

심층분석보고서

HK이노엔-해외영업

2026.04.15

1장. 산업 분석: 한국 제약·바이오 산업은 글로벌 혁신 허브로 전환 중

1-1. 산업 정의와 시장 구조

한국 제약·바이오 산업은 전문의약품(ETC), 일반의약품(OTC), 바이오의약품, 의약외품, 건강기능식품 등을 포괄하는 광범위한 헬스케어 섹터다. 이 가운데 전문의약품이 전체 시장의 약 96%를 차지하는 압도적인 처방약 중심 구조를 갖고 있으며, 이는 국민건강보험의 높은 보장성과 의원·병원 방문율이 OECD 최고 수준이라는 한국 의료 시스템의 구조적 특성에서 기인한다. 제약산업은 높은 진입장벽(GMP 규제, 임상 비용, 특허 보호), 긴 제품 개발 주기(평균 10~15년), 높은 R&D 리스크(신약 성공 확률 약 1/10,000~1/5,000)를 특징으로 하며, 한번 성공한 제품이 장기간 안정적 수익을 창출하는 '블록버스터 모델'이 여전히 유효한 산업이다. HK이노엔이 속한 제약 산업은 경기 방어적 성격이 강해 경기 침체기에도 상대적으로 안정적인 성과를 보이지만, 약가 규제와 보험 급여 결정이라는 정부 정책 변수에 크게 영향을 받는다는 점에서 여타 소비재 산업과는 본질적으로 다른 역학을 갖는다.

1-2. 시장 규모와 성장 궤적

한국 제약 시장은 2024년 기준 약 270억 달러(약 38.6조원) 규모로 추산되며, 2032년까지 539억 달러에 이를 것으로 전망된다. 이는 연평균 약 9.17%의 고성장률에 해당하며, 글로벌 평균 성장률(약 5~7%)을 상회하는 수치다. 2022년 의약품 생산실적이 28조 9,503억원으로 역대 최고치를 기록한 이래, 시장은 고령화 가속, 만성질환 환자 증가, 바이오의약품 확대, 정밀의료 도입 등의 구조적 동인에 의해 지속적으로 팽창하고 있다. 바이오의약품 시장만 별도로 보면 2024년 약 5조 615억원으로 전년 대비 6.6% 성장했으며, 항체의약품과 세포·유전자치료제가 성장을 주도하는 형국이다.

글로벌 제약 시장은 2024~2025년 기준 약 1.65~1.77조 달러 규모이며, 2030년에는 2.35~3.03조 달러까지 확대될 것으로 복수의 리서치 기관이 전망하고 있다. 북미가 전체 시장의 약 42%를 차지하는 최대 시장이고, 아시아태평양이 가장 빠르게 성장하는 지역이다. 치료 영역별로는 종양학이 약 19%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, GLP-1 수용체 작용제 계열의 비만·당뇨 치료제가 시장의 새로운 성장 축으로 급부상했다. 2024년 기준 Eli Lilly가 전년 대비 32%, Novo Nordisk가 26%의 매출 성장률을 기록하며 업계 전체 성장을 견인한 것이 대표적이다. 이러한 글로벌 시장 확대는 한국 제약사들에게 기술수출과 해외 직접 진출의 기회를 구조적으로 확대하는 배경이 된다.

1-3. 한국 제약사의 글로벌 진출이 역대급으로 가속

한국 제약산업의 최근 3~5년간 가장 핵심적인 트렌드는 기술수출(technology licensing out)의 폭증이다. 2024년 한국 제약·바이오 기업의 기술수출 총 규모는 21조원을 돌파하며 역대 최대를 기록했고, 2025년 상반기 기만으로도 약 76.8억 달러(전년 동기 대비 113% 증가)에 달하는 계약이 체결됐다. ABL바이오가 GSK와 28억 달러, 알지노믹스가 Eli Lilly와 13억 달러, 리가켄바이오가 로슈와 13억 달러 등 대형 딜이 잇따르면서, 한국 제약사의 기술력이 글로벌 빅파마로부터 본격적으로 인정받는 단계에 진입한 것으로 평가된다. GlobalData는 "한국이 제네릭 생산국에서 혁신신약·첨단의약품 기술의 글로벌 허브로 전환하고 있다"고 분석한 바 있으며, 한국 정부도 '제약바이오 글로벌 도약 전략'을 통해 연 10억 달러급 블록버스터 신약 육성과 기술수출 30조원 목표를 제시했다.

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

의약품 수출도 2024년 약 92억 달러로 2017년(40억 달러)의 두 배 이상으로 성장했다. 특히 바이오의약품 수출이 58억 달러로 전체 수출의 63%를 차지하며, 2026년 1분기에는 사상 최대인 20억 달러를 기록하는 등 가파른 상승세가 이어지고 있다. 바이오시밀러에서는 셀트리온의 램시마가 유럽에서 약 60%의 점유율을, 허쥬마가 일본에서 74%의 점유율을 기록하며 글로벌 시장을 선도하고 있고, CDMO(위탁개발생산) 분야에서는 삼성바이오로직스가 글로벌 점유율 3위(약 7.8~8.5%)를 기록하며 2032년까지 생산능력을 132만 리터 이상으로 확대하는 공격적 투자를 진행 중이다. 이러한 산업 전반의 글로벌 진출 가속화는 HK이노엔의 해외영업 직무가 단순한 수출 사무가 아니라, 한국 제약산업의 구조적 전환기에서 최전선에 서는 전략적 역할을 의미한다.

1-4. 가치사슬(Value Chain) 구조와 핵심 수익 지점

제약 산업의 가치사슬은 크게 연구개발(R&D) → 전임상/임상시험 → 규제 허가 → 원료의약품(API) 생산 → 완제의약품 생산 → 마케팅·유통 → 약물감시(PV)로 구성된다. 이 가운데 가장 높은 부가가치가 창출되는 지점은 크게 두 곳이다. 첫째는 R&D 단계에서의 기술수출로, 계약금(upfront), 개발 마일스톤, 상업화 마일스톤, 경상 로열티 등의 구조로 장기적이고 누적적인 수익을 창출한다. 케이캡의 미국 기술수출이 총 계약 규모 5.4억 달러(약 7,000억원)에 달하는 것이 대표적 사례다. 둘째는 마케팅·유통 단계에서의 독점 판매로, 특허 보호 기간 동안 높은 마진을 확보할 수 있다. 해외영업 직무는 이 가치사슬에서 기술수출 계약 체결, 해외 허가 지원, 수출 오퍼레이션, 파트너 관리 등을 담당하며, R&D와 상업화를 연결하는 핵심 브릿지 역할을 수행한다.

1-5. HK이노엔이 속한 세부 시장: P-CAB과 소비자 헬스케어

HK이노엔의 핵심 제품인 케이캡이 속한 P-CAB(칼륨경쟁적 위산분비억제제) 시장은 글로벌 기준 2024년 약 40억 달러, 2035년 75억 달러(CAGR 5.9%)로 전망되는 고성장 세그먼트다. P-CAB은 기존 PPI(프로톤펌프억제제)의 한계를 극복하는 차세대 위산억제제로, 첫 투여부터 빠른 효과, 식사 무관 복용, 야간 위산 억제 우수성 등의 임상적 이점이 확인되면서 PPI를 대체하는 패러다임 전환이 진행 중이다. 국내 P-CAB+PPI 시장은 2023년 총 9,127억원이며, P-CAB의 비중이 케이캡 출시 당시 4%에서 23.8%로 약 6배 성장한 것은 이 전환의 속도를 보여준다. HK이노엔의 H&B(Health & Beauty Beyond) 사업이 속한 건강기능식품 시장은 약 6조원 규모로 3년째 정체 상태에 있으며, 글로벌 OTC(일반의약품) 시장은 2024년 1,801억 달러 규모에 CAGR 5.7%로 안정적 성장을 보이고 있다.

1-6. 주요 플레이어와 경쟁 구도

국내 제약 시장은 상위 10개사가 전체의 약 25~30%를 점유하는 비교적 분산된 구조이며, 종근당(매출 1위), 한미약품(수익성 1위), 대웅제약(해외사업 성장률 1위), 셀트리온(바이오 1위), 유한양행(CMO/바이오 투자 확대) 등이 주요 플레이어다. 글로벌 시장에서는 Johnson & Johnson(909억 달러), Roche(633억 달러), Abbvie(567억 달러), Pfizer(495억 달러) 등 매출 상위 20개사가 세계 시장의 약 55%를 과점하고 있으며, Eli Lilly(+32%), Novo Nordisk(+26%)가 GLP-1 계열 약물로 가장 빠른 성장세를 보이고 있다.

1-7. 지원 전략 관점의 시사점

면접에서 산업 트렌드를 언급할 때, 단순히 "제약 시장이 성장하고 있다"는 수준의 답변은 차별화가 되지 않는다. 핵심은 "한국 제약산업이 제네릭 기반에서 혁신신약 기술수출 모델로 전환하고 있으며, HK이노엔의 케이캡이 이 전환의 대표적 성공 사례"라는 구조적 맥락을 읽어내는 것이다. 기술수출 21조원 돌파, 의약품 수출 92억 달러라는 매크로 데이터와 케이캡 55개국 계약이라는 마이크로 데이터를 연결하여, "내가 입사하면 이 구조적 성장의 실행자가 되겠다"는 서사를 구성할 수 있어야 한다. 또한 P-CAB이 PPI를 대체하는 패러다임 전환기라는 점은 해외영업 담당자가 파트너에게 제품을 소개할 때 가장 먼저 전달해야 할 핵심 메시지이므로, 이 개념에 대한

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

과학적 이해를 보여주는 것이 효과적이다.

2장. 경쟁사 비교 및 HK이노엔 포지셔닝: '가장 빠르게 성장하는 종견 제약사'

2-1. 비교 대상 기업 선정 기준

HK이노엔의 경쟁 포지션을 정확히 이해하기 위해, 매출 규모(5,000억~1.7조원), 사업 구조(ETC 중심+소비자 사업 병행), 해외 사업 역량(기술수출 또는 직접 수출 경험)이라는 세 가지 기준으로 비교 대상을 선정했다. 종근당, 한미약품, 대웅제약, JW중외제약, 일동제약 5개사를 주요 비교 대상으로 삼되, 셀트리온이나 삼성바이오로직스 같은 바이오 전문 기업은 사업 모델이 본질적으로 다르므로 직접 비교에서 제외했다.

2-2. 재무 성과 비교: HK이노엔의 성장 모멘텀이 압도적

2025년(FY) 기준 비교 대상 6개사의 재무 실적을 보면, 매출 규모에서는 종근당이 1조 6,924억원으로 가장 크고, 한미약품 1조 5,475억원, 대웅제약 1조 3,910억원이 그 뒤를 잇는다. HK이노엔은 1조 632억원으로 4위이며, JW중외제약 7,748억원, 일동제약 5,669억원 순이다. 그러나 성장률에서는 양상이 완전히 달라진다. HK이노엔의 전년 대비 매출 성장률 +18.5%는 6개사 중 압도적 1위이며, 대웅제약 +9.9%, JW중외제약 +7.7%, 종근당 +6.7%, 한미약품 +3.5%에 비해 2~5배 높은 수치다. 일동제약은 -7.8%로 유일하게 역성장했다.

영업이익률에서는 한미약품이 16.7%(영업이익 2,578억원)로 업계 최고 수준의 수익성을 기록하고 있으며, 이는 자체 개발 제품 비중이 거의 100%에 달하는 고수익 포트폴리오 덕분이다. 대웅제약이 14.6%(영업이익 2,036억원)로 2위, JW중외제약이 12.1%(936억원)로 3위, HK이노엔이 10.4%(1,109억원)로 4위다. HK이노엔의 10.4%라는 영업이익률은 전년(약 9.8%)에서 0.6%p 개선된 수치로, 수익성이 매출 성장과 함께 동반 상승하는 양호한 구조를 보이고 있다. 특히 2025년 4분기만 보면 매출 2,919억원(+23.8%), 영업이익 401억원(+64.5%), 영업이익률 13.7%로 분기 기준 역대 최고를 기록하여, 수익성 개선 추세가 가속화되고 있음을 확인할 수 있다.

2-3. 해외 매출 비중: 초기 단계지만 가파른 성장 곡선

해외 매출 성숙도에서는 기업 간 격차가 상당하다. 한미약품은 중국 자회사 북경한미를 포함하면 해외 매출 비중이 약 25~30%에 달하며, 북경한미만으로 2024년 연 4,024억원의 매출을 올리고 있다. 대웅제약은 보툴리눔 독신 '나보타'를 중심으로 해외 매출 비중이 약 15~20%이며, 미국에서 나보타(Jeuveau)가 에스테틱 보톡스 시장 2위(점유율 약 14%)를 차지하고 있다. 반면 HK이노엔의 해외 매출 비중은 아직 약 3~5% 수준으로 초기 단계에 머물러 있다.

그러나 성장 속도에 주목해야 한다. 케이캡의 수출액이 2022년 약 2억원에서 2023년 55억원, 2024년 3분기 누적 100억원 이상으로 급증하고 있고, 중국 뤄신제약으로부터의 로열티 수입이 2025년 약 140억원(전년 대비 +125.8%)에 달한다. 미국 FDA 허가가 이루어질 경우, 기술수출 마일스톤과 로열티가 본격 유입되면서 해외 매출 비중이 구조적으로 전환될 잠재력이 가장 큰 기업이 바로 HK이노엔이다. 이는 해외영업 직무의 전략적 중요성이 앞으로 급격히 높아질 것임을 의미한다. JW중외제약과 일동제약은 해외 매출이 거의 전무한 수준으로, 국내 시장 의존도가 95% 이상이다.

2-4. 각사의 사업 모델과 차별화 포인트

대웅제약은 보툴리눔 독신 '나보타'를 글로벌 성장 엔진으로 삼고 있다. 나보타는 미국 미용의료 보톡스 시장에

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

서 2위(점유율 약 14%)를 기록하며, 해외 매출의 84%를 이 단일 제품에서 창출하고 있다. 최근에는 디지털 헬스케어 플랫폼 '닥터나우'에 투자하고, 소화기 분야에서 P-CAB 제품 '펙수클루'를 2023년 출시하여 HK이노엔의 케이캡과 직접 경쟁하고 있다. 해외 사업 구조가 나보타에 과도하게 집중되어 있다는 점이 리스크이며, 이를 해소하기 위해 신약 파이프라인 확대와 디지털 헬스케어 투자를 병행하고 있다.

한미약품은 자체 개발 비중이 거의 100%에 달하는 R&D 중심 모델로, 업계 최고 수익성(영업이익률 16.7%)을 달성했다. 2025년 매출 1조 5,475억원, 영업이익 2,578억원은 모두 역대 최대 실적이다. 중국에서는 자회사 북경한미를 통해 연 4,024억원의 매출을 올리며, 한국 제약사 중 중국 사업이 가장 성숙한 기업이다. 다만 매출 성장률(+3.5%)이 업계 평균에 못 미치는 점은, 이미 성숙 단계에 진입했다는 신호로 해석될 수 있다.

JW중외제약은 로슈, 다이이치산쿄 등 글로벌 제약사의 한국 내 독점판권을 확보하는 라이선스인(license-in) 모델로 안정적 수익을 추구하고 있다. 종합수액제 시장에서 HK이노엔과 1~2위를 다투며(JW중외 47%, HK이노엔 35% 추정), 영업이익률 12.1%의 양호한 수익성을 유지하고 있다. 그러나 해외 자체 매출이 거의 없고, 글로벌 제약사의 판권에 의존하는 구조라는 점에서 장기적 성장에 구조적 한계가 있다.

종근당은 매출 1위(1조 6,924억원)의 국내 최대 제약사이지만, 영업이익률 4.8%로 수익성이 매우 낮다. 이는 제네릭 중심의 포트폴리오에서 기인하며, 최근 건강기능식품 '이문' 브랜드와 바이오 투자를 통해 체질 개선을 시도하고 있다. **일동제약**은 매출 5,669억원(-7.8%)으로 역성장했으며, 영업이익률 3.4%로 가장 낮다. P-CAB 신약 '파도프라잔'이 아직 임상3상 단계에 있어, 소화기 시장에서 HK이노엔과 대웅제약을 추격하기까지는 상당한 시간이 필요할 전망이다.

2-5. P-CAB 시장의 3파전: 케이캡 vs 펙수클루 vs 보퀘즈나

소화기 치료제 시장에서 가장 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 영역이 P-CAB 시장이다. HK이노엔의 케이캡은 2019년 국내 출시 이후 선발주자 이점을 확보하여 소화성궤양용제 원외처방 1위를 유지하고 있으며, 국내 P-CAB 시장에서 독보적 점유율을 기록 중이다. 그러나 대웅제약의 펙수클루(성분명 fexuprazan)가 2023년 출시된 이후 월평균 21%의 처방량 성장률을 기록하며 빠르게 추격하고 있고, 제일약품이 2025년 5월에 보퀘즈나(vonoprazan) 제네릭인 '자큐보'를 국내에 출시하면서 P-CAB 시장이 3파전으로 확대되었다.

글로벌 시장에서는 양상이 다르다. 다케다/패섬(현 세벨라)의 보퀘즈나가 2023년 말 미국에서 선출시하여 2025년 3분기 누적 매출 1.175억 달러를 기록하며 P-CAB 시장의 글로벌 선점을 시도하고 있다. 케이캡이 미국 FDA 허가를 받으면 보퀘즈나와의 직접 경쟁이 불가피하며, 이때 핵심 차별화 포인트는 케이캡의 임상 데이터 우수성(특히 야간 위산 억제 효과, 식사 무관 복용 편의성, H. pylori 제균율)과 경쟁력 있는 약가 전략이 될 것이다. 해외영업 담당자는 이러한 경쟁 구도를 정확히 이해하고, 파트너와의 미팅에서 케이캡의 차별적 가치를 과학적 근거와 함께 설명할 수 있어야 한다.

2-6. 최근 1~6개월 내 주요 이슈

2025년 하반기~2026년 초 기준으로 각사의 주요 이슈를 정리하면, HK이노엔은 FDA NDA 제출(2026.1), 매출 1조 돌파(2025), 인도 시장 진출(2025.9), 세계일류상품 선정(2025.11), 라퀼리아 지분 인수가 핵심 이슈다. 대웅제약은 나보타 미국 매출 확대와 디지털 헬스케어 투자 가속, 한미약품은 역대 최대 실적 달성과 북경한미 성장 지속, JW중외제약은 종합수액제 시장 경쟁 심화 대응, 일동제약은 매출 역성장과 파도프라잔 임상3상 진행이 각각의 핵심 이슈다.

2-7. 지원 전략 관점의 시사점

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

면접에서 경쟁사 비교 질문이 나올 때, "HK이노엔은 아직 매출 4위이지만 성장률에서 압도적 1위"라는 팩트를 정확히 제시하고, 그 성장의 원동력이 케이캡이라는 자체 개발 신약의 글로벌 확장이라는 점을 연결해야 한다. "왜 HK이노엔인가?"라는 질문에 대한 가장 설득력 있는 답변은, "지금 이 회사의 성장 변곡점이며, 해외영업 직무가 그 변곡점의 중심에 있기 때문"이라는 논리 구조다. 한미약품이나 대웅제약은 이미 해외 사업이 성숙 단계에 진입한 반면, HK이노엔은 55개국에서 100개국으로의 확장과 미국 시장 진출이라는, 경력 초기에 경험하기 어려운 '0→1' 단계의 업무를 수행할 수 있는 유일한 타이밍이라는 점을 강조할 수 있다.

3장. HK이노엔 심층 분석: 케이캡 하나로 '1조 클럽'을 돌파한 전략의 해부

3-1. 회사 연혁과 지배구조

HK이노엔의 연혁은 복잡하지만, 이를 이해하는 것이 회사의 정체성을 파악하는 데 중요하다. 이 회사의 전신은 CJ제일제당의 제약사업부로, CJ그룹 내에서 컨디션·헛개수 등 소비재 사업과 전문의약품 사업을 함께 영위했다. 2014년에 CJ헬스케어로 분할 독립했고, 2018년에 한국콜마그룹의 윤동한 회장이 CJ헬스케어를 인수하면서 제약·바이오 사업을 그룹의 핵심 성장 축으로 편입했다. 2020년에 사명을 HK이노엔(HK inno.N)으로 변경했으며, 'inno.N'은 Innovation for the Next를 의미한다. 2021년 코스닥 시장에 상장했고, 곽달원 대표이사가 회사를 이끌고 있다.

지배구조는 한국콜마홀딩스 → 한국콜마 → HK이노엔으로 이어지며, CJ 시절의 식품·소비재 DNA와 한국콜마그룹의 제조·기술 역량이 결합된 독특한 기업 문화를 형성하고 있다. 한국콜마그룹은 화장품 ODM(제조사 개발생산) 세계 1위 기업으로, '기술 중심 제조 혁신'이라는 그룹 전체의 철학이 HK이노엔의 R&D 및 생산 전략에도 반영되어 있다.

3-2. 사업 구조: 3개 축의 포트폴리오

HK이노엔의 사업은 크게 세 개 부문으로 구성된다. 첫째이자 가장 핵심인 전문의약품(ETC) 부문은 매출의 약 75~80%를 차지하며, 케이캡(위식도역류질환), 수액제(종합수액, 영양수액), 항암 코프로모션(로슈 아바스틴 등) 등이 포함된다. 케이캡 단독으로 2025년 처방액이 약 2,028~2,179억원에 달하며, 이는 전체 매출의 약 20% 이상을 차지하는 것으로 추산된다. 수액제 사업은 JW중외제약과 1~2위를 다투는 독과점 구조의 안정적 수익원으로, 오송 신공장 가동으로 연 1억 500만 백 생산능력(국내 2위)을 확보했다.

둘째인 H&B(Health & Beauty Beyond) 부문은 숙취해소제 컨디션, 헛개수, 스킨케어 브랜드 비원츠(B.WANTS) 등으로 구성되며, 매출 비중은 약 8~15%다. 그러나 이 부문은 최근 부진세가 뚜렷하다. 컨디션 매출이 2024년 593억원에서 2025년 520억원으로 감소했고, 이는 MZ세대의 주류 소비 감소, 경쟁 제품(삼양사 상쾌환 등) 증가, 편의점 채널 경쟁 심화에 기인한다. 다만 컨디션은 동남아 등 해외 시장에서 인지도를 확보하고 있어 글로벌 확장의 잠재력이 있으며, 해외영업 직무에서 케이캡과 함께 다루게 될 가능성이 있는 제품이다.

셋째인 기타 사업 부문에는 원료의약품(API) 수출, 건강기능식품, CMO 등이 포함된다. 특히 테고프라잔 원료의약품 공급은 해외 기술수출의 핵심 수익원 중 하나로, 파트너사에 API를 공급하면서 추가 수익을 창출하는 구조다.

3-3. 재무 실적: 3년 연속 두 자릿수 성장의 비결

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

HK이노엔의 최근 3년간 재무 실적을 보면 명확한 성장 가속화 추세가 드러난다. 2023년 매출 8,289억원에서 2024년 8,971억원(+8.2%), 2025년 1조 632억원(+18.5%)으로 3년 연속 성장세가 가속되고 있다. 영업이익도 2023년 659억원에서 2024년 882억원(+33.8%), 2025년 1,109억원(+25.7%)으로 매출 이상의 속도로 증가하며, 영업이익률이 약 8%에서 10.4%로 개선되었다. 당기순이익은 2023년 472억원, 2024년 616억원, 2025년 757억원으로 안정적 증가세를 보이고 있다.

이러한 실적 개선의 핵심 동인은 세 가지다. 첫째, 케이캡의 국내 처방 확대다. 케이캡 처방액이 매년 두 자릿수 성장을 지속하면서 ETC 부문의 성장을 견인하고 있다. 둘째, 해외 로열티 수입의 증가다. 특히 중국 뤼신제약으로부터의 로열티가 2025년 약 140억원(+125.8%)으로 급증하며 수익성 개선에 크게 기여했다. 셋째, 수액제 부문의 안정적 성장이다. 수액제는 병원 필수 의약품으로 경기 변동에 거의 영향을 받지 않으며, 오송 신공장 가동으로 공급 능력이 확대되면서 점유율을 높이고 있다. 증권사 컨센서스는 2026년 매출 약 1조 1,316억원(+6.4%), 영업이익 1,274억원(+14.9%)을 전망하며, 목표주가는 61,000~72,000원 범위로 제시되고 있다.

3-4. 케이캡 글로벌 진출: 55개국 계약, 19개국 출시, FDA NDA 제출 완료

케이캡(성분명 테고프라잔, tegoprazan)은 P-CAB 계열 위식도역류질환 치료제로, 2018년 국산 30호 신약으로 허가받아 2019년 출시되었다. 기존 PPI(오메프라졸, 에소메프라졸 등) 대비 핵심적인 임상적 우위는 세 가지로 요약된다. 첫째, 첫 투여부터 강력한 위산 억제 효과를 발현한다. PPI는 위산분비세포의 양성자 펌프를 비가역적으로 차단하지만 활성화까지 시간이 필요한 반면, P-CAB은 칼륨 이온과 경쟁적으로 결합하여 즉각적으로 위산을 억제한다. 둘째, 식사 여부와 무관하게 복용할 수 있어 환자 순응도가 높다. PPI는 공복 복용이 권장되는 반면, 케이캡은 식전-식후 관계없이 언제든 복용 가능하다. 셋째, 야간 위산 억제 효과가 우수하여 야간 역류 증상 관리에 탁월하다. 이러한 임상적 이점들이 축적되면서 케이캡의 국내 처방 실적은 2019년 347억원에서 2025년 약 2,028~2,179억원으로 7년간 7배 성장했고, 누적 처방실적은 9,233억원을 돌파했다.

글로벌 진출 현황을 지역별로 상세히 살펴보면 다음과 같다. **미국**은 가장 중요한 전략 시장으로, 미국 제약사 브레인트리(현 세벨라)와 총 계약 규모 5.4억 달러(약 7,000억원)의 기술수출 계약을 체결했다. 이 계약에는 계약금, 개발 마일스톤, 상업화 마일스톤, 경상 로열티가 포함되어 있다. 2025년 말 미국 내 임상3상이 완료되었고, 2026년 1월 FDA에 NDA가 제출되었다. 허가 심사에는 통상 10~12개월이 소요되므로, 2026년 말~2027년 초 미국 출시가 전망된다. 미국 위식도역류질환(GERD) 시장은 약 4조원 규모로, 허가 시 케이캡의 실적에 근본적인 변화를 가져올 수 있는 최대 카탈리스트다.

중국은 2022년 출시 이후 빠르게 성장하고 있는 시장이다. 뤼신제약을 파트너로 하여 NRDL(국가 기본의료보험 목록)에 등재되었고, 3번째 적응증 신청이 진행 중이다. 2025년 로열티 수입은 약 140억원으로 전년 대비 125.8% 성장했다. 중국 GERD 환자 수가 약 1.65억 명으로 추산되는 거대 시장에서, 케이캡은 일본 다케다의 보노프라잔(Vonoprazan)과 경쟁하면서 P-CAB 카테고리의 성장과 함께 확대되고 있다.

인도는 2025년 9월 Dr. Reddy's Laboratories를 파트너로 하여 진출했다. 인도 위장관 치료제 시장은 약 1.5조원 규모로, 'PCAB'이라는 브랜드명으로 판매되고 있다. Dr. Reddy's는 인도 제네릭 시장 5위의 대형 제약사로, 강력한 유통망을 보유하고 있어 빠른 시장 침투가 기대된다.

일본은 독특한 접근 방식을 취했다. HK이노엔은 일본 신약개발기업 라퀄리아(RaQualia)의 지분 15.95%를 인수하여 1대 주주가 되었고, 이를 통해 일본 시장 사업권과 18개 신약 파이프라인에 대한 접근권을 확보했다. 일본 GERD 시장은 약 2조원 규모로, 미국 FDA 허가 데이터를 활용하여 일본 허가를 추진할 계획이다.

중남미 지역에서는 브라질이 핵심 시장으로, 유로파마를 파트너로 하여 GMP 인증 완료 후 허가 준비 중이다.

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

그 외 6개국에서 이미 출시되었으며, 중남미가 전체 케이캡 수출의 약 60%를 차지하고 있다. **중동/북아프리카**에서는 타북제약을 파트너로 10개국과 계약하고 6개국에 진출(2025.5 기준)했으며, **동남아**에서는 필리핀, 인도네시아, 싱가포르, 말레이시아, 태국 등에서 출시되어 수출의 약 21%를 차지한다. **호주/뉴질랜드**에는 Southern XP를 파트너로 2025년 1월 진출하여 선진 시장 레퍼런스를 확보했다.

2028년 100개국 진출이 최종 목표이며, 2030년 케이캡 누적 매출 2조원이라는 비전이 제시되어 있다. 2025년 11월에는 산업통상자원부와 KOTRA가 공동 선정하는 '현재 세계일류상품'에 의약품 중 유일하게 선정되는 상징적 성과도 달성했다.

3-5. 포스트 케이캡: 파이프라인 다각화 전략

HK이노엔의 가장 큰 전략적 과제는 케이캡 단일 제품 의존도를 낮추는 것이다. 이를 위해 회사는 '케비아(KeBiA)' 전략이라는 이름 아래 소화기(Ke: K-CAB) → 비만(B: Body weight) → 면역·피부질환(iA: immunology & Atopy) 영역으로의 확장을 추진하고 있다.

비만 분야에서는 자체 개발 GLP-1 수용체 작용제 IN-B00009(에크노글루타이드)가 중국에서 임상3상 승인(2025.5)을 받았다. GLP-1 계열 비만치료제는 현재 Eli Lilly의 쯔바운드(Zepbound)와 Novo Nordisk의 위고비(Wegovy)가 글로벌 시장을 양분하고 있는 약 500억 달러 이상의 초대형 시장으로, HK이노엔이 후발주자로서 어떤 차별화된 포지셔닝을 확보할 수 있을지가 핵심이다. 면역·피부질환 분야에서는 아토피 피부염 치료 신약 IN-115314(JAK-1 억제제)가 임상2상 승인(2025.3)을 받았다. JAK 억제제 시장은 Abbvie의 린보크(Rinvoq)와 Pfizer의 켈잔즈(Xeljanz) 등이 선점하고 있지만, 안전성 우려로 인한 FDA 블랙박스 경고가 있어 더 안전한 선택적 JAK-1 억제제에 대한 수요가 존재한다.

그 외에도 반려동물 아토피 신약 임상3상 승인, 항암 파이프라인 2건 AACR 2025 공개, 카인사이언스와의 근감소증약 공동개발 등 다양한 영역으로 파이프라인을 확장하고 있다. 라퀼리아 지분 인수(15.95%, 1대 주주)를 통해 확보한 18개 신약 파이프라인도 중장기적으로 포트폴리오를 다각화하는 데 기여할 것으로 기대된다.

3-6. 차별화 포인트와 경쟁 우위

HK이노엔의 핵심 차별화 포인트를 구조화하면 다음과 같다. 첫째, P-CAB 분야의 글로벌 선발주자 지위다. 케이캡은 다수 시장에서 최초 또는 최초 수준의 P-CAB 제품으로 출시되고 있으며, PPI→P-CAB 패러다임 전환기에 선점 효과를 누리고 있다. 둘째, 자체 개발 오리지널 신약 기반의 기술수출 모델이다. 대부분의 한국 제약사가 제네릭이나 라이선스인 제품을 수출하는 것과 달리, HK이노엔은 자사가 발명한 신약을 기반으로 하므로 협상력과 수익 마진이 구조적으로 높다. 셋째, 원료의약품(API) 공급 통제권이다. 테고프라잔 원료의 공급원을 다변화(위즈덤파마, 에스티팜, 자체 생산, 파마코스텍)하면서도 공급 주도권을 유지하여 파트너 대비 전략적 레버리지를 확보하고 있다. 넷째, ETC+소비재(H&B)+수액제라는 독특한 3축 포트폴리오로, 안정적 수익원과 성장 동력을 동시에 보유하고 있다.

3-7. 리스크 요인에 대한 균형 잡힌 시각

가장 큰 리스크는 케이캡 단일 제품 의존도다. 케이캡이 전체 성장의 핵심 엔진인 만큼, 국내 후발 P-CAB(펙수클루, 자큐보)의 추격, 2031년 물질특허 만료 후 제네릭 진입이 중장기적 위협이다. 미국 시장에서는 보퀘즈나(vonoprazan)가 이미 선출시하여 누적 처방 100만 건을 돌파한 상태로, 케이캡이 후발주자로서 시장을 확보해야 하는 부담이 있다. 보퀘즈나 대비 케이캡의 임상적 우위를 증명하는 head-to-head 비교 데이터의 확보 여부가 미국 시장 성공의 열쇠가 될 것이다.

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

H&B 부문의 구조적 부진도 주목해야 한다. 컨디션 매출이 593억원(2024) → 520억원(2025)으로 감소 추세이며, 주류 소비 감소와 경쟁 심화로 반전이 쉽지 않다. 건강기능식품 시장 전체가 정체된 상황에서 H&B 부문의 성장 동력을 재설정해야 하는 과제가 있다. 재무 지표에서도 ROE 5.02%(업계 평균 7.51%), ROA 3.30%(업계 평균 4.22%)로 자본효율성이 업계 평균에 못 미치며, 이는 향후 수익성 개선이 지속되어야 함을 시사한다. 다만 2025년 4분기 영업이익률이 13.7%로 급등한 것은 수익성 개선의 추세적 신호로 해석할 수 있다.

미국 FDA 허가 관련 불확실성도 빠뜨릴 수 없다. NDA 심사 과정에서 추가 데이터 요구(Complete Response Letter, CRL)가 발생할 수 있으며, 이 경우 허가 일정이 1~2년 지연될 수 있다. 또한 미국 시장 진출 시 발생할 수 있는 약가 책정 문제, 보험 급여 등재 여부, 마케팅 비용 등도 리스크 요인이다. 미중 무역 갈등과 관세 정책 변화도 중국·미국 시장에 영향을 줄 수 있는 외부 리스크다.

3-8. 지원 전략 관점의 시사점

HK이노엔에 대한 기업 분석에서 가장 중요한 포인트는, 이 회사가 "중견 제약사에서 글로벌 스페셜티 파마로 전환하는 과도기에 있다"는 사실을 정확히 인식하고, 이 전환을 내가 어떻게 기여할 수 있는지를 연결하는 것이다. 케이캡의 글로벌 성공 스토리를 숫자로 증명할 수 있어야 하고(55개국, 19개국 출시, 140억원 중국 로열티, FDA NDA 제출), 동시에 리스크(단일 제품 의존, 미국 후발 진출, H&B 부진)도 언급하여 균형 잡힌 시각을 보여주는 것이 컨설팅적 사고를 가진 지원자라는 인상을 준다. 면접에서 "HK이노엔의 가장 큰 도전 과제는 무엇이라고 생각하느냐?"는 질문이 나올 경우, "케이캡의 글로벌 성공을 가속화하면서 동시에 포스트 케이캡 파이프라인의 상업화를 준비하는 이중 과제"라는 프레이밍이 효과적이다. 포스트 케이캡 전략('케비아')의 존재를 아는 것만으로도 상당한 차별화가 되며, 비만치료제(GLP-1)와 아토피(JAK-1)라는 구체적 파이프라인명을 언급하면 기업 분석의 깊이를 보여줄 수 있다.

4장. 인재상·조직 문화·도메인 선호 인재 특성: "지행합일의 콜마인"

4-1. HK이노엔의 공식 문화 체계

HK이노엔의 미션은 "Heal the world for a better life"이며, 비전은 "Global top tier bio-health company"다. 이 미션과 비전은 단순한 선언이 아니라, 케이캡의 글로벌 확장이라는 실질적 전략 방향과 직결되어 있다는 점에서 해외영업 지원자가 반드시 숙지해야 할 키워드다. 공식 홈페이지에 명시된 4가지 핵심 가치는 다음과 같다.

혁신 지향(Aspire Innovation)은 "바이오제약의 가능성을 연결하여 더 나은 미래를 만들기 위해 끊임없이 노력"하는 것을 의미한다. 이는 케이캡이라는 자체 신약으로 글로벌 시장에 도전하는 회사의 DNA와 맞닿아 있으며, 해외영업에서는 새로운 시장과 파트너를 개척하는 적극성과 연결된다. 진정성(Trustworthiness and Integrity)은 원칙 준수와 정도 경영을 최우선 가치로 삼는 것이며, 특히 'CP NO.1(준법경영 1위)'이라는 슬로건이 강조된다. 제약산업은 의약품의 안전성·유효성이 생명과 직결되는 산업이므로, 규제 준수와 윤리 경영이 여타 산업 대비 훨씬 높은 수준으로 요구된다. 다양성 존중(Mutual Respect)은 학연·지연·혈연이 없는 열린 문화와 오픈마인드 소통을 강조하며, CJ그룹에서 한국콜마그룹으로 주인이 바뀌는 과정에서 다양한 배경의 인력이 섞이면서 형성된 문화적 특성이기도 하다. 함께 성장(Collective Growth)은 공정한 평가와 보상, 구성원의 역량 발휘 지원을 내세우고 있다.

4-2. 일하는 방식 6원칙: 공식 가치 너머의 실질적 행동 기준

HK이노엔은 4가지 핵심 가치 외에 '일하는 방식 6원칙'을 별도로 제시하고 있는데, 이 원칙들이 오히려 실무

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

문화를 더 직접적으로 보여준다. "시트콤이 아니라 드라마처럼 일합니다"는 에피소드별로 끊기는 단기 과제가 아니라 장기적 관점에서 연결되는 스토리라인을 만들어가자는 의미로, 해외영업의 긴 프로젝트 주기(허가까지 1~5년)와 맥을 같이한다. "숙제하듯 일하지 않습니다"는 주어진 과제를 기계적으로 수행하는 것이 아니라 방향을 먼저 설정하고 신속하게 실행하라는 의미다. "목표를 향한 실패와 도전을 환영합니다"는 실패의 책임을 실행자가 아닌 의사결정자에게 귀속시킨다는 원칙을 담고 있어, 해외 신시장 개척에서 불가피한 시행착오를 수용하는 문화적 기반이 된다. "대화와 토론으로 서로를 공감하고 이해합니다"는 위계적 지시가 아니라 수평적 소통을 지향한다는 메시지이며, "시간보다 퍼포먼스를 중시합니다"는 실질적인 워라밸 보장의 근거가 된다. "정직하게 소통합니다"는 앞서의 CP NO.1과 연결되며, 해외 파트너와의 거래에서 투명성이 장기 신뢰의 기반임을 강조한다.

4-3. 한국콜마그룹의 경영 철학: 4성 5행과 지행합일

모그룹인 한국콜마의 인재상은 "지행합일(知行合一)의 콜마인"이다. '알면서도 행하지 않으면 진정으로 아는 것이 아니다'라는 양명학적 철학을 기업 경영에 적용한 것으로, 단순한 지식이나 계획이 아니라 실천과 실행을 강조하는 문화를 반영한다. 4성(창조성·합리성·적극성·자주성)은 인재의 역량 차원을, 5행(독서·근검·겸손·적선·우보)은 인격과 태도 차원을 규정한다. 특히 '우보(牛步)'는 소걸음으로 꾸준히 나아가간다는 의미로, 화려한 단기 성과보다 묵묵한 장기적 노력을 가치 있게 여기는 철학이다.

한국콜마의 4대 경영 철학도 HK이노엔의 운영에 영향을 미친다. 인간경영(유기농 경영)은 인위적 조작이 아닌 자연스러운 성장을 추구하는 것이며, 기술경영은 세계 최고 수준 R&D를 지향하는 것이고, 가치경영은 고객의 성공이 콜마의 성공이라는 상생 철학이며, 책임경영은 사업부 자율 경영을 보장하는 분권화를 의미한다. 이러한 그룹 철학은 HK이노엔의 해외 사업 조직이 상당한 자율성을 가지고 운영될 가능성을 시사한다.

4-4. 직원 리뷰로 본 실제 조직 문화: 공식과 현실의 간극

블라인드(978건)와 잡플래닛(1,143건) 리뷰를 종합한 전체 평점은 3.0/5.0으로, 국내 중견 제약사 평균 수준에 해당한다. 세부 항목별로 보면 경영진 평점이 2.2/5.0으로 가장 낮고, "10년 이상 바뀌지 않는 경영진", "비용절감 위주 경영", "그룹 오너의 과도한 영향력" 등의 부정적 의견이 반복적으로 등장한다. 일부 리뷰에서는 "CJ 시절 대비 복지가 축소되었다"는 불만도 확인된다.

그러나 이러한 부정적 리뷰를 해석할 때 몇 가지 구조적 요인을 고려해야 한다. 첫째, 블라인드와 잡플래닛의 리뷰는 불만을 가진 직원이 작성하는 비율이 구조적으로 높아 부정 편향이 존재한다. 둘째, 생산직(오송, 세종 공장)과 영업직(MR)의 불만이 전체 평점을 끌어내리는 경향이 있으며, 판교 본사의 해외사업·사업개발·마케팅 부서에서는 5/5 평점과 함께 "워라밸 보장"이라는 긍정적 리뷰가 확인된다. 셋째, 2020년 사명 변경 이후 조직 문화 혁신 시도가 진행 중이며, '일하는 방식 6원칙' 도입 등 문화 변화의 조짐이 관찰된다.

캐치(Catch) 기준 초봉은 약 4,090만원, 평균 연봉은 약 7,500만원, 평균 근속연수는 8.4년이다. "#눈치안보고 퇴근"과 "#자유로운휴가"라는 태그가 붙어 있어, 최소한 공식적으로는 워라밸을 지향하는 문화임을 알 수 있다. 해외영업 직무의 경우 해외 출장, 시차 대응 등의 특수성이 있지만, 그만큼 자율적인 근무 환경이 제공되는 경향이 있다.

4-5. 해외영업 직무 도메인이 선호하는 인재 특성

제약 해외영업이라는 직무 도메인에서 성과를 내는 사람들의 공통된 특성은 다수의 현직자 인터뷰와 직무 분석 자료에서 일관되게 도출된다.

가장 자주 언급되는 역량은 문제해결능력이다. 한미약품 해외영업 실무자 인터뷰에서 "가장 중요한 것은 문제해

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

결능력"이라고 강조한 바 있으며, 이는 해외영업이 예측 불가능한 상황(갑작스러운 규제 변경, 파트너 이탈, 물류 차질, 환율 급변)에 상시 노출되는 직무이기 때문이다. 매뉴얼대로 처리할 수 있는 업무보다 매뉴얼이 없는 상황에서 판단하고 대응해야 하는 업무가 더 많다는 의미다.

그 다음으로 중요한 것은 적극성과 유연성이다. 제뉴원사이언스 해외영업 실무자 인터뷰에서는 "적극적이고 유연한 마음가짐이 제일 중요"하다고 밝혔다. 해외영업은 본사에서 지시를 기다리는 것이 아니라, 스스로 시장 기회를 발굴하고 파트너를 탐색하며 거래 구조를 설계하는 자기주도적 직무다. 유연성은 문화적 차이에 대한 적응력을 의미하기도 하고, 시장 상황의 급변에 대한 전략 수정 능력을 의미하기도 한다.

멀티태스킹 능력도 핵심이다. 국내 영업에서는 영업(MR), 마케팅, 허가(RA), 물류, 재무 등의 기능이 각각의 부서로 분리되어 있지만, 해외영업에서는 이 모든 기능을 한 사람이 압축적으로 수행하거나 최소한 조율해야 한다. 한 명의 해외영업 담당자가 동시에 5~10개국의 프로젝트를 관리하면서, 각 국가의 허가 진행 상황, 수출 오더, 파트너 커뮤니케이션, 마케팅 지원 요청 등을 병행하는 것이 일반적이다.

장기적 관계 구축 능력(relationship building)도 빠뜨릴 수 없다. 제약 해외영업은 1회성 거래가 아니라 3~10년 이상의 장기 파트너십을 기반으로 하는 사업이다. 첫 미팅에서 계약 체결까지 6개월~2년이 걸리고, 허가까지 포함하면 3~5년이 소요되므로, 짧은 시간에 성과를 내려는 조급함보다 신뢰를 축적해가는 인내심과 꾸준함이 요구된다. 이는 한국콜마그룹의 '우보(牛步)' 철학과도 맥을 같이한다.

기술적 전문성 외에 조직 내에서 높이 평가받는 소프트 스킬로는 교차문화 감수성(cross-cultural sensitivity), 프레젠테이션 역량(엘리베이터 피치부터 30분 비즈니스 프레젠테이션까지), 문서 작성 능력(영문 이메일, 제안서, 보고서), 갈등 관리 능력(본사와 파트너 사이의 이해관계 조율) 등이 있다.

4-6. HK이노엔 해외영업이 특별히 원하는 인재 프로파일

HK이노엔의 해외영업이 현재 처한 상황을 고려하면, 이 회사가 특별히 원하는 인재 프로파일을 추론할 수 있다. 첫째, 55개국에서 100개국으로의 확장을 추진하는 시점이므로, 신규 시장 개척(market development) 경험이 나 역량이 높이 평가될 것이다. 둘째, 미국 FDA 허가과 출시가 임박한 시점이므로, 미국 의약품 시장의 규제 체계(FDA, 보험 급여, PBM 등)에 대한 기본적인 이해가 있으면 큰 장점이 된다. 셋째, 기술수출(technology licensing) 계약이 핵심 비즈니스 모델이므로, 계약서 검토·협상 역량이나 법률적 사고력이 우대될 가능성이 높다. 넷째, 중동·동남아·중남미 등 신흥시장이 확장의 핵심 타겟이므로, 해당 지역의 언어(아랍어, 스페인어, 포르투갈어, 바하사 등)나 문화적 경험이 차별화 포인트가 될 수 있다.

4-7. 지원 전략 관점의 시사점

자기소개서와 면접에서 인재상을 활용할 때, 단순히 "저는 혁신 지향적입니다"라고 선언하는 것은 의미가 없다. 핵심은 HK이노엔의 공식 가치와 자신의 경험을 구체적으로 연결하는 것이다. 예를 들어, '혁신 지향'과 연결하려면 "기존에 없던 새로운 방식을 시도하여 성과를 낸 경험"을, '진정성(CP NO.1)'과 연결하려면 "원칙을 지키면서도 성과를 달성한 경험"을, '다양성 존중'과 연결하려면 "다른 문화적 배경을 가진 사람들과 협업한 경험"을 구체적인 에피소드로 준비해야 한다. 그룹 철학인 '지행합일'은 "계획만 세우는 것이 아니라 실제로 행동으로 옮겨 결과를 만들어낸 경험"으로 연결할 수 있으며, 이는 해외영업에서 시장 분석 보고서를 쓰는 것과 실제로 파트너를 만나 계약을 성사시키는 것의 차이를 보여주는 스토리텔링에 활용할 수 있다. 조직 문화의 부정적 측면(경영진 평점 낮음, 비용절감 문화)은 면접에서 언급하지 않는 것이 현명하지만, 본인이 입사 후 현실과 이상의 간극을 느끼더라도 과도하게 실망하지 않도록 사전에 인지해두는 것이 중요하다.

5장. 직무 분석: 해외영업의 본질은 기술수출과 글로벌 파트너 경영

5-1. 제약 해외영업의 본질: 국내 MR과는 전혀 다른 직무

제약 해외영업은 국내 의약품 영업(MR, Medical Representative)과 본질적으로 다른 직무임을 먼저 이해해야 한다. 국내 MR은 개별 의사, 약사, 병원을 방문하여 자사 제품의 처방을 유도하는 B2C에 가까운 영업 활동이다. 하루에 10~15건의 거래처를 방문하고, 제품 설명회(디테일링)를 하며, 학술 심포지엄을 기획하는 것이 핵심 업무다. 반면 해외영업은 해외 유통사, 라이선시, 파트너 기업이라는 B2B 고객을 상대로 기술수출 계약을 체결하고, 제품을 수출하며, 해외 시장에서의 의약품 허가과 출시를 관리하는 전략적 사업 개발(business development) 성격의 직무다. 한 건의 계약이 수백억~수천억원 규모이며, 계약 성사까지 6개월~2년, 허가까지 포함하면 3~5년이 소요되는 장기 프로젝트다.

이 차이는 해외영업 직무를 지원하는 사람이 흔히 빠지는 오해를 교정하는 데 중요하다. "영업이니가 외향적이고 말을 잘해야 한다"는 생각은 반쪽짜리 진실이다. 물론 커뮤니케이션 능력은 중요하지만, 해외영업에서 더 높이 평가되는 역량은 시장 분석력, 계약 협상력, 규제 이해도, 프로젝트 관리 능력 등 분석적이고 전략적인 역량이다.

5-2. 핵심 업무 영역: 4대 기능

제약 해외영업의 핵심 업무는 크게 4가지 기능으로 구분할 수 있다.

첫째, 파트너 발굴 및 관리(Partner Development & Management)다. 이는 해외영업의 가장 핵심적인 기능으로, 시장 분석(대상국의 질환 유병률, 경쟁 환경, 약가 수준, 규제 체계, 특허 현황 파악)에서 시작하여 잠재 파트너 탐색(CPhI, BIO, CPHI Korea 등 국제 전시회, KOTRA 지원, 산업 데이터베이스 활용), 실사(duediligence: 파트너의 재무 건전성, 유통망, 허가 역량, 시장 접근성 평가), NDA(비밀유지계약) 체결, 기밀정보 교환, 영역권(territory)·독점권(exclusivity)·가격·최소 구매량(minimum purchase obligation)·로열티율 등의 핵심 조건 협상, 최종 계약 체결까지의 전 과정을 관리한다. 하나의 파트너십을 구축하는 데 보통 6개월~2년이 소요되며, 이 과정에서 법무, 재무, R&D, RA 등 내부 다수 부서와의 긴밀한 조율이 필수적이다.

둘째, 수출 오퍼레이션(Export Operations)이다. 계약이 체결된 후에는 실제 제품을 수출하는 실무가 이어진다. 생산 일정 조율(생산팀과 수출 물량·일정 협의), 선적·통관 서류 준비(인보이스, 패키징리스트, 원산지증명서, 수출 허가서, 시험성적서(CoA) 등), L/C(신용장) 또는 T/T(전신환) 처리, 인코텀즈(FOB, CIF 등) 조건 관리, FTA 원산지 활용, 물류사 선정 및 운송 추적이 포함된다. 이 업무는 정확성과 기한 준수가 생명이며, 하나의 서류 오류가 통관 지연, 약품 폐기, 계약 위반으로 이어질 수 있는 고위험 영역이다.

셋째, 해외 허가 지원(Regulatory Affairs Support)이다. 해외 시장에서 의약품을 판매하려면 해당 국가의 규제 기관(FDA, EMA, NMPA, PMDA 등)으로부터 허가를 받아야 한다. 해외영업 담당자는 RA(Regulatory Affairs) 팀과 긴밀히 협업하여 CTD(Common Technical Document) 형식의 등록서류를 준비하고, 파트너가 현지 규제기관에 허가 신청하는 과정을 지원한다. 국가마다 요구하는 추가 시험(안정성 시험, 생동성 시험, 현지 임상 등)이 다르므로, 국가별 규제 차이에 대한 이해가 필수적이다. 예를 들어, 브라질은 ANVISA의 GMP 인증이 선행되어야 하고, 중동 국가들은 걸프협력회의(GCC) 공동 등록 절차를 활용할 수 있으며, 인도는 자국 임상 데이터를 요구하는 경우가 많다.

넷째, 시장 인텔리전스(Market Intelligence)다. 해외영업 담당자는 담당 국가·지역의 경쟁 환경 변화(경쟁 제품 출시, 약가 변동, 규제 변화), 시장 기회(새로운 적응증 기회, 인접 제품 수요), 파트너 이슈(재무 상태, 경영진

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

변경, 전략 방향 전환) 등을 상시 모니터링하고, 이를 내부에 보고하여 전략적 의사결정에 반영해야 한다. 이 기능은 단순 정보 수집이 아니라, "우리가 무엇을 해야 하는가?"라는 전략적 시사점 도출까지를 포함한다.

5-3. 일/월/연 단위 업무 흐름

일 단위로 보면, 오전에는 시차를 고려한 이메일 확인 및 대응(유럽·중동 파트너와는 오전, 미주 파트너와는 저녁 시간대 소통), 기존 수출 오더의 생산 일정 확인, 출하일 조율, 무역 서류 처리 등 운영 업무에 집중한다. 오후에는 비즈니스 개발 활동(신규 파트너 제안서 작성, 허가 서류 검토, 내부 회의, 파트너 문의 대응)에 할당하는 것이 일반적이다. 화상 회의는 시차에 따라 아침 일찍 또는 밤늦게 잡히는 경우가 많으며, 이에 대한 유연한 대응이 필요하다.

월 단위로는 월초에 전월 수출 실적 집계 및 보고, 월중에 파트너별 분기·반기 비즈니스 리뷰(QBR/HBR) 준비, 월말에 다음 달 수출 계획 및 생산 요청 등의 사이클이 반복된다. 분기마다 1~2회의 해외 출장(파트너 방문, 전시회 참가, 허가 당국 미팅)이 있으며, CPhI(11월), BIO(6월), Arab Health(1월) 등 글로벌 제약 전시회는 연중 핵심 일정이다.

연 단위로는 연초에 연간 수출 목표 설정, 상반기에 전시회 참가·신규 파트너 탐색 집중, 하반기에 계약 갱신·신규 계약 마무리, 연말에 실적 리뷰 및 차기년도 전략 수립이 이루어진다.

5-4. 내부/외부 이해관계자 맵

해외영업 직무의 가장 큰 특징 중 하나는 이해관계자가 극도로 다양하다는 것이다. 내부적으로는 거의 모든 부서와 협업해야 한다. R&D 부서는 기술수출에 필요한 임상 데이터, 제형 정보, 안정성 데이터를 제공하며, 파트너가 요청하는 추가 시험(예: 특정 기후대 안정성 시험)의 수행 여부를 결정한다. RA(Regulatory Affairs) 부서는 각국 허가 전략을 수립하고 CTD 등록서류를 준비하는 핵심 파트너다. 생산 부서는 수출 물량의 생산 일정과 품질을 관리하며, QA/QC 부서는 GMP 서류, 시험성적서(CoA), 각국 규제기관의 GMP 실사 대응을 담당한다. 법무 부서는 기술수출 계약, 유통 계약, 라이선스 계약의 검토와 협상을 지원하고, 재무 부서는 수출 가격 책정, 로열티 정산, 환 리스크 관리, 해외 법인 세무 등을 담당한다. 경영진(CEO, 해외사업본부장)은 대형 딜의 최종 승인과 전략적 방향 결정에 관여한다.

외부적으로는 해외 유통사 및 라이선시(가장 중요한 외부 이해관계자), 각국 규제기관(FDA, EMA, NMPA, PMDA, ANVISA, 걸프 GCC 등), CRO(Contract Research Organization, 해외 임상 대행), KOTRA-KPBMA 등 무역지원기관, 은행(무역금융, L/C 개설·매입), 물류사(해상·항공 운송, 콜드체인 관리), 보험사(무역보험, PL보험) 등과 상호작용한다.

이러한 복잡한 이해관계자 구조는 해외영업 담당자에게 '조율자(coordinator)' 또는 '프로젝트 매니저(PM)'로서의 역할을 요구한다. 여러 부서와 외부 파트너의 이해관계가 상충할 때(예: 생산팀은 납기를 늦추고 싶고, 파트너는 빠른 납품을 요구할 때) 이를 조율하여 최적의 해법을 찾는 것이 해외영업의 실질적 역량이다.

5-5. 필요 역량: 기술·지식·소프트스킬 구분

기술·지식 역량으로는 비즈니스 영어가 절대적으로 필수다. 계약서 검토, 파트너 협상, 규제기관 대응 등 업무의 90% 이상이 영어로 이루어진다. 추가 외국어(중국어, 스페인어, 아랍어 등)는 담당 지역에 따라 강력한 우대 요건이 된다. 각국 의약품 규제 체계에 대한 기본적 이해(FDA의 NDA/ANDA, EMA의 MAA, 중국 NMPA의 허가 절차 등)가 필요하며, 약리학과 임상 데이터를 해석하여 파트너에게 제품 가치를 설명할 수 있어야 한다. 무역 실무(인보이스, 관세, 원산지증명, 인코텀즈, FTA 활용, L/C 처리)에 대한 지식도 필수적이며, 계약서 작성·검토

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

역량(영문 계약서의 주요 조항 이해), SAP/ERP 및 CRM 시스템 활용 능력도 요구된다.

소프트 스킬로는 교차문화 커뮤니케이션(중동·동남아·중남미 등 다양한 문화권의 비즈니스 관행 이해), 고난도 계약 협상(약가를 센트 단위까지 조율하고, 영역권·독점권·최소구매량 등 복잡한 조건을 다루는 협상), 장기적 신뢰 관계 구축(파트너십은 한 번의 거래가 아니라 10년 이상의 관계), 멀티태스킹(다수 국가 프로젝트 동시 관리), 레질리언스(긴 허가 일정과 예측 불가능한 장애물에 대한 인내와 회복력), 프레젠테이션(짧은 엘리베이터 피치부터 30분 비즈니스 프레젠테이션까지) 등이 있다.

업무 태도 측면에서는 적극성(자발적 시장 조사와 기회 발굴, 지시를 기다리지 않는 자세), 유연성(시장 상황과 파트너 요구에 빠르게 적응하는 능력), 꼼꼼함(무역 서류와 규제 문서에서 단 하나의 오류도 허용되지 않는 정확성), 자기주도성(해외영업은 상사가 옆에서 일일이 지시하기 어려운 구조이므로, 스스로 우선순위를 정하고 업무를 추진하는 능력이 핵심)이 요구된다.

5-6. 성과 지표(KPI)와 평가 포인트

해외영업 담당자의 성과는 크게 5가지 범주의 KPI로 평가된다. 매출 관련 KPI로는 총 수출 매출, 국가별·파트너별 매출, 로열티 수입, 전년 대비 성장률이 핵심이다. 시장 확장 KPI로는 신규 진출 국가 수, 신규 계약 건수, 판매 활성 국가 수가 중요하다. 허가 관련 KPI로는 해외 허가 완료 건수, 허가 일정 준수율, 허가 신청 진행 국가 수를 측정한다. 파트너 관리 KPI로는 활성 파트너 수, 파트너 매출 성과(파트너의 현지 매출이 계약서상의 최소 구매량을 충족하는지), 파트너 만족도를 평가한다. 수익성 KPI로는 제품별·국가별 수출 마진, 가격 최적화(약가 인상 또는 유지 성과), 원가 관리(API 공급가 협상, 물류비 최적화)를 추적한다.

정성적으로는 파트너와의 관계 품질(트러블이 발생했을 때 얼마나 신속하고 효과적으로 해결하는가), 내부 부서와의 협업 품질(R&D, RA, 생산 등과의 소통이 원활한가), 시장 인사이트의 질(단순 정보 전달이 아니라 전략적 시사점을 도출하는가), 문서 작성의 정확성과 적시성 등이 평가된다.

5-7. HK이노엔 해외영업의 6가지 차별 포인트

HK이노엔의 해외영업이 타사 대비 갖는 차별성은 명확하다. 첫째, 자체 개발 신약 기반이라는 점이다. 대부분의 한국 제약사 해외영업이 제네릭(복제약)이나 라이선스인 제품을 수출하는 것과 달리, HK이노엔은 자사가 발명한 오리지널 신약(케이캡)을 중심으로 해외 사업을 전개한다. 이는 파트너와의 협상에서 구조적으로 높은 레버리지를 갖는다는 것을 의미하며, 수출 마진과 로열티율이 제네릭 대비 월등히 높은 고수익 구조를 만든다.

둘째, 기술수출(technology licensing)이 주된 수익 모델이라는 점이다. 단순히 완제품을 수출하는 것이 아니라, 계약금(upfront payment) + 개발 마일스톤(development milestone) + 상업화 마일스톤(commercial milestone) + 경상 로열티(running royalty)의 4단계 수익 구조를 갖는 기술이전 계약을 체결한다. 미국 브레인트리(세벨라)와의 5.4억 달러 딜이 대표적이며, 이러한 계약 구조를 이해하고 협상할 수 있는 역량이 해외영업 담당자에게 요구된다.

셋째, P-CAB 시장의 글로벌 선발주자 지위다. 케이캡은 다수 시장에서 최초 또는 최초 수준의 P-CAB 제품으로 출시되고 있으며, PPI→P-CAB 패러다임 전환기에 선점 효과를 누리고 있다. 해외영업 담당자는 파트너에게 "P-CAB이 PPI를 대체하는 차세대 표준이며, 케이캡이 그 선두주자"라는 스토리를 과학적 근거와 함께 전달해야 한다.

넷째, 시장별 차별화된 파트너십 모델을 운영한다는 점이다. 미국과 중국은 기술수출(현지 파트너가 직접 생산·판매하고 HK이노엔이 로열티 수취), 동남아와 중동은 유통 계약(HK이노엔이 완제품 공급, 파트너가 현지 유통),

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

일부 시장은 완제수출 등 국가별 최적 모델을 적용한다. 해외영업 담당자는 이러한 다양한 비즈니스 모델의 차이를 이해하고, 각 모델에 맞는 계약 구조와 관리 방식을 적용해야 한다.

다섯째, 원료의약품(API) 공급 통제권을 보유하고 있다는 점이다. 테고프라잔 원료의 공급원을 위즈덤파마, 에스티팜, 자체 생산, 파마코스텍 등으로 다변화하면서도 공급 주도권을 유지하고 있다. 이는 파트너가 HK이노엔 없이 제품을 생산할 수 없는 구조적 의존 관계를 만들어, 장기 파트너십의 안정성과 HK이노엔의 전략적 레버리지를 동시에 확보하는 핵심 요소다.

여섯째, 100개국 목표라는 극도로 공격적인 확장 전략을 추진 중이라는 점이다. 2022년 2개국에서 시작하여 2026년 초 19개국, 2028년 100개국으로의 확장은 중견 제약사로서는 이례적으로 공격적인 목표다. 이는 해외 영업 조직의 규모와 역할이 앞으로 급격히 확대될 것임을 의미하며, 신입 또는 주니어로 입사하더라도 빠른 시간 내에 상당한 책임과 권한을 부여받을 가능성이 높다.

5-8. 대표 업무 시나리오: 신규 국가 진출 워크플로우

실제 해외영업 담당자가 수행하는 신규 국가 진출의 전 과정을 시나리오로 재구성하면 다음과 같다.

1단계 시장 조사(1~3개월): 대상국의 GERD/소화성궤양 유병률, 인구 규모, 의료비 지출 수준, 기존 치료제 시장 규모(PPI 매출), P-CAB 경쟁 제품 유무, 약가 수준, 규제 체계(허가 절차, 요구 서류, 소요 기간), 특허 현황(케이캡 물질특허의 현지 등록 여부, 보케즈나 등 경쟁 특허), 수입 규제(의약품 수입 허가, 관세율, FTA 적용 여부) 등을 종합적으로 분석한다. 이 단계에서 KOTRA 현지 사무소, 산업 데이터베이스(IQVIA, GlobalData), 각국 규제기관 웹사이트 등을 활용한다.

2단계 파트너 탐색(2~6개월): CPhI, BIO, Arab Health 등 국제 전시회에서 잠재 파트너와 접촉하거나, KOTRA의 바이어 매칭 서비스를 활용하거나, 산업 네트워크를 통해 후보 기업을 발굴한다. 잠재 파트너의 재무 건전성, 유통망 규모, 기존 포트폴리오(위장관 제품 취급 경험), 허가 역량(현지 규제기관과의 관계), 경영진의 의지 등을 평가하여 최적 파트너를 선정한다.

3단계 실사 및 협상(3~12개월): NDA(비밀유지계약)를 체결한 후 기밀 정보(임상 데이터, 제조 공정, 약가 정보 등)를 교환한다. 핵심 협상 항목은 영역권(독점 또는 비독점, 어떤 국가/지역에 적용되는지), 가격(FOB 기준 수출가, 현지 판매가 대비 마진 배분), 최소 구매량(minimum purchase obligation, 파트너가 반드시 구매해야 하는 최소 물량), 로열티율(파트너의 현지 매출에 대한 %로 산정), 계약 기간(보통 5~10년+갱신 옵션), 허가 비용 분담(등록비, 추가 시험비 등의 부담 주체) 등이다. 이 단계에서 법무·재무·R&D·RA 등 내부 부서와의 집중적인 협의가 이루어진다.

4단계 계약 체결(1~3개월): 최종 계약서 문안 확정, 경영진 승인, 양사 서명의 과정을 거친다. 기술수출 계약의 경우 계약금(upfront) 수령이 이루어지며, 이후 개발 마일스톤과 연동된 금액이 단계별로 지급된다.

5단계 허가 지원(1~5년): RA팀과 협업하여 CTD 형식의 등록서류(Module 1~5)를 준비하고, 파트너가 현지 규제기관에 허가 신청하는 과정을 지원한다. 국가에 따라 추가 안정성 시험(장기·가속·가혹 조건), 생동성 시험(현지 인종 대상), 현지 임상 시험이 요구될 수 있으며, 이 경우 CRO 선정과 시험 관리까지 해외영업 담당자가 조율해야 한다. 규제기관의 질의(deficiency letter)에 대한 대응, GMP 실사 일정 조율 등도 이 단계에 포함된다. 국가별로 허가 소요 기간이 크게 다르며, 선진국(미국 12개월, 유럽 18개월)에서 신흥국(브라질 2~3년, 일부 아프리카 국가 3~5년)까지 편차가 매우 크다.

6단계 출시 준비(3~6개월): 허가 승인 후 생산 조율(수출 물량 계획, 생산 스케줄 확정, 포장·라벨링 현지화),

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

가격 전략(현지 약가 결정, 보험 급여 등재 전략), 마케팅 지원(제품 교육 자료, 학술 데이터 제공, 현지 의사 교육 지원) 등을 파트너와 협업하여 준비한다.

7단계 출시 후 관리(지속적): 매출 모니터링(월별·분기별 파트너 매출 추적, 최소구매량 충족 여부 확인), 약물감시(pharmacovigilance, 현지에서 보고되는 이상반응 수집 및 본사 보고), 적응증 확대(기존 적응증 외 추가 적응증 허가 추진), 계약 갱신 협상(계약 만료 전 갱신 조건 협의) 등이 지속적으로 이루어진다.

이 전 과정을 관통하는 핵심 역량은 프로젝트 매니지먼트 능력이다. 동시에 5~10개국의 프로젝트가 각기 다른 단계에 있으며, 각 프로젝트의 마일스톤, 이슈, 다음 액션 아이템을 체계적으로 관리하면서 우선순위를 조정하는 능력이 해외영업 담당자의 핵심 역량이다.

5-9. 지원 전략 관점의 시사점

직무 분석에서 도출할 수 있는 가장 중요한 지원 전략은, 자신의 경험을 해외영업의 핵심 업무와 연결하는 것이다. 해외 인턴십, 교환학생, 국제 비즈니스 프로젝트 등의 경험이 있다면 "다양한 문화적 배경의 사람들과 비즈니스 목표를 달성한 경험"으로 프레이밍할 수 있다. 무역학, 국제통상, 약학 등의 전공 지식은 "규제 체계와 무역 실무에 대한 기본 이해"로 연결된다. 영어 능력은 단순 점수가 아니라 "영문 계약서를 검토하고, 파트너와 복잡한 조건을 협상할 수 있는 수준"으로 차별화해야 한다.

특히 HK이노엔의 해외영업이 현재 가장 필요로 하는 역할은 "신규 시장 개척자"와 "기존 파트너 성장 관리자"의 두 가지다. 100개국 확장을 위해서는 아직 진출하지 않은 시장을 분석하고 파트너를 발굴하는 '0→1' 역할이 필요하고, 이미 19개국에 출시된 시장에서는 파트너의 매출 성장을 지원하고 추가 적응증 허가를 추진하는 '1→10' 역할이 필요하다. 자신이 어느 쪽에 더 강점이 있는지를 자기소개서에서 명확히 보여주는 것이 효과적이며, 두 가지 모두를 균형 있게 수행할 수 있다면 이상적이다.

면접에서 "해외영업에서 가장 어려운 점은 무엇이라고 생각하느냐?"는 질문에 대해서는, "허가까지 1~5년이 소요되는 긴 프로젝트 주기에서 인내심을 유지하면서, 동시에 단기 수출 목표를 달성해야 하는 이중적 시간 압박"이라는 현실적이고 구조적인 답변이 피상적 답변("시차 대응이 힘들 것 같다" 등)보다 훨씬 설득력 있다.

참고 레퍼런스 (References)

1. Grand View Research — Global Pharmaceutical Market Size & Outlook — <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/pharmaceuticals-market-size/global>
2. Precedence Research — Pharmaceutical Market Size and Trends 2025-2034 — <https://www.precedenceresearch.com/pharmaceutical-market>
3. 전자신문 — 국내 제약시장 2032년 77조원 전망 — <https://www.etnews.com/20251022000188>
4. 이비엔뉴스 — 한국 의약품 기술수출 글로벌 존재감 확대 — <https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1674958>
5. 서울경제 — 정부 블록버스터 신약 육성, 기술수출 30조 목표 — <https://www.sedaily.com/article/20023588>

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

6. **Fierce Pharma — Top 20 Pharma Companies by 2024 Revenue** — <https://www.fiercepharma.com/special-reports/top-20-pharma-companies-2024-revenue>
7. **한국바이오인 — 2025 제약바이오 산업 전망** — <https://www.bioin.or.kr/board.do?num=328016&cmd=view&bid=industry>
8. **WiseGuy Reports — P-CAB Market Size & Growth 2035** — <https://www.wiseguyreports.com/reports/potassium-competitive-acid-blocker-p-cab-market>
9. **서울경제 — 위산분비억제제 시장 경쟁 분석** — <https://m.sedaily.com/amparticle/13958760>
10. **이투데이 — HK이노엔 케이캡 미국 FDA NDA 제출** — <https://www.EToday.co.kr/news/view/2544883>
11. **이비엔뉴스 — K-신약 30호 케이캡, HK이노엔 1조 클럽 돌파** — <https://www.ebn.co.kr/news/articleView.html?idxno=1699368>
12. **인사이트코리아 — 광달원 HK이노엔 대표, 글로벌 영토 확장** — <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=240495>
13. **한국경제 — HK이노엔 케이캡 미국 FDA NDA 제출** — <https://www.hankyung.com/article/2026011382751>
14. **데일리팜 — HK이노엔 매출 1조 클럽, 케이캡 처방액 2179억** — <https://dailypharm.com/user/news/335641>
15. **의학신문 — HK이노엔 매출 1조 시대 개막, K-CAB ETC 성장 견인** — <http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=2269851>
16. **아이뉴스24 — 컨디션 부진에도 HK이노엔은 날았다** — <https://www.inews24.com/view/1938624>
17. **메디코파마 — HK이노엔 4분기 실적 기대치 상승회** — <https://www.medicopharma.co.kr/news/articleView.html?idxno=66786>
18. **동행미디어 시대 — HK이노엔 1조 클럽 달성, 영업이익 1100억** — <https://www.sidae.com/article/2026021015330784982>
19. **FETV — HK이노엔 케이캡 세계일류상품 선정** — <https://www.fetv.co.kr/news/article.html?no=205895>
20. **팜뉴스 — HK이노엔 2025년 케이캡 해외 성과 본격화** — <https://www.pharmnews.com/news/articleView.html?idxno=257585>
21. **한국경제 — HK이노엔 케이캡 인도 진출** — <https://www.hankyung.com/article/2025092567091>
22. **인사이트코리아 — HK이노엔 제2의 케이캡 찾기, 비만·아토피 시장 도전** — <https://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=235372>

심층 분석 보고서: HK이노엔-해외영업

23. HK이노엔 공식 홈페이지 — 우리의 문화 — <https://www.inno-n.com/carreer/hire/culture>
24. HK이노엔 공식 홈페이지 — R&D 소개 — <https://www.inno-n.com/rnd/about>
25. 한국콜마 공식 홈페이지 — 경영철학 — <https://www.kolmar.co.kr/about/philosophy.php>
26. 블라인드 — HK이노엔 기업 리뷰 — <https://www.teamblind.com/kr/company/HK이노엔/reviews>
27. 캐치(Catch) — HK이노엔 분석리포
트 — <https://www.catch.co.kr/Comp/AnalysisCompView?ID=3747>
28. FnGuide 컴퍼니가이드 — HK이노엔(A195940)
Snapshot — https://comp.fnguide.com/SVO2/ASP/SVD_Main.asp?gicode=A195940
29. 사람인 — 제약 해외영업 직무 인터뷰 — https://www.saramin.co.kr/zf_user/career-information/senior-view?doc_idx=21910
30. 제일약품 — 해외사업 직무 소개 — <https://www.jeilpharm.co.kr/jeilrecurit/job4.asp>