

한미약품, ‘한국형 비만약’ 상용화 시동… 30% 감량 확인

임상 3상 중간결과 효능 입증
부작용 낮추고 내약성 강화
평택공장 생산으로 공급안정
BMI 30 미만 여성서 효과↑
디지털 융합치료제도 추진

한미약품이 자체 연구개발과 기술을 집약한 ‘한국인 맞춤형’ 첫 비만 치료제 상용화에 박차를 가한다. 임상 결과, 투약 40주차 최대 30% 체중 감량이란 우수한 효능을 나타내며 기대감을 높이고 있다.

한미약품은 27일 ‘에페글레나타이드’ 임상 3상 중간 톱라인 결과인 투약 40주차 결과를 공개했다. 64주차까지 투약, 관찰하는 임상 과제지만 올해 안에 품목허가를 신청하는 계획을 적극 반영해 40주차 중간 톱라인 데이터를 공개한 것이다. 특히 해당 데이터에서 최대 30%에 이르는 체중 감량 효과 등 우수한 효능이 확인됐다.

한미약품의 비만 신약 후보물질인 에페글레나타이드는 글루카곤 유사 펩타이드-1(GLP-1) 수용체 작용제다. 체중 감량부터 혈당 조절, 심혈관 질환 관리 등에 효능을 갖췄다. 한미약품의 독자 플랫폼 기술 랩스커버리를 적용한 지속형 약물인 것도 특징이다. 약물이 서서히 방출되기 때문에 위장관계 부작용,



Chat GPT에 의해 생성된 현실적인 체중 관리 장면으로, 한국형 비만 치료제의 효과와 실용성을 강조하는 이미지.

내약성 등도 개선해 준다.

이번 임상 3상은 국내 여러 대학병원에서 당뇨병을 동반하지 않은 성인 비만자 448명을 대상으로 설계됐다. 에페글레나타이드 투여 시 위약 대비 체중이 5% 이상 감량될 가능성이 얼마나 높은지를 평가한다.

임상 결과, 투약 40주차 시점에서 체중이 5% 이상 감량된 시험 대상자는 전체 79.42%(위약 14.49%)였다. 10% 이상 몸무게가 빠진 대상자는 49.46%(위약 6.52%), 15% 이상은 19.86%(위약 2.90%)로 나타났다.

기저치 대비 에페글레나타이드 투여군의 평균 체중 변화율은 -9.75%로, 위약투여군 -0.95%와 대비된다. 또 여성 시험 대상자 중 체질량지수(BMI) 30k

g/m² 미만군의 체중 변화율은 -12.20%로, 가장 높은 체중 감소율을 보였다.

한미약품 측은 “초고도비만이 아닌 BMI 30 이하 여성에게서 타 시험 대상자 대비 더 우수한 효과를 나타냈다는 점에 주목할 필요가 있다”며 “한국인 맞춤형 비만 신약이라는 공감대를 형성하고 건강한 체중감량 문화 확산에 크게 기여할 수 있을 것으로 분석 가능하다”고 설명했다.

실제로 앞서 발매를 시작한 글로벌 제약사의 위고비, 마운자로 등은 현재 국내 식품의약품안전처에서 초기 체질량지수(BMI) 30kgm² 이상인 성인 비만 환자 또는 BMI가 27kgm² 이상 30kgm² 미만이면서 이상혈당증(당뇨병 전단계 또는 제2형 당뇨병), 고혈압, 이상지질

혈증 등 1개 이상의 체중 관련 동반 질환이 있는 성인 비만환자를 대상으로 허가됐다.

에페글레나타이드는 안전성도 입증했다. 구토, 오심, 설사, 위장관계 이상 사례 등의 발현 비율이 기존 경쟁 약물에서의 발현율 대비 두자릿수 이상 비율로 적은 결과가 확보됐다.

한미약품은 첨단 설비를 갖춘 평택 바이오플랜트에서 에페글레나타이드를 직접 생산한다. 가격 경쟁력을 높이고 수입약들의 고질적 문제인 공급 부족, 빈번한 품질 등을 해소한다는 방침이다.

적응증 확대에도 속도를 낸다. 한미약품은 당뇨병 치료제로 확장하기 위한 임상에 착수하고 디지털 치료제를 결합한 ‘한국 최초 디지털 융합 의약품’ 개발도 추진할 계획이다. 디지털 융합 의약품은 환자별 개인 건강관리법을 제공하는 데 중점을 둔다.

박재현 한미약품 대표는 “내년에 출시될 에페글레나타이드는 한미약품이 또 한번 비상하는 중요한 마일스톤이 될 것”이라며 “에페글레나타이드 출시 이후 순차적으로 선보이게 될 H.O.P 프로젝트의 가시적 성과도 이어지고 있는 만큼 첫 단추인 에페글레나타이드의 성공적 런칭에 한미의 역량을 더욱 집중시키겠다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr.

에이피알

짱구 한정판 뷰티 에디션

토너패드·피규어 세트

글로벌 뷰티 기업 에이피알은 스킨케어 브랜드 메디큐브와 뷰티 디바이스 브랜드 에이지알에서 ‘짱구는 못말려’ 한정판을 공개한다고 27일 밝혔다.

이번 협업 제품은 메디큐브의 제로모공패드, 딥 비타C 패드, 레드 석시닉 에씨드 필링 패드 등 토너패드 3종과 에이지알의 부스터 프로, 부스터 프로 미니 플러스 등이다.

메디큐브 토너패드 3종의 본품 디자인에 짱구와 흰둥이 일러스트를 활용해 캐릭터 고유의 유쾌한 감성을 시각적으로 표현했다. 해당 제품 구매 고객에게는 다양한 모습이 담긴 짱구 스티커 1매와 짱구 랜덤 피규어 1종을 제공한다.

뷰티 디바이스 부스터 프로와 부스터 프로 미니 플러스에도 짱구 디자인이 적용됐고 헤드케이스와 본체에서 짱구를 입체적으로 구현한 것이 특징이다. 짱구 스티커 2종, 흰둥이 옷을 입은 짱구 피규어, 짱구 세안 밴드 등도 함께 특별 구성됐다.

/이청하 기자

‘유한코스메틱’ 출범… 제약기술로 ODM 도전

〈제조사개발생산〉

유한양행 계열 코스온 사명 교체
연구·품질 중심 ODM 경쟁력 강화
혁신·파트너십·지속성 3대 가치 제시

유한양행 관계사인 화장품 제조사개발생산(ODM) 전문기업 코스온이 ‘유한코스메틱’으로 사명을 변경하고 새로운 성장 전략을 공식 발표했다.

27일 유한코스메틱은 이번 사명 변경을 통해 국내 1등 제약사의 과학적 연구 역량을 화장품 산업에 접목한 차별화된 ODM파트너로 자리매김하겠다는 포부를 밝혔다. 새로운 비전으로 ‘Trusted

Science, Beautiful Solutions(신뢰받는 기술력으로 고객의 아름다움과 성공을 설계)’를 제시했다. 이는 ‘가장 좋은 상품을 만들어 국가와 동포에게 도움을 주자’는 유한양행의 창업정신을 계승하고, 화장품 ODM 분야에서 고객의 성공을 함께 만들어가는 진정한 파트너가 되겠다는 의지를 담고 있다.

회사는 유한양행이 축적해온 과학적 연구 노하우와 혁신 기술력을 화장품 분야에 결합해, 제품 기획부터 연구개발, 생산, 품질관리까지 전 과정에서 최적의 솔루션을 제공한다는 계획이다. 특

히 엄격한 품질 관리 시스템과 첨단 연구개발 역량을 바탕으로 안전하고 효과적인 제품을 공급하며 고객사의 브랜드 철학과 목표를 깊이 이해하고 이를 실현하는 데 주력할 방침이다.

유한코스메틱은 ▲혁신을 향한 끊임 없는 도전(Innovation First) ▲함께 성장하는 파트너십(Trusted Partnership) ▲지속가능한 미래를 향한 책임(Sustainable Growth) 등 세가지 핵심 가치도 발표했다. 회사는 이러한 가치를 바탕으로 최첨단 피부과학 기술 개발, 투명한 소통을 통한 고객 가치 실현, 한

경과 사회에 대한 책임 이행을 실천해 나갈 계획이다.

또한 우수성(Excellence), 과학적 접근(Science), 파트너십(Partnership)을 핵심 추구 가치로 설정하고, 모든 과정에서 품질 우수성을 실현하며 체계적인 연구와 지속적 R&D 투자를 통해 차별화된 솔루션을 제공하겠다고 밝혔다.

이종호·조일현 공동대표는 “혁신적인 연구개발을 통해 새로운 뷰티 트렌드를 선도하고, 고객과 함께 성장하는 신뢰받는 파트너가 되겠다”고 강조했다.

/이세경 기자 seillee@



프리메라 ‘비타티놀 인텐스 바운시 리프트 마스크 크림’

/아모레퍼시픽

아모레퍼시픽

비타티놀 라인 확장

‘마스크 크림’ 선보여

레티놀 2배로 피부탄력 강화

아모레퍼시픽은 고효능 저자극 브랜드 프리메라에서 ‘비타티놀 인텐스 바운시 리프트 마스크 크림’을 출시한다고 27일 밝혔다. 이 신제품은 주요 성분으로 항산화 성분인 비타민C, 레티놀 등을 조합한 비타티놀을 함유한다. 레티놀 단독 사용 대비 2.2배 강력한 탄력 리프팅 효과를 갖춘 것으로 입증됐다. 기존 브랜드 대표 제품인 ‘비타티놀 세럼’보다도 유효성분을 2배 늘렸다.

이와 함께 아모레퍼시픽 최초로 ‘마스크 인 크림’ 기술을 적용해 크림 하나로 매일 마스크 팩 한 것과 같은 기능을 전달한다. 워터, 오일, 캡슐, 필름 등 4종으로 설계됐고 실처럼 늘어나는 특수 제형이 유효 성분 흡수력을 높이고 손실은 방지한다.

얼굴 중심부터 모공까지 관리할 수 있는 것도 특징이다. 인체적용시험 결과, 얼굴 중앙부와 턱선 부위에서 각각 2.9도, 2.4도 수준의 탄력 개선에 의한 피부 리프팅 효과가 나타났다.

/이청하 기자

CJ올리브영 “고객 중심 콘텐츠 확대”

서터브리티 6기 모집

CJ올리브영이 모바일 앱 내 서터에서 활동할 쇼핑 콘텐츠 크리에이터 그룹 ‘서터브리티’ 6기를 모집한다고 27일 밝혔다.

서터는 앱 속의 앱 형태로 설치된 뷰티 커뮤니티로, 뷰티&헬스를 넘어 웰니스까지 다양한 정보를 공유하는 공간이다. 올리브영 멤버십 회원이라면 누구나 최신 유행하는 라이프스타일, 메이 크업 노하우 등에 대해 소통할 수 있다.

‘서터브리티’ 6기 모집은 오는 11월 16일까지 진행되며 총 300명을 선발한다. 올리브영 앱 내 이벤트 기획전 페이지나 매장에 비치된 QR코드를 통해 지원 가능하다.

이후 선발된 인원은 오는 12월 12일 CJ인재원에서 열리는 ‘서터브리티 6기 오리엔테이션’을 거쳐 본격적인 활동을 시작한다. 활동기간은 오는 2026년 상반기까지다.

올리브영은 2023년 말 ‘서터’를 처음 공개하고 매년 두 차례씩 서터브리티를 육성해 왔다. 콘텐츠 제작을 위한 강연, 상품, 활동 포인트 등 폭넓은 혜택을 지원한다.

올리브영 관계자는 “서터브리티 활동을 중심으로 서터 내 콘텐츠를 지속 확장하며 모바일 앱을 누구나 즐길 수 있는 No.1 뷰티&헬스 커뮤니티이자 놀이터로 발전시켜 나갈 계획”이라고 말했다.

/이청하 기자

롯데바이오로지스, ADC·품질 경쟁력 알린다

유럽 ‘CPHI 월드와이드’ 참가

롯데바이오로지스는 오는 30일(현지 시간)까지 독일 프랑크푸르트에서 개최되는 ‘CPHI 월드와이드’에 참가한다고 27일 밝혔다. CPHI 월드와이드는 1990년부터 매년 유럽 주요 도시에서 세계 최대 규모로 열리는 제약·바이오 행사다. 이번에는 2400여 개 이상의 기업과 6만 명 이상의 방문객이 찾을 것으로 예상되는 가운데, 롯데바이오로지스 참가도 올해로 네 번째다.

행사 1일차에 진행되는 항체·약물접합체(ADC) 세미나에서 장건희 기술개발부장이 연사로 무대에 선다. 롯데바이오로지스의 ADC 플랫폼, 바이오

접합 개발 및 생산 역량을 설명한다.

같은 날 전시부스에서는 장준영 글로벌BD부장이 프레젠테이션을 발표한다. 인천 송도 캠퍼스와 미국 시러큐스 바이오캠퍼스를 동시 구현하는 듀얼 사이트 강점을 알리는 데 중점을 둔다. 특히 시러큐스 바이오캠퍼스의 5000리터(L) 바이오리액터 운용 등 검증된 품질 경쟁력을 소개할 예정이다.

롯데바이오로지스는 ‘듀얼 사이트’와 ‘검증된 품질 경쟁력’이라는 핵심 전략을 앞세워 바이오의약품 위탁개발생산(CDMO) 사업 경쟁력을 높인다는 방침이다. 최근 미국의 리쇼어링(본국 복귀) 정책에도 적극 대응 가능할 것으로 내다보고 있다.

/이청하 기자