

# 제약·바이오업계, 글로벌 '보툴리눔 독신' 경쟁 본격화

휴젤 美 시장 '레티보' 출시 준비  
대웅제약 '나보타' 해외 매출 상승  
메디톡스 '뉴릭스' 생산 인프라 확장  
동국제약 '비에녹스주' 국내 판매

'K독신'이 국내외 시장에서 빠르게 성장하고 있는 가운데, 국내 대표 보툴리눔 독신 제품을 내놓고 있는 주요 기업들의 경쟁이 예고된다.

1일 제약·바이오 업계에 따르면 휴젤은 올해 하반기 역대 최대 매출액을 달성하고 있다. 1분기와 2분기에는 각각 743억원, 954억원, 3분기에는 1051억원의 매출을 올려 분기 기준으로는 역대 최고치를 써내려가고 있다. 영업이익도 1분기 240억원, 2분기 424억원, 3분기 534억원 등으로 증가했다.

특히 휴젤의 올해 3분기까지 누적 매출은 2748억원, 영업이익은 1198억원에 이르는 가운데 가장 큰 비중을 차지하는 사업은 보툴리눔 독신 부문이다. 3분기 누적 매출 기준, 휴젤의 보툴리눔 독신 제품 '보툴렉스(수출명: 레티보)' 매출액은 1488억원으로 전체 누적 매출의 54%에 해당하는 규모다.

휴젤은 앞서 지난 2월 미국 식품의약국(FDA)로부터 '레티보' 50유닛과 100유닛에 대한 품목 허가를 획득했다. 국내 기업으로는 휴젤이 유일하게 글로벌 3대 독신 시장인 미국, 중국, 유럽에 모두 진출한 상황이다.

휴젤은 올해 4분기에는 미국 시장에서 가장 집중한다는 방침이다. 휴젤은 지



레티보

/휴젤



나보타

/대웅제약



뉴릭스

/메디톡스



비에녹스주

/동국제약

난 7월 말 첫 미국 수출 물량 선적을 완료했고, 미국 파트너사 베네브와 레티보 공식 출시를 준비하고 있다. 휴젤은 올해 안에 미국 현지에서 레티보를 선보이고 3년 내 점유율 약 10%를 확보할 계획이다.

휴젤은 중동·북아프리카(NEMA) 지역도 신중 수출 국가로 주목하고 있다. 최근 휴젤과 두바이 소재 미용의료 제품 유통사 메디카그룹은 전략적 파트너십을 체결했다. 중동은 경제 성장률, 인구 증가율, 미용과 의료 목적 소비 변화 등으로 인해 보툴리눔 독신 수요가 높은 지역으로 알려져 휴젤은 보툴렉스의 제품력과 시장 가치를 입증하는 기회가 될 것으로 내다보고 있다.

앞서 지난 2019년 미국에서 가장 먼저 'K독신' 신호탄을 쏜 대웅제약의 보툴리눔 독신 제제 '나보타'도 글로벌 시장에서 약진하고 있다.

대웅제약에 따르면 나보타의 올해 3분기 기준 누적 매출은 1378억원이다.

특히 나보타가 해외에서 기록한 매출은 1157억원으로 전체 매출의 83% 수준이다. 대웅제약은 현재 미국 미용 시장에서 나보타가 매출 2위에 오르는 등 대표 'K독신'으로 인정받고 있다고 설명했다.

실제로 올해 상반기 미국에서 나보타가 기록한 매출은 프랑스 제약사 입센의 보툴리눔 독신 '디스포트' 매출을 넘어섰고, 미국 시장 점유율은 13%로 집계됐다는 것이 대웅제약 측의 설명이다.

국내 최초 보툴리눔 독신인 '메디톡스'를 발매해 온 메디톡스는 차세대 제품과 대량 생산 시설을 통해 신성장동력을 마련했다.

메디톡스는 최근 차세대 보툴리눔 독신 제제 '뉴릭스' 제조소로 오송 3공장에 신설된 E동을 추가했다. 메디톡스는 오송 3공장의 수출 국가별 제조소를 해당 국가에서 순차적으로 등록하는 절차를 추진하고 있다.

메디톡스에 따르면 오송 3공장은 유

럽 의약품청(EMA)의 우수약품 품질 관리 기준(GMP), 미국 식품의약국(FDA)의 우수약품 제조 및 품질관리 기준(cGMP) 등을 승인받아 세계 최고 수준과 규모를 갖췄다.

뿐만 아니라 메디톡스는 지난 5월 아랍에미리트(UAE) 국영 기업 테콤그룹과 보툴리눔 독신 생산 공장을 설립하기 위한 투자계약의향서(LoI)를 체결한 바 있다. 이에 따라 메디톡스가 두바이에 보툴리눔 독신 완제품 생산시설을 세우게 되면, 중동 지역 현지에 보툴리눔 독신 생산 기지를 보유한 첫 국내 기업이 된다.

메디톡스는 올해 3분기 누적 실적으로 매출액 1734억원, 영업이익 194억원을 거뒀다. 전년 동기 대비 매출은 13%, 영업이익은 30% 늘었다.

국내 메디컬 에스테틱 시장에서 후발 주자로 등장한 동국제약도 보툴리눔 독신 제제로 포트폴리오를 확장했다.

동국제약은 지난 10월 한국비엔씨와

'비에녹스주'에 대한 국내 독점 판권 계약을 체결하고 11월부터 본격적인 판매를 시작했다. 동국제약은 국내 의료 미용 시장에서 비에녹스주의 브랜드 가치를 상승시켜 자사의 경쟁력까지 높일겠다는 전략이다.

동국제약은 지난 9월에는 메디컬 에스테틱 사업부(dkma)도 출범시키는 등 메디컬 에스테틱 사업을 본격화하고 있다.

제약 업계의 한 관계자는 "코로나19를 겪기 전 상황을 잘 떠올려보면, 국내 의료 시장은 의료 관광을 형성할 정도로 이미 세계적 수준과 인기를 보여줬다"며 "코로나를 겪으면서 비수술적 시술과 K뷰티가 새로운 흐름을 만들었고, 그 인기를 이어갈 소비자들의 공략하는 마케팅도 중요하겠지만, 의료 영역이다 보니 제품 경쟁력에 기반한 전문가 신뢰 확보가 지속적인 성장 요소가 될 것"이라고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 지엔티파마 "넬로넵다즈, 뇌졸중 환자 장애 개선"

ICSU 참가... 2상·3상 결과 공유  
"신속한 투여시 유의적 약효 보여"



아주대학교 의과대학 신경과 이진수 교수가 지난 28일 서울 드래곤시티에서 열린 대한뇌졸중학회 국제학술대회에서 넬로넵다즈 임상 2상과 3상 통합 분석 결과를 발표하고 있다.

넬로넵다즈 임상 2상과 3상은 혈전 제거술을 받은 뇌졸중 환자 208명과

496명을 대상으로 국내 대학병원에서 진행됐다.

이진수 교수는 "신속한 혈전 제거 시술 시행과 넬로넵다즈 투약으로 뇌졸중 환자의 장애가 더욱 개선된 것으로 확인됐다"며 "사후 분석 연구를 통해 넬로넵다즈의 약효가 유의적으로 나타나는 투약 조건과 환자군을 확정했고 이를 정밀하게 반영해 넬로넵다즈의 약효를 입증하기 위한 다국적 임상 3상 프로토콜을 마무리했다"고 말했다.

넬로넵다즈 다국적 임상 3상(RENEW)은 국내외 20여개 대학병원에서 진

행된다. 지엔티파마는 다음 달 식품의약품안전처에 임상시험계획(IND)을 제출할 계획이다.

지엔티파마 과학부 대표이사는 "동물 실험과 유사하게 재개통되는 뇌졸중 환자에서 넬로넵다즈의 약효가 밝혀지고 있어 혈전 제거 시술과 넬로넵다즈 병용 치료가 뇌졸중의 표준 치료법이 될 수 있다고 확신한다"며 "다국적 임상 3상 성공을 위해서는 넬로넵다즈의 약효와 상관관계가 있는 환자를 선정하고, 혈전 제거 시술 시행과 넬로넵다즈 투약 시간을 지키는 것이 중요하다"고 말했다.

/이세경 기자 seilee@



### 동국제약 '오라페인큐젤' 출시

동국제약이 구내염 치료제 전문 브랜드 '오라군'에서 신제품 '오라페인큐젤(사진)'을 출시했다고 1일 밝혔다.

오라페인큐젤은 통증 완화에 효과적인 구내염 치료제로, 주요 성분은 리도카인염산염수화물과 염화세틸피리디늄수화물이다.

이번 신제품은 겔 제형으로 구성돼 소량을 덜어 입 안 통증 부위에 바르면 된다.

/이청하 기자

## LG생전, 다이소 '스팟 카밍 젤' 인기몰이

누적 판매량 10만개 돌파

LG생활건강은 더마 화장품 브랜드 CNP가 균일가 생활용품점 다이소 전용 제품으로 출시한 'CNP 바이 오디-티디 스팟 카밍 젤'이 품절 대란을 일으키며 국내 뷰티 업계에서 인기 제품으로 급부상했다고 1일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면, 'CNP 바이 오디-티디 스팟 카밍 젤'은 지난 9월부터 다이소에서 판매되고 있고,

11월 말 기준 누적 판매량 10만개를 돌파했다.

이 제품은 각질, 피지, 건조함 등으로 인한 피부 트러블을 진정시키는 데 도움을 주는 제품이다. 레티날 성분과 라하 성분을 비롯해 피부 진정 효과를 갖춘 5가지 허브와 애플 사이타비니거를 활용한 '허브-비니거 텅처' 성분을 함유하고 있다. 수분감 있는 제형을 구현한 것도 특징이다.

/이청하 기자

## W컨셉, 박막레 뷰티 브랜드 '레레' 공개

금쌀 에너지 결케어 에센스 등 3종

패션 플랫폼 W컨셉이 구독자 116만 명의 인기 유튜브 박막레 할머니가 처음으로 선보이는 화장품 브랜드 '레레'를 온라인에서 단독으로 공개한다고 1일 밝혔다.

W컨셉에 따르면 '레레'는 할머니의 지혜를 담아 젊은 세대를 위한 화장품을 만들겠다는 취지로 창작자 박막레와 세계적인 화장품 연구·개발·생산 업체

코스맥스가 공동으로 개발한 피부 관리 브랜드다.

대표 제품은 ▲금쌀 에너지 결케어 에센스(80ml) ▲금쌀 에너지 크림(50ml) ▲도토리젤리 쿨다운 패치(34매) 등 3종으로 구성됐다. 박막레 할머니가 사회관계망서비스(SNS)에서 공개한 피부 관리 비법인 쌀뜨물과 도토리 가루를 주요 원료로 사용한 점이 특징이다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## HK이노엔 컨디션 앰버서더에 해원

HK이노엔이 숙취해소제 '컨디션' 앰버서더로 아이돌 엔믹스의 '해원'을 발탁했다고 1일 밝혔다.

HK이노엔은 자사 대표 브랜드인 컨디션과 인기 아이돌 해원이 시너지 효과를 낼 수 있는 다양한 활동을 선보인다는 방침이다.

HK이노엔은 모임이 증가하는 연말을 맞아 술자리를 위한 '필수 준비물'인 컨디션의 이미지를 바른 이미지와 통통 튀는 매력을 가진 해원이 잘 전달할 것으로 기대하고 있다.

/이청하 기자