

국산 임플란트, '기술·수출' 앞세워 글로벌 판로 넓힌다

의료기기 업계, 제품 다변화
3D 프린팅 등 신성장동력 확보 ↑
美·유럽 공략 본격화로 실적 견인
메디씨에·시지메드텍·오스템 두각

국내 의료기기 기업들이 '국산 임플란트'를 앞세워 글로벌 경쟁력을 강화하는 데 분주하다. 27일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 척추 임플란트 제조업체 메디씨에는 해외 사업에서 성장세를 유지하고 있다.

메디씨에는 2024년 실적으로 매출은 255억원, 영업이익은 32억원을 기록했다. 전년 대비 매출은 4% 감소하고 영업이익은 45% 급증했다.

특히 핵심 사업인 정형외과용 임플란트 수출 매출은 145억원으로 전년 대비 10% 늘었다. 해당 매출이 전체에서 차지하는 비중은 57% 수준이다. 미국 달러 기준으로 살펴보면, 2024년 1063만달러(한화 145억원), 2023년 1010만달러(132억원), 2022년 1074만달러(139억원) 등으로 메디씨에는 글로벌 시장에서 1000만달러대의 정형외과 임플란트 판매고를 올려 왔다.

메디씨에는 미국과 칠레 해외법인의 매출 성장이 전체 실적을 견인했다는 분석을 내놨다. 미국 매출은 433만달러로 가장 큰 실적을 냈고, 태국 149만달러, 칠레 120만달러 등이 뒤를 이었다.

동화약품이 2020년 인수한 메디씨에는 척추 임플란트 부문 국내 1위 기업으로, 현재 25개 국으로 수출을 전개하고 있다. 메디씨에는 척추 임플란트 제



오스템임플란트 서울 마곡 본사 전경.

/오스템임플란트

품을 비롯해 인체 전체 부위에 걸쳐 다양한 제품군을 구축했다. 국내 최초로 3D 티타늄 프린터를 활용해 광대뼈, 안와연, 사지 등에 해당하는 환자 맞춤형 임플란트를 개발하기도 했다.

대웅그룹의 특수관계사인 정형외과 임플란트 연구·제조 전문기업 시지메드텍은 다양한 질환 분야에서 임플란트 사업을 다각화한다.

시지메드텍은 지난 21일부터 글로벌 제약사 존슨앤드존슨 메드테크에 자사의 골대체제 '노보시스 트라우마' 납품을 시작했다. 노보시스 트라우마는 뼈 재생과 회복 기능을 동시에 갖춰 급성 골절, 골결손 부위 등을 치료하는 데 쓰인다. 시지메드텍은 기존 척추 수술에 사용하던 제품을 골절 치료 영역으로 확대한다는 방침이다.

시지메드텍은 지난해 말에는 치과 디지털 임플란트 연구개발 및 생산 기업 '지디에스'를 인수했다. 지디에스

지분을 100% 취득해 치과 분야로 진출하기 위한 기반을 마련해 올해부터 치과 관련 사업을 본격화할 계획이다.

이러한 사업 구조를 기반으로 시지메드텍은 해외 사업에도 속도를 낸다. 지난해 미국 식품의약국(FDA) 승인을 받은 3D 프린팅 경추 수술용 케이지 '유니스페이스', 척추정형술용 스크류 '이노버스스크류' 등을 출시하는데 따른 것이다.

시지메드텍은 지난해 해외에서 131억원의 매출을 냈고, 이 중 미국 매출은 36억원으로 전년 대비 약 36% 증가했다. 수익성이 높은 미국을 중심으로 매출 개선에 나선다는 전략이다.

지난해 전체 실적으로는 매출액 346억원, 영업손실 11억원을 기록했다. 매출액은 전년 대비 0.9% 감소했고 영업손실은 전년 16억에서 5억원 줄었다. 당기순이익은 8000만원으로 적자 전환했다.

국내 대표 치과 임플란트 기업인 오

스템임플란트는 글로벌 시장에서 'K 임플란트'의 성장가능성을 높인다.

오스템임플란트는 지난해 말 한국무역협회 주관으로 열린 '제61회 무역의 날' 기념식에서 '3억불 수출의 탑'을 수상하며 한해를 마무리했다. 올해도 시작부터 글로벌 시장을 겨냥하고 있다.

우선 오는 29일까지 독일 쾰른 국제 전시장에서 열리는 '2025년 국제 치과기자재 전시회(IDS 2025)'에서 글로벌 파트너십을 모색한다. 이번 행사에는 60여 개국의 2000여 개 기업들이 참가하는 가운데, 오스템임플란트는 역대 최대인 70개 부스를 통해 브랜드 대표 제품을 전시하며 자사 경쟁력을 알린다. 오스템임플란트는 오는 2028년까지 글로벌 시장 점유율 1위 달성이라는 목표를 제시한 바 있다.

오스템임플란트는 기업 경쟁력뿐 아니라 외형 측면에서도 호실적을 경신해 왔다. 특히 3년 연속 연간 매출 1조 원대 달성을 눈앞에 두고 있다. 지난해 3분기 기준, 누적 매출은 9845억원으로 전년 동기 대비 10% 증가했다.

국내 제약 기업 관계자는 "임플란트는 전 세계적으로 가속화되고 있는 고령화 시대에 핵심적인 필수재로 부상하고 있는데, 최근에는 웰빙이라는 소비자 수요뿐 아니라 의료발전과 함께 여러 의료 현장에서 응용되고 있다"며 "각종 전문 분야에서 주목받고 있는 추세에 발맞춰 기업 입장에서 세부적인 전문성을 갖춰 나가려고 집중하고 있다"고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseou



반려동물 장 & 구강 유산균 '벳플 락토덴탈' /동아제약

동아제약

'벳플 락토덴탈' 선포

1포당 총 120억CFU 균주 포함

동아제약은 반려동물의 몸 건강부터 마음 건강까지 관리하는 펫 브랜드 '벳플'에서 유산균 제품 '벳플 락토덴탈'을 출시했다고 27일 밝혔다.

이번 신제품은 반려동물의 장과 구강 건강을 돕는다. 장 건강을 위한 유산균 다니스코 17종을 비롯해 구취 감소, 구강 유해균 억제, 치태 지수 감소 효과가 입증된 구강 특허 유산균 웨이셀라 사이베리아 씨엠유 등을 함유한다. 제품 1포당 총 120억CFU 균주를 포함한다.

또 항균·항염 효과를 갖춘 프로폴리스 추출 분말과 잇몸 탄력을 유지해 주는 스테이-씨50 비타민도 더해졌다.

제품은 분말 형태로 설계돼 막대형으로 포장했다. 반려동물 체중에 따라 1일 1~2포 급여하면 된다. 급여방법은 사료에 뿌려 섭취하거나 물에 녹여 먹이는 것을 권장한다. 벳플은 반려동물의 관절, 눈, 헤어볼, 요로, 스트레스 등 다양한 건강 고민에 적합한 맞춤형 제품을 선보여 왔다.

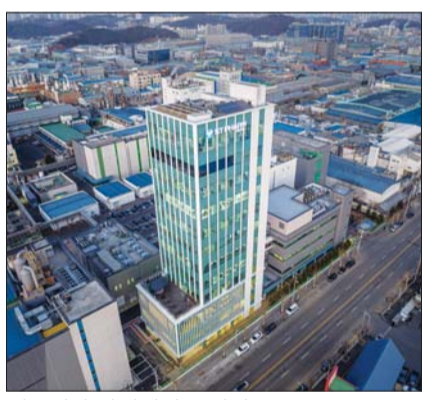
/이청하 기자

에스티팜, 1분기 수주 950억... '올리고'로 캐시카우 확보

美·유럽 제약사와 잇단 공급 계약 체결
희귀·만성질환 신약 상업화 수혜 기대

동아쏘시오그룹의 계열사 에스티팜이 올해 실적 반등에 대한 기대감을 높이고 있다. 27일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 에스티팜은 최근 공시를 통해 2025년도 목표 매출로 3200억원을 제시했다. 에스티팜은 올해 올리고핵산치료제 위탁개발생산(CDMO) 사업에서 2000억원대의 매출을 달성할 것으로 기대하고 있다.

실제로 에스티팜은 올해 들어 수주



에스티팜 반월캠퍼스 전경. /동아쏘시오그룹

계약을 다수 체결해 성장동력을 확보했다. 1분기 수주 계약 규모만 총 950억

원을 넘겼다.

미국 글로벌 제약사와 488만달러(약 71억원), 유럽 글로벌 제약사와 286만 스위스프랑(약 47억원) 수준의 공급 계약을 맺었다. 또 유럽 글로벌 제약사와 1467만달러(약 213억원), 또 다른 유럽 글로벌 제약사와 1523만달러(약 220억원) 등의 계약 소식을 연이어 알렸다.

지난 25일에는 미국 바이오텍과 2750만달러(약 404억원)에 달하는 올리고핵산치료제 원료의약품 공급 계약을 올렸다. 특히 이 계약은 상업화 승인을 받은 혈액암 올리고핵산치료제의

2026년 1차 원료를 공급하는 것이다.

이처럼 에스티팜이 원료를 공급하고 있는 상당수 물질들은 신약 허가 및 상업화를 앞두고 있다. 미국 바이오텍의 유전성혈관부종치료제 올리고핵산치료제 신약은 올해 8월 미국 식품의약국(FDA)에서 승인받을 것으로 전망된다.

공급 계약 건 가운데 한 유럽 글로벌 제약사의 경우, 올해 하반기 미토콘드리아결핍증후군 치료제 상업화를 예상하고 있어 에스티팜은 저분자 화학합성 원료의약품도 공급할 예정이다.

/이청하 기자

한국콜마, 코스모팩 어워드 2관왕 달성

인공지능·친환경으로 기술력 뽐내

한국콜마가 지난 20~23일(현지시간) 이탈리아 볼로냐에서 개최된 제56회 '코스모프로프 볼로냐 2025'에서 코스모팩 어워드 2관왕을 달성했다고 27일 밝혔다. 한국콜마는 혁신기술, 지속가능성 등 2개 부문에서 대상을 수상했고 2관왕의 영예를 가져간 기업은 전 세계에서 한국콜마가 유일하다.

'코스모프로프'는 세계 최대 규모의

종합뷰티 박람회다. 매년 글로벌 화장품 기업과 뷰티 전문가로 구성된 심사위원단이 가장 혁신적인 제품과 기술을 선정한다. 올해는 전세계 총 836개 기업이 참가해 분야별로 11개 제품이 수상했다.

한국콜마는 '카이움'을 선보여 혁신기술 부문 대상을 받았다.

카이움은 인공지능을 활용해 피부 마이크로바이옴을 진단하고 맞춤형 스킨케어 제품을 제공하는 플랫폼이다.

/이청하 기자

한미약품 "복합제로 글로벌 경쟁력 강화"

'구구탐스' 멕시코 수출

한미약품이 멕시코 의약품 시장에서 파이프라인을 확대 구축한다.

한미약품은 지난 2월 멕시코에서 전립선비대증 및 발기부전 치료 복합제 '구구탐스' 출시를 완료해 향후 7년간 판매하게 됐다고 27일 밝혔다. 구구탐스 멕시코 현지명은 '아디탐스'이며 해당 제품은 한미약품이 중남미에서 세 번째로 선보이는 품목이다.

구구탐스는 전립선비대증 치료제인 탐스로신과 발기부전 치료제인 타다라필을 결합한 세계 최초 비노기 질환 복합제다. 한 캡슐에 여러 약효 성분을 조합한 다중캡슐 기술이 적용된 것이 특징이다.

구구탐스는 멕시코 시장에 진출하는 첫 비노기 질환 복합제인데, 한미약품은 그동안 자체 개발한 복합신약으로 국내 기업 가운데 처음 멕시코 의약품 시장을 공략해 왔다.

/이청하 기자

동화약품

'제주 보메차' 출시

100% 제주산 메밀·보리 함유

동화약품은 100% 제주산 메밀과 보리를 콜드브루 방식으로 추출해 메밀 고유의 구수함과 깔끔한 풍미를 선사하는 차음료 '제주 보메차'를 출시했다고 27일 밝혔다.

현재 차음료 시장에서 보리차가 큰 인기를 끌고 있는 가운데, 동화약품이 프리미엄 곡물차 브랜드로 선보이는 제주 보메차는 엄선한 원료로 품질을 업그레이드해 차별화된 가치를 제공한다.

제주 보메차는 제주의 자연이 키운 원료를 100% 사용한 RTD(Ready-To-Drink) 액상 차음료로, 제주의 메밀 영농조합 '한라산아래첫마을'과 협업해 개발했다.

콜드브루 방식으로 우려낸 원료 고유의 풍미를 살린 제주 보메차는 깔끔하고 부드러운 목 넘김이 특징이며, 제주도의 자연을 연상시키는 세련되고 감각적인 디자인에 가볍고 휴대성이 좋은 500mL 용량의 페트(PET)로 출시했다.

동화약품 관계자는 "제주산 보리와 메밀을 활용함으로써 현지 농가의 소득 증대에 기여하고, 소비자들에게는 신선한 원료로 만든 건강한 차를 제공하고자 기획했다"고 밝혔다. /이세경 기자