밴티브코리아, '신장 전문기업' 출범… "차별화 투자 추진"

박스터 인터내셔널 신장 사업부 분사
혈액투석, 복막투석, CRRT 공략
후속 제품 출시·연구개발 계획

밴티브코리아가 독립 기업으로 활동을 본격화하며 혁신적인 의료 발전의 가능성을 높이고 있다.

16일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 박스터 인터내셔널의 신장 사업부에서 분사한 '밴티브코리아'가 새롭게 출범했다. 밴티브코리아는 신장 및 생명유지 장기 치료 전문 기업으로 '신장' 치료를 넘어 생명유지 장기 치료 분야에 중점을 둔다.

기존 박스터의 경우, 1931년 정맥용 수액 제조기업으로 설립된 후 세계 최초로 1956년 상업용 인공 신장 생산, 1960년 복막투석 용액 출시 등 신장 치료 영역으로 사업을 넓혔다. 밴티브는 박스터에서 축적한 기술력을 바탕으로 혁신 의료기기 개발, 디지털 전환 등에 박차를 가할 계획이다.

16일 오전 서울 롯데호텔에서 열린 밴티브코리아 출범 기념 첫 기자간담회에서 임광혁 밴티브코리아 인사말을 발표하고 있다. /밴티브코리아

밴티브에 따르면, 현재 전 세계 100개 국 이상의 환자들이 매일 100만 회 이상 밴티브의 의료 서비스를 사용하고 있다. 국내에서는 매일 3만 회 이상으로 집계됐다. 밴티브가 공략하는 의료 분야는 만성 및 급성 신장 질환으로 혈액투석, 복막투석, 지속적 신대체 요법(CRRT) 등 크게 세 가지다.

특히 밴티브의 자동 복막투석 시스템과 디지털 플랫폼을 결합한 재택 투석은 모든 원인에 의한 사망률을 감소시켰다. 또 입원 사례나 치료 중단 사례를 줄이고 재택 투석 치료 지속률은 증가시킨 것으로 나타났다.

집에서 투석을 시행하는 자동 복막투석 환자를 원격으로 관리하기 위해 개발된 디지털 플랫폼은 의료진용과 환자용으로 구축됐다. 환자 데이터가 의료진에게 자동으로 전송되고 환자도 해당 내용을 앱에서 직접 확인 가능하다. 또 가정, 병원, 중환자실 등 각각 다른 의료 현장의 특수 상황도 반영됐다.

지속적 신대체 요법(CRRT)의 경우, 중환자실에서 급성 신장 손상 환자를 치료하는 데 쓰인다. 향후 패혈증, 폐, 간 등의 장기 부전 치료로 적용 범위를 확대할 계획이다.

이와 관련 서울대학교병원 김용철 신장내과 교수는 "신장 질환은 급성과 만성으로 분류하는데 급성이 만성으로 진행하기도 하며 급성 환자가 발생하기 쉬운 곳이 중환자실"이라고 밝혔다.

이어 김 교수는 "신장 손상은 비가역적이기 때문에 환자 입장에서는 평생 투석 치료를 받아야 하는 부담이 있고, 투석은 삶에 영향을 미친다. 물론 신장, 심장, 간 등을 이식하면 생명 연장이 가능하지만 이식에는 면역, 부작용 등 제한점이 많아 투석이 유일한 대체 요법인 환자에게는 생명이 직결된 문제"라며 "이러한 관점에서 벤티브가 의료 질을 높이고 환자 삶을 개선하는 데 기여할 것으로 기대하고 있다"고 설명했다.

임광혁 밴티브코리아 대표는 "경영 측면에서는 지속가능한 성장을 위해서는 연구개발의 투자가 중요할 것"이라며 "현재 구체적인 타임라인과 제품군을 자세하게 공유할 수는 없지만 후속 제품 출시와 연구개발을 중심으로 기존 박스터와 차별화된 투자를 추진할 계획"이라고 말했다.

한편, 박스터는 지난 2023년 신장 관리 및 급성 치료 사업부에서 새로운 신장 관리 회사를 설립할 계획이라고 발표한 바 있다. 이후 지난해 12월 서울 종로구에 위치한 삼일빌딩에 밴티브코리아 사무실이 마련됐고, 올해 2월 글로벌 투자기업 칼라일 그룹이 운용하는 펀드가 박스터 인터내셔널의 신장 관리 사업부 인수 절차를 완료했다.

박스터의 영양 수액 및 마취제 등의 병원 치료, 서지컬 케어 등의 사업부가 속한 박스터코리아는 기존의 교보생명빌딩 사무실에서 사업을 이어간다. /이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr

◀ 복막투석 장치 '홈초이스 클라리아' /밴티브코리아

롯데리아, '롯리단길' 네번째 신메뉴 선봬

진해 중앙시장 '은혜분식' 쥐포튀김
지역상권 홍보·지역 경제 활성화
판매수익 일부, 상생협력기금 조성

롯데GRS의 버거 프랜차이즈 브랜드 롯데리아가 지역 상생 및 동반성장 목적의 '롯리단길 캠페인'을 통해 네 번째 협업 디저트 신메뉴 '쥐포튀김'을 오는 17일 출시한다고 16일 밝혔다.

롯리단길은 지역의 숨겨진 디저트 맛집을 발굴하고 전국 롯데리아 매장에서 소개하는 캠페인으로 지난 2022년 시작해 매년 꾸준히 진행 중에 있다. 그간 판매했던 청주 미친만두, 부산 깡돼후, 서울 우이락의 평균 판매 수량이 목표 대비 128%를 달성하는 등 차별화된 컨셉으로 소비자들의 긍정적인 반응을 얻고 있다. 올 해는 진해 쥐포튀김 출시를 통해 지역 상권을 홍보하며 지역 경제 활성화에 나선다.

롯데리아가 롯리단길 4번째 디저트 쥐포튀김을 출시한다. /롯데GRS

이번 디저트 메뉴 '쥐포튀김'은 진해 중앙시장의 '은혜분식'과 협업한 메뉴로 겉은 바삭하고 속은 쫄깃한 것이 특징이다. 호불호 없는 단짠의 맛이 조화로우며 청양마요소스가 함께 제공돼 감칠맛을 더욱 느낄 수 있다.

롯데리아는 쥐포튀김 판매 수익금의 일부로 상생협력기금을 조성해 진해 중앙시장에 환원할 예정이다. 해당 기금은 진해 중앙시장 활성화를 위해 사용되며 시설 개보수 및 필요 물품 구매 등에 사용된다.

롯데GRS 관계자는 "쥐포튀김은 경상도 지역에서만 판매하는 로컬 튀김으로 이번 롯리단길 프로젝트를 통해 전국 롯데리아에서 맛 보시길 바란다"며, "롯데리아는 앞으로도 꾸준히 지역사회와의 상생 협력을 위해 지속 가능한 활동들을 모색해 나가겠다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

동아쏘시오그룹, 계열사 의약품 사업 다각화

에스티팜, CDMO 사업 성장세 지속
메타비아, 비만치료제 임상 '긍정적'
동아에스티, '이뮬도사' 수출 본격화

동아쏘시오그룹이 각 계열사를 통해 제조부터 연구개발까지 의약품 사업을 다각화하고 그룹 내 가치사슬을 구축해 글로벌 경쟁력을 높인다.

16일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 에스티팜은 올리고핵산치료제 위탁개발생산(CDMO) 사업 성장세를 지속하고 있다.

지난 15일 미국 바이오텍과 약 186억원 규모의 올리고핵산치료제 원료의약품 공급계약을 추가해, 올해 신규 수주액 1000억원을 돌파했다. 올해 들어 미국, 유럽 등의 글로벌 제약사와 잇따라 파트너십을 강화하면서 1분기에만 총 950억원의 수주 계약을 기록했고, 이번 공급계약까지 포함하면 총 1136억원이다.

이번 공급계약은 지난해 12월 미국 식품의약국(FDA)으로부터 품목허가 승인을 받은 심혈관질환 올리고핵산치료제의 상업화 물량으로 납기는 올해 10월이다. 해당 신약은 고중성지방혈증으로 적응증을 확장하는 글로벌 임상 3상에 진입해 있고, 오는 하반기 임상결과가 발표될 예정이다. 이에 따라 에스티팜은 해당 신약으로만 올해 약 456억원 이상의 매출이 발생할 것으로 기대하고 있다.

에스티팜은 최근 3년간 기록해 온 성장세를 올해도 이어가겠다는 방침이다. 에스티팜의 최근 3년간 연말 기준 수주잔고는 2022년 1억186만달러, 2023년 1억3780만달러, 2024년 1억6933만달러 등으로 연평균 성장률은 29%에 이른다.

전문의약품 전문기업 동아에스티는 비만 치료제 개발을 위한 임상에서 성과를 내고 있다.

이날 동아에스티 자회사 메타비아는 비만치료제 후보물질 'DA-1726'의 글로벌 임상 1상 파트2 탑라인 데이터에서 계열 내 최고의 약물 가능성을 입증했다고 밝혔다.

DA-1726은 옥신토모듈린 유사체 계열의 신약 후보물질이다. DA-1726은 GLP-1 수용체와 글루카곤 수용체에 동시에 작용해 식욕은 억제하고 인슐린 분비는 촉진하는 기전을 갖췄다. 특히 말초에서는 기초 대사량을 증가시켜 체중 감소와 혈당 조절을 유도한다.

메타비아가 이번에 공개한 데이터를 구체적으로 살펴보면, DA-1726 32mg을 투여받은 환자군은 투약 4주 만에 최대 6.3%(6.8kg), 평균 4.3%(4.0kg)의 체중이 감소했다. 33일 차에 최대 허리 둘레는 10cm(3.9인치), 평균 허리 둘레는 4cm(1.6인치) 줄었다.

DA-1726 약물 효과의 지속성도 나타났다. DA-1726 32mg 마지막 투여 후 26일이 지난 47일 차에도 허리 둘레 감소치가 평균 3.7cm 수준으로 유지됐다.

이와 함께 바이오시밀러 사업도 순항하고 있다. 동아에스티는 올해 1월부터 바이오시밀러 '이뮬도사' 수출을 본격화했다. 독일을 시작으로 유럽 시장에서 순차적으로 선보여진다. 오는 5월에는 미국에서 발매된다.

이뮬도사는 동아에스티가 개발한 자가면역질환 치료제 스텔라라(성분명: 우스테키누맙) 바이오시밀러로, 판상건선, 건선성 관절염, 크론병 및 궤양성 대장염과 같은 염증성 질환에 쓰인다.

바이오의약품 위탁개발생산(CDMO) 기업 에스티젠바이오도 그룹 내 핵심 성장동력이 될 전망이다. 에스티젠바이오는 이뮬도사 상업화 물량 전량을 생산하고 있는 생산기지다. 유럽, 미국 등 글로벌 주요 시장에서 대형 품목을 공급함으로써 생산 역량을 입증하고 고객사 유치 기회를 마련한다는 전략이다.

동아쏘시오그룹 측 관계자는 "사업간 시너지를 극대화하고 효율성을 높여 지속가능한 성장을 실현해 나가겠다"고 말했다. /이청하 기자

설화수

10개국에 K뷰티 알려

아모레퍼시픽은 지난 11~15일 서울 종로에 위치한 한국가구박물관에서 설화수 글로벌 컬처 트립의 대미 '홀리스틱 나이트'를 개최했다고 16일 밝혔다.

설화수 글로벌 컬처 트립은 설화수가 진출한 주요 10개 국가인 한국, 미국, 대만, 싱가포르, 말레이시아, 태국, 베트남, 인도네시아, 캐나다, 인도에서 활동하는 인플루언서 및 주요 미디어 관계자들을 초청해 K뷰티를 공유하는 프로그램이다.

연회 형태로 펼쳐진 '홀리스틱 나이트'에는 배우 임윤아가 참석해 글로벌 인플루언서들과 교류했다.

배우 임윤아는 설화수 브랜드 앰버서더로서 설화수의 전통과 미래 가치를 알렸다. /이청하 기자

오스템임플란트, 'KDX 2025' 최다부스 운영

치과계 파트너십 강화

오스템임플란트가 지난 11~13일 인천 송도컨벤시아에서 열린 '국제 치과 의료기기 전시회(KDX 2025)'에 참가했다고 16일 밝혔다.

올해 KDX 2025는 대한치과의사협회 창립 100주년을 기념해 대한치과의사협회와 한국치과의료기기산업협회가 공동 주최했다.

오스템임플란트는 '치과의사의 더 좋은 진료를 도와줌으로써 인류 건강 증진에 이바지한다'는 경영이념 아래 치과계와 협력해 왔다. 이번 행사에서도 참여 기업 중 최대 부스로 참가하며 파트너십을 강화했다.

오스템임플란트는 임플란트, 유니트체어, 재료, 의약품, 소프트웨어, 디지털 장비, 인테리어, 치과계 종합 포털 사이트 덴올 등으로 주제를 세분화해 각각의 구역을 마련했다. 특히 브랜드와 제품을 직관적으로 체험할 수 있도록 꾸며 현장 방문객들과 소통을 활발히 했다.

의미가 깊은 100주년 행사라는 부분에 초점을 맞춰 참가자들이 기억할 수 있는 부스도 구성했다. 특히 오스템임플란트 대표 캐릭터인 레오거와 사진을 찍을 수 있는 포토존이 방문객 발길을 잡았다.

오스템임플란트 관계자는 "우리나라 치과 역사 100주년을 맞아 열린 이번 KDX2025에 함께 할 수 있어 매우 뜻깊었다"고 말했다. /이청하 기자