

아모레퍼시픽 “70여년 걸어온 향기의 여정, 체험해보세요”

북촌 조향사의 집

1960년대 조향 오르간 전시
향 원료 식물로 가득한 정원
조향 클래스·향 블렌딩 체험도

지난 1970년 연구소에 향료 연구 조 직을 신설한 아모레퍼시픽이 70여 년 동안 향(香)을 연구해 온 과정을 전시 한다.

아모레퍼시픽이 지난 15일부터 오는 11월 30일까지 서울 종로 북촌에서 ‘북촌 조향사의 집’ 전시를 개최하고 있다. ‘북촌 조향사의 집’ 전시는 1960년대에 지어진 2층 양옥집을 개조해 60~70년 대의 연구 공간을 재현하고 있다.

이와 관련, 아모레퍼시픽 관계자는 “아모레퍼시픽의 역사성과 진정성을 효 과적으로 나타내기 위해 옛날 양옥집을 활용해 기획하게 됐다”며 “1960년대에 실제로 썼던 조향 오르간도 그대로 가 지고 왔다”고 말했다.

조향 오르간을 중심으로 1층 거실은 과일, 음악, 책 등 조향사들이 영감을 얻는 요소들로 꾸며졌다. 이와 함께 1층



아모레퍼시픽이 ‘북촌 조향사의 집’ 전시를 선보이고 있다.



/아모레퍼시픽.

거실은 경기도 용인의 아모레퍼시픽 기 술연구원을 옮겨 놓은 공간으로 이어진 다. 아모레퍼시픽이 화장품을 비롯한 제품들을 개발하는 과정은 ‘조향에서 시작한다’는 의미가 담긴 인테리이다.

조향사들은 향에 비중을 두고 원료를 연구하고, 그 향은 아모레퍼시픽의 브 랜드 제품에서 다양하게 활용된다. 아 모레퍼시픽 관계자는 “원료를 연구할 때 주로 원료의 성분과 기능을 연구하 지만 향이라는 직관적인 요소도 중요하

기 때문이다”라고 설명했다.

아모레퍼시픽이 연구하는 식물 원료 들은 ‘북촌 조향사의 집’ 정원에서 만나 볼 수 있다. 경기도 오산에 있는 아모레 퍼시픽 원료식물원을 축소시켜 높은 정 원으로, 향 원료 식물이 가득하다.

아모레퍼시픽은 ‘북촌 조향사의 집’ 에서 향에 관한 원데이 클래스도 예약 제로 운영한다. 이에 ▲조향사의 맞춤 컨설팅을 통해 향수를 직접 제작할 수 있는 ‘조향 클래스’ ▲향조와 원료에 관

한 지식을 습득할 수 있는 ‘올팩션(Olf action) 클래스’ ▲향이 심신에 주는 영 향을 이해하고 직접 체험해보는 ‘향 테 라피 클래스’가 해당된다.

특히 조향 클래스는 예약이 빠르게 마감되고 있다.

사전 예약 없이 현장에서 참여할 수 있는 향 블렌딩 체험도 있다. 원하는 향 을 오일이나 스프레이 제품으로 만들어 소장할 수 있다. 아모레퍼시픽 관계자 는 “방문객이 관람하는 동안 전시장 곳

곳에서 맡았던 향을 굿즈로 제작해 공 간을 향으로 기억하는 것”이라며 “체험 료는 7000원이며 소요 시간은 5분 정도 로 방문객들의 참여가 활발하다”고 말 했다.

이번 전시를 공개하면서 처음 주말을 맞은 지난 16일에는 40여 명의 방문객 들이 블렌딩 체험을 했다.

2층에서는 아모레퍼시픽의 향 헤리 티지를 선보인다. 조향사 인터뷰 영상 을 따라 아카이브룸에 들어서면 각 시 대를 품었던 역대 향 제품들을 만나 볼 수 있다.

특히 ‘스와니 룸’에서는 아모레퍼시 픽이 지난 1984년에 출시해 ‘미스코리 아 향수’로 불렸던 스와니 향수 No.3의 향을 시향할 수 있다. 솔잎과 레몬, 허브 의 싱그러운 향과 장미, 목련, 자스민의 꽃향이 어우러진 가운데 부드러운 우디 오리엔탈 향이 더해졌다.

아울러 신상품 ‘퍼즐 우드’도 만나볼 수 있다. ‘퍼즐 우드’는 서울 성수에 위 치한 ‘아모레성수’에서만 체험할 수 있 었던 향을 가미한 제품들이다.

/이청하기자 mlee236@metroseoul.co.kr

에이피알, 시그니처 퍼퓸 리뉴얼 출시

새로운 성장동력 ‘포맨트’ 신제품
성공한 사업가의 여유로움 표현
상큼하면서 부드럽고 깊은 향

지난 2017년 출시 이후 매출 1000억 원을 돌파하며 에이피알의 또 다른 성 장동력으로 자리매김하고 있는 ‘포맨 트’가 신제품을 선보인다.

글로벌 뷰티테크 기업 에이피알은 포 맨트(FORMENT)의 ‘시그니처 퍼퓸 코튼 썬세스’ (사진) 리뉴얼 버전을 출 시했다고 밝혔다.

퍼퓸·라이프스타일 브랜드인 포맨트



전작이 금색 병을 통해 단단하고 물 질적인 성공을 의미했다면, 이번 리뉴 얼에서는 향수가 넘실거리는 것이 보이 는 투명 병을 사용해 마치 성공한 사업 가가 여유롭게 마시는 한 잔의 위스키

가 선보이고 있는 ‘시 그니처 퍼퓸’ 라인에 는 코튼 허그, 코튼 키 스, 코튼 썬세스 등이 있다. 이 가운데 코튼 썬세스가 성공의 품격 을 동적으로 형상화한 제품으로 재탄생했다.

같은 느낌을 표현했다.

가장 중요한 향의 경우 큰 틀에서는 전작을 그대로 계승했다. 포맨트에 따 르면 생 자몽과 베르가못, 만다린으로 구성된 톱 노트는 과즙의 상큼함과 베르 가못의 씹스름함이 후각을 강하게 자극 한다. 미들노트에서는 네롤리의 깔끔함 과 진저의 중후함을 느낄 수 있고 베이 스로 쓰인 샌달우드와 파출리, 코튼머 스크가 부드럽고 깊은 잔향을 만든다.

포맨트는 이번 리뉴얼 제품 출시와 함께 판매 채널 다변화에도 지속적으로 박차를 가할 계획이다.

/이청하 기자



지난 19일 경기도 향남에 위치한 생산공장 향남캠퍼스에서 팜젠사이언스 대표와 관계자들이 ‘네 옴셀의 베트남 첫 수출 선적 개시’에 앞서 기념촬영을 하고 있다.

/팜젠사이언스

팜젠사이언스, ‘네옴셀’ 베트남 직접 수출

뷰티케어제품 2만 개 분량

팜젠사이언스가 ‘네옴셀(neomcell)’ 수출 선적을 계기로 주변 동남아시아 국 가로의 수출 확대도 계획하고 있다.

팜젠사이언스는 자체 헬스케어 브랜 드 ‘네옴셀’의 베트남 첫 직접 수출을 위한 선적을 개시했다고 20일 밝혔다. 이번에 베트남에 수출되는 제품은 네옴 셀의 뷰티케어제품 2만 개 분량이다. 아

울러 올해 안에 화장품 등 신규 품목을 수출 물량에 추가할 예정이다.

지난 6월 팜젠사이언스는 베트남 헬 스케어 전문유통업체인 메디케어(ME DICARE)와 수출 및 유통 관련 계약을 체결했다. 이에 따라 베트남 하노이에 위치한 메디케어는 네옴셀의 뷰티케어 제품을 베트남 전역의 약 6000개 병원 을 비롯해 약국, 드럭스토어, 에스테틱 샵 등 공급하게 됐다.

/이청하 기자

동아제약

미니막스 칼슘비타민D

사과맛으로 아이 입맛 겨냥

동아제약이 아이의 성장을 위한 다양 한 제품군으로 소비자들의 인기를 끌고 있는 가운데 신제품을 선보인다.

동아제약은 건강기능식품 ‘미니막스 칼슘비타민D 사과맛’을 출시했다고 20 일 밝혔다. 아이의 성장 발달을 지원하 는 ‘미니막스 칼슘비타민D 포도맛’에 이 어 사과맛도 추가한 것이다. 설탕과 감 미료 대신 과일 농축액을 부원료로 사용 해 아이들이 선호하는 맛을 구현했다.

또한 이번 신제품은 뼈·치아 형성, 신경·근육 기능 유지에 필요한 ‘칼슘’ 과 칼슘 흡수를 돕는 ‘비타민D’를 함유 했다.

현재 동아제약 미니막스 제품군에는 ‘칼슘비타민D’를 비롯해 ‘멜티비타민 미네랄’, ‘비타민D’, ‘비타민C’ ‘오메가 -3 DHA EPA’, ‘프로바이오틱스 아 연’ 등이 있다.

/이청하 기자

“제프티, 긴급사용승인 시 모더나 등 추월”

오상기 현대바이오사이언스 대표
“K-바이오의 BTS 될 수 있어”

오상기 현대바이오사이언스 대표가 지난 19일 서울 KG타워에서 열린 ‘글 로벌 제약바이오 콘퍼런스’에 참석해 “국산 코로나19 치료제 ‘제프티’가 긴급 사용승인을 받게 되면 길리어드와 모더 나를 뛰어넘어 ‘K-바이오의 BTS’가 될 수 있다”고 말했다.

아울러 오상기 대표는 “순수 국내기 술력으로 만든 제프티가 ‘긴급사용승 인’을 받는다면 코로나19는 물론 여러 호흡기 바이러스 질환 치료제로 세계 시장을 선도할 수 있다”고 강조했다.

20일 현대바이오에 따르면 오상기 대 표는 코로나19 팬데믹 시기인 지난 2021 년 씨앤파의 원천기술인 유무기 약물전 달체 기술을 이용해 코로나19 치료제를 개발해 고통받는 전세계 환자들을 코로 나로부터 해방시키겠다는 목표를 세웠

다. 이후 코로나19 치료제 개발이 2년 반 만에 성과를 거두며 세계 최초로 범용 항 바이러스제 ‘제프티’가 개발됐다.

현대바이오는 후발주자로 코로나 치 료제 개발에 참여해 초기 백신개발사 및 진단키트 등 각종 코로나 관련 사업 에 해당하는 정부지원금 혜택을 받지 못했다. 정부나 외부 자금 지원 없이 국 산 코로나19 치료제 제프티 임상1상~2 상, 3상까지 진행하고 있는 것이다.

이와 관련 오상기 대표는 “코로나19 치료를 포함한 범용 항바이러스제 개발 에 대한 확신이 있다”며 “일본에서 승승 장구하던 화장품 자회사 비타브리드재 판의 지분을 전량 매각한 자금을 투입 해 임상을 진행했다”고 설명했다.

특히 오 대표는 “길리어드와 모더나 를 뛰어넘는 K바이오 기업을 양성하고 제약주권을 확립하려면 지금이라도 정 부의 적극적인 개입과 지원이 절실하 다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

SK바사, 연구개발 시스템 디지털 전환

실험실 정보관리 시스템 국내 첫 도입

SK바이오사이언스가 연구개발(R&D) 시스템의 디지털 트랜스포메이션(D T)을 통해 글로벌 경쟁력을 강화한다.

SK바이오사이언스는 임상시험 검체 분석기관(GCLP)으로는 국내 처음으로 ‘실험실 정보관리 시스템(LIMS)’을 도 입해 운영한다고 20일 밝혔다. 지난해 6월부터 약 1년에 걸쳐 시스템 구축 및 컴퓨터 시스템 검증(CSV) 프로세스를 마친 SK바이오사이언스는 20일부터 자체적으로 진행되는 임상시험에 LIM S를 적용했다.

SK바이오사이언스가 도입한 LIMS 는 세계적 소프트웨어 기업인 다쏘시스

템의 ‘바이오비아원 랩’ 플랫폼을 기반 으로 검체의 입고부터 분석, 보관, 반출 까지 모든 과정을 실시간으로 추적·관 리하는 것이 특징이다. 이는 완전성·정 확성·일관성 등을 포괄하는 ‘데이터 완 전성’을 보장할 수 있다.

이와 더불어 SK바이오사이언스는 축적된 데이터의 적합성을 분석하고 시 험 진행 현황을 실시간으로 모니터링할 수 있는 ‘비즈니스 인텔리전스(BI)’ 대 시보도도 함께 구축했다. 이를 통해 임 상시험 면역원성 분석의 모든 과정과 결 과가 실시간으로 기록되고, 결과 보고 서가 자동 작성돼 업무 효율성과 관리 체계성을 동시에 강화할 수 있게 됐다.

/이세경 기자 seilee@