

“20대는 여행·5060은 건강”

새해 관심사도 ‘세대차이’
공통 관심사 ‘다이어리·다이어트’

연령대별 새해 관심사가 뚜렷하게 차이가 났다. 20대는 여행, 3040 세대는 자녀, 5060 세대는 건강을 선호했다.

위메프는 지난해 12월 25일부터 올해 1월 10일까지 인기 검색어를 분석한 결과 10대는 학습, 20대는 여행, 3040은 자녀, 5060은 건강 등에서 관심을 보이고 있다고 17일 밝혔다.

연령별로 살펴보면 10대들은 ‘6공다이어리’와 학습 전용 다이어리 ‘스터디플래너’가 눈에 띈다. 6공다이어리는 6개의 구멍이 뚫린 속지를 다이어리 링에 끼워 사용하는 제품으로 10년 전에 유행했던 아이템이다.

복고바람이 불면서 최근 10대들 사이에 인기를 얻고 있다.

20대들은 ‘캐리어’, ‘제주도’ 등 여행과 관련된 키워드와 다이어트 식단인 ‘닭가슴살’을 많이 검색했다.

30대는 미취학 아동들이 좋아하는 장난감 ‘공룡메카드’와 ‘타요키즈카페’, 40대는 초등학교 사이에서 인기 있는 애니메이션에 등장하는 팬인 ‘베이블레이드 버스트갯’ 등을 주로 찾았다.

50대 이상 장년층은 ‘사자인치’와 ‘브라질너트’, ‘게르마늄 팔찌’ 등 건강과



연령별 인기검색어.

/위메프

관련된 아이템을 많이 조사했다.

해당 기간 ‘다이어리’는 전 연령대에서 많이 검색한 것으로 나타났다.

디지털기기로 간편하게 일정관리와 메모를 할 수 있음에도 종이 기반 다이어리에 대한 수요도 여전히 높은 것으로 풀이된다. ‘다이어트’ 역시 10대부터 30대까지 공통 관심사로 꼽혔다.

같은 기간 많이 판매된 상품을 살펴보면 20대는 국내여행 상품(제주도 항공권, 스키 렌탈권 등)과 자유여행 관련 상품(포켓와이파이·유니버설 스튜디오 입장권 등)을 많이 구매했다.

30대와 40대는 괄, 사이판의 여행상품을 많이 찾았다.

위메프는 “괘와 사이판은 4계절 날씨가

따뜻하고 다양한 서비스와 편의시설을 겸비한 특급 리조트가 즐비해 대부분 어린 자녀가 많은 3040 고객층에게 인기가 많은 여행지”라고 설명했다.

50대는 다낭, 호이안, 하노이 등을 선호했으며 다른 연령대에 비해 상대적으로 시간적 여유가 있는 60대는 서유럽, 호주+뉴질랜드 등 장거리 여행 상품을 선호한 것으로 나타났다.

위메프 관계자는 “새해 가족, 연인, 친구들과 함께 국내의 여행 계획을 세우는 고객들이 급증하고 있다”며 “지난해 시작된 옴로(YOLO), 워라밸 열풍으로 인해 여행을 떠나려는 소비자들은 계속 증가할 것”이라고 예상했다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr

119 신고자 ‘구급차 위치’ 스마트폰 확인

서울시, 소방안전 5대 대책 발표
가까운 AED 위치도 확인 가능

이르면 올 하반기부터 119에 구조·구급신고를 하면 소방차나 구급차의 위치와 도착 시간을 휴대전화로 실시간 확인할 수 있게 된다. 심정지 환자가 발생했을 때 119에 신고하면 가장 가까이에 있는 자동심장충격기(AED) 위치 확인도 가능하다. 서울시는 이 같은 내용이 담긴 ‘2018년 새로위치는 소방안전 5대 대책’을 17일 발표했다.

먼저 소방차·구급차 위치정보 알림 서비스는 출동한 소방차·구급차의 실시간 위치정보, 출동대원의 연락처 등 정보를 신고자의 휴대전화로 전송해주는 서비스다.

시는 스마트폰 앱 또는 문자(SMS) 등으로 전송하는 방안을 두고 기술검토 단계에 들어갔다. 하반기 구급차에 우선 시범운영하고 향후 소방차로 확대한다는 계획이다.

자동심장충격기(AED) 위치정보 안내 서비스는 119에 신고하면 상담요원이 상황실 지도 상에 표출된 위치정보를 확인 후 신고자와 가장 가까이에 있는 자동심장충격기(AED) 위치를 알려주는 방식이다.

이를 위해 시는 서울시에 설치된 자

동심장충격기 총 1만200개 위치를 지도 상에 표출하는 시스템 개발을 마쳤다.

일반인이 심정지환자에게 자동심장충격기(AED)를 사용한 건수는 2014년 15건(0.3%)에서 2015년 9건(0.2%), 2016년 11건(0.2%)으로 매년 비슷한 수준에 머물러 있다. 시는 이번 서비스를 통해 자동심장충격기 시행률과 심정지환자 소생률을 높여나갈 것으로 내다본다.

구급차 실시간 병원정보 조회 시스템은 구급차 내 ‘차량동태 관리시스템(MDT)’을 통해 바로 치료 가능한 병원을 실시간 확인해 이송할 수 있는 방식이다. 기존에는 구급대원이 상황실 내 직원과 무선(전화) 또는 무선으로 확인하는 방식으로 응급환자를 이송하는 방식이어서 실시간 병원상황 변화에 대응이 어려

울 때가 있었다.

시는 또한 구급차 뒷면(외부)에는 이송 중인 응급환자의 상태를 일반운전자에게 알려줄 수 있는 ‘응급환자이송 LED 알람판’을 설치해 구급차 양보를 유도한다는 계획이다.

한편 시는 소방안전 인프라 확대·강화를 위해 ▲지진체험교육장 4곳 추가 신설 ▲세곡119안전센터 개소 ▲서울소방학교 확대 이전 ▲드론활용 인력 양성 교육 신설·확대 등으로 진행된다.

지진체험교육장은 진도 3.0~7.0의 지진상황을 간접 경험하고 대피요령을 배워볼 수 있는 곳이다. 시는 올해 4개 소방서(서초·성동·서대문·양천)에 교육장을 신설한다. 다중이용시설의 비상구 불시단속도 강화한다. /이범종기자 joker@



노원구, 육아 품앗이 ‘공동 육아방’ 건립

서울 노원구가 상계동에 ‘공동 육아방’을 건립한다고 17일 밝혔다.

노원구는 7억6000만원을 들여 상계동 652-3번지에 지상 1층, 연면적 202㎡ 규모의 공동육아방을 올해 상반기까지 조성할 계획이다.

내부공간은 영유아 테마놀이 체험공간, 실내놀이터, 다목적실, 수유실 등으로 구성된다. 공동육아방은 부모와 영유아가 언제든지 방문할 수 있는 놀이공간이자 육아 품앗이 공간으로 제공될 예정이다. /이범종기자



서울 노원구 상계동 공동 육아방 조감도. /노원구

‘뇌전증 신약’ 일본인대상 임상시험

SK바이오팜, 일본시장 공략 준비

SK바이오팜이 뇌전증(간질) 신약의 일본인 대상 임상시험을 추진한다. 미국을 넘어 일본 시장 공략 준비에 나선다.

17일 바이오업계에 따르면 SK바이오팜은 국내 식품의약품안전처로부터 뇌전증 신약 ‘YKP3089’ (성분명 세노바메이트, Cenobamate)의 일본인 대상 임상 1상을 승인받았다.

세노바메이트는 SK바이오팜이 자체 개발한 뇌전증 신약 후보물질로 미국에서 글로벌 임상 3상을 진행 중이다.

SK바이오팜은 이르면 연내 글로벌 임상 3상을 마치고 식품의약품(FDA)에 신약 허가를 신청할 예정이다.

이번 세노바메이트의 국내 임상 1상은 미국 시장과는 별개로 일본 시장 공략을 위해서 마련됐다. 한국인이 아닌 일본인을 대상으로 서울대병원에서 진행 된다.

SK바이오팜 관계자는 “일본에서 ND A(신약 승인 신청) 절차를 밟기 위해서

는 일본인 대상 임상시험 데이터가 필요하기 때문에 국내에서 임상을 승인받았다”며 “나중에 실제로 (일본에) 신청할 때에는 글로벌 임상 3상 자료와 함께 제출할 예정”이라고 말했다.

SK바이오팜은 현재 뇌전증 치료제 시장 1위 제품인 다국적사 UCB제약의 빔팻의 실적을 고려할 때 세노바메이트는 미국에서만 연간 매출 1조원 이상, 영업이익률 50%를 웃돌 것으로 기대하고 있다.

SK바이오팜은 이달 뇌전증 신약 외에 조현병·인지장애에 쓰는 신약 후보물질 ‘SKL20540캡슐’의 국내 임상 1상도 승인을 받아, 서울대병원에서 진행할 예정이다.

한편 제약산업 전문 시장조사 기관인 데이터모니터에 따르면 뇌전증 치료제 시장은 2014년 49억달러(5조2000억원 상당) 규모에서 올해는 61억달러(6조5000억원) 규모로 연평균 6% 이상 성장할 것으로 예상된다.

/박인용 기자 parkiu7854@

당뇨병성 망막병증 임상시험 국내 승인

와이디생명과학



와이디생명과학은 17일 식품의약품안전처로부터 당뇨병성 망막병증(DR) 치료목적인 국내 임상 2a 시험 실시에 관한 승인을 받았다고 밝혔다.

당뇨병 초기에 혈당 조절이 잘 이루어지면 망막병증의 발생을 지연시킬 수 있지만, 일단 망막병증이 발생한 후에는 그 진행을 막기 어렵다.

안신병 와이디생명과학 연구소장은 “망막병증이 상당히 진행되면 어떤 치료법으로도 시력을 회복할 수 없는 경우가 있다”며 “아직 국내에 뚜렷한 치료제 허가되지 않은 상황에서 승인을 받아 더욱 의미가 크다”고 설명했다.

한편 와이디생명과학은 당뇨병성 황반부종(DME) 치료제에 대해서도 임상 2상 승인을 받아 국내 11개 병원에서 시험이 진행 중이다.

와이디생명과학은 지난해 DME가 보건의료부 임상과제로 선정돼 12억5000만원, DR이 식약처 임상과제로 선정돼 4억원을 각각 지원받을 수 있게 됐다.

와이디생명과학은 오는 3월 미국에 DME의 임상 2상 허가 신청을 낼 예정이다.

/박인용 기자

〈해외브랜드 생활가전 국내·외 판매가격 비교결과〉

품목	브랜드	제품명	비교국가	가격차 비율
커피머신	일리	프랑스 X7.1(레드)	독일	33.8
		프랑스 Y3(레드)	영국	34.2
	네스프레소	아시안 C40(레드)	독일	10.6
		시티즈엔밀 D122(화이트)	독일	0.8
진공청소기	다이슨	V6 엡솔루트 헤파	영국	△10.3
		V8 애니멀	미국	△20.4

‘국내구매 vs 해외직구’ 어떻게 더 저렴할까?

진공청소기는 해외직구, 커피머신은 국내에서 구매하는 것이 비교적 저렴한 것으로 조사됐다.

한국소비자원은 주요 해외직구 생활가전 5개 품목 11개 제품의 국내·외 판매 가격을 조사한 결과 7개 제품은 국내구매가, 4개 제품은 해외직구가 저렴했다고 17일 밝혔다. 해외직구 시 더 저렴한 제품은 국내판매가와 최고 68.8%(지멘스 전기레인지)에서 최저 10.3%(다이슨 진공청소기)의 차이를 보였다.

국내구매가 더 유리한 제품은 최고 34.2%에서 최저 0.8%의 가격 차이가 나타났다. 품목별로는 진공청소기의 경우 조사대상(2개 제품) 모두 해외직구가 유리한 반면 커피머신은 조사대상(4개 제품) 모두 국내구매가 유리한 것으로 조사됐다.

전기레인지와 블렌더는 모델에 따라 유불리가 달라 구입 전 제품별·모델별

국내·외 가격을 꼼꼼히 비교할 필요가 있는 것으로 나타났다.

한편 조사대상 6개 브랜드(네스프레소·다이슨·샤오미·일리·지멘스·키친에이드) 중 유일하게 네스프레소만 해외직구 상품 가운데 국내에서 판매하는 동일 모델, 국내정격전압인 220V 제품에 한해 AS가 가능한 것으로 조사됐다.

지멘스와 다이슨은 각각 FD번호, 시리얼번호 관리로 국내 공식 수입업체를 통해 수입된 제품에 대해서만 본사 정식 서비스를 받을 수 있도록 엄격하게 관리하고 있다.

한국소비자원은 “해외브랜드 생활가전을 해외직구로 구매할 경우 제품별·모델별 국내·외 가격을 꼼꼼히 비교해야 한다”며 “배송 중 파손 위험이 크거나 지속적인 사후관리가 필요한 제품은 국내 AS 가능 여부를 확인할 필요가 있다”고 강조했다. /김유진 기자