



지역약사의 시리즈형 OTC 약물에 대한 약사의 직능 수행에 대한 평가

김정은 · 임성실*

가톨릭대학교 약학대학 임상약학 연구실
(2020년 5월 23일 접수 · 2020년 9월 17일 수정 · 2020년 10월 4일 승인)

Relationship between the Series named OTC Products and Pharmacist's Professional Workloads in Community Pharmacy

Jeong Eun Kim and Sung Cil Lim*

Lab of clinical Pharmacy, College of Pharmacy, The Catholic University of Korea, Bucheon 14662, Republic of Korea
(Received May 23, 2020 · Revised September 17, 2020 · Accepted October 4, 2020)

ABSTRACT

Background: Currently, the over-the-counter (OTC) drug market is flooded with series OTC products. The pharmacist must follow the OTC product's indication, given that the most critical role of a pharmacist is the right selection and recommendation of an OTC drug for a patient's symptoms in a dynamic pharmacy environment. Therefore, pharmacists must know each OTC product information precisely to avoid any ambiguity due to several OTC series brand names. **Objective:** We evaluated the risk and effectiveness of OTC series medicines. **Methods:** From December 5 to December 18, 2019, an online survey was conducted among 145 community pharmacists. **Results:** A total of 51.0% of pharmacists knew the difference between products named in a series and could explain it spontaneously. Only 0.7% of the pharmacists admitted to not knowing the difference between products named in a series. While 42.9% of pharmacists who owned a pharmacy opined that the OTC medicines named in a series have health benefits for patients, 50.0% of employee pharmacists admitted that they were rather confused because there are several OTC series medicines. In contrast, 69.2% of pharmacists who owned pharmacies and 72.2% of employee pharmacists admitted that OTC series drugs with names similar to popular OTC drugs sell better. **Conclusion:** While pharmacists had different opinions regarding OTC series drugs per employment status, they opined that OTC series are more helpful in pharmacy management than completely new brand names. Further studies in this regard are needed.

KEYWORDS: OTC drugs, series name, safety, confusion, indication

의약품은 보건의료상 필수 핵심 자원으로 중요한 의미를 갖는다. 국내에서는 의약품을 전문의약품과 일반의약품으로 나누고 있으며 약사법에서는 일반의약품을 '다음 가. 오용·남용될 우려가 적고, 의사나 치과의사의 처방 없이 사용하더라도 안전성 및 유효성을 기대할 수 있는 의약품, 나. 질병 치료를 위하여 의사나 치과의사의 전문지식이 없어도 사용할 수 있는 의약품, 다. 의약품의 제형(劑型)과 약리작용상 인체에 미치는 부작용이 비교적 적은 의약품 중 어느 하나에 해당하는 것으로서 보건복지부장관과 협의하여 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 기준에 해당하는 의약품'으로 정의하고 있다.¹⁾ 일반의약품은 전문의약품과 달리 대중 광고를 통해 소비자에

게 직접 광고를 시행할 수 있고 이를 근거로 소비자가 직접 제품을 선택할 수 있다는 점에서 일반적으로 소비되는 다른 재화들과 유사한 특성을 가진다. 그러나 일반의약품은 의약품으로서 생물학적 효과를 갖고 있기에 의약품 사용과오(medication error)가 발생하는 경우 처음에 의도하였던 효과를 충분히 보지 못하거나, 예기치 못한 부작용이 발생할 가능성이 늘 존재한다. 따라서 일반의약품은 시장에서 매매되는 일상 상품들과는 다르게 단순히 제약회사의 이윤 추구만을 목표로 소비되어서는 안되며 이러한 이유로 유통, 취급 과정이 약사법에 의해 엄격히 통제 받고 있다.²⁾ 지역 약국 약사들에게 일반의약품은 약사만이 취급 가능하고 일반의약품을 통한 환자 상담은 약사

*Correspondence to: Sung Cil Lim, College of Pharmacy, The Catholic University of Korea, #43 Jibong-ro, Wonmi-gu, Bucheon 14662, Republic of Korea
Tel: +82-2-2164-6595, Fax: +82-2-2164-4059
E-mail: lim5@catholic.ac.kr

고유의 영역으로 인식되어 있기에 특별한 의미를 갖는다.

일반의약품은 앞서 말한 바와 같이 소비자들이 직접 제품을 선택하여 구매할 수 있기에 환자 안전과 관련된 국민 보건 복지 증진 차원에서 일반의약품의 상품명에 여타 유사한 상품명과 혼동 없이 사용자에게 명확하게 전달 될 필요가 있다. 실제로 유사 약품명은 환자의 안전을 위협하는 의약품 사용과오와 밀접한 관련이 있는 것으로 잘 알려져 있다. 2001년 미국 약전(U.S.Pharmacopeia, USP) 연간 보고서에서는 1996-2000년까지 The USP Medication Errors Reporting Program의 전체 보고내용 중 유사 약품명으로 인한 사례가 15%를 차지한다고 보고 된 바 있다.³⁾ 또한, The Institute for Safe Medication Practice (ISMP)에 보고되는 매년 1,200~1,500건의 약물 사용으로 인한 심각한 합병증 중 25%가 약물 이름 혼동과 관련이 있었고, 2005년 미국식품의약국(U.S Food and Drug Administration, FDA)에 보고된 의약품 사용과오의 10%는 약물 이름 혼동에 의한 것이었다.⁴⁾ 이러한 유사명칭으로 인한 의약품 사용과오는 국내에서도 그 양상이 크게 다르지 않은데, 1998년 김은경의 연구에서는 유사 약품명으로 인한 의약품 사용과오가 전체 중 39.3%를 차지하는 것으로 나타났으며, 2017년 강선미의 약국 근무약사를 대상으로 의약품 사용과오에 대한 인식을 분석한 연구에서는 ‘의약품이 혼동을 일으키기 쉬운 유사 이름이 많음’이 ‘동일 제조사, 동일 성분, 다른 함량의 의약품의 식별기호가 유사하여 혼동을 일으키기 쉬움’ 항목과 함께 의약품 사용과오의 가장 큰 원인으로 지목되었다.^{5,6)} 이러한 연구들은 대부분 전문의약품을 대상으로 진행 된 것이지만, 일반의약품의 명명에 있어서도 상황은 크게 다르지 않다. 약사와 소비자의 혼동을 일으킬 수 있는 유사명칭 일반의약품 역시 잘못된 선택과 복용으로 처음 의도한 효과를 충분히 보지 못하거나 환자에 따라서는 금기인 성분을 복용하게 되는 등의 안전문제를 완전히 배제할 수 없기에 여러가지 측면에서 위험성을 가진다. 이러한 위험성에도 불구하고 일반의약품의 경우 제약회사의 브랜드 확장 전략의 일환으로 제품들이 ‘시리즈 형태’로 명명되어 출시되는 경우가 많다. 실제로 현재 약국가에는 유명 품목의 브랜드 명에 문자, 단어 또는 숫자 등을 덧붙인 유사한 이름의 이른바 ‘시리즈 형태 일반의약품’들이 다수 존재하고 있는 실정이다.

의약품의 상품명 명명과 관련하여 식품의약품안전처 고시, 「의약품의 품목허가 신고 심사 규정」 제2장 의약품 제10조 3항에 따르면 의약품의 상품명과 관련하여 “이미 품목허가·신고된 제품의 상표명에 문자 단어 또는 숫자 등을 덧붙이거나 교체한 상품명(예: △△-에이 디에프에스 등, 복합○○○ 등)은 이미 품목허가·신고된 그 제품과 유사한 효능·효과에 해당하는 품목의 경우에 기재할 수 있다.” 라고 하고 있으며 일반의약품 허가 심사를 담당하고 있는 식품의약품안전처 안전평가원 의약품 심사 조정과에서 2018년 11월 발간한 「의약품 품목

허가·신고 시 상품명 부여 사례집」에는 “Ⅲ. 이미 허가된 제품과 유사한 효능효과에 해당하는 품목의 경우 기존 제품명에 문자, 단어 또는 숫자 등을 덧붙이는 명칭(동일 상표명(브랜드명) 부여 관련(시리즈 제품명))” 항목을 통해 일반의약품 제품명 신고 시 ‘시리즈 형태’로 상품명을 명명하는 경우의 주의점에 대해 상술하고 있다.^{7,8)} 이와 관련된 통계 자료를 살펴보면, 의약품 시장정보 전문회사 IQVIA에서 제공한 데이터인 2018년 상반기 기준 매출 순위 1위부터 30위까지 일반의약품 목록에서 매출 상위 20개 제품 중 15개 품목이 ‘시리즈물’에 해당한다. 큰 브랜드명만으로 집계를 했을 때에는 상위 20개 품목 중 12개의 브랜드명이 ‘시리즈물’을 갖고 있는 제품으로 일반의약품 시장에서 ‘시리즈물’의 비중이 결코 적지 않다고 볼 수 있다.⁹⁾ 이러한 시리즈 형태 일반의약품은 식품의약품안전처에 허가 시에는 각각 개별의 상품으로 간주되나, 실제 소비자에게는 유사한 제품명으로 인해 동일한 약이나 한 그룹으로 간주되기도 하며, 이를 취급하는 약사들 내에서도 유사한 상품명과 성분, 함량 조성으로 인해 혼동을 초래할 우려가 있는 반면 혼동과 오용의 위험성이 존재하지만 이에 대한 정확한 인지와 이해가 선행되어 올바르게 활용이 되면 약사들이 다양한 조성과 함량의 제품을 각 소비자의 특성에 좀 더 맞추어 안내 줄 수 있다는 이점이 있다.

이에 본 저자는 선행 연구로써 시리즈 형태로 명명된 일반의약품에 대해 약사 면허를 소지하고 있지 않은 일반 소비자(이하 일반인)들의 사용 실태와 인식을 조사한 바 있다. 해당 연구에서 일반의약품 구매 경험이 있는 일반인을 대상으로 시리즈 형태 일반의약품의 사용 경험과 사용한 적이 있는 시리즈 제품 간의 차이점을 알고 있는지, 일반의약품을 선택하는데 있어 가장 중요한 기준은 무엇인지에 대해 설문을 진행한 결과, 시리즈 형태 일반의약품을 복용한 적이 있는 일반 소비자 중 68.8%는 자신이 복용한 시리즈 제품 간 차이점에 대해 ‘모른다’고 응답했으며, 18.3%는 해당 브랜드 제품이 시리즈 형태로 여러 제품이 존재하는지조차 몰랐다고 응답하여 대다수의 소비자들은 직접 복용을 한 제품이라 할지라도 해당 제품 내 다른 시리즈 제품 간 차이에 대해 명확히 인지하고 선택하는 것은 아니라는 것을 알 수 있었다. 또한 일반의약품 선택 시 가장 중요하게 생각하는 요소로는 약사의 추천이 58.6%로 다른 항목들에 비해 압도적으로 높게 나와 일반의약품 선택에 있어 약사의 역할이 매우 중요함을 다시 한번 확인 할 수 있었다.¹⁰⁾

이에 소비자의 안전과 국민 건강 보건 증진에 있어 시리즈 형태 일반의약품을 대하는 약사의 인식과 취급 현황에 대한 연구의 필요성이 있었다. 따라서 이 연구는 지역 약국을 운영하거나 근무 경험이 있는 약사들을 대상으로 시리즈 형태 일반의약품의 취급 현황과 일반의약품을 상담하고 판매하는 과정에서 시리즈 형태 일반의약품이 갖는 유용성 혹은 불편함이나 잠재된 위험성에 대해 파악하는 것을 목표로 한다.

방 법

연구 대상과 연구 기간

본 연구는 지역 약국에서 근무 경험이 있는 약사를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 설문은 2019년 12월 05일부터 2019년 12월 18일까지 진행하였으며, 가톨릭대학교 연구윤리 위원회에 의해 승인되었다(IRB File No.1040395-201911-01).

연구 대상 선정 기준

가. 국내 전국의 지역 약국에서 근무 경험이 있는 약사 대상
나. 제외기준 : 최근 3년 이내 약국 근무 경험이 없는 경우

자료수집 및 조사방법

온라인 설문을 통해 기초정보와 일반의약품 시리즈물에 대한 인식을 수집, 평가하였다.

연구 대상자의 모집은 본 연구의 목적과 설문에 대한 개괄적인 설명이 안내된 연구대상자 모집 문건과 구글폼으로 작성된 온라인 설문지의 링크를 약사 대상 커뮤니티와 SNS 채널을 통해 배포하여 자발적으로 설문에 응한 응답자를 대상으로 설문 조사를 하였으며, 응답자가 3년 이내 약국 근무 경험이 있을 경우만 분석에 이용하였다. 온라인 설문지를 배포한 약사 대상 커뮤니티와 SNS 채널은 ‘참약사조합’, ‘약학연구회’, ‘탐라국불로’, ‘OTC연구모임’ 외 1곳으로 성별, 나이, 경력, 지역, 현재 근무 형태나 유무 등의 제한 없이 약사 면허증으로 약사임을 인증 하면 참여 할 수 있는 곳으로 선정하여 연구자에 의한 선택 비편람이 발생하는 것을 최소화하고자 하였다. 설문은 크게 응답자의 기초 정보와 대표적인 시리즈 의약품 취급 유무, 시리즈 형태의 일반의약품에 대한 인식 조사 3파트로 나누어 진행이 되었으며, 대표적인 시리즈 의약품은 의약품 시장조사기관인 IQVIA에서 발표한 2018년 상반기 일반의약품 매출 순위 자료를 기준으로, 매출 순위 상위 20위까지의 의약품 중 한 브랜드 내에서 2가지 이상의 시리즈 형태의 제품을 보유한 브랜드 12가지를 선정하여 설문을 진행하였다.

통계 분석

자료 분석과 통계처리는 EXCEL 2007을 이용하여 각 문항별 빈도 분석을 시행하였다.

결 과

총 161명이 설문에 참여하였으며, 이 중 최근 3년 이내 약국 근무 경험이 있는 145명의 최종응답으로 빈도 분석을 시행하였다.

응답자의 특성

응답자 기본 정보를 Table 1에 표시하였다. 여성의 분포가 더 많았으며, 연령은 30대가 가장 많았다. 근무경력은 10년 이상이 44.1%로 가장 높게 나타났으며 근무 지역은 경상도가 61.4%로 가장 많았고 뒤이어 서울, 경기 순으로 나타났다. 근무 형태는 62.8%가 현재 약국을 운영하는 개국약사였으며, 근무약사는 풀타임 근무 14.5%, 파트타임 근무 13.8%, 그 외 현재 약국이 아닌 타직종에서 근무하거나 휴직 중이라고 응답한 비율이 각각 6.2, 2.8%를 차지 하였다. 근무 형태별로 나누어 보면 개국약사의 경우 남녀 성별 분포가 비교적 고른 반면 비 개국약사(이하 근무약사)는 여성이 83.3%로 남성에 비해 많았으며, 근무약사보다 개국약사의 근무 경력이 더 길고 연령이 높았다.

시리즈물 제품 취급 및 판매 경험

설문에 사용한 12개의 시리즈물 브랜드는 부록으로 수록하였다(Appendix 1). 각 브랜드의 세부 시리즈 제품은 식품의약품안전처 의약품안전나라 의약품통합정보시스템 홈페이지에서 브랜드명을 검색하였을 때 등록이 된 제품들 중 검색일 기준 허가 취소 상태가 아닌 경구 의약품으로 선정하였다. 각 브랜드별 시리즈 제품 취급 경험 유무는 약국에서 취급하고자 하는 제품을 직접 선택할 수 있는 개국약사와 본인의 선택과 무관하게 이미 약국에서 판매중인 제품 내에서만 취급이 가능한 근무약사로 나누어 응답률을 분석하였다. 시리즈 제품 취급 경험 유무에 대한 질문의 응답 결과는 Table 2에 나타내었다. 해당 브랜드의 제품을 취급한 적이 있으나 세부 시리즈 제품 중 어떤 것 인지는 잘 모르겠다고 응답한 응답자 수는 대부분의 브랜드에서 0.0%였고, 개국약사에서는 기넥신이 2.9%, 근무약사에서는 판콜이 6.7%로 가장 높게 나타났다.

시리즈 형태의 일반의약품에 대한 인식 조사

같은 브랜드 내에서 2가지 이상의 시리즈 제품을 취급하고 있는 경우, 각 시리즈별 상품들의 차이점에 대해 명확히 알고 있는지를 ‘각 제품별 차이를 명확히 숙지하고 있으며 바로 설명이 가능하다.’, ‘각 제품별 차이를 숙지하고 있지는 않으나 그때 그때 성분 확인을 통해 비교가 가능하다.’, ‘잘 모른다.’ 중 선택하게 하였다. 개국약사와 근무약사의 응답률은 Fig. 1로 나타내었다. 다음으로 약국에서 소비자에게 일반의약품을 권하는데 있어 한 브랜드의 다양한 시리즈물 형태로 제품이 출시되는 것에 대해 어떻게 생각하는지를 ‘환자 건강을 위한 선택에 도움이 된다.’, ‘너무 많은 종류가 있어 오히려 혼란을 초래한다.’, ‘약국 경영에 도움이 된다.’, ‘대표제품 하나만 충분하다.’, ‘상관 없다.’ 중 선택하도록 한 항목의 응답률을 개국약사와 근무약사로 나누어 Fig. 2로 나타내었다. 다음으로 제 약회사에서 신제품 출시 때 기존의 제품과 유사한 효능 효과

Table 1. Basic characteristics

Characteristics		Total n (%)	Pharmacy owner n (%)	Employee pharmacist n (%)
Sex	Male	52 (35.9)	43 (47.3)	9 (16.7)
	Female	93 (64.1)	48 (52.7)	45 (83.3)
Age (years)	20~29	3 (2.1)	0 (0.0)	3 (5.6)
	30~39	79 (54.5)	38 (41.7)	41 (75.9)
	40~49	22 (15.2)	17 (18.7)	5 (9.3)
	50~59	28 (19.3)	24 (26.4)	4 (7.4)
	≥60	13 (9.0)	12 (13.2)	1 (1.9)
Community pharmacy experience	<1 year	5 (3.4)	0 (0.0)	5 (9.3)
	1~3 years	18 (12.4)	5 (5.5)	13 (24.1)
	4~6 years	33 (22.8)	16 (17.6)	17 (31.5)
	7~9 years	25 (17.2)	17 (18.7)	8 (14.8)
	≥10 years	64 (44.1)	53 (58.2)	11 (20.4)
Working area	Gangwon	2 (1.4)	2 (2.2)	0 (0.0)
	Gyeonggi	20 (13.8)	10 (11.0)	10 (18.5)
	Gyeongsang	89 (61.4)	62 (68.1)	27 (50.0)
	Seoul	31 (21.4)	17 (18.7)	14 (25.9)
	Jeolla	1 (0.7)	0 (0.0)	1 (1.9)
	Chungcheong	2 (1.4)	0 (0.0)	2 (3.7)
Employment status	Pharmacy owner		91 (62.8)	
	Full-time		21 (14.5)	
	Part-time		20 (13.8)	
	Others		9 (6.2)	
	Leave of absence		4 (2.8)	

를 가진 제품의 경우 시리즈물 형태로 제품명이 정해지는 것이 일반의약품 판매 상담에 도움이 된다고 생각하는지를 질문한 문항에서는 ‘기존 유명제품의 시리즈물 형태의 제품명이 도움이 된다.’, ‘오히려 혼란스러워 전혀 새로운 제품명이 좋다.’, ‘제품명은 전혀 상관없다.’, ‘잘 모르겠다.’는 보기 중 선택하게 하였다. 해당 문항의 근무약사와 개국약사 응답률은 Fig. 3로 나타내었다. 마지막으로 일반의약품 취급 여부의 결정권을 가진 개국약사를 대상으로 본인의 약국에서 판매 할 일반의약품을 선택하는데 있어 가장 큰 영향을 주는 요인은 무엇 인지를 질문하였다. ‘제품의 성분과 함량’이 51.6%로 가장 많은 응답률을 보였으며, ‘판매 마진’ 14.3%, ‘소비자의 요청’ 11.0%, ‘제약회사 영업사원의 설명’ 7.7%, ‘생산하는 회사의 이미지’와 ‘제품과 관련된 근거 유무 (임상 시험 데이터 등)’이 5.5%, ‘TV 혹은 인터넷 등의 대중 광고’ 4.4% 순으로 뒤를 이었다. 한편 ‘제품의 이름과 포장’을 꼽은 사람은 0.0%로 나타났다.

고 찰

약사면허를 소지하고 최근 3년 이내에 지역 약국 근무 경력

이 있는 약사 145명을 대상으로 약사들의 시리즈 의약품에 대한 취급 실태와 인식에 대해 설문 조사를 시행하였다. 식품의약품안전처에서 제공한 연도별 ‘일반의약품 품목 수 및 생산액 현황’에 따르면 2018년 기준 국내 일반의약품은 총 5,336개의 품목이 등록 되어 있는 것으로 집계된다.¹¹⁾ 한편 2018년도 상반기 일반의약품의 총 매출액은 약 1조 1061억원으로 매출 상위 20개 제품은 품목수로는 전체의 0.37%밖에 차지하지 않지만, 해당 제품들의 매출액 합산 금액은 총 236,535,471,852 원으로 상반기 전체 매출액의 약 21.4%를 차지 하는 것을 근거로 의약품 시장 조사기관인 IQVIA에서 발표한 2018년 상반기 일반의약품 매출 순위 상위 20위까지의 일반의약품 브랜드 중 시리즈물을 보유하고 있는 12개의 브랜드를 지역 약국가에서 소비자와 약사들이 쉽게 접할 수 있는 대중적인 시리즈 일반의약품 예시에 적절하다고 판단하여 본 연구의 설문 대상으로 선정하였다.⁹⁾

시리즈 형태 일반의약품 취급 현황 항목에서 근무약사와 개국약사 모두 ‘해당 브랜드 제품을 취급하지만 어느 세부 시리즈 품목인지는 모르겠다’는 항목에 대다수가 0%의 응답률을 보였으며 최대 응답률이 6.67%로 나타났다. 이는 일반인 대상

Table 2. The Series named Over-the-counter medicine has been sold before (per brand name).

Brand name	Series name	Employee pharmacist (n)	Pharmacy owner (n)	Brand name	Series name	Employee pharmacist (n)	Pharmacy owner (n)
Aronamin	Aronamin C plus mini Tab	4	11	Insadol	Insadol Tab	50	83
	Aronamin C plus Tab	46	85		Insadol Plus Tab	50	87
	Aronamin Care complex Tab	13	26		Don't know (Insadol)	0	0
	Aronamin Care DM Tab	21	40	Pancold	Pancold A Tab	11	7
	Aronamin Care HT Tab	19	36		Pancold S Sol	45	84
	Aronamin Care Lipi Tab	17	39		Don't know (Pancold)	4	1
	Aronamin E max plus Tab	11	16	Panpyrin	Panpyrin Q Sol	49	88
	Aronamin EX Tab	20	28		Panpyrin T Tab	4	4
	Aronamin Eye Tab	15	25		Don't know (Panpyrin)	3	0
	Aronamin Gold Tab	51	86	Tylenol	Children's Tylenol Suspension	30	52
	Aronamin Silver Tab	38	55		Children's Tylenol Tab 80mg	31	57
	Don't know (Aronamin)	1	0		Tylenol 8hr ER Tab	53	90
	Aspirin	Aspirin protect Tab 100mg	52		84	Tylenol Cold S Tab	47
Bayer Aspirin Tab 100mg		27	50		Tylenol Tab	51	86
Bayer Aspirin Tab 500mg		39	80	Women's Tylenol Tab	47	89	
Don't know (Aspirin)		0	0	Don't know (Tylenol)	0	0	
Fusidin	Fusidin Band plaster	14	19	Ursa	Daewoong Ursa soft cap	47	77
	Fusidin Cream	17	43		Ursa Complex soft cap.	52	85
	Fusidin Gel	27	36		Ursa Tab 100mg	44	79
	Fusidin Hydro Cream	5	12		Don't know (Ursa)	0	0
	Fusidin Oint.	51	89	Whal-myungsu	Gas Whalmyungsu Q Sol	46	84
	Don't know (Fusidin)	0	0		Kids Whalmyungsu Sol	32	52
Ginexin	Ginexin F soft cap 120mg	12	14	Miin Whalmyungsu Sol	23	39	
	Ginexin F Tab	31	52		Whalmyungsu Sol.	20	22
	Ginexin F Tab 80mg	46	66		Don't know (Whalmyungsu)	0	0
	Don't know (Ginexin)	4	4	Woowhang-cheongshimwon	Original Pill (Musk substitute-Civet)	30	61
Impactamin	Impactamin Care	17	31		Original Pill (Musk)	28	49
	Impactamin Power	26	36		Original suspension (Musk substitute-Civet)	32	66
Impactamin	Impactamin Power A plus	8	21		Original suspension (Musk)	29	52
	Impactamin Premium	28	40		Pill (Musk substitute-Civet)	37	66
	Impactamin Silver	26	28		Pill (Musk)	32	58
	Impactamin Tab	30	41		suspension (Musk substitute-Civet)	45	80
	Don't know (Impactamin)	0	1	suspension (Musk)	37	67	
				Don't know (Woowhang-cheongshimwon)	1	4	

선행 연구에서 시리즈 의약품 사용 현황 조사 결과 ‘해당 브랜드의 시리즈물 제품을 복용한 적이 있으나 그 중 어떤 세부 시리즈 제품인지 잘 모르겠다’는 응답이 브랜드별로 적게는 최소 1.0%에서 최대 51.0%까지 답변이 나온 것과는 대조적이었다.¹⁰⁾ 또한 일반인 대상 선행 연구에서는 68.5%가 자신이 복용하는 제품의 시리즈 차이를 모른다고 응답하였다.¹⁰⁾ 반면 본 연구에서는 0.7%만이 시리즈 제품 간의 차이에 대해 잘 모

른다고 응답하여, 약사들은 대체로 본인이 취급하는 브랜드의 세부 시리즈 제품명과 시리즈 간 차이에 대해 정확하게 인지하고 있거나 성분을 통해 차이를 설명 할 수 있는 것으로 나타났다. 약국 근무 경력과 관련하여 하위 분석을 시행 한 결과 약국 경력 6년 이하의 약사 56명의 대상으로 분석 하였을 때는 ‘시리즈별 차이점에 대해 명확히 숙지하고 있으며 바로 설명이 가능하다’고 응답한 비율이 39.3%, ‘각 제품별 차이를 숙지하

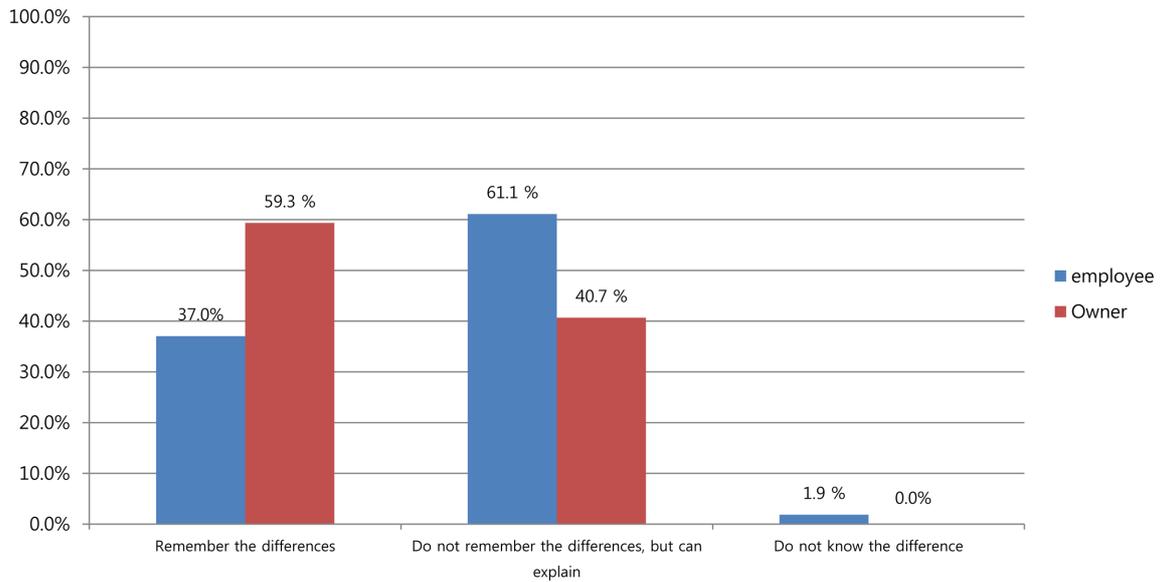


Fig. 1. Awareness among pharmacists of the differences between the products in each series in their responses.

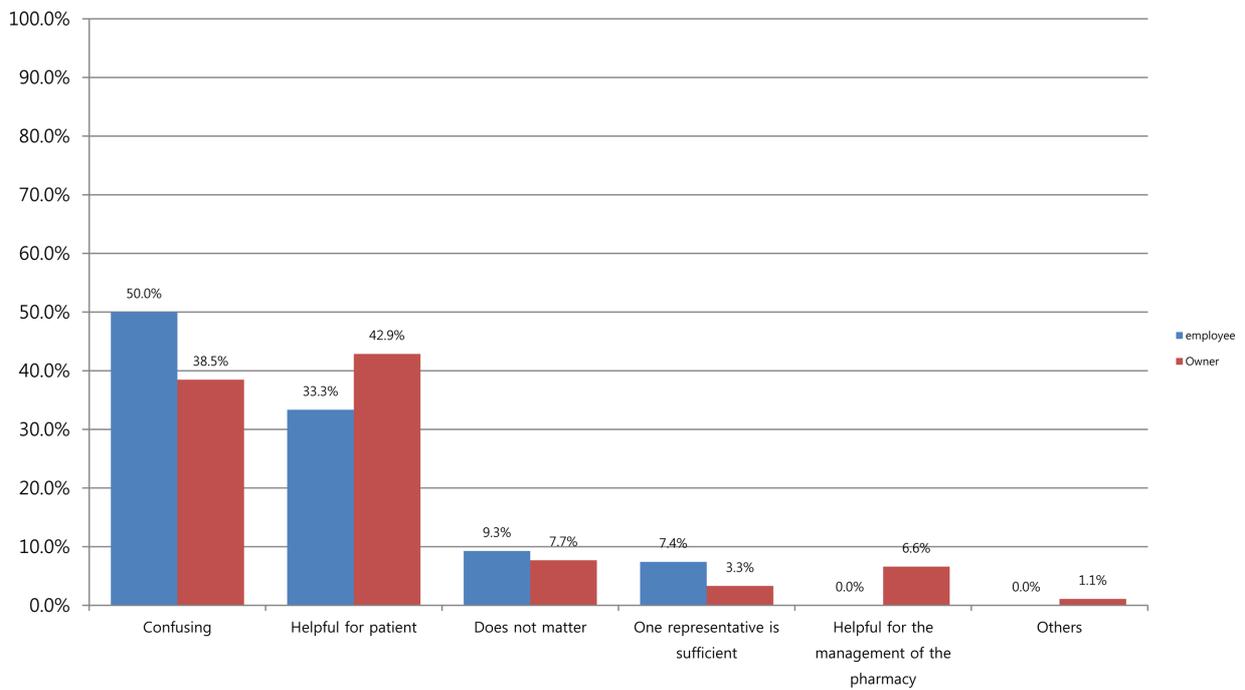


Fig. 2. Pharmacists' opinions on series products being released under a brand name.

고 있지는 않으나 그때그때 성분 확인을 통해 비교가 가능하다'고 응답한 비율이 58.9%, '잘 모른다'고 응답한 비율이 1.8%로 나타난 반면, 경력 10년 이상의 약사 64명을 대상으로 응답률을 분석 한 결과 59.4%가 '숙지하고 있다.', 40.6%가 '숙지하고 있지는 않으나 그때그때 확인을 통해 비교 설명 가능하다'고 응답하였으며, '잘 모른다'는 응답자는 0.0%로 나타나 시리즈 제품 간의 차이에 대해 평소 숙지하고 있는 정도는 경

력이 늘어날수록 더 높은 것으로 분석되었다. 이로 미루어 볼 때 해당 항목에서 개국약사와 근무약사의 응답 양상에 차이가 있는 것은 제품 선택 단계에서부터 관여를 하는 개국약사가 각 시리즈 제품에 대한 더 많은 정보를 숙지하고 있기 때문일 것이라는 요인 한가지와, 응답자 특성에서 드러난 개국약사와 근무약사의 경력 차이가 영향을 미쳤을 것으로 예상 해 볼 수 있다. 또한 해당 항목과 한 브랜드 내에서 다양한 시리즈물이

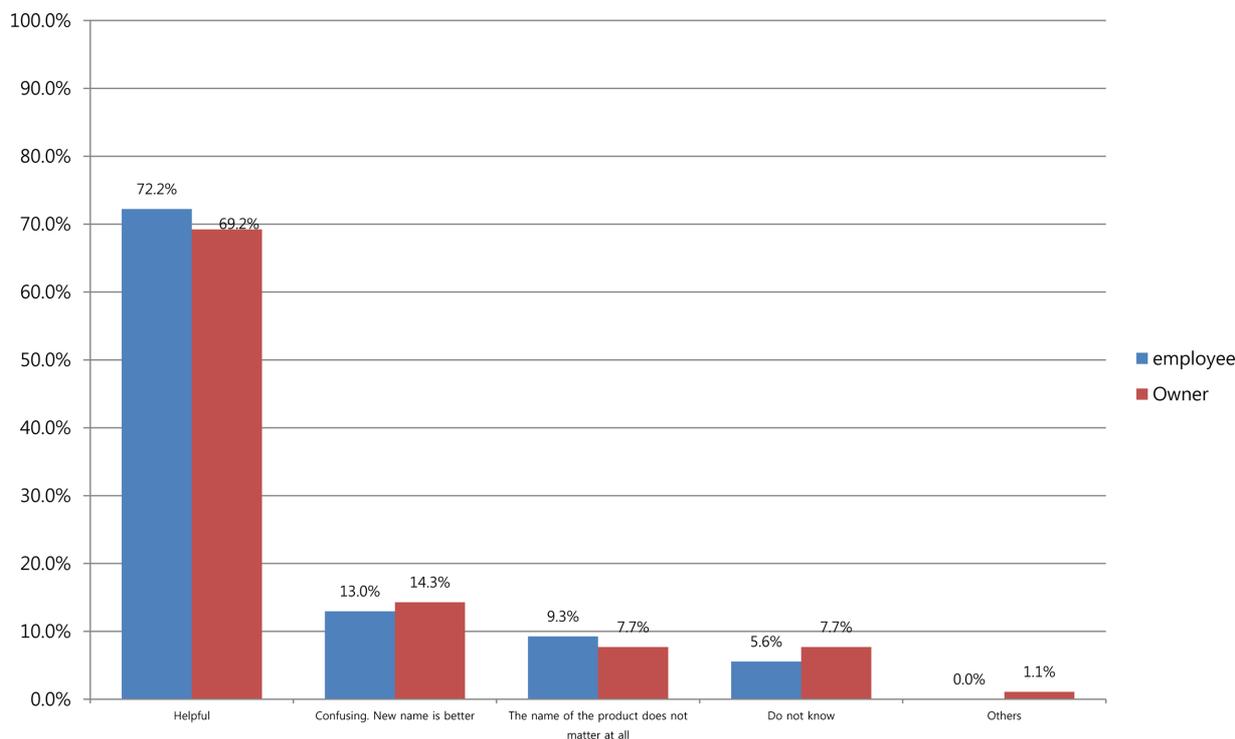


Fig. 3. Pharmacists' opinions about the utility of series named OTC products over those not named in a series.

나와 있는 것이 일반의약품 상담과 판매 상담에 미치는 영향을 조사한 문항의 결과를 종합하여 미루어 볼 때 약사들은 각 시리즈별 차이점에 대해 더 잘 알고 있을 수록 다양한 시리즈 제품이 환자의 건강에 도움이 된다고 여기는 경향이 높다고 추론해 볼 수 있다.

한편 제약사에서 기존 제품과 유사한 효능 효과를 가진 신제품을 출시 하는 경우 유명품의 시리즈 형태로 제품명이 명명이 되는 것이 일반의약품 판매에 어떤 영향을 미치는지에 대한 조사에서는 근무약사의 절반 가량이 시중에 너무 많은 시리즈 물이 있어 오히려 혼란스럽다고 응답했음에도 일반의약품 판매 상담 시에 시리즈 형태의 명명이 도움이 된다고 응답한 이유로는 유사한 성분함량의 시리즈 제품이 너무 많이 세분화 되어 시리즈물이 나오는 것은 다소 혼란스러움을 초래하지만, 그럼에도 불구하고 신제품이 출시되는 경우에는 전혀 새로운 제품명으로 나오기 보다 유명 제품의 시리즈 형태로 출시되면 약사들이 개별 제품으로 간주하여 각각 제품명과 성분 함량 구성 등을 암기하는 것 보다 유명품의 시리즈물로서 이미 친숙한 제품명과 연관 지어 제품명과 성분 구성을 암기하는 것이 훨씬 수월할 수 있다는 점과 제품을 소비자에게 설명하는 과정에 있어서도 이미 유명 제품의 인지도를 어필하며 신제품을 설명하는 것이 상담에 더 유리할 수 있으며 제품을 분리 진열 하는데 있어서도 한 브랜드의 시리즈 제품군별로 카테고리화 하여 관리 하는 것이 훨씬 더 효율적일 수 있기 때

문인 것으로 고려된다. 개국약사를 대상으로 일반의약품 취급 여부를 결정하는데 있어 가장 큰 영향을 주는 요인에 대한 질문을 통해 개국약사가 해당 제품의 판매 여부를 결정하는데 있어서 제품의 이름은 결정적이지 않은 것을 알 수 있었다.

본 연구는 시리즈물 일반의약품 취급 현황 조사에 있어 응답자의 기억에 의존하여 선택하도록 하였다는 점과, 온라인을 통해 학력이나 연령, 성별, 경력 기간, 지역 등의 특별한 조건 제한 없이 약사면허 유무 만을 조건으로 설문 조사를 진행하였음에도 불구하고 응답자의 61.4%가 경상도, 21.4%가 서울로 특정 지역에 분포가 몰려 있는 것을 한계점으로 꼽을 수 있겠다. 또한 이번 연구는 시리즈 형태 의약품의 개괄적인 취급 현황과 인식을 파악하기 위한 기초 조사로서 빈도 분석만을 시행하였다. 추후 본 연구를 바탕으로 지역 편차가 보정된 추가적인 연구나, 응답자의 표본을 늘리고, 일반인과 약사, 근무약사와 개국약사, 경력기간에 따른 차이 등을 통계적 분석방법을 통해 보완한 추가적인 심층 연구가 필요할 것으로 보인다. 그러나 본 연구는 지역 약국가에서 의미 있게 취급되는 일반의약품과 관련하여 ‘시리즈물’이라는 유사 상품명에 영향을 평가한 기준에 연구되지 않았던 분야의 연구로써 향후 효율적인 일반의약품 제품명 명명을 위한 가이드라인 마련에 참고할 수 있는 기초 연구로 활용될 수 있다는 점에 의미가 있다고 하겠다.

결론

시리즈 형태 일반의약품의 효용성과 위험성, 취급 현황을 파악하기 위하여 2019년 12월 05일부터 2019년 12월 18일까지 지역 약국에서 근무 경험이 있는 약사를 대상으로 온라인 설문조사를 시행하였다. 본 연구를 통해 제약사의 브랜드 확장 전략으로 시중에 출시된 다양한 시리즈 형태 일반의약품들이 비록 유사한 명칭으로 인해 약사의 업무상 혼란을 초래 할 수는 있지만, 약사 개별의 학습과 노력 등으로 어느 정도 극복이 가능하며, 효율적인 제품 관리와 소비자 상담에 있어서는 긍정적인 요소를 갖고 있기에 시리즈 형태의 제품 출시가 효용성이 있다는 것을 확인 할 수 있었다.

이해상충

저자들은 본 논문의 내용과 관련하여 그 어떠한 이해상충도 없다.

참고문헌

1. Korea Law Information Center. Pharmaceutical affairs Act No. 14328, Chapter I, Article 2-9. Dec 02, 2016. Enforced, Dec 02, 2016. Partial Amendment. Available from <https://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=125346#0000>. Accessed December 05, 2020.
2. Hong JR. A Study on the newspaper advertising of medicines in Korea-an analysis of the contents that major brands advertise in daily newspapers. M.S. Thesis for Business Administration Dongguk University. 1990.
3. Levien TL. International drug name confusion. Hosp Pharm 2006;41(7):697-700.
4. Rados C. Drug name confusion: Preventing medication errors health

- experts work to minimize the potential for confusion between products with names that look or sound alike. FDA consumer 2005;39(4):35-7.
5. Kim EG, Hwang JH, Kim CY, Oh BH. A Study on nurses' perception and experience of medication error. The Seoul Journal of Nursing 1998;12(1):133-50.
 6. Kang SM. Analysis of perception for medication errors in community pharmacy. M.S Thesis for pharmacy Sungkyun Kwan University. 2017.
 7. Ministry of Food and Drug Safety of Republic of Korea. Ministry of Food and Drug Safety Notification No. 2018-95, Regulation for Pharmaceutical Approvals, Notifications and Reviews, Chapter II, Article 10-3. Nov 27, 2018. Partially Amended and Enforced. Available from https://www.mfds.go.kr/brd/m_211/view.do?seq=11961&srchFr=&srchTo=&srchWord=%EC%9D%98%EC%95%BD%ED%92%88%EC%9D%98+%ED%92%88%EB%AA%A9%ED%97%88%EA%B0%80+%EC%8B%A0%EA%B3%A0+%EC%8B%AC%EC%82%AC+%EA%B7%9C%EC%A0%95&srchTp=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&Data_stts_gubun=C9999&page=1. Accessed December 05, 2020.
 8. National Institute of Food and Drug Safety Evaluation of Republic of Korea, Drug Review Management Division.: Casebook of product name given to medicine (drug) authorization and reporting, Nov, 2018 Available from http://www.nifds.go.kr/brd/m_15/view.do?seq=12610. Accessed December 05, 2020.
 9. IQVIA, 30-Top-selling Over-the-counter drugs in Korea, the first half of 2018. Available from <https://news.v.daum.net/v/20180822133544741>. Accessed July 31, 2020.
 10. Kim JE, Lim SC. Analysis on the consumer behavior and perception of similar nomenclature of series named nonprescription drugs. Yakhak Hoeji 2020;64(4):265-72.
 11. Ministry of Food and Drug Safety of Republic of Korea. Pharmaceutical Management Division.: Number of OTC & prescription drugs and production amount-by year: 2009-2018. Available from https://www.mfds.go.kr/wpge/m_314/de01060310001.do. Accessed July 31, 2020.