

美 의약품 관세 초읽기… K기업, 현지 제조·생산 등 대응

트럼프, 의약품 관련 관세 시사
품질인증 등 규제 변화 가능성도
셀트리온, 현지 생산시설 확보 검토

미국 도널드 트럼프 대통령의 의약품 관세 부과 결정이 초읽기에 들어가면서 국내 기업들도 생존 전략 마련에 분주해졌다. 한국 의약품의 미국 수출 규모가 연간 5.5조원에 달하는 만큼 관세정책의 타격을 피할 수 없을 것으로 예상되는 탓이다. 미국 현지 생산과 공급 체계를 확보하는 것은 물론, 제조 시설과 제품에 대한 품질 인증 등 규제 변화에 대한 긴밀한 대응 전략이 필요하다는 지적도 나왔다.

8일 업계에 따르면 도널드 트럼프 미국 대통령은 지난 5일(현지시간) 의약품에 대한 품목별 관세와 관련해 “향후 2주 이내 큰 발표를 하겠다”고 밝혔다. 그는 “세계 다른 나라와 비교해 우리는 불공정하게 감취당하고 있다”고 말하며 관세 인상 의지를 드러냈다.



셀트리온 제3공장 전경

세계 최대 의약품 시장인 미국이 관세를 부과할 경우, 의약품의 수출은 물론, 미국 시장 진출에도 타격이 있을 수 있다는 우려가 커지고 있다.

실제로 한국무역협회에 따르면 2024년 기준으로 한국의 미국 수출 의약품 규모는 약 39억8000만 달러(약 5조5600억 원)로 집계 됐다. 전년 대비 약 52%(1조9000억원) 가량 증가한 역대 최고치다. 특히, 바이오의약품 위탁개발생

산(CDMO)의 영향으로 미국으로 수출되는 국내 의약품 가운데 바이오 의약품이 전체 95% 가량을 차지하고 있다.

전문가들은 국내 기업들이 미국 현지 생산 전략을 마련하는 것과 동시에, 관련 규제와 운영 부담 등에 대한 정확한 정보를 갖춰야 한다고 지적했다.

이번 행정명령에는 해외 의약품 제조 시설에 대한 검사 수수료 인상, 외국 제약업체의 유효성분 출처 보고, 미(未)준

수 시설 명단 공개 검토 등의 내용이 포함되면서 규제에 대한 부담도 커진 상황이다.

한국제약바이오협회는 이날 보고서를 통해 “미국 시장 진출을 계획 중인 국내 기업들은 수출 및 현지 생산 등 다양한 진출 방식에 대한 정보 접근과 검토가 필요하다”며 “규제 완화의 혜택뿐 아니라, 관련 법령 및 운영 부담에 대한 정확한 정보가 선행되어야 한다”고 강조했다.

특히 국내 제조 시설에 대한 품질 관리 부담이 가중될 가능성이 있다고 내다봤다.

협회는 “해외 제조 시설의 생산 관련 데이터 보고 의무에 대한 집행 강화와 비준수 시설 명단 공개, 해외 제조 시설에 대한 FDA 실사 강화와 그에 따른 수수료 인상 가능성, 결과에 대한 국가 업체별 공개 등이 예고 됐다”며 “미국 시장에 수출 및 진출하는 국내 제조 시설의 품질관리 및 규제 대응을 위한 부담이 가중될 것으로 예상된다”고 짚었다.

이어 “미국 정부가 자국 내 생산 제품

을 중심으로 공급을 확대할 가능성이 커지고 있어 현지 생산 및 공급 체계 확보와 품질 인증을 갖추는 것이 먼저”라며 “부가적인 행정 및 재정적 부담이 증가할 수 있는 점을 감안해 미국 시장 진출 시 인증, 허가, 조달 프로세스를 포함한 제도 변화에 대한 정보 확보 등 긴밀한 대응 전략을 마련해야 한다”고 지적했다.

국내 기업들은 발 빠르게 대응하고 있다. 셀트리온은 전일 입장문을 통해 미국 관세 타격이 장기화 될 것을 대비해 현지 원료의약품 생산시설 확보를 검토하고 있다고 밝혔다. 이미 예비 검토를 끝냈고 종합적인 내용들을 포괄한 상세 검토를 진행하는 상황이다.

셀트리온은 앞서 2025년 미국에서 판매 예정인 회사 제품에 대해 현재 약 15개월 분의 재고를 이전, 내년 상반기까지의 판매분을 확보했다고 밝힌 바 있다. 또한 미국 현지 위탁생산(CMO) 업체를 통한 완제의약품(DP) 생산 계약도 마친 상태다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

종근당, 신규 CI 공개… “글로벌 제약사 도약” hy, ‘선셋가든 와인&피크닉’ 참가

제84회 창립기념식

이장한 회장, 새로운 미래 비전 공유
“예방부터 치료까지 제약기술 혁신”

종근당이 반세기 만에 기업 CI를 바꾸며 ‘국산 제약 기술’ 혁신을 통한 미래 비전을 제시한다.

8일 국내 제약·업계에 따르면, 종근당은 지난 7일 서울 충정로에 위치한 본사에서 ‘제84회 창립기념식’을 열고 새로운 미래 비전과 신규 CI 등을 공개했다. 특히 신규 CI에는 글로벌 무대로 뻗어 나가겠다는 기업 가치관이 담겼다.

심볼은 기존 형태는 유지하되 종과 슬로건의 크기를 키웠다. 종을 감싸고 있는 원형 지름을 넓혀 원형 테두리 안에 쓰인 슬로건까지 확대 적용했다. 인



이장한 종근당 회장이 지난 7일 열린 창립기념식에서 신규 CI를 소개하고 있다. /종근당

류 건강을 위한 기업의 사명을 강조한 것이다.

서체는 종근당이 자체 개발한 ‘종근당 미래체’로, 이는 돈옴체와 굴림체를 조합해 부드럽으면서 힘이 있는 글자체를 구현한 것이다. 서체를 탄력 있게 우상향하는 획으로 디자인해 진취적인느

낌을 표현했다.

종의 초성인 ‘ㅈ’자는 임직원이 하나가 되어 미래를 위해 힘차게 도약하는 모습을 형상화했다. 기존 서체를 둘러싸고 있던 사각 상자를 없애 선명성과 가독성을 높였다.

로고 색상은 기존 ‘청색’이 가진 탄생, 생명, 희망 등의 의미를 유지하면서 명도를 한층 높여 기업의 밝은 미래와 환경 친화적인 이미지를 제고했다.

종근당 이장한 회장은 “새로운 CI와 함께 글로벌 제약기업으로 도약하고 종근당의 미래 비전인 ‘K헬스케어를 창조하라’를 실현해 ‘한 사람에서 전 인류까지, 예방부터 치료까지 제약기술 혁신으로 건강한 삶을 누릴 수 있도록 기여한다’는 제약 기업의 사명을 이뤄낼 것”이라고 말했다. /이청하 기자 mlee236@

동아제약 파티온 ‘트러블 패드’ 출시

동아제약은 더마 화장품 브랜드 파티온에서 ‘노스카나인 트러블 패드’를 출시했다고 8일 밝혔다.

노스카나인 트러블 패드는 피지와 각질 관리에 효과적인 살리실산(0.5%)과 트러블 특허 성분 아크제로, 피부 진정 핵심 성분 판테놀, 알란토인, 쉐알주출물을 함유하고 있다.

국내 최초로 여드름성 피부 완화 가능성을 인정받아 아크네균을 99.99% 제거해 준다.

스킨케어 첫 단계에서 패드로 얼굴 전체를 피부 결에 따라 부드럽게 닦아준 뒤, 미온수로 여드름 부위를 깨끗하게 씻어내면 된다.

노스카나인 트러블 패드는 반으로 잘라 사용이 가능한 2분할 패드로 설계된 것도 특징이다.

/이청하 기자

HK이노엔, ‘IN-B00009’ 국내 3상 승인 (비만치료제)

중 등 글로벌 3상서 유효성 확인

HK이노엔이 개발 중인 비만 치료제가 임상 3상에 진입한다.

HK이노엔은 지난 7일자로 식품의약품안전처로부터 글루카곤 유사 펩타이드-1(GLP-1) 수용체 작용제 계열 비만 치료제로 개발 중인 ‘IN-B00009’의 국내 임상 3상 시험계획(IND) 승인을 받았다고 8일 밝혔다.

이번 3상 임상시험은 당뇨병을 동반하지 않은 성인 비만 또는 과체중 환자를 대상으로 진행되며, IN-B00009 또는 위약을 주 1회 피하주사로 투여해 유효성과 안전성을 평가한다. 본 시험은 다기관, 무작위배정, 이중 눈가림, 위약 대조, 평행군 방식으로 설계됐으며, 2028년 5월 완료를 목표로

하고 있다.

HK이노엔은 이번 시험에서 기저치 대비 40주 시점의 체중 변화율과 체중 감소율 5% 이상인 시험대상자 비율을 1차 평가지표로 설정했다.

앞서 호주와 뉴질랜드에서 비만 환자 대상으로 진행된 임상 2상에서 26주 투여 시 안전성 및 리라글루티드(Liraglutide) 대비 통계적으로 유의한 체중 감소 효과를 입증했다.

또한 중국에서 진행된 현지 비만 환자 대상 임상 3상에서도 위약 대비 우수한 체중 감소 효과를 확인했다.

HK이노엔 관계자는 “IN-B00009가 전세계적 질병인 비만 치료에 기여할 수 있도록 모든 역량을 집중할 것”이라고 말했다.

/이세경 기자

‘텔리아니 밸리’ 브랜드 소개

hy가 오는 10일부터 11일까지 현대프리미엄아울렛 SPACE1에서 열리는 주류 행사 ‘선셋가든 와인&피크닉’에 참가한다. 이번 행사에서 hy는 2023년부터 단독 수입하고 있는 조지아 와인 브랜드 ‘텔리아니 밸리(Teliani Valley)’를 소개한다.

텔리아니 밸리는 조지아를 대표하는 와인 제조사다. 일반적인 와인 제조 방법과 차별화되는 ‘크베브리’ 양조 방식을 사용해 와인을 만든다. 향아리에 포도 과육과 껍질, 줄기, 씨앗 등을 함께 담아 흙으로 밀봉한 후 땅속에 묻어 숙성시키는 방식으로 이렇게 생산한 와인은 풍부한 향과 특유의 질감을 갖는다. 8000년 전통의 조지아 크베브리 제조 방식은 2013년 유네스코 인류무형문화유산으로 등재될 만큼 특별하다.

hy는 행사 기간 중 총 10종의 텔리아니 밸리 와인을 선보인다. 대표 제품은 ‘글레쿠리 키시’다. 조지아 토착 포도품종인 ‘키시’로 만든 화이트 와인이다.



hy가 현대프리미엄아울렛 SPACE1에서 열리는 ‘선셋가든 와인&피크닉’에 참여한다. /hy

호박색을 띠며 상큼한 오렌지와 고소한 견과류의 내음이 매력적이다. 매운 음식이나 연어, 치즈 등과 잘 어울린다.

방문객은 텔리아니 밸리 와인을 최대 23% 할인된 가격에 만나볼 수 있으며 현장 시음도 가능하다. 와인 1병을 구매하면 ‘잇츠온 세븐틴 스낵팩’도 함께 증정한다.

방문이 어려운 소비자들을 위해 온라인 행사도 함께 진행한다. 주류 전문 플랫폼 ‘데일리샷’에서 동일한 할인가로 구매 가능하다.

/신원선 기자 tree6834@

아모레퍼시픽, ‘한울’ 美 공식 진출

세포라 입점… ‘유자’ 제품군 등 출시

아모레퍼시픽은 오는 16일부터 미국 전역의 세포라에서 자사 화장품 브랜드 ‘한울’을 선보인다고 8일 밝혔다.

한울은 세포라를 통해 미국 현지 시장을 본격 공략한다는 방침이다. 브랜드 대표 제품인 ‘유자’ 제품군의 수면팩, 토너 패드 등을 출시하고 한국 전통 원료의 효능을 알릴 계획이다.

특히 한울은 국내 지역 농가와 협업체 원재료를 공급하고 유자, 쑥, 쌀, 밤 등과 같은 원료를 활용한 독자적인 기

술력을 개발해 왔다. 피부에 가장 효과적인 형태로 효능을 전하는 것은 물론 편안한 제형, 자연의 향, 한국적 미학을 담은 디자인 등이 특징이다.

아모레퍼시픽 관계자는 “한울이 쌓아온 원료 기술과 한국 고유의 아름다움을 살린 브랜드 가치를 세계 시장에 알릴 수 있는 중요한 기회”라며 “합리적인 가격대에 확실한 효능을 기대하는 글로벌 고객에게 한국적인 원료와 미용법으로 차별화된 뷰티 솔루션을 제시할 것”이라고 말했다.

/이청하 기자