

# 국내 제약·바이오기업, 'JP모건' 출격... K바이오 재도약 기대

〈JP모건 헬스케어 컨퍼런스〉

세계 최대 바이오 행사·비대면 개최  
20여개 기업 수출·투자 기회 모색  
존립 삼바 대표, 메인 트랙 발표

국내 제약·바이오 기업들이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 중에도 세계 최대 행사인 'JP모건 헬스케어 컨퍼런스'에 참석해 K-바이오 경쟁력을 알린다. 삼성바이오로직스 존립 신임 대표가 처음으로 공식 석상에서는 것을 비롯해 20여개 주요 기업들이 참석해 기술수출과 투자유치의 기회를 모색할 계획이다.

7일 업계에 따르면 삼성바이오로직스, 한미약품, LG화학, 유한양행, 종근당, JW중외제약 등 국내 주요 바이오·제약 기업들이 JP모건 헬스케어 컨퍼런스에 참석할 예정이다.

매년 열리는 제약·바이오 산업 최대

〈JP모건 헬스케어 국내 발표·참석 기업〉

구분	기업명
메인 발표	삼성바이오로직스
이머징 마켓 발표	한미약품, 휴젤, HK이노엔, LG화학, 제넥신
기타 참석	유한양행, 종근당, JW중외제약, 메드팩토, 오스코텍, 셀리버리, 에이비엘바이오, 지놈앤컴퍼니, 고바이오랩, 이오플로우, 크리스탈지노믹스, 유틸렉스, 압타바이오, SCM생명과학, 나이백, 신테카바이오, 바이오리더스 등

/각사, KB증권

행사인 JP모건 헬스케어 컨퍼런스는 올해에는 11~14일 개최된다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인해 올해는 비대면으로 행사가 진행될 예정이다.

삼성바이오로직스 존립 신임 대표이사는 이번 컨퍼런스에서 메인 트랙 발표를 맡으며, 글로벌 데뷔 무대를 가질 예정이다. 올해 메인 트랙에서는 국내

기업은 삼성바이오로직스가 유일하다. 이 회사는 지난 2017년 이후 지속적으로 메인트랙 발표를 맡아 왔다.

서정진 회장이 물러난 셀트리온은 이번 컨퍼런스에서 메인 트랙에 배정됐으나 불참을 결정했다. 셀트리온이 JP모건 컨퍼런스에 불참하는 것은 10년 만에 처음이다. 셀트리온은 코로나19 치료제 개발에 집중하겠다는 의사를 밝힌

것으로 알려졌다.

한미약품과 휴젤, HK이노엔, LG화학, 제넥신은 이머징 마켓 트랙에서 발표를 가진다. 특히 기업공개(IPO)를 앞둔 HK이노엔은 이번 컨퍼런스에서 첫 발표를 가질 것으로 예상돼 기대를 모은다.

이 외에 유한양행, 종근당, 메드팩토, JW중외제약과 오스코텍, 셀리버리, 에이비엘바이오, 지놈앤컴퍼니, 크리스탈지노믹스, 신테카바이오등도 비즈니스 미팅 형태로 컨퍼런스에 참석, 기술수출 가능성을 타진한다. 투자자와 참가 기업 관계자 간의 미팅을 통해 인수합병(M&A)과 파트너십 체결도 기대할 수 있다.

국내 기업들은 그동안 JP모건 헬스케어 컨퍼런스를 통해 다수의 기술수출 성과를 이뤄왔다. 한미약품은 두 차례에 걸쳐 당뇨치료제와 비만 치료제를

기술 수출했고, 유한양행은 폐암 치료제 '레이저티닙'의 기술수출 성과를 이뤘다. 동아에스티는 행사 기간 중 아스트라제네카와 면역항암제 공동연구 계약을 맺기도 했으며 엔지켐생명과학, 나이백, 셀리버리 등은 지난해 행사 참석을 계기로 파트너십 논의를 활발하게 진행한 바 있다.

다만, 올해는 화상 회의 방식으로 비즈니스 미팅이 진행되는 만큼 활발한 회의가 어려울 것이라 우려도 나온다.

KB증권 황기해 연구원은 "그동안 해당 컨퍼런스를 통해 다수의 기술수출 성과를 도출한 만큼, 행사 참석을 앞두고 기술 수출에 대한 기대감 또한 높아질 전망이다"이라며 "다만 이번 행사는 비대면으로 진행되기 때문에 기업 간의 원활한 논의 및 계약 체결에 변수로 작용할 수 있다"고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## 배달 효과 본 뚜레쥬르, O2O서비스 강화

네이버·요기요 등 신규 서비스 도입  
비대면으로 고객 안전·편의 강화  
지난 하반기 배달 서비스 수요 폭증

CJ푸드빌이 운영하는 베이커리 뚜레쥬르가 비대면 서비스 수요를 잡기 위해 신규 O2O 서비스를 적극 도입한다고 7일 밝혔다.

뚜레쥬르가 새롭게 론칭하는 서비스는 '네이버 스마트주문' '요기요 익스프레스' '배달의민족 선물하기' 등으로 고객의 안전을 지키고 편의를 강화한 것이 특징이다.

'네이버 스마트주문'은 고객이 네이버 포털 사이트를 통해 제품을 주문 후 희망 매장에서 픽업하는 비대면 주문 서비스다. 네이버에서 뚜레쥬르를 검색 후 픽업 희망 매장의 플레이스 페이지에서 스마트주문으로 메뉴 확인부터 결제까지 한 번에 해결할 수 있다. 고객은



뚜레쥬르 배달 서비스 확대 /CJ푸드빌

제품의 종류와 특징을 바로 확인하고 대기 시간 없이 제품을 수령할 수 있고, 매장 역시 더욱 효율적으로 운영할 수 있는 장점이 있다.

'요기요 익스프레스' 서비스도 새롭게 도입했다. '요기요 익스프레스'는 인공지능(AI) 기술 기반의 차세대 딜리버리 서비스로 정교한 라스트마일 기술을 통한 획기적인 주문 경험을 제공한다.

이를 통해 소비자들은 기존보다 훨씬 더 빠르고 정확한 딜리버리 서비스를 받을 수 있다. 요기요 앱 내 익스프레스 페이지에서 주문할 수 있다.

온라인 선물이 하나의 문화로 자리 잡으면서 비대면 선물 채널도 확대한다. 뚜레쥬르는 이달 중 '배달의민족 선물하기'에 입점해 뚜레쥬르 배민 전용 상품권을 판매한다는 계획이다. 배달의민족 앱 내 '선물하기' 페이지에서 구매 후 지인에게 바로 선물할 수 있다.

뚜레쥬르는 2019년 9월 배달 서비스를 론칭 이후 매일 배달 서비스 매출을 경신해왔다. 특히 배달 수요가 폭증한 지난해 하반기 뚜레쥬르 배달 서비스는 상반기 대비 70% 이상 신장했다. 뚜레쥬르는 현재 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠 등 채널에 입점해 배달 서비스를 운영 중이다.

/조효정 기자 princess@

## SK케미칼, AI플랫폼기술 활용 특허 출원

류머티스 관절염 치료 물질 발굴

SK케미칼이 인공지능(AI) 전문업체와 협업을 통한 오픈 이노베이션 첫 성과를 냈다.

SK케미칼은 스탠다임의 AI플랫폼 기술을 이용한 공동연구를 통해 류머티스 관절염 치료 물질을 발굴하고, 이에 대한 특허를 출원했다고 7일 밝혔다.

SK케미칼은 지난 2019년 오픈 이노베이션 TF를 신설했고, 국내 유수의 빅데이터 연구진 및 AI 전문업체들과 손을 잡고 신약 개발을 추진해왔다. 이에 따라 같은 해 7월 AI기술을 이용한 신약 개발의 선두주자인 스탠다임과 치료제 개발을 위한 공동 연구 계약을 체결했다.

SK케미칼은 비알콜성 지방간과 류머티스 관절염 분야에서 새로운 치료제 발굴에 착수했으며, 1년여간의 노력 끝에 류머티스 관절염 치료 물질에 대해

특허 출원했다. 이번 특허 출원은 SK케미칼이 AI회사와 공동연구로 이뤄낸 첫 성과다.

이번에 쓰인 신약 재창출은 이미 특정 질환에 치료제로 사용되었거나 개발된 적이 있던 기존 약물로부터 새로운 질환의 효능을 발굴하는 신약개발 방법이다. 여기에 AI 기술을 적용하면 대규모의 임상 데이터에서 약이 효과적으로 작용하는 매커니즘을 보다 빠르고 효율적으로 찾아낼 수 있는 이점이 있다.

신약재창출 방식으로 이미 안전성이 확인된 약물 중에서 류머티스 관절염에 효과가 있는 약물을 발굴하였기 때문에, 통상적인 신약 개발보다 빠르고 효율적인 개발이었다는 게 업계의 평가다. 양사는 앞으로도 비알콜성 지방간염과 류머티스 관절염에 대한 공동연구를 지속하여 신약 후보를 추가로 발굴할 예정이다.

/이세경 기자

## 집콕족 늘며 아우터 보다 '실내복' 대세

롯데온 지난달 실내복 매출 17% ↑

코로나19로 인해 한겨울 패션 트렌드가 변했다. 한파가 찾아오면 가장 큰 인기를 누리던 아우터를 제치고 실내복의 매출이 전년 대비 가장 크게 늘어나며 강세를 보이고 있는 것. 사회적 거리두기 단계 강화로 야외활동과 여행 등에 제한이 생기면서 아우터보다는 실내 생활에 적합한 홈웨어를 더 많이 구매하는 것으로 풀이된다.

7일 롯데온(ON)에 따르면 지난 한 달간(2020년 12월 1일 ~ 12월 31일)의 의류 매출을 살펴보면 전년 대비 '잠옷/실내복'이 17% 늘었으며, 특히 크리스마스 및 연말 홈파티 수요로 인해 12월 마지막 2주간(20년 12월 17일 ~ 12월 31일)의 전년 대비 '잠옷·실내복' 매출은 33%로 더 큰 폭으로 증가했다. 또,

보온에 도움을 주는 '내복/발열내의'의 매출이 599%, '아동 내의/실내복'이 55% 늘었다.

또한, 실내복에 스타일까지 겸비해 외투 하나만 걸치면 집 근처까지 외출이 가능한 '원마일 웨어'도 인기를 끌었다. 실내와 야외 모두 편하게 입기 좋은 '트레이닝복'의 매출은 지난 12월 한 달간 전년 대비 32% 늘었으며, 편한 실내/외복으로는 '티셔츠'가 14%, '원피스'의 매출이 62% 증가했다.

이에 롯데온은 오는 17일까지 속옷 브랜드 '속웃미인'과 함께 '패밀리 마약 잠옷 특가전'을 준비해 기모 소재의 홈웨어 50여개를 할인 판매한다. 먼저 '여성 기모 원피스 잠옷'을 8940원에, 남녀가 함께 맞춰 입을 수 있는 '커플 상하의 세트 잠옷'을 1만5800원부터 판매한다.

/신원선 기자

하이트진로음료

대용량 '진로 토닉워터' 출시

하이트진로음료가 믹서 브랜드 '진로 토닉워터'의 대용량 페트 제품을 출시한다고 7일 밝혔다.

이번 신제품은 600mL로 최근 '홈술', '소토닉(소주+토닉워터)' 트렌드 속 대용량 토닉워터를 원하는 소비자들의 요구를 반영해 추가로 선보이는 제품이다.

여성 소비자 등 술이 약한 소비자들이 소토닉 음용 시 토닉워터와 소주를 2:1 비율로 배합해 마시는 점을 고려해 기존 300mL 제품 대비 용량을 2배 늘리면서도 가격 부담은 대폭 낮춰 실속을 높였다. 용기는 300mL 페트 디자인과 동일한 디자인으로, 넉넉한 용량에도 한 손에 잡히는 사이즈로 제작해 편의성도 갖췄다.

/조효정 기자

## GS25 “이번 설엔 ‘牛플렉스’ 하세요”

한우 등 700여종 설 선물세트

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 신축년 설 선물세트 판매에 돌입한다. 이번에 준비한 설 선물세트는 한우, 수산, 과일, 주류, 통조림, 가전제품, 위생용품, 생활용품 등 50여 분류의 700여종이다.

GS25는 신축년을 맞아 '소(牛)플렉스' 컨셉으로 기획한 설 선물세트 '우월한우한마리세트', '황금소코인' 등을 출시했다.

우월한우한마리세트는 최상급 한우 한마리를 그대로 구현하는 컨셉으로 기획된 상품이다. 투블(1++) 한우 중에서도 마블링(근내지방도)에 따라 한번 더 걸러진 최상위 등급인 투블넘버나인 한우가 사용됐다.

GS25는 등심, 살치살, 치마살, 안심



GS25 직원이 설 선물세트를 들고 포즈를 취하고 있다. /GS리테일

등 8종의 투블넘버나인 등급의 한우 부위를 실제 한우 모양을 본뜬 패키지에 담아내는 방식으로 한우 한마리 컨셉트를 직관적으로 나타냈다.

최상급 한우의 품미를 본뜬 아줄 송로 버섯 소금, 화이트 트러플 엑스트라 버진 올리브 오일 등 명품 향신료 4종까지 동봉된 우월한우한마리세트의 가격은 150만원이다.

/신원선 기자 tree6834@