

코스맥스, 마이크로바이옴 연구로 ‘항노화 비결’ 찾았다

세계 최초 국제학술지 게재
‘스퍼미딘’ 물질, 탄력에 영향
유익균 미생물 20여종 확보



닥터자르트 ‘바이탈 하이dra 솔루션 바이옴 에센스’ 제품 이미지. /닥터자르트

화장품 연구·개발·생산(ODM) 회사 코스맥스의 마이크로바이옴(Microbiome) 논문이 세계 최초로 국제학술지에 게재되면서 코스맥스의 업계 내 안티에이징 화장품 선도가 활발해질 것으로 보인다.

마이크로바이옴이란 미생물(microbe)과 생태계(biome)를 합친 용어로, 체내에 서식하는 미생물이나 그 유전정보를 뜻한다. 사람 체중의 1~3%를 차지할 정도로 양이 방대하고 유전자 수는 인체 세포보다 100배 이상 많다. 마이크로바이옴은 ‘제 2의 게놈’이라고

불릴 정도로 신체의 많은 정보를 탑재하고 있다.

코스맥스는 23일, GIST(광주과학기술원)와 함께 처음으로 피부 마이크로바이옴과 피부 노화의 상관 관계를 밝혀냈다고 전했다. 코스맥스의 ‘스킨 마이크로바이옴의 기능성 물질과 피부 노화와의 상관성 규명(Spermidine-induced recovery of dermal structure

and barrier function by skin microbiome)’ 논문이 네이처 커뮤니케이션스 Biology)에 등재된 것이다.

코스맥스는 지난 2015년부터 사람의 피부 상재균이 피부를 직접적으로 조절한다는 것을 인지하고 항노화와 관련된 연구를 진행해 왔다. 피부에 서식하는 미생물이 나이가 들수록 감소한다는 사실을 발견, 항노화에 중요한 열쇠를 쥐고 있을 것이라는 가설을 세우고 유전자 분석에 돌입했다.

이어 새롭게 발견한 미생물을 ‘Strain-COSMAX’라고 명명하고 안티에이징 기능을 밝혀내기 위해 GIST와 전체 유전자의 역할을 추적할 수 있는 전장 유전자(whole genome analysis)를 분석했다.

분석 결과 이 미생물이 다양한 피부 대사를 조절해 노화 현상에 영향을 줬다. 대사 과정에서 생성되는 ‘스퍼미딘(spermidine)’ 물질이 피부의 콜라겐 합성과 지질 분비를 활성화시켜 보습은 물론 탄력, 안티에이징에 영향을 끼친다는 사실을 알았다.

코스맥스는 이런 연구를 바탕으로 지난 2019년 세계 최초로 피부 유익균 배양액 ‘Strain-COSMAX’를 활용한 안티에이징 화장품 출시한 바 있다. 코스맥스의 마이크로바이옴 관련 화장품은 더마코스메틱 브랜드인 닥터자르트의 수분바이옴 라인 등으로 출시 중이다. ‘바이탈 하이dra 솔루션 바이옴 에센스’가 주를 이룬 수분바이옴 라인은 토너, 에멀전, 크림, 나이트 마스크 등 제품으로 구성돼 있다. 바이옴 라인은 세라미

이드, 병풀 등 보습 성분 라인에 이어 주목받으며 출시 1년 만인 지난해에 누적 판매량 50만개를 돌파했다.

코스맥스는 현재 유익균 미생물 20여종을 확보해 피부 마이크로바이옴 시장을 선도하고 있다. 앞으로 피부 마이크로바이옴 활용 분야를 다양한 제품으로 넓혀갈 예정이다. 관련 제품은 ▲항노화 화장품 ▲탈모방지 샴푸 ▲가글 ▲구강건강기능식품 등으로 출시될 것으로 보인다.

이병만 코스맥스 대표이사는 “피부 마이크로바이옴 기술이 K-뷰티 연구·개발의 위상을 널리 알리는 계기가 될 것”이라면서 “혁신적인 소재로 세상에 없는 제품을 개발해 글로벌 헬스&뷰티 시장의 중심이 될 것”이라고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

올 봄여름 트렌드... 일상 경계 허문 ‘편안함’ 브릿지바이오, ‘BBT-877’ 후속 개발 가속

삼성패션연구소, SS시즌 트렌드 발표
클래식한 에센셜 아이템 인기 예상
믹스매치 스타일링·플라워 프린트



빈플레이디스 21SS 컬렉션 화보 이미지. /삼성물산 패션

삼성패션연구소에서 23일, 2021년 봄·여름 시즌의 트렌드를 ‘편안함’, ‘에센셜&클래식’, ‘믹스&매치’, ‘플라워 프린트’ 네 가지라고 발표했다.

임지연 삼성패션연구소장은 “코로나 팬데믹으로 도래한 뉴노멀 시대에 패션은 포멀과 캐주얼, 홈웨어와 오피스웨어의 경계가 무너지고 편안함이 1순위로 자리잡는다”며 “클래식한 에센셜 아이템이 상황에 맞게 유연하게 제작되며 다양한 무드가 섞인 믹스 앤 매치 스타일링과 플라워 프린트 등이 올해 사랑받을 것으로 예상된다”고 말했다.

이번 시즌은 지난해에 이어 집콕 생활과 재택근무가 일상으로 자리잡으면서 홈웨어, 근무복의 경계가 허물어지고 ‘편안함’에 집중한 스타일이 눈에 띈다.

다. 워크레저(workleisure, work+leisure)가 패션 주요 키워드로 부상한 것이다.

다양한 TPO(Time·Place·Ocation)에 맞게 여유로운 핏의 스웨트셔츠

및 팬츠, 후디, 바람막이, 니트 카디건이 필수 아이템이 됐다. 삼성물산 패션부문의 빈플레이디스는 온라인 전용 라인 ‘그린 빈폴’을 집안밖에서 두루 입기 좋은 품들로 구성 중이다. 구호도 미니멀한 감성을 담은 요가웨어와 편안하면서 스타일리시한 상품으로 구성된 투마일 웨어 캡슐 라인을 처음으로 선보였다.

또한, 트렌치 코트, 테일러드 재킷 및 팬츠, 셔츠 등 ‘에센셜’ 아이템이 각광받는다. 유행에 좌지우지되기 보다는 오래 입을 수 있는 제대로 된 한 벌을 선택하는 경향이 두드러진다. 미니멀한 디자인을 바탕으로 에센셜 아이템을 실용적인 스타일로 재탄생시키는 것도 특징이다. 이로 인해 재킷에 밀려 한동안 인기를 끌지 못했던 클래식 아우터, 트렌치 코트를 주목할 필요가 있다. 빈플레이디스도 “트렌치 코트에 다양한 컬러, 기장, 소재를 적용했다”고 밝혔다.

/원은미 기자

레고켄바이오사이언스, 50억 투자
파이프라인 가치 극대화... 전략적 협업

브릿지바이오 테라퓨틱스(이하 브릿지바이오)는 특발성 폐섬유증(IPF) 신약 후보물질 ‘BBT-877’의 후속 개발 가속화를 위해 원발굴기업인 레고켄바이오사이언스(이하 레고켄바이오)와의 전략적 협력 체계를 강화했다.

브릿지바이오는 23일 공시된 제3차 배정 유상증자를 통해 BBT-877 후속 개발과 가속화 지원을 목적으로 레고켄바이오로부터 50억원의 전략적 투자를 유치했다고 밝혔다.

이번 투자로 BBT-877의 후속 임상 개발 본격화 및 파이프라인 가치 극대화를 위한 양사간의 전략적 협력이 심화된다. 특히 다양한 섬유화 질환 타겟 치료제를 비롯해 항암제 등 오토택신(a

utotaxin) 저해 기전 관련 추가 후보물질 탐색을 확장할 계획이다. 브릿지바이오는 보유한 임상개발 전문 역량에 레고켄바이오의 신약개발 전문역량이 더해져 시너지 효과를 낼 것으로 기대된다.

김용주 레고켄바이오 대표는 “BBT-877의 원발굴기업으로서 향후 개발 가속화에 공조하게 되어 기쁘다”며 “BBT-877 시장경쟁력 제고와 성공적인 후속 임상 개발을 위해 협력을 지속할 것”이라고 말했다.

이정규 브릿지바이오 대표는 “FDA와의 미팅을 거쳐 올 하반기 중 BBT-877의 임상 2상 진입을 바라본다”며 “미중족 의료수요가 높은 특발성 폐섬유증 환자들에게 새로운 치료 옵션을 하루 빨리 제공하도록 하겠다”고 전했다.

/원은미 기자

이대여성암병원 챌린저스와 유방암 극복 프로젝트

목표달성 어플리케이션 ‘챌린저스’



이대여성암병원 유방암·갑상선암센터 안정신 교수(사진) 연구팀이 목표달성 어플리케이션 ‘챌린저스’와 함께 ‘유방암 극복하기 프로젝트’를 오는 3월 1일부터 실시한다. 유방암은 수술 치료 후 방사선 치료, 항암화학 치료, 표적 치료, 항호르몬 치료의 맞춤형 접근과 함께 식단관리, 규칙적 운동 등의 관리가 중요하다. 특히 항호르몬제는 유방암 재발 확률을 낮추고 생존율을 높이지만 흉조, 열감, 질건조증, 관절통, 우울증 등 부작용이 발생하는 경우가 많다.

안 교수는 “항호르몬제는 주로 3~6개월씩 처방하다 보니 환자가 의료진과 상담 없이 자의로 약 복용을 중단해도 의료진이 알아차리기 어려워 암 재발과 전이 위험이 상대적으로 높은 것이 현실”이라고 말했다.

이에 안 교수 연구팀은 유방암 수술 후 항호르몬 치료를 진행하는 유방암 환자들이 ‘챌린저스’ 앱에 매일 약 복용 사진을 올리 고 부작용을 공유하도록 할 예정이다. 이를 통해 환자들이 빠지는 날 없이 약을 복용할 수 있게 할 뿐 아니라, 의료진은 선제적으로 환자의 부작용 상태를 확인하고 대처할 수 있다. 또한 환자들은 같은 부작용을 겪는 환우들과 소통하며 부작용을 견뎌낼 수 있을 것으로 전망된다.

앱 ‘챌린저스’에는 이밖에도 긍정 일기 쓰기, 규칙적인 운동, 식단 일기 쓰기 등 유방암 환자를 위한 다양한 챌린지가 마련돼 있다. 참가자들끼리의 채팅 공간도 준비돼 있다.

/원은미 기자

밀레니엄 힐튼 서울

녹차 활용 봄맞이 세트 출시

밀레니엄 힐튼 서울이 봄을 맞이해 녹차를 테마로 한 ‘스프링 그린 애프터눈 티 세트’를 오는 3월 1일부터 선보인다.

‘스프링 그린 애프터눈 티’는 봄 향기를 담은 따뜻한 녹차 또는 커피와 함께 녹차 잎을 활용한 티푸드를 곁들여 티타임을 즐길 수 있는 세트이다. 갓 구운 스콘, 티라미수, 톱갈 톨케이크, 마카롱, 생초콜릿, 화과자 등 디저트는 물론, 연유를, 카나페 또한 녹차를 가미해 완벽한 티페어링을 갖췄다.

밀레니엄 힐튼 서울 발령 전 일본에서 4년간 총지배인을 지낸 필릭스 부쉬(Felix Busch)는 “한국과 유럽의 맛이 조화롭게 어우러진 이번 티 세트와 함께 여유로운 봄날의 오후를 만끽하길 바란다”고 전했다.

/원은미 기자

네오팜, 현지 맞춤 전략으로 동남아 공략

현지 환경 요인 고려

네오팜 독자개발 기술로 탄생한 제로이드, 더마트로지, 리얼베리어가 태국, 베트남 등 동남아시아 시장에 진출한다.

제로이드와 더마트로지, 리얼베리어는 글로벌 헬스&뷰티 리테일 업체인 왓슨스와의 협업을 통해 현지에서 최적화된 맞춤형 제품으로 각각 태국과 베트남 사업 확대에 나선다고 23일 밝혔다.

먼저 제로이드와 더마트로지는 태국 왓슨스 303개점 입점을 통해 동남아 공략에 나선다. 제로이드는 현지의 환경 요인을 고려해 ‘제로이드 펄프로브 라인’을 태국 소비자들에게 선보인다. 펄프로브 라인은 지성·여드름성 피부를 위한 피지 조절 진정 라인으로 무더운 날씨 속 태국 소비자들의 피부 고민 해소에 도움을 줄 것으로 기대된다. 제로이드는 지난해 온라인 사전 판매를 통해 펄프로브 카밍 앰플을 태국 시장에 선보였으며, 태국 소비자들의 반응은

확인한 후 태국 왓슨스로부터 선입점 제안을 받은 바 있다.

더마트로지는 태국의 더운 기후에 맞춰 개발된 젤 타입의 ‘더마트로지 젤 모이스처라이저’를 필두로 현지 소비자들을 만난다. 해당 제품은 항산화와 미백 등 기능은 물론이고, 네오팜이 독자개발한 피부장벽 관련 기술을 적용, 산뜻한 보습감을 주는 것이 특징이다. 더마트로지는 태국에 맞는 신규 제품을 지속 개발해 순차적으로 선보인다는 계획이다.

리얼베리어는 베트남 왓슨스에 입점하며 첫 진출한다. 리얼베리어는 대표 제품인 ‘익스트림 크림’ 등 총 15종을 베트남 시장 내 소개한다. 베트남의 덥고 습한 기후 환경을 고려해 리얼베리어의 ‘컨트롤-T 라인’을 대표로 선보이며, 시장에 성공적 안착을 도모할 예정이다. 뿐만 아니라 아시아 국가에서 시카 제품에 대한 선호도가 높은 만큼 ‘시카 릴리프 라인’ 역시 활발한 마케팅을 펼쳐나갈 예정이다.

/원은미 기자