

제약기업, 관련사업 다각화 붐

의료기기에서 B2B·건강용품 판매까지 ... 부가가치 상당

제약업계의 사업다각화 경쟁이 가열되고 있다.

국내 제약기업들은 최근 들어 의료기기 생산, 의료 전자상거래, 가정용 건강용품 등으로 사업을 확대해나가고 있다. 매출규모는 크지 않지만 부가가치가 큰 분야이기 때문이다.

또 기존사업과 연관성이 높으면서도 외형을 키우기 쉬운 기능성식품, 화장품 쪽으로도 다각화를 가속화하고 있다. 의약분업실시로 주력인 일반 의약품부문이 크게 위축되고 있는데 따른 대비책으로 풀이된다.

중외제약은 홈케어사업부를 통해 콧속세정기(코크린) 콧속체온계(체오미) 시장을 파고들고 있다. 2가지 제품은 2002년 매출이 2백억원에 달할 것으로 전망된다. 중외휴먼텍은 산소수제조기와 전동칫솔 등을 판매하고 있다.

의료기기 생산분야에서는 대웅제약이 2001년 말 내시경 및 고주파발생기 연구개발 벤처인 MGB엔도스코피의 경영권을 인수한데 이어 2002년 초에는 의료용 자재 전자상거래기업인 메디링스도 사들였다.

녹십자는 녹십자헬스케어를 통해 소비자와 병의원을 대상으로 의료이용에 관한 토탈서비스를 제공하는 사업을 수행하고 있다.

2001년 모회사인 한미약품으로부터 식품사업부 업무를 넘겨받은 한미는 한미자일리톨, 알로에마인, 위퍼스내플 등의 음료와 하이키점프 등 건강보조식품으로 2002년 560억원의 매출을 올릴 계획이다.

일양약품은 두뇌기능을 향상시키는 기능성음료 [브레인트로피아 닷컴] 시판으로 영비천의 영광을 되찾겠다는 전략이고, 동아제약 계열 라미화장품은 최근 내놓은 기능성화장품 [지오]의 호조로 2002년에는 흑자로 전환될 전망이다.

보령제약 계열의 보령메디앙스도 돌풍을 일으키고 있고, 동성제약은 화장품사업부(리케아화장품)와 자회사인 포쉬에(옛 오리리화장품)를 앞세워 시장을 공략하고 있다.

대원제약은 최근 일본 시세이도메디컬과 50여종의 기능성 화장품을 판매키로 계약을 맺었고, 한국유나이티드제약과 대한뉴팜은 2002년 들어 영국의 모발제품과 화장품을 각각 들여와 판매하고 있다.

대웅제약 계열 에스테메드는 2년 전부터 피부과의를원을 통해 기능성 화장품을 판매중이다.

<Chemical Daily News 2002/ 07/ 09>