

암세포만 정밀 타격... K-바이오, 차세대 면역항암 승부수

HLB 그룹, 고형암 치료제 임상 진행
지씨셀, T세포 림프종 신약 1b상 돌입
애플론, 스위치형 CAR-T 기술 특허

국내 제약·바이오 기업들이 기존 항암 치료제의 근본적 한계를 극복하는 '차세대 면역세포치료제'로 승부수를 던진다. 원천 기술을 바탕으로 시장 패인 포인트(Pain Point)를 넘기 위한 데이터를 쌓고 있다.

19일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 이미 글로벌 상업화를 확보한 선두 기업들은 암종 불문 영역에 도전하며 후속 파이프라인을 구체화하고 있다.

담관암 치료제 '리픽투'로 미국 시장을 개척하고 있는 HLB그룹은 고형암 CAR-T 치료제 개발에도 박차를 가한다. 그룹 내 계열사 HLB이노베이션의 미국 자회사 베리스모 테라퓨틱스는 오는 11월 열리는 미국면역항암학회(SITC 2026)에 참가한다. 독자 개발한 플랫폼 기술 'KIR-CAR'의 기술적 차별점을 입증하는 전임상 생체 내 연구결과를 발표할 예정이다.

기존 CAR-T 치료제는 암세포를 찾는 부위와 공격 신호를 내는 부위가 하나로



애플론 연구원이 연구개발을 진행하고 있다.

/애플론

연결된 단일사슬 구조였다. 이로 인해 공격 신호가 쉽 없이 과도하게 켜져 면역세포가 급방 지체버리는 'T세포 탈진'이 발생하고 체내 독성이 커지면서 고형암 치료는 한계에 부딪혔다.

베리스모의 KIR-CAR는 자연살해(NK)세포의 자연스러운 수용체를 모방했다. 암세포 탐지 부위와 공격 신호 부위를 분리한 '다중사슬' 구조를 구현했다. 평소에는 두 부위가 따로 떨어져 있다가 암세포를 발견했을 때만 서로 결합해 공격 신호를 보낸다.

필요한 순간에만 작동해 면역세포의 피로도를 낮추고 독성 방출을 줄여 고형암 환경에서 오래 살아남아 암을 공격할 수 있다.

이 기술을 적용한 파이프라인은 'SynKIR-110'이다. 현재 미국에서 췌장암, 난소암, 중피종 등 진행성 고형암 환자를 대상으로 다기관 임상 1상이 진행되고 있다.

전통 제약사 GC녹십자 역시 자체 파이프라인을 통해 첨단 의약품 기틀을 잡아

가고 있다. GC녹십자 계열사 지씨셀은 신약 후보물질 'GCC2005(CD5 CAR-NK)'의 임상 1a상 용량 증량 단계를 성공적으로 마쳤다.

이어 임상 1b상 개시와 함께 첫 대상자 투약을 완료했다. 관장 임상 2상 용량(RP 2D)을 확정하고 국내 기관을 최대 6곳으로 확대해 후속 글로벌 임상을 계속할 계획이다.

GCC2005는 T세포 림프종에서 주로 발현되는 CD5를 표적하는 4세대 동종 유래 CAR-NK 세포치료제다. 면역조절물질 인터루킨-15(IL-15)를 동시 발현하도록 정밀 설계해 면역 세포 활성화와 체내 지속성을 높였다.

또 환자 자신의 세포를 추출해 제조해야 하는 자가 CAR-T와 달리 동종 유래 세포를 활용함으로써 대량 생산과 치료 비용 절감이 가능하다.

지씨셀 측은 "앞서 1a상 저용량 투여군에서 완전관해(CR)에 도달해 18개월 이상 유지된 장기 추적 결과를 입증한 만큼, 향후 표준치료에 실패한 재발·불응성 환자는 물론 2차 치료제 확장 가능성까지 검토해 글로벌 림프종 시장의 미충족 수요를 충족하도록 노력하겠다"고 말했다.

항체 신약개발 전문기업 애플론은 특허권을 굳히며 기술이전 협상 주도권을 잡고 있다.

애플론은 차세대 면역항암제 플랫폼 '스위처블 CAR-T(zCAR-T)'와 관련해 스위치 물질을 포착하는 '코타닌 특이적 신규 항체 및 키메라 항원 수용체' 기술의 일본 특허 등록을 최종 완료했다.

기존 CAR-T 치료제는 체내 투여 시 지속 활성화되는 '항상 켜진' 상태로 작동해 부작용을 일으킬 위험이 크고 내성 획득 시 치료 효과가 급감한다. 이와 관련 애플론은 '스위치 분자'를 중간 매개체로 해 CAR-T 치료제의 활성도를 전기 스위치처럼 켜고 끌 수 있게 만들어 안전성을 획기적으로 향상시켰다. 이 스위치 분자만 교체하면 난소암, 위암, 유방암 등으로 적응증을 확장할 수 있는 것도 특징이다.

애플론 측은 "한국, 미국, 일본 등 주요 국가에서 등록을 마친 '스위치 분자' 특허에 이어 '수용체' 특허까지 완성하면서 zCAR-T 플랫폼의 지식재산권(IP) 장벽을 완벽하게 뚫었다"고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

올리브영, 경주에 135평 체험형 매장 오픈

지역 문화, K-뷰티 결합한 관광형 매장
차 향 체험존, 피부 진단 서비스 공간

CJ올리브영이 K뷰티에 경주 고유의 역사 문화와 체류형 휴식을 결합해 K소핑 고도화를 위한 콘텐츠를 제시한다.

올리브영은 경주 지역 최대 규모의 지역 특화 매장으로 '올리브영 경주신라점'을 개점했다고 19일 밝혔다. 경주신라점은 경주고속버스터미널 맞은편에 위치하며 2개 층과 약 135평 규모를 갖췄다. 외관에는 전통 한옥 양식을 적용해 거리 풍경과 조화를 이룬다. 내부에는 신라 유물과 토우를 재해석한 작품을 배치해 마치 전시관에 온 듯한 분위기를 연출했다.

특히 이번 매장은 유적지 방문부터 맛집, 카페, 야경 등을 여유롭게 즐기는 '체류형 여행'에 발맞춰 최신 유행을 적극 반영했다. 휴식과 K뷰티 체험을 아우르는 공간으로 꾸며진 것이 특징이다.

매대 밀도를 낮춰 1~2층 안팎에 테라스, 벤치 등을 배치해 휴게 시설을 조성했



CJ올리브영 경주신라점 전경

/CJ올리브영

다. 매장 체험 요소도 오감(五感) 중심으로 한층 다양화했다. 1층에는 차 향을 맡아보며 여유를 느끼는 '차 시향존'과 자유롭게 방문 소화를 남기는 '고민 방명록'을 구성했다. '팔사아일랜드'에서는 다양한 팔사 제품을 활용해 여행의 피로를 풀 수 있다. 퍼스널컬러 및 얼굴·두피 상태를 직접 정밀 진단하는 '스킨스캔 3종' 기기도 도입했다.

이와 함께 석굴암, 첨성대 등 경주 대표 문화재를 주제로 한 마그넷, 키링 등 경주신라점 전용 'K굿즈'도 선보여 관광 기념품의 소장 가치를 더했다.

아울러 올리브영은 2024년 황리단길 '경주황남점'에 이어 이번 경주신라점을 추가함으로써 경주 주요 관광 거점을 잇는 특화 매장 네트워크를 구축한다는 방침이다.

/이청하 기자

동화약품, '소다할' 레몬라임맛 선택

매일맛 흥행 탄력에 신제품 확장

동화약품이 제로 탄산음료 브랜드 '소다할' 판매 호조를 바탕으로 제품군을 확장하며 외식 및 음료 시장에서 브랜드 입지를 다진다.

동화약품은 신제품 '소다할 레몬라임맛'을 출시했다고 19일 밝혔다. '소다할 레몬라임맛'은 레몬차향액과 라임농축액을 더해 자극적이거나 기름진 음식과 함께 마시기 좋은 깔끔한 맛을 구현했다. 식사 중이나 식사 후 부담 없이 즐길 수 있는 제로 탄산의 청량함과 상쾌함을 갖췄다.

동화약품은 이번 신제품 출시로 소비자 선택 폭을 넓히고 소다할 브랜드를 확산한다는 방침이다. 식후 다부룩함을 '먹취'라는 유쾌한 키워드로 풀어낸 '먹취해소' 캠페인을 펼친다. 브랜드 앰버서더로 발탁한 걸그룹 오마이걸의 미미와 함께 상품 및 유튜브 콘텐츠를 선보이고 인플루언서 협업, 푸드 트럭 행사 등 온·오프라인 마케팅을 전개할 계획이다.

실제로 올해 5월 첫선을 보인 '소다할 상큼한 매일맛'의 경우, 출시 4개월여 만에 누적 판매량 400만 병을 돌파했다.

/이청하 기자

동아제약 오쏘몰 비타민C 디포

일일 영양성분 기준치 450% 수준

동아제약의 고급 멀티비타민 브랜드 오쏘몰이 기존 멀티비타민 중심에서 단일 영양소 영역으로 포트폴리오를 확장한다.

동아제약은 비타민C가 서서히 방출되는 지속성 정제 제품 '오쏘몰 비타민C 디포'를 선보인다고 19일 밝혔다. 이번 신제품은 비타민C 성분을 처방했다. 하루 2정으로 일일 영양성분 기준치의 450% 수준인 비타민C 450mg을 충족할 수 있다. 항산화 기능은 물론 철의 흡수, 체내 결합조직 형성 및 유지 등도 돕는다.

/이청하 기자

광동제약, 63년 혁신 발판 삼아 새 도약

창립기념식서 우수 직원 160명 포상

광동제약은 창립 63주년을 맞아 그간의 성과를 되짚고 새로운 도약을 다짐하는 기념식을 개최했다고 19일 밝혔다.

창립기념식은 최성원 비전총괄 대표이사 회장과 박상영 경영총괄 대표이사 사장을 비롯해 광동제약 및 계열사 임직원들이 참석한 가운데 진행됐다.

최성원 비전총괄 대표이사는 기념사를 통해 "제약기업으로서의 전문성과 탄탄한 내실을 바탕으로, 사회적 책임을 완수하는 기업으로 거듭나야 한다"며 "지난 63년간 이어온 도전과 혁신의 역사를 발판 삼아 각자의 자리에서 미래를 향해 함께 나



최성원 광동제약 비전 총괄 대표이사 회장이 19일 열린 창립 63주년 기념식에서 기념사를 하고 있다.

아가자"고 당부했다.

박상영 경영총괄 대표이사는 포상 수여식에서 160여 명의 수상자에게 상을 전달하며 그간의 노고를 격려했다.

/이세경 기자 seilba@

마몽드, '국민 틴트 밤' 10주년 맞아 재출시

보습 성분 강화하고 밀착력 높여

아모레퍼시픽의 뷰티 브랜드 마몽드가 누적 판매량 1000만 개를 돌파하며 '국민 틴트 밤'으로 큰 사랑을 받은 대표 립 메이커업 제품의 10주년을 기념한다. 특히 재출시 요구에 부응하며 신제품에는 최신 스킨케어 기술력을 탑재해 경쟁력을 높인다.

마몽드는 재단장한 '크리미 틴트 컬러 밤'을 공개한다고 19일 밝혔다. 기존 제품 특유의 부드럽고 편안한 착용감은 유지하면서 뭉침 없이 매끄럽게 밀착되도록 제형을 개선했다. 플라워 추출물, 시아버터, 세라마이드 등 보습 성분을 강화해 입술 건강도 관리할 수 있다.

색상은 총 6가지로 구성했다. 인기 색상인 '벨벳레드'와 함께 '질링체리', '보지타로', '피치넛츠', '헬시로즈', 올리브영 단독 '멜로로즈' 등을 새롭게 내놓는다. 또 립 메이커업 전 단계에서 입술 바탕을 매끄럽게 정돈하는 크리미 틴트 프렙 밤



마몽드 크리미 틴트 컬러 밤.

을 선보여 스킨케어와 메이크업을 모두 완성할 수 있다.

마몽드 관계자는 "이번 재출시는 브랜드의 헤리티지 제품을 아껴준 고객들의 목소리를 적극 반영한 결과"라며 "30년 플라워 연구 기반의 기술력을 바탕으로 스킨케어부터 립 메이크업까지 차별화된 가치를 전달할 것"이라고 말했다.

/이청하 기자