

노인 환자용 식품(특수의료용도식품) 시장 동향

황 태 연

순천대학교 식품공학과

I. 시장 현황

- 인구의 노령화와 질병의 다양화로 만성질환자의 수가 지속적으로 증가하고 있어 질병에 의한 환자의 영양불균형이 질병의 치료 및 개선을 위해 영양지원(nutrition support)이 중요시되고 있음.
- 영양지원은 환자가 입으로 음식을 섭취하지 못하거나, 충분히 먹지 못 할 때, 질병이나 수술 등과 같은 이유로 인한 체단백 및 체지방 손실을 최소화하기 위해 시행되며 경장영양과 정맥영양으로 구분됨.
- 경장영양은 위장관의 기능이 정상일 때 경구보충이나 경관급식에 의해 필요한 영양분을 공급하는 것으로 경구보충식과 경관급식으로 구분됨.
 - 경구보충식은 식욕부진으로 인해 정규 식사만으로 필요한 영양요구량을 충족할 수 없을 때 일상식품처럼 구강을 통해 섭취하고 있음.
 - 경관급식은 구강으로 음식을 전혀 혹은 충분히 섭취할 수 없을 때 튜브를 통해 필요한 영양분을 공급하는 방식임.
- 정맥영양은 인체에 필요한 영양소의 일부 혹은 전체를 위장관을 거치지 않고 직접 말초혈관이나 대정맥을 통해 공급하며, 공급방식에 따라 중심정맥영양, 말초정맥영양, 완전정맥영양으로 구분됨.
- 환자용 식품은 환자의 영양지원을 위해 사용되는 특수의료용도식품으로서 특정 질병으로 인하여 일상식을 정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 손상된 환자 또는 질병이나 임상적 상태로 인하여 일반인과 노인들에게 경구 또는 경관급식을 통하여 공급할 수 있도록 제조 가공된 식품으로 크게 다음의 8가지로 분류됨.
- 세계적으로 특수의료용도식품으로서 100여종의 환자용 식품이 판매되고 있으며 이중 당뇨, 신장 및 간질환과 같은 특정제품 40여종이 국내에 판매되고 있음.
 - 해외의 경우 영양불량 환자를 대상으로 하는 특수의료용도식품이 1970년대와 1980년대에 개발이 완료되어 판매되고 있음.
- 특수의료용도식품은 28가지 이상의 비타민과 무기질, 단백질 등으로 구성되며, 보통 1캔당 200g으로 1g 당 1kcal 정도의 열량이 들어 있으며, 성인이 하루에 섭취해야하는 양은 8~10 캔 정도로 제품의 형태에 따라 액상형과 분말형으로 구분됨.

<표-1. 특수의료용도식품의 분류>

분류	제품 설명
환자용 균형영양식	환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있는 제품임
당뇨환자용 식품	당뇨환자 혹은 고혈당 환자 등에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 이를 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신하는 제품
신장질환자용 식품	만성신장질환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 이를 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있는 제품
장질환자용 가수분해 식품	영양소의 소화·흡수가 어려운 장질환 환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 가수분해하여 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있도록 제조·가공한 제품
열량 및 영양공급용 의료용도식품	질환으로 인한 과대사 또는 영양불량으로 인해 열량 및 영양소를 추가적으로 제공할 필요가 있는 환자를 위하여 단독 또는 다른 의료용도식품과 혼합하여 사용할 수 있도록 제조·가공한 것
선천성 대사질환자용 식품	선천성대사질환자를 위해 체내에서 대사되지 않는 성분을 제거 또는 제한하거나 다른 필요한 성분을 첨가하여 제조·가공한 제품 여기서 선천성대사질환이라 함은 유전자의 이상으로 태어날 때부터 생화학적 대사결함이 있어 물질대사효소의 불능 또는 물질의 이송결함 등으로 유해물질이 축적되거나 필요한 물질이 결핍되는 질환을 말하며, 그 예로는 페닐케토노증, 갑상선기능저하증, 갈락토오스혈증, 호모시스티노증, 단풍당노증, 선천성 부신 과형성증 등의 아미노산, 유기산, 탄수화물, 지방 및 지방산, 무기질 등의 대사이상 질환임
영·유아용 특수조제식품	정상적인 영·유아용(0~36개월)과 생리적 영양요구량이 상당히 다른 미숙아 또는 조산아 등을 위하여 영양공급을 위한 목적으로 조제된 것. 다만, 영아용조제식, 성장기용조제식, 영·유아용 곡류조제식, 기타 영·유아식 및 선천성대사질환자용식품으로 분류되는 것은 제외
연하곤란환자용점도 증진식품	음식물 섭취 곤란이나 기도 흡인의 위험을 감소시키기 위하여 사용되는 것으로 고체나 액상의 식품에 첨가하여 점도를 증진시키는 식품

자료 : 한국식품공업협회

<표-2. 식품의약품안전청 특수의료용도식품 규격>

성상	고유의 색깔과 향미를 가지고 이미·이취가 없어야 한다
수분(%)	10.0 이하(건조분말 제품에 한한다)
영양소	표시량 이상(단, 제한할 필요가 있는 영양소는 표시량 이하 또는 범위이내)
대장균군	음성이어야 한다
세균수	1 mL 당 100 이하(액상제품에 한한다)
타르색소	검출되어서는 아니된다
탄화물	100g 당 7.5 mg(미국 ADPI에서 정하고 있는 표준판 Disk A와 비교)이하하여야 한다(단 분말제품에 한한다)
엔테로박터 사카자기	음성(단, 생후 6개월 미만의 영·유아용 특수조제식품 중 분말제품에 한한다)
바실러스 세레우스	‘1g 당 100이하

- 액상형 제품은 섭취가 간편하나, 분말은 다른 영양소의 첨가가 용이하고 열량을 쉽게 조절할 수 있다는 각각의 장점을 가지고 있음.
- 미국이나 유럽 등에서는 뇌졸중과 같이 소화 흡수가 어려운 환자들에 한해서만 정맥영양을 실시하는 것과 달리 국내에서는 정맥영양이 주로 사용되고 있으나, 최근 KSPEN(한국정맥경장영양학회)를 주축으로 종합병원 단위의 NST(Nutrition Support Team)을 운영하며, 경장영양에 대한 필요성을 인식하여 경장영양형 환자식의 소비가 증가되고 있음.
- 국내 특수의료용도식품의 유통은 주로 200여 개 병원(영양과)에 식품으로 납품되고 있으며, 그 밖에 1,000~1,500여개 약국과 통신판매를 통해 판매되고 있음.
- 약국에서 판매되는 경우 높은 마진을 요구하며, 일반 상점이나 할인마트를 통한 판매가 거의 이루어지지 않음.
- 환자용 식품은 소비자의 기호도가 낮아 병원 뿐만 아니라 통원치료나 자택치료를 하는 환자나 보호자가 직접구매가 어려움.
- 국내에서 생산되고 있는 경장영양형 특수의료용도식품은 다양한 목적에 맞는 다양한 종류의 제품 구성이 이루어져 있지 않으며, 수입제품에 비해 선호도가 낮음.
- 미국의 경우 40여개의 질병을 대상으로 특수의료용도식품을 판매하고 있음.
- 선호도가 높은 수입제품의 경우 국내 소비자들의 입맛에 알맞은 제품이 되지 못하고 있음.
- 상기에 제시된 식품의약품안전청 특수의료용도식품의 규격에 제시되어 있듯이 환자식은 대장균군, 세균 등 멸균 및 함유 영양소를 중요하게 규정하고 있음.
- 국내에서는 주로 생산되는 특수의료용도식품은 대부분 열처리를 통해 멸균이 이루어지고 있으며, 열처리를 통해 생산된 식품의 경우 관

<표-3. 환자식에 활용되고 있는 살균 멸균 방법>

항목	고압증기	EO gas	감마선	전자선
멸균 확실성	비교적 확실	처리제품에 EO gas 침투 필수	가장확실	비교적 확실
처리 parameter	온도, 시간, 압력	온도, 습도, 시간, 압력, EO농도	시간	시간
공전 control	비교적 용이	복잡	용이	용이
처리시간	수분	수시간	수초~수시간	수초~수분
처리방법	BATCH식	BATCH식	연속식	연속식
처리 제품의 재질	내열성	적용범위가 넓음	내방사선	내방사선
처리 시 포장형태	증기 투과성(narrow)	EO gas 투과성(narrow), 재포장	완포장(wide)	완포장(wide)
물질투과성	소	밀봉구조 멸균불가	대	소
물질과의 작용	가스분해	히드록시에틸화	방사선 분해	방사선 분해
처리 후 control	건조/냉방	1주간 탈기	무	무
잔류독성	무	독성기준	무	무
처리비용	저가	저가	최고가	최고가
설비비용	저가	고가	최고가	최고가

능 및 기호도의 감소로 환자들의 음식에 대한 만족도를 충족시키지 못하고 있어 최근 방사선 식품 조사를 통한 환자식 개발을 진행 중임.

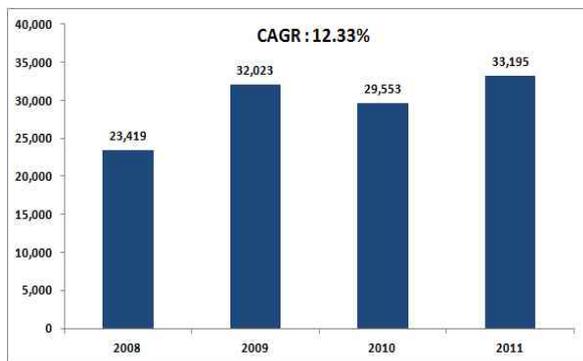
- 네덜란드의 경우 면역결핍 환자를 위한 완전 멸균식에 방사선 조사를 허가하고 있으며, 영국도 방사선 멸균 병원식에 대한 제한 없는 방사선 조사를 허가하였으며, 미국의 경우 1974년부터 방사선 조사 식품을 환자에게 제공해 오고 있음.

- 최근 연구에 따르면 전분에 방사선을 조사할 경우 점성을 줄이고 호화온도를 낮출 수 있으며 소화율이 증가하는 특성을 가지게 되어 이를 환자식품에 적용할 경우 미생물이나 기타 위해 요소에 안전하면서도 열량 밀도가 높은 semi-fluid high-energy food(SHEF) 개발이 진행되고 있음.

II. 시장 규모

- 국내 특수의료용도식품 시장은 2008년 약 234억 원 규모였으며, 2011년 기준 약 332억 정도의 시장으로 연평균 12.3%의 높은 시장성장률을 보이고 있음.

<그림-1. 국내 특수의료용도식품 연도별 출하액>



자료 : 식품의약품안전청 2011

- 최근 환자식에 대한 인식의 변화로 특수의료용도식품의 시장규모가 지속적으로 성장할 것으로 예상됨.

- <표-4>은 국내특수의료용도식품을 8가지 분류로 나누어 출하액을 제시한 것으로 특수의료용도식품 중 환자용 균형영양식이 약 220억 원으로 국내 특수의료용도식품에서 시장규모가 가장 큰 것으로 나타남.

- 환자용균형영양식 부분 다음으로 당뇨환자용 식품과 열량 및 영양공급용 의료용도 식품이 각각 48억, 38억으로 시장규모가 큼.

- 당뇨환자용 식품은 현대인의 비만 비중 증가와 식습관 변화로 당뇨병 환자들이 증가되고 있어 2008년부터 지속적으로 시장이 성장되고 있으며, 영·유아용 특수 제조식품은 전년 대비 시장은 성장하였으나 2009년 대비 큰 폭으로 하락하였음.

- 2008년에 대비하여 환자용 균형영양식, 당뇨환자용 식품, 신장질환자용 식품, 장질환자용 가수분해 식품, 선천성 대사질환자용 식품 부분의 시장규모는 성장세를 보이고 있으나, 다른 3가지 특수의료용도식품의 경우 시장규모가 전년대비 축소됨.

- 장질환자용 가수분해 식품의 경우 현재까지 시장을 형성하지 못하고 있어, 국내 특수의료용도식품이 다양하지 않다는 문제점이 나타남.

- 장질환자용 가수분해 식품과 선천성 대사질환자용 식품, 연하곤란환자용 점도증진식품은 시장이 매우 협소함

- 국내 특수의료용도식품 분류별 분포에 따르면 환자용 균형영양식, 당뇨환자용 식품, 열량 및 영양공급용 의료용도 식품이 특수의료용도식품 시장의 80%이상을 차지하고 있음.

- 특수의료용도식품 국내 시장의 경우 국내에서 판매되고 있는 제품이 다양하지 못하고, 아직

까지 국내 제품에 대한 소비자의 선호도가 수입제품에 비해 낮기 때문에 수·출입 규모를 통해 차후 제품개발을 통해 점유할 수 있는 잠재적 시장예측이 가능함.

- 2009년 특수의료용도식품의 수입규모는 3,477,613\$로 약 38억원 정도로, 특수의료용도식품 부분에서 해외 제품에 대한 의존도가 낮음.
- 국내 특수의료용도식품의 해외 수출규모가 미비함.

<표-4. 국내 특수의료용도식품 분류별 출하액>

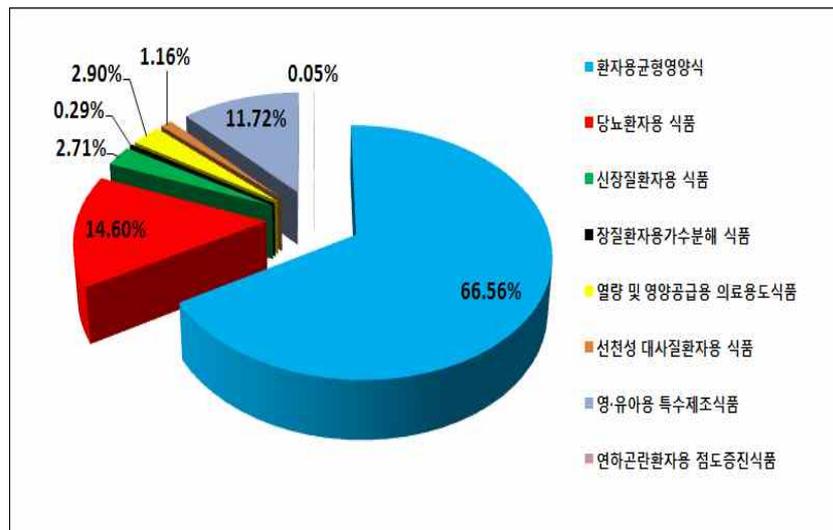
단위 : 백만원

특수의료용도식품 품목	2008	2009	2010	2011
환자용 균형영양식	13,497	18,470	20,281	22,094
당뇨환자용 식품	2,391	2,637	2,678	4,847
신장질환자용 식품	606	617	578	900
장질환자용 가수분해 식품	-	-	94	97
열량및영양공급용 의료용도식품	2,482	1,964	3,669	961
선천성 대사질환자용 식품	253	67	-	385
영·유아용 특수제조식품	4,171	8,253	2,251	3,892
연하근란환자용 점도증진식품	16	12	-	15
소 계	23,419	32,023	29,553	33,195

자료 : 식품의약품안전청 2011

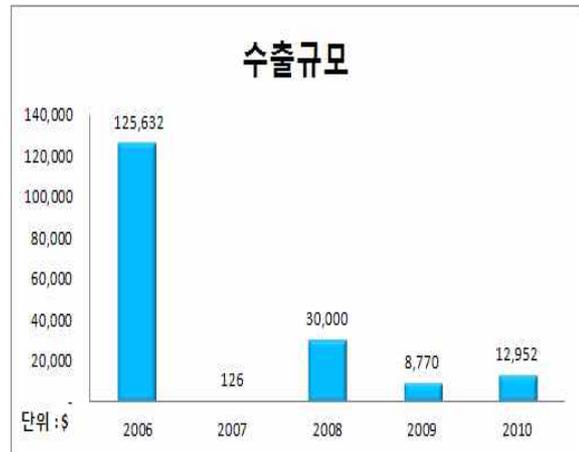
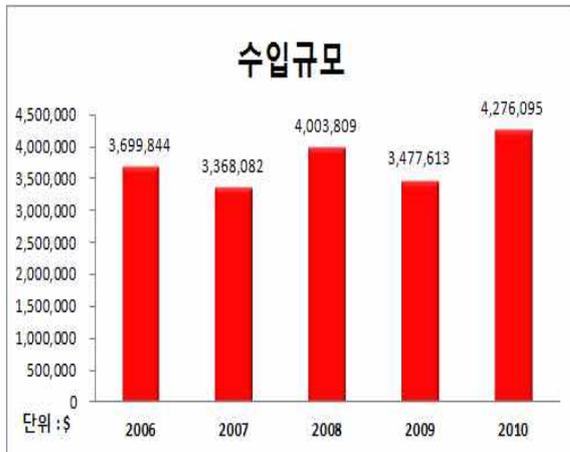
* 2008년 이전에는 특수용도식품에 대한 분류가 이루어지지 않고, 8가지로 분류된 특수용도식품을 특수 의료용도식품으로 통합하여 제시함

<그림-2. 국내 특수의료용도식품 분류별 분포>



자료 : 식품의약품안전청 2011

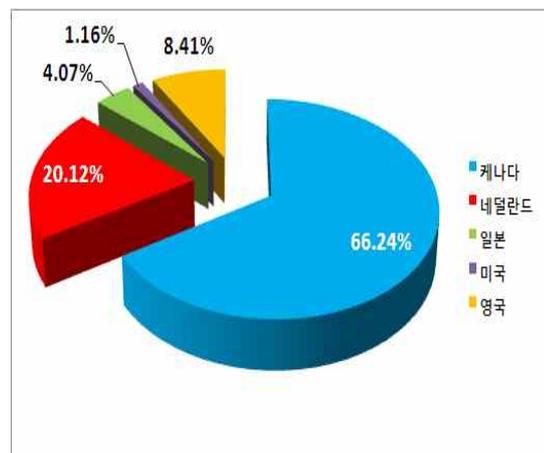
<그림-3. 특수의료용도식품 수·출입 규모>



자료 : 식품의약품안전청 2011

<그림-4. 국내 특수의료용도식품 주요수입 국가(2009년)>

국가	수입건수	중량(kg)	금액(\$)
캐나다	34	917,008	2,303,670
네덜란드	23	265,165	699,791
일본	11	5,610	141,522
미국	33	4,722	40,308
영국	17	4,292	292,322
소계	118	1,196,797	3,477,613



자료 : 한국식품공업협회 2009

□ 국내에 수입되고 있는 특수의료용도식품의 수입국 중 캐나다 전체수입량의 66.24%로 가장 비중이 높았으며, 네덜란드가 20.12%로 캐나다와 네덜란드로부터 수입되는 특수의료용도식품이 전체 수입량의 86.36%를 차지하고 있음.

Ⅲ. 국내 주요 업체 동향

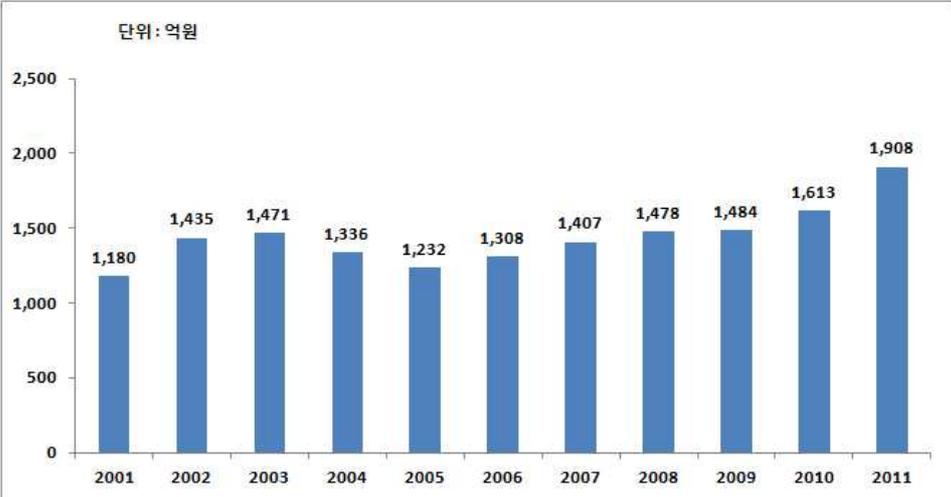
□ 특수의료용도식품의 해외시장은 애보트, Mead Johnson, 노바티스 등 다국적 기업들이 세계시장을 주도하고 있으며, 그밖에 Sherwood Medical, 네슬레 등 많은 경장영양 전문회사들이 시장을 형성하고 있음.

□ 국내의 환자용 식품은 정식품의 ‘그린비아’를 효시로 하여 1991년부터 환자용 식품이 시중에 판매되고 있으며, 이후 대상 건강사업본부

뉴케어가 ‘뉴케어’ 제품을 출시하면서 정식품, 대상, 애보트, 한국메디칼푸드 등 4개의 업체가 환자용 식품 시장을 주도하고 있음.

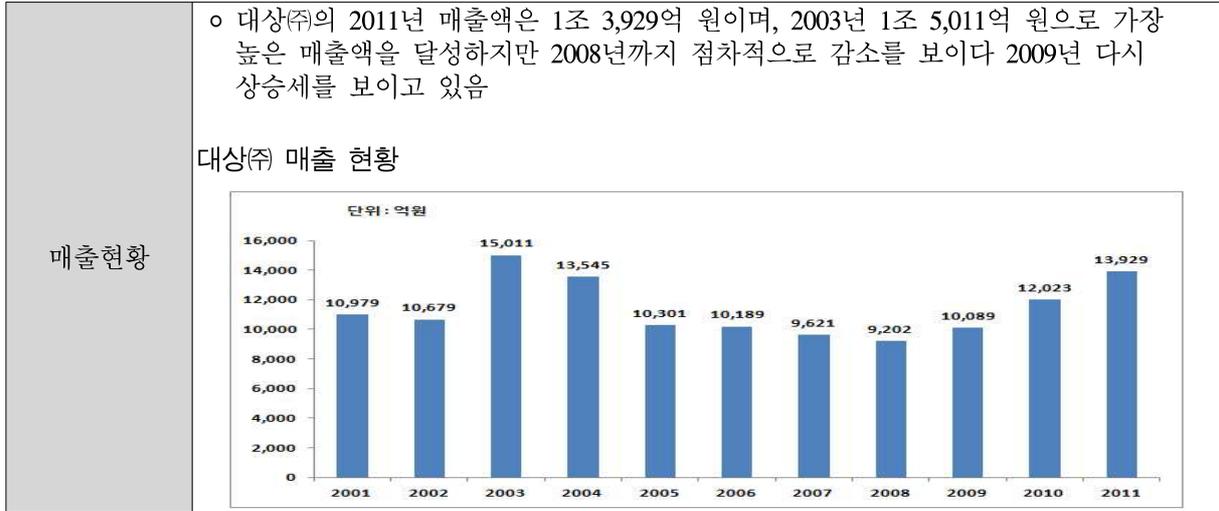
□ (주)정식품(www.vegemil.co.kr)

기업명	(주)정식품				
설립일	1973년	자본금 규모 (2010년)	91억원	상시종업원수	616명
기업현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1973년 배지밀 개발 신갈공장 준공하여 대량 생산체제 구축 ○ 1985년 배지밀 수출 ○ 1991년 환자식 특수영양식품 ‘그린비아’ 생산 및 판매 ○ 현재 자회사로써 (주)자연과 사람들, 주식회사 오썸, (주)보니또 코리아 통해 지속적인 사업확장이 이루어지고 있으며, 사회공헌을 위한 재단법인 해춘장학회를 1984년 설립함 ○ (주)정식품에서 제공하는 환자용 식품은 영양균형식과 특수영양식으로 구분되며 총 9가지의 제품이 출시 				
주요제품	○ 그린비아는 1990년 이전 외국 제품에만 의존하던 국내 환자용 특수영양식 시장에서 한국인의 체질과 입맛에 맞게 개발된 경장영양 제품으로 1991년 출시를 통해 국내 상업용 경장영양식 시장을 주도				
	<주요제품>				
	그린비아 하이프로틴		그린비아 화이바		그린비아 티에프
					
	고단백 영양 균형식		식이섬유 강화 환자식		경관 급식 전용 환자식
	그린비아 알디 플러스		그린비아 알디		그린비아 디엠
					
	투석 신장 질환자용		비투석 신장 질환자용		당뇨 환자용
	그린비아 요오드 제한식		그린비아 알티에이치		그린비아 연하솔루션
					
갑상선 질환자용		경관급식전용 환자용		연하곤란 환자용	

주요제품	그린비아 알디 플러스		그린비아 알디		그린비아 디엠																											
																																
	투석 신장 질환자용		비투석 신장 질환자용		당뇨 환자용																											
	그린비아 요오드 제한식		그린비아 알티에이치		그린비아 연하솔루션																											
																																
	갑상선 질환자용		경관급식전용 환자용		연하곤란 환자용																											
	그린비아 마일드 케어 단호박		그린비아 마일드 케어 검은참깨		그린비아 마일드 케어		그린비아 1.5																									
																																
	완전 영양 균형식		완전 영양 균형식		완전 영양 균형식		고농축 균형영양식																									
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 질환 및 용도에 따라 여러 종류의 제품을 개발하여, 환자의 특성에 맞는 세심한 영양 공급을 통해 환자뿐만 아니라 직장인, 노약자 및 일반인들에게 영양 공급이 가능 ○ (주)정식품의 2011년 매출액은 1,908억 원으로 2004년부터 2005년에는 매출액이 감소하였으나 2006년부터 꾸준한 매출액 증가세를 보이고 있음 																															
	<p>(주)정식품 매출 현황</p>  <table border="1"> <caption>단위: 억원</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액 (억원)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2001</td><td>1,180</td></tr> <tr><td>2002</td><td>1,435</td></tr> <tr><td>2003</td><td>1,471</td></tr> <tr><td>2004</td><td>1,336</td></tr> <tr><td>2005</td><td>1,232</td></tr> <tr><td>2006</td><td>1,308</td></tr> <tr><td>2007</td><td>1,407</td></tr> <tr><td>2008</td><td>1,478</td></tr> <tr><td>2009</td><td>1,484</td></tr> <tr><td>2010</td><td>1,613</td></tr> <tr><td>2011</td><td>1,908</td></tr> </tbody> </table>								연도	매출액 (억원)	2001	1,180	2002	1,435	2003	1,471	2004	1,336	2005	1,232	2006	1,308	2007	1,407	2008	1,478	2009	1,484	2010	1,613	2011	1,908
	연도	매출액 (억원)																														
2001	1,180																															
2002	1,435																															
2003	1,471																															
2004	1,336																															
2005	1,232																															
2006	1,308																															
2007	1,407																															
2008	1,478																															
2009	1,484																															
2010	1,613																															
2011	1,908																															
<p>매출현황</p>																																

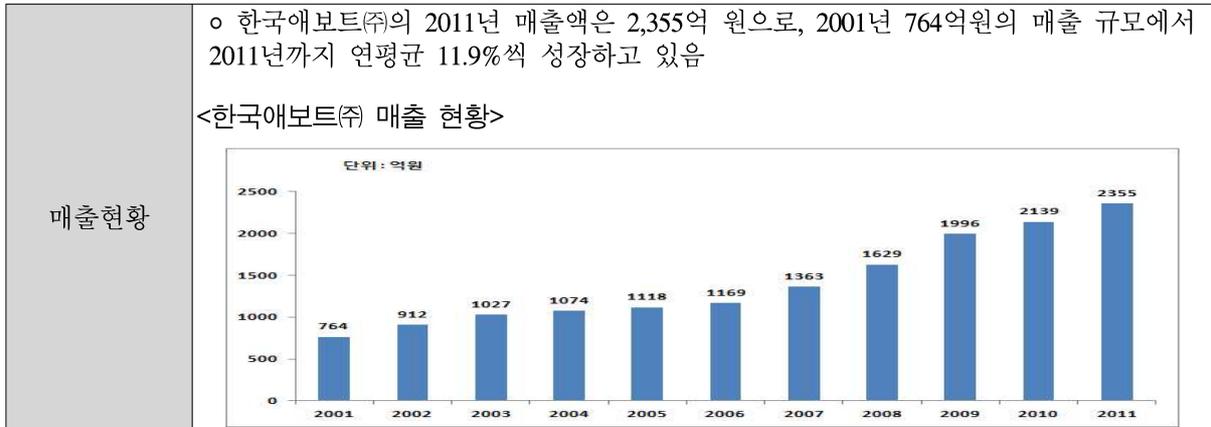
□ 대상㈜(www.daesang.co.kr)

기업명	대상㈜				
설립일	1956년	자본금 규모 (2010년)	360억원	상시종업원수	3,176명
기업현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1956년 동아화성공업주식회사 설립, 1986년 (주)미원으로 상호 변경, 1997년 상(주)로 상호 변경 ○ 1962년 국내 최초로 발효법에 의한 글루타민산 생산기술 개발을 후 MGS, L-페닐알라닌, L-글루타민 등 20여종의 각종 아미노산과 핵산 등의 제조기술을 개발 ○ 2007년 국내 최초 한국형 우주식품을 개발 				
주요제품	<ul style="list-style-type: none"> ○ 종합식품사업, 바이오사업, 전분당사업, 건강사업, 케터링사업 커피사업의 6가지 사업분야를 중심으로 국내 25개의 자회사를 보유 ○ 대상㈜에서 판매되고 있는 특수의료용도식품은 대상Wellife를 통해 ‘뉴케어’라는 브랜드를 통해 전문식, 일반식, 점도증진제로 구성되어 있음 				
	<주요제품>				
	뉴케어 구수한맛	뉴케어 기맛	뉴케어 검은깨 맛	뉴케어 홍삼맛	뉴케어 커피맛
					
	특수의료용도식품	특수의료용도식품	특수의료용도식품	특수의료용도식품	특수의료용도식품
	뉴케어당노식	뉴케어 화이바	뉴케어 300TF	뉴케어하이프로틴	뉴케어 칼로리
					
	환자용균형영양식	환자용균형영양식	환자용균형영양식	환자용균형영양식	환자용균형영양식
	뉴케어 이디	뉴케어 이디 플러스	뉴케어 이바 RTH	뉴케어 당노식 DM RTH	뉴케어 300TF RTH
					
신경질환자용식품	신경질환자용식품	튜브급식환자용	튜브급식환자용	튜브급식환자용	
뉴케어 로미 퍼펙트	뉴케어 로미 퍼펙트	뉴케어 로틴 퍼펙트	뉴케어 트로미 퍼펙트		
					
특수의료용도식품	특수의료용도식품	특수의료용도식품	특수의료용도식품		
○ (대상㈜는 특수의료용도식품 관련 제품으로 뉴케어를 통해 19가지의 제품을 출시					



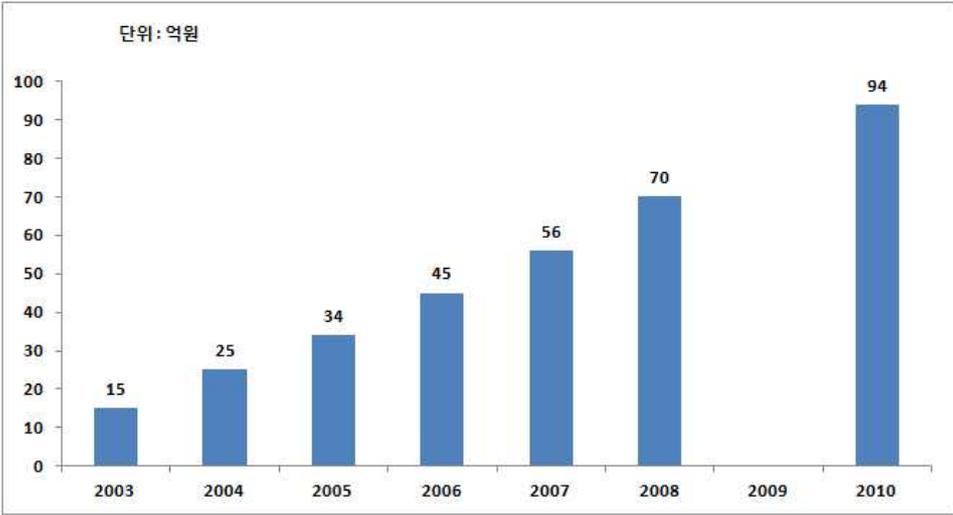
□ 한국애보트(주)(www.abbott.co.kr)

기업명	한국애보트(주)				
설립일	1980년	자본금 규모 (2010년)	30,935백만원	상시종업원수	341명
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국애보트(주)는 미국 시카고에 본사를 둔 Abbott사의 한국 지사로 1980년 설립돼 1988년 100% 현지 투자 법인으로 전환 ○ 미국에 본사를 둔 Abbott사는 1888년 설립된 기업으로써 생명과 관련된 모든 부분에 대한 제품과 서비스를 제공하고 있으며, 현재 전세계 130여 개국에 지사를 두고 83,000여명의 종업원으로 구성된 글로벌 기업임 ○ 한국 내 주요 사업부문은 제약 사업부, 영양 사업부, 진단 의학 사업부, 당뇨 사업부로 구성 				
주요제품	○ 한국애보트(주)의 영양 사업부에서 특수의료용도식품이 판매되고 있으며, 소아영양제품과, 의료영양제품으로 제품이 분류되어 있음				
	<주요제품>				
	앤슈어® 액		제비티		제비티 알티에이치
	경장영양제		환자용 균형영양식(튜브급식)		환자용 균형영양식(튜브급식)
앤슈어® 파우더		글루서나		폴리코즈	
환자용 균형영양식		특수영양액		영양보충급원	
○ 한국애보트(주)에서 판매되고 있는 의료영양제품은 경장영양제, 표준영양제, 특수영양액, 영양보충급원으로 분류되어 6가지의 특수의료용도식품이 소비자에게 제공되고 있음					



□ (주)한국메디칼푸드(www.kmfweb.co.kr)

기업명	(주)한국메디칼푸드				
설립일	1996년	자본금 규모 (2010년)	740백만원	상시종업원수	22명
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> ○ (주)한국메디칼푸드는 1996년 설립되었으며, 창립초기에는 유럽 Nutricia사, 일본의 Healthy Food사와의 제품개발 협력을 통해 2000년 ‘메디푸드 스탠다드’ 제품을 특수의료용도식품 시장에 출시 ○ 2002년 미국 Hormel Heath Labs사, 일본 Funpun 사와 공동 제품개발이 이루어졌으며 2006년 국내 최초의 성분 영양식 ‘모노웰’을 출시 ○ (주)한국메디칼푸드는 질병의 예방과 치료에 있어 필요한 영양관리를 위한 식품 개발에 중점을 두고 환자용 식품 사업을 주 사업영역으로 함 				
주요제품	○ (주)한국메디칼푸드의 주요 제품은 환자용 제품, 소아용 제품, 일반인용 제품으로 제품군이 분류되어 있으며 주로 경장영양식으로 구성되어 있음				
	<주요제품>				
	메디푸드 스탠다드	메디푸드 엘디	메디푸드 글루트롤	메디푸드 1.5	
	표준균형영양식	등장성 경관 영양식	당뇨환자용 균형영양식	고농축 균형영양식	
	메디푸드 당뇨식 글루트롤 1.5	모노웰	메디푸드 RTH 경관식 엘디 400	네오케이트	
당뇨환자용 고농축 영양식	장질환자용 가수분해 식품	환자균형 영양식	아미노산 균형영양식		
실버웰 검은깨맛	실버웰 그린 브로콜리맛	떠먹는 영양푸딩고단백 무스웰	메디푸드 미니웰		
경구보충제	경구보충제	경구보충제	환자균형 영양식		

주요제품	프로맥스	하이칼	엠씨티 오일	듀오칼																		
																						
	단백질 보충제	탄수화물 보충제	지방 보충제	탄수화물 및 지방 보충제																		
	햇 앤 소프트 플러스	테크앤이지	토로미업A	토로미 파워스마일																		
																						
	고령화 보조식품	점도증진제	점도증진제	점도증진제																		
	식이섬유이지	피케이유 아나믹스 인펀트	로렌조 오일	군분국수																		
																						
	식이섬유 보충제	페닐케톤뇨증 환자용	점도증진제	특수전분 가공식품																		
	<p>○ (주)한국메디칼푸드에서 출시된 환자용 특수의료용도식품은 균형 영양식, 단일영양식, 성분영양식, 경구영양보충식, 점도증진제, 대사질환 제품으로 분류되어 총 24개의 제품으로 구성되어 있음</p> <p>○ (주)한국메디칼푸드의 2010년 매출액은 94억 원으로, 2003년 15억 원 매출 규모에서 2010년까지 연평균 30%씩 성장하고 있음</p> <p style="text-align: center;"><(주)한국메디칼푸드 매출 현황></p>																					
	<p>단위: 억원</p>  <table border="1"> <caption>2003년~2010년 매출액 추이 (단위: 억원)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액 (억원)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2003</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>2004</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>2005</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>2006</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>56</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>94</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">*2009년 매출액 정보는 공개 되지 않은 것으로 조사됨</p>				연도	매출액 (억원)	2003	15	2004	25	2005	34	2006	45	2007	56	2008	70	2009	-	2010	94
	연도	매출액 (억원)																				
2003	15																					
2004	25																					
2005	34																					
2006	45																					
2007	56																					
2008	70																					
2009	-																					
2010	94																					

IV. 일본 시장 현황 및 규모

2006년 전체 인구 중 65세 이상 인구 비율이 20%를 넘으며 세계에서 가장 먼저 초고령사회에 진입한 일본은 현재 노인건강기능식품 시장이 활성화되어 빠르게 성장함에 따라 국내와는 다르게 환자용 식품 시장보다 그 규모가 매우 크고 비교적 높은 성장률을 보이고 있음

- 일본은 초고령화 사회의 도래로 인해 건강에 대한 관심이 매우 높으며, 이로 인해 일본의 건강기능식품에 대한 소비자 1인당 지출 비용은 전 세계에서 가장 높고, 건강유지와 질병의 예방차원에서 건강 기능식품을 소비하고 있음.
- 식품과 먹거리를 통한 영양 보충, 기능성 Needs 충족에 대한 관심이 높은 편이나 최근 식품 안전에 대한 위기의식 강화와 경기침체로 인해 건강기능식품 시장이 약간의 정체시기를 경험하고 있음.
- 경기침체로 저 가격대 상품 출시 등 제품의 다양화가 극대화 되고 있으며, 최근에는 미용 유지를 위한 기능성 식품 시장의 큰 성장이 예상되고 있음.
- 최근 건강한 라이프스타일 및 Wellness 관련 제품에 대한 관심이 급증하면서 체중조절, 신진대사 스트레스 관리 및 미용제품 등의 기능성 식품 시장의 성장이 예상되고 있음.
- 일본 기능성 식품 시장의 키워드는 피부미용, 실버세대 관절, 음료, 대사증후군, 아이케어, 멘탈케어, 면역 등으로 나타남.
- 일본의 건강기능식품 시장은 미용과 관절이 강력한 키워드로 자리매김하면서 콜라겐, 히알루론산, 글루코사민 등의 인기가 특히 높은 것으로 나타남.
- 급격한 고령화 인구 증가 추세로 실버 시장 중 개호(介護)식품¹⁾ 시장이 블루 오션에 떠오르고 있으며 특별용도 식품²⁾, 유니버설디자인푸드(UDF)³⁾의 발달로 인해 노인용 및 환자용 건강기능 식품시장규모는 매년 지속적인 성장세를 나타내고 있음.
- 일본 고령자 식품 시장규모는 2007년 68,159 백만엔에서 연평균 성장률 11.7%의 높은 성장률로 2010년 95,003 백만엔을 나타내고 있으며, 2016년 156,000 백만엔 시장을 형성할 것으로 전망되고 있음.
- 또한 환자용식품 시장규모는 2007년 27,310 백만엔에서 연평균 5.6% 성장률로 2016년 44,650 백만엔 시장을 형성할 것으로 전망되고 있어 지속적으로 고령자 및 환자용 식품 시장규모는 성장될 것으로 전망됨.
- 일본의 식품 업계는 병원 등 의료시설에 국한되어왔던 고령자용 식품 개발에서 탈피하여, 고령자 개개인을 위한 식품 개발을 개시 하고 있음.
- 주스·미음·스프·푸딩 등 유동식품(liquid food) 과 젤리 등이 고령자 식품 시장에서 차지하는 매출이 2011년 연간 1,000억 엔의 시장을 돌파 하였음.

1) 개호식품은 고령자가 먹기 쉽게 연하고 걸쭉하게 만든 식품으로, 삼키는 기능장애로 식사량이 감소해 생기는 영양실조, 탈수증상은 물론 모르고 잘못 삼킨 음식으로 발생하는 폐렴을 막기 위해 개발된 식품
 2) 고혈압이나 신장질환을 앓고 있는 자를 위해 나트륨을 줄이거나, 단백질 제한을 필요로 하는 신장질환자를 위해 단백질을 저하시킨 식품 및 유아용, 임산부용, 고령자용 등 특별 용도에 적합하다는 표시를 후생 노동대신이 허가한 식품
 3) 씹는 힘이 나 삼키는 힘이 약해진 사람도 먹기 쉽도록, 단단한 정도를 4단계로 구분해, 통상보다 작게 만든다든지 페이스트 상태로 만들어 재료를 연하게 가공한 식품

<그림-5. 일본 고령자식품 및 환자용식품 시장규모>



출처 : 시드 플래닝 “고령자/환자용 식품 시장 종합분석 조사 2010 (2010年版 高齢者/病者用食品市場総合分析調査)

- 유동식품은 현재 대부분 병원이나 간병시설에서 사용되지만, 재택 간병 수요의 증가로 인해 가정에서도 이용할 수 있는 식품 수요가 늘어날 전망이다.

는 새로운 산업 분야에 진출하는 기업이 증가되고 있음.

- 아동 인구 감소로 식품 시장이 침체되어 있는 가운데, 일본의 주요 식품 기업들은 고령화에 따라 시장 확대가 예상되는 영양식 비즈니스를 강화하는 움직임을 보이고 있음.

V. 일본 주요 업체 동향

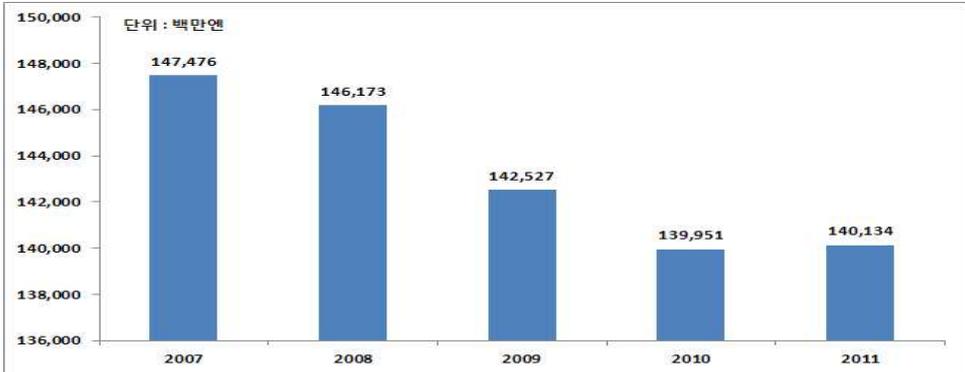
- 저출산 고령화 영향으로 급식 및 식품 수요가 전반적으로 감소하는 가운데 고령자 식품이라

- 유니버설 디자인 푸드 형태의 특징인 기존 모양은 유지하고 씹는 기능이 약한 고령자가 쉽게 먹을 수 있도록 부드럽게 만들고 있으며, 고령자의 미각 둔화를 고려해 단맛을 가미한 식품을 주로 생산하고 있음.

<그림-6. 일본 유니버설 디자인 푸드 제품>

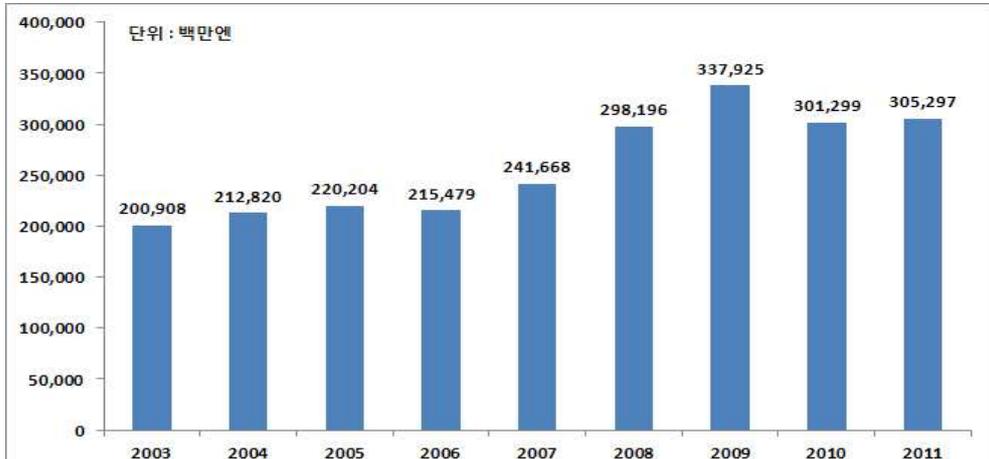


□ 마루하 니치로 식품(www.food.maruha-nichiro.co.jp)

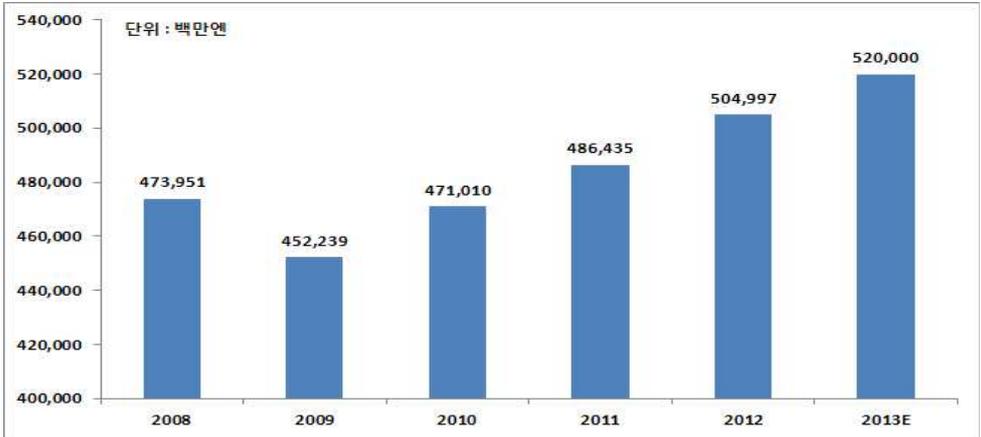
기업명	마루하 니치로 식품														
설립일	1914년	자본금 규모 (2010년)	12,224백만엔	상시종업원수											
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> ○ 마루하 니치로 식품은 2011년 4월 메디컬 케어 영업부를 신설, 개호식 사업을 독립된 조직 체제하로서 강화 하고 있으며, 개호 냉동식 분야의 리딩 컴퍼니로서 해당 분야의 50% 점유를 목표로 두고 있음 ○ 유니버설 디자인 푸드 구분에 준거한 가공 완료 개호 냉동식 라인업은 현재 57개 품목에 달하고 있으며, 그중 업무용은 3시리즈 36품, 재택용 21품목으로 다양한 품목을 보유하고 있음 														
주요제품	마쿠로카라 DHA·EPA (まぐろからDHA70)	마쿠로카라 DHA·EPA (まぐろからDHA·EPA)	이키이키DHA (イキイキDHA)	신카이찌메카라스구스구렌 (深海鮫からスクワレン)											
															
	두뇌발달영양제	두뇌발달영양제	두뇌발달영양제	두뇌발달영양제											
	코소도로이 (コンドロイチン&)	DNA(화학) (DNA(核酸))	이와시카라 EPA (いわしからEPA)	CC콜라겐5000 (C.C.コラーゲン5000)											
															
	영양보충제	영양보충제	영양보충제	건강지원식품											
	CC콜라겐5000 (ナチュラルビューティ SCP)	아이부레타 (アイブレタ)	이소후라Q부레타 (イソフラQブレタ)												
															
이너뷰티제품	건강보조식품	건강보조식품													
매출현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전 매출 중 업무용 ‘부드러운 소재(어류, 육류, 온야채, 야채, 디저트 등 30품목)이 약 90%를 차지하고 있음 ○ 마루하 니치로 식품은 2007년 1,475억엔의 규모에서 2010년 1,400억엔으로 하락세를 보였으나 2011년 1,401억엔의 규모로 재성장하고 있는 것으로 나타남 														
	<p><마루하 니치로 식품 매출 현황></p>  <table border="1"> <caption>마루하 니치로 식품 매출 현황 (단위: 백만엔)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2007</td> <td>147,476</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>146,173</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>142,527</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>139,951</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>140,134</td> </tr> </tbody> </table>				연도	매출액	2007	147,476	2008	146,173	2009	142,527	2010	139,951	2011
연도	매출액														
2007	147,476														
2008	146,173														
2009	142,527														
2010	139,951														
2011	140,134														

특 집 (1)

□ 닛신 오일리오(www.nisshin-oillio.com)

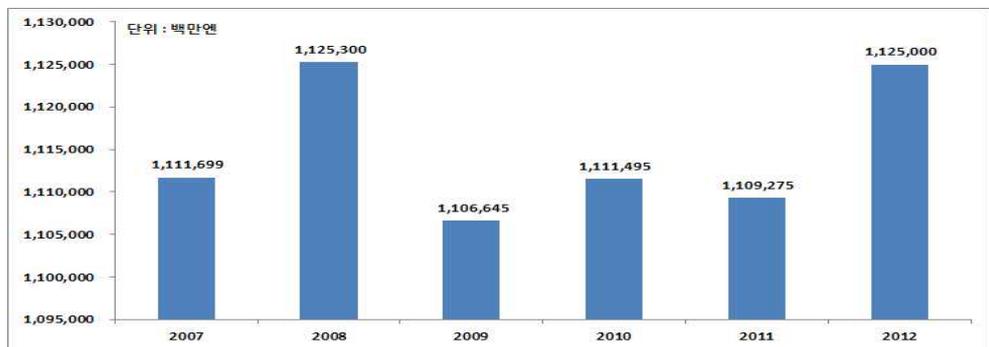
기업명	닛신 오일리오																							
설립일	1907년	자본금 규모 (2011년)	16,332 백만엔	상시종업원수	2,771명																			
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> ○ 닛신 오일리오 기업은 1907년에 창립하여 식용유 판매의 선두 주자로서 계속적으로 국제 기업 그룹의 실현을 향해 건강식품 사업 정밀화학 사업, 콩 식품 소재 사업을 전개 하고 있음 - 아시아를 중심으로 건강 기름판매, 해외 거점의 확충 등을 통한 정밀 화학 사업을 강화 하고 있음 																							
주요제품	레나케어MCT함유 (レナケア-MCT入)	칼로리 믹스 (カロリーミックス)	정일 MCT 파우더 (日清MCTパウダー)	토우필 (トウフィール)																				
																								
	개호식품	에너지보급음료	에너지보충식품	에너지보충식품																				
	토로미앗 퍼펙트 (トロミアップパーフェクト)	토로미앗 퍼펙트EN (トロミアップパーフェクトEN)	소프트앳푸 (ソフトアップ)	제리 퍼펙트 (ゼリーパーフェクト)																				
																								
	개호식품	개호식품	개호식품	개호식품																				
	메타세부 (メタセブ)	쿠잇쿠코라젠 (クイックコラーゲン)	야스라기케이코코로부리 (やすらぎ系ココロサプリ)	비타민 E (ビタミンE)																				
																								
건강지원식품	건강보조식품	건강보조식품	건강보조식품																					
매출현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 닛신 오일리오 2011년 매출액은 3,053억엔으로, 2003년 2,009억엔 매출액 규모에서 2011년까지 연평균 5.4%씩 성장하고 있음 <p><닛신 오일리오 매출 현황></p>  <table border="1"> <caption>닛신 오일리오 매출 현황 (단위: 백만엔)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2003</td> <td>200,908</td> </tr> <tr> <td>2004</td> <td>212,820</td> </tr> <tr> <td>2005</td> <td>220,204</td> </tr> <tr> <td>2006</td> <td>215,479</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>241,668</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>298,196</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>337,925</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>301,299</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>305,297</td> </tr> </tbody> </table>				연도	매출액	2003	200,908	2004	212,820	2005	220,204	2006	215,479	2007	241,668	2008	298,196	2009	337,925	2010	301,299	2011	305,297
연도	매출액																							
2003	200,908																							
2004	212,820																							
2005	220,204																							
2006	215,479																							
2007	241,668																							
2008	298,196																							
2009	337,925																							
2010	301,299																							
2011	305,297																							

□ 큐피(www.kewpie.co.jp)

기업명	큐피																	
설립일	1919년	자본금 규모 (2012년)	195,928 백만엔	상시종업원수	2,585명													
주요연혁	<p>○ 큐피社は 1919년 도쿄도 나카노 구小瀧 마을 식품 공업(주)을 설립하여, 각종 식품의 제조 가공을 시작으로 1998년 10월 개호식을 발매하여, 지속적인 시리즈 개발을 통해 다양한 메뉴를 확보하고 있음</p> <p>- 1990년대 후반부터 재택개호의 증가를 예측해 시장에 진입한 이후, 2000년에 개호보호법이 시행된 후 양관점 등으로 유통구조를 확대함</p>																	
주요제품	히아로모이스차 bio (ヒアロモイスターbio)	란이우코린하츠라츠카 (卵黄コリン はつらつ力)	히아루론산&글루코사민 (ヒアルロン酸&グルコサミン)	켄키세뽀 (元氣セブ)														
																		
	영양보조식품	영양보조식품	영양보조식품	영양보조식품														
	차네후 REF-P1 (ジャネフ REF-P1)	스바우토츠키 REF-P1 (スパウト付き REF-P1)	애플리화이버 (アップルファイバー)	차네후 K-5S (ジャネフ K-5S)														
																		
노인영양관리	노인영양관리	노인영양관리	유동식															
매출현황	<p>○ 큐피社の 경우 2009년 4,522억엔 매출액 규모에서 연평균 3.7%씩 성장하여 2012년 매출액은 5,050억엔으로 나타나고 있으며, 2013년 매출액은 5,200억엔으로 예상하고 있음</p> <p><큐피 매출 현황></p>  <table border="1"> <caption>큐피 매출 현황 (단위: 백만엔)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액 (백만엔)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>473,951</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>452,239</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>471,010</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>486,435</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>504,997</td> </tr> <tr> <td>2013E</td> <td>520,000</td> </tr> </tbody> </table>				연도	매출액 (백만엔)	2008	473,951	2009	452,239	2010	471,010	2011	486,435	2012	504,997	2013E	520,000
연도	매출액 (백만엔)																	
2008	473,951																	
2009	452,239																	
2010	471,010																	
2011	486,435																	
2012	504,997																	
2013E	520,000																	

특 집 (1)

□ 메이지유업(www.meinyu.co.jp)

기업명	메이지유업																	
설립일	1917년	자본금 규모 (2008년)	33,640 백만엔	상시종업원수	4,531명													
주요연혁	<p>○ 메이지유업은 1928년 이래로 좋은 품질의 우유와 음료를 공급하며 건강관리요구에 부응하여 제품의 다양성을 확보하며 성장한 기업임</p> <p>- 주요 생산제품은 시유 5종, 발효유 6종, 멸균유 3종 등이 있으며 완전자동화 및 고능력의 위생적인 생산설비를 갖춘 무인화 공장으로 한국, 중국 등 유업체들의 대표적인 벤치마킹 공장임</p>																	
주요제품	메이지인스로 (明治インスロー)	메이지인스로Z팩쿠 (明治インスロー Zパック)	메이지리넨LP 코히 (明治リーナレンLPコーヒー)	메이지메이바란스1.0 (明治メイバランス1.0)														
																		
	당조절 유동식	당조절 유동식	단백질·당조절 유동식	영양조절식품														
	메이지메이바란스1.0 Z 팩쿠 (明治メイバランス1.0 Zパック)	메이지메이바란스1.0 Ws 팩쿠 (明治メイバランス1.0 Wsパック)	메이지메이바란스 R BLUE E300 · W500 (明治メイバランスR BLUE E300 · W500)		메이지메이바란스1.5EZ 팩쿠 (明治メイバランス1.5EZパック)													
																		
	영양조절식품	영양조절식품	영양조절식품		영양조절식품													
	메이지메이바란스 미니 L (明治メイバランスMini L)	메이지PG메이쿠 (明治PGメイク)	메이지메이바란스부릿쿠제리 (明治メイバランスブリックゼリー ストロベリー味)	메이지메이바란스탄바쿠 제리 (明治メイバランスたんぱくゼリー 青りんご味)														
																		
영양조절식품	조정식품	젤리타입 영양식		젤리타입 영양식														
매출현황	<p>○ 메이지유업은 2009년 저가격 요구에 부응한 성분조정 우유 출시를 통해 2009년 매출액 11,066억엔에서 2012년 매출액은 11,250억엔으로 상승함</p> <p><메이지유업 매출 현황></p>																	
	 <table border="1"> <caption>메이지유업 매출 현황 (단위: 백만엔)</caption> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>매출액 (백만엔)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2007</td> <td>1,111,699</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>1,125,300</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>1,106,645</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>1,111,495</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>1,109,275</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>1,125,000</td> </tr> </tbody> </table>					연도	매출액 (백만엔)	2007	1,111,699	2008	1,125,300	2009	1,106,645	2010	1,111,495	2011	1,109,275	2012
연도	매출액 (백만엔)																	
2007	1,111,699																	
2008	1,125,300																	
2009	1,106,645																	
2010	1,111,495																	
2011	1,109,275																	
2012	1,125,000																	

- 수산가공식품으로 알려진 ‘일본수산’은 식재료 조직을 유지한 채 세포를 분리하는 특허 기술을 사용하여, 일반 요리 형태이면서 혀로 으깬 수 있는 부드러움을 유지한 생선 가공식품을 출시하였음.
- 현재 고령자를 주요 타겟으로 건강기능식품 시장에 참여하고 있는 대기업 식품 브랜드들은 주로 요양식, 개호식의 확대 및 강화를 추진하고 있으며, 다양한 마케팅 방법을 통해 제품 판매를 주력하고 있음.
- 쇼핑이나 조리가 곤란한 고령자를 위해 밸런스를 맞춰 완성된 음식을 자택까지 배달해주는 ‘타쿠쇼쿠’ 서비스 및 30대가 중심이 되고 있던 소량 포장, 통신판매 등 다양한 마케팅을 확대 하고 있음.