



Brief

발행일 2012. 9. 17 발행처 한국보건산업진흥원 발행인 고경화

보건산업브리프 Vol. 40

통계분석 | 정책제도 | 동향전망

주요국 기능성식품 소재의 동향과 소비자 트렌드

식품산업정책팀
문주석

I 배경 및 목적 ...

국내 건강기능식품의 시장은 건강관심 고조, 인구고령화 등에 힘입어 매년 큰 폭으로 성장하고 있으며, 동 산업을 보다 더 육성·발전시키기 위해서는 글로벌 시장진출 방안을 모색해야 함

건강기능식품산업 환경의 불확실성이 예상되는 FTA와 나고야의정서 등 국제협약 대응에 대한 국가 차원의 대응방안 마련과 국내대표 기능성 소재 및 브랜드 발굴을 위한 R&D 지원 확대가 필요함

건강기능식품이 국민건강에 미치는 질병예방, 건강개선 효과 등 산업체에서 필요로 하는 객관적인 통계자료의 확보가 필요함

- ◎ 건강에 대한 관심고조, 삶의 질 향상, 인구고령화에 따른 만성질환 증가와 질병예방 개념의 도입 등으로 “자가 관리(Self care)”를 위한 건강기능식품의 사회적 필요성과 수요가 지속적 증가
 - Nutrition Business Journal(12)의 자료에 따르면, '10년 세계시장규모는 약 3,014억 달러 추정되며, 연평균 6.6%의 성장을 기록하고 있음
 - 식품의약품안전청(12)의 자료에 의하면 국내 건강기능식품 시장규모는 1조3,682억원(11)으로 전년대비 약 28.2% 성장하였음
- ◎ 고령사회 진입에 따른 건강기능식품산업 성장 전망
 - 베이비부머 은퇴에 따른 고령인구의 급속한 확대, 노인 인구의 증가로 건강기능식품 및 고령친화 제품 등 새로운 식품의 영역으로 부각
 - 만성질환 예방 등 건강한 고령 생활을 위한 식품개발 촉진
- ◎ FTA, 나고야 의정서 체결 등으로 국내제품 원가상승 요인 발생
 - 한-미, 한-중 FTA 체결, 생물다양성협약 제10차 ‘유전자원 접근 및 이익분배(ABS)에 관한 나고야 의정서’ 채택 등으로 국내 건강기능식품산업도 피해산업으로 분류되고 있어, 이에 대한 국가 차원의 대응방안이 필요함
- ◎ 따라서 건강기능식품산업의 중요성이 부각되는 현 시점에서 국내외 건강기능식품 시장동향, 국내외 기능성 소재 동향, 국내외 소비자 트렌드 등을 조사·분석하여 건강기능식품산업 정책 수립과 국내 건강기능식품 산업체에 대해 내수 및 해외진출에 필요한 기초자료를 제공하고자 함

II 자료 및 분석방법 ...

◎ 분석대상 : 세계 건강기능식품 판매액, 국내 건강기능식품 생산실적, 개별인정형 인정현황, 소비자 실태조사

◎ 자료출처 :

1. Nutrition Business Journal, NBJ's Global Supplement & Nutrition Industry Report, USA (2012)
2. 2011년 건강기능식품 생산실적 분석결과, 식품의약품안전청 (2012)
3. 건강기능식품의 기능성소재 인정 현황, 식품의약품안전청 (2012)
4. 건강기능식품 주요 국가별 시장동향 분석, 보건복지부 (2011)
5. 건강기능식품산업 육성 지원, 한국보건산업진흥원 (2011)
6. 건강기능식품 소비자 실태 및 시장구조 조사, 바이오푸드 네트워크 (2011)

◎ 분석방법 : 건강기능식품 판매금액, 국내 건강기능식품 생산실적, 기능성소재 인정 현황, 주요 국가별 시장동향, 소비자 실태조사 등을 분석

III 분석내용 ...

1. 국내외 건강기능식품의 시장 동향

◎ 세계 건강기능식품의 시장

건강기능식품의 분류기준에 따라 세계 시장규모의 추정에는 차이가 있지만, Nutrition Business Journal('12)의 자료에 따르면, '10년 세계시장규모는 약 3,014억불로 추정됨. 건강기능식품 시장 규모는 '06년 2,332억불 규모에서 '10년 약 3,014억불로 연평균 6.6%의 성장을 기록하고 있음. 연평균 성장율은 동유럽/러시아(11.7%)가 가장 높았으며, 그 다음 라틴아메리카(11.6%), 중국(11.4%)순으로 나타났음

〈표 1〉 지역별 세계 건강기능식품 규모 (2006~2010)

(단위 : 백만불)

지역	지역	2007년	2008년	2009년	2010년	성장률
미국	87,199	97,399	105,939	110,626	117,117	7.7
서유럽	65,750	71,203	76,306	77,056	78,912	4.7
일본	37,303	37,066	38,309	39,551	42,169	3.1
캐나다	5,846	6,354	6,838	7,149	7,631	6.9
중국	9,770	10,920	12,144	13,340	15,033	11.4
기타 아시아	10,325	11,236	12,114	13,160	14,725	9.3
라틴아메리카	6,069	6,921	7,931	8,442	9,420	11.6
호주/뉴질랜드	4,487	5,144	5,788	6,117	6,755	10.8
동유럽/러시아	4,042	4,819	5,669	5,781	6,291	11.7
중동	1,268	1,432	1,601	1,677	1,809	9.3
아프리카	1,107	1,218	1,326	1,403	1,524	8.3
합계	233,166	253,711	273,966	284,303	301,386	6.6

출처 : Nutrition Business Journal, NBJ's Global Supplement & Nutrition Industry Report, USA (2012)

◎ 국내 건강기능식품의 시장

식품의약품안전청(12)의 자료에 의하면, '11년 건강기능식품 생산액은 1조 3천682억원으로 '10년 대비 (1조 671억원) 28.2% 증가하였음. 또한, 건강기능식품 수출액은 '10년도 460억원에서 '11년 556억원으로 21.0% 증가한 것으로 나타났음

〈표 2〉 국내 건강기능식품 생산현황 (2007~2011)

구 분	총 생산액 (억원)	총 생산량 (톤)	내수용		수출용	
			생산액(억원)	생산량(톤)	생산액(억원)	생산량(톤)
2007	7,235	10,578	6,888	10,239	346	339
2008	8,031	13,687	7,516	12,990	514	697
2009	9,598	19,885	9,184	19,293	415	592
2010	10,671	25,361	10,211	24,994	460	367
2011	13,682	40,258	13,126	39,611	556 ¹⁾	647
'11/'10(%)	28.2	58.7	28.5	58.5	21.0	76.3

출처 : 식품의약품안전청, '건강기능식품 생산실적 분석결과' (2012)

주 1) 1\$ = 1,108원 (2011)

건강기능식품의 연도별, 품목별 상위 품목의 생산액은 홍삼제품이 7,191억원으로 전체의 52.6%를 점유하며 1위를 차지했고, 그 다음으로는 비타민 및 무기질(1,561억원), 개별인정형제품(1,434억원), 알로에 제품(691억원), 오메가-3 제품(509억원)의 순이었음. 특히 감마리놀렌산 제품은 223억원으로 전년 대비 139.8%나 늘어나 괄목할만한 성장세를 나타내었음

〈표 3〉 국내 건강기능식품 품목별 총 생산현황 (상위 10품목)

(단위 : 억원)

구 분		총 생산액					증가율 ('11/'10,%)
		2007	2008	2009	2010	2011	
총 액		7,235	8,031	9,598	10,671	13,682	28.2
1	홍삼	3,284	4,184	4,995	5,817	7,191	23.6
2	비타민 및 무기질	604	531	761	991	1,561	57.5
3	개별인정형(밀크씨슬 등)	249	416	800	1,129	1,435	27.1
4	알로에	797	639	648	584	691	18.4
5	오메가-3 지방산 함유 유지	142	266	334	348	509	46.2
5품목 누적		5,076	6,036	7,538	8,869	11,387	28.4
6	프로바이오틱스	174	190	254	317	405	27.8
7	인삼	348	413	364	341	381	11.7
8	감마리놀렌산	187	145	108	93	223	139.8
9	가르시니아캄보지아 추출물 ¹⁾	-	-	-	208	207	△0.5
10	식이섬유	3	1	99	117	116	△0.9
10품목 누적		5,788	6,785	8,363	9,945	12,719	27.9
11	기타품목	1,447	1,246	1,235	726	963	32.6

출처 : 식품의약품안전청, '건강기능식품 생산실적 분석결과' (2012)

1) '10.1.1일부터 개별인정형 품목에서 고시형 품목으로 재분류



2. 국내외 기능성 소재 동향

◎ 세계 기능성 소재 동향

1) 미국

- 미국식품과학회(IFIT)에 따르면 미국 기능성식품 시장의 키워드는 아동, 파이토케미컬즈 (phytochemicals), 50대 이상의 실버 세대, 유기농, 스포츠 연계, 저지방, 무설탕, 저인슐린, 글루텐 제거, 자연친화 등이라고 보고하였음



[그림 1] 미국 기능성식품 시장의 키워드

- 가장 인기를 끌고 있는 품목은 프로바이오틱스, 비타민, 오메가 3 제품을 들 수 있음
 - 프로바이오틱스는 미국 식이보충제 시장의 23%를 차지하고 있을 정도로 비중이 큼. 특히 유럽에서 성공한 프로바이오틱스 제품이 미국에서도 유행하는 공식이 통하고 있음. 비타민은 종합비타민이 46억불, 단일제 형태의 비타민이 40억불 정도의 규모를 형성하고 있음. 단일 비타민 중에서는 비타민 B가 가장 각광받고 있으며 비타민C, 비타민 D가 뒤를 잇고 있음. 오메가-3 제품 역시 해마다 가파른 성장세를 보이고 있음

2) 일본

- 일본 기능성식품 시장의 키워드는 피부미용, 실버세대, 관절, 음료, 대사증후군, 아이케어, 멘탈케어, 면역 등으로 정리할 수 있음
 - 일본의 건강기능식품 시장은 미용과 관절이 강력한 키워드로 자리매김하면서 콜라겐, 히알루론산, 글루코사민 등의 인기가 특히 높음



[그림 2] 일본 기능성식품 시장의 키워드

- 일본 건강산업신문이 기능성식품 주문자 생산방식(OEM)기업을 대상으로 '11년 상반기 인기소재와 하반기 예상 인기소재를 조사한 결과, 콜라겐과 글루코사민이 6년 연속 상반기 인기소재 투톱 체제를 고수한 것으로 나타났음

3) 중국

- 중국 기능성식품 시장의 키워드는 급성장, 기능성 음료, 노인인구 증가, 질병케어 등이었음



[그림 3] 중국 기능성식품 시장의 키워드



- 기능성식품의 판매는 각종 비타민과 미네랄 성분 등 기본적인 영양성분을 포함한 제품들이 시장에 출시되면서 본격적으로 시작되었음. 소비자들은 비타민과 같은 미량원소 보충과 신체기능 활성화, 질병예방 등을 기대하며 보건의식품을 구입하는 것으로 밝혀지고 있음
- 최근 기능성 식품의 종류는 더욱 다양해져 오메가-3 지방산, 식물 추출물, 콩·단백질, 레시틴, 아미노산 등의 제품들이 소비자 시장에 등장했음

4) 서유럽

- 유럽 역시 웰빙 트렌드의 꾸준한 확산에 따라 식료품 시장에 있어서도 기능성 식품소재 및 건강 식품시장이 소비트렌드를 주도할 것으로 여겨짐. 서유럽 지역 기능성식품 시장의 키워드는 비만, 인터넷, 대체요법, 고품격 등으로 정리할 수 있음



[그림 4] 유럽 기능성식품 시장의 키워드

- 영국은 비만인구가 증가하고 있는 가운데 영국인의 3분의 1 수준이 과체중인 것으로 조사됐으며, 20% 정도가 위험한 비만 수준임. 이로 인해 기능성식품 시장은 확대될 가능성이 높음
- 독일은 비타민과 무기질, 강장제 이외에 대체요법, 허브요법 제품들이 각광받고 있음. 최대한 몸에 무리를 주지 않고 질병에 걸리지 않는 몸 상태를 유지하려는 것으로 기능성식품 시장의 가파른 성장을 예상하게 함

◎ 국내 기능성 소재 동향

- 기능성 소재 국내개발 증가 추세
 - '11년 인정된 기능성 소재 총 42건 중 국내개발 소재는 12건으로 국내개발 비중이 '08년 이후 증가하는 추세로서, 특히 유산균발효다시마추출물(간 건강)을 비롯하여 당귀등 추출복합물(기억력 개선) 등 국내 소재를 이용한 신규 개발소재가 다양해졌음. 또한, '11년에 새롭게 인정된 기능성은 '방광의 배뇨기능 개선(호박씨추출물등복합물)'이었음

〈표 4〉 '04년~'11년 기능성소재 인정 현황(년도별)

(단위 : 건수)

구분	'04년	'05년	'06년	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	총계
총 기능성소재	9	23	29	36	84	97	68	42	388
신규 소재	9	15	20	16	17	30	20	13	140
기존 소재	0	8	9	20	67	67	48	29	248
신규 기능성	9	4	2	4	1	2	2	1	25

출처 : 식품의약품안전청, '건강기능식품의 기능성원료 인정 현황' (2012)

* 신규 소재 : 당해 연도에 처음으로 인정된 소재

** 신규 기능성 : 당해 연도에 처음으로 인정된 기능성

〈표 5〉 '04년~'11년 기능성소재 인정 현황(수입/국내 제조)

(단위 : 건수)

구분	'04년	'05년	'06년	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	총계
수입	4	15	19	27	65	73	50	30	283
국내 제조	5	8	10	9	19	24	18	12	105
국내 %	56	35	35	25	23	25	27	29	278

출처 : 식품의약품안전청, '건강기능식품의 기능성원료 인정 현황' (2012)

〈표 6〉 '11년도 기능성 내용별 인정 현황

기능성 내용	건수
피로 개선	9
체지방 감소	6
혈당 조절	5
뼈관절 건강, 기억력 개선, 간 건강	각 3건
갱년기 여성 건강, 운동수행 능력 향상, 장 건강, 혈중 중성지방 개선, 혈행 개선	각 2건
긴장 완화, 방광의 배뇨기능 개선, 눈 건강, 요로 건강, 피부 건강	각 1건

출처 : 식품의약품안전청, '건강기능식품의 기능성원료 인정 현황' (2012)



3. 국내외 소비자 트렌드

○ 세계

1) 미국

- 미국의 기능성식품 시장 트렌드는 건강기능식품 품목의 다양화, 라이프스타일을 향상시킬 수 있는 기능성식품의 소비, 스포츠 시장과의 연계 및 어린이 건강시장규모 확대, 성별, 연령 및 인종에 따른 기능성 식품의 차별화, 체중조절제품, 포만감지속/식욕저하 제품의 성장, 자연식품의 선호 등으로 정리할 수 있음
- 약 4%에 해당하는 미국 인구가 식이보충용제품을 왕성하게 섭취하는 것으로 나타났으며, 전체 인구 중 32%는 자주섭취, 23%는 경우에 따라 섭취, 19%는 가끔 섭취, 그리고 26%는 섭취하지 않는 것으로 조사되었음

2) 일본

- 초고령화 사회의 도래로 인해 건강에 대한 관심이 매우 높으며, 이로 인해 일본의 건강기능식품에 대한 소비자 1인당 지출 비용은 전 세계에서 가장 높고, 건강유지와 질병의 예방 차원에서 건강 기능식품을 소비하고 있음. 식품과 먹거리를 통한 영양 보충, 기능성 니즈 충족에 대한 관심이 높은 편이나 최근 식품안전에 대한 의의의식 강화와 경기침체로 인해 건강기능식품 시장이 일부 감소하였음
- 최근 건강한 라이프스타일 및 wellness 관련 제품에 대한 관심이 급증하면서 체중조절, 신진대사, 스트레스 관리 및 미용제품 등의 기능성식품 시장의 성장이 예상되고 있음

3) 중국

- 소득수준의 증가, 건강에 대한 관심 고조, 노령인구 증가에 따라 중국에서 보건의식품의 성장이 점차 예상되고 있으며, 특히 여성, 어린이, 중년, 고령 인구를 중심으로 보건의식품 소비가 이루어지고 있음
- 보건의식품 전문연구소(’09)에 따르면, 건강식품을 사용하는 주 연령층에 대한 질문에 응답자의 63.5%가 노년층임
 - 보건의식품을 소비하는 소비자들은 국내에서 생산된 제품보다 외국에서 수입된 제품을 선호하는 것으로 나타났음. 노령 소비자들은 국내에서 생산된 제품이나 외국 수입제품 보다 중국 전통 의약품(Traditional Chinese Medicine)을 더 선호하는 것으로 나타났음

4) 베트남

- 소비자의 소비패턴에서 주목되는 부분은 계속되는 경제성장으로 인해 국민들의 생활수준이 향상되고 있고, 이에 따라 소비자들은 건강에 관심이 높아지고 있으며 관련품목의 매출이 증가하였음
- 건강관련 제품에 대한 소비는 ’09년 이후 급증했으며, 소비자들의 건강에 대한 기준도 크게 향상되고 있음
- 다만, 중산층의 소비자들은 품질에 대한 신뢰가 높은 수입제품을 선호하는 반면, 저소득 계층의 소비자들은 베트남 현지업체의 비교적 저렴한 건강기능식품을 선호하는 편이었음

① 국내

1) 기능성 소재별 시장구조

구입·섭취한 건강기능식품의 기능성소재는 홍삼, 비타민류, 오메가 3 순으로 나타났으며, 금액 기준으로 상위 5개 기능성소재가 전체 시장에서 약 80%를 차지하고 있으며, 상위 10개 기능성소재를 누적할 경우 93%임

〈표 7〉 기능성 소재별 시장구조

(단위 : %)

성분별 시장	섭취율 (복수 응답)	구입율 (복수 응답)	금액 구성비
홍삼	44.7	44.6	46.8
비타민류	36.3	36.1	13.4
오메가 3	23.9	22.0	9.9
글루코사민	10.9	9.4	5.0
알로에	5.5	5.6	4.9
상위 5개 성분 누적			79.9
칼슘	12.8	13.1	3.5
클로렐라	4.1	4.1	2.9
식이섬유	2.0	2.4	2.3
스쿠알렌	2.0	2.0	2.3
감마리놀렌산	3.7	3.6	1.6

출처 : 바이오푸드 네트워크, '건강기능식품 소비자 실태 및 시장구조 조사' (2011)

2) 제형별 시장구조

구입자의 제형별 시장구조를 보면, 정제형(57.7%), 액상/음료 제형(39.0%), 연질캡슐(21.8%)순으로 구입하였음. 금액 기준으로 보면, 액상/음료 제형(39.4%), 정제형(33.2%), 연질캡슐(11.0%)순으로 나타났음

〈표 8〉 제형별 시장구조

건강기능식품 형태별 시장	구입자 수 (복수 응답)	구입자 구성비	시장 규모 (6대 도시)	금액 구성비
단위	명	%	금액(억원)	%
총계	551	100.0	19,944	100.0
액상/음료형태	215	39.0	7,852	39.4
정제형	318	57.7	6,627	33.2
연질캡슐	120	21.8	2,203	11.0
젤리, 카라멜 형태	36	6.5	1,112	5.6
분말형/과립형	35	6.4	1,010	5.1
하드 캡슐	31	5.6	553	2.8
환	14	2.5	505	2.5
기타	5	0.9	82	0.4

출처 : 바이오푸드 네트워크, '건강기능식품 소비자 실태 및 시장구조 조사' (2011)

3) 유통채널별 시장구조

유통채널별 시장구조를 보면, 소비자들은 주로 방문판매(33.4%)를 통해 구입하며, 건강기능식품 전문판매점(26.3%), 약국(15.8%)를 통해 구입하였음. 금액 기준으로 보면, 건강기능식품 전문판매점 (29.6%), 방문판매(23.9%), 다단계 판매(11.0%)순으로 나타났음

〈표 9〉 유통 채널별 시장구조

유통 채널별 시장	구입자 수 (복수 응답)	구입자 구성비	시장 규모 (6대 도시)	금액 구성비
단위	명	%	금액(억원)	%
총계	551	100.0	19,944	100.0
건강기능식품 전문판매점	145	26.3	5,907	29.6
방문판매	184	33.4	4,762	23.9
다단계 판매	71	12.9	2,186	11.0
TV 홈쇼핑	65	11.8	1,685	8.5
인터넷 쇼핑몰	45	8.2	1,167	5.9
대형 할인점	48	8.7	1,149	5.8
백화점	39	7.1	1,135	5.7
약국	87	15.8	1,020	5.1
제조사/판매회사 홈페이지	10	1.8	513	2.6
광고 보고 전화 주문	2	0.4	27	0.1
기타	19	3.4	383	1.9

출처 : 바이오푸드 네트워크, '건강기능식품 소비자 실태 및 시장구조 조사' (2011)

IV 요약 및 시사점

- ◎ 국내 건강기능식품의 시장규모는 건강관심 고조, 인구고령화 등에 힘입어 매년 큰 폭으로 성장하고 있음. 동 산업을 보다 더 육성·발전시키기 위해서는 글로벌 시장진출 방안을 모색해야 함

 - 진출 대상국가에 대한 시장매력도, 진입 가능성, 운용 용이성 등을 고려한 평가
 - 건강기능식품 인·허가 및 마케팅 활동 지원을 위한「수출지원센터」 운영 및 지원
 - 수출 Know-how 제고를 위한 인프라 구축
 - 국내 소재 기반 대표 브랜드 발굴 및 육성, 지원

- ◎ 국내 대표 기능성 소재 및 브랜드 발굴을 위한 R&D 지원 확대가 필요함

 - 해외 수출용 제품의 생산액과 생산량은 매년 증가하고 있으나, '홍삼', '프로바이오틱스'를 제외하곤 국내 대표 브랜드가 거의 없음
 - 건강기능식품 인·허가 획득시까지 투입되는 고비용에 비해, 정부부처의 건강기능식품 연구개발비 증가 미약
 - ※ '건강기능식품' 개발하여 시장 출시하는 경우 최소 5~7억원 소요

- ◎ 건강기능식품이 국민건강에 미치는 질병예방, 건강개선 효과 등 객관적인 통계자료의 확보가 필요함

 - 식약청의 '생산실적 분석결과'와 민간 차원의 '건강기능식품 소비자 실태조사' 등이 정보가 공개되고 있으나, 급증하는 산업체의 요구도를 만족시키지 못함. 이에 대한 수요 조사·분석을 통한 산업체가 필요로 하는 실질적인 통계자료 생산 필요
 - 또한, 건강기능식품산업 주변환경을 둘러싸고 있는 거시·미시 분석을 통하여 시장성을 고려한 연구, 제품화 지원 필요
 - ※ 거시분석 : 건강기능식품 섭취에 따른 '건강영향평가'
 - ※ 미시분석 : 시장, 소비자, 유망 트렌드 분석 등

- ◎ 건강기능식품산업 환경의 불확실성이 예상되는 FTA와 나고야의정서 등 국제협약 대응에 대한 국가 차원의 대응방안 마련이 필요함

 - 국내 유망 기능성 소재를 대상으로 인체적용시험 지원 등 「제품화지원센터」구축, 기능성 소재 종합정보 DB 확대를 통해 기술개발 촉진 인프라 강화

- ◎ 집필자 : 식품산업정책팀 문주석
- ◎ 문의 : Tel. 043-713-8483
- ◎ 본 내용은 연구자의 개인적인 의견이 반영되어 있으며, 한국보건산업진흥원의 공식견해가 아님을 밝혀둡니다.
- ◎ 본 간행물은 보건산업통계포털(<http://www.khiss.go.kr>)에 주간단위로 게시되며 PDF 파일로 다운로드 가능합니다.

KHISS
 보건산업통계시스템
www.khiss.go.kr