

동아제약(구 동아쏘시오홀딩스) '26년 3분기 실적발표 스크립트

소규모 합병 주요 일정

- 1) 7월 23일, 이사회 - 동아제약 소규모 합병 계획 결의
- 2) 8월 26일, 이사회 - 동아제약 합병 승인 결의
- 3) 9월 22일, 임시주주총회 - 정관 일부 변경(사명변경 포함)의 건 결의
- 4) 10월 1일, 합병기일 - 통합 법인 동아제약 출범**
- 5) 10월 16일, 동아제약 변경 상장

'26년 3분기 연결실적

- '26년 3분기 연결 매출은 주요 사업회사인 동아제약(13.4%, yoy)과 용마로지스(10.8%, yoy) 등의 고른 성장으로 전년대비 12.7% 증가한 4,310억원 달성. 지난 2분기 매출 4,000억원 첫 돌파 후 연이어 사상 최대 매출 달성. 영업이익은 주요 사업회사들의 원가율 상승과 판매비 증가 영향으로 전년대비 5.5% 증가한 351억원 기록.

1) 동아제약(사업)

- '26년 3분기 매출은 일반의약품부문(27.2%) 성장 주도로 13.4% 증가한 2,270억원 달성. 영업이익은 원가율과 판매비율 증가로 1.4% 성장한 289억원 기록. 원가율은 외부 환경 영향에 따른 원자재비 상승과 글로벌 일반의약품(지난 4월) 도입으로 증가하였고, 판매비 증가는 신제품 발매 및 주요 브랜드 시장 지배력 강화를 위해 광고/프로모션비 집중 집행에 따른 것. '26년 동아제약은 전 사업부문이 성장할 것으로 예상되며, 특히 신제품 얼박사(제로)와 피부외용제 판매 호조로 박카스부문과 일반의약품부문이 성장을 주도하여 연간 10% 이상 성장 예상.
- 사업부문별로 살펴보면 '26년 3분기, 박카스부문은 2.5% 성장한 888억원 달성. 신제품 얼박사(제로)는 지난 '25년 6월 발매 후 판매 호조를 유지하며 에너지링크시장 M/S 확대 중. 얼박사는 올해 3분기 누적 500억원(총매기준) 이상 판매. 지난 8월 신제품 박카스O 올리브영 출시 후 10월 약국 채널 확대. '26년 박카스부문은 지난해 가격인상 효과와 얼박사 유통채널 확대를 통한 성장, 신제품 얼박사제로, 박카스O 출시 등으로 10% 이상 성

장 예상.

- '26년 3분기, 일반의약품부문은 주요 브랜드 라인업 확대, 피부외용제 성장, 지난 4월 도입한 오펔라 브랜드 4종 신규 매출 영향으로 27.2% 성장. 종합 감기약 브랜드 판피린(17.0%, yoy), 어린이 상비약 브랜드 챔프(118.4%, yoy) 등 라인업 확대로 크게 성장했으며, 피부외용제 주요 브랜드 애크논/린 75억원(27.0%, yoy), 멜라토닝/노사 66억원(74.1%, yoy) 판매. '26년 일반의약품부문은 브랜드 라인업 확대, 피부외용제 성장과 신제품 발매, 그리고 오펔라헬스케어의 글로벌 브랜드 4종 도입으로 20% 이상 성장 가능.
- '26년 3분기, HTC부문은 건강기능식품시장 정체에도 신제품 발매와 오랄케어 및 이너뷰티 카테고리 제품의 성장으로 2.0% 성장. 오쏘몰 브랜드는 신제품 ODP(분말) 5월, 비타민C디포(서방형) 10월 출시로 브랜드 라인업 지속 확대. 가그린 브랜드 라인인 신제품 듀오버스터와 가그린스프레이의 꾸준한 성장세와 마시는 콜라겐 아일로 성장은 긍정적. '26년은 HTC부문은 어려운 시장환경에서 오쏘몰은 브랜드 라인업 확장과 SKU 다변화 등으로 비타민, 선물 시장에서의 포지셔닝을 공고히 하고, 지속적인 신제품 출시로 전년대비 성장 예상.
- 파티온사업부문은 신규 브랜드 런칭 및 유통 채널 확장(올리브영/다이소/국군복지단) 등 국내 시장에서 확실히 자리잡으며 성장 중. '26년 3월에는 고기능성 더마 브랜드 '동아제약프로'를 올리브영에 런칭. 해외는 하반기 미국 세포라 55개 매장에 입점하는 등 미국, 일본, 유럽 중심으로 온라인 및 오프라인 채널 확대 추진 중. '26년 더마사업부문 국내는 신규 브랜드 및 유통 채널 확대로 지속 성장하고 해외는 새로운 전략 및 마케팅으로 성장 목표.

2) 비티젠

- '26년 3분기 매출은 일부 상업화 품목 출하가 지연되어 20.9% 감소한 249억원 기록. 이연 물량은 4분기 매출 반영 예정으로 연간 실적은 계획대로 달성 가능. 영업이익은 3분기 출하 품목 단가 상승으로 원가율이 개선돼 168.3% 증가한 49억원 달성. 올해 누적으로 공시된 수주계약은 총 5건, 누적 총 금액은 506억원으로 지속적인 신규 수주 계약을 통해 포트폴리오 다변화 및 고객사와의 파트너십 강화 중. 비티젠은 지난 2/26일 글로벌 CMO 회사로의 도약을 위해 생산시설 확장을 결정(1,090억원 투자)했으며 현재 계획된 일정대로 순조롭게 진행(9월 착공) 중. 바이오리액터 5,000L(2500L x 2), 하베스트라인 1기, 아이솔레이터 1기 등 추가 증설을 통해 연간 DS 생산배치능력은 44%, DP 생산배치능력 170% 증가 예정. 최근 시장 환경은 미국 생물보안법 시행 및 바이오시밀러 승인 간소화

추진 등으로 중소형 규모의 글로벌 CMO 수요가 증가하고 있어, 중소형 바이오의약품 CMO 포지션으로 글로벌 생산 능력을 갖춘 비티젠에게 우호적 환경 조성. 특히 단일사이트에서 DS와 DP(PFS)를 GMP 역량으로 생산하는 국내 유일의 회사로써, 그 차별화된 경쟁력을 통해 적극적으로 글로벌 고객사 유치 가능. '26년은 중장기 성장을 위한 기반을 마련하는 한 해로, 시설투자와 글로벌트랙레코드 확장, 생산효율화를 통한 이익향상 등에 집중할 예정으로 연간 10% 내외 성장 예상.

3) 용마로지스

- '26년 3분기 매출은 K-뷰티/푸드 열풍에 힘입어 기존 화주 물량 증가와 신규 화주 유치로 10.8% 증가한 1,215억원 달성. 영업이익은 전쟁 지속 등 대외 이슈로 유류비/물류 부자재비가 높아져 원가율이 상승하여 57.9% 감소한 27억원 기록. 용마로지스는 정온 인프라 고도화로 주력사업 내 지배력을 공고히 하고, 신산업군 확대를 통해 지속 성장. 신허브센터는 지난 5월 착공식을 갖고 '28년 가동을 위해 순조롭게 진행 중. 완공을 통해 지속성장 로드맵을 구축. '26년 매출은 안정적인 성장세를 보일 것으로 기대하지만 영업이익은 외부환경에 따른 원가율 상승으로 보수적 예상.

----- 끝.