

Hot Issue 핫이슈



도전하라, 길은 열릴 것이다

27살 홍정미 사장의 좌충우돌 양말자판기 도전기

유행과 낭만의 거리 강남 가로수길. 이곳에 가면 국내 유명 브랜드 패션매장들이 즐비하다. 그중 동양그룹 Mag Mag 매장 1층 입구에 깜짝 놀랄만한 자판기 하나가 설치되어 있다. 패션 양말을 파는 자판기이다. 블랙 톤의 세련된 자판기 디자인에 판매상품 디스플레이도 획기적이다. 패션양말들이 빨래 줄에 걸린 디스플레이를 보는 순간 '기발하다'는 생각이 절로 든다. '자판기로 양말을 팔아가지고 수익이 될까?' 놀랍게도 이런 의구심을 한방에 날렸다. 이 재미있고 독특한 자판기 앞으로 사람들이 몰려들고 있는 것. 운영 3주 만에 아이디어 자판기로서 성공시대를 예감케 한다. 이 자판기를 과연 누가 운영할까? 놀랍게도 27살의 여성이다. 아이하이트몬데이(i hate Monday)社의 홍정미 사장. 얼마 전까지 자판기의 '자짜'도 몰랐다 한다. 이런 그녀가 양말자판기를 런칭해 많은 화제와 인기를 모으고 있다.

나만의 독특한 양말 브랜드를 런칭해 보고 싶은 꿈

아이하이트몬데이(i hate Monday). 월요일이 싫다니? 회사이름으로는 무척 장난스럽다. 27살 홍정미 사장이 패션양말 아이템으로 만든 1인기업이다. 그녀는 디자이너 출신이었다. 창업하기 전까지 SK그룹 패션 디자이너로 근무했다. 안정적인 직장, 남들은 그만 두지 말라고

극구 말리는 직장을 일순간에 때려치웠다. 패션양말이라는 아이템에 필을 받았기 때문이다.

그녀는 제대로 된 국산 패션양말 브랜드가 없다는 사실에 주목했다. 이 시장은 유명 해외제품들이 선점하고 있었다. 판매가격대가 보통 1만원이 훨씬 넘었다. 그래서 국내에 품질 좋고 가격이 싼 제품이 나오면 승산이 있다고 판단을 했다. 국내 브랜드 시장이 블루오션이라는 생각이 들자 창업욕구를 주체할 수 없었다. 자신이 가진 디자인 능력, 열정, 독특함이 잘 어우러지면 얼마든지 해볼 만한 사업이라 생각했다.

“나만의 독특한 브랜드를 런칭해 보고 싶었어요.”

안온함을 떨치고 선택한 도전. 원래는 자신이 운영하는 예쁜 매장을 갖고 싶었다. 하지만 돈이 문제였다. 제품이야 자신이 디자인하고 좋은 원단을 골라 생산업체 하청을 받아 만들면 되지만, 근사한 매장을 꾸밀만한 능력은 없었다. 그래서 관심을 갖게 된 게 자판기이다. 일반판매와 병행해 자판기로도 양말을 팔면 괜찮을 것이라는 생각이 들었다. 그때부터 관심을 갖고 유심히 자판기를 보게 됐다. 국내 자판기들이 너무 디자인에 신경을 안쓰는 것도 의외라 생각했다고 한다.

“우리나라 제품을 품질은 좋으면서 왜 디자인은 그만큼 따라가지 못하는지 의아했어요? 전 디자이너다 보니 디자인 중심으로 제품을 봐요.”

그녀는 스티브 잡스의 “디자인에 맞추어 기술을 적용한다”는 말을 무척 좋아한다고 한다. 디자인 중심에

서 자판기를 보니 답은 분명했다. 독특한 디자인을 갖추고 멋진 패션 양말을 파는 자판기를 런칭하겠다는 목표를 세웠다. 본격적으로 자판기 제조업체를 찾아 미팅을 하며 가능성을 타진했다. 외부에서는 무모하다고 말하는 사람도 많았다. 하지만 뜨거운 열정에 하늘도 감동을 했는지 기막힌 만남이 이루어졌다. 별도로 많은 돈을 들여 양말자판기를 개발하지 않고, 기존 제품을 약간 변경해 양말을 팔 수 있는 방안을 찾을 수 있게 된 것이다. 한 제조업체 사장은 홍사장의 뜨거운 열정을 보고 기존 제품에 양말을 팔 수 있도록 적극적인 기술지원을 했다.

뜨거운 필드 반응, 세상이 놀라다

홍사장이 운영해 보고자 하는 물량은 달랑 1대. 제조업체 입장에서는 홍사장의 열정과 향후 시장가능성에 대한 공감이 없이는 제휴가 불가능한 사안이었다. 이 제조업체는 홍사장이 원하는 디자인과 사양으로 멋진 양말자판기를 탄생시켰다. 제품은 블랙톤의 디자인에 글씨는 심플하게 넣었다. 좌측측면에는 QR코드를 넣었다. 패션양말 샘플을 빨랫줄에 걸려 있게 하는 디스플레이를 채택했다. 패션양말은 예쁜 컵에다 넣어서 팔 수 있게 했다.

문제는 이 자판기를 실제로 어디에 런칭해 운영을 하느냐는 점. 홍사장은 무작정 유명 패션그룹과 매장들을 찾아다니기 시작했다. 일단 들이밀고 반응을 보자는 식이었다. 하지만 세상은 이 젊은 창업자의 열정을 너그럽게 끌어안을 만큼 우호적이지 않았다. 곳곳에서 퇴짜를 맞았다. 풀이 좀 죽어 들려던 찰라 한군데서 길이 열렸다. 무작정 찾아간 동양그룹에서 관심을 보인 것. 이 회사는 홍사장의 열정과 아이디어의 참신함을 높게 평가해 가로수길 매장에서 운영할 수 있는 길을 열어 주었다. 그렇게 운영을 시작한지 3주. 반응은 기대이상이었다. 사람들은 이 이색 양말자판기에 뜨거운 관심을 보였다.

“재미있고 독특하다.” “양말이 무척 예쁘네.” 이런 반응 속에 패션양말은 주말이나 추운 날은 평균 30~40개, 비오거나 더운 날은 8-10개 정도가 팔려 나갔다. 이 정도면 정말 성공적이라 할 수 있다. 양말 판매단가가 5000원이나 하루 40개 판매를 한다고 하면 일매출이 20만원에 달한다. 홍사장도 놀라고 제조업체도 놀랐다. 거기에 세상도 놀랐다. 조선일보에 이 양말자판기가 소개가 된 후 케이블 TV, 잡지

사의 취재 요청이 줄을 이었다. 또 자신도 한번 이 양말자판기로 사업을 해보겠다는 사람들의 문의도 늘기 시작했다.

도전하면 길은 열린다

패션양말자판기에 대한 뜨거운 관심과 인기는 먼저 내용상품의 경쟁력에 있다. 다른 곳에서



는 14,000원에 달하는 해외 패션양말에 비해 품질은 뒤지기 않으면서도 저렴하게 판매할 수 있는 가격경쟁력을 구축했다. 이는 홍사장이 혼자 디자인하고 원단을 고르고, 생산관리를 했기 때문에 가능한 일이다. 여기에 아이디어 지향적인 이색 양말자판기를 접목해 유통의 차별성까지 갖추었으니 사람들이 뜨거운 관심을 보인 것이다.

운영 3주차를 넘어 과연 인기가 지속가능하느냐는 지켜봐야 할 문제이다. 하지만 홍사장은 앞으로의 시장성도 자신을 한다. 최근 홍대, 명동, 인사동 등지 패션매장에서 설치 문의도 쇄도를 한다고 한다. 너무 빠른 반응들이 부담스럽기는 하지만 자신감을 갖게 된 것은 값진 성과이다.

“한편으로는 많은 관심들이 두렵기도 해요. 이 양말자판기는 절대 아무 곳이나 설치되어 안되는 아이টে미예요. 그런데 무작정 사업 제휴하자는 사람의 전화를 받으면 겁이 나기도 해요. 무리한 욕심을 내지 않으려 합니다.”

돈을 번다는 사실보다는 양말자판기가 아이디어 상품으로 인정받고 있다는데 더 만족을 느낀다는 그녀. 최근 그녀는 양말컵에 대한 실용실안 등록도 받아 냈다며 기뻐한다. 작은 아이디어 하나하나가 커져 결실을 이루어가는 것을 보면서 사업에 대한 재미도 절로 느껴가고 있다고.

“더 욕심이 생겨요. 다른 패션 아이টে미를 자판기에 접목해 사업을 확대해 보고 싶어요.”

회사 홈페이지에는 ‘We are making the unique’라는 슬로건이 실려 있다. ‘우리는 독특함을 만들어간다’라는 뜻이다. 홍사장은 실제 새로운 것에 도전하는 것을 주저하지 않으면 길은 열린다는 것을 보여 주었다. 앞으로 또 어떤 새로운 도전으로 세상을 놀라게 할지 관심을 가지고 지켜볼 일이다.

www.ihatemonday.co.kr