았다.

현 상황에서는 최대주주인 MBK과

트너스가 홈플러스에 2,000억 원의 자금을 지원하는 방안이 유일해 보인다. 주요 채권단인 메리츠금융그룹이 홈플러스가 요청한 2,000억 원 규모의 긴급 운영자금(DIP) 대출 지원을 사실상 거부했기 때문이다. MBK 김병주 회장의 연대보증과 1,000억 원 별도 지원 등이 실현되면 1,000억 원 규모 DIP 대출 지원이 가능하다는 게 메리츠 측 입장이다.

홈플러스 측은 이번 수정회생계획안 변경안에 자구노력 성과 등을 추가로 담았다고 설명했다. 회사 관계자는 “67개 핵심점포 재편 등 자구노력에 따른 사업성 개선 효과가 담겼다고 보면 될 것 같다”며 “흑자전환 이익과 폐점점포 부동산 매각대금을 재원으로 공익채권은 물론 회생채권도 전액 변제할 계획”이라고 설명했다. 이어 “이처럼 개선된 수익구조를 기반으로 M&A도 동시에 추진한다”고 덧붙였다.

폴란드가 만든 K2 전차를 해외 판매?

폴란드 정부가 현대로템과 협약을 맺고 현지에서 생산하는 ‘폴란드형 K2 전차(K2PL)’를 해외에 수출하겠다는 계획을 밝혔다.

폴란드 경제 전문지 ‘지엔니크 가제타 프라우나(Dziennik Gazeta Prawna)’는 안제이 그지프(Andrzej Grzyb) 하원 국방위원회 위원장의 발언을 인용해 폴란드 정부와 의회가 K2PL의 해외 시장 개척을 준비하고 있다고 보도했다. 보도에 따르면, 그지프 위원장은 K2PL 생산성과 공장 가동률을 유지하기 위해 정부와 의회는 해외 시장 개척이 필요하다는 결론을 내렸다.

앞서 현대로템은 작년 8월 폴란드 방산 업체 부마르와벤디와 65억 달러(약 10조 원) 규모의 ‘K2 전차 2차 이행 계약’을 맺었다. K2 전차 총 180대를 폴란드에 공급하는데, 이 중 61대를 부마르와벤디가 현대로템에서 기술을 이전받아 폴란드 현지 공장에서 생산한다는 내용이다. 그런데 폴란드 정치권이 이 공장에서 이후 생산할 K2PL을 해외로 수출하자는 결론을 내린 것이다.

폴란드가 정부 차원에서 K2PL 수출 계획을 준비하는 건 국가가 발주처가 되는 방위산업의 특성 때문이다. 발주가 끝난 후 후속 물량 생산 계획을 확보하지 못하면, 막대한 비용을 투입해 유지한 인력과 공장 설비가 유휴 상태에 빠져 큰 적자를 초래할 수 있기 때문이다. 폴란드 정부는 K2PL 수출을 위해서 ‘정부 간 계약(G2G)’ 형태로 전차를 팔 수 있도록 해 관련 절차를 간소화하는 내용의 특별법 제정도 준비하고 있다.

방산업계에서는 이처럼 한국 기업이 현지 업체와 협력해 해외 시장에 진출하는 방식이 K-방산의 미래 수출 모델이 될 것이라고 본다. EU가 유럽 내 국가가 생산하는 제품에 각종 혜택을 주는 식의 ‘방산 블록’을 형성하는 등 전세계적으로 보호무역주의가 강화하는 상황에서 이 같은 현지 협력 체계가 필수라는 것이다.

현대로템 관계자는 “폴란드 현지에서 K2PL 전차를 생산해도 결국 여러 핵심 부품들을 여전히 한국에서 조달해야 하기 때문에 K2 전차 관련 한국 기업들에는 희소식”이라며 “폴란드 주도로 K2PL이 다른 국가 시장에 진출해 신뢰성을 검증받는 등 홍보 효과로 시장이 넓어지는 효과도 있다”고 했다.

K-바이오헬스, 세계 최대 의료클러스터 TMC 진출 맥아이씨에스, FDA 인증 호흡치료기 美 첫 출하

진흥원, 텍사스 메디컬 센터·재미한인의사협회와 협약

‘HFT750U’ 글로벌 시장 공략 본격화

국내 바이오헬스 기업들의 미국 시장 진출을 지원하기 위한 현지 거점인 미국 텍사스 메디컬 센터(TMC)까지 확대된다.

한국보건산업진흥원(원장 차순도, 이하 진흥원)은 보건복지부(장관 정은경, 이하 복지부)와 함께 미국 휴스턴의 텍사스 메디컬 센터(TMC)와 재미한인의사협회 텍사스지부(KAMA Texas) 및 각각 업무협약(MOU)을 체결하고 국내 바이오헬스 기업의 글로벌 시장 진출 지원을 강화한다고 밝혔다.

이번 협약은 기존 미국 동부 보스턴 CIC(-Cambridge Innovation Center)를 중심으로 운영해온 해외 지원 거점을 미국 중부 휴스턴까지 확대하는 것으로, 세계 최대 의료·생명 과학 클러스터인 TMC를 기반으로 국내 의료 기기 및 제약·바이오 기업의 현지 정착과 사업화를 지원하는 데 목적이 있다.

협약에 따라 진흥원은 TMC Innovation Factory 입주를 지원하고, 현지 전문가 네트워크와 임상·사업화 프로그램을 연계해 국내 기업의 미국 시장 진출을 뒷받침할 계획이다. 올해는 국내 바이오헬스 기업 12개사를 대상으로 현지 입주와 네트워킹, 사업화 프로그램을 지원한다.

같은 날 협약을 체결한 재미한인의사협회 텍사스지부는 현지 의료진 네트워크를 활용



해 국내 기업과 전문의를 연결하고 진료과별 1대1 임상 자문을 제공하는 등 제품 검증과 미국 시장 진출 전략 수립을 지원할 예정이다. 협약식에는 김유라 복지부 의료기기화장품 산업과장과 정영훈 진흥원 기획이사를 비롯해 애슐리 맥페일 텍사스 메디컬 센터 대외협력·행정총괄책임자, 앤드류 리 재미한인의사협회 텍사스지부 회장, 입주기업 대표 등이 참석했다. 휴스턴시 국제 협력 관계자와 현지 의료·산업계 인사들도 함께해 국내 바이오헬스 기업의 미국 시장 진출 확대를 위한 협력 방안을 논의했다. 정영훈 진흥원 기획이사는 “이번 협약은 국

내 기업들이 미국 의료기관과 전문가 네트워크를 활용해 제품 검증과 사업화를 추진할 수 있는 기반을 마련했다는 점에서 의미가 있다”며 “앞으로도 국내 기업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 지원을 지속 확대하겠다”고 말했다. 윌리엄 F. 맥키언 텍사스 메디컬 센터 회장은 “한국은 디지털헬스와 바이오기술, 의료기기 분야에서 혁신을 이어가고 있는 글로벌 강국”이라며 “이번 협력을 통해 한국 기업들이 세계적인 연구자와 임상 네트워크를 활용할 수 있도록 지원하겠다”고 밝혔다. 최민호 기자 fmnews@fmnews.co.kr

호흡치료 전문기업 맥아이씨에스가 미국 식품 의약국(FDA) 인증을 받은 이동형 고유량 호흡치료기 ‘HFT750U(OmniOx 시리즈)’의 미국 첫 출하를 시작하며 세계 최대 호흡치료기 시장 공략에 본격적으로 나섰다.

이번 출하는 FDA 인증 제품이 미국 시장에 처음 공급된다는 점과 함께, 실제 매출이 발생하는 상업화 단계에 진입했다는 점에서 의미가 크다.

맥아이씨에스는 코로나19 팬데믹 당시 인공호흡기 ‘MTV1000’으로 FDA 긴급사용승인(EUA)을 획득하며 미국 시장에서 기술력을 인정받았다.

이후 지속적인 연구개발과 성능 검증, 품질관리 체계 고도화를 통해 이번 ‘HFT750U’의 FDA 정식 인증을 획득했다.

특히 FDA 인증 이후 미국 전역 의료 유통망을 보유한 현지 대형 파트너사와 독점 공급 계약을 체결하고 초도 물량을 확보함으로써 인증을 넘어 본격적인 시장 진출 기반을 마련했다.

‘HFT750U’는 맥아이씨에스의 호흡치료 기술이 집약된 이동형 고유량 산소치료기로, 고유량 산소 공급 기능과 가온·가습 시스템을 하나의 장비에 통합한 것이 특징이다.

별도의 대형 가습장치 없이도 환자에게 적정 온도와 습도의 호흡가스를 안정적으로 제공할 수 있으며, 이동성과 사용 편의성을 높여 일반 병동과 응급실은 물론 환자 이송과 재난 현장 등 다양한 의료 환경에서 활용이 가능하다.



맥아이씨에스는 글로벌 리콜 이후 발생한 미국 호흡치료기 시장의 공급 공백을 새로운 성장 기회로 보고 시장 확대에 속도를 낼 계획이다.

김종철 맥아이씨에스 대표는 “이번 미국 첫 출하는 글로벌 시장에서 한 단계 도약하기 위한 중요한 이정표”라며 “7월 선적과 현지 공급을 차질 없이 마무리하고, 공급 공백이 발생한 미국 시장에서 제품 경쟁력과 ‘OmniOx’ 브랜드 신뢰도를 지속적으로 높여 나가겠다”고 말했다.

전재범 기자 fmnews@fmnews.co.kr

머크 라이프사이언스, 맞춤형 바이오 전문인력 육성

인하대학교와 바이오 미래 인재 양성 위한 산학협력 체결



글로벌 과학기술 선도기업 머크 라이프사이언스는 인하대학교 첨단바이오의약학과와 바이오 산업 미래 인재 양성 및 산학협력 활성화를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다.

이번 협약식은 인천 송도에 위치한 머크 랩셀(M Lab) 콜라보레이션 센터에서 진행됐으며, 김영임 머크 라이프사이언스 프로세스 솔루션 비즈니스 대표, 박천희 머크 랩셀 콜라보레이션 센터장, 최용수 인하대학교 첨단바이오의약학과 학과장 등이 참석했다.

이번 협약은 바이오산업 성장에 맞춰 현장 역량을 갖춘 전문 인재 양성을 목표로 한다. 이를 위해 양 기관은 바이오의약품 제조공정과 생산

품질관리 분야를 중심으로 교육과 연구 협력을 강화하고, ▲산학협동 교육 프로그램 운영 ▲연구 자문 및 인적 교류 ▲바이오 제조공정 기술 및 산업 동향 공유 ▲정기 세미나 및 워크숍 개최 ▲현장 견학 프로그램 운영 ▲멘토링 및 인턴십 연계 검토 등 다양한 분야에서 협업한다.

김영임 머크 라이프사이언스 프로세스 솔루션 비즈니스 대표는 “이번 협약을 통해 학생들이 배지, 필터, 장비 등 바이오의약품 제조공정 전반에 걸친 핵심 기술과 글로벌 스탠다드를 직접 체험하고, 산업 현장에서 즉시 역량을 발휘할 수 있는 인재로 성장할 수 있도록 적극 지원하겠다”고 말했다. 이어 “머크는 송도 랩셀 콜라보레이션 센터를 거점으로 학생들에게 실질적인 기술 교육과 교류의 기회를 제공하며, 한국 바이오 생태계의 경쟁력 강화에 함께하겠다”고 덧붙였다.

최용수 인하대학교 첨단바이오의약학과 학과장은 “글로벌 바이오 기업인 머크와의 협력은 학생들에게 산업 현장을 이해하고 최신 기술을 경험할 수 있는 소중한 기회가 될 것”이라며 “이번 파트너십을 통해 산학 연계를 더욱 강화하고 실무 중심 교육을 통해 바이오 분야 인재 양성에 힘쓰겠다”고 말했다.

최민호 기자 fmnews@fmnews.co.kr



함께 만들어가는 건전한 유통문화 | 구독 02·555·2561

Since 1995

2026. No. 216

Beauty DS Showcase
라이프웨이브코리아
한국허벌라이프
엔젝타
뉴스킨코리아
덴다코리아

Wellness DS Showcase
뉴유라이프코리아
썬라이더다이렉트코리아

뉴이미지헬스사이언스코리아 박용재 대표
니오라코리아 고민주 RMD
캘러리코리아 이승아 원스글로우 그룹장

2026 여름 소비 키워드
슬림·쿨링·이너뷰티가 주도하는 여름 소비 지형도

직접판매업계, 침체 넘어 반등·시동

“한 알의 기술, 하나의 철학”
퓨처헬스코리아의 자신감 있는 브랜드 철학

2026년 여름, 피부 온도의 미학

2026 북중미 월드컵: 대륙을 가로지르는 6개의 시선

2026 Summer Item
Vehicle - SUV / Furniture / Electronics / Baby's

한미사이언스, ‘굿스파이크’ 캠페인 전개

건강한 식습관·식물성 영양 섭취 가이드 제안



이크(Good Spike)’ 캠페인을 전개한다.

이번 캠페인은 단순한 모델 협업을 넘어 영양 전문가와 함께 건강한 식습관 형성과 두유 선택 기준에 대한 올바른 정보를 제공하고, 소비자들의 건강한 일상 루틴 형성을 돕기 위해 기획됐다. 캠페인 슬로건인 ‘스파이크의 반전, 완전두유로 굿스파이크 하세요!’에는 건강한 식습관과 균형 잡힌 영양 선택을 통해 보다 건강한 일상을 만들자는 의미를 담았다.

김민지 영양사는 이번 캠페인에서 브랜드 모델 및 영양 자문으로 참여해 건강한 식생활과 식물성 영양 섭취의 중요성을 알리는 콘텐츠 개발에

함께한다.

김민지 영양사는 이른바 ‘팝스타 급식’으로 대중에게 알려진 영양 전문가로, tvN ‘유 퀴즈 온 더 블럭’, JTBC ‘한국인의 식판’ 등 방송을 통해 건강한 식문화와 단체급식의 가치를 소개해왔다.

한미사이언스는 김민지 영양사와 함께 두유 선택 기준과 영양 정보, 일상 속 건강 루틴 등 소비자들이 쉽게 실천할 수 있는 건강 콘텐츠를 선보일 예정이다.

완전두유는 이번 캠페인을 통해 소비자들에게 건강한 두유 선택 기준을 제안한다. 특히 국산콩을 사용하여 통째로 갈아 담는 전두유 공법을 적용한 제품을 중심으로 식물성 영양을 보다 균형 있게 섭취할 수 있는 방법을 소개할 계획이다.

한미사이언스 관계자는 “완전두유 굿스파이크 캠페인은 소비자들에게 단순히 제품을 소개하는 것을 넘어 건강한 식습관과 균형 잡힌 영양 섭취에 대한 올바른 기준을 전달하기 위해 기획됐다”며 “앞으로도 전문성을 기반으로 한 다양한 콘텐츠와 캠페인을 통해 소비자들이 보다 건강한 일상을 만들어갈 수 있도록 지원하겠다”고 말했다.

전재범 기자 fmnews@fmnews.co.kr

상위 10개사 중 국내 기업 4개로 늘어...판매원 수 약 695만 명

순위	업체명	총매출액	후원수당 총액	등록 판매원	후원수당 수령 판매원	후원수당 수령 판매원 비율	수령 판매원 1인당평균 후원수당	후원수당 지급률
1	한국암웨이(주)	1,101,793,855,556	365,296,191,632	792,044	304,019	38.38%	100,130원	33.15%
2	애타미(주)	797,125,781,627	276,474,050,900	2,734,939	318,808	11.66%	72,268원	34.68%
3	피엠인터내셔널코리아(유)	515,784,347,526	171,389,374,232	1,019,250	112,094	11.00%	127,415원	33.23%
4	유니시티코리아(유)	208,138,500,520	67,394,102,995	95,679	51,889	54.23%	108,234원	32.38%
5	뉴스킨코리아(주)	203,282,937,302	70,932,898,310	23,665	23,434	99.02%	252,244원	34.89%
6	(주)리만코리아	198,281,259,087	68,669,210,370	72,667	38,934	53.58%	146,978원	34.63%
7	한국허벌라이프(주)	171,555,178,849	59,960,607,598	86,726	25,081	28.92%	199,223원	34.95%
8	유사나헬스사이언스코리아(유)	107,169,223,096	37,366,493,915	188,796	10,345	5.48%	301,003원	34.87%
9	(주)비아블	91,297,719,916	31,648,246,777	56,117	16,902	30.12%	156,038원	34.66%
10	(주)카리스	86,827,540,195	30,053,282,597	17,459	2,585	14.81%	968,836원	34.61%
1~10위 합계		3,481,256,343,674원	1,179,184,459,326원	5,087,342명	904,091명	17.77%	108,690원	33.87%
11	시너지월드와이드코리아(주)	80,551,616,510	21,442,917,728	53,678	8,513	15.86%	209,904원	26.62%
12	(유)메나테크코리아	68,230,550,750	23,109,783,354	32,734	5,318	16.25%	362,131원	33.87%
13	(주)엘컬커뮤니케이션	65,371,330,659	20,926,171,199	349,372	10,056	2.88%	173,414원	32.01%
14	도테라코리아(유)	54,545,483,155	18,960,584,799	43,348	7,076	16.32%	223,297원	34.76%
15	라라코리아인터내셔널(주)	42,251,241,403	14,436,266,188	113,871	11,091	9.74%	108,468원	34.17%
16	(주)하이라빙	39,220,435,364	13,387,481,490	27,178	11,353	41.77%	98,267원	34.13%
17	(주)엔택타	35,839,449,140	11,580,294,605	16,533	4,220	25.52%	228,679원	32.31%
18	(주)굿모닝월드	30,615,010,460	10,071,300,824	49,053	5,406	11.02%	155,249원	32.90%
19	(주)채이온	28,773,578,211	9,785,595,330	11,387	2,050	18.00%	397,788원	34.01%
20	(유)프라이프리서치코리아	28,319,562,737	9,529,006,227	27,428	3,734	13.61%	212,663원	33.65%
11~20위 합계		473,718,258,389원	153,229,401,744원	724,582명	68,817명	9.50%	185,552원	32.35%
1~10위 합계		3,481,256,343,674원	1,179,184,459,326원	5,087,342명	904,091명	17.77%	108,690원	33.87%
1~20위 누계		3,954,974,602,063원	1,332,413,861,070원	5,811,924명	972,908명	16.74%	114,126원	33.69%
21	(주)해밀리헬스	27,721,774,050	9,557,299,824	21,176	7,254	34.26%	109,793원	34.48%
22	니오라코리아(유)	27,075,822,974	8,007,924,334	8,101	2,731	33.71%	244,353원	29.58%
23	(주)인큐텐	23,874,273,916	8,028,535,444	10,377	5,435	52.38%	123,099원	33.63%
24	엘트헬(주)	23,130,336,882	5,345,252,940	27,072	2,885	10.66%	154,398원	23.11%
25	(주)프리즘인터내셔널(주)	22,276,859,400	6,079,840,740	7,045	1,290	18.31%	392,755원	27.29%
26	멜라루카인터내셔널코리아(주)	20,172,836,135	6,226,670,157	9,522	4,058	42.62%	127,868원	30.87%
27	센라이다이렉트코리아(유)	18,448,435,896	5,854,661,275	9,891	2,111	21.34%	231,117원	31.74%
28	(주)투에버	17,760,692,480	5,737,787,672	30,399	1,432	4.71%	333,903원	32.31%
29	(주)교원헬스케어	17,514,992,649	5,953,862,252	103,489	3,922	3.79%	126,506원	33.99%
30	힐리월드코리아(주)	17,478,156,200	6,085,692,276	15,730	1,606	10.21%	315,779원	34.82%
21~30위 합계		215,454,180,582원	66,877,526,914원	242,802명	32,724명	13.48%	170,307원	31.04%
1~20위 누계		3,954,974,602,063원	1,332,413,861,070원	5,811,924명	972,908명	16.74%	114,126원	33.69%
1~30위 누계		4,170,428,782,645원	1,399,291,387,984원	6,054,726명	1,005,632명	16.61%	115,955원	33.55%
31	뉴유라이프코리아(유)	16,763,369,000	5,349,661,257	34,025	2,034	5.98%	219,177원	31.91%
32	(주)지메스엘	15,489,939,653	5,903,227,884	11,288	3,283	29.08%	149,843원	38.11%
33	(주)덴다코리아	15,417,384,510	4,874,934,046	25,112	8,297	33.04%	48,963원	31.62%
34	경성제약(주)	14,414,695,000	4,544,315,000	9,778	3,708	37.92%	102,129원	31.53%
35	토탈스워스코리아(주)	14,318,760,687	4,484,591,101	38,495	1,686	4.38%	221,658원	31.32%
36	(주)더글라세움	13,628,639,100	4,724,484,621	16,563	5,327	32.16%	73,908원	34.67%
37	라이프웨이브코리아(주)	13,439,218,447	4,291,662,073	35,980	2,390	6.64%	149,640원	31.93%
38	(주)퍼스트코리아	12,411,706,800	4,343,185,405	5,408	1,023	18.92%	353,795원	34.99%
39	(주)더우리샵	11,790,968,052	3,958,946,089	25,671	7,122	27.74%	46,323원	33.58%
40	엔티에이치인터내셔널(주)	10,860,472,730	3,698,076,316	33,994	2,329	6.85%	132,320원	34.05%
31~40위 합계		138,535,153,979원	46,173,083,792원	236,314명	37,199명	15.74%	103,437원	33.33%
1~30위 누계		4,170,428,782,645원	1,399,291,387,984원	6,054,726명	1,005,632명	16.61%	115,955원	33.55%
1~40위 누계		4,308,963,936,624원	1,445,464,471,776원	6,291,040명	1,042,831명	16.58%	115,508원	33.55%
41	지름(주)	9,770,278,885	3,373,503,850	19,057	3,648	19.14%	77,063원	34.53%
42	(주)리브퓨어코리아	9,547,352,360	3,131,900,366	15,746	848	5.39%	307,773원	32.80%
43	(주)루비셀	9,438,564,500	3,288,646,147	44,219	2,838	6.42%	96,566원	34.84%
44	(주)멜란스	9,291,229,025	3,162,218,337	3,992	1,546	38.73%	170,452원	34.03%
45	(주)좋은효소	9,143,522,700	3,160,200,757	20,283	372	1.83%	707,930원	34.56%
46	(주)피앤피글로벌	9,125,957,233	2,738,590,528	13,729	1,017	7.41%	224,401원	30.01%
47	이젤피아(주)	8,394,180,078	2,581,910,207	24,615	1,861	7.56%	115,615원	30.76%
48	와인코리아(주)	7,499,915,536	2,596,914,263	16,635	1,993	11.98%	108,585원	34.63%
49	(주)제이온	6,854,277,800	2,216,034,806	22,100	2,602	11.77%	70,972원	32.33%
50	(주)유니앤큐어	6,794,750,207	2,339,292,745	2,666	1,776	66.62%	109,764원	34.43%
41~50위 합계		85,860,028,324원	28,589,212,006원	183,042명	18,501명	10.11%	128,773원	33.30%
1~40위 누계		4,308,963,936,624원	1,445,464,471,776원	6,291,040명	1,042,831명	16.58%	115,508원	33.55%
1~50위 누계		4,394,823,964,948원	1,474,053,683,782원	6,474,082명	1,061,332명	16.39%	115,739원	33.54%
51	영리빙코리아(유)	6,737,848,389	2,345,076,533	5,160	1,633	31.65%	119,671원	34.80%
52	(주)더울가	6,573,509,800	1,931,809,879	1,084	759	70.02%	212,100원	29.39%
53	(주)캘러리코리아	5,319,909,500	1,813,301,560	10,375	1,333	12.85%	113,360원	34.09%
54	(주)메나스	4,768,684,320	1,544,039,389	20,629	1,583	7.67%	81,282원	32.38%
55	(주)코타파	4,467,792,726	1,437,925,239	1,483	231	15.58%	518,732원	32.18%
56	(주)팍스리테일	4,304,249,575	1,859,949,734	13,829	2,706	19.57%	57,279원	43.21%
57	(주)젤마코리아	4,094,526,420	1,115,837,456	105,558	2,792	2.64%	33,305원	27.25%
58	하담스(주)	3,963,901,659	1,353,322,868	4,405	576	13.08%	195,793원	34.14%
59	(주)미젤	3,491,068,221	1,190,521,666	1,694	255	15.05%	389,059원	34.10%
60	아마레코리아(주)	3,464,510,831	969,079,175	20,555	472	2.30%	171,094원	27.97%
51~60위 합계		47,186,001,441원	15,560,863,499원	184,772명	12,340명	6.68%	105,084원	32.98%
1~50위 누계		4,394,823,964,948원	1,474,053,683,782원	6,474,082명	1,061,332명	16.39%	115,739원	33.54%
1~60위 누계		4,442,009,966,389원	1,489,614,547,281원	6,658,854명	1,073,672명	16.12%	115,617원	33.53%

순위	업체명	총매출액	후원수당 총액	등록 판매원	후원수당 수령 판매원	후원수당 수령 판매원 비율	수령 판매원 1인당평균 후원수당	후원수당 지급률
61	(주)볼코리아	3,464,087,417	1,166,593,476	34,259	2,399	7.00%	40,524원	33.68%
62	(주)에이치엘글로벌	3,319,479,025	1,152,197,090	7,090	1,413	19.93%	67,952원	34.71%
63	(주)디얼라이언스	3,307,977,063	1,153,331,147	5,218	2,228	42.70%	43,138원	34.87%
64	(주)씨엔뷰(CNView)	3,163,995,980	970,334,911	2,251	1,094	48.60%	73,913원	30.67%
65	파트너스코리아(유)	3,112,845,870	1,033,393,101	4,734	498	10.52%	172,924원	33.20%
66	(주)오너	3,098,225,513	1,070,595,500	4,217	620	14.70%	143,897원	34.56%
67	트루비코리아(유)	3,052,063,211	1,016,565,298	688	501	72.82%	169,089원	33.31%
68	(주)셀플렉스	3,018,175,545	1,038,740,555	9,448	989	10.47%	87,524원	34.42%
69	(주)에스엔비아이	2,968,886,740	744,402,600	4,046	1,209	29.88%	51,310원	25.07%
70	고려한백(주)	2,957,559,100	805,648,179	47,310	1,020	2.16%	65,821원	27.24%
61~70위 합계		31,463,295,464원	10,151,801,857원	119,261명	11,971명	10.04%	70,669원	32.27%
1~60위 누계		4,442,009,966,389원	1,489,614,547,281원	6,658,854명	1,073,672명	16.12%	115,617원	33.53%
1~70위 누계		4,473,473,261,853원	1,499,766,349,138원	6,778,115명	1,085,643명	16.02%	115,121원	33.53%
71	(주)메타이십일글로벌	2,787,742,800	966,802,816	1,465	419	28.60%	192,284원	34.68%
72	(주)루카스앤에스	2,729,748,413	896,549,440	4,930	533	10.81%	140,173원	32.84%
73	메사얼라이언스그룹(주)	2,327,844,165	735,558,250	365	365	100.00%	167,936원	31.60%
74	(주)그린피아코스메틱	2,071,689,377	463,282,742	6,803	1,445	21.24%	26,718원	22.36%
75	(주)엘바이오렐스	2,054,295,200	708,927,730	3,017	229	7.59%	257,980원	34.51%
76	아오라파트너스(유)	1,908,218,000	579,126,605	3,338	1,803	54.01%	26,767원	30.35%
77	(주)더하나인	1,856,339,700	618,538,710	3,214	448	13.94%	115,056원	33.32%
78	(주)리퍼펄링크	1,746,759,944	553,174,134	4,950	633	12.79%	72,824원	31.67%
79	비즈월드코리아(주)	1,707,563,500	585,725,785	8,473	358	4.23%	136,342원	34.30%
80	(주)에이스원글로벌	1,672,158,414	578,975,055	10,318	504	4.88%	95,730원	34.62%
71~80위 합계		20,862,359,513원	6,686,661,267원	46,873명	6,737명	14.37%	82,711원	32.05%
1~70위 누계		4,473,473,261,853원	1,499,766,349,138원	6,778,115명	1,085,643명	16.02%	115,121원	33.53%
1~80위 누계		4,494,335,621,366원	1,506,453,010,405원	6,824,988명	1,092,380명	16.01%	114,921원	33.52%
81	(주)미드일	1,426,457,281	227,784,282	50,674	5,483	10.82%	3,462원	15.97%
82	(유)엑스인투어런스코리아	1,384,836,200	464,447,530	1,186	264	22.28%	146,606원	33.54%
83	(주)바리글로벌	1,325,503,000	166,978,101	13,230	188	1.42%	74,015원	12.60%
84	엘알헬스앤뷰티(유)	1,321,980,688	380,948,878	1,161	415	35.75%	76,496원	28.82%
85	포에버코리아(유)	1,296,032,710	341,163,597	1,203	332	27.60%	85,633원	26.32%
86	(주)지타비코리아	1,256,974,409	379,335,730	5,741	208	3.62%	151,977원	30.18%
87	뉴이미지헬스사이언스코리아(유)	1,206,007,060	405,874,199	1,695	703	41.47%	48,112원	33.65%
88	(주)테라스타	1,048,690,433	336,586,656	1,667	250	15.00%	112,196원	32.10%
89	뉴키(주)	962,037,000	315,295,625	4,268	246	5.76%	106,807원	32.77%
90	(주)이레뷰티호텔	813,122,431	164,485,702	561	263	46.88%	52,118원	20.23%
81~90위 합계		12,041,641,212원	3,182,900,300원	81,386명	8,352명	10.26%	31,758원	26.43%
1~80위 누계		4,494,335,621,366원	1,506,453,010,405원	6,824,988명	1,092,380명	16.01%	114,921원	33.52%
1~90위 누계		4,506,377,262,578원	1,509,635,910,705원	6,906,374명	1,100,732명	15.94%	114,290원	33.50%
91	(주)파이메타	783,655,455	196,238,452	940	219	23.30%	74,672원	25.04%
92	아이아유니온(주)	741,080,490	231,773,312	18,014	150	0.83%	128,763원	31.28%
93	(주)지씨엔코리아	710,877,382	153,887,440	363	80	22.04%	160,299원	21.65%
94	엔지엔(주)	695,128,700	187,670,615	1,749	333	19.04%	46,965원	27.00%
95	(주)바잘	632,139,750	216,315,118	2,822	230	8.15%	78,375원	34.22%
96	(주)아이엘글로벌넷	567,609,120	113,345,695	450	148	32.89%	63,821원	19.97%
97	(주)비더블유엘코리아	492,225,000	164,088,573	512	327	63.87%	41,817원	33.34%
98	(주)에나지크	393,266,440	45,079,627	1,685	34	2.02%	110,489원	11.46%
99	케이알물젯폼(주)	351,749,000	110,069,030	300	76	25.33%	120,690원	31.29%
100	(주)인산헬스케어	342,843,750	53,919,546	341	276	80.94%	16,280원	15.73%
91~100위 합계		5,710,575,087원	1,472,387,408원	27,176명	1,873명	6.89%	65,509원	25.78%
1~90위 누계		4,506,377,262,578원	1,509,635,910,705원	6,906,374명	1,100,732명	15.94%	114,290원	33.50%
1~100위 누계		4,512,087,837,665원	1,511,108,298,113원	6,933,550명	1,102,605명	15.90%	114,207원	33.49%
101	(주)셀링크코리아	314,127,167	92,489,701	343	62	18.08%	124,314원	29.44%
102	뉴시아코리아(주)	221,065,983	66,289,432	2,187	195	8.92%	28,329원	29.99%
103	(주)스테미코리아	207,961,105	33,068,611	653	100	15.31%	27,557원	15.90%
104	(주)퍼플유	204,138,224	40,265,300	1,206	70	5.80%	47,935원	19.72%
105	(주)카나비	202,004,602	34,894,510	768	73	9.51%	39,834원	17.27%
106	(주)카나이코리아	191,951,365	53,164,550	7,619	31	0.41%	142,915원	27.70%
107	(주)에이레벨	171,014,800	40,068,000	138	79	57.25%	42,266원	23.43%
108	엔에이치티케이(주)	159,694,145	19,277,731	159	9	5.66%	178,498원	12.07%
109	(주)롯데코리아	152,908,017	36,003,860	845	94	11.12%	31,918원	23.55%
110	(주)더하이	83,492,500	16,310,338	209	76	36.36%	17,884원	19.54%
101~110위 합계		1,908,357,908원	431,832,033원	14,127명	789명	5.59%	45,610원	22.63%
1~100위 누계		4,512,087,837,665원	1,511,108,298,113원	6,933,550명	1,102,605명	15.90%	114,207원	33.49%
1~110위 누계		4,513,996,195,573원	1,511,540,130,146원	6,947,677명	1,103,394명	15.88%	114,158원	33.49%
111	(주)바이오베스타	50,941,000	6,570,225	552	88	15.94%	6,222원	12.90%
112	(주)스타비즈파트너스	45,773,300	3,199,025	572	27	4.72%	9,874원	6.99%
111~112위 합계		96,714,300원	9,769,250원	1,124명	115명	10.23%	7,079원	10.10%
1~110위 누계		4,513,996,195,573원	1,511,540,130,146원	6,947,677명	1,103,394명	15.88%	114,158원	33.49%
1~112위 누계		4,514,092,909,873원	1,511,549,899,396원	6,948,801명	1,103,509명	15.88%	114,147원	33.49%



오충현 대표이사

글로벌 네트워크 마케팅기업으로의 도약을 선언한 엔지엔(주)(대표이사 오충현)이 지난 6월 25일 충주에서 '2026 엔지엔 직급인정식 및 리더 세미나'를 개최했다. 이번 행사는 엔지엔이 추구하는 '사람과 사람이 함께하는 미래'라는 가치를 공유하고, 현장에서 활동해 온 사업자들의 성과를 축하하고 교육 문화 활성화와 글로벌 비전을 공유하기 위해 마련됐다.

전국 각지에서 모인 회원들의 높은 관심 속에 진행된 이번 행사는 전문 강사 위촉식 및 제품 세미나, 직급인정식 등으로 구성됐다. 참석자들은 교육과 인정, 소통이 어우러진 프로그램에 함께 하며 의미 있는 시간을 가졌다.

“네트워크 사업의 기본은 사람”

이날 행사의 첫 순서로 나선 오충현 대표이사는 환영사를 통해 엔지엔이 지향하는 기업 가치와 미래 비전을 소개했다.

최근 대표이사로 취임한 오 대표는 27년간 다양한 현장에서 얻은 경험을 바탕으로 네트워크 사업의 본질에 대해 이야기했다. 그는 “네트워크 사업의 기본은 사람과 사람 사이의 공감대”라며 “회원 여러분과 함께 엔지엔을 글로벌 네트워크 기업으로 성장시켜 나가겠다”고 말했다.

이어 AI와 로봇 기술의 발전으로 산업 환경이 빠르게 변화하고 있는 가운데, 사람 중심의 조직력과 유통 네트워크의 중요성은 더욱 커질 것이라고 전망했다. 오 대표는 “좋은 제품을 지속적으로 발굴하고 그 가치를 회원들과 함께 나눌 수 있는 구조를 만들어가겠다”며 “여러분의 꿈이 국내를 넘어 해외 시장으로 확장될 수 있도록 역할을 다하겠다”고 강조했다. 이어 “회사의 성장은 회원들의 성장과 함께 이뤄져야 한다”며 “회원들이 안정적으로 사업을 이어갈 수 있는 환경을 만드는 데 최선을 다하겠다”고 덧붙였다.

교육 문화 활성화 위한 전문 강사 위촉

환영사에 이어 전문 강사 위촉식이 진행됐다. 엔지엔은 총 12명의 공식 전문 강사를 위촉하고 임명장을 수여했다. 이번 위촉은 제품과 사업에 대한 전문성을 높이고 체계적인 교육 문화를 구축하기 위한 차원에서 마련됐다. 회사 측은 전문 강사들이 전국적으로 회원 교육과 제품 정보 전달의 중심 역할을 수행하며 조직 성장에 기여할 것으로 기대하고 있다.

이어 건강·뷰티 분야를 중심으로 한 전문 강사



엔지엔
Next Generation Network

들의 제품 세미나가 이어졌다. 강사들은 두피 건강 관리, 면역 밸런스, 장 건강, 아로마 활용법 등 다양한 주제를 소개하며 참석자들과 정보를 공유했다.

백연옥 강사는 두피 건강 관리의 중요성과 함께 엔지엔 비건 샴푸 및 트리트먼트 활용 방안을 소개했으며, 박은아 강사는 베타글루칸과 밀크씨슬을 중심으로 면역 건강에 대한 이해를 돕는 강연을 진행했다.

이 밖에도 장 건강 관리에 도움을 줄 수 있는 제품, 에센셜 오일 활용법, 식물 유래 원료의 특성, 대마종자유를 활용한 건강 관리 등 엔지엔의 주요 제품과 관련된 다양한 강의가 이어졌다. 참석자들은 강연이 진행되는 동안 적극적으로 질문을 이어가며 높은 관심을 보였다.

직급인정식 통해 성장 주역 조명

행사의 마지막 순서로 진행된 직급인정식에서는 엔지엔의 성장에 기여한 사업자들이 무대에 올랐다.

사파이어, 루비, 에메랄드 직급에서는 총 25명의 신규 승급자가 탄생했으며, 엔지엔 스타 직급에는 최미화, 김판연, 박세영, 정혜경 사업자가 이름을 올렸다. 승급자들은 가족과 동료들의 축하 속에서 인증서와 기념 핀을 수여받으며 성취의 기쁨을 나눴다.

최미화 엔지엔 스타는 “내 인생은 내가 시작해서 내가 마무리 짓는 것”이라며 “누군가에게 희망과 배려를 전할 수 있는 리더가 되도록 노력하겠다”고 소감을 밝혔다.

참석자들은 승급자들의 성공 스토리를 공유하며 서로를 격려했고, 앞으로의 목표와 비전을 다짐하는 시간을 가졌다. 행사장 곳곳에서는 축하와 응원의 박수가 이어지며 화기애애한 분위기가 연출됐다.

이날 직급인정식의 하이라이트는 최고 직급인 ‘트리플 스타’ 인정식이었다. 신은영 트리플 스타가 무대에 오르자 참석자들은 기립박수로 축하를 보냈다. 그는 그동안 전국 각지에서 활동하며 사업자 교육과 조직 운영을 지원해 온 공로를 인정받아 이날 최고 직급에 이름을 올렸다.

신은영 트리플 스타는 “매일 아침 리더들의 얼굴을 떠올리며 더 큰 책임감을 느낀다”며 “함께하는 모든 분들이 저의 원동력”이라고 소감을 전했다. 이어 “엔지엔의 제품과 회사의 비전을 믿고 있다”며 “앞으로도 많은 분들이 성장할 수 있도록 최선을 다하겠다. 함께하는 모든 분들이 목표를 이룰 수 있도록 지원하겠다”고 덧붙였다.

한편 이번 '2026 엔지엔 직급인정식 및 리더 세미나'는 사업자들의 성과를 축하하고 미래 비전을 공유하는 자리로 진행됐다. 엔지엔은 이번 행사를 계기로 교육 시스템 강화와 조직 활성화를 이어가며 글로벌 네트워크 마케팅기업으로의 도약에 박차를 가한다는 계획이다.

전재범 기자

mknews@mknews.co.kr



신은영 트리플 스타



(왼쪽부터)최미화, 김판연, 주재현 고문, 박세영, 정혜경 엔지엔 스타



수준 높은 기업은
언제나 같은 높이를 바라보는 기업을 선택합니다

KL COMPANY

업계 최고의 인센티브 여행사



압도적 '제품력'으로 증명하는 엘바이오랩스

독보적 기술력과 토털 홈케어 시스템으로 차별화 노력



강소기업의
DNA를 찾다⑤ **엘바이오랩스**

고물가와 장기적인 소비 위축 여파로 국내 직접판매산업 전반이 정체기에 접어들었다는 평가가 지배적이다. 업계 전반의 매출이 감소세를 보이는 혹독한 경기 침체 속에서도 굳건한 성장을 이어가는 강소기업들의 공통점은 결국 흔들리지 않는 '절대적인 제품력'에 있다. 소비자들의 지갑이 얇아질수록 '진짜 효과가 있는 제품'에만 지갑을 여는 가치 소비 트렌드가 뚜렷해지기 때문이다.

이러한 가운데 지난해 7월 성공적인 출범식 이후 업계에 신선한 돌풍을 일으키고 있는 (주)엘바이오랩스(대표이사 김선호)가 주목받고 있으며, 그 저력의 중심에는 프리미엄 스킨케어 브랜드 '엘뤼프(ELL Re:f)'가 굳건히 자리하고 있다.



지난 3월 19~22일까지 개최된 KIMES 2026에 참가했다



엘바이오랩스 본사 강의장



7가지 과실과 유산균이 빛어낸 혁신

네트워크 마케팅 비즈니스의 성패는 소비자의 즉각적인 '체감'에 달려 있다. 사용 후 짧은 시간 안에 효능을 체감해야만 자발적인 재구매와 사업적 확신으로 이어지기 때문이다. 엘뤼프가 자랑하는 압도적 제품력은 바로 이 지점을 정확히 공략한 독자적인 원료 배합과 특수 공법에서 기인한다.

총 12종으로 탄탄하게 구성된 엘뤼프 스킨케어 라인의 심장부에는 'ELL

7 White'라 명명된 자사만의 특허 성분이 있다. 이 성분은 자연에서 얻은 7가지 한방 과실 추출물을 단순히 배합하는 수준을 넘어, 1차로 자연 발효한 뒤 피부 친화력이 뛰어난 유산균을 더해 2차 발효 과정을 거치는 매우 까다롭고 정교한 공법을 통해 완성된다.

이러한 '이중 발효 공법'은 성분 입자를 미세하게 쪼개어 피부 깊숙한 진피층까지 유효 성분이 도달하도록 흡수율을 극대화하는 것이 특징이다. 동시

에 발효 과정에서 생성되는 이로운 물질들이 항산화 기능을 비약적으로 끌어올려 피부 노화를 방지하는 데 탁월한 효과를 발휘한다.

'메디뷰티' 트렌드 정조준

엘뤼프가 뷰티 시장에서 독보적인 포지셔닝을 구축할 수 있었던 이유는 브랜드가 추구하는 아이덴티티가 명확하기 때문이다. 엘뤼프의 핵심 철학은 'Recovery(회복)'과 'Balance(균형)'로 요약된다. 최근 글로벌 뷰티 시장은 단순한 주름 개선이나 미백, 보습 등 일차원적인 복합 케어를 넘어선다. 미세먼지 등 외부 자극과 잦은 미용 시술 등으로 인해 근본적으로 손상된 피부 장벽을 안전하게 재건하는 '메디뷰티' 방향으로 진화하는 추세다.

엘뤼프는 이러한 시장의 니즈를 한 발 앞서 파악해, 피부과 시술 이후 사용을 고려한 안전성 중심의 제품 개발로 차별화를 꾀했다. 진입장벽이 높은 고난도의 회복 관리 시장을 성공적으로 공략한 것이다. 실제로 지난 3월 서울 코엑스에서 열린 국내 최대 규모의 의료·헬스케어 전시회 'KIMES 2026'에서는 이러한 '시술 후 관리 솔루션'으로서의 탁월한 강점이 부각됐다. 단순 뷰티 박람회나 아닌 전문 의료 관계자들이 모인 자리에서 제품력을 검증받으며, 다수의 글로벌 바이어들로부터 유통 및 도입에 대한 뜨거운 러브콜을 받는 쾌거를 이뤘다.

또한, 엘바이오랩스의 간직한 제품 철학은 얼굴 부위에만 머물지 않는다. 고품격 스킨케어 라인인 엘뤼프의 기술력을 바디와 헤어로 확장한 퍼스널케어 라인 '닥터 엘뤼프(DR. ELL

Re:f)'를 전개하며 완벽한 '토털 홈케어 시스템'을 완성했다.

글로벌 스탠다드를 충족시킨 제품력

국내에서 탄탄하게 다져진 압도적인 제품력은 곧장 글로벌 시장에서의 가시적인 성과로 이어지고 있다. 엘바이오랩스는 단계적인 수출에 만족하지 않고, 현지화 전략을 통한 중장기 글로벌 로드맵을 차근차근 실행에 옮기는 중이다.

동남아시아 뷰티 시장의 허브이자 진입 기준이 까다롭기로 소문난 태국에서 이미 태국 식약처(TFDA) 인증을 단번에 획득해 현지 유통을 활발히 전개하고 있다. 더 나아가 세계에서 가장 엄격한 기준을 적용하는 미국 FDA가 이드라인에 맞춘 진출 준비도 모두 마친 상태로, 북미 시장 상륙을 목전에 두고 있다. 이에 그치지 않고 거대 소비 시장인 중국 내 엘뤼프 로드숍 오픈을 비롯해 싱가포르, 인도네시아, 필리핀 등 아시아 주요 국가에서 현지 리더 사업자들의 주도하에 활발한 세미나가 이어지며 글로벌 네트워크 구축에 박차를 가하고 있다.

결국 사람과 사람이 만나는 네트워크 비즈니스에서 훌륭한 제품은 그 어떤 보상플랜보다 강력한 비전이자 동력이 된다. 제품력을 기반으로 국내 시장에서 입지를 넓혀온 엘바이오랩스가 글로벌 시장에서도 성과를 이어갈 수 있을지 관심이 모이고 있다.

포스트 AI 시대 잉여인간



문호성 지음

한양대 건축공학과 졸업
삼성그룹 근무
현리퍼블링크 대표사업자

2 장

잉여인간의 시대

The Disposable Human in the age of AI

인공지능에 의한 지각변동

20년 안에 직업의 판도가 달라진다

이제는 AI 혁명으로 인해 인공지능이 인간의 일자리를 대체할 수 있게 될 것입니다. 따라서 우리는 “이제 어떻게 이 시대를 준비하고 살아남을 수 있을 것인가?”라는 질문을 스스로에게 해보아야 할 시점에 이르렀습니다. 미래학자들이 예상하는 예측 데이터에 의하면 향후 20년이 지나 앞으로 2045년이 되면 현존하는 직업의 90% 이상이 없어질 것이라고 합니다. 아래 도표를 통해 인공지능이 인간을 대체할 가능성이 높은 직업들을 살펴볼 수 있습니다.

인공지능으로 인한 변화

1) 금융

증권투자회사 골드만삭스는 2017년 켄쇼(Kensho)라는 인공지능을 입사시켜 실제 업무에 투입했습니다. 얼마나 일을 잘하나 보았더니 수천 명이 일하는 것보다 켄쇼 혼자서 일하는 업무 처리량이 훨씬 많고 더 손실 없이 잘하더라는 얘기입니다.

인공지능 켄쇼는 먹지도 자지도 쉬지도 않고 퇴근도 안 하고 휴가도 안 가고 오직 일만 하고 투정도 부리지 않고 연애도 안 하고 술도 안 먹고 고민도 안 하고 승진 욕심도 없어 싸우지도 않고 사내 갈등도 없이, 수도승처럼 오직 일만 합니다. 당신이라면 누구를 고용하겠습니까? 그 답은 뻔합니다.

월가 600명의 최고 트레이더가 한 달 가까이 처리할 일을 켄쇼는 그냥 3시간 20분 만에 처리해 버렸습니다. 이것이 벌써 2017년의 일입니다. 정말 소름이 돋습니다. 어떻게 연봉 10억 원이 넘는 월가 수재들 600명을 인공지능이 혼자 능가할 수 있는지 신기합니다. 이 일로 598명의 트레이더는 회사를 떠날 수밖에 없었습니다. 그리고 남은 2명도 켄쇼의 보조 인력으로 재배치되어 인공지능의 지시를 받는 처지로 전락했습니다. 신기함을 넘어 두려운 마음이 듭니다.

2) 의료산업

가천대학교는 2016년에 왓슨이라는 인공지능 의사를 고용했습니다. 김병원도 왓슨을 도입했습니다. 2011년 IBM에서 개발한 인공지능 왓슨은 다음과 같은 정보를 저장한 후 실제 의사로 활동을 시작했습니다.

- 8,500개 이상 의료기관의 축적된 의료 정보
- 120만 편 이상의 의학 논문
- 400만 건 이상의 제약 특허
- 1억 명 이상의 환자 정보
- 2억 명 이상의 생체 정보
- 300억 장 이상의 의료 이미지(X-ray, CT, MRI) 파일

그 결과 인간 의사들의 암 진단 정확도가 평균 80% 수준인 데 비해, 왓슨은 체장암 94%, 대장암 98%, 자궁경부암 100%의 확률로 진단한다는 결과가 나왔습니다. 특히 폐암의 경우 인간 의사는 정확도가 50%에 불과한데 왓슨은 90%를 진단해 냈습니다. 엄청난 차이로 인간 의사를 압승한 것입니다.

여러분이라면 만약 암에 걸렸을 때 누구에게 진단받고 싶으시겠습니까? 말하지 않아도 답은 정해진 것 같습니다.

게다가 인공지능 왓슨은 인간 의사와 달리 한 번 학습한 내용을 절대로 잊어버리지 않는다는 사실이 우리를 더욱 놀라게 합니다. 이렇게 의료 진단을 하기까지 인간 의사는 40년의 경험이 필요하지만 인공지능은 웬만한 전문의보다 더 죽집처럼 병의 원인을 찾아냅니다.

오진율도 인간 의사의 경우는 약 11%인데 왓슨은 오진율이 5% 안팎입니다. 그래서 가천대 병원 의사들은 수술하기 전에 왓슨에게 한 번 더 진단을 의뢰해서 오진율을 줄이는 노력을 하고 있다고 합니다.

이처럼 이제 의료계에서도 인공지능이 보편화되고 있는 실정입니다. 인공지능 진단 서비스를 국가 차원에서 의료보험 서비스로 저렴하게 받을 수 있도록 제도 개편 및 정부 예산 지원이 필요합니다.

생명을 다루는 의료업계에서 의사의 오진율을 절대적으로 줄일 수 있는 인공지능의 진단 서비스가 점점 늘어나면서 의사 업무도 빠르게 대체될 것으로 전망해 봅니다. 나라에서 의사 정원 늘리는 것도 점진적으로 추진해야 하겠지만 인공지능 진단 서비스를 확대해서 대다수의 국민들이 보편적 서비스를 받을 수 있게끔 정책적으로 지원해 주는 것이 국가가 해야 할 일이라고 봅니다.

3) 법조계

법률 서비스 분야도 완전히 바뀌고 있습니다. 로스는 IBM이 만든 세계 최초 인공지능 변호사인데, 2016년 5월 뉴욕의 한 로펌 회사에 입사합니다. 로스는 미국이 독립한 1776년부터 현재까지 지난 243년 동안 미국에서 생성된 모든 법률 문서를 저장하고, 그 문서들을 1초에 10억 장씩을 불러내서 읽고 분석하고 적용하는 능력을 발휘했습니다. 인간 변호사가 300건을 처리하는 동안 인공지능 변호사는 60만 건을 처리하는 능력을 가졌습니다. 그 결과 JP 모건 사내 법무팀이 매년 약 1만 2,000건의 계약업무를 처리하는데 약 36만 시간이 소요된 반면, 자체 개발한 인공지능 변호사에게 같은 업무량을 맡겼더니 이것을 다 처리하는데 단 몇 분도 걸리지 않았습니다. 인간 변호사가 하는 일을 다 빼앗고 있는 현실입니다. 인건비를 80% 절감할 수 있는데 누구를 고용할까요?

만약에 미래 법조계에서 판사가 인공지능 판사로 대체된다면 어떻게 될지도 궁금합니다. 인공지능 판사는 인간관계, 사상적 편향성, 가치관에 따라 판결이 좀 달라질 수 있는 인간 판사와 달리 오로지 법률적 해석을 통한 공정한 판결을 내리지 않을까라는 상상을 해 봅니다.

아마도 미래에는 공정한 인공지능 판사가 나타나 유전무죄 무전유죄라는 폐단이 사라질지도 모르겠습니다. 그렇다면 인공지능으로 대체되는 것이 꼭 나쁜 것만은 아닌 것 같습니다.

우리나라 대법원도 조만간 개인 회생, 파산 같은 단순하면서도 법리 해석이 명확한 사건부터 재판 과정이 거의 동일한 소송 건들에 대해서는 판사들이 일일이 처리하는 대신 인공지능 판사를 도입하려는 계획이 있다고 합니다.

AI 혁명의 대표 주자 Chat GPT의 등장

우리 생활 속에 자리 잡은 인공지능

Chat GPT는 OpenAI가 개발한 GPT(Generative Pre-trained Transformer) 계열의 모델 중 하나로, 지속적인 연구와 혁신을 거쳐 현재의 고도화된 대화형 AI로 발전하였습니다.

2022년 11월, OpenAI가 GPT-3.5를 기반으로 한 대화형 AI 모델인 Chat GPT를 출시했습니다. Chat GPT는 사람과의 대화를 자연스럽게 이어가며, 질문에 대한 정확한 답변, 정보 제공, 창의적인 글 작성 등 다양한 기능을 제공하였습니다. 특히 사용자와의 상호작용에서 문맥을 잘 유지하며 인간처럼 대화할 수 있다는 점에서 큰 주목을 받았습니다.

Chat GPT는 교육, 고객 서비스, 콘텐츠 작성, 프로그래밍 지원 등 다양한 분야에서 활용될 수 있으며, 이는 AI 기반의 실용적인 응용을 보여주었습니다. 그 후 2023년에 더 고도화된 GPT-4를 발표하면서 Chat GPT의 성능을 한 단계 더 끌어올렸습니다. 파라미터 수는 공개되지 않았으나 훨씬 더 강력한 다중모달 능력을 갖추고, 텍스트와 이미지를 동시에 이해하고 처리할 수 있는 기능을 제공하였습니다. 향상된 성능을 지닌 GPT-4는 이전 모델들보다 더 뛰어난 추론 능력과 문맥 이해 능력을 보여주었으며, 보다 정확한 정보 제공과 복잡한 문제 해결에서 강점을 보였습니다.

이제 Chat GPT 활용은 선택이 아닌 필수

특히 GPT-4는 특정 언어나 문맥을 정확하게 이해하고, 다양한 언어 간 번역에서도 우수한 성능을 보입니다. Chat GPT의 활용 범위가 확장되고 있습니다. GPT-4는 Chat GPT의 대화 품질을 크게 향상시키며, 비즈니스, 교육, 창의적인 콘텐츠 생성 등의 다양한 분야에서 더욱 효과적으로 활용될 수 있습니다.

2023년부터 Chat GPT의 상용화와 Chat GPT Plus라는 유료 서비스를 출시하여, 더 빠르고 고급 기능을 제공하는 모델을 사용자들에게 제공했습니다. GPT-4 기반의 Chat GPT Plus는 월간 요금을 지불하는 사용자에게 빠른 응답 속도와 우수한 성능을 제공하며, 더 높은 정확도와 다양한 기능을 경험할 수 있게 했습니다.

또한 기업과 산업 부문의 활용도가 높아지고 있습니다. Chat GPT는 기업들이 고객 서비스를 개선하거나, 자동화된 콘텐츠 생성, AI 기반 분석 등의 업무를 처리하는 데 폭넓게 사용되며, 산업 전반에 걸쳐 AI 혁신을 촉진하는 도구로 자리 잡았습니다.

따라서 인공지능 디지털 시대에 Chat GPT를 활용하는 사람과 못하는 사람 간의 능력 차이는 어마어마한 차이가 날 것입니다. 아마도 돌도끼와 기관총을 사용하는 정도의 차이일 것입니다. 여러분도 반드시 Chat GPT 활용법을 배우고 익혀 협업하는 능력을 키워야 합니다.

노무법인 한국노사관계진흥원 · ☎ 02-3272-8005 · www.nosaplus.com

2026년 하반기, 강화된 모성보호정책

정부는 이전부터 저출산 구조를 극복하고자 근로기준법과 남녀고용평등법에 있어서 모성보호정책을 강화하는 움직임을 보여왔다. 특히나 고용노동부는 2026년 하반기를 기점으로 근로자의 단기 돌봄 공백을 메우고, 남성의 육아 및 돌봄 참여를 제도적으로 보장하며, 난임 부부의 경제적 부담을 완화하는 모성보호정책을 실시하고자 하는데, 기업의 현실적 한계와 저출산 극복을 고려하여 조화로운 정책방향을 설정하려는 노력이 엿보인다. 이와 관련하여 세 가지 핵심 제도의 변화를 짚어본다.

1. 돌봄 공백을 메우는 ‘단기 육아휴직’ 신설 (8월 20일 시행)

그동안 부모들을 가장 당혹스럽게 만들었

던 순간은 자녀의 갑작스러운 질병이나 학교의 단기 휴원·휴교, 방학 등 예기치 못한 단기 돌봄 공백이 발생했을 때였다. 기존의 육아휴직은 최소 30일 이상 사용해야 급여가 지급되었기에, 며칠간의 긴급 상황에 대응하기 위해 연차를 소진하거나 주위에 무리한 부탁을 해야 하는 한계가 있었다.

오는 8월 20일부터 도입되는 ‘단기 육아휴직’은 만 8세 이하 (초등학교 2학년 이하) 자녀를 둔 근로자는 연 1회, 1주(7일) 또는 2주(14일) 단위로 육아휴직을 분할 사용할 수 있다. 특히 통상적인 육아휴직 기간에서 일 수만큼 차감되는 구조 형식을 취하되 분할 횟수 차감에서는 제외되어 제도 활용의 유연성을 극대화했다. 육아휴직급여 또한 휴직 기간에 맞추어 주 단위로 환산 지급된다.

2. 배우자들의 모성보호 강화를 위한 휴가 및 휴직 제도 강화 (9월 18일 시행)

9월 18일부터는 임신부와 태아의 안전한 돌봄을 위해 남성 근로자의 모성보호제도 참여 기회가 확대된다. 특히, ‘배우자 유산·사산휴가’가 공식 신설된다. 5일 범위 내(최초 3일 유급)로 휴가가 부여되며, 우선지원 대상기업 근로자에게는 최초 3일간의 급여가 정부로부터 지원된다.

아울러 남성의 육아휴직 및 출산전후휴가 사용 시기도 전격 개선된다. 기존 배우자 출산전후휴가는 출산 후 120일 이내에만 사용할 수 있었으나, 개정 후에는 ‘배우자 출산에 정일 50일 전부터 출산 후 120일 이내’까지 사용 가능해져 유연하게 대응할 수 있다. 남

성의 육아휴직 또한 본래 자녀 출생 후에만 가능했으나, 배우자가 고위험 임신(유산·조산 위험 등) 상태인 경우에는 자녀 출생 전이라도 육아휴직을 당겨 사용할 수 있다.

3. 난임치료휴가 확대 (11월 27일 시행)

11월 27일부터 사업주는 최초 4일의 난임치료휴가를 부여하여야 한다. 연간 6일 범위에서 휴가를 부여하는 것은 동일하나, 최초 2일에서 최초 4일을 유급으로 확대한 것이다. 사업주의 부담에 대비하여, 우선지원대상기업 소속 근로자에 대한 난임치료휴가급여 지원 기간을 2일에서 4일로 확대하고, 지원 상한액 역시 기존 16만 8,420원에서 33만 6,840원으로 대폭 인상된다. 다만, 통상임금

과 정부 지원 상한액과의 차액은 사업주가 지급하여야 한다.

4. 전문가적 시각에서 본 대응 전략

이러한 단기육아휴직 정책이나 배우자 출산전후휴가, 난임치료휴가 등의 확대된 모성보호정책은 휴직과 휴직의 총량은 그대로 유지하면서도 사용할 수 있는 시기를 넓힘으로써 기업의 부담은 최소화하고 근로자의 권리는 강화하려는 시도로 보인다. 다만, 이러한 규정의 변화는 반드시 취업규칙 등을 통해 기업 내에서도 제도화가 되어야 하는 만큼, 인사담당자들은 법령의 개정상황에 맞게 취업규칙 및 인사규정을 변경하여 강화되는 근로감독에 대비하여 노동법적 리스크를 줄일 필요가 있다.

30년이라는 신뢰 위에 새로운 시대를 열다

하이리빙, 창립 30주년 기념행사 성료



최영두 대표이사



HILIVING

교수는 '조장수 시대의 통련 비결과 행복의 기술'을 주제로 심도 있는 강연을 펼쳤다.

그는 "앞으로 우리는 120~140세까지 살며 80~95세까지 일해야 하는 시대를 맞이했다"며 "이러한 다사다난한 환경 속에서 비즈니스를 끝까지 성공적으로 이끌기 위해서는 100점짜리 거대한 행복 한 번보다, 10점짜리 소소한 행복을 자주 경험하고 이를 기록하는 '행복의 기술'이 필수적"이라고 강조했다. 특히 이순신 장군의 『난중일기』 속 고난 극복 사례를 사업자들의 끈기와 열정에 빗대어 설명하며, 스스로 살

을 주도하는 긍정적인 태도가 사업적 성공과 내구성의 핵심 원동력을 전 해 참석자들의 큰 공감을 이끌어냈다.

"굳건한 신뢰가 만든 기적"

이어진 본 행사에서는 하이리빙 30주년 발자취를 담은 감동적인 기념 영상과 각계각층의 축하 메시지가 상영됐다. 가수 김중서, 박완규, 김경호, 배우 백봉기 등 유명 연예인들이 영상을 통해 하이리빙의 30주년을 축하하고 회원들의 지지와 열정을 응원했다.

특히 이날 행사에는 배수정 직접판매공제조합 이사장이 직접 참석해 축하사를 전하며 자리를 빛냈다. 배 이사장은 "30여 년 전, 외국계 기업에 몸담고 있을 당시 로컬 기업으로서 탄탄한 제품 포트폴리오를 앞세워 위협적인 경쟁사로 떠올랐던 곳이 바로 하이리빙이었다"고 회고했다. 이어 "30년이라

는 험난한 세월 동안 굳건히 살아남아 수많은 파트너를 키워낸 것은 결코 가벼운 성과가 아니며, 굳건한 '신뢰의 파트너십'이 없었다면 불가능했을 기적"이라며 하이리빙이 앞으로도 업계의 모범이 되어 지속 성장하기를 기원했다.

축사 이후에는 하이리빙의 30년과 앞으로 펼쳐질 100년의 미래를 응원하는 마음을 담은 30주년 기념 케이크 커팅식이 진행됐다. 이어진 단체 기념사진 촬영에서 참석자들은 전원 미디어 플래카드를 들고 환한 미소로 하이리빙과 함께한 소중한 순간을 기록으로 남겼다.

공식 행사가 마무리된 후, 2층과 3층에 별도로 마련된 파티장에서는 만찬이 제공되어 회원들 간의 화합과 소통의 시간이 이어졌다. 특히 1층 행사장에서 열린 창립 30주년 기념 특별 경품

추첨 행사는 이날 축제의 백미로 꼽혔다. 회원들에게 큰 사랑을 받는 의료기기 '라파 402'를 비롯해 '2027 비전 세미나 참석권' 등 풍성하고 다채로운 선물이 추첨을 통해 현장에서 직접 전달되며 행사의 열기를 최고조로 끌어올렸다.

회원은 하이리빙의 튼튼한 초석

이날 행사의 대미는 최영두 대표이사의 비전 스피치가 장식했다. 최영두 대표이사는 기념사를 통해 "하이리빙이 30주년을 맞이했다는 것은 단순한 시간의 흐름이 아니라 오랜 시간 쌓아온 굳건한 신뢰의 결과"라며 "어떠한 풍파 속에서도 변함없이 자리를 지켜주신 회원 여러분이 계셨기에 오늘의 하이리빙이 존재할 수 있었다"고 깊은 감사의 뜻을 전했다.

최 대표이사는 "지난 30년간 훌륭한

초석이 되어주신 사장님들 덕분에 무너지지 않는 기반이 완성되었다. 이제 그 바탕 위에 새롭게 합류하는 사업자들과 다음 세대가 더욱 크고 멋진 건물을 지어 올릴 수 있도록 회사 임직원 모두가 아낌없는 지원을 약속하겠다"고 포부를 밝혔다. 그는 "창립 30주년은 회사만의 기념일이 아니라 회원 한 분 한 분과 함께 울고 웃으며 만들어진 소중한 역사"라며 100년 기업을 향한 힘찬 뜻을 올렸다.

한편, 하이리빙은 창립 30주년을 기념해 모바일 기념 페이지 운영 및 회원 참여 이벤트 등 다양한 후속 프로그램을 진행하며 축제의 의미를 지속적으로 이어나갈 예정이다. 30년의 튼튼한 뿌리를 바탕으로 'Go to the Top'을 향해 도약하는 하이리빙의 새로운 챕터가 이제 막 시작되었다.

전재범 기자 mknews@mknews.co.kr

토종 직접판매기업 (주)하이리빙(대표이사 최영두)이 창립 30주년을 맞아 회원들과 함께 지난 30년의 발자취를 돌아보고 새로운 미래를 향한 비전을 공유하는 뜻깊은 시간을 가졌다.

하이리빙은 지난 6월 24일 서울 드림스퀘어에서 창립 30주년 기념행사를 성황리에 개최했다. 이날 행사에는 전국의 회원과 임직원, 업계 주요 관계자들이 대거 참석해 하이리빙이 걸어온 성장의 역사와 눈부신 성과를 되새기고, 앞으로 다가올 100년 기업으로서의 청사진을 함께 그렸다.

'Go to the Top' 향한 100년 기업의 청사진

이번 행사는 '30년의 역사 위에 새로운 시대를 열다'라는 대주제 아래 진행됐다. 1996년 창립 이후 외국계 기업의 공세 속에서도 굳건히 국내 시장을 지키며 회원과 함께 동반 성장해온 하이리빙의 30년을 기념하는 동시에, 2026년 기업 슬로건인 'Go to the Top'을 바탕으로 새로운 도약을 다짐하는 자리로 마련됐다.

30년이라는 시간은 기업의 생애주기 측면에서도 결코 짧지 않은 시간이다. 수많은 기업이 탄생과 소멸을 반복하는 치열한 유통 환경 속에서 하이리빙은 철저한 회원 중심의 경영 철학과 변함없는 신뢰를 바탕으로 대한민국을 대표하는 직접판매기업으로 자리매김했다.

이날 행사의 시작은 대한민국 대표 인지심리학자인 아주대학교 심리학과 김경일 교수의 명사 특강이 열렸다. 김



함께라면
이뤄낼수있어요



직접판매공제조합 가입업체 명단

출자사는 출자금액, 나머지는 공제계약소, 서울시 등록번호는 '서울시' 생략했음, www.macco.co.kr Tel.02-566-1202 07.02 현재(43개)									
등록번호	상 호	대표자	등록일자	공제계약일자	전화번호	소재지	홈페이지	영업여부	비고
1	한국엠에이(주)	신은자, 존텍트릭파커	1995.07.20	2003.01.01	1588-0080	서울시 강남구 영등대로 517 27-29층 (삼성동, 아venta타워)	www.armway.co.kr	영업	출자사
	대구 2024-1	(주)리만코리아	황영수, 강영재	2024.11.18	2024.11.01	1522-8144	대구시 동구 동대구로503, 2-3층(신천동)	kr.riman.com	영업
90	한국허벌라이프(주)	정승욱	1996.07.18	2003.01.01	1588-7577	서울시 강남구 논현로 706(논현동, 아이캐슬빌딩)	www.herbalfife.com	영업	출자사
58	누스킨 코리아(주)	조지훈	1995.12.14	2003.01.01	02-528-7241	서울시 강남구 삼성동 147-17 레백뱅크빌딩	www.nuskinkorea.co.kr	영업	출자사
535	유니시티코리아(유)	룩카스마르	1995.12.14	2003.01.01	02-3450-1800	서울시 강남구 테헤란로 328 동우빌딩 3층	www.unicity.com	영업	출자사
88	(주)하이리빙	최영두	1996.07.16	2003.01.01	1577-2770	서울시 중구 을지로 158, 4층(을지로4가, 삼봉빌딩)	www.hiliving.co.kr	영업	출자사
경기 2016-2	(주)엔탈키유케어케이션	성호철	2000.01.07	2003.01.01	1899-2727	경기도 수원시 영통구 센트럴타운로 114-8, 3층(이의동)	www.ntcom.com	영업	출자사
563	유한핵심화식 매너테크코리아	노재홍	2004.07.22	2004.06.25	1600-0087	서울시 강남구 역삼동 826-14 강남368타워 9층	www.mannatech.co.kr	영업	출자사
8	엘트웰(주)	김형수	1995.07.25	2003.01.01	1588-2161	서울시 강남구 역삼동 681-47	www.althwell.co.kr	영업	출자사
경기 2018-2	(주)비아블	이수범	2018.02.26	2018.02.14	1522-6131	경기도 부천시 옥신로 220번길 26, 5층(도당동, 이코빌)	www.viable.co.kr	영업	출자사
153	시너지헬스케어테크코리아(주)	테니얼 노언	1997.08.21	2003.01.01	1899-7600	서울시 강동구 고덕배스밸리2가길 20, 4층, 5층, 6층, 7층, 8층 (고덕동, 도드람타워)	www.synergysworldwide.com	영업	출자사
852	토탈스위스코리아(주)	왕혁진	2016.09.27	2016.09.23	02-2051-8833	서울시 중구 칠곡로42, 13층 1호, 18층(충무로1가, 우리빌딩)	www.totalswisskorea.com	영업	출자사
대구 2011-1	(주)투메버	김종구	2001.04.11	2003.01.01	1688-1313	대구광역시 북구 유봉단지로24길 34, 3층(산격동)	www.agend.co.kr	영업	출자사
479	파트너코리아(유)	타일라브린튼스	2002.07.03	2003.01.01	1800-8663	서울시 강남구 테헤란로 82길 14, 9층 902호(대치동, 부영빌딩)	v1.partner.co	영업	출자사
866	(주)고원헬스케어	김영철	2017.06.09	2017.06.01	1899-9990	서울시 중구 을지로 51, 15층(을지로2가, 고원타워빌딩)	www.theorm.kr	영업	출자사
경기 2012-3	경성제약(주)	배영호	2012.10.15	2012.10.11	031-528-1511	경기도 남양주시 독성로 상지2길 100 (전건읍 용정리)	www.kyungsung365.com	영업	출자사
937	(주)캘리코리아	스티븐존콜름	2023.05.08	2023.05.04	02-475-9595	서울시 강남구 테헤란로78길 16, 8층(대치동, 노벨빌딩)	www.caleria.co.kr	영업	출자사
41	포에버코리아(유)	에이단조지오에버	1995.09.04	2003.01.01	02-587-3250	서울시 강남구 테헤란로 439, 401호(삼성동)	www.foreverlivingkorea.com	영업	
47	(주)그린파이크스메틱	최일목	1995.09.20	2003.01.01	02-546-0651	서울시 송파구 잠실본동 294-19 연두빌딩 2층	www.gpia.co.kr	영업	
527	유사나헬스사이언스코리아(유)	정 브라운 → 더글라스 헤인	2003.05.23	2003.05.12	1577-7307	서울시 강남구 테헤란로 402, 4.5층 (역삼동, 서울인터내셔널타워)	www.usaria.com	영업	2026.03.01 대표변경
469	멜레루가르테비제날코리아(주)	주환	2002.07.17	2004.05.04	1544-3600	서울시 강남구 영등대로326 (대치동) 힐처원드타워 3층	kr.meleluca.com	영업	2026.07.01 주소 변경
394	(유)프라이프리스치코리아	라이프프라이프스도어비제날	2002.01.23	2005.01.01	02-6410-8481	서울시 송파구 잠실동 175-6 제이타워 14층	www.4lifekorea.co.kr	영업	
528	엔비아이티케이(주)	크리스태지은형	2003.05.27	2005.01.01	02-558-0155	서울시 마포구 월드컵북로 402, 1605호 (삼성동, 케이아이이티센터)	korea.nhtglobal.com	영업	
678	(주)리브퓨어코리아	우진희	2008.02.25	2008.02.15	02-2055-2191	서울시 강남구 영등대로 96길 20, 3층(삼성동)	www.livepure.co.kr	영업	
721	아미레코리아(주)	최만우 → 백용훈	2010.11.30	2010.11.25	02-2187-2900	서울시 강남구 선릉로33길 5, 7층 (역삼동, 대우타워)	www.amare.com	영업	2026.03.03 대표변경
728	(주)비더블유엘코리아	후양반천	2011.06.22	2011.06.08	02-3675-9190	서울시 서초구 강남대로 373, 13층 101호	kr.bvlgrioup.com	영업	
731	(주)봄코리아	김호일	2011.08.30	2011.08.24	1544-9889	서울시 강남구 삼성로 85길 28, 5층(대치동 우산빌딩)	www.bomkorea.co.kr	영업	
803	비즈월드코리아(주)	방지강	2014.10.06	2014.09.30	02-1670-3362	서울시 강남구 테헤란로 322 19층 서원(한신타워빌24빌딩)	www.bizworldkorea.com	영업	
825	(주)테라스타	정말문	2015.06.30	2015.06.26	02-467-0300	서울시 구로구 디지털로26길 43, 1.동 1404, 1405호 (구로동, 테라스타타워빌딩)	www.terastar.co.kr	영업	
855	(주)코타파	박진현	2016.12.23	2016.12.19	1588-6056	서울시 강남구 삼성로 566, 4층(삼성동, 발당एम)	www.cotafia.co.kr	영업	
910	(주)귀아미필 → (주)제일리얼스	김동원, 구경용, 유영원 → 신동원, 유영원, 박재성	2018.06.01	2018.05.18	080-345-0700	강원도 횡성군 둔내면 우용로97번길 55-5	www.eromhc.com	영업	2026.02.06 상호 대표 변경
경기 2025-1	(주)메나스	김진박	2019.02.14	2019.02.08	02-553-9378	경기도 수원시 권선구 호원로268번길 25(권선동) 우익빌딩, 501호	www.maniscorp.com	영업	
889	영라빙코리아(유)	뉴비아이제물리블링	2019.03.22	2019.03.20	080-500-2200	서울시 송파구 올림픽로36길 137, 17층 (신천동, 한우글로벌로타워빌)	www.youngliving.co.kr	영업	
903	(주)웰란스	박용문	2019.07.10	2019.07.08	02-2118-1177	서울시 성동구 아차산로 17 서울숲타워 1203호	www.wellance.kr	영업	
906	(주)더올가	류석우	2020.01.16	2020.01.14	02-556-0870	서울시송파구우림북로120빌, 18층3동, 우림동(우림지오) 1동A	www.theorga.co.kr	영업	
919	엘알헬스앤비타(유)	권순, 안드레아스켄퍼	2020.11.10	2020.11.05	1544-6767	서울시 강남구 테헤란로 216, 2층	www.livworldkorea.com	영업	
927	아일랜드(주)	정희국, 최국상	2021.07.30	2021.07.27	02-866-5672	부산광역시 연제구 신히로23번길 24, 3층(연산동)	www.itzeiffa.co.kr	영업	2026.02.23 주소변경
경기 2021-2	(주)에스이원글로벌	심현진	2021.08.12	2021.08.05	02-539-8857	경기도 수원시 광명면 부흥로681번길 1107동	ae1global.com	영업	
충남-11	(주)스데미코리아	에드먼트후웅	2021.12.23	2021.12.17	02-6952-1393	충남 아산시 당면면 아순산대로 442, 907호(사마트타워1)	www.sterneykorea.com	영업	
948	뉴이미지헬스사이언스코리아(유)	알란 그랜트 스투이트	2024.09.30	2024.09.27	02-430-2610	서울시 송파구 송대로 146, 6층(가락동, 유니프라자)	newimage.world	영업	
부산 2022-2	뉴유라이프코리아(유)	권태휘	2022.12.12	2024.10.15	080-644-0880	부산광역시 연제구 중앙대로1053, 9층 901호(연산동, 동림빌딩)	www.newulife.com/kr/ko	영업	
955	(주)보다코리아	최형중	2026.03.26	2026.03.19	1522-5107	서울시 서초구 양재천로177길 26 2층	www.bodakorea.com	영업	
경기 2026-1	퓨처헬스코리아(유)	양국근	2026.05.14	2026.04.20	02-3159-3002	경기도 고양시 덕양구 청호로 10, 제1동 제13층 제비비 13-1302호 (덕은동, 제비비테크로타워빌)	www.futurehealthkorea.com	영업	

• 후원방문판매 공제조합 가입업체 명단

계속거래(본사 지급보증 거래업체)

업체명	대표자	공제보증개시일	전화번호	소 재 지	홈페이지	지급보증 대리점수
(주)LG생활건강	이정애	2013.08.12	080-023-7007	서울시 종로구 새문안로 58(신복로2가)	www.lgcare.com	6개
(주)아모레퍼시픽	서경혜, 이등순, 김승환	2013.08.13	080-023-5454	서울시 중구 수표동 99번지 시그니처타워 서관 5층(창경천로 100)	www.aggroup.com	309개
(주)코리나화장품	유학수	2013.08.14	031-722-7000	충남 천안시 서북구 상거읍 청춘리 204-1	www.corsea.com	23개
코웨이(주)	서장원	2013.08.14	1588-5200	충남 공주시 유구읍 유구리 658	www.coway.co.kr	0개
풀무원(강정생물주)	오경림, 박광순	2013.08.08	02-2186-8500	서울시 강남구 광평로 280, 5층 DS영업본부	www.pulmuone-lhas.com	0개
한국화장품(주)	이윤준	2013.09.04	080-023-2221	서울시 종로구 창경천로 35 관행빌딩	www.hikcos.co.kr	0개
(주)에이씨라이트프렌치	정철	2017.06.20	02-2166-7770	경기도 과천시 과천대로7길65, 9층105, 106, 107, 108층(충무로, 과천청아파트타워)	www.lgdfengin.com	0개

후원방관업체

등록번호	업체명	대표자	공제보증개시일	전화번호	소 재 지	홈페이지	비 고
서울시서753	(주)LG생활건강	이선주	2018.06.05	080-023-7007	서울시 종로구 새문안로 58(신복로2가)	www.lgcare.com	특판
서울시서3	(주)아모레퍼시픽	서경혜, 김승환	2024.04.23	02-879-3889	서울시 용산구 한강대로 100	www.aggroup.com	특판
서울시서2932	한국화장품(주)	이윤준	2024.12.11	02-724-3114	서울시 종로구 창경천로 35(사문동)	www.hikcos.co.kr	특판
서울시서2934	(주)코리야테크	이동열	2025.02.18	070-4014-5079	서울시 강남구 봉은사로49길 12, 코리야테크빌딩	coreatech.kr	특판
서울시서2931	(주)금민에스피	이우재	2025.12.01	070-4070-0165	서울시 강동구 고덕로399, B124호(고덕, 고덕센트럴플러스지오)	www.goldmin.co.kr	직판
충남2026-1	에스자라다메(주)	양지은	2025.12.30	042-721-0827	충청남도 계룡시 양서면 병당2길 21-11 1층	www.sjardm.com	특판

• 은행 지급보증 업체 명단(다단계)

등록	상 호	대표자	등록일자	전화번호	소 재 지	홈페이지	영업여부	비고
부산2022-1	(주)지얼라이언스	장은영	2022.04.14	1833-7538	부산광역시 동구 고전로 102, 4층(기정동)	www.aimeife.world	영업	2025.11.12 대표변경
경기2023-4	(주)두리샵	강영재	2023.10.26	02-6400-0322	경기도 성남시 수정구 위례대로 135, 신성아카데미빌 802동 42호	www.woorishop.com	영업	
경기2024-1	(주)에이제얼글로벌	이동훈	2024.04.15	031-421-9903	경기도 의왕시 안원방고로 89 (의왕동, 에이캐럴사이언스사옥) 605호	www.hlonstar.com	영업	
대구2025-1	(주)파크스테일	박은석	2025.03.18	053-942-5551	대구광역시 남구 대명로 124, 7층(대명동)	twoparks.co.kr/mail	영업	

가나다순, 서울시 등록번호는 '서울시' 생략함.						www.kossa.or.kr		Tel.02-2058-0831		07.02 현재(72개사)	
등록번호	상 호	대표자	등록일자	공제계약일자	전화번호	소재 지	홈페이지	영업여부	비고		
123	고려한백주식회사	편홍삼	1997.02.12	2003.01.01	02-522-5200	경기도 안양시 동안구 관악대로 298, 3층 (관악동, 케이아이빌딩)	www.khbi.co.kr	영업			
834	(주)굿모닝월드	김선영, 이현웅	2012.08.10	2012.08.10	1666-2204	서울시 강남구 봉은사로 63길 7, 2층(삼성동)	www.gmworl.co.kr	영업			
957	나투라비탈리스코리아(유)	최민근	2026.04.06	2026.04.01	1661-0797	서울시 구로구 디지털로26길 43, R2003호	www.naturavitalis-korea.com	영업			
부산 2025-3	뉴비아코리아(주) → 뉴시아코리아(주)	이옥진	2025.07.28	2025.07.23	070-4774-8502	부산광역시 사상구 학감대로 252, 7층(강진동)	www.nuvia.co.kr	영업	2026.03.17 상호변경		
753	뉴키(주)	허영진	2012.08.22	2012.08.14	02-2167-1700	서울시 구로구 경인로 661, 신도림 1차 푸르지오 503호	www.newkeysol.co.kr	영업			
715	니오라코리아(유)	스티븐 코비 브라운트	2010.05.14	2013.01.29	1688-9800	서울시 송파구 백제고분로 7길 53, 2층(잠실동, AWT타워)	www.acnrk.co.kr	영업			
세종 2026-001	(주)더엘리온	이미희	2026.05.15	2026.04.27	044-905-8249	세종특별자치시 집현중로7로 6, (집현동) 주1동, B 201, 202, 204호	www.elyona.kr	영업			
부산 2025-2	(주)더클래스룸	차진희	2025.03.24	2025.03.13	02-1670-2502	부산광역시 부산진구 중앙대로 635번길 25, 2층 203호	www.classroom.kr	영업			
944	(주)더하인	송양호	2024.01.31	2024.01.26	02-1555-2636	서울시 서초구 서초대로 74길 45, 6층(서초동, 연태비빌딩)	www.thehanain.co.kr	영업			
751	(주)더하이	황규현	2012.08.16	2012.08.14	02-552-4456	서울시 서초구 논현로83 삼호빌딩 빌딩 A동 1914호	www.the-high.co.kr	영업			
786	도테라코리아(유)	정재홍	2013.11.06	2013.11.01	1600-5105	서울시 서초구 남부순환로 2561, B1-2층	www.doterra.com/KR	영업			
951	(주)댄다코리아	박승태	2025.03.20	2025.03.14	1551-5752	경기도 성남시 수정구 위례광장로 19, 4층 410호 (광곡동, 아이퍼리온)	www.dandakorea.com	영업			
경기 2023-1	라라코리아인터내셔널(주)	김성엽	2018.06.07	2018.05.11	1544-9886	경기도 성남시 분당구 성남대로 916번길 11, 701호	www.lalakorea.kr	영업			
939	라이프웨이브코리아(주)	테라비드제일드슈미트	2023.08.01	2023.06.28	1670-4939	서울시 강남구 영등대로 731, 지하 2층(삼성동, 신영빌딩)	www.lifewave.kr	영업			
780	(주)루비셀	김봉준	2013.02.18	2013.02.12	1899-1841	서울시 강남구 논현로 72길 7	www.rubyell.co.kr	영업			
경기 2023-2	(주)루키스앤베스	홍인순	2014.12.16	2014.12.10	1588-8843	경기도 과천시 횡달로2로 8 율곡빌딩 1층	www.lucassns.co.kr	영업			
경기 2024-2	(주)리퍼블링크	유인호	2024.08.08	2023.12.19	02-555-0515	경기도 성남시 수정구 위례서립로 34, 408호 (광곡동, 위례성회프라자)	www.rfink.kr	영업	2026.01.26 주소변경		
인천 2023-2	메사앨라이언스그룹(주)	김세원	2012.11.12	2012.11.05	1577-8817	인천광역시 서구 파랑로 395, 1동 512호	www.mesaalliancegroup.com	영업			
전북 2024-1	(주)미드일	장승관	2024.08.14	2024.08.06	063-642-7101	전북 익산시 사선22길 8	midmeal.co.kr	영업			
745	(주)미젤	김태성	2012.07.31	2012.07.25	02-562-2366	서울시 강남구 선릉로 427, 13층 (역삼동, 효재빌딩)	www.mizel.co.kr	영업			
782	(주)바글글로벌	손경희	2016.03.04	2016.02.25	02-1661-3265	서울시 강남구 논현로86길 29, 1층 (역삼동, 대한사회복지회 빌딩)	www.baraglobal.com	영업			
953	(주)비아이오베스타	이연드류경민	2025.08.28	2025.08.25	02-6215-8008	서울시 강동구 올림픽로 682-8, 지하 1층	biowesta.kr	영업			
대구 2022-1	(주)비잘	황보태연	2022.05.06	2022.04.28	1522-0992	대구광역시 중구 동맥로 55, 111동 304호 (대명동, 태왕아나스상가)	www.bazar-ko.com	영업			
950	(주)셀블코리아	김현수	2024.11.22	2024.11.19	02-1544-9780	서울시 강남구 봉은사로 44길 58, 5층 503호	www.celebkr.com	영업	2026.06.01 주소 변경		
경기 2022-2	(주)셀블코스	장자향	2022.03.03	2022.02.15	1533-1469	경기도 남양주시 화도읍 북한강로 1362-33	www.cefllx.co.kr	영업			
충남12	(주)스타비즈파트너스	이형신	2026.03.31	2024.06.04	1544-3730	충청남도 천안시 서북구 2공단8길 51, B동 1층 102호(삼당동)	www.starbizmall.com	영업	2026.04.08 주소변경		
880	선라이더디아디벡트코리아(유)	태아무현	2018.03.29	2018.03.05	02-3415-3400	서울시 강남구 선릉로 615, 3층(논현동, 선라이더빌딩)	www.sunriderdirect.co.kr	영업			
경기 2025-6	(주)비앤뷰	이기현, 이혜영	2023.05.04	2023.04.26	1522-1296	경기도 광명시 일직로 43, 제1하1층 제1135호 (일직동, 자이아파트)	www.cn-view.com	영업	2026.04.27 주소변경		
932	아오라 피트니스(주)	윤재민	2022.05.23	2022.05.13	1544-6816	서울시 강남구 봉은사로68길 55, 4층	www.jy-global.co.kr	영업			
904	아이야유니온(주)	최자영	2019.10.14	2019.10.02	1833-2080	서울시 중구 세종대로 73, 24층(서소문동, 대명로빌딩)	www.iyaunion.com	영업			
경기 2025-1	(주)아이엠로보넷	도영기	2014.06.11	2014.05.29	02-6959-5699	경기도 광명시 일직로 43, C, 1605호	kr.ianglobalnet.com	영업			
충남7	에데미(주)	박한길, 윤윤순	2009.08.05	2009.07.29	1544-8580	충남 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)	www.atomy.kr	영업			
779	(주)엔아치크	타케야마 테츠지	2013.09.25	2013.09.17	02-546-8120	서울시 강남구 논현동 119-3 화성빌딩 7층	www.enagikorea.co.kr	영업			
956	(주)웨스디랑	박영환	2026.03.29	2026.03.25	1833-9556	서울시 강남구 봉은사로 465(삼성동) 7층	www.witnsdrang.com	영업			
대구 2023-1	주식회사 에스엔에이이	장영재	2023.02.08	2023.02.03	053-217-1171	대구광역시 동구 매곡로 275(매곡동)	www.snbi.co.kr	영업			
941	주식회사 에이랩엘	남우철	2023.11.27	2023.11.23	02-6462-0022	서울시 강남구 테헤란로 313, 909호(역삼동)	www.alevelab.com	영업			
958	(주)메이피어이엠	한동욱, 이종현	2026.04.15	2026.04.06	1800-5652	서울시 마포구 신촌로6길 23, 1층(동교동)	h2ve25.com	영업			
경기 2023-5	유한회사 엑스인포메이션스코리아	광수민	2023.11.14	2023.11.07	02-1899-0116	경기 용인시 기흥구 동백중앙로 191, 8층 B8561호 (송도, 씨티프라자)	www.xndk.co.kr	영업	2025.12.09 사정요구		
인천 2026-1	엑스피저스(주)	안필두	2026.04.10	2026.04.01	032-205-2303	인천광역시 연수구 송도과학로 32 (송도동) S7 702호	www.hustleplay.shop	영업			
959	엔앨리스트아시아(유)	강성국	2026.04.22	2026.04.05	1877-0037	서울시 강남구 테헤란로 406, 성재리재판터, 제6동 203호	n1star.co.kr	영업			
인천 2024-1	엔지엔(주)	장철영→오충현	2024.10.17	2024.10.08	032-710-2425	인천광역시 중구 충무대로69번길 12, 3층 1-3층	ngnmail.com	영업	2026.06.17 대표변경		
686	(주)엔텍다	리셀레드워드틀	2008.12.15	2008.12.09	02-565-4011	서울시 강남구 역삼로 25길 23, 5층	www.kr.enetca.com	영업	2026.06.01 주소 변경		
567	엔티메이저인터내셔널(주)	조연민	2004.08.17	2004.08.03	02-543-6359	서울시 강남구 논현동 23-16 크레이빌딩	www.nthi.co.kr	영업			
952	(주)엘바이오텍스	김선호	2025.06.26	2025.06.20	02-423-5988	서울시 송파구 위례성대로 18, 1301호	elbiolabs.co.kr	영업			
889	(주)오너	윤병연, 노소라	2018.07.12	2018.07.05	1522-6852	서울시 송파구 올림픽로 92, 3층(잠실동, 잠실두성빌딩)	www.ownerbiz.com	영업			
충북 2013-1	와인코리아(주)	윤대림	2013.08.12	2013.08.06	043-744-44-11	충북 영동읍 영동환근로 662(주곡리 42-1)	www.wakekor.co.kr	영업			
935	주식회사 유니나인코어	김성현	2023.02.22	2023.02.16	02-571-0113	서울시 서초구 양재대로22길 100-30, 2층	www.unincore.com	영업			
부산 2025-1	(주)유엑스코리아	김준권	2025.05.14	2025.05.07	070-7701-6050	부산광역시 해운대구 선태양로 97, 에이들 3903호 (가동동, 선태양스카이라이프)	unexakorea.com	영업			
경기 2018-5	(주)이레뷰티호텔	김정애	2018.10.26	2018.10.19	031-705-7227	경기도 성남시 수정구 복동로 121, 2층	www.beautyhotel.co.kr	영업			
949	(주)인산헬스케어	홍종득 → 최정영	2024.10.07	2024.10.02	1668-2090	서울시 종로구 인사동7길 12, 2층 2호	insanhealthcare.com	영업	2026.04.15 대표변경		
922	(주)인큐텐	박진희	2021.01.15	2021.01.14	1577-8923	서울시 강남구 연주로 432-6, 10층	www.inqten.com	영업			
814	(주)제이온	김영식	2015.02.09	2015.02.02	02-1644-8446	서울시 광진구 아차산로 627, 안성하이텍 5층	www.jayon.net	영업			
790	(주)젤은초소	구금숙	2013.08.29	2013.08.20	080-311-4175	서울시 금천구 가산디지털1로 205-15 (가산동) 바드림타워 207호 208호	www.wellyame.co.kr	영업			
인천 2026-3	(주)제이엔코리아	오정은	2026.04.28	2024.05.17	070-4647-1303	인천광역시 부평구 체육관로 32, 504호	www.gonkorea.com	영업	2026.05.07 주소변경		
744	(주)지세스텔	주기영	2012.07.12	2012.07.06	02-3430-2800	서울시 금천구 불꽃로 278, 905호(가산동, S.테크노빌)	www.g-sl.co.kr	영업			
전북 2015-1	지름(주)	서정훈	2015.06.29	2015.06.22	02-555-6009	전라북도 남원시 송동면 율동사로 254	www.gcoop.com	영업			
921	(주)지티비코리아	송국주	2020.11.13	2020.11.12	02-6951-5866	서울시 강동구 상암로 26, 5층	www.qtopbio.com	영업			
대구 2013-5	(주)제이온	유나연	2013.10.22	2013.10.16	1899-7889	대구광역시 수성구 달린로 238(수성동 37)	www.chaeieun.co.kr	영업			
954	(주)캐나비	임사진	2025.11.06	2025.10.28	1644-4767	서울시 서초구 강남대로 163, 2층(양재동)	www.canabiglobal.com	영업			
767	(주)카나인코리아	채홍영	2013.04.25	2013.04.22	02-2038-8466	서울시 강남구 논현로 563, 3층(역삼동, 안주타워)	www.canai.kr	영업			
경기 2013-3	(주)카리스	김현수	2013.12.30	2013.12.16	1644-3066	경기도 성남시 분당구 황새울로335번길 5, 7층	www.chariscell.com	영업	2026.04.30 주소변경		
872	케이알마켓텔(주)	장승욱	2017.12.11	2017.12.05	1522-6070	서울시 강남구 영등대로 511, 트레이드타워 40층 5호	www.madeingangnam.com	영업			
936	트루비코리아 유한회사	태보리드마일 브라운	2023.04.05	2023.03.28	1899-1430	서울시 서초구 남부순환로 2583, 6층	www.trueyorea.com	영업			
충북 2024-1	(주)피어메타	최범철	2024.12.17	2024.11.26	043-1660-3475	충북 청주시 흥덕구 오송읍 오송생명로 125, 2층	www.pi-meta.com	영업			
942	주식회사 파스트코리아	김성덕	2023.12.05	2023.12.01	1544-3539	서울시 강남구 테헤란로 84길 11, 2,3층(대치동, 비동위타워)	www.firstkor.co.kr	영업			
869	(주)퍼플유	강혁욱	2017.03.03	2017.02.21	1522-6261	서울시 강남구 선릉로 100길 30, 지하1층 (삼성동, 유나론빌딩)	www.purple-u.com	영업			
경기 2021-1	(주)퓨팅코리아	정여금	2021.03.31	2021.03.18	031-722-3999	경기도 성남시 중원구 성남대로 1132, 317,318호 (오만랜드트빌스)	www.footerkorea.com	영업			
807	(주)프리즘인터내셔널	오택택	2014.11.10	2014.10.31	1661-5884	서울시 강서구 공항대로58길 10, 동촌동, 대동빌딩	www.prism-int.co.kr	영업			
924	(주)퍼펙트글로벌	박민주	2021.02.15	2021.02.09	02-6482-2882	서울시 송파구 백제고분로 101, 10층(잠실동, 서일빌딩)	prpnet.co.kr	영업	2026.05.13 주소 변경		
882	프리미엄인터내셔널코리아(유)	티모브라이트하우프트	2018.04.02	2018.03.26	02-838-2688	서울시 영등포구 여의대문로 8, 태평빌딩 602호	www.pmi-korea.com	영업			
대전48	하담스(주)	유혜민	2024.12.11	2024.12.06	042-935-2677	대전광역시 중구 대대로 487 7층 (대동동, 아이원빌딩)	www.hadams.co.kr	영업			
933	힐리월드코리아 주식회사	이민우	2022.08.19	2022.08.16	02-1660-1210	서울시 송파구 올림픽로 319, 고통회관 8층	korea.healy.shop	영업			

HICRO Q PREMIUM

피부의 완벽한 컨디션을 위한 딥 부스팅 케어 & 딥 모이스처 케어

하이크로 큐 프리미엄 앰플 | 하이크로 큐 프리미엄 크림



CHARIS

www.renecell.com TEL. 1644-3066

RENE+CELL