

4가지 주제 CDMO 경쟁력 소개... 글로벌 파트너 찾는다

<단일공장·플랫폼·멀티모달리티·엔드-투-엔드>

삼성바이오로직스 'CPhI 월드와이드 2021' 참가

260㎡ 크기 단독부스 마련
'미래를 향한 무한가능성' 주제
다양한 콘텐츠·이벤트 진행

삼성바이오로직스가 세계 최대 바이오 제약 컨퍼런스인 'CPhI 월드와이드 2021'에 참가한다고 9일 밝혔다.

이번 행사는 코로나19 이후 처음으로 온·오프라인 동시 개최되는 세계 최대 규모의 행사로, 2019년 기준 전세계 170여개국에서 2500개 이상의 기업들과 4만8000명 이상의 의약품 관련 전문가들이 참가한 글로벌 컨퍼런스다. 올해는 이탈리아 밀라노에서 현지시간으로 9~11일 진행된다.

삼성바이오로직스는 '미래를 향한



2021 CPhI 전시장 내 삼성바이오로직스 부스

무한 가능성'을 주제로 다양한 콘텐츠와 이벤트를 새로운 고객 경험을 제공하고 비즈니스 네트워킹을 진행 할 계획이다.

특히 올해는 2019년 (81㎡)보다 규모가 훨씬 큰 260㎡ 크기에 단독부스를 마련했다. 삼성바이오로직스는 부스 내 회사의 혁신과 성과를 한 눈에 볼 수

있는 대형 파노라마 패널을 설치하고 4가지 테마로 CDMO 사업에 대한 경쟁력을 부각했다.

먼저 단일공장 세계 최대 규모 생산 시설인 4공장(25만6000L) 경쟁력을 소개했다. 4공장은 최첨단 장비와 최적화된 프로세스를 겸비해 세포주 개발부터 상업생산까지 모든 프로세스가 한곳에서 가능한 슈퍼플랜트이다. 4공장이 가동에 돌입하면 총 62만 리터의 생산규모를 확보하게 된다.

둘째로 위탁개발 가속 플랫폼 '에스-셀러레이트(S-Cellerate)'를 소개했다. 에스-셀러레이트는 초기개발단계에서 임상시험계획신청(IND)까지, 후기개발단계에서 품목허가신청(BLA)까지 각각의 프로세스를 최적화해 지원하는 서비스다. 이러한 혁신을 통해 고객사가 바이오의약품을 개발하는데 소요되는 시간을 9개월까지 단축할 수 있

게 했다.

셋째로 멀티모달리티를 통한 비즈니스 포트폴리오 다각화를 소개했다. 멀티모달리티는 하나의 공장에서 세포·유전자치료제, 백신 등 다양한 형태의 의약품을 생산하는 것을 의미한다. 삼성바이오로직스는 2022년 상반기 가동을 목표로 mRNA 원료의약품 생산을 위한 설비를 증설하고 있다.

마지막으로 바이오의약품 개발 초기 단계부터 상업 생산까지 원스톱으로 제공할 수 있는 '엔드-투-엔드 서비스'를 소개했다.

2020년에는 미국 샌프란시스코 위탁 개발 연구개발(CDO R&D) 센터를 개소해 글로벌 위탁개발수주 역량을 강화했고, 향후 인천 송도에 제2바이오캠퍼스를 구축해 위탁생산(CMO) 규모도 더욱 확대할 방침이다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

동원디어푸드-카카오엔터프라이즈, 물류서비스 혁신 MOU

AI 기반 차세대 식품 온라인몰 구축 맞손

'동원몰·더반찬&' 첨단 AI기술 적용 라이프스타일 반영한 차별화 서비스

동원디어푸드가 국내 대표 IT 플랫폼 기업 카카오엔터프라이즈와 손잡고 AI 기반의 식품 온라인몰 구축을 위한 사업 협력에 나선다.

동원디어푸드는 전날 서울 서초구 동원산업빌딩에서 카카오엔터프라이즈와 'AI 기반 커머스 플랫폼 및 물류 서비스 혁신을 위한 업무 협약'을 체결했다고 9일 밝혔다.

양사는 이번 협약을 바탕으로 동원디어푸드가 운영하는 식품 전문 온라인몰 '동원몰'과 신선 HMR 전문몰 '더반찬&' 등에 카카오엔터프라이즈의 첨단 AI 기술을 적용해 고객 중심의 쇼핑 서비스와 최적화된 물류 환경을 구축해나갈 계획이다.

동원디어푸드는 재고 관리, 물류 운영, 고객상담 등 서비스 전반에 AI를 적용한다. 특히 고객 데이터를 기반으로



강용수 동원디어푸드 대표이사(우)와 백성엽 카카오엔터프라이즈 대표이사(좌)가 8일 서울 서초구 동원산업빌딩에서 업무 협약을 맺고 기념 촬영을 하고 있다 /동원그룹

한 초개인화 추천 서비스와 신선식품다이나믹 프라이싱(제품 및 서비스에 대한 가격을 판매량, 공급량 등 시장 상황에 따라 탄력적으로 바꾸는 전략) 제도 등 고객 라이프스타일을 반영한 차별화된 서비스를 제공해나갈 계획이다.

또한 AI를 기반으로 주문부터 배송에 이르는 모든 프로세스를 재설계해 물류 운영 효율성을 제고해나갈 계획

이다.

카카오엔터프라이즈는 AI·클라우드 등 DT(디지털 전환) 기술 및 서비스 노하우를 활용해 동원디어푸드의 AI 기반 식품 온라인몰 구축 및 물류 서비스 혁신을 지원한다.

더불어 양사는 AI·빅데이터·클라우드 등을 적극적으로 활용하고 식품 온라인몰의 디지털 전환, 운영 개선을 위한 공동 연구 및 개발, 운영 등에서도 협조할 예정이다.

한편 동원디어푸드가 운영하고 있는 '동원몰'은 누적 회원수 100만명, 연간 주문량 100만건에 달하는 식품 전문 온라인몰로, 동원그룹 관련 3000여종의 식품, 식자재를 포함해 생활·주방용품, 가전제품에 이르기까지 13만여 종의 제품을 판매하고 있다. '더반찬&'은 500여 가지 수제 반찬을 비롯해 밀키트, 정육, 수산물, 샐러드 등 각종 식재료를 구비한 신선 HMR 전문몰이다.

/신원선 기자 tree6834@

“첨단 지능형 병원’ 전환 속도 낼 것”

삼성서울병원 개원 27주년

'미래의료 중심 SMC' 목표·방안 제시

삼성서울병원은 9일 개원 27주년을 맞아 본관 지하 1층 대강당에서 개원기념식을 열었다고 밝혔다.

올해 기념식 역시 작년과 마찬가지로 코로나19 상황을 감안하여 방역 수칙을 준수해 행사장을 생중계하는 방식으로 치렀다.

이날 기념식에서 박승우 삼성서울병원 원장은 코로나19 환자 치료와 방역에 애쓰고 있는 의료진과 임직원에게 감사 인사를 전하고, '미래의료의 중심 SMC'를 달성하기 위한 목표와 방안을 제시했다.

박 원장은 우선 '넥스트 노멀'인 위드 코로나 시대에 맞는 최적화된 진료환경을 구축하고, 중증 고난도 중심의 '첨단 지능형 병원'으로 전환도 속도를 내겠다고 밝혔다. 또 현재 진행 중인 리모델링 역시 올해 설계를 마무리하고 내년 부터 본격적인 공사에 돌입할 계획이라고 전했다.



박승우 삼성서울병원장이 9일 개원 27주년을 맞아 본관 지하 1층 대강당에서 열린 개원기념식에서 발언하고 있다.

최근 화두로 떠오른 ESG 경영에 대한 생각도 밝혔다. 수열 에너지, 지역난방 등 에너지 사용 효율을 높여 온실가스 배출을 줄이고, 의료 폐기물 역시 감소시켜 자연 친화적 병원으로 조성하는데 주력하겠다는 구상이다.

박 원장은 "현장 곳곳에서 혁신을 완성해 나간다면 어느 순간 우리 병원이 모든 분야에서 비약적인 발전을 이루었다고 실감할 수 있을 것이라 확신한다"고 말했다.

이날 삼성서울병원은 개원 27주년을 기념하여 김덕경 순환기내과 교수 등에게 공로상과 모범상, 봉사상을 수여했다.

/이세경 기자

JW중외제약, '아토피 혁신신약 연구' KDDF 과제 선정

STAT3 선택적 저해

JW중외제약은 연구자회사 C&C신약연구소의 STAT3 타겟의 아토피 피부염 혁신신약 연구가 '2021 국가신약 개발사업' 과제로 최종 선정됐다고 9일 밝혔다.

C&C신약연구소는 이번 사업 선정에 따라 국가신약개발사업단(KDDF)으로부터 향후 2년간 연구비를 지원받아, STAT3를 선택적으로 저해하는 선도물질 개발을 경유형 혁신신약 후보물질로 발전시킬 계획이다.

STAT3은 세포 내에서 다양한 유전자의 발현을 촉진하는 단백질(전사인

자)이다. STAT3의 비정상 활성화는 염증성질환과 자가면역질환 발생을 비롯해 암세포의 성장과 증식, 전이, 약제 내성에 원인이 되는 것으로 알려져 있다.

C&C신약연구소는 자체 빅데이터 플랫폼 클로버를 기반으로 STAT3 저해 작용을 통해 염증과 가려움증을 동시에 제어할 수 있는 선도물질을 발굴했다. 싱가포르 과학기술청 산하 기관인 싱가포르 피부연구소(SRIS)와 공동 연구를 통해 아토피 환자의 약 80% 이상에서 STAT3가 과도하게 활성화되고 있다는 사실을 확인한 바 있다. C&C신약연구소는 앞으로 선도물질을 바

탕으로 화합물 구조 최적화를 통해 항염증·항소양(가려움증) 효능과 안전성을 확보한 신약 후보물질을 도출할 방침이다.

JW중외제약은 히스타민 H4 수용체에 선택적으로 작용해 염증과 가려움증을 억제하는 아토피 피부염 신약 JW1601도 개발하고 있다. JW1601은 C&C신약연구소로부터 기술 이전 받아 개발 중인 선택적 H4 수용체 길항제로서 지난 2018년 전임상 단계에서 피부질환 분야 글로벌 기업인 덴마크 레오파마에 총 4억200만 달러 규모로 기술 수출됐으며, 레오파마 주도의 글로벌 임상 2상을 앞두고 있다.

/이세경 기자

오비맥주

“건배하는 일상의 기쁨 함께”

'UP짤' 캠페인 전개·TV광고 공개

오비맥주 카스가 위드 코로나(단계적 일상 회복) 시기를 맞아 '함께 마주하며 건배하는 일상의 기쁨'을 주제로 '다시 돌아온 우리들의 시간, UP짤' 캠페인을 펼친다고 9일 밝혔다.

코로나19로 힘든 시기를 보낸 이들에게 위로와 응원 메시지를 전하는 카스는 이번 캠페인의 일환으로 우리가 함께 할 때 '진짜가 되는 시간'이라는 공감대를 형성하기 위한 신규 TV 광고 영상을 공개했다.

카스는 이번 광고 영상에 다시 돌아온 일상의 기쁨을 나누는 친구, 연인,

가족들의 모습을 담았다. 평소보다 높게 들어 건배하는 의미의 'UP짤'을 하며 "이렇게 얼굴 보며 건배하는 게 뭐라고 이렇게 좋을까요" 라는 메시지로 함께 했던 시간을 그리워한 사람들의 반가움을 그려냈다.

카스는 소비자들 'UP짤' 하는 모습의 영상을 카스 광고에 활용하는 소비자 참여형 SNS 이벤트도 연다. 카스는 이벤트에 참여한 영상을 선별 후 편집, 카스 TV 광고 마지막 장면에 삽입해 공개할 예정이다. 참여 방법은 카스 공식 SNS 채널을 통해 확인할 수 있다.

이와 함께 카스는 소비자들 'UP짤'을 직접 경험할 수 있도록 서울 및 수도권에 위치한 매장에 특별 맥주잔을 제공할 예정이다.

/신원선 기자