

## 임상실험 세계 3위 점프... 점유율은 하락

# 中에 밀려... 빛바랜 '임상 강국'

1상 프로토콜 수, 2018년비 급증  
1상·3상점유율, 5%대 견고히 유지  
韓, 다국가임상 글로벌순위 12위

신약 개발이 크게 늘면서 국내 제약사들이 주도한 단일국가 임상시험(의약품 개발을 위해 1개 국가에서 실시하는 임상시험)이 지난해 역대 최고 순위인 글로벌 3위를 기록했다. 다만, 중국이 글로벌 임상시장에서 2위로 도약하면서 한국의 시장 점유율은 되레 뒷걸음질 친 것으로 나타났다.

국가임상시험지원재단은 임상시험 최신 동향 파악을 위해 2019년도 전세계 의약품 임상시험 신규 등록 현황을 분석한 결과를 23일 공개했다.

결과에 따르면 지난해 국내 단일국가 1상 프로토콜 수가 2018년 대비 8.80% 급증했다. 1상과 3상 점유율은 5%대를 견고하게 유지했다. 한국의 단일국가 임상 순위는 지난 2018년 4위에서 한단계 오르며 역대 최고 수준이다. 식품의약품안전처 전체 임상시험계획(IND) 승인 건수는 지난해 총 713

건으로 처음으로 700건을 돌파했다. 전년보다 약 5% 늘어난 수치다.

전체 글로벌 임상시험은 지난 2016년의 급격한 하락에서 벗어나 최근 3년간 연평균 3.29% 증가하여 점차 회복되는 모습을 나타냈다. 전체 프로토콜 수는 2018년 4346건에서 지난해 4435건으로 전년대비 2.05% 증가했고, 1상과 2상 임상시험이 전년 대비 각각 7.51%, 7.71% 증가하며 글로벌 임상시험의 증가를 이끌었다.

다만, 한국의 단일국가 임상시험 점유율은 2018년 4.75%에서 2019년 4.40%로 다소 하락했다. 이는 중국의 단일국가 임상시험 점유율의 급격하게 상승한 영향으로 풀이된다. 한국이 참여한 다국가 임상시험 글로벌 순위는 12위를 유지했고, 한국의 전체 임상시험 글로벌 순위는 2018년 7위에서 한단계 하락한 8위를 기록했다.

중국은 지난해 글로벌 임상시험 점유율이 6.44%로 미국에 이어 2위를 차지했다. 6년만에 점유율은 4.29%포인트 늘었고, 순위는 11단계 상승했다. 임상시험 실시기관 진입 규제를 낮추

고, 임상시험을 승인제에서 신고제로 변경하는 등 중국 정부의 신약개발 활성화를 위한 정책 지원이 큰 힘이 된 것으로 풀이된다.

정부 주도의 임상시험 관련 규제 개선과 획기적 인센티브 시스템을 도입한 스페인, 호주 등 국가가 지난해 이어 2019년에도 글로벌 성장률을 상회한 것으로 나타났다. 스페인은 2018년 3.98%에서 2019년 4.12%로 전년 대비 0.14%포인트 증가했고, 한 단계 상승한 5위를 기록했다, 호주는 지난해 3.17%로 전년 대비 0.11%포인트 증가했다.

국가임상시험지원재단(KoNECT) 배병준 이사장은 "지난해 국내 제약사 주도의 후기 임상시험(3상) 급증은 한국이 본격적인 신약개발 국가로 나아가고 있음을 시사한다"며 "국내 신약개발 가속화를 위해 제약산업 육성 및 지원에 관한 특별법에 규정된 '국가임상시험지원센터'로서의 역할을 올해부터 본격적으로 수행해 나갈 것"이라고 말했다.

/이세경 기자 seelle@metroseoul.co.kr

## 봄철 민감한 피부엔 '기초 공사팀'

'귀신애플' 민감성 피부진정에 탁월  
'콜라겐 크림 미스트' 마인드 테라피



데미코스의 '콜라겐 크림 미스트'

입춘이 지나고, 눈이 녹아 비나 물이 된다는 우수(雨水)가 지났다. 날이 풀려 나들이 등 외부 활동이 많아지면서, 봄처럼 화사하고 생기있는 메이크업에 관한 관심이 높아지는 시기.

하지만 이럴 때일수록 초미세먼지와 꽃가루, 황사 등 외부 요인으로 인해 피부가 쉽게 건조해지고, 피부염이 발생하기 쉽다. 이를 가리기 위해 두꺼운 메이크업을 시도하는 경우가 많지만, 이는 오히려 피부를 악화시킬 수 있으므로 이 시기에는 클렌징과 피부 진정을 위한 기초 케어에 보다 신경을 써야 한다. 따뜻한 봄날, 촉촉하고 생기 있는 피부 표현을 위해 고심하고 있다면 지금부터 소개할 '기초 공사팀'에 집중해보자.

작은 자극에도 쉽게 피부가 붉어지는 피부 때문에 고민이라면 아이소이 가 만든 '시카 더블 이펙트 애플(이하 귀신애플)'을 추천한다. 귀신애플은 천연 유래 보습 성분으로 이루어진 수분 베이스의 '복원층'과 오일 베이스의 '장벽층'으로 나뉜 신개념 2층상 시카 애플이다. 붉은기 개선, 민감 피부 진정, 피부장벽 개선 관련 임상을 완료해 봄철 깊어진 피부 고민을 보다 다각적으로 케어한다.

메이크업 시 울퉁불퉁, 울긋불긋 반복되는 고민성 피부가 신경 쓰인다면 올리브영 6년 연속 세럼 부문 1위의 '잡티세럼 II'를 추천한다.

아이소이 '잡티세럼 II'는 잡티개선은 물론 피부결, 피부톤, 과색소침착 등 총 8종의 피부 임상을 완료한 제품이다. 특히 '액체 다이아몬드'라 불리는 불가리안 로즈오일과 미백기능성분 알부틴의 시너지 효과가 빠른 화이트닝을 돕는다.

에스테덤이 출시한 '카밍 바이오미메틱 크림'은 외부 유해환경의 자극으



에스테덤 '카밍 바이오미메틱 크림'



아이소이 '불가리안 로즈 블레미쉬 케어 세럼 (잡티세럼 II)'

로 인해 민감하고 연약해진 피부를 빠르게 진정시키고 피부 균형을 유지해주는 데 도움을 주는 제품이다. 피부를 진정시키는 센시 시스템 기술이 적용되어 자극받아 예민해진 피부를 편안하게 만들어준다.

데미코스의 '콜라겐 크림 미스트'는 청량한 컬러와 은은한 향으로 마인드 테라피를 선사하며, 지친 피부에 수분 및 영양 성분을 공급해 외부 자극에도 버틸 수 있도록 최상의 컨디션을 조성하는 데 도움을 주는 제품이다. 고영양 크림 제형과 워터 제형의 2층상 포물러로 구성된 것이 특징으로, 피부에 닿는 즉시 일차적으로 보습 성분이 촉촉한 수분을 선사한다.

/조효정 기자 princess@

## 대응의 효자 '우루사' 3년 연속 최고 매출

국내 매출 약 882억... 11% 증가  
지속적 성장... 연 매출 900억 목전  
적응증 확장하며 환자 니즈 충족

대응제약은 간판 제품인 우루사가 최근 3년 연속으로 역대 최고 매출 기록을 경신했다고 21일 밝혔다.

지난해 우루사의 전문의약품과 일반의약품을 합친 국내 매출은 약 882억원으로, 2018년 795억원 대비 약 11% 성장했다.

우루사는 2017년 720억원의 국내 매출을 달성해 역대 최초로 700억원을 돌파한 데 이어, 지속적으로 연간 10%가 넘는 성장률을 기록하며 연 매출 900억원 달성을 눈앞에 두고 있다.

특히, 조제용 우루사인 우루사 100mg, 200mg, 300mg의 연간 총 매출이 500억원을 최초로 돌파했다. 조제용 우루사는 2019년 연간 매출 503억원을 기록했으며, 이는 2018년 424억



대응제약 우루사

원 대비 18.6% 성장한 수치다.

우루사의 성장 비결은 지속적인 임상 연구를 통해 적응증을 확장하며 다양한 환자의 니즈를 충족시킨 데 있다.

특히, 지난해에는 우루사 300mg가 세계 최초로 '위 절제술을 시행한 위암 환자의 담석 예방'에 대한 적응증을 추가로 획득했다.

여기에 대응제약의 차별화된 검증 4단계 마케팅 전략과 우수한 영업력이 더해져 우루사의 지속적인 성장을

이끌고 있다.

대응 우루사, 복합 우루사 등의 일반의약품 또한 TV 광고를 포함한 다양한 소비자 마케팅을 통해 브랜드 인지도와 신뢰도를 높이고 동시에, 임상시험에서 입증된 우루사의 간 기능 개선 및 피로 회복 효과를 널리 알리고자 했던 점이 주효했다는 분석이다.

대응제약 전승호 사장은 "우루사는 1961년에 출시돼 올해 60주년을 맞이하는 제품임에도 불구하고 우수한 제품력을 기반으로 여전히 높은 성장률을 기록하고 있다"며 "전문의약품은 신규 적응증을 기반으로 처방 영역을 더욱 확대하고, 일반의약품은 다양한 소비자 계층을 대상으로 브랜드 친숙도를 높여 기존 충성고객뿐 아니라 전 국민에게 사랑받을 수 있는 브랜드로 위상을 강화해나갈 것"이라고 밝혔다.

/이세경 기자

## 송가인이 고른 올해 봄자켓은 '르까프'

사이즈 조절 가능 허리스팅  
주머니 이밴드로 디테일 강조

생활 스포츠 브랜드 르까프(LECA F)가 화사한 봄과 어울리는 2020 SS 시즌 방풍자켓을 출시했다. 일명 '송가인 자켓'으로 불리는 이번 제품은 화려한 플라워 패턴과 디테일함을 강조한 것이 특징이다.

이번 봄자켓은 파스텔 톤의 핑크, 민트 플라워 패턴을 옷 전체적으로 프린팅하여 봄 분위기를 담아냈다. 핑크 컬러는 만개한 벚꽃을 연상케 하여 여성스러움을 극대화했고, 민트 컬러는 봄의 청량하고 산뜻한 느낌을 선사한다.

'송가인 자켓'은 자켓 허리에 스트링을 추가하여 길이를 조절해 여성스러운 스타일을 연출할 수 있다. 주머니에는 이밴드를 추가하여 손이나 소지품을 넣고 땀 때 편리하게 닦아낼 수 있도록 디테일을 더 하였다. 경량소재로 제작되어 가벼운 착용감과 소프트한 터치감이 뛰어나며, 구김이 적고 물에 강하다. 또 일체형 후드로 구성되어 날씨가 변덕스러운

환절기 시즌에 갖고 다니기 적합하다. 산뜻한 플라워 패턴으로 가벼운 들레길 산책이나 봄나들이 등 야외활동 캐주얼 웨어로 활용하기 좋다. 힙을 살짝 가리는 길이로 짧은 길이의 심플한 레깅스와도 잘 어울린다. 베이직한 스킵트-팬츠를 믹스매치하여 꾸민 듯 안 꾸민 듯 자연스러운 스타일링으로도 활용할 수 있다.

/조효정 기자



송가인 봄자켓

## 아떼, 차별화된 색으로 'iF 디자인' 본상

LF의 여성 화장품 브랜드 '아떼(A THE)'의 스킨케어 라인이 독일 'iF 디자인 어워드 2020'의 제품 및 패키지 디자인 부문(Product and Package Design)에서 본상을 받았다고 21일 밝혔다.

독일 하노버에 위치한 'iF 인터내셔널 포럼 디자인' 주최 67년 전통의 iF 디자인 어워드는 독일 '레드닷', 미국 'IDEA' 디자인 어워드와 함께 세계 3대 디자인상으로 손꼽힌다. 매년 독창

성, 실용성, 안전성 등을 종합적으로 평가하여 제품, 패키지, 커뮤니케이션, 서비스디자인/UX, 건축, 인테리어 등의 분야에서 최고의 디자인 결과물을 선정하고 있다. 올해는 56개국에서 7298개 후보작이 출품됐다.

아떼는 진정성 있게 제품을 만드는데 철학을 패키지 디자인으로 구현해 브랜드만의 차별화된 색깔을 보여줬다는 평가를 받았다. 아떼는 도형의 기본이 되는 원과 사각형의 형태에 정교한



아떼 이미지넷 X 'iF 디자인 어워드' 로고

금속 장식을 더 한 디자인으로 시간의 흐름에도 변하지 않는 고급스러움을 절제된 방식으로 드러냈다.

/조효정 기자