제약기업, 개량신약 개발 "박차"

LG생명과학, 개량신약개발부 출범 … 동아제약은 오로디핀 출시

고혈압 치료제 <아모디핀> 등 개량신약을 앞세워 1997년 제약업계 10위에서 2005년 3위로 도약한 한미약품의 성공신화에 자극받은 제약기업들이 개량신약 개발 레이스를 펼치고 있다.

한국 Pfizer의 의약품인 노바스크의 주성분에 <캄실레이트>라는 새로운 특허물질을 붙인 아모디핀은 2005년 한미약품 전체 매출의 10%를 넘는 400억원 가량을 올리며 인기를 끌었다.

한국신약개발연구조합에 따르면, 2005년 국내 개량신약 시장규모는 4000억원으로 전체 의약시장의 약 5%를 차지한 것으로 추정되며 2010년까지 전체 시장의 10%인 1조3000억원으로 성장할 것으로 보여 국내 제약기업들의 개발경쟁이 더욱 치열해질 전망이다.

LG생명과학은 2006년 1월 핵심연구원 20여명으로 구성한 개량신약 개발부를 출범시켰다. 개량신약 개발부는 2006년 전체 연구개발비의 20% 가량을 배정받아 순환기질환 치료제를 중심으로 신제품 개발을 진행할 계획이다.

광동제약은 개량신약 개발로 새로운 성장동력을 일으킨다는 전략을 세우고 치매치료제·뇌혈류개선제·발모제 등 3개의 개발 프로젝트를 진행하고 있으며 일부는 2006년 개발이 끝날 것으로 기대하고 있다.

동아제약은 1월 출시한 고혈압 치료제 개량신약 <오로디핀>을 매출 150억원대의 블록버스터로 키운다는 목표를 설정했다.

유한양행은 2006년 성인병 분야 개량신약 개발로 국내 순수 제약매출 1위인 한미약품을 제치겠다는 포부를 내세웠고, 국제약품은 개량신약 개발로 매출 1000억원을 돌파하고 3년 후에는 3000억원을 넘어서겠다는 경영전략을 발표했다.

그러나 개량신약은 장기적인 성장동력이 될 수 없다는 지적도 나오고 있다.

오리지널 신약의 주성분에 대한 특허가 끝나지 않으면 개발 자체가 불가능할 뿐만 아니라 개발 이후에도 다른 수많은 개량신약 및 복제약품과 경쟁해야 하기 때문이다.

아모디핀도 지금까지 20여개의 경쟁제품이 나왔을 뿐만 아니라 2006년부터는 동아제약의 신제품 오로디핀과 경쟁해야 하는 상황이다.

<화학저널 2006/02/14>

Copyright ⓒ 2003 by CMRI 화학경제연구원