

제약사 영토확장 처방전 ‘현지화’

유한양행·한국유나이티드 등 현지법인 설립으로 수출 확대 한미약품·대웅제약·일양약품 현지화 성공사례로 매출 올라

국내 제약업계가 해외시장 확대를 위해 현지화에 속도를 내고 있다.

15일 제약업계에 따르면 최근 국내 제약기업들이 해외 현지법인을 설립하거나 진출 국가 정부 및 업체와 합작사를 만드는 등 다양한 현지화 전략을 펼치고 있다.

유한양행은 올해 미국에 연구개발(R&D) 기반 현지법인을 설립한다. 상반기에는 서부 샌디에이고, 하반기에는 동부 보스턴에 현지법인을 만들어 글로벌 임상과 라이선스아웃을 담당한다는 계획이다.

미국 현지법인은 미 항체신약 바이오 회사인 소렌토와 합작한 ‘이문온시아’로 국내 제약사가 미국 바이오 회사와 세우는 첫 합작 바이오벤처다. 유한양행은 1000만달러를 투자해 이문온시아 지분 51%를 갖는 최대주주가 되며 소렌토는 나머지 49% 지분을 소유한다. 이사회 구성원 5명 중 유한양행이 대표를 포함해 3명을 선임한다.

이문온시아는 면역항암제(IMC-001)의 글로벌 임상을 진척시키면서, 해외기술 및 기업 투자, 라이선스 아웃 등의 글로벌 네트워크를 확대할 예정이다.

유한양행은 1990년 인도에 원료의약품 생산을 위한 조인트 벤처 GTBL사(社)를 설립했으며, 지난해에는 베트남과 우즈베키스탄에 대표사무소를 설립



유한양행 본사.

하고 새로운 사업과 제품 판매 등 현지화 기틀을 마련한 바 있다.

한국유나이티드제약은 지난해 말 인도네시아와 태국에 현지법인을 설립했다. 현재 인도네시아와 태국 법인의 직원 채용, 사무실 확보 등 초기 단계를 준비하는 중이다.

이번 인도네시아와 태국의 법인 설립은 아시아 거점 국가에서의 수입유통법인 설립으로 수출을 확대하고자 진행됐다.

한국유나이티드제약은 1998년 베트남 호치민에 지사를 설립했으며 2001년에는 현지법인을 설립하고 2004년에 공장을 완공했다.

현지화 성공 사례는 한미약품과 대웅제약, 일양약품 등이 있다.

보령제약은 지난해 3월 홍콩에 투자자

업 목적의 ‘보령 홍콩’을 설립한 데 이어 4월엔 중국에 의약품 판매법인 ‘북경보령의약품유한공사’를 세웠다. 보령제약은 중국법인을 통해 현지에서 약 500억원의 매출을 올리고 있는 ‘겔포스’의 판매망을 중국 전역으로 확대하고, 2014년 중국 글로리아와 판매 계약을 체결한 고혈압 신약 ‘카나브’의 현지 출시에도 속도를 낼 계획이다.

대웅제약은 업계 최다 수준의 현지 법인을 가지고 있다. 중국, 베트남, 태국, 인도네시아, 미국, 인도, 필리핀, 인도 등 8개국에 현지 법인, 공장, 연구소 등을 갖추고 있다. 올해는 미국 연구소를 통해 ‘우루사’ 진출에 집중한다는 계획이다.

한편 현지화 전략에 성공한 곳으로 한미약품과 대웅제약, 일양약품 등을 꼽았다. 한미약품은 1996년 설립한 중국 현지법인 북경한미약품, 일양약품은 1998년 설립한 양주일양약품 등이 있다. 이들 법인은 현지 맞춤형 생산과 마케팅 등을 통해 해당 국가의 진출 거점 역할을 하고 있다.

정부는 제약과 바이오 기업의 해외시장 진출을 돕기 위해 신홍콩 시장에 진출해 현지 기업과 합작하거나 법인을 설립하면 지원금을 주고 있으며, 해외시장 경험이 부족한 제약사를 대상으로 인허가·기술이전 등을 위한 컨설팅 비용도 지원한다.

업계 관계자는 “해외에 법인을 설립하면 현지 의약품 인허가 절차에 속도를 낼 수 있고, 현지 업체와 파트너십을 보다 적극적으로 모색할 수 있다”며 “국내 제약사들도 새로운 현지화 전략을 세워 해외 시장 확대에 나서고 있다”고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

휴온스, 글로벌 점안제 선점 위해 첨단 설비 증설

충북 제천공장에 대규모 추가 결정 생산력 두배 늘고 경쟁력 향상 기대

휴온스글로벌의 자회사인 휴온스는 세계 점안제 시장 공략 본격화를 위해 충북 제천공장에 첨단 설비라인을 대대적으로 증설한다.

휴온스는 독일 Rommelag사(社)의 BFS시스템, 이물검사기 등을 포함한 9종의 첨단 설비 도입을 결정했다고 15일 밝혔다.

생산성 강화와 품질 향상을 통해 증가하는 내수 수요와 수출 물량을 사전에 대비, 세계 시장을 조기에 선점하겠다는 전략이다.

Rommelag의 시스템은 유사 설비보다 2배 가량 고가임에도 불구하고, 미국



휴온스 제천공장.

/휴온스

과 유럽에서 각각 제시하는 설비 기준인 21CFR PART11과 ISPE의 GAMP5 조건을 모두 충족하고 있다. 이를 통해 휴온스는 수출에 대응할 수 있는 기본적인 설비자격 조건을 갖추게 됨으로써, 향후 세계 선진 제약 시장 진출이 더욱 원활해질 전망이다.

도입 시기는 올해 10월경으로, 점안제

생산능력이 현재 연산 1억5000만에서 추가 설비의 본격 가동 이후에 연산 3억으로 대폭 늘어날 전망이다.

휴온스는 자체 개발 제품 ‘클레이서’에 대해 중국 식약처로부터 임상시험 계획을 승인 받아 조만간 중국에서 임상에 돌입할 예정이며, 이번 점안제 라인 증설 후 ‘클레이서’의 중남미 3개 지역과 사우디 및 중동지역 등 기 계약된 수출시장에 원활한 제품 공급을 할 수 있게 되어 기대감이 커지고 있다.

엄기안 휴온스 대표는 “성장을 거듭하는 점안제 시장에 발 빠르게 대처하고자 선제적 투자 차원에서 첨단 설비 도입을 결정했다”며 “신규 설비 도입을 통해 높은 생산성과 경쟁력 있는 품질의 두 마리 토끼를 모두 잡겠다”고 말했다.

/박인용 기자

중진공 “미용中企 ‘상하이 박람회’ 참가하세요”

강남구 소재 관련기업 대상

중소기업진흥공단 서울지역본부는 강남구청과 함께 강남구 소재 화장품 및 미용용품 관련 중소기업을 대상으로 ‘2018 중국 상하이 미용박람회(China Beauty Expo 2018)’ 참가기업을 오는 2월 2일까지 모집한다고 15일 밝혔다.

중국 상하이 미용박람회는 아시아 최대 규모의 미용 전문 전시회로 지난해엔 32개국, 3000여개 기업이 참가하고 41만명이 관람한 바 있다.

올해는 5월22일부터 24일까지 사흘간

상하이 신국제전람센터에서 개최된다. 주요 전시품목은 스킨케어 및 메이크업 제품, 네일케어, 향수, 뷰티살롱제품, 미용용품 등이다.

참가기업으로 선정되면 부스임차료(기업당 1개 부스, 12㎡ 한도)와 부스 기본장치의 70% 내외, 편도 운송비(1CBM 기준)와 통역비(1개사 1인)를 지원받을 수 있다.

참가 희망 기업은 중진공 홈페이지를 통해 신청하고 자세한 문의를 중진공 서울지역본부 또는 강남구청 지역경제과로 하면 된다.

/김승호 기자 bada@

일동제약, 활력영양제 ‘에너라민과워액’ 출시

일동제약이 활력영양제 ‘에너라민과워액’을 출시했다고 15일 밝혔다.



에너라민과워액은 L-카르니틴과 활성비타민B12인 코바마미드를 함유한 바이알(병) 형태의 액상 제품이다. 바이알 상단의 버튼을 눌러 마개 부분에 밀봉돼 있는 코바마미드 분말을 L-카르니틴 용액에 떨어뜨린 후 흔들어서 마시도록 고안됐다.

에너라민과워액 1병에는 500mg의 L-카르니틴이 들어 있다.

/박인용 기자

현지인과 ‘통하는’ 회화로 회원 61만명·100억 매출

메트로가 만난 기업인

심여린 스피킹맥스 대표



암기식 문법교육, 회화장벽 높여 현지인과 다양한 대화 직접 녹화 새로운 자료 꾸준히 선보여 인기

“입국심사대에서 말문 막혔던 내 모습이 스피킹맥스의 출발이었다.” ‘현지에서 말하는 영어 회화’로 업계에 신선한 변화를 가져온 스피킹맥스 심여린 대표(사진)의 말이다.

심 대표의 영어 회화 사업은 자신이 받은 충격 때문이었다. CJ오쇼핑과 NHN에 근무하다 경영전문대학원(MBA) 진학을 위해 2008년 미국으로 건너갔다. 그런데 입국 심사대에서 받은 질문에 한마디도 답하지 못한 것이다. 시험 위주 영어에 익숙했던 심 대표는 그 때부터 영어 회화 사업을 머릿속에 그렸다. 외국인을 만나 맘을 분수처럼 흘리는 광고도 심 대표의 경험에서 나온 아이디어였다.

심 대표는 유학보다는 미국 현지인들과 어울리며 따라 하는 회화 공부에 몰두했다. 그렇게 며칠이 지나 어렵게만 생각했던 영어 회화가 편해졌다. 이 때부터 심 대표는 미국 현지인들의 다양한 대화 장면을 녹화하기 시작했다. 용감하게 현지인을 섭외해 녹화했던 수많은 자료가 현재의 스피킹맥스의 데이터베이스가 됐다.

한국에 돌아와 선보인 양방향 회화 학습법은 2011년 연간 매출액 20억원에서 2016년에는 100억원을 달성할 만큼 선풍적인 인기를 끌었다. 현재까지 61만명의 회원수를 확보했다.

심 대표는 대중의 반응이 효과적인 회화 학습법에 대한 갈증이 나타난 것이라고 봤다. 어려운 문법부터 배우는 암기식 교육이 회화의 장벽을 높였다고 말했다. 또 스마트폰과 태블릿을 이용한 것도 젊은 회원층 확보에 결정적이었다. 스마트 기기에 익숙한 젊은 층에는 장소와 시간에 상관없이 공부할 자유가 생긴 것이다.

심 대표는 꾸준한 자료 업데이트도 스피킹맥스의 경쟁력으로 꼽았다. 본사 직원들은 많은 시간을 해외에 머물며 현지인들의 대화를 촬영해왔다. 우려먹기가 아닌 항상 새로운 동

영상 자료를 고객들에게 선보인 것도 인기로 한몫했다.

스피킹맥스는 학습내용도 확실한 차별성을 뒀다. 미국 지역별 회화를 따로 만들었다. 하와이 지역 영어도 따로 나뉘는 정도다. 고객은 관심 있는 지역의 다양한 역할을 배우는 선택폭이 생겼다.

심 대표는 회화 공부에는 노력과 의지가 필수라고 강조했다. 아무리 좋은 학습법이라도 스스로 노력이 없으면 저절로 입이 트이는 게 아니라는 뜻이었다. 꾸준히 반복하고 재밌게 배우면 하루라도 빨리 외국인과 대화하고 싶어질 거라고 덧붙였다.

스피킹맥스는 현재 어린이용 회화 코스를 비롯해 ‘차이나맥스’로 중국어 회화도 시장에도 진출했다. 일본어와 스페인어도 곧 추가될 예정이라고 밝혔다.

올 하반기에는 기업공개(IPO)를 앞두고 있으며 회계감사도 문제없이 끝나 상장에는 큰 어려움은 없을 전망이다.

심 대표는 교육 콘텐츠 수출을 다음 목표로 잡았다. 2013년에 이미 일본 앱스토어에서 1위를 차지해 해외 진출 가능성을 확인했다. 스마트기기 학습이 중심인 만큼 해외에서도 통할 것으로 예상했다. 스피킹맥스는 촬영·제작을 외부 업체에 맡기지 않고 본사 직원들이 직접 발로 뛰여 자료를 축적하고 만들고 있다. 또 고객들의 학습 후거나 의견도 적극적으로 받아들이었다.

심 대표는 “앞으로도 미국에서 공부했던 경험을 콘텐츠에 녹여 고객들과 함께 성장해 나가겠다”고 다짐했다.

/임현재 기자 ih@

중소기업 원가 절감 ‘공동구매 보증’ 접수

KBIZ 중소기업중앙회

중소기업중앙회는 중소기업의 공동구매를 지원하는 ‘중소기업 공동구매 전용 보증제도’ 신청을 이달 26일까지 접수한다고 15일 밝혔다.

공동구매 전용보증제도는 중기중앙회, IBK기업은행, 신용보증기금의 협업을 통해 공동구매의 대표적인 현장애로인 구매력 부족과 대금지급 안정성을 해결할 수 있는 제도다. 앞서 이들 3개 기관은 공동구매 전용보증제도 도입을 위한 업무협약을 체결한 바 있다.

참여를 희망하는 중소기업은 관련 협동조합에 참여의사를 밝히고, 협동조합은 공동구매 중소기업의 수요를 취합하고 신청서를 작성해 제출하면 된다.

중기중앙회는 신청접수 후 공동구매

추진계획, 기대효과, 참여 중소기업 현황 등을 종합적으로 평가하고 심사위원회 심사를 거쳐 최종 참여 협동조합을 선정할 계획이다.

올해 3월 제도가 본격 시행되면 참여 중소기업은 신용보증기금을 통해 보증을 발급받아, 협동조합 공동구매에 참여할 수 있으며 협동조합은 다수 중소기업의 물량을 취합해 단가협상을 통해 판매사를 선정, 공동구매를 진행하게 된다.

자세한 내용은 중기중앙회 공동사업팀으로 문의하면 된다.

중기중앙회 임춘호 조합정책실장은 “공동구매는 중소기업간 협업을 통해 규모의 경제를 실현하는 것”이라며 “원가절감이 중소기업의 이익 개선에 미치는 영향이 큰 만큼 동 제도가 잘 정착되고 확대될 수 있도록 지원하겠다”고 밝혔다.

/김승호 기자