

# Amazon.com(아마존)과 의약품 시장

안지영 연구원  
한국바이오경제연구센터

## ☞ 아마존의 의약품 시장 진출 시도

아마존의 의약품 시장에 대한 관심은 1999년 아마존이 drugstore.com에 투자하면서 시작되었다. 아마존의 최고 경영자(CEO) 제프 베조스(Jeff Bezos)는 최근 공식 석상에서 “온라인 도서 판매와 약국 사이에는 공통점이 많다”면서 “소비자들은 선택권, 편의성, 가격 그리고 정보를 원한다”고 강조하며 의약품 시장 진출에 대한 의견을 여러 차례 언급하였다.

## ☞ 아마존의 의약품 시장 진출 배경

### ① 미국 소비자의 개인 건강정보관리의 온라인 수요 상승

- 전자 상거래 및 의사소통이 활성화 됨에 따라, 더 많은 소비자들이 개인 건강 정보에 대한 온라인 액세스와 의료 제공자와의 연결성이 요구되었다(Frost & Sullivan, 2011). 최근 연구에 따르면 온라인 솔루션의 사용 및 편의성 증대로 인해 의료 서비스가 확대되고 있다. 인튜이트 헬스(Intuit Health)가 실시한 2011년 3월 조사에 따르면 소비자의 거의 3/4이 약속을 잡거나, 검사 결과를 얻거나, 의료비를 내거나, 의사와의 커뮤니케이션

[표1] Amazon.com에서 판매되는 베이직케어(Basic Care) OTC

제품명	효능
아세트아미노펜 (acetaminophen)	진통해열제. 발열, 통증, 두통, 치통에 사용
아스피린 (aspirin)	해열제, 진통제, 항류머티즘제로 사용
에소메프라졸 (esomeprazole)	양성자 펌프 억제제
파모티딘 (famotidine)	위궤양, 식도염등에 사용
이부프로펜 (ibuprofen)	소염, 진통, 해열 작용
란소프라졸 (lansoprazole)	위십이지장궤양, 항생제
오메프라졸 (omeprazole)	궤양 치료제 중 하나, 위궤양 역류성 식도염에 사용

출처: www.amazon.com

이 온라인에서 진행된다. 이러한 개인정보관리의 온라인 접근 가능성 증가의 환경은 아마존이 헬스케어 시장에 진출하는데 긍정적으로 작용하는 소비자 환경이 되었다. 현재 아마존에서 판매하고 되고 있는 의약품은 처방전 없이 구매하는 상용의약품(OTC, Over The Counter) 제품이다. 아마존은 베이직케어(Basic Care) 브랜드를 도입하여 처방의약품을 제외한 상용의약품을 판매한다.

## ② 개인용 모바일 기술의 부상

- 미국에서 디지털 건강 기술 및 서비스의 사용은 모바일 웰빙 및 피트니스 관련 응용 프로그램 및 프로그램에 대한 대중의 관심 증가로 인해 소비자가 제공하는 건강 데이터를 모니터링하는 장치 및 서비스를 포함하는 모든 분야에서 빠르게 확대되고 있다. 스마트폰, 특히 iPhone은 편하게 사용할 수 있다고 인식되기 때문에 모바일 사용 소비자가 모든 종류의 개인 정보에 액세스하고 공유 할 수 있는 이상적인 수단이 되었다. 오늘날 개인 건강 소프트웨어, 모바일 앱, 온라인 건강 포털 및 웹 사이트, 원격 건강 기기 등을 이용할 수 있으며, 빠르게 번식 해 소비자의 건강을 추적하고 관리하는 데 도움이 된다.

## 미국 제약 산업의 진입장벽

아마존의 경우 제약을 제품 카테고리의 일부로 여기고 사업을 확장하려고 하였다. 하지만 정밀함을 요하는 의약품의 특징을 살린 유통구조를 구축하기에는 위험이 따랐고 미국의 병원과 건강관리 업계의 의약품 공급사들과 끈끈한 관계 구조를 깨기 어려웠다. 소매 기반의 물류 시스템을 바탕으로 하는 아마존에게는 미국 의약품 시장의 물류 구조는 어려움으로 다가왔을 것이다.

Leidos(레이도스헬스, 건강관리분야 컨설팅 회사)의 톰 케셀스 전략개발사업 팀장은 미국의 병원과 건강관리 업계는 기존의 의약품 공급사들과 협력적 관계를 맺고 있어 아마존과 같은 규모의 회사더라도 신규 진입에 매우 어려움이 따른 것이라고 언급하였다. 아마존이 그동안 펼쳐왔던 유통업에 대한 노하우로 의약품 시장에 진입하는 것은 다소 무리가 있다고 분석하였다.

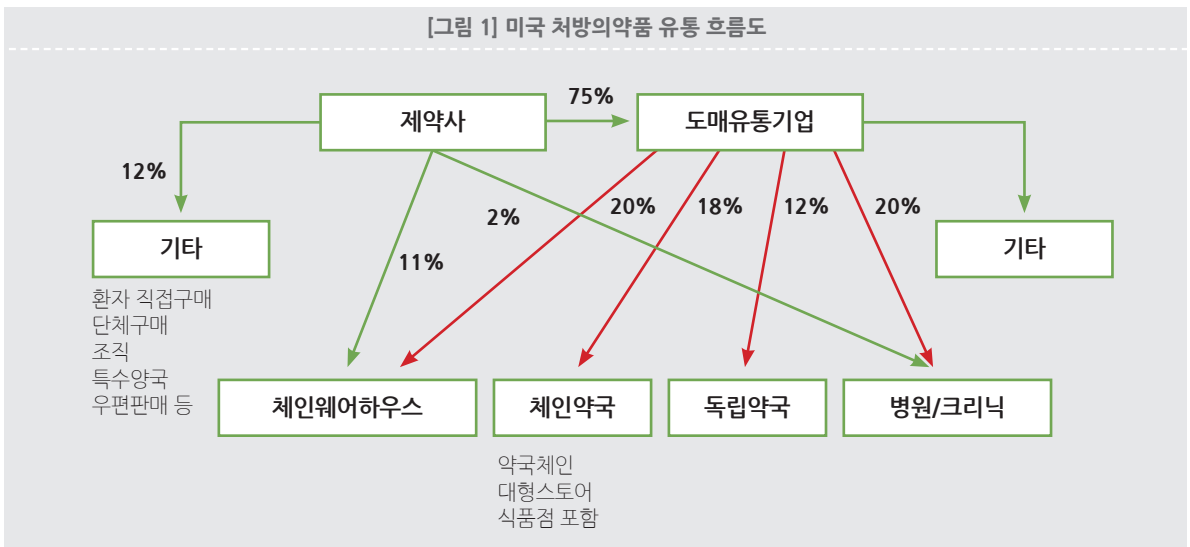
## 미국 의약품 유통 시장 구조

- 미국 제약기업의 처방의약품 매출 중 75% 이상이 도매 유통업체를 통해 유통되고 있으며, 나머지는 체인웨어하우스(11%), 클리닉(2%), 기타 온라인 판매 등(12%)을 통해 유통된다(HDMA Factbook).

- 미국의 유통시장은 민간보험 중심으로 의료제도가 구축돼 있어 민간보험 단체가 의약품 거래에 막강한 영향력을 가지고 있다.

- 민간보험업자가 계약품목을 선정해 제약사와 직접 공급계약을 체결해 지정 또는 직영 약국, 병의원에 공급하는 등의 역할을 담당한다.
- 전체 의약품 유통(처방약, OTC 포함) 중 도매업체를 경유하는 비율이 87%에 달하며, 이 중 소수의 대형 도매업체가 전체 유통의 85%를 점유한다.

[그림 1] 미국 처방의약품 유통 흐름도



- 미국의 의약품 유통의 주요 참가자는 1) 도매유통업자, 2) 약국, 3) Pharmacy Benefit Manager (PBM)으로 나눌 수 있다.

- 도매유통업자 top 3에 해당하는 유통기업인 AmerisourceBergen Corporation, Cardinal Health, McKesson Corporation의 총 매출은 3277억 달러로 전체 유통업체 매출의 85%를 차지한다.
- 약국(Pharmacy)은 의약품 유통시장에서 고객과의 접점에 있는 마지막 단계로 단순 소매뿐만 아니라 제약사, 의사, 도매업자 간의 중요한 정보 링크의 역할을 담당한다. CVS, Walgreen, Express Scripts가 차지하는 매출이 전체의 67%를 차지한다.
- PBM(Pharmacy Benefit Manager)은 병원, 제약사, 보험회사, 약국간의 중요한 연결고리로서 자금결제, 기록관리 및 보고 등의 행정 처리를 수행하는 역할을 담당한다. 대표적으로 CVS 계열사인 Caremark 및 Express Scripts, UnitedHealth, Catamran, Humana,

Prime Therapeutics 등이 기존 약국 체인점들과 경쟁하면서 소매시장을 빠르게 잠식하는 중이다.

[표 2] 주요 의약품 도매유통업체의 매출 (2014년)

기업명	매출액(십억 달러)	시장점유율(%)
McKesson Corporation	126.1	32.7
AmerisourceBergen Corporation	121.7	31.6
Cardinal Health, Inc.	79.9	20.7
Morris & Dickson	3.6	-
H.D. Smith	3.5	-
CuraScript Specialty Distribution	1.9	-
Anda Distribution	1.7	-

출처: Pembroke Consulting, Inc., Drug Channels Institute

[표 3] 미국 내 대형약국 매출 현황 (2015년)

회사명	조제약 매출액(십억 달러)	시장점유율(%)	영업형태
CVS Health Corporation	83.2	22.8	소매약국체인 및 우편판매
Walgreen Boots Alliance	54.4	14.9	소매약국체인
Express Scripts	40.1	11.0	우편판매
Walmart Stores	19.9	5.5	대형소매유통체인
Rite Aid Corporation	19.3	5.3	소매약국체인
United Health/Group(OptumRx)	15.8	4.3	우편판매
The Kroger Company	9.6	2.6	슈퍼마켓 체인
상위 7개 기업	242.3	66.5	
전체 조제약시장 매출	364.1	100.0	

출처: Drug Channel Institute

### 시사점

아마존의 의약품 진출 시도는 미국 소비자의 건강정보관리의 온라인 수요가 상승하고 개인용 모바일 보급이 늘어났기 때문이다. 아마존은 기존에 신규 시장에 진출할 때 사용해 왔던 동일한 전략으로 의약품 시장에 진입하였다. 이는 의약제품을 하나의 카테고리로 담으려는 소매 산업 관점의 물류 시스템의 접근방식으로 의약제품을 기존의 소매 유통구조를 통해 진출하려는 방식이다. 하지만 미국 의약품 유통 시장 구조는 소매 산업의 유통 시스템과는 다른 특징을

지니고 있었고 이런 점이 의약품 시장 진출에 진입장벽으로 작용하였다. 제약시장에서 갖고 있는 유통망 구조의 견고함이 아마존과 같은 신규 온라인 유통회사가 개척하기에는 한계가 있었던 것으로 분석된다.

### <참고문헌>

1. Financial Times, Amazon makes its move in healthcare, 2018
2. Frost & Sullivan, U.S. Personal Health Records Market 2010 to 2015, 2011.
3. Frost & Sullivan, Healthcare 2020-Business Model Transformation Guidebook, 2016
4. KOTRA, 미국의약품 시장동향, 해외시장뉴스, 2017.
5. <https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/4/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=163095>
6. <http://www.dailypharm.com/News/237237>
7. <https://www.fiercepharma.com/pharma/amazon-finally-moved-into-healthcare-but-its-pharma-ambiti>
8. <http://blog.naver.com/khko7?Redirect=Log&logNo=221220915263>
9. <http://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&sid1=001&oid=008&aid=0004038973>

#### 저자소개

**안지영**

한국바이오협회 한국바이오경제연구센터 연구원  
 전화 : 031-628-0027  
 email : frida@koreabio.org

#### BIO ECONOMY BRIEF

발 행 | 2018년 6월  
 발행인 | 유 승 준  
 발행처 | 한국바이오협회 한국바이오경제연구센터  
 13488 경기도 성남시 분당구 대왕판교로 700  
 (삼평동, 코리아바이오파크) C동 1층  
[www.koreabio.or.kr](http://www.koreabio.or.kr)