

# 어린이 해열제서 또 문제... 콜대원키즈펜시럽 '판매중지'

식약처, 투명·불투명액 '상분리' 파인큐아세트펜시럽도 회수 권고 대원 제약 제제 개선때까지 조치



콜대원키즈펜시럽

어린이 해열제 '첼프시럽'에 이어 '콜대원키즈펜시럽'까지 제조·판매가 중지됐다. 어린이 해열제 대표 제품들에 잇달아 문제가 발생하며 불안감이 확산되고 있다.

식품의약품안전처는 '상분리' 현상이 확인된 대원제약의 '콜대원키즈펜시럽' 및 동일한 제조방법으로 대원제약이 수탁제조하는 다나젠의 '파인큐아세트펜시럽'에 대해 '자발적 회수'를 하도록 권고하고 잠정 제조·판매중지 조치를 18일 밝혔다. 상분리 현상은 투명액(맑은액)과 불투명액(흰색)으로 분리되는 현상을 뜻한다.

식약처는 '콜대원키즈펜시럽'에서 상분리 현상이 확인해 '아세트아미노펜' 함유 액상시럽제와 현탁제 생산·수입업체에 대해 점검한 결과와 이에 대한 전문가 자문결과를 종합해 내린 결정이라고 설명했다.

식약처에 따르면 대원제약에 대한 점검 결과 '콜대원키즈펜시럽'과 '파인큐아세트펜시럽'의 제조공정·품질 관리 과정에서 위반사항은 발견되지 않았다. 전문가 자문 결과, 현탁제의 특성상 일부 성분이 가라앉아 상분리

현상이 발생할 수 있고 상분리 제품을 분할해 복용하는 경우에도 실제 위험성은 낮다는 의견을 냈다.

다만, 전문가들은 상분리 제품을 분할해 복용하는 경우 투약되는 주성분량이 적거나 많아질 가능성이 있으므로 해당 제품은 제제 개선 등을 거쳐 제품의 균일성이 확보될 수 있도록 하는 조치가 필요하다는 결론을 내렸다.

이번 제조·판매 중지 조치는 대원제약에서 제제 개선 등의 조치가 확인될 때까지 유지된다. 대원제약과 다나젠은 소비자가 가지고 있는 '콜대원키즈펜시럽'과 '파인큐아세트펜시럽'에 대해 반품과 환불을 진행할 예정이다.

대원제약은 입장문을 통해 "상분리 상태의 제품을 흔들지 않고 소분해 복용하는 경우 정량을 복용하기 어렵다

는 소비자 불편을 인지하고 이를 해결하려는 제제 개선 연구를 진행 중이다"라며 "연구를 최대한 조속히 완료하고 정상적인 판매를 재개하겠다"고 밝혔다.

이에 앞서 지난 달에는 동아제약 어린이 해열제 '첼프시럽'의 제조와 판매, 사용이 잠정 중지된 바 있다. 식약처는 첼프시럽 중 아세트아미노펜 성분 제품 일부를 검사한 결과, 기준치가 넘는 잔균이 검출됐다고 밝혔다.

어린이 해열제에 잇달아 문제가 발생하며 소비자 불안감은 확산되고 있다.

한 소비자는 "첼프를 환불하면서 콜대원을 사왔는데 이제 어떤 걸로 바꿔야 할지 걱정이 크다"며 "시럽 제제는 불안해서, 먹기는 좀 힘들어도 가루약 제제로 선택해야 하나 고민 중"이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## 일리운

### 세라마이드 더마 6.0 클렌징 워터 폼 출시

아모레퍼시픽 저자극 더마 보습 브랜드 일리운이 민감 피부를 위한 '세라마이드 더마 6.0 클렌징 워터 폼'을 출시한다.

이번 신제품은 한번의 클렌징만으로 파운데이션, 쿠션, 선크림 등 베이스 메이크업의 잔여물 없이 확실하게 세정해 주는 것이 특징이다. 2차 세안을 하지 않아도 말끔한 클렌징이 가능해 과도한 세정이 부담스러운 피부에도 부담 없이 사용 가능하다.

또한 동물성 원료를 배제한 비건 성분으로 구성해 한국비건인증원의 인증을 받았으며, 민감 피부를 위한 7가지 피부 적합 테스트를 완료해 여드름 피부도 사용할 수 있다.

/이세경 기자



스톡홀름 현지에서 캐스크를 살펴보고 있는 김용 롯데마트 주류팀장. /롯데쇼핑

## 롯데마트, 한정판 위스키 7종 판매

롯데온 구입 후 매장 수령방식

롯데마트가 18일부터 31일까지 롯데온에서 스카치 위스키 '올드파티클러 글레고인 11년'을 포함한 한정판 위스키 7종을 판매한다. 한정판 위스키는 롯데마트 전용 상품이며, 롯데온에서 구입한 후 오프라인 매장에서 상품을 수령하는 방식으로 판매한다.

이번에 출시한 '올드파티클러 글레고인 11년'은 독립병입 위스키다. 독립병입 위스키란 독립병입자가 증류소에서 원액이 담긴 오크통을 구입, 독자적으로 숙성시키고 병입해 자신들의 브랜드로 출시하는 위스키다. 증류소에서 위스키를 병입하는 맥켈란, 발베니 등 공식 위스키와 비교해 다양하고 독특하다는 특징을 가지고

있다. 특색있는 위스키를 소개하기 위해 주류팀 MD가 직접 세계 최대 위스키 생산국인 스코틀랜드의 다양한 증류소와 독립병입자를 방문해 테이스팅한 후 선택했다.

올드파티클러 글레고인 11년은 피트(위스키 재료인 보리를 말릴 때 사용하는 연료)를 사용하지 않아 순수한 몰트 위스키 맛이 강점인 글레고인 증류소의 원액에 '더글라스 랭'의 숙성 노하우가 더해져 탄생한 싱글캐스크 싱글몰트 위스키다. 이번 캐스크에서 10년, 세리 캐스크에서 1년 등 총 11년 숙성되어 열대 과일의 산뜻함과 견과류의 고소하고 달콤한 풍미를 느낄 수 있는 것이 특징이다.

/김서현 기자 seoh@

## 하이트진로, 맥주 1위 등극 12년만에 마트 점유율 탈환

지난달 '켈리' 출시 후 매출점유율 하이트진로 48.5%, 오비맥주 44%

점유율 상승분, 오비 하락분과 비슷 테라 하락 없이 켈리 매출만 순증

하이트진로의 맥주 브랜드 '켈리'와 '테라'가 일부 유통 채널에서 오비맥주의 '카스'와 '한맥' 등을 제치고 매출 점유율 1위에 올라선 것으로 나타났다.

18일 A대형마트에 따르면 켈리 출시 첫 달인 4월 국산 맥주 매출 점유율은 ▲하이트진로 48.5% ▲오비맥주 44%로 12년 만에 1위가 바뀌었다.

B대형마트에서는 4월 ▲하이트진로 44% ▲오비맥주 44% ▲롯데칠성음료 12%로 선두업체 두 곳의 점유율이 같았다. 그러나 켈리 마케팅이 본격화된 5월에는 ▲하이트진로 48% ▲오비맥주 42%로 매출 역전이 발생했다.

하이트진로의 점유율 상승분 대부분이 오비맥주의 점유율 하락분과 비

슷할 것으로 추정된다. 하이트진로 측은 "가정시장 판매처에서 소비자들이 선택한 제품이라는 점과, 기존 맥주 '테라'의 점유율 하락없이 켈리의 매출이 순증한 것은 상당히 고무적인 일"이라고 설명했다. 또 "전 채널 입점이 완료되지 않았다는 점에서 점유율 상승 여지는 남아 있다"고 덧붙였다.

하지만 '맥주 1위' 카스는 여전히 견재한다는 분석도 있다. 시장조사기관 닐슨코리아에 따르면 올 1분기 편의점, 마트 등 가정용 맥주 시장에서 오비맥주는 점유율 54.2%를 달성했다. 그중 '카스'의 경우 점유율 42.8%에 달한다. 아울러 오비맥주는 2021년 출시한 '한맥'을 새롭게 리뉴얼하며 점유율 보태기에 나섰다.

주류업계 관계자는 "여름 맥주 시장 점유율을 놓고 회사들의 경쟁이 뜨거워지고 있다"며 "하이트진로가 선보인 켈리의 인기가 신제품 출시 효과로 인한 일시적인 현상인지는 좀 더 지켜봐야 한다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

## CJ인베스트먼트, 스타트업 지원 나서

PNP와 7개 기업 최종 선정

CJ의 기업주도형 벤처캐피탈(CVC) CJ인베스트먼트가 그룹의 미래를 함께 그려갈 스타트업에 아낌없이 지원한다.

CJ인베스트먼트는 글로벌 스타트업 액셀러레이터인 플러그앤플레이(PNP)와 함께 'CJ 글로벌 액셀러레이팅 프로그램'을 기동했다고 18일 밝혔다. 이번 프로그램은 CJ인베스트먼트

및 주요 계열사 등에서 투자한 스타트업을 대상으로 참가팀을 모집했으며, PNP 글로벌 투자 전문가 및 분야별 전문 심사위원이 참여해 서류와 인터뷰 심사를 진행했다. 이를 통해 ▲투자유치 시드단계 이상이면서 ▲차별적 비즈니스 모델과 기술력을 보유하고 ▲미래 성장 가능성이 높아 글로벌 진출이 적합하다고 판단된 7개 스타트업이 글로벌 액셀러레이팅 지원 대상으로 최종 선정됐다.

/신원선 기자

## 롯데홈쇼핑, 토크쇼형 라방 '지우네' 론칭

매주 화요일 오후 8시 생방송

롯데홈쇼핑이 오는 23일 토크쇼 형식의 모바일 생방송 '지우네'를 론칭하고 매주 화요일 오후 8시 방송한다. 호스트는 팔로어 1100만 명의 인플루언서 '미지우'다.

'지우네'는 엘라이브 최초로 인플루언서가 고정 출연하는 토크쇼 방송이다. 정식 프로그램 명은 '지금 우리의 플레이리스트'로 매주 새로운 주제를 정해 고객과 대화한다.

첫 방송에서는 여행을 주제로 미지

우가 MBTI별 여행지 추천, 사연 읽기 등 토크쇼를 진행한다.

'내셔널지오그래픽 캐리어', 'A.H.C 선패치' 등 여행 관련 상품을 합리적인 가격으로 소개하며, 미지우의 자체 브랜드 '펀더멘탈' 선글라스도 최대 65% 할인 판매한다.

미지우(본명 정지우)는 국내 SNS 인플루언서 중 최초로 팔로어 1000만 명을 달성했다. '미지우(패션)', '니프니프(뷰티)', '펀더멘탈(잡화)' 등 자체 브랜드를 운영하는 사업가이자 모델로도 활약하고 있다.

/김서현 기자

## 동서식품

### 성수동에 오레오 팝업 오픈

동서식품은 '오레오 데이'(5월 25일)를 맞아 18일부터 오는 6월 18일까지 한 달간 서울 성동구 성수동에서 오레오(Oreo) 팝업 스토어를 운영한다고 밝혔다.

이번 팝업 스토어는 1912년 출시 이후 전 세계적으로 사랑받고 있는 쿠키인 오레오 탄생 111주년과 세계 1위 비스킷 달성(유로 모니터 인터내셔널 기준)을 기념하여 소비자들에게 색다른 브랜드 경험을 선사하기 위해 기획됐다. '오레오의 111번째 생일 파티'를 콘셉트로 공간마다 다양한 즐길거리와 볼거리를 마련한 것이 특징이다.

팝업스토어는 ▲웬즐존 ▲커넥트존 ▲플레이존 등 총 3개의 공간으로 구성됐다.

/신원선 기자 tree6834@