

제약·바이오업계, 미용의료시장 ‘훤훤’… 최대실적 등 성과

**휴젤 지난해 역대 최대 실적 달성
메디톡스 2년 연속 실적 신기록
GC녹십자 이니바이오 지분 확보
동국제약 특신 포트폴리오 확장**

국내 미용의료 시장에서 주요 기업들이 매출 성과를 내며 경쟁력을 높이고 있다. 휴젤, 메디톡스 등은 지난해 모두 최대 실적을 올렸고 보툴리눔 독신, 히알루론산 필러 등 사업 전반에서 성장 동력을 마련했다.

◆ K-특신 선두주자, 실적 고공행진

17일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 휴젤은 지난 2024년 실적으로 역대 최대 실적을 달성했다. 매출, 영업이익, 당기순이익 모두에서 두 자릿수 성장세를 기록하며 외형을 확장했다.

휴젤의 지난해 매출액은 3730억원, 영업이익은 1663억원이다. 각각 전년 대비 17%, 41% 증가했다. 당기순이익은 전년 대비 46% 급증해 1424억원이다.

휴젤은 핵심 사업인 보툴리눔 독신 사업에서 처음으로 연 매출 2000억원을 넘기며 사업 영향력을 높였다. 보툴리눔 독신 매출은 2032억원으로 전년 대비 20% 늘어 해당 사업 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 54% 수준이다.



휴젤 춘천 거두공장 전경.



/휴젤 메디톡스 오송 R&D 센터 전경.

/메디톡스

이러한 호실적에 대해 휴젤은 아시아를 넘어 미국, 유럽 등에서 고성장한 결과라는 분석을 내놨다. 보툴리눔 독신 사업의 경우, 해외 매출은 전년 대비 39.6% 커졌다.

휴젤은 올해도 글로벌 시장에서 매출 성장을 거둘 것으로 전망하고 있다.

특히 올해부터 미국에서 보툴리눔 독신 제제 ‘레티보’ 판매를 본격화한다. 휴젤은 지난 2024년 7월 말 첫 레티보 미국 수출 물량 선적을 완료했고, 향후 3년 내 미국 현지에서 시장점유율 약 10%를 달성한다는 목표를 제시했다.

바이오제약기업 메디톡스는 2년 연속으로 사상 최대 실적을 경신하고 있

다. 메디톡스의 2024년 매출은 2286억원이다. 영업이익과 순이익은 각각 200억원 158억원이다. 각각 전년 대비 3.4%, 15.6%, 63.5% 증가했다.

메디톡스는 올해 대량 생산 체제와 제품 포트폴리오를 확장해 성장세를 이어간다는 방침이다.

실제로 지난 2월 오송 3공장 E동을 비동물성 보툴리눔 독신 제제 ‘코어톡스’ 신규 제조소로 추가했다. 오송 3공장 E동은 기존 B동보다 3배 이상의 생산능력을 갖췄다. 앞서 지난해 말에는 해당 시설을 차세대 보툴리눔 독신 제제 ‘뉴릭스’ 제조소로도 추가해 본격 가동을 시작했다.

이와 함께 메디톡스는 최근 보툴리눔

독신 제제 ‘메디톡스’ 품목허가취소 소송에서 최종 승소하며 사업 불확실성까지 해소했다.

◆ K-특신 후발주자들, 전문기업 인수 등 경쟁 대열 합류

GC녹십자웰빙, 동국제약 등도 보툴리눔 독신 후발주자로 경쟁 대열에 도전하고 있다. 이들은 제품 자체 개발보다는 전문 기업을 인수하는 방식으로 해당 시장에 진입했다.

GC녹십자웰빙은 지난 2월 에스테틱 기업 이니바이오의 경영권이 포함된 지분을 취득했다.

이니바이오는 지난 2017년 설립된 바이오 의약품 회사다. 특허받은 순도 100%의 제품 생산 기술력, 미국 식품의

약품(FDA), 유럽 의약품청(EMA) 등에서 승인 가능한 우수 의약품 제조 및 품질관리 기준(GMP)을 갖춘 생산시설 등을 보유하고 있다.

이니바이오의 보툴리눔 독신 ‘이니보’가 군주 출처 논란에서도 자유롭다는 것도 기업 경쟁력을 높인다. 이니보 군주는 스웨덴의 미생물 분양 기관이자 군주 은행인 CCUG에서 도입했다.

이밖에 GC녹십자웰빙은 지난해 이미 유명제약과 중국 필러 시장 진출을 위한 업무협약을 체결하는 등 국내외 미용의료 시장을 정조준해 사업 영역을 다각화해 왔다.

동국제약도 보툴리눔 독신 제제로 포트폴리오를 확장했다. 동국제약은 지난해 한국비엔씨와 ‘비에녹스주’에 대한 국내 독점 판권 계약을 체결하고 본격적인 판매를 시작했다. 내부에서는 메디컬 에스테틱 사업부(dkma)도 출범 시켰다.

국내 제약 업계 관계자는 “국내 미용의료 시장은 한정적인데 다양한 기업이 사업을 늘리고 있어 자칫 경쟁 심화에 대한 우려도 제기할 수 있겠지만, 국내 뿐 아니라 해외 시장의 크기와 성장세를 고려해 새로운 이익 창출 기회로 보고 있다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

LG화학, ‘제미글로’ 누적판매 1조 돌파

(국산 당뇨병 치료 신약)

**당뇨시장 1위… 11년 연속 성장
효능·안전성 등 차별화 경쟁력 주효**

LG화학의 제2형 당뇨병 치료 신약 ‘제미글로’ 제품군의 역대 누적 판매액이 1조원을 돌파했다.

LG화학은 최초의 국내 개발 당뇨병 치료 신약인 ‘제미글로’ 기반 제품군(제미글로, 제미메트, 제미다파, 제미로우)의 2012년 12월부터 2024년 12월까지 합산 원외처방액(유비스트 시장자료)이 1조 659만원을 달성했다고 17일 밝혔다. 1조원 매출을 넘긴 국산당뇨약 브랜드는 제미글로가 처음으로, 출시 후 11년 연속 성장, 연평균 성장률 35%를 나타냈다.

LG화학은 해외 제약사 제품이 장악한 당뇨시장에서 2003년 국내 최초로 국산화에 도전해 2012년 신약개발에 성공, 같은 해 12월 제미글로를 출시했다. 이후 1조원 규모의 국내 당뇨시장



LG화학 ‘제미글로’

에서 1위로 도약하기까지 10년이 걸렸다. 2023년 첫 시장점유율 선두로 올라섰고, 2024년에는 전년 대비 6% 증가한 1530억원 매출을 기록하며 꾸준한 성장세를 보이고 있다. LG화학은 현재 50만명 이상의 당뇨병 환자들이 제미글로 제품군을 복용하는 것으로 분석하고 있다.

LG화학은 제미글로의 차별화된 경쟁력 확보가 주효했다고 분석하고 있다.

LG화학은 개발 착수 이후 20여년간

총 1500억원을 투자해 풍부한 임상 근거를 축적하며, 제품 효능 및 안전성에 대한 높은 고객 신뢰를 구축했다. LG화학은 제미글로의 차별화된 경쟁력 확보를 위해 40여개의 연구를 수행했고, 참여 시험자 수는 약 1만3000명에 달한다.

또 LG화학은 제미메트, 제미다파, 제미로우 등 제미글로 기반의 복합제 사업 확대에 환자의 약가 부담을 완화 시켰다. 2025년 3월 기준 ‘제미다파’ 약가는 동일 성분 각 단일제 합산 약가보다 최대 25%(5.1~25.6%) 낮다.

LG화학 손지웅 생명과학사업본부장은 “매일 수십만명의 당뇨병 환자들이 제미글로 제품으로 치료를 받을 만큼 성장할 수 있었던 것은 제품과 회사에 대한 고객의 두터운 신뢰 덕분이었다”며 “앞으로도 환자들에게 더 나은 삶을 제공할 수 있는 의약품 개발에 최선을 다하겠다”고 말했다. /이세경 기자 seilee@

맘스터치, 日 하라주쿠에 초대형 매장 연다

상반기 내 직영 2호점 오픈 계획

토종 버거·치킨 브랜드 맘스터치는 올해 상반기까지 도쿄 하라주쿠 내 핵심상권에 초대형 매장 ‘하라주쿠 맘스터치’를 오픈할 계획이라고 17일 밝혔다. 작년 4월 문을 연 직영 1호점 ‘시부야 맘스터치’에 이어 현지 직영 2호점으로, 국내의 모든 맘스터치 매장을 포함해 최대 규모가 될 전망이다.

직영 2호점 ‘하라주쿠 맘스터치’는 하라주쿠 역 인근 최대 변화가인 다케시타 거리에 550㎡(166평), 약 300석의 대규모 매장으로 꾸며진다. 맛집과 패션 등 도쿄에서 가장 트렌디한 지역으로 꼽히는 하라주쿠에서도 현지 MZ세대와 외국인 관광객들이 몰려 인구 유동량이 집중되는 다케시타 거리 핵심상권에 위치해 연중 활기를 띠는 자리다.

‘하라주쿠 맘스터치’는 이미 시부야 맘스터치를 통해 현지 소비자들에게 상품성이 검증된 ‘싸이버거’를 비롯한 치킨버거, ‘빅싸이순살’ 등 순살치킨을 주력으로 판매하며, 지난 2월 시부야 맘스터치에서 첫 선을 보인 ‘맘스피자’를 스텝 인습 형태로 운영해 ‘싸이피자’, ‘데리야끼 싸이피자’ 등 기존 현지 레스토랑 브랜드와 차별화된 메뉴로 핵심 타깃인 젊은 세대와 외국인 관광객들의 입맛을 사로잡을 계획이다.

맘스터치는 지난 23년 10월 도쿄 팝업스토어에 이어 작년 4월 시부야 핵심상권에 직영 1호점을 오픈했으며, 현지 레스토랑 브랜드로서는 이례적으로 높은 구글 평점 4.5를 유지하는 등 고객들의 긍정적 반응과 높은 수익성에 힘입어 올 상반기 2호점 출점을 통해 일본 시장 공략에 속도를 낼 전망이다.

/신원선 기자 tree6834@

지씨셀, 국가신약개발사업단 ‘CMC 전략 컨설팅’ 수행

세포·유전자 부문 CDMO 등 지원

지씨셀이 국가신약개발사업단의 ‘2025년 의약품 화학·제조·품질관리(CMC) 전략 컨설팅’ 사업 세포·유전자 부문 수행기관으로 선정됐다고 17일 밝혔다.

국가신약개발사업단은 해당 사업을 통해 신약 후보물질을 보유한 중견·중

소·벤처기업에게 의약품 제조, 분석, 허가 등에 필요한 전문적인 컨설팅을 제공한다. 신약 개발 초기 단계에서 발생하는 시행착오를 줄이고 세계적 수준의 데이터를 확보하는 데 중점을 둔다.

지씨셀은 세포·유전자 부문에 대해 신약 후보물질 선정, 생산, 품질, 허가 절차 등을 지원한다.

지원 범위는 ▲개발 전략 ▲제조 및

생산 ▲품질평가 ▲인허가 및 심사 등으로 의약품 사업 전반에 걸쳐 폭넓게 설정됐다.

특히 컨설팅 과정에서 도출된 전략을 실제 적용할 수 있도록 위탁개발생산(CDMO) 부문과 연계한 지원을 제공한다. 지씨셀은 신약 개발 기업의 성공적인 임상 진입을 돕는다는 방침이다.

/이청하 기자

아모레퍼시픽 라네즈 ‘바운시 앤 펴 세럼’ 출시

아모레퍼시픽은 글로벌 뷰티 브랜드 라네즈에서 신제품 ‘바운시 앤 펴 세럼(사진)’을 출시한다고 17일 밝혔다.

라네즈 ‘바운시 앤 펴 세럼’은 고효능 스킨케어 제품이다. 피오니&콜라겐 복합성분으로 처방돼 피부 탄성을 관리할 수 있다. 특히 이번 신제품에는 라네즈만의 혁신 스킨케어 기술이 적용돼 평균 2만4000개 이상의 캡슐로 설계된 것이 특징이다.

라네즈에 따르면, 바운시 앤 펴 세럼



을 8주간 사용한 사용자 96.7%는 피부가 수분감으로 더 촉촉해진 느낌이라고 응답했고, 사용자 100%가 사용 후 피부가 더 매끄러워졌다고 답변했다.

라네즈는 신제품 출시와 함께 글로벌 캠페인도 전개한다. 글로벌 엠버서더 시드니 스위니가 단순한 수분 공급을 넘어 피부의 자연스러운 아름다움을 만드는 스킨케어법을 제안한다.

/이청하 기자