

카르마젠 www.karmazen.co.kr



양질의 삶을 누리하고자 하는 사람들의 관심이 웰빙, 로하스 등의 문화를 만들며 그야말로 웰빙 제품의 홍수에 살고 있다 해도 부족함이 없는 시대이다. 다양한 제품 중 중 먹거리는 단연 관심 대상 0순위. 건강에 직접적으로 영향을 미치기도 하지만 식재료 하나에 담긴 영양을 몸에서 그대로 느끼고자 하는 욕망이 그 문화의 배경이라 할 수 있다. 창업과 동시에 높은 호응으로 상승세를 이어가고 있는 카르마젠(대표 이수영)을 찾았다.

청정 로하스 세상을 여는 카르마젠

지난 2월 창업 후 꾸준한 매출을 기록하며 업계의 이목을 집중시키는 카르마젠은 발효공학 중 생명공학에 기초한 웰빙건강식품을 생산하는 벤처기업이다. 10년 간의 디자인기획실 운영과 10년 간의 건강식품유통업에서 근무한 경험을 살려 로하스건강사업에 투자한 이수영 대표의 야심작이기도한 카르마젠. 이 대표는 과거 건강식품 판매업을 하던 중 우연한 기회에 사찰음식을 접하며 그 매력에 매료돼 이를 사업과 접목시켜 스님들이 만든 사찰식품을 인터넷을 통해 판매하고 있다. 이 대표는 “사찰음식은 말 그대로 웰빙일 수 밖에 없어요. 조미료는 전혀 쓰지 않고 천연 재료만 사용하니깐요”라며 성공의 포인트를 공개했다. 사업 전 고객의 니즈 파악을 하던 중 사찰음식을 찾는 사람들은 많지만 대부분 직접 찾아가서 구입해야 한다는 번거로움 때문에 대체 식품을 찾는 것을 보고 사업의 확신이 들었다는 이 대표는 “현대인의 트렌드에 정확히 맞아 떨어진다고 자부할 수 있습니다. 스님들이 직접 만드는 식품이고 죽염이나 된장은 그 중에서도 호응이 가장 높아요”라고 말한다.

카르마젠은 현재 전통 용기를 이용한 발효장, 반찬 용기 개발과 발효공학을 근간으로한 장 건강 및 암 억제 성분 특허를 위한 연구에 매진 중이다. 이에 관련분야 기초과학 교수, 대학들과 연계 관련기술 개발에 노력하고 있다.

카르마젠 이 대표는 “식품 중에서도 기초식품을 생성하는 기업이기에 보다 과학적인 접근으로 다루는데 중점을 많이 둡니다”라며 식품을 생산하는 기업의 자부심을 내비쳤다.

사업초기에는 여성이, 그것도 나이가 적지 않은 여성이 벤처 창업을 한다는 소리에 반신반의 하던 사람들도 지금의 카르마젠 모습에 '성공'이라는 평가와 양질의 상품에 극찬을 아끼지 않는다. 이 대표는 “부지런한 새가 더 많은 먹이를 얻는다고 생각합니다. 승산이 있다고 판단되면 될 때까지 매진하고 포기할 일에 대해서는 미련을 두지 않으려고 합니다. 은인에게는 더 충성하고 인연에게는 기회를 더 주자는 게 제 나름의 경영 철학입니다”라며 지금 카르마젠의 모습을 갖추 수 있었던 배경을 설명했다.

카르마젠은 3년 안에 순수 장류 30억 이상 매출목표를 세우고 있

다. 더불어 올 200년은 장류업계 신사업장으로서의 입지를 확보해 웰빙 열풍, 로하스, 참살이 열풍을 선물(gift)시장으로 개척, 공산품 아닌 웰빙식품 시장 연계 영업을 펼치고자 한다.

“‘웰빙’ 하면 카르마젠 특히 ‘건강한 웰빙 명가 로하스회사’ 하면 카르마젠이라는 상품들이 소비자에게 각인되어 상표만 봐도 웰빙 명가로 떠올리게 되었으면 하는 것이 소망입니다. 그렇게 발전하다 보면 개인사업자에서 튼실한 벤처 중소기업으로 우뚝 설 수 있겠죠”라며 당찬 포부를 밝히는 이 대표. SVI와의 만남으로 그 기세를 더욱 떨치고 있는 카르마젠은 서울시와 산업진흥원에서 운영하는 실전창업스쿨에서 만난 최재용 교수의 조언에 의해 SVI 입주를 결심하게 됐다. 이 대표는 “단순한 자영업자에서 중기업으로의 비전을 꿈꾸는 카르마젠이 SVI가 전환의 계기가 되어 지금의 성공적인 창업의 발판을 마련할 수 있었다고 생각합니다. 연구하는 모습을 잃지 않는 카르마젠이 되겠습니다”며 좀 더 나은 식품을 개발해 많은 사람들에게 전달하겠다는 의지를 밝혔다.

건강한 대한민국을 만드는 리더로서 삶의 질을 높이는 카르마젠의 노력이 빛을 발해 보다 많은 사람들의 삶 속에 그 결실이 스며들길 기대한다.

