

# 특신 다음은 스킨부스터... 제약바이오, 에스테틱시장 공략

동국제약, '인힐로+' 판권 계약 휴젤 필러 사업, 작년 호실적 견인 제테마, 필리핀서 260억 MOU

국내 제약·바이오 업계가 포스트 특신 시대를 이끌 차세대 먹거리로 '스킨부스터'를 낙점한 모습이다. 기존 포트폴리오에 스킨부스터 신제품을 도입하거나 해외 공략에 박차를 가하는 등 K 에스테틱 경쟁력이 강화되고 있다.

9일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 동국제약은 헬스케어 사업을 고도화하며 더마 화장품에서 미용의료 영역으로 입지를 지속 확장한다.

동국제약은 최근 비에스팜코리아와 4등급 의료기기 '인힐로 플러스'에 대한 판권 계약을 체결했다.

인힐로 플러스는 이중 히알루론산을 갖춘 스킨부스터 제품이다. 2ml 용량의 주사기 형태로 설계됐고 저분자 및 고분자 히알루론산을 함유한다. 이중 히알루론산 성분이 피부에 수분을 공급하고 섬유아세포를 자극하는 기전을 갖춰 세포외기질(ECM) 환경을 개선해 준다.



'인힐로 플러스'

/동국제약

동국제약은 이번 인힐로 플러스 계약 체결로 국내 미용의료 시장 공략을 본격화한다는 방침이다. 최근 들어 에스테틱 전문성에 중점을 두며 추진한 제품군 확대 전략의 일환이다.

실제로 지난해 하반기 선보인 신제품 스킨부스터 마데키엘의 경우, 동국제약이 독자 구축한 센텔라아시아티카 정량추출물과 고순도 키토산 기반 이중 제형(리퀴드 투 젤) 기술을 결합해 차별화를 이뤘던 제품이다. 히알루론산 필러 제품으로는 기존 벨라스트에 이어 신제품 케이블린을 출시하기도 했다.

동국제약은 이처럼 종합 에스테틱 포트폴리오를 구축하고 있는 가운데, 안정적인 성장세까지 기록하고 있다. 2017~2024년 동국제약의 헬스케어 사업 연평균 성장률은 약 19% 수준이다. 2024년에는 전년 대비 17.4% 증가하며 역대 최대 실적을 올렸다.

동국제약 관계자는 "인힐로 플러스는 히알루론산 기반 인젝터블 스킨부스터 제품인 만큼 앞으로도 제품 라인업을 확충하고 공급망 확보, 수익성 개선 등에 힘쓸 계획"이라고 말했다.

국내 미용의료 시장에서 보툴리눔 특신으로 강점을 보여 온 기업들도 스

킨부스터 등으로 후속 성장동력을 마련하고 있다.

휴젤은 필러 및 스킨부스터 부문에서 '바이리즌' 제품군 등을 보유하고 있다. 바이리즌 스킨부스터 히알루론산은 고순도 히알루론산을 처방해 피부 보습, 재생, 잔주름 개선 등 전반적인 피부 질 향상에 도움을 줄 수 있는 제품이다. 가교된 히알루론산을 활용해 유지 기간이 비교적 길고, 물성이 부드러운 것이 특징이다.

아울러 휴젤의 필러 및 스킨부스터 사업은 지난해 전체 호실적에 기여하며 성장세를 보인 것으로 집계됐다. 지난해 필러 및 스킨부스터 연간 매출은 1297억원으로 전년 대비 1.7% 늘었다.

이밖에 기존 주력 사업인 특신 연간 매출은 2338억원으로 전년 대비 15% 늘었다. 전체 연간 매출은 4251억원, 영업이익은 2016억원, 순이익은 1440억원 등으로 역대 최대 실적이다. 휴젤 측은 "보툴리눔 특신 '보툴렉스', 히알루론산 필러 '더채움' 및 '바이리즌' 등의 판매가 선전하고 있다"고 덧붙였다.

메디톡스도 스킨부스터 제품을 내놓으며 시장 공략에 나선 상황이다. 특히

올해부터 히알루론산 필러 '뉴라미스', '뉴라미스 하트', '뉴라미스 스킨인핸서' 등의 브랜드 마케팅을 공격적으로 펼칠 계획이다. 해당 제품들은 메디톡스가 지난해 선보인 신제품들이다.

해외 시장 진출도 공격적으로 이어진다. 글로벌 에스테틱 기업 제테마는 최근 필리핀 최대 에스테틱 전문 유통사인 '이노메디스'와 사업 포트폴리오 확대 및 전략적 파트너십 강화를 위한 양해각서를 체결했다.

이는 약 260억 원 규모의 협력으로 제테마는 이번 협약을 통해 필리핀 내 독점적 유통권을 부여하는 우선적 협상 품목을 대폭 늘렸다. 이달 중 완료 예정인 필리핀 내 필러 제품 허가 시점에 맞춰 특신과 스킨부스터를 동시 투입함으로써, 필리핀 메디컬 에스테틱 시장 전반을 공략한다.

제테마 측은 "필리핀을 발판으로 동남아시아 전역에 K에스테틱을 알려 실질적인 매출 성장을 이뤄내기 위한 계획을 추진 중"이라고 밝혔다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

## K-헤어케어 선보인다... 케라시스 美 진출

애경산업, 온·오프라인 월마트 입점 글로벌 다변화 전략으로 카테고리 확장

애경산업은 프리미엄 헤어케어 브랜드 '케라시스'가 지난 2일 미국 최대 유통 매장 '월마트'에 입점했다고 9일 밝혔다. 미국 35개 지역에 위치한 월마트 390여 곳 오프라인 매장과 온라인에서 선보여지게 됐다.

애경산업은 '케라시스 프로폴리스 헤어본딩' 3종을 출시한다. 이 제품군은 탈색, 펌, 고데기 사용 등 열로 인해 손상된 푸석하고 건조한 모발을 관리해 준다. 손상 모발 전문 기능과 향을 중요시하는 현지 소비자의 선호도를 반영했다.

우선 '프로리페어 샴푸'는 풍성한 거



'케라시스 프로폴리스 헤어본딩' /애경산업

품으로 세정력을 구현하면서 밀착감 있는 제형이 모발에 영양을 공급한다. '프로리페어 트리트먼트 컨디셔너'는 벗어난 큐티클 틈 사이에 작용해 모발을 매끄럽고 부드럽게 해 준다. '프로리페어 리브인 트리트먼트 스프레이'는 미세한

앰플 입자를 처방한 제품으로 행금 없이 끈적이지 않는 것이 특징이다.

애경산업은 올해 들어 미국 월마트에서 퍼스널센트 바디케어 브랜드 '탑센트'와 토털 바디케어 브랜드 '사워메이트'도 공개했다. 케라시스를 추가로 내놓으며 K뷰티 카테고리를 확장해 북미 시장 공략을 본격화한다는 방침이다.

애경산업 관계자는 "이번 월마트 입점을 시작으로 미국 내 유통 채널을 지속적으로 확대하기 위한 다양한 영업 및 마케팅 활동을 전개해 나갈 예정"이라며 "바디케어에 이은 헤어케어의 카테고리 확장을 통해 글로벌 시장 다변화 전략을 꾸준히 추진하겠다"고 말했다.

/이청하 기자

## 셀트리온 램시마, 亞 주요국 점유율 1위

공급 안정성 앞세워 낙찰률 높여

셀트리온이 아시아 지역에서도 직판 체계를 발판 삼아 주요 바이오시밀러 제품의 처방을 확대하고 있다.

셀트리온은 말레이시아, 싱가포르, 태국, 홍콩 등 아시아 주요국에서 견조한 처방세를 이어가고 있다고 9일 밝혔다.

우선, 대표 제품인 '램시마(사진)'는 아시아 시장에서 압도적인 점유율을 나타냈다. 의약품 시장조사기관인 아이큐비아(IQVIA)에 따르면 2025년 3분기 기준 램시마는 싱가포르 93%, 홍콩 77%, 태국 73%, 말레이시아 65%의 점유율을 기록하며 처방 1위를 유지하고 있다.

셀트리온 현지 법인은 입찰 중심인 아시아 시장에서 공급 안정성을 앞세워 낙찰 성공율을 확대하고, 입찰 수주 이후에도 착실히 납기에 맞춰 계약 물량

을 인도하면 서 신뢰를 쌓아왔다.

또다른 자 가면역질환 치료제인 '유프라이마'도 램시마의 성

과를 기반으로 아시아 시장에서 성장 모멘텀을 확대하고 있다. 싱가포르에서는 유프라이마가 오리지널 제품을 제치고 점유율 2위 자리에 오르는 등 처방 성장세가 지속되고 있다.

셀트리온 싱가포르 법인은 유프라이마 40mg에 이어 20mg 용량을 추가로 출시해 올해 예정된 아달리무맙 입찰에서 경쟁 우위를 확보하고 점유율 확대를 가속화한다는 계획이다.

/이세경 기자 seilee@



## 대웅제약, UDCA '코로나 후유증' 개선 연구

감염 6개월내 증상 개선 신호 보여

대웅제약은 우루사의 주성분인 UDCA(우르소데옥시콜산)가 코로나19 후유증 환자 중 감염 후 2~6개월 이내 환자군에서 증상 개선 신호를 보였다고 9일 밝혔다.

이번 연구는 코로나19 후유증 환자에서 UDCA의 치료 가능성을 임상 현장에서 살펴본 국내 연구다.

해당 연구 결과, 코로나19 감염 후 2~6개월 이내 환자군에서 UDCA 투여군의 증상 개선 비율은 81.6%로, 위약군 57.1%보다 유의하게 높게 나타났다. 이를 단순 비율로 비교하면, 위약군 대비 약 43% 높은 수준이다. 반면, 감염 후 6개월 이상 경과한 환자군에서는 이러한 개선 신호가 관찰되지 않았다.

이는 코로나19 후유증 치료에서 치료 시점에 따른 접근 전략의 중요성을 시사하는 결과로, 감염 이후 비교적 이른 시기의 환자군에서 약물 개입의 가능성을 탐색적으로 보여준다는 점에서 의미가 있다.

또 연구진은 추가적인 면역 분석도 함께 진행했다. 증상이 호전된 환자군에서는 염증과 관련된 지표들이 감소하는 경향을 보였으며, 이 변화는 감염 후 2~6개월 이내 환자군에서 더욱 뚜렷하게 나타났다.

이창재 대웅제약 대표는 "이번 연구를 계기로 UDCA의 작용 기전과 최적 치료 타이밍을 보다 정교하게 확인하는 심화 분석과 후속 연구를 지속해 나갈 것"이라고 말했다.

/이청하 기자

## 롯데바이오로직스 美 '디캣 위크' 참가

롯데바이오로직스는 오는 23~26일 미국 뉴욕에서 열리는 글로벌 제약·바이오 산업 비즈니스 행사인 '디캣 위크(DCAT Week) 2026'에 참가한다고 9일 밝혔다.

디캣 위크는 매년 뉴욕에서 개최되는 제약·바이오 산업 분야의 대표적인 국제 교류 행사로 글로벌 제약사와 CDMO(위탁개발·생산기업) 등 관련 기업들이 대거 참여해 협력 기회를 모색하는 자리다.

롯데바이오로직스는 디캣 위크가 열리는 롯데뉴욕팰리스(Lotte New York Palace) 호텔 내에 별도의 미팅룸을 운영하고, 북미 시장을 포함한 글로벌 CDMO 사업 협력의 기회를 적극 모색할 전망이다.

/이세경 기자

## 메주, 초격차 기술 앞세워 코스닥 출격

단일 장비로 다중 생체 신호 측정

디지털 헬스케어 기업 메주가 단일 장비로 다수의 생체 신호를 잡는 초격차 기술을 앞세워 코스닥 시장에 출격한다. 메주는 2025년 6월 기준, 국내 상급종합병원에서 53%의 점유율을 기록하며 경쟁력을 입증해 왔다. 이번 상장으로 연간 1조8000억원으로 추산되는 국내 입원 환자 모니터링 시장에서 퍼스트 무버로 올라서겠다는 포부다.

9일 메주는 여의도에 위치한 콘래드 호텔에서 기자간담회를 열고 코스닥 상장을 통한 향후 성장 전략과 미래 계획을 발표했다.

메주가 개발한 '하이카디'는 이동형 원격 환자 모니터링 의료기기다. 메주는 생체신호 측정·처리·분석 관련 핵심 기술을 보유하고 있고 제품 설계, 생산 등도 내부에서 직접 운영한다.

메주 코스닥 상장 시점은 이달 26일로 예정됐다. 이번 상장을 통해 신주 134만5000주를 공모한다. 1주당 희망 공모가는 1만6700원~2만1600원으로 총 공모 예정 금액은 약 225억원~291억원 수준이다.

메주는 공모 자금을 북미·유럽 등 해외 선진시장 진출을 위한 한 유통망 구축, 현지 영업·마케팅 등 운영 자금으로 활용할 예정이다.

/이청하 기자