약학회지 제 53 권 제 2 호 45~50 (2009)
Yakhak Hoeji Vol. 53, No. 2

藥學會誌

의약분업후 건강기능성식품이 약국경영에 미치는 영향

최병철 · 강효숙 · 곽현수 · 손의동#
중앙대학교 약학대학
(Received September 25, 2008; Revised March 24, 2009; Accepted March 25, 2009)

Influence for Pharmacy Management by Health Functional Food after the Separation of Prescribing and Dispensing Practice

Byung-Chul Choi, Hyo-Sook Kang, Hyun Soo Kwak and Uy Dong Sohn#
College of Pharmacy, Chung Ang Univercity

Abstract — The purpose of this study is to investigate the best way that health functional food contributes the diversification of pharmacy management at the new point after the separation of prescribing and dispensing practice. In the question of the number of prescription paper, it was more than 200 papers (18.9%), next 100 papers (11.3%). In case of daily total sales volume except prescription fee, it was more than 1,000,000won (28.3%). About the motivation using health functional food, the reason for activation of pharmacy management was 66%. The selling method was mainly by pharmacist recommendation and consumer's need. In comparison with after and before the separation of prescribing and dispensing, more than 60% of subjects answered that sales volume was decreased and no changed. Concerning the ratio of total sales volume to health functional food within 5 years, 66% of subjects expected that it will be increased positively. The type of best pharmacy to handle health functional food was community pharmacy. These results suggest that the handling of health functional food by pharmacist will greatly increase in near futures and will be very important portion for pharmacy management.

Keywords □ health functional food, prescribing, dispensing, management

우리나라도 국민소득이 높아지면서 영양섭취는 증가되는 반면 운동량 부족, 환경오염 등에 따른 공해와 스트레스 등으로 국민의 상당수가 성인병이나 질병은 없지만 그렇다고 건강하지는 않은 반건강상태를 호소하는 사람이 늘고 있다.[1] 게다가 건강 유지에 대한 소비자의 욕구 증대, 만성질환 예방, 국민평균 수명 증대, 식품과학의 발전 등에 의한 이유로 건강기능성식품을 선호한다.[2]

현재 이 같은 현실을 반영하듯 국내 건강기능성식품의 수요는 폭발적으로 증가, 1990년대 초 2천억원이었던 시장규모가 1996년도에는 1조원을 돌파했으며 2003년에는 1조 5천억원을 형성할 것으로 추산되고 있다.[2]

건강기능성식품의 사업진행절차는 사업자 등록, 건강기능성식품판매업교육, 시군구 영업신고 및 통신판매업신고를 해야 판매업을 할 수 있는 조건을 갖춰야 한다.[3] 이렇게 하면 판매업을 할 수 있는 조건을 갖추게 되고, 위탁업체 선정후 의뢰, 생산, 제품 판매의 형태로 진행된다. 건강기능성식품의 기준규격을 따르면 건강기능성식품이 되는 것이며, 이 기준에 적합하지 않다면, 식품법에 따라 일반식품이 된다.[4] 그것은 식품의 형태와 함량 등에 따라 달라진다. 기능성식품으로 생산하면, 제품에 기능성표현이 가능하게 되며, 해당기능성을 표기하실 수 있다. 다만, 위탁생산이므로 위탁제조가능업체로 지정된 GMP생산시설에서 생산되어져야 한다.[4]

그동안 건강기능성식품 시장은 방문판매와 통신, 다단계 판매가 약 70%를 차지했으며 약국은 분업 이전에 12% 정도의 시장점유에 불과했다.[5] 약국시장은 관련 업계 전문가들에 의해 분업 이후 30%에서 40%까지 건강기능성식품시장을 점유할 것으로 예상됐으나 현재 전체 건강기능성식품시장의 약 15%를 차지하고 있는 것으로 추정된다.[6] 그러나 약사들이 전문지식을 기초로 한 상담판매에 관심을 집중시킬 경우 건강기능성식품판매의 상당수를 약국으로 끌어 들일 수 있을 것이며 소비자에게 보다 더 적합한 제품을 선택할 수 있도록 도와줄 수 있다고 예측된다. 이는 건기식시장에 제약사들의 신규참여가 늘어나고 있고 2003년

#본 논문에 관한 문의는 저자에게로
(전화) 02-820-5614 (팩스) 02-826-8756
(E-mail) udsohn@cau.ac.kr

8월 건강기능성식품법이 발효됨에 따라 효능표시에 의한 광고, 판촉 등을 통한 건기식시장의 활성화가 기대 되기 때문이다.

미국에 대한 건강기능성식품의 사례조사[7]에 의하면 미국인의 72%가 건강을 지키기 위해 운동이나 수면 보다 식이를 대단히 중요하게 생각하고 있으며 이 같은 배경으로 인해 미국에서는 건강기능성식품의 수요가 계속 증가하는 한편 향후 안정적인 성장이 전망되고 있다. 미국의 건강기능성식품은 좁은 의미에서의 건강 · 자연식품, 유기농식품, 영양보조식품으로 분류되지만 통상 건강 · 자연식품으로 통칭되기도 한다.

분업초기 의료기관 주위로 약국이 몰리면서 약국포화상태를 빚게 되고 이에 따라 약국들이 점차 경쟁력을 잃어가면서 테마경영이 부각됐으며 특히 처방전이 적은 동네약국의 경우 경영활성화를 위해 건강기능성식품이 주요품목으로 자리잡아가고 있는 것이다. 처방전 위주의 약국도 건식에 대한 관심을 갖고 판매를 증진시킨다면 약국매출증대에 큰 몫을 차지할 것으로 기대된다.

우리나라 국민의 80% 이상이 섭취한 경험이 있을 정도로 이제 생활화된 건강기능성식품이지만 전문가와 상담하여 자신의 체질과 몸 상태에 적절한 건기식을 구매하는 경우는 10%에 불과한 것으로 나타나 피부이상, 어지럼증 등 부작용이 잇따르는 것으로 조사되었다.[8,9] 실제로 한국소비자보호원의 조사결과 지난 몇 년간 건강기능성식품 관련 소비자 신고사례는 전체 신고건수의 4%를 넘어섰다.[8,9] 건강기능성식품 전문가는 체질이나 식품 성분의 작용기전 및 효능효과에 대하여 정확히 알지 못하고 섭취하면 건강에 도움이 되지 않거나 오히려 건강을 해칠 수 있다고 충고한다. 이것이 약사가 건강기능성식품을 취급해야 하는 첫 번째 이유이다.

또 최근에는 유명 제약사가 새로이 시장에 가세하거나 건식사업을 확대 강화하고 있다. 제약업계는 그동안 이익의 폭이 컷던 방문판매 등의 거품을 빼고 유통단계를 줄여 약국에 수익을 보장해주는 정책을 펼침으로써 긍정적으로 받아들여지고 있다.

따라서 이처럼 건강기능성식품시장이 날로 커지고 있음에도 불구하고 약국에서 수용이 늘어나지 못하는 원인을 연구할 필요성이 있고 이에 대한 분석을 조사연구를 통해 분업시대 경쟁력 있는 약국형을 제시하고자 한다.

연구 방법

연구 대상

연구 대상은 우리나라 국민 반 수이상이 거주하는 서울 · 경기지역 약국을 무작위로 65군데를 선정하였으며 자료수집을 위해 개별방문, 자기기입식으로 설문지를 작성토록 하여 유용가능한 총 53부를 연구대상으로 삼았다. 조사는 2003년 4월 15일부터 4월31일까지 실시하였다.

연구 내용 및 연구 분석

서울 · 경기지역 개국약사의 건강기능성식품 취급실태를 파악하고 건식에 대한 태도를 알아보기 위해 총 25문항의 설문지를 작성했다.

응답자의 인적사항, 약국환경 등을 제외한 주요 문항은 건강기능성식품 취급유무, 건강기능성식품의 매출비율, 취급동기, 투여경로, 판매형태, 의약분업 기준으로 건강기능성식품 매출 비율, 향후 5년간 매출 비율 추산, 건강기능성식품 매출 증대에 필요한 요인, 건강기능성식품 취급에 알맞은 약국형태 등이었다.

연구방법은 먼저 설문응답자의 성별 · 연령 등 인구사회학적 특성과 약국규모 · 위치 · 근무약사수 · 경력 · 근무시간 등 약국환경적 특성을 조사, 백분율로 표시했다. 그리고 현재 약국에서 처방전 · 일반의약품 · 한약 · 건강기능성식품 매출이 각각 차지하는 비율과 하루 처방조제건수 및 처방조제를 제외한 하루 매출액 등을 조사했다.

마지막으로 건강기능성식품에 대한 9개 문항에서 판매형태 · 투여경로 · 취급동기 등을 조사해 분석함으로써 현재 개국가의 건강기능성식품 취급 현황을 알 수 있도록 했으며 취급하지 않는 약사들로 하여금 건강기능성식품을 취급하는데 도움이 되도록 했다.

연구 결과 및 고찰

연구 대상자의 일반적 특성

Table I에서 보는 바와 같이 연구 대상자는 53명으로 남자가 8명(15.1%), 여자가 45명(84.9%)이었으며 모두 개국약사였다. 연령은 20대와 30대가 90%를 차지하고 있고 약국위치는 의원 주변이 77.4%, 종합병원 주변이 11.3%였다. 약국규모는 10평에서 30평까지가 52.8%로 가장 많았으며 근무약사수는 2명과 3명이 각각 37.7%와 28.3%로 가장 많은 것으로 나타났다. 또 약국경력은 3년 미만이 58.5%로 가장 높았으며 하루 근무시간은 8시간에서 10시간이 66%로 가장 많았다. 약사의 업무분장 유무를 묻는 설문에서는 60.4%가 업무분장을 하고 있지 않다고 답했다.

조사 대상자의 약국경영 특성

Table II에서 Table VIII까지는 조사 대상자 약국의 경영상 특성을 조사한 것이다. 처방전 매출이 차지하는 비율은 70%가 24.5%, 50%와 80%가 각각 13.2%였다. 일반의약품이 차지하는 비율은 20%대가 22.6%로 가장 많았으며 건식과 한약제재, 화장품의 비율은 무응답(없음)이 각각 39.6%, 60.4%, 47.2%로 가장 높았다. 또 하루 처방전 조제건수는 200건이 18.9%, 100건이 11.3%로 나타났으며 처방조제를 제외한 하루 매출액은 100만원 이상, 50만원~100만원, 20만원~50만원 순이었다.

Table I – General character of research objects

Classification		N	%
Gender	male	8	15.1
	female	45	84.9
	total	53	100.0
Age	20s	23	43.4
	30s	25	47.2
	40s	4	7.5
	50s	1	1.9
	total	53	100.0
Pharmacy location	around general hospital	6	11.3
	around clinic	41	77.4
	neighborhood	2	3.8
	downtown	2	3.8
	the others	2	3.8
	total	53	100.0
Pharmacy scale	no answer	1	1.9
	under 10area	5	9.4
	10~30area	28	52.8
	over 30area	19	35.8
	total	53	100.0
The number of work pharmacists	no answer	1	1.9
	1person	3	5.7
	2people	20	37.7
	3people	15	28.3
	4people	6	11.3
	5people	3	5.7
	6people	3	5.7
	9people	2	3.8
	total	53	100.0
The number of other workers	no answer (no worker)	3	5.7
	1person	15	28.3
	2people	18	34.0
	3people	6	11.3
	4people	3	5.7
	5people	3	5.7
	6people	2	3.8
	7people	1	1.9
	9people	1	1.9
	12people	1	1.9
	total	53	100.0
Personal career	under 3years	31	58.5
	under 5years	11	20.8
	under 10years	10	18.9
	over 10years	1	1.9
	total	53	100.0
Working hours a day	3~5hours	3	5.7
	5~8hours	11	20.8
	8~10hours	35	66.0
	over 10hours	4	7.5
	total	53	100.0
Division of work load-yes or no	no answer	2	3.8
	yes	19	35.8
	no	32	60.4
	total	53	100.0

Table II – Ratio of presciption patients

Ratio (%)	N	%
no answer	4	7.5
30	5	9.4
35	1	1.9
40	1	1.9
50	7	13.2
60	5	9.4
70	13	24.5
75	1	1.9
80	7	13.2
85	1	1.9
89	1	1.9
90	5	9.4
98	1	1.9
100	1	1.9
total	53	100.0

Table III – Ratio of general medicines

Ratio (%)	N	%
no answer	6	11.3
2	1	1.9
5	3	5.7
7	1	1.9
10	9	17.0
14	1	1.9
15	4	7.5
20	12	22.6
25	1	1.9
30	7	13.2
40	3	5.7
50	4	7.5
65	1	1.9
Total	53	100.0

Table IV – Ratio of health functional food

Ratio (%)	N	%
no answer (do not have)	21	39.6
0.5	1	1.9
1	1	1.9
2	3	5.7
3	1	1.9
5	12	22.6
8	1	1.9
9	1	1.9
10	5	9.4
15	1	1.9
20	4	7.5
30	2	3.8
total	53	100.0

건강기능성식품 취급실태

53명의 조사대상 개국약사 중 건강기능성식품을 취급하고 있는 곳이 67.9%, 취급하지 않는 곳이 32.1%였다. 건식취급 동기는 경영활성화를 위해서가 66%로 가장 많았다. 건식투여경로는 상담을 통해서가 54.7%, 환자가 원해서가 22.6%였으며 건식판매형태는 권유판매가 49.1%, 환자가 찾아서가 28.3%로 나타나 상담에 의한 약사의 권유가 가장 중요한 판매수단임을 알 수 있었다.

건식취급비율 추이 및 취급증대방안

의약분업 후 약국에서 건식이 차지하는 비율이 어떻게 변했는

Table V – Ratio of herb medication

Ratio (%)	N	%
no answer (do not have)	32	60.4
0.2	1	1.9
0.5	1	1.9
1	3	5.7
2	1	1.9
3	1	1.9
5	7	13.2
10	3	5.7
15	2	3.8
20	2	3.8
total	53	100.0

Table VI – Ratio of cosmetics

Ratio (%)	N	%
No answer (do not have)	25	47.2
0.3	1	1.9
0.5	1	1.9
1	1	1.9
2	3	5.7
3	1	1.9
4	3	5.7
5	11	20.8
8	2	3.8
10	4	7.5
30	1	1.9
total	53	100.0

Table VII – Daily prescription frequency

Frequency	N	%
30	1	1.9
40	2	3.8
50	4	7.5
70	2	3.8
80	2	3.8
90	1	1.9
95	1	1.9
100	6	11.3
110	1	1.9
120	2	3.8
130	1	1.9
140	1	1.9
150	3	5.7
170	5	9.4
180	3	5.7
200	10	18.9
250	2	3.8
350	1	1.9
400	3	5.7
450	1	1.9
500	1	1.9
total	53	100.0

지에 대한 설문에서 변화없음과 감소가 각각 30.2%였으며 증가했다고 답한 응답자는 13.2%에 불과했다. 그러나 향후 5년간 건식매출이 약국에서 차지하는 비율에 대해서는 66%가 증가, 15.1%가 변화없고, 7.5%가 감소로 답해 앞으로 건식이 활성화될 것으로 전망하고 있다.[10)]

Table VIII – Daily sales (except prescription filled)

Amount (won)	N	%
no answer (do not have)	10	18.9
under 100,000	2	3.8
100,000~200,000	2	3.8
200,000~500,000	11	20.8
500,000~1,000,000	13	24.5
over 1,000,000	15	28.3
total	53	100.0

Table IX – Health functinal food treatment status

Classification		N	%
treatment (yes or no)	Yes	36	67.9
	No	17	32.1
	total	53	100.0
health functional food treatment motive	no answer (do not exist)	14	26.4
	for management activation	35	66.0
	to feel nutrition limitation	1	1.9
	feel to be great in health functional food	2	3.8
	be of small number side effect	1	1.9
	total	53	100.0
medication route	no answer	12	22.6
	patients want	12	22.6
	through a consultation	29	54.7
	total	53	100.0
sale formality	no answer	10	18.9
	patient seek for	15	28.3
	pharmacist counsel sale	26	49.1
	the others	2	3.8
	total	53	100.0

또 건식취급에 알맞은 약국형태로는 동네약국 41.5%, 드럭스토어 32.1%, 문전약국 11.3% 순이었으며 건식매출을 증대시키는데 가장 필요한 요인으로는 경영노하우 보충 58.5%, 지속적인 강의 수강 22.6%, 홍보 · 제도적 뒷받침 5.7%로 나타났다.[8)]

2003년 건강기능성식품 시장은 약 1조 5천억원으로 추정되며[7)] 그중에서 약국은 15% 정도의 시장점유를 차지하고 있는 것으로 전문가들은 추산하고 있다. 업계는 의약분업이 시작되면 약국 건식시장이 활성화되어 최소 30% 이상 건식시장을 점유할 것으로 전망했으나 개국가가 대부분 처방전에만 의존하는 경영으로 인해 분업 전에 비해 그다지 활성화되지 못하고 있는 것이 사실이다[10)].

최근 일선 약사회가 개국약사를 대상으로 '향후 취급하고 싶은 품목'을 묻는 설문조사에서 43%가 건강기능성식품이라고 답할 정도로 건식이 약국경영에 중요한 품목이라는데 인식을 같이 하고 있지만 실제 취급에 있어서는 소극적인 것이다. 이는 의약분업 후 약국 업무가 처방전에 대한 의존도가 너무 컸던 것이 그 요인으로 보여진다. 그러나 분업시작 3년이 되어가는 현재 분업이 정착되면서 약국에서 건식이 서서히 살아나고 있다. 처방전이 분산되고 또 처방조제만으로는 수지타산이 맞지 않기 때문에 문전약국 · 동네약국 모두 경영다각화에 주력하고 있는 것이다.

Table X – Health functional food treatment ratio change and treatment increase plan

Classification		N	%
Change of health functional food ratio (up to the standard separation of dispensary from medical practice)	no answer	14	26.4
	increase	7	13.2
	no change	16	30.2
	decrease	16	30.2
	total	53	100.0
change of ratio in the pharmacy (for 5 years from now)	no answer	6	11.3
	increase	35	66.0
	no change	8	15.1
	decrease	4	7.5
	total	53	100.0
health functional food treatment ratio (from now on)	no answer	11	20.8
	yes	29	54.7
	no	11	20.8
	the others	2	3.8
	total	53	100.0
health functional food treatment suitable formality	no answer	6	11.3
	neighborhood pharmacy	22	41.5
	front of a gate pharmacy	6	11.3
	drug store	17	32.1
	the others	2	3.8
	total	53	100.0
for increase in health functional food sales	no answer	7	13.2
	continuous attending lecture	12	22.6
	complementary management know-how	31	58.5
	information, institutional support	3	5.7
	total	53	100.0

본 연구의 목적은 의약분업이후 건강기능성식품이 약국 경영에 미치는 영향을 조사하여 약국에서 건강기능성식품으로 새로운 면에서 경영 다각화을 위한 방법을 찾기 위함이었다. 약사들의 건강기능성식품에 취급 실태 및 문제점과 약사들의 앞으로의 건강기능성식품 취급에 따른 전반적인 설문내용으로 2003년 4월 15일부터 30일까지 약사들에게 편지 또는 직접 방문을 통하여 조사하였다. 조사 대상자는 총 53명이었으며 남자가 8명(15.1%), 여자가 45명(84.9%)이였다. 연령은 20대와 30대가 90%를 차지하고 있고 약국위치는 의원주변이 77.4%, 종합병원 주변이 11.3%였다. 약국규모는 10평에서 30평까지가 52.8%로 가장 많았으며 근무약사수는 2명과 3명이 각각 37.7%와 28.3%로 가장 많았다. 또 약국경력은 3년 미만이 58.5%로 가장 높았으며 하루 근무시간은 8시간에서 10시간이 66%로 가장 많았다. 약사의 업무분장 유무를 묻는 설문에서는 60.4%가 업무분장을 하고 있지 않다고 답했다. 처방전 매출이 차지하는 비율은 70%가 24.5%, 50%와 80%가 각각 13.2%였다. 일반의약품이 차지하는 비율은 20%대가 22.6%로 가장 많았으며 건식과 한약제제, 화장품의 비율은 무응답(없음)이 각각 39.6%, 60.4%, 47.2%로 가장 높았다. 또 하루 처방전 조제건수는 200건이 18.9%, 100건이 11.3%로 나타났으며 처방조제를 제외한 하루 매출액은 100만원 이상, 50만원~100만원, 20만원~50만원 순이었다.

조사대상 개국약사중 건강기능성식품을 취급하고 있는 곳이 67.9%, 취급하지 않는 곳이 32.1%였다. 건식취급 동기는 경영활성화를 위해서가 66%로 가장 많았다. 건강기능성식품의 투여경로는 상담을 통해서가 54.7%, 환자가 원해서가 22.6%였으며 건식판매형태는 권유판매가 49.1%, 환자가 찾아서가 28.3%로 나타났다. 의약분업후 약국에서 건식이 차지하는 비율이 어떻게 변했는지에 대한 설문에서 변화없음과 감소가 각각 30.2%였으며 증가했다고 답한 응답자는 13.2%에 불과했다. 그러나 향후 5년간 건강기능성식품 매출이 약국에서 차지하는 비율에 대해서는 66%가 증가, 15.1%가 변화없음, 7.5%가 감소로 답했다. 또 건식취급에 알맞은 약국형태로는 동네약국 41.5%, 드럭스토아 32.1%, 문전약국 11.3% 순이었으며 매출을 증대시키는데 가장 필요한 요인으로는 경영노하우 58.5%, 지속적인 강의 수강 22.6%, 홍보 · 제도적 뒷받침 5.7%로 나타났다.

본 연구통해 보면 지금까지 약국에서의 건강기능성식품의 취급은 약사 자신이 치료에 대한 믿음이 없었고 소비자들 또한 허위광고, 과장된 적응증, 높은 가격 등에서 도외시했던 점이 있었다. 그러나 약사들의 건강기능성식품을 취급이 향후 증가할 것으로 예상하면서 약국 경영에 매우 중요한 자리를 차지할 것으로 분석된다.

결 론

이상 건강기능성식품의 시장상황과 조사결과 등을 종합해 볼 때 약국에서 전문지식과 적극적인 상담으로 건강기능성식품을

취급하면 약국경영 활성화는 물론 국민건강 증진이라는 약사의 사회적 의무까지 충족시킬 수 있을 것으로 보여진다. 본 조사로 몇 가지 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 향후 5년 내에 건강기능성식품 매출이 활성화될 것으로 전망된다. 둘째, 건강기능성식품 취급이 가장 적당한 약국의 형태는 동네 약국이다. 셋째, 건강기능성식품 매출을 위해 경영노하우 보충 및 지속적인 강의가 필요하다. 마지막으로 건강기능성식품의 판매는 상담을 통한 약사의 권유가 가장 중요한 수단이다.

여러 가지 상황에 비추어 약국에서 건강기능성식품을 성공적으로 취급하기 위해서는 몇 가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 제품에 대해 과장 없이 정확히 설명하여야 한다. 약사는 방문판매자와는 다른 전문가이다. 효능 효과에 대해 과장하지 말고 제품의 특성을 설명하여 환자로 하여금 신뢰를 가져야 한다. 둘째, 철저한 고객관리를 실시하여 꾸준히 환자로 하여금 구매욕구가 일어나도록 하여야 한다. 셋째, 고가제품을 피한다. 최근 고가의 건강기능성식품이 많이 출시되고 있으나 이러한 제품들은 약국에 적합하지 않다. 환자에게 너무 부담을 줄 수 있는 제품들은 가격에 거품이 많이 있기 때문이다. 그러므로 환자의 경제적인 상황을 고려하여 다양한 가격의 제품을 구비하여야 한다. 넷째, 자신이 잘 알고 있는 질병에 대한 제품에 대해 집중 · 치중하면서 질병을 예방하고 이겨낼 수 있는 포괄적인 정보, 생활습관, 식생활 개선 운동요법 등을 환자에게 상담하여 신뢰를 쌓아 약사 이미지가 업그레이드되는 부수적인 효과를 얻어야 한다. 다섯째, 효과적인 마케팅을 한다. 우선 약국매장을 나눠 건강기능성식품 전문코너를 만들어 효과적으로 진열하여 환자들이 대기하는 동안 자연스럽게 관심을 갖게 되고 상담으로 연결될 수 있다. 다음으로, 약국 환경에 따라 고객의 스타일, 질병에 따라 특화시킬 수 있는 기획품목의 육성이 필요하다. 마지막으로 약국에서 취급하고 있는 건강기능성식품이 시중에서 판매되고 있는 제품과 다르다는 점을 분명히 차별화 하여 인식시켜야 한다. 시판중인 건강기능성식품에 대한 사전 정보습득은 물론 차별화를 부각시키기 위해 연구해야한다. 여덟째, 항상 전문지식에 함양에 주력하여야 하고 고객과 친밀한 약사가 되어야 한다.

본 연구 통해 보면 지금까지 약국에서의 건강기능성식품의 취급은 약사 자신이 치료에 대한 믿음이 없었고 소비자들 또한 허위광고, 과장된 적응증, 높은 가격 등에서 도외시했던 점이 있었다. 그러나 약사들의 건강기능성식품을 취급이 향후 증가할 것으로 예상하면서 약국 경영에 매우 중요한 자리를 차지할 것으로 분석된다. 소비자들은 평소에 자신에 대한 투자로 신체의 건강을 유지하기 위하여 건강기능성식품을 많이 찾게 될 것이다. 소비자들의 수요가 늘면서 약국 경영은 기존의 의약품 판매에 비하여 크게 향상될 것이다.

참고문헌

1) 유태우 : 영양치료와 건강기능식품. 고려의학 (2003).
2) 임종필 : 실용 건강식품. 신일상사 (2002).
3) 식품의약품안전청 : 건강기능식품에 관한 법률 (2002).
4) 장경원 : 신규 건강기능식품의 기준·규격 및 시험법 제정을 위한 연구: 식품의약품안전청 용역연구보고서 1-137 (2002).
5) 남궁석, 김규동 : 서울지역 거주자 건강식품 구매행동에 관한 연구. 동아시아식생활학회 **11**, 455 (2001).
6) 이성영 : 중년여성의 건강보보식품 섭취행위 관련 요인 분석. 연세대보건대학원 석사학위논문 (2001).
7) 유병팔 : 미국의 건강기능식품 연구와 항노화. 식품저널 **71**, 53 (2003).
8) 허석현 : 건강보조식품의 기능성표시를 고려한 특별법 제정에 관한 연구. 동국대 산업기술환경대학원 석사학위논문 (2000).
9) 곽노성, 신해헌 : 건강식품 및 건강보조식품의 정의. 식품과학과 산업 **33**, 43 (2000).
10) 한국건강기능식품협회 홈페이지 http://www.hfood.or.kr.