

AI·스마트물류 무장... 약국, 유통 혁신 나선다

GC녹십자그룹 'GC메디아이' AI 기반 의료 운영체제 기업 전환 '유비스트 OTC'로 시장 분석

한미약품그룹 계열사 '온라인팜' 온라인 HMP·자체 브랜드 운영 대웅그룹, 블록형 거점 도매 추진 자체개발 배송 전용 시스템 등 도입



신개념 도심형 큐레이션 대형 약국 '옵티마 웰니스 뮤지엄 약국' 종각점 전경. /옵티마

최근 들어 국내 유통 시장에서 약국이 관광 상권 핵심 요소로 부상하거나 대형화를 이루려는 등 큰 변화가 일고 있다. 제약사들 역시 약국이 유통망을 잡기 위해 전방위적인 체질 개선에 나섰다. 의약품 공급에 머물지 않고, 인공지능(AI) 데이터, 자체 브랜드(PB), 스마트 물류 등을 무기로 시장을 선점한다는 전략이다. 19일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, GC녹십자그룹은 데이터 기반 생태계를 조성한다. 병·의원을 중심으로 약국, 제약사, 보험·금융, 헬스케어 기업 등 다양한 주체를 연결하는 데 중점을 둔다. GC녹십자그룹의 GC메디아이는 인공지능 기반 의료 운영체제 기업으로 전환하며 각종 데이터를 고도화하고 있다. 최근에는 일반의약품(OTC) 시장에서 활용 가능한 분석 프로그램 '유비스트 OTC'를 출시했다. 일반의약품 판매 흐름, 경쟁사 가격 구조, 지역별 또는 소비자별 수요 특성 등을 확인할 수 있다. 전국 3700여 곳

약국 결제단말기에서 수집한 실제 데이터를 바탕으로 세부 영업 전략을 수립하도록 돕는다. GC녹십자그룹은 이러한 플랫폼 구축을 통해 신규 수익 구조를 확립한다는 방침이다. GC메디아이는 올해 연결 기준 135억원의 영업이익을 목표로 하고 있다. 전년 75억원 대비 약 80%에 달하는 성장이 가능할 것으로 내다보고 있다. 한미약품그룹의 의약품 도매 부문 계열사인 온라인팜은 공식 온라인 거래 창구 HMP몰과 자체 브랜드를 운영하며 유통 시장에서 입지를 확보한다. 드링크, 기능성 화장품, 건강기능식품 등을 약국 전용으로 지속 선보이고 있다. 약국이 조제는 물론 헬스앤뷰티 스토어 기능을 갖춰 나가는 데 발맞춘다는 복안이다. 온라인팜은 올해 1분기 전년 동기 대비

8% 증가한 2998억원의 매출을 올렸다. 이중 전문의약품(ETC) 매출 비중이 77.1%로 가장 크며 일반의약품(OTC) 매출 비중은 8.7% 수준이다. 대웅그룹은 블록형 거점 도매를 추진한다. 기존 약국의 폐인 포인트(불편함)를 해결하려는 시도로 풀이된다. 실제 물류 현장에서 의약품 품질, 배송 안정성, 권역별 재고 파악 등을 선제적으로 관리하는 방식이다. 물류 기준을 엄격하게 설치하고 이를 충족하는 파트너를 선정할 계획이다. 대웅이 자체 개발한 의약품 배송 전용 시스템(TMS), 인공지능 품질 방지 시스템(AIDCM) 등도 도입한다. 1일 2배송, 주문 3시간 내 긴급배송, 새벽배송 등 다양한 형태의 배송으로 약국 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다.

대웅 측은 "책임 경영 강화의 일환"이라며 "품질 대응 불균형, 배송 불확실성 등을 개선하는 불가피한 물류 혁신"이라고 설명했다. 다만 이러한 제약사 주도의 공급망 효율화 과정에서 발생하는 갈등은 향후 과제로 남았다. 현재 한국약품유통협회, 대한약사회 등 전통 도매 업계는 대웅의 블록형 거점 도매 추진에 반대하고 있다. 특정 유통경로가 강제되면서 불공정 시장이 형성되고 독점적 유통 체계가 고착화될 수 있다는 입장이다. 국내 한 유통 업계 관계자는 "약국 역시 주요 채널로 고도화되면 브랜드를 내놓는 기업에선 마케팅부터 스마트 물류까지 소빙 환경 전반을 아우르는 전략을 마련해야 할 것으로 보인다"고 덧붙였다. 한편 방한 외국인 전용 결제 플랫폼과 우패스를 전개하는 오렌지스퀘어에 따르면, 한국 약국은 K뷰티 흥행과 함께 성장세를 기록하고 있다. 외국인 관광객의 약국 결제 증가율은 2024년 대비 2025년 188% 커졌다. 또 창고형 약국도 늘고 있다. 옵티마 웰니스 뮤지엄 약국의 경우 지난해 9월과 12월 각각 강남점, 종각점 등이 연달아 문을 열었다. 올해 2월엔 분당 서현점을 추가했다. 최근 개점한 르메디 약국 역시 메디슨, 뷰티, 바디를 복합적으로 선보이는 공간이다. /이청하 기자

애경산업 '에이지투웨니스' 시그니처 에센스 팩트 올리브영서 만나보세요



애경산업의 스킨 퍼스트 메이크업 브랜드 에이지투웨니스(AGE20'S)가 '에센스 팩트'라는 독보적인 카테고리 로 뷰티 시장 내 입지를 다진 데 이어 유통망 확장을 본격화한다.

애경산업은 국내 최대 뷰티 헬스앤뷰티 스토어 CJ올리브영에서 브랜드 대표 제품 '시그니처 에센스 팩트 인텐스 커버' (사진)를 선보인다고 19일 밝혔다. 이 제품은 메이크업 제품 파운데이션과 스킨케어 제품 에센스를 결합한 것이 특징이다. 브랜드 특허 기술인 '에센스 포켓 기술'을 적용해 고체 파운데이션이 에센스를 71% 함유한다. /이청하 기자

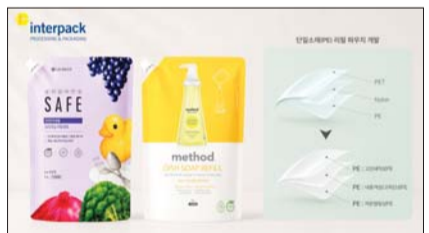
아모레퍼시픽 피부장수 미생물 연구 스킨케어 개발 박차

아모레퍼시픽이 미생물학 분야 연구에서 성과를 거두며 피부장수(롱제비티)를 위한 스킨케어 개발에 박차를 가한다. 아모레퍼시픽은 젊고 건강한 피부 환경에서 나타나는 대사물질 '페닐락트산(PLA)'에 대한 연구결과를 지난 4월 국제 학술지 '인터내셔널 마이크로바이오로지'에 게재했다고 19일 밝혔다. 해당 연구는 한국인 여성 피부에서 피부와 공존하는 미생물, 피부 표면 대사체 등을 통합 분석했다. 피부 미생물 조성 변화 양상, 피부 장벽·면역·노화와의 상관성 등을 규명했다. 또 세포 실험을 통해 페닐락트산(PLA)이 콜라겐 생성을 촉진하고 콜라겐 분해효소 활성을 억제하는 것을 확인했다. 콜라겐은 피부 탄력 유지에 중요한 요소인 만큼, 피부 미생물이 피부 관리에 직접적인 영향을 줄 수 있음을 입증한 것이다. /이청하 기자

"쉬운 재활용, 개선된 내구성"... 단일소재 포장지 개발

LG생활건강, 친환경 경영 강화 초박막 포장필름 '유니커블' 적용

LG생활건강이 고기능성 혁신 소재 개발에 성공하면서 브랜드 전반에서 친환경 경영을 강화한다. LG생활건강은 재활용이 쉬우면서도 내구성을 개선한 포장재를 19일 공개했다. 기존 복합 소재를 폴리에틸렌(PE) 단일 소재로 전환해 분리 배출 과정을 줄이는데 중점을 뒀다.



LG생활건강의 브랜드 제품은 폴리에틸렌(PE) 단일 소재 파우치를 구성하고 있다. /LG생활건강

또 단일 소재를 유지하면서도 내구성을 보완해 2리터(L)급 용량에서도 사용

가능한 것이 특징이다. 특히 단일 소재로는 세계 최고 수준인 14마이크로미터(μm) 두께를 구현한 초박막 포장필름 소재 '유니커블'을 적용했다. 기존 복합 재질의 경우, 내구성 보안을 위해 여러 재질로 설계돼 두께가 두꺼우며 재활용도 어렵다. 실제로 복합 재질의 재활용 등급은 '보통', 단일 소재는 '우수'로 분류되고 있다. 이에 따라 LG생활건강은 2023년에도 국내 생활용품 업계 최초로 폴리에틸렌

(PE) 단일 소재 포장 파우치를 '세이프 천 연미네탈 주방세제 리필 1리터(L)'에 도입한 바 있다. 현재는 '메소드 주방세제 리필 1리터(L)'에 쓰이고 있다. LG생활건강은 이번에 개발한 포장재를 다각도에서 상용화하며 플라스틱 순환 경제 전략을 구체화한다는 방침이다. LG생활건강 관계자는 "재활용이 쉬운 패키지를 확대하면서 제품 지속 가능성과 사용 경험을 동시에 확보하는 친환경 솔루션을 지속 모색하겠다"고 말했다. /이청하 기자

롯데컬처웍스, 이머시브 뮤지컬로 공간 실험

'인사이드 더 플레이 : 룰렛' 공연 상영관 스크린과 음향, 로비 동선까지 공연의 일부로 끌어들이었다. 극장이 더 이상 '영화를 보는 곳'에 머물지 않고, 관객이 이야기 속으로 들어가는 무대로 확장되고 있다. 롯데컬처웍스는 몰입·체험형 공연 브랜드 '인사이드 더 플레이'의 신작 '인사이드 더 플레이 : 룰렛'이 7월 9일부터 서울 도곡동 '아트스테이지 도곡'에서 막을 올린다고 19일 밝혔다. 이번 작품은 흥행성과 작품성을 인정 받은 이머시브 뮤지컬 '룰렛'을 영화관 환경에 맞춰 새롭게 각색한 프로젝트다. 초·재연 당시 평균 객석 점유율 95%를 기록한 원작의 강점을 유지하면서도, 상영관의 구조와 장비 특성을 반영해 안무와 동선, 연출을 전면 재구성했다. /신원선 기자 tree6834@

공연이 펼쳐지는 '아트스테이지 도곡'은 롯데시네마 도곡 6층에 마련된 공간으로 고품질 음향장비와 조명 시스템, 대형 스크린을 공연 연출에 적극 활용한다. 관객은 무대와 객석의 경계를 체험하기보다, 극 중 주인공 '포우'의 대저택 안으로 들어온 듯한 공간감을 경험하게 된다. 롯데컬처웍스는 이번 프로젝트를 통해 영화관의 다목적화 가능성을 실험한다는 구상이다. 검증된 콘텐츠를 결합해 체험형 엔터테인먼트 공간으로의 전환을 시도하는 셈이다. '인사이드 더 플레이 : 룰렛'은 7월 9일부터 10월 11일까지 아트스테이지 도곡에서 공연된다. 티켓 예매는 5월 27일 오후 3시부터 티켓링크에서 단독 오픈되며, 자세한 내용은 롯데시네마 이벤트 페이지에서 확인할 수 있다. /이청하 기자

지씨셀 'AB-201', 첫 환자 투여 개시

고형암 표적 'CAR-NK 세포치료제' 지씨셀이 고형암을 표적하는 CAR-NK 세포치료제 개발을 본격화한다. 지씨셀은 세브란스병원 정민규 교수 연구팀이 진행하는 CAR-NK 세포치료제 'AB-201'의 첫 환자 투여를 개시했다고 19일 밝혔다. 이번 임상 1상은 진행성 HER2 양성 위암 및 위식도점막암 환자에서 AB-201 안전성, 초기 항종양 활성 등을 평가한다. AB-201은 표적 세포치료제로 HER2를 과발현하는 고형암 세포를 선택적으로 공격하도록 설계됐으며, 기존 치료 이후에도 치료 옵션이 제한적인 HER2 양성 고형암 환자들을 위한 새로운 면역세포치료 접근법으로 개발되고 있다. 특히 지씨셀의 동종 CAR-NK 플랫폼 기술이 집약됐다. 지씨셀은 이번 첫 환자

투여를 통해 CAR-NK 플랫폼의 고형암 적용 가능성을 본격적으로 검증하게 됐다. 향후 고형암 분야 파이프라인 확대 및 글로벌 공동개발 논의에도 속도를 낼 계획이다. 세브란스병원 정민규 교수는 "HER2 양성 위암 및 위식도점막암은 표준 치료 이후에도 미충족 의료수요가 높은 영역"이라며 "이번 연구를 통해 CAR-NK 세포치료제의 안전성과 임상적 적용 가능성을 확인하고, 고형암 분야에서의 새로운 치료 옵션으로 발전할 수 있는 기반을 마련할 것으로 기대한다"고 말했다. 원성용 지씨셀 대표는 "이번 첫 환자 투여를 계기로 HER2 양성 고형암 환자를 위한 새로운 면역세포치료 접근법 개발에 속도를 내고, 글로벌 경쟁력을 갖춘 세포치료제로 발전시켜 나가겠다"고 밝혔다. /이청하 기자

컬리 11주년 기념 '벌쓰워크' 최대 60% 할인 판매

컬리가 오는 25일까지 11주년 '벌쓰워크(Birth Week)' 기획전을 진행한다. 서비스 오픈 11주년을 맞아 이번 행사에서는 1300여 개 상품을 최대 60% 할인 판매한다. 카테고리별 베스트 상품을 저렴한 가격에 만나볼 수 있는 '세일어택'과 시간대별로 새로운 쿠폰이 열리는 '타임어택'도 선보인다. '세일어택'에서는 컬리 대표 품목 11종을 파격적인 가격에 선착순으로 제공하는 '11주년 시그니처' 코너를 선보인다. '타임어택' 이벤트는 매일 오전 11시부터 '60분 타임딜' 코너에서 비식품 카테고리를 특별가로 판매한다. 오후 12시부터 1시간 내 사용 가능한 최대 90% 할인 쿠폰을 선착순 지급하고, 오후 6시에는 ID 당 하루 한 번 참여할 수 있는 990원딜을 선보인다. /김서현 기자 seoh@