

이완신의 현장경영 “협력사 상생” 고인슐린증 신약, 소아치료 희귀의약품 지정

〈롯데홈쇼핑 대표〉

파트너사 ‘코스맥스바이오’ 방문
포스트코로나 대비 현장경영 강화
거래과정에 대한 협력사 의견 청취



이완신 롯데홈쇼핑 대표가 지난 26일 파트너사 코스맥스바이오를 방문해 생산시설을 둘러보고 있다. 김호기 코스맥스바이오 생산팀장(왼쪽), 이완신 롯데홈쇼핑 대표 /롯데홈쇼핑

롯데홈쇼핑 이완신 대표가 포스트코로나를 대비해 파트너사의 의견을 직접 청취하고, 상생 협력관계를 구축하기 위해 현장 소통 강화에 나섰다.

이 대표는 지난 26일 충북 제천에 위치한 건강기능식품 제조업체 ㈜코스맥스바이오를 방문해 롯데홈쇼핑과 거래과정에 대한 의견을 청취하고, 포스트코로나에 대비해 협력관계를 강화하기 위한 방안을 논의했다.

또한 내부 시설과 생산라인을 돌아보며 제품 제조과정을 직접 보고, 여름철 식품 안전사고가 집중적으로 발생하는 점을 고려해 위생상태도 점검했다. 이외에도 이달 초 론칭한 신신식품 자체 브랜드 ‘하루일과’ 사과를 선물로 전달했다.

이날 방문은 파트너사의 목소리를 직접 청취하고 반영해 보다 실질적인 상생 활동을 전개하고자 하는 현장경영의 일환으로 마련됐다. 이 대표는 지

난 2017년 롯데홈쇼핑에 부임한 이후 정기적으로 파트너사를 방문해 애로사항을 점검하고, 개선점을 모색하는 등 소통을 이어왔으나, 코로나19로 잠정 중단했다. 올해 첫 파트너사 방문을 계기로 현장경영을 재개했다.

롯데홈쇼핑 이완신 대표는 “코로나19 위기 극복을 위해 파트너사와 상생 협력을 최우선으로 삼고 자금 지원, 입점 상담, 상품 판매 등 실질적인 지원을 이어오고 있다”며, “파트너사와 소통 기회를 더욱 확대해 상호 신뢰를 바탕으로 지속 성장할 수 있는 방안을 실행

해 나갈 것”이라고 말했다.

한편, 1984년 설립된 ㈜코스맥스바이오는 건강기능식품을 직접 개발해 고객사에 납품하는 제조자개발생산(ODM) 회사다. 지난달 롯데홈쇼핑이 최초로 선보인 건강식품 자체 브랜드 ‘데일리 밸런스(Daily Balance)’ 제조에 참여한 우수 파트너사이다. 첫 상품인 ‘프렌치 콜라겐 5000’은 현재까지 2회 방송 동안 주문수량 3000건, 주문금액 7억 5000만원으로 연속 매진을 달성했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

한미약품 ‘랩스 글로카곤 아날로그’
시판허가 받을 경우, 우선검토권 제공

한미약품이 개발중인 고인슐린증 치료 혁신 후보물질이 미국에서 두번째 희귀의약품 지정을 받았다.

28일 한미약품에 따르면 미국 식품의약품(FDA)은 한미약품이 개발중인 고인슐린증 치료 신약 랩스 글로카곤 아날로그(LAPSGlucagon Analog)를 소아에서 발생하는 선천성 고인슐린증 치료를 위한 희귀의약품으로 지정했다. 지난 2018년 선천성 고인슐린증 치료를 적응증으로 희귀의약품(ODD)에 승인된데 이어 이번엔 소아 치료를 위한 희귀의약품에 다시 지정됐다.

RPD는 희귀 소아질환을 예방 또는 치료하는 신약 후보물질의 개발을 장려하고자 제정된 FDA 특수 프로그램이다. RPD 지정을 받은 적응증으로 해당 후보물질의 시판허가를 받을 경우, 향후 사용할 수 있는 ‘우선 검토권(PRV)’가 제공된다. PRV는 FDA의 허가 심사를 6개월 내에 완료할 수 있도록

해주는 권리로, 다른 제품의 시판허가 절차에서 유용하게 사용할 수 있으며 회사 간 판매와 양도도 가능하다.

회사측 관계자는 “LAPSGlucagon Analog가 2018년에 이어 추가로 RPD로 지정됨에 따라 향후 한미약품의 혁신신약 후보물질이 FDA의 의약품 신속개발 특수 프로그램 적용을 받을 가능성이 높아졌다”고 평가했다.

선천성 고인슐린증은 신생아와 소아에게 심각하고 지속적인 저혈당을 일으키는 희귀질환이다. 신생아 2만5000~5만명당 1명 꼴로 발생하며 이 중 60% 정도가 생후 1개월 안에 진단을 받는다.

현재까지 허가받은 치료제가 없어 신생아와 소아들은 심각한 저혈당에 따른 뇌손상 위험이 큰 상황이다.

LAPSGlucagon Analog는 현재 미국에서 비만 적응증으로 임상 1상이 진행중이며, 유럽 EMA로부터 선천성 고인슐린증 및 인슐린 자가면역 증후군 치료를 위한 희귀의약품으로 지정되기도 했다. /이세경 기자 seilee@

환경캠프도 언택트... 에코크리에이터 모집

아모레퍼시픽, 디지털 환경캠프
온라인 환경 토크쇼, 프리챌린지 등
초등학생 대상 온라인 참가 접수



아모레퍼시픽 디지털 환경 캠프

아모레퍼시픽이 ‘2020 Love the Earth 디지털 환경캠프’를 진행한다고 28일 밝혔다. 생활 속 거리두기를 고려해 디지털·언택트 방식으로 진행되는 이번 환경캠프는 전국의 초등학생(5·6학년)들을 대상으로 7월 3일까지 온라인 접수를 진행한다.

아모레퍼시픽의 환경 캠프는 1993년 9월, 태평양그룹(현재의 아모레퍼시픽 그룹)이 선포한 ‘무한책임주의’ 중 환경에 대한 책임을 실천하기 위해 진행한 ‘태평양 여름 환경 캠프’를 계승한 것이다. 이번 ‘2020 Love the Earth 디지털 환경캠프도 아모레퍼시픽그룹의 지속가능경영 비전을 이해하고, 플라

스틱 문제에 대해 창의적이고 유연한 사고로 대응할 수 있는 ‘어린이 에코크리에이터’를 육성한다는 취지로 기획했다.

사단법인 환경교육센터와 함께하는 ‘2020 Love the Earth 디지털 환경캠프’는 생활 속 거리두기를 고려해 온라인 입학식(7월 11일)을 시작으로 약 한달간 진행된다.

온라인 공개 모집을 통해 선정된 참

가자들은 조깅을 하면서 동시에 쓰레기를 줍는 플로깅 미션, 환경 전문가들과 함께 플라스틱 문제를 고민해보는 온라인 환경 토크쇼, 플라스틱 없이 생활해보는 플라스틱 프리 챌린지, 나만의 환경 캠페인 영화 만들기 등의 활동을 진행한다. 업사이클링, 그린 디자인, 환경 영상 제작 전문가들이 5주간의 언택트(비대면) 멘토링을 통해 함께 할 예정이다. /조효정 기자 princess@

‘편의점 와인’ 매출 쑥쑥... 주역은 3040 여성

40대 여성 구매비중 22.3%

바야흐로 편의점 와인 전성시대다. 편의점 세븐일레븐에 따르면 올해(1월1일~6월26일) 와인 매출은 전년대비 32.2% 증가하며 유례없는 성장세를 기록하고 있다. 특히 4월 중순 모바일 앱(세븐앱) ‘와인예약주문 서비스’가 오픈된 이후로는 무려 60.3%의 신장률을 기록할 만큼 고객 수요가 날로 커지고 있다.

편의점 와인의 성장 주역은 경제력을 갖춘 3040세대 여성이었다. 세븐일레븐이 모바일 와인예약주문 서비스

이용 현황을 분석한 결과 40대 여성 구매 비중이 전체의 22.3%로 가장 높게 나타났고, 30대 여성이 18.2%로 그 뒤를 잇는 등 3040 여성의 와인예약주문 비율이 전체의 40.5%를 차지했다. 전체 여성 구매 비중도 55.9%로 나타났다. 판매가 169만원의 고가 와인인 ‘샤또마고750ml’의 구매고객도 40대 여성인 것으로 나타났다.

세븐일레븐은 여성이 남성보다 상대적으로 여유있는 생활문화를 추구하는 경향을 보이고, 특히 경제력을 갖춘 3040세대가 핵심 고객층을 형성하게 됐다고 분석했다. /신원선 기자



세븐일레븐에서 와인을 구매하는 고객

뉴트로 더한 ‘우루사’, 패션 제품 속으로

정장브랜드 ‘지이크’와 협업

국내 판매 1위 간 기능 개선제 ‘우루사’가 젊은 감성으로 소비자에게 다가간다.

대용제약은 대표 제품인 ‘우루사’와 젊은 감성의 정장 브랜드 ‘지이크’가 콜라보레이션해 여름 한정으로 패션 상품 3종을 출시했다고 26일 밝혔다. 이번 콜라보레이션은 뉴트로 열풍에 힘입어 전통 브랜드 ‘우루사’가 젊은 소비자에게 새롭게 다가가기 위해 진행됐다.

각 제품에는 우루사 브랜드아이덴티

티(BI)인 ‘곰’의 이미지를 복고풍 감성을 담아 귀엽고 캐주얼하게 표현했다. 브랜드 로고 디자인은 최근 뉴트로 디자인으로 업계에 반향을 불러일으키고 있는 조인혁 작가와 대용제약 디자인 팀에서 협업하여 우루사의 브랜드 정체성까지 담아냈다.

이번에 선보이는 제품은 남성 직장인의 필수품인 티셔츠, 슬리퍼, 양말 등 총 3종이다. ‘간 기능 개선을 통한 피로회복제’라는 우루사의 컨셉을 고려하여 업무에 지친 직장인에게 편안함을 줄 수 있는 아이템으로 구성했다. 티셔츠와 양말은 면 100% 천연섬유



우루사X지이크

로 부드럽고 흡습성이 좋아 쾌적하게 착용할 수 있고, 슬리퍼는 쿠션을 넣어 착화감을 높이고 미끄러움은 최소화해 편안하게 신을 수 있다. /이세경 기자

헬릭스미스 ‘엔젠시스’ 美 임상 재시동

헬릭스미스는 당뇨병성 신경병증 치료제 후보물질인 ‘엔젠시스’의 미국 임상 3-2상을 다시 시작한다.

28일 헬릭스미스에 따르면 미국 하버드 의과대학 산하 브리검여성병원(BWH)을 비롯해 15개 임상시험 센터는 당뇨병성 신경병증 환자 152명을 대상으로 위약 대비 엔젠시스의 통증 감소 효과가 유효한지를 비교·분석하는 방식으로 임상시험에 돌입했다.

엔젠시스는 2018년 미국 FDA로부터 만연 질환으로는 처음으로 첨단재생의약치료제(RMAT)로 지정된 유전자치료제다. 하지만 지난 2월 헬릭스미스는 엔젠시스가 임상 3-1상에서 위약 대비 통계적으로 유의미하지 않아 주평가지표 달성에 실패했다고 밝힌 바 있다. 다만 임상 3-1B상에서 안전성·유효성이 확인돼 후속 임상 3-2상을 조만간 시작할 계획을 밝혔다. /이세경 기자