

[2021년 해외 이슈조사]

한국 농식품의 기능성표시식품 진출방안

조사보고서

2021년 11월

aT 한국농수산물유통공사

도쿄지사

〈조사 요약〉

[조사목적]

건강에 대한 소비자 요구가 높아지고 있는 가운데, 성장이 계속되는 일본의 기능성 표시 식품시장에 대한 조사를 통해, 경쟁력 있는 한국 농식품의 발굴 및 일본 시장에서의 차별화 전략을 제안하여, 수출 확대 기반을 구축하는 것을 목적으로 함

[조사 기간]

2021년 9월~10월

[조사방법]

- 기능성 표시 식품 전개 · 검토 사업자(한국기업, 일본기업)에 대한 설문 조사
- 당사 보유 데이터 재분석
- 공적 데이터 등의 수집 · 분석
- 기존 정보의 수집 · 분석
- 기존 인터넷 소비자조사의 재분석(2021년 8월에 실시한 당사 조사자료 활용)

[조사담당]

주식회사 야노경제연구소 푸드사이언스유닛 푸드그룹

〒164-8620 도쿄도 나카노구 혼초 2-46-2 나카노사카우에 센트럴빌딩

TEL : 03-5371-6919

FAX : 03-5371-6963

<조사결과 개요>

- 일본인의 건강지향이 높아지는 가운데, 건강을 어필한 식품시장이 계속 확대하고 있으며 전체 시장규모는 2020년도 1조 3,678억 엔(전년도 대비 0.3% 증가), 2021년도는 1조 3,875억 엔(전년도 대비 1.1% 증가)이 될 것으로 전망
- 일본의 건강지향 식품으로는 국가에서 정한 제도인 「보건기능 식품」과 제도 외의 식품이 유통되고 있으며 제도 외의 식품에 대한 감독관청의 감시가 강화되어 단속 건수가 증가하고 있음. 한편 「보건기능 식품」 중에서는 사업자 책임하에 감독관청인 소비자청에 신고하여 수리되면 기능성 표기 유통이 가능한 「기능성 표시 식품」 시장이 확대되고 있음
- 2015년에 시작한 「기능성 표시 식품」 제도는 신선식품과 건강보조제(이하 서플리먼트 supplement) 형태 및 일반 가공식품이 대상임. 수리 건수는 서플리먼트 형태가 가장 많고, 다음으로 일반 가공식품, 신선식품 순이지만, 신선식품은 기능성 관여 성분량을 충족시키는 것이 큰 과제로 수리 건수가 적음.
- 기능성 표시 식품에는 소비자의 신체상 고민에 대한 건강 기능표시를 확대하여 기능 표시를 전면에 내세운 광고·홍보에 의해 매출을 올리는 상품이 있음
- 기능성 표시 식품의 건강 기능 내용으로는 성별 및 나이와 관계없이, 소비자 대부분이 고민하는 정장(整腸) 및 체지방·중성지방 건수가 많고, 인지기능 및 보행 기능 등 노화에 따른 고민에 대응한 기능성 표시 식품의 매출이 증가하는 경향을 보임. 또한, 지금까지 개발이 어려웠던 「면역」을 기능으로 내세운 기능성 표시 식품이 수리되면서 COVID-19 상황 속에서 소비자의 관심이 높은 기능으로써 사업자의 주목을 받고 있음
- 인터넷 소비자조사 결과를 보면 성별에서는 남성보다 여성이, 연령대에서는 신체의 변화를 느끼기 쉬운 중년층부터, 건강과 장수에 관심이 높은 연령대에서 건강식품의 섭취 및 지출금액 비율이 높았고 기능성 표시 식품에 관한 관심도 높았음
- 한국산 식품도 기능성 표시 식품으로 수리된 건수가 증가하고 있으며, 기능성 표시 식품의 신고를 지원하는 일본의 식품 CRO(Contract Research Organization/기능성 식품 개발업무 수탁 기관)와 협업하여 기능성 표시 식품의 수리가 이루어지고 있음
- 확대하는 기능성 표시 식품시장은 일본 사업자도 적극적인 상품개발과 전개를 진행하고 있어, 경쟁이 치열해지고 있음. 기능성 표시 식품의 주 대상층이면서 한국문화에 대한 친근감이 높은 중장년 여성에 대해, 연령대별 적합한 정보취득, 상품인지 수단을 파악한 후, 점포 및 무점포 판매에서의 판촉 및 홍보 수단을 구축하는 것이 중요함
- 한국산 식품의 최대 경쟁상대인 일본산 식품에 대한 대책으로는, 한국산 식품의 품질 및 맛의 우수성, 독자성을 발휘할 수 있는 식품에 있어서 그 특징에 기능성 표시 식품의 건강 기능 가치를 부여하고, 한국의 식문화와 일체화한 홍보를 하여 일본의 중장년 여성을 중심으로 한 수요를 확보하는 것이 중요함

목 차

조사결과 개요

요약

1. 일본의 건강식품 및 기능성 시장의 개요	1
가. 일본의 건강식품·기능성 시장의 위치	1
나. 건강·기능성 시장의 시장규모 추이와 예측	3
다. 건강·기능성 시장의 각 시장 특징, 수입품의 진입 가능성·난이도	4
2. 일본에 등록된 기능성 표시 식품 분석	5
가. 시장규모 추이와 예측	5
① 총 시장규모	5
② 종류별	6
③ 기능별	7
나. 기능성 표시 식품의 수리 건수 추이	9
① 총 수리 건수	9
② 종류별	10
③ 기능별	11
④ 관여성분별	15
다. 기능성 표시 식품의 전개 방법 분석	16
① 대상 식품에 함유된 기능성 성분 평가	16
② 체계적 문헌 고찰이 존재하는 건강·기능성 성분 첨가	17
라. 기능성 표시 식품 신고까지의 흐름	19
3. 일본인의 성별·연령대별의 신체상 고민과 기능성 표시 식품에 관한 관심도	20
가. 소비자가 신체 상태에서 신경 쓰고 있는 점·개선하고 싶은 증상	20
나. 건강식품의 섭취 현황	22
① 섭취 유무·빈도	22
② 섭취하고 있는 소재·성분	23
③ 지출금액	27
다. 기능성 표시 식품의 섭취 현황(섭취 유무·빈도)	35
라. 관심이 있는 기능성 표시, 향후 섭취 의향	29
4. 기능성 표시 식품의 주목 전개 사례	31
가. 한국산 식품의 전개 사례	31
나. 일본산 식품의 전개 사례	39

5. 한국산 식품의 기능성 표시 식품시장 진출 가능성, 식품군 검토	50
가. 한국산 식품의 기능성 표시 식품의 진출 가능성	50
나. 유망 한국산 식품군의 일본에서의 마케팅 전략	53
① 제품 형태	53
② 가격	54
③ 판로	56
④ 홍보 방법	57
6. 효과적인 기능성 표시 방법, 일본 시장에서의 차별화 전략 제안	58
가. 한국산 식품군에 대한 대상층의 관심이 높은 건강문제, 효과적인 기능성 표시 방법	58
나. 일본 시장에서의 차별화 전략 제안(한국산 식품군의 어필 포인트 등)	59

한국 농식품의 기능성 표시 식품 진출방안

요약

1. 일본의 건강식품 및 기능성 시장의 개요

- 일본인의 건강지향이 계속 높아지는 가운데 건강을 어필한 식품시장이 계속 확대되고 있으며 총 시장규모는 2020년도에 1조 3,678억 엔(전년도 대비 0.3% 증가), 2021년도는 1조 3,875억 엔(전년도 대비 1.1% 증가)이 될 것으로 전망
- 이러한 가운데 「기능성 표시 식품」 시장이 확대되고 있음. 기능성 표시 식품의 시장규모는 2020년도 3,044억 엔(전년도 대비 19.7% 증가), 2021년도는 3,278억 엔(전년도 대비 7.7% 증가)이 될 것으로 전망
- 기능성 표시 식품의 종류별 시장규모는 서플리먼트 1,631억 엔(구성비 53.6%)으로 전년도 대비 18.1% 증가, 일반 식품은 1,298억 엔(구성비 42.6%)으로 전년도 대비 23.3% 증가, 신선식품은 115억 엔(구성비 3.8%)으로 전년도 대비 5.5% 증가함
- 기능별에서 가장 큰 시장은 「체지방·체중」으로, 2020년도는 614억 7,000만 엔(전년도 대비 13.4% 증가)이었음. 폭넓은 속성에서 관심이 높은 기능으로, COVID-19 상황 속에서 운동 부족으로 인한 체중·체지방 증가에 대한 대책으로 수요가 높아짐. 그 외 기능에 대해서도 기능성 표시 식품의 수리 제품 수가 확대함에 따라 시장규모가 확대 추이를 보이며 최근 경쟁이 치열해지고 있음

2. 일본에 등록된 기능성 표시 식품 분석

- 2021년 10월 24일 기준으로 기능성 표시 식품의 총 수리 건수는 4,598건. 특히 2019년 이후 수리 건수가 증가해 2021년에도 900건을 넘을 것으로 보임. 서플리먼트, 일반 식품(가공식품), 신선식품 모두 수리 건수가 증가함
- 기능성 표시 식품의 전개 방법으로는 식품에 함유된 성분 중 기능성에 관여하는 것을 동정(同定:성분분석)해 해당 성분의 기능을 평가(증명)하는 방법과 기능성 표시 식품으로 수리된 실적이 있는 관여 성분(원료)을 배합하는 방법이 있음. 전자는 연구 문헌 조사와 사람에게 대한 임상시험 실시 등, 기능성 성분 평가에 대한 장벽이 높아 관련 전문지식이 있는 기관과 연계하는 것이 바람직함. 후자는 전개가 쉬우나 이미 기능성 표시 식품으로 판매되고 있는 품목이 많아 차별화가 어려운 점이 과제임

3. 일본인의 성별·연령대별 신체상 고민과 기능성 표시 식품에 관한 관심도

- 성별에 상관없이 20~50대에서 「피로」와 관련된 고민이 많음. 또 COVID-19의 확산 속에서 관심이 높아진 「면역 유지」는 나이가 많을수록 비율이 높음
- 건강식품(정제, 분말, 캡슐, 드링크제 형태의 건강·미용에 대한 효과가 기대되는 식품)을 현재 섭취하고 있는 사람의 비율은 전체의 28.2%이며, 성별로는 여성(30.8%)이 남성(25.8%)보다 높음. 또 연령대별로는 연령대가 올라갈수록 비율이 높고, 60대 이상은 남성(35.8%), 여성(39.0%) 모두 약 40%를 차지함
- 기능성 표시 식품의 기능성 표시내용에 관한 관심에서는 전체적으로 복부지방과 정장(整腸), 눈 건강에 관심이 높으며, 특히 젊은 층에서 비율이 높음. 한편 여성 60대 이상은 뼈 건강과 근력 유지, 콜레스테롤 등 노화와 여성 관련 고민에 대한 표시에 관심이 높음

4. 기능성 표시 식품의 주목 전개 사례

- 한국산 기능성 표시 식품 사례로 신고가 수리되거나 현재 신고가 진행 중인 사례(대상 저팬 「오이시쿠노메루 홍초(美味しく飲めるホンチョ): 맛있게 마시는 홍초」, 모심 저팬(母心ジャパン) 「에고마아부라(エゴマ油): 들기름」, 태성(太成) 「에고마노하(エゴマの葉): 깻잎」, BTGin Japan 「홍삼(紅參) Rg3」)는 모두 일본의 외부 컨설턴트(식품 CRO: Contract Research Organization/기능성 식품의 개발업무 위탁기관)와 협업하여 기능성 표시 식품에 필요한 서류 작성과 신고를 진행함. 기능성 표시 식품의 수리 실적을 일본의 소매업체 구매담당자와의 상담 시 유리한 조건으로 활용하고 있을 뿐 아니라, 여성을 중심으로 한 주요 대상층에 대한 정보안내 수단으로 기능성 표시내용을 내세우고 있음
- 일본기업의 성공사례로는 김치 사례, 면역기능으로 일본 최초의 수리 실적을 이룬 제품사례, 일본인의 관심이 높은 체중·체지방을 기능으로 한 서플리먼트, 전칠삼(田七人參)의 성분을 관여 성분으로 한 사례, 찰보리 가공식품의 사례, 신선식품인 토마토의 사례를 들 수 있음. 각 제품 모두 기능성 표시내용을 전면에 내세워 대상 소비자에게 어필하고 있으며, 일부 상품에서는 적극적인 광고 홍보로 매출을 높이고 있음

5. 한국산 식품의 기능성 표시 식품시장의 진출 가능성, 식품군의 검토

- 한국산 식품을 대표하는 김치는 이미 일본의 3개 기업에서 기능성 표시 식품의 수리 실적이 있음. 모두 김치에 함유된 유산균을 관여 성분으로 하고 있으므로 한국산 김치에 대해서도 김치에 함유된 건강 기능의 유산균을 선택해 기능성 표시 식품으로 신고할 수 있음
- 인삼에서 기대되는 면역기능에 관해서는 신고를 위한 지침이 제시되었지만, 감독관청인 소비자청에 수리되기까지의 장벽이 높아 신고할 경우 사업자의 시간과 비용부담이 크다는 점이 과제임
- 기타 한국산 식품의 경우, 신선식품에서는 토마토가 이미 기능성 표시 식품의 수리 실적이 있는 한편, 밤과 참외는 실적이 없으므로 이들에 대한 신고가 이루어진다면 일본 국내에서의 차별화가 가능함. 또한, 가공식품에서는 일본에서도 인지도가 높은 떡볶이, 삼계탕, 육개장, 전, 고추장, 인스턴트라면, 호떡, 옥수수 차에 대해 기능성 관여 성분을 배합함으로써 기능성 표시 식품으로 신고할 수 있음

6. 효과적인 기능성 표시 방법, 일본 시장에서의 차별화 전략 제언

- 한국산 식품의 주요 대상층은 한국문화에 대한 친화력이 높고 건강과 미용에 대한 의식이 높은 여성임. 그중에서도 신체 변화를 느끼기 쉬운 중년층과 건강 유지·증진과 그 대책을 적극적으로 실천하는 고령층의 포섭이 중요함
- 여성 40대 이상에서는 피부에 대한 고민과 더불어 40~50대 중년은 피로와 스트레스, 60대 이상은 노화에 따른 고민이 상위를 차지하며, 건강 유지·증진과 면역력 유지를 위한 관심도 높음
- 기능성 표시 식품의 기능표시에서 복부지방·체중과 정장(整腸)이 관심이 높은 경향을 보였고, 60대 이상에서는 노화에 따른 고민에 대한 대책 비율이 높음
- 한국산 식품의 가장 큰 경쟁상대는 일본산 식품으로, 일본산 식품과의 차별화 전략이 필수임. 한국산 식품에서 한국의 식문화를 구현한 가공식품과 가격 및 품질면에서 한국산이 우위를 가진 식품(인삼, 파프리카 등)을 기능성 표시 식품으로 전개함으로써, 한국 식품 섭취로 기대되는 건강 기능을 강조하여 일본 소비자에게 어필하는 것이 중요함

1. 일본의 건강식품 및 기능성 시장의 개요

가. 일본의 건강식품·기능성 시장의 위치(제도 및 식품 형태상의 위치 등)

<일본에서 건강·기능이 기대되는 식품의 종류>

보건기능식품 →국가가 정한 제도	기능성표시식품 (2015년~)	<ul style="list-style-type: none"> · 사업자 책임하에 과학적인 근거를 바탕으로 기능성을 표시한 식품 · 판매 전에 안전성 및 기능성에 대한 근거를 감독관청인 소비자청에 신고하여 수리된 식품
	특정보건용식품 (1991년~)	<ul style="list-style-type: none"> · 건강증진에 도움이 되는 내용이 과학적 근거에 의해 인정되어 건강기능표시가 허가된 식품. 국가가 심사하고, 감독관청인 소비자청에서 식품별로 허가를 내줌
	영양기능식품 (2001년~)	<ul style="list-style-type: none"> · 비타민·미네랄 등 정해진 영양 성분에 대해 일정 기준량을 함유한 식품에서 국가가 정한 표현에 따라 기능을 표시할 수 있음. 신고는 필요 없음
건강식품 (서플리먼트)	<ul style="list-style-type: none"> · 건강식품에 관한 법적인 정의는 없으나, 1990년대 후반에 규제가 완화됨에 따라 의약품에 사용되는 정제, 캡슐 등의 제형이 식품에도 적용이 가능해졌으며, 그런 형태로 유통되고 있는 식품. 명칭에 대해서도 「건강식품」 외에 「영양보조식품」 「기능식품」 등 다양한 이름으로 유통되고 있음 · 본 보고서에서는 건강 유지증진 및 미용 목적의 정제, 캡슐, 분말, 드링크제 형태 등의 식품을 「건강식품(서플리먼트)」으로 정의함 · 상기 외에 청량음료 및 조미료, 유제품 등의 일반 가공식품에 대해서도 건강·기능을 내세운 식품이 유통되고 있음 	

- 일본에서 건강·기능을 기대하는 식품으로는 국가가 정한 제도인 「보건기능 식품」이 있으며, 일정 조건을 갖추면 건강증진에 도움이 된다는 내용을 표시할 수 있음
- 「보건기능 식품」 외에도 건강·기능을 내세운 식품이 다수 유통되고 있으나, 법률에 따라 식품에는 「효과·효능」 표시를 금지하고 있어, 상품을 섭취함으로써 기대되는 건강·기능에 대한 지나친 광고 표현, 상품 포장지의 표기에 대해서는 감독관청의 지도·단속을 받음. 최근 감독관청의 감시가 강화되어 지도·적발 사례가 증가하고 있음
- 보건기능 식품 제도 중에서 「특정 보건용 식품」 제도는 국가가 심사하고, 소비자청에서 허가를 내주는 제도인데, 허가를 받기 위하여 걸리는 시간과 비용면에서 장벽이

높으며 표시할 수 있는 건강 기능이 제한적이어서 사업자가 이용하기 어려운 제도임. 또한 「영양 기능식품」은 지방산 1종, 미네랄 6종, 비타민 13종의 영양 성분뿐이며, 각 영양소에 표시할 수 있는 표현이 정해져 있음

- 최근 일본에서 소비자의 건강지향이 높아지는 가운데, 개발·전개가 활발한 것은 「기능성 표시 식품」임. 2015년에 시작된 「기능성 표시 식품」 제도는 사업자의 책임을 전제로 사업자가 식품의 안전성과 과학적 근거를 감독관청인 소비자청에 서류로 신고하고, 그 서류가 수리된 경우에 과학적 근거를 토대로 기능을 표시할 수 있음. 「특정 보건용 식품」에 비해 표현할 수 있는 건강·기능의 폭이 넓어져 소비자의 신체상 고민에 부합하는 기능표시가 가능해지고 「특정 보건용 식품」보다 사업자 측의 시간 및 비용 등의 부담이 적기 때문에 건강·기능이 기대되는 식품을 개발·전개하여 「기능성 표시 식품」으로 하려는 움직임이 가속화되고 있음

〈보건기능 식품과 식품 종류〉

	서플리먼트 형태※	가공식품 (서플리먼트 형태 제외)	신선식품
기능성표시식품	◎	◎	◎
특정보건용식품	◎	◎	※
영양기능식품	◎	◎	○(용기 포장)

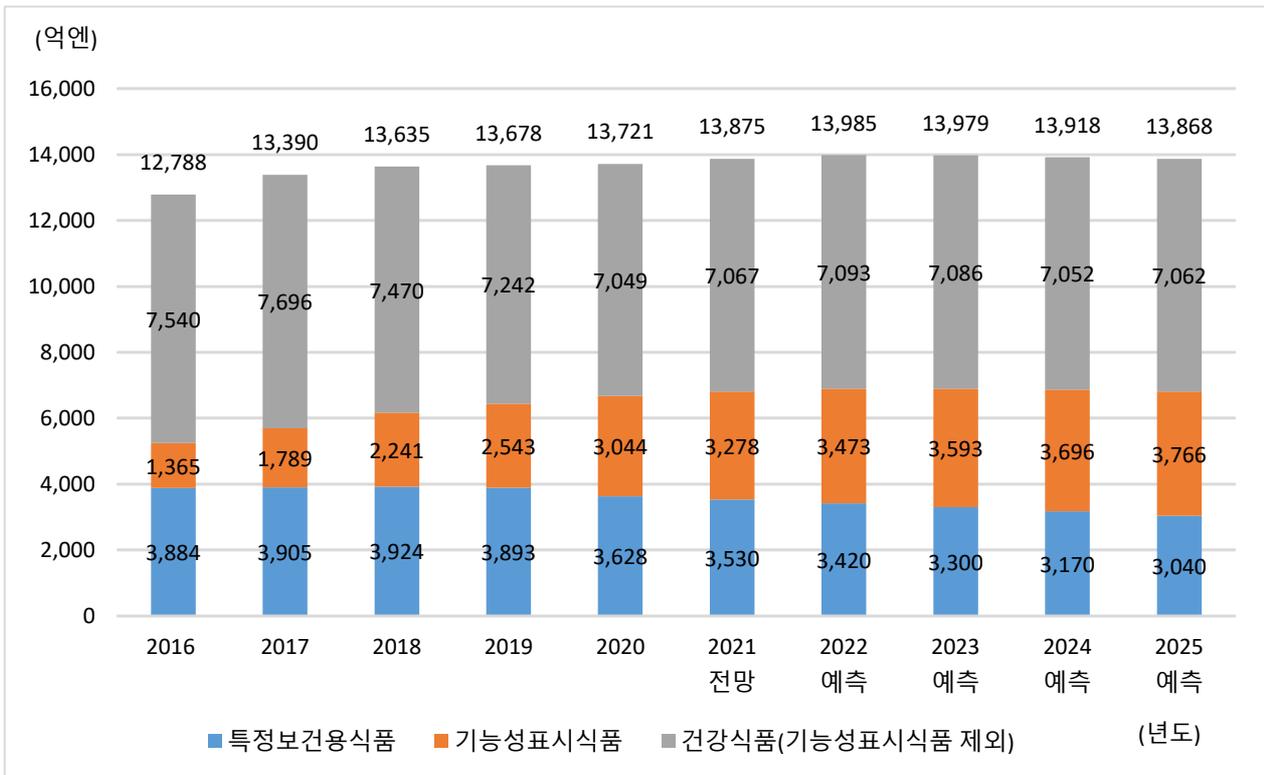
※ 기능성 표시 식품에서 캡슐 형태는 「서플리먼트 형태」로 신고해야 하며, 정제, 분말, 액체(드링크제 등)는 과잉 섭취 등의 건강피해가 발생하지 않는 합리적인 이유가 있는 경우, 「기타 가공식품」으로 신고가 가능함(예: 분말 드링크 등)

※ 특정 보건용 식품에는 신선식품도 대상이 되지만, 허가실적은 없음

나. 건강·기능성 시장의 시장규모 추이와 예측

- 건강·기능성 표시 식품시장은 완만한 확대 추이를 보임. 2020년도 1조 3,678억 엔(전년도 대비 0.3% 증가), 2021년도는 1조 3,875억 엔(전년도 대비 1.1% 증가)이 될 전망이다
- 최근 허가 취득에 시간과 비용이 소요되는 특정 보건용 식품에서 기능성 표시 식품으로의 개발 의향이 높아지면서, 기능성 표시 식품시장이 큰 폭으로 확대한 한편, 특정 보건용 식품시장은 2019년도에 축소로 전환되었음. 특정 보건용 식품시장은 향후도 축소 추이를 보일 것으로 예상함
- 건강식품 시장은 건강식품 광고에 대한 감독관청의 단속이 강화되고 있음. 따라서 기능성 표시 식품으로 전개할 수 있는 것은 기능성 표시 식품으로 전개하려는 의향이 강해지면서 기능성 표시 식품의 서플리먼트 형태의 시장규모가 확대하는 한편, 기능성 표시 식품 이외의 건강식품에 대해서는 축소 추이를 보일 것으로 예상함

〈건강·기능성 시장의 시장규모 추이·예측〉 (2016~2020년도 / 2021~2025년도)



* 출처 : 야노경제연구소 추계

다. 건강·기능성 시장의 각 시장 특징, 수입품의 진입 가능성·난이도

- 수입품이 가장 진입하기 쉬운 분야가 건강식품(기능성 표시 식품 외)으로 일반적인 식품 수입절차에 따라 일본에서의 판매가 가능하지만, 일본에서는 식품에 효과·기능의 표현을 법률로 금지하고 있어, 그 상품에서 기대되는 건강 기능을 소비자에게 간접적인 표현으로 전달하게 되므로 소비자에게 전달하고 싶은 정보(건강 기능)를 충분히 전달하기 어려움
- 수입품의 특정 보건용 식품에 관한 승인 사례가 있지만, 특정 보건용 식품의 허가를 받기 위한 시간과 비용을 생각하면 기능성 표시 식품의 전개가 현실적임
- 기능성 표시 식품은 일본에서도 창구를 설치할 필요가 있으므로, 일본의 자사 법인, 또는 대리점 등의 협력을 통한 전개가 필요함. 또한, 기능성 표시 식품으로 소비자청(감독관청)에 신고하기 위한 서류를 작성해야 하는데, 특히 신고하는 식품의 기능성을 증명하기 위한 서류 작성은 전문적인 지식을 가진 기관·인재의 도움이 필수적이므로, 일본 측의 파트너를 준비하는 것이 현실적임
- 한국농수산물유통공사 도쿄지사에서는 일본에서의 한국산 식품의 기능성 표시 식품 등록을 지원하고 있음. 일본에서의 컨설팅에 필요한 비용 일부를 지원하거나 도쿄지사와의 계약한 전문 컨설팅 기업을 통한 신고 대행 등을 지원함. 상세 내용은 아래 사이트 참조 (<https://www.atcenter.or.jp/business/totalsupport.php>)

구분	특징	수입품의 진입 가능성·난이도
기능성표시식품	<ul style="list-style-type: none"> • 특정 보건용 식품보다 건강 기능 표현이 폭넓고 전개 장벽도 특정 보건용 식품보다 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> • 진입은 가능 • 소비자 문의 창구를 일본에 설치 필요 • 신고서류가 복잡하므로, 전문적인 지식을 갖춘 파트너와의 협업을 통한 신고가 현실적임
특정보건용식품	<ul style="list-style-type: none"> • 국가의 심사가 필요하며, 시간과 비용이 드는 동시에 현재까지 인정된 건강 기능 표현이 제한적임 (신규의 건강기능표현 허가를 받는 것은 상당히 어려움) 	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 허가실적은 있지만, 허가를 받기 위한 시간과 비용이 소요되므로, 기능성 표시 식품으로 신고하는 것이 유리
건강식품 ※기능성표시식품 외	<ul style="list-style-type: none"> • 옛날부터 전승되는 소재 등 건강 기능에 대한 작용기서¹⁾가 명확하지 않은 식품도 전개 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 수입품의 진입은 쉽지만, 광고나 상품 포장지에 그 상품에서 기대되는 건강 기능을 직접 표현할 수 없으므로, 소비자에게 상품을 어필하는 것이 어려움

1) 작용기서(作用機序): 물질이 각각의 작용 부위와 그 부위에서 직접, 간접적으로 약리 효과의 생화학 상호 작용을 보이는 것. 약물이 특정 작용에 기초하여 생체에 작용하는 원리

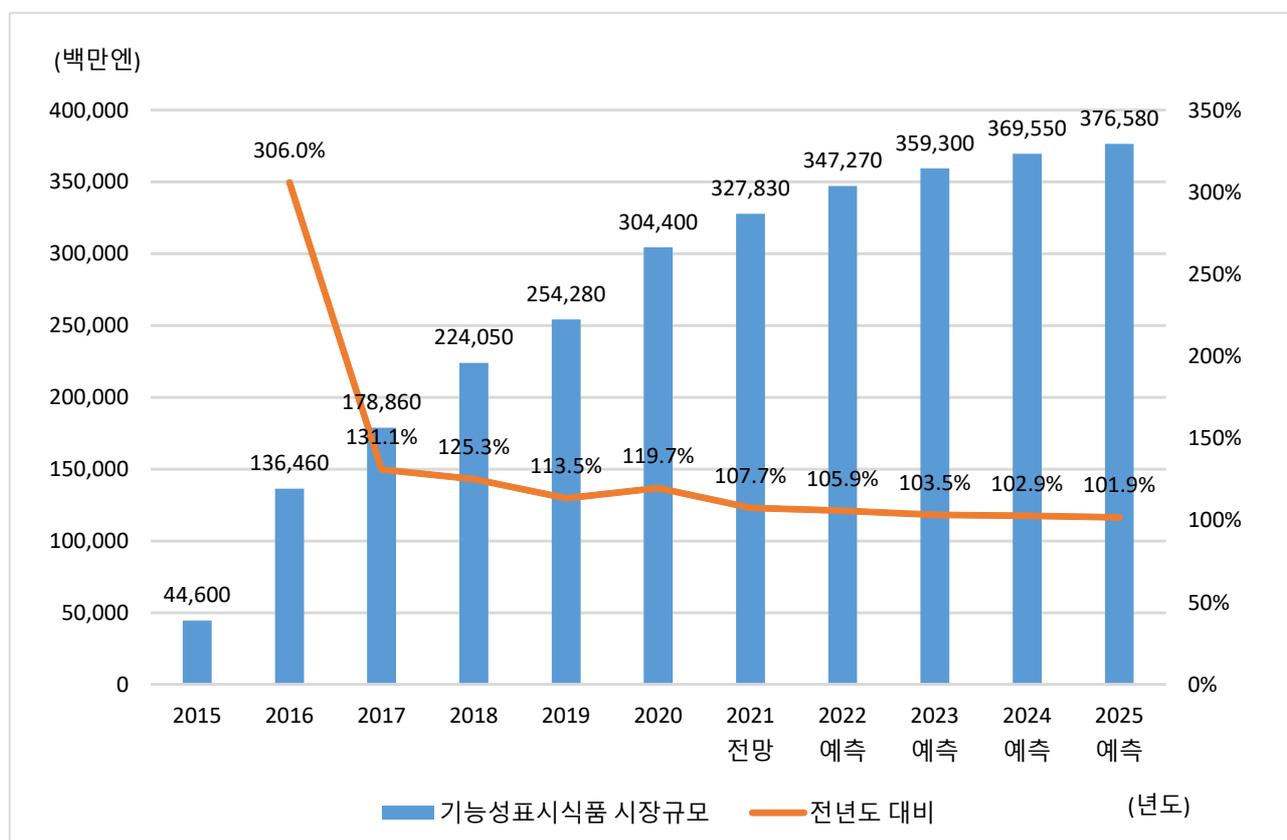
2. 일본에 등록된 기능성 표시 식품 분석

가. 시장규모 추이와 예측

① 총 시장규모

- 기능성 표시 식품시장은 확대 추이에 있으며, 2020년도가 3,044억 엔(전년도 대비 19.7% 증가), 2021년도는 3,278억 3,000만 엔(전년도 대비 7.7% 증가)을 전망함
- 일본인의 건강지향이 높아지는 가운데, 기능성 표시 식품은 성장시장으로, 일반 식품, 건강식품 기업을 중심으로 적극적인 상품개발·전개가 보임
- 일본은 인구감소, 고령화 사회가 가속화되는 가운데, 전체 식품시장은 답보상태에서 감소가 예상되는 한편, 건강 관련 시장은 향후도 성장이 예상됨. 특히 건강 기능을 소비자에게 전달 가능한 기능성 표시 식품시장은 향후도 적극적인 개발·전개가 예상되며 성장률은 서서히 둔화할 것으로 보이지만, 시장은 계속 확대 추이를 보일 것으로 예상함

〈기능성 표시 식품의 총 시장규모 추이·예측〉 (2015~2020년도 / 2021~2025년도)



* 출처 : 야노경제연구소 추계

② 종류별

- 기능성 표시 식품은 정제, 캡슐 등의 서플리먼트 형태의 식품과 일상적으로 먹는 청량음료 및 조미료, 유제품 등의 일반 식품, 신선식품으로 분류함
- 2020년도에 가장 구성비가 높은 것은 서플리먼트로, 시장의 53.6%를 차지하며 시장규모는 1,631억 엔으로 전년도 대비 18.1% 증가함. 일반 식품은 구성비 42.6%, 시장규모는 1,298억 엔으로 전년도 대비 23.3% 증가하여 서플리먼트와 더불어 큰 폭으로 시장이 확대됨. 신선식품의 구성비는 3.8%로 낮고 시장규모는 115억 엔, 전년도 대비 5.5% 증가함
- 서플리먼트의 경우 위탁생산을 통한 참여가 비교적 쉬워서 기존 사업자뿐만 아니라 신규 참여도 많아지면서 기능성 표시 식품의 적극적인 개발과 전개로 시장규모가 최근 크게 확대됨
- 일반 식품의 경우, 기존 식품기업을 중심으로 건강지향 상품을 개발하여 기능성 표시 식품으로 전개하는 경우가 많고, 특히 대형 청량음료 기업이 적극적인 개발·전개를 진행하면서 시장규모 확대에 이바지하고 있음
- 신선식품의 경우는 기능성 관여성분의 함량이 일정 기준을 충족해야 한다는 생산 측면의 어려움이 있어 큰 전개는 이루어지지 않지만, 최근에 일본에서 인기 있는 바나나에서 기능성 표시 식품으로의 전개가 보이는 등 서서히 시장이 확대되고 있음

<기능성 표시 식품의 종류별 시장규모 추이>

(단위: 백만 엔)

		년도										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 전망	2022 예측	2023 예측	2024 예측	2025 예측
전체		44,600	136,460	178,860	224,050	254,280	304,400	327,830	347,270	359,300	369,550	376,580
전년도 대비		-	306.0%	131.1%	125.3%	113.5%	111.8%	107.6%	104.7%	103.2%	102.1%	102.1%
서플리먼트	시장규모	22,260	65,640	75,360	114,400	138,080	163,100	166,400	169,700	172,800	175,400	177,150
	전년도 대비	-	294.9%	114.8%	151.8%	120.7%	118.1%	102.0%	102.0%	101.8%	101.5%	101.0%
	구성비	49.9%	48.1%	42.1%	51.1%	54.3%	53.6%	50.8%	48.9%	48.1%	47.5%	47.0%
일반식품	시장규모	15,920	61,950	94,600	100,250	105,300	129,800	145,000	159,500	167,500	174,200	179,430
	전년도 대비	-	389.1%	152.7%	106.0%	105.0%	123.3%	111.7%	110.0%	105.0%	104.0%	103.0%
	구성비	35.7%	45.4%	52.9%	44.7%	41.4%	42.6%	44.2%	45.9%	46.6%	47.1%	47.6%
신선식품	시장규모	6,420	8,870	8,900	9,400	10,900	11,500	16,430	18,070	19,000	19,950	20,000
	전년도 대비	-	138.2%	100.3%	105.6%	116.0%	105.5%	142.9%	110.0%	105.1%	105.0%	100.3%
	구성비	14.4%	6.5%	5.0%	4.2%	4.3%	3.8%	5.0%	5.2%	5.3%	5.4%	5.3%

* 출처 : 야노경제연구소 추계

③ 기능별

- 기능별로 가장 시장이 큰 분야는 「체지방·체중」으로, 2020년도는 614억 7,000만 엔 (전년도 대비 13.4% 증가)임. 소비자조사 결과, 폭넓은 속성에서 관심이 높은 기능이며, COVID-19의 확산 속에서 재택시간의 증가, 외출 기회 감소에 따른 운동 부족으로 체중 및 체지방이 증가하면서 대책 수요가 높아지고, 적극적인 상품 전개가 진행되어 시장이 크게 확대함
- 기타 기능에 대해서도 기능성 표시 식품의 수리 품목 수가 많아지면서 시장규모가 확대 추이를 보이는 분야는 많지만, 최근 경쟁이 치열해지면서 향후 시장 성장의 둔화 또는 답보상태를 유지하는 기능이 많아질 것으로 보임

<기능별 시장규모 추이·예측 ①>

(단위: 백만 엔)

기능	품목	년도										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 전망	2022 예측	2023 예측	2024 예측	2025 예측
체지방·체중	전체	7,510	21,840	39,970	44,580	54,230	61,470	66,850	71,800	75,500	79,000	82,200
	서플리먼트	4,380	10,960	12,490	20,150	18,930	20,210	21,500	22,800	24,000	25,000	26,000
	일반식품	3,130	10,880	27,480	24,430	35,300	41,260	45,350	49,000	51,500	54,000	56,200
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
중성지방	전체	9,200	26,640	38,440	46,730	54,870	50,070	55,990	60,050	63,200	66,150	68,850
	서플리먼트	430	7,370	13,550	14,740	17,410	18,660	20,240	21,450	22,600	23,550	24,500
	일반식품	8,800	22,470	24,890	31,990	37,460	31,410	35,750	38,600	40,600	42,600	44,350
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
눈	전체	5,120	9,570	10,680	10,370	9,850	9,080	9,090	9,130	9,130	9,130	9,130
	서플리먼트	5,120	9,440	10,610	10,300	9,720	8,950	8,960	9,000	9,000	9,000	9,000
	일반식품	-	130	70	70	130	130	130	130	130	130	130
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
강장	전체	6,540	31,200	31,510	40,260	43,640	67,430	68,350	68,200	68,100	68,000	67,900
	서플리먼트	4,900	6,110	7,070	13,250	15,590	16,240	15,590	15,400	15,300	15,200	15,100
	일반식품	1,640	25,090	24,440	27,010	28,050	51,190	52,760	52,800	52,800	52,800	52,800
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
피부	전체	-	2,820	4,510	5,170	9,680	14,370	15,570	16,300	16,910	17,400	17,750
	서플리먼트	-	2,500	4,260	4,920	8,810	13,050	13,320	14,000	14,560	15,000	15,300
	일반식품	-	320	250	250	870	1,320	2,250	2,300	2,350	2,400	2,450
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
혈당치	전체	3,800	20,300	23,740	33,310	37,450	38,360	41,750	43,360	44,080	44,600	44,920
	서플리먼트	-	11,210	14,160	17,960	17,910	18,520	19,480	20,300	20,900	21,300	21,500
	일반식품	3,800	9,090	9,580	15,350	19,540	19,840	22,270	23,000	23,100	23,200	23,300
	신선식품	-	-	-	-	-	20	20	60	80	100	120
혈압	전체	70	6,980	17,460	22,050	27,580	31,910	40,190	45,500	47,500	49,000	50,500
	서플리먼트	-	1,000	2,120	3,360	3,760	5,270	5,290	6,000	6,500	7,000	7,500
	일반식품	70	5,980	15,340	18,690	23,820	24,700	29,580	32,500	33,000	33,500	34,000
	신선식품	-	-	-	-	-	1,940	5,320	7,000	8,000	8,500	9,000
콜레스테롤	전체	30	5,450	13,410	14,750	20,610	20,110	19,680	20,250	20,350	20,450	20,550
	서플리먼트	-	70	220	500	1,190	1,050	1,100	1,200	1,250	1,300	1,350
	일반식품	30	5,380	13,190	14,250	19,420	19,060	18,580	19,000	19,000	19,000	19,000
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	50	100	150	200

* 출처 : 야노경제연구소 추계

※ 한 상품에 복수의 기능표시가 가능하며, 복수 기능표시의 경우 각 기능을 각각의 시장규모로 집계하므로 한 상품이 중복으로 집계되어, 상기 합계는 전체 시장규모와 일치하지 않음

※ 신고 품목이 없거나 규모가 작은 시장은 「-」로 표기함

<기능별 시장규모 추이·예측 ②>

(단위: 백만 엔)

기능	품목	년도										
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 전망	2022 예측	2023 예측	2024 예측	2025 예측
뼈	전체	-	-	2,360	3,540	10,780	16,280	17,020	17,840	18,730	19,560	20,350
	서플리먼트	-	-	1,130	1,250	8,400	14,000	14,750	15,500	16,280	17,000	17,680
	일반식품	-	-	1,230	2,290	2,380	2,050	2,040	2,100	2,200	2,300	2,400
	신선식품	-	-	-	-	-	230	230	240	250	260	270
스트레스	전체	-	1,190	4,140	9,540	23,040	43,510	43,600	44,000	44,200	44,400	44,600
	서플리먼트	-	-	-	170	810	1,430	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700
	일반식품	-	1,190	4,140	4,370	16,630	36,480	36,700	37,000	37,100	37,200	37,300
	신선식품	-	-	-	5,000	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600	5,600
무류	전체	6,130	11,350	24,550	34,290	40,450	50,370	51,940	53,500	54,600	55,600	56,430
	서플리먼트	6,130	11,350	24,550	34,290	40,450	50,370	51,940	53,500	54,600	55,600	56,430
	일반식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
수면	전체	3,750	6,250	7,730	8,680	23,200	47,000	47,050	47,200	47,400	47,600	47,800
	서플리먼트	3,750	6,000	7,600	8,680	10,700	13,250	13,300	13,400	13,500	13,600	13,700
	일반식품	-	250	130	0	12,500	33,750	33,750	33,800	33,900	34,000	34,100
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
피로	전체	3,750	6,020	9,610	10,310	11,530	12,800	13,930	14,400	14,400	14,400	14,400
	서플리먼트	3,750	5,770	7,610	7,810	8,650	10,950	10,600	11,000	11,000	11,000	11,000
	일반식품	-	250	2,000	2,500	2,880	1,850	3,330	3,400	3,400	3,400	3,400
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
인지	전체	-	710	1,970	2,720	5,970	5,940	8,710	9,250	9,900	10,600	11,300
	서플리먼트	-	520	800	1,340	4,720	4,750	5,140	5,650	6,200	6,800	7,400
	일반식품	-	190	1,170	1,380	1,250	1,190	3,570	3,600	3,700	3,800	3,900
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
보행	전체	-	3,250	5,000	6,380	10,030	17,640	18,380	19,300	20,300	21,300	22,400
	서플리먼트	-	3,250	5,000	6,380	10,030	17,640	18,380	19,300	20,300	21,300	22,400
	일반식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
면역	전체	-	-	-	-	-	3,850	5,800	5,900	6,000	6,100	6,200
	서플리먼트	-	-	-	-	-	850	800	800	800	800	800
	일반식품	-	-	-	-	-	3,000	5,000	5,100	5,200	5,300	5,400
	신선식품	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* 출처 : 야노경제연구소 추계

※ 한 상품에서 복수의 기능표시가 가능하며, 복수 기능표시의 경우 각 기능을 각각의 시장규모로 집계하므로 한 상품이 중복으로 집계되어, 상기 합계는 전체 시장규모와 일치하지 않음

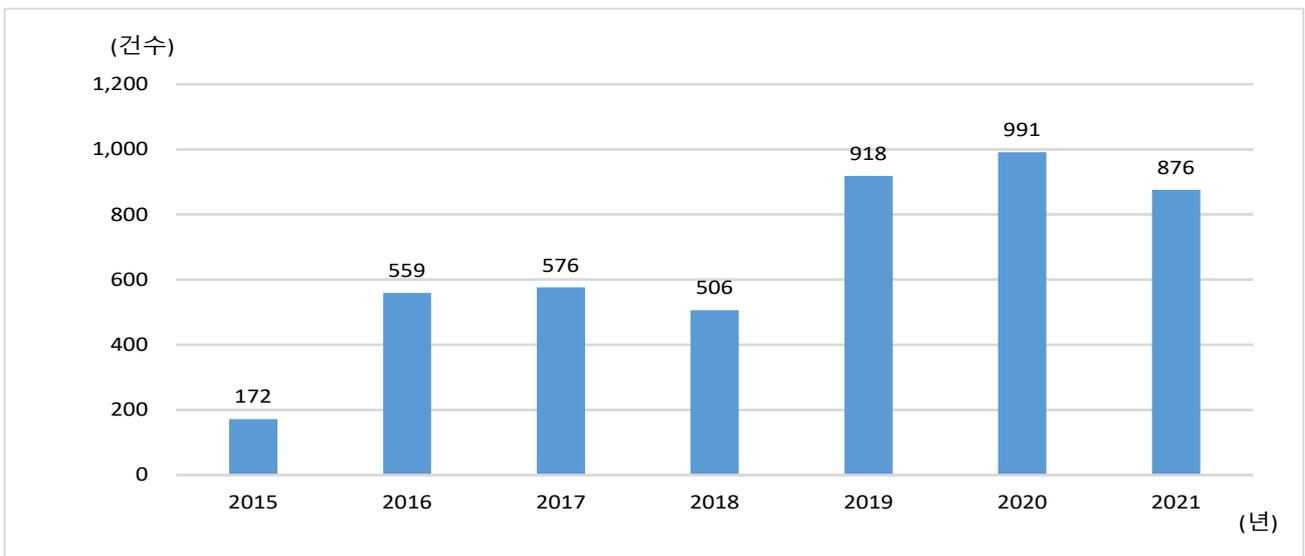
※ 신고 품목이 없거나 규모가 작은 시장은 「-」로 표기함

나. 기능성 표시 식품의 수리 건수 추이

① 총 수리 건수

- 2021년 10월 24일 현재, 기능성 표시 식품의 총 수리 건수는 4,598건
- 특히 2019년 이후 수리 건수가 증가해, 2021년에도 900건을 넘어설 추세임
- 수리 건수가 증가하는 한편, 「판매 중」으로 신고된 상품은 전체의 44.9%에 그침

〈수리 건수 추이〉 (2015년~)

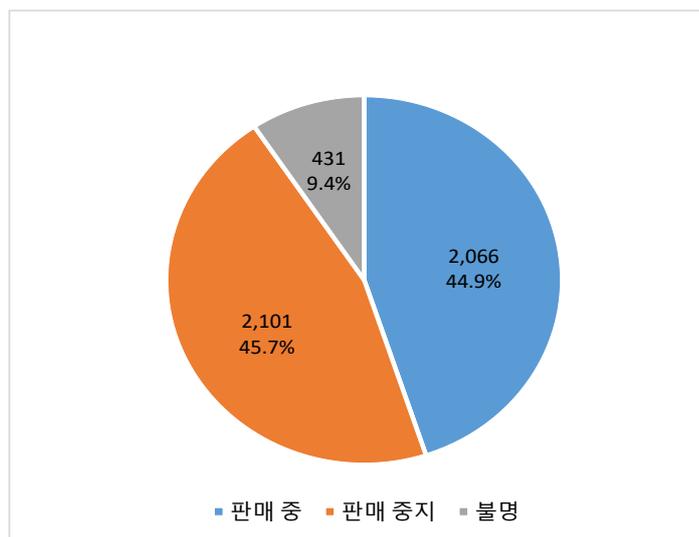


* 출처 : 야노경제연구소 작성

※신고연도를 기준으로 집계

※2021년은 2021년 10월 24일까지 공표 수

〈기능성 표시 식품의 판매현황〉



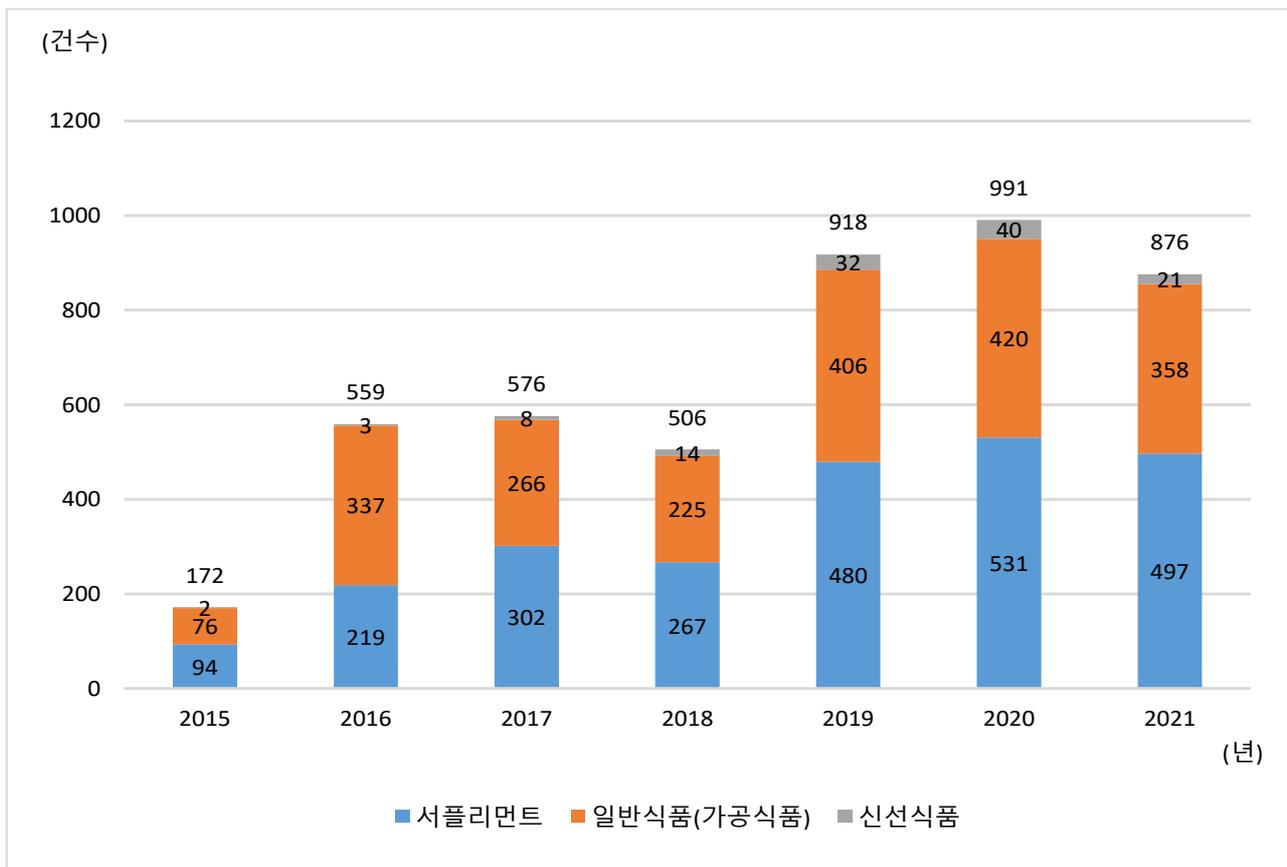
* 출처 : 야노경제연구소 작성

※2021년 10월 24일까지 공표 수

② 종류별

- 서플리먼트, 일반 식품(가공식품), 신선식품 모두 수리 건수가 증가하고 있으나 3개 품목을 비교하면 서플리먼트의 건수가 가장 많고 증가 비율도 높음. 한편 신선식품의 품목 수는 2020년에 40건으로 적음
- 서플리먼트는 위탁생산을 통해 비교적 쉽게 진입할 수 있으며 기능성 표시 식품으로 수리 실적이 있는 관여 성분(소재)을 사용하고, 또한 연구 문헌 조사(systematic review)²⁾도 원료 업체로부터 받아 상품을 개발·전개하는 사업자가 많음
- 일반 식품은 자사 생산품도 많고 맛이 증시되는 경향이 강하여 상품 전개의 재검토 사례도 많아서, 서플리먼트와 비교하면 상품개발 장벽이 높은 점이 건수가 적은 요인임
- 신선식품은 기능성 관여 성분의 함량을 일정 기준으로 규격화해야 하는 점이 과제이며, 또한, 기능성 표시 식품에 필요한 정보를 포장지에 표기하여 판매해야 하는 점 등 해결해야 할 사항이 많다는 것이 수리 건수가 적은 요인임

<종류별 수리 건수 추이>



* 출처 : 야노경제연구소 작성

※2021년 10월 24일까지 공표 수

2) 연구 문헌 조사(systematic review): 한 주제에 대해 해당하는 임상 연구 문헌들을 체계적으로 수집하여 평가한 후 데이터를 합성하고 결론을 내리는 연구기법

③ 기능별

- 기능 중 가장 많은 분야는 「중성지방」 753건, 「지방·체중」 600건으로, 비만 관련 건수가 많아짐. 3위는 현대인 대부분이 안고 있는 「피로감」이 550건임
- 2021년 10월 24일 현재, 공개정보에서 이미 「지방·체중」 및 「피로감」「피부」「스트레스」「수면」「무릎」「보행」에 대한 신고 건수가 2020년을 웃돌고 있음. COVID-19 확산 속에서 운동 부족으로 인한 체중 증가, 피로·스트레스 축적과 수면 장애, 마스크 착용에 따른 피부 거침, 외출 자제로 인한 고령층의 무릎 및 보행 기능에 대한 불안 등을 배경으로, 상품 출시가 활발해짐

<기능별 신고연도별 신고 건수 추이>

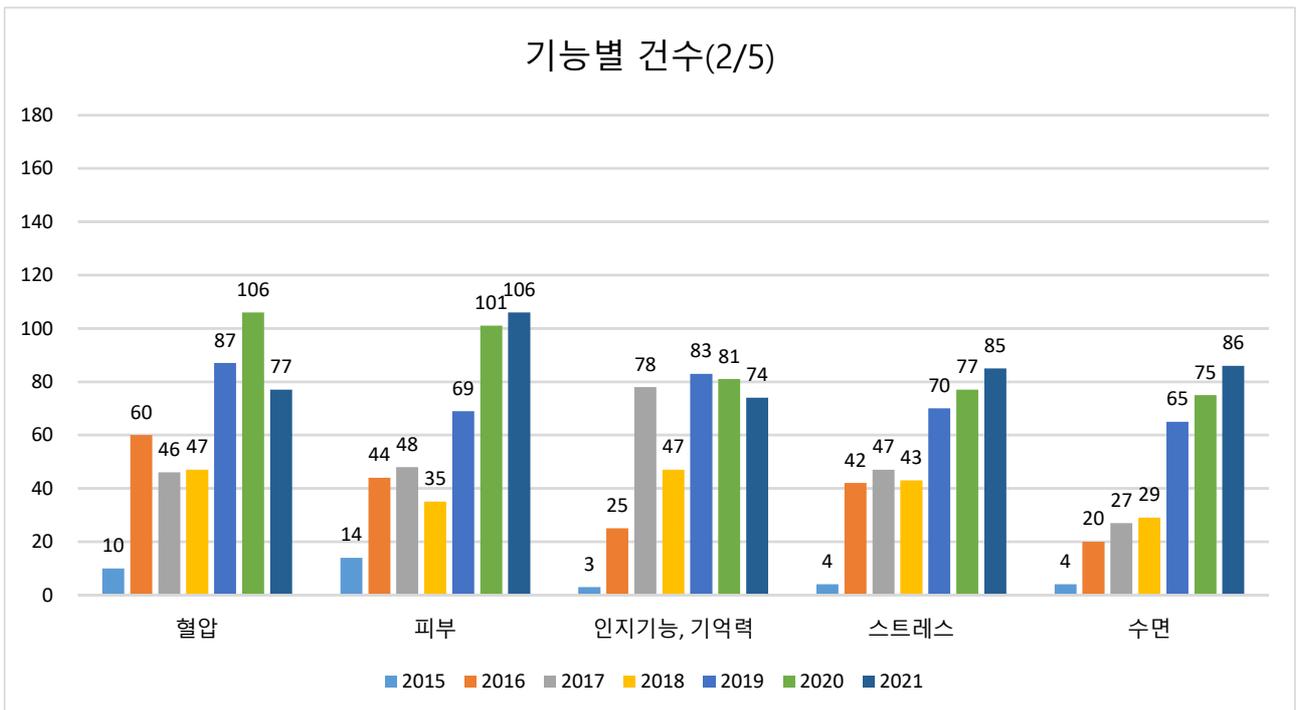
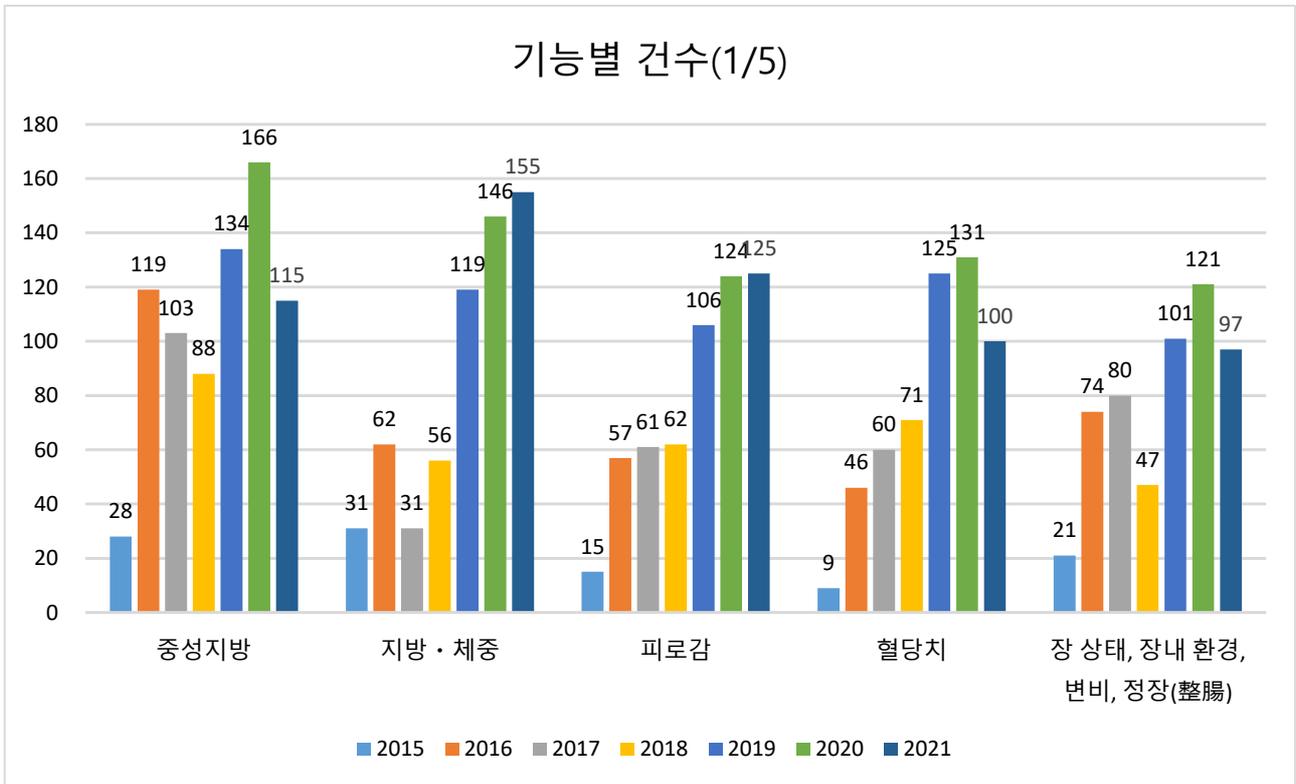
표시 대상 기능성/신고연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	합계
중성지방	28	119	103	88	134	166	115	753
지방·체중	31	62	31	56	119	146	155	600
피로감	15	57	61	62	106	124	125	550
혈당치	9	46	60	71	125	131	100	542
장(장내)장내 환경, 변비, 정장	21	74	80	47	101	121	97	541
혈압	10	60	46	47	87	106	77	433
피부	14	44	48	35	69	101	106	417
인지기능, 기억력	3	25	78	47	83	81	74	391
스트레스	4	42	47	43	70	77	85	368
수면	4	20	27	29	65	75	86	306
뼈	8	33	32	27	44	46	32	222
눈, 초점, 색의 농담	15	22	29	31	39	44	39	219
무릎	3	14	19	27	34	37	49	183
대비(콘트라스트) 감도	9	14	31	17	31	33	35	170
보행	2	12	20	17	33	42	43	169
근육, 근력		4	12	15	42	30	28	131
콜레스테롤	9	14	7	12	15	25	23	105
몸을 따뜻하게 유지하는 기능, 체온	2	9	12	8	15	17	22	85
요산 수치				4	26	16	16	62
눈과 코의 불편감	2	8	5	3	7	9	4	38
허리		3		3	4	10	9	29
부종			1			6	20	27
면역기능						12	14	26
간기능	1			3	2	5	3	14
구강, 치석						2	4	6
긴장감	1						2	3
기초대사			1					1

* 출처 : 야노경제연구소 작성

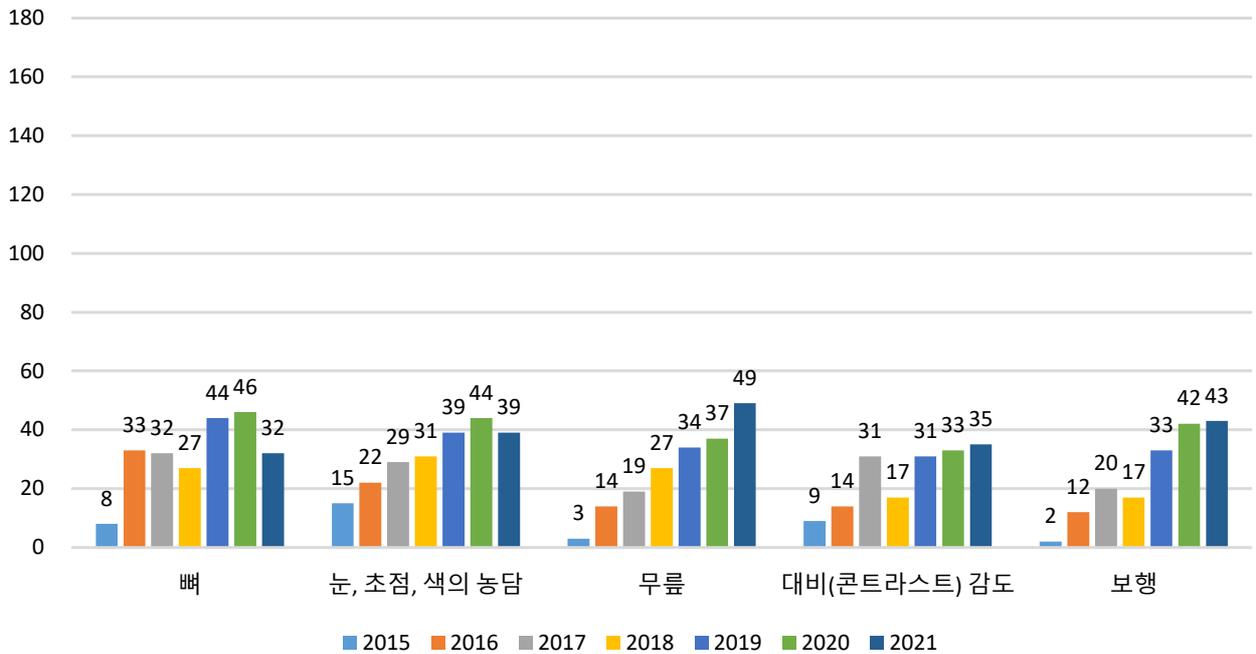
※2021년 10월 24일까지 공표 수

※한 상품에 복수의 기능을 표시한 경우는 각각의 기능을 1건으로 집계

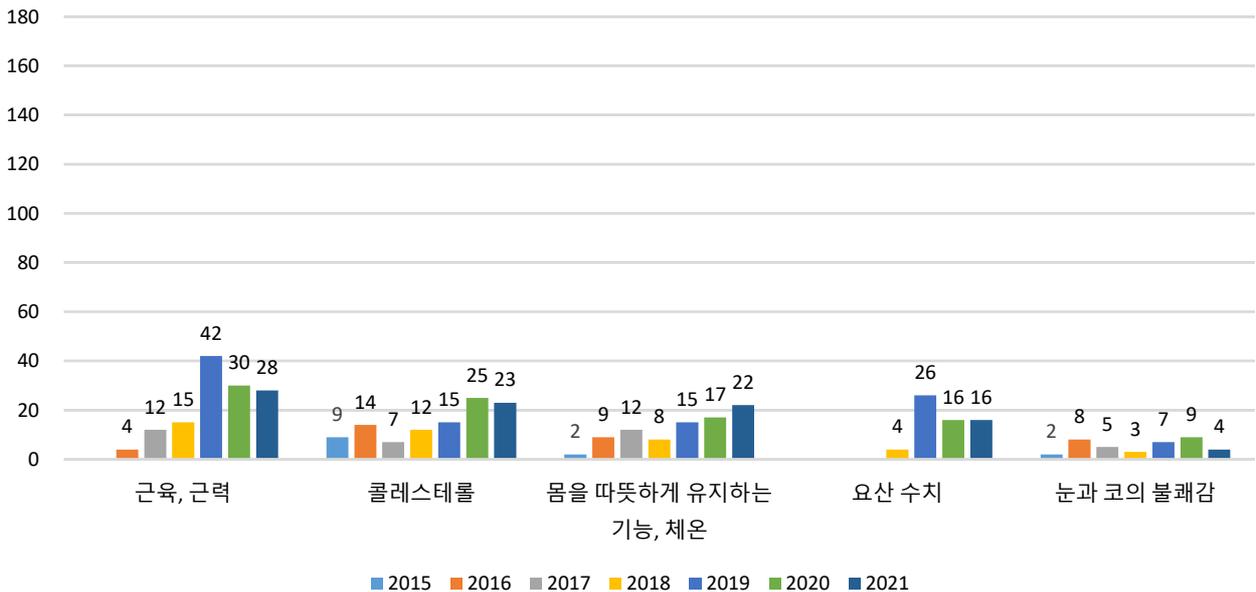
<기능별 신고연도별 건수 추이(그래프 1~5)>



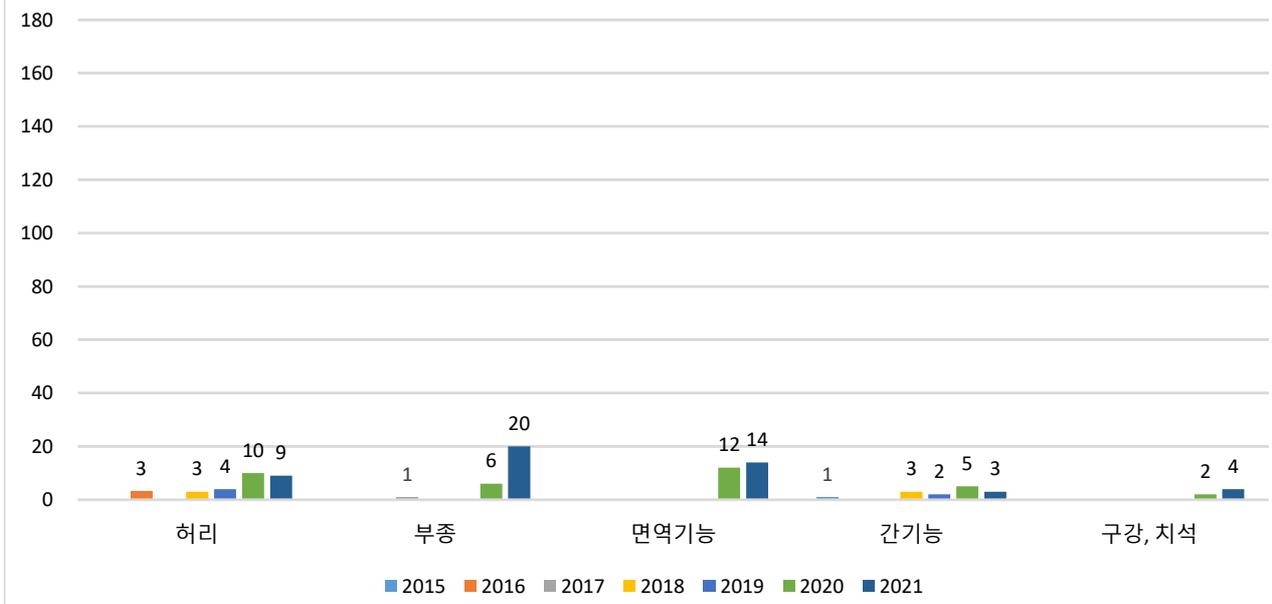
기능별 건수(3/5)



기능별 건수(4/5)



기능별 건수(5/5)



④ 관여 성분별

- 관여 성분 중 신고 건수가 많은 것은 기능성 표시 식품의 대응 소재로, 원재료 공급자가 연구 문헌 조사자료도 함께 소재를 제공하고 있음. 또한, GABA 및 난소화성 텍스트린, DHA·EPA 등, 하나의 소재에 다기능을 가진 소재도 신고 건수가 많음
- 일반 식품에서는 맛과 용량 차이에 따라 상품별로 기능성 표시 식품 신고를 하는 경우도 많고, 이것들에 함유된 관여 성분의 건수도 많아지는 경향임

<기능성 관여 성분별 신고 건수(6건 이상)>

기능성 관여 성분명/건수					
GABA	568	파인애플 추출 글루코실세라미드	64	α-리놀렌산	28
난소화성 텍스트린(식물섬유)	403	이소말토텍스트린(식이섬유)	63	유포자성 유산균(Bacillus coagulans SANK70258)	27
DHA·EPA	229	살라시아 추출 살라시놀	63	플라즈마 유산균(L. lactis strain Plasma)	26
루테인	199	비피더스균BB536	62	와일드망고 추출 엘라그산	25
은행잎 추출 플라보노이드 배당체, 은행잎 추출 테르펜락톤	151	나포마 추출 히페로시드, 나포마 추출 이석엘시트린	61	루테올린	24
흑생강 추출 폴리메톡시 플라본	135	연어 코 연골 추출 프로테오글리칸	57	식물성 유산균K-1(L.casei 327)	24
갈화 추출 이소플라본 (텍토리겐닌류)	123	갈레이트형 카테킨	55	6-진저롤, 6-쇼가올	22
L-테아닌	116	테르미날리아 벨레리카 추출 갈산	49	「락토 트리 펩타이드」(VPP, IPP)	21
제아크산틴	104	비변성 제2형 콜라겐	49	메틸화카테킨(에피갈로카테킨-3-o-(3-o-메틸)갈레이트)	21
아스타크산틴	103	N-아세틸글루코사민	47	DHA	20
빌베리 유래 안토시아닌	91	엘라그산	45	올리브 추출 하이드록시타이로솔	20
이눌린	86	환원형 코엔자임 Q10	43	뽕잎 추출 이미노슈가	19
히알루론산NA	81	쌀 추출 글루코실세라미드	43	구아검 분해물(식이섬유)	18
대두 이소플라본	78	보리β-글루칸	42	글로빈 추출 발린·발린-티로신-프롤린	18
HMB	76	필발 추출 피페린류	41	대두 추출 포스파티딜세린	18
초산	72	안세린	38	크로세틴	18
구연산	72	리코핀	33	에피갈로카테킨 갈레이트(EGCG)	18
글루코사민염산염	72	비피더스균 Bifix(B.lactis GCL2505)	29	커피콩 추출 클로로겐산류	17
로즈힙 추출 티로사이드	70	β-크립토크산틴	29	콜라겐펩타이드	17
모노글루코실헥사페리딘	67	소나무 껍질 추출 프로시아니딘(프로시아니딘B1로서)	29	락토노나데카펩타이드(NIPPLTQTPVVVPPFLQPE)	16

기능성 관여 성분명/건수					
콜라겐펩타이드	17	대두 베타글리시닌	8	보리 추출 β-글루칸	6
락토노나데카펩타이드(NIPPLTQTPVVVPPFLQPE)	16	난소화성 텍스트린(식이섬유), GABA	8	메틸화카테킨(에피갈로카테킨-3-o-(3-o-메틸)갈레이트)	6
이미다졸디펩타이드	16	소나무 껍질 추출 프로시아니딘B1 및 B3	8	라브레균(Lactobacillus brevis KB290)	6
가세리균 SP주(Lactobacillus gasseri SBT2055)	16	식물성 유산균K-1(L. casei 327)	8	필발 추출 피페린	6
유산균 브레비스 T001주(Lactobacillus brevis NTT001)	15	설포라판 글루코시놀레이트	8	유산균 크레모리스H61주(L. lactis subsp. cremoris H61)	6
로단테논B	14	아미노레블린산 인산염	8	낫토균 추출 낫토인산화효소	6
피세아탈놀	13	가리비 추출 플라마로겐	7	고추냉이 추출 6-메틸셀피닐핵실 이소티오시아네이트(6-MSITC)	6
유산균 NY1301주	13	비피더스균MCC1274(B. breve)	7	유포자성 유산균(Bacillus coagulans) lilac-01	6
유산균 CP1563주 추출 10-하이드록시옥타데칸산(10-HOA)	13	빌베리 과실 추출 안토시아닌	7	이눌린(식이섬유)	6
사과 추출 프로시아니딘	13	사과 추출 프로시아니딘	7	가세리균SP주	6
밀기울 추출 아라비녹실란	12	적색 파프리카 추출 크산토펜	7	차전자피 추출 식이섬유	6
리치, 녹차 추출 플라바놀 단량체 및 이량체	12	락토펜	7	3% 글라브리딘 함유 감초추출물	6
글루코사민	12	β락트린	7	겐과닌5-O-β-프리메베로사이드, 망기페린	6
사프란 추출 크로신, 사프란 추출 사프라날	10	이소말토텍스트린(식이섬유), GABA	7	바나바잎 추출 콜로로신산	6
알라닌·아르기닌·페닐알라닌 혼합물	10	알로에 추출 로페놀, 알로에 추출 시클로아르테놀	7		
갯기름나무 추출 클로로겐산	9	팬이버섯 추출 지방산 (리놀레산, α-리놀렌산)	7		
닭 추출 플라마로겐	9	가세리균CP2305주(L. gasseri CP2305)	7		
멍게 추출 플라마로겐	9	테르미날리아 벨레리카 열매 추출 갈산	7		
곤약 추출 글루코실세라미드	9	대두 이소플라본(아글리콘으로서)	6		
가다랑어 추출 엘라스틴펩타이드	9	저분자화 리치치 폴리페놀	6		

* 출처 : 야노경제연구소 작성

※2021년 10월 24일까지 공표 수

※한 상품에 복수의 기능을 표시한 경우는 각각의 기능을 1건으로 집계

다. 기능성 표시 식품의 전개 방법 분석

① 대상 식품에 함유된 기능성 성분 평가

- 식품에 함유된 성분에서 기능성에 관여하는 성분을 동정(同定)하여, 해당 성분의 기능을 평가(증명)하는 방법으로, 기능에 대한 평가는 이미 건강한 사람의 임상시험에 의해 밝혀져 논문으로 나와 있는 연구 문헌 조사를 통해 검토하며, 밝혀지지 않는 부분은 임상시험을 실시하여 평가할 필요가 있음. 또는 최종 제품으로 임상시험을 실시해, 그 결과를 토대로 신고를 하는 방법도 있음
- 연구기능이 없는 기업이 기능성 표시 식품 신고를 하는 경우는 연구 문헌 조사와 사람에게 대한 임상시험 실시 등, 기능성 성분의 평가가 어려우므로 전문지식을 가진 식품 CRO(Contract Research Organization/기능성 식품의 개발업무 수탁 기관)와 협업이 바람직함
- 뒤에 기재된 「한국산 식품의 전개 사례」에 나오는 한국기업은 식품 CRO와의 협업으로 기능성 표시 식품에 대한 신고를 진행하고 있음

<식품의 기능성 평가의 주요 흐름>



기능성 성분 동정	기능성 조사	사람 임상시험	연구발표 · 논문화
<ul style="list-style-type: none"> • 성분분석 • 배양세포, 동물실험 등의 평가 	<ul style="list-style-type: none"> • 유전자 발현 해석에 의한 신규 기능성과 작용기서 분석 • 새로운 해석법에 따른 평가 	<ul style="list-style-type: none"> • 기능성 관여 성분, 또는 최종 제품으로 건강인(경증상자 포함) 대상의 임상시험 	<ul style="list-style-type: none"> • 사람 대상 임상시험에서 얻는 결과를 학회 발표, 논문화

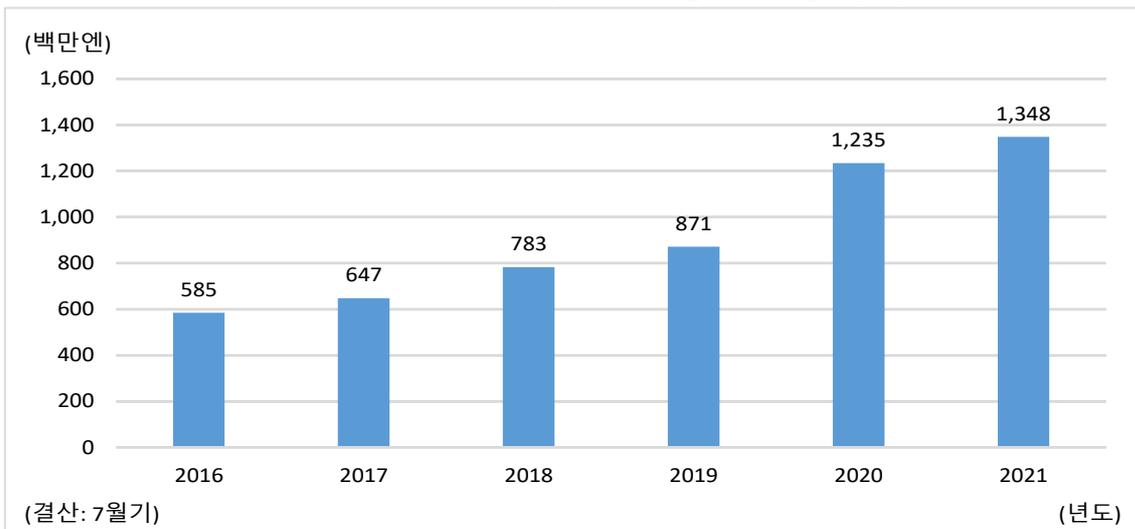
② 연구 문헌이 존재하는 건강·기능성 성분 첨가

- 이미 연구 문헌 조사가 이루어져, 기능성 표시 식품으로 수리된 실적이 있는 관여 성분(원료)을 배합함으로써 기능성 표시 식품 전개가 가능해짐
- 기능성 원료 업체가 기능성 표시 식품 대응 소재로 전개하고 있고 해당 소재를 사용함으로써 원료 업체로부터 연구 문헌 조사에 대한 사용 허가를 받음
- 기능성 표시 식품에 대응한 소재는 대부분 원료 업체가 전개하고 있으나, 원료 가격 및 소재의 특징(가공 내성, 소재의 맛과 냄새, 물에 용해되는 정도, 가열 여부 등)을 확인하여, 배합하려고 하는 가공식품과의 적합성을 확인해야 함
- 아래에 일본의 가공식품 시장에서 기능성 표시 식품 대응 소재로 널리 유통되고 있는 소재를 일례로 소개함

□ GABA(γ-아미노락산)

- GABA는 아미노산의 일종으로, 채소 및 과일, 곡물 등에 함유되어 있음. 기능성 원료로는 발효법으로 생산된 원료가 유통되고 있음
- GABA의 주요 공급처는 PHARMA FOODS(본사: 교토부)이며, 기능성 표시 식품 대응 소재인 「Pharma GABA®」를 확대 판매를 하고 있으며, 가공식품에의 사용이 확대되면서 유통량·매출이 크게 신장했음

<PHARMA FOODS의 GABA(원료) 매출 추이>



<Pharma GABA®의 기능성 표시 식품의 대응 현황>

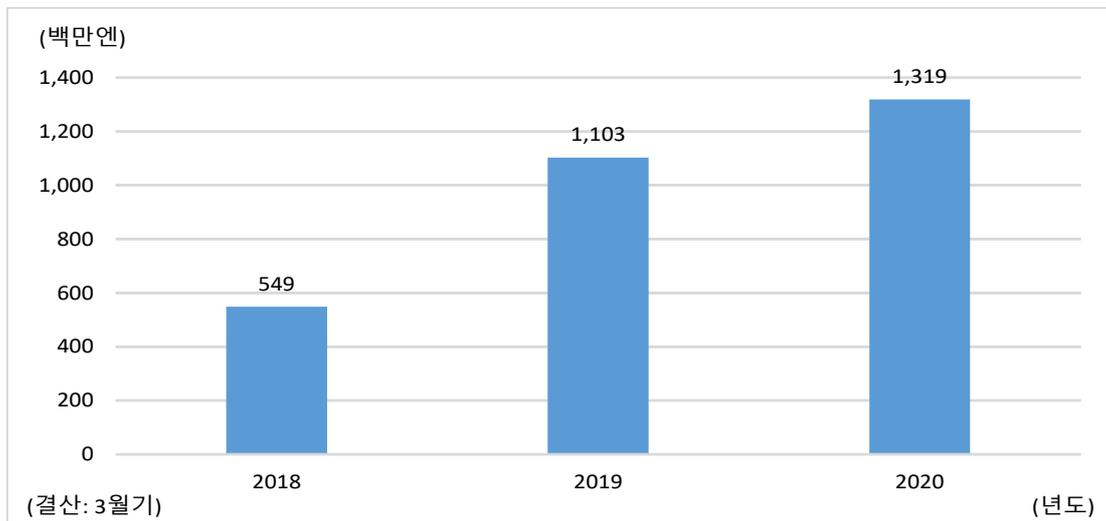
GABA의 기능성	논문 수	연구 문헌	배합량/일
혈압 개선	13	제공가능	12.3mg~
스트레스 완화	7	제공가능	28mg~
피로감 경감	2	제공가능	28mg~
수면 개선	4	제공가능	100mg
피부 탄력 개선	1	제공가능	100mg
인지기능 개선	2	제공가능	100~200mg

* 출처 : PHARMA FOODS 공개자료를 토대로 야노경제연구소 작성

□ 로즈힙

- 모리시타진탄 주식회사(森下仁丹) (본사: 오사카부)가 공급하는 독자 소재 「로즈힙(Rose Hip)」은 기능성 표시 식품 대응 소재로, 대형 음료 기업인 Coca-Cola Japan의 청량음료, 대형 주류 기업인 Suntory Beer의 무알코올 맥주, 대형 서플리먼트 기업인 Suntory Wellness의 다이어트 서플리먼트에 채용되는 등, 많은 식품기업에서 채용이 확대되고 있음
- 로즈힙의 씨앗을 포함한 과실 추출물로, 기능성 관여 성분 티리로사이드(Tiliroside)는 지방 대사를 촉진하여 체지방을 감소시키는 기능이 있음
- 소재의 특징은, 식물 추출물인 고유의 쓴맛·떫은맛이 적어 배합한 제품의 맛에 영향을 주지 않는 점, 수용성 분말 추출물로 소량으로도 효과를 발휘하는 점(100g/일, 유효성분 tiliroside로서 0.1mg)을 들 수 있음

<모리시타진탄의 기능성 소재 로즈힙 매출 추이(외부고객의 매출액)>



□ 난소화성 텍스트린

- 마쓰타니카가쿠코교(松谷化学工業) 주식회사(본사: 효고현)가 공급하는 수용성 식이섬유 「화이버솔(Fibersol) 2」는 1988년 출시한 난소화성 텍스트린으로, 천연 전분(옥수수 추출)을 원료로 하여 점성이 적으며 가공성이 뛰어난 수용성 식이섬유임. 특정 보건용 식품, 기능성 표시 식품의 관여 성분으로 널리 사용되고 있으며, 일본 국내에서의 유통량은 2만 톤 정도임
- 특정 보건용 식품에서 기능성 표시 식품으로 식품기업의 전개 의향이 변화하면서 「화이버솔 2」에 대해서도 기능성 표시 식품 용도로 채용이 확대되어, 기능성 표시 식품 수리 건수가 403건(2021년 1월 26일 현재)에 이름
- 기능성 용도 외에도 저당분 맥주 등 다양한 목적으로 첨가되고 있음. 일반 식품의 식이섬유 강화 목적과 고열량 유동식, 경장 유동식 등 유동식 관련 식이섬유 첨가제로 배합되고 있으며 식품의 미각 향상 목적을 위한 마스킹³⁾ 과 쓴맛 경감에 인공감미료에 같이 첨가하여 이용되고 있음

3) 마스킹(masking): 어떤 자극이 다른 자극으로 인해 억제되는 효과

라. 기능성 표시 식품 신고까지의 흐름

(상품 기획부터 기능성의 평가, 소비자청 신고까지)

<기능성 표시 식품 신고까지의 흐름>

공정	내용
상품 기획	<ul style="list-style-type: none"> · 시장 동향과 소비자 수요를 파악한 상품 기획 · 특히 대상으로 상정되는 소비층의 건강상 과제 및 관심, 그 시장규모, 식품에 대한 대응 요구 여부를 검토
대상 성분의 조사·검토	<ul style="list-style-type: none"> · 관여 성분에 대한 특정 유무/분석(정성/정량) 필요성 유무 · 상정하는 기능성 표시 여부(가이드라인 판단) · 핵심이 되는 논문의 유무, 적격성 확인: 논문조사
기능성 평가	<ul style="list-style-type: none"> · 연구 문헌 조사: 일정 규칙에 근거한 문헌검색, 종합평가(시스테마틱 리뷰 systematic review)를 작성 · 임상시험: 성분 또는 식품 섭취에 관한 개입 연구 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 예비시험 검토(소 인원수 시험에서의 시험 제품의 유효성 유무 확인)/상정하는 기능성 표시에 대한 시험 디자인(내용) 검토(유효성·안전성 시험: 인원수, 시험 기간, 검사항목 등)
대상 성분의 안전성 평가, 평가 근거 명시	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 문헌검색 또는 원재료 기업에서의 정보 제공/안전성 시험
생산체제 정비 (가공식품의 경우)	<ul style="list-style-type: none"> · 자체 생산 또는 OEM 생산의 검토, 체제 구축 · 기능성 표시 식품 판매가 가능한 업무시스템·운영 설계: 생산공정에서의 품질관리, 위생관리, 규정 준수 등 통제
위험관리 체제 정비	<ul style="list-style-type: none"> · 긴급 시 대응 프로세스 구축: 고객 대응 창구 정비 (일본 국내에 창구 준비)
신고	<ul style="list-style-type: none"> · 판매 예정일 60일 전까지 제출 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 해당 식품에 대한 표시내용/식품 관련 사업자에 대한 기본정보/안전성 및 기능성 근거에 대한 정보/생산·제조 및 품질관리에 대한 정보/건강피해 정보수집 체제/기타 필요한 사항 → 신고서류가 미비한 경우 서류가 반려됨

※ 논문조사 및 종합평가, 임상시험 실시, 논문작성, 신고서류 작성·지원은 「식품 CRO(식품·건강 식품의 시험분석을 맡아 하는 기업)」이 실시하고 있으며, 서플리먼트의 경우는 일본 국내에서 위탁생산 시, 위탁 처의 건강식품 OEM 기업(수탁 제조기업) 등이 지원하고 있음

3. 일본인의 성별·연령대별 신체상 고민과 기능성 표시에 관한 관심도

가. 소비자가 신체 상태에서 신경 쓰고 있는 점·개선하고 싶은 증상

- 「피로」는 남녀 모두 20~50대에서 비율이 높고, 「어깨결림」과 「스트레스」 등 피로와 관련성이 깊은 항목이 여성 20~50대에서 높은 것으로 나타남
- 여성 40대 이상에서 「피부 탄력, 주름, 기미」의 비율이 높음
- COVID-19의 상황 속에서 관심이 높아지고 있는 「면역력 유지」는 연령대가 높을수록 비율이 높음

<현재 신체 상태에서 신경 쓰고 있는 점과 개선하고 싶은 증상> (복수 응답)

		n	피로	건강유지·증진	눈의피로, 초점조절, 시력저하	피부탄력, 주름, 기미	어깨결림	스트레스	요통	면역력 유지	정장(整腸), 변비	몸매관리(瘦身), 다이어트	체지방, 내장지방, 피하지방
전체		3467	32.4	27.1	27.1	25.0	25.0	21.7	21.3	21.1	17.8	17.0	16.5
남성	전체	1852	30.2	26.1	24.1	10.0	17.8	16.3	20.2	16.9	15.1	10.2	16.6
	20대~30대	615	37.6	22.3	17.7	9.4	16.3	20.2	12.8	15.1	12.8	9.9	13.2
	40대~50대	676	34.0	25.6	25.0	11.5	21.4	20.9	21.9	14.9	13.6	13.8	21.2
	60대~70대 이상	561	17.5	30.8	30.1	8.9	15.2	6.4	26.2	21.2	19.4	6.2	14.8
여성	전체	1615	34.9	28.2	30.5	42.1	33.2	28.0	22.7	25.8	20.9	24.8	16.5
	20대~30대	607	44.3	25.4	25.0	29.7	33.1	38.1	19.3	21.6	18.9	32.1	15.3
	40대~50대	513	40.0	27.5	33.9	51.5	40.0	31.4	24.4	24.6	24.0	28.8	18.7
	60대~70대 이상	495	18.0	32.3	33.5	47.7	26.3	12.3	25.1	32.3	20.0	11.5	15.6

		n	수면관련(숙면을 취할 수 없다, 일어나기가 힘들다 등)	근력유지, 증가	콜레스테롤 수치	모발관련(모발의 양, 탄력, 윤기, 굵기 등)	혈압	중성지방	냉증, 부종	피부건조	영양균형의 편중·부족	기억력 저하, 치매	알레르기(화분증 등)
전체		3467	15.5	15.4	15.0	14.8	14.6	13.4	13.0	12.2	12.0	12.0	10.9
남성	전체	1852	14.3	14.8	13.9	10.0	18.4	16.9	5.7	7.6	8.8	10.6	8.4
	20대~30대	615	15.1	11.5	5.7	9.9	6.0	9.1	4.4	11.5	11.9	6.0	9.1
	40대~50대	676	15.7	13.0	16.3	12.7	16.6	19.8	6.4	7.0	8.0	11.2	7.4
	60대~70대 이상	561	11.8	20.7	20.0	6.8	34.2	21.9	6.2	4.1	6.4	14.8	8.7
여성	전체	1615	17.0	16.0	16.3	20.4	10.2	9.3	21.3	17.4	15.6	13.6	13.9
	20대~30대	607	19.4	10.2	5.3	18.6	2.8	5.6	25.7	22.7	21.7	9.2	15.2
	40대~50대	513	16.4	13.5	17.3	23.0	7.4	12.1	24.8	20.1	16.4	13.1	14.6
	60대~70대 이상	495	14.5	25.9	28.9	19.8	22.0	11.1	12.3	8.1	7.3	19.6	11.5

		n	입냄새, 구강 내 건강	집중력 저하	무릎관절 통증, 이상 증상	혈당치	생활 습관병	간기능	배뇨관련	요산수치	갱년기 장애	기타	전혀없다
전체		3467	10.8	9.4	8.9	8.8	8.6	4.8	4.6	4.4	2.3	0.3	14.9
남성	전체	1852	10.4	8.9	7.6	10.8	9.9	6.5	5.6	7.6	0.9	0.2	19.0
	20대~30대	615	11.2	11.5	3.1	3.6	7.5	3.3	1.1	2.9	0.2	0.2	26.7
	40대~50대	676	12.0	7.2	6.2	9.8	10.2	8.9	4.3	8.3	1.0	0.0	19.5
	60대~70대 이상	561	7.7	7.8	14.3	20.0	12.3	7.3	11.9	11.8	1.4	0.4	9.8
여성	전체	1615	11.1	10.0	10.3	6.5	7.1	2.8	3.4	0.9	4.0	0.4	10.3
	20대~30대	607	12.9	12.4	5.1	4.1	6.8	2.1	1.6	1.0	0.8	0.2	14.0
	40대~50대	513	13.3	9.9	9.0	6.6	7.0	4.1	3.3	1.0	11.3	0.6	8.6
	60대~70대 이상	495	6.9	7.1	18.2	9.3	7.5	2.2	5.7	0.6	0.4	0.6	7.5

※모든 비율을 대상으로 백분위 수로 분류. 최솟값: 빨강, 중간값: 노랑, 최댓값: 초록

<현재 신체 상태에서 신경 쓰고 있는 점과 개선하고 싶은 증상/성별·연령대별 상위응답>

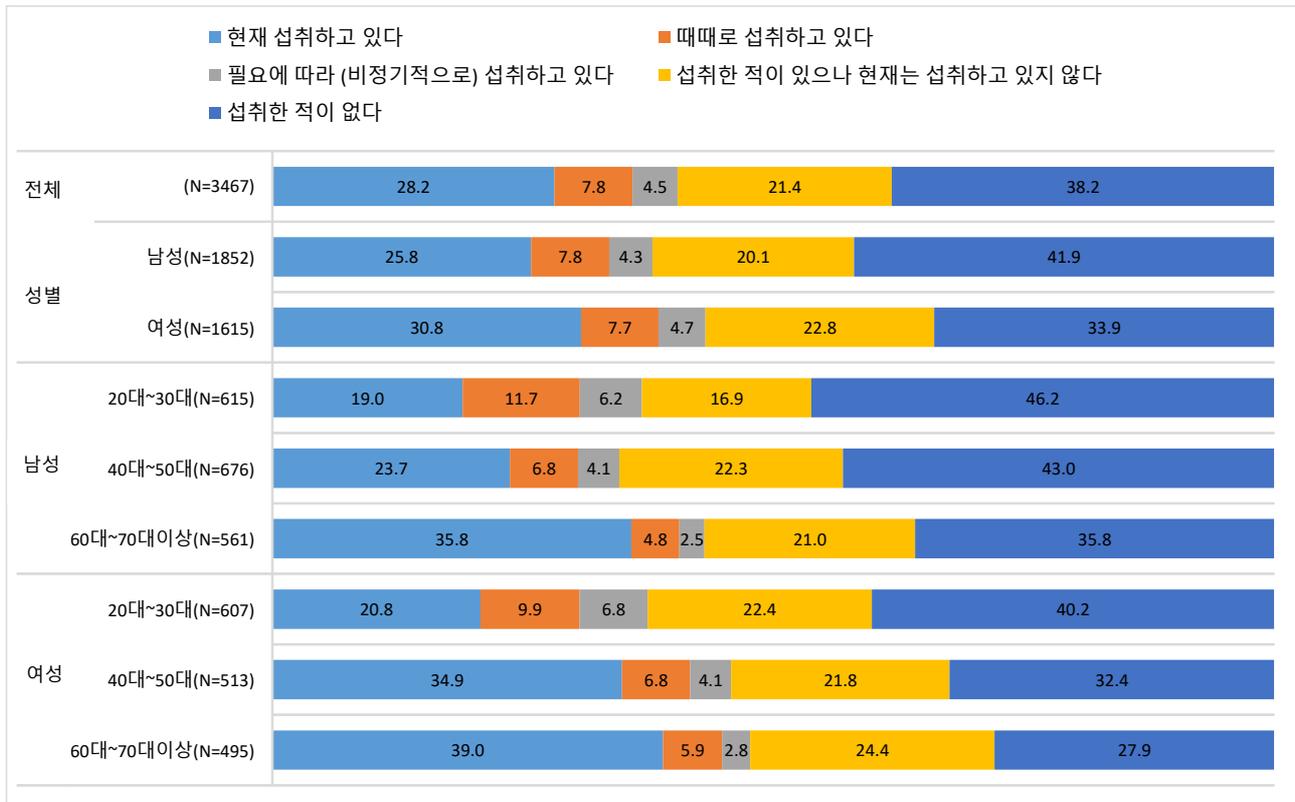
남성 20~30대(n=615)		남성 40~50대(n=676)		남성 60대이상(n=561)	
1 피로	37.6%	1 피로	34.0%	1 혈압	34.2%
2 건강유지·증진	22.3%	2 건강유지·증진	25.6%	2 건강유지·증진	30.8%
3 스트레스	20.2%	3 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	25.0%	3 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	30.1%
4 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	17.7%	4 요통	21.9%	4 요통	26.2%
5 어깨결림	16.3%	5 어깨결림	21.4%	5 중성지방	21.9%
6 면역력 유지	15.1%	6 체지방, 내장지방, 피하지방	21.2%	6 면역력 유지	21.2%
6 수면관련(숙면을 취할 수 없 다, 일어나기가 힘들다 등)	15.1%	7 스트레스	20.9%	7 근력의 유지, 증가	20.7%
8 체지방, 내장지방, 피하지방	13.2%	8 중성지방	19.8%	8 혈당치	20.0%
9 정장(整腸), 변비	12.8%	9 혈압	16.6%	8 콜레스테롤 수치	20.0%
9 요통	12.8%	10 콜레스테롤 수치	16.3%	10 정장(整腸), 변비	19.4%
전혀 없다	26.7%	전혀 없다	19.5%	전혀 없다	9.8%
여성 20~30대(n=607)		여성 40~50대(n=513)		여성 60대이상(n=495)	
1 피로	44.3%	1 피부탄력, 주름, 기미	51.5%	1 피부탄력, 주름, 기미	47.7%
2 스트레스	38.1%	2 피로	40.0%	2 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	33.5%
3 어깨결림	33.1%	2 어깨결림	40.0%	3 건강유지·증진	32.3%
4 몸매관리(瘦身), 다이어트	32.1%	4 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	33.9%	3 면역력 유지	32.3%
5 피부탄력, 주름, 기미	29.7%	5 스트레스	31.4%	5 콜레스테롤 수치	28.9%
6 냉증, 부종	25.7%	6 몸매관리(瘦身), 다이어트	28.8%	6 어깨결림	26.3%
7 건강유지·증진	25.4%	7 건강유지·증진	27.5%	7 근력의 유지, 증가	25.9%
8 눈의 피로, 초점조절, 시력저하	25.0%	8 냉증, 부종	24.8%	8 요통	25.1%
9 피부건조	22.7%	9 면역력 유지	24.6%	9 혈압	22.0%
10 영양균형의 편중·부족	21.7%	10 요통	24.4%	10 정장(整腸), 변비	20.0%
전혀 없다	14.0%	전혀 없다	8.6%	전혀 없다	7.5%

나. 건강식품의 섭취 현황

① 섭취 유무 · 빈도

- 건강식품(정제, 분말, 캡슐, 드링크제 형태의 건강·미용에 대한 효과가 기대되는 식품)에 대해 현재 섭취하고 있는 사람의 비율은 전체 28.2%이며, 성별로는 여성(30.8%)이 남성(25.8%)보다 높음
- 연령대별로는 연령대가 높을수록 현재 섭취하고 있는 사람의 비율이 높아지는 경향이며, 60대 이상은 남성(35.8%), 여성(39.0%) 모두 약 40%를 차지함

<건강식품의 섭취 현황>



② 섭취하고 있는 소재 · 성분

- 현재 섭취하고 있는 건강식품의 주성분 비율이 높은 것은 비타민 관련이며, 최근 장내 환경의 건강 중요성과 면역력 유지 · 향상 부분에서 관심이 높아진 유산균과 치매 대책과 생활습관병 대책에서 인기가 있는 DHA · EPA가 상위에 위치함
- 인삼의 경우 인지도는 높지만, 현재 섭취하고 있는 사람의 비율이 1.3%로, 전체에서 44위에 위치함

<건강식품의 주요 성분에 관한 인지 · 섭취 현황 ①> (섭취 비율이 높은 순/1위~27위)

순위	건강식품의 주성분(n=1,401)	현재 섭취하고 있다	과거에 섭취한 적이 있다 (현재는 섭취하고 있지 않다)	섭취한 적이 없다	모르겠다
		(%)			
1	비타민C	27.2	28.6	38.8	5.5
2	멀티비타민 · 미네랄류	26.7	26.5	36.1	10.7
3	유산균	21.6	18.3	51.2	8.9
4	비타민B	19.1	21.6	52.0	7.3
5	DHA · EPA	17.2	18.3	53.6	10.8
6	아연	16.8	16.7	58.5	8.0
7	녹즙	16.3	32.1	47.3	4.3
8	칼슘	14.8	25.4	50.6	9.2
9	단백질	14.3	16.8	59.0	9.9
10	블루베리(빌베리)	13.5	20.9	54.2	11.3
11	비타민D	13.4	16.4	62.0	8.2
12	아미노산	12.4	18.6	60.0	9.0
13	콜라겐	12.3	19.8	58.8	9.1
13	식이섬유	12.3	16.0	61.2	10.5
15	글루코사민	8.2	13.3	67.1	11.4
16	세사민	6.8	15.3	65.0	12.9
17	엽산	5.8	9.4	63.2	21.6
18	식물발효추출물, 효소	5.1	9.9	53.5	31.5
19	강황	5.0	20.1	64.1	10.8
20	대두이소프라본	4.7	13.7	68.7	12.8
20	필수아미노산(BCAA)	4.7	9.6	65.0	20.6
22	히알루론산	4.3	12.6	70.0	13.2
23	오르니틴	3.9	10.6	62.4	23.2
24	코엔자임Q10	3.5	16.1	66.4	14.0
25	아르기닌	3.3	8.9	59.8	28.1
26	푸룬	3.1	17.8	64.0	15.1
27	마카	3.1	11.1	69.1	16.7

<건강식품의 주요 성분에 관한 인지·섭취 현황 ②> (섭취 비율이 높은 순/28위~54위)

순위	건강식품의 주성분(n=1,401)	현재 섭취하고 있다	과거에 섭취한 적이 있다 (현재는 섭취하고 있지 않다)	섭취한 적이 없다		모르겠다
				섭취한 적이 없다	모르겠다	
(%)						
28	재첩 진액	2.8	15.8	67.9		13.5
28	태반	2.8	10.8	65.0		21.4
30	L-카르니틴	2.5	8.9	50.7		37.9
31	프로폴리스	2.4	12.4	64.6		20.6
32	은행잎	2.3	7.6	66.2		23.8
32	자라 진액	2.3	5.6	77.4		14.6
32	로열젤리	2.3	16.8	66.5		14.5
35	효모	2.2	9.5	70.4		17.8
36	아스타크산틴	1.9	6.7	56.7		34.6
36	HMB	1.9	3.6	40.0		54.5
36	에쿠올	1.9	3.7	48.1		46.3
39	클로렐라	1.7	13.1	67.6		17.6
40	시트룰린	1.6	4.7	39.1		54.5
40	유글레나(연두벌레)	1.6	9.3	71.3		17.8
42	간장수해물·간가수분해물	1.4	5.2	47.4		46.0
42	매실 진액	1.4	8.9	67.7		22.1
44	굴 진액	1.3	6.2	63.2		29.3
44	키틴·키토산	1.3	7.7	58.0		33.0
44	인삼	1.3	9.6	76.4		12.7
47	스피루리나	1.2	5.4	45.7		47.8
48	아가릭스·브라제이	0.9	3.8	51.2		44.1
48	핵산	0.9	3.9	49.9		45.3
48	레시틴	0.9	3.8	53.8		41.5
51	프로테오글리칸	0.8	4.9	56.2		38.1
52	상황버섯	0.4	1.8	45.3		52.5
53	레스베라트롤	0.3	3.1	42.9		53.7
54	영지버섯	0.2	3.6	56.1		40.1

- 연령대별로 건강식품 주요 성분의 섭취 현황을 보면, 50대 이하에서 기초영양소인 비타민과 미네랄, 몸만들기에 관련된 아미노산과 단백질이 상위에 올랐으며, 60대 이상에서는 노화에 관한 고민 대책 소재인 DHA·EPA, 관절에 좋은 글루코사민, 눈에 좋은 블루베리(빌베리)가 상위에 오름

〈현재 섭취하고 있는 건강식품의 주요 성분〉 (성·연령대별/상위 10개 소재)

남성 20~30대(n=227)		남성 40~50대(n=234)		남성 60대이상(n=242)	
1 아연	30.4%	1 멀티비타민·미네랄류	29.1%	1 DHA·EPA	32.2%
2 멀티비타민·미네랄류	30.0%	2 비타민C	23.9%	1 유산균	32.2%
3 비타민C	28.6%	3 아연	20.9%	3 멀티비타민·미네랄류	25.6%
4 단백질	26.0%	4 아미노산	18.4%	4 블루베리(빌베리)	23.1%
5 비타민B	21.6%	5 비타민B	17.9%	5 비타민C	17.4%
6 유산균	19.4%	6 DHA·EPA	16.7%	5 글루코사민	17.4%
7 칼슘	18.5%	7 유산균	15.8%	7 녹즙	16.5%
8 비타민D	17.6%	8 단백질	13.7%	7 칼슘	16.5%
9 아미노산	16.7%	9 녹즙	12.8%	9 아연	15.3%
10 녹즙	14.1%	10 블루베리(빌베리)	12.4%	9 세사민	15.3%

여성 20~30대(n=227)		여성 40~50대(n=235)		여성 60대이상(n=236)	
1 비타민C	38.3%	1 멀티비타민·미네랄류	30.6%	1 비타민C	27.1%
2 멀티비타민·미네랄류	28.2%	2 비타민C	28.5%	2 녹즙	25.0%
3 비타민B	26.9%	3 유산균	25.1%	3 콜라겐	22.5%
4 비타민D	17.6%	4 콜라겐	23.8%	4 유산균	22.0%
4 단백질	17.6%	5 비타민B	20.9%	5 칼슘	20.8%
6 엽산	16.7%	6 비타민D	16.2%	5 DHA·EPA	20.8%
7 아연	15.4%	6 녹즙	16.2%	7 글루코사민	18.6%
8 식이섬유	15.0%	8 칼슘	14.9%	8 멀티비타민·미네랄류	16.9%
9 유산균	14.5%	9 DHA·EPA	14.0%	9 비타민B	14.4%
10 녹즙	13.2%	10 단백질	13.6%	9 블루베리(빌베리)	14.4%

- 인삼의 인지·섭취 현황을 보면, 여성보다 남성 쪽이 섭취 비율이 높고, 연령대가 높을수록 현재 섭취하고 있는 비율이 높음
- 「모르겠다」라고 응답한 비율은 연령대가 높을수록 낮아서 인삼의 인지도는 높지만, 섭취한 적은 없다는 응답이 전체적으로 60%에서 80%로, 인삼을 섭취할 기회를 제공함으로써 섭취율 향상을 도모하는 것이 중요함

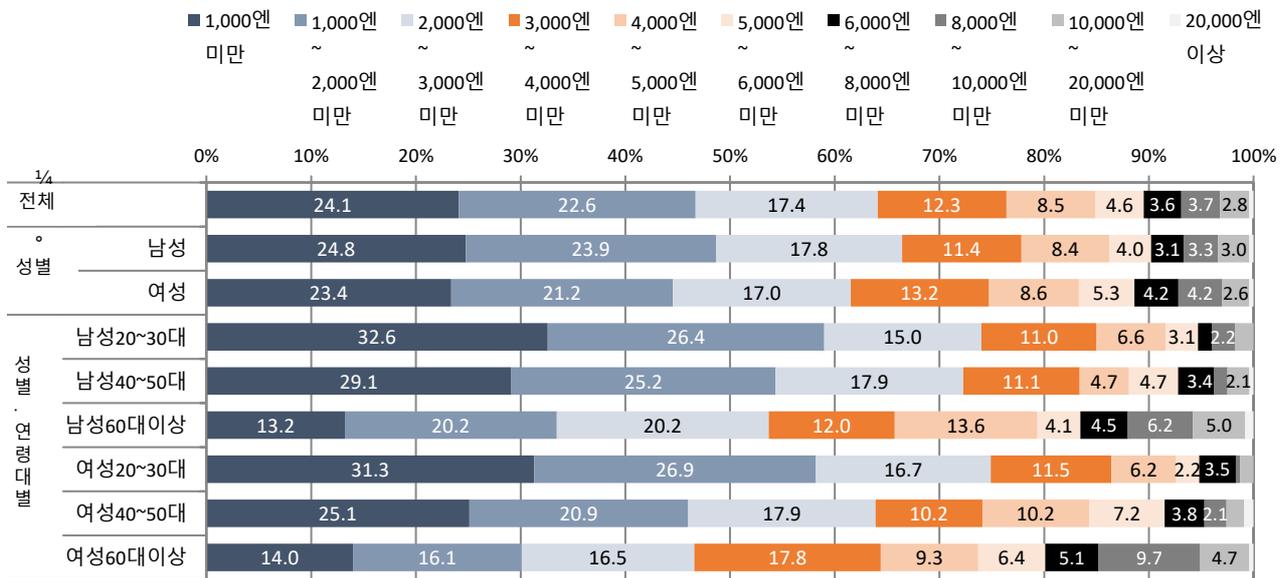
<인삼의 인지·섭취 현황>

		현재 섭취하고 있다	과거에 섭취한 적이 있다 (현재는 섭취하고 있지 않다)	섭취한 적이 없다	모르겠다	
전체(n=1401)		1.3	9.6	76.4	12.7	
성별	남성 전체(n=703)	2.0	11.5	71.8	14.7	
	여성 전체(n=698)	0.6	7.7	80.9	10.7	
연령대별	남성	20대~30대(n=227)	1.3	11.0	65.2	22.5
		40대~50대(n=234)	1.7	10.3	73.5	14.5
		60대~70대이상(n=242)	2.9	13.2	76.4	7.4
	여성	20대~30대(n=227)	0.4	5.7	77.5	16.3
		40대~50대(n=235)	0.4	10.6	80.4	8.5
		60대~70대이상(n=236)	0.8	6.8	84.7	7.6

③ 지출금액

- 건강식품에 대한 지출금액(1개월)의 전체 평균은 3,053엔이며, 남성보다 여성 쪽이 높은 것으로 나타남. 연령대가 높을수록 지출금액이 커지는 경향을 보였으며, 여성 60대 이상에서는 평균 4,133엔으로 4,000엔 이상이었음. 남성은 60대 이상에서 3,921엔으로 50대 이하보다 1,000엔 이상 높아, 연령대가 높을수록 건강식품에 대한 지출액이 커지는 경향이 뚜렷함

<건강식품에 대한 지출금액(1개월)>



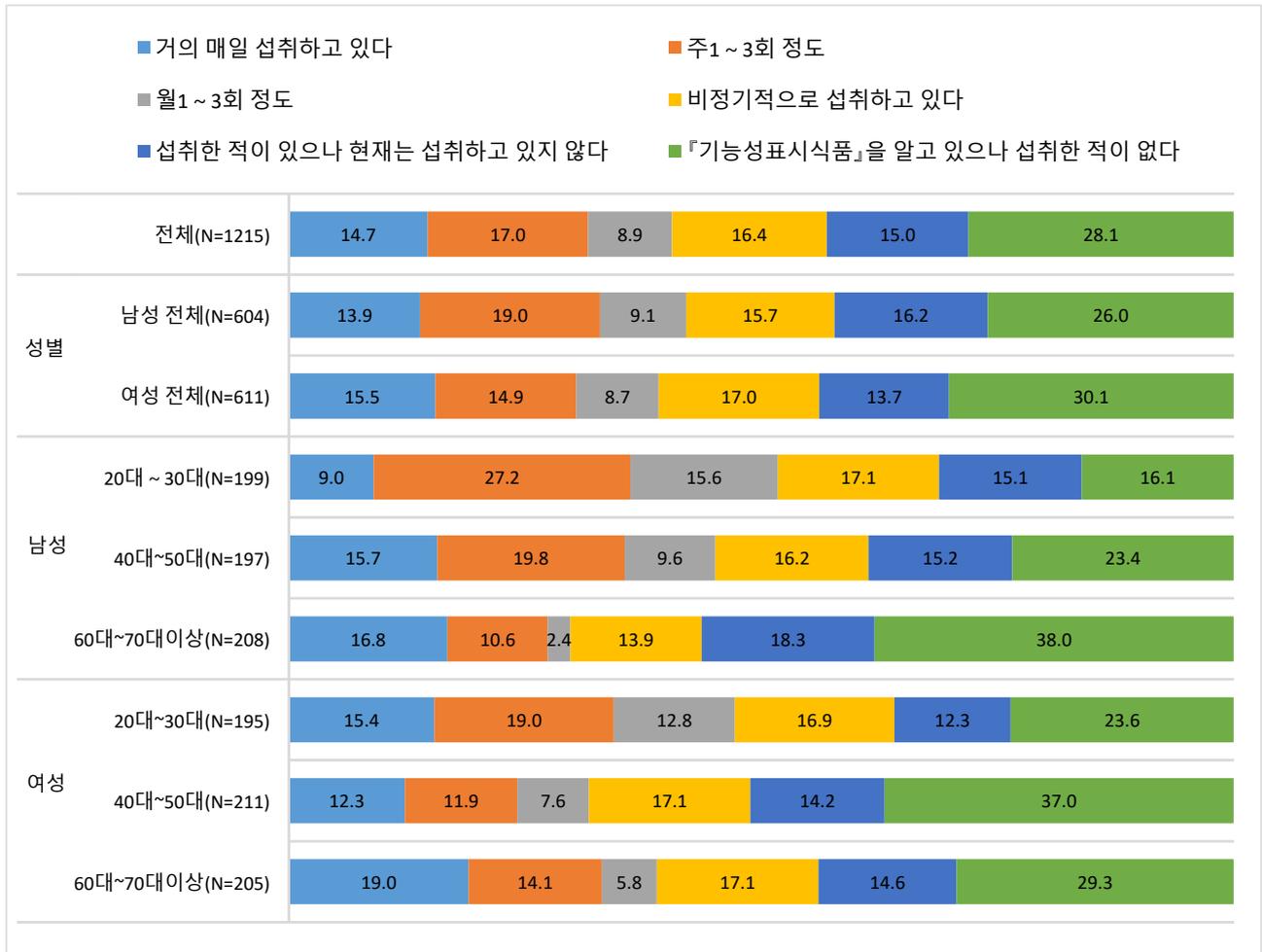
전체 결과에서 +5pt 이상 (n)		1,000엔 미만	1,000엔 ~ 2,000엔 미만	2,000엔 ~ 3,000엔 미만	3,000엔 ~ 4,000엔 미만	4,000엔 ~ 5,000엔 미만	5,000엔 ~ 6,000엔 미만	6,000엔 ~ 8,000엔 미만	8,000엔 ~ 10,000엔 미만	10,000엔 ~ 20,000엔 미만	20,000엔 이상	가중 평균치 (엔)	2,000엔 미만	3,000엔 미만	4,000엔 미만	4,000엔 이상
전체	(1401)	24.1	22.6	17.4	12.3	8.5	4.6	3.6	3.7	2.8	0.4	3,053	46.7	64.1	76.4	23.6
성별																
남성	(703)	24.8	23.9	17.8	11.4	8.4	4.0	3.1	3.3	3.0	0.4	2,969	48.7	66.5	77.9	22.2
여성	(698)	23.4	21.2	17.0	13.2	8.6	5.3	4.2	4.2	2.6	0.4	3,138	44.6	61.6	74.8	25.3
성·연령대별																
남성20~30대	(227)	32.6	26.4	15.0	11.0	6.6	3.1	1.3	2.2	1.8	-	2,341	59.0	74.0	85.0	15.0
남성40~50대	(234)	29.1	25.2	17.9	11.1	4.7	4.7	3.4	1.3	2.1	0.4	2,592	54.3	72.2	83.3	16.6
남성60대이상	(242)	13.2	20.2	20.2	12.0	13.6	4.1	4.5	6.2	5.0	0.8	3,921	33.4	53.6	65.6	34.2
여성20~30대	(227)	31.3	26.9	16.7	11.5	6.2	2.2	3.5	0.4	1.3	-	2,262	58.2	74.9	86.4	13.6
여성40~50대	(235)	25.1	20.9	17.9	10.2	10.2	7.2	3.8	2.1	1.7	0.9	2,985	46.0	63.9	74.1	25.9
여성60대이상	(236)	14.0	16.1	16.5	17.8	9.3	6.4	5.1	9.7	4.7	0.4	4,133	30.1	46.6	64.4	35.6

※가중 평균값은 각 카테고리의 중간값을 곱하여 산출

다. 기능성 표시 식품의 섭취 현황(섭취 유무·빈도)

- 건강식품 섭취자(n=1,401) 중 기능성 표시 식품을 알고 있다고 응답한 사람(n=1,215)의 기능성 표시 식품 섭취 현황을 보면, 거의 매일 섭취하고 있는 사람은 남성보다 여성의 비율이 높고, 남녀 모두 60대 이상의 비율이 가장 높음

<기능성 표시 식품의 섭취 상황>



라. 관심이 있는 기능성 표시, 향후 섭취 의향

- 전체적으로 복부지방과 정장(整腸), 눈 건강에 관한 관심이 높고, 특히 젊은 층에서 비율이 높으며, 여성 60대 이상은 뼈 건강과 근력 유지, 콜레스테롤 등 노화와 여성 관련 고민에 대한 표시에 관심이 높음

<관심이 있는 기능성 표시내용>

		n		복부지방 (체지방· 내장지 방), 체중 감소	장 상태, 장내 환경 개선, 번 비 개선, 정장(整 腸)	눈 건강, 눈 피로 완화, 초 점 조절 기능, 색 농담의 판 별력 개선	식후 중성 지방 상승 억제	혈중 콜레 스테롤이 높은 사람 의 혈중 콜레스테 롤 저하, 나쁜 콜레 스테롤 저 하	체지방 대책	건강한 사 람의 면역 기능 유지 지원	컴퓨터 작 업 등에 의해 저하 된 눈의 대비(콘트 라스트) 감도 개선	스트레스 완화	기초대사 향상 지원	수면의 질 (숙면 개 운한 기 상) 향상, 건강한 수 면 지원	뼈 건강 유지, 튼튼한 뼈 유지
전체		1401	%	34.5	28.9	21.2	18.3	15.4	14.1	14.1	13.6	12.6	12.3	11.9	11.5
남성	전체	703	%	33.6	25.0	20.9	18.8	13.7	11.9	11.5	14.7	11.0	8.5	11.1	6.8
	남성20~30대	227	%	41.0	26.0	21.6	23.3	9.3	12.8	10.6	18.1	14.1	7.9	11.5	4.4
	남성40~50대	234	%	38.9	26.5	22.2	18.8	17.5	12.8	9.0	15.4	12.8	6.8	12.8	6.4
	남성60대이상	242	%	21.5	22.7	19.0	14.5	14.0	10.3	14.9	10.7	6.2	10.7	9.1	9.5
여성	전체	698	%	35.4	32.8	21.5	17.9	17.2	16.3	16.8	12.5	14.2	16.0	12.8	16.2
	여성20~30대	227	%	38.8	34.4	25.6	19.4	8.4	14.5	15.4	16.7	21.1	14.5	15.4	10.1
	여성40~50대	235	%	45.1	38.3	17.9	21.7	19.6	20.4	14.0	12.8	14.9	17.4	11.9	13.6
	여성60대이상	236	%	22.5	25.8	21.2	12.7	23.3	14.0	20.8	8.1	6.8	16.1	11.0	24.6

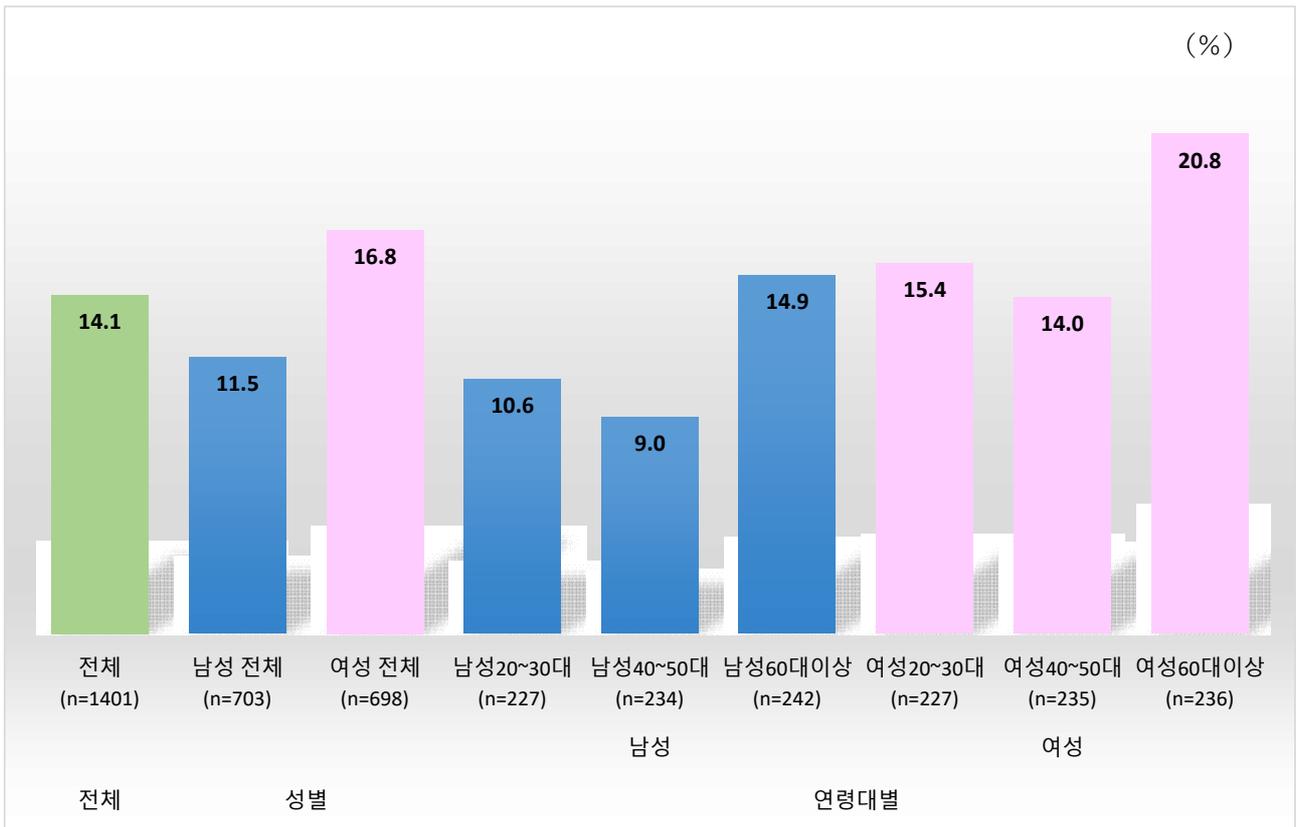
		n		혈압이 높 은 사람의 혈압을 낮 춘다	식후 혈당 치 상승 억제	혈당치 상승 억제	나이가 들 수록 감소 하는 근육 량과 근력 의 유지	피부 건조 대책 (보습)	인지기능 의 일부인 기억력 유 지와 판단 력(판단의 정확성)을 지원	걷는 힘, 속도 유 지, 보행 능력 유지	자외선 자 극으로부 터 피부 보호를 돕 는 기능	무릎관절 기능 유지, 무릎관절 유연성 가 동성 지 원, 무릎 관절의 이 상 증상 경감	일이나 운 동에 의해 생기는 일 과성의 피 로감 경감	인지기능 의 일부인 말을 기억 하고 떠올 리는 능 력, 「언어 기억력」 유지	건강한 간 기능 유지
전체		1401	%	11.1	10.8	10.3	10.2	10.1	8.9	8.2	7.9	7.7	7.3	7.0	6.7
남성	전체	703	%	13.8	9.7	10.4	8.1	5.3	7.1	7.0	2.6	6.3	6.1	5.8	8.3
	남성20~30대	227	%	9.7	9.7	10.1	5.3	9.7	3.5	4.0	4.4	3.1	10.1	4.4	4.8
	남성40~50대	234	%	15.4	8.5	9.4	4.3	5.1	5.1	4.7	1.7	4.7	4.3	3.8	10.3
	남성60대이상	242	%	16.1	10.7	11.6	14.5	1.2	12.4	12.0	1.7	10.7	4.1	9.1	9.5
여성	전체	698	%	8.3	11.9	10.2	12.3	15.0	10.6	9.5	13.2	9.2	8.5	8.2	5.2
	여성20~30대	227	%	4.0	11.9	9.7	5.3	17.6	4.8	3.5	16.3	3.5	11.0	3.5	4.4
	여성40~50대	235	%	6.4	11.5	11.5	8.9	17.0	9.4	6.8	11.9	7.2	6.8	7.7	5.5
	여성60대이상	236	%	14.4	12.3	9.3	22.5	10.6	17.4	17.8	11.4	16.5	7.6	13.1	5.5

		n		일상생활 및 운동 후의 일시 적인 피로 감 감소	허리 불쾌 감 감소	몸을 따뜻 하게 유지 하는 기 능, 체온 (말초체 온) 유지	구강 환경 을 양호하 게 유지 (치석 생 성 억제)	다리 부종 경감	긴장감 경감	요산 수치 가 높은 사람의 요 산 수치를 낮추는 기 능	먼지와 집 먼지로 인 한 눈과 코의 불쾌 감 감소	해당되는 것이 없다	전혀 관심 이 없다	모르겠다, 불명
전체		1401	%	6.4	6.1	6.1	5.7	5.6	3.9	3.1	3.0	3.7	6.7	10.6
남성	전체	703	%	5.5	5.8	2.3	5.0	2.3	2.4	4.1	1.7	3.4	8.4	11.9
	남성20~30대	227	%	5.7	3.1	2.6	6.6	1.3	4.0	2.6	1.8	1.8	8.4	9.3
	남성40~50대	234	%	6.0	5.1	2.1	6.4	3.0	3.4	4.7	2.6	3.4	6.0	10.7
	남성60대이상	242	%	5.0	9.1	2.1	2.1	2.5	0.0	5.0	0.8	5.0	10.7	15.7
여성	전체	698	%	7.2	6.3	9.9	6.4	8.9	5.4	2.0	4.3	4.0	5.0	9.2
	여성20~30대	227	%	10.6	4.8	12.8	7.9	12.3	8.4	2.6	7.0	2.6	4.0	9.3
	여성40~50대	235	%	6.8	6.0	8.5	6.8	7.2	5.5	1.3	3.4	3.8	6.8	8.5
	여성60대이상	236	%	4.2	8.1	8.5	4.7	7.2	2.5	2.1	2.5	5.5	4.2	9.7

※모든 비율을 대상으로 백분위 수로 분류. 최솟값: 빨강, 중간값: 노랑, 최댓값: 초록

- 기능성 표시 식품으로 이미 전개되고 있는 「건강한 사람의 면역기능 유지 지원」에 대한 관심은 전체 6위(체지방 대책과 동일)로, 소비자가 관심이 높은 기능이라고 할 수 있음
- 속성별로 보면 남정보다 여성의 관심이 높고, 연령대에서는 특히 60대 이상의 비율이 높으며 여성 60대 이상에서 20.8%로, 다른 속성에 비해 가장 높은 것으로 나타남

<「건강한 사람의 면역기능 유지 지원」에 대한 관심도>



4. 기능성 표시 식품의 주목 전개 사례

가. 한국산 식품의 전개 사례

대상 저팬(大象ジャパン)

「오이시쿠노메루홍초(美味しく飲めるホンチョ)」(기능성 표시 식품으로 수리 완료)



* 사진 출처: 대상 저팬 홈페이지(동사 승인 완료)

<기능성 표시 식품의 신고 내용>

상품명	오이시쿠노메루홍초(美味しく飲めるホンチョ: 맛있게 마실 수 있는 홍초) 석류/청사과/딸기&자몽/블루베리/산딸기
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	초산
기능성성분함량/일	750mg
기능성표시내용	본 제품에는 식초의 주성분인 초산이 함유되어 있음. 초산은 비만한 사람의 내장지방을 감소시키는 기능이 있는 것으로 보고됨. 내장지방이 신경 쓰이는 사람에게 적합한 식품
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일*	「석류」 2019/12/27, 「청사과」 「딸기&자몽」 2020/6/1, 「블루베리」 「산딸기」 2021/1/5

상품명	오이시쿠노메루홍초(美味しく飲めるホンチョ: 맛있게 마실 수 있는 홍초) 비트&레몬
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	초산, 난소화성 텍스트린
기능성성분함량/일	초산 750mg, 난소화성 텍스트린(식이섬유) 5g
기능성표시내용	본 제품에는 식초의 주성분인 초산과 난소화성 텍스트린(식이섬유)이 함유되어 있음. 초산은 비만한 사람의 내장지방을 감소시키는 기능이 있는 것으로 보고되어, 내장지방이 신경 쓰이는 사람에게 적합한 식품임. 또한, 난소화성 텍스트린(식이섬유)에는 음식 섭취에 의한 지방의 흡수를 억제하고 배출을 증가시켜, 식후 혈중 중성지방의 상승을 완화하는 것으로 보고되어, 식후 혈중 중성지방이 신경 쓰이는 사람에게 적합함
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/5/1

※최종신고일: 감독관청인 소비자청에 기능성 표시 식품으로서의 서류 제출, 미비한 경우 서류가 반려됨. 최종신고일은 서류가 기능성 표시 식품으로 최종 수리된 날짜를 말함

대상 저팬(大象ジャパン)

「홍초 곤약젤리(ホンチヨ 蒟蒻ゼリー)」(기능성 표시 식품으로 수리 완료)



* 사진 출처: 대상 저팬 홈페이지(동사 승인 완료)

<기능성 표시 식품의 신고 내용>

상품명	홍초 곤약젤리(ホンチヨ 蒟蒻ゼリー) 석류/청사과/딸기&자몽
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	난소화성 텍스트린(식이섬유)
기능성성분함량/일	난소화성 텍스트린(식이섬유) 5g
기능성표시내용	본 제품에는 난소화성 텍스트린(식이섬유)이 함유되어 있음. 난소화성 텍스트린(식이섬유)에는 음식 섭취에 의한 지방 흡수를 억제하고 배출을 증가시켜, 식후 혈중 중성지방의 상승을 완화하는 것으로 보고되어, 식후 혈중 중성지방이 신경 쓰이는 사람에게 적합함
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2021/4/27

- 「홍초」는 십여 년 전 일본에서 크게 히트를 하며, 대상 저팬의 이익에 크게 이바지한 상품이지만, 2012년 여름 이후 한일관계 악화로 부진한 모습을 보여 2013년부터 2017년에 걸쳐 매출이 거의 없었음. 한편, 일본의 음용 식초 시장은 일본의 대형 식초 기업이 2016년부터 기능성 표시 식품으로 제품을 전개하면서, 축소 추이를 보이던 시장이 확대로 돌아섬
- 대상 저팬에서는 「홍초」가 몸에 좋다는 것을 일본의 소비자에게 어떻게 전달할 것인가를 과제로 삼고, 한국산 음용 식초의 차별화를 도모하면서 2018년 말부터 기능성 표시 식품으로 전개하는 것을 검토하기 시작함
- 기능성 표시 식품에 관한 지식이 없었기 때문에 처음에는 기능성 표시 식품 컨설턴트와 계약해 상품 정보를 공유하면서 진행함. 컨설턴트 주도로 신고를 위한 준비가 원활하게 진행되어, 2019년 12월에 「오이시쿠노메루홍초 자쿠로(美味しく飲めるホンチヨ ざくろ): 맛있게 마실 수 있는 홍초 석류」를 소비자청에 신고함
- 컨설턴트와의 계약은 1년으로 종료하였으며, 그 후에는 대상 저팬이 자사에서 모든 대응을 진행함. 서류 작업이 방대하지만 「오이시쿠노메루홍초 자쿠로」의 신고 실적을 활용할 수 있었음
- 「오이시쿠노메루홍초 비트&레몬(美味しく飲めるホンチヨ ビーツ&レモン)」에 대해서는 초산과 난소화성 텍스트린 2가지 관여 성분으로 신고함. 연구 문헌 조사 작성을 외주에 의뢰했으나, 그 후에는 자사에서 필요한 서류를 작성하고 있음

- 기능성 평가는 연구 문헌 조사로 진행함. 초산에 대해서는 PubMed(검색일자: 2019년 7월 24일)와 의중지(医中誌)⁴⁾(검색 일자: 2019년 8월 1일)에서 이전에 발표된 논문을 대상으로 검색해, 최종적으로 취득한 논문은 1보. 25~60세에서 BMI 25~30의 일본인 175명을 참가자로 하여, 기능성 관여 성분인 초산을 1일 750mg 또는 1,500mg의 투여량으로 12주간 개입시험(임상시험)을 실시해, 175명 중 155명이 시험을 완료함. 12주 동안 1일 초산 750mg 섭취가 내장지방 면적을 유의미하게 감소시키는 것으로 나타남
- 난소화성 텍스트린은 마쓰타니카가쿠코교(松谷化学工業)가 원료 공급원이며, 동사에서 기능성 증명에 관한 자료 제공 등의 지원을 받음. 마쓰타니카가쿠코교의 연구 문헌 조사에서는 2015년 6월 25일에 그 이전에 발표된 논문을 대상으로 검색해, 최종적으로 취득한 논문은 9보. 공복 시 혈중 중성지방 수치가 200mg/dL 미만인 건강한 성인(공복 시 혈중 지방 수치가 약간 높은(150~199mg/dL) 경증상자 포함)을 대상으로, 식사와 난소화성 텍스트린을 섭취한 경우와 식사와 플라세보(난소화성 텍스트린을 함유하지 않는 식품)를 섭취한 경우를 비교해, 식후 혈중 중성지방의 상승이 억제되는가를 조사한 무작위비교시험(RCT)을 수집. 또한, 논문 9보 중 1보의 결과를 확인하고, 건강한 성인(공복 시 혈중 지방 수치 150mg/dL 미만)에게만 추가적 분석을 진행함. 난소화성 텍스트린을 식사와 함께 섭취하고 식후 2, 3, 4시간의 혈중 중성지방, 식후 6시간까지의 중성지방의 혈중 농도 곡선하 면적(흡수량의 지표)을 평가한 결과, 난소화성 텍스트린을 식이섭유로 5g 섭취했을 때 대조군 대비 혈중 중성지방의 상승 억제가 인정됨. 또한, 공복 시 중성지방이 150mg/dL 미만인 사람을 대상으로 한 논문의 연구 조사에서도 난소화성 텍스트린 섭취는 식후 혈중 중성지방의 상승 억제에 효과가 있음을 확인함
- 「오이시쿠노메루 홍초」의 매출은 순조롭게 확대하여, 매출이 저조했던 시점에 비해 현재 약 2배로 증가함. 소매점에 대한 납품 상담에서 다른 제품과의 차별화로써 기능성 표시 식품인 점을 어필하고 있음. 기능성 표시 식품으로서의 어필이 없는 경우에는 가격 중심의 상담이 되므로, 가격 경쟁에 밀려들 우려가 있음
- 「오이시쿠노메루 홍초」의 대상층은 30~50대 주부로, 이들은 건강에 신경을 쓰기 시작하는 소비층임. 상정한 대상에 확실하게 홍보하기 위해 요가 스튜디오나 헬스클럽에 다니는 사람 등 자신의 건강관리에 관심이 높은 층에 초점을 맞추어 온라인 미디어에서의 커뮤니케이션 활동에 주력하고 있음. 또 일반 소비자에 대한 인지도 향상을 목표로 2021년 여름에 TV 광고를 방영함
- 「홍초 곤약젤리」는 2021년 9월 1일에 출시함. 중성지방 감소 기능의 「홍초 곤약젤리」와 내장지방 감소 기능의 「오이시쿠노메루 홍초」를 연계하여 어필하는 것을 도모하고 있음
- 「홍초 곤약젤리」는 20~30대 여성 회사원을 대상으로 하여 간식(디저트)으로 먹는 것을 추천하면서 동시에 「오이시쿠노메루 홍초」의 어필에도 주력하고 있음
- 기능성 표시를 함으로써 상품특징의 하나인 건강 기능을 소비자에게 홍보할 수 있다는 것은 큰 장점이 됨. 대상 저팬에서는 기능성 표시 식품을 다른 제품에도 확대할 계획이며, 제품을 이용하는 소비자 속성에 따라 기능성 표시내용도 검토할 예정임

4) 의중지(医中誌): 의학 중앙잡지발행 회가 작성하는 일본 국내 의학 논문정보 인터넷 검색 서비스

모심 저팬(母心ジャパン)

「에고마아부라(エゴマ油): 들기름」(기능성 표시 식품으로 수리 완료)

<기능성표시식품의 신고 내용>

상품명	모심(母心) 나마에고마아부라(生えごま油: 생들기름)
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	α -리놀렌산
기능성성분함량/일	2.7g
기능성표시내용	본 제품에는 α -리놀렌산이 함유되어 있음. α -리놀렌산은 혈압이 높은 사람에게 적합한 기능이 있는 것으로 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2021/5/29

<상품 상세>

상품명	母心(mosim) 나마에고마아부라(生えごま油)	
희망소매가격	1,850엔(VAT별도)	
제조사	KOMEGA	
용량	165g	
유통기한	18개월	
상품특징	<ul style="list-style-type: none"> · 들기름 제품 중에서 최초의 기능성 표시 식품 · ITQI(국제미각심사기구) 우수 미각상 수상 (2 스타) · 한국 충북 음성군에서 생산한 한국 최고 품질의 들깨를 사용 · 계약 농가에서 무농약으로 재배한 들깨를 가열하지 않고 50℃ 이하에서 저온 압착하는 제조 특허로 만든 「생들기름」. 보존제, 첨가물 무첨가 · 미국식품의약국(FDA) 검사 완료(2015년). · ISO22000인증, HALAL인증 완료. 세계 일류상품 인증(한국 정부) 	

* 사진 출처: 모심 재팬

- 제조원인 코메가(KOMEGA Co., Ltd., 한국)에서는 연간 약 80t의 들기름을 생산해 일본을 비롯한 해외 7개국에 수출하고 있음
- 모심 저팬에서는 2016년 12월부터 수입·판매하고 있으며, 월 2,000명 정도가 판매되고 있음. 일본 거래처에 납품하기 전에 상품의 내용물과 라벨 상태를 재검사하는 등 품질을 중시한 전개를 하고 있음. 기능성 표시 식품으로의 판매는 2021년 9월 15일부터 개시. 상품의 대상층은 나이가 있는 여성을 중심으로 상정하고 있음
- 기능성 표시 식품으로의 전개를 검토한 것은 2019년으로, 한국농수산물유통공사 도쿄지사의 추천이 계기였음

- 2019년 11월 말에 기능성 관여 성분(α -리놀렌산)의 성분 검사 준비를 시작한 이후, 2021년 7월에 소비자청으로부터 기능성 표시 식품으로 수리되었다는 연락을 받을 때까지 약 1년 8개월의 시간이 소요됨
- 기능성에 관해서는 연구 문헌 조사로 평가를 진행함. 연구 문헌 조사 결과, 무작위 비교시험(RCT) 논문으로 1보가 채택됨. 해당 논문에서 고혈압 전 단계인 사람에게 α -리놀렌산(ALA) 2.6g/일 투입으로 12주간 개입(임상)시험을 실시한 결과, ALA 섭취 군을 대상식품 섭취 군과 비교하였더니, 시험 후 수축기 및 확장기 혈압이 유의미하게 낮은 수치가 나온 것이 보고됨
- 기능성 표시 식품으로 신고하기 위해 「생들기름」에 함유된 α -리놀렌산이 혈압이 높은 사람에게 효과가 있다는 기능 등, 각종 자료 수집에 시간이 소요된 점과 소비자청의 요청으로 여러 차례 추가 서류를 제출함에 따라, 기능성 표시 식품으로 수리되기까지 상당한 시간과 노력이 필요했음
- 기능성 표시 식품으로 전개하는 이점으로는 「생들기름」의 차별화가 가능하다는 점을 들 수 있음. 기능성 표시 식품으로 「혈압이 높은 사람에게 적합한 기름」이라는 기능성이 소비자에게 어필이 가능해지면서 기존 고객층인 중년 여성은 물론 중년 남성에게도 정보를 안내할 수 있게 됨
- 동사는 기능성 표시 식품의 수리까지 많은 시간과 노력이 들었지만 자사 제품의 뛰어난 기능을 알릴 좋은 기회를 얻은 만큼 한국기업에서의 기능성 표시 식품 신청을 추천하고 있음. 「모심(母心) 나마에고 마아부라(生えごま油)」의 경우 ITQI(국제미각심사기구)에서 세계 최초로 우수 미각상을 6년 연속 수상했으나, 일본산 제품을 선호하는 경향이 강한 일본에서는 거래처에서 일본산 들기름을 선호하고 높은 금액으로 판매되는 경향이 있음.

동사는 기능성 표시 식품의 수리를 계기로 향후 일본 소비자에게 기능성 상품으로써 좋은 평가를 받아 판매 확대로 이어지는 것을 기대하고 있음

<기능성 표시 식품 광고 POP>



*사진 출처: MosimJapan

태성(太成)

「에고마노하(エゴマの葉): 깻잎」(기능성 표시 식품으로 수리 완료)



* 출처: 태성 홈페이지(동사 승인 완료)

<기능성 표시 식품의 신고 내용>

상품명	에고마노하(エゴマの葉: 깻잎)
식품구분	신선식품
기능성관여성분	로즈마린산
기능성성분함량/일	50mg
기능성표시내용	본 제품에는 로즈마린산이 함유되어 있음. 로즈마린산은 꽃가루와 먼지, 실내 먼지 등으로 인한 눈의 불편감을 경감시킨다고 보고됨. 눈의 불편감이 신경 쓰이는 사람에게 적합함
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/5/26

- 일본에서 「깻잎」을 2015년부터 판매하고 있으며, 판매 초기에는 소비자의 반응이 적었으나 서서히 깻잎의 인지가 확대되어 인기를 얻음
- 한국의 특색 있는 채소인 「깻잎」을 보다 많은 일본의 소비자에게 알리기 위해 2019년 4월부터 기능성 표시 식품으로의 전개를 검토함. 검토 시작부터 2020년 7월에 기능성 표시 식품으로 수리될 때까지 1년 3개월의 시간이 소요되었음
- 기능성 표시 식품 신고 검토 시에는 한국농수산식품유통공사 도쿄지사에서 정보를 받았을 뿐 아니라 외부 컨설턴트도 소개받았음. 외부 컨설턴트와 정보를 공유하면서 기능성 표시 식품 신고에 필요한 서류 준비를 진행함
- 기능성 관여 성분인 「로즈마린산」은 폴리페놀의 일종으로 차조기 등의 식물에 많이 함유된 성분임. 기능성 평가에 대해서는 외부 컨설턴트가 연구 문헌 조사를 한 결과, 건강한 일본인(눈, 코 알레르기 반응 있음)을 대상으로 한 무작위 비교시험(RCT) 논문에서 1보가 채택. 로즈마린산 섭취 군에서 눈의 불편감(눈 가려움증, 눈물 흘림증)을 경감되는 유의미한 결과가 나온 것이 확인됨
- 소비자청에 제출한 서류는 미비하면 반려되는데, 동사의 경우 3~4회 정도 반려되었으며 반려 이유는 기능성 표시내용에 관한 지적이 많았음
- 소비자청에 서류를 제출한 후 답변까지 2개월 정도의 기간이 소요됨. 또, 소비자청으로의

문의 답변도 약 1개월의 긴 시간이 소요됨

- 한국에서 일본으로 수출할 경우, 일반적으로 3~4일에 납기가 가능했지만, COVID-19의 영향으로 통관에 시간이 걸림에 따라 1주일에서 10일로 납기가 늘어남
- 「깻잎」의 경우, COVID-19 이전에는 일본의 대형 슈퍼마켓이나 통신 판매회사와 거래가 있었지만, 통관에 시간이 소요됨으로써 「깻잎」의 품질이 떨어져 이들 기업과의 거래가 중지됨
- 기능성 표시 식품으로 수리된 것은 2020년 7월이었으나 COVID-19의 영향이 계속되어 「깻잎」의 확대 판매가 어려운 상황임. COVID-19 사태가 진정되어 통상적인 납기가 이루어지지 않으면 「깻잎」을 판매할 수 없는 상황이며 최근 일본산 깻잎이 확대되고 있어 경쟁해야 하는 상황임
- 생산자는 자체적으로 안전성 검사를 하고 있음. 대외 수출품에 대해서는 금산군 농업기술센터와 충청남도 농업기술원에 연 4회 품질관리 검사를 의뢰하는 등, 품질 관리에 최선을 다해 재배하고 있으나, 일본에 수입될 시에는 통관절차와 동시에 검역이 필요하므로, 일본의 농약잔류기준(각 식품 속의 농약 잔류량 한도)을 충족시켜야 함
- 한국과 일본의 신선식품에 대한 기준이 달라서 통관에서 거부되는 예도 있음. 전반적으로 신선식품의 품질향상이 요구되고 있음
- 동사가 한국기업에 하는 조언으로는 신선 채소의 경우 판매 기간이 짧으므로 일본에서 인지도가 낮은 신선 채소는 먹는 방법을 함께 홍보하며 권장 판매하는 전략이 필요하다고 봄
- 동사에서는 깻잎 이외에 풋고추, 애호박, 인삼, 참외 등을 취급하고 있음. 기능성 표시 식품의 검토는 기회가 있으면 하겠지만, 먼저 「깻잎」을 정상적인 판매 상태로 되돌리는 것이 우선임

BTGin Japan
 「홍삼(紅參)Rg3」(기능성 표시 식품으로 신청 중)



* 사진 출처: BTJin Japan

- 인삼을 효소 처리함으로써 흡수력을 크게 높이는 데 성공하여 주성분인 「진세노사이드」에 특화된 사업을 전개하는 한국 바이오 벤처기업인 BTGin의 일본법인 BTGin Japan은 「진세노사이드 Rg3」를 기능성 관여 성분으로 한 기능성 표시 식품을 소비자청에 신고함
- 기능성 표시 식품 전개를 목표로 한 계기는 다른 인삼 제품과의 차별화와 인삼이 고혈압에 나쁘다는 평가에 대해 BTGin의 Rg3는 고혈압을 낮추는 효과가 있으므로 혈압이 높은 사람도 섭취할 수 있음을 어필하기 위해서임
- 기능성 성분과 기능성 평가 방법에 대해서는 진세노사이드 Rg3에 대한 BTGin의 논문을 사용하였으며 신고 시에는 한국농수산물유통공사 도쿄지사를 통해 외부 컨설턴트에게 위탁함
- 신고를 위한 서류 작성과 관여 성분인 Rg3의 분석 등에 약 3개월이 소요되었으며, 신고한 기능성 표시내용과 논문과의 차이를 이유로 소비자청으로부터 서류가 두 번 반려되었음(2021년 9월 초순). 논문(근거)의 내용과 기능성 표시 표현을 결정하는 데 세밀한 검토가 필요함
- 기능성 표시 식품으로 전개하는 장점으로는 건강 기능을 확실히 명기할 수 있다는 점으로, Rg3의 주요 고객으로 50대 이상을 상정하고 있음
- 동사가 기능성 표시 식품의 전개를 검토하고 있는 한국기업에 하는 조언으로는, 일본의 기능성 표시 식품시장은 이미 포화 상태로 목표로 하는 기능성 표시가 일본기업과 같은 종류라면 시장경쟁력이 낮아지므로 고객이 요구하는 기능이면서 차별화를 도모할 수 있는지에 대한 검토와 시장성이 높은지를 판단한 후에 진출하는 것이 좋다는 의견임

나. 일본산 식품의 전개 사례

미야마 (美山) 「이치오시 김치(イチオシキムチ)」

<기능성 표시 식품의 신고 내용>

상품명	이치오시 김치 400억 개 (イチオシキムチ400億個) x 3팩
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	미야비스LB(Lactobacillus brevis LB 27)
기능성성분함량/일	미야비스LB 400억 개/김치 50g당
기능성표시내용	본 제품에는 미야비스LB(Lactobacillus brevis LB 27)가 함유되어 있음. 미야비스LB(Lactobacillus brevis LB 27)는 피부 보습 유지 기능이 있다고 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2019/5/10

- 주식회사 미야마(美山)(본사:지바현)는 김치 제조 판매를 주력 사업으로 하는 일본의 식품업체로, 간판 브랜드인 일본산 김치 「이치오시 시리즈」를 전개하는 것 외에도 한국산 김치의 수입 판매도 하고 있음
- 「이치오시」 시리즈는 식물성 유산균 LB 27(Lactobacillus brevis LB 27)이 함유되어 있다는 점이 특징이며, 브랜드 내 주력 상품인 「이치오시 김치」(200g)는 LB27을 1,600억 개 함유하고 있음.
- 해당 브랜드 중 기능성 표시 식품 시리즈로는 「이치오시 400억 개 x3 팩」(용량 50g x 3팩)을 판매하고 있음(2021년 10월 25일 현재).
- 2011년부터 대학과 공동 연구를 시작하여 2013년에 자회사 김치에서 식물성 유산균 LB27을 분리하고, 의료기관에서의 임상시험을 통해 피부 보습 효과를 확인함. 이후 자회사공장에서 LB27 대량 배양에 성공하여 2014년에는 이치오시 김치 브랜드에 LB27을 첨가한 김치를 상품화함. 2019년에 LB27을 관여 성분으로 한 피부 보습 기능을 기능성 표시 식품으로 신고하여 수리됨
- 용기·용량이나 양념별로 6품목을 기능성 표시 식품으로 신고하여 모두 수리되었지만, 현재 판매하고 있는 것은 「이치오시 400억 개 x3 팩」임
- 건강한 성인에서의 미야비스LB(유전자 분석에 따라 미야비스LB와 동등성이 인정된 균주도 포함) 경구 섭취가 피부 기능에 미치는 영향에 관한 내용으로 연구 문헌 조사(데이터베이스: 일본 내 「J Dream III」/외국 「Pubmed」)를 진행하였고 결과적으로 2보의 논문으로 평가함. 1일당 400억 개의 미야비스LB 경구 섭취가 피부의 장벽 기능(표피 수분 증산량 및 각질층 수분량)에 긍정적인 효과를 가져온다고 판단함
- 경구 섭취한 미야비스LB 및 기타 유산균(Lactobacillus)은 타액 내에서 분비형면역 글로불린 A(sIgA)의 분비를 높여주는데, sIgA는 점막 상피세포는 물론 피부의 에크린 땀샘(Eccrine sweat glands)에서도 분비되어, 국소 피부보호 기능을 건강한 상태로 유지하는 기능을 함으로써 피부의 보습을 돕는다고 봄

기린 홀딩스(Kirin Holdings) 「이뮤즈 (iMUSE)」

〈기능성 표시 식품의 신고 내용〉

상품명	기린 iMUSE(이뮤즈) 요구르트 맛
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	플라스마 유산균(L. lactis strain Plasma)
기능성성분함량/일	1,000억 개
기능성표시내용	본 제품에는 플라스마 유산균(L. lactis strain Plasma)이 함유되어 있음. 플라스마 유산균은 pDC(플라스마사이토이드 수지상세포)에 작용하여 건강한 사람의 면역기능 유지에 도움을 줄 수 있다고 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/6/19

- 기린 홀딩스는 주류 제조 판매를 하는 기린 맥주나, 청량음료 제조 판매 대기업인 기린 베버리지(Beverage)등의 사업 업체를 산하에 보유한 지주회사로, 최근 기린 그룹에서는 헬스 사이언스 사업 육성에 힘을 쏟으며 그룹의 강점을 살린 기능성 상품 및 서비스 제공에 주력하고 있음. 특히 「면역」, 「뇌 기능」, 「장내 환경」 세 가지를 중점 영역으로 정해 각 영역에서 유력한 소재를 전략적으로 펼치는 사업을 전개하고 있음
- 「면역」에서는 일본에서 처음으로 면역에 관한 기능성 표시가 수리된 독자적인 소재 「플라스마 유산균」에 주력하고 있음
- 「플라스마 유산균」은 산유에서 분리한 치즈나 요구르트 발효에 사용되는 유산균의 일종으로 35년 동안 연구가 진행되었음
- 「플라스마 유산균」은 면역의 사령탑인 플라스마사이토이드 수지상세포(pDC)를 활성화하며, 활성화된 pDC의 지시 및 명령에 따라 면역 세포 전체가 활성화되어 병원체에 대한 방어 시스템이 작동하게 됨. 일반적인 유산균이 일부 세포만을 활성화하는 반면에 pDC는 전체 면역 세포를 활성화하는 것이 가장 큰 특징이며, 사람에게 pDC가 작용한다는 것이 세계 최초로 논문 보고된 유산균(PubMed 및 의학 중앙잡지 WEB 게재정보를 토대로 함)임. 「플라스마 유산균」은 2주일 이상의 섭취로 pDC가 활성화되며 섭취를 중단할 경우 완만하게 저하되는 것이 임상시험을 통해 확인됨으로써 지속적인 섭취가 중요함
- 기능성 표시 식품 신고에 대해서는 5개의 데이터베이스(J Dream III, Web of Science, Cochrane Library, UMIN - CTR, ICTRP)를 이용해 연구 문헌 조사하였고, 공표된 일문과 영문 논문을 대상으로 문헌 6보를 추출함
- pDC의 작용에 대해 보고한 문헌 6보 중 3보에서 pDC 활성화를 나타내는 지표가 대조군과 비교해서 높은 수치를 나타냄. 건강 상태에 관한 전신의 자각 증상에 대해 보고한 문헌 6보 중 4보에서는 전신의 자각 증상(전신 권태감, 한기, 발열, 종합적인 임상 증상, 몸 상태 및 피로)이 대조군과 비교해 호조 상태로 유지됨. 건강 상태에 대한 특정 부위의 자각 증상에 대해 보고한 문헌 5보 가운데 모두 특정 부위의 자각 증상(재채기, 콧물, 코막힘, 목 통증, 기침, 두통, 관절통 또는 근육통)이 대조군과 비교해 호조상태로 유지됨. 이러한 결과에

따라 건강한 사람에게 플라즈마 유산균 1,000억 개의 경구 섭취는 pDC를 활성화하여 건강 상태와 관련된 자각 증상을 더 좋은 상태로 유지한다고 결론됨

- 기능성 표시 식품 수리를 계기로 2020년 11월 일본 최초의 면역기능 기능성 표시 식품 iMUSE(이뮤즈) 브랜드를 출시함

<iMUSE(이뮤즈) 시리즈 상품>



*사진 출처: 기린 홀딩스

- 2020년 12월기 이뮤즈 브랜드 매출액(기능성 표시 식품 이전 매출 포함)은 86억 엔, 전기 대비 2배로 국내외에서의 「플라즈마 유산균」 관련 사업 2021년 1월~9월 누계 판매 금액은 전년 대비 약 60% 증가 <오후의 홍차 /나마차(生茶)> 하며 호조를 유지하고 있음

- 기린 베버리지사의 대표 상품인 홍차 음료 「오후의 홍차」와 녹차 음료 「나마차(生茶)」에 플라즈마 유산균을 배합한 상품을 2021년 10월에 발매하고, 면역기능의 유지에 도움을 주는 기능성 표시 식품으로서의 판매에 주력함
- 「플라즈마 유산균」이 들어간 음료는 2021년 1월~6월 누계 판매수량이 전년 대비 약 5할 증가하며 호조를 보임. 2품목의 신상품 출시와 판매호조에 힘입어 「플라즈마 유산균」이 들어 있는 음료의 연간 판매 목표를 애초 예정에서 약 2할 늘어난 500만 상자로 상향 조정함



*사진 출처:기린 홀딩스

- 면역에 관한 관심이 높아지고 있지만 2021년 5월 1만 명을 대상으로 시행한 소비자조사에서는 70%가량이 식품과 건강보조식품의 섭취 등에 적극적이지 않으며 면역 대책에 대한 의식이 낮다는 결과를 공표함. 이들 층에 대한 잠재 수요발굴과 함께

일본에서 면역 관리 습관을 널리 침투시키기 위해 기존의 대표 음료 상품인 오후의 홍차와 nama차에 플라즈마 유산균을 배합한 신상품을 출시함

- 「플라즈마 유산균」을 사용한 상품을 그룹 내에서 전면적으로 전개하고 있으며, 기능성 표시 식품 실적을 바탕으로 외부 기업에 원료 공급을 개시하여 2021년 9월 이후 면역기능 기능성 표시 식품이 타사 과자 브랜드 등에서도 판매되고 있음. 2021년 9월 9일 시점에서 발매가 결정된 상품의 합계는 22개에 달함

<플라즈마 유산균을 배합한 기능성 표시 식품군>



*사진 출처: 기린 홀딩스

- 향후 「플라즈마 유산균」의 확대 판매를 목표로, 유산균 원료를 제조하는 거점인 「iMUSE(이뮤즈) 헬스 사이언스 팩토리」(사이타마현)의 제조 설비를 증설하며 증설 설비의 가동은 2023년을 예정. 2023년의 「플라즈마 유산균」균체의 연간 생산 능력은 현재의 약 2배인 약 28t으로 확대될 예정임

판클(FANCL) 기능성 표시 식품군

- 판클은 일본의 화장품 및 건강식품 제조 판매 대형업체로, 연구개발을 바탕으로 한 상품 전개에 주력하고 있음
- 건강식품으로는 기능성 표시 식품 개발에 주력하고 있으며 2021년 3월기 기능성 표시 식품군 매출액은 230억 엔에 달함
- 새로운 기능성 표시 식품 개발 · 전개 외에도 기존 브랜드나 상품 중에서도 기능성 표시 식품으로 전개할 수 있는 것에 대해서는 기능성 표시 식품으로의 리뉴얼을 실시하고 있음. 스테디셀러 제품인 다이어트 보조제 「칼로리미트(カロリーミット)」 시리즈(연간 매출액 약 90억 엔)를 기능성 표시 식품으로 리뉴얼하였고, 기능성 표시 식품 제도가 출범한 2015년에 발매한 눈 보호 보조제 「엔킨(えんきん)」은 매출액 40억 엔을 넘는 상품으로 자리매김함
- 기능성 표시 식품 중 최근 판클이 힘을 쏟고 있는 것은 「나이시서포트(内脂サポート: 내장지방 서포트의 뜻)」이며 매출액은 60억 엔에 달함. 제품의 임상시험을 통해 비피두스균 등으로 장내 환경을 조성해 지방 축적을 억제하여 체중과 체지방을 줄이는 것이 확인되어 2017년 6월 기능성 표시 식품으로 출시함. 2021년 9월 새롭게 흑생강을 배합하면서 리뉴얼을 진행해 기존의 체중 및 체지방을 줄이는 기능에 더불어 복부의 지방을 줄여주는 기능을 강화. 또한, 독자적인 기술에 따라 배합 성분이 적절한 부위에서 잘 흡수되도록 설계하여 섭취 권장량을 4알에서 3알로 줄임

<나이시서포트>



*사진 출처: FANCL

「나이시서포트 (内脂サポート)」

<기능성 표시 식품의 신고 내용> ※2021년 9월 리뉴얼 상품 신고 내용

상품명	나이시 서포트
식품구분	가공식품(서플리먼트 형태)
기능성관여성분	흑생강 유래의 폴리메톡시플라본, 비피두스균 BB536 (B. longum), 비피두스균 B-3(B. breve), N-아세틸글루코사민
기능성성분함량/일	<ul style="list-style-type: none"> • 흑생강 유래의 폴리메톡시플라본(BGM) 12mg 비피두스균 BB536 100억 개 • 비피두스균 B-3 50억 개 • N-아세틸글루코사민 238 mg
기능성표시내용	본 제품에는 흑생강에서 유래한 폴리메톡시플라본, 살아있는 비피두스균 BB536(B.longum), B-3(B.breve), N-아세틸글루코사민이 함유되어 있음. 흑생강의 폴리메톡시플라본은 지방 소비를 도와 복부지방(내장지방, 복부 전체지방)을 줄이는 데에 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨. 살아있는 비피두스균 BB536(B.

	longum) 및 B-3(B.breve), N-아세틸글루코사민은 장내 환경을 개선하고 복부지방(복부 피하지방, 복부 전체지방), 체중, 체지방을 줄임으로써 높은 BMI를 개선하는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨. 비만이 의심되며 BMI가 높은 사람, 복부지방이 신경 쓰이는 사람에게 적합함
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/8/21

- 판클은 2019년 8월 기린 홀딩스와 자본 업무 제휴를 체결하였고 양사 협동을 통해 건강을 축으로 한 상품 개발에 주력하고 있음. 그러한 목적으로 기린 홀딩스의 「플라스마 유산균」을 배합한 면역 보조제 「면역 서포트 (멘에키서포트)」를 2020년 12월에 발매. 「플라스마 유산균」 1,000억 개 외에도 비타민C나 비타민D 등 필수 영양소도 배합함. 제형은 물 없이 씹어 먹을 수 있는 츄어블 타입으로 독자적인 제재 기술에 의해 입에 넣으면 녹으면서 맛있고 상쾌하게 입안이 촉촉해진다는 것이 특징
- 애초 계획에서는 2021년 3월 기준 10억 엔의 매출을 계획했지만, 계획에는 미달한 것으로 보임
- 「플라스마 유산균」 공급자인 기린 홀딩스에서 2021년도에 적극적인 홍보를 했고, 홍보를 통해 인지도가 높아짐에 따라 「면역 서포트」에 대한 파급 효과가 예상됨

<면역 서포트>



*사진 출처: FANCL

「면역 서포트 (免疫サポート)」

<기능성 표시 식품의 신고 내용>

상품명	면역 서포트 (츄어블 타입)
식품구분	가공식품(서플리먼트 형태)
기능성관여성분	플라스마 유산균 (L. lactis strain Plasma)
기능성성분함량/일	1,000억 개
기능성표시내용	본 제품에는 플라스마 유산균(L. lactis strain Plasma)이 함유되어 있음. 플라스마 유산균은 pDC(플라스마사이토이드 수지상세포)에 작용하여 건강한 사람의 면역기능 유지에 도움을 줄 수 있다고 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/8/21

웰시아(Wellxia) 「웰덴시치 혈당 서포트」 / 와칸(和漢) 「당 케어 덴시치」

덴시치인삼(田七人參:전칠삼)에 포함된 식물성 유래 사포닌 진세노사이드 Rg1을 관여 성분으로 한 기능성 표시 식품이 2품목 수리됨

원료는 유기농 재배한 덴시치 인삼 제품의 기획 및 도매 사업을 진행하는 주식회사 어드밴스(본사: 나가노현)가 공급하고 있음

「웰덴시치 혈당 서포트」 <기능성 표시 식품으로서의 신고 내용>

상품명	웰덴시치 혈당 서포트(ウエル田七 血糖サポート)
식품구분	가공식품(서플리먼트 형태)
기능성관여성분	진세노사이드 Rg1
기능성성분 함량/일	5mg
기능성표시내용	본 제품에는 진세노사이드 Rg1이 함유되어 있음. 진세노사이드 Rg1에는 운동 후(건강달리기, 자전거, 스포츠 등) 음식 섭취로 혈당치가 상승하는 것을 억제하는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨.
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종 신고일	2021/8/7

- 연구 문헌 조사에서는 건강한 성인에게 진세노사이드 Rg1 함유 식품(식품 형태는 따지지 않음)을 경구 섭취하게 하여 식후 혈당 상승 억제에 관한 기능성이 있는지에 관한 연구 검토를 진행
- 문헌 조사 데이터베이스로는 해외에서는 PubMed, The Cochrane Library, 국내에서는 의학 중앙잡지 WEB 및 J Dream III(JSTPlus+JMEDPlus+JST7580)을 사용. 미보고 연구에 관해서는 University Hospital Medical Information Network-Clinical Trials Registry(UMIN-CTR)를 사용하여 조사함. 결과적으로 1보의 논문을 추출하였고 대만에서의 임상시험을 실시하여 진세노사이드 Rg1에 관한 인종 간의 <웰덴시치 혈당서포트> 체내작용 차이는 보고되지 않았으며 생활 수준도 일본과 비슷하며 인종 차에 관한 기능성의 영향이 없는 것으로 예측되어 문제가 없다고 판단함
- 기능성 표시 식품으로서의 수리를 계기로 주식회사 웰시아(본사: 홋카이도)에서는 2021년 8월부터 본격적으로 EC(전자상거래)를 통한 판매를 시작함. 이 회사에 따르면 식생활의 서구화와 만성적인 운동 부족 등을 원인으로 일본에서도 생활습관병(성인병) 환자 수가 늘고 있으며 그중에서도 당뇨병 환자 수 증가를 매우 심각하다고 보고 있음. 진세노사이드 Rg1에는 인슐린 저항성 개선 작용과 당 대사 개선 작용이 있다는 보고가 있었기 때문에 연구 검토하여 식후 혈당치의 상승 억제 작용에 관한 과학적 증거를 확인한 것으로 보임



*사진 출처: Wellxia

- 원료인 덴시치 인삼은 유기농 재배 원료 100%로 덴시치 인삼 98%와 유기농 현미 2%의 자연 성분을 사용하여 안심할 수 있음. 가벼운 운동 후 식사와 함께 1일 2정을 기준으로 한 섭취를 권장함
- 주식회사 웰시아의 본사는 홋카이도의 전기 통신회사로 전기 통신공사를 주업으로 하고 있음. 그룹 회사인 주식회사 웰시아에서는 지역의 건강과 커뮤니케이션 장소로서 온욕 시설 운영을 비롯해 기능성 소재를 활용한 건강식품의 제조 판매를 하고 있으며, 「웰덴시치 혈당 서포트」의 EC(인터넷 온라인) 판매 진입을 통해 일본 전국 소비자와의 점점 확대를 기대하고 있음

마루야나기 오구라야(マルヤナギ小倉屋) 「고쿠산 찐 찰보리」

〈기능성 표시 식품으로서의 신고 내용〉

상품명	고쿠산 찐 찰보리(国産蒸しもち麦)
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	보리 β-글루칸
기능성성분 함량/일	보리 β-글루칸 1.055g/음식 이상
기능성표시내용	본 제품에는 보리 β-글루칸이 함유되어 있음. 보리 β-글루칸에는 식후 혈당치 상승을 억제하는 데 도움을 줄 수 있다는 기능이 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2021/4/13

- 마루야나기 오구라야(본사: 효고현)는 콩, 다시마, 찰보리 등 건강 가치가 높은 식자재를 활용한 식품의 제조 판매를 주로 하고 있음.
- 일본에서 건강에 관한 관심이 높아지면서 잡곡 시장에서는 찰보리에 관한 관심이 늘고 있음. 「with 일본 농가의 국산 찐 찰보리(with 日本の農家さん 国産蒸しもち麦)」(용량 70g/표준 소매 가격 138엔, 부가세 별도)는 식후 혈당치 상승을 억제하는 기능성 표시 식품으로 리뉴얼하여 2021년 7월부터 전국 슈퍼, 소매점에서 판매를 시작함
- 가열조리를 마친 제품으로 물로 씻거나 취사할 필요 없이 개봉 후에 그대로 먹을 수 있으며, 흰 밥과 섞어서 먹거나 밥을 대신한 주식으로, 그 외에 국물이나 샐러드에 넣어 먹을 수도 있음. 찐 찰보리에 최적인 품종을 선택하여 자사 공장에서 정맥한 찰보리를 사용하며 쫄득한 식감과 쌀 같은 단맛이 특징임
- 자사에서 연구 문헌 조사를 하여 결과 8보의 문헌을 추출하였고, 일본인은 보리 β-글루칸을 끼니당 1.055g 이상을 섭취하면 식후 혈당 상승 억제 효과를 기대할 수 있다고 결론지음

〈고쿠산 찐 찰보리〉



*사진 출처: 마루야나기 오구라야

- 기능성 표시 식품으로 구체적인 건강 기능을 소비자에게 알기 쉽게 전달함으로써 제품인지도 향상을 이루고, 섭취법 등을 적극적으로 제안해 평소 식생활에 도입시켜 소비자의 건강 유지증진과 보리 시장의 확대를 목표로 하고 있음
- 기능성 표시 식품의 찰보리 시리즈로 「수프로 먹는 찰보리 일본식 맛국물 토마토(スープで食べるもち麦 和だしトマト)/향긋한 깨 미역(ごま香るわかめ)/매실향 일본식 맛국물(梅香る和だし)/일본식 맛국물 카레(和だしカレー)」 4품목을 전개. 찌면 보리에 분말 수프를 첨부한 것으로 뜨거운 물을 붓기만 하면 수프처럼 찰보리를 먹을 수 있다는 간편함이 특징임

<수프로 먹는 찰보리 일본식 맛국물 카레>



*사진 출처: 마루야나기 오구라야

만데간(まんてがん)「밥이 필요 없는 키마식 보리밥카레 순한 맛」

<기능성 표시 식품으로서의 신고 내용>

상품명	밥이 필요 없는 키마식 보리밥카레 순한 맛 (ご飯がいらない キーマ風もち麦カレー 甘口)
식품구분	가공식품(기타)
기능성관여성분	난소화성 덱스트린(식이섬유)
기능성성분 함량/일	난소화성 덱스트린 5.2g/1식(200g)
기능성표시내용	본 제품에는 난소화성 덱스트린(식이섬유)이 함유되어 있음. 난소화성 덱스트린(식이섬유)은 식후에 당이나 지방의 흡수를 억제하는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨. 또한, 장내 상태를 조절하는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2021/2/4/

- 앞서 나온 마루야나기 오구라야의 찰보리 상품은 찰보리 유래의 보리 β-글루칸을 관여 성분으로 하여 기능성 표시 식품 전개를 하였지만, 같은 보리 상품이면서도 관여 성분으로 난소화성 덱스트린을 배합하여 기능성 표시 식품 레토르트 카레로 전개한 사례임

- 2021년 5월 출시된 「밥이 필요 없는 키마식 보리밥카레 순한 맛」은 쌀을 먹는 대신 찰보리 40g을 재료로 배합하여, 찰보리를 키마 카레의 「다진고기」처럼 보이게 만들
- 찰보리 식감에 의한 포만감과 200g의 넉넉한 용량, 식품 첨가물을 사용하지 않아 안심할 수 있다는 내용을 강조하면서 난소화성 텍스트린의 식이섬유와 찰보리의 식이섬유 양이 합계 17g 들어 있어, 일본인의 하루 식이섬유 섭취 기준량(평균 21g, 여성 18g)을 일정 수준 보충할 수 있도록 설계함
- 찰보리는 가가와현 젠쓰지시(善通寺市)에서 개발한 찰보리 품종을 사용하고 있으며, 이 찰보리는 이미 2019년에 기능성 표시 식품(관여성분: 보리 β-글루칸 /기능: 식후 혈당치 상승 억제)으로 수리되었지만, 「밥이 필요 없는 키마식 보리밥카레 순한 맛」은 기능성 관여 성분으로 난소화성 텍스트린을 배합하여 기능성 표시 식품으로 전개하고 있음
- 신고사업자인 「주식회사 만데간」은 지방자치단체인 가가와현 젠쓰지시의 제3 섹터(지자체와 민간이 합동으로 출자 경영하는 기업)로 젠쓰지시의 중심 시가지 활성화를 목적으로 지역 자원을 활용한 활동을 추진하고 있으며, 젠쓰지시에서 개발한 찰보리 품종의 확장을 위해 상품을 개발하는 등 민관 협력 브랜딩을 진행하고 있음

<밥이 필요 없는 키마식 보리밥카레 순한 맛>



*사진 출처: 만데간

가고메(カゴメ)「GABA 셀렉트」
<기능성 표시 식품으로서의 신고 내용>

상품명	GABA Select(가바 셀렉트)
식품구분	신선식품
기능성관여성분	GABA
기능성성분 함량/일	12.3 mg / 1개(가식부 65g당)
기능성표시내용	본 제품에는 GABA가 함유되어 있음. GABA에는 혈압이 높은 사람의 혈압을 낮추는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2018/5/11



*사진 출처: 가고메

<기능성 표시 식품으로서의 신고 내용>

상품명	고GABA (高가바)토마토
식품구분	신선식품
기능성관여성분	GABA
기능성성분 함량/일	6.15 mg/ 1~2개(가식부 71g당)
기능성표시내용	본 제품에는 GABA가 함유되어 있으며 GABA를 12.3mg /1일 섭취하면 혈압이 높은 사람의 혈압을 낮추는 데 도움을 줄 수 있는 기능이 있다고 보고됨. 본 제품 1~2개(가식부 71g)를 섭취하면 보고된 1일 기능성 관여 성분인 GABA의 양 중 50%를 섭취할 수 있음.
기능성평가방법	연구 문헌 조사
최종신고일	2020/7/20

- 토마토를 중심으로 채소·과실 가공품 제조 판매 업체인 가고메 주식회사(본사: 아이치현)는 1998년에 신선 채소 사업을 시작해 전국의 계약 채원에서 재배한 토마토를 슈퍼마켓을 중심으로 간편식·외식 업체 등에 폭넓게 공급하고 있으며, 2015년도에 처음으로 신선식품 사업 매출액이 100억 엔을 돌파함
- 토마토 주스 등 토마토 가공품에서 기능성 표시 식품 전개를 추진하는 한편, 신선식품 토마토를 기능성 표시 식품으로 2018년 12월에 수도권 한정으로 판매한 것이 「GABA 셀렉트」임. 토마토에 함유된 GABA를 관여 성분으로 하여 높아진 혈압을 낮추는 기능이 있음
- 현재는 같은 GABA를 관여 성분으로 하여 혈압 저하 기능을 가진 「고 GABA(高가바) 토마토」를 판매하고 있음
- 토마토는 이 회사의 계약 채원에서 재배하고 있으며, 채원에서는 토마토의 품질을 안정적이고 균일하게 유지하기 위해 재배 관리 책임자가 생육 상황이나 기상에 따라 채원 내의 온도, 습도, 이산화탄소량 등을 컴퓨터로 제어하여 최적화하고 있음
- 기능성 평가에 관해서는 GABA로 연구 문헌 조사하여 정상 혈압을 가진 사람과 고혈압 환자, 경증 환자(I기 고혈압)도 포함하여 시험한 결과 수축기혈압(SBP), 및 이완기혈압(DBP)의 저하 작용을 검증함. 18편의 연구 논문이 추출되었으며 그중에서 메타 분석이 가능한 6편에 대해 분석하였고, 1일당 12.3mg의 GABA를 12주간 섭취한 결과 정상 혈압인 사람의 혈압에는 영향을 주지 않았고, 고혈압 환자와 I기 고혈압 환자의 혈압을 낮추는 작용이 있음을 확인함. 또 해당 연구 문헌 조사에 대해서는 이미 토마토 주스 등의 가공식품에서 소비자청에 신고 완료(수리 완료)된 연구 결과를 토대로 가이드라인 개정 등으로 일부 수정한 것을 제출함

5. 한국산 식품의 기능성 표시 식품시장 진출 가능성, 식품군 검토

가. 한국산 식품의 기능성 표시 식품으로의 진출 가능성

- 기능성 표시 식품 신고는 식품에 함유되는 성분을 관여 성분으로 하는 경우와 가공식품에 관여 성분(소재)을 첨가하는 패턴이 있음

<한국산 식품, 또는 동종 식품으로 수리 실적이 있는 식품>

가공식품	김치(일본산), 식초 음료, 들기름, 찰보리(일본산), 아마씨유(일본산)
신선식품	당조고추, 깻잎, 토마토(일본산)

<한국산 식품 중 소비자청에 신고 중, 또는 신고 준비 중인 식품>

고려인삼, 파프리카

<유사 식품 중 기능성 표시 식품 수리 실적이 있는 것(기능성 관여 성분 첨가 포함)>

식품종	제조사/상품명/관여성분	소재 특징, 기능성 표시
유자차	(주) 다이쇼(ダイショー) 「GABA 배합유자차」 ▶ GABA 첨가	<ul style="list-style-type: none"> • 기능성 관여 성분 GABA를 하루 섭취 권장량인 28mg 배합 • 기능성 표시는 「업무 및 학업에 의한 일시적인 정신적 스트레스나 피로감 완화」
유자	(주) 센자쿠아메혼포 (扇雀飴本舗) 유자 생강 사탕 ▶ 모노글루코실헤스페리딘 첨가	<ul style="list-style-type: none"> • 하드 사탕에 식품 첨가물인 당 전이 헤스페리딘(모노글루코실헤스페리딘)을 첨가 • 모노글루코실헤스페리딘은 감귤류의 껍질 등에 많이 함유된 헤스페리딘을 당 전이 효소 기술로 수용화한 소재 • 기능성 표시는 「기온이나 실내 온도가 낮을 때 저하된 말초혈관(손발) 부분의 혈류를 회복시켜 체온을 유지해 주는 기능」
김	(주)시라코(白子) 매일 해초 김 펩타이드 ▶ 김 올리고 펩타이드 (김 펜타 펩타이드 (AKYSY))	<ul style="list-style-type: none"> • 김 단백질을 가수분해하여 얻은 펜타 펩타이드 AKYSY가 관여 성분 • 기능성 표시는 「혈압이 높은 사람의 혈압을 낮추는 기능」

<기능성 관여 성분(소재)을 새로 첨가하면 신고가 가능한 식품>

떡볶이, 삼계탕, 육개장, 부침개, 고추장, 인스턴트라면, 호떡, 옥수수 차
--

<일본에서 기능성 표시 식품 수리 실적이 없는 신선식품>

밤, 참외

□ 김치의 기능성 표시 식품으로서의 가능성

- 한국산 식품의 대표 격인 김치에 관해서는 일본 대기업 3곳의 상품이 이미 기능성 표시 식품으로 수리됨. 모두 기초연구나 대학과의 공동 연구를 통해 발효 식품에 포함된 유산균에서 기능성 표시 식품의 관여 성분으로 신고한 균주를 정하고, 해당 균주의 기능을 임상시험으로 확인, 논문화된 것을 연구 검토로 확인하여 가능성을 평가함

<일본산 김치의 기능성 표시 식품 신고까지의 경위> (사진 출처: 각 회사 보도 자료)

도카이쓰케모노(東海漬物)	식물성 유산균 타쿠미노 김치
<ul style="list-style-type: none"> • 시즈오카 대학과의 공동 연구 성과를 바탕으로 임상 시험 및 상품개발을 진행하였고, 2018년 3월 Q-1 유산균(L. plantarum TK61406)을 배합한 김치를 첫 기능성 표시 식품으로 발매. 선옥균(유익균)을 늘려 장내 환경을 개선하는 기능을 함 • 연구에 의한 Q-1유산균의 하루 섭취량은 25억cfu, 제품 하루 섭취 권장량은 50g • Q-1유산균은 김치, 누카스케(채소 절임) 등 식물성 식자재를 사용한 발효 식품에서 주로 분리된 유산균 	
미야마(美山)	이치오시 김치
<ul style="list-style-type: none"> • 2011년부터 대학과 공동 연구 시작 • 2013년 본사 김치에서 식물성 유산균LB27(Lactobacillus brevis LB 27)을 분리 • 의료기관에서 사람 대상 시험을 시작하여 피부 보습 효과를 확인 • 자회사공장에서 LB27 대량 배양에 성공하여 2014년에는 이치오시 김치 브랜드에 LB27을 첨가한 김치를 상품화함. 2019년에 LB27을 관여 성분으로 한 피부 보습 기능을 기능성 표시 식품으로 신고하여 수리됨 	
피클스 코퍼레이션	Pne-12+(피네12플러스) 김치
<ul style="list-style-type: none"> • 일본에서 생산되는 발효 절임에 함유된 116종류의 유산균을 분리하여 각각의 위산 강도를 조사한 결과 가장 강했던 것이 「피네 유산균」으로, 위산 내성과 채소 발효 특성에 대해 2015년 특허를 취득 • 피네 유산균의 메커니즘을 규명하기 위해 대학과 공동 연구하였고, 기능성 표시 식품 신고의 기초가 된 피네 유산균과 프락토올리고당 함유 식품에 의한 체지방 및 장내 플로라(세균총)에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하여 2019년 3월 학회에서 발표하고 2020년 2월 발간한 잡지에 논문 투고함 • 해당 논문을 베이스로 연구 검토하여 기능성 표시 식품으로 신고하여 수리됨 	

- 한국산 김치의 기능성 표시 식품 전개를 검토하기 위해서는 김치에 함유된 건강 기능 유산균을 선택하고, 해당 유산균의 기능을 증명하는 적절한 논문이 존재하지 않는 경우는 건강인을 대상으로 임상시험을 하여 유산균의 기능을 확인하고 논문을 도모하거나, 기능성 표시 식품 수리 실적이 있는 성분을 김치에 첨가하는 방법을 생각해 볼 수 있음

□ 「면역기능」에 관한 기능성 표시 식품으로서의 가능성(인삼 등)

- COVID-19 확산 속에서 관심이 높아진 것이 「면역기능」으로 앞서 「4. 기능성 표시 식품의 주목 전개 사례 나. 일본산 식품의 전개 사례」에서 다룬 바와 같이, 기린 홀딩스가 일본 최초로 「면역기능」으로 기능성 표시 식품을 수리함으로써 사업자들의 관심이 크게 높아졌으며 「면역기능」으로 신고를 전개하려는 움직임이 보임
- 지금까지 어렵게 여겨진 「면역기능」 분야의 기능성 표시 식품 수리는, 기린 홀딩스가 오랜 연구로 쌓아 올린 문헌 6보의 연구 문헌 조사 결과를 통해 기능성을 증명해 냄
- 사례 연구에서도 살펴봤듯이 연구 문헌 조사에서 논문 1보의 증명으로도 기능성 표시 식품 신고가 수리되는 예도 있지만, 「면역기능」에 관해서는 논문 1보로 증명하는 것은 매우 어려워 보임
- 일본항가령협회(日本抗加齡協會)⁵⁾에서 「면역 관계 기능성 표시의 과학적 근거에 관한 안」이 제시되었는데 소비자청이 참관인으로 참여하여 작성됨. 「면역지표」, 「자연면역, 후천면역」, 「임상시험」, 「피험자 수」 등의 안이 제시되었으며, 면역지표⁶⁾가 복수로 움직이며 자연면역, 후천면역 모두를 조정하는 것이 바람직하다고 보고 있음. 또한, 면역지표와 클리니컬 아웃컴(Clinical Outcome 임상 연구의 성과)이 같은 임상시험으로 평가하는 것이 바람직하다고 보고 있음
- 기린 홀딩스에 이어 「면역기능」 분야에서의 기능성 표시 식품 수리가 기대되지만 높은 장벽으로 인해 사업자의 시간과 비용부담이 크다는 점이 과제임

5) 항가령(抗加齡: 노화 방지)의학에 종사하는 의사를 중심으로 2003년 설립. 「기능성 표시 식품 제도 지원」의 목적으로 타 영역 전문 의사에 의한 연구 문헌 조사 작성, 신고 지원, 임상시험 상담 등의 지원 업무를 하고 있음

6) 이미 기린 홀딩스에서 수리된 수지상세포(pDC) 활성화와 더불어 식세포 활성화, NK세포 활성화, T세포(CD4 T세포) 증식성 및 활성화, 분비형 IgA 항체 농도 등도 면역지표로서 유용하며, 이들 면역지표가 복수로 움직이는 것이 바람직하다고 봄. 단일 지표도 하류에 반응한 면역지표와 유사한 지표가 움직이며 국소 또는 몸 전체의 클리니컬 아웃컴을 합리적으로 설명할 수 있다면 면역 전체를 조정하고 있다는 근거가 될 수 있다고 봄. 또한, 사용한 지표가 면역 전체를 조정하는 것에 대해 과학적으로 설명하는 것이 중요함

나. 유망 한국산 식품군의 일본에서의 마케팅 전략

①제품 형태

- 서플리먼트 형태는 섭취의 편리성과 지속성이 중시되는 경향이 있으므로 1개월분의 용량이 기본이며 지속적인 섭취와 휴대 용이성, 보관·보존성을 중시하여 분말 형태를 중심으로 개별 포장된 것이 많음. 소비자는 효과를 중시하는 경향이 강하고 효과를 느끼지 못하면 섭취를 중단하는 경우가 많음
- 서플리먼트는 주요 판로인 통신 판매에서 배송비 문제와 부재 시 불편함에 들어가는 크기여야 한다는 관점에서 알루미늄 파우치 포장이 확산하고 있음. 한편 매장 내 상품의 가시성이나 상품 선반에서 눈에 띄어야 한다는 관점에서는 플라스틱병 타입도 많이 있음. 플라스틱병은 가정에서도 탁상에 두고 잊지 않고 복용할 수 있다는 장점도 있음
- 가공식품이나 신선식품은 미각이 중시되기 때문에 매일의 식사나 식자재로 이용하기는 쉽지만 같은 맛을 가진 식품 및 식자재를 매일 섭취한다는 점에서 지속성이 과제가 됨. 매일 섭취하기 쉬운 차 등의 음료라면 지속성에 관한 문제가 적어지지만, 식사 타입이나 과자 타입은 매일 먹는 음식으로 질리는 경향이 강함

<식품 형태·종류별 제품 형태에 관한 특징>

서플리먼트	<ul style="list-style-type: none"> • 정제, 캡슐, 드링크제, 분말 형태를 볼 수 있음 • 배합 성분의 가공 정도(성분의 형상, 가열·압력 내성 등)에 따라 제형이 정해지지만, 사업자 측에서는 저렴한 가공비 등을 이유로 정제가 가장 먼저 검토되는 경우가 많음 • 특히 고령자용 제형에 대해서는 연하(嚥下) 부담(제형의 목 넘김, 알·캡슐의 크기, 입에 들어가는 양 등)을 고려할 필요가 있음 • 1개월분(30~31일분)의 용기·포장이 중심이며 드링크제 같은 1회분 용기·포장이나 체험 용량(7~14일분 등)도 있음
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> • 일본에서는 소인 가구, 개식화(혼밥)가 진행되고 있어 조미료 등의 가정용 상품은 소용량이나 개별 포장이 적합함 • 조미료 등 보존이 필요한 식품은 밀폐성이나 신선도 유지가 필요
신선식품	<ul style="list-style-type: none"> • 기능성 표시 식품으로 판매하는 신선식품에 대해서는 식품 표시를 하기 위한 용기 포장 판매가 필수

②가격

- 일상적으로 섭취하는 식품에 대해서는 가격을 중시하는 경향이 강하지만, 건강과 미용에 도움이 되는 부가 가치의 식품에 대해서는 고령층, 특히 여성을 중심으로 지출을 아끼지 않는 경향을 보임

<식품 형태·종류별 가격에 관한 특징>

서플리먼트	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자조사 결과에서 나타난 소비자의 건강식품 지출 금액(1개월당)은 1,000엔에서 3,000엔이지만, 고령층일수록 건강식품에 대한 지출금액이 높아지는 경향을 보이며 3,000엔 이상 지출하는 비율이 높음 • 서플리먼트 판매 가격은 1,000엔 전후의 상품부터 10,000엔 이상의 상품까지 폭넓음 • 셀프 판매가 주류인 드러그스토어 등에서는 1,000 ~ 3,000엔 전후의 가격대가 중심 • 고가의 건강식품일수록 상품 가치를 설명할 수 있는 통신 판매, 방문 판매, 홈쇼핑 등의 판매 채널로 전개하는 것이 바람직함
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> • 일상적으로 섭취하거나 사용되는 식품이나 일본산과의 경쟁이 발생하는 식품(조미료 등)은 소비자의 가격 중시 경향이 강함 • 소비자가 식품 구매에 자주 이용하는 채널인 식품 슈퍼마켓이나 드러그스토어는 가격 선전을 통한 고객 유치가 중심이기 때문에 가격 경쟁에 휘말리기 쉬움 • 기능성 표시 식품으로써의 부가 가치를 가격에 반영하고 싶은 사업자 측의 의도도 있지만, 아래의 김치 판매 가격에서도 볼 수 있듯이 큰 단가 향상은 도모하기 어려움
신선식품	<ul style="list-style-type: none"> • 식사의 식자재로 일상적으로 이용되는 신선식품은 소비자의 가격 중시 경향이 강하여, 기능성 표시 식품의 기능성 표시에 대한 소비자의 관심과 가격 허용치를 판별하는 것이 중요함

<김치의 가격/기능성 표시 식품과 한국산 김치 비교>

기능성 표시 식품 김치				
기업 이름	상품명	용량	평균 가격	단가(원/g)
미야마	이치오시 김치	50g x 3개	181엔	1.21엔
도카이쓰케모노	타쿠미노 김치	200g	197엔	0.99엔



한국산 김치				
기업 이름	상품명	용량	평균 가격	단가(원/g)
푸드 라벨	규카쿠 한국직송 김치	330g	297엔	0.90엔
대상 저팬	대상 증가집 김치	380g	357엔	0.94엔

*평균가 데이터: KSP-POS/집계 기간 2019년 4월~2020년 3월/전국 912개의 식품 슈퍼마켓

<서플리먼트 사례 비교: 기능성 표시 식품/ 인삼 서플리먼트>

기능성 표시 식품 서플리먼트	
판클	웰시아
면역 서포트	웰덴시치 혈당 서포트
	
통상 가격 2,870엔(부가세 포함) ※ 2021년 11월 18일부터 가격 인하 예정	4,968엔(부가세 별도)
30일분(1일 2정)	30일분(1일 2정)

고려인삼 서플리먼트 ※기능성 표시 식품은 아님	
파이브 이 라이프(5e-life)	김씨 고려 인삼
J'sKami 고려 30정	신비의 건강력 레콜러
	
*사진 출처: QVC	*사진 출처: 동사 보도 자료
통상 가격 11,000엔(부가세 별도)	일반 가격(부가세 별도) 30정 2,800엔/90정 7,000엔
<ul style="list-style-type: none"> 한국 풍기산 6년근 홍삼의 「농축 엑기스」만 사용 홈쇼핑 전문 채널 QVC에서 호조세 	<ul style="list-style-type: none"> 홍삼 분말과 스프레이 드라이 제법으로 분말화한 숙성 홍삼 엑기스를 혼합. 먹기 편한 알약 타입 1일 1~3정이 권장 섭취량.

③ 판로

- 서플리먼트는 무점포 판매가 판매 구성비 전체의 70%를 차지함. 무점포 판매는 통신 판매와 방문 판매가 있으며 모두 상품 설명이 가능하고 노년층이 주 고객임. 나머지 30%는 매장을 통한 판매로 그중에서도 드러그스토어의 구성비가 많음. 드러그스토어는 셀프 판매가 중심이라 진열상품 수가 많아서 상품의 가시성이 중요하고, 자세한 설명은 필요하지 않으며, 소비자에게 인지도 높은 소재와 성분이 잘 팔리는 경향임
- 일반 식품의 주력 판매 채널은 식품 슈퍼마켓과 최근 식품 구색을 강화하고 있는 드러그스토어임. 또한, 편의점도 주력 판로이지만 한정된 매장 공간으로 인해 잘 팔리는 상품 위주로 진열되기 때문에 진입장벽이 높고 팔리지 않는다고 판단된 상품은 바로 판매 종료로 이어지기 때문에 식품 제조업체가 부담하는 위험성이 큼
- 상품 가격과 판매 채널의 연관성은 비교적 커서 일상적인 식품의 구매 채널인 식품 슈퍼마켓과 드러그스토어에서는 저가를 지향하는 경향이 강하지만, 업선된 상품을 판매하는 수입 식품 판매점이나 고급 슈퍼마켓에서는 상품의 질을 추구하는 손님이 많아 높은 단가 식품의 유력한 판매 채널임. 통신 판매에서는 동일 상품을 사이트상에서 비교할 수 있어서 가격 경쟁에 말려들기 쉽지만, 독자성을 가지고 다른 상품과의 차별화를 둔 상품이라면 가까운 소매점에서 구매할 수 없는 식품에 대해서는 통신 판매에서 구매하는 경향이 강해지고 있어 유력한 판로임
- COVID-19 상황 속에서 재택시간이 늘어나면서 고령층에서의 통신 판매 이용이 두드러지고, 식품에 관해서도 높은 단가를 고수하는 식품이나 건강식품 일부에서도 수요가 확대되었음. 특히 오프라인 광고인 신문과 TV 광고의 반응이 COVID-19 이전과 비교해 개선되었고 TV 시청 기회나 시간 증가로 홈쇼핑이 호조를 보임. 한국산 고급 식품, 기능성 표시 식품 등 건강식품 관련은 고령층의 수요가 기대되며 홈쇼핑 채널도 유효한 판로임

④홍보 방법

- 기능성 표시 식품의 큰 특징은 건강 기능을 표시할 수 있다는 점이며, 표시된 기능에 대해 고민을 하는 소비자에게 상품을 어필할 수 있음
- 일본에서는 기능성 표시 식품의 품목 수가 증가하고 경쟁이 치열해지고 있어 건강 기능의 대상이 되는 소비자에게 정보를 전달하여 상품을 인식시키는 것이 중요함
- 최근에는 연령대에 따라 정보 접촉 수단이 크게 이분화되는 경향으로 젊은 층은 디지털 기기를 통한 SNS 등의 정보가, 고령층은 오프라인 광고라 불리는 TV 광고나 신문 광고가 효과적임. 특히 COVID-19로 인해 재택시간이 증가하면서 고령층에게 어필하기 쉬운 오프라인 광고가 주목받으면서 TV 통신 판매에서 설명 판매가 성공적으로 이루어져 기능성 표시 식품은 아니지만, 인삼 서플리먼트가 호조를 보임
- 기능성 표시내용에 의해 수요가 발생하는 연령층이 접촉하기 쉬운 정보 매체에 접근하여 기능성 표시 식품으로 수리된 기능성 표시내용과 상품 섭취에 따른 이점을 전면적으로 어필하는 홍보가 필수적임
- 소비자가 일상적으로 섭취하는 가공식품·신선식품의 상품 확인이나 정보수집은 주로 식품 슈퍼마켓 등의 소매점에서 이뤄지기 때문에 소매점에서의 정보 전달, 상품 인지를 위한 연구가 필요함
- 신선식품은 요리의 식자재로 이용하기 쉽지만, 일본인에게 친숙하지 않은 식품에 대해서는 식문화(섭취 방법)도 함께 전달하는 것이 중요함

젊은 층	중년층	노년층	
온라인 중심	←		오프라인 중심
<ul style="list-style-type: none"> ● Instagram, Twitter 등 SNS를 활용한 광고·정보 전달 	<ul style="list-style-type: none"> ● TV·신문 광고, 교통 광고 ● 홈쇼핑 전문 채널 광고 전개 ● 인터넷 검색 연동 광고 		
<ul style="list-style-type: none"> ● 소매점 매장을 통한 정보 전달 ➢ POP, 매장 디지털 광고, 디지털 추천 판매, 한국 특선판매 전개 등 ● 한류 드라마 광고를 통한 광고 진행 ● 여성의 미용·건강과 한국 식문화에 관한 행사·세미나 개최 			

6. 효과적인 기능성 표시 방법, 일본 시장에서의 차별화 전략 제안

가. 한국산 식품군에 대한 대상층의 관심이 높은 건강 문제, 효과적인 기능성 표시 방법

- 한국산 식품의 주요 대상층은 한국문화에 대한 친화성이 높고 건강 미용에 대한 의식이 높은 여성이며 그중에서도 자신의 신체상 변화를 느끼기 쉬운 중년층이나 건강 유지증진과 그 대책을 적극적으로 실천하고 있는 고령층의 확보가 중요함
- 여성 40대 이상은 피부에 대한 고민, 40~50대 중년은 피로와 스트레스 고민, 60대 이상은 노화에 따른 고민이 상위권을 차지하며 건강 유지증진과 면역력 유지에 관한 관심도 높음
- 기능성 표시 식품의 기능성 표시에 관한 관심에서는 복부지방·체중과 정장 건강에 관심이 높으며, 60대 이상에서는 노화 고민에 대한 대책 마련 비율이 높음

<인터넷 소비자조사 결과에서 볼 수 있는 여성의 건강 문제와 관심>(복수 응답)

여성 20~ 30대 (n = 607) / (%)			건강상 고민			여성 40~ 50대(n = 513) / (%)			여성 60대 이상 (n = 495) / (%)		
1	피로	44.3	1	피부 탄력, 주름, 잡티	51.5	1	피부 탄력, 주름, 잡티	47.7	2	눈의 피로, 시야 조절, 시력 저하	33.5
2	스트레스	38.1	2	피로	40.0	3	건강 유지, 증진	32.3	3	면역력 유지	32.3
3	어깨 결림	33.1	3	어깨 결림	40.0	4	눈의 피로, 시야 조절, 시력 저하	33.9	4	콜레스테롤 수치	28.9
4	체중 감량, 다이어트	32.1	4	눈의 피로, 시야 조절, 시력 저하	33.9	5	스트레스	31.4	5	어깨 결림	26.3
5	피부 탄력, 주름, 잡티	29.7	5	스트레스	31.4	6	체중 감량, 다이어트	28.8	6	근력 유지, 증가	25.9
6	냉증, 부종	25.7	6	체중 감량, 다이어트	28.8	7	건강 유지, 증진	27.5	7	요통	25.1
7	건강 유지, 증진	25.4	7	건강 유지, 증진	27.5	8	냉증, 부종	24.8	8	혈압	22.0
8	눈의 피로, 시야 조절, 시력 저하	25.0	8	냉증, 부종	24.8	9	면역력 유지	24.6	9	장 건강, 변비	20.0
9	피부 건조	22.7	9	면역력 유지	24.6	10	요통	24.4	10	전혀 없음	7.5
10	영양 균형 편중 · 부족	21.7	10	요통	24.4	-	전혀 없음	8.6	-	전혀 없음	7.5
-	전혀 없음	14.0	-	전혀 없음	8.6	-	전혀 없음	8.6	-	전혀 없음	7.5

여성 20~ 30대 (n =227) / (%)			관심 있는 기능성 표시 내용			여성 40~ 50대(n =235) / (%)			여성 60대 이상 (n = 236) / (%)		
1	복부 지방 (체지방 · 내장지방) · 체중 감소	38.8	1	복부 지방 (체지방 · 내장지방) · 체중 감소	45.1	1	복부 상태, 장내 환경 개선, 변비 개선, 장 건강	25.8	2	뼈 건강 유지, 튼튼한 뼈 유지	24.6
2	복부 상태, 장내 환경 개선, 변비 개선, 장 건강	34.4	2	복부 상태, 장내 환경 개선, 변비 개선, 장 건강	38.3	3	혈중 콜레스테롤이 높은 사람의 혈중 콜레스테롤 저하, 나쁜 콜레스테롤 저하	23.3	3	복부 지방 (체지방 · 내장지방) · 체중 감소	22.5
3	눈 컨디션 완화, 눈 피로 완화, 조절 조절 기능, 색의 농담 판별력 개선	25.6	3	식후 중성지방 상승 억제	21.7	4	나이에 따라 저하되는 근육량과 근력 유지	22.5	4	나이에 따라 저하되는 근육량과 근력 유지	22.5
4	스트레스 완화	21.1	4	체지방 대책	20.4	5	눈 컨디션 완화, 눈 피로 완화, 조절 조절 기능, 색의 농담 판별력 개선	21.2	5	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	20.8
5	식후 중성지방 상승 억제	19.4	5	혈중 콜레스테롤이 높은 사람의 혈중 콜레스테롤 저하, 나쁜 콜레스테롤 저하	19.6	6	걷는 힘, 속도 유지, 보행 능력 유지	17.8	6	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	20.8
6	피부 건조 대책 (보습)	17.6	6	눈 컨디션 완화, 눈 피로 완화, 조절 조절 기능, 색의 농담 판별력 개선	17.9	7	인지 기능의 일부인 기억력 유지 및 판단력 (판단의 정확성) 도움	17.4	7	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	20.8
7	컴퓨터 작업 등으로 저하된 눈의 콘트라스트 감도(흐릿함이나 침침함을 경감하고 선명하게 보는 힘)를 개선	16.7	7	기초대사 향상 도움	17.4	8	무릎 관절 기능 유지, 무릎 관절 유연성·가동성 도움, 무릎 관절 위화감 경감	16.5	8	걷는 힘, 속도 유지, 보행 능력 유지	17.8
8	자외선 자극으로부터 피부 보호를 돕는 기능	16.3	8	피부 건조 대책 (보습)	17.0	9	인지 기능의 일부인 기억력 유지 및 판단력 (판단의 정확성) 도움	17.4	9	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	15.4
9	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	15.4	9	스트레스 완화	14.9	10	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	14.0	10	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	14.0
9	수면의 질(수면의 깊이, 상쾌한 기상) 향상, 건강한 수면 도움	15.4	10	건강한 사람의 면역기능 유지 도움	14.0	-	전혀 없음	8.6	-	전혀 없음	7.5

*2021년 8월 야노경제연구소가 실시한 인터넷 소비자 결과 발췌

- 여성이 가진 건강상 고민과 기능성 표시 식품의 기능성 표시에 관한 관심을 봤을 때, 식품 섭취로 손쉽게 접근할 수 있는 것에 관한 관심이 높다는 것을 알 수 있음. 일례로 여성의 상당수가 피부 고민을 안고 있지만, 피부의 기능성 표시에 관한 관심은 낮음. 피부 관리 대책으로 피부관리 제품이나 피부관리실 등의 서비스가 충실하므로 식품 섭취의 우선도가 저하되는 것으로 짐작됨
- 따라서 한국산 식품이 목표로 하는 기능성 표시 식품과 그 기능에 대해서는, 중장년층 여성이 지닌 건강상의 문제 중에서도 식품 섭취와의 연관성이 강한 것이어야 하며 중장년층 여성에서 전반적으로 관심이 높은 장 건강, 체지방, 중성지방 관련, 콜레스테롤, 고령층에서 관심이 많은 뼈 건강, 보행 기능 유지를 위한 근육량 유지, 면역기능 유지 등이 기능성 표시로써 효과적임

나. 일본 시장에서의 차별화 전략 제안(한국산 식품군의 어필 포인트 등)

- 최근 기능성 표시 식품의 품목 수가 증가하고 있어 수리 건수가 많은 기능성 표시 분야는 건강 기능만으로는 차별화가 어려워져 그 식품 자체의 특징이나 섭취함으로써 소비자가 얻을 수 있는 이점을 종합적으로 전달하는 것이 필요함
- 한국산 식품의 최대 경쟁 대상은 일본산 식품이며, 동종 식품이 일본에서 생산될 경우 신선식품에서는 운송 비용과 리드 타임(수송에 시간이 걸려 신선도가 떨어지는 것, 매장에서 판매 기간이 짧아지는 것)이, 일반 식품에서도 운송 비용부담에 따른 가격 경쟁력 저하 등의 문제가 존재함
- 일본산 식품과의 제품 차별화가 필수적이므로 한국으로부터의 운송 문제는 해결이 어렵지만, 이 문제를 뛰어넘을 만한 한국산 식품만의 매력을 전달하여 일본 소비자의 관심을 높이는 것이 중요함
- 한국의 식문화를 구현한 가공식품이나, 가격과 품질면에서 우수성이 있는 한국산 식품(인삼, 파프리카 등)을 기능성 표시 식품으로 제공함으로써 한국 식품의 섭취로 기대되는 건강 기능을 강조하여 일본 소비자에게 전달하는 것이 중요함
- 특히 미용·안티에이징(노화방지)에 관심이 많은 일본 여성들은 한국 미용에 대해 동경이 강하며 한국 식문화에 대한 친근감도 강함. 화장품 등에 관한 관심은 젊은 층에서 높지만, 건강·미용과 식사의 연관성을 강하게 인식하고 있는 중장년층에서는 건강·미용에 효과적인 식품, 몸에 좋은 식품에 관한 관심이 높아 적극적으로 섭취하려는 경향이 강함
- 한국의 식문화 중에서도 특히 약선(藥膳)요리 부분을 전달할 수 있는 메뉴는 여성 중장년층의 관심을 끌기 쉬우며, 약선을 중심으로 한 한국 식품의 건강한 이미지에 기능성 표시 식품으로서 구체적인 건강 기능 정보를 추가하면 일본 소비자의 수요를 환기할 수 있음
- 한편 일본에서 수요가 높아지고 있는 간편식(레토르트·인스턴트 식품)이나, 일상적으로 섭취하기 쉬운 청량음료에서도 건강·미용을 고려한 식품 개발이 활발해지고 있음. 일본 기업에서도 인기 있는 한국 메뉴를 콘셉트로 상품의 개발 및 전개를 볼 수 있지만, 한국산 식품에 간편성과

건강 기능을 더하여, 간편성을 원하면서도 한국산 본고장 식품을 선호하는 중장년 여성에게 간편하게 섭취하면서 건강·미용에도 도움을 줄 수 있는 한국 메뉴·음료로 차별화를 도모할 수 있음. 식품 자체 성분을 기능성 표시 식품의 관여 성분으로 하는 것이 어려운 경우는 기능성 관여 성분을 별도 첨가하여 상품의 특징이나 이점을 더욱 강조할 수 있는 기능성 표시 식품으로의 전개가 바람직함

<20대 이상 여성의 건강 유지·증진, 미용을 위한 대책>(복수 응답)

현재 건강 유지·증진 및 미용을 위해 하고 있는 것 (상위 10개 항목)								
여성 20~ 30대 (n = 607) / (%)		여성 40~ 50대(n = 513) / (%)		여성 60대 이상 (n = 495) / (%)				
1	평소 식사의 영양 균형	44.8	1	평소 식사의 영양 균형	49.1	1	평소 식사의 영양 균형	66.1
2	화장품이나 스킨케어 상품 이용	39.5	2	화장품이나 스킨케어 상품 이용	40.9	2	화장품이나 스킨케어 상품 이용	48.1
3	걷기	22.6	3	건강식품·보조제 섭취※ 1	29.2	3	걷기	43.2
4	집에서 운동, 체조	21.7	4	걷기	26.1	4	건강식품·보조제 섭취※ 1	35.8
5	집에서 근력 트레이닝 (윗몸 일으키기, 팔굽혀펴기 등)	20.8	5	집에서 운동, 체조	21.2	5	집에서 운동, 체조	33.3
6	건강식품·보조제 섭취※ 1	20.1	6	건강·미용에 좋다고 하는 식품·음료 섭취※ 2	14.8	6	자연식품이나 발효 식품 등을 적극적으로 도입한 식생활	24.2
7	건강·미용에 좋다고 하는 식품·음료 섭취※ 2	12.9	7	집에서 근력 트레이닝 (윗몸 일으키기, 팔굽혀펴기 등)	12.7	7	라디오 체조 등 가벼운 운동	22
8	자연식품이나 발효 식품 등을 적극적으로 도입한 식생활	11.7	8	라디오 체조 등 가벼운 운동	11.1	8	건강·미용에 좋다고 하는 식품·음료 섭취※ 2	20.6
9	특정 보건용 식품 섭취	9.9	9	자연식품이나 발효 식품 등을 적극적으로 도입한 식생활	11.1	9	집에서 근력 트레이닝 (윗몸 일으키기, 팔굽혀펴기 등)	17.8
10	기능성 보기 식품 섭취	9.1	10	특정 보건용 식품 섭취	10.3	10	특정 보건용 식품 섭취	15.8
-	아무것도 하지 않는다, 특별히 하지 않는다	31.1	-	아무것도 하지 않는다, 특별히 하지 않는다	24.6	-	아무것도 하지 않는다, 특별히 하지 않는다	10.3

※1. 1) '건강식품·보조제 섭취'는 (특정 보건용 식품, 기능성 표시 식품 제외)

※2. 2) '건강·미용에 좋다고 하는 식품·음료 섭취'는 (건강식품, 특정 보건용 식품, 기능성 표시 식품 제외)

*2021년 8월 야노경제연구소가 실시한 인터넷 소비자 결과 발췌