

# 동영상 지원·하루 면접… 제약업계 ‘MZ맞춤형’ 채용 눈길

**영업부문 신입 3년만에 모집  
지원자격 4년제 대학이상 졸업자  
고객대상 단순 관계 영업직무 아닌  
학술지식 등 추가적 컨설팅 핵심**

지난해 최대 실적이 이어진 국내 주요 제약사들이 상반기 채용 문을 활짝 열었다. 매출 500대 기업 절반 이상이 올해 상반기 신규 채용 계획이 없는 것으로 나타난 가운데 코로나19 수혜를 입은 제약사들이 적극적으로 인재를 모집에 나선 것으로 풀이된다.

대웅제약은 오는 4월 2일까지 상반기 영업부문 신입사원 공개 채용을 실시한다고 22일 밝혔다. 대웅제약이 영업부

문 신입사원을 모집하는 건 3년만의 일이다. 대웅제약은 최근 글로벌 기업으로서 성장하기 위해 우수한 인도네시아 석박사를 채용하는 등 다양한 분야에서 신입 사원을 채용하고 있다.

채용 절차는 서류 및 영상 전형을 시작으로 인적성 검사, 1-데이(Day) 면접, 인턴십 순으로 진행되며, 지원자격은 4년제 대학 이상 졸업자이다.

이번 채용에서 눈 여겨 볼 점은 동영상 통해 지원하는 부분인데, SNS 상에서 표현이 자유로우며, 글보다 동영상 이 친숙한 MZ 세대들의 특성을 반영한 것이다. 영상편집 기술보다 입사의지와 지원자의 가치관을 판단할 계획이다.

또 지원자들의 만족도가 높았던 1-

데이(Day) 면접을 올해도 적용했다. 짧은 면접 시간 안에 지원자들이 가지고 있는 역량을 면접관에게 모두 보여주기 힘든 점을 개선하여, 하루 동안 다양한 형태의 면접을 통해 본인의 역량을 최대한 보여줄 수 있는 기회를 준다.

대웅제약의 영업 직무는 병원 등 고객 대상으로 단순한 관계영업이 아닌 학술지식 등 추가적인 컨설팅을 역할을 수행하는 것이 핵심이다.

대웅제약 이창재 대표는 “이번 채용을 통해 대웅제약만의 체계적인 영업 분야 전문인력 양성과 동시에 저출산·고령화 사회에 접어들어 국내 근로환경에 도움이 되기를 기대한다”고 말했다.

일동제약과 일동홀딩스 등 일동제약 그룹 회사들이 상반기 공개 채용을 진행 중이다. 지난 15일 원서 모집을 마무리하고 서류전형과 면접 등의 채용 절차를 진행할 예정이다. 일동제약은 연구 개발, 생산, 글로벌 사업, CHC(컨슈머헬스케어) 등 각 부문에서 신입·경력·계약직 사원을 뽑는다. 지주회사인 일동홀딩스는 재무, 회계, 법무, ESG 경영 등의 분야에서 신입 및 경력 직원을 선발할 예정이다.

감기약 ‘콜대원’으로 지난해 매출이 크게 늘어난 대원제약 역시 상반기 신입·경력 정기 공채를 뽑고 있다. 모집 분야는 영업, 마케팅, 연구개발(R&D), ICT지원부(정보화개발), 생산 등

이다. 원서 접수를 마무리하고, 서류 전형에 이어 인적성 검사와 1차 실무 면접, 2차 임원 면접을 거쳐 최종 합격자를 선정할 예정이다. ‘대원제약 DNA 채용’은 대원제약이 지난 2021년부터 운영하고 있는 채용 제도다. 스펙이 아닌 역량 중심의 채용을 통해 대원인의 DNA를 보유한 인재를 찾는다는 의미다.

동아ST 역시 연구, 마케팅, 생산 안전관리 등 분야에 상반기 수시채용을 진행 중이며, 동아제약은 공채 진행을 위해 분야별 채용 인원 등을 확인하고 다음달 채용 공고에 나설 예정이다.

/이세경기자 seelle@metroseoul.co.kr

## SK케미칼, AI활용해 치매 예방 돕는다

**인지·언어 훈련프로그램 자체개발  
서울·경기·대전 등 45개 기관 추가**

SK케미칼이 SK플라즈마와 함께 지난해에 이어 올해에도 치매 예방 AI 프로그램 기부를 진행한다.

SK케미칼은 지난해에 이어 전국 45개 노인주간보호센터를 신규로 선정하고 AI기반 인지개선 프로그램 ‘사운드마인드’를 추가 보급한다고 22일 밝혔다. 작년 SK바이오사이언스에 이어 올해에는 SK플라즈마와 함께 한다.

SK케미칼은 지난해에 75곳의 노인주간보호센터에 이어 올해는 45개소에 추가로 사운드마인드를 보급하여 총 120개소의 노인주간보호센터에서 치매예방 프로그램을 운영한다.

사운드마인드는 소셜벤처 이드웨어가 개발한 인지 및 언어 훈련 프로그램으로, 자체 개발한 음성인식 및 인공지능(AI) 기술을 활용해 고령층 및 경도인지장애 등 치매 고위험군의 치매를 예방하거나 증상 지연을 돕는 앱 서비스다.



SK케미칼 구성원들이 AI기반 인지기능개선 프로그램 ‘사운드 마인드’를 시연해보고 있다.

신경과 전문의 및 대학 언어병리학과 등의 임상 전문가와 함께 개발한 기억·언어·지각·사고·주의 영역의 60여가지 두뇌 훈련 콘텐츠를 기반으로 12주마다 인지 검사를 시행하고, 인지 검사 결과에 따라 AI가 개인의 특성에 맞는 훈련을 골라 추천해주는 방식이다.

SK케미칼은 작년 이 프로그램을 보

급한 75개소 노인주간보호센터의 운영결과 사운드마인드를 12주간 이용한 치매 고위험군과 미이용한 대조군을 비교한 결과 인지기능이 12% 향상된 것으로 확인됐으며, 이는 3년간 인지 저하를 방지하는 효과가 있는 것이라고 밝혔다.

/이세경 기자

## JW중외제약 변비약 ‘베비움 시럽’ 출시

JW중외제약은 신제품 ‘베비움 시럽’을 출시하고 본격적인 마케팅 활동에 돌입한다고 22일 밝혔다.

베비움 시럽은 락툴로오즈농축액을 주성분으로 하는 일반의약품 변비약이다.

락툴로오즈농축액은 합성 이당류이지만 체내에 흡수되지 않아 혈당을 올리지 않고, 대장 내 삼투압 작용을 통해 수분을 끌어올려 배변을 유도한다. FDA 안전성을 입증 받은 성분으로 만성 변비 환자뿐만 아니라 영유아, 변비로 고통 받는 여성, 고령자 등 모든 연령이 안전하게 복용할 수 있다.

특히 스틱 형태의 단맛이 나는 시럽 제제로 남녀노소 복용이 편리하고 휴대가 간편하다.

/이세경 기자

## 셀트리온 K-바이오 분야 혁신기업 육성 강화

산업 생태계 조성하는데 목적

셀트리온이 22일 ‘K-바이오 랩허브 구축사업 업무협약식’에 참석하고 바이오 스타트업과 오픈이노베이션을 강화한다고 밝혔다. 인천 송도 연세대 국제 캠퍼스에서 진행된 행사엔 셀트리온을 비롯한 랩허브 구축기관 및 제약바이오 분야 관계기관이 참석했다.

K-바이오 랩허브 구축사업은 산학연병이 협력해 의약바이오 분야 혁신 창업기업을 발굴 및 육성하고 동반성장할 수 있는 산업 생태계를 조성하는 것을 목적으로 하고 있다. 셀트리온은 이번 업무협약식에 대한민국 대표 바이오 앵커기업으로 참석해 K-바이오 랩허브의 성공적인 출범과 바이오 분야 혁신 창업기업 발굴 및 육성, 나아가 동반

성장할 수 있는 바이오 산업 생태계를 조성하기 위한 상호협력력을 다짐하고, 인천 송도를 세계적인 바이오 클러스터로 조성한다는 비전을 공유했다.

셀트리온은 2026년부터 운영되는 K-바이오 랩허브 구축사업에서 ▲K-바이오 랩허브 방향성 부문 ▲글로벌 협력 네트워크 제공 ▲스타트업 육성 프로그램 개발 ▲우수 스타트업과 기술사업 협력 등의 역할을 수행한다는 계획이다.

셀트리온은 이날 오전 인천스타트업파크에서 셀트리온 연구개발부문장 권기성 부사장, 중소벤처기업부 이영 장관이 참석한 가운데 셀트리온과 협력 중인 바이오 스타트업 5개사와 현장 간담회를 진행했다.

/이세경 기자

## LF 헤지스 ‘아이코닉’ 반려견 의류 론칭

반팔 티셔츠와 케이블 스웨터 구성

LF는 23일 헤지스(HAZZYS)가 ‘국제 강아지의 날’을 맞아 반려견 의류 라인을 론칭한다고 22일 밝혔다.

헤지스는 브랜드를 대표하는 베스트 셀러로 부상한 아이코닉 시리즈를 반려견 의류 라인까지 확대한다. 아이코닉 라인은 클래식한 피케 티셔츠, 케이블 니트, 옥스포드 셔츠 등 헤지스가 20여년간 이어온 헤리티지가 담긴 핵심 아이템으로 구성된 컬렉션이다. 해당 라인 판매 수익금의 일부는 유기견 보호단체 등에 기부할 예정이다.

이번 시즌 반려견 아이코닉 라인은 피케 반팔 티셔츠와 케이블 스웨터로 구성됐다. 피케 반팔 티셔츠는 생기 있



헤지스는 아이코닉 라인에 반려견 의류를 추가한다. /LF

는 봄과 어울리는 그린, 옐로우, 블루 색상으로, 케이블 스웨터는 그린, 핑크, 네이비 스트라이프 패턴으로 출시되며 미디움과 라지 사이즈로 구성됐다. /김서현 기자 seoh@



광동제약은 ‘비타500 제로’의 광고 모델로 르세라핌을 발탁했다고 22일 밝혔다.

## 광동제약 “르세라핌과 ‘비타500 제로’ 즐겨요”

2001년 출시 누적 60억병 이상 판매 광동제약은 ‘비타500 제로’의 광고 모델로 르세라핌을 발탁했다고 22일 밝혔다.

비타500 제로는 기존 비타500에 함유된 비타민C 함량(500mg)과 맛은 그대로 유지하고, 당류와 칼로리를 0(ZERO)으로 설계한 제품이다. 비타500은 지난 2001년 출시돼 작년까지 누적 60억병 이상(내부 출고 데이터 기준)의 판매고를 기록하며 ‘착한 국민 드링크’로 자리매김했다.

광동제약은 르세라핌 특유의 활력 넘

치는 매력과 파워풀한 안무, 꾸준한 운동으로 다져진 건강미가 비타500 제로의 콘셉트와 잘 부합한다고 판단해 광고 모델로 선정했다. 이를 통해 ‘비타민 C를 가득 채운 제로’라는 제품 차별성을 효과적으로 전달하고, 소비자와의 적극적인 소통을 전개해나갈 예정이다.

르세라핌은 하이브와 산하레이블 쏘스뮤직이 함께 론칭한 걸그룹으로, 지난해 데뷔해 거침없고 당찬 퍼포먼스를 선보이며 대중에게 많은 사랑을 받고 있다.

/이세경 기자