

## ‘짐펜트라’ 보험사 환급 본격화

## 서정진 회장, 美 의약품 시장 열었다

(셀트리온그룹)

셀트리온은 지난달부터 보험환급 美 시장 매출 확대 가속화 전담 영업 전담 현지인력 대폭 증원

셀트리온에서 미국에서 판매 중인 세계 유일의 인플릭시맙 피하주사(S C) 제형 치료제 ‘짐펜트라’에 대한 현지 보험사 환급이 본격화됐다. 영업 현장 최일선에 선 서정진 셀트리온 그룹 회장의 진두지휘로 세계 최대 의약품 시장인 미국에서 내년 2조원의 매출을 기대하고 있다.

셀트리온은 1일 다수의 미국 처방약 급여관리업체(PBM)들로부터 보험환급이 지난달부터 본격 개시되면서 실질적인 처방집 등재 효과가 나타나고 있다고 밝혔다.

셀트리온은 지난 3월 미국에 신약으로 출시한 짐펜트라에 대해 익스프레스 스크립스(이하 ESI)와 같은 대형사를 포함한 다양한 규모의 PBM과 처방집 등재 계약을 맺고 제품을 공급 중이다. 이들 계약의 보험 환급은 통상 3개월 정도 소요된다.

셀트리온은 현재까지 ESI 등 PBM을 통해 미국 사보험 시장에서 약 40% 규모의 커버리지(가입자 수 기



셀트리온 ‘짐펜트라’

준)을 확보한 상황이다. 다음 달부터 환급 절차가 시작되는 다수의 PBM을 비롯해 마무리 단계에 접어든 대형 PBM과의 계약 추가 등을 감안할 경우 짐펜트라 매출 확대는 더욱 가속화될 전망이다.

의약품 시장조사기관인 아이큐비아(IQVIA)에 따르면 짐펜트라가 주력하는 미국 IBD 시장 규모는 12조8000억 원 규모로, 셀트리온은 우선 2025년까지 해당 시장 점유율을 최소 10% 이상 끌어올린다는 계획이다.

셀트리온은 현재 영업 활동의 결실로 IV제형에서 SC제형으로의 전환율이나 등록 환자 수가 크게 늘어나는 등 매출 가속화의 토대가 성공적으로 자리잡을 경우 이 목표를 훌쩍 뛰어넘은

2조원 이상의 성과도 넘볼 수 있을 것으로 보고 있다.

올해 실적 성장에 대한 기대감도 함께 높아지고 있다. 셀트리온은 짐펜트라를 비롯해 글로벌 전역에서 성과가 이어지고 있는 바이오시밀러 제품들의 판매 확대를 바탕으로 올해 3조5000억 원 매출 목표를 무난히 달성할 것으로 예상된다.

서 회장을 필두로 짐펜트라 영업을 전담할 현지 인력이 확충된다. 짐펜트라 전담 현지 인력 규모를 기존 60여명에서 100명까지 1.5배 이상 확대해 법인의 영업 경쟁력을 대폭 강화할 방침이다.

셀트리온 관계자는 “짐펜트라 보험사 환급이 개시됨에 따라 안정적으로 수익을 창출할 수 있는 기반이 마련된 것은 물론, 이를 지속적으로 확장해 나갈 수 있는 의약품 공급 선순환 체계도 성공적으로 안착하면서 판매 본격화 단계에 진입했다”며 “보험사 환급 시점에 맞춰 담당 영업 인력을 확충하고, TV 및 SNS 등 미디어 광고 활동을 본격적으로 전개하며 짐펜트라에 대한 현지의 관심을 끌어 올리는 데 주력할 계획”이라고 말했다.

/이성경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

## 대웅제약-LG화학, 자가면역질환 시장 공략

전략적 파트너십... ‘젤렌카’ 국내 출시

대웅제약과 LG화학이 전략적 파트너십을 구축해 자가면역질환 시장 공략에 나선다.

대웅제약은 LG화학의 자가면역질환 치료제 ‘젤렌카(사진)’를 국내 출시한다고 1일 밝혔다.

‘젤렌카’는 국내 세 번째 휴미라 바이오시밀러로, 지난 2023년 12월 식품의약품안전처로부터 품목허가를 획득했다. 젤렌카 적응증은 류마티스 관절염을 비롯해 건선성 관절염, 축성 척추관절염, 궤양성 대장염 등 오리지널 의약품인 휴미라와 동일하다.

대웅제약에 따르면 이번에 출시된 젤렌카 제형은 총 두 가지로, 주사기에 내용물이 미리 충전된 ‘프리필드 시린지’와 내용물을 자동으로 피부에 주입하는 펜 형태의 ‘오토인젝터’다.

특히 젤렌카 ‘오토인젝터’의 경우, LG화학이 도입한 환자친화적 디자인을 통해 자가 주사 환자들의 편의성을 상



승시킨 것이 특징이다.

뿐만 아니라 젤렌카는 개발부터 임상 연구, 품목 허가, 생산까지 모두 국내에서 진행됐기 때문에 품질 관리, 비용 절감 등에서 장점을 가진다. 국내 생산으로 인해 생산 과정에서 발생할 수 있는 문제를 신속하게 해결할 수 있다. 유통 과정에서도 온도 관리, 저장 조건 등을 엄격하게 관리할 수 있어 안정성 문제가 최소화됐다.

대웅제약과 LG화학은 앞서 젤렌카의 국내 유통을 위한 총판 계약을 체결한 바 있다. 계약에 따라 LG화학은 젤렌카를 대웅제약에 공급하고, 대웅제약은 젤렌카의 국내 판매와 마케팅을 담당한다.

대웅제약은 이번 젤렌카 출시를 기점으로 생물학적 제제를 포함하는 바이오의약품 관련 파이프라인을 지속 확대한다는 방침이다.

/이청하 기자

## 진로, 23년 연속 세계 증류주 판매 1위

하이트진로 초당 77병씩 팔려

하이트진로의 소주 브랜드 진로(JINRO)가 올해도 세계에서 가장 많이 팔리는 증류주 1위를 달성했다.

하이트진로는 ‘진로’가 영국 주류전문매체 더링크 인터내셔널에서 선정하는 ‘세계에서 가장 많이 팔리는 증류주’에 23년 연속 1위에 올랐다고 1일 밝혔다.

하이트진로의 소주는 지난해 전 세계에서 9740만 상자(상자당 9리터 기준)가 판매됐다. 이는 1초당 77병씩 팔리는 수준이다. 글로벌 경기 침체와 인플레이션의 영향으로 세계 주요 증류주 브랜드 대부분의 판매량이 감소한 가운데, 진로는 2001년 이후로 한 번도 1위 자리를 내주지 않는 기록을 이어가고 있다.

특히 지난해 진로의 판매량은 2위를 기록한 필리핀 증류주 브랜드보다 약 3배 이상 팔렸으며, 최근 위스키 열풍 주역인 스카치위스키의 주요 브랜드들의 판매량을 모두 합친 것보다도 약 2배

이상 많은 판매량을 기록하며 압도적인 1위를 차지했다.

하이트진로는 현재 약 80여 개국에 소주 제품을 수출하며 8개국에 불과하던 우선 공략 국가를 현재 17개국으로 확대해 운영하며 지속적으로 글로벌 활동을 강화하고 있다. 해외 현지 가정 채널 입점을 확대하고 페스티벌 참여 및 스포츠 마케팅 등 다양한 글로벌 활동을 강화하며 제품의 접근성과 인지도, 그리고 현지 음용률을 끌어올린 것이 주효했다는 평가다.

최근 하이트진로는 ‘글로벌 비전 2030’으로 ‘진로의 대중화’를 선포하며 2030년까지 해외시장 소주 매출액 5000억 원을 달성하는 것을 목표로 제시했다. 글로벌 증류주 No.1 브랜드인 진로를 앞세워 글로벌 종합 주류기업으로 도약시킨다는 전략이다.

한편, 해외에서 하이트진로는 외국인들이 쉽게 발음하고 인지할 수 있도록 모든 소주 제품들을 ‘진로’로 통합해 브랜드를 운영하며 현지 주류 시장을 공략하고 있다.

/신원선 기자

## 나라셀라, ‘돈나푸가타 리게아 2023’ 출시

세계 최초 재활용 코르크 마개 사용 출시 기념 환경·문화보호 이벤트도

국내 와인 유통업계 1호 상장사인 나라셀라가 새롭게 리뉴얼한 ‘돈나푸가타 리게아 2023’을 출시했다.

이번에 출시된 ‘돈나푸가타 리게아 2023’은 지속 가능한 패키징을 도입한 것이 가장 큰 특징이다. 먼저 새롭게 도입한 경량 병(410g)은 폐유리 90%로 이루어진 100% 시칠리아산 유리로 만들어졌으며, 기존 투명한 보르도 병에서 가벼운 녹색 부르고뉴 병으로 전환했다. 가벼운 병을 사용해 제품 운송 시 발생하는 이산화탄소 배출량을 현저히 감소시켜 환경 보호에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

또한, ‘돈나푸가타 리게아 2023’은 친환경적 가치를 지키기 위해 해양 플라스틱을 재활용한 노마코르크 오션 마개를 사용했다. 이는 세계 최초의 재활용 코르크 마개로, 해양 플라스틱 폐



돈나푸가타 리게아 2023

/나라셀라

기물을 줄이기 위해 개발됐다.

이 외에도 레이블 아티스트인 스테파노 비탈레의 일러스트로 이탈리아 판텔리아 섬 일출의 아름다움을 담은 레이블 디자인을 새롭게 선보였다. ‘돈나푸가타 리게아 2023’은 모스

카토 달레산드리아의 다른 이름인 지비보 100% 품종으로 아카시아 꿀과 꽃, 캐러멜 등 화사한 향이 마치 오렌지 꽃을 연상시키는 듯한 향이 매력적이다.

나라셀라는 ‘돈나푸가타 리게아 2023’ 출시를 기념해 제주관광공사와 함께 환경 및 문화보호를 위한 여러 이벤트를 진행한다. 오는 5~6일 제주 토속음식과 와인 페어링을 즐길 수 있는 웰니스 다이닝, 제주 해양쓰레기 수거단체 ‘디프다 제주’와 함께 이호테우 해변 일대의 해양 정화 활동을 진행하며 클린 캠페인 참가자를 대상으로 밍글링 파티와 돈나푸가타 와인 클래스를 개최할 예정이다.

새롭게 선보이는 ‘돈나푸가타 리게아 2023’은 전국 주요 백화점(현대·신세계·롯데·갤러리아) 및 나라셀라 직영점(나라셀라 리저브·와인픽스)에서 만나볼 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

## HK이노엔 “2050년까지 탄소중립 실천”

‘2023 지속가능 경영보고서’ 발간

HK이노엔은 2023년 ESG 경영 전략과 주요 활동 및 성과를 담은 지속가능 경영보고서를 발간했다고 1일 밝혔다.

HK이노엔은 해당 보고서에서 ▲환경을 고려한 비즈니스 운영 ▲구성원

의 성장을 고려한 성장 ▲지역사회를 위한 임팩트 창출 ▲컴플라이언스 기반 리스크 관리 강화 등 ESG 전략 방향에 맞춰 9대 중점 영역을 설명했다.

이와 함께 HK이노엔은 산업 특화 주제로 ‘의약품 접근성’을 선정했다. 의약품 글로벌 시장 진출 및 국내외 의

약품 기부 활동, 현지 의료인 교육 제공, 임직원 및 의료인 교육 캠페인, 수급불안 의약품 대응 등 다양한 활동을 진행해 의료 사각지대를 해소하고 연구개발 파이프라인 강화에 힘쓰고 있다는 것이 HK이노엔 측의 설명이다.

아울러 HK이노엔은 올해 상반기 탄소중립 로드맵을 수립했다. 오는 2050년까지 온실가스 순배출량 ‘0’을 달성한다는 방침이다.

/이청하 기자

## 유한양행, 고셔병 치료제 임상1상 진입

희귀 질환 치료제 시장 공략 박차

유한양행이 폐암 치료제부터 희귀 질환 치료제까지 신약 후보물질 발굴에 총력을 다하고 있다.

유한양행은 지난 28일 식품의약품안전처로부터 ‘YH35995’ 임상1상 시험계획(IND)을 승인받았다고 1일 밝혔다.

유한양행에 따르면 이번 임상1상은 YH35995를 처음으로 사람에게 투여하는 시험이다. 유한양행은 YH35995를 건강한 성인 남성에게 경구 투여해 해당 물질의 안전성, 내약성, 약동학적 및 약력학적 특성 등을 평가한다.

‘YH35995’는 유한양행이 경구형 고셔병 치료제로 개발 중인 신약 후보물질이다.

고셔병은 유전적 돌연변이의 영향으로 특정 효소가 결핍돼 글루코실세라미드 등이 리소좀에 축적되는 질환이다. 이에 따라 ‘기질감소치료’는 기질인 글루코실세라미드 합성을 억제함으로써 기질의 축적을 감소시키는 것을 목적으로 한다.

‘YH35995’ 임상 단계 진입은 유한양행이 추진하는 첫 희귀 질환 치료제 개발이라는 점에서도 의미가 크다는 것이 국내 제약 업계의 중론이다.

/이청하 기자