

'22년 2분기 실적발표 Script

안녕하십니까? 주식회사 씨젠의 IR 실장 이철곤 전무입니다. 바쁘신 와중에도 오늘 이 자리에 참석해 주셔서 감사드립니다. 오늘 저희 회사에서는, 저와 IR 실무자들이 참석해 있습니다.

오늘 발표는 '22년 2분기 실적에 대해 간략하게 설명 드리고, 최근 당사의 주요 현황 및 성과 등에 대해 설명 드린 후, 향후 전망과 Q&A Session 의 순서로 진행하겠습니다.

그러면, 지금부터 주요 하이라이트부터 말씀드리겠습니다.

2분기 매출은 1,284 억원, 영업이익은 130 억원으로 영업이익률 10%, 순이익은 251 억원으로 순이익률 20%를 기록하였습니다. 매출은 코로나 확진자수 감소, 글로벌 방역체계 전환 및 유통망 재고 소진 등의 이유로 코로나 매출이 감소한 반면, Non-Covid 매출은 일상생활 회복에 따라 성장이 가속화하면서 전체 매출 감소를 일부 상쇄하였습니다.

당사는 코로나 19와 A/B형 독감 등 호흡기 바이러스를 일상에서 주기적으로 검사하여 감염병으로부터 지역내 안전 보건을 도모하는 "PCR 생활검사" 를 베트남에서 8월부터 시작하였습니다. 검사기관 Lab House 와 함께, 차량공유기업 Grab 운전사를 대상으로 Allplex™ SARS-COV-2/FluA/FluB/RSV Assay 를 활용한 생활검사 솔루션을 제공하며, 이후 다른 동남아 국가로도 순차적으로 확대 시켜 나갈 계획입니다.

또한 신드로믹 검사 역량을 구현한 자동화 검사 시스템 AIOS 를 마침내 출시하였습니다. 중소형 병원 등 Decentralized Lab 에서도 신드로믹 검사가 가능한 당사의 Multiplex 시약을 모두 적용할 수 있는 솔루션을 공급함으로써 분자진단의 생활화 구현에 한발 더 다가섰습니다.

마지막으로 당사는 그동안 지속적으로 검토 추진하고 있던 미국 사업에 적극적인 투자와 전문 인력/조직 구축을 통한 사업 본격화를 결정하였습니다. 미국 현지에 생산/연구개발 인프라를 구축하여 FDA 인허가 및 신속한 제품개발, Logistics 간소화, Compliance Risk 최소화를 도모하고자 합니다.

다음은 2분기 경영 실적에 대해 보다 자세하게 말씀드리겠습니다

금번 2분기 매출은 1,284 억원으로 전분기 대비 72%, 전년동기대비 58% 각각 감소하였습니다.

2분기 매출의 전분기 대비 하락은 1분기 중 오미크론 확산에 따른 기저효과와, 이후 급격한 확진자 수 감소에 더하여, 정부 방역정책 전환으로 인한 Test 수 감소와 유통망의 기축재고 소진이 주요 원인입니다. ASP는 상대적으로 판가가 높은 유럽/북미 지역의 매출비중 증가로 소폭 상승하였습니다.

지역별로는, 오미크론 변이 확산에 따른 기저효과로 국내 매출이 매우 큰 폭으로 감소하면서 매출 비중도 1분기 28%에서 2분기 6%로 축소되었고, 중남미 지역 또한 정부방역정책의 전환에 따른 수요 감소로 매출이 급감하였습니다. 반면, 북미와 유럽 지역은 1분기중 이미 엔데믹 전환과 국가의 코로나 검사 정책 변화 등에 따라 매출 비중은 소폭 증가하였습니다.

2분기 영업이익률은 적극적인 고정비 절감 및 효율경영에도 불구하고 매출 감소에 따른 Deleverge 효과로 전분기 대비 34%p 하락한 10%를 기록하였습니다.

다음은, 매출 실적을 제품과 상품 Segment 별로 상세하게 설명 드리겠습니다.

2분기 매출 1,284 억원 중 시약 매출은 1,056 억원으로, 총 매출의 82%를 차지하고 있으며, 장비 및 기타 매출은 229 억원으로 18% 비중입니다.

시약 매출 1,056 억원 중 Covid 시약 매출은 593 억원으로, 2 분기 총 매출의 46%, 시약 매출의 56% 비중을 차지하고 있습니다. Non-Covid 시약 매출은 381 억원으로 전체 매출의 약 30%, 시약 매출의 36%를 차지하고 있습니다.

이번 분기에는 기본적인 스크리닝 제품이 급감한 가운데, 당사의 차별화된 기술력이 집약된 신드롬릭 제품 매출은 전년 대비 8% 감소세를 보이면서 전체시장 대비 Outperform 하였습니다.

Non-Covid 시약 매출은 일상생활 복귀와 검사실의 가동률 저하에 따른 Non-Covid 검사 수요 증가로, 전년 동기 대비 40% 성장하였습니다. 이 같은 Non-Covid 매출 성장의 가속화는 향후 Living with Corona, 또는 엔데믹 전환 후에도 지속가능한 매출 성장의 원동력이 될 것으로 기대하고 있습니다.

다음은, 당사의 미래 성장의 기반인 글로벌 장비설치 현황에 대해 설명 드리겠습니다.

2 분기 장비 판매는, 증폭장비인 CFX96 140 대, STARlet, Nimbus 등 추출장비 33 대를 추가 설치하였으며, '22 년 2 분기말 누적 기준으로는 증폭장비 5,354 대, 추출장비 2,606 대가 설치되어 있습니다.

2 분기 중 설치된 진단장비 140 대 중 국내 및 아시아 설치는 82 대, 유럽 지역은 42 대가 추가 설치되면서 분자진단의 인프라를 지속적으로 확대하고 있습니다.

다음은 하반기 당사의 주요전략인 PCR 생활검사, 자동화 솔루션 AIOS, 미국 투자 본격화와 Non-Corona 제품 등에 대해 말씀드리겠습니다.

당사는 코로나 19 와 A/B 형 독감 등 호흡기 바이러스를 일상에서 주기적으로 검사하여 감염병으로부터 지역내 안전을 도모하는 "PCR 생활검사" 를 베트남에서 8 월부터 시작하였습니다. 검사기관 Lab House 와 함께, 차량공유기업 Grab 운전사를 대상으로 한 이번 사업은 세계 최초로 도입되는 생활검사 사업 모델 Case 입니다. Allplex™ SARS-

COV-2/FluA/FluB/RSV Assay 를 활용하여 호흡기 감염 전반에 걸친 생활검사 솔루션을 제공하며, 베트남 사업을 성공사례로 삼아 다른 동남아 국가로도 순차적으로 확대 시켜 나갈 계획입니다.

다음은 다양한 신드로믹 검사 역량을 구현한 자동화 솔루션에 대해 말씀 드리겠습니다. 당사가 이번에 출시한 자동화 솔루션 AIOS 는 경쟁사 대비 탁월한 가격 경쟁력, 1/3 수준의 작고 가벼운 장점 등을 통해 중소형병원, Decentralized Lab 등 접근 가능 시장을 확대할 예정이고, 다양한 신드로믹 검사 적용 가능 자동화 솔루션을 제공할 예정입니다.

샘플 투입부터 결과 분석까지 전자동화 함으로써 진단검사의 가장 큰 문제인 인력 문제를 최소화하고 오염 및 Human Error 등의 문제를 해결할 것으로 예상하고 있습니다. 또한, 기존 STARlet 보유 고객들은 해당 모듈만 설치하면 전 자동화가 가능하기 때문에 비용 측면에서는 경쟁사 대비 매우 차별화된 우위를 점하고 있다고 판단하고 있습니다. AIOS 출시 후 당사는 이미 고객들로부터 많은 문의 및 주문을 받고 있으며, 이에 따라 하반기 매출에 긍정적인 영향을 기대하고 있습니다.

다음은 미국시장 공략 본격화에 대해 말씀드리겠습니다. 미래성장을 위한 또하나의 큰축인 미주시장 공략을 위하여, 당사는 적극적인 투자와 전문 인력/조직 구축을 통한 미국사업 본격화를 결정하였습니다. 미국 현지에 생산/연구개발 인프라를 구축하여, 기존의 유통 법인의 역할을 넘어 미국 시장에 적합한 제품을 직접 연구 및 개발할 것이며 현지 생산을 통해 가격을 낮추고 고객에게 신속하게 제품을 공급할 수 있도록 할 계획입니다. 이에 따라 당사는 2022 년 중 FDA 인허가 Process 에 돌입하여 23 년 중 호흡기 감염 관련 1-2 개의 제품의 FDA 인허가를 목표로 하고있으며, 24 년에는 비호흡기 제품을 포함한 3-4 개 제품의 FDA 인허가 획득을 통해 제품라인업을 강화하고 미주시장에서의 본격적인 매출 성장을 목표로 하고 있습니다.

Multiplex 기술력이 집약된 코로나와 호흡기 동시 진단 제품의 판매는 2 분기 감소에도 불구하고, 코로나 진단 시장 및 당사 매출 감소 대비, 대폭 상회하는 매출추이를 지속하였습니다. 당사의 호흡기 신드로믹 시약은 한 번의 검사로 독감을 포함한 호흡기

질환과 코로나를 진단할 수 있다는 경쟁우위를 보유하고 있으며, 이러한 경쟁우위를 극대화하기 위하여 당사는 기존 제품 대비 성능이 개선/강화된 Allplex™ RV Master Assay 를 출시하였습니다. RV Master 의 주요시장공략을 통해 코로나의 Endemic 전환시 예상되는 Syndromic Test 시장을 선점해 코로나 스크리닝 시장의 감소를 상쇄해 나갈 예정이며, With Corona 시대를 준비할 최적화된 대안으로 판단하고 있습니다

또한 '21 년 연간 기준 평균 30% 이상의 매출 성장세를 보인 당사의 Non-Covid 제품 매출은 일상생활 복귀와 검사실의 가동률 저하에 따른 Non-Covid 검사 수요 증가로, 매출 성장이 가속화되고 있습니다. 향후에도 자동화 장비 등 진단 장비의 확산과 분자 진단에 대한 인식 변화에 따른 성장세가 지속될 것으로 예상하고 있습니다. 당사는 이러한 예상에 따라 기존 시장을 확대하고 신규시장에 진입하기 위해 신드로믹 스크리닝 시장의 확대에 맞춘 제품들을 지속 개발/출시하는 한편 합리적인 가격정책을 통해 성장 가속화에 집중할 예정입니다.

다음은 향후 전망 등에 대해 말씀드리겠습니다.

오미크론 확산으로 인해 큰 폭으로 증가했던 진단 수요는, 이후 급격한 확진자 수 감소에 더하여 정부 방역정책 전환으로 인해 급감하였고, 이에 따라 당사를 포함한 대부분의 진단업체들은 2 분기 중 코로나 관련 매출의 급격한 감소를 경험했습니다. 더하여 2 분기중 유통채널의 기축재고 소진에 따라 매출감소가 극대화 되었다고 판단하고 있습니다.

강력한 변이가 출현하지 않는다는 가정 하에서는, 코로나 스크리닝 관련 매출의 급격한 회복을 기대하기는 어려울 것으로 예상됩니다. 그러나, 최근 매출추이 및 유통채널의 재고 소진 등을 감안할 때, 하반기에는 점진적인 매출 회복이 예상됩니다. 또한 4 분기에는 당사의 주요시장인 북반구의 Flu Season 이 시작되면서, 호흡기 신드로믹 제품의 매출 성장을 기대하고 있습니다. 실제로 2 분기 중 호주 등 남반구 시장이 Flu Season 에 돌입하면서 당사의 고유 경쟁력이 극대화된 호흡기 신드로믹 제품의 매출회복을

확인하였습니다. 이에 더하여 하반기에는 앞서 말씀드린 생활검사 Campaign 및 자동화 솔루션에 더하여 최근 성장 가속화 중인 Non-Covid 매출 극대화를 통한 매출 회복에 전사적인 노력을 기울일 예정입니다.

마지막으로, 회사는 특히 매출하락에 따른 수익성 관리를 위하여, 불급한 투자와 지출은 중지하고, 변동성 비용 집행을 최소화하여, 매출 하락기간 동안의 불가피한 수익성 감소를 적극적으로 관리하도록 하겠습니다.

이것으로 '22년 1분기 실적에 대한 설명을 마치며, Q&A 세션을 진행하도록 하겠습니다.

여러분들께서 궁금하신 부분에 대한 질문을 주시면, 저를 포함하여 여기 배석한 분들이 최대한 성실하게 답변을 드리도록 하겠습니다.

감사합니다.