

## 산 · 학 · 연 논문

## 미국의 건강기능성 식품 최근 동향

김영찬<sup>1</sup> · 홍희도<sup>1</sup> · 조장원<sup>1</sup> · 정신교<sup>2\*</sup><sup>1</sup>한국식품연구원  
<sup>2</sup>경북대학교 식품공학부

## The Trends of Functional Foods in the USA

Young-Chan Kim<sup>1</sup>, Hee-Do Hong<sup>1</sup>, Chang-Won Cho<sup>1</sup>, and Shin-Kyo Chung<sup>2\*</sup><sup>1</sup>Korea Food Research Institute, Sunnam 463-746, Korea<sup>2</sup>School of Food Science and Biotechnology, Kyungpook National University, Daegu 702-701, Korea

미국 전체 건강식품 시장은 2012년 기준 1,374억 불이었으며, 2015년 1,781억 불에 이를 것으로 전망된다. 이 중 건강기능식품(dietary supplements) 시장은 세계 최대 규모로 440억 불이며, 2020년까지 연평균 7%의 성장세를 전망하고 있다. 이는 미국 내 산업군 중에서도 가장 빠르게 성장하는 산업으로 알려져 있다(1).

품목별 매출액을 보면 vitamin류의 시장(106억 불, 2012년 기준)이 가장 크며, 그 다음으로 herb/botanical (56억 불), sports/nutrition(40억 불) 품목 순이었다. 시장 성장률을 보면 2012년 기준 meal replacement 품목이 27.7%, sports/nutrition 품목이 15.9%로 높은 성장세를 보이고 있다(표 1)(2,3).

미국식품과학회(IFT)의 보고에 따르면 미국 기능성 식품 시장의 키워드로 아동, phytochemicals, 실버 세대, 유기농, 스포츠, 저지방, 무설탕, 저인슐린, 글루텐 제거, 자연친화 등이 최근 화두가 되고 있으며, 성별, 연령, 인종, 소득수준 등에 따라 다양한 소비층이 형성되고 있다(4,5).

본고는 2014년도 4월호 'Food Technology'의 'The Top Ten Functional Food Trends'의 내용을 요약한 것으로 최근 미국 건강기능식품 시장의 트렌드를 알 수 있는 기회가 될 것으로 생각된다(6).

## 미국 건강기능식품 10대 트렌드

21세기에 들어서고 교통과 통신이 급속도로 발전하면서 사람과 물자의 교역과 이동이 폭증하여 지구촌은 이제 과거의 한 나라, 한 도시보다 더욱 밀접하게 연결되어 다양한 모습으로 변모하고 있다. 국가와 종교 간의 분쟁과 갈등이 상존하는 가운데서도 사람들은 건강과 안전을 추구하면서 삶을 즐기고 있다. 수많은 인종과 문화가 융합

되어 역동적인 모습으로 지구촌을 선도하고 있는 미국의 식품 동향을 살펴보는 것은 우리의 식품 시장을 예측하는 지름길로서 아주 의미가 있는 일이다.

건강하다는 것은 신선하고 자연적이며, 친환경적이면서 품질이 좋다는 것을 모두 반영하고 있다. 거의 60%의 미국 소비자가 식품을 구입할 때 건강을 우선적으로 생각하며, 40% 정도가 안전을 고려하고 있다. 2013년도 미국에서의 잘 팔리는 식음료제품 가운데 요거트 제품이 높은 비중을 차지하고 있다. 2012년도 세계 건강기능성 식품 시장 규모는 1,180억 달러로서 2011년도에 비하여 5% 정도 늘었다. 이 중 미국의 매출액이 약 440억 불, 일본 220억 불, 영국 81억 불, 독일 64억 불의 순이며 중국과 브라질, 러시아, 멕시코 등이 증가세를 보이고 있다. 세계적으로 복지 생활, 체중조절, 건강하고 활기 있는 식생활이 사람들의 생활 모토로 되고 있다. 따라서 우유포플라, 에너지드링크, 요거트, 천연주스, 스포츠드링크, 시리얼 제품 등이 최상위 건강 식품군으로 선호되고 있다.

## 특수영양소(special nutrient) 함유 식품

건강식품 시장도 신제품과 유행에 민감하며 따라서 특수영양소 제품군이 비타민 시장 다음의 우위를 차지하고 약 90%의 성인이 특수영양소 제품을 섭취하려고 노력하고 있으며, 30% 정도가 항산화제와 ω-3 오일 제품을 많이 섭취하고자 한다. 정장효과를 가진 발효유에 대한 선호는 꾸준히 증가하고 있다. 라스베라트롤, 카로티노이드, 폴리페놀과 플라보노이드, 라이코펜 등의 제품 판매가 늘어나고 있다. 비타민과 미네랄도 40% 정도의 성인들이 섭취를 증가하여야 하는 영양소로 생각되고 있다.

## 자연식품(Get-real)

최근 들어 대다수의 소비자들이 천연 재료와 첨가물을 선호하며 최소가공이나 비가공처리 식품이 선호되고 있

\*Corresponding author

E-mail: kchung@knu.ac.kr, Phone: 053-950-5778

표 1. 미국 Supplements 품목별 매출현황 및 성장률

(단위: 십억 불, YoY%)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020
Vitamins								
매출액	9.1	9.6	10.0	10.6	11.3	11.9	12.6	16.3
성장률	7.1	4.8	4.3	6.6	5.8	5.7	5.6	5.2
Herbs/Botanicals								
매출액	5.0	5.0	5.2	5.6	6.0	6.4	6.8	9.2
성장률	4.9	0.2	2.1	8.5	6.7	6.6	6.4	6.4
Sports/Nutrition								
매출액	2.9	3.2	3.5	4.0	4.4	4.9	5.3	7.7
성장률	5.5	9.2	7.2	15.9	11.0	10.2	9.2	6.9
Minerals								
매출액	2.2	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.8	3.6
성장률	5.4	3.7	2.3	5.4	4.3	4.9	5.2	5.0
Meal Replacements								
매출액	2.7	2.8	2.8	3.6	4.1	4.7	5.3	8.6
성장률	3.1	3.6	3.4	27.7	14.1	13.2	12.4	9.5
Specialty/Others								
매출액	4.9	5.2	5.5	6.2	6.6	7.1	7.7	11.4
성장률	7.5	5.7	5.4	12.0	7.4	7.6	8.2	7.9
<b>Total</b>								
매출액	<b>26.9</b>	<b>28.1</b>	<b>29.2</b>	<b>32.5</b>	<b>35.0</b>	<b>37.6</b>	<b>40.4</b>	<b>56.8</b>
성장률	<b>6.0</b>	<b>4.4</b>	<b>4.2</b>	<b>11.0</b>	<b>7.7</b>	<b>7.6</b>	<b>7.5</b>	<b>6.8</b>

출처: 한국건강기능식품협회(2014)

다. 2012년도 자연식품의 매출액은 전년도에 비하여 13% 증가한 245억 달러에 달하며 그중 음료가 59억 달러로 가장 규모가 크다. 유기식품의 매출액은 263억 달러이며 과일과 채소가 97억 달러로 가장 높다. 약 1/4 정도의 성인들이 GMO 식품을 외면하고 유기식품을 구입하고 있으며 60% 정도의 소비자들이 일상적인 식생활로부터 필요한 영양소를 섭취하는 것을 원칙으로 생각하고 있다.

### 히스패닉(Hispanic health) 열풍

미국에서 중남미 계통의 히스패닉 인구의 비중은 급속히 증가하고 있으며 이에 따라 이들의 식품 구입 경향이 전체 식품 시장에 미치는 영향도 증가하고 있다. 비만과 폭식으로 유명한 히스패닉 사람들도 점차 건강을 염려하여 비타민과 특수 영양소 섭취에 보다 관심을 기울이고 있다. 또한 다른 미국 가정에 비하여 자녀의 수가 많아 약 3배 정도의 유아 및 아동식품을 구입한다. 미국 사회에서 소득의 증가에 따라서 점차적으로 히스패닉인의 건강 기능식품의 구입과 섭취도 증가하고 있다.

### 단백질(protein) 열풍

건강기능식품 시장에서 단백질 제품은 가장 인기 있는 제품군이며 2012년도에 이어서 2013년에도 약 57%의 소비자들 더 많은 단백질을 섭취하려고 노력하였다. 고 단백질 에너지 음료, 근육 강화를 위한 아미노산 제제 등이

인기가 있으며 성인의 1/3이 단백질의 섭취가 면역 기능을 강화시키며 70%가 근육을 강화하고 피로 회복에 도움을 준다고 생각하고 있다.

### 어린이 특수 제품(kid-specific)

2013년도의 잘 팔리는 식품 중 약 1/4 정도가 어린이용 식품이며 40%의 미국 어머니들(32백만 명)이 건강위주로 식품을 구입한다. 유발효 제품, 곡류 스낵, 과일과 채소류 제품이 인기가 있으며 약 1/3 어머니들이 신선하면서 비 가공 식품, 비타민과 미네랄, 통곡, 칼슘의 비중을 늘리려고 노력하고 있다. 또한 1/2 이상이 카페인 섭취와 탄산음료, 고과당, 인공향료 섭취를 피하려고 애쓰고 있다.

### 기능성 식품(pharma foods)

열 명 중 8명의 소비자들은 기능성 식품이 심장병, 고혈압, 당뇨, 골다공증과 암 예방에 도움이 되며 기억력 개선에 효과가 있다고 생각한다. 인구의 노령화가 진전됨에 따라서 뼈, 눈, 심장의 건강과 동맥 경화 등의 순환기계 질환의 예방에 초점을 둔 식품 소비가 증가하며, 세계적으로도 특정 기능을 강조한 식품군의 출시가 늘어나고 있다. 혈당조절, 시력, 수면조절, 지방간 개선 등의 기능성 제품 수요가 증가하고 있다.

## 대체식품(alternatives)

미국 가정에서 고기 없는 식사가 늘고 있다. 계란, 두류, 야채버거, 두부 등의 수요가 늘어나며 약 20% 정도가 5끼 중 한 끼를 육류 없는 식단으로 구성하고 있다. 우유 대신에 두유, 아몬드유, nut milk, grain milk를 마시고, lactose free, gluten free 표시 식품 판매가 늘어나고 있다. 소금, 트랜스지방, 포화지방, 콜레스테롤, 카페인 성분을 기피하며, 약 30% 이상이 무항생제 표시의 유기 축산물을 산 경험에 있다.

## 운동영양(performance nutrition)

건강, 체중조절, 근육강화 등의 여러 목적으로 정기적인 체력단련 활동을 하는 인구가 늘어나면서 sports drink, energy drink, nutrition bar 등의 구매가 늘어나고 있다. 이중 sports drink, protein drink, 대체식용 스낵이나 bar 같은 제품들이 인기가 있다. 고소득자들이 주 소비층으로 과학적인 검증이나 인증을 거친 제품을 선호한다.

## 체중조절(weighing in)

2013년도에 56%의 성인이 체중을 줄이기를 원하고 27%가 현 체중을 유지하기를 원했다. 따라서 29%가 음식의 칼로리를 때때로, 9%가 항상 체크를 하고 있다. 다이어트용으로 protein drinks가 애용되며, 혈당 조절을

위하여 통곡,식이섬유 제품과 비타민 D, 칼슘, 항산화제,  $\omega$ -3 오일 제품이 다이어트용 식단에 많이 들어간다.

## 신세대(Gen Zen)

미국에서 1981년에서 2000년 사이에 태어난 인구는 8천 5백만이며 이들이 현재 14~33세가 되어 이 중 1/4이 취업자이다. 대개 이들은 건강하고 고가이며, 자연적이고 덜 가공되면서 더욱 맛있는 식품을 선호한다. 이 세대들은 기능성식품의 효능을 신뢰하며 칼로리 정보에 따라 식단을 선택하며 음식으로 체중을 조절하고자 한다. Gluten-free, allergen free 제품을 선호하며 건강 위주로 메뉴가 구성된 레스토랑을 골라서 이용한다. 식품의 영양표시를 잘 읽으며 어느 세대보다 많이 sports drinks, energy drinks, 주스, 유탄산 음료 등 다양한 음료를 즐겨 마신다. 또한 이들 중 채식주의자도 점차 증가하고 있다.

## 참고문헌

1. 김선원. 2014. 화학세계.
2. 양지혜. 2015. Industry Report. KB투자증권.
3. FDA. Dietary Supplements. <http://www.fda.gov/>.
4. KHIDI. <http://www.khidi.or.kr/>.
5. Council for Responsible Nutrition. 2012. *The Benefits of Nutritional Supplements*. 4th ed.
6. Sloan AE. 2014. The Top Ten Functional Food Trends. *Food Technol* <http://www.ift.org/food-technology/past-issues/2014/april/features/toptentrends.aspx>.