



한미약품 3자연합
“전문경영인 선임
그룹 안정화”
L1



Life

삼성
이건희 동행철학
연말까지 이어간다
L2



속 쓰릴때 한 포 쪽~ 국민 속 달래준 ‘주머니 속 위장약’

메가히트 브랜드 탄생스토리

보령컨슈머헬스케어 ‘겔포스’

김승호 명예회장, 액상 약에 영감 받아
1975년, 짜 먹는 위장약 ‘겔포스’ 선택
콜로이드성 겔 성분, 위장 불편함 완화

보령의 자회사 보령컨슈머헬스케어가 판매하고 있는 ‘겔포스엠’은 반세기 가까운 시간 동안 한국인들의 쓰린 속을 묵묵히 달래온 위장약이다.

보령 ‘겔포스’의 시작은 1969년으로 거슬러 올라간다. 보령제약 창업자인 김승호 명예회장은 당시 유럽에서 기존의 알약이나 가루약과는 전혀 다른 현탁액 형태의 위장약을 처음으로 접하고 깊은 인상을 받은 것으로 전해진다.

짜 먹는 위장약은 당시 국내에서 전혀 보지 못한 혁신적인 아이디어였고, 이 경험은 보령이 ‘겔포스’를 개발하는 계기가 됐다.

보령제약은 1972년 3월 프랑스 제약회사 비오테락스와 기술 제휴 협약을 맺었다. 이후 3년간 기술 도입과 검증 과정을 거쳐 1975년 6월 보령제약은 국산 제품 겔포스를 본격 생산하게 됐다.

보령제약이 겔포스를 안정적으로 공급하기 위한 생산 기지로 경기도 안양에 마련했던 2000평 규모의 공장은 당시 단일 제약 공장으로는 국내 최대 규모였다.

첫 해 겔포스 매출은 6000만원에 불과했지만, 겔포스가 갖춘 생소하지만 우수한 제형의 약효와 편리한 포장 형태는 소비자 신뢰를 쌓으며 발매 5년 만에 매출 10억원을 돌파한다.

겔포스라는 그 이름을 풀어보면, ‘콜로이드성 겔’ 성분과 강력한 힘을 뜻하는 영어 단어 ‘포스’가 합쳐졌다.

보령에 따르면, 콜로이드는 액체가 유동성을 잃고 고정화된 상태를 의미한다. 콜로이드 입자는 표면적이 크기 때문에 그 입자에 다른 분자나 이온이 붙기가 쉬워 흡착성이 강한 것이 특징이다.

겔포스는 이러한 콜로이드성 겔 성분으로 구성되어 있어, 위벽에 강력한 피복 효과를 제공하고, 제산 작용을 통해 위장의 불편함을 완화시켜 준다.

겔포스의 뒤를 이어 2000년 10월 새롭게 선보여진 ‘겔포스엠’은 겔포스의 성분 및 효능·효과를 강화한 제품이다. 보령제약 중앙연구소에서 4년 여의 연구개발과 2년 여의 임상시험 끝에 탄생한 겔포스엠은 위 보호막 형성 작용이 더욱 강력해졌다.

겔포스엠은 겔포스의 주 성분인 인산알루미늄에 수산화마그네슘을 추가한 알루미늄·마그네슘 복합 제산제다. 인산알루미늄 단독 성분일 때 발생할 수 있는 변비나 설사 등의 부작용 위험을 크게 줄인 것이 특징이다.

또 겔포스엠에는 가스 제거 및 인결핍증 예방 역할을 하는 ‘시메티콘’ 성분이 추가돼 장 내 가스 생성에 따른 불편함 역시 개선됐다. 이러한 조성물들은 모두 특허 등록되어 있어 겔포스엠은 국내에서 판매되는 제산제 가운데 유일하게 조성물 특허를 보유한 일반의약품이다.

이같은 겔포스엠의 3중 복합 처방은 자극적인 음식, 불규칙한 식사, 카페인, 잦은 음주, 야식 등 생활 양식 변화에 따른 다양한 속쓰림을 겪는 현대인들에게도 적합하다는 것이 보령 측의 설명이다.

이와 함께 2018년부터 출시되고 있는 ‘겔포스엘’은 소화 효능까지 더해진 제품이다. 기존 겔포스엠에 ‘DL-카르니틴염산염’을 추가한 겔포스엠은 소화 불량을 동반한 속쓰림 증상을 개선하는 효과를 보인다. 위장관의 연동 운동을 활성화하고 소화액 분비를 촉진하는 기전을 갖췄다.

겔포스엠과 겔포스엘로 완성된 겔포스



현재 보령컨슈머헬스케어가 판매하고 있는 ‘겔포스엠’과 ‘겔포스엘’



배우 주현영이 ‘짚어서 짜 먹는 위장약’ 겔포스엠을 소개하고 있다.

위 보호막 형성작용 강화한 ‘겔포스엠’
소화불량 동반 속쓰림 개선 ‘겔포스엘’
2가지 제품으로 점유율 꾸준히 확장해

먹기 편한 막대형 패키지로 선호도↑
주현영 모델로 MZ세대 마케팅 강화

브랜드는 꾸준히 점유율을 확장하고 있다. 의약품시장 조사기관 아이큐비아 자료에 따르면, 겔포스 브랜드의 매출은 올해 1~11월 전년 동기 대비 9.8% 성장했으며, 지난 5년간 일반의약품 제산제 부문에서 판매 1위를 유지하고 있다.

겔포스엠은 올해부터는 외형 포장도 변신을 거듭했다.

기존 사각 형태의 사면포 패키지에서 후속 제품인 겔포스엘과 같이 절취가 쉽고 찌꺼기 편리한 세로형 막대 포장으로 변경된 것이다. 개봉 입구에 칼선을 넣고, 자르는 방향을 표시하는 등 복용법도 직관적으로 설계되어, 소비자들이 더 간편하게 제품을 사용할 수 있게 됐다.

보령이 실시한 자체 소비자 조사에서도 참여자의 92.5%가 사면포 형태보다 막대형을 선호하는 것으로 나타났다. 기존 사면포 형태의 제품은 모서리가 날카롭고 입이 닿는 면적이 넓어 입 주변이 찢릴 수 있고 내용물을 남김 없이 찌꺼기 어려웠다. 새로워진 막대 형태는 한번에 섭취가 가능하다.

오는 2025년이면 발매 50주년을 맞이하게 되는 겔포스는 제2의 도약을 목표로 젊은 소비자층과 발맞춘 다양한 마케팅도 전개한다.

MZ세대를 대표하는 배우 주현영의 젊고 활동적인 사회초년생 이미지를 통해 MZ세대 소비자의 공감을 유도하고 겔포스 브랜드 인지도를 높이고 있다. 아울러 겔포스는 지금까지 겔포스를 선택해 준 중장년층 고객들과는 신뢰를 바탕으로 뛰어난 효능과 복용편의성을 지속적으로 발전시켜 나가겠다는 방침이다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



① 1970년대 다양한 패키지로 생산된 겔포스.



② 1983년 ‘수사반장’ 배우들이 출연한 겔포스 광고.



③ 2000년 10월 출시된 ‘겔포스엠’.

버스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲KBO, 보은 야구센터 야구장 1면 추가 건립…2025년 준공
▲프로농구 KCC, 필리핀 메달코에 1점 차 석패…EASL 2연패 /사진 뉴시스

▲‘24안타’ 네덜란드, 푸에르토리코에 20-8 콜드승…미국도 승리 추가
▲한국여자프로골프투어, 스포츠진흥 대상서 프로스포츠 스페셜 대상



▲프로축구연맹, ‘K리그 그라운드 개선 방안 심포지엄’ 개최
▲국립중앙박물관, ‘외규장각 의궤실’ 조성…디지털 전시 눈길 /사진 뉴시스