

심층분석보고서

한미약품-사업개발

2026.04.15

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

심층분석보고서: 한미약품 사업개발(BD) 직무

[1장] 38조 원 국내 제약시장, 바이오·비만치료제가 성장을 견인하다

국내 제약시장은 세계 13위, 연평균 9%대 성장 궤도

2024년 국내 제약시장 규모는 약 **38.6조 원**(270억 달러)으로 추정되며, 2032년까지 **77.2조 원**(연평균 성장률 9.17%)으로 확대될 전망입니다. 이는 글로벌 제약시장 평균 성장률(5~6%)을 상회하는 수치로, 고령화·만성질환 증가·바이오의약품 확산이라는 세 가지 구조적 동력이 맞물린 결과입니다. 전문의약품(ETC)이 전체 시장의 96%를 차지하는 구조적 특성을 보이며, 이는 의약분업 이후 처방전 기반 시장이 압도적으로 성장한 결과입니다. 일반의약품(OTC) 비중이 4%에 불과하다는 점은, 국내 제약사의 매출 성장 전략이 결국 **의사 처방이 이루어지는 전문의약품 영역에서 블록버스터를 얼마나 확보하느냐**에 달려 있음을 의미합니다.

글로벌 제약시장은 2024년 약 1.7조 달러 규모로, 한국은 전체의 1.3~1.8%를 차지합니다. 얼핏 작아 보이지만, 국내 58개 상장 제약사 총매출이 2025년 **33.6조 원**(전년 대비 13.2% 증가)을 기록하며 성장 속도는 글로벌 평균을 크게 상회합니다. 특히 바이오의약품 부문의 증가율은 33.1%에 달해, **국내 제약시장이 전통 합성의약품 중심에서 바이오·혁신신약 중심으로 빠르게 체질 전환하고 있음**을 확인할 수 있습니다. 이러한 구조 변화는 BD 직무 관점에서 매우 중요합니다. 바이오의약품은 단가가 높고 차별화 여지가 커서, 외부 도입 시 한 건당 계약 규모가 합성의약품 대비 5~10배에 달할 수 있기 때문입니다.

GLP-1 비만치료제 열풍과 신약개발 패러다임의 전환

최근 5년간 제약산업의 가장 큰 변화는 **비만치료제 시장의 폭발적 성장**입니다. 글로벌 비만치료제 시장은 2024년 150억 달러에서 2030년 **770억~1,000억 달러**로 확대될 전망이며, 노보노디스크의 위고비(세마글루타이드)와 릴리의 켈바운드(티르제파타이드)가 시장을 양분하며 공급이 수요를 따라가지 못하는 상황이 지속되고 있습니다. GLP-1 계열 약물은 당초 당뇨 치료제로 개발되었지만, 체중 감소 효과가 임상적으로 검증되면서 '대사질환 전반의 게임체인저'로 자리매김하였고, 최근에는 심혈관질환·신장질환·알코올중독·알츠하이머까지 적응증 확대가 시도되고 있습니다. 2025년 12월 노보노디스크 경구형 위고비가 FDA 승인을 받으면서 **주사제 일변도였던 비만 치료제 시장이 경구제 시대로 전환**되었고, 이는 환자 접근성을 획기적으로 높이는 분기점으로 평가됩니다.

신약개발 패러다임도 저분자 합성의약품 → 바이오의약품 → ADC(항체약물접합체) → 세포유전자치료제(CGT) → mRNA-TPD(표적단백질분해제)로 빠르게 진화 중입니다. 특히 ADC는 2020년대 초반 이후 글로벌 빅파마의 최대 투자 영역으로 부상하여, 화이자의 시젠 인수(430억 달러), MSD·다이이치산쿄 제후(220억 달러) 등 초대형 딜이 잇따르고 있습니다. AI 기반 신약개발 플랫폼은 오픈이노베이션의 핵심 도구로 부상하여, 후보물질 탐색·임상 설계·환자 모집 전 과정의 효율성을 끌어올리고 있습니다. 국내에서도 인실리코 메디슨, 스탠다임 등 AI 신약개발사가 부상하고 있으며, 전통 제약사는 이들과의 파트너십을 통해 개발 속도를 가속화하는 전략을 취하고 있습니다.

가치사슬 전반에서 한국 기업의 존재감 확대

제약산업 가치사슬은 **R&D → 임상 → 허가 → 생산 → 마케팅/영업 → 유통**으로 구성되며, 각 단계마다 핵심 수익 지점이 다릅니다. R&D 단계에서는 후보물질 발굴과 플랫폼 기술이, 임상 단계에서는 CRO 서비스와 환자 모집 네트워크가, 허가 단계에서는 규제 전문성이, 생산 단계에서는 CMO/CDMO 역량이, 마케팅 단계에서는 영업 네트워크와 브랜드 파워가 수익을 좌우합니다. 국내 혁신형 제약기업의 R&D 투자 비중은 매출 대비 평

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

균 **14% 이상**이며, 삼성바이오로직스는 5공장 가동(78.4만 리터)으로 **글로벌 바이오 CDMO 1위**를 달성하여 생산 단계에서 한국의 위상을 끌어올렸습니다.

수익 구조에서 가장 주목할 점은 기술수출(License-out)의 급성장입니다. 2025년 상반기에만 총 **18.6조 원**(17건)의 기술수출이 이루어져 역대 최고치를 경신했으며, 3년 연속 누적 10조 원을 돌파했습니다. 에이비엘바이오가 GSK-릴리와 체결한 계약 규모가 단독으로 8조 원을 넘고, 알테오젠은 누적 기술수출 금액이 9~10조 원에 달합니다. 이러한 추세는 **한국 바이오텍이 더 이상 '후보물질 공급자'가 아니라 '플랫폼 기술 보유자'로 격상**되었음을 의미하며, 글로벌 빅파마가 한국을 단순한 임상 시장이 아닌 파트너십 생태계로 인식하기 시작했다는 신호이기도 합니다.

글로벌 빅파마와의 격차, 그러나 플랫폼 기술에서 대등한 파트너십 구축

글로벌 TOP 10 제약사의 2024년 매출은 머크 642억 달러, 화이자 636억 달러, J&J 570억 달러, 릴리 450억 달러(+32%, 비만치료제 효과), 노보노디스크 425억 달러(+26%) 수준입니다. 국내 최대 기업인 삼성바이오로직스의 매출(4.5조 원, 약 32억 달러)은 글로벌 TOP 20 최하위의 1/10에 불과하고, 한미약품의 매출(1.5조 원, 약 11억 달러)은 글로벌 기준으로 보면 중견 바이오텍 수준입니다. 그럼에도 **건당 평균 1조 원 이상의 기술 수출**이 일반화되면서 파트너십 측면에서는 글로벌 빅파마와 대등한 위상을 확보하고 있습니다.

글로벌 M&A도 2023년 2,098억 달러(화이자의 시젠 인수 430억 달러 포함)를 기록하며 활발하고, 2025~2030년 약 1,700억 달러 규모의 특허 만료(Patent Cliff)가 도래하면서 국내 바이오텍의 기회가 더욱 확대되고 있습니다. 글로벌 빅파마는 특허 만료로 비어버린 매출 공백을 메우기 위해 외부 자산 확보에 사활을 걸고 있고, 이 과정에서 한국 바이오텍이 보유한 플랫폼 기술과 전임상·임상 초기 자산이 매력적인 타깃으로 부상했습니다. 이는 In-licensing과 Out-licensing 양방향 모두에서 BD 직무의 중요성이 크게 부각되는 거시 환경을 조성하고 있습니다.

규제 환경 변화가 만드는 기회와 위협

미국 생물보안법(BIOSECURE Act)은 중국 CDMO 규제로 삼성바이오로직스·셀트리온 등 국내 CDMO에 수혜를 안겨주고 있습니다. 글로벌 빅파마는 중국 우시바이오로직스 등에 대한 의존도를 낮추는 차선책으로 한국 CDMO를 대거 활용하기 시작했고, 이는 국내 제약·바이오 생산 인프라의 구조적 확장을 촉발하고 있습니다. 유한양행 렉라자의 **한국 개발 신약 최초 FDA 승인**(2024년 8월)은 K-바이오의 글로벌 경쟁력을 입증한 이정표로, 국내 제약사도 자체 개발품을 글로벌 시장에 직접 런칭할 수 있는 시대가 도래했음을 상징합니다.

반면 미국 IRA(인플레이션 감축법)에 따른 메디케어 약가 협상 확대는 중장기 리스크 요인입니다. 2026년부터 적용되는 첫 10개 약물 가격 협상에서 주요 블록버스터들의 약가가 30~40% 인하될 예정이며, 이는 글로벌 빅파마의 수익성을 직접적으로 압박합니다. 국내 제약시장 역시 건강보험 재정 건전성 이슈로 약가 인하 압력이 지속되고 있으며, 특히 제네릭·바이오시밀러 시장에서는 '최저가 경쟁'이 고착화되고 있습니다. 이러한 환경에서 국내 제약사는 **혁신신약 개발** 혹은 **고부가가치 도입 품목 확보**라는 두 가지 선택지 중 하나를 취하거나, 한미약품처럼 두 전략을 병행해야 합니다.

지원 전략 관점의 시사점

BD 직무 지원 시 "비만치료제 시장의 폭발적 성장"과 "기술수출 역대 최고치"라는 매크로 트렌드를 한미약품의 파이프라인(에페글레나타이드, HM15275)과 연결하여 설명할 수 있어야 합니다. 또한 신제품 도입(In-licensing) 관점에서 Patent Cliff로 인한 글로벌 빅파마의 포트폴리오 재편이 국내 제약사에게 어떤 기회를 제공하는지 논

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

리적으로 연결하면 차별화된 산업 이해도를 보여줄 수 있습니다. 구체적으로는 "글로벌 빅파마가 특허 만료 공백을 비핵심 자산 매각으로 메우는 과정에서, 한국 시장에 적합한 품목들이 저렴한 조건으로 도입 기회를 제공할 가능성이 크다"라는 식의 분석을 제시하면 산업 트렌드와 직무를 유기적으로 연결한 인사이트로 평가받을 수 있습니다.

[2장] 국내 5대 제약사 비교, 한미약품은 왜 "이익의 왕"인가

매출은 4위, 그러나 영업이익률은 압도적 1위

2024~2025년 기준 국내 주요 5개 제약사의 포지셔닝은 명확하게 차별화됩니다. **유한양행**은 매출 2.07조 원 (2024년)으로 국내 1위를 기록했으나 영업이익률은 4~5%에 그칩니다. 이는 베링거인겔하임-길리어드 등에서 도입한 품목들이 매출의 상당 부분을 차지하여 원가 부담이 크기 때문입니다. 렉라자의 FDA 승인과 J&J 계약으로 마일스톤 유입이 기대되지만, 본업 수익성은 구조적으로 낮은 편입니다. **종근당**은 매출 1.59조 원 수준이지만 2023년 노바티스와의 1.7조 원 기술수출에 따른 일회성 효과가 소멸되면서 2024년 영업이익이 전년 대비 59.7% 급감하는 반동을 겪었습니다. 이는 기술수출 이익을 정상 매출로 착각하면 위험하다는 교훈을 보여주는 사례입니다.

GC녹십자는 혈액제제 중심으로 1.68조 원 매출을 기록했지만 영업이익률이 2~3%에 그쳐 수익성이 가장 미흡합니다. 혈장분획제제는 원재료(혈장) 조달 비용이 높고 공정이 복잡하여 본질적으로 저마진 사업입니다. 면역글로불린(알리글로)의 미국 진출로 돌파구를 모색 중이지만 수익성 개선에는 시간이 필요합니다. **대웅제약**은 나보타(보툴리눔독신) 해외 수출 호조로 매출 1.27조 원에 영업이익률 10% 수준을 달성했고, R&D 비중 18.5%라는 공격적 투자를 이어가고 있습니다. 펙수클루(위식도역류), 엔블로(당뇨) 등 자체 개발 신약을 연이어 출시하며 '제2의 한미' 행보를 보이고 있습니다.

이 가운데 **한미약품**은 2025년 매출 **1조 5,475억 원**(역대 최대)에 영업이익 **2,578억 원**(+19.2%), 영업이익률 16.7%로 5개사 중 압도적 1위입니다. 이는 도입 품목에 의존하는 다른 제약사와 달리 자체개발 ETC 비중이 거의 100%에 달하기 때문입니다. 8년 연속 원외처방 매출 1위를 기록하며 **블록버스터(연 100억 원 이상) 제품 20종**을 보유하고 있고, 로수젯(고지혈증) 단일 품목이 연 2,000억 원을 돌파하는 '메가 블록버스터'로 성장했습니다. 이러한 자체 개발 기반 수익성은 단순히 이익률의 문제가 아니라, **잉여 현금을 R&D에 재투자할 수 있는 선순환 구조**를 만든다는 점에서 전략적으로 중요합니다.

랩스커버리 플랫폼이 만든 기술적 해자(Moat)

한미약품의 핵심 경쟁력은 독자 개발 **랩스커버리(LAPSCOVERY™)** 플랫폼입니다. 바이오의약품의 반감기를 획기적으로 연장하여 하루 1회 투여를 주 1회~월 1회로 전환하는 이 기술은, 투약 빈도를 줄여 환자 순응도를 높이고 부작용을 감소시키는 효과가 있어 '차세대 바이오의약품의 문법'으로 평가받습니다. 13년간 30명 이상의 연구진이 전력 투구했고, 10년간 R&D 투자 8,000억 원 중 60~70%가 이 플랫폼에 투입되었습니다. 롤베돈(에플라페그라스티프)의 **미국 FDA 허가·출시**(2022년)로 플랫폼의 상업적 가치가 최초로 입증되었으며, 현재 에페글레나타이드·HM15912(단장중후군)·에페글루카곤(선천성 고인슐린증)·HM15211(MASH) 등 10여 개 파이프라인에 적용되고 있습니다.

또한 주사제를 경구제로 전환하는 **오라스커버리(ORASCOVERY)** 플랫폼도 중요한 자산입니다. 2025년 9월 길리어드에 엔서퀴다 기술이전(총 3,450만 달러)을 성사시키면서, 항바이러스제(HIV/HBV) 영역에서도 플랫폼의

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

확장성을 입증했습니다. 플랫폼 기술의 가치는 단순히 특정 물질의 개발이 아니라, **여러 후보물질에 반복 적용하여 파이프라인을 동시다발적으로 확장**할 수 있다는 점에 있습니다. 랩스커버리로부터 파생된 파이프라인이 순차적으로 임상 단계에 진입하면서, 한미약품은 '단일 약물 의존' 위험에서 벗어나 포트폴리오 리스크를 분산시키는 데 성공했습니다. 이는 글로벌 빅파마의 M&A 타깃이 되기 위한 필수 조건인 '플랫폼 가치'를 구축했다는 의미이기도 합니다.

H.O.P 프로젝트로 비만치료제 시장 본격 공략

한미약품의 **H.O.P(Hanmi Obesity Pipeline) 프로젝트**는 총 6개 비만 파이프라인을 체계적으로 운영하는 전사 차원의 중장기 프로그램입니다. **1단계 에페글레나타이드**(GLP-1 계열)는 2025년 12월 식약처 NDA를 제출했고 2026년 하반기 출시 예정이며, 노보노디스크·릴리 독주 체제의 글로벌 비만약 시장에서 '한국형 대안'으로 포지셔닝합니다. 가격·공급·부작용 프로파일에서 위고비·젠포운드와 차별화를 추구하며, 국내 매출 목표는 연 1,000억 원대입니다.

2단계 HM15275는 GLP-1/GIP/글루카곤 세 가지 수용체를 동시에 자극하는 삼중작용제(Triple Agonist)로, 동물실험에서 40%의 체중 감량 효과(젠포운드 25% 대비)를 입증했으며 2025년 7월 FDA 임상 2상 IND 승인을 받았습니다. 글루카곤 수용체가 추가되면 기초대사율과 지방 분해 효과가 높아져 체중 감량 폭이 커지는데, 한미약품은 이를 주 1회 투여 형태로 구현한 몇 안 되는 기업입니다. **3단계 HM17321**은 세계 최초 '체중 감량과 근육 증가를 동시 실현'을 목표로 하는 차세대 기전으로, 기존 GLP-1 계열의 핵심 부작용인 근육량 감소(sarcopenic obesity) 이슈를 해결하려는 시도입니다. 2025년 11월 FDA 임상 1상 IND 승인을 받아 개발이 본격화되었습니다.

이 외에도 4~6단계 파이프라인이 전임상~초기 임상 단계에서 후속 대기 중이며, H.O.P 프로젝트는 단순한 1개 약물 개발이 아니라 '비만치료제 1.0(GLP-1) → 2.0(다중 작용) → 3.0(조직 선택적 작용)'으로 이어지는 **풀 세대 포트폴리오 전략**이라는 점에서 글로벌적으로도 희귀한 접근입니다.

경영권 분쟁 종식, 전문경영인 체제 안착

2024년 1월 OCI그룹과의 통합 시도에서 촉발된 경영권 분쟁은 한미그룹 역사상 최대의 격변이었습니다. 송영숙 회장·임주현 부회장의 모녀 측과 임종윤·임종훈 형제 측이 1년 가까이 이사회 장악을 두고 공방을 벌였고, 이 과정에서 주가 급락·조직 불안·R&D 속도 저하 등 유·무형 비용이 누적되었습니다. 2024년 12월 신동국 한양정밀 회장과 라데팡스 파트너스가 참여한 '4인연합'이 구성되고, 임종윤 전 사장이 지분 5%를 매각(약 1,265억 원)하면서 경영권 분쟁은 사실상 종식되었습니다.

2025년 2월 임종훈 대표가 사임하고 송영숙 대표가 한미사이언스 대표로 취임한 후, 2025년 3월 외부 전문경영인 **김재교 부회장**이 한미사이언스 대표로 선임되면서 전문경영인 체제가 확립되었습니다. 4인연합 지분율은 57.2%로 안정적이며, 향후 오너 개인의 의사결정보다 이사회·전문경영진 중심의 의사결정 구조가 정착될 가능성이 높습니다. 분쟁 종식 이후 한미약품은 글로벌 학회에서 **AACR 4년 연속 국내 최다 발표**(2026년 9건 예정), ADA 6건, EASD 6건, ESMO 1건 등 존재감을 과시하며 R&D 본연의 경쟁력을 빠르게 회복했습니다. 이는 조직이 내부 갈등 시기에도 R&D 엔진을 멈추지 않았음을 시사하며, 외부 자본 시장의 신뢰 회복으로 이어지고 있습니다.

면접 활용 포인트

"한미약품은 매출 규모에서 유한양행보다 작지만, 자체개발 비중 100%에 기반한 영업이익률 16.7%가 의미하는

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

것은 무엇인가?"라는 질문이 가능합니다. 이에 대해 "도입 품목 의존도가 낮다는 것은 로열티 유출이 적고 이익의 질이 높다는 뜻이며, 동시에 신제품 도입(In-licensing)을 통한 포트폴리오 확장 여지가 크다는 전략적 기회"라고 연결할 수 있습니다. 또한 경영권 분쟁 종식 이후의 전문경영인 체제가 BD 직무에 어떤 영향을 미치는지도 논할 수 있습니다. 전문경영인 체제 하에서는 의사결정이 이사회 중심으로 이루어지고, 이는 BD 딜의 투명성·속도·리스크 관리 측면에서 긍정적 변화를 가져올 가능성이 높습니다. 과거 오너 일인 결정 구조에서 이루어진 기술수출 중 일부가 반환된 경험을 돌아켜 볼 때, 시스템화된 의사결정은 BD 직무 종사자에게 오히려 안정적인 업무 환경을 제공합니다.

[3장] 한미그룹 해부: '임성기 정신'에서 '듀얼 모멘텀'까지

한미사이언스 중심 7개 계열사 체제

한미그룹은 지주회사 **한미사이언스**를 정점으로 여러 계열사를 운영하는 수직적 지배구조를 갖추고 있습니다. 중핵인 **한미약품**은 의약품 제조·판매를 담당하며 그룹 매출의 70% 이상을 기여합니다. **한미정밀화학**은 원료의약품(API)과 CDMO 사업을 운영하며 2025년 매출 913억 원으로 고성장을 이어가고 있고, 특히 글로벌 제약사항 GLP-1 원료 공급 기대감이 높습니다. **북경한미약품**은 중국법인으로 2025년 매출 **4,024억 원**을 기록하며 사상 처음으로 4,000억 원 벽을 돌파했습니다. 소아용 감기약 '이탄징'과 호흡기 품목이 주력이며, 중국 내 소아과 시장에서 독보적 입지를 차지하고 있습니다.

JVM은 제약기계 자동화(약품 자동조제기, ATDPS) 사업으로 2025년 매출 1,731억 원 역대 최대를 달성했습니다. 병원·약국 현장의 디지털 전환이 가속화되면서 ATDPS 수요가 글로벌적으로 증가하고 있고, 특히 미국·유럽 시장에서 경쟁력을 입증하고 있습니다. **온라인팜**은 의약품 유통을 담당하며 한미약품 제품의 안정적 공급망 역할을 하고, 한미사이언스 연결 기준 2025년 매출은 1조 3,568억 원입니다. 이처럼 다각화된 계열사 구조는 '의약품-원료-CDMO-기기-유통'으로 이어지는 수직 계열화를 구축하여, 외부 환경 변화에 대한 완충 역할을 하는 동시에 BD 관점에서는 다양한 딜 기회(CDMO 수주, 기기 수출, 의약품 도입)를 창출하는 기반이 됩니다.

기술수출 반환을 자산으로 전환하는 독보적 역량

한미약품의 기술수출 이력은 국내 제약사 중 가장 드라마틱합니다. 2015년 한 해에만 사노피(퀸텀프로젝트, 계약금 4억 유로), 안센(HM12525A, 9.15억 달러), 릴리(HM71224, 6.9억 달러), 베링거인겔하임(올무티닙, 7.3억 달러) 등 **누적 8조 원대 기술수출**을 달성하며 '대박 신화'를 썼습니다. 이는 국내 제약산업 역사상 단일 연도 최대 규모의 성과였고, 한미약품이 단숨에 '글로벌 R&D 플레이어'로 재평가받는 계기가 되었습니다. 그러나 이후 베링거(2016년 올무티닙 반환), 릴리(2019년 HM71224 반환), 사노피(2020년 에페글레나타이드 일부 권리 반환), 안센(2019년 HM12525A 반환) 등에서 순차적으로 반환이 이어지면서 한때 시장의 신뢰가 크게 흔들렸습니다.

핵심은 한미약품이 **반환을 끝이 아닌 기회로 전환**한다는 점입니다. 사노피에서 반환된 에페글레나타이드는 당뇨 치료제에서 **비만 치료제로 리포지셔닝**되어 2026년 출시 예정이며, 이는 당초 사노피가 포기했던 물질이 원개발사 손에서 더 큰 가치로 재탄생한 이례적 사례입니다. 안센에서 반환된 HM12525A는 MSD에 재수출되어 **MASH(비알코올성 지방간염) 치료제 에피노페그듀타이드**로 임상 2b상까지 진행되었고, MASH는 현재 글로벌 빅파마가 가장 주목하는 신시장 중 하나입니다. 릴리에서 반환된 포셀티닙(포지오티닙 후속)도 노보메디슨에 재수출되었고, 베링거에서 반환된 올무티닙은 국내 임상을 거쳐 적응증 확대가 모색되었습니다.

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

기술료 총 6,000억 원 이상을 확보한 이후에도 물질 권리를 보유하고 재개발에 성공한 사례는 글로벌적으로도 드문 전략적 성과입니다. 이는 한미약품의 계약 구조 설계 역량, 즉 반환 시에도 원개발사에 권리가 귀속되도록 협상하는 BD 역량이 결코 평범하지 않음을 보여줍니다. 일반적으로 기술이전 계약에서 반환 조항은 세부 협상에서 가장 치열하게 다투는 부분인데, 한미약품은 이를 전략적으로 활용하여 반환 자산을 재수출하거나 자체 개발로 재활용하는 선순환을 만들어냈습니다.

2030 비전: 연결 매출 3.5조 원, 연평균 20% 성장

2025년 12월 발표된 '2030 중장기 비전'은 **듀얼 모멘텀 전략**(Fundamental + Innovative)을 핵심으로 합니다. 한미약품 연결 기준 2030년 매출 목표는 **3.5조 원**(연평균 20% 성장)이며, 이를 달성하기 위해 매년 **플래그십 제품 1건 이상 출시**, mRNA·CGT·TPD·ADC 등 차세대 모달리티 확장, 한미정밀화학 CDMO 확대, 메드테크·뷰티케어·건기식 영역 진출 등이 포함됩니다. 'Fundamental'은 기존 ETC 사업의 안정적 성장(로수젯·아모잘탄 등 블록버스터 유지, 제네릭·개량신약 지속 출시)을 의미하고, 'Innovative'는 비만·항암·희귀질환 영역의 혁신신약 상용화를 의미합니다.

한미사이언스 내에 **이노베이션 본부**(C&D 전략팀, L&D 전략팀, IP팀)를 신설하여 글로벌 사업화 전략의 컨트롤타워로 운영하고 있습니다. C&D(Cooperation & Development) 전략팀은 외부 협력과 오픈이노베이션을, L&D(Licensing & Development) 전략팀은 기술수출·도입 전반을, IP팀은 특허 전략을 담당합니다. 이는 BD 기능이 이제 개별 딜 실행 수준을 넘어 **그룹 차원의 포트폴리오 전략 수립**으로 격상되었음을 의미하며, 사업개발 직무의 위상이 구조적으로 강화되고 있는 증거입니다.

주요 파이프라인 현황과 임상 진행 상태

한미약품의 파이프라인은 단순히 개수가 많다는 것을 넘어 **치료영역·개발단계·모달리티가 균형 있게 분포**되어 있다는 점이 강점입니다. **에페글레나타이드**는 비만 적응증으로 NDA가 제출되어 2026년 하반기 출시가 예정되어 있으며 식약처 GIFT(혁신신약 신속심사) 지정을 받았습니다. **HM15275**는 비만 삼중작용제로 임상 2상 단계이며 2025년 7월 FDA IND 승인 후 2030년 상용화가 목표입니다. **HM17321**은 근육증가를 동반하는 차세대 비만약으로 임상 1상이며 2025년 11월 FDA IND 승인을 획득했고 2031년 상용화가 목표입니다.

항암 영역에서는 **벨바라페닙**(흑색종)이 임상 2상에서 ORR(객관적 반응률) 67%라는 인상적 데이터를 보이며 2026년 2월 첫 환자 투약을 시작했습니다. **에페글루카곤**은 선천성 고인슐린증 희귀질환 치료제로 2026년 2월 FDA 혁신치료제 지정을 받았고, 미충족 의료수요가 큰 영역에서 글로벌 First-in-class를 노립니다. **에피노페그튜타이드**는 MSD와의 파트너십 하에 MASH 치료제로 임상 2b상이 진행 중이며, **HM97662**(EZH1/2 이중 저해제)는 고형암 대상 임상 1상에서 ESMO 2025 데이터 발표로 학계 주목을 받았습니다. **소네페글루타이드**는 단장중후군(희귀질환) 글로벌 2상으로, FDA 희귀의약품 지정과 패스트트랙 지정을 동시에 확보했습니다.

이러한 파이프라인 구성은 '단기 매출 동력(에페글레나타이드) → 중기 블록버스터 후보(HM15275, 벨바라페닙) → 장기 모멘텀(HM17321, HM97662)'으로 이어지는 시간축 분산이 잘 이루어져 있어, 투자자 관점에서 매력적입니다. BD 직무 관점에서는 이 파이프라인들 중 일부를 글로벌 시장에 Out-licensing할 때 파트너 발굴·딜 구조화 업무가 발생하고, 동시에 파이프라인이 커버하지 않는 영역(예: 자가면역, 중추신경계)에서 In-licensing 기회를 탐색하는 업무가 함께 진행됩니다.

리스크 요인: 4중 불확실성

한미약품이 직면한 리스크는 크게 네 가지입니다. 첫째, **경영권 잔재 리스크**로 4인연합 내부에서 박재현 대표 연

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

임 등 세부 사안을 둘러싼 잠재적 마찰 가능성이 존재합니다. 표면적으로 분쟁은 종식되었지만, 지분 구조상 언젠가 재점화될 불씨는 남아 있습니다. 둘째, **R&D 실패 리스크**로 과거 5건 이상의 기술 반환 전례가 있으며, 에페글레나타이드의 식약처 승인 여부, HM15275 임상 2상 결과 등 향후 6~24개월 내 주요 임상 이벤트가 주가와 조직 모멘텀에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 임상 실패는 제약산업의 본질적 위험이지만, 한미약품처럼 고성장 기대가 주가에 선반영된 기업에서는 실패 시 충격이 특히 큼니다.

셋째, **약가 인하 정책**으로 제네릭 약가 인하, 로수젯의 특허 만료 후 제네릭 경쟁 심화, 원외처방 시장 경쟁 격화 등 구조적 압력이 지속됩니다. 기존 블록버스터가 제네릭 경쟁에 노출되면서 매출이 완만히 감소하는 'Patent Cliff' 위험은 한미약품에게도 예외가 아닙니다. 넷째, **중국 사업 리스크**로 북경한미약품의 호흡기 유행 변동성, 중국 정부의 의약품 규제 강화(양건청 정책 등), 미중 갈등에 따른 간접 영향 등이 실적 변동성을 키웁니다. 북경한미약품이 그룹 매출의 약 25%를 차지하는 만큼, 중국 리스크는 결코 간과할 수 없습니다.

지원 전략 관점의 시사점

한미약품의 기술수출 반환 사례를 "실패"가 아닌 "전략적 재도전의 자산"으로 프레임하는 것이 중요합니다. 면접에서 "기술 반환에 대해 어떻게 생각하는가"라는 질문이 나올 경우, 에페글레나타이드가 사노피 반환 후 비만 치료제로 리포지셔닝되어 2026년 출시를 앞두고 있다는 구체적 사례로 답변하면 한미약품의 R&D 전략을 깊이 이해하고 있음을 보여줄 수 있습니다. 또한 "반환된 물질의 재개발은 계약 설계 단계에서 원개발사의 권리를 보호하는 BD 역량이 있었기에 가능했다"라는 해석을 덧붙이면, BD 직무의 전략적 중요성과 한미약품의 구체적 사례를 동시에 설명하는 통찰을 보여줄 수 있습니다.

[4장] 한미약품이 원하는 BD 인재, '과학+비즈니스' 하이브리드형

'엘리트 한미인상' 10가지 덕목과 핵심가치

한미약품의 공식 인재상은 '엘리트 한미인상' 10가지 덕목으로 요약됩니다. "기본을 지키고 원칙을 중요시하는 사람", "적극적이고 창의적인 사람", "과거 틀에서 고정관념을 깨는 사람", "인내심과 집념, 성취욕이 강한 사람", "논리적 사고와 합리적 의사결정 능력을 갖춘 사람", "전문성을 바탕으로 탁월한 성과를 내는 사람" 등이 핵심입니다. 채용 시 가장 중시하는 것은 "한미약품 인재상과의 부합 여부"와 "제약산업과 회사에 대한 이해도"입니다.

5대 핵심가치는 Respect(인간존중)·Trust(신뢰)·Integrity(진정성)·Innovation(혁신)·Global(글로벌)이며, 2026년 채용 슬로건은 "Lead Beyond the Next"입니다. 이 슬로건은 "다음 세대를 넘어 그 너머를 선도한다"는 뜻으로, 기존 블록버스터 성공에 안주하지 않고 차세대 모달리티·글로벌 시장·비전통적 영역(메드테크·뷰티케어)까지 영역을 확장하겠다는 경영진의 의지를 반영합니다. BD 직무 지원자에게는 이 슬로건이 특히 중요한데, '새로운 영역의 파트너십 개척'이 곧 BD의 핵심 임무이기 때문입니다.

창업주 임성기 회장의 유산이 조직 DNA를 규정

한미약품의 조직 문화를 이해하려면 고(故) 임성기 선대 회장의 유산을 빼놓을 수 없습니다. "신약개발은 내 생명과 같다"라는 철학 아래 15년간 약 1조 원을 R&D에 투자했고, 이는 당시 국내 제약사로는 전례 없는 수준의 공격적 투자였습니다. 2016년에는 개인 보유 주식 약 90만 주(약 1,100억 원)를 **임직원 2,800명에게 무상 증여**하는 전례 없는 결정을 내렸고, "적자와 월급 동결 상황에서도 R&D에 투자할 수 있게 견뎌준 임직원에게 위로가 됐으면 한다"는 그의 발언은 한국 재계 전체에서도 손꼽히는 이례적 사례로 기록되어 있습니다.

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

이러한 '임성기 정신'은 현재까지 한미약품 조직 DNA의 중심축으로 계승되고 있으며, 2025년 한미 C&C 스퀘어 내 동판 조형물이 제막되어 창업 철학이 물리적 공간에도 새겨졌습니다. 현재 **황상연 대표**는 "인간존중과 가치창조를 계승하면서 현장과 임직원 중심의 열린 경영"을 표방하고, **김재교 부회장**은 전문경영인으로서 거버넌스 투명성과 전략적 의사결정 시스템화에 집중하고 있습니다. 이 두 축, 즉 창업 철학의 계승과 전문경영인 중심의 시스템화는 한미약품의 현재 조직 문화를 규정하는 핵심 프레임입니다.

BD 직무 지원자는 이 조직 문화를 반드시 이해해야 합니다. 한미약품은 '숫자와 성과만'을 강조하는 서구적 조직도 아니고, '끈끈한 가족주의'만 있는 전통적 한국 기업도 아닌, **창업 철학(R&D 중심-인간존중)과 글로벌 경쟁력(성과주의-시스템화)이 공존하는 하이브리드 조직**입니다. 자기소개서나 면접에서 이 이중성을 간과하고 한쪽만 강조하면 조직 핏(fit)에 맞지 않아 보일 위험이 있습니다.

BD 직무가 제약업계에서 요구하는 6대 역량

제약 BD 직무는 업계에서 **가장 다학제적 역량**을 요구하는 포지션입니다. 한국제약바이오협회 GBD 전문교육과 업계 전문가들의 의견을 종합하면, 핵심 역량은 다음 여섯 가지로 정리됩니다.

첫째, 과학적 지식입니다. 의약품 작용기전(MOA), 임상시험 단계별 특성(Phase 1~3), 약리학 기초, 적응증별 시장 동향에 대한 이해가 필수적입니다. "임상 데이터를 볼 줄 아는 능력"이 특히 중요한데, 예를 들어 임상 2상에서 1차 평가지표(Primary Endpoint)와 2차 평가지표(Secondary Endpoint)의 결과를 해석하고 통계적 유의성(p값, 신뢰구간)을 판단할 수 있어야 합니다. 과학 전공자가 아니더라도 최소한 임상 리포트를 읽고 질문을 생성할 수 있는 수준이 요구됩니다.

둘째, 재무/밸류에이션 역량입니다. rNPV(Risk-adjusted NPV), DCF 분석, 성공확률(PoS) 반영 매출 예측이 기본이고, Deal Structure 설계(계약금 Upfront, 개발 마일스톤, 허가 마일스톤, 판매 마일스톤, 로열티 비율) 역량이 필수입니다. rNPV는 제약산업 특유의 임상 성공확률을 NPV 계산에 반영하는 방법으로, 임상 1상→2상→3상→허가 각 단계별 성공률(예: 항암제 기준 약 5~10%)을 곱하여 리스크 조정된 가치를 산출합니다. 이 모델링을 직접 엑셀로 구현할 수 있는지가 실무 역량의 판단 기준입니다.

셋째, 규제·시장접근 이해입니다. 식약처 인허가 절차, 보험약가 등재(건강보험심사평가원 약가 협상, 경제성평가), Market Access 전략에 대한 이해가 필요합니다. 국내에서는 신약 허가 후 약가 등재까지 통상 6~12개월이 소요되며, 경제성평가(ICER)에서 일정 기준을 충족해야 급여가 가능합니다. BD 담당자는 도입 품목의 약가 전망과 급여 가능성을 사전에 판단하여 딜 타당성을 평가합니다.

넷째, 영어 및 글로벌 커뮤니케이션입니다. 영문 계약서(특히 License Agreement, Term Sheet, CDA) 검토, 파트너링 미팅 네트워킹, 학회(BIO International, JPMorgan Healthcare Conference, CPHI, BIO-Europe) 참가 경험이 가산점 요소입니다. 단순 영어 회화가 아니라 **계약 용어·법률 용어·임상 용어가 혼재된 전문 영어**를 이해하고 협상에 활용할 수 있어야 합니다.

다섯째, 이해관계자 조율입니다. R&D·RA(허가)·마케팅·영업·법무·재무·생산 등 내부 6~8개 부서 간 가교 역할을 수행하며, 각 부서의 언어와 우선순위를 이해하여 합의를 이끌어내는 능력이 핵심입니다. BD는 의사결정 권한이 크지 않지만 영향력(influence)은 조직 내 최상위급이어야 합니다.

여섯째, 협상력입니다. 통합적(integrative) 협상—파이를 키우는 윈-윈 협상—과 분배적(distributive) 협상—고정된 파이를 나누는 제로섬 협상—을 상황에 맞게 구사해야 하며, BATNA(Best Alternative to Negotiated Agreement)와 ZOPA(Zone of Possible Agreement)를 명확히 설정하고 접근합니다. 협상은 BD 직무에서 가

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

장 표면적으로 드러나는 스킬이지만, 위 다섯 가지 역량이 뒷받침되지 않으면 공허한 말솜씨에 그칩니다.

신제품 도입(In-licensing) 직무의 특수성

한미약품의 '사업개발(신제품 도입/운영)' 직무는 한미사이언스의 'Licensing'(기술수출/Out-licensing)과 **명확히 구분**됩니다. 신제품 도입 직무는 글로벌 유망 품목의 국내 시장 도입부터 인허가·약가등재·런칭·매출 관리까지 **전 주기 운영**을 담당합니다. 즉 단순히 "계약을 체결하는 것"으로 끝나는 것이 아니라, 계약 이후 실제로 국내 시장에서 해당 품목이 성공적으로 런칭되고 매출을 내도록 운영하는 전 과정을 관장합니다.

특히 한미약품은 전통적으로 자체 개발 비중이 높았던 만큼, 이 직무의 신설·강화는 **외부 도입 품목을 통한 치료 영역 확장**이라는 전략적 방향 전환을 시사합니다. 2025~2026년 베링거인겔하임 COPD 치료제 3종 유통·판매 계약, 페링제약 야간뇨 치료제 공동판매 계약, 삼성바이오에피스 골다공증 치료제 공동 판매 등이 이 전략의 구체적 사례입니다. 한미약품의 강력한 영업 네트워크(원외처방 1위)와 외부 파트너의 우수 품목이 결합하여, 단기적으로 매출을 확장하고 중장기적으로 자체 R&D 파이프라인이 상용화될 때까지의 공백을 메우는 '브리지(bridge) 전략'이 본질입니다.

이런 맥락에서 신제품 도입 BD의 핵심 질문은 "어떤 품목을 도입해야 하는가"입니다. 한미약품의 기존 치료영역(심혈관·대사·호흡기·항암)과 시너지가 있으면서, 자체 파이프라인이 커버하지 않는 영역(자가면역·신경질환·희귀질환 등)에서 우선순위를 설정하게 됩니다. BD 담당자는 글로벌 제약사의 포트폴리오를 주기적으로 분석하여 '매물로 나올 만한 품목'을 예측하고, 파트너링 이벤트에서 선제적으로 접근하는 능동적 자세가 요구됩니다.

R&D 중심 기업에서 BD 신입이 갖춰야 할 마인드셋

잡플래닛 기업 리뷰(평점 3.0/5.0, 리뷰 약 1,600건)에서 한미약품의 장점으로 "성과에 따른 인센티브 활발", "연봉 동종업계 대비 우수"가 언급됩니다. 보상 체계로 성과연봉제(EMP·HLP 기반), CIQ(분기별 창의목표 보상), SEM(월별 인센티브), 그리고 2025년 도입된 **주식 기반 성과 보상제**가 운영됩니다. 주식 기반 보상은 임직원의 장기 성과 연동을 강화하는 글로벌 표준 인센티브로, 한미약품이 이를 도입한 것은 조직의 글로벌 수준 격상 의지를 보여주는 신호입니다.

BD 신입에게는 첫째, **제약산업과 한미약품의 파이프라인에 대한 깊은 이해도**가 요구됩니다. 면접에서 "우리 회사 파이프라인 중 가장 주목하는 것은?"이라는 질문이 나왔을 때 HM15275·HM17321 같은 구체적 파이프라인의 임상 단계·기전·차별점까지 설명할 수 있어야 합니다. 둘째, **과학적 호기심과 비즈니스 감각의 하이브리드적 사고**입니다. 임상 데이터를 흥미롭게 파고들면서도 그것이 시장에서 어떻게 가치로 전환되는지 동시에 볼 줄 알아야 합니다. 셋째, **"기분을 지키되 고정관념을 깨는" 한미식 도전 정신**입니다. 한미약품은 외부에서 보기에는 보수적인 제약사로 보일 수 있지만, 내부적으로는 랩스커버리·오라스커버리 같은 플랫폼을 세계 최초로 구축하는 모험을 거듭해온 기업입니다. 이 '겉보수-속혁신'의 이중성을 이해하는 것이 조직 핏의 출발점입니다.

면접 활용 포인트

"왜 한미약품 BD인가?"라는 질문에 대해, 단순히 "R&D가 강한 기업이라서"라는 답변은 평범합니다. 차별화된 답변은 "한미약품이 자체 개발 비중 100%에서 도입 품목 병행 전략으로 전환하는 지금이 BD 직무의 전략적 중요성이 가장 높은 시점"이라는 논리 구성입니다. 그 근거로 (1) 2025~2026년 베링거·페링·삼성바이오에피스 등과의 연쇄 제휴, (2) 이노베이션 본부 신설과 L&D 전략팀 운영, (3) 2030 비전에서 제시된 '듀얼 모멘텀' 전략 등을 제시할 수 있습니다. 또한 "R&D 중심 기업의 BD는 과학적 이해도 없이는 내부 R&D·RA 부서와 소통이 불가능하므로, 과학 배경과 비즈니스 감각을 결합하는 것이 핵심"이라고 어필하면 직무의 본질을 꿰뚫어 본 답

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

변이 됩니다.

[5장] 신제품 도입 BD의 하루: 스크리닝에서 런칭까지

하루·한 달·1년 단위의 업무 사이클

신제품 도입(In-licensing) BD의 **일일 업무**는 생각보다 정적이 아닙니다. 오전에는 주로 **글로벌 의약품 시장 동향 모니터링**으로 시작합니다. Fierce Pharma, BioSpace, Endpoints News, STAT News 등 글로벌 매체와 Evaluate Pharma-Cortellis 같은 유료 데이터베이스를 통해 전날 발표된 임상 결과, 기술이전 계약, M&A 동향을 파악합니다. 오후에는 파트너사 이메일·미팅 응대(시차 관계상 유럽·미국 파트너와의 미팅이 주로 오후~저녁에 배치), 내부 보고서 작성(IC Memo, Valuation Update), 내부 회의가 이어집니다.

월간 업무로는 파이프라인 리뷰 미팅(월 1~2회), 내부 평가위원회(Product Evaluation Committee) 참석, 파트너사 정기 미팅(JCC: Joint Coordination Committee), Deal Pipeline 업데이트가 있습니다. 파이프라인 리뷰에서는 현재 진행 중인 모든 딜의 상태(Scouting, Evaluation, Negotiation, Execution)를 점검하고 우선순위를 재조정합니다. **연간 업무**는 사업개발 전략 수립(Q4), BIO(미국, 6월)/JPM Conference(1월)/CPHI(10월)/BIO-Europe(11월) 등 글로벌 파트너링 이벤트 참가, 연간 실적 평가 및 KPI 검토, 신규 치료영역 진출 타당성 분석 등이 핵심입니다. 글로벌 파트너링 이벤트는 BD 업무의 '꽃'으로, 1주일간 수십 건의 1:1 미팅을 진행하며 향후 6~12개월의 딜 파이프라인을 형성하는 결정적 기회입니다.

11단계 In-licensing 워크플로우의 자세한 해설

신제품 도입의 표준 프로세스는 다음 11단계로 구성되며, BD 담당자는 각 단계의 프로젝트 매니저 역할을 수행합니다.

① **파이프라인 스크리닝(Scouting)** 단계에서는 글로벌 학회(ASCO, ESMO, AACR, ADA, EASD), 데이터베이스(Evaluate Pharma, Cortellis, BioCentury), 파트너링 미팅을 통해 유망 후보를 탐색합니다. 이 단계의 핵심은 "어디서 어떤 품목이 움직이고 있는가"를 지속적으로 파악하는 정보 네트워크 구축입니다. ② 초기 평가(Preliminary Assessment)에서는 해당 치료영역 시장 규모(TAM/SAM/SOM), 경쟁 제품 분석(Current Standard of Care, Pipeline Landscape), 후보 품목의 특징점(Differentiation)을 1~2페이지 요약 문서로 정리하여 상부에 보고합니다.

③ **내부 평가위원회 상정** 시 R&D·RA·마케팅·재무 각 부서의 의견을 수렴합니다. R&D는 과학적 타당성, RA는 규제 리스크, 마케팅은 시장성, 재무는 투자 수익성을 각각 검토합니다. 의견이 갈릴 경우 BD 담당자가 조정자 역할을 수행합니다. ④ **CDA/NDA 체결** 후 상세 자료(임상 프로토콜, Raw Data, 특허 포트폴리오)를 교환합니다. 이 단계에서 처음으로 파트너의 '진짜 자료'를 보게 되며, 초기 평가와 실제 자료 간 격차가 있을 수 있어 재평가가 필요할 수 있습니다.

⑤ **Due Diligence**는 BD 프로세스의 가장 까다로운 단계로, 다섯 가지 실사가 동시에 이루어집니다. **과학적 실사**는 임상 데이터의 신뢰성, MOA의 차별성, 후속 개발 가능성을 평가합니다. 특히 실사(IP Landscape)는 물질 특허·용도특허의 유효기간, 회피 가능성, 제3자 특허 충돌 여부를 검토합니다. 규제 실사(RA Feasibility)는 한국 식약처 허가 요건 충족 여부, 임상 추가 요구 가능성을 판단합니다. 상업적 실사(Commercial Assessment)는 국내 시장에서의 매출 예측, 경쟁 환경, Market Access 가능성을 평가합니다. **재무적 실사**는 rNPV 모델 구축, 민감도 분석, 시나리오 분석(Base/Bull/Bear Case)을 수행합니다.

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

이후 ④ **Term Sheet 협상**에서 계약금(Upfront)·마일스톤(Milestone)·로열티(Royalty) 구조를 설정합니다. 계약금은 즉시 지급되는 고정 금액, 마일스톤은 개발 단계별(임상 2상 완료, 3상 완료, 허가 획득 등) 성공 시 지급, 로열티는 매출의 일정 비율(통상 순매출의 한 자릿수~두 자릿수)을 지급하는 구조입니다. ⑤ **License Agreement 체결**에서는 Term Sheet를 바탕으로 최종 계약서를 작성하며, 통상 100페이지 이상의 방대한 문서에 수십 개 조항이 포함됩니다. 법무법인(김앤장, 광장, 태평양 등 대형 로펌)과의 협업이 필수입니다.

⑥ **기술이전(Technology Transfer)** 단계에서는 제조공정, 품질관리, 분석법 등을 파트너사로부터 이전받으며, 이는 원료 공급 계약과 함께 진행됩니다. ⑦ **식약처 품목허가 신청 및 심사 대응**에서는 국내 임상 추가 요구 여부에 따라 시간이 크게 달라지며, 신속심사 트랙(GIFT)을 활용할 수 있는지 검토합니다. ⑧ **보험약가 등재**(건강보험심사평가원 약가 협상)는 국내 시장 성공 여부를 좌우하는 결정적 단계로, 경제성평가(ICER, QALY) 자료를 제출하고 6~12개월의 협상을 거칩니다. ⑨ **런칭 준비 및 실행·매출 관리·파트너십 유지**는 출시 후 지속되는 단계로, BD는 파트너사와의 JCC를 주기적으로 운영하며 계약 조항 이행 여부를 모니터링합니다.

전체 프로세스는 통상 **2~5년**이 소요되며, BD 담당자는 이 전 과정의 **프로젝트 매니저이자 내·외부 커뮤니케이션 허브** 역할을 수행합니다. 하나의 딜이 마무리되기 전에 이미 다음 딜들이 병렬로 진행되므로, 한 BD 담당자가 동시에 5~10개의 딜을 다양한 단계에서 관리하는 것이 일반적입니다.

내부·외부 이해관계자 지도의 실무적 함의

BD 직무의 가장 큰 특징은 **조직 내 가장 많은 부서와 접점**을 가진다는 것입니다. 내부적으로 **R&D**(물질 평가·기술적 적합성), **임상팀**(임상개발 계획), **허가팀/RA**(규제 전략·등록 요건), **마케팅**(시장성 평가·런칭 전략), **영업**(현장 피드백·처방 동향), **재무**(Deal Valuation·예산), **법무**(계약서 검토), **경영진**(최종 의사결정)과 협업합니다. 각 부서의 관심사와 평가 기준이 다르기 때문에, BD 담당자는 각 부서의 '언어'를 이해하고 상황에 맞게 번역할 수 있어야 합니다.

예를 들어 R&D 부서는 "이 물질이 과학적으로 혁신적인가"를 묻는데, 마케팅 부서는 "이 물질이 시장에서 팔리는가"를 묻습니다. 두 질문은 다르지만 상호 연결되어 있고, BD 담당자는 이를 통합적으로 설명할 수 있어야 합니다. 재무 부서는 "투자 회수 기간이 얼마인가, IRR이 허들을 넘는가"를 묻고, 법무 부서는 "계약 리스크가 관리 가능한 수준인가"를 묻습니다. 이 모든 질문에 일관된 답변을 제공하는 것이 BD의 역할입니다.

외부적으로는 **글로벌 제약사·바이오텍**(파트너), **학계·KOL**(자문), **컨설팅펌·법무법인**(자문), **정부기관/식약처**(규제)와 소통합니다. KOL(Key Opinion Leader)은 치료영역별 핵심 전문가로, 도입 품목의 임상적 가치에 대한 외부 자문을 받는 대상입니다. 컨설팅펌(IQVIA, Parexel, ZS Associates 등)은 시장 예측과 실사 일부를 외주 수행하기도 합니다. 법무법인은 계약 검토와 협상 지원을 제공합니다.

4대 기술 역량과 성과 지표(KPI)의 구체적 수준

BD 직무에 필요한 **기술 역량**은 크게 네 가지입니다. **첫째, Market Sizing & Forecasting**으로 치료영역별 시장 규모와 성장률을 추정하고 자사 제품의 예상 점유율을 산출합니다. Top-down 접근(전체 환자 수 × 처방률 × 점유율 × 가격)과 Bottom-up 접근(병원별 처방 데이터 집계)을 병행하여 추정치의 신뢰도를 높입니다. **둘째, Valuation**으로 rNPV(Risk-adjusted NPV), DCF, 시나리오 분석 등을 활용하여 도입 품목의 경제적 가치를 평가합니다. 할인율은 통상 10~12%, 성공확률은 단계별로 0.2~0.9를 적용합니다.

셋째, Deal Structuring으로 계약금·개발/허가/판매 마일스톤·로열티 비율·독점 범위(Territory)·적응증 범위·기간 등을 설계합니다. 좋은 딜 구조는 양측이 모두 win-win이 되도록 설계되어야 하며, 리스크를 누가 얼마나 감

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

당하느냐에 따라 각 구성요소의 비중이 달라집니다. **넷째, Financial Modeling**으로 엑셀 기반 수익성 모델을 구축하여 투자 의사결정을 지원합니다. 실무에서는 Excel이 표준이며, 민감도 분석(Sensitivity Analysis)과 토네이도 차트를 활용하여 주요 변수의 영향을 시각화합니다.

성과 지표(KPI)는 도입 건수(# of deals closed), 런칭 성공률(NDA 제출 → 허가 획득 비율), 도입 제품의 매출 기여(연간 매출 대비 비중), Deal Pipeline 관리 지표(활성 프로젝트 수, 전환율) 등으로 측정됩니다. 신입 BD의 경우 첫 1~2년은 주로 시장 조사·Valuation·실사 지원 업무를 담당하며, 시니어로 성장하면서 독자적인 딜 책임자 역할로 확장됩니다. 특히 한미약품처럼 자체 개발 비중이 높은 기업에서는 도입 품목이 **기존 포트폴리오와의 시너지**를 얼마나 창출하는지도 중요한 평가 기준이 됩니다. 단순히 매출 기여가 아니라 영업 네트워크 활용도, 기존 제품과의 교차 판매 효과까지 종합적으로 평가됩니다.

한미약품의 최근 도입·제휴 사례가 보여주는 BD 전략 방향

2025~2026년 한미약품의 외부 제휴 사례는 BD 직무의 실무 방향을 명확하게 보여줍니다. **베링거인겔하임 COPD 치료제 3종** 국내 유통·판매 계약(2025년 11월)은 한미약품의 호흡기 영역 영업 네트워크 활용 능력을 보여주는 사례입니다. 베링거인겔하임은 글로벌 COPD 시장의 리더이지만 한국 시장 영업 효율성을 극대화하기 위해 한미 pharm을 파트너로 선택했습니다. **페링제약 야간뇨 치료제 '미니린·녹더나'** 공동판매 계약(2026년 1월)은 비뇨기과 영역 확장의 신호탄입니다. **삼성바이오에피스 골다공증 치료제** 공동 판매(2025년 3월)는 국내 기업 간 수평적 협력 모델로, 한미약품의 내과계 영업력과 삼성바이오에피스의 바이오시밀러 제조역량을 결합한 사례입니다.

이 세 건의 공통점은 **자체 개발이 아닌 '영업·마케팅 역량의 외부화된 상업화(commercialization)' 모델**이라는 점입니다. 한미약품은 전통적으로 자체 개발→자체 판매였지만, 이제는 외부 파트너의 우수 품목을 받아와 한미약품의 영업 네트워크로 증폭시키는 양면 전략을 취하고 있습니다. 이는 기존 ETC 시장의 경쟁이 격화되면서, 영업 조직 활용률을 높이는 것이 수익성 개선의 핵심이 되었기 때문입니다. BD(신제품 도입/운영) 직무가 바로 이 전략의 실행 주체로, 어떤 파트너의 어떤 품목을 얼마에 도입할지 결정하는 전략적 게이트키퍼 역할을 합니다.

대표 업무 시나리오: 해외 바이오텍의 자가면역질환 치료제 도입

구체적 시나리오를 통해 BD 업무의 흐름을 이해할 수 있습니다. 예컨대, 유럽의 중소 바이오텍이 개발 중인 자가면역질환 치료제가 임상 2상에서 유의미한 결과를 발표했다고 가정해 봅시다.

BD 담당자는 ① CPHI(Worldwide 2026, 프랑크푸르트)에서 해당 기업과 30분 미팅을 진행하며 관심사를 공유합니다. 이후 한 달 내 CDA를 체결하고 상세 자료를 교환합니다. ② 한국 시장의 자가면역질환(류마티스관절염, 건선, 강직성척추염) 시장 규모를 분석(Market Sizing)하며 경쟁 제품(Humira 바이오시밀러, JAK inhibitor 등)과의 포지셔닝을 점검합니다. ③ R&D센터에 MOA와 임상 데이터 리뷰를 요청하고, 임상부서에 추가 국내 임상 필요성을 자문합니다.

④ 내부 평가위원회에서 '도입 추진' 결정이 나면, ⑤ Due Diligence에 착수합니다. IP 담당자가 특허 조사를 하고, 외부 법무법인이 계약 리스크를 평가하며, 재무팀이 rNPV 모델을 구축합니다. 민감도 분석 결과 Base Case에서 rNPV가 양(+)이 나오지만 임상 3상 성공확률을 기존 60%에서 50%로 낮추면 음(-)으로 전환되는 것을 발견하고, 이를 협상 레버리지로 활용합니다. ⑥ 재무팀과 함께 rNPV 모델을 바탕으로 **적정 계약금 5백만 달러, 마일스톤 총 5천만 달러, 로열티 8~12%** 수준을 도출하고, ⑦ 법무팀과 함께 Term Sheet를 작성하여 파트너와 3~4회차 협상을 진행합니다. 최종적으로 계약금 7백만 달러(파트너 요구), 마일스톤 4천만 달러(한미

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

주장), 로열티 10%(절충)로 합의합니다.

㉔ 계약 체결 후 기술이전 단계에서 파트너사로부터 제조공정 자료를 받고 한미약품 평택 공장 생산 가능성을 검토합니다. ㉕ RA팀과 식약처 허가 전략을 수립하여 국내 임상 3상을 추가로 진행하기로 결정하고, ㉖ 마케팅팀과 런칭 전략을 공동 기획합니다. KOL 자문 회의를 거쳐 '류마티스관절염에 특화된 차세대 치료 옵션'이라는 포지셔닝을 확정합니다. ㉗ 출시 후 분기별 JCC를 통해 파트너사와 매출 실적·마케팅 활동·안전성 데이터를 공유하며, 약사법상 PMS(Post-Marketing Surveillance) 요구사항을 함께 이행합니다.

이러한 시나리오 전반에 BD 담당자가 관여하며, 각 단계에서 내부 7개 부서와 외부 3~4개 조직을 조율합니다. 하나의 딜이 성공적으로 런칭까지 이어지는 것은 3~5년이 소요되는 장기 프로젝트이며, BD 담당자의 경력은 이러한 딜의 누적으로 형성됩니다.

지원 전략 관점의 시사점

BD 신입 지원 시 가장 효과적인 차별화 전략은 "11단계 워크플로우의 전체 그림을 이해하면서도, 특정 단계에서 즉시 기여할 수 있는 역량"을 보여주는 것입니다. 예를 들어, 약학·생명과학 전공자라면 Due Diligence 단계의 과학적 평가 역량(임상 데이터 해석, 특허 랜드스케이프 분석)을, 경영학·회계학 전공자라면 Valuation과 Deal Structuring 역량(rNPV 모델링, 민감도 분석)을 구체적으로 어필하되, 전체 프로세스에 대한 거시적 이해도 함께 보여주는 것이 효과적입니다.

자기소개서 작성 시에는 과거 경험 중 "다부서 협업으로 문제를 해결한 경험", "데이터 기반으로 의사결정을 설득한 경험", "영어로 외부 이해관계자와 협상한 경험" 등을 BD 직무의 핵심 역량과 매핑하여 서술하면 직무 적합성을 구체적으로 입증할 수 있습니다. 한미약품의 최근 제휴 사례(베링거, 페링 등)를 언급하며 "이런 딜의 초기 스크리닝부터 런칭까지 참여하고 싶다"라는 구체적 동기를 연결하면, 단순 '제약산업에 관심 있다'는 수준을 뛰어넘는 설득력 있는 지원 동기가 됩니다.

또한 면접에서 "가장 관심 있는 치료영역은?"이라는 질문을 받으면, 단순히 "비만치료제"라고 답하기보다 "한미약품의 H.O.P 프로젝트 중에서도 HM17321의 근육 증가 동반 기전이 sarcopenic obesity라는 미충족 수요를 공략한다는 점에서 가장 흥미롭다"라는 식으로 구체성·차별성·전략성을 모두 갖춘 답변을 제시해야 합니다. BD 직무는 '큰 그림을 그리면서도 디테일을 놓치지 않는' 균형 감각이 핵심이며, 면접 답변에서도 이 균형이 드러나야 합니다.

참고 레퍼런스 (References)

1. BCG — Pharmaceutical Business Development Strategy — <https://www.bcg.com/publications/2021/six-ways-to-build-an-effective-pharmaceutical-business-development-strategy>
2. Deloitte Korea — 제약·바이오·의료기술 산업 M&A 트렌드와 혁신 투자 전략 — <https://www.deloitte.com/kr/ko/Industries/life-sciences-health-care/perspectives/20241219.html>
3. PwC — 글로벌 바이오·헬스케어 M&A 2025년 전망 — <https://www.pwc.com/kr/ko/insights/industry-focus/bio-health-industries-2025->

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

[outlook.html](#)

4. IntuitionLabs — Global Pharmaceutical Market: 2025 Analysis & Key Trends — <https://intuitionlabs.ai/articles/pharmaceutical-market-analysis-trends>
5. Drug Discovery Trends — Pharma 50: Top Pharma Companies 2025 — <https://www.drugdiscoverytrends.com/pharma-50-the-50-largest-pharmaceutical-companies-in-the-world-for-2025/>
6. Pharmaceutical Technology — 2024 Growth Recovery Top Biopharma — <https://www.pharmaceutical-technology.com/analyst-comment/2024-growth-recovery-top-biopharma-companies/>
7. ET News — 국내 제약시장 2032년 77조원 전망 — <https://www.etnews.com/20251022000188>
8. MEDI:GATE NEWS — 국내 제약시장 3.6% 성장, 바이오 33.1% 증가 — <https://medigatenews.com/news/3568467901>
9. Bioin — 2025 제약바이오 산업 전망 — <https://www.bioin.or.kr/board.do?num=328016&cmd=view&bid=industry>
10. Thebell — 2025 상반기 제약바이오 기술거래 18조 돌파 — <https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202507071353036520108930>
11. Biotimes — K-바이오 기술수출 18조 원 돌파 — <https://www.biotimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=25844>
12. Pharmnews — 2024년 주요 제약바이오사 실적 — <https://www.pharmnews.com/news/articleView.html?idxno=257458>
13. Hkn24 — 2025 상반기 제약사 성적표 — <https://www.hkn24.com/news/articleView.html?idxno=346066>
14. Dnews — 국내 제약사 R&D 투자 확대 — <https://www.dnews.co.kr/uhtml/view.jsp?idxno=202504041521514760116>
15. 한미약품 공식 — 회사소개 — <https://www.hanmi.co.kr/about/hanmi-pharm/company.hm>
16. 한미약품 공식 — R&D 파이프라인 — <https://www.hanmi.co.kr/hanmi/handler/Rnd-Pipeline>
17. 한미사이언스 — 그룹사 소개 — <https://hanmiscience.co.kr/science/handler/Company-Family>
18. 한미약품 — 2025년 역대급 실적 달성 보도자료 — <https://hanmi.co.kr/about/news-media/press/detail-3602.hm>
19. Edaily — 한미약품 매출 1.5조 시대 — <https://pharm.edaily.co.kr/news/read?newsId=05349686645347568>

심층 분석 보고서: 한미약품-사업개발

20. Daum/헤럴드 — 2026 신약 파이프라인 주목 — <https://v.daum.net/v/20260102000212950?f=p>
21. Dailypharm — 비만약 후보 미국 1상 승
인 — <https://m.dailypharm.com/newsView.html?ID=328450>
22. Medifonews — ADA 2025 비만 신약 6건 공
개 — <https://www.medifonews.com/news/article.html?no=203684>
23. MEDI:GATE NEWS — GLP-1 비만치료제 3.0 시
대 — <https://m.medigatenews.com/news/2954635604>
24. Newdaily — 한미 비만약·백혈병 두 날
개 — <https://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2025/11/24/2025112400167.html>
25. Hellodd — 램스커버리 탄생 비
화 — <https://www.hellodd.com/news/articleView.html?idxno=55865>
26. Thebionews — 반환은 끝 아니다, 리포지셔닝 전
략 — <https://www.thebionews.net/news/articleView.html?idxno=18332>
27. ZDNet Korea — 한미그룹 경영권 분쟁 4인연
합 — <https://zdnet.co.kr/view/?no=20241226103139>
28. Medifonews — 한미그룹 경영권 분쟁 종
식 — <https://www.medifonews.com/news/article.html?no=198594>
29. Hitnews — BD 커리어 GBD 전문교
육 — <http://www.hitnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=58204>
30. 한미약품 2026 공개채용 공식 사이트 — <https://2026recruitment.hanmi.co.kr/>