

# 중견 제약사, 대표 의약품 중심 성장세… 사업다각화 속도

**보령 연간매출 1조… 선두 차지**  
**HK이노엔 ‘케이캡’ 중심 고성장**  
**동국제약 화장품, 의료기기 공략**  
**JW중외제약 연구개발 비용 늘어**

중견 제약 기업들이 외형 성장을 이뤄내면서 새로운 성장동력을 마련하는 등 사업 다각화에 속도를 낸다.

10일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 보령이 연간 매출 1조원을 넘겨 선두 주자로 올라서면서 K제약 외형이 커지고 있다.

보령은 지난 2024년 실적으로 연결기준 매출 1조171억원, 영업이익은 705억원을 기록했다. 당기순이익은 728억원이다. 매출과 영업이익은 전년 대비 각각 18.3%, 3.2% 늘었다. 같은 기간 당기순이익은 81% 급증했다.

보령의 호실적은 전문의약품 매출이 견인했다. 해당 사업이 전체 매출에서 차지하는 비중은 84.6%에 이른다. 특히 항암제 부문에서 레거시 브랜드 인수(LBA) 전략을 펼쳐 독보적인 시장 지배력을 다졌다. 보령은 미국 일라이릴리의 항암제 젠자, 알람타 등을 보유하고 있다.



보령 본사 전경. /보령

보령은 LBA 전략으로 인수한 고부가가치 제품을 중심으로 의약품 생산에도 역량을 쏟는다. 충남 예산공장에서 주요 항암제 생산을 내재화해 글로벌 시장으로 공급하는 방식으로 전략이 확장됐다.

이와 함께 올해부터는 김정균 단독 대표 체제가 본격화될 것으로 예고돼

향후 보령의 사업 방향성에 업계의 이목이 집중된다. 특히 김정균 대표는 지난 2022년부터 ‘휴먼 인 스페이스’ 사업을 추진해 왔다. 인류의 우주 장기 체류에 선제적으로 대응하고 ‘우주 의학’에 집중해 기업 경쟁력을 제고한다는 방침이다.

실제로 보령은 미국 민간 우주기업 액시엄 스페이스와 합작법인 블랙스페이스를 설립해 우주 관련 사업기회를 모색하고 있다. 또 블랙스페이스는 보령의 특수관계기업으로 지난해 3분기 기준 310만원의 매출을 낸 것으로 공시됐다.

HK이노엔, 동국제약, JW중외제약 등은 영업이익 측면에서 보령을 앞지르며 올해 1조 클럽 입성에 대한 기대감을 높인다.

HK이노엔은 지난해 연간 매출 8971억원, 영업이익 882억원 등의 실적을 올렸다. 당기순이익은 616억원이다.

HK이노엔은 차세대 위역류질환 치료제 ‘케이캡’을 중심으로 고성장을 지속했다. 케이캡이 HK이노엔 전체 매출에서 차지하는 비중은 19%로, 2023년 14%, 2022년 11% 등으로 지속 증가세를 유지했다.

제30호 국산 신약인 케이캡은 국산

신약 가운데 가장 최단기간에 연간 매출 1000억원을 돌파하는 등 시장 경쟁력을 갖췄다. HK이노엔은 케이캡을 글로벌 국산 블록버스터 품목으로 성장시킬 계획이다. 현재 미국에서 비미란성 식도염을 적응증으로 한 케이캡 임상 3상을 완료했고, 미란성식도염에 대한 임상 3상은 진행하고 있다. 해당 임상 결과를 바탕으로 미국 식품의약국(FDA)에 품목허가를 신청하는 절차를 추진할 예정이다.

동국제약은 최대 매출을 기록할 전망이다.

동국제약이 최근 공시한 바에 따르면 지난 2024년 연간 매출은 전년 대비 11.1% 증가해 8122억원이다. 영업이익과 당기순이익은 각각 804억원, 623억원이다. 모두 두 자릿수의 성장세를 기록해 각각 20.3%, 27.6% 확대됐다.

동국제약은 일반의약품과 전문의약품을 비롯해, 화장품, 의료기기 등 사업 전반에서 고르게 성과를 내 왔다.

동국제약화장품 사업의 대표 브랜드인 ‘센텔리안24’의 경우, 핵심 성장엔진 역할을 한다. 2015년 4월 출시부터 지난해 12월까지 센텔리안24가 누적 매출액은 이미 1조원을 기록했다. 지난달 코스닥 시장에 신규 상장한 자회사 동국

생명과학은 글로벌 의료기기 시장을 공략한다. 동국생명과학은 국내 조영제 시장에서 1위를 차지하고 있고, 핵심 제품인 CT 조영제 ‘파미레이’, MRI 조영제 ‘유니레이’ 등은 유럽, 일본 등 전세계 25여 개 국가로 진출해 있다.

JW중외제약도 제약사 1조 클럽 후보로 업계의 주목을 받는다. JW중외제약의 지난 2024년 연간 매출은 7194억원, 영업이익은 825억원이다. 각각 전년 대비 4%, 18% 줄었다. 다만 당기순이익은 76% 급증해 676억원에 달한다.

이와 관련 JW중외제약은 연구개발 비용 증가가 영업이익에 영향을 미쳤다는 분석을 내놨다. 당기순이익은 전년도 일회성 비용 소멸과 법인세비용차감 전계속사업이익으로 발생했다.

JW중외제약이 연구개발에 투입한 비용은 지난해 3분기 기준 590억원 수준이다. 고지혈증 치료제 리바로, 수액제 등이 주요 매출 품목인 가운데, JW중외제약은 신약 파이프라인에 사활을 걸고 있는 모습이다. A형 혈우병 치료제 ‘헵리브라’ 후속 연구, 표적항암제 후보물질 JW2286, 통풍치료제 URC 102 등의 파이프라인이 임상 단계에 진입해 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## CJ올리브영 “월경부터 일상까지… ‘W케어’로 관리해요”

**W케어 도입 2년 만에 5배 확대**  
**자체업서 전문적 콘텐츠도 제공**

CJ올리브영은 주체적으로 건강을 관리하는 여성들을 위한 브랜드 ‘W케어’를 확대한다고 10일 밝혔다.

올리브영은 W케어를 통해 생리대, 팬티라이너 등 월경에 필수적인 W벨런스, 여성청결제 등 Y존을 관리하는 W클렌징, 속옷류를 포함하는 W웨어 등을 선보여 왔다. W케어 상품은 2022년 3700여 개에서 2025년 약 1만8000개로 크게 늘었다. 지난 2022년 11월 W케어를 처음 도입하고 2년여 만에 5배 가량 확대됐다.

W케어는 여성들이 개인의 상황에 적합한 상품을 쉽게 찾을 수 있도록 제품군을 세부화한 것도 특징이다. 예를



CJ올리브영 강남타운점의 ‘W케어’ 구역에서 고객들이 ‘W케어’ 상품을 체험하고 있다. /CJ올리브영

들어, 생리대는 월경 일자나 활동량에 따라 선택할 수 있게 패드형 외에도 입는 생리대, 생리컵, 탐폰 등으로 구분된다. 속옷도 흡수력, 스포츠웨어, 니플패치 등으로 다양하다.

대형 매장을 중심으로 상품을 체험한 뒤 구매 가능한 서비스도 운영하고 있

다. 피부에 직접 닿는 상품을 경험해 보지 않고 구매하는 데 부담을 느끼는 고객의 요구를 반영했다. 특히 지난해 11월 문을 연 ‘올리브영N 성수’에 마련된 ‘월니스 에디션’은 여러 브랜드의 흡수력과 스포츠웨어를 선보여 호응을 얻고 있다.

이와 함께 올리브영은 여성 건강과 관

련된 전문적인 콘텐츠도 제공한다. 자체 앱에서 ‘W케어 서비스’를 강화해 손쉽게 접근하도록 설계한 것도 특징이다.

산부인과 전문의와 협업해 개발한 ‘스마트 예측 주기’ 프로그램은 정확한 월경 주기를 알려준다. 고민 상담 서비스 ‘W솔루션’에서는 전문의에게 답변을 받을 수 있다. 여성들이 궁금해할 만한 질문에 대해 산부인과 전문가가 대답한다.

올리브영 관계자는 “올리브영 W케어의 목표는 여성들이 월경기뿐만 아니라 평범한 일상에서도 건강한 아름다움을 누릴 수 있도록 하는 것”이라며 “이를 위해 W케어 서비스를 더욱 고도화하는 한편, 질 유산균, 여성 비타민, 여성 호르몬 균형에 도움을 주는 이노시톨 등 건강기능식품까지 카테고리 확장할 계획”이라고 말했다. /이청하 기자

## 아모레퍼시픽 설화수 ‘퍼펙팅 립컬러’ 새로운 색상 ‘블룸’ 선보

아모레퍼시픽은 글로벌 럭셔리 뷰티 브랜드 설화수에서 ‘퍼펙팅 립컬러’의 새로운 색상 ‘블룸’을 출시한다고 10일 밝혔다.

퍼펙팅 립컬러는 입술 전용 제품으로 자연스러운 발색과 밀착력을 갖췄다. 번들거림과 끈적임 없이 촉촉한 제형도 특징이다. 새롭게 출시된 ‘330호 블룸’은 본래 입술 위에 조화롭게 스며드는 차분한 분홍 계열 색상이다. 설화수 ‘상백톤업스 크림’, ‘퍼펙팅 쿠션’ 등과 함께 활용하면 고급스러운 메이크업을 완성할 수 있다. /이청하 기자

## 셀트리온 천식·두드러기 치료제 ‘옴리클로’ 美 품목허가

셀트리온은 천식, 만성 특발성 두드러기 치료제 쉐레어(성분명: 오말리주맵) 바이오시밀러 ‘옴리클로’가 미국 식품의약국(FDA)에서 품목허가를 획득했다고 10일 밝혔다. 천식, 만성 비부비동염, 식품 알레르기, 만성 특발성 두드러기 등 오리지널 의약품이 미국에서 보유한 전체 적응증에 대해 허가를 받았다.

이번 허가에 따라 옴리클로는 유럽, 국내, 영국 등 글로벌 주요 국가에 이어 미국에서도 첫 번째 쉐레어 바이오시밀러로 허가를 받으며 ‘퍼스트 무버’ 지위까지 확보했다. 특히 미국 품목허가 신청의 경우, 옴리클로는 ‘상호교환성’ 바이오시밀러로 인정받았다. /이청하 기자

## 팜젠사이언스 ‘비타잉’, 신세계면세점 입점

온라인 판매 도입으로 접근성 확대

팜젠사이언스는 자체 개발한 지속성 비타민C 제품인 ‘비타잉’을 쿠팡에 이어 신세계 면세점 온라인몰에 공식 입점했다고 10일 밝혔다.

팜젠사이언스는 하루 한 알 섭취만으로 체내에서 최대 10시간 동안 비타민C를 지속적으로 방출하는 건강기능식품 ‘비타잉’을 지난 12월에 출시했다. 이 제품은 혈중 유효 농도를 오랜 시간 유지하여 흡수율을 극대화한 것이 특징이다. ‘비타잉’은 국내 최초로 천연 부형

제를 사용해 안전성을 높였으며, 1정당 810mg의 크기로 일반적인 제품(1000mg)보다 작아 복용 편의성을 강화했다.

팜젠사이언스는 기존 지속성 비타민C 제품이 오프라인에서만 구매 가능했던 것과 달리, 온라인 판매를 도입해 소비자의 접근성을 확대했다. 이를 통해 소비자 선택의 폭을 넓히고 편리한 구매 경험을 제공할 것으로 기대하고 있다.

팜젠사이언스 관계자는 “비타잉을 하루 한 알만으로 장시간 비타민C를 공급할 수 있도록 설계된 제품”이라고 설명했다. /이세경 기자 seilee@

## 삼성바이오로직스, 美 ‘디켓워크2025’ 참가

총 50건 이상 비즈니스 미팅 예정

삼성바이오로직스가 오는 17~20일(현지시간) 미국 뉴욕에서 열리는 ‘디켓워크 2025’에 참가한다고 10일 밝혔다.

삼성바이오로직스는 2020년 코로나 19로 인해 행사가 열리지 않은 해를 제외하고, 2016년부터 10년 연속으로 디켓워크에 참가하고 있다. 삼성바이오로직스는 행사장 핵심 위치에 전용 미팅룸을 마련하고, 글로벌 제약사들과 총 50건 이상의 비즈니스 미팅을 진행한다.

존 립 대표도 직접 참석한다. 2023년

부터 올해까지 3년 연속 디켓 워크에 참석하고 있는 존 립 대표는 이번 행사에서 업계 주요 인사들과 전략적 파트너십을 논의한다.

삼성바이오로직스는 행사 마지막 날인 20일에는 론자, 써모피셔 사이언티픽 등 글로벌 의약품 위탁생산개발(CDMO) 기업들과 함께 디켓 워크 만찬 행사에 스폰서로 참여한다. 삼성바이오로직스는 이 자리에 참석하는 2500명 이상의 글로벌 제약·바이오 업계 주요 인사들과 교류를 더욱 활발히 한다는 방침이다. /이청하 기자