# 건강기능식품 시장 현황과 향후 전망

## Trends and Prospect in Market of Health Functional Food

이 상 윤
Sang Yun Lee

풀무원 건강생활(주) 기능성 연구소
Pulmuone Health & Living Co., Ltd. R&D Center

한국의 식품 시장은 최근 연간 1%에도 못 미치는 낮은 성장율을 보이고 있으며, 전체 시장 규모는 35조 수준으로 평가되고 있다. 식품에 대한 소비자들의 인식 수준이 높아지고 요구도 다양화되는 추세이며 웰빙과 로하스등의 개념이 식품 산업에도 도입되고 있는 실정이다. 이에 따라 일반 식품 시장은 포화 되었고 소비자 욕구에 부응하는 산업 분야만 일부 성장을 하고 대부분 분야에서 정체 또는 감소세를 보이고 있지만, 기능식품 시장은 매년 성장을 하고 있는 실정이다. 건강 기능식품 시장은 80년대에 도입기를 거쳐 90년대 IMF 시기에 잠시 마이너스 성장을 보인 이후 지속적으로 성장을 거듭해 오고 있으며 앞으로 3~4년 후부터는 성숙된 시장으로 진입할 것으로 예측하고 있다(그림 1). 이미 건강 기능식품 시장은 작년 2조 5천억원의 시장 규모로 성장해 있으며, 금년에도 일부 품목군의 성장과 수입 제품의 증가와 신규로 시장에 참입하는 업체의 증가에 따라 전체 시장 규모는 소폭의 성장이 기대되고 있다.

전세계 기능성 식품 시장은 꾸준히 성장을 거듭하고 있으며 2007년에도 10%이상의 성장을 예측하고 있

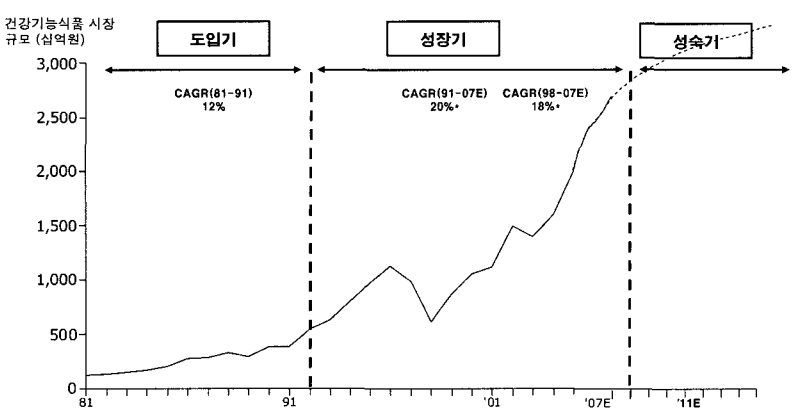
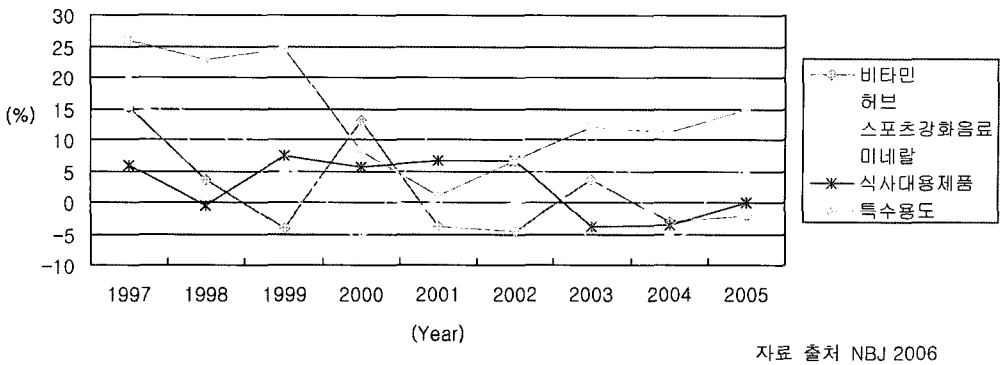



그림 1. 한국 건강 기능식품 시장 성장 현황.

Corresponding author: Sang Yun Lee
Seodaemun P.O. Box 146 Seodaemun-Gu, Seoul
Tel: 82-2-3277-8420
Fax: 82-2-3277-8503
E-mail: sylee@pulmuone.com




자료 출처 NBJ 2006

그림 2. 미국 건강기능식품 제품군별 시장 성장 현황.

다. 미국 건강식품시장은 매년 6%이상의 성장률을 보이고 있으며, 향후 10년간 5%이상의 성장이 예상된다. 시장규모는 2002년 약 560억 달러에서 2004년 773억 달러, 2005년 800억 달러를 넘어섰으며, 이 중 'Dietary Supplement'의 시장규모는 전체의 약 33%에 해당하는 185억 달러로 추산된다. 2004년도 기준 건강기능식품의 품목별 점유율을 보면 비타민이 약 34%를 차지했고, 허브 21%, 식사대용제품 11%, 스포츠강화식품 10%, 미네랄 9%, 식사대용제품 11% 순이며 특별용도 및 기타 15%였으나, 이들의 성장율을 보면 특수용도 식품이 2003년 이후 지속적으로 10~15%의 성장을 보이고 있으며, 스포츠 강화음료와 미네랄 제품군이 5% 내외의 성장, 그리고 나머지 식사대용, 허브, 비타민 제품군은 최근 일부 마이너스 성장을 거듭하고 있는 실정이다(그림 2).

일본 건강식품시장은 2005년 1조 2,850억엔 대비 해 1조 2,100억엔으로 1987년 이후 처음으로 마이너스 성장을 보였다. 주력 유통인 통판은 3%의 성장을 보였으나, 전문점과 약국 등이 10% 이상 큰 폭으로 감소된 것에 원인이다(그림 3). 하지만 일본 건강식품 시장 중 특정보건용 식품시장은 매년 빠르게 성장하고 있으며 2007년까지 1조엔 대의 성장을 기록할 것으로 예상되고 있다. 중국 건강 식품 시장도 5년간 15%의 성장을 예측하고 있다. 현재 시장은 1,800억 위안이지만 중국 정부의 영양가 높은 식품 섭취 증진을 위한 노력 등으로 매년 높은 성장율을 기대하고 있다. 이상과 같이 세계적으로도 건강 기능 식품 시장은 아직도 성장을 거듭하는 시장이고, 만성 질환 유병율의 상승과 고령화 사회의 대응책으로 국가적인 지원을 받는 산업으로 인정되고 있다는 것이 시장 성장의 한 축으로 이해되고 있다.

국가별로 건강 기능 식품의 유통 현황을 보면 우리나라의 경우는 70% 이상을 방문 판매와 다단계 판매가 점하고 있으나, 미국의 경우는 대형 마켓이 26%, 약국 18%, 전문매장 9%로 50% 이상을 점하고 있으며 직접판매는 다단계 22%, 방문판매 17%를 점하고 있다. 일본의 경우는 무점포 판매가 80% 이상을 점하고 있으며 약국 유통이 13%, 전문점 백화점이 6% 수준을 점하고 있어 우리나라와 유사한 구조를 보이고 있다.

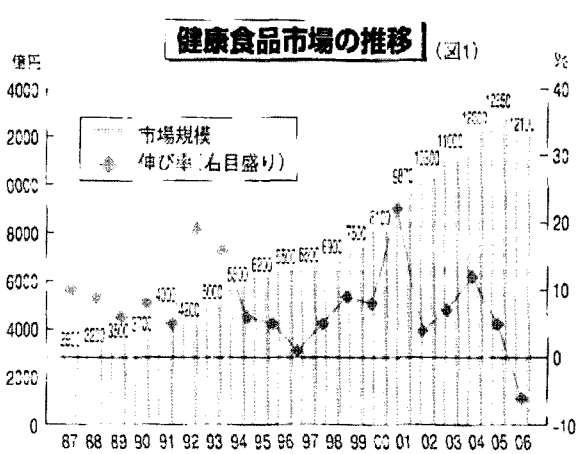



그림 3. 일본 건강 기능식품 시장 성장 현황.

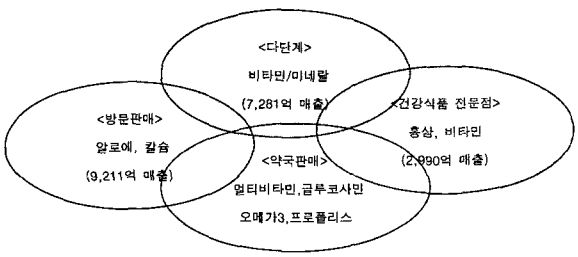



그림 4. 우리나라 건강 기능식품의 유통별 주요 제품 및 매출 현황.

최근 조사된 자료에 의하면 미국인들이 가장 많이 섭취하는 건강 기능성 식품은 멀티 비타민이 38%, 칼슘이 37%, 비타민C가 24%, 그리고 항산화 대응 제품과 Fish oil, 알로에 등이 13~14%의 섭취 실태를 보였으며, 대두유래 이소플라본과 라이코펜, 메틸설포닐 메탄(MSM), 녹차 유래의 EGCG, 라스베라톨등의 소재가 주목 받고 있다. 일본은 최근 건강에 관한 관심이 더욱 높아지면서 메타볼릭 신드롬에 대한 연구가 심화되면서 혈당 저하, 다이어트 소재가 다양하게 소개되고 있으며, 미용과 anti-aging기능을 추구하는 CoenzymeQ10, 알파리포익산, 콜라겐, 히아루론산과 몇해 전 세계 건강 기능식품 시장에서 급격한 시장 성장을 보였던 눈 건강 관련 소재인 DHA, 아스타잔틴, 블루베리, 카시스등의 성장이 눈에 띠고 있다. 여기에 반해 우리나라에서는 국가적으로 육성해 왔던 홍삼과 시장을 주도하는 몇 개 업체에서 주력하는 알로에와 영양보충용 제품 시장이 전체 시장을 주도하고 있으며 글루코사민과 클로렐라 제품군등이 일부 시장을 점하고 있는 실정이다(그림 4).

건강 기능식품의 섭취 이유를 조사한 결과를 보면 우리나라에서는 피로회복과 영양보충을 위해 섭취한다는 답변이 70%를 넘고 있으며, 스트레스 감소와 면역 증진과 골 관절 건강을 위해서라는 응답이 14~17%이고 기타 비만, 간 기능, 혈압 조절을 위한 섭취가 6~9%로 조사되었다. 반면 미국의 경우는 76% 가 비만 개선을 위해서 섭취하며, 콜레스테롤, 혈당 불균형, 심장질환, 당뇨 개선을 위해서가 60% 이상이며, 에너지 공급, 골다공증, 시력장애, 관절염 개선을 위해 섭취한다는 답변이 30~50%로 나타났다. 일본의 경우는 우리나라와 일부 유사하게 피로회복과 자양강장을 기대하고 섭취한다는 답변이 60%였으며, 혈행 개선의 목적이 40%이상 이였고 다이어트나 미백효과를 기대하는 경우가 37%, 알레르기나 해독 작용, 골다공증 예방을 위해 섭취하는 것이 27% 내외이고 이외에 혈당, 혈압 조절을 기대하여 섭취하는 것이 13~20%로 조사되었다.

미국과 일본의 건강 기능 식품 시장은 소비자의 인식전환으로 직접적인 질병의 치유를 목적으로 하지 않고, 전체적인 건강 개선을 위해 구매 하는 것으로 행태가 변화되고 있다. 이를 확인하기 위해서는 건강 기능식품의 구입 사유를 보면 알 수 있다. 즉 미국에서의 한 조사 결과를 보면 건강 기능식품의 구입 목적을 보면 장기적인 웰빙을 위하거나 에너지의 증진, 스트레스 감소와 수면 개선, 항 노화 등의 목적을 가지고 구매하는 것이 우위를 점하고 있다. 이는 메타볼릭 신드롬이 건강 기능식품 시장의 주된 이슈가 되는 것과도 무관하지 않다. 실제로 미국인의 32%, 유럽인의 15%가 메타볼릭 신드롬에 영향을 받고 있다는 조사 결과도 발표되었다. 여기에 더해 전세계의 인구 노령화가 진행되는 것도 건강 기능식품의 소비자가 항 노화와 뷰티에 관심을 가지는 주요한 인구 통계학적인 요인이 되고 있다.

건강기능 식품에 대한 연구 현황을 살펴보면 미국에서 2003년에서 2005년까지 출시된 가장 혁신적인 제품으로 Black Cohosh(승마), 라이코펜, 은행나무, 글루코사민, CoQ10을 선정하고 이들의 혁신성은 우수한 배합에 있다고 하였다. 이외에는 앞서 언급한 바와 같이 항산화, 항암 소재로 연구되는 라이코펜, 라스베라톨과 EGCG(Epigallocatechin Gallate) 여성들의 골다공증 개선에 기능이 알려진 대두유래 이소플라본과 MSM(methyl sulphonyl methan)이 최근 다양한 연구와 이용이 되고 있다. 일본의 경우도 2005년 이전까지는 전통적인 소재의 기능에 대한 과학적인 근거를 확보하기 위한 연구에서 2006년 친환경과 로하스 개념이 도입한 특정 클레임을 위해 심장 질환과 알레르기에 대응하는 소재의 연구가 진행되었으며, 2007년에는 메타볼릭 신드롬의 대표적 증상인 당뇨, 다이어트를 위한 섬유질과 각종 소재에 대한 연구가 진행되고 있다. 우리나라의 한 기관에서 2006년 조사한 결

표 1. 건강기능식품법률 개정 및 추진 내역

| 구 분 | 세부 내용 |
|---|---|
| 법률 개정 | 건강기능식품에 관한 법률법률 제8033호(2006.10.4) 용기 포장의 표시<br>건강기능식품에 관한 법률 시행령 대통령령 제19836호 (2007.1.18)<br>품질관리인 자격 완화<br>건강기능식품에 관한 법률 시행규칙 보건복지부령 제373호 (2006.11.20) 위탁제조범위의 확대, 서류의 전자문서화, 영문증명서 발급<br>법률 제 8033호 (2006. 10. 4) 건강기능식품 표시기준<br>건강기능식품이라는 문자 또는 건강기능식품임을 나타내는 도형<br>대통령령 제19836호 (2007. 1. 18) 품질관리인의 자격기준 완화 |
| 시행령 개정 | 대통령령 제19836호 (2007. 1. 18)<br>일반식품 또는 식품첨가물 등에 종사한 경력 인정<br>학력과 경력에 따른 차등 인정 |
| 시행규칙 개정 | 보건복지부령 제373호 (2006. 11. 20)<br>건강기능식품의 위탁제조범위 전 공정 확대<br>생산능력 부족의 경우: 일정량을 생산하고 있는 경우에 한하여<br>제조시설 미비의 경우: 제조방법설명서를 제출 (제조시설을 위탁하면 제품을 생산할 수 있음을 입증)하는 경우에 한하여<br>신고서, 신청서 및 제출서류 의 전자문서화<br>행정절차를 신속화하고 민원인의 편리를 도모 수출건강기능식품 영문증명 신청 / 건강기능식품 관련 산업의 국제화에 이바지 |
| 건강기능식품에 관한 법률일부 개정령 안 | 부처협의 :'07.1.18~1.29, / 입법예고 :'07.2.8~2.26 / 규제심사 :'07.3.22 완료 / 법제처 심사 진행 중 /<br>차관 · 국무회의 : 5월 중 / 국회제출 : 6월 중<br>1. 07년 건강기능식품에 관한 법률 일부 개정령 안 건강기능식품의 제형 구분 삭제 (안 제3조제1호)<br>2. 방문판매업자 또는 전화권유판매업자 등이 판매원의 명부를 시?군?구청에 제출함으로써 신고에 갈음 (안 제6조제3항)<br>3. 영업자가 미리 교육을 받을 수 없는 경우, 종업원 중 책임자를 지정하여 교육을 받게 하거나 3월 이내에 사후교육을 받을 수 있도록 함(안 제13조제2항)<br>4. 건강기능식품 판매업자도 개별인정신청을 할 수 있도록 범위 확대 (안 제14조제2항, 제15조제2항)<br>5. 영업허가 취소 또는 영업소 폐쇄 명령에 따른 조치를 하고자 하는 경우, 영업자 또는 그 대리인에게 서면 또는 전자문서로 이를 알려주도록 함 (안 제35조제3항)<br>6. 식품위생법에서 변경된 명칭을 반영 (안 제38조제1항)<br>"소비자건강기능식품위생감시원" "소비자식품위생감시원"<br>"위해식품 등의 회수" "위해건강기능식품"의 자진회수에 관한 사항 |
| 국회의원 발의안 | 문병호 의원 안 '05.9.26 발의, '05.10.21 상정 기능성 표시 · 광고심의위원회를 식약청에 두고 식약청이 직접 심의업무를 하도록 함 |
| | 안명옥 의원 안 '06.5.18 발의, '06.9.7 상정"건강기능식품 이력 추적제" 도입 |
| | 이성권 의원 안 '06.12.12 발의, '07 상정 예정<br>GMP 업소에 대한 관계 공무원의 출입, 검사 유예기간을 3년 이내 기간으로 함(부령에 정한 사항을 법으로 규정) |
| | 안명옥 의원 안 '07.3.15 발의, '07 상정 예정 건강기능식품 부작용을 보고하도록 하여 유사 사고의 재발을 막고, 피해 구제 및 안전성 향상을 위한 연구사업 수행 |
| | 이석현 의원 안 '06.12.12 발의, '07.4.18 상정, 소위 회부<br>건강기능식품의 제형구분을 완화<br>판매사례품 또는 경품 등의 제공을 일정 범위안에서 허용<br>사전교육대상에 종업원중 책임자를 지정할 수 있도록 허용<br>광고 사전심의제도 개선<br>심의결과 이의가 있는 자에 대하여 권리구제절차 정함<br>광고심의기준 및 결과 공표,출입 · 검사 · 수거요건 구체화<br>시 · 도 업무를 시 · 군 · 구에 이양 |

과에 의하면 전체 기업의 80% 이상이 기능성 식품에 대한 연구 개발을 진행하고 있으며 이들 중에서 현재 연구 분야는 항 산화, 면역증진, 관절건강, 영양보충에 대한 연구를 30% 이상이 추진하고 있으며, 장 건강과 피로회복, 비만, 당뇨 조절과 콜레스테롤, 혈전에 관한 연구를 진행하고 있는 기업은 20% 내외로 조사 되었다. 반면 향후 연구 진행 분야로서는 당뇨가 38%로 가장 많았으며, 항 산화(31%), 영양보충(25%), 면역기능, 비만조절이 26~28%, 알레르기(17.3%), 관절, 간 기능 조절이 15%, 혈전과 콜레스테롤 저하에 대한 연구를 계획하고 있다는 기업이 13%로 조사 발표되었다. 하지만 앞서 소비자 조사에서 나타난 결과(피로회복 52%, 영양보충 25%)와 기업의 연구 현황과 향후 계획과는 많은 차이를 보이고 있었으며, 미국의 경우를 보아도 혁신적인 제품으로 꼽힌 소재가 시장에서의 성공과 거리가 먼 소재도 다수 있음을 알 수 있다.

또한 건강 기능식품 산업의 탄생과 성장에 큰 영향을 주고 있는 법률의 제정과 탄생은 다음과 같다. 현재 2004년 제정된 건강 기능식품법이 아직도 정착되지 않고 지속적으로 개정되면서 일부 혼란 속에 있어 조속히 안정화된 법으로서 산업의 발전에 초석이 되어야 할 것이다. 건강기능식품법은 "건강기능식품"의 안전성 확보 및 품질 향상과 건전한 유통 판매를 도모함으로써 국민 건강과 소비자 보호에 이바지한다는 목적으로 국회 보건복지위원회 '건강기능식품에관한법률' 발의 ('00.11.29)하고 '건강기능식품에관한법률' 제정 ('02.8.26)되어 시행 ('03.8.27)되었다. 이후 동법 시행령이 제정 시행 ('03.12.18)되었고 시행규칙 및 하위 고시 제정 시행 ('04.1.31)되어 오늘에 이르고 있다. 2003년 시행 이후 최근 1년의 개정 내용을 보면 법률과 시행령, 시행 규칙 등이 모두 개정되고 있으며, 최근에는 건강기능식품 산업에 커다란 영향을 줄 것으로 예측되는 기능성 표시와 공전의 규격기준에 대한 개정이 진행되고 있어 그 방향이 주목되고 있다.

세계 건강 기능식품 시장도 매년 성장을 거듭하고 있으며, 우리나라에서도 건강 기능식품 산업은 일반 식품의 저 성장, 정체 기조와 달리 지속적인 성장이 기대되고 있다. 이에 따라 많은 기업들이 신규 참입하고 있으며 대부분의 기업이 기능성 소재의 연구를 진행하고 있는 것으로 조사되었다. 산업의 성장 요인을 요약해 보면 건강유지에 대한 소비자 욕구 증대와 만성질환 예방 및 국민 평균수명 증대 그리고 건강기능식품 및 정보의 Global화가 촉진되고 있으며, 식품과학 발전으로 다양한 신소재 식품 등장하여 건강기능식품은 21세기 식품산업의 뉴 패러다임으로 등장하고 있다. 여기에 소비자들의 웰빙 의식의 증가와 self medication과 질병 예방에 대한 중요성 인식과 인구의 노령화에 따라 평균수명보다 건강 수명을 중시하는 트랜드에 따라 시장 성장이 예측된다. 향후 과학적으로 합의될 수 있는 근거를 가진 기능성을 보유하고 이들 기능성을 정확히 표시, 광고를 통해 정보를 올바르게 전달 할 수 있는 다양한 건강 기능식품의 연구 개발 및 상품화를 통해 시장의 획기적인 성장이 기대된다.