

동아ST '슈가논' 인도서 첫 발매 환자수 7300만명, 해외진출 초석

발레라, 4월 1일부터 판매 예정
세계서 두번째로 당뇨병환자 많아

동아에스티가 자체 개발한 당뇨병치료제 신약 슈가논이 해외 시장에서는 처음으로 인도에 발매 된다.

동아에스티는 지난 17일 인도 뭄바이에서, 현지 파트너사 알켄과 당뇨병치료제 슈가논의 인도 발매식을 개최했다고 18일 밝혔다.

인도에서 슈가논의 제품명은 라틴어로 강함(Strong)을 뜻하는 '발레라(Valera)'이며, 오는 4월 1일부터 판매될 예정이다.

이날 발매식에서는 양사 대표와 관계자들이 참석한 가운데, 발매 기념영상 시청과 제품 강의 등이 진행됐다. 지난 2012년 말 동아에스티는 알켄과 인도, 네 팔에서의 슈가논 개발 및 판매에 관한 라이선싱 아웃 계약을 체결했다. 이후 알켄은 지난해 9월 임상3상을 완료하고, 12월 인도의약품관리청(DCGI)으로부터 허가 받았다.

상업화에 성공함에 따라, 동아에스티



동아에스티 임대식 회장이 17일 인도 뭄바이에서 개최된 슈가논(현지 제품명: 발레라) 발매식에서 축사를 하고 있다.

는 알켄에 제품의 원료를 공급하고 알켄은 인도 현지에서 완제 생산 및 판매, 마케팅을 담당한다.

알켄은 1973년 설립, 본사는 뭄바이에 위치한 인도의 선도적인 제약기업이다. 원료의약품과 제네릭의약품, 건강기능식품을 개발 및 제조, 판매하고 있으며, 인도 매출 순위는 6위다. 750개 이상의 제품을 보유하고 있으며, 미국을 포함한 전세계 50여개국에 진출해 있다.

인도의 당뇨병환자수는 약 7300만 명으로 중국에 이어 세계에서 두 번째로 많으며,

지난해 전체 당뇨시장은 15% 성장했다. 이 중 DPP-4계열 단일제는 9% 성장한 약 1830억 원, 복합제는 22% 성장한 약 3120억 원을 기록했다.

동아에스티 관계자는 "이번 인도 발매는 해외에서 슈가논이 발매되는 첫 번째 국가라는 의미가 있으며, 다른 지역에서 슈가논의 순차적 발매의 초석이 될 것"이라며 "동아에스티의 주력제품인 슈가논이 국내에서 매출을 지속 확대하고 있는 것처럼 해외시장에서도 매출이 확대되기를 바란다"고 말했다. /이세경 기자

K-팝·뷰티·어피치, 日 관광객 공략 관광공 "올해 320만명 방한이 목표"

도쿄·오사카 온·오프라인 마케팅
여행사와 재방문자 특화상품 개발

한국관광공사는 전년 대비 20%대의 높은 성장세를 이어가고 있는 일본 방한 시장 활성화에 더욱 박차를 가하고자 도쿄와 오사카 지사를 중심으로 온·오프라인 유치 마케팅을 집중 전개한다고 18일 밝혔다.

공사는 19일 일본 도쿄에서 '한국 테마관광 설명회'를 개최한다. 박정하 공사 국제관광본부장을 단장으로 하며 광주, 부산을 비롯한 6개 지자체와 공연, 웰니스 등 20여 개 기관이 참가한다. 이 자리에서 한일 양국의 여행업계 종사자 200여 명이 상담회 등 비즈니스 네트워크 행사를 가질 예정이다.

또한, 오는 31일 제주항공 나리타-무안 노선 취항과 '2019 광주 FINA 세계수영선수권대회'가 개최되는 기회를 활용해 광주·전라남도 3개 시도와 대회조직위가 공동으로 '2019 광주 세계수영선수권대회 및 전라관광설명회'를 진행한다. 이를 통해 전라권 방한여행 신규 수요 창출을 꾀한다.

공사 한반도관광센터는 '비무장지대(DMZ) 평화생태관광'을 주제로 경기, 강원권의 평화열차, 도보여행 등 테마별 DMZ 관광자원을 활용한 신규 상품화 콘텐츠를 소개해 일본시장 내 DMZ 상품 확대를 유도할 계획이다.

오사카지사에서는 일본인 방문객의 약 70%를 차지하고 있는 재방문객을 대상으로 전국 각지의 숨겨진 매력을 홍보하기 위한 대대적인 온라인 방한관광 마케팅을 전개한다. 일본의 대표 여행사 HIS와 공동으로 4월부터 8월까지 20-30대 젊은층 1만 명 유치를 목표로, '이런 한국 처음이지'라는 테마로 캠페인을 추진한다. 서울, 경기, 대구, 부산의 재방문객에게 추천하는 골목길 투어, 유니크 체험, 현지에서만 맛볼 수 있는 음식들을



어피치 한국관광홍보대사 임명식

소개하고 이를 직접 방문하는 연계상품을 개발한다.

이와 함께 공사는 캠페인 영상을 제작해 홈페이지와 구글, 야후재팬, 페이스북 등 각종 매체를 활용해 홍보한다. QR코드 스캔으로 웹광고 및 추천 관광콘텐츠들을 한눈에 보면서 동시에 상품 예약이 가능한 AR팝플렛(증강현실)을 개발하고 HIS 각 점포에 비치하여 재방문자를 대상으로 방한관광을 집중 홍보한다.

아울러 공사는 온라인 여행사 '에어토리'와 함께 한국 지방 재방문을 유도하는 '직항노선으로 가는 한국 지방의 새로운 매력' 캠페인을 전개한다. 캠페인은 오는 28일부터 2개월간 진행되며, 일본 노선 취항으로 접근성이 높아진 청주, 대구, 무안 공항을 거점으로 한 연계 관광지를 소개할 예정이다. 또한, 국내 개별 여행객(FIT) 전문 여행사와 함께 재방문자 대상 특화 상품을 개발하고 판촉을 강화해나간다.

하상석 한국관광공사 일본팀장은 "K-팝, 패션, 미용 중심 일본 내 신(新)한류 붐으로 일본인 방한관광 시장 성장세가 지속되고 있다"며 "공사는 최근 카카오프렌즈 캐릭터 '어피치'를 한국관광홍보대사에 임명하는데 이어, 국내 지방 관광 활성화와 일본인 재방문객 확대를 위한 온·오프라인 캠페인을 집중 전개해 올해 일본관광객 320만 명 유치 목표를 달성하겠다"고 밝혔다.

/김민서 기자 min0812@



필립스 소닉케어,
세계 구강보건의 날 맞아 양치법 교육

필립스코리아의 구강헬스케어 브랜드 '소닉케어'가 18일 오전 서울 청계광장에서 3월 20일 '세계 구강보건의 날'을 맞아 잇몸건강 지키는 '안전한 양치법' 교육 행사를 개최하고 있다. 이날 오전 소닉케어는 시민들에게 힘으로만 닦는 자극적인 양치습관을 잇몸출혈, 잇몸손상으로 이어져 치주질환을 유발하고, 전신건강까지 위협한다는 메시지를 전달했다. /손진영 기자 son@

전승호 대응제약 사장, 예비약사와 소통

약대생 실습생 30명과 간담회 개최

전승호 대응제약 사장이 예비약사들과 제약산업의 미래에 대한 대화를 나눴다.

18일 대응제약에 따르면 전 사장은 지난 15일 서울 삼성동 대응제약 본사 소통라운지에서 올해 1월부터 실습을 진행중인 '팜 DW(Pharm DW)' 약대생 실습생 약 30명과 소통간담회를 가졌다.

'팜 DW'는 약학전공 학생들이 졸업을 위해 의무적으로 이수하는 제약산업 실습을 의약품 연구와 생산, 마케팅, 품질관리와 유통 등 8주 또는 15주 등 일정기간 프로그램으로 구성한 실습생제도다.

지난해 모집공고를 통해 약 80명의 실습생을 선발한 바 있으며, 올해 상반기 2회 심화실습을 운영할 계획이다. 잠재력과 업무역량을 평가해 실습기간 중 우수한 평가를 받은 실습생은 정규직으로 채용된다.

기존 실습생 프로그램이 단순 체험에 그치는 점을 개선해, 실질적인 업무 체험을 제공하는 성장 맞춤형 실습으로 관련 실무 경험을 통한 참가자의 역량 강화에



전승호 대응제약 사장(왼쪽 첫번째)이 지난 15일 서울 삼성동 대응제약 본사 소통라운지에서 올해 1월부터 실습을 진행중인 '팜 DW(Pharm DW)' 약대생 실습생 약 30명과 소통간담회를 갖고, 질문에 답하고 있다.

집중해 운영하는 것을 목표로 한다.

실습생들은 전 사장에게 회사의 경영방향, 제약회사에서의 커리어패스, 대표님이 생각하는 리더십, 대응제약 입사 후 사장에 이르기까지의 폴스토리, 다시 약대 6학년으로 돌아가면 하고 싶은 일 등을 질문했고, 전 사장의 답변과 조언을 경청했다.

전 사장은 "실습생 여러분들이 차별성을 가지고 우수한 인재로 성장할 수 있기를 기원한다"고 말했다. /이세경 기자

동아제약 '어린이용 가그린' 돼지 캐릭터 패키지 리뉴얼

동아제약이 리뉴얼을 통해 소비자 사로잡기에 나섰다. 동아제약은 황금돼지해를 맞아 어린이용 가그린의 패키지를 돼지 캐릭터 데이지가 주인공인 '굴리굴리 프렌즈'로 리뉴얼 출시(사진)했다.

굴리굴리 프렌즈는 그림책 작가이자 인기 일러스트레이터인 김현 작가의 캐릭터다. 새롭게 바뀐 어린이용 가그린에는 숲에 살고 있는 마음씨 고운 착한 돼지 데이지와 호기심 많은 친구들의 일상이 담겨 있다.

동아제약은 어린이용 가그린의 패키지 디자인뿐 아니라 용기도 새롭게 바꿨다. 기존 유색 용기에서 재활용이 비교적 쉬운 무색 투명 용기로 변경했다. /이세경 기자



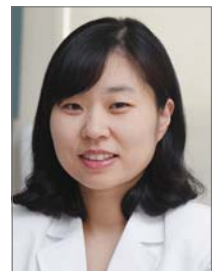
김건하 이대목동병원 교수

챗봇 회사 '하이'에 치매예방 콘텐츠 기술 이전

김건하(사진) 이대목동병원 신경과 교수가 챗봇 개발 회사인 하이와 치매 예방 훈련용 콘텐츠의 기술 이전 협약을 체결했다.

이번에 이전하는 기술은 '치매 예방을 위한 인지능력 강화 훈련 챗봇 콘텐츠'로 한국연구재단 지원 과제로 진행된 중인 초고령자들의 뇌인지 건강 향상을 위한 스마트 헬스케어 서비스 플랫폼의 일종이다.

하이는 연세대학교 경영학과 HCI Lab 김진우 교수가 창업한 회사로 최근에 김건하 교수의 치매 예방 콘텐츠를 기반으로 한 '새미'라는 챗봇을 개발 중에 있다.



챗봇 '새미'는 누구나 쉽게 스마트폰으로 접근 가능한 카카오톡을 활용해 간단하고 재미있는 인지 강화 게임을 할 수 있는 서비스로 고령자들도 쉽고 편리하게 훈련할 수 있는 프로그램이다. 이 프로그램은 치매 전문의 및 임상심리전문가를 통해 검증된 인지훈련 콘텐츠, 사용자에 대한 관리 기능, 동반자적 느낌을 가지게 하는 대화 디자인 등이 반영돼 있다. /이세경 기자

애경산업

숯 성분 담은 '2080' 출시

애경산업의 내추럴 치약라인 2080 퓨어는 유립산 100% 자연유래 숯 성분을 담은 '2080 퓨어블랙치약 차콜민트향'을 출시했다고 18일 밝혔다.

이 치약은 입자가 곱고 미세한 코코넛

검질숯이 함유된 내추럴 콘셉트의 치약으로 하얗고 깨끗한 치아유지와 구취 제거에도움을 주는 것이 특징이다. /김민서 기자

