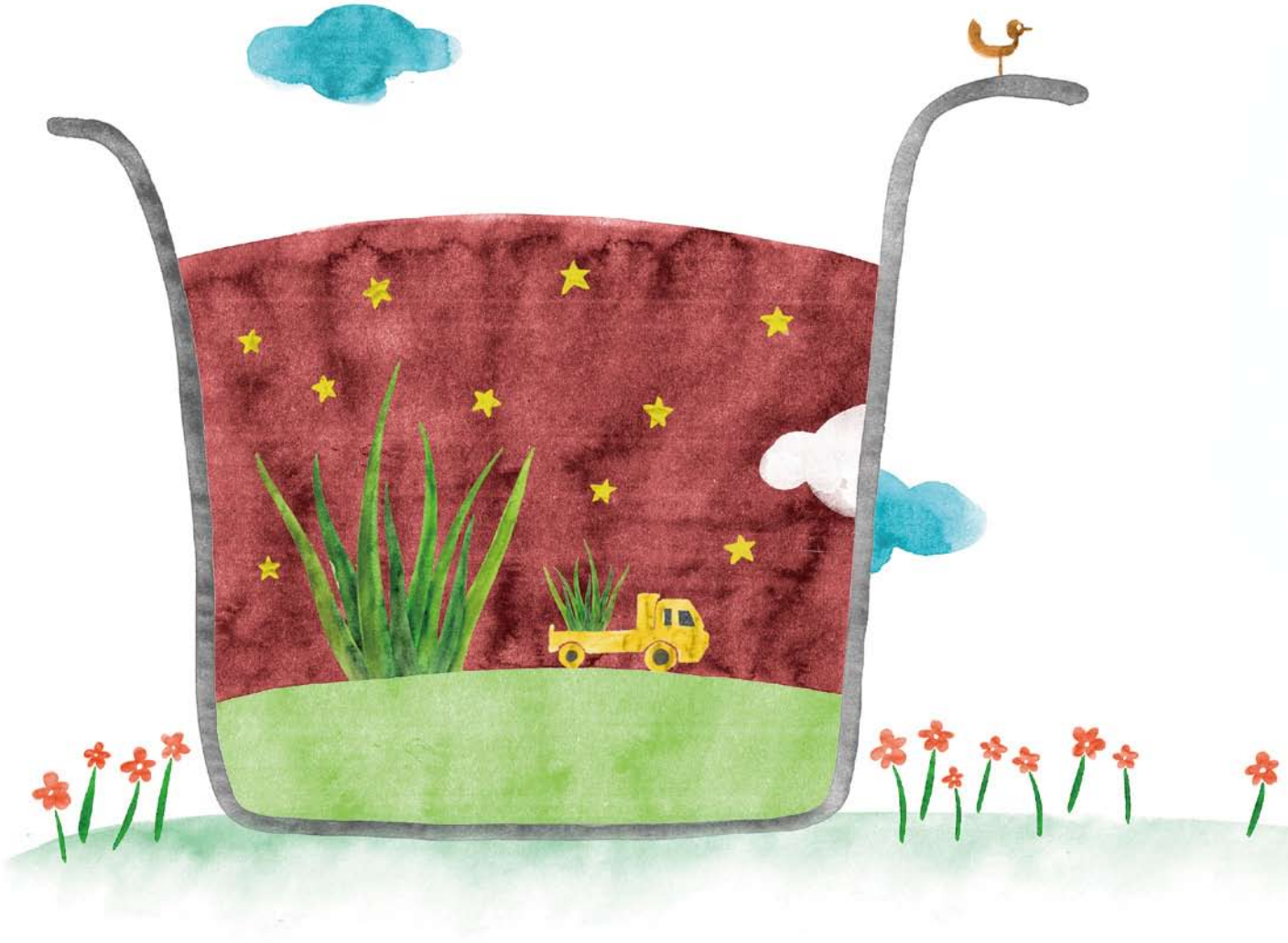
ECONET WAY
2014

Bring the best of nature to humankind

자연의
혜택을
이웃에게



Best of nature through the science of discovery

자연을 과학으로 담아

A community where all can share purpose, dreams & happiness together

꿈을 함께하는 행복한 일터

Provide the gifts of wellness and beauty to the world by bringing the best of nature to humankind.

우리는
'자연의 혜택을 인류에게' 전하여
건강하고 아름다운
세상을 만듭니다.

My fellow ECONETians,

Bringing the best of nature to humankind, unlike the romantic sentiments conveyed by the words, requires perseverance and hard work. The year 2013, proved to be no exception. Although we are touched by news of considerable successes and achievements from sultry farms to business fields across the globe, the time was also marked by a lot of challenges, small and big, which befell us each and every day. I would like to express my sincerest admiration and gratification to all ECONETians who overcame the challenges to fulfill dreams of today and tomorrow.

Since the global financial crisis of 2008, a lot of businesses have experienced difficulties, and ECONET was also not free from the global economic downturn. However, with the attitude and mindset of a farmer who carries on sowing without complaint even if faced with thunderstorm and torrential rains, we ECONETians have persevered, while diligently investing and preparing for the future. All these efforts are now beginning to pay off and showing signs of growth.

Although it is often praised by many companies as the most valuable goal, growth is not without fault. It becomes problematic if the growth is achieved by rough-and-ready strategy or stemmed from irrelevant business rather than staying true to its original purpose. Growth obtained by deviation and disorientation is detrimental to the competitiveness of a business which could only be earned by continuous innovation over the long period of time, and also damage long-term sustainability of a business.

One of my acquaintances, who made huge success through a venture business, now is supporting and nurturing junior venture businesses. He once pointed out that one of the common errors made by juniors is to mistake the purpose of business for its means. Means attempted to promote business is often confused with the purpose of the business, and as a result leads the business astray.

Fortunately, ECONET set down the mission, vision and core values in a document, to make clear the essence of our business. The ECONET vision system is a reflection of the ECONET history as well as documentation of our painstaking efforts, and also a collection of wisdom by which we can look out for the future and set the challenges and values for tomorrow. It is a mirror to reflect our image to make sure the entireness, and a compass by which we navigate the long voyage ahead without error, and a spring of water which refreshes our body and mind which wear out from time to time.

Standing at the beginning of 2014, which is going to serve as a springboard for future growth, I would like to remind us of the mission, vision, and core values of ECONET once again. We need to stay true to the essence of our business. The window of opportunity for sustainable growth is open only if all of us identify with the future value which we hope to get through working every day. Only so, we can find out meaning and value of our lives through our work, don't you think that?

Thank you,

Bill Lee
Chairman & CEO

사랑하고 존경하는 에코넷 가족 여러분,

'자연의 혜택을 인류에게' 전하는 일은 그 말이 지니는 낭만적인 느낌과 다르게 우리 모두에게 많은 인내와 노력을 요구합니다. 2013년 한 해도 예외는 아니었습니다. 열도의 농장에서부터 여러 나라의 영업 현장까지 알토란 같은 성공에 보람을 느끼며 감격하기도 했지만 매일 산탄 같이 닥쳐오는 크고 작은 도전들을 이겨 내야만 했던 시간이었습니다. 결코 물러서지 않고 그 도전에 응대하여 오늘과 미래의 꿈을 가능하게 한 에코넷 가족 모두에게 감사와 존경의 마음을 전합니다.

2008년 세계 금융위기 이후 많은 기업들이 어려움을 겪어 왔고 우리 에코넷 역시 이런 불황의 흐름으로부터 자유롭지 않았습니다. 하지만 먹구름이 덮이고 비바람이 쳐와도 때가 되면 씨를 뿌리는 농부의 마음과 자세로 우리 에코넷은 미래를 위해 준비하고 투자해 왔습니다. 그리고 올해부터 그 동안의 노력이 성과를 나타내며 성장의 움을 틔우기 시작했습니다.

하지만 대부분의 기업들이 최고의 가치로 여기는 성장도 분명 맹점이 있습니다. 특히 그 성장이 기업의 본질을 벗어난 졸속한 전술에 의한 것이든지 아예 업의 목표를 잊고 엉뚱한 사업을 통해 얻어진다면 문제입니다. 방향과 목표를 잃고 얻은 성장은 기업이 오랜 시간 지속적 혁신을 통해서만 얻을 수 있는 핵심경쟁력을 저해하는 요소가 되는 동시에 결과적으로 기업의 지속가능성을 위협할 수 있습니다.

평소 친분이 있는 지인 중 벤처사업을 통해 크게 성공한 후 후배 벤처사업가들을 양성, 지원하는 훌륭한 사업을 하시는 분이 있습니다. 그분이 지적하는 벤처들의 사업 오류 중 대표적인 것이 바로 업의 본질을 수단과 혼동하는 것이라고 합니다. 잘해보려고 시도하는 여러 가지 수단들이 때로 업의 목표가 되어 급기야는 배가 산으로 올라가는 경우가 종종 일어난다고 합니다.

다행히 우리 에코넷은 작년에 에코넷이란 기업집단이 추구하는 미션과 비전, 그리고 핵심가치를 글로 담아 나누었습니다. 우리 업의 본질을 명문화한 것입니다. 에코넷 비전시스템은 우리 모두의 땀방울이 스며있는 지난 역사가 투영되어 있고 지금을 온전히 바라 볼 수 있는 혜안으로 미래를 가늠하며 도전해 나갈 꿈과 가치가 살아 있습니다. 바로 우리의 모습을 비추어 온전함을 확인하게 해주는 거울이고 길고 긴 여정을 올바르게 인도해 주는 나침반이며 때로 지친 몸과 마음을 청량하게 해주는 샘물인 것이지요.

미래 성장의 지렛대가 될 2014년을 조명하면서 우리 에코넷 가족 모두와 함께 에코넷의 미션과 비전, 그리고 우리의 핵심가치를 다시 한번 되새기고 싶습니다. 우리 업의 본질을 다져보자는 것입니다. 우리 모두가 진정으로 매일 매일의 일을 통해 얻고자 하는 미래의 가치에 공감할 때만이 지속가능한 성장의 기회를 얻을 수 있다고 생각합니다. 또한 그래야만 우리가 하는 일을 통해 삶의 의미와 가치를 찾을 수 있지 않을까요?

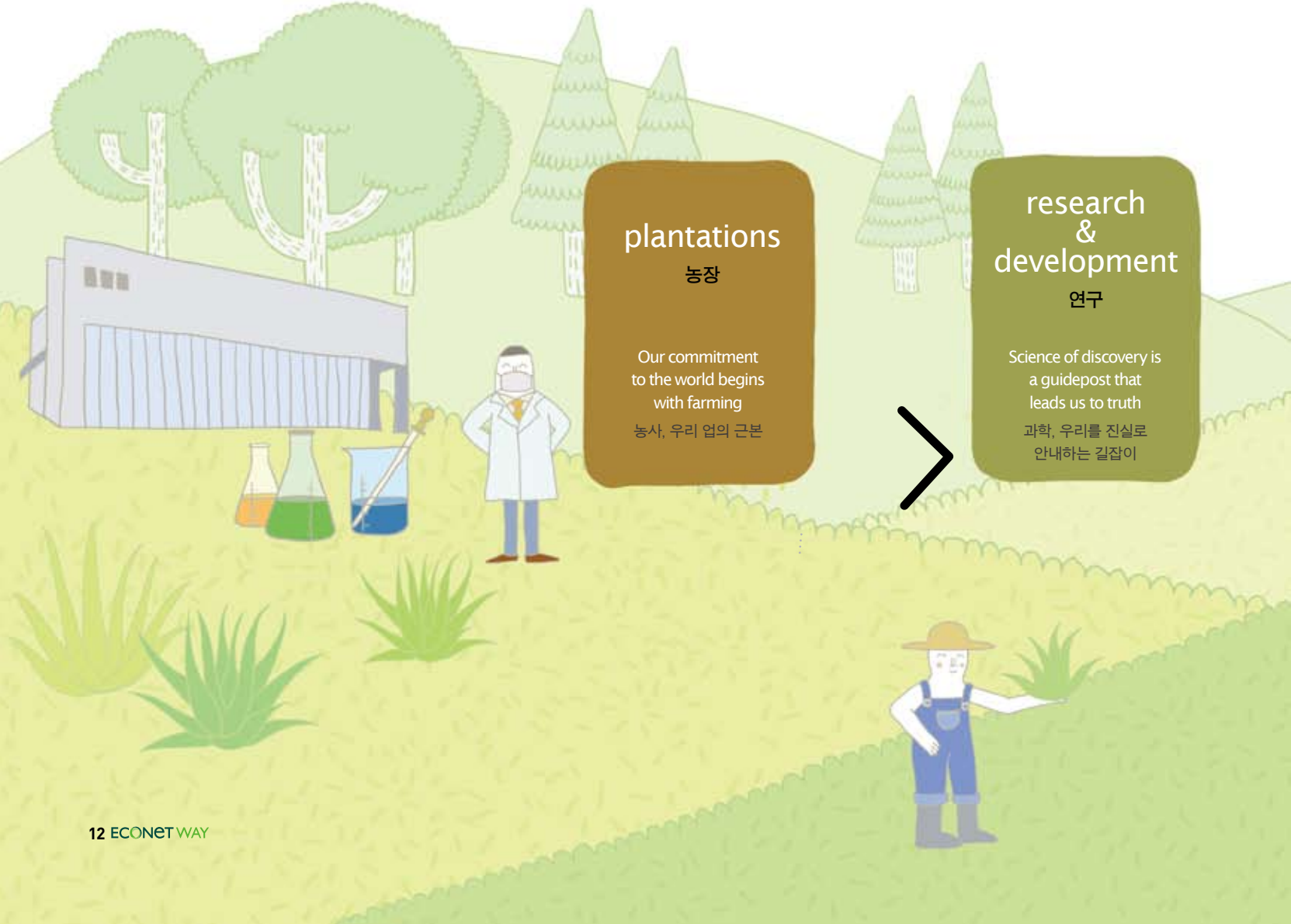
고맙습니다

총괄사장 이병훈 이 병 훈

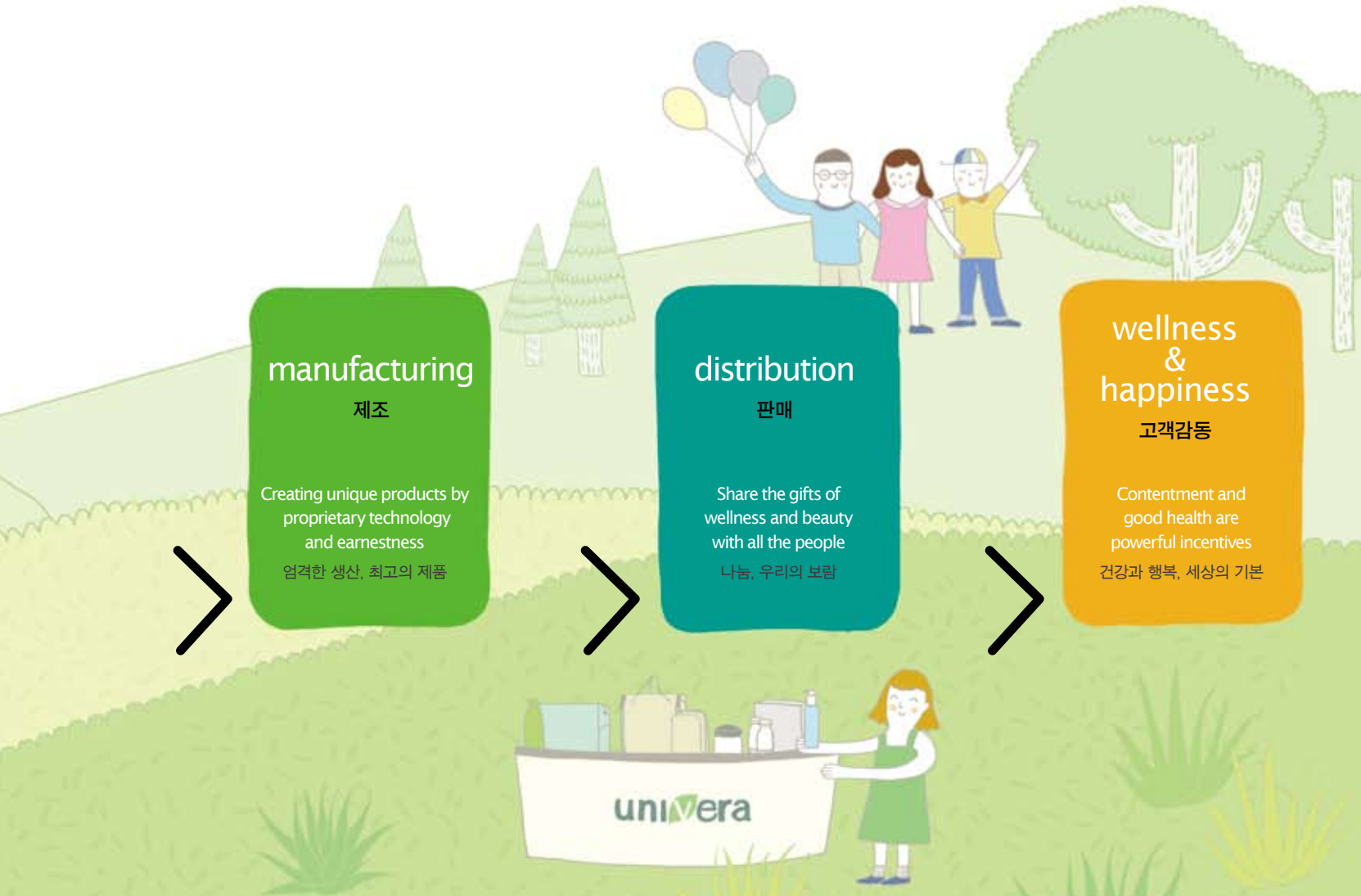
ECONET - global corporate network

글로벌 기업 네트워크

ECONET is a vertically integrated corporate network to create a virtuous cycle which encompasses a net process of global plantations, research& development, manufacturing, and distribution; a global infrastructure of independent “farm to family” companies in order to bring the best of nature to humankind. With the mindset of a farmer who cultivates lives, ECONET aims to enhance the benefits of natural products through proprietary R&D technology, and deliver the product to the end customer to promote beauty and health in the world. Since founded in 1976, the company has grown into a corporate network which has bases in Korea, US, Mexico, China, Russia, Canada, and Malaysia. The name ECONET is a combination of “ECO” which came from “Ecological” and “Economic”, and “NET” from “Network.” ECONET maintains sound management of its organization and finance, and a healthy network to facilitate a virtuous cycle to promote harmonious balance, to nurture a win-win relationship, and create a synergy effect to produce more added values. Thus, ECONET is a business model based on a virtuous cycle which enables harmonious co-prosperity of nature and humans, humans and society, and corporation and individuals. It is a vision more than a business and a community more than an organization of individuals who share purpose, dreams and happiness together.

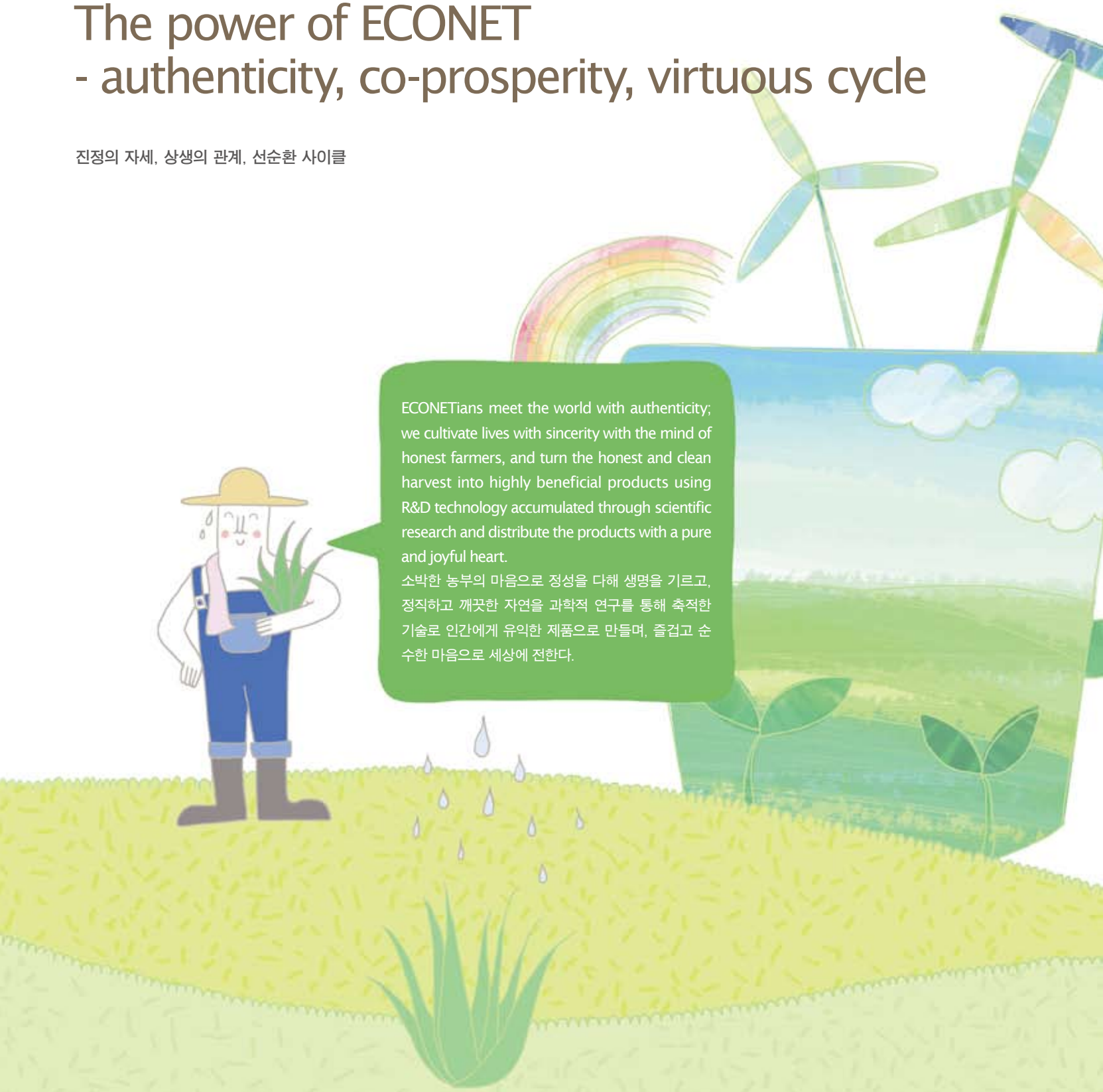


에코넷(ECONET)은 '자연의 혜택을 인류에게' 전하기 위하여 재배, 연구, 제조, 유통, 즉 '농장에서 가정까지' 전 과정을 망라한 계열회사가 수직적으로 통합된 선순환 기업 네크워크이다. 에코넷은 농부의 마음으로 정성을 다해 생명을 기르고, 이렇게 재배한 자연물을 고유의 과학 기술로 연구개발해 인간에게 유익한 제품으로 만들며, 이런 제품을 세상에 전함으로써 사람들이 더욱 건강하고 아름다운 세상을 추구한다. 1976년 창립한 이래 38여 년 동안 한국과 미국, 멕시코, 중국, 러시아, 캐나다, 말레이시아 등지에 착실히 구축한 기업 네트워크를 우리는 '생태적(Ecological)'과 '경제적(Economic)'의 에코(Eco)와 네트워크(Network)의 네트(Net)를 조합하여 에코넷(ECONET)이라 명명했다. 에코넷은 계열회사의 조직과 재무구조를 건전하게 관리하고 선순환 네트워크를 건강하게 유지함으로써 계열회사가 자연의 생명처럼 생태적으로 조화와 상생을 도모하고 경제적으로 시너지 효과를 발휘하여 더욱 높은 부가가치를 창출하도록 인도한다. 따라서 에코넷은 자연과 인간, 인간과 사회, 기업과 개인의 조화로운 상생을 가능하게 만드는 선순환 비즈니스 모델로서, 꿈을 함께 하는 사람들의 비전의 결합체이자 기업 조직이면서 동시에 사회적 공동체이다.



The power of ECONET
- authenticity, co-prosperity, virtuous cycle

진정의 자세, 상생의 관계, 선순환 사이클



ECONETians meet the world with authenticity; we cultivate lives with sincerity with the mind of honest farmers, and turn the honest and clean harvest into highly beneficial products using R&D technology accumulated through scientific research and distribute the products with a pure and joyful heart.

소박한 농부의 마음으로 정성을 다해 생명을 기르고, 정직하고 깨끗한 자연을 과학적 연구를 통해 축적한 기술로 인간에게 유익한 제품으로 만들며, 즐겁고 순수한 마음으로 세상에 전한다.

ECONET is a living organization. ECONET and ECONETians promote harmonious co-prosperity inside and outside of our network. All of the family companies of ECONET and its members continue to evolve, growing and diversifying, to adapt to changes in line with the world through competition, cooperation, independence and solidarity.

에코넷은, 에코넷 사람들은 안과 밖으로 조화와 상생을 도모한다. 에코넷 가족회사와 조직, 구성원은 환경에 적응하여 진화하는 생명체가 그러하듯, 경쟁과 협력, 독립과 연대를 통해 세계의 변화에 적응하여 분화와 성장을 계속하면서 끊임없이 진화한다.

The world imagined by ECONET is where nature and humans exist in harmony, and where labor and humanity are valuable and where all living things and lives are noble. ECONET not only aims to produce economic prosperity, but also to help its people be healthy and reach self-realization, and thus produce both economic and social values. Ultimately ECONET wishes to create a virtuous cycle in which nature and humans, humans and society, corporation and individuals exist in harmony.

에코넷이 그리는 세상은 자연과 인간이 조화로운, 인간과 노동이 가치 있는, 생명과 삶이 아름다운 세상이다. 에코넷은 경제적으로 더욱 큰 가치를 생산할 뿐만 아니라, 그 안의 인간이 건강하고 풍요로운, 즉 경제적 가치와 사회적 가치가 함께하는 기업 네트워크이다. 그리하여 궁극적으로 자연과 인간, 인간과 사회, 기업과 개인이 조화롭게 순환하는 상생의 선순환 네트워크이다.

ECONET mission

에코넷의 미션 체계

In 2013, ECONET laid out a new system of mission which redefined the founding spirit of "bringing the best of nature to humankind." Based on words by the late chairman Yunho Lee, the spirit to "bring the best of nature to humankind" was written down through night-long discussions by early members of ECONET full of enthusiasm and dreams, and thus was pledged with one heart and mind. To be faithful to the spirit, ECONETians went through three months of vertical, horizontal, and interactive discussions within teams, divisions, and companies to reestablish the mission, vision, and core values and stipulated them.

In ECONET's mission system, the mission is the reason of existence of ECONET, and also the final goal, like the Polaris in the night sky. The vision can be likened to a map to guide us to the goal, and the core values are the compass that interprets the map and shows us the way ahead. If ECONET is compared to a house, the mission is the foundation, the vision is the ceiling, and core values are pillars which stand on the foundation to support the ceiling. In other words, the core values of ECONET are an internalized set of principles which have been accumulated for a long period of time as basic courses of action, which also serves as grounds for thoughts and decisions, standards for action, and attitude and principle towards our work.

The core values of ECONET: passion, trust, sharing and health & wellness are a relationship which extends from "me" to "us" and again to "society" and ultimately to the world; circulates and comes back to the beginning of "me." My commitment toward work extends to our working relationships with colleagues, our sharing with society, and service to the world, and that extended relationships comes back to "me" inside the world. All family companies of ECONET also set down action plans which follow the core values, and thus internalize the core values more clearly and set them to practice.

ECONET credo is a concise declaration of our mission, vision, and core values. It evaluates the past of ECONET, diagnoses its present, and looks ahead to its future. With the declaration of our credo, we will keep the original resolution in mind and make clear the course toward our shared goal, while earning respect and credibility from the world.

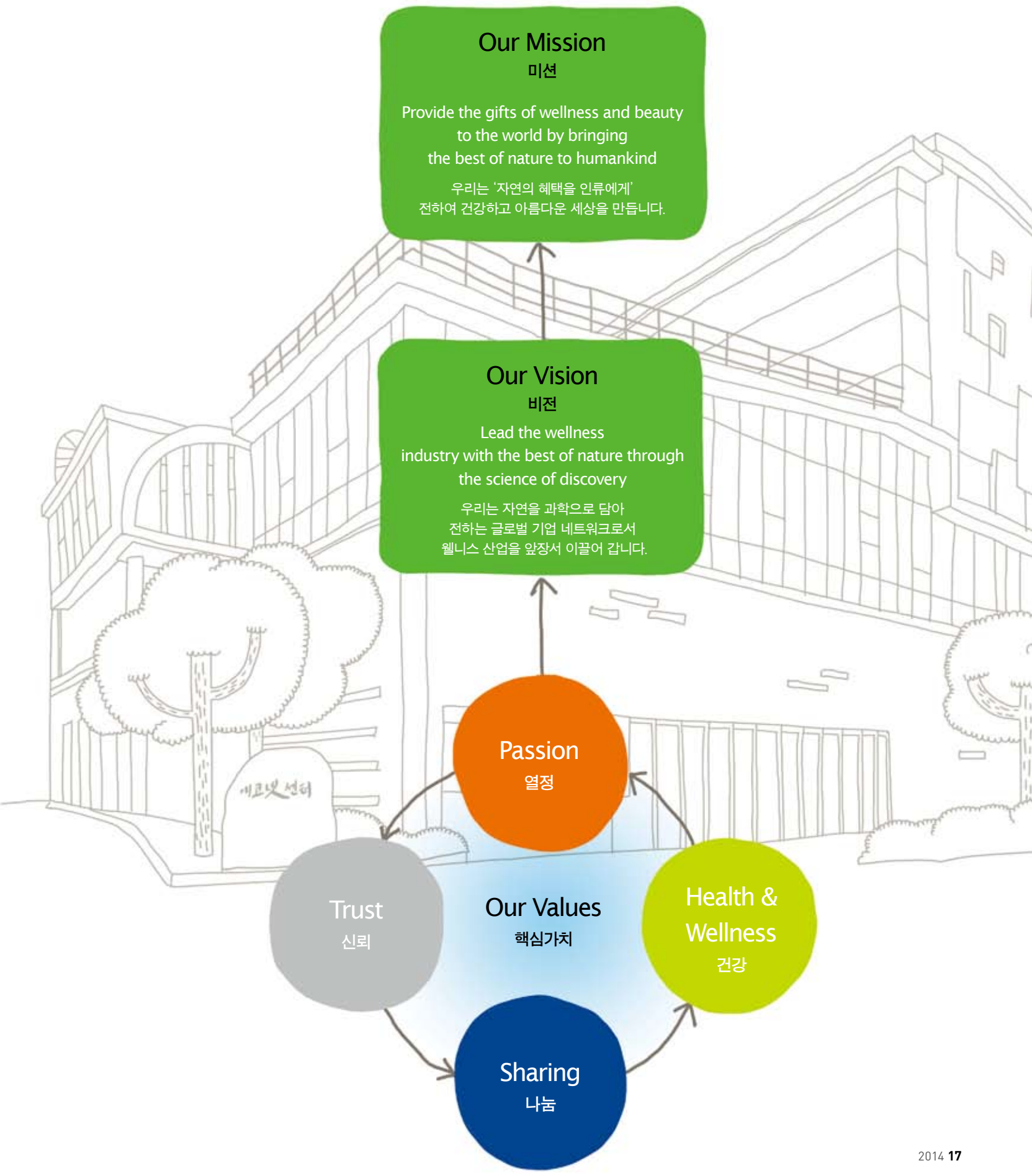
2013년 에코넷은 '자연의 혜택을 인류에게'라는 창립정신을 다듬어 새로운 미션 체계를 정립했다. 고 이연호 회장이 기초하고 꿈과 열정이 가득했던 에코넷 초기 직원들이 밤을 새며 토론하며 마음을 모아 다짐했던 '자연의 혜택을 인류에게' 정신을 오롯이 지켜나가기 위해 2013년 에코네시안들은 3개월여 동안 팀별로 부서별로 기업별로 수차례 수평적인 토론과 상하 쌍방향 토론을 거쳐 미션과 비전, 핵심가치를 새로 정립하고 이를 헌장에 담았다.

에코넷의 미션체계에서 미션은 에코넷의 존재 이유와 사명으로서 북극성과 같은 지향점이고 비전은 이를 찾아가는 좌표를 담은 지도라면, 핵심가치는 지도를 해석하고 안내하는 수단인 나침반이다. 집으로 치면, 미션은 기초이고 비전은 지붕이고 핵심가치는 기초를 딛고 서서 지붕을 받치는 기둥인 셈이다. 즉, 에코넷의 핵심가치는 오랜 시간 에코네시안의 기본적인 행동양식으로 축적된 내재적인 신념으로서 생각과 판단의 근거이자 행동의 기준, 일하는 자세이고 원칙이다.

에코넷의 핵심가치, 열정, 신뢰, 나눔, 건강은 나에서 우리로, 사회로, 세상으로 단계적으로 확장하고 확산하는 관계이면서 동시에 다시 세상에서 나로 순환하는 관계이다. 나의 일하는 자세, 우리의 일하는 관계, 사회와 나눔, 더 큰 세상으로 확산하고, 다시 순환하여 세상 속의 나로 돌아온다. 에코넷과 가족회사는 각각의 핵심가치에 부속하는 실천약속을 만들어 핵심가치를 더욱 분명하게 내재화하여 실천한다.

에코넷의 미션과 비전, 핵심가치를 하나로 모아 간결하게 선언한 게 에코넷 헌장이다. 에코넷 헌장은 에코넷의 과거를 평가하고 현재를 진단하면서 미래를 전망한다. 에코넷 헌장을 제정함으로써 우리는 초심을 명심하고 지향과 진로를 분명히 하면서 세상의 인정과 신뢰를 획득한다.

Visualized with "E" of ECONETian who practice our core values: Passion, Trust, Sharing and Health & Wellness.
에코네시안(ECONETian)의 영문 알파벳 이니셜 'E'를 모티브로 핵심가치를 실천하는 에코네시안을 시각화하였다.


Our Mission
미션
Provide the gifts of wellness and beauty
to the world by bringing
the best of nature to humankind
우리는 '자연의 혜택을 인류에게'
전하여 건강하고 아름다운 세상을 만듭니다.
Our Vision
비전
Lead the wellness
industry with the best of nature through
the science of discovery
우리는 자연을 과학으로 담아
전하는 글로벌 기업 네트워크로서
웰니스 산업을 앞장서 이끌어 갑니다.
Passion
열정
Trust
신뢰
Our Values
핵심가치
Health &
Wellness
건강
Sharing
나눔

Core values: Passion, trust, sharing and health & wellness

핵심가치: 열정, 신뢰, 나눔, 건강

Passionate people believe in others and the world, and achievements borne out of passion and trust lead to sharing. With Passion, trust, and sharing, we promote health in people as well as in the world.

열정을 가진 사람은 사람과 세상을 신뢰하며,
열정과 신뢰로 이룬 성과는 나눔으로 이어집니다.
열정과 신뢰와 나눔을 통해
우리는 건강한 사람, 건강한 세상을 만들 수 있습니다.

Passion
열정

We are passionate about the natural gifts we bring to the world, the work we do with each other, and with our partners in business. We passionately pursue self-improvement and learning.

열정은 일하는 자세입니다.
열정은 일과 가치에 대한 애정과 자긍심이고
목적을 향한 집념입니다.

Trust
신뢰

We have integrity and are worthy of trust. We trust in our own wisdom, and in the wisdom of others. We are authentic and communicate our ideas freely. We believe in ourselves and in each other, and we listen with respect.

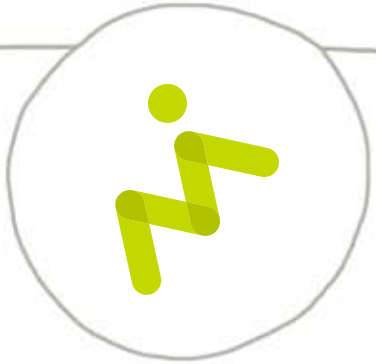
신뢰는 일하는 관계입니다.
신뢰는 자신과 동료를 향한 관심과 존중입니다.

Sharing
나눔

We have a responsibility to our community and to our society to share the gifts we discover. We freely share our talents to serve others and to attain our goals.

나눔은 일하는 보람입니다.
나눔은 사회를 향한 책임입니다.

Health & Wellness
건강



We strive for a healthy balance of body, spirit, emotions, work and family in ourselves, and we support health and wellness of our companies and humanind.

건강은 일하는 목적입니다.
건강은 에코넷의 시작이자 끝입니다.

Our Credo

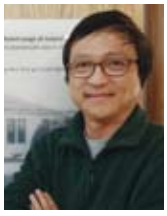
에코넷 헌장

We passionately pursue and discover the benefits that nature offers,
And share these precious gifts with the world,
Promoting health and wellness that enriches our lives.
As a successful leader in the wellness industry,
With trust, cooperation and diligence,
We contribute to a healthier world that will endure.

정직하고 깨끗한 자연에서 인류에게 이로운 선물을 찾은 우리는
'자연의 혜택을 인류에게' 전하자는 열정으로
건강하고 아름다운 세상을 만든다는 자부심으로
치열하게 최고를 추구합니다.
자연에서 발견한 소중한 가치를 나누는 것이 우리의 사명이고
사람을 건강하고 풍요롭게 하는 것이 우리의 보람입니다.
그리하여 우리는
'꿈을 함께하는 행복한 일터'에서
정직하고 성실하게 존중과 신뢰로 협력하여
건실한 성공 기업으로서
건강하고 지속가능한 세상을 만드는 데 기여하겠습니다.

Family of ECONET 22
Power of ECONET 38
Pride of ECONET 56
ECONET Wellness 66
ECONET News 78

Hilltop Gardens: the challenge continues



Joseph Kim, Vice President, Hilltop Gardens
힐탑가든 **김수겸** 상무

While the main supplier for Aloecorp has been changed from Texas and Mexico, Hilltop Gardens is setting up the base to be financially independent. We started Hospitality business, offering accommodation around several gardens refurbished during the last two years. The results are not yet remarkable, but promising.

Hilltop Gardens has faced difficulties in 2013. The abnormal weather brought severe drought and cold spell, resulting in a sharp drop in harvest, and some plants failed to produce any yield at all. In the past year, we failed to overcome the challenge of uncertainty which every new business presents. As always, farming needs to be improved with accumulation of experiences. With this in mind, we at Hilltop Gardens set up goals for 2014.

First, we will concrete the reputation of Hilltop Gardens as the birthplace of ECONET visions, with branding efforts. Second, we will minimize the downside effects revealed so far, and create visible results out of accumulated experiences. Third, we aim at gaining Texas Historical Marker for Hilltop Gardens, to reestablish it as a famous historic site which represents ECONET. Fourth, we will make efforts to earn recognition award from the ASLA (American Society of Landscape Architects) as Aloe garden which retains the largest variety of Aloe species and set up Hilltop Gardens as an attractive place for visitors

Hilltop Gardens is the first commercial Aloe vera farm and the site of the beginning of the modern aloe industry, as well as the first of ECONET farms in the United States. ECONET farms originate with Hilltop Gardens, which have become the best and largest Aloe farms in the world. As a historic site of aloe farming, Hilltop Gardens has become a healing space where people can enjoy and cherish the nature in various herb gardens, vegetable farm as well as accommodations.

도전은 계속된다

힐탑가든은 알로콥 공급의 중심이 텍사스에서 멕시코로 이전하면서 최근 몇 년간 자립 기반을 마련하는 과정에 있다. 지난 2년 동안 새롭게 단장한 여러 정원과 숙박시설을 중심으로 휴양사업(Hospitality)을 시작했다. 아직 괄목할 만한 결실을 맺지는 못했으나 조금씩 성과가 나타나고 있다.

2013년에도 어려움이 없지 않았다. 이상 기온으로 인한 극심한 가뭄과 추위로 농작물의 소출이 떨어졌고, 아예 소출을 못하는 작물도 있었다. 새로운 사업이 갖고 있는 불확실성을 제대로 헤쳐나가지 못한 힘든 한 해였다. 매양 그렇듯이 농사란 이러한 경험의 축적으로 발현하는 자산이다. 이러한 자세로 2014년, 힐탑가든은 다음과 같은 목표로 전진한다.

첫째, 힐탑가든의 브랜딩 작업을 통해 에코넷 비전의 탄생지(Birthplace of vision)로서의 위치를 확고히 할 것이다. 둘째, 농장에서는 그 동안 드러난 농사의 위협적인 요소를 최소화하면서 축적된 경험을 실질적인 결과로 이끌어 낼 것이다. 셋째, 텍사스 사적지 인증(Texas Historical Marker)을 획득함으로써 공식적인 역사유적지로서의 역할과 명성으로 에코넷을 대표할 것이다. 넷째, 미국 조경협회 공훈상을 획득하고, 미국에서 가장 많은 알로에 종을 보유하고 있는 알로에 가든으로서 독보적인 위치로 더 많은 사람들이 힐탑가든을 찾아올 수 있게 가든의 역할을 강화할 것이다.

힐탑가든은 미국에서 최초로 알로에를 상업적으로 재배한 곳으로서 에코넷 농장의 효시이다. 세계 최고의 알로에, 천연물 농장으로 성장한 에코넷의 농장이 힐탑가든에서 비롯되었다. 알로에를 기념하는 역사적 공간으로서 힐탑가든은 최근 천연 약초와 식물 농장과 숙박시설을 개설하여 자연을 체험하고 즐기는 치유의 메카로 진화하였다.

Aloecorp: the World Best Aloe

KS Yoon, CEO, Alocorp
알로콥 **윤경수** 사장

Aloecorp has about 2,330 acres of farmland in Gonzalez, Mexico and Hainan, China. There are about 450 employees at Aloecorp globally. We are very proud of our company as the world best aloe ingredient company. We maintain a very good reputation of Aloe science and high quality of the products.

In 2013, we harvested 12 million kg of aloe in Gonzalez which is the record amount in the history of Aloecorp. We supplied MAX-P ingredients successfully to Univera Korea from Hainan farm which has the highest natural immune polysaccharide in the world.

One of our big successes in 2013 was the stabilization of production at the new facility in Gonzalez. We operated the new facility at 100% last year and successfully implemented our new Qmatrix window dryer which increases powder production capacity by two times. In particular, Chief Operations Officer, Ken Jones moved to Gonzalez to stabilize the production facility, improve the quality management and communicate with the employees in Mexico more closely.

In China, Mr. Min succeeded to harvest 2.3 million kg of high polysaccharide aloe from Dong Pang farm and supplied MAX-P ingredient successfully.

Sales have increased last year. The sales team in the Shanghai office accomplished USD 4.5 million for the first time since we set up the office in 2010. The sales in USA have recovered due to the endless efforts of the sales guys, Bob Smith and Jeff Barrie. We expect new record of sales in 2014 globally.

There are about 450 employees at Aloecorp globally. We are very proud of our company as the world best aloe ingredient company. We maintain a very good reputation of Aloe science and high quality of the products. Everybody in the industry acknowledges the science of Aloecorp as a foundation of the growth of the Aloe industry. Last year we had HACCP, GMP and ISO 9001 in both Mexico and China to secure the quality of our products.

I really appreciate what all of the employees have done and all we accomplished in 2013. We believe Aloecorp will prosper!

Aloecorp is a global resource company with plantations and operations situated in key geographical areas in the USA, Mexico and China. Aloecorp as industry leader ensures to provide the highest quality of critical raw materials of aloe.

세계 최고의 알로에

알로콥은 농사짓는 회사이다. 멕시코 곤잘레스와 중국 하이난에 175만 평에 달하는 알로에 농장을 보유하고 있다. 알로콥에는 약 450여 명의 직원이 일한다. 멕시코와 중국에 근무하는 알로콥 직원들은 알로콥이 세계 최고의 알로에 기업이라는 데 무한한 자부심을 갖고 있다. 이 자부심을 이루는 원동력은 세계 최다의 알로에 연구성과와 세계 최고 품질의 알로에를 생산한다는 것이다.

알로콥에게 2013년은 멕시코 곤잘레스에서 알로에를 최다로 수확하여 공급한 역사적인 해였으며, 중국 해남도에서 세계 최다의 면역다당체를 함유한 알로에를 생산함으로써 유니베라의 MAX-P가 가능하게 만든 보람찬 한 해였다. 2013년 곤잘레스 공장은 안정적인 생산체제를 구축했다. 2011년 완공한 새 공장을 완벽하게 가동하고, 새로 윈도드라이어를 설치해 생산을 배가했다. 특히 COO인 켄 존스(Ken Jones)가 공장에 상주 · 근무하면서 생산공정의 선진화, 품질관리의 혁신, 현지 직원과의 다양한 의사소통을 바탕으로 밀착경영을 실현하고 있다. 중국 해남도에서는 민병국 법인장이 동방농장의 알로에 농사를 안정화하여 세계 최다의 면역다당체를 생산하는 데 기여했다. 해남도 공장은 여러 해의 경험을 바탕으로 중국과 동남아 각지로 나가는 제품을 적기에 공급했다. 아울러 2013년 알로콥은 영업에서 극적인 전환을 이루었다. 2010년 중국 상해에 영업사무소를 설치한 후 처음으로 130만여 달러의 매출을 거두었고 미국 시장에서는 재고부족으로 어려움을 겪던 2012년의 고비를 노련한 영업직원들의 노력으로 반전시켰다.

지난 25년 간 알로콥이 이룬 알로에 과학이 현재 세계 알로에산업을 이끄는 원동력임은 자타가 공인하고 있다. 지난해 우리는 멕시코와 중국 공장 모두 HACCP 인증, GMP 인증, ISO 9001 인증 등을 획득하여 품질관리에 만전을 기하였다. 2014년에는 알로콥 역사상 최고의 매출을 달성하리라 기대한다.

알로콥은 세계 최고의 알로에 농장을 보유한 알로에 원료 생산 기업이다. 알로콥은 멕시코와 중국의 최적의 기후와 토양에 자리한 농장에서 체계적인 경작 프로그램으로 최상의 알로에를 재배하고 고유의 기술로 최고 품질의 알로에 원료를 생산하여 세계 시장에 공급한다.

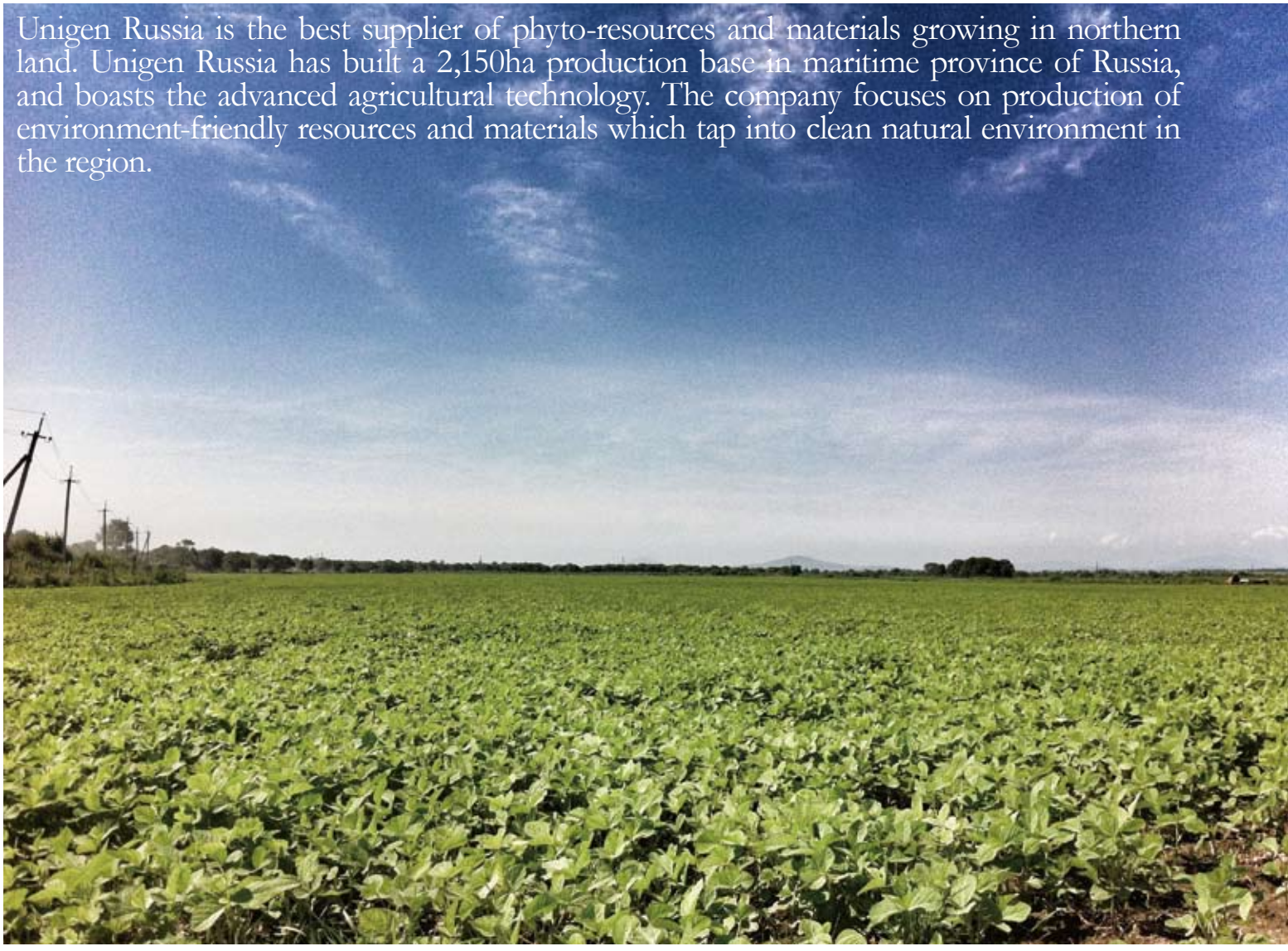
Unigen Russia: Promising "Bookdoo" & Milk Thistle

Jaeyoung Choi, President, Unigen Russia
유니젠 러시아 **최재영** 법인장

In 2013, amid challenging environment Unigen Russia was able to test and ascertain its potential. The farming and harvest of "Bookdoo (soybean)" was promising. Although the rainfall was heavier compared to the previous year, including the great flood suffered in easternmost region of Russia, the harvest of Bookdoo was the most plentiful so far. Some of the plant was produced pesticide-free. Based on experiences, Unigen Russia is confident in large-scale farming and harvest of soybean, and sees grand prospect for the promising plant.

In 2014, Unigen Russia is preparing to produce a new plant, along with expanded production of Bookdoo, laying groundwork for ECONET to utilize as a new resource. The new plant in question is Milk Thistle. It is a wild plant which is quite common, but it has long been applied to improve liver function. Unigen Russia aims to cultivate Milk Thistle successfully to supply raw material like Aloe which has served as a flagship health functional food and cosmetics material for ECONET.

As we at Unigen Russia embark on the new challenge, we count on support from all ECONETians. We sincerely pledge to exert ourselves to make this venture successful, to live up to the expectation of ECONETians.



북두와 엉겅퀴의 약속

유니젠 러시아에게 지난 2013년은 어려운 외부 환경 속에서도 유니젠 러시아의 가능성을 다시 한 번 시험하고 확인한 한 해였다. 특히 북두(北荳)의 영농과 결실이 그러했다. 러시아 극동지역이 대홍수를 겪는 등 예년에 비해 많은 비가 내렸음에도 불구하고, 북두를 재배한 후 가장 많은 수확을 거두었다. 이 중에는 무농약으로 재배한 북두도 있었다. 이러한 경험을 통해 유니젠 러시아는 콩의 대규모 재배와 수확에 대해 자신감을 갖게 되었고, 북두의 미래를 더욱 크게 그릴 수 있게 되었다.

올해 2014년은 북두의 생산증대와 함께 새로운 작물을 재배하여 에코넷이 새로운 소재로 활용할 수 있도록 바탕을 마련할 것이다. 유니젠 러시아가 새롭게 도전할 작물은 엉겅퀴이다. 엉겅퀴는 주변에서 흔히 볼 수 있는 야생초이지만 오랜 세월 동안 간 기능을 개선하는 기능성 소재로 활용되어온 작물이다. 엉겅퀴의 재배를 성공시켜 엉겅퀴를 알로에처럼 에코넷의 대표적인 기능성 소재로 육성할 수 있는 기반을 만드는 것이 2014년 유니젠 러시아의 힘쓸 목표이다.

유니젠 러시아의 새로운 꿈과 도전에 에코넷 가족 여러분의 힘찬 응원을 부탁 드린다. 아울러 성공적인 신작물 농사로 에코넷 가족의 기대에 보답하는 한 해를 만들겠다고 다짐한다.

유니젠 러시아는 최고의 북방 식물자원 공급회사이다. 유니젠 러시아는 러시아 연해주에 650만 평(2,150ha) 규모의 북방 식물자원 생산기지와 첨단의 자원개발기술을 보유하고 있다. 북방지역의 맑고 깨끗한 자연환경을 활용한 친환경식품자원 개발과 생산에도 심혈을 기울이고 있다.

Unigen is a natural products research and development company. Unigen leads the world in discovering botanically derived therapeutic compounds that address consumer health needs and improve the quality of human.

Unigen: the Pearl in the Shell

KS Yoon, CEO, Unigen
유니젠 **윤경수** 사장

We attended Supply Side West (SSW) in Las Vegas last October, 2013. SSW is the world largest tradeshow of natural ingredients and many world class companies joined. Chief Business officer, Dr. Thomas and Chief Science Officer, Dr. Qi had endless meetings with current and potential customers. Many visitors acknowledged Unigen as a world leading natural ingredients development company. Estee Lauder has increased sales of their Clinique brand very successfully with Nivitol. Schiff merged with Reckitt Benckiser and has increased sales of Move Free brand products with Univestin from Unigen.

We have about ten more ingredients besides Nivitol and Univestin. The sales and R&D team will review all the products in our product bank and work together to sell them aggressively in the market. We will review the market response of current products and invest more efforts in R&D resources if needed. We will have an aggressive price policy of our current products in our portfolio. The R&D team will join the sales team for sales calls to deliver the science of Unigen more closely.

The R&D team invests our capacity based on the principle of priority. Firstly, we develop the next generation of products which was/are very successful in the market. We already developed MCX ingredient as a second generation of Univestin which was successfully launched by Univera Korea. We signed the letter of Intent with Reckitt Benckiser to do a human clinical trial of CM ingredient in USA. We will closely discuss the next generation of Nivitol with Estee Lauder. We will focus on our strength of R&D areas. Secondly, we plan the next generation of products which are ready to launch in the market. We finished the human clinical trial of the weight loss related ingredients last year and contacted the potential customers to commercialize them. The R&D team will support sales to sell them and prepare the second generation. Through this process, we will minimize the vacant period of the lifespan of the products. Third, we will develop new ingredients to target the large market opportunity. We operate Gate committee to manage product development process effectively. The committee controls the limited resources efficiently to increase ROI of new products.

We will share the product pipeline with big

customers like L'Oreal for close support. The sales team will maintain a good relationship with current customers to maintain sales volumes and produce new revenue of the products in our pipeline. We will pursue the product development strategy of multi-products targeting single efficacy to maximize our sales of the proprietary products pipeline. We will increase our sales activities in China and Korea aggressively.

Unigen is a pearl in the shell. What we should do is to trim and make a beautiful pearl necklace.

조개 속의 진주

유니젠은 에스티로더에 공급하는 니비톨과 쉬프에 공급한 유니베스틴으로 이미 세계시장에서 연구력을 인정받았다. 유니젠은 시장에서 인정받은 원료 외에도 10여 가지의 우수한 원료를 갖고 있다. R&D팀과 영업팀은 상호 협력하여 제품목록에 있는 모든 제품을 시장에 공격적으로 소개할 것이다.

2014년, R&D팀은 전략적인 우위에 연구역량을 집중할 것이다. 첫째, 시장에서 성공한 제품의 후속제품을 개발하는 것이다. 이미 유니베스틴의 후속제품으로 MCX가 유니베라에서 상품화 되었으며, 또 다른 후속제품도 개발하고 있다. 우리는 에스티로더와 니비톨의 차기 제품을 협의할 것이다. 즉 우리가 인정받은 분야에 집중하는 것이다. 둘째, 시장에 판매가 준비된 제품의 후속제품을 기획하는 것이다. 체중감량제품은 임상실험을 마치고 상품화를 기다리고 있다. R&D팀은 이 제품의 판매를 지원하는 한편, 후속제품을 기획할 것이다. 이러한 전략으로 제품의 수명에 따른 공백을 최소화할 것이다. 셋째, 시장성 있는 신제품의 개발이다. 유니젠은 효율적인 제품개발을 위하여 개발위원회를 운용하고 있다. 이 위원회는 제품 개발의 비용과 시간을 효과적으로 관리하여 ROI를 높이는 신제품 개발을 주도할 것이다.

또한 밖으로는 로레알과 같이 이미 좋은 관계를 유지하고 있는 세계 유수의 회사와 우리의 연구정보를 공유함으로써 연구개발 초기부터 협력과 ROI의 효율화를 기할 것이다. 유니젠의 영업팀은 기존 고객과 관계를 강화하여 이미 판매하고 있는 제품의 지속적인 매출을 유지함은 물론 제품목록에 있는 제품을 상업화하는 데도 전력을 다할 것이다. 영업팀은 우리의 특허법률고문과 공동으로 우리의 사용권판매를 다각화할 것이다. 미국시장에서는 신규고객의 창출을 지속적으로 추진할 것이며, 한국과 중국시장에서는 고객의 개발에 적극적인 전략을 구사할 것이다.

유니젠은 마치 조개 속에 담겨 있는 진주와 같다. 이제 우리가 할 일은 그 진주를 꺼내 다듬어 진주목걸이를 만드는 것이다.

Naturetech: Acquiring a number of certifications, rising in OEM sales

Kieok Ahn, Vice President, Naturetech
네이처텍 **안기억** 총괄본부장

In 2013, our efforts reaped great successes. Naturetech won Prime Minister Award in the National Productivity Award, and also a gold medal in the Six-sigma Championship. Naturetech which has spearheaded the health functional food industry throughout its history since its beginning, has once again proved its primary position in the health functional food industry in Korea.

Encouraged by these results, Naturetech declared the year 2014 to be the year of leapfrogging. To this end, the company will make utmost efforts to promote product quality, R&D competitiveness, cost competitiveness, customer satisfaction, and sales growth.

In 2014, Univera USA is planning to enter the Malaysian market. Because most of the population in the country is Muslim, HALAL certification for all of the products to be launched in the market is necessary. Thus, as the supplier of products for Univera USA, Naturetech is planning to obtain HALAL certification to produce and supply adequate products to help Univera USA make a soft landing in the Malaysian Market.

In health food and quality division, Naturetech has gained a number of certifications such as GMP, HACCP, TGA, ISO 9001, ISO 14001, and OHSAS 18001. Compared to these divisions, in cosmetics Naturetech has been relatively behind in terms of certification. In this year, Naturetech plans to obtain ISO 22716, which is an international manufacturing and quality management standards for cosmetics, enhancing competitiveness for cosmetic products to the highest in the industry.

Engaged in businesses with the biggest food manufacturers in and out of Korea for the past few years, Naturetech has been recognized for its high quality and technology. In 2014, the company aims to achieve 10 billion KRW in OEM sales, and based on the achievement to take off as the best manufacturer in health functional food and cosmetics in Korea. Up-to-date market information, various prescription technology and facilities, better operation rate will lead to promote product quality and cost competitiveness for Naturetech.

In 2014, all members of Naturetech will be united in our march toward the goal, in order to live up to the prestigious title of market leader in health functional food industry in Korea.

Naturetech is a manufacturing company that produces natural material-derived products. Naturetech has state-of-art manufacturing facilities which gained various certifications including GMP certification in Korea, in the US, and in Australia, and its competitive drive is BAES (Bioavailability Enhancement System), the centerpiece of its product development. Maintaining meticulous management over manufacturing processes, Naturetech produces the best quality natural products, and makes inroads into the global market using its competitive edge in cost.

다양한 인증 획득, OEM 매출 증대

2013년도는 우리의 노력이 크게 결실을 맺은 한 해였다. 제 37회 국가생산성대상에서 '국무총리상'을 수상했으며, 6-시그마 챔피언 경진대회에서도 '금상'을 수상하는 영예를 안았다. 대한민국 건강기능식품의 역사와 함께하면서 건강기능식품산업을 이끌어 온 네이처텍이 대한민국 건식업계의 정통가문임을 명실상부하게 입증 받은 셈이다.

이를 기반으로 네이처텍은 2014년도를 재도약의 해로 삼고 품질경쟁력 강화, 개발경쟁력 강화, 원가경쟁력 강화, 고객만족도 제고, 매출 확대를 위해서 전력투구할 예정이다.

특히 2014년도는 유니베라 USA가 말레이시아에 진출하는 해이다. 말레이시아는 이슬람교인 무슬림이 대다수인 나라이므로 판매할 제품에 '할랄(HALAL)'인증이 필수이다. 따라서 유니베라 USA에 제품을 공급하는 네이처텍은 올해 할랄 인증을 받아서 할랄 제품을 생산, 공급함으로써 유니베라 USA가 말레이시아에 조기 정착하는데 일조할 계획이다.

그런데 네이처텍은 식품 및 품질 등의 부문에서는 GMP, HACCP, TGA, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 등 다양한 대외인증을 확보하고 있으나 화장품부문에서는 상대적으로 대외인증이 부족한 편이다. 금년에는 국제우수화장품제조 및 품질관리기준인 'ISO22716'을 인증 받아 화장품 부문의 품질경쟁력도 업계 최고수준으로 끌어올릴 계획이다.

네이처텍은 지난 수 년 간 국내외 굴지의 식품회사들과 거래하면서 품질과 기술의 우수성을 인정받았다. 2014년도에는 OEM 매출 100억을 달성하고 이를 바탕으로 향후 국내 최고의 건강기능식품 및 화장품 전문 제조회사로 도약할 것이다. OEM 거래를 통해서 얻는 최신시장정보와 다양한 처방기술의 확보, 다양한 설비, 공장 가동률의 향상은 결국 네이처텍이 공급하는 제품의 품질 향상과 원가 인하로 이어질 것이다.

2014년, 네이처텍 전 직원들은 대한민국 건강기능식품의 정통가문의 명예를 지켜내기 위해 한마음 한 뜻으로 목표달성을 위해 힘차게 전진해 나갈 것이다.

네이처텍은 천연물 소재를 이용하여 제품을 생산하는 제조회사이다. 네이처텍은 GMP 인증(한국, 미국, 오스트레일리아)을 비롯해 다양한 인증을 획득한 첨단제조시설에 생체이용률 촉진시스템(BAES) 등 독자적인 제품개발기술을 갖추었다. 엄격한 관리 아래 최고품질제품을 생산하고 원가 경쟁력을 확보함으로써 글로벌 시장에 진출하고 있다.

Univera Korea: New start for 2014; growth stems from organization

Young-whan Kim, Vice Chairman, Univera Korea
유니베라 웰니스사업총괄 **김영환** 부회장

"Growth stems from organization"

In 2014, Univera Korea will concentrate all efforts on expanding the organization. The bigger the organization, the easier the growth will become. Last year, we have learned a clear lesson: Without strong organization, innovative products or promotion efforts will not produce enough synergy effects.

In direct sales channel, the point of making strong organization is to increase the number of "Sales UPs." To this end, Univera Korea has set down four agendas.

First, change of incentives and commission structure. The new UMS system which guarantees and enhances earning prospect of UPs compared to the previous system will be adopted in all distributors across the country in May. 20 distributors from the last year, and additional 50 distributors from early this year have already adopted the system and are showing promising results.

Second, support in recruiting-adapting-settling process of UPs in the field. Univera Korea is planning to start "Do Wellness Campaign." In joint efforts of Univera Korea and distributors, customers from each region of the country will be invited to experience wellness classes and receive product samples. It is expected that by this method the company will increase the number of UPs by more than 3,000 people.

Third, education for heads of distributor and UPs. In order to bring in a new system, and a large number of new UPs to settle down, it is necessary that capability of heads of distributor and UPs to be strengthened, and the company will provide active support.

Fourth, the capability of consultants should be strengthened. The success or failure of all matters taking place in field depends on the capability of consultants. Thus, the role of consultants should be adjusted in line with the recruiting-adapting-settling process, and capability regarding this process should be enhanced.

In 2014, strength in organization will lead to extended base for continuous growth.

Univera Korea is a direct sales distribution company of health functional food and cosmetics. After having successful test cultivation of aloe for the first time in Korea in 1976, Univera sold natural material-derived products and has been leading health functional food industry in Korea. All around the country, more than 400 distributors and 15,000 UPs are delivering science-based, innovative health functional foods and cosmetics, bringing health and beauty to customers.

New Start 2014, 조직이 성장이다

'조직이 성장이다'

2014년, 유니베라 한국은 모든 역량을 조직확대에 집중한다. 조직확대가 성장의 견인차 역할을 할 것이기 때문이다. 지난해 우리는 분명한 교훈을 얻었다. 혁신적인 제품을 출시해도, 혹은 강력한 홍보활동을 벌여도 조직이 뒷받침되지 않으면 시너지를 기대하기 어렵다는 것이다.

직접판매 채널에서 조직확대의 핵심은 '매출유피' 수를 늘리는 것이다. 유니베라는 이를 위해 4가지 과제해결에 나설 것이다.

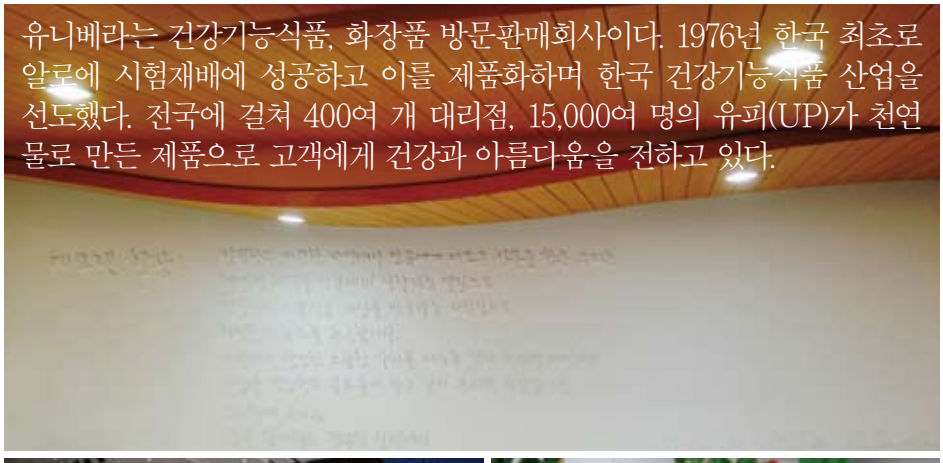
우선, 제도변화다. 과거 제도에 비해 유피들의 소득적 비전을 확실하게 담보한 UMS 제도가 5월에 전국 모든 대리점에 도입된다. 지난해 말부터 20여 개 대리점이, 올 초부터는 추가로 50여 개 대리점이 이 제도를 시범적으로 운영하여 좋은 성과를 내고 있다.

두 번째는 현장의 모집-입문-정착을 지원하는 일이다. 이를 위해 'Do Wellness 캠페인'을 진행한다. 본사와 대리점이 공동으로 전국 각 지역별로 고객을 초청하여 건강강좌와 유니베라 제품 체험 기회를 제공한다. 이렇게 해서 신규 매출유피를 3천여 명 이상 늘릴 예정이다.

세 번째는 대리점 사장들과 유피들에 대한 교육서비스 제공이다. 새로운 제도 안착, 유피들의 대규모 정착을 위해서는 대리점 사장들과 유피들의 역량강화가 필요하다. 본사가 이를 적극적으로 지원할 것이다.

마지막으로 본사 컨설턴트의 역량 강화다. 전국 대리점 현장에서 일어나는 모든 일의 성패는 컨설턴트 역량에 달려 있다. 따라서 조직확대를 위한 모집-입문-정착-육성 프로세스에 맞게 컨설턴트 역할을 조정하고, 이와 관련한 역량을 더욱 키울 예정이다.

2014년은 조직확대를 통해 지속가능한 성장기반을 다지는 한 해가 될 것이다.


유니베라는 건강기능식품, 화장품 방문판매회사이다. 1976년 한국 최초로 알로에 시험재배에 성공하고 이를 제품화하며 한국 건강기능식품 산업을 선도했다. 전국에 걸쳐 400여 개 대리점, 15,000여 명의 유피(UP)가 천연물로 만든 제품으로 고객에게 건강과 아름다움을 전하고 있다.

Univera USA is a direct sales distribution company and provides science-based, healthful, functional foods, nutritional products and cosmetics, which are sold directly to the marketplace by global associates of Univera USA.

Univera USA: New Initiatives

Univera USA Management Team
유니베라 미국 경영진

2013 was a pivotal year for Univera in North America. After many years of sales decline, a series of strategic initiatives were identified in 2011 and implemented in 2012 and 2013. Over 50 initiatives were tackled in the 2012-2013 time frames, including significant re-branding, infrastructure improvements, process improvements, improvement in our field partnership, commission/incentives changes, the move to our new Seattle facility, and a shift to The Metabolic Makeover as our market lead.

As a result, confidence did increase in our field organization. The sales decline stopped in 2012, and 2013 was a year of growth in both sales and recruiting. Overall North American sales grew by 7% in 2013 and recruiting grew almost 20%. In addition to sales and recruiting growth, we had eight new people reach the level of Diamond Associate in 2013. This is significant since it has been more than three years since there has been a new Diamond in North America.

Going into 2014, our strategy has 3 primary areas of focus: (1) continue to grow the US market, (2) align our strategy and execution in Canada to create growth, and (3) successfully launch the Malaysia market. The goals for 2014 are an overall North American growth of nearly 10%.

US initiatives for 2014 focus on modifications to our incentives, including a special 2014 incentive where Associates can earn a trip to Korea to visit and tour our sister companies there. We have also declared 2014 "The Year of Aloe" to commemorate and celebrate our 15th anniversary doing business in North America. As part of this celebration we will be launching new products including a new aloe product called "Aloe Select." We will also be using our new Univera broadcast facility to air regular programming aimed at product training, business building training, and motivation.

유니베라 미국은 과학에 기반한 건강기능식품 및 화장품을 판매하는 직접 판매회사로서, 유니베라 미국의 전세계적인 판매망을 통해 제품을 소비자에게 직접 제공하고 있다.

In Canada we will open a new training facility in Vancouver. We are recruiting for a new Canadian Sales Manager. New products and packs are also under development specifically for the Canadian market.

Malaysia, which is currently targeted for a May-June launch, will be our first foray into international expansion of the Univera business. We have already hired key management staff in Malaysia and are working through the various product and business registrations required. We are developing training for our North American Associates who plan to build their global business, and are now working on launch events for the market.

In all we have identified more than 20 strategic initiatives for 2014, and are working closely with our Field Advisory Board to prioritize and fine-tune our initiatives. All in all 2014 promised to be and exiting and ground breaking year!

신전략 실행

2013년은 유니베라 미국에게 중요한 해였다. 몇 년간의 매출 감소를 딛고 2012-13년에 걸쳐 새로운 전략을 시행함에 따라 2013년에는 매출과 신규 어소시에이트가 증가했다. 2013년에 북미 매출은 7% 확대되었고, 신규 어소시에이트도 20% 증가했다. 또 8명의 어소시에이트가 다이아몬드 어소시에이트로 승급했다. 지난 3년간 북미 지역에서 다이아몬드 자격을 새로 획득한 어소시에이트가 없었다는 사실을 감안할 때 이는 대단히 고무적이다.

2014년의 전략은 1) 북미시장의 지속적 확대, 2) 유니베라 캐나다의 성장기반 확대, 3) 성공적인 말레이시아 시장 진출이다. 2014년의 목표는 북미 매출 10% 확대 및 EBITDA(법인세, 이자, 감가상각비 차감 이전 이익) 흑자도달이다.

2014년 미국 전략의 핵심은 수당 체계의 개선이다. 특별 인센티브를 획득한 어소시에이트에게는 한국 방문 기회를 줄 것이다. 또 유니베라 미국 15주년을 기념하여 2014년을 '알로에의 해'로 기념하고 '알로에 실렉트' 제품 라인을 새롭게 선보일 것이다. 새로운 유니베라 방송설비를 활용하여, 제품 정보, 사업전개, 동기부여 등의 교육을 시행할 계획이다.

캐나다 밴쿠버에 연수시설을 개장하고 캐나다 시장을 겨냥한 새로운 제품과 포장도 개발할 것이다. 말레이시아 시장 진출은 유니베라 미국의 첫 세계 시장 진출이다. 새로운 교육 과정을 개발 중이며 신규 시장 런칭 이벤트가 준비 중이다.

2014년 새로운 전략을 수립하고 현장자문위원회와 논의하여 순위를 정리했다. 2014년은 다양한 시도가 전개되는 기념비적인 해가 될 것이다.

Eum F&B: Better Wellness

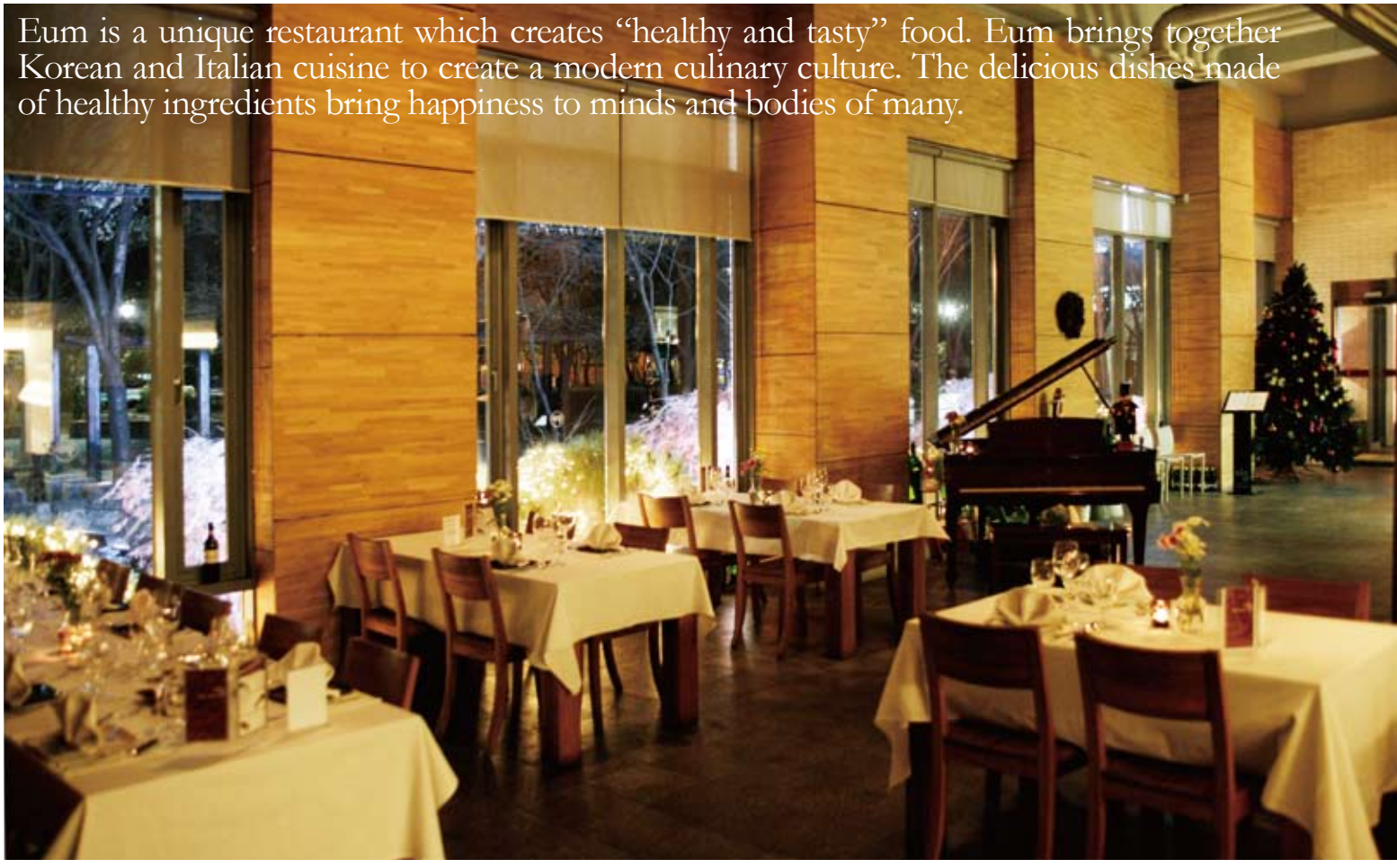
Jena Soonam Kwon, CEO, EUM F&B
이음 F&B **권수남** 대표

Eum began with a simple mission of providing healthy food to people and to bring awareness in the importance of healthy eating. Opened in 2006 in the ECONET Center, Seoul, we started with preparing healthy lunch for ECONETians that is made with fresh and healthy products. Every day, each menu is calculated in calories, fat, proteins and sodium by our in-house nutritionist.

Over the years, there are a number of cardinal rules at Eum when making our healthy dishes, which can be simply listed as: No MSG or artificial flavors, low-fat, low-calories, and low-sodium. The same strict rules apply also on Eum's Italian dishes as we pride ourselves as "wellness Italians restaurant".

As a wellness Italian restaurant under the umbrella of ECONET, we operate in accordance with the corporate mission of "Bringing the Best of Nature to Humankind" and the vision to grow as a wellness company. In doing so, our role is to ensure the healthy diet and nutritionally well-balanced status of all ECONETians. This is a very fundamental yet an utterly pivotal role for ECONET as we embark on to take a leap toward the wellness industry.

For many years to come, Eum will strive to play the liaison role between "people" and "health" by providing truly healthy foods and lifestyle that, we believe, will lead people to "happy" life.



한 걸음 더 웰니스

이음은 2006년, 사람들에게 건강한 음식과 올바른 먹거리를 제공하고, 건강한 식생활 실천을 통해 웰니스 라이프를 전파하겠다는 포부로 탄생했다. 우선 에코네시안에게 건강하고 균형 잡힌 영양군의 점심 식사를 제공하면서 건강한 식생활 문화 전파라는 사명을 실천해 나갔다. 매일매일 신선한 식재료와 엄선된 친환경 재료로 만들고, 칼로리, 단백질, 지방, 염분 및 칼슘을 꼼꼼히 계산한 균형 잡힌 영양식단을 전 직원에게 제공한다.

이음에는 개점 이후 지금까지 이어지는 철칙이 있다. 화학 조미료 또는 인위적인 조미료 절대 사용 금지, 저칼로리, 저지방, 저염분 원칙 준수가 그것이다. 이는 에코넷 임직원들의 점심 식사에 적용하는 수칙이기 전에, 웰니스 이탈리안 레스토랑을 자부하는 이음의 자존심이다. 당연히 이탈리안 음식을 준비하는 과정에도 반드시 적용한다.

2013년은 이음이 또 한번 흑자를 기록한 기쁜 해였다. 에코네시안들의 식사를 더욱더 '웰니스화'하고자 노력한 해이기도 하다. 좀더 의미 있는 친환경 식재료를 사용하기 위해 생산자에게 더 많은 이익을 돌려주는 유통구조로 운영되고 있는 두래 생협에서 식재료를 구입하기 시작했고, 원가상승의 부담을 감수하면서까지 친환경 재료 사용량을 대폭 늘렸다.

2014년에도 건강한 음식을 제공하려는 이음의 노력은 계속될 것이며, '알고 먹기'의 개념을 확대하고자, 재료와 생산지, 생산자 관련 콘텐츠를 작성하여 테이블마다 비치함으로써 단순히 좋은 재료를 구입하는 것에 그치지 않고, 재료의 생산자, 생산지와 소통하는 자세를 통해 고객들에게 올바른 먹거리에 대한 인식을 전파할 것이다.

이음은 '맛있는 건강식'을 전하는 특별한 레스토랑이다. 이음은 한국의 음식문화와 이탈리아의 음식문화를 현대적으로 재해석하여 새로운 음식문화를 만들어 간다. 이음은 건강에 유익한 재료로 요리한 귀한 음식으로 많은 사람들과 행복을 나눈다.

Protecting Innovation in Order to Deliver New Beneficial Ingredients

By **R. Douglas Bradley** PhD, Vice President & Intellectual Property Counsel | Unigen
글 | **R. 더글라스 브래들리** 박사 | 상무, 지적재산권 담당변호사 | 유니젠

We are all very familiar with the stated mission of all of the ECONET family of companies to "Bring the best of nature to humankind." But just how do we really deliver on this lofty, well-meaning goal? How do we impact human wellness on a worldwide level and yet also achieve sustained profitability, and all while conducting our businesses with the highest ethical standards of integrity to both customers and employees?

At Unigen, we firmly believe that research innovation is the key to bringing ever improving safe, efficacious, natural product ingredients that meet the needs of a growing number of people who are seeking to live and maintain a healthy way of life. Unigen and ECONET invest millions of dollars into natural product research every year. In order to protect the fruits of such research investment, we utilize all of the legal means available to us in the United States, and around the world, to protect the companies' intellectual property assets.

Intellectual property exists in many forms. For example, government issued patents allow the owners of inventions to exclude others from using their inventions for a limited period of time, only if the invention is truly new and non-obvious to the world, and has real world applicability to human life. Copyright laws allow artists to protect creative elements of writing, music, art, etc., from unauthorized copying and sale. Trademark law is another form of intellectual property protection that allows companies to protect hard-earned reputation and goodwill associated with products and brand names. Otherwise, it would be very easy for others to produce cheap knock-off products and confuse consumers into thinking that they are buying the real, well known product when in fact they are getting cheap

자연의 혜택을 인류에게 전하기 위한 혁신 보호

유니젠은 안전하고, 효과적이며 우수한 품질의 천연물 제품을 지속적으로 생산하여 건강한 삶의 방식을 선택하고 유지하려는 사람들의 늘어나는 수요를 충족시킬 수 있는 길은 신기술 개발에 있다고 생각한다. 유니젠과 에코넷은 매년 수백만 달러를 천연물 연구에 투자하고 있다. 투자와 노력의 결실을 지키기 위해, 우리는 미국뿐만 아니라 각국에서 가능한 모든 법적 수단을 통해 회사의 지적 재산을 보호하고 있다.

지적 재산은 다양한 형태로 존재한다. 예를 들어, 정부는 특정한 발명품을 만든 사람에게 특허를 발행하여 일정한 기간 동안 다른 사람이 그 발명을 사용할 수 없는 배타적인 권리를 부여한다. 이 경우에, 그 발명은 이전에 존재한 적이 없는 전혀 새로운 것이어야 하며 실생활에 적용할 수 있는 것이어야 한다.

다양한 형태의 지적재산권의 개념의 근저에 존재하는 공통의 인식은, 혁신적인 창조와 투자를 장려하는 것이 사회 전체적으로 이익이 된다는 것이다. 새로운 발견이나 창작을 위해 투자하는 시간과 금전에 대해 보상하는 것이 모든 사람에게 궁극적으로 이익이 된다는 사실이다. 법으로 혁신을 보호하지 않는다면,

Unigen and ECONET invest millions of dollars into natural product research every year. In order to protect the fruits of such research investment, we utilize all of the legal means available to us in the United States, and around the world, to protect the companies' intellectual property assets.

유니젠과 에코넷은 매년 수백만 달러를 천연물 연구에 투자하고 있다. 투자와 노력의 결실을 지키기 위해, 우리는 미국뿐만 아니라 각국에서 가능한 모든 법적 수단을 통해 회사의 지적 재산을 보호하고 있다.

imitations. And lastly, trade secrets laws provide recourse to companies and individuals who make consistent effort to protect confidential information from misappropriation and/or misuse by others.

One thing in common behind all of these forms of Intellectual Property is the idea that investment and creation of innovation is a common good to society. That it is in everyone's best interest to incentivize the investment of time and money to create new inventions. Without legal forms of protection of innovation, no company or individual would bother to invest in such endeavors because others would always be free to copy them with no compensation to the original party who made the risky investment.

Unigen has a current patent portfolio of over a 100 issued patents, about one half of them are in the United States and Korea. In addition, Unigen also has a substantial number of pending patent applications in key market countries around the world. ECONET benefits from these patent assets, because Unigen is able to provide proprietary ingredients to Univera Korea, Univera USA and Aloecorp, and they in turn are able to offer their customers unique products that no other companies can provide without violation of the Unigen patents. Without patent and trade secret protection of our discoveries, Unigen would not be able to ensure that a fair return on the heavy investments in research is achievable. And, without sustained profitability of the ECONET companies, there would be no new investment money available to fund the next round of innovative research. Proper legal protection of our innovative ingredients is therefore an essential component in how we are able to deliver on our promise to provide the best of nature to humankind.

금전과 노력, 위험을 감수하며 새로운 기술과 혁신을 만든 이들에게 아무 대가도 지불하지 않고 다른 이들이 거리낌없이 복제할 것이므로, 아무도 새로운 기술, 발명, 저작물을 만들어내려는 투자를 하지 않을 것이다.

유니젠은 현재 약 100여 개의 특허권을 보유하고 있으며, 그 중 약 절반 가량을 미국과 한국에서 취득했다. 또한, 세계 주요 시장 국가에서 다수의 특허를 신청 중에 있다. 유니젠이 특허기술을 적용하여 생산한 신물질은 유니베라 한국과 유니베라 미국, 알로콥에 제공되며, 이들 계열사들은 고객들에게 신물질로 만든 독자적인 제품을 고객에게 전한다. 다른 기업은 이런 제품을 유니젠의 특허권을 침해하지 않고는 결코 생산할 수 없다.

연구 개발의 결실을 보호할 수 있는 특허권과 영업비밀 보호 장치가 없다면, 유니젠은 신기술 개발에 필요한 막대한 투자를 정당하게 회수할 수 있는 방법을 보장받을 수 없게 된다. 그리고 에코넷 가족사들이 지속적으로 이윤을 창출하지 못한다면, 차기 연구에 필요할 자금을 새로 투자할 수 없을 것이다. 따라서 유니젠의 혁신소재에 대해 법적으로 정당하게 보호받는 것은 자연의 혜택을 인류에게 전한다는 에코넷의 약속을 실행하기 위한 필수요소이다.

MCX™: Greatness Achieved through Innovation

By **Ed Cannon** Former CEO | Unigen
글 | **에드 캐논** 전임사장 | 유니젠

MCX™ is a novel natural active ingredient for relieving the discomfort, stiffness and immobility of degenerative joint and other inflammatory disorders. It is the most recent product to emerge from Unigen's commitment to products that provide meaningful health and wellness benefits and Unigen's investment in innovative science to support that commitment. The "domain expertise" in the biology of pain and inflammation that has resulted from that commitment and investment has positioned Unigen as the leading provider of natural active ingredients in the functional food analgesic/anti-inflammatory product category, which includes the large, highly competitive global joint care market estimated at nearly $2 billion annual retail sales. MCX™ is the "faster, better, cheaper" 2nd generation analgesic/anti-inflammatory to Unigen's 1st generation product in the category, the patented, award winning ingredient Univestin™, which was introduced in 2003.

Unigen's objective for the MCX™ program was to discover an ingredient that was superior to Univestin™, a very "high Bar" to vault as Univestin™ is the most successful proprietary active ingredient in the joint care product category. Univestin™ is now incorporated into over 50 joint care and anti-inflammatory products marketed worldwide and responsible for the commercial success of market leaders in the US, including the Move Free Advanced® and GNC Triflex® joint care products. Unigen received the NutraAward as "Ingredient of the Year" in 2005 for the discovery of Univestin™ recognizing the uniqueness, medical importance and commercial significance of the ingredient. To date there have been:

❶ 32 patents issued worldwide to Unigen for Univestin™ with numerous additional patent applications in prosecution,
❷ 3 publications describing mechanisms of action for Univestin™,
❸ 13 publications describing preclinical efficacy studies of Univestin™,
❹ 9 publications describing preclinical safety studies of Univestin™,
❺ 10 human clinical studies conducted with Univestin™,
❻ 6 publications of human clinical studies with Univestin™,
and lastly but most importantly
❼ Over 3 billion daily doses of Univestin™ taken by consumers since its introduction in 2003 as testimony to its efficacy and safety.

Univestin™ has not only been the most effective and commercially

MCX™: 혁신으로 이룬 위대한 발명

MCX™는 퇴행성 관절염이나 기타 염증성 질환이 유발하는 통증, 뻣뻣함, 동작 제한을 완화하는 독창적인 천연활성성분이다. 이는 유니젠이 인류의 건강과 웰니스를 증진시키겠다는 약속에 따라 혁신적인 과학 기술에 투자해온 노력이 성취한 최신 성과물이다. 유니젠은 꾸준한 노력과 투자를 통해 통증과 염증 분야에서 '전문성'을 확보함으로써 연간 20억 달러에 달하는 크고 경쟁이 치열한 세계 관절 치료 시장에서 진통/항염증 기능식품 제품에 들어가는 천연활성물질의 선도적 공급자로서 자리잡았다. MCX™는 유니젠이 2003년에 출시하여 특허도 취득하고 수상도 한 1세대 진통/항염증 성분, 유니베스틴(Univestin™)을 이어받은 '더 빠르고 효과가 좋고 저렴한' 2세대 진통/항염증 성분이다.

유니젠의 MCX™ 프로그램의 목적은 관절치료 제품군에 들어가는 가장 성공적인 전매특허 활성 성분인 유니베스틴을 뛰어넘는 최상의 성분을 개발하는 것이었다. 유니베스틴은 현재 전 세계에 판매되는 50여 개 이상의 관절치료 및 항염증 제품에 사용되고 있으며, 미국 시장을 주도하는 무브프리(Move Free Advanced®)나 지엔씨 트리플렉스(GNC Triflex®) 등의 관절치료 제품이 성공하는 데 기여했다. 유니베스틴은 그 의학적 중요성과 독자성, 상업적 중요성에 힘입어 2005년 뉴트라어워드(NutraAward)에서 '올해의 성분'으로 선정됐다. 유니베스틴이 기록한 눈부신 성과는 다음과 같다.

❶ 32건의 특허를 취득했고 추가로 다수의 특허 신청이 진행 중이다.
❷ 유니베스틴의 작용 기전를 설명하는 논문이 3건 발표되었다.
❸ 유니베스틴의 전임상 효능 연구가 13건 발표되었다.
❹ 유니베스틴의 전임상 안전성 연구가 9건 발표되었다.
❺ 사람을 대상으로 한 10건의 임상 연구가 시행되었다.
❻ 최근의 가장 중요한 연구로 유니베스틴에 대한 6건의 인체 대상 임상 연구가 발표되었다.
❼ 2003년 출시 이후 유니베스틴이 30억 회 이상 복용되었다는 사실은 이 성분의 효능과 안전성을 입증하는 방증이다.

이처럼 유니베스틴은 진통/항염증 분야에서 가장 효과적이고 상업적으로

successful ingredient in the analgesic/anti-inflammatory category, it is also the most studied.

The MCX™ and Univestin™ discoveries resulted from the two distinct discovery approaches that Unigen has pioneered for identifying natural product active ingredients: high throughput screening ("HTS"), utilized for discovery of Univestin™, and legacy mining with phenotypic screening, utilized for discovery of MCX™.

HTS

Unigen maintains a large and growing collection of medicinal botanicals that are sourced throughout the world. This natural product "library" is well annotated with botanical source of origin information, identity documentation, historical uses, regulatory designations, literature references, including published patents and patent applications, and data from prior experiments conducted by Unigen and its partners. The contents of Unigen's library are the substrates for HTS to isolate and identify natural products that target biology considered well-validated to be predictive of the desired health and wellness benefits. Unigen's HTS technology utilizes state of art automated platforms augmented by high throughput HPLC fractionation to isolate active molecules, and mass spectrometry, NMR and structure database informatics to identify structures for actives. Univestin™ was discovered by screening Unigen's natural product library to identify inhibitors of: (1) cyclooxygenases 1 and 2 (COX-1 and -2), which produce prostaglandin pain and inflammatory mediators and are the targets of NSAID, e.g., Naproxen®, and Coxib, e.g., Celebrex®, drugs, and (2) 5'-lipoxygenase (5'-LOX), which produces leukotriene pain and inflammation mediators and is the target of Merck's Zileuton® asthma drug. This type of HTS is a molecular screen that required Unigen to develop sensitive, reproducible assays for all three of the enzyme targets, COX-1, COX-2 and 5'-LOX. Univestin™ was the first, and to date the only, dual COX/LOX inhibitor commercialized for alleviating the symptoms of degenerative joint disorders. The objective achieved with the Univestin™ discovery program was the identification of a natural composition that possessed the efficacy of the NSAID and Coxib drugs but without the gastrointestinal (ulcers), kidney, liver and cardiovascular toxicities of those chemical drugs.

성공한 성분일 뿐 아니라 가장 연구가 많이 된 성분이다.

MCX™와 유니베스틴의 발견은 천연활성성분을 찾기 위해 유니젠이 개척한 두 가지의 독자적인 연구 방법 – 유니베스틴을 발견하기 위해 활용된 초고속고효율탐색기술(HTS: high throughput screening)과 MCX™를 발견하기 위해 활용된 표현형 탐색술(phenotypic screening)을 포함한 레거시 마이닝(legacy mining) – 에서 비롯되었다.

초고속고효율탐색기술(HTS: high throughput screening)

유니젠은 세계 전역에서 수집한 방대한 약용식물 표본을 보유하고 있으며, 표본의 숫자는 꾸준히 늘고 있다. 이 천연물 '라이브러리'는 식물의 원산지, 외형 및 특징, 과거의 용도, 관련 법률 정보, 관련 문헌, 현재 발행된 특허와 신청중인 특허 정보, 유니젠 및 협력업체에서 과거에 실행한 실험 데이터 등 자세한 정보를 소장하고 있다. 유니젠이 보유한 방대한 약용식물 정보는 HTS의 기반으로서 인간의 건강과 웰니스에 도움이 된다고 생물학적으로 충분히 입증된 천연성분을 분리하여 찾아낼 수 있게 한다. 유니젠의 HTS기술은 초고속고효율 액체크로마토그래피(HPLC) 분획기술로 활성분자를 분리하고 질량분석기와 NMR, 분자구조 데이터베이스 정보처리학 기법으로 활성분자의 구조를 알아내는 최첨단 자동화 플랫폼을 사용한다. 유니베스틴은 유니젠의 천연물 라이브러리에서 (1) 통증과 염증을 유발하는 프로스타글란딘을 생성하는 사이클로옥시게나제 1과 2 (COX-1, COX-2)의 억제제로서 나프록센(Naproxen®) 등의 NSAID (비스테로이드성 소염진통제), 셀레브렉스(Celebrex®) 등의 콕시브 계통 약물과 동일한 타겟과 (2) 통증과 염증을 유발하는 류코트리엔을 생성하는 5'-리폭시게나아제(5'-LOX) 억제제로 기능하는 성분으로서 머크(Merck)사의 천식치료제 질류톤(Zileuton®)과 동일한 타겟을 함께 검색하는 과정에서 발견되었다. 이러한 타입의 HTS는 유니젠이 예민하면서도 재현 가능한 방법으로 세 종류의 효소 타겟, COX-1, COX-2, 5'-LOX에 대한 분자 검색을 실행할 수 있도록 하였다. 유니베스틴은 지금까지 최초로 발견된 COX/LOX 이중 억제제로서 퇴행성 관절 질환의 증상을 완화할 수 있는 상업화된 유일한 성분이다. 유니베스틴의 발견으로 달성된 목표는, NSAID와 콕시브계 약물의 효과성을 갖는 동시에 위장 장애(궤양), 신장, 간, 그리고 심혈관 계통의 부작용을 나타내지 않는 천연물 성분을 찾아내는 것이었다.

The "domain expertise" in the biology of pain and inflammation that has resulted from that commitment and investment has positioned Unigen as the leading provider of natural active ingredients in the functional food analgesic/anti-inflammatory product category.

Legacy mining with phenotypic screening

Unigen's depth and breadth of expertise in the biology and chemistry of botanicals is utilized to source botanicals that have a well-documented legacy of safe human consumption and potential for clinically demonstrable health benefits in a specific condition for which we have developed an in vitro, e.g., cellular or tissue explant, or in vivo, e.g., animal model, "phenotypic" assay(s) that is predictive of the benefit(s) in the target condition. Once botanicals with the desired activity are identified in the phenotypic assay, high throughput HPLC fractionation, mass spectrometry, NMR, and structure database informatics capabilities are employed to isolate and identify the substance(s) responsible for the medicinal benefit(s).This information allows standardization and enrichment for the active substance(s) to optimize health benefits, and reduce or eliminate substances in the native botanical that may provide unwanted side effects.

Unigen innovated its legacy mining with phenotypic screening technology to utilize when the underlying biology of the target condition is poorly understood, i.e., molecular targets are not known, or when there is the need to circumvent well-patented biology, or when it is desirable to simply "invent" new biology. As indicated above, the objective of the discovery program that resulted in MCX™ was an analgesic/anti-inflammatory composition that would be superior to Univestin™. Since the COX/LOX biology that resulted in Univestin™ is the best known analgesic/anti-inflammatory biology and that biology had already been explored with the discovery of Univestin™, the phenotypic screening approach utilizing predictive animal analgesic/inflammation models was innovated to access new distinct biology. The MCX™ program began by identifying several hundred botanicals annotated in our database with analgesic and/or anti-inflammatory activity .Each of these was evaluated in an animal analgesic model, and the best then assayed in a second animal model for both analgesic and anti-inflammatory activity. The best botanicals in this second animal model were then evaluated as combinations in the same analgesic/anti-inflammatory animal model to identify "synergistic" combinations where the activity obtained for the combination exceeded that predicted based on the activities of the individual botanicals. MCX™ is one such synergistic botanical combination and consists of extracts of two botanicals each

표현형 탐색술(phenotypic screening)을 포함한 레거시 마이닝(Legacy mining)

생물학과 천연물 화학에 대한 유니젠의 폭넓고 심도 깊은 전문성을 활용하여 인간에 대한 안전성이 역사적, 문헌상으로 입증된 동시에, 시험관 시험, 즉 세포 또는 배양된 조직세포를 활용한 시험을 통해, 또는 생체 시험, 즉 동물모델을 이용한 시험을 통해 건강상의 효능을 의학적으로 증명 가능한 식물 원료를 찾아내는 기술인 '표현형 탐색술'이란 타겟 적응증에 유용한 천연물이 무엇인가를 예측 가능하도록 하는 기술이다. 표현형 탐색술을 통해 타겟 활성을 갖는 천연물을 찾아내면, 초고속고효율 HPLC 분획법, 질량분석기, NMR, 그리고 구조 데이터베이스 정보처리학 기법 등의 첨단기술을 동원하여 목표하는 의학적 효능을 가진 성분을 분리, 동정한다. 이는 천연추출물의 표준화를 가능하게 하는 동시에 의학적 효능을 극대화할 수 있도록 유효성분을 농축하는 데 도움이 되며, 원료가 되는 식물에 함유된 원치 않는 부작용을 최소화하거나 제거할 수 있도록 돕는다.

유니젠은 표현형 검색술과 레거시 마이닝 기술을 혁신하여 타겟 적응증의 생물학 기전에 대한 이해가 충분하지 않을 때에도 사용할 수 있도록 하였다. 예를 들어, 타겟 분자에 대한 이해가 불충분할 때, 또는 기존 특허를 우회할 필요가 있을 때, 아니면 단순히 새로운 생물학적 작용을 '발명'할 때 등이다. 위에 말한 것처럼, 유니베스틴보다 나은 항염/진통 치료제를 개발하겠다는 목표를 가지고 시작한 프로젝트의 결과가 MCX™의 발견으로 이어졌다. 유니베스틴의 작용 기전이기도 한 COX/LOX억제가 항염/진통에 대해 가장 잘 알려진 작용이고, 이미 이 분야에서 유니베스틴이 발견되었기 때문에 표현형 검색술은 동물 대상의 통증/염증 실험을 통해 새롭고 알려지지 않은 생물학적 작용기전에 접근하는 방식을 채택했다. 따라서, MCX™ 개발 프로그램의 시작은, 유니젠의 데이터베이스에서 진통 또는 항염작용을 갖는 수백 종의 식물을 찾아내는 것으로부터 시작되었다. 각각의 식물은 동물 진통 실험을 통해 평가되었고, 이중에서도 두 번째 동물 실험에서 적용된 식물 조합이 항염/진통 두 분야에서 모두 가장 뛰어난 효과를 나타냈다. 두 번째 동물 실험에 사용된 식물 조합은 개별 식물 실험의 결과를 훨씬 뛰어넘는 결과를 보였는데, 즉 함께 사용될 때 시너지 효과를 보였다. MCX™는 두

유니젠은 꾸준한 노력과 투자를 통해 통증과 염증 분야에서
'전문성'을 확보함으로써 경쟁이 치열한 세계 관절 치료 시장에서
진통/항염증 기능식품 제품에 들어가는
천연활성물질의 선도적 공급자로서 자리잡았다.

of which is enriched for an active molecule(s) that when combined produces a much greater benefit than predicted by simply adding the activities of the separate extracts. Importantly, Univestin™ was utilized as a comparator throughout the MCX™ discovery program and only those botanical compositions that demonstrated superior activity to Univestin™ were progressed.

While distinct approaches were utilized to discover Univestin™ and MCX™, the post discovery product development activities were the same, and include patent filings in all major territories, identification and qualification of sources for botanical raw materials, development of processes for producing active ingredients at commercially relevant scales and analytics for insuring purity and potency, animal safety studies, and animal efficacy studies for determining optimal dosage amounts, formulations and regimens in preparation for advancement to human clinical trials. Human clinical trials are conducted primarily in the US and South Korea through both Unigen's own network of clinics and investigators and through clinical sites accessed with the assistance of CROs. Where feasible, these clinical trials utilize double blind, placebo controlled designs with positive control comparator(s) and are of comparable quality with pharmaceutical clinical trials. As in Unigen's discovery studies, MCX™ has demonstrated superiority to Univestin™ in all these post discovery studies, including a direct Korean consumer usage comparison with Univestin K™, the form of Univestin™ utilized in Korea.

The expertise and capabilities Unigen has acquired in the analgesic/anti-inflammatory category including molecular targets, in vitro molecular and cellular assays, ex vivo primary tissue assays, in vivo animal efficacy models, and clinical trial design and analysis are assets that combine with Unigen's core capabilities in natural products chemistry and biology, preclinical pharmacology and toxicology, GMP quality control and manufacture of natural products to create a uniquely innovative foundation from which Unigen can continue to lead in this large and important market. As the most recent product developed from this foundation MCX™ promises to build upon Unigen's commercial and medical success in the joint care product category, and continue to deliver on Unigen's promise to provide meaningful health and wellness benefits to consumers.

식물 추출성분의 농축된 조합으로, 두 성분이 함께 작용할 때 분자가 활성화되어 개별 추출물의 효과를 더하는 것보다 훨씬 강력한 효과를 나타낸다. 특히 주목할 점은, 유니베스틴이 비교/대조군으로 설정되어 MCX™ 개발 프로그램에서 유니베스틴보다 강력한 효과를 나타낸 식물 조합만이 대상으로 선정되었다.

MCX™와 유니베스틴의 개발을 가능하게 한 접근법에는 뚜렷한 차이점이 있지만, 개발 이후 제품개발 과정은 동일하다. 모든 주요 대상국에서 특허를 신청하고, 양질의 식물 원료를 확보하며, 상업적으로 적합한 규모로 활성성분의 제조과정을 개발하며, 원료의 순수함과 효과를 보존하기 위한 분석, 동물 대상 안전성 연구, 동물 대상 효능 연구, 최적의 복용량을 찾아내기 위한 노력, 인체 대상 3상 임상실험으로 진행하기 이전 최적의 형태와 복용방법을 찾기 위한 노력 등이다.

인체 대상 임상실험은 유니젠의 연구진 및 연구시설이 있는 미국과 한국에서 주로 진행되었다. 실험장소는 CRO의 협조를 통해 확보했다. 가능한 경우 이중맹검법을 통해 플라시보 효과를 억제하였고, 양성 대조군으로 비교/대조군을 설정하였으며, 의약품과 동일한 정도로 높은 질의 임상실험을 진행하였다. 유니젠의 연구 보고서에 나온 것처럼, MCX™는 발견 후 모든 연구에서 유니베스틴을 넘어서는 효과를 보였으며, 특히 한국에서 판매되는 유니베스틴의 종류인 유니베스틴K™의 경우에도 한국 소비자 사용 비교 연구에서 마찬가지 결과를 보였다.

항염/진통 분야에서 유니젠의 전문성과 연구개발 능력은 타겟 분자, 실험관 안에서 분자와 세포 분석법, 생체 조직의 1차 조직 검색법, 동물 효능 실험, 그리고 임상실험 설계와 분석 등을 포함하며, 유니젠의 주요 분야인 천연물 화학과 생물학, 전임상 약리학과 독성학, GMP인증을 획득한 품질관리, 천연추출물 제조공정과 함께 유니젠의 자산이다. 이러한 토대 위에서 유니젠은 세계 주요 시장에서 주도적인 역할을 수행하며 혁신을 이끌어나갈 수 있는 것이다. 이러한 토대 위에서 창조된 최신 제품인 MCX™는 관절치료분야에서 유니젠의 의학적, 상업적 성공을 높일 뿐 아니라, 소비자에게 중요한 건강과 웰니스 혜택을 전하겠다는 유니젠의 약속을 지키는 데 일조할 것이다.

Diamonds in the Rough

By **Ken Jones** Chief Operations Officer | Aloecorp
글 | **켄 존스** COO | 알로콥

Bill Lee, Chairman of ECONET, uses the analogy of Aloecorp's aloe processing technology and the MAP process as being like the jeweler who hones and polishes a diamond to increase its brilliance and clarity. In this analogy, Aloecorp and Unigen have collaborated scientifically to hone and polish the processing of aloe. The key discovery made by Unigen is the identification of the highly active molecular weight fraction of acetyl mannan polysaccharide, the most biologically important component of aloe. MAP processing increases the content of this polysaccharide fraction by three times and is the hallmark of our superior aloe products. Today, Aloecorp and Unigen continue to advance the science of aloe processing and the development of new and unique products from aloe to increase the brilliance and clarity of our products.

Cutting the Diamond

The MAP process is the first cut in the process of honing aloe into a fine diamond. If acetyl mannan polysaccharide is the most biologically important component of aloe, then the next logical step is to ensure that our aloe has a consistent, high content of MAP polysaccharide. This is the ACTIValoe® (Active Aloe) branded line of products. ACTIValoe was the first aloe ingredient to guarantee no less than 10% polysaccharide by weight, and Aloecorp was the first aloe ingredient supplier to utilize size exclusion chromatography to provide the content and molecular weight distribution of polysaccharide in every batch produced. This is the second cut.

To maximize the retention of bioactive aloe components, a unique dehydration technology is required. High quality aloe can be produced using spray drying and freeze drying, but Aloecorp

알로에 정제 기술의 발전

이병훈 총괄사장은 알로콥의 알로에 정제기술과 MAP 기술을 보석 세공장인이 다이아몬드의 광채와 투명도를 최대로 높이기 위해 연마하는 과정에 비유했다. 이 비유에 따르면, 알로콥과 유니젠은 과학적 협력을 통해 알로에를 최대한으로 정제한다. 유니젠이 발견한 것은 알로에 성분 중에서도 생리활성이 가장 높은 분자량 분획의 아세틸만난 다당체이다. MAP 기술을 통해 이 특별한 다당체 함유량을 세 배까지 끌어올릴 수 있으며, 이것이 바로 우리 알로에 제품의 탁월한 품질의 비결이다. 오늘날 알로콥과 유니젠은 알로에 정제과학을 발전시키는 과정에서 알로에를 이용한 새롭고 독자적인 제품을 개발하여 우리 제품의 광채와 투명도를 높이고 있다.

다이아몬드 커팅

MAP 기술은 다이아몬드 원석을 눈부신 광채를 내는 보석으로 만드는 첫 번째 커팅에 비유할 수 있다. 아세틸만난 다당체가 알로에에서 생리활성이 가장 높은 중요한 성분이라면, 논리적으로 전개할 다음 단계는 알로에 제품에 높은 함량의 MAP 다당체가 균일하게 포함되도록 만드는 것이다. 이것이 바로 액티브알로에(ACTIValoe®) 브랜드 제품군이다. 액티브알로에는 분자량에 따라 선별된 다당체를 10% 이상 포함하도록 만든 최초의 알로에 원료이다. 알로콥은 분자배제 크로마토그래피 기법을 통해 다당체의 분자량 분포를 균일한 양으로 제공하는 기술을 보유한 최초의 알로에 원료 공급업체이다. 이것이 두 번째 커팅에 해당한다.

알로에의 효과를 최대화하기 위해서, 독자적인 수분제거 기술이 개발되었다. 고품질의 알로에는 원래 분무건조 또는 동결건조 기법으로 만들어진다. 그러나 알로콥은 리프랙턴스 윈도우(Refractance Window) 건조법 이라는 새로운 기

set the bar significantly higher with a new technology called 'Refractance Window' drying. This unique technology transfers energy directly to the water, and only the water, during the dehydration process. No vacuum or pressure is used in this process, so the resulting crystals of aloe powder brilliantly preserve the important biological components of aloe that provide the health benefits found in clinical studies using our aloe. This is Qmatrix®, the third cut.

It is okay to talk about the components and processing techniques we use but the "clarity" is in its proven benefits. Do Aloecorp aloe ingredients have health benefits? You bet! Clinical studies with our ingredients prove that our aloe products support immune function, decreases wrinkles and increases skin elasticity when taken orally, regulates blood sugar, reduces oxidative stress and supports a healthy liver and colon. That is the final cut.

Polishing the Diamond

With our Qmatrix process, we are able to make unique blends of patented extracts like Loesyn and N-931 that contain aloesin (AloeWhite®). Our ultrafilteration technology allows us to control polysaccharide content in brands such as AloPol® that contain up to 20% polysaccharide and of course, our patented Immuno-10 which contains 30% polysaccharide. Far ahead of any aloe supplier, Aloecorp published safety studies required for GRAS status, meaning that for the first time aloe is a food ingredient in the USA. At Aloecorp, our technology and science, independently and in conjunction with our ECONET partners, enables us to provide aloe of the brilliance and clarity of a polished diamond, the Best of Nature to Humankind.

술을 적용하여 알로에 건조 기준을 한 단계 끌어올렸다. 이 특별한 기술은 에너지를 물로 직접 전달하고, 건조 과정에서 물 분자만이 영향을 받는다. 진공이나 압력을 사용하지 않기 때문에 결과물로 완성된 알로에 분말 속 생리활성 성분을 손상 없이 보존하며, 따라서 알로에를 사용한 임상실험에서 알로에의 효과를 최대로 끌어낸다는 것이 입증되었다. 바로 이것이 세 번째 커팅인 큐매트릭스(Qmatrix®) 기술이다.

알로에 성분과 정제 기술에 대한 이야기도 중요하지만, 다이아몬드의 광채 못지않게 중요한 것이 바로 투명도이다. 알로콥이 만들어내는 알로에 제품이 건강 증진에 얼마나 도움이 되는가? 백문이 불여일견이다. 임상실험을 통해 알로콥의 알로에 원료가 면역작용을 강화하며, 주름을 완화시키고 피부 탄력을 향상시킨다는 사실이 밝혀졌다. 알로에를 복용할 경우, 혈당수치를 조절하고, 산화 스트레스가 감소하며, 간과 대장 기능이 개선된다. 바로 이것이 마지막 커팅이다.

다이아몬드 연마

큐매트릭스 제조공정을 통해 알로신(AloeWhite®)을 포함하는 로에신(Loesyn), N931 등의 특허추출물을 제조할 수 있다. 한외여과공법을 통한 다당체 함량 조절 기술을 통하여 알로콥은 독자적인 알로에 브랜드를 보유하고 있다. 예를 들면, 알로폴(AloPol®)은 20% 알로에 다당체를 함유한 제품이며, 특허 성분의 이뮤노텐(Immuno-10)에서는 알로에 다당체 함량을 30%까지 끌어올렸다. 다른 어떤 알로에 원료공급업체보다 먼저 알로콥은 GRAS 기준에 필수적인 안전성 연구 보고서를 제출했다. 그래서 미국 최초로 알로콥 알로에가 식품 원료로서 안전성을 입증 받았다. 알로콥의 기술과 과학은 다른 에코넷 가족기업들과 협력하여 빛나는 다이아몬드에 비유될 수 있는 최고 품질의 알로에를 제공하여 자연의 혜택을 인류에게 전하는 데 이바지하고 있다.

Aloe Science: Product Structure of Health Functional Food of Univera Korea

알로에 과학, 유니베라 건강기능식품

By **Seon-Gil Do** PhD, Director | Wellness R&D Center | Univera Korea
글 | **도선길** 상무 | 웰니스연구소 | 유니베라 한국

Product structure stemming from the nature's gift, Aloe

In general terms, product structure, or product portfolio means "a general structure to illustrate products designed from the marketing perspective to approach target customers in the most effective way."

However, the case of Univera Korea is slightly different from general cases. Health functional food product structure for Univera Korea means "products which are designed to maintain and promote health for lifetime, with mission in mind to bring the best of nature, such as aloe, to humankind."

Univera Korea has been engaged in aloe-related business for 38 years, and is building a vertical structure system of ECONET which encompasses farming, research & development, manufacturing and distribution. The beginning of aloe business for Univera Korea was not determined by market analysis to create strategic new business. Properly speaking, it originated from a gift of the nature that the late chairman Yunho Lee had a first-hand experience with the miraculous effect of aloe. As Lee himself experienced the gift, he found his mission to introduce the benefits to others, and "bringing the best of the nature to humankind" has become the corporate philosophy and the essence of Univera Korea spirit. The unique beginning has enabled the unique product structure which far surpasses a simple list of product assortment.

Aloe polysaccharides and "Orchestra-Conductor Theory" By Robert H. Davis

The first reference comes to mind in terms of product structure

자연의 선물, 알로에로부터 시작된 제품 구조

일반적으로 제품구조 또는 제품 포트폴리오란 '어떤 제품을 판매할 때 타겟 고객에게 가장 효과적으로 접근하기 위해 시장 관점에서 설계한 제품의 구색을 보여주는 총괄적 구조'라고 정의할 수 있을 것이다.

그런데 유니베라의 건강기능식품 제품 구조는 이런 일반적인 원리를 넘은 특이한 점을 갖고 있다. 그것은 바로 '알로에로부터 시작한 자연의 혜택을 인류에게 전하기 위한 철학과 사명을 담아 평생 완전한 건강 관리를 위한 제품 구조'를 추구한다는 점이다.

우리는 38년째 알로에 관련 비즈니스를 하고 있으며 에코넷 체계 안에서 재배부터 연구, 제조, 판매까지 수직계열화 체계를 구축하고 있다. 그런데 우리가 알로에 비즈니스를 시작한 출발점은 전략적으로 신사업을 도출하기 위한 시장 환경 분석에 의해 결정한 것이 아니었다. 오히려 선대 이연호 회장님이 알로에의 기적적 체험을 통하여 받은 자연의 선물이라 말하는 것이 더 맞는 표현일 것이다. 선물로 받았기에 그 혜택을 인류에게 전해야 한다는 사명이 있었고, 이는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 우리의 기업철학으로 자연스레 정립되어 오늘까지 우리의 정신 속에 깊이 뿌리내리고 있다. 어떻게 보면 이러한 독특한 출발점이 시장관점에서 제품 구색을 나열하는 수준을 뛰어넘는 우리만의 독특한 제품 구조를 갖게 된 근본적 이유일 것이다.

데이비스(Robert H. Davis) 박사와 알로에 다당체의 '오케스트라 – 지휘자 이론'

우리의 제품 구조를 이야기할 때 가장 먼저 참조해야 하는 책이 있다. 바로 데

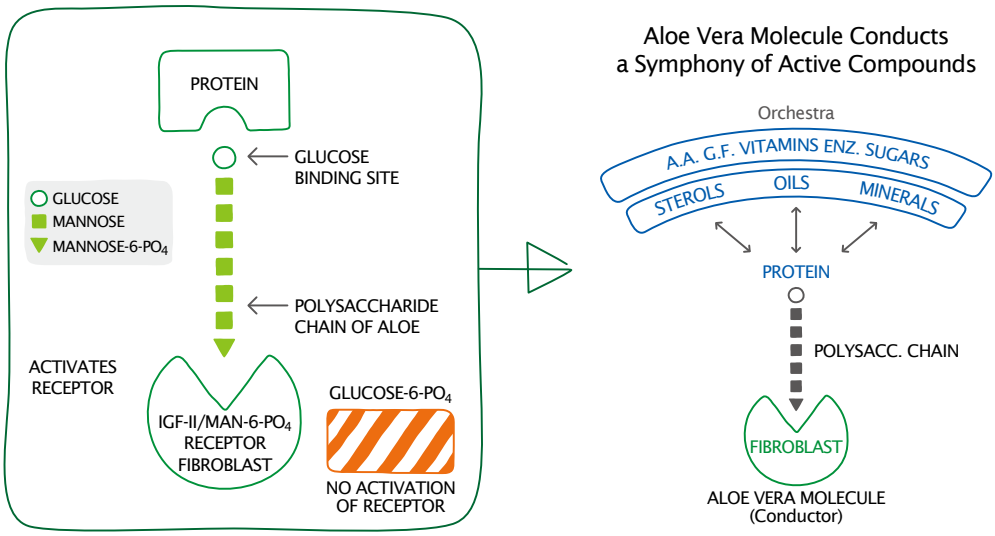


Fig. 1. Aloe polysaccharides and "Orchestra-Conductor Theory"
(adopted from Robert H. Davis, *Aloe vera, A Scientific Approach*, Vantage press, NY, 1997)
그림 1. 알로에 다당체와 '오케스트라-지휘자 이론'. (출처: 『알로에 베라에 대한 과학적 접근』, 1997, 밴티지 프레스, 뉴욕, 1997)

is "Aloe Vera: A Scientific Approach" published in New York, 1997. Dr. Davis presented various experiment data which shows anti-inflammation, anti-pain, enhancement of immune system, healing of stab wound, anti-AIDS effect of aloe, as he stresses the reliability of aloe based on scientific dose-response test results, to redefine aloe as a scientifically standardized material for medicinal use, and not as a fodder to mythic or magical story. Some of the benefits of aloe comes from substances like sterol and gibberellins in aloe, but also polysaccharide, one of the core ingredients of aloe, serves as a biological carrier which helps externally originated substances, such as aspirin and steroid, and internally synthesized secondary metabolites, to work in harmony as it choreograph physiological functions involved. Furthermore, Dr. Davis suggested a unique concept of "Orchestra-Conductor Theory" in which aloe ingredients function as physiological and biological carrier. In other words, polysaccharides in aloe serve as a conductor in an orchestra consisting of various musical instruments to produce harmony of various compounds and synergy effect to create maximum efficacy (Fig.1.).

Evolving into "Christmas Tree Theory"

The "orchestra-Conductor Theory", which involves polysaccharides in aloe, was developed into "Christmas Tree Theory" which suggests a product structure. The Christmas tree stands for the salvation by Christ, and also means that aloe is a gift of the nature which enables the perfect health care (Fig.2.). To elaborate further, "Christmas Tree Theory" divides a Christmas tree into roots, stems,

이비스 박사의 『알로에 베라에 대한 과학적 접근(*Aloe vera: A scientific approach*)』이라는 책으로 1997년에 뉴욕에서 발간되었다. 데이비스 박사는 이 책에서 항염, 항통증, 면역증진, 창상치유, 항에이즈 등에 걸쳐 알로에의 효능을 다양한 실험 데이타를 통해 제시하면서, 알로에 효능이 더 이상 신화나 마술 같은 이야기가 아니라 과학적으로 표준화된 소재로서 과학적 용량의존적 실험 결과를 기반으로 하고 있으며, 따라서 알로에가 신뢰할 수 있는 소재임을 강조하였다. 이러한 알로에의 효능들은 스테롤(sterol), 지버렐린(gibberellins)과 같은 알로에 성분에서 직접 나오기도 하지만 알로에의 핵심성분 중의 하나인 '다당체'가 '생물학적 담체(biological carrier)'로서 아스피린, 스테로이드와 같이 외부에서 유입된 물질뿐만 아니라, 생체 내에서 합성된 다양한 종류의 2차 대사산물의 생리 작용을 조화롭게 통합하여 효과적으로 작용할 수 있도록 도와줌으로써 나타나게 된다고 설명하고 있다. 나아가, 데이비스 박사는 이러한 알로에 성분들의 생리학적 작용 및 생물학적 담체로서의 작용을 하나의 통합된 개념으로 설명하고 있는데, 그것이 바로 '오케스트라-지휘자 이론'이다. 즉, 알로에 다당체가 다양한 악기로 구성된 오케스트라의 지휘자처럼 작용하여 다양한 화합물들의 전체적인 조화와 상승작용(synergy)으로 최대 유효성을 나타나게 된다는 것이다(그림 1).

크리스마스 트리 이론으로 발전

알로에 다당체를 중심으로 한 '오케스트라-지휘자 이론'이 발전되어 하나의 제품 구조 체계로 설명되는 것이 '크리스마스 트리 이론'이다. 먼저 크리스마스 트리는 구세주의 구원의 선물을 상징하는 것과 같이 알로에가 완전한 건강관리를 위한 자연의 선물임을 상징한다(그림 2).

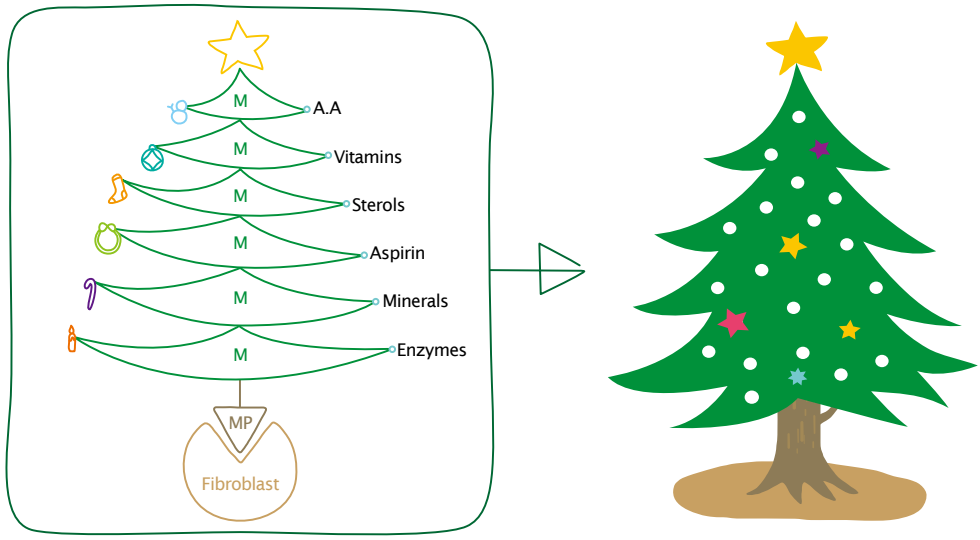


Fig. 2. "Christmas Tree Theory" was originated from "Orchestra-Conductor Theory"
(adopted from Robert H. Davis, *Aloe vera, A Scientific Approach*, Vantage press, NY, 1997)
그림 2. 크리스마스 트리 이론의 출발점은 '오케스트라-지휘자 이론'이다. (출처: 『알로에 베라에 대한 과학적 접근』, 1997, 밴티지 프레스, 뉴욕, 1997)

leaves and ornaments. Structural and functional traits of each part are used to explain product structure based on aloe polysaccharides for perfect health management (Fig.3.). In other words, in order to enjoy perfect health, it is necessary for everybody to have balanced nutritional supply and active metabolism whose basis are grounded by optimum immune and anti-oxidant function, and also more specific functions personalized to individual health status (Table 1.). The stems and roots of Christmas tree stands for basic functions, whereas leaves represent balanced nutritious functions and ornaments mean specific functions. All in all, the whole picture of product structure offers realization of the perfect health care.

좀 더 자세히 설명하면, 제품 구조에서 크리스마스 트리 이론이란 크리스마스 트리를 뿌리와 줄기, 잎, 장식 부분으로 구분하고 그 각각의 구조적, 기능적 특성을 알로에 다당체를 근간으로 한 제품 구성을 통해 완전한 건강 관리라는 개념에 반영하여 제품 구조를 설명하는 방법이다(그림 3). 즉, 완전한 건강을 위해서는 면역력 증진과 항산화 기능 증진(기초기능)을 근간으로 균형된 영양 공급과 신진대사의 활성(영양기능)이 누구에게나 공통으로 적용되는 필수적 요소가 되며, 나아가 각 개인의 건강 상태에 따른 맞춤형 관리(고도기능)이 필요할 것이다(표 1). 이를 크리스마스 트리의 뿌리와 줄기(기초기능), 잎(영양기능) 및 장식(고도기능)에 대비하여 통합적 제품구조로서 완전한 건강 관리 실현이 가능함을 하나의 상징으로 보여 주고 있는 것이다.

Table 1. The concept of Perfect Health 표 1. 완벽한 건강의 개념

Preventive Health Care 예방적 건강관리		Specialized Health Care 맞춤형 건강관리
Set-up the function of the preventive health 예방적 건강의 기본 기능	Supplying the balanced nutrition 균형 잡힌 영양 공급	Improving the specific function on the body 신체의 고유 기능을 개선
To Improve the immune system and promoting the anti oxidation function make the strength of the function of the preventive health care 면역체계 개선, 항산화 작용 개선을 통한 예방적 건강관리 기능	To build up the balanced healthy care by promoting the functions of the body and the metabolism through providing the nutrition. 균형 잡힌 영양 공급을 통해 신체기능과 대사기능을 개선하여 조화로운 건강관리 제공	Personalized health care and modulation of specific organ function according to personal specific health status 각 개인의 건강상태에 따라 신체기관기능을 조정하는 맞춤형 건강관리

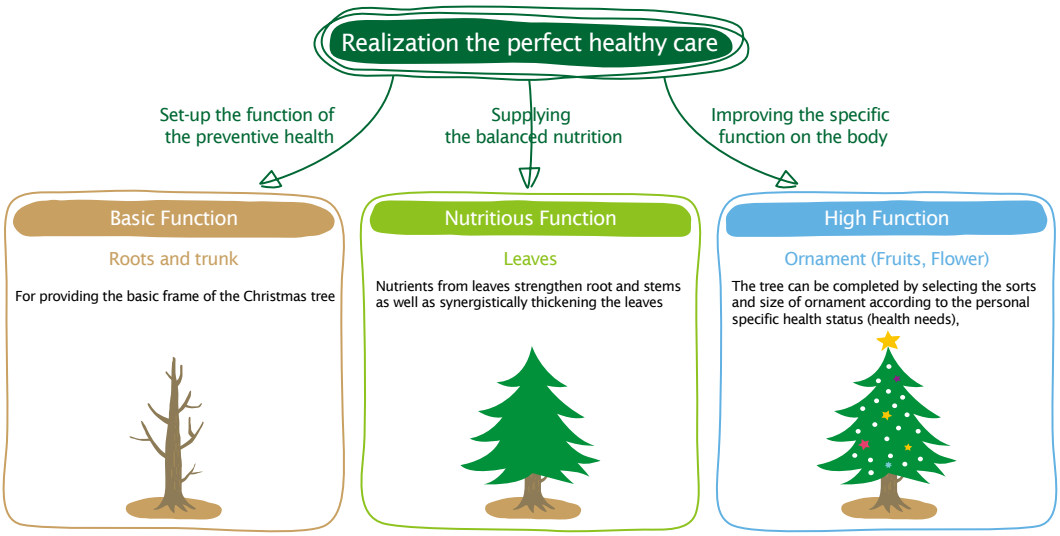


Fig. 3. Functional classification of product based on "Christmas Tree Theory"
그림 3. 제품의 기능적 분류는 크리스마스 트리 이론에 기반한다.

R&D efforts and achievements of Univera Korea in terms of product structure – Patented MAP (modified aloe polysaccharides) and PhytoLogix technology

Univera Korea has made several innovative and notable achievements. Dr. Davis pointed out that polysaccharides in aloe serves as a conductor in an orchestra to arrange harmonious function of various substances to make synergy effect in a human body. Univera Korea developed a technology to select the most prominent conductors among the aloe polysaccharides mentioned by Dr. Davis. The technology is called MAP (US patent registration No. 06436679, Korean patent registration No. 10-0678238). It is discovered that the medium length aloe polysaccharides processed by MAP technology provide three-times more efficacious to restore immune system compared to usual production process. (To find more detailed information on cultivating and processing the best quality aloe in the world, such as MAP technology, please refer to the article (pp.44-45) in this volume written by Ken Jones, Chief Operations officer of Aloecorp.) Along with innovative technology in aloe gel such as MAP, ECONET has developed another unique platform technology, PhytoLogix. PhytoLogix aims for securing the biologically active natural ingredients to enhance metabolism, to find best health care management tailored to individual health status. (To find more information regarding PhyroLogix technology, please refer to article (pp.40-43) in this volume written by Ed Cannon, the former CEO of Unigen.) He illustrates development story based on PhytoLogix platform technology and benefits of MCX, the most recently developed substance used in RegeniCARE A, a product to enhance joint health.

제품 구조 속에 반영된 유니베라만의 기술혁신 노력과 성과 – 중간다당체 특허와 파이토로직스 기반 기술

여기에서 우리는 유니베라가 이룬 혁신적 기술성과를 짚어볼 필요가 있다. 데이비스 박사는 알로에 다당체가 오케스트라의 지휘자처럼 생체에서 여러 가지 성분들의 작용을 조화롭게 조절하여 상승적으로 작용할 수 있도록 돕는 역할을 한다고 하였다. 유니베라는 데이비스 박사가 언급하고 하고 있는 지휘자로서의 알로에 다당체 중에서도 가장 뛰어난 지휘자를 선별하고 확보하는 기술을 개발했다. 이 기술이 바로 MAP 기술로 불리는 중간다당체 특허기술이다(한국특허등록 10-0678238, 미국특허등록 06436679). MAP 특허 기술로 생산된 알로에 중간다당체는 여타의 일반적인 생산공정을 통하여 생산된 알로에 다당체에 비하여 면역 회복력이 3배 이상 강함이 밝혀졌다. (MAP 기술을 필두로 하여 세계 최고 품질의 알로에를 재배, 생산하는 기술에 관한 좀 더 자세한 내용은 알로콥 켄 존스(Ken Jones) 부사장의 글(pp.44-45)을 참고하시오.) 다른 한편으로 MAP과 같은 알로에겔 기술혁신과 함께 우리만의 독특한 기반기술로 발전시켜 나가고 있는 것이 바로 파이토로직스 기술이다. 이는 크리스마스 트리의 장식에 해당되는 각 개인의 건강 상태에 따른 맞춤형 관리를 위한 최적의 생리활성 천연물질 확보를 위한 기반기술이다. (파이토로직스 기반기술의 실제에 대해서는 유니젠 전 CEO 에드 캐논(Ed Cannon)의 글(pp.40-43)을 참고하시오. 그는 이 글에서 가장 최근에 개발되어 리제니케어A 관절기능개선 제품에 사용된 원료인 MCX™의 개발과 우수성에 대해 잘 설명하고 있다.)

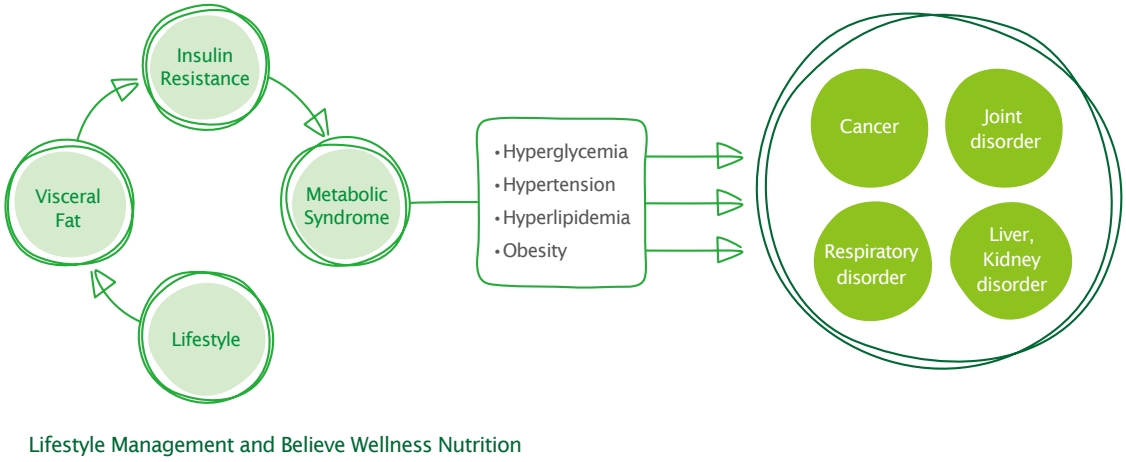


Fig. 4. Production Portfolio Evolution to Wellness
그림 4. 제품구조의 발전

Application of "Christmas Tree Theory"

"Christmas Tree Theory" for the perfect health management is applied as the basis of product formula design. For example, Namyang 931 for liver health improvement, is formulated with N931 enriched Qmatrix aloe powder and milk thistle extract. Another case is Aloemeg Pro for improving blood circulation, whose formula includes N932 enriched Qmatrix aloe powder and Unibex bambo leaf extract derived from PhytoLogix technology. Also, this is the same cases in Aloever, Allbright, Alosin and Alochung products. "Christmas Tree Theory" also serves as a background to recommend several products according to the individual health status. For example, a patient suffering from osteoarthritis can achieve the desired effect as he or she takes AloeXgold Max-P as a basic health care, Green Calcium as a nutritional supplement as well as Regenicare A as a specific functional product together.

"Christmas Tree Theory" helps Univera Korea develop a future-oriented wellness product structure

The Korean Health and Welfare Statistics Annual Report for 2013 says ten main causes of death for Koreans in 2012 are, in the order of occurrence, cancer, heart diseases, cerebrovascular diseases, suicide, diabetes, pneumonia, chronic lower respiratory diseases, liver diseases, traffic accident, and hypertension. These ten main causes of Korean death account for 70.5% of all. The top three death causes (cancer, heart diseases, cerebrovascular diseases) took up 47.1%. Excluding suicide and traffic accident, most of the causes are chronic or senile diseases, closely related to metabolic syndrome, stemming from weakness in immune system, obesity, and insulin resistance.

크리스마스 트리 이론의 적용

완전한 건강관리를 위한 크리스마스 트리 제품 구조 이론은 그대로 각 개별 제품의 처방 원리로 적용되기도 한다. 예를 들어 남양931은 N931 큐매트릭스알로에(Qmatrix-aloe)와 엉겅퀴 추출물이 함께 처방되고 최적의 간기능개선 효능을 나타날 수 있도록 처방이 설계되어 있다. 또 다른 대표적인 예가 알로맥프로로서 N932 큐매트릭스알로에(Qmatirx-aloe)와 파이토로직스 기반기술로 개발된 소재인 유니벡스 대나무잎 추출물이 복합처방되어 최적의 혈액순환개선 효능이 나타나도록 처방이 설계되어 있다. 이외 알로에버, 알브라이트, 알로신, 알로청의 제품도 같은 처방 원리가 적용되어 있다. 또한, 크리스마스트리 제품 구조 이론은 각 개인별 건강상태에 따른 제품 믹스 원리로서 적용되기도 한다. 예를 들면, 골관절염 관리를 위해서 기초제품군에서 알로엑스골드 맥스피, 영양제품군에서 그린칼슘, 그리고 고도기능제품으로서 리제니케어A를 골관절염 환자의 완전한 건강관리를 위해 섭취 권장함으로써 최적의 효능을 기대할 수 있을 것이다.

크리스마스 트리 이론과 미래지향적 웰니스 제품 구조로의 발전

2013 보건복지통계연보(한국)를 보면 한국인의 2012년 10대 사인은 순서대로 암, 심장 질환, 뇌혈관 질환, 자살, 당뇨병, 폐렴, 만성하기도 질환, 간 질환, 운수사고, 고협압성 질환으로 전체 사망원인의 70.5%를 차지했다. 3대 사인(암, 심장 질환, 뇌혈관 질환)은 전체 사망원인의 47.1%를 차지했다. 10대 사망원인 중 자살과 운수사고를 제외하면 대부분의 사망원인인 주요 질환들은 대부분 만성질환 및 노인성질환으로 면역력 저하와 비만과 인슐린저

Polysaccharide, one of the core ingredients of aloe, serves as a biological carrier which helps externally originated substances, such as aspirin and steroid, and internally synthesized secondary metabolites, to work in harmony as it choreograph physiological functions involved.

알로에의 핵심성분 중의 하나인 '다당체'가 '생물학적 담체'로서 아스피린, 스테로이드와 같이 외부에서 유입된 물질뿐만 아니라, 생체 내에서 합성된 다양한 종류의 2차 대사산물의 생리 작용을 조화롭게 통합하여 효과적으로 작용할 수 있도록 도와줌으로써 나타나게 된다.

Aging population, and westernized lifestyle and diet are named as main culprits. In summary, recovery of weakened immune function and improvement of insulin resistance due to obesity are the main issues should be solved primarily in wellness healthcare area.

CAP, a team of aloe researchers at Univera Korea, announced that when applied to a rat whose immune system was suppressed by anti-cancer drug, MAX-P proved to increase the number of white blood cell, and release cytokines, the marker for immune enhancement. MAX-P contains ten times larger amount of MAP, the medium-sized polysaccharides. The experiment confirmed that aloe polysaccharides showed the excellent efficacy for the optimum immune function. Also QDMC, a combination product mixed with MAX-P aloe polysaccharides and several other biological active substances, proved to reduce blood sugar and triglycerides levels, and prevent fatty liver development in obese rats induced by high-fat diet. Also, QMDC was also found effective in reducing body fat and insulin resistance for overweight pre-diabetes patients. These results implicates that by promoting immune system which is hampered by western lifestyle and diet as well as rapidly aging population in Korea, and by curing metabolic syndrome caused by obesity and insulin resistance, main causes of death in Korea can be controlled efficiently. In other words, the health functional food product structure of Univera Korea, which began from aloe and later further developed by "Christmas Tree Theory", is effective in reducing insulin resistance due to western diet and lifestyle. Thus, the products formulated based on "Christmas Tree Theory" will lay the groundwork for a future-oriented wellness product structure which will continue to evolve in the future.(Fig. 4)

항성에서 기인하는 대사성증후군과 관련이 깊다. 이는 최근 급속히 진행되고 있는 노령화와 함께 서구화된 생활습관과 식생활에서 기인한다고 알려져 있다. 결론적으로, 저하된 면역력을 정상화하고 비만으로 인한 인슐린저항성을 개선하는 것이 바로 웰니스 헬스케어 분야에서 우선적으로 해결할 과제인 것이다.

최근 유니베라 알로에 연구진인 CAP팀 연구 발표에 의하면, 중간다당체의 함량이 생체 알로에보다 10배 이상 증량된 MAX-P 알로에 다당체가 항암제 투여로 면역억제가 유도된 실험동물쥐에서 백혈구 생성을 현저히 증가시키고 면역력 증진 마커인 사이토카인의 생성을 촉진시키는 결과를 낳았다. 이는 알로에 다당체가 면역다당체로서 면역력 증진에 탁월한 효과가 있음이 확인된 것이다. 또한 MAX-P 다당체에 수종의 첨가물을 첨가한 복합물 QDMC를 만들었을 때, 고지방 식이로 유도된 비만 실험동물쥐에서 혈당 및 혈중 중성지방 농도가 저하되고, 지방간 유발이 억제됨을 확인하고 중등도 비만을 동반한 전기 당뇨병 환자에서 체지방 및 인슐린저항성이 개선됨을 확인하였다. 이러한 연구 결과는 최근 한국의 급속한 고령화의 진행과 생활습관 및 식생활의 서구화로 인한 저하된 면역력을 증진시키고 비만과 인슐린저항성에 기인하는 대사성증후군을 개선시킴으로써 한국인의 주요 사망원인이 되는 질환을 관리할 수 있음을 시사한다. 다시 말해 알로에로부터 시작되어 크리스마스 트리 이론으로 구조화된 유니베라 건식 제품 구조는 생활습관과 식생활의 서구화로 인한 인슐린저항성을 개선하고 면역력 증진을 통한 통합적 미래 지향적 웰니스 제품 구조로 발전되어 갈 수 있음을 보여주는 것으로 향후 지속적으로 진화 발전해 나갈 것이다(그림 4.).

Polysaccharides: Wellness Keeper

By **Myung-Hee Chung** Director | Samsung Advanced Institute for Health Sciences & Technology, SKKU
글 | **정명희** 원장 | 성균관대학교 삼성융합의과학원

Recently the CAP (Creation of Aloe Pharmaceuticals) team has made a great achievement which far outreaches anything that has been discovered by the team in the last two decades. The team has isolated proteins and organic compounds which make up active ingredients of aloe. The polysaccharides discovered in this time proved to be a "Wellness Keeper."

Wellness, especially in the aspect of physical health, requires two conditions to meet. First is to maintain the army which keeps wellness, and second is to prohibit wellness obstructer. The army which keeps wellness in our body is immunity. Cancer patients tend to die more from pneumonia rather than by cancer, because cancer erodes into the patient's immune system and then makes it difficult to fight back against pneumococcus. AIDS patients also die more from viral diseases because the AIDS virus destroys T-cells, which is a kind of white cells of the blood, and thus tear down immunity to fend off virus invasion. People with weak immune systems cannot fight against attack of cold virus and as a result easily catch cold often. Patients to whom are administered immunosuppressant, have higher possibility to develop cancer, which means that immunity is also related to preventing cancer. All indicates that strengthening and supplementing immune systems is the key to maintain wellness.

However, we are already exposed to a number of wellness destroyers. Our immune system tries to fight back, but there is one culprit lethal to immune system; obesity. In the past, being overweight was the proof of financial prosperity and high social statues. However, modern medicine has discovered that obesity is a silent wellness killer. Obesity puts more pressure to the joint and thus causes arthritis, and also causes hyperlipidemia which leads to cholelithiasis, atherosclerosis, and fatty liver. Atherosclerosis causes high blood pressure, whereas fatty liver causes liver fibrosis, and eventually liver cirrhosis, or hardening of liver. Obesity also induces two mechanisms to cause type 2 diabetes. First, it activates insulin production in pancreas and thus causes insulin depletion. Second, more importantly, obesity causes insulin resistance. In case of obesity, fat cells in the body produce cytokine; an array of inflammation-inducing substances which interferes with insulin function, and also reduces the creation of adiponectin which enhance insulin function, and as a result

웰니스 지킴이, '다당체'

최근 CAP 연구팀은 지난 20년 간의 그 어떤 연구 결과보다도 우수한 성과를 냈다. 그 동안 CAP 연구팀은 알로에의 효능 성분으로 단백질 및 유기화합물을 분리하였는데, 이번에 '다당체'를 분리하고 그 효능이 '웰니스(Wellness) 지킴이'임을 확인했다.

웰니스, 특히 신체적 건강의 측면에서 웰니스는 두 가지 조건이 충족될 때 비로소 가질 수 있다. 하나는 웰니스 유지군의 강화이고 또 하나는 웰니스 훼방꾼의 억제이다. 우리 몸에는 웰니스 유지를 위한 군대가 있는데, 바로 면역력이다. 암환자는 보통 암보다는 폐렴으로 사망하는데, 이는 암에 의해서 면역력이 저하된 까닭에 폐렴균을 이겨내지 못 하기 때문이다. AIDS 환자는 AIDS 바이러스가 백혈구의 하나인 T 임파구를 파괴하기 때문에 결국 각종 세균의 침입을 이겨내지 못 하여 사망한다. 감기 역시 면역력이 약한 사람이 감기 바이러스를 이겨내지 못하여 잘 걸리는 것이다. 면역 억제제를 투여 받은 환자의 암 발생률이 높다는 사실로부터 암 역시 면역력 저하와 깊은 관련이 있음이 밝혀졌다. 따라서 웰니스 유지에는 면역력 보강 및 강화가 필수적이다.

한편 우리는 수많은 웰니스 훼방꾼에 항상 노출되어 있다. 우리 몸은 면역력으로 이를 막아내지만, 감당 못하는 훼방꾼이 바로 비만이다. 옛날 잘 먹지 못 하던 시절에 비만은 경제적 안정 내지 사회적 출세의 증표로 인식되었다. 그러나 현대 의학의 발달로 비만은 소리 없는 '웰니스 죽임이(Silent Wellness Killer)'로 밝혀졌다. 비만은 과중한 체중 부하로 관절을 손상시켜 관절염을 유발하고, 고지혈증을 유발하여 담석, 동맥경화 및 지방간을 유발한다. 동맥경화는 다시 고혈압을 유발하고 지방간은 간의 섬유화를 촉진시켜 간경화를 유발한다. 비만은 여기에 멈추지 않고 두 가지 기전으로 제2형 당뇨병의 유발 요인이 된다. 하나는 췌장의 인슐린 분비를 자극하여 인슐린 고갈을 일으키고, 더 중요한 기전인 또 하나는 인슐린 저항성을 유발한다. 비만인 경우에는 지방 조직에서 인슐린 작용을 방해하는 사이토카인(cytokine)으로 불리는 여러 염증 유발 물

prevent insulin function. In this case, insulin cannot function properly even if the level of insulin is high within the blood, thus developing diabetes. Worse, the condition deteriorates with time even if insulin is administered from outside of the body. This type of diabetes is called type 2 diabetes.

High blood sugar level destroys blood vessels in diabetes. When the blood vessels in kidney are damaged, it causes kidney disorder. Damage in blood vessels in retina causes blindness, damage in coronary artery leads to myocardial infarction, cerebrovascular damage causes cerebral infarction, and vessel damage in limbs causes necrosis in toes or feet, leading eventually to amputation of them. Obesity is proved to be the biggest enemy of wellness.

The CAP team separated polysaccharides from aloe, which was proved to enhance immune system and prevent obesity, and as a result prevents diabetes. This is feat that attests that polysaccharides are indeed a wellness keeper.

The MAX-P polysaccharides increased the production of white cells in mice which was artificially reduced through administering immunosuppressant, and also activated production of cytokine which is a proof to enhance immunity. What is more interesting, when a number of substances was added on polysaccharides to form QMDC, the base material for Level*G, the compound was found to be effective in treating obesity and type-2 diabetes caused by obesity, as it was observed to cut down weight, blood sugar level, triglycerides and cholesterol level, prevent fatty liver, and reduce insulin resistance in obese mice caused by high-fat diet. The anti-obesity/anti-diabetic effect of QDMC was also verified by an experiment on a human body.

As was observed above, aloe polysaccharides is proven to be a promising substance which keeps wellness of the body through its effect in enhancing immune system and treating diabetes and obesity. The newly found mechanism is expected to play a pivotal role in maintaining health. Also, the anti-obesity/anti-diabetic effect can be enhanced when combined with physical activity, providing synergy effect, which makes it all the more promising.

질들이 생성되고, 인슐린 작용을 강화하는 아디포넥틴(adiponectin)이라는 물질의 생성이 감소되어 인슐린은 작용을 나타내지 못 하게 된다. 이 경우 혈중에 높은 농도로 인슐린이 있어도 작용을 못 하여 당뇨병 증세가 나타나고 인슐린을 투여해도 당뇨병 증세는 치료되지 않고 점점 더 악화된다. 이런 유형의 당뇨병을 제2형 당뇨병이라고 한다.

당뇨병은 혈중의 높은 농도의 포도당에 의해서 혈관이 망가지는 질환이다. 콩팥의 혈관이 망가지면 콩팥 손상, 망막 혈관이 손상되면 시각 장애, 관상동맥이 망가지면 심근경색, 뇌혈관이 망가지면 뇌졸중, 하지의 혈관이 망가지면 발가락, 발 등의 괴사를 유발시켜 하지 절단으로 이어지는 무서운 질환이다. 비만이야말로 진정 웰니스의 최대 훼방꾼임을 알 수 있다.

그런데 CAP 연구팀은 알로에에서 다당체를 분리했고, 이 다당체가 면역력을 증가시키고 비만을 억제하여 당뇨병에 효과가 있음을 알아냈다. 다당체가 웰니스 지킴이임을 입증하는 쾌거였다.

다당체 MAX-P는 마우스 실험에서 면역억제 투여에 의해서 저하된 백혈구 생성을 현저히 증강시켰고, 또한 면역력 항진의 증거인 사이토카인의 생성을 촉진시켰다. 흥미롭게도 이 다당체에 수종의 첨가물을 첨가하여 복합물, QDMC(레벨*지 원료)를 만들었을 때, QDMC는 고지방 먹이로 사육하여 비만을 일으킨 마우스 실험에서 체중저하, 혈당저하, 혈중 중성지방 및 콜레스테롤 농도 저하, 지방간 유발 억제, 그리고 인슐린 저항성 저하를 일으켜 비만 및 비만에 의한 제2형 당뇨 치료에 효과가 있음이 관찰되었다. QDMC의 이 같은 항비만 및 항당뇨 작용은 인체실험에서도 확인되었다.

이상과 같이 알로에 다당체는 면역증강 및 항비만/항당뇨 작용을 통하여 우리 몸의 웰니스를 지켜주는 물질임이 확인되어 새로운 기전으로 우리의 건강 유지에 중심적 역할을 할 것으로 예상된다. 더욱이 운동에 의한 항비만/항당뇨 작용을 증가시켜 운동과 함께 복용할 때 시너지 효과가 예상되어 그 효용성이 더욱 기대된다.

Naturetech Central R&D Center

By **Jeongjun Lee** Director | Central R&D Center | Naturetech
글 | **이정준** 상무 | 중앙연구소 | 네이처텍

Naturetech Central R&D Center is the driving force and an aggregation of technologies to support ECONET to lead the Wellness industry. The R&D center has achieved impressive feats in innovation and technological shifts to produce competitive edge in the health functional food and cosmetics market. Upon conducting SWOT analysis on the market needs and our technological strength, we have modernized and improved production facilities to enhance product competitiveness. In order to further improve in our specialized area, liquid-form products, Naturetech introduced HTST (high temperature short time) pasteurization machine and tunnel-type spray sterilizer, and retort sterilizer to enhance quality stability for liquid form products, and also added production facilities for 50ml, 150ml, and 500ml containers to meet various needs of customers. Tablet-type production process had more room for improvement compared to other areas, so we introduced high speed mixer for a pre-process and a coating machine for a post-process and a counting machine. In the past, tablets produced only by pressure of punching, but now we are able to make tablets out of more various raw materials through preprocessing and post-processing technologies, and especially introduction of coating machine made it available to make moisture-proof and sustained release tablets. Our collective efforts to improve on product quality will continue in 2014, and also we will strengthen the product competitiveness as well as cooperation with family companies: Univera, Unigen and Aloecorp. An organic cooperative network system from the beginning of product development, followed by planning and design, will be set up to provide differentiated products to meet various needs of customers with agility. To ensure the success of Univera USA, which is planning to enter the Malaysian market, Naturetech will provide every support to gain HALAL qualification in our health functional food and cosmetics products. We plan to research and develop scientifically proven quality products through collaboration with Universities and R&D institutes in Korea, to develop a patently unique product which can be produced only by Naturetech. Our efforts at the Naturetech Central R&D Center will provide strong base for ECONET for continuous growth as a company specialized in natural products amidst fierce competition in the industry.

네이처텍 중앙연구소

네이처텍 중앙연구소는 에코넷이 웰니스 시장에서 에코넷이 선도기업으로 되기 위한 가장 중요한 기술 집합체이자 원동력이다. 네이처텍 중앙연구소는 건강기능식품과 화장품 시장에 경쟁력 있는 제품을 내놓기 위해 많은 혁신과 변화를 시도해 왔다. 시장의 니즈와 우리 기술력에 대한 SWOT 분석을 통해 생산장비를 보강하고 현대화하여 제품 경쟁력을 강화했다. 고객으로부터 네이처텍의 강점으로 인정받는 액상제품 개발을 더욱 전문화하기 위해 생산라인에 HTST(High Temperature Short Time) 살균기와 터널식 분무살균기, 레토르트(Retort) 살균기를 도입하여 액상제품의 품질 안정성을 높였으며, 50ml, 150ml, 500ml 액상제품의 생산설비를 추가하여 고객의 다양한 요구에 대응할 수 있게 되었다. 상대적으로 취약했던 정제 제품 기술을 강화하기 위해서 전처리 장비인 하이스피드믹서(High speed mixer)와 후처리 장비인 코팅기, 그리고 계수기를 도입함으로써 정제 기술의 경쟁력도 높였다. 펀치의 압력만으로 정제를 생산하여 나정 상태로 포장하던 방식에서 벗어나 전, 후처리 설비를 통해 더욱 다양한 원료를 정제화 할 수 있게 되었고, 특히 코팅기의 도입으로 방습, 서방형 등 고객의 다양한 니즈에 맞는 정제의 개발이 가능해졌다. 이 같은 노력은 2014년에도 계속될 것이며, 나아가 유니베라와 유니젠, 알로콥과의 협력 강화와 개발 경쟁력 강화를 위해서도 노력할 것이다. 신제품 개발 초기부터 공동기획, 공동개발의 유기적인 협력체계를 구축하고 다양한 고객의 니즈에 차별화된 제품으로 발 빠르게 대응하겠다. 특히 말레이시아 진출을 앞두고 있는 유니베라 미국의 성공을 위해서 건강기능식품 및 화장품의 HALAL 인증 획득을 적극 지원하고, 앞으로 동남아시장을 타겟으로 한 신제품 개발을 함께 진행할 것이다. 아울러 국내 유수 대학, 연구기관들과 협력사업을 통해 과학적으로 입증된 우수한 제품, 네이처텍만이 생산할 수 있는 제품을 연구 개발할 것이다. 네이처텍 중앙연구소의 이와 같은 노력들은 치열한 경쟁 상황의 천연물 시장에서 천연물 전문기업으로 흔들림 없이 지속 성장할 수 있는 에코넷의 튼튼한 뿌리가 될 것이다.

Innovation: the Winner of Gold Medal at 2013 National Productivity Champion Contest in Korea

By **Yongha Park** Vice President | Production Division | Naturetech
글 | **박용하** 상무 | 생산본부 | 네이처텍

The road to innovation at Naturetech began in earnest in 2006 when 6 Sigma was introduced in the company. Naturetech centered its 6 Sigma efforts on three aspects: educating belt holders to become leaders in 6 Sigma activities; the best practice activities by which the improvement should be conducted consistently on eliminating irrational factors in working area; and project management in which the work process is improved through creative solutions. On working on three aspects persistently for the past eight years, Naturetech has seen great improvements in terms of cost reduction. Especially Naturetech has been awarded at National Productivity Champion Contest in Korea for three consecutive years in a competition against 200 other companies, and it won gold medal in 2013, followed by bronze medal in 2012. Such visible result was possible because of unwavering attention from the management as well as voluntary participation of employees.

To achieve the significant change which can be called as not merely an improvement but an innovation, the environment which brings about innovation is necessary. To create such an environment, the management should value individual opinion, listen and watch with constant attention, offer prompt feedback as well as ample encouragement and compensation.

The fixed but wrong ideas that compounding room can never be clean, the closed mapping that parts attached to ready-made facility cannot be improved, and the bias that the education should be given from higher-ups to subordinates, have changed through 6 Sigma activities for 8 years. All employees at Naturetech now have a strong conviction as well as pride in innovative activities. In the future, innovative activities at Naturetech will be centered on encouraging propositions in the work place. As 6 Sigma activities are now stabilized, the direction is highly advisable. One proposition per a day is the objective of 2014 innovative activities at Naturetech, and all employees will exert their efforts to accomplish it.

혁신 – 2013 국가 생산성대상 챔피언 경진대회 금상 수상

네이처텍의 본격적인 혁신활동은 2006년 식스 시그마가 도입되면서부터 시작되었다. 시그마 활동을 이끌어갈 인재 확보를 위한 벨트 인증자 육성, 현장의 불합리 요소들을 제거하면서 지속적으로 개선활동을 실행해야 하는 명소제도, 그리고 업무의 개선활동과 창의적 해결방법을 제시해야 하는 프로젝트 시행, 이러한 세 가지 측면의 꾸준한 활동을 통해 네이처텍은 지난 8년간 원가 측면에서 큰 성과를 거두었다. 게다가 대외적으로는 한국 생산성본부 주최의 국가 생산성대상 챔피언 경진대회에서 약 200업체와 경쟁하여 2011년부터 3년간 연속수상을 했으며, 특히 2012년 동상에 이어 2013년에는 금상을 수상하는 쾌거를 이루었다. 이러한 정량적, 정성적 성과는 경영진의 지속적인 관심과 노력뿐 아니라 무엇보다 직원들의 자발적인 참여가 있었기에 가능했다.

새로운 아이디어라는 것, 특히 개선을 넘어 혁신이라고 감히 말할 수 있는 성과를 얻기 위해서는 혁신적인 분위기를 조성하는 것이 무엇보다 중요하며, 이는 직원 하나하나의 다양한 의견을 소중히 여기고 늘 관심 있게 지켜보면서 빠른 피드백과 함께 적절한 격려와 보상이 있어야 가능하다.

조제실은 절대 깨끗할 수 없다는 고정관념, 기성품의 부속설비는 개선할 수 없다는 닫힌 사고, 교육은 언제나 상사가 부하직원에게 해야 한다는 편견 등, 이 모든 것이 지난 8년간의 식스 시그마 활동을 통해 바뀌었다. 네이처텍의 모든 직원들은 이제 혁신활동에 대해 강한 믿음과 함께 커다란 자부심을 갖게 되었다. 앞으로 네이처텍의 혁신 활동은 현장의 제안제도를 좀 더 활성화하는 쪽으로 방향을 잡았다. 어느 정도 안정화된 식스 시그마 활동의 흐름으로 볼 때 이는 매우 바람직하다. 1일 1제안. 이것이 2014년 네이처텍 혁신활동의 목표이며 이를 위해 오늘도 네이처텍의 전 직원들은 힘차게 뛸 것이다.

Dreaming Planner

By **Gyungyeon Park** |
Best UP(Univera Planner) of the year, 2013
글 | **박경련** | 2013년 최우수 UP

I had always thought that when my kids are grown enough to go to college, I will start something to help the family in financial way. In 2003, I happen to join the Namdong Distributor of Univera. At first I was only happy to learn and worked hard, and after three years, I became a team leader, and in 2009 I was promoted to vera 2 level, and in the following year to vera 3 level. After 10 years of working with Univera, I was elevated to vera 4 level, and according to UPS system the first senior leader of Bookyung team. In 2013, I was also awarded the best UP of the year.

Since working with Univera, I have learned so many things about health and beauty, and become knowledgeable in iris diagnosis and ear acupuncture. Recently, I have been receiving speech lessons provided by distributor. My capability as a beauty leader is improving, and I am happy to share my knowledge with my fellow UPs.

Univera has turned me from a stay-home mom into a dreaming planner who is of benefit to others. It has given me job, and means to have thing what I wanted in my life, and also enabled me to marry my children off without difficulty. More than anything else, I can hold my head high with pride that I am a woman with career, and that I am bringing the best of the nature to humankind, and with the loving heart of a servant leader.

I could have not been here if it were not for the Namdong Distributor and Univera, and I thank you with all my heart.

꿈꾸는 플래너

아이들이 커서 대학 갈 때쯤에는 가정에 도움이 될 만한 것이 있어야겠다 생각했습니다. 그러다 2003년, 우연히 유니베라 남동영업국에 입사하게 되었습니다. 긍정적인 마음으로 배움을 기회 삼아 열심히 뛰었더니 3년 후에는 팀장이 되고, 2009년에는 베라 2레벨(vera 2 level)로 2010년에는 베라3레벨(vera 3 level)로 승진했고 10년 차에는 베라4레벨(vera 4 level)로 UPS 제도에 따라 부경팀 첫 본부장이 되었습니다. 그리고 2013년도는 최우수 유피가 되는 영광도 얻었습니다.

유니베라에 들어와서 저는 건강과 미용에 대해 좋은 교육도 많이 받고, 이침과 홍채 등을 통해 건강 지식도 넓혔습니다. 최근에는 대리점의 평생교육원에서 스피치 수업도 받고 있습니다. 아름다운 리더로서 역량도 향상 되고, 그 지식을 동료 조직원과 함께 나눌 수 있어 행복합니다.

유니베라는 가정만을 생각하던 평범한 아줌마였던 저를 꿈꾸는 플래너로 바꾸었습니다. 직장과 원하는 것을 누릴 수 있는 생활의 풍족함도 주었습니다. 아이들도 결혼시킬 수 있었습니다. 그리고, 무엇보다도 세일즈 우먼이라는 명예, 자연의 혜택을 인류에게 전한다는 자부심, 봉사자의 사랑하는 마음도 주었습니다.

저를 오늘에 있게 만든 남동영업국, 유니베라에 진심으로 감사 드립니다.

A Dream Comes True

By **Rhetah Kwan** | 2013 Yunho Lee Award Recipient
글 | **리타 콴** | 이연호상 수상자

It was a feeling of total surprise, thrilled, and completely humbled all at the same time. I did not think I could stand up -- the trembling I felt inside felt like it was going to leap out of my body and I would fall to the floor.

As I was helped up the stairs to the stage... a wave of emotion hit me and I felt seen, acknowledged and validated for who I am and what I value the most: freedom to "be and do" what I came here to be and do and support others to do the same. That is what I live for. The honor of standing on that stage with my hero's, the corporate team, the field leaders and team members cheering me on, hugging me was a dream comes true. And, the moment Bill showed me the medallion and told me it was an exact likeness of his father -- and feeling connected to the energy of Bill and Yunho Lee was a moment in time I will remember and cherish forever.

Everything came together for me that night...and now I know I can accomplish my dreams and become more and more of an inspiration so everyone who meets me will feel it is possible for them to rise to any heights to achieve their dreams. Univera is where dreams come true for all of us and I am eternally grateful to for the opportunity to be in-service.

꿈이 이루어지는 곳

너무나 놀라고 감격스러워서 몸 둘 바를 몰랐습니다. 다리가 떨려서 일어설 수도 없었고, 바닥에 그대로 주저앉아 버리지나 않을까 염려스러웠습니다.

부축을 받아 무대로 올라갔을 때, 북받치는 감정들이 저를 사로잡았습니다. 제가 누구이고 가장 소중히 여기는 가치는 무엇인지를 다른 사람들이 보고 알게 되고 인정했다고 느꼈습니다. 원하는 대로 되고 원하는 대로 할 수 있는 자유, 다른 사람들도 그렇게 할 수 있도록 도와줄 수 있는 자유를 느꼈습니다. 그게 제가 살아가는 이유입니다. 제 가족과 본사 직원들, 현장의 리더들, 그리고 동료들과 함께 무대에 올라 축하 인사를 받고 포옹하는 영광을 얻었을 때 저는 제 꿈이 실현되었다고 느꼈습니다. 그리고, 총괄사장님께서 제게 메달을 건네주시며 메달의 인물이 고 이연호 회장님이라고 말씀하셨을 때, 저는 이연호 회장님과 총괄사장님의 에너지와 연결되는 느낌을 받았습니다. 그 순간을 저는 언제까지나 기억하고 소중히 간직할 것입니다.

그날 밤, 저는 벅찬 감정으로 잠을 이루지 못했습니다. 이제 저는 꿈은 실현할 수 있고 더 큰 영감으로 충만할 것임을 압니다. 그래서 저를 만나는 모든 사람들은 저를 보며 자기들도 꿈을 성취할 수 있고 더 높은 자리로 올라갈 수 있다는 것을 알게 될 것입니다. 유니베라는 우리 모두의 꿈이 이루어지는 곳입니다. 유니베라의 일원으로 함께할 수 있다는 사실에 무한히 감사 드립니다.

75th anniversary for Hilltop Gardens, 15th anniversary for Univera USA

2014 is a year of a historic significance for ECONET. As Univera USA marks the 15th anniversary since foundation, it has declared 2014 as the "official year of aloe" and it has been poised for a new takeoff. Additionally, Hilltop Gardens, established in 1939 as the beginning of the modern aloe industry in the US, gained an official recognition as the first commercial Aloe vera farm by the State of Texas. ECONET purchased Hilltop Gardens in 1998 and since then flourished in aloe industry, proving its foresight. The story of two companies unfolds:

알로에 75년, 유니베라 미국 15년

2014년은 에코넷의 역사에 기념비적인 해이다. 유니베라 미국이 창립 15주년을 맞아 '알로에 해'를 선포하며 새로운 도약의 전기를 마련했다. 무엇보다도 미국 근대 알로에 산업의 발상지, 알로에의 효시인 힐탑가든이 설립 75주년을 맞아 지난 1월 텍사스 주정부로부터 미국에서 최초로 알로에 베라를 상업적으로 재배한 농장으로 공식 인정받았다. 1988년 힐탑가든을 인수하여 알로에 산업을 이은 에코넷의 진가가 확인된 셈이다. 두 회사 이야기를 소개한다.

Univera North America has declared 2014 as the “official year of aloe!”

Univera USA Marketing Team
유니베라 미국 마케팅팀

Why Year of Aloe?

2014 is a landmark year for 2 anniversaries: it is the 15th year anniversary for Univera and also the 75th year anniversary for Hilltop Gardens, the first and oldest aloe farm in North America. As a result, we have decided to celebrate our aloe roots throughout the year with a variety of new tools, events, products and promotions.

2014 marks 75 years for Hilltop Gardens, now officially recognized by the State of Texas as “The Official Home of Aloe.” For us, 75 years symbolizes the maturity, wisdom, vision and integrity passed down from YunHo Lee to his son, Bill Lee. And 15 years for Univera, symbolizing the exuberance, passion and invincibility of youth. A young man and his father, sharing a love for aloe and a vision to bring the best of nature to humankind!

The positioning for our year of aloe begins like this:
“This is a story passed from a father to his child.
It was written in soil and water and witnessed by the sun.
It has only one truth.
This is the story of Aloe Vera.
This is the story of Univera.”

It is also a story of an older company (Hilltop Gardens) sharing its expertise and knowledge with a younger company (Univera) who passionately and energetically brings the gift of aloe to customers around the globe.

What Do We Hope to Accomplish?

Our objective is to place greater emphasis on our leadership position in aloe, bringing greater awareness to why our aloe is the best aloe! We want to make our Associates proud of and confident in our aloe roots and proud to share more of our aloe-based products to more people than ever before. And ultimately, we want to stimulate increased sales of our aloe products.

2014년 ‘알로에의 해’

2014년은 두 가지 이유에서 특별하다. 유니베라미국 창립 15주년이면서 동시에 북미 최초이자 최고(最古)의 알로에 농장인 힐탑가든 설립 75주년을 기념하는 해이다. 그리하여 유니베라는 유니베라와 알로에의 인연을 기념하는 의미에서 새로운 마케팅 도구, 행사, 제품 및 프로모션을 계획하였다.

2014년은 힐탑가든 75주년을 기념하는 해이다. 힐탑가든은 텍사스 주에서 ‘알로에 산업의 발상지’로 공식적으로 인정 받았다. 힐탑가든 75년은 고 이연호 회장에서 이병훈 총괄사장으로 이어진 경륜과 지혜, 비전, 진정을 상징한다. 유니베라 15년은 젊음의 풍성, 열정, 패기를 상징한다. 알로에에 대한 사랑으로 이어진 부자간의 인연은 자연의 혜택을 인간에게 전하는 비전이 되었다.

알로에의 해를 상징하는 이야기는 다음과 같다.
“아버지에게서 아들로 이어지는 이야기
태양이 증인이 되어 흙과 물에 새겨진
단 하나의 진실.
바로 알로에베라의 이야기.
바로 유니베라의 이야기”

이는 선배 기업(힐탑가든)이 쌓아 올린 경험과 지식을 후배 기업(유니베라)에게 전수하고, 후배 기업은 패기와 열정으로 자연의 혜택을 전 세계 사람들에게 전하는 또 하나의 이야기로 이어진다.

우리의 목표

우리의 목표는 알로에 시장에서 선두주자 위치를 확고히 하고, 유니베라의 알로에가 세계 최고 품질이라는 사실을 세상에 알리는 것이다. 또한 우리의 어소시에이트들이 유니베라 알로에의 품질에 확신과 자부심을 가지고 우리의 알로에 제품을 더 많은 사람들에게 전하도록 하는 것이다. 그리하여 궁극적으로 우리 알로에 제품의 매출을 신장시키는 것이다.

How Will We Talk About Aloe?

The content below represents the promotional story we will tell across multi-media: print, web, video, audio.

"Discover the power of Aloe and why Univera is the global leader in Aloe!

Our Beginnings

Univera's founder, Yunho Lee had a single powerful vision: to bring the best of nature to humankind. After experiencing the miraculous power of the Aloe vera plant, he dedicated his life to discovering, developing and delivering botanically derived revitalizing compounds, starting with aloe.

Intent on this mission, Yunho Lee and his son, Bill Lee, set out to create a global network of farms, research and development, manufacturing and distribution.

This process of discovery began with Aloe vera, starting with a small farm in Lyford, Texas-- Hilltop Gardens---now recognized as the Historical Home of Aloe. What began as the first commercial Aloe farm in 1939 now includes a peaceful retreat, offering a destination for Associates and their teams to gather and collaborate while appreciating the home and heart of Univera.

Today our network of farms has expanded to the U.S., Mexico and China making us a global leader in the growing and processing of bioactive Aloe vera ingredients.

What makes our aloe the best aloe?

Deep within the Aloe plant are naturally-occurring Polysaccharides; long chains of sugar molecules proven by science to support immune function, healthy digestion, and youthful-looking skin.

Our patented aloe technology allows us to isolate the most effective polysaccharides within the plant – those that fall within a range we like to call the Aloe Sweet Spot. Then, we standardize the amount of those perfectly-sized polysaccharides in each batch. That means MORE of the right kind of polysaccharides in every product for the most powerful health benefits. This is a promise no other Aloe product can deliver. That's the Univera Difference: delivering the most bioactive aloe for your health."

알로에 이야기

"유니베라가 세계적으로 알로에 선도기업인 이유는 알로에의 가치를 최초로 발견했기 때문이다. 그게 유니베라의 시작이다.

유니베라의 창립자인 고 이연호 회장에게는 원대한 꿈이 있었다. 바로 인류에게 자연의 혜택을 전하는 것이다. 알로에베라의 기적적인 효능을 체험한 뒤, 이연호 회장은 알로에를 비롯한 천연물의 생리활성 추출물을 발견하고 연구하고 세상에 전하는 데 여생을 바쳤다.

이러한 사명감으로 이연호 회장과 그의 아들 이병훈 총괄사장은 전 세계에 걸쳐 재배, 연구개발, 제조, 판매에 이르는 글로벌 네트워크를 구축했다.

알로에베라로 시작하는 발견의 이야기는 텍사스 주 라이포드에 위치한 한 작은 농장, 힐탑가든에서 시작한다. 힐탑가든은 알로에의 효시로 인정받았다. 1939년 최초의 상업적 알로에 재배지로 시작한 힐탑가든은 오늘날 유니베라의 마음의 고향이자 어소시에이트들이 함께 모여 협력을 꾀하는 평화로운 전원 속 휴식처를 제공하고 있다.

오늘날 미국과 멕시코, 중국 등에 분포한 우리의 농장은 알로에베라 재배와 생산을 담당함으로써 유니베라가 세계 알로에 시장의 선두주자로 우뚝 설 수 있게 했다.

어째서 유니베라 알로에가 최고의 알로에인가?

알로에 성분 속에는 자연적으로 생성된 다당체가 들어 있다. 알로에 다당체는 당 분자로 이루어진 긴 사슬인데, 면역체계와 소화 기능을 개선하고 피부에 젊음과 생기를 되찾아 준다.

특허를 확보한 유니베라의 알로에 기술은 알로에 스윗스팟이라고 불리는 구간에 분포하는 가장 효능이 뛰어난 다당체를 분리하는 것이다. 그리고 최적화된 다당체의 양을 표준화하였다. 이렇게 만들어져 유니베라 제품에 함유된 알로에 다당체는 최고의 효과를 보증하며, 이것은 다른 어떤 알로에 제품도 흉내 낼 수 없다. 이것이 다른 알로에 제품과 다른 유니베라만의 장점이다. 유니베라는 고객의 건강을 책임지는 최고의 효능의 알로에 제품만을 제공한다."

What is our Promotional Plan for the Year?

2014년 마케팅 플랜

The campaign will be officially called "The Power of Aloe"

2014년 마케팅 캠페인은 "알로에의 힘"이라 명명했다.

January 1월

We kicked off the year with a live broadcast to thousands of Associates, during which we emphasized the strength and power of our aloe-based products.

2014년 마케팅 이벤트는 알로에 제품의 강점과 효능을 수천 명의 어소시에이트들에게 생방송으로 알리면서 시작되었다.

February 2월

We honored and recognized our YunHo Lee Award recipient, Rhetah Kwan and her husband David Kleber at Hilltop Gardens, with Bill Lee, during a special tree-planting ceremony.

이연호상 수상자 리타 콴 부부를 힐탑 가든에서 열린 시상식에 초대하여 이병훈 총괄사장이 직접 시상하고 특별한 식수식을 가졌다.

April 4월

This is the actual anniversary month for Univera. we will launch a beautiful new "Power of Aloe" video, web and print content which tells the story of our aloe roots, the expansiveness of our aloe farms, the superiority of our aloe science and technology, and the power of Univera products to bring the miraculous gift of aloe to so many!

We will also launch (in the U.S.) a new more powerful Aloe product, called Aloe Select, 2X the bioactive power of our previous Aloe Gold! Hand selected, guaranteed bioactive power.

유니베라 창립 기념일이 있는 달이다. '알로에의 힘' 비디오, 인터넷, 인쇄 매체 프로모션을 개시하여 우리의 알로에 이야기를 알리고, 전 세계에 분포한 농장과 알로에 연구개발 기술, 유니베라 제품의 우수성을 홍보하고 알로에의 놀라운 효능을 많은 사람에게 전달한다. 미국에서는 '알로에 실렉트'라는 새로운 제품을 출시하게 되는데, 바로 알로에 골드의 효능을 두 배로 늘린 제품이다. 정성을 다해 만들어낸 신제품은 놀라운 효과를 보증한다.

June 6월

We will open Malaysia, positioning Univera as the Leader in Aloe.

말레이시아 시장에 진출하여, 알로에 시장의 선두주자 위치를 선점한다.

August 8월

The new Aloe Select product will be featured at Univera's Annual Convention, which will be themed our 75 & 15 Year Anniversary event.

We are also developing a second new aloe-based product, which we are not yet ready to reveal. It will be a surprise for Associates later in the year. We will create special new Aloe Packs and promotions, keeping the focus on our aloe leadership position throughout the year.

힐탑가든 75주년, 유니베라 15년을 기념하는 유니베라 2014 컨벤션에서 알로에 실렉트 제품이 소개된다. 또한 아직 공개되지 않은 알로에 기반 신상품을 개발 중이며, 2014년 하반기에 어소시에이트들에게 소개할 예정이다. 새로운 알로에 팩과 프로모션이 전개될 것이고, 2014년에도 알로에 시장의 선두주자 위치를 확고하게 지켜나갈 것이다.

Our Thanks to our ECONET Family!

We wish to express our thanks to Joseph Kim at Hilltop Gardens for his hospitality and sharing of so much historical information; to Ken Jones at Aloecorp for his scientific expertise and guidance on how best to talk about the benefits of aloe; to Tommy Chang at Naturetech for his outstanding assistance in coordinating manufacturing and supply of our new products; to Dr. Do at Univera Korea for sharing his science and marketing plans for Aloe Max P; and most of all to Mr. Bill Lee, for sharing his vision and motivating Univera to create this magical Year of Aloe!!

Hilltop Gardens Recognized as First Commercial Aloe Vera Farm by State of Texas on January 27, 2014

Hilltop Gardens is proud to announce recognition by the State of Texas as the first commercial Aloe vera farm and the site of the beginning of the modern aloe industry in the United States. This recognition follows many years of work gathering research and verification and is another proud moment in the history of Hilltop Gardens and the ECONET family of companies. This distinction will be recognized with a public marker and ceremony around mid-year of 2014.

Hilltop Gardens, established in 1939, became the first known commercial Aloe vera farm in the United States. Mrs. Lee Ewald, "the mother of Aloe vera," first recognized the medicinal and Commercial value of Aloe vera and then, with her husband, began growing it for its cosmetic and healing properties. Along with the help of her two talented daughters, she started the first company to use aloe as an ingredient in cosmetics. Mrs. Ewald promoted the start of the industry in the Rio Grande Valley of Texas and began what has grown into a global industry. Hilltop Gardens, Inc. is now the proud owner and operator of the very farm where the modern aloe industry began in the United States. In 1988, an ECONET company, Aloecorp, purchased Hilltop Gardens. Under the creative direction of Bill Lee, Chairman of the board of the ECONET, the next generation of scientific advancement began in earnest at Hilltop

Mrs. Lee Ewald mixes a batch of her famous cosmetics, which now go to many states and several foreign countries with much exported to Mexico. cosmetics — not pharmaceuticals.

Gardens. Under his direction Hilltop Gardens has become part of a corporation of 13 companies named ECONET, one of the world's largest and most technologically advanced producer of Aloe vera.

Hilltop Gardens wears the mantle of the historical home of aloe with pride. It will continue the tradition of supplying the finest organic aloe and aloe products to the world. With the support of Chairman Bill Lee and the ECONET, this organic farm continues to be part of the proud history of one of the earliest known medicinal plants and also part of the modern industry that supplies "the best of nature to humankind."

힐탑가든, 미국 최초의 알로에 상업적 재배 농장으로 인정

2014년 1월 27일, 텍사스 주정부

힐탑가든은, 텍사스 주정부가 힐탑가든을 미국에서 최초로 알로에 베라를 상업적으로 재배한 농장이며 미국 근대 알로에 산업의 발상지라고 인정했음을 알려드리게 된 것을 자랑스럽게 생각합니다. 이는 수 년에 걸친 자료조사와 수집, 사실 입증으로 이뤄낸 성과로서, 힐탑가든을 비롯한 에코넷 가족사 모두의 역사에 자랑스러운 순간으로 기록될 것입니다. 앞으로 2014년 하반기에 공식 인증 표지판을 받는 대로 기념식을 거행할 예정입니다.

힐탑가든은 1939년 미국에서 최초로 알로에 베라를 상업적으로 재배하기 위한 농장으로 설립되었습니다. '알로에 베라의 어머니'라고 불리는 리 이월드(Lee Ewald) 부인은 처음 알로에 베라의 의료적 상업적 가치를 알아보고는 남편과 함께 화장품과 치료제에 쓰기 위해 알로에 베라를 재배하기 시작했습니다. 이후 재능 있는 두 딸의 도움을 받아 그녀는 알로에를 화장품 성분으로 최초로 사용한 회사를 설립했습니다. 이월드 부인은 텍사스의 리오그란데 밸리 지역이 알로에 산업의 발상지가 될 수 있도록 촉진하였고 이 산업은 지금 세계적인 산업으로 성장하였습니다. 힐탑가든은 미국 근대 알로에 산업이 출범한 바로 그 농장을 소유하고 운영하고 있음을 자랑스럽게 생각합니다. 1988년 에코넷은 힐탑가든을 인수하여 알로콥을 설립했습니다. 에코넷 이병훈 총괄사장의 창의적인 지휘 아래 알로에 산업의 차세대 과학적 진보가 힐탑가든에서 본격적으로 시작되었습니다. 그의 지휘 아래 힐탑가든은 13개의 회사를 거느린 에코넷의 일원으로서 세계에서 가장 크고 기술적으로 진보된 알로에 베라 생산기업의 하나가 되었습니다.

힐탑가든은 알로에의 역사적 효시라는 명예에 대해 대단한 자부심을 갖습니다. 힐탑가든은 최고품질의 유기농 알로에와 알로에 제품을 전세계에 공급했던 전통을 꾸준히 이어갈 것입니다. 이병훈 총괄사장과 에코넷의 지원 속에 힐탑가든은 세계에서 가장 역사가 깊은 의료용 작물의 하나로 알려진 알로에의 자랑스러운 역사와 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 근대산업의 역사를 지켜나갈 것입니다.

"DO WELLNESS"

By **Kwangduk Lee** General Manager | Communication Team | Univera Korea
글 | **이광덕** 부장 | 커뮤니케이션팀 | 유니베라

Wellness has become a great tide of the time in both economic and social way. Related research has become active, and the government as well as businesses considers investment, which means wellness has great potential.

The society is rapidly changing recently due to the development of information technology, whereas the economic slowdown has been prolonged, accelerating competition and polarization of the society. On the other hand, individuals have become more and more isolated, and mental ailments leading to depression and suicide are increasing. The term health management is no more confined in the traditional physical sense, but has become a state of health in mental, psychological and social senses as well. In other words, the times are in dire need of wellness.

In the past, well-being or LOHAS meant simple physical health of individuals, but now there are more to it. If an effort and process to improve the quality of life by combining and balancing various aspects of life, such as physical, mental, psychological and socioeconomic states, wellness means such a state. In other words, wellness means a prime state of life, in which body, mind, soul, and social relationships are all balanced in harmony.

Thus, wellness provides values in three perspectives: First, realization of healthy lifestyle in which people enjoy mental, physical, and psychological health and satisfaction in life. Second, stable environments which people live in economic prosperity and stability. Third, the realization of an individual's values as social existence, which satisfies their social need and stability by communicating and participating as a part of community. The three perspectives reflect health, wealth, and purpose stressed by ECONET for long time.

From 2014, Univera Korea launched "Do Wellness" campaign along with new corporate visual identity. "Do Wellness" sums up the practical principles of Univera's wellness vision; "change ourselves first by practicing wellness, and then make the world healthier."

As a part of practicing wellness, Univera conducted CRON campaign in 2013, and hosted a wellness camp in early 2014. These are efforts to start change from inside, and there were also wellness campaign for customers. Univera health classes were conducted to share various wellness information to help more people have healthier and happier lives. In these classes, three thousands customers including UPs participated in the classes to obtain and experience wellness information. Univera is planning to expand the size and number of health classes by two times in 2014, conducting 20 times of health classes each in former and latter half of the year.

The easiest way to show values of wellness to customers is to demonstrate healthy challenges in our lives. Also, efforts like health classes help us to reach more customers and convince them of our sincerity and value of wellness. We sincerely hope that "Do Wellness" efforts of ECONETians will continue until all humanity join "Do Wellness."

경제적 사회적으로 '웰니스'가 큰 흐름으로 자리잡기 시작했다. 관련 연구가 활발해지고 관련 산업에 대해 기업뿐 아니라, 정부도 연구와 투자를 고려하고 있다. 그만큼 산업적으로 성장가능성이 높다는 뜻이겠다.

정보기술의 발달 등으로 사회는 급속히 변화하는데, 한편으로 경제적 침체, 저성장이 장기화함에 따라 경쟁은 격화되고 사회적으로 양극화가 심화하고 있다. 반면에 인간은 점점 고립으로 치달아 우울증과 자살과 같은 병리현상이 증가하고 있다. 육체적 건강관리에서 정신적, 심리적 건강상태 및 사회적 존재로서의 건강상태까지 고려해야 하는 상황으로 시대가 변했다. 웰니스가 필요한 시대란 뜻이다.

과거 웰빙이나 LOHAS의 개인의 신체적 건강에 대한 단순한 접근에서 탈피하여, 이제 인간의 신체와 심리, 정신과 사회경제적 존재 상태 등 여러 측면의 균형과 통합을 통해 삶의 질을 향상시키려는 지속적인 노력과 과정이 필요하다면, 그런 상태를 웰니스라 정의할 수 있다. 즉, 웰니스란 개인의 몸과 마음, 영혼의 건강과 사회적 책임이 조화와 균형을 이룬 최상의 삶의 질의 상태이다.

따라서 웰니스는 대체로 세 가지 관점에서 가치를 제공한다. 첫째, 건강한 라이프스타일의 구현으로 정신적, 육체적, 심리적으로 건강하고 만족하는 생활의 실현이다. 둘째, 환경적 안정으로 경제적인 풍요와 안정적인 일상 생활공간을 실현하는 것이다. 셋째, 사회적 존재가치의 구현으로 공동체의 일원으로서 소통하고 참여함을 통해서 사회적 안정감과 욕구를 충족하는 것이다. 일찍이 에코넷이 건강한 삶, 풍요로운 삶, 나눔의 삶을 강조한 이유가 여기서 비롯했다.

2014년 들어 유니베라 한국은 새로운 기업 비주얼 아이덴티티와 함께 'Do Wellness' 캠페인을 시작했다. 'Do Wellness'는 "우리 자신부터 웰니스 실천으로 기분 좋은 변화를 시작하고, 나아가 세상을 건강하게 만들어 가자."는 유니베라의 웰니스 비전의 실천방향을 한마디로 요약한 것이다.

웰니스 실천 노력의 일환으로 유니베라는 2013년 이미 크론 다이어트 캠페인을 시행했고, 2014년 초에는 웰니스 캠프를 열었다. 이런 시도들이 우선 내부로부터 변화를 만들고자 한 것이었다면, 고객을 위한 웰니스 캠페인도 있었다. 2013년 여름, 전국 19개 곳에서 유니베라 건강강좌가 성황리에 진행되었다. 유니베라 건강강좌는 많은 사람들이 좀더 건강하고 행복한 삶을 누릴 수 있도록 다양한 웰니스 정보를 전하자는 취지에서 시행되었다. 유피와 함께 고객 3천여 명이 유니베라의 건강강좌에 참여하여 다양한 웰니스 정보를 얻고 체험하는 기회를 가졌다. 유니베라는 2013년에 이어 2014년에도 규모와 횟수를 2배 확대하여 상하반기 각각 20회 건강강좌를 진행할 예정이다.

고객에게 웰니스의 진정한 가치를 가장 쉽게 전달하는 방법은 우리 스스로가 먼저 웰니스로 건강한 변화를 보여주는 것이다. 또한 이런 진정성과 가치를 더 많은 고객들과 공유할 수 있는 건강강좌와 같은 노력들을 더해 웰니스 가치를 더 많은 이들과 나누는 것이다. 인류 모두가 'Do Wellness' 하는 날까지 에코네시안 모두의 'Do Wellness' 노력이 계속되기 바란다.

Wellness Movement, CRON Campaign

By **Gayoung Jung** Assistant Manager | Health Functional Food Team | Univera Korea
글 | **정가영** 대리 | 건식팀 | 유니베라 한국

Univera Korea proposed "Wellness Movement" in all-member meeting on March 4th, 2013, and launched CRON campaign twice in 2013, from March 12th to May 10th and from September 16th to November 11th. CRON stands for "Calorie Restriction with Optimal Nutrition", and offers healthy diet program with low-calorie and nutrition-rich food. In CRON Campaign, three to four people gather to form a CRON tribe, and take up a regimen according to the CRON program consisting of Univera products. Teams with excellent results were awarded.

In CRON campaign, 6 tribes consisting of 25 people participated in the first round, while 5 tribes consisting 18 people joined in the second round, making 11 team and 35 people in total (excluding duplication). The participants were each provided with a Theraband, and encouraged to exercise in Mini-Zim at the fourth floor using machines such as Elliptical and Stepper. In the first round, each participant was scanned weekly for changes in body composition using Inbody machine, and the chief of the tribe made records of work-out time and meals. In the second part, to encourage voluntary engagement, each tribe set up a goal. After the campaign, the total weight loss was 60.9kg for the first round, and 11.2 kg for the second round. CRONE campaign was also launched in Univera distributors across the country. In the field, UPs and customers formed tribes together. They were provided with exhilarating experiences and encouraged to change lifestyle rather than to compete in total weight loss.

웰니스 무브먼트, 크론 캠페인

유니베라 한국은 2013년 3월 4일, 전 직원 미팅에서 '웰니스 무브먼트'를 제안하고, 상반기(3월12일-5월10일), 하반기(9월16일-11월11일), 두 차례에 걸쳐 크론 캠페인을 시행했다. 크론(CRON)이란 'Calorie Restriction with Optimal Nutrition'의 약어로, 영양은 풍부하게 섭취하면서도 저칼로리식사로 건강하게 다이어트하는 방법이다. 크론 캠페인은 자발적으로 3~4명이 짝을 지어 크론족이라는 팀을 구성하고 유니베라의 제품으로 크론 프로그램(Program)에 따라 다이어트를 진행하는 캠페인으로서, 우수한 성과를 거둔 팀에게는 시상도 하였다.

크론 캠페인에는 상반기 6부족 25명, 하반기 5부족 18명, 총11부족 35명(중복 제외)이 참여했다. 참가자에게는 스텝퍼(Stepper), 세라밴드(Thera-band)를 제공했고, 4층 미니짐(Mini-Zim)에서 일립티컬(Elliptical Machine) 등으로 운동하도록 격려했다. 상반기는 개인별로 일주일에 한 번씩 인바디(Inbody)를 측정하여 체성분 변화를 살펴보고, 족장이 주도적으로 운동량과 식사 횟수를 기록했다. 하반기에는 좀더 자발적인 실천에 초점을 맞추어 부족 별로 목표를 정해 도전하도록 구성했다. 캠페인 종료 후, 체중 감량의 합은 상반기 60.9kg, 하반기 11.2kg이었다.

크론 캠페인은 전국의 유니베라 대리점에서도 시행되었다. 현장(Field)의 크론족은 고객과 UP들이 함께 짝을 지었는데, 체중 감량을 경쟁하기보다 생활습관을 변화시켜 건강한 생활방식을 실천해 보는 즐거운 체험이 되도록 구성했다.

Wellness Camp

By **Taekyu Yim** General Manager | HR Planning Team | Univera Korea
글 | **임태규** 부장 | 인사기획팀 | 유니베라

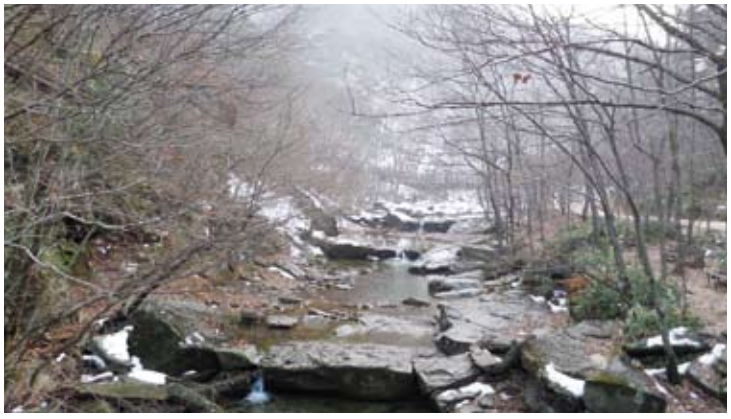
Wellness Camp was held in January 2014. Team leaders and above were invited to the event to learn and feel wellness lifestyle first-hand and practice it in life. On January 22nd, we headed for Health and Longevity Research Center at Sunchang-gun, Jeollabuk-do. Upon arrival we have been provided with Univera products to be used for the three days' stay.

In the following morning, the breakfast was "Believe Wellness Food" mixed with fruit, pumpkin gruel, and salad. The meal was lighter than usual, but made me feel stronger in health. After the breakfast, Chairman & CEO Bill Lee, VP Seongil Do, and GM Eunju Shin told us about the goal of the event. I sympathized with "What is important for leaders is experience and practice. The event is an opportunity to contemplate what is to be done for wellness while carrying out a role of each." Especially, Chairman CEO & Bill Lee said that this event was significant in the sense that it start to settle a pending agenda which has been in the back of the mind for the last 20 years since 1994.

In the healing yoga class, relaxation soon resulted in drowsiness, but the body and mind became calmer as we repeated non-so-difficult poses. After the class, Bibimbap and Korean miso soup cooked with healthy ingredients were swiftly consumed by hungry participants.

A lecture from Song Wook, a professor at the Seoul National University was followed: Diabetes and cardiovascular diseases, the major causes of death, can be prevented with regular exercise. Increasing the percentage of muscle is important, and also people should do right kind of exercise which meets the individual conditions such as heart rate. We underwent the physical tests including lung capacity, muscle strength and flexibility after the lecture. We were eager to fold the test as if we were students in a school.

We did TABATA-Circuit training afterwards. The program is designed to improve stamina in a short span of time. The participants were



웰니스 캠프

웰니스 캠프에 다녀왔다. 유니베라 한국의 팀장 이상 리더들을 대상으로 웰니스적인 생활과 습관이 무엇인지 느끼고 배워 생활에서 웰니스를 실천하자는 취지였다.

1월 22일, 업무를 마치고 전북 순창의 건강장수연구소로 향했다. 웰니스 연구소에서 미리 준비한 3일치의 회사 제품들을 받으며 첫날 저녁을 보냈다.

이튿날 아침은 과일과 섞은 빌리브와 호박죽, 샐러드였다. 평소와 다른 가벼운 식사였지만 왠지 건강해지기 시작하는 기분이 들었다. 식사 후 총괄사장님과 연구소 도선길 상무님, 신은주 부장님으로부터 행사의 목적에 대해 들었다. "리더들의 경험과 실천이 중요하며, 단순한 이벤트가 아니라 각자가 자기 역할에서 웰니스를 위해 무엇을 할 것인지 고민해보자"는 말씀에 공감했다. 특히 총괄사장님은 "1994년부터 고민해온 숙제를 20년 만에 시작하는 뜻 깊은 자리"라고 말씀하셨다.

'힐링요가'로 시작한 몸의 이완은 금새 졸음으로 반응했지만, 어렵지 않은 동작으로 몸과 마음이 차분해짐을 느꼈다. 이어서 건강한 재료로 만든 비빔밥과 된장국으로 주린 식욕을 채웠다.

서울대 송욱 교수님의 강의를 들었다. 주요사망원인 중 혈관계 질환과 당뇨병 등은 운동으로 예방할 수 있다, 근육량을 높이는 것이 중요하다, 심박수 계산으로 자신에게 맞는 운동을 해야 한다는 것이었다. 강의 후 체력을 측정했는데, 학창시절 체력장 검사와 같은 분위기로 모두가 열심히 측정에 임했다. 폐활량, 유연성, 완력 등 현재 수준을 자각했다.

그 이후 이어진 '타바타(TABATA-Circuit Trainig)'… 짧은 시간 안에 집중하여 체력을 다지는 운동으로 한 세트 당 몇 가지로 구성된 운동을 반복하는 것이었다. 캠프 프로그램 중 가장 힘든 시간이었다. 마치 훈련소에서 조교에게 얼차려를 받는 훈련병 같았다. 그나마 점심을 양껏 먹인 게 이

required to repeat a set of exercises. The training was the hardest part of the camp. The time reminded me of a military training camp. I was thankful for the hearty lunch we had before, for the training required every bit of energy left. I realized my stamina is not like it used to be.

During "Detox Cooking Class", we learned how to make healthy dishes. keeping in mind nutritional information given beforehand and remembering the saying that "the best preparation for aged life is health," we made dishes by group using healthy premium gourmet ingredients such as turmeric and beet. I promised to myself that I will make a dish for my family using one of the recipes learned in the class.

To wrap up the day, we wrote down memories which would best be forgotten, and burnt down the paper, getting rid of worries and anger as the paper turns into ashes.

On the final day, January 24th, we went for a tracking after the breakfast, and visited an organic strawberry farms supported by Sunchang-gun. The perseverance of farmers who provide healthy food as they overcome the difficulty of organic farming had much in common with the ECONET spirit. Following that, we went for a hiking in Gangcheon Mountain which is famous for winter scenery. Equipped with digital heart rate monitoring device, everybody could detect the changes in the device, comparing it to the ideal heart rate which we learned the previous day, while we enjoyed fresh air and beauty of a winter mountain.

The experience helped us understand the meaning of a life of wellness. It was worthwhile to know that wellness is not for special people, but for every ECONETians to practice in their everyday life, and able to introduce to others, which is also our mission.

I truly appreciate the hard work and efforts of people from the Wellness Research Center, the Seoul National University, and Sunchang-gun for offering us such a great experience on behalf of everybody participated in the camp.

때문이었구나, 하는 생각이 들 정도였다. 체력이 고작 이 정도임을 절감한 시간이었다.

다음 '디톡스 쿠킹 클래스'라고, 요리를 직접 해보는 시간을 가졌다. 사전에 들은 식품영양에 관한 정보와 '최고의 노후대비는 건강'이라는 말을 기억하며 조별로 음식을 만들었다. 비트, 강황 등 건강한 식재료로 요리를 즐겁게 만들어 저녁으로 먹으며, 집에 돌아가면 한 가지쯤은 반드시 가족들에게 만들어주겠다고 생각했다.

그 후 '근심/분노 불태우기'라는 시간을 가졌다. 저마다 잊고 싶은 기억을 종이에 적어 함께 태우면서 근심과 분노를 없애자는 것으로 하루를 정리하는 유익한 시간이었다.

1월 24일, 마지막 셋째 날은 가벼운 트레킹으로 아침산책을 한 후 순창군에서 지원하는 유기농 딸기밭을 둘러보았다. 유기농 농사의 어려움을 이겨내며 건강한 먹거리를 제공하는 농부의 고집이 우리 에코넷과 흡사하다고 느꼈다. 이어서 겨울산으로 유명한 강천산으로 산행을 갔다. 디지털심박계를 가슴에 차고 전날 배운 목표심박수를 고려하면서 심박계의 변화를 느끼며 신선한 공기와 아름다운 겨울산을 한껏 만끽했다.

웰니스 체험을 통해 유니베라 리더들은 '웰니스적인 삶'이 무엇인지를 조금이나마 알게 되었다. 웰니스는 특정부서만 하는 것이 아니라 에코넷 사람이라면 누구나 습관으로 체득하여 다른 사람들에게 전파하는 사명이 있음을 되새기는 매우 유익한 시간이었다.

바쁜 업무 중에 웰니스 캠프를 준비한 웰니스 연구소와 서울대, 순창군 관계자께 캠프 참여자를 대신하여 진심으로 감사의 마음을 전한다.

Lifestyle changes

By **Tim Sinnet** | Wellness Center Administrator
글 | **팀 시넷** | 웰니스 센터 관리자

When you hear health professionals talking about changing your lifestyle, what do you typically think of? Eating better? Eating less? Exercising more? Getting more sleep?

In this context, I think of "lifestyle" as the sum total of all of your behaviors, along with the results and consequences of those behaviors, as they are expressed through your beliefs, morals, attitudes, and preferences. So a large part of how you behave (considering context, of course) is a reflection of you who are.

The question I have for you is: are your lifestyle behaviors consistent with who and what you want to be? And if not, where does the disconnect happen?

Many, if not most, of our behaviors are formed unconsciously. We tend to be mostly unaware of our mental landscape and habitually reactive to both internal and external circumstances. As such, our behaviors are usually determined by two factors: increasing pleasure and happiness, and decreasing pain and unhappiness. Unfortunately, this simple reactivity does not always serve us best in the long run.

When we apply awareness, however, we can use our will and resolve to consciously behave in a way that brings about a more accurate version of who we want to be. That is, we make choices proactively and with intention. In this way, we can slowly modify our day-to-day behaviors to create an environment that will give us the best chance to grow in to our ideal selves.

If you are not currently the person you want to be, do you know what changes you need to make to step in to that better version of yourself? It's important to know where you want to go and to have a plan to get there. If you have the vision and you have the plan but keep falling short, the normal encouragement is to JUST TRY HARDER. This might work for some people, but for many it only adds more frustration.

These are just a few techniques that you can use to work through the obstacles you might experience on your way to making lifestyle changes. Be patient with yourself, give yourself encouragement, and keep moving forward. On the back of my business card I have a phrase that I think about every day. I would like to end with it so that you can reflect on it daily as well.

"What can I do today that my future self will thank me for?"

Consider a different approach
접근을 달리하라

Cultivate more awareness.
각성하라.

Whether you take up a formal meditation practice or just use mindfulness techniques throughout the day, you can increase your self-awareness and become more conscious of your thoughts and feelings, as well as their origins. Almost all feelings are preceded by a thought. What were you just thinking that made you feel way you do? Awareness allows you to intercept beliefs, feelings, and potential actions at their roots.

정규적으로 명상을 하거나, 일상 속에서 마음을 살피는 수련을 하면, 생각, 감정뿐만 아니라 그 기원에 대해서도 더 잘 자각하고 의식할 수 있게 된다. 모든 감정의 근원에는 생각이 있다. 당신이 느끼는 감정은 어떤 생각에서 비롯되는가? 각성하게 되면 신념, 감정, 그리고 잠재 행동을 근본부터 차단하거나 조절할 수 있다.

Turn off the negative self-talk.
부정적인 자기생각에서 벗어나라.

Becoming more aware might give you insight in to how much negative self-talk you have. This negativity can defeat you from the start. The body hears every word you think, whether it is "real" or not. Rewrite the negative programs by using positive affirmations.

각성에 이르면 자신이 얼마나 부정적으로 생각하는지 알게 된다. 부정적인 자기생각은 시작도 하기 전에 당신을 좌절시킨다. 당신의 몸은 진실이든 아니든 당신이 하는 모든 생각을 듣고 반응한다. 긍정적인 자기 확신을 통해 부정적인 관성을 바로잡아라.

Put yourself "at cause."
자기자신을 원인으로 삼으라.

At some point, you have to take some responsibility for where you are right now. This isn't the same as assigning fault or blame. It's just recognizing that the decisions that you have made in the past are partially responsible for your current situation. This step is important because when you can take ownership of how you got to where you are right now it immediately empowers you to make changes to create a different result in the future. You have the power, with your choices, to create a different option.

인생의 어떤 시점에서든 사람은 누구나 현재 자기 모습에 대해 책임을 져야 한다. 이는 잘잘못을 따지라는 것이 아니다. 현재 당신 상황이 당신이 과거에 내린 결정의 정확한 산물임을 인지하라는 것이다. 이러한 인지는 중요하다. 왜냐하면 현재 어디로 가며 어떻게 할지에 대해 스스로 결정할 수 있어야, 당신은 변화를 시도하고, 그리하여 미래에 다른 결과를 얻을 힘을 갖출 수 있기 때문이다. 즉, 스스로의 선택으로 새로운 방안을 만들어갈 수 있는 힘을 얻어라.

Make your goals have real meaning.
의미 있는 목표를 세워라.

"Should-ing" yourself is rarely motivating enough to make lasting change. For instance, "I should stop smoking," isn't as meaningful as "I would like to live long enough to play with my grandchildren." The deeper and more personal the meaning, the better the chance of making good choices when things get challenging.

"~해야 한다"라는 말은 지속적인 변화를 가져올 만큼 명확한 동기부여가 될 수 없다. 예를 들어 "담배를 끊어야 한다."보다 "손주들과 놀아줄 수 있을 때까지 오래 살고 싶다."라는 것이 훨씬 더 의미 있는 목표이다. 목표가 자신에게 가깝고 중요할수록, 시련이 닥쳤을 때 적절한 선택을 취하는 것이 더 쉬워진다.

Trust in small changes.
작은 변화부터 시작하라.

Some changes come easier than others. Change doesn't require perfection, only repetition. While it is great to shoot big, make sure your goals allow for small wins along the way.

작은 변화는 큰 변화보다 쉽게 이룰 수 있다. 한 번에 완벽하게 변하는 것이 중요한 것이 아니라 변화를 지속하는 것이 중요하다. 큰 목표를 세우는 것도 좋지만, 과정에서 작은 성공이라도 맛보도록 하라.

Be on the lookout for deeper, competing goals.
상충하는 숨겨진 목표를 꼼꼼히 찾아보라.

When you have a goal, and you have the desire, but you constantly find yourself acting in a way inconsistent with that goal, ask yourself if there is a deeper, competing goal that you are fulfilling. For example, maybe you have what you think is a bad coffee habit and you decide to cut back on drinking coffee, and yet every afternoon you find yourself leaving work to go get some. It might be that going out for coffee is your one chance during the day of taking a break from your stressful job. Maybe it's not about the coffee, but about the five minutes of stress relief. If so, you won't be able to succeed in your coffee reduction goal until you find another way of fulfilling the deeper need of having a break from your work in the middle of your work day.

달성하고자 하는 목표가 있고, 동기도 명확한데, 계속해서 목표와 일치하지 않는 행동을 하게 될 때는 표면에 드러나지 않지만 상충하는 목표가 있는지 살펴야 한다. 예를 들어 커피를 지나치게 마신다고 생각하고, 커피 섭취를 줄이려고 노력하는데, 매일 오후 직장에서 나와 커피를 사러 간다고 가정하자. 이 경우, 커피를 마시는 시간이 당신이 업무 스트레스에서 벗어나는 유일한 휴식시간일 수 있다. 커피가 중요한 것이 아니라, 커피 마시는 5분 동안 스트레스에서 벗어나 휴식을 취하는 것이 당신에게 더 중요하다. 만약에 그렇다면, 업무시간 중 잠시 휴식을 취한다는 숨겨진 목적을 충족할 수 있는 다른 방법을 찾지 못하면, 커피를 줄인다는 목표는 성공할 수 없다.

생활 습관을 바꾸자

건강 전문가에게서 생활습관을 바꾸어야 한다는 말을 들으면, 일반적으로 무슨 생각이 들까? 건강한 식습관? 소식? 운동하기? 숙면 취하기?

이런 관점에서 볼 때 생활습관이란 내가 행하는 모든 행동과, 그 행동들이 야기하는 결과까지 통틀어 말하는 것이다. 나의 신념, 도덕, 취향, 그리고 태도 등이 행동의 원인이 된다. 따라서 생활습관이란 이런 점에서 내가 어떤 사람인지를 반영한다고 할 수 있다.

여기서 한 가지 질문을 던지려고 한다. 당신의 생활습관, 그리고 행동은 당신이 생각하는 자기 자신, 또는 당신이 되고 싶어하는 자신과 일치하는가? 그렇지 않다면, 그 괴리는 어디서 발생하는가?

대부분, 아니면 적어도 많은 행동들은 무의식적으로 행해진다. 우리는 자신의 정신세계에 대해 일반적으로 인식하고 있지 않으며, 습관적으로 내부 또는 외부 요인에 반응한다. 우리의 행동은 주로 두 가지에 의해 결정된다. 하나는 즐거움과 행복을 더 많이 누리기 위해서이고, 다른 하나는 고통과 불행을 줄이기 위해서이다. 그러나 불행하게도, 장기적인 관점에서 볼 때 이러한 반응 양식은 그다지 성공적이지 않다.

그러나 의식적으로 행동을 조절한다면, 의지와 결심을 이용해서 우리가 되고 싶어하는 자아상에 더 정확하게 근접하도록 행동을 통제할 수 있다. 즉, 적극적인 의도를 가지고 행동을 선택한다는 것이다. 이런 방식을 통해 일상생활에서 행동을 조금씩 제어해 갈 수 있고, 이상적인 자아상에 근접하도록 환경을 만들어 나갈 수 있다.

이상적인 자아상과 지금의 내 모습이 다르다면, 자신을 개선해 나가기 위해서 어떤 변화를 시도해야 할까? 우선 목표를 설정하고, 그리고 그 목표에 근접하기 위한 계획을 세워야 한다. 자아상과 계획은 명확하지만 계속 실패를 반복한다면, 일반적인 조언은 "더 열심히 노력하라"는 것이다. 이런 조언은 어떤 사람에게는 해답이 될 수 있지만, 많은 사람들에게는 좌절만 안겨줄 뿐이다.

생활습관을 바꾸는 과정에서 맞닥뜨리는 장애를 극복할 수 있는 몇 가지 기술을 적어보았다. 인내심을 가지고, 자기 자신을 격려하고, 변화를 계속하도록 노력하자. 내 명함 뒷면에는 내가 매일 상기하는 글귀가 있다. 여러분도 매일 함께 생각할 수 있도록 이 글귀로 마무리하고 싶다.

"오늘 내가 무엇을 하면 미래의 내가 고마워할까?"

The Elderly as our Parents, All Children as our Own

모든 어른을 부모같이, 모든 아이를 자식같이

에코넷홀딩스 ECONET Holdings
서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 우:133-120
ECONET Center,
78, Achasan-ro, Seongdong-gu, Seoul 133-120, Korea
Tel: +82-2-460-8865, Fax: +82-2-467-9988
www.econetholdings.com

네이처텍 Naturetech
충북 진천군 초평면 용정길 29-8 우:365-850
29-8 Yongjeong-Gil, Chopyeong-Myeon,
Jincheon-Gun, Chungbuk, 365-850, Korea
Tel: +82-43-532-5144, Fax: +82-43-532-5328
www.naturetech.co.kr

유니베라 한국 Univera Korea
서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 우:133-120
ECONET Center,
78, Achasan-ro, Seongdong-gu, Seoul 133-120, Korea
Tel: +82-2-460-3100, Fax: +82-2-463-9162
www.univera.com

유니젠 한국 Unigen Korea
충남 천안 동남 병천 매봉로 450-86 우:330-863
450-86, Maebong-Ro, Byeongcheon-Myeon,
Cheonan-Si, Chungnam 330-863, Korea
Tel: +82-41-529-1510, Fax: +82-41-529-1599
www.unigen.net

이음 EUM F&B, Wellness Italian Restaurant
서울 성동구 아차산로 78 에코넷센터 우:133-120
ECONET Center,
78, Achasan-ro, Seongdong-gu, Seoul 133-120, Korea
Tel: +82-2-460-8875
www.eumfnb.com

유니젠 러시아 Unigen Co., Ltd.
Room #302, Okeansky prospect 88A,
Vladivostok, Primorsky district 690002, Russia
Tel: +7-4232-45-03-20

유니베라 말레이시아 Univera Malaysia
No 15, Jalan Puteri 7/13A, Bandar Puteri,
47100 Puchong, Selangor D.E., Malaysia
Tel: +60-3-8069-9000, Fax: +60-3-8069-9033
www.newunivera.com/en-my

알로콥 중국 Aloecorp China
만녕사무실 / Wanning Office / 万宁办公室
海南省萬寧市禮紀鎮茄新村 南洋蘆薈基地 郵編：571529
Hainan Aloecorp, Jiaxin Village,
Liji Town, Wanning, Hainan 571529, China
Tel: +86-898-6258-5078 FAX: +86-898-6258-5018
www.aloecorp.com.cn

에코넷홀딩스 USA ECONET Holdings USA
3005 1st Ave.
Seattle, Washington 98121, USA
Tel: +1-360-486-8300
www.econetholdings.com

유니젠 미국 Unigen Inc.
3005 1st Ave.
Seattle, Washington 98121, USA
Tel: +1-360-486-8200
www.unigen.net

유니베라 미국 Univera USA
3005 1st Ave.
Seattle, Washington 98121, USA
Tel: +1-360-486-7500
www.newunivera.com

알로콥 미국 Aloecorp USA (Headquarter)
3005 1st Ave.
Seattle, Washington 98121, USA
Tel: +1-360-486-7400
www.aloecorp.com

유니베라 캐나다 Univera Canada
479 West 16th Avenue,
Vancouver, BC Canada
www.newunivera.com

힐탑가든 Hilltop Gardens
100 Lee Lane
Lyford, TX 78569, USA
Tel: +1-956-262-2176, Fax: +1-956-262-2487
www.hilltopgarden.com

알로콥 멕시코 (생산) Aloecorp Mexico (Farm & Operations)
Aloecorp de Mexico
Carretera Tampico-Mante km 89
Gonzalez, Tamaulipas 89700, Mexico
Tel: +52-836-273-2146, Fax: +52-836-273-2146

0106 Renewal of Halal Certification
할랄 재인증 알로콥 중국 Aloecorp China

0123 Seminar for Distributor Presidents in 2013 (23~24)
전국 대리점사장 세미나 시행 (23일~24일) 유니베라 Univera Korea

0124 Participated in Save the Children Campaign "Knitting a Hat for a Newborn Baby"
세이브 더 칠드런 모자뜨기 행사 참여 유니젠 Unigen Korea

0125 Naturetech held the 7th "6 Sigma Festival"
제7회 네이처텍 6 Sigma 한마당 네이처텍 Naturetech

0125 Eco-Friendly Campaign "Free coffee with your own cup"
친환경 활동 "Free coffee with your own cup" 이음 Eum F&B

0131 Entered into Partnership Agreements with Bio Food & Drug Research Center and Institute of Inflammatory Diseases at Konkuk University 네이처텍 Naturetech
건국대학교 바이오 식·의약 연구센터 및 염증성질환연구소와 산·학 협력 체결

Ken Jones was named as COO
켄 존스, 알로콥 멕시코 COO로 부임 알로콥 멕시코 Aloecorp mexico

2013

01 January

0201 ACRC (Anti-Corruption & Civil Rights Commission) published Univera's Sustainability Management Case on Monthly Business Ethics Briefs vol.2 in 2013
유니베라 지속가능경영 사례, 국민권익위원회 기업윤리 브리프스 게재 유니베라 Univera Korea

0201 A Survey on Perception Level of Wellness (1~6)
임직원 웰니스 인식 및 이해도 조사 (1일~6일) 유니베라 Univera Korea

0201 Launched Monthly Special Menu Launching for ECONETian
"에코네시안이니까~ 파스타" 개시 이음 Eum F&B

0207 Special Lecture by KS Yoon: "Aloecorp in ECONET"
알로콥 윤경수 사장 특강 네이처텍 Naturetech

0214 Awards ceremony for the Best UP of the Year, 2012
2012년 연간 우수 유피 시상식 유니베라 Univera Korea

0215 IASC (International Aloe Science Council) conducted a due diligence on Naturetech
국제알로에기준심의협회(IASC) 실사 네이처텍 Naturetech

0219 2013 Training for the Promoted Employees of ECONET (19~20)
2013년 ECONET 승진자 교육 (19일~20일) ECONET 한국 ECONET Korea

0222 Bill Lee was honored by KHSA (Korea Health Supplements Association) with the Merit Award
이병훈 사장 한국건강기능식품협회 제24차 정기총회에서 공로패 수상 유니베라 Univera Korea

Renewal of Kosher Certification and Halal Certification
멕시코 농장의 코셔 및 할랄 인증 갱신 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

02 February

03 March

0305 Opened Wellness Mini-Zim on the fourth floor
웰니스 미니 짐 오픈 유니베라 Univera Korea

0306 Team Competition "a game of Yut"
팀대항 윷놀이 행사 네이처텍 Naturetech

0307 Blood Drive
헌혈 봉사 에코넷 미국 ECONET USA

0312 The 1st CRON (Calorie Restriction with Optimal Nutrition) Campaign (March 12~May 11)
1차 사내 크론다이어트 실시 (3월 12일~5월 11일) 유니베라 Univera Korea

0314 Adopting a new facilities to produce coated tablets
코팅정제제품 생산 신규설비 도입 고사 네이처텍 Naturetech

0321 Diamond Club 2013 (21~26)
유니베라 미국, 다이아몬드 클럽 행사 유니베라 미국 Univera USA

0327 The athletic meeting – badminton
임직원 배드민턴 대회 유니젠 Unigen Korea

0327 Month of ECONET Spirit – "Anabada Bazaar (a Flea market to practice recycling of resources)"
에코넷 정신의 달 – 바자회 유니젠 Unigen Korea

0327 Management System under the standard ISO 9001:2008.
ISO 9001:2008 인증 갱신 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

0401 IASC Facility Certificate
국제알로에기준심의협회(IASC) 인증서 접수 네이처텍 Naturetech

0401 Month of ECONET Spirit – Blood Drive
에코넷 정신의 달 – 헌혈봉사 유니베라, 이음 Univera korea, Eum F&B

0402 Opened the woman-only lounge "Echinacea"
에코넷 센터 여성휴게실 에키네시아 개관 유니베라 Univera Korea

0403 Month of ECONET Spirit – Blood Drive
에코넷 정신의 달 – 헌혈봉사 네이처텍 Naturetech

0405 Month of ECONET Spirit – Event to Celebrate ECONET's 37th Anniversary
에코넷 정신의 달 – 창립 37주년 기념 ECONET 한국 ECONET Korea

0405 Spirit Month – Founder's Day Community Service
창립기념주간 자원봉사 에코넷 미국 ECONET USA

0408 Unveiling of ECONET Credo at ECONET Center
에코넷 헌장 제막식 유니베라 Univera Korea

0416 CAP (Creation of Aloe Pharmaceuticals) symposium 유니베라 Univera Korea
유니베라 CAP 20주년 심포지엄 '알로에 과학의 새로운 지평, 그리고 다음 20년을 위한 웰니스와의 접목'

0425 Open Job posting for dispatching to Aloecorp China
해외법인 주재원 사내공모 시작 ECONET 한국 ECONET Korea

0426 Month of ECONET Spirit – "Anabada Bazaar (a Flea market to practice recycling of resources)"
에코넷 정신의 달 – 바자회 유니베라, 이음, 네이처텍 Univera korea, Eum F&B, Naturetech

0428 Participated in the 21st office workers sports competition
23회 직장인 및 기관단체 친선체육대회 참여 네이처텍 Naturetech

Release the New Product line - health functional food and cosmetics
2013 유니베라 건강기능 식품 및 화장품 대거 출시 유니베라 Univera Korea

04 April

05 May

0506 The athletic meeting (6~30)
네이처텍 미니체육대회 개최 (6일~30일) 네이처텍 Naturetech

0513 Launching health care project for employees (for 3months)
– Smoking Clinics, Managing Metabolic Syndrome
금연 및 대사증후군 관리를 위한 건강프로젝트 실시 (3개월) 네이처텍 Naturetech

0514 Science and Marketing Summit (14~17)
한미 과학 마케팅 전략 서밋 (미국, 시애틀) (14일~17일) 에코넷 ECONET

0521 Participated in Cosmetics & Beauty Expo, Osong Korea 2013 (21~26)
'2013 오송 화장품·뷰티 세계박람회
(Cosmetics & Beauty Expo, Osong Korea 2013)' 참가 (21일~26일) 네이처텍 Naturetech

0530 Awarded the prize of Excellent company of a children-friendly business management
(The hosts: Save the Children and the Korean Committee for UNICEF
The organizer: Hankyoreh Economic Research Institute
The supporter: UN Global Compact)
'아동친화경영 일터부문 우수사례' 기업 선정
(세이브더칠드런, 유니세프 주최, 한겨레경제연구소 주관, UN글로벌콤팩트 후원) 유니베라 Univera Korea

0612 The 1st Photo Contest "Spring" by young board (for 1 weeks)
제 1회 유니베라 사진콘테스트 "봄" 전시 (1주일) 유니베라 Univera Korea

0624 Launched "Summer Healthy Drinks" made of Univera products
유니베라의 건강기능식품을 사용한 여름 건강음료 판매 개시 이음 Eum F&B

0624 Kyoung-Sub Cha is to be dispatched to Aloecorp China
해외법인 주재원 사내공모에 차경섭 과장 선정 ECONET 한국 ECONET Korea

6~7월 Ecological survey on plants around farm
농장 식물생태조사 실시(생태전문가 박병권 교수) 유니젠 러시아 Unigen Russia

Installed the 2nd MCD dryer in the new building
두 번째 MCD 드라이어 설치 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

08 August

07 July

06 June

0709 HY Sung named President & CEO of ECONET
미국 에코넷홀딩스 성한용 대표이사 취임 에코넷 미국 ECONET USA

0709 Start of Providing environment-friendly agricultural products bought from Consumers' Cooperatives "Dure"
두레생협연합의 친환경(유기농, 무농약 등) 채소, 과일 제공 이음 Eum F&B

0709 Certificate of ECOCERT
생산 부문에 대한 유기농 인증 획득 알로콥 중국 Aloecorp China

0709 The 27th Univera Wellness Kids camp in 2013 (July 30 ~ August 2)
제27회 2013 웰니스 푸른꿈나무캠프 (7월 30일~8월 2일) 유니베라 Univera Korea

0731 Acquiring the purchasing right of soybean in State trading
북두 국영무역 수매권 획득, 저관세 수출 유니젠 러시아 Unigen Russia

0808 Univera Convention 2013 - Dream, Lead, Succeed! (8~10)
유니베라 미국, 컨벤션 행사 (8일~10일) 유니베라 미국 Univera USA

0811 Televise documentary about Aloe of ECONET (Aloecorp Mexico)
SBS 특집 다큐멘터리 방영 "한국인이 키우고 세계인이 먹는다." 유니베라 Univera Korea

0821 Family Day Event: Invitation of the staff's children
임직원 자녀 초청 행사 네이처텍 Naturetech

Health functional food PI (Package Identity) Renewal
유니베라 건강기능식품 PI변경 유니베라 Univera Korea

0904 Prime Minister award at the 37th National Productivity Award
The Winner of Gold Medal at 2013 National Productivity Champion Contest in Korea
제 37회 국가생산성 대상 국무총리 표창 및 챔피언 경진대회 금상 수상 네이처텍 Naturetech

0910 2013 Naturetech's Summer Event "Cheonryeop"
2013년 천렵 행사 네이처텍 Naturetech

0911 Skincare 100 selected as GD (Good Design) Products
스킨케어 100, 굿디자인 선정 유니베라 Univera Korea

The GD Selection, by recognizing and rewarding excellently designed products, promotes the advancement of design and encourages innovation and creativity through quality products that contribute to aesthetically and practically enhancing our daily lives.
'GOOD DESIGN'은 산업디자인진흥법에 의거하여 상품의 외관, 기능, 재료, 경제성 등을 종합적으로 심사하여 디자인의 우수성이 인정된 상품에 GOOD DESIGN 마크를 부여하는 제도이다.

0916 The 2nd CRON (Calorie Restriction with Optimal Nutrition) Campaign (September 16~November 11)
2차 크론다이어트 실시 (9월 16일~11월 11일) 유니베라 Univera Korea

09 September

10 October

1021 The 2nd Photo Contest "Becoming familiar" by young board (for 1 weeks)
제 2회 유니베라 사진콘테스트 "친해지길 바라" 전시 (1주일) 유니베라 Univera Korea

1025 First Shipment to China
– Cosmetic "VERASPA ALOE VERA SKINCARE GEL"
acquired a sanitary license from the Chinese SFDA
네이처텍, 중국에 첫 화장품 수출 네이처텍 Naturetech

Renewal of organic certificate for farm and process of production,
as well as the facilities of spray dry manufacturing supplier.
This organic certification verifies that all farms where gets the leaf of Aloe Vera,
raw materials used in the processes, machines and suppliers comply
with all required regulations for obtain this certificate.
농장과 생산 과정에 대한 유기농 인증 갱신 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

1101 KS Yoon was named President and CEO at Unigen
유니젠 대표이사 윤경수 사장 취임 유니젠 Unigen Korea

1106 Achievers International 2013 (6~10)
유니베라 미국, 어소시에트 초대 행사 (6일~10일) 유니베라 미국 Univera USA

1113 Benefits & Wellness Fair
전직원 복지 및 웰니스 박람회 에코넷 미국 ECONET USA

1119 Adopting a new facilities to produce cosmetics (1.2Ton Tank)
화장품 1.2Ton 조제 Tank 설비 입고 고사 네이처텍 Naturetech

1126 Promotion qualification test for 2014
2014년 에코넷 승진자격시험 실시 ECONET 한국 ECONET Korea

1127 ECONET Opinion Survey (November 27~December 5)
ECONET 구성원 의견 조사 실시 (11월 27일~12월 5일) ECONET 한국 ECONET Korea

Certificate of HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
HACCP 인증 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

11 November

12 December

1204 Launching Univera Mobile Application
유니베라 모바일 어플리케이션 오픈 유니베라 Univera Korea

1209 Certificate as a Best Family Friendly Management
여성가족부 가족친화기업 인증 수여 유니젠 Unigen Korea

1210 Blood Drive
헌혈 봉사 유니베라 미국 Univera USA

Acquired an additional water treatment to increase the capacity
of purified water in the processes of production increasing 12.5 gallons per minute
멕시코 공장에 고성능 정수기 설치 – 12.5갤런의 처리 능력 알로콥 멕시코 Aloecorp Mexico

CCM (Consumer Centered Management) Certification for the 4 consecutive years
CCM(소비자 중심경영) 4회 연속 인증 (2013년 12월 13일 인증서 수여식) 유니베라 Univera Korea

ECONET's Aloe selected as the World-Class Product for the 11 consecutive years
세계일류상품 11년 연속 선정 유니베라 Univera Korea

0109 Go Diamond Meeting, Scottsdale, Arizona (9~11)
2014년 Kick-off 행사 (미국 애리조나) (9일~11일) 유니베라 미국 Univera USA

0109 Seminar for Distributor Presidents in 2014 (9~10)
전국 대리점사장 세미나 시행 (9일~10일) 유니베라 Univera Korea

0115 'ECONET 2014' Open Recruitment and Training(January 15~February 3)
'ECONET 공채 2014' 공채 선발 및 입문 교육(1월 15일~2월 3일) 에코넷 한국 ECONET Korea

0117 Renewal of organic certificate and Global GAP
힐탑가든 농장, 유기농 및 글로벌 갭 인증 갱신 힐탑가든 Hilltop Gardens

0121 Certificate of HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)
중국 국가 품질 인증 기관으로부터 HACCP 인증 알로콥 중국 Aloecorp China

0127 Hilltop Gardens recognized by the State of Texas as the first commercial Aloe vera farm and the site of the beginning of the modern aloe industry in the United States
"Texas Historical Markers" 선정, 미국 최초의 알로에 상업적 재배 농장으로 인정 힐탑가든 Hilltop Gardens

2014

01 January

02 February

0214 Participated in Save the Children Campaign "Knitting a Hat for a Newborn Baby"
세이브 더 칠드런 모자뜨기 행사 참여 유니젠 Unigen Korea

0217 2014 Training for the Promoted Employees of ECONET (17~18)
2014년 ECONET 승진자 교육 (17일~18일) ECONET ECONET Korea

0220 Univera Wellness Party for the Best UPs (20~25)
우수유피 Univera Wellness Party (20일~25) 유니베라 Univera Korea

0221 Additional 203 acres of prime farm land purchased to bring the total acreage of the farm to 720 acres in Lyford, and is contiguous to the original property.
203에이커 인접 농장 매입 힐탑가든 Hilltop Gardens

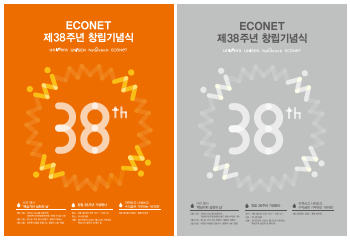
0224 Hilltop Gardens awarded a Merit Award of the master plan design of the healing gardens by Texas Chapter of American Society of Landscape Architects (ASLA)
아름다운 정원 디자인상 수상 힐탑가든 Hilltop Gardens

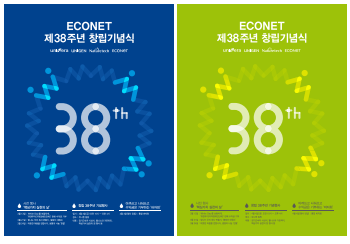
0224 Tree Dedication Ceremony for 2013 Yunho Lee Award Recipient (24~26)
2013년 유니베라 이연호상 수상자 힐탑가든에서 기념행사 (24일~26일)
유니베라 미국 힐탑가든 Univera USA Hilltop Gardens

0227 Gold Academy 2014 (February 27-March 2)
유니베라 미국, 골드 아카데미 진행 유니베라 미국 Univera USA

03
March

04
April





0306 Annual Ping Pong Tournament Award Ceremony
전 직원 탁구대회 에코넷 미국 ECONET USA

0313 Month of ECONET Spirit – "Sharing" Cookies on Sale
에코넷 정신의 달 – "나눔" 쿠키 판매 바자회 에코넷 한국 ECONET Korea

0317 Diamond Club (17~22)
유니베라 미국, 다이아몬드 클럽 행사 (17일~22일) 유니베라 미국 Univera USA

0321 Month of ECONET Spirit - "Passion" Clean up
에코넷 정신의 달 – "열정" 대청소 에코넷 한국 ECONET Korea

0324 Month of ECONET Spirit - "Sharing" A blood donation volunteering activity
에코넷 정신의 달 – "나눔" 헌혈봉사 에코넷 한국 ECONET Korea

0401 Spirit Week – "Health & Wellness" Breakfast
창립기념주간 행사 및 자원봉사 활동 에코넷 미국 ECONET USA

0404 Month of ECONET Spirit - "Sharing" Blood Drive
에코넷 정신의 달 – 창립 38주년 기념식 에코넷 한국 ECONET Korea

"마치 내 일처럼 축하와 고민을 공유하는 동료들이 있다는 것은 집보다 회사에 있는 시간이 더 많은 직장인들에게 정말 큰 축복이 아닐 수 없다. 행복한 일터에서 가족처럼 이해해 주는 동료들을 찾은 나는 일확천금보다 더 큰 행복을 찾은 기분이다."
김성희 대리, 네이처텍 OEM영업팀

"Working at Unigen was 18 years of adventure, experienced up and down of the business and moved from center of Texas to the Pacific coast. The only thing that has not been changed is the belief of the heritage and wonder of nature."
Qi Jia, Chief Scientific Officer, Unigen

"It was a pleasure sitting down to lunch with Bill Lee, the executive team and fellow employees who have been together almost from the beginning of ECONET's presence in the Northwest. We have truly grown together as a family."
Kathy Markham, Senior Events Manager, Univera

"It was only one FREE meal, but felt like receiving a thousand times of free meal. What a good feeling to know my humble service was appreciated. I send my appreciation back to ECONET!!!"
Mijeong Jeong, Quality Control Manager, Unigen

"I was so honored that Mr. Lee would make a luncheon to celebrate our longevity with the company! I love my job, and really look forward to coming to work every day. For him to honor us for this was unexpected, as it is he who should be honored for providing us with such a wonderful place to work!"
Andrea Tillmon, Customer Service Representative – Diamond Support, Univera

"As time goes by, that day, suddenly I found myself being one of the Econetian veterans still driven by the same goal and mission I had 9 years ago which was inspired by the compassionate chairman and owner, Bill Lee."
Mesfin Yiman, Manager, Pre-Clinical Development, Unigen

"그때를 회상하면 그들의 얼굴에서 자랑스러움이 묻어 나오는 듯합니다. 알로콥 중국의 가장 큰 자산은 회사를 사랑하고, 동료를 걱정하며 함께 생활하는 직원들입니다. 그들이 있기에 에코넷의 미래는 더욱 밝을 것이라 믿습니다."
민병국 법인장, 알로콥 중국

ECONET WAY