

# “내년 美·유럽 진출... 세계 특신시장 95% 커버 목표”

## 휴젤 창립 20주년 기념식

‘20살 휴젤, 세계로’ 주제 행사 해외 영향력·매출비중 확대 방침 손지훈 대표 “빅3 시장 공략 총력”

GS 품에 안긴 휴젤이 창립 20주년을 맞아 글로벌 기업으로 도약한다.

휴젤은 지난 18일 회사 창립 20주년을 맞아 온라인 창립기념식을 진행했다고 22일 밝혔다. ‘20살 휴젤, 세계로!’를 주제로 진행된 이날 행사에서는 2021년 휴젤의 주요 성과 발표와 함께 글로벌 기업 도약을 위한 내년도 사업 계획과 향후 비전 등이 공개됐다.

우선, 휴젤은 국내 기업 최초로 시장 진출에 성공한 중국에 현지 법인 ‘휴젤 상하이 에스테틱’을 설립한데 이어, 대만에 조인트 벤처 ‘휴젤 에스테틱 타이



휴젤 손지훈 대표가 지난 18일 회사 창립 20주년을 맞아 열린 온라인 창립기념식에서 중장기 비전을 공개하고 있다.

완’을 설립, 본격적인 중화권 시장 공략에 나섰다.

최대 시장인 미국 진출을 위해 지난 3월 보톨리늄 독신 제제 ‘레티보’의 품목허가 신청서(BLA) 제출도 완료했다. 이후 6월 미국 식품의약국(FDA)이

본격적인 심사에 착수, 두 달 뒤인 8월 거두 공장에 대한 현장 실사도 성공적으로 마무리하며 내년 미국 시장 진출에도 청신호가 켜졌다.

휴젤은 지난 8월 GS-CBC 컨소시엄이 휴젤 최대 주주와 주식양수도 계약

을 체결, 국내 제약, 바이오 사상 최대 규모의 인수로 주목을 받았다. 휴젤은 새로운 최대 주주와의 전략적이고 긴밀한 협력을 통해 글로벌 메디컬 에스테틱 선도 기업으로서의 성장성을 현실화시킨다는 계획이다.

휴젤 손지훈 대표는 “휴젤은 혁신적인 기술력과 제품력, 그리고 영업력을 기반으로 지난해 중국 시장에 성공적으로 진출한데 이어 내년에는 유럽과 미국 시장 진출까지 앞두고 있다”며 “글로벌 메디컬 에스테틱 시장의 리더”라는 우리의 꿈이 한층 더 가까워졌다”고 말했다.

휴젤은 오는 2022년 해외 시장 내 위상 및 영향력을 더욱 확대해 나간다는 방침이다. 특히 올해 세계 점유율 2위에 오른 보톨렉스를 필두로 해외 판로 확대에 나서 현재 50% 수준인 해외 매출 비중을 오는 2025년 80%까지 확대하는

것을 목표로 하고 있다.

내년에는 유럽과 미국 시장 진출이 본격화될 예정이다. 2022년 시장 진출 2주년을 맞는 중국 시장에서의 영향력도 지속적으로 확대, ‘3년 내 현지 시장 점유율 30% 달성’이라는 초기 목표 실현에도 주력해 나갈 예정이다. 세계 특신 빅3 시장으로 진출을 통해 전 세계 특신 시장의 95%를 커버하는 것이 휴젤의 중장기 비전이다.

손 대표는 “휴젤의 제품들을 통해 글로벌 빅3 특신 시장을 비롯한 전 세계 고객의 더 건강하고 아름다운 삶을 실현하기 위해 우리는 다시 한번 새로운 도전을 이어가고 있다”며 “모든 임직원들의 의지와 노력이 모인다면 우리가 걷게 될 새로운 도전의 길이 지금보다 더 넓고 탄탄해질 것”이라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## 셀트리온, ‘렉키로나’ 페루서 조건부 사용허가

(코로나19 항체 치료제)

인도·브라질 이어 3번째 해외 허가 국내 130개 병원서 환자 치료 사용

유럽 승인을 받은 국내 첫 코로나19 항체 치료제 ‘렉키로나’의 해외 진출이 속도를 내고 있다.

셀트리온은 ‘렉키로나’가 지난 16일 페루 의약품관리국(DIGEMID)으로부터 조건부 사용허가를 획득했다고 22일 밝혔다. 렉키로나가 해외 국가에서 조건부 사용허가를 받은 것은 인도네시아와 브라질에 이어 세번째다. 렉키로나는 최근 유럽 의약품청(EMA)으로부터 정식 품목허가를 받은 바 있다.

코로나19 실시간 통계 사이트 월드오미터에 따르면 22일 기준 페루 코로나19 누적 확진자는 220만명을 돌파했으며, 누적 사망자는 20만명을 넘어섰다.



코로나19 항체 치료제 렉키로나주 /셀트리온

11월 현재 하루 확진자는 1700명, 사망자 30명 수준으로 안정된 수준을 보이고 있으나, 올해 초 하루 확진자 1만여명, 사망자 300여명을 넘어섰던 적도 있어 코로나19 추가 확산세에 대한 경각심이 높은 상황이다.

렉키로나는 한국, 미국, 스페인, 루마니아 등 전세계 13개국 코로나19 경증 및 중등증 환자 1315명을 대상으로 실

시한 글로벌 임상 3상 결과 안정성과 유효성을 확인했다. 렉키로나를 투여한 고위험군 환자군에선 중증환자 발생률이 위약군 대비 72% 감소했으며, 임상적 증상 개선 시간 역시 고위험군 환자에선 위약군 대비 4.7일 이상 단축되며 통계적 유의성을 확보했다.

렉키로나는 지난 7월과 8월, 인도네시아 식약처(BPOM)와 브라질 식약위생감시국(ANVISA)으로부터 긴급사용승인을 획득했으며, 지난 9월과 11월에는 국내 식약처와 EMA로부터 정식 품목허가를 획득했다.

중앙방역대책본부 집계에 따르면 지난 18일 기준 국내 130개 병원, 2만 3781명 환자에게 투여되며 코로나19 환자 치료에 활발히 사용되고 있다.

/이세경 기자

## 아모레퍼시픽, 재생 플라스틱 활용 앞장

이스트만과 공급·사용 업무협약

아모레퍼시픽은 이스트만과 2022년부터 화학적으로 재생된 재활용 플라스틱 공급 및 사용에 대한 업무협약을 지난 19일 체결했다.

이스트만은 제품 포장재부터 첨단소재, 화학첨유까지 고루 생산하는 미국 석유화학기업으로 아모레퍼시픽은 협약을 통해 이스트만이 생산하는 우수한 품질의 재활용 플라스틱을 공급받기로 했다.

2021년 6월, 아모레퍼시픽은 2030 지속가능경영 5대 약속을 공개하면서 대자연과 공존하기 위한 하나의 약속으로 2030년까지 플라스틱 포장재 30%에 재활용 또는 바이오 플라스틱을 적용하기로 다짐했다.

이번 협약은 다짐을 이행하기 위한 실천방법 중 하나이며 아모레퍼시픽은 고품질의 재활용 플라스틱을 확보함으로써 지속가능경영과 고객 만족을 가속



지난 19일 아모레퍼시픽과 이스트만의 업무협약식에서 정창욱 아모레 개발&구매 디비전장상무(왼쪽)와 김지후 이스트만 이사가 기념 촬영을 하고 있다.

/아모레퍼시픽

회할 수 있는 발판을 마련했다.

재활용 플라스틱은 ISCC 플러스 인증을 받았으며, 해당 인증은 친환경 바이오 제품 등의 지속가능성을 입증하는 대표적인 수단이다. 세계에서 가장 엄격한 유럽연합(EU)의 재생 에너지 지침(RED)에 부합하는 국제인증 제도인 투명한 심사 기준과 까다로운 인증 절차로 친환경 인증 분야에서 가장 신뢰도가 높은 것으로 평가받고 있다.

/원은미기자 silverbeauty@

## 동아제약, 눈 건기식 브랜드 ‘긱: 아이’ 론칭

‘긱아이’ 등 3종 제품 출시

동아제약은 눈 건강기능식품 브랜드 ‘긱: 아이’를 새롭게 출시했다고 22일 밝혔다.

눈 건강기능식품 긱: 아이 브랜드에는 ‘긱아이’ ‘긱아이 루테인지아잔틴&아스타잔틴’ ‘긱아이 루테인지아잔틴&알티지오메가3’ 등 총 3종류가 있다.

제품 모두 루테인지아잔틴 복합추출물이 들어있다. 루테인지아잔틴복합추출물은 식품의약품안전처로부터 노화로 인해 감소될 수 있는 황반색소밀도를 유지하여 눈 건강에 도움을 줄 수 있음으로 기능성을 인정받은 개별 인정형 원료다. 또 어두운 곳에서 시각 적응을 위해 필요한 ‘비타민A’와 항산화 작용을 하여 유해산소로부터 세포를 보호하는데 필요한 ‘비타민E’ 성분이 포함되어 있다.

긱아이와 긱아이 루테인지아잔틴&



‘긱: 아이’ 브랜드 제품 3종 /동아제약

아스타잔틴에는 눈의 피로도 개선에 도움을 줄 수 있는 성분인 헤마토크로스 추출물이 함유되어 있다. 특히 긱아이 루테인지아잔틴&아스타잔틴에는 정상적인 면역기능에 필요한 아연 성분도 담겼다.

긱아이 루테인지아잔틴&알티지오메가3는 건조한 눈을 개선하여 눈 건강에 도움을 줄 수 있는 rTG형 오메가-3 성분을 함유하여 눈의 건조함까지 한번에 관리할 수 있다. 긱아이 제품은 약국에서 만나 볼 수 있다. 3가지 제품 모두 하루에 한번 1캡슐을 물과 함께 섭취하면 된다.

/이세경 기자

## 오가노이드사이언스 시리즈B 180억 투자 유치

장기유사체(오가노이드)를 활용해 신약개발 플랫폼과 재생치료제를 개발하는 혁신 기업 오가노이드사이언스는 시리즈B 총 3차 중 1차 180억원 규모의 투자 유치를 완료했다고 22일 밝혔다.

지난해 80억원의 시리즈A 투자를 유치한 오가노이드사이언스는 이번 시리즈B 1차 라운드를 통해 180억원을 유치했으며 기존 및 신규 투자자를 대상으로 2, 3차 추가 유치 또한 예정되어 있어 총 누적 투자 규모는 480억원 가량으로 늘어날 전망이다.

이번 투자에는 기존 투자사가 아닌 산업은행, 아산사회복지재단, 동화약품, 원익투자파트너스, 타임폴리오자산운용 등이 신규 투자사로 먼저 문을 두드렸다.

오가노이드사이언스의 이경진 CTO는 “2023년 IPO를 목표로 주요 마일스톤들이 차질없이 진행되고 있다”고 말했다.

/이세경 기자

## 머스트잇, 누적 거래액 9000억 돌파

연 누적거래액 1조 이상 전망

온라인 명품 커머스 머스트잇은 최근 누적 거래액이 9000억원을 돌파했다고 22일 밝혔다.

머스트잇은 지난 8월 배우 주지훈을 모델로 내세운 첫 TVC 은어어와 함께 적극적인 마케팅 활동을 펼치며 거래액, 신규가입 고객 수 등 모든 지표에서 기록적인 성과를 이어오고 있다.

인지도 확대에 본격적으로 탄력이 붙은 머스트잇의 올해 10월 기준 누적 주문 건수는 260만건을 돌파했으며, 고객들의 재구매율도 52%로 높은 수치를 기록했다. 이러한 고객들 호응에 머스트잇은 최근 안드로이드 기준 앱 다운로드 수 1위를 차지하기도 했다.

머스트잇 측은 지난 10년 동안 체계적

이고 안정적인 서비스 운영을 통해 충성 고객층을 확보하며 신뢰를 쌓아온 것을 성과의 주요한 원인으로 분석했다.

가파른 상승 곡선에 머스트잇은 연내 누적 거래액이 1조원을 넘어설 것으로 내다보고 있다. 온라인 명품 시장 내 경쟁이 치열해지고 있는 상황 속에서도 오랜 업력을 통해 구축된 기술력과 고객 편의성을 기반으로 업계 선도자의 위치를 굳혀 나갈 예정이다.

한편, 머스트잇은 서비스 성장과 사세 확장에 따라 지난 10월 압구정으로 사옥을 확장 이전하고 온라인 명품 업계 최초로 오프라인 진출을 앞두고 있다. 머스트잇은 고객 접점을 적극적으로 확대하고, 다양한 채널에서의 쇼핑 편의성을 강화해 양질의 고객 경험을 제공하는 데 주력할 예정이다.

/원은미기자