

신약, 실패에서 성공으로 탈바꿈

신약시장 정체에 국산신약 몸값 경총 ... 글로벌 시장에서도 선전

20호 국산신약이 4일 보건당국의 승인을 받았다.

국산신약은 개발비만 낭비하고 팔리지 않는 애물단지였으나, 최근 들어 국내 매출 100억원을 훌쩍 넘긴 <블록버스터>급 국산 신약도 늘고 있다.

식품의약품안전처에 따르면, 2011-2012년 생산실적이 100억원을 넘는 국산 신약은 보령제약의 고혈압치료제 <카나브>, 동아제약 발기부진치료제 <자이데나>, 부광약품 B형간염치료제 <레보비르> 등 3개 품목으로 2012년 국내 판매액은 <카나브> 205억원, <자이데나> 155억원 <레보비르> 75억원으로 나타났다.

일양약품의 14호 국산신약은 소화기궤양치료제 <놀텍>은 2013년 매출 100억원을 바라보고 있다.

초기 국산 신약은 약효 등 경쟁력이 뒤져 대부분 시장에서 퇴출됐고, 실제로 국산 신약 20개 품목 중 2012년 생산실적이 없는 제품이 5개나 되는 것으로 나타났다.

그러나 2005년 이후 개발된 신약 중에는 임상시험에서 입증된 우수한 약효를 바탕으로 시장성을 확보하는 효자제품이 등장하고 있다.

제약 관계자는 “최근 나오는 국산 신약은 약효가 다국적 제약기업 생산제품에 뒤지지 않는 것들이 대부분”이라고 주장했다.

LG생명과학의 <팩티브>는 해외 28개국에서 120억-170억원의 매출을 올렸고, <자이데나>는 2012년 러시아와 터키에 51억원 상당을 수출했다. <레보비르>는 필리핀에 이어 중국 진출을 기다리고 있으며, <카나브>는 올해부터 멕시코와 중남미 국가에 수출을 시작할 계획이다.

19호 국산 신약인 LG생명과학의 당뇨병치료제 <제미글로>는 프랑스계 제약기업 Sanofi-Aventis의 영업망을 통해 80개국에서 팔리게 된다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2013/07/04>