

제일약품(주) 기업분석 보고서

1. 기업 소개

1) 기업정보

기업명	제일약품(주)	기업구분	중견기업
대표자	성석제	설립일	2017.06.01 (8 년차)
산업	완제 의약품 제조업	사원수	987 명
자본금	73 억 5 천만원 (2023.12.31)	매출액	7,083 억 9 천만원 (2023.12.31)
주요사업	의약품 제조,도매		
홈페이지	http://www.jeilpharm.co.kr		

2) 기업개요

1959 년 창립한 제일약품은 분야별 전문성 강화와 사업별 집중화를 위해 2016 년 제일헬스사이언스(일반의약품 사업부문)와 제일엔파트너스(의약품 유통)로 나뉘었다. 2017 년 지주사업을 영위하는 제일파마홀딩스를 설립하고 전문의약품에 집중하는 새로운 제일약품으로 거듭났다.

외자사 도입의약품 판매 비중이 높았던 제일약품은 2020 년 신약 개발을 위한 자회사 온코닉테라퓨틱스를 설립하고 매년 R&D(연구개발) 비용을 늘려가는 추세다. 글로벌 신약, 고부가가치의 원료의약품 합성 공정 연구, 개량신약에 이르기까지 개발에 매진해 2023 년 파이프라인(탐색 단계 포함)은 신약 9 개, 개량신약 6 개 등 총 15 개에 이른다. 제일약품은 제일파프와 케펜텍 등으로 널리 알려졌다.

3) 동종업계 순위

 **제일약품** 동종업계
9 위

5 위	광동제약(주)
6 위	에이치케이이노엔(주)
7 위	(주)보령
8 위	JW 중외제약(주)
9 위	제일약품(주)

* 표준산업 분류 기준 [완제 의약품 제조업]의 공시된 재무정보(매출액)를 기준으로 평가된 순위입니다. (2023 기준)

* 자료 출처 : 잡코리아

2. SWOT 분석

강점 Strength	약점 Weakness
<ul style="list-style-type: none"> 금연 보조 치료제 '니코챔스(성분명 바레니클린)'의 국내 누적 매출액 100 억 원 돌파 자체 연구소의 효율 극대화는 물론 산학 협력 및 글로벌 제약 기업과의 전략적 제휴 등 적극적인 연구개발 투자 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 제약사 의약품을 적극 도입하면서 외형 성장을 이뤘으나 완제품 위주의 매출 구조로 자사 매출이 미미
기회 Opportunity	위험 Threat
<ul style="list-style-type: none"> 인구 고령화와 평균수명 증가에 따른 치료 및 의약품 수요 급증 	<ul style="list-style-type: none"> 국내 제약사의 원료 수급 불안정으로 의약품 공급 중단 국내 대기업의 제약업계 진출, cGMP 투자에 따른 업체간 경쟁 강도 심화

3. 3C 분석

1) 고객 분석(Customer)

- 제일약품의 주력 제품은 모두 전문의약품이다. 일반의약품이나 건강기능식품, 기타 제품은 제일헬스사이언스에서 유통한다. 일반의약품은 경기 변동과 계절적 요인에 영향을 받을 수 있는 편이나, 전문의약품은 그 특성상 안정적인 성장을 유지하고 있다. 또한 의사와 약사 등 전문적인 지식을 보유한 이들을 대상으로 영업하는 만큼 제일약품은 학술적 자료를 기반으로 하는 학술세미나 및 제품설명회 확대를 고객 만족 마케팅을 전개하고 있다.
- 건강보험심사평가원이 발간한 2022 년 급여의약품 청구 현황에 따르면 전문의약품 청구액이 20 조 원을 넘어서며 전체 급여의약품 청구액은 23 조 원을 돌파했다. 2022 년 급여의약품 등재 품목 수는 크게 줄었지만, 급여의약품 청구액은 2021 년 21 조 3,094 억 원에서 2022 년 23 조 481 억 원으로 크게 늘었다. 특히 전문의약품 청구액이 18 조 5,070 억 원에서 20 조 1,877 억 원으로 증가하며 20 조 원을 돌파했다. 1 년 사이 1 조 6,000 억 원 이상 급증한 수치다.

2) 자사 분석(Company)

- 제일약품은 중앙연구소와 제제기술연구소를 구분해 운영하며, 새로운 기술 개발을 위해 노력하고 있다. 중앙연구소의 경우 신약 연구(역류성식도염 치료제, 뇌졸중 치료제, 항암제 등)와 원료 합성 연구(카바페넴계 항생제 원료, 항생제, 당뇨 치료제 등)를 진행한다. 제제기술연구소는 개량신약 및 퍼스트제네릭 개발 연구에 주력한다. 2020 년에는 신약 연구개발 전문 기업 온코닉테라퓨틱스를 설립하고 적극적인 오픈 이노베이션으로 신규 파이프라인을 자체 발굴하고 있다. 중장기적으로는 기존 화학제제 기반의 영역을 넘어 생명공학 분야의 혁신 신약 발굴 및 임상개발과 라이선싱에 집중한다는 전략이다.

제일약품은 R&D 투자를 강화해 체질 개선에 나서는 한편, 제네릭의약품 판매를 늘리며 수익성 개선을 도모하고 있다. 2022 년 8 월부터 판매하고 있는 당뇨병 치료제 제품 ‘액토존정’과 복합제 ‘액토존메트정’은 앞서 2022 년 6 월 셀트리온제약과 코프로모션 계약을 종료한 ‘액토스정’, ‘액토스메트정’의 제네릭의약품이다. 2022 년 11 월 아스텔라스제약의 ‘베타미가’의 제네릭으로 일본 교린제약에서 개발한 과민성 방광 치료제 신약 ‘베오바정’의 국내 제조 판매권을 확보하고 식약처로부터 허가승인을 받았다.

* 자료 출처 : 잡코리아

3) 경쟁사 분석(Competitor)

- **경쟁 사업자** : 국내 제약업계에서는 매출액 5,000 억 원 이상의 제약사를 상위 업체로 보고 있다. 매출 상위 10 개사 중 매출 1 조 원이 넘는 회사는 유한양행, 종근당, GC녹십자, 대웅제약 4 곳이다. 한미약품은 2022 년 9,820 억 원의 매출을 기록해 곧 1 조 원을 넘을 것으로 예상하며, 광동제약과 HK 이노엔은 2022 년 8,000 억 원대 매출을 달성했다. 제일약품은 2022 년 연 매출 7,000 억 원을 넘어서며 매출 8 위에 올랐다.

- **한미약품** : 한미약품의 주요 제품에는 고혈압 치료제 ‘아모디핀’, 복합고혈압 치료제 ‘아모잘탄’, 발기부전 치료제 ‘팔팔’, 역류성식도염 치료제 ‘에소메졸’, 정장제 ‘메디락’ 등이 있다. 대표적 개량신약인 고혈압 치료제 ‘아모잘탄’은 국내사가 개발한 전문의약품 가운데 가장 많이 팔리는 제품으로 꼽힌다. 한미약품은 장기간 높은 R&D 투자를 통해 스스로 파이프라인을 확보하고 있다. 제품 매출은 기업이 직접 생산해 물건을 판매해 얻은 매출을 말하는데, 한미약품의 매출에서 제품 매출이 차지하는 비중은 90%를 넘는다.

- **광동제약** : 광동제약은 1963 년 ‘한방의 과학화’를 창업 이념으로 설립한 이래, 전통의학의 현대화와 독창적인 의약품 개발, 첨단 신약 도입은 물론 다양한 건강 음료 개발을 통해 국민 건강 증진을 위한 헬스케어 사업에 매진하고 있다. 우황청심원, 쌍화탕, 경옥고 등 한방 기반 일반의약품과 국내 최초 비타민 D 주사제 ‘비오엔주’, 항암제 ‘코포랑’ 등의 전문의약품 등이 주요 품목이다. ‘마시는 비타민 C’라는 창의적 발상으로 국민 음료가 된 ‘비타 500’, ‘광동 옥수수수염차’, ‘광동 헛개차’의 개발과 먹는 샘물 독보적 1 위 브랜드 ‘제주삼다수’의 유통으로 안정적 실적을 유지하고 있다.

- **HK 이노엔** : HK 이노엔은 순환, 당뇨, 항암, 신장질환 치료제 등의 전문의약품과 원료의약품 제품 분야에서 국내 대표 제약사로 확고히 입지를 굳혀왔다. 2018 년 4 월 한국콜마에 인수된 이후 의약품 및 다방면의 사업에서 시너지를 내며, 전문의약품 사업과 HB&B(헬스/뷰티/음료) 사업을 영위하고 있다. 전문의약품 부문 대표 품목에는 국내 30 호 신약 ‘케이캡’을 필두로 ‘로바젯’, ‘아킨지오’ 등이 있으며, HB&B 사업부문은 ‘컨디션’, ‘헛개수’, ‘비원츠’ 등 주요 제품들을 보유하고 있다.

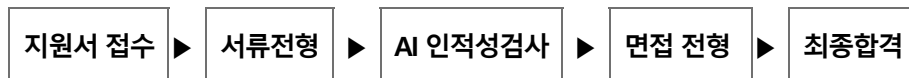
자료 출처 : 잡코리아

4. 채용 포인트

1) 인재상

1. 가치 창출 : 기존의 방법과 시각에서 벗어나, 문제 해결을 위한 혁신을 시도해 새롭고 발전적인 성과를 이끌어낸다.
2. 소통/협업 : 서로에 대한 배려와 신뢰를 바탕으로 적극적으로 소통하고 협업하며, 조직의 공동 목표 달성에 기여한다.
3. 원칙 준수 : 엄격한 윤리 기준과 원칙에 기반해 정직하고 일관성 있게 업무를 처리하고 성과의 과정적/절차적 올바름을 도모한다.
4. 프로 의식 : 업무에 대한 뛰어난 전문성에 기반해 열정적인 자세로 본인이 맡은 역할을 책임감 있게 수행한다.

2) 채용 프로세스



1. 서류 전형 패스하기

전형은 서류와 AI 인적성, 1/2 차 면접으로 이뤄진다. 영업/마케팅 최종 합격자는 4 주간 교육을 진행한다. 입사 지원서와 자기소개서를 전 지원자 공통으로 제출하며, 경력직은 경력 기술서를 추가 제출한다. 자기소개서는 자유 양식이다. 지원 동기 및 포부 외에 자신의 가치관과 성격이 드러날 수 있는 경험과 직무 관련 역량을 어필할 수 있는 내용을 담아 지원자를 잘 파악할 수 있도록 준비한다.

[자기소개서 질문 항목]

Q1. 자유 형식으로 한글 200 자~3000 자 (6,000Byte) 이내로 작성해 주십시오.

* 자료 출처 : 잡코리아

2. 면접 전형 패스하기

1 차 면접은 실무진이 참석하는 다대다 면접이다. 자기소개서에 기반해 지원자가 보유한 능력과 직무 지식 등을 확인하는 단계다. 제일약품과 해당 직무를 선택한 이유를 명확히 설명할 수 있어야 하며, 직무 내용과 그에 필요한 역량은 무엇인지 사전에 조사한 후 면접에 임해야 한다. 2 차 면접은 임원 면접으로 지원자의 가치관 및 태도를 중심으로 회사에 어울리는 인재인지 살펴보며 능력과 인성을 종합적으로 평가한다.

[면접 질문 항목]

Q1. 본인이 직무와 잘 어울린다고 생각하나요?

Q2. 어떤 분위기의 직장에서 일하는 것을 선호하나요?

Q3. 다른 회사 어디에 지원했나요? 둘 다 붙으면 어떻게 할 건가요?

Q4. 본인이 다른 지원자보다 나은 점이 뭐라고 생각하나요?

Q5. 회사에 대해 얼마나 알고 있나요?

* 자료 출처 : 잡코리아, 캐치