

소비자

■ 의약품 전환 품목

건위 소화제	▲까스명수액(삼성제약공업) ▲생복전액(광동제약) ▲위청수(조선무약) ▲까스명수액(삼성제약공업) ▲까스일청수(일화) ▲술청수액(조선무약) ▲카보명수(조선무약) ▲명명수액(동화약품공업) ▲기명수(조선무약) ▲위명액(동화약품공업) ▲가스허브명수액(삼성제약공업) ▲술표까스명수액(조선무약) ▲위술액(조선무약) ▲시통액(한국수혈제약) ▲씨통액(한국수혈제약) (15개 품목)
정장제	▲청계미아비엘정(미아리온)(청계제약) ▲청계미아비엘유정(청계제약) ▲신비오페르민에스정(동아제약) ▲락토메드정(일동제약) ▲미아리온신정(한독약품) ▲청계미아비엘정(미아리온)(청계제약) ▲락토메드스(일동제약) ▲청계미아비엘신정(한독약품) ▲강미아리온신정(한독약품) ▲청계미아비엘(미아리온)(청계제약) ▲셀락토정(한진무약) (11개 품목)
연고 크림제	▲안티푸라민(유한양행) ▲미데카솔(동국제약) ▲셀렐라제연고(유유제약) ▲셀렐라제연고(대덕약국) (4개 품목)
파스	▲대일시프렐(대일화학공업) ▲대일시프렐(대일화학공업) (2개 품목)
드링크	▲박카스D(동아제약) ▲영진구루산(비온에스)(영진약품) ▲알프스D-2000액(동화약품) ▲타우스액(일양약품) ▲삼성구루산(삼성제약) ▲유포액(유한양행) ▲활원액(동화약품) ▲미아비엘액(영진약품) ▲박카스D(동아제약) ▲박탄(삼성제약) ▲리점프액(삼성제약) ▲다베스액(영진제약) (12개 품목)

# 제약사 방긋.. 박카스 판매 50% 늘 듯

## 8월부터 44개 일반 의약품 슈퍼판매 가능 소비자 인지도 높은 드링크류 매출 증가 예상

이르면 올해 8월 박카스 등 44개 일반 의약품의 슈퍼마켓 판매가 가능해질 것으로 보인다. 반면 약사와의 상담이 필요하면 다른 품목들은 매출 증가가 쉽지 않을 전망이다.

보건복지부는 약사회 등의 반대를 무릅쓰고 소화제(15개 품목), 정장제(11개), 외용제(6개), 자양강장 드링크(12개) 등 총 44개 품목의 일반의약품을 의약품으로 전환해 약국 외 판매를 허용하는 안을 추진하고 있다고 지난 15일 밝혔다.

의료계와 약사계, 소비자단체 등이 견해 차이를 보여 논의가 쉽지는 않겠지만 이 안이 시행되면 동아제약의 박카스(작년 매출 1283억원), 동국제약 마데카솔(2010년 매출 106억원), 유한양행의 안티푸라민(작년 매출 27억원) 등 주요 품목의 유통망이 대폭 확대된다.

비슷한 정책을 우리보다 앞서 시행한 일본의 사례를 비춰볼 때, 이번 결

정으로 가장 큰 수혜를 보는 품목은 자양강장 드링크류 판매 제약사일 것으로 예상된다. 반면 약사와의 상담이 필요하면 다른 품목들은 매출 증가가 쉽지 않을 전망이다.

중앙증권권이 대한상공회의소 통계를 인용해 내놓은 자료를 보면, 일본의 드링크제 시장규모는 1999년 1차 규제 완화 실시되기 전 1014억 엔에서 2005년 1300억엔으로 22% 증가했다. 반면 과다경쟁 우려에도 제품가격은 3% 하락하는 데 그쳐 관련 업체들이 그 혜택을 누렸다.

이 증권사의 김미현 연구원은 "2004년 종합위장약, 정장제 등의 일반 소매점 판매가 허용됐을 때는 드링크류와 달리 관련 의약품 매출의 소폭 상승이 미미했다. 이는 소비자가 약의 효능을 고려하거나 상담이 필요하면 여전히 약국을 선호한다는 것을 보여준다"고 지적했다.

일반의약품에서 의약품으로 전



이르면 올 8월부터 44개 일반 의약품의 슈퍼마켓 판매가 가능해질 것으로 보이며 '박카스' 등 자양강장제 드링크류의 판매 확대가 예상된다. 16일 광주 동구의 한 약국에서 판매되고 있는 박카스. /김진수기자 jeans@kwangju.co.kr

환되는 자양강장 드링크 제품은 박카스D, 박카스F, 영진구루산(비온에스), 아미나젤액, 다베스액, 알프스D-2000액, 활원액, 타우스액, 유포액, 박탄F, 삼성구루산, 리점프액이다.

이 가운데 소비자 인지도가 높은 박카스는 매출액 증대 효과가 가장 클 것으로 점쳐지고 있다.

현대증권 김해림 연구원은 "유통 채널 단속이 강화됐던 2005년 이전 박카스 연간 판매량이 5~6억명이었던 것을 고려해 판매 추정치(올해 3억5900만명) 대비 50% 판매가 늘어난다고 보면 연간 매출액이 7%, 영업이익은 13% 증가할 것으로 추정된다"고 말했다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr /연합뉴스

## ■ 장터 소식

### 포도 컨테스트·토코쇼

광주 신세계백화점은 유명 브랜드 세일을 맞아 '토코쇼' 테마 초대회를 진행한다.

17일 오후 2시부터 유스퀘어 동산아트홀에서 열리는 '토코쇼' 테마 초대회는 'TV보다 재미있는 정선희 리얼 토코쇼'로 브랜드 별 VIP고객 대상으로 열리며 MC정선희, 게스트 개그맨 정종철, 전남대 김찬중 교수가 출연해 주제별 리얼토크가 펼쳐진다.

'잇걸&잇보이' 포토 컨테스트도 열린다. 18일 단 하루 오후 2시부터 6시까지 5층 포도원에서 즉석사진 촬영 후 응모하시면 추첨을 통해 경품을 증정한다.

1등은 신세계상품권 30만원권 1명, 2등은 라코스테 커피 패키지 셔츠 1명, 3등은 신세계 상품권 10만원권 2명이다. 주말 열장르(백화점 5·6층, 패션스트리트)구 매고객에게는 광주FC 홈경기티켓(1인2매)을 증정한다.

지 다양한 아웃도어 상품이 판매되며 칼럼비아·라푸마 특가기획전도 준비된다. 또 아웃웨어 폴로 의류 여름상품대전은 9층 크리스탈홀에서 진행된다. 트레비스·핑·임페리얼 에서 면티와 바지, 점퍼 등을 각각 2만~4만원 대에 판매한다.

세일 기간 중 사은행사와 더불어 6개월 무이자 행사가 진행된다. 현대신한카드로 5만원 이상 구매시 6개월 혜택을 받을 수 있다.

### 코카콜라 125주년 패키지

코카콜라 탄생 125주년을 맞아 한정 패키지 상품이 국내에 출시됐다.

코카콜라는 1886년 미국 애틀랜타의 존 펄버 박사가 의약품 용도로 처음 만들기 시작해 현재 전세계 200여 나라에서 팔리는 대표적인 탄산음료다. 6병을 한 묶음으로 4850원에 살 수 있고 출시량은 10만 세트다.

병뚜껑에 손으로 돌려 따는 트루스트랩에 125주년을 나타내는 '125 years'라는 문구가 붉은 라벨에 적혔다.



### 6·25 유적돌기 바자회

롯데백화점 광주점은 8층 행사장에서 23일까지 '6·25 유적 돌기 사랑의 대 바자회'를 진행한다. 행사 종료 후 6·25 전쟁 전물 군경 미망인 자녀 100명에게 희망 장학금 1억원을 전달할 예정이다.

바자회에서는 엘레강스 인기 상품전과 스마트 가전 페스티벌, 바자회 특상품 등 다양한 상품을 합리적인 가격에 선보일 계획이다. 또 19일까지 8층 사은행사장에서 '태극TAG'를 제시한 바자상품 구매고객에게는 일 선착순 100명에 한해 휴대폰 전자차단 스티커를 증정한다.

2018 평창 동계 올림픽 유치기원으로 다음달 3일까지 구매와 상관없이 응원 메시지를 8층 사은행사에 응모한 모든 고객에게 추첨을 통해 경품을 증정한다. 추첨일시는 7월 7일이다.

### '헬로키티' 독스피커

영향·음향기기 전문기업 인켄이 아이폰이나 아이패드를 결합해 저장된 음악을 들을 수 있는 '독(dock) 스피커 KTI'를 출시했다.

애플의 공식 라이선스를 획득한 KTI는 대구경(88mm) 서브우퍼를 탑재해 풍부하고 현장감 있는 음향을 들을 수 있으며 기기 충전과 음악 재생을 동시에 할 수 있는 것이 특징이다.

또 리모컨 조작이 가능하고 외부 입력 단자(AUX)를 통해 MP3 등 기타 휴대용 기기와의 연결해 사용할 수 있다고 업체 측은 설명했다.

색상은 화이트와 핑크(출시예정) 2종류이며 디자인은 유명 캐릭터인 '헬로키티'를 활용했다. 가격은 12만9000원.



## 가격 올린 던힐의 추락

### BAT코리아 외산담배 점유율 2위로 밀려

지난 4월 던힐 등 담배 가격이 200원 인상한 BAT코리아가 국내 담배시장에서 외국계 1위 자리를 한국필립모리스에 내줬다.

16일 관련업계와 시장조사기관 AC닐슨 등에 따르면, 던힐·켄트 등을 판매하는 BAT코리아의 5월 국내 담배시장 점유율은 전달에 비해 3.3%p 낮아진 15.4%로 조사됐다.

반면 말보로 등을 판매하는 한국필립모리스의 점유율은 전달보다 1.6%p 올라 19.9%를 기록하며 BAT코리아를 추월했다. 가격을 올리지 않은 필립모리스가 BAT코리아의 가격인상에 대해 반사이익을 누리며 KT&G를 제외한 외국계 담배회사 중 1위로 올라선 것.

같은 시기 담배값을 200원 올린 JTI코리아도 8.2%에서 7.6%로 점유율이 떨어졌고, 가격인상을 하지 않

은 KT&G는 57.1%로 2.3%p 올랐다. 수년간 1위 자리를 지켜온 BAT코리아가 가격인상에 국내 담배 농가의 상황을 외면한다는 부정적인 여론이 겹치면서 최근 판매량이 감소했을 거란 분석이다.

업계 관계자는 "BAT코리아가 가격을 인상한 지 얼마 지나지 않아 다시 내릴 것을 검토한 것도 판매량 감소와 무관치 않았을 것"이라며 "이번 가격인상으로 상당수의 소비자를 경쟁사에 빼앗긴 것으로 보인다"고 말했다.

이와 관련 BAT코리아 측은 "자사의 분석은 담배가격 인상에 따른 일시적인 시장점유율 하락으로 본다"며 "신제품 등을 꾸준히 출시하고 있고 마케팅을 강화해 다시 회복할 것"이라고 말했다.

/연합뉴스

## 고물가 속 저렴한 상품 인기

### 올 상반기 편의점, 1000원·PB 상품 많이 팔려.. 최고 인기는 '바나나맛우유'

올 상반기 편의점업계는 1000원 이하 상품과 브랜드 제품보다 저렴한 자체상표(PB) 상품 등 고물가 속 저렴한 가격의 상품이 주도한 것으로 나타났다.

지난 15일 편의점업계에 따르면 보관혜미리마트가 올 1월부터 이달 14일까지 상품 판매량을 분석한 결과 1~20위 상품 중 전준비밥(12위) 등 저렴한 먹을거리 상품이 4개였다.

세븐일레븐에서는 판매량 20위권 상품 중 16개(80%)가 1000원 이하였고 카스(350ml, 1750원)를 제외한 나머지 3개도 1100원짜리였다.

특히 100원짜리 '푸르밀 요구르트'

트'는 작년보다 판매량이 76.8%나 늘며 6위에 올랐다. GS25에서는 편의점 주요 상품인 소용량 생수보다 단가가 낮은 대용량 생수가 잘 팔렸다.

작년 7월었던 '제주 삼다수'(500ml)는 9위로 밀려났고 한 차례도 20위 안에 들지 못했던 '함박웃음 맑은샘물'(2L)과 '제주 삼다수'(2L)가 각각 13, 20위에 올랐다.

브랜드 상품보다 한 PB 상품도 잘 나갔다.

세븐일레븐에서 3년 연속 아이스크림 1위였던 '메로나'가 지난달 700원에서 900원으로 인상된 후 PB상품인 '와라 아이스크림'(500원)에 1위 자리를 뺏겼으며, 혜미리마트에서도 PB 커피우유와 바

나나맛 우유가 각각 5, 10위에 올랐다.

전통주와 저도주가 인기를 끌며 혜미리마트에서는 '참이슬 후레쉬'가 도수가 더 높은 '참이슬 오리지널'을 제치고 소주 1위를 차지했다.

혜미리마트는 소비자들의 이런 반응을 분석해 올 상반기 소비 트렌드를 보여주는 키워드로 '아껴 쓰기'(Save), '아이스커피 등 히트 상품'(Ace product), '건강'(For your health), '구제역'(Environmental issues)의 'SAFE'를 골랐다고 밝혔다.

편의점 최고 인기 상품으로는 '바나나맛 우유'와 '츄파춥스', '레쓰비' 등이 꼽혔다.

/임동률기자 exian@kwangju.co.kr

광주 CBS 창립 50주년 기념

# 장애인과 함께하는 콘서트 통하야

진행

유영재

출연진

안치환

헤은이

전영록

김범룡

김연숙

소리세

주최 **광주 CBS** | 일시 2011. 6. 19 (일) 오후 7:00 | 장소 **광주문화예술회관 대극장**

협찬

광주광역시 호반건설 | 광주은행 | 전남개발공사 | 담양대인스티 컨트리클럽 | 광주신세계 | AMORE PACIFIC CORP. | 새우리병원 | 삼성생명

대한외과 | 광주웨슬리신협 | 전남과학대학 | 천지장레식장 | 황소익스프레스 | 동신대학교 | 전남대학교병원·화순전남대학교병원 | 세브란스한병병원 | 아이안과

T V 위성(스카이라이프) 412번, 케이블 광주68번,75번 전남권 75번 서남권 59번 | Radio FM103.1 | 인터넷 www.gjcbcs.co.kr