

# 습윤 드레싱제 시장 450억원 성장

상처치료 수단으로 각광받으며 급성장 ... 일동제약 · 현대약품 경쟁

상처를 말리지 않고 촉촉하게 유지시켜 줘 흉터 발생을 최소화하고 빨리 아물게 하는 모이스처 상처보호제 (일명 습윤드레싱제)가 상처치료의 주요 수단으로 각광받고 있다.

모이스처 상처보호제는 상처가 피부재생세포가 들어있는 진물을 함유토록 해 건식 상처보호제에 비해 회복을 2배가량 빠르게 한 제품이다.

기존에는 주로 병원에서 사용됐으나 2002년 국내 최초로 약국에서 판매되는 일동제약의 <메디폼>이 선보인 이후 현대약품, 신신제약, 대일제약 등 제약기업들과 바이오벤처들이 최근 잇따라 관련 신제품을 내놓으면서 가정용 의료용품으로 보급이 확산되고 있다.

이에 따라 모이스처 상처보호제 국내시장도 2004년 300억원에서 2005년 450억원으로 50%가량 성장할 것으로 전망되고 있다.

일동제약은 최근 기존 2mm 두께의 메디폼을 1mm로 줄여 사용을 보다 간편하게 한 폴리우레탄 폼 상처보호제인 메디폼A를 새로 출시했다.

메디폼A는 소재 자체에 접착력이 있어 별도의 부직포가 없어도 사용할 수 있으며 상처크기에 맞게 자유롭게 잘라 쓸 수 있다.

일동제약은 2004년 92억원에 이어 2005년에는 메디폼A 등 메디폼 시리즈로만 160억원의 매출목표를 세우고 있다.

현대약품은 한국원자력연구소와 공동으로 겔 타입의 모이스처 상처보호제인 <클리젤>을 개발해 7월 선보였고, 신신제약도 7월 폴리우레탄 매트리스 소재의 <폴리멤>을 출시했다.

대일제약은 4월 하이드로 겔 타입의 <하이드로 압소버>를, 한국존슨앤드존슨 계열인 밴드에이드는 2월 하이드로 콜로이드 소재로 만든 <어드밴스드 힐링>을 출시했다.

제일약품은 미국 아크리메드로부터 수입해 10월 은성분이 든 상처보호제 <실버소브>를 소개할 계획이다.

<화학저널 2005/09/06>