

셀트리온, 짐펜트라 연구성과 입증... 글로벌 신약 처방 박차

3상 장기 사후분석 등 성과 공유
‘증량 투여’ 유효성·안전성 확인
국산 ‘글로벌 블록버스터’ 기대감



‘CT-P13 SC(미국 제품명: 짐펜트라)’

/셀트리온

셀트리온이 세계적 수준의 국제 학술 대회에서 자체 개발한 신약 짐펜트라 연구성과를 공유하면서 ‘국산 글로벌 블록버스터’에 대한 기대감을 높이고 있다.

9일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 셀트리온은 지난 6~8일(현지 시간) 미국 샌프란시스코에서 열린 ‘2025 크론병 및 대장염 학회’에서 피하주사 제형의 자가면역질환 치료제 ‘CT-P13 SC(미국 제품명: 짐펜트라)’ 글로벌 3상 장기 사후분석 결과를 발표했다.

해당 발표는 셀트리온이 102주에 걸쳐 추적한 장기 연구 중 ‘증량 투여’에 관한 결과다. 셀트리온은 크론병(CD) 환자 192명, 궤양성 대장염(UC) 환자

237명을 대상으로 진행한 임상 3상에서 ‘CT-P13 SC’ 용량을 기존 120mg에서 240mg으로 늘린 증량 투여 환자와 비증량 환자 간의 유효성, 면역원성 및 안전성을 비교했다.

연구 결과, 22주 시점 이후 증량 투여 한 환자들은 102주차에 증상의 개선 정도를 평가하는 임상적 관해와 임상적 반응 및 내시경적 반응에서 유의미한 개선을 보였다. 유효성 측면에서 대다

수의 환자에서 증량 후 8주 이내에 보다는 약물 효과가 나타났다. 안전성 측면에서는 비증량군 대비 유의미한 차이가 없었고, 새로운 안전성 우려 사항도 발견되지 않았다. 이 결과를 근거로 지난해 7월 유럽연합집행위원회(EC)는 크론병 환자를 대상으로 한 CT-P13 SC 유지 요법 용량을 증량하는 변경허가를 허용하기도 했다.

셀트리온은 앞서 지난해 하반기에는

미국 소화기학회에서 CT-P13SC 단독 투여와 면역억제제 병용 투여 간의 유효성 및 안전성을 비교 분석한 결과도 공개한 바 있다.

셀트리온은 CT-P13SC 단독 투여가 안전하고 효과적인 치료 옵션이 될 수 있음을 입증했다. 특히 병용 요법에서 발생하는 부작용을 피할 수 있어 환자 편의성을 높일 것으로 기대하고 있다.

이와 함께 셀트리온은 짐펜트라 연 매출 1조원을 달성해 미국 의약품 시장에서 ‘국산 블록버스터 제품’을 내놓겠다는 계획을 지속 밝혀 왔다.

짐펜트라가 정조준하고 있는 미국 염증성 장질환 시장은 12조8000억원 규모로, 셀트리온은 올해까지 해당 시장 점유율을 최소 10% 이상 기록하는 것을 목표로 한다.

짐펜트라는 지난해 3월부터 미국에서 염증성장질환 신약으로 발매됐다. 이후 서정진 셀트리온그룹 회장이 제품

출시 초기 단계에서부터 직접 판매 활동을 펼치는 등 짐펜트라는 빠르게 미국 시장에 안착했다.

지난해 10월에는 미국 대형 처방약 급여관리업체 3곳에서 운영하는 6개의 공·사보험 전체 영역에 등재되기도 했다. 미국 전역에서 TV광고까지 송출되면서 짐펜트라는 처방의, 보험사, 환자 등 미국 의약품 시장에서 영향력을 행사하는 핵심 이해관계자 모두를 공략하고 있다.

다만, 지난해 짐펜트라 매출은 두 자릿수에 그친 것으로 집계됐다. 셀트리온에 따르면 지난해 2분기와 3분기 짐펜트라 매출은 각각 22억원, 64억원이다. 이와 관련 회사 측은 “현재 미국 보험 시장에서 90% 이상의 커버리지를 확보한 만큼 향후 보험사 환급이 순차적으로 이뤄지며 매출 성장이 본격화 될 것”이라고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

넥슨, ‘블루 아카이브’ 日 장기 흥행... 글로벌 경쟁력 입증

지난달 日 앱스토어 매출 순위 1위
전문성, 유저 친화적 서비스 주요



넥슨게임즈의 블루 아카이브 대표 이미지

/넥슨게임즈

넥슨게임즈가 개발한 서브컬처 수집형 RPG(역할수행게임) ‘블루 아카이브’가 장기 흥행을 이어가고 있다.

9일 게임업계에 따르면 넥슨의 ‘블루 아카이브’는 서브컬처의 본고장인 일본에서 정상급 흥행 파워를 이어가고 있다. 지난달 다양한 출시 캐릭터와 콘텐츠를 담은 4주년 업데이트의 세부 내용이 공개되자 관련 키워드가 전 세계 SNS와 온라인 커뮤니티를 달구기도 했다.

이같은 화제성을 바탕으로 ‘블루 아카이브’는 업데이트가 적용된 지난달 21일 곧바로 일본 앱스토어 최고 매출 순위 1위를 차지했다. 한 주 뒤 페스 기간에만 획득할 수 있는 신규 학생 모집이 시작된 직후 28일에 재차 1위에 오르며 2주간 두 차례나 정상상을 달성했다.

일본 구글 플레이 스토어에서도 지난달 29일부터 지난 2일까지 5일 간 최고 매출 순위 1위를 유지했다. ‘블루 아카이브’가 일본 양대 마켓에서 1위에 오른 것은 지난해 7월 이후 약 6개월 만이다.

국내에서도 지난 24일 신규 학생과 이벤트 스토리, 다양한 인게임 이벤트 등 대규모 업데이트가 진행됐다. 특히 ‘호시노(무장)’와 ‘시로코*테러’는 블루 아카이브 메인 스토리 ‘대책위원회편’의 핵심 캐릭터로, 강력한 성능을 갖춘 한정 모집 학생으로 등장해 유저들의 관심을 받았다. 이에 ‘블루 아카이브’는 윈스토어에서 지난달 24일부터 27일, 31일부터 이달 1일까지 두 번에 걸쳐 최

고 매출 1위를 달성했다.

‘블루 아카이브’가 4년 동안 국내 대표 ‘K-서브컬처’로 국내외 시장에서 최고 인기 게임의 자리를 지키고 있는 배경으로는 장르 전문성에 기반한 개발 경쟁력과 유저 친화적인 서비스가 꼽힌다. 실제 넥슨게임즈는 지난해 8월 서브컬처 장르에 특화된 전문 개발 조직 IO 본부를 신설한 바 있다. IO 본부는 ‘블루 아카이브’ 라이브 서비스를 맡고 있는 MX스튜디오와 신작 ‘프로젝트 RX’를 개발하는 RX스튜디오를 총

괄하는 조직이다.

넥슨게임즈 IO본부 김용하 본부장은 최근 ‘블루 아카이브’ 공식 커뮤니티를 통해 “올 한 해 더 좋은, 더 많은 블루 아카이브를 보여드릴 수 있도록 많은 준비를 하고 있다”며 업데이트 주기 단축과 편의성 개선, 풍성한 오프라인 이벤트 등을 약속했다.

우선 가장 먼저 서비스를 시작한 일본 서버와 한국 및 글로벌 서버의 업데이트 격차를 점진적으로 단축할 예정이다. 게임 플레이에 부담이 더해지지 않도록 연말까지 조금씩 줄여 나갈 계획이며, 최종적으로는 격차를 3개월까지 줄이는 것을 목표로 하고 있다. 일정 단축으로 인한 유저들의 손해를 보전하는 방안도 함께 검토 중이다.

김 본부장은 “MX스튜디오 개발진이 열심히 준비한 업데이트에 많은 선생님들이 호응해 주셔서 감사한 마음이다”라며 “앞으로도 선생님들께서 만족하실 수 있는 콘텐츠와 풍성한 행사를 보여드릴 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@



동국제약 뷰티풀링 오일가글 출시

동국제약이 ‘뷰티풀링 오일가글(사진)’을 출시했다고 9일 밝혔다.

이번 신제품은 소나무 숲의 향을 구현한 ‘파인포레스트’, 민트 향 ‘에메랄드민트’, 루이보스 향을 담은 ‘루이보스 에디션’ 등 3종으로 구성됐다.

뷰티풀링 오일가글은 비정제 냉압착 공정을 통해 추출한 골든 호호바 오일과 아우르베다 블랜드드 허브를 8:92 비율로 함유한다. 해당 성분으로 이뤄진 2층 구조의 제형이 지용성, 수용성 세균을 제거해 주는 것이 특징이다.

/이청하 기자

W컨셉 10일 ‘뷰티페스타’ 개최

W컨셉이 이달 10일부터 23일까지 2주간 ‘뷰티페스타’를 개최한다고 9일 밝혔다.

W컨셉에 따르면, 이번 ‘뷰티페스타’에는 인기 뷰티 브랜드가 총출동해 2만여 개 상품을 최대 90% 할인가에 선보인다.

먼저, ‘패션의 완성은 뷰티’를 주제로 올 봄·여름 패션 트렌드 키워드와 뷰티 상품을 연계한 스타일을 제안한다.

인기 뷰티 브랜드 상품을 3일간 할인가에 구매할 수 있는 ‘72시간 브랜드 세일’도 진행한다.

숏폼 영상으로 보는 ‘뷰티 스타일링’ 코너도 마련했다. 스킨케어 순서, 메이크업 제품 활용법 등 20~30대 고객이 궁금해할 만한 다양한 뷰티 노하우를 담은 영상을 소개한다.

/안재선 기자 wotjs4187@

위메이드, ‘레전드 오브 이미르’ 영상 공개

‘세계수의 협곡’ 등 주요지역 담아내



레전드 오브 이미르 ‘세계수의 협곡’ /위메이드

위메이드는 대작 MMORPG ‘레전드 오브 이미르’의 월드 프리뷰 영상을 공개했다고 9일 밝혔다.

월드 프리뷰 영상에서는 ‘레전드 오브 이미르’의 주요 지역인 ‘헤르모드의 갈림길’, ‘세계수의 협곡’, ‘우트가르트 요새’, ‘아스가르트 성’, ‘에기르의 절벽’ 등을 담았다.

‘레전드 오브 이미르’는 언리얼 엔진 5를 활용해 북유럽 신화의 거칠고 신비로운 분위기를 사실적인 그래픽으로 표현했다.

/최빛나 기자

넷마블, 12일 ‘RF 온라인 넥스트’ 쇼케이스

개발 방향성, 주요 콘텐츠 등 소개

넷마블은 올해 상반기 출시 예정인 신작 다중접속역할수행게임 ‘RF 온라인 넥스트(RF ONLINE NEXT, PC/모바일)’의 온라인 쇼케이스를 오는 12일 진행한다. 9일 밝혔다.

‘RF 온라인 넥스트’는 20여 년간 글로벌 54개국 2000만명의 이용자를 모은 ‘RF 온라인’ 지식재산권(IP)을 활용한 신작이다.

‘RF 온라인 넥스트’ 온라인 쇼케이스 영상은 오는 12일 오후 8시에 공개되며, ‘RF 온라인 넥스트’ 공식 유튜브 채널

을 통해 공개된다.

이번 온라인 쇼케이스에서는 ‘RF 온라인 넥스트’의 권민관 넷마블엔터테인먼트, 흥광민 총괄 PD, 이다행 사업 본부장 등이 등장해 ‘RF 온라인’ IP를 활용한 신작의 개발 방향성과 주요 콘텐츠, IP 세계관 등을 소개할 계획이다. ‘RF 온라인 넥스트’의 정식 출시 일도 온라인 쇼케이스를 통해 공개 예정이다.

넷마블은 지난달 22일부터 ‘RF 온라인 넥스트’ 사전등록을 진행 중이다.

/최빛나 기자