

씨젠, 8번째 해외법인 ‘씨젠 콜롬비아 S.A.S.’ 설립

“5000억 콜롬비아 진단 시장 공략”

현지 전문가 영입... 유통망 확대
보건부·대형검사실 마케팅 강화
“다양한 진단 시약으로 매출 증대”



코로나19 진단시약 ‘Allplex™ SARS-CoV-2 Variants II Assay’ /씨젠

씨젠이 콜롬비아에 법인을 설립해 중남미 시장 확대에 나선다. 미국, 독일, 이탈리아, 중동, 브라질, 캐나다, 멕시코에 이은 8번째 해외법인이다.

씨젠은 최근 콜롬비아 수도 보고타에 해외법인인 ‘씨젠 콜롬비아 S.A.S.’를 설립했다고 밝혔다. 콜롬비아는 인구수가 5088만명으로 중남미에서 세 번째로 많고, 인구 1000명당 의사 수가 2.4명으로 한국과 유사하다. 중남미 국가 중 상대적으로 의료 영역이 선진화 되어있다고 평가받고 있다.

콜롬비아의 체외진단 시장은 약 5000억원 규모로 중남미 국가 중 두 번째로 크며 전국에 분자진단이 가능한 170여 개의 연구소를 갖추고 있다. 특히 2020년 코로나19를 계기로 분자진

단 시장이 급격히 성장해, 전체 체외진단 시장의 약 50%를 분자진단이 차지하는 것으로 추정된다.

콜롬비아의 10월말 기준 코로나19 누적 확진자는 500만명을 넘어서 전세계에서 11번째로 많다. 씨젠은 작년 한 해 콜롬비아에 300만 테스트 이상의 진단 키트를 공급해 코로나19 방역에 기여했고, 중남미 국가 중 브라질에 이어 두 번째로 많은 매출을 올리기도 했다. 또 지금까지 100대 이상의 분자진단 장비를 콜롬비아에 설치해, 안정적인 고객 인프라를 갖추고 있다.

씨젠은 콜롬비아 분자진단 시장의 성장성이 크다고 판단, 글로벌 진단기업에서 25년 이상 근무 경험이 있는 현지 전문가를 영입했다. 이를 통해 영업 지역을 콜롬비아 전역으로 확대하고, 중남미 전체를 대상으로 한 시장 공략도 강화해 나갈 계획이다.

또 신설된 법인을 통해 콜롬비아 보건부 및 대형 검사실에 대한 마케팅도 강화해 코로나19 진단 시약과 더불어 인유두종바이러스(HPV), 성매개감염병, 결핵, 급성 설사질환 등 다양한 진단 시약도 시장에 내놓을 방침이다.

씨젠의 영업총괄 이호 사장은 “코로나19를 계기로 콜롬비아 등 중남미 지역에서도 분자진단 시장이 더욱 확대될 것으로 보인다”며 “법인 설립을 통해 이러한 시장 변화에 선제적으로 대응하고, 코로나19 외에도 HPV, 결핵 등 다양한 진단 시약들을 선보여 매출을 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

플리츠마마 니트백, 친환경 트리 재탄생

100개 토트백으로 트리 구성
내년 1월까지 롯데면세점 장식



롯데면세점 명동본점에 설치된 플리츠마마 크리스마스 트리. /플리츠마마

친환경 패션 스타트업 플리츠마마의 니트백이 크리스마스 트리로 재탄생해 내년 1월까지 롯데면세점의 연말연시를 장식한다.

‘플리츠마마 크리스마스 트리’는 롯데면세점의 친환경 경영을 위한 ‘Duty 4 Earth(지구를 위한 의무)’ 캠페인과 만나 일반 트리 제작 시 발생하는 불필요한 쓰레기를 줄이고 의미 있는 이웃 사랑을 나누기 위해 제작됐다.

트리 1그루당 100개의 플리츠마마 토트백으로 구성해 2m 높이로 만들어졌으며, 롯데면세점 명동본점을 비롯해 월드컵타워점, 코엑스점, 부산점까지 4개 지점에 설치되어 총 400개의 가방이 크리스마스 트리 역할을 한다. 플리츠마마 토트백 중 크리스마스를 연상시키는 대표 컬러 ‘레드’와 ‘세이지(그린)’가 반씩 적용돼 연말 분위기를 연출한다.

트리에 사용된 모든 플리츠마마 토트백은 100% 페페트병을 리사이클한 친환경 재생원사 소재로, 롯데면세점 4개 지점 트리에 500ml 페페트병 총 4400개(토트백 1개 기준 500ml 페페트

병 11개)가 사용됐다.

이번 협업은 트리 제작부터 철거까지 ESG 경영에 초점을 맞췄다. 전시 종료 후 트리에 사용된 토트백 400개는 롯데면세점 ‘Duty 4Earth’ 캠페인 취지에 맞춰 전량 기부될 예정이다. 롯데면세점이 다년간 진행해오고 있는 사회공헌 프로젝트의 대상이 되는 지역 사회 취약계층에게 전달, 따뜻한 나눔을 실천할 계획이다.

/원은미 기자 silverbeauty@

‘케이캡정’, 올해 누적 처방실적 880억 달성

HK이노엔 출시 이후 1950억 실적
“내년 중국 등 해외무대에서도 활약”



위식도역류질환 신약 케이캡정 /HK이노엔

HK이노엔(inno.N)의 위식도역류질환 신약 케이캡정이 올 1월부터 10월까지 누적 880억원의 원외처방실적을 기록했다. 작년 한 해 실적이었다던 761억원을 훌쩍 넘는 수치다. HK이노엔은 최근 케이캡의 급여성용범위를 위궤양까지 확대한데 이어 구강봉쇄정을 새롭게 개발하면서 블록버스터 국산 신약의 지위를 더욱 강화하고 있다.

15일 발표된 원외처방실적(유비스트)에 따르면 케이캡정은 10월 한 달 98억9000만원의 원외처방실적을 기록했다. 올해 1월부터 10월까지 누적으로는 880억원이다. 케이캡정은 2019년대 한민국 30호 신약으로 출시된 후 2년도 안돼 누적 1000억원을 돌파했다. 출시 이후부터 현재까지 케이캡정 하나로만 거둔 실적은 1950억원이다.

새로운 계열(P-CAB)의 신약인 케

이캡정은 기존 PPI계열 제품 대비 약효가 빠르게 나타나고, 식전·식후 상관 없이 복용이 가능한 점, 그리고 우수한 약효 지속성으로 밤 중에 위산이 분비되는 것을 억제하는 특징이 있다.

HK이노엔은 최근 식품의약품안전처에 케이캡 정제(알약)에 이어 구강봉쇄정 허가도 신청했다. 입에서 녹여 먹는 제형인 구강봉쇄정은 주로 알약을 삼키기 어려워하거나 물을 마실 수 없는 상황의 환자들에게 쓰인다. HK이노엔은 내년 상반기 중 케이캡 구강봉쇄정이 출시되면 진출 범위가 더욱 넓

어질 것으로 기대하고 있다.

HK이노엔강석희대표는 “케이캡정은 내년부터 중국 등 해외무대에서도 본격 활약할 예정”이라며 “앞으로 적응증 확대 연구, 차별화 임상, 다양한 제형 개발 등을 통해 블록버스터 신약 케이캡의 시장 지위를 더욱 강화할 것”이라고 말했다.

케이캡정은 현재 국내에서 미란성 위식도역류질환, 비미란성 위식도역류질환, 위궤양 및 헬리코박터파일로리 제균을 위한 항생제 병용요법 등 총 4개 적응증(사용범위)을 갖고 있다. 이중 미란성, 비미란성 위식도역류질환에 이어 최근 위궤양까지 건강보험 적용 범위를 확대했다.

HK이노엔은 위식도역류질환 치료 후 유지 요법(3상), 비스테로이드 소염진통제(NSAIDs) 유발 위·십이지장 궤양 예방 요법(3상) 등의 국내 임상시험을 진행하며 케이캡정의 사용 범위를 꾸준히 늘리고 있다. /이세경기자

스타벅스 “15년간 개인 컵 이용 8189만건 달해”

할인·에코별 혜택 금액 환산시 322억

스타벅스 고객들의 개인 다회용 컵 사용 건수가 지난 15년간 누적 8000만건을 돌파했다.

스타벅스커피코리아는 개인 다회용 컵 혜택 관련 시스템 집계가 시작된 2007년부터 올해 10월까지 15년간의 데이터를 분석한 결과, 개인 다회용 컵 사용 건수는 8189만건에 이르렀다고 밝혔다.

스타벅스에서는 개인 다회용 컵 사용 활성화를 위해 개인 컵 사용 고객에게 300원 할인 혹은 에코별 1개 추가 적립 혜택을 제공해 오고 있으며, 지금까지 누적된 혜택 건수를 금액으로 환산해 보면 약 322억원에 이른다.

특히 지난 2019년부터 2021년 10월 말 현재까지 최근 약 3년간 개인 다회용 컵 이용 건수는 5227만건으로 전체의 64%의 사용률이 집중되는 등 근래에 다회용 컵 이용에 대한 고객의 인식 변화가 나타나고 있는 것으로 분석된다.

올해 1월부터 10월까지 개인 다회용 컵 이용 건수는 전년 동기 대비 23% 상승한 1756만건을 기록 중으로, 이미 지난 한 해 동안의 이용 건수인 1739만건을 넘어섰다. 이 추세면 연말까지는 올 한 해에만 개인 다회용 컵 사용건수가 2100만건을 돌파할 것으로 예상되며, 내년에는 무난하게 누적 1억건 달성도 전망된다.

/원은미 기자

위메프, ‘맛신선 화요 보물찾기’ 이벤트

신선식품 반값 제공

위메프가 16일부터 매주 화요일 맛신선 신선식품 중 49% 할인 쿠폰이 붙은 보물달을 이용자가 직접 찾아 특가 체험하는 ‘맛신선 화요 보물찾기’ 이벤트를 진행한다고 밝혔다.

이번 이벤트는 위메프 식품 전문MD가 직접 전국을 돌며 철저히 검증한 맛신선 신선식품을 반값에 제공해 많은 이용자들이 경험할 수 있도록 한다는 취지다. 상품도 한 번에 간편하게 먹을 수 있는 부담 없는 중량으로 준비했다.

여기에 보물찾기 게임 콘셉트를 적용해 이용자가 직접 특가 상품(보물달)을 찾도록 했다.

보물달은 매주 화요일 오전·오후 9시에 오픈한다. 위메프 모바일 앱에서 맛신선 아이쿤을 터치, 보물달 퀴즈 정답에 해당하는 상품을 찾으면 된다. 보물달 상품에는 보석 스티커가 부착되어 있다.

보물달 상품은 선착순 한정 수량으로 49% 할인된 가격에 구매 가능하며, 매주 다양한 신선식품을 체험할 수 있다. /김서현 기자 seoh@

네파 ‘스피릿 고어텍스’ 할인

아웃도어 브랜드 네파가 트레킹화 ‘스피릿 고어텍스’를 대상으로 오는 12월 31일까지 카드사 프로모션을 진행한다고 16일 밝혔다.

행사 기간 동안 네파 매장 및 네파몰에서 신한카드, BC카드, KB국민카드 로 스피릿 고어텍스 결제 시 1만원 즉시 할인 혜택을 제공한다.

스피릿 고어텍스는 세련되고 캐주얼한 디자인으로 아웃도어 환경은 물론 일상 생활에서도 편하게 신기 좋은 제품이다.

/원은미 기자

동아제약, ‘셀파렉스 수면솔루션’ 출시

미강주정추출물 함유... 수면 도움

동아제약은 수면에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품 ‘셀파렉스 수면솔루션’을 출시했다고 16일 밝혔다. 셀파렉스 수면솔루션은 국내산 ‘미강(쌀겨)주정추출물’을 함유한 것이 특징이다.

미강주정추출물은 식품의약품안전처로부터 인정받은 개별인정형 원료다. 미강주정추출물로 한 인체적용 시험 결과 잠이 드는데 걸리는 시간인 입면시간 감소, 수면 효율 증가, 총 수면 시간 증가, 비렘수면 중 2단계 수면의 유의적 개선 등 다양한 부분에서 수면의 질을 개선시키는 것을 확인했다.

셀파렉스 수면솔루션은 1일 1회, 1



‘셀파렉스 수면솔루션’ /동아제약

회 3정을 잠들기 30분 전에 먹으면 된다. 신제품 셀파렉스 수면솔루션은 동아제약 공식 브랜드몰 ‘디몰(:Dmall)’에서 만나볼 수 있다.

향후 동아제약은 헬스앤뷰티(H&B) 스토어 등 판로를 확대해 소비자 접점을 넓힐 계획이다.

/이세경 기자