

비만 관련산업의 현황과 전망

김 상 배

풀무원(주) 기술연구소 박사

I. 서 론

우리나라의 비만인구는 과거에 비해 급격히 늘어나고있는 추세이다. 경제발전에 따른 식생활의 변화와 현대인의 운동부족을 가장 주된 원인으로 분석하고 있다. 우리나라 성인의 남자 12.1%, 여자 21.4%가 비만인구로 보고 되었지만(1996년 학교보건 연구원) 실제로 건강의 목적외에 외형에 치중하는 사회적 분위기로 인해 이보다는 훨씬 많은 약 2배의 인구가 체중조절에 관심을 가지고 실제 어떤 유형으로든지 체중조절의 치료를 하고 있는 비만관련 산업의 잠재고객이 되어있다. 무려 100여 가지가 넘는 현재까지 국내에 소개된 비만치료법 가운데 대부분은 그 효능의 모호함 만큼이나 시장규모의 파악이 어려운 상태이다. 현재는 IMF의 영향으로 현재까지 시장을 주도해온 대부분의 다이어트 업체가 소극적인 판촉을 진행하고 있으며 이로인해 전체적인 다이어트 시장은 큰 폭으로(약 30-50%) 감소된 상태이다. 상대적으로 유산소 운동기기, 향기다이어트, 테이프 다이어트 등이 시장을 리드하고 있는 상황이다. 메이커 다이어트의 시장은 위축 되었으나 '다이어트 시장은 항상 존재한다'는 통설 만큼이나 잠재 다이어트 시장은 매우 큰 상태라 할 수 있다.

Classification	Concept	Method	Characteristics
섭취량 감소	섭취량의 절대적 제한	식사대용식 야채효소절식	-섭취량의 제한에 의한 저장 열량 소비 -정상인보다 의지력이 약한 비만인에게 강도 높은 의지력 요구
	식용억제 흡수억제 강제배출	식용억제제 설사제 이뇨제	-부작용 -건강에 악영향
소비량 증대	신진대사 증진	유산소운동 Health/Swimming Toning system Sauna Diet sandle	-근육량 증대 -식이요법과 병행요구 -일시적 수분감소 위 주 기능성
기능성소재	기능성 유용소재 작용	HCA Kitosan 울무 Cromium picolinate 바르는 화장품 다이어트 음료	-미국/일본등지에서 각광받는 소재이나 우 리나라 정서에는 잘 맞지 않는 경향 -편리 하지만 기대효 과 미흡

II. 다이어트 시장의 분류 및 소재

III. 다이어트 시장 현황 분석:

년도	1996	1997	1998
총시장	1360억	1120억	
분말대용식 시장	400억	130억	
기타 특수영양식(야채효소, 동규자, 식이섬유, HCA, 키토산 등)	200억	200억	
식용억제제	60억	90억	
식이섬유 음료	700억	700억	

1. Total market size

년도	1995	1996	1997	1998
시장상황	성장기	성숙기&정체기	정체기	위축기
시장현황	<ul style="list-style-type: none"> ◆시장의 질적/양적 증가 ◆참여업체의 증가 ◆인지도 높은 양성적 시장과 음성적시장 공존 ◆전문유통업체 등장 	<ul style="list-style-type: none"> ◆상반기까지는 95'년도에 이은 성장 지속 ◆업체/제품 난립으로 인한 무차별적 과대/과장 광고에 대한 정부차원의 법적제재 ◆하반기에 와서는 법적제재/경기침체로 경색 	<ul style="list-style-type: none"> ◆시장의 위축 ◆광고의 감소 ◆하반기 이후 경기침체의 신화로 다이어트 시장 및 전반적인 비만시장의 위축 	<ul style="list-style-type: none"> ◆IMF체제로 진입하면서 환율인상으로 인한 원가부담의 증가와 소비자의 구매력 약화로 시장은 급속한 위축기에 돌입
주도제품	식사대용식, 식욕억제제, 음료	식사대용식, 식욕억제제, 음료	식사대용식, HCA, 키토산, 음료	식사대용식, 식사 병행식, HCA, 키토산, 음료
환경변화	각종 건식업체, 제약업체 참여와 다이어트 유통업체 참여 및 언론에 의한 관심 극대화	광고에 대한 정부의 법적 제재 및 언론의 부정적 보도	하반기들어 각종 업체의 부도 등 경기침체와 IMF 체제 도입으로 시장의 위축	IMF로 인한 경기침체로 자연 판매에 의존

2. 시장의 흐름 및 환경변화

3. 제품의 흐름

체중감량의 원리 및 기존의 감량방법에 대한 불만등으로 인해 시장과 감량을 위한 상품의

방법	원리	불만사항	시장변화의 이유
굵는다	금식에 의한 저장열량 소비	배고프고 힘들다 건강에 해롭다/Yo-Yo	
야채효소	저열량섭취에 의한 체내 열량소비	배고프고 지겹다 Yo-Yo	먹는다 기능성분이 있다
수분대사 조절제(동규)	이뇨/완하작용에 의한 체내수분손실	부작용/건강에 해롭다 감량한계/Yo-Yo	밥을 먹는다 쉽다/저렴하다
식사대용	저열량 섭취에 의한 체내 저장열량 소비	하기 힘들고 지겹다 가격부담	밥을 먹는다/안전하다
One-food diet	저열량섭취에 의한 체내 저장 열량 소비	배고프고 힘들다 지겹다/Yo-Yo	비교적 맛있다 신비하다
유산소 운동기기	산소를 다량 소비하는 운동에 의한 체내 저장열량 소비	가격부담 미미한 감량효과 단기 효과가 없다	자유롭게 먹는다 쉽게 할 수 있다 운동을 통한 방법이다

유형은 끊임없이 변화되어 왔다.

4. 고객 및 시장 흐름분석

1) 고객동향

고객분류 및 속성 분석 중 목적에 따른 고객의 segment는 아래의 표와 같으며 그 중 흥미로운 사실은

- ◆ 여대생 10명중 8명이 다이어트 희망
- ◆ 78.2 %가 다이어트를 경험한 적이 있으며
- ◆ 다이어트 경험자 중 70%가 1개월 이내의 단기간에 체중감량을 하려고 시도하였으며
- ◆ 주된 다이어트 방법은 저녁굶기(53%), 테이프(10%), 식용억제제(1%)순으로 나타남.

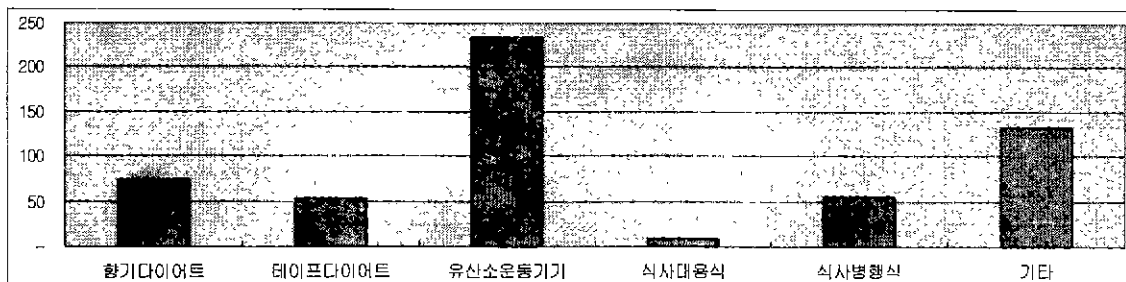
- ◆ 한 조사에 의하면 대상자의 적정체중 (54.6Kg) > 실체중(52.2Kg) > 목표체중(47.8Kg)으로 비만과 관계없이 외형을 위해 다이어트를 원함

2) 시장동향

- ◆ 유산소운동기기의 광고난립과 부당광고에대한 제제
- ◆ 한방클리닉과 같은 비만클리닉의 등장이 두드러짐
- ◆ 다이어트관련 상품으로 손톱반지, 네일잡, 슬리퍼, 샌들 등이 유행
- ◆ 황제 다이어트, 포도 다이어트 등 one-food다이어트의 일시적 유행
- ◆ IMF영향으로 대브른의 다이어트 업체가 소극적 판촉진행
- ◆ 전체적인 다이어트 시장이 큰 폭으로 감소(30-50%)
- ◆ 유산소운동기기, 향기다이어트, 테이프 다이어트 등이 시장 리드

시장에서의 활성화의 간접지표인 아래의 상품 유형별 광고빈도수 분석(표 xx)에 의하면 98년 다이어트 시장의 광고는 유산소기기가 대부분을 점유하고 다이어트 식품은 상당히 위축된 상태를 보임.

구분	향기다이어트	Tape다이어트	유산소운동기기	식사대용식	식사병행식	기타
광고건수	74	53	234	9	55	132



3. 고객 분류 및 속성분석

Object	Purposes	Target	Market size	Comments
미적욕구	체중감소를 통한 외적몸매의 아름다움을 추구하는 사람	20-40대 주부 여대생 미혼여성 여고생	80%	날씬하기 위하여 옷을 예쁘게 입고 싶어서 부분적 살빼기 얼굴 잡티 제거
질병의 치료보조	비만해소를 통하여 현재 자신이 보유하고있는 질환을 개선하고자 하는 사람	30대 후반 성인 남녀	15-20%	관절염 허리질환 위장질환 간질환 신기능장애 혈압 혈액순환장애
질병의 예방	비만해소를 통하여 예상되는 질환의 예방 또는 신체 condition을 향상하고자 하는 사람	40대이상 중장년 남녀		숨이 가쁘다 몸이 무겁다 성인병 염려 무력함 피로감
임신목적	비만으로인한 불임상태 해소를 위해 체중감량을하고자 하는 사람	20대 후반- 30대 주부	3% 미만	
특수상황 체중조절	체중기준 통과를 위한 일시적 체중조절	운동선수	1% 미만	

IV. 전 망

비만관련 산업은 경기회복과 밀접한 관계가 있다. 먼저 경기회복의 전망을 살펴보면, 경기는 2000년 이후에야 본격적인 회복의 추세로 들어선다는 전망이다.

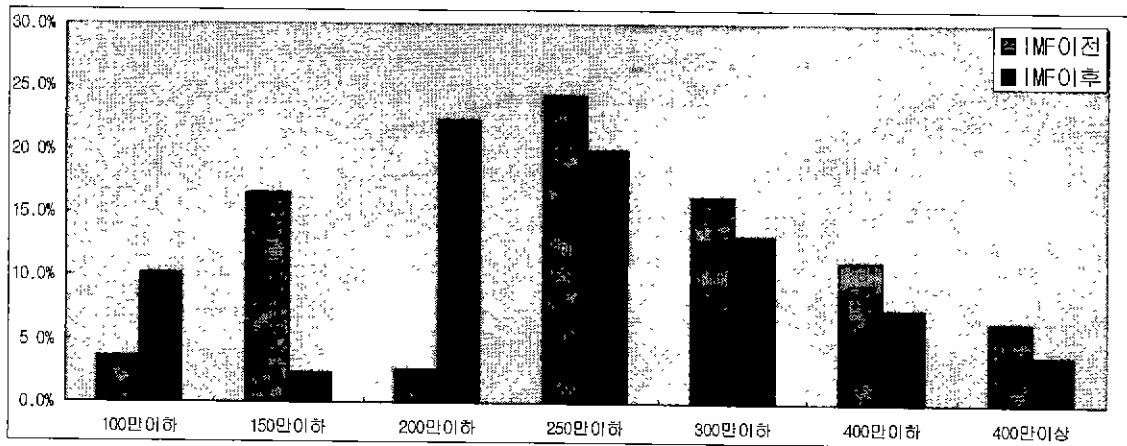
-경기 회복 시점(경총 100대기업 설문)

구분	99년 상반기	99년 하반기	2000년 상반기	2000년 하반기
비율	1%	23%	27%	29%

-IMF 이전 이후의 소득구조 변화를 살펴보면

-전반적으로 소득이 감소하면서 200만원 이하 소득자가 22.7% > 34.8% 로 증가

-가장 많은 영향을 받는 층은 150-200만원 수준의 소득자 (2.6% → 22.3%)



-이와같은 경제환경 변화에 따른 비만관련 산업의 기회요인과 위협요인을 비교하면

기회적인 요소	위협적인 요소
1. 빈익빈 부익부 현상의 심화 -고가제품의 일정한 소비시장 존재 -한정적 구매층 형성 2. 환경stress로 반건강인 증가 -건강에 대한 관심증가 3. 실업률 증가로 가망 판매원의pool증가 -소득에대한 욕구증대 -판매원 확보 용이 4. 신뢰성있는 모임/행사자 참여 증가 -병원등 대증기관의 행사참석 증가 -건강에대한 관심 증가	1. 소비시장의 위축 -제품구매 감소 -특히, 고가제품의 구매력 감소 -다이어트 시장의 위축 2. 경제둔화 후 주부활동의 감소 -쉽게 돈을 벌려는 현상 -가사일의 증대(자녀교육, 소득 감소) 3. 사회에대한 불신감 증가 -행사 참여시 부담감 증대 4. 가격인하 경쟁 치열 -가격파괴/세일행사

◆따라서 제품의 신뢰도를 차별적으로 향상시키면서 대중이 쉽게 접근할 수 있는 적정 가격대의 제품으로 승부 할 경우 가능성 존재

◆소비자의 구매pattern은 이성소비 경향으로 가고 있다 즉, 효과는 기본 , 저가는 필수

70 - 80 년대	90년대 초반	현재
감성소비	이성소비	지성소비
개성적 차별적 고급화	경쟁적 합리적 가격지향	-Intelligent, 격, 세련미 처럼 지적인 컨트롤을 강하게 받는 소비 -지적생활의 추구 -양적 팽창기는 마감 -가격지향 보다는 정보의 level up추구에 의해 지적이라는 자기 인식을 우선

◆외국의 동향에서 볼 수 있듯이 비만치료는 제품을 중심으로 한다가 보다는 식이조절 (Diet), 운동(Fitness), 행동요법(Behavioral modification)을 통하여 자기 스스로 관리해 나가 는것이라는 것에 대한 인식이 확산될 것임.

◆그러나, 개인이 스스로 하기에는 능력, 인내력 등의 부족으로 실철이 어려움으로 전문제 품, 프로그램, 관리체계등의 package상품의 개발이 요구되는 시장이 형성될 전망

◆다이어트 상품의 소재적 관점에서 살펴보면 herb 중심의 지방저장효소차단제, 뇌의 호르 몬 조절에 의한 식욕억제 및 지방연소 소재, 지방세포에서 분비되는 호르몬 그 자체로서 식 욕을 억제하고 대사를 촉진하는 소재, Leptin수용체 촉진물질 등이 근래에 많이 거론되는 소재이다.