

TG-C 임상 벽 못 넘은 코오롱티슈진… 10월 반전 기대

〈골관절염 세포유전자치료제 후보물질〉

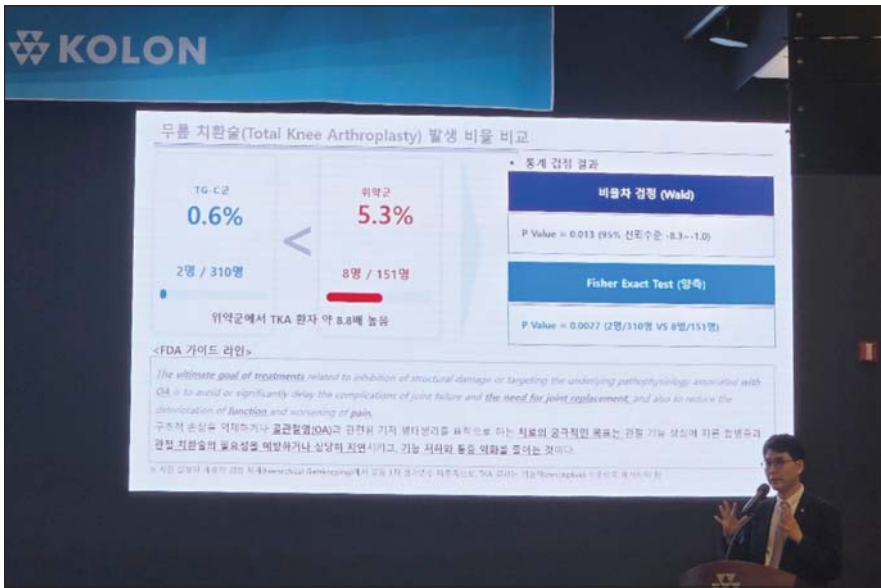
치료제 1차 평가지표 달성 실패
약효 확인, 약물 차별성은 입증 못해
2번째 임상 3상 탑라인 결과 촉각

코오롱티슈진이 골관절염 세포유전자 치료제 후보물질 'TG-C' 미국 임상3상 첫 번째 탑라인 결과에서 통계적 유의성을 확보하지 못했지만, 회사측은 이번 결과를 '임상 실패가 아닌 절반의 성공'이라고 규정하며 개발 완수 의지를 강하게 피력했다.

다만, 1차 평가지표 달성 실패에 따라 당초 계획했던 오는 2027년 미국 식품의약국(FDA) 허가 신청 및 2028년 상업화 추진 지연은 불가피할 전망이다.

21일 코오롱티슈진은 'TG-C' 관련 향후 대응 전략을 발표했다. 이날 현장에는 노문종·전승호 공동 대표, 다국적 의료기기 기업 스미스앤네피 출신으로 새롭게 영입된 앤디 웨이먼 최고의학책임자(CMO) 등 주요 경영진이 참석했다.

우선 TG-C는 통증 완화, 관절기능 개선 등 약효는 확인했으나 역대급 위약 효과로 약물 차별성을 입증하지 못했다.



코오롱티슈진 기자 간담회 모습.

TG-C 투여군은 12개월 시점 통증 평가(VAS)에서 -38.6점, 관절기능 평가(WOMAC)에서 -26.34점을 기록해 유의미한 증상 개선을 보였다. 그러나 위약군에서 역시 12개월 시점 VAS -39.1점, WOMAC -27.57점으로 강력한 증상 개선이 나타났다.

이와 관련 전승호 공동 대표는 "TG-C 자체의 효능은 충분히 입증된 만큼 수개

월 내로 위약 효과의 원인을 명확히 규명하겠다"고 설명했다. 이러한 1차 평가지표 미달로 인한 이후 일정 연기 가능성도 인정했다. 전 대표는 "원인을 철저히 규명해 허가 및 상업화 전략을 재수립하겠다"고 말했다.

제약바이오 업계 일각에선 TG-C에 대해 코오롱티슈진이 일부 성과만 부각하고 있다는 평가도 나온다. 환자가 느끼는 통

증이나 관절기능 개선 효과는 위약과 차이가 없는데 '무릎 인공관절 치환술 환자'가 적게 발생했다는 이유만으로 근본적 치료제가 될 수 있다고 주장하는 것은 설득력이 떨어진다는 지적이다.

이번 임상 결과에서 TG-C 투여군의 골관절염이 악화돼 무릎 인공관절 치환술을 받아야 하는 환자는 310명 중 2명(0.6%), 위약군의 해당 환자는 151명 중 8명(5.3%)이다. 두 개 군의 차이는 8.8배로 통계적 유의성을 확보했다는 분석이다.

전 대표는 "통증과 기능 지표에서는 위약과 차이가 없는데 무릎 인공관절 환자 비율에서는 명확한 차이가 나왔다"는 점 자체가 이 데이터가 매우 특이하다는 방증"이라며 "윤리적 이유로 임상 중 환자들이 위약 효과에 어떤 영향을 미쳤는지 원시 데이터 수준에서 포괄적으로 조사할 것"이라고 해명했다.

특히 무릎 인공관절 환자 발생률 차이는 향후 규제 기관 설득, 상업화 이후 보험 등재 등 경제성 평가에서 매우 유용할 것으로 내다봤다.

코오롱티슈진은 오는 10월 발표될 두

번째 탑라인 결과에 기대를 걸고 있다. 이번 첫 번째 결과와 10월 두 번째 결과는 동일한 프로토콜에 따라 진행됐지만 서로 다른 임상시험기관, 평가자, 환자군으로 구성됐다. 각각 2026년 4분기, 2027년 1분기에 최종 임상결과보고서를 수령한다는 목표다.

전 대표는 "독립된 시험인 만큼 이번과 같은 역대급 위약 효과가 재현될지는 예측할 수 없다"고 말을 아꼈다.

한편, 결과 발표에 앞서 주가가 하락세를 보이며 불거진 '미공개 내부 정보 유출 및 내부 통제 실패' 의혹은 강하게 부인했다.

전 대표는 "지난 18일 이사회를 통해 내부에 공유한 후 철저히 보안을 유지해 왔다"며 "전 임직원을 대상으로 주시 매매를 금지하는 블랙 피리어드를 설정해 놓았기 때문에 내부 정보 유출로 인한 주가 변동은 절대 없다"고 단언했다.

코오롱티슈진은 향후 임상4상, 적응증 확대 등 후속 단계를 지속 추진해 개발 방향성을 구체화한다는 방침이다. /이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



LG생진, 북미서 유시몰·더크렘샵 알렸다

'코스모프로프 라스베이거스' 참가
유시몰 부스, 상위 5개 부스 선정

LG생활건강이 글로벌 뷰티 시장 공략에 속도를 내고 있다. LG생활건강은 지난 13~15일(현지 시간) 미국라스베이거스에서 열린 '코스모프로프 라스베이거스'에 참가했다고 21일 밝혔다.

코스모프로프 라스베이거스는 북미 최대 뷰티 박람회다. 세계 각국의 바이어, 유통사 등이 방문해 기업과 기업 간 거래(B2B)가 이뤄진다.

LG생활건강은 구강관리 브랜드 '유시몰', K뷰티 브랜드 '더크렘샵' 등을 선보였다.

코스모프로프에 처음 참가한 유시몰은 브랜드를 상징하는 강렬한 보라색으로 부스를 꾸몄다. 대형 치약 모형을 설치해 브랜드를 알렸고 치아 미백 효과를 직접 체험할 수 있는 미백 체험실도 운영했다. 특히 보색 원리로 치아 미백 기술을 구현한



지난 13~15일 미국에서 열린 '코스모프로프 라스베이거스'에서 '더크렘샵'(왼쪽)과 '유시몰'(오른쪽)이 브랜드 부스를 운영했다. /LG생활건강

LG생활건강의 치약 연구개발 역량을 소개했다.

그 결과 유시몰 부스는 코스모프로프 공식 콘텐츠 크리에이터 프로그램에서 '상위 5개 부스'에 선정되기도 했다.

'더크렘샵'은 LG생활건강의 북미 자회

사로, 이번 행사에서 브랜드 정체성을 최초 공개했다.

올해 하반기에는 신제품 출시도 이어갈 예정이다. '히트 업 글로우 업', '쿨 쿨치' 등은 한국식 스킨 케어에서 영감을 받아 개발한 마스크 제품이다. /이청하 기자

올리브영, AI 평가로 개발 인재 발굴

개발 직군 경력직 공개 채용

CJ올리브영이 개발 직군 경력직을 공개 채용하며 전형 과정에서 '인공지능 과제'를 신설한다.

올리브영은 오는 8월 9일까지 '인공지능 인재 우선 채용' 지원자를 모집한다고 21일 밝혔다. 모집 직무는 ▲커머스 플랫폼 엔지니어(0명) ▲코어 플랫폼 엔지니어(0명) ▲AI 추천 시스템 엔지니어(0명) 등이다. 지원 조건은 유관 경력 2년 이상이다. 전형 일정은 서류, 인공지능 과제, 1차 면접, 온라인 인성검사 및 2차 면접 순으로 이뤄진다.

이번 채용에서 처음 도입하는 인공지능

과제를 통해 올리브영은 인공지능으로 문제를 해결하는 능력을 핵심 경쟁력으로 심사한다는 방침이다.

올리브영은 지원자가 제출한 최종 결과물을 포함해 문제 정의 방식, 인공지능 활용 및 프롬프트 작성 과정, 반복 개선 과정, 결과 검증 방식 등을 구조화해 평가할 예정이다. 크래프톤이 개발한 채용·평가 솔루션 '코파 프로브'를 활용한

다. 올리브영 관계자는 "새로 도입한 AI 과제 전형을 통해 'AI 네이티브' 인재를 찾아 육성에 리테일테크 혁신을 지속 이끌어 나갈 것"이라고 말했다.

/이청하 기자

광동제약

비타500으로 청년 응원

알바몬과 한정판 라벨 이벤트 진행

광동제약이 청년아르바이트생 응원 캠페인을 전개하며 '비타500' 브랜드 가치를 확산하고 있다.

광동제약은 구인·구직 플랫폼 알바몬과 함께 '레벨이 다른 라벨 알바'를 진행한다

고 21일 밝혔다. 이 행사는 비타500 라벨 스티커를 부착하는 아르바이트사. 총 5명을 선발하며 각각 일급 100만원을 지급한다. 또 해당 라벨 부착으로 완성된 비타500은 인플루언서를 통해 각지에서 일하는 아르바이트생들에게 전달될 예정이다. 청년들 일상에 활력을 더하는 데 중점을 둔다. /이청하 기자

JW신약, 케르티올 크림 각질개선 효과 입증

응답자 99%, 2주 사용 후 효과 체감

JW신약은 뷰티 인플루언서 설문조사에서 듀크레이 '케르티올 컨센트레이트 크림'의 각질 관리 기능에 대한 높은 만족도가 확인됐다고 21일 밝혔다.

해당 제품은 각질, 피부 건조 등에 쓰인다. 저자극 제형과 성분을 조합해 피부 표면을 매끄럽고 편안하게 가꿔준다. 끈적임 없는 사용감과 빠른 흡수력을 갖춰 하루 2회 고민 부위에 가볍게 바를 수 있다.

이번 설문조사는 뷰티 매거진 '싱글즈'와 함께 뷰티 인플루언서 100명을 대상으로 진행됐다.

설문 결과, 전체 응답자의 99%가 '2주 사용 후 각질 개선을 체감했다'고 대답했고 모든 참여자가 '지인에게 추천할 의사가 있다'고 밝혔다.

특히 응답자 93%가 일주일 이내에 거칠고 두꺼운 각질이 보다 부드럽게 느껴지는 것을 체감한 것으로 집계됐다. 이 중 48%는 '1~3일 이내'에 빠른 변화를 느꼈다.

케르티올 사용 이후 경험한 체감 변화로 각질 개선(75%)이 가장 많이 나타났



듀크레이 '케르티올 컨센트레이트 크림' /JW신약

다. 건조함 개선(52%), 오돌토돌한 피부결 개선(23%), 보습으로 일시적인 가려움 완화에 도움(16%) 등이 뒤를 이었다.

이러한 효능은 물론 제형의 특징점도 파악됐다. 응답자 63%가 '산뜻하게 흡수되었다'고 평가했다.

JW신약 관계자는 "뷰티 전문 인플루언서를 대상으로 진행한 이번 설문조사를 통해 케르티올 컨센트레이트 크림에 대한 실제 사용자의 사용 후기를 직접 들 수 있었다"며 "앞으로도 피부 고민이 많은 소비자들의 실제 목소리를 가까이서 들 수 있도록 마케팅 활동을 이어갈 계획"이라고 말했다. /이청하 기자

동아제약, 듀오버스터 신제품 치약 선택

자극적 사용감 줄이고 개운함 더해

동아제약이 구강 건강 제품군을 확대하며 웰니스 시장으로 브랜드 입지를 넓히고 있다. 동아제약은 구강 관리 브랜드 듀오버스터에서 '맥스프레시 치약(사진)'을 새롭게 출시했다고 21일 밝혔다.

이번 신제품은 녹색층과 흰색층으로 구성된 이중 제형이 특징이다. 녹색층에는 구취 제거 등 구강 환경을 개선하는 데 도움을 주는 녹차엑스, L-멘톨, 유칼립투스 오일 등을 처방했다. 흰색층은 카모마일 유래 성분, 비타민B6 등을 함유한다.또 볼



소는 최대 함량인 1450ppm으로 더해졌다.

동아제약 관계자는 "자극적인 사용감은 줄이고 개운함은 지속하는 데 중점을 뒀다"며 "강한 자극을 상쇄함으로 인식하던 기존 치약과 차별화한 제품으로 단순 위생은 물론 자기 관리에 대한 관심이 높은 소비자들에게 차별화된 경험을 제공할 계획"이라고 설명했다. /이청하 기자