

의약외품자판기 시장 가능성 타진

앞으로 시중판매 의약외품 종류 확대 호재 작용



의약외품자판기는 과연 시장 가능성이 있는 가? 현재로서는 제품 컨셉조차 생소한 분야의 시장 가능성을 논하는 것 자체가 시기상조로 보인다. 하지만 보건복지부는 최근 약국이 아닌 편의점 등 일반유통에서 살 수 있는 의약외품 품목을 대폭 늘려 나갈 계획이라고 밝히고 있어 자판기로의 사업성을 본격 검토할만한 시점에 와 있다. 더욱이 주 5일제가 확대됨으로 인해 자판기를 통한 의약외품 무인 유통의 메리트 역시 커져가고 있다.

마땅한 신시장 아이템 부재에 시달리는 자판기 산업에 있어 의약외품자판기 시장은 많은 관심을 가질 만한 영역이다. 시중판매가 가능한 의약외품이 늘어 늘수록 자판기로의 사업성 역시 커져 갈 것이기 때문이다.

의약외품자판기 시장을 왜 관심을 가지고 지켜봐야 하는지, 또 어떤 방향으로의 시장 개척 가능성이 있는지를 살펴봤다.

▶▶ 의약외품이란

약사법에는 의약외품에 대해 다음과 같이 정의하고 있다.

1. 사람 또는 질병의 치료·경감·치지 또는 예방의 목적으로 사용되는 섬유·고무 제품 또는 이와 유사한 것.
2. 인체에 대한 작용이 경미하거나 인체에 직접 작용하

지 아니하며, 기구 또는 기계가 아닌 것과 이와 유사한 것.

3. 전염병 예방을 목적으로 살균·살충 및 이와 유사한 용도로 사용되는 제제.

쉽게 말해 의약외품이란 일반 의약품 가운데 안정성이 보장이 되고 부작용이 적은 의약품을 말한다. 현재 편의점 등에서 구입할 수 있는 비타민, 파스류, 미네랄 세

제 등이 여기에 포함이 되며 그 종류들은 다양하다. 현재 의약외품으로 분류가 되어 일반유통을 통한 판매가 가능한 주요 제품을 살펴보면 다음과 같은 품목을 들 수 있다.

- 탈모의 방지 또는 양모제 (특별성분 함량제한 있음)
- 염색제
- 붕대, 반창고 및 이와 유사한 제품
- 탈지면, 거즈 및 이와 유사한 제품
- 콘택트렌즈 관리용품
- 궤연형 금연보조제
- 외용소독제
- 식약청장이 인정한 스프레이 파스, 비타민 및 미네랄제제, 자양간장변질제 중 내용액제
- 코골이제
- 치아미백제

이같은 의약외품들은 현재 편의점 등의 일반 유통을 통한 판매가 허용이 되고 있다. 일반유통을 통해 판매가 될 수 있다는 사실은 자판기를 통한 무인유통도 문제가 없다는 얘기가 된다. 보건복지부 의약품 정책과는 의약외품을 자판기에 넣어 판매하는 무인유통 자체가 문제가 없는 것으로 해석하고 있다. 그런 만큼 자판기를 통한 유통도 얼마든지 가능하나 아직 관련업체의 무관심과 사업성 부족의 요인으로 상품화가 되고 있지 않다.

이러한 상황에서 자판기를 통한 사업성이 재평가 되어야 할 요인은 앞으로의 의약외품의 시장 상황이다. 보건복지부는 지난 6월 각종 규제 등에 따른 국민 불편을

덜어주기 위해 의약외품 종류 확대 등 31개 의료제도에 대한 개선을 추진하겠다고 밝혔다.

이에 따르면 주5일 근무제 등에 따른 약국의 휴무 등으로 휴일에 약구입이 어려운 점을 감안, 편의점 등에서 판매하는 의약외품의 종류가 하반기부터 대폭 늘어난다.

복지부 한 관계자는 "극히 일부 품목을 제외하고 일반 의약품이 약국에서만 판매되고 있어 국민들의 불편이 적지 않다" 며, "매년 편의점 등에서 판매가 가능한 의약외품을 재분류해 그 품목수를 크게 늘려 나갈 계획" 이라고 밝혔다.

보건복지부는 앞으로 식약청과 확대 품목 조정 작업을 거쳐 대상품목을 확대할 계획이다. 이같은 계획에 따르면 앞으로 의약외품 시장이 크게 확대될 것으로 전망이 된다. 의약외품 시장의 규모는 지난 2004년의 경우 8,152억원대의 규모에 달한다. 앞으로 의약외품 적용 품목수가 크게 늘어나면 자연 시장 규모도 크게 확대가 된다. 품목수가 빨리 확대가 된다면 연간 2조원 규모의 시장 형성도 가능할 것으로 보여 진다.

이같이 시장 확대의 호기를 맞고 있는 시장에 있어 자판기가 관심을 안가질 수 없다. 큰 폭의 시장 확대가 예상되고 있는 마당에 무인유통기기로서의 효용가치를 높일 수 있는 자판기에 관심을 가지지 않는다는 것은 시대적은 조류를 너무도 등한시 하는 처사이다.

우물가에서 승냥을 찾는 식의 조급함으로서 이 시장을 봐서는 안 되겠지만, 승냥을 찾기 전에 우선 우물이라도 팔 준비를 해야 하는 게 시장변화에 제대로 대처하는 방법이다.

혹자는 자판기를 통해 팔만한 의약외품이 마땅치 않다

고 부정적인 시각을 가질 수도 있을 것이다. 그러나 현재의 시점에서 그 아이টেম에 대한 한정성을 생각해서는 안 된다. 얼마든지 사업성을 충족시킬만한 의약외품이 확대될 수도 있는 게 앞으로의 시장상황이다.

다양한 의약외품의 적용을 통해 자판기 한대가 미니 약국의 역할을 대행 할 수 있게 할 수 있다. 이런 관점에서 볼 때 의약외품자판기의 가능성은 새롭게 조명되어야 할 필요성이 높다.

▶▶ 박카스 같은 폭발력 있는 시장도 있다

동아제약의 박카스는 현재 약국에서만 판매가 되고 있다. 하지만 일반유통을 통한 판매가 허용이 될 경우, 시장 파괴력은 더욱 확대가 될 수 있다.

동아제약이 박카스-에스라는 제품명의 의약외품 신고수리 신청을 한 것과 관련해 식품의약품안전청의 허용 여부에 관심이 고조 되고 있다.

동아제약은 지난해 대전지방식약청에 의약품인 박카스-에프의 성분을 일부 변경, 박카스-에스라는 제품명을 사용해 의약외품으로 판매가 가능할 수 있도록 신고수리 신청을 했다.

의약품과 비슷한 제품명을 의약외품에 사용토록 허용해 달라고 요청한 것은 이번이 첫 사례로써 박카스의 의약외품 허용 여하에 따라 향후 비슷한 제품명을 가진 의약품-의약외품의 신고수리에 상당한 영향을 미칠 것으로 전망되고 있어 결정여부에 시선이 집중되고 있다.



대전지방식약청은 이와 관련 의약품과 비슷한 명칭을 의약외품에 사용할 수 있는지 여부를 본청에 의뢰했으며, 식약청은 '박카스' 의약외품 허용 여부를 놓고 검토에 착수했다.

식약청의 이같은 조치는 이번사안이 어떤 방향으로 결정되느냐에 따라 향후 의약품과 연계된 의약외품의 신고수리에 큰 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단했기 때문이다.

이에 따라 식약청은 박카스 의약외품 허용과 관련, 비슷한 제품명을 사용해 의약외품 허가가 가능한지 여부에 대한 법률적인 검토에 들어간 것으로 전해졌다.

가장 핵심이 되는 부분은 약사법 시행규칙에서 규정하고 있는 신고수리 기준이다.

현재 약사법 시행규칙 21조에는 '의약품 등의 명칭으로 적합하지 아니하거나 다른 제품으로 오인할 우려가 있거나 실제보다 과장된 명칭은 허용이 불가능하다'고 명시되어 있다.

즉, 의약외품으로 출시예정인 박카스-에스가 의약품인 박카스-에프와 오인할 우려가 있는지에 대한 해석이, 의약외품 신고수리 허용 여부의 주요 쟁점이 될 것으로 분석되고 있다.

또한 식약청에서는 박카스-에스를 동아제약 요청대로 허용했을 경우 일어나게 될 시장변화도 고려하고 있는 것으로 파악되고 있다.

식약청은 의약품과 동일한 제품명을 의약외품에 허용할 경우, 자양강장제 뿐만 아니라 비타민제 등 다른 성분의 제품(의약외품)들도 연쇄적으로 신고수리가 가능하도록 허용해야 하기 때문이라는 논

리를 들고 있다.

예를 들면 혼합비타민제인 의약품 '000-A'를 저함량비타민제인 의약품 '000-B'로 사용 허용토록 신청하는 사례 등이 증가할 수 있다는 지적이다.

그러나 일각에서는 산업적인 측면에서 보았을 때, 동아제약이 '박카스'라는 브랜드 가치를 활용한 유통다변화 전략과 변화하는 약업시장에 대처하기 위한 방편의 하나라는 점에서 식약청이 제품명 허용에 관대해야 한다는 견해도 나오고 있다.

또한 성분과 명칭이 동일하지 않으며, 의약품 안전성과 직접적인 연관이 없고, 브랜드를 살리기 위한 마케팅 전략의 하나로 이해한다면 동아제약의 허용신청은 받아들여야 한다는 의견도 설득력을 얻고 있다.

식약청 관계자는 "현재는 검토단계이기 때문에 아무것도 결정된 사항이 없다"고 전제하고 "약사법 시행규칙 등 법률안 및 향후 시장의 변화 등을 종합적으로 검토해 최종 판단을 내릴 것"이라고 밝혔다.

한편 동아제약의 박카스-에스 의약품 신고수리 신청은 박카스에프의 시장이 비타민 드링크제 출시 등으로 잠식당한 부분을 만회하기 위한 전략으로 예측되고 있다.

특히 동아제약은 이미 군납용으로 박카스-에이관 제품명의 식품드링크도 선보인바 있어 일반 유통 시장을 겨냥한 박카스-에스의 의약품 신고수리를 원하고 있는 것으로 알려지고 있다

박카스-에스가 의약품으로 분류되어 일반 유통 판매가 가능해지면 그 파급력은 엄청 클 것으로 기

대되고 있다. 지금까지는 약국에 제한되어 판매가 되었어도 그 시장규모는 엄청났다. 박카스의 2004년도 매출은 1742억. 광동제약 비타 500의 돌풍에 2003년보다 매출이 감소하기는 했지만 의약품목으로 제한된 판매처에서만 판매가 된다는 사실을 감안한다면 놀라는 실적이라 아니할 수 없다. 이런 상황에서 박카스-에스의 일반 판매가 허용이 된다면 자판기도 좋은 유통수단이다. 캔자판기처럼 박카스 병제품을 판매하는 자판기 수요가 크게 늘 것이기 때문에 기계매출에는 큰 시장호재로 작용할 것이다.

또한 박카스-에스 외에도 기타 기능성 음료 영역이 크게 확대가 된다면 자판기를 통한 마케팅 동향도 크게 확산이 될 것이다. 의약품의 확대가 자판기 시장에 가져다주는 파급력을 이러한 시각에서도 봐야 한다.

▶▶ 새로운 도전을 준비해라

의약품의 대상영역이 앞으로 크게 확대되어 나갈 것이기 때문에 자판기 분야도 이제 새로운 도전을 준비해야 할 필요성이 크다. 산업계는 앞으로의 의약품 시장확대에 대비하여 관련제품의 개발 상품화에 대한 관심을 높여야 한다.

자판기의 새로운 시장영역 개척은 보다 멀리 볼 수 있는 시각에서 나온다. 의약품의 확대, 주 5일제 근무의 호재는 분명 의약품 시장에 있어 자판기의 틈새시장 가능성을 높이고 있다. 산업계의 이 시장에 대한 관심고조를 통해 적극적인 투자의욕이 생겨날 수 있기를 기대해 본다.