

'21년 3분기 실적발표 Script

안녕하십니까? 주식회사 씨젠의 IR/PR실장 김명건 전무입니다.

바쁘신 와중에도 오늘 이자리에 참석해 주셔서 감사드립니다.

오늘 저희 회사에서는, 저와 IR 실무자들이 참석해 있으며, 제품 및 기술 관련 전문적인 질문에 대비하여, 학술그룹장님도 함께 배석해 있습니다.

먼저, 3분기 실적과 향후 전망 및 관심 사항들에 대한 설명을 드리고,
이어 Q&A Session을 진행하겠습니다.

지금부터, 3분기 실적에 대해 말씀드리겠습니다.

3분기 매출은 3,053억이며, 영업이익은 1,286억으로 영업이익률은 42.1%이며,
순이익은 932억으로 순이익률은 30.5%입니다.

3분기 누계 기준으로는, 매출은 9,608억(전년도 매출의 85%)이며,
이는 전년도 3분기 누계 기준 6,835억 대비 40% 성장이며, 연간 기준으로도 전년도에 이어 올해도
매출 성장세를 이어갈 것으로 기대됩니다.

영업이익은 4,667억, 순이익은 3,742억이며, 영업이익률과 순이익률은 각각 48.6%와 38.9%를
달성하였습니다.

금번 3분기 실적을 전분기와 비교해 보면, 매출은 약 1%, 증가하였으나,
영업이익은 11% 정도 감소하였습니다.

3분기 중 매출은, 남유럽, 북미, 중남미 등 지역은 전분기 대비 감소하였으나, 아시아, 북유럽, 한국
등 지역의 성장에 힘입어 소폭 증가할 수 있었습니다.

특히, 당사의 주요 시장인 유럽지역은, With Corona 정책으로 전환/진행중인 국가들이 증가하면서, 전반적인 수요 약세에 대한 우려가 있었으나,

실제로는, With Corona 정책하에서 각 국가별 방역 수준, Corona Pass(green Pass) 제도 도입 여부 및 허용 수준 등에 따라 국가별로 차이를 보였으며, 그 결과, 북유럽은 매출이 증가했으나, 남유럽은 감소하였습니다.

각 지역별 상황에 대해서는 이후 좀 더 설명을 드리도록 하겠습니다.

3분기 영업이익과 영업이익률이 감소한 것은, 중장기적인 M/S 증대를 위해 전략적인 가격 조정 정책을 지속한 영향과 함께, 매출원가가 2분기 대비 상대적으로 증가한 것이 주된 요인입니다.

매출원가가 증가한 것은, 유통기한이 초과된 일부 제품의 폐기에 따른 재고처분 손실 및 재고 평가손실의 증가가 주된 요인이며, 해외 법인의 장비 임대사업이 증가하면서 관련 감가상각비를 매출원가로 계리한 것도 일부 영향을 미쳤습니다.

참고로, 3분기말 현재 회사의 총 인력은 7개 해외법인의 인력을 포함하여 1,189명으로, 2분기말 1,088명 대비 101명이 증가하였고, R&D 인력 비중은 50% 수준을 유지하고 있습니다.

다음은, 3분기 매출 실적을 제품과 상품 Segment 별로 좀 더 상세하게 설명 드리겠습니다.

3분기 매출 3,053억원 중 시약제품 매출은 2,571억원으로, 총 매출의 84%를 차지하고 있으며, 장비 및 기타 매출은 482억원으로 16% 비중입니다.

시약제품 매출 2,571억원 중 Covid 시약제품 매출은 1,956억원으로, 3분기 총 매출의 64%, 전체 시약제품 매출의 76% 비중을 차지하고 있습니다.

참고로, Covid 시약제품 매출 비중은, '20년의 67%, 2분기의 65% 대비 소폭 하락하였는데, 이는 Covid 시약제품을 제외한 non-Covid 제품/상품의

매출 비중이 '20년 33%였으나, 2분기 35%, 금번 3분기와 3분기 누계로도 각각 36%로 증가 추세를 보이고 있음을 의미합니다.

Non-Covid 진단시약의 3분기 매출은 349억원, 추출시약은 266억원이며, 각각 총 매출에서 11%, 9% 비중을 차지하고 있고, 시약제품 매출내에서는 각각 14%와 10%의 비중을 차지하고, 전분기 대비 증가 추세에 있습니다.

특히 Non-Covid 진단시약제품 매출은 1분기 259억원, 2분기 273억원, 3분기 349억원으로 분기별로 증가 추세를 계속 이어가고 있습니다

참고로, Non-covid 진단 시약 제품군 내에서 각 제품의 매출 규모는, '20년 기준으로는, RV(호흡기), STI(성감염증), GI(소화기감염증), HPV(자궁경부암) 순서에서, 3분기 기준으로는 STI, RV, GI, HPV 순서로 바뀌었으며, 2분기 중 감소했던 RV 매출이 늘면서 비중 또한 증가하였습니다

다음은 3분기 매출을 각 지역별로 좀 더 자세하게 설명 드리겠습니다

기본적으로, 3분기는 각 지역별/국가별로 델타 변이의 확산 정도, 백신접종율 증가에 따른 With Corona 정책 전환 및 이에 따른 방역 방식/수준 차이 등 요인으로 국가별 진단 수요 편차가 발생하고, 매출 또한 변동성이 컸습니다.

유럽의 경우, 3분기 매출은 2분기 대비 4% 증가하였는데, 이스라엘, 스페인 등의 매출은 증가한 반면, 이태리, 독일, 프랑스 등은 감소하였습니다.

전체 매출 중 유럽 비중은 2분기와 유사한 50% 수준을 유지하고 있습니다.

아시아/아프리카 지역은, 2분기 대비 매출이 약 27% 증가하였는데, 지역 내에서도 호주, 태국, 베트남, 남아공 등은 코로나 확진자 증가 등으로 매출이 증가한 반면, 싱가포르, 말레이시아 등은 매출이 감소하였습니다.

3분기말 현재 아시아/아프리카 지역의 매출 비중은 17%로, 2분기 대비 3%p 증가하였습니다.

북미 지역은, 2분기 대비 매출이 약 37% 감소하였는데,
특히 캐나다는 높은 백신 접종율을 조기에 달성함에 따라 방역 체계를 완화하고, 정부 예산 지원의
집단 검사 방식을 개인 부담으로 전환하는 등 변화로 인해 전체 검사량이 하락된 것으로 파악하고
있습니다.

중남미 지역은, 2분기 대비 3분기 매출이 약 33% 감소하면서,
매출 비중도 2분기 14%에서 9%로 하락하였습니다.

이는, 중남미 국가 전반적으로 정부의 방역예산 부족, 정치적 혼란 지속,
소득 수준이 낮은 개인들의 검사 회피 성향 등으로, 특히 PCR 진단 수요가
상대적으로 크게 감소한 것으로 파악됩니다.

마지막으로, 한국은 확진자 수 증가 속에, 정부의 강력한 방역정책 지속으로
2분기 대비 3분기 매출이 약 50% 증가하였고, 매출 비중도 14%로
2분기 9% 대비 크게 증가하였습니다.

**다음은, 당사의 미래 성장기반 강화를 추진함에 있어, 중심역할이 기대되는 글로벌 장비설치 현황에
대해 설명 드리겠습니다.**

3분기 장비 판매는, 증폭장비인 CFX96 350대, STARlet, Nimbus 등 추출장비 186대를 추가
설치하였으며, '21년 3분기 동안 누적 기준으로는, 증폭장비 1,028대, 추출장비 674대를 추가
설치하였습니다.

특히, 3분기에는 2분기에 이어 말레이시아, 태국 등 아시아 지역과 브라질, 칠레 등 중남미 시장 등
신흥 시장에서의 당사 장비 설치를 확대하면서
당사의 PCR 진단 인프라를 글로벌 시장내 지속적으로 확충하고 있습니다.

참고로, 3분기말 현재 총 누계기준으로, 증폭장비 4,463대, 추출장비 2,134대를
글로벌 시장내에 설치하고 있으며, 이는 향후 당사의 거래선들이 Covid 진단시약 뿐만 아니라, non-

Covid 진단시약을 사용하는 데, 중추 역할을 할 것으로 기대됩니다.

다음은 향후 전망에 대해 말씀드리겠습니다.

전세계적으로 백신 접종율의 증가 추세가 지속되면서, 향후 Covid 진단 수요의 둔화 가능성을 제기하는 의견이 대두되기도 하였으나,

여전히 전세계 50여개국에서 하루 확진자가 1천명 이상 발생하고 있고, 높은 백신접종율로 With Corona 정책으로 전환한 국가가 많은 유럽의 경우, 오히려 최근 들어 확진자 수가 증가세로 전환하자, 느슨한 방역정책 재검토와 함께 일부에서는 유럽의 제 4차 대유행 가능성에 우려를 표명하기도 하는 등 Covid 관련 수요 전망이 어느 때보다 예측이 어려운 것 또한 사실입니다.

당사는 이러한 코로나 상황 전개의 예측 어려움 속에서, 보수적 진단 수요 전망을 전제로 한, 실적 하락 가능성을 최소화하기 위해, 다양한 기회 요인들을 적극적으로 발굴/활용하는 전략을 추진할 계획입니다.

우선, 동절기 독감 등 일반호흡기 질환이 동시에 발생하는 상황에 대응하기 위해 당사의 동시진단 제품(기존 Allplex SARS-CoV-2/FluA/FluB/RSV Assay와 신제품) 등을 적극적으로 마케팅하고,

아울러, 코로나 치료제 출시에 따른 일반 호흡기 질환과 코로나를 구분, 진단하여 처방해야 하는 신규 PCR 수요에 대해서도 당사의 동시진단 제품을 활용하여 적극적으로 마케팅해 나갈 계획입니다.

그리고 PCR의 TAT 단축을 바라는 시장 수요에 대응하여, TAT 단축제품인 Fast PCR Assay(1시간) 제품을 출시하여, 제품 경쟁력을 더욱 제고하면서, 모바일스테이션을 활용한 신규 수요처 발굴도 지속적으로 추진할 계획입니다.

따라서, 4분기는 Covid 진단수요 전망의 불확실성에 따른 어려움이 예상되지만, 기회 요인들을 적극적으로 활용하여 안정적인 실적흐름을 이어갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

'22년도의 실적 방향성에 대해서는, Covid 진단수요 전망 어려움 등으로 경영계획을 아직 확정하지 못해 구체적인 말씀을 드리기는 어렵습니다만, 보수적 전망에 기초한 '22년도 Covid 매출의 소폭 하락 가능성을 전제로, 이를 극복하기 위한 전략적 방향 중심으로 말씀드리겠습니다.

첫째, Covid 진단 수요 둔화 가능성에 대비하여, 제품 및 원가경쟁력을 제고하면서, With Corona 정책 영향 하에서 부상하고 있는 신규 수요처 발굴을 더욱 강화하겠습니다.

이를 위해 TAT를 1시간으로 단축한 Fast PCR Assay(1시간)뿐만 아니라, 1시간 이하로 단축시킨 신제품으로 라인업을 강화하여, Rapid 제품 대비 차별화된 대규모 진단(High Throughput) 수요에 능동적으로 대응하기 위해 모바일스테이션은 물론 AIOS(Full-Auto system) 장비도 연계한 시너지 제고를 적극적으로 추진해 나가겠습니다.

특히, TAT 단축 제품과 당사의 모바일스테이션, AIOS 장비와 연계할 경우, 보다 신속하면서도 대규모 진단이 가능한 차별화 포인트를 프로모션하면서, 공항, 항만, 국경, 경기장, 학교 등 With Corona 정책에 따른 신규 수요에 효과적으로 대응할 수 있을 것으로 기대됩니다.

또한, With Corona 및 Twindemic과 Endemic 상황에도 대비하고자 코로나/일반 호흡기 동시 진단 제품의 포트폴리오도 더욱 강화할 계획입니다

둘째, 전략적인 차원에서 Covid 제품 매출 의존도를 줄이면서, Non-Covid 제품 매출 증대 방안을 보다 적극적으로 추진할 계획입니다.

그 동안 글로벌 시장에 설치된 당사의 장비가 Covid 진단 수요에 초점을 두고 가동되어 왔으나, Covid 진단 수요 둔화 가능성 및 TAT 단축 등에 따른 장비가동 여유 시간을 당사의 non-Covid 제품에 활용될 수 있도록 거래선 교육훈련과 필요한 인프라 구축을 지속적으로 추진할 계획입니다.

특히 당사의 기존 non-Covid 제품과 P100 프로젝트 등을 통해 개발될 신규 제품 라인업 강화를 통해 non-Covid 매출을 '21년 대비 2배 이상 확대할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

마지막으로 저희 회사 주주님들이 서신, 이메일, 전화 등을 통해 문의하신 사항 중에 관심도가 높은 몇 가지에 대해 이자리를 빌어 간략하게나마 답변을 드리도록 하겠습니다.

첫째, 코스피 이전과 관련해서는, 그 동안 설명드린 상황에서 크게 변화된 사항이 없습니다. 변동 사항이 발생하면 시장과 공유하겠습니다.

둘째, 회사 Valuation 저평가 상황에 대한 경영진의 입장에 대한 문의가 있었는데, 회사의 경영진은 그 동안 무상증자 실시, 자사주매입, 분기배당 등에 대한 시장 Voice를 경청한 후 실행을 통해 주주친화적 의지를 보여 왔습니다.

또한, 중장기적 Valuation 제고를 위해, 회사의 비전을 수립/공유하고, 중장기 실적 성장을 위해 모든 임직원이 노력하고 있습니다.

특히, 지난 9월 '임직원 주주화' 제도를 도입하여, 임직원의 중장기 성장에 대한 동기를 부여하고, 그러한 성장 결과를 임직원들과도 공유한다는 취지를 대내외에 공표한 바 있습니다. 이러한 제도 도입의 근본적 배경에는 회사의 경영진이 중장기적 Valuation 제고(성장)에 역점을 두고 있음을 직간접적으로 표명한 것입니다.

셋째, 최근 언론을 통해 알려진 일부 ESG 평가사의 회사에 대한 평가와 관련한 회사의 입장을 간략하게 말씀드리도록 하겠습니다.

잘 아시겠지만, 지난 2년간 코로나 대유행이라는 전세계적 위기 상황 하에서, 저희 회사는 진단키트라는 필수 대응 수단을 개발하는데 회사의 모든 역량을 기울여왔고, 이러한 노력으로 전세계에 회사의 기술력을 알릴 수 있었습니다.

이와 같이 처음으로 경험하게 된 범지구적 위기 상황을 극복해야 한다는 시대적 요구에 부응하여, 시간에 쫓기며 기술과 제품 개발하고 생산/판매에 몰입하는 과정에서, ESG 대응 준비 일정에 다소 지연이 발생하게 되어 양해를 부탁드립니다.

저희 회사가 중소기업의 범주를 넘어 규모 있는 기업으로 변모해 감에 따라, 시대적 요구사항인 ESG 기준과 비재무적인 요소들에 대해, ESG 평가사들이 요구하는 수준에 맞춰 회사 상황을 정확히 알리는 데에는 다소 여력이 부족했던 결과가 최근의 평가결과에 반영된 것이 아닌가, 판단하고 있습니다.

이미 저희 회사는 외부 전문가를 선임하고 종합적인 컨설팅을 통해 단계적 개선책을 마련하고 있습니다. 회사의 현 상태를 정확히 진단하는 한편, 단기적으로 개선 가능한 사항들의 조기 실행과 함께 중장기적으로 회사가 나아가야 할 바를 충실히 반영한 로드맵을 수립해 실행해 나가겠습니다.

향후, 저희 회사는 한국기업지배구조원 등 국내외 다수의 ESG 평가사들의 평가 지표를 보다 면밀히 분석하고, 이들 기관과의 보다 적극적 커뮤니케이션을 통해 회사의 ESG 개선 의지를 설명하겠습니다.

제대로 평가받지 못한 사항들에 대해서는 그 이유를 신속히 파악하여 필요한 수정 조치를 취함으로써 빠른 시일 내에 보다 긍정적인 ESG 평가 결과를 받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

끝으로, 모바일스테이션 진행 상황과 관련한 말씀드리겠습니다.

지난 6월 모바일 스테이션을 소개한 이후, 현재 10대를 출고하였습니다.

이 중 2대는 국내에, 나머지 8대는 멕시코, 베트남, 캐나다, 중동 등 해외에 출고하였으며, 추가로 10대를 제작하여 4분기 중 입고를 추진 중입니다.

당초 예상보다 진행이 다소 더딘 이유는, 모바일 스테이션이 단순한 장비가 아니라 일종의 검사실이기 때문에, 각 국가별로 검사실 운영을 위한 다양한 이해관계자들을 설득하고 필요한 승인을 획득하는 등 프로세스 정립 및 진행에 예상보다 많은 시일이 소요되었기 때문입니다.

참고로, 한국의 경우는 관련 기관과 이러한 절차를 완료해서 현재 설악산 관광객 대상 코로나 현장검사를 수행 중이고 지자체 또는 행사장에 설치되어 운영될 예정이며, 한국의 사례를 활용하면 해외국가에서도 모바일스테이션의 설치 운영이 확대될 것으로 기대하고 있습니다.

향후에는, 앞서 설명 드린 TAT 단축 시약 등과 연계하여 With Corona 정책 전환/진행에 따라 신규 수요처로 부상하고 있는 공항, 국경, 경기장, 학교 등을 대상으로 보다 적극적인 설치 확대를 추진할 예정입니다.

아울러, 아시아개발은행 등 국제 원조기구와 연계하여 의료 인프라가 낙후된 아시아, 아프리카 등 국가들에 대한 설치 확대 기회도 지속적으로 모색할 계획입니다.

[주의 사항(Disclaimer)]

본 자료에 기재된 현재 당사의 경영 상황, 시장환경, 향후 전망 및 계획 등에는 '예측정보'가 포함되어 있으며, 이러한 '예측정보'는 당사의 현재 계획과 전망에 근거를 두고 있으나, 외부 경영 환경의 변화 등에 따라 실제 결과가 '예측정보'와 달라질 수 있음을 주의하시기 바랍니다.

또한 본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 이해를 증진시키고, 투자 판단에 참고가 되는 각종 정보를 제공할 목적으로 작성 되었으므로 투자에 대한 판단은 전적으로 투자자 개인의 책임하에 있다는 점을 명시합니다.