

# “부담없이 휴식·산책 즐기세요” 유통업계, ‘체류형 공간’ 확대

이마트 커뮤니티 라운지 강화  
더현대서울 영업면적 절반 휴게공간  
CU 전국 매장 폭염대피소 운영

대형마트, 백화점 등 유통업계가 매장에 휴식 공간을 마련하는데 주력하고 있다. 상품 구매를 위해서 뿐 아니라, 휴식이나 산책 등을 위해 오프라인 매장을 찾는 고객들이 늘어나면서 영업 면적 안에 체류형 휴게 공간을 점차 확대하는 추세다.

7월 업계에 따르면 이마트는 최근 경산에 스타필드마켓 4호점을 선보였다. 지난해 8월 죽전에 1호점을 선보인 이래 빠른 속도로 점포가 증가하고 있다. 스타필드마켓은 매장의 핵심 공간을 휴식이 있는 커뮤니티 라운지로 꾸민 체류형 복합 공간이다. 매장 내에 휴식 공간인 북그라운드와 있는 게 특징이다. 북그라운드에선 따로 커피를 주문하지 않아도 가만히 소파나 의자에 앉아 쉴 수 있다. 경산점은 205평에 달하는 큰 북 그라운드를 보유하고 있는 것이 특징이다.

스타필드마켓은 새 단장 후 높은 성장세를 보이고 있다. 지난해 8월 개점한 스타필드마켓 죽전점은 올해 2분기 매출과 방문객 수가 지난해 같은 기간과 비교해 각각 104%, 82% 증가했다. 올해 6월 문을 연 일산점은 1달 간 매출이 39%, 방문객 수는 67% 늘어났다. 동탄점은 지난



마트 내 상품을 구매하지 않아도 휴식할 수 있는 공간을 마련한 스타필드마켓

/뉴시스

7월 31일 개장 후 2주간 매출이 52%, 방문객 수는 18% 증가했다.

더현대 서울은 영업 면적의 절반 가량을 상품 판매 공간이 아닌 고객 휴게 공간으로 채웠다. 사운즈 포레스트, 폭포, 벤치 등 쇼핑 중간 공원처럼 휴식할 수 있는 장소가 많다. 2023년 매출 1조 원을 돌파한 데 이어 높은 성장세를 보이고 있다. 롯데백화점은 최근 전주점을 새 단장한 후 1층에 휴식할 수 있는 복합 공간을 마련했다. 시그니처 카페가 있어 쇼핑하면서 동시에 쉴 수 있는 공간이다.

CU는 올해 여름 전국 점포를 폭염 대피소로 운영하며 물건을 구매하지 않아도 휴식할 수 있도록 운영했다. 어린이, 임산부, 노약자 등 취약계층을 포함해 모든 사람이 쉬어갈 수 있도록 했다.

최근 트렌드 미디어 ‘캐릿’은 이처럼 본래 기능을 유지하고 쉴 수 있는 요

소를 갖춘 공간을 ‘냅 스페이스(Nap Space)’라고 정의했다. 체형형 팝업이 급증하는 상황에서 피로감을 느낀 소비자들이 도심 속 휴식 공간에 대한 수요가 늘어나고 있다고 분석했다.

이처럼 휴식 공간이 고객들에게 큰 인기를 끌며 늘어나는 이유를 두고 업계에선 고객들이 온라인 공간과 다른 차별점을 둔 공간을 찾기 때문이라고 분석한다. 장을 보는 것 자체는 온라인 마켓에서도 가능한 만큼 추가적인 요소를 가지고 있는 장소를 찾는다는 것이다.

이마트 관계자는 “고객들이 휴식이나 다른 즐길거리를 위해 방문했다가 자연스럽게 장을 보는 것까지 연결되는 것을 지향한다”며 “고객이 오프라인 매장까지 오게 만드려면 상품 구매 외에 다른 특별한 요소가 반드시 필요하다”고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

## GC녹십자, ‘GC1130A’ 국내 희귀의약품 지정

〈산필리포증후군 A형 치료제 후보물질〉

품목허가 수수료 감면 등 혜택  
허은철 대표 “개발속도 빨라질 것”

GC녹십자는 최근 국내 식품의약품안전처에서 산필리포증후군 A형 치료제 후보물질 ‘GC1130A’가 희귀의약품으로 지정됐다고 7일 밝혔다. 향후 품목허가 신청 전 사전 검토 수수료 감면, 조건부 허가 신청 대상 등의 혜택을 받게 됐다.

국내 희귀의약품 지정은 유병 인구 2만 명 이하인 질환에 사용되는 의약품, 적절한 치료 대안이 없거나 기존 치료제 대비 안전성과 유효성이 현저히 개선된 의약품 등을 대상으로 한다.

산필리포증후군 A형은 유전자 결함



GC녹십자 본사 전경.

/GC녹십자

으로 체내에 해파란 황산염이 축적돼 점진적인 손상이 유발되는 열성 유전질환이다. 주요 증상은 심각한 뇌 손상이며 대부분의 환자가 15세 전후에 사망에 이르는 가운데, 아직 허가받은 치료제가

없다.

GC녹십자는 현재 미국, 한국, 일본에서 ‘GC1130A’ 임상 1상을 진행하고 있으며 5년 내 상용화하는 것을 목표로 하고 있다. 특히 ‘GC1130A’는 GC녹십자가 독자 구축한 뇌실 내 직접 투여(ICV) 제형을 갖췄다.

‘GC1130A’는 앞서 미국 식품의약품(FDA)과 유럽 의약품청(EMA)에서도 희귀의약품 및 소아희귀의약품으로 지정됐다.

허은철 GC녹십자 대표이사는 “국내 희귀의약품 지정으로 개발 속도가 한층 빨라질 것”이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

## 대웅제약, ‘펙수클루’ 中 품목허가 획득

2026년 하반기 중국 발매 예정

대웅제약은 최근 중국 국가약품감독관리국(NMPA)에서 위식도역류질환 치료제 ‘펙수클루’ 품목허가를 획득했다고 7일 밝혔다. 적응증은 역류성식도염이며 중국 발매 일정은 오는 2026년 하반기로 예정됐다.

펙수클루는 대웅제약이 지난 2022년 출시한 칼륨 경쟁적 위산분비 억제제(P

-CAB) 계열의 3세대 위식도역류질환 치료제다. 펙수클루는 약물 반감기가 길어 지속적인 산분비 억제 효과를 발휘해 ‘야간 속쓰림’ 개선에 탁월하다. 또 동일 계열 약물 중에서 위산 역류에 따른 ‘만성 기침 완화’ 효과를 임상적으로 입증한 유일한 치료제다.

대웅제약은 이번 중국 품목허가를 기반으로 글로벌 시장 공략에 속도를 낸다는 방침이다. 오는 2027년까지 100개 국

가 진출을 목표로 하고 있는 가운데, 현재 인도, 멕시코, 칠레, 에콰도르, 필리핀 등 6개 국가에서 출시됐다. 파나마, 콜롬비아에서는 품목승인이 완료돼 발매를 준비하고 있다.

박성수 대웅제약 대표는 “이번 중국 품목 허가는 펙수클루가 글로벌 블록버스터 의약품으로 도약하는 데 있어 매우 중요한 전환점이 될 것”이라며 “세계 최대 항체양제 시장인 중국에서 펙수클루가 환자와 의료진에게 가장 신뢰받는 치료 옵션으로 자리매김할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

/이세경 기자

## 아모레퍼시픽, ‘메이크온 온페이스’ 첫 공개

IFA 2025

3770개 마이크로 LED가 빛 전달

아모레퍼시픽은 지난 5일(현지 시간) 독일 베를린에서 막을 올린 국제 가전 전시회 ‘IFA 2025’에서 인공지능 뷰티 디바이스 전문 브랜드 메이크온의 신제품 ‘온페이스’를 최초 공개했다고 7일 밝혔다.

온페이스는 고급 마스크 디바이스로, 3770개의 마이크로 LED가 얼굴 전체에 빈틈없이 빛을 전달하는 기능을 갖췄다. 한 장 구조의 LED 패널과 자유롭게 휘어지는 소재가 피부 곡면에 밀착돼 제품 효능을 높인다.

아모레퍼시픽에 따르면, 인체 피부 조직 모델 시험 결과에서 피부 깊은 층의 엘라스틴 생성량이 증가하는 효과가 입증됐다. 또 모공 부피·밀도, 피부 치밀도 등에서 일시적 개선 효과도 나타났다.

실제로 이번 현장에서도 온페이스를



메이크온 ‘온페이스’

/아모레퍼시픽

직접 체험한 방문객들이 착용감 등 제품 활용에 대한 기대감을 높였다. 방문객들은 ‘기존 LED 마스크와는 다르게 불편함이 없었다’, ‘수많은 LED가 얼굴 전체를 비춰서 집에서도 전문적인 수준의 관리가 가능할 것 같다’ 등의 소감을 전했다.

아모레퍼시픽은 오는 10월 한국 시장에 온페이스를 정식 출시할 예정이며 향후 유럽 시장을 비롯한 글로벌 진출도 계획하고 있다.

/이청하 기자

## 유한양행, 평균 근속연수 12년8개월

제약업계 최고수준 기록

유한양행이 올해 상반기 기준 직원 평균 근속연수가 12년8개월을 기록했다고 7일 밝혔다.

유한양행은 임직원과 회사가 함께 성장하는 기업 문화를 조성해 국내 제약업계에서 최고 수준의 평균 근속연수를 이어가고 있다는 평가를 받는다.

특히 고용, 임금, 승진, 교육 등 인사영역 전반에서 차별과 편견 없는 양성평등을 실현하는 데 중점을 둔다. 대표이사 와 3·4급 사원으로 구성된 ‘사원운영위원회’, 사원 대표와 임원이 참여하는 ‘리버스 멘토링’ 등을 도입해 직급, 성별, 나이 등을 제한하지 않으며 창의적이고 수평적인 기업 문화를 형성했다.

또 노사의 원활한 소통을 위해 분기별 1회 이상 노사협의회를 개최해 근로조건 개선 안건을 협의한다.

장기근속자에게는 퇴직금 누진제, 근속자 표창, 포상휴가 등을 통해 보다 나은 근무환경을 제공하고 있다. 실제로 지난 6월 열린 창립기념일 행사에서는 30년, 20년, 10년의 근속사원 160명 등 장기근속자들에게 상패와 상금, 유급 휴가를 수여하기도 했다.

이와 함께 근로 만족도를 높이기 위한 ‘리뉴얼 데이(매월 첫째 주 금요일)’ 등을 운영하고 있다. 출산 및 육아도 적극 지원해 자녀 1인당 1000만원이 지급되는 출산지원금, 출산휴가·육아휴직 시 대체 인력 채용, 직장 어린이집, 임산부 전용 주차장 등을 갖췄다.

유한양행 관계자는 “지속가능한 기업 가치는 다양성과 평등을 중시한 협력적인 조직문화 속에서 이뤄진다”며 “이를 위해 상생하는 노사 관계를 구축하고, 건강한 조직문화를 조성하기 위해 노력하고 있다”고 말했다.

/이청하 기자

신제품

## LG생진, 더후 ‘비첩 자생 에센스’ 한정판

황혼·여명 표현… 90ml 대용량 구성

LG생활건강은 궁중 피부과학 럭셔리 코스메틱 브랜드 더후에서 ‘비첩 자생 에센스’ 15번째 특별 한정판(사진)을 출시했다고 7일 밝혔다.

더후 비첩 자생 에센스는 고효능 항산화 화장품이다. LG생활건강이 독자 구축한 저속 노화 핵심 성분 ‘NAD 파워 24’를 10% 함유하는 것이 특징이다. 항산화 효능이 뛰어난 한방 성분인 윤설란과 감초를 최적의 비율로 배합해 피부 재생 효과를 갖췄다.

올해로 15번째 선보이는 비첩 자생 에센스 특별 한정판은 낮과 밤을 포함해 24시간 가능한 피부 관리에 중점을 뒀다. 광노화 유발 조건에서 해당 제품 사용 12시간 후를 평가한 인체적용시험에서 피부 장벽, 보습, 윤기, 탄력, 항산화, 피부 결, 진정, 투명도 등이 개선됐다.



평소에 자주 밤을 새는(밤 12시 넘어서 취침 또는 밤에 잠을 자지 않는) 경우에도, 피부 장벽, 보습, 피부 결 등이 나아지는 결과가 확인됐다.

용량은 정품(50ml) 대비 약 2배 증량한 90ml 대용량으로 구성됐다. 이와 함께 제품 디자인에는 해질녘 황혼의 잔광과 희미하게 밝아 오는 새벽녘의 여명을 표현한 색채가 담겨 소장가치를 높인다.

/이청하 기자