

‘마이크로바이옴’ 신약 경쟁 치열

(장내 미생물)

유상증자 등 대규모 자금 쏟아져

제약·바이오업계, 임상 등 역량 집중

CJ바사 400억 유상증자 결정
셀트리온 바이오미 지분투자 계약
셀바이오텍 ‘PP-P8’ 임상 속도

국내 제약·바이오 시장에서 마이크로바이옴(장내 미생물) 기반 신약 후보물질 임상이 활발해질지 업계의 기대감이 높아지고 있다.

10일 관련 업계에 따르면 CJ바이오사이언스는 마이크로바이옴 기반 신약 개발에 박차를 가하기 위한 자금 확보에 나섰다.

CJ바이오사이언스는 지난 9일 총 400억원의 제3차 배정 유상증자를 결정했다고 공시했다. 신주 발행가액은 주당 1만119원으로, 이번 증자 주식수는 395만2960주다. CJ바이오사이언스 모회사이자 대주주인 CJ제일제당이 모든 주식을 받게 된다.

CJ바이오사이언스는 이번 유상증자로 신약개발에 안정적인 투자를 지속할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

바이오시밀러에서 신약개발로 기업 역량을 강화하고 있는 셀트리온도 최근 마이크로바이옴 신약 공동 개발을 위한 협업을 맺었다.

셀트리온은 국내 미생물 생균 치료제 개발 기업 바이오미와 지분투자 계약을 체결하고 ‘BM111’ 파이프라인 임상 진입에 속도를 내고 있다.

바이오미가 보유하고 있는 BM111은 4종류의 미생물을 조합한 ‘생균 치료제’다. 양사는 다제내성균감염증 치료제 시장 선점을 목표로 향후 결과에 따라 신약에 대한 권리나 수익을 배분하게 된다.

메디톡스의 신약개발 전문 기업 리비움은 마이크로바이옴 기술력을 적용해 희귀 난치성 질환 파이프라인을 확대하고 있다. 리비움은 지난달 유럽의약품청(EMA)으로부터 난치성 면역질환인 염증성장질환 치료제 ‘LIV001’ 유럽 임상 1b상 승인을 받았다.

LIV001은 국내 최초 유전자 재조합 기반 마이크로바이옴 신약이다. 면역 조절에 효능을 갖춘 유전자를 미생물에 도입해 면역 질환에 대한 치료 효과를

높여 준다.

‘K유산균’ 세계화에 앞장서고 있는 셀바이오텍은 올해 3월 국내 식품의약품안전처로부터 대장암 신약 ‘PP-P8’의 임상 1상 임상시험계획을 승인받았다.

PP-P8은 한국산 유산균을 활용한 마이크로바이옴 기반의 경구용 유전자 치료제다. 셀바이오텍은 PP-P8 임상 1상을 통해 중증 단계의 대장암 환자를 대상으로 내약성, 안전성, 유효성 등을 평가할 계획이다.

한 제약·바이오 업계 관계자는 “기존 신약 연구개발 분야에 속한 기업들 외에도 기능성 식품이나 배양 기술 등으로 시설을 구축해 왔고, 원천 기술을 보유하고 있는 기업들도 새로운 성장 가능성을 탐색하기 위해 마이크로바이옴 시장에 뛰어들고 있는 것으로 보인다”며 “사실 마이크로바이옴이라는 것은 발효과학이나 유산균을 떠올려보면 굉장히 익숙한 범주이기도 해서 다양한 각도에서 발전 가능성이 높게 평가되고 있다”고 덧붙였다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



지난 6일(현지 시간) 미국 캘리포니아 로스앤젤레스에서 열린 ‘커머셜 얼라이언스 미팅’에서 글로벌 파트너사들이 다함께 기념사진을 촬영하고 있다. /SK바이오팜

SK바이오팜, 글로벌 마케팅전략 고도화

미국 커머셜 얼라이언스 미팅 개최

SK바이오팜은 지난 6일(현지 시간) 미국 캘리포니아 로스앤젤레스에서 글로벌 파트너사들과 함께 ‘커머셜 얼라이언스 미팅’을 개최했다고 10일 밝혔다.

올해 처음 개최된 커머셜 얼라이언스 미팅은 SK바이오팜의 글로벌 마케팅 역량과 전략을 각국 파트너사와 공유하는 자리다.

이날 행사에는 이동훈 SK바이오팜 사장을 비롯해 유럽, 캐나다, 중남미 등 전 세계 8개 파트너사 주요 관계자 40여 명이 참석했다. SK라이프사이언스의 매튜 링케워 치마케팅 센터장, 수니타 미스라 임상개발 부사장, 루이스 페라리리요 부문 부사장 등이 연자로

나서며 세노바메이트(미국 제품명: 엑스코프리) 성장세, 핵심 마케팅 전략, 최근 임상 연구 결과 등을 발표했다.

SK바이오팜은 이번 행사를 통해 글로벌 뇌전증 치료 시장에서 선도적인 위치를 공고히 하는 중요한 전환점을 마련했다고 설명했다.

특히 SK바이오팜은 자체 개발한 세노바메이트가 오는 2029년 연 매출 10억달러를 돌파하는 ‘국내 최초 글로벌 블록버스터 신약’으로 도약할 것으로 전망하고 있다.

SK바이오팜은 세노바메이트의 우수한 발작성전소실률(11~21%)과 안전성, 글로벌 파트너십을 성장 기반으로 글로벌 영향력을 지속 강화해 나간다는 방침이다.

/이청하 기자

신제품

올리브영, ‘오징어 게임 시즌2’ 한정판 제작

이달 말 9개국 동시 출시 예정

CJ올리브영이 자체 브랜드 브링그린, 웨이크메이크 등에서 넷플릭스 드라마 ‘오징어 게임 시즌2’와 협업한 한정판 제품을 제작했다고 10일 밝혔다.

이번 한정판 제품은 드라마 인기 요소를 활용한 것이 특징이다.

기능성 비건 브랜드 ‘브링그린’은 드라마 속 ‘무궁화 꽃이 피었습니다’ 놀이에서 영감을 받았다. 캐릭터 영희가 피부 트러블을 포함한 순간 완벽하게 조준해 제거한다는 것이 핵심이다. 메이크업 전문 브랜드 ‘웨이크메이크’도 오징어게임을 상징하는 색감을 표현한 블러드 로즈를 담아낸 ‘소프트 아이 팔레트’, 레이저를 쏘는 영희의 선명한 눈매를 완성할 ‘철벽 펜 아이라이너’



‘오징어 게임 시즌2’ 한정판 제품. /CJ올리브영

등을 내놓는다. 올리브영은 브랜드 대표 제품인 ‘티트리’ 상품군의 주요 효능을 재치 있게 전달할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

올리브영은 오는 12월 말 올리브영 공식 온라인몰을 비롯해 한국, 미국, 일본 등을 포함한 9개국에서 이번 한정판 제품들을 동시 출시한다.

/이청하 기자

한미약품 “ISS·GL, 박재현 해임 반대”

임시주총 4개 안건 모두 반대 입장
“현재 경영진 충분한 역량 갖춰”

오는 19일 열리는 한미약품 임시 주주총회를 앞두고 세계 최대 의결권 자문사인 ISS와 글래스루이스(GL)가 해당 임시 주총의 4개 안건 모두에 대해 ‘반대’한다는 입장을 밝혔다.

10일 한미약품에 따르면 이번 한미약품 임시 주총 개최는 한미약품 지주회사인 한미사이언스가 제안한 것으로, 안건은 ▲박재현 사내이사(대표이사 전무) ‘해임’ ▲신동국 기타비상무이사 ‘해임’ ▲박준석(한미사이언스부사장) 이사 ‘선임’ ▲장영길(한미정밀화학 대표) 이사 ‘선임’ 등이다.

한미사이언스는 한미약품그룹내 경영권 분쟁에 그치는 것이 아니라, 한미약품그룹의 투명하고 건전한 경영 체

제 및 관리 구조를 확립하기 위해 강경한 방침으로 그룹 전체를 점검해 기업 가치를 제고할 계획이라고 지속 밝혀 왔다.

다만, ISS는 지난 5일(EST) 발표한 보고서를 통해 “지난 2년간 한미약품이 매 분기 역대 최고 실적을 달성한 것을 고려할 때, 박재현 한미약품 대표이사 등의 부실 경영을 주장하는 임종윤·종훈 형제 측 해임 요구는 불합리하다고 판단된다”며 “박재현 대표를 비롯한 두 명의 현직 이사진이 부적절하다고 주장을 뒷받침할 충분한 근거를 제시하지 못했다”고 설명했다.

글래스루이스도 현재의 경영진이야말로 회사와 주주 모두에게 좋은 성격으로 보답할 수 있는 충분한 역량을 갖추고 있음을 보여주는 근거가 많다는 의견 등을 보고서에 담았다.

현재 한미약품 이사회는 박재현 대표이사를 포함해 총 10명이다. 특히 임종윤·임종훈 사내이사, 남병호 사외이사, 신동국 기타비상무이사 등 4명은 올해 6월 한미약품 임시 주총에서 함께 선임됐다.

이후 임종윤 사내이사는 목표했던 한미약품 대표이사에는 오르지 못했고, 형제 측을 지지했던 신동국 한양정밀 회장이 송영숙·임주현 모녀 측으로 돌아서며 경영권 갈등을 겪고 있다.

한미약품 측은 “세계 양대 의결권 자문사인 ISS와 글래스루이스가 ‘근거 불충분’이라는 동일한 명확한 사유를 제시하고 있는 점을 주목할 필요가 있다”며 “한미약품의 미래 가치와 경영 안정이 달린 이번 사안에 대해 주주분들께서 현명한 판단을 내려주시길 기대한다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

노스페이스, ‘대한민국 100대 브랜드’ 선정

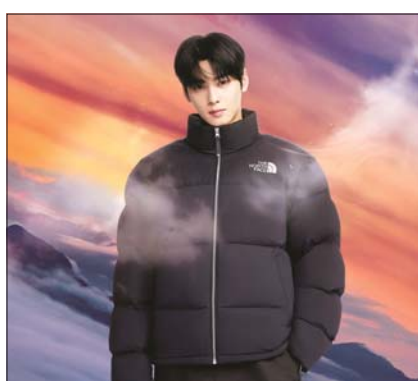
12년 연속 패션부문 1위 차지

영원아웃도어의 글로벌 아웃도어 브랜드 ‘노스페이스’가 브랜드가치 평가회사인 브랜드스탁에서 발표한 ‘2024 대한민국 100대 브랜드’에서 12년 연속 패션 부문 1위 자리를 지켰다고 10일 밝혔다.

‘대한민국 100대 브랜드’는 약 230개 부문에서 선정된 대표 브랜드 1000여 개를 대상으로 평가해 매년 발표된다. 평가는 브랜드스탁 증권거래소에서 모

의 주식 거래를 통해 산출한 ‘브랜드 주가지수’(70%)와 소비자 설문 결과를 반영한 ‘소비자 지수’(30%)를 합산한 비에스티아이(BSTI) 점수를 기준으로 이뤄진다.

‘멈추지 않는 탐험’이라는 브랜드 철학 아래 다양한 제품군을 지속적으로 선보임과 동시에 사회공헌활동을 지속해 온 것이 좋은 평가요인이 됐다는 게 노스페이스 측 설명이다. 특히 이번 겨울 시즌에는 ‘클라우드 눅시 다운 재킷’을 비롯해, 짧은 기장에 은은한 광택



클라우드 눅시 다운 재킷 /노스페이스

감을 더한 ‘여성용 노벨티 눅시 다운 재킷’ 등 30여 가지 이상의 신제품을 지속적으로 선보인 바 있다.

/안재선 기자 wotjs4187@

프리메라, ‘레티놀 볼륨 립 세럼 튜브’ 출시

사이레드 등 4가지 색상

아모레퍼시픽은 고효능 저자극 브랜드 프리메라에서 ‘레티놀 볼륨 립 세럼 튜브’를 출시했다고 10일 밝혔다.

이번 신제품은 기존 제품을 튜브 형태로 추가 구성한 것으로, 양 조절, 휴대성 등 고객 편의성을 높이는 데 중점을 뒀다.

이와 함께 레티놀 볼륨 립 세럼 제품은 ‘레티놀’ 성분을 입술용 제품으로 구현한 것이 특징이다.

아모레퍼시픽은 글로벌의학연구센터를 통해 진행된 인체적용시험에서 해당 제품 사용 직후 입술 수분 볼륨이 7.

8%, 4주 사용 후에는 15.7% 증가한 것을 확인했다. 탄력있는 입술을 표현하고 풍부한 수분을 구분을 공급해 주는 것이 아모레퍼시픽 측의 설명이다.

또 밀도 높은 젤 제형이 밀착력까지 갖춰 입술에 윤기를 더한다. 색상은 총 4가지인데, 차가운 빨강 계열의 ‘사이레드’, ‘스카이 코랄’, 자연스러운 분홍빛인 ‘로지’, 투명해 입술 본연의 광채를 살릴 수 있는 ‘베어’ 등으로 다양하다.

아모레퍼시픽은 ‘레티놀 볼륨 립 세럼 튜브’를 아모레몰, 네이버 브랜드스토어, 카카오, SSG닷컴 등 주요 e커머스 채널과 올리브영 등에서 판매하고 있다.

/이청하 기자