

2021 Spring Aalto EMBA

Changes in Tylenol Sales and Future Sales Prediction after the Pandemic

Suk, Hean Min

May 2022

2021 Spring Aalto EMBA

**팬데믹이후 타이레놀 매출 변화와 미래
매출 예측**

석 현 민

2022년 5월

Executive Summary (English)

The public awareness and demand for over-the-counter drugs has increased very sharply due to the COVID 19 vaccine. Among them, Tylenol's sales increased the most. The reason for the increase in Tylenol's sales is that the health authorities mentioned Tylenol as a way to solve the side effects of vaccination. The purpose of this study was to compare and analyze Tylenol sales before and after Corona to find out future sales and to study how much impact the announcement of health authorities can have. As a research method, the sales of the Tylenol analgesic product group, the most important product line, are divided and compared before and after vaccination, and the sales trend of Tylenol Cold (cold medicine) compared to the cold medicine market that was not directly affected by vaccination was studied. Compare how much the value has increased. However, during the study, the emergence of a new coronavirus (Omicron) brought different results from Corona Beta. However, in the process, we were able to discover a number of factors that could affect the sales of over-the-counter drugs. Changes in the number of confirmed cases due to virus mutations and the resulting policy changes of the health authorities were analyzed as major factors. According to this study, Tylenol sales are expected to grow significantly in 2022.

Executive Summary (Korean)

COVID 19 백신으로 인해 일반약에 대한 대중의 인지 및 수요가 매우 가파르게 증가하였다. 이중에서도 타이레놀의 매출이 가장 크게 증가하였다. 타이레놀의 매출 상승의 이유로는 보건 당국이 백신 접종으로 인한 부작용을 해결하는 방안으로 타이레놀을 언급했기 때문이다. 코로나 이전에 타이레놀 매출과 이후의 매출을 비교 분석하여 미래 매출을 알아보고 보건 당국의 발표가 얼마나 많은 영향을 미칠 수 있는지 연구해보고자 하였다. 연구 방법으로는 가장 주요한 제품군인 타이레놀 진통제 제품군의 매출을 백신 접종 이전과 이후로 나누어 비교해보고, 백신 접종에 직접 영향을 받지 않았던 감기약 시장대비 타이레놀 콜드(감기약)의 매출의 추이를 연구하여 타이레놀 브랜드의 가치가 얼마나 증가했는지 비교해보았다. 그러나 연구를 진행하던 중 새로운 코로나 바이러스(오미크론)의 출현으로 코로나 베타와는 다른 결과를 가져오게 되었다. 그러나 그 과정에서 일반약 매출에 영향을 줄 수 있는 여러가지 요소를 발견할 수 있었다. 바이러스의 변이로 인한 확진자의 변화와 그로인한 보건 당국의 정책 변화가 주요한 요인으로 분석되었다. 이 연구를 통해 타이레놀 매출은 2022년에도 크게 성장할 것으로 분석되었다.

목차

I. 연구 배경 및 목적	1
(1) 연구 배경 및 목적.....	1
(2) 연구 방법.....	1
II. 타이레놀의 시장 분석	2
(1) 타이레놀의 탄생 배경.....	2
(2) 타이레놀 제품의 국내외 시장규모.....	2
(3) 감기약 시장의 변화와 타이레놀 콜드(감기약).....	4
III. 코로나 백신 접종 이전과 이후 타이레놀 매출(수량)의 변화	6
(1) 코로나 백신 접종 이전의 매출 수량.....	7
(2) 코로나 백신 접종 이후의 매출 수량.....	8
IV. 향후 타이레놀 매출 예상	8
1. 타이레놀 콜드(감기약)를 바탕으로 한 2022년 예측.....	9
(1) 감기약 시장의 매출 변화.....	9
(2) 타이레놀 콜드(감기약) 매출의 변화.....	10
(3) 타이레놀 콜드(감기약)의 매출 변화를 바탕으로 한 2022년 매출 예측.....	11
2. 2021년 매출 분석 및 2022년 매출에 영향을 미치는 요소 분석.....	12
(1) 백신 접종.....	12
(2) COVID 19 바이러스의 변화.....	13
(3) COVID 바이러스 변화에 따른 정부 지침의 변화.....	15
3. 3가지 요소를 바탕으로 한 2022년 매출 변화 예측.....	17
V. 결론 및 시사점	20
1. 2022년 타이레놀 매출 예측이 가지는 의미.....	20
2. 시사점.....	20
VI. 참고 문헌	

I. 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경 및 목적

2021년, 본격적인 백신 접종이 시작되었고, 백신 접종 후 가장 두드러진 부작용인, 근육통 및 발열에 대한 대책으로 정부 당국은 타이레놀이라는 제품명을 언급하며 타이레놀 수요가 급증하게 되었다. 1년이 지난 지금은 백신 접종과 더불어 오미크론이라는 변종 바이러스로 자가격리 및 재택 치료가 권장되면서 오히려 수요가 더 늘어나고 있는 상황이다. 가장 직접적인 매출 상승을 보인 타이레놀 진통제로 미래 수요를 알아보려고 하였으나, 수급되는 제품이 모두 품절이 되고 있는 상황이라 얼마만큼의 증가분이 생기는지 알아내기가 매우 어렵다.

그래서 매출에 직접적으로 영향을 받지 않은 감기약 시장의 변화와 타이레놀 감기약 제품을 비교 분석하여 타이레놀 제품 전체의 증가 비율을 계산하고 실제로 타이레놀 매출은 얼마나 증가하였는지 연구해보고 2022년 매출 예측과 미래에는 매출이 어떻게 변화할 것인지 연구해 보고자 한다.

2. 연구 방법

먼저 코로나 시대에 일반약 시장에 가장 영향을 많이 주는 3개의 요소를 찾아 구체적인 수치를 계산하고자 한다. 그 3가지 요소로는 코로나 바이러스의 변이가 있다. 바이러스의 변이 시점을 연구하고 코로나 바이러스 확진 환자의 증상이 어떻게 변화 하였는지 사례를 찾아 연구한다. 또한 이 변화로 인한 사람들의 생활 패턴의 변화를 사례를 찾아 연구한다. 마지막으로 바이러스 변이로 인한 확진 환자의 변화로 보건 당국 정책의 변화가 어떻게 바뀌었는지 하나씩 살펴보고자 한다. 이 3가지 요소가 변화할 때 일반약 시장의 매출이 어떻게 변화하였는지와 타이레놀 감기약과 진통제의 매출 변화를 수치적으로 분석하여 미래 매출을 예측하고 코로나 이전과 이후의 변화를 분석한다.

II. 타이레놀의 시장 분석

(1) 타이레놀의 탄생 배경

타이레놀의 1879년 로버트 맥닐 약사가 미국 필라델피아에서 약국을 개업하면서 타이레놀 브랜드의 역사가 시작되었다. 25년 후 맥닐의 아들인 로버트 링컨 맥닐이 사업에 동참하게 되고 의사, 약사, 병원을 대상으로 한 처방 의약품의 직접 마케팅에 중점을 두고 사업을 성장 시켰다. 아스피린과 '라이 증후군'이라는 위험한 어린이 질환의 관련성이 부각되면서, 의사들이 환자들에게 아스피린을 대체해서 처방 가능한 약의 성분으로 아세트아미노펜이 대두되었다. 맥닐 연구소는 아세트아미노펜의 자체 브랜드를 고안하여 타이레놀 브랜드를 탄생시켰고, 어린이용 타이레놀로 처음 발매되었다. 1959년 맥닐 연구소는 존슨앤드존슨사에 매각되었고 1년 후 미국 FDA는 아세트아미노펜을 처방 없이 판매할 수 있도록 승인하였다. 일반의약품 어린이용 타이레놀의 발매를 시작으로, 맥닐사는 이후 수십년간 어린이와 성인을 위한 수십개의 새로운 타이레놀을 발매하였다. 한국에서는 존슨앤드존슨의 계열사인 한국얀센에서 1994년 판매를 시작하였다. 타이레놀 500mg, 어린이 타이레놀 현탁액, 씹어먹는 어린이 타이레놀정 80mg을 포함한 3가지의 타이레놀 제품을 먼저 선 보이게 되었고, 이후 종합 감기약인 타이레놀 콜드-에스 정, 통증 완화 효과가 지속적인 타이레놀 이알, 여성을 위한 생리통 전문 진통제 우먼스 타이레놀 정등 신제품을 잇따라 출시하면서 현재는 여섯가지 종류의 타이레놀 제품이 일반 의약품으로 판매되고 있다.

(2) 국내 일반의약품(OTC) 진통제 시장 규모와 타이레놀 제품의 시장 점유율의 변화

국내 진통제 시장의 규모를 연도별로 살펴보면, 2018년 618억, 2019년 766억, 2020년 905억, 2021년 1,439억원으로 파악된다. 팬데믹 시대와 코로나 백신 접종이 본격적으로 이루어지는 2020년부터 2021년까지 급격하게 시장이 성장하였다.

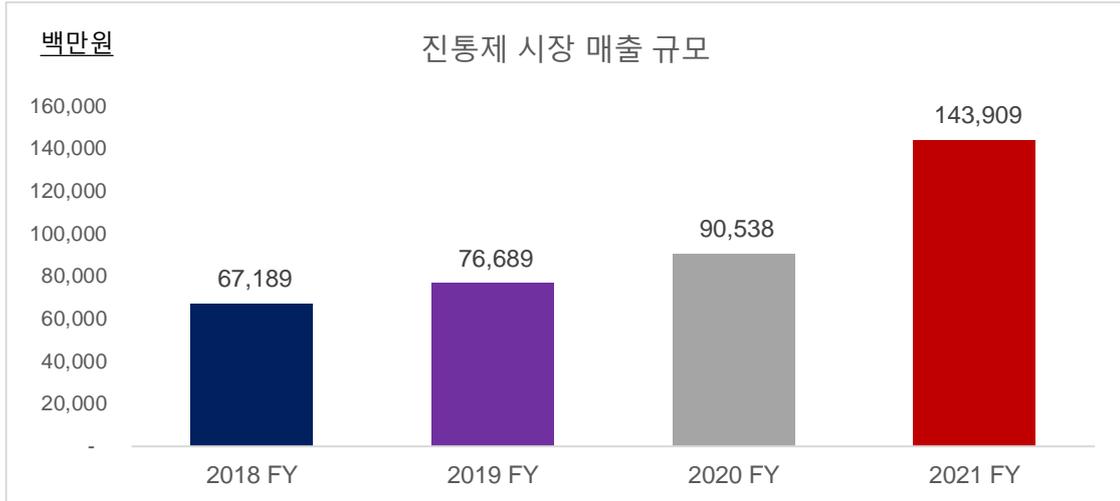


그림 1 연도별 일반의약품 진통제 시장 규모

[그림1 연도별 일반의약품 진통제 시장 규모]과 [그림 2 2021년 ~ 2022년 타이레놀 진통제 시장 점유율]에 나와있는 타이레놀 진통제의 시장 점유율을 살펴보면, 2020년 평균 약 28% 시장 점유율을 유지했다. 하지만 2021년 백신 접종이 본격화되고 방역 당국의 타이레놀 진통제 권유로 인해 수요가 폭발적으로 급증하였고, 6월에는 약 60%의 시장 점유율을 보였다. 이후 다시 공급이 안정화 되면서 시장 점유율이 약 40%로 내려왔지만 2020년과 비교해도 약 14%가 상승한 42%의 시장 점유율을 보이고 있다.

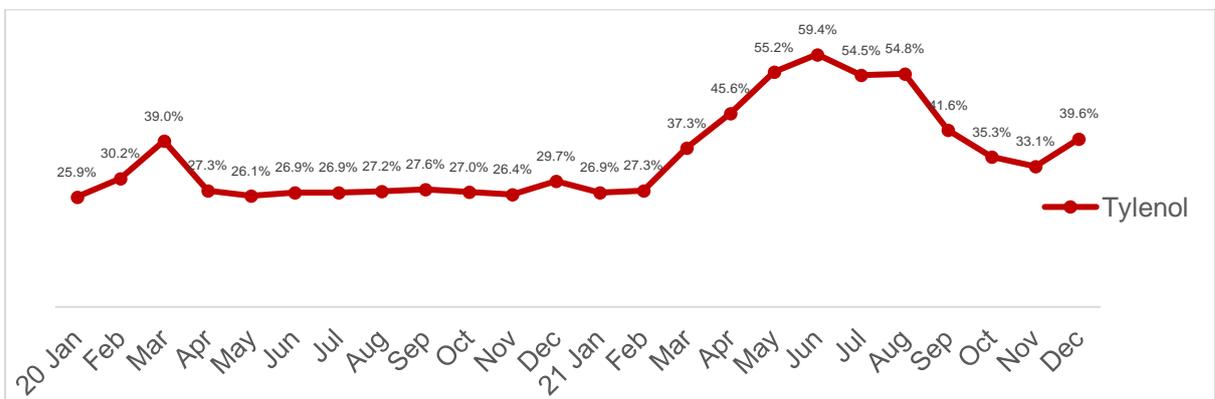


그림 2 2021년 ~ 2022년 타이레놀 진통제 시장 점유율

(3) 감기약 시장의 변화와 타이레놀 콜드(감기약)

IMS 자료에 따르면 2021년 감기약 시장의 매출은 꾸준히 감소한 것을 확인할 수 있다. 특히 2021년은 전년대비 -14%, 3년 평균 대비 -12%로 감소하였다. 2020년과 2021년의 급격한 매출 감소는 위에서 말한 것과 같이 코로나로 인한 개인 방역이 강조되고 마스크 사용이 필수화 되는 생활 방식의 변경으로 인해 감기 환자 자체가 줄어들어 감기에 잘 걸리지 않았기 때문인 것으로 파악된다.

타이레놀 감기약의 매출 변화 그래프를 보면 2022년 1Q에는 매출이 급증하지만 2021년 말까지는 오히려 매출이 줄어든 것으로 확인된다. 총 매출 수량을 살펴보면 2018년 약 180만개, 2019년부터 2020년은 150만개였지만, 2021년은 약 100만개로 전년대비 -34%, 3년 평균 대비 -36% 역성장 하는 것을 볼 수 있다. 오히려 감기약 시장의 감소보다 더 급격하게 감소하였다.

여기서 국내 감기약 시장의 변화와 타이레놀 콜드(감기약)의 변화를 살펴보는 이유는 코로나로 대중들에게 잘 알려주기 된 제품은 타이레놀 브랜드 중에서 진통제 제품이다. 그러므로 감기약 시장은 코로나 델타 바이러스로 영향을 받지 않는 시장이지만 타이레놀의 브랜드에 속해 있기 때문에 매출이 올라갔다면 그 증가분만큼은 브랜드 가치가 올라간 것으로 볼 수 있다. 이를 비교하여 팬데믹 이후 타이레놀 매출을 예측하는데 큰 도움이 될 것이라는 가정을 세웠기 때문이다.

III. 코로나 백신 접종 이전과 이후 타이레놀 매출(수량)의 변화

1. 코로나 백신 접종 이전의 매출 수량

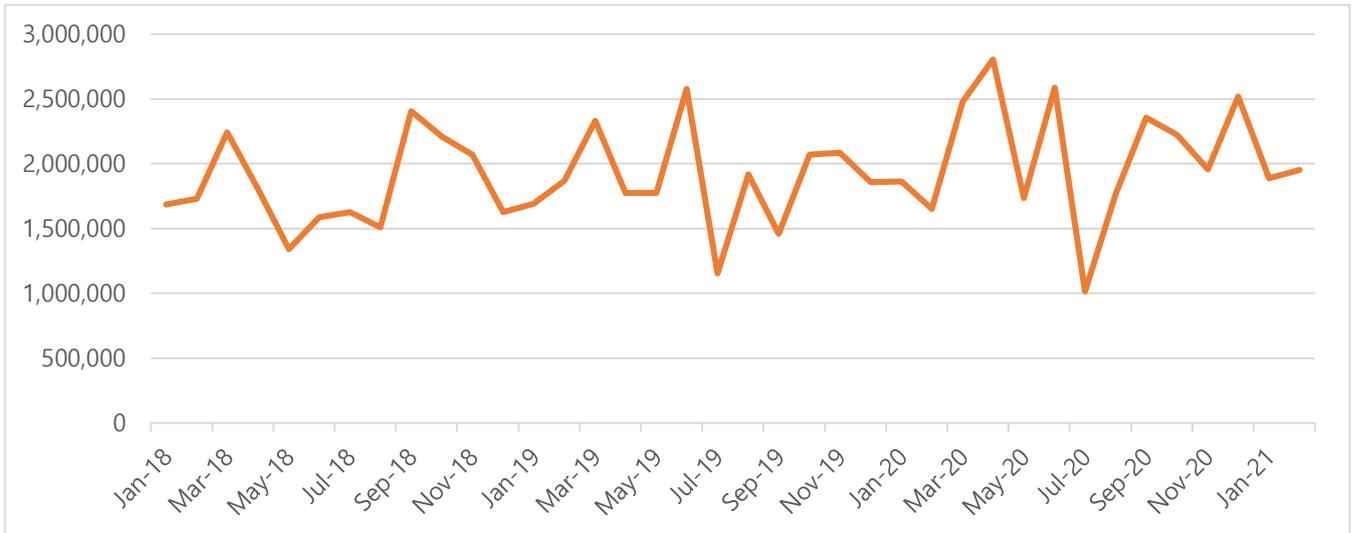


그림 3 타이레놀 진통제 매출 수량 추이

[그림3 타이레놀 진통제 매출 수량 추이]로 코로나 백신 접종이 본격화되기 이전의 매출 그래프를 보면 월평균 200만개 수준에서 크게 벗어나지 않는 매출을 보이고 있다. COVID 백신이 개발되어 접종이 되기 전에는 진통제의 수요가 크지 않았기 때문에 2020년 2월 이후에도 비슷한 매출을 보이고 있는 것을 확인 할 수 있다. 특히 마스크 착용 및 개인 방역에 대한 관심이 높아지면서 오히려 감기와 같은 가벼운 질병에 대한 예방이 잘되어 병원 및 약국을 방문하는 환자가 줄어들었고, 정부의 사회적 거리두기 시행도 맞물려 2020년 7월에는 매출이 급감하는 상황도 맞이 한 것을 확인 할 수 있다. 즉 백신 접종 이전의 타이레놀 매출을 이렇다할 변화가 없었다.

2. 코로나 백신 접종 이후의 매출 수량

백신 접종은 2021년 2월부터 실행되었다. 화이자, 모더나, 아스트라제네카, 안센 회사의 코로나 백신 수입이 본격적으로 이루어지면서 연령대별 백신 접종이 시작되었다. 초기 백신 접종 기간에는 코로나 바이러스에 취약한 고령층부터 시작되었다. 활발한 사회 활동과 경제 활동을 하는 20대에서 50대까지 국민들이 집중적으로 백신을 맞는 시기는 [그림 4 타이레놀 매출액 추이]를 참고하면 21년 5월부터이고 저자는 이때부터가 본격적인 백신 접종의 시작이라 판단한다. 그 이유는

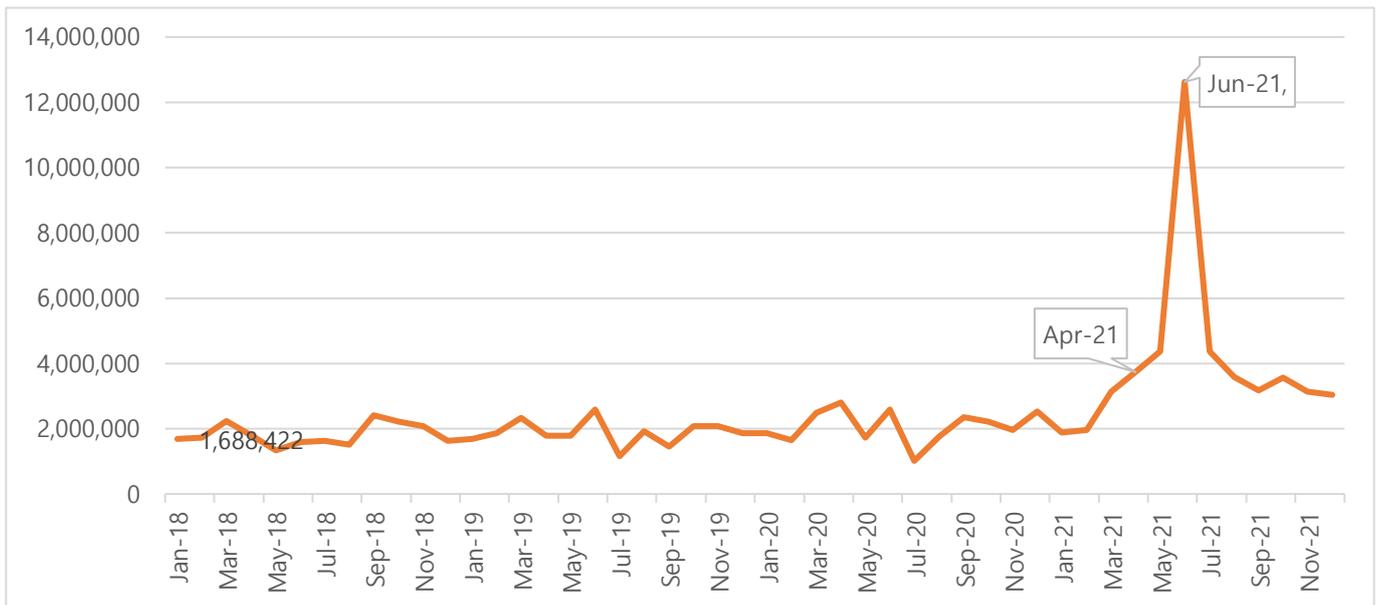


그림 4 타이레놀 매출액 추이

활발한 사회 활동을 하는 20대~50대 구성원들의 인구가 가장 많고 경제적 부담이 덜해 진통제 시장의 매출 증가와 직접적으로 연결되어 있기 때문이다. 본격적인 백신 접종이 시작된 2021년에는 전년 대비 판매량이 급증(176%)했고, 2018년 ~ 2020년 3개년 평균 판매 수량보다도 204% 증가하였다. 코로나 백신으로 타이레놀 매출 수량이 증가한 이유로는 코로나 백신 접종의 부작용인 근육통 및 발열 증상에 복용해야 하는 의약품으로 보건 당국이 타이레놀을 언급하였다. 실제로 보건 당국의 '타이레놀' 권고 이후 약국가에서는 타이레놀 품귀 현상이 발생했다.

이처럼 타이레놀의 매출이 증가하면서 대중들의 인지도가 올라간 것을 확인 할 수 있는 기사가 있다. 데일리팜의 기사에 따르면 A약사는 "5월경에는 하루에 수십에서 수백번씩 '타이레놀 없다'는 얘기를 달고 살았었는데, 부스터샷 접종과 맞물려 최근 다시 수요가 늘고 있다"며 "적어도 하루에 20~30명씩은 타이레놀을 찾고 있다"고 말했다. 또한 B약사는 동일성분 제제가 있다고 설

명해도 타이레놀을 찾아 다른 약국을 가는 소비자들이 더 많다고 한다. 이처럼 브랜드 파워가 올라 2021년에는 제2회 코리아팜 어워드에서 굿브랜드로 선정되었다. 이는 약사 1,000명의 투표로 뽑는 방식이다. 데일리팜 기사로 소비자의 타이레놀 선호도를, 굿브랜드 선정으로 약사의 선택을 받은 것으로 브랜드 가치가 상승했다는 것을 확인할 수 있었다.

이를 그래프에서도 확인할 수 있다. 2021년 4월을 기점으로 가파르게 매출이 증가하다가 6월에는 정점을 찍은 것을 볼 수 있으며 이후 판매량의 평균 수량이 백신 접종 이전인 200만개 보다 132% 증가한 447만개로 집계되었다. 접종이 시작되고 3개월만에 '아세트아미노펜 제제'로 수정되었지만 소비자들에게 진통제 대표 브랜드로 확고한 자리를 잡는데는 충분한 시간이었다는 것을 확인할 수 있다. 또한 정부의 권고가 수정되었음에도 판매량이 상승한 것은 타이레놀의 품질에 대한 구매자의 신뢰가 바탕이 되었기 때문이다. 이 후 백신에는 타이레놀을 먹어야 한다는 인식이 자리잡으면서 타이레놀을 지명 구매하는 것이 일반화되었고, 타사 제품으로 돌리기가 어려워져 이후에도 꾸준하게 품귀 현상을 유지하고 있다.

IV. 향후 타이레놀 매출 예상

1. 타이레놀 콜드(감기약)를 바탕으로 한 2022년 예측

팬데믹 이후 증가한 타이레놀의 후광효과를 반영한 수치를 예측하기 위해 타이레놀 콜드(감기약)의 매출 추이를 살펴보고자 한다. 여기서 후광 효과(Halo effect)란 어떤 대상이나 사람에 대한 일반적인 견해가 그 대상이나 사람의 구체적인 특성을 평가하는 데 영향을 미치는 현상이며 사회심리학이나 마케팅, 광고 등의 분야에서 나타나는 현상이다. 타이레놀 감기약으로 알아보는 이유는 코로나 백신의 부작용을 해결할 수 있는 진통제가 아니며, 감기약 시장은 코로나로 인한 개인방역의 강화로 침체되고 있어, 감기약 시장의 타사 제품들의 실적이 감소하고 있다. 이때 타이레놀 콜드(감기약)도 매출이 감소해야 맞지만 오히려 증가한다면 혹은 타사 제품의 감소율보다 적게 감소되었다면 그 증가분(차이)은 타이레놀 브랜드의 증가라고 볼 수 있으며 이를 바탕으로 팬데믹 이후의 타이레놀 매출을 예측하고자 한다.

(1) 감기약 시장의 매출 변화

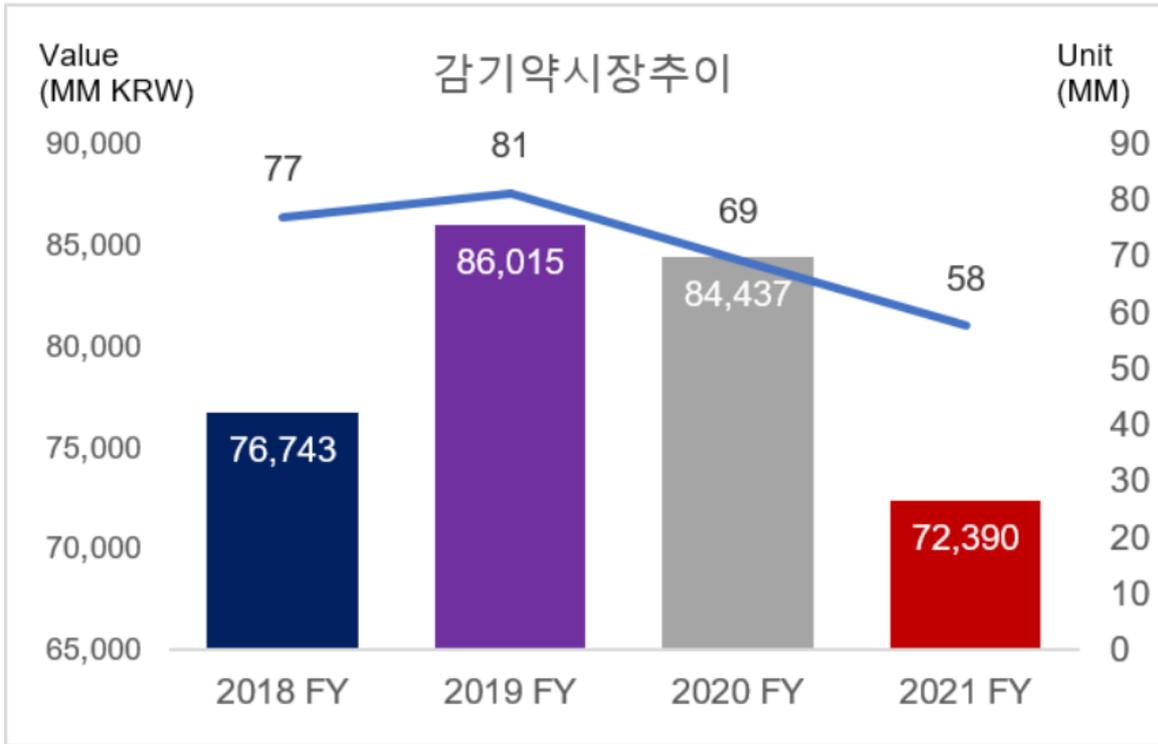


그림 5 국내 감기약 시장 매출 추이

[그림 5 국내 감기약 시장 매출 추이] 그래프의 IMS 자료에 따르면 2021년 감기약 시장의 매출은 꾸준히 감소한 것을 확인 할 수 있다. 특히 2021년은 전년대비 -14%, 3년 평균 대비 -12%로 감소하였다. 2020년과 2021년의 급격한 매출 감소는 위에서 말한 것과 같이 코로나로 인한 개인 방역이 강조되고 마스크 사용이 필수화 되는 생활 방식의 변경으로 인해 감기 환자 자체가 줄어들어 감기에 잘 걸리지 않았기 때문인 것으로 파악된다.

(2) 타이레놀 감기약의 매출 변화

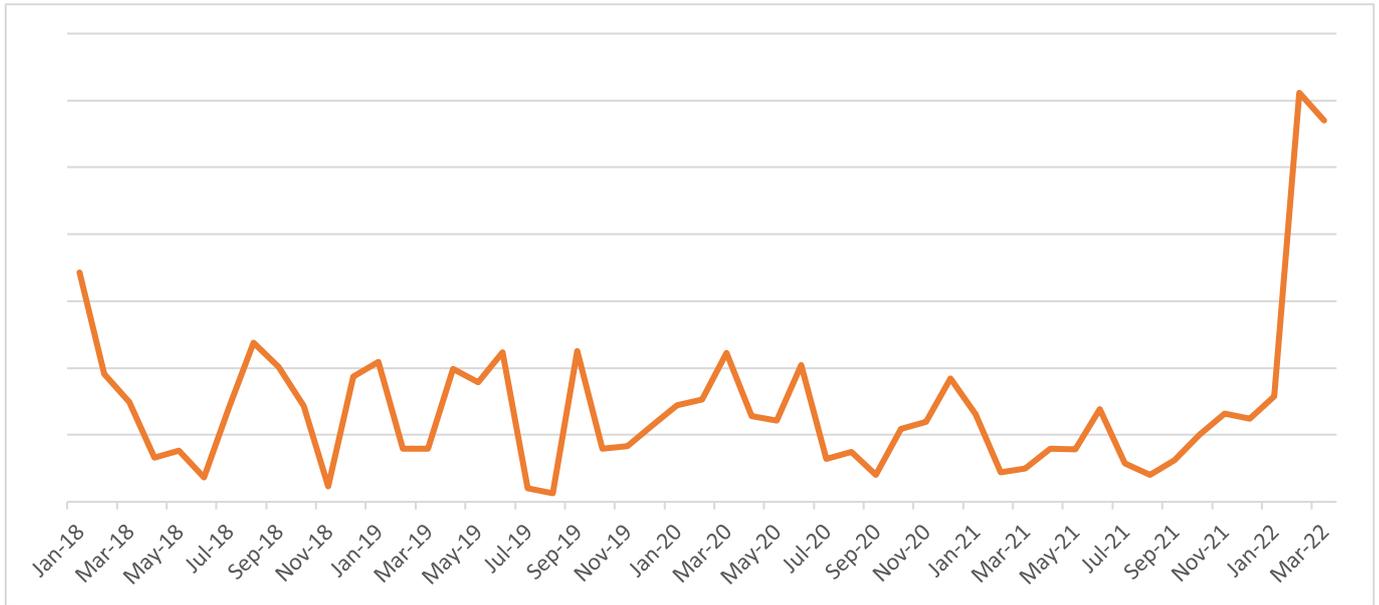


그림 6 타이레놀 콜드(감기약) 매출 추이

[그림 6 타이레놀 콜드(감기약) 매출 추이] 그래프를 보면 2022년 1Q에는 매출이 급증하지만 2021년 말까지는 오히려 매출이 줄어든 것으로 확인된다. 총 매출 수량을 살펴보면 2018년 약 180만개, 2019년부터 2020년은 150만개였지만, 2021년은 약 100만개로 전년대비 -34%, 3년 평균 대비 -36% 역성장 하는 것을 볼 수 있다. 오히려 감기약 시장의 감소보다 더 급격하게 감소하였다.

	Value					G/R				
	vs. Nov	MTD	YTD	QTD	MAT	vs. Nov	MTD	YTD	QTD	MAT
TYC	196	232	1,967	611	1,967	18%	-8%	-19%	-6%	-19%
CDW	276	282	2,097	762	2,097	2%	2%	6%	7%	6%
MDC	247	265	1,564	682	1,564	7%	44%	-17%	39%	-17%
Pancold	1,127	1,229	10,099	3,339	10,099	9%	-1%	-10%	2%	-10%
Panpyrin	892	989	8,848	2,697	8,848	11%	0%	-9%	1%	-9%
TF	1,002	1,154	7,322	2,840	7,322	15%	1%	-31%	-10%	-31%
WTB	336	325	2,914	956	2,914	-3%	-9%	-24%	-8%	-24%
Category TTL	8,586	8,888	72,390	24,705	72,390	4%	3%	-14%	3%	-14%

그림 7 국내 감기약 시장 시장 점유율

[그림 7 국내 감기약 시장 시장 점유율] 표를 참고하면 이는 감기약 시장의 선두주자인 판피린, 테라플루와 같은 제품들의 인지도 및 시장 점유율이 워낙 확고하며 그에 맞는 투자를 하고 있지만, 타이레놀 콜드(감기약)는 타이레놀 브랜드의 주력 상품이 아니기 때문에 경쟁품 대비 투자 금액이 낮아 더 많이 떨어진 것으로 보인다.

다만 2022년 1월~3월 매출이 급격하게 증가한 것을 볼 수 있다. 동기간인 1Q만 비교해보면 전년대비 496% 증가, 2018년부터 2021년 1Q 평균 대비 약 200% 성장하였다. 이와 같은 급격한 성장의 원인은 오미크론 확진자의 급증으로 인한 정부 지침의 변화가 가장 큰 요인이라고 볼 수 있다. 2021년 말부터 유행한 변형 COVID 바이러스인 변형 바이러스인 오미크론의 확산으로 일일 확진자가 3월 16일에는 62만명을 돌파하며 정점을 찍고 있다. 너무 많은 확진자가 발생해 모두 병원에서 치료가 불가능하여 보건 당국은 확진자들의 자가 격리 및 재택 치료를 권고하는 것으로 지침을 내렸고 이는 가정상비약의 수요를 급증하게 하는 요인으로 작용하였다. 감기약 시장의 선두 주자인 판피린과 판콜의 매출은 타이레놀 감기약보다 높게 성장하였고, 감기약 시장의 매출 자체도 크게 증가하였다.

본 연구의 시작에서 타이레놀 감기약도 코로나 기간의 브랜드 인지도 상승으로 매출에 영향을 받을 것이라 예상하였다. 하지만 일반 대중들에게 타이레놀은 감기약보다는 진통제가 더 인지되고 있었고 타이레놀 감기약의 인지도는 굉장히 낮아 지명 구매로 이어지지 않았다. 따라서 타이레놀 감기약은 진통제와 다른 감기약으로서 인지도를 높여야 하는 노력이 필요하며 감기약 인지도가 높아져 감기약 시장 제품 매출 순위 5위정도까지 올라갔을 때 의미있는 매출 비교 분석이 가능하다고 판단했다.

백신 시장에 큰 영향을 받지 않는 감기약 시장의 성장과 타이레놀 감기약의 성장을 비교하여 타이레놀 브랜드의 매출 증가분을 분석 및 측정하고 이를 적용하여 2022년 매출을 분석하고자 하였으나, 여러가지 외부 요인의 급격한 변화로 큰 영향을 받게 되었고 위와 같은 연구 방법으로 매출 예측하는 것은 어렵다고 판단하였다.

그러나 본 연구를 진행하면서 타이레놀 매출의 큰 영향을 주는 요소를 알 수 있었고 이를 더 연구하고자 한다.

2. 2021년 타이레놀 진통제 매출 분석 및 미래 매출에 영향을 미치는 요소 분석

(1) 백신 접종



그림 8 국내 백신 접종 현황

🏠 > 예방접종 현황 > 시도별 일일 접종 현황

시도별 일일 접종 현황

접종실적 총괄 (03.24., 00시 기준)

구분	1차접종	2차접종	3차접종
당일 누적 A + B	44,936,300	44,465,651	32,483,092
당일 실적 A	1,499	1,250	33,225
전일 누적 B	44,934,801	44,464,401	32,449,867

그림 9 국내 코로나 확진 환자 현황

[그림8]과 [그림 9]를 보면 COVID 19 백신 접종률의 부작용을 치료하기 위해 보건 당국이 타이레놀을 언급하면서 매출이 급증하게 되었다. 보건 당국이 발표한 자료에 따르면, 코로나 백신 1,2차 접종률은 3월 24일 현재 각각 87.5%, 86.6%이다. 1차, 2차 접종자수를 살펴보면 각각 약 4천4백만 명이 접종하였다. 3차 접종률 및 접종자 수는 63.3%, 약 3200만명이 접종하였다. 1, 2차 접종자 수의 80%정도 접종한다는 가정을 한다면, 3차 접종자는 300만명 이상 추가 접종 할 것으로 예상된다. 또한 전문가들의 연구에 따르면 코로나 백신의 유효 기간은 약 6개월이라고 한다. 이에 따라 3차 접종 후 6개월부터 4차 접종하는 사람들의 진통제 수요를 고려해 보았을 때 타이레놀이 선두하고 있는 진통제 시장의 수요는 2022년까지는 꾸준 할 것으로 예상된다.

(2) COVID 바이러스 변화

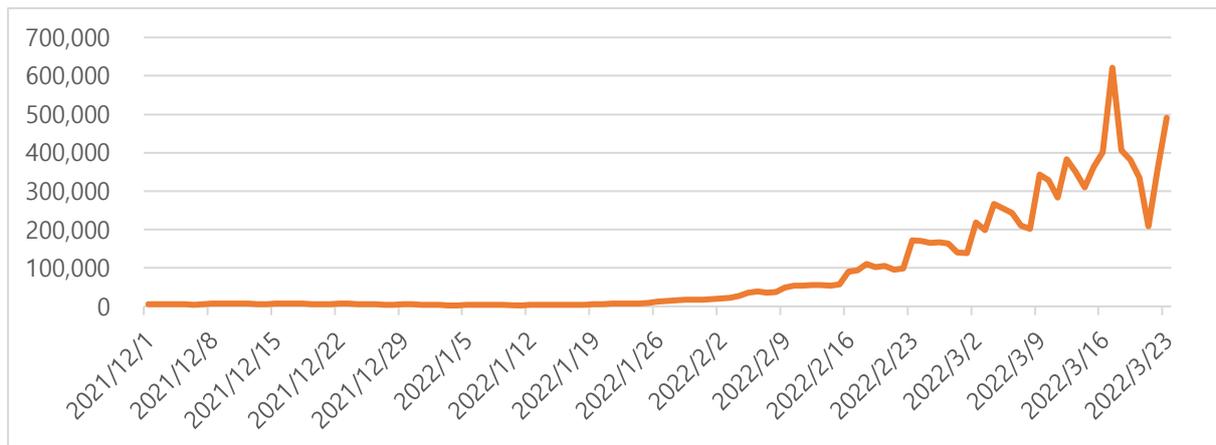


그림 10 국내 코로나 확진자 추이

[그림 10 국내 코로나 확진자 추이] 그래프를 보면 최근 타이레놀뿐만 아니라 상비약 시장 전체의 수요를 증가시키고 있는 가장 큰 요인은 오미크론의 확산이다. 델타 바이러스와 오미크론의 가장 큰 차이는 전염성에 있다. 기존 델타 바이러스는 치명성이 높지만, 전염성이 강하지 않았던 반면, 오미크론은 이와 반대로 전염성이 매우 강하나, 치명성은 낮다. 오미크론이 우세종이 되면서 한국에서의 확진자가 대명절인 설날을 기점으로 기하 급수적으로 증가하게 되었다. 구체적인 숫자를 보면 2022년 1월 3천명 수준이었던 일일 확진자수가 2월1일 설 연휴를 기점으로 5만명으로 경증 뛰었고, 2월말에는 약 14만명으로 증가하였다. 3월 17일에는 621,205명의 확진자수를 기

록하면서 정점에 이르렀고, 지금까지 평균 36만명을 기록하고 있다. 이에 따라 3월내에 누적 확진자 수가 천만명을 기록할 것이라는 예측에 힘을 받고 있다. 오미크론의 확산으로 먼저 자가 격리가 수가 증가하였고, 그만큼 진통제 및 인후통약의 수요가 급격하게 증가하였다. 데일리팜 기사에 따르면 2월 일반약 판매 Top 100에서 3위부터 10위까지는 감기약과 해열진통제, 인후통약이 차지하였다.

이처럼 코로나 바이러스의 변화는 확진자수에 큰 영향을 미칠 수 있으며 이에 따른 진통제 시장의 수요도 같이 증가하게 되어 매출에 큰 영향을 미치는 요소라고 볼 수 있다.

(3) COVID 바이러스 변화에 따른 정부 지침의 변화

오미크론의 확산은 확진자수에만 영향을 미친 것은 아니다. 기하급수적인 확진자의 증가로 의료 기관이 감당 할 수 있는 수준을 넘어서자, 정부 지침에도 변화가 생겼다. 오미크론으로 확진자 수는 증가하였지만 중증환자의 비율은 낮아져 정부는 확진자들의 자가 격리 및 재택 치료를 권고하고 있다.

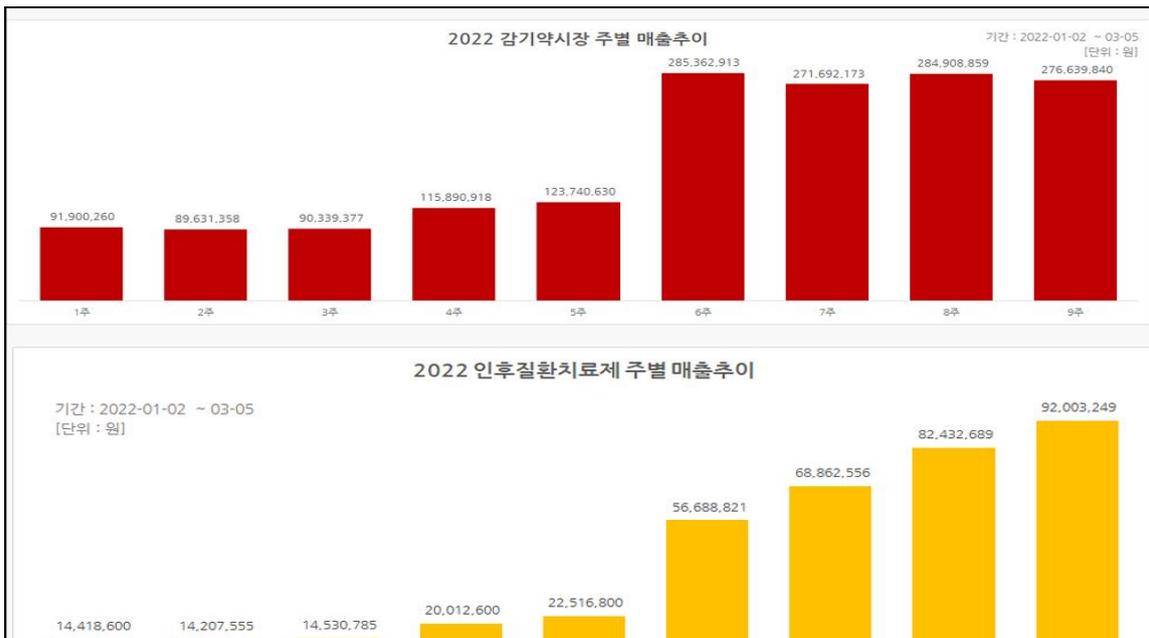


그림 11 2022년 감기약 및 인후질환치료제 매출추이

이는 진통제 수요가 확진자에서 거의 모든 가정으로 확장된다는 것을 의미한다. 왜냐하면 코로나가 걸린 시점에서 격리에 들어가게 되고 가족들도 PCR 검사를 받기 전까지 물리적으로 이동하여 약을 구매하기 어렵기 때문에 미리 구매해 상비약으로 구비해 두려고 하기 때문이다.

[그림 11 2022년 감기약 및 인후질환치료제 매출추이] 그래프를 인용한 데일리팜 기사에 따르면 오미크론으로 인한 정부 지침의 변화가 시작된 후 감기약은 3배, 인후질환치료제는 6배가 상승했다. 또한, 약국현장 데이터분석 서비스 케어인사이트도 "지난 3일부터 판매량이 특히 눈에 띄게 늘었다"며 "휴베이스 약국에서 취급하는 팜플루종합, 팜플루코프, 팜플루노즈 모두 3일부터 판매량이 증가하고 있으며, 전년 대비 판매량이 162%가량 늘어났다"고 설명하고 있다. 이는 [그림 12 기간별 감기약 및 인후통치료제 매출추이 비교] 그래프를 보아도 알 수 있다.

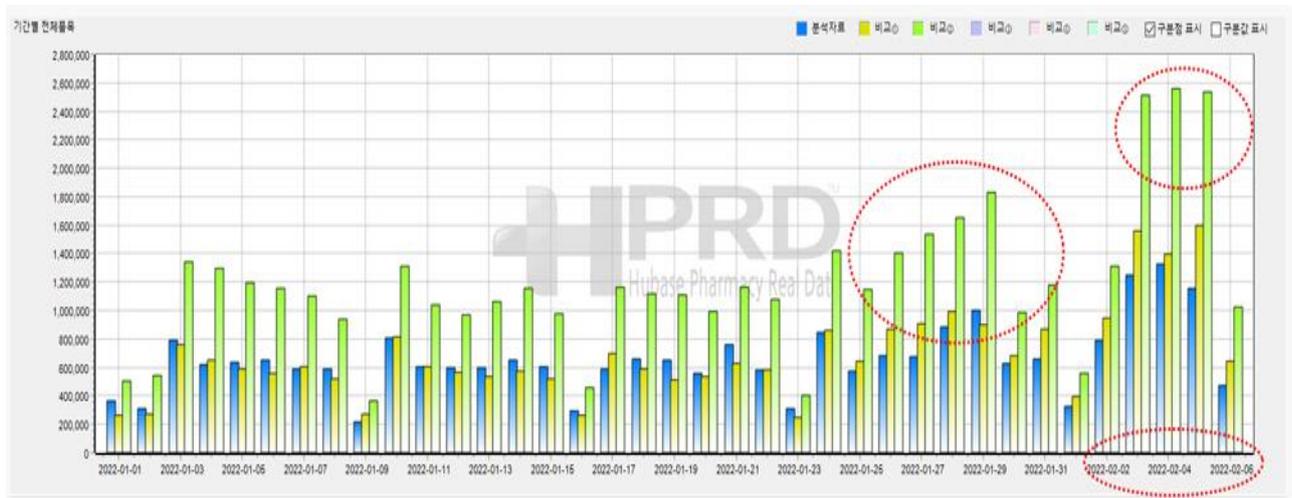


그림 12 기간별 감기약 및 인후통치료제 매출추이 비교

본 연구를 진행하면서 백신 접종이 늘어남에 따라 접종자들이 부작용을 이겨내고자 진통제 수요가 늘어나는 요인, 새로운 바이러스의 변화로 확진이 되었을 때 이를 극복하기 위한 소비 증가, 바이러스와 백신 접종 등의 이유로 변화하는 정부 지침이 타이레놀 매출에 가장 큰 영향을 주었다는 것을 알 수 있었다.

V. 결론 및 시사점

1. 요약 및 결론

우리는 지금까지 코로나로 인한 타이레놀 매출의 변화와 그 이유에 대해서 알아보았다. 아쉽게도 타이레놀 감기약의 매출을 조사하여 2022년 타이레놀 진통제 부분의 매출도 예측하려 하였으나, 급변하는 여러가지 외부 요인으로 인해 이를 통한 예측은 어렵게 되었다. 외부 요인으로는 오미크론이라는 새로운 변종 바이러스의 등장이었다. 오미크론의 증상은 이전 바이러스와는 증상이 달랐다. 기존 바이러스는 폐와 호흡기에 치명적인 영향을 주었지만 변종 바이러스인 오미크론은 독감과 비슷한 증상을 보였지만 중증 환자의 비율은 낮은 바이러스였다. 이 변종 바이러스가 우세종이 되면서 정부는 자가 치료의 정책을 선택하게 되면서 확진자들의 자가 격리가 활성화 되었다. 이에 따라 시장은 상비약의 수요 급증으로 이어졌고 본 연구의 비교 자료로 사용할 감기약 시장이 비정상적인 수요를 보이면서 타이레놀 진통제의 증가분을 비교하는 자료로 사용할 수 없게 되었다. 하지만 위의 과정을 거치면서 타이레놀 진통제 매출에 큰 영향을 주는 3가지 요소를 발견하였다. 이 3가지 요소(백신 접종, COVID 19 바이러스의 변화, COVID 바이러스 변화)는 위에서 말한 요소와 같으며 이를 바탕으로 타이레놀의 미래 매출에 얼마나 영향을 주는지 알 수 있었다. 물론 정확한 수량을 예측하기는 어렵지만, 3가지 요소가 변화할 때 매출의 변화량을 측정하여 이를 바탕으로 예측한다면 더 정교하게 정확한 매출 예측값을 구할 수 있다는 것을 알게 되었다.

2. 시사점

본 연구를 통해 바이러스의 유행이 의약품의 매출 변화에 얼마나 많은 영향을 미치는지 알 수 있었다. 첫번째로 생활 방식에 매우 큰 영향을 주게 되었다. 재택 근무가 자리를 잡게 되었고, IT 기기들의 사용 활용도가 높아졌다. 또한 코로나 시대를 겪으면서 소비자 스스로 약에 대한 정보를 찾고 나에게 맞는 약이 무엇인지 알아보는 인구들이 매우 많아졌다는 것도 알 수 있었다. 특

히 의사를 만나 처방해주는 것에 익숙했던 소비자들이 약국에서 구입하는 일반의약품에 대한 지식이 늘어났다. 예를 들면 오리지널 제품과 제네릭 제품에 대한 인지가 올라갔고 대중들의 지식이 상승하면서 비슷한 가격이면 오리지널을 찾는 사람들이 많아졌다. 이런 삶의 변화가 타이레놀 품귀현상에 기여하였다. 또한 식약처의 타이레놀에 제품명에 대한 언급도 타이레놀 매출 상승에 매우 큰 영향을 주었다.

코로나로 인한 삶의 변화, 정부 정책의 변화, 변종 바이러스로 인한 증상의 변화로 타이레놀이라는 브랜드는 진통제 시장에 있는 약이 아니라 진통제의 대명사로 탈바꿈하였다. 타이레놀의 제품 인지도를 다루는 기사도 인터넷에 흔하게 볼 수 있다. 실제로 타이레놀은 2021년 코리아팜어워드 굿브랜드 해열진통제 부문 대상을 받았고 이는 소비자와 약사 모두에게 시장에서의 위치를 증명하는 것이었다.

이렇게 다져진 타이레놀의 브랜드 가치는 쉽게 떨어지지 않을 것으로 예상되며 코로나로 인해 재택 근무 및 자가 격리가 일상이 된 최근에는 상비약의 중요성이 대두되고 있어 항상 구비해야 하는 약중에 대표 주자가 된 타이레놀의 매출은 꾸준히 증가할 것으로 예상된다.

V. 참고 문헌

데일리팜 기사 <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=285690&REFERER=NP>

데일리팜 기사 <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=286118&REFERER=NP>

코로나공식홈페이지 <http://ncov.mohw.go.kr/>

네이버코로나

https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%EC%BD%94%EB%A1%9C%EB%82%98&oquery=%EC%BD%94%EB%A1%9C%EB%82%98+%EC%9D%B4%EB%A6%84&tqi=hBYnAlp0J1sssgP2EN4sssstiZ-231304

데일리팜 기사 <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=285994&REFERER=NP>

데일리팜 기사 <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=285040>

타이레놀 제품 홈페이지 <https://www.tylenol.co.kr/news/about-us>

데일리팜 기사 <http://www.dailypharm.com/Users/News/NewsView.html?ID=283592&dpsearch=%C5%B8%C0%CC%B7%B9%B3%EE>

약사공론 기사 <https://www.kpanews.co.kr/article/show.asp?category=D&idx=226326>