

IMS Health & Quintiles are now



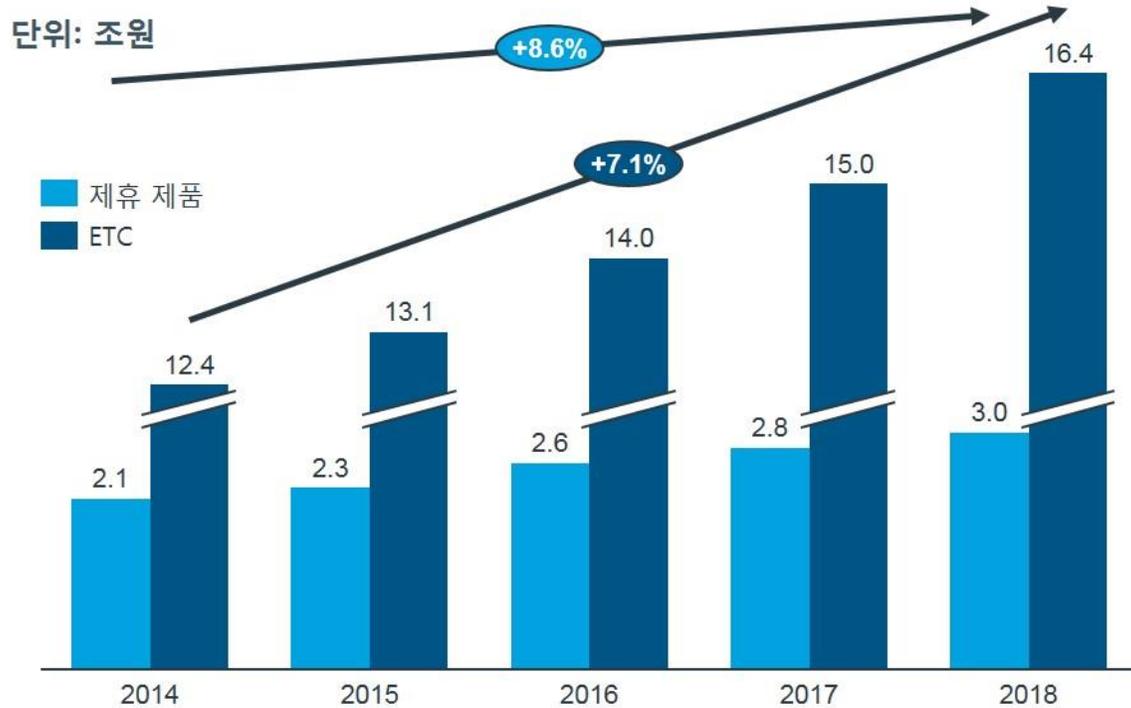
# 국내 제약업계의 얼라이언스 분석

*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

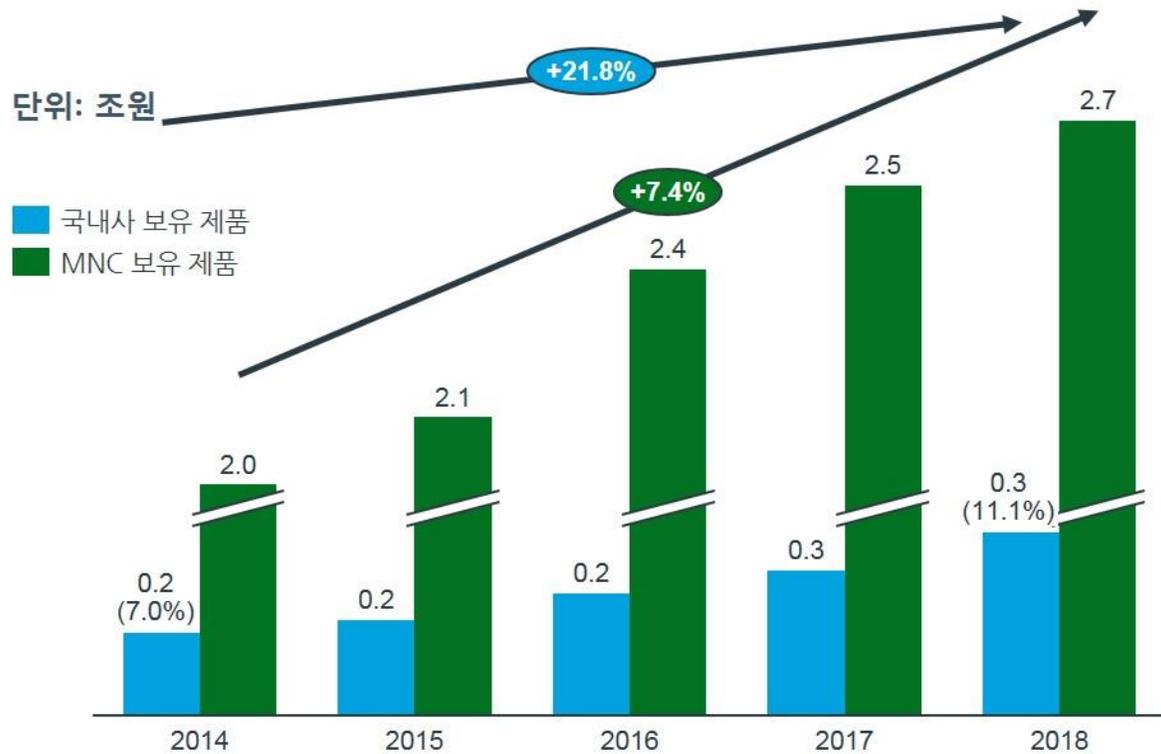
2014년에 170개 수준의 얼라이언스 제품 수는 2018년 230개로 증가한 것을 확인, 매년 15개 정도의 제품 얼라이언스가 이뤄진 것으로 분석된다. MNC 보유 제품의 얼라이언스 비중은 약 76%를 차지한다.

단위: 얼라이언스 제품 수



## 국내사와 MNC의 얼라이언스 제품의 실적

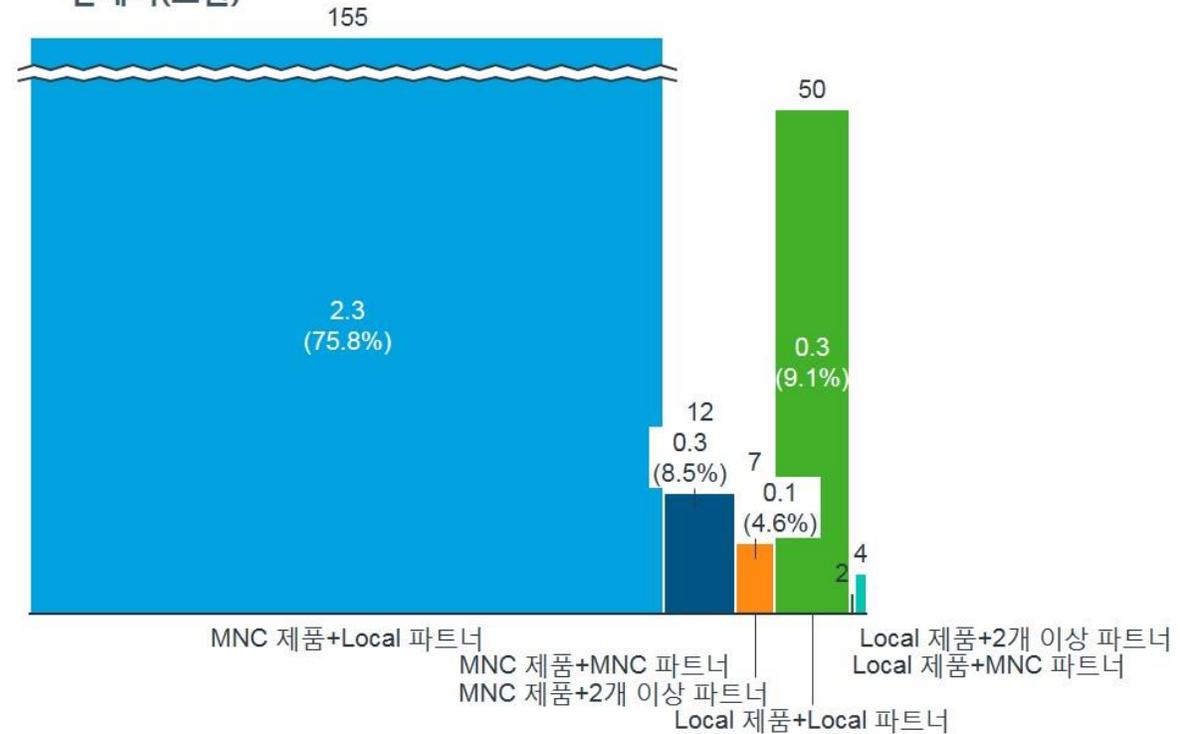
3조 정도의 ETC 얼라이언스 시장에서 MNC 제품의 매출은 2.7조 원으로 89%의 점유율을 차지한다. 하지만 5년 연평균 성장율 관점에서는 국내 제약사의 얼라이언스 제품 성장율이 월등히 높은 것을 확인할 수 있다.



## 국내사와 MNC 제품의 얼라이언스 현황

MNC 제품을 하나의 국내사와 계약하는 형태의 얼라이언스가 가장 비중을 차지하며, 매출액 측면에서도 2.3조 억으로 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%

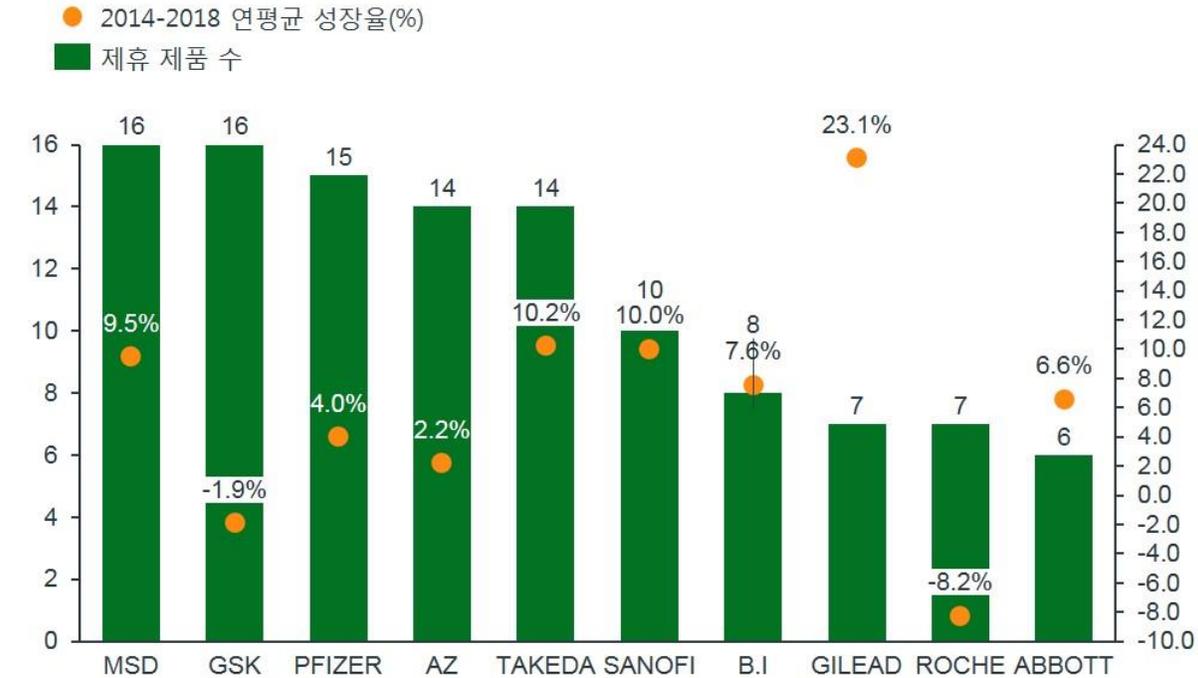
## 얼라이언스가 이뤄지는 시장-TC 3rd 레벨

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.



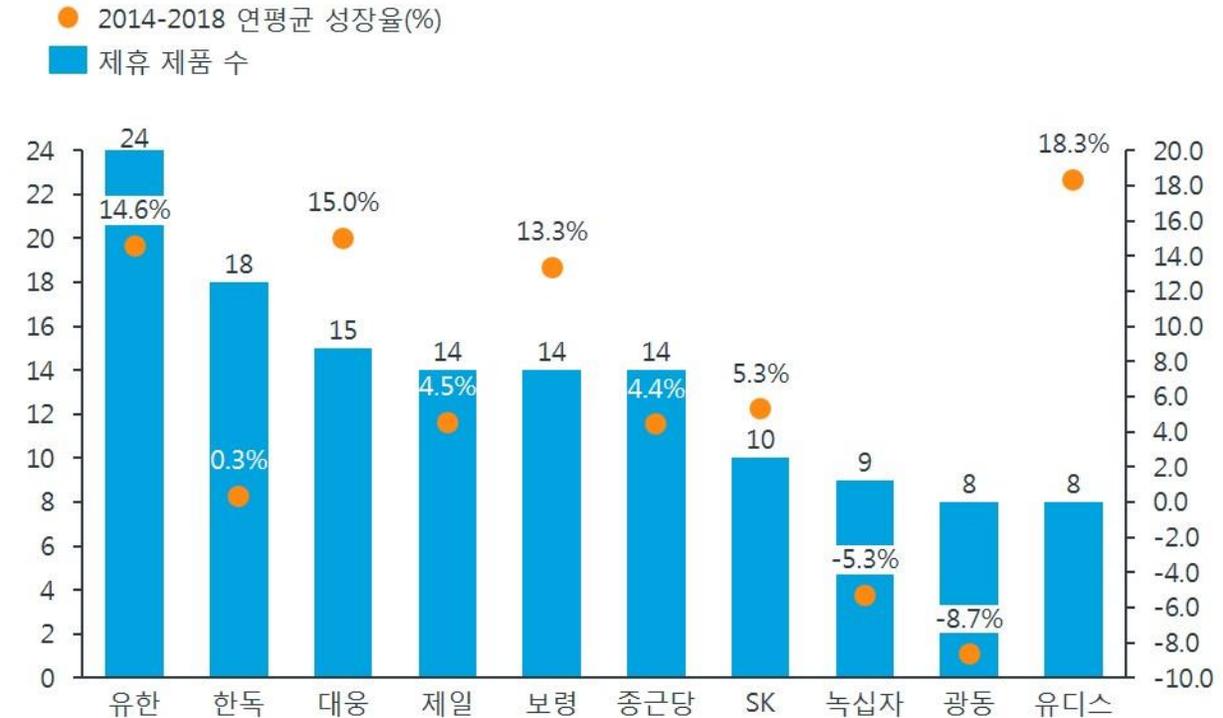
## 자사 제품 얼라이언스를 택한 제약 회사

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



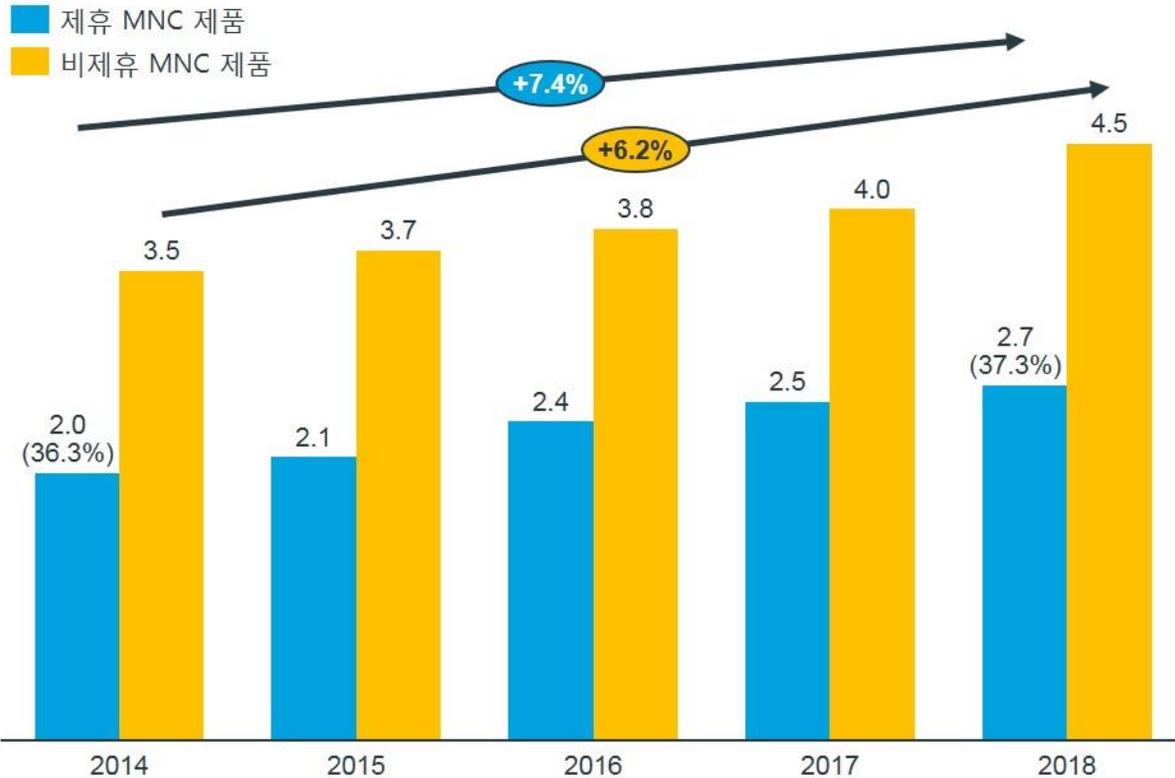
## 얼라이언스의 파트너로 선택된 제약 회사

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, GSK 였으며, 파트너로 가장 선호된 회사는 유한과 한독 이었다.
- 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