

활성비타민제 아로나민골드

- 일동제약(주) 자료제공 -

짧은 시간을 주기로 명멸하는 것이 의약품계의 현실이 되버린 오늘날,
발매당시부터 40여년간 변함없이 사랑받고 있는 의약품이 있다.
일동제약(주)의 활성비타민제 아로나민골드가 바로 그것.
본고에서는 온 국민의 비타민 피로회복제로 자리잡은
아로나민골드의 패키지 변천에 대해 살펴본다.

-편집자 주-

1. 모든 원료는 우리 손으로

독자적으로 활성비타민(프로설티아민)의 합성에 성공, 아로나민은 1963년 병포장으로 발매되기 시작한다. 일동제약 아로나민은 비록 이연합성(理研合成)의 '푸로나민'에 이어 두 번째 나온 제품이었으나, 치아민 염산염의 자체합성을 통한 쓴맛을 없앤 높은 품질로 당당하게 첫발을 내딛었다. 아로나민이 출시되자 그동안 이연합성의 특허문제로 눈치를 보고 있던 메이커들은 유사제품을 출시했으나 아로나민은 우수한 품질과 앞선 광고전략으로 국민들의 마음속에 자리잡게 되었다.

2. 예방적 차원에서 치료제로

아로나민을 발매한지 7년만인 1970년 4월, 아로나민골드가 출시되게 된다.

이에 아로나민은 치료제로의 전환을 꾀하며 여러 가지색의 아로나민정 50mg을 30T, 100T, 200T, 500T, 1000T 등 다양한 포장단위로 발매, 병의원과 약국에서 처방되도록 유도했다.

한발 더 나아가 아로나민정F 50mg, 아로나민주 10mg, 아로나민F주 10mg 등 주사제까지 개발, 아로나민을 완벽한 치료제 개념으로 바꾸어 놓는데 성



▲ 아로나민 주사제



◀ 아로나민 최초 광고

공했다. 또한 매년 50~100% 성장을 이루며 활성비타민제 시장의 50%를 점유해 나가기 시작했다.

3. 활력의 노란 캔 아로나민골드 탄생

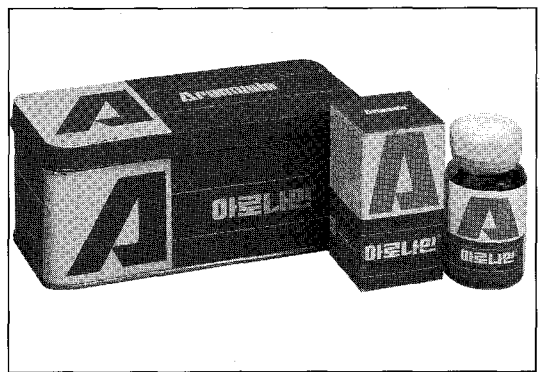
‘아로나민은 마늘로 만든다. 마늘만 먹으면 아로나민을 먹을 필요가 없다’는 등 아로나민의 가장 큰 골치거리는 바로 피로설티아민의 마늘냄새였다. 이에 일동제약은 커피에서 추출한 성분으로 마늘냄새를 없앤 푸르셀티아민(활성비타민 B₁, TTFD)을 자체

개발, 활성비타민 B₂, B₆, B₁₂과 비타민 C, E를 보강한 아로나민골드를 개발하였다.

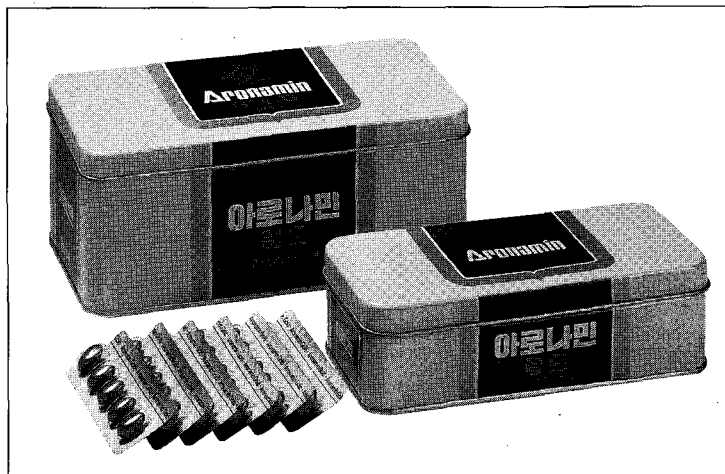
아로나민과의 충돌을 우려해 출시하지 못하고 있던 즈음, 경쟁사들이 푸르셀티아민을 수입, 유사품을 출시하려는 움직임이 활발해짐에 따라 일동제약(주)은 1970년 지체없이 노란 캔의 아로나민골드를 시장에 선보이게 된다. ‘체력은 국력’이라는 슬로건의 스포츠 광고와 1971년 ‘의지의 한국인’ 시리즈로 큰 성공을 거두고 있던 아로나민의 이미지를 그대로 승계한 아로나민골드는 재판매의 성공사례를 업계에 남



▲ 초대 아로나민 캔 포장 형태



▲ 빨간색으로 포장된 아로나민 캔포장과 병형태



◀ 아로나민골드 캔 포장 형태

기며 활력의 상징 노란 캔으로 국민들에게 강한 인상을 심어주었다.

4. 황금색 종이포장으로 변화

아로나민골드가 아로나민의 후속제품으로 독보적인 위치에 올라서기까지 약 10년간, 아로나민은 복합비타민제 시장의 리더품목이었던 유한양행의



▲ 현재 출시되고 있는 아로나민골드 포장형태

비네몬 500을 1972년부터 앞서기 시작하여 1974년에는 2배, 76년 4.6배, 78년 5.9배로 추월하며 꾸준히 성장하였다. 아로나민골드 역시 77년에 10억, 80년대 후반에 200억대의 매출을 올린 것을 비롯, 91년 매출 300억대를 넘어서며 국내 대표 비타민제로 자리잡았다.

거대품목으로 발전하게 된 아로나민골드는 또한 심각해지는 환경문제를 고려, 2002년 아로나민골드의 상징이었던 노란색 캔 대신 환경친화적인 종이포장으로 패키지를 변경하고, 제형 또한 더욱 안정적인 필름 코팅으로 바꾸며 도약을 준비하고 있다.

5. 맺음말

월드컵의 열풍을 타고 건강에 대한 욕구가 커짐에 따라 비타민제 시장은 다시 한번 그 전성기를 맞고 있다.

최근 광고지면을 통해 가족의 건강과 활기찬 생활을 말하고 있는 아로나민골드의 발전이 어디까지 이어질 지 귀추가 주목되고 있다. [K]