

# ‘선택과 집중’ 나선 K-건기식 ODM, 글로벌 플랫폼 도약

콜마, 화장품 축소해 체질 개선 코스맥스, 시장별 전략 차별화 노바렉스, 오송2공장 생산 증설

국내 건강기능식품 연구·개발·생산(ODM) 기업들이 내수 경쟁을 넘어 글로벌 시장에서 경쟁하기 위한 성장 기반을 다진다. 콜마그룹은 건강기능식품 사업에 주력하기 위한 재정비에 돌입했으며 코스맥스, 노바렉스 등도 해외 시장 공략에 박차를 가한다.

3일 국내 유통 업계에 따르면, 콜마그룹 내 건강기능식품 연구·개발·생산(ODM) 기업 콜마비엔에이치가 사업 체질을 개선하고 있다. 화장품 부문은 축소하고 건강기능식품 부문을 강화한다.

콜마비엔에이치는 최근 화장품 제조 및 판매, 도소매 관련 계열사인 콜마스크, 에치엔지 등을 매각했다. 콜마비엔에이치는 건강기능식품을 중심으로 해외 ODM 수주 확대 등 중장기 성장 전략을 펼친다는 방침이다. 특히 해외 사업에서 경쟁력을 확보하고 있다.

콜마비엔에이치는 지난해 3분기에만 전년 동기 대비 3% 증가한 1518억원,



콜마비엔에이치 음성사업장과 노바렉스의 '오송2공장' 조감도.

영업이익은 139% 급증한 97억원을 올렸다. 이 중 건강기능식품 사업의 국내 매출은 전년 동기 대비 5.8% 감소한 데 비해 같은 기간 수출은 34% 커졌다.

콜마비엔에이치 측은 “국내 건강기능식품 시장 내 경쟁 심화로 내수는 부진했으나 비(非) 중국권 시장의 탄력적인 성장세와 주요 글로벌 거래선 확대가 매출 성장을 견인했다”고 설명했다.

아울러 콜마그룹은 그룹 핵심 성장 축인 화장품 사업은 한국콜마가, 건강기능식품은 콜마비엔에이치가 각각 전담함으로써 향후 그룹 전체의 사업 운영 효율성이 개선될 것으로 내다보고

있다.

코스맥스그룹 내 건강기능식품 연구·개발·생산(ODM) 회사 코스맥스엔비티는 한국, 중국, 미국, 호주 등 4개 국가에서 수출 기반을 다져왔다. 지난해 3분기까지 전체 실적의 65%를 해외에서 거뒀다.

다만 한국법인을 비롯해 호주법인, 미국법인 등이 모두 실적 부진을 겪어 지난해 3분기 누적 매출은 2135억원에 그쳤다. 전년 동기 대비 10% 감소한 것. 특히 지난해 3분기만 살펴보면, 역성장 폭은 더 크다. 3분기 매출만 657억원으로 전년 동기 대비 24% 줄었다.



/각사 제공

이에 비해 코스맥스그룹 내 또 다른 건강기능식품 사업 회사 코스맥스바이오만 중국 시장에서 성과를 거뒀다. 지난해 3분기에 전년 동기 대비 23% 늘어난 426억원의 매출을 올렸고, 이 중 중국 매출은 107% 커진 42억원이다.

코스맥스그룹 측은 “코스맥스바이오는 중국 현지 고객사와의 파트너십을 통해 생산 품목을 확대한 것이 주효했다”며 “각 시장 전략을 차별화해 K-건기식 입지와 ODM 산업 규모를 지속 늘려 나가겠다”고 말했다.

건강기능식품 ODM·OEM 전문기업 노바렉스도 글로벌 물량 확대에 선제적

으로 대비하며 국내 생산 시설을 확충한다.

노바렉스는 올해 오송2공장에서 생산 라인을 증설하고 오창1공장에서는 유산균 전용 설비를 재단장한다. 이를 위해 지난달 청주시와 ‘건강기능식품 생산시설 확충을 위한 투자협약’도 체결했다.

이번 오송2공장 증설과 오창공장 재단장으로 노바렉스는 8천억원~1조원으로 생산 능력을 확대하게 된다. 또 고부가가치 제형 기술력과 글로벌 수준의 품질관리 기준도 한층 높일 계획이다.

노바렉스는 지난해 역대 최대 실적을 기록했다. 2025년 연결기준 매출은 전년 대비 36% 늘어 4043억원, 영업이익은 86% 증가한 431억원이다. 이러한 호 실적에는 수출 확대가 뒷받침됐다. 지난해 3분기 기준 누적 수출액은 1227억원으로 전년 동기 대비 35% 늘었다.

노바렉스 측은 “글로벌 수요 흐름에 따라 일시적인 성과에 그치지 않고 중장기 성장 발판을 마련하기 위해 구조적인 변화를 단행하기로 했다”며 “청주 지역을 거점으로 생산 안정성과 유연성을 갖춘 핵심 기지를 마련할 것”이라고 말했다. /이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 장 오가노이드 치료 기술 유럽 특허 등록

오가노이드사이언스, 재생효과 더해 다양한 장 질환 적용해 활용가치 높아

오가노이드사이언스는 장 오가노이드 재생치료 핵심 기술이 유럽 특허청으로부터 특허 등록결정을 받았다고 3일 밝혔다. 장 오가노이드 치료제 개발 시 피해 가기 어려운 강력한 ‘원전특허’로, 한국, 미국, 일본에 글로벌 주요 국가에서 독점적 가치를 지닐 수 있을 전망이다.

회사측에 따르면 이번에 등록 결정된 기술은 염증을 억제하는 기존 생물학적 제제(TNF  $\alpha$  억제제)에 장 오가노이드를 함께 적용하는 치료 전략이다. 염증을 가라앉히는 약물 치료에 더해 손상된 장 조직을 실제로 회복시키는 ‘재생의 개념’을 더한 방식이다. 기존 치료가

염증 조절에 집중했다면, 이번 기술은 염증으로 인해 무너진 장 점막을 다시 건강한 상태로 되돌리는 데 초점을 둔다.

특히 주목할 점은 기존 약물 치료로 증상이 조절돼 관해(Remission) 상태에 도달했음에도, 장 점막의 깊은 궤양이나 손상이 회복되지 않아 재발 위험이 높았던 난치성 환자군에서 장 조직 재생 효과를 기대할 수 있다는 점이다. 이는 크론병과 궤양성 대장염 환자들이 장기적으로 겪어온 ‘증상은 조절되지만 장은 낫지 않는’ 한계를 넘어서는 새로운 치료 접근으로 평가된다.

이 기술은 크론병, 궤양성 대장염뿐 아니라 방사선 대장염, 허혈성 대장염 등 다양한 장 질환으로 확장 가능하다. 특정 제조 공정이나 세포 유래에 국한

되지 않는 폭넓은 장 오가노이드 개념을 포괄하고 있어 실제 의료현장에서의 활용가치가 매우 높을것으로 회사측은 기대하고 있다.

오가노이드사이언스관계자는 “기존 생물학적 제제 사용 시 오가노이드 치료제를 병행 투여했을 때 치료 효과가 극대화됨을 확인한 만큼 실제 의료 현장에서 두 약제의 병용 처방 가능성이 매우 높다”며 “이번 특허는 장 오가노이드 치료제 개발 시 피해 가기 어려운 강력한 ‘원전특허’로서의 가치를 지닐것”으로 내다봤다.

해당 특허는 유럽 통합특허(Unitary Patent) 제도를 통해 독일, 프랑스 등 유럽 주요 18개국에서 보호되며, 특허 존속기간은 2042년까지다.

/이세경 기자 seilee@

## 셀트리온, 바이오시밀러 유럽 점유율 확대

신규 제품 수주로 실적 기대감

셀트리온에서 판매 중인 자가면역질환, 암 질환 치료제들이 유럽에서 안정적인 처방세를 지속하고 있는 것으로 나타났다. 지난해 새로 출시된 고수의 신규 제품들의 수주 성과가 더해지며 실적 기대감도 높아지고 있다.

3일 의약품 시장조사기관인 아이큐비아(IQVIA)에 따르면, 셀트리온의 대표 자가면역질환 치료제인 램시마 제품군(IV-SC)은 2025년 3분기 기준 유럽에서 약 68%의 합산 점유율을 기록했다. 프랑스 81%, 영국 84%, 독일 74% 등 주요 5개국(EU5)에서 압도적인 점유율을 나타냈다.

특히, 세계 유일 인플릭시맵 피하주

사제형 치료제 ‘램시마SC’의 성장세가 돋보인다. 램시마SC는 유럽에서 직전 분기 대비 2%p 오른 26%의 점유율을 기록하며 성장세를 지속했다. 일부 유럽 국가에서는 출시된 인플릭시맵 제품 중 가장 많은 처방량을 기록했는데, 유럽 주요국에 속하는 독일(48%)을 비롯해 핀란드(58%), 불가리아(56%), 크로아티아(43%), 체코(42%) 등에서 점유율 1위를 유지하고 있다.

자가면역질환 치료제인 ‘유플라이마’도 같은 기간 유럽에서 24%의 점유율을 기록해 처방 1위 자리를 유지하고 있다. 총 9개 아달리루맵 제품이 출시된 치열한 경쟁 구도 속에서, 유플라이마는 이탈리아 53%, 영국 42% 등 유럽 주요국에서 두드러진 성과를 보였다. /이세경 기자

## SK케미칼, 경남제약과 비염 치료제 판매

약국 유통·영업 강화

SK케미칼이 일반의약품(OTC) 사업 영역에서 타 제약사와 협업을 통해 약국 영업력을 강화한다.

SK케미칼은 경남제약과 알레르기 비염 치료제 ‘노즈알엔질캡슐(사진)’에 대한 공동 판매 계약을 체결했다고 3일 밝혔다.

이번 계약에 따라 경남제약은 기존 SK케미칼이 의약품 주문 플랫폼을 통해 유통하던 노즈알에 대한 약국 대상 영업·마케팅을 담당하게 됐다.

경남제약은 전국 11개 지점으로 구성



/이세경 기자

## “올 명절에도 정관장” 설 건강 선물 제안

정관장은 ‘올 설에도 정관장으로 말해요’ 캠페인을 통해 힘차게 도약하는 붉은 말의 기운에 정관장의 건강한 에너지를 더하며 설 건강 선물 수요 공략에 나섰다.

정관장은 홍삼정, 에브리타인, 홍삼톤, 천녹, 화애락, 다보록 등 대표 제품군을 중심으로 다양한 혜택을 제공 중이다. 매년 설 선물로 꾸준히 선택받아 온 스테디셀러부터 프리미엄 라인까지 폭넓은 구성을 통해 선물 받는 이의 연령과 라이프스타일에 맞춘 선택이 가능하도록 했다.

/신원선 기자

## 맥도날드, 봄시즌 한정 ‘해피 스낵’ 선보

창녕 갈릭 비프 스낵랩 등 6가지 메뉴

한국맥도날드가 대표 가성비 메뉴 ‘해피 스낵’ 신규 라인업을 3일 공개했다.

봄 시즌 한정인 이번 라인업에는 ▲창녕 갈릭 비프 스낵랩 ▲한입 초코 추러스 3조각 ▲맥너겟 4조각 ▲바닐라셰이크 ▲아이스 드립 커피(M) ▲아이스 드립 커피(L) 등 6가지 메뉴가 포함됐다.

‘창녕 갈릭 비프 스낵랩’은 한국맥도날드의 대표적 로컬 소싱 프로젝트 ‘한국의 맛(Taste of Korea)’의 확대 시행에 따른 신메뉴다. 출시 때마다 큰 인기를 끌었던 ‘창녕 갈릭 버거’를 스낵랩으로 재해석했으며, 창녕 마늘의 깊은 풍



한국맥도날드가 대표 가성비 메뉴 ‘해피 스낵’ 신규 라인업을 3일 공개했다. /한국맥도날드

미를 담은 갈릭 아이올리 소스와 100% 순쇠고기 패티의 조화를 살려 기존 버거의 감칠맛은 살리면서도 더욱 간편하게 즐길 수 있도록 했다.

한입 초코 추러스도 다시 돌아온다. 한 입 크기의 바삭한 추러스 속에 진한 초코 필링이 가득 들어 있는 것이 특징이다. /신원선 기자 tree6834@