

“먹는 약부터, 맞춤형까지”... 국내외 ‘비만 치료제’ 개발 봇물

비만 관리 혁신적 치료제 등장
한미약품, 한국인 맞춤형 개발 집중
디앤디파마텍, DD02S 기술수출
바이킹, 먹는 비만약 개발 임상 진행

국내의약품 시장에서도 비만치료제에 대한 소비자 관심이 높은 가운데 국내외 비만치료제 개발 속도는 점차 빨라지는 분위기다.

28일 제약 업계에 따르면 이달 국내외 의약품 시장에 덴마크 제약사 노보노디스크가 개발한 비만치료제 ‘위고비’(성분명: 세마글루티드)가 정식 출시됐다. 국내 유통은 출리파마코리아가 맡고 있다.

위고비는 전문의약품으로 글루카곤 유사 펩타이드-1(GLP-1) 계열 약물이다. GLP-1은 음식 섭취 시 분비되는 체내 호르몬인데, 포도당 농도에 따라 인슐린 분비를 촉진하는 기전을 갖춰 혈당 조절을 돕는다. 또 이 호르몬은 위장 운동 억제, 식욕억제 등에도 영향을 미치는 것으로 알려졌다.

이런 까닭에 국내외 비만 치료제 시장에서 GLP-1 계열 약물은 신약 후보물질로 각광받아 왔고, 지난 2021년 미국 식품의약품(FDA)으로부터 위고비는 비만치료제로 승인을 획득했다.



국내 비만치료제 시장에서 노보노디스크가 내놓은 비만치료제 ‘위고비’에 대한 소비자 관심이 뜨겁다. /노보노디스크

이후 위고비는 지난 2023년 4월 국내 식품의약품안전처에서 체질량지수(BMI) 30kg/m² 이상인 성인 비만 환자 또는 BMI 27kg/m² 이상 30kg/m² 미만인 당뇨병 전 단계, 제2형 당뇨병, 고혈압, 이상지질혈증, 심혈관 질환 등 1개 이상의 체중 관련 동반 질환이 있는 성인 비만 환자에게 처방하는 치료제로 허가받았다.

위고비는 주 1회 0.25mg으로 시작해 4주 간격으로 용량을 증량해 투약한다. 4회 투약 분량이 담긴 펜 모양 주사제 1개 기준으로 현재 구매 가격은 40만원 대 초반에서 80만원대까지 다양하게 형성되고 있다.

국내 비만치료제 시장에는 미국 제약사 일라이릴리의 ‘마운자로’(성분명: 터제파타이드) 출시까지 예고되고 있다. 마운자로는 GLP-1과 포도당 의존성 인슐린분비 폴리펩타이드(GIP)에 이중으로 작용하는 효능제다.

마운자로는 국내 출시 일정은 정해지지 않은 가운데, 마운자로는 다양한 제형으로 개발되고 있어 국내 제약업체와 소비자들의 기대감을 높이는 중이다.

이밖에 미국 바이오 기업 바이킹테라퓨틱스는 ‘먹는 비만치료제’ VK2735를 개발하기 위한 임상을 진행 중이다. 바이킹테라퓨틱스는 오는 11월 3일 미국비만학회에서 VK2735의 주사

제 및 경구제 임상 데이터를 발표한다. 국내 제약·바이오 기업들도 비만치료제 개발에 역량을 쏟고 있다.

한미약품은 GLP-1 계열 비만 치료제 후보물질인 ‘에페글레나타이드’를 ‘한국인 맞춤형 비만약’으로 개발하고 있다. 한국인의 체형과 체중을 반영해 글로벌 제약사의 약물들과는 분명한 차별점을 두는 데 주력하고 있다는 것이 한미약품 측의 설명이다. 한미약품은 빠르게 2027년에 해당 물질을 상용화하는 것을 목표로 하고 있다.

한미약품이 지난 6월 미국당뇨학회에서 처음 공개한 ‘HM15275’는 에페글레나타이드를 잇는 차세대 혁신형 비만 치료제 후보 물질이다. HM15275는 글루카곤 유사 펩타이드, 위 억제 펩타이드, 글루카곤 등 세 가지 호르몬 각각의 수용체 작용을 최적화하는 기전을 갖춰 비만 치료에 특화된 것이 특징이다.

신약개발 전문 기업 디앤디파마텍은 지난 2023년 미국 멧세라와 경구용 비만 치료제 후보물질 ‘DD02S’를 기술수출하는 1조원 규모의 계약을 체결해 주목받은 바 있다. 특히 디앤디파마텍은 ‘오랄링크’라는 펩타이드 경구화 플랫폼 기술을 활용해 경구용 흡수율을 높이는 데 주력하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

LF ‘티톤브로스’ 급격히 추워진 날씨에 ‘겨울 아우터’ 인기몰이

생활문화기업 LF의 아웃도어 브랜드 ‘티톤브로스’가 겨울 외투 판매가 늘면서 10월 매출이 전년 대비 약 3배 가까이 늘었다고 28일 밝혔다.

티톤브로스는 최근 2024년 가을·겨울 시즌 신제품인 ‘얼라이브다운’ 상품군을 선보였다. LF에 따르면 급격히 추워진 날씨에 신규 상품군에 대한 고객 관심이 높아지며 신규 상품군이 가을·겨울 상품군 매출의 60%를 차지했다.

‘얼라이브다운’은 해발 6000m의 미국 알래스카주에 위치한 대날리 등반을 위해 개발된 제품으로, 극한 추위에서도 견딜 수 있도록 제작됐다. 특히 친환경 브랜드 기업 얼라이드가 생산하는 거위 털과 함께 얇고 내구성 강한 ‘12D 리사이클 립스탑’을 사용한 것이 특징이다.

이 외에도 ‘옥타’ 상품군이 티톤브로스의 매출 상승을 견인했다는 게 LF 측 설명이다. ‘옥타’는 중공사에 8개의 돌기를 방사선 형상으로 배열한 폴리에스테르 섬유로 흡습·속건, 경량, 단열 등 기능을 갖췄다. /안재선 기자

‘유시몰’ 판매량 2600만개 미백·순한 사용감 인기몰이

LG생활건강, 민트볼·캔디류 등 확대
다양한 라인업으로 탄탄한 입지 구축



LG생활건강의 고급 구강관리 브랜드 유시몰은 오리지널 라인(왼쪽부터), 화이트닝 라인, 화이트닝 퍼플코렉터 라인 치약 등 다양한 제품으로 소비자 선택지를 넓히고 있다. /LG생활건강

LG생활건강은 올해 10월 기준, 고급 구강관리 브랜드 ‘유시몰’의 누적 판매량이 2600만개를 돌파했다고 28일 밝혔다. LG생활건강은 지난 2021년 3월 국내에서 유시몰을 처음으로 선보였다. 이후 약 3년 반 만에 국내 구강관리 시장에서 유시몰은 브랜드 입지를 확실하게 구축하고 있다는 것이 LG생활건강 측의 설명이다. 특히 LG생활건강은 유시몰이 전통적인 구강 관리에서 벗어나 건강하고 아름다운 라이프스타일을 제시한다고 설명한다.

LG생활건강에 따르면 유시몰 제품은 한번 쓰면 잊기 어려운 ‘중독적인 상쾌함’을 특징으로 갖춰 ‘오리지널’ 제품은 일명 ‘파스맛 치약’으로 불리기도 한다. 유시몰은 치아미백용 제품에도

주력하고 있다. 지난 2023년 국내 최초로 치아 미백 성분 메타인산나트륨(SHMP)을 담은 ‘화이트닝 라인’을, 올해 2월에는 ‘화이트닝 퍼플코렉터’ 치약을 출시했다.

또 유시몰은 치약뿐 아니라 칫솔, 가글, 치아미백제, 민트볼, 캔디류 등 다양한 제품군을 구축하고 있다. /이청하 기자

“한·중·일 관광객 1위 상품은 ‘홍삼정’”

신세계면세점 인천공항점서 인기 간식 순위

신세계면세점이 ‘신세계면세점 인천공항점’의 국가별 인기 식품 순위를 집계했다고 28일 밝혔다.

신세계면세점이 7~9월 인천공항점에서 가장 많이 판매된 인기 식품을 조사한 결과, 한·중·일 관광객들은 모두

‘홍삼정’을 가장 많이 구매했다. 관광객들이 한국을 대표하는 건강식품으로 홍삼을 선물용으로 선택하는 경향이 반영된 결과라는 게 신세계면세점 측 설명이다.

반면, 일반식품에서는 각국의 상품 종류 선호도가 다른 것으로 나타났다.

/안재선 기자 wotjs4187@

유한양행, 3분기 영업이익 545억 ‘역대 최대’

미국 FDA 승인 ‘렉라자’ 영향 커

유한양행이 기술수출한 비소세포폐암 치료 신약 ‘렉라자’의 상업화 효과로 지난 3분기 영업이익이 급증했다.

유한양행은 28일 지난 3분기 별도기준, 5852억원의 매출을 기록해 전년 동기 대비 24.8% 증가했다고 공시했다. 3분기 누적 매출은 1조5329억원으로 전년 대비 10% 늘었다.

특히 영업이익의 증가폭이 컸다. 유한양행은 지난 3분기 별도 기준, 545억원으로 전년 대비 무려 690% 증가했다. 같은 기간, 당기순이익은 전년 대비 85.1% 늘어난 237억원을 기록했다.

이같은 영업이익의 증가는 기술료

수입 때문인 것으로 분석된다. 유한양행은 지난 9월 안센 바이오테크에 기술수출한 EGFR 표적 항암 치료제 ‘레이저티닙’의 상업화에 따른 기술료 6000만 달러(약 804억원)를 수령할 예정이라고 밝힌 바 있다. 국내 제31호 신약인 ‘렉라자’는 지난 8월 국산 항암제로서 처음으로 미국 식품의약품(FDA) 승인을 획득했다.

마일스톤 수령 금액은 대체로 60일 이내 수령되는 만큼 이번 3분기 실적에 반영됐을 것으로 추정된다. 유한양행에 따르면 지난 3분기 유한양행 라이선스 수익은 981억7000만원으로 전년(5억원) 대비 무려 196배 이상 급증했다. /이세경 기자 seilee@



애경산업이 물걸레 로봇청소기를 간편하고 똑똑하게 관리해 주는 전용 세제 ‘로봇청소기 울인원 클리너’를 선보인다. /애경산업

애경산업 ‘홈백신’ “냄새 나는 로봇청소기 탈취·세척까지 한번에”

생활뉴티기업 애경산업은 홈 위생 관리 브랜드 ‘홈백신’에서 물걸레 로봇청소기의 쿨리한 냄새부터 바닥 오염까지 관리할 수 있는 ‘로봇청소기 울인원 클리너’를 출시했다고 28일 밝혔다.

홈백신 로봇청소기 울인원 클리너는 피마자 유래 탈취 성분을 함유하고 있다. 로봇청소기 물걸레와 오수통의 냄새 원인물질을 99% 탈취해 냄새 걱정 없는 쾌적한 사용을 도와주는 것이 특징이다.

애경산업에 따르면 이번 신제품은 공인기관 시험을 통해 자동 세탁 시 물걸레에 묻은 먼지, 얼룩, 찌든 때의 세척력뿐만 아니라 바닥 오염 제거력을 확인받았다. 또 피부 자극 테스트를 완료했으며 파라벤 등 피부에 걱정되는 7가지 성분을 함유하지 않았다.

홈백신 ‘로봇청소기 울인원 클리너’는 물에 쉽게 용해되는 액체 제형으로 로봇청소기의 물통 용량에 따라 세제와 물을 1:200의 비율로 희석해 사용하면 된다. 향료를 넣지 않은 무향인 것도 특징이다. /이청하 기자

JW중외제약, ‘헴리브라’ 소아 임상 성공

소아 A형 혈우병 출혈률 대폭 감소

JW중외제약은 국내 중증 A형 혈우병 비항체 소아 환자를 대상으로 ‘헴리브라’(성분명 에미시주맙)의 약효와 안전성을 입증한 첫 연구 결과가 국내 혈액학회지 ‘블러드 리서치(BLOOD RES EARCH)’에 게재됐다고 28일 밝혔다.

이전까지 해외 연구에서 헴리브라의 소아 환자 대상 출혈 감소 효과가 입증된 바 있지만, 국내 환자의 실제 처방 데이터(Real-World data)를 바탕으로 한 연구 결과는 이번이 처음이다.

헴리브라는 A형 혈우병 환자의 몸에 부족한 혈액응고 제8인자를 모방하

는 기전의 혁신신약이다. 혈액응고 제9인자와 제10인자에 동시 결합하는 이중특이항체 기술이 적용됐다. 특히 헴리브라는 A형 혈우병 치료제 중 유일하게 기존 치료제(제8인자 제제)에 대한 내성을 가진 항체 환자뿐 아니라 비항체 환자 모두 사용할 수 있다. 최대 4주 1회 회하주사로 예방 효과가 지속되는 특징도 있다.

경북대학교병원 소아청소년혈액종양과 김성은 교수연구팀은 2020년 6월부터 올해 3월까지 0~11세 중증 A형 혈우병 비항체 환자 21명을 대상으로 연구를 진행했다.

/이세경 기자 seilee@