

‘펫테크’ 진화… 반려동물도 항암·만성질환 치료 받는다

K-제약, 동물의학 신시장 진출

큐라클 만성신부전 치료제 임상
박셀바이오 림프종 치료 범위 확대
유한양행 의료기기 사업 다각화
HLB생명과학 美수출 글로벌 진출

국내 제약·바이오 기업들이 동물 전용 의약품 개발에서 성과를 내고 있다. 다양한 질환에서 파이프라인이 임상 단계에 진입하거나 의료기기 등이 품목허가를 획득하면서 해당 시장이 고도화되는 모습이다.

16일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 난치성 혈관질환 특화기업 큐라클은 인간 의약품으로 개발하고 있는 후보물질을 반려동물에서 확대 적용하고 있다. 특히 노령성 만성질환 치료제 개발에 집중해 반려동물의 기대수명 증가와 고령화에 적극 대응한다는 방침이다.

현재 충북대학교 동물병원을 포함한 전국 협력 동물병원에서 반려견 만성신부전 치료제 ‘CP01-R01’ 임상 3상을 진행하고 있다. 만성신장질환을 앓는 반려견 60마리에 CP01-R01과 위약을 12주간 경구 투여해 약물 안전성, 치료 효과 등을 평가한다.

CP01-R01은 혈관내피 기능 장애 차단제로, 노화, 만성질환, 감염 등에 의해 손상된 혈관 내피세포 기능을 정상화하는 기전을 갖췄다.

이에 대해 큐라클은 “만성신장질환은



Chat GPT에 의해 생성된 반려견, 반려묘부터 축산업 등에 중점을 둔 연구개발을 표현한 이미지.

신장 기능 저하를 비롯해 노폐물 축적, 다양한 합병증 등을 동반해 생존율에 영향을 미친다”며 “이번 임상 3상이 성공적으로 마무리되면 다른 난치성 혈관질환으로 적응증을 추가할 수 있는 가능성도 커진다”고 설명했다.

항암면역치료제 전문기업 박셀바이오도 세계 최초 반려견 전용 면역보조치료제 ‘박스루킨-15’ 후속 연구를 활발히 하고 있다. 최근 국내 농림축산검역본부에서 ‘박스루킨-15’ 적응증을 추가했다. 기존 반려견 유선종양에 이어 림프종 치료에도 쓰이게 됐다.

국내 18개 동물병원에서 유선종양 진단을 받은 반려견 61마리를 대상으로 시행한 임상시험에서 박스루킨-15 병용 투여군은 수술 단독군 대비 삶의 질, 면역 활성 지표, 염증 억제 효과 등에서 유의미한 개선 효과를 입증했다. 별다른

이상반응 없이 안전성도 확보했다.

또 박스루킨-15는 사람의 유전체가 아닌 반려동물의 유전체를 바탕으로 개발된 것이 특징이다.

박셀바이오 관계자는 “실제 임상 현장에서는 인체용 항암제를 전용해 사용하는 경우가 많아 낮은 효과와 부작용 우려가 상존한다”며 “박스루킨-15의 과학적 근거를 지속 구축해 제품 신뢰도를 높이고 반려동물 치료의 질 향상에 기여하겠다”고 전했다.

국내 대표 제약사 유한양행은 동물용 의약품 제조업 허가를 기반으로 반려동물 전용 의료기기 사업과 파트너십을 강화하고 있다. 반려동물용 전문의약품 판매는 물론, 의료기기 개발로 사업을 넓힌 것이다.

올해 들어 급속정밀 냉각기술 전문기업 리센스메디컬과 의료기기 ‘벤티즈’와 ‘백소힐’ 마케팅 및 판매 업무협약을

체결했다. 유한양행에 따르면 벤티즈는 부작용과 통증을 최소화한 기술을 통해 반려동물 치료 효과를 높이는 데 활용된다. 또 기존 피부 질환 치료에서 사용되고 있는 스테로이드 등 약물 의존성을 낮추는 데도 기여할 것으로 전망된다.

유한양행은 지난 2023년부터는 의약품 개발 전문기업 플루토와 협업해 ‘애니콘주’를 출시하고 있기도 하다. 애니콘주는 폴리뉴클레오타이드 성분을 함유해 골관절염이 있는 반려동물을 위해 사용할 수 있는 주사제다.

한편, 글로벌 바이오 의약품 전문회사 HLB그룹이 HLB생명과학은 동물용 주사기 시장으로 진출한다.

HLB생명과학은 ‘동물용 하드팩 주사기’의 미국 수출을 위한 첫 선적을 개시해 올해 말까지 미국으로 총 180t 규모의 제품을 수출한다. 이번 수출은 미국 의료기기 전문기업 앨리스 메디컬의 요청에 따라 설비 투자를 감행, 전용 라인을 구축한 후 이뤄졌다. 양사는 향후 수출 계획까지 논의하고 있어 수출 규모를 매년 단계적으로 늘린다는 방침이다.

HLB생명과학 측은 “이번 동물용 하드팩 주사기는 프리미엄 제품이며 동물용 주사기 중에서도 상대적으로 부가가치가 높은 제품군에 해당한다는 점에서 전략적 투자를 진행했다”며 “수출 3년차에는 약 150억원 규모의 실적을 달성할 수 있을 것”이라고 밝혔다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

BBQ

‘669데이’ 또 열린다

주문 시 당일 쿠폰 4000원 할인

국내 최대 치킨 프랜차이즈 제너시스 BBQ 그룹이 브랜드 상징 숫자인 ‘6’과 ‘9’를 활용한 특별 할인 행사 ‘669데이’를 10월에도 진행한다.

BBQ는 10월 한 달간 BBQ매트 공식 웹사이트를 통해 날짜에 숫자 6이나 9가 포함된 날에 황금올리브치킨 시리즈를 주문하면 4000원을 할인받을 수 있다고 16일 밝혔다. 이번 행사는 16일, 19일, 26일, 29일에 진행되며, 쿠폰은 해당 날짜에 발급돼 당일에만 사용할 수 있다.

할인 대상은 BBQ의 대표 메뉴인 ‘황금올리브치킨’과 매운 맛으로 인기를 얻고 있는 ‘황금올리브치킨 핫 크리스피’ 등 2종이다.

‘669데이’는 BBQ 브랜드명(‘bbq’)의 숫자 표기 ‘669’에서 착안한 캠페인으로, 브랜드 인지도 제고와 자사앱 활성화를 위한 마케팅 전략의 일환이다.

BBQ 관계자는 “8월과 9월 진행된 행사에 소비자들의 호응이 높아 10월에도 연장하게 됐다”며 “앞으로도 고객 의견을 반영한 맞춤형 프로모션을 지속적으로 선보일 계획”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

LG생활건강, AI로 ‘피부 장수’ 길 찾았다

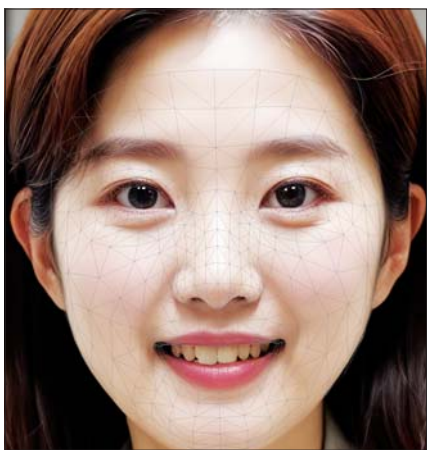
얼굴 부위별 노화 속도 과학 규명

30~40대 눈가, 50대는 입가 중점
FOX L2 등 유전자로 맞춤 솔루션

LG생활건강이 ‘피부 장수’ 프로젝트를 통해 개인 생애주기별 뷰티법을 연구하고 있다. LG생활건강은 ‘비전 에이아이’ 기술을 활용해 얼굴 부위별 노화 속도의 차이를 규명했다고 16일 밝혔다.

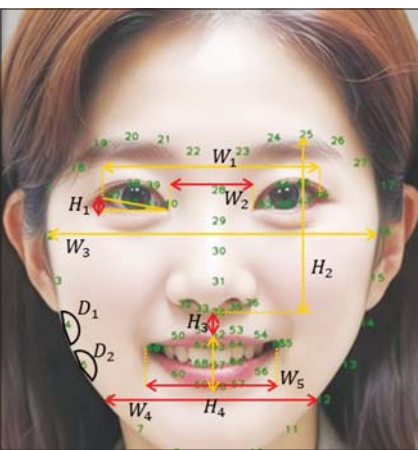
비전 에이아이는 얼굴 이미지를 분석해 피부 유형을 분류하는 인공지능 기술이다. 이 기술은 눈가, 입술, 얼굴 윤곽 등에서 정량화된 노화 지표를 설정하고 특징적인 노화 현상에 주된 영향을 미치는 원인 유전자를 탐색하는 데 쓰인다.

LG생활건강은 20~60대 한국인 여성



인공지능 기반 ‘안면 특징점 추출 기술’을 적용한 모습(왼쪽)과 얼굴 부위별 6가지 노화 지표를 표시한 모습(오른쪽).

약 1만6000명의 고해상도 얼굴 이미지를 확보해 ‘안면 특징점 추출 기술’을 적용했다. 얼굴 상 68개의 특징점을 기준



/LG생활건강

으로 얼굴 구조의 미세한 변화를 추적하고 눈꼬리 처짐, 입술 비율, 얼굴 윤곽 등 연령대별 6가지 노화 지표를 정량화

했다. 그 결과, 얼굴 부위별로 노화 시기가 다르게 진행됨이 입증됐다.

눈가는 50세 이전부터 처짐이 가속화되기 시작했고, 입술은 50세 이후부터 본격적인 변화가 두드러졌다. 반면 얼굴 윤곽은 특정 연령대에 국한되지 않고 전 연령대에 걸쳐 지속적으로 변화했다.

이와 관련 LG생활건강 강내규 최고기술책임자(CTO)는 “피부 처짐이나 탄력을 관리할 때 나이에 따라 집중해야 할 부위가 다르다는 점을 과학적으로 확인했다”며 “30~40대는 눈가를, 50대 이상은 입가 및 주변을 우선하는 등의 스킨케어 로드맵을 제안할 수 있을 것”이라고 설명했다.

또 LG생활건강은 얼굴 노화에 영향을 미치는 10개의 유전자 영역도 밝혀냈다. 발견된 유전자들은 피부 조직 발달이나 탄력 유지 기능과 관련됨이 증명됐다. ‘FOX L2’ 유전자는 눈가 피부 발달에 관여해 눈가 노화를 조절한다. /이청하 기자



2025 KBO 포스트시즌 플레이오프 생중계 포스터. /CGV

CGV

가을야구 응원 새풍속

극장 생중계 매진 행렬

CGV가 ‘2025 KBO 포스트시즌’ 극장 생중계를 통해 가을야구의 새로운 관람 문화를 만들어가고 있다.

CGV는 지난 5일 와일드카드 결정전을 시작으로 진행 중인 ‘2025 KBO 포스트시즌 SCREENX LIVE’가 준플레이오프까지 평균 객석율이 40%를 상회하며 순항 중이라고 16일 밝혔다. 대구와 서울, 인천 등 일부 상영관에서는 매진에 가까운 객석율을 보이며 극장에서 즐기는 야구 응원 문화가 팬들 사이에 빠르게 확산되고 있다.

SCREENX LIVE는 중앙 스크린과 좌·우 벽면까지 확장된 3면 영상과 5.1 채널 사운드 시스템을 통해 마치 경기장에 있는 듯한 현장감을 선사하는 것이 특징이다. 실제로 2D 일반 중계보다 높은 예매율과 객석율을 기록하며, ‘극장속 직관’이라는 새로운 관람 트렌드를 이끌고 있다. /신원선 기자

삼성바이오로직스, 위탁개발 사업 확대

항체의약품 개발 8개월로 단축

삼성바이오로직스가 바이오의약품 위탁개발(CDO) 사업 부문으로 기업입지를 확장하기 위한 활동을 활발히 하고 있다.

삼성바이오로직스가 서울 코엑스에서 열린 ‘바이오플러스 인터팩스 코리아 2025’에서 ‘신약개발 가속화: 개발 가능성 평가부터 임상시험계획 제출까지’에 대한 전문 세션을 진행했다고 16

일 밝혔다. 삼성바이오로직스는 보다 일관되고 신속한 위탁개발(CDO) 서비스를 제공해 고객사 신약 후보물질 개발 일정을 단축한다는 방침이다.

이날 행사에서 이태희 항체배양PD 팀장(상무)은 “항체의약품 후보물질 선별부터 임상시험계획 승인신청까지 걸리는 소요 기간을 업계 표준 10개월 대비 짧은 8개월 수준으로 줄였다”고 설명했다.

/이청하 기자

GC녹십자엠에스, 혈액투석제 시장 공략

분말형 ‘에이치디비산’ 출시 원가 절감·편의성 동시 확보

제외진단 및 혈액투석액 제조 전문기업 GC녹십자엠에스는 국내 최초로 분말형 혈액투석제 ‘에이치디비산’을 개발하고 본격적인 제조 및 판매를 시작했다고 16일 밝혔다. 혈액투석 치료는 혈액 내 산도(pH) 유지를 위한 산성의 A액과 알칼리성의 B액을 함께 사용하는 데 이번 허가 제품은 기존 용액 제형인

B액의 단점을 보완한 분말형 제품이다. 국내 제품 개발로는 GC녹십자엠에스가 처음 허가를 획득했으며 A액, B액, 분말형 B투석제를 모두 갖추게 됐다.

특히 분말형 제품은 기존 용액 제형 제품 대비 부피가 작고 가벼워 물류 및 운송비를 낮출 수 있어 원가 측면에서 경쟁력이 높다. 또 수입 제품이 밀봉형으로 설계된 것과 달리, 용기와 뚜껑이 분리되는 개봉형 구조를 적용해 의료진 편의성을 높였다. /이청하 기자