

친환경 비건 K-뷰티로 세계를 품다

10월 16일, 전주 JG 물산(대표 박성현) 회의실에서 한국 청년들의 열정과 전 지구적 가치가 만나는 특별한 행사가 열렸다.

비건뷰티.클린뷰티 화장품 브랜드 매료화장품의 이승민 대표(43)와 콜롬비아인 아내 스테파니아(33), 공동대표인 정현태(39)씨가 친환경 제품과 공정무역을 기치로 내걸고 활발한 사업 확장을 하고 있는 JG 물산(대표 박성현)과 협력의 손을 맞잡는 특별한 협약을 맺었다.

단순한 사업 제휴를 넘어, 세계를 향한 선한 영향력을 펼치겠다는 의지로 가득 찬 이 자리에서 이승민, 정현태, 박성현 대표를 만날 수 있었다.

콜롬비아의 거리에서 시작된 꿈이 이제 전 세계로 뻗어나가는 대한민국 세 청년의 이야기는 좌절하고 있는 대한민국의 많은 젊은이들에게 영감을 줄 것이 분명해 보였다.

그들은 젊고 활기찬 모습으로 기자와의 인터뷰에서 '하얀 먼지'는 대한민국 젊은 사업가의 기개를 볼 수 있었다.



↑ 이승민 매료화장품 대표(사진 왼쪽부터), 이 대표 부인인 스테파니아씨, 정현태 매료화장품 공동대표가 자신들이 개발한 화장품을 선보이고 있다.

← 전주에 소재한 지구커피 내에서 전주 JG 물산 박성현 대표(사진 오른쪽)와 업무협약을 체결하는 이승민 매료화장품 대표.

“콜롬비아에서 한국 화장품 가능성 봤다”... 이승민 대표

Q. 매료화장품을 시작하게 된 계기가 무엇인가요?

- 처음부터 거창한 계획이 있었던 건 아닙니다. 제가 남미 콜롬비아에서 생활하면서 현지인들이 한국 화장품에 얼마나 관심이 많은지 봤어요. 그런데 정작 아시아 화장품은 거의 찾아보기 어려웠어요. 특히 친환경, 비건이라는 가치를 담은 제품들이요.

그들에게 한국의 우수한 화장품을 알리는 것이야말로 애국하는 길이고 현지 피부과 의사들조차도 제대로 사용하지 않는 친환경 비건 원료로 만들어진 질 좋은 한국 화장품을 잘 사용하도록 알려주어 현지인에게 도움이 되도록 해야 하겠다는 소박한 마음에서 출발했어요.

그것이 계기가 됐습니다. 한국이 만드는 화장품의 기술력과 아름다움을 남미에, 나아가 전 세계 사람들에게 알리고 싶다는 생각 말이에요. 동시에 나날이 어려워지는 자연환경을 생각하는 기업이 되고 싶었습니다.”

Q. 초기 시장 진출에서 어려움은 없었나요?

- 정말 많았습니다. (웃음) 한국과는 다른 여건인 콜롬비아에서 사업을 하려고 했으니 오죽했겠어요. 콜롬비아에서 태어나서 자란 제 아내가 사업을 진행하는 곳인데 정말 큰 도움이 됐습니다. 현지인인 아내가 콜롬비아 사람들의 피부 고민, 생활 습관, 심지어 향과 질감 선호도까지 세밀하게 설명해 줬어요. 그제야 저는 깨달았거든요. 화장품을 팔기만 해서 안 된다는 것을, 그들의 문화와 감성을 먼저 이해해야 한다는 것을요.

Q. 부부가 함께 사업을 진행하면서 좋은 점과 어려운 점이 있다면?

- 좋은 점은 분명하죠. 저는 기술과 마케팅을



담당하고, 아내는 현지의 관점에서 제품을 검증해 줍니다. 365일 함께 일하면서 의견 충돌도 많지만, 그것이 더 좋은 제품을 만드는 밑거름이 돼요.

가장 감동적인 순간은 우리 화장품을 길거리 마켓에서 제품을 선보였을 때였어요. 처음엔 소비자들이 생소한 한국 화장품을 의심 어린 눈으로 봤는데, 아내가 직접 시연하고 설명하며 사용하게 하니 입소문이 퍼지기 시작했어요. 그 순간 느꼈던 박찬 감정은 잊을 수가 없어요. 가족과 함께 이루어낸 성공이었으니까요.

Q. 제품 개발 과정은 어땠나요?

- 콜롬비아인의 피부에 맞는 제품을 만드는 건 정말 어려웠고 도전적이었어요. 식약청(인비마)등록허가증을 받기 위해 서류를 준비하고, 임상 테스트하는 과정 등, 이 모든 과정이 수많은 시행착오가 있었습니

다. 현지에서 화장품 수입을 위한 인증들을 받기 위해 여러 차례 시도했지만 몇 달 동안 지연되기도 했고, 예상치 못한 현지 규제도 출시가 늦어지기도 했어요. 하지만 우리는 포기하지 않았어요. 밤늦게까지 현지 규정을 통과 하기 위해 개선점을 논의했습니다. 아내는 현지 소비자 피드백을 실시간으로 수집해서 향, 질감, 디자인에 반영했고, 저는 그걸 바탕으로 최종 포뮬러를 결정했어요.

첫 출시 제품이 현지인들로부터 큰 호응을 얻었을 때의 성취감은 말로 표현할 수 없었습니다.

“이윤 추구 넘어 세상을 바꾸고 싶다”

Q. 가장 인기 있는 제품이 뭔가요?

- 선크림이 최고의 인기예요. 콜롬비아는 고산지대가 많고 햇빛이 따가운데 피부를 보호하는 제품이 부족했거든요. 지금은 콜롬비아 현지인들이 “가장 많이 찾는 제품 1위”라고 할 정도로 사랑받고 있어요. 클렌징 오일과 클렌징폼도 마찬가지입니다.

현재 클렌징 오일, 클렌징폼, 선크림 3종을 출시했고, 11월에는 토너, 세럼, 애플, 크림 등 5종이 추가 출시할 계획이에요. 모든 제품이 100% 비건 원료를 사용하고 재활용 가능한 친환경 종이 포장을 사용합니다. ‘너의 피부에 매료되다’라는 브랜드 철학을 담고 있어요.

Q. 이번 지구커피(대표 최우택), JG물산(대표 박성현)과의 협력이 특별한 이유는?

- 단순한 사업 확장이 아니었어요. 지구커피와 JG 물산은 파푸아뉴기니 농민을 지원하고 문맹 퇴치 사업을 펼치는 공익을 추구하는 기업이거든요. 우리가 추구하는 친환경, 공정무역 철학이 정확히 맞아 떨어졌어요.

협약식에서 느꼈던 것은 ‘역시 같은 마음을 가진 기업이 있다’는 희열이었어요. 앞으로 ‘클린 뷰티 X 클린 커피’와 공정무역이라는 콘셉트로 앞으로 상생 협력을 펼칠 계획입니다. 공정무역, 재생에너지, 지역 상생 등 다양한 방법으로 함께할 예정이에요.

Q. 향후 비전은?

- 이번 협약을 계기로 국내에 저희 회사의 친환경 비건의 질 좋은 제품의 화장품을 JG 물산과 협력하여 11월 20일경부터 국내에 제품을 런칭할 계획입니다. 그리고 친환경 비건 화장품을 콜롬비아를 필두로 아시아와 남미 전

역을 비롯하여 유럽까지 시장에 수출하려고 합니다. 그리고 K-뷰티의 우수성을 세계에 알리는 게 목표예요.

이제부터 행동으로 옮겨 국내시판과 함께 콜롬비아를 시작으로 아시아, 라틴 아메리카 전역으로 확대하고, 향후 유럽 시장 진출도 고려하고 있습니다.

하지만 더 중요한 목표가 있어요. 지속 가능한 소비문화를 널리 전파하는 것입니다. 매료화장품이 단순한 기업이 아니라 세상을 조금 더 좋은 방향으로 변화시키는 기업이 되고 싶어요.

Q. 마지막으로 젊은이들에게 전하고 싶은 메시지가 있다면?

- 저도 처음엔 불안했어요. 남미에서 과연 한국 화장품이 먹힐까? 우리가 정말 성공할 수 있을까? 그런 의심과 두려움이 있었거든요. 하지만 깨달았어요. 이 모든 어려운 일들 가운데 나이가 핑계가 아니라는 것들요. 경험이 부족하다고 해서 꿈을 포기해도 되는 건 아니라는 것들요.

저는 작은 나비의 날갯짓이 태풍이 되는 나비 효과를 믿습니다. 지금 매료화장품이 하는 작은 시도가 세계로 퍼져나가고, 그것이 많은 청년에게 영감을 주기를 바랍니다.

정말 중요한 건 이거예요. ‘우리의 목표는 단순한 성공이 아니라 더 나은 세상과 지속 가능한 가치를 만드는 것이다’라는 마음. 이 마음으로 지구가 좀 더 살기 좋은 곳이 되는 데 베풀 한 장이라도 놓고 싶어요.

젊은이 여러분, 좌절하지 마세요. 열정과 철학이 있다면, 팀이 있다면, 함께할 사람이 있다면 충분히 세상을 바꿀 수 있습니다. 저희가 그 증거입니다.



↑ 매료화장품이 개발한 화장품을.

환경운동가에서 사업가로... 정현태 공동대표

Q. 안녕하세요. 자기소개 부탁드립니다.

- 정현태입니다. 현재 매료화장품의 이승민 대표와 공동대표로 활동하고 있습니다.

한국에서 생산되는 화장품을 콜롬비아를 비롯한 남미와 유럽 등 전 세계로 판매하고 있습니다.

Q. 환경 운동가로 출발하셨다고 들었습니다. 언제부터 관심을 가지셨나요?

- 대학 시절부터였어요. 책과 강의실에서 배운 것만으로는 부족했고, 직접 눈으로 보고 손으로 만져야겠다고 생각했습니다. 그래서 한국의 환경단체에 소속되어 유엔 사막화 방지 협약(UNCCD) 사업에 참여하게 됐어요.

Q. 그 경험 중 가장 기억에 남는 일은?

- 몽골의 사막에 직접 나무를 심었던 경험입니다. 황당한 모래 위에 손으로 나무를 심을 때, 정말 실감했어요. 내가 이 자리에서 한 행동이 저 멀리 누군가에게 영향을 준다는 것 말이에요. 나 한 사람의 작은 행동도 결국 지구 어딘가에 파문을 일으킨다는 걸 피부로 느꼈습니다.



비즈니스 모델을 만드는 것도 환경을 지키는 방법이라고 믿게 됐습니다.

Q. 콜롬비아에서는 구체적으로 어떤 일을 하셨나요?

- 현지 여성들을 위한 화장품을 개발하고 판매했습니다. 단순히 제품을 팔기 위함이 아니라, 현지 여성들에게 도움이 되고 환경을 고려한 제품을 만들려는 취지였어요.

Q. 콜롬비아에서의 반응은?

- 정말 놀라웠어요. SNS 팔로워가 순식간에

“중요한 건 씨앗을 계속 심는 것”

100만을 넘었습니다. 마치 남미의 뜨거운 태양 같은 인기였죠. 그 성공이 이 사업이 옳은 방향으로 가고 있다는 확신을 주었어요.

Q. 성공의 비결이 뭐라고 생각하세요?

- 진심이었다고 생각해요. 우리가 현지인들을 위해 진심으로 제품을 만들고, 그들의 삶을 개선하려고 노력했던 그 마음이 통했던 것 같습니다. 사람들은 그런 진심을 알아봐요.

Q. 최근 JG 물산과 협약을 체결하셨는데, 특별한 이유는?

- 우리가 추구하는 ‘사람과 지구의 상생’이라는 비전이 정확히 맞아떨어졌거든요. 일반적인 비즈니스 파트너십을 넘어 철학을 공유하는 파트너를 만난 거죠. 이익 추구만이 아니라, 사회와 환경에 대한 책임감을 함께 가진 사람들이었어요.

Q. 앞으로의 계획은?

- 국내외로 사업을 확장하면서 지구커피, JG 물산과 함께 환경보전과 상생을 골자로 하는 캠페인도 벌일 예정입니다. 특히 11월 20일경

부터 우리나라 전역에 우리 회사에서 런칭한 화장품을 판매할 계획을 가지고 있습니다. 제품 판매 수익금의 일부를 환경 보호 사업에 기부하거나, 고객들이 함께 참여할 수 있는 프로그램을 만들고 싶어요. 매료가 단순히 제품을 파는 회사가 아니라 사회 변화를 만드는 기업이 되길 원합니다.

Q. 젊은 사업가로 실패가 두렵지 않으신가요?

- 물론 두렵죠. 하지만 우리가 심는 씨앗이 모두 큰 나무가 될 필요는 없다고 생각해요. 중요한 건 계속 심는 것입니다. 어떤 씨앗은 자라고, 어떤 씨앗은 실패할 수도 있지만, 그 과정에서 배우고 성장하는 거죠.

Q. 젊은 기업가들에게 해주고 싶은 말씀은?

- 돈과 성공만을 쫓지 말고, 정말 무엇을 위해 사업을 하는지 생각해 보라고 말하고 싶어요. 우리가 하는 일이 정말 세상을 더 좋게 만드는지, 사람들의 삶을 개선하는지를 항상 되짚어봐야 합니다. 그럴 때 비로소 지속 가능한 비즈니스가 될 수 있다고 생각해요.

/이만호 기자