



피부과 의사가 개발한 여드름 개선 화장품

황은주 더삼점영 피부과 원장은 성인 여드름으로 고생하는 환자들을 보면서 늘 안타까웠다. 여드름이 심해 자신감을 잃고 사람들 앞에 나서기 두려워하는 이들이 많았기 때문이다. 하지만 피부 약은 독해 장기복용을 권할 수 없었다. 레이저 기기 등으로 관리해도 피부 자체를 건강하게 하는 데는 한계가 있었다.

황 원장은 환자들의 고민을 덜어주기 위해 연구에 매달렸다. 그리고 3년 뒤인 2013년 '바이오토너'를 개발하는 데 성공했다. 여드름이 잘 생기는 피부의 산도는 대개 pH(수소이온농도) 7 이상이다. 바이오토너는 이를 pH4.7 정도의 약산성 상태로 만든다. 그는 "pH5.0 이하가 되면 피부 재생력을 돕는 효소의 활성도가 높아져 치료에 효과적"이라고 설명했다.

◆약산성 화장품 '바이오토너' 서울대 의대 출신인 그는 2008년 서울 강남구 신사동에 피부과 '더삼점영(the 3.0)'을 열었다. '1.0'은 당장 발생한 증상을 완화하는 것, '2.0'은 과거부터 지속되는 피부 약화의 원인을 찾아 치료하는 것이다. 그리고 '3.0'은 더 나아가 피부 자체를 건강하게 하고 여드름 등을 예방한다는 뜻을 담고 있다. 2013년 그는 바이오토너 출시를

시작으로 피부과와 같은 이듬의 화장품 회사를 세웠다.

바이오토너는 기존의 약산성 화장품과 달리 따갑지 않은 게 특징이다. 황 원장은 "pH를 낮춘 제품 중에 소비자들이 따가움을 느껴 좋은 반응을 얻지 못하는 경우가 많다"며 "저분자를 써 침투가 급속도로 이뤄지기 때문"이라고 말했다. 그는 "바이오토너는 고분자를 활용해 속도를 늦춰 따갑지 않고 사용하기 편하다"고 덧붙였다.

여드름 치료하는 데 약·레이저로는 한계 약산성되면 재생력 생겨 일반인도 쓰는 화장품 개발

불었다. 여드름 환자뿐 아니라 일반인에게도 효과가 뛰어나다. 황 원장은 "수분이 증발하지 않도록 자연보습막을 형성하고 매끄러운 피부를 유지할 수 있게 해준다"며 "전문화된 의학 연구를 통해 피부 자체를 개선해 준다는 입소문이 나면서 바이오토너 판매액이 연 7억원을 넘었다"고 말했다. 바이오토너 가격은 한 병(99mL)에 7만원이다. 이 밖에 클렌징워터, 에센스, 팩, 수분크림



황은주 더삼점영 원장이 개발한 약산성 화장품 '바이오토너'의 특징을 설명하고 있다. 김희경 기자

도 내놨다. ◆"엠포 피부 개선법 알릴 것" 작년부터 양철학 서울대 화학과 교수와 함께 연구소도 운영하고 있다. 피부과에서 환자들의 고민을 파악하고 연구소에서 제품을 개발한다. 회사는 제품을 판매한다. 황 원장은 "다른 피부과에서도 화장품사업에 많이 뛰어들고 있지만 연구소 등을 세우고 체계적인 시스템을 갖춘 경우는 드물다"고 강조했다. 마케팅 부문도 강화할 방침이

다. 이를 위해 '닥터스 뷰티 시크릿'이란 이름으로 엠포 또는 사이트르 열 계획이다. 황 원장은 "자신의 피부 문제를 정확히 알고 잘 관리하는 사람은 많지 않다"며 "세프들이 방송에 나와 쉬운 요

리 비법을 알려주는 것처럼 의사가 직접 피부 개선법 등을 알려주는 엠포나 사이트르를 만들어 소비자에게 가까이 다가가겠다"고 말했다.

김희경기자 hkkim@hankyung.com

- ◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이메일(art@hankyung.com)로 신청받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.
- ◆이달의 으뜸중기 제품=△파인피누스의 방향·탈취 기능 테이프 크리너 (02)2233-6202 △더삼점영의 바이오토너(02)6205-9200 △리디자인의 디다라인 (051)304-9060 △지오콜라바스의 지오필로우 (070)7098-2298

중소중앙회, 채용규모 2배로



중소기업중앙회와 중소기업전용 TV홈쇼핑 홈앤쇼핑이 청년실업 문제 해결을 위해 올해 채용 규모를 지난해의 2배 수준으로 늘린다고 9일 발표했다. 중소기업중앙회는 이달 9일부터 31일까지 홈페이지(www.kbiz.or.kr)를 통해 고졸 신입직원 지원서를 접수하고, 다음달 학력·연령 제한이 없는 열린 채용인 '채용 연계형 인턴'을 모집한다. 채용 인원은 지난해 10명에서 올해 20명으로 늘렸다. 지난해 21명을 채용한 홈앤쇼

핑은 올해 50명을 뽑을 계획이다. 모집 직군은 영업(상품기획자), 방송(프로듀서·방송기술), 경영지원(마케팅·인사·법무 등) 분야다.

이달 10~23일 홈앤쇼핑 채용사이트(http://recruit.hnsmall.co.kr)에서 지원할 수 있다. 서류전형과 인성성검사, 면접에 합격한 지원자는 4주간 인턴십 과정을 거쳐 최종평가를 받고 신입사원으로 입사한다.

박성택 중소기업중앙회장(사진)은 "청년실업 문제를 해결하려면 한국 경제에서 고용의 88%를 담당하는 중소기업이 일자리 창출에 앞장서야 한다"고 말했다.

김용준기자 junyk@hankyung.com

"1천여 병·의원에 의료기기 공급 동남아에 의료기기 힐링 카페 열어"

정치성 굿플 대표

허리와 목, 어깨 통증으로 고생하는 직장인이 많다. 이들은 주로 정형외과 재활의학과 등을 찾아 치료를 받는다. 굿플은 이곳에서 볼 수 있는 저주파자극기, 침전기자극기, 수압마사지기 등을 개발해 판매하는 업체다.

정치성 굿플 대표(사진)는 2005년 회사를 창업했다. 처음엔 소형 의료기기를 수입해 판매하는 소규모 유통업체로 출발했다. 당시 소형 기기는 중국산 또는 국내 영세업체 제품이 대부분이었다. 정 대표는 "품질이 낮은 제품이 유통되는 경우가 많아 의료기기 시장에 대한 소비자의 신뢰가 낮았다"며 "'제대로 된' 국산품을 만들고 싶다는 생각에 제조업에 뛰어들었다"고 말했다.

연구개발(R&D)에 꾸준히 투자하면서 제조 비중을 늘려갔다. 품질을 인정받으면서 판매도 빠르게 늘고 있다. 매출은 2012년 53억 원에서 지난해 73억원으로 2년 새 38%가량 증가했다. 현재 전국 병·의원 1000여곳과 거래하고 있다.

해외시장 공략에도 나서고 있다. 유럽과 일본에서 인증을 받아 30여개국에 제품을 판매하고 있다. 중국시장 진출도 추진 중이다. 을 들어서는 외국을 겨냥한 힐링



카페 형태의 프랜차이즈사업을 진행하고 있다. 정 대표는 "굿플이 만든 의료기기를 마음껏 사용해봐도 음료를 즐기는 형태"라며 "미얀마에 3개 매장을 열었고, 동남아시아를 중심으로 점포를 늘려갈 계획"이라고 밝혔다.

신제품 개발도 진행 중이다. 임상시험 중인 '온열 안치료기'가 대표적이다. 안 조직에 열을 가해 증식을 막는 치료기다. 공군과 손잡고 '파일럿 전용 수압 마사지기'도 개발하고 있다. 비행으로 인한 근육 피로를 빠르게 풀어주는 데 초점을 맞췄다. 정 대표는 "중동 등 신시장에 적극 진출해 글로벌 의료기기업체로 성장할 것"이라고 말했다.

원주=이현동기자 gray@hankyung.com

네버다이·바로타다... 발기부전치료제 '민망한 이름짓기' 제동

식약처, 이름 변경 권고

다음달 3일 발기부전증 치료제 '시알리스'(성분명 타다라필)의 특허 만료로 제네릭(복제약) 출시가 가능해지면서 국내 제약업체 간 제네릭 제품 '작명(作名) 전쟁'이 치열하다.

▶본지 7월20일자 A20면 참조 9일 식품의약품안전처에 따르면 시알리스 제네릭으로 60개 업체의 150여개 품목이 허가를 받았다. 발기부전증 치료제는 의사의 처방이 있어야 구입할 수 있는 전문의약품이다. 중근당이 출시하는 제네릭 이

름은 '센돔'이다. 영어의 센트럴(central)과 국어의 '제다'는 뜻을 종합적으로 고려해 만들었다. '강력한 약효'로 시장의 중심을 지배하겠다는 의미를 담았다고 회사 측은 설명했다.

비아그라(성분명 실데나필)의 제네릭 '팔팔'로 국내 관련 시장을 석권한 한미약품은 이번엔 '구구'라는 이름으로 시알리스 제네릭을 출시한다. 한미약품은 "'99살까지 팔팔하게'라는 의미가 담긴 이름"이라고 설명했다.

데일라(알리코제약), 롱티메(한국파비스제약), 발그레(영일제약), 불티움(서울제약), 엔드리스



(한국코러스), 에스그라(메디카코리아), 일나스(넥스팜코리아), 제데로필(씨엠지제약), 타오르(대웅제약), 타올라스(셀트리온제약), 해피로(삼진제약) 등 이름만 봐도 의미가 와 닿는 제품명이 식약처의 허가를 받았다.

일부 업체의 제품명에는 식약처가 제동을 걸고 나섰다. 식약처는 네버다이(삼익제약), 바로타다(신풍제약), 소사라필(마더스제약) 등 3개 제품명에 대해서는 이름을 바꾸라고 권고했다. 식약처의 권고는 강제 사항은 아니지만 해당 업체들은 새 이름으로 각각 프리필, 바로티, 엠켄필을 제출해 다시 허가받았다.

제품 이름이 자극적이면 소비자에게 각인시킬 수 있다는 장점이 있다. 그러나 이런 이름이 효능·효과를 실제보다 과장해 약물 오남용을 일으킬 수 있다는 지적도 나온다. 김형호기자 chsan@hankyung.com

퍼시스, 몸에 등판 밀착한 사무용 의자 '지엘' 내놔

퍼시스가 사무용 의자 지엘을 출시했다. 퍼시스는 독일 디자인 기업 '이토디자인'과 협업해 지엘을 개발했다. 이 제품은 사용자가 의자에서 움직여도 몸에 무리가 가지 않도록 '얼티메이트 싱크' 기술을 적용했다. 몸을 등판에 기댈 때 몸과 등판의 어긋나는 간격을 3.2mm로 최소화한 것이다. 기존 의자는 대개 16mm 이상이다. 간격을 좁혀 몸의 움직임에 맞춰 의자가 섬세하게 반응, 밀착할 수 있게 했다는 게 퍼시스 측의 설명이다. 고급 세단 자동차에 적용하는 식물성 원료의 합금 바이오스프링을 사용했다.

최고의 수주영업 전문가를 위한 단 한 권의 가이드북!

최강 영업대표의 수주 전략은 이렇게 다르다!
수주율 89.2%의 신화, 쉬플리코리아 김용기 대표의 최강 수주영업 노하우!

- 글로벌 수주 제안 전문 컨설팅 기업 쉬플리코리아 김용기 대표의 노하우 3탄!
- 전문가 영입이 왜 효과적이고, 그것을 어떻게 해야 하는지를 이론과 성공 경험 중심으로 풀어놓은 책
- 수주영업의 기본 원리에서부터 수주영업의 프로세스, 핵심 스킬, 전략과 커뮤니케이션 등 수주영업의 모든 것이 한 권에

수주 입찰 제안 No.1 쉬플리코리아의 최강 제안 시리즈

《최강 제안 시리즈》(전3권)
출간기념 저자강연회 북투어(무료)

국내 최고의 제안컨설팅 기업 쉬플리코리아 김용기 대표가 《최강 제안 시리즈》3권의 핵심을 기업에 소개할 북투어를 진행합니다. 제안·입찰·수주영업에 관한 모든 노하우를 알려 드립니다.

주제	전략중심의 수주영업방법과 이기는 제안서의 비밀
행사내용	저자 김용기 대표 특강, 질의응답, 참가자 이벤트
일시	1차 대전 2015년 8월 17일(월) 오후 3시~6시 (대전상공회의소 2층 제1회의실)
	2차 청원 2015년 8월 24일(월) 오후 3시~6시 (창원컨벤션센터 602 강의실)
	3차 서울 2015년 8월 31일(월) 오후 3시~6시 (강남 코브타워 23층 E5층 다목적홀(이후 신는현역 6번 출구))
신청방법	홈페이지를 통한 사전 예약 www.shipleywins.co.kr (파생이 한정되어 있으므로 반드시 사전에 참가신청을 해주세요)
기타문의	전자우편 shipley@shipleywins.co.kr 이용 바랍니다.

쉬플리코리아
Shipley는 고객사들이 사업할 수 주할 수 있도록 사업 기회를 위한 분석, 수주영입, 제안서 작성, 프랜차이즈 등을 컨설팅하는 세계 최고의 글로벌 제안 전문 컨설팅 기업입니다.

최강 입찰 제안서
양장 | 35,000원

최강 제안 경쟁 프레젠테이션
양장 | 35,000원

최강 영업대표
양장 | 30,000원(상권)