

20세기 초 일본 매약의 수입과 근대 한국의 의약광고의 형성

— 근대 일본의 매약규제와 광고 형식을 중심으로

김 영 수*

[초 록]

본고는 근대일본에서 매약의 단속과 규제책이 적용되는 과정과 이들 매약이 조선으로 유입되는 과정을 살펴보면서 일본 매약의 수입이 근대 한국의 매약시장에 끼친 영향에 대하여 알아보려고 한다. 당시 일본에서 수입된 매약은 메이지 정부가 매약시장을 정비하기 위해 행한 매약 단속과 규제의 내용이 적용된 것이었다. 메이지 정부의 매약 단속은 어떠한 내용이었는지 살펴보기 위해 메이지 정부 수립 전후의 일본의 매약시장의 상황과 매약 단속을 위해 취해진 조치 등을 알아보고 매약 및 약품규칙의 제정과정과 내용에 대하여 고찰하도록 한다. 이는 당시 일본에서 제조되어 조선으로 수입된 매약이 어떠한 특징을 가지고 있는지를 설명해준다.

* 연세대학교 의과대학 인문사회의학교실 의학과 및 의학사연구소 연구강사

주제어: 질병, 수입매약, 약광고, 치료, 매약규칙, 조선신보, 조선신문
Disease, Imported Drugs, Advertisement, Treatment, Patent Medicine,
Chosensimpo, Chosensimbun

러일전쟁을 전후하여 본격적으로 조선으로 수입된 매약은 일본어 신문에 광고를 실었는데, 본고에서는 인천에서 발행된 『조선신문』의 약광고를 중심으로 약광고의 형식적인 측면을 분석해보았다. 광고들에서 나타나는 공통점은 성분, 제조원, 가격 등의 정보를 포함한, 형식적으로 통일된 방식의 광고가 이루어졌다는 것으로, 이는 메이지 정부의 매약관련규칙에 근거하여 매약의 정보를 제시하고 있다고 할 수 있다. 환언하면, 수입매약은 메이지 정부가 규정한 규제책이 적용된 형태로 조선으로 수입된다는 것을 의미한다.

이러한 수입매약의 광고 형식은 실효성이 없었던 법제정과 상업적으로 성장하고 있던 조선의 매약시장이라는 법제정과 실행의 간극에 침투하여 영향을 미쳤다. 대한제국 시기에 매약관칙이 반포되기는 했지만, 이는 약업자들을 단속하기 위한 것으로, 성장해 나아가는 매약시장을 지지해줄 수 있는 내용은 아니었다. 또한 일본 매약업자들은 일본 정부의 법에 따라 판매를 지속하였기 때문에, 조선의 근대 법의 테두리 안에 포함되지 않았다. 20세기를 전후한 시기에 조선의 매약시장이 성장해 나아가는 가운데, 일본에서 수입된 매약과 이를 홍보하는 광고는 효능, 성분, 제조판매회, 약값기재 등을 필수적으로 기재하면서 형식적인 측면에서 조선의 매약시장의 형성과정에 영향을 주었다고 볼 수 있다. 이는 조선총독부가 일본의 매약 제조 및 판매에 대한 규제를 그대로 조선에 적용시키면서 그 형식이 식민지 시대에도 이어지는 결과를 낳았다.

1. 머리말

현재 한국에서 흔히 접할 수 있는 박카스, 아로나민, 은단, 정로환 등의 의약품과 거의 유사한 상품이 일본에도 존재한다. 그중 일부는 일본 제약회사에서 제조한 약을 한국에 수입한 경우이고, 다른 일부는 한국에서 유사한 성분을 가지고 제품을 만든 경우에 해당한다. 이와 같은 유사

성은 같은 동아시아 문화권 중에서도 한국과 중국보다는 한국과 일본에서 더욱 드러난다. 이는 종종 한국과 일본의 지형, 기후의 유사성에 따른 질병구조의 유사성으로 설명되기도 한다. 또한 문화적인 측면에서 상품의 소비형태가 유사하다는 점도 언급된다. 이에 제약회사는 인기를 끌 수 있는 제품을 생산하거나 수입하고, 이런 상품들이 오랫동안 살아남아 현재까지도 인기리에 판매되고 있는 것으로 해석되는 것이다. 일부제품은 상품 디자인의 유사성 문제 때문에 표절시비에 휩싸이기도 했지만, 이는 반대로 공유되는 문화가 존재하고 있음을 나타내는 지표이다. 비슷한 약이 등장하고, 그것이 다른 문화권에서도 판로를 형성할 수 있는 또 다른 이유는 인류가 보편적으로 안고 있는 문제, 즉 질병의 치료를 위한 해결책이 바로 약이기 때문이다. 이 때문에 약은 그 효능을 앞세워 다른 문화권에 침투하기에 용이한 측면을 가지고 있다.

구한말 조선은 개항을 통해 본격적인 근대경제체제에 들어가기 시작하면서 다양한 상품 거래가 이루어졌고, 약품은 주요 수입품 중의 하나였다. 조선정부는 인력과 물자의 빈번한 왕래에 따른 전염병의 확산을 염려하여 급성전염병 대책을 세웠는데, 그 과정에서 전염병 치료와 예방에 효능이 있는 약들이 본격적으로 수입된 것이다. 금계랍, 석탄산 등이 그것으로, 전통적인 약재가 갖고 있지 못한 전혀 다른 효과를 보여주어 서양의약에 대한 신뢰도를 높여 주었다. 이처럼 전염병 치료 및 예방을 위한 약품들이 수입되기도 했지만, 이와 동시에 개항 이후 조선에 거주하던 일본인들의 건강유지를 위해 일반적인 질병치료에 필요한 약품들의 수입도 증가하게 되었다.

같은 시기 조선의 약시장은 매약을 중심으로 확대되어 가는 추세에 있었다. 일본 매약이 수입되던 시기에 조선에서도 대형 약방을 중심으로 새로운 형태의 매약이 등장하기 시작했기 때문이다. 이는 전염병의 유행이 빈번해지면서 한약의 치료효능에 대한 기대감보다는 전염병 치료 등에 즉시 효과가 나타난 근대 약에 대한 관심이 커진 결과였다.¹⁾

구한말 매약의 형태로 등장하여 질병 치료에 사용된 약의 종류와 효능을 보면, 당시 수입되던 일본 매약과 매우 흡사한 양상을 띠고 있음을 확인할 수 있다. 또한 매약을 홍보하기 위해 만든 광고를 비교해 보더라도 유사성이 확인된다. 약의 종류, 효능, 광고 등을 살펴보면 구한말의 약제조와 소비는 일본의 그것과 관련성을 띠며 성장해 나아가는 모습을 보인다.

특히 개항의 여파로 조선에 거주하는 일본인 인구가 증가하면서 일본에서 제조된 매약의 수입과 판매는 가시적으로 증가하는 추세를 보였다. 이러한 의약품들은 당시 일본에서 매약점포를 운영하던 상회가 조선에 지점을 두거나, 한국에서 일본 매약을 취급한 아라이상회(新井商會) 및 아라이회생약방(新井回生藥房), 야마기시천우당약점(山岸天佑堂藥店) 등이 독점적으로 일본의 매약을 취급하는 형태로 판매되면서 그 영향력을 확대해 나아갔던 것이다.

그렇다면 구한말 한국의 매약시장이 대형 약방의 등장, 신문광고를 통한 홍보 등으로 확대되어 가는 가운데 발견되는 일본의 그것과의 유사성은 어디에서 기인하는 것인가? 본고에서는 그 유사성이 어디에서 기인하는 것인지를 살펴보기 위하여 동시기 매약시장이 크게 성장하고 있던 일본의 예에서 그 가능성을 고찰해보고자 한다. 이를 위해 먼저 근대적 매약시장의 성립을 위해 제정된 약에 관한 규칙을 검토해보고자 한다. 그 내용은 약의 제조와 판매에 대한 것으로 주로 매약을 재정의하고 규제하는 내용이었다. 기존에 판매되던 매약의 금지와 새로운 매약이 등장하는 과정에서 매약규제책은 강력히 실시되었으며, 매약시장의 확대와 더불어

-
- 1) 새롭게 등장한 약에 관해서는 다음의 연구서와 논문을 참조할 것. 홍현오(1972), 『한국약업사』, 서울: 한독약품공업주식회사; 신인섭, 서법석 공저(1998), 『한국광고사』, 서울: 나남출판; 고병철(2003), 「일제시대 건강 담론과 약의 구원론<<매일신보>> 약 광고 분석을 중심으로」, 『종교연구』 30; 양정필(2008), 「한약업자의 대응과 성장」, 『한의학, 식민지를 읽다』(연세대학교 의학사연구소편), 서울: 아가넷; 박윤재(2013), 「한말 일제 초 대형 약방의 신약 발매와 한약의 변화」, 『역사와 현실』 90.

어 규제를 통과한 매약은 신문광고를 통해 판매를 촉진했다.

이러한 매약은 개항장을 통해 조선에도 유입되었고, 러일전쟁 이후 일본인의 수가 급격히 늘어나면서 조선에서의 일본 매약의 영향력은 급속도로 커지게 되었다. 이 시기는 한국의 매약시장이 활성화되고 확대되는 시기와 맞물려 있고, 근대적 신문의 발행을 기점으로 광고는 매약 홍보의 주요한 통로로 작용했다. 매약업의 성장과정에서 신문광고를 통한 홍보, 그중에서도 어떠한 내용을 어떻게 담아낼 것인가의 문제는 매약산업이 확대되어 가는 가운데 중요한 사안이었고, 이윤창출에 직접적으로 영향을 끼치는 것이었다.

약에 관한 대표적인 연구는 홍현오의 『한국약업사』(1972)를 들 수 있다. 그리고 개별 매약 및 매약을 취급하던 약방, 약국에 관해서는 제약회사의 사사(社史)를 통해 구한말의 약업의 상황과 상업화하는 약방의 모습에서 확인할 수 있다.²⁾ 그러나 이들의 연구와 역사 정리는 대부분 한국이 식민지화된 이후의 내용을 구체적으로 담고 있다. 구한말 약업시장이 형성되기 시작할 때와 관련된 서술은 당시 약방을 운영하던 인물들에 관한 내용이 주를 이루고 있다.³⁾

기존의 연구는 조선시대부터 이어져 내려오는 한약 전통의 변화, 한약업자, 한약취급의 변화 등에 주목하면서, 전통적인 매약이 한의사나 한약업자 등을 통하여 어떻게 새로운 시대에 대응하는지를 살펴보고 있다.

2) 이와 관련해서는 위의 고병철(2003), 양정필(2008), 박운재(2013) 등의 논문을 언급할 수 있다.

3) 고병철(2003), 「일제시대 건강 담론과 약의 구원론<<매일신보>> 약 광고 분석을 중심으로」, 『종교연구』 30; 권창규(2011), 「건강기표의 소비와 ‘위생제국’: 근대의약품 광고를 중심으로」, 한국언론학회 학술대회 발표논문집; 박운재(2013), 「한말 일제 초 대형 약방의 신약 발매와 한약의 변화」, 『역사와 현실』 90; 유한양행50년사편찬위원회편(1976), 『유한오십년』, 서울: 유한양행; 유한양행편(2000), 『1926년-1945년 이전 광고로 본 유한양행』, 서울: 유한양행; 동화약품100년사편찬위원회편(1998), 『동화약품백년사(1897-1997)』, 서울: 동화약품공업주식회사; 예종석(2009), 『활명수 100년 성장의 비밀』, 서울: 리더스북 등.

이에 비해 본고는 한약, 혹은 한약과 양약을 혼합하여 제조한 ‘근대’를 표방하는 약⁴⁾들이 체제를 갖추고 소비되는 과정에서 일본에서 수입된 매약과 어떠한 관련성을 가지고 있는지를 매약을 규제하는 규칙의 형성과 소비형식에 주목하여 고찰하려고 한다.

본고에서는 먼저 19세기 중반 메이지 정부 성립 전후의 일본의 매약 시장의 상황과 규제의 모습을 매약의 상업화와 규제책의 적용이라는 측면에서 다루도록 하겠다. 이것은 매약의 기준이 마련된 이후 조선으로 유입되는 일본 매약의 홍보형식과 이들이 조선의 매약시장의 광고형식에 끼치는 영향과 관련이 있기 때문이다. 매약의 종류는 매우 다양하여 여러 종류의 매약을 살펴볼 수는 없으나 대표적으로 두 가지 매약의 예를 통해 구한말 급속도로 매약의 상업화가 이루어지는 과정에서 법규를 대신하여 어떤 사회문화적 요소가 실제사회에서 작동하는지를 살펴보도록 하겠다.

2. 19세기 중반 일본 매약의 상업화와 규제

2.1. 일본 매약시장의 형성

일본에서는 근세시기로 불리는 에도시기부터 매약 판매가 활발해진 것으로 알려져 있다. 매약 판매가 활성화될 수 있었던 주요한 이유는 에도시대에 화폐제도가 확립되면서, 행상의 형태가 아닌 점포를 마련하여 약재와 매약을 판매하기 시작하여 이전시기보다 안정적인 판로를 확보하였기 때문이다.⁵⁾ 에도시기에 약재와 매약을 판매하는 점포가 처음 등장한 것은 아니다. 1590년 오다와라(小田原)의 약종상 마스다(益田友嘉)

4) 본고에서는 이를 통틀어 매약이라고 표기하도록 하겠다.

5) 吉岡信(2011), 『江戸の生薬屋』, 東京: 青蛙房, p. 10.

가 안약오령향(眼藥五靈香)이라는 매약을 판매하기 위해 에도(현 도쿄)에 연 약점(藥店)⁶⁾이 에도의 첫 약방[藥店]으로 알려져있다. 이후 에도 막부가 들어서면서 이 약방이 있던 에도 혼초(本町) 일대를 약종도매상의 거리로 지정하면서 에도에는 대표적인 약방거리가 형성되었다.⁷⁾ 또한 17세기 중엽에 108명의 약종상이 거주하며 약을 취급한 오사카의 도쇼마치(道修町)가 약의 취급과 생산의 중심지로 부상하였고, 현재도 다나베 미쓰비시(田邊三菱)제약, 시오노기(鹽野義)제약 등 일본 유수의 제약회사의 본사가 이곳에 자리 잡고 있어, 약의 거리로서의 명성을 이어오고 있다.

이와 더불어 에도시대는 상업과 출판문화가 같이 번성하면서 상점 안내, 구매 안내기와 같은 상품 가이드북 형태의 책자들이 출판되어 상업업을 더욱 촉진시켰다. 이러한 안내기류에서 소개하는 상품 중에 큰 비중을 차지하였던 것이 바로 약이었고, 약을 소개하는 것은 약을 취급하는 가게들을 소개하는 것으로 이어졌다. 19세기 초에 발행된 『상인매물독안내(商人賣物獨案内)』(大阪之部, 1824)에는 오사카에서 매약을 취급하는 17곳의 도매상[問屋]을 포함하여 178개의 가게를 소개하고 있다.⁸⁾ 이들을 소개하는 과정에서 약방의 기본정보와 이들이 취급하는 약에 대한 정보도 얻을 수 있는데, 많은 수가 매약의 형태였다.

에도시대 매약의 종류에는 시약(施藥)으로 배부되다가 점차 매약으로 변형된 경우, 각 가문(醫家)에 이어져 내려오는 비방이나 처방을 매약으로 만든 경우, 사원 및 약재를 취급하는 가게에서 매약을 만드는 경우,

6) 약을 판매하는 곳을 이르는 일본어 명칭은 ‘약점(藥店), 약포(藥舖), 약종옥(藥種屋), 목약옥(木藥屋), 생약옥(生藥屋)’ 등 여러 가지 명칭이 존재한다. 본문에서 일컫는 약점은 약을 판매하는 곳이라는 의미로, 그 이상의 특정한 의미를 포함하는 것은 아니다. 이하 약점은 보통명사이며, 전통적으로 빈번하게 쓰였던 약방으로 표기하도록 한다.

7) 吉岡信(2011), p. 11.

8) 吉岡信(2011), p. 16.

행상에 의한 매약 등이 있었다.⁹⁾ 이처럼 매약제조의 주체와 판매처가 다양하다보니 상업의 활성화에 따라 매약 제조와 판매는 확대양상을 보였다. 그러나 공식적으로 매약의 제조와 판매를 단속할 수 있는 막부 측의 규제책은 마련되어 있지 않았다. 다만 막부의 지원을 받아 약재를 취급하는 약종상들이 구미[組]나 나카마[仲間]를 조직하여 약의 품질을 유지하고, 약의 제조와 유통을 통제하는 방법을 취하여 일정 정도 매약의 제조와 판매 질서가 유지되기는 하였다. 그러나 각 번(藩)마다 매약을 규제하는 형태가 달랐기 때문에 중앙에서 전국의 매약시장을 통제하는 것은 거의 불가능했다.¹⁰⁾ 이러한 특징은 공적 규제를 어렵게 만드는 요인으로 작용했다. 1874년에 제정된 의제에서 처음으로 의사의 역할이 명확하게 제시되었는데, 그 과정에서 의사는 약을 판매할 수 없다는 조항이 마련되었다. 그때까지 약종상과 의사의 역할은 혼재되어 있었기 때문에, 약의 제조 및 판매를 규제하는 것이 쉽지 않았음을 확인할 수 있다.

2.2. 메이지 정부의 의약품 단속

에도시대에 시중에서 구매할 수 있던 매약은 다양한 층위가 존재했고, 효과가 있는 것도 있었지만, 이름뿐인 약들도 다수 존재했다. 에도 말기로 갈수록 매약은 더 다양한 형태로 등장했고, 이에 따라 단속이 절실했다. 에도막부를 타도하고 등장한 메이지 정부가 표방했던 것은 근대 국가였고, 국가가 구성원의 건강을 책임지는 것을 표방하였기 때문에 그 일환으로 곧바로 의약품 단속을 실시하였다. 의약품 단속은 다른 의료 및 위생문제와 관련한 규칙보다 우선적으로 실시되었다. 그 이유는 기존의 한방, 난방(蘭方)을 이용한 매약이 성행하고 있었던 데다가, 개항 이후 서양의약품들의 수입도 점차 증가하고 있었기 때문이다. 에도시대에

9) 吉岡信(2011), p. 61.

10) 服部昭(2015), 『薬包装の近現代史』, 大阪: 風詠社, p. 78.

실시되던 의약품 제조 및 판매질서 단속과는 다른 정부주도의 의약품 관련규칙을 시급히 확립할 필요성이 대두되었던 것이다.

의약품의 단속은 매약 단속에서부터 시작되었다. 이는 매약이 일정한 규칙에 적용받지 않고, 제조 및 판매가 용이하여 대중에게 빨리 확산될 수 있었기 때문이다. 매약 단속은 대학동교(大學東校)가 담당하였고, 1870년 12월 「매약취체규칙(賣藥取締規則)」을 포달하는 것으로부터 시작되었다.¹¹⁾ 이 규칙이 반포되면서 기존에 다수 판매되던 매약 즉, 가문에서 전해 내려오는 비전(祕傳), 비방(祕方)을 내세운 매약의 제조와 판매는 일체 금지되었다. 또한 칙허(勅許), 어면(御免) 등의 문자를 넣어 과대하게 해당 매약의 권위를 내세우며 효능을 과시하는 것 역시 금지되었다.¹²⁾ 또한 1873년에는 대학동교의 독일인 교사에게 약품취체에 필요한 조항을 자문하고, 약업자의 자격을 단속하기 위해 「약제취조방법(藥劑取調ノ方法)」을 반포하였다.¹³⁾ 즉, 메이지 정부는 우선적으로 사적 공인에 근거한 약 제조, 무허가 공인 단속 등의 기준을 마련하여 무분별하게 시장에 확산되고 있던 매약을 통제해 나아가기 시작했다.

그 이후 1874년 의제를 제정하여 의료위생행정전반에 대한 재구축을 꾀하는 과정에서 의학교육제도의 정비와 함께 의약품에 대한 단속을 우선적으로 실시하였다. 의제의 총 76개의 조항 중에 실제로 9개의 조항만이 실시되었는데, 실시 조항 중에는 제71조에서 제74조에 언급된 매약 및 매약업자의 단속과 매약 검사, 판매에 관한 규정이 포함되어 있었던 것으로도 메이지 정부가 매약 단속을 시급한 사안으로 취급하고 있었음을 짐작할 수 있다.¹⁴⁾

11) 「賣藥取締規則」(明治三年十二月), 內閣-太政類典-第一編-第八十一卷-保民·衛生, 일본국립공문서관 소장, 소장번호 太00081100.

12) 「賣藥取締ノ方法並調査方」(明治三年十二月), 內閣-太政類典-第一編-第八十一卷-保民·衛生, 일본국립공문서관 소장, 소장번호 太00081100.

13) 池田嘯風(1929), 『日本藥業史』, 京都: 藥業時論社, pp. 202-205.

메이지 정부는 공인되지 않은 매약의 제조와 판매를 금지시키고 나서 근대 약에 대한 기준을 마련하기 시작하였다. 그 첫 규칙은 1876년에 반포된 「제약면허수속(製藥免許手續)」으로, 제약허가를 얻은 자는 관허(官許)라고 표시하고, 상표에 약품 및 제조원의 주소 및 씨명을 붙여 판매하도록 하는 새로운 규정을 적용하였다. 일본어로 된 매약명을 기본 표기로 하되, 외국어 표기의 매약인 경우, 가나를 병기하도록 하였다.¹⁵⁾ 1870년대 중반에 근대일본의 매약의 기준이 새롭게 정해지면서 기존의 무분별한 매약은 정리되었고, 새로운 기준에 부합하는 매약은 정부로부터 공신력을 획득해 나아가기 시작했다.

이듬해인 1877년에는 「매약규칙(賣藥規則)」을 제정하여 매약영업자에 대한 면허감찰, 행상에 대한 행상감찰, 면허기간의 설정, 독극약의 불허, 세금 및 수수료 등에 관한 항목을 설정하여 매약의 체계적인 규제를 가하였다. 이는 근대일본의 최초의 매약단속규칙으로 평가된다.¹⁶⁾ 이 규칙은 1914년 「매약법(賣藥法)」이 제정될 때까지 매약에 관련된 기준을 제공하였다. 1880년대까지 「제약면허수속(製藥免許手續)」(1882), 「약포 및 약종상 취체규칙(藥鋪並藥種商取締規則)」(1883) 등 관련 규정이 정비되면서 매약의 단속과 면허 및 허가제의 실시는 순차적으로 적용되어 갔다.¹⁷⁾

14) 김영수(2015), 「근대일본의 의사면허 변천-의제부터 의사법까지」, 『동아시아 역사 속의 의사들』(연세대학교 의학사연구소 편), 서울: 역사공간, p. 365.

15) 厚生省醫務局編(1955), 『醫制八十年史』, 東京: 印刷局朝陽會, p. 272; 服部昭(2015), p. 84.

16) 매약이라는 것이 제약업계에서 차지하는 비중이 컸기 때문에 이를 완전히 배제하지 못한 것, 면허기간을 5년으로 정한 것 등이 문제시되었으나, 매약인세제 등을 도입하여 간접적으로 매약의 성장을 억제하였고, 1886년에는 5년의 면허기간은 폐지되었다. 厚生省醫務局編(1955), pp. 269-270.

17) 1883년 약포 및 약종상에 관한 취체규칙이 공포되면서 양자에게 허가제를 실시하였고, 약포는 의사의 처방에 의한 제조를 하는 곳으로 간주되어 시험을 통해 개업하는 것을 의무화시켰다. 약종상은 각종 약품의 매매만 가능하였고, 조제는 할 수

1889년에는 「약품영업 및 약품취체규칙(藥品營業並藥品取締規則)」이 제정되었는데, 이 규칙은 제약품들이 갖추어야 할 필수 기재사항 등의 형식적인 측면을 규정한 것이었다. 약품 용기나 포장지에 가나나 한자로 약품명을 기재할 것, 외국어의 병기, 제조자의 주소 및 이름, 수입약인 경우에는 취급점의 주소, 씨명 등을 표기하도록 규정하여 이후 판매되는 약품들은 이 규칙에 적용받아 형식적인 통일성을 갖추게 되었다.¹⁸⁾

이와 같이 1870년대부터 1880년대를 거치면서 일본에서 매약을 포함한 약품 전반에 대한 법적 규제가 마련되면서 동규칙이 적용된 매약이 제조·판매되기 시작하였고, 조선의 개항 이후 일본 약업자들이 건너오면서 이들 약품들을 조선에서 판매하기 시작했던 것이다.

3. 한국에 수입된 일본 매약과 그 특징

3.1. 수입매약의 규제와 종류

개항기 이후부터 20세기 초를 기점으로 일본에서 생산된 약은 본격적으로 조선에 진출하였다. 일본인 약업자들은 일본 매약을 조선으로 수입하기 위하여 일본 정부에 약업허가에 대한 청원을 냈다. 1880년대 중반 그들은 조선에서는 약을 제조할 수 없었고, 일본에서 마련된 규칙에 의거하여 일본에서 약을 들여와 판매하는 것만이 허가되었기 때문이다.¹⁹⁾ 이러한 규제는 약성분 배합의 문제, 제조위생 문제 등 약과 관련된 문제

없도록 규정하였다. 安士昌一郎(2015), 「製藥企業へ發展した藥種問屋-大阪道修町における藥種業者の變遷」, 『法政大學大學院紀要』 74, p. 104.

18) 厚生省醫務局編(1955), p. 273.

19) 「賣藥製造販賣ノ義ニ付在京城領事館ニヨリ伺并指令」(1885), 日本外務省外交史料館, B-3-5-10-6.

가 발생할 여러 가능성을 배제하기 위함이었으며, 환언하면 이러한 제재는 조선으로 수출되는 약에 대해서도 일본과 동일한 법령을 적용하였음을 의미하는 것이었다.

조선에서 활동한 일본인 약종상들은 일본에서 제정된 법령과 규칙의 제한을 받았으며, 이에 더하여 조선총독부는 메이지 정부의 약사규칙을 조선에도 적용시키는 동시에 수입매약에 대한 취체를 시행하였다. 그것은 정가표시에 대한 조항이었다. 이 조항은 일본에서는 의무사항이 아니었으나, 조선에서는 매약 허가의 중요한 조건으로 작용하였다. 매약을 수입하려고 하는 자는 경찰서에 허가서를 제출해야 했고, 매약의 성분이나 제조자, 판매처 등 기본적인 정보에 더하여 정가도 표기해야만 했다. 정가표시는 약값과 원재료가격과의 관계를 면밀하게 보여주는 지표로 작용하여, 내규에 적합하지 않으면 ‘부적절’이라는 평가를 받아 수입허가를 거부하는 수단이 되기도 하였다. 즉, 매약허가를 내줄 때 정가표시를 의무화한 것은 당국이 매약을 단속할 수 있는 큰 권력으로 작용하였다. 매약업자들의 입장에서는 다른 행정적인 절차보다 정가 표시를 근거로 매약의 수입허가를 내주지 않는 것이 매약판매의 큰 걸림돌로 작용했다. 그러나 조선에 진출하려고 당국에 허가서를 제출한 업자들의 대부분은 도매상이었고, 한 도매상이 매약수입허가신청서를 작성하여 무사히 통과하면 다른 도매상이 이를 그대로 베껴 쓰는 형태로 신청서를 작성했기 때문에 점차 정가표시에 대한 불만을 토로하는 자들은 감소하였지만, 조선에 진출한 일본인 약업자 사이에서는 이 취체가 그들의 판로 확장을 저지할 수 있을 정도의 엄격한 잣대로 평가되었다.²⁰⁾ 이와 같은 규제 때문에 그들이 식민지 조선에서 본격적으로 신약을 조제, 처방하는 것은 제1차 세계대전 이후에나 가능한 것이었다.²¹⁾

20) 久保賢編(1916), p. 526.

21) 조선에 자리잡은 일본인 유력도매상인 야마기시천우당의 경우, 제1차 세계대전 이후에도 신약의 조제, 처방은 미미한 수준이라고 밝히고 있다. 손일선(2016), 「일제

일본인 약업자들에게도 조선에서의 매약의 판매와 판로확장은 쉽지 않은 작업이었지만, 그럼에도 불구하고 다양한 약이 수입되었다. 수입된 약을 살펴보면 대부분 매약이었고, 특약점을 통해 판매되는 형태를 띠었다. 대부분의 약들의 특약점은 아라이상점 및 아라이회생약방이었다.²²⁾ 본고에서는 청일전쟁, 러일전쟁을 겪으면서 조선의 제2의 무역항으로 약진한 인천에서 발행된 『조선신문』²³⁾의 광고를 중심으로 일본에서 수입된 매약의 종류를 알아보고 이들이 공통적으로 갖는 특징을 매약에 관련된 규칙의 적용이라는 측면에서 고찰해보고자 한다. 『조선신문』에 등장하는 주요한 일본 매약은 조선의 한의학적 전통 속에서 제조된 매약과 마찬가지로 환(丸), 산(散), 단(丹)의 형태를 띤 것으로, 형태상 조선의 그것과 크게 다르지 않았고, 그 종류는 다음과 같았다. 1910년도를 전후한 시기에 신문에 등장하는 수입매약은 건뇌환(健腦丸), 독소환(毒掃丸), 독멸(毒滅), 태전위산(太田胃散), 크리모라(クリモラ), 청쾌환(淸快丸), 미창환(黴瘡丸), 인단(仁丹), 중장탕(中將湯), 유경환(流徑丸), 모생액(毛生液), 크로다인(コロダイン), 목약일점수(目藥一点水), 심장환(心臟丸), 차아린(次亜燐), 육신환(六神丸), 지노약(ちの薬), 실모산(實母散), 위활(胃活), 제무(ゼム), 임병환(淋病丸), 자궁환(子宮丸), 페인키라(ペインキラー) 등이었다.²⁴⁾

강점기 조선에 진출한 일본인 약업자에 관한 연구, 경제사학회 경제학공동학술대회 발표논문집, p. 16.

- 22) 아라이(新井)와 약방 개업 및 운영에 관한 설명은 홍현오의 책 참조. 홍현오(1972), 『한국약업사』, 서울: 한독약품공업주식회사, pp. 158-160.
- 23) 조선신문의 창간과 제호 변경에 관한 자세한 내용은 다음의 연구를 참조할 것. 장신(2007), 「한말·일제초 재인친 일본인의 신문 발행과 조선신문」, 『인천학연구』 6; 이승원(2016), 『조선신보, 제국과 식민의 교차로-신문광고로 읽는 근대 인천과 한국의 풍경들』, 파주: 보고서.
- 24) 단, 현재 파악된 일본에서 수입한 매약의 종류는 1906년을 기준으로 정리한 것이다. 이후 더 다양한 매약 광고가 등장했을 것으로 보인다. 이에 대해서는 추후에 추가하도록 하겠다. 또한 제품명의 표기는 음독으로 통일하여 적었다. 단, 가타카

각 매약의 이름을 보면, 대다수의 매약들은 신체의 특정부위와 기관, 해당 약을 필요로 하는 주체를 상품명에 기재하여 약의 효능을 쉽게 확인할 수 있게 하였다. 단, 가타카나 표기로 된 약 중에는 제무(ゼム)와 같이 약의 효능을 전혀 예상할 수 없는 것도 포함된 것도 있어, 매약의 이름을 통해 약의 효능이 파악되는 것과 그렇지 않은 것이 혼재되어 광고에 나타나고 있음을 볼 수 있다. 당시에는 신문, 잡지, 혹은 점포의 가두광고 등의 수단이 아니면 약을 홍보할 수 없었기 때문에, 약 광고에는 약의 정보를 자세하게 설명할 수밖에 없었다. 따라서 어떠한 경우에도 약의 효능과 복용법, 그리고 제조원, 판매원의 정보는 기재하고 있다. 이는 1889년 일본에서 제정된 약품취체규칙에서 규정한 필수기재항목에 해당하는 것이다. 『조선신문』에 등장하는 매약 광고를 크게 분류해보면, 여성질환, 매독, 위장기능장애, 자양강장제, 진통제, 안약 등이 중점적으로 수입된 것으로 파악해 볼 수 있다. 이 중에 특징적인 매약의 예를 들어 상품 소개 및 판매, 용법 등 광고의 형식 측면에 중점을 두면서 살펴보도록 하자.

3.2. 수입매약의 정보제공 형태의 특징

수입매약 중에 대별되는 두 가지의 예를 제시하고자 한다. 새롭게 주목받기 시작한 질병과 전통적인 질병에 대한 매약이다. 그 하나는 새롭게 중요한 질병으로 인식되기 시작한 머리, 뇌에 관한 치료제, 일반적으로 두통약이라고 불렸던 건뇌환(健腦丸)이다. 또 다른 하나는 전통적으로 사회의 골칫거리였던 매독의 치료제인 독소환(毒掃丸), 독멸(毒滅)이다.

먼저 건뇌환은 상품명을 통해 뇌, 머리의 증상에 대한 치료약이라고 추측해 볼 수 있다. 그러나 동시에 상품명 그대로 해석해 보자면, ‘건강한 뇌’를 만들기 위한 치료는 여러 가지라서 어떤 증상에 작용하는 약인

나로 표기되어 있는 경우에는 발음 그대로 표기하였다.

지는 쉽게 파악할 수 없다.

1906년 『조선신보』²⁵⁾에 등장하는 건뇌환의 광고는 머리카락이 없는 사람의 옆얼굴에 건뇌환이라는 글자가 새겨져 있는 등록상표를 광고의 정중앙에 배치하고, 효능을 자세히 기록한다. ‘뇌병의 신약’이며, 신경을 안정시켜주며, 피가 몰리는 증상[逆上]을 완화해준다. 뇌출혈, 신경통, 두통, 뇌막염, 안면신경통, 히스테리, 이명, 전간, 불면증, 중풍, 뇌졸중 등 각종 머리와 뇌, 피의 순환과 관련된 대부분의 증상을 열거하고 있어, 얼굴과 머리에 나타나는 대부분의 증상에 효능이 있음을 나타내고 있다. 이는 소비자에게 어쨌든 뇌와 머리에 관련된 문제를 가지고 있으면 이 약을 사용해보면 효과를 얻을 것이라는 의미로 다가갈 수 있다. 그 이외에 약의 효능과 함께 이 약품을 제조한 일본의 상점명과 약값이 기재되어 있다.²⁶⁾



[그림 1] 1906년 『조선신문』의 건뇌환 광고.



[그림 2] 메이지 후기에 발행된 일본의 신문에 실린 건뇌환 광고.

25) 1908년에 제호를 『조선신문』으로 변경하였고, 1906년에는 『조선신보』라는 이름으로 발간되었다.

26) 『조선신문』, 1906년 9월 1일.

『조선신문』에 등장한 건뇌환의 광고와 일본에서의 광고 형식은 동일하나, 내용에는 약간의 차이가 있다. 매약규칙에 정해진 것과 같이 광고의 형식, 즉 상표와 약값, 제조원, 그리고 판매원의 정보 등은 공통적인 부분이다. 대신 일본에서 발행된 신문에 등장하는 건뇌환의 광고에는 신경을 완화시켜, ‘수년간 치료하기 힘들었던 뇌병을 완전히 치료한다’는 것으로 그 효능을 알리고 있다.²⁷⁾ 그 이외에 특기할 점은 건뇌환이 필요한 소비자층까지 특정하고 있다는 점이다. 메이지 후기, 즉 1900년대를 전후한 시기에 일본의 근대화에 진력하던 사람들 사이에 피로감이 쌓이고, 이에 지식계층들 사이에 두통, 뇌병, 신경증, 신경쇠약 등이 유행하였다. 이에 건뇌환의 광고에는 사업가, 애주가, 신경가(神經家), 여성 이외에도 ‘관리(官吏) 및 학생’이 포함되어 뇌를 소비하는 모든 사람들에게 최적의 약이라는 문구를 추가하였다.²⁸⁾ 이는 약의 효능과 정보뿐만 아니라 약을 필요로 하는 소비자층을 특정하는 형태였다. 문명화와 근대화에 피로한 사람들을 대상으로 더 많은 소비자에게 접근하려는 것으로, 당시의 일본의 시대상을 반영하고 이를 강조하는 형태로 소비자를 확대시켜 나아갔음을 보여준다. 그 결과 건뇌환은 메이지 10대 히트 매약 중의 하나가 되었다.

1920년대가 되면 이와 같이 약의 소비자층을 특정하고, 시대상을 반영하는 광고가 조선신문에도 등장하게 된다.²⁹⁾ 건뇌환은 이제 신약이 아닌 양약(良藥)으로 표기되었고, 광고에는 약에 대한 기본적인 정보 이외에, 공부가 안 되거나, 일이 손에 안 잡히거나, 사색이 끊이질 않고, 금방 번

27) 사카이는 에도시대의 주요 질환에 대한 약광고를 횡수로 분석하여 두통이 주요한 질병으로 분류되지 않음을 설명하고, 일본사회에서 근대적인 신체관이 형성되면서 머리와 배에 대한 인식이 변화하였음을 밝히고 있다. 酒井シヅ(2004), 「頭痛の誕生と腹痛の變容」, 『近代日本の身體感覺』(栗山茂久, 北澤一利 編著), 東京: 靑弓社, pp. 84-102.

28) 立川昭二(1986), 『明治醫事往來』, 東京: 新潮社, p. 44.

29) 『조선신문』, 1926년 10월 17일.

민하는 자 등 약을 필요로 하는 대상을 특정하여 기재하였다. 이외에 뇌충혈,³⁰⁾ 신경통, 두통, 뇌막염, 뇌빈혈, 이명, 역상증(逆上症), 졸중, 중풍, 변비, 건망증, 어지러움증 등의 주요한 효능과 변통(便通)을 좋게 하고 중풍졸중을 예방하는 효과가 있다는 특징도 같이 실었다. 조선에서도 약의 소비 대상이 두통이나 특정 증상을 앓고 있는 사람들, 즉 병자 혹은 환자로 한정된 것이 아니라, 공부나 일을 제대로 수행하지 못한다고 ‘느끼는 자’, 사색 및 번민을 하는 자 등으로 소비 대상을 확대시켜 나아갔음을 확인할 수 있고, 광고의 형식과 문구가 그대로 답습되었다는 것도 확인할 수 있다.

수입매약 두 번째로 매독약을 들 수 있다. 신문에는 ‘독(毒)을 없애주는[掃, 滅] 약으로 등장했다. 신문에 빈번히 등장하는 매독약에는 독소환, 독멸 등이 있었고, 광고에서 얻을 수 있는 정보는 다음과 같다.

먼저 독소환(毒掃丸)의 제조판매원은 야마자키 데이코쿠도(山崎帝國堂)이고, 제독(諸毒)을 빼내는 데에 효과가 있다는 점을 크게 알렸다. 매독, 태독 또는 역상(逆上, のぼせ), 두통, 손발이 붓는 증상으로 곤란한 사람이라면 하루빨리 사용하도록 권하고 있다. 또한 경증이라면 2주일 간, 중증이라면 한 달간 복용하면 완전히 낫는다는 문구를 넣어 대략적인 약의 사용기간을 알려주고 있다.

독멸(毒滅)의 경우에는 모리시타 히로시 약방(森下博藥房, 전 森下南陽堂)에서 발매한 것으로, 독일의 철의 재상으로 불리던 비스마르크의 이미지를 광고의 전면에 등장시켜 이 약은 서양의 근대의학지식을 이용하여 제조된 것이고, 약을 사용했을 때 얻을 수 있는 효능을 시각적으로 강조하고 있다. 동시에 매독의 패왕(霸王), 매독, 임병(淋病), 류마티스의 신제(新劑)라는 표제들을 삽입하여 이 특효약이 매독을 깨끗이 치료할 수 있다는 점을 강조하고 있다. 단순히 이미지를 통한 효능의 부각뿐만

30) 광고에 腦充血로 표기되어 있다.



[그림 3] 1906년 『조선신문』의 독멸(毒滅) 광고.

이 아니라 의학사 7명이 합동으로 처방하고, 공립 구미원장(驅黴院長)이 실험하고, 설명한 것으로 약에 권위를 부여하고 있다.

재미있는 점은 실제 독멸의 주요성분은 살사근(Sarsaparilla)으로 식물 뿌리 엑기스 성분이었다. 이는 관절통증, 피부가려움증, 박테리아를 없애는데 사용되는 약초로, 박테리아를 없애는 효능이 있기 때문에 매독에도 어느 정도 효과가 있었을 것이다. 이 성분은 전통적으로 사용되는 약재가 주성분이었음에도 광고에 비스마르크를 차용함으로써 당시 서양의학, 독일의학의 권위를 그대로 가져와 소비자들에게 양약, 근대약이라는 이미지를 강력하게 심어주고 있었다. 동시에 ‘실험’, ‘증명’ 등 근대 의학 및 과학의 기법을 도입하여 약의 효과를 증대시키기도 했다. 이처럼 근대적 이미지를 강조하기는 하였지만, 전통사회에서 매독을 지칭하던 히에(ひゑ), 시쓰(しつ) 등의 용어를 광고문구에 삽입하여 친숙함을 더하기도 하였다. 매독은 이미 많은 사람들이 알고 있었던 질병이었기 때문에, 증상에 대한 자세한 설명보다는 얼마간 복용해야만 하는지에 대한 정보를 구체적으로 제공하고 있다.

독소환, 독멸 등 생약을 사용한 매독약은 페니실린이 나올 때까지 꾸준한 인기를 누렸다.³¹⁾ 1920년대에 등장하는 매독 약 광고에는 매독, 태독, 린독, 남녀요도염, 냉증(ひょう), 피부독이 검게 올라오는 것 등에 잘 들고, 순환이 안 좋은 체내의 각종 독을 빼내주어 육체를 정화하고, 정신을 미화해주는 등의 약의 다양한 효능을 설명한다. 고민하지 말고 한 번 사용해 보면 놀랄만한 효과가 있다고 약의 사용을 부추긴다. 약이 매독, 태독 등 각종 독에 효과가 있다고 설명하고 있지만, 광고의 맨 마지막에는 ‘동양 제일의 정평이 나 있는 매독약’이라는 수식어를 덧붙이고 있어, 여전히 매독약으로 사용되고 있음을 확인할 수 있다.³²⁾



[그림 4] 1926년 『조선신문』의 독소환 광고.

일본에서 수입된 약들은 일반적으로 조선에 거주하는 일본인을 위한

31) 매독의 치료제로 1910년대 살바르산이 등장하기는 하였지만, 이것이 매독 말기의 환자에게는 큰 효과가 나타나지 않거나 적절한 투여가 어려운 점 등으로 상용화가 되는 데에 실패하였다.

32) 『조선신문』, 1924년 3월 15일.

것이었다고 하지만, 매독약은 식민지 조선 사회에서도 꾸준히 판매되는 스테디셀러가 되었다. 동아일보에 실린 독소환 광고가 이를 증명해 준다.³³⁾ 광고의 형태는 약의 효능과 그에 대한 설명, 약값, 제조원, 등록상표 혹은 매약을 대표하는 이미지로 구성되어 있어, 조선신문에 실린 그것과 크게 다르지 않다. 다만, 광고문구에서 동아일보에서는 매독이라는 용어 대신 화류병이라는 용어를 사용하고 있다는 점, 조선신문과 동아일보에 등장하는 이미지 캐릭터, 구매 가능한 약 분량 등에서는 차이점이 보이기도 한다.³⁴⁾ 이렇게 광고의 문구와 이미지 등은 시기에 따라 변화되는 모습을 보이지만, 20세기 초에 만들어진 소비자에게 제공하는 정보의 형식은 공통적으로 작동하고 있음을 확인할 수 있다.



[그림 5] 1922년 『동아일보』의 독소환 광고.

이처럼 광고의 정보제공 형식이 정해지면서, 소비자는 정해진 광고의 형식에서 내가 원하는 약의 효능을 찾는다. 위의 광고 내용에서도 확인하였듯이, 각 매약은 효능을 설명하는 데에 지면의 대부분을 할애하고,

33) 『동아일보』, 1922년 11월 22일.

34) 동아일보에서는 최대 75일분까지 구매가 가능한 약값을 제시한 데에 비해, 조선신문은 최대 35일분까지를 기재하고 있다.

효과적으로 효능을 드러내는데 주력하고 있다. 이렇게 매약의 효과가 대대적으로 설명된 것은 홍보라는 전략적인 측면도 있었지만, 메이지 정부가 일반의약과 차별성을 두기 위하여 매약을 정의하는 과정에서 ‘효능’을 제시할 것을 강조했기 때문이기도 했다.³⁵⁾ 즉, 매약을 제조, 판매하기 위해서 다른 정보를 제시하는 것보다도 효능을 제시하는 것이 중요했고, 이러한 규제 형태는 조선의 매약시장이 형성되는 가운데 매약의 홍보와 판매에 유효하게 작용했다고 볼 수 있다.

4. 한국에서 생산된 근대적 매약과 그 특징

개항 이후 조선에 양약이 수입되고 이것은 한약을 보완 및 대체할 수 있는 약으로 기대를 받아갔다. 제중원에서 말라리아 치료제인 금계랍(퀴닌)을 사용하여 그 효능이 널리 입증되면서, 지금까지 소비해온 약과는 다른 ‘근대 약’에 대한 수요는 증가하게 되었다. 반면에 기존 한약의 치료 효과에 대한 기대감은 거의 없는 상태였다.³⁶⁾ 그러한 과정에서 등장한 것이 바로 매약이다.

19세기말부터 한약과 양약을 혼합한 형태로 매약은 제조·판매되었다. 대표적 매약으로 1897년 민병호가 만들어 판매한 인소환(引蘇丸)을 들 수 있다. 이 약재는 소화기 계열에 듣는 약으로, 당시 제중원에서 사용하기 시작한 알코올과 클로르포름 등 서양의 약물과 한약재를 혼합하여 만든 환약이었다.³⁷⁾

이후 이경봉이 운영하던 제생당대약방(濟生堂大藥房)에서 판매한 청

35) 「醫藥(省令案ノ藥品及製劑ヲ含ム)ト賣藥トノ區別」, 池田嘯風(1929), pp. 240-245.

36) 「한성의학강습소 취지서」, 『매일신보』, 1911년 1월 12일; 박윤재(2013), 「한말 일제 초 대형 약방의 신약 발매와 한약의 변화」, 『역사와 현실』 90, p. 244.

37) 한국약업100년편찬위원회(2004), 『한국약업100년』, 서울: 약업신문, p. 78.

심보명단이 크게 히트를 쳤고, 이응선은 화평당약방(和平堂藥房)을 운영하며 일본 매약업자들과 경쟁관계를 형성하였다. 이응선이 내놓은 약은 팔보단(八寶丹), 자양환(滋養丸), 태양조경환(胎養調經丸), 회생수(回生水), 소생단(蘇生丹), 하리산(下痢散), 급체쾌통산(急滯快通散) 등 40여 종의 가정상비매약이었다.³⁸⁾

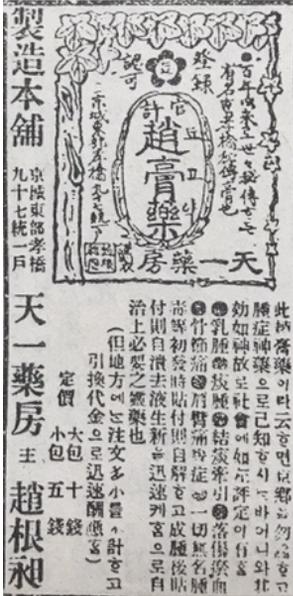
제생당대약방, 화평당약방 등의 대형 약방들이 생겼다는 것은 조선의 매약시장이 점차 성장했고, 그만큼 매약에 대한 수요도 증가했다는 사실을 반증한다.³⁹⁾ 이러한 경향은 개항기 이후 일본에 의해 식민지화가 될 때까지 지속되면서 의약품 시장은 확대일로를 걸었다. 이러한 경향성은 근대국민국가의 역할로 국민의 건강이 강조되고, 이를 유지하기 위한 의료혜택의 확대가 중요해지고, 개개인들 역시 건강에 대한 관심과 국가에 의한 통제가 본격화된 데에 기인한다. 그러나 이에 상응하는 의료환경 조성은 재빨리 마련되지 못하는 상황이 지속되었다. 그러한 가운데 한의사, 한약업자, 약종상 등이 제조, 판매하는 매약은 큰 인기를 끌 수밖에 없었다.

20세기를 전후하여 조선에서 제조, 판매된 매약의 종류는 당시 일본에서 수입되던 매약과 크게 다르지 않다.⁴⁰⁾ 조선에 수입된 일본 매약의 대부분이 당시 일본에서도 인기리에 소비되던 매약이었던 탓에 매약의 판매와 유통에서 조선과 일본 사이의 시간차가 거의 발생하지 않았다는 특징이 있다. 단, 조선의 경우 소화기질환을 제외한 매독, 안질환과 같은 특정 질병을 치료하는 약보다는 자양강장제류가 다수를 차지하고 있었다. 조선에서도 신문이 발행되면서 매약광고가 신문에 실리게 되는데,

38) 홍현오(1972), p. 14.

39) 홍현오(1972), p. 14.

40) 수입매약에 대한 공식적인 통계수치는 확인하기 어려우나, 조선에서 활동한 약업자의 회고에 따르면 판매량에 따른 수입매약 베스트 10은 가오루, 인단, 와카모토, 로토목약, 대학목약, 노신, 중장탕, 건위고장환, 태전위산, 용각산 등이었다. 久保賢編(1961), p. 528.



[그림 6] 1913년 『매일신보』의 조고약 광고. [그림 7] 1914년 『매일신보』의 활명수 광고.

조선의 매약광고도 점차 일본의 매약광고와 같은 형태를 띠어 가는 것을 확인할 수 있다. 유명한 매약인 조고약(趙膏藥), 활명수(活命水) 등도 제품명, 약효, 특징, 약값, 제조원, 판매원을 표기하는 형식으로 광고를 꾸렸다.⁴¹⁾ 즉, 수입매약의 광고에서 보이는 형식적인 측면의 공통성이 발견되는 것이다.

당시 조선에서도 매약과 관련된 규칙이 반포되지 않은 것은 아니다. 대한제국 수립 이후 행정 각 분야와 관련된 규칙이 마련되고 반포되는 과정을 거쳤다. 대한제국 정부는 1900년에 「의사규칙」, 「약제사규칙」, 「약종상규칙」⁴²⁾을 제정하고, 「의약조사」, 「칙시의약」, 「의약시재」 등을

41) 「조고약 광고」, 『매일신보』, 1913년 12월 17일; 「활명수 광고」, 『매일신보』, 1914년 1월 29일.

42) 광무4년(1900년) 1월 2일에 내부령(內部令) 제27호로 의사규칙, 약제사규칙, 약종

순차적으로 반포하여 국가 및 정부가 약품판매를 인허하는 형태로 의약 시장을 정리해 나아가기는 했다.⁴³⁾ 그러나 개항 이후 부산, 인천 등 주요 무역항을 중심으로 일본의 매약이 수입되어 그 영향이 커지고, 조선에서도 각종 매약이 제조, 판매되어 매약시장이 확대되는 상황을 관리할 수 있는 적절한 법적 규제가 시행되었다고 보기는 어렵다. 일본정부는 대한 제국 정부가 제정한 규칙에 대하여 일본의 「의사면허규칙」 및 「약품영업 및 약품취급규칙」에서 일부를 발췌하여 번역한 것에 지나지 않는다고 비판적으로 평가하면서, 일본인 매약상은 조약상 대한제국의 규칙을 따를 의무는 없다고 하였다.⁴⁴⁾ 즉, 대한제국이 근대적인 법령을 실시하여 일본인 약업자 단속을 강화하는 등의 정책을 펼치려고는 했으나, 실효성을 갖기는 어려운 상황이 지속되었다. 동시에 한국의 매약은 기존의 한약업자들이 성장하기 위한 방법으로 채택한 것으로 제조 및 판매시장을 확장해 나아가는 쪽에 초점이 맞추어져 있었는데, 정부의 정책은 한약이나 약종상을 단속하는 규칙에 머물고 있어 효과적인 실시가 어려웠던 것이다.

통감부 시대에 접어들면서 약업 관련법령을 정비하기 위하여 다양한 노력을 기울이지만, 실제로 법령을 마련하는 데까지는 미치지 못했다. 관련 법령이 마련된 것은 1912년에 들어서였다. 조선총독부는 「약품급약품 영업취체령」과 「약품급약품영업취체시행규칙」을 통해 매약과 매약업자 관리를 위해 다음과 같은 규정을 두는 것으로 관련 규칙을 적용해 나아갔다. 우선 매약업자를 매약을 조제, 이입 또는 수입하여 판매하는 자로 규

상규칙을 공포하였다. 『高宗時代史』 5(1971), 과천: 국사편찬위원회.

- 43) 「약종상규칙」, 『관보』, 1900년 1월 17일; 「의약조사」, 『황성신문』, 1900년 1월 25일; 「척시의약」, 『황성신문』, 1900년 2월 10일; 「의약시제」, 『황성신문』, 1900년 3월 3일; 양정필(2008), 「한약업자의 대응과 성장」, 『한의학, 식민지를 앓다』(연세대학교 의학사연구소편), 아카넷, p. 236.
- 44) 「賣藥商ニ關スル報告ノ件」, 1900년 3월 27일, 『韓國近代資料集成』 7(2003), 과천: 국사편찬위원회.

정하고, 경찰관서의 허가를 받아 매약업을 할 수 있도록 했다. 또한 매약업자는 제조하려는 매약의 이름, 원료, 분량, 제조방법, 용법, 복용량, 효능, 정가를 쓴 서면과 매약견본을 첨부하도록 하였다.⁴⁵⁾

이로써 일본에서 1870-80년대에 정비된 약품 및 약품영업취체규칙에 해당하는 규칙이 식민지 조선에도 마련되어, 이 규칙에 따라 매약과 약업자에 대한 본격적인 규제가 시작되었다고 할 수 있다. 이 규칙 역시 일본 메이지 정부에 의해 제정된 법령에 근거한 것이었고, 이에 따라 약 광고에 기본적으로 들어가야 될 정보의 형식면에서의 통일이 이루어졌다고 할 수 있다.

5. 맺음말

개항 이후 조선이 근대체제로 편입되는 과정에서 정치, 경제적인 이유로 다수의 일본인이 한반도에 정주하기 시작하였고, 개항장을 중심으로 일본인 인구는 증가하였다. 러일전쟁을 계기로 일본인 수는 급격하게 증가했고, 이와 더불어 일본인들의 건강을 유지시킬 매약이 본격적으로 한반도로 유입되기 시작했다.

이 당시 일본에서 한반도로 수입된 매약은 메이지 정부가 약업규칙의 제정을 서두르며 매약의 성분 및 판매, 광고의 형식적 통일을 실시한 이후의 것들이었다. 1870-80년대에 반포되는 일련의 의약규칙은 에도 말기의 혼란한 매약시장을 정비하여 매약을 단속하는 한편 새로운 매약 기준을 마련하는 데에도 중점이 놓여 있었다. 한반도로 수입된 매약은 메이지 정부가 마련한 규칙에 근거하여 에도 말기에 유행한 과대광고 등이 배제되어 신문지상에 노출되었으며, 제공해야 하는 정보의 형식을 갖춘

45) 「藥品及藥品營業取締令」 및 「同 施行規則」, 『朝鮮總督府官報』, 1912년 3월 28일; 양정필(2008), pp. 244-245.

형태로 제시되었다. 이는 같은 시기 가정상비약을 중심으로 발매되기 시작하던 구한말 한국의 매약시장에도 영향을 끼쳤다.

일본 매약의 수입과 그 정보제공 형태가 구한말 매약시장에 영향을 끼칠 수 있었던 요인은 법제정과 법시행의 간극 사이의 사회의 변화라는 동인(動因)이 자리 잡고 있다. 대한제국 시기에 매약에 관한 법령이 마련되었지만, 법령을 시행하고 통제할 수 있는 기초가 마련되어 있지 않았던 상태에서 법령은 실효성을 갖기 어려웠다. 그런 상황에서 조선신문 등 일본인을 주된 대상으로 하여 발행되던 신문의 매약광고는 1880년대까지 일본에서 제정된 규제법령에 따라 새롭게 등장한, 혹은 새로운 기준에 부합하는 매약에 관한 광고였고, 관련규칙 제정에 따라 정해진 정보를 제공할 필요가 있었다. 1870년대 메이지 정부에서 반포한 규칙에 따라 일본에서 판매되는 약에는 상품명, 상표, 제조원, 약값, 효능 설명 등을 반드시 기재하여야 했고, 이것이 조선으로 수입되어 판매된 매약의 광고에도 그대로 반영되었다. 이 체제는 일본에서 하나의 통일된 매약광고의 형태로 자리잡게 되었고, 조선에서 발행된 신문에 실린 일본 매약의 광고에도 동일한 형식이 취해짐으로써 약뿐만 아니라 약을 홍보, 광고하는 형식 역시도 유입되었다고 볼 수 있다. 이와 같은 형식이 수입매약의 판매 확대에 따라 조선의 매약시장에도 영향을 주게 되고, 조선의 매약 광고에도 차용되면서, 이후 식민화가 시작되어 각종 관련법령이 마련되는 과정에서 식민지 조선의 매약광고에도 동일한 형태가 정착되어 갔다고 볼 수 있다. 즉, 약의 성분 및 제조판매원 등을 포함하는 약의 제조 및 정보 표기에 대한 본격적인 법적 규제가 실시되기 이전에 일본에서 수입된 매약과 그 광고는 당시 성장해 나아가던 한국 매약시장과 그 홍보형식의 측면에 영향을 끼쳤다고 볼 수 있다.

참고문헌

【자 료】

『官報』.

『朝鮮總督府官報』.

『高宗時代史』 5(1971), 국사편찬위원회.

『韓國近代資料集成』 7(2003), 국사편찬위원회.

「賣藥取締規則」(明治三年十二月), 內閣-太政類典-第一編-第八十一卷-保民·衛生, 日本國立公文書館 所藏, 소장번호 太00081100.

「賣藥取締ノ方法竝調査方」(明治三年十二月), 內閣-太政類典-第一編-第八十一卷-保民·衛生, 日本國立公文書館 所藏, 소장번호 太00081100.

『商人賣物獨案内』(大阪之部, 1824).

「在朝鮮國日本人買藥營業手續ノ件」, 1881년, 外務省外交史料館, B-3-4-10-6.

「買藥製造販賣ノ義ニ付在京城領事館ヨリ伺竝指令」, 1885년(明治18년), 外務省外交史料館, B-3-5-10-6.

『동아일보』, 『매일신보』, 『조선신문』, 『한성순보』, 『황성신문』

【논 저】

고병철(2003), 「일제시대 건강 담론과 약의 구원론<<매일신보>> 약 광고 분석을 중심으로」, 『종교연구』 30.

권우·이옥련 역(2012), 『인천항상공업조사(1913)』, 인천: 인천대학교 인천학연구원.

권창규(2011), 「건강기표의 소비와 ‘위생제국’: 근대의약품 광고를 중심으로」, 한국언론학회 학술대회 발표논문집.

김봉철(2002), 「구한말 ‘세창양행’ 광고의 경제·문화사적 의미」, 『광고학연구』 13-5.

김은정(2012), 「일제강점기 위생담론과 화류병: 화류병 치료제 광고를 중심으로」, 『민족문화사연구』 49.

동화약품100년사편찬위원회편(1998), 『동화약품백년사』, 서울: 동화약품공업주식회사.

- 마정미(2004), 『광고로 읽는 한국 사회문화사』, 서울: 개마고원.
- 박윤재(2013), 「한말 일제 초 대형 약방의 신약 발매와 한약의 변화」, 『역사와 현실』 90.
- 손일선(2016), 「일제강점기 조선에 진출한 일본인 약업자에 관한 연구」, 경제사학회 경제학공동학술대회 발표논문집.
- 신인섭·서범석 공저(1998), 『한국광고사』, 서울: 나남출판.
- 이가혜(2016), 「1910년대 재조일본인사회의 성병담론과 유녀 표상 — 『조선급만주』와 『조선공문』을 중심으로」, 『일본학보』 106.
- 이규수(2015), 『개항장 인천과 재조일본인』(인천학연구총서 29), 서울: 보고서. 연세대학교 의학사연구소 편(2015), 『동아시아 역사속의 의사들』, 서울: 역사공간.
- _____ (2008), 『한의학, 식민지를 앓다』, 서울: 아카넷.
- 예종석(2009), 『활명수, 100년 성장의 비밀』, 서울: 리더스북.
- 유한양행편(2000), 『1926년-1945년 이전 광고로 본 유한양행』, 서울: 유한양행.
- 유한양행50년사편찬위원회편(1976), 『유한오십년』, 서울: 유한양행.
- 이병주·마정미(2006), 「초기 근대 의약품 광고 담론분석: 근대적 아픔의 주체와 경험에 대한 소고」, 『한국언론정보학보』 32.
- 이승원(2016), 『조선신보, 제국과 식민의 교차로 — 신문광고로 읽는 근대 인천과 한국의 풍경들』, 서울: 보고서.
- 이자호(2016), 「근대 일본의 약품명과 한자접미사 「-藥」·「-劑」」, 『일본연구』 25.
- 장신(2007), 「한말·일제초 재인천 일본인의 신문 발행과 조선신문」, 『인천학연구』 6.
- 한국약업100년편찬위원회편(2004), 『한국약업100년』, 서울: 약업신문.
- 홍현오(1972), 『한국약업사』, 서울: 한독약품공업주식회사.
- 久保賢編(1961), 『在鮮日本人藥業回顧史』, 在鮮日本人藥業回顧史編纂會.
- 吉岡信(2011), 『江戸の生藥屋』, 東京: 青蛙房.
- 臺灣總督府圖書館(1918), 『和漢圖書分類目錄』.
- 笠原英彦(2011), 『明治期醫療衛生行政の研究』, 京都: ミネルヴァ書房.
- 立川昭二(1986), 『明治醫事往來』, 東京: 新潮社.
- 武田和敬翁追想錄編纂委員會編(1960), 『武田和敬翁追想錄』, 武田和敬翁追想錄編纂委員會.
- 寶月理惠(2010), 『近代日本における衛生の展開と受容』, 東京: 東信堂.

- 服部昭(2015), 『薬包装の近現代史』, 大阪: 風詠社.
- 夕刊大阪新聞社編(1929), 『大阪商工大観』(昭和4年版), 大阪: 夕刊大阪新聞社.
- 神保充弘(2008), 「わか⁴國における醫藥品業界先驅的販賣組織-星製薬の事例を中心として」, 『經營史學』 43-2.
- 安士昌一郎(2015), 「製薬企業へ發展した薬種問屋-大阪道修町における薬種業者の變遷」, 『法政大學大學院紀要』 74.
- 栗山茂久, 北澤一利 編著(2004), 『近代日本の身體感覺』, 東京: 青弓社.
- 朝鮮總督府編(1913), 『仁川港商工業調査』, 朝鮮總督府.
- 宗田一(1965), 「日本製薬技術史の研究」, 『日本醫學史雜誌』 11-3.
- 中山孝子, 衫本是孝(2004), 「明治30年代「賣薬請賣願・同約定書」に関する2つの史料について」, 『日本齒科醫學史學會會誌』 25-3.
- 池田嘯風(1929), 『日本藥業史』, 京都: 藥業時論社.
- 平尾贊平(1929), 『平尾贊平商店五十年史』, 東京: 平尾贊平商店.
- 厚生省醫務局編(1955), 『醫制八十年史』, 東京: 印刷局朝陽會.
- “Medicine in Korea”, *The British Medical Journal*, Vol. 2, No. 2960, Sep. 22, 1917.

원고 접수일: 2018년 10월 1일

심사 완료일: 2018년 10월 28일

게재 확정일: 2018년 10월 30일

ABSTRACT

Imports of Japanese Patent Medicine and the Formation of
Medicine Advertisement in Modern Korea:

Focusing on Medicine Regulation and Information Presentation Format for
Medicine in Modern Japan

Kim, Youngsoo

After the opening of Korean ports in the late 19th century, the movement of goods and passengers became more frequent, which meant that people in Korea were threatened by infectious diseases. Preventive measures against infectious diseases were made, and in this process, many medicines, including westernized drugs, were imported. This article examines the process of regulating medicines and regulatory measures in modern Japan and also explores how Japanese patent medicines had an influence on the expansion of the pharmaceutical market in modern Korea. I will look into the establishment of regulations for medicine, including the situation of the Japanese pharmaceutical market in Meiji Japan. According to the regulation, patent medicines had to provide certain information, such as the manufacturer, ingredients, etc. on the package or container. Although regulations for medicine were promulgated at the time of the

* Research Fellow, Department of Medical History and Institute for History of Medicine, College of Medicine, Yonsei University

Korean Empire, they were for controlling drug sellers, not for supporting for the growing market. At that time, wholesale and retail dealers for Japanese medications and medical supplies, such as *Arai Shokai* and *Yamagishi Shokai*, opened their stores in Incheon and they actively advertised their sales items through the Incheon-published newspaper *Chosensimpo* (renamed as *Chosensimbun* after 1908). In their advertisements, it is possible to observe a certain format for promoting patent medicines. It is shown in a formal, unified way, and contains information on ingredients, manufacturer, price, etc.

The way of presenting information for Japanese patent medicines influenced the advertisement format of Korean patent medicines and the growing Korean pharmaceutical market. The format was borrowed by the Korean drug sellers who actively manufactured new types of patent medicines, which combined traditional and westernized medicinal ingredients. The Governor-General of Korea applied the Japanese regulations on the manufacturing and sales of medicines to colonial Korea in 1912, and the format of presenting information on medicine continued in the colonial Korea.

