

“맥주에 물 좀 들어가면 어때”... 폭우 뚫고 2만명 ‘짠’

Q 르포

‘카스쿨 페스티벌’ 가보니

곳은 날씨에도 2만여명 관객 운집
워터슬라이드 등 체험 공간 운영
3개 무대에서 다채로운 음악 공연

“비요? 맥주에 물 좀 섞이는 거 말고는 아무 문제 없는데요!”

굵은 장대비가 쏟아지는 서울랜드. 우산과 우비를 쓴 방문객들은 빗속에서도 연신 맥주잔을 부딪쳤다. 빗방울이 맥주잔 위로 튀어 오르고 현장을 가득 채운 관람객들의 얼굴에는 축제를 즐기는 설렘이 가득했다.

지난 22일 경기 과천시 서울랜드에서 ‘2026 카스쿨 페스티벌’이 열렸다. 올해로 4회를 맞이한 오비맥주의 대표 여름 축제 카스쿨은 시작부터 폭우라는 변수를 맞았지만, 열기만큼은 꺾이지 않았다.

티켓 2000장이 오픈 45초 만에 완판되며 일찌감치 흥행을 예고했던 만큼, 이날 현장에는 곳은 날씨에도 불구하고 역대 최대 인원인 2만여명이 몰렸다.



지난 22일 경기 과천시 서울랜드에서 ‘2026 카스쿨 페스티벌’이 열렸다. 사진은 비가 그친 오후 6시경 ‘2026카스쿨페스티벌’ 메인 무대 앞으로 모여들고 있는 관람객들의 모습. /김수정 수습기자

◆워터 슬라이드·헤메 스타일링 ‘다채’

내리는 비에도 체험 부스에는 대기줄이 이어졌다. 젠틀몬스터 공간 디자이너 출신 안도현 대표와 협업해 세운 모듈러 부스는 감각적인 디자인으로 관람객들의 눈길을 끌었다. ▲대형 워터슬라이드 ‘카스쿨 라이트’ ▲DIY 고글과 티셔츠를 만드는 ‘스웨그십’ ▲헤어와 메이크업을 받을 수 있는 ‘스타일링 라운지’ ▲대형 워터슬라이드 ‘카스쿨 라이트’ ▲텐텐 오락실’까지 다양한 부스를 마련했다.

스타일링 라운지에서 만난 박진영

(26.여)씨는 비 때문에 머리가 젖어 헤어·메이크업 부스를 방문했다. 그는 “페스티벌 분위기에 어울리는 머리를 하고 나니 날씨 걱정 없이 즐길 수 있게 됐다”고 말했다.

F&B 존은 Naver X EasyQR 연계 시스템을 도입했다. 방문객들은 QR 주문 후 줄을 서지 않고도 빠르게 메뉴를 받았다. 현장에서 가장 많은 인파가 몰린 곳은 단연 맥주 픽업 존이었다. 맥주 픽업 존은 주문 즉시 추출하는 ‘초신선 카스생맥주’와 카스쿨에서만 즐길 수 있는 ‘자이언트 버킷’이 인기를 끌었다. 관람객들은 푸드

트럭의 맛있는 먹거리와 초신선 맥주를 들고 다니며 축제를 즐겼다.

◆3색 스테이지, 무대 감상도 ‘취향껏’

하루 종일 내리던 빗줄기는 오후 6시가 되자 잦아들었다. 비구름이 지나간 하늘에 무지개가 떠오르며 낭만 있는 페스티벌 분위기를 자아냈다.

뮤직 페스티벌은 총 3개 무대로 운영했다. 메인 무대인 ‘프레스 스테이지’는 대규모 워터 시스템과 K-POP 공연이 어우러진 공간으로 ▲몬스타엑스 ▲하이라이트 ▲효리수 ▲이창섭 ▲산다리바 ▲루시

등이 무대를 꾸몄다.

삼천리 대극장에 마련된 ‘레몬 스테이지’는 터치드, 소수빈, 루시, 드래곤포니 등 실력과 밴드와 아티스트들이 노을빛으로 물든 하늘과 어우러진 감성 있는 무대를 선보였다. ‘제로스테이지’는 지구별 무대에서 펼쳐졌다. 이곳에서는 DJ들의 논스톱 EDM 디제잉 파티가 현장을 달궜다.

친구와 함께 카스쿨을 방문한 송규섭(40.남)씨는 “맥주에 물이 들어가긴 하지만 비 와도 상관없다”며 웃어 보였다. 무대를 보며 물총 쏘는 재미에 빠졌다는 그는 “처음 보는 사람들과도 물총을 쏘며 장난치다 보면 금세 친해진다”며 “그 재미로 오는 것 같다”고 말했다.

비가 오고 그치기를 반복한 곳엔 날씨에도 관객들의 열기는 식지 않았고 이날 행사는 오후 10시경까지 이어졌다.

카스 관계자는 “음악과 워터쇼, 초신선 생맥주가 어우러진 카스만의 시원한 에너지를 온몸으로 즐길 수 있는 축제의 장을 만들고자 했다”며 “앞으로도 음악과 라이프스타일 콘텐츠를 결합해 소비자와의 접점을 지속 확대할 것”이라고 전했다.

/김수정 수습기자

kcrystal@metroseoul.co.kr



metro

HLB, CAR-T·CDMO로 바이오 사업 확장

(위탁개발생산)

리라푸그라티닙 FDA 승인 임박 그룹 차원 바이오 가치사슬 구축

HLB그룹이 담관암 치료제 ‘리라푸그라티닙’의 미국 식품의약품(FDA) 허가 승인 결정을 한 달 앞두고 있다. HLB그룹은 신약파이프라인으로 연구개발 저력을 입증하는 한편, 차세대 CAR-T 치료제 플랫폼 확장, 원료의약품 위탁개발생산(CDMO) 해외 진출 등 그룹 내 바이오 사업을 넓혀 전사적인 가치사슬 구축에 나선 모습이다.

23일 국내 제약·바이오 업계에 따르면 HLB는 우선 ‘리라푸그라티닙’을 통해 미국 시장 진출에 대한 기대감을 높인다.

지난달 미국 식품의약품(FDA)에서 ‘리라푸그라티닙’의 담관암 2차 치료제 허가를 위한 후반부 심사 협의(레이트 사이클 미팅)를 특이사항 없이 완료한 것으로 알려졌다. 시판 후 이행 약속(PMC), 시판 후 의무사항(PMR) 등을 사전에 조율하는 절차다.

HLB에 따르면 이번 미팅에서 FDA 측의 추가 지적 사항이나 이견이 제기되지 않았다. 원료의약품 및 완제의약품 제조 시설 관련 논의 역시 별도로 언급되지 않았다. 캐나다와 미국에 위치한 해당 생산 시설들이 이미 지난해 FDA 일반 우수의약품 제조 및 품질관리 기준(cGMP) 실시를 통과한 바 있어 규제 리스크를 크게 낮췄다는 평가다. 최종 결과는 오는 9월 25일(현지 시간) 내 발표될 예정이다.

HLB그룹은 단일 파이프라인의 결실을 넘어 ‘암종 불문’ R&D 역량을 구체화해 나간다는 방침이다. 실제로 리라푸그라티닙은 2022년 FDA 허가의약품, 2023년 혁신치료제에 이어 올해 신약허가신청(ND A) 우선심사 대상으로 지정되면서 유효성을 입증한 바 있다.

이와 함께 간암 1차 치료제 ‘리보세라닙’ 또한 원료의약품 제조시설 이슈 등을 보완하는 등 재신청 절차를 밟고 있어 두 개의 핵심 항암 축이 연이어 글로벌 상업화 궤도에 오를 전망이다.

HLB그룹은 바이오 플랫폼 기술력과 생산 부문에서도 신성장동력을 확보했다.

HLB이노베이션의 미국 자회사 베리스 모 테라퓨틱스의 경우, 독자적인 CAR-T 치료제 플랫폼 ‘KIR-CAR’를 고형암 분야에서 적용하고 있다. 암세포 표면에만 발현하는 클라우딘6(CLDN6)을 추적해 치료 효과의 지속성을 높이는 차세대 면역치료제 개발에 착수한 것이다. 또 기존 고형암 치료제 ‘SynKIR-110’과 혈액암 치료제 ‘SynKIR-310’이 각각 임상 1상에 진입해 있다.

HLB랩은 고부가가치 펩타이드 원료의약품 포트폴리오를 다변화한다. 일본, 미국 등 글로벌 주요 국가로 진출하는 데 중점을 둔다. 특히 미국에서는 자사 품목을 FDA 원료의약품목록에 등록하는 등 해외 시장을 공략하기 위한 성장기반을 마련했다.

아울러 HLB그룹은 이달 들어 그룹 미래 비전을 담은 ‘HLBWAY’를 새롭게 정립하기도 했다.

/이청하 기자 mlee236@

종근당, 망막질환 신약 국내 관련 확보

희귀질환 공략 강화

종근당이 희귀 질환 파이프라인을 구축한다. 종근당은 미국 안과질환 전문 제약사 키오라 파마슈티컬스와 망막질환 신약 후보물질 ‘KIO-301’의 국내 안과 적응증 개발 및 상업화를 위한 라이선스 계약을 체결했다고 23일 밝혔다.

종근당이 KIO-301 국내 개발, 허가, 상업화를 담당하고 키오라는 향후 개발 및 허가 등 단계별 마일스톤과 국내 판매 로열티를 받는다.

KIO-301은 우선 ‘망막색소변성증’ 치료제로 개발되고 있는 저분자 물질이다. 망막색소변성증은 빛을 감지하는 광수용체가 점차 퇴행하면서 시야가 좁아지고 시력이 저하되는 질환이다.

KIO-301의 경우 광수용체가 퇴행한 후에도 남아 있는 망막신경절세포에 광감지 기능을 부여하도록 설계됐다. 특정 유



종근당 김영주 대표(왼쪽)와 키오라 파마슈티컬스 브라이언 M. /종근당

전자 변이와 관계없이 작용하는 기전을 갖춰 향후 맥락파위축증, 스타가르트병 등 다른 유전성 망막질환으로 적응증을 확대할 수도 있다.

김영주 종근당 대표는 “종근당이 축적해 온 안과 분야의 전문성과 임상·허가 역량을 바탕으로 키오라 및 글로벌 파트너들과 긴밀히 협력해 국내 개발을 추진하겠다”고 말했다.

/이청하 기자

드라운드, 배우 임윤아와 가을 패션 제안

편안하고 세련된 이미지 연출

드라운드가 배우 임윤아와 여유로운 일상의 순간을 담아낸 가을 컬렉션을 선보인다.

하고하우스는 드라운드가 올가을 시즌부터 배우 임윤아를 브랜드 대표 모델로 기용했다고 23일 밝혔다.

드라운드는 임윤아의 편안하면서도 세련된 분위기가 일상의 감성을 담는다’는 브랜드 방향성과 어우러진다고 설명했다.

이번 가을 컬렉션은 서재와 산책길 등 일상 공간을 배경으로 편안한 착장을 선보이는데 중점을 뒀다. 블라우스와 니트, 팬츠 등 기본 상품군에 가죽, 스웨이드,



2026 FALL 캠페인 모델 이미지. /하고하우스

코튼 등 다양한 소재를 활용한 외투 제품군을 강화했다. 배라인의 칼라와 포켓, 메탈 버튼 등 세부 디테일에 변화를 준 점이 특징이다.

/김수정 수습기자

현대리바트, ‘리바트 영 챌린지’ 개최

2030세대 아이디어, 제품에 반영

현대리바트는 다음달 13일까지 청년 아이디어 공모전 ‘리바트 영 챌린지’를 진행한다. 이번 공모전은 2030세대 소비자의 아이디어를 제품 개발과 마케팅 활동에 반영하기 위해 마련됐다.

공모전은 디자인과 마케팅 2개 부문으로 진행된다. 디자인 부문은 ‘1·2인 가구, 집의 공식을 바꾸다’를 주제로 가구·인테리어·오피스 등 3개 분야에서 제품 및 공간 디자인을 모집한다.

마케팅 부문은 ‘리바트에 젊은 생각을 제안하다’를 주제로 브랜드 전략·디지털 콘텐츠·브랜드 경험 등 3개 분야의 아이디어와 기획안을 받는다.

참여 대상은 만 19세 이상 34세 이하 미취업 청년으로, 현대리바트 온·오프라인 통합 멤버십 ‘리바트 멤버스’ 회원이면 개인 또는 2인 이하 팀으로 지원할 수 있다. 취업 상태라도 총 계약기간이 12개월 이하인 체형형 인턴·단기계약직 또는 아르바이트 근무자는 참여할 수 있다. 출품작은 다음달 13일 자정까지 공식 온라인몰 리바트

/김서현 기자 seoh@