

카타르 23조 LNG선 수주 '숨은 공신' 박한오 바이오니아 대표

“진단키트 생산 경쟁 ... 핵산추출장비 수출에 호재”

(코로나19)

유럽 등서 코로나 키트 공급 늘려 핵산추출시약·장비 수요 급증 장비 두달새 작년의 10배 팔아

8월까지 시약·장비 생산공장 증설 검사량 4배 늘린 PCR장비 개발 코로나 치료제도 내년 출시 목표

“신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)이 유행을 다시 대유행하면 핵산추출시약 공급난이 또 발생할 수 있습니다. 오는 8월까지 핵산추출장비 및 시약 공장 증설을 마칠 예정입니다.”

박한오 바이오니아 대표(사진)는 지난 5일 코로나19 진단키트 관련 생산 계획을 설명하며 이같이 말했다. 박 대표는 1992년 국내 1호 바이오 벤처기업인 바이오니아를 세웠다. 창업 이후 유전자 증폭(RT-PCR) 방식에 기반한 진단키트와 진단장비를 개발해왔다.

◆“핵산추출 장비 판매 급증”

‘K’방역의 주역이던 코로나 진단키트 업체들의 수출이 주춤했다. 진단키트 수출액은 지난달 1억3128만달러에 그쳐 전월 대비 35% 줄었다. 박 대표는 “진단키트의 공급 과잉이 이미 시작됐다”고 진단했다. 그는 “코로나19 유행 초기엔 유럽에서 성능이 검증된 한국산 진단키트를 선호했지만 유럽 각국이 자체 생산설비를 갖추면서 상황이 달라졌다”며 “세계에서 수백 개 업체가 진단키트를 생산해 경쟁이



바이오니아는 Value·Discover			
대표	박한오	임직원	378명
설립일	1992년 8월 (국내 1호 바이오벤처)		
본사	대전 대덕구 문평동		
주요 사업	유전자 분자진단 장비 및 시약 개발		

심해지고 있다”고 말했다.

박 대표는 향후 코로나19 진단 시장의 관건은 ‘핵산추출’이 될 것으로 내다봤다. 코로나19 진단을 위해서는 환자의 타액 등 검체에서 진단 대상이 될 핵산을 먼저 검출한다. 이때 핵산추출장비와 핵산추출시약이 필요하다. 핵산추출시약은 서모피서, 로슈 등 글로벌 기업이 세계 시장의 70~80%를 점유하고 있다.

핵산추출장비와 핵산추출시약은 프리터와 인크 카트리지의 관계와 비슷하다. 특정 업체의 핵산추출시약을 쓰려면 이 시약에 맞는 핵산추출장비를 이용해야 한다. 시약을 팔면서 장비까지 판매할 수 있는 셈이다.

박 대표는 핵산추출시약·장비 수출이 3분기에 더 늘어날 것으로 보고 있다. 그는 “최근 두 달 사이 핵산추출장비를 200여

대 판매했다”며 “지난해 전체 판매량인 20여 대의 10배에 이르는 수준”이라고 말했다.

핵산추출장비는 회사마다 다르지만 통상 개당 4만~8만달러에 판매된다. 박 대표는 “핵산추출시약을 생산하기 위해선 별도 금형 설비를 갖춰야 해 초기 투자비용으로 20억~30억원이 들어간다”며 “진단키트와 달리 핵산추출시약은 공급을 갑자기 늘리기 어렵다”고 했다.

◆“코로나19 치료제 내년 생산 목표”

바이오니아는 국내에서 유일하게 코로나19 RT-PCR 진단에 쓰이는 네 가지 도구인 핵산추출장비, 핵산추출시약, 진단키트, RT-PCR 진단장비를 모두 생산할 수 있는 업체다. 이 덕분에 바이오니아는 코로나19 진단의 모든 과정을 일괄수주계약(턴키) 방식으로 수출할 수 있다. 23조원 규모

액화천연가스(LNG)선 ‘수주 잭팟’이 터진 카타르에도 턴키 방식으로 진단키트 공급 시스템을 수출했다. 박 대표는 “4월 한국가스공사의 연락을 받고 진단키트를 비롯해 진단장비, 진단키트 생산공장 검사 시스템을 수출했다”며 “거대 국가에서 요청하면 현지 엔지니어를 한국으로 데려와 진단 노하우도 교육하고 있다”고 말했다.

박 대표는 기존 진단장비의 성능도 개선하고 있다. 지난달 국내에서 의료기기 승인을 받은 RT-PCR 진단장비인 ‘엑시사이클러 384’는 유전자 시료 384개를 1시간 20분 만에 시험할 수 있는 장비다. 기존 장비보다 네 배가량 많은 진단키트를 한 번에 시험할 수 있다. 박 대표는 “코로나19 진단에 들어가는 비용의 대부분이 인건비”라며 “효율을 높인 진단장비가 있으면 검사 비용에 부담을 느끼는 중진국에서 인건비를 크게 줄일 수 있다”고 강조했다.

짧은 간섭 RNA(siRNA)를 이용한 코로나19 치료제도 내놓을 계획이다. 이 치료제는 코로나바이러스 유전자의 10여 개 부위를 잘라내 바이러스 증식을 억제하는 방식이다. 박 대표는 “다수 유전자를 표적으로 하면 돌연변이에도 대응할 수 있다”며 “패스트트랙 제도를 활용하면 내년엔 치료제를 내놓을 수 있을 것”이라고 했다. 이주현 기자 deep@hankyung.com

“점심에 회사로 샐러드 배달해드려요”

푸드 스타트업 ‘프레시코드’

편의점 등 ‘거점배송’으로 승부 “올해 매출 100억 목표”

“건강한 음식을 제공하는 ‘그린 커머스’ 시장에서 1등 기업으로 올라서겠습니다.”

샐러드 거점 배송 서비스 업체 프레시코드의 정우석 대표(사진)가 세운 회사 비전이다. 프레시코드는 바쁜 일상에 쫓기는 직장인과 웰빙 식품으로 건강을 챙기려는 이들이 늘어나는 점을 공략해 창업한 푸드 스타트업이다.

프레시코드는 자체 중앙주방에서 만든 샐러드를 오피스 등 ‘프코스팟(프레시코드가 지정한 배송 장소)’에 직접 전달한다. 이후 고객이 알아서 꺼내 먹으면 된다. 주로 같은 회사 또는 지역의 직장인이 이용한다. 정 대표는 “기존에 대형마트 등에서 파는 샐러드는 높은 유통마진과 배송비가 부담되지만 프레시코드 상품은 매장 운영비가 없고 배달 동선을 효율화해 거점 배송하기 때문에 운송비도 적게 든다”고 설명했다.

5명 이상이 정기적으로 샐러드를 주문하겠다고 신청하면 배달받을 장소인 프코스팟을 신규로 지정할 수 있다. 또 카페·편의점 등과 계약을 맺고 냉장 택배보

관함 등을 설치해 그곳에서 소비자가 제품을 받아가는 ‘피블릭스팟’도 늘리고 있다. 지난 4월부터 서울 강남·송파 일대의 GS25 편의점은 이 같은 스낵 서비스를 시작했다. 2006년 사업 시작 당시 세 개에 불과했던 프코스팟은 지난 달 말 기준 943개까지 늘었다.

거점 배송지가 늘면서 매출도 뛰고 있다. 2017년부터 매년 매출이 여섯 배씩 증가하고 있다. 지난해엔 매출 35억 원을 기록했다. 정 대표는 올해 100억 원 이상 매출을 내다보고 있다. 사업이 커지면서 2018년 옐로우독(벤처캐피탈)과 롯데액셀러레이터, 블루포인트파트너스로부터 11억원가량의 투자를 받았다. 현재 유동 대기업과 벤처캐피탈로부터 시리즈A 투자 유치도 준비 중이다.

대학 시절 KOTRA IT사업단 인턴으로 일했던 정 대표는 스타트업 관련 행사를 접하면서 자연스럽게 창업의 길로 진로를 잡았다. 2014년 첫 사업으로 에

비엔비 숙박업자를 대상으로 한 위탁운영 서비스를 했는데, 당시 메르스(중동호흡기증후군)가 발발한 데다 사업 확장성에 한계를 느껴 포기했다. 이후 초기 스타트업 액셀러레이터 프라이머로 유명한 권도

균 대표에게서 투자를 받아 프레시코드를 창업했다. 김동현 기자 3code@hankyung.com



이달의 으뜸중기제품 ‘무선 핀 마이크’ 업체 발상코퍼레이션

무선마이크 2개 동시 사용 ... 가격은 일본제품의 20%

화상회의·온라인 강의에 효율적 충전후 6시간 사용, 수신거리 50m

“발상코퍼레이션의 2채널 무선 핀 마이크는 일본제 무선 핀 마이크와 동일한 성능을 갖추면서도 판매 가격을 5분의 1 수준으로 낮춘 국산 제품입니다.”

7일 서울 상봉동 발상코퍼레이션에서 만난 안준기 대표(사진)는 지난 3월 출시한 ‘발상 2채널 무선 핀 마이크’에 대해 이렇게 설명했다. 이 제품은 동영상 제작 및 스트리밍, 화상회의, 온라인강의 등에서 무선 마이크 두 개를 동시에 사용할 수 있는 제품이다. 마이크 한 개의 무게가 23g으로 가볍고 한 번 충전으로 최대 6시간을 사용할 수 있어 다양한 환경에서 활용이 가능한 게 특징이다.

사용법도 간편하다. 사용자에게 부착한 마이크(송신기)와 수신기의 페어링 버튼을 각각 누르면 사용 준비가 끝난다. 최대 송수신 거리는 50m로 넉넉한 편이다. 안 대표는 “특히 빠른 기술로 오디오 전송 지연과 음손실을 최소화해 TV 방송에서 사용하는 일본 제품과 거의 같은 성능을 나타내는 제품”이라고 강조했다. 안 대표는 약 6개월 만에 제품 개발에



발상코퍼레이션

위치	서울 중랑구 상봉동
설립	2018년 12월
직원수	4명
주요 제품	2채널 무선 핀 마이크 BSM200

성공했다. 그는 “무선 마이크는 고도의 첨단기술이 들어가는 게 아닌데도 국산 제품이 없고, 수입 제품은 100만원 안팎으로 비쌌다”며 “동영상 크리에이터가 증가하는 추세에 맞춰 저렴한 가격으로 쓸 수 있는 무선 마이크 제품을 개발했다”고 밝혔다.

안 대표는 올 상반기 두 차례 오디오 크라우드펀딩을 통해 총 1억1500만원의 초기 생산비용을 마련했다. 크라우드펀딩은 자금이 필요한 업체가 온라인 플랫폼

에서 제품을 소개하고 목표 금액과 기간을 설정해 불특정 다수로부터 자금을 조달하는 방식이다. 안 대표는 “이번 제품은 목표 금액의 1683%를 초과 달성할 정도로 출시 전부터 상품성을 인정받았다”고 말했다.

발상 2채널 무선 핀 마이크는 출시 후 매주 60여 개씩 팔려나가고 있다. 유튜브 등 온라인 유저 사이에서 편리한 사용법과 높은 가성비가 입소문을 타면서 국내 누적 판매량이 늘고 있다는 게 안 대표의 설명이다. 안 대표는 아마존, 라자다 등 글로벌 전자상거래 플랫폼을 활용한 수출 사업도 연내 개시할 계획이다. 글로벌 시장으로 판로를 넓혀 지난해 20억원이던 매출을 올해 두 배 이상으로 끌어올린다는 구상이다.

안 대표는 무선 핀 마이크에 이어 발상코퍼레이션의 제품군을 다양화할 방침이다. 발상코퍼레이션은 앞서 에어프라이어용 실리콘 조리 용기 ‘에프팟’, 애견용 미용의자 ‘발상 팻케어’ 등의 아이디어 제품을 선보였다. 그는 “변화하는 사회 트렌드에 맞춰 세상에 없던 아이디어 상품을 개발해 소비자에게 전하는 게 발상코퍼레이션의 목표”라고 말했다. 민경진 기자 min@hankyung.com

HK이노엔, 더마 코스메틱 시장 진출

피부 진정용 로션·크림 2종 출시 전국 피부과 병·의원에서 판매

한국콜마 자회사인 HK이노엔(옛 CJ헬스케어)이 화장품 시장에 진출한다. 피부 진정용 로션·크림 제품을 병·의원에서 판매하기로 했다. 올 하반기에는 탈모 관리 제품도 내놓을 계획이다.

HK이노엔은 7일 더마 코스메틱 브랜드인 클레더마를 론칭하고 피부 진정용 로션·크림 제품 2종을 출시한다고 밝혔다.

더마 코스메틱은 2018년 한국콜마에 인수된 HK이노엔의 첫 신사업이다. 더

마 코스메틱은 피부과학을 뜻하는 더마톨로지과 화장품을 뜻하는 코스메틱을 합친 말이다. 민감성 피부를 관리하는 데 쓰이는 저자극성 화장품을 가리킨다.

HK이노엔은 종합병원 피부과 및 개원의를 통해 화장품 유통에 나선다. 이 회사는 더마 코스메틱 시장 진출을 위해 상품기획, 영업, 마케팅 등 전담 조직을 별도로 꾸렸다. 제품 제조는 모회사인 한국콜마가 맡았다.

HK이노엔은 올 3분기 탈모 관리용 기능성 제품인 ‘스칼프메드’를 홈쇼핑에서 판매해 유통 채널을 넓혀나갈 계획이다. 이주현 기자 deep@hankyung.com

중소 공제사업 금리 0.6%p 인하

중소기업중앙회는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 극심한 경영난을 겪고 있는 중소기업과 소상공인을 위해 중소기업공제사업기금 대출금리를 0.6%포인트 한시적으로 인하한다고 7일 밝혔다. 평균 공제기금 대출금리는 현행 연 3.5~6.2%에서 2.9~5.6%로 낮아지게 된다. 공제기금 여용수요대출, 단기은영자금대출의 신규 대출뿐만 아니라 대출을 이용하고 있는 업체에도 올해 말까지 매월 납부하는 대출 이자에 금리 할인(0.6%포인트)이 적용된다.

공제기금이란 중소기업이 평상시 일정 금액을 저축해두고, 경영 위기 때 대출방지와 생활 안정을 위해 대출받을 수 있는 제도다. 안대규 기자 powerzanic@hankyung.com

www.jobjoy.com

Vol. 190

2020.06.08 ~ 06.21

campus **JOB & JOY**

금융권

엑셀러레이터

KBO노베이션허브 · 신한퓨처스랩
하나은행원큐에자일랩 · 우리은행디노랩
NH디지털챌린지물러스
IBK창공 · 디캠프
교보생명이노스테이지

은행을 비롯한 금융기업은 스타트업 인큐베이팅에 높은 관심을 보이고 있다. 최근 핀테크 산업이 급성장하면서 기존 금융기업의 설 자리가 점점 줄어들고 있는 반면 새로운 기술로 무장한 스타트업들이 우후죽순 생겨나고 있기 때문이다. 그래서인지 금융기업과 스타트업 간의 ‘상생’이 돋보인다. 이번 <캠퍼스 잡앤조이>에서는 금융기업과 스타트업 간 상생을 다뤘다. 각 금융기업의 DNA를 살펴 스타트업 인큐베이팅을 실현하고 있는 곳과 스타트업이 사랑하는 금융기업은 어디인지를 알아봤다.

— 금융권 창업허브 매카는 어디?
경쟁 대신 ‘공생’ 선택한 은행과 스타트업

— KB국민·신한·하나·우리·NH농협·IBK기업·교보·디캠프
‘금융 창업허브’ 분야별 Top

— 2020 금융 핀테크업 트렌드

— 신한퓨처스랩(Future's Lab)

— 하나은행 원큐에자일랩(IQ Agile Lab)

— NH디지털챌린지물러스

— IBK창공

라이징 유니콘

— 강남·종로·홍대 주차 전쟁 ‘잇차’가 9900원으로 해결한다

스페이스 인터뷰

— 자생적 인큐베이팅 공간 ‘광인회관’

퍼스널 한담

— 한국외대 A교수, 블로그에 ‘여성혐오적’ 글 논란

— 대학생이 직접 해봤다 ‘포우 웨이스트’ 도전기

한국경제신문

한국외대 A교수, 블로그에 ‘여성혐오적’ 글 논란

대학생이 직접 해봤다 ‘포우 웨이스트’ 도전기

가격 4,000원 / 정가구독 80,000원 / 구독문의 02-360-4841 / 광고문의 02-360-4821 / 사업문의 02-360-4831