

“한 번 주사로 연골 재생”… K-세포치료제 잇단 출격

바이오솔루션 ‘스페로큐어’ 임상 승인
메디포스트 ‘카티스텀’ 상업화 속도
엘앤씨바이오, 신의료기술 본평가

국내 바이오 기업들이 글로벌 퇴행성 골관절염 시장에서 연골을 근본적으로 재생시키는 ‘질환근본치료제(DMOAD)’ 파이프라인을 구축하고 나섰다.

14일 국내 바이오 업계에 따르면 바이오솔루션은 지난 13일 국내 식품의약품안전처에서 ‘스페로큐어’ 국내 임상1/2a상 시험계획을 최종 승인받았다. 지난해 11월 해당 계획 승인을 신청하고 약 8개월 만이다.

스페로큐어는 수술이나 절개 없이 무릎 관절강에 단 1회 주사하는 세포치료제다. 동종 소아 늑연골 유래 연골세포를 조직화해 3차원 미세 구형으로 구현했다. 무릎 관절 속에서 장기 생존하며 치료 물질을 꾸준히 방출하도록 설계한 것이다. 항염 뿐 아니라 연골 파괴 방지 등 연골 세포 기능을 강화하는 데 중점을 둔다.

비임상에서는 동물 모델을 통해 염증 반응 및 연골분해 억제, 혈관생성 억제,



‘스페로큐어’

/바이오솔루션

연골기질 형성 등에 대한 가능성이 확인됐다.

이번 임상은 K&L 등급 2 또는 3의 골관절염 환자를 대상으로 진행된다. 임상 1상에서 안전성, 최대내약용량 등을 평가하고 2a상에서는 위약군과 비교 평가한다.

바이오솔루션은 기존 자가 세포치료제 ‘카타라이프’, 동종 세포치료제 ‘카티로이드’ 등에 이어 주사용 세포치료제 ‘스페로큐어’까지 확보해 골관절염 전 주기 파이프라인을 완성한다는 방침이다.

이와 함께 상용화 이전 단계에서부터 시장 선점에 박차를 가할 계획이다. 첨단 재생바이오법을 통한 임상연구 및 유사치료 제도를 활용해 심의를 거치면, 품목허가에 앞서 환자 치료 기회와 일정 매출을 확보할 수 있다. 동시에 실제 의료 현장에서 물질 가치를 극대화한다는 복안이다.

이정선 바이오솔루션 대표는 “스페로큐어는 골관절염 치료 시장의 패러다임을

변화시킬 게임 체인저가 될 것”이라며 “기업 가치 제고를 위해 스페로큐어의 국내 임상을 성공적으로 수행하고 글로벌 임상 추진 및 사업개발 논의도 본격화하겠다”고 밝혔다.

한편, 국내 세포치료제 시장을 개척한 메디포스트는 이달 8일 미국에서 카티스텀 임상 3상 첫 환자 투약을 완료하는 등 글로벌 상업화에 속도를 내고 있다.

카티스텀은 메디포스트의 제대혈 유래 동종 중간엽 줄기세포치료제다. 이미 국내에서는 무릎 골관절염 줄기세포 치료제로 상용화됐다.

아울러 미국 임상3상은 미국 식품의약국(FDA)로부터 ‘단일 임상’ 승인을 받아 진행되고 있어 신약허가에 소요되는 시간과 비용을 단축하게 됐다. 일반적으로 최소 2개의 독립적인 임상3상을 준비해야 하는 미국 FDA 신약허가 신청과 차별화됐다.

한국, 일본 등에서 축적한 데이터가 뒷받침된 성과다. 카티스텀은 국내 투약 후 3년 이상 경과한 환자 약 560명에 대한 실사용근거(RWE)를 보유하고 있다. 또 최근 일본에서도 임상3상을 종료했다. 올해

말 일본 품목허가 신청을 거쳐 오는 2027년 허가 획득을 목표로 하고 있다.

엘앤씨바이오의 ‘메가카티’는 국내 비급여 시장에 안착해 제도적 최종 관문을 밟고 있다.

메가카티는 엘앤씨바이오가 세계 최초로 인체유래 동종 연골을 사용해 개발한 의료기기로 퇴행성 관절염 치료 등에 쓰인다. 국내 식약처 품목허가 획득에 이어 보건복지부 고시 ‘신의료기술평가 유예대상’으로 지정돼 처방되고 있다. 올해 9월 30일로 3년 간의 신의료기술평가 유예기간이 종료된다.

엘앤씨바이오의 한국보건의료연구원의 신의료기술 본평가 통과와 기존 60세에서 65세로 사용 연령 조정을 준비하고 있다.

엘앤씨바이오 측은 “그동안 추가 임상 4건을 병행하는 등 후속 임상을 확대해 왔다”며 “메가카티의 임상적 안전성과 효과를 객관적으로 입증함으로써 제품 신뢰도를 높이는 데 주력하고 있다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

“원피스 추천해줘”… LF몰, AI 쇼핑 혁신

생성형 AI 기반 쇼핑 서비스 도입
향후 이미지 검색·AI 코디 추천

LF가 운영하는 프리미엄 라이프스타일 전문몰 LF몰이 생성형 AI 기반 쇼핑 서비스 ‘LF 스타일북’을 도입했다고 14일 밝혔다.

LF 스타일북은 자연어 기반 쇼핑 서비스로, LF몰 검색창 아래 ‘스타일북’ 메뉴에서 이용할 수 있다. 기존 키워드 검색과 달리 이용자가 대화하듯 원하는 상품을 설명하면 AI가 의도를 분석해 적합한 상품을 추천하고 추천 이유도 함께 제공한다. 예를 들어 “요즘 날씨에 입기 좋은 시원한 원피스 추천해줘”, “헤지스 신상 셔츠 보여줘”와 같은 질문에 맞춰 상품을 제안하는 방식이다.

이 서비스는 단순 키워드 매칭을 넘어 현재 날씨와 LF몰 실시간 인기 검색어, 이용자의 최근 클릭 상품 등을 종합 분석해 맞춤형 추천을 제공한다. 같은 질문이



LF몰 AI 쇼핑 에이전트 ‘LF 스타일북’.

/LF

라도 시점과 이용자에 따라 다른 결과를 제시하도록 설계됐다.

LF 스타일북은 고객 데이터 보안을 위해 오픈소스 대규모 언어모델(LLM)을 자체 서버에 구축·운영하며, 외부 서비스에 의존하지 않는 AI 환경을 적용했다. 여기

에 LF몰이 축적한 패션 관련 데이터와 상품 운영 정보를 반영해 추천 정확도를 높였다.

또 고객의 질문을 의미 단위로 이해하는 벡터 검색(Vector Search) 기술을 LLM과 결합해 키워드로 표현하기 어려운 요청도 맥락을 분석해 상품을 추천한다. 추천 과정에서는 소재와 핏, 스타일링 포인트 등 상품 특징도 함께 안내한다.

LF몰은 AI 기반 쇼핑 서비스를 단계적으로 확대하고 있다. 지난 3월 선보인 ‘AI 코디 추천 서비스’에 이어 이번에는 AI 활용 범위를 검색과 탐색으로 넓혔다. 향후에는 이미지 기반 상품 검색과 AI 코디 추천, 이미지 유사 상품 추천 기능도 강화할 계획이다.

한편 LF는 올해 1월 내·외부 데이터를 연계한 ‘LF AI 워크스페이스’를 구축했으며, LF몰에서는 ChatGPT 내 ‘LF몰’ 앱과 AI 리뷰 초안 작성 기능 등을 운영하고 있다.

/김서현 기자 seoh@

롯데면세점, 휴가철 대규모 할인전 연다

온·오프라인 경품 행사도 진행

롯데면세점이 여름 휴가철을 맞아 온·오프라인 할인 프로모션을 진행한다.

롯데면세점은 오는 8월 31일까지 여름 시즌 행사 ‘롯데면세’를 운영한다. 시내점에서는 토리버치, 지미추 등 패션 브랜드 상품을 할인 판매하며, 화장품·향수, 주얼리·워치, 아이웨어, 전자기기 등 행사 참여 브랜드 구매 고객에게 사은품을 증정한다.

오프라인 구매 고객을 위한 혜택도 마련했다. 명동본점, 월드타워점, 제주점에서는 패션 및 시계·주얼리 구매 고객을 대상으로, 부산점에서는 전 카테고리 구매 고객을 대상으로 구매 금액에 따라 LDF PAY를 지급한다. 주말에는 사용 카드에 따라 LDF PAY를 추가 제공하는 행사도 진행하며, 네이버페이와 롯데·우리·하나·삼성카드 등 결제 수단별 추가 혜택도 운영한다.

롯데인터넷면세점에서는 오는 8월 25일까지 여름 쇼핑 행사 ‘면세일’을 진행한다. 랑콤, 바이레도, 질스튜어트, 페레가모, 다이스, LG프라엘 등 상품을 할인 판매하며, 하루 두 차례 선착순 할인 쿠폰을 지급한다. 이와 함께 시그니처 브랜드 특가전과 브랜드별 프로모션을 통해 추가 할인, 단독 상품, 사은품 등을 제공한다.

온·오프라인에서는 경품 행사도 함께 진행한다. 오는 8월 31일까지 시내점에서 일정 금액 이상 구매한 내국인 고객을 대상으로 추첨을 통해 시그니엘 서울 속 박권, 레이벤 메타 스마트 선글라스, 라세느 식사권 등을 증정한다. 월드타워점에서는 제주항공 국제선 왕복항공권과 고베 왕복항공권을 추가 경품으로 제공한다.

롯데인터넷면세점은 카카오페이와 함께 해외 호텔 숙박권 경품 행사를 진행한다.

/김서현 기자

셀트리온, 수출입 안전관리 AAA 등급 갱신

제약·바이오 업계 유일

셀트리온이 글로벌 공급망 관리 역량을 국가 공인 제도를 통해 입증했다. 셀트리온은 관세청이 주관하는 ‘수출입 안전관리 우수업체(AEO)’ 갱신심사에서 최고 등급인 ‘AAA’를 받았다고 14일 밝혔다. 수출과 수입 2개 부문 모두에서 최고 등급을 획득했다.

관세청은 기업의 법규준수도, 내부통제 시스템, 재무건전성, 안전관리 등을 심사하고 있고 세계관세기구(WCO)의 국제 표준 등을 반영해 AEO 인증을 부여한다. 현재 관세청 AEO 인증 기업 773개 중 최고 등급인 AAA를 획득한 곳은 20개 기업

으로 제약·바이오 업계에서는 셀트리온이 유일하다. 지난 2021년 업계 최초 AAA 등급 획득에 이어 이번 갱신심사 통과로 오는 2030년까지 최고 등급 자격을 보유하게 됐다. 공급망 전반을 체계적으로 관리하며 지속 개선해 온 성과다.

셀트리온은 해외 물류 파트너사들과 협력하고 있는 가운데, 세금 감면, 통관 적법성 등을 사전에 스스로 점검할 수 있는 ‘통합 자율점검 시스템’을 도입해 운영 중이다.

이와 함께 셀트리온은 수출입 신고 서류 제출, 물류 검사 100% 면제(무작위 선별 제외) 등 관세행정상 최고 수준의 혜택을 통해 글로벌 경쟁력을 극대화한다는 방침이다.

/이청하 기자

유한양행 ‘버들장터’ 31일까지 장마 기획전

본격적인 장마가 시작된 가운데 유한양행이 계절별 고객 수요 잡기에 나섰다. 유한양행은 오는 31일까지 공식 온라인몰 버들장터에서 ‘장마 기획전’을 진행한다. 14일 밝혔다.

이번 기획전은 장마철 곰팡이 및 세균 관리 등을 위한 제품에 할인 등 혜택을 적용한다. 두피와 바디를 관리하는 K뷰티 브랜드 ‘더마퓨라민’부터 모기와 벌레를 잡아주는 ‘해피홈 살충제’ 등 생활용품까지 다양한 상품을 구성한 것도 특징이다.

고객 참여형 행사도 열린다. 비 오는 날 한정으로 쿠폰을 발급하는 등 이색적인 재미를 선사할 예정이다.

/이청하 기자

광동제약, 임직원 응급처치 교육 실시

사내 안전문화 강조

광동제약이 임직원 응급상황 대응 역량을 고양하며 사내 안전문화를 강조하고 있다. 광동제약은 본사 및 전국 지점에서 ‘응급처치 및 심폐소생술(CPR)’ 교육을 실시했다고 14일 밝혔다.

이번 교육은 생활 속 응급처치부터 심폐소생술(CPR) 실습, 자동심장충격기(AED) 사용 등을 다뤘다. 심장지, 기도폐쇄, 낙상 등 위급한 상황이 발생한 경우, 신속하고 정확하게 적용 가능한 실습이 이어졌다. 약 770명의 본사 및 전국 지점 임직원이 순차적으로 참여했고 중앙응급처치교육원이 주관했다.

광동제약 관계자는 “응급상황에서는 초



광동제약 임직원들이 광동천타워 교육장에서 응급처치·심폐소생술(CPR) 교육에 참여해 실습을 진행하고 있다.

기 대응이 매우 중요한 만큼 임직원들이 실제로 침착하게 활용할 수 있도록 실습 중심 교육을 진행했다”며 “앞으로도 안전한 근무환경 조성 and 안전문화 확산을 위한 활동을 지속 이어갈 계획”이라고 말했다.

/이청하 기자