

K-제약 ‘선택과 집중’ 전략… 신약개발 자회사 역할 커져

한국콜마 ‘HK이노엔’
케이캡 전문의약품 사업 견인

제일약품 ‘온코닉테라퓨틱스’
자큐보 매출·기술이전 수익 주요

일동제약 영업익 195억, 49% ↑
유노비아 출범 기점 효율화 효과

유한양행·종근당 지속가능 전략

혁신 신약개발을 위해 설립한 자회사들이 제몹을 톡톡히 하고 있다. 국내 중 대형 제약사들이 기존 사업을 유지하는 가운데 자체 신약 확보로 수익성을 개선하고 연구개발 사업을 확보하는 통로로서 전문 자회사들의 역할이 커지고 있다.

12일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 한국콜마 제약사업 자회사 HK이노엔은 역대 최대 실적을 내며 연간 매출 1조 원대, 영업이익 1000억 원대에 진입했다.

HK이노엔의 2025년 매출은 전년 대비 19% 증가해 1조632억 원이다. 같은 기간 영업이익은 전년 대비 16% 늘어 1109억 원이다. 이번 호실적은 국산 신약 케이캡, 주력 품목 수액제, 코프로모션



/유투이미지

항암제 등 전문의약품 사업 전반에서의 판매 호조 성과다.

특히 ‘케이캡’은 HK이노엔의 전문의약품 사업 전반을 견인해 해당 비중은 20%에 달한다. 위식도역류질환 치료제로 지난해 국내 소화성궤양용제 시장에서 2179억 원 규모의 처방 실적을 올렸고, 앞서 2023년 1582억 원, 2024년 1969억 원 등으로 매년 성장세를 기록해 왔다.

제일약품의 연구개발 자회사 온코닉테라퓨틱스도 고성장 구조를 고도화하고 있다.

온코닉테라퓨틱스는 2025년 실적으

로 매출 534억 원과 영업이익 126억 원을 기록했다. 매출은 전년 대비 260% 급증했고 영업이익은 전년 영업손실 48억 원에서 흑자전환했다.

이러한 실적 성장에는 자체 개발한 위식도역류질환 치료제 ‘자큐보’의 판매 매출과 기술이전 마일스톤 수익이 주요했다.

무엇보다 온코닉테라퓨틱스는 자큐보 매출을 캐시카우로 R&D 재투자 구조를 확립한다는 방침이다. 올해는 자큐보 구강붕해정(ODT) 제형이 발매되고 적응증에는 위궤양 적응증이 추가되면

서 자큐보 수익성은 지속 커질 것으로 기대하고 있다.

온코닉테라퓨틱스 측은 “자큐보는 올해 국내 매출만 연간 1000억 원 이상으로 성장할 것으로 전망된다”며 “이를 기반으로 후속 항암제인 네수파립 임상개발에서 성과를 내기 위해 집중하고 있다”고 밝혔다.

일동제약도 연구개발 구조 재편으로 수익성 개선을 이뤄냈다.

일동제약은 2025년 연결기준 매출은 5669억 원으로 전년 대비 8% 감소했다. 다만 영업이익은 195억 원으로 49% 급증했다. 같은 기간 당기순이익은 237억 원으로 전년 당기순손실 124억 원에서 흑자로 돌아섰다. 수익성 중심의 경영으로 흑자 기조를 유지한 것이다.

일동제약은 2023년 연구개발 자회사 유노비아 출범 등을 기점으로 경영 전반에서 효율화 효과가 나타나고 있다는 분석을 내놨다. 또 올해는 연구개발 회사와의 협력 체제를 극대화해한다는 방침이다.

특히 올해부터는 이재준 신임 대표는 기존 윤웅섭 대표와 일동제약을 함께 이끌게 됐다.

유노비아의 경우, 대원제약과 칼륨경쟁적위산분비억제제(P-CAB) 계열 소화성궤양치료제 ‘파도프라잔’을 공동 개발하고 있고, 비만·당뇨를 겨냥한 글루카곤 유사펩타이드-1(GLP-1) 수용체 작용제 ‘ID110521156’ 등을 확보한 상황이다.

전통 대형 제약사인 유한양행, 종근당 등도 지속 가능한 연구개발 전략을 수립했다.

유한양행은 ‘NewCo 설립 모델’을 전략적으로 검토하고 있다. 비항암 분야에서 알려지, MASH, 만성신장질환 치료제 등을 핵심 과제로 도출할 계획이며 특정 파이프라인에 최적화된 독립법인을 통해 외부 투자를 유치한다는 복안이다. 종근당은 앞서 지난해 10월 근당은 신약개발 전문 자회사 ‘아젤라’를 신설했다. 신규 파이프라인 발굴, 임상 진행, 기술수출 및 상용화 등을 맡는다.

한 제약 업계 관계자는 “연구개발 투자는 지속되어야 함과 동시에 그 리스크까지 공존하는 것은 불가피하기 때문에 신약개발과 수익성이라는 두 마리 토끼를 다 잡기 위한 사업 효율성 강화 방안이 중요하다고 볼 수 있다”고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

삼성바이오에피스 ‘오푸비즈’ 특허분쟁 해소

〈아일리아 바이오시밀러〉

美 합의·라이선스 계약 체결

삼성바이오에피스가 아일리아 바이오시밀러와 관련한 특허 분쟁을 마무리했다.

삼성바이오에피스는 안과질환 치료제 ‘오푸비즈’(아일리아 바이오시밀러) 관련 오리지널 의약품 회사 리제네론, 바이엘과 2mg 제형에 대한 미국 합의 및 라이선스 계약을 체결했다고 12일 밝혔다.

이번 합의에 따라 삼성바이오에피스

는 내년 1월 중 미국에서 오푸비즈를 출시할 수 있게 됐다. 앞서 지난 1월 유럽 등에 이어 아일리아 바이오시밀러에 대한 글로벌 특허 합의를 마친데 이어 미국 계약 체결로 오푸비즈에 대한 모든 글로벌 특허 문제를 해소했다.

오푸비즈는 지난 2024년 미국 식품의약국(FDA)으로부터 허가를 받았으며, 한국에서는 ‘아필리부’라는 제품명으로 허가 받아 지난 2024년 5월 출시한 제품이다.

오푸비즈의 오리지널 의약품인 아일리아는 습성 연령 관련 황반변성 등의 안과질환 치료제다. 지난 2024년 글로벌 매출의 경우 약 14조 원이며 미국 매출은 약 9조 원에 달한다.

삼성바이오에피스의 커머셜본부장 린다 최 부사장은 “이번 합의로 전 세계 아일리아 바이오시밀러 2mg 제형 관련 특허 분쟁이 모두 해소됐다”며 “당사 제품 출시를 위한 기반이 마련됐다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@m

LG생활건강 더마 브랜드 ‘CNP’ 美 ‘얼타 뷰티’ 입점

LG생활건강은 미국 대형 화장품 유통사 ‘얼타 뷰티’ 온·오프라인 매장에 더마 화장품 브랜드 ‘CNP’가 입점했다고 12일 밝혔다.

지난 1일부터 미국 얼타뷰티에서 CNP 대표 제품군인 ‘프로폴리스’, ‘더마앤서’ 등을 공개했다. 우선 온라인에서 ‘CNP 더마앤서 액티브 부스트 앰플’, ‘CNP 더마앤서 베리어 리셋 크림’ 등을 선보여 기초 스킨케어 포트폴리오를 강화했다.

아울러 온라인 입점 제품 중 ‘CNP 프로폴리스 립세린’ 6종은 얼타 뷰티 1400여 개 오프라인 매장에서 판매된다. 프로폴리스 립세린은 2024년 5월부터 북미 최대 온라인 쇼핑몰 아마존을 통해 소비자 접점을 확보해 왔다.

LG생활건강은 ‘고성장 지역 집중 육성’ 전략을 본격화한다는 방침이다. 디지털 채널 성과를 기반으로 오프라인으로 진출해 북미 전역을 공략한다. /이청하 기자

아모레퍼시픽, ‘지큐 볼 쇼’ 공식 스폰서 참여

글로벌 K뷰티 정체성 확장

아모레퍼시픽은 지난 6일(현지 시간) 미국 샌프란시스코에 위치한 리전 오브 아너 박물관에서 열린 ‘지큐 볼 톰브라운 2026 가을 컬렉션 쇼’에 헤라가 공식 메이크업 스폰서로 참여했다고 12일 밝혔다.

지큐 볼은 세계적인 패션 잡지 지큐(GQ)가 미국 프로 미식축구 챔피언 결승전(슈퍼 볼 LX) 주간에 개최한 대규모 행사다. 특히 미국 패션을 대표하는 브랜드 톰브라운이 단테의 ‘신곡’에서 영감을 받아 패션·스포츠·예술을 결합한 연극적 무대를 선보였다.

이번 쇼의 메이크업 감독은 글로벌 패션계에서 오랜 기간 활동해온 메이크업 아티스트 아론 드 메이가 맡았다.

아론 드 메이는 로댕 조각상을 구현한 메이크업으로 조각상이 살아 움직이는 듯한 신비로운 뷰티 룩을 표현했고 이를 위해 헤라 제품을 핵심 도구로 활용했다.



‘지큐 볼 톰브라운 2026 가을 컬렉션 쇼’에서 모델이 헤라 블랙 쿠션 파운데이션으로 무대를 준비하고 있다. /아모레퍼시픽

헤라 대표 제품인 ‘블랙 쿠션 파운데이션’으로 조각상을 연상시키는 무결점의 매끄러운 블러 세틴 스킨을 연출했다.

이와 함께 핵심 메이크업 ‘브론즈 글리터 립’은 입술 위에 브론즈 글리터를 얹은 후 ‘센슈얼 누드 글로스’를 더해 입체적인 광택감을 갖춘 살아있는 하이패션 룩을 보여줬다. /이청하 기자

동아제약, 배민B마트에 ‘셀파렉스’ 입점

멀티비타민 등 대표제품 4종 선봬
1개월 분량… 5000원 균일가 적용

동아제약은 배달의민족 퀵커머스 서비스 배민B마트에 건강기능식품 브랜드 ‘셀파렉스’가 신규 입점한다고 12일 밝혔다. 브랜드 대표 제품 멀티비타민, 프로바이오틱스, 루테인지아잔틴, 초임계 알티지 오메가3 등 총 4종이 선보여진다.

배민B마트는 주문 후 짧은 시간 내 배송 가능한 서비스를 갖춰, 해당 제품에 대한 접근성을 높일 것으로 기대된다. 특히 식사 후나 야근 중 갑자기 건강 관리가 필요하다고 느껴지는 순간에 빠르게 제공할 수 있어 건강 관리의 진입 장벽을 낮춘다.

이번 셀파렉스 4종은 주요 건강 고민 별로 구성됐다. 멀티비타민은 기초 영양 보충을, 프로바이오틱스는 장 건강 관리를, 루테인지아잔틴은 눈 건강을, 초임계 알티지 오메가3는 혈행 및 건강 관리에 도움을 준다. 각 제품은 1개월 섭취 분량으로 전 품목 5000원 균일가가 적용된다.

동아제약 관계자는 “미리 구매해 두는 제품으로 인식돼 온 건강기능식품을 필요할 때 바로 구매하고 빠르게 받아볼 수 있는 ‘즉시형 헬스케어 제품’으로 확장했다”며 “앞으로도 생활 밀착형 플랫폼과 협업해 헬스케어 경험을 보다 편리하고 친숙하게 만들어 나갈 계획”이라고 말했다. /이청하 기자

매일유업 ‘셀렉스’, 中 최대 헬스 플랫폼 진출

‘징동헬스’에 단독 브랜드관 공식입점

매일유업의 성인영양식 브랜드 ‘셀렉스’가 중국 최대 온라인 헬스케어 플랫폼인 ‘징동헬스’에 단독 브랜드관으로 공식 입점해 본격적인 판매를 시작한다.

매일유업은 최근 뉴트리션 사업의 글로벌 도약과 경쟁력 강화를 위해 자회사인 매일헬스뉴트리션을 흡수합병하기로 결정한 데 이어 그 첫 단계로 징동헬스 글로벌 직구 판매에 나섰다. 통합된 역량을 바탕으로 ‘셀렉스’ 브랜드의 해외 진출에 속도를 낸다는 방침이다.

‘셀렉스’는 2018년 매일사코페니아연구소의 연구 결과를 바탕으로 ‘과학에 근거한 고객맞춤형 평생 건강관리’를 목표로 출범해 국내 성인영양식 시장을 개척해왔다. 앞으로는 이번 징동헬스 공식

입점을 통한 직구 판매로 중국 소비자들도 셀렉스만의 차별화된 제품들을 직접 만나볼 수 있게 되었다.

이번에 징동헬스에 론칭한 주력 판매상품은 단백질에 특화된 셀렉스 제품 4종이다. 대표 제품인 ‘셀렉스 프로틴 락토프리 플러스(용량 608g·사진)’는 국내 최초로 식품의약품안전처의 개별인정을 받은 근력 단백질(저분자유청단백가수분해물)을 함유해 근력 건강 관리에 도움을 주며, 유당을 제거해 평소 유제품을 먹기 불편한 사람들도 편안하게 섭취할 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@