

유한양행의 글로벌 진출 전략

# 기술 수출, 인재 교류, 유럽 거점 '3중 포석'

2018년부터 맺은 기술수출 3.5조 글로벌 대학 회원과 네트워크 강화 레이저티닙 등 신약, 유럽 임상 염두

유한양행이 글로벌 오픈이노베이션을 위한 거점 확대에 본격 나선다. 지난해에도 2조원에 달하는 기술수출을 달성한 유한양행은 올해 기술수출뿐 아니라 인재 교류를 통한 새로운 오픈이노베이션에 도전한다. 해외 법인도 유럽으로 확대해 새로운 시장 공략에 나설 계획이다.

22일 유한양행에 따르면 지난 13~15일 열린 JP모건 헬스케어 컨퍼런스에서는 새로운 후보 물질에 대한 라이선스 아웃(기술수출) 논의가 이루어졌다.

이번 컨퍼런스에는 연구개발(R&D), 글로벌, 개발 부문을 포함 자회사 및 해외 법인 등 총 25명이 참석해 다양한 부문에서 의미 있는 활동을 펼쳤다. 유한양행은 지난해 1월 미국 길리어드사이언스와 NASH 치료제 9000억원 규모 기술수출을 달성한데 이어 7월에는 베링거인겔하임과 1조원이 넘는 비알코올성 지방간염(NASH) 치료제 기술수출 계약을 맺었다. 유한양



유한양행이 UC버클리를 방문해 R&D 인재 리쿠르팅을 위한 기업 소개를 하고 있다.

행이 2018년부터 맺은 기술수출 규모는 총 3조5000억원에 달한다. 상당 부분 JP모건 헬스케어 컨퍼런스를 통해 얻은 성과다. 유한양행은 이번 컨퍼런스에서도 글로벌 빅파마들과 다양한 논의를 진행해 추가 기술수출에 대한 기대감을 높였다.

유한양행 관계자는 "그동안 진행해 온 기술수출에 대해 파트너들과 상세한 올해의 일정을 공유하고 이후의 후속적으로 이루어지는 과제들에 대해 협의했다"며 "현재 유한이 보유하고 있

는 임상단계 수준의 물질과 초기 개발 물질에 대해서도 라이선스 아웃을 목적으로 글로벌 빅파마들과 심도 깊은 논의가 이루어졌다"고 말했다.

파이프라인 강화를 위해 라이선스인에 대한 파트너링도 진행했다. 항암제와 NAHS 분야가 주요 타깃이다.

특히, 이번 컨퍼런스에서는 이례적으로 연구개발 인력에 대한 논의가 이루어졌다. 유한양행은 우수한 글로벌 R&D인재들을 리쿠르팅 하기 위한 특별한 행사를 마련하고, UCSF, UC버클리,

스탠포드 등 총 3개 대학의 KOLIS 회원과 네트워크를 강화했다. 또 3개 학교를 직접 방문해 회사 소개와 연구개발 분야 소개, 면역항암제인 이문온시아를 소개하고 질의 응답하는 시간을 가졌다. 국내 제약사가 리쿠르팅을 위한 교류를 진행한 것은 이번이 처음이다.

유한양행 윤태진 글로벌 BD 팀장은 "유한양행은 기존의 파이프라인 확충을 오픈 이노베이션을 넘어선 한차원 높은 오픈 이노베이션을 통해 기술, 물질 뿐만 아니라 우수 인재들을 포함하는 광의의 개념으로 확장했다는 데 의미가 있다"고 설명했다.

올해는 유럽 진출을 타진한다. 유한양행은 2018년 미국 샌디에이고와 보스턴에 법인을 설립하고, 지난해에는 호주 법인 설립을 통해 글로벌 오픈이노베이션 거점을 넓혀가고 있다.

유한양행 관계자는 "레이저티닙 등 신약의 다국가 임상을 염두에 두고 아직 진출하지 못한 유럽 내 국가를 검토하고 있다"며 "올해 안에 유럽에 오픈이노베이션 거점을 마련하게 될 것으로 보인다"고 말했다.

/이세경 기자 seellee@metroseoul.co.kr

## 이디야커피, 설 명절 앞두고 협력사 대금 63억 조기지급

이디야커피가 상생경영 차원에서 설 명절 전 협력사 대금을 조기 지급했다고 22일 밝혔다.

이디야커피는 협력사의 자금 부담을 줄이기 위해 매년 설, 추석 등의 명절 전에 대금을 조기 지급 해왔다. 이번 조기 지급 규모는 103개 업체 대상 약 63억원이다.

이디야커피는 이 외에도 협력사와의 상생을 위해 협력업체 서비스 교육 및 우수협력업체 포상 제도를 운영 중이다. 인테리어 협력업체를 대상으로 반기별 고객 서비스 교육을 시행 중이며, 우수 업체에게는 포상금을 별도 집행한다.

/박인용 기자



## CJ푸드빌

### 푸짐한 설맞이 할인이벤트

CJ푸드빌이 운영하는 외식 브랜드 '더플레이스'·'제일제면소'·'계절밥상'·'CJ푸드월드' 그리고 'N서울타워'가 CJ ONE(CJ올리브네트웍스 운영) 가입자를 대상으로 설 맞이 쿠폰 이벤트를 진행한다.

CJ ONE 앱에서 오는 31일까지 매일 오전 10시 선착순 3천명에게 5개 브랜드의 할인 및 서비스 메뉴 쿠폰을 제공한다. 다운받은 쿠폰은 2월 29일까지 사용할 수 있다.

/박인용 기자

## 동국생명과학 신의료기술 기기 판매대행 계약 '펙수프라잔' 멕시코 수출

<PRP 시술>

자가혈소판 풍부 혈장시술 업무 협약 누구든지 쉽게 '버피코트' 추출 가능

동국생명과학은 지난 13일 의료기기 전문기업 '굿모닝바이오'와 '자가혈소판 풍부 혈장(PRP) 시술'을 위한 업무 협약 및 '프로-피알피 키트'의 판매 대행 계약을 체결했다고 22일 밝혔다.

동국생명과학은 이번 계약 체결을 통해 굿모닝바이오와 함께 PRP 전문 브랜드 '프로-피알피(PRO-PRP)'를 선보이고, 이 브랜드의 제품들을 판매하게 된다.

보건복지부가 최근 신의료기술로 선정한 PRP 시술은, 환자의 혈액에서 뽑은 유효 성분을 주입해 염증이거나 통증 질환을 개선하는 치료 방법이다. 보건복지부는 고시를 통해, '상과염(팔꿈치 관절 염증)에서 PRP 시술이 기존



굿모닝바이오 황의재 대표(왼쪽)와 동국생명과학 기원철 팀장이 지난 13일 진행된 동국생명과학과 굿모닝바이오의 협약식에서 기념촬영을 하고 있다.

스테로이드 주사 치료법과 비교해 시술 후 6개월간 기능 개선 및 통증 완화를 보인 유효한 기술'임을 명시했으며, '시술에 따른 합병증 사례가 대부분 경미해 임상적으로 수용 가능한 안전한 기술'이라고 밝힌 바 있다.

/이세경 기자

## 한미약품, 신약후보물질 도출 위해 AI도입

스탠다임과 공동연구계약 체결

한미약품이 글로벌 혁신신약 개발의 첫 단추인 '신약 후보물질 도출'을 위해 AI(인공지능)도입을 본격화한다. 한미약품은 인공지능(AI) 기반 신약개발 전문기업인 스탠다임과 공동연구 계약을 체결하고, 신약개발 초기 연구 단계에서 AI 활용에 적극 나서기로 했다고 22일 밝혔다.

스탠다임은 인공지능 기반 선도 물질 최적화 플랫폼인 '스탠다임 베스트' 등 자체 개발 AI 기술을 바탕으로

현재 항암, 비알콜성지방간 등 다양한 분야에서 파이프라인을 개발하고 있으며, 최근 다수의 제약기업과 공동연구도 활발히 진행하고 있다. 이번 업무협약에 따라 양사 협력으로 도출된 신약 후보물질은 한미약품 주도의 상업화 개발(임상·생산·허가)로 이어질 전망이다.

스탠다임 김진한 대표는 "제약분야의 AI 기술 발전은 매우 빠르게 진행되고 있다"며 "한미약품과의 공동연구를 통해 AI로 발굴한 신약 후보물질은 상용화할 수 있도록 역량을 집중할 것"이라고 말했다.

/이세경 기자

## '펙수프라잔' 멕시코 수출

### 40兆 세계무대 공략 시동

대용제약, 2022년 하반기 발매 목표 기술료 포함 약 5000만 달러 규모 멕시코, 중남미서 두번째로 큰 시장

대용제약의 차세대 위식도역류질환 치료제 '펙수프라잔'이 글로벌 시장 진출의 첫 포문을 열었다.

대용제약은 '펙수프라잔'의 멕시코 수출 계약을 체결했다고 22일 밝혔다. 대용제약은 펙수프라잔의 이번 해외 진출을 시작으로 향후 전 세계 40조원 시장을 적극적으로 공략해 나갈 예정이다.

수출 계약 규모는 기술료를 포함한 약 5000만 달러 규모로, 빠른 현지 허가 절차를 거쳐 2022년 하반기 발매를 목표로 하고 있다.

이번 계약을 통해 '펙수프라잔'에 대한 허가를 보유한 대용제약이 현지 파트너사인 '목샤8(Moksha8)'에 제품을 공급하고, 목샤8은 현지 판매 권리를 보유하게 됐다.

/이세경 기자

아울러 양사는 근거 중심 마케팅 전략을 지속 협의해 나갈 예정이다.

목샤8은 소화기, 심혈관계, 중추신경계 등 다수의 글로벌 제약사 제품을 성공적으로 판매했던 경험과 멕시코 전 지역을 포괄하는 병의원 네트워크를 보유한 전문 제약사다.

멕시코는 브라질에 이어 중남미에서 두 번째로 규모가 큰 의약품 시장이며, 현재는 역류성 식도염에 널리 쓰이고 있는 PPI가 멕시코의 황계양제 시장의 95%를 차지하고 있다.

대용제약 박현진 글로벌사업 본부장은 "대용제약은 위장장애에 대한 치료 니즈가 높은 멕시코 진출을 통해 글로벌 시장 진출에 대한 청사진을 제시했다"며, "계열 내 최고 혁신 신약으로 개발 중인 펙수프라잔의 미국과 중국 임상 진입을 앞두고 있으며 향후 중남미, 중동 등 전 세계로 시장을 확대해 나갈 것"이라고 말했다.



대용제약의관

## 나랑드사이다

### 연평균 20% 매출 상승

동아오츠카 '나랑드사이다'가 4년 연속 매출이 성장했다. 나랑드사이다는 1977년 동아제약 식품사업부에서 발매 후 웰빙 트렌드에 맞춰 리뉴얼해 2010년 재출시했다.

새로워진 나랑드사이다는 제로 칼로리에 설탕, 보존료 모두 첨가하지 않아 '4 Zero'라는 캐치프레이즈를 가지고 있다.

나랑드사이다는 2010년 출시 직후 칼로리에 민감한 2030 여성을 대상으로 인기를 끌었다. 최근에는 여성뿐만 아니라 건강과 다이어트를 위해 제로 칼로리 음료를 선택하는 소비자들이 많아지는 추세에 힘입어 매출도 빠르게 성장하고 있다.

지난해 나랑드사이다의 매출액은 160억 원(소비자가 기준)을 기록했으며, 2015년부터 매해 평균 20%씩 매출이 증가하고 있다.

노광수 나랑드사이다 브랜드 매니저는 "올해는 온라인 프로모션을 통한 소비자들과의 접점을 확대해 브랜드 입지를 더욱 공고히 할 것"이라고 말했다.

/박인용 기자 parku7854@