

편의점 상비약 최대 20개… 소비자단체 ‘환영’·약사회 ‘반발’

안전상비약 규제 완화

정부, 상비약 지정고시 개정 계획
무약촌 일반 소매점 등 판매 확대
편의점업계, 매출효과 제한적 전망

정부가 편의점에서 판매하는 안전상비 의약품(상비약) 품목을 확대한다. 소비자 단체는 환영의 뜻을 밝히고 있지만 약사회는 강하게 반발하고 있다.

26일 <메트로경제신문> 취재에 따르면 보건복지부는 지난 16일 대통령 업무보고에서 편의점 상비약을 현행 11개에서 최대 20개까지 확대하고, 편의점과 약국이 없는 무약촌에서는 일반 소매점에서도 판매할 수 있도록 약사법을 개정할 방침이라고 밝혔다. 전문가와 이해관계자 의견을 수렴한 뒤 오는 12월 상비약 지정 고시를 개정할 계획이며, 구체적인 추가 효능군과 제형은 논의 후 결정할 예정이다.

안전상비약품 제도는 2012년 11월 약국이 문을 닫는 심야와 공휴일에도 편의점을 통해 가정에서 필요한 응급 의약품을 구입할 수 있도록 도입됐다.

약사법은 안전상비약품을 가벼운 증상에 한해 환자가 스스로 판단해 사용할



서울 시내 한 편의점에 안전상비약품이 진열돼 있다.

/뉴시스

수 있는 약품으로 한정하고, 장관이 20개 이내에서 판매 대상을 지정하도록 규정하고 있다. 현재 고시에 지정된 품목은 해열진통제와 감기약, 소화제, 파스 등 4개 효능군 13개 약품이지만, 이 가운데 2개 품목은 생산이 중단돼 현재는 11개 품목이 판매되고 있다.

약사회는 이번 품목 및 판매처 확대에 대해 의약품 접근성 개선에는 동의하지만 공공심야약국 확충과 단골약사제 도입 등 공공 인프라 강화가 우선돼야 한다고 주장하고 있다. 일반 소비자와 달리 복약지도가 필수적인 데다 판매처가 확대될 경우 의약품 보관과 유통기한 관리 등 기존

안전관리 체계가 느슨해질 수 있다는 이유에서다.

대한약사회는 입장문을 통해 “안전상비 의약품 24시간 판매 규제 완화 방안에 깊은 유감을 표한다”며 “오히려 일반의약품의 안전한 사용을 위한 규제를 강화해야 할 때”라고 밝혔다.

이어 “최근 3년간 전국 1000여 개 안전상비약품 판매업소를 점검한 결과 매년 94~97%가 판매자 준수사항을 최소 1건 이상 위반한 것으로 나타났다”며 “정부가 우선할 과제는 품목 확대가 아니라 부실한 안전상비약 판매·관리 실태에 대한 대책 마련”이라고 주장했다.

상비약 품목 및 판매처 확대는 심야시간 약국이 문을 닫은 상황에서 가벼운 증상에 필요한 상비약을 보다 쉽게 구입할 수 있도록 하기 위한 조치다.

현재 공공심야약국은 2026년 4월 기준 전국 242곳으로 지역별 편차가 크다. 경기도가 60곳으로 가장 많고 서울도 39곳에 달하지만, 서울·경기·인천을 제외한 나머지 광역자치단체의 평균은 8.7곳에 불과하다. 광역시인 광주와 대전도 각각 6곳과 5곳에 그친다. 여기에 약국이 아예 없는 무약촌도 전국 556개 읍·면·동에 달한다.

약사회는 공공심야약국 확대를 위해 윤

영비 현실화와 개설 단계부터의 지원 확대, 취약지역별 최소 배치 기준 마련 등이 필요하다고 밝혔다.

반면 소비자단체는 상비약 품목 및 판매처 확대를 환영하고 있다. 한국소비자단체협의회와 12개 소비자단체는 “편의점에서 판매할 수 있는 의약품은 오남용 위험이 낮고 포장 단위와 표시 기준, 판매수량 제한 등을 통해 관리 가능한 품목에 한정된다”며 “안전성은 품목 확대를 막는 이유가 아니라 적절한 기준과 관리 체계를 통해 보완해야 할 과제”라고 밝혔다.

편의점 업계는 이번 규제 완화를 긍정적으로 평가하면서도 실제 매출 증대 효과는 제한적일 것으로 보고 있다. 안전상비약 매출이 전체 매출의 1%에도 미치지 않아 품목이 늘어나더라도 점포 수익에 미치는 영향은 크지 않을 것이라는 설명이다.

업계 관계자는 “해외의 경우 미국은 약 30만 종, 일본은 1000종까지 상비약 판매를 허용하고 있지만 우리는 확대하더라도 20개 품목에 불과하다”며 “의약품 접근성 확대 측면에서는 긍정적이지만 유의미한 매출 증가로 이어지기는 어려울 것”이라고 말했다.

/김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

유통·식품가 원가 쇼크… 핫반 등 가격인상 태풍

고환율·국제유가·인건비 등 영향
업계 “원가압박 누적… 한계 상황”

가공식품부터 외식 프랜차이즈까지 유통·식품가 전반에 걸쳐 제품 가격 인상 태풍이 거세게 몰아치고 있다. 컵라면과 식빵, 핫반은 물론 만두, 참치캔, 도넛, 커피까지 가격표를 고쳐 달지 않은 품목을 찾기 어려울 정도다. 중동 정세 불안이 불러온 고환율과 국제유가 급등이 가공식품 및 포장재 원가 부담을 극단으로 밀어 올린 데다, 올여름 장마와 폭염까지 겹쳐 신선식품 가격마저 요동치면서 가게 밥상물가에 대형 경보가 울렸다.

◆가공식품서 외식 메뉴까지 ‘줄인상’

업계에 따르면, 농심은 다음 달 1일부터 스낵과 용기면, 음료 등 43개 브랜드 출고가를 평균 5.8% 상향 조정한다. 이에 따라 대표 상품인 육개장사발면은 1100원에서 1200원으로, 새우깡(90g)은 1500원에서 1600원으로 오른다. 다만, 전체 라면 판매량의 큰 비중을 차지하는 봉지 라면은 소비자들의 장바구니 부담을 고려해 이번 조정 대상에서 제외됐다.

베이커리 및 디저트 브랜드의 도미노 인상도 가시화됐다. 비알코리아는 내달 2일부터 던킨 도넛 39종 가격을 평균 6.5% 인상하며, CJ푸드빌이 운영하는 푸레쥬르 역시 31일부터 빵과 케이크 등 76종의 권장소비자가격을 평균 8.2% 끌어올린다. 다만 대중적인 단팻빵과 소보로빵, 카스텔라 등 주요 품목은 동결하여 충격을 최소화했다.

앞서 CJ제일제당이 핫반·만두 등 27개 품목을 평균 8% 올렸고, 사조대립(참치캔·식용유지 최대 20% 인상)을 비롯해 오뚜기, 롯데칠성음료, 하림 등 주요 식음료 기업들도 일제히 가격 인상 대열에 합류



지난 19일 서울 시내의 한 대형마트에서 고객이 매대 상품을 살펴보고 있다.

/뉴시스

했다.

이 같은 가공식품 및 반가공 식재료의 원가 상승은 곧바로 외식업체로 불뚝이 튀었다. 매장 운영 원가율이 치솟으면서 더본코리아가 11개 브랜드 일부 메뉴를 평균 11% 올렸고, 롯데리아도 버거류 가격을 평균 2.9% 높였다. 여기에 메가MGC커피, 더벤티 등 저가 커피 프랜차이즈와 주요 피자·파스타 브랜드들까지 가격 인상 행렬에 가세한 상태다.

◆유가에 포장재·농산물도 들썩

업계가 입을 모아 토로하는 가격 인상의 주원인은 환율·유가 고공행진과 인건비·포장재 비용의 동반 상승이다.

특히 브랜드유는 배럴당 100달러선을 돌파했고, 플라스틱 용기와 필름 등의 원료가 되는 나프타 가격은 톤당 982달러로 연초 대비 80% 이상 폭등하며 포장재 원가 압박을 가중시켰다.

여기에 반복되는 폭염과 집중호우로 농작물 생육이 타격을 입으면서 6월 기준과 (37.1%), 쌀(11.7%), 달걀(10.3%) 등 장바구니 물가가 크게 뛰었다. 1500원에 육박하는 고환율 속에 밀가루, 커피원두, 육류 등 수입 원자재 가격도 고비용 구조를 고

착화하고 있다.

가중되는 인건비도 부담 요인이다. 내년도 시간당 최저임금이 올해보다 3.7% (380원) 오른 1만 700원으로 확정되면서, 영세 자영업자와 외식 프랜차이즈 가맹점주들의 인건비 압박은 더욱 거세질 전망이다.

◆기업, 정부 물가안정 기조·소비침체 여파 ‘진퇴양난’

소비자들이 체감하는 외식 비용은 이미 수개월 전부터 오름세다. 한국소비자원 가격정보에 따르면 서울 지역 삼겹살(200g) 외식비는 1년 전보다 4.3% 오른 2만 1321원을 기록했으며, 갈국수 역시 3.6% 올랐다.

그럼에도 기업들과 자영업자들은 정부의 물가안정 기조와 소비 침체 여파 사이에서 깊은 고심을 거듭하고 있다.

식품업계의 한 관계자는 “누적된 원가 인상 압박으로 더 이상 버티기 힘든 한계 상황에 다다른 것이 사실”이라면서도 “정부 기조와 소비자들의 거부감을 고려하면 가격 조정 카드를 꺼내 들기조차 쉽지 않은 진퇴양난의 시기를 지나는 중이다”라고 말했다. /신원선 기자 tree6834@



metro

정제마진 상승세… 정유업계, 실적회복 기대

배럴당 65달러 돌파… 수출제한 변수

아시아 경유·항공유 정제마진이 최근 다시 배럴당 65달러를 넘어서며 국내 정유업계의 수익성 개선 기대를 키우고 있다. 그러나 고유가에 따른 원유 도입비와 물류비 부담, 정부의 석유제품 수출 제한으로 실제 수혜는 제한될 수 있다는 전망이 나온다.

26일 업계와 외신 등에 따르면 아시아 경유·항공유 정제마진은 전쟁 이전 배럴당 20달러를 웃돌던 수준에서 최근 65달러 이상으로 치솟으며 약 두 달 만에 최고치를 기록했다. 우크라이나 드론 공격으로 정유시설이 피해를 입은 러시아가 이달 말까지 디젤 수출을 금지하면서 공급 부족 우려가 커진 영향이다.

정제마진 강세는 국내 정유사들의 실적 회복을 뒷받침하고 있다. 2분기에도 정제마진과 유통기류 사업 개선에 힘입어 양호한 실적이 예상된다. 에프엔가이드 컨

센서스상 SK이노베이션과 에쓰오일의 2분기 영업이익은 각각 1조4123억원, 9415억원으로 전망된다. GS칼텍스와 HD현대오일뱅크도 정제마진 개선의 수혜를 입었을 것으로 업계는 보고 있다.

다만 이번 정제마진 상승이 하반기 실적 개선으로 직결되지는 않을 전망이다. 유가 상승으로 원유 도입에 필요한 운전자본 부담이 커지고 희망봉 우회 운송이 장기화하면 운임과 전쟁위험 보험료도 늘어난다. 여기에 정부의 석유제품 수출 제한 조치가 유지되는 만큼 해외 판매 확대에도 제약이 있다는 해석이다.

업계 관계자는 “원유 공급보다 정제제품 공급의 정상화가 더더 하반기 정제마진은 강세를 유지할 가능성이 있다”면서도 “고가 원유가 본격적으로 투입되고 우회 운송에 따른 비용이 늘면 실제 실적 개선 폭은 제한될 수 있다”고 말했다.

/유혜은 기자 dhalehale@

국민연금공단, 6개 벤처투자사 MOU 체결

» 1면 ‘李 대통령, 한·미 다음…’서 계속

이어 “세계 시장으로 확장할 수 있는 문화적 경쟁력까지 갖춘 대한민국은 글로벌 투자자들에게 새로운 성장 기회를 제공할 수 있는 대체하기 어려운 혁신의 거점임이 분명하다”고 덧붙였다.

그러면서 “대한민국 정부는 이러한 가능성이 실질적 성과로 이어질 수 있도록 세계에서 가장 투자하기 좋고, 창업하기 좋은 환경을 만들어 가겠다”며 “해외 창업 인재의 유입을 가로막는 비자 제도를 과감히 개선하고, 국내외 기업과 연구기관, 투자기관을 연결하는 협력 기반도 더욱 확대하겠다”고 약속했다.

이날 행사에선 국민연금공단과 실리콘밸리 벤처투자사 6개사가 업무협약(MOU)을 맺고 한미 혁신 생태계 간 전략적 협업을 위한 파트너십을 구축해 나가기로 했다. 벤처투자사 6개사는 한국의 기술·혁신 생태계와의 협력을 강화하고, 미국과 한 국가 전략적 협력을 확대하며, 연금공단과 협력해 혁신을 가속화하고 혁신 기반 투자 기회에 대한 접근성을 촉진하기로 했다.

한편 이 대통령은 전날(24일)에는 샌프란시스코 더 미드웨이에서 열린 AI 서밋에 참석해 글로벌 AI 생태계에서의 도약의지와 협력 비전을 담은 ‘샌프란시스코 AI 선언’을 발표했다. /서예진 기자 syj@