

한국로슈, 제니칼 인기 거품이었다!

꿈의 비만약 2002년 판매 270억원에 그쳐 ... 전체 매출도 줄어들어

2001년 시판 당시 선풍적 인기를 끌었던 비만약 <제니칼>이 판매 1년 만에 급격한 하강곡선을 그린 것으로 나타났다.

이이 따라 <제니칼> 판매회사인 한국로슈의 전체 매출도 마이너스 성장으로 돌아섰다.

한국 Roche에 따르면, <제니칼>의 2002년 판매액은 2001년 380억원대에 비해 100억원 이상 감소한 270억원 대로 추정됐다. <제니칼>이 2001년 2월 국내에서 선보인 제품임을 감안하면 연간 감소 폭은 더 큰 셈이다.

1년 만에 판매가 급격하게 감소한 것은 2002년 하반기 한국로슈 노조가 임금문제 등으로 파업해 영업에 차질을 빚었고, 일부 의료기관이 <제니칼> 대신 이노제나 우울증 치료제 등을 비만환자에 처방했기 때문인 것으로 분석되고 있다.

또 <리덕틸> 등 경쟁제품이 잇달아 시장에 나오고 2002년 4월 의사협회가 벌인 비만캠페인에 한국로슈가 거액 후원금을 지원한 사실이 알려지면서 논란이 일었던 점도 영향을 준 것으로 풀이된다.

그러나 무엇보다도 시판 첫해 <제니칼>이 꿈의 비만약인 것처럼 과대포장돼 알려지면서 거품수요가 크게 작용했지만 2002년 거품이 꺼지면서 정상 매출이 발생했다는 분석이다.

<제니칼> 판매 감소로 한국로슈의 2002년 매출은 5% 이상 감소됐다.

<Chemical Journal 2003/04/15>