

특집: 헬시플레이저, 기능성식품

태국 및 싱가포르 건강기능식품 현황

박 영 준

대원제약(주) 컨슈머헬스케어 사업부

Trend of Functional Foods in Thailand and Singapore

Young-June Park

Department of Consumer Healthcare, DAEWON Pharmaceutical

서 론

최근 건강기능식품 시장의 성장세가 가파르다. 특히 코로나19 영향으로 면역력에 대한 관심이 높아지면서 비타민 및 프로바이오틱스와 같은 면역력에 효과가 있는 제품의 관심이 높다. 2021년 세계 건강기능식품 시장 규모는 전년 대비 5.9% 성장한 1,674억 달러이며, 시장 점유율 기준으로 미국(35%, 587억 달러)이 가장 높고, 중국(14.5%, 242억 달러), 서유럽 및 북유럽(11.8%, 198억 달러) 순으로 구분된다(표 1, 그림 1).

2021년 국가별 건강기능식품 시장은 북미와 유럽 등 기존 서구권 지역보다 중국 및 일본을 포함한 아시아와 중남미 그리고 아프리카 지역에서 높은 성장률을 보여 향후 신흥국 지역에서의 건강기능식품 시장의 성

장이 가파를 것으로 기대된다.

국내 건강기능식품 시장 또한 매년 꾸준한 증가 추세이다. 2021년 생산실적 기준 4조 321억 원, 판매 기준 5조 6,902억 원으로 집계되어 2020년 대비 10% 성장했다(그림 2).

단일 품목으로 홍삼 품목이 생산실적 기준 1조 472억 원으로 가장 큰 시장 점유율을 보이고 있으며(26.0%), 그 뒤로는 프로바이오틱스 7,677억 원(19.0%), 비타민 및 무기질이 3,354억 원(8.3%)의 시장 점유율을 형성하고 있다(그림 3).

국내외 건강기능식품 시장이 성장해 나감에 따라 국내 건강기능식품 제조 및 판매 기업들 또한 수출 활로 개척을 위해 다방면으로 노력하고 있다. 2021년 건강기능식품 수출액은 총 2,306억 원이며 2019년 1,427억 원 대비 61% 성장했으며, 2021년 주요 수출 품목은 개별인정형을 제외하고 홍삼 제품이 553억 원으로 전체 24%이며, 그 뒤로는 프로바이오틱스 제품이 367억 원으로 15.9%를 차지하고 있다(표 2).

2021년 건강기능식품 업체별 수출액의 경우, 상위 5개 업체(콜마비엔에이치 726억 원, 한국인삼공사 344억 원, 쉐바이오텍 146억 원, 노바렉스 133억 원, 종근당건강 108억 원)가 총수출액의 63.2%를 차지하고 있다(1).

현재 수출 상황으로 볼 때 태국과 싱가포르 시장 진입에 주목할 필요가 있다. 최근 K-pop 영향으로 태국과 싱가포르 등 동남아시아 국가를 비롯하여 전 세계적으로 한국 문화와 제품들이 주목받고 있으며 소비자들 또한 한국제품에 대한 품질과 이미지, 제품력 등에 높은 신뢰도를 보인다.

태국의 경우 21년 기준 인구 약 7천만 명, 1인당 총

표 1. 2021년 국가별 건강기능식품 시장 규모

국 가	매출액 (십억 달러)	시장 점유율 (%)	전년 대비 성장률(%)
미국	58.7	35.0	5.3
캐나다	2.4	1.5	5.5
서유럽-북유럽	19.8	11.8	4.2
동유럽-러시아	9.1	5.5	5.0
일본	11.8	7.1	2.1
중국	24.2	14.5	7.1
인도-아시아	18.6	11.1	7.5
남미	14.8	8.9	10.3
멕시코	1.0	0.6	8.9
호주-뉴질랜드	3.2	1.9	3.4
중동	1.9	1.2	7.0
아프리카	1.7	1.0	8.8
총 계	167.4	100.0	5.9

자료: 한국건강기능식품협회(1).

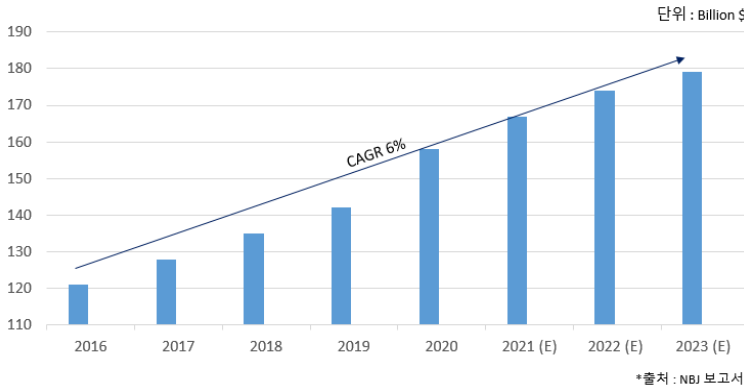


그림 1. 2016~2023(e) 세계 건강기능식품 시장 규모. 자료: 한국건강기능식품협회(1).

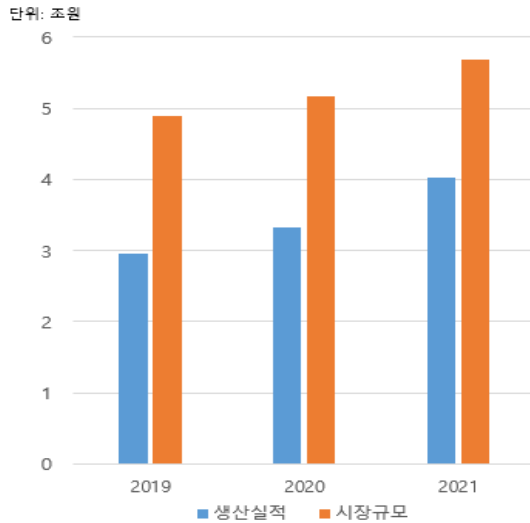
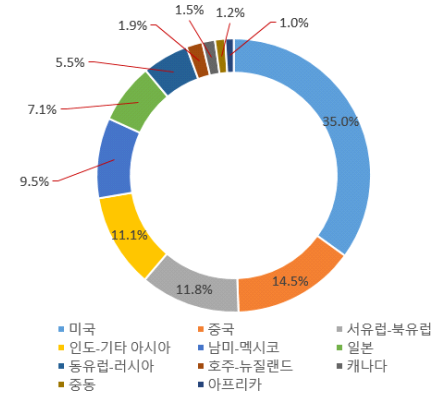


그림 2. 2019~2021 국내 건강기능식품 시장 규모. 자료: 한국건강기능식품협회(1).

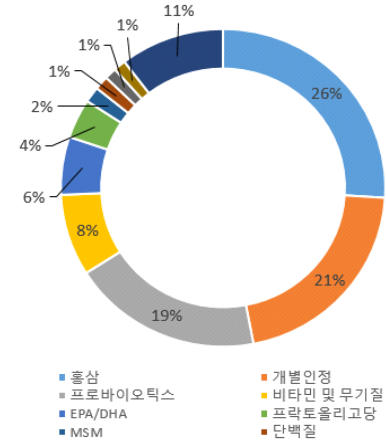


그림 3. 2021년 품목별 국내 시장 규모. 자료: 한국건강기능식품협회(1).

생산은 7,233 달리로 상대적으로 주변 동남아시아 국가(미얀마, 라오스, 캄보디아 등)보다 더 높은 구매력과 시장경쟁력을 가지고 있으며, 태국 시장 내 브랜드가 구축된다면 주변국으로 진출하기 용이한 지리적 이점이 있다. 이와 마찬가지로 싱가포르는 인구 600만 명의 작은 도시국가이지만 2020년 기준 1인당 구매력지수는 86,480 달러로 대한민국 43,480 달러 대비 약 2

배 높은 수준이며 시장 진입장벽이 낮아 별도의 등록 절차 없이 수출에 용이하다.

태국 시장 동향

건강기능식품 개요

태국 건강기능식품의 정확한 명칭은 “Food Supplement-식품보충제”이다. 이는 일반 식품 형태로 정상적인 식이의 일부로 섭취되며 만성질환의 발병 위험

표 2. 2019~2021 품목별 수출액 현황

(단위: 억 원)

구 분	2019년 수출액	2020년 수출액	2021년 수출액	2021년 점유율
개별인정형	315	612	775	33.6%
홍삼	315	483	553	24.0%
프로바이오틱스	352	435	367	15.9%
비타민/무기질	100	228	193	8.4%
코엔자임Q10	7	17	86	3.7%
기 타	338	489	332	14.4%
합 계	1,427	2,264	2,306	100%

자료: 한국건강기능식품협회(1).

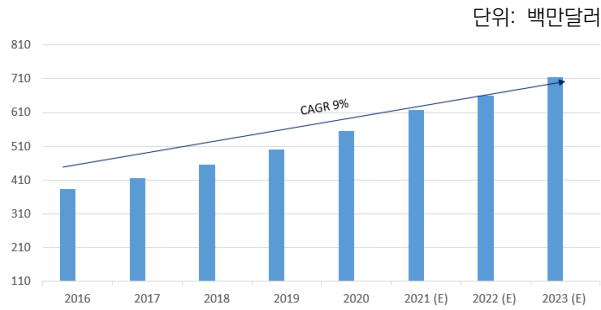


그림 4. 2016~2023 태국 비 약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모.
자료: 한국건강기능식품협회(2).

을 감소시키는 등 생리학적 이점을 갖는 식품으로 정의된다. 태국 공중보건부(Ministry of Public Health, MoPH) 정의에 따르면 비타민, 아미노산, 지방산, 미네랄 또는 동식물로부터 얻은 생산물, 농축물, 추출물, 인공물질, 혼합물 등이 소비를 목적으로 정제, 캡슐, 분말, 액상 등으로 섭취되는 식품보충제이다.

시장 현황

2020년 기준 태국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모는 전년 대비 11% 증가한 약 5억 5천만 달러를 기록하였으며, 최근 5년(2016~2020년)간 태국의 해당 시장은 연평균 10% 성장하였다. 향후 5년(2021~2025년)간 태국 비 약초 및 전통 건강보조식품 시장은 연평균 8% 성장하여 2025년 기준 약 1조 619억 원을 기록할 것으로 전망된다(그림 4).

비 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장을 보면, 비타민 및 미네랄 제품이 약 30% 시장 점유율을 기록하고 있어 시장을 선도하고 있고, 전통 건강보조식품이 23%, 단백질 보조제품이 16%로 뒤를 따르고 있다(그림 5).

유통

2019년 전통 건강식품을 제외한 식품보충제 채널별 점유율 중 오프라인 채널이 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 약국이 8,600만 달러로 1순위이며, 직접 판매 채널

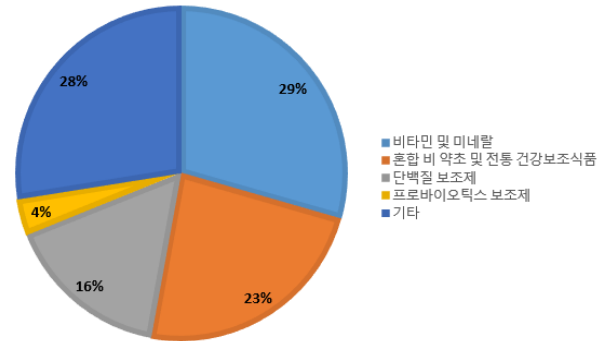


그림 5. 태국 비 약초 및 전통 건강보조식품 품목별 시장 규모.
자료: 한국건강기능식품협회(2).

널이 6,880만 달러로 2순위로 형성되어 있다(표 3).

태국 식품보충제는 오프라인이 상대적으로 큰 시장 규모이지만, 향후 온라인 유통이 높은 성장 기회를 보일 것으로 예상된다. 전자상거래 이용 수단이 확대되고 접근 용이성이 향상되었으며, 소비자가 오프라인보다는 온라인 채널을 선호할 가능성이 커지고 있다. 오프라인 연평균 성장률은 약 5%인 반면에 온라인은 약 7%로 형성되어 있어 향후 온라인 채널의 시장 점유율이 높아질 것으로 예상된다(2).

통관 및 규정

태국 MoPH 규정에 따라 식품보충제의 수입은 면허가 필요하며 3년마다 갱신해야 한다. 수입 승인을 받기 위해 5가지 절차가 요구된다(2).

MoPH에 수입요청서 발송 → MoPH 제품등록
→ 통관 수속 → 관세 → 제품인수

수입요청 접수 후 발급까지 소요시간은 서류 보충 상태에 따라 상이하나, 대략 1달 전후로 소요된다. 하지만 현지 제품 등록은 수개월에서 1년 이상까지 소요될 수 있으며, 실제 판매하기 위해서는 판매 승인도 받아야 한다. 현지 제품 등록 시 필요한 제반 사항은 다음과 같다.

GMP증명서, 자유판매증명서, 위생증명서,
제품기술서, 제품별 샘플 2개, 생산흐름표 등

표 3. 2016~2022 태국 채널별(유통 유형별) 시장 규모

(단위: 백만 달러)

채널	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
온라인	38.1	39.9	41.7	43.7	45.9	48.5	51.4
오프라인	로컬약국	77.8	80.0	82.9	86.0	89.7	94.0
	체인약국	23.5	24.3	25.2	26.1	27.2	28.5
	슈퍼마켓	18.6	19.2	19.9	20.6	21.5	22.5
	직접판매	62.7	64.5	66.5	68.8	71.5	74.7
	합계	182.3	188.0	194.4	201.5	210.0	219.8
총계	220.4	227.9	236.1	245.1	255.9	268.3	282.4

자료: 한국건강기능식품협회(2).

표 4. 2016~2022 싱가포르 품목별 시장 규모

(단위: 백만 달러)

품목	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
비타민/미네랄	105	109	113	117.3	122.6	128	135
허브	43.1	44.7	46.4	48.3	50.8	53.5	56.8
영양오일	51.6	54.1	56.9	60.1	63.6	67.6	72.2
항산화제	60.7	63	65.4	68.1	71	74.3	77.9
기타	22.7	23.3	24	24.7	25.5	26.4	27.5
총계	283.1	294	305	318	333.5	350	369.4

자료: 한국건강기능식품협회(2).

GMP증명서, 자유판매증명서, 위생증명서는 식품의약품안전처 사이트에서 발급 가능하며, 외교부 및 태국 대사관 공증이 필수이다. 또한 규정상 식품보충제는 건강 및 미용 품목으로 분류되며 30% 국정관세가 부과된다. 따라서 관세 혜택을 받기 위해서 한-아세안 FTA 기준 원산지증명서 발급이 꼭 필요하다. 태국으로 수입되는 제품 표기사항은 반입 전 태국어 라벨이 부착되어야 한다. 라벨에는 제조자, 유통업자, 원산지 등이 표기되어야 하며 섭취 및 유통기한 효능 등이 표기되어야 한다. 또한 “규칙적으로 적합한 비율로 모든 5개 식품군을 먹어야 한다”는 붉은 글씨로, “질병을 예방 또는 치료하지 못한다”는 바탕색과 비교되는 색상으로 필수 표기되어야 한다(2).

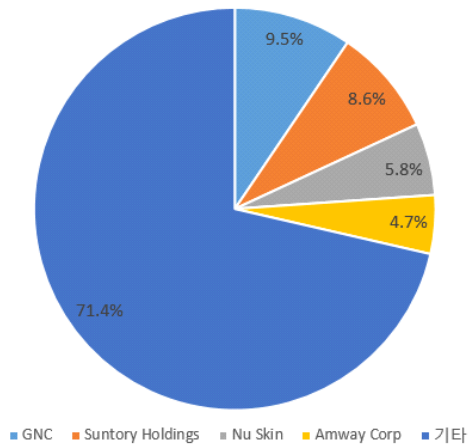


그림 6. 싱가포르 내 상위 판매사 시장 규모.

자료: 한국건강기능식품협회(2).

싱가포르 시장 동향

건강기능식품 개요

싱가포르에서 건강기능식품의 정확한 명칭은 “Health Supplement-건강보충제”이다. 주로 일상적으로 섭취하는 영양소 외 추가적인 효과를 위해 보충하고 건강한 신체 기능을 유지하기 위해 섭취한다.

건강보충제는 싱가포르 보건과학청(Health Science Authority, HSA)에서 관리하며, HSA에서 정한 원료 및 제형 기준은 다음과 같다.

- 원료: 비타민, 무기질, 또는 아미노산(천연 및 합성 포함), 추출물, 분리물, 농축물의 형태로 사람에서 유래하지 않고 동물 및 식물성 물질을 포함한 천연유래 물질
- 제형: 캡슐, 연질젤(소프트젤), 정제형, 액상, 시럽, 또는 HSA에서 적절하다고 판단하는 기타 제형(2)

시장 현황

2020년 싱가포르의 비타민 및 식이보조제 시장 규모는 약 4억 4천만 달러로 지난 2014년부터 6년간 연평균 4.7% 성장해 왔으며, 향후 5년간 연평균 4.9% 성장하며 2025년에는 약 5억 6천만 달러 규모에 이를 것으로 전망한다(2).

2019년 기준 품목별 비타민 및 미네랄 제품이 1억 1,730만 달러로 가장 규모가 컸으며 그다음으로는 항산화 품목이 6,810만 달러 순으로 나타났다(표 4).

시장 내 선두 기업들이 전체 시장의 약 30%를 차지

표 5. 2016~2022 싱가포르 채널별(유통 유형별) 시장 규모

(단위: 백만 달러)

채널	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
온라인	63.5	66.5	69.7	73.2	77.1	81.5	86.6
오프라인	약국	84	88	92	102	107	114
	체인약국	31.2	32.5	33.8	35.3	37	41.2
	슈퍼마켓	27.7	28.7	29.7	30.8	32.2	33.8
	직접판매	76.1	77.8	79.8	82.2	85.1	88.6
	합계	220	227	236	245	256	269
총계	283.6	294	305	318	333.1	350	369.6

자료: 한국건강기능식품협회(2).

표 6. 중금속 허용 기준

구분		중금속 허용 한도(ppm)			미생물 균 수(g 또는 mL 당 CFU)		
항목	비소	카드뮴	납	수은	호기성 미생물	곰팡이	대장균/ 살모넬라
기준	5	0.3	10	0.5	105 이내	500 이내	없음

자료: 한국건강기능식품협회(2).

하고 있다. 싱가포르 진출 시 상위 기업과 파트너십을 맺는다면 시장 내 우위를 차지하기 쉽다(그림 6).

을 암시하는 강조 표시는 금지되어 있다(예: 고혈압, 암, 성 기능 등)(2).

유통

2019년 기준 오프라인 채널이 가장 큰 비중을 차지하는데, 약국이 9,700만 달러로 1순위이며 직접 판매 채널이 8,220만 달러로 2순위로 형성되어 있다.

전 세계적으로 온라인 채널은 빠르게 시장 규모를 확대하며 성장하는 추세지만, 싱가포르는 아직 약국 대비 상대적으로 낮은 수준을 보인다. 다만, 소비자 구매 형태를 볼 때, 온라인을 통한 구매 선호도가 높아졌으며, 오프라인(연평균성장률, 5.6%) 대비 온라인(연평균성장률, 7.3%) 성장률을 볼 때, 향후 온라인 시장이 더 커질 것으로 예상된다(표 5).

통관 및 규정

싱가포르는 수입에 대해 매우 자유로운 편이다. 대다수 건강식품은 별다른 규제 없이 구역 내 반입이 가능하다. 이는 건강식품은 HSA에 승인 및 허가를 받아야 하는 대상이 아니기 때문이다. 단, 수입업자는 법적으로 유효한 면허를 소지하고 있어야 하며, 면허에 명시된 조건과 동일한 방식으로 수입하여야 한다. 또한 모든 제품은 HSA에서 규정한 안전성 및 품질에 규제 요구사항에 부합해야 수입 및 판매가 가능하다(표 6).

또한 제품 라벨은 영문으로 기재되어야 하지만 영어 외 말레이어, 만다린어, 타밀어 등 다른 공용어 사용도 가능하다. 한국과 같이 제품 라벨에는 성능과 관련된 오해의 소지가 있는 강조표시 사용이 불가능하나, 원재료 및 제품에 대한 과학적 근거 자료가 뒷받침된다면 가능하다. 하지만 특정 질병이나 장애 치료 또는 예방

결론

2022년도 국내 건강기능식품 시장 규모는 6조 2천억 원으로 전망하고 있고 지난 5년간 연평균 10%대의 두 자릿수 성장률을 보인다. 또한 소비자 구매율은 팬데믹 전 78%(19년)에서 82%(22년)대로 증가해 향후 시장은 더욱 커질 것으로 전망한다. 이는 인구의 고령화, 삶의 질 향상으로 건강기능식품 섭취 인구의 증가, 다양한 원료 개발에 따른 효능효과 확대, 기존 약국 등 오프라인 위주의 단조로운 판매 채널에서 다단계 마케팅, 홈쇼핑, 온라인과 같이 다양한 채널로 세분됨에 따라 시장 규모 확대를 더욱 가속화하고 있다. 이는 국내 뿐 아니라 해외 시장에서도 같은 양상이다. 약국 등 오프라인 위주 판매 채널에서 온라인 판매 확대로, 건강기능식품을 접할 수 있는 루트도 더욱 다양하게 진화하고 있어 해외 건강기능식품의 규모도 더욱더 증가할 것으로 예상된다. 국내 건강기능식품 수출자들 또한 이러한 트렌드를 기반으로 해외 역지구와 같이 다양한 수출 방법과 채널 확대, 개선된 제형 및 포장 방법, 진화된 마케팅 노하우로 수출 규모를 확대하고 있으며, 최근 K-pop, 드라마, 영화와 같은 문화 콘텐츠 선진화로 인해 해외구매자들 또한 한국제품에 대한 친밀감이 높아져 향후 해외 시장에서 한국 제품의 시장 점유율은 더욱 높아질 것으로 기대된다. 앞서 소개된 태국 및 싱가포르 건강기능식품 시장에 대한 정보가 해외시장 진출 시 유용한 정보가 되길 바라며 성공적인 수출에 밑거름이 되길 희망한다.

참고문헌

1. 한국건강기능식품협회. 2022 건강기능식품 시장 현황 및 소비자 실태조사. 2022. p 8, 17, 85, 87, 95.
2. 한국건강기능식품협회. 2021 건강기능식품 제외국 수출가이드. 2021. p 17, 34, 40, 50, 262, 272.