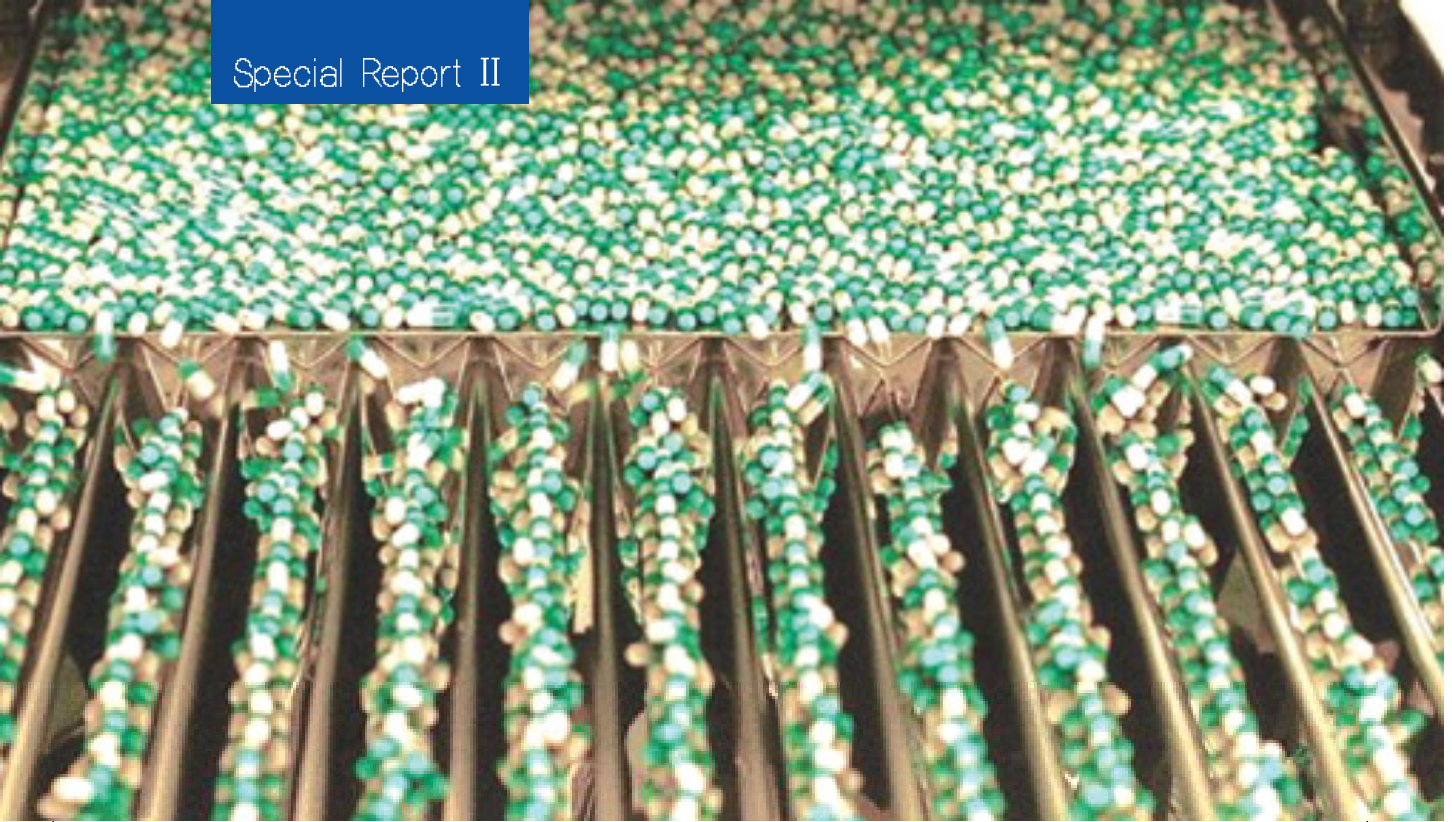




의약품 유통시장 현황과 시장변화 소고



의약품유통칼럼니스트 허 강 원
현재 팜투데이뉴스 발행인

이 글은 우리나라 의약품은 어떤 단계를 거쳐 환자에게 전달되는지, 유통의 흐름과 의약품 시장규모를 알아보고자 한다. 그리고 향후 의약품시장의 변화를 기능하는데 도움이 되고자 한다.

참고적으로 본 원고 내용의 데이터 신뢰성 제고를 위해 출처를 다음과 같이 밝혀둔다. [현행 약사법 시행규칙 제90조에 근거한 ‘의약품 공급내역 보고 규정’에 의해 의약품 공급자는 매월 공급한 내역을 익월 30일 이전에 『의료보험심사평가원』 부설 「의약품관리종합정보센터」에 보고해야 한다.] 보고된 공급내역을 「의약품관리종합정보센터」가 집계한 데이터를 분석한 것이다.

1. 의약품 유통시장 규모와 공급망

2011년도 우리나라 의약품 시장규모는 총 19.4조원이며 거래 품목 수는 총 23,539품목이다. 이는 공급자(제약사, 수입사, 도매사)가 요양기관(약국, 의료기관)에 공급한 규모다. 요양기관에 공급된 내역이기에 유통과정에서 공급자 간의 거래는 제외된 수치임으로 한 해 동안 의약품 소비규모를 가늠케 하는 내용이다.

연도별 공급규모와 품목 수

연도	2009	2010	2011
시장규모	17.8조원	18.8조원	19.4조원
품목수	23,805품목	23,540품목	23,539품목

1) 의약품 채널별 공급

요양기관에 의약품을 공급할 수 있는 자는 제약사, 수입사, 그리고 도매사가 있다.

2011년 유통단계별 공급규모는 제조·수입사가 요양기관에 공급하는 규모는 3.1조원 규모로 전체의 17.4%를 공급하고 있다. 나머지 16.4조원 82.4%는 의약품 도매사가 공급하고 있다.

이로 인해 우리나라 의약품 유통구조는 제약업과 유통업의 직능분리가 되어 유통의 전문화 시대로 뿌리 내렸다고 본다. 반면 의약품 제조·수입사가 도매사에 공급한 내역은 총 14.6조원 규모이다. 그러나 공급내역 분석결과 도매사 공급총액은 25.7조원으로 도매사 간에 반복거래(도도매)가 9.3조원으로 나타나 도매거래 규모의 36.1%가 도도매 거래로 분석됐다.

이러한 반복거래는 업종 영세화의 근본적인 원

인으로 주목되고 있다. 현재 도매유통업계의 영세성은 이러한 유통구조에 문제가 있다.

예컨대, 국내 도매업계의 대형도매업으로 주목받고 있는 (주)지오영이 있다. 지오영은 2011년 총매출 8,133억원 중 자회사 및 지분소유 관계사(도매)와의 내부거래가 7,417억원 규모로 전체 규모의 91.2%가 반복거래로 나타났다. 이러한 유통구조는 도매유통 이익구조에 악영향을 주고 있어 의약품 도매유통업의 성장진출에 아픔이 되고 있다. [자료출처:금융감독원 외부감사 공시자료]

참고적으로 2011년말 현재 의약품 공급업체수는 총 2,419개 업체 중 도매사가 1,889개사가 있어 도매사의 영세성을 업체수로 가늠케 하고 있다.

2. 요양기관별 의약품 소비현황

2011년도 의약품 품목 코드부여 현황은 전체 12만 1,704품목이다. 이 중 국내 제조품목은 106,757품목, 수입품목은 10,943품목이다.

연간 총생산량은 국내생산은 13조 5,360억원이다. 수입규모는 30,593억원이다. 생산실적별 전문/일반의약품 현황은 전문의약품이 9,885품목으로 62.5%, 일반의약품이 5,938품목으로 37.5%이다.

품목 수입실적에 따른 전문/일반의약품 현황은 전문의약품이 1,748품목으로 86.7%, 일반의약품이 267품목으로 전체 규모의 13.5% 수준이다.

제조·수입사가 요양기관에 공급한 3.1조원 규

유통단계별 공급현황

유통단계	제조·수입사	도매사	총액
공급 누계	3.1조원	16.4조원	19.5조원
비율	17.4%	82.6%	100%

모 중 약국에 공급한 규모는 2.3조원(75.1%)이다. 이밖의 의료기관에 공급한 규모는 0.8조원으로 24.9%이다.

약국에 공급한 의약품 중 전문의약품은 1.4조원(61.3%), 일반의약품은 0.9조원(38.7%)이다.

3. 의약품 시장 변화의 패러다임

지금까지 소고를 통해 우리나라 의약품 시장 규모, 유통단계별 현황, 전문/일반의약품 규모를 가늠해 봤다.

참고적으로 우리나라 의약품 유통의 흐름은 생산기준인 GMP시설(의무사항)에서 생산하여 GSP(의무사항)시설의 유통관리기준에서 GPP(자율)시설의 약국으로 공급되고 있다. 그러나 2012년 11월 15일부터 의약품도 일반유통이 시작됐다. 즉, 편의점에서도 의약품을 판매할 수 있게 됐다.

이는 '약의 해방!'이라고 환영하는 일반유통업계의 의미로 해석해 보면 향후 우리나라도 드럭스토어시대 도래를 예시하고 있다.

우리나라 정부수립이 이후 약은 약사의 손을 떠난 적이 없다. 소매약국 10년, 대형약국 10년, 약국협업 내지는 체인약국 10년, 그리고 의약분업 10년이 넘었다. 사실상 그동안 약국시장의 호세월이라 평해 본다.

드럭스토어 시장 개막은 블루오션!

이제 향후 10년의 약국시장 어떻게 변하느냐?가 초점이다. 바로 드럭스토어 시장의 급팽창이다. 이미 드럭스토어시장을 예시하고 있는 사례는 HB숍이다. 전문 토탈헬스케어(Healthcare, Beauty) 상품군을 묶어 놓은숍이다. 예컨대 올리브영, 왓슨스, 더블유스토어, 분스 등이다.

2012년 11월 15일부터 가정상비약이 판매되는 편의점은 현재 프랜차이즈 8개사(C&U, GS25,

세븐일레븐, 바이더웨이 미니스톱, 씨스페이스 오케이마트, 조이마트 등으로 전국에 편의점수가 2만1천여개가 된다. 이밖에도 대형할인점인 이마트, 롯데쇼핑등이 있다. 가정상비약의 편의점 판매는 향후 의약품시장의 패러다임 변화를 예고하고 있다.

이러한 증후는 최근 롯데그룹에서 드럭스토어 시장을 공략하기 위해 2천억원을 투입하

겠다고 공식입장을 표명했다. 이는 드럭스토어 시장을 놓고 대자본들의 시장경쟁을 예측케 한다. 특히 드럭스토어시대 개막과 더불어 의약품이 건강기능성식품으로 변신하여 토탈헬스케어 시장의 급팽창이 빠르게 다가올 것으로 예측되고 있다.

또한 노인층 증가에 따른 약의 시장변화는 오히려 care 시장의 변화보다도 작을 것이란게 지배적이다. 즉, 노인인구 증가는 Home care, Self care(의료기기·자가진단 등)의 상품군이 큰 시장으로 부상할 것으로 보인다. /MP저널

