

# 차세대 성장안 '방사성의약품' 방점... 개발·육성 속도낸다

## 듀켄바이오-뉴로핏

퇴행성 뇌질환 진단플랫폼 개발  
하나의 AI 기술, 두가지 질환에 도입

퓨처켄 전립선암 치료제 투약 개시  
셀비온, 치료제 조건부 품목허가 신청

SK바이오팜 테라노스틱스 전략

글로벌 방사성의약품 시장을 겨냥해 국내 제약·바이오 기업들이 파이프라인 확충, 공급망 강화, 진단 영역 확대 등으로 쟁쟁함에 나서고 있다.

24일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 듀켄바이오는 방사성의약품 시장에서 디지털 전환에 선제적으로 대응하고 있다.

지난 23일 방사성의약품 전문기업 듀켄바이오는 뇌 질환 진단·치료 인공지능(AI) 전문기업 뉴로핏과 퇴행성 뇌질환 진단 플랫폼을 공동 개발하는 계약을 체결했다고 밝혔다. 진단용 방사성의약품에 AI 기술을 융합하는 것이 핵심이다.

뉴로핏은 'AI 활용 초기 진단영상 생성 및 분석' 소프트웨어를 개발하고 AI 기반 의료기기 인허가 절차를 담당한다. 듀켄바이오는 자사 주력 품목에 'AI 활용 초기 진단영상 생성 및 분석' 소프트웨어를 적용한 별도 임상시험을 수행하



방사성의약품의 주요 성분인 동위원소를 생성하는 가속기. /듀켄바이오

고 국내 및 해외 용법용량 추가를 위한 허가절차를 맡는다.

양사가 개발하는 기술은 방사성의약품 섭취 정도, 변화 추이를 분석하고 약물 분포를 예측하는 등 의료진의 진단을 보조하게 된다. 특히 하나의 AI 기술을 알츠하이머와 파킨슨병 두 가지 질환 모두에 도입 가능한 것이 특징이다.

듀켄바이오는 방사성의약품 기반 진단제를 보유하고 있어 진단 영역에서 입지를 다졌다.

치매 치료제 투약의 경우, 치매 원인 물질인 '베타 아밀로이드'에 대한 정확한 진단을 요구한다. 이때 듀켄바이오의 '비자밀', '뉴라체크' 등은 베타 아밀로

이드 측정 유무를 판단하는 데 쓰인다. 듀켄바이오는 파킨슨병 진단용 방사성의약품으로는 18F-FP-CIT도 판매하고 있다.

듀켄바이오 측은 "비자밀은 영상을 더 정밀하게 읽는 도구인 데 비해 이번 플랫폼 개발은 영상을 AI로 직접 생성하는 기술 혁신"이라며 "AI로 촬영 프로토타입 자체를 바꾸는 시도는 글로벌 방사성의약품 시장에서 전례가 없어 향후 국내 외에서 상업화 첫 사례가 될 것"이라고 설명했다.

아울러 치료용 방사성의약품 개발에서도 파이프라인 경쟁이 이어지고 있다. 국내 바이오텍 퓨처켄, 셀비온 등은 국

산 방사성의약품에 대한 기대감을 확산한다.

퓨처켄은 지난달 국내 서울성모병원에서 전립선암 치료제 'FC705' 임상3상 첫 환자 투약을 개시했다. 전이성 거세 저항성 전립선암 환자들을 대상으로 FC705의 방사선학적 무진행 생존기간, 객관적 반응률, 전제 생존률 등 유효성과 안전성을 종합 평가한다. 이와 함께 미국에서는 임상2a상을 진행하고 있다.

퓨처켄 측은 "국내 임상3상 첫 환자 투약은 FC705 개발이 후기 임상 단계에 진입했음을 의미하는 중요한 단계이며 글로벌 임상도 해외 주요 시장에서 기술이전 논의 진행 가능성도 있어 임상 성과를 바탕으로 사업화를 모색할 계획"이라고 말했다.

이에 앞서 셀비온은 지난해 12월 말 국내 식품의약품안전처에 전립선암 치료제 'Lu-177-DGUL(포큐보타이드 사테트라세탄)' 조건부 품목허가를 신청했다.

해당 신약 후보물질은 2021년과 2023년 각각 개발단계 희귀의약품, 우선심사 대상 의약품(GIFT)으로 지정받아 조건부 허가 신청이 가능했다. 이에 따라 셀비온 측은 보다 신속한 개발 전략을 수립한다는 방침이다.

대형 제약바이오 기업들도 차세대 성장 방안으로 방사성의약품을 육성하고

있다.

SK바이오팜은 올해부터 방사성의약품 본부를 본격 운영한다. 원료·동위원소 공급망 구축, 파이프라인 발굴 및 전임상 수행, 글로벌 개발 확대 등으로 방사성의약품 사업을 구체화한다.

특히 SK바이오팜은 진단과 치료를 연계하는 테라노스틱스 전략으로 전주기를 아우르며 경쟁력을 높인다.

표적항암제로 개발하고 있는 'SKL35501'은 방사성 동위원소인 악티늄-225(225Ac)가 방출하는 고에너지 알파선으로 암세포 DNA를 파괴한다. 'SKL35502'는 암 특이 단백질 NTSR1을 표적하는 기전을 활용한 영상진단제다.

아울러 SK바이오팜은 미국 테라파워, 벨기에 판 테라, 독일 에커트앤지글러 등 다수의 글로벌 방사성 동위원소 생산 기업과 악티늄-225(225Ac) 공급 계약도 이미 확보했다.

국내 제약 스타트업 관계자는 "현재 다국적 제약사 뒤를 이어 국내외 많은 스타트업이 첨단 의약품 분야로 방사성의약품을 꼽으면서 우선적으로 기존 허가 약물의 임상 데이터를 참고하고 있고 점차 임상 데이터가 쌓이면서 신규 리간드에 대한 탐색도 이뤄질 것으로 본다"고 덧붙였다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

# 설화수, 카카오톡 기프트X로 고객경험 확대 애경산업, 美 월마트에 K-바디케어 착륙

서울 종로 '북촌 설화수의 집'서  
韓 전통미·인삼 이야기 경험 제공  
전시, 브랜드 철학, 오감 경험 마련



'북촌 설화수의 집' 전경. /아모레퍼시픽

아모레퍼시픽은 글로벌 럭셔리 뷰티 브랜드 설화수에서 '카카오톡 기프트X 시즌5'를 진행한다고 24일 밝혔다.

카카오톡 기프트X는 상품과 함께 브랜드가 설계한 오프라인 경험을 선물하는 서비스다. 이번에는 서울 종로에 위치한 북촌 설화수의 집에서만 체험 가능한 프로그램으로 구성해 특별함을 더했다. 한국 전통미와 설화수만의 인삼 이

야기를 경험할 수 있다.

체험 프로그램은 약 80분간 운영된

다. 북촌 설화수의 집 공간을 둘러보며 전시를 관람하는 등 브랜드 철학을 이해하는 기회를 제공한다. 또 인삼차, 입욕제, 다과 등을 통해 설화수의 모든 것을 오감으로 느낄 수 있도록 한다.

아울러 설화수는 어지혜 작가와 협업해 프로그램 전반에 작품 색채와 감성을 반영했다. 어지혜 작가는 감정과 에너지를 추상적 형태로 표현하는 작업을 이어온 아티스트다.

한편, 설화수 카카오톡 기프트X 시즌5 상품은 오는 3월 22일까지 카카오톡 선물하기에서 선착순 판매된다. /이청하 기자

브랜드 립센트·사위메이트 공개



바디케어 브랜드 '립센트'와 '사위메이트'가 미국 시장을 공략하고 있다. /애경산업

애경산업은 지난 22일(현지 시간) 미국 최대 유통 매장인 '월마트'에서 퍼스널케어 바디케어 브랜드 '립센트'와 토털 바디케어 브랜드 '사위메이트'를 공개했다고 24일 밝혔다.

미국 48개 주에 위치한 월마트 오프라인 매장 600여 곳과 온라인에 동시 입점했고 향후 입점 점포 수를 단계적으로 늘릴 계획이다.

애경산업은 미국 유통 시장에서 제품력과 기능성을 겸비한 K바디케어 브랜드 입지를 확보하겠다는 방침이다.

특히 향과 보습을 중요시하는 미국 소비자의 선호도를 반영한 현지 맞춤형 제품을 선보인다.

립센트에서는 저자극 스크럽 바디워시 3종(플라워마켓, 코지파이어, 벌스데이케이크)을 내놓는다. 프랑스산 고급

향료를 활용한 것이 특징이다.

사위메이트에서는 산양유 성분으로 피부 보습력과 진정 효과를 높인 '사위메이트 산양유 바디워시 딸기'로 브랜드 운영 전략을 강화했다.

애경산업 관계자는 "이번 월마트 입점을 시작으로 미국 유통 채널을 확대하기 위한 영업 및 마케팅 활동을 펼칠 예정"이라며 "이에 더해 바디케어뿐 아니라 헤어케어 등으로 K뷰티 카테고리를 확장하고 글로벌 시장 다변화 전략을 지속 추진할 계획"이라고 말했다. /이청하 기자

## LG생활건강, 룰라 대통령에 '오후' 선물

마이스터 포맨 프레쉬 3종 기획세트  
해외에 '고급 K-뷰티' 확산 방침

판테놀을 함유한다. 바르는 즉시 시원함을 전달하고 번들거림 없는 사용감이 갖췄다. 중·지성 피부의 남성 누구나 사용할 수 있어 80대에 접어든 1945년생 룰라 대통령도 부담 없이 활용 가능하다.

또 오후 마이스터 포맨 프레쉬는 이탈리아 전통 방식으로 자연의 생기를 구현한 골드 라벨 발사믹 비니저 성분을 활용한 것이 특징이다. 피부 노화의 주요 원인인 산화 스트레스를 관리해 준다.

룰라 대통령은 평소 K뷰티를 선호하는 것으로 알려졌다. 지난해 12월 공개 연설에서 룰라 대통령은 "내가 잘 생겨진 이유는 한국산 화장품 덕분"이라고 언급하기도 했다.

이와 함께 LG생활건강은 국민급 선물을 비롯해 '고급 K뷰티'를 확산해 나간



다는 방침이다. 국민 선물은 그 자체로 의미가 있으며 해외에서 K뷰티 가치를 알릴 수 있는 절호의 기회를 제공한다.

실제로 이번 한·브라질 정상회담 직후 청와대 공동언론발표에서 이재명 대통령은 "브라질에서 인기를 끌고 있는 K 화장품이 더 많은 브라질 국민의 사랑을 받게 될 것"이라며 기대감을 높였다.

한편, 지난해 10월 경주에서 열린 아시아·태평양경제협력체(APEC) 정상 회의에서는 공중 피부과와 럭셔리 코스메틱 브랜드 '더후'가 각국 정상을 위한 선물로 마련됐다. /이청하 기자

LG생활건강은 디에이징 솔루션 뷰티 브랜드 '오후'의 화장품이 21년 만에 방한한 루이스이나시우 룰라 다 시우바 브라질 대통령에게 국민 선물로 전달됐다고 24일 밝혔다.

지난 23일 청와대는 룰라 대통령에게 전대일 열사 평전, 호작도(호랑이·까치 그림 그린 그림), 한국 축구 국가대표 유니폼, 남성용 화장품을 선물했다. 이 중 남성용 화장품은 오후의 '마이스터 포맨 프레쉬 3종 기획 세트'(사진)다.

해당 세트에는 스킨, 로션, 클렌징 폼이 담겼다. 스킨과 로션은 각각 피부 보습 성분인 베타인, 피부 진정에 효과적인

## 에이피알 '에이지알', 글로벌서도 이용 활발

글로벌 누적 다운로드 150만 돌파  
뷰티 디바이스 판매 확대 영향

대되면서 앱 이용이 활성화되고 있다는 분석을 내놨다.

에이피알은 올해 1월 기준, 모바일 앱 '에이지알' 글로벌 누적 다운로드 수가 150만을 돌파했다고 24일 밝혔다. 지난해 5월 100만 건을 기록하고 8개월 만에 50만 건이 늘어난 성과다.

해당 앱은 에이피알 대표 제품 뷰티 디바이스와 연동하는 브랜드 전용 앱이다. 에이피알은 뷰티 디바이스 판매가 확

뷰티 디바이스의 글로벌 누적 판매량은 현재 600만 대를 넘겼다. 지난해 9월 500만 대 달성 후 약 1개 분기 만에 100만 대가 추가 판매되는 등 판매 호조가 이어지고 있다.

사용자 지표 또한 안정적인 상승세를 보였다. 월간 활성 이용자 수(MAU)는 2025년 1월 21만 명에서 2026년 1월 30만 명으로 증가했다. /이청하 기자