

한미약품 독심자 혈관육종·대장암 항암신약 ‘청신호’

美 임상종약학회서 중간발표

한미약품 ‘오락솔’ 약효성 입증
고령 환자에도 내약성 우수

GC독심자 표적항암신약 임상
예측 결과 대비 고무적인 반응을



서울 한미약품 본사



경기도 용인 'GC독심자 R&D센터'

국내 주요 제약사들이 미국에서 열린 임상종양학회(ASCO)에서 신약 개발 중간 결과를 잇달아 발표하며 주목을 받았다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 인한 어려운 상황 속에서도 신약개발의 의지는 계속되고 있다. 지난 달 29~31일 열린 2020년 ASCO는 코로나19 여파로 온라인으로 진행됐다.

한미약품은 1일 경구용 항암신약 ‘오락솔’의 우수한 효과를 확인한 임상 2상 중간결과가 ASCO에서 공개됐다고 밝혔다.

이번에 발표된 오락솔 임상연구는 오락솔의 약효와 안전성 및 내약성을 평가하는 오픈라벨 임상 2상으로, 절

제 불가능한 피부 혈관육종 노인 환자에서 완전 관해 사례 등 고무적인 약효와 내약성이 확인됐다.

발표에 따르면, 이번 임상의 등록 환자 26명 중 평가 가능한 환자 22명(나이 중간값 75세) 모두에서 임상적 효과가 나타났다. 22명 모두 종양 크기가 축소됐으며 완전 관해(CR) 27.3%(6명), 부분 관해(PR) 22.7%(5명), 안정 병변(SD) 50%(11명)이었다.

아테넥스 존슨 라우 CEO는 “현재까지 확인된 오락솔의 효과는 매우 고무적이며 고령 환자에서도 내약성이 우수하다”면서 “앞으로 연구를 지속 진행해 최적의 혈관육종 치료제로 개발해 나갈 것”이라고 말했다.

오락솔에는 주사용 항암제를 경구용으로 전환하는 한미약품의 플랫폼 기술 ‘오라스커버리(ORASCOVERY)’가 적용됐다. 오락솔은 2011년 미국 아테넥스에 라이선스 아웃(기술수출)됐으며, 2018년 미국 식품의약국(FDA)로부터 혈관육종 치료 희귀의약품, 2019년 유럽 의약품청(EMA)으로부터 연조직육종 치료 희귀의약품으로 지정됐다.

GC독심자 역시 지난 29일(현지시간) 목암생명과학연구소와 공동개발 중인 표적 항암 신약 ‘GC1118’의 항암 효과를 확인한 임상 결과를 발표했다.

이번 연구는 전이성·재발성 대장암 신약 ‘GC1118’과 기존 항암화학요법과의 병용투여임상으로, 2차 치료제로

써 ‘GC1118’의 안전성 및 항암 효과를 확인하기 위해 진행됐다.

약물의 최대내약용량(MTD)과 안전성을 확보하기 위해 설계된 임상 1b상에서, 데이터 분석이 가능한 환자 10명 중 종양의 크기가 30% 이상 감소한 부분관해(PR)가 3명 발생하였으며, 평균 무진행생존기간(PFS)은 12개월로 나타났다. 현재 GC독심자는 임상 1b상의 결과를 바탕으로, ‘GC1118’과 폴피리의 병용투여 항암 효과를 확인하기 위한 임상 2a상을 진행하고 있다. 임상 2a상에 참여한 29명의 환자 중 9명에 대한 초기 데이터를 분석한 결과, 4명의 부분관해 발생으로 44.4%의 객관적 반응률(ORR)을 확보했다. 이는 31.7%로 예측했던 결과 대비 고무적인 반응률로 ‘GC1118’의 효능 기대치를 높인 결과라고 회사 측은 설명했다.

김진 GC독심자 의학본부장은 “기대 이상의 항암 효과를 확인했다”며 “1차 치료에 실패한 환자가 사용할 수 있는 2차 치료제 개발을 위해 후속 임상에도 최선을 다할 것”이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

유통 단신



남양유업 임페리얼XO, 아이엠마더 마이크로바이옴 기술 적용

남양유업이 대표 분유 브랜드인 ‘임페리얼XO’와 ‘아이엠마더’가 리뉴얼을 했다고 1일 밝혔다. ‘임페리얼XO’와 ‘아이엠마더’는 이번 리뉴얼을 통해, ▲황금변을 위하여 조제 분유로는 국내 최초 ‘마이크로바이옴’ 기술 적용 ▲모유 평균 수준의 영양 설계 ▲신규 설비 등을 통한 식품 안전성 증대 등을 개선했다. /조효정 기자

미샤 올해 첫 전품목 1+1

미샤가 올 상반기 최대 할인 행사를 연다. 에이블씨엔씨 화장품 브랜드 미샤는 오늘부터 10일까지 ‘썸머 페스티벌 1+1’ 행사를 실시한다고 1일 밝혔다. 이번 행사는 미샤, 농크 매장 및 온라인 마이닝크닷컴, 쿠팡 등에서 동시에 진행된다.

미샤의 1200여 가지 인기 품목들이 1+1로 판매된다. 마스크로 인한 피부 트러블 해결책으로 최근 큰 주목을 받는 히트 상품 ‘개똥속 트리트먼트 에센스’와 ‘개똥속 진정 앰플’이 이번 행사에 포함됐다. 베스트셀러인 ‘보랏빛 앰플’과 ‘더 퍼스트 트리트먼트 에센스’도 준비됐다.

베이스 메이크업 제품은 물론 다양한 색조 제품들도 하나 사면 하나 더 증정된다. /조효정 기자 princess@



한국피자헛, 프리미엄 신제품 ‘얼티밋 치즈포켓’ 출시
피자헛이 1일 오전 서울 영등포구 피자헛 여의중앙점에서 2일 출시하는 신제품 ‘얼티밋 치즈포켓’ 출시를 알리고 있다. /손진영 기자 son@

동아제약, 디오스민 최대 ‘치질 치료제’ 출시

동아제약은 디오스민이 국내 최대로 함유된 치질 치료제 ‘디오맥스 정 600mg(사진)’을 출시했다고 1일 밝혔다.

디오맥스 정은 치질로 인한 통증 및 가려움증 등의 증상, 다리 중압감, 통증 등 정맥부전과 관련된 증상의 개선에 효능·효과가 있는 디오스민이 주성분인 치질 치료제다.

제품명 디오맥스(DIOMAX)는 주성분 디오스민의 ‘디오(Dio)’와 ‘최대’를 뜻하는 ‘맥스(Max)’의 합성어다. 국내 치질 치료제 중 가장 높은 디오스민이 함유됐다는 뜻으로 디오맥스 정에는 기존 디오스민 성분의 치질 치



료제에 비해 2배 높은 600mg의 디오스민이 함유됐다.

디오맥스 정은 일반의약품으로 약국에서 구입할 수 있다. 용법·용량은 정맥부전의 치료를 위해 매일 아침 식전에 1일 1정 1회 복용하면 되며, 치질의 치료를 위해 1일 1정 2~3회 복용하면 된다. /이세경 기자

편의점 와인·양주 매출 쑥쑥

맥주·소주·막걸리 매출의 약 3~4배
흡술족 증가, 재난지원금 소비 영향

롯데가 높았던 와인, 양주의 대중화 바람이 거세다. CU가 주류 매출을 분석한 결과, 올해 와인·양주 매출은 지난해 동기(1~5월) 대비 각각 45.8%, 32.9% 신장하며 역대 최고 매출 신장률을 갱신했다.

같은 기간 동안 맥주와 소주 매출은 각각 6.9%, 14.2%, 막걸리 매출은 17.1% 신장해 주류 카테고리 평균 신장률이 10.2%를 기록한 것과 비교하면 3~4배 가량 큰 폭으로 뛴 것이다.

일반적으로 와인이나 양주는 송년회, 신년회 등이 많고 기온이 낮아 고도를 선호하는 겨울(11월~1월)이 매출 성수기지만, 올해에는 코로나19로 인해 흡술족이 늘어난 데다 재난지원금으로 인해 3월 이후에도 이례적으로 매출이 신장하고 있기 때문이다.

이처럼 비교적 가격대가 높고 개인 취향이 확실한 술을 찾는 소비자



CU, 와인 예약 서비스 실시 /BGF리테일

늘어난데 맞춰 CU는 이달 5일 고객이 직접 점포로 원하는 상품을 주문하는 주류 예약 구매 서비스 ‘CU 와인샵’을 론칭한다.

해당 서비스는 CU의 멤버십 앱 포켓CU에서 제공되는 서비스로, 고객이 앱을 통해 원하는 상품을 미리 예약하면 지정날짜와 CU에서 상품을 픽업할 수 있다. 이달에는 서울시 내 약 500개 점포에서 이용 가능하다.

CU 와인샵에서는 칠레, 이태리, 프랑스 등 세계적으로 유명한 와이너리에서 수입된 20여 가지 상품을 만나볼 수 있다. /신원선 기자 tree6834@

대웅제약 ‘덴티가드랩 그립핏 칫솔’ 첫 공개

대웅제약은 1일 클라우드 펀딩 중개 플랫폼 ‘와디즈’에서 ‘덴티가드랩 그립핏 칫솔(사진)’을 최초 공개했다. 오는 21일까지는 서울 성수동에 위치한 오프라인 체험장에서 소비자가 직접 칫솔을 체험할 수 있다.

이번 와디즈 펀딩은 1일 오후 5시부터 22일까지 진행되며, ‘덴티가드랩 그립핏 칫솔’을 최대 48% 할인된 가격인 1146원에 구매할 수 있다. 또 칫솔과 구강생애주기별 맞춤 ‘덴티가드랩 치약’이 함께 구성된 세트도 48% 할인된 가격에 구입할 수 있다. 목표 펀딩금이 달성되어 펀딩이 성공적으로 종료되면 펀딩 비용이 결제되고, 이후 제품이 배송된다.

대웅제약이 ‘덴티가드랩 그립핏 칫솔’을 와디즈에서 가장 먼저 선보이는 이유는 소비자의 참여로 이뤄지는 클라우드 펀딩이기 때문이다. ‘칫솔의 핵심은 칫솔대로부터 올바르게 전해지는



양치힘’이라는 메시지를 알리고, 소비자의 공감을 얻을 수 있을지 파악할 계획이다.

‘덴티가드랩 그립핏 칫솔’은 대웅제약과 서울대학교 치과대학이 공동 개발해 특허 받은 칫솔로, 치아와 잇몸에 닿는 힘이 올바르게 전달되도록 설계된 칫솔이다. ‘덴티가드랩 그립핏 칫솔’은 손에 잡히는 칫솔대 부위가 육각 모양이어서 손목을 많이 꺾거나 크게 힘들이지 않아도 적정 힘이 주어지고, 칫솔헤드까지 일직선으로 뻗어 있어 양치힘이 그대로 전해지는 것이 특징이다. /이세경 기자



롯데리아, ‘100만개 완판’ 한정판 지파이 버거 선포

롯데리아가 ‘시크릿레시피II’를 6월 1일부터 한 달간 한정 판매한다고 밝혔다. ‘시크릿레시피II’는 클래식버거 2종으로 출시된다. 작년 출시 10일 만에 100만 개가 팔려 롯데리아 40년 역사를 통틀어 최고 판매량을 기록했던 디지털 지파이를 활용한 제품이다. 롯데리아 아르바이트 직원들의 다양한 시도 속에서 맛있다고 소문난 레시피를 그대로 적용하여 현장 제안을 반영한 두 번째 ‘시크릿레시피’ 콘셉트다.

이번 신제품 2종은 지파이의 식감을 그대로 살려 고소한 맛이 들어간 ‘마일드클라쓰’, 지파이 하바네로 맛이 들어간 ‘핫클라쓰’로 지파이 크기를 강조한 맛과 비주얼을 극대화하여 햄버거 재료를 고급스럽게 만든다. /조효정 기자