

건강기능식품의 시장현황 및 인삼시장의 전망

이종원[#] · 도재호

KT&G 중앙연구원 인삼연구소
(접수 2005년 12월 3일, 수리 2005년 12월 19일)

Market Trend of Health Functional Food and the Prospect of Ginseng Market

Jong-Won Lee[#] and Jae-Ho Do

Ginseng Research Group, KT&G Central Research Institute, Taejon 305-805, Korea
(Received December 3, 2005; Accepted December 19, 2005)

ABSTRACT: The health function food law has been carried into effect from January 31, 2004 just after the proposal of “a draft of a proposed law concerning the health function foods for the promotion of a nation health” on November 29, 2000 in Korea. After enforcement of health functional food law, there have been difficult market penetration with overall stagnancy of business activities and the current of health functional food within the country divided two groups. In standardized health functional foods the present condition, nutrition supplementary products (938 items) and red ginseng products (351 items) are prevalent and total 32 products are registered containing lactobacilli (297 items), glucosamine (295 items), ginseng (182 items), yeast(136 items) so on. In 2005, five products (products containing green tea extract, soybean protein, plant sterol, fructooligo sugar and *Monascus* sp. products are newly notified and raw material or component of total 21 products containing xylitol, teanin extract, sardine peptide are recognized as individual authorized health functional foods. Efficacies of ginseng are studied in many-sided researches but benefits of the ginseng in the health functional food law limited to 3 items (staminaresume, immune enhancement, nourishment robustness). To enlarge functionalities of ginseng it needs raw material and ingredient approval through data application to Korea Food and Drug Administration and this procedure acts as barrier of the functional food development in the ginseng industry. It is necessary to develop the authorized health functional foods for leading health functional food market in the future.

Key words : health function food, nutrition supplementary products, red ginseng products, individual authorized health functional foods, standardized health functional foods

서 론

1. 건강기능식품법의 배경과 필요성

양질의 식품을 공급받는 것은 인간의 권리이다. 안전하고 영양이 풍부한 식품을 국민에게 공급하는 것은 한 국가의 책무이기도 하다. 건강하고 건전한 정신을 갖는 국민은 지속적인 국가, 지역 발전을 이루고 있는 우리 삶의 질을 한층 높게 될 것이다.

21세기 식품생명과학의 발달, 건강에 대한 국민의 욕구증대 등 보건환경의 변화는 식품에 대한 인식을 새롭게 바꾸었다.

과거 양적인 면을 강조하던 시대는 식품수급, 식량안보가 그 대상이었다. 그러나 오늘날 세계 공중보건의 주요한 주제는 질적인 면에서 두 가지 축으로 움직이고 있다. 그 하나는 식품안전성이며 이와 다른 하나는 식품기능성 즉, 식품의 생체 조절기능이다. 한편, 우리나라의 노령화 사회진입이나 만성질환 유병률 증가는 학계산업계뿐만 아니라 일반국민도 식품기능성에 대하여 더욱 주목하게 되었다. 이런 관심에 편승하여 일부 악덕 상흔을 가진 사업자는 소위 건강식품을 범람시키고, 허위과대광고로 소비자에게 피해를 주거나 국민보건을 위협하는 등 새로운 사회적인 문제를 야기시키고 있다.

건강기능식품에 대한 입법경위를 보면 국회의원 김명섭 의원(대표발의)외 20인에 의하여 2000년 11월 29일자로 “국민건강증진을 위한 건강기능식품에 관한 법률안”으로 발의

[#]본 논문에 관한 문의는 이 저자에게로
(전화) 042-866-5322; (팩스) 042-866-5419
(E-mail) jwlee@ktng.com

되어 보건복지상임위원회, 법안심사소위원회, 국회법제사법위원회 및 임시국회 등을 거쳐 2004년 1월 31일 부터 시행되고 있다.

따라서 본 논문에서는 건강기능식품의 필요성, 건강기능식품의 법률 구성, 국내·외의 건강기능식품의 시장현황 그리고 인삼시장의 문제점과 전망에 대해서 논하고자 한다.

건강기능식품의 법률 구성

“건강기능식품”이란 건강기능식품에 관한 법률(이하 “건강기능식품법”)에 의하면 건강기능식품을 “인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 정제·캡슐·분말·과립·액상·환 등의 형태로 제조·가공한 식품”이라고 정의하고 있다.

건강기능식품의 첫 번째 특징은 “인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분”을 함유하고 있다는 것이다. 두 번째 특징은 통상의 식품형태가 아닌 정제·캡슐·분말·과립·환이라는 형태를 취하여야 함이다. 세 번째 특징은 건강기능식품이기 위해서는 제조·가공식품이라는 점이다. 그러면 “기능성”이란 무엇을 말하는가? 동 법률에서는 기능성을 인체의 구조 및 기능에 대하여 영양소를 조절할 수 있는 것이나 생리학적 작용이 있어 결과적으로 용도가 보건용도로 유용성이 확보되는 것을 말한다.¹⁾

건강기능식품의 법률 구성 (법률 제6727호)

1. 제 1 장 : 총칙 (제1조~제3조)
2. 제 2 장 : 영업 (제4조~제13조)
3. 제 3 장 : 기준 및 규격과 표시·광고 등(제14조~제19조)
 - 제14조 : 기준 및 규격
 - 제15조 : 원료 등의 인정
 - 제16조 : 기능성 표시광고의 심의
 - 제17조 : 표시기준
 - 제18조 : 허위과대의 표시광고금지
 - 제19조 : 건강기능식품의 공전
4. 제 4 장 : 검사 등 (제20조, 제21조)
5. 제 5 장 : 우수건강기능식품제조기준 등 (제22조)
6. 제 6 장 : 판매 등의 금지 (제23조~제26조)
7. 제 7 장 : 건강기능식품심의회위원회 및 단체 설립 (제 27조, 제28조)
8. 제 8 장 : 시정명령·허가취소 등 행정체재 (제29조~제37조)
9. 제 9 장 : 보칙 (제38조~제42조)
10. 제 10 장 : 벌칙 (제43조~제48조)

국내 건강기능식품의 시장현황

1. 건강기능식품의 개황

2004년도 건강기능식품 시장은 한마디로 본격적으로 시행되는 건강기능식품법에 의해 시장이 정리되는 한 해 였다고 말할 수 있다. 2004년도 상반기에는 대부분의 업체가 새로운 법에 의한 영업허가를 취득하기 위한 작업을 진행하였고, 2월 부터 시작된 광고 사전 심의회위원회를 통해 새로운 기준에 의해 심의 받은 제품들이 선보이기 시작했다. 새로운 기준이 엄격히 적용되면서 연초에는 대부분 홈쇼핑이나 인터넷 판매 등을 통하여 큰 폭으로 역신장하는 현상을 보이기도 했다. 이러한 현상은 이전의 식품위생법 기준하에서 생산된 제품이 시장에서 소비되는 기간으로 업체마다 이들 제품의 조기 소진을 위해 전력투구를 하였다. 이러한 결과 2004년도 상반기에는 시장 경기 침체에도 불구하고 건강기능식품시장 규모는 성장세를 나타내었다.

또한 법의 시행과 함께 시작된 판매업자 교육에서도 알 수 있듯이 의학, 약학계 종사자 6,000여명이 판매업자로서의 교육을 이수한 것만으로도 이에 대한 관심이 얼마나 높아졌는지 알 수 있다. 그리고 백화점의 건강기능식품 매장의 신설 등으로 인해 2004년도 상반기 시장은 성장을 거듭하는 듯 보였다. 하지만 이러한 성장세는 하반기 들어 계속되는 경기 하락과 함께 어려움을 겪어 전체 시장 규모는 2003년도에 비해 감소하는 것으로 나타났다.

우선 2004년 시장은 앞서 언급한 바와 같이 새롭게 제정된 법의 적용이 추진된 한 해이고, 업계는 새로운 환경에 대응하기 위해 준비하는 한해였다고 평가된다. 이외에도 시장의 주요 이슈로서는 앞서 언급한대로 의사, 약사, 한의사들의 관심 증가와 중소기업의 매출하락, 상반기 법규변경과 사전 광고 심의에 대한 대응 및 허가, 신고에의 어려움이 전반적인 경기 침체와 함께 시장을 어렵게 하였다.

2. 기준 규격형 품목 현황 (고시형)

2005년 4월 25일 기준, 식약청 건강기능식품 인허가 현황 조회 프로그램에 따르면, 건강기능식품 전문 제조업소는 278개 업소가 등록되어 있고, 건강기능식품 벤처제조업과 건강기능식품 수입업은 각각 10개, 1천 253개 업소가 등록돼 있다. 또한 건강기능식품으로 신고된 품목은 2005년 4월 25일 기준, 3천 471여 품목이다.²⁾ 영양보충용제품이 938품목으로 가장 많고, 개별 품목 가운데 홍삼제품이 351품목으로 가장 많으며, 다음으로 유산균제품 297품목, 클로루사민제품 295품목, 인삼제품이 182품목, 효모제품 136품목, 알로에제품 135품목이 신고돼 있다(Table 1).

Table 1. 2005년 기준 규격형 품목(고시형)의 등록현황³⁾

연번	유형	등록 제품	연번	유형	등록제품
1	영양보충용제품	938	17	레시틴제품	55
2	홍삼제품	351	18	엽록소제품	63
3	인삼제품	182	19	스쿠알렌제품	23
4	글루코사민	295	20	버섯제품	66
5	알로에제품	135	21	매실추출물제품	13
6	유산균제품	296	22	화분제품	31
7	클로렐라제품	105	23	옥타코사놀함유제품	26
8	효모제품	136	24	배아유제품	8
9	키토올리고당 함유제품	95	25	식물추출물발효제품	8
10	키토산함유제품	63	26	로알제리제품	10
11	자라제품	40	27	알곡시글리세롤 함유제품	3
12	감마리놀렌산 함유제품	101	28	포도씨유제품	4
13	EPA / DHA제품	97	29	뮤코다당, 단백질제품	6
14	효소제품	72	30	베타카로틴함유제품	1
15	프로폴리스제품	88	31	뱀장어유제품	1
16	스피루리나제품	43	32	배아제품	12

Table 2. 영양보충용제품의 주요 품목별 등록현황³⁾

품목명	등록 제품	품목명	등록 제품
비타민	335	셀렌	13
칼슘	299	마그네슘	8
식이섬유	212	엽산	5
철	63	리놀렌산	0
단백질	23	비오틴	1
아미노산	21	판토텐산	1
아연	13		

Table 3. 홍삼제품의 주요 품목별 등록현황

품목명	등록 제품	비율(%)
홍삼성분함유제품	246	70.0
홍삼농축액	63	17.9
홍삼분말	36	10.2
홍삼농축액분말	6	1.71
합 계	351	100

Table 4. 2005년 신규 기준 규격 확대 품목¹⁾

품목	정의	기능성내용
1. 녹차추출물 제품	녹차추출물 녹차추출물제품	항산화작용
2. 대두단백함유 제품	대두단백 대두단백함유제품	높은 혈중 콜레스테롤 수치의 개선
3. 식물스테롤 함유 제품	식물스테롤 (Phytosterol) 식물스테롤에스테르 (Phytosteroleste) 식물스테롤 함유제품	식물스테롤은 높은 혈중 콜레스테롤 수치의 개선에 도움이 된다.
4. 프락토올리고당 함유제품	프락토올리고당 프락토올리고당함유제품	① 프락토올리고당은 장내 비피더스균의 증식 및 장내 유해균의 성장억제에 도움이 된다. ② 프락토올리고당은 배변활동을 원활히 하는데 도움이 된다. ③ 프락토올리고당은 칼슘 흡수에 도움이 된다.
5. 홍국제품	홍국(紅麴) 홍국제품	홍국은 높은 혈중 콜레스테롤 수치의 개선에 도움이 된다.

영양보충용제품 중 비타민제품 335품목, 칼슘제품 299품목 그리고 식이섬유제품이 212 품목 순으로 상위를 차지하고 있다(Table 2). 또한 개별 품목으로서 홍삼제품이 351품목으로 가장 많이 등록 되었으며, 그 내용을 보면 홍삼성분함유제품이 246품목으로 70% 점유하고 있으며, 그 다음으로는 홍삼농축액이 63품목 그리고 홍삼농축액분말이 6품목으로 등록되어 있다(Table 3).

연도별 건강기능식품의 매출현황을 보면³⁾ 1994년도 8,500억원에서 2003년도에 17,000억원으로 약 2배정도로 신장하였다. 그러나 2004년도 15,000억원으로 약 2,000억원으로 감소한 이유는 2004년도에는 각 업체에서 건강기능식품법의 탄생으로 그 법률에 대비한 법적기준과 각 제품에 광고규제 등으로 매출액이 감소되는 경향을 보이고 있다(Fig. 1).

최근 국내 건강기능식품 시장은 2005년 1월을 기점으로 매월 급격한 성장 추세를 보이고 있다. 글루코사민이라는 특별

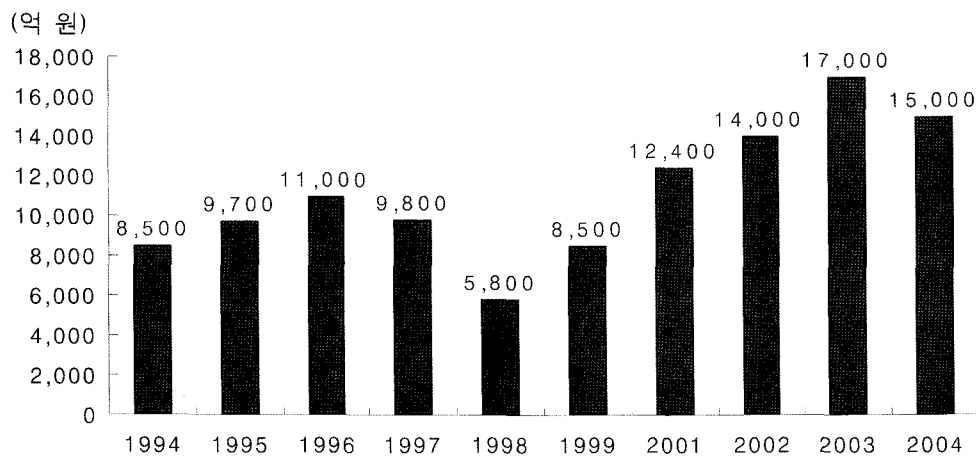


Fig. 1. 연도별 건강기능식품의 매출 현황.

한 소재가 시장에서 큰 반향을 불러일으키고 있는 것도 주요 요인이 되겠지만, 그간 다소 침체된 분위기를 반전시킨 데는 기타 요인이 있을 것으로 예상된다.

건강기능식품 시장에서 비타민 및 식이섬유와 홍삼은 꾸준히 인기를 끌며 나름의 시장을 형성하고 있는 가운데, 2004년에는 클로렐라가, 2005년에는 글루코사민이 건강기능식품 시장을 리드하는 품목으로 급부상하고 있다. 시장을 리드하는 품목은 기타 품목 구매에 시너지 효과를 가져오는 것이 사실이다. 따라서 단위 소비자가 구매하는 품목의 수가 늘어나게 되면서 건강기능식품 시장이 다시 한번 붐을 일으키게 된 것이다. 2004년 건강기능식품 시장의 변화 중 큰 영향을 미친 것은 새로이 제정된 법에 의해 신규로 고시된 기준규격형 건강기능식품의 확대와 개별인정형의 인중에 관한 것이었다. 2005년에는 기준규격형으로 5개 품목을 신규 고시하였다 (Table 4).

이 중에는 체지방 감소에 도움을 주는 공액리놀산(CLA)은 최종심의에서 삭제되었는데 식약청 측은 안전성에 대해서는 인정하지만, 국내 식용 경험이 부족하고 체지방 감소라는 기능성을 인정할 경우 소비자 관심이 매우 높을 것으로 예상되므로 기준규격형으로 인정하는 것은 시기상조라고 판단했다고 밝혔다. 그 외 항산화작용이 인정되는 녹차 추출물제품, 혈중 콜레스테롤 수치 개선에 도움을 주는 대두 단백질함유 제품과 식물스테롤 함유제품, 홍국제품 그리고 장내 비피더스균 증식에 도움을 주는 프락토올리고당의 5품목만 2005년도 5월 부터 시행되고 있다.¹⁾

3. 개별인정형 품목 현황 (인정형)⁴⁾

개별인정형 품목으로 인정한 것으로는 혈압을 조절하는데 도움을 주는 정어리 펩타이드, 질병충치발생의 위험을 감소시

키는 자일리톨, 기억력 개선에 도움을 주는 CJ 테아닌 등 복합 추출물과 같은 회사의 품목으로 체지방 감소에 도움을 주는 CJ 히비스커스 등 복합 추출물이 있다. 그리고 2005년 8월까지 노인의 인지기능 저하의 개선에 도움을 주는 참당귀 주정추출물 분말, 관절 건강에 도움을 주는 리프리놀과 식후 혈당 조절에 도움을 주는 난소화성 말토덱스트린, 유니백스 대나무잎 추출물은 혈중콜레스테롤, 지질조절 및 항산화효과 그리고 식사와 함께 섭취하면 당의 흡수를 억제시켜 식후 혈당 조절에 도움을 줄 수 있는 바나바 주정추출물, 관절염에 도움을 줄수있는 N-아세틸글루코사민 등 21종류의 원료·성분들이 개별인정형 품목으로 인정을 받고 있다. 한편 정어리 펩타이드를 이용하여 이미 8종의 제품이 상품화 되었으며, 참당귀 주정 추출물이 3종, 히비스커스 등 복합추출물이 1종, 초록잎 홍합추출 오일 복합물 등이 계속 상품화되어가고 있는 실정이다. 앞으로 건강기능식품 시장에서 큰 역할을 할 것으로 보인다(Table 5, 6). 그리고 이미 2005년도의 검토 품목으로 코엔자임 Q10과 루테인, 포스파티딜세린, L-카르니틴을 검토하겠다고 예시한 바가 있어 이를 신규 고시 품목과 검토 품목에 대한 업체의 준비가 활발히 진행되고 있다.

4. 각 회사별 마케팅 전략

건강기능식품의 2004년 기준 유통패널별 점유율은 다단계와 방문 판매가 약 80% 가까이 점유하고 있고, 직접 시판이 약 7.0% 흡소핑이 약 5%로 조사되었다(Table 7). 그러나 2003년 이후 대기업의 건강기능식품 시장 진출과 함께 건강기능식품 전문매장과 할인매장에서의 직접 판매가 늘어나고 있어 이러한 경향은 선진국인 미국, 일본과 같은 추세이다.

홍삼제품의 1인자인 (주) 한국인삼공사는 “정관장” 전문 브랜드를 가지고 매년 약 15%의 성장세를 계속 유지하고 있으

Table 5. 개별 인정형 원료 성분의 인정현황 (2005년 8월 31현재)⁴⁾

원료 성분	기능성 표시내용
1. 정어리펩타이드 SP100N (제 2004-1호)	혈압을 조절하는데 도움
2. 자일리톨 (제 2004-2호)	충치발생 위험 감소 기능
3. 씨제이테아닌 등 복합추출물 (제 2004-3호)	기억력 개선에 도움
4. 알로에추출물 분말 N-932 (제 2004-4호)	혈중 콜레스테롤 개선에 도움
5. 알로에 복합추출물 분말 N-932 (제 2004-5호)	혈중 콜레스테롤 개선에 도움
6. INM176 참당귀 주정 추출분말 (제 2004-6호)	노인의 인지능력 개선에 도움
7. 씨제이히비스쿠스 등 복합추출물 (제 2004-7호)	체지방 감소에 도움
8. 씨스팜리프리놀-초록잎홍합추출 오일복합물 (제 2004-8호)	관절건강에 도움
9. 난소화성말토텍스트린 (제 2004-9호)	혈당조절에 도움
10. 유니백스 대나무 잎추출물 (제 2005-1호)	혈중 콜레스테롤 및 지질 조절, 항산화 효과에 도움
11. 목이버섯 YJ001 (제 2005-2호)	배변활동을 원활히 하는데 도움
12. 바나바주정추출물 (제 2005-3호)	혈당조절에 도움
13. 유니베스틴케이 황금 등 복합물 (제 2005-4호)	관절건강에 도움
14. 스피루리나 원말 (제 2005-5호)	콜레스테롤 수치개선에 도움
15. 피브로인추출물 BF-7 (제 2005-6호)	기억력개선에 도움
16. Dimethylsulfone (MSM) (제 2005-7호)	관절건강에 도움
17. N-아세틸글루코사민 (제 2005-8호)	관절건강에 도움
18. 끼꼬당포도 종자 추출물 (제 2005-9호)	항산화능 증진에 도움
19. 이소말토올리고당 (제 2005-10호) (제 2005-11호)	장내 유익균의 증식과 유해균의 억제에 도움, 배변활동에 도움
20. 공액 리놀렌산 (제 2005-12호) (제 2005-13호) (제 2005-14호) (제 2005-16호) (제 2005-17호) (제 2005-18호) (제 2005-19호)	체지방감소에 도움
21. 피니톨 (제 2005-15호)	혈당조절에 도움

Table 6. 개별 인정형 원료 성분의 기준 규격 인정현황 (2005년 8월 31현재)⁴⁾

기능성 원료성분	기준 규격 (제품)
1. 정어리 펩타이드	8개
2. 참당귀 주정 추출물	3개
3. 난소화성 말토텍스트린	2개
4. 초록잎 홍합추출 오일 복합물	1개
5. 디펫히비스쿠스등 복합추출물	1개

며, 2004년도 매출액이 약 3,100억원을 유지하고 있다. 대기업을 건강기능식품 시장에 뛰어들면서 나타나기 시작한 시판 유통을 중심으로 하는 업체에는 동원 GNC와 CJ Nutra, 롯데 헬스원 등이 있다.

유통 분야에 있어 새로운 점은 의약분업과 건강기능식품법이 시행되면서 약국, 병의원에서의 유통이 확산되고 있으며, 종근당이나 보령제약과 같은 제약 회사들이 건강기능식품 분야를 강화하고 있다. 다단계 업체별 주력 품목으로는 암웨이의 뉴트리라이트, 제이유네트웍스의 JU비타, 엘트웰의 비삼 등이 있다.

한편 흡쇼핑은 공중과 방송의 건강 관련 오락프로그램 및 다큐멘터리 등과 연계된 제품군의 방송을 통합 효율성 극대화를 추구하고 있으나, 경기 하락과 광고 표현의 한계 등으로 건강기능식품군의 비중이 10% 이하로 떨어지고 있다. 또한

Table 7. 2004년 유통채널별 건기식 판매 현황³⁾

유통채널	매출액	점유율
방문판매	4,500	30%
다단계	7,800	52%
약국, 병원	900	6%
시판	1,000	7%
흡쇼핑	800	5%
합계	15,000	100%

흡쇼핑은 라이프사이클이 극도로 짧은 단점을 가지고 있는데, 3~6개월로 보는 것이 업계에서는 일반적이다.

국외 건강기능식품의 시장현황

1. 세계 건강기능식품의 시장 동향⁵⁾

전세계 음식료 시장은 5,400억달러이며 이 시장의 1/6규모인 950억달러 시장이 기능성 식품 규모로 분류할 수 있다. 이중에 Diet Supplement 시장은 150억달러 시장이다. 반면 시판 시장의 대중약이나 처방약을 포함한 의약품 시장은 1,100억달러 시장 규모이다. 이러한 Diet Supplement 시장 성장은 매년 3~5%성장하고 있으며 의약품의 시장 성장율은 2~3%이다. 일반 식품 전체 시장성장율은 1~4%로서 인구신장률과 비례적으로 성장하고 있는 반면에 기능성 식품 시장

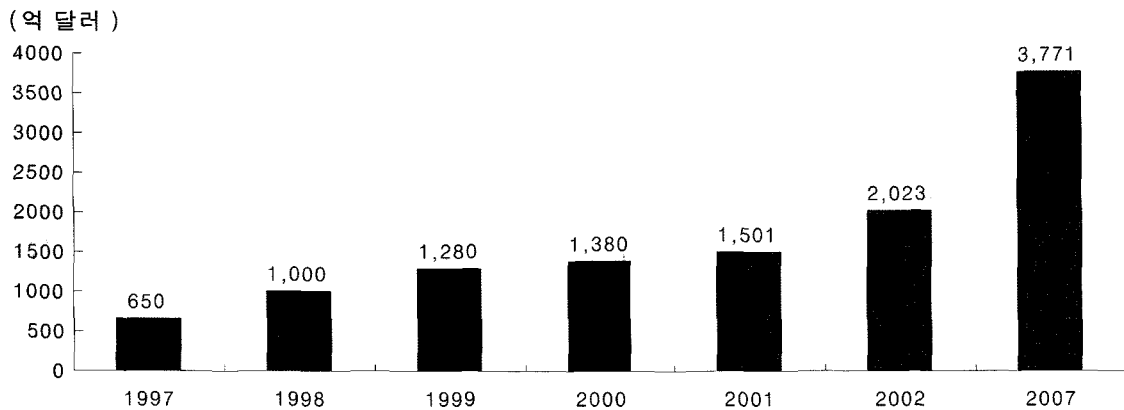


Fig. 2. 연도별 세계 건강기능식품의 매출 현황.

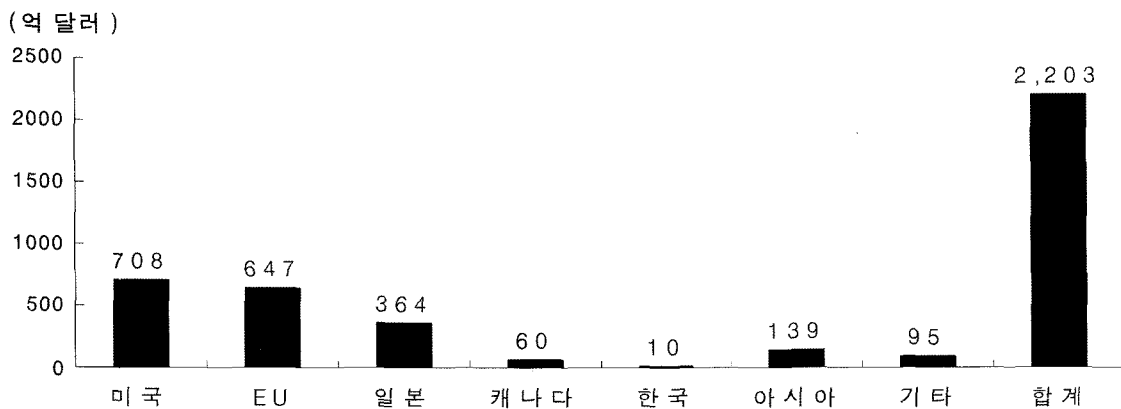


Fig. 3. 세계 시장에서 한국의 위치.

은 5~10%의 성장을 보이고 있다.

한편 세계 건강기능식품 시장 현황은 그림 2와 같다. 매년 10%의 높은 성장률을 나타내고 있으며, 2007년에는 3천 771억 달러 규모로 증가할 것으로 예상하고 있다.

세계 건강기능식품 시장 중 우리 나라가 차지하는 비중은 2002년 기준, 0.5%에 불과하다(Fig. 3). 미국, 유럽, 일본이 세계 시장의 85%를 차지함으로써 세계 건강기능식품 시장은 산업화된 선진국 중심으로 발달하고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 이미 성장기에 있는 미국의 건강기능식품 업체들이 제품과 시스템으로 우리 나라 시장에 지속적으로 진출하고 있으며, 단독으로 진출하는 경우와 국내 기업과의 협력을 통한 진출이 활발하게 이루어지고 있다. 또한 성장기에 있는 일본의 건강기능식품 업체의 국내 진출도 활발하게 이루어지고 있다. 일본 건강기능식품 시장을 주도하고 있는 DHC의 경우 엽록소, 알로에 베라, 아미노산, 식이섬유, 비타민 C, 매시환, 먹는 콜라겐, 로얄젤리 음료 등 우리 나라 소비자에게 어울리는 18개 품목을 중심으로 국내에서 선전하고 있다. DHC코리아의 경우에는 전화, 인터넷 등 통신판매 전문회사로, 2004년

10월부터는 편의점 시장에도 진출해 있는 실정이다.

2. 미국의 기능성 식품

미국에 있어서 과거 30년간 꾸준히 높은 살코기의 소비량이 10% 감소하고 있다. 하지만 식품에 첨가되는 유지는 25%, 당분은 28%가 증가되고 있는 실정이다. 미국인의 85%는 Diet Supplement의 섭취 경험이 있고 암이나 심혈관질환의 초기에 스스로 건강문제에 대응하기 위해 특정한 건강 기능 식품을 선택하는 시대가 도래하고 있으며, 앞으로는 슈퍼마켓에서도 순환기계 문제가 염려되는 사람을 위한 코너 및 뼈나 치아의 건강을 위한 식품 코너가 생길 것으로 예측된다. 미국의 소비자 대상으로 한조사에서 가장 염려되는 증상은 암과 콜레스테롤, 그리고 시력에 관한 것이다. 이중 성장률이 가장 높은 것은 55%까지 성장하고 있는 눈(시력)건강에 관한 것이며, 다음으로 편두통, 고혈압, 고콜레스테롤, 세균감염 대응식품이다.

미국시장은 영양표시 및 교육법(NLEA, Nutrition Labeling & Education Act 1991년), 건강보조식품 및 교육법(DSHEA, The Dietary Supplement Health & Educa-

tion Act 1994)의 규제를 받고 있다. 건강식품법이 제정된 이후 94년 164억달러, 96년 210억달러, 98년도 258억 달러, 2001년도 529억달러로 매년 두자릿수의 성장을 보였으며 현재의 성장 추세로 보아 2005년도 미국의 기능식품 시장은 800억달러를 넘어설 것으로 예측되고 향후 10년간 매년 약 10%의 성장을 지속할 것으로 전망되고 있다. 미국 영양보조 식품 시장은 약 34%를 비타민이 차지하고 있으며 허브가 24%, 스포츠 강화 음료가 9%, 미네랄이 8%, 식사 대용 제품이 13%를 차지하고 있다. 그리고 다이어트(체중감량) 식품 시장은 2002년에 45억달러에서 올해(2005년)에는 65억달러로 성장할 것으로 예상된다.

유통경로별로 보면 소매점 및 전문점을 통한 판매가 85%를 차지하고 있고 다단계판매는 10%에 불과하다. 이는 자금력과 기술력을 가진 음식료업체, 제약기업, 생명공학기업 등이 대규모로 진출하면서 판매망을 대부분 소매점 및 전문점으로 집중시켰기 때문이다. 이러한 소매점 및 전문점 진출로 인해 다단계 판매에 비해 판매단가는 크게 낮아졌다.

3. 유럽의 기능성 식품

유럽은 기능식품에 대한 특별한 법적 제도가 마련되지 않았으나 기능성 식품을 영양학적인 효과 이상으로 신체 기능에 효과를 가진 식품으로 인식하고 있으며, 2006년도에는 가칭 기능성식품 법률이 탄생될 것으로 보고 있다. 현재는 건강식품의 카테고리에는 Supplement, Diet 식품, 기능성 식품으로 분류하고 있다. Supplement는 생약을 포함하며 주로 정제나 캡슐 형태이다. EU 전체의 식품 시장 규모는 6,000억 유로이고, 이 중에서 프랑스가 1,340억달러를 점하고 있다. 프랑스 국민의 1/3이 다양한 Supplement를 섭취하고 있으며 이중 68%가 여성이고 14%는 정기적으로 섭취하고 있으며 전체시장은 약 6억달러 정도이다. 섭취의 동기는 피로와 체력 감퇴, 건강 유지가 대부분이고 일부는 영양부족과 스트레스라고 조사되었다. 반면 영국의 경우는 에너지 충전, 튼튼한 뼈, 치아건강, 유방암 위험률 감소, 콜레스테롤 저하순이었다.

유럽에서는 사람의 영양에 관련한 분야의 연구를 장려하고 있으며, 식품기업에서도 임상연구 투자를 확대하는 추세이고 Health Claim(헬스 클레임)에 관한 자료 지침을 프랑스 식품 안전청(AFSSA)과 유럽연합식품 산업연맹(CIAA)이 발표하였으며, 영양과 영양강화에 대한 법 제도를 심의중이다.

4. 일본의 기능성 식품⁶⁾

일본에서는 1980년대 후반에 기능성 식품이 등장해 1991년 특정보건용식품을 최초로 제도화 하였다. 일본의 기능성 식품 시장은 Supplement를 제외하고 약 130억달러로 평가한다.

이중에서 1/3은 특정 보건용 식품이고 나머지 2/3는 Health claim이 없는 기능성 식품이다. 일본의 특정 보건용도별 시장 구성을 보면 정장관련 제품이 가장 큰 비율을 가지고 있으며 혈당치, 충치, 중성체지방 관련 상품이 성장세를 보이고 있다. 보건용도식품의 성장세에 따라 기능성식품의 효능평가 확립의 움직임이 빠르게 추진되고 있다. “건강기능식품의 성분분석과 실험역학데이터 등에서 그 유효성의 평가를 추진(후생노동성 2003년도 착수, 2007년도 달성)”, “DNA 칩 등을 활용해 식품의 생체조절기능을 해명함과 동시에 식품소재의 조합에 따른 효과 등을 밝힘(농림수산성 수행중, 2006도 달성)” 등의 과제를 수행하고 있다. 즉 기능성 식품은 안전성과 효능의 확실성이 우선되어야 한다. Health claim을 하기 위해서는 기능성에 대한 확인 실험을 거쳐야 하며 이러한 시험에는 오랜 시간과 경비가 소요된다. 대체로 이러한 식품의 개발에는 4~6년의 기간이 소요되고 안전성 확보를 위해서 많은 데이터의 축적이 필요하다.

일본 경제 산업성은 이후 10년간 비약적인 성장을 기대할 수 있는 산업으로 건강지향식품을 들고 2010년의 시장규모를 3조 2,000억엔 규모가 될 것으로 예측하고 있으며, 기능성식품이 21세기 건강산업의 주역이 될 것으로 전망하고 있다. 일본의 건강기능식품은 영양보조식품, 생활습관병(성인병)대응식품, 다이어트 미용식품, 면역강화 식품 등으로 나눌 수 있다. 유럽과 미국의 허브 원료가 잇따라 수입대 시장의 국제화가 급속히 진행됐다. 유럽에서는 블루베리, 호박종자추출물, 소나무피추출물 등이, 미국에서 가르시니아, 멜라토닌 DHEA 등이 상륙했다. 약효 추구형 소재들은 클로렐라, 스피루리나, 로알제리 등을 필두로 고려인삼, 녹즙, 영지 등이 있다. 최근에는 암, 알레르기, 노환 등을 개선하는 기능을 가진 프로폴리스, 아가리쿠스, 핵산 등의 소재들이 주목을 끌고 있다. 미용소재로서는 콜라겐이 화장품 소재로 인지도가 높다는 점과 음료로 가공기술이 개발된 점이 시장을 확대시킨 요인이 됐다.

특정 보건용 식품은 연간 21% 성장하고 있으며 이를 제외한 기능성 식품은 약 8%의 성장률을 보이고 있다. 일본의 기능성식품 시장의 약 40%는 심장과 순환계 대응 식품이고, 이외에 소화기계, 위장관계 식품으로 프로바이오틱스를 함유한 제품이 있다. 아시아에서 특히 골다공증이 많이 발병하고 있으며, 일본에서도 최근 성장률이 높은 제품은 뼈 관련 제품이다.

총 특허수면에서도 2,256건을 보유하고 미국 1,218건, 유럽 692건에 비해 압도적으로 많다(2001년 기준). 일본은 국가차원에서 기능성 식품 관련연구를 시작한 1984년부터 특허가 출원되기 시작했으며, 1988년에 후생성에서 특정 보건용 식품

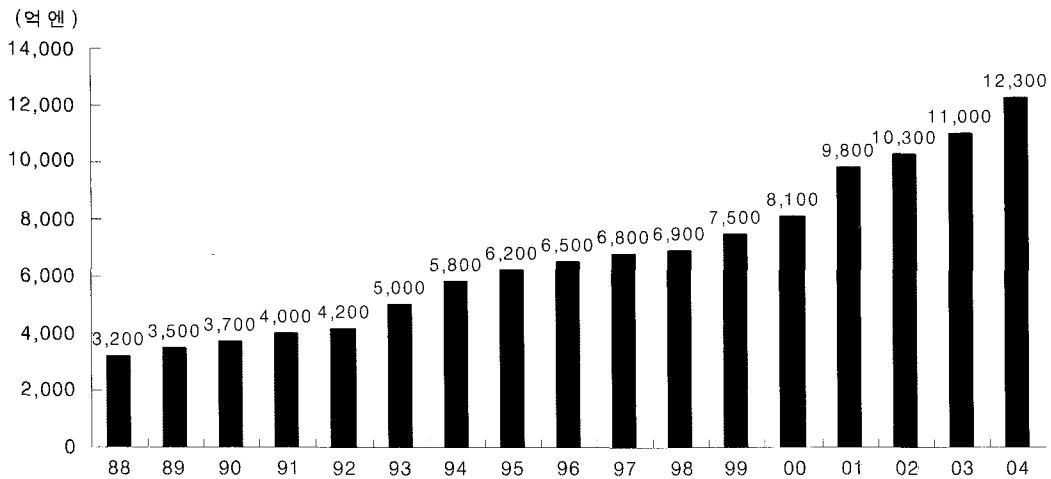


Fig. 4. 일본건강식품 시장동향.

에 관한 법률 통과 후 식품규격기준이 공시되고 제품이 본격적으로 생산 되면서 1990년 초 특허출원이 급증했다. 이는 1987년 기능식품의 시장도입 구상을 후생성이 발표한 후 소재별 기능성을 강조한 일본 정부가 원료소재 개발에 역점을 두고 제품으로 실용화시켰기 때문이다(Fig. 4).

금후 인삼 시장의 문제점 및 전망

고려인삼(*Panax ginseng*)의 탁월한 효능은 신농본초경(神農本草經) 이래 2000여년의 역사를 지속하여 인정받아 왔으며, 우리나라 최고의 특산물로서 평가되어왔다.

인삼의 효능에 관한 연구결과는 심장과 혈관의 보강, 혈액 기능의 회복, 혈류개선, 동맥경화 및 고혈압의 예방, 위장의 조절기능강화, 간기능 촉진 및 숙취제거효과, 항피로 및 항스트레스작용, 노화방지작용, 두뇌활동 촉진작용, 항염작용, 알레르기성 질환치료, 부인병, 당뇨병, 항방사선작용, 정력증강, 항종양작용, 학습능력의 향상, 산화지질의 생성억제, 창상치료 촉진. 면역능력향상, AIDS 바이러스증식 억제효과 및 단백질 합성능력의 촉진 활성 등이 보고되었다.

이와 같은 고려인삼에 대한 천연물화학 및 약리학적 연구는 많이 진행되었지만, 오늘날 건강기능식품법에서의 인삼의 효능은 부분적으로 제한된 3항목 즉, 원기회복, 면역증진, 자양강장으로 규정하고 있다. 인삼의 기능성 내용을 확대하기 위해서는 연구의 질, 양, 일관성, 활용성 즉, 원료의 표준화, 안전성 평가, 기능성 자료 등을 식약청에 신청하여 원료·성분을 인정 받은 후 기준·규격제품을 개발할 수 있다. 이렇게 하기 위해서는 시간과 비용이 절대적으로 필요하므로 인삼산업계에서의 기능성식품 개발에 커다란 장애로서 작용하고 있다.

현재의 건강기능식품 관련 시장은 기준·규격제품 즉 고

시형제품이 주 시장을 형성하고 있는 것으로 판단되지만 인정형제품을 간과할 수 없는 실정이다. 왜냐하면 인정형제품에서 최상위 등급은 질병위험감소에 대해서 기능성 표현을 할 수 있으며, 또한 그 이외의 인정형제품에서도 질병관련에 대해서 도움을 줄 수 있는 기능성 내용의 표현이 가능하므로, 미래의 시장을 주도 할 것으로 예상되는 인정형제품의 개발이 필수적이다.

요 약

우리나라는 2000년 11월 29일 자로 “국민 건강 증진을 위한 건강기능 식품에 관한 법률안”이 발의된 후 2004년 1월 31일부터 건강기능식품법이 시행되고 있다.

건강기능법의 시행 후 전반적인 경기침체와 함께 시장침투가 어려워졌으며 국내 건강기능 식품의 흐름은 다음과 같이 두가지로 나뉘게 되었다.

기준 규격형 품목(고시형)등록 현황을 살펴보면 영양보충용 제품(938품목)과 개별품목으로는 홍삼제품(351제품) 가장 많고 유산균(297품목), 글루코사민(295품목), 인삼제품(182제품), 호모제품(136품목) 등의 총 32개 품목이 등록되어 있는 것을 알 수 있다. 2005년에는 규격기준형으로 5개 품목(녹차추출물 제품, 대두단백 함유 제품, 식물스테롤 함유 제품, 프락토올리고당 함유제품, 홍국제품)을 신규 고시하였다.

개별인정형 품목현황(인정형)은 정어리 펩타이드(2005년 8월 31일자 기준)를 시작으로 하여 자일리톨, 씨제이테아닌 복합추출물을 포함하는 총 21종 품목이 원료와 성분 인정을 받고 있다.

인삼에 대한 효능은 많이 연구되어 있지만 건강기능식품에서의 인삼의 효능은 3항목(원기회복, 면역증진, 자양강장)으로

제한되어 있고 인삼에 대한 기능성을 확대하기 위해서는 식약청에 자료를 신청하여 원료/성분을 인정받은 후 기준·규격 제품을 개발할 수 있기 때문에 인삼업계의 기능성식품 개발에 큰 장애로 작용하고 있다. 또한 미래의 건강기능식품 시장을 인정형 제품이 주도하게 될 것으로 예상함에 따라 인정형 제품에 대한 개발이 필수적이다.

인용문헌

1. 건강기능식품공전.: 한국건강기능식품협회, 일영인쇄사 (2004)
2. 이상호.: 식품세계, 한국식품정보원, 세종문화사, No. 5 (2005)
3. 강대일.: 식품저널, 한컴다컴, No 10 (2004).
4. 식품의약품안전청.: 건강기능식품정보 (2005).
5. Nutrition Business Journal, Food Technology, U.S.A (2003)
6. 일본건강산업신문.: CMP Japan (2005).