



IMS Health & Quintiles are now



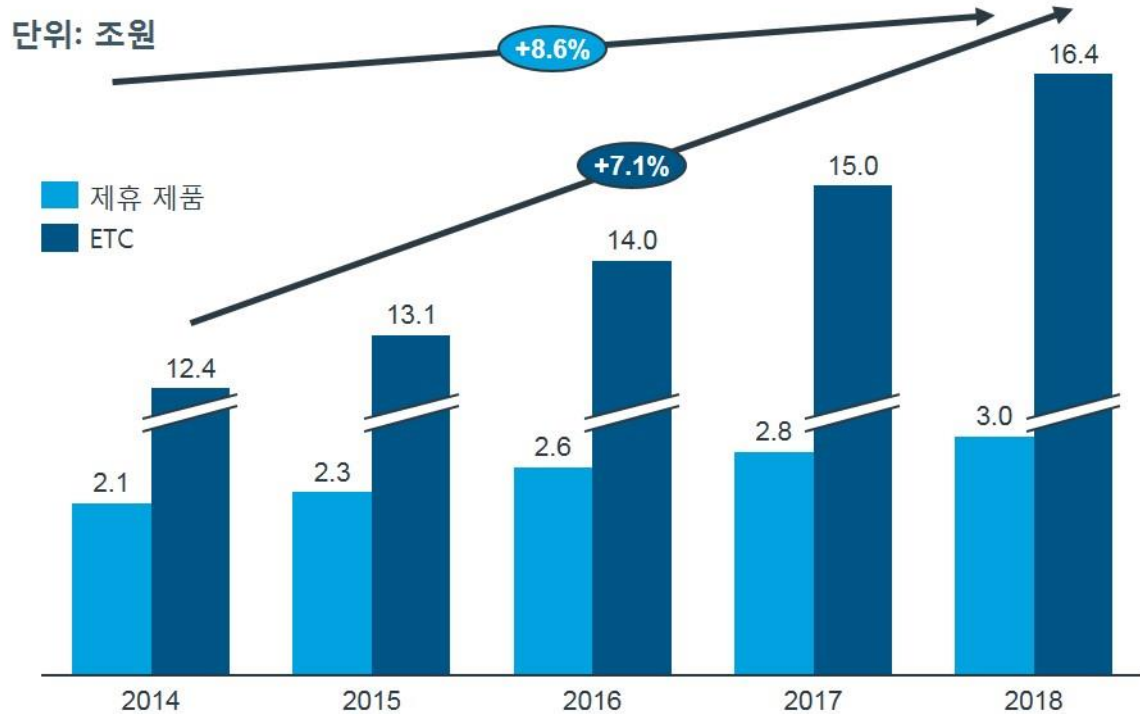
국내 제약업계의 얼라이언스 분석

국내 제약사와 MNC의 얼라이언스

한국 아이큐비아 이강복 이사

얼라이언스 제품의 매출 수준

얼라이언스 제품의 연간 매출 수준은 3조 정도이며, 전체 ETC 시장에서 약 18%의 점유율을 차지한다. 얼라이언스 제품은 ETC 시장보다 더 높은 연평균 성장율을 보이고 있다.



얼라이언스 제품의 연간 숫자

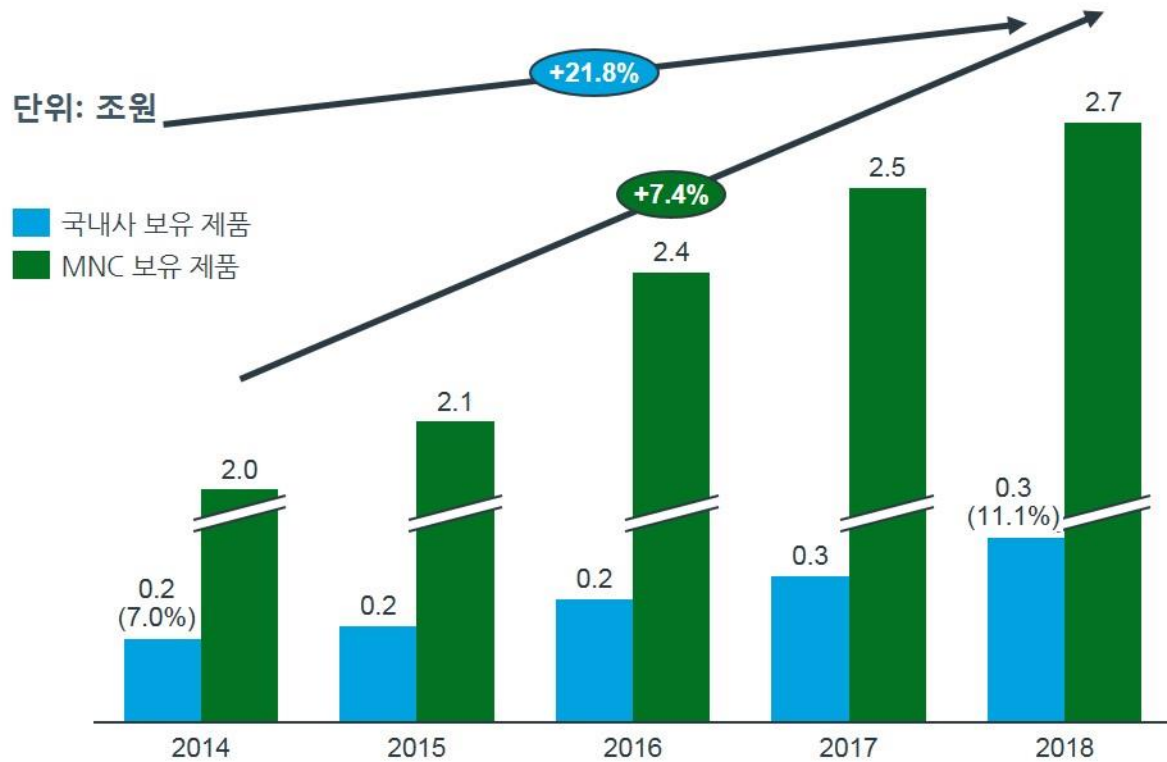
2014년에 170개 수준의 얼라이언스 제품 수는 2018년 230개로 증가한 것을 확인, 매년 15개 정도의 제품 얼라이언스가 이뤄진 것으로 분석된다. MNC 보유 제품의 얼라이언스 비중은 약 76%를 차지한다.

단위: 얼라이언스 제품 수



국내사와 MNC의 얼라이언스 제품의 실적

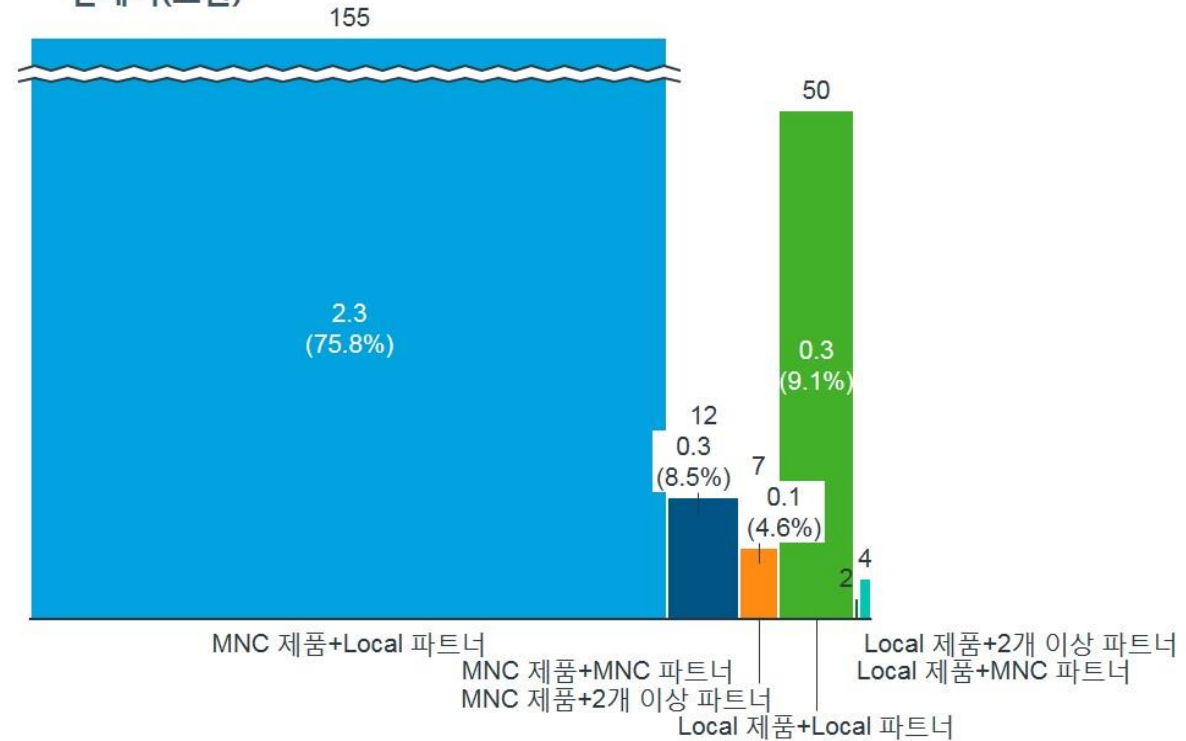
3조 정도의 ETC 얼라이언스 시장에서 MNC 제품의 매출은 2.7조 원으로 89%의 점유율을 차지한다. 하지만 5년 연평균 성장율 관점에서는 국내 제약사의 얼라이언스 제품 성장율이 월등히 높은 것을 확인할 수 있다.



국내사와 MNC 제품의 얼라이언스 현황

MNC 제품을 하나의 국내사와 계약하는 형태의 얼라이언스가 가장 비중을 차지하며, 매출액 측면에서도 2.3조 원으로 전체 ETC 얼라이언스 매출 비중에서 76%를 차지 한다.

단위: 얼라이언스 제품 수
판매액(조원)



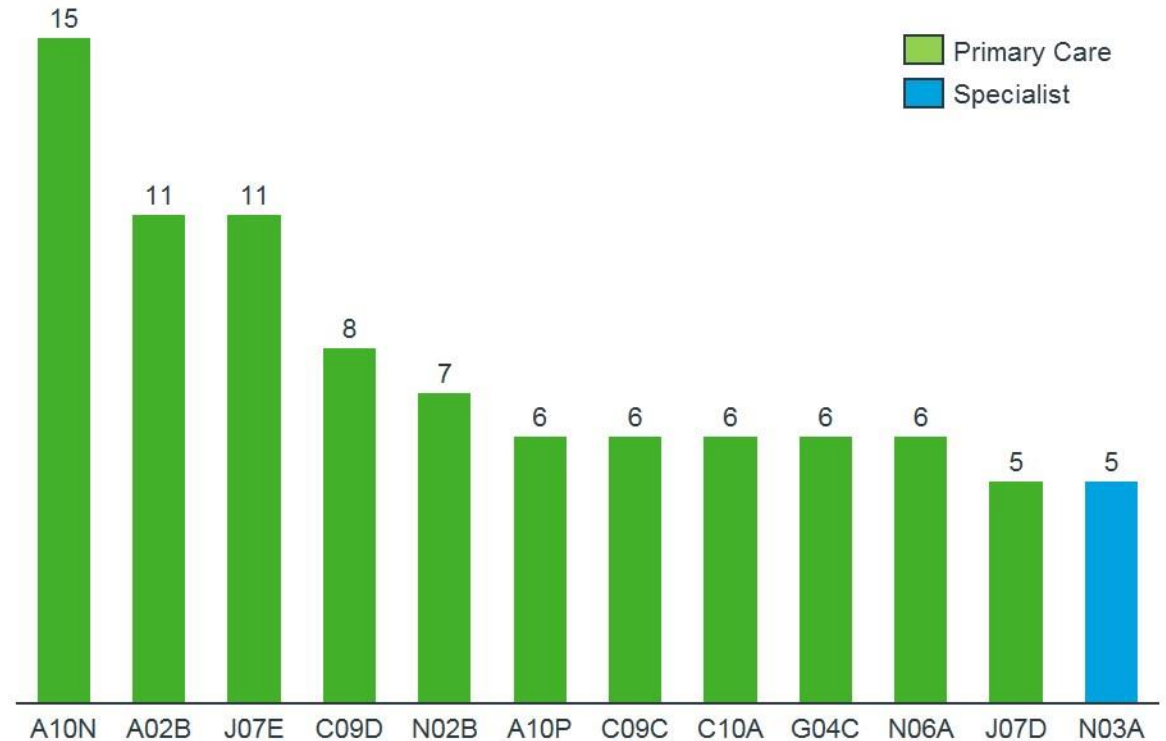
얼라이언스가 이뤄지는 시장-TC 1st 레벨

가장 빈번히 얼라이언스가 이뤄지는 시장은 A, J, N 카테고리 순으로 나타났다. M 카테고리를 정도를 제외하고는 각각의 해당 카테고리 전체 시장의 연평균 성장율보다 얼라이언스 시장의 성장율이 더 높았다.

TC	# of alliance products	CAGR(%) 2014-2018	CAGR(%) 2014-2018 ETC
A - ALIMENTARY T.& METABOLISM	47	14.6%	8.1%
J - SYSTEMIC ANTI-INFECTIVES	37	2.3%	2.4%
N - NERVOUS SYSTEM	35	9.7%	7.4%
C - CARDIOVASCULAR SYSTEM	28	6.4%	5.7%
G - G.U.SYSTEM & SEX HORMONES	19	7.2%	6.8%
M - MUSCULO-SKELETAL SYSTEM	13	-1.4%	3.4%
R - RESPIRATORY SYSTEM	13	9.4%	5.3%
L - ANTINEOPLAST+IMMUNOMODUL	11	16.1%	14.8%
OTHERS	27	17.8%	8.3%

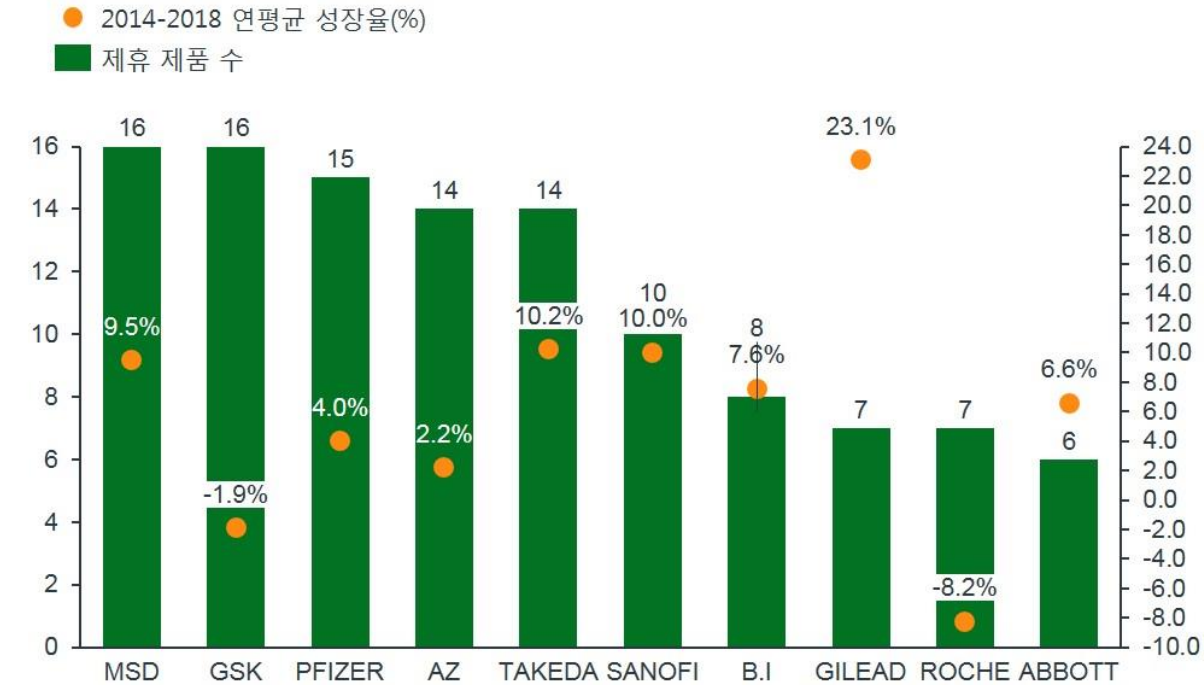
얼라이언스가 이뤄지는 시장-TC 3rd 레벨

TC 3rd 레벨을 살펴보았을 때, 가장 빈번히 얼라이언스가 이뤄지는 시장은 A10N, A02B, J07E 순이었다. A10N과 A10P의 경우 거의 모든 제품이 얼라이언스 관계에 있다고 보여진다. 상위 11개까지는 다 Primary Care(1차 의료) 제품이 차지한다.



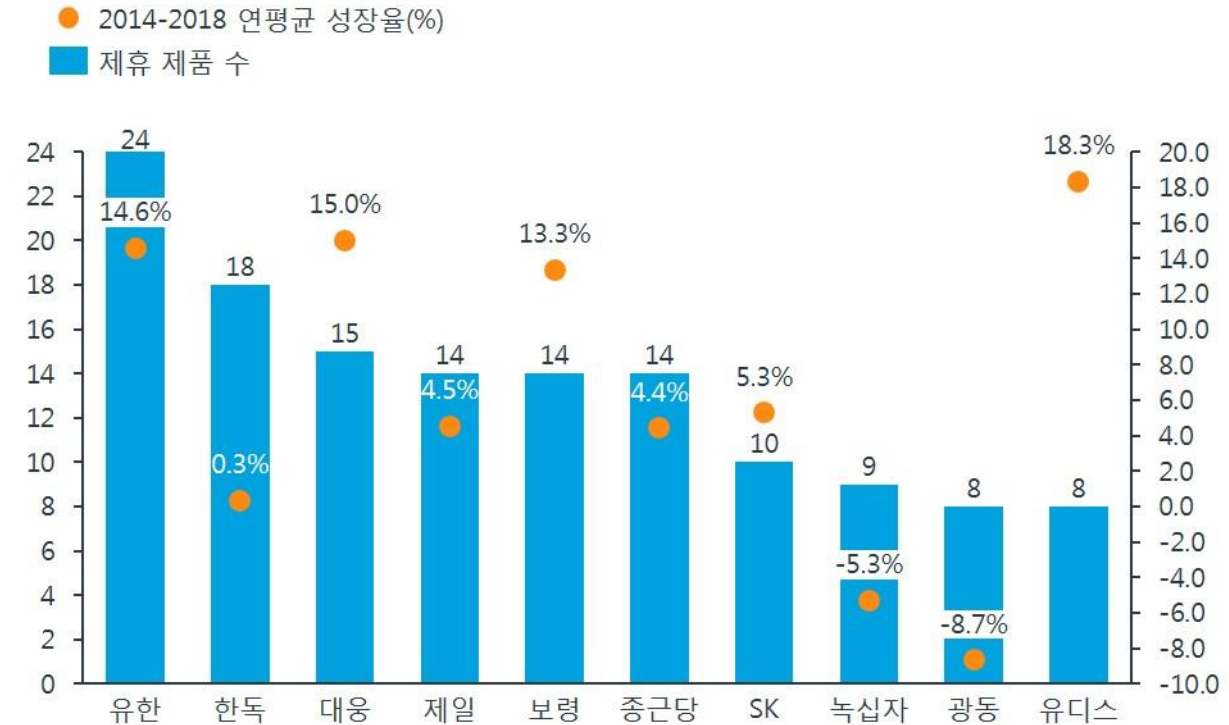
자사 제품 얼라이언스를 택한 제약 회사

MSD, GSK, Pfizer가 가장 많은 자사 제품들에 대한 얼라이언스를 진행했다. Gilead는 7개 제품의 얼라이언스를 통해서 분석 기간(2014~2018)동안 가장 높은 성장세를 보였다.



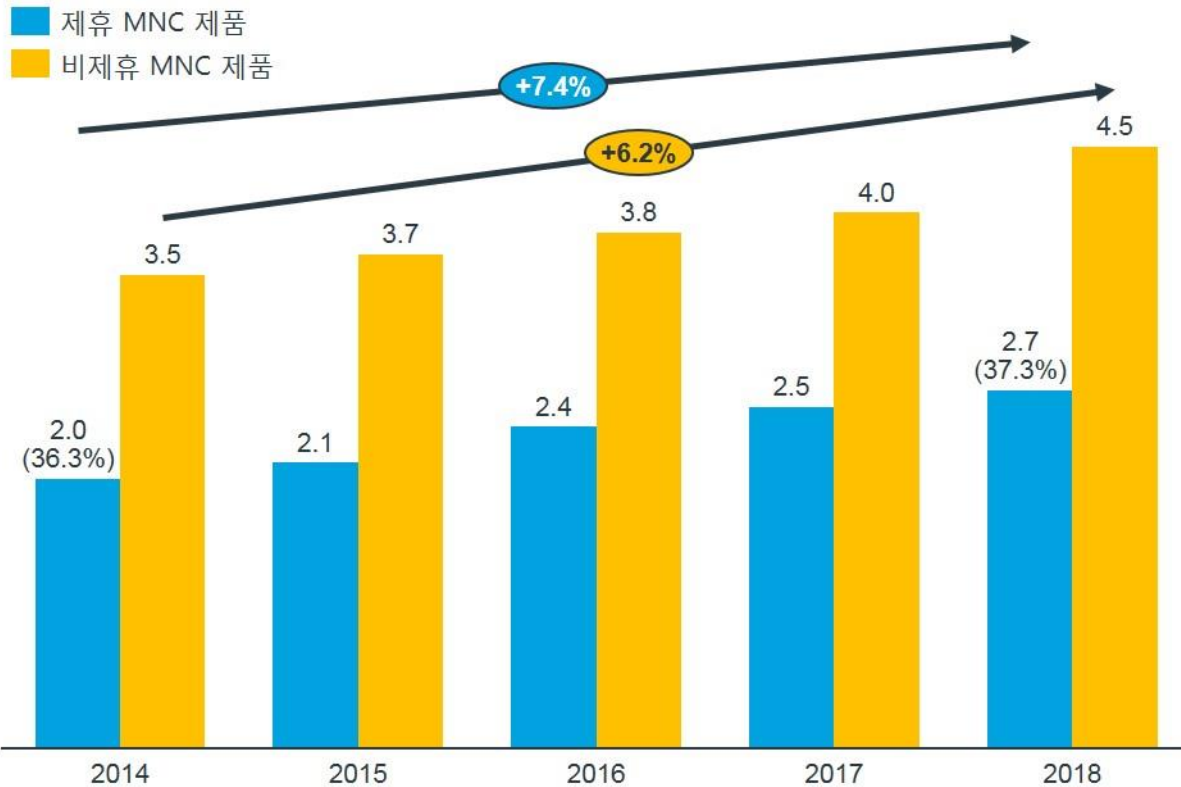
얼라이언스의 파트너로 선택된 제약 회사

가장 많이 얼라이언스 파트너가 된 회사는 유한양행이고 그 다음은 한독약품, 대웅제약 순이었다. 유한은 24개 얼라이언스 제품에 대해 해당 기간(2014~2018년) 동안 14.6%의 성장율을 보여줬다.



얼라이언스 여부에 따른 실적 비교(MNC)

ETC 시장 기준으로 MNC의 경우 얼라이언스 제품의 연평균 성장률이 단독으로 프로모션 하는 제품의 연평균 성장률을 앞지르고 있다.



국내 제약업계의 얼라이언스 분석

요약 및 결론

- 국내 ETC 시장에서 얼라이언스 관련 제품의 매출은 2018년 기준 연간 3조원 규모이며, 이는 ETC 시장 매출 점유율의 18%를 차지한다.
- 230개 얼라이언스 제품 중 76%가 MNC 제품, 나머지 24%가 국내사 제품이다. 얼라이언스 관련 국내 제품의 건수 및 매출 숫자는 아직 적으나 2014~2018년 연평균 성장률은 21%로 동기간 ETC 전체 성장률인 7%를 훨씬 상회한다.
- 파트너십 형태로는 MNC 제품+ 1 국내제약사 조합이며, 이는 2조 3천억의 매출을 기록하고 있다.
- 얼라이언스를 가장 많이 선택한 MNC는 MSD, GSK였으며, 파트너로 가장 선호된 회사는 유한과 한독이었다.
- MNC의 경우 얼라이언스 관련 제품군의 매출이 그렇지 않은 제품군에 비해 더 높은 5년 평균 성장률을 보여 주어, top-line 관점에서도 얼라이언스가 실익이 있는 선택이라고 보여진다.

[문의]

한국 아이큐비아 이강복 이사
kangbok.lee@iqvia.com