

유럽 제약기업 미국 진출 노린다!

미국 제약시장 성장성 강화에 발맞춰 ... 아시아 시장 확대도 기대

유럽 제약기업들이 미국시장 진출을 노리고 있다.

북미는 2001년 세계 제약시장의 47.2%를 차지했고, 1990년에 비해 31.1% 성장하는 등 발전성이 크기 때문이다.

다국적 제약기업에 있어 미국시장은 최고의 견인차 역할을 하고 있고, 유럽기업의 연구개발(R&D)비 지출에서 미국의 점유율은 1990년 및 1995년 26%에 불과했으나 1999년에는 34%로 확대됐다.

미국으로의 R&D 기반 이동으로 유럽 제약기업들은 연이어 성장하고 있지만, 유럽시장은 1990년 37.8%에 달했던 세계시장 점유율이 2001년 23.7%로 떨어져 경쟁력을 잃고 있다.

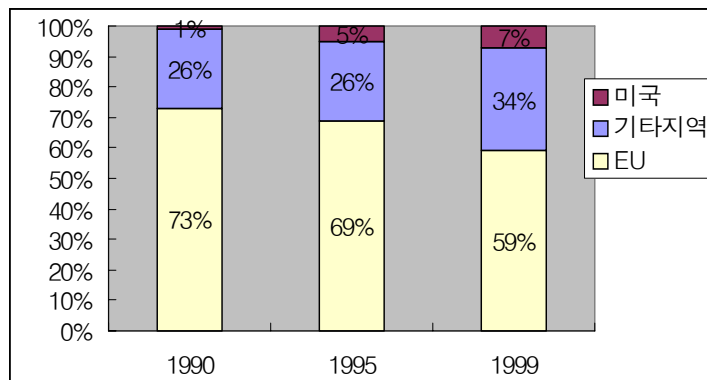
이에 위기감을 느낀 유럽위원회 및 유럽제약업계는 유럽시장의 활성화를 위한 대책 마련에 착수했다.

자유약가와 소비자 직접광고가 가능한 미국시장은 신약의 장점을 충분히 살릴 수 있어 유럽 제약기업들은 미국 제약기업들과 격렬한 경쟁을 벌이고 있으나 아직 탄탄한 판매기반을 갖추었다고 할만한 제약기업은 극히 소수일 뿐 대다수는 투자와 판매기반 구축에 집중하고 있다.

영국의 GSK(GlaxoSmithKline)은 미국에 MR(의약정보담당자) 8000명을 두고 있는데 미국시장 점유율이 8%에 달하고 있다. 영국의 AstraZeneca도 미국에서의 경영체제를 개편·확충해 시장점유율이 5.8%에 달하고 있다. 스위스의 Novartis는 MR 6000명 체제를 정비했으나 더 확충할 계획이다.

프랑스의 사노피 산테라보는 처음 라이선스 체결·합병으로 시장개척을 하다 지금은 직접판매를 표명하며 MR을 2000명 이상 확충해 미국에서의 지명도를 높이는 한편, 2002년 7월에는 뉴욕증권거래소에 상장했다.

EU 제약기업의 R&D투자비 지출 변화



자료) EPPIA

독일의 BI(Boehringer Ingelheim)는 전문영역용 1500명을 확보해 대형제품, 개업의사 루트에서 제휴하고 있고, 독일의 Schering은 산부인과와 암영역에서 판매력을 가지고 있는 한편으로 2006년 이후 피부과 영역 시판 제품에 대해 라이선스 아웃은 희망하지 않는다는 방침을 세우고 인수를 통해 직접 판매망을 구축할 계획이다.

덴마크의 Novo Nordisk는 미국 Schering-Plough의 파트너십을 해제한 후 미국의 인슐린 시장에서 성장을 계속하기 위해 자사 단독으로 판매할 방침 아래 MR을 575명으로 증원했다.

<Chemical Journal 2003/12/31>