

‘고난의 시기’ 지나는 바이오·제약 공동연구·AI 인프라로 한계 넘어야

‘BIX 2026’ 개막

35개 국가, 300여개 기업 집결
AI 자금 집중… 바이오 투자 위축
산업부, 기술 공유·정책 지원 제시
캐나다, 국가 간 연대 중요성 알려
AI 인프라로 속도·효율 확보해야

국내 최대 바이오 컨벤션 ‘바이오플러스-인터팩스 코리아 2026(BIX 2026)’이 28일 서울 코엑스에서 막을 올렸다. 한국 바이오협회가 주최하고 산업통상부가 후원하는 이번 행사는 ‘바이오 암흑기를 밝힐 진짜 혁신’을 주제로 오는 30일까지 열린다. 전 세계 35개 국가에서 방한한 300여개 기업과 1만여 명의 업계 관계자가 집결해 고금리, 투자 위축 등을 직면한 글로벌 바이오 산업이 고난의 시기를 극복하기 위한 원천 기술(R&D)과 자본 전략(M&A)을 집중 논의한다.

28일 개막식에는 고한승 한국바이오협회장, 산업통상부 이민우 산업성장실장, 주빈국인 캐나다 혁신과학경제개발부(ISIED) 필립 제닝스 차관을 비롯해 주한캐나다 대사, 주한리투아니아 대사 등 국내외 인사가 참석해 바이오 생태계의 선순환을 다짐했다.

◆“죽음의 계곡, 홀로는 못 건넌다”

고한승 회장은 개막사에서 “최근 인공지능(AI) 분야로 대규모 자금과 관심이 집중되면서 바이오 산업은 긴 연구개발 기간과 투자 위축이라는 힘든 여건을 지니고 있다”며 “그럼에도 제약과 바이오는 사람 질병을 치료하고 삶을 변화시키는 본질적인 산업인 만큼 공동연구, 사업화, 글로벌 시장 진출이라는 결실이 이어져야 한다”고 강조했다.

정부 역시 바이오 산업에 대한 파격적인 지원을 약속했다. 산업통상부 이민우 산업성장실장은 축사를 통해 “바이오 산업은 막대한 비용과 긴 임상 기간, 까다로운 인허가를 견뎌야 하는 혹독한 데스 벨



28일 서울 코엑스에서 열린 ‘바이오플러스-인터팩스 코리아 2026 (BIX 2026)’ 개막식에서 고한승 한국바이오협회장이 축사를 하고 있다. /한국바이오협회

리’를 거쳐야 한다”며 “이 죽음의 계곡을 건너려면 기술 공유와 연대가 필수적”이라고 강조했다.

이 실장은 정부의 3대 핵심 정책 방향으로 ▲바이오 제조공정 자동화 및 공공 위탁개발생산(CDMO)의 인공지능 전환 ▲2033년까지 4000억원을 투입하는 바이오 소재·부품·장비 공급망 안정화 ▲국민 성장펀드 및 벤처캐피탈 매칭을 통한 바이오 투자 생태계 조성 등을 제시했다.

주빈국으로 참가한 캐나다는 국가 간 연대의 중요성을 알렸다. 필립 제닝스 차관은 “지정학적 불확실성이 커지는 상황에서 자국 우선주의 벽을 쌓는 본능을 배척해야 한다”며 “양국 간 250억 달러에 달하는 교역 성과를 바탕으로 AI 기반 바이오 제조·mRNA·세포치료제 등 핵심 분야에서 중견국 간 협력을 확대해 시너지를 창출해야 한다”고 말했다.

◆“원천기술이 재생의학의 미래 견인”

개막과 함께 이어진 기조세션은 줄기세포와 인공지능이 이끄는 난치성 신경질환 치료를 다뤘다. 미국 비영리 줄기세포 연구기관 뉴럴 스템 셀 인스티튜트 공동 설립자이자 미국 소재 바이오 신약개발 기업 특사 바이오테크놀로지 최고경영책임자(CSO) 샬리 템플 박사가 연사로 나섰다.

샬리 템플 박사는 환자 유래 줄기세포로 제작한 3D ‘뇌 오가노이드’를 활용해

전측두엽 치매의 초기 진행 메커니즘을 규명한 연구 내용을 공유했다.

다양한 산업계 전반을 아우르는 최근 화두인 인공지능에 대한 제안도 나왔다. 특히 패널들은 글로벌 빅파마에 비해 규모의 한계를 지닌 한국과 캐나다의 바이오텍이 생존하기 위해서는 AI 인프라 도입을 통한 ‘속도와 효율성’ 개선이 필수적이라고 입을 모았다. 크리스 리 바이오박스 대표는 “글로벌 제약사로의 인재 노출, 지식재산권 유출을 막고 자체 파이프라인 경쟁력을 키우려면 연구원들의 독자적 노하우와 데이터를 보호하는 ‘모델 중립적’ AI 시스템이 구축돼야 한다”고 밝혔다.

크리스 리 대표는 “AI는 코인을 넣으면 약이 튀어나오는 마법 상자가 아니라 과학자의 주관적 편향을 줄이고 더 정확한 의사결정을 내리도록 돕는 지원 도구”라며 “AI-네이티브’ 구조로 전환해야 빅파마와 경쟁할 수 있다”고 설명했다.

한국바이오협회 관계자는 “오픈 스테이지와 기업 인사이트 세션에서는 참가 기업과 기관이 실제 기술 적용 사례, 사업 경험 등 최신 지견을 나누고 전시 현장에서는 실질적인 기업 간 협력과 사업 추진 기회가 계속되기를 기대한다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

“단백질도 원하는 목적·취향대로 먹는다”

폴무원헬스케어, 단백질 셰이크
‘디자인밀 프로틴 솔루션’ 2종 선보

폴무원헬스케어가 단백질 셰이크 ‘디자인밀 프로틴 솔루션’ 2종(사진)을 출시한다고 28일 밝혔다.

최근 단백질 제품을 활용해 식단을 관리하는 소비자가 늘면서 단백질 함량뿐 아니라 영양 구성과 맛, 섭취 편의성 등을 함께 고려하는 경향이 나타나고 있다.

이에 폴무원헬스케어는 단백질과 비오틴, 식이섬유, 비타민, 미네랄 등을 함유해 영양 관리 목적과 취향에 따라 선택할 수 있는 ‘블랙7곡’과 ‘미일초코’ 2종을 선보인다.

‘디자인밀 프로틴 솔루션’은 1포당 단백질 23g을 함유한 고단백 셰이크다. 분리유청단백, 분리유단백, 피쉬콜라겐, 분리대두단백 등 4가지 단백질을 배합해 동물성과 식물성 단백질을 함께 섭취할 수 있도록 했다.

‘블랙7곡’은 비오틴 900μg을 함유해 1일 영양성분 기준치의 3000%를 충족하도록 설계했다. 검정보리쌀, 흑미, 찹쌀미, 서리태, 약국, 흑태, 검정깨 등 7가지 검정 곡물도 담았다.



‘미일초코’는 1포당 식이섬유 9g을 함유했으며, 베리류와 당근, 돼지감자, 토마토, 호박, 비트 등 29종의 과채 원료를 배합했다.

두 제품 모두 당류 함량을 1~1.4g 수준으로 낮췄으며, 감미료인 에리스리톨과 D-말티톨은 첨가하지 않았다. 비타민 8종과 칼슘·철분·아연 등 미네랄 3종도 함유했다.

식감을 위해 ‘블랙7곡’에는 볶은 현미와 분리대두단백 너겟을, ‘미일초코’에는 볶은 현미와 초코 프로틴볼을 넣었다. 물이나 우유 180~200mL에 타서 섭취할 수 있다.

제품은 1포당 45g, 1세트당 7포로 구성됐다. 카카오메이커스에서 먼저 선보인 뒤 폴무원 디자인밀 앱과 샵폴무원, 네이버, 쿠팡 등 온라인 채널로 판매를 확대할 계획이다.

/김서현 기자 seoh@

보령, 전문의약품 영업부문 물적분할

내년 1월 ‘보령파마솔루션’ 출범
국내 영업·마케팅, 유통 등 전담

㈜보령이 전문의약품(ETC) 영업부문을 자회사로 분리한다. 신설되는 ‘보령파마솔루션’은 유통을 담당하고, 모기업인 보령은 연구개발(R&D)과 글로벌 사업에 집중한다는 복안이다.

보령은 28일 서울 중로구 보령빌딩에서 제63기 임시주주총회를 열고 ETC 영업부문 물적분할을 위한 분할계획서 승인 안건을 원안대로 가결했다고 밝혔다. 자기주식 보유·처분계획 승인 안건도 함께 통과했다.

이번 분할은 모회사 보령이 상장법인으로 존속하고, ETC 영업부문을 담당할 신설법인 ‘보령파마솔루션’을 100% 자회사로 두는 물적분할 방식이다. 신설법인은 비상장법인이며 분할기일은 내년 1월 4일이다. 보령파마솔루션은 국내 영업·마케팅과 제품 도입, 유통을 전담하고, 보

령은 연구개발과 생산, 글로벌 사업을 직접 수행한다.

김정균 보령 대표는 분할 취지에 대해 “의사결정의 권한과 성과에 대한 책임을 한 법인 안에 명확히 두는 것”이라고 설명했다. 보령은 2030년까지 자사 제품 26건과 도입 상품 16건을 추가할 계획이다. 늘어난 제품군은 보령이 연구개발과 생산을, 보령파마솔루션이 영업·마케팅, 출시 이후 성과 관리까지를 각각 맡아 키워간다는 구상이다.

김 대표는 분할 이후에도 주주가 보령 주식을 통해 두 사업의 성과를 계속 누리게 된다고 설명했다. 또 각 사업에 필요한 자원을 배분하고 실행 과정과 성과를 점검해, 분할이 보령의 지속적인 성장으로 이어지도록 경영진의 책임을 다하겠다고 강조했다.

신설법인 상장에 대해서는 “보령파마솔루션의 상장 계획은 없다”고 재차 강조했다.

/이세경 기자 seilee@

한미사이언스, 3분기 누적 매출 1조 돌파

잠정 매출 3629억… 전년비 5.9%↑
온라인팜·자체 사업 호실적 ‘견인’
‘프로-캠’ ‘완전두유’ 등도 실적 기여

한미그룹 지주회사 한미사이언스가 의약품 유통 부문의 견조한 성장과 자체 헬스케어 사업 확장에 힘입어 올 3분기 누적 매출 1조원을 돌파했다. 투자 관리에 머무는 순수 지주사를 넘어 유통·의료기·컨슈머헬스 등 자체 사업을 연이어 안착시키며 ‘사업형 지주회사’로서 결실을 맺고 있다.

한미사이언스는 올해 3분기 연결 기준 잠정 매출액이 전년 동기 대비 5.9% 증가한 3629억원을 기록했다고 27일 공시했다. 같은 기간 영업이익은 192억원, 당기순이익은 156억원이다. 영업이익과 당기순이익의 경우, 지난해 3분기 핵심 계열사인 한미약품의 대형 기술수출 성과에 따른 역기저효과가 반영되며 다소 숨고

르기를 했다.

이와 함께 올해 3분기 연결 기준 누적 실적으로는 매출액 1조844억원, 영업이익 1119억원, 당기순이익 1015억원을 기록하며 성장세를 견고히 다졌다. 전년 동기 대비 매출액은 7.1%, 영업이익은 10.8%, 당기순이익은 19.9% 커졌다.

호실적 견인의 주역은 의약품 유통 전문 자회사인 온라인팜과 한미사이언스의 자체 사업부문이다. 온라인팜은 전문의약품(ETC) 중심의 국내 유통망 확대에 힘입어 전년 동기 대비 7.3% 늘어난 3081억원의 매출을 올렸다.

지주사 자체 사업의 포트폴리오 다각화도 성과를 냈다. 의료기기 부문에서는 주력 품목인 가티스’와 ‘엑티클랏’이 판매 호조를 보인 가운데, ‘리퀴밴드XL’의 매출 증대와 ‘씨자가드’의 해외수출 기반 마련이 맞물리며 사업 경쟁력이 한층 강화됐다.

소비자 접점을 넓힌 컨슈머헬스 사업도 궤도에 올랐다. 약국 전용 더마코스메틱 브랜드 ‘프로-캠’의 신제품, 고급 두유 브랜드 ‘완전두유’의 기업과 소비자간 거래(B2C) 기반 유통 확대, 영양식 브랜드 ‘케어미’의 흡소 및 약국 채널 안착이 실적 성장에 기여했다. 또 올해 들어 새롭게 공개한 건강기능식품 브랜드 ‘엔플’, 더마화장품 브랜드 ‘아테시’ 등을 통해서 웰니스 및 뷰티 분야에서 미래 성장 동력을 확보했다.

한미사이언스 관계자는 “3분기 실적은 탄탄한 유통 경쟁력과 자체 사업의 성장이 본격적인 시너지를 낸 결과”라며 “앞으로 의료기기부터 컨슈머헬스, 웰니스, 뷰티 등 사업 포트폴리오를 유기적으로 확장해 경쟁력을 강화하고, 계열사 간 시너지를 극대화해 글로벌 헬스케어 리더로 도약하는 데 모든 역량을 집중하겠다”고 말했다.

/이청하 기자

제일약품, 자체 재난대응 종합훈련 실시

근로자 총 53명 참여… 초기 대응 중점

제일약품은 근로자 재난 대응 역량 강화에 나섰다. 제일약품은 지난 27일 경기 용인에 위치한 백암공장에서 ‘2026년 재난대응 종합훈련’을 실시했다고 28일 밝혔다.

이번 훈련은 지난 7월 진행한 민관 합동훈련에 이어 공장 자체적으로 이뤄졌다. 제일약품과 제일헬스사이언스 근로자 총 53명이 참여한 가운데 현장에서의 초기 대응을 점검하는 데 중점을 뒀다. 휴대용 소화기 사용 모의훈련, 옥외소화전 개방훈련, 2차 피해 확산 방지를 위한 누출 방지훈련, 안전물자 반출훈련 등이 주요 훈련으로 실시됐다.

또 화재 및 유해화학물질 누출 등 비상



지난 27일 제일약품 용인 백암공장에서 ‘2026년 재난대응 종합훈련’을 진행하고 있는 모습.

/제일약품

상황을 대비하기 위한 안전관리 체계를 정비했다.

제일약품 관계자는 “앞으로도 정기적인 훈련과 예방 중심의 안전관리 활동을 통해 사고 없는 사업장과 안전한 근무환경을 조성해 나가겠다”고 말했다.

/이청하 기자