

더본코리아, 글로벌 소스 ‘TBK’로 해외 뚫는다

서울서 ‘TBK’ 론칭 간담회 개최
2030년까지 해외 매출 1000억
독일 푸드코트 성과… 유럽 확장
백종원, 글로벌 영업 선봉장 자처
논란·실적 부진 속 반전 카드 주목

외식 전문기업 더본코리아가 연이은 논란과 실적 부진 속에서 글로벌 사업 확장을 통해 반전을 노린다.

회사는 3일 오전 신라호텔서울에서 글로벌 B2B 소스 브랜드 ‘TBK(The Born Korea)’ 론칭 기자간담회를 열고 2030년까지 해외 매출 1000억 원 달성을 목표로 해외 시장 공략에 나선다고 밝혔다. 단순 소스 수출에 그치지 않고 레시피·운영 노하우까지 제공하는 ‘글로벌 푸드 컨설팅’ 모델을 앞세워 아시아·미주·유럽 등 핵심 거점 공략에 나선다는 계획이다.

회사가 반전 카드로 꺼내든 TBK 소스는 ‘맛의 시작, 더본’이라는 슬로건 아래 한국의 일상적 맛을 담아 전 세계 소비자와 공유한다는 콘셉트로 기획됐다.

출시 품목은 양념치킨소스매콤볶음소스 된장찌개소스 떡볶이소스 등 7종으로 출발해 연말까지 썸장소스 LA갈비소스 등 4종이 추가돼 총 11종으로 확대된다. 소스 패키지에는 QR코드를 삽입해 짧은 영상 레시피와 연동되며, 현지 조리사들이 재료 준비부터 조리 순서까지 손쉽게 따라 할 수 있도록 구성됐다.

단순히 제품만 수출하는 것이 아니다. 더본코리아는 ‘글로벌 푸드 컨설팅’을 통해 현지 환경에 맞는 레시피, 원가관리, 폐기물 절감, HACCP-ISO 인증 기반 품질 보증, 셰프 트레이닝 등 매장 운영 전반을 원스톱으로 제공한다.

즉, 소스 공급에 그치지 않고 메뉴



3일 ‘TBK(The Born Korea)’ 글로벌 B2B 소스 론칭 시연회에서 발표를 하고 있는 백종원 대표.

컨설팅과 운영까지 결합한 새로운 형태의 글로벌 B2B 모델이다.

실제 성과도 나오고 있다. 더본코리아는 지난 7월 독일 대형 유통그룹 글로비스 본사가 위치한 상트벤델 지역의 마크탈레 하이퍼마켓 푸드코트에 ‘비빔밥과 달걀’ 메뉴를 도입했다. 현지 식재료를 활용하면서도 TBK 소스로 맛의 균질화를 확보했고, 주방 기기와 운영 컨설팅까지 동시에 진행하며 안착에 성공했다.

현재 독일 에쉬본 지역에 2호점 개점을 추진 중이며, 향후 체코 등 인근 유럽 국가로의 확장도 논의되고 있다. 프랑스·영국 등 주요 리테일 기업과 협력 가능성도 열어두고 있다.

백종원 대표는 이번 글로벌 소스 사업의 ‘영업 선봉장’을 자처했다. 미국, 유럽, 대만, 중국 등 주요 거점을 순회하며 직접 소스 시연회와 바이어 미팅을 주도할 계획이다. 미국에서는 현지 유통사 협업을, 유럽에서는 한식 레스



더본코리아가 글로벌 B2B 소스 브랜드 ‘TBK’를 앞세워 해외 사업 확장에 나선다. /더본코리아

토랑 메뉴 컨설팅을 집중 공략한다. 대만은 까르푸·코스트코 등 대형 유통사 협력을 추진 중이고, 중국은 기업·병원 등 기관급 급식 시장을 겨냥한 소스 공급과 조리 컨설팅을 타진하고 있다.

백 대표는 “TBK는 단순한 제품 수출이 아니라 레시피와 운영까지 함께 제안하는 글로벌 푸드 컨설팅 브랜드”라며 “해외에서 거둔 성과를 국내 연구 개발에 환원하는 선순환 구조를 만들겠다”고 강조했다.

한편, 더본코리아는 올해 들어 각종 논란과 부진한 성적표로 곤혹을 치렀다. 경찰은 최근 농지법·축산물위생관리법 위반 혐의로 회사와 공장 관계자들을 불구속 송치했으며, 논란이 불거진 백석공장 운영은 중단됐다. 여기에 본사 임원이 ‘술자리 면접’ 과정에서 성희롱 발언을 했다는 사실이 알려지면서 조직 문화 전반에 대한 비판 또한 거세다. 해당 임원은 즉각 업무에서 배제됐지만, 기업 윤리에 대한 신뢰는 큰

타격을 입었다.

실적도 악화됐다. 공시에 따르면, 2분기 매출은 전년 동기 대비 34% 감소한 742억 원에 그쳤고, 영업손실은 225억 원으로 적자 전환했다. 주가는 공모가 대비 27% 이상 떨어지며 신저가를 기록했고 투자자 불만이 고조됐다. 일부 가맹점주들은 과일 출점과 신메뉴 개발 지연, 본사와의 소통 부재를 지적하며 어려움을 토로했다.

더본코리아는 감사조직과 홍보팀을 신설해 리스크 관리 체계를 강화하고, 전 임직원 대상 윤리 교육과 위생 시스템 전면 개선을 약속했지만 신뢰 회복에는 시간이 걸릴 것으로 전망된다.

더본코리아가 위기 속에서 내놓은 글로벌 B2B 소스 전략이 단순한 돌파구를 넘어 장기적 체질 개선과 신뢰 회복의 계기가 될 수 있을지 주목된다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

씨젠-스프링거 네이처

글로벌 감염 연구 확대

임상연구 참여·지원 박차

씨젠은 세계적인 과학 커뮤니티 리더 스프링거 네이처(Springer Nature)와 함께 ‘2025-2026 네이처 어워즈 MDx 임팩트 그랜트(Nature Awards for MDx Impact Grants in partnership with Seegene)’를 시작한다고 3일 밝혔다. 이번 공모는 요로감염균의 약제내성(UTI-DR)을 주제로 전 세계 과학자를 대상으로 진행되며 오는 11월 20일 마감에 이어 내년 8월 최종 선정자가 발표될 예정이다.

/이세경 기자

스타벅스

‘원 모어 커피’ 호응 폭발

이용량 전주比 50% ↑

스타벅스 코리아가 1500만 버디 감사 이벤트를 시작한 9월 1일부터 이틀간 ‘원 모어 커피’ 프로그램 이용을 비교 분석한 결과, 이용량이 전주 동요일 대비 50%나 늘어난 것으로 나타났다.

스타벅스는 리워드 회원 누적 1500만 명 달성을 앞두고 9월 한 달 동안 스타벅스 카드 또는 계좌 간편결제로 제조 음료 구매 시 방문별과 함께 ▲오늘의 커피 ▲아이스 커피 ▲다카페인 카페아메리카노 ▲1/2 다카페인 카페아메리카노를 60% 할인된 가격에 즐길 수 있는 원 모어 커피 쿠폰을 제공하고 있다.

기존 특정 음료를 구매해야 제공되던 쿠폰의 발급 조건이 모든 음료로 확대되자 이달 이용량이 50%나 늘어난 것이다.

/신원선 기자



스타벅스 코리아의 ‘원 모어 커피’ 프로그램이 호응이 전주 대비 50% 늘었다. /스타벅스 코리아

라네즈, 보습·각질 개선 ‘탁월’

‘립 마스크 스트로베리 쇼트케이크’ 엠버서더 악뮤 이수현 화보 공개

아모레퍼시픽의 글로벌 스킨케어 브랜드 라네즈가 ‘립 슬리핑 마스크 스트로베리 쇼트케이크’를 새롭게 출시한다고 3일 밝혔다.

이 제품은 입술 관리 제품인 립 슬리핑 마스크의 신제품으로 세 가지 향을 층층이 담은 ‘트리플 레이어 제형’을 갖췄다.

라네즈에 따르면, 부드러운 바닐라 케이크, 달달한 딸기 크림, 상큼한 생딸기 향이 어우러지는 것이 특징이다. 또 항산화 효과가 뛰어난 비타민C와 보습 효능이 좋은 코코넛 오일을 함유해 입술 각질 제거와 건조함 개선에 도움을 준다.

이와 함께 라네즈는 브랜드 엠버서더로 인기 가수 악뮤의 이수현을 선정하고 새 화보를 공개한다. 이수현과 협업해 이번 신제품만의 차별점을 소개한다는 방침이다.

해당 화보에서 이수현은 사랑스러



라네즈 브랜드 모델로 뽑힌 이수현이 ‘립 슬리핑 마스크 스트로베리 쇼트케이크’를 소개하고 있다.

/아모레퍼시픽

움, 호기심, 자유롭고 생기 있는 에너지를 전달한다. 라네즈는 이수현의 매력적인 음색과 밝고 긍정적인 이미지가 브랜드 전반의 가치와 적합할 것으로 기대하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@

셀트리온, ‘아이덴젤트’ 장기 임상 입증

52주 임상서 동등성·안전성 확인 글로벌 허가 잇따라 상업화 속도

셀트리온은 안과질환 치료제 ‘아일리아’ 바이오시밀러 ‘아이덴젤트’의 글로벌 임상 3상 52주 결과가 안과학 분야 국제학술지 ‘안과학 및 치료(Ophthalmology and Therapy)’에 게재됐다고 3일 밝혔다.

이번에 공개된 연구 결과는 셀트리온이 당뇨병성 황반부종(DME) 환자 348명을 대상으로 진행한 글로벌 3상의 52주 장기 임상 데이터로, 해당 임상에서는 아이덴젤트 투약군과 오리지널 의약품 투약군 간 유효성에서의 치료적 동등성과 장기 유효성 및 안전성을 비교 검증했다.

연구 결과에 따르면, 두 투여군 모두 최대 교정시력(BCVA)이 베이스라인 대비 16주차까지 점진적으로 향상된 후 52주차까지 안정적으로 유지해, 아이덴젤트의 장기적인 치료 유효성을 입증했다.

이 외에도 중심망막두께 평균 변화량

등 다른 2차 유효성 평가변수와 안전성 측면에서도 두 투여군 간 유의미한 차이를 보이지 않았다.

셀트리온은 이번 발표에 앞서 지난해에도 안과분야에서 세계적으로 권위 있는 학회인 ‘시력 및 안과학회(ARVO)’와 ‘유럽망막학회(EURETINA)’에서 아이덴젤트의 글로벌 임상 3상 결과를 발표한 바 있다.

셀트리온은 아이덴젤트의 글로벌 임상 3상 결과를 바탕으로 국내를 비롯해 유럽(EC), 호주 등 글로벌 주요 국가에서 허가 획득을 완료했다.

이외에도 허가 승인을 기다리고 있는 주요 국가에서도 허가가 완료되는 대로 조속히 상업화 절차를 진행해 시장 점유율을 확대한다는 방침이다.

아이덴젤트의 오리지널 의약품인 아일리아는 블록버스터 안과 질환 치료제로, 지난해 글로벌 매출 95억 2300만 달러(약 13조 3322억원)를 달성했다.

/이세경 기자

카카오헬스케어-노보노디스크

AI기반 앱-환자지원 연동

비만·당뇨 환자 디지털관리

카카오헬스케어와 한국노보노디스크 제약이 비만·당뇨병 환자를 위한 디지털 헬스케어 생태계 구축을 위해 두 번째 전략적 협력에 나섰다.

3일 카카오헬스케어는 글로벌 제약사 한국노보노디스크 제약과 비만·당뇨병 환자 중심의 디지털 헬스케어 생태계 구축을 목표로 업무협약을 체결했다고 밝혔다.

협약식은 전날 서울 송파구 한국노보노디스크 제약 본사에서 열렸다. 해당 자리에는 황희 카카오헬스케어 대표와 캐스퍼 로세유 포울센 대표가 참석했다.

/최빛나 기자 vitna@