

# 대웅-한국릴리, 누이 좋고 매부 좋고!

## 국내-외국 제약기업 다시 밀월관계 ... 판매권 확보 시 실익 따져봐야

판매권 회수 문제 등으로 한동안 소원한 관계에 있던 국내 제약기업과 다국적 제약기업이 최근 잇달아 판매 제휴를 체결함에 따라 다시 밀월관계에 접어드는 것이 아니냐는 관측이 나오고 있다.

다국적 제약기업들은 외환위기를 전후해 국내기업과의 합작관계를 청산하고 100% 현지법인으로 전환하거나 국내기업에 주었던 제품 판매권을 회수하는 등 독자 경영체제 확립을 적극 추진해왔다.

당시 미국계 회사인 한국화이자와 한국릴리, 스위스계 한국로슈, 프랑스계 룡프랑로라(현재 아벤티스파마) 등이 국내회사와 지분 관계를 끊었으며, 한국MSD는 중외제약에 주었던 3개 제품(당시 연간 250억원 이상 판매) 판매권을 회수한 바 있다.

그러나 동신제약은 4월1일 한국와이어스의 항생제 <오젝스> 등 10개 제품을 국내 독점판매기로 계약을 체결했다. 와이어스가 지금까지 한국시장에서 팔던 제품의 상당 수를 동신제약이 팔게 된 것이다.

대웅제약은 2003년 2월 한국릴리에서 항생제 <시클러> 등 3개 제품 판매권을 받은 데 이어 3월에는 우울증 치료제의 대명사로 불리던 <푸로작>을 공동 마케팅하기로 했다. 3개 제품은 대웅제약이 독점판매하는 한편, <푸로작>은 대웅제약이 의원급, 릴리가 병원급 영업을 맡았다.

유유는 3월 파마시아에서 결핵약 <마이코부틴> 등 2개 제품의 제조·상표·판매권 등을 인수해 자사 제품화했고, 한울제약은 바이엘코리아의 고혈압 치료제 <바이프레스>에 대한 국내 판매권을 확보 했다.

국내 제약기업과 다국적 제약기업들의 잇따른 제휴는 국내기업은 다양한 제품군을 확보하게 돼 이득이고, 다국적 제약기업들은 국내기업의 영업망을 활용해 판매를 늘릴 수 있을 것으로 보여 Win-Win 효과가 기대된다.

다국적 제약기업들 역시 품목마다 다르겠지만 국내기업들 가운데 잘 할 수 있는 기업에 판매를 맡기는 것도 좋은 방법이라며 좋은 파트너가 있다면 추가 제휴도 가능할 것으로 내다보고 있다.

그러나 한편에서는 일부 다국적 제약기업들이 한물 간 제품에 한정해 판매권을 넘기고 있어 국내기업들에게는 큰 이익이 되지 않는 것이라는 지적도 제기하고 있다.

<Chemical Journal 2003/04/15>