강스템바이오텍, '세계 첫 골관절염 재생치료제' 인체 투여

'퓨어스템-오에이 키트주' 식약처 임상 1·2a상 승인
연골조직 재생 효과 기대

강스템바이오텍이 개발하고 있는 세계 첫 골관절염 재생 치료제가 인체 투여를 시작한다. 1회 투약 만으로 연골조직이 되살아나는 골관절염 근본적 치료제(DMOAD)로 큰 기대를 모은다.

강스템바이오텍이 15일 '퓨어스템-오에이 키트주'의 임상 1·2a상을 위한 임상시험계획(IND)을 식품의약품안전처로부터 승인 받았다고 밝혔다.

퓨어스템-오에이키트주는 제대혈 유래 중간엽줄기세포와 무세포성 연골기질을 함께 투여하는 융복합제제로, 세계 최초 골관절염 근본적 치료제를 목표로 한다. 특히 수술 없이 무릎관절강 내 주사 1회 투약만으로도 투여한 세포가 연골세포로 분화해 연골조직 재생에 직접적으로 기여함으로써 근본적인 치료 효과를 기대할 수 있다.

이번 임상시험은 연골결손 정도에 대한 국제표준기준(ICRS) 3~4등급에 해당하는 중등증의 골관절염 환자를 대상으로, 무릎관절강 내 퓨어스템-오에이 키트주를 단회투여한 후 안전성 확보와 연골재생을 포함한 구조적 개선 및 통증관리의 유효성을 탐색한다.

임상 1상에서는 최대 18명의 골관절염 환자에게 저용량, 중용량, 고용량에 대한 내약성과 안전성을 확인할 예정이다. 임상 2a상은 총 50명의 골관절염 환자에게 안전성이 확인된 두 시험약 용량군의 6개월간 유효성을 위약군과 비교한다. 장기추적조사와 연계해 12개월 시점에서의 유효성도 탐색할 계획이다.

강스템바이오텍은 염소를 모델로 한 대동물시험에서 염증억제, 연골조직 및 반월판 부위 재생 등의 결과를 확보해 관절 통증완화와 함께 구조적 변형을 억제하거나 개선하는 치료제의 개발 가능성을 제시했다. 특히 해당시험에서 투여된 세포가 재생조직 내에 6개월까지 잔존함을 확인했다.

회사 관계자는 "전임상시험에서 활용한 염소는 무게가 45~50kg으로 사람의 체중과 유사하고, 무릎을 많이 사용해 골관절염 유발 후 유효성을 평가하기에 적절하기 때문"이라고 설명했다.

현재 골관절염 치료제는 일시적인 통증제어 수준의 치료제나 부작용 우려가 있는 무릎절개술, 인공관절 삽입술과 같은 치료법에 의존하고 있는 상황이다. 회사측은 향후 신약 개발 시 혁신적 치료제로서 시장 선점은 물론 환자들에게 획기적인 삶의 질 개선을 가능하게 할 것으로 기대하고 있다.

강스템바이오텍 나종천 대표는 "이번 임상시험에 해외 파트너사들의 관심이 집중되어 있다"며 "이미 국내를 비롯한 일본, 유럽에서 골관절염 치료제 관련 기술을 인정받아 특허를 취득해 향후 글로벌 사업화 및 기술이전을 위한 준비도 진행되고 있다"고 말했다. 이어 "특히, 이번 IND 승인과정에서 강화된 첨단바이오의약품의 품목허가심사 규정에 부합하고자 세포은행을 구축해 품목허가 후 공급가 또한 큰 폭으로 줄일 수 있게 됐다"고 덧붙였다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

우먼웰니스 정조준… 올리브영, '여성 건강상품' 육성

여성 건강 위한 'W케어' 선보여
온·오프라인서 캠페인도 전개

올리브영이 여성들에게 건강한 생활 습관을 제안하는 상품을 선보이며 시장 트렌드를 이끌어 나갈 계획이다.

CJ올리브영은 여성 건강을 위한 'W케어(W CARE)' 상품군을 만들어 국내 시장 육성에 나선다고 16일 밝혔다.

최근 여성 건강과 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 국내외에서 '펨테크(Femtech)'가 각광받고 있다. 펨테크는 여성(female)과 기술(technology)을 합쳐 여성 건강을 위한 기술과 상품, 서비스 등을 일컫는 말로, 오는 2027년 세계 펨테크 시장 규모가 약 80조원에 달할 것이란 전망도 나오고 있다.

올리브영은 이러한 추세를 반영해 'W케어' 상품군을 선보인다. W케어는 '우리(We), 여성(Woman), 웰니스(Wellness)'의 의미를 함축적으로 담았다. 여성들이 일상에서 W케어를 쉽게 경험할 수 있도록 4개의 카테고리로 나누어 상품을 제안한다. 이는 월경을 위한 ▲W밸런스부터 Y존 케어를 위한 ▲W클렌징, ▲W러브, ▲W웨어다.

올리브영은 '여성 건강을 위한 굿해빗'이란 슬로건을 내세워 이달부터 본격적으로 W케어 캠페인에 나서는 한편, 여성 건강을 위한 상품과 브랜드를 지속적으로 확대해 나갈 예정이다. 또한 이달 말부터 주요 대형 매장을 통해 W케어 존도 만나볼 수 있다.

한편 올리브영은 오는 18일부터 30일까지 온·오프라인에서 W케어 캠페인을 전개한다. 주요 인기 상품 할인 프로모션뿐만 아니라 고객 참여 이벤트도 펼칠 예정이다. 모바일 앱에서 '나의 W케어 관심도'를 알아볼 수 있는 이벤트에 참여하고 응모한 고객을 대상으로, 15만원 상당의 W케어 대표 상품으로 구성한 햄퍼(선물 바구니)를 증정한다.

/신원선 기자 tree6834@

K버거 자존심 롯데리아 '불고기버거'… 글로벌 누빈다

대중적인 맛, 30년간 10억개 팔려
더블 한우·4DX 등 라인업 다양화
베트남·미얀마·라오스 등서 흥행

토종 버거 프랜차이즈 롯데리아가 불고기버거를 앞세워 K-버거의 위상을 드높인다.

롯데리아는 1992년 '한국인의 입맛에 맞는 햄버거' 개발을 목적으로 한국 대표 음식인 불고기를 햄버거에 활용, 햄버거 패티 자체에 불고기 양념 시즈닝과 불고기 소스를 활용한 불고기버거를 출시했다.

불고기버거는 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 메뉴로 출시 이후 롯데리아의 버거 판매량 부동의 1위를 유지하고 있다. 30년간 누적 판매량은 약 10억개에 달한다.

롯데리아는 소비자들의 입맛을 고려해 불고기버거 라인업을 꾸준히 다양화해왔다. 지난 2월 불고기를 활용한 신제품 '불고기 4DX'를 출시했으며, 6월에는 2004년 출시한 한우불고기버거 라인업을 확대한 '한우 트러플머쉬룸' 과 '더블 한우불고기(사진)' 버거를 추가 출시했다.

한국인의 입맛에 대중적이고 호불호 없는 불고기를 활용한 롯데리아 신제품 출시로 두 제품은 올해 출시 한 달만에 누적 판매량 100만개를 넘어섰으며, 특히 한우불고기버거는 국내산 한우를 원료로한 특성으로 인해 프리미엄 가격 수준임에도 불구하고 한달만에 예상 판매량보다 약 2배 뛰어 넘으며 금년 하반기 매출 견인에 효자로 재 거듭났다.

실제 올해 1분기 롯데리아 버거 판매 매출액(직·가맹점 포함)은 전년 대비 약 8% 신장했으며 2, 3분기는 두자리 수로 각각 약 11%, 약 17% 신장해 나날이 매출 상승세를 보이고 있다.

또한 7월 역시 한달 매출액이 약 1000억원을 넘어서며 올해 최고 판매 매출액을 기록했으며, 한우불고기버거 출시 후 1주일이 경과한 7월 9일과 10일에는 각각 일 매출액 50억을 달성하며 근래 없는 매출 기록을 경신하기도 했다.

롯데리아는 국내의 안정적인 제품 판매 실적을 바탕으로 동남아 시장에도 출사표를 냈다. 롯데리아는 일찍이 1998년 베트남에 진출했으며 약 38개 지역에 약 270여개의 매장 전부 직영점으로 운영중이다.

롯데리아는 한국적 특색을 살리면서도 베트남 현지인들의 입맛에 맞는 메뉴를 선보이는 데 주력하고 있다. 또, 지난해 연말부터 지금까지 베트남 전역에서 시설을 개선하고 여러 매장을 핵심 지역에 위치한 현대적이고 넓은 공간으로 새단장하는 작업을 진행중이다.

베트남 현지 매장에는 불고기버거 뿐 아니라 새우버거 및 모짜렐라인더버거 등 국내 제품들이 해외 현지에도 판매되고 있다. 롯데리아는 K-한우 시리즈들을 현지화로 재구성해 현지 기업의 인프라를 활용한 MF사업(마스터 프랜차이즈)으로 미얀마, 라오스, 몽골, 캄보디아 등에 진출하며 글로벌 외식 프랜차이즈 메뉴로의 적용을 고려하고 있다.

/신원선 기자

YouTube 유튜브〈메트로신문〉 동영상 제공

동아제약

'베나치오' 패키지 리뉴얼

동아제약은 생약 성분 위운동 소화제 '베나치오(사진)'의 BI 및 패키지를 리뉴얼했다고 16일 밝혔다.

베나치오는 이번 리뉴얼을 통해 기존 로고를 다듬어 제품의 특성을 각인시켰으며, 위운동 소화제로서의 아이덴티티를 강조했고 베나치오 라인업 제품들의 패키지를 통일화했다.

위(胃) 형상을 모티브로 베나치오 BI '오' 글자에 위(胃) 모양을 적용해 위 운동 소화기능의 특징을 살렸다. 또한, 용법·용량 등 주요 복약 관련 정보를 한눈에 쉽고 명확하게 인지할 수 있도록 템플릿 디자인을 추가해 소비자의 복용 편의성을 높였다.

'아픈 배가 낫지요'라는 의미를 지닌 베나치오는 생약 성분을 함유하고 탄산이 없어 위에 주는 자극이 적으며, 액상 형태로 빠르게 소화불량을 해결한다. /이세경 기자

종근당, 규범준수·부패방지 경영 시스템 통합인증 획득

종근당은 한국컴플라이언스인증원으로부터 규범준수 경영시스템 'ISO 37301'과 부패방지 경영시스템 'ISO 37001' 통합인증을 획득했다고 16일 밝혔다.

종근당은 2018년 처음으로 ISO 37001 인증을 획득한 후 사내 공정거래 자율준수 문화 확산과 체계화된 준법·윤리경영 시스템 정착을 위해 ISO 37301 통합인증을 추진해왔다.

ISO 37301, 37001의 매뉴얼과 절차서를 통합, 발간하고 부서별 책임자를 선임해 각 부서의 의무사항과 리스크 평가를 진행했다. 신입사원 및 수시채용자를 대상으로 준법교육을 실시하고 영업사무소별 특별교육도 실시했다.

또 CP위원회를 통해 내외부 커뮤니케이션과 모니터링을 강화하고 컴플라이언스 위반 직원을 징계하는 등 지속적으로 교육을 실시하고 시스템을 개선해왔다.

종근당 김영주 대표는 "이번 통합인증을 통해 종근당이 글로벌 수준의 준법, 부패방지 리스크 예방 체계를 갖추었음을 인정받았다"고 말했다. /이세경 기자

광동제약

임직원 위한 심리상담 진행

광동제약은 사내 임직원들의 마음건강 관리를 위한 '심리 상담 프로그램(EAP)'을 도입했다고 16일 밝혔다.

광동제약이 도입한 심리 상담 프로그램은 직무스트레스 등 직장생활에서 발생하는 문제뿐 아니라 개인적 사정에 따른 정서관리까지 포함한다. 상처받은 마음을 치유하는 '심리상담', 스스로에 대해 객관적으로 분석할 수 있는 '심리검사', 업무성과 향상에 필요한 조언을 제공하는 '코칭' 등으로 구성됐다.

상담은 전문 상담사와 모바일 어플을 통한 비대면 방식으로 진행되며, 광동제약 임직원 및 가족 1인당 연간 6회까지 이용 가능하다. /이세경 기자