무라벨 생수 인기에 라인업 확대

롯데칠성, 대중적 용량 500mL·2L
분리배출 편의성, 재활용률 ↑
올해 약 180만 상자 판매 목표

롯데칠성음료가 페트병 몸체에 라벨을 없앤 무(無)라벨 생수인 '아이시스 8.0 ECO'의 인기에 힘입어 '아이시스 ECO' 500mL 및 2L를 출시하며 제품군 강화에 나선다고 7일 밝혔다.

아이시스8.0 ECO는 지난 1월 국내 생수 브랜드 최초로 선보인 무라벨 생수로, 라벨 사용량과 라벨을 떼어내는 번거로움은 줄이고 분리배출 편의성과 페트병 재활용률은 높인 친환경 생수다.

롯데칠성음료는 친환경성, 편리함, 세련된 디자인 등으로 주목받는 무라벨 생수의 판매 및 인지도 확대를 위해 소비자 선호도가 높고 대중적인 용량인 500mL 및 2L 제품으로 라인업을 확대했다.

아이시스 ECO 500mL 및 2L는 라벨을 사용하지 않는 대신 제품명을 페트병 몸체에 음각으로 새겨 넣고, 아이시스의 상징색인 블루 컬러를 병뚜껑과 포장 필름에 적용해 간결하고 세련된 디자인을 살렸다. 경남 산청군 지리산 기슭에서 취수한 천연암반수로 칼슘 및 마그네슘 등 각종 천연미네랄이 풍부하고 깔끔한 물맛이 특징이다.

아이시스 에코 3종 /롯데칠성음료

롯데칠성음료는 무라벨 생수 3종의 판매처 확대 및 영업, 마케팅 강화를 통해 올해 약 180만 상자를 판매 목표로 삼고 있다. 이를 통해 라벨 포장재 약 1430만 장, 무게 환산 시 약 9톤의 포장재 폐기물 발생량을 저감할 것으로 기대하고 있다. 절감될 라벨을 가로로 이어 붙이면 총 4120km로(1.5 및 2L 32.9cm, 500mL 21.1cm 기준) 이는 직선거리 약 325km인 서울~부산 사이를 12번(왕복 6번) 오갈 수 있는 길이다.

롯데칠성음료는 아이시스 ECO 신제품 출시를 기념해 6월 중 롯데마트, 이마트, 홈플러스 등 대형마트과 손잡고 가격 할인 이벤트를 실시할 계획이다.

롯데칠성음료 관계자는 "마시고 분리수거함에 버리기만 해도 필(必)환경 활동에 동참할 수 있는 무라벨 생수 아이시스 ECO의 제품군 확대가 환경을 생각하는 소비자의 다양한 니즈를 만족시켜줄 것으로 기대한다"며 "무라벨 생수뿐만 아니라 음료에도 재활용 공정에서 인쇄층이 분리되는 에코 라벨 도입 등 친환경을 위한 포장재 개선 활동에 앞장설 것"이라고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

(왼쪽부터)정이호 아이파트너스대표, 유경하 의료원장, 최양규 대한민국 렌탈사랑협동조합이사장

이화의료원, 기관간 상호교류 업무협약

렌탈사랑협동조합-아이파트너스그룹 협동조합 이사장, ㈜아이파트너스그룹 정이호 회장 등 업무 제휴 관계자 등이 참석했다.

이화여자대학교 의료원은 지난 5일 대한민국 렌탈사랑 협동조합, ㈜아이파트너스그룹과 삼자간 업무제휴 협약식을 갖고 향후 관련 사업 분야에서 적극 협조하기로 했다고 밝혔다.

미래 지향적 상호 교류를 위해 마련된 이번 업무제휴 협약식에는 유경하 이화여자대학교 의무부총장 겸 의료원장, 임수미 이대서울병원장 등 의료원 관계자들과 최양규 대한민국 렌탈사랑협동조합 이사장, ㈜아이파트너스 정이호 회장 등 업무 제휴 관계자 등이 참석했다.

이번 업무 협약을 통해 세 기관은 ▲기관간 상호 정보 공유 ▲회원 및 의료관광객 내원시 최선의 진료 및 검진 서비스 제공 ▲해외VIP 건강검진 프로그램 개발시 협력 ▲미래지향적 관계 구축을 위한 교류 및 자문 ▲다양한 사회공헌 활동 및 건전한 기부문화 확산을 위한 참여 및 지원 등의 활동을 통해 상호 협력할 예정이다. /이세경 기자 seilee@

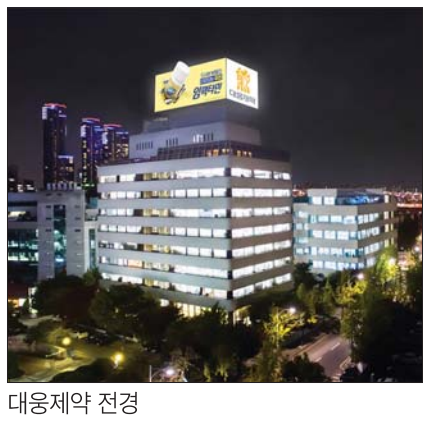
대웅그룹, 코로나 치료제 동물시험서 효과 입증

'DWRX2003', 바이러스 감염 개선
폐조직서 염증 예방 효과도 확인

대웅제약과 ㈜대웅 자회사인 대웅테라퓨틱스가 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 치료제 'DWRX2003'의 동물 효능시험에서 뚜렷한 바이러스 감염 개선 효과를 확인했다고 5일 밝혔다.

대웅테라퓨틱스는 충북대학교 의과대학과 함께 페럿(족제비)을 대상으로 체내 효능시험을 진행해 코로나19 바이러스 감염된 페럿에 'DWRX2003'을 투여하고 정상군, 바이러스감염군, 시험군을 각각 비교했다.

이 결과, 바이러스 감염군은 감염 후 8일까지도 콧물 및 폐에서 바이러스가 지속적으로 관찰됐으나, 'DWRX2003'이 투여된 시험군의 경우 감염 후 4일차부터 대조군 대비 콧물에서의 바이러스 역가가 유의적으로 감소했다.


대웅제약 전경

특히 감염 후 3일차에 실시한 폐 조직 부검 및 바이러스 농도 측정 결과, 폐 조직에서 바이러스를 완전히 제거함을 확인했다.

또 폐 조직에서 바이러스가 완벽히 제거됨에 따라 염증성 사이토카인 분비가 억제되어 폐 조직에서의 염증예방 효과도 확인했다.

약물의 직접적인 항바이러스 활성에 의해 폐 조직 내에서 감염 바이러스의 제거가 가능함을 확인함과 동시에, 바이러스 감염에 의한 조직 염증 방지 효과를 확인한 것이다. 앞으로 경증, 중증도, 중증 코로나19 감염 환자에게 모두 아우를 수 있는 치료제로 개발을 진행할 계획이다.

한편, 대웅제약과 대웅테라퓨틱스는 지난 5월 'DWRX2003'를 공동개발하는 계약을 체결했다. 해당 계약을 통해 연구, 개발 및 해외 라이선스 아웃을 공동으로 진행할 예정이며, 개발 비용과 수익도 공동 분배된다.

특히 대웅테라퓨틱스는 'DWRX2003'에 대한 제조공정 및 분석기술 관련 CMC 연구와 비임상연구에 주력하며, 대웅제약은 임상연구, 허가, 제품 생산에 주도적 역할을 맡게 된다. 현재 대웅테라퓨틱스로부터 대웅제약 오송공장으로 기술이전이 완료됐으며, 임상용 샘플의 생산이 진행 중에 있다.

/이세경 기자

시들지 않는 집안의 작은 정원
갤러리아백화점의 압구정동에 위치한 명품관에서는 특수 용액에 담긴 병에 식물을 온전한 상태로 보존할 수 있는 소품이 출시되어 눈길을 끌고 있다. /갤러리아백화점

제주삼다수 페트병이 에코백으로 재탄생

제주 지역자원 순환 프로젝트

제주삼다수 페트병이 고품질의 친환경 니트백으로 재탄생했다.

제주삼다수는 제주에서 배출된 페트병을 재생섬유로 재활용해 만든 친환경 패션 아이템이 이달 출시된다고 7일 밝혔다.

이 제품은 제주개발공사와 제주도, 효성TNC, 플리츠마마가 함께 진행 중인 '다시 태어나기 위한, 되돌림! 제주 지역자원 순환 프로젝트'의 일환으로 제작된 것으로, 국내에서 수거된 페트병이 상품으로 출시되는 것은 이번이 처음이다.

이번 프로젝트는 제주개발공사가 수거한 페트병을 효성TNC에 공급하면, 효성은 이를 고급 장섬유로 재탄생시키고, 친환경 패션 스타트업인 플리츠마마가 이를 활용해 친환경 가방을 제작하는 구조로 진행되고 있다.

이를 위해 공사는 1월부터 도내 비영리단체인 '제주인사회적 협동조합'과 함께 도내 71개 재활용도움센터에 투명 페트병 별도수거 시설을 두고, 재생원료 생산을 위한 시스템을 구축했다.

이렇게 탄생한 '플리츠마마 제주 에디션'은 여름 니트와 쇼퍼백, 네트백, 나노백 등 4종으로 구성됐다.

삼다수 재활용한 '플리츠마마 제주 에디션'

/조효정 기자

HK inno.N 건기식 이어 더마화장품 사업 진출

수딩로션·크림 등 2종, 피부과 공략

대한민국 30호 신약 케이캡과 숙취해소음료 컨디션을 보유하고 있는 HK inno.N(구 CJ헬스케어)이 더마 코스메틱 시장에 새롭게 진출한다.

한국콜마에 인수된 지 만 2년만에 HK inno.N이 선보이는 첫번째 사업이다. HK inno.N은 의약품, 건강음료, 건강기능식품뿐만 아니라 더마 코스메틱까지 사업 영역을 확대하면서 종합 헬스케어 기업으로 기반을 다지고 있다.

HK inno.N의 더마 코스메틱 브랜드 명은 '클레더마'로, 클레더마RX 수딩로션과 수딩크림 등 총 2종으로 피부과에 진출한다. 이 제품들은 피부과 진료와 곁들여 빠른 피부 진정과 수분 공급을 도울 목적으로 개발됐다. 두 제품 모두 '더마 인셀로지' 특허 기술이 적용돼 실제 피부 구성과 유사한 성분 조합으로 피부 장벽 기능 향상 및 보습에 특화됐다.

HK inno.N은 더마 코스메틱 상품 기획, 영업, 마케팅 전담 조직을 별도로 만들고 피부과 전용 화장품으로 종합병원 피부과 및 개원의를 중점 공략한다. 하반기에는 고기능성 탈모 관리 제품들로 홈쇼핑 등을 통해 일반 소비자들도 공략할 예정이다.

HK inno.N 본사

제품은 HK inno.N과 한국콜마가 공동 개발했고, 제조는 한국콜마가 맡았다. HK inno.N의 모기업인 한국콜마는 글로벌 화장품, 건강기능식품 연구개발제조 전문 기업으로, 제품 기획부터 생산까지 종합 솔루션을 제공하고 있다. 두 회사는 제약과 화장품 기술을 융합한 더마 코스메틱 제품을 지속 선보일 예정이다.

HK inno.N이 진출할 더마 코스메틱 시장은 연평균 15%씩 성장해 올해 1조2000억 원 규모를 띌 것으로 전망된다. 더마 코스메틱은 피부 과학을 뜻하는 더마톨로지와 화장품을 의미하는 코스메틱의 합성어로 민감한 피부를 관리하는 저자극성 제품을 뜻한다.

/이세경 기자