

약가제도 개편 비상대책위원회, 제약바이오기업 CEO 설문조사

“40%대 조정시 영업익 반토막… 산업경쟁력 악화 불 보듯”

59개 기업 年 매출손실 1.2조 추산
연구개발비 평균 25% 축소 전망
중견기업 등 9%대 인원감축 응답

정부가 추진하고 있는 약가인하 개편안으로 인해 국내 제약 기업들이 대규모 투자 축소와 경영 악화에 직면할 것이라는 우려가 산업계 전반에서 확산하고 있다. 특히 연구개발(R&D)과 설비투자 감소, 고용 감축이 현실화되면서 성장동력 약화가 불가피할 것으로 파악됐다.

29일 제약바이오산업 발전을 위한 약가제도 개편 비상대책위원회는 ‘제약바이오기업 CEO 대상 긴급 설문조사’ 결과를 발표했다. 이번 조사는 국내 제조시설을 갖춘 한국제약바이오협회 정회원사 184개사를 대상으로 진행됐고 59개사가 회신했다.

설문은 우선, ‘기등재 약제 중 이번에 우선적으로 조정되는 대상은 2012년 개편 이후 약가 조정 없이 최초 산정가 53.55% 수준에서 유지되고 있는 약제인데, 조정비율 53.55% → 40%대 변화시



한국제약바이오협회 전경.

귀사에 피해가 예상되는 품목수 및 피해액’을 조사했다.

조사 결과, 59개 기업의 연간 예상 매출손실액은 총 1조2144억원에 이를 것으로 추산된다. 기업당 평균 매출손실액은 233억원으로 예상된다.

기업 규모별로 살펴보면 중소기업의 매출 손실률이 10.5%로 가장 크다. 이어 중견기업 6.8%, 대형기업 4.5% 순으로 나타나 중소·중견기업일수록 타격이 클

것으로 분석됐다.

실제로 약가인하 예상 품목은 4866개로 이 중 중견기업 제품이 3653개(75.1%)로 가장 많다. 대형기업과 중소기업 제품은 각각 793개(16.3%), 420개(8.6%)다.

영업이익은 절반 이상 감소하면서 수익성 악화가 심화될 전망이다. 기업당 평균 영업이익 감소율은 51.8% 수준이다. 중견기업과 대형기업의 예상 영업이익 감소율이 각각 55.6%, 54.5%로 평균을 상회했다. 중소기업에서는 23.9%로 나타났다.

연구개발과 설비투자도 위축된다.

설문에서 연구개발비는 2024년 1조 6880억원에서 2026년 4270억원 줄어 평균 25.3% 축소될 것으로 관측됐다. 기업당 평균 축소액은 366억원이다. 축소율을 살펴보면 중견기업에서 26.5%를 기록했고 중소기업은 24.3%로 중견기업과 큰 격차를 보이지 않았다. 대형기업은 16.5%로 상대적으로 낮았다.

아울러 혁신형제약 인증기업과 미인증기업의 연구개발비 예상 축소율은 각

각 21.6%, 26.9%다. 이는 미인증 기업의 연구개발비 투자 위축이 인증기업에 비해 더 클 것으로 풀이된다.

설비투자는 더 큰 폭으로 감소한다. 설비투자는 2024년 6345억원에서 2026년 2030억원 줄어 평균 32.0% 감소할 것으로 조사됐다. 중소기업의 설비투자 축소율이 52.1%로 압도적으로 높았다. 중견기업과 대형기업에서는 각각 28.7%, 10.3%로 나타났다. 기업당 평균 축소액은 135억원이다.

고용 안정성에도 악영향을 미친다.

59개 기업의 종사자는 현재 3만9170명인데 응답한 기업은 약가개편안이 원안대로 진행될 경우 1691명을 감축할 것이라고 답했다. 종전 인원 대비 9.1%의 감축률이다. 감축 인원은 중견기업 1326명, 대형기업 285명, 중소기업 80명 순이다. 감축 인원수를 가장 크게 기록한 중견기업의 평균 인력 축소 비율은 12.3%로 중소기업 6%의 2배를 뛰어 넘었다. 대형기업은 6.9%로 집계됐다.

제네릭의약품 출시 계획 변경 등 사업차질도 현실화할 전망이다.

응답 기업의 74.6%(44개사)는 제네릭

의약품 출시를 전면 혹은 일부 취소하거나 출시 계획을 변경 혹은 보류하게 된다. ▲수익성·채산성 악화 ▲사업성 재검토 ▲개발비 회수 불가·경제성 미성립 ▲원가 상승 및 외부 환경 요인 등을 주요 이유로 꼽았다.

약가제도 개편 시 가장 우려되는 사항(1,2,3순위 등 복수응답)으로는 ‘채산성 저하에 따른 생산 중단’이다.

비대위는 “약가제도 개편안이 원안대로 시행될 경우, 설문 결과에서 드러나듯이 제약산업계는 연구개발과 설비투자 축소는 물론 고용 감축과 사업 차질 등 전방위적으로 직격탄을 맞게 돼 산업 경쟁력 악화를 피할 수 없다”면서 “약가 정책을 단순히 재정절감 수단으로만 활용해서는 안되는 이유”라고 말했다.

한편 이번설문에 응한 59개 기업은 연매출 1조원 이상 대형기업 7개사, 연매출 1조원 미만 1000억원 이상 중견기업 42개사, 연매출 1000억원 미만 중소기업 10개사다. 이 중 혁신형제약 인증 기업은 21곳(35.6%), 미인증 기업은 38곳(64.4%)으로 분류됐다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



BBQ가 중앙아시아 최대 경제국 카자흐스탄에 마스터프랜차이즈(MF, Master Franchise) 계약을 체결하고 있다. /제너시스BBQ

제너시스BBQ 그룹 카자흐스탄 MF 계약 체결

중앙아시아 외식시장 본격 공략

치킨 프랜차이즈 제너시스BBQ 그룹은 중앙아시아 최대 경제국 카자흐스탄에 마스터프랜차이즈(MF) 계약을 체결하며 글로벌 외식 시장 공략을 본격화한다고 29일 밝혔다.

카자흐스탄 마스터프랜차이즈를 체결한 레스토파크(Restopark KZLLP) 그룹은 카자흐스탄 알마티를 중심으로 외식·엔터테인먼트 사업을 운영하는 전문 기업으로, 미국·유럽·일본·러시아 등 다양한 국가의 요리를 선보이는 멀티 콘셉트 레스토랑을 운영하고 있다.

BBQ는 향후 아스타나와 알마티 등 주요 도시를 중심으로 플래그십 매장을 선보인 뒤, 현지 소비자 인지도와 브랜드 포지셔닝을 구축할 계획이다. 이후에는 BBQ QSR(Quick Service Restaurant) 타입 매장을 도입하고, 쇼핑몰과 핵심 소비 상권을 중심으로 출점을 확대해 가맹 사업을 전개할 계획이다.

또한 카자흐스탄 내 주요 도시에서의 플래그십 매장의 안정적인 운영을 기반으로, 우즈베키스탄·키르기스스탄 등 중앙아시아 인접 국가로의 사업 확대도 추진할 예정이다. /신원선 기자 tree6834@

셀트리온, 다중항체 항암 신약개발 속도

‘CT-P72/ABP-102’ FDA 1상 IND 승인
항암 신약 파이프라인 지속 확장 방침

셀트리온은 미국 식품의약국(FDA)로부터 항암 신약 ‘CT-P72/ABP-102’ 임상 1상시험계획서(IND)를 승인받았다고 29일 밝혔다.

CT-P72/ABP-102는 다중 항체 면역항암제다.

세포 성장과 분열에 관여하는 단백질인 인간 상피세포 성장인자 수용체2(HER2)와 면역세포 표면 단백질 CD3를 동시에 표적한다. HER2를 많이 발현하는 암세포에 선택적으로 작용하면서, HER2를 적게 발현하는 정상세포에서는 불필요한 반응을 최소화하도록 설계됐다.

또 중앙세포와 면세포를 연결해 암세포를 제거하는 기전을 갖췄다. 특히 면역세포인 T세포를 활성화하는 과정



셀트리온 사무동 전경. /셀트리온

에서 과도한 면역 반응을 억제해 사이토카인 방출증후군을 최소화하도록 조절됐다.

셀트리온은 이러한 구조적 특성을 바탕으로 전임상에서 ‘개별 내 최고 약물’ 가능성도 입증했다. 이번 IND 승인 이후 임상 준비 절차를 거쳐 오는 2026년

중 글로벌 임상 1상에 착수할 계획이다.

아울러 셀트리온은 항암 신약개발 파이프라인을 지속 확장할 방침이다. 항체·약물접합체(ADC) 신약 후보물질 ‘CT-P70’은 현재 임상 1상에 진입했고 지난 4일에는 미국 FDA에서 패스트트랙 지정도 확보했다. CT-P71, CT-P72, CT-P73 등 후속 ADC·다중항체 기반 파이프라인에 대해서도 패스트트랙을 순차적으로 신청할 계획이다.

셀트리온 관계자는 “CT-P72/ABP-102는 전임상 단계에서 항체 결합력 조절을 통해 치료지수 개선 가능성을 확인한 다중항체 항암 신약 후보물질”이라며 “이번 IND 승인을 바탕으로 다중항체 치료제 개발을 본격화하고 신약 파이프라인 확대에 박차를 가할 방침”이라고 말했다.

/이청하 기자

동국제약 ‘마데카 크림’ 신제품 출시

동국제약은 더마 화장품 브랜드 센텔리안24에서 신제품 ‘마데카 크림 에이징 포커스(사진)’를 출시한다고 29일 밝혔다.

이번 신제품은 항노화, 저속 노화, 피부 장수 등으로 점차 다양해지는 소비자 요구를 반영한 차세대 크림이다.

동국제약이 독자 구축한 센텔라아시 아티카 정량추출물(테카)을 더욱 정교하게 설계한 ‘표적·테카’ 성분을 5만 ppm 함유한다. 이마, 눈가, 팔자, 입가, 목 등 안면 노화 부위를 집중 관리할 수 있어 한층 탄력 있는 피부를 가꿔준다.

마데카 크림 에이징 포커스는 오는 1월 4일 CJ홈쇼핑에서 공개된 후 동국제약 공식몰 DK SHOP 등 다양한 온·오프라인 채널에서 만나볼 수 있다. /이청하 기자



CJ올리브영, 온·오프라인 AI 서비스 강화

‘스킨스캔’ 중심 옴니채널 전략 고도화

CJ올리브영이 온·오프라인 경험을 연결하는 ‘옴니채널’ 전략을 고도화하기 위해 스킨스캔을 중심으로 인공지능 뷰티 서비스를 본격화한다고 29일 밝혔다.

‘스킨스캔’은 올리브영 매장 내 체험형 뷰티 프로그램이다. 전문 기기로서 피부 유형, 색소 침착, 피지, 모공, 주름 등을 정밀 측정하면 인공지능 알고리즘이 피부 상태를 진단해 준다.

서울 강남·성수·홍대 등 수도권 핵심 상권을 포함해 60여 개 매장에서 이용할

수 있고 이달 중순 기준 누적 이용건수가 100만 건을 돌파했다.

올리브영은 이번에 업데이트를 진행해 오프라인 매장의 스킨스캔이 분석한 결과를 모바일 앱에서 확인할 수 있도록 개선했다. 개인 피부 상태에 적합한 추천 상품, 성분, 스킨케어법 등을 통합적으로 안내하는 데 중점을 둔다.

또 피부 그래프를 통해 정보를 직관적으로 제공하고 자신과 비슷한 연령대 고객의 피부 평균값과 비교하는 등 체계적인 관리 기능을 강화했다. 기기가 설치된 매장에서 주기적으로 피부

를 측정하고 변화를 추적하며 모바일에서는 지속적인 피부 관리를 제공한다는 방침이다.

올리브영은 오는 2026년까지 전국 스킨스캔 운영 매장을 100개 이상으로 늘릴 계획이다. 이와 함께 두피 진단 ‘스킨스캔 스칼프’, 피부 톤 진단 ‘퍼스널컬러’ 등의 뷰티 서비스도 확대한다.

올리브영 관계자는 “올리브영 매장만의 체험형 뷰티 케어가 온라인몰과 시너지를 내며 보다 차별화된 경험을 실현할 것으로 기대한다”며 “옴니채널은 물론, 온·오프라인이 유기적으로 이어지는 ‘유니파이드(Unified) 뷰티 커머스’를 구현할 계획”이라고 말했다.

/이청하 기자

한국P&G ‘오랄비’ 연말결산 세일

한국P&G 오랄비가 오는 31일까지 네이버 공식몰에서 ‘연말결산 세일’을 진행한다고 29일 밝혔다.

먼저 프리미엄 제품군 ‘iO10 코스믹 블랙’ 세트는 16%, ‘iO9 블랙 오닉스’ 세트는 23% 할인한다. 입문자용 ‘iO3 아이스블루’ 세트는 14%, ‘iO2 화이트’ 세트는 13%, ‘iO2 블랙’ 세트는 12% 할인 혜택이 제공된다.

또 어린이 제품 ‘바이탈리티 키즈 프리미엄 전동칫솔’ 스파이더맨과 프로즌 모델, 개인 취향과 구강 고민에 맞춰 선택할 수 있는 ‘iO 리필모 실속팩’ 2종 등도 할인된 가격으로 마련했다. /이청하 기자