

**Dongkook**

# Our passion, your health

정성 어린 마음으로 건강한 가치를 전달하여  
고객의 삶과 사회에 기여하는 대한민국 토탈 헬스케어 그룹

[www.dkpharm.co.kr](http://www.dkpharm.co.kr)

# Our passion, your health

## Contents

1. Company	03
2. OTC	06
3. ETC	09
4. Healthcare	13
5. Financial Summary	18
6. ESG 경영	25

## Disclaimer

본 자료에 포함된 동국제약 주식회사 (이하 '회사')의 경영실적 및 재무성과와 관련한 모든 정보는 기업회계기준 및 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료는 향후 매출계획 등 미래에 대한 '예측정보'를 포함하고 있습니다. 이는 과거가 아닌 미래의 추정에 기인하여 성장 가능한 목표치를 경영실적으로 반영하고 있으며, '예상', '전망', '계획', '기대', 'E', 'F' 등과 같은 용어를 사용하였습니다. 위 '예측정보'는 경영환경의 변화에 따라 적지 않은 영향을 받을 수 있으며, 이러한 불확실성에 따른 현상은 미래의 경영실적과 중대한 차이가 발생할 수도 있습니다.

또한 각종 지표들은 현재의 시장상황과 회사의 경영목표 및 방침을 고려하여 작성된 것으로 시장환경의 급속한 변화 및 투자환경, 회사의 전략적 목표수정에 의하여 그 결과가 다르게 나타날 수 있습니다. 따라서, 투자자는 투자판단을 내리기에 앞서 반드시 투자설명서 및 회사의 공시사항을 확인하여야 하며, 본 자료에 열거한 사항은 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 효과를 미치지 못하므로 법적인 책임이 없습니다.



## 1) 기업 소개

### 생명 존중 및 건강한 국민생활을 추구한 동국제약 50년 발자취

#### 동국제약의 경영이념 체계는

미션, 비전, 핵심경영이념, 핵심가치로 구성되어  
동국제약의 모든 내·외부 활동의 방향성을 제시합니다.

**회사명** 동국제약(주)(Dongkook Pharmaceutical Co., Ltd.)

**설립일/상장일** 1968.10.15 | 2007.05.29

**대표이사** 송준호

**자본금** 226.2억원 (액면가 500원)

**주요 사업** 일반의약품(OTC), 전문의약품(ETC), 헬스케어

**소재지** 본사 서울특별시 강남구 영동대로 715 (청담동)  
공장 충청북도 진천군 광혜원면 용소2길 33-19

**임직원수** 1,132명 (2024.12.31 기준)

**1968-1981**  
동국제약의 뿌리,  
(주)UEC 탄생



**2002-2008**  
2기 경영시대,  
선진 제약기업



**1982-1993**  
Top 제약 기업을 향한 도전,  
동국제약 출범



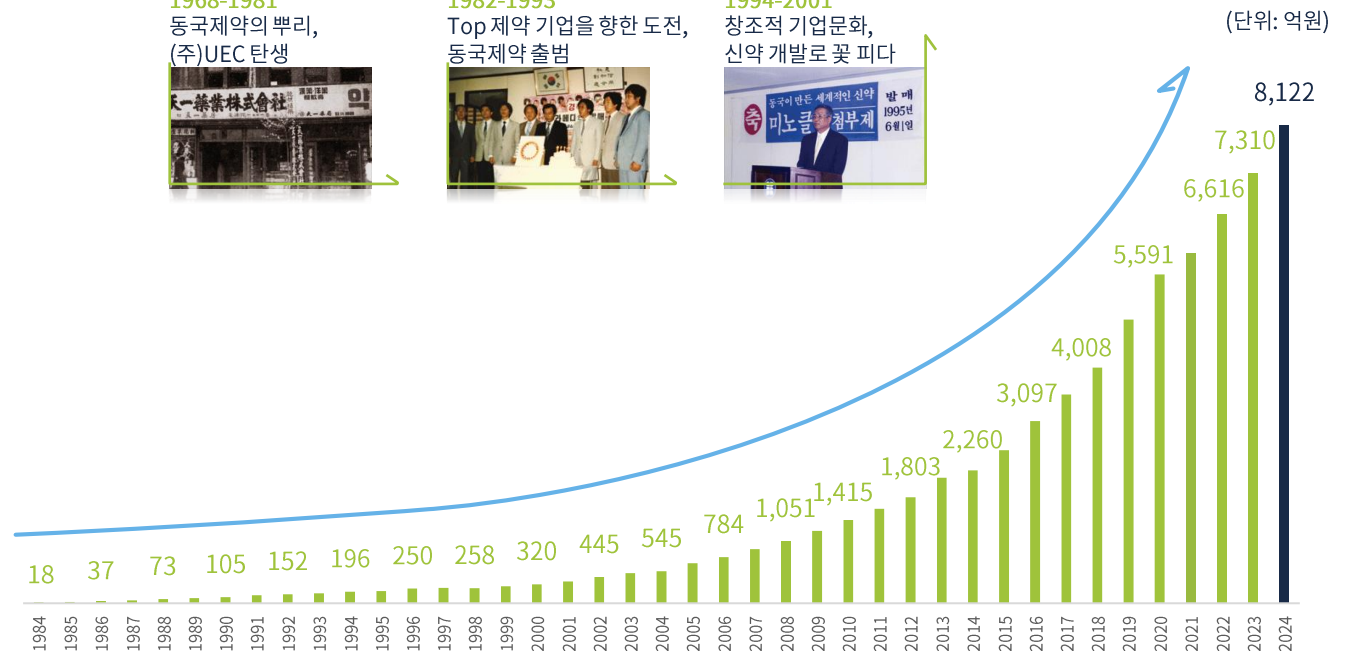
**2009-2016**  
지속적인 퀀텀 성장,  
최고의 혁신 제약기업으로



**1994-2001**  
창조적 기업문화,  
신약 개발로 꽃 피다



**2017-2024**  
대한민국 최고의  
토탈 헬스케어 그룹을 향하여



\*자료: 동국제약 50년사 및 연도별 사업보고서(2018년 부터 IFRS 연결기준)

## 1. Company

Our passion, your health

### 2) 사업비전

대한민국 최고 “Total Healthcare Company”

정성어린 마음으로 건강한 가치를 전달하여  
고객의 삶과 사회에 기여하는 기업



#### 일반의약품

OTC(Over The Counter) Drug

OTC대부분 브랜드  
국내 M/S 1위



#### 전문의약품

ETC(Ethical) Drug

ETC부문  
제네릭/개량신약시판및  
글로벌 시장 진출



#### 헬스케어

Healthcare Product

삶의 질을 높이는 화장품,  
건강기능식품 및 생활용품  
지속적 출시



## 3) R&D 비전

### 차별화된 R&D 역량으로 혁신 의약품 개발

#### “지속적 독자적 핵심기술 개발 및 확보”



개량신약 복합제



장기지속형 주사제



원료의약품



하이드로겔



리포좀



천연물



발효기술



**중앙연구소**  
(63명)

- 신약/개량신약
- 특수제형
- 장기지속형 주사제
- 바이오/천연물
- 생물소재 의료기기
- 독성/효력 평가



**서울 연구소**  
(34명)



- 인허가
- 신규 사업 발굴/기획
- 임상연구



**DK의약품연구소**  
(30명)



- 약물전달 플랫폼
- 혁신신약/개량신약
- 컴플렉스 제네릭
- 생분해성 고분자 합성

## 2. OTC

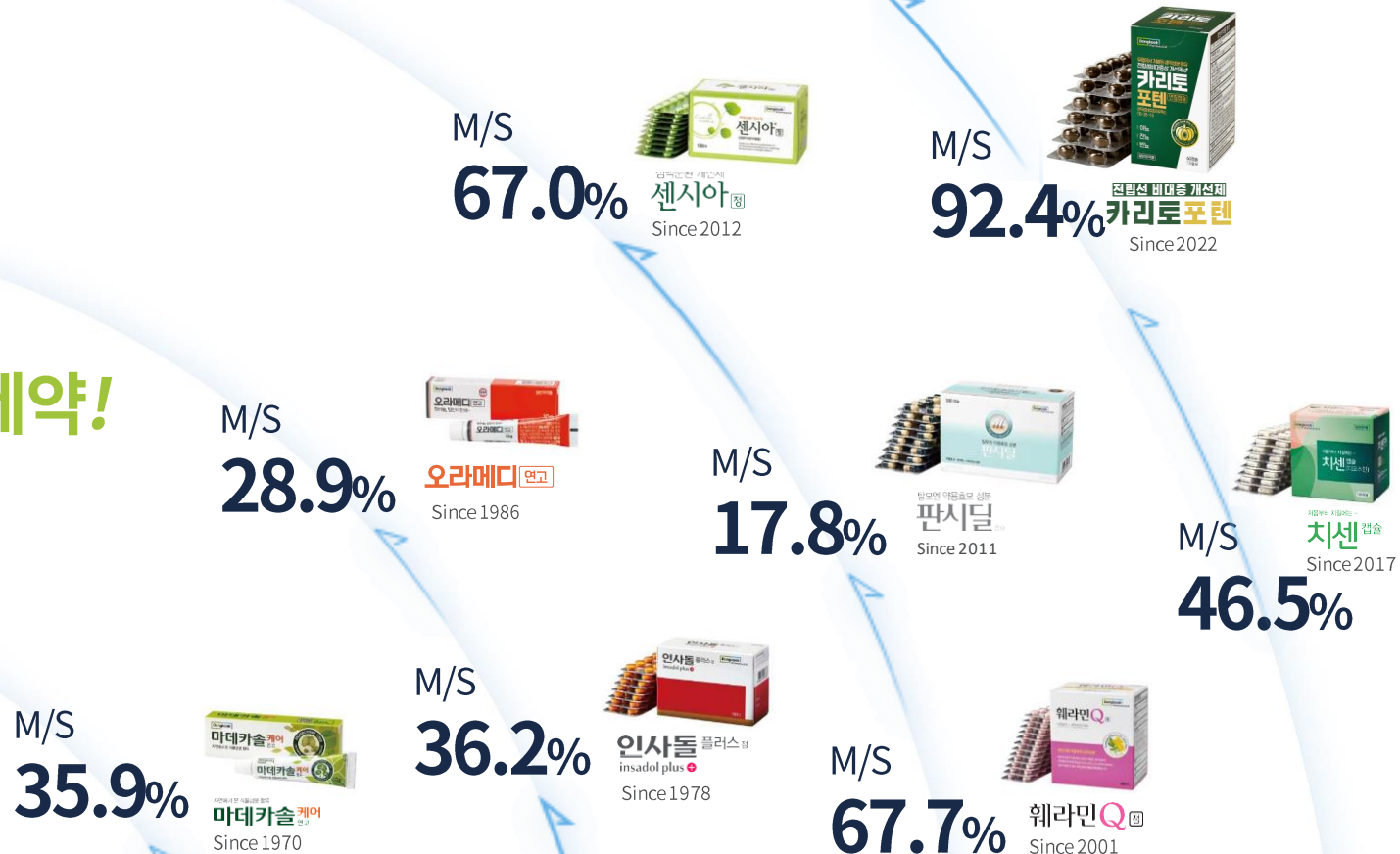
Our passion, your health

### 1) OTC 브랜드 소개

전통의 브랜드 파워와 높은 시장점유율

가지 않은 길,  
새로움에 도전한 동국제약!

Dongkook



\*자료: 2024년 12월 말 기준

## 2) OTC 제품 개발 능력

## 천연물 기반 제품 개발 능력과 생산 경쟁력 보유

## 일반의약품 원료 추출



인도양마다가스카르섬 자생 식물인  
센텔라 아시아티카에서 원료(TECA) 추출



원활한 새살 생성, 신속한 상처치유 및  
흉터예방을 위한 TECA 적용 연구



일반적인 상처, 염증 상처,  
진물 및 출혈 상처 적용 제품 개발

## 천연물 기반 신약 제조 역량 보유

## 천연물 소재 대량 생산 역량 보유



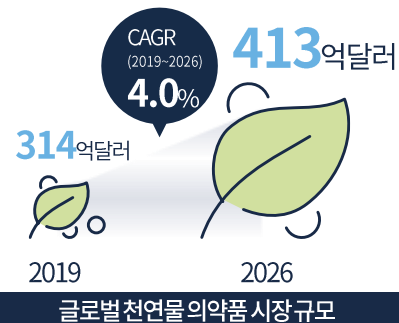
연구



인허가



제품 생산



\*자료: (세계보건기구 예측 데이터)

## 일반의약품 개발 분야 확대

## 일반의약품 12개 적응증 연구개발 중



치주질환 및 잇몸 치료  
성분 개발



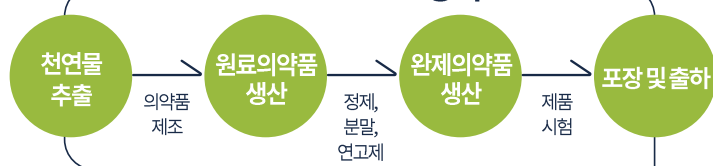
탈모 치료  
성분 개발



눈·치질 약  
성분 개발

## 주요 생산 시설 및 경쟁력

## End-to-End 방식



제1공장  
완제의약품의 제조에 필요한 주요  
원료의약품 생산



제2공장  
첨단 1회용 주사기의 대량 생산 시설 보유



제3공장  
정제, 캡슐제, 연고제, 주사제 등  
완제의약품 생산



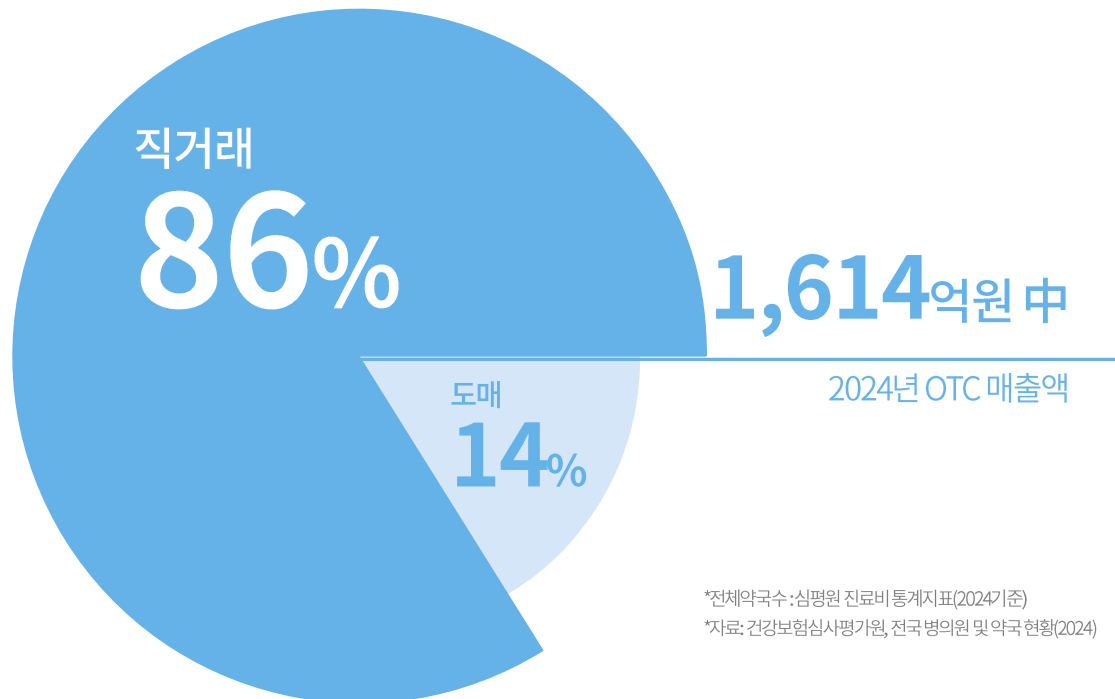
제4공장  
천연물 추출 전용 공장 준공

## 3) 제품 유통 및 마케팅 확대

## 약국 유통망 채널 및 OTC 파워브랜드 라인업 확대

## 일반의약품 유통 채널별 매출 비중

- 2024년 기준 국내 약국 수 25,160개 중 약 65%를 직접 관리
- OTC 전체 매출 중 직거래 비중 85.6% 기록
- 높은 직거래 판매 채널 비중과 매출액은 고객 접점 확대 및 브랜드 마케팅과 시너지 효과 창출



\*전체약국수:심평원 진료비 통계지표(2024기준)

\*자료:건강보험심사평가원, 전국 병원 및 약국 현황(2024)

## 일반의약품 광고 현황



**인사돌 플러스**  
insadol plus



자연에서 온 생물의학 원료  
**마데카솔 케어**  
연고



정맥순화 개선제  
**젠시아**  
정



치센  
캡슐



**웨어민 Q**  
정



발달장애 아동용  
**판시달**  
정



**오라메디**  
연고



진정선배배출 개선제  
**카리포텐**  
정



### 3. ETC

Our passion, your health

#### 1) ETC 대표 제품 소개

높은 성장 잠재력과 글로벌 확장성

새로운 도전으로  
DK의 미래를 채워나갈 성장동력!

Dongkook



CAGR('21~'24)  
6.1%

히아론류



CAGR('21~'24) 로렐린 류  
6.4%



로수탄젯

CAGR('21~'24)  
11.9%



포폴 주사

CAGR('21~'24)  
18.6%



데스민

CAGR('21~'24)  
9.5%

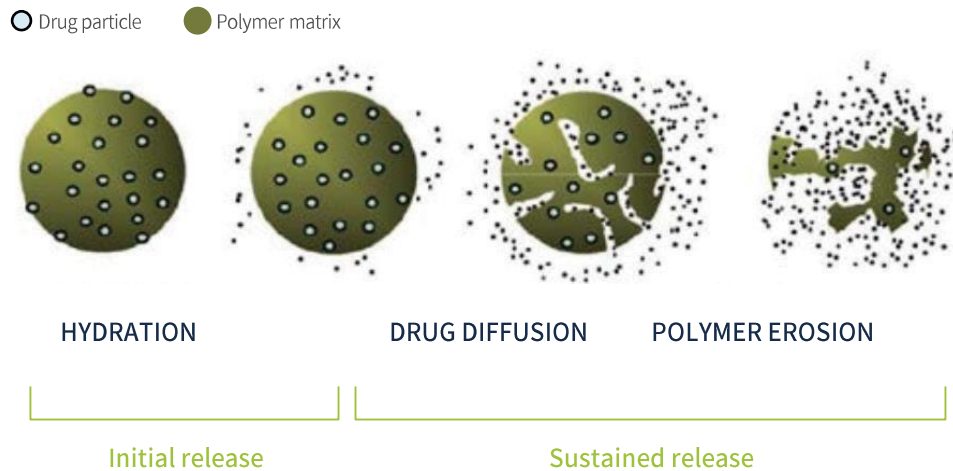


## 2) 핵심 플랫폼 기술

# 독자적 DDS 플랫폼 원천기술로 퍼스트 제네릭 및 개량신약 개발

## 마이크로스피어(Microsphere)

기술 개요 체내에서 약물이 천천히 방출되는 약물전달시스템



\* 서방형 물질에 약물이 Incapsulation된 상태

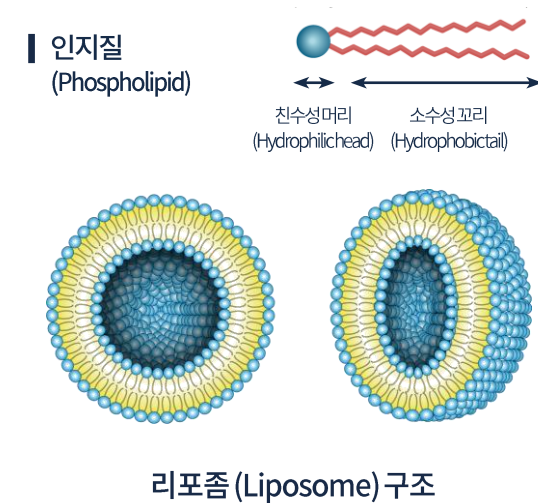
## 플랫폼 기술별 파이프라인

DKF-MA201 | 말단비대증치료제

▪ 국내 최초 제네릭으로 연구 중

## 리포좀(Liposome)

기술 개요 체내 약물 독성을 감소시킨 약물전달시스템



\* 인지질과 약물이 결합한 상태

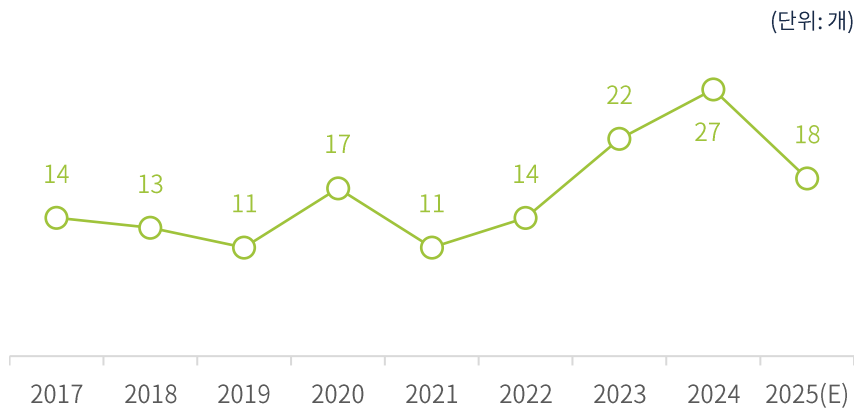
LA-101 | 진균감염치료제

▪ 국내 최초 제네릭으로 연구 중

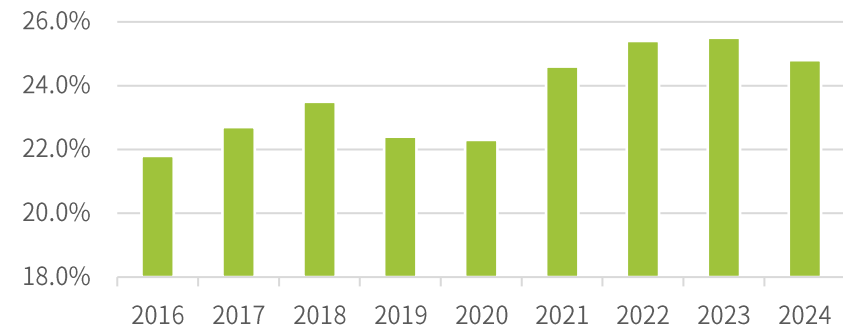
## 3) 국내 마케팅

## 지속적 ETC 신제품 출시로 판매 채널 확대 및 시장점유율 확대

## 연도별 전문의약품 출시 제품 수 추이 및 전망



## 연도별 ETC사업부 매출 비중(연결기준)



## 품목별 ETC 마케팅 전략 및 대표 브랜드

## 제네릭

특수제형 주사제 등 경쟁력있는 제네릭 의약품에 집중



## 개량신약

새로운 조성, 제형 및 투여경로 변경 등 Unmet needs 충족

로렐린데포  
마이크로스피어 플랫폼 기술 적용  
서방형 장기주사제

- 국내 최초 젤라틴 미포함 제조기술 적용 제품
- 월 1회 투여로 환자 편의성 증대

## 신약

자체 발굴 및 오픈이노베이션을 통한 전략적 제휴/공동연구 추구



마시본 에스액  
국내 최초 마시는 골다공증 치료제

- 액상 제형으로 위/식도 점막 자극에 의한 부작용 개선 및 복용상의 불편 해소
- 복용량을 1/5(20ml) 줄여 환자 편의성 증대

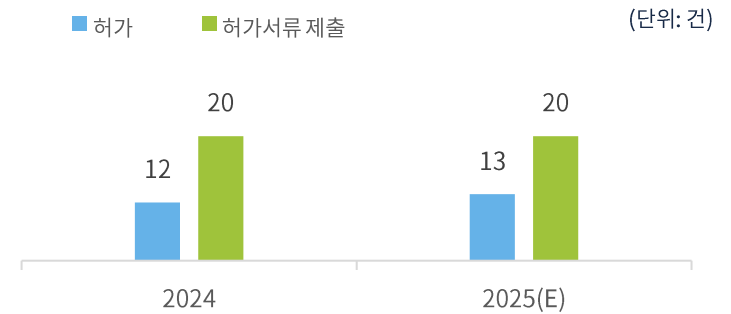
## 1) 해외 점유율 확대를 통한 Global 기업가치 제고

### 글로벌 파머징 시장 진출 전략으로 성장성 및 수익성 확보

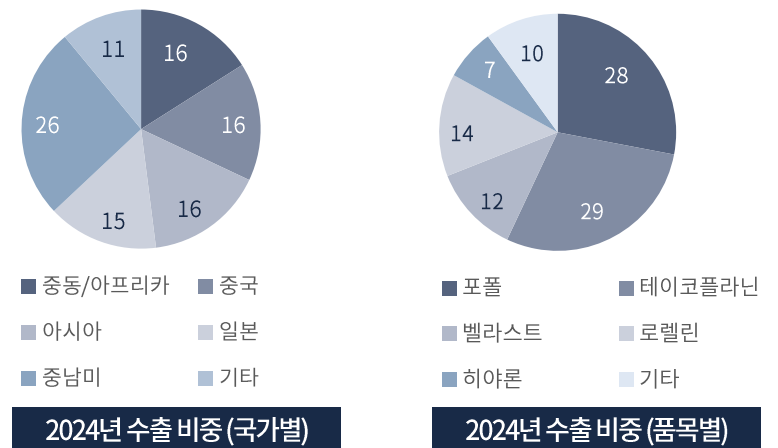
#### 글로벌 마케팅 프로세스



#### 해외 신규 허가, 등록 현황



#### 2024년 매출 현황



### 1) 헬스케어 사업 및 브랜드 전략

## 토탈 헬스케어 그룹을 향한 새로운 성장엔진

어떻게 하면  
고객의 삶의 질을  
높일 것인가?



피부케어  
화장품 사업



건강케어  
건강기능식품 사업



생활케어  
생활용품 사업



### 헬스케어 전문 브랜드 확장 전략



**테카(TECA)**

병풀(Centella asiatica) 정량추출물

일반의약품



**마데카솔**

화장품



**센텔리안24**

병풀 추출 성분  
더마코스메틱 브랜드 개발

의약품



**마데카 메디패치**

병풀 추출 성분  
하이드로콜로이드 밴드 개발

제품 핵심 경쟁력

천연물 원료 개발

천연물 추출 기술력

OTC(일반의약품)  
브랜드 파워

OTC 제품 개발

시장점유율 확대

브랜드 파워 구축

헬스케어 분야  
카테고리 확장

더마코스메틱(화장품)

뷰티디바이스

이너뷰티

건강기능식품

생활용품

의약품

헬스케어 브랜드 구축  
및 제품 확대

센텔리안24 마데카크림, 앰플

센텔리안24 마데카프라임

콜라겐 앰플

마이핏, 아르기닌마스터

센시안 • 덴트릭스 • 스포테라

마데카 메디패치



### 2) 화장품 대표 브랜드 및 성장 전략

## 더마코스메틱 라인업 확장 전략으로 Cosmeceutical 분야 파워브랜드로 도약

#### 센텔리안24 브랜드 주요 실적



- 센텔리안24 브랜드 판매 수 **2.3억개**  
(2015년 ~ 2024년 날개 판매량 기준)
- 마데카크림 누적 판매량 **6,800만개**  
(2015년 ~ 2024년 날개 판매량 기준)
- 출시 이후 매출 평균 성장률 **19.0%**  
(2017년 ~ 2024년 헬스케어 매출 CAGR)

#### 화장품 사업 제품 확대



#### 뷰티 부문 경영권 인수를 통한 신성장동력 확보

reBom

➔ 사업다각화 및 신성장동력 확보

화장품 ODM 회사 지분 53.66% 인수 (2024.10)

WithNix

➔ 미용기기 R&D 역량 및 생산시설 확보

미용기기 등 중소형 가전제품 생산 회사 지분 50.9% 인수 (2024.04)

### 3) 유통 확대 로드맵

## 유통 채널 확대 및 글로벌 시장 진출 전략으로 본격적인 성장 기대

### 센텔리안24 채널 확대 및 글로벌 브랜드화 전략

2020년~2023년

2024년~

안정적인 매출 구조 확보 수익률 증가

글로벌 기업과의 협력 및 제품 경쟁력을 통해 미국, 중국 등 글로벌 시장 본격 공략



## 5. Healthcare

Our passion, your health

### 4) 건강기능식품 대표 브랜드 및 성장 전략

## 연구개발 기반 프리미엄 브랜드 전략으로 건강기능식품 시장 공략

### 프리미엄 및 맞춤형 건강기능식품 브랜딩 전략

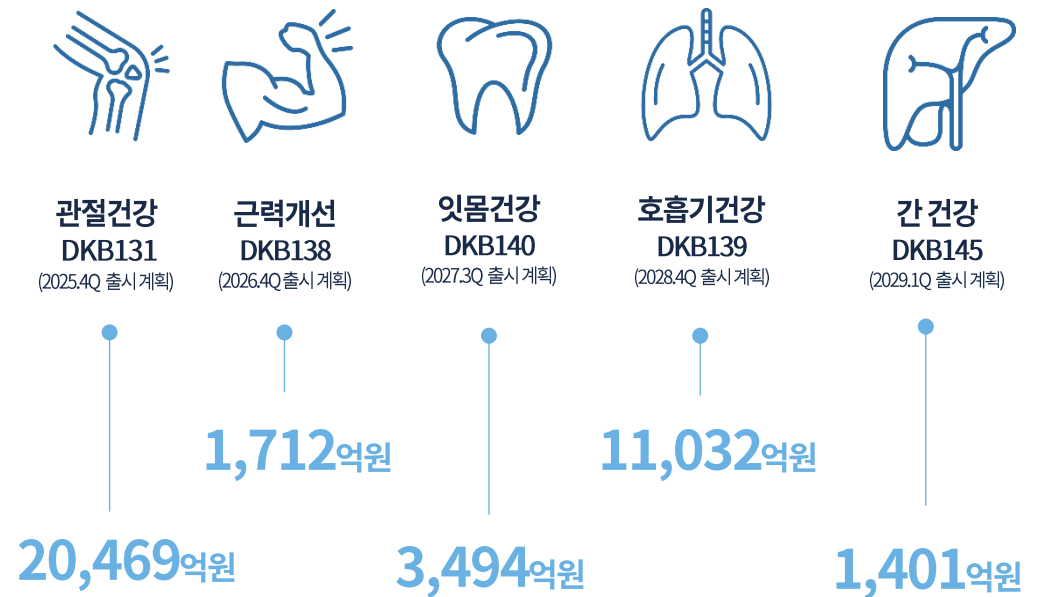


혈행 건강의 새로운 패러다임  
**혈행N 아르기닌마스터**



생기있는 하루를 위한 고품량비타민  
**엘리나C 플러스 +**

### 개별인정형 건강기능식품 R&D Pipelines



### Target Market Size

(연간 진료비와 건강기능식품 생산실적을 기반으로 자체 추정)

### 5) 생활용품 대표 브랜드 및 성장 전략

## 생활용품 분야 Category Killer 브랜드 육성

#### 일반의약품 파워브랜드의 생활용품 브랜드로 확장 전략



**센시아**



혈액순환개선 의료기기,  
레그뷰티&헬스케어 전문 브랜드

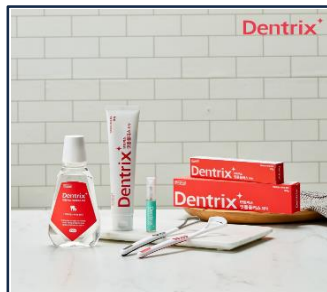
**센시안**



**마데카솔**



상처 및 트러블케어  
**마데카 메디패치**



**인사돌**



잇몸 건강 전문 브랜드  
**덴트릭스**

#### 생활용품 브랜드 런칭 로드맵

혈액 순환 관련  
브랜드 • 제품 확장



상처 케어 관련  
브랜드 • 제품 확장



구강 케어 관련  
브랜드 • 제품 확장



## 5. Financial Summary

Our passion, your health

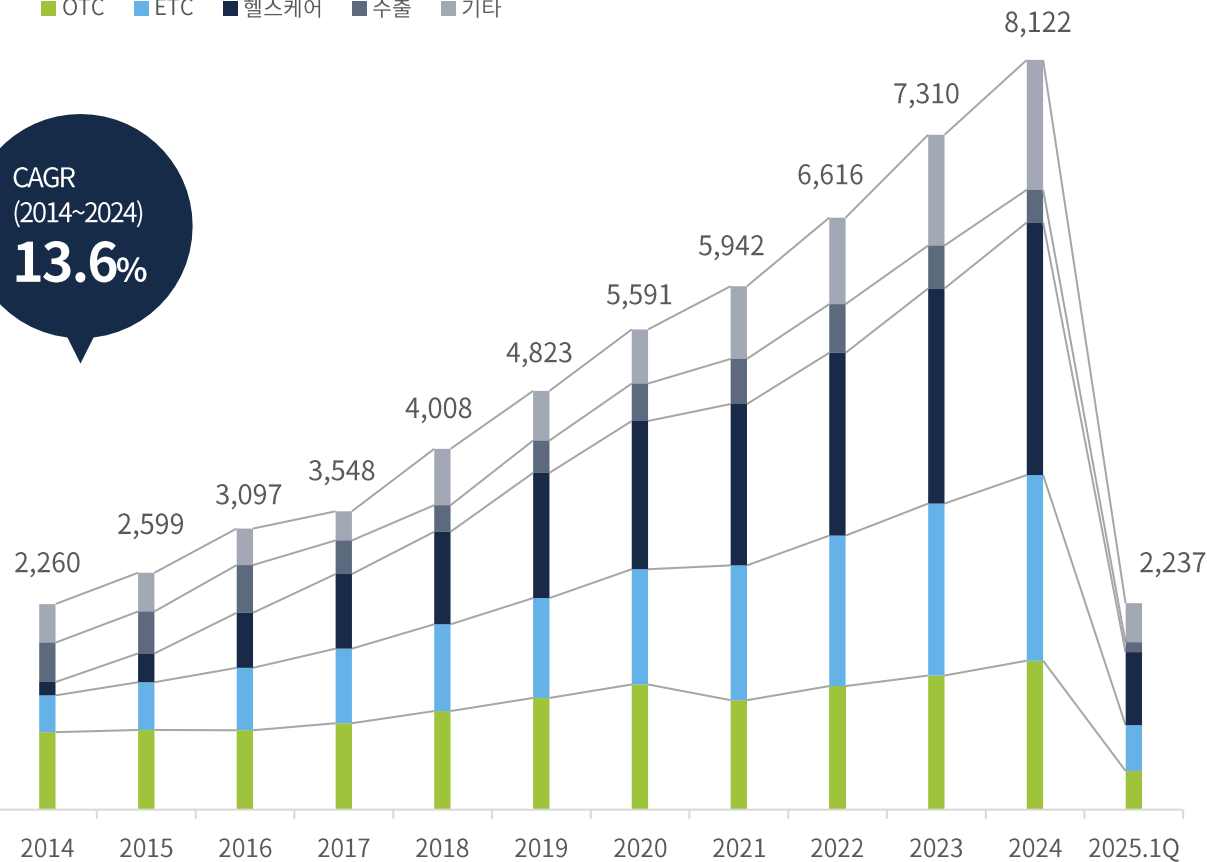
### 1) 매출액 추이

연평균 13.6% 매출 증가, 지속적 외형성장

#### 연도별 매출액 추이

(단위: 억원)

OTC ETC 헬스케어 수출 기타

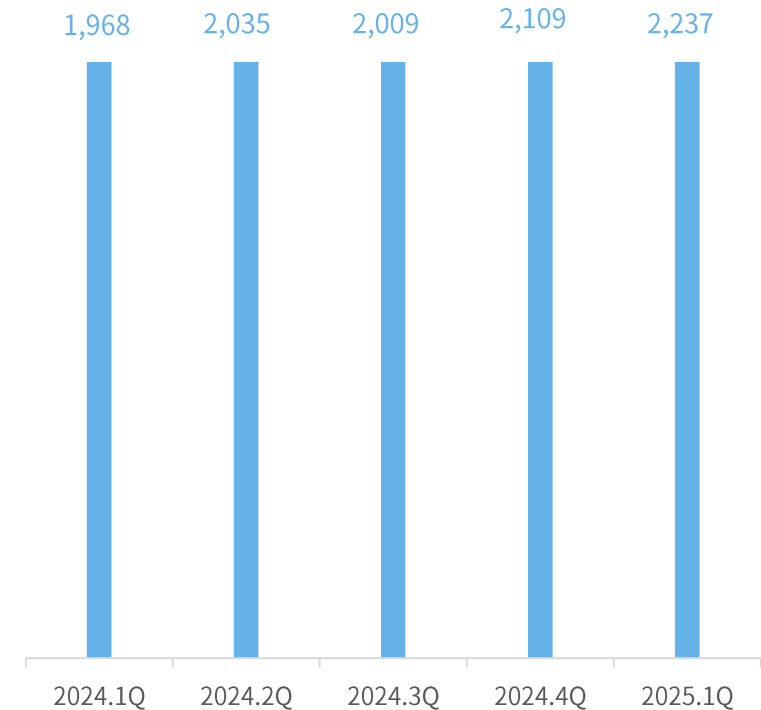


CAGR  
(2014~2024)  
**13.6%**

\*자료: 연도별 사업보고서, 분기보고서(연결 기준)

#### 분기별 매출액 추이

(단위: 억원)



\*자료: 사업보고서, 분기보고서 (연결 기준)



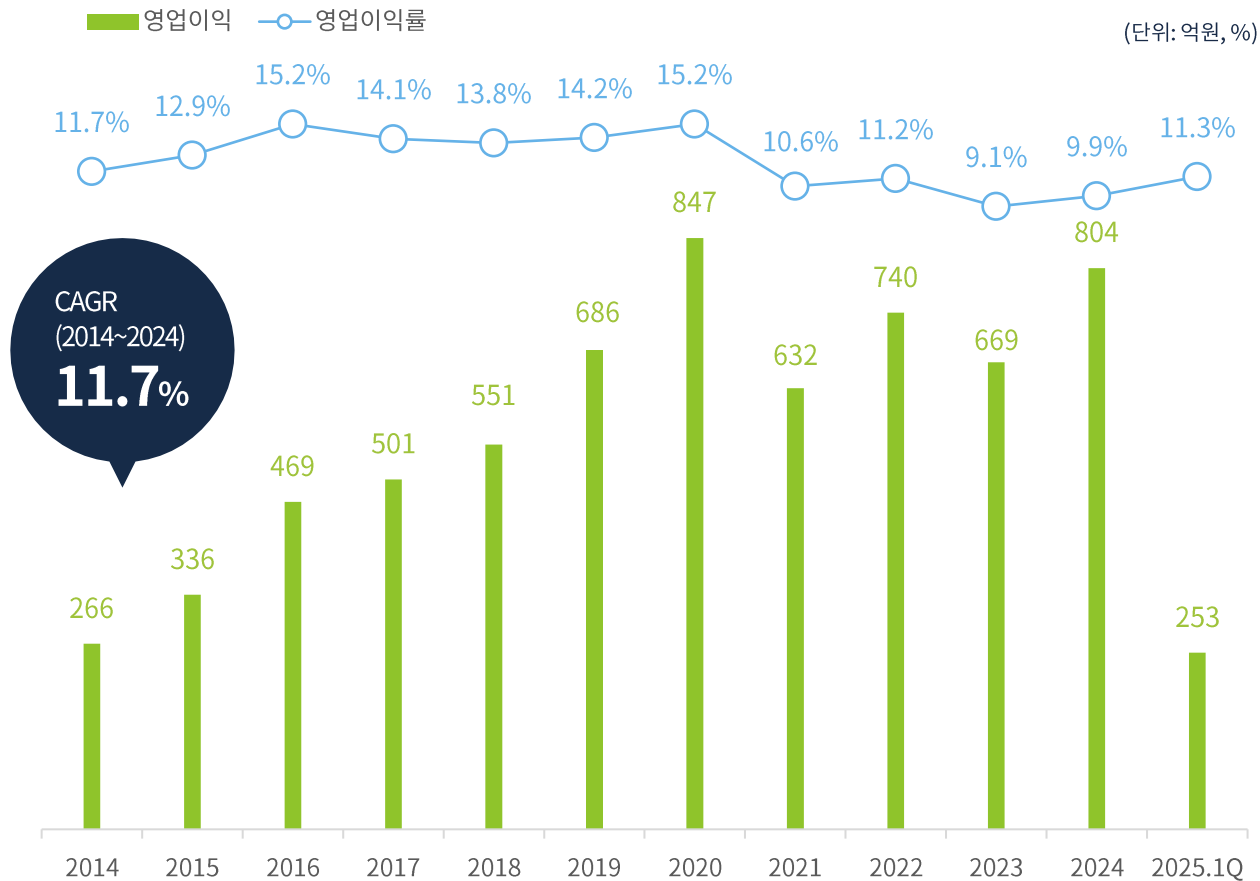
## 5. Financial Summary

Our passion, your health

### 2) 영업이익 추이

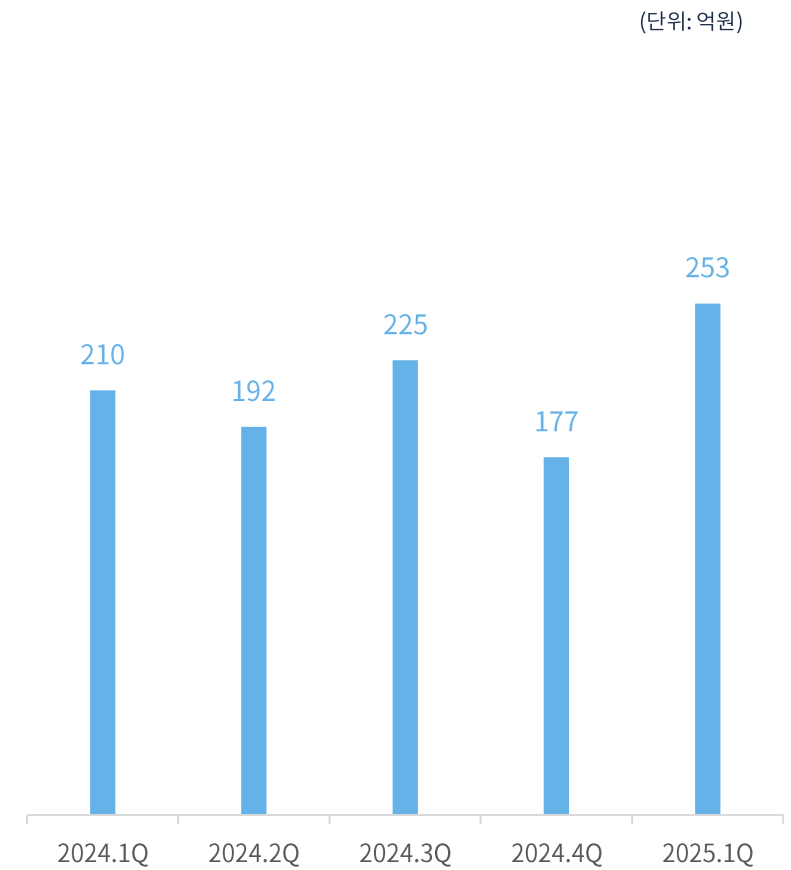
지속적인 두자리 수 OPM달성 + 이익 극대화를 위한 노력 계속

#### 연도별 영업이익/영업이익률 추이



\*자료: 연도별 사업보고서 (연결 기준)

#### 분기별 영업이익 추이



\*자료: 사업보고서, 분기보고서 (연결 기준)

### 3) OTC 사업부 주요 실적

## 파워브랜드 제품 육성과 신제품 출시로 안정적인 수익 지속

#### 실적 및 성과

- 대표 상품인 인사돌, 마데카솔, 센시아, 판시달, 치센 등이 압도적으로 시장을 점유하며 지속 성장 중, 2017년 이후 연평균 8.1% 매출 성장
- 2021년 코로나 여파 이후 2022년 안정적 회복 및 성장 계속
- 일반의약품 강자로서 니치마켓을 공략한 신제품 출시 계속될 전망



#### OTC 주력 제품 Over The Counter

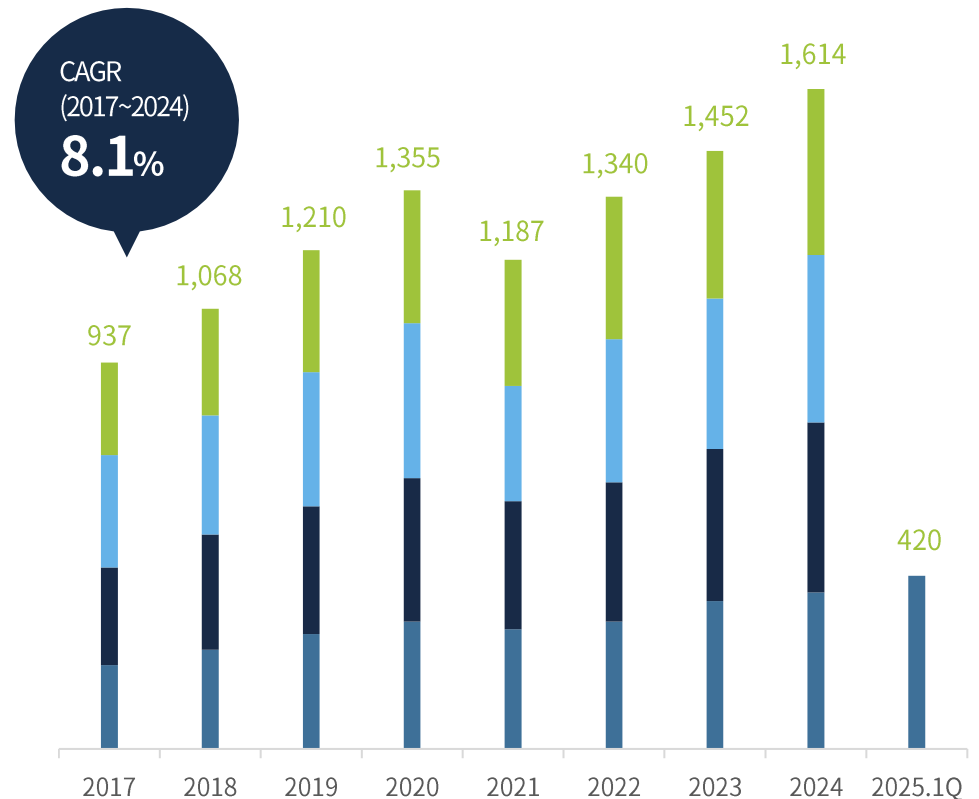


\*자료: 동국제약

#### 연도별 매출액 추이

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

(단위: 억원)



### 4) ETC 사업부 주요 실적

## 동국제약의 중장기 성장 동력으로 매출 비중 확대

#### 실적 및 성과

- 지속적 R&D 및 신제품 출시를 통해 연평균 13.9% 성장
- 2024년 매출 2,011억원으로 전년대비 7.9% 증가
- 인체 전반의 적응증을 케어할 수 있는 다양한 제품군 보유
- 세계 시장 진출을 위한 마이크로스피어 및 리포좀 플랫폼 기술 확보 (퍼스트 제네릭 및 개량신약 출시 임박)

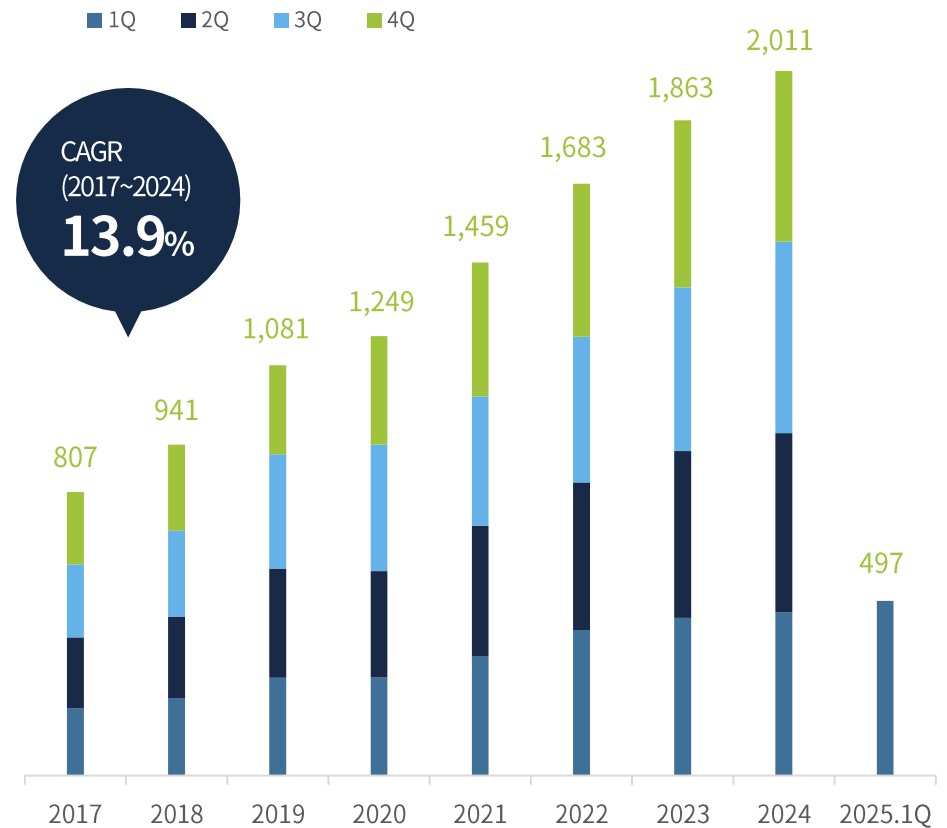


#### ETC 주력 제품 Ethical Drug



#### 연도별 매출액 추이

(단위: 억원)



\*자료: 동국제약

### 5) 헬스케어 사업부 주요 실적

## 화장품·건강기능식품·생활용품 등 토탈 헬스케어 사업 확장을 통한 폭발적인 성장

#### 실적 및 성과

- 포트폴리오 다각화 및 유통 채널 다변화를 통해 연평균 19.0% 성장
- 2024년 전년대비 17.4% 성장하며 최대 실적 견인
- 지속적인 마케팅 활동과 홈쇼핑, 온·오프라인 등 유통 채널 다각화로 매출 확대
- 천연 의약품 원료 기반의 더마코스메틱 제품 강화와 다양화로 매출 성장 견인
- 개별 인정형 건강기능식품 개발 및 생활용품 신규 라인업 확대
- 신성장동력 확보를 위해 화장품 ODM 회사 '리봄화장품', 미용기기 등 중소형 가전제품 생산 회사 '위드닉스' 경영권 인수



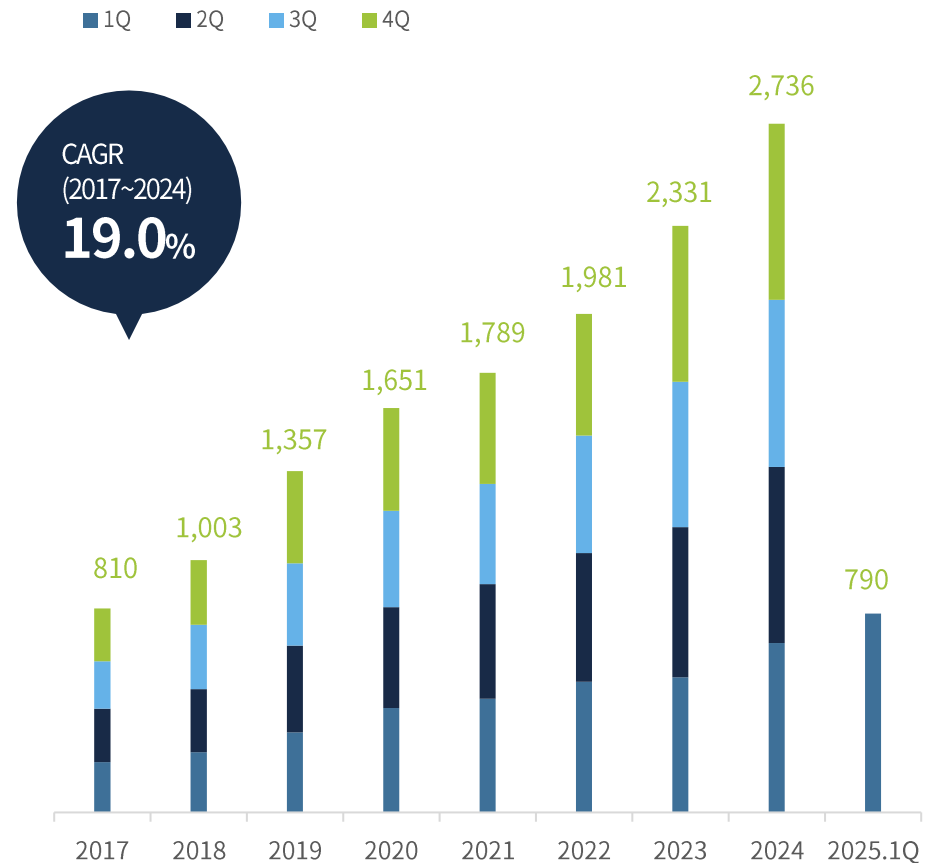
#### 헬스케어 주력 제품 Healthcare Product



\*자료: 동국제약

#### 연도별 매출액 추이

(단위: 억원)



### 6) 해외 사업부 주요 실적

## 지속적인 Global Network를 통한 해외 시장 점유율 확대

#### 실적 및 성과

- 전문의약품, 원료의약품 중심의 시장확대를 통한 연평균 3.6% 성장
- 2024년 재고소진의 숨고르기 이후 2025년 신규성장 기대
- 현지로부터 인정받은 안정된 생산능력 및 품질
- 약 50개국의 신속한 현지 Needs 파악 및 제품 공급
- 퍼스트제네릭, 개량신약 출시 후 매출 권텀점프 기대



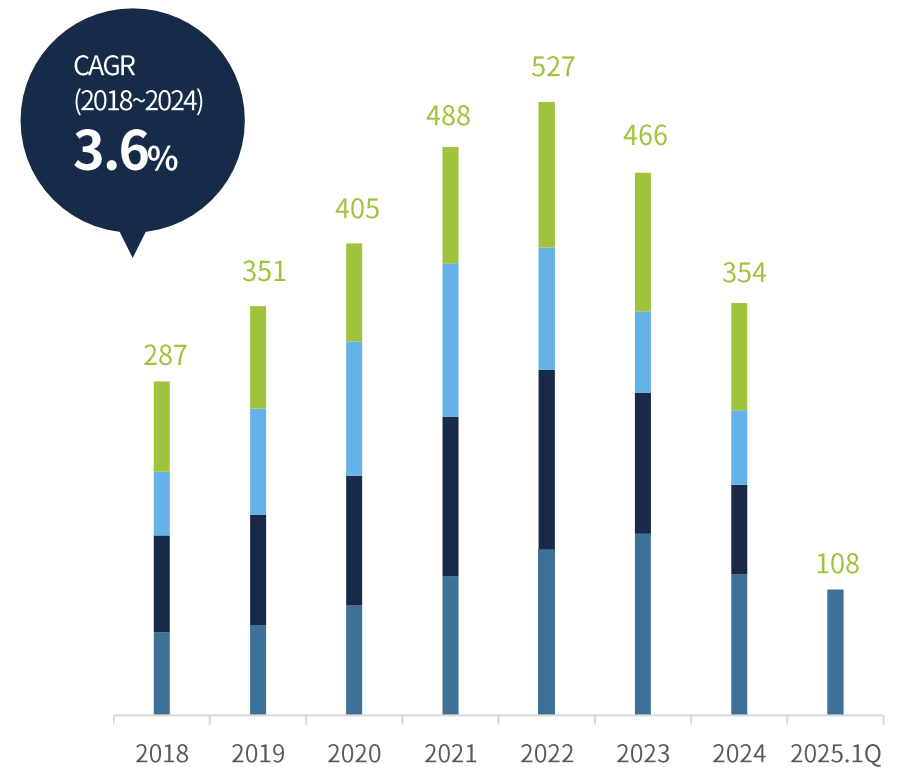
#### 해외사업 주력 제품

Main Products for Overseas Business



#### 연도별 매출액 추이

(단위: 억원)



\*자료: 동국제약



## 5. Financial Summary

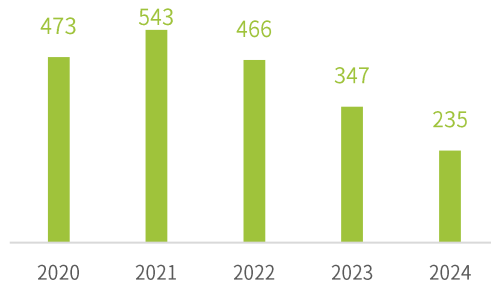
Our passion, your health

### 8) R&D 투자 현황 및 주요 투자지표

### 지속적 R&D 및 설비 투자로 신제품 개발 및 대량생산 경쟁력 확보

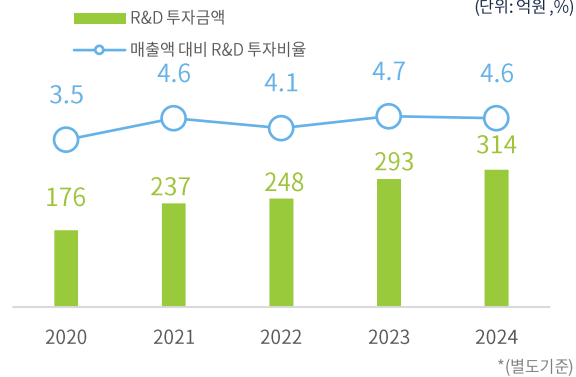
#### CAPEX 투자

(단위: 억원)



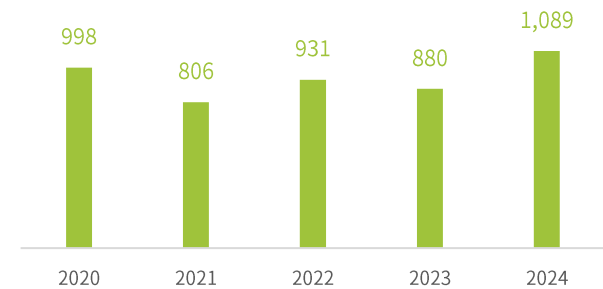
#### R&D 투자금액 추이

(단위: 억원, %)



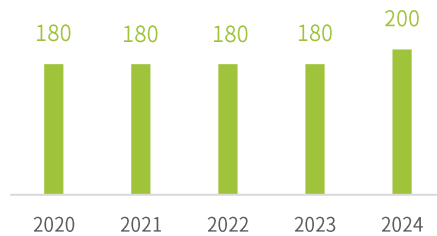
#### EBITDA

(단위: 억원)



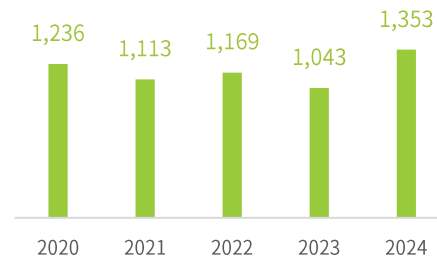
#### DPS

(단위: 원)



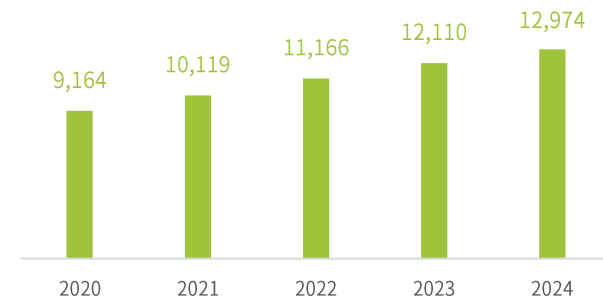
#### EPS

(단위: 원)



#### BPS

(단위: 원)



\*자료: FnGuide & 동국제약

### ESG 경영의 국제 기준 달성을 통해 기업 가치 및 신뢰도 제고



ESG TFT 구성 → ESG 시스템 정착 → 지속적 ESG 실천 → Sustainability Report 발간

**Dongkook**

본사 서울특별시 강남구 영동대로 715 (청담동)  
공장 충청북도 진천군 광혜원면 용소2길 33-19  
TEL 02-2191-9821 FAX 02-2129-9471

[www.dkpharm.co.kr](http://www.dkpharm.co.kr)