

바이오 대장주 “나요, 나” 삼바·셀트리온 앞치락뒤치락

시총 셀트리온 26兆·삼바 25兆
삼바, 3공장 가동 실적개선 전망
셀트리온, 합병으로 문제 해소될 듯



바이오 대장주 자리를 둘러싼 삼성바이오로직스와 셀트리온의 경쟁이 다시 시작됐다. 주식시장에서 두 기업의 시가총액이 앞치락뒤치락하며 3위권 탈환을 노리고 있다.

18일 코스피 시장에서 셀트리온은 전일보다 1.19% 오른 21만2000원을 기록했다. 시가총액은 26조5967억원으로 코스피시장에서 삼성전자 우선주를 제외하면 4위에 올라왔다. 삼성바이오도 추격 중이다. 삼성바이오는 전일보다 소폭 하락하며 37만9000원에 장을 마쳤다. 삼성바이오의 시가총액은 25조765억원으로 코스피 시총 6위를 기록 중이다.

삼성바이오는 지난 12월 거래가 재개된 후 지난해 12월 11일 거래가 재개된 후 상승을 거듭하며 지난 1월14일 셀트리온을 제치고 코스피시장 3위로 올라섰다. 삼성바이오가 셀트리온 시총을 넘어선 것은 지난해 4월 26일 이후 약 9개월

여 만의 일이다. 이후 11거래일 가량 시총 상위를 유지했던 삼성바이오는 1월 말 다시 셀트리온에 바이오 대장주 자리를 내어줬다. 셀트리온은 최근 이어진 외국인 매도공세 속에서도 안정적인 흐름을 유지하며 시총 4위 자리를 유지하고 있다.

다만, 앞으로의 변수도 많아 당분간 두 기업의 우열을 전망하긴 쉽지 않을 것으로 보인다.

삼성바이오는 지난해부터 지속된 ‘고의 분식회계’ 이슈가 남아있다. 행정소송의 결과가 단기적으로 주가에 부담을 줄 것으로 전망된다. 전문가들은 하반기 3공장 가동의 정상화로 인한 실적 개선이 관건이라고 내다봤다.

삼성증권 서근희 연구원은 “상반기에는 3공장 감가상각비와 인건비 등 고정비 부담으로 이익 개선이 둔화될 가능성이 크고, 행정소송 결과 등으로 단기 주가 흐름이 부진할 것”이라며 “하지만 하반기 가동률이 정상화되면서 이익 개선

이 기대되기 때문에 점진적인 주가 회복을 기대할 수 있다”고 말했다.

셀트리온은 오는 상반기 부진한 실적이 변수다. 1공장 가동률이 낮아지고, 트룩시마와 허주마의 공급단가도 하락하면서 수익성이 떨어질 것으로 예상되는 탓이다. 본격적인 상승이 기대되는 것은 하반기다. 셀트리온의 램시마SC제형이 유럽의약품청(EMA)의 허가 접수가 완료되면서 올해 하반기 유럽 허가 신청이 이루어질 것으로 기대되기 때문이다.

서 연구원은 “셀트리온제약, 셀트리온, 셀트리온헬스케어 등 3사 합병 가능성이 높아지는 상황에서, 합병은 일감몰아주기, 재고자산 재평가 등의 문제를 해소할 수 있을 것”이라고 평가했다.

올해 들어 국내 증권사가 제시한 삼성바이오의 목표주가는 52만원, 셀트리온은 27만원이다. 시가총액으로 환산하면 32조9833억원, 32조2422억원으로 삼성바이오가 소폭 앞선다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

H&B 스토어도 ‘포화시대’ 차별화로 돌파구 찾기 분주

3社 전국에 1500여개 점포 분포
작년부터 출점 낮추며 질적 성장



롭스 매장.

/롭스



랄라블라 매장.

/GS리테일



올리브영 매장.

/CJ올리브네트웍스

국내 헬스앤뷰티(H&B)스토어들이 출점 포화 시대를 맞아 새로운 전략을 들고 나왔다. 시장 포화로 외연 확장에 제동이 걸린 데다, 오는 3분기에 글로벌 H&B스토어 세포라의 진출까지 예고된 만큼 전략 수정이 불가피한 판단에서다.

18일 관련 업계에 따르면 전국에 분포한 H&B스토어는 1500여 개 정도다. 지난해 말 기준으로 올리브영이 1100여 개점, 랄라블라가 168개점, 롭스가 124개점을 운영 중이다.

업계 1위인 올리브영은 지난해에 이어 올해도 내실 경영 강화에 초점을 맞춘다. 올리브영은 매년 200~300개의 매장을 오픈하며 시장 성장을 주도해왔으나, 지난해부터는 출점 속도를 낮추며 질적 성장에 더욱 집중해왔다.

업계 2~3위인 랄라블라와 롭스도 올해는 신규 출점보다 내실 다지기에 비중을 둔 전략을 펼친다. 랄라블라의 2017년 점포수는 186개로, 2016년 128개점에서 큰 폭으로 늘었다. 그러나 2018년에는 168개로 줄어들었다. 일부 부실 점포를 정리하는 등 효율화 전략을 추구한 결과로 풀이된다.

롭스 역시 지난해 50개의 신규 매장을 목표로 했으나, 실제로는 28개 출점에 그치며 주춤했다. 올해는 지난해 목표의 절반 정도인 26개점 출점을 목표로 한다.

H&B스토어들이 매장 확대를 통한 성장에서 내실 강화로 눈을 돌린 이유는 시장이 포화 상태에 접어들었기 때문이다. 이미 수도권에선 추가 입점 장소를 찾기 어려워진 데다, 오는 3분기에 세포라의 국내 진출까지 예고됐다. 또 신형 H&B스토어들이 주목 받고 있는 만큼 새로운 전략 구상이 불가피한 상황이다.

이에 따라 올리브영은 온·오프라인 시

너지를 늘리고 상권에 따라 매장 특색 차별화, 가성비 좋은 국내 중소 브랜드 상품 발굴과 인큐베이팅 등에 집중한다는 방침이다.

랄라블라는 올해 효율화에 초점을 맞출 전망이다. 랄라블라 측은 “올해는 단순 매장 수 확대에서 벗어나 질적 성장에 중점을 두고, 수익 위주의 우량점 출점을 위해 집중할 계획”이라고 말했다.

롭스는 올해 전년 대비 30% 매출 성장을 목표로 한다. 올해는 트렌드를 선도하고 제품력이 입증된 셀슈머, 필환경 등 콘셉트의 신규 브랜드와 잡화 카테고리를 적극 도입하고, PB와 해외 직구 상품을 확대한다.

롭스 측은 “롯데 계열사와의 다양한 협업을 통해 시너지를 극대화하고, 롭스에서 만나볼 수 있는 차별화된 쇼핑 경험을 제공할 예정이다”며 “점포도 지속적으로 확대해 나가면서 지역 상권에 맞는 새로운 포맷의 매장을 신설해 나갈 방침”이라고 전했다. /김민서 기자 min0812@

“발기부전 치료제 ‘센돔’ 증상개선 효과적”

중근당, ESSM서 임상결과 발표
배뇨후요점적 환자 102명 대상



16일 슬로베니아 류블라나에서 열린 제21회 유럽성기능학회에서 강동성심병원 정현철 교수(오른쪽 첫번째)가 센돔의 임상결과를 발표하고 있다

중근당은 최근 슬로베니아의 류블라나에서 열린 ‘제21회 유럽성기능학회(ESSM)’에서 발기부전치료제 센돔의 임상 결과를 발표했다고 18일 밝혔다.

한림대학교의료원 비뇨의학과 양대열 교수팀은 센돔이 배뇨 직후 소변누출이 발생하는 배뇨후요점적 환자 치료에 효과적이라는 임상 결과를 발표했다. 이번 임상엔 국제전립선증상점수가 8점 이상으로 전립선에 문제가 있고 배뇨후요점적을 겪고 있는 20세부터 70세까지의 환자 102명을 대상으로 2017년 11월부터 9개월간 진행됐다.

연구팀은 환자를 두 그룹으로 나눠 각각 센돔과 위약을 12주간 투여한 후 배뇨후요점적 증상개선 정도를 평가했다. 임상 결과에 따르면, 센돔 복용군의 배뇨후

요점적 수치는 위약군에 비해 통계적으로 유의하게 개선됐다. 특히 센돔을 복용한 환자의 68.8%(위약군 31.9%)는 2점 이상 크게 개선됐으며, 약물 복용 후 효과를 확인한 설문에서도 센돔을 복용한 환자의 68.7%(위약군 34.0%)가 증상이 호전됐다고 답했다. 센돔 복용군은 위약군 대비 국제전립선증상점수와 국제발기능지수 발기영역점수도 개선됐으며

중대한 이상반응은 나타나지 않았다. 중근당 관계자는 “배뇨후요점적은 환자의 일상생활에 지장을 초래하는 중요한 질환이지만 치료를 위한 연구가 많지 않았다”며 “이번 임상 결과로 센돔이 배뇨후요점적 증상 개선에 효과적이라는 것이 확인됐으며, 환자가 겪는 불편함이 크게 해소될 것으로 기대한다”고 말했다.

/이세경 기자



동아제약, 어린이용 가그린 패키지 리뉴얼

동아제약은 황금돼지 해를 맞아 어린이용 가그린의 패키지를 돼지 캐릭터 디자인이 주인공인 ‘굴리굴리 프렌즈’로 리뉴얼 출시했다고 18일 밝혔다.

굴리굴리 프렌즈는 그림책 작가이자 인기 일러스트레이터인 김현 작가의 캐릭터다. 새롭게 바뀐 어린이용 가그린에

는 숲에 살고 있는 마음씨 고운 착한 돼지 데이지와 호기심 많은 친구들의 일상이 담겨 있다.

동아제약은 어린이용 가그린의 패키지 디자인뿐 아니라 용기도 새롭게 바꿨다. 기존 유색 용기에서 재활용이 비교적 쉬운 무색 투명 용기로 변경했다. 용기가



동아제약 어린이용 가그린 ‘굴리굴리 프렌즈’ 패키지

투명해지면서 타르색소가 없어 투명한 가그린의 특징점을 소비자가 한 눈에 알아볼 수 있게 됐다.

/이세경 기자



18일 진행된 ‘이디야커피 드림 팩토리’ 기공식에서 문창기 이디야커피 회장(가운데)과 관계자들이 기념 촬영을 하고 있다. /이디야커피

이디야커피, 커피공장 ‘드림팩토리’ 기공

이디야커피가 18일 경기 평택 포승읍 포승공단에서 커피 원두 로스팅 설비를 포함한 자체 생산시설인 ‘이디야커피 드림 팩토리’ 기공식을 진행했다고 밝혔다.

이디야커피가 총 350억원을 투자해 1만2982㎡ 부지, 연면적 1만3064㎡에 지하 1층, 지상 2층으로 건립될 예정인 ‘이디야커피 드림 팩토리’는 내년 4월 준공 예정으로 연간 6000t 원두 생산 규모이며 전자동, 친환경 공정의 최신식 생산시설이다. 이디야커피는 이를 통해 커피 원두뿐 아니라 스틱 커피, 음료 파우더 등을 자체 생산할 예정이다.

이디야커피는 OEM 방식으로 공급받아오던 원두를 직접 로스팅해 품질 수준을 높이고 가맹점에 보다 합리적인 가격으로 제품을 공급해 경쟁력을 강화함으

로써 국내 커피 시장을 선도함은 물론 향후 해외시장까지 겨냥한다는 방침이다.

지난 2001년 창립돼 국내 최대 커피 프랜차이즈로 성장한 이디야커피는 그동안 최고의 커피 맛을 위해 아프리카, 남미, 중미 등 세계 각국의 다양한 산지를 직접 찾아가며 생두를 발굴해왔다. 회사의 R&D 기능을 맡고 있는 이디야커피 연구소에서는 수많은 테스트를 거쳐 커피 추출에 최적화된 시스템을 개발하고 차별화된 블렌딩 비율과 로스팅 기술을 개발해왔다.

세계 최고 수준의 로스터 및 플랜트 설비를 갖춘 ‘드림 팩토리’가 준공되면 이디야커피의 축적된 연구개발 성과가 대량 생산을 통해 전국 가맹점에 거쳐 소비자들에게 전해질 예정이다.

/박민용 기자 parku7854@