

‘예방·진단 중심’ 정밀의료 시장 선점 본격화

K-제약·바이오, 예방의료 수출 일본·중동 등 해외 공략 본격화 AI·액체생검 기술 경쟁 심화 혈액 기반 다중암 진단 확산

국내 제약·바이오 기업들이 예방·진단 중심의 정밀의료 시장을 선점하기 위한 고부가가치 기술을 앞세워 해외 진출을 본격화하고 있다.

19일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 액체생검 및 임상유전체 분석 전문 기업 GC지놈은 올해 들어 일본, 중동 등에서 전략적 요충지 마련에 속도를 내고 있다.

GC지놈은 지난 4월부터 일본 소재 GC그룹 계열사 GC림포텍을 통해 다중암 조기 진단검사 ‘아이캔서치’를 정식으로 선보였다.

아이캔서치는 혈액 10ml로 대장암, 폐암, 간암, 췌장담도암, 식도암, 난소암 등 6종의 암을 동시에 선별하는 기능을 갖췄다. GC지놈이 독자 구축한 인공지능 알고리즘을 활용하는 것이 특징이다. 혈액에 극미량으로 존재하는 암세포 DNA 조각을 탐색하고 기존 건강검진 방식으로는 확인하기 어려웠던 다양한 암 신호를 포착해 낸다.

이와 관련 핵심 기술에 대한 특허를 등록하고 최근에도 일본 의료진과 후속 연구결과를 공유하는 등 경쟁력을 높였다. 이달 16~18일(현지 시간) 일본에서 열린 ‘제63회 임상종양학회 연례 회의’의 경우, 약 7000명의 일본 항암 전문의를 대상으로 진행됐다. 이 행사에 참여



지난 16~18일 일본에서 열린 ‘제63회 임상종양학회 연례 회의’ 현장에서 GC지놈과 GS림포텍이 공동 운영한 부스 전경. /GC지놈

해 기업 부스를 운영하기도 한 GC지놈은 최신 기술과 실제 임상 적용 사례를 바탕으로 아이캔서치 입지를 넓힌다는 방침이다.

중동에서는 진단검사 포트폴리오를 확대 구축한다.

바레인의 바이오랩, 사우디아라비아의 어드밴스드 셀 래버러토리, 젠에라이브 등 주요 기관들과 협력해 아이캔서치 수출 기반을 다지고 있다. 특히 유전체 사업 등 고도화된 차세대 바이오 산업에서 영향력을 확보할 계획이다. 또 아랍에미리트 소재 의료기기 유통업체 풀베어트 메디컬 엘엘씨와는 비침습적 산전검사 ‘지니프트’ 공급 계약을 맺었다.

GC지놈은 이러한 해외 거점을 성장 발

판으로 매출 측면에서도 성과를 거둘 것으로 기대하고 있다. 상장 첫 해인 올해 상반기 기준으로 실적 반등세를 기록했다.

GC지놈은 올해 상반기 누적 매출 146억원, 영업이익 3억원, 당기순이익 2억원을 올렸다. 누적 매출은 전년 동기 대비 19% 증가했다. 영업이익과 당기순이익은 모두 전년 동기 영업이익 13억원, 당기순손실 10억원에서 흑전 전환했다.

액체생검 전문기업 아이엠비디엑스는 진단에 그치지 않고 신약개발까지 폭넓게 적용 가능한 통합 플랫폼으로 성장 동력을 차별화한다.

아이엠비디엑스는 유한양행의 면역항암제 연구개발 자회사 이문온시아와 신약개발 및 정밀의료 분야에서 포괄적 업무협약을 체결한 바 있다. 혈액 내 순환하고 있는 종양 DNA(ctDNA)를 분석하는 플랫폼 ‘알파리퀴드’를 이문온시아의 항암제 파이프라인에 접목한다.

알파리퀴드에는 혈액 20ml에서 0.1% 수준의 ctDNA 또는 10개 분자까지 검출 가능한 고감도 기술력이 집약됐다. 첨단 액체생검 기술을 결합함으로써 신약개발 효율성을 극대화할 것으로 전망된다.

대표 제품인 다중암 조기 진단검사 ‘캔서파인드’도 지속 재단장한다. 이달 내놓은 캔서파인드 업그레이드 버전은 기존 8종에 자궁내막암, 자궁경부암, 신장암, 방광암 4종을 새로 포함해 최대 12종 암을 단 한 번의 혈액검사로 확인하게 됐다. 향후 캔서파인드의 대상 암종을 30개까지 늘려 한국인 발병 암의 98% 이상을 관리하는 것을 목표로 한다.

국내에서는 전국 상급병원을 포함해 103개의 의료기관과 검진센터로 캔서파인드를 공급하고 있고 해외에서는 일본, 대만 등 동남아시아 지역을 정조준하고 있다. 이에 따라 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중은 2023년 21%에서 2024년 38%로 커졌다. 상장 첫 해인 지난해 기준으로 전체 매출 34억원에서 해외 매출은 13억원에 달했다.

한편 분자진단 전문 기업 HLB파나진은 파키스탄 등 신흥 지역으로 진출한다.

이번에 허가를 획득한 제품은 총 8종으로 폐암, 대장암 진단에 쓰이는 KRAS, BRAF, EGFR, 뇌종양 IDH1 및 IDH2, 유방암 PIK3CA, 유두 갑상선암 TERT 등이다. HLB파나진의 독자 기술로 주요 암 종의 치료 결정에 핵심적인 유전자 돌연변이를 검출할 수 있다.

장인근 HLB파나진 대표는 “HLB그룹 편입 이후 바이오스퀘어 인수 등을 통한 제품 포트폴리오 강화와 지속적인 해외 네트워크 확장을 통해 성장 기반을 구축한 결과, 그 성과가 매출 및 영업이익의 뚜렷한 증가로 나타나고 있다”며 “높은 성장 잠재력을 가진 파키스탄에서 고성장에 나갔겠다”고 밝혔다.

실제로 대한무역투자진흥공사에 따르면 파키스탄 경제 성장률은 2024년 2.4%로 나타났고 올해는 3.5% 수준으로 성장세가 이어질 것으로 집계됐다. 아울러 파키스탄 제약산업은 2024년 한 해에만 전년 대비 22% 성장한 33억 달러 규모로 평가됐다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

LG생활건강

APEC에 ‘올림워터’ 협찬

울릉도 천연수로 K-워터 알리

LG생활건강이 오는 10월 말 경북 경주에서 열리는 ‘2025 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의’에 ‘워터 올림워터’ 9만 6000병을 지원한다고 19일 밝혔다. LG생활건강과 울릉군의 합작법인이며 올림워터를 생산하는 울릉샘물은 지난 15일 APEC 공식 협찬사로 최종 선정됐다.

LG생활건강은 APEC 관련 행사장 곳곳에서 올림워터를 선보인다. 특히 경주 국제미디어센터(IMC) 맞은 편에 설치되는 ‘K-푸드 스테이션’에서 제품 홍보 부스를 운영한다. 21개 참가국의 글로벌 인사들에게 K푸드의 남다른 품미와 진수를 알릴 계획이다.

올림워터는 울릉도 최초 고급 먹는샘물로 특별한 원수(原水)를 담았다. 울릉도에 내린 눈과 비가 천연기념물 189호인 ‘성인봉 원시림’을 거친 후 화산암반에서 31년간 자연 정화되어 솟아오르는 ‘지표 노출형 용천수’로 만들어 차별화된 제품력을 갖췄다. 실리카, 칼륨, 칼슘 등 다양한 무기물질도 함유한다.

LG생활건강 관계자는 “경상북도에서 열리는 APEC에 경상북도 울릉군에서 취수한 올림워터를 제공하는 것 만으로도 개최지의 상징성을 부각하고 K워터를 세계적으로 알릴 수 있는 최적의 기회”라고 강조했다.

/이청하 기자 mlee236@

동국제약

콜라겐·비타민C로 홈케어

분말형 스킨케어 2종 선보

동국제약은 더마 화장품 브랜드 센텔리안24에서 분말형 스킨케어 신제품 ‘마데카 분말 콜라겐 업’과 ‘마데카 분말 비타글루 씨’를 출시한다고 19일 밝혔다.

이번 신제품 2종은 알란토 캡슐레이션 기술을 통해 피부 온도와 손끝 압력 만으로도 부드럽게 녹는 신개념 오토멜팅 캡슐 분말 제형을 갖췄다.

‘마데카 분말 콜라겐 업’은 핵심 성분은 하이퍼-테카콜라겐이다. 농축 센텔라아시아티카 정량추출물, 하이드롤라이즈드 콜라겐, 알란토인 등을 최적의 비율로 배합해 피부 탄력이 줄어들고 주름진 부위를 관리할 수 있다.

‘마데카 분말 비타글루 씨’는 순수 비타민C까지 더해진 하이퍼-테카비타민을 함유해 피부 톤, 잡티, 기미를 집중적으로 개선해 준다.

두 제품 모두 오는 31일까지 무신사에서 단독 공개된다. 마데카 분말을 고민 부위에 바로 녹여 사용하거나, 도구를 활용해 전용 겔 세럼과 함께 활용할 수 있도록 마데카 겔 세럼 하얏론 듀(15ml), 믹싱팔레트, 스킨출라가 구성된 특별 기획세트도 선보여진다.

/이청하 기자



센텔리안24 신제품 ‘마데카 분말 콜라겐 업’(왼쪽)과 ‘마데카 분말 비타글루 씨’(오른쪽). /동국제약

스타벅스, 패션 플랫폼으로 MZ 공략 나섰다

W컨셉·무신사와 협업 강화 생활소품·테이블웨어 확대

스타벅스 코리아가 패션 플랫폼과의 협업을 통해 2030세대 고객과의 접점을 확대하고 있다. 단순한 커피 브랜드를 넘어 라이프스타일 전반으로 영역을 확장하며 브랜드 경험을 강화한다는 전략이다.

스타벅스는 지난달 패션 플랫폼 W컨셉에 ‘스타벅스 전문관’을 열고 키체인, 토트백 등 패션 소품을 포함한 라이프스

타일 상품을 선보였다. 이어 이달에는 신규 테이블웨어 라인 ‘스태카(STACK A) 시리즈’를 W컨셉 단독으로 선공개했다. 심플한 디자인과 쌓아 보관할 수 있는 실용성을 강조한 제품으로, 머그볼·플레이트·유리잔 등 5종을 비롯해 선물용 세트 상품도 함께 출시됐다.

W컨셉은 21일까지 스태카 시리즈 론칭 기념 이벤트를 진행한다. 구매 고객에게 음료 쿠폰과 호텔스타벅스 타월 세트를 증정하며, 누적 구매금액 상위 고

객에게는 호텔스타벅스 킴포트 세트를 제공한다. 스태카 시리즈는 오는 20일부터 스태벅스 앱, 네이버 브랜드 스토어, 키카오톡 선물하기 등에서도 구매할 수 있다. 또한 스태벅스는 무신사와 협업해 ‘스포츠 컬렉션’을 단독 론칭했다. 무신사의 한정 판매 채널 ‘무신사 드롭’을 통해 러닝·헬스 등 액티비티에 어울리는 워터보틀, 파우치, 스포츠 타월 등을 선보였다. 단독 론칭을 기념해 대화용컵 이용 고객에게 무료 음료 쿠폰을 제공하



무신사 스포티 컬렉션. /스타벅스 코리아

고, 선착순 할인 이벤트도 진행 중이다. 스태벅스 한지민 커머스마케팅 파트장은 “패션 플랫폼과의 협업은 커피를 넘어 일상을 풍요롭게 하는 브랜드 경험을 제공하기 위한 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

유한양행 ‘알마젤’, 베트남 수출 100억 돌파

40년 장수 제산제 글로벌 성장

유한양행이 제산제인 ‘알마젤’의 베트남 수출액이 100억을 돌파했다고 밝혔다. 알마젤의 국내 정식 명칭은 ‘알마겔현탁액’이며 베트남 현지 제품명은 ‘유만겔현탁액’이다.

1984년 8월에 국내 정식 허가를 받은 알마젤은 속이 쓰리고, 아플 때 짜먹는 약으로 40년이 넘는 세월동안 국민들의 신뢰를 받았다.

주성분인 ‘알마게이트’는 위산을 중화시키고 위 점막을 보호하는 작용을

한다. 인정받은 효과와 안전성을 바탕으로 2008년 처음으로 베트남 진출에 성공한 알마젤은 2024년 한 해에 수출액 기준 100억원을 돌파하는 성과를 기록했다.

유한양행의 해외사업은 크게 원료의약품에 기반한 CDMO사업과 완제의약품 수출사업으로 구분된다. 2024년 3,065억원의 매출을 달성한 데 이어 2025년 상반기에만 2000억원 이상의 매출을 달성하는 등 가파른 성장세를 이어가고 있다.

/이세경 기자 seilee@

배스킨라빈스 “말차에 딸기 더했다”

‘핑크 베리 말차’ 신제품 출시

SPC 배스킨라빈스가 깊고 진한 말차의 매력을 다채롭게 즐길 수 있는 ‘핑크 베리 말차’ 플레이버를 출시하고 다양한 제품을 선보인다.

‘핑크 베리 말차’는 최근 세계적으로 인기를 얻고 있는 ‘말차’를 활용했으며, ‘믹솔로지(Mixology)’ 트렌드를 반영해 말차와 딸기를 조합했다. 제주 유기농 말차 아이스크림에 딸기 아이스크림, 과육, 리본(아이스크림에 넣는 시럽의 일종)을 더해 핑크와 그린 컬러의 조

화로운 비주얼과 달콤 씹싸름하면서도 상큼한 맛이 특징이다.

‘핑크 베리 말차’를 활용한 케이크·음료도 선보인다. 말차 라떼 아트를 형상화한 디자인에 진한 말차와 베리베리스트 로베리아아이스크림을 더한 ‘핑크 베리 말차 케이크’, 씹싸름한 말차와 상큼한 딸기의 맛과 조화로운 컬러 레이어링이 매력적인 ‘핑크 베리 말차 셰이크’ 등이다.

진한 말차와 리치한 마스카포네 치즈 아이스크림이 어우러진 ‘진정한 말차 티라미수’ 등 진한 말차 맛을 즐길 수 있는 제품도 함께 선보인다.

/신원선 기자