

“아름다움과 치료를 함께”

안티에이징시장 노크하는 제약사

항노화시장 2020년 38조 성장 전망
바이오 18社·제약 25社 시장 진출
치료 기술 노하우에 효과 기대감 커



동구바이오제약의 코스메슈티컬 브랜드 ‘셀블룸’의 드레곤 리제너레이트 크림. /동구바이오제약



동국제약의 코스메슈티컬 브랜드 ‘센텔리안24’의 마시는 ‘프리미엄 콜라겐 3200’. /동국제약

항노화(안티에이징) 화장품 시장의 규모가 커지면서 국내 제약·바이오 기업들이 코스메슈티컬 제품에 집중하고 있다. 50대 이상의 액티브 시니어(Active senior) 소비자들이 늘고 있기 때문이다. 이에 제약·바이오 업체들은 앞다퉈 코스메슈티컬 브랜드 론칭과 신제품을 내놓고 있다.

◆항노화 바람이 거세다

고령화가 진행되면서 항노화 화장품 시장의 규모도 커지고 있다. 19일 통계청이 조사한 인구조사에 따르면 지난 2017년 1월 65세 이상 노인 인구는 703만1376명으로 전체 인구의 13.6%로 차지했다. 이로 인해 ‘고령사회’ 진입도 앞당겨질 것으로 전망했다.

국민의 평균수명이 길어지면서 외모와 건강관리에 관심을 두는 50대 이상의 소비자가 액티브 시니어라는 신 계층으로 부상하기 시작했다. 그 수도 꾸준히 증가하고 있다.

항노화 시장도 고령사회 진전에 발맞춰 확대되고 있다. 삼성경제연구소가 조사한 결과 약 20조 원(2016년 기준) 규모의 국내 항노화 시장은 연평균 13.2%씩 성장해 오는 2020년에는 약 38조 원으로 확대될 전망이다. 소비자의 젊은 외모를 유지하는 코스메슈티컬 제품에 대한 수요도 증가하는 추세다.

이에 제약·바이오 기업들도 치료목적의 화장품을 개발·유통하기 시작했다. 현재는 약 25개사 정도의 제약 기업과 약 18

곳의 바이오 기업이 코스메슈티컬 시장에 진출한 상태다. 보건산업진흥원에 따르면 2012년 320억 달러(약 35조 원)였던 세계 코스메슈티컬 시장은 지난해 470억 달러(약 51조 원) 규모로 성장했다.

◆제약·바이오 ‘성공적 행보’

제약·바이오업체들이 코스메슈티컬 브랜드의 론칭도 늘고 있다.

동국제약의 기능성 화장품 브랜드 ‘센텔리안24’는 코스메슈티컬의 대표적인 성공 사례다. 상처 치료제 마데카솔의 주원료(센텔라아시아티카)로 만든 ‘마데카 크림’이 공전의 히트를 기록하면서 지난해 화장품 사업 매출액이 600억 원을 돌파했다. 이는 전년 대비(159억원) 4배 높은 수치다.

동구바이오제약도 지난 13일 인체 지방 유래 줄기세포 추출 기술과 천연 추출 성분이 결합한 코스메슈티컬 브랜드 셀블룸 론칭했다. 특히 ‘드레곤 리제너레이트 크림’ 2종(데이라인·나이트라인)을 선보여 눈길을 끌었다. 해당 제품은 3D줄기세포 배양액 리포솜 5만ppm 등을 합

코스메슈티컬이란?

코스메슈티컬은 화장품(cosmetic)과 의약품(pharmaceutical)의 합성어로, 의학적으로 검증된 성분을 함유한 화장품이다.

유, 피부 장벽을 보호하고 손상된 피부를 회복시켜준다.

이 밖에도 동화약품·대웅제약·셀트리온·일동제약·종근당·휴온스 등도 화장품 브랜드를 론칭하며 화장품 시장에 출사표를 던졌다. 이러한 제약·바이오 업계들의 화장품산업 대거 진입은 자사가 보유한 치료제 기술을 이용하면 기존의 화장품업체와 차별화된 제품을 생산할 수 있기 때문이다.

실제로 코스메슈티컬 제품을 사용하는 손혜숙(54) 씨는 “치료제 개발 기술을 보유한 제약사가 화장품을 생산하면 효과가 더 있을 것이라는 기대감이 생긴다”고 말했다.

동국제약 이용훈 과장은 “실제로 화장품 소비자들 사이에서 제약사에서 만드는 코스메슈티컬 제품에 기능적 효과라는 큰 기대감을 갖고 있어 수요가 점차 높아지고 있다고 볼 수 있다”고 밝혔다.

제약·바이오업체의 화장품 시장 진출에 대해 회의적인 한 화장품 브랜드 관계자는 “제약사들의 화장품 시장 진출은 비교적 적은 투자 비용으로 빠른 시일 안에 제품을 생산할 수 있기 때문이다”라고 지적했다.

이에 제약업계 관계자는 “코스메슈티컬 제품과 의약품은 전혀 다른 분야이기 때문에 생산비를 비교해서 투자의 원인을 파악하기는 어렵다”고 주장했다.

/유재희 기자 ryusoul91@metroseoul.co.kr



마사회, 푸드트릭으로 탈북민 지원 앞장

한국마사회가 푸드트릭을 통해 탈북민 돕기에 나섰다. 마사회는 과천에 있는 ‘렛츠런파크 서울’에서 탈북민이 운영하는 ‘푸드트릭’ 개업식을 갖고 렛츠런파크에서 일정기간 영업할 수 있도록 지원했다고 19일 밝혔다. 마사회는 지난 2015년 9월 통일부와 업무협약을 체결한 바 있다. 협약을 통해 통일부 산하 남북하나재단은 대상자 선정 및 창업교육 등을 담당하고 마사회 렛츠런재단은 차량 구매 및 푸드트릭 개조, 영업장소를 제공키로 했다. 현재 마사회 렛츠런재단이 지원·운영하고 있는 탈북민 푸드트릭은 총 7대다. (왼쪽 세번째부터)통일부 김병대 인도협력국장, 탈북민 이상철씨·최순윌씨, 마사회 김낙순 회장, 렛츠런재단 김학신 사무총장 등이 기념촬영을 하고 있다. /한국마사회

정기 주총 개최... 윤성태 대표이사 재선임

휴온스그룹 원안대로 배당 결정

휴온스그룹의 코스닥 상장사인 휴온스(제2기), 휴메딕스(제15기)는 지난 16일 충북 제천시 바이오밸리 내 위치한 제천공장에서 회사 관계자 및 주주가 참석한 가운데 각 사별 정기 주주총회를 개최했다고 19일 밝혔다.

휴온스(제2기)는 재무상태 및 배당(현금배당 1주당 배당금 500원, 주식배당 1주당 0.05주)에 대해 승인을 받아 원안대로 결정했으며, 대표이사 겸 사내이사로 윤성태 대표이사를 재선임했다.

휴온스는 재무상태 및 배당(현금배당 1주당 배당금 600원, 주식배당 1주당 0.1주)에 대해 승인을 받아 원안대로 결정했고, 사내이사로 휴온스 전구섭 제천공장장을 신규 선임했다.

휴메딕스는 재무상태 및 배당(현금배

당 1주당 배당금 600원, 주식배당 1주당 0.05주)에 대해 승인을 받아 원안대로 결정했고, 사내이사로 휴온스글로벌 윤성태 대표이사를 재선임했다. 3사 모두, 이사 및 감사보수 한도액 책정에 대한 의안을 승인 받아 결정했다.

윤성태 휴온스글로벌 부회장은 이날 주총에서 “지난 2016년 글로벌 헬스케어 그룹으로의 도약을 목표로 지주사 전환을 단행한 이후, 우리 휴온스그룹은 2017년에 기업 지배구조 투명화와 경영 안정, 경영 효율 극대화를 위해 임직원 모두가 열과 성을 다해 업무에 임했다”며 “그 결과, 휴온스를 주축으로 ‘사상 최대 실적’이라는 고무적인 성과를 거두었으며, 앞으로도 안정화된 경영체제를 바탕으로 휴톡스, 나노복합첨단제, 이너셋 하니부쉬, 엘라비에 코스메틱 등 휴온스그룹의 차별화된 ‘블록버스터’ 육성에 집중해 나갈 것이다”라고 밝혔다.

/유재희 기자

CJ프레시웨이-대릉 병원 환자식 위한 ‘배선카’ 시장 진출 맞손

CJ프레시웨이가 주방설비 전문기업인 대릉과 손잡고 병원 환자식 제공을 위한 배선카 시장에 진출한다.

CJ프레시웨이는 지난 16일 대릉과 병원 배선카 개발, 생산 및 브랜드 출시에 관한 업무협약을 체결했다고 19일 밝혔다.

이번 협약에 따라 CJ프레시웨이는 대릉에서 개발, 생산한 배선카에 대한 영업 및 브랜드 관리를 담당하게 된다. CJ프레시웨이는 앞으로 해당 배선카에 대한 브랜드 정교화를 거쳐 ‘헬씨누리 스마트 카트’ 브랜드로 출시, 판매할 예정이다.

대형 종합병원에서 주로 사용되는 온·냉식 배선카는 환자식 안전성을 확보하는데 핵심적인 역할을 담당한다. 환자식은 일반적인 급식과는 달리 식판에 일일이 배분하는 작업을 거쳐 각 병실로 배식



지난 16일 진행된 CJ프레시웨이와 대릉간 업무협약 체결식에서 CJ프레시웨이 박순호 푸드서비스 본부장(왼쪽)과 대릉 유연욱 부사장이 기념 촬영을 하고 있다. /CJ프레시웨이

을 하기 때문에 조리 완료부터 최종 환자식이 제공되기까지 상당한 시간이 소요된다. 특히 환자에게 전달되는 과정에서 미생물 증식될 가능성이 발생하는 데 온·

냉식 배선카를 사용하면 조리 직후 상태를 그대로 유지할 수 있어 환자식 안전성이 담보되는 것은 물론 식사의 만족도도 높일 수 있다.

특히 이번에 출시될 ‘헬씨누리 스마트 카트’는 환자식 안전성을 높일 수 있는 기능을 더욱 강화했다. 예열·냉을 통해 온도를 유지하던 기존 온·냉 배선카와는 달리 자체 배터리를 이용해 이동 중에도 보온·냉을 가능하도록 했으며 고장 유무를 곧바로 확인할 수 있는 자가진단 기능도 추가했다.

또 지정된 배식자 외에는 배식카를 사용할 수 없도록 모바일 및 스마트카드 보안시스템을 탑재했으며 물세척, 멸균세척이 가능하도록 설계해 보다 위생관리 수준을 한 단계 높였다. /박인용 기자 parkiu7854@



코웨이, ‘세계 물의 날’ 맞아 광화문 행사

코웨이가 오는 22일 ‘세계 물의 날’을 맞아 19일 서울 종로구 일민미술관 앞 광장에서 대한민국 대표 물 기업으로서 깨끗하고 맛있는 물을 제공하겠다는 다짐을 전하는 행사를 열었다. 이날 코웨이는 대형 코웨이 정수기와 대형 시루(CIROO) 필터를 만들어 전시했으며, 코웨이의 워터 소울리에 연구자들이 깨끗하고 맛있는 물을 시민들에게 직접 나눠주며 의미를 더했다. 코웨이 코디와 모델이 기념촬영을 하고 있다. /코웨이

“시네츄라시럽, 황사 관련 폐염증 효과”

안국약품 주성분 연구 논문 발표

안국약품 시네츄라시럽 주성분이 황사 관련 폐염증에 유의하다는 연구 결과가 나왔다. 안국약품은 자체개발한 진해 거담제 시네츄라시럽의 주성분인 아이비엽과 황련의 복합 추출물이 황사로 인한 폐염증 반응을 억제한다는 연구 논문이 발표됐다고 19일 밝혔다.

최근 우리나라의 황사 발생횟수도 지속적으로 증가해 사회·경제적으로도 많은 영향을 받고 있다. 특히 호흡기관에서 걸러지지 않는 황사는 사람의 폐 속으로 직접 들어가게 된다.

이러한 호흡기 건강에 적신호 켜진 환경에서 중앙의대 호흡기알레르기내과신

종욱 교수 및 중앙대 약대 이지운 교수팀은 알레르기질환 병태 모델에서 황사로 유도된 폐염증 반응에 대한 아이비엽과 황련의 복합 추출물의 효능을 평가했다.

아이비엽과 황련의 복합 추출물을 투여한 군에서 황사 노출로 인해 증가된 폐염증 감소, 호산구의 폐 유입 억제, 전염증 사이토카인 및 케모카인 분비 억제 등이 확인됐다. 비교군인 텍사메타손과 유사한 수준이었다는 연구 결과를 약학회지에 최근 게재했다.

한편, 시네츄라시럽이 포함된 거담제 시장은 ‘UBIST data’ 기준 2017년 1543억 원으로, 12월이 177억으로 가장 높았으며, 그다음으로는 황사시즌인 4월이 155억, 3월이 147억으로 각각 높았다. /유재희 기자



지난 16일 이대여성암병원 4층 다목적실에서 개최된 이대여성암병원과 한국대강소기업상생협 회간 협약식에서 백남신 이대여성암병원장(왼쪽)과 심상돈 한국대강소기업상생협회장이 기념 촬영을 하고 있다. /이희의로원

이대여성암병원-대강소기업상생協 MOU

건강검진·병원홍보 등 상생 협약

이대여성암병원은 한국대강소기업상생협회와 상생 발전을 위한 업무 협약을 맺었다고 19일 밝혔다.

강기협은 중소, 중견기업 상호간에 상생협력을 통해 비즈니스 연결, 아이템 발굴, 자금 지원, 판로 개척, 해외 진출 등으

로 성장, 발전시켜 경쟁력을 높이고 강소기업으로 거듭나게 하고자 산업자원부에서 허가받아 설립된 협회다.

이번 업무 협약에 따라 이대여성암병원은 협회 가입 회원과 관계자의 건강검진 할인과 예약 및 건강검진에 대한 편의를 제공하며, 강기협은 병원 홍보와 관련 업체와의 연결 등에 협력할 계획이다. /박인용 기자