

발간등록번호

11-1543000-001129-01

2015 가공식품 세분시장 현황

환자식 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Forestry



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

© 2015. **at** 한국농수산물유통공사

All rights reserved.

이 책의 저작권은 한국농수산물유통공사에 있으므로 무단으로 전제 또는 복제할 수 없으며, 영리적인 목적으로도 이용할 수 없습니다.

2015 가공식품 세분시장 현황

환자식 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



CONTENTS

환자식 시장 요약	1
제 1 절 조사 배경 및 목적	8
제 2 절 조사 대상 및 방법	9
1. 조사 대상	9
2. 조사 방법	9
제 3 절 환자식 시장 개요	11
1. 환자식 정의	11
2. 환자식 유형별 개념 및 제조·가공기준	13
3. 국내 환자식 시장의 성장 배경	20
4. 국내 환자식 제품 분류	21
 제 2 장 원료 및 생산 현황	
제 1 절 주요 원료 현황	28
1. 환자식 주요 원료별 특징	28
2. 주요 원료 수입 현황	29
제 2 절 국내 생산 현황	36
1. 환자식 생산 및 출하 현황	36
2. 주요 기업 현황	39
3. 수입 및 수출	41
 제 3 장 소매시장 현황	
제 1 절 환자식 시장 규모	44
1. 시장 규모	44
2. 국내 병원 소비 현황	45
제 2 절 주요 제품 가격 현황	47
제 3 절 소비 시장 특성	49



제 4 장 구입 및 소비 특성

제1절 환자식 구입 및 소비 특성56
제2절 환자식 비복용자의 구입 특성66

제 5 장 해외 시장 동향

제1절 미국 시장70
제2절 일본 시장78
제3절 EU 시장84

부록. 소비자 조사 결과91



CONTENTS

[표 1-1] 조사 대상	9
[표 1-2] 소비자 조사 개요	10
[표 1-3] 환자식 유형별 개념 및 제조·가공기준	15
[표 1-4] 환자식 유형별 규격	17
[표 1-5] 특수의료용도식품의 질환에 따른 식품유형 분류	19
[표 1-6] 제품 유형별 환자식 분류	22
[표 1-7] 질환별 환자식 분류	24
[표 2-1] 환자식 주요 원료	28
[표 2-2] 카제이나트륨 수입 현황	29
[표 2-3] 주요 국가별 카제이나트륨 수입 현황	30
[표 2-4] 분리대두단백(텍스처화한 단백질계물질 기준) 수입현황	31
[표 2-5] 주요 국가별 분리대두단백(텍스처화한 단백질계물질 기준) 수입 현황	31
[표 2-6] 대두유 수입 실적	32
[표 2-7] 주요 국가별 대두유 수입 현황	33
[표 2-8] 덱스트린 출하 현황	34
[표 2-9] 덱스트린 수입 현황	34
[표 2-10] 주요 국가별 덱스트린 수입 현황	35
[표 2-11] 특수의료용도식품 생산 및 출하 실적	36
[표 2-12] 특수의료용도식품 생산 현황	37
[표 2-13] 특수의료용도식품 출하 현황	38
[표 2-14] 국내 주요 환자식 제조사	40
[표 3-1] 치료식 사용 현황	46
[표 3-2] 완제품 경관영양 유동식 사용 현황	46
[표 3-3] 국내 유통 환자식 제품 가격 비교	47
[표 3-4] 국내에 유통되고 있는 환자식단	50
[표 3-5] JW안심푸드 신장질환자용 제품	51
[표 3-6] 외국인 환자식단 메뉴	53



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

[표 4-1] 환자식 구입 질환	56
[표 4-2] 제품 구입 목적	57
[표 4-3] 환자식 구입을 위한 정보 탐색 방법	58
[표 4-4] 환자식 구입 고려 요인	59
[표 4-5] 구입한 환자식 제품 형태	60
[표 4-6] 환자식 섭취 기간	61
[표 4-7] 환자식 섭취 수준	61
[표 4-8] 환자식과 함께 먹는 제품	62
[표 4-9] 환자식단 이용 경험	63
[표 4-10] 환자식단 이용 이유	64
[표 4-11] 환자식에 대한 개선사항	65
[표 4-12] 환자식에 대한 인지 수준	66
[표 4-13] 환자식 구입 계기	66
[표 4-14] 구입 질환 제품	67
[표 4-15] 구입 환자식 주 소비자	67
[표 4-16] 환자식 구입을 위한 정보 탐색 방법	67
[표 5-1] 세계 환자식 시장 규모	70
[표 5-2] 북아메리카 국가별 경장영양식 시장규모	72
[표 5-3] Abott Nutrition 주요 환자식 제품	73
[표 5-4] Nestle Health Science 주요 환자식 제품	74
[표 5-5] B.Braun Melsungen의 주요 환자식 제품	75
[표 5-6] 일본 유동식 시장 규모	78
[표 5-7] 일본 유동식 종류별 구성비	79
[표 5-8] 일본 주요 제조사 시장 점유율	79
[표 5-9] Morinaga Clinico의 주요 유동식 제품	80
[표 5-10] Meiji의 주요 유동식 제품	81
[표 5-11] Nestle Health Science Japan의 주요 유동식 제품	81
[표 5-12] 일본 UDF 분류 기준	82
[표 5-13] 용도별 일본 개호식 제품	83
[표 5-14] Nutricia 주요 제품	85
[표 5-15] Fresenius Kabi의 주요 제품	86



CONTENTS

[그림 1-1] 환자식 개념	11
[그림 1-2] 환자식 유형	12
[그림 1-3] 65세 인구 및 의료복지시설 증가 추이	21
[그림 2-1] 당뇨병 진료인원 증가추이와 비교	38
[그림 3-1] 2014년 환자식 시장 규모	44
[그림 3-2] 환자식 유통 구조	45
[그림 4-1] 환자식 주 구입 소매채널	59
[그림 4-2] 환자식 구입 채널	68
[그림 4-3] 구입 환자식 형태	68

환자식 시장 요약

1. 환자식 시장 개요

1) 환자식 정의

- 국내에서는 질병이나 수술 등으로 인해 저작(씹는 행위)이나 연하(삼키는 행위) 능력이 부족한 환자들에게 이용되는 경장영양식(enteral nutrition food)을 대표하는 말로 환자식이 통용되고 있음. 이런 경장영양식은 급식 방법에 따라 경구급식(oral feeding)과 경관급식(tube feeding)으로 나뉘지며, 또한 기존 병원이나 집에서 직접 조제하는 혼합액화식(Blenderized formula)와 상업용으로 개발된 상업용 환자식으로 나눌 수 있음
- 상업용 환자식은 식품 제조 기준인 ‘식품공전’을 바탕으로 만들어진 제품임. ‘식품공전’에 의하면 환자식은 ‘특수의료용도등식품’에 포함됨. 특수의료용도등식품은 정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 손상된 환자 또는 질병이나 임상적 상태로 인하여 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 가진 사람의 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 이들에게 경구 또는 경관급식을 통하여 공급할 수 있도록 제조·가공된 식품을 말함
- 특수의료용도등식품은 환자용 균형영양식, 당뇨환자용 식품, 신장질환자용 식품, 장질환자용 가수분해 식품, 열량 및 영양공급용 의료용도식품, 선천성 대사질환자용 식품, 연하곤란환자용 점도증진식품이 있음





2) 환자식 제품 분류

- 국내 환자식 주요 브랜드로는 대상 웰라이프, 케어웰, 메디웰 등이 있으며 질 환별·유형별로 제품이 구분되어 있음. 액상캔형이 비교적 보편화된 제품 유형이며 대부분 경구 및 경관급식 모두로 섭취 가능하나 일부 제품은 경관급식 용으로 한정되어 있음. 분말형으로 출시되는 제품은 점도증진제 외에도 열량 및 영양공급용이나 선천성 대사질환자용 등도 있음

2. 원료 및 생산 현황

1) 원료 현황

- (단백질, 탄수화물, 지방의 균형 공급 목적에 따라 원료 다름) 환자식은 단백질과 지방, 탄수화물을 균형있게 공급하는 목적이 있는 제품으로, 해당 영양소별 주요 원료가 다름. 그러나 주로 많이 사용하는 원료는 단백질은 카제인나트륨과 분리대두단백, 지방은 카놀라유와 대두유와 같은 유지류, 탄수화물은 텍스트린, 식이섬유임
- (가장 비싼 원료는 카제인나트륨) 환자식 원료는 대부분 수입산임. 환자식 생산량이 작다보니 사용되는 원료량도 작고, 원료의 정확한 수입코드 등을 확인하기에 한계가 있어 정확한 수입 규모를 확인하는 것이 어려움. 수입되는 원료 중 가장 비싼 원료는 단백질 주 공급원인 카제인나트륨임

2) 국내 생산 현황

- (최근 6년간 133.2% 증가) 생산량은 2009년 7,633톤에서 2014년 17,799톤으로 6년 사이 133.2% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 약 165억 원에서 340억 원으로 106.6% 증가함
- 특수의료용도식품 중 환자용 균형영양식이 가장 많은 생산 비중을 차지하고 있으며 뒤이어 생산량 기준으로는 당뇨환자용 식품, 신장질환자용 식품이, 생산액 기준으로는 당뇨환자용 식품, 열량 및 영양공급용 의료용도식품이 높은 비중을 차지함

3) 수입 및 수출

- (환자식은 내수 중심 시장) 해외는 환자식 기준이 불명확하고, 환자식 관련 법규가 명확히 지정된 곳이 드물어 수출은 거의 없고 내수 중심으로 판매되고 있음. 특히 중국의 경우는 수요 정도와 상관없이 관련 법규가 없어 수출이 불가능한 상황임
 - 해외에서 국내로 들어오는 환자식은 대부분 의약품으로 수입되고 있음

3. 소매시장 현황

1) 소매시장 규모

- (매년 5~10% 꾸준한 성장 시장) 환자식 시장 규모는 의약품 포함 800억원으로 추정(2014년 기준)되며, 매년 5~10% 정도 성장해왔고, 향후에도 해당 성장률을 유지할 것으로 보고 있음
 - 환자식은 80~90%가 병원으로 유통되며, 나머지(10~20%)는 약국 및 온라인 판매로 이루어짐. 전반적으로 약국보다는 온라인에서의 판매 비중이 높음
- (치료식 대상 환자수 증가와 환자식 사용량 증가 비례) 치료식 대상 환자 수와 총사용량, 진료금액 모두 2010년 이후 지속 증가하고 있으며 2014년에 75만 5천명으로 2010년 대비 18.6% 증가함. 완제품 경관영양유동식 사용 대상 환자 수는 2010년 57,575명에서 2014년 80,027명으로 39.0% 증가함

2) 주요 제품 가격 현황

- (제품별로 국내산과 수입산 가격 차이 상이) 국내에 유통되고 있는 환자식 제품은 대부분 국내산 제품이며 수입 제품과의 가격 차이는 제품별로 상이함. 열량 및 영양보충용 식품을 제외하고는 수입 제품이 국내산과 비슷하거나 대체적으로 높은 가격대를 형성함



3) 소비시장 특성

- **(고령친화식으로의 범위 확대)** 국내 사회의 고령화가 심화됨에 따라 고령친화 식품 개발의 필요성이 대두되고 있음. 국내에서 고령식으로 분류되는 식품 유형은 크게 건강기능식품, 특수의료용도식품이 있는데, 두 유형 모두 고령자에게 주식개념 보다는 영양보충식 개념의 식품으로 인지되고 있음. 환자식이 고령친화식으로 확대됨에 따라 환자식 시장의 성장가능성이 대두되었고 이에 따라 국내 대형식품업체들이 관련 사업을 확장시키고 있음
- **(환자식단 개발)** 최근 건강한 식단의 중요성에 대한 소비자들의 인식이 강화되면서 병을 예방하거나 치료하는 데 완제품 환자식이나 의약품보다는 환자식단을 선호하는 추세가 형성되고 있음. 이로 인해, 환자식단에 대한 개발 및 공급이 증가하고 있음. 배달 식단, 외국인 환자 전용 식단 및 제약회사의 다양한 식품으로의 제품 출시 등이 이를 입증함

4. 구입 및 소비 특성

- **(환자식 구입 목적)** 환자식은 수술 후 회복을 위해 구입(31.7%)했다는 응답이 가장 많았으며, 영양 관리(30.0%)가 뒤를 이어 나타남
- **(환자식 정보원)** 환자식에 대한 정보는 어떻게 알아보고 구입했는지 조사해 본 결과, 34.7%가 병원/보건소 등에서 추천해 준 제품으로 구입했다고 응답함. 이어서 직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입했다는 응답이 26.3%로 나타남
- **(주 구입제품 형태)** 응답자들은 액상캔형(35.3%)을 가장 많이 구입하고 있었으며, 이어서 액상 파우치형(24.7%)임. 전반적으로 액상타입 제품으로 구입하는 비중(60.0%)이 높음
- **(섭취 기간)** 환자식 섭취 기간은 한 달 미만이라는 응답이 44.0%로 가장 많았으며, 이어서 한 달 정도 27.7%, 2~3개월 15.7% 순으로 나타남
- **(환자식과 함께 먹는 제품)** 환자식과 함께 먹는 제품에 대해 조사해 본 결과, 건강기능식품(44.7%)을 가장 많이 먹고 있었으며, 이어서 홍삼/인삼(12.7%)임. 별도로 먹고 있는 제품이 없다는 응답도 30.3%로 높게 나타남

- **(환자식단 이용 경험)** 상업용으로 나온 환자식 제품 외에 환자식단을 별도로 구입하여 먹어본 경험이 있는 응답자는 105명(35.0%)으로 나타남. 이용해본 환자식단은 저염식단(57.1%)이 가장 많았으며, 이어서 면역관리 식단(16.2%), 당뇨식단(10.5%) 순으로 응답 비중이 높게 나타남

5. 해외시장 동향

- 세계 환자식 시장 규모에 대해 정확히 나온 자료는 없지만, Frost & Sullivan 이 발표한 자료에 의하면 2013년 시장 규모는 93.6억 달러이며, 2018년에는 133.4억 달러로 42.5% 성장할 것으로 추정함
 - 2013년 기준, 미국이 47.1억 달러로 가장 큰 시장을 형성하고 있을 것으로 추정됨
- **환자식 국가별 동향**
- **(미국)** 미국에서 환자식(Medical Food)은 의사의 지도하에 질병관리를 목적으로 경구 섭취되는 식품으로 과학적 기준을 기반으로 한 특수한 영양 보충제로 정의됨
 - 미국의 경장영양식(medical food) 규모는 2011년 이후 지속 증가 추세를 보이며 북아메리카 국가(미국, 캐나다, 멕시코) 중 가장 큰 규모를 차지하고 있음. 2014년 기준 미국 경장영양식 시장규모는 48.9억 달러로 북아메리카 전체의 61.6%를 차지함
 - 주요 제조사는 Abott Nutrition, Nestle Health Science, B.Braun Melsungen AG 등임
 - 2010년 ‘오바마 케어’ 로 불리는 ‘환자보호 및 부담적정보험법’ 이 의회를 통과하면서 의료 혜택의 범위가 넓어짐. 이로 인해 의료영양식(Clinical Nutrition)제품에 대한 보험 적용 범위도 확대됨. 더불어 의료서비스에 대한 수요가 크게 증가하였고 이로 인해 병원들의 가격경쟁력이 중요해지면서 환자식도 이에 포함됨
 - 환자식단에 대한 소비자들의 관심도가 높아지면서, 맞춤식 식단, 유기농 원료 사용 식단 등 고급화 추세가 형성되고 있음



- **(일본)** 일본의 유동식은 국내 특수의료용도식품과 유사한 식품군임. 일본 유동식 시장은 수량은 감소 추세이나 금액은 증가하고 있음
 - 2012년 95,800kl에서 2014년 93,500kl로 2.4% 감소함. 2015년도에도 전년 대비 1.1% 감소할 것으로 예측됨. 반면에, 금액은 2012년 이후 지속 증가세에 있으며 2012년 659억 엔(6억 2,605만 달러)에서 2015년(예측치) 680억 엔(6억 4,600만 달러)으로 3.2% 증가함. 금액이 지속 증가세를 보이는 것은 초고령 사회인 일본의 고령층이 가진 경제력에 기인하는 것으로 보임
 - 일본 유동식 시장은 범용용이 대부분을 차지하고 있으며 약 90%의 비중을 차지함. 2014년 기준 범용용은 전체 673억 엔(6억 3,935만 달러) 중 608.5억 엔(5억 7,808만 달러)로 전체의 90.4% 비중임
 - 주요 제조사는 Morinaga Clinico, Meiji, Nestle Japan, Terumo가 있으며, 그 중 Morinaga Clinico가 2014년 기준 33.9%로 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있음
 - 고령층이 지속 증가하면서 다양한 형태의 개호(介護)식품이 확대되고 있음
- **(EU)** 유럽연합(EU)에서 경장영양식은 1999년 3월 25일 공포된 Commission directive 1999/21/EC에 의해 ‘Food(s) for special medical purposes (FSMP)’ 로 구분되며, 후에 제도가 개정되긴 했으나 구분 및 정의는 유지되고 있음
 - EU시장의 주요 환자식 제조사는 Danone Nutricia, Fresenius Kabi가 있음
 - EU는 하나의 법안이 다국어로 번역되기 때문에 그 과정에서 법안의 해석과 적용에 오류가 발생할 수 있음. 실제로 환자식의 경우, 같은 제품이 한 국가에서 일반 식이보충제로 분류되더라도 다른 국가에서는 FSMP로 분류되는 경우가 종종 발생하고 있음. 이로 인한 FSMP 오용을 막기 위해 유럽연합위원회는 FSMP에 대한 정의를 구체화하고 규제안을 강화하는 방향으로 계속해서 관련 법안을 개정시키고 있음
 - EU에서는 경장 및 경관영양식에 대한 보험 적용이 보편화되어 있는 편이나 그 적용범위와 소비형태에 대해서는 국가별로 차이가 있음

제 1 장

환자식 시장 조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

제2절 조사 대상 및 방법

제3절 환자식 시장 개요





제 1 절 조사 배경 및 목적

- 식품 시장이 지속적으로 성장하고 식품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 가공식품 시장에 대한 기초 자료 수요는 꾸준히 증가하고 있음
 - 농식품에 기반한 가공식품은 일반 소비재와는 달리 소비자들의 구매 및 이용특성에 민감하게 반응하는 특징이 있음
 - 또한 가공식품 산업의 원활한 육성 및 지원을 위해 품목별 정의 및 분류, 특성 파악이 필요함
 - 따라서 가공식품 시장의 전반적인 기초 통계자료 외에 소비자들의 구매 및 소비 특성을 분석한 자료가 필요함
 - 더불어 기존 제조 및 소비 시장의 관점을 종합적으로 고려한 시장을 정의함으로써 생산자 및 구매자 모두에게 일관성있는 정보 제공이 이루어져야 함

- 이에 본 조사는 가공식품 산업구조를 고려한 명확한 자료 수집 및 분석을 통해 관련 이해관계자들에게 품목 시장의 가치 있는 기본 정보를 제공하고자 함
 - 본 보고서에 제시된 내용은 객관성 및 타당성을 담보한 Data를 기반으로 폭넓고 깊이 있게 분석하였으며, 가공식품 전문가의 의견 수렴 및 검토를 통해 수요자 니즈에 부합하는 콘텐츠를 구성함
 - 본 조사의 활용 가치로는 첫째, 가공식품과 관련된 이해관계자들에게 실질적인 가치를 제공할 수 있는 정보를 제공함
 - 둘째, 정보 수집이 어려운 중소기업에게 생존을 위한 전략 수립의 기초 자료가 될 수 있는 정보를 제공함
 - 마지막으로 농식품 유관기관의 가공식품 관련 정책에 직·간접적으로 활용될 수 있도록 함

제 2 절 조사 대상 및 방법

1. 조사 대상

- 조사대상 품목군은 총 20개이며, 이번 품목은 ‘환자식’ 임

[표 1-1] 조사 대상

면류	다류	소스류 및 드레싱류	음료류
버터/치즈	냉동식품	즉석섭취·조리식품	즉석밥
된장	간장	고추장	주류
조미향신	원물간식	환자식	한과류
떡류	식육/어육/알가공품	영유아식	체중조절식품

2. 조사 방법

- 조사 방법은 크게 문헌조사와 소비자 조사로 이루어짐

1) 문헌조사

- 국내 주요 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 식품 및 식품 첨가물 생산실적을 활용함
 - 품목군 정의는 식품공전을 활용하여 품목군별 품목의 정의와 제조 기준을 살펴보고, 이어서 국내에 출시되고 있는 제품을 살펴봄
 - 시장규모는 원료, 생산, 출하, 유통, 소비 측면에서 살펴봄. 환자식에 사용되는 원료는 주로 수입되고 있어 관세청 수출입무역통계를 집중 분석하고, 생산



및 출하는 식품 및 식품첨가물 생산실적, 유통 및 소비는 산업 및 언론 리포트/기사, 전문가 인터뷰를 활용함

- 해외 동향은 환자식 시장이 발달한 미국, 일본, EU의 국가별 리포트 및 기사를 집중 분석함

2) 소비자 조사

□ 소비자조사는 품목군별 구매 및 소비 특성을 파악하기 위한 목적으로 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함

- 환자식은 성별, 연령에 따라 구입 및 소비특성이 나타나지 않는 특성이 있어, 환자식을 직접 구입하여 소비한 경험이 있다는 경우와 환자식 구입 경험만 있는 경우로 나누어 조사를 실시함
- 그 결과 직접 구입하여 소비한 경험이 있다는 응답자 300명, 구입 경험만 있는 응답자 200명이 최종 분석 대상으로 선정됨
- 전체 응답자의 성별 분포는 남성 273명(54.6%), 여성 227명(45.4%), 연령별 분포는 10대 29명(5.8%), 20대 128명(25.6%), 30대 135명(27.0%), 40대 106명(21.2%), 50대 102명(20.4%)로 나타남
- 표본오차는 95%의 신뢰수준에서 $\pm 4.4\%$ p임
- 주요 조사 내용은 구매 및 소비 특성과 관련한 전반적인 문항임

[표 1-2] 소비자 조사 개요

조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> ○ 환자식을 구입 또는 소비한 경험이 있는 500명 <ul style="list-style-type: none"> - 구입 및 소비 경험자 300명, 구입 경험자 200명 		
응답자 특성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 남성 273명(54.6%), 여성 227명(45.4%) ○ 10대 29명(5.8%), 20대 128명(25.6%), 30대 135명(27.0%), 40대 106명(21.2%), 50대 102명(20.4%) 		
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 조사 		
조사 시기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2015년 10월 30일 ~ 11월 20일 		
주요 조사 내용	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 목적 ○ 구입 유발 질병 ○ 구입 방법 ○ 섭취 수준 및 기간 ○ 구입 고려 속성 </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 채널 ○ 환자식과 병행하는 제품 ○ 환자식 식단 경험 ○ 수입브랜드 경험 ○ 향후 이용을 위한 개선 사항 등 </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 목적 ○ 구입 유발 질병 ○ 구입 방법 ○ 섭취 수준 및 기간 ○ 구입 고려 속성 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 채널 ○ 환자식과 병행하는 제품 ○ 환자식 식단 경험 ○ 수입브랜드 경험 ○ 향후 이용을 위한 개선 사항 등
<ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 목적 ○ 구입 유발 질병 ○ 구입 방법 ○ 섭취 수준 및 기간 ○ 구입 고려 속성 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 구입 채널 ○ 환자식과 병행하는 제품 ○ 환자식 식단 경험 ○ 수입브랜드 경험 ○ 향후 이용을 위한 개선 사항 등 		

제 3 절 환자식 시장 개요

1. 환자식 정의

- **환자식(diets for patients)**은 환자가 먹는 식사로 일반적으로 병이 더 악화되는 것을 방지하거나 치료의 목적을 가진 식사를 말하며, 병원식의 동의어로 사용되는 경우가 많음. 그러나 병원식(diet in the hospital)은 환자의 자각증상을 완화시켜 직접적 또는 간접적으로 병의 악화를 방지하거나 치료에 도움을 줄 목적으로 입원환자에게 급식하는 식사로, 병원식은 환자식의 협의 개념에 가까움
- 이와 같이 환자의 영양상태 회복 및 질병 치료를 목적으로 하는 식사를 포함한 모든 식품을 광의적으로 환자식이라고 할 수 있으나, 국내에서는 질병이나 수술 등으로 인해 저작(씹는 행위)이나 연하(삼키는 행위) 능력이 부족한 환자들에게 이용되는 경장영양식(enteral nutrition food)을 대표하는 말로 환자식이 통용되고 있음¹⁾
- 이런 경장영양식은 급식 방법에 따라 경구급식(oral feeding)과 경관급식(tube feeding)으로 나뉘지며, 또한 기존 병원이나 집에서 직접 조제하는 혼합액화식(Blenderized formula)와 상업용으로 개발된 상업용 환자식으로 나눌 수 있음

[그림 1-1] 환자식 개념



1) 이제는 맞춤형 시대-환자식 시장 현황과 전망, 식품음료신문, 2010.10.08



- 상업용 환자식은 식품 제조 기준인 ‘식품공전’을 바탕으로 만들어진 제품임. ‘식품공전’²⁾에 의하면 환자식은 ‘특수의료용도등식품’에 포함됨. 특수의료용도등식품은 정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 손상된 환자 또는 질병이나 임상적 상태로 인하여 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 가진 사람의 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 이들에게 경구 또는 경관급식을 통하여 공급할 수 있도록 제조·가공된 식품을 말함
 - 특수의료용도등식품은 환자용 균형영양식, 당뇨환자용 식품, 신장질환자용 식품, 장질환자용 가수분해 식품, 열량 및 영양공급용 의료용도식품, 선천성 대사질환자용 식품, 연하곤란환자용 점도증진식품, 영.유아용 특수조제식품이 있음. 그 중에서 영.유아용 특수조제식품을 제외한 식품 유형이 환자를 위한 특수의료용도 식품으로 볼 수 있음
- 이에 본 보고서에서는 환자식을 식품공전의 ‘특수의료용도등식품’을 기준으로 분석하고자 함

[그림 1-2] 환자식 유형



2) 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시

2. 환자식 유형별 개념 및 제조·가공기준

1) 환자식 유형별 개념

- 식품공전에 의하면 환자식(특수의료용도 식품)은 크게 7가지 유형으로 분류됨
- 환자용 균형영양식은 환자에게 필요한 영양소를 균형있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있는 제품을 말하며, 나머지 6가지 유형에 해당하는 것은 제외함
- 당뇨환자용 식품은 당뇨환자 혹은 고혈당 환자 등에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 이들 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있는 제품을 말함
- 신장질환자용 식품은 만성신장질환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 것으로 이들 환자의 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있는 제품을 말함
- 장질환자용 가수분해 식품은 영양소의 소화·흡수가 어려운 장질환 환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 가수분해하여 식사 일부 또는 전부를 대신할 수 있도록 제조·가공한 제품을 말함
- 열량 및 영양공급용 의료용도식품은 질환으로 인한 과 대사 또는 영양불량으로 인해 열량 및 영양소를 추가적으로 제공할 필요가 있는 환자를 위하여 단독 또는 다른 의료용도식품과 혼합하여 사용할 수 있도록 제조·가공한 것을 말함
- 선천성 대사질환자용 식품은 상기의 질환자를 위하여 체내에서 대사되지 않는 성분을 제거 또는 제한하거나 다른 필요한 성분을 첨가하여 제조·가공한 제품을 말함. 여기서 선천성대사질환이라 함은 유전자의 이상으로 태어날 때부터 생화학적 대사결함이 있어 물질대사효소의 불능 또는 물질의 이송결함 등으로 유해물질이 축적되거나 필요한 물질이 결핍되는 질환을 말하며, 그 예로는 페닐케톤뇨증³⁾, 갑상선기능저하증, 갈락토오스혈증⁴⁾, 호모시스틴뇨증⁵⁾, 단풍당

3) 페닐케톤뇨증은 단백질 속에 약 2~5% 함유되어 있는 페닐알라닌을 분해하는 효소의 결핍으로 페닐알라닌이 체내에 축적되어 경련 및 발달장애를 일으키는 상염색체성 유전 대사 질환

4) 모유와 일반우유에 포함되어 있는 당분인 갈락토스를 포도당으로 전환시키는 능력이 손상되어 나타나는 매우 드문 유전성 탄수화물 대사 질환



뇨증⁶⁾, 선천성 부신 과형성증⁷⁾ 등의 아미노산, 유기산, 탄수화물, 지방 및 지방산, 무기질 등의 대사이상 질환 등이 있음

- 연하곤란환자용 점도증진식품은 음식물 섭취 곤란이나 기도 흡인의 위험을 감소시키기 위하여 사용하는 것으로 고체나 액상의 식품에 첨가하여 점도를 증진시키는 식품을 말함
- 그러나 특수의료용도등 식품에 포함되지 못하는 환자식도 일부 있는데, 이는 구성성분 등의 이유로 기타가공품, 혼합음료 등으로 분류되는 경우가 있음
 - 대표적인 사례로 대상웰라이프는 수술 전 금식기간을 겪는 환자들을 위한 영양식인 ‘뉴케어 노엔피오’가 있음. 수술전에는 통상적으로 평균 8시간 내외의 금식을 하게하는데, 최근 유럽정맥경장영양학회(ESPEN), 국제수술대사영양학회(IASMEN) 등 많은 학회에서 발표한 가이드라인에 따르면 수술 전 탄수화물 음료를 마시는 것은 공복과 갈증을 줄이고 수술 후 인슐린 저항성을 감소시켜 회복을 도모하므로 수술 2시간 전까지 섭취할 것을 권장하고 있음. 대상웰라이프에서는 이 점에 착안하여 수술 전 환자들이 마실 수 있는 안전한 탄수화물 보충음료인 ‘뉴케어 노엔피오’를 출시함. 하지만 노엔피오는 환자식으로 공급되지만 있지만, 식품분류기준은 특수의료용도등 식품이 아닌 “혼합음료”로 분류되고 있음

2) 환자식 유형별 제조·가공기준

- 식품공전에서는 환자식(특수의료용도식품)의 제품 유형에 따라 섭취 대상의 섭취, 소화, 흡수, 대사, 배설 등의 능력을 고려하여 제조·가공하되 업소별 기준을 따라서 제조하도록 하고 있음. 성분의 배합 및 제조·가공함에 있어 업소별의 기준은 영양학적, 의학적, 생리학적인 측면에서 과학적으로 뒷받침되어야 함을 공통적으로 명시하고 있음

- 5) 메치오닌(methionine)이라는 아미노산의 대사과정 중 시스타치오닌(Cystathionine) 합성효소의 장애에 의해 발생하는 선천성 대사질환임. 지능저하, 골격계기형, 혈관장애, 안질환 등의 특징이 나타남. 발생빈도는 200,000-300,000명 중 한명으로 매우 희귀한 질환
- 6) 소변과 땀에서 단풍당밀의 냄새가 나고 경련·경직, 전반적인 근육이완, 혼수상태 등을 동반하는 신생아의 선천성 대사이상증
- 7) 상염색체 열성으로 유전되는 질환으로 부신피질에서 나오는 코티솔, 염분축적호르몬, 남성호르몬의 생합성에 관여하는 효소가 없는 경우 나타나는 질환으로 증상은 다양함

제1장 환자식 시장 조사 개요

- 또한 환자식 유형에 해당하는 제품 중 특정 인구 군을 대상으로 하는 경우, 해당 인구군의 한국인 영양섭취기준을 기준으로 할 수 있음. 제품의 유형에 따라 섭취대상을 고려하여 셀레늄, 크롬, 몰리브덴을 영양소로 첨가할 수 있음
- 각 환자식(특수의료용도식품) 유형별 제조·가공기준은 영양소 기준에 가까우며, 자세한 내용은 다음의 표 1-3에 제시함

[표 1-3] 환자식 유형별 개념 및 제조·가공기준

환자식 유형	개념	영양소(제조·가공) 기준
환자용 균형영양식	환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 1000kcal당 비타민 A, B₁, B₂, B₆, C, D, E, 나이아신, 엽산, 단백질, 칼슘, 철, 아연을 영양소 기준치의 50% 이상 되도록 원료식품을 조합하고 영양소 첨가
당뇨환자용 식품	당뇨환자 혹은 고혈당 환자 등에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 1000kcal당 비타민 A, B₁, B₂, B₆, C, D, E, 나이아신, 엽산, 단백질, 칼슘, 철, 아연을 영양소 기준치의 50% 이상 되도록 원료식품을 조합하고 영양소 첨가 • 포화지방 유래열량은 총 열량의 10% 미만으로 함 • 콜레스테롤은 제품 1000kcal당 100mg 이하로 하며, 단당류 및 이당류 유래 열량은 총 열량의 10% 미만으로 함
신장질환자용 식품	만성신장질환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 조정하여 제조·가공한 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 1000kcal당 비타민 B₁, B₂, B₆, C, E, 나이아신, 엽산을 영양소 기준치의 50% 이상 되도록 원료식품을 조합하고 영양소 첨가 • 다만, 비타민 A, D는 영양소 기준치의 20% 이상으로 함 • 칼륨과 인은 신장질환자를 위하여 제한할 필요가 있는 영양소에 해당되며 제품의 표시량 이하 또는 범위 이내가 되어야 함 • 비투석환자용 제품은 단백질 유래 열량이 총 열량의 10% 이하, 투석환자용은 단백질 유래 열량이 총 열량의 12% 이상으로 하며, 제품 1mL(g)당 1.5kcal이상의 열량이 되도록 함 • 나트륨은 제품 1000kcal당 800mg 이하로 함
장질환자용 가수분해 식품	영양소의 소화·흡수가 어려운 장질환 환자에게 필요한 영양소를 균형 있게 제공할 수 있도록 영양성분을 가수분해하	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 1000kcal당 비타민 A, B₁, B₂, B₆, C, D, E, 나이아신, 엽산, 칼슘, 철, 아연을 영양소 기준치의 50% 이상 되도록 원료식품을 조합하고 영양소를 첨가하여야 함



환자식 유형	개념	영양소(제조·가공) 기준
	여 제조·가공한 제품	<ul style="list-style-type: none"> 단백질은 제품 1000kcal당 영양소 기준치의 30% 이상이 되도록 하고, 단백질은 단백질 가수 분해물 또는 유리아미노산 형태로 공급
열량 및 영양공급용 의료용도식품	질환으로 인한 과 대사 또는 영양불량으로 인해 열량 및 영양소를 추가적으로 제공할 필요가 있는 환자를 위하여 단독 또는 다른 의료용도식품과 혼합하여 사용할 수 있도록 제조·가공한 제품	<ul style="list-style-type: none"> 제품 1mL(g)당 3kcal이상의 열량이 되도록 함
선천성 대사질환자용 식품	체내에서 대사되지 않는 성분을 제거 또는 제한하거나 다른 필요한 성분을 첨가하여 제조·가공한 제품	-
연하곤란환자용 점도증진식품	음식물 섭취 곤란이나 기도 흡인의 위험을 감소시키기 위하여 사용하는 것으로 고체나 액상의 식품에 첨가하여 점도를 증진시키는 식품	-

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시

3) 환자식 유형별 규격

- 환자식은 유형별로 별도의 규격이 마련되어 있으며, 자세한 규격은 표 1-4와 같음
 - 성상과 수분, 세균수, 타르색소, 바실러스 세레우스는 유형별로 차이가 없음

[표 1-4] 환자식 유형별 규격

유형 항목	환자용 균형 영양식	당뇨 환자용 식품	신장질환 환자용 식품	장질환환자가 수분해 식품	열량 및 영양공급용 의료용도 식품	선천성 대사 질환환자용 식품	연하곤란 환자용 점도증진 식품
(1) 성상	고유의 색택과 향미를 가지고 이미이취가 없어야 한다.						
(2) 수분(%)	10.0% 이하 (분말제품에 한함)						
(3) 열량	-	-	제품 1ml(또는 g)당 1.5 kcal 이상 (분말제품은 표준섭취방법 으로 환원)	-	3kcal/mL(또는 g) 이상이어야 한다	-	-
(4) 조단백질	표시량 이상이어야 한다.	표시량 이상이어야 한다	표시량 이하(비투석환 자용 제품에 한한다) 표시량 이상(투석환자 용 제품에 한한다)	표시량 이상이어야 한다		표시량 이상이어야 한다. (다만, 질환의 특성상 제한할 필요가 있으면 표시량 이하)	-
(5) 조지방	표시량 이상이어야 한다.	표시량 이하이어야 한다. (다만, 포화지방은 10%미만이어 야 한다)	-	표시량 이상이어야 한다	표시량 이상이어야 한다	표시량 이상이어야 한다. (다만, 질환의 특성상 제한할 필요가 있으면 표시량 이하)	-
(6) 당류	-	표시량 이하이어야 한다. (다만, 단당류 및 이당류에 한한다)	-	-	-	-	-
(7) 식이섬유	-	표시량 이상	-	-	-	-	-
(8) 비타민	표시량 이상이어야 한다. (비타민 A, B ₁ , B ₂ , B ₆ , C, D, E, 나이아신, 엽산에 한하여 적용한다)				-	표시량 이상이어야 한다. (다만, 질환의 특성상 제한할 필요가 있으면 표시량 이하)	-
(9) 무기질	표시량 이상이어야 한다. (칼슘, 철, 아연에 한하여 적용한다)	표시량 이상이어야 한다. (칼슘, 철, 아연에 한하여 적용한다)	표시량 이하이어야 한다. (나트륨, 칼륨, 인에 한하여 적용한다)	표시량 이상이어야 한다. (칼슘, 철, 아연에 한하여 적용한다)	-	표시량 이상이어야 한다. (다만, 질환의 특성상 제한할 필요가 있으면 표시량 이하)	-



유형 항목	환자용 균형 영양식	당뇨 환자용 식품	신장질환 환자용 식품	장질환자용가 수분해 식품	열량 및 영양공급용 의료용도 식품	선천성 대사 질환자용 식품	연하곤란 환자용 점도증진 식품
(10) 불소	0.2mg/100kcal 이하이어야 한다. (불소 함유 식품첨가물을 사용한 경우에 한함)	-	-	-	-	-	-
(11) 대장균군	음성						
(11) 세균수	1 mL당 100 이하 (분말제품은 1 g당 20,000 이하)						
(12) 타르색소	불검출						
(13) 바실러스 세레우스	1 g 당 100 이하						

* 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.06.11.개정고시

1) 규격의 항목 순서는 재구성

4) 환자식 관련 기준

가. 특수의료용도식품의 질환에 따른 식품유형 기준·규격 신설(2007.05.23.)

- 특수의료용도식품이 질환의 예방 및 치료 등이 목적인 의약품 및 건강기능성 식품으로 오인·혼동되어 판매되는 경우가 빈번하고, 식품공전 상 특수의료용도식품은 질환별·환자별 특성이 반영되지 못한채 단일 유형 및 일률적 기준·규격으로 규정짓고 있어 시·군·구 및 지방청 등 일선에서 기준·규격 적용시 혼란이 많았음
- 이에 특수의료용도식품과 건강기능식품과의 구분을 명확히 하고 다양한 제품 개발을 유도해 소비자의 폭넓은 식품선택권을 보장하기 위하여 단일 식품유형을 질환별·환자별 특성 및 국내외 시장성을 반영하여 세분화하고 그에 따른 기준 및 규격을 2007년 5월 23일에 신설하여 현재까지 유지되고 있음

[표 1-5] 특수의료용도식품의 질환에 따른 식품유형 분류

개정 전	개정 후
특수의료용도식품	환자용 균형영양식 당뇨병환자용 식품 신장질환자용 식품 장질환자용가수분해식품 열량 및 영양공급용 의료용도식품 선천성대사질환자용 식품 연하곤란자용 점도증진식품

나. 특수용도식품 표시 및 광고심의기준 제정(2012.01.26.)

- 「식품위생법」 제12조의3(표시·광고의 심의), 제12조의4(광고심의 이의신청)를 신설하면서 특수용도식품의 표시·광고를 심의함에 있어 심의의 기준, 방법, 절차, 운영 및 이의신청에 필요한 사항을 정함으로써 특수용도 식품 표시 및 광고 심의 업무의 효율성을 및 공정성을 도모하기 위해 제정함
- 주요 내용은 특수용도식품 표시 및 광고심의의 목적, 대상, 특수용도식품 심의대상 표시 및 광고매체, 표시 및 광고를 함에 있어 심의기준 등이 규정되어 있음
 - 특수용도식품 대상은 영아용조제식, 성장기용조제식, 영·유아용 곡류조제식, 기타 영·유아식, **특수의료용도식품**, 체중조절용조제식, 임산·수유부용식품이 포함됨
 - 심의위원회를 거친 광고물을 광고할 때에는 “광고심의필” 문구를 삽입하여야함
 - 참고로 심의는 환자식 제품 리뉴얼이나 신제품을 개발하여 광고 등을 해야할 때 받게 됨





3. 국내 환자식 시장의 성장 배경

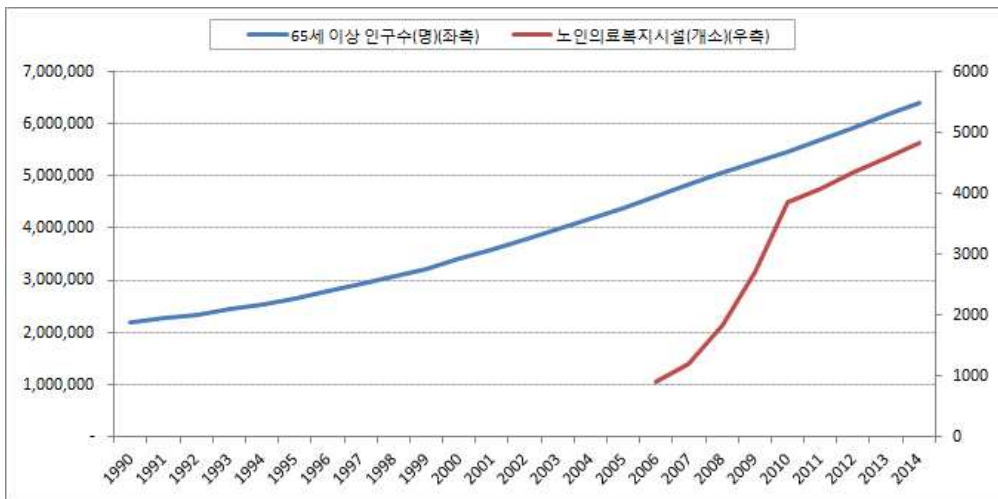
- 1990년대 국내 대형식품업체에서 환자식 제품이 출시되기 시작함
 - 1991년 베지밀 제조기업인 정식품에서 환자식 특수영양식인 ‘그린비아’를 첫 출시하였으며, 뒤이어 1995년에는 대상(당시 (주)미원)이 ‘뉴케어’를 시판함. 당시 가격은 100ml 당 880원⁸⁾으로 현재 767원(뉴케어 300TF 제품 가격 기준, 2015. 12. 17)과 비교해볼 때, 화폐가치를 고려한다면 초창기에는 상당히 고가로 판매된 것으로 볼 수 있음
- 2000년대 초까지 수입산 환자식은 의약품으로 분류되는 반면, 국내 환자식은 식품으로 구분되어 의료보험 혜택 적용범위를 벗어남. 이로 인해 국내 환자식 제품의 가격경쟁력이 저하되었고 상대적으로 저렴한 수입산 환자식 제품이 병원에 납품되었음
 - 당시 한국 애보트의 환자용 영양식인 ‘엔슈어’는 본래 가격이 국산 제품에 비해 1.5배 비쌌으나 의료보험 혜택으로 국산 제조 제품보다 30% 낮은 가격대를 형성하고 있었음⁹⁾
 - 수입산의 경우 정의하고 있는 시장의 범위가 국내와 달라 현지 시장에서 일반 식품으로 구분되는 제품도 국내에서 의약품으로 판매되는 경우가 다수 있었으며, 이로 인한 국내 제조업체들의 피해가 많았음
- 현재에는 국내 사회의 변화에 따라 특수의료용도식품의 기준 및 범위를 재설정해야 한다는 주장이 제기되고 있음
 - 국내 사회의 고령화가 심화(그림 1-3 참고)됨에 따라 특수의료용도식품의 범위가 고령친화식으로 확대되어야 한다는 의견이 제기되고 있으며, 이에 따라 환자식 시장의 성장에 대한 기대가 높아져 일반 식품기업들의 환자식 시장 진입 시도가 활발해지고 있음
 - 한편 특수의료용도식품으로서의 환자식의 범위를 공고히 하고 그 관리기준을 강화해야 한다는 주장도 제기되고 있음. 미국과 유럽 등 해외에서는 환자식의

8) 환자용 특수영양식 ‘뉴케어’ 시판, 연합뉴스, 1995. 4. 13

9) 환자용 영양식 역차별 ‘논란’, 매일경제, 2001. 4. 15

오용을 경계하여 복용 전 의사 처방을 의무화하고 있는 데 반해, 국내에서는 이러한 체계적인 관리가 미흡하다는 주장임. 식품과 의약품의 중간단계에 있는 환자식의 범위를 체계화하여 의약품과 동일한 의료보험적용이 필요하다고 판단하고 있음¹⁰⁾

[그림 1-3] 65세 인구 및 의료복지시설 증가 추이



※ 장래인구추계, 국가통계포털 / 2006년~2014년 노인복지시설현황, 보건복지부

4. 국내 환자식 제품 분류



- 국내 환자식 주요 브랜드로는 대상 웰라이프, 케어웰, 메디웰 등이 있으며 질 환별 · 유형별로 제품이 구분되어 있음
 - 국내 환자식은 특수용도식품 기준으로 환자용 균형영양식 · 열량 및 영양공급 용 의료용도식품 · 당뇨환자용 · 신장질환자용 · 장질환자용 · 선천성 대사질환자 용 · 연하곤란(삼킴장애) 환자용으로 구분되어 있으며, 이 중 열량 및 영양공 급용 식품과 환자용 균형영양식은 질병 환자 이외에도 음식 섭취가 어려운 일 반인이나 고령자도 대상으로 하고 있어 상대적으로 시장규모가 큼
 - 액상캔형이 비교적 보편화된 제품 유형이며 대부분 경구 및 경관급식 모두로 섭취 가능하나 일부 제품은 경관급식용으로 한정되어 있음. 액상파우치형은

10) “특수의료용도식품, 관리 강화·보험 확대”, 데일리 메디, 2014. 6. 18

RTH(Ready-To-Hang)제품으로 영양액 주입세트를 바로 연결하는 Tube feeding 제품이며 경관급식전용으로 사용됨

- 연하곤란환자용 점도증진제 제품은 주로 분말 캔/파우치형으로 음식에 섞어 점도를 조절함으로써 삼킴장애 환자들이 부드럽게 음식을 섭취할 수 있도록 돕는 제품임. 고령식이 발달한 일본에서 많이 생산되고 있으며 국내에서도 일본산 수입 제품이 많이 유통되고 있음
- 분말형으로 출시되는 제품은 점도증진제 외에도 열량 및 영양공급용이나 선천성 대사질환자용 등도 있음. 아미노산, 단백질 등을 보충해주는 제품으로 액체 외에도 일반 음식에 뿌려먹거나 섞어먹음으로써 부족한 영양 성분을 섭취함
- 일반액체로 출시되는 제품에는 MCT(Medium Chain Triglyceride) 오일이 있는데, 이는 중쇄 중성 지방으로 일반 지방에 비해 흡수가 쉬워 섭취량 증가 없이 고열량을 섭취하도록 하는 제품임. 코코넛 오일이나 팜핵유를 주원료하며 지방흡수가 어렵거나 위 수술을 받은 환자에게 도움을 줌

[표 1-6] 제품 유형별 환자식 분류

제품유형	제품명	구분	제품 성분	제품사진
액상캔형	대상 뉴케어	당뇨환자용	정제수, 덱스트린, 채종유(유채씨/캐나다산), 카제인나트륨(우유), 화이바솔2-(난소화성말토덱스트린)2%, 고순도과당, 농축유단백(우유/캐나다산), 대두화이버1.5%(대두), 분리대두단백(대두), 혼합제제[말토덱스트린, 제삼인산칼슘, 제이인산칼륨, 염화마그네슘, 산화마그네슘 등	
액상팩형	메디푸드 미니웰 OS	고단백 농축 균형영양식	정제수, 말토덱스트린, 유단백농축물(우유:캐나다산), 옥배유(수입산), 분리대두단백(대두), 고구마펙티스트(고구마-국산)2%, 누룽지맛분말, 치커리식이섬유, 비타민혼합제제[(비타민C, 말토덱스트린, 비타민E혼합제제(dl-α-토코페릴아세테이트, 전분, 이산화규소), 니코틴산아미드, 비오틴, 비타민K1, 비타민A혼합제제(비타민A유, 전분, 아카시아검, 자당, 비타민E, 제삼인산칼슘), 비타민D3 등	

제1장 환자식 시장 조사 개요

제품유형	제품명	구분	제품 성분	제품사진
액상 파우치형	메디웰 RTH	환자용 균형영양식	말토덱스트린, 카제인나트륨, 카놀라유, 대두식이섬유, 난소화성말토덱스트린, MCT유, 정제수, L-아르기닌, 유화제, 구연산칼륨, 염화마그네슘, 제이인산칼슘, 혼합비타민(L-아스코르빈산나트륨, 덱스트린, 아라비아검, 자당, MCT유, dl- α -토코페릴아세테이트. 변성전분, 옥수수전분, 황산동, 베타카로틴, 이산화규소, dl- α -토코페롤, 영양강화제, 산도조절제) 등	
분말캔형	메디푸드 멀티칼	열량 및 영양공급용	멀티칼분말[멀티칼혼합분말(말토덱스트린, 홍화유(미국산), MCT오일(말레이시아산), 카놀라유(호주산), 탄산칼슘, 황산제일철, 산화아연, 글리세린지방산에스테르), 말토덱스트린], 말토덱스트린	
분말 파우치형	대상 뉴케어 토로미 퍼펙트	연하곤란 환자용 점도증진제	텍스트린 59%, 잔탄검38%, 로커스트콩검, 카르복시메틸셀룰로오스나트륨, 글루콘산나트륨, 염화마그네슘	
액체형	메디푸드 MCT 오일	지방흡수 장애환자용	중쇄중성지방유(팜핵유, 독일산)99.9%, 카놀라유(캐나다산)	

※ 각 사 홈페이지

[표 1-7] 질환별 환자식 분류

구분	브랜드	제품유형	제품명	제품설명	제품사진
환자용 균형영양식	그린비아	액상팩형	그린비아 티에프	경구 섭취가 어려운 소비자를 위한 경관급식전용 등장성 균형 영양식	
	대상웰라이프	기타식품류	뉴케어 푸딩	영양공급이 필요한 환자 및 일반인을 위한 균형영양식으로 푸딩형태의 떠먹는 제품임	
당뇨환자용	케어웰	액상파우치형	케어웰 당뇨식	당뇨환자용 액상제품으로 경구 및 경관투여 가능	
신장질환자용	JW중외제약 (수입)	기타식품류	마크톤 제로파우더	만성신부전환자의 에너지 보충용으로 음식과 섞어먹는 일본 수입 제품	
	그린비아	액상캔형	그린비아 알디/알디플러 스	신장질환자용 특수의료용도식품으로 투석/비투석 환자용으로 구분되어 있음	
장질환자용 가수분해식품	메디푸드	분말파우치형	모노웰	염증성 장질환자(크론병) 및 단장증후군 환자를 위한 제품으로 분말을 물에 타먹는 형태임	

제1장 환자식 시장 조사 개요

구분	브랜드	제품유형	제품명	제품설명	제품사진
열량 및 영양공급용 의료용도식품	메디푸드	분말캔형	하이칼	열량 필요량이 증가한 환자를 대상으로 탄수화물을 보충해주며 조리 시 첨가 가능함	
	대상웰라이프	분말파우치형	뉴케어 큐랙트	L-글루타민, L-아미노산을 함유한 제품으로 과 대사 또는 영양불량을 해소함	
선천성 대사질환자용 식품	CJ제일제당	즉석조리식품	햇반 저단백밥	일반 밥 대비 단백질 함량이 1/10인 제품	
	매일유업	특수분유	엡솔루트 엠씨티 포뮬러	0-3세용과 4세-성인용으로 구분되어 있는 특수분유제품	
연하곤란환자용 점도증진식품	메디푸드 (수입)	분말파우치형	토로미업A	고령 및 신경계 질환으로 인한 연하곤란 환자의 탈수를 방지하고 영양을 공급함. 일본 수입 제품임	

* 각 사 홈페이지



제 1 절 주요 원료 현황

1. 환자식 주요 원료별 특징

- 환자식은 단백질과 지방, 탄수화물을 균형있게 공급하는 목적이 있는 제품으로, 해당 영양소별 주요 원료가 다름
- 단백질은 카제인 나트륨과 분리대두단백, 지방은 카놀라유와 대두유와 같은 유지류, 탄수화물은 덱스트린, 식이섬유가 주요 원료임. 일부 주요 원료에 대한 설명은 다음과 같음
 - 카제인나트륨은 우유에 수산화나트륨과 같은 산(酸) 처리를 해 얻어낸 정제된 우유 단백질을 말함. 카제인은 우유에 함유된 단백질로, 전체 우유 단백질의 80%를 차지한다고 알려져 있음
 - 분리대두단백은 탈지대두를 물 또는 미약 알칼리성용액으로 추출하여, 추출액 중의 단백질을 pH 4~5에서 등전 침전시킨 것을 말함. 단백질의 함량은 약 90%이며, 환자식과 같은 특수영양식품에 사용됨
 - 덱스트린은 전분 또는 곡분을 산·열·효소 등으로 가수분해시킬 때 녹말에서 말토스에 이르는 중간단계에서 생기는 여러 가지 가수분해산물을 말함

[표 2-1] 환자식 주요 원료

단백질	카제인 나트륨, 분리대두단백
지방	카놀라유, 대두유, 고올레익해바라기유
탄수화물	덱스트린, 식이섬유

※ 전문가 인터뷰 결과

2. 주요 원료 수입 현황

1) 카제이나트륨

- 카제이나트륨은 환자식 단백질의 주 원료로, 농업진흥청 정의에 의하면 카제이나트륨은 산 카제인에 수산화나트륨을 첨가하고 가온 용해·분무 건조 뒤 얻어지는 백색 분말을 의미함. 우수한 단백질이면서 동시에 유화력이 풍부해 햄·소시지의 점착과 제과·제빵, 커피크리머 등에 사용되고 있음
 - 그러나 커피크리머에 사용되는 카제이나트륨은 본 보고서에서 다루는 원료의 수입코드와는 다름
- 환자식에 사용되는 카제이나트륨은 수입산이며, 수입되는 카제이나트륨 중 환자식에 사용되는 것은 극히 소량임
 - 카제이나트륨은 애보트 등 글로벌 기업에서 단백질 공급원으로 많이 활용하고 있음
- 카제이나트륨의 수입량은 2014년 기준 1,147톤, 수입액은 1,354만 달러를 기록함. 수입액 기준 수입규모는 꾸준히 커지고 있음
 - 수입단가는 2010년 1kg당 8.7달러에서 2014년 11.8 달러로 평균 단가가 3달러 이상 높아짐. 실제로 환자식에 들어가는 주요 원료 중 카제이나트륨의 가격이 가장 높음

[표 2-2] 카제이나트륨 수입 현황

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	997	8,660	8.7
2011	1,114	11,610	10.4
2012	1,169	11,803	10.1
2013	1,104	12,296	11.1
2014	1,147	13,538	11.8

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3501.90.1190(기타) 값임

2) 수입되는 카제이나트륨이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임



- 카제이나트륨 주요 수입국은 유럽 국가인 네덜란드, 독일, 뉴질랜드로 2014년 수입액 기준 이들 국가가 차지하는 비중은 각각 전체의 35.7%, 21.0%, 10.1%임
- 2012년까지 독일이 가장 높은 비중을 차지하고 있었으나 2013년에 네덜란드가 290.7만 달러로 23.6%를 차지하며 역전함. 뉴질랜드에서의 수입량은 2012년에 일시적으로 늘어난 것을 제외하고 지속 감소세를 보이고 있음

[표 2-3] 주요 국가별 카제이나트륨 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
네덜란드	135	177	144	254	400	1,143	1,871	1,376	2,907	4,836
독일	326	486	374	219	240	2,810	4,865	3,884	2,424	2,849
뉴질랜드	122	99	223	154	111	1,096	1,089	2,294	1,691	1,361
폴란드	113	13	44	154	110	829	120	383	1,552	1,248
프랑스	88	129	176	92	110	768	1,378	1,703	962	1,243
기타	213	210	208	231	176	2,014	2,287	2,163	2,760	2,001
합계	997	1,114	1,169	1,104	1,147	8,660	11,610	11,803	12,296	13,538

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3501.90.1190(기타) 값임

2) 수입되는 카제이나트륨이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

2) 분리대두단백

- 분리대두단백도 환자식의 주요 단백질 원료로, 농촌진흥청에 의하면 분리대두단백은 대두(콩)에 함유된 여러 성분 중에서 단백질만을 정제 건조시켜 만든 제품으로 정의하고 있음
- 환자식에 사용되는 분리대두단백도 카제이나트륨과 마찬가지로 수입산이 대부분이라서 수입실적을 살펴봄. 그러나 분리대두단백의 수입 코드가 명확히 부여되어 있지 않으며, ‘텍스처화한 단백질계물질’에 포함되어 있는 것으로 확인됨. 이에 해당 수입 실적이 분리대두단백의 수입실적은 아님. 또한 수입되는 분리대두단백이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 다양한 식품의 원료로 활용되고 있음을 감안할 필요가 있음

- 분리대두단백은 육가공품에서의 사용량이 많은 편이며, 환자식에서 사용되는 양은 육가공품 사용량의 1/10 미만임
- 분리대두단백이 포함된 텍스처화한 단백질계물질(이하 분리대두단백)의 수입 규모는 지속 증가 추세를 보이며 수입량은 2010년 5,588톤에서 2014년 8,493톤으로 52.0% 증가함. 수입액은 동기간에 723.9만 달러에서 1,378.5만 달러로 90.4% 증가함
- 수입량에 비해 수입액이 증가하면서 수입단가는 큰 변화가 없음

[표 2-4] 분리대두단백(텍스처화한 단백질계물질 기준) 수입현황

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	5,588	7,239	1.3
2011	5,741	8,189	1.4
2012	6,392	10,044	1.6
2013	7,434	11,705	1.6
2014	8,493	13,785	1.6

* 수출입무역통계, 관세청

- 1) HS코드 2106.10.9030(텍스처화한(textured) 단백질계물질) 값임
- 2) 분리대두단백은 2106.10.9030에 포함되며, 수입되는 분리대두단백 중 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

- 분리대두단백 주요 수입 국가는 중국, 미국, 인도로 각각 35.3%, 24.5%, 19.8%를 차지함(2014년 수입액 기준). 국내
- 2010년에는 수입 규모가 인도(42.4%), 미국(27%), 중국(19%) 순이었으나, 2011년 중국이 23.3%로 미국보다 2.9%p 앞서며 2위를 차지했었고, 2012년에는 261.2만 달러(26.0%)로 가장 높은 비중을 차지하며 분리대두단백 수입 1위국이 됨

[표 2-5] 주요 국가별 분리대두단백(텍스처화한 단백질계물질 기준) 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
중국	1,121	1,399	1,605	2,301	3,165	1,379	1,909	2,612	3,287	4,863
미국	1,382	1,241	1,502	1,858	1,950	1,958	1,674	2,318	3,357	3,375
인도	2,269	2,139	2,208	2,488	2,510	2,066	1,920	2,119	2,517	2,733



국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
일본	178	232	258	321	419	810	1,174	1,183	1,140	1,378
브라질	112	240	160	215	202	166	398	296	609	646
기타	526	490	659	251	247	860	1,114	1,516	795	790
합계	5,588	5,741	6,392	7,434	8,493	7,239	8,189	10,044	11,705	13,785

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 2106.10.9030(텍스처화한(textured) 단백질계물질) 값임

2) 분리대두단백은 2106.10.9030에 포함되며, 수입되는 분리대두단백 중 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

3) 대두유

- 환자식의 대표 지방 원료인 대두유는 콩에서 얻어진 기름으로, 환자식에 사용되는 대두유는 대부분 수입산임
- 수입량 기준 대두유는 2010년 1,439톤에서 2014년 3,511톤으로 144.0% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 210만 달러에서 496만 달러로 135.7% 증가함
- 수입량에 비례하여 수입액도 높아지면서 수입단가는 큰 변화 없이 1kg당 1.5 달러 전후를 유지하고 있음

[표 2-6] 대두유 수입 실적

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	1,439	2,104	1.5
2011	1,698	2,970	1.7
2012	1,619	2,701	1.7
2013	3,264	4,571	1.4
2014	3,511	4,959	1.4

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1507.90.1010(식품용) 값임

2) 수입되는 대두유가 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

- 2014년 수입량 기준 대두는 태국(39.5%), 아르헨티나(28.1%)에서 주로 수입되고 있음
- 국내에서 대두를 수입하여 대두유를 생산하다보니, 대두유를 직접 수입하는 양은 많지 않음

[표 2-7] 주요 국가별 대두유 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
태국	834	1,193	1,368	1,558	1,386	1,219	2,059	2,241	2,259	1,914
아르헨티나	0	0	0	1,008	988	0	0	0	1,121	1,069
미국	163	167	128	201	486	304	329	268	411	752
중국	2	0	66	141	213	11	0	108	223	355
캐나다	53	0	0	104	197	69	0	0	141	256
기타	387	338	57	252	241	501	582	84	416	613
합계	1,439	1,698	1,619	3,264	3,511	2,104	2,970	2,701	4,571	4,959

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 1507.90.1010(식품용) 값임

2) 수입되는 대두유가 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

4) 텍스트린

- 환자식 탄수화물의 주요 원료인 텍스트린은 농촌진흥청 정의에 의하면 전분을 산 또는 아밀라아제로 가수분해할 때, 반응의 중간 과정에서 생기는 생성물의 혼합물로 정의되며, 가수분해의 정도에 따라 여러 가지 제품이 만들어진다고 표기되어 있음
- 텍스트린은 국내 생산도 일부 이루어지고 있으나, 환자식에는 수입산이 주로 사용됨. 국내 생산을 하는 업체가 제한적이고, 국내산에 비해 수입산 가격이 다소 비싸지만 수입산의 품질이 우수하여 수입산을 좀 더 선호하고 있는 것으로 판단됨¹¹⁾
- 텍스트린의 출하량은 매년 소폭의 등락을 반복하고 있으며 2012년 7,934톤이 최근 5년 사이 가장 높은 수치임. 2014년에는 6,185톤으로 전년 대비 21% 감소함

11) 업계 전문가 인터뷰



- 출하액은 2013년까지 지속 증가 추세를 보이다 2014년 55.6억 원으로 감소함. 이에 2013년 출하단가가 1kg당 961원으로 가장 높았다가 2014년에 899원으로 다소 낮아짐

[표 2-8] 텍스트린 출하 현황

연도	출하량(톤)	출하액(백만원)	출하단가(원/kg)
2010	7,018	5,334	760
2011	6,977	5,872	842
2012	7,934	7,519	948
2013	7,833	7,525	961
2014	6,185	5,558	899

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 출하되는 텍스트린이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

- 텍스트린의 수입규모는 증가세를 나타내고 있으며, 2012년에 전년 대비 1만 톤 가까이 증가한 이후 꾸준히 증가세를 유지하고 있음. 텍스트린이 소스, 가루식품 등 여러 식품에 많이 들어가고, 건강기능식품의 기능성원료인 난소화성말토텍스트린 외에 2011년에 밀전분유래 난소화성말토텍스트린이 신규 기능성원료로 인정되는 등 여러 가지 이유로 텍스트린 수입이 증가한 것으로 판단됨

- 수입액도 수입량에 비례하여 꾸준히 증가세를 나타내고 있어, 수입단가는 1kg당 0.8~0.9달러 사이를 유지하고 있음

[표 2-9] 텍스트린 수입 현황

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	11,879	9,714	0.8
2011	13,765	12,520	0.9
2012	22,744	19,971	0.9
2013	27,973	24,648	0.9
2014	29,436	24,845	0.8

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3505.10.1000(텍스트린) 값임

2) 수입되는 텍스트린이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임

- 텍스트린은 주로 중국에서 수입되고 있으며 2014년 수입액 기준 그 비중은 전체의 87.4%임. 그러나 환자식에 사용되는 텍스트린은 중국산은 없는 것으로 분석됨
 - 중국은 수입량과 수입액 모두 지속 증가하고 있으며, 2014년 2,171만 달러(87.4%)로 2010년 대비 245.6% 증가함. 미국은 등락을 반복하나 전반적으로 증가 추세에 있으며 2010년 52.1만 달러(5.4%)에서 2014년 112.4만 달러(4.5%)로 규모는 115.7% 증가하였으나 중국에서의 수입 규모 증가율보다 낮아 전체 수입에서 차지하는 비중은 다소 낮아짐
 - 프랑스와 일본의 수입규모는 감소 추세에 있으며, 프랑스는 2012년 일시적으로 급증한 것을 제외하고 2014년 109.5만 달러로 2010년 대비 34.4% 감소함. 일본도 2011년 수입규모가 소폭 상승한 이후 지속 감소세를 보이며 2014년 57.2만 달러로 2010년 대비 54.9% 감소함

[표 2-10] 주요 국가별 텍스트린 수입 현황

국가	수입량(톤)					수입액(천\$)				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
중국	9,936	11,803	18,503	26,071	27,513	6,282	8,688	14,243	21,400	21,711
미국	502	497	745	707	791	521	669	1,177	973	1,124
프랑스	624	447	2728	542	561	1,472	1,172	2,887	1,188	1,095
일본	655	825	597	478	313	1,269	1,749	1,440	852	572
독일	0	11	27	91	142	0	19	43	140	193
기타	162	182	144	84	116	170	223	181	95	150
합계	11,879	13,765	22,744	27,973	294,36	9,714	12,520	19,971	24,648	24,845

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3505.10.1000(텍스트린) 값임

2) 수입되는 텍스트린이 모두 환자식에 사용되는 것은 아니며, 환자식에 사용되는 양은 극히 소량임



제 2 절 국내 생산 현황

1. 환자식 생산 및 출하 현황

- 국내 환자식의 연도별 생산규모는 2009년 이후 지속 증가세를 나타냄
 - 생산량은 2009년 7,633톤에서 2014년 17,799톤으로 6년 사이 133.2% 증가하였으며, 같은 기간 생산액은 약 165억 원에서 340억 원으로 106.6% 증가함
- 생산 실적과 비례하여 국내 환자식의 출하 규모도 지속 상승하는 양상을 보임
 - 출하량은 2009년 6,292톤에서 2014년 12,496톤으로 98.6% 증가함. 같은 기간 출하액은 238억 원에서 441억 원으로 85.7% 증가함

[표 2-11] 특수의료용도식품 생산 및 출하 실적

연도	생산실적		출하실적	
	생산량(톤)	생산액(백만원)	출하량(톤)	출하액(백만원)
2009	7,633	16,455	6,292	23,769
2010	8,490	17,381	7,249	27,302
2011	10,028	20,319	8,350	29,305
2012	12,907	25,404	9,765	33,724
2013	14,439	28,934	11,350	39,240
2014	17,799	33,999	12,496	44,135

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 1) 위의 수치는 특수용도식품 내 당뇨환자용 식품, 선천성 대사질환자용 식품, 신장질환자용 식품, 연하곤란환자용 점도증진식품, 열량 및 영양공급용 의료용도식품, 장질환자용 가수분해 식품, 환자용 균형영양식 값의 합임
- 2) 2009년 이전에 일부 품목의 데이터가 집계되지 않고, 오류 등의 가능성이 있어 2009년 생산실적부터 작성함

- 특수의료용도식품 중 **환자용 균형영양식이 가장 많은 생산 비중**을 차지하고 있으며 뒤이어 생산량 기준으로는 당뇨환자용 식품, 신장질환자용 식품이, 생산액 기준으로는 당뇨환자용 식품, 열량 및 영양공급용 의료용도식품이 높은 비중을 차지함
 - 환자용 균형영양식의 생산량은 2009년(6,233톤) 대비 2014년에 142.2% 증가한 15,096톤을 기록하였으며, 이는 전체에서 84.8%의 비중임. 환자용균

제2장 원료 및 생산 현황

형영양식은 외상자, 수술 후 환자, 암 환자, 노인 등 이용 대상자가 많다보니 상대적으로 다른 환자식에 비해 생산 비중이 높음¹²⁾)

- 당뇨환자용 식품은 2014년 2,294톤으로 2009년 690톤에 비해 232.5% 증가하였는데, 이는 최근 들어 당뇨병 증가와 같은 맥락으로 나타남. 건강보험 심사평가원에 의하면 2009년부터 2014년까지 6년간 진료비 통계를 분석한 결과, 2014년 당뇨병 진료 환자는 258만명, 진료비는 7,345억원에 달한 것으로 나타남. 특히 지난 6년간 당뇨병 환자 증가율은 연간 6.3%로 나타났으며, 같은 기간 당뇨환자용 특수의료용도식품 연간 생산량 증가율은 27.2%로 높게 나타남(그림 2-1 참고)

[표 2-12] 특수의료용도식품 생산 현황

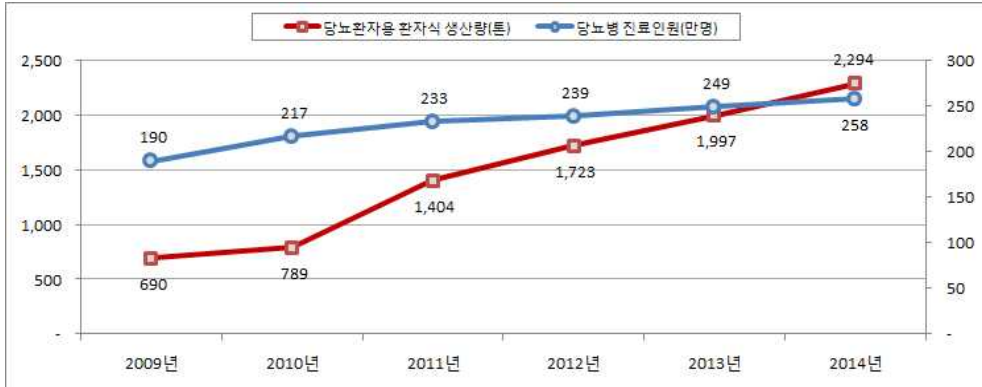
연도	구분	당뇨환자용	선천성 대사질환 환자용	신장질환 환자용	연하곤란 환자용	열량및영양 공급용	장질환환자용	환자용 균형영양식
2009	생산량 (톤)	690	4	120	1	585	-	6,233
	생산액 (백만원)	1,826	126	346	25	2,048	-	12,084
2010	생산량 (톤)	789	-	115	1	11	3	7,571
	생산액 (백만원)	2,012	-	335	19	1,117	96	13,802
2011	생산량 (톤)	1,404	11	176	0	28	3	8,406
	생산액 (백만원)	3,420	233	577	6	1,194	99	14,790
2012	생산량 (톤)	1,723	13	188	2	59	3	10,919
	생산액 (백만원)	4,066	301	636	87	1,806	94	18,414
2013	생산량 (톤)	1,997	29	198	1	83	8	12,123
	생산액 (백만원)	4,788	315	697	80	2,132	231	20,691
2014	생산량 (톤)	2,294	13	231	3	160	2	15,096
	생산액 (백만원)	5,526	306	800	100	2,580	57	24,630

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

1) 2009년 이전에 일부 품목의 데이터가 집계되지 않고, 오류 등의 가능성이 있어 2009년 생산실적부터 작성함

12) 업계 전문가 인터뷰

[그림 2-1] 당뇨병 진료인원 증가추이와 비교



※ 당뇨병 진료인원은 건강보험심사평가원 통계자료 활용

- 특수의료용도식품 출하 실적과 생산과 비례하여 나타남. 생산실적과 마찬가지로 **환자용 균형영양식이 가장 높은 출하 비중**을 차지하고 있음. 2014년 기준 환자용 균형영양식이 전체 특수의료용도식품에서 차지하는 비중은 80.8%임
- 이어서 출하량 기준 높은 비중을 차지하고 있는 것이 당뇨환자용 식품임. 당뇨환자용 식품은 2009년 10.9%에서 2014년 17.1%로 특수의료용도식품에서 차지하는 비중이 6년 사이 6.2%p 증가하였으며, 출하량 기준으로는 686톤에서 2,136톤으로 211.4% 증가함

[표 2-13] 특수의료용도식품 출하 현황

연도	구분	당뇨환자용	선천성 대사질환 환자용	신장질환 환자용	연하곤란 환자용	열량및영양 공급용	장질환환자용	환자용 균형영양식
2009	출하량 (톤)	686	2	119	1	295	-	5,189
	출하액 (백만원)	2,637	67	618	12	1,965	-	18,470
2010	출하량 (톤)	754	-	113	-	515	3	5,864
	출하액 (백만원)	2,678	-	578	-	3,670	95	20,281
2011	출하량 (톤)	1,392	11	178	0	3	3	6,763
	출하액 (백만원)	4,848	386	901	16	962	98	22,094

제2장 원료 및 생산 현황

연도	구분	당뇨환자용	선천성 대사질환 환자용	신장질환 환자용	연하곤란 환자용	열량및영양 공급용	장질환환자용	환자용 균형영양식
2012	출하량 (톤)	1,617	11	180	1	7	3	7,946
	출하액 (백만원)	5,530	431	879	44	1,117	93	25,630
2013	출하량 (톤)	1,845	33	191	1	10	4	9,266
	출하액 (백만원)	6,185	632	952	23	1,233	115	30,100
2014	출하량 (톤)	2,136	12	208	1	39	5	10,095
	출하액 (백만원)	7,276	482	1121	106	1,762	163	33,225

1) 2009년 이전에 일부 품목의 데이터가 집계되지 않고, 오류 등의 가능성이 있어 2009년 생산실적부터 작성함

2. 주요 기업 현황

- 국내 일부 대형 식품업체들이 환자식 시장에 진출해 있고, 환자식만을 취급하는 전문 영양기업도 있음
 - 대상(주)는 ‘대상웰라이프’ 라는 산하브랜드를 두어 환자식을 개발·판매하고 있으며, बे지밀로 유명한 정식품도 환자식 브랜드인 ‘그린비아’ 를 출시하고 있음. 매일유업과 대웅제약은 환자식 전문 제조업체인 MDwell을 합작설립함
 - 한국엔데칼푸드(주)는 환자식을 연구·개발하는 전문업체로 환자영양식 ‘케어웰’ 과 대장검사식 ‘제로콜’, 점도증진제 ‘연하케어’ 를 주요 제품으로 하고 있음. 한국메디칼푸드(주)는 메디푸드로 주로 알려져 있으며 질환별 맞춤 환자식을 전문으로 생산하는 영양기업으로 특수의료용도식품인 ‘하이칼’, ‘멀티칼’ 및 고령자용 ‘실버웰’ 등을 주로 판매하고 있음



[표 2-14] 국내 주요 환자식 제조사

제조사명	내 용
대상(주)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요특징 : 세계3대 발효전문 기업 및 국내 최대 종합식품회사로 첨단 바이오 기술을 보유하고 있음 - 브랜드 : 대상웰라이프 - 연도별 주요 이슈 2010 웰라이프사업본부 횡성 녹즙공장 준공 2011 (주)프로바이오틱 유산균 사업 MOU 체결 2014 대상웰라이프 클로렐라, 몽드셀렉션 3년 연속 금상 수상
정식품	<ul style="list-style-type: none"> - 주요특징 : 1973년 설립 이후 40년 간 국내 두유산업을 선도해 온 두유전문회사 - 브랜드 및 제품 : 그린비아(특수의료용도식품) -연도별 주요 이슈 1991 환자식 특수영양식품 그린비아 첫 발매 1995 베지밀 C, 미국·호주에서 발명 특허 획득 2008 ISO 22000(식품안전경영시스템) 인증 획득 2009 두유업계 최초 CCMS 인증 2013 콩식이섬유 제조기술 보건선기술(NET) 인증
MDwell	<ul style="list-style-type: none"> - 주요특징 : 매일유업과 대웅제약이 2007년 설립한 합작회사로 균형영양식을 주요 제품으로 하는 의료영양전문 회사임 - 브랜드 및 제품 : 메디웰(환자영양식), 페디아파우더(소아영양식) - 연도별 주요 이슈 2008 액상캔형 환자균형영양식 메디웰 출시 2009 국내 최초 RTH형 메디웰 출시 2010 1ℓ 대용량 제품인 메디웰TF1000 출시 2013 페디아파우더(유아 및 어린이용 종합균형영양식) 출시
한국엔테랄푸드(주)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요특징 : 국내에서 사용되는 모든 종류의 환자식을 개발 및 공급하고 있으며 국내 최초로 대장 내시경 검사식을 개발한 기업 - 브랜드 및 제품 : 케어웰, 제로콜(대장내시경 검사식) - 연도별 주요 이슈 2006 국내 최초 대장내시경검사식(제로콜) 개발 2008 연하관란(삼킴장애) 환자용 점도증진제 연하케어 출시 2014 경관급식용 유동식 공급장치 특허취득 2014 특수의료용도식품에 대한 HACCP 지정 획득
한국메디칼푸드(주)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요특징 : 환자용·고령자용·소아용으로 구분하여 질환별 맞춤형 제품을 개발 및 생산하는 임상영양 전문기업 - 브랜드 및 제품 : 멀티칼, 하이칼, 모노웰, 실버웰(영양죽) - 연도별 주요 이슈 1997 유럽 Nutricia 사와 제품개발 및 판매 독점 계약 1999 일본 Healthy Food 사와 제품개발 및 판매 독점 계약 2002 미국 Hormel Health Labs 사와 제품개발 및 판매 독점 계약 2004 설사억제용 경장영양식 특허취득

※ 각 사 홈페이지

3. 수입 및 수출

- 국내 환자식 수출량과 수입량은 거의 없음. 대부분 국내에서 생산하여 국내에서 판매되고 있는 구조임
 - 식품 및 식품첨가물에 기록된 수출 생산실적은 2014년에는 없는 것으로 나타남. 국내 주요 제조사인 대상, 정식품, 메디웰의 제품은 수출은 하고 있지 않음. 한국메디칼푸드가 연하곤관환자용 제품을 일부 수입하고 있으나 그 양이 매우 미비하여 정확한 수입 실적 확인은 어려움
- 해외는 환자식 기준이 불명확하고, 환자식 관련 법규가 명확히 지정된 곳이 드물어 수출은 거의 없고 내수 중심으로 판매되고 있음. 특히 중국의 경우는 수요 규모에 상관없이 현재로서는 관련 법규가 없어 수출이 불가능한 상황임
 - 해외에서 국내로 들어오는 환자식은 대부분 의약품으로 수입되고 있어, 환자식으로 구분하기 어려움

제 3 장 소매시장 현황

제1절 환자식 시장 규모

제2절 주요 제품 가격 추이

제3절 소비 시장 특성



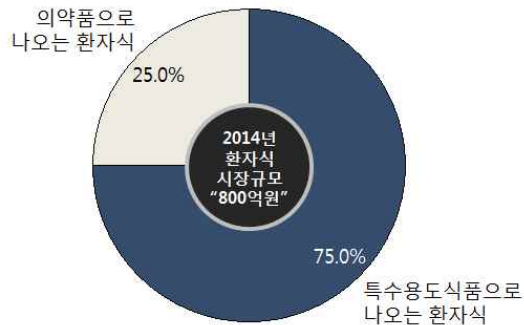


제 1 절 환자식 시장 규모

1. 시장 규모

□ 환자식 시장 규모에 대해 명확히 제시된 자료는 없으며, 업계 추산에 의하면 2014년 기준 약 800억원으로 추정됨. 이 중 의약품으로 나오는 환자식(치료식)¹³⁾이 약 200억 정도 규모이며, 특수용도식품으로 나오는 환자식 규모가 600억원임¹⁴⁾

[그림 3-1] 2014년 환자식 시장 규모



- 업계에 의하면 환자식 시장은 매년 5~10% 정도 성장해왔고, 향후에는 해당 성장률을 유지할 것으로 보고 있음
- 2010년 환자식 시장 규모는 475억원¹⁵⁾으로 추정되는데, 5년 사이 25%가 넘게 성장한 것으로 분석됨. 참고로 해당 수치에는 위에 언급한 의약품으로 나오는 환자식이 포함된 것으로 추정됨¹⁶⁾

□ 특수용도식품으로 나오는 환자식 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 환자용 균형영양식임. 생산실적에서도 80%가 넘는 차지 비중을 나타내었듯이 소매시장에서도 환자용 균형영양식의 비중이 생산실적 비중과 거의 유사한 80% 수준임

- 2014년 특수용도식품으로 나오는 환자식의 시장 규모가 600억원임을 감안할 때 환자용 균형영양식이 차지하는 규모는 480억원 수준임

13) 경장영양제로 불리는 제품으로 구성 영양성분이나 복용 형태는 기존의 특수의료용도식품과 유사하지만 다른 전문의약품처럼 의사의 처방으로 환자가 복용한다는 점에서 차이가 있음

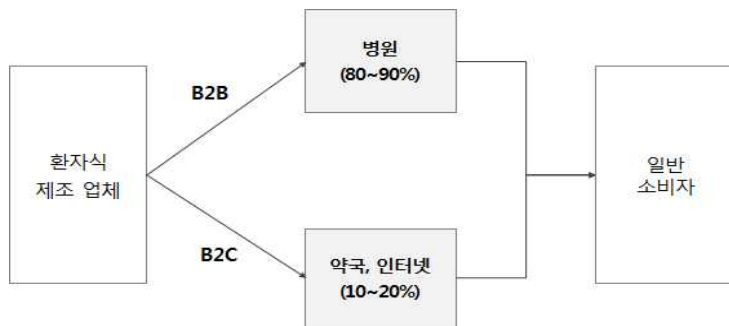
14) 업계 전문가 인터뷰

15) 식품업체 커지는 환자식에 군침, 한국경제, 2011.08.22

16) 업계 전문가 인터뷰

- 환자식(의약품 및 특수용도등식품으로 나오는 환자식)은 80~90%가 병원으로 유통되며, 나머지(10~20%)는 약국 및 온라인 판매로 이루어짐. 전반적으로 약국보다는 온라인에서의 판매 비중이 높음. 홈쇼핑의 경우 2014년에 매일유업에서 일시적으로 당뇨환자식을 판매한 경우를 제외하고 특별히 홈쇼핑을 통해 판매되는 실적은 없음. 또한 한국메디칼푸드, 정식품은 자체 네트워크를 활용하여 환자식 배달사업도 진행하는 특징이 나타남
- 병원으로 유통되는 비중은 제조사별로 다소 차이가 있음

[그림 3-2] 환자식 유통 구조



※ 업계 전문가 인터뷰를 바탕으로 재구성

2. 국내 병원 소비 현황

- [그림 3-2]에서도 알 수 있듯이, 환자식은 대부분 병원으로 유통이 되고 있음. 이에 환자식의 국내 병원 소비 현황을 살펴보도록 함. 참고로 병원에서는 환자식이라는 용어보다는 ‘완제품 경관영양 유동식’이라 부르며, 유동식은 ‘치료식’ 안에 포함이 되어 있어, 치료식과 경관영양 유동식의 소비 현황을 모두 살펴보도록 함
- 치료식 대상 환자 수와 총사용량, 진료금액 모두 2010년 이후 지속 증가하고 있으며 2014년에 75만 5천명으로 2010년 대비 18.6% 증가함. 총사용량은 2010년 3만 5,031회에서 2014년 5만 2,536회로 50% 증가하였으며, 진료금액은 2010년 1,411.7억 원에서 2014년 2,117.2억 원으로 사용량과 마찬가지로 50% 증가함

- 치료식의 건강보험 수가는 년도에 상관없이 동일하게 나타남. 이는 치료식 한 끼의 건강보험 수가가 2006년 이후 지속 변함없이 동일하기 때문임. 이로 인해 총사용량과 진료금액의 증가율이 같게 나타남¹⁷⁾

[표 3-1] 치료식 사용 현황

(단위:명,천회,백만원)

연도	환자 수	총사용량 (A)	진료금액 (B)	치료식 건강보험 수가 (C)
2010	636,874	35,031	141,172	4,030
2011	663,093	38,758	156,190	4,030
2012	706,482	43,764	176,365	4,030
2013	741,476	48,744	196,437	4,030
2014	755,307	52,536	211,721	4,030

※ 진료행위(검사/수술 등)통계, 보건의료빅데이터개방시스템¹⁸⁾

- 1) 분류코드 Z0000(입원환자 식대 중 치료식(당뇨식, 신장질환식, 경관영양 유동식 등))값임
- 2) C(치료식 건강보험 수가)=B(진료금액) ÷ A(총 사용량)

□ 완제품 경관영양유동식 사용 대상 환자 수는 2010년 57,575명에서 2014년 80,027명으로 39.0% 증가함. 총사용량은 2014년 1만 6,844회로 2010년 9,428회에 비해 78.7% 증가했으며, 진료금액은 2010년 379.5억 원에서 2014년 678.8억 원으로 5년 사이 78.9% 증가함

- 완제품 경관영양 유동식도 치료식의 건강보험 수가 범위내에서 맞춰 공급이 되다보니 사용량과 사용금액의 증가율이 비례하여 나타남

[표 3-2] 완제품 경관영양 유동식 사용 현황

(단위:명,천회,백만원)

연도	환자 수	총사용량	금액
2010	57,575	9,428	37,951
2011	60,871	10,739	43,275
2012	69,036	12,756	51,407
2013	74,326	14,666	59,103
2014	80,027	16,844	67,880

※ 진료행위(검사/수술 등)통계, 보건의료빅데이터개방시스템

- 1) 분류코드 Z7000(입원환자 식대에서 제외된 완제품 경관영양 유동식)값임

17) 2015년에 식대수가가 인상되며 제도가 개편됨. 2015년 개편안에 따르면 입원환자 식대수가가 2014년 식대 총액 대비 약 6%(986억원) 인상됨

18) 진료행위통계는 영양기관에서 청구한 영양급여비용 명세서에 대한 심사결정을 기준으로 작성되었으며, 진료코드는 수가, 보험등재약, 치료재료 등으로 분류함

제 2 절 주요 제품 가격 현황

- 국내에 유통되고 있는 환자식 제품은 대부분 국내산 제품이며 수입 제품과의 가격 차이는 제품별로 상이함. 열량 및 영양보충용 식품을 제외하고는 수입 제품이 국내산과 비슷하거나 대체적으로 높은 가격대를 형성함
- 주로 신장질환자용 또는 선천성 대사질환자용으로 섭취되는 저단백밥의 경우 일본산 제품이 100g 기준 3,333원, CJ제일제당 제품이 1,100원으로 일본 수입 제품이 약 3배 높은 가격으로 판매되고 있음
- 크론병 환자를 위한 제품인 모노웰과 엘리멘탈 208 엑스트라는 100g/ml 기준 각각 9,598원, 14,300원으로 수입 제품이 약 1.5배 비쌈
- 열량 및 영양보충용 식품으로 아미노산 보충제인 대상 뉴케어 큐랙트와 맥시줄은 각각 100g 당 14,815원, 3,788원의 가격을 형성하며 뉴케어 큐랙트가 맥시줄에 비해 3.9배 가격이 높음
- 특수분유는 선천성 대사질환자용 식품으로 분류되며 유아에서 성인까지 섭취 가능함. 국내 매일유업의 엠시티 포플러는 100g 당 2,750원, 영국의 네오케이트는 13,750원으로 수입 제품이 5배 더 비쌈
- 점도증진제품은 국내산과 수입산이 대부분 100g 당 20,000원 내외의 가격을 형성하고 있으나, 미국 수입 제품인 티크앤이지가 100g 당 13,750원으로 비교적 가격이 낮음
- 지방 보충제인 MCT오일은 국내 메디푸드 MCT오일이 100ml 당 13,000원이며 일본 수입 오일/파우더형 제품은 16,000원 내외로 비슷한 수준임

[표 3-3] 국내 유통 환자식 제품 가격 비교

(단위:원)

구분	국내산			수입산		
	제조사	제품명	가격	제조사	제품명	가격
선천성대사질환/ 신장질환자용 식품	CJ제일제당	햇반 저단백밥	1,100 (100g)	Kissei Pharmaceutical (일본)	유메고향1/35 저단백밥	3,333 (100g)
장질환자용 가수분해식품	한국메디칼푸드	모노웰	9,598 (100g)	Scientific Hospital Supplies(영국)	엘리멘탈 028 엑스트라	14,300 (100g)



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

구분	국내산			수입산		
	제조사	제품명	가격	제조사	제품명	가격
열량 및 영양보충용 의료용도식품	대상웰라이프	뉴케어 큐렉트	14,815 (100g)	Scientific Hospital Supplies(영국)	맥시줄	3,788 (100g)
선천성 대사질환자용 식품	매일유업	엠시티 포물러 (특수분유)	2,750 (100g)	Scientific Hospital Supplies(영국)	네오케이트 (특수분유)	13,750 (100g)
연하곤란 환자용 점도증진식품	네추럴에프앤비	케어웰 연하케어	20,000 (100g)	호멜헬스랩(미국)	티크앤이지	13,216 (100g)
	(주)레오스푸드	비스코업	18,000 (100g)	주식회사 산교(일본)	토로미업A	20,000 (100g)
지방보충제	한국메디칼푸드	MCT오일	13,000 (100ml)	닛신오일리오(일본)	MCT오일	15,200 (100ml)
				닛신오일리오(일본)	MCT파우더	16,000 (100g)

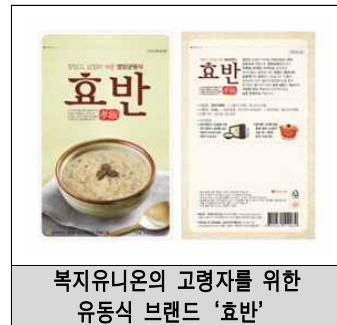
※ 각 사 홈페이지

네이버쇼핑, 작성시점 2015. 11. 26

제 3 절 소비 시장 특성

1) 고령친화식으로의 범위 확대

- 국내 사회의 고령화가 심화됨에 따라 고령친화식품 개발의 필요성이 대두되고 있음. 국내에서 고령식으로 분류되는 식품 유형은 크게 건강기능식품, 특수요용도식품이 있는데, 두 유형 모두 고령자에게 주식개념 보다는 영양보충식 개념의 식품으로 인지되고 있음
 - 특수요용도식품 중에서 영·유아식과 임신·수유부용식을 제외한 품목이 고령친화식에 포함되며, 이들은 모두 고령자보다는 환자를 대상으로 한 식품으로 연하 및 저작 기능이 저하된 고령자를 위한 식사대용 고령친화식품의 개발이 필요한 실정임
- 환자식이 고령친화식으로 확대됨에 따라 환자식 시장의 성장가능성이 대두되었고 이에 따라 국내 대형식품업체들이 관련 사업을 확장시키고 있음
 - 2015년 4월 연세우유는 중근당과 환자식 제품 개발에 관련한 업무협약을 체결하였으며 환자뿐만 아니라 대사능력이 취약한 고령자도 이용할 수 있는 제품을 개발하는 데 목적이 있음. 국내 대형 제약회사인 중근당의 유통망과 연세우유의 전문성을 바탕으로 사업이 추진될 것으로 예상됨
 - 대표적인 고령사회인 일본은 고령화가 가속화되던 시기 HMR(Home Meal Replacement) 시장이 빠르게 성장하였는데, 이를 근거로 고령친화식이 주목받으면서 국내 HMR 시장의 성장가능성이 높아지고 있음. 이에 동원홈푸드는 2015년 초 강남세브란스병원과 업무 협약을 체결하고 질환맞춤별 메뉴 개발을 진행함으로써 환자식 HMR 시장으로의 진출을 본격화하고 있음
- 국내 사회복지기업인 ‘복지유니온’은 한양대학교와의 산학협력으로 고령자를 위한 연하식 브랜드인 ‘효반’을 출시함
 - 노령자의 경우 치아기능 쇠퇴뿐만 아니라 연하능력 저하로 인한 삼킴 장애로 음식 섭취에 어려움을 겪는 경우가 많으며, 일반죽의 경우 흘러진 음식물이 기도나 폐로 유입되어 염증을 초래하는 경우도 있음






- 이를 보완하기 위해 고열량 연하죽인 효반을 출시하였음. 일반죽보다 점성이 높아 소화가 잘 되며 불고기맛, 해물야채맛 등 맛도 다양해 고령소비자들에게 인기를 얻었으며 현재 100개 이상의 거래처를 가지고 있음



2) 환자식단 개발

- 최근 건강한 식단의 중요성에 대한 소비자들의 인식이 강화되면서 병을 예방하거나 치료하는 데 완제품 환자식이나 의약품보다는 환자식단을 선호하는 추세 가 형성되고 있음. 이로 인해, 환자식단에 대한 개발 및 공급이 증가하고 있음
- 당뇨와 신장질환의 경우 섭취 가능한 식품이 제한적이며 식단 관리가 매우 중요한 질환임. 특히 단백질과 염분의 섭취량을 최소화해야 하는데 일상적으로 이를 실천하기 어려워 영양이 조절된 식단을 배달해주는 업체들이 등장하고 있음. 대부분의 식단 제조업체는 식단표를 작성해두고 정기적으로 소비자의 집으로 배송해주는 것이 특징임

[표 3-4] 국내에 유통되고 있는 환자식단

제조업체	식단명	식단 특징	식단이미지
당레노	당뇨관리식단	밥, 국, 주찬, 부찬 2개, 간식으로 구성되며 지속적으로 식단이 교체됨. 건강을 위해 소금대식 죽염, 설탕대신 자일리톨을 사용하며 영양사의 전문적인 관리로 식단을 조절함	
힐링메뉴	시니어식단	고령자를 위한 식단으로 반찬으로만 구성되어 주1회 배달되고 있음. 자연치유 전문병원인 더필요병원과 합작 개발한 식단이며 HACCP인증으로 신뢰성을 더함	
	환우식단 C세트 (암환자식단)	더필요병원과 자연치유검진센터의 기술 교류로 개발된 식단으로 암환자에게 필요한 영양성분을 기반으로 하며, 소비자와의 개인별 상담으로 맞춤형 식단을 제공하는 특징이 있음	



제3장 소매시장 현황

제조업체	식단명	식단 특징	식단이미지
고슬고슬푸드	신장당뇨관리식단	신장당뇨환자를 위해 단백질, 염분, 칼륨 등을 제한하였으며, 주찬/반찬/나물류로 구성된 4가지 반찬식단임. 친환경농산물 인증제도를 받은 업체로 건강한 원재료를 사용한 식단임	
	암관리식단	신장당뇨환자와 달리 암환자는 영양실조를 방지하기 위해 충분한 단백질 섭취가 중요함. 주찬/반찬/나물류로 구성된 4가지 반찬이 배달되며 친환경 원재료를 사용함	


※ 각 사 홈페이지

- JW중외제약은 일본 신장식품기업인 Kissei Healthcare사와 독점 계약을 맺고 국내 제약사 최초로 신장환자용 치료식품인 JW안심푸드를 출시함. 신장은 노폐물을 방출하는 기관으로 신장 기능이 감소하면 노폐물이 몸에 축적되어 병을 유발하게 되는데, 특히 단백질, 염분, 수분, 칼륨, 인, 칼슘의 섭취를 조절하는 것이 중요함.¹⁹⁾ 이를 근거로 JW안심푸드는 해당 성분들의 섭취량을 조절한 저단백·저염 식품임

[표 3-5] JW안심푸드 신장질환자용 제품

제품명	제품 설명	제품이미지
유메고향 1/35 저단백밥	일반 밥의 1/35 정도의 단백질만 함유되어 있음	
겐타 저염간장	단백질과 나트륨은 일반 간장의 1/20이며 칼륨은 1/14로 저염간장임	

19) 서울대학교병원 건강칼럼, 서울대학교

제품명	제품 설명	제품이미지
즉석 겐타라멘 간장맛/미소맛/겐타우동	일반 라면에 함유된 나트륨은 500mg인 반면, 겐타라멘/우동에는 2mg의 나트륨이 함유되어 있음	
저염국수(겐타소면/겐타우동면/ 겐타소바면)	단백질, 나트륨, 칼륨, 인 조절 겐타소면 - 단백질1/4, 나트륨21mg/100g 겐타우동면-단백질1/5,나트륨20.8mg/100g 겐타소바면-단백질 1/3,나트륨3.6mg/100g (일반면류 나트륨 1000mg/100g당)	
신장환자전용 즉석조리식품	신장환자전용 저단백질 즉석조리식품 중화덮밥(단백질 6g), 난반덮밥(6g), 즉석카레 (4.7g), 즉석탕수육 (6g), 즉석오뎅 (5.8g)이 있음	

※ JW안심푸드 홈페이지

3) 외국인 전용 환자식단 개발




- 국내 외국인 환자수가 증가하면서 환자의 국적에 맞는 환자식 개발의 필요성이 대두되었으며, 2010년을 기점으로 정부차원에서의 체계적인 외국인 환자식 개발도 진행되고 있음
 - 2014년 기준 외국인 환자수는 266,501명으로 2009년 이후 연평균 34.7%의 증가 추세를 나타내고 있음. 국적별로는 중국(29.8%), 미국(13.3%), 러시아(11.9%) 순이며, 미국 환자수는 감소추세에 있는 반면, 아랍에미리트, 중국, 러시아 환자 수가 증가하고 있는 추세임²⁰⁾
- 외국인 환자식에 대한 수요가 늘고 있으나 개발을 위해서는 영양관리서비스 경험과 많은 비용이 필요하기 때문에 대형종합병원이나 대형식품업체를 중심으로 연구개발이 진행되고 있음
 - 2011년 대형식자재유통업체인 CJ프레시웨이와 삼성 에버랜드가 연세대학교 세브란스 병원과 상호 협력하여 국내 최초의 외국인 환자식 개발에 착수하였

20) 2014 외국인환자 유치 실적 조사 결과, 한국보건산업진흥원, 2015.5

음. CJ프레시웨이는 이슬람식, 삼성 에버랜드는 러시아식을 전담하였으며 개발 과정을 서로 공유함. CJ프레시웨이는 외국인 환자식 출시 이후 한국보건산업진흥원 등의 주관 하에 의료영양사 및 조리사를 대상으로 한 강의를 진행하기도 함


- 질 좋은 환자식은 외국인 환자를 유치하는 데 가장 큰 요인으로 작용하며 이를 위해 많은 대학병원들이 외국인 환자식 개발에 몰두하고 있음. 최근 건국대병원은 러시아 환자들의 증가세를 고려하여 기존에 있던 서양식 식단을 러시아식으로 개편하고 추가적으로 메뉴를 개발함. 러시아의 전통 가정식을 포함시키는 등 60여 가지의 메뉴를 개발하였으며 현지인들을 대상으로 품평회를 개최함
- 정부 차원에서의 외국인 환자식 개발이 점차 체계화되고 있으며 일반적인 환자식 메뉴에서 당뇨 및 심혈관계질환 치료식 메뉴 개발도 이루어져 있음

[표 3-6] 외국인 환자식단 메뉴

국가	식단 특징	식단이미지
일본	일본은 한국과 마찬가지로 쌀을 주식으로 하며 생선, 채소, 콩을 부식으로 함. 종교와 기후의 영향으로 육류를 기피하며 자연 상태 그대로 섭취하는 것을 선호하는 특징이 있어 이를 토대로 식단을 구성함	
몽골	몽골은 기후의 영향으로 밀가루 음식을 주로 먹으며 유제품과 육류를 주식으로 함. 또한 차를 식사로 인식하는 경향이 있음. 이와 같은 몽골인들의 기본적인 식단 구성을 기본으로 하여 환자식을 구성하였으며, 환자식단에 차를 포함시킴	
중동	중동은 양고기를 기본육류로 하며 기본곡류로는 피타브레드와 아라빅라이스, 야채로는 토마토, 가지 등을 주로 먹음. 이를 토대로 환자식을 구성하였으며, 특히 당뇨 및 심혈관계질환 치료식은 조리방법이나 양념을 달리 사용하고 암환자식은 다양한 요리종류와 후식을 첨가함	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

국가	식단 특징	식단이미지
러시아	아침으로는 죽, 빵, 샌드위치 등을 먹으며 점심과 저녁에는 정찬 형식의 식문화를 가짐. 이를 토대로 구근 채소를 이용한 샌드위치와 퓨전음식을 개발함. 당뇨 및 심혈관계질환 치료식은 기본 구성을 바탕으로 질환에 맞게 조리 방법이나 양념의 사용을 달리함	

※ 2012, 2013 외국인 환자 급식 및 영양관리 자료집, 한국보건산업진흥원

제 4 장

구입 및 소비 특성

제1절 환자식 구입 및 소비 특성

제2절 환자식 비복용자의 구입 특성





제 1 절 환자식 구입 및 소비 특성

- 환자식 구입 및 소비 특성을 파악하기 위해 2015년 10월 30일~11월 20일 까지 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함. 환자식은 제품 특성 상 구입 및 소비 경험자가 많지 않아, 구입 및 소비경험이 모두 있는 응답자 300명과 구입만 경험한 응답자 200명으로 나누어 조사함. 구입 및 소비 경험이 모두 있는 응답자의 성별 및 연령 분포를 살펴보면, 남성 169명(56.3%), 여성 131명(43.7%)이며, 10대 19명(6.3%), 20대 111명(37.0%), 30대 84명(28.0%), 40대 51명(17.0%), 50대 35명(11.7%)임

1) 제품 구입 특성

- 본 조사 대상자들은 면역 등 건강관리(30.7%) 때문에 환자식을 구입해봤다는 응답이 가장 많았으며, 이어서 장 질환(22.0%), 당뇨(12.0%) 순임
 - 생산실적에서는 장 질환자용 식품이 당뇨환자식보다 적게 생산되고 있으나, 본 조사가 소매채널 등에서 직접 구입한 경험자에 한하고, 응답자 수가 적은 점 등으로 인해 다소 차이가 있는 것으로 해석됨

[표 4-1] 환자식 구입 질환

면역 등 건강관리	장 질환	당뇨	고혈압	암	삼킴장애	갑상선 질환	신장 질환	기타
30.7%	22.0%	12.0%	10.7%	5.7%	5.7%	5.0%	2.3%	6.0%

n=300

- 환자식은 수술 후 회복을 위해 구입(31.7%)했다는 응답이 가장 많았으며, 영양 관리(30.0%)가 뒤를 이어 나타남
 - 연령층이 높을수록 수술 후 회복을 위해 환자식을 구입한 경험이 많았으며, 반대로 영양관리는 연령층이 낮을수록 응답 비중이 높게 나타난 특징이 있음
 - 암(64.7%)과 신장질환(71.4%)과 같이 수술이 동반되는 경우가 많은 질병에 환자식을 구입하였다는 응답 비중이 높음

[표 4-2] 제품 구입 목적

구분		수술 전 관리	수술 후 회복	치료 목적	영양 관리	미음 대신	합계
전체 (n=300)		5.0%	31.7%	15.3%	30.0%	18.0%	100.0%
연령	10대 (n=19)	0.0%	10.5%	21.1%	36.8%	31.6%	100.0%
	20대 (n=111)	6.3%	22.5%	17.1%	34.2%	19.8%	100.0%
	30대 (n=84)	6.0%	39.3%	13.1%	26.2%	15.5%	100.0%
	40대 (n=51)	3.9%	41.2%	13.7%	29.4%	11.8%	100.0%
	50대 (n=35)	2.9%	40.0%	14.3%	22.9%	20.0%	100.0%
질환	당뇨(n=36)	19.4%	44.4%	11.1%	22.2%	2.8%	100.0%
	고혈압(n=32)	3.1%	43.8%	31.3%	9.4%	12.5%	100.0%
	암(n=17)	11.8%	64.7%	5.9%	5.9%	11.8%	100.0%
	신장질환(n=7)	0.0%	71.4%	14.3%	14.3%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	20.0%	40.0%	13.3%	13.3%	13.3%	100.0%
	장 질환(n=66)	3.0%	24.2%	15.2%	31.8%	25.8%	100.0%
	삼킴장애(n=17)	0.0%	29.4%	29.4%	5.9%	35.3%	100.0%
	건강관리(n=92)	0.0%	16.3%	12.0%	52.2%	19.6%	100.0%
기타(n=18)	0.0%	38.9%	11.1%	27.8%	22.2%	100.0%	

※ 10대, 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

- 환자식에 대한 정보는 어떻게 알아보고 구입했는지 조사해 본 결과, 34.7%가 병원/보건소 등에서 추천해 준 제품으로 구입했다고 응답함. 이어서 직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입했다는 응답이 26.3%로 나타남
 - 40대는 병원/보건소 등의 추천 제품을 구입한 비중(45.1%)이 높았으며, 50대는 주변 지인에게서 추천을 받아서 구입했다는 응답 비중(22.9%)이 상대적으로 높게 나타남
 - 암(47.1%), 당뇨(47.2%)의 경우 병원 추천으로 구입하였다는 응답 비중이 상대적으로 높았으며, 면역 등 건강관리를 위한 경우에는 병원/보건소 등의 추천(22.8%)보다는 직접 인터넷 등으로 찾아보았다는 응답(28.3%) 비중이 상대적으로 높게 나타남

[표 4-3] 환자식 구입을 위한 정보 탐색 방법

구분	병원/ 보건소 등에서 추천해준 제품으로 구입	직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입	책이나 기타 다른 자료를 찾아보고 구입	주변 지인에게 추천을 받아 구입	약국/의료 기기 전문점 등에 증상을 설명하고 제품을 추천 받음	구매 장소에서 제품 함량, 기능 등을 비교해 보고 구입	기타	합계	
전체 (n=300)	34.7%	26.3%	4.0%	15.0%	13.0%	6.3%	0.7%	100.0%	
연령	10대 (n=19)	52.6%	10.5%	10.5%	10.5%	15.8%	0.0%	0.0%	100.0%
	20대 (n=111)	34.2%	23.4%	1.8%	18.9%	13.5%	7.2%	0.9%	100.0%
	30대 (n=84)	27.4%	32.1%	6.0%	11.9%	15.5%	7.1%	0.0%	100.0%
	40대 (n=51)	45.1%	27.5%	5.9%	7.8%	7.8%	5.9%	0.0%	100.0%
	50대 (n=35)	28.6%	28.6%	0.0%	22.9%	11.4%	5.7%	2.9%	100.0%
질환	당뇨(n=36)	47.2%	22.2%	5.6%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=32)	43.8%	28.1%	6.3%	9.4%	9.4%	3.1%	0.0%	100.0%
	암(n=17)	47.1%	29.4%	5.9%	5.9%	11.8%	0.0%	0.0%	100.0%
	신장질환(n=7)	28.6%	42.9%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	26.7%	20.0%	6.7%	26.7%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=66)	33.3%	31.8%	1.5%	12.1%	13.6%	7.6%	0.0%	100.0%
	삼킴장애(n=17)	47.1%	5.9%	11.8%	5.9%	11.8%	17.6%	0.0%	100.0%
	건강관리(n=92)	22.8%	28.3%	3.3%	17.4%	15.2%	10.9%	2.2%	100.0%
	기타(n=18)	44.4%	16.7%	0.0%	22.2%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%

※ 10대, 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

- 환자식을 구입할 때 가장 고려하는 요인은 주요 영양소 함량이 34.7%로 가장 높았으며, 이어서 맛(18.4%), 주 원료 함량(16.2%)순으로 응답 결과가 나타남

[표 4-4] 환자식 구입 고려 요인

구분	주요 영양소 함량	맛	주원료 함량	가격	제품 형태	브랜드	유통 기한	용량	기타	합계
전체 (n=591)	34.7%	18.4%	16.2%	11.3%	11.0%	5.9%	1.2%	0.8%	0.3%	100.0%
질환	당뇨(n=72)	40.3%	16.7%	15.3%	11.1%	8.3%	6.9%	1.4%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=62)	30.6%	11.3%	22.6%	6.5%	14.5%	11.3%	1.6%	1.6%	100.0%
	암(n=33)	39.4%	9.1%	21.2%	6.1%	9.1%	6.1%	3.0%	3.0%	100.0%
	신장질환(n=14)	42.9%	14.3%	28.6%	7.1%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=29)	44.8%	24.1%	17.2%	3.4%	3.4%	3.4%	3.4%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=130)	33.1%	18.5%	15.4%	14.6%	14.6%	3.1%	0.0%	0.8%	100.0%
	삼킴장애(n=34)	26.5%	26.5%	8.8%	11.8%	11.8%	5.9%	5.9%	2.9%	100.0%
	건강관리(n=183)	34.4%	20.8%	15.8%	12.0%	9.8%	6.0%	0.5%	0.0%	100.0%

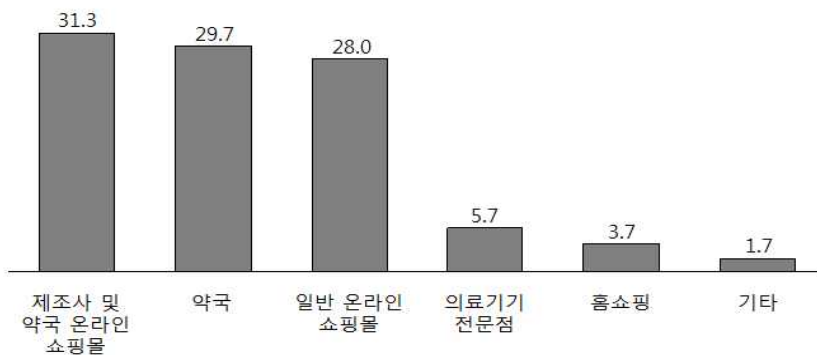
* 다중응답결과로 전체 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계를 도출함

1) 10대, 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

□ 환자식을 구입하는 주 채널은 제조사 및 약국의 온라인 쇼핑몰(31.3%)이 가장 많았으며, 이어서 일반 온라인 쇼핑몰(28.0%), 약국(29.7%)임. 이는 앞의 환자식 유통구조에서 병원을 제외하고 환자식이 주로 온라인 쇼핑몰과 약국을 통해 판매되고 있다는 것과 같은 맥락임

○ 특히 약국은 대형병원 및 약국에서 주로 판매되고 있으며, 일반약국은 거의 판매되고 있지 않음²¹⁾

[그림 4-1] 환자식 주 구입 소매채널



n=300

21) 업계 전문가 인터뷰



- 응답자들은 액상캔형(35.3%)을 가장 많이 구입하고 있었으며, 이어서 액상 파우치형(24.7%)임. 전반적으로 액스타입 제품으로 구입하는 비중(60.0%)이 높음
 - 액상 제품은 상대적으로 연령층이 높을수록 구입하는 비중이 높았으며, RTH형은 상대적으로 젊은 연령층에서 구입하는 비중이 높게 나타남
 - 질환별로는 시중에 판매되는 제품 형태에 차이가 있기도 하지만, 암 질환자들이 액상캔형(58.8%) 타입 제품을 상대적으로 구입한 비중이 높음

[표 4-5] 구입한 환자식 제품 형태

구분	액상캔형	RTH형	액상 파우치형	분말캔형	분말 파우치형	기타	합계	
전체 (n=300)	35.3%	12.0%	24.7%	10.3%	16.0%	1.7%	100.0%	
질환	당뇨(n=36)	36.1%	8.3%	30.6%	8.3%	16.7%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=32)	40.6%	15.6%	31.3%	6.3%	6.3%	0.0%	100.0%
	암(n=17)	58.8%	0.0%	29.4%	5.9%	5.9%	0.0%	100.0%
	신장질환(n=7)	14.3%	14.3%	57.1%	0.0%	14.3%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	53.3%	13.3%	6.7%	20.0%	6.7%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=66)	28.8%	13.6%	24.2%	16.7%	16.7%	0.0%	100.0%
	삼킴장애(n=17)	23.5%	17.6%	35.3%	5.9%	17.6%	0.0%	100.0%
	건강관리(n=92)	30.4%	12.0%	19.6%	9.8%	22.8%	5.4%	100.0%
	기타(n=18)	55.6%	11.1%	16.7%	5.6%	11.1%	0.0%	100.0%

※ 10대, 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

2) 제품 소비 특성

- 환자식 섭취 기간은 한 달 미만이라는 응답이 44.0%로 가장 많았으며, 이어서 한 달 정도 27.7%, 2~3개월 15.7% 순으로 나타남
 - 상대적으로 갑상선 질환(66.7%)과 삼킴장애(52.9%)이 경우에 한 달 미만 복용하였다는 응답 비중이 높았으며, 암과 고혈압, 당뇨는 한 달 이상 복용한 경우가 상대적으로 많음

[표 4-6] 환자식 섭취 기간

구분	한 달 미만	한 달 정도	2~3개월	4~5개월	6개월	6개월 초과	합계	
전체 (n=300)	44.0%	27.7%	15.7%	4.7%	4.3%	3.7%	100.0%	
질환	당뇨(n=36)	30.6%	27.8%	19.4%	8.3%	11.1%	2.8%	100.0%
	고혈압(n=32)	28.1%	37.5%	21.9%	3.1%	9.4%	0.0%	100.0%
	암(n=17)	29.4%	29.4%	17.6%	11.8%	11.8%	0.0%	100.0%
	신장질환(n=7)	42.9%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	66.7%	20.0%	6.7%	6.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=66)	43.9%	27.3%	16.7%	3.0%	4.5%	4.5%	100.0%
	삼킴장애(n=17)	52.9%	17.6%	11.8%	5.9%	5.9%	5.9%	100.0%
	건강관리(n=92)	51.1%	26.1%	13.0%	4.3%	0.0%	5.4%	100.0%
기타(n=18)	50.0%	27.8%	16.7%	0.0%	0.0%	5.6%	100.0%	

* 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

- 환자식은 섭취 수준에 대해 조사해 본 결과, 42.3%가 ‘식사는 별도로 하고, 환자식 제품은 보조식으로 먹고 있음’ 이라고 응답함. 이어서 ‘어쩌다 가끔 먹고 있는 수준’ 이라는 응답이 23.7%로 나타나, 환자식을 식사로 이용하는 응답 비중(34.0%) 보다 높음
- 환자식을 보조식으로 이용하는 질환은 신장 질환(71.4%)이 가장 높았으며, 환자식 제품으로 식사(하루 1끼 이상 먹는 경우)를 하는 질환은 상대적으로 갑상선 질환(66.7%), 암(52.9%)이 경우가 많았음

[표 4-7] 환자식 섭취 수준

구분	식사는 별도로 하고, 환자식 제품은 보조식으로 먹고 있음	어쩌다 가끔 먹고 있는 수준임	환자식 제품은 하루 1끼 정도만 먹고 있음	환자식 제품으로만 식사를 하고 있음	합계	
전체 (n=300)	42.3%	23.7%	17.3%	16.7%	100.0%	
질환	당뇨(n=36)	50.0%	8.3%	22.2%	19.4%	100.0%
	고혈압(n=32)	46.9%	12.5%	28.1%	12.5%	100.0%
	암(n=17)	41.2%	5.9%	11.8%	41.2%	100.0%
	신장질환(n=7)	71.4%	0.0%	14.3%	14.3%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	33.3%	0.0%	26.7%	40.0%	100.0%



구분	식사는 별도로 하고, 환자식 제품은 보조식으로 먹고 있음	어쩌다 가끔 먹고 있는 수준임	환자식 제품은 하루 1끼 정도만 먹고 있음	환자식 제품으로만 식사를 하고 있음	합계
장 질환(n=66)	45.5%	25.8%	16.7%	12.1%	100.0%
삼킴장애(n=17)	47.1%	11.8%	11.8%	29.4%	100.0%
건강관리(n=92)	35.9%	41.3%	13.0%	9.8%	100.0%
기타(n=18)	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	100.0%

※ 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

- 환자식과 함께 먹는 제품에 대해 조사해 본 결과, 건강기능식품(44.7%)을 가장 많이 먹고 있었으며, 이어서 홍삼/인삼(12.7%)임. 별도로 먹고 있는 제품이 없다는 응답도 30.3%로 높게 나타남
- 고혈압(62.5%)과 당뇨(61.1%), 갑상선 질환(60.0%)을 앓고 있는 경우에 상대적으로 건강기능식품을 같이 먹는 경우가 많았음
- 삼킴장애(47.1%)와 건강관리(37.0%)를 하는 경우에 상대적으로 함께 먹고 있는 제품이 없다는 응답 비중이 높음

[표 4-8] 환자식과 함께 먹는 제품

구분	건강기능식품	홍삼/인삼	녹즙/과즙	발효과실청	기타	별도로 먹고있는 제품 없음	합계	
전체(n=300)	44.7%	12.7%	8.7%	3.0%	0.7%	30.3%	100.0%	
질환	당뇨(n=36)	61.1%	13.9%	5.6%	2.8%	0.0%	16.7%	100.0%
	고혈압(n=32)	62.5%	9.4%	0.0%	3.1%	0.0%	25.0%	100.0%
	암(n=17)	47.1%	35.3%	0.0%	5.9%	0.0%	11.8%	100.0%
	신장질환(n=7)	57.1%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	100.0%
	갑상선질환(n=15)	60.0%	0.0%	26.7%	0.0%	0.0%	13.3%	100.0%
	장 질환(n=66)	42.4%	12.1%	12.1%	1.5%	0.0%	31.8%	100.0%
	삼킴장애(n=17)	29.4%	11.8%	5.9%	5.9%	0.0%	47.1%	100.0%
	건강관리(n=92)	38.0%	13.0%	7.6%	3.3%	1.1%	37.0%	100.0%
기타(n=18)	16.7%	11.1%	16.7%	0.0%	5.6%	50.0%	100.0%	

※ 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

3) 환자식단 이용 경험

- 가공식품으로 나온 환자식 제품 외에 환자식단을 별도로 구입하여 먹어본 경험이 있는 응답자는 105명(35.0%)으로 나타남
- 이용해 본 환자식단은 저염식단(57.1%)이 가장 많았으며, 이어서 면역관리식단(16.2%), 당뇨식단(10.5%) 순으로 응답 비중이 높게 나타남
 - 당뇨환자와 갑상선 질환자가 상대적으로 저염식단 이용 경험 비중(70.0%)이 높음
 - 건강관리를 위해서는 일반 면역관리식단(36.4%)보다는 저염식단(59.1%)을 이용하는 비중이 높은 특징이 나타남

[표 4-9] 환자식단 이용 경험

구분	저염식단	당뇨식단	암식단	면역관리식단	고혈압식단	신부전식단	기타	합계
전체(n=105)	57.1%	10.5%	6.7%	16.2%	7.6%	1.0%	1.0%	100.0%
질환	당뇨(n=20)	70.0%	25.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=14)	57.1%	14.3%	0.0%	7.1%	21.4%	0.0%	100.0%
	암(n=)	44.4%	0.0%	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=10)	70.0%	0.0%	10.0%	10.0%	10.0%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=21)	52.4%	9.5%	4.8%	23.8%	9.5%	0.0%	100.0%
	건강관리(n=22)	59.1%	4.5%	0.0%	36.4%	0.0%	0.0%	100.0%
기타(n=9)	33.3%	11.1%	0.0%	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%	100.0%

* 질환별 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

1) 신장 질환, 삼킴장애는 응답수가 3명으로 기타로 분류하여 해석함

- 위와 같이 환자식단을 별도로 주문(배달 또는 직접 구입)하여 먹는 이유는 체계적이고 완벽한 관리를 위해서라는 응답이 44.8%로 가장 많았으며, 이어서 몸에 좋은 식단이 무엇인지 몰라서 구입하여 먹는다는 응답이 23.8%로 나타남

[표 4-10] 환자식단 이용 이유

구분	몸에 좋은 식단이 무엇인지 몰라서	식단을 만드는게 귀찮아서	체계적이고 완벽한 관리를 하기 위해서	직접 식단을 만드는 것 보다 가격이 저렴해서	기타	합계	
전체 (n=105)	23.8%	21.0%	44.8%	9.5%	1.0%	100.0%	
질환	당뇨(n=20)	35.0%	15.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=14)	28.6%	21.4%	35.7%	14.3%	0.0%	100.0%
	암(n=)	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=10)	20.0%	30.0%	40.0%	10.0%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=21)	19.0%	14.3%	52.4%	14.3%	0.0%	100.0%
	건강관리(n=22)	31.8%	27.3%	36.4%	4.5%	0.0%	100.0%
	기타(n=9)	11.1%	22.2%	44.4%	11.1%	11.1%	100.0%

※ 질환별 응답수가 적어 해석에 유의해야 함

1) 신장 질환, 삼킴장애는 응답수가 3명으로 기타로 분류하여 해석함

4) 환자식 개선 사항

- 응답자들이 생각하는 환자식의 가장 필요한 개선사항은 의료 보험을 적용하여 구매할 수 있도록 개선이 필요하다는 응답이 28.7%로 가장 높게 나타남. 이어서 구입이 용이하도록 대형마트, 편의점 등으로 판매 채널을 확대하는 것이 22.4%임
- 특히 당뇨 질환을 앓고 있는 경우에 의료보험 적용(41.9%)에 대한 응답 비중이 높았으며, 갑상선 질환자들은 판매 채널 확대(33.3%)에 대한 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남

[표 4-11] 환자식에 대한 개선사항

구분	환자식도 의료 보험을 적용하여 구매 할 수 있도록 개선	구입이 하도록 대형마트 편의점 등으로 판매 채널 확대	인위 적인 향(맛) 개선	환자식에 대한 정보 채널 확대	기존 제품 외에 질병 범위를 확대한 제품 출시	30개 미만 포장 제품 확대	마시거나 타 먹는 제품 외에 다른 형태의 제품 필요	오프라인 판매장에 서도 배달 서비스 실시	기타	합계	
전체 (n=527)	28.7%	22.4%	15.4%	11.4%	9.3%	5.7%	5.3%	1.7%	0.2%	100.0%	
질환	당뇨(n=62)	41.9%	17.7%	19.4%	6.5%	8.1%	0.0%	4.8%	1.6%	0.0%	100.0%
	고혈압(n=55)	27.3%	23.6%	16.4%	14.5%	9.1%	3.6%	5.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	암(n=30)	30.0%	16.7%	13.3%	6.7%	10.0%	13.3%	6.7%	3.3%	0.0%	100.0%
	신장질환(n=12)	25.0%	8.3%	0.0%	16.7%	33.3%	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%	100.0%
	갑상선질환(n=24)	20.8%	33.3%	12.5%	8.3%	12.5%	8.3%	4.2%	0.0%	0.0%	100.0%
	장 질환(n=116)	25.9%	24.1%	10.3%	15.5%	11.2%	6.0%	4.3%	2.6%	0.0%	100.0%
	삼킴장애(n=30)	26.7%	23.3%	16.7%	10.0%	10.0%	10.0%	3.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	건강관리(n=165)	27.3%	21.2%	17.0%	11.5%	7.9%	6.1%	7.3%	1.8%	0.0%	100.0%
	기타(n=33)	30.3%	30.3%	24.2%	6.1%	0.0%	3.0%	3.0%	0.0%	3.0%	100.0%

※ 다중응답결과로 전체 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계를 도출함

1) 10대, 암질환, 신장질환, 삼킴장애, 기타는 응답수가 적어 해석에 유의해야 함



제 2 절 환자식 비복용자의 구입 특성

- 환자식을 직접 소비하지 않고, 선물용이나 대리 구입 등의 경험이 있는 경우를 조사해 본 결과는 다음과 같음
- 우선 직접 소비자가 아닌 구입만 경험해 본 응답자들의 환자식에 대한 인지 수준을 조사해 본 결과, 응답자의 51.0%가 ‘환자들을 위해 만든 제품이며, 입으로 먹을 수 있는 환자식과 혈관을 통해 공급하는 환자식으로 구분되는 것을 알고 있다’ 고 응답함
 - 응답자의 42.0%는 ‘입으로 먹을 수 있는 환자식은 알았지만, 혈관으로 공급하는 환자식이 있는 줄 몰랐다’ 고 응답함

[표 4-12] 환자식에 대한 인지 수준

환자들을 위해 만든 제품이며, 입으로 먹을 수 있는 환자식과 혈관을 통해 공급하는 환자식으로 구분되는 것을 알고 있다	입으로 먹을 수 있는 환자식은 알았지만, 혈관으로 공급하는 환자식이 있는 줄 몰랐다	환자식이라는 용어는 들어봤지만, 어떻게 나뉘어 있는지는 전혀 몰랐다	합계
51.0%	42.0%	7.0%	100.0%

n=200

- 환자식 구입 계기는 ‘환자의 건강을 고민하면서 여러 가지 제품을 비교해 보다가 구입했다’ 는 응답이 전체의 71.0%로 가장 많았음

[표 4-13] 환자식 구입 계기

환자의 건강을 고민하면서 여러 가지 제품을 비교해 보다가	병문안/선물용으로 마땅히 살게 없어서	환자가 원해서	기타	합계
71.0%	24.0%	4.0%	1.0%	100.0%

n=200

제4장 구입 및 소비 특성

- 어떤 질환을 가진 환자를 위해 제품을 구입했는지에 대해 면역 등 단순 건강 관리를 위한 환자인 경우가 26.5%로 가장 많았으며, 이어서 당뇨(15.0%), 장 질환(13.0%)으로 나타남

[표 4-14] 구입 질환 제품

건강 관리	당뇨	장 질환	암	고혈압	신장 질환	삼킴 장애	갑상선 질환	기타	합계
26.5%	15.0%	13.0%	10.5%	9.5%	7.5%	6.5%	5.5%	6.0%	100.0%

n=200

- 구입한 환자식 소비자는 가족(60.5%)인 경우가 가장 많았고, 이어서 친지(24.5%)임

[표 4-15] 구입 환자식 주 소비자

가족	친지	친구	회사 동료	기타 지인	합계
60.5%	24.5%	10.5%	3.5%	1.0%	100.0%

n=200

- 환자식에 대한 정보는 ‘약국/의료기기 전문점 등에서 증상을 설명하고 제품을 추천받은 경우’가 30.5%로 가장 많았으며, 이어서 직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입한 비중이 24.0%로 나타남
 - 환자에게 직접 제품 및 브랜드를 듣고 구입하는 경우는 14.0%임

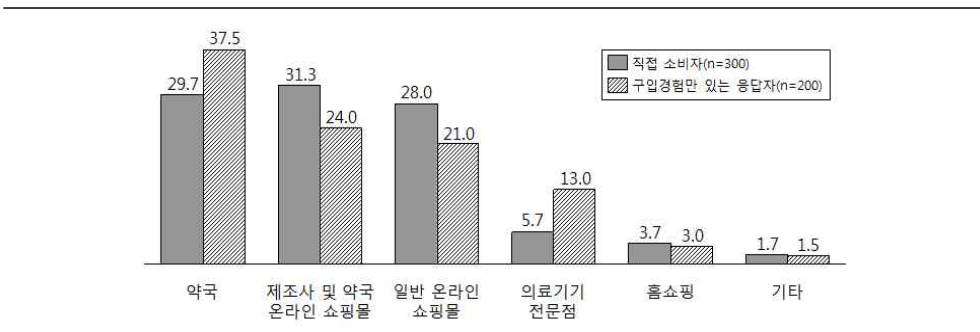
[표 4-16] 환자식 구입을 위한 정보 탐색 방법

약국/의료기기 전문점 등에서 증상을 설명하고 제품을 추천 받음	직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입	주변 지인에게서 추천 받아 구입	먹어야 할 환자에게서 제품 및 브랜드를 듣고 구입	직접 구매 장소에서 제품에 쓰여진 함량, 브랜드 등을 보고 비교 구입	책이나 기타 다른 자료를 찾아보고 구입	합계
30.5%	24.0%	16.5%	14.0%	13.5%	1.5%	100.0%

n=200

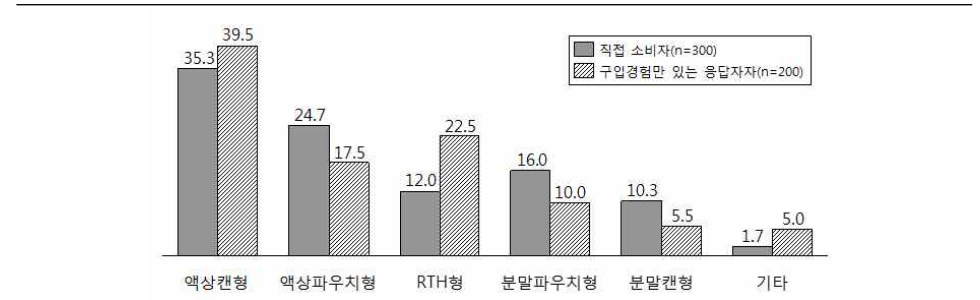
- 환자식은 약국에서 구입했다는 응답이 37.5%로 가장 많았으며, 이어서 제조사 및 약국의 온라인 쇼핑물(24.0%)로 나타남
- 이는 직접 구입 및 소비한 응답자들의 결과와는 다소 차이가 있는 결과인데, 직접 구입 및 소비한 응답자들은 제조사 및 약국 온라인 쇼핑물 > 약국 > 일반 온라인 쇼핑물 순인데 반해, 구입만 했다는 응답자들은 약국 > 제조사 및 약국 온라인 쇼핑물 > 일반 온라인 쇼핑물 순임
- 또한 상대적으로 의료기기 전문점에서 구입 경험(13.0%)이 높은 특징이 나타남

[그림 4-2] 환자식 구입 채널



- 구입한 환자식 형태는 액상캔형이 39.5%로 가장 많았고, 이어서 RTH형(22.5%), 액상 파우치형(17.5%) 순으로 나타남
- 이는 직접 구입 및 소비한 응답자들의 결과와는 다소 차이가 있는 결과인데, 직접 소비자들에 비해 구입자들은 액상캔형 구입 비중이 좀 더 높았고, 액상 파우치형보다는 RTH형 구입 비중이 높은 응답 특징이 나타남

[그림 4-3] 구입 환자식 형태



※ 구입 경험자의 '기타' 응답은 어떤 제품인지 모르겠음

제 5 장

해외 시장 동향

제1절 미국 시장

제2절 일본 시장

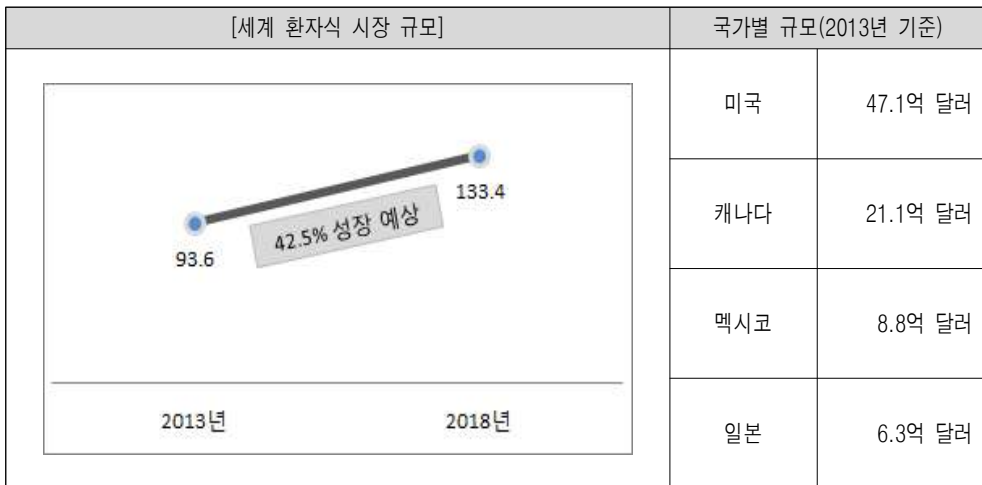
제3절 EU 시장





- 세계 환자식 시장 규모에 대해 정확히 나온 자료는 없지만, 미국의 리서치 및 컨설팅 업체인 프로스트 앤 설리반(Frost & Sullivan)이 발표한 자료에 의하면 2013년 시장 규모는 93.6억 달러이며, 2018년에는 133.4억 달러로 42.5% 성장할 것으로 추정함²²⁾

[표 5-1] 세계 환자식 시장 규모



제 1 절 미국 시장

- 해외시장 분석 시 환자식은 경장영양식(Enteral Nutrition)으로서 주로 의료 영양식(Clinical Nutrition)으로 구분되며, 여기에는 경장영양식 외 경관영양식(Parenteral Nutrition), 유아영양식(Infant Nutrition)이 포함됨

1) 미국의 환자식 분류

- 미국에서의 경장영양식은 현재 ‘Medical Food’ 로 정의되고 있음
 - 1937년 미국 FDCA(Food, Drug and Cosmetic Act)는 식이보충제(dietary

²²⁾ Medical food to grow by 30% as firms learn how to appeal to patients, 2014.12.04., William Reed Business Media

supplement)에 대한 최초의 법안을 마련하였으며, 특수한 섭취 목적을 위한 식품으로 규정됨. 당시 식이보충제는 일반 식품 범주에 속함

- 1988년 Public Law 100-290에 Medical Food에 대한 정의가 구체적으로 명시되었으며, 의사의 지도하에 질병관리를 목적으로 경구 섭취되는 식품으로 과학적 기준을 기반으로 한 특수한 영양 보충제로 정의됨. 이 정의는 2007년 FDA가 마련한 경장영양식 산업에 대한 지침과 규제안 등에 적용되었으며, 2008년 후반에 경장영양식에 대한 준법통제제도(compliance program)를 완성시킴²³⁾
- 경장영양식(Enteral Nutrition) 시장은 제약 산업과 식품 산업의 중간적 성격을 띠는데, 미국이 최초로 경장영양식을 단일시장으로 구분하였으며 ‘Medical Food’ 라고 정의함
 - 경장영양식(medical food)은 FDA에 의해 정의되고 관리되고 있으며 경관 및 경구급식용 제품을 모두 포함함. 경장영양식은 제조 시 GRAS(Generally Recognized As Safe)²⁴⁾ 승인을 받은 재료만을 사용해야 하며, 대상 질환에 대한 구체적인 정보를 의무적으로 라벨에 표기해야 함
 - 경장영양식은 의약품과 비슷하게 인식되고 있으나 처방의약품이나 일반의약품에는 속하지 않으며, 의약품보다 제품 승인 규정도 약함. 또한 의약품과 달리, 경장영양식은 일부 제품만이 의사의 처방을 요함
- 미국의 경장영양식(medical food) 규모는 2011년 이후 지속 증가 추세를 보이며 북아메리카 국가(미국, 캐나다, 멕시코) 중 가장 큰 규모를 차지하고 있음
 - 2014년 기준 미국 경장영양식 시장규모는 48.9억 달러로 북아메리카 전체의 61.6%를 차지함. 뒤이어 캐나다가 27.2%, 멕시코가 11.2%임. 2015년 미국은 50.7억 달러를 기록할 것으로 예상되며, 이는 2011년 대비 15.6% 증가한 수치임

23) Clinical Nutrition Reimbursement and Pricing Trends in North America and Europe, Datamonitor, 2011. 8

24) GRAS(Generally Recognized As Safe)는 어떤 식품첨가물에 대한 FDA(미국 식품 의약국)의 합격증을 의미함



[표 5-2] 북아메리카 국가별 경장영양식 시장규모

(단위:백만달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015(예측치)
미국	4,385	4,547	4,712	4,889	5,069
캐나다	2,019	2,064	2,110	2,159	2,207
멕시코	851	863	875	888	899
합계	7,254	7,475	7,697	7,935	8,175

※ Mordor Intelligence Analysis²⁵⁾

1) 위의 수치는 정맥영양식(Parenteral Nutrition)을 제외한 경장영양식(Enteral Nutrition)값으로 경장영양식 중 경장영양 의약품(Enteral Drug)을 제외한 경장영양식품(Enteral Food)이 특수의료용도식품임





2) 주요 브랜드 및 제조사

가. Abott Nutrition

- Abott 사는 미국에 본사를 두고 있는 세계적인 헬스케어 기업으로 진단의학, 의학기기, 영양식, 제약 4가지 핵심사업을 구축하고 있음. 과학 연구를 기반으로 하여 영양식 제품을 출시하고 있으며 치료 영양식 사업이 가장 많은 비중을 차지하고 있음
 - Abbott의 PediaSure와 Similac은 영유아의 균형 있는 영양공급을 돕는 제품을 판매하고 있으며, EleCare는 단백질 섭취에 어려움이 있거나 단장증후군으로 추가적인 영양 공급이 필요한 영유아들을 대상으로 아미노산 보충제품을 판매하고 있음
 - Ensure는 활동적인 성인을 대상으로 근육 증강 및 심장 강화 등 특정 목적에 맞춘 제품들을 판매하고 있으며 식사대용·간식용·간편식 등으로 섭취할 수 있음
 - OXEPA는 패혈증과 같은 SIRS(전신성 염증반응 증후군) 증상이나 ALI(급성 폐손상), ARDS(급성 호흡곤란 증후군)의 증상을 완화시키는 치료식을 판매하고 있으며 1ml 당 1.5칼로리를 제공함

25) Global Clinical Nutrition Market—Growth, Trends And Forecasts, 2015. 11

[표 5-3] Abbott Nutrition 주요 환자식 제품

브랜드	제품명	제품 설명	제품이미지
PediaSure	PediaSure Peptide 1.0 Cal	1세부터 13세까지의 아동을 대상으로 소화 및 흡수장애 및 위장병 문제를 돕기 위한 펩타이드 기반 영양식	
EleCare	EleCare (for Infants)	단백질 섭취가 어려운 유아들을 위한 경구 및 경관급식용 아미노산 보충제	
Ensure	Original Therapeutic Nutrition	영양부족(Malnutrition) 또는 급격한 체중 감소 해결을 위한 경구급식전용 환자용 균형 영양식	
Vital	Vital AF 1.2 Cal	위장 과민증과 염증을 위한 치료 영양식으로 경구 및 경관급식용 제품	
OXEPA	Oxepa	패혈증, ARDS 등의 증상을 완화시키기 위한 치료식으로 경관급식전용 제품	





※ Abbott Nutrition 홈페이지(abbottnutrition.com)

나. Nestle Health Science

- Nestle Health Science는 다국적 기업인 Nestle 사의 Health Care Nutrition 사업과 더불어 설립되었으며 스위스에 본사를 가지고 있음. 위장장애, 알츠하이머 등 질병에 대한 영양 치료를 연구하는 데 많은 투자를 하고 있음
- Peptamen은 위장기능이 저하된 환자들을 대상으로 내성이 좋고 균형있는 영양식을 제공하고 있음. 위장기능이 저하되면 흡수장애, 설사, 경구식에 대한 과민증, 단장증후군 등이 발생하여 정상적인 섭취가 어려우므로 충분한 영양 공급이 필요함

- Meritene은 고령자를 위한 영양식 브랜드로 활동적인 시니어들을 대상으로 인체에 필요한 영양분과 노화로 인해 섭취가 어려운 영양분을 공급해줌. 식이 섬유, 단백질, 비타민, 미네랄 등이 그것이며 피로감과 무기력을 해결해주는 제품도 출시함

[표 5-4] Nestle Health Science 주요 환자식 제품

브랜드	제품명	제품 설명	제품이미지
Meritene	Comfortis	고령자를 위한 파우더 형태의 식이섬유 보충제로 음식에 뿌려먹을 수 있는 제품임	
Isosource	Isosource	영양부족을 겪고 있는 환자를 위한 보충제로 의료전문가들은 단백질 종류와 양 등 제품의 선택범위가 넓음	
Peptamen	Peptamen Junior	펩타이드를 베이스로 한 균형영양식으로 경구 및 경관급식용 제품임. 1세-10세의 섭식장애가 있는 어린이를 대상으로 함	
Diabetisource	Diabetisource AC	과혈당증이나 당뇨병을 겪고 있는 환자들을 위한 경관급식전용 제품으로 당뇨병으로 인한 조직 손상을 감소시키고 소화를 도움	

※ Nestle Health Science 홈페이지

다. B.Braun Melsungen AG

- B.Braun 사는 병원 및 의료기관에서 필요로 하는 제품을 생산 및 공급하고 있으며 지속적으로 제품을 연구·개발 해나가고 있음. 환자 및 의료 종사자들이 주 소비대상이며 2014년 기준 54억 2,960만 유로의 판매액을 기록함

[표 5-5] B.Braun Melsungen의 주요 환자식 제품

제품명	제품 설명	제품이미지
Nutricomp Drink Plus	특수의료용도를 목적으로 한 영양식으로 바닐라, 초코, 딸기, 바나나 맛으로 구분되어 있으며 말토덱스트린 ²⁶⁾ 을 주원료로 한 식사대용식 제품임	
Nutricomp Standard Fibre	일반적인 영양부족 증세, 위장기능 저하, 거식증, 치료 후 회복기간 등의 이유로 영양섭취가 필요한 환자를 대상으로 한 제품으로 경구 및 경관급식 모두 가능한 파우치형 제품임	
Nutricomp Glutamine Plus	수술 후 회복기간 또는 암, 패혈증 등으로 인해 면역력이 손상되었을 경우 환자의 영양공급을 돕는 식사대용식 제품임	

※ B.Braun Melsungen 홈페이지

3) 시장 및 소비자 특징

- 2010년 ‘오바마 케어’ 로 불리는 ‘환자보호 및 부담적정보험법’ 이 의회를 통과하면서 의료 혜택의 범위가 넓어짐. 이로 인해 의료영양식(Clinical Nutrition)제품에 대한 보험 적용 범위도 확대됨
- 의료영양식 보험 적용은 항목에 따라 그 대상이 입원환자와 외래환자로 구분되는데, 특히 외래환자의 경우 주(州) 별로 적용 범위가 상이함. 대부분의 주에서는 의학적으로 관급식(tube feeding)이 필요한 경우에만 경장영양식을 보험 적용 범위에 포함시키고 있으나, 몇몇 주에서는 영양의 급원 또는 의학적으로 필요한 상황에서 경구 복용되는 경장영양식 제품을 모두 보험 적용 범위에 포함시키고 있음. 영양식 제조사들은 각 주의 관련 법안을 명시하고 제품 유통에 활용하고 있음 ²⁷⁾

26) 녹말의 불완전 가수분해로 생성된 탄수화물로, 저분자 덱스트린의 총칭임, 농사로 농업용어사전

27) Clinical Nutrition Reimbursement and Pricing Trends in North America and Europe, Datamonitor, 2011. 8



- 세계적으로 성인병 발병률이 높아지고 있으며 특히 미국은 높은 비만도로 인해 고혈압과 고지혈증이 사회적으로 만연함. 비만과 관련한 질환들은 식단 조절이 매우 중요하기 때문에 건강한 병원 환자식에 대한 요구가 많은 편임
 - 최근 미국 비영리 단체인 PCRM(Physicians Committee for Responsible Medicine)이 발표한 식품 보고서에 의하면, 미국 병원 푸드코트에 맥도날드, 칩필레(Chick-fil-A), 웬디스 등 패스트푸드 업체가 들어선 곳이 다수 발견됨. PCRM은 높은 비만도의 주범인 패스트푸드가 병원에서 판매되고 있는 역설적인 상황을 지적하며 이를 막아야 한다고 주장함. 이로 인해 2개 병원이 원내 맥도날드 지점을 닫았고 다수의 병원이 건강식 메뉴의 수를 늘리는 등 개선의 태도를 보임²⁸⁾
 - 2012년 뉴욕시티의 보건정신위생부서는 ‘건강한 병원식 계획(The Health Hospital Food Initiative)’ 을 시행하였으며, 이를 통해 뉴욕시티 내 입원환자들에게 더 건강한 식사를 제공하고자 함. 각 병원은 리스트의 기준에 따라 모든 샌드위치와 샐러드, 요리를 700칼로리 이하로 유지해야 하며 적어도 제공된 식사 중 절반이 500칼로리 미만이어야 함. 뿐만 아니라 질량 당 나트륨 함량도도 조절해야 하는데 이는 미국에서 만연한 비만이 과도한 나트륨 섭취로 인한 결과이기 때문임²⁹⁾
- ‘환자보호 및 부담적정보험법(오바마 케어)’ 으로 인해 의료서비스에 대한 수요가 크게 증가하였고 이로 인해 병원들의 가격경쟁력이 중요해졌음
 - 미국의 병원들은 원내 푸드 서비스의 대부분을 대형유통업체에서 구매하는데, 가격경쟁력으로 인한 비용 감소 추세로 인해 GPO(Group Purchasing Organization)를 통한 구매가 활발해지고 있음. GPO는 의료기관에서 필요로 하는 물품을 유통업체로부터 대량 구매해 주는 중간자적 기관으로, 의료기관들이 비용을 절감하는 데 매우 유용한 기관임. 2011년 기준 82%의 병원이 GPO를 통해 원내 푸드서비스와 관련한 물품 및 식음료를 구매하였으며, 점차 그 수가 늘어나고 있음³⁰⁾

28) 美 ‘원내 패스트푸드 퇴치 움직임’, 의학신문, 2015. 3. 25

29) Healthy Hospital Initiatives, Medical Daily, By Samantha Olson, 2014. 9. 24, USA

30) Sustainable Farm-to-Hospital Toolkit: Hospital Food Purchasing, Institute for Agriculture and Trade Policy, 2013. 12

- 병원 환자식단은 환자의 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 요인이기 때문에 경쟁력을 확보하기 위해 환자맞춤식 식단을 제공하는 병원이 다수 등장하고 있음
 - North Carolina Health System 대학교에서 운영하는 병원 Rex는 2013년 의료 식품서비스 협회가 주관하는 요리경연 대회에서 우승을 차지할 정도로 우수한 병원 환자식을 제공하고 있음. Rex의 가장 큰 특징은 룸서비스로, 환자들은 병실에서 원하는 메뉴를 선택하고 이를 배달받을 수 있음. 환자들은 본인이 원하는 환자식단을 먹을 수 있어 만족도가 높아졌고, 이로 인해 음식물쓰레기의 양이 현저히 줄어 병원 측은 수천달러의 비용을 절약할 수 있게 되었음

- 건강한 식단에 대한 소비자들의 요구가 많아지면서 유기농 원료를 사용하는 등 식단을 고급화시키는 추세가 형성되고 있음
 - St. Luke' s University 병원은 대표 유기농업연구소인 Rodale Institute와 파트너십을 맺어 2014년 펜실베이니아에 병원농장(hospital farm)을 설립함. 이 병원 농장은 1년 만에 5에이커에서 10에이커로 규모가 확대되었고 12종에서 30종으로 생산하는 종도 다양해졌음. 2015년에는 총 45,000파운드의 채소를 생산하였으며 이는 환자들에게 제공되는 병원식에 사용됨. 그 중 일부는 산후조리 후 퇴원한 일부 산모들에게 선물되었고 병원 카페테리아에서 판매되기도 함. 결과적으로 이 병원농장은 건강한 원료공급과 지역사회와의 연계로 긍정적 평가를 받았음. 하지만 병원이 갖는 농업에 대한 전문성이 한계가 있고 유지비용에 대한 문제를 근본적으로 해결해야 할 필요가 있으며, 변화된 식재료를 다루기 위한 기술이 새롭게 교육되어야 한다는 점에서 장기적 운영에 대한 부정적 시선도 적지 않음³¹⁾
 - 미국 내 많은 병원들이 환자의 입맛과 체질, 영양 상태를 고려함과 동시에 지역사회에서 재배된 재료를 사용함으로써 건강한 유기농 식단을 만듦. UCLA Medical Center는 유기농 원료를 이용한 식단을 만들며, Fletcher Allen Health Care는 항생제를 사용하지 않은 고기를 식단에 사용함. 캘리포니아의 John Muir Medical Center는 환자식을 새롭게 개정하여 퀴노아와 쌀, 항생제가 들어있지 않은 고기, 호르몬이 없는 유제품 등을 사용하고 있음³²⁾

31) Innovative hospital farm provides fresh, nutritious food to patients, By Katherine Martinko, 2015. 7. 30, USA



제 2 절 일본 시장

1) 일본의 환자식 분류

- 일본의 유동식은 국내 특수의료용도식품과 유사한 식품군임. 일본 유동식 시장은 수량은 감소 추세이나 금액은 증가하고 있음
 - 2012년 95,800kl에서 2014년 93,500kl로 2.4% 감소함. 2015년도에도 전년 대비 1.1% 감소할 것으로 예측됨. 반면에, 금액은 2012년 이후 지속 증가세에 있으며 2012년 659억 엔(6억 2,605만 달러³³⁾)에서 2015년(예측치) 680억 엔(6억 4,600만 달러)으로 3.2% 증가함
 - 금액이 지속 증가세를 보이는 것은 초고령 사회인 일본의 고령층이 가진 경제력에 기인하는 것으로 보임. 일본에서 1억 엔 이상의 자산을 보유한 부유층 중 61.7%가 60세 이상의 고령자이며 주 소비층임³⁴⁾. 이로 인해 고령식의 고급화·전문화가 계속 되고 있으며 이 점이 규모 성장에 영향을 미친 것으로 판단됨

[표 5-6] 일본 유동식 시장 규모

구분	2012	2013	2014(추계치)	2015(예측치)
수량(kl)	95,800	94,400	93,500	92,500
금액(백만 엔)	65,900	66,600	67,300	68,000

※ 일본 복지용품 관련 시장의 현황과 장래전망, 2015. 9. 2 (원자료 : (주)후지경제)

1) 일본에서의 유동식은 한국의 특수의료용도식품과 유사함

- 일본 유동식 시장은 범용용이 대부분을 차지하고 있으며 약 90%의 비중을 차지함. 2014년 기준 범용용은 전체 673억 엔(6억 3,935만 달러) 중 608.5억 엔(5억 7,808만 달러)로 90.4%의 비중을 기록하였으며 환자용은 64.5억 엔(6,128만 달러)로 9.6%의 비중을 차지함
 - 일본은 전화 등 통신판매로도 유동식이 많이 유통되고 있음

32) How Healthy Is Hospital Food?, U.S.News, By Kristine Crane, 2014. 6. 2

33) 1엔 = 0.0095달러(2014년 평균환율 기준, KEB 하나은행)

34) 일본 부유층 구조분석, 한국무역협회, 2013. 3. 6

[표 5-7] 일본 유동식 종류별 구성비

(단위:백만 엔)

구분	2013	2014(추계치)
범용용	60,150 (90.3)	60,850 (90.4)
환자용	6,450 (9.7)	6,450 (9.6)
합계	66,600	67,300

※ 일본 복지용품 관련 시장의 현황과 장래전망, 2015. 9. 2 (원자료 : (주)후지경제)

- 1) 일본에서의 유동식은 한국의 특수의료용도식품과 유사함
- 2) 1엔 = 0.0095달러(2014년 평균환율 기준, KEB 하나은행)

2) 주요 브랜드 및 제조사

- 일본의 유동식 주요 제조사로는 Morinaga Clinico, Meiji, Nestle Japan, Terumo가 있으며 그 중 Morinaga Clinico가 2014년 기준 33.9%로 가장 높은 시장점유율을 차지하고 있으며 전년대비 3.6%의 성장을 보임
- 그 뒤를 이어 Meiji와 Nestle Japan이 2014년에 각각 200억 엔(29.7%), 68억 엔(10.1%)으로 높은 점유율을 차지하였으며, 전년 대비 1%p, 0.2%p 점유율이 상승함

[표 5-8] 일본 주요 제조사 시장 점유율

(단위:백만 엔)

기업명	2013	2014(추계치)
Morinaga Clinico	22,000(33.0)	22,800(33.9)
Meiji	19,100(28.7)	20,000(29.7)
Nestle Japan	6,600(9.9)	6,800(10.1)
Terumo	5,600(8.4)	5,900(8.8)
기타	13,300(20.0)	11,800(17.5)
합계	66,600	67,300

※ 일본 복지용품 관련 시장의 현황과 장래전망(유동식), 2015. 9. 2 (원자료 : (주)후지경제)

- 1) 일본에서의 유동식은 한국의 특수의료용도식품과 유사함
- 2) 1엔 = 0.0095달러(2014년 평균환율 기준, KEB 하나은행)

가. Morinaga Clinico

- Morinaga Clinico는 일본의 유명 식품기업인 Morinaga Milk 사의 자회사로 각 질병에 맞는 영양치료식을 개발하고 있으며, 특히 삼킴장애 환자를 위한 식품을 주로 판매하고 있음

[표 5-9] Morinaga Clinico의 주요 유동식 제품



제품명	제품 설명	제품이미지
CZ-Hi	우유와 두유에서 추출한 단백질과 EPA, DHA 등 영양분을 제공해주는 유동식으로 고유의 살균 패키징 방식을 사용한 일본 인기 제품임	
MA-8 플러스	나트륨, 비타민 DHA 등을 함유하고 있으며 1ml 당 1kcal를 포함하고 있는 액체식 영양 유동식 제품임	
엔조이 젤리	11가지 맛을 가진 젤리 영양식으로 간식/디저트용 제품임	
엔조이 클리밀	125ml에 200kcal를 함유하고 있는 유동식으로 균형 있는 영양을 제공하는 제품임	

* Morinaga Clinico 홈페이지

나. Meiji Nutrition

- Meiji 사는 유제품 업계에서 유명세를 얻은 제조사로 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아짐에 따라 건강식품 관련 사업을 확장함. 2014년 기준 Meiji는 일본 유동식 시장에서 29.7%의 점유율을 차지하였으며 유동식뿐만 아니라 영유아식, 미용식품 등을 제조 및 판매함

[표 5-10] Meiji의 주요 유동식 제품




제품명	제품 설명	제품이미지
Meiji 소프트 젤리 요거트	섭취에 용이하도록 젤리 형태로 만들어진 딸기 요거트 맛의 균형영양식 제품	
Meiji dairies Arg 미니컵	아연과 구리를 보충해주는 영양식으로 캐러멜, 초콜렛, 딸기 등 8가지 맛으로 구분되어 있음	

※ Global Market Rakuten(global.rakuten.com)

다. Nestle Health Science Japan

- 다국적 기업인 Nestle의 일본 지사로 일본 유동식 시장 내 점유율 3위를 차지하고 있음. Nestle Health Science 사는 도쿄 근처에 공장을 설립하고 고령자를 위한 영양식을 중심으로 생산량을 확대시킴

[표 5-11] Nestle Health Science Japan의 주요 유동식 제품

제품명	제품 설명	제품이미지
아이소카루 1.0 주니어	소아에게 필요한 에너지와 영양소를 공급해주는 경관급식전용 유동식	
아이소카루 Support	파우치 형태의 경관급식전용 유동식	
아이소카루 세미 솔리드 워터	가정에서도 사용할 수 있는 유동식으로 반 고형체의 수분 젤리 제품임	

※ Nestle Health Science Japan 홈페이지

3) 시장 및 소비자 특징

- 초고령 사회인 일본은 고령층이 지속 증가하고 있으며 고령자에게 흔히 발생하는 영양부족(Malnutrition)을 해결하기 위한 다양한 개호(介護)³⁵⁾식품이 출시되고 있음. 개호식품의 개발은 일반 식품업계로까지 확대되고 있으며 의료시설 외에 자택에서의 소비도 증가하고 있음
- 일본에서 개호식품이 출시되기 시작한 것은 2000년대부터이며 개호식품의 규격을 체계화시키기 위해 2002년 개호식품협회를 설립함. 설립 이후, 개호식품을 유니버설 디자인 푸드(UDF : Universal Design Food)라고 명명함으로써 소비 대상의 범위를 확대시키고자 함. UDF에는 레토르트 식품, 냉동식품, 조리가공식품, 음료류 등이 포함되어 있으며 환자, 고령자뿐만 아니라 일시적으로 음식 섭취가 어려운 소비자까지 소비대상으로 보고 있음³⁶⁾
 - UDF는 자체규격 기준에 근거하여 경도와 점도에 따라 4단계로 구분되며, 소비자는 본인의 씹는 힘과 삼키는 힘의 기준에 따라 알맞은 단계를 선택하여 구매할 수 있음. 제품 앞면에는 제품의 단계를 표기하고 UDF 자체 인증마크를 부여해 제품에 대한 소비자의 신뢰도를 높임

[표 5-12] 일본 UDF 분류 기준

구분	씹는 힘의 기준	삼키는 힘의 기준
1단계 (쉽게 씹음)	딱딱하고 큰 것은 약간 먹기 어려움	일반적인 삼킴 정도
2단계 (잇몸으로 으갠 수 있음)	딱딱하고 큰 것은 먹기 어려움	음식에 따라 삼키기 어려운 것도 있음
3단계 (혀로 으갠 수 있음)	부드럽고 작은 음식은 먹을 수 있음	물이나 액체류도 삼키기 어려울 때도 있음
4단계 (안 씹어도 됨)	작은 고형물도 먹기 어려움	물이나 액체류도 삼키기 어려움

※ 일본개호식품협회(www.udf.jp)

- UDF는 주식, 반찬, 디저트 등으로 구분되어 있으며 저작능력이 저하된 고령자도 식사를 즐길 수 있도록 도움

35) 개호(介護)는 '결에서 돌봐준다' 는 의미로 노화로 인해 체력이 약해진 고령자를 위한 식품이나 서비스를 뜻함

36) 고령친화식품의 정보제공 개선, 한국소비자원, 2013.9.30

[표 5-13] 용도별 일본 개호식 제품

용도	제품명	제품 설명	제품이미지
주식	FFK 건강시리즈 白がゆ	곡물을 조금 남기고 부드럽게 간 UDF 4단계의 주식용 죽	
주채	흰살 생선튀김 무스	흰살생선을 무스형태로 만들어 튀긴 요리로 UDF 3단계의 반찬용 개호식품	
부채	야채공(당근)	으깬 두부의 식감을 가진 공모양으로 가공된 야채로 UDF 2단계의 반찬용 개호식품	
디저트	마들렌(딸기)	딸기 시럽을 넣은 촉촉한 마들렌으로 UDF 1단계의 디저트/간식용 개호식품	

※ 일본개호식품협회(www.udf.jp)

- 현재 일본 개호식품 시장의 점유율은 Maruha-Nichiro 사가 14.8%, Forica foods 사가 11.9%, Kewpie 사가 10.2%를 보유하고 있는 가운데 기타가 62.8%로 높은 비중을 차지하고 있으며³⁷⁾, 여기에는 소매유통사의 PB상품 강화가 영향을 미친 것으로 보임. 이로 인해 매장 확보가 어려워진 제조사들이 택배사업으로 확장하고 있음
- Nichirei 사는 부드러운 육류 및 두류를 반찬으로 한 저염 개호식 메뉴 10가지를 고령자가 많은 대도시 근교를 중심으로 배달 판매함. 배달망은 주거지에 배달망이 있는 우유판매점과 협력하여 확보하였음
- Maruha Nichiro 사의 산하 냉동식품업체인 야오이 식품은 제약회사와 협약하여 어육을 재료로 한 소용량 개호식 제품을 개발하고 고령자 세대에게 배송함³⁸⁾

37) 일본 복지용품 관련 시장의 현황과 장래전망(부드러운 음식), 2015. 9. 2 (원자료 : (주)후지경제)



제 3 절 EU 시장

1) EU의 환자식 분류

- 유럽연합(EU)에서 경장영양식은 1999년 3월 25일 공포된 Commission directive 1999/21/EC에 의해 ‘Food(s) for special medical purposes (FSMP)’ 로 구분되며, 후에 제도가 개정되긴 했으나 구분 및 정의는 유지되고 있음
 - FSMP는 환자의 균형적인 영양을 위해 특별하게 제조된 식사대용 및 영양보충용 식품으로 정의되며 경관 및 경구급식용 제품을 포괄함. FSMP의 기준도 명시되어 있으나 기능성 식품(functional food)과의 구분이 명확하지는 않음. 대체로 FSMP는 의사의 처방을 받아 구매하는 경우에 한해서 보험 적용을 받을 수 있고 기능성 식품은 소비자가 마트에서 직접 구매한다는 점에서 그 차이가 구분됨³⁹⁾
 - FSMP 제품은 오용의 위험을 방지하기 위해 반드시 의사의 지도하에서만 사용되도록 하며, 소비자를 위해 에너지 성분과 영양 성분에 대한 명확한 라벨 표기를 의무로 함

- FSMP는 세 가지로 구분되는데 첫째로, 일반적인 영양성분을 함유하고 있는 식사대용식 일반 영양식, 두 번째로 특정 질병 또는 환자의 상태에 따라 영양성분이 개조된 식사대용식 질환별 영양식, 세 번째로, 일반적인 영양성분을 함유하고 있거나 질환에 맞게 영양성분이 개조된 영양보충식이 있음⁴⁰⁾

38) 소매유통업 PB 확대로 경쟁 치열 - 식품 대기업 택배사업, 제휴 등으로 활로, 2012. 8. 22

39) Clinical Nutrition Reimbursement and Pricing Trends in North America and Europe, Datamonitor, 2011. 8



40) COMMISSION DIRECTIVE 1999/21/EC of 25 March 1999 on dietary foods for special medical purposes, Official Journal of the European Communities에서 공식적으로 정의함

2) 주요 제조사 및 브랜드




가. Danone Nutricia

- 유럽에서 가장 큰 영양식 제조사인 Nutricia는 특정 질환별로 세분화된 영양식 시장에 선구적인 역할을 하였으며, 2007년 Danone 사와의 인수합병 이후 의학 부서를 설립하여 관련 연구를 진행하고 있음. 최근에는 알츠하이머 환자를 위한 환자식을 개발하여 판매하는 등 제품의 구체성을 높이고 있음
- Neocate는 CMA(Cow's Milk Allergy, 우유알레르기)나 MFPI(Multiple Foods Protein Intolerance, 복합단백질과민증), 기타 알레르기가 있는 영·유아용 FSMP 브랜드로 우유 단백질을 빼고 아미노산을 보충시킨 제품을 판매함
- Metabolics는 선천성 대사질환자용 균형영양식을 판매하는 브랜드로 영·유아에서 성인까지 모든 연령대를 위한 맞춤형 제품을 보유하고 있음
- Nutrini와 Nutirini Max는 섭취장애를 겪고 있는 어린이를 대상으로 한 경관 급식전용 제품이며 Nutrini는 만 1-6세(9-20kg), Nutirini Max는 만 7-12세(21-45kg)를 기준으로 함
- Nutrison은 위장장애가 있어 정상적인 섭취가 어려운 환자들을 위한 경관급식전용 영양식 브랜드임
- Fortimel은 병원이나 요양시설에 머물고 있거나 자택 등에서 장기요양 중인 고령자를 포함하여 정상적인 섭식이 어려운 소비자를 위한 브랜드임

[표 5-14] Nutricia 주요 제품

브랜드	제품명	제품 설명	제품이미지
Neocate	Neocate Active	CMA나 MFPI가 있는 1세 이상 유아를 위한 제품으로 아미노산, 탄수화물, 지방을 보충해줌	
Metabolics	PhenylAde Essential Drink Mix	페닐알라닌이 들어있지 않아 페닐케톤뇨증 ⁴¹⁾ 이 있는 영·유아, 성인, 임산부를 위한 제품으로 딸기, 초코 등 다양한 맛을 가진 제품이 있음	

41) 페닐케톤뇨증(phenylketonuria, PKU)은 필수 아미노산인 페닐알라닌(Phenylalanine) 대사에 필요한 페닐알라닌 하이드록실라제(Phenylalanine Hydroxylase) 효소의 부족으로 페닐알라닌이 신체에 축적되는 것으로, 이로 인해 뇌 조직에 악영향이 미치게 됨, 보건복지부


브랜드	제품명	제품 설명	제품이미지
Nutrini	Nutrini Multi Fibre	유청(whey) ⁴² 성분이 주로 함유된 제품으로 단백질 균형을 맞춰주고 장의 기능을 회복시켜 주며 경관급식전용의 어린이용 영양식임	
Nutrison	Advanced Cubison	압박성 궤양이나 만성창상(Chronic wounds)으로 인해 영양 부족을 겪는 사람들을 위한 제품으로 아미노산의 일종인 아르기닌과 단백질, 상처 치유를 위한 영양 성분이 함유된 경관급식전용 영양식 제품임	
Fortimel	Fortimel Creme	일반 액체형이 다른 제품과 달리 크림 형태의 디저트용 제품으로 바나나, 초콜렛, 바닐라, 열대과일 맛이 있으며 연하곤란 환자를 위한 점도증진 제품임	

※ Nutricia 홈페이지

나. Fresenius Kabi




- Fresenius Kabi 사는 독일에 본사를 두고 있는 헬스케어 그룹인 Fresenius SE&co. KGaA의 자회사로 의료 전문가들이 필요로 하는 의약품과 영양식 제품, 의료기기 및 의료 서비스를 제공하고 있음

[표 5-15] Fresenius Kabi의 주요 제품

제품명	제품 설명	제품이미지
Fresubin YOcreme	요거트 형식의 단백질 보충제로 레몬, 복숭아, 라즈베리, 비스킷 맛 등이 있음	

42) 젓을 가만히 놓아두었을 때 위에 고이는 노르스름한 물을 뜻하며, 유당을 원료로 함, 농사로 농업용어사전

43) 녹말의 불완전 가수분해로 생성된 탄수화물로, 저분자 덱스트린의 총칭임, 농사로 농업용어사전

제품명	제품 설명	제품이미지
Frebini energy fibre drink	8~30kg의 몸무게를 가진 1세-10세 사이의 유아를 대상으로 하며 젓당이 들어 있지 않은 경구급식전용 균형영양식 제품임	
Calshake	분말 형태의 열량보충용 제품으로 우유 단백질과 식물성 기름, 탄수화물 등을 주 원료로 하는 영양식 제품임	
Fresubin original	우유와 콩에서 추출한 단백질과 MCT오일, 해바라기유, 말토덱스트린 ⁴³⁾ 등이 함유된 경관급식전용 tube-feeding 제품임	

※ Fresenius Kabi 홈페이지

3) 시장 및 소비자 특징

- EU는 하나의 법안이 다국어로 번역되기 때문에 그 과정에서 법안의 해석과 적용에 오류가 발생할 수 있음. 실제로 환자식의 경우, 같은 제품이 한 국가에서 일반 식이보충제로 분류되더라도 다른 국가에서는 FSMP로 분류되는 경우가 종종 발생하고 있음. 이로 인한 FSMP 오용을 막기 위해 유럽연합위원회는 FSMP에 대한 정의를 구체화하고 규제안을 강화하는 방향으로 계속해서 관련 법안을 개정시키고 있음⁴⁴⁾
- 2013년 6월 29일자로 발표된 FSG(Foods for Special Groups) Regulation은 기존에 있던 지시와 규제안들을 대체하고 2016년 7월부터 적용될 예정임. FSG 규제안은 기존의 영양식품(dietetic food)의 개념을 폐지하고 FSMP를 범위에 포함시켜 구성성분과 정보제공에 대한 요구조건을 강화시키는 법안으로, EFSA(유럽식품안전청)가 초안 지침서를 제공함
- FSG 규제안은 FSMP 제품의 재분류 작업을 포함하고 있는데, 기존의 FSMP 제품이 FSMP와 일반 식이보충제로 나뉘어 각각 다른 법안을 적용받게 되는

44) Guidance for the assessment of FSMP, EFSA Journal 2015;13(11):4300



것임. 재분류가 될 경우, FSMP 제품에 대해서는 라벨 표기에 대한 법안이 강화되고 의사의 지도하에서만 사용할 수 있게 되며, FSMP에서 제외된 제품들은 일반 식이보충제 법안을 적용받게 됨. 각 제품에 대한 재평가 및 재분류 작업은 아직 완료되지 않았으며, 이 법안도 FSG 규제안의 일부로써 2016년 7월부터 적용될 예정임

- EU에서는 경장 및 경관영양식에 대한 보험 적용이 보편화되어 있는 편이나 그 적용범위와 소비형태에 대해서는 국가별로 차이가 있음⁴⁵⁾
 - 영국의 경우 환자의 정상적인 음식 섭취가 불가할 경우 경장영양식과 경관영양식에 대한 비용을 지원해주고 있으며, 입원환자보다는 외래환자를 대상으로 한 보건계획이 강화되고 있는 추세임. 영국에서 자택 치료 중인 외래환자의 80%가 경장영양식을 제공받고 있으며, 그 중 1/3이 암 환자로 영양 공급이 중요한 환자들임. 또한 자택 치료 환자 중 2/3가 65세 이상 고령자로 대부분이 자택용 관급식(tube feeding)을 1년 이상 공급받고 있음(2011년 기준)
 - 프랑스는 의무 건강보험시스템이 전 국민에게 적용되고 있으며 제품비용 지원의 경우 프랑스 UNCAM(건강보험연합기금)에서 지원 비율을 정함. 경장 및 경관영양식 제품에 대한 비용은 영양실조의 위험이 높은 만성질환과 급성질환을 겪고 있는 모든 환자들에게 지원되며, 정상적인 경구 섭취가 어려운 일부 환자들에게도 비용을 지원해주고 있음. 이러한 비용 지원 체계는 EU의 다른 국가에 비해서도 매우 안정적으로 이루어지고 있음. 또한 프랑스에서는 자택치료를 권장하고 있어 의료영양식 시장이 상대적으로 빠르게 성장하고 있는 추세임
 - 독일에서는 국가와 민간 보험업체 모두에서 경장영양식 제품에 대한 비용을 지원해주고 있음. 유럽 경장영양학회인 ESPEN에 의하면 매년 약 10만 명의 환자가 경장영양식 비용을 지원 받고 있으며 그 중 70%가 입원환자임. 그러나 2005년 10월 새로운 법안이 적용되면서 경장영양식 지원범위에 적용되는 질병의 종류가 27개에서 4개로 축소되고 규제사항이 늘어나 의사들의 경장영양식 처방이 이전보다 까다로워짐. 하지만 영양실조 위험이 높은 암, 단장증후군, 선천적 대사질환을 겪고 있는 환자를 대상으로 한 의료영양식 지원은 안정적으로 이루어지고 있음

45) Clinical Nutrition Reimbursement and Pricing Trends in North America and Europe, Datamonitor, 2011. 8

- 이탈리아는 제품을 세 등급으로 구분하여 등급별로 비용을 지원해주고 있으며, 경관영양식(parenteral nutrition)의 경우 병원 내 사용에 한해서 지원해주고 있음. 한편 경장영양식은 환자의 의학적 조건에 따라 지원여부가 결정되는데, 개별 상황에 따라 적용 범위가 달라 지원을 받지 못하는 경우가 다수 있음. 또한 이탈리아 경제 악화와 사회의 급속한 고령화로 보건지원사업이 재정적으로 어려운 실정임

- 병원 환자식의 경우 최근 영국이 주목받고 있음. 영국의 병원 환자식에 대한 영양관리가 미흡하다는 지적이 계속되고 있으며, 이는 식단을 통한 건강관리에 익숙하지 않은 영국인들의 인식이 일부 영향을 미친 것이라고 판단됨. 이를 보완하기 위한 법안이 2014년 제정됨



영국 Royal Blackburn 병원 구내식당의 1,183칼로리 파이

- 영국 공공병원 구내식당에서 고칼로리의 메뉴를 판매하거나 환자에게 영양이 미흡한 식단을 제공하는 사례가 늘어나면서 영국 소비자보호단체 ‘서스테인(Sustain)’은 2012년 이와 관련한 조사를 진행함. 조사 결과, 영국 병원식 공급업체 메뉴 25가지 중 75%가 다량의 포화지방을 함유하고 있었으며, 이들은 패스트푸드 업체인 맥도날드의 대표메뉴 ‘빅맥’과 병원 환자식을 비교하여 병원 환자식의 영양 불균형에 대해 지적함
- 병원 환자식에 대한 소비자들의 우려와 불만이 커지자 영국 정부는 2014년 11월 환자식에 대한 최소기준을 발표하였고, 여기에는 체계적인 영양 기준과 투자 비용 등이 언급되어 있음. 하지만 최소기준 이행과 관련한 문제도 끊이지 않고 있으며 비판 여론도 이어지고 있음⁴⁶⁾
- 영국 병원식의 영양 문제가 계속되는 원인으로 의료 전문가들을 대상으로 한 영양관리 교육의 부족이 제기되고 있음. 현재 영국 의과대학에서 시행되는 영양관리 교육이 체계적이지 못하고 교육 수료자의 수도 적은 것이 문제로 지적되고 있으며, 때문에 의료 종사자들의 교육을 강화시키고 중요성에 대한 인식을 제고해야 한다는 의견이 대두되고 있음⁴⁷⁾

46) Hospital food : what's the prognosis?, The Telegraph, By Bee Wilson, 2014. 11. 10

47) UK hospital food labelled 'unhealthy', SBS News, 2015. 8 10



1. 환자식 소비자 조사 결과

□ 귀하께서는 환자식에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	환자들을 위해 만든 제품이며, 입으로 먹을 수 있는 환자식과 혈관을 통해 공급하는 환자식으로 구분되는 것을 알고 있다	입으로 먹을 수 있는 환자식은 알았지만, 혈관으로 공급하는 환자식이 있는 줄 몰랐다	환자식이라는 용어는 들어봤지만, 어떻게 나뉘어 있는지는 전혀 몰랐다	
전체	600	51.2	37.8	11.0	
성별	남성	273	47.3	41.8	11.0
	여성	227	55.9	33.0	11.0
연령	14-19세	29	48.3	41.4	10.3
	20-29세	128	44.5	37.5	18.0
	30-39세	135	48.9	40.0	11.1
	40-49세	106	57.5	35.8	6.6
	50-59세	102	56.9	36.3	6.9
거주 지역	서울/경기/인천	176	55.1	34.1	10.8
	부산/울산/경남	97	51.5	39.2	9.3
	대구/경북	68	54.4	35.3	10.3
	대전/충청	81	48.1	38.3	13.6
동거인 수	전라/광주	78	42.3	46.2	11.5
	1명	36	47.2	36.1	16.7
	2명	81	48.1	39.5	12.3
	3명	122	50.0	40.2	9.8
	4명	206	52.9	36.4	10.7
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	55	54.5	36.4	9.1
	1-5회	318	50.0	38.7	11.3
	6-10회	124	52.4	36.3	11.3
	11-15회	27	70.4	25.9	3.7
	16-20회	14	50.0	42.9	7.1
장보기금액 /한달	21-25회	3	33.3	66.7	0.0
	0-20만원 이하	260	45.8	40.8	13.5
	21-40만원 이하	124	49.2	41.1	9.7
	41-60만원 이하	72	65.3	27.8	6.9
결혼 여부	61만원 이상	44	65.9	27.3	6.8
	예(기혼)	281	54.4	38.1	7.5
직업	아니오(미혼)	219	47.0	37.4	15.5
	농업/어업/임업	3	33.3	0.0	66.7
	자영업	43	48.8	44.2	7.0
	판매/서비스직	27	44.4	48.1	7.4
	기능/숙련공	8	37.5	50.0	12.5
	일반직업직	3	66.7	33.3	0.0
	사무/기술직	217	49.8	40.1	10.1
	경영/관리직	12	58.3	33.3	8.3
	전문/자유직	36	58.3	38.9	2.8
	전업주부	42	61.9	28.6	9.5
	학생	82	45.1	32.9	22.0
	무직	16	56.3	37.5	6.3
	기타	11	81.8	18.2	0.0
학력	고졸 이하	99	46.5	37.4	16.2
	대학교 졸업	345	51.9	38.6	9.6
	대학원 졸업 이상	56	55.4	33.9	10.7
가구 총소득	200만원 미만	49	46.9	36.7	16.3
	200-299만원	82	52.4	30.5	17.1
	300-399만원	86	43.0	45.3	11.6
	400-499만원	86	41.9	44.2	14.0
	500-599만원	65	58.5	33.8	7.7
	600-699만원	36	63.9	36.1	0.0
	700만원 이상	96	58.3	35.4	6.3

부록. 소비자 조사 결과

□ 귀하께서는 어떤 질병 때문에 환자식 제품을 구입해 보셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	당뇨	고혈압	암	신장 질환	갑상선 질환	장 질환	삼킴장애	면역 등 건강관리	기타	
전체	300	12.0	10.7	5.7	2.3	5.0	22.0	5.7	30.7	6.0	
성별	남성	169	15.4	14.2	6.5	1.8	7.7	17.8	5.3	25.4	5.9
	여성	131	7.6	6.1	4.6	3.1	1.5	27.5	6.1	37.4	6.1
연령	14-19세	19	5.3	15.8	0.0	0.0	5.3	21.1	5.3	47.4	0.0
	20-29세	111	4.5	11.7	2.7	0.0	4.5	25.2	6.3	39.6	5.4
	30-39세	84	20.2	8.3	3.6	2.4	8.3	22.6	6.0	22.6	6.0
	40-49세	51	19.6	9.8	15.7	5.9	2.0	17.6	5.9	17.6	5.9
	50-59세	35	8.6	11.4	8.6	5.7	2.9	17.1	2.9	31.4	11.4
거주 지역	서울/경기/인천	111	10.8	11.7	8.1	2.7	10.8	20.7	5.4	25.2	4.5
	부산/울산/경남	68	17.6	5.9	2.9	4.4	0.0	25.0	8.8	33.8	1.5
	대구/경북	36	8.3	16.7	0.0	2.8	5.6	19.4	2.8	27.8	16.7
	대전/충청	49	10.2	14.3	10.2	0.0	2.0	18.4	2.0	30.6	12.2
	전라/광주	36	11.1	5.6	2.8	0.0	0.0	27.8	8.3	44.4	0.0
동거인 수	1명	32	12.5	12.5	0.0	0.0	6.3	18.8	6.3	31.3	12.5
	2명	58	12.1	12.1	6.9	5.2	3.4	29.3	6.9	24.1	0.0
	3명	72	13.9	12.5	6.9	0.0	5.6	22.2	8.3	20.8	9.7
	4명	109	11.9	8.3	4.6	1.8	5.5	20.2	3.7	37.6	6.4
	5명 이상	29	6.9	10.3	10.3	6.9	3.4	17.2	3.4	41.4	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	13.5	9.7	3.2	3.2	5.4	20.5	4.3	33.0	7.0
	6-10회	76	10.5	11.8	3.9	1.3	3.9	22.4	6.6	32.9	6.6
	11-15회	15	0.0	6.7	46.7	0.0	6.7	20.0	13.3	6.7	0.0
	16-20회	10	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	30.0	10.0	30.0	0.0
	21-25회	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	8.4	12.0	4.8	2.4	6.0	21.7	6.0	31.3	7.2
	21-40만원 이하	72	13.9	2.8	8.3	1.4	2.8	23.6	5.6	33.3	8.3
	41-60만원 이하	41	17.1	12.2	4.9	2.4	7.3	19.5	7.3	29.3	0.0
	61만원 이상	21	23.8	23.8	4.8	4.8	0.0	23.8	0.0	19.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	135	14.8	12.6	9.6	3.7	5.9	19.3	3.7	23.0	7.4
	아니오(미혼)	165	9.7	9.1	2.4	1.2	4.2	24.2	7.3	37.0	4.8
직업	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	27	14.8	11.1	7.4	11.1	11.1	14.8	7.4	18.5	3.7
	판매/서비스직	14	7.1	14.3	7.1	0.0	7.1	35.7	7.1	7.1	14.3
	기능/숙련공	6	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0	0.0
	일반직업직	3	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	122	13.1	10.7	6.6	3.3	5.7	23.0	3.3	25.4	9.0
	경영/관리직	4	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	22	22.7	22.7	0.0	0.0	4.5	22.7	9.1	18.2	0.0
	전업주부	17	17.6	0.0	11.8	0.0	0.0	29.4	0.0	41.2	0.0
	학생	67	4.5	7.5	1.5	0.0	3.0	22.4	7.5	49.3	4.5
무직	11	0.0	18.2	9.1	0.0	0.0	9.1	9.1	54.5	0.0	
	기타	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	
학력	고졸 이하	58	10.3	5.2	6.9	1.7	0.0	22.4	1.7	44.8	6.9
	대학교 졸업	214	12.1	10.7	5.1	2.3	6.1	22.4	6.1	28.5	6.5
	대학원 졸업 이상	28	14.3	21.4	7.1	3.6	7.1	17.9	10.7	17.9	0.0
가구 총소득	200만원 미만	35	11.4	5.7	5.7	0.0	2.9	25.7	8.6	37.1	2.9
	200-299만원	57	8.8	12.3	5.3	1.8	5.3	21.1	3.5	33.3	8.8
	300-399만원	57	14.0	14.0	7.0	1.8	3.5	15.8	7.0	31.6	5.3
	400-499만원	42	9.5	4.8	7.1	2.4	4.8	33.3	7.1	23.8	7.1
	500-599만원	34	14.7	20.6	2.9	8.8	11.8	11.8	2.9	17.6	8.8
	600-699만원	21	14.3	4.8	4.8	0.0	0.0	19.0	4.8	38.1	14.3
	700만원 이상	54	13.0	9.3	5.6	1.9	5.6	25.9	5.6	33.3	0.0

□ 구입한 환자식은 어떤 형태입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	액상캔형	RTH형	액상파우치형	분말캔형	분말파우치형	기타	
전체	300	35.3	12.0	24.7	10.3	16.0	1.7	
성별	남성	169	39.1	13.0	25.4	12.4	8.9	1.2
	여성	131	30.5	10.7	23.7	7.6	25.2	2.3
연령	14-19세	19	21.1	26.3	15.8	10.5	21.1	5.3
	20-29세	111	32.4	13.5	17.1	12.6	21.6	2.7
	30-39세	84	39.3	9.5	33.3	8.3	9.5	0.0
	40-49세	51	43.1	5.9	31.4	9.8	9.8	0.0
	50-59세	35	31.4	14.3	22.9	8.6	20.0	2.9
거주 지역	서울/경기/인천	111	37.8	9.9	27.0	12.6	12.6	0.0
	부산/울산/경남	68	39.7	8.8	22.1	11.8	17.6	0.0
	대구/경북	36	38.9	11.1	22.2	8.3	19.4	0.0
	대전/충청	49	30.6	20.4	26.5	4.1	14.3	4.1
	전라/광주	36	22.2	13.9	22.2	11.1	22.2	8.3
동거인 수	1명	32	34.4	9.4	25.0	12.5	18.8	0.0
	2명	58	36.2	10.3	27.6	13.8	10.3	1.7
	3명	72	40.3	13.9	25.0	2.8	15.3	2.8
	4명	109	33.0	10.1	26.6	11.0	17.4	1.8
	5명 이상	29	31.0	20.7	10.3	17.2	20.7	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	34.6	10.8	24.9	8.6	18.4	2.7
	6-10회	76	39.5	9.2	22.4	11.8	17.1	0.0
	11-15회	15	40.0	13.3	33.3	13.3	0.0	0.0
	16-20회	10	10.0	40.0	40.0	10.0	0.0	0.0
	21-25회	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	33.1	9.6	25.3	10.2	18.7	3.0
	21-40만원 이하	72	36.1	13.9	27.8	9.7	12.5	0.0
	41-60만원 이하	41	34.1	17.1	22.0	9.8	17.1	0.0
	61만원 이상	21	52.4	14.3	14.3	14.3	4.8	0.0
결혼 여부	예(기혼)	135	39.3	8.1	29.6	10.4	11.9	0.7
	아니오(미혼)	165	32.1	15.2	20.6	10.3	19.4	2.4
직업	농업/어업/임업	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	27	48.1	3.7	14.8	11.1	22.2	0.0
	판매/서비스직	14	35.7	14.3	21.4	14.3	14.3	0.0
	기능/숙련공	6	0.0	33.3	16.7	16.7	33.3	0.0
	일반작업직	3	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
	사무/기술직	122	42.6	10.7	24.6	9.0	11.5	1.6
	경영/관리직	4	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	22	40.9	9.1	27.3	13.6	9.1	0.0
	전업주부	17	23.5	5.9	47.1	5.9	17.6	0.0
	학생	67	19.4	14.9	22.4	11.9	28.4	3.0
	무직	11	54.5	18.2	18.2	0.0	0.0	9.1
	기타	5	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0
학력	고졸 이하	58	24.1	15.5	20.7	12.1	22.4	5.2
	대학교 졸업	214	36.4	12.1	25.2	10.7	15.0	0.5
	대학원 졸업 이상	28	50.0	3.6	28.6	3.6	10.7	3.6
가구 총소득	200만원 미만	35	22.9	20.0	22.9	14.3	17.1	2.9
	200-299만원	57	38.6	10.5	22.8	8.8	19.3	0.0
	300-399만원	57	31.6	10.5	28.1	12.3	14.0	3.5
	400-499만원	42	26.2	11.9	28.6	4.8	23.8	4.8
	500-599만원	34	41.2	11.8	20.6	8.8	17.6	0.0
	600-699만원	21	57.1	4.8	28.6	4.8	4.8	0.0
	700만원 이상	54	38.9	13.0	22.2	14.8	11.1	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 환자식 구입 목적은 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	수술 전 관리	수술 후 회복	치료 목적	영양 관리	미음 대신(치아손상, 위장기능 일시적인 저하 등으로)	
전체	300	5.0	31.7	15.3	30.0	18.0	
성별	남성	169	5.3	35.5	16.6	29.6	13.0
	여성	131	4.6	26.7	13.7	30.5	24.4
연령	14-19세	19	0.0	10.5	21.1	36.8	31.6
	20-29세	111	6.3	22.5	17.1	34.2	19.8
	30-39세	84	6.0	39.3	13.1	26.2	15.5
	40-49세	51	3.9	41.2	13.7	29.4	11.8
	50-59세	35	2.9	40.0	14.3	22.9	20.0
거주 지역	서울/경기/인천	111	7.2	31.5	14.4	27.0	19.8
	부산/울산/경남	68	4.4	38.2	14.7	26.5	16.2
	대구/경북	36	0.0	33.3	19.4	33.3	13.9
	대전/충청	49	8.2	32.7	14.3	24.5	20.4
등거인 수	전라/광주	36	0.0	16.7	16.7	50.0	16.7
	1명	32	9.4	21.9	21.9	28.1	18.8
	2명	58	3.4	34.5	12.1	31.0	19.0
	3명	72	8.3	30.6	22.2	20.8	18.1
	4명	109	3.7	33.0	11.0	33.0	19.3
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	29	0.0	34.5	13.8	41.4	10.3
	1-5회	185	3.8	31.9	16.2	33.5	14.6
	6-10회	76	6.6	25.0	14.5	28.9	25.0
	11-15회	15	6.7	46.7	20.0	6.7	20.0
	16-20회	10	0.0	40.0	0.0	20.0	40.0
장보기금액 /한달	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	166	4.8	31.3	16.3	30.1	17.5
	21-40만원 이하	72	6.9	30.6	12.5	31.9	18.1
	41-60만원 이하	41	4.9	36.6	14.6	26.8	17.1
결혼 여부	61만원 이상	21	0.0	28.6	19.0	28.6	23.8
	예(기혼)	135	3.7	39.3	14.8	28.1	14.1
직업	아니오(미혼)	165	6.1	25.5	15.8	31.5	21.2
	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	자영업	27	3.7	40.7	14.8	22.2	18.5
	판매/서비스직	14	14.3	28.6	28.6	28.6	0.0
	기능/숙련공	6	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0
	일반직업직	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	122	5.7	33.6	14.8	29.5	16.4
	경영/관리직	4	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0
	전문/자유직	22	0.0	31.8	18.2	36.4	13.6
	전업주부	17	17.6	17.6	11.8	23.5	29.4
	학생	67	3.0	22.4	11.9	38.8	23.9
	무직	11	0.0	36.4	18.2	18.2	27.3
학력	기타	5	0.0	40.0	0.0	20.0	40.0
	고졸 이하	58	5.2	22.4	13.8	37.9	20.7
	대학교 졸업	214	5.1	34.1	13.1	29.4	18.2
가구 총소득	대학원 졸업 이상	28	3.6	32.1	35.7	17.9	10.7
	200만원 미만	35	8.6	14.3	25.7	34.3	17.1
	200-299만원	57	5.3	28.1	12.3	35.1	19.3
	300-399만원	57	3.5	35.1	8.8	31.6	21.1
	400-499만원	42	2.4	33.3	9.5	35.7	19.0
	500-599만원	34	5.9	38.2	17.6	23.5	14.7
	600-699만원	21	0.0	42.9	14.3	19.0	23.8
700만원 이상	54	7.4	33.3	22.2	24.1	13.0	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 환자식은 어떻게 구입하십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	병원/보건소 등에서 추천해 준 제품으로 구입	직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입	책이나 기타 다른 자료를 찾아보고 구입	주변 지인에게서 추천을 받아 구입	약국/의료기기 전문점 등에 증상을 설명하고 제품을 추천 받음	구매 장소에서 제품 합량, 기능 등을 비교해보고 구입	기타
전체	300	34.7	26.3	4.0	15.0	13.0	6.3	.7
성별	남성	169	33.7	25.4	5.3	14.2	7.1	0.0
	여성	131	35.9	27.5	2.3	16.0	5.3	1.5
연령	14-19세	19	52.6	10.5	10.5	10.5	0.0	0.0
	20-29세	111	34.2	23.4	1.8	18.9	7.2	0.9
	30-39세	84	27.4	32.1	6.0	11.9	7.1	0.0
	40-49세	51	45.1	27.5	5.9	7.8	5.9	0.0
	50-59세	35	28.6	28.6	0.0	22.9	5.7	2.9
거주 지역	서울/경기/인천	111	34.2	27.9	2.7	18.0	4.5	0.9
	부산/울산/경남	68	38.2	29.4	2.9	10.3	4.4	0.0
	대구/경북	36	47.2	22.2	2.8	5.6	5.6	0.0
	대전/충청	49	26.5	22.4	8.2	14.3	12.2	0.0
	전라/광주	36	27.8	25.0	5.6	25.0	8.3	2.8
동거인 수	1명	32	31.3	18.8	3.1	18.8	9.4	0.0
	2명	58	25.9	41.4	12.1	8.6	5.2	0.0
	3명	72	40.3	25.0	2.8	9.7	9.7	0.0
	4명	109	35.8	24.8	0.0	18.3	5.5	1.8
	5명 이상	29	37.9	13.8	6.9	24.1	0.0	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	35.1	22.7	3.8	17.3	6.5	0.5
	6-10회	76	28.9	35.5	5.3	13.2	5.3	0.0
	11-15회	15	40.0	20.0	6.7	6.7	6.7	0.0
	16-20회	10	10.0	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	35.5	24.7	5.4	16.9	5.4	0.6
	21-40만원 이하	72	30.6	22.2	1.4	13.9	11.1	1.4
	41-60만원 이하	41	39.0	34.1	4.9	9.8	2.4	0.0
	61만원 이상	21	33.3	38.1	0.0	14.3	4.8	0.0
결혼 여부	예(기혼)	135	34.1	29.6	4.4	12.6	4.4	0.7
	아니오(미혼)	165	35.2	23.6	3.6	17.0	7.9	0.6
직업	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	27	33.3	18.5	7.4	22.2	3.7	0.0
	판매/서비스직	14	14.3	42.9	7.1	7.1	0.0	0.0
	기능/숙련공	6	16.7	33.3	16.7	16.7	0.0	0.0
	일반직업직	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	122	35.2	31.1	4.9	10.7	5.7	0.8
	경영/관리직	4	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	전문/자유직	22	40.9	27.3	0.0	22.7	4.5	0.0
	전업주부	17	29.4	29.4	0.0	17.6	11.8	0.0
	학생	67	38.8	14.9	1.5	20.9	9.0	1.5
	무직	11	36.4	36.4	0.0	0.0	18.2	0.0
기타	5	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	58	39.7	17.2	3.4	10.3	6.9	3.4
	대학교 졸업	214	34.1	28.5	3.7	15.9	4.7	0.0
	대학원 졸업 이상	28	28.6	28.6	7.1	17.9	17.9	0.0
가구 총소득	200만원 미만	35	22.9	20.0	5.7	17.1	14.3	0.0
	200-299만원	57	33.3	24.6	7.0	19.3	3.5	0.0
	300-399만원	57	38.6	28.1	5.3	14.0	3.5	1.8
	400-499만원	42	31.0	26.2	0.0	7.1	11.9	2.4
	500-599만원	34	23.5	29.4	5.9	20.6	0.0	0.0
	600-699만원	21	47.6	28.6	0.0	14.3	4.8	0.0
	700만원 이상	54	44.4	27.8	1.9	13.0	7.4	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 구입한 환자식의 섭취 수준은 어떠합니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	식사는 별도로 하고, 환자식 제품은 보조식으로 먹고 있음	환자식 제품으로만 식사를 하고 있음	환자식 제품은 하루 1끼 정도만 먹고 있음	어쩌다 가끔 먹고 있는 수준임	
전체	300	42.3	16.7	17.3	23.7	
성별	남성	169	42.6	17.8	17.2	22.5
	여성	131	42.0	15.3	17.6	25.2
연령	14-19세	19	26.3	10.5	21.1	42.1
	20-29세	111	34.2	15.3	14.4	36.0
	30-39세	84	52.4	16.7	17.9	13.1
	40-49세	51	47.1	19.6	21.6	11.8
	50-59세	35	45.7	20.0	17.1	17.1
거주 지역	서울/경기/인천	111	48.6	15.3	14.4	21.6
	부산/울산/경남	68	38.2	17.6	16.2	27.9
	대구/경북	36	41.7	22.2	16.7	19.4
	대전/충청	49	34.7	16.3	22.4	26.5
	전라/광주	36	41.7	13.9	22.2	22.2
등거인 수	1명	32	31.3	18.8	15.6	34.4
	2명	58	50.0	12.1	15.5	22.4
	3명	72	51.4	22.2	12.5	13.9
	4명	109	35.8	15.6	19.3	29.4
	5명 이상	29	41.4	13.8	27.6	17.2
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	42.2	14.1	17.8	25.9
	6-10회	76	39.5	19.7	17.1	23.7
	11-15회	15	33.3	40.0	20.0	6.7
	16-20회	10	40.0	20.0	20.0	20.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	36.7	18.1	18.1	27.1
	21-40만원 이하	72	40.3	18.1	15.3	26.4
	41-60만원 이하	41	58.5	12.2	17.1	12.2
	61만원 이상	21	61.9	9.5	19.0	9.5
결혼 여부	예(기혼)	135	48.9	19.3	19.3	12.6
	아니오(미혼)	165	37.0	14.5	15.8	32.7
직업	농업/어업/임업	2	0.0	50.0	50.0	0.0
	자영업	27	55.6	11.1	14.8	18.5
	판매/서비스직	14	57.1	7.1	28.6	7.1
	기능/숙련공	6	50.0	0.0	33.3	16.7
	일반직업직	3	66.7	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	122	46.7	18.9	13.9	20.5
	경영/관리직	4	50.0	0.0	50.0	0.0
	전문/자유직	22	36.4	18.2	40.9	4.5
	전업주부	17	47.1	11.8	17.6	23.5
	학생	67	25.4	17.9	11.9	44.8
	무직	11	36.4	18.2	18.2	27.3
기타	5	60.0	20.0	0.0	20.0	
학력	고졸 이하	58	43.1	8.6	10.3	37.9
	대학교 졸업	214	43.5	16.8	18.2	21.5
	대학원 졸업 이상	28	32.1	32.1	25.0	10.7
가구 총소득	200만원 미만	35	42.9	11.4	17.1	28.6
	200-299만원	57	33.3	17.5	19.3	29.8
	300-399만원	57	38.6	17.5	19.3	24.6
	400-499만원	42	40.5	11.9	16.7	31.0
	500-599만원	34	41.2	20.6	29.4	8.8
	600-699만원	21	42.9	19.0	14.3	23.8
	700만원 이상	54	57.4	18.5	7.4	16.7

□ 환자식은 얼마나 드셨습니까? (또는 드시고 계십니까?)

(단위: %)

구분	사례수(명)	한 달 미만	한 달 정도	2~3개월	4~5개월	6개월	6개월 초과	
전체	300	44.0	27.7	15.7	4.7	4.3	3.7	
성별	남성	169	42.6	25.4	16.6	5.9	5.9	3.6
	여성	131	45.8	30.5	14.5	3.1	2.3	3.8
연령	14-19세	19	52.6	26.3	10.5	5.3	5.3	0.0
	20-29세	111	45.0	28.8	16.2	2.7	1.8	5.4
	30-39세	84	40.5	29.8	15.5	6.0	4.8	3.6
	40-49세	51	41.2	25.5	15.7	3.9	9.8	3.9
	50-59세	35	48.6	22.9	17.1	8.6	2.9	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	111	44.1	28.8	15.3	2.7	5.4	3.6
	부산/울산/경남	68	41.2	29.4	17.6	2.9	2.9	5.9
	대구/경북	36	44.4	25.0	19.4	5.6	2.8	2.8
	대전/충청	49	42.9	36.7	12.2	4.1	2.0	2.0
전라/광주	36	50.0	11.1	13.9	13.9	8.3	2.8	
	1명	32	46.9	31.3	12.5	0.0	6.3	3.1
동거인 수	2명	58	44.8	25.9	17.2	6.9	1.7	3.4
	3명	72	43.1	27.8	13.9	4.2	5.6	5.6
	4명	109	44.0	25.7	16.5	6.4	3.7	3.7
	5명 이상	29	41.4	34.5	17.2	0.0	6.9	0.0
	1-5회	185	47.6	27.0	14.6	3.8	3.8	3.2
식료품 구매횟수 /1개월	6-10회	76	40.8	25.0	18.4	5.3	5.3	5.3
	11-15회	15	40.0	33.3	0.0	6.7	13.3	6.7
	16-20회	10	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	45.2	27.7	16.9	3.6	3.0	3.6
	21-40만원 이하	72	51.4	25.0	11.1	2.8	5.6	4.2
	41-60만원 이하	41	29.3	34.1	14.6	9.8	9.8	2.4
	61만원 이상	21	38.1	23.8	23.8	9.5	0.0	4.8
결혼 여부	예(기혼)	135	42.2	28.9	14.8	5.9	5.9	2.2
	아니오(미혼)	165	45.5	26.7	16.4	3.6	3.0	4.8
직업	농업/어업/임업	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	27	37.0	25.9	14.8	7.4	7.4	7.4
	판매/서비스직	14	57.1	28.6	7.1	0.0	7.1	0.0
	기능/숙련공	6	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	사무/기술직	122	46.7	27.9	13.9	3.3	4.1	4.1
	경영/관리직	4	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	전문/자유직	22	36.4	13.6	31.8	9.1	9.1	0.0
	전업주부	17	35.3	41.2	23.5	0.0	0.0	0.0
	학생	67	46.3	31.3	13.4	3.0	3.0	3.0
학력	무직	11	45.5	27.3	9.1	9.1	0.0	9.1
	기타	5	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0
	고졸 이하	58	43.1	25.9	17.2	3.4	5.2	5.2
	대학교 졸업	214	46.3	28.0	13.6	4.2	4.2	3.7
	대학원 졸업 이상	28	28.6	28.6	28.6	10.7	3.6	0.0
	200만원 미만	35	48.6	25.7	17.1	2.9	2.9	2.9
	200-299만원	57	36.8	35.1	12.3	1.8	8.8	5.3
	300-399만원	57	50.9	22.8	15.8	5.3	3.5	1.8
가구 총소득	400-499만원	42	42.9	35.7	11.9	0.0	2.4	7.1
	500-599만원	34	38.2	32.4	23.5	0.0	2.9	2.9
	600-699만원	21	52.4	28.6	14.3	4.8	0.0	0.0
	700만원 이상	54	42.6	16.7	16.7	14.8	5.6	3.7

부록. 소비자 조사 결과

□ 환자식과 함께 먹는 제품이 있다면 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	건강기능식품	홍삼/인삼	녹즙/과즙	발효 과일청/과실청	기타	별도로 먹고 있는 제품 없음	
전체	300	44.7	12.7	8.7	3.0	.7	30.3	
성별	남성	169	47.3	13.0	9.5	2.4	0.6	27.2
	여성	131	41.2	12.2	7.6	3.8	0.8	34.4
연령	14-19세	19	47.4	0.0	5.3	0.0	0.0	47.4
	20-29세	111	38.7	10.8	5.4	4.5	1.8	38.7
	30-39세	84	51.2	10.7	15.5	2.4	0.0	20.2
	40-49세	51	51.0	15.7	5.9	2.0	0.0	25.5
	50-59세	35	37.1	25.7	8.6	2.9	0.0	25.7
거주 지역	서울/경기/인천	111	47.7	11.7	9.9	3.6	0.0	27.0
	부산/울산/경남	68	60.3	7.4	5.9	1.5	0.0	25.0
	대구/경북	36	47.2	8.3	11.1	0.0	2.8	30.6
	대전/충청	49	28.6	22.4	4.1	6.1	2.0	36.7
	전라/광주	36	25.0	16.7	13.9	2.8	0.0	41.7
등거인 수	1명	32	43.8	6.3	12.5	0.0	0.0	37.5
	2명	58	50.0	12.1	8.6	3.4	0.0	25.9
	3명	72	52.8	9.7	9.7	4.2	1.4	22.2
	4명	109	36.7	17.4	8.3	1.8	0.9	34.9
	5명 이상	29	44.8	10.3	3.4	6.9	0.0	34.5
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	44.9	10.3	8.6	2.7	0.5	33.0
	6-10회	76	40.8	17.1	10.5	3.9	1.3	26.3
	11-15회	15	60.0	26.7	13.3	0.0	0.0	0.0
	16-20회	10	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	70.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	47.0	7.2	9.0	2.4	1.2	33.1
	21-40만원 이하	72	43.1	20.8	6.9	1.4	0.0	27.8
	41-60만원 이하	41	41.5	14.6	12.2	7.3	0.0	24.4
	61만원 이상	21	38.1	23.8	4.8	4.8	0.0	28.6
결혼 여부	예(기혼)	135	48.1	16.3	9.6	2.2	0.0	23.7
	아니오(미혼)	165	41.8	9.7	7.9	3.6	1.2	35.8
직업	농업/어업/임업	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	자영업	27	55.6	11.1	3.7	3.7	0.0	25.9
	판매/서비스직	14	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3
	기능/숙련공	6	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7
	일반직업직	3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
	사무/기술직	122	46.7	13.9	9.8	2.5	0.8	26.2
	경영/관리직	4	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	전문/자유직	22	54.5	13.6	4.5	0.0	0.0	27.3
	전업주부	17	58.8	17.6	5.9	0.0	0.0	17.6
	학생	67	31.3	7.5	9.0	3.0	1.5	47.8
	무직	11	45.5	9.1	9.1	0.0	0.0	36.4
기타	5	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	
학력	고졸 이하	58	41.4	13.8	5.2	1.7	0.0	37.9
	대학교 졸업	214	43.9	13.1	9.3	3.7	0.9	29.0
	대학원 졸업 이상	28	57.1	7.1	10.7	0.0	0.0	25.0
가구 총소득	200만원 미만	35	42.9	5.7	8.6	2.9	0.0	40.0
	200-299만원	57	50.9	7.0	7.0	1.8	1.8	31.6
	300-399만원	57	45.6	14.0	3.5	5.3	0.0	31.6
	400-499만원	42	26.2	19.0	14.3	7.1	0.0	33.3
	500-599만원	34	61.8	2.9	14.7	0.0	0.0	20.6
	600-699만원	21	33.3	23.8	14.3	0.0	4.8	23.8
700만원 이상	54	46.3	18.5	5.6	1.9	0.0	27.8	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 제품으로 나온 환자식 말고, 환자식단을 별도로 주문(배달 또는 직접 구매)하여 구입해 본 적이 있으십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	예	아니오	
전체	300	35.0	65.0	
성별	남성	40.2	59.8	
	여성	28.2	71.8	
연령	14-19세	31.6	68.4	
	20-29세	26.1	73.9	
	30-39세	36.9	63.1	
	40-49세	47.1	52.9	
	50-59세	35	42.9	57.1
거주 지역	서울/경기/인천	111	38.7	61.3
	부산/울산/경남	68	38.2	61.8
	대구/경북	36	30.6	69.4
	대전/충청	49	30.6	69.4
등거인 수	전라/광주	36	27.8	72.2
	1명	32	21.9	78.1
	2명	58	36.2	63.8
	3명	72	38.9	61.1
식료품 구매횟수 /1개월	4명	109	34.9	65.1
	5명 이상	29	37.9	62.1
	1-5회	185	33.5	66.5
	6-10회	76	30.3	69.7
	11-15회	15	66.7	33.3
장보기금액 /한달	16-20회	10	30.0	70.0
	21-25회	2	100.0	0.0
	0-20만원 이하	166	31.9	68.1
	21-40만원 이하	72	33.3	66.7
결혼 여부	41-60만원 이하	41	48.8	51.2
	61만원 이상	21	38.1	61.9
	예(기혼)	135	42.2	57.8
직업	아니오(미혼)	165	29.1	70.9
	농업/어업/임업	2	50.0	50.0
	자영업	27	40.7	59.3
	판매/서비스직	14	28.6	71.4
	기능/숙련공	6	66.7	33.3
	일반작업직	3	33.3	66.7
	사무/기술직	122	38.5	61.5
	경영/관리직	4	50.0	50.0
	전문/자유직	22	36.4	63.6
	전업주부	17	35.3	64.7
	학생	67	17.9	82.1
	무직	11	54.5	45.5
	기타	5	60.0	40.0
학력	고졸 이하	58	25.9	74.1
	대학교 졸업	214	36.4	63.6
	대학원 졸업 이상	28	42.9	57.1
가구 총소득	200만원 미만	35	31.4	68.6
	200-299만원	57	29.8	70.2
	300-399만원	57	33.3	66.7
	400-499만원	42	26.2	73.8
	500-599만원	34	41.2	58.8
	600-699만원	21	33.3	66.7
700만원 이상	54	48.1	51.9	

부록. 소비자 조사 결과

□ 어떤 환자식단을 구입하여 드셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	저염식단	당뇨식단	암식단	면역관리식단	고혈압식단	신부전식단	기타	
전체	105	57.1	10.5	6.7	16.2	7.6	1.0	1.0	
성별	남성	68	58.8	11.8	8.8	11.8	8.8	0.0	0.0
	여성	37	54.1	8.1	2.7	24.3	5.4	2.7	2.7
연령	14-19세	6	33.3	0.0	0.0	50.0	16.7	0.0	0.0
	20-29세	29	65.5	6.9	0.0	17.2	10.3	0.0	0.0
	30-39세	31	51.6	9.7	12.9	12.9	6.5	3.2	3.2
	40-49세	24	58.3	20.8	12.5	8.3	0.0	0.0	0.0
	50-59세	15	60.0	6.7	0.0	20.0	13.3	0.0	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	43	53.5	11.6	11.6	7.0	14.0	2.3	0.0
	부산/울산/경남	26	69.2	7.7	3.8	15.4	3.8	0.0	0.0
	대구/경북	11	81.8	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
	대전/충청 전라/광주	15 10	26.7 60.0	20.0 0.0	6.7 0.0	33.3 40.0	6.7 0.0	0.0 0.0	6.7 0.0
동거인 수	1명	7	57.1	0.0	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0
	2명	21	61.9	4.8	9.5	19.0	4.8	0.0	0.0
	3명	28	42.9	14.3	7.1	17.9	14.3	0.0	3.6
	4명	38	65.8	15.8	0.0	10.5	7.9	0.0	0.0
	5명 이상	11	54.5	0.0	18.2	18.2	0.0	9.1	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	62	61.3	9.7	3.2	19.4	4.8	0.0	1.6
	6-10회	23	39.1	21.7	0.0	21.7	13.0	4.3	0.0
	11-15회	10	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	53	54.7	11.3	5.7	18.9	9.4	0.0	0.0
	21-40만원 이하	24	70.8	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	4.2
	41-60만원 이하	20	50.0	5.0	10.0	25.0	10.0	0.0	0.0
	61만원 이상	8	50.0	25.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0
결혼 여부	예(기혼)	57	54.4	14.0	5.3	15.8	8.8	0.0	1.8
	아니오(미혼)	48	60.4	6.3	8.3	16.7	6.3	2.1	0.0
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	11	54.5	9.1	9.1	9.1	9.1	9.1	0.0
	판매/서비스직	4	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	4	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	47	53.2	12.8	6.4	17.0	8.5	0.0	2.1
	경영/관리직	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	8	37.5	12.5	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0
	전업주부	6	50.0	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	학생	12	66.7	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
학력	무직	6	66.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	기타	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고졸 이하	15	66.7	6.7	0.0	20.0	0.0	0.0	6.7
	대학교 졸업	78	59.0	7.7	7.7	15.4	10.3	0.0	0.0
	대학원 졸업 이상	12	33.3	33.3	8.3	16.7	0.0	8.3	0.0
	200만원 미만	11	54.5	9.1	9.1	18.2	9.1	0.0	0.0
	200-299만원	17	82.4	0.0	5.9	11.8	0.0	0.0	0.0
	300-399만원	19	63.2	5.3	5.3	26.3	0.0	0.0	0.0
가구 총소득	400-499만원	11	63.6	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1
	500-599만원	14	42.9	21.4	0.0	21.4	14.3	0.0	0.0
	600-699만원	7	57.1	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	700만원 이상	26	42.3	11.5	11.5	15.4	15.4	3.8	0.0



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 환자식단을 별도로 주문(배달 또는 직접 구매)하여 드시는 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	몸에 좋은 식단이 무엇인지 몰라서	식단을 만드는게 귀찮아서	체계적이고 완벽한 관리를 하기 위해서	직접 식단을 만드는 것 보다 가격이 저렴해서	기타	
전체	105	23.8	21.0	44.8	9.5	1.0	
성별	남성	68	20.6	22.1	44.1	11.8	1.5
	여성	37	29.7	18.9	45.9	5.4	0.0
연령	14-19세	6	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0
	20-29세	29	24.1	17.2	41.4	13.8	3.4
	30-39세	31	25.8	16.1	54.8	3.2	0.0
	40-49세	24	16.7	29.2	33.3	20.8	0.0
	50-59세	15	26.7	26.7	46.7	0.0	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	43	25.6	20.9	44.2	9.3	0.0
	부산/울산/경남	26	38.5	19.2	34.6	3.8	3.8
	대구/경북	11	18.2	27.3	36.4	18.2	0.0
	대전/충청	15	0.0	20.0	66.7	13.3	0.0
	전라/광주	10	20.0	20.0	50.0	10.0	0.0
등거인 수	1명	7	42.9	42.9	14.3	0.0	0.0
	2명	21	19.0	28.6	38.1	14.3	0.0
	3명	28	25.0	7.1	57.1	7.1	3.6
	4명	38	21.1	21.1	50.0	7.9	0.0
	5명 이상	11	27.3	27.3	27.3	18.2	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	62	19.4	25.8	46.8	6.5	1.6
	6-10회	23	39.1	26.1	30.4	4.3	0.0
	11-15회	10	10.0	0.0	70.0	20.0	0.0
	16-20회	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	53	26.4	20.8	41.5	9.4	1.9
	21-40만원 이하	24	16.7	20.8	45.8	16.7	0.0
	41-60만원 이하	20	15.0	30.0	50.0	5.0	0.0
	61만원 이상	8	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	57	19.3	24.6	43.9	12.3	0.0
	아니오(미혼)	48	29.2	16.7	45.8	6.3	2.1
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	11	27.3	54.5	18.2	0.0	0.0
	판매/서비스직	4	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	4	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	일반직업직	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	사무/기술직	47	19.1	21.3	46.8	10.6	2.1
	경영/관리직	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	전문/자유직	8	12.5	37.5	37.5	12.5	0.0
	전업주부	6	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	학생	12	33.3	8.3	58.3	0.0	0.0
	무직	6	16.7	0.0	33.3	50.0	0.0
	기타	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0
학력	고졸 이하	15	40.0	6.7	53.3	0.0	0.0
	대학교 졸업	78	20.5	20.5	46.2	11.5	1.3
	대학원 졸업 이상	12	25.0	41.7	25.0	8.3	0.0
가구 총소득	200만원 미만	11	27.3	0.0	63.6	9.1	0.0
	200-299만원	17	23.5	23.5	41.2	5.9	5.9
	300-399만원	19	10.5	26.3	52.6	10.5	0.0
	400-499만원	11	9.1	0.0	90.9	0.0	0.0
	500-599만원	14	42.9	28.6	14.3	14.3	0.0
	600-699만원	7	14.3	28.6	42.9	14.3	0.0
	700만원 이상	26	30.8	26.9	30.8	11.5	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 환자식은 어디에서 구입하고 계십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	약국	의료기기 전문점	제조사 및 약국의 온라인 쇼핑몰	일반 온라인 쇼핑몰	홈쇼핑	기타	
전체	300	29.7	5.7	31.3	28.0	3.7	1.7	
성별	남성	169	29.0	7.1	32.0	26.0	4.7	1.2
	여성	131	30.5	3.8	30.5	30.5	2.3	2.3
연령	14-19세	19	42.1	5.3	31.6	21.1	0.0	0.0
	20-29세	111	33.3	3.6	27.9	28.8	3.6	2.7
	30-39세	84	27.4	7.1	29.8	29.8	6.0	0.0
	40-49세	51	23.5	5.9	39.2	25.5	3.9	2.0
	50-59세	35	25.7	8.6	34.3	28.6	0.0	2.9
거주 지역	서울/경기/인천	111	27.0	6.3	35.1	26.1	2.7	2.7
	부산/울산/경남	68	33.8	4.4	29.4	27.9	2.9	1.5
	대구/경북	36	41.7	2.8	16.7	30.6	8.3	0.0
	대전/충청	49	24.5	10.2	26.5	32.7	6.1	0.0
	전라/광주	36	25.0	2.8	44.4	25.0	0.0	2.8
등거인 수	1명	32	37.5	0.0	28.1	28.1	6.3	0.0
	2명	58	20.7	5.2	36.2	32.8	3.4	1.7
	3명	72	27.8	5.6	30.6	31.9	2.8	1.4
	4명	109	31.2	7.3	31.2	23.9	3.7	2.8
	5명 이상	29	37.9	6.9	27.6	24.1	3.4	0.0
식품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	31.9	5.4	28.1	29.2	3.8	1.6
	6-10회	76	28.9	6.6	35.5	26.3	2.6	0.0
	11-15회	15	6.7	13.3	53.3	20.0	6.7	0.0
	16-20회	10	30.0	0.0	20.0	40.0	10.0	0.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	27.7	4.8	31.3	30.7	3.0	2.4
	21-40만원 이하	72	31.9	8.3	30.6	22.2	5.6	1.4
	41-60만원 이하	41	29.3	2.4	36.6	29.3	2.4	0.0
	61만원 이상	21	38.1	9.5	23.8	23.8	4.8	0.0
결혼 여부	예(기혼)	135	25.9	7.4	36.3	25.2	4.4	0.7
	아니오(미혼)	165	32.7	4.2	27.3	30.3	3.0	2.4
직업	농업/어업/임업	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	27	33.3	11.1	25.9	29.6	0.0	0.0
	판매/서비스직	14	35.7	7.1	42.9	14.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	6	16.7	0.0	33.3	33.3	16.7	0.0
	일반직업직	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	122	27.9	6.6	32.0	27.0	3.3	3.3
	경영/관리직	4	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	전문/자유직	22	22.7	0.0	31.8	40.9	4.5	0.0
	전업주부	17	29.4	0.0	41.2	29.4	0.0	0.0
	학생	67	38.8	3.0	28.4	23.9	4.5	1.5
	무직	11	0.0	18.2	18.2	45.5	18.2	0.0
기타	5	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	58	34.5	3.4	34.5	19.0	5.2	3.4
	대학교 졸업	214	29.9	5.6	29.4	30.8	3.3	0.9
	대학원 졸업 이상	28	17.9	10.7	39.3	25.0	3.6	3.6
가구 총소득	200만원 미만	35	37.1	8.6	17.1	28.6	5.7	2.9
	200-299만원	57	29.8	5.3	29.8	29.8	3.5	1.8
	300-399만원	57	22.8	1.8	35.1	31.6	7.0	1.8
	400-499만원	42	31.0	9.5	28.6	26.2	0.0	4.8
	500-599만원	34	20.6	2.9	52.9	20.6	2.9	0.0
	600-699만원	21	28.6	9.5	19.0	38.1	4.8	0.0
	700만원 이상	54	37.0	5.6	31.5	24.1	1.9	0.0



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 제품을 구입하실 때 고려하는 요인은 무엇입니까? 우선적으로 고려하는 2가지만 선택하여 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	주요 영양소 함량	제품 형태(액상, 분말 등)	맛	주원료 함량	브랜드	가격	용량	유통기한	기타	
전체	591	68.3	21.7	36.3	32.0	11.7	22.3	1.7	2.3	0.7	
성별	남성	333	72.2	20.1	35.5	32.0	11.8	20.1	3.0	2.4	0.0
	여성	258	63.4	23.7	37.4	32.1	11.5	25.2	0.0	2.3	1.5
연령	14-19세	37	68.4	15.8	57.9	21.1	5.3	21.1	5.3	0.0	0.0
	20-29세	219	64.0	22.5	37.8	27.9	13.5	27.0	1.8	1.8	0.9
	30-39세	167	69.0	28.6	31.0	29.8	14.3	21.4	0.0	4.8	0.0
	40-49세	101	72.5	17.6	39.2	39.2	7.8	13.7	3.9	2.0	2.0
	50-59세	67	74.3	11.4	28.6	45.7	8.6	22.9	0.0	0.0	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	218	71.2	14.4	42.3	29.7	10.8	22.5	1.8	3.6	0.0
	부산/울산/경남	136	70.6	20.6	38.2	36.8	13.2	19.1	0.0	1.5	0.0
	대구/경북	70	75.0	30.6	33.3	27.8	5.6	19.4	0.0	2.8	0.0
	대전/충청	96	61.2	28.6	30.6	26.5	12.2	30.6	4.1	0.0	2.0
	전라/광주	71	58.3	27.8	25.0	41.7	16.7	19.4	2.8	2.8	2.8
동거인 수	1명	62	62.5	15.6	37.5	28.1	12.5	28.1	6.3	3.1	0.0
	2명	114	60.3	29.3	34.5	32.8	15.5	15.5	3.4	3.4	1.7
	3명	143	73.6	20.8	37.5	30.6	15.3	18.1	0.0	2.8	0.0
	4명	214	70.6	19.3	34.9	34.9	8.3	25.7	0.9	0.9	0.9
	5명 이상	58	69.0	24.1	41.4	27.6	6.9	27.6	0.0	3.4	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	362	68.6	21.6	33.5	30.8	11.4	23.8	2.2	2.7	1.1
	6-10회	152	69.7	22.4	40.8	28.9	13.2	21.1	1.3	2.6	0.0
	11-15회	29	73.3	13.3	40.0	40.0	6.7	20.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	20	50.0	30.0	40.0	60.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	4	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	325	68.1	22.9	36.1	31.9	9.6	22.3	1.2	2.4	1.2
	21-40만원 이하	142	75.0	25.0	29.2	30.6	8.3	22.2	4.2	2.8	0.0
	41-60만원 이하	82	61.0	17.1	43.9	34.1	22.0	22.0	0.0	0.0	0.0
	61만원 이상	42	61.9	9.5	47.6	33.3	19.0	23.8	0.0	4.8	0.0
결혼 여부	예(기혼)	266	72.6	17.0	32.6	40.0	11.9	18.5	1.5	2.2	0.7
	아니오(미혼)	325	64.8	25.5	39.4	25.5	11.5	25.5	1.8	2.4	0.6
직업	농업/어업/임업	3	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	52	63.0	22.2	40.7	33.3	14.8	18.5	0.0	0.0	0.0
	판매/서비스직	26	57.1	28.6	28.6	35.7	7.1	14.3	7.1	7.1	0.0
	기능/숙련공	12	83.3	16.7	50.0	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	6	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	242	70.5	21.3	38.5	32.8	10.7	20.5	0.0	4.1	0.0
	경영/관리직	8	75.0	0.0	25.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	44	68.2	22.7	22.7	40.9	13.6	22.7	4.5	4.5	0.0
	전업주부	34	76.5	0.0	52.9	35.3	11.8	17.6	0.0	0.0	5.9
	학생	133	65.7	26.9	35.8	22.4	14.9	31.3	1.5	0.0	0.0
	무직	22	63.6	18.2	27.3	45.5	9.1	9.1	18.2	0.0	9.1
	기타	9	60.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	학력	고졸 이하	116	63.8	19.0	48.3	25.9	12.1	25.9	3.4	0.0
대학교 졸업		420	69.2	22.9	33.2	34.6	12.1	21.5	0.9	1.9	0.0
대학원 졸업 이상		55	71.4	17.9	35.7	25.0	7.1	21.4	3.6	10.7	3.6
가구 총소득	200만원 미만	68	68.6	22.9	45.7	22.9	8.6	17.1	2.9	2.9	2.9
	200-299만원	111	59.6	19.3	28.1	33.3	15.8	35.1	1.8	1.8	0.0
	300-399만원	112	64.9	19.3	38.6	29.8	10.5	29.8	1.8	0.0	1.8
	400-499만원	84	69.0	31.0	35.7	26.2	14.3	16.7	2.4	4.8	0.0
	500-599만원	67	73.5	23.5	35.3	38.2	11.8	14.7	0.0	0.0	0.0
	600-699만원	42	61.9	19.0	42.9	42.9	9.5	23.8	0.0	0.0	0.0
	700만원 이상	107	79.6	18.5	35.2	35.2	9.3	13.0	1.9	5.6	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 제품을 구입하실 때 브랜드는 어느 정도 관여가 됩니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	식품제조업체 제품인지 제약회사 제품인지 따져보고 구입함	식품제조업체든, 제약회사 제품이든 상관없이 인지도 높은 브랜드를 무조건 선호함	브랜드에 상관없이 효능을 우선하여 제품을 선택함	
전체	300	49.0	25.7	25.3	
성별	남성	169	47.3	29.0	23.7
	여성	131	51.1	21.4	27.5
연령	14-19세	19	31.6	26.3	42.1
	20-29세	111	36.9	29.7	33.3
	30-39세	84	61.9	22.6	15.5
	40-49세	51	58.8	21.6	19.6
	50-59세	35	51.4	25.7	22.9
거주 지역	서울/경기/인천	111	51.4	28.8	19.8
	부산/울산/경남	68	48.5	19.1	32.4
	대구/경북	36	52.8	13.9	33.3
	대전/충청	49	44.9	36.7	18.4
	전라/광주	36	44.4	25.0	30.6
등거인 수	1명	32	50.0	25.0	25.0
	2명	58	50.0	25.9	24.1
	3명	72	58.3	19.4	22.2
	4명	109	45.9	30.3	23.9
	5명 이상	29	34.5	24.1	41.4
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	49.2	24.3	26.5
	6-10회	76	48.7	27.6	23.7
	11-15회	15	40.0	26.7	33.3
	16-20회	10	60.0	20.0	20.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	45.2	26.5	28.3
	21-40만원 이하	72	47.2	27.8	25.0
	41-60만원 이하	41	65.9	17.1	17.1
	61만원 이상	21	52.4	28.6	19.0
결혼 여부	예(기혼)	135	58.5	24.4	17.0
	아니오(미혼)	165	41.2	26.7	32.1
직업	농업/어업/임업	2	0.0	0.0	100.0
	자영업	27	40.7	25.9	33.3
	판매/서비스직	14	42.9	50.0	7.1
	기능/숙련공	6	33.3	50.0	16.7
	일반직업직	3	33.3	33.3	33.3
	사무/기술직	122	53.3	28.7	18.0
	경영/관리직	4	75.0	0.0	25.0
	전문/자유직	22	68.2	18.2	13.6
	전업주부	17	70.6	5.9	23.5
	학생	67	35.8	23.9	40.3
	무직	11	45.5	18.2	36.4
기타	5	60.0	20.0	20.0	
학력	고졸 이하	58	51.7	20.7	27.6
	대학교 졸업	214	48.1	26.2	25.7
	대학원 졸업 이상	28	50.0	32.1	17.9
가구 총소득	200만원 미만	35	40.0	22.9	37.1
	200-299만원	57	49.1	24.6	26.3
	300-399만원	57	47.4	26.3	26.3
	400-499만원	42	47.6	33.3	19.0
	500-599만원	34	52.9	20.6	26.5
	600-699만원	21	52.4	23.8	23.8
	700만원 이상	54	53.7	25.9	20.4



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 평소 환자식을 이용하면서 느꼈던 개선사항은 무엇입니까? 최대 2가지까지 선택 가능합니다.

(단위: %)

구분	사례수(명)	환자식도 의료 보험을 적용하여 구매할 수 있도록 개선	인위적인 향(맛) 개선	기존 제품 외에 질병 범위를 확대한 제품 출시	구입이 용이하도록 대형마트, 편의점 등으로 판매 채널 확대	환자식에 대한 정보 채널 확대	마시거나 타 먹는 제품 외에 다른 형태의 제품 필요	30개 미만 포장 제품 확대(10개, 15개 등 포장 제품)	오프라인 판매장에서 도 배달 서비스 실시	기타	
전체	527	50.3	27.0	16.3	39.3	20.0	9.3	10.0	3.0	0.3	
성별	남성	294	50.9	24.9	18.9	39.1	20.1	6.5	11.2	2.4	0.0
	여성	233	49.6	29.8	13.0	39.7	19.8	13.0	8.4	3.8	0.8
연령	14-19세	32	26.3	36.8	21.1	47.4	5.3	15.8	5.3	10.5	0.0
	20-29세	195	40.5	35.1	13.5	37.8	24.3	9.0	12.6	1.8	0.9
	30-39세	152	57.1	26.2	15.5	39.3	23.8	10.7	7.1	1.2	0.0
	40-49세	84	60.8	17.6	21.6	35.3	9.8	5.9	5.9	7.8	0.0
	50-59세	64	62.9	11.4	17.1	45.7	20.0	8.6	17.1	0.0	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	193	45.9	31.5	17.1	43.2	16.2	9.0	8.1	2.7	0.0
	부산/울산/경남	122	54.4	33.8	13.2	35.3	25.0	5.9	7.4	4.4	0.0
	대구/경북	62	63.9	13.9	8.3	47.2	16.7	8.3	11.1	0.0	2.8
	대전/충청	86	46.9	24.5	18.4	34.7	22.4	12.2	16.3	0.0	0.0
동거인 수	전라/광주	64	47.2	16.7	25.0	33.3	22.2	13.9	11.1	8.3	0.0
	1명	56	40.6	28.1	6.3	46.9	21.9	12.5	15.6	3.1	0.0
	2명	96	46.6	19.0	20.7	31.0	24.1	12.1	6.9	5.2	0.0
	3명	126	62.5	23.6	20.8	37.5	12.5	5.6	9.7	1.4	1.4
	4명	196	49.5	30.3	10.1	44.0	20.2	11.0	11.9	2.8	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	53	41.4	37.9	31.0	34.5	27.6	3.4	3.4	3.4	0.0
	1-5회	316	54.6	22.2	15.1	37.8	20.0	8.1	10.8	2.2	0.0
	6-10회	142	42.1	40.8	13.2	43.4	21.1	11.8	9.2	3.9	1.3
	11-15회	26	53.3	13.3	26.7	46.7	13.3	20.0	0.0	0.0	0.0
	16-20회	19	40.0	40.0	20.0	20.0	30.0	10.0	30.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	21-25회	3	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	286	45.8	26.5	17.5	34.9	22.9	9.6	12.0	2.4	0.6
	21-40만원 이하	128	55.6	29.2	13.9	50.0	12.5	4.2	11.1	1.4	0.0
	41-60만원 이하	76	61.0	22.0	14.6	36.6	22.0	17.1	4.9	7.3	0.0
결혼 여부	61만원 이상	37	47.6	33.3	19.0	42.9	19.0	9.5	0.0	4.8	0.0
	예(기혼)	241	60.7	17.8	17.8	41.5	19.3	8.9	9.6	3.0	0.0
	아니오(미혼)	286	41.8	34.5	15.2	37.6	20.6	9.7	10.3	3.0	0.6
직업	농업/어업/임업	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	자영업	46	59.3	14.8	18.5	40.7	14.8	7.4	14.8	0.0	0.0
	판매/서비스직	22	28.6	14.3	7.1	71.4	21.4	14.3	0.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	11	50.0	33.3	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	일반직업직	4	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	217	51.6	28.7	15.6	36.9	21.3	9.0	10.7	3.3	0.8
	경영/관리직	8	100.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	전문/자유직	38	59.1	27.3	9.1	40.9	9.1	22.7	4.5	0.0	0.0
	전업주부	31	64.7	5.9	23.5	41.2	23.5	11.8	11.8	0.0	0.0
	학생	117	37.3	43.3	14.9	34.3	19.4	9.0	11.9	4.5	0.0
	무직	20	54.5	0.0	27.3	45.5	45.5	0.0	0.0	9.1	0.0
기타	10	80.0	20.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	104	48.3	34.5	20.7	31.0	12.1	10.3	19.0	3.4	0.0
	대학교 졸업	375	51.4	25.2	13.6	41.6	22.4	10.3	7.0	3.3	0.5
	대학원 졸업 이상	48	46.4	25.0	28.6	39.3	17.9	0.0	14.3	0.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	59	42.9	25.7	22.9	42.9	11.4	11.4	8.6	2.9	0.0
	200-299만원	102	50.9	28.1	12.3	47.4	22.8	5.3	12.3	0.0	0.0
	300-399만원	98	49.1	26.3	19.3	42.1	15.8	8.8	5.3	5.3	0.0
	400-499만원	74	42.9	26.2	19.0	33.3	23.8	9.5	16.7	4.8	0.0
	500-599만원	63	67.6	17.6	20.6	32.4	23.5	5.9	14.7	2.9	0.0
	600-699만원	38	47.6	33.3	14.3	33.3	28.6	14.3	4.8	0.0	4.8
	700만원 이상	93	51.9	31.5	9.3	37.0	18.5	13.0	7.4	3.7	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 귀하께서는 수입 브랜드 제품을 구입해 본 경험이 있으십니까?

(단위: %)

구 분		사례수(명)	예	아니오
전체		300	44.0	56.0
성별	남성	169	44.4	55.6
	여성	131	43.5	56.5
연령	14-19세	19	47.4	52.6
	20-29세	111	42.3	57.7
	30-39세	84	50.0	50.0
	40-49세	51	41.2	58.8
	50-59세	35	37.1	62.9
거주 지역	서울/경기/인천	111	47.7	52.3
	부산/울산/경남	68	47.1	52.9
	대구/경북	36	30.6	69.4
	대전/충청	49	40.8	59.2
	전라/광주	36	44.4	55.6
동거인 수	1명	32	37.5	62.5
	2명	58	51.7	48.3
	3명	72	47.2	52.8
	4명	109	43.1	56.9
	5명 이상	29	31.0	69.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	185	38.9	61.1
	6-10회	76	53.9	46.1
	11-15회	15	66.7	33.3
	16-20회	10	30.0	70.0
	21-25회	2	100.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	166	42.8	57.2
	21-40만원 이하	72	43.1	56.9
	41-60만원 이하	41	48.8	51.2
	61만원 이상	21	47.6	52.4
결혼 여부	예(기혼)	135	43.0	57.0
	아니오(미혼)	165	44.8	55.2
직업	농업/어업/임업	2	50.0	50.0
	자영업	27	33.3	66.7
	판매/서비스직	14	14.3	85.7
	기능/숙련공	6	33.3	66.7
	일반작업직	3	33.3	66.7
	사무/기술직	122	49.2	50.8
	경영/관리직	4	75.0	25.0
	전문/자유직	22	54.5	45.5
	전업주부	17	41.2	58.8
	학생	67	41.8	58.2
	무직	11	36.4	63.6
학력	고졸 이하	58	37.9	62.1
	대학교 졸업	214	45.8	54.2
	대학원 졸업 이상	28	42.9	57.1
가구 총소득	200만원 미만	35	28.6	71.4
	200-299만원	57	38.6	61.4
	300-399만원	57	35.1	64.9
	400-499만원	42	33.3	66.7
	500-599만원	34	55.9	44.1
	600-699만원	21	52.4	47.6
	700만원 이상	54	66.7	33.3



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 수입 브랜드 제품은 다음 중 어떤 질병 때문에 구입하셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	당뇨	고혈압	암	신장 질환	갑상선 질환	장 질환	삼킴장애	면역 등 건강관리	기타	
전체	132	14.4	7.6	7.6	1.5	9.1	16.7	5.3	37.1	.8	
성별	남성	75	17.3	8.0	8.0	2.7	12.0	13.3	4.0	33.3	1.3
	여성	57	10.5	7.0	7.0	0.0	5.3	21.1	7.0	42.1	0.0
연령	14-19세	9	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	66.7	0.0
	20-29세	47	4.3	6.4	8.5	0.0	4.3	19.1	4.3	51.1	2.1
	30-39세	42	21.4	7.1	7.1	4.8	11.9	16.7	7.1	23.8	0.0
	40-49세	21	28.6	14.3	14.3	0.0	9.5	19.0	4.8	9.5	0.0
	50-59세	13	15.4	7.7	0.0	0.0	15.4	7.7	0.0	53.8	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	53	13.2	9.4	15.1	1.9	15.1	11.3	7.5	26.4	0.0
	부산/울산/경남	32	18.8	3.1	0.0	0.0	9.4	21.9	9.4	34.4	3.1
	대구/경북	11	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1	27.3	0.0	36.4	0.0
	대전/충청	20	20.0	10.0	5.0	5.0	0.0	10.0	0.0	50.0	0.0
	전라/광주	16	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	25.0	0.0	62.5	0.0
동거인 수	1명	12	16.7	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	8.3	41.7	0.0
	2명	30	10.0	3.3	10.0	3.3	10.0	20.0	10.0	33.3	0.0
	3명	34	20.6	8.8	8.8	2.9	5.9	17.6	8.8	23.5	2.9
	4명	47	14.9	8.5	6.4	0.0	4.3	19.1	0.0	46.8	0.0
	5명 이상	9	0.0	0.0	11.1	0.0	33.3	11.1	0.0	44.4	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	72	18.1	6.9	4.2	1.4	9.7	15.3	5.6	37.5	1.4
	6-10회	41	7.3	12.2	7.3	0.0	4.9	24.4	2.4	41.5	0.0
	11-15회	10	0.0	0.0	30.0	0.0	30.0	10.0	20.0	10.0	0.0
	16-20회	3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	71	9.9	9.9	9.9	1.4	8.5	16.9	4.2	38.0	1.4
	21-40만원 이하	31	16.1	0.0	3.2	0.0	12.9	22.6	6.5	38.7	0.0
	41-60만원 이하	20	20.0	10.0	5.0	0.0	5.0	10.0	10.0	40.0	0.0
	61만원 이상	10	30.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	58	19.0	12.1	12.1	3.4	10.3	15.5	1.7	25.9	0.0
	아니오(미혼)	74	10.8	4.1	4.1	0.0	8.1	17.6	8.1	45.9	1.4
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	자영업	9	11.1	11.1	11.1	0.0	22.2	11.1	0.0	33.3	0.0
	판매/서비스직	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	일반직업직	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	60	18.3	5.0	11.7	3.3	10.0	18.3	1.7	30.0	1.7
	경영/관리직	3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	12	16.7	25.0	0.0	0.0	8.3	16.7	16.7	16.7	0.0
	전업주부	7	42.9	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0
	학생	28	3.6	3.6	3.6	0.0	3.6	17.9	10.7	57.1	0.0
무직	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	
기타	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	
학력	고졸 이하	22	22.7	0.0	4.5	0.0	4.5	13.6	0.0	54.5	0.0
	대학교 졸업	98	13.3	8.2	7.1	0.0	9.2	18.4	7.1	35.7	1.0
	대학원 졸업 이상	12	8.3	16.7	16.7	16.7	16.7	8.3	0.0	16.7	0.0
가구 총소득	200만원 미만	10	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	60.0	0.0
	200-299만원	22	13.6	4.5	9.1	0.0	9.1	22.7	9.1	27.3	4.5
	300-399만원	20	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0	40.0	0.0
	400-499만원	14	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0	35.7	7.1	28.6	0.0
	500-599만원	19	15.8	15.8	5.3	0.0	15.8	10.5	5.3	31.6	0.0
	600-699만원	11	36.4	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	45.5	0.0
	700만원 이상	36	8.3	13.9	2.8	5.6	11.1	11.1	8.3	38.9	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 수입 브랜드 제품을 구입하시는 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	제품 효능이 우수해서	먹기에 맛이 좋아서	1회분씩 먹기 편한 포장 형태가 맘에 들어서	국내 제품과 가격 차이가 거의 없어서	나에게 필요한 효능을 가진 제품이 국내 브랜드에는 없어서	기타
전체	132	40.9	15.9	15.9	19.7	4.5	3.0
성별	남성	75	42.7	17.3	16.0	6.7	1.3
	여성	57	38.6	14.0	15.8	24.6	5.3
연령	14-19세	9	22.2	22.2	11.1	33.3	11.1
	20-29세	47	42.6	10.6	14.9	21.3	4.3
	30-39세	42	35.7	26.2	16.7	16.7	2.4
	40-49세	21	52.4	14.3	14.3	14.3	4.8
	50-59세	13	46.2	0.0	23.1	23.1	7.7
거주 지역	서울/경기/인천	53	35.8	26.4	17.0	13.2	3.8
	부산/울산/경남	32	43.8	12.5	9.4	31.3	3.1
	대구/경북	11	45.5	0.0	9.1	9.1	18.2
	대전/충청	20	45.0	10.0	20.0	25.0	0.0
동거인 수	전라/광주	16	43.8	6.3	25.0	18.8	6.3
	1명	12	41.7	16.7	16.7	16.7	8.3
	2명	30	40.0	13.3	20.0	23.3	3.3
	3명	34	47.1	17.6	17.6	11.8	2.9
	4명	47	44.7	14.9	8.5	23.4	2.1
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	9	0.0	22.2	33.3	22.2	22.2
	1-5회	72	44.4	8.3	16.7	22.2	5.6
	6-10회	41	29.3	26.8	17.1	22.0	2.4
	11-15회	10	60.0	20.0	10.0	0.0	10.0
	16-20회	3	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0
장보기금액 /한달	21-25회	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	71	35.2	12.7	21.1	21.1	5.6
	21-40만원 이하	31	38.7	25.8	9.7	19.4	3.2
	41-60만원 이하	20	55.0	10.0	5.0	25.0	5.0
	61만원 이상	10	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	58	43.1	17.2	19.0	17.2	3.4
	아니오(미혼)	74	39.2	14.9	13.5	21.6	5.4
직업	농업/어업/임업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	9	55.6	11.1	11.1	11.1	11.1
	판매/서비스직	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	일반직업직	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	사무/기술직	60	50.0	18.3	13.3	13.3	3.3
	경영/관리직	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
	전문/자유직	12	33.3	25.0	25.0	16.7	0.0
	전업주부	7	42.9	14.3	14.3	28.6	0.0
	학생	28	28.6	7.1	17.9	35.7	3.6
	무직	4	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
학력	기타	3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3
	고졸 이하	22	45.5	0.0	13.6	31.8	4.5
	대학교 졸업	98	39.8	17.3	15.3	19.4	5.1
가구 총소득	대학원 졸업 이상	12	41.7	33.3	25.0	0.0	0.0
	200만원 미만	10	30.0	10.0	20.0	30.0	10.0
	200-299만원	22	40.9	13.6	13.6	18.2	13.6
	300-399만원	20	45.0	15.0	15.0	15.0	5.0
	400-499만원	14	42.9	14.3	14.3	21.4	0.0
	500-599만원	19	26.3	15.8	21.1	31.6	5.3
	600-699만원	11	54.5	18.2	9.1	9.1	0.0
700만원 이상	36	44.4	19.4	16.7	16.7	0.0	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ (수입 브랜드 제품을 구입하시는 이유 중 ‘1회분씩 먹기 편한 포장 형태가 맘에 들어서’와 ‘국내 제품과 가격 차이가 거의 없어서’를 선택한 응답자만 해당) 환자식 구입 계기는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	병문안/선물용으로 마땅히 살게 없어서	환자의 건강을 고민하면서 여러가지 제품(환자식, 건강기능식품, 발효식품 등)을 비교해 보다가	환자가 원해서	기타	
전체	200	24.0	71.0	4.0	1.0	
성별	남성	104	26.9	67.3	4.8	1.0
	여성	96	20.8	75.0	3.1	1.0
연령	14-19세	10	50.0	50.0	0.0	0.0
	20-29세	17	35.3	58.8	5.9	0.0
	30-39세	51	41.2	47.1	9.8	2.0
	40-49세	55	16.4	81.8	0.0	1.8
	50-59세	67	10.4	86.6	3.0	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	65	23.1	69.2	4.6	3.1
	부산/울산/경남	29	13.8	82.8	3.4	0.0
	대구/경북	32	21.9	75.0	3.1	0.0
	대전/충청	32	18.8	71.9	9.4	0.0
동거인 수	전라/광주	42	38.1	61.9	0.0	0.0
	1명	4	50.0	25.0	25.0	0.0
	2명	23	30.4	56.5	4.3	8.7
	3명	50	30.0	68.0	2.0	0.0
	4명	97	16.5	78.4	5.2	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	26	30.8	69.2	0.0	0.0
	1-5회	133	25.6	69.2	3.8	1.5
	6-10회	48	18.8	77.1	4.2	0.0
	11-15회	12	16.7	83.3	0.0	0.0
	16-20회	4	25.0	50.0	25.0	0.0
장보기금액 /한달	21-25회	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	94	25.5	67.0	6.4	1.1
	21-40만원 이하	52	21.2	73.1	3.8	1.9
	41-60만원 이하	31	22.6	77.4	0.0	0.0
결혼 여부	61만원 이상	23	26.1	73.9	0.0	0.0
	예(기혼)	146	17.1	78.8	4.1	0.0
직업	아니오(미혼)	54	42.6	50.0	3.7	3.7
	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	16	18.8	81.3	0.0	0.0
	판매/서비스직	13	38.5	53.8	0.0	7.7
	기능/숙련공	2	0.0	100.0	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	17.9	75.8	5.3	1.1
	경영/관리직	8	25.0	75.0	0.0	0.0
	전문/자유직	14	7.1	85.7	7.1	0.0
	전업주부	25	20.0	76.0	4.0	0.0
	학생	15	46.7	46.7	6.7	0.0
	무직	5	100.0	0.0	0.0	0.0
	기타	6	33.3	66.7	0.0	0.0
학력	고졸 이하	41	36.6	63.4	0.0	0.0
	대학교 졸업	131	23.7	71.0	4.6	0.8
	대학원 졸업 이상	28	7.1	82.1	7.1	3.6
가구 총소득	200만원 미만	14	50.0	50.0	0.0	0.0
	200-299만원	25	32.0	56.0	12.0	0.0
	300-399만원	29	34.5	62.1	3.4	0.0
	400-499만원	44	15.9	81.8	0.0	2.3
	500-599만원	31	12.9	80.6	6.5	0.0
	600-699만원	15	33.3	60.0	0.0	6.7
700만원 이상	42	16.7	78.6	4.8	0.0	

부록. 소비자 조사 결과

□ 귀하께서는 어떤 질병을 가진 환자를 위해 제품을 구입하셨습니까? 가장 최근에 구입한 제품 한 가지만 선택하여 주십시오.

(단위: %)

구분	사례수(명)	당뇨	고혈압	암	신장 질환	갑상선 질환	장 질환	삼킴장애	면역 등 건강관리	기타	
전체	200	15.0	9.5	10.5	7.5	5.5	13.0	6.5	26.5	6.0	
성별	남성	104	16.3	7.7	8.7	7.7	4.8	14.4	6.7	27.9	5.8
	여성	96	13.5	11.5	12.5	7.3	6.3	11.5	6.3	25.0	6.3
연령	14-19세	10	20.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	40.0	0.0
	20-29세	17	17.6	11.8	11.8	5.9	5.9	23.5	11.8	11.8	0.0
	30-39세	51	23.5	11.8	11.8	2.0	5.9	3.9	9.8	27.5	3.9
	40-49세	55	12.7	7.3	10.9	14.5	3.6	16.4	1.8	27.3	5.5
	50-59세	67	9.0	10.4	9.0	6.0	6.0	14.9	7.5	26.9	10.4
거주 지역	서울/경기/인천	65	15.4	9.2	15.4	6.2	7.7	13.8	4.6	20.0	7.7
	부산/울산/경남	29	17.2	17.2	10.3	10.3	3.4	13.8	6.9	20.7	0.0
	대구/경북	32	25.0	9.4	3.1	3.1	3.1	6.3	12.5	31.3	6.3
	대전/충청	32	9.4	6.3	6.3	12.5	3.1	21.9	0.0	28.1	12.5
	전라/광주	42	9.5	7.1	11.9	7.1	7.1	9.5	9.5	35.7	2.4
등거인 수	1명	4	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	2명	23	34.8	0.0	13.0	4.3	8.7	21.7	0.0	8.7	8.7
	3명	50	14.0	10.0	12.0	10.0	6.0	8.0	6.0	28.0	6.0
	4명	97	8.2	12.4	7.2	7.2	4.1	15.5	7.2	30.9	7.2
	5명 이상	26	19.2	3.8	19.2	7.7	7.7	7.7	11.5	23.1	0.0
식품품 구매횟수 /1개월	1-5회	133	18.0	10.5	9.0	6.8	4.5	13.5	6.0	27.8	3.8
	6-10회	48	10.4	8.3	16.7	4.2	8.3	12.5	4.2	25.0	10.4
	11-15회	12	0.0	0.0	8.3	8.3	8.3	8.3	25.0	33.3	8.3
	16-20회	4	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	21-25회	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	94	11.7	10.6	10.6	9.6	3.2	13.8	9.6	25.5	5.3
	21-40만원 이하	52	21.2	7.7	11.5	3.8	9.6	13.5	3.8	23.1	5.8
	41-60만원 이하	31	9.7	12.9	9.7	12.9	0.0	9.7	3.2	38.7	3.2
	61만원 이상	23	21.7	4.3	8.7	0.0	13.0	13.0	4.3	21.7	13.0
결혼 여부	예(기혼)	146	11.6	10.3	11.0	8.2	5.5	13.0	6.8	27.4	6.2
	아니오(미혼)	54	24.1	7.4	9.3	5.6	5.6	13.0	5.6	24.1	5.6
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	16	0.0	6.3	25.0	12.5	6.3	12.5	0.0	31.3	6.3
	판매/서비스직	13	15.4	7.7	0.0	0.0	23.1	7.7	7.7	30.8	7.7
	기능/숙련공	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	일반작업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	12.6	12.6	8.4	9.5	4.2	13.7	6.3	26.3	6.3
	경영/관리직	8	37.5	12.5	0.0	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	14	14.3	7.1	14.3	0.0	0.0	21.4	0.0	42.9	0.0
	전업주부	25	12.0	8.0	20.0	4.0	0.0	12.0	12.0	20.0	12.0
	학생	15	20.0	6.7	6.7	13.3	13.3	6.7	6.7	26.7	0.0
	무직	5	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
기타	6	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	
학력	고졸 이하	41	12.2	7.3	4.9	9.8	4.9	17.1	2.4	39.0	2.4
	대학교 졸업	131	14.5	9.9	9.9	8.4	6.9	11.5	8.4	23.7	6.9
	대학원 졸업 이상	28	21.4	10.7	21.4	0.0	0.0	14.3	3.6	21.4	7.1
가구 총소득	200만원 미만	14	7.1	14.3	7.1	14.3	7.1	7.1	21.4	21.4	0.0
	200-299만원	25	16.0	4.0	8.0	12.0	0.0	24.0	4.0	32.0	0.0
	300-399만원	29	13.8	13.8	6.9	6.9	13.8	13.8	3.4	24.1	3.4
	400-499만원	44	18.2	6.8	9.1	9.1	6.8	9.1	6.8	27.3	6.8
	500-599만원	31	6.5	12.9	9.7	3.2	0.0	12.9	9.7	29.0	16.1
	600-699만원	15	6.7	13.3	20.0	6.7	0.0	6.7	0.0	40.0	6.7
700만원 이상	42	23.8	7.1	14.3	4.8	7.1	14.3	4.8	19.0	4.8	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 구입한 환자식 소비자는 누구였습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	가족	친지	친구	회사동료	기타 지인	
전체	200	60.5	24.5	10.5	3.5	1.0	
성별	남성	104	59.6	23.1	12.5	3.8	1.0
	여성	96	61.5	26.0	8.3	3.1	1.0
연령	14-19세	10	40.0	10.0	40.0	0.0	10.0
	20-29세	17	41.2	29.4	23.5	5.9	0.0
	30-39세	51	60.8	23.5	9.8	5.9	0.0
	40-49세	55	58.2	30.9	7.3	3.6	0.0
	50-59세	67	70.1	20.9	6.0	1.5	1.5
거주 지역	서울/경기/인천	65	61.5	29.2	7.7	1.5	0.0
	부산/울산/경남	29	58.6	31.0	3.4	6.9	0.0
	대구/경북	32	68.8	12.5	15.6	3.1	0.0
	대전/충청	32	53.1	18.8	18.8	6.3	3.1
	전라/광주	42	59.5	26.2	9.5	2.4	2.4
동거인 수	1명	4	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	2명	23	60.9	26.1	13.0	0.0	0.0
	3명	50	60.0	28.0	6.0	4.0	2.0
	4명	97	63.9	21.6	10.3	3.1	1.0
	5명 이상	26	50.0	23.1	19.2	7.7	0.0
식품품 구매횟수 /1개월	1-5회	133	60.2	24.8	11.3	3.0	0.8
	6-10회	48	62.5	25.0	6.3	4.2	2.1
	11-15회	12	75.0	8.3	8.3	8.3	0.0
	16-20회	4	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	94	62.8	23.4	9.6	3.2	1.1
	21-40만원 이하	52	48.1	28.8	17.3	3.8	1.9
	41-60만원 이하	31	64.5	19.4	9.7	6.5	0.0
	61만원 이상	23	73.9	26.1	0.0	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	146	63.7	25.3	6.8	3.4	0.7
	아니오(미혼)	54	51.9	22.2	20.4	3.7	1.9
직업	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	16	62.5	31.3	0.0	6.3	0.0
	판매/서비스직	13	61.5	23.1	15.4	0.0	0.0
	기능/숙련공	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	63.2	24.2	7.4	5.3	0.0
	경영/관리직	8	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	14	50.0	21.4	28.6	0.0	0.0
	전업주부	25	60.0	28.0	8.0	0.0	4.0
	학생	15	46.7	20.0	26.7	0.0	6.7
무직	5	60.0	20.0	0.0	20.0	0.0	
	6	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	41	58.5	19.5	14.6	2.4	4.9
	대학교 졸업	131	62.6	25.2	9.9	2.3	0.0
	대학원 졸업 이상	28	53.6	28.6	7.1	10.7	0.0
가구 총소득	200만원 미만	14	50.0	35.7	0.0	7.1	7.1
	200-299만원	25	84.0	8.0	8.0	0.0	0.0
	300-399만원	29	51.7	27.6	20.7	0.0	0.0
	400-499만원	44	47.7	36.4	4.5	11.4	0.0
	500-599만원	31	74.2	16.1	9.7	0.0	0.0
	600-699만원	15	60.0	26.7	13.3	0.0	0.0
	700만원 이상	42	59.5	21.4	14.3	2.4	2.4

부록. 소비자 조사 결과

□ 구입한 환자식은 어떤 형태입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	액상캔형	RTH(1회용 경관영양식)형 (멸균된 1회용 백 사용)	액상파우치형	분말캔형	분말파우치형	어떤 형태인지 모르겠음	
전체	200	39.5	22.5	17.5	5.5	10.0	5.0	
성별	남성	104	28.8	25.0	21.2	6.7	12.5	5.8
	여성	96	51.0	19.8	13.5	4.2	7.3	4.2
연령	14-19세	10	30.0	10.0	30.0	30.0	0.0	0.0
	20-29세	17	29.4	35.3	11.8	5.9	5.9	11.8
	30-39세	51	37.3	19.6	17.6	2.0	15.7	7.8
	40-49세	55	43.6	21.8	20.0	1.8	9.1	3.6
	50-59세	67	41.8	23.9	14.9	7.5	9.0	3.0
거주 지역	서울/경기/인천	65	38.5	24.6	18.5	3.1	10.8	4.6
	부산/울산/경남	29	41.4	20.7	20.7	10.3	0.0	6.9
	대구/경북	32	50.0	9.4	12.5	9.4	15.6	3.1
	대전/충청	32	37.5	28.1	15.6	6.3	9.4	3.1
동거인 수	전라/광주	42	33.3	26.2	19.0	2.4	11.9	7.1
	1명	4	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	2명	23	43.5	26.1	17.4	0.0	8.7	4.3
	3명	50	40.0	20.0	16.0	2.0	16.0	6.0
식료품 구매횟수 /1개월	4명	97	40.2	24.7	17.5	5.2	8.2	4.1
	5명 이상	26	30.8	19.2	15.4	19.2	7.7	7.7
	1-5회	133	39.1	21.8	18.0	6.0	10.5	4.5
	6-10회	48	41.7	18.8	14.6	4.2	12.5	8.3
	11-15회	12	41.7	41.7	8.3	8.3	0.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	4	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	0-20만원 이하	94	38.3	16.0	20.2	5.3	11.7	8.5
	21-40만원 이하	52	34.6	23.1	26.9	5.8	5.8	3.8
결혼 여부	41-60만원 이하	31	38.7	35.5	3.2	9.7	12.9	0.0
	61만원 이상	23	56.5	30.4	4.3	0.0	8.7	0.0
직업	예(기혼)	146	41.1	22.6	16.4	4.8	11.6	3.4
	아니오(미혼)	54	35.2	22.2	20.4	7.4	5.6	9.3
	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	16	37.5	12.5	18.8	12.5	12.5	6.3
	판매/서비스직	13	38.5	15.4	23.1	0.0	15.4	7.7
	기능/숙련공	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	40.0	24.2	17.9	3.2	12.6	2.1
	경영/관리직	8	12.5	37.5	25.0	0.0	12.5	12.5
	전문/자유직	14	35.7	28.6	14.3	7.1	7.1	7.1
	전업주부	25	60.0	28.0	4.0	4.0	0.0	4.0
	학생	15	26.7	13.3	26.7	20.0	6.7	6.7
	무직	5	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0
기타	6	50.0	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	
학력	고졸 이하	41	31.7	24.4	29.3	9.8	0.0	4.9
	대학교 졸업	131	42.0	22.1	13.7	3.8	13.7	4.6
	대학원 졸업 이상	28	39.3	21.4	17.9	7.1	7.1	7.1
가구 총소득	200만원 미만	14	28.6	21.4	28.6	7.1	0.0	14.3
	200-299만원	25	36.0	16.0	20.0	4.0	12.0	12.0
	300-399만원	29	31.0	31.0	20.7	10.3	3.4	3.4
	400-499만원	44	38.6	20.5	22.7	2.3	11.4	4.5
	500-599만원	31	51.6	12.9	9.7	6.5	16.1	3.2
	600-699만원	15	53.3	26.7	6.7	6.7	6.7	0.0
700만원 이상	42	38.1	28.6	14.3	4.8	11.9	2.4	



2015 가공식품 세분시장 현황 - 환자식 시장

□ 환자식은 어떻게 구입하십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	먹어야 할 환자에게서 제품 및 브랜드를 듣고 구입	약국/의료기기 전문점 등에 증상을 설명하고 제품을 추천 받음	직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입	책이나 기타 다른 자료를 찾아보고 구입	주변 지인에게서 추천을 받아 구입	직접 구매장소에서 제품에 쓰여진 효능, 함량, 브랜드 등을 보고 비교해서 구입	
전체	200	14.0	30.5	24.0	1.5	16.5	13.5	
성별	남성	104	16.3	31.7	26.0	1.9	10.6	13.5
	여성	96	11.5	29.2	21.9	1.0	22.9	13.5
연령	14-19세	10	0.0	30.0	30.0	0.0	20.0	20.0
	20-29세	17	5.9	29.4	41.2	0.0	5.9	17.6
	30-39세	51	15.7	29.4	27.5	2.0	9.8	15.7
	40-49세	55	12.7	40.0	23.6	3.6	12.7	7.3
	50-59세	67	17.9	23.9	16.4	0.0	26.9	14.9
거주 지역	서울/경기/인천	65	18.5	24.6	29.2	1.5	12.3	13.8
	부산/울산/경남	29	24.1	34.5	20.7	0.0	13.8	6.9
	대구/경북	32	15.6	37.5	15.6	3.1	18.8	9.4
	대전/충청	32	6.3	18.8	31.3	0.0	21.9	21.9
동거인 수	전라/광주	42	4.8	40.5	19.0	2.4	19.0	14.3
	1명	4	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	2명	23	21.7	39.1	17.4	4.3	13.0	4.3
	3명	50	12.0	30.0	28.0	0.0	16.0	14.0
식품품 구매횟수 /1개월	4명	97	14.4	27.8	21.6	1.0	17.5	17.5
	5명 이상	26	7.7	34.6	26.9	3.8	19.2	7.7
	1-5회	133	14.3	31.6	25.6	0.8	16.5	11.3
	6-10회	48	14.6	27.1	20.8	2.1	18.8	16.7
	11-15회	12	8.3	16.7	33.3	0.0	16.7	25.0
장보기금액 /한달	16-20회	4	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	0-20만원 이하	94	8.5	29.8	22.3	1.1	21.3	17.0
	21-40만원 이하	52	11.5	30.8	30.8	3.8	9.6	13.5
결혼 여부	41-60만원 이하	31	25.8	32.3	16.1	0.0	12.9	12.9
	61만원 이상	23	26.1	30.4	26.1	0.0	17.4	0.0
	예(기혼)	146	15.8	30.8	22.6	1.4	17.8	11.6
직업	아니오(미혼)	54	9.3	29.6	27.8	1.9	13.0	18.5
	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	자영업	16	25.0	31.3	18.8	0.0	12.5	12.5
	판매/서비스직	13	7.7	46.2	23.1	0.0	15.4	7.7
	기능/숙련공	2	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	11.6	34.7	22.1	2.1	13.7	15.8
	경영/관리직	8	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	14	21.4	21.4	21.4	0.0	21.4	14.3
	전업주부	25	20.0	20.0	24.0	0.0	28.0	8.0
	학생	15	0.0	26.7	46.7	0.0	13.3	13.3
	무직	5	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0
학력	기타	6	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	33.3
	고졸 이하	41	12.2	29.3	17.1	4.9	26.8	9.8
	대학교 졸업	131	14.5	32.1	26.0	0.8	13.7	13.0
가구 총소득	대학원 졸업 이상	28	14.3	25.0	25.0	0.0	14.3	21.4
	200만원 미만	14	7.1	28.6	14.3	0.0	21.4	28.6
	200-299만원	25	16.0	28.0	24.0	4.0	16.0	12.0
	300-399만원	29	13.8	20.7	31.0	3.4	10.3	20.7
	400-499만원	44	9.1	40.9	25.0	0.0	13.6	11.4
	500-599만원	31	19.4	22.6	19.4	3.2	16.1	19.4
	600-699만원	15	0.0	60.0	6.7	0.0	20.0	13.3
	700만원 이상	42	21.4	23.8	31.0	0.0	21.4	2.4

부록. 소비자 조사 결과

□ 환자식은 어디에서 구입하십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	약국	의료기기 전문점	제조사 및 약국의 온라인 쇼핑몰	일반 온라인 쇼핑몰	홈쇼핑	기타	
전체	200	37.5	13.0	24.0	21.0	3.0	1.5	
성별	남성	104	33.7	13.5	24.0	24.0	4.8	0.0
	여성	96	41.7	12.5	24.0	17.7	1.0	3.1
연령	14-19세	10	50.0	10.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	20-29세	17	41.2	23.5	17.6	17.6	0.0	0.0
	30-39세	51	41.2	15.7	23.5	19.6	0.0	0.0
	40-49세	55	38.2	10.9	27.3	16.4	3.6	3.6
	50-59세	67	31.3	10.4	23.9	26.9	6.0	1.5
거주 지역	서울/경기/인천	65	32.3	20.0	23.1	20.0	3.1	1.5
	부산/울산/경남	29	44.8	6.9	17.2	31.0	0.0	0.0
	대구/경북	32	40.6	15.6	18.8	18.8	3.1	3.1
	대전/충청	32	34.4	9.4	28.1	21.9	6.3	0.0
	전라/광주	42	40.5	7.1	31.0	16.7	2.4	2.4
등거인 수	1명	4	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
	2명	23	39.1	21.7	21.7	13.0	4.3	0.0
	3명	50	38.0	10.0	30.0	20.0	2.0	0.0
	4명	97	37.1	15.5	21.6	19.6	4.1	2.1
	5명 이상	26	34.6	3.8	26.9	30.8	0.0	3.8
식품 구매횟수 /1개월	1-5회	133	36.8	12.0	26.3	21.1	3.0	0.8
	6-10회	48	43.8	12.5	14.6	22.9	4.2	2.1
	11-15회	12	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	16-20회	4	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	21-25회	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
장보기금액 /한달	0-20만원 이하	94	44.7	7.4	23.4	21.3	1.1	2.1
	21-40만원 이하	52	34.6	11.5	25.0	21.2	5.8	1.9
	41-60만원 이하	31	16.1	25.8	25.8	25.8	6.5	0.0
	61만원 이상	23	43.5	21.7	21.7	13.0	0.0	0.0
결혼 여부	예(기혼)	146	35.6	11.6	24.7	22.6	4.1	1.4
	아니오(미혼)	54	42.6	16.7	22.2	16.7	0.0	1.9
직업	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	16	6.3	12.5	43.8	25.0	12.5	0.0
	판매/서비스직	13	53.8	0.0	7.7	30.8	0.0	7.7
	기능/숙련공	2	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	일반직업직	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	95	40.0	18.9	21.1	16.8	1.1	2.1
	경영/관리직	8	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
	전문/자유직	14	28.6	14.3	42.9	14.3	0.0	0.0
	전업주부	25	40.0	8.0	28.0	20.0	4.0	0.0
	학생	15	46.7	6.7	20.0	26.7	0.0	0.0
	무직	5	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
기타	6	0.0	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	41	53.7	4.9	19.5	19.5	0.0	2.4
	대학교 졸업	131	35.1	13.7	26.0	22.9	1.5	0.8
	대학원 졸업 이상	28	25.0	21.4	21.4	14.3	14.3	3.6
가구 총소득	200만원 미만	14	42.9	7.1	21.4	21.4	0.0	7.1
	200-299만원	25	44.0	4.0	28.0	24.0	0.0	0.0
	300-399만원	29	37.9	20.7	17.2	17.2	6.9	0.0
	400-499만원	44	38.6	13.6	22.7	20.5	2.3	2.3
	500-599만원	31	22.6	19.4	25.8	29.0	0.0	3.2
	600-699만원	15	53.3	0.0	26.7	6.7	13.3	0.0
700만원 이상	42	35.7	14.3	26.2	21.4	2.4	0.0	



2. 가공식품에 대한 소비자 조사 - 환자식

※ 다음은 환자식 구매 및 이용에 대한 질문입니다.

- 환자식은 수술전후 또는 영양결핍 등의 문제를 겪고 있는 환자들에게 열량 및 영양소를 공급하기 위한 식사를 대체하거나 영양을 보충하는 제품임

Q1. 환자식은 어떤 목적으로 구입하셨습니까?

- 1) 내가 먹으려고 → Q2응답 후 Q3으로 이동
- 2) 가족/친지/친구를 위해 구입 → Q2응답 후 Q13으로 이동
- 3) 병문안/간호용 → Q2응답 후 QF13으로 이동
- 4) 선물용 → Q2응답 후 Q13으로 이동

Q2. 귀하께서는 환자식에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

- 1) 환자들을 위해 만든 제품이며, 입으로 먹을 수 있는 환자식과 혈관을 통해 공급하는 환자식으로 구분되는 것을 알고 있다.
- 2) 입으로 먹을 수 있는 환자식은 알았지만, 혈관으로 공급하는 환자식이 있는 줄 몰랐다
- 3) 환자식이라는 용어는 들어봤지만, 어떻게 나뉘어 있는지는 전혀 몰랐다.

※ 다음은 Q2에서 1)번을 선택한 응답자만 해당되는 사항입니다.

Q3. 귀하께서는 어떤 질병 때문에 환자식 제품을 구입해 보셨습니까?

- 1) 당뇨 2) 고혈압 3) 암 4) 신장 질환
- 5) 갑상선 질환 6) 장 질환 7) 삼킴장애 8) 면역 등 건강관리 9) 기타

Q3-1. Q3에서 구입한 환자식은 어떤 형태입니까?

- 1) 액상캔형 2) RTH형 3) 액상파우치형 4) 분말캔형
- 5) 분말파우치형 6) 기타

Q4. 환자식 구입 목적은 무엇입니까?

- 1) 수술 전 관리 2) 수술 후 회복 3) 치료 목적 4) 영양 관리
- 5) 미음 대신(치아손상, 위장기능 일시적인 저하 등으로) 6) 기타

Q5. 환자식은 어떻게 구입하셨습니까?

- 1) 병원/보건소 등에서 추천해 준 제품으로 구입
- 2) 직접 인터넷 등을 활용하여 정보를 찾아보고 구입
- 3) 책이나 기타 다른 자료를 찾아보고 구입
- 4) 주변 지인에게서 추천을 받아 구입
- 5) 약국/의료기기 전문점 등에 증상을 설명하고 제품을 추천 받음
- 6) 구매 장소에서 제품 함량, 기능 등을 비교해보고 구입 7) 기타

Q6. 구입한 환자식의 섭취 수준은 어떠합니까?

- 1) 식사는 별도로 하고, 환자식 제품은 보조식으로 먹고 있음
- 2) 환자식 제품으로만 식사를 하고 있음
- 3) 환자식 제품은 하루 1끼 정도만 먹고 있음
- 4) 어쩌다 가끔 먹고 있는 수준임

부록. 소비자 조사 결과

Q6-1. 환자식은 얼마나 드셨습니까? (또는 드시고 계십니까?)

- 1) 한 달 미만 2) 한 달 정도 3) 2~3개월 4) 4~5개월
5) 6개월 6) 6개월 초과

Q7. 환자식과 함께 먹는 제품이 있다면 무엇입니까?

- 1) 건강기능식품 2) 홍삼/인삼 3) 녹즙/과즙
4) 발효 과일청/과실청 5) 기타 6) 별도로 먹고 있는 제품 없음

Q8. 제품으로 나온 환자식 말고, 환자식단을 별도로 주문(배달 또는 직접 구매)하여 구입해 본 적이 있습니까?

- 1) 예 → Q8-1 2) 아니오 → Q9

Q8-1. 어떤 환자식단을 구입하여 드셨습니까?

- 1) 저염식단 2) 당뇨식단 3) 암식단 4) 면역관리 식단
5) 고혈압식단 6) 임산부 식단 7) 신부전식단 8) 기타

Q8-2. 환자식단을 별도로 주문(배달 또는 직접 구매)하여 드시는 이유는 무엇입니까?

- 1) 몸에 좋은 식단이 무엇인지 몰라서 2) 식단을 만드는게 귀찮아서
3) 체계적이고 완벽한 관리를 하기 위해서 4) 직접 식단을 만드는 것 보다 가격이 저렴해서
5) 기타()

Q9. 환자식은 어디에서 구입하고 계십니까?

- 1) 약국 2) 의료기기 전문점 3) 제조사 및 약국의 온라인 쇼핑몰
4) 일반 온라인 쇼핑몰 5) 홈쇼핑 6) 기타

Q10. 제품을 구입하실 때 고려하는 요인은 무엇입니까? 우선적으로 고려하는 2가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 주요 영양소 함량 2) 제품 형태(액상, 분말 등) 3) 맛
4) 주원료 함량 5) 브랜드 6) 가격
7) 용량 8) 유통기한 9) 기타

Q10-1. 제품을 구입하실 때 브랜드는 어느 정도 관여가 됩니까?

- 1) 식품제조업체 제품인지 제약회사 제품인지 꼼꼼히 따져보고 구입함
2) 식품제조업체든, 제약회사 제품이든 상관없이 인지도 높은 브랜드를 무조건 선호함
3) 브랜드에 상관없이 효능을 우선하여 제품을 선택함

Q11. 평소 환자식을 이용하면서 느꼈던 개선사항은 무엇입니까? 최대 2가지까지 선택 가능합니다.

- 1) 환자식도 의료 보험을 적용하여 구매할 수 있도록 개선
2) 인위적인 향(맛) 개선
3) 기존 제품 외에 질병 범위를 확대한 제품 출시
4) 구입이 용이하도록 대형마트, 편의점 등으로 판매 채널 확대
5) 환자식에 대한 정보 채널 확대
6) 마시거나 타 먹는 제품 외에 다른 형태의 제품 필요
7) 30개 미만 포장 제품 확대(10개, 15개 등 포장 제품)
8) 오프라인 판매장에서도 배달 서비스 실시
9) 기타

가공식품 세분시장 현황

2016년 01월 인쇄

2016년 01월 발행

편저 · 발행



인쇄처 유노아트 서울 마포구 서교동 398-12 이정빌딩 202호

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL : (061) 931-0709, 0718, 0716 FAX : (061) 804-4540

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품기획부(061-931-0709, 0718, 0716)로
문의하여 주시기 바랍니다.

동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해
다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.
또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위,
판매 등 상업적 이용을 금합니다.