

# 인보사서 신라젠까지 바이오의 굴욕... 투자 빙하기

## 신라젠 임상중단 후폭풍

이틀 연속 하한가로 추락 코스닥 순위 3위서 10위 바이오주도 동반 하락세

신라젠이 임상3상 중단 소식에 이틀 연속 하한가로 추락했다. 회사측이 긴급 간담회를 갖고 펙사백의 임상 결과를 공개했지만 투자심리를 되살리기엔 역부족이었다. 그 사이 시가총액은 반토막이 났고, 대장주의 몰락에 코스닥시장도 600선이 무너지며 크게 흔들렸다.

### ◆이틀만에 시총 '반토막'

5일 코스닥시장에서 신라젠은 거래가 시작되자마자 가격 제한폭(29.97%)까지 추락한 후 결국 2만1850원에 그대로 거래를 마쳤다.

지난 1일 4만4550원이던 주가는 거래일 이틀만에 2만원대로 추락하며 연중 최저가를 경신했다. 그 사이 시가총액은 3조1653억원에서 1조5525억원으

### 〈임상 3상 주요 결과 발표 일정〉

/자료=각사, KB증권

시기	기업	내용
6월 27일	에이치엘비	임상 3상 주요 결과 발표
7월 31일	메지온	임상 3상 주요 결과 발표
8월 2일	신라젠	임상 3상 무용성 평가 결과 발표
9월 말	헬릭스미스	임상 3상 주요 결과 발표
9월 말	에이치엘비	임상 3상 학회 발표 (예상)
11월 중순	메지온	임상 3상 학회 발표 (확정)
12월	한올바이오파마	임상 3상 주요 결과 발표

로 1조6000억여원이 증발했다. 코스닥 시장 시가총액 순위도 3위에서 10위로 밀려났다.

신라젠은 지난 2일 미국 내 '독립적인 데이터 모니터링 위원회'(DMC)로부터 펙사백의 간암 치료효과를 확인하는 임상3상 시험 중단을 권고 받았다고 밝혔다. 지난 4일에는 긴급 기자회견을 열고 향후 계획을 밝혔지만 주가 하락을 막는데는 역부족이었다.

문은상 신라젠 대표는 간담회를 통해 "펙사백의 항암효과는 분명히 있다"며 "신장암과 대장암 병용 임상과 술전요법에 집중하고, 진행 중인 임상 데이터가 일정 수준 확보되는대로 라이선스 아웃을 진행할 것"이라고 밝혔지만 투자심리는 살아나지 않았다.

더 큰 문제는 앞으로다. 이날 신라젠 거래물량은 20만주에 그친 반면 하한가 대기물량은 1200만주를 넘어섰다. 팔고

싶어도 팔수 없는 상황에 개인투자자들은 발만 동동 구르고 있다. 만일 내일 또 다시 하한가를 기록하면 신라젠 주가는 1만원대로 추락할 것으로 보인다. 신라젠의 52주 최고가는 11만1000원이다.

### ◆바이오주 '암흑의 계절'

신라젠 쇼크로 바이오주도 동반 하락세를 나타냈다. 이날 셀트리온은 11.01% 급락했고, 헬릭스미스는 전일 대비 17.36% 급락했다. 메디톡스(-19.07%)와 휴젤(-2.58%) 등도 모두 급락세로 마감했다.

코오롱티슈진의 '인보사'에서 시작된 충격이 엘에이치비와 신라젠의 임상 중단까지 이어지며 바이오주는 당분간 투자심리가 살아나기는 쉽지 않을 전망이다.

증권업계 한 관계자는 "신라젠이 신장암, 대장암에 집중한다고 해도 아직 임상 1상 단계라는 점에서 가장 가능성이 높은 간암치료제 임상 중단 충격을 달래긴 역부족이었다"며 "1만원대까지 추락하면 어느 정도 반발매수세가 들어

올 것이란 기대도 있지만 바이오주에 대한 투자심리가 워낙 좋지 않아 낙관하긴 이르다"고 말했다.

다만, 아직 기대해 볼 만한 이벤트는 있다. 헬릭스미스는 당뇨병성 신경병증에 대한 첫 번째 임상3상 결과를 9월 23~27일에 발표할 예정이다. 회사측은 임상3상은 순조롭게 진행되고 있음을 여러차례 밝혀 결과를 기대할만 하다는 평가가 우세하다. 메지온 역시 오는 11월 열리는 미국심장학회에서 단심실증 신약 유데나필의 임상 3상 결과를 공개할 예정이다.

미래에셋대우 김태희 연구원은 "헬릭스미스의 임상3상 결과가 마지막 이벤트가 될 것이고, 결과가 좋든 나쁘든 불확실성은 모두 해소된다"며 "특히 하반기 SK바이오팜과 보로노이, 올리패스 등 유망 바이오업체들의 IPO(기업공개)가 대기 중이어서 9월말 전후로 바이오 섹터의 반등이 가능할 것"으로 내다봤다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## “유럽 요리, 이마트24에서 즐기세요”

### 감바스 굴라쉬 2종 출시

이마트24는 6일 감바스알하이요(이하 감바스)와 굴라쉬 등 유럽 요리 2종을 출시한다고 5일 밝혔다.

감바스는 새우를, 알하이요는 마늘 소스를 뜻하는 스페인어로, 마늘향이 가득한 올리브유에 볶아진 새우의 감칠맛을 즐길 수 있는 스페인의 대표적인 가정식 요리 중 하나다.

헝가리의 자부심이라고 불리는 굴라쉬는 토마토 소스를 베이스로 한 헝가리 대표 스투다.

헝가리에서는 굴라쉬에 송아지고기를 주로 사용하지만, 이마트24는 맛은 살리면서 고객들이 보다 부담 없이 즐길 수 있는 가격으로 선보이기 위해 돈



감바스알하이요(위)와 굴라쉬(아래) /이마트24

육을 사용했다.

이마트24는 해외 여행이 일반화됐을 뿐만 아니라 SNS, 미디어를 통해 세계의 유명 먹거리를 많이 접한 고객들이 보다 간편하게 유럽 요리를 즐길 수 있도록 두 상품을 선보이게 됐다.

/김민서 기자

## 랄라블라, 과일 뷰티 ‘통’했다... 매출 62%↑

### 과일화장품 전년 동기비 1.5배 증가

과일 화장품이 인기다.

H&B(헬스앤뷰티)스토어 랄라블라는 올해 6~7월 제품명에 과일이 들어간 상품의 개수가 전년 동기 대비 1.5배 가량 상승했다고 5일 밝혔다. 매출은 약 62% 늘었다.

복숭아, 사과, 수박 등 과일의 색상과 효능을 반영한 제품이 늘어나면서 고객들이 사로잡은 것으로 풀이된다.

'블랙루즈 에어퍼 밸벳틴트 과즙톡톡자몽' 제품은 올해 6~7월 랄라블라의 립틴트 카테고리 판매 1위를 차지했다. 2위는 '어퓨 과즙광틴트 넌나에게 사과'다.

과일 성분이 함유된 기초 제품도 있다. 라운드랩(ROUNDLAB)의 '사과미백토너'와 '사과미백크림'은 칙칙해진 피부를 케어하는데 도움을 줘 인기가 높다.



랄라블라에서 판매되는 과일 뷰티 제품. /랄라블라

신지우 랄라블라 뷰티카테고리 MD(상품기획자)는 "무더워지는 날씨에 지쳐가는 피부를 위해 과일처럼 청량함을 더하는 제품을 찾는 고객들이 늘어나고 있다"며 "앞으로도 랄라블라는 고객들의 니즈에 맞는 다양한 제품들을 선보이며 만족감을 더욱 높일 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

/김민서 기자

## 올리브영, 즐거운 동행 참여제품 매출 '굉충'

### 상품전 제품 전월대비 매출 51% 증가 발굴한 브랜드 신제품 소개 콘셉트

올리브영이 발굴한 신진 브랜드들이 치열한 K-뷰티 시장에 성공적인 출사표를 던졌다.

H&B(헬스앤뷰티)스토어 올리브영은 지난 7월 15일부터 31일까지 공식 온라인몰에서 진행한 '즐거운 동행' 상품전의 참여 제품 매출이 전월 동기(6월 14일~30일) 대비 51% 증가했다고 5일 밝혔다.

올리브영이 지난 2016년부터 꾸준히 전개해 온 '즐거운 동행'은 유망 중소기업을 발굴하고 판로를 지원하는 대표 상생 프로그램이다.

이번 상품전은 온라인을 통해 발빠르게 신제품 정보를 얻는 엄지족을 겨냥해 '즐거운 동행'으로 발굴한 브랜드의 신제품을 소개하는 콘셉트로 진행됐다.

가장 눈에 띄는 활약을 펼친 브랜드



올리브영 '즐거운 동행' 입점 품평회에서 올리브영 MD(상품기획자)들이 중소기업 관계자들과 이야기를 나누고 있는 모습. /올리브영

는 '에르프틴'과 '스킨팩토리'다. 두 브랜드는 올리브영이 지난 4월 서울산업진흥원(SBA) 서울유통센터와 함께 올해 처음으로 개최한 '즐거운 동행' 입점 품평회'를 통해 선발돼 최근 올리브영에 입점했다.

각 브랜드의 대표 제품인 '에르프틴 리제너레이티브 실트 크림'과 '스킨팩토리 SF23 에너지 갈바니 브이 리프트

마스크'는 이번 상품전에서 매출액 기준 인기상품 TOP3에 오르는 등 성공적인 입점 신고식을 치렀다.

한편, 올리브영이 '즐거운 동행'을 통해 발굴한 중소기업은 올해 상반기 기준 45개, 취급 상품 수는 출범 시기인 2016년 5월과 비교해 약 28배 증가한 400여 개에 이른다.

/김민서 기자 min0812@

## 롯데호텔, 국내 호텔업계 최초 '식음 예약 시스템' 선보인다

### 론칭 기념 할인 프로모션 진행

롯데호텔은 지난 1일 국내 호텔업계 최초로 자체 개발 '식음 예약 시스템(Table Management System, 이하 TMS)'을 론칭했다고 5일 밝혔다.

롯데호텔이 론칭한 이 시스템은 레스토랑 통합 예약 플랫폼이다. 국내에서는 잘 사용되지 않거나, 시스템을 사용하더라도 사용료를 지급하고 해외 TMS를 사용하는 경우가 대부분이다.

롯데호텔은 기존 레스토랑 예약 시 전화 예약이 유발하는 휴먼에러(Human Error)를 보완하고, 레스토랑 직원

이 서비스에 보다 집중할 수 있도록 국내 호텔업계 최초로 자체 TMS를 개발했다. 디지털 전환을 적극적으로 추진 중인 롯데호텔은 이번 론칭을 통해 IT 인프라를 고도화하고 글로벌 호텔 체인으로서 경쟁력을 더욱 강화해 나갈 예정이다.

현재 롯데호텔서울 레스토랑 5곳(피에르 가니에르 서울, 라세느, 무궁화, 도림, 모모야마)에 한해 TMS를 이용할 수 있으며, 추후 국내외 롯데호텔 체인에 순차적으로 시스템이 도입될 예정이다.

TMS는 직관적인 사용자 환경(UI)

과 사용자 경험(UX)으로 설계된 것이 특징이다. ▲캘린더 형태의 일자별 최저가(Best Available Rate) 확인 ▲좌석 마감 임박 알람 ▲실시간 예약 확정 및 변경 ▲사전 결제 등이 주요 기능으로 제공된다.

한편, TMS 론칭을 기념해 롯데호텔 서울 뷔페 라세느는 공식 홈페이지 예약 고객을 대상으로 할인 프로모션을 진행한다. 오는 9월 30일까지 진행되는 이 프로모션은 홈페이지를 통해 이용일로부터 최소 1일 전까지 예약하는 고객에게 최대 15% 할인 혜택을 제공한다.

/김민서 기자