

# 10개월 공백 딛고 돌아온 원희목

## 제약바이오회장 선임

이사장단 회의 14명 전원 참석  
공직자윤리법 따라 12월 취임



원희목 전 한국제약바이오협회장

원희목 전 한국제약바이오협회장이 다시 돌아온다. 협회는 6일 이사장단 회의를 열고 협회장에 원희목 전 회장을 만장일치로 추천하기로 결정했다고 밝혔다. 지난 1월, 원 전 회장의 사임 이후 10개월간 공석으로 비워져있던 제약협회장 자리는 결국 같은 사람으로 채워지게 됐다.

협회는 이날 오전 제16회 이사장단 회의를 가졌다. 14명 이사장단이 전원 참석했으며 만장일치로 협회장을 결정하는데 5분이 채 걸리지 않았다.

협회 관계자는 “그간 회의에서 충분한 논의가 이뤄졌던만큼 오늘 절차에 따라 의사결정이 신속하게 이루어졌다”고 설명했다. 이사장단은 지난 달 23일 협회장 결정을 위한 회의를 열었지만 의견차를 좁히지 못하고 회의를 2주 후로 미룬 바 있다.

원 전회장이 이사장단의 결정을 바로 수용하며, 회장 선임건은 바로 이사회로 넘어간다. 원 전 회장은 “향후 이사회 선

입절차를 밟아 만약 회장직을 맡게되면 남은 재임 기간 동안 제약바이오산업이 국민의 신뢰와 사랑을 받는 국민산업이자 국가성장동력 산업으로 확고히 발전해가는데 전력을 다하겠다”고 수용 의사를 밝힌 것으로 알려졌다.

협회 정관에 따르면 회장 등 상근임원은 이사장단회의에서 추천해 이사회에서 선임하고, 총회에 보고토록 돼 있다. 협회는 오는 19일 이사회를 개최, 회장 선임건을 처리할 예정이며 이후 총회 보고를 통해 관련 절차를 마무리할 예정이다.

다만, 이사장단 추천을 받은 원 전 회장이 회장으로 최종 선임돼도 취임은 12월 초에 가능할 것으로 보인다.

현행 공직자윤리법의 규정에 따라 원 전 회장의 취임제한 시한이 이달 말까지기 때문이다. 원 전 회장은 지난해 3월 취임했지만 2년의 임기를 채 채우지 못하고 올해 1월 자진 사퇴한 바 있다. 원 회장이 지난 2008년 18대 국회의원 시절 제약산업계 지원방안을 골자로 한 제약산업육성지원특별법을 대표 발의한 이후 보건복지부 산하기관인 한국보건복지개발원과 사회보장정보원장을 역임한 것이 문제가 됐다.

현행 공직자윤리법에 따르면 공무원 은 퇴직일로부터 3년 동안에 퇴직 전 5년간 근무했던 부처와 업무상 밀접한 관련이 있는 특정 기업이나 단체에 취업할 수 없다.

원 회장이 지난 2015년 11월 30일 까지 사회보장정보원장을 지냈던 것을 감안한다면, 가장 빠른 영입일인 오는 12월 3일이 돼야 협회장 취임이 가능해진다. 취임 후 원 회장은 내년 2월 까지 잔여 임기를 수행하게 된다.

원 전 회장은 서울대 약대 출신으로 제33, 34대 직선제 대한약사회장, 한국보건의료인국가시험원 이사장, 제18대 국회의원(비례대표), 보건복지부 산하 사회보장정보원장 등을 역임했던 바 있다.

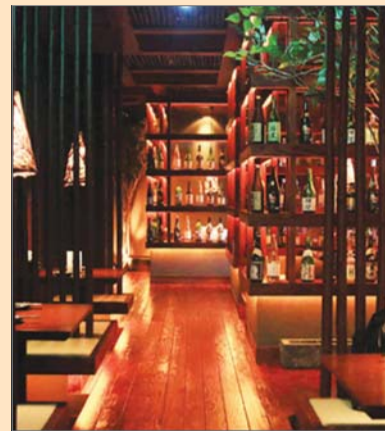
/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## “객단가 높이고 단골고객 잡고” 외식업계, 이색음료로 차별화

최근 외식업체들이 차별화된 음료 메뉴를 통해 단골 고객을 확보하고 객단가를 높이는 효과까지 거두고 있다.

특히 밥상에서 빠질 수 없는 것이 바로 음료다. 좋은 술과 음료는 좋은 음식 못지 않게 식사의 흥을 돋군다.

6일 업계에 따르면 업체들마다 메뉴뿐 아니라 주류 및 음료를 제공함에 있어서도 각별한 신경을 쓰고 있다. 특별한 음료는 브랜드의 개성을 각인시켜 단골 고객을 유치할 수 있을 뿐 아니라 매출 견인에도 큰 역할을 하기 때문이다.



/청담이상

를 얻으며 국내에서 가장 많이 판매된 사케로 꼽힌다. ‘청담이상’은 정통 일식을 지향하는 프리미엄 메뉴와 특제 사케를 통해 단골고객들을 확보, 지속적으로 가맹사업을 확장해나가고 있다.

최근 국내에서 마라탕의 인지도가 높아지면서 건대, 태평, 대림 등의 상권을 중심으로 다양한 마라탕 전문점이 생겨났다. ‘탕화쿵푸’는 대표적인 국내 마라탕 프랜차이즈로, 2030 젊은층을 중심으로 단골고객이 형성돼 있다. ‘탕화쿵푸’는 정통 중국식 마라탕을 선보이는 것에 더해 현지 음료를 함께 골라먹을 수 있도록 만들었다. 방문 고객들은 매장의 다양한 현지 음료를 보고 ‘마치 중국 편이집에 온 것 같다’는 반응과 함께 높은 만족도를 보인다.

김동현 창업 디렉터는 “우후죽순으로 외식 브랜드가 쏟아져 나오며 따라 메뉴 변별력이 갈수록 떨어지고 있는 상황”이라며 “브랜드의 개성이 담긴 음료는 변별력을 더해주는 포인트가 될 수 있을 뿐 아니라, 테이블당 객단가까지 높여주기 때문에 효자노릇을 톡톡히 해낸다”고 말했다.

/박인용 기자 parku7854@



/강촌식당

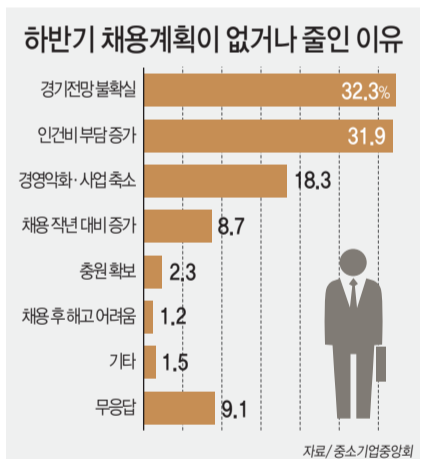
‘강촌식당’은 꼬막비빔밥과 닭갈비를 전문으로 하는 캐주얼 한식 브랜드다. 짧은날 강촌의 추억을 되살린다는 컨셉에 맞게, 옛 강촌역을 본딴 인테리어가 인상적이다. ‘강촌식당’은 강원도의 명물로 꼽히는 치악산생막걸리, 옥수수생막걸리를 제공한다. 특히 옥수수생막걸리는 옥수수 전분이 아닌 진짜 옥수수가루로 만들어 고소한 풍미가 일품이다. 두 막걸리는 일반 편이집에나 마트에서 쉽게 볼 수 없기 때문에 특히 인기가 높다. ‘강촌식당’은 6070세대에게 익숙한 잔 막걸리도 판매하고 있어, 중년층의 향수를 제대로 자극한다.

일식 다이닝 레스토랑 ‘청담이상’은 브랜드의 이름을 걸고 만든 특제 사케를 제공한다. 이상준마이, 이상준마이다이진조는 ‘청담이상’과 일본의 사케 장인이 합작해 만든 것이다. 특히 이상준마이다이진조는 50% 이상 도정된 쌀로 정성껏 빚어 특유의 과일향과 부드러운 목넘김으로 2030 여성들의 전폭적인 지지



## 중소 10곳중 8곳 “하반기 채용계획 없다”

경기 불안·인건비 부담 등 문제  
75.2%, “인력 부족하지 않다”



중소기업 10곳 중 8곳은 경기 불안, 인건비 부담 등의 이유로 올해 하반기 채용 계획이 없는 것으로 나타났다. 또 10곳 중 6곳은 갈수록 늘어나는 인건비 때문에 고용을 줄일 수밖에 없다고 답했다.

중소기업중앙회가 전국 중소기업 2010곳을 대상으로 인력 수급, 근로시간, 임금 등 일자리 실태를 조사해 6일 내놓은 자료에 따르면 응답기업의 82.9%는 하반기 채용계획이 ‘없다’고 답했다.

경기 전망 불확실(32.3%), 인건비 부담 증가(31.9%), 경영악화에 따른 사업 축소(18.3%) 등이 주요 이유였다.

응답기업 가운데 상반기에 채용을 했다는 기업도 26.4%에 그쳤다.

대체로 상반기, 하반기에 채용문을 닫아놓고 있는 상황에서도 75.2%는 인력이 부족하지 않다고 답했다.

그럼에도 중소기업들이 여전히 필요한 인력을 구하기는 쉽지 않은 것으로 나타났다.

‘인력난이 지속되는 이유’로는 ‘임금·복지 수준이 낮아서’가 39.8%로 가장 많았고, ‘안 좋은 직장이라는 사회적 편견’(25.7%), ‘3D 업종의 업무를 꺼려하기 때문에’(25.6%) 등을 꼽았다.

특히 최저임금 인상 등으로 기업들의

인건비 부담이 가중되고 있는 가운데 60.8%는 고용을 축소할 수밖에 없다고 답했다. 신규채용 축소(38.9%), 감원(17.2%), 가족고용확대(4.7%) 등을 통해서다. ‘특별한 대책이 없다’는 답변도 38.9%에 달했다.

최저임금 인상에 따른 대응으로는 최저임금 이상을 받는 근로자에게는 최저임금 이상률보다 적게(42.2%) 올려주거나 아예 올려주지 않는다(13.4%)고 답했다.

중기중앙회 이재원 경제정책본부장은 “일자리 질에 초점을 맞춘 급격한 노동정책의 변화는 중소기업의 인건비 부담과 구인난을 가중시키고 결국 영세기업과 대기업간 양극화를 심화시킨다”며 “기업이 개별 여건과 환경에 따라 합리적인 수준에서 유연하게 대처할 수 있도록 노동 시장을 유연화 하는 것이 양질의 일자리를 창출하고 경기 회복을 기대할 수 있는 일부 대안이 될 것”이라고 말했다.

/김승호 기자 bada@

## 코웨이 6가지 세정코스 ‘스타일케어 비데’ 출시

코웨이는 몸 컨디션에 최적화된 6가지 맞춤 세정 코스로 더욱 꼼꼼하고 강력하게 케어하는 ‘스타일케어 비데’를 출시했다고 6일 밝혔다.

스타일케어 비데(BAS31-A)는 사용자 컨디션에 따라 알맞은 수류를 선택할 수 있는 ‘i-wave 시스템’을 적용했다. ‘i-wave 시스템’은 수압, 공기, 세정범위, 시간 등 다양한 수류를 과학적으로 조합해 몸 상태에 최적화된 코스를 제공하는 코웨이의 혁신 기술이다.

일반적인 비데는 일직선의 물줄기만

내보내며 수압 정도만 조절할 수 있다. 코웨이는 비데 사용자마다 선호하는 세정 방식이 다르다는 점에 착안해 맞춤형 수류 케어 기능을 개발했다. 신제품 스타일케어 비데는 기존 4가지 코스의 i-wave 시스템을 6가지 맞춤 코스로 업그레이드했다. 베이직 세정 모드, 저자극 케어 모드, 노즐이동식 액티브무브 모드 등 각 코스에 알맞은 수류 변화를 설계해 한번의 터치만으로 원하는 코스를 간편하게 선택할 수 있다.

신제품 스타일케어 비데는 3단계 스스



스타일케어 비데

로살균 시스템을 탑재해 위생성을 한층 강화했다. 유로, 노즐, 도기까지 매일 앞서 살균해 비데 속 고인 물을 깨끗이 비우고 사용할 때 마다 노즐을 세척한다.

월 렌탈료는 2만4900원(등록비 10만원 기준)이며 일시불 판매 가격은 81만원이다.

/김승호 기자

## 까사미아 이사 고객과 ‘홈&리빙 페스티벌’

까사미아는 오는 27일까지 새 집으로 이사하는 고객을 대상으로 ‘홈&리빙 페스티벌’을 실시한다고 6일 밝혔다.

까사미아 전국 매장에서 진행되는 이번 행사는 ▲신규 입주자 대상 20% 할인 ▲손 없는 날 이사 고객 200만 원 구매 시 기프트카드 증정 ▲신제품 출시 기념 추가 사은품 증정 ▲인기 겨울 소품 최대 30% 할인 등의 혜택이 주어진다.

까사미아의 베스트셀러 가구 최대 20%까지 할인 혜택은 심플한 디자인으로 사랑을 받고 있는 침실가구 ‘벤티리 시리즈’, 빈티지한 디자인의 거실가구 ‘로버 시리즈’ 등 평행대 및 공간별로 다양한 인기 가구를 특별한 가격에 구입할 수 있다.



이사하기 좋은 날로 알려진 ‘손 없는 날’ 이사하는 고객은 200만 원 이상 구매 시 추가로 기프트카드 5만원권을 증정한다.

/김승호 기자