

“의사고시 추가접수 없다”... 갈등 재점화 우려

전체 대상자 중 14%만 고시 응시 전공의, 시험 거부 후속대책 요구 “추가기회, 공정·형평성 우려”



2021년도 제85회 의사국가시험 실기시험 첫날인 8일 서울 광진구 한국보건과학대학교가시시험원이 한산한 모습을 보이고 있다. /손진영 기자 son@

일주일 연기됐던 제85회 의사국가시험 실기시험은 예정대로 시작됐다. 전체 대상자의 14%만 응시했지만 정부가 추가 접수는 없다고 밝히며 의료 공백이 우려된다. 이날 집단 휴진을 중단하고 병원으로 복귀한 전공의들도 시험 거부에 대한 후속대책을 요구하고 있어 갈등이 재점화될 가능성도 높아졌다.

의사국가시험 실기시험이 14%만 참석한 채 8일 예정대로 시행됐다. 당초 지난 달 31일 시작이었던 국시는 의대생들의 시험 응시 집단 거부로 시작을 하루 앞두고 1주일 연기되는 과정을 거쳤다. 하지만 의대생 대다수가 재접수 기간에도 응시를 거부해 이날 시험에는 응시대상 3172명 중 14%인 446명만이 참석했다.

대한의사협회와 대한전공의협의회

등 의료계가 대책을 요구하고 있지만 정부는 추가 접수는 고려하지 않고 있다는 입장을 재확인했다.

손영래 보건복지부 대변인은 이날 브리핑에서 “의대생들이 국가시험을 스스로 거부하고 있는데, 정부에 구제요구를 하는 것은 불가능한 일을 해결하라고 요구하는 것과 같다”면서 “의협과 전공의 단체는 정부에 무엇을 요구

하기보다는 의대생들이 스스로 ‘학업에 복귀하고 시험을 치르겠다’고 입장을 바꾸게 하는 노력을 우선하는 것이 순리”라고 지적했다.

정부는 의대생에게 국가시험의 추가 기회를 주는 것은 공정성과 형평성에 위배된다고 판단하고 있다. 올해 국시 거부로 인한 인력 부족분은 추후 방안을 마련할 방침이다.

손 대변인은 “정부가 수련병원과 인턴 수급 대응 방안을 논의할 예정”이라며 “의사가 해야 하는 업무를 구분하고 의사 인력을 단기적으로 확충하는 것, 경증환자를 중소병원으로 더 분산해서 대부분 삼급병원인 수련병원에서는 중증환자에 집중할 수 있도록 업무량을 조정하는 부분 등을 논의하면서 대응 방안을 수립할 것”이라고 설명했다.

시험이 예정대로 시작되면서 이날 업무에 복귀한 전공의들의 추가 단체 행동 여부에도 관심이 모인다. 전공의들은 대전협 비상대책위원회의 결정에 따라, 지난 달 21일부터 이어졌던 무기한 집단 휴진을 중단하고 이날 오전 7시 병원 업무에 복귀했다.

다만, 비대위가 의과대학생의 국시 문제가 해결되지 않으면 단체행동 수위를 높이겠다고 선언한 바 있어 갈등의 불씨는 여전히 남아있는 상태다. 의협 역시 의대생이 구제되지 않을 경우 정부와의 합의를 반복하겠다고 밝힌 바 있다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr



덴티가드랩 그림핏 칫솔

대응계약

덴티가드랩 그림핏 칫솔

대응계약은 ‘덴티가드랩 그림핏 칫솔’의 신제품으로 어린이용 칫솔 ‘베이비엔젤’과 ‘키즈’ 2종을 7일자로 출시했다고 밝혔다. ‘덴티가드랩 그림핏 칫솔’은 대응계약과 서울대학교 치과대학이 공동 개발하여 특허 받은 칫솔이다.

이번에 출시된 ‘덴티가드랩 그림핏 칫솔’의 어린이용 2종 ‘베이비엔젤’과 ‘키즈’는 100% 자연 유래 나일론 칫솔모를 사용하고, 99.9% 항균모를 적용한 것이 특징이다. 칫솔모 빠짐 현상을 최소화하고, 8대 중금속과 환경호르몬 유발물질 등이 검출되지 않아 안심하고 사용할 수 있다.

/이세경 기자

리리코스

콜라겐 삼중 관리 앰플

아모레퍼시픽의 리리코스가 콜라겐을 삼중으로 관리하는 ‘누보 콜라겐 브이 앰플(사진)’을 출시한다고 8일 밝혔다.



이번 신제품은 리리코스의 기술력으로 개발한 누보 콜라겐™ 성분을 51.7% 함유해 피부를 탄탄하고 건강하게 가꾸는 데 도움을 주는 콜라겐 앰플이다.

누보 콜라겐™은 피부 흡수율을 높인 저분자와 콜라겐과 바쿠치를 성분으로 이뤄진 혁신적인 탄력 성분이다. 저분자 콜라겐이 피부에 효과적으로 전달되고, 바쿠치를 성분이 콜라겐 활성을 촉진하는 동시에 감소까지 억제해 콜라겐을 삼중으로 관리한다.

/조효정 기자

‘웨어블 로봇’ 도입하니 화상 재활통증 40% 감소

한림대강성심병원 로봇 ‘슈바’ 보행 어려운 환자 12명 재활훈련



웨어블 로봇

화상으로 인해 걷기 어려워진 환자가 재활치료 시 ‘로봇’을 이용하면 보행 기능이 향상되고 통증이 줄어든다는 임상 연구 결과가 나왔다.

한림대강성심병원 재활의학과 서정훈·조운수·주소영 교수팀은 이 같은 연구 결과를 8일 발표했다. 연구팀은 하반신 화상을 당해 보행이 어려운 환자 12명을 대상으로 2018년 1월부터 2019년 5월까지 웨어러블 보행보조 로봇 ‘슈바(SUBAR)’를 적용해 재활훈련을 실시했다.

그 결과, 환자가 느끼는 통증이 재활 전 6.9점 정도에서 로봇 재활 후 4.1점 정도로 39.7% 가량 감소했다. 보행 능력도 주변인이 있어야만 겨우 균형을

잡을 수 있던 수준에서 주변 도움 없이 혼자서 움직일 수 있는 정도로 좋아졌다. 환자가 6분간 걸을 수 있는 거리도 182m에서 279m로 53% 정도 증가했다.

/이세경 기자

비이커, 가격 낮춰 온라인 사업 ‘도전’

온라인 전용 ‘비 언더바(B_)’ 라인

1000억원 브랜드 비이커가 최초 온라인 전용 상품 출시로 또 한번 균형을 지켰다.

삼성물산 패션부문의 컨템포러리 멀티숍 ‘비이커(Beaker)’는 온라인 사업 확대와 함께 밀레니얼 고객과의 소통을 확대하는 차원에서 온라인 전용 브랜드 ‘비 언더바(B_)’를 출시했다고 8일 밝혔다.

‘비 언더바’는 공백을 의미하는 기호로, 비이커의 브랜드 아이덴티티를 바탕으로 현 시대의 감성을 담아내는 공백의 의미를 담고 있다.

비이커는 자체 제작한 오리지널 라인(PB) 상품을 중심으로 트렌디하고 유니섹스한 스타일의 상품을 ‘비 언더바’ 라인으로 구성했다. 특히 트렌디하

고 가성비를 중시하는 2535 고객을 겨냥해 비이커 상품 대비 가격을 60% 수준으로 책정했다.

또 삼성물산 패션부문 통합 온라인몰 SSF샵을 통해 ‘비 언더바’ 사업을 전개하는 한편 비이커 청담/한남 플래그십 스토어 등에는 ‘비 언더바’ 쇼룸을 마련해 브랜드를 강화해 나갈 방침이다.

비이커는 올 가을겨울 시즌 ‘비 언더바’ 컨셉을 ‘관계(Relationship)’로 잡았다. 톤 다운된 컬러감과 여유있는 젠더리스 실루엣으로 관습을 넘은 관계를 재정의했다. ‘비 언더바’는 오버사이즈 맥코트와 싱글코트, 세미오버핏의 피코트와 트렌치코트, 오버사이즈 재킷, 데님 팬츠, 카디건, 셔츠, 스웨터, 목걸이 등 의류와 액세서리로 구성됐다.

/조효정 기자 princess@

써브웨이, 고기없는 고기맛 샌드위치

써브웨이가 식물성 고기로 만든 샌드위치 ‘얼터미트(altermeat) 씹’을 출시했다고 8일 밝혔다.

얼터미트 씹은 써브웨이가 최근 내놓은 코리안 스타일 샌드위치 ‘K-바비큐 샌드위치’의 대체육 버전으로, 국내에서 처음 선보이는 써브웨이의 대체육 메뉴다.

‘얼터미트’(altermeat)은 ‘대체육’을 의미하는 영어 단어 ‘얼터너티브 미트’(alternative meat)의 줄임말이다. 얼터미트 씹은 실제 고기 대신 프리미엄 대체육 토핑을 사용한다. 고기와 유사한



고기맛 대체육 샌드위치

식감의 식물성 고기에 특제 ‘K-바비큐 소스’를 더해 한국인이라면 누구나 좋아할 만한 맛과 식감을 구현했다.

얼터미트 씹에 사용되는 대체육은 밀 단백질과 대두 단백을 최적 비율로 조합한 식물성 단백질에 퀴노아, 렌틸콩, 병아리콩 등 슈퍼푸드 곡물을 추가해 영양을 강화한 제품이다.

/원은미 기자 silverbeauty@

올해 음료시장 ‘탄산’이 매출 견인

‘탄산’이 올해 상반기 음료 시장을 이끌었다.

롯데칠성음료는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인한 야외 활동 감소 등에도 불구하고 특소는 청량감을 가진 사이다, 콜라, 탄산수, 에너지음료 등 탄산음료가 일제히 매출 성장세를 이어갔다고 8일 밝혔다.

닐슨코리아에 따르면, 대표적인 탄산음료로 손꼽히는 사이다와 콜라의 올해 상반기 국내 시장 매출은 각 1510억원, 2712억원으로 전년 대비 약 4%, 12% 성장했다. 또한, 탄산을 포함한 탄산수와 에너지음료 매출도 각 494억원, 1184억원으로 전년 대비 약 9%, 10% 증가했다. 주스 등 다른 음료 카테고리 매출이 한자릿 수 감소세를 보



이는 것과 비교하면 돋보이는 성과다. 성장하는 음료 제품군의 공통점은 바로 탄산이다. 탄산음료는 특유의 짜릿한 청량감이 다른 음료로 대체될 수 없고, 속을 뽕 뚫어주는 시원함은 스트레스 해소에도 제격이다.

배달 음식의 수요 증가에 따라 대표 배달 음식인 치킨, 피자, 족발 등이 탄산음료와 궁합이 좋은 것도 매출 상승에 도움을 줬다.

/조효정 기자

GC녹십자

반투명 제형 아시클로버 크림

GC녹십자는 최근 국내 유일의 반투명 제형인 ‘녹십자 아시클로버 크림(사진)’을 출시했다고 8일 밝혔다.



‘녹십자 아시클로버 크림’은 주로 구강이나 입술 주위에 나타난 단순포진(물집) 바이러스 감염증 완화에 도움을 주는 일반의약품이다.

특히, 이 제품은 국내 유일한 반투명 제형의 ‘아시클로버 크림’으로 흰색 크림 제형의 기존 제품에 대비 소비자의 심미적인 니즈도 충족시킨 것이 특징이다. 회사 측은 대부분 환부가 얼굴 주변인 점을 고려해 제품 사용 시 하얗게 표시가 나는 소비자의 불편함을 줄이기 위해 제형을 개선했다고 설명했다.

/이세경 기자