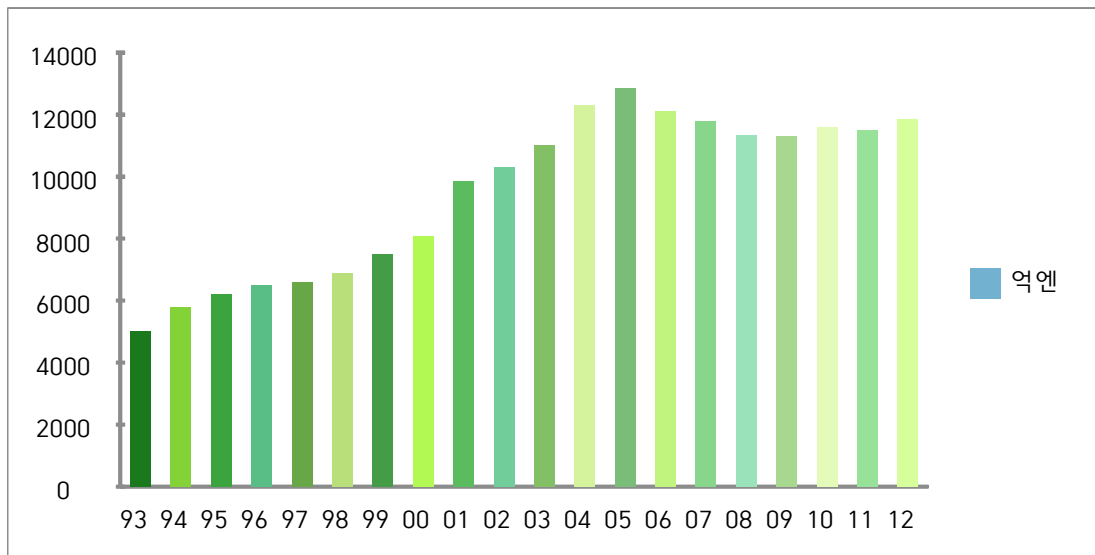


신기능성표시제도와 건강식품 시장 전망

오사카aT센터 탐센 5호(2015.2.2.)

건강식품 시장 규모

● 1988년~2012년 일본 건강식품 시장 추이



- 최대 규모인 12850억 엔을 기록한 2005년 이후, 약간의 감소추세를 보이고 있지만, 2009년도 이후는 회복추세라고 볼 수 있음. 게다가 2015년 4월부터 실시될 신기능성표시제도 도입으로 인해 시장규모는 2~3배로 성장할 것으로 예상하는 기업도 존재함

● 2015년 4월 신기능성표시제도 도입

- 건강식품 이용자가 증가 (일반소비자들의 60% 가까이가 서플리먼트를 일상적으로 섭취)
- 기존의 기능성제품 인증 대상 품목은 “영양기능식품” 그리고 “특정보건용식품(통칭: 도쿠호)”의 2가지
- 영양기능식품은 국가 규격에 적합한 영양기능제품(비타민 12종류/미네랄 5종류 한정)으로 해당되는 제품이 매우 적음. 도쿠호도 마찬가지로 시간과 비용이 상당히 걸린다는 문제점이 있음
- 건강식품이 소비자들의 눈길을 끌고 있는 가운데, 서플리먼트를 포함한 모든 건강식품을 법적으로 정의하고 소비자들이 용도를 고려해 구입하고 안전하게 사용할 수 있게끔 한다는 것이 신기능성표시제도의 목적
- 2012년 성장전략 제3 연설에서 건강식품 관련 규제개혁에 대해 언급한 아베 총리 말에 따르면 “국민 스스로가 스스로의 건강을 지킨다. 그러기 위해서는 정확한 정보가 제공되어야 하고 그것은 당연한 일” 이라고 하며, “이번 개혁은 국가로부터 직접 인증을 받지 않았더라도 상품에 기능성표시가 가능한

미국의 사례”를 참고로 진행해온 것으로 보임 (*이번 제도는 1994년 미국에서 성립된 DSHEA법을 참고로 함)

- 또한, TPP 체결에 따라 수입이 늘어날 것으로 예상되는 미국산 건강식품 (특히 서플리먼트)에 대한 대책이기도 함

미국의 건강식품시장 확대 성공 사례

● 미국 DSHEA 성립 배경

- 1994년 미국에서는 당시 클린턴 정권 하, Dietary Supplement Health and Education Act(=DSHEA)를 성립시켜 서플리먼트 규제개혁을 실시
- DSHEA 서문에서는 “건강 향상 및 질병 예방에 있어 영양소의 중요성 그리고 서플리먼트 효용이 급속히 과학적으로 입증되고 있다”고 성립 근거를 설명. 또한 안전성에 있어 제품에 문제가 있는 경우에는 엄격하게 다루어야 하지만, 서플리먼트 산업이 미국경제 성장에 꼭 필요한 것이라는 것을 고려해, 안전한 상품 판매 및 소비자들에게 적절한 정보제공을 하는 데 피해가 될 규제를 해서는 안 된다고 정하고 있음
- 그 후, 미국 서플리먼트 시장은 약 17년 만에 3배 이상 시장이 확대됨

구분	1994년	2013년
시장규모	약8900억엔	약3조2400억엔
상품 수	약4000	55,000 이상(2013년 정보)
이용자 비율	50%	65%(2010년 정보)

● 신기능표시제도와와의 차이점

- 우선 가장 큰 차이점은 “교육”이라고 할 수 있음
- 미국 DSHEA에 있어서는 법명에 교육이라는 말이 있는 만큼, 미국 서플리먼트 시장의 성장 요인은 서플리먼트에 관한 기초지식을 향상시키기 위해 학교교육을 실시하였다는 점에 있음
- 이번 신기능성표시제도에서는 교육에 관해서 한마디도 언급되지 않고 있기 때문에 관계자들은 부정적으로 평가하는 경우가 많음

일본 국내 주목 건강 식품

- 정부의 성장전략으로 인해 좋게도 나쁘게도 환경이 바뀔 것으로 예상되는 일본 건강식품 시장이지만, “건강 지향”은 2015년도 일본 식품시장 성장 키워드이기도 함
- 특히 시리얼, 도쿠호(특정보건용식품)관련 제품은 시장규모가 전년 대비 7%이상 성장할 것으로 예상됨

●시리얼

- 변비 예방에 좋거나 건강효과를 가진 “그레놀라”를 중심으로 소비자들에게 인기를 끌고 시장이 급속히 확대
- 쌀과 빵이 일반적이었던 일본의 조식문화에서 제3의 조식으로써 자리를 잡기 시작함
- 다양한 그레놀라 제품이 판매되는 가운데 과일이나 대두와 섞어서 먹는 과일그레놀라, 대두그레놀라 등이 인기를 끄며, 소비자들은 우유와 같이 먹거나, 간식으로서 먹기 편하도록 “그레놀라 바”로 조리하는 것이 유행하고 있음. 게다가 그레놀라를 이용한 카레 레시피까지 등장하였음
- 짧은 시간 안에 준비하고 먹을 수 있는 조식, 달달해도 건강하게 먹을 수 있는 간식, 건강을 중시한 저녁/점심 등이 인기를 끌고 있다고 해석됨

		
과일 그레놀라	그레놀라 바	그레놀라 카레

● 건강 음료 - 도쿠호를 중심으로

- 도쿠호 관련 음료제품은 2012년에 출시된 기린 멧츠코카콜라가 크게 히트한 것을 계기로 제2차 붐이 계속되고 있음

		
도쿠차 (산토리)	식사와 같이 줘로쿠차W(아사히)	카라다 스코야카 차W(코카콜라)
연간 1,200만 c/s 판매(2014년)	연간 180만 c/s 판매(2014년)	-
체지방을 줄임	식사 후, 혈당치 상승과 중성지방 흡수를 완화해줌	지방 흡수를 억제함 당질 흡수를 완화해줌

- 또한, 칼피스 브랜드에 있어서는 “웰치”나 “장까지 도달하는 강함의 유산균”, “지키고 일하는 유산균” 등 건강 기능성 음료가 좋은 결과를 남겼음

		
웰치	장까지 도달하는 강함의 유산균	지키고 일하는 유산균
- 친한 보라색은 폴리페놀이 많은 증거 - 폴리페놀은 레드와인 등에 있어도 주목을 받고 있는 건강 성분.	- 칼피스사에서 개발된 유산균 "뿌레미아가세리 균 CP2305"를 사용 - 지방분이 없는 깔끔한 맛을 가진 유성음료	오래전부터 유산균을 과학해온 칼피스사에서 많은 균주에서 엄선된 “L-92 유산균”을 배합한 유성음료

시사점

<추가 조사 필요 사항>

- 신기능성표시제도로 인해 **금년도 일본 식품계가** 어떻게 달라질지 해석할 필요가 있음
- 신기능성표시제도를 어떻게 보는지 **각계 각 사 움직임을** 알 필요가 있음
- 신기능성표시제도 실시에 있어, **미국의 DSHEA법에** 대해 깊이 알 필요성이 있음
- 2015년2월초에 발표될 신기능성표시제도 공식 지침 한일 번역 필요

<전망>

- 실제로 건강식품은 일본 소비자들의 눈길을 끌고 있으며, 이번 제도로 인해 시장이 확대될 가능성도 있음
- 한국산 또는 한식 중에는 영양이 많아 세계건강식품으로서 인정을 받고 있기에, 시장조사나 마케팅 등을 잘한다면 성공 가능성이 높을 것으로 생각됨

*일본식품신문(2015년1월7일), 일본식품신문(2015년1월21일) 참고

[문의 : 오사카aT센터 / 에우라 아즈사 osakalog@atcenter.or.jp]