

발 간 등 록 번 호

11-1543000-001297-01

2015 가공식품 세분시장 현황

체중조절식품 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



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

체중조절식품 시장



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



CONTENTS

체중조절식품 시장 요약	1
제1장 체중조절식품 시장 조사 개요	
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 체중조절식품 시장 개요	12
1. 체중조절식품 성장 배경	12
2. 체중조절식품 정의 및 기준	13
3. 체중조절식품 주요 제품	18
제2장 생산 및 수출입 현황	
제 1 절 주요 원료 현황	28
1. 체중조절용 조제식품의 주요 성분 현황	28
2. 건강기능식품 중 체지방 감소 기능성 원료	32
제 2 절 국내 출하 현황	44
제 3 절 수출 및 수입 현황	48
제3장 소매시장 현황	
제 1 절 시장 규모	54
제 2 절 주요 제품 가격	57
제 3 절 소비 시장 특성	59
1. 성별 및 연령에 따른 비만 관리 수준 차이	59
2. 다이어트 식품 시장 특성	61



제4장 구입 및 소비 특성

제 1 절 다이어트 경험 및 제품 구입 목적	68
제 2 절 구입 및 소비 일반적 특성	76

제5장 해외 시장 동향

제 1 절 다이어트 경험 및 제품 구입 목적	68
제 2 절 구입 및 소비 일반적 특성	76
제 1 절 세계 시장 규모	84
제 2 절 글로벌 트렌드	85
제 3 절 주요 국가별 동향	90
1. 미국 시장	90
2. 일본 시장	96
3. 중국 시장	98
4. 기타 국가	104

부록. 소비자조사 결과	111
--------------------	-----



CONTENTS

[표 1-1] 조사 대상	9
[표 1-2] 소비자 조사 개요	10
[표 1-3] 글로벌 소비자들의 체중조절 방법	12
[표 1-4] 비만 유병률 추이	13
[표 1-5] 체중조절용 조제식품 제조 기준 및 규격	14
[표 1-6] 체지방감소에 도움이 되는 건강기능식품 제조 기준 및 규격	16
[표 1-7] 체중조절용 조제식품	19
[표 1-8] 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품	21
[표 1-9] 체중조절용 기타 식품류	24
[표 2-1] 분리대두단백 수입현황	29
[표 2-2] 주요 국가별 분리대두단백 수입 현황	29
[표 2-3] 덱스트린 출하 현황	30
[표 2-4] 덱스트린 수입 현황	31
[표 2-5] 주요 국가별 덱스트린 수입 현황	31
[표 2-6] 11년(2004~2014년)간 기능성 원료 인정 현황	32
[표 2-7] 체지방감소에 도움을 주는 식약처장 고시 기능성 원료	33
[표 2-8] 가르시니아 캄보지아 추출물(원료성) 수입 규모	34
[표 2-9] 가르시니아 캄보지아 추출물(원료성) 국가별 수입규모	34
[표 2-10] 키토산(원료성) 수입 규모	36
[표 2-11] 키토산(원료성) 국가별 수입 규모	36
[표 2-12] 녹차추출물(원료성) 수입 규모	37
[표 2-13] 녹차추출물(원료성) 국가별 수입 규모	38
[표 2-14] 공액 리놀레산(CLA)(원료성) 수입 규모	39
[표 2-15] 공액 리놀레산(CLA)(원료성) 국가별 수입 규모	40
[표 2-16] 식약처장이 별도로 인정한 체지방 감소 원료(2014년 기준)	40
[표 2-17] 체중조절식품 출하 규모	44
[표 2-18] 체중조절용 조제식품 생산 및 출하 실적	45
[표 2-19] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 출하 규모	45
[표 2-20] 주요 제조사 특징	47
[표 2-21] 체중조절용 조제식품 국가별 수입 규모	49
[표 2-22] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수출 규모	50
[표 2-23] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수입 규모	51
[표 3-1] 체중조절용 조제식품 가격 현황	57
[표 3-2] 기타식품류 다이어트 제품 가격 현황	58



2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

[표 3-3] 2014년 기준 연령별 비만 유병률(만 19세이상)	59
[표 3-4] 연령별 비만관리수준(만 19세 이상, 2014년 기준)	60
[표 4-1] 체중조절식품 먹기 전 다이어트 방법	68
[표 4-2] 다이어트를 하는 계절	69
[표 4-3] 다이어트 기간	70
[표 4-4] 체중조절식품 구입 목적	71
[표 4-5] 구입경험이 있는 체중조절식품	72
[표 4-6] 구입한 체중조절식품 프로그램 기간	72
[표 4-7] 체중 조절에 도움이 되었던 제품	73
[표 4-8] 체중조절식품으로 감량을 못한 이유	74
[표 4-9] 체중조절식품과 같이 섭취한 제품	75
[표 4-10] 체중조절식품 정보 탐색 방법	76
[표 4-11] 체중조절식품 구입 고려 요인	77
[표 4-12] 체중조절식품 구입 채널	78
[표 4-13] 해외에서 구입한 체중조절식품 종류	79
[표 4-14] 해외에서 구입한 체중조절식품의 장점	80
[표 4-15] 체중조절식품으로 다이어트를 하면서 겪은 부작용	81
[표 4-16] 체중조절식품 개선사항	82
[표 5-1] 미국 체중조절시장 규모	90
[표 5-2] Herbalife의 주요 제품	92
[표 5-3] Newtrisystem의 주요 제품	93
[표 5-4] Hollywood Diet 주요 제품	94
[표 5-5] Slimfast 주요 제품	95
[표 5-6] 일본 건강보조제, 영양제, 보충제, 기능성음료 및 과자 시장규모	96
[표 5-7] 일본 다이어트 스낵 및 음료 제품 현황	97
[표 5-8] 중국 체중조절식품 시장 규모	99
[표 5-9] 중국 대표 다이어트 제품 생산업체	100
[표 5-10] 2013년 다이어트 제품 판매량 순위(중국 브랜드)	101
[표 5-11] 중국에서 유행하는 다이어트 제품(수입 브랜드)	102
[표 5-12] 아시아 주요 국가 과체중 및 비만을	105
[표 5-13] 대만 체중조절용 식품 현황	105
[표 5-14] 싱가포르 다이어트 제품 시장 규모 및 전망	108
[표 5-15] 싱가포르 내 주요 경쟁업체	109



CONTENTS

[그림 1-1] 체중조절식품 시장 범위	13
[그림 1-2] 시장에서 판매되고 있는 체중조절식품 제품 분류	18
[그림 2-1] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 종류별 출하 비중	46
[그림 2-2] 체중조절용 조제식품 수입 규모	48
[그림 2-3] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품1) 수출입 규모	49
[그림 3-1] 체중조절식품 시장 규모	55
[그림 3-2] 직구 물품별 통관 현황(2014년)	55
[그림 3-3] 직구시장 성장과 체중조절식품 시장과의 관계	56
[그림 4-1] 체중조절식품으로 체중 감량하지 못한 경험 여부	74
[그림 4-2] 해외에서 수입 제중조절식품 구입 경험 여부	78
[그림 5-1] 체중감량 및 체중조절용 식이요법 시장 규모 추정	84
[그림 5-2] 중국 다이어트 제품 시장 구성 요소	100

체중조절식품 시장 요약

1. 체중조절식품 시장 개요

1) 체중조절식품 정의

- 체중조절용 조제식품은 ‘식품공전’에 의해 정의됨. 다이어트 건강기능식품은 ‘건강기능식품공전’에 별도로 정의된 표현은 아니며 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품을 일반적으로 의미함
- 식품공전에서 ‘체중조절용 조제식품’은 ‘특수용도식품’에 포함됨. 체중조절용 조제식품은 체중의 감소 또는 증가가 필요한 사람을 위해 식사의 일부 또는 전부를 대신할 수 있도록 필요한 영양소를 가감하여 조제된 식품을 말함
- 체지방감소에 도움이 되는 식품은 고시형 원료 기준 녹차 추출물, 공액리놀레산, 가르시니아카모보지아 추출물, 키토산/키토올리고당이 해당됨

2) 주요 제품

- 체중조절용 조제식품은 일반적으로 분말형 셰이크 형태가 가장 많으며, 최근에는 국수, 과자, 시리얼 등 다양한 형태로 확대됨. 건강기능식품 중 가르시니아카모보지아추출물, 녹차추출물 등이 들어간 체지방 감소에 도움이 되는 제품은 알약타입이 가장 많으며, 가루



나 액상 타입도 일부 있음. 기타 식품은 체중조절에 대한 별도의 제조 기준을 적용받지는 않았으나, 칼로리를 낮추거나 체중조절에 도움이 되는 성분 등을 일부 추가하며 체중조절식품으로 인식시키고 있음

2. 생산 및 수출입 동향

1) 원료 현황

- (주요 원료 중국에서 주로 수입) 체중조절용 조제식품의 주요 성분은 분리대두단백과 텍스트린으로 볼 수 있음. 분리대두단백은 명확한 수입코드를 알 수 없으나, 체중조절식품 외에도 일반식품, 환자식, 유아식 등 다양한 식품 원료로 사용되고 있어, 수입규모는 증가되고 있음. 텍스트린도 조미식품, 면류 등에 많이 사용되며 수입규모는 지속 증가하는 양상임. 분리대두단백과 텍스트린 모두 중국에서 주로 수입되고 있으며, 체중조절용 조제식품 제조업체는 중국산 외에도 다양한 국가의 제품을 사용하고 있음
- (가르시니아 캄보지아 추출물 원료 주목) 건강기능식품 중 체지방 감소 기능성 원료는 가르시니아 캄보지아 추출물(HCA), 키토산/키토올리고당, 녹차추출물, 공액리놀레산(CLA), 키토산을 주 원료로 볼 수 있음. 2010년까지만 해도 공액리놀레산(CLA)이 주목을 받으며 수입량이 꽤 되었으나(2010년 38.6톤) 수입단가가 높고, 비슷한 효능에 상대적으로 값이 저렴한 가르시니아 캄보지아 추출물(HCA)이 고시형 원료로 전환되며 해당 원료의 수입량이 증가한 양상임(2010년 90.1톤→2014년 158.9톤)

2) 국내 출하 현황

- (국내 출하 실적은 감소세) 2014년 국내 체중조절식품의 총 출하액은 758.6억 원으로 2010년 773.7억 원에서 2.0% 감소함. 2012년까지만 해도 분말(쉐이크) 타입의 체중조절용 조제식품이 많이 생산되었으나, 이후 건강기능식품에서의 체지방감소 관련 제품이 알약 형태로 간편하게 복용할 수 있는 제품으로 출시 확대되면서 다이어트에 많이 활용됨. 그러나 2014년 이후에는 체중조절식품을 이용한 다이어트 보다는 식단, 운동 등으로 다이어트하는 방법이 매체 등에 확대되면서 체중조절식품 출하규모도 감소함

3) 수출 및 수입현황

- (체중조절용 조제식품 수입량은 증가세) 체중조절용 조제식품 수입량은 꾸준히 증가세를 나타냄. 2010년 1,812톤에서 2014년 2,819톤으로 55.6% 증가함. 같은 기간 수입액은 1,142만 달러에서 2,119만 달러로 85.6% 증가함
 - 체중조절용 조제식품은 주로 미국에서 수입되고 있음. 일본과 기타 다른 국가에서는 수입이 간헐적으로 발생할 뿐, 99% 이상이 미국에서 수입되고 있는 것으로 나타남
- (수출에 비해 수입이 큰 체지방 감소 제품) 2014년 기준, 건강기능식품 중 체지방 감소 관련 제품의 수출액은 51.5만 달러인 반면, 수입액은 1,403만 달러로 수출에 비해 수입 규모가 27배 이상 큰 것으로 나타남. 수출액이 작은 이유는 국가별 건강기능식품의 분류 차이, 사전 승인 등의 절차 차이 등이 복합적으로 작용하였기 때문으로 판단됨

3. 소매시장 규모

1) 시장 규모

- (직구 영향으로 체중조절식품 시장 성장 감소세) 2010년에서 2013년(1,562 억원)까지 체중조절식품 시장 규모는 1.5배 이상 성장했을 것으로 추정됨. 그러나 2013년 하반기부터 직구 시장이 확대되면서 체중조절식품도 이에 영향을 받았을 것으로 추정되며, 매체 등을 통해 다이어트 운동 및 식단조절 등에 대한 정보가 확대되고, 시장에서는 체중조절식품이 아닌 저지방, 저칼로리 제품, 샐러드팩과 같은 대체 식품이 확대되면서 실제로 체중조절식품 시장 규모는 줄어든 것으로 판단됨

2) 소비 시장 특성

- (성별 및 연령에 따른 비만 관리 수준 차이) 국내 비만 유병률을 연령별로 구분하여 살펴보면, 남성과 여성 모두 연령이 높아질수록 비만 유병률이 높아지는 경향이 있음(2014년 기준)



- **(새로운 소재의 다이어트 원료 개발)** 기존에 주로 사용되던 가르시니아 캄보지아 추출물(HCA), L-카르니틴 등을 대체하여 잔티젠, 판두라틴과 같은 새로운 원료가 지속 등장함
- **(저칼로리, 저지방 제품 확산)** 기본적으로 체중조절식품은 저칼로리, 저지방 제품이기는 하지만, 최근에는 저칼로리, 저지방을 더 강화함과 동시에 맛과 영양은 높은 체중조절식품들을 선보이고 있음
- **(마시는 다이어트 음료 인기)** 최신 웰빙트렌드에 대한 관심이 높아지면서 영양 불균형을 일으키는, 무작정 굶기만 하는 다이어트보다는 무더위를 한층 식힐 수 있는 다이어트 음료의 인기가 많아졌음. 특히, 건강을 생각하는 소비자들 사이에서 설탕이나 액상과당, 합성착향료, 합성착색료 등이 들어간 다이어트 음료 보단 성분이 입증된 ‘마시는 다이어트 건강기능식품’ 등이 주목을 받고 있음

4. 구입 및 소비 특성

1) 다이어트 경험 및 제품 구입 목적

- **(다이어트 방법)** 체중조절식품을 먹기 전 다이어트 방법은 ‘식단 조절 및 운동 병행’ 이 31.0%로 가장 많았으며, 이어서 20.4%가 식단조절 없이 운동만 했다는 응답을 나타냄. 식단조절만 했다는 응답도 17.6%로 나타남
- **(다이어트 시기)** 다이어트는 주로 여름(69.7%)에 많이 하고 있는 것으로 나타남. 남성(63.2%)에 비해 여성(73.3%)이 해당 응답 비중이 월등히 높음
- **(다이어트 기간)** 다이어트는 평균적으로 9주 이상 했다는 응답이 26.3%로 가장 많았으며, 이어서 4주 정도했다는 응답이 24.9%임. 이는 다이어트를 보통 한 번 시작했을 때, 2달 이상 장기적으로 하거나 한 달 이내에 멈추는 경우가 많은 것으로 해석해 볼 수 있음
- **(체중조절식품 구입 목적)** 체중조절식품을 구입한 가장 큰 이유는 ‘오랫동안 늘어난 체중을 감량하려고’ 가 33.6%로 응답 비중이 가장 높음. 이어서 ‘갑자기 체중이 증가하여’ 와 ‘단순 관리 차원에서’ 응답이 각각 17.2%로 나타남

- **(구입경험 체중조절식품)** 구입경험이 있는 체중조절식품은 분말타입 제품(49.2%)이 가장 많았으며, 이어서 알약 제품(37.0%), 액상/음료타입 제품(31.6%) 순으로 응답 비중이 높게 나타남
- **(체중조절식품으로 감량 못한 이유)** 감량이 되지 않은 이유로 ‘의지가 약해서’라는 응답이 36.0%로 가장 많았으며, 이어서 ‘운동을 병행하지 않아서’가 28.7%로 나타남. 결국 제품의 문제 보다는 다이어트에 적극적인 의지를 갖고 행동을 하지 않은 것을 주 원인으로 보고 있음

2) 구입 및 소비 일반적 특성

- **(구입 시 고려 요인)** 체중조절식품을 구입할 때, 가장 중요하게 생각하는 요인은 먹는 방법(22.7%)이라는 응답 비중이 가장 많았고, 이어서 가격(19.8%), 칼로리(15.7%)로 나타남. 체중조절식품은 전반적으로 칼로리가 낮은 제품으로 인식이 되기 때문에 이에 대한 고려 요인은 먹는 방법이나 가격보다 다소 후순위로 응답이 나타난 것으로 판단됨
- **(주 구입 채널)** 체중조절식품은 인터넷 및 모바일 쇼핑물(60.6%)을 이용한다는 응답 비중이 가장 높게 나타남. 이어서 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓(36.4%), 홈쇼핑(25.4%)으로 나타남
- **(직구 경험 제품 형태)** 구입해 본 수입제품 종류는 분말타입 제품(50.0%)이 가장 많았으며, 이어서 알약(39.0%), 액상/음료타입 제품(23.7%) 순으로 나타남. 해당 응답 순위는 구입경험 제품 및 체중조절에 도움이 된 제품 순서와 같음
- **(개선사항)** 응답자의 42.8%가 ‘포만감을 오래 느낄 수 있는 제품으로 개선’이라고 응답함. 이어서 ‘변비 등을 예방할 수 있는 기능성 원료 보완(36.8%)’으로 나타남

5. 해외 시장 동향

- (세계 시장 규모) 세계 시장규모는 2014년 기준 2,735억 달러로 추정되며, 2020년에는 4,228억 달러로 확대될 것으로 전망되고 있음. 현재 북미시장이 가장 크나, 중국, 인도 및 브라질 등의 개발도상국이 2020년까지 연평균 11.5%의 빠른 성장세를 나타낼 것으로 예상되고 있음
- (글로벌 트렌드) 세계 체중조절식품 시장 키워드는 소아비만, 단백질 제품, 저칼로리/소포장, 체중감량 도움 스낵 제품, 체중관리 음식으로 볼 수 있음
 - 전 세계적으로 소아청소년 비만이 지속적으로 증가함에 따라 식품기업들이 저칼로리, 저당 제품 출시를 확대하고 있음. 체중감량을 목표로 고 단백질 식료품 제품들이 많이 출시되고 있는데, 유청단백질이 추가된 시리얼, 근육 증가를 도와주는 요구르트, 단백질 쿠키, 케첩 등이 대표적임
 - 저지방, 저칼로리 아이스크림, 팝콘, 잼 등은 체중에 민감한 소비자들을 공략하고 있음. 스낵에도 다이어트에 대한 욕구가 반영되고 있는데, 저칼로리 감자칩이나 미니 브라우니, 저열량 간식으로 이루어진 스낵박스 등이 대표적임. 당뇨병자는 과체중일 경우, 합병증의 우려가 높아짐. 이로 인해 식품회사들은 당뇨병 환자를 위한 요거트, 셰이크, 스낵바 등을 시장에 출시하고 있음
- (주요 국가별 동향)

국가	시장 규모 및 특징	주요 제조사
미국	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년 기준 605억 달러 • 미국 체중감량 및 다이어트시장은 크게 8개 분야로 구분되며, 그 중 체중조절식품과 관련된 분야는 다이어트 음료(Diet Soft Drinks), 저칼로리 식품(Low cal/ diet food), 식사대용품(Meal Replacement)임 • 미국에서는 다이어트 식품의 가정 배달이 점차 인기를 얻고 있음 	허벌라이프 뉴트리시스템 할리우드 다이어트 슬림패스트
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년 182억 달러로 전망되고 있음 • 다이어트 식품 시장은 남녀간, 세대간 시장 세분화에 따라 복잡·다양화되고 있음 • 맛있고, 간편하면서 안전한 다이어트 식품에 대한 선호가 높음 	샷포로 파인 푸드 패밀리마트 기린
중국	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 기준 120억 달러 • 다이어트 산업 중 보건품(식품·차 등)과 약품이 시장에서 차지하는 비중이 약 51%로 가장 많음 • 식품의 안전성과 해외브랜드를 선호하는 중국 소비자의 특성으로 비싼 가격에도 해외 다이어트 식품 인기 • 주 소비층은 베이징, 상하이, 광둥 등 연안지역의 여성들임(전체 소비의 70% 이상) 	후난타이얼제약주식 유한회사 베이징 아오터수얼 보건품개발유한회사 광둥다인상(그룹) 유한회사

제 1 장

체중조절식품 시장 조사 개요

제1절 조사 배경 및 목적

제2절 조사 대상 및 방법

제3절 체중조절식품 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 품목군은 ‘체중조절식품’ 임

[표 1-1] 조사 대상

면류	다류	소스류 및 드레싱류	음료류
버터 및 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 문헌자료는 식품의약품안전처의 식품공전과 건강기능식품공전, 식품 및 식품 첨가물 생산실적, 식품의약품통계연보 등을 활용함
 - 품목군 정의는 식품공전과 건강기능식품공전을 활용하여 품목군의 제조 및 시장 기준 정의와 국내에 출시되고 있는 제품을 살펴봄

- 시장규모는 원료, 생산, 출하, 유통, 소비 측면에서 살펴봄. 체중조절식품의 원료는 다양하여 시중 제품을 분석하여 주요 원료를 파악하여 국내 생산 및 수입 등의 실적을 확인함. 생산 및 출하는 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품통계연보, 유통 및 소비는 닐슨 소매점 매출액과 산업 및 언론 리포트/기사, 전문가 인터뷰를 활용함
- 해외 동향은 체중조절식품이 발달한 미국, 일본 등을 중심으로 각 국가별 리포트 및 기사를 집중 분석함. 추가적으로 농수산물수출지원정보 (aTKATI), 글로벌 윈도우 등의 자료를 활용함

2) 소비자 조사

- 소비자조사는 품목군별 구매 및 소비 특성을 파악하기 위한 목적으로 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함
- 체중조절식품은 성별, 연령에 따라 구입 및 소비특성이 나타나지 않는 특성이 있어, 체중조절식품을 직접 구입하여 소비한 경험이 있는 남녀 500명을 대상으로 조사함
- 전체 응답자의 성별 분포는 남성 175명(35.0%), 여성 325명(65.0%)이며 연령별 분포는 20대 108명(21.6%), 30대 163명(32.6%), 40대 106명(21.2%), 50대 123명(24.6%)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"> ○ 체중조절식품을 구입한 경험이 있는 20대~50대 남녀 500명 <ul style="list-style-type: none"> - 20대 : 108명(21.6%) - 30대 : 163명(32.6%) - 40대 : 106명(21.2%) - 50대 : 123명(24.6%)
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온라인 조사
조사 시기	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2015년 11월 30일 ~ 12월 10일



제1장 체중조절식품 시장 조사 개요

주요 조사 내용	<ul style="list-style-type: none">○ 구입 목적○ 기존 다이어트 방법○ 다이어트 기간○ 구입 경험 제품 및 효과가 있었던 제품○ 구입 경험 제품의 프로그램 기간○ 체중조절식품과 같이 섭취한 제품○ 구입 시 정보 활용 수준○ 구입 고려 요인○ 구입 채널○ 수입브랜드 경험○ 향후 이용을 위한 개선 사항 등
-----------------	--

제 3 절 체중조절식품 시장 개요

1. 체중조절식품 성장 배경

1) 체중조절에 대한 높은 관심

- 전 세계 60개국 30,000여명의 소비자를 대상으로 조사한 결과¹⁾, 절반에 가까운 49%가 자신이 스스로 과체중이라고 생각하고 있으며, 절반인 50%가 적극적으로 체중조절을 하겠다고 응답함
- 대부분의 소비자들은 ‘식단조절’ 과 ‘운동’ 을 병행하여 체중감량을 하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘다이어트 웨이크 등’ 의 식품을 활용하는 경우는 11%로 나타남

[표 1-3] 글로벌 소비자들의 체중조절 방법

(단위 : %)

구분	식단조절	운동	다이어트알약/바/웨이크 등 복용	전문의약품 복용
아시아-태평양	71	77	14	7
유럽	78	66	7	4
중동/아프리카	61	69	11	8
라틴아메리카	75	63	10	6
북미	85	74	11	9
세계 평균	75	72	11	7

※ 건강과 웰빙에 관한 보고서, AC닐슨

2) 국내 비만을 꾸준히 증가

- 비만은 비교적 새롭게 부각된 건강위험 요인으로 가공식품 섭취의 증가와 영양의 과잉섭취, 그리고 신체활동의 부족 등 일상생활 방식이 변화하면서 발생하였으며, 비만율이 증가함에 따라 관련 질병이 증가 하고 있음

※ 외래어 표기법에 따르면 ‘웨이크’ 가 맞는 표현이나, 시장에서 제품명에 주로 ‘셰이크’ 로 사용되고 있어, 본 보고서에서는 ‘셰이크’ 로 통일함

1) 건강과 웰빙에 관한 보고서, AC닐슨

- 비만은 당뇨병, 이상지질혈증(고지혈증), 고혈압, 관상동맥질환 등 만성질환은 물론 각종 암의 위험률을 높인다고 알려져 있음
- 한국인의 비만 유병률은 2008년 30.7%에서 0.8%p 상승하여 2014년 31.5%를 나타냄. 이는 국민 10명당 3명 정도는 비만이라고도 해석해 볼 수 있음
- 남성 비만 유병률은 2008년 35.3%에서 2014년 37.7%로 2.4%p 상승한 반면, 여성 비만 유병률은 같은 기간 25.2%에서 23.3%로 약 2%p 낮아짐

[표 1-4] 비만 유병률 추이¹⁾

(단위 : %)

연도별	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
전체	30.7	31.3	30.9	31.4	32.4	31.8	31.5
남자	35.3	35.8	36.4	35.1	36.3	37.6	37.7
여자	25.2	26.0	24.8	27.1	28.0	25.1	23.3

※ 국민건강통계, 보건복지부

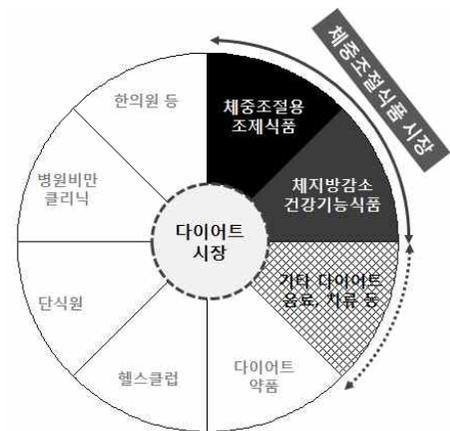
1) 비만 유병률은 만 19세 이상 인구 중 체질량 지수(BMI)가 25kg/m² 이상인 비율임

2. 체중조절식품 정의 및 기준

- 체중조절식품을 말하기에 앞서, 체중조절을 하는 방법을 우선 정리해보면 식이요법, 운동요법, 행동수정요법, 약물요법의 방법이 있음. 이 중 약물요법은 체중조절식품이나 의약품 등을 이용하여 체중조절을 하는 방법임

- 체중조절은 시장에서 일반적으로 ‘다이어트’ 라는 용어로 통칭되며, 다이어트 시장은 체중조절용 조제식품, 다이어트 건강기능식품, 다이어트 약품, 헬스클럽, 단식원, 병원비만클리닉, 한의원 등 다양한 분야에 걸쳐 형성²⁾되어 있으며 범위가 광대한 특징이 있으며 별도로 규정이 되어 있는 시장도 아님

[그림 1-1] 체중조절식품 시장 범위



2) 체중조절용 조제식품과 다이어트 건강기능식품 섭취자의 체형 및 체중조절 인식에 관한 연구, 이효진 외 4인, 한국영양학회지, 2011;44(3)

- 이에 본 보고서에서는 다이어트 시장에서 식품을 기반으로 한 체중조절용 조제식품과 다이어트 건강기능식품을 체중조절식품 시장으로 살펴봄
- **체중조절용 조제식품은 ‘식품공전’에 의해 정의됨.** 다이어트 건강기능식품은 **‘건강기능식품공전’에 별도로 정의된 표현은 아니며 건강기능식품 중 체지방 감소에 도움이 되는 식품**을 일반적으로 의미함
- 기타 다이어트에 도움이 된다고 광고하는 음료나 차류는 체중조절용 조제식품에는 포함되지 않으나, 체중조절에 효과적인 원료를 추가하거나 칼로리를 줄인 제품으로 출시되어, 다이어트 식품으로 보는 경우도 있음. 엄밀히 말하면 해당 제품은 체중조절식품으로 보기에 그 기준이 모호하면서 광범위하므로 본 보고서에서는 해당 식품을 소비 시장 등에서의 제품 비교와 시장 특성에 참고용으로만 활용함
- 다이어트약품은 의약품으로 ‘체중감량보조제’를 말하며, 식품에는 해당하지 않으므로 본 식품의 범위에서는 제외함

1) 체중조절용 조제식품 정의 및 기준

- 식품공전에서 ‘체중조절용 조제식품’은 ‘특수용도식품’에 포함됨. **체중조절용 조제식품은 체중의 감소 또는 증가가 필요한 사람을 위해 식사의 일부 또는 전부를 대신할 수 있도록 필요한 영양소를 가감하여 조제된 식품**을 말함
- 체중조절용 조제식품은 영양소와 열량에 대한 제조·가공기준이 제시되어 있으며 자세한 사항은 다음의 표 [1-5]와 같음

[표 1-5] 체중조절용 조제식품 제조 기준 및 규격

제조·가공 기준	<p>(1) 우선 한끼 식사의 전부 또는 일부를 대신하기 위하여 1회 섭취할 때에 비타민 A, B1, B2, B6, C, 나이아신, 엽산, 비타민 E를 영양소 기준치의 25% 이상, 단백질, 칼슘, 철 및 아연을 영양소 기준치의 10% 이상이 되도록 원료식품을 조합하고 영양소를 첨가하여야 한다. 다만, 특정 인구 군을 대상으로 하는 제품의 경우 해당 인구군의 한국인 영양섭취기준을 기준으로 할 수 있다.</p> <p>(2) 하루 식사 모두를 대신하는 조제식품은 800 kcal 이상 1200 kcal 이하를 제공하여야 하고, 이 제품을 하루 3~4회 나누어서 매회 식사 대신 할 수 있도록 하면서 1회에 제공되는 열량이 하루 총 열량의 1/3~1/4 정도가 되어야 한다. 하루 식사 중 1~2회를 대신하는 조제식품은 1회 섭취할 때 200 kcal 이상, 400 kcal 이하를 제공하여야 한다. 다만, 열량기준은 제품에 표시된 섭취방법에 따라 적용 할 수 있다</p>
----------	---



제1장 체중조절식품 시장 조사 개요

규격	(1) 수분(%) : 10.0 이하(분말, 과립, 고형의 건조제품에 한한다) (2) 조단백질(g) : 표시량 이상이어야 한다. (3) 비타민류 : 표시량 이상이어야 한다(다만, 비타민 A(μ g), B1(mg), B2(mg), B6(mg) C(mg), 나이아신(mg), 엽산(μ g), 비타민 E(mg)에 한하여 적용한다.) (4) 무기질류 : 표시량 이상이어야 한다(다만, 칼슘(mg), 철(mg), 아연(mg)에 한하여 적용한다.) (5) 대장균군 : 음성이어야 한다. (6) 바실러스 세레우스 : 1 g당 100 이하(단, 장류를 원료로 사용하는 제품은 1 g당 1,000이하)
----	---

※ 식품공전, 식품의약품안전처, 2015.10.29.개정고시

2) 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품의 정의 및 기준

- 앞서 언급하였지만 건강기능식품공전에 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품은 별도로 정의되어 있지 않음. 다만 기능성 원료별 기준의 ‘기능성 내용’에 ‘체지방 감소’에 도움을 줄 수 있다는 내용이 기재되어 있는 식품을 선별하여 살펴봄
- 우선 기능성 원료는 건강기능식품의 제조에 사용되는 기능성을 가진 물질로서 동물·식물·미생물 기원의 원재료를 그대로 가공한 것이거나 이의 추출물·정제물, 정제물의 합성물, 복합물이 해당됨
 - 기능성 원료의 범위는 건강기능식품공전에 총 60가지가 제시되어 있으며, 이 중 **‘체지방 감소’에 도움이 되는 식품은 고시형 원료 기준 녹차 추출물, 공액리놀레산, 가르시니아캄보지아 추출물, 키토산/키토올리고당**이 해당됨. 각 원료별 별도의 정의는 제시되어 있지 않으며, 제조 기준, 규격, 최종제품의 요건 등은 다음의 표 [1-6]과 같음
 - 제조 기준에는 원재료와 제조방법, 기능성 함량에 대한 내용이 포함되어 있으며, 규격은 성상, 대장균군에 대한 기준, 최종제품의 요건은 기능성 내용, 일일섭취량, 섭취 시 주의사항이 제시되어 있음

[표 1-6] 체지방감소에 도움이 되는 건강기능식품 제조 기준 및 규격

구분	제조기준	규격	최종제품의 요건
녹차추출물	<p>(1) 원재료 녹차(Camellia sinensis, Thea sinensis)잎</p> <p>(2) 제조방법 상기 (1)의 원재료를 물 또는 주정(물·주정 혼합물 포함), 초산에틸로 추출 후 여과하여 제조하여야 함</p> <p>(3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 카테킨을 200 mg/g 이상 함유하고 있어야 함 카테킨은 에피갈로카테킨((-)-epigallocatechin, EGC), 에피갈로카테킨갈레이트((-)-epigallocatechin gallate, EGCG), 에피카테킨((-)-epicatechin, EC) 및 에피카테킨갈레이트((-)-epicatechingallate, ECG) 합계량으로 환산하며 4가지 카테킨이 모두 확인되어야 함. 다만, 최종제품의 경우 4가지 카테킨을 모두 확인할 필요는 없음</p>	<p>(1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이마·이취가 없어야 함</p> <p>(2) 카테킨 (가) 원료성 제품 : 표시량 이상 (나) 최종제품 : 표시량의 80~120%</p> <p>(3) 카페인(mg/kg) 50,000 이하</p> <p>(4) 잔류용매(mg/kg) 50.0 이하(초산에틸을 사용한 경우)</p> <p>(5) 대장균군 : 음성</p>	<p>(1) 기능성 내용 항산화·체지방 감소 혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음</p> <p>(2) 일일섭취량 카테킨으로서 0.3~1g</p> <p>(3) 섭취 시 주의사항 카페인 함유되어 있어 초조감, 불면 등을 나타낼 수 있음</p>
공액리놀레산	<p>(1) 원재료 : 홍화씨유</p> <p>(2) 제조방법 (가) 상기 (1)의 원재료를 비누화, 공액이성체화하여 지방산으로 전환한 후 주정 또는 헥산으로 추출하거나, 정제, 탈취, 여과하여 제조하여야 함 (나) 트리글리세라이드형태 : 지방산 형태 공액리놀레산을 리파아제로 트리글리세라이드화한 후, 주정 또는 헥산으로 추출하거나, 정제, 탈취, 여과하여 제조하여야 함</p> <p>(3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 공액리놀레산(cis-9 및 trans-11 공액리놀레산, trans-10 및 cis-12 공액리놀레산, cis-9 및 cis-11 공액리놀레산, trans-9 및 trans-11 공액리놀레산의 합)이 660~850 mg/g이어야 함</p>	<p>(1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이마·이취가 없어야 함</p> <p>(2) 공액리놀레산(cis-9 및 trans-11 공액리놀레산, trans-10 및 cis-12 공액리놀레산, cis-9 및 cis-11 공액리놀레산, trans-9 및 trans-11 공액리놀레산의 합)함량 (가) 원료성 제품 : 표시량 이상 (나) 최종제품 : 표시량의 80~120%</p> <p>(3) cis-9 및 trans-11 공액리놀레산과 trans-10 및 cis-12 공액리놀레산 함량(%) : 공액리놀레산 함량 중 90% 이상</p> <p>(4) trans-9 및 trans-11 공액리놀레산 함량(%) : 3.0 이하(원료성 제품에 한함)</p> <p>(5) 산가 : 10.0 이하(글리세라이드 형태의 원료성 제품에 한함)</p> <p>(6) 납(mg/kg):3.0 이하</p> <p>(7) 카드뮴(mg/kg):1.5 이하</p>	<p>(1) 기능성 내용 : 과체중 인 성인의 체지방 감소에 도움을 줄 수 있음</p> <p>(2) 일일섭취량 공액리놀레산으로 1.4~4.2 g</p> <p>(3) 섭취 시 주의사항 위장장애가 발생할 수 있음. 영·유아, 임산부는 섭취를 삼가야 함. 식사조절, 운동을 병행하는 것이 체지방 감소에 효과적임</p>

제1장 체중조절식품 시장 조사 개요

구분	제조기준	규격	최종제품의 요건
		(8) 총비소(mg/kg):5.0 이하 (9) 총수은(mg/kg):0.5 이하 (10) 잔류용매 (mg/kg):5.0 이하(핵산을 사용하는 경우) (11) 대장균군 : 음성	
가르시니아 감보지아 추출물	(1) 원재료 가르시니아감보지아(<i>Garcinia cambogia</i>) 열매 껍질 (2) 제조방법 : 상기 (1)의 원재료에서 물 또는 주정(물·주정 혼합물 포함)으로 추출하여 칼슘, 칼륨, 나트륨, 마그네슘의 염을 단독 또는 복합으로 결합하여 충분히 중화시켜 제조하여야 함 (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 총(-)-Hydroxycitric acid가 600 mg/g 이상 함유되어 있어야 함	(1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이마이취가 없어야 함 (2) 총(-)-Hydroxycitric acid (가) 원료성 제품 : 표시량 이상 (나) 최종제품 : 표시량의 80~120% (3) 중금속 (가) 납(mg/kg):1.0 이하 (나) 카드뮴(mg/kg): 0.5 이하 (다) 총수은(mg/kg): 0.4 이하 (라) 총비소(mg/kg): 1.0 이하 (4) 대장균군 : 음성	(1) 기능성 내용 : 탄수화물이 지방으로 합성되는 것을 억제하여 체지방 감소에 도움을 줌 (2) 일일섭취량 총(-)-Hydroxycitric acid로서 750~2,800 mg
키토산/키토올리고당	(1) 원재료 : 갑각류(게, 새우 등)의 껍질, 연체류(오징어, 갑오징어 등)의 뼈 (2) 제조방법 : (가) 키토산 : 상기 (1)의 원료를 탈단백, 탈칼슘화하여 얻은 키틴(N-아세틸글루코사민의 β-1.4 결합 중합체)을 탈아세틸화하여 제조하여야 함 (나) 키토올리고당 : (가)의 제조방법으로 얻은 키토산에 효소를 처리한 후 가수분해하여 제조하여야 함 (3) 기능성분(또는 지표성분)의 함량 : 키토산은 탈아세틸화도(당 사슬 중에 글루코사민 잔기 비율)가 80% 이상이어야 하며, 키토산(글루코사민으로서)을 800 mg/g 이상 함유하고 있어야 함. 키토올리고당은 키토올리고당을 200 mg/g 이상 함유하고 있어야 함	(1) 성상 : 고유의 색택과 향미를 가지며 이마이취가 없어야 함 (2) 키토산 또는 키토올리고당 (가) 원료성 제품 : 표시량 이상 (나) 최종제품 : 표시량의 80~120% (3) 중금속 (가) 납(mg/kg):3.0 이하 (나) 카드뮴(mg/kg): 1.0 이하 (다) 총수은(mg/kg): 1.0 이하 (4) 대장균군 : 음성	(1) 기능성 내용 : 혈중 콜레스테롤 개선·체지방 감소에 도움을 줄 수 있음 (2) 일일섭취량 (가) 혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있음 : 키토산 또는 키토올리고당으로서 1.2~4.5 g (나) 체지방 감소에 도움을 줄 수 있음 : 키토산으로서 3.0~4.5 g (3) 섭취 시 주의사항 게 또는 새우에 알레르기 있는 사람은 섭취에 주의(게 또는 새우를 원재료로 사용한 경우에 한함)

※ 건강기능식품공전, 식품의약품안전처, 2014.12.30. 개정고시

1) 식품의약품안전처 고시 원료 기준임

3. 체중조절식품 주요 제품

- 시장에서 판매되고 있는 체중조절식품은 크게 체중조절용 조제식품, 건강기능식품, 기타식품 등으로 나뉘어 볼 수 있음
 - 체중조절용 조제식품은 일반적으로 분말형 셰이크 형태가 가장 많으며, 최근에는 국수, 과자, 시리얼 등 다양한 형태로 확대됨
 - 건강기능식품 중 가르시니아카ம்ப로추출물, 녹차추출물 등이 들어간 체지방 감소에 도움이 되는 제품은 알약타입이 가장 많으며, 가루나 액상타입도 일부 있음
 - 기타 식품은 체중조절에 대한 별도의 제조 기준을 적용받지는 않았으나, 칼로리를 낮추거나 체중조절에 도움이 되는 성분 등을 일부 추가하며 체중조절 식품으로 인식시키고 있음

[그림 1-2] 시장에서 판매되고 있는 체중조절식품 제품 분류



1) 체중조절용 조제식품

- 식품공전상의 체중조절용 조제식품은 시장에 분말 형으로 주로 출시되고 있으며, 시리얼, 국수, 제품으로도 출시되며 그 형태가 다양해지고 있음

[표 1-7] 체중조절용 조제식품

제품 형태	제품명	제조사	제품성분	제품사진
분말형 쉐이크	올댓다이어트 쉐이크업	올댓다이어트	대두단백(싱가폴산), 프락토올리고당, 폴리덱스트로스, 결정과당, 혼합탈지분유(우유, 네덜란드산), 차전자피분말, 크림바닐라향분말(합성착향료), 농축유청단백분말(미국산)	
	마이바디 다이어트 프로틴 쉐이크	원데이뉴트리션	분리대두단백(분리대두단백(대두), 레시틴, 미국산)43%, 말토덱스트린, 결정과당, 바나나농축분말(바나나농축액, 말토덱스트린, 이스라엘산), 멀티비타민미네랄믹스	
	악마다이어트 쉐이크	애플트리 김약사네	분리대두단백(캐나다산), 결정과당, 혼합탈지분유(네덜란드산), 농축유청단백, 유기농아가베이놀린분말4%, 식물성크림분말, 비타민미네랄믹스, 프락토올리고당분말, 난소화성말토덱스트린	
	바디키 식사대용 쉐이크	암웨이 뉴트리라이트 (원산지:미국)	분리대두단백질혼합물(분리대두단백질, 레시틴(대두)), 덱스트린, 해바라기 유혼합물(해바라기유, 탈지분유(우유), 카제인나트륨(우유), d-α-토코페롤, 로즈마리추출물), 과당, 자당, 식물성크림(코코넛유, 말토덱스트린, 카제인나트륨, 글리세린지방산에스테르)	
	바디키 뉴트리션 바	암웨이 뉴트리라이트 (원산지:한국)	분리대두단백너겟(미국산), 분리대두단백, 타피오카전분, 소금, 크리스피브라운라이스(미국산, 브라운라이스, 말트시럽, 소금), 건크랜베리(크랜베리, 크랜베리주스농축액, 설탕, 해바라기유), 땅콩, 아몬드, 건포도(건포도, 식물성유지)	
	Formula1 뉴트리셔널 쉐이크믹스	허벌라이프 (원산지:미국)	분리대두단백(분리대두단백, 대두레시틴), 과당, 분말셀룰로오스, 귀리식이섬유, 카제인나트륨(우유), 혼합제제1(염화칼륨, 제이인산칼슘, 산화마그네슘, 푸마르산제일철, 산화아연, 글로콘산동), 말토덱스트린	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

제품 형태	제품명	제조사	제품성분	제품사진
국수 형태	다이어트누들 곤약 잔치국수	청정원	정제수, 저감미당, 유청단백 {미국산/유청단백 농축(우유), 레시틴}, 곤약분(중국산), 멸치엑기스(멸치: 국내산), 멸치추출베이스(멸치: 국내산), 멸치엑기스분말-SB(멸치: 국내산), 정제소금(국내산)	
시리얼 형태	스페셜K	농심 켈로그	범프드라이스(쌀(수입산), 설탕, 정제소금(국내산), 맥아엿, 영양강화제), 밀가루(밀, 미국산 캐나다산), 쌀가루, 설탕, 밀단백질, 가공소금, 탄산칼슘, 제삼인산칼슘	
과자 형태	칼로리바란스	해태	밀가루(밀, 미국산), 기타설탕, 마가린(식물성유지), 팜에스테르화유(말레이시아산), 야자에스테르화유(수입산), 대두유(수입산), 전란액(계란), 변성전분	
	자연이키운베리	농심 켈로그	통밀(밀, 미국산), 설탕, 통귀리(수입산), 밀단백, 식물성유지(부분경화유), 변성전분, 건조크랜베리(크랜베리, 백설탕, 해바라기유), 맥아엿, 흑설탕, 벌꿀, 신도조절제, 전란액(계란), 정제소금, 분말비타민 A,	
음료 형태 제품	하루 영양 사랑 다이어트	대상 웰라이프	정제수, 말토덱스트린, 이소말토올리고당, 화이버솔2-L(난소화성덱스트린), 자당, 분리대두단백, 혼합제제(말토덱스트린, 영양강화제, 산도조절제, 염화칼륨, 혼합제제(옥수수전분, 자당, 아카시아검, 비타민A아세테이트, 영양강화제, 산도조절제), 타우린, 이노시톨, L-카르니틴, 결정셀룰로오스	

2) 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품

- 식품제조사 및 제약회사들에서 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 제품 출시가 활발함. 가장 대표적인 체지방 감소 기능성 원료는 ‘가르시니아 캄보지아추출물(HCA)’로 이를 주원료로 제품이 다이어트용으로서 가장 많이 시중에 유통되고 있음

[표 1-8] 건강기능식품 중 체지방감소에 도움이 되는 식품

제품 형태	제품명	제조사	제품성분	제품사진
알약 타입	가르시니아 플러스	jw중외제약	가르시니아캄보지아추출물 [(총)(-) - Hydroxycitric acid 60%이상, 인도산]75%, 결정셀룰로오스, 카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 이산화규소, 스테아린산마그네슘, 이소말트, 아미노산믹스	
	가르시니아 다이어트 777	녹십자HS	가르시니아캄보지아추출물 [(총)(-) - Hydroxycitric acid 60%이상, 인도산], 결정셀룰로오스, 말토덱스트린, 카르복시메틸셀룰로오스칼슘, 이산화규소, 스테아린산마그네슘, 비타민C	
	디팻 파워가르시니아	CJ제일제당	가르시니아캄보지아추출물 75%(인도산, 총HCA로서60%), 결정셀룰로오스, 히드록시프로필메틸셀룰로오스, 테아린산마그네슘	
	디팻 CLA	CJ제일제당	공액리놀레산 93.75%(독일산, 총 CLA로서 75% 이상), 파라디이스넛추출분말(독일산), 밀납, 코엔자임Q10/캡슐기제-젤라틴(우내피), 글리세린, D-소르비톨액, 이산화티타늄(합성착색료)	
	디팻 히비스커스	CJ제일제당	씨제이 히비스커스 등 복합추출물 [히비스커스꽃 물 추출물(히비스커스꽃 물 추출물(독일산), 말토덱스트린), 키토산(계), L-카르니틴, 키토 올리고당(평균분자량 15,000±5,000개)], 결정셀룰로오스, 이산화규소, 스테아린산마그네슘	
	디팻 잔티젠	CJ제일제당	미역 등 복합추출물(스페인산, 잔티젠/미역추출물, 석류씨오일), 캡슐기제-젤라틴(우내피), 글리세린, D-소르비톨액, 카카오색소	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

제품 형태	제품명	제조사	제품성분	제품사진
알약 타입	디팻 옴므	CJ제일제당	가르시니아카모보지아껍질추출물 71.5%(미국산, 총 HCA로서 60%이상), 옥타코사놀 0.55%(국산, 옥타코사놀로서 50% 이상), 비타민B1질산염, 비타민B2, 결정셀룰로오스, 이인산칼슘, 유당분말[유당(우유), 말토덱스트린]	
	슬림스마트	암웨이 뉴트리라이프 (원산지:미국)	가르시니아카모보지아추출물혼합물(가르시니아카모보지아추출물, 아라비아검), 니코틴산아미드, 결정셀룰로오스혼합제(결정셀룰로오스, 이산화규소), 말토덱스트린, 옥수수전분, 대두식이섬유, 스테아린산	
	악마 다이어트 레드라벨 파워키토산	애플트리 김약사네	키토산분말(계, 새우, 베트남), 녹차추출물분말(중국), 황산망간(미국), 결정셀룰로오스, 이소말트분말, 유당혼합분말(우유), 마테추출물분말, 치커리뿌리추출물분말, 난소화성말토덱스트린, 가르시니아카모보지아추출물분말	
	키토산 플러스	허벌라이프 (원산지:한국)	키토산분말(키토산80%이상, 계)50%, 건조효모(크롬0.2%이상), 치커리추출물(식이섬유90%이상), 난소화성말토덱스트린(식이섬유90%이상), 결정셀룰로오스, 이산화규소, 히드록시프로필메틸셀룰로오스, 스테아린산마그네슘, 글리세린	
	자미에슨 슬림다운 녹차추출물 카테킨	Jamieson (원산지:캐나다)	녹차추출물, 제이인산칼슘, 결정셀룰로오스, 사과식초, 카르복시메틸셀룰로스나트륨, 스테아린산, 히드록시프로필메틸셀룰로스, 스테아린산마그네슘, 이산화규소, 카나우바왁스, 고밀도폴리에틸렌수지	
	파마젠 다이어트 CLA + 녹차추출물	코스맥스바이오	공액리놀레산, 녹차추출물분말, 비타민C, 판토텐산칼슘, 비타민B1염산염, 비타민B2, 포도씨유, 밀납, 대두레시틴, 이산화규소, D-α-토코페롤, 건조효모, 치커리뿌리추출물분말, 푸룬분말(대두), 맥주효모분말, 마테추출물분말 등	
	뉴트리 디데이 애프터 스피드컷	한미양행	알로에베라추출물분말, 녹차추출물분말, 유당혼합분말(유당, 말토덱스트린), 결정셀룰로오스, 난소화성말토덱스트린, 푸룬농축액분말(푸룬농축액, 덱스트린, 아라비아검), 프락토올리고당분말, 치커리뿌리추출물분말, 가르시니아카모보지아추출물분말, 다시마농축액분말, 카르복시메틸셀룰로스나트륨, 스테아린마그네슘	

제1장 체중조절식품 시장 조사 개요

제품 형태	제품명	제조사	제품성분	제품사진
알약 타입	프리미엄 녹차 카테킨	한국바이오팜	녹차추출물분말 60%(카테킨 50%), 유당혼합분말(우유분말,덱스트린), 결정셀룰로오스, 치커리(뿌리)추출물분말, 가르니시아캄보지아추출물분말, 스테아린산마그네슘, 이산화규소, 비타민C, 유산균혼합분말(우유), 고추(열매)추출물분말, 효소혼합분말, 옥타코사놀	
	데일리언 녹차 카테킨 630mg	Atlantic Essential Product, Inc (원산지:미국)	녹차추출물 100% (카테킨 71.4% 이상)	
	키토 팻아웃마스터	(주) 오투바이오	키토산, 판토텐산칼슘, 결정셀룰로오스, 히드록시프로필메틸셀룰로오스, 무수구연산, 이산화규소, 스테아린마그네슘, 비타민C	
	웰러스 카테킨 다이어트	한국 파이오팜	녹차추출물분말(카테킨 50%) 35%, 판토텐산칼슘, 유당혼합분말(유당분말,덱스트린), 가르니시아캄보지아추출물분말, 치커리(뿌리)추출물분말, 스테아린산마그네슘, 생선콜라겐, 이산화규소(고결방지제), 비타민 C, 고추(열매)추출물분말	
가루 (파우더) 타입	Slimmate 슬림메이트 티	CJ제일제당	폴리덱스트로스, 가르니시아캄보지아추출물, 커피분말, 커피향분말1, 커피분말2, 커피향분말2	
	프롤레사 듀오	허벌라이프 (원산지:미국)	공액리놀레산혼합물[공액리놀레산,옥수수시럽분말, 카제인나트륨(우유), 이산화규소, 제이인산칼슘, d-토코페롤(혼합형), 아스코르빈산팔미테이트], 옥수수시럽분말(건조옥수수시럽,팜유, 정제수,귀리유,이산화규소), 이산화규소	
액상 타입	팻다운 파워번	CJ제일제당	가르니시아캄보지아추출물, 나이아신, 정제수, 대두가공품분말, 자몽과즙농축액, 구연산, 자일리톨, 함성착향료, DL-사과산, 대두식이섬유분말, L-카르니틴, 연잎혼합추출물, 수크랄로스(함성감미료), 카라멜색소, 효소처리스테비아, 규소수지(소포제)	
	팻다운 스포츠 다이어트	CJ제일제당	가르니시아캄보지아추출물, 니코틴산아미드, 정제수, 에리스리톨, 구연산, 자몽과즙농축액, 천일염, 구연산삼나트륨, 인산, 자몽향, 연잎혼합추출물, 효소처리스테비아, CJBCAA믹스(L-발린,L-로이신,L-이소로이신), 염화칼륨, L-카르니틴, 수크랄로스	

3) 체중조절용 기타식품류

- 식품공전상의 체중조절용 조제식품에는 포함되지 않으나, 체중 조절에 효과적인 원료를 추가하거나 칼로리를 줄인 타 식품류 제품들도 다이어트 식품으로 분류됨
 - 다이어트 식품으로 녹차와 마테차가 인기를 끌고 있음. 대표적인 다(茶)류 브랜드 오설록은 녹차의 핵심 성분인 카테킨을 함유한 다이어트 차 ‘워터플러스’를 출시했으며, 녹차원의 다이어트식품 브랜드인 비업은 마테차와 페퍼민트차를 결합한 ‘마테민트톡’을 출시함
 - 시리얼바 및 시리얼도 대표적인 저칼로리 식품으로 인지도가 있으며, 식사대용으로 섭취할 수 있다는 점에서 체중조절에 이점이 있다고 인식됨. 오리온의 유명 과자브랜드 닥터유에서 ‘99kcal 라이트바’를 출시하고 있으며, 세계적인 영양식 전문기업인 허벌라이프의 ‘프로틴바 디럭스’ 제품도 유통되고 있음
 - 기존 차류, 과자류 등을 벗어나 즉석조리식품에서도 다이어트 제품이 출시되고 있으며, 풀무원의 ‘잇슬림 미니밀’은 다양한 종류의 볶음밥 형태로 섭취 칼로리를 조절한 다이어트 제품임

[표 1-9] 체중조절용 기타 식품류

식품의 유형	제품명	제조사	제품성분	제품사진
고형차류	몸이 가벼워지는 물 오설록 워터플러스	아모레퍼시픽	차카테킨, 난소화성말토덱스트린2종(밀, 옥수수) 효소처리스테비아, 에리스리톨, 구연산, 비타민C 히비스커스혼합추출분말(히비스커스추출물(독일산),덱스트린), 유자혼합추출분말(유자차즙액(국산), 구아검	
	비업 마테민트톡	녹차원	박하향분말1%, 마테추출분말(아르헨티나산) 0.2%, 페퍼민트추출분말(독일산)0.1%, 레몬농축과즙분말(레몬농축과즙액, 덱스트린),	

제1장 체중조절식품 시장 조사 개요

식품의 유형	제품명	제조사	제품성분	제품사진
	인스턴트 허벌 베버리지	허벌라이프 (원산지:미국)	말토덱스트린, 분말과당, 홍차추출물, 레몬껍질 추출물(말토덱스트린,레몬껍질추출물, 변성전분, 비타민C, 구연산, d-토코페롤(혼합형태두)), 녹차추출물(녹차추출물, 말토데그린)	
침출차류	티젠 마테차	티젠	마테100%(아르헨티나산)	
액상차	잘빠진 하루 우영차	롯데칠성음료	볶은우영추출액 30%, 정제수, 폴리덱스트로스, L-아스코르빈산나트륨 탄산수소나트륨	
과자류	닥터유 99kcal라이트바	오리온	콘후레이크씨 (콘후레이크(독일산), 설탕, 코코마, 물엿), 오트비SR(옥수수(미국산), 귀리(캐나다산)), 물엿, 크랙비스킷(밀가루, 전분, 백설탕, 맥아시럽, 식염), 건조크랜베리, 백설탕, 난소화성 말토덱스트린	
기타가공품	씨알로 79 콘시리얼바	씨알푸드	콘시리얼[옥수수(호주산, 미국산, 브라질산), 백설탕, 천일염(국내산), 맥아엿, 프락토올리고당], 머쉬멜로우(미국산) [콘시럽, 설탕, 옥수수전분(미국산), 정제수, 젤라틴(미국산)]	
	레몬디톡 워터플러스	올댓다이아트	무수결정포도당, 레몬과즙분말[레몬농축액(고형분60%, 아르헨티나산)28.4%, 덱스트린], 치커리 화이버(벨기에산), 구연산, 메이플시럽분말, 콜라겐펩타이드	
	발포레몬티	뉴트리 디데이	정제포도당, 무수구연산, 탄산수소나트륨, 레몬향분말(합성착향료), 비타민C, 레몬농축액분말 [레몬농축액, 덱스트린], 아스파탐(합성감미료, 페닐알라닌함유), 치자황색소(천연착향료), 비타민미네랄믹스(유청칼슘, 비타민C, 분말비타민D, 글루코산아연, 전산철)	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

식품의 유형	제품명	제조사	제품성분	제품사진
초콜릿 가공품	프로틴바 디렉스	허벌라이프 (원산지:미국)	농축유단백질(우유), 포도당시럽, 과당시럽, 밀크초콜릿(설탕,코코아버터,전지분유,코코아리큐르,대두레시틴,바닐린(합성착향료)), 피넛페이스트(땅콩),콜 라겐(소), 라이스크리스피, 코코아분말	
즉석조리 식품	잇슬림 미니밀 양송이버섯통 귀리 리조또	풀무원	정제수,쌀(국산),닭육수[닭뼈(국산),닭발(국산)],양송이큐브(네덜란드산),닭가슴살,칠리토마토스파게티소스(우유,대두,밀)우유,유기현미4.0%,귀리(캐나다산),파프리카(적),양파(국산),생크림,난소화성말토덱스트린(수용식이섬유58%이상),혼합제제(변성전분,말토덱스트린)	
혼합음료	레디톡	대상 웰라이프	정제수, 메이플시럽, 레몬농축액, 사과농축액, 난소호성말토덱스트린, 혼합제제(말토덱스트린, 산도조절제, 제이인산칼륨, 제삼인삼칼슘, 산화아연, 제삼인산마그네슘, 영양강화제, 요오드칼륨, 염화칼륨, 염화마그네슘, 비타민 A 아세트이트, 비오틴, 판토텐산칼슘, 타우린	

제 2 장 생산 및 수출입 현황

- 제1절 주요 원료 현황
- 제2절 국내 출하 현황
- 제3절 수출입 현황





제 1 절 주요 원료 현황

- 체중조절식품의 원료는 매우 다양함. 그러나 대표적인 원료를 살펴보면, 체중 조절용 조제식품은 분리대두단백과 말토덱스트린을 볼 수 있으며, 체지방 감소용으로 나온 건강기능식품의 주요 원료는 가르시니아카모보지아추출물, 녹차 추출물, 공액리놀레산 등을 볼 수 있음

1. 체중조절용 조제식품의 주요 성분 현황

1) 분리대두단백

- 농촌진흥청에 의하면 분리대두단백은 대두(콩)에 함유된 여러 성분 중에서 단백질만을 정제 건조시켜 만든 제품으로 정의함
- 대두는 국내에서 가장 많이 섭취하는 두류로서 육류의 대체식품이나 영양공급 원료로 이용되고 있음. 분리대두단백은 1962년부터 판매되기 시작하였으며 현재 유아식, 환자식, 일반식품 등의 식품원료로 사용되고 있음³⁾
 - 대두단백은 식품의약품안전처에 의해 기능성 원료로 구분되어 있으며, HDL-콜레스테롤 수치를 증가시키고 LDL-콜레스테롤 수치는 낮추어, 결과적으로 혈중 콜레스테롤 수치를 개선하는 데 도움을 준다는 기능성 내용이 명시되어 있음. 기능성 원료로서 대두단백의 일일섭취량은 15g 이상이며, 대두단백에 알레르기를 나타내는 경우 섭취를 주의해야 할 것을 명시하고 있음
- 분리대두단백은 별도의 수입코드가 없음. 분리대두 단백질은 텍스처화한 단백질 계물질에 포함되어 있어, 그 안에서의 분리대두단백의 양을 정확히 확인하기 어려움. 또한 수입한 분리대두단백 모두가 체중조절식품에 모두 사용되는 것이 아니라, 일반식품, 환자식, 유아식 등 다양한 식품의 원료로 사용되고 있음
 - 분리대두단백을 포함한 텍스처화한 단백질계 물질의 수입규모는 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% 증가한 수치를 보임

3) 건강기능식품 원료별 정보, 식품의약품안전처

[표 2-1] 분리대두단백 수입현황²⁾

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

* 수출입무역통계, 관세청

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

2) 분리대두단백은 '텍스처화한 단백질계물질'에 포함되어 있어, 해당 수치의 수입실적을 살펴봄

- 분리대두단백 주요 수입 국가는 중국, 미국, 인도로 각각 35.3%, 24.5%, 19.8%를 차지함(2014년 수입액 기준)
 - 2010년에는 수입 규모가 인도(42.4%), 미국(27%), 중국(19%) 순이었으나, 2011년 중국이 23.3%로 미국보다 2.9%p 앞섰으며, 2012년에는 261.2만 달러(26%)로 가장 높은 비중을 차지하며 역전함
 - 체중조절용 조제식품에 사용되는 분리대두단백은 특정 국가 제품에 치우쳐 있지 않고, 미국, 캐나다, 싱가포르 등 다양한 것으로 나타남

[표 2-2] 주요 국가별 분리대두단백 수입 현황²⁾

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
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 '텍스처화한 단백질계물질'에 포함되어 있어, 해당 수치의 수입실적을 살펴봄



2) 텍스트린

- 농촌진흥청에 의하면 텍스트린은 전분을 산 또는 아밀라아제로 가수분해할 때 반응의 중간 과정에서 생기는 생성물의 혼합물로 정의되며, 가수분해의 정도에 따라 여러 가지 제품이 만들어진다고 표기되어 있음
- 텍스트린(변성전분)은 다양한 식품에 사용이 되는데, 품목군별 사용 비중을 살펴보면 조미식품(50%), 면류(10.2%), 빵 또는 떡류(5.1%), 유제품류(4.9%), 음료류(3%), 다류(1.8%) 순이며, 체중조절용 조제식품이 포함된 특수용도식품에 사용되는 비중은 1% 미만임⁴⁾
- 텍스트린의 출하량은 매년 등락을 반복하고 있으며 2012년 7,934톤으로 전년대비 13.7% 증가하면서 가장 많은 출하량을 기록함. 2014년에는 6,185톤으로 전년대비 21% 감소함
 - 출하액은 증가 추세를 보이다 출하량이 감소하면서 2014년 55.6억 원으로 감소함

[표 2-3] 텍스트린 출하 현황

연도	출하량(톤)	출하액(백만원)
2010	7,018	5,334
2011	6,977	5,872
2012	7,934	7,519
2013	7,833	7,525
2014	6,185	5,558

* 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

- 텍스트린은 국내 생산보다는 수입이 많은데, 텍스트린의 수입규모는 전체적으로 증가 추세를 보임
 - 수입량은 2010년 11,879톤에서 2014년 29,436톤으로 147.8% 증가함. 수입액은 2010년 971.4만 달러에서 2014년 2,484.5만 달러로 155.8% 증가함

4) 2014 식품산업분야별 원료소비 실태조사, 한국농수산물유통공사

[표 2-4] 텍스트린 수입 현황

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

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3505.10.1000(텍스트린) 값임

- 텍스트린은 주로 중국, 미국, 프랑스에서 수입되고 있으며 각각 전체의 87.4%, 4.5%, 4.4%의 비중을 차지함.(2014년 수입액 기준)
 - 중국은 수입량과 수입액 모두 지속 증가하고 있으며, 2014년 2,171.1만 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 115.7% 증가함
 - 프랑스와 일본의 수입규모는 감소 추세에 있으며, 프랑스는 2012년 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
 - 체중조절식품에 사용되는 원료의 원산지는 제조사별로 차이가 있음. 전반적으로 텍스트린 상위 4개 수입국 제품을 주로 쓰고 있으며, 일본 제품의 경우는 방사능 이슈로 사용량이 다소 줄어들고 있음

[표 2-5] 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	29,436	9,714	12,520	19,971	24,648	24,845

※ 수출입무역통계, 관세청

1) HS코드 3505.10.1000(텍스트린) 값임

2. 건강기능식품 중 체지방 감소 기능성 원료

- 지난 11년(2004 ~ 2014년)동안 가장 많이 인정받은 기능성은 체지방감소가 86건으로 가장 많았으며, 관절/뼈 건강이 57건, 혈당조절이 40건, 간 건강 39건, 기억력 개선 35건, 눈 건강과 항산화가 27건 등의 순임
- 가르니시아카보지아겍질 추출물(25건) 및 공액리놀레산(22건)이 2004년 이후 체지방감소 기능성으로 가장 많이 인정됨. 그 이후 돌외잎주정추출분말(2013년)이 체지방감소 기능성 원료로 신규 인정됨
- 식약처는 지난해 체지방 감소, 피부건강, 관절·뼈 건강 기능성 등에 대한 개별인정 건수가 비교적 높았다고 설명함

[표 2-6] 11년(2004~2014년)간 기능성 원료 인정 현황

구분	건	구분	건
체지방감소	86	긴장완화	13
관절/뼈건강	57	갱년기 여성건강	9
혈당조절	40	과민피부상태개선	9
간건강	39	월경전 변화에 의한 불편한 상태 개선	8
기억력개선	35	인지능력	8
눈건강	27	칼슘흡수촉진	7
항산화	27	운동수행능력	6
피부건강	26	요로건강	5
혈행개선	24	위건강/소화건강	4
혈압조절	23	배뇨기능	2
면역기능	21	갱년기남성건강	2
혈중콜레스테롤개선	19	어린이 키성장에 도움	1
장건강	18	유산균 증식을 통한 여성 질 건강에 도움	1
피로개선	18	정자운동성 개선	1
전립선건강	17	충지발생	1

※ 건강기능식품 기능성 원료 인정 현황, 식품의약품안전처, 2015.04

- 식품의약품안전처 자료에 따르면⁵⁾ 체중 조절에 주로 사용되는 기능성 원료로 가르니시아 캄보지아 추출물(HCA), 키토산/키토올리고당, 녹차추출물, 공액리놀레산(CLA)이 있음

5) 2015 식품의약품통계연보 및 건강기능식품 원료별 정보(식품의약품안전처)를 기반으로 체지방 감소/콜레스테롤 개선 기능으로 구분된 기능성 원료를 분류한 후, 그 중 국내 출하액이 높거나 인정 현황 수가 많은 원료를 선정함

- 해당 원료는 대부분 수입산으로 수입 실적을 중심으로 살펴봄

[표 2-7] 체지방감소에 도움을 주는 식약처장 고시 기능성 원료

원료	기능성 내용	기능(지표)성분	일일섭취량	섭취 시 주의사항
가르시니아 캄보지아 추출물	탄수화물이 지방으로 합성되는 것을 억제하여 체지방 감소에 도움을 줌	총(-)-Hydroxy citric acid	총 (-)-Hydroxy citric acid 로서 750~2,800 mg	-
공액 리놀레산	과체중인 성인의 체지방 감소에 도움을 줄 수 있음	공액 리놀레산	공액리놀레산 으로서 1.4~4.2 g	① 위장장애가 발생 할 수 있음 ② 영유아, 임산부는 섭취를 삼가야 함 ③ 식사조절, 운동병행이 체지방 감소에 효과적임
녹차 추출물	항산화 작용·체지방 감소·혈중 콜레스테롤 개선 에 도움을 줄 수 있음	카테킨	카테킨으로서 0.3~1 g	카페인 함유되어 있어 초조감, 불면 등을 나타낼 수 있음
키토산/ 키토올리 고당	혈중 콜레스테롤 개선·체지방 감소에 도움을 줄 수 있음	키토산/ 키토올리고당	① 콜레스테롤 개선: 키토산 또는 키토올리고당 으로서 1.2~4.5 g ② 체지방 감소: 키토산으로서 3.0~4.5 g	계 또는 새우에 알레르기가 있는 사람은 섭취에 주의 (계 또는 새우를 원재료로 사용한 경우에 한함)

※ 건강기능식품 기능성 원료 인정 현황, 식품의약품안전처, 2015.04

- 1) 고시 기능성 원료는 원료의 기능성이 건강기능식품공전에 기재되어 있고, 이를 제품화할 경우 그 기능성을 그대로 사용가능한 원료임

1) 가르시니아 캄보지아 추출물(HCA, Hydroxycitric acid)⁶⁾

- 가르시니아 캄보지아는 인도 남서부에 서식하는 열대 식물로 껍질에는 주요 기능 성분인 HCA(Hydroxycitric acid)가 약 10~30% 함유되어 있음. 본래 현지에서는 향신료 및 산미제로 사용되었으나, 1969년 HCA가 신체 내에서 탄수화물의 지방합성을 억제한다는 사실이 밝혀진 이후로 다이어트 식품의 주 원료로 사용되고 있음

6) 건강기능식품 원료별 정보, 식품의약품안전처

- 가르시니아 캄보지아 열매의 껍질을 물 또는 주정(물, 주정 혼합물 포함)으로 추출하여 칼슘, 칼륨, 나트륨의 염을 단독 또는 복합으로 결합하여 식용에 적합하도록 제조하였고, 기능 성분인 HCA가 600mg/g 이상 함유되어 있음
 - 탄수화물을 과량 섭취할 경우 체내에서 지방으로 전환되는데, HCA는 탄수화물을 지방으로 전환시키는 효소인 ATP-구연산 리아제와 결합하여 효소의 분해를 억제하고 체중과 체지방량을 감소시킴
- 원료로서의 가르시니아 캄보지아 추출물의 수입량은 2010년 90.1톤에서 2014년 158.9톤으로 5년 사이 76.4% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 약 166만 달러에서 약 274만 달러로 64.8% 증가함
- 수입단가는 1kg당 18달러 내외 수준임

[표 2-8] 가르시니아 캄보지아 추출물(원료성) 수입 규모

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	90.1	1,660.1	18.4
2011	120.8	2,492.9	20.6
2012	221.4	4,213.7	19.0
2013	193.4	3,350.1	17.3
2014	158.9	2,735.4	17.2

* 식품안전정보포털, 식품의약품안전처 / 2014년은 2015 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 가르시니아 캄보지아 추출물(원료성)은 주로 인도에서 수입되고 있음. 2013년 기준 인도에서의 수입량은 183.4톤으로 전체 수입량의 94.8%를 차지함. 같은 기간 수입액은 약 308만 달러로 91.9%를 차지함

[표 2-9] 가르시니아 캄보지아 추출물(원료성) 국가별 수입규모

국가	수입량(톤)				수입액(천\$)			
	2010년	2011년	2012년	2013년	2010년	2011년	2012년	2013년
인도	69.8	102.4	170.4	183.4	1,094.5	2,001.3	2,839.5	3,079.5
미국	20.4	18.4	51.0	10.0	565.6	491.7	1,374.2	270.0
기타	-	-	-	0.02	-	-	-	-
합계	90.2	120.8	221.4	193.4	1,660.1	2,492.9	4,213.7	3,349.5

* 식품안전정보포털, 식품의약품안전처

2) 키토산

- 식품의약품안전처에 따르면 갑각류(게, 새우 등)의 껍질이나 연체동물(오징어 등)의 뼈를 분쇄, 탈단백, 탈염화한 키틴⁷⁾을 탈아세틸화⁸⁾하면 키토산이 얻어지며, 이 키토산을 효소 처리하여 당의 수 2~10개로 결합한 것이 키토 올리고당임. 체내에서 키토산은 체내에 있는 위산(pH 0.9~1.5), 장내세균, 키틴·키토산가수분해효소 등에 의해 분해되어 분자고리가 절단되고, 최종적으로 글루코사민 또는 키토산 올리고당으로 체내에 흡수됨
- 건강기능식품 기능성 원료로서의 키토산은 탈아세틸화도⁹⁾가 80% 이상이어야 하며, 글루코사민으로서의 키토산 80% 이상을 함유하여야 함. 한편 키토 올리고당은 키토올리고당을 20% 이상 함유하고 있어야 기능성 원료로서 인정 가능함
- 키토산은 담즙산¹⁰⁾과 결합하여 배설되는데, 이때 체내에서 배설된 만큼의 담즙산의 합성이 필요하게 되고 담즙산의 분비를 위해 간 콜레스테롤이 사용되면서, 결과적으로 콜레스테롤의 농도를 감소시킴
- 또한 십이지장을 통과한 키토산은 지방산 및 콜레스테롤과 결합하여 위장 내 지질 흡수를 감소시킴으로써 분변으로의 지방 배설을 증가시킴
- 원료로서의 키토산 수입량은 매우 작음. 2010년 19.8톤에서 2014년 59.0톤으로 198.2% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 약 43만 달러에서 약 199만 달러로 363.0% 증가함
- 수입단가도 수입액 증가와 마찬가지로 2010년 1kg당 21.7달러에서 2014년 33.7달러로 10달러 이상 상승함

7) 키틴(chitin)은 갑각류나 곤충 외피 및 미생물의 세포벽에 분포하면서 단백질과 복합체를 이루고 있는 다당류임. 키틴은 천연계에 단독으로 존재하지 않으며 균이나 무척추동물 등의 키틴-단백질 복합체 형태로서만 존재함. 특히 절족동물에서는 거의 전부에 존재하며 절족동물의 표피는 키틴 25~50%로 구성됨. 키틴은 진한 알칼리로 서서히 탈아세틸화의 분해가 일어나 키토산을 생성함, 식품과학기술대사전

8) 탈아세틸(deacetylation)이란 유기화합물이 결합하고 있는 아세틸기를 탈리시키는 반응을 말함. 여기서 아세틸기는 COCH₃로 표기되며, 유기화합물의 구성성분 중 하나임

9) 탈아세틸화도는 당 사슬 중 글루코사민 잔기비율을 나타냄

10) 담즙산(bile acid)은 쓸개즙의 주요 성분으로, 주로 간의 콜레스테롤로부터 만들어짐

- 키토산 원료가 급증한 이유는 2014년 중소기업에서 키토산을 원료로 건강 기능식품을 다량 만들어 소셜커머스에 유통하였기 때문인 것으로 추정됨¹¹⁾

[표 2-10] 키토산(원료성) 수입 규모

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	19.8	429.6	21.7
2011	29.4	915.1	31.1
2012	24.8	652.2	26.3
2013	19.4	549.1	28.3
2014	59.0	1,989.1	33.7

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처 / 2014년은 2015 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 키토산은 주로 베트남에서 수입되고 있음(2013년 기준). 2010년에는 중국이 전체 수입량의 71.6%를 차지하고 있었으나, 이후 중국에서의 수입물량이 줄고, 베트남에서의 수입물량이 증가하며 2013년 기준 전체의 63.4%를 차지함

[표 2-11] 키토산(원료성) 국가별 수입 규모

국가	수입량(톤)				수입액(천\$)			
	2010년	2011년	2012년	2013년	2010년	2011년	2012년	2013년
베트남	1.0	11.3	17.2	12.3	25.0	278.4	430.5	299.7
아이슬란드	3.3	11.9	3.4	5.1	134.2	514.2	134.4	205.4
중국	14.2	6.2	4.1	2.0	247.4	122.5	87.4	44.0
기타	1.3	-	-	0	23.0	-	-	0
합계	19.8	29.4	24.8	19.4	429.6	915.1	652.3	549.1

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처

3) 녹차추출물

- 식품의약품안전처에 의하면 녹차는 주로 차의 형태로 섭취되나, 녹차의 물 또는 주정 추출물은 현재 식품첨가물로 허용되어 식품원료에도 사용되고 있음. 또한 녹차에서 추출한 카테킨(catechin)은 폴리페놀 화합물의 일종으로 ‘차카테킨’이라는 식품첨가물로 허용되어 있음

11) 업계 전문가 인터뷰

- 카테킨은 녹차의 대표 항산화 성분이며, EC, EGC, ECG, EGCG¹²⁾ 등으로 이루어지는데 일반적으로 이 네 가지가 차카테킨류로 구분됨. 이 중 EGCG가 약 40%로 가장 많은 양을 차지하며 생리활성이 가장 높은 것으로 알려짐. 카테킨 섭취 시 혈장의 항산화능이 증가하고 세포 핵 손상 값이 감소하였다는 연구결과가 발표된 바 있음¹³⁾
 - 카테킨 성분은 체지방 감소에도 도움이 되며 경증의 비만인이 녹차추출물을 섭취했을 경우, 에너지 소비량이 증가하고 호흡률이 감소하는 등 체중 감소에 영향을 미치는 것으로 나타남
- 녹차추출물도 키토산과 마찬가지로 수입량은 매우 작음. 2010년 5.4톤에서 2014년 13.6톤으로 수입량은 151.5% 증가하였으며, 같은 기간 수입액은 599.8% 증가함. 수입규모가 커지면서 수입단가도 높아진 특징이 있음

[표 2-12] 녹차추출물(원료성) 수입 규모

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	5.4	59.9	11.1
2011	20.8	517.1	24.9
2012	9.8	264.9	27.0
2013	12.5	532.2	42.6
2014	13.6	419.3	30.8

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처 / 2014년은 2015 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 녹차추출물(원료성)은 주로 중국에서 수입되고 있음. 2013년 수입량 기준 전체의 68.8%를 차지함. 인도에서는 2012년까지 수입이 있었으나, 2013년 이후 미국, 스페인 등에서의 수입이 발생하면서 인도에서의 수입은 이루어지지 않음

12) 카테킨의 주요성분으로 에피갈로카테킨(epigallocatechin, EGC), 에피갈로카테킨갈레이트(epigallocatechin gallate, EGCG), 에피카테킨(epicatechin, EC), 에피카테킨갈레이트(epicatechin gallate, ECG)를 의미하며, 이 4가지 카테킨이 모두 확인되고 합계량이 200mg/g 이상 함유되어 있어야 기능성 원료로서의 녹차추출물로 인정받을 수 있음

13) 건강기능식품 원료별 정보, 식품의약품안전처

[표 2-13] 녹차추출물(원료성) 국가별 수입 규모

국가	수입량(톤)				수입액(천\$)			
	2010년	2011년	2012년	2013년	2010년	2011년	2012년	2013년
중국	5.1	9.6	6.4	8.6	51.2	108.0	158.6	389.9
인도	0.3	10.8	2.8	-	8.7	390.8	89.5	-
기타	-	0.4	0.6	3.9		18.4	16.8	142.3
합계	5.4	20.8	9.8	12.5	59.9	517.2	264.9	532.2

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처

4) 공액 리놀레산(CLA, Conjugated linoleic acid)¹⁴⁾

- 공액 리놀레산(이하 CLA)이란 필수지방산인 리놀레산과 같이 탄소수가 18개이며, 2개의 이중결합을 가지고 있는 불포화지방산임. CLA와 리놀레산은 서로 화학구조는 같으나 이중결합의 위치가 바뀐 ‘위치이성체(位置異性體)’ 관계에 있음
 - 리놀레산은 두 개의 이중결합 사이에 두 개의 단일결합이 존재하는 데 반해, 화학적인 방법으로 변형된 CLA는 이중결합의 위치가 바뀌어 두 개의 이중결합 사이에 하나의 단일결합만이 존재하는 공액이중결합(共軛二重結合)의 형태를 가짐. 이로 인해, 리놀레산과 물리적·화학적 성질이 전혀 다르게 나타남
- 식품의약품안전처에 의해 CLA는 체지방을 감소시켜주는 기능성 원료로 명시되어 있으며, 국내에서는 식품원료 또는 식품첨가물로는 사용되지 않고 있음
 - 기능성 원료로서의 공액리놀레산은 cis-9 및 trans-11 CLA, trans-10 및 cis-12 CLA, cis-9 및 cis-11 CLA, trans-9 및 trans-11 CLA¹⁵⁾의 합이 660~850mg/g이어야 하며, cis-9 및 trans-11 CLA와 trans-10 및 cis-12 CLA가 비슷한 비율로 존재하고 있어야 인정 가능함

14) 건강기능식품 원료별 정보, 식품의약품안전처 / 식품과 건강-공액리놀레산(CLA), MDS Korea

15) 불포화지방산은 이중결합이 있는 지방산으로, 자연계에 존재하는 불포화지방산은 수소원자가 같은 방향에 있는 시스(cis)형 결합구조를 가짐. 여기에 가공 처리 시 수소의 위치가 어긋나고 수소의 결합방향이 달라지면서 트랜스(trans)형 결합구조로 변모하게 됨. 천연 지방산인 리놀레산은 전부 시스형이며, 이를 가공하여 만든 CLA는 위와 같은 다수의 이성질체로 구성되어 있으며 트랜스형 이중결합과 기하이성체를 포함하고 있음. 그 중에서 cis-9, trans-11 CLA(9번, 10번 탄소 사이에 시스결합이 있고, 11번, 12번 탄소 사이에 트랜스결합이 있는 이성질체), trans-10, cis-12 CLA(10번, 11번 탄소 사이에 트랜스결합이 있고 12번, 13번 탄소 사이에 시스결합이 있는 이성질체)가 가장 생리활성이 높은 것으로 알려짐

- CLA는 리포단백질 리파아제(lipoprotein lipase)¹⁶⁾의 활성을 저하시켜 체내 지방 축적을 억제하고, 카르니틴(carnitine)¹⁷⁾의 활동을 원활하게하여 체지방의 소모를 도움. 또한 지방세포의 세포자살(apoptosis)¹⁸⁾을 촉진시켜 체지방을 감소시킴
- 원료로서의 공액 리놀레산(CLA)의 수입량은 2010년 38.6톤에서 2014년 17.9톤으로 53.7% 감소하였으며, 같은 기간 수입액은 52.8만달러에서 52.2만 달러로 1.2% 감소에 그침. 이는 수입량에 비해 수입 단가가 지속 높아지면서 수입액은 크게 감소하지 않음
 - 공액 리놀레산(CLA)의 수입량 감소는 우선 공액 리놀레산의 수입단가가 높고, 효능이 비슷하면서 가격은 더 저렴한 가르시니아캄보지아추출물이 고시형 원료가 되면서 공액리놀레산의 사용량이 줄어들었기 때문임¹⁹⁾

[표 2-14] 공액 리놀레산(CLA)(원료성) 수입 규모

연도	수입량(톤)	수입액(천\$)	수입단가(\$/kg)
2010	38.6	528.2	13.7
2011	27.7	461.0	16.7
2012	32.3	846.1	26.2
2013	11.8	334.3	28.3
2014	17.9	522.0	29.2

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처 / 2014년은 2015 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 공액 리놀레산(원료성)은 주로 독일과 네덜란드의 유럽에서 수입되고 있음. 독일과 네덜란드가 전체 수입량에서 차지하는 비중이 89.0%임(2013년 기준)

16) 리포단백질 리파아제(lipoprotein lipase)는 트리글리세리드를 가수분해하는 효소로, 여러 조직의 모세혈관 벽에 존재하며, 저밀도의 지단백과 연결되어 있는 트리글리세리드를 지방산과 글리세롤로 분해함. 여기서 트리글리세리드는 글리세롤 한 분자에 3개의 지방산이 결합한 화합물을 말하며, 식용유지와 음식물로 섭취되는 지방질의 대부분이 트리글리세리드로 구성되어 있음, NAVER 지식백과(원자료 : 화학대사전, 영양학사전)

17) 카르니틴(carnitine)은 동물의 대사과정에서 지방산을 미토콘드리아로 운반하는 효소로 체내 지방을 분해하는 역할을 담당함

18) 세포자살(apoptosis)은 세포자연사라고도 불리며, 정상적인 세포가 외적 또는 내적 자극에 의해 세포가 가지고 있는 유전자 내의 죽음 인자가 발동되어 세포가 위축되고, 결국 세포 스스로 죽는 과정을 의미함, 정맥마취제와 아포토시스(apoptosis), 대한마취약리학회, 2005

19) 업계 전문가 인터뷰

[표 2-15] 공액 리놀레산(CLA)(원료성) 국가별 수입 규모

국가	수입량(톤)				수입액(천\$)			
	2010년	2011년	2012년	2013년	2010년	2011년	2012년	2013년
독일	29.6	17.3	18.5	5.8	329.4	280.2	518.0	170.1
네덜란드	8.0	3.8	12.1	4.7	180.5	89.7	280.6	137.6
중국	0.9	6.6	0.2	1.1	12.9	91.1	3.0	18.2
기타	0.2	0.0	1.5	0.2	5.4	-	44.4	8.4
합계	38.6	27.7	32.3	11.8	528.2	461.0	846.1	334.3

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처

5) 식약처장 별도 인정 체지방 감소 원료²⁰⁾

- 앞서 언급한 고시된 체지방 감소 원료 외에, 식약처장이 별도로 인정한 체지방 감소 원료도 다양하게 존재함
- 히비스커스 등 복합추출물, 그린마떼추출물, 대두배아추출물등 복합물, 보이차 추출물, 그린커피빈추출물 등 다양한 원료가 체지방 감소 원료로 개별인정 됨

[표 2-16] 식약처장이 별도로 인정한 체지방 감소 원료(2014년 기준)

원료명	인정번호	인정등급	기능(지표)성분	일일섭취량	섭취 시 주의사항
히비스커스등 복합추출물	제2004-7호	생리활성기능 2등급	① Chitosan ② (+)-allo-hydroxy citric acid lactone ③ L-carnitine	히비스커스등 복합추출물 로서 2,079 mg/일	체지방 감소는 반드시 식사조절과 운동이 병행되어야 효과적임
그린마떼 추출물	제2006-20호	생리활성기능 3등급	① Chlorogenic acid ② Triterpene saponin	-	-
	제2008-52호	생리활성기능 2등급	Chlorogenic acid	Green Mate Extract EFLA0 920 로서 3 g/일	-
	제2010-7호				
대두배아 추출물등 복합물	제2008-6호	생리활성기능 2등급	① Daidzin, Glycitin, Genistin의 합 ② L-carnitine	APIC 대두배아 추출물등 복합물 로서 700 mg/일	① 알레르기성 비염, 천식, 우유 알레르기 반응을 나타내는 사람

20) 식약처장 별도 인정 체지방 감소 원료는 원료의 기능성이 확보되지 않아, 기업체가 개별적으로 임상 실험 등을 통해 효과를 입증하고, 그 자료를 제출하여 개별적으로 인증을 받은 원료임

제2장 생산 및 수출입 현황

원료명	인정번호	인정등급	기능(지표)성분	일일섭취량	섭취 시 주의사항
					섭취 주의 ② 임신부, 수유기 여성 및 어린이는 섭취에 주의
중쇄지방산 (MCFA) 함유 유지	제2009-20호	생리활성기능 2등급	Caprylic acid, Capric acid의 합	일반 식용유 섭취방법과 동일	-
	제2014-6호		카프릴산(Caprylic acid)과 카프릭산(Capric acid)의 합으로서96~144 mg/g		
식물성유지 디글리세라이드	제2009-21호	생리활성기능 2등급	Diacylglyceride	일반 식용유 섭취방법과 동일	-
콜레우스 포스콜리 추출물	제2009-47호	생리활성기능 2등급	Forskolin	콜레우스 포스콜리 추출물 로서 500 mg/일	① 항응고제 또는 혈압조절제를 복용하거나 혈압이 낮은 분은 섭취 주의 ② 임신부, 수유여성, 어린이 섭취 주의
	제2011-42호 제2012-5호				임산부, 수유여성, 어린이는 섭취에 주의
깨잎추출물	제2009-83호	생리활성기능 2등급	Ursolic acid	깨잎추출물 (PF501) 로서 2.7 g/일	유·소아, 임신부 및 수유부 여성은 섭취 주의
L-카르니틴 타르트레이트	제2010-50호	생리활성기능 2등급	L-carnitine	L-카르니틴 으로서 2 g/일	-
	제2012-19호				
레몬 밤 추출물 혼합분말	제2010-24호	생리활성기능 2등급	① 레몬 밤 (rosmarinic acid) ② 뽕나무잎 (1-Deoxynojirimycin) ③ 인진쑥 (6,7-Dimethylesculetin)	레몬 밤 추출물 혼합분말 로서 1,380 mg/일	① 알레르기 반응이 나타날 경우 섭취중단 ② 섭취 후 진정작용이 나타날 수 있으므로 주의 ③ 어린이, 임신부 수유부 섭취주의
서목태 (쥐눈이콩) 펩타이드 복합물	제2010-53호	생리활성기능 2등급	① Arginine ② Leucine	서리태(쥐눈이콩) 펩타이드복합물 로서 4.5 g/일	-

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

원료명	인정번호	인정등급	기능(지표)성분	일일섭취량	섭취 시 주의사항
키토올리고당	제2012-23호	생리활성기능 2등급	Chito oligosaccharide	키토올리고당 으로서 3 g	계 또는 새우에 알레르기가 있는 사람 섭취 주의 (계 또는 새우를 원재료로 사용한 경우에 한함)
마테얼수 추출물	제2013-2호	생리활성기능 3등급	Chlorogenic acid	마테얼수추출물 로서 3 g/일	-
돌외잎주정 추출분말	제2013-3호	생리활성기능 2등급	Damulin A	돌외잎주정추출분말 로서 450 mg/일	과량섭취시 위장 장애(구토와 위장운동 증가)가 발생할 수 있음
	제2013-8호	생리활성기능 2등급			
핑거루트 추출분말	제2013-5호	생리활성기능 2등급	Panduratin A	핑거루트추출분말 로서 600 mg/일	-
락토페린 (우유정제 단백질)	제2013-8호	생리활성기능 2등급	Lactoferrin	락토페린 으로서 300 mg/일	우유 및 유제품 알레르기가 나타나는 사람 섭취 주의
미역등 복합 추출물 (잔티젠)	제2013-10호	생리활성기능 3등급	① Fucoxanthin ② Punicic acid	미역등 복합 추출물(잔티젠) 으로서 600 mg/일	① 임신부, 수유부는 섭취 시 주의 ② 석류 알레르기가 있는 사람 섭취 주의 ③ 에스트로겐 호르몬에 민감한 사람섭취 주의
Lactobacillus gasseri BNR17	제2014-5호	생리활성기능 3등급	유산균(Lactobacillus gasseri BNR17)	Lactobacillus gasseri riBNR17 로서 6x10 ¹⁰ CFU/일	산성도가 낮은 음료나 뜨거운 물과 함께 복용하는 것을 피하는 것이 좋음
발효식초석류 복합물	제2014-20호	생리활성기능 2등급	초산(Acetic acid), 엘라직산(Ellagic acid)	발효식초석류복합물 로서 22 mL/일	① 임신부, 수유부 섭취 주의 ② 공복에 섭취하거나 과다 섭취 시 속쓰림 등 위에 자극을 느낄 수 있음
	제2014-57호				



제2장 생산 및 수출입 현황

원료명	인정번호	인정등급	기능(지표)성분	일일섭취량	섭취 시 주의사항
보이차추출물	제2014-7호	생리활성기능 2등급	Gallicacid	보이차추출물 로서 1 g/일	① 카페인 함유되어 있어 초조감, 불면 등을 나타낼 수 있음 ② 임산부, 수유부, 어린이, 질병치료 중 환자 섭취 주의
와일드망고 종자추출물	제2014-28호	생리활성기능 2등급	식이섬유	아프리카망고 종자추출물 로서 300 mg/일	임산부 및 수유 여성은 섭취에 주의
그린커피빈 추출물	제2014-31호	생리활성기능 2등급	Chlorogenic acid	그린커피빈추출물 로서 400 mg/일	① 임산부와 수유기 여성, 유아, 어린이는 섭취에 주의 ② 카페인 함유되어 있어 초조감, 불면 등을 나타낼 수 있음

※ 건강기능식품 기능성 원료 인정 현황, 식품의약품안전처, 2015.04

1) 고시된 원료로 전환된 공액리놀레산, 가르시니아캄보지아껍질추출물, 녹차추출물, 키토산은 제외함

제 2 절 국내 출하 현황

- 2014년 국내 체중조절식품의 총 출하액은 758.6억 원으로 2010년 773.7억 원에서 2.0% 감소함
- 2012년까지만 해도 분말(쉐이크) 타입의 체중조절용 조제식품이 많이 생산되었으나, 이후 건강기능식품에서의 체지방감소 관련 제품이 알약 형태로 간편하게 복용할 수 있는 제품으로 출시 확대되면서 다이어트에 많이 활용됨
- 그러나 2014년 이후에는 체중조절식품을 이용한 다이어트 보다는 식단, 운동 등으로 다이어트하는 방법이 매체 등에 확대되면서 체중조절식품 출하규모도 감소함

[표 2-17] 체중조절식품 출하 규모

(단위: 백만원, %)

연도	체중조절용 조제식품	건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품	체중조절식품
2010	43,759 (56.6)	33,614 (43.4)	77,373
2011	61,201 (61.0)	39,113 (39.0)	100,314
2012	56,795 (45.0)	69,292 (55.0)	126,087
2013	49,186 (39.4)	75,687 (60.6)	124,873
2014	29,901 (39.4)	45,957 (60.6)	75,858

- ※ 체중조절용 조제식품 : 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 : 각 연도별 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처
 1) 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품은 녹차추출물, 공액리놀레산, 가르시니아캄보지아추출물, 키토산 값의 합임

1) 체중조절용 조제식품

- 체중조절용 조제식품의 생산 및 출하규모는 각각 2012년까지 지속 상승하다가 이후 감소세를 보임
- 체중조절용 조제식품의 생산액은 2010년 378.8억 원에서 2012년 558.0억 원으로 3년 사이 47.3% 상승함. 그러나 이후 감소세를 나타내며 2012년 대비 2014년 생산액은 29.8% 감소한 391.5억원을 기록함

[표 2-18] 체중조절용 조제식품 생산 및 출하 실적

연도	생산실적		출하실적	
	생산량(톤)	생산액(백만원)	출하량(톤)	출하액(백만원)
2010	5,379	37,877	4,116	43,759
2011	8,764	45,587	6,056	61,201
2012	7,705	55,797	5,795	56,795
2013	6,141	54,234	4,564	49,186
2014	4,870	39,147	2,887	29,901

※ 각 연도별 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처

2) 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품

□ 시장에 많이 출시되는 체지방감소 관련 건강기능식품은 연도별로 차이가 나타남

- 가르시니아캄보지아추출물이 체지방 감소 관련 건강기능식품 중 가장 많이 출하가 되고 있지만, 2010년까지만 해도 전체 출하의 61.8%를 차지하였으나, 2014년에는 그 비중이 47.1%로 감소함. 2013년에는 키토산 제품의 출하가 줄어들면서 가르시니아캄보지아추출물 제품이 일시적으로 급증한 모습을 나타냄
- 녹차추출물은 2010년 전체에서의 비중이 0.7% 정도였으나, 이후 꾸준히 출하가 증가하면서 2014년에는 23.3%로 공액리놀레산이나 키토산보다도 시장 출하 비중이 높음
- 공액리놀레산은 2011년까지 시장에서의 높은 반응으로 출하 비중이 17.3%까지 증가하였으나 이후 가르시니아캄보지아추출물의 출하가 확대되면서 출하 규모는 감소세를 나타냄

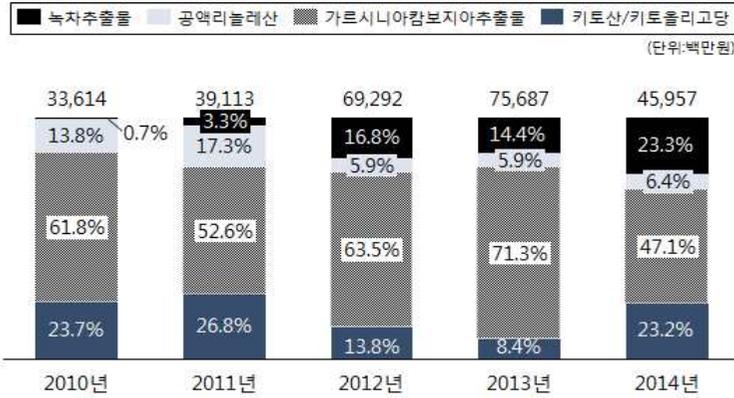
[표 2-19] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 출하 규모

(단위: 백만원)

연도	녹차추출물	공액리놀레산	가르시니아 캄보지아추출물	키토산/키토 올리고당	전체 출하규모
2010	237	4,636	20,775	7,966	33,614
2011	1,281	6,779	20,584	10,469	39,113
2012	11,628	4,119	44,011	9,534	69,292
2013	10,870	4,483	53,992	6,342	75,687
2014	10,693	2,922	21,658	10,684	45,957

※ 각 연도별 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처

[그림 2-1] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 종류별 출하 비중



3) 주요 제조사 현황

- 국내 일부 대형 식품업체들이 체중조절용 조제식품 시장에 진출해 있으며, 대부분의 중소 건강기능식품기업들도 각자의 다이어트 브랜드 아래 다양한 체중조절식품을 개발·판매하고 있음
- CJ 제일제당은 ‘디팻’ 과 ‘팻다운’ 등의 산하 브랜드를 두어 체중조절용 조제식품 및 건강기능식품을 개발·판매하고 있음. ‘디팻’ 은 맞춤형 관리 다이어트 전문 브랜드로 체지방 감소에 도움이 되는 기능성 원료를 바탕으로 한 제품들을 판매하고 있으며 주요 제품으로는 ‘디팻 CLA’, ‘디팻 잔티젠’, ‘디팻 파워 가르시니아’, ‘디팻 히비스커스’ 등이 있음. ‘팻다운’ 은 체지방 감소를 위한 피트니스 드링크 브랜드로, 운동 전 마시는 피트니스 음료 ‘팻다운 파워번 마스터’ 와 운동 중 수분을 보충하고 체지방을 감소시키는 스포츠 음료 ‘팻다운 스포츠 다이어트’ 등으로 구성되어 있음
- 허벌라이프는 체중관리 및 영양제, 스킨, 헤어케어 제품을 개발 및 판매하는 글로벌 뉴트리션 전문기업임. 주요 제품으로는 ‘Formula 1 Healthy Meal’ 셰이크 믹스를 포함한 멀티비타민+무기질 콤플렉스, 퍼스널 단백질 파우더가 있음
- 더 베이글은 건강·다이어트 전문 기업으로, 주력 브랜드인 ‘뉴트리 디-데이 다이어트’ 로 체중감소, 몸매관리, 건강유지를 위한 기능성식품을 개발 및 제조하고 있음. 또한, 뉴트리 디데이의 모든 제품은 HACCP·GMP·ISO 등의

제2장 생산 및 수출입 현황

인증 받은 최첨단 공장에서 제조되고 있음. 다이어트 셰이크, 허벌티, 칼로리 스피드 컷 등이 주요 제품임

- 팜스빌은 국내·외의 검증된 건강기능식품, 천연 유기농 건강식품 및 뷰티 건강식품을 개발·판매하는 전문건강식품 기업으로 ‘애플트리 김약사네’, ‘악마다이어트’ 등의 자사 브랜드 아래 체중조절용 조제식품을 판매하고 있음

[표 2-20] 주요 제조사 특징

제조사명	내 용
CJ 제일제당	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요특징 : 국내 식품회사 1위로, ‘디팻’, ‘팻다운’ 등의 건강기능식품 전문브랜드를 런칭하여 다이어트시장에 입성, 다양한 다이어트 제품을 생산 및 출시 하고 있음 ○ 브랜드 : 팻다운, 디팻 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> - 2002 ‘팻다운’ 다이어트 브랜드 런칭 - 2008 ‘디팻 다이어트 CLA’ 런칭 후 연매출 1500억원 달성 - 2009 ‘팻다운’ 1억병 판매 돌파 - 2010 ‘팻다운·디팻’ 누적매출 2000억 돌파
허벌라이프	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요특징 : 전 세계 식사 대용 식품시장에서 압도적인 우위를 차지하고 있으며, 독자적인 과학기술과 뉴트리션 및 과학분야 전문가들에 의해 연구 개발된 체중 조절용 제품 제조 및 판매 ○ 브랜드 및 제품 : 허벌라이프 뉴트리셔널 셰이크 믹스, 멀티비타민·무기질 컴플렉스 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> - 2008 업계 최초 저당지수(Low GI) 인증 획득 - 2011 소비자가 직접 뽑은 2011 소비자의 선택 브랜드 대상 수상 - 2012 ‘뉴트리셔널 셰이크 믹스 (포물라1)’ GH인증마크 획득 - 2014 ‘소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드’ 건강기능식품 부문 3년 연속 대상 - 2015 건강기능식품 ‘일반식품-체중조절용 조제식품’ 부문 대상
더 베이글	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요특징 : 2012년 11월 뉴트리 디-데이 다이어트 셰이크를 론칭하면서, 고객들의 입소문만으로 한국에서 100만개 이상 판매함 ○ 브랜드 및 제품 : 뉴트리 디-데이 다이어트 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> - 2012 (주)한미양행과 쿠키앤크림 독점 생산계약 체결 - 2013 (주)뉴트리바이오텍과 다이어트 알로에겔 독점 생산계약 - 2015 대한민국 올해의 브랜드 대상 다이어트 부문 대상
팜스빌	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주요특징 : 전문 약사가 직접 제품을 연구·개발하며 전문상담 코너 운영. 개개인의 상태에 적합한 1:1 건강 상담이 가능함 ○ 브랜드 및 제품 : 애플트리김약사네, 악마다이어트 ○ 연도별 주요 이슈 : <ul style="list-style-type: none"> - 2013 애플트리김약사네 ‘악마다이어트’ 브랜드 출시 중소기업 HIT500 상품으로 ‘애플트리김약사네 24시간다이어트’ 시리즈 선정 - 2014 ‘마시는 악마다이어트’ 론칭 및 다이어트 매출 1위 - 2015 롯데 면세점 입점 (악마다이어트 브랜드관) ‘마시는 악마다이어트 프리미엄’ 출시

※ 각 사 홈페이지

제 3 절 수출 및 수입 현황

- 체중조절용 조제식품의 수출입 코드는 따로 분류되어 있지는 않으나, 관세청문의 결과 HS코드 2106.90.9000(따로 분류되지 않은 조제식료품)으로 일반적으로 많이 수출입이 되는 것으로 확인됨. 그러나 해당 코드 안에는 체중조절용 조제식품 외에도 여러 품목이 포함되어 있어 체중조절용 조제식품 수출입 규모를 명확히 확인하는 데에는 무리가 있으며, 체중조절용 조제식품 외에 어떤 제품이 포함되어 있는지 확인할 수 없음
- 반면 식품의약품안전처의 ‘수입식품등 검사연보’에는 체중조절식품의 수입 규모가 제시되어 있어 해당 실적을 살펴봄
- 건강기능식품 중 체지방 감소 관련 제품은 ‘식품의약품통계연보’에 제시된 수출입규모를 살펴봄

1) 체중조절용 조제식품 수입 현황

- 체중조절용 조제식품 수입량은 꾸준히 증가세를 나타냄. 2010년 1,812톤에서 2014년 2,819톤으로 55.6% 증가함. 같은 기간 수입액은 1,142만 달러에서 2,119만 달러로 85.6% 증가함

[그림 2-2] 체중조절용 조제식품 수입 규모



※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처 / 2014년은 2015 수입식품등 검사연보, 식품의약품안전처

- 체중조절용 조제식품은 주로 미국에서 수입되고 있음. 일본과 기타 다른 국가에서는 수입이 간헐적으로 발생할 뿐, 99% 이상이 미국에서 수입되고 있는 것으로 나타남

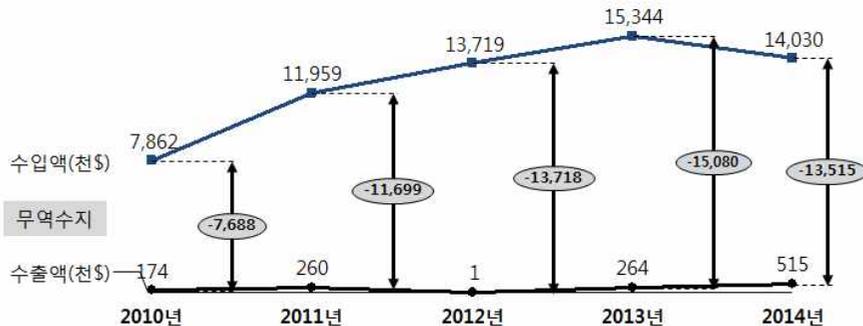
[표 2-21] 체중조절용 조제식품 국가별 수입 규모

국가	수입량(톤)				수입액(천\$)			
	2010년	2011년	2012년	2013년	2010년	2011년	2012년	2013년
미국	1,811.3	2,569.5	3,472.9	2,169.7	11,413.7	16,709.2	21,725.6	14,322.7
일본	0.1	1.8	-	-	2.6	69.4	-	-
기타	0.0	13.9	5.7	1.0	0.0	343.0	149.1	28.2
합계	1,811.5	2,585.2	3,478.6	2,170.7	11,416.3	17,121.6	21,874.7	14,350.9

※ 식품안전정보포털, 식품의약품안전처

2) 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수출입 현황

- 2014년 기준, 건강기능식품 중 체지방 감소 관련 제품의 수출액은 51.5만 달러인 반면, 수입액은 1,403만 달러로 수출에 비해 수입 규모가 27배 이상 큰 것으로 나타남
- 수출액은 작은 규모이면서 등락이 심한반면, 수입액은 증가하는 양상임. 수출액이 작은 이유는 국가별 건강기능식품의 분류 차이, 사전 승인 등의 절차 차이 등이 복합적으로 작용하였기 때문으로 판단됨

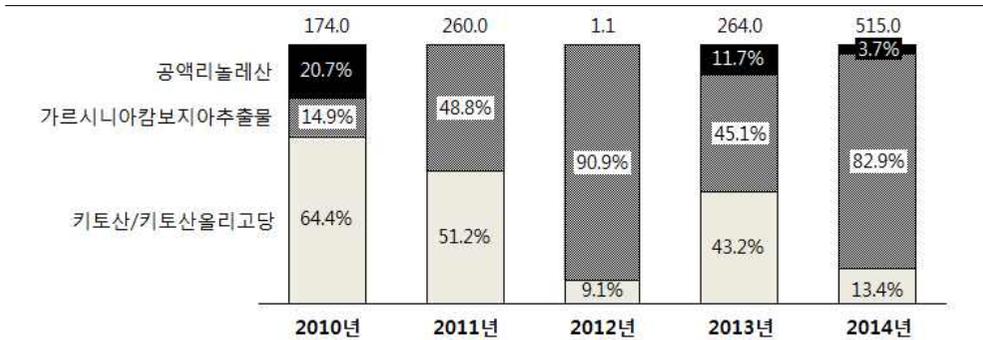
[그림 2-3] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품¹⁾ 수출입 규모

※ 각 연도별 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처

1) 녹차추출물, 공액리놀레산, 가르시니아캄보지아추출물, 키토산 값의 합임

- 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수출 규모는 수입 규모에 비해 적었으며, 특히 녹차추출물의 경우 최근 5년간 수출 실적이 없음
- 공액리놀레산은 2010년 3.6만 달러 규모의 수출 이후 2011~2012년 2년간 수출하지 않다가 2013년부터 수출 실적이 발생함. 2014년 공액리놀레산의 수출 규모는 1.9만 달러임
- 가르시니아캄보지아추출물의 2014년 수출 규모는 42.7만 달러임. 공액리놀레산과 마찬가지로 수출의 등락이 나타나고 있음
- 2014년 키토산/키토산올리고당의 수출액은 6.9만 달러임

[표 2-22] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수출 규모



(단위: 천\$)

년도	녹차추출물	공액리놀레산	가르시니아 캄보지아추출물	키토산/키토산올리고당
2010	-	36	26	112
2011	-	-	127	133
2012	-	-	1	0.1
2013	-	31	119	114
2014	-	19	427	69

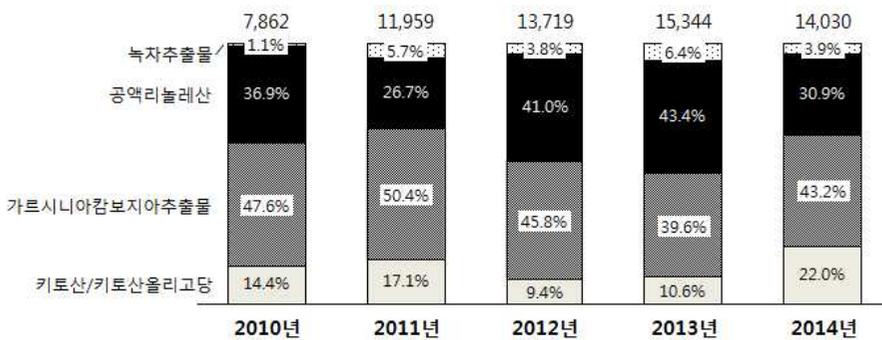
※ 각 연도별 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처

- 녹차추출물, 공액리놀레산, 가르시니아캄보지아추출물, 키토산/키토산올리고당의 수입량은 전반적으로 증가세를 나타냄
- 수입에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 가르시니아캄보지아추출물 (2014년 기준 43.2%)임. 이어서 공액리놀레산(30.9%)임

제2장 생산 및 수출입 현황

- 가르시니아캄보지아추출물은 2011년 이후 600만 달러대의 수입 규모를 유지하고 있는 반면, 공액리놀레산은 다소 등락을 나타내고 있음
- 녹차추출물은 수입 규모는 작으나 최근 5년간 가장 수입이 늘어난 제품임 (540.7% 성장). 반면 2013년 대비 2014년에 감소폭이 43.8%를 나타내며 상대적으로 수입량이 가장 줄어든 품목이기도 함

[표 2-23] 건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품 수입 규모



(단위: 천\$)

년도	녹차추출물	공액리놀레산	가르시니아 캄보지아추출물	키토산/ 키토산올리고당
2010	86	2,901	3,745	1,130
2011	687	3,195	6,027	2,050
2012	525	5,621	6,284	1,289
2013	980	6,658	6,076	1,630
2014	551	4,337	6,060	3,082

※ 각 연도별 식품의약품통계연보, 식품의약품안전처

제 3 장 소매시장 현황

- 제1절 소매 시장 규모
- 제2절 주요 제품 가격
- 제3절 소비시장 특성



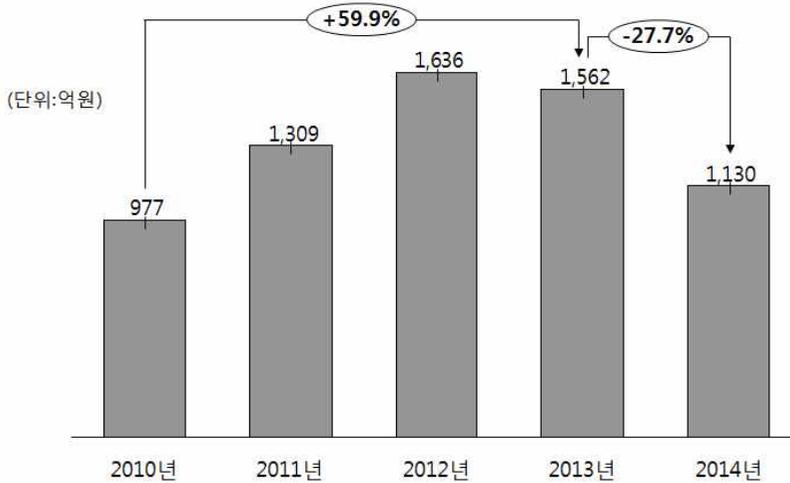


제 1 절 시장 규모

- 체중조절식품(체중조절용 조제식품+건강기능식품 중 체지방감소 관련 제품)의 시장규모에 대해서는 명확히 나온 자료가 없음. 이는 1장에서도 언급하였지만, 체중조절식품을 포함한 다이어트 시장 규모의 범위가 모호하기 때문임
- 공식적으로 나온 시장 규모 자료는 없으나, 2010년 이후 다이어트 식품 시장에 대한 규모는 발표하는 자료에 따라 차이가 큼. 2조원~3조 2천억원으로 차이가 크며, 다이어트 식품에 포함된 제품의 범위도 명확히 제시된 것이 없음²¹⁾
- 이에 본 보고서에서는 체중조절용 조제식품과 건강기능식품 중 체지방 감소 제품의 출하 및 수입 규모를 바탕으로 시장 규모를 추정함. 해당 규모는 추정치이므로 참고 자료로만 활용하는 것이 바람직함
- 2010년에서 2013년(1,562억원)까지 체중조절식품 시장 규모는 1.5배 이상 성장했을 것으로 추정됨. 그러나 2013년 하반기부터 직구 시장이 확대되면서 체중조절식품도 이에 영향을 받았을 것으로 추정되며, 매체 등을 통해 다이어트 운동 및 식단조절 등에 대한 정보가 확대되고, 시장에서는 체중조절식품이 아닌 저지방, 저칼로리 제품, 샐러드팩과 같이 대체할 수 있는 제품이 확대되면서 체중조절식품 시장 규모가 상대적으로 줄어든 것으로 판단됨
- 체중조절식품은 다양한 형태로 제품이 판매되고 있어, 소매채널 판매액 확인은 어려움. 그러나 할인마트, 헬스/뷰티 스토어, 건강기능식품 전문 판매처, 방문 판매, 온라인 쇼핑몰, 소셜커머스 등 다양한 채널에서 판매가 되고 있는 것으로 나타남

21) 2010년 롯데헬스원 자료에 의하면 다이어트 시장 규모는 1조 7,940억원이며 이중 건강기능식품(체지방 감소)과 체중조절식품(시리얼, 바 등)은 각각 2,560억원, 1,000억원으로 나타남. 그러나 이 자료 또한 참고 수치일 뿐 정확한 시장규모는 확인하기 어려움

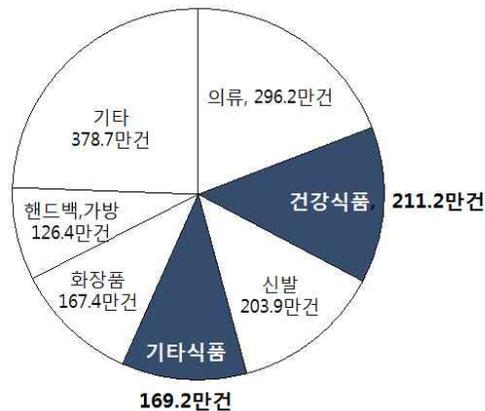
[그림 3-1] 체중조절식품 시장 규모²²⁾



* 체중조절식품은 대부분 소매시장으로 유통되고 있어, 국내출하액과 국내수입액을 합친 값을 소매시장 규모로 작성함. 실제 시장규모는 현재 계산한 값보다 더 클 것으로 추정되므로 해당 값은 증가 추이 정도의 참고 자료로만 활용할 필요가 있음

□ 체중조절식품을 직구로 구입하고 있는 비중은 상당할 것으로 추정됨. 2014년 전자상거래 물품별 통관현황을 보면, 2014년에 건강기능식품은 211.3만 건으로 전체 통관 물품 중 2위를 차지함. 이어서 기타 식품이 169.2만 건으로 4위를 차지함. 참고로 2013년에 직구로 구입한 건강기능식품은 164.3만 건으로 2014년에 비해 28.6% 증가함

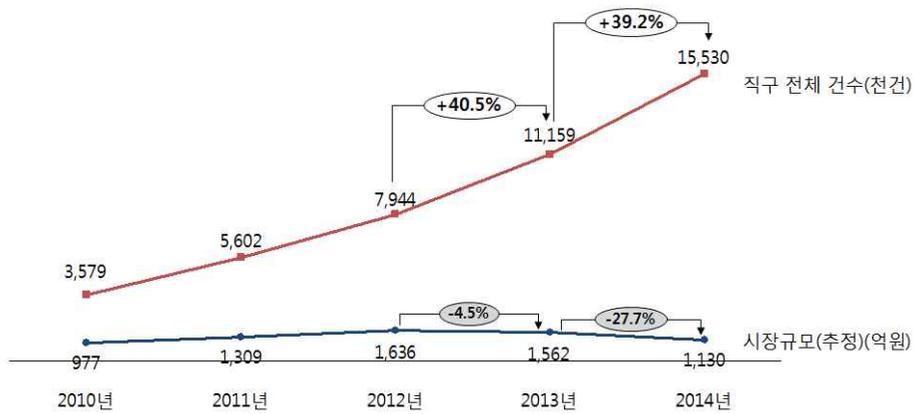
[그림 3-2] 직구 물품별 통관 현황(2014년)



22) 수입액의 원달러 기준 환율은 2014년 환율(1달러=1,053.2원)을 기준으로 작성함

- 건강기능식품에서 체중조절식품이 차지하는 비중을 정확히 알 수는 없으나, 2013년에서 2014년 국내 시장 규모가 27.7% 감소한 반면, 건강기능식품 직구 구입 비중은 28.6% 증가한 것이 조금이라도 영향관계가 있을 것으로 판단됨
- 실제로 직구 건수는 2010년 이후 큰 폭의 상승세를 나타내고 있는 반면, 국내 체중조절식품 시장 규모는 반대로 성장 둔화 및 하락세를 나타내고 있는 것을 확인할 수 있음

[그림 3-3] 직구시장 성장과 체중조절식품 시장과의 관계



※ 직구건수는 관세청 보도자료(해외 직구, 2014년 또 다시 사상최대 규모, 2015.01.23.) 참고

제 2 절 주요 제품 가격

- 일명 다이어트 셰이크라고 불리는 분말형 체중조절용 조제식품의 가격대는 100g 당 최저 2,614원에서부터 최고 14,238원까지 다양한 가격대로 이루어져 있으며, 최고가격의 제품은 팜스빌 애플트리 김약사네의 ‘악마다이어트 셰이크’로 최저가격의 제품인 원데이뉴트리션의 ‘마이바디 다이어트 프로틴 셰이크’에 비해 약 5.4배정도 비싼 것으로 나타남. 또한, 수입제품 (허벌라이프, 암웨이)이 국내제품보다 대체적으로 높은 가격대를 형성하고 있음. 각 제품마다 가격이 상이한 이유는 제품의 성분과 기능성 함량에 따른 것으로 분석됨
- 분말형 이외의 기타 체중조절용 조제식품의 가격 차이는 제품별로 상이함. 체중조절용 씨리얼 제품인 농심 켈로그의 ‘스페셜 K’와 동서식품의 ‘라이트업’은 100g 당 각각 1,038원과 1,222원으로 다른 제품보다 비교적 낮은 가격대로 판매되고 있음. 최고 가격으로는 암웨이 뉴트리라이트의 ‘바디키 뉴트리션 바’가 100g 당 6,667원으로 상대적으로 비싼 것으로 나타남

[표 3-1] 체중조절용 조제식품 가격 현황

구분	제조사	제품명	가격
분말형	올댓다이어트	올댓다이어트 셰이크업	3,920(100g)
	원데이뉴트리션	마이바디 다이어트 프로틴 셰이크	2,614(100g)
	팜스빌 애플트리 김약사네	악마다이어트 셰이크	9,333(100g)
	더 베이글	뉴트리 디데이 다이어트 셰이크	4,640(100g)
	허벌라이프	Formula1 뉴트리셔널 셰이크믹스	6,907(100g)
	암웨이 뉴트리라이트	바디키 식사대용 셰이크	14,238(100g)
기타	농심 켈로그	스페셜K	1,038(100g)
	동서식품 켈로그	라이트업	1,222(100g)
	암웨이 뉴트리라이트	바디키 뉴트리션 바	6,667(100g)
	청정원	다이어트누들 곤약 잔치국수	2,179(100g)
	해태	칼로리바란스	1,820(100g)

※ 각 사 홈페이지 및 네이버쇼핑, 작성시점 2015. 12. 18

- 체중조절용 조제식품은 아니지만, 체지방 감소에 도움을 주는 다이어트 제품의 가격은 식품 유형에 따라 상이함
 - 체중조절용으로 나온 고휴차류의 같은 경우, 10g당 최저 1,526원에서부터 최고 6,340원까지의 다양한 가격대로 이루어져 있었으며, 허벌라이프에서 출시된 ‘인스턴트 허벌 베버리지’가 녹차원의 ‘비업 마테민트톡’보다 약 4배정도 가격이 높았음
 - 그 외 과자류, 기타가공품, 즉석조리식품 등의 기타 다이어트 제품은, 각 식품의 유형이 동일하지 않아 직접적인 비교는 어렵지만, 최저 877원에서 최고 9,735원까지 다양한 가격대를 형성하고 있었음
 - 건강기능식품은 다른 다이어트 제품에 비해 비교적 높은 가격대를 형성하고 있으며, 최저가격인 제품은 jw중외제약의 ‘가르시니아 플러스’로 10g 당 725원이었으며, 최고가격은 CJ제일제당의 ‘디팻 잔티젠’으로 10g당 27,500원 이었음

[표 3-2] 기타식품류 다이어트 제품 가격 현황

구분	제조사	제품명	가격
건강기능식품	CJ제일제당	디팻 파워가르시니아	7,768(10g)
		디팻 CLA	4,855(10g)
		디팻 히비스커스	10,476(10g)
		디팻 잔티젠	27,500(10g)
		디팻 옴므	6,314(10g)
	jw중외제약	가르시니아 플러스	725(10g)
	녹십자HS	가르시니아 다이어트 777	770(10g)
	암웨이 뉴트리라이트	슬림스마트	4,715(10g)
	에프트리김약사네	악마 다이어트 레드라벨 파워키토산	9,921(10g)
	허벌라이프	프롤레사 듀오	5,211(10g)
허벌라이프	키토산 플러스	9,011(10g)	
고형차류	아모레퍼시픽	몸이 가벼워지는 물 오설록 워터플러스	2,308(10g)
	녹차원	비업 마테민트톡	1,526(10g)
	허벌라이프	인스턴트 허벌 베버리지	6,340(10g)
침출차류	티젠	티젠 마테차	908(10g)
과자류	오리온	닥터유 99kcal라이트바	3,827(100g)
기타가공품	씨알푸드	씨알로 79 콘시리얼바	2,875(100g)
	올댓다이어트	레몬디톡 워터플러스	877(10g)
초콜릿가공품	허벌라이프	프로틴바 디럭스	9,735(100g)
즉석조리식품	풀무원	잇슬림 미니밀 양송이버섯통귀리리조또	3,063(100g)

※ 각 사 홈페이지 및 네이버쇼핑, 작성시점 2015. 12. 18

제 3 절 소비 시장 특성

1. 성별 및 연령에 따른 비만 관리 수준 차이

- 국내 비만 유병률을 연령별로 구분하여 살펴보면, 남성과 여성 모두 연령이 높아질수록 비만 유병률이 높아지는 경향이 있음(2014년 기준)
 - 남성의 비만 유병률은 60대(30.9%), 40대(28.3%), 30대(28.1%) 순으로 높게 나타나며, 여성은 연령이 높아짐에 따라 유병률도 지속 증가하여 70대 이상에서 39.2%를 기록하고, 60대(34.8%), 50대(20%) 순임
 - 연령별로 비교해볼 때, 20대에서 50대까지는 남성의 유병률이 여성보다 높게 나타났으며, 특히 30대에 남성(28.1%)이 여성(14.5%)보다 13.6%p 높게 나타나 가장 큰 차이를 보임. 이후 60대 이상에서 여성의 비율이 역전하였으며, 70세 이상에서는 여성이 39.2%로 남성(26.2%)보다 13%p 높은 비율을 기록함

[표 3-3] 2014년 기준 연령별 비만 유병률(만 19세이상)

(단위:%)

연령	남성	여성
19-29	17.1	8.3
30-39	28.1	14.5
40-49	28.3	15.1
50-59	27.7	20.0
60-69	30.9	34.8
70+	26.2	39.2

※ 국민건강영양조사 2014년 결과발표자료, 보건복지부/질병관리본부

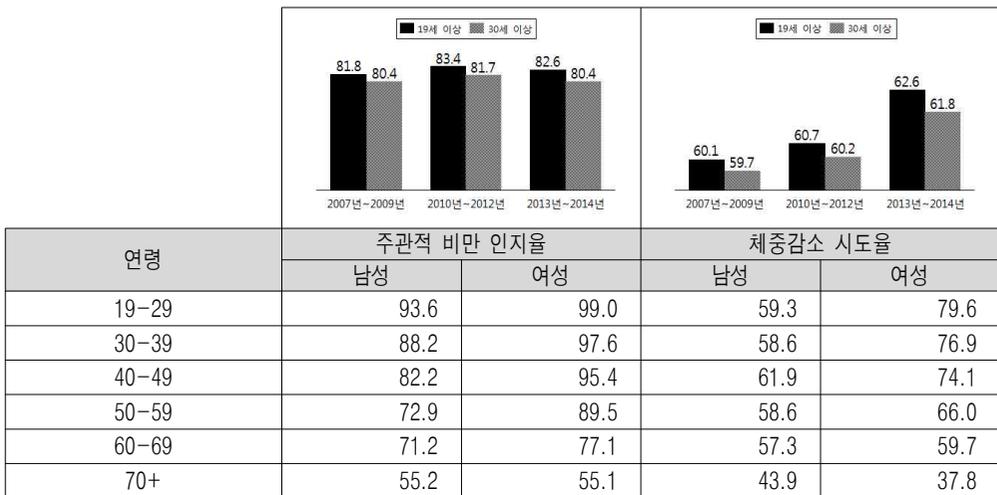
1) 비만 유병률 : 체질량지수(BMI,kg/cm²)가 25 이상인 사람의 분율, 만19세이상

- 2007년 이후 주관적 비만 인지율 추이를 보면, 80%대 인지율을 나타내는 가운데, 19세 이상이 30세 이상보다 인지율이 높게 나타남. 이는 19세~30세 미만의 연령대에서 상대적으로 비만 인지율이 높은 것으로 해석해 볼 수 있음
- 체중감소 시도율은 2007년 이후 꾸준히 증가하는 양상을 나타내며, 주관적 비만 인지율과 마찬가지로 19세~30세 미만 연령대에서 체중감소를 시도하는 비율이 높은 것으로 해석됨

- 2014년 기준 비만 유병률은 여성보다 남성이 더 높으나 주관적 비만 인지율과 체중감소 시도율은 여성이 훨씬 높으며, 성별에 관계없이 연령이 낮을수록 비율이 더 높게 나타남
 - 비만관리수준은 70세 이상을 제외하고는 여성에서 더 높게 나타나며, 주관적 비만 인지율은 연령이 높아질수록 낮아지는 경향이 있음. 반면에 체중감소 시도율은 여성의 경우 연령과 반비례한 수치를 보이나, 남성의 경우 40대에 61.9%로 가장 높은 시도율을 보임
 - 주관적 비만 인지율은 20대 기준 여성(99%)이 남성(93.6%)에 비해 5.4%p 더 높았으며, 이 중에서 실질적으로 체중 감소 시도를 한 비율은 여성이 79.6%로 남성(59.3%)에 비해 20.3%p나 높음

[표 3-4] 연령별 비만관리수준(만 19세 이상, 2014년 기준)

(단위:%)



※ 국민건강영양조사 2014년 결과발표자료, 보건복지부/질병관리본부

- 1) 주관적비만인지율 : 체질량지수(BMI,kg/cm²) 25이상인 자 중 본인의 체형이 ‘약간비만’ 또는 ‘매우비만’ 이라고 생각하는 사람의 분율, 만19세 이상
- 2) 체중감소시도율 : 체질량지수(BMI,kg/cm²) 25이상인 자 중 최근 1년간 본인의지로 체중을 감소하려고 노력했던 사람의 분율, 만19세 이상

2. 다이어트 식품 시장 특성

1) 새로운 소재의 다이어트 원료 개발

- 기존에 주로 사용되던 가르시니아 캄보지아 추출물(HCA), L-카르니틴 등을 대체하여 새로운 다이어트 식품 신소재 개발이 이루어지고 있음
- CJ제일제당은 최근 다이어트 원료로 각광받고 있는 ‘잔티젠’을 원료로 한 ‘디팻 잔티젠’을 출시함. 잔티젠은 미역과 석류의 주추출물인 후코잔틴(Fucoxantin)과 푸닉산(Punicic acid)을 배합한 복합 추출물로 체지방 감소에 도움을 주는 개별인정형 기능성 원료로서 식품의약품안전처에 의해 인정받음²³⁾. 잔티젠을 하루 600mg 섭취할 경우 기초대사량이 약 400kcal가 증가되어 대사과정에서 소모되는 기본 칼로리가 증가하고, 결과적으로 체중감소에 도움을 줌
- 한국 야쿠르트는 다이어트 신소재인 판두라틴을 사용하여 건강기능식품 ‘LOOK’을 리뉴얼함. 판두라틴은 동남아에서 서식하는 생강과 식물인 핑거루트의 뿌리에서 추출한 분말로, 자외선에 의한 피부손상을 막고 체지방을 감소시켜주는 개별인정형 기능성 원료로 식품의약품안전처의 인정을 받음²⁴⁾

2) 식사대용의 ‘셰이크’ 제품 호황

- ‘운동녀(운동하는 여성)’가 유행하면서 국내 단백질 시장은 호황을 누리고 있음. 현재 국내 식사대용 단백질 제품시장에는 뉴트리션 전문기업 허벌라이프를 중심으로 각종 수입품, 중소기업체 식품들이 출시된 상태임²⁵⁾
- 우유나 물을 넣어 섞어 마실수 있는 셰이크 제품은 바쁜 업무로 식사를 챙기지 못하는 현대인들과 운동이 부족한 사람들에게 각종 영양소를 공급하면서 고단백질의 섭취를 도울 뿐만 아니라, 지방함량 0%, 86kcal 이하의 열량으로 다이어트를 원하는 사람들에게도 적합한 대체식이 될 수 있음
- 남성의 경우 탄탄한 근육을 만들기 위해 단백질 보충제를 찾는 사람이 많고, 여

23) 인정번호 : 기능성원료 인정 제 2013-10호(2013. 5. 30)((주)렉스진바이오텍), 식품의약품안전처

24) 인정번호 : 기능성원료 인정 제 2013-5호(2013. 4. 15)(서울향료(주)), 식품의약품안전처

25) ‘셰이크 믹스로 굶지 말고 건강한 다이어트하세요’, 한국스포츠경제, 2015.11.15

성의 경우 체중조절을 위해 식사대용식으로 바닐라나 초콜릿이 함유된 셰이크 제품을 많이 찾는 것으로 분석됨

3) 맛과 영양은 유지한 저칼로리, 저지방 제품의 확산

- ‘다이어트 음식은 맛이 없다’ 는 고정관념을 깬 제품들이 등장해 눈길을 끌고 있음. 식품업체들은 칼로리와 염도는 낮지만 맛과 영양은 높은 체중조절식품들을 선보이고 있음²⁶⁾
- 농심 켈로그는 쌀, 통귀리, 통보리, 통밀, 옥수수 등 다섯가지 곡물로 만든 통곡물 푸레이크, ‘스페셜K 고구마 & 바나나’ 를 출시했음. 스페셜 K 제품 중 식이섬유 함유량이 가장 높으며, 하루에 필요한 섭취량의 단백질 11%, 아홉 가지 비타민 25%과 함께 칼슘, 철분, 아연 등 세 가지 미네랄이 함유됨
- 오리온의 ‘닥터유 99라이트바’ 는 총 열량 99kcal로 공기밥 3분의 1 분량에 불과하지만 오트를 비롯한 각종 시리얼과 크랜베리, 블루베리, 베리 등 베리 3종, 11가지 다양한 비타민과 무기질 등 다양한 영양소가 들어있어 한끼 식사 대용이나 운동 후 허기진 배를 채우기에 좋아 젊은 여성들에게 인기를 끌고 있음²⁷⁾
- 풀무원건강생활은 간편하게 즐기는 미니 컵밥 ‘잇슬림 미니밀’ 6종을 출시함. 찜닭, 마파두부, 리조또 등의 요리를 잇슬림만의 레시피를 통해 평균 200kcal의 저칼로리 요리로 개발함. 특히 모든 메뉴에는 슈퍼곡물 레드퀴노아와 귀리를 비롯한 흑미, 자수정보리, 현미 등 잡곡을 사용하였고, 식이섬유가 풍부한 녹차, 우엉, 연두부를 첨가한 것이 특징임

		
<p>통곡물 푸레이크</p>	<p>99kcal 시리얼바</p>	<p>잇슬림 미니밀</p>

26) ‘맛있는 다이어트 식품 뜬다’, 아시아뉴스통신, 2015.6.15

27) ‘식음료업계, 여름 다이어트시장 공략 전쟁’, 조세일보, 2015.6.11

4) 2015 다이어트 키워드는 ‘이팅 (Eating) 다이어트’

- 최근에는 미식에 대한 관심이 높아지며 ‘먹는 즐거움’을 놓치지 않으면서 건강한 다이어트를 원하는 사람이 증가하는 추세임. 이에 무작정 굶는 것이 아니라, 평상시처럼 식사를 하면서 일상 속에서 간편하고 건강하게 다이어트를 할 수 있는 제품들이 인기를 얻고 있음²⁸⁾
- 청정원은 최근 저칼로리 곤약면을 활용해 ‘다이어트누들’을 출시함. 비빔면, 볶음짬뽕, 야끼우동 등 다양한 맛으로 선보여 소비자들이 다이어트 중에도 기호에 맞게 면요리를 즐길 수 있게 했음. 또한, 100g당 5kcal에 불과한 곤약면이 들어 있어 칼로리 부담은 적으면서 포만감을 쉽게 느끼게 하여, 다이어트에 도움을 주게 개발함
- 푸드앤리빙은 타임지에서 선정한 슈퍼푸드 퀴노아, 렌틸콩, 아마란스 등 총 3종의 슈퍼곡물과 닭가슴살 등의 건강한 식재료로 구성된 다이어트 도시락인 ‘슈퍼푸드 도시락’을 출시하였음. 콜레스테롤 수치를 낮추어주고 간편하게 먹을 수 있기에 다이어트를 진행하는 다이어터뿐만 아니라 바쁜 사회생활로 균형 잡힌 식단을 접하기 힘든 현대인들에게 도움을 줄 것이라고 예상됨
- 또한, 함께 출시한 ‘착한 닭가슴살’은 닭가슴살이 딱딱하다는 편견을 깨기 위해 부드러운 식감과 영양까지 고려해 개발함. 스파이시 토마토소스, 고르곤졸라 크림, 오렌지유자, 불고기 맛 등 다양한 맛으로 출시되어 개인의 취향에 맞게 선택할 수 있는 것도 큰 특징임²⁹⁾

		
<p>곤약으로 만든 다이어트 누들</p>	<p>슈퍼푸드 도시락</p>	<p>착한 닭가슴살</p>

28) '2015년 다이어트 키워드는 이팅(Eating) 다이어트', 지밸리, 2015.6.9.

29) '이팅다이어트 시장을 강타한 푸드앤리빙 화제'.한경닷컴, 2015.9.9

5) 마시는 다이어트 음료 인기

- 최신 웰빙트렌드에 대한 관심이 높아지면서 영양 불균형을 일으키는, 무작정 굶기만 하는 다이어트 보다는 무더위를 한층 식힐 수 있는 다이어트 음료의 인기가 많아졌음. 특히, 건강을 생각하는 소비자들 사이에서 설탕이나 액상과당, 합성착향료, 합성착색료 등이 들어간 다이어트 음료보단 성분이 입증된 ‘마시는 다이어트 건강기능식품’ 등이 주목을 받고 있음³⁰⁾
- 세노비스의 다이어트 건강기능식품 ‘팻번 (Fat Burn)’은 체내에 축적 되어 있는 체지방을 에너지로 전환시켜 체중감량에 도움을 주는 제품으로 하루 한번 언제 어디서나 물에 타서 시원한 음료로 섭취 할 수 있도록 개발됨
- CJ제일제당의 ‘팻 다운(Fat Down)’은 물 대신 마시면서 갈증해소는 물론 체지방 감소 효과를 거둘 수 있는 다이어트 워터로, 탄수화물이 지방으로 합성되는 것을 억제하여 체지방 감소에 도움을 주는 제품임
- 피트니스 족을 겨냥하여 선보인 코코넛 음료 ‘지코(ZICO) 오리지널’은 99.9%의 코코넛워터를 농축과정 없이 그대로 담아 코코넛 원재료의 풍미와 수분을 즐길 수 있는 것을 내세우고 있음. 330ml에 65kcal로 출시되어 낮은 칼로리의 식품을 선호하는 소비자들이 칼로리 부담없이 가볍게 즐길 수 있다는 점을 어필하고 있음
- 블루다이아몬드과 매일유업과 파트너쉽을 통해 출시한 새로운 밀크타입의 ‘아몬드 브리즈’는 아몬드를 갈아 짜서 물과 혼합한 식물성 음료로 190ml 기준 1일 영양소 기준치 89%에 해당하는 비타민E와 33% 해당하는 칼슘이 들어 있으며 한 팩 기준 35kcal로 칼로리가 낮아 다이어트 및 건강에 관심이 많은 소비자들이 부담 없이 가볍게 즐길 수 있음³¹⁾

			
물에 타먹는 다이어트 건강기능식품	팻다운	프리미엄 코코넛 음료 지코 (ZICO)	아몬드브리즈

30) ‘마시는 다이어트 건강기능식품 인기’ ,IT Daily, 2015.7.7

31) ‘열리 다이어트 족 위한 저칼로리, 저지방 제품들 출시 봇물’ , MNB, 2015.5.30

6) 다이어트 식품으로 인한 부작용 여전³²⁾

- 다이어트 식품은 법률상 ‘체중조절용 조제식품’으로 한정되나 소비자들은 일반가공식품과 건강기능식품을 포함한 체중조절을 돕는 모든 식품을 다이어트 식품으로 인식하고 있음. 이로 인해 제품성분표기 및 광고규제가 균등하게 적용되지 못하여 소비자들의 오인과 혼동을 초래하는 사례가 발생하고 있으며, 해외 다이어트 제품의 무분별한 유입으로 피해사례가 늘고 있음
 - ‘1372 소비자상담센터’에 접수된 다이어트 식품 관련 상담 건수는 2012년 1,171건에서 2013년 1,214건, 2014년 11월까지 1,155건으로 지속 상승하고 있음
 - 다이어트 식품을 주로 구입하는 경로는 인터넷 쇼핑물(36.2%), TV홈쇼핑(17.6%), 전문판매점(17.1%), 대형할인점(12.6%) 순³³⁾이나, 최근 SNS를 통한 유통이 확대되면서 불법 체중조절식품이 판매되고 있음. 동시에 해외 직구가 활발해지면서 품질이 입증되지 않은 해외 다이어트 식품이 국내 시장으로 들어오고 있음
- 해외직구 또는 SNS를 통해 구입한 다수의 해외 다이어트 제품에서 식품원료로 사용이 금지된 센나³⁴⁾와 시부트라민³⁵⁾이 검출됨
 - 한국소비자원의 조사결과 국내 온라인에서 유통되고 있는 다이어트 식품 중에서는 위해 물질이 검출되지 않았으나, 해외직구로 구입한 제품에서는 사용 금지 처분이 내려진 의약품 성분이 일부 검출됨
- 체중조절용 조제식품에 포함되지 않는 기타식품류로 인해 다이어트 식품의 범위가 모호할 뿐만 아니라 허위·과장 광고로 일반식품을 건강기능식품으로 착각하는 사례가 발생하고 있음. 이를 방지하기 위해 소비자들의 주의가 요구되고 있음

32) 다이어트식품 안전 실태조사, 한국소비자원, 2015. 1

33) 매년 커지는 다이어트 해외직구 시장, 아주경제, 2015.1.12

34) 센나(Senna)는 콩과 차풀 속에 속하는 식물로 센노사이드 성분이 함유되어 있어 하제약(설사약)으로 주로 사용되며, 남용 시 설사, 복통, 구토를 유발하며 장기복용 시 위경련, 장기능 상실 등을 초래하여 식품 원료로의 사용이 금지되어 있음

35) 시부트라민(Sibutramine)은 식욕을 조절하는 신경호르몬인 세로토닌과 노르아드레날린의 재흡수를 억제시켜 식욕을 저하시키는 약물로, 과거에 비만치료제로 개발되었으나 뇌졸중과 심혈관계 질환의 부작용을 일으킨다는 사실이 알려지면서 2010년 유럽과 미국에서는 판매 및 사용중단 조치가 내려졌고 국내도 같은 해 판매 중단되었음

제 4 장

구입 및 소비 특성

제1절 다이어트 경험 및 제품 구입 목적

제2절 구입 및 소비 일반적 특성



제 1 절 다이어트 경험 및 제품 구입 목적

- 체중조절식품 구입 및 소비 특성을 파악하기 위해 2015년 11월 30일~12월 10일까지 전문조사업체에 의뢰하여 온라인조사로 실시함. 체중조절식품은 구입한 경험이 있는 20~50대 남녀 500명을 대상으로 함. 응답자 성별 분포를 살펴보면, 남성 175명(35.0%), 여성 325명(65.0%)이며 연령별 분포는 20대 108명(21.6%), 30대 163명(32.6%), 40대 106명(21.2%), 50대 123명(24.6%)로 나타남³⁶⁾

1) 다이어트 경험

- 체중조절식품을 먹기 전 다이어트 방법은 ‘식단 조절 및 운동 병행’ 이 31.0%로 가장 많았으며, 이어서 20.4%가 식단조절 없이 운동만 했다는 응답을 나타냄. 식단조절만 했다는 응답도 17.6%로 나타남
 - 식단 조절 및 운동을 병행하였다는 응답은 상대적으로 40대에서 가장 많이 나타남

[표 4-1] 체중조절식품 먹기 전 다이어트 방법

(단위:%)

구분	식단 조절 및 운동을 병행하였음	식단조절 없이 운동만 했었음	식단조절만 했었음	굵는 방법으로 다이어트를 했었음	처방 등에 의한 전문 의약품을 복용했었음	원푸드 다이어트를 했었음	다이어트 하지 않았음	기타	합계	
전체(n=500)	31.0	20.4	17.6	13.0	2.6	1.8	13.4	0.2	100.0	
성별	남성(n=175)	33.7	22.9	18.9	9.1	1.1	1.1	13.1	0.0	100.0
	여성(n=325)	29.5	19.1	16.9	15.1	3.4	2.2	13.5	0.3	100.0
연령별	20대(n=108)	28.7	24.1	18.5	16.7	0.9	0.0	11.1	0.0	100.0
	30대(n=163)	28.8	19.6	17.8	16.6	3.7	2.5	10.4	0.6	100.0
	40대(n=106)	37.7	13.2	15.1	10.4	2.8	1.9	18.9	0.0	100.0
	50대(n=123)	30.1	24.4	18.7	7.3	2.4	2.4	14.6	0.0	100.0

36) 상세 내용 부록 참조

- 상대적으로 여성은 남성에 비해 굶는 방법으로 다이어트를 한 경우(15.1%)가 많았고, 20대와 50대가 식단조절 없이 운동만하여 다이어트 한 경우(각각 24.1%, 24.4%)가 많았음
- 다이어트는 주로 여름(69.7%)에 많이 하고 있는 것으로 나타남. 남성(63.2%)에 비해 여성(73.3%)이 해당 응답 비중이 월등히 높음. 연령별로도 30대가(76.0%)가 여름에 다이어트를 한다는 응답 비중이 높게 나타남
- 반면 20대는 상대적으로 겨울(43.8%)을 이용하여 다이어트를 하는 비중이 높은 특징이 나타남

[표 4-2] 다이어트를 하는 계절

(단위:%)

구분		봄	여름	가을	겨울
전체 (n=433)		38.3	69.7	27.0	30.5
성별	남성 (n=152)	39.5	63.2	35.5	30.9
	여성 (n=281)	37.7	73.3	22.4	30.2
연령별	20대 (n=96)	33.3	70.8	28.1	43.8
	30대 (n=146)	45.2	76.0	17.8	29.5
	40대 (n=86)	38.4	64.0	24.4	31.4
	50대 (n=105)	33.3	64.8	41.0	19.0

※ 다중응답 결과이며, 응답자수(n=433)를 바탕으로 퍼센트 계산함

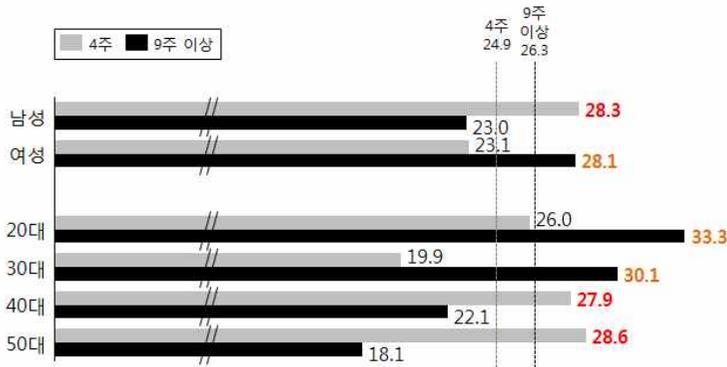
1) n=433(체중조절식품 먹기 전 다이어트를 하지 않았다는 응답자 제외)

- 다이어트는 평균적으로 9주 이상 했다는 응답이 26.3%로 가장 많았으며, 이어서 4주 정도했다는 응답이 24.9%로 두 번째로 응답 비중이 높음. 이는 다이어트를 보통 한 번 시작했을 때, 2달 이상 장기적으로 하거나 한 달 이내에 멈추는 경우가 많은 것으로 해석해 볼 수 있음(표 4-3)
- 남녀 모두 4주나 9주 이상 다이어트를 하였다고 응답한 비중이 높았으나, 상대적으로 남성은 4주 정도(28.3%)했다는 응답이, 여성은 9주 이상(28.1%)했다는 응답 비중이 높아 성별로 다이어트 기간에 다소 차이를 나타냄

- 연령별로 살펴보면, 20대(33.3%)와 30대(30.1%)는 9주 이상했다는 응답이 많은 가장 반면, 40대(27.9%)와 50대(28.6%)는 4주 정도했다는 응답이 가장 높게 나타나 상대적으로 젊은층이 다이어트를 하는 기간이 긴 것으로 나타남

[표 4-3] 다이어트 기간

(단위:%)



구분		1주 미만	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주 이상	합계
전체 (n=433)		0.9	5.3	10.4	4.4	24.9	8.1	9.0	0.9	9.7	26.3	100.0
성별	남성 (n=152)	0.0	7.2	8.6	3.9	28.3	7.2	7.9	0.7	13.2	23.0	100.0
	여성 (n=281)	1.4	4.3	11.4	4.6	23.1	8.5	9.6	1.1	7.8	28.1	100.0
연령별	20대 (n=96)	0.0	9.4	7.3	6.3	26.0	5.2	3.1	0.0	9.4	33.3	100.0
	30대 (n=146)	2.1	4.1	11.6	4.8	19.9	9.6	7.5	2.1	8.2	30.1	100.0
	40대 (n=86)	1.2	2.3	14.0	2.3	27.9	3.5	11.6	1.2	14.0	22.1	100.0
	50대 (n=105)	0.0	5.7	8.6	3.8	28.6	12.4	14.3	0.0	8.6	18.1	100.0

※ n=433(체중조절식품 먹기 전 다이어트를 하지 않았다는 응답자 제외한 수치임)

2) 체중조절식품 구입 목적 및 구입 제품

- 체중조절식품을 구입한 가장 큰 이유는 ‘오랫동안 늘어난 체중을 감량하려고’가 33.6%로 응답 비중이 가장 높음. 이어서 ‘갑자기 체중이 증가하여’와 ‘단순 관리 차원에서’ 응답이 각각 17.2%로 나타남(표 4-4)

- 상대적으로 연령이 많을수록 오랫동안 늘어난 체중 감량을 위해 식품을 구입했다는 응답 비중이 높은 경향을 나타내었고, 갑자기 체중이 증가하여 구입했다는 응답은 연령이 낮을수록 높게 나타난 경향을 보임

[표 4-4] 체중조절식품 구입 목적

(단위:%)

구분	오랫동안 늘어난 체중을 감량하려고	갑자기 체중이 증가하여	단순 관리 차원에서	운동이나 식단 조절을 하기 어려워서	기존 다이어트 방법으로 체중을 감량하지 못해서	연예인 등 몸짱 등을 보고	기타	합계	
전체 (n=500)	33.6	17.2	17.2	17.0	11.8	2.0	1.2	100.0	
성별	남성 (n=175)	31.4	22.3	22.3	11.4	7.4	3.4	1.7	100.0
	여성 (n=325)	34.8	14.5	14.5	20.0	14.2	1.2	0.9	100.0
연령별	20대 (n=108)	25.0	21.3	18.5	19.4	11.1	2.8	1.9	100.0
	30대 (n=163)	36.2	16.6	12.9	16.0	14.1	3.1	1.2	100.0
	40대 (n=106)	35.8	17.9	17.0	17.0	11.3	0.9	0.0	100.0
	50대 (n=123)	35.8	13.8	22.0	16.3	9.8	0.8	1.6	100.0

- 구입경험이 있는 체중조절식품은 분말타입 제품(49.2%)이 가장 많았으며, 이어서 알약 제품(37.0%), 액상/음료타입 제품(31.6%) 순으로 응답 비중이 높게 나타남
- 상대적으로 20대(59.3%)가 분말타입 제품 구입 경험이 높음. 분말타입 제품은 셰이크 형태로 물에 타서 먹는 제품이 다수임. 알약 제품은 여성과 30대~40대에서 응답 비중이 높게 나타났는데, 대부분의 알약 제품은 건강기능식품 중 체지방감소용으로 나온 제품이 많음

[표 4-5] 구입경험이 있는 체중조절식품

(단위:%)

구분	분말타입 제품	알약 제품	액상/음료타 입 제품	시리얼 제품	바(Bar) 타입 제품	기타	
전체 (n=500)	49.2	37.0	31.6	30.8	20.8	0.4	
성별	남성 (n=175)	49.1	26.3	27.4	26.3	17.1	0.6
	여성 (n=325)	49.2	42.8	33.8	33.2	22.8	0.3
연령별	20대 (n=108)	59.3	26.9	31.5	32.4	23.1	0.9
	30대 (n=163)	50.3	40.5	36.2	34.4	30.7	0.6
	40대 (n=106)	43.4	40.6	31.1	30.2	10.4	0.0
	50대 (n=123)	43.9	38.2	26.0	25.2	14.6	0.0

※ 다중응답 결과이며, 응답자수(n=500)를 바탕으로 퍼센트 계산함

- 구입한 체중조절식품은 4주 프로그램 제품이었다는 응답이 37.4%로 가장 많았으며 이어서 8주가 15.2%, 9주 이상이 13.0%로 나타남

[표 4-6] 구입한 체중조절식품 프로그램 기간

(단위:%)

구분	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주 이상	합계	
전체 (n=500)	4.6	10.2	5.8	37.4	4.6	7.4	1.8	15.2	13.0	100.0	
성별	남성 (n=175)	4.0	9.7	5.7	34.9	3.4	11.4	2.3	17.1	11.4	100.0
	여성 (n=325)	4.9	10.5	5.8	38.8	5.2	5.2	1.5	14.2	13.8	100.0
연령별	20대 (n=108)	5.6	12.0	5.6	38.9	2.8	5.6	0.9	14.8	13.9	100.0
	30대 (n=163)	5.5	10.4	7.4	34.4	4.3	8.0	3.7	14.1	12.3	100.0
	40대 (n=106)	4.7	12.3	5.7	39.6	2.8	9.4	0.9	14.2	10.4	100.0
	50대 (n=123)	2.4	6.5	4.1	38.2	8.1	6.5	0.8	17.9	15.4	100.0

- 앞서 다이어트를 9주 이상 또는 4주 정도 했다는 응답과 달리, 체중조절식품은 4주 프로그램을 구입했다는 응답 비중이 가장 높게 나타남. 이는 시장에서 판매되고 있는 체중조절식품이 4주 프로그램 제품이 많은 것이 응답에 영향을 미친 것으로 판단됨
 - 상대적으로 남성이 6주(11.4%)와 8주(17.1%) 프로그램 제품을 구입했다는 응답 비중이 높게 나타난 특징이 있음
- 응답한 제품 중 체중 조절에 가장 도움이 되었던 제품은 분말타입 제품(35.6%)이라는 응답이 가장 많았으며, 이어서 알약 제품(26.8%), 액상/음료 타입 제품(17.2%)으로 나타남. 해당 순서는 구입경험과 비례하여 나타난 특징이 있음

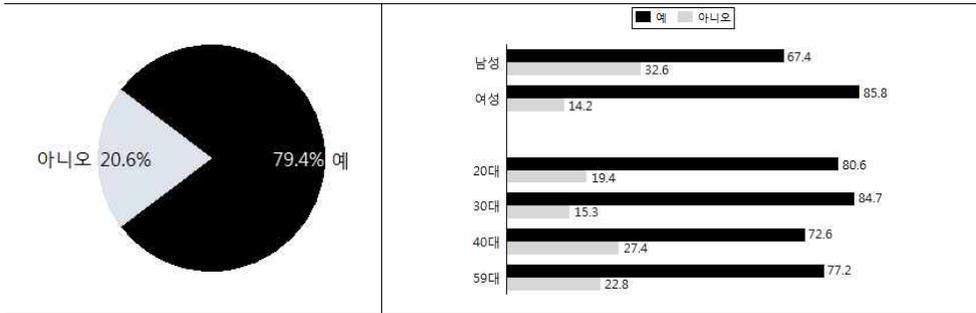
[표 4-7] 체중 조절에 도움이 되었던 제품

(단위:%)

구분		분말타입 제품	알약 제품	액상/음료 타입 제품	시리얼 제품	바(Bar) 타입 제품	기타	합계
전체 (n=500)		35.6	26.8	17.2	14.6	5.6	0.2	100.0
성별	남성 (n=175)	41.1	20.6	16.6	16.6	4.6	0.6	100.0
	여성 (n=325)	32.6	30.2	17.5	13.5	6.2	0.0	100.0
연령별	20대 (n=108)	45.4	17.6	18.5	13.0	4.6	0.9	100.0
	30대 (n=163)	32.5	27.0	19.0	11.7	9.8	0.0	100.0
	40대 (n=106)	34.0	30.2	14.2	18.9	2.8	0.0	100.0
	50대 (n=123)	32.5	31.7	16.3	16.3	3.3	0.0	100.0

- 체중조절식품으로 체중 감량을 하지 못한 경험 여부에 대해 조사해 본 결과, 전체 500명의 응답자 중 79.4%가 그렇다고 응답함. 특히 여성(85.8%)이 남성(67.4%)보다 해당 응답 비중이 높게 나타남. 또한 20대(80.6%)와 30대(84.7%)가 40대(72.6%)와 50대(77.2%) 보다 체중 감량을 하지 못한 경험 비중이 상대적으로 높게 나타남

[그림 4-1] 체중조절식품으로 체중 감량하지 못한 경험 여부



※ n=500

- 감량이 되지 않은 이유로 ‘의지가 약해서’ 라는 응답이 36.0%로 가장 많았으며, 이어서 ‘운동을 병행하지 않아서’ 가 28.7%로 나타남. 결국 제품의 문제보다는 다이어트에 적극적인 의지를 갖고 행동을 하지 않은 것을 주 원인으로 보고 있음
- 상대적으로 남성(31.4%)과 40대(31.2%), 50대(32.6%)가 ‘운동을 병행하지 않아서’ 체중감량이 되지 않았다는 응답 비중이 높았고, 여성(37.3%)과 20대(36.8%), 30대(37.0%)가 ‘의지가 약해서’ 라는 응답 비중이 높게 나타난 특징이 있음

[표 4-8] 체중조절식품으로 감량을 못한 이유

(단위:%)

구분	의지가 약해서 복용방법과 기간을 모두 준수하지 않아서	운동을 병행하지 않아서	제품이 나와 맞지 않아서	복용방법 등을 정확히 준수하지 않아서	복용기간을 정확히 준수하지 않아서	기타	합계	
전체 (n=397)	36.0	28.7	12.3	11.3	7.8	3.8	100.0	
성별	남성 (n=118)	33.1	31.4	11.0	12.7	8.5	3.4	100.0
	여성 (n=279)	37.3	27.6	12.9	10.8	7.5	3.9	100.0
연령별	20대 (n=87)	36.8	25.3	12.6	13.8	5.7	5.7	100.0
	30대 (n=138)	37.0	26.8	14.5	11.6	8.0	2.2	100.0
	40대 (n=77)	35.1	31.2	11.7	6.5	10.4	5.2	100.0
	50대 (n=95)	34.7	32.6	9.5	12.6	7.4	3.2	100.0

※ n=397(체중조절식품으로 체중 감량을 하지 못했다는 응답자 수)

- 체중조절식품 외에 다이어트를 하는 동안 주로 같이 섭취한 제품은 바나나, 토마토와 같은 과일류(53.0%)라는 응답 비중이 가장 높았으며, 이어서 양을 줄인 일반 식사(49.8%)로 나타남
 - 남성은 상대적으로 닭가슴살(40.6%)이라는 응답 비중이 높았는데, 이는 남성의 경우 단순 다이어트보다는 근육을 키우는 것도 중요하게 생각하기 때문인 것으로 해석됨. 반면 여성은 과일류(55.7%), 채소류(25.2%) 응답 비중이 상대적으로 높음
 - 체중조절식품만 먹었다는 응답은 6.6%로 매우 낮게 나타남

[표 4-9] 체중조절식품과 같이 섭취한 제품

(단위:%)

구분	바나나/ 토마토 등 과일류	양을 줄인 일반 식사	고구마	닭가슴살	오이/ 샐러리 등 채소류	선식류	생식 /녹즙	체중조절 식단 (도시락) 제품	기타	없음 (체중 조절식품 만 먹음)	
전체(n=500)	53.0	49.8	40.8	34.6	23.0	13.6	4.6	3.0	1.2	6.6	
성별	남성 (n=175)	48.0	48.0	36.0	40.6	18.9	16.0	6.9	4.0	2.3	5.7
	여성 (n=325)	55.7	50.8	43.4	31.4	25.2	12.3	3.4	2.5	0.6	7.1
연령별	20대 (n=108)	55.6	52.8	33.3	53.7	18.5	8.3	1.9	1.9	1.9	4.6
	30대 (n=163)	55.2	53.4	39.9	33.7	24.5	12.9	1.8	3.1	1.2	6.1
	40대 (n=106)	49.1	43.4	45.3	27.4	27.4	12.3	8.5	4.7	0.0	8.5
	50대 (n=123)	51.2	48.0	44.7	25.2	21.1	20.3	7.3	2.4	1.6	7.3

※ 다중응답 결과이며, 응답자수를 바탕으로 퍼센트 계산함

제 2 절 구입 및 소비 일반적 특성

- 체중조절식품은 주로 포털사이트, 블로그나 SNS와 같은 온라인 및 모바일 등을 통해 정보를 얻었다는 응답 비중이 45.0%로 가장 많음. 이어서 가족이나 친구, 지인들을 통해 정보를 취득했다는 응답이 37.2%로 나타남
- 응답은 연령별로 다른 특징이 나타났는데, 20대(51.9%)와 30대(52.8%)가 상대적으로 포털사이트, SNS를 통해 정보를 얻는다는 비중이 높고, 40대(44.3%)는 가족, 친구를 통해서, 50대(14.6%)는 TV와 같은 매체를 통해서 정보를 얻는다는 비중이 상대적으로 높게 나타남

[표 4-10] 체중조절식품 정보 탐색 방법

(단위:%)

구분		포털사이트, 블로그나 SNS 등에서 정보를 찾아봄	가족이나 친구, 지인들을 통해 정보를 취득함	TV등 매체 광고, 방송 등을 통해 정보를 취득함	홈쇼핑 등의 광고를 통해 정보를 취득함	기타	합계
전체 (n=500)		45.0	37.2	10.8	6.2	0.8	100.0
성별	남성 (n=175)	47.4	38.3	10.9	2.3	1.1	100.0
	여성 (n=325)	43.7	36.6	10.8	8.3	0.6	100.0
연령별	20대 (n=108)	51.9	34.3	8.3	3.7	1.9	100.0
	30대 (n=163)	52.8	34.4	8.0	4.9	0.0	100.0
	40대 (n=106)	36.8	44.3	13.2	4.7	0.9	100.0
	50대 (n=123)	35.8	37.4	14.6	11.4	0.8	100.0

- 체중조절식품을 구입할 때, 가장 중요하게 생각하는 요인은 먹는 방법 (22.7%)이라는 응답 비중이 가장 많았고, 이어서 가격(19.8%), 칼로리 (15.7%)로 나타남. 체중조절식품은 전반적으로 칼로리가 낮은 제품으로 인식이 되기 때문에 이에 대한 고려 요인은 먹는 방법이나 가격보다 다소 후순위로 응답이 나타난 것으로 판단됨(표 4-12)

- 상대적으로 여성(14.0%)보다 남성이 칼로리(18.9%)를 고민하는 응답 비중이 높게 나타남. 먹는 방법은 연령이 높을수록, 맛은 연령이 낮을수록 응답 비중이 높은 특징이 나타남

[표 4-11] 체중조절식품 구입 고려 요인

(단위:%)

구분	먹는 방법	가격	칼로리 (열량)	맛	첨가 영양소/ 비율	브랜드 (제조사)	복용 기간	주변 추천	포장/ 디자인	기타	합계	
전체 (n=500)	22.7	19.8	15.7	11.7	8.6	7.7	7.0	5.7	0.2	0.9	100.0	
성별	남성 (n=175)	22.9	18.0	18.9	12.3	10.0	6.0	6.6	5.2	0.3	0.0	100.0
	여성 (n=325)	22.6	20.8	14.0	11.4	7.9	8.6	7.3	6.0	0.2	1.4	100.0
연령별	20대 (n=108)	19.9	21.8	15.8	18.1	8.8	8.4	2.8	3.7	0.0	1.0	100.0
	30대 (n=163)	22.1	20.3	14.1	11.7	8.9	8.3	6.2	6.8	0.3	1.6	100.0
	40대 (n=106)	25.5	16.5	15.6	10.9	8.0	6.6	9.0	7.1	0.0	1.0	100.0
	50대 (n=123)	23.6	20.4	17.9	6.9	8.6	7.3	10.2	4.9	0.4	0.0	100.0

* 다중응답 결과이며, 응답수를 바탕으로 퍼센트 합계 계산함

- 체중조절식품은 인터넷 및 모바일 쇼핑물(60.6%)을 이용한다는 응답 비중이 가장 높게 나타남. 이어서 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓(36.4%), 홈쇼핑(25.4%)으로 나타남(표 4-12)
- 남성은 인터넷 및 모바일 쇼핑물(64.0%), 대형마트 및 슈퍼마켓(45.7%)을 이용하는 비중이 여성보다 상대적으로 높은 반면, 여성은 홈쇼핑 이용 비중(28.6%)이 상대적으로 높게 나타남
- 연령층에 따라서도 응답에 차이가 나타났는데, 연령층이 낮을수록 인터넷 및 모바일 쇼핑물을 이용하는 비중이 높은 반면, 연령이 높을수록 대형마트 및 슈퍼마켓, 홈쇼핑을 이용하는 비중이 높게 나타남

[표 4-12] 체중조절식품 구입 채널

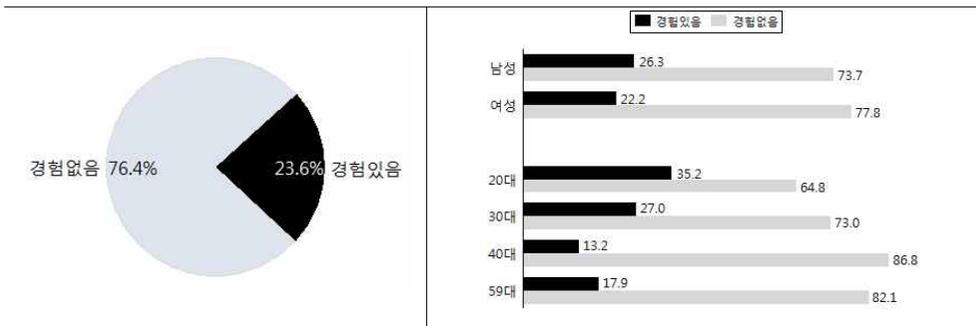
(단위:%)

구분		인터넷 및 모바일 쇼핑물	대형마트 및 기업형 슈퍼마켓	홈쇼핑	체중조절식품/건강기능식품 제조사 방문 판매	약국	헬스/뷰티 스토어	기타
전체 (n=500)		60.6	36.4	25.4	22.6	12.4	11.6	3.8
성별	남성 (n=175)	64.0	45.7	19.4	20.0	14.3	12.6	1.7
	여성 (n=325)	58.8	31.4	28.6	24.0	11.4	11.1	4.9
연령별	20대 (n=108)	72.2	27.8	13.9	16.7	7.4	18.5	2.8
	30대 (n=163)	69.3	38.0	20.9	20.9	9.8	13.5	3.7
	40대 (n=106)	49.1	39.6	29.2	20.8	16.0	5.7	7.5
	50대 (n=123)	48.8	39.0	38.2	31.7	17.1	8.1	1.6

※ 다중응답 결과이며, 응답자수(n=500)를 바탕으로 계산함

- 국내 유통 제품 외에 해외에서 직구 등을 통해 수입 체중조절식품을 구입해 본 경험 여부에 대해 23.6%가 경험이 있다고 응답함. 남성(26.3%)이 여성(22.2%)보다 해당 응답 비중이 조금 더 높고, 연령층이 낮을수록 구입 경험 비중이 높은 경향을 나타냄

[그림 4-2] 해외에서 수입 체중조절식품 구입 경험 여부



※ n=500

- 구입해 본 수입제품 종류는 분말타입 제품(50.0%)이 가장 많았으며, 이어서 알약(39.0%), 액상/음료타입 제품(23.7%) 순으로 나타남. 해당 응답 순위는 구입경험 제품 및 체중조절에 도움이 된 제품 순서와 같음
- 분말타입 제품은 남성(65.2%)이 여성(40.3%)보다 높은 것으로 나타났으며, 알약 제품은 반대로 여성(45.8%)이 남성(28.3%)보다 응답 비중이 높게 나타남

[표 4-13] 해외에서 구입한 체중조절식품 종류

(단위:%)

구분		분말타입 제품	알약 제품	액상/음료타입 제품	시리얼 제품	바(Bar) 타입 제품
전체 (n=118)		50.0	39.0	23.7	17.8	11.9
성별	남성 (n=46)	65.2	28.3	28.3	21.7	8.7
	여성 (n=72)	40.3	45.8	20.8	15.3	13.9
연령별	20대 (n=38)	65.8	21.1	26.3	23.7	13.2
	30대 (n=44)	40.9	52.3	27.3	15.9	15.9
	40대 (n=14)	42.9	28.6	21.4	21.4	7.1
	50대 (n=22)	45.5	50.0	13.6	9.1	4.5

※ 다중응답 결과이며, 응답자수를 바탕으로 계산함

1) n=118(해외에서 체중조절식품 구입 경험자)

- 국내 제품에 비해 해외에서 구입한 제품의 장점은 ‘국내 제품보다 먹기에 간편하다(29.7%)’ 라는 응답 비중이 가장 많았고, 이어서 국내 제품보다 체중 감량 효과가 뛰어나다(28.8%)라는 응답이 많음(표 4-14)
- 여성(36.1%)이 남성(19.6%)에 비해 먹기에 간편한 부분을 장점으로 응답한 비중이 높은 반면, 남성은 체중감량 효과면에서 장점을 더 높게 평가함(37.0%)

[표 4-14] 해외에서 구입한 체중조절식품의 장점

(단위:%)

구분		국내 제품보다 먹기에 간편하다	국내 제품보다 맛이 좋다	국내 제품보다 체중감량 효과가 뛰어나다	국내 제품보다 포장/디자인이 좋다	국내 제품보다 부작용이 적다	기타	합계
전체 (n=118)		29.7	21.2	28.8	7.6	4.2	8.5	100.0
성별	남성 (n=46)	19.6	30.4	37.0	4.3	4.3	4.3	100.0
	여성 (n=72)	36.1	15.3	23.6	9.7	4.2	11.1	100.0
연령별	20대 (n=38)	21.1	28.9	31.6	5.3	5.3	7.9	100.0
	30대 (n=44)	34.1	20.5	25.0	6.8	4.5	9.1	100.0
	40대 (n=14)	35.7	14.3	35.7	14.3	0.0	0.0	100.0
	50대 (n=22)	31.8	13.6	27.3	9.1	4.5	13.6	100.0

※ n=118(해외에서 체중조절식품 구입 경험자)

- 요요현상을 제외하고, 체중조절식품을 통해 다이어트를 하면서 나타난 부작용을 겪어본 응답자는 500명 중 397명으로 나타남
- 대부분 1가지 부작용이 아닌 복합적으로 나타났는데, 가장 많이 나타난 부작용은 변비(50.9%)였으며 이어서 체력저하(47.4%), 위장장애(27.5%) 순으로 응답 비중이 높게 나타남(표 4-15)
 - 여성이 상대적으로 변비(56.9%), 우울증 등 신경장애(27.5%) 부작용을 겪었다는 응답 비중이 높았으며, 남성은 체력저하(51.1%)와 위장장애(33.3%)에 대한 응답 비중이 상대적으로 높게 나타남
 - 상대적으로 변비는 30대(52.3%), 체력저하(51.8%)와 우울증(31.8%)은 40대, 위장장애는 50대(34.0%), 피부트러블은 20대(28.9%)에게서 나타난 비중이 높음

[표 4-15] 체중조절식품으로 다이어트를 하면서 겪은 부작용

(단위:%)

구분		변비	체력저하	위장장애 (속쓰림, 위경련 등)	우울증 등 신경장애	피부 트러블	탈모	간, 신장 등 이상	없음
전체 (n=397)		50.9	47.4	27.5	23.7	21.4	11.3	2.8	3.5
성별	남성 (n=135)	39.3	51.1	33.3	16.3	23.7	8.1	4.4	0.7
	여성 (n=262)	56.9	45.4	24.4	27.5	20.2	13.0	1.9	5.0
연령별	20대 (n=83)	50.6	42.2	27.7	15.7	28.9	16.9	3.6	3.6
	30대 (n=132)	52.3	48.5	27.3	23.5	21.2	9.1	2.3	2.3
	40대 (n=85)	51.8	51.8	20.0	31.8	14.1	12.9	4.7	4.7
	50대 (n=97)	48.5	46.4	34.0	23.7	21.6	8.2	1.0	4.1

※ 다중응답결과이며, 응답자 수를 바탕으로 계산함

1) n=397(체중조절식품 부작용 경험자 수)

- 체중조절식품에 대한 개선사항을 조사해 본 결과, 응답자의 42.8%가 ‘포만감을 오래 느낄 수 있는 제품으로 개선’ 이라고 응답함. 이어서 ‘변비 등을 예방할 수 있는 기능성 원료 보완(36.8%)’ 으로 나타남(표 4-16)
- 여성(40.3%)은 남성(30.3%)에 비해 변비 예방 관련 개선에 대한 응답 비중이 높았던 반면, 남성(33.1%)은 상대적으로 여성(22.8%)보다 맛(인위적인 맛이 아닌 천연적인 맛 보완)에 대한 개선이 필요하다는 응답 비중이 높게 나타남
- 이용이 간편한 제품 확대에 대한 응답은 연령층이 높을수록 응답 비중이 높은 경향을 보임

[표 4-16] 체중조절식품 개선사항

(단위:%)

구분		포만감을 오래 느낄 수 있는 제품으로 개선	변비 등을 예방할 수 있는 기능성 원료 보완	씹는 즐거움을 줄 수 있는 제품으로 보완	이용이 간편한 제품 확대	인위적인 맛이 아닌 천연적인 맛 보완	노화방지와 같은 기능성 원료 보완	기타	없음
전체 (n=500)		42.8	36.8	27.2	26.8	26.4	12.2	0.6	3.6
성별	남성 (n=175)	37.7	30.3	22.9	31.4	33.1	13.1	0.0	4.0
	여성 (n=325)	45.5	40.3	29.5	24.3	22.8	11.7	0.9	3.4
연령별	20대 (n=108)	43.5	41.7	15.7	20.4	30.6	5.6	1.9	8.3
	30대 (n=163)	43.6	35.0	33.1	27.6	23.9	9.8	0.6	3.7
	40대 (n=106)	40.6	34.0	28.3	26.4	22.6	16.0	0.0	1.9
	50대 (n=123)	43.1	37.4	28.5	31.7	29.3	17.9	0.0	0.8

※ 다중응답 결과이며, 응답자수를 바탕으로 계산함

제 5 장

해외 시장 동향

제1절 세계 시장 규모

제2절 글로벌 트렌드

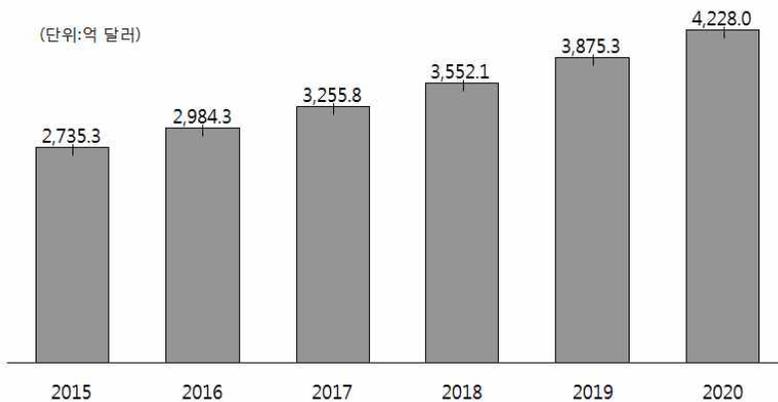
제3절 주요 국가별 동향



제 1 절 세계 시장 규모

- 미국 시장조사기관 얼라이드 마켓 리서치 (Allied Market)의 ‘체중감량 및 체중조절용 식이요법 시장: 2014~2020년 기회 및 전망’에 따르면, 체중감량 및 체중조절용 식이요법 분야의 글로벌 마켓은 오는 2020년에 따르면 4,228억 달러 규모일 것이라는 전망이 나오고 있음. 이러한 수치가 나올 수 있었던 것은 2015년에서 2020년까지 연평균 9.1%의 성장세를 이어갈 것으로 보았기 때문임³⁷⁾
- 현재 글로벌 체중감량 및 체중조절용 식이요법에 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 지역은 북미시장인 것으로 나타남. 비만인구의 비율이 상대적으로 높기도 한 미국은 세계 시장에서 가장 높은 점유율을 나타낼 것으로 예측됨
- 그러나 중국, 인도 및 브라질 등의 개발도상국도 2020년까지 연평균 11.5%의 빠른 성장세를 나타내며 시장이 커질 것으로 전망되고 있음

[그림 5-1] 체중감량 및 체중조절용 식이요법 시장 규모 추정



※ 얼라이드 마켓 리서치에서 제시한 2020년 4,228억 달러를 기준으로 2015년 시장규모를 추정함
수치임

37) 체중조절 및 조절 식이요법 시장 年 9% 비대화, 약업닷컴, 2015.10.28., 이덕규

제 2 절 글로벌 트렌드³⁸⁾

1) 세계적으로 증가하는 소아비만

- 세계보건기구(WHO)는 전 세계적으로 소아청소년 비만이 지속적으로 증가함에 따라 소아비만을 21세기 가장 심각한 공중보건 문제 중 하나라고 지정하고, 소아청소년 비만 예방을 위한 지침을 제시하고 있음. 과체중 및 비만아동들은 표준 체중 아동들보다 심혈관계 이상 등 다양한 성인병과 합병증으로 이어질 가능성이 높은 것으로 나타남. 미국 질병통제 예방센터에 따르면, 미국 소아 비만율은 약 17%로 1980년 이후 약 3배 정도 증가한 것으로 조사됨
- 전 세계적으로 소아비만율이 증가함에 따라, 식품기업들은 소비자 요구에 맞춰 저당, 저 칼로리 식품을 개발하여 출시하고 있음
 - 어린이 과일주스 브랜드인 어니스트키즈(Honest Kids)는 제품에 자당을 제거하고 주스원액의 함량을 30~42%로 증가시키는 등 당 함량과 칼로리를 줄인 제품을 출시함. 칼로리도 주스 한 개당 40칼로리 정도임
 - 세계적으로 비만에 대한 우려가 확산됨에 따라, 대부분의 시리얼 제조업체들은 설탕 함유량을 줄인 제품들을 출시하고 있음. 2012년 네슬레(Nestle)와 제너럴 밀스(General Mills)는 2015년까지 어린이와 청소년들에게 인기 있는 20개의 시리얼 브랜드에 설탕과 소금을 각각 24%, 12%까지 줄인다고 발표함



38) Weight Management, Datamonitor Consumer, Feb 2013

2) 단백질 제품 확대

- 체중감량을 목표로 고단백질 식료품 제품들이 많이 출시되고 있음
 - ‘Oomf’사에서 출시된 'Bench Pressed Instant Oats'는 유청단백질 성분이 첨가된 아침식사용 시리얼로 1회 제공 당 단백질 20g (계란 세 개를 섭취하면 얻을 수 있는 단백질 양)을 함유하고 있어, 근육을 키우는 목적으로 운동하는 사람이나, 단백질을 추가로 필요로 하는 사람을 타깃으로 만들어진 제품임
 - ‘HyVee's Trim & Toned Low Fat Yogurt'는 근육 증가를 도와주는 체중 조절 보조제로 체지방을 감소시키는데 도움을 줄 뿐만 아니라, 근력과 근육의 사이즈를 키우는데 도움이 되는 떠먹는 요구르트 제품임
 - ‘Max Cookie'는 ‘Myprotein Inc.’사에서 출시한 단백질 보충 쿠키로 단백질 1회 권장량(37.5g) 50% 이상의 단백질 섭취를 할 수 있음
 - 'Protica'사에서 출시된 단백질케첩(Protein Ketchup)은 한 컵(1oz)당 15g의 단백질, 2g의 식이섬유와 2회 섭취분의 야채를 포함하고 있으며, 다른 식사나 스낵과 함께 곁들여 섭취했을 때, 더욱 포만감을 느낄 수 있도록 한 제품임
 - 2010년 'Marks & Spencer'에서 출시된 체중조절 식사제품은 체중감량 연구 전문영양사와 과학자들이 만든 제품으로, 고단백질과 적정량의 탄수화물을 함유하고 있음. 한 달에 약 10파운드(약 4.5kg) 감량을 도와준다고 어필하고 있음

				
유청단백질 성분이 첨가된 시리얼	근육 증가를 도와주는 떠먹는 요구르트	단백질 쿠키	단백질 케첩	고단백질 함유 체중조절 식사제품

3) 소식(小食)의 확산

- 체중 감량을 위해 특정 다이어트 방법을 선택하여 다이어트를 하는 것보다 먹는 양을 줄여 체중 감량을 하는 사람들이 증가하고 있음
 - 특히 절반 이상의 여성 및 장년층은 먹는 양을 줄여 체중 조절을 하는 것으로 조사되었으며, 영양적으로 균형 잡히고, 소량 포장된 식품에 대한 수요가 늘어나고 있음
 - 소비자들은 정기적으로 먹는 식사량과 음식 사이즈에 큰 중요성을 두고 있으며, 특히 절반 이상의 여성들은 “항상” 혹은 “대부분” 적은 양의 음식을 섭취한다고 응답함. 또한 10명 중 3명의 소비자들만 체중조절을 위해 특정한 다이어트 방법을 선택한다고 응답함

4) 저칼로리·소량포장 제품 확대

- 네슬레(Nestle)는 체중에 예민한 여성들을 타깃으로 한 저지방·저칼로리 아이스크림을 개발함. 네슬레의 'Skinny Cow' 저지방·저칼로리 아이스크림은 샌드위치, 콘, 컵 및 바(bar) 등 여러 가지 타입으로 출시되었으며, 모든 제품들은 저지방 제품으로 3% 미만의 지방을 함유하고 있으며, 칼로리 또한 150kcal 미만임
- 'Snackwell' 은 소비자들이 맛있게 먹기 좋은 정량을 담은 팝콘, 'Cinnamon Creme Drizzled Caramel Popcorn' 을 출시함. 이 제품은 130kcal 열량으로 소비자들이 100kcal 열량의 일반 팝콘을 먹을 때보다 조금 더 마음껏 먹으면서 동시에 다이어트 플랜을 따를 수 있도록 하였음
- 벨기에에서 출시된 'Hero SteVita'는 설탕 대용품으로 많이 쓰이는 스테비아(Stevia)가 함유된 잼으로 칼로리는 60kcal 미만이며 1회 제공량 당 6.3g의 탄수화물을 함유하고 있음

		
<p style="text-align: center;">Skinny Cow 저지방 아이스크림</p>	<p style="text-align: center;">소량포장된 팝콘</p>	<p style="text-align: center;">저칼로리 잼</p>

5) 체중 감량을 돕는 치아씨드 식품 출시 증가

- 국내에서도 인기가 있었던 치아씨드는 오메가-3, 마그네슘, 칼슘 등의 영양소를 포함한 슈퍼푸드로, 물에 넣어 두면 자신의 부피보다 10배 정도 많은 수분을 흡수하여 적은 양으로도 포만감을 느끼게 하여, 체중감량에 도움을 주는 식품임. 특히 지방 분해 호르몬인 글루카곤의 분비를 촉진하고 식이섬유가 많아 변비 개선 및 노폐물 배출에 효과적임
- 'Xiomega 3 Chia '는 치아씨드 음료로, 오메가-3, 철분, 식이섬유 등이 함유되어 있어 면역 강화에 좋은 식품임
- 미국에서 판매되고 있는 'Healthy Warrior Chia Bar'는 1회 제공량 당 약 100-110kcal의 저칼로리 에너지 바이며, 쉽게 포만감을 주어 손쉽게 허기를 달랠 수 있는 특징이 있음



6) 체중감량을 위한 건강 스낵 제품의 확산

- 'PopChips' 은 합성착색료와 합성첨가물이 전혀 들어가지 않은 감자칩이며, 한 봉지 당 100kcal로 먹는 재미와 맛을 동시에 느낄 수 있게 하면서, 소비자들의 몸매관리를 도와주는 제품임
- '켈로그 스페셜 K' 의 'Brownie Bite'는 한입 크기의 미니 브라우니로, 한 박스에 6개 봉지로 구성되어 있으며, 한 봉지 당 100kcal의 열량을 가지고 있어 체중 조절을 하는 소비자들이 부담 없이 즐길 수 있도록 한 제품임
- 'Graze'사의 'light box'는 약 49~146kcal의 저열량 간식들로 이루어진 스낵 박스로, 소비자들은 82가지 종류의 스낵 중 자신의 취향대로 선택하여 나만의 스낵 박스를 구성할 수 있음³⁹⁾



7) 당뇨병환자를 위한 체중관리 음식 출시

- 당뇨병으로 진단 받은 환자 중 90% 이상이 과체중인 것으로 조사되었고, 체중조절이 당뇨병 발생 위험성을 낮추는데 상당한 효과가 있는 것으로 입증됨. 특히 미국 당뇨병회(ADA)는 1일 1~2회 식사를 대용식으로 바꾸는 것이 성공적인 체중 조절 및 관리에 효과적이라고 강조함
- ‘Dannon’사에서 출시한 ‘Light & Fit Carb & Sugar Control Yogurts’는 당뇨병 환자를 타깃으로 한 요거트 제품으로, 타 저지방 요거트 제품보다 55%나 적은 칼로리와 85% 적은 당분을 함유하고 있어, 체중 조절이 필요한 당뇨병 환자들이 부담 없이 즐길 수 있도록 함
- ‘Abbott’사(社)는 당뇨병 환자들의 체중조절을 위한 ‘글루서나 헝거 스마트 (Glucerna Hunger Smart)’ 뉴트리션 셰이크 및 바(bars)타입의 식사 및 간식 대용식을 개발함. 이 제품은 ‘카브 스테디(Carb Steady)’라는 특허를 받은 탄수화물을 함유하고 있어 혈당지수가 낮고, 탄수화물이 소화되는 속도를 늦춰 혈당 수치의 상승을 최소화시켜 주는 효과가 있음. ‘Glucerna Hunger Smart’ 셰이크의 경우 열량이 180kcal로 단백질 15g, 당분 6g 등을 함유하고 있고, 25가지의 각종 비타민과 미네랄 성분이 들어있음

		
<p>저칼로리 요거트</p>	<p>Glucerna Hunger smart 셰이크</p>	<p>Glucerna Hunger smart 스낵바</p>

39) Graze Website, <https://www.graze.com/explore/light>



제 3 절 주요 국가별 동향

- 국가별 시장은 우리나라가 체중조절식품을 주로 수입하고 있는 미국과 일본을 중심으로 살펴봄. 참고로 미국은 세계에서 가장 큰 체중조절식품 시장이기도 함. 또한 개발도상국 시장의 성장 가능성을 높게 보고 있어, 아시아 시장 중 중국, 대만, 싱가포르도 추가적으로 살펴봄

1. 미국 시장

1) 미국 다이어트 및 체중조절식품 시장 동향 및 시장 규모

- 미국 건강·영양조사(NHNES)에 따르면, 2013~2014년 미국 성인 중 비만인 사람은 38%로, 앞서 2011~2012년 조사 때의 35%보다 3%p가 증가한 것으로 집계됨⁴⁰⁾
 - 미국 내 다이어터(Dieter)는 2013년 기준 약 1억 8천명 정도로 추정되며, 이중 82%는 셀프다이어트를 하는 것으로 조사됨
 - 최근, 미국 다이어트 시장은 비만인구 증가와 건강에 대한 관심 증가로 매년 성장하고 있으며, 미국 시장조사 전문기관인 마켓앤마켓 (Market&Market)이 발표한 세계 다이어트시장 보고서에 따르면 미국 다이어트 시장 규모는 지난해에 비해 1.8% 성장한 605억 달러로 집계됨

[표 5-1] 미국 체중조절시장 규모

(단위: 10억 달러)

년도	2010	2011	2012	2013
매출액	58.4	60.6	61.6	60.5

* Marketdata Enterprise⁴¹⁾

40) '비만되지 운동에도 똥보 늘어난 미국', 연합뉴스, 2015.11.13.

41) 'U.S. Weight Loss Market Grows only 1.7% to \$61 Billion', Marketdata, 2013.4.2

- 현재 미국 체중감량 및 다이어트시장은 크게 8개 분야로 구분되며, 그 중 체중 조절식품과 관련된 분야는 다이어트음료(Diet Soft Drinks), 저칼로리 식품(Low cal/ diet food), 식사대용품(Meal Replacement)임
 - 다이어트 청량음료 (Diet Soft Drinks) 시장은 지난 5년간 부진했으며, 앞으로 하락세를 보일 것이라는 전망하고 있음. 첫 출시 이후 10년 만인 2009년에 총 시장 규모가 85억 달러 정도였으나, 그 이후 다이어트 청량음료는 감소세로 나타남. 유로모니터 자료에 의하면, 지난 5년간 다이어트 청량음료 시장의 전체 판매량은 20% 이상 감소해 2014년 70억 달러 정도이며, 2015년에도 추가적으로 5% 더 하락할 것으로 예상하고 있음⁴²⁾
 - 식사대용품(Meal Replacement) 시장규모는 2013년 1.35백만 달러로, 전년 대비 약 6% 정도 성장함

- 미국에서는 다이어트 식품의 가정 배달이 점차 인기를 얻고 있음. 다이어트 가정 배달업 서비스의 시장 규모는 2012년 8억 6,900만 달러였으며, 2013년에는 약 9억 400만 달러 규모의 시장을 형성하고 있음. 2017년에는 약 10억 8,000만 달러에 도달, 5%의 연평균 성장이 예측되고 있음⁴³⁾
 - 다이어트 식품 가정 배달업은 초기시장이 형성된 이래 10여개의 기업들이 이 분야에서 경쟁하고 있으며, 향후 시장의 성장에 따라 세부 서비스에 따른 기업 간의 통합화와 대형화 추세가 예측됨. 이 분야의 주요 업체로 존 체프(Zone Chefs), 뉴트리시스템(Nutrisystem), 제니 다이렉트 (Jenny Direct), 뉴트로피아(Nutropia) 등이 있음
 - 다이어트 가정 배달업의 주요 고객의 60~70%가 여성으로 조사되었으며, 이들 중 대부분의 고객들은 8~12주 프로그램을 구매하는 것으로 조사됨. 이들은 1일 기준 10달러에서 40달러 정도의 비용을 지출하고 있었으며, 한 달 최대 1,500달러까지 지출하는 것으로 조사됨

42) ‘다이어트 청량음료마저도 안먹는다?’, 이코노믹리뷰, 2015.3.25., 이소라

43) U.S. diet food delivery market worth \$869 Million, Marketdata Enterprise, 2013.7.3

2) 주요 브랜드 및 제조사

가. Herbalife

- 허벌라이프(Herbalife)는 영양보조식품, 체중관리, 스포츠 영양 및 퍼스널 케어 제품을 개발하여 판매하는 미국의 다국적 회사임

[표 5-2] Herbalife의 주요 제품

제품명	제품 설명	가격(\$)	제품이미지
Formula 1 Express Meal Bar	<ul style="list-style-type: none"> - 21가지의 비타민과 미네랄 함유 - 한 바(bar)당 15g의 단백질 함유 - 식이섬유 함유(체중조절을 도와주는 5g의 식이섬유 함유) 	28.20	
Formula 1 Healthy Meal Nutritional Shake Mix	<ul style="list-style-type: none"> - 16가지 비타민과 무기질, 그리고 허브성분을 비롯한 각종 영양소 균형있게 함유 - 1회 제공량당 9g 단백질, 90kcal의 칼로리를 함유하여 건강하게 체중조절 	39.90	
Formula 1 Instant Healthy Meal Nutritional Shake Mix	<ul style="list-style-type: none"> - 12가지 비타민과 8가지 무기질, 부성분으로 크롬, 업선된 5가지 허브성분 함유 - 체내에 정상적인 항산화 효과, 에너지 대사 및 생성에 도움 - 뼈와 치아 형성, 정상적인 면역 기능에 도움 	24.35	
Personalize Protein Powders	<ul style="list-style-type: none"> - 단백질은 근육, 결합조직 등 신체조직의 구성성분 및 효소, 호르몬, 항체와 같은 성분에 필요한 영양소 - 체내 필수 영양성분이나 활성물질의 운반과 저장에 필요 	34.70	
Protein Bar Deluxe	<ul style="list-style-type: none"> - 활동량이 많은 스포츠를 즐길 때 10g 단백질 보충 - 140kcal로 가볍게 즐기는 에너지 바 	25.50	
Cell-U-Loss	<ul style="list-style-type: none"> - 체내에서 일어나는 에너지 이용에 필요한 마그네슘(근육수축, 신경전달 등에 관여하는 효소 작용에 필수적인 무기질) 공급 	19.20	

※ Herbalife 홈페이지

나. Nutrisystem

- Nutrisystem은 체중조절식품 및 체중조절시스템을 제공하는 다이어트식품 회사로, 'The Nutrisystem Program' 을 통해 150개 이상의 메뉴를 아침, 점심, 저녁 및 간식 등 4가지 범주에서 제공하고 있음. 바(bars), 머핀, 프레첼 스낵과 팬케이크 믹스뿐만 아니라 전자레인지 스프와 저녁식사를 포함한 제품들을 제공하고 있음
- Nutrisystem 제품은 일일 권장 칼로리의 60%를 제공하며, 남성은 하루에 약 1,500칼로리 이내, 여성은 1,200칼로리 이내의 하루 식단을 제공하여, 일주일에 약 1~2파운드를 감량할 수 있도록 도와줌

[표 5-3] Newtrisystem의 주요 제품

분류	제품명	제품이미지
아침	BBQ Seasoned Chicken	
	Apple Cinnamon Oatmeal	
점심	Beans & Ham Soup	
	Tuna Salad	
저녁	BBQ Seasoned Chicken	
	Mushroom Risotto	
스낵	Oatmeal Raisin Cookie	
	Carrot Cake	

분류	제품명	제품이미지
셰이크	Creamy Chocolate Shake Mix	
	Smooth Vanilla Shake Mix	

※ Newtrisystem 홈페이지

다. Hollywood Diet

- Hollywood Diet 사는 헐리우드 유명배우들의 헬스트레이너인 Jamie Kabler와 Larry Turner가 설립한 회사로 체중조절용 과자, 음료, 브라우니 등 다양한 제품 라인을 보유하고 있음

[표 5-4] Hollywood Diet 주요 제품

제품명	제품 설명	가격(\$)	제품이미지
Hollywood Diet Brownie (12개입)	다이어트를 하는 소비자들도 브라우니를 즐길 수 있도록 만든 저칼로리 제품임. 아침 또는 점심식사 대용/간식으로 하루에 4개(600kcal)를 권장하며 다이어트 쿠키와 함께 섭취할 수 있음. 저녁식사는 약 800kcal 정도의 간단한 식단을 권장함으로써 평균 칼로리 섭취량의 1/2정도로 칼로리 섭취를 제한함	19.99	
Hollywood Cookie Diet (12개입)	다이어트용 쿠키 제품으로 먹기 쉽게 날개 포장되어 있으며, 저칼로리에 섬유질과 단백질이 함유되어 있음. 하루 4개(600kcal)가 권장량이며 아침식사 대용 또는 간식으로 허기를 느낄 때 섭취할 것을 추천함. 오트밀 레이즌과 초콜렛칩, 피넛버터 초콜렛칩 쿠키로 구분됨	19.99	
Hollywood Diet Wafers (5개입)	단백질을 주성분으로 포만감을 주며 식사대용식 또는 간식으로 섭취할 수 있음. 개별로 포장되어 있어 1회 칼로리 제공량을 알기 쉬우며 들고 다니면서 먹기 간편함	14.99	
24 Hour Miracle Diet (16 oz)	Alpha Medical Center에서 실험을 거친 다이어트 제품으로 실험자들은 제품을 섭취한지 하루 만에 평균 4.5파운드의 체중감량 변화를 보임. 천연 과즙과 식물성 추출물로 제조되었으며 비타민, 미네랄 등 영양성분이 함유되어 있음	9.95	

※ Hollywood Diet 홈페이지

라. Slimfast

□ 미국에 본사를 두고 있는 Slimfast는 체중감량을 위한 3.2.1 Slimfast Plan에 따라 제품을 제시함. Slimfast Plan은 하루에 3개의 스낵, 2번의 식사대용식 제품, 1번의 600kcal(남성은 800kcal) 이하의 건강한 식사를 섭취하는 것을 말하며, 다시 말해 ‘아침식사· 스낵· 점심식사· 스낵· 저녁식사· 스낵’의 사이클을 권장함. 각 단계에 맞는 식사대용식 제품과 저칼로리 스낵, 건강한 저칼로리 식사의 레시피를 제공함

[표 5-5] Slimfast 주요 제품

제품명	제품 설명	가격(\$)	제품이미지
Meal Replacement Shakes	아침 또는 점심식사대용식 제품으로 점성이 있는 고단백 셰이크임. 1회제공량에 20g의 단백질이 포함되어 있으며 180kcal를 제공함	14.16	
Meal Replacement Smoothie Powder	고단백 단백질 스무디 파우더로, 1회 제공량 당 20g의 단백질, 5g의 식이섬유, 24g의 비타민과 미네랄을 함유하고 있으며 무지방 우유와 함께 섭취 시 190kcal를 제공함	59.65	
Meal Replacement Bars	1회 제공량 당 10g의 단백질, 5g의 식이섬유, 18g의 비타민과 미네랄이 포함되어 있음	4.49	
100-Calorie Snacks	100칼로리 스낵으로, 1회 제공량 당 2g의 단백질, 5g의 식이섬유를 포함하고 있음. 총 5가지 맛으로 체중조절을 하는 사람들이 적은 칼로리로 감자칩을 즐길 수 있음.	12.87	

※ Slimfast 홈페이지

2. 일본 시장⁴⁴⁾

1) 일본의 다이어트 및 체중조절식품 시장 규모 및 동향

- 일본 시장조사 기업 시드플래닝에 따르면 일본 다이어트 식품 시장규모는 2009년 약 1조 6,701억엔(약 159억 달러⁴⁵⁾)으로 건강, 다이어트에 대한 관심이 증가함에 따라 2015년에는 약 2조엔(약 182억 달러)에 다다를 것으로 전망되고 있음
- 일본 국민의 60%가 다이어트 식품 복용 경험이 있는 것으로 밝혀졌는데, 일본 국민 30% 이상이 2종류 이상의 다이어트 식품을 사용하고 약 24%는 다이어트 식품에 연간 1만 2000엔(114달러) 이상을 지출하는 것으로 나타남

[표 5-6] 일본 건강보조제, 영양제, 보충제, 기능성음료 및 과자 시장규모

(단위: 억엔)

년도	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015(f)
시장규모	16,701	17,105	17,635	18,033	18,393	18,614	19,164

※ KOTRA 해외비즈니스 정보포털 (원자료: Seed Planning 홈페이지)

2) 시장 및 소비자 특성

- 일본 다이어트 식품 시장은 남녀간, 세대간 시장 세분화에 따라 복잡·다양화 되고 있음
- 과거 다이어트 식품 시장은 20, 30대의 젊은 여성이 주요 타겟이었으나 미쓰비시 UFJ에서 실시한 소비자 조사 결과, 소비자의 연령대와 성별이 다양화 되어 시장 세분화가 이루어지는 것으로 나타남
- 웹 분석 기업 SeeS의 조사 결과에 의하면 여성의 다이어트 관련 주요 키워드는 ‘집에서’, ‘간편하게’ 등으로 나타나 힘들게 운동하기보다는 식단과 보조 식품을 이용해 다이어트를 하고 싶은 욕구가 강한 것으로 보고 있음

44) ‘일본 다이어트 식품시장, 이렇게 공략하세요’, KOTRA, 2015.1.29.

45) 1엔 = 0.0095달러(2014년 평균환율 기준, KEB 하나은행)

- 반면, 남성은 다이어트 관련 정보 검색 시 다이어트 보조식품보다는 ‘근육’, ‘산소’, ‘내장지방’ 등이 주요 키워드로, 여성에 비해 운동을 통한 다이어트를 하려는 경향이 강함
 - 한편, 중·장년층에서도 여성(안티에이징, 미용), 남성(과체중 및 대사질환⁴⁶⁾ 방지) 간에 다이어트를 시작하는 계기가 다른 것으로 나타나 성별·세대별로 시장이 나누어진 구조임
- 일본 소비자들은 안심하고 복용할 수 있는 다이어트 식품에 대한 관심이 높아짐
- ‘마음껏 먹고 운동은 하지 않아도 됩니다.’ 라는 캐치프레이즈를 걸고 광고하는 다이어트 식품이 인기를 끌었으나, 도쿄의 30대 여성이 해당 제품 복용 후 심한 구토 및 복통과 열 증세를 보였다는 부작용이 알려지면서 안심하고 복용하는 제품에 대한 관심이 높아짐
- 일본 소비자들은 맛있고, 간편한 다이어트 식품을 선호하는 것으로 조사됨
- 칼로리 섭취량을 줄여 살을 빼고 싶지만 간식을 포기하기 쉽지 않은 사람을 위해 각 기업에서 맛있지만 칼로리는 낮은, 간편하게 먹을 수 있는 스낵·음료를 앞 다투어 출시하고 있음
 - 편의점 업계에서는 간편하게 닭가슴살 샐러드, 저칼로리 간식과 같은 다이어트에 도움을 되는 식품을 판매하고 있음

[표 5-7] 일본 다이어트 스낵 및 음료 제품 현황

생산업체	제품명	제품설명	이미지
삿포르 파인 푸드	포텟카룻	기존의 포테이토 칩과 달리 기름에 튀기지 않고 굵은 방식으로 유분량은 72% 감소시키고 칼로리를 낮춤	
패밀리마트	닭가슴살 샐러드	-	
기린	메츠 콜라	식사 시 지방의 흡수를 낮추어 체지방을 감소시키는 효과가 있음	

46) 대사성 증후권으로, 운동부족, 과식, 과음 등 잘못된 습관으로 내장지방이 과도하게 쌓여, 동맥경화, 고혈압, 당뇨 등이 발생하여 사망위험이 높아지는 현상



3. 중국 시장

1) 중국 다이어트 및 체중조절식품 시장 환경

- 중국 위생부 발표에 따르면 2012년도 중국의 비만인구는 3억 2,500만 명으로 중국인 4명당 한명이 비만이며, 이 수치는 미국, 영국, 호주 등 보다 높은 수치임⁴⁷⁾
 - 중국 성인의 체중 증가 속도는 전 세계에서 멕시코에 이어 2위로 중국 인구의 약 25%가 과체중 혹은 비만으로 분류됨
 - 2005년에서 2011년까지 정상체중을 초과하는 사람은 4배로 늘었으며, 중국 다이어트 대상의 인구 증가속도는 세계에서 가장 빠른 것으로 나타남⁴⁸⁾
 - 중국은 현재 빨라지는 생활리듬 때문에 인스턴트식품에 대한 소비가 늘어나고 있으며, 기름진 음식 및 고기류에 대한 지나친 편중은 중국인에게 다이어트를 각성시키는 계기가 되고 있음

- 중국 위생부의 조사에 따르면 과거에는 과체중, 비만 등의 이유로 다이어트를 하는 사람이 많았으나, 최근 10년 동안 미용을 위해 다이어트를 하는 사람의 수가 크게 늘었음
 - 중국 사회가 점점 외모지상주의로 바뀌면서 사회생활에서 외모의 중요성이 커지자 정상체중의 젊은 여성도 미용과 외모를 위해 다이어트를 하고 있음
 - 전체 다이어트 인구의 46%가 미용을 위해 정상체중임에도 다이어트를 하고 있음

47) '살찌는 중국, 커지는 다이어트시장' , KOTRA, 2013.5.17.

48) '중국, 뜨거워지는 다이어트 식품시장 (1)' , KOTRA, 2013.7.26.

2) 중국의 다이어트 및 체중조절식품 시장 규모

- 중국 체중조절식품 시장 규모는 2014년 기준 약 120억 달러이며, 꾸준히 증가세를 나타내며 2016년에는 137억 달러로 성장할 것으로 전망됨
 - 전체 시장에서 다이어트 티가 차지하는 비중이 7.6억 달러(63.1%)로 가장 크며, 이어서 식사대용품 1.9억 달러(16.2%)임

- 국가통계국(国家统计局)이 발표한 중국미용경제보고서(中国美容经济报告)에 따르면 2012년 말 기준 중국에 등록된 다이어트 관련 업체는 2만 5,000여 개임
 - 그 중 1만 7,000여 개가 중국기업이고, 8,000여 개가 외국기업(합자기업 포함)임
 - ‘2011~2015년 중국 다이어트업종 시장조사 및 기업투자 전망에 관한 보고’에 따르면 중국 다이어트시장에서 중국 로컬과 수입 브랜드가 차지하는 비중은 약 6:4 정도로 로컬 브랜드가 우세를 보이고 있음

[표 5-8] 중국 체중조절식품 시장 규모

(단위:백만\$)

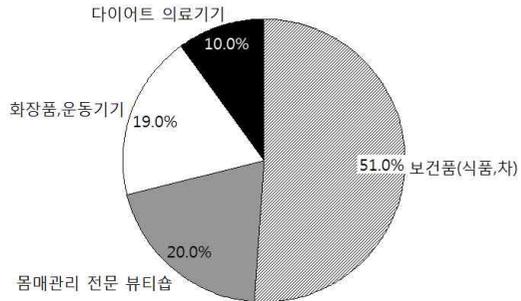
구분	2012	2013	2014	2015(f)	2016(f)
weight management (Total) (전체 다이어트 및 체중조절식품 시장)	1,088.9	1,120.6	1,199.5	1,282.5	1,370.4
식사대용품 (Meal replacement slimming)	172.1	174.8	194.7	214.2	234.5
Slimming teas (다이어트 티)	649.1	690.0	756.3	825	895.9
Weight loss supplements (체중감량보조제)	163.6	154.9	150.4	147.2	145.3
Other slimming products (기타)	104.1	100.9	98.1	96.1	94.7

※ Diet Trends in China, Agriculture and Agri-Food Canada, Sept.2014

□ 중국 다이어트시장은 이미 의료, 제약, 보건품, 식품, 기계, 미용, 운동 등 여러 가지 영역에서 발전하고 있음

○ 중국 다이어트넷(中国减肥网)에 따르면, 다이어트 산업 중 보건품(식품·차 등)과 약품이 시장의 약 51%로 가장 많은 시장 점유율을 차지하고 있으며, 몸매관리 전문 뷰티숍이 20%, 화장품·운동기기 등 다이어트 제품이 19%, 다이어트 의료기기 등이 10%를 차지하는 것으로 나타남. 그 중 손쉽게 저렴하게 접할 수 있는 보건품 시장의 경쟁이 가장 치열함

[그림 5-2] 중국 다이어트 제품 시장 구성 요소



- 식품의 안전성과 해외브랜드를 선호하는 중국 소비자의 특성으로 비쌌에도 외국산 다이어트식품이 시장에서 큰 인기를 끌고 있음
- 중국 다이어트시장의 주 소비층은 베이징, 상하이, 광둥 등 연안지역의 여성들로 전체 소비의 70% 이상이 이들 지역에서 이루어지고 있음

3) 주요 브랜드 및 제조사

□ 로컬 브랜드 생산기지는 주로 산시, 후난, 광둥, 베이징, 허난, 장시 등에 분포함. 생산기업은 성급, 시급 대리, 판매상을 거쳐 실제 소비자에게 도달하는 구조이며, 일부 대형 기업들은 자사 홈페이지를 통해 판매함

[표 5-9] 중국 대표 다이어트 제품 생산업체

업체명	대표브랜드	제품이미지
후난타이얼 제약주식 (湖南泰尔制药) 유한회사	웨이팅(唯亭) VT 안메이라이(Aemiria) 바이리라이(佰利莱) PORAI	- 중국 최대 생물약 상품 생산업체로, 일부 제품은 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있음 - 보건식품류 제품은 다년간 중국 화동지역(장시, 저장, 상하이)이 선두임 - 2013년 여름, 웨이팅의 "초급P57"은 중국 최대 경매사이트인 타오바오(淘宝)에서 다이어트 식품판매량 1위 기록

제5장 해외 시장 동향

업체명	대표브랜드	제품이미지
베이징 아오터수얼 (北京澳特舒尔) 보건품개발 유한회사	비성위안창룬 (碧生源常润) 차 비성위안 (碧生源减肥) 다이어트 차 BESUNYEN	- 중국 기능보건 차(茶) 10대 브랜드 중 하나임
광둥다인상 (广东大印象) (그룹) 유한회사	다인상(大印象) 다이어트 차 쭈이웡팅파이바이주 (醉翁亭牌白酒) 샤오광펑타이파이 아오주 (萧广丰泰牌药酒)	- 중국 보건식품 50대 기업으로, 중국 기업문화에 영향력 있는 10대 기업에 속함 - 차오산 3만 8000평의 생산기지를 보유하고 있으며, 2001~2005년 연속으로 “다이어트 보건식품 전국 판매량 1위” 를 기록함

* KOTRA 해외비즈니스 정보포털

- 중국 다이어트 시장 내 로컬 및 해외 인기 브랜드 현황은 다음과 같음
- 중국 브랜드는 뤼서우, 리위안탕센티메이, 커바나쥬쉬안 등에서 많이 판매되고 있음

[표 5-10] 2013년 다이어트 제품 판매량 순위(중국 브랜드)

생산업체	제품명	제품 설명	판매가격	제품이미지
산시정성강위안 생물의약 유한회사	뤼서우 (绿瘦)	- 남아프리카 사막 나비와 선인장 고농축물을 원료로 함 - 식욕을 억제하는 효과가 있고, 열량과 지방흡수를 감소시킴 - 신체에 부작용이 전혀 없다는 것을 강조함	200위안/ 병(30g)	
샤먼위안강 (厦门源康) 생물과학회사	리위안탕센티메이 (丽元堂纤体梅)	- 주 원료는 푸른 매실로, 첨단 가공 방법을 사용함 - 4~8시간 내에 장에 있는 변과 독소를 깨끗이 없애고 신진대사를 촉진함 - 지방 축적을 감소시켜 체중감량 효과를 냄	110위안/ 박스(180g)	

생산업체	제품명	제품 설명	판매가격	제품이미지
허페이첸카 (合肥茜卡) 커피식품 유한회사	커바나쭈쉬안 (克芭娜左旋) 커피	<ul style="list-style-type: none"> - '커피로도 살을 뺄 수 있다', '즐거야 살을 뺄 수 있다' 는 개념에서 출시 - 주요 성분은 L-카르티닌과 브라질 원두커피임 - 열량 섭취를 억제하고 지방 연소를 빠르게 함 - 미국 FDA에서 검증받음 	98위안/ 박스(150g)	
후난타이얼 (湖南泰尔) 제약주식 유한회사	타이얼 (泰尔)	<ul style="list-style-type: none"> - 남아프리카 사막 나비와 선인장 고농축물을 원료로 함 - 식욕을 억제하는 효과가 있고, 열량과 지방흡수를 감소시킴 - 신체에 부작용이 전혀 없다는 것을 강조함 	200위안/ 박스(30g)	

* KOTRA 해외비즈니스 정보포털

- 수입 브랜드는 한국 제품인 드림24, 다이어트CLA, 미국의 썬라즈바오 등이 있음

[표 5-11] 중국에서 유행하는 다이어트 제품(수입 브랜드)

생산업체	제품명	제품 설명	판매가격	제품이미지
Dream24 (한국)	드림24	<ul style="list-style-type: none"> - 한국에서 생산된 고급 순수 자연원료(울무, 뽕나무껍질, 생황지, 바다민망초, 진피 등)을 사용 - 해독, 분해, 배출작용을 활성화해 체내의 독소를 빼내는 원리 	638위안/30g 938위안/60g	
Bio-Farm (주) 충청북도 (한국)	다이어트 CLA	<ul style="list-style-type: none"> - 체지방 감소에 효과가 있는 건강 기능식품임 - 지방이 체내에 흡수되는 것을 억제하면서 지방을 분해하는 효과가 있음 - 한국에서 인정한 건강기능 식품으로 GMP 인증을 받음 	288위안/병	
썬라즈바오 회사 (미국)	썬라즈바오 (自然之宝) (Nature's Bounty)	<ul style="list-style-type: none"> - 식이섬유 영양 캡슐 1병, 접합 리놀레산 캡슐 1병, L-카르티닌 2병, 포도중자 추출물 1병, 녹차 등 추출물 1병을 포함하고 있음 - 쾌변을 돕고, 포만감을 늘려 체중 증가를 막는 효과 보유 	2188위안/ 세트(7병)	

생산업체	제품명	제품 설명	판매가격	제품이미지
자강리 회사 (嘉康利) (미국)	자강리 센치 (嘉康利纤) 밀크셰이크 (Shaklee)	- 밥을 대신하는 밀크셰이크로 단백질 혼입한 음료임 - 체중과 당섭취 조절, 탄수화물 감소, 단백질 증가를 도움 - 센치 밀크셰이크의 핵심 성분은 류신인데, 간의 분해 기능을 도와 혈당이 지방으로 바뀌는 것을 방지하고 근육 형성에 도움	390위안/ 통(720G)	

※ KOTRA 해외비즈니스 정보포털

4) 시장 및 소비자 특성

- 다이어트 제품 구매 시 중국인들이 가장 주목하는 부분은 제품효과(안전성 포함), 브랜드, 가격, 광고 순으로 나타남
 - 소비자들은 제품의 효능을 판단할 때 제품의 브랜드와 생산업체의 생산력 및 연구개발력, 주변인들의 소개, 광고 선전 (신문광고, TV광고, 미용 웹사이트를 통한 사용자 후기, 미용에 관련된 방송 프로그램 등)을 살펴보며 여론에서 유명세를 타고 있는 브랜드를 주로 선택함
- 다이어트 제품의 주 타겟 층은 상하이, 베이징 등의 25~45세의 구매력 보유 층으로 조사되었으며, 이들은 안정된 수입을 가지고 있으며, 비교적 높은 구매력을 보유함
 - 사람들의 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 다이어트 제품에 대한 관심이 높아지고 있으며, 또한 늘어나는 사회교류 활동은 25세에서 45세 사이의 화이트칼라 여성에게 외모관리에 대한 관심을 불러일으킴
 - 이들 중 절반 이상은 이미 결혼해 가족의 건강에도 신경을 쓰며, 보통은 선호하는 브랜드가 있는 편이지만, 유행에도 쉽게 영향을 받음
 - 자신이 사용할 다이어트 제품을 구매하면서 가족들에 필요한 제품도 함께 구매하기 때문에 다이어트 제품의 주 구매층이라 할 수 있음



- 온라인과 오프라인(약국 위주)로 다이어트 제품을 구매하는 것으로 나타남
 - 소비자들은 약국에 직접 가거나 온라인을 통해 다이어트 제품을 구매하는 것으로 조사 되었으며, 온라인 구매에 애용되는 웹사이트로는 타오바오(淘宝), 징둥상청(京东商城), 캉마이더(康买得), 진상(金象) 등이 있음
 - 뤼서우상위(绿瘦商城)와 상귀귀지(橡果国际)등 대형 업체들은 직접 온라인 채널을 운영하고 있음
 - 오프라인으로 제품을 구매할 때는 약국, 백화점, 공장직판점, 병원 등을 이용하고 있음

- 다이어트 제품의 평균 소비액은 월 400~600위안(약 7만원~11만원)으로 조사됨⁴⁹⁾
 - 관련 조사기구 분석에 따르면 소비자 매월 소비의 최대 범위로 월 400위안 정도를 보고 있으며, 고도 비만환자 중 65% 이상은 더 높은 수준인 월 600 위안을 소비한다고 조사됨
 - 중국 본토의 다이어트 제품 브랜드에는 타이얼(泰尔), 다인상(大印象), 비성위안(碧生源), 캉비터(康比特), 하베이가오(哈贝高), 창야오탕(长耀堂) 등이 있으며, 가격대는 주로 100~300위안으로 형성돼 있음

4. 기타 국가

1) 대만 시장⁵⁰⁾

가. 대만 다이어트 및 체중조절식품 시장 동향

- 대만 위생서 국민건강국에서 발표한 2014년도 중화민국위생부복지년보((中華民國衛生福利年報)에 의하면 대만의 성인 인구 비만율이 19.2%에 이르며, 주요 아시아 국가에서 가장 높은 수치를 기록함. 비만 및 성인병 관련 문제로

49) 중국, 뜨거워지는 다이어트 식품시장', KOTRA, 2013.7.26.

50) 대만 체중조절용 조제식품(셰이크) 시장조사, 한국농수산물유통공사, 2015

건강식품 및 다이어트식품에 대한 수요가 증가하고 있음

- 비만으로 인한 고혈압, 고혈당, 고 콜레스테롤 관련 건강 문제가 대두되어 이를 예방하기 위한 건강식품에 대한 소비가 증가하고 있는 것으로 나타남

[표 5-12] 아시아 주요 국가 과체중 및 비만율

순위	국가	비만율(%)
1	대만	19.2
2	몽골	14.4
3	말레이시아	14.0
4	태국	8.8
5	한국	7.7

* 대만국민건강국, 세계은행

- 비만 문제로 인해 다이어트 관련 시장이 성장세에 있으며, 체중 감량 보조제, 차, 식사대용식, 효소음료 등 다양한 다이어트 식품이 활발히 출시되고 있음
- 대만 정부는 대만에서 비만이 사회적 문제로 대두되자 대응방안을 강화하고 있음. 대만 위생서는 패스트푸드 TV 광고 금지 법안 발표, 영양 라벨링 표기 사항을 강화했으며, 비만방지 네트워크 설립을 통해 식단 칼로리, 유익한 식품 등에 대한 정보를 제공함
- 체중 감량에 대한 관심이 높은 대만의 다이어트 시장 규모는 연간 600억 대만 달러(약 20억 달러)에 달하는 것으로 알려짐⁵¹⁾

나. 주요 브랜드 및 제조사

- 대만 체중조절용 주요 식품은 다음과 같음

[표 5-13] 대만 체중조절용 식품 현황

생산업체	제품명	중량	가격 (g당 가격)	이미지
AGV PRODUCTS CORPORATION	AGV MULTIGRAIN ACTIVATE TEA	590ml	26 대만 달러 (ml당 0.04 대만 달러)	
CHEN KOU WEI FOOD ENTERPRISE CO., LTD.	GUDAO SUPER GREEN TEA(SURGAR FREE)	600ml	15 대만 달러 (ml당 0.025 대만 달러)	

51) '대만 男, 아시아 최고 똥남 등극', KOTRA, 2012.7.31.

[표 5-13] 대만 체중조절용 식품 현황(계속)

생산업체	제품명	중량	가격 (g당 가격)	이미지
台灣第一生化 科技股份有限公司 (대만제일생화학 과학기술주식 유한공사)	SUPER FUNCTIONAL TEA DRINK	540m	23 대만 달러 (ml당 0.04 대만 달러)	
黑松股份有限公司 (헤이송 주식유한공사)	黑松茶花綠茶 (헤이송차 후아루차)	580ml	18 대만 달러 (ml당 0.03 대만 달러)	
星譜生物科技股份 有限公司 (씽뿌 생물과학기술 주식유한공사)	HEALTHY DIET TEA	3.5g/ 포, 30포	269 대만 달러 (1포당 약 9 대만 달러)	
	Diet Drink(纖美茶) (즈메이차)	3.5g/ 포, 10포	99 대만 달러 (1포당 9.9 대만 달러)	
維他露食品股份 有限公司二`三廠 (웨이타루식품 주식유한공사)	御茶園每朝健康 綠茶 (위차위엔메이짜오 지엔강루차)	650ml	28 대만 달러 (ml당 0.04 대만 달러)	
凌陽股份有限公司 (링양주식 유한공사)	得意人生糖切凍 (뜨어이현성 탕치예똥)	10g/포 , 30포	1,280 대만 달러 (1포당 약 42 대만 달러)	
甲芝生物科技股份 有限公司 (지아쯔 바이오 과학기술 유한공사)	BURNER 倍熱氣泡纖美醋 (빼이르어치파오창 메이추)	200ml/ 캔, 4캔	339 대만 달러 (1캔당 84.75 대만 달러)	
博盛國際開發 有限公司 (보성 국제개발 유한공사)	美控排空飲 (메이콩파이콩인)	100ml/ 캔, 6캔	499 대만 달러 (1캔당 약 83 대만 달러)	

[표 5-13] 대만 체중조절용 식품 현황(계속)

생산업체	제품명	중량	가격 (g당 가격)	이미지
HYE SONG CORPORATION (헤이송 Co.)	櫻桃機順暢抹茶拿鐵 (잉타오지선참모 차나터에)	22.6g/ 포, 7포	380 대만 달러 (1포당 약 54 대만 달러)	
康寶生醫股份 有限公司 (강빠오 생의학주식 유한공사)	FIBER MIRACLE	4g/포, 28포	899 대만 달러 (1포당 약 32 대만 달러)	
醫朵醫學有限公司 (이뚜어 의학유한공사)	BURNER 倍熱超熾燃料素 (뵘이르어차 란리아오수)	5g/포, 14포	699 대만 달러 (1포당 58.25 대만 달러)	
	BURNER 倍熱極熾飲 (뵘이르어지어어인)	50ml/ 캔, 6캔	899 대만 달러 (1포당 약 64 대만 달러)	
	BURNER 倍熱極 BURNER 倍熱夜熾飲熾飲 (뵘이르어에 즈인어어인)	50ml/ 캔, 6캔	599 대만 달러 (1캔당 약 100 대만 달러)	
A莎依纖鮮自然 (A샤이즈시앤프란)	BURNER 倍熱夜熾飲 (뵘이르어에즈인)	5g/포, 12포	599 대만 달러 (1캔당 약 100 대만 달러)	

※ 대만 체중조절용 조제식품(셰이크) 시장조사, 한국농수산식품유통공사, 2015



2) 싱가포르⁵²⁾

가. 싱가포르 다이어트 및 체중조절식품 시장 동향

- 2013년 기준 싱가포르의 다이어트 및 체중조절식품 시장은 전년 대비 4% 성장 하였으며, 2008년 대비 68% 성장함. 특히, 체중 감량 보조제는 2008년 대비 매출 140.2% 증가로 성장세가 두드러짐. 체중 감량용 차(茶) 및 식사 대용식 카테고리도 각각 26.6%, 14.8%의 성장세를 보였음
- 다만 OTC (Over The Counter; 의사의 처방 없이 구매 가능한 의약품) 비만 치료제의 경우 건강에 해로울 수 있다는 점 때문에 시장이 작아지고 있고 앞으로 감소세가 지속될 전망이다
- 2014년 기준 싱가포르 다이어트 제품 시장 규모는 6,360만 싱가포르 달러(1억 4,960만 달러⁵³⁾)로 추정됨. 다이어트 제품시장은 2018년까지 지속적으로 성장할 것으로 예측되며, 2013년 대비 2018년까지 11.5% 성장이 예상되고 있음

[표 5-14] 싱가포르 다이어트 제품 시장 규모 및 전망

(단위:백만 싱가포르달러)

구분	2011	2012	2013	2014(f)	2015(f)	2016(f)	2017(f)	2018(f)
시장크기	58.1	59.6	62.0	63.6	65.1	66.6	67.9	69.2

※ 싱가포르, 다이어트 제품시장 성장세, 2015. 4. 20 (원자료 : Euromonitor)

나. 주요 브랜드 및 제조사

- Herbalife가 높은 브랜드 인지도를 바탕으로 업계 내 부동의 1위를 차지하고 있음
- 글로벌 기업인 Herbalife가 싱가포르 국내 업체 Avenza, Byron & Co와 약 25%의 시장점유율 차이를 보이며 부동의 1위의 자리를 지키고 있음
- 소비자들은 브랜드 인지도가 높은 제품일수록 체중 감량 효과가 좋을 것으로 기대하며 제품을 구입하는 특성이 높은 시장점유율로 연결된 것으로 판단됨

52) 싱가포르, 다이어트 제품시장 성장세, KOTRA, 2015.4.20.

53) 1 SGD = 2.3522달러(2014년 평균환율 기준, KEB 하나은행)

- 경쟁사 증가, 제품의 다양화 등의 이유로 싱가포르 내 체중조절식품 경쟁이 심화되고 있음
 - Herbalife가 1위 자리를 굳건히 지키고 있지만, 경쟁사 증가, 제품의 다양화 등으로 인한 지속적인 경쟁 심화로 시장점유율은 다소 하락함
 - 체중 감량 패치, 바디 셰이퍼(Body Shaper) 등 다양한 기타 체중 감량제품들도 인기를 얻고 있음

[표 5-15] 싱가포르 내 주요 경쟁업체

생산업체	시장점유율	특이점	주요상품
Herbalife	33.6%	대규모 유통망을 활용해 큰 격차로 업계 내 1위	
Avenza	8.8%	업계점유율 2위이나 Byron사의 신제품 출시로 점유율 1.7%p 하락	
Byron & Co	6.1%	신제품 인기 및 공격적 마케팅으로 점유율 3%p 증가	

※ KOTRA 해외비즈니스 정보포털 (원자료: Euromonitor, 각 사 홈페이지)

부록

소비자 조사 결과

1. 체중조절식품 소비자 조사 결과
2. 소비자 조사표



1. 체중조절식품 소비자조사 결과

□ 체중조절식품을 구입한 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	갑자기 체중이 증가하여	오랫동안 늘어난 체중을 감량하려고	기존 다이어트 방법으로 체중을 감량하지 못해서	단순 관리 차원에서	운동이나 식단 조절을 하기 어려워져서	연예인 등 몸짱 등을 보고	기타	
전체	500	17.2	33.6	11.8	17.2	17.0	2.0	1.2	
성별	남성	175	22.3	31.4	7.4	22.3	11.4	3.4	1.7
	여성	325	14.5	34.8	14.2	14.5	20.0	1.2	0.9
연령	20대	108	21.3	25.0	11.1	18.5	19.4	2.8	1.9
	30대	163	16.6	36.2	14.1	12.9	16.0	3.1	1.2
	40대	106	17.9	35.8	11.3	17.0	17.0	0.9	0.0
	50대	123	13.8	35.8	9.8	22.0	16.3	0.8	1.6
거주 지역	서울/경기/인천	270	16.7	31.9	12.6	18.9	18.1	1.5	0.4
	부산/울산/경남	80	18.8	32.5	10.0	17.5	13.8	3.8	3.8
	대구/경북	50	22.0	32.0	8.0	18.0	16.0	2.0	2.0
	대전/충청	50	22.0	34.0	14.0	8.0	18.0	2.0	2.0
동거인 수	전라/광주	50	8.0	46.0	12.0	16.0	16.0	2.0	0.0
	1명	36	36.1	22.2	11.1	11.1	19.4	0.0	0.0
	2명	80	12.5	42.5	16.3	8.8	17.5	1.3	1.3
	3명	133	15.0	30.1	12.0	18.8	21.8	1.5	0.8
	4명	207	16.9	33.8	10.1	20.8	14.0	2.9	1.4
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	18.2	36.4	11.4	15.9	13.6	2.3	2.3
	1-5회	367	18.0	31.6	10.6	18.0	18.5	2.2	1.1
	6-10회	93	11.8	38.7	14.0	16.1	17.2	1.1	1.1
	11-15회	20	20.0	40.0	20.0	5.0	5.0	5.0	5.0
장보기금액 /한달	16-20회	14	14.3	50.0	14.3	21.4	0.0	0.0	0.0
	21회 이상	6	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	20만원 이하	240	15.8	35.8	10.8	19.6	16.3	1.3	0.4
	40만원 이하	143	22.4	34.3	10.5	15.4	12.6	4.2	0.7
결혼 여부	60만원 이하	73	11.0	28.8	15.1	9.6	28.8	1.4	5.5
	60만원 초과	44	18.2	27.3	15.9	22.7	15.9	0.0	0.0
	예(기혼)	316	16.8	32.6	12.7	18.0	16.8	1.9	1.3
직업	아니오(미혼)	184	17.9	35.3	10.3	15.8	17.4	2.2	1.1
	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	17.9	35.9	10.3	20.5	12.8	2.6	0.0
	판매/서비스직	15	26.7	20.0	6.7	20.0	26.7	0.0	0.0
	기능/숙련공	7	28.6	0.0	14.3	28.6	28.6	0.0	0.0
	일반직업직	7	57.1	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	233	16.7	33.9	13.3	15.0	17.2	2.6	1.3
	경영/관리직	16	6.3	37.5	6.3	31.3	18.8	0.0	0.0
	전문/자유직	43	18.6	41.9	11.6	14.0	11.6	0.0	2.3
	전업주부	71	12.7	33.8	11.3	14.1	26.8	0.0	1.4
	학생	50	12.0	30.0	12.0	26.0	12.0	6.0	2.0
학력	무직	7	42.9	42.9	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
	기타	11	18.2	45.5	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0
	고졸 이하	109	11.9	38.5	7.3	17.4	22.0	1.8	0.9
	대학교 졸업	341	18.2	32.3	13.2	17.0	16.4	1.8	1.2
가구 총소득	대학원 졸업 이상	50	22.0	32.0	12.0	18.0	10.0	4.0	2.0
	200만원 미만	38	18.4	26.3	15.8	18.4	15.8	5.3	0.0
	200-299만원	74	23.0	33.8	5.4	18.9	17.6	1.4	0.0
	300-399만원	84	10.7	34.5	10.7	14.3	23.8	3.6	2.4
	400-499만원	91	15.4	37.4	14.3	17.6	13.2	1.1	1.1
	500-599만원	79	17.7	32.9	15.2	16.5	15.2	1.3	1.3
	600-699만원	41	17.1	41.5	7.3	9.8	22.0	0.0	2.4
700만원 이상	93	19.4	29.0	12.9	21.5	14.0	2.2	1.1	

부록. 소비자 조사 결과

□ 체중조절식품을 먹기 전에 어떻게 다이어트를 했습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	식단조절만 했었음	식단조절 없이 운동만 했었음	식단 조절 및 운동을 병행했었음	원푸드 다이어트를 했었음	끓는 방법으로 다이어트를 했었음	처방 등에 의한 전문의약품 복용했었음	다이어트 하지 않았음	기타	
전체	500	17.6	20.4	31.0	1.8	13.0	2.6	13.4	0.2	
성별	남성	175	18.9	22.9	33.7	1.1	9.1	1.1	13.1	0.0
	여성	325	16.9	19.1	29.5	2.2	15.1	3.4	13.5	0.3
연령	20대	108	18.5	24.1	28.7	0.0	16.7	0.9	11.1	0.0
	30대	163	17.8	19.6	28.8	2.5	16.6	3.7	10.4	0.6
	40대	106	15.1	13.2	37.7	1.9	10.4	2.8	18.9	0.0
	50대	123	18.7	24.4	30.1	2.4	7.3	2.4	14.6	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	270	18.5	18.5	32.6	1.1	15.2	1.9	11.9	0.4
	부산/울산/경남	80	13.8	25.0	30.0	1.3	15.0	1.3	13.8	0.0
	대구/경북	50	18.0	22.0	28.0	0.0	8.0	6.0	18.0	0.0
	대전/충청	50	16.0	20.0	30.0	4.0	8.0	4.0	18.0	0.0
등거인 수	전라/광주	50	20.0	22.0	28.0	6.0	8.0	4.0	12.0	0.0
	1명	36	19.4	25.0	19.4	0.0	25.0	0.0	11.1	0.0
	2명	80	18.8	16.3	36.3	1.3	8.8	5.0	12.5	1.3
	3명	133	16.5	21.8	27.8	3.0	13.5	5.3	12.0	0.0
	4명	207	15.9	21.3	32.4	1.9	13.0	1.0	14.5	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	25.0	15.9	34.1	0.0	9.1	0.0	15.9	0.0
	1-5회	367	16.6	21.5	31.1	1.4	13.1	2.5	13.6	0.3
	6-10회	93	20.4	17.2	26.9	2.2	11.8	4.3	17.2	0.0
	11-15회	20	25.0	10.0	40.0	10.0	10.0	0.0	5.0	0.0
장보기금액 /한달	16-20회	14	7.1	21.4	50.0	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0
	21회 이상	6	33.3	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	20만원 이하	240	17.5	21.7	27.9	1.7	16.3	2.1	12.5	0.4
	40만원 이하	143	15.4	25.2	35.7	2.1	7.7	1.4	12.6	0.0
결혼 여부	60만원 이하	73	19.2	11.0	30.1	0.0	17.8	6.8	15.1	0.0
	60만원 초과	44	22.7	13.6	34.1	4.5	4.5	2.3	18.2	0.0
직업	예(기혼)	316	17.7	19.6	31.6	2.5	10.4	3.5	14.2	0.3
	아니오(미혼)	184	17.4	21.7	29.9	0.5	17.4	1.1	12.0	0.0
	농업/어업/임업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	15.4	15.4	38.5	0.0	10.3	5.1	15.4	0.0
	판매/서비스직	15	20.0	13.3	33.3	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0
	기능/숙련공	7	0.0	28.6	57.1	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0
	일반직업직	7	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0
	사무/기술직	233	15.5	18.9	32.2	2.1	13.7	3.0	14.2	0.4
	경영/관리직	16	6.3	25.0	43.8	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	전문/자유직	43	23.3	20.9	30.2	0.0	11.6	0.0	14.0	0.0
	전업주부	71	21.1	19.7	22.5	2.8	19.7	2.8	11.3	0.0
	학생	50	22.0	24.0	30.0	0.0	16.0	0.0	8.0	0.0
학력	무직	7	28.6	42.9	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	11	18.2	36.4	18.2	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0
가구 총소득	고졸 이하	109	20.2	16.5	31.2	1.8	11.0	2.8	16.5	0.0
	대학교 졸업	341	17.3	21.4	29.3	2.1	15.0	2.6	12.0	0.3
	대학원 졸업 이상	50	14.0	22.0	42.0	0.0	4.0	2.0	16.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	38	21.1	18.4	26.3	0.0	23.7	0.0	10.5	0.0
	200-299만원	74	27.0	21.6	24.3	1.4	12.2	4.1	9.5	0.0
	300-399만원	84	17.9	17.9	20.2	3.6	19.0	2.4	19.0	0.0
	400-499만원	91	13.2	22.0	38.5	2.2	8.8	2.2	12.1	1.1
	500-599만원	79	17.7	17.7	38.0	1.3	10.1	2.5	12.7	0.0
	600-699만원	41	12.2	22.0	41.5	0.0	9.8	4.9	9.8	0.0
	700만원 이상	93	15.1	22.6	30.1	2.2	11.8	2.2	16.1	0.0

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 다이어트는 주로 어느 계절에 하셨습니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	봄	여름	가을	겨울	
전체	433	38.3	69.7	27.0	30.5	
성별	남성	152	39.5	63.2	35.5	30.9
	여성	281	37.7	73.3	22.4	30.2
연령	20대	96	33.3	70.8	28.1	43.8
	30대	146	45.2	76.0	17.8	29.5
	40대	86	38.4	64.0	24.4	31.4
	50대	105	33.3	64.8	41.0	19.0
거주 지역	서울/경기/인천	433	38.2	68.5	27.7	32.4
	부산/울산/경남	238	36.2	68.1	26.1	36.2
	대구/경북	69	36.6	82.9	31.7	26.8
	대전/충청	41	41.5	63.4	31.7	24.4
동거인 수	전라/광주	41	40.9	72.7	15.9	20.5
	1명	44	34.4	81.3	21.9	21.9
	2명	32	40.0	68.6	20.0	31.4
	3명	70	38.5	69.2	31.6	32.5
	4명	117	40.1	66.7	28.2	28.8
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	177	29.7	78.4	24.3	37.8
	1-5회	37	40.4	69.1	27.8	31.2
	6-10회	433	32.5	74.0	24.7	29.9
	11-15회	317	26.3	78.9	10.5	36.8
장보기금액 /한달	16-20회	77	42.9	64.3	42.9	14.3
	21회 이상	19	33.3	33.3	33.3	16.7
	20만원 이하	14	38.1	70.0	26.2	33.8
	40만원 이하	6	35.2	74.4	25.6	26.4
결혼 여부	60만원 이하	210	41.9	66.1	30.6	30.6
	60만원 초과	125	44.4	58.3	30.6	25.0
	예(기혼)	62	39.9	67.5	28.4	25.8
직업	아니오(미혼)	36	35.8	73.5	24.7	38.3
	농업/어업/임업	271	100.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	162	39.4	57.6	30.3	30.3
	판매/서비스직	1	35.7	85.7	21.4	14.3
	기능/숙련공	33	33.3	83.3	33.3	.0
	일반직업직	14	16.7	33.3	33.3	50.0
	사무/기술직	6	39.0	71.0	25.5	32.0
	경영/관리직	6	41.7	50.0	50.0	16.7
	전문/자유직	200	35.1	73.0	35.1	32.4
	전업주부	12	47.6	65.1	22.2	23.8
학력	학생	37	28.3	76.1	21.7	43.5
	무직	63	42.9	71.4	28.6	28.6
	기타	46	25.0	87.5	50.0	25.0
	고졸 이하	7	37.4	61.5	34.1	30.8
	대학교 졸업	8	38.7	72.3	25.0	30.7
	대학원 졸업 이상	91	38.1	69.0	26.2	28.6
가구 총소득	200만원 미만	300	32.4	73.5	29.4	44.1
	200-299만원	42	43.3	70.1	22.4	31.3
	300-399만원	34	29.4	73.5	27.9	33.8
	400-499만원	67	42.5	71.3	23.8	26.3
	500-599만원	68	43.5	72.5	29.0	21.7
	600-699만원	80	45.9	70.3	18.9	27.0
700만원 이상	69	32.1	60.3	34.6	34.6	

부록. 소비자 조사 결과

□ 다이어트는 평균 몇 주 정도 하셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	1주 미만	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주 이상	
전체	433	0.9	5.3	10.4	4.4	24.9	8.1	9.0	0.9	9.7	26.3	
성별	남성	152	0.0	7.2	8.6	3.9	28.3	7.2	7.9	0.7	13.2	23.0
	여성	281	1.4	4.3	11.4	4.6	23.1	8.5	9.6	1.1	7.8	28.1
연령	20대	96	0.0	9.4	7.3	6.3	26.0	5.2	3.1	0.0	9.4	33.3
	30대	146	2.1	4.1	11.6	4.8	19.9	9.6	7.5	2.1	8.2	30.1
	40대	86	1.2	2.3	14.0	2.3	27.9	3.5	11.6	1.2	14.0	22.1
거주 지역	50대	105	0.0	5.7	8.6	3.8	28.6	12.4	14.3	0.0	8.6	18.1
	서울/경기/인천	433	1.3	6.7	12.2	3.4	26.9	8.0	8.0	0.4	10.1	23.1
	부산/울산/경남	238	0.0	2.9	8.7	4.3	26.1	10.1	11.6	1.4	5.8	29.0
	대구/경북	69	0.0	2.4	7.3	4.9	24.4	2.4	12.2	2.4	4.9	39.0
동거인 수	대전/충청	41	2.4	7.3	12.2	2.4	12.2	14.6	4.9	2.4	14.6	26.8
	전라/광주	41	0.0	2.3	4.5	11.4	25.0	4.5	11.4	0.0	13.6	27.3
	1명	44	0.0	3.1	21.9	3.1	18.8	6.3	6.3	3.1	6.3	31.3
	2명	32	1.4	4.3	4.3	8.6	22.9	10.0	10.0	2.9	7.1	28.6
	3명	70	1.7	6.0	15.4	3.4	20.5	7.7	11.1	0.0	6.8	27.4
식료품 구매횟수 /1개월	4명	117	0.6	5.1	5.6	4.0	31.6	7.3	9.0	0.6	13.0	23.2
	5명 이상	177	0.0	8.1	18.9	2.7	16.2	10.8	2.7	0.0	10.8	29.7
	1-5회	37	0.9	6.3	10.1	4.1	24.6	7.3	9.1	0.9	10.1	26.5
	6-10회	433	1.3	2.6	13.0	2.6	24.7	10.4	9.1	0.0	9.1	27.3
	11-15회	317	0.0	0.0	15.8	10.5	26.3	5.3	10.5	0.0	10.5	21.1
장보기금액 /한달	16-20회	77	0.0	0.0	0.0	7.1	35.7	21.4	7.1	7.1	0.0	21.4
	21회 이상	19	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3
	20만원 이하	14	1.4	6.2	6.7	5.7	24.3	8.1	8.6	0.5	11.4	27.1
	40만원 이하	6	0.0	5.6	12.0	4.0	22.4	10.4	11.2	2.4	7.2	24.8
결혼 여부	60만원 이하	210	1.6	1.6	21.0	3.2	25.8	3.2	8.1	0.0	11.3	24.2
	60만원 초과	125	0.0	5.6	8.3	0.0	36.1	8.3	5.6	0.0	5.6	30.6
	예(기혼)	62	1.1	4.4	10.3	4.4	26.9	9.6	10.3	0.7	10.0	22.1
직업	아니오(미혼)	36	0.6	6.8	10.5	4.3	21.6	5.6	6.8	1.2	9.3	33.3
	농업/어업/임업	271	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	자영업	162	0.0	6.1	12.1	6.1	18.2	9.1	9.1	0.0	9.1	30.3
	판매/서비스직	1	0.0	7.1	14.3	7.1	21.4	14.3	7.1	0.0	0.0	28.6
	기능/숙련공	33	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	14	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
	사무/기술직	6	1.5	5.5	11.0	4.0	25.5	9.0	8.0	1.5	11.0	23.0
	경영/관리직	6	0.0	0.0	8.3	8.3	33.3	8.3	8.3	0.0	25.0	8.3
	전문/자유직	200	2.7	8.1	5.4	2.7	21.6	2.7	18.9	0.0	2.7	35.1
	전업주부	12	0.0	3.2	12.7	3.2	27.0	6.3	11.1	1.6	9.5	25.4
	학생	37	0.0	8.7	6.5	6.5	28.3	4.3	6.5	0.0	13.0	26.1
학력	무직	63	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3	28.6
	기타	46	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	62.5
	고졸 이하	7	1.1	3.3	4.4	3.3	30.8	5.5	15.4	1.1	9.9	25.3
가구 총소득	대학교 졸업	8	1.0	5.3	12.7	4.7	24.3	8.3	7.3	1.0	9.3	26.0
	대학원 졸업 이상	91	0.0	9.5	7.1	4.8	16.7	11.9	7.1	0.0	11.9	31.0
	200만원 미만	300	0.0	8.8	8.8	5.9	23.5	5.9	5.9	0.0	8.8	32.4
가구 총소득	200-299만원	42	0.0	1.5	7.5	6.0	16.4	11.9	11.9	4.5	7.5	32.8
	300-399만원	34	0.0	4.4	10.3	4.4	27.9	7.4	7.4	0.0	8.8	29.4
	400-499만원	67	1.3	6.3	10.0	5.0	26.3	6.3	10.0	0.0	8.8	26.3
	500-599만원	68	1.4	2.9	13.0	2.9	29.0	10.1	8.7	1.4	13.0	17.4
	600-699만원	80	5.4	8.1	16.2	2.7	24.3	5.4	2.7	0.0	13.5	21.6
	700만원 이상	69	0.0	7.7	9.0	3.8	25.6	7.7	11.5	0.0	9.0	25.6

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 구입경험이 있는 체중조절식품 종류는 무엇입니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	분말타입 제품	액상/음료타입 제품	바(Bar) 타입 제품	시리얼 제품	알약 제품	기타	
전체	500	49.2	31.6	20.8	30.8	37.0	0.4	
성별	남성	175	49.1	27.4	17.1	26.3	26.3	0.6
	여성	325	49.2	33.8	22.8	33.2	42.8	0.3
연령	20대	108	59.3	31.5	23.1	32.4	26.9	0.9
	30대	163	50.3	36.2	30.7	34.4	40.5	0.6
	40대	106	43.4	31.1	10.4	30.2	40.6	0.0
	50대	123	43.9	26.0	14.6	25.2	38.2	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	270	51.9	32.6	22.2	33.0	32.2	0.4
	부산/울산/경남	80	41.3	31.3	22.5	32.5	37.5	0.0
	대구/경북	50	52.0	26.0	18.0	24.0	34.0	0.0
	대전/충청	50	46.0	32.0	24.0	34.0	50.0	0.0
	전라/광주	50	48.0	32.0	10.0	20.0	52.0	2.0
동거인 수	1명	36	44.4	36.1	16.7	25.0	41.7	0.0
	2명	80	46.3	30.0	15.0	32.5	41.3	0.0
	3명	133	49.6	32.3	22.6	30.1	36.1	0.8
	4명	207	49.8	31.4	21.7	29.5	34.8	0.5
	5명 이상	44	54.5	29.5	25.0	40.9	38.6	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	367	46.3	31.6	18.8	30.5	37.9	0.0
	6-10회	93	54.8	26.9	25.8	25.8	38.7	1.1
	11-15회	20	65.0	35.0	30.0	50.0	35.0	5.0
	16-20회	14	57.1	57.1	35.7	50.0	14.3	0.0
	21회 이상	6	66.7	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	240	46.3	29.6	17.9	28.3	37.5	0.0
	40만원 이하	143	51.0	34.3	28.7	36.4	33.6	1.4
	60만원 이하	73	54.8	28.8	17.8	26.0	41.1	0.0
	60만원 초과	44	50.0	38.6	15.9	34.1	38.6	0.0
결혼 여부	예(기혼)	316	45.3	30.1	19.6	29.4	38.9	0.3
	아니오(미혼)	184	56.0	34.2	22.8	33.2	33.7	0.5
직업	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	33.3	30.8	10.3	25.6	46.2	0.0
	판매/서비스직	15	53.3	20.0	20.0	20.0	26.7	0.0
	기능/숙련공	7	57.1	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0
	일반직업직	7	28.6	14.3	28.6	42.9	14.3	0.0
	사무/기술직	233	49.8	33.5	21.5	32.2	39.9	0.9
	경영/관리직	16	43.8	18.8	12.5	12.5	62.5	0.0
	전문/자유직	43	53.5	32.6	27.9	34.9	37.2	0.0
	전업주부	71	50.7	25.4	18.3	33.8	38.0	0.0
	학생	50	60.0	40.0	28.0	30.0	18.0	0.0
	무직	7	42.9	71.4	14.3	42.9	14.3	0.0
기타	11	27.3	27.3	27.3	27.3	45.5	0.0	
학력	고졸 이하	109	44.0	25.7	16.5	26.6	38.5	0.9
	대학교 졸업	341	51.6	32.8	22.6	32.8	33.7	0.3
	대학원 졸업 이상	50	44.0	36.0	18.0	26.0	56.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	38	55.3	26.3	7.9	36.8	31.6	0.0
	200-299만원	74	54.1	29.7	20.3	36.5	29.7	1.4
	300-399만원	84	39.3	33.3	20.2	23.8	36.9	1.2
	400-499만원	91	49.5	31.9	26.4	38.5	44.0	0.0
	500-599만원	79	50.6	31.6	13.9	31.6	35.4	0.0
	600-699만원	41	51.2	34.1	17.1	12.2	39.0	0.0
	700만원 이상	93	49.5	32.3	29.0	30.1	38.7	0.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 앞에서 응답한 제품 중, 체중 조절에 가장 도움이 되었던 제품은 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	분말타입 제품	액상/음료타입 제품	바(Bar) 타입 제품	시리얼 제품	알약 제품	기타	
전체	500	35.6	17.2	5.6	14.6	26.8	0.2	
성별	남성	175	41.1	16.6	4.6	16.6	20.6	0.6
	여성	325	32.6	17.5	6.2	13.5	30.2	0.0
연령	20대	108	45.4	18.5	4.6	13.0	17.6	0.9
	30대	163	32.5	19.0	9.8	11.7	27.0	0.0
	40대	106	34.0	14.2	2.8	18.9	30.2	0.0
	50대	123	32.5	16.3	3.3	16.3	31.7	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	270	37.4	17.4	7.0	16.3	21.5	0.4
	부산/울산/경남	80	30.0	17.5	6.3	20.0	26.3	0.0
	대구/경북	50	40.0	16.0	2.0	12.0	30.0	0.0
	대전/충청	50	32.0	16.0	4.0	8.0	40.0	0.0
	전라/광주	50	34.0	18.0	2.0	6.0	40.0	0.0
동거인 수	1명	36	33.3	13.9	11.1	5.6	36.1	0.0
	2명	80	30.0	17.5	6.3	13.8	32.5	0.0
	3명	133	37.6	14.3	6.0	16.5	25.6	0.0
	4명	207	37.2	18.8	4.8	13.5	25.1	0.5
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	34.1	20.5	2.3	22.7	20.5	0.0
	1-5회	367	33.8	17.4	4.6	16.3	27.8	0.0
	6-10회	93	39.8	15.1	7.5	6.5	30.1	1.1
	11-15회	20	45.0	10.0	15.0	20.0	10.0	0.0
	16-20회	14	35.7	28.6	7.1	21.4	7.1	0.0
장보기금액 /한달	21회 이상	6	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0
	20만원 이하	240	35.0	16.3	4.6	13.8	30.4	0.0
	40만원 이하	143	36.4	19.6	8.4	14.7	20.3	0.7
	60만원 이하	73	37.0	13.7	5.5	15.1	28.8	0.0
결혼 여부	60만원 초과	44	34.1	20.5	2.3	18.2	25.0	0.0
	예(기혼)	316	32.6	18.4	5.4	15.8	27.8	0.0
직업	아니오(미혼)	184	40.8	15.2	6.0	12.5	25.0	0.5
	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	28.2	17.9	2.6	12.8	38.5	0.0
	판매/서비스직	15	33.3	20.0	13.3	13.3	20.0	0.0
	기능/숙련공	7	57.1	14.3	0.0	14.3	14.3	0.0
	일반직업직	7	28.6	14.3	0.0	42.9	14.3	0.0
	사무/기술직	233	35.6	16.3	6.4	15.0	26.2	0.4
	경영/관리직	16	25.0	12.5	6.3	0.0	56.3	0.0
	전문/자유직	43	34.9	16.3	4.7	14.0	30.2	0.0
	전업주부	71	38.0	15.5	2.8	15.5	28.2	0.0
	학생	50	44.0	24.0	10.0	10.0	12.0	0.0
	무직	7	14.3	42.9	0.0	28.6	14.3	0.0
학력	기타	11	27.3	9.1	0.0	27.3	36.4	0.0
	고졸 이하	109	29.4	17.4	2.8	13.8	35.8	0.9
	대학교 졸업	341	38.4	16.7	6.7	15.5	22.6	0.0
가구 총소득	대학원 졸업 이상	50	30.0	20.0	4.0	10.0	36.0	0.0
	200만원 미만	38	36.8	18.4	2.6	13.2	28.9	0.0
	200-299만원	74	39.2	14.9	2.7	20.3	21.6	1.4
	300-399만원	84	29.8	22.6	7.1	10.7	29.8	0.0
	400-499만원	91	28.6	16.5	8.8	16.5	29.7	0.0
	500-599만원	79	44.3	13.9	3.8	16.5	21.5	0.0
	600-699만원	41	41.5	19.5	2.4	4.9	31.7	0.0
700만원 이상	93	34.4	16.1	7.5	15.1	26.9	0.0	

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 구입한 체중조절식품은 몇 주 분량의 제품이었습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	1주	2주	3주	4주	5주	6주	7주	8주	9주 이상	
전체	500	4.6	10.2	5.8	37.4	4.6	7.4	1.8	15.2	13.0	
성별	남성	175	4.0	9.7	5.7	34.9	3.4	11.4	2.3	17.1	11.4
	여성	325	4.9	10.5	5.8	38.8	5.2	5.2	1.5	14.2	13.8
연령	20대	108	5.6	12.0	5.6	38.9	2.8	5.6	0.9	14.8	13.9
	30대	163	5.5	10.4	7.4	34.4	4.3	8.0	3.7	14.1	12.3
	40대	106	4.7	12.3	5.7	39.6	2.8	9.4	0.9	14.2	10.4
거주 지역	50대	123	2.4	6.5	4.1	38.2	8.1	6.5	0.8	17.9	15.4
	서울/경기/인천	270	5.2	11.1	7.0	39.6	4.4	7.4	0.7	14.4	10.0
	부산/울산/경남	80	6.3	8.8	6.3	41.3	5.0	12.5	0.0	7.5	12.5
	대구/경북	50	2.0	14.0	2.0	36.0	2.0	2.0	8.0	14.0	20.0
동거인 수	대전/충청	50	6.0	10.0	4.0	18.0	4.0	4.0	4.0	28.0	22.0
	전라/광주	50	0.0	4.0	4.0	40.0	8.0	8.0	2.0	20.0	14.0
	1명	36	2.8	11.1	2.8	36.1	8.3	5.6	2.8	19.4	11.1
	2명	80	5.0	13.8	5.0	33.8	2.5	6.3	3.8	18.8	11.3
	3명	133	6.0	9.8	3.8	39.1	4.5	8.3	0.8	15.8	12.0
식료품 구매횟수 /1개월	4명	207	3.9	8.2	8.2	38.6	5.8	7.2	1.4	14.0	12.6
	5명 이상	44	4.5	13.6	4.5	34.1	0.0	9.1	2.3	9.1	22.7
	1-5회	367	4.6	9.5	5.4	37.6	4.4	8.2	1.6	15.5	13.1
	6-10회	93	4.3	11.8	6.5	36.6	4.3	5.4	2.2	16.1	12.9
	11-15회	20	10.0	5.0	10.0	35.0	10.0	0.0	5.0	15.0	10.0
장보기금액 /한달	16-20회	14	0.0	14.3	7.1	50.0	7.1	14.3	0.0	0.0	7.1
	21회 이상	6	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3
	20만원 이하	240	4.2	10.0	5.8	37.9	5.4	8.3	2.1	15.0	11.3
	40만원 이하	143	4.9	9.8	6.3	35.7	3.5	7.0	1.4	15.4	16.1
결혼 여부	60만원 이하	73	6.8	12.3	2.7	39.7	1.4	4.1	2.7	17.8	12.3
	60만원 초과	44	2.3	9.1	9.1	36.4	9.1	9.1	0.0	11.4	13.6
직업	예(기혼)	316	3.5	11.1	5.7	35.4	5.1	7.6	0.9	16.1	14.6
	아니오(미혼)	184	6.5	8.7	6.0	40.8	3.8	7.1	3.3	13.6	10.3
	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	39	2.6	10.3	10.3	35.9	2.6	15.4	0.0	12.8	10.3
	판매/서비스직	15	0.0	13.3	6.7	33.3	13.3	0.0	20.0	0.0	13.3
	기능/숙련공	7	0.0	0.0	0.0	57.1	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0
	일반직업직	7	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	57.1
	사무/기술직	233	4.3	9.9	6.9	38.6	3.4	8.2	2.1	15.5	11.2
	경영/관리직	16	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	12.5	0.0	31.3	18.8
	전문/자유직	43	11.6	9.3	2.3	25.6	9.3	4.7	0.0	16.3	20.9
	전업주부	71	2.8	11.3	7.0	45.1	5.6	4.2	0.0	11.3	12.7
학력	학생	50	10.0	14.0	4.0	38.0	2.0	6.0	0.0	18.0	8.0
	무직	7	0.0	14.3	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3
	기타	11	0.0	18.2	0.0	9.1	18.2	9.1	0.0	18.2	27.3
	고졸 이하	109	2.8	8.3	10.1	43.1	2.8	1.8	1.8	15.6	13.8
	대학교 졸업	341	5.6	10.6	4.7	36.4	5.3	9.4	1.8	14.1	12.3
	대학원 졸업 이상	50	2.0	12.0	4.0	32.0	4.0	6.0	2.0	22.0	16.0
가구 총소득	200만원 미만	38	7.9	10.5	5.3	34.2	5.3	7.9	5.3	15.8	7.9
	200-299만원	74	5.4	8.1	9.5	37.8	6.8	5.4	5.4	8.1	13.5
	300-399만원	84	6.0	6.0	2.4	40.5	7.1	7.1	0.0	15.5	15.5
	400-499만원	91	4.4	12.1	4.4	37.4	2.2	9.9	1.1	19.8	8.8
	500-599만원	79	2.5	12.7	3.8	35.4	5.1	7.6	1.3	20.3	11.4
	600-699만원	41	2.4	14.6	2.4	31.7	7.3	2.4	2.4	17.1	19.5
	700만원 이상	93	4.3	9.7	10.8	39.8	1.1	8.6	0.0	10.8	15.1

부록. 소비자 조사 결과

□ 앞에서 응답한 제품을 추가 구매 하셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	1회 구매 후 추가 구매 더 하지 않음	1회 구매 후 동일 제품을 추가로 구매하여 더 먹음	1회 구매 후 다른 제품을 추가로 구매하여 더 먹음	
전체	500	56.2	39.2	4.6	
성별	남성	175	52.6	42.3	5.1
	여성	325	58.2	37.5	4.3
연령	20대	108	61.1	34.3	4.6
	30대	163	55.2	38.7	6.1
	40대	106	51.9	45.3	2.8
	50대	123	56.9	39.0	4.1
거주 지역	서울/경기/인천	270	54.4	40.7	4.8
	부산/울산/경남	80	52.5	43.8	3.8
	대구/경북	50	56.0	38.0	6.0
	대전/충청	50	64.0	32.0	4.0
	전라/광주	50	64.0	32.0	4.0
동거인 수	1명	36	52.8	41.7	5.6
	2명	80	51.3	42.5	6.3
	3명	133	63.9	32.3	3.8
	4명	207	56.0	41.1	2.9
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	45.5	43.2	11.4
	1-5회	367	56.7	39.2	4.1
	6-10회	93	59.1	33.3	7.5
	11-15회	20	40.0	60.0	0.0
	16-20회	14	57.1	42.9	0.0
장보기금액 /한달	21회 이상	6	33.3	50.0	16.7
	20만원 이하	240	62.9	33.3	3.8
	40만원 이하	143	45.5	47.6	7.0
	60만원 이하	73	56.2	39.7	4.1
결혼 여부	60만원 초과	44	54.5	43.2	2.3
	예(기혼)	316	53.2	42.1	4.7
직업	아니오(미혼)	184	61.4	34.2	4.3
	농업/어업/임업	1	0.0	100.0	0.0
	자영업	39	43.6	46.2	10.3
	판매/서비스직	15	53.3	40.0	6.7
	기능/숙련공	7	71.4	28.6	0.0
	일반직업직	7	14.3	71.4	14.3
	사무/기술직	233	57.1	37.8	5.2
	경영/관리직	16	56.3	37.5	6.3
	전문/자유직	43	67.4	32.6	0.0
	전업주부	71	50.7	47.9	1.4
	학생	50	62.0	34.0	4.0
학력	무직	7	57.1	28.6	14.3
	기타	11	72.7	27.3	0.0
	고졸 이하	109	65.1	29.4	5.5
가구 총소득	대학교 졸업	341	53.4	42.2	4.4
	대학원 졸업 이상	50	56.0	40.0	4.0
가구 총소득	200만원 미만	38	50.0	44.7	5.3
	200-299만원	74	52.7	39.2	8.1
	300-399만원	84	59.5	38.1	2.4
	400-499만원	91	60.4	36.3	3.3
	500-599만원	79	57.0	39.2	3.8
	600-699만원	41	58.5	36.6	4.9
	700만원 이상	93	52.7	41.9	5.4



2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 구입 경험이 있는 체중조절식품으로 체중 감량을 하지 못했던 경우도 있으십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	예	아니오	
전체	500	79.4	20.6	
성별	남성	175	67.4	32.6
	여성	325	85.8	14.2
연령	20대	108	80.6	19.4
	30대	163	84.7	15.3
	40대	106	72.6	27.4
	50대	123	77.2	22.8
거주 지역	서울/경기/인천	270	78.1	21.9
	부산/울산/경남	80	75.0	25.0
	대구/경북	50	86.0	14.0
	대전/충청	50	90.0	10.0
동거인 수	전라/광주	50	76.0	24.0
	1명	36	83.3	16.7
	2명	80	78.8	21.3
	3명	133	85.7	14.3
	4명	207	75.4	24.6
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	77.3	22.7
	1-5회	367	77.9	22.1
	6-10회	93	82.8	17.2
	11-15회	20	90.0	10.0
	16-20회	14	71.4	28.6
장보기금액 /한달	21회 이상	6	100.0	0.0
	20만원 이하	240	79.6	20.4
	40만원 이하	143	76.2	23.8
	60만원 이하	73	83.6	16.4
결혼 여부	60만원 초과	44	81.8	18.2
	예(기혼)	316	79.4	20.6
직업	아니오(미혼)	184	79.3	20.7
	농업/어업/임업	1	0.0	100.0
	자영업	39	82.1	17.9
	판매/서비스직	15	86.7	13.3
	기능/숙련공	7	42.9	57.1
	일반직업직	7	71.4	28.6
	사무/기술직	233	82.8	17.2
	경영/관리직	16	56.3	43.8
	전문/자유직	43	76.7	23.3
	전업주부	71	85.9	14.1
	학생	50	70.0	30.0
	무직	7	85.7	14.3
학력	기타	11	63.6	36.4
	고졸 이하	109	78.0	22.0
	대학교 졸업	341	79.5	20.5
가구 총소득	대학원 졸업 이상	50	82.0	18.0
	200만원 미만	38	68.4	31.6
	200-299만원	74	78.4	21.6
	300-399만원	84	76.2	23.8
	400-499만원	91	81.3	18.7
	500-599만원	79	83.5	16.5
	600-699만원	41	80.5	19.5
700만원 이상	93	81.7	18.3	

부록. 소비자 조사 결과

□ 체중조절식품을 통해 체중 감량이 되지 않은 이유는 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	제품이 나와 맞지 않아서	복용방법 등을 정확히 준수하지 않아서	복용기간을 정확히 준수하지 않아서	의지가 약해서 2번과 3번을 모두 준수하지 않아서	운동을 병행하지 않아서	기타	
전체	397	12.3	11.3	7.8	36.0	28.7	3.8	
성별	남성	118	11.0	12.7	8.5	33.1	31.4	3.4
	여성	279	12.9	10.8	7.5	37.3	27.6	3.9
연령	20대	87	12.6	13.8	5.7	36.8	25.3	5.7
	30대	138	14.5	11.6	8.0	37.0	26.8	2.2
	40대	77	11.7	6.5	10.4	35.1	31.2	5.2
	50대	95	9.5	12.6	7.4	34.7	32.6	3.2
거주 지역	서울/경기/인천	211	10.9	10.9	9.0	37.9	28.4	2.8
	부산/울산/경남	60	13.3	10.0	8.3	33.3	31.7	3.3
	대구/경북	43	11.6	9.3	7.0	39.5	27.9	4.7
	대전/충청	45	20.0	6.7	4.4	37.8	28.9	2.2
	전라/광주	38	10.5	23.7	5.3	23.7	26.3	10.5
동거인 수	1명	30	6.7	10.0	6.7	30.0	43.3	3.3
	2명	63	14.3	11.1	7.9	33.3	31.7	1.6
	3명	114	14.0	14.9	7.9	34.2	22.8	6.1
	4명	156	7.1	9.0	8.3	41.0	31.4	3.2
	5명 이상	34	32.4	11.8	5.9	29.4	17.6	2.9
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	286	11.5	10.1	7.3	38.1	29.0	3.8
	6-10회	77	18.2	11.7	10.4	26.0	31.2	2.6
	11-15회	18	11.1	11.1	0.0	33.3	33.3	11.1
	16-20회	10	0.0	20.0	10.0	60.0	10.0	0.0
	21회 이상	6	0.0	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	191	13.1	11.0	7.9	36.6	27.7	3.7
	40만원 이하	109	11.9	9.2	10.1	37.6	27.5	3.7
	60만원 이하	61	11.5	9.8	4.9	39.3	27.9	6.6
	60만원 초과	36	11.1	22.2	5.6	22.2	38.9	0.0
결혼 여부	예(기혼)	251	11.6	10.8	8.4	35.9	29.9	3.6
	아니오(미혼)	146	13.7	12.3	6.8	36.3	26.7	4.1
직업	자영업	32	18.8	15.6	12.5	34.4	18.8	0.0
	판매/서비스직	13	7.7	15.4	15.4	38.5	15.4	7.7
	기능/숙련공	3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
	일반직업직	5	20.0	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0
	사무/기술직	193	10.9	11.9	8.3	34.2	29.5	5.2
	경영/관리직	9	11.1	0.0	0.0	22.2	55.6	11.1
	전문/자유직	33	3.0	9.1	9.1	36.4	36.4	6.1
	전업주부	61	11.5	8.2	8.2	37.7	32.8	1.6
	학생	35	14.3	17.1	2.9	40.0	25.7	0.0
무직	6	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
	기타	7	28.6	0.0	0.0	71.4	0.0	0.0
학력	고졸 이하	85	12.9	12.9	5.9	36.5	29.4	2.4
	대학교 졸업	271	12.9	10.3	8.1	37.3	27.3	4.1
	대학원 졸업 이상	41	7.3	14.6	9.8	26.8	36.6	4.9
가구 총소득	200만원 미만	26	15.4	7.7	7.7	34.6	30.8	3.8
	200-299만원	58	19.0	13.8	5.2	36.2	19.0	6.9
	300-399만원	64	12.5	9.4	7.8	34.4	34.4	1.6
	400-499만원	74	10.8	6.8	2.7	44.6	32.4	2.7
	500-599만원	66	18.2	13.6	9.1	25.8	28.8	4.5
	600-699만원	33	9.1	15.2	12.1	33.3	30.3	0.0
	700만원 이상	76	3.9	13.2	11.8	39.5	26.3	5.3

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 체중조절식품 외에 다이어트를 하는 동안 주로 같이 섭취한 제품은 무엇입니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	닭가슴살	고구마	바나나/토 마토 등 과일류	오이/샐러 리 등 채소류	선식류	생식/녹즙	체중조절 식단(도시 락) 제품	양을 줄인 일반 식사	기타	없음(체중 조절식품 만 먹음)	
전체	500	34.6	40.8	53.0	23.0	13.6	4.6	3.0	49.8	1.2	6.6	
성별	남성	175	40.6	36.0	48.0	18.9	16.0	6.9	4.0	48.0	2.3	5.7
	여성	325	31.4	43.4	55.7	25.2	12.3	3.4	2.5	50.8	0.6	7.1
연령	20대	108	53.7	33.3	55.6	18.5	8.3	1.9	1.9	52.8	1.9	4.6
	30대	163	33.7	39.9	55.2	24.5	12.9	1.8	3.1	53.4	1.2	6.1
	40대	106	27.4	45.3	49.1	27.4	12.3	8.5	4.7	43.4	0.0	8.5
	50대	123	25.2	44.7	51.2	21.1	20.3	7.3	2.4	48.0	1.6	7.3
거주 지역	서울/경기/인천	270	38.9	42.2	50.7	25.6	12.6	3.0	4.4	48.5	1.5	5.6
	부산/울산/경남	80	32.5	43.8	57.5	16.3	17.5	8.8	1.3	56.3	1.3	2.5
	대구/경북	50	30.0	36.0	54.0	14.0	12.0	10.0	2.0	40.0	0.0	16.0
	대전/충청	50	30.0	40.0	52.0	28.0	16.0	2.0	2.0	44.0	0.0	12.0
동거인 수	전라/광주	50	24.0	34.0	58.0	24.0	12.0	4.0	0.0	62.0	2.0	4.0
	1명	36	36.1	22.2	55.6	22.2	8.3	0.0	2.8	47.2	0.0	16.7
	2명	80	27.5	31.3	50.0	27.5	12.5	2.5	3.8	48.8	2.5	6.3
	3명	133	33.8	40.6	54.1	27.1	13.5	5.3	3.0	52.6	0.0	6.8
식료품 구매횟수 /1개월	4명	207	35.3	46.4	53.6	18.4	16.4	5.8	2.9	51.2	1.9	4.3
	5명 이상	44	45.5	47.7	50.0	25.0	6.8	4.5	2.3	38.6	0.0	9.1
	1-5회	367	34.3	37.6	51.5	22.1	13.1	4.6	3.3	52.6	1.4	7.1
	6-10회	93	33.3	46.2	54.8	24.7	15.1	4.3	1.1	44.1	1.1	5.4
장보기금액 /한달	11-15회	20	35.0	40.0	55.0	25.0	15.0	5.0	5.0	35.0	0.0	10.0
	16-20회	14	64.3	78.6	64.3	21.4	14.3	0.0	7.1	42.9	0.0	0.0
	21회 이상	6	0.0	66.7	83.3	50.0	16.7	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
	20만원 이하	240	32.9	34.6	45.0	21.3	11.3	5.8	4.6	50.8	0.8	9.2
결혼 여부	40만원 이하	143	39.2	48.3	63.6	25.9	13.3	3.5	0.7	49.0	1.4	4.2
	60만원 이하	73	35.6	41.1	57.5	23.3	17.8	4.1	1.4	50.7	2.7	2.7
	60만원 초과	44	27.3	50.0	54.5	22.7	20.5	2.3	4.5	45.5	0.0	6.8
	예(기혼)	316	29.1	45.6	52.5	24.7	14.9	5.7	3.5	46.8	0.9	7.0
직업	아니오(미혼)	184	44.0	32.6	53.8	20.1	11.4	2.7	2.2	54.9	1.6	6.0
	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	33.3	43.6	35.9	17.9	12.8	15.4	5.1	48.7	0.0	10.3
	판매/서비스직	15	46.7	33.3	53.3	33.3	20.0	6.7	6.7	60.0	0.0	0.0
	기능/숙련공	7	28.6	0.0	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0	14.3
	일반직업직	7	28.6	28.6	71.4	28.6	28.6	14.3	0.0	28.6	0.0	14.3
	사무/기술직	233	29.6	39.1	53.6	21.5	13.3	4.7	3.0	51.9	1.3	6.0
	경영/관리직	16	31.3	43.8	43.8	25.0	31.3	0.0	0.0	43.8	0.0	6.3
	전문/자유직	43	46.5	37.2	55.8	23.3	20.9	0.0	7.0	46.5	2.3	7.0
	전업주부	71	29.6	62.0	56.3	26.8	9.9	1.4	0.0	45.1	0.0	8.5
	학생	50	52.0	38.0	48.0	18.0	8.0	4.0	4.0	50.0	2.0	6.0
학력	무직	7	28.6	14.3	71.4	57.1	14.3	0.0	0.0	57.1	0.0	0.0
	기타	11	45.5	18.2	81.8	36.4	0.0	9.1	0.0	63.6	9.1	0.0
	고졸 이하	109	28.4	44.0	45.9	23.9	9.2	4.6	1.8	47.7	0.9	12.8
	대학교 졸업	341	36.7	40.5	55.4	23.2	14.4	5.3	2.9	49.3	0.9	5.0
가구 총소득	대학원 졸업 이상	50	34.0	36.0	52.0	20.0	18.0	0.0	6.0	58.0	4.0	4.0
	200만원 미만	38	28.9	39.5	47.4	10.5	10.5	5.3	7.9	47.4	2.6	10.5
	200-299만원	74	37.8	28.4	58.1	24.3	14.9	2.7	1.4	54.1	0.0	6.8
	300-399만원	84	38.1	38.1	47.6	26.2	10.7	8.3	1.2	51.2	0.0	7.1
	400-499만원	91	28.6	42.9	54.9	25.3	11.0	5.5	2.2	50.5	4.4	4.4
	500-599만원	79	39.2	50.6	49.4	24.1	17.7	2.5	1.3	51.9	0.0	5.1
	600-699만원	41	39.0	53.7	48.8	19.5	14.6	4.9	4.9	43.9	0.0	7.3
700만원 이상	93	31.2	37.6	59.1	22.6	15.1	3.2	5.4	46.2	1.1	7.5	

부록. 소비자 조사 결과

□ 체중조절식품을 구입하시기 전에 어떻게 정보를 탐색하셨습니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	가족이나 친구, 지인들을 통해 정보를 취득함	포털사이트, 블로그나 SNS 등에서 정보를 찾아봄	TV등 매체 광고, 방송 등을 통해 정보를 취득함	홈쇼핑 등의 광고를 통해 정보를 취득함	기타	
전체	500	37.2	45.0	10.8	6.2	0.8	
성별	남성	175	38.3	47.4	10.9	2.3	1.1
	여성	325	36.6	43.7	10.8	8.3	0.6
연령	20대	108	34.3	51.9	8.3	3.7	1.9
	30대	163	34.4	52.8	8.0	4.9	0.0
	40대	106	44.3	36.8	13.2	4.7	0.9
	50대	123	37.4	35.8	14.6	11.4	0.8
거주 지역	서울/경기/인천	270	33.3	47.4	11.1	7.0	1.1
	부산/울산/경남	80	40.0	48.8	6.3	3.8	1.3
	대구/경북	50	32.0	40.0	20.0	8.0	0.0
	대전/충청	50	42.0	36.0	14.0	8.0	0.0
	전라/광주	50	54.0	40.0	4.0	2.0	0.0
동거인 수	1명	36	33.3	44.4	16.7	2.8	2.8
	2명	80	38.8	46.3	10.0	5.0	0.0
	3명	133	35.3	45.1	9.8	9.0	0.8
	4명	207	36.7	46.4	10.6	5.3	1.0
	5명 이상	44	45.5	36.4	11.4	6.8	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	367	38.1	43.6	10.4	7.1	0.8
	6-10회	93	36.6	48.4	8.6	5.4	1.1
	11-15회	20	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	16-20회	14	28.6	64.3	7.1	0.0	0.0
	21회 이상	6	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	240	35.8	44.2	12.5	6.7	0.8
	40만원 이하	143	38.5	49.7	7.0	4.9	0.0
	60만원 이하	73	35.6	43.8	8.2	9.6	2.7
	60만원 초과	44	43.2	36.4	18.2	2.3	0.0
결혼 여부	예(기혼)	316	38.0	41.5	11.7	8.2	0.6
	아니오(미혼)	184	35.9	51.1	9.2	2.7	1.1
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	39	28.2	53.8	10.3	5.1	2.6
	판매/서비스직	15	26.7	46.7	26.7	0.0	0.0
	기능/숙련공	7	28.6	57.1	14.3	0.0	0.0
	일반직업직	7	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	233	39.9	42.9	10.3	6.9	0.0
	경영/관리직	16	43.8	31.3	6.3	12.5	6.3
	전문/자유직	43	27.9	53.5	9.3	4.7	4.7
	전업주부	71	35.2	45.1	9.9	9.9	0.0
	학생	50	34.0	48.0	14.0	4.0	0.0
무직	7	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0	
	기타	11	63.6	36.4	0.0	0.0	0.0
학력	고졸 이하	109	35.8	45.9	13.8	4.6	0.0
	대학교 졸업	341	37.2	45.7	9.7	6.2	1.2
	대학원 졸업 이상	50	40.0	38.0	12.0	10.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	38	31.6	47.4	15.8	5.3	0.0
	200-299만원	74	41.9	48.6	6.8	1.4	1.4
	300-399만원	84	34.5	45.2	8.3	10.7	1.2
	400-499만원	91	37.4	45.1	9.9	6.6	1.1
	500-599만원	79	39.2	41.8	16.5	2.5	0.0
	600-699만원	41	29.3	61.0	7.3	2.4	0.0
	700만원 이상	93	39.8	36.6	11.8	10.8	1.1

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 체중조절식품을 구입할 때, 가장 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	먹는 방법	브랜드 (제조사)	맛	칼로리 (열량)	복용 기간	가격	첨가영양소 /비율	포장 /디자인	주변 추천	기타	
전체	500	45.4	15.4	23.4	31.4	14.0	39.6	17.2	0.4	11.4	1.8	
성별	남성	175	45.7	12.0	24.6	37.7	13.1	36.0	20.0	0.6	10.3	0.0
	여성	325	45.2	17.2	22.8	28.0	14.5	41.5	15.7	0.3	12.0	2.8
연령	20대	108	39.8	16.7	36.1	31.5	5.6	43.5	17.6	0.0	7.4	1.9
	30대	163	44.2	16.6	23.3	28.2	12.3	40.5	17.8	0.6	13.5	3.1
	40대	106	50.9	13.2	21.7	31.1	17.9	33.0	16.0	0.0	14.2	1.9
	50대	123	47.2	14.6	13.8	35.8	20.3	40.7	17.1	0.8	9.8	0.0
거주 지역	서울/경기/인천	270	43.3	16.3	25.6	35.9	13.0	37.4	16.3	0.7	10.0	1.5
	부산/울산/경남	80	41.3	17.5	26.3	31.3	11.3	40.0	20.0	0.0	10.0	2.5
	대구/경북	50	46.0	12.0	18.0	26.0	18.0	44.0	22.0	0.0	12.0	2.0
	대전/충청	50	64.0	14.0	16.0	26.0	14.0	36.0	14.0	0.0	16.0	0.0
	전라/광주	50	44.0	12.0	20.0	18.0	20.0	50.0	16.0	0.0	16.0	4.0
동거인 수	1명	36	41.7	11.1	25.0	36.1	8.3	44.4	11.1	0.0	16.7	5.6
	2명	80	42.5	17.5	21.3	33.8	16.3	35.0	20.0	0.0	11.3	2.5
	3명	133	50.4	13.5	24.8	28.6	15.8	42.9	11.3	0.8	11.3	0.8
	4명	207	44.9	16.4	22.7	31.9	12.6	37.7	21.3	0.5	10.1	1.9
	5명 이상	44	40.9	15.9	25.0	29.5	15.9	43.2	15.9	0.0	13.6	0.0
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	367	45.0	15.3	23.7	31.6	12.8	39.8	17.2	0.5	12.5	1.6
	6-10회	93	52.7	12.9	22.6	25.8	17.2	40.9	17.2	0.0	7.5	3.2
	11-15회	20	40.0	20.0	10.0	40.0	20.0	40.0	25.0	0.0	5.0	0.0
	16-20회	14	21.4	21.4	42.9	50.0	7.1	35.7	7.1	0.0	14.3	0.0
	21회 이상	6	33.3	33.3	16.7	33.3	33.3	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	240	45.0	14.6	21.7	31.7	14.2	43.3	17.9	0.0	9.6	2.1
	40만원 이하	143	38.5	16.8	24.5	32.2	13.3	39.2	16.1	1.4	16.8	1.4
	60만원 이하	73	47.9	16.4	26.0	28.8	16.4	37.0	16.4	0.0	9.6	1.4
	60만원 초과	44	65.9	13.6	25.0	31.8	11.4	25.0	18.2	0.0	6.8	2.3
결혼 여부	예(기혼)	316	50.0	15.5	19.9	30.1	17.4	37.7	15.2	0.3	12.7	1.3
	아니오(미혼)	184	37.5	15.2	29.3	33.7	8.2	42.9	20.7	0.5	9.2	2.7
직업	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	48.7	17.9	7.7	41.0	30.8	38.5	10.3	2.6	2.6	0.0
	판매/서비스직	15	33.3	20.0	33.3	46.7	6.7	26.7	20.0	0.0	13.3	0.0
	기능/숙련공	7	14.3	0.0	28.6	71.4	0.0	85.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	7	57.1	0.0	0.0	42.9	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	233	46.8	15.0	24.9	30.0	12.4	37.3	19.7	0.0	11.6	2.1
	경영/관리직	16	50.0	25.0	18.8	18.8	25.0	43.8	0.0	0.0	18.8	0.0
	전문/자유직	43	41.9	20.9	20.9	30.2	11.6	37.2	18.6	2.3	14.0	2.3
	전업주부	71	52.1	15.5	19.7	23.9	16.9	42.3	16.9	0.0	11.3	1.4
	학생	50	40.0	14.0	40.0	34.0	4.0	40.0	12.0	0.0	14.0	2.0
무직	7	57.1	14.3	28.6	28.6	14.3	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	
학력	고졸 이하	109	47.7	11.0	16.5	32.1	15.6	46.8	15.6	0.0	12.8	1.8
	대학교 졸업	341	44.9	16.4	25.8	32.0	12.9	37.2	17.3	0.3	11.1	2.1
	대학원 졸업 이상	50	44.0	18.0	22.0	26.0	18.0	40.0	20.0	2.0	10.0	0.0
	미응답	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
가구 총소득	200만원 미만	38	36.8	13.2	28.9	39.5	7.9	50.0	13.2	0.0	7.9	2.6
	200-299만원	74	43.2	12.2	31.1	27.0	18.9	41.9	20.3	1.4	1.4	2.7
	300-399만원	84	44.0	9.5	20.2	28.6	14.3	45.2	25.0	0.0	10.7	2.4
	400-499만원	91	38.5	18.7	18.7	37.4	14.3	40.7	15.4	0.0	15.4	1.1
	500-599만원	79	50.6	17.7	25.3	29.1	15.2	34.2	13.9	0.0	13.9	0.0
	600-699만원	41	56.1	19.5	14.6	36.6	12.2	31.7	12.2	0.0	12.2	4.9
	700만원 이상	93	49.5	17.2	24.7	28.0	11.8	35.5	16.1	1.1	15.1	1.1

부록. 소비자 조사 결과

□ 체중조절식품은 어디에서 구입하셨습니다? (최대 3개까지 응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	대형마트 및 기업형 슈퍼마켓	홈쇼핑	인터넷 및 모바일	체중조절식품/ 건강기능식품 전문 제조사 방문 판매	약국	헬스/뷰티 스토어	기타	
전체	500	36.4	25.4	60.6	22.6	12.4	11.6	3.8	
성별	남성	175	45.7	19.4	64.0	20.0	14.3	12.6	1.7
	여성	325	31.4	28.6	58.8	24.0	11.4	11.1	4.9
연령	20대	108	27.8	13.9	72.2	16.7	7.4	18.5	2.8
	30대	163	38.0	20.9	69.3	20.9	9.8	13.5	3.7
	40대	106	39.6	29.2	49.1	20.8	16.0	5.7	7.5
	50대	123	39.0	38.2	48.8	31.7	17.1	8.1	1.6
거주 지역	서울/경기/인천	270	41.5	26.7	60.4	21.9	10.0	11.5	3.0
	부산/울산/경남	80	31.3	18.8	65.0	13.8	15.0	17.5	6.3
	대구/경북	50	34.0	36.0	58.0	22.0	6.0	8.0	4.0
	대전/충청	50	38.0	28.0	66.0	28.0	12.0	10.0	2.0
	전라/광주	50	18.0	16.0	52.0	36.0	28.0	8.0	6.0
등거인 수	1명	36	25.0	16.7	66.7	22.2	11.1	8.3	2.8
	2명	80	33.8	28.8	66.3	26.3	8.8	8.8	1.3
	3명	133	30.8	28.6	63.9	19.5	14.3	11.3	2.3
	4명	207	43.0	23.2	55.1	22.2	12.1	13.5	5.3
	5명 이상	44	36.4	27.3	61.4	27.3	15.9	11.4	6.8
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	367	37.3	22.3	61.0	22.3	12.0	9.8	3.8
	6-10회	93	32.3	33.3	64.5	21.5	12.9	16.1	3.2
	11-15회	20	35.0	40.0	55.0	25.0	10.0	20.0	5.0
	16-20회	14	50.0	28.6	35.7	14.3	21.4	14.3	7.1
	21회 이상	6	16.7	33.3	50.0	66.7	16.7	16.7	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	240	33.3	21.7	63.8	19.2	10.4	8.3	4.2
	40만원 이하	143	39.9	25.9	58.0	25.9	13.3	12.6	3.5
	60만원 이하	73	32.9	30.1	52.1	21.9	17.8	15.1	2.7
	60만원 초과	44	47.7	36.4	65.9	31.8	11.4	20.5	4.5
결혼 여부	예(기혼)	316	38.9	31.3	56.0	25.3	13.9	10.8	3.5
	아니오(미혼)	184	32.1	15.2	68.5	17.9	9.8	13.0	4.3
직업	농업/어업/임업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	35.9	30.8	56.4	20.5	20.5	5.1	0.0
	판매/서비스직	15	26.7	20.0	53.3	46.7	6.7	20.0	6.7
	기능/숙련공	7	42.9	28.6	71.4	28.6	42.9	0.0	0.0
	일반직업직	7	28.6	0.0	85.7	14.3	14.3	28.6	0.0
	사무/기술직	233	38.6	27.0	57.5	24.0	10.3	9.9	4.7
	경영/관리직	16	43.8	25.0	50.0	18.8	25.0	6.3	0.0
	전문/자유직	43	34.9	23.3	62.8	18.6	20.9	23.3	4.7
	전업주부	71	35.2	28.2	62.0	25.4	9.9	11.3	7.0
	학생	50	28.0	16.0	70.0	12.0	4.0	16.0	0.0
	무직	7	42.9	28.6	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0
기타	11	45.5	18.2	72.7	27.3	27.3	9.1	0.0	
학력	고졸 이하	109	33.9	30.3	52.3	22.0	16.5	8.3	4.6
	대학교 졸업	341	36.4	22.0	64.5	20.8	10.0	13.5	3.8
	대학원 졸업 이상	50	42.0	38.0	52.0	36.0	20.0	6.0	2.0
가구 총소득	200만원 미만	38	23.7	23.7	63.2	23.7	13.2	7.9	2.6
	200-299만원	74	35.1	16.2	66.2	24.3	9.5	17.6	4.1
	300-399만원	84	34.5	23.8	66.7	14.3	8.3	10.7	3.6
	400-499만원	91	41.8	23.1	58.2	25.3	14.3	7.7	5.5
	500-599만원	79	39.2	35.4	53.2	20.3	12.7	13.9	1.3
	600-699만원	41	36.6	29.3	63.4	24.4	12.2	9.8	2.4
	700만원 이상	93	36.6	26.9	57.0	26.9	16.1	11.8	5.4



2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 국내에서 유통되는 제품 외에 해외에서 직구 등을 통해 수입 체중조절식품을 구매해 본 경험이 있으십니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	있음	없음
전체	500	23.6	76.4
성별	남성	26.3	73.7
	여성	22.2	77.8
연령	20대	35.2	64.8
	30대	27.0	73.0
	40대	13.2	86.8
	50대	17.9	82.1
거주 지역	서울/경기/인천	25.2	74.8
	부산/울산/경남	28.8	71.3
	대구/경북	14.0	86.0
	대전/충청	28.0	72.0
동거인 수	전라/광주	12.0	88.0
	1명	27.8	72.2
	2명	21.3	78.8
	3명	21.8	78.2
식료품 구매횟수 /1개월	4명	23.2	76.8
	5명 이상	31.8	68.2
	1-5회	23.2	76.8
	6-10회	21.5	78.5
장보기금액 /한달	11-15회	40.0	60.0
	16-20회	21.4	78.6
	21회 이상	33.3	66.7
	20만원 이하	19.2	80.8
결혼 여부	40만원 이하	32.9	67.1
	60만원 이하	23.3	76.7
	60만원 초과	18.2	81.8
	예(기혼)	20.3	79.7
직업	아니오(미혼)	29.3	70.7
	농업/어업/임업	100.0	.0
	자영업	30.8	69.2
	판매/서비스직	20.0	80.0
	기능/숙련공	14.3	85.7
	일반직업직	28.6	71.4
	사무/기술직	21.9	78.1
	경영/관리직	12.5	87.5
	전문/자유직	27.9	72.1
	전업주부	16.9	83.1
학력	학생	38.0	62.0
	무직	14.3	85.7
	기타	18.2	81.8
가구 총소득	고졸 이하	16.5	83.5
	대학교 졸업	26.1	73.9
	대학원 졸업 이상	22.0	78.0
가구 총소득	200만원 미만	15.8	84.2
	200-299만원	24.3	75.7
	300-399만원	21.4	78.6
	400-499만원	17.6	82.4
	500-599만원	24.1	75.9
	600-699만원	39.0	61.0
700만원 이상	26.9	73.1	

부록. 소비자 조사 결과

□ 구입해 본 수입 제품 종류는 무엇입니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사려수(명)	분말타입 제품	액상/음료타입 제품	바(Bar) 타입 제품	시리얼 제품	알약 제품	
전체	118	50.0	23.7	11.9	17.8	39.0	
성별	남성	46	65.2	28.3	8.7	21.7	28.3
	여성	72	40.3	20.8	13.9	15.3	45.8
연령	20대	38	65.8	26.3	13.2	23.7	21.1
	30대	44	40.9	27.3	15.9	15.9	52.3
	40대	14	42.9	21.4	7.1	21.4	28.6
	50대	22	45.5	13.6	4.5	9.1	50.0
거주 지역	서울/경기/인천	68	52.9	29.4	10.3	14.7	36.8
	부산/울산/경남	23	43.5	17.4	17.4	17.4	47.8
	대구/경북	7	71.4	0.0	14.3	57.1	14.3
	대전/충청	14	42.9	21.4	14.3	21.4	35.7
	전라/광주	6	33.3	16.7	0.0	0.0	66.7
동거인 수	1명	10	30.0	10.0	10.0	10.0	80.0
	2명	17	52.9	29.4	0.0	5.9	35.3
	3명	29	58.6	31.0	6.9	13.8	31.0
	4명	48	50.0	18.8	18.8	22.9	31.3
	5명 이상	14	42.9	28.6	14.3	28.6	57.1
식료품 구매횟수 /1개월	1-5회	85	50.6	23.5	9.4	16.5	40.0
	6-10회	20	45.0	25.0	15.0	30.0	35.0
	11-15회	8	50.0	0.0	25.0	0.0	37.5
	16-20회	3	100.0	66.7	33.3	33.3	33.3
	21회 이상	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	46	39.1	17.4	15.2	17.4	52.2
	40만원 이하	47	57.4	25.5	8.5	17.0	31.9
	60만원 이하	17	58.8	41.2	11.8	23.5	23.5
	60만원 초과	8	50.0	12.5	12.5	12.5	37.5
결혼 여부	예(기혼)	64	53.1	23.4	12.5	20.3	39.1
	아니오(미혼)	54	46.3	24.1	11.1	14.8	38.9
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	자영업	12	41.7	16.7	8.3	8.3	50.0
	판매/서비스직	3	100.0	33.3	0.0	66.7	0.0
	기능/숙련공	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	51	41.2	31.4	15.7	19.6	45.1
	경영/관리직	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	12	50.0	16.7	8.3	16.7	58.3
	전업주부	12	41.7	0.0	8.3	8.3	41.7
	학생	19	73.7	21.1	10.5	21.1	15.8
무직	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	
기타	2	50.0	50.0	50.0	0.0	100.0	
학력	고졸 이하	18	50.0	16.7	16.7	16.7	11.1
	대학교 졸업	89	49.4	24.7	12.4	18.0	43.8
	대학원 졸업 이상	11	54.5	27.3	0.0	18.2	45.5
가구 총소득	200만원 미만	6	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	200-299만원	18	50.0	27.8	5.6	16.7	44.4
	300-399만원	18	50.0	11.1	11.1	11.1	50.0
	400-499만원	16	25.0	25.0	18.8	31.3	31.3
	500-599만원	19	52.6	26.3	10.5	21.1	47.4
	600-699만원	16	68.8	31.3	12.5	18.8	25.0
	700만원 이상	25	52.0	28.0	16.0	16.0	32.0

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 국내 제품과 비교해 봤을 때, 수입 제품의 장점은 무엇입니까?

(단위: %)

구분	사례수(명)	국내 제품보다 먹기에 간편하다	국내 제품보다 맛이 좋다	국내 제품보다 체중감량 효과가 뛰어나다	국내 제품보다 포장/디자인이 좋다	국내 제품보다 부작용이 적다	기타	
전체	118	29.7	21.2	28.8	7.6	4.2	8.5	
성별	남성	46	19.6	30.4	37.0	4.3	4.3	
	여성	72	36.1	15.3	23.6	9.7	4.2	11.1
연령	20대	38	21.1	28.9	31.6	5.3	5.3	7.9
	30대	44	34.1	20.5	25.0	6.8	4.5	9.1
	40대	14	35.7	14.3	35.7	14.3	0.0	0.0
	50대	22	31.8	13.6	27.3	9.1	4.5	13.6
거주 지역	서울/경기/인천	68	30.9	16.2	27.9	10.3	4.4	10.3
	부산/울산/경남	23	39.1	26.1	26.1	0.0	4.3	4.3
	대구/경북	7	28.6	28.6	42.9	0.0	0.0	0.0
	대전/충청	14	7.1	35.7	42.9	7.1	7.1	0.0
동거인 수	전라/광주	6	33.3	16.7	0.0	16.7	0.0	33.3
	1명	10	50.0	0.0	20.0	0.0	10.0	20.0
	2명	17	17.6	35.3	41.2	0.0	0.0	5.9
	3명	29	37.9	27.6	6.9	17.2	6.9	3.4
식료품 구매횟수 /1개월	4명	48	16.7	22.9	41.7	8.3	4.2	6.3
	5명 이상	14	57.1	0.0	21.4	0.0	0.0	21.4
	1-5회	85	24.7	22.4	30.6	7.1	5.9	9.4
	6-10회	20	40.0	15.0	25.0	10.0	0.0	10.0
장보기금액 /한달	11-15회	8	37.5	37.5	12.5	12.5	0.0	0.0
	16-20회	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	21회 이상	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	20만원 이하	46	39.1	15.2	23.9	6.5	6.5	8.7
결혼 여부	40만원 이하	47	23.4	23.4	31.9	6.4	4.3	10.6
	60만원 이하	17	23.5	35.3	29.4	5.9	0.0	5.9
	60만원 초과	8	25.0	12.5	37.5	25.0	0.0	0.0
	예(기혼)	64	29.7	18.8	29.7	9.4	3.1	9.4
직업	아니오(미혼)	54	29.6	24.1	27.8	5.6	5.6	7.4
	농업/어업/임업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	12	33.3	8.3	50.0	0.0	0.0	8.3
	판매/서비스직	3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	기능/숙련공	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반직업직	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	51	35.3	19.6	27.5	3.9	5.9	7.8
	경영/관리직	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	전문/자유직	12	33.3	8.3	25.0	16.7	0.0	16.7
	전업주부	12	8.3	16.7	33.3	16.7	8.3	16.7
	학생	19	21.1	42.1	21.1	10.5	5.3	0.0
학력	무직	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	고졸 이하	18	16.7	33.3	22.2	11.1	11.1	5.6
가구 총소득	대학교 졸업	89	30.3	19.1	30.3	6.7	3.4	10.1
	대학원 졸업 이상	11	45.5	18.2	27.3	9.1	0.0	0.0
	200만원 미만	6	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7
	200-299만원	18	33.3	22.2	27.8	5.6	0.0	11.1
	300-399만원	18	16.7	33.3	27.8	11.1	5.6	5.6
	400-499만원	16	31.3	12.5	31.3	6.3	6.3	12.5
가구 총소득	500-599만원	19	26.3	21.1	42.1	5.3	5.3	0.0
	600-699만원	16	31.3	18.8	31.3	0.0	6.3	12.5
	700만원 이상	25	36.0	20.0	20.0	12.0	4.0	8.0

부록. 소비자 조사 결과

□ 요요현상을 제외하고, 체중조절식품을 통해 다이어트를 하면서 겪은 부작용은 무엇입니까?
(다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	탈모	변비	위장장애(속쓰림, 위경련 등)	체력저하	피부트러블	간, 신장 등 이상	우울증 등 신경장애	기타	
전체	397	11.3	50.9	27.5	47.4	21.4	2.8	23.7	3.5	
성별	남성	135	8.1	39.3	33.3	51.1	23.7	4.4	16.3	0.7
	여성	262	13.0	56.9	24.4	45.4	20.2	1.9	27.5	5.0
연령	20대	83	16.9	50.6	27.7	42.2	28.9	3.6	15.7	3.6
	30대	132	9.1	52.3	27.3	48.5	21.2	2.3	23.5	2.3
	40대	85	12.9	51.8	20.0	51.8	14.1	4.7	31.8	4.7
	50대	97	8.2	48.5	34.0	46.4	21.6	1.0	23.7	4.1
거주 지역	서울/경기/인천	218	11.0	47.7	28.4	45.9	21.1	2.3	23.9	3.2
	부산/울산/경남	63	12.7	55.6	25.4	50.8	25.4	4.8	27.0	6.3
	대구/경북	36	8.3	50.0	22.2	47.2	13.9	5.6	27.8	5.6
	대전/충청	36	11.1	66.7	25.0	44.4	22.2	0.0	16.7	0.0
	전라/광주	44	13.6	47.7	31.8	52.3	22.7	2.3	20.5	2.3
동거인 수	1명	25	8.0	52.0	0.0	60.0	24.0	4.0	16.0	0.0
	2명	67	10.4	50.7	34.3	38.8	17.9	3.0	13.4	4.5
	3명	105	11.4	53.3	28.6	48.6	17.1	2.9	29.5	3.8
	4명	165	9.1	49.7	26.7	49.7	22.4	2.4	24.8	3.0
	5명 이상	35	25.7	48.6	34.3	40.0	34.3	2.9	25.7	5.7
식품 구매횟수 /1개월	1-5회	296	10.8	52.0	26.4	50.0	21.6	3.0	20.6	2.7
	6-10회	72	12.5	48.6	31.9	37.5	25.0	1.4	27.8	5.6
	11-15회	13	7.7	38.5	23.1	46.2	15.4	0.0	53.8	7.7
	16-20회	12	16.7	50.0	25.0	41.7	8.3	8.3	41.7	8.3
	21회 이상	4	25.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
장보기금액 /한달	20만원 이하	188	13.3	52.1	23.9	47.3	20.2	2.7	20.2	3.7
	40만원 이하	117	8.5	42.7	31.6	52.1	22.2	4.3	21.4	5.1
	60만원 이하	56	12.5	58.9	26.8	33.9	25.0	0.0	35.7	1.8
	60만원 초과	36	8.3	58.3	33.3	52.8	19.4	2.8	30.6	0.0
결혼 여부	예(기혼)	259	8.9	51.4	29.7	45.9	20.1	1.9	24.3	3.5
	아니오(미혼)	138	15.9	50.0	23.2	50.0	23.9	4.3	22.5	3.6
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	자영업	33	9.1	48.5	39.4	51.5	24.2	0.0	21.2	3.0
	판매/서비스직	12	8.3	66.7	16.7	50.0	8.3	0.0	25.0	0.0
	기능/숙련공	4	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0
	일반직업직	5	20.0	60.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	사무/기술직	185	9.7	49.7	28.1	48.6	19.5	2.7	20.0	2.7
	경영/관리직	12	25.0	50.0	25.0	58.3	25.0	0.0	25.0	0.0
	전문/자유직	36	13.9	50.0	25.0	58.3	30.6	5.6	44.4	5.6
	전업주부	59	6.8	64.4	20.3	37.3	18.6	0.0	27.1	10.2
	학생	36	19.4	41.7	25.0	50.0	27.8	2.8	22.2	0.0
	무직	5	20.0	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0
기타	9	22.2	33.3	33.3	44.4	33.3	11.1	22.2	0.0	
학력	고졸 이하	82	8.5	58.5	25.6	35.4	15.9	0.0	22.0	6.1
	대학교 졸업	277	12.3	49.8	26.7	52.7	22.7	3.2	22.7	2.9
	대학원 졸업 이상	38	10.5	42.1	36.8	34.2	23.7	5.3	34.2	2.6
가구 총소득	200만원 미만	26	19.2	65.4	7.7	46.2	26.9	7.7	15.4	3.8
	200-299만원	57	7.0	54.4	22.8	52.6	17.5	1.8	12.3	5.3
	300-399만원	65	13.8	46.2	26.2	43.1	21.5	1.5	30.8	4.6
	400-499만원	73	9.6	50.7	26.0	52.1	13.7	5.5	20.5	2.7
	500-599만원	65	9.2	47.7	30.8	43.1	27.7	1.5	24.6	3.1
	600-699만원	33	15.2	54.5	30.3	45.5	33.3	3.0	27.3	0.0
	700만원 이상	78	11.5	48.7	35.9	47.4	19.2	1.3	29.5	3.8

2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

□ 체중조절식품을 드시면서 느꼈던 개선사항은 무엇입니까? (다중응답)

(단위: %)

구분	사례수(명)	씹는 즐거움을 줄 수 있는 제품으로 보완	인위적인 맛이 아닌 천연적인 맛 보완	이용이 간편한 제품 확대	노화방지과 같은 기능성 원료 보완	변비 등을 예방할 수 있는 기능성 원료 보완	포만감을 오래 느낄 수 있는 제품으로 개선	기타	없음	
전체	500	27.2	26.4	26.8	12.2	36.8	42.8	0.6	3.6	
성별	남성	175	22.9	33.1	31.4	13.1	30.3	37.7	0.0	4.0
	여성	325	29.5	22.8	24.3	11.7	40.3	45.5	0.9	3.4
연령	20대	108	15.7	30.6	20.4	5.6	41.7	43.5	1.9	8.3
	30대	163	33.1	23.9	27.6	9.8	35.0	43.6	0.6	3.7
	40대	106	28.3	22.6	26.4	16.0	34.0	40.6	0.0	1.9
	50대	123	28.5	29.3	31.7	17.9	37.4	43.1	0.0	0.8
거주 지역	서울/경기/인천	270	29.3	25.6	28.1	10.7	35.6	44.4	0.0	3.0
	부산/울산/경남	80	26.3	26.3	26.3	17.5	37.5	40.0	0.0	3.8
	대구/경북	50	28.0	22.0	24.0	20.0	30.0	40.0	2.0	6.0
	대전/충청	50	18.0	32.0	26.0	12.0	44.0	38.0	0.0	4.0
동거인 수	전라/광주	50	26.0	30.0	24.0	4.0	42.0	46.0	4.0	4.0
	1명	36	25.0	22.2	19.4	11.1	27.8	44.4	0.0	13.9
	2명	80	25.0	21.3	32.5	11.3	42.5	38.8	0.0	2.5
	3명	133	24.8	28.6	26.3	11.3	33.8	48.1	1.5	3.0
	4명	207	29.5	26.1	27.1	14.5	38.6	42.0	0.5	2.4
식료품 구매횟수 /1개월	5명 이상	44	29.5	34.1	22.7	6.8	34.1	36.4	0.0	4.5
	1-5회	367	25.9	27.0	25.9	12.5	38.7	41.7	0.8	4.1
	6-10회	93	32.3	24.7	32.3	10.8	31.2	40.9	0.0	2.2
	11-15회	20	20.0	30.0	25.0	15.0	15.0	60.0	0.0	5.0
	16-20회	14	35.7	21.4	14.3	7.1	64.3	57.1	0.0	0.0
장보기금액 /한달	21회 이상	6	33.3	16.7	33.3	16.7	16.7	50.0	0.0	0.0
	20만원 이하	240	25.4	24.2	25.4	12.9	34.6	44.2	0.8	5.0
	40만원 이하	143	28.0	24.5	26.6	12.6	39.9	44.8	0.7	2.1
	60만원 이하	73	26.0	30.1	35.6	9.6	37.0	42.5	0.0	2.7
	60만원 초과	44	36.4	38.6	20.5	11.4	38.6	29.5	0.0	2.3
결혼 여부	예(기혼)	316	30.4	26.3	28.5	14.2	38.3	40.5	0.3	2.2
	아니오(미혼)	184	21.7	26.6	23.9	8.7	34.2	46.7	1.1	6.0
직업	농업/어업/임업	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	자영업	39	20.5	15.4	41.0	17.9	35.9	41.0	0.0	2.6
	판매/서비스직	15	26.7	26.7	20.0	6.7	33.3	33.3	6.7	6.7
	기능/숙련공	7	28.6	14.3	42.9	28.6	28.6	42.9	0.0	0.0
	일반직업직	7	14.3	28.6	0.0	14.3	57.1	57.1	0.0	0.0
	사무/기술직	233	25.8	27.9	27.5	12.0	37.3	39.9	0.4	3.4
	경영/관리직	16	18.8	43.8	31.3	12.5	31.3	50.0	0.0	0.0
	전문/자유직	43	32.6	25.6	14.0	18.6	30.2	51.2	0.0	7.0
	전업주부	71	39.4	15.5	31.0	9.9	45.1	43.7	0.0	1.4
	학생	50	24.0	34.0	24.0	4.0	32.0	42.0	0.0	8.0
	무직	7	0.0	85.7	14.3	14.3	0.0	71.4	14.3	0.0
학력	기타	11	36.4	18.2	18.2	9.1	54.5	54.5	0.0	0.0
	고졸 이하	109	25.7	22.0	30.3	12.8	44.0	34.9	1.8	4.6
	대학교 졸업	341	27.6	27.3	26.1	11.1	34.6	45.2	0.3	3.8
가구 총소득	대학원 졸업 이상	50	28.0	30.0	24.0	18.0	36.0	44.0	0.0	0.0
	200만원 미만	38	26.3	15.8	26.3	15.8	36.8	36.8	0.0	2.6
	200-299만원	74	21.6	24.3	23.0	9.5	36.5	47.3	1.4	5.4
	300-399만원	84	26.2	27.4	27.4	11.9	39.3	44.0	1.2	4.8
	400-499만원	91	30.8	23.1	27.5	7.7	39.6	47.3	1.1	3.3
	500-599만원	79	35.4	30.4	26.6	15.2	31.6	43.0	0.0	1.3
	600-699만원	41	22.0	34.1	26.8	14.6	46.3	36.6	0.0	2.4
700만원 이상	93	24.7	28.0	29.0	14.0	32.3	38.7	0.0	4.3	

가공식품에 대한 소비자 조사 - 체중조절식품

※ 다음은 체중조절식품 구매 및 이용에 대한 질문입니다.

Q1. 귀하께서 체중조절식품을 구입한 이유는 무엇입니까?

- 1) 갑자기 체중이 증가하여
- 2) 오랫동안 늘어난 체중을 감량하려고
- 3) 기존 다이어트 방법으로 체중을 감량하지 못해서
- 4) 단순 관리 차원에서
- 5) 운동이나 식단 조절을 하기 어려워서
- 6) 연예인 등 몸짱 등을 보고
- 7) 기타

Q2. 체중조절식품을 먹기 전에 어떻게 다이어트를 했습니까?

- 1) 식단조절만 했었음
- 2) 식단조절 없이 운동만 했었음
- 3) 식단 조절 및 운동을 병행했었음
- 4) 원푸드 다이어트를 했었음
- 5) 굶는 방법으로 다이어트를 했었음
- 6) 처방 등에 의한 전문의약품을 복용했었음
- 7) 다이어트 하지 않았음
- 8) 기타

Q2-1. [Q2에서 7번 응답자 제외] 다이어트는 주로 어느 계절에 하셨습니까? 최대 2가지까지 선택가능합니다.

- 1) 봄
- 2) 여름
- 3) 가을
- 4) 겨울

Q2-2. [Q2에서 7번 응답자 제외] 다이어트는 평균 몇 주 정도 하셨습니까?

- 1) 1주 미만
- 2) 1주
- 3) 2주
- 4) 3주
- 5) 4주
- 6) 5주
- 7) 6주
- 8) 7주
- 9) 8주
- 10) 9주 이상

Q3. 구입경험이 있는 체중조절식품 종류는 무엇입니까? 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 분말타입 제품
- 2) 액상/음료타입 제품
- 3) 바(Bar) 타입 제품
- 4) 시리얼 제품
- 5) 알약 제품
- 6) 기타

Q4. 귀하께서 구입경험이 있는 제품 중, 체중 조절에 가장 도움이 되었던 제품은 무엇입니까?

- 1) 분말타입 제품
- 2) 액상/음료타입 제품
- 3) 바(Bar) 타입 제품
- 4) 시리얼 제품
- 5) 알약 제품
- 6) 기타
- 7) 없음

Q5. 귀하께서 구입경험이 있는 체중조절식품은 몇 주 분량의 제품이었습니다?

- 1) 1주
- 2) 2주
- 3) 3주
- 4) 4주
- 5) 5주
- 6) 6주
- 7) 7주
- 8) 8주
- 9) 9주 이상

Q6. 귀하께서는 Q5의 제품을 일정 기간 복용 후 추가 구매 하셨습니까?

- 1) 1회 구매 후 추가 구매 더 하지 않음
- 2) 1회 구매 후 동일 제품을 추가로 구매하여 더 먹음
- 3) 1회 구매 후 다른 제품을 추가로 구매하여 더 먹음

Q7. 구입 경험이 있는 체중조절식품으로 체중 감량을 하지 못했던 경우도 있으십니까?

- 1) 예 → Q7-1
- 2) 아니오

Q7-1. 체중조절식품을 통해 체중 감량이 되지 않았다면, 이유가 무엇입니까?

- 1) 제품이 나와 맞지 않아서
- 2) 복용방법 등을 정확히 준수하지 않아서
- 3) 복용기간을 정확히 준수하지 않아서
- 4) 의지가 약해서 2번과 3번을 모두 준수하지 않아서
- 5) 운동을 병행하지 않아서
- 6) 기타



2015 가공식품 세분시장 현황 - 체중조절식품 시장

Q8. 체중조절식품 외에 다이어트를 하는 동안 주로 같이 섭취한 제품은 다음 중 무엇입니까? 최대 3가지까지 선택하여 주십시오.

- 1) 닭가슴살 2) 고구마 3) 바나나/토마토 등 과일류 4) 오이/샐러디 등 채소류
5) 선식류 6) 생식/녹즙 7) 체중조절식단(도시락) 제품 8) 양을 줄인 일반 식사
9) 기타 10) 없음(체중조절식품만 먹음)

Q9. 귀하께서는 체중조절식품을 구입하시기 전에 어떻게 정보를 탐색하셨습니까?

- 1) 가족이나 친구, 지인들을 통해 정보를 취득함 2) 포털사이트, 블로그나 SNS 등에서 정보를 찾아봄
3) TV등 매체 광고, 방송 등을 통해 정보를 취득함 4) 홈쇼핑 등의 광고를 통해 정보를 취득함
5) 기타

Q10. 체중조절식품을 구입할 때 가장 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 2가지만 선택하여 주십시오.

- 1) 먹는 방법(타먹는 방법, 마시는 방법, 알약으로 바로 먹는 방법 등) 2) 브랜드(제조사)
3) 맛 4) 칼로리(열량) 5) 복용 기간 6) 가격
7) 첨가영양소/비율 8) 포장/디자인 9) 주변 추천 10) 기타

Q11. 체중조절식품은 어디에서 구입하셨습니까? 구입 경험이 있는 곳 최대 3개까지 응답 가능합니다.

- 1) 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓(이마트, 홈플러스, 롯데마트, 이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스 등)
2) 홈쇼핑 3) 인터넷 및 모바일 쇼핑몰
4) 체중조절식품/건강기능식품 전문 제조사 방문판매 5) 약국
6) 헬스/뷰티 스토어(올리브영, 왓슨스 등) 7) 기타

Q12 국내에서 유통되는 제품 외에, 해외에서 직구 등을 통해 수입 체중조절식품을 구매해 본 경험이 있으십니까?

- 1) 있음 → Q12-1 2) 없음 → Q13

Q12-1. 구입해 본 제품 종류는 다음 중 무엇입니까? 구입 경험이 있는 제품 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 분말타입 제품 2) 액상/음료타입 제품 3) 바(Bar) 타입 제품
4) 시리얼 제품 5) 알약 제품 6) 기타

Q12-2. 국내 제품과 비교해 봤을 때, 장점은 무엇입니까?

- 1) 국내 제품보다 먹기에 간편하다 2) 국내 제품보다 맛이 좋다
3) 국내 제품보다 체중감량 효과가 뛰어나다 4) 국내 제품보다 포장/디자인이 좋다
5) 국내 제품보다 부작용이 적다 6) 기타

Q13. 요요현상을 제외하고, 체중조절식품을 통해 다이어트를 하면서 겪은 부작용은 무엇입니까? 해당되는 사항에 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 탈모 2) 변비 3) 위장장애(속쓰림, 위경련 등) 4) 체력저하
5) 피부부러블 6) 간, 신장 등 이상 7) 우울증 등 신경장애 8) 기타

Q14. 체중조절식품을 드시면서 느꼈던 개선사항은 무엇입니까?

- 1) 씹는 즐거움을 줄 수 있는 제품으로 보완 2) 인위적인 맛이 아닌 천연적인 맛 보완
3) 이용이 간편한 제품 확대 4) 노화방지와 같은 기능성 원료 보완
5) 변비 등을 예방할 수 있는 기능성 원료 보완 6) 포만감을 오래 느낄 수 있는 제품으로 개선
7) 기타 8) 없음

※ 다음은 배경 질문입니다.

AQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- 1) 남성 2) 여성

AQ2. 귀하의 연령은?

- 1) 20대 2) 30대 3) 40대 4) 50대

AQ3. 귀하의 현재 거주지는 어떻게 되십니까?

- 1) 수도권 2) 부산/울산/경남 3) 대구/경북 4) 대전/충청 5) 광주/전라

AQ4. 현재 귀댁에서 동거하고 계시는 가족 수는 귀하를 포함하여 총 몇 명입니까? 혼자 살 경우 1명으로 말씀해 주십시오.

- 1) 1명 2) 2명 3) 3명 4) 4명 5) 5명 이상

AQ5. 귀하는 한 달에 몇 번 정도 식료품(가공식품 포함)을 구입하십니까?

- 1개월 평균 ()회

AQ6. 그럼 귀하께서 한달 동안 장보기 금액(식품 및 가공식품의 구매금액 포함)은 얼마나 되십니까?

- 한달 평균 ()만원

AQ7. 귀하께서는 결혼 하셨습니까? 1. 예(기혼) 2. 아니오(미혼) 3. 기타

AQ8. 실례지만 귀하의 직업은 무엇입니까?

1. 농업/어업/임업(가족종사자 포함)
2. 자영업 (종업원 9명이하의 소규모 업소주인 및 가족 종사자, 목공소주인, 개인택시운전자)
3. 판매/서비스직 (상점점원, 세일즈맨 등)
4. 기능/숙련공 (운전자, 선반/목공, 숙련공 등)
5. 일반작업직 (토목관계의 현장작업, 청소, 수위, 육체노동 등)
6. 사무/기술직 (일반회사 사무직, 기술직, 초.중.고교사, 향해사 등)
7. 경영/관리직 (5급 이상의 고급공무원, 교장, 기업체부장이상의 직위 등)
8. 전문/자유직(대학교수, 의사, 변호사, 예술가, 종교가 등)
9. 전업주부
10. 학생 (고등학생/ 대학생/ 대학원생)
11. 무직
12. 기타 (적을 것: _____)

AQ9. 실례지만 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨습니까?

1. 고졸 이하 2. 대학교 졸업 3. 대학원 졸업 이상

AQ10. 귀댁의 한달 평균 가구 총 소득은 얼마 정도입니까?

세금 공제 이전 소득을 기준으로 아래 보기에서 각각 선택해 주시기 바랍니다.

- | | | |
|---------------|---------------|-----------------|
| 1. 49만원 이하 | 2. 50~99만원 | 3. 100-199만원 |
| 4. 200-299만원 | 5. 300-399만원 | 6. 400-499만원 |
| 7. 500-599만원 | 8. 600-699만원 | 9. 700-799만원 |
| 10. 800-899만원 | 11. 900-999만원 | 12. 1000-1499만원 |

가공식품 세분시장 현황

2016년 03월 인쇄

2016년 03월 발행

편저 · 발행



인쇄처 유노아트 서울 마포구 서교동 398-12 이정빌딩 202호

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

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

본 책자의 내용에 관한 사항은

한국농수산물유통공사 식품기획부(061-931-0709, 0716, 0718)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.