

73개사 온·오프 ‘만남의 장’... 제약바이오분야 채용문 활짝

2022 한국 제약바이오 채용박람회

3년만에 개최... 최종규모 추후 확정
내달 양재동 aT센터서 현장 행사
바이오벤처 등 다양한 분야 채용

2019년 이후 3년 만에 열리는 ‘2022 한국 제약바이오 채용박람회’에 73개 제약바이오 기업들이 참여한다.

한국보건산업진흥원, 한국보건복지인재원과 함께 채용박람회를 공동 주최하는 한국제약바이오협회는 7일 현재 73개 회원사가 참가 신청서를 제출했다고 밝혔다.

이들 기업들은 오는 10월 11일 서울 양재동 aT센터에서 열리는 박람회 현장 행사에 참여하는 것은 물론, 9월부터 문을 여는 온라인 전용 채용관에도 회



2019년 9월 3일 서울 양재동 aT센터에서 열린 ‘2019 한국 제약바이오산업 채용박람회’ 현장

사 인재상과 하반기 채용계획 등을 게시할 예정이다. 14개사는 채용설명회 개최, 9개사는 멘토링 진행 등의 계획도 내놓았다.

참가 신청 기업들이 매출 1조원대 이상의 주요 제약바이오기업들은 물론 바

이오 벤처와 디지털 헬스, 인공지능(AI) 등 규모 및 주력 분야도 다양하다.

이번 채용박람회는 온·오프라인 하이브리드로 진행된다. 온라인 전용 채용관의 경우 9월 중순까지는 제약바이오 기업들의 추가 참여도 가능한만큼

참가 기업들의 최종 규모는 추후 확정될 예정이다.

현장 행사로만 진행된 2019년 당시 73개 기업들이 참여했고, 의료기기·화장품·건강기능식품산업 등과 함께 진행된 지난해 바이오헬스 일자리박람회에

는 13개의 제약바이오협회 회원사들이 참여한 바 있다.

올해 행사의 가장 큰 차별점은 온라인 채용관이다. 온라인 채용관은 9월 중 채용 전문 포털사이트 잡코리아에 개설, 12월까지 상시 운영함에 따라 ‘채용’을 극대화하는 동시에 기업을 홍보하는 플랫폼으로 활용될 전망이다. 특히 참가 기업들에게 해당 사이트의 전체 인재풀을 조회할 수 있는 권한이 부여되는 점도 혜택으로 꼽힌다.

협회 담당자는 “아직까지 현장 부스 설치 등을 신청하지 않은 회원 기업들의 경우 지금이라도 채용박람회 참여의사가 있을 경우 온라인 전용 채용관 참여 신청이 가능하다”며 “다만 원활한 행사 진행을 위해 온라인 참가신청도 9월 중순까지는 마감할 계획”이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

“맛있는 한잔으로 명절 분위기 띄우세요”

간편 제작 가능 술·음료 상품 붐몰
하이트진로 진로토닉워터 진저에일
풀무원식품 냉동주스 레시피 선배
CJ제일제당 스타벅스 협업 카페시럽

추석 연휴를 앞두고 집에서 손쉽게 칵테일, 카페 메뉴를 만들 수 있는 음료 재료에 관심이 쏠리고 있다.

사회적 거리두기 해제 이후 맞이하는 첫 명절인 만큼 오랜만에 모인 가족·지인과 함께 만들어 먹는 재미와 더불어 구성원의 기호에 따라 제조할 수 있는 술과 음료를 준비하려는 이들이 늘고 있는 것으로 분석된다.

하이트진로음료는 최근 국내 토닉워터 시장 1위 브랜드인 ‘진로토닉워터’의 확장 제품으로 ‘진로토닉워터 진저에일’을 출시했다. ‘소토닉’과 함께 보드카, 위스키, 진 등 양주와 토닉워터를 섞는 ‘양토닉’이 인기를 끌고 있는 가운데 더욱 세분화·다양화되고 있는 소비자입맛과 취향에 맞춰 토닉워터 라인업을 확장한 것이다.

진로토닉워터 고유의 맛에 진저 특유의 풍부한 맛과 향을 더한 것이 특징이다. 건강을 중시하는



‘아임리얼 프로존’ /풀무원식품

트렌드를 반영해 칼로리는 10.8kcal로 낮췄다.

위스키와 진저에일을 1:2 비율로 섞고 얼음을 넣은 다음 기호에 따라 홍차 시럽, 레몬즙 등을 추가하면 진저 토닉 하이볼을 완성할 수 있다.

풀무원식품은 최근 출시한 프리미엄 냉동주스 ‘아임리얼 프로존’ 2종(오렌지, ABC)을 이색적으로 활용할 수 있는 레시피를 선보였다. ‘아임리얼 프로존’은 정제수나 설탕 등을 넣지 않고 100% 생과일과 채소를 착즙한 ‘아임리얼’을 급속냉동해 시원하게 즐길 수 있어 소비자들의 큰 호응을 이끌어 내고 있다. 풀무원은 ‘아임리얼 프로존’의 인기로 힘입어 ‘홈술’ 메뉴부터 온 가족이 함께 맛볼 수 있는 슬러시 간식, 에이드 등 과일 본연의 맛을 살린 메뉴를 개발했다.

대표적으로 ‘ABC 막걸리 칵테일’이 있다. ‘아임리얼 ABC’와 막걸리를 취향에 따라 원하는 비율로 조합해 저



카페용 시럽 3종 /CJ제일제당

면 간단하게 완성된다.

전문점 수준의 커피 메뉴를 만들 수 있는 부재료도 눈길을 끈다. 대상에프앤비 북음자리는 ‘홈카페 레시피 바닐라 라떼 베이스’와 ‘홈카페 레시피 카라멜 라떼 베이스’를 출시, 집에서 카페 음료 버금하는 맛을 즐길 수 있다.

CJ제일제당은 최근 스타벅스 코리아와 협업해 카페용 시럽을 출시했다.

이번에 출시된 카페용 시럽은 바닐라-헤이즐넛-스위트(카라멜향) 등 3종으로 구성됐으며 전국 스타벅스 매장에서 판매한다. CJ제일제당은 소비자가 매장에서 제조하는 것과 같은 커피를 집에서 즐길 수 있도록 고유의 풍미를 구현하는 데 주력했다.

용기에도 각각의 시럽에 맞는 커피 음료를 만드는 레시피를 기재했다. 건강을 중시하는 트렌드를 반영해 시중에서 가장 많이 팔리는 카페 시럽 여러 제품의 평균 함량과 비교해 당을 약 30% 낮췄다. /신원선 기자 tree6834@

bhc치킨, 가맹점 해바라기유 공급가 인하

“매입가격 하락시 공급가 즉시 반영”

치킨프랜차이즈 bhc치킨은 7일부터 가맹점에 공급하는 튀김유인 고올레산 해바라기유 가맹점 공급 가격을 기존 대비 4650원 인하된 가격으로 전국 매장에 공급한다고 이날 밝혔다.

튀김유의 공급가 인하는 시장의 인플레이션이 생겨 가맹본부가 이에 발맞춰 빠르게 가맹점 공급가에 반영한 것이다.

bhc치킨은 협력사의 지속적인 가격 인상 요청에 지난 7월부터 불가피하게 튀김유 공급가를 조정해 온 바 있다.

아울러 6월부터 일정 기간 가맹본부가 부담기로 한 파우더, 소스 외에 9월부터 공급 협력사 요청으로 납품 가격이 인상된 치킨 박스 등 총 80여 개 원부자재의 상승분을 가맹본부 자체적으로 감내한다. 가맹점 공급가를 기존대로 유지하기 위함이다.

bhc치킨 관계자는 “앞으로도 원부자재 시세에 예의 주시하는 한편 안정화에 따른 매입 가격 인하 요인이 발생하면 이를 즉시 공급가에 반영해 나갈 계획이다”라고 말했다. /신원선 기자

신세계인터내셔널, 엔폴드 단독매장 오픈

명품·하이엔드 패션 라인업 강화

신세계인터내셔널이 신규 해외 패션 브랜드를 새로 선보이며 명품·하이엔드 패션 라인업을 강화한다.

신세계인터내셔널은 오는 14일 여성 컨템포러리 브랜드 ‘엔폴드(ENFOLD)’의 국내 판권을 확보하고 신세계백화점 강남점에 매장을 연다고 밝혔다.

엔폴드가 국내에 단독매장을 오픈하

는 것은 이번이 처음이다.

엔폴드는 2011년 크리에이티브 디렉터 우에다 미즈키가 설립한 여성 컨템포러리 브랜드다. 국내 정식 론칭 전 편집숍을 통해 판매되며 큰 인기를 끌며 마니아층을 확보하고 있다.

신세계인터내셔널은 엔폴드 매장이 오픈에 앞서 이달 8일부터 자체 온라인몰 에스아이빌리지(S.I.VILLAGE)를 통해 제품 판매를 시작한다. /김서현 기자 seoh@

동아제약, ‘가그린 제로블라스트’ 출시

무알코올 제품... 청량감 특징

동아제약은 구강청결제 ‘가그린 제로블라스트(사진)’를 선보인다고 7일 밝혔다. 신제품 가그린 제로블라스트는 무알코올에 청량감이 특징이다.

최근 구강청결제 시장에서 무알코올 제품에 대한 인기가 늘면서 소비자들의 선택의 폭을 다양화할 수 있도록 기존 무알코올 제품인 가그린 제로에 이어 가그린 제로블라스트를 선보이게

됐다. 구강청결제를 처음 사용하는 사람이라면 가그린 제로, 조금 더 청량감을 원한다면 가그린 제로블라스트를 쓰면 된다. /이세경기자



우유자조금관리위 “국산 우유 믿고 구매하세요”

‘맛있다 우리 우유’ 캠페인 전개

우유자조금관리위원회가 국산우유의 우수성 알리기에 적극 나서고 있다.

우유자조금관리위원회는 지난 1일부터 외국인 모델들과 함께 국산우유의 우수성을 알리는 광고 캠페인 ‘맛있다 우리 우유’를 전개하고 있다고 7일

밝혔다.

한국인 모델 대신 한국에서 활발한 방송 활동 중인 ‘대한 외국인’들을 출연시켜 기존 캠페인과는 차별화했다. 방송인 테오(이탈리아), 푸니타(미국), 알파고(튀르키예), 풀서울(캐나다)이 국산우유를 마시는 모습이 담겼다.

국산우유는 2~3일 안에 착유부터 유

통까지 이루어지지만, 수입 유제품의 경우 국내에 들어오기까지 약 한 달 이상의 기간이 소요되는 경우가 대부분으로 국산우유와는 신선함에서 차이가 있다.

우유자조금관리위원회 관계자는 “소비자들이 국산우유의 신선함과 세계 최고 수준의 원유품질, 안전성을 다시 한번 인식할 수 있도록 중점을 뒀으며, 소비자들께서도 국산우유를 믿어주시고 구매해달라”고 말했다.

/신원선 기자