

# Business Focus

확대되는 건강기능식품 시장, M&A 동향은?

January 2022

삼성KPMG 경제연구원



# Contacts

## 삼성KPMG 경제연구원

김수경

수석연구원

T: +82 2 2112 3973

E: sookyungkim@kr.kpmg.com

차윤지

책임연구원

T: +82 2 2112 6914

E: yoonjicha@kr.kpmg.com

김지윤

선임연구원

T: +82 2 2112 3043

E: jeeyoonkim@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

# Contents

	Page
I. 건강기능식품 시장 Overview	2
II. 국내 건강기능식품 시장 현황	7
III. 건강기능식품 시장 주요 이슈	14
IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향	19
V. 결론 및 시사점	27

# 건강기능식품 개념 및 특징

건강기능식품은 생체기능의 활성화를 통해 질병 발생 위험을 감소시키거나 건강을 유지·증진시키는 원료·성분을 섭취하는 목적을 지니고 있으며, 건강을 유지하기 위해 섭취하는 일반식품, 질병을 직접적으로 치료하고 예방하기 위한 의약외품, 일반의약품과 구분됨

## 건강기능식품 개념 및 특징

건강기능식품은 건강기능식품에 관한 법률에 따라 일정 절차를 거쳐 만들어지는 제품으로, 인체에 유용한 기능성\*을 가진 원료·성분을 사용하여 제조·가공됨. 건강기능식품에는 건강기능식품 문구·인증마크 및 원료 등이 명시되어 있음

[ 건강기능식품 및 유사 품목 간 비교 ]

	일반식품 (건강식품·건강보조식품·자연식품·천연식품·식이보충제)	건강기능식품	의약외품	일반의약품
<b>정의 및 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강에 도움이 되는 성분이 포함되나, 식품의약품안전처에서 안전성과 기능성을 인증받지 못한 제품</li> <li>'21년부터 일반식품에 과학적 근거를 갖춘 기능성 원료가 포함된 경우, '기능성' 표시가 가능하게 됨</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>질병 예방·치료 목적이 아닌, 인체에 유용한 기능성 원료·성분을 이용해 건강증진을 목적으로 하는 식품</li> <li>- 정제, 캡슐, 분말, 과립, 액상 등의 형태로 제조·가공</li> <li>※일반식품(건강식품)과의 비교</li> <li>- 건강기능식품은 '건강기능식품'이라는 문구 혹은 인증마크가 표시되므로 '건강식품', '자연식품', '천연식품' 등과 다름</li> <li>※일반의약품과의 비교</li> <li>- 약국을 제외한 유통 채널(홈쇼핑, 대형마트, 온라인 등)에서 판매 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의약품처럼 질병 치료·경감·처치 또는 예방의 목적으로 사용되나, 인체에 대한 작용이 경미하거나 직접 작용하지 않는 것</li> <li>- 의약품의 용도로 사용되는 물품을 제외한 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>질병을 치료·예방하고 사람·동물의 질병 진단, 치료, 경감, 처치 등 약리학적 영향을 제공하는 물질</li> <li>- 안전성·유효성에 대한 임상적 근거가 있으며, 보건당국 허가받은 의약품. 대사억제·저해, 신체 항상성 교란 및 거부반응 유발 가능</li> <li>• '약국 전용 건강기능식품' 등 일반의약품으로 분류된 건강기능식품은 약국(약사) 구입이 가능. 허가 기준 및 기능성 측면에서 차이가 있음</li> </ul>
<b>관련 법률</b>	식품위생법, 축산물위생관리법	건강기능식품에 관한 법률	약사법	약사법

### [참고] 건강기능식품의 주요 기능성 원료

#### 고시형 원료

- 「건강기능식품 공전」에 등재되어 있는 원료로 제조기준, 기능성 등 요건에 적합할 경우 누구나 사용이 가능함

#### 개별인정형 원료

- 「건강기능식품 공전」에 등재되어 있지 않은 기능성 원료로 식품의약품안전처장이 개별적으로 인정한 원료
- 제품 생산을 위해 원료의 안전성·기능성·기준규격 등 자료를 제출해 기능성 원료로 인정을 받아야 함. 개별인정형 원료 인정업체에는 관련 품목을 제조·판매할 수 있는 독점적 권리가 6년간 부여
- 인정받은 일로부터 6년이 경과하고 품목제조신고가 50건 이상(생산실적이 있는 경우에 한함)인 경우, 고시형 원료로 전환될 수 있음

※ 단, 식물성 원료·동물성 원료·부정물질과 화학구조가 의약품과 근원적으로 유사한 합성물질과 같은 기타 원료는 건강기능식품 제조에 사용 불가

Source: 식품의약품안전처, 한국농수산식품유통공사, 한국건강기능식품협회

Note\*: 기능성이란 인체의 구조 및 기능에 대하여 영양소를 조절하거나 생리학적 작용 등과 같은 보건 용도에 유용한 효과를 얻는 것을 말함

# 건강기능식품 관련 정책 (1/2)

국내 건강기능식품 시장은 2002년 ‘건강기능식품에 관한 법률’이 제정된 후 본격적으로 형성. 이어 2006년부터는 GMP(우수건강기능식품제조기준)이 도입됐으며, 2010년 사전광고심의 제도가 도입, 2015년에 건강기능식품 안전관리 및 규제 완화 정책이 시행되며 건강기능식품 시장을 활성화하려는 움직임이 관찰

## 건강기능식품 관련 정책 변화

연도	정책	주요 내용
2002	건강기능식품에 관한 법률 제정	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품 탄생</li> <li>영양식품과 기능성식품을 합해 ‘건강기능식품’으로 정의</li> </ul>
2004	건강기능식품에 관한 법률 시행	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품위생법 내 건강보조식품에서 분리되어 별도의 법률로 관리</li> </ul>
2006	허위과대광고 모니터링 제도 도입 GMP(우수건강기능식품제조기준) 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>허위과대광고 근절을 위해 모니터링 요원 제도를 운영하여 인터넷, 신문 등 매체에 대하여 모니터링 실시</li> <li>우수한 품질의 건강기능식품을 만들기 위한 설비 관리 시스템을 식약처에서 인정·관리해 주는 제도 시행</li> </ul>
2008	건강기능식품 공전 전면 개정 건강기능식품 제형 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>품목별 기준 규격을 기능성 원료별 기준 규격으로 개정</li> <li>캡슐, 정제에서 편상, 시럽, 겔, 젤리 등으로 제형 확대</li> </ul>
2010	사전광고심의 제도 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>과대광고로 인한 소비자 피해 예방을 위해 건강기능식품의 기능성을 광고하기 위해서는 사전심의를 받아야 하는 제도 도입</li> </ul>
2015	건강기능식품 일반 판매업체 시설기준 완화	<ul style="list-style-type: none"> <li>슈퍼, 편의점 등에서도 건강기능식품의 판매가 가능하도록 판매업체 기준을 완화</li> </ul>
	건강기능식품 안전관리 종합대책 마련	<ul style="list-style-type: none"> <li>일명 ‘가짜 백수오 사건(2015)’을 계기로 건강기능식품 전반에 대한 안전관리대책 마련</li> </ul>
2016	건강기능식품 규제 완화	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품 규제 국제 수준으로 완화 및 개별인증 심사 기간 단축 (신속 심사제)</li> <li>표시·광고 자율심의제 전환</li> </ul>
	GMP(우수건강기능식품제조기준) 적용 의무화	<ul style="list-style-type: none"> <li>2016년 2월부터 GMP(우수건강기능식품제조기준) 의무 적용 단계화</li> <li>기존 업체 중 2017년 기준 매출액 20억 원 이상인 업체를 대상으로 2018년 12월 1일부터 의무 적용</li> </ul>
2017	품목제조신고 시 검사성적서 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>공인검사기관 발급 성적서만 인정하던 현행에서 품질관리실이 있는 GMP 기준 준수업체에 한해 ‘자체검사성적서’를 인정</li> </ul>
	건강기능식품 이력추적관리 등록 의무 대상자 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>전년도 매출액 10억 원 이상 기준이던 이력추적관리 등록의무 대상자를 연간 매출액 1억 원 이상(2016년 기준)으로 확대 적용</li> </ul>
2018	건강기능식품 허위·과대 표시 및 광고 처벌 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>허위·과대 표시 및 광고하는 행위에 대해 영업정지 15일에서 2개월로 행정처분 강화 및 기준·규격 위반 처분 기준을 세분화</li> </ul>

Source: 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 한국농수산식품유통공사, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

## 건강기능식품 관련 정책 (2/2)

2019년 제13차 경제활력대책회의에서 논의된 ‘현장밀착형 규제혁신방안’의 일환으로 건강기능식품 판매 규제 완화가 발표됨. 이후, 2020년과 2021년에는 건강기능식품 섭취 시 주의사항·위생사항·안전성 등에 관한 정책이 지속적으로 마련. 한편 2021년 일반식품에도 기능성 표시가 가능해지며 건강기능식품 관련 영역이 점차 확장

### 건강기능식품 관련 정책 변화

연도	정책	주요 내용
2019	건강기능식품 시장 진·출입 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>대형마트·백화점 등의 건강기능식품 자유 판매 허용</li> <li>각종 신고의무 완화 및 이력추적관리방식 개선</li> </ul>
	신제품 개발 활성화를 위한 규제 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품 원료 범위를 안전성이 확보된 일부 의약품 성분으로 확대</li> <li>기능성 추가된 기존 원료의 활용 기간 확대</li> </ul>
	기능성 표시제 개선 및 신평가 기술 도입	<ul style="list-style-type: none"> <li>과학적 근거가 확보된 일반식품에도 기능성 표시 허용</li> <li>신기술 평가 기법 도입으로 기능성 원료 인정의 예측 가능성 제고</li> </ul>
	마케팅 경쟁력 제고 및 관리 비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품 광고의 허용범위 확대</li> <li>표시·광고에 대한 사전심의 폐지 및 처벌 수준 합리화</li> </ul>
2020	건강기능식품 이상사례 보고	건강기능식품의 안전성 및 이상 사례와의 인과 관계 등에 관한 조사·분석 결과를 공표
	건강기능식품 섭취 시 주의사항 신설	영양성분 9종(베타카로틴, 비타민 K, 비타민 B1, 비타민 B2, 판토텐산, 비타민B12, 비오틴, 칼륨, 크롬) 섭취 시 주의사항 마련
2021	개인 맞춤형 건강기능식품 추천 및 판매 규제 완화	<ul style="list-style-type: none"> <li>추천 및 규제 완화 정책은 개봉 시 품질 변화가 거의 없는 6개 제형(정제, 캡슐, 환, 편상, 바, 젤리)으로 제한</li> <li>건강기능식품 소분 판매와 휴대 가능성 상승 및 비대면 판매 활성화 촉구 목적</li> </ul>
	일반식품 기능성 표시제 시행	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반식품에도 건강기능식품의 기능성 원료를 사용하는 등 과학적 근거를 갖춘 경우 기능성 표시가 가능하게 됨</li> <li>과학적으로 검증된 건강기능식품 기능성 원료 29종을 사용한 식품에는 기능성 표시 가능</li> </ul>
	건강기능식품 영업자의 준수사항 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품 영업자는 안전성 확보, 품질관리, 유통질서 유지, 국민 보건의 증진을 위해 부패·변질·폐기된 제품 판매 금지</li> <li>품목제조신고를 사실과 다르게 하거나 변경 신고를 하지 않은 자에게 과태료 부과</li> </ul>
	건강기능식품 기능성 원료 섭취 시 주의사항 개정	<ul style="list-style-type: none"> <li>7종의 기능성 원료(인삼, 홍삼, 클로렐라, 밀크씨슬추출물, 마리골드꽃추출물, 난소화성말토덱스트린, 엠에스엠)의 안전성과 기능성 재평가 제도를 도입하여 소비자에게 안전 정보 제공</li> </ul>

Source: 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 한국농수산물유통공사, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

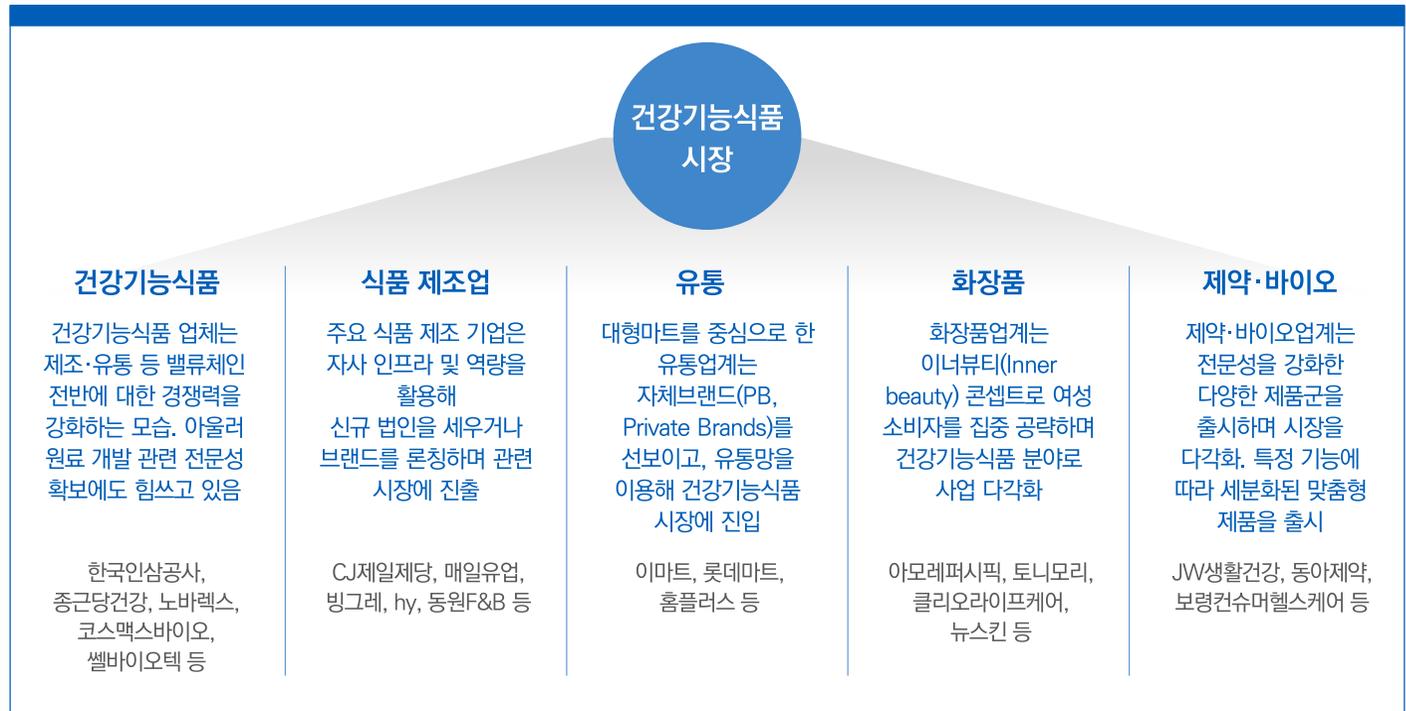
# 국내 건강기능식품 사업환경

건강기능식품 시장의 높은 성장성과 맞물려 이종업계에서의 시장 진출 가속화. 식품·유통·화장품·제약 등 각 업계는 자사가 보유한 역량을 바탕으로 관련 사업을 확대하고 있는 모습. 건강기능식품 시장에 진입하는 기업이 점차 늘어날 것으로 예상됨에 따라 시장 내 사업환경 및 경쟁구도는 변화를 거듭해 나갈 것으로 보임

“

건강기능식품 시장의 성장세가 지속되면서 기업들의 관심이 집중... 건강기능식품 시장의 성장 가능성을 보고 식품·유통·화장품·제약 등 다양한 산업에서 해당 시장으로의 진출을 가속화함에 따라 기업 간 경쟁이 심화

”



Source: 삼정KPMG 경제연구원

# Contents

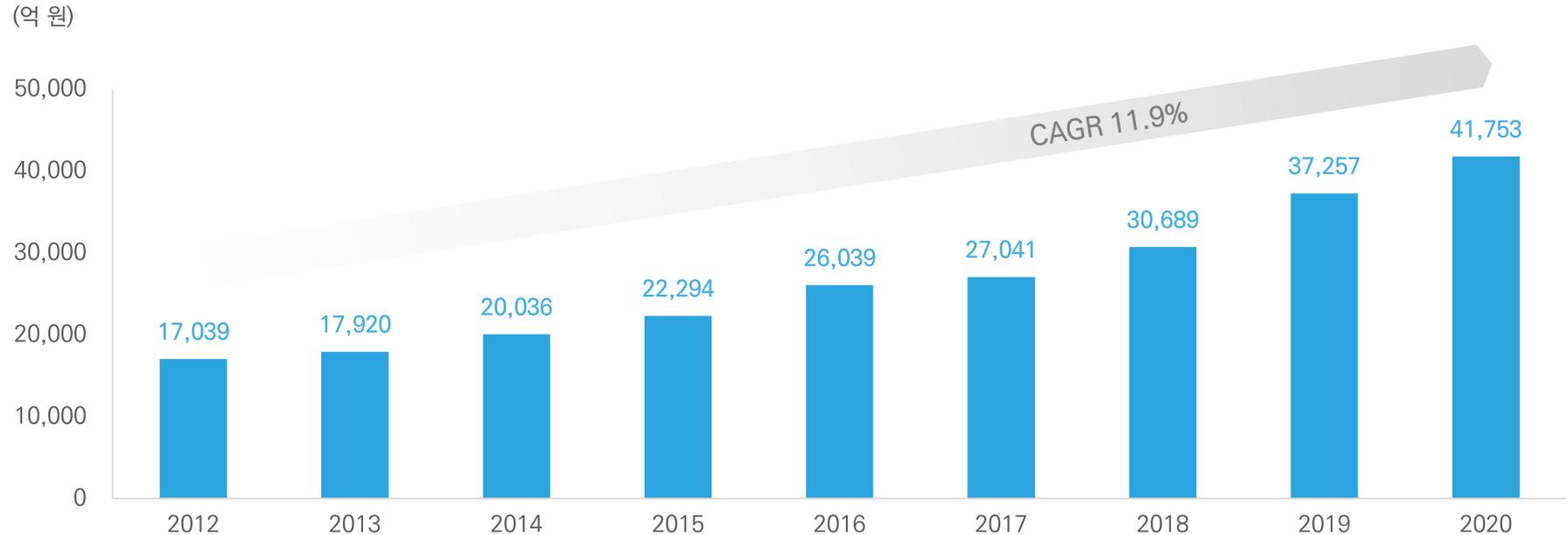
	Page
I. 건강기능식품 시장 Overview	2
II. 국내 건강기능식품 시장 현황	7
III. 건강기능식품 시장 주요 이슈	14
IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향	19
V. 결론 및 시사점	27

## II. 국내 건강기능식품 시장 현황

# 국내 건강기능식품 시장 규모

국내 건강기능식품 시장은 2012년 1조 7,039억 원에서 2020년 4조 1,753억 원으로 성장하며 연평균 증가율 11.9%를 기록. 고령인구 증가, 코로나19 확산 및 건강에 대한 소비자들의 관심이 확대 등의 영향으로 국내 건강기능식품 시장의 성장세가 지속될 것으로 기대

### 국내 건강기능식품 시장 규모 추이



Source: 식품의약품안전처, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 국내 건강기능식품 시장 규모는 매출액과 수출입액을 기준으로 산출(매출액-수출액+수입액). 수입액의 경우 건강기능식품 전체 수입액 중 적합 제품의 수입액을 기준으로 산출

## II. 국내 건강기능식품 시장 현황

# 국내 건강기능식품 유형별 시장 규모 (1/2)

2020년 면역 기능 관련 품목 매출액이 1조 2,509억 원으로 건강기능식품 매출액 상위 품목 중 1위로 나타났으며, 다음으로 혈행 개선, 기억력 개선 등의 순으로 조사됨. 한편 갱년기 여성 건강 관련 제품과 눈 건강 제품의 경우, 2016년부터 2020년까지 각각 연평균 성장률이 181.6%, 63.4%로 나타나며 수요가 지속 확대되고 있음

### 국내 건강기능식품 유형별 매출액 현황 - 기능성별

(억 원)

구분	주요 원료명		2016	2017	2018	2019	2020	YoY ('20)	CAGR ('16~'20)
	고시형	개별인정형							
면역 기능	상항버섯추출물, 클로렐라, 인삼, 홍삼, 알로에겔 등	당귀등혼합추출물	10,983	11,710	12,587	11,319	12,509	10.5%	3.3%
혈행 개선	EPA·DHA 함유 유지, 감마리놀렌산 함유 유지 등		10,884	11,246	11,988	11,925	12,363	3.7%	3.2%
기억력 개선	EPA·DHA 함유 유지, 홍삼, 은행잎 추출물 등	당귀등혼합추출물	10,533	11,097	12,134	12,667	12,126	-4.3%	3.6%
항산화	코엔자임Q10, 토마토추출물, 클로렐라, 프로폴리스추출물 등		10,642	11,103	11,810	11,230	11,585	3.2%	2.1%
피로 개선	인삼, 홍삼, 매실추출물, 홍경전추출물	헛개나무과병추출	10,487	10,807	11,844	11,779	11,569	-1.8%	2.5%
갱년기 여성 건강	회화나무열매추출물, 홍삼		175	117	11,249	10,780	11,002	2.1%	181.6%
장 건강	프락토올리고당, 라피노스, 차전자피식이섬유 등		2,788	3,109	3,970	6,948	7,950	14.4%	29.9%
눈 건강	EPA·DHA 함유 유지, 마리골드꽃추출물, 발베리 등		356	1,029	1,238	1,760	2,540	44.3%	63.4%
혈중 중성지방 개선	난소화성말토덱스트린, EPA·DHA 함유 유지		770	740	896	1,298	1,631	25.7%	20.6%
기타			7,067	7,863	6,720	21,269	10,525	-50.5%	10.5%

Source: 식품의약품안전처, 삼정KPMG 경제연구원

Note 1: 1개 원료가 2개 이상의 기능성을 가지는 경우 중복으로 합산되어 전체 매출액과 일치하지 않음

Note 2: 2020년 매출액 기준 상위 기능성을 나열·정리

## II. 국내 건강기능식품 시장 현황

# 국내 건강기능식품 유형별 시장 규모 (2/2)

2016년부터 2020년까지 5개년 동안 프락토올리고당, 단백질, 프로폴리스 추출물 관련 품목의 매출액 성장률이 높은 것으로 관찰. 2020년 상위 5개의 품목 비중은 80.6%, 상위 10개 품목은 88.8%로 국내 건강기능식품의 품목별 매출 편중이 존재

### 국내 건강기능식품 유형별 매출액 현황 - 원료별

	2016	2017	2018	2019	2020	2020년 비중	CAGR ('16~'20)
홍삼	9,900	10,358	11,096	10,598	10,609	31.9%	1.7%
개별인정형	2,357	2,450	3,226	5,486	6,543	19.7%	29.1%
프로바이오틱스	1,903	2,174	2,994	4,594	5,256	15.8%	28.9%
비타민 및 무기질	1,843	2,259	2,484	2,701	2,988	9.0%	12.8%
EPA 및 DHA 함유 유지	700	625	755	1,035	1,393	4.2%	18.8%
프락토올리고당	58	29	108	462	1,043	3.1%	105.9%
마리골드꽃추출물	309	357	423	440	525	1.6%	14.2%
밀크씨슬추출물	1,091	1,042	823	451	411	1.2%	-21.7%
단백질	90	69	78	283	405	1.2%	45.6%
프로폴리스추출물	103	119	133	164	352	1.1%	36.0%
기타	2,906	2,892	3,101	3,294	3,728	11.2%	6.4%
계	21,260	22,374	25,221	29,508	33,254	100.0%	11.8%

Source: 식품의약품안전처

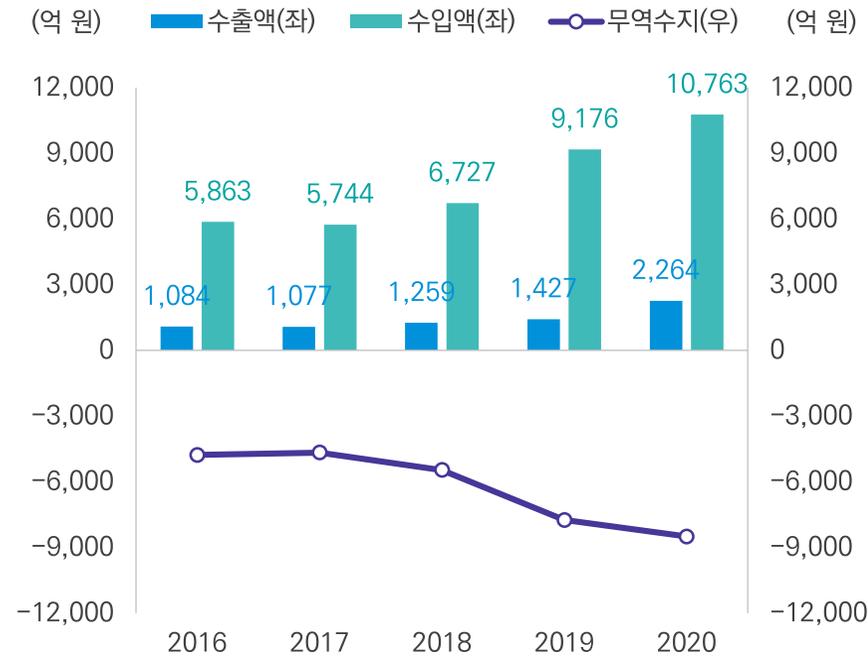
Note: 2020년 매출액 기준 상위 원료를 나열·정리

## II. 국내 건강기능식품 시장 현황

# 국내 건강기능식품 수출입 현황

건강기능식품은 수출액과 수입액 모두 지난 5년간 상승하고 있음. 수입액은 2020년 전년대비 17.3% 확대된 1조 763억 원으로 나타났으며, 수출은 동기간 58.7% 확대된 2,264억 원을 기록하며 견조한 성장세. 한편 해외 직접 구매를 통한 건강기능식품 구매가 지속적으로 늘면서 무역수지 적자폭이 확대

### 국내 건강기능식품 수출입 현황



Source: 식품의약품안전처

Note: 건강기능식품 수입 실적은 적합 제품만을 기준으로 함

### 국내 건강기능식품 품목별 수출입 현황 (2020년)

수출 상위 10개 품목		수입 상위 10개 품목	
수출액	수출액	수입액	수입액
개별인정제품	612	복합영양소 제품	1,994
홍삼	483	프로바이오틱스	1,677
프로바이오틱스	435	영양소·기능성 복합 제품	1,478
비타민 및 무기질	228	EPA 및 DHA 함유 유지	628
EPA 및 DHA 함유 유지	144	단백질	335
인삼	64	비타민 및 무기질	335
클로렐라	57	비타민 C	326
알로에	31	개별인정원료	234
단백질	30	저분자콜라겐펩타이드	158
가르시니아카ம்பोजिया추출물	23	코엔자임Q10	153
<b>상위 10개 품목 수출 합계</b>	<b>2,107</b>	<b>상위 10개 품목 수입 합계</b>	<b>7,318</b>
<b>2020년 수출 합계</b>	<b>2,264</b>	<b>2020년 수입 합계</b>	<b>10,763</b>

Source: 식품의약품안전처

## II. 국내 건강기능식품 시장 현황

# 국내 건강기능식품 관련 주요 기업 현황

국내 건강기능식품 시장 내 상위 10개 기업의 매출액은 2016년부터 2020년까지 연평균 12.9% 수준으로 성장. 국내 건강기능식품 제조 기업 중 종근당건강(주), (주)노바렉스, 콜마비엔에이치(주), 코스맥스엔비티(주), 코스맥스바이오(주)의 매출액 성장세가 두드러짐

### 국내 건강기능식품 제조 기업 재무실적 추이

							(억 원)
기업명	대표 브랜드	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ('16~'20)
(주)한국인삼공사	정관장, 굿베이스, 천녹, 알파프로젝트 등	7,598	8,176	8,504	7,980	8,022	1.4%
콜마비엔에이치(주)	헤모힘 등	1,095	1,314	1,701	2,226	3,007	28.7%
종근당건강(주)	락토피, 프로메가, 아이클리어, 올앤미, 아이커 등	426	612	1,242	2,413	2,884	61.3%
(주)서흥	프로메가 오메가쓰리, 유스스팬, 하나미콜라겐 등	746	827	891	1,065	1,636	21.7%
(주)에치와이	엠프로, 브이푸드 등	1,000	931	955	1,697	1,288	6.5%
코스맥스바이오(주)	뉴트리프, 2.0레시피 등	570	628	719	904	1,127	18.6%
(주)노바렉스	루테인지아잔틴, 아이클타임, 락티움	168	172	291	555	1,094	59.7%
코스맥스엔비티(주)	아가트리, 마이팩 등	410	429	516	636	1,066	27.0%
고려은단(주)	비타민C, 퓨어, 바이오톡스 등	484	406	378	413	622	6.5%
(주)셀바이오텍	듀오락 등	563	566	579	414	459	-5.0%

Source: Kisline, 식품의약품안전처, 각 사 사업보고서

Note 1: 별도 기준

Note 2: 2020년 식품의약품안전처 영업장(인허가) 단위로 생산실적 보고를 완료한 건강기능식품 생산 업체 대상으로 매출액 기준 상위 10개 기업을 나열·정리

Note 3: (주)한국인삼공사 매출액은 원주공장과 부여공장의 합산, 콜마비엔에이치(주) 매출액은 푸디팜사업부와 선바이오텍사업부의 합산, (주)서흥 매출액은 본사·오창공장·오송 2공장의 합산, (주)에치와이(구 (주)한국야쿠르트) 매출액은 본사와 평택공장의 합산, (주)셀바이오텍 매출액은 본사와 1·2공장 매출 실적을 합산

## Appendix 》 국내 건강기능식품 업체 수

국내 건강기능식품 관련 업체 중 건강기능식품 판매업체 확대 추세에 힘입어 전년대비 12.1% 증가. 전체 건강기능식품 전문제조업체 중 GMP(우수건강기능식품제조기준) 지정 업체 수 역시 지속적으로 확대되고 있는 가운데, 건강기능식품 전문제조업체에서 차지하는 비중이 2020년 86.6%에 이르는 것으로 나타남

### 국내 건강기능식품 업체 수 현황

		2016	2017	2018	2019	2020	YoY ('20)	CAGR ('16~'20)
		(개 소)						
건강기능식품 제조업	건강기능식품 전문제조업	433	439	439	443	454	2.5%	1.2%
	건강기능식품 GMP 지정 업체 (지정비율 %)	225 (52.0%)	247 (56.3%)	281 (64.0%)	320 (72.2%)	393 (86.6%)	22.8%	15.0%
	건강기능식품 벤처제조업	54	57	61	65	67	3.1%	5.5%
	소계	487	496	500	508	521	2.6%	1.7%
건강기능식품 판매업	건강기능식품 일반판매업	92,587	85,855	84,058	78,312	87,688	12.0%	-1.3%
	건강기능식품 유통전문판매업	2,718	2,979	3,291	3,247	3,801	17.1%	8.7%
	소계	95,305	88,834	87,349	81,559	91,489	12.2%	-1.0%
총계 (건강기능식품 제조업+건강기능식품 판매업)		95,792	89,330	87,849	82,067	92,010	12.1%	-1.0%

Source: 식품의약품안전처

Note 1: 2016년부터 건강기능식품수입업 영업신고 업무가 수입식품안전관리 특별법에 따라 수입식품 등 수입판매업으로 통합됨

Note 2: 건강기능식품 GMP 지정업체의 지정비율은 건강기능식품 전문제조업체 중에서의 지정 비율을 표시

# Contents

	Page
I. 건강기능식품 시장 Overview	2
II. 국내 건강기능식품 시장 현황	7
III. 건강기능식품 시장 주요 이슈	14
IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향	19
V. 결론 및 시사점	27

# ISSUE 1. 개인 맞춤형 건강기능식품 시장의 부상

최근 개인의 건강 상태를 고려한 건강기능식품을 찾는 소비자가 늘고, 규제가 완화되면서 맞춤형 건강기능식품 시장이 부상. 기업들은 DTC 방식의 유전자 검사 결과 및 AI·빅데이터 등 기술을 바탕으로 맞춤형 건강기능식품 서비스에 적극 나서고 있음

## 부상 배경

개인 맞춤형 건강기능식품은 개인의 건강 상태·식습관, 소비자직접의뢰(DTC, Direct to Customer) 유전자 검사 결과 등을 검토해 보충이 필요한 영양소 등을 고려하여 건강기능식품을 추천·소분·판매하는 서비스

### 1 맞춤형 건강기능식품 관련 수요 확대

- 건강기능식품 구매 시, 자신에게 맞는 기능·성분이 무엇인지 고민하여 구매하는 소비자가 증가하면서 비스포크(Bespoke) 방식으로 개인의 영양 상태별 필요한 성분을 선별해 제공하는 맞춤형 영양제가 확대

### 2 건강기능식품 규제 완화

- '20년 4월 산업통상자원부 주관 규제특례심의위원회에서 '개인 맞춤형 건강기능식품 추천·판매'가 규제 특례 대상으로 선정됨에 따라 2년간 규제샌드박스 시범사업으로 운영

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## 주요 기업의 맞춤형 건강기능식품 관련 대응 현황

기업명	서비스명	내용
풀무원 건강생활	퍼팩	<ul style="list-style-type: none"> <li>풀무원건강생활은 '20년 7월, 개인 맞춤형 건강기능식품 매장·브랜드 '퍼팩'을 론칭</li> <li>퍼팩은 전문 영양 상담사와의 대면 상담 이후, 건강 상태·습관, 체성분, 유전자 검사 결과 및 면담 결과를 바탕으로 개인별 적합한 영양제를 1일 1회분씩 소분 포장된 형태로 정기배송해 주는 서비스</li> <li>'21년에는 비대면 온라인·모바일 검색엔진 '내 손안의 건강비서 개인맞춤영양'을 통해 개인 맞춤형 건강기능식품 제공 서비스를 비대면 방식으로 확대·제공</li> </ul>
이마트	모노랩스 '아이엠'	<ul style="list-style-type: none"> <li>이마트는 '20년 12월, IT스타트업 모노랩스와의 협업을 통해 개인 맞춤형 건강기능식품 추천 서비스 '아이엠(IAM)' 매장을 구축</li> <li>이마트는 TBT, 카카오프렌즈 등과 함께 AI 알고리즘에 기반해 개인별 최적화된 건강기능식품을 추천·판매하는 IT스타트업인 모노랩스에 '20년 10월 투자했으며, 모노랩스와 맞춤형 건강기능식품 서비스 사업을 위한 업무협약을 체결한 바 있음</li> </ul>
CJ 제일제당	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>'20년 10월 식품사업부 내에 있던 건강기능식품 관련 조직을 건강사업부로 독립·승격시킨 뒤, 유전자 분석 전문기업 이원다이애그노믹스(EDGC) 및 헬스케어 빅데이터 전문 기업 케어워드(개인별 맞춤형 영양제 추천·정기배송 서비스를 제공하는 건강기능식품 온라인몰 '필리(Philly)' 운영 기업)와 협력하여 맞춤형 건강기능식품 관련 사업 진출을 위한 발판을 마련</li> </ul>
동원F&B	GNC '마이 G스토리'	<ul style="list-style-type: none"> <li>동원F&amp;B의 건강기능식품 브랜드 GNC는 소비자직접의뢰(DTC) 유전자 검사 서비스 '마이G스토리'의 검사 항목을 14종에서 50종으로 확대</li> <li>DTC 유전자 검사는 소비자가 의료기관이 아닌 유전자 검사기관에 직접 유전자 검사를 의뢰하는 방식. '마이G스토리'는 고객의 유전적 요인을 검사하고, 1:1상담을 진행해 맞춤형 건강기능식품을 추천</li> </ul>
동아제약	셀파렉스	<ul style="list-style-type: none"> <li>동아제약은 '20년 고객 개인별 건강 유형에 따라 스스로 제품을 간편하게 선택, 섭취할 수 있는 선택형 맞춤형 건강기능식품 제품 '셀파렉스(SelfRX)'를 론칭</li> </ul>

Source: 각 사, 언론보도 종합

## ISSUE 2. 건강기능식품 기업 간 원료 독점권 확보 경쟁

다수 기업이 건강기능식품 관련 사업을 확대하면서 경쟁 환경이 심화되고 있고, 소비자의 건강기능식품 관련 니즈가 다양화되면서 건강기능식품 기업의 전문성이 대두되고 있음. 이 같은 상황에서 각 업계는 제조사의 전문성과 기술력이 뒷받침되어야 하는 개별인정형 원료 분야에 집중하며 경쟁 우위 확보에 나서고 있음

### 개별인정형 원료의 개념 특징

개념

- 기존에 없던 원료에 대해 제조사가 자체적으로 수년간 연구·개발을 거쳐 원료의 기능성과 기준, 규격 등에 관한 연구 자료를 식약처에 제출해 개별적으로 기능성과 안정성을 인정받은 성분

특징

- 개별인정형 원료의 경우, 식품의약품안전처장으로부터 인정받은 업체가 독점적 지위를 확보하므로 높은 진입장벽이 존재
  - 기능성 원료를 개별인정형 원료로 등록하기 위해서는 기술력·전문성이 요구되며, 물론 상당한 시간·비용이 소모
- 신규 원료를 발굴할 경우, 국내에서 6년간 원료 독점권을 인정받을 수 있음
  - 고품질의 개별인정형 원료를 기반으로 제품 라인업을 세분화하여 차별화된 건강기능식품 제품 개발이 가능하며 대형 고객사 확보가 가능

Source: 식품의약품안전처, 언론보도 종합

### 주요 기업의 개별인정형 원료 개발 현황

**노바렉스** 노바렉스는 기능성 원료 및 개별인정형 원료 중심의 건기식 연구개발 및 ODM·OEM 생산방식을 병행하는 기업. '21년 12월 기준 루테인지아잔틴, 잔티젠, 락티움, 회화나무 열매 추출물 등 개별인정형 원료 37건을 확보하고 있으며 유산균, 비타민·미네랄, 뼈 건강, 눈 건강 등에 관한 제품 포트폴리오를 보유

**콜마비엔에이치** 콜마비엔에이치는 최근 개발한 루바브뿌리추출물이 식품의약품안전처로부터 갱년기 여성 건강에 도움을 주는 개별인정형 원료로서 허가를 인정받음

**프롬바이오** 프롬바이오는 신규 개별인정형 원료 발굴을 위해 식품, 바이오, 의약 등 3개 연구소에서 분야별 R&D를 지속 추진 중. 프롬바이오는 보스웰리아 추출물, 매스틱 검, 와일드망고종자 추출물 등의 원료를 보유. '21년 10월 기준 갱년기 여성 건강, 피부 건강, 요로 건강 등 기능성 원료에 대한 심의 절차를 진행 중

**코스맥스엔비티** 코스맥스엔비티는 5년 여간 기능 소재 발굴, 동물실험, 인체 임상실험 등 독자적 기능 소재 연구·개발에 과감한 투자를 지속해온 가운데, '19년 11월, 여성질건강 유산균 '리스펙타', '20년 5월 천연물소재 '아가트리', '20년 11월 관절건강 원료 '타히보' 등에 대한 특허권을 확보. 코스맥스엔비티는 다양한 소재 개발 및 건기식 해외 판매 활성화에 박차

**hy(구 한국아쿠르트)** hy는 미국 식품의약국(FDA) 신규 건강식품원료로 승인받아 체지방 감소와 피부 건강 유지의 기능성 프로바이오틱스 2종 HY7601, HY7714 특허를 획득. hy는 전용 브랜드 hyLabs를 통해 중근당건강, 뉴트리 등 B2B 사업 활성화 공략과 북미 시장으로의 진출 추진

**아모레퍼시픽** 아모레퍼시픽은 '21년 6월, 체지방 감소에 도움을 주는 '녹차 유산균주 독점 원료 특허권'을 미국 FDA(식품의약국)의 NDI(New Dietary Ingredient)에 등재 시키는 데 성공하고, 자사 브랜드 큐브미에 적용해 시장 공략

Source: 언론보도 종합

## ISSUE 3. 화장품업계, 이너뷰티 중심의 건기식 사업 전개

빠르게 변하는 시장 흐름 및 소비자 니즈를 모니터링하여 제품을 출시하는 데 강점을 보유한 화장품업계는 소비자 라이프스타일에 맞춰 이너뷰티 관련 제품으로 건강기능식품 시장 공략에 박차. 한편 셀프 메디케이션 트렌드가 지속되고 소비자 식습관 변화가 이어지면서 이너뷰티 시장 성장세는 지속될 것으로 전망

### 기능성 원료를 함유한 이너뷰티 제품 출시 확대

- 건강·면역력 관리에 대한 소비자들의 관심이 증대되며 스스로 건강을 챙기려는 셀프 메디케이션(Self Medication) 트렌드가 확산
- 화장품업계는 소비자 취향 및 라이프스타일에 맞춰 이너뷰티 형태 제품을 개발하고, 소비자 세그멘테이션별 타겟팅 전략으로 시장 공략
  - 피부 손상·탄력, 주름 개선, 소화 기능, 면역력 강화 등 특정 건강 관리에 도움 주는 기능성 원료 함유 제품으로 시장 공략에 박차

#### 이너뷰티란?

이너뷰티(Inner beauty)는 먹는 화장품을 통칭하는 의미로 화장품을 바르는 방법으로 피부를 일시적으로 좋게 만드는 것이 아닌 식생활 습관 개선을 통해 아름다움을 찾는 것을 의미

국내 이너뷰티 시장 규모 추이 및 전망



### 국내 화장품 기업의 이너뷰티 관련 사업 전개 현황

#### 아모레퍼시픽 ‘바이탈뷰티’·‘큐브미’

’20년 9월 아모레퍼시픽은 헬스케어 부서를 새롭게 신설하고 건강기능식품 브랜드 바이탈뷰티와 큐브미 중심으로 사업 강화. 자체 개발한 콜라겐 소재를 활용한 제품 ‘슈퍼콜라겐 에센스’, ‘콜라겐큐브 퍼스트’를 출시

#### 토니모리 ‘메가코스바이오’

’17년 토니모리는 메가코스바이오를 설립하고 건강기능식품 시장 진출 발판을 마련. 천연물 발효 소재 활용 제품을 비롯 이너뷰티 등에 개발·제조 사업에 집중

#### 클리오라이프케어 ‘트루알엑스’

클리오는 자회사 클리오라이프케어를 통해 ’21년 4월 건강기능식품 전문 브랜드 ‘트루알엑스’를 론칭하고, ‘리치 콜라겐’, ‘지노 프로바이오틱스’ 등의 제품군을 통해 2030 여성을 주력 타겟 소비자 대상으로 사업 확장

#### 뉴스킨 ‘파마넥스’

뉴스킨의 건강기능식품 브랜드 파마넥스는 ‘멀티+뷰티’를 출시. 항산화 비타민을 비롯 자외선에 의한 피부 손상 방지에 도움이 되는 로즈마리자몽추출복합물을 함유한 제품으로 피부 탄력에 관심이 많은 소비자를 타겟

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: ‘국내 이너뷰티 시장 규모 추이 및 전망’은 업계 추정

## ISSUE 4. 국내 건강기능식품 기업의 해외 시장 진출 확대

코로나19의 글로벌 팬데믹으로 건강기능식품 산업 성장 가속화되며 국내 기업은 해외 시장으로의 진출을 확대. 국내 건강기능식품 관련 기업은 성장 잠재력이 비교적 높다고 판단되는 중국·호주·미국 등지로 해외 사업 확장을 본격화하며 현지 고객 확보 및 매출처 다변화를 위해 힘쓰고 있음

### 국내 주요 건강기능식품 기업의 해외 시장 진출 현황

기업명	국가·권역	내용
콜마비엔에이치	중국 호주 뉴질랜드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콜마비엔에이치는 자체 개발한 면역력 강화 제품 헤모힘이 중국에서 인기를 끌자 '20년 6월 자사 중국 현지에 강소콜마와 연태콜마를 설립한 뒤, '21년 중국 현지 공장을 본격 가동하고 시장 공략에 박차</li> <li>- 강소콜마는 '21년 5월 중국 아이니더 생물약유한공사와 업무협약을 체결. 아이니더 생물약유한공사는 식품, 보건식품, 의약품, 화장품 등을 판매하는 기업으로 중국 내 확고한 유통망을 보유. 아이니더 생물약유한공사와 업무협약을 체결하여 현지 연구·개발부터 생산, 제조 등 ODM 관련 경쟁력을 확충</li> <li>• 콜마비엔에이치 세종공장은 호주연방의약품관리국(TGA)로부터 우수 의약품 제조 및 품질관리 기준인 GMP 인증을 획득하여 인증을 기반으로 호주·뉴질랜드 오세아니아 권역으로 진출할 예정</li> </ul>
종근당건강	중국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 종근당건강은 '19년 청도법인을 설립. '20년 9월 중국 화장품·생활용품 기업 신생활그룹 건강식품사업부와 협약을 맺고 중국 상하이, 장쑤성, 저장성, 산둥성, 지린성 등 주요 지역 내 대형마트 및 코스트코에서 락토픽 판매를 위한 오프라인 매장을 확보하고 중국 시장을 적극 공략</li> <li>- '94년 설립된 신생활그룹은 화장품, 건강식품, 생활용품을 판매하는 기업이며, 중국 전 지역에 걸쳐 75개 지사와 5,000여 개 매장을 운영하는 등 폭넓은 유통망 보유하고 있으며 종근당건강은 신생활그룹 유통 채널을 기반으로 중국 현지 전용 락토픽 2종(패밀리, 베베)를 판매 중</li> <li>- 종근당건강은 '21년 7월 중국 온라인 플랫폼 기업 이씨모호(ECMOHO)와 전략적 제휴를 체결하고, 중국 건강기능식품 관련 이커머스 시장으로의 진출 발판을 마련. 이씨모호가 보유한 온라인 커머스 네트워크를 활용하여 중국 전역에 프로바이오틱스와 락토픽 등의 제품 판매를 개시</li> </ul>
종근당바이오	호주 싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 종근당바이오는 '19년 4월 호주 '퍼시픽블루헬스(Pacific Blue Health)'라는 현지법인을 설립하고 주력인 프로바이오틱스 뿐만 아니라 여성 건강 및 호르몬 균형 보조제, 피부질환 보호, 과민 대장성 증후군 완화에 도움을 주는 건강기능식품까지 출시하며 사업 본격화</li> <li>• 종근당바이오는 '20년 하반기 프로바이오틱스 브랜드 '유거스'를 본격적으로 생산 확대하기 시작하고 더불어 싱가포르에서 제품 판매 개시</li> </ul>
뉴트리	중국 동남아 미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뉴트리는 이너뷰티 제품 에버콜라겐을 '19년 중국식약처(CFDA)에 보건식품 허가를 받고 시장 진출 본격화. 이후 중국 대형 홈쇼핑 채널에 론칭한 뒤, 온라인 커머스로 유통 채널을 확장. 자사의 온라인 D2C 모델을 통해 해외 역직구 형태로 '20년 2분기 베트남 시장과 '20년 3분기 태국 시장에 진출</li> <li>• '20년 3분기 미국 아마존에서 테스트 판매를 실시하고 '22년 아마존 정식 판매를 위한 승인을 준비 중</li> </ul>
노바렉스	미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 노바렉스는 '19년 해외 진출을 본격화하고 '22년 현재 미국 Mannatech, 미국 Now, GNC, 글로벌 암웨이 등 해외 고객 수주 확보</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# Contents

	Page
I. 건강기능식품 시장 Overview	2
II. 국내 건강기능식품 시장 현황	7
III. 건강기능식품 시장 주요 이슈	14
IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향	19
V. 결론 및 시사점	27

# M&A 》 국내 건강기능식품 관련 M&A 현황 (1/2)

최근 건강기능식품의 높은 성장성과 맞물려 건강기능식품·제약·식품 관련 기업은 자사와 시너지를 발휘할 수 있는 기업을 발굴해 M&A(인수·합병)를 추진하며 역량을 강화 중. 이들 기업은 M&A를 바탕으로 건기식 시장 내 비즈니스를 다각도로 확장하며 주도권을 확대하기 위해 적극적 행보를 보일 것으로 예상

업종	인수 기업	피인수 기업	시기	금액 (억 원)	내용
건강기능식품	에이치피오	비오팜	'20.07	60	<ul style="list-style-type: none"> <li>프리미엄 건강기능식품 브랜드 덴프스(Denps)를 보유한 에이치피오는 건강기능식품 회사 비오팜 지분 25%를 '19년 10월 인수한 데 이어 '20년 7월 추가 지분 25% 획득하고 자회사로 편입하며 지분 50%를 최종 확보</li> <li>- 비오팜은 '02년 설립된 건강기능식품 전문 OEM 업체로 글로벌 생산 시설을 보유. 에이치피오는 비오팜 인수를 통해 원료와 생산 R&amp;D 기능을 강화하고 직접 해외 생산시설 운영 역량을 확보해 글로벌 사업 확장 발판을 마련</li> </ul>
제약·바이오	아미코젠	비피도	'21.07	601	<ul style="list-style-type: none"> <li>아미코젠은 특수 효소·항생제 사업에 집중하고 있는 바이오 관련 기업으로, 마이크로바이옴 분야 국내 1호 상장 기업 비피도 지분 30%를 601억 원에 취득하며 실질적 경영권을 인수</li> <li>비피도는 사람 유래 기능성 비피도박테리움 분야에 대한 기술력을 보유하고 있음. 아미코젠은 비피도와 건강기능식품 소재 분야에서 시너지를 발휘해 시장 지배력을 강화하는 한편 차세대 개발 사업을 가속화할 수 있을 것으로 기대</li> <li>- 아미코젠은 콜라겐, N-아세틸글루코사민(연골건강 및 피부 보습), 피니톨(간 건강, 다낭성난소증후군), 곡물발효효소(소화효소, 숙취해소) 등의 소재를 보유하고 있으며, 비피도는 BGN4, BORI, ADO11를 비롯 약 80여 개의 독자적 특허군주를 보유</li> </ul>
	이원다이애그노믹스(EDGC)	Natural Life Nutrition (캐나다)	'21.07	500	<ul style="list-style-type: none"> <li>이원다이애그노믹스(EDGC)는 유전체 기반 질병 진단·분석 기술력을 보유하고 있는 국내 기업으로, 캐나다의 건강기능식품 제조·판매업체 내추럴라이프뉴트리션(Natural Life Nutrition)을 인수하며 국내외 맞춤형 건강기능식품 시장 진출 발판을 마련. 아울러 EDGC는 내추럴라이프뉴트리션이 보유한 주요 유통 채널에 제품을 공급하며 국내 유통망을 확장하고, 유전자 정보 기반 맞춤형 제품으로 글로벌 건강기능식품 시장 공략을 목표</li> <li>- 내추럴라이프뉴트리션은 OEM·ODM 제품 대량생산이 가능한 GMP(우수건강기능식품제조기준) 인증 공장을 구축해두고 있으며, 홈쇼핑·면세점·온라인 등 폭넓은 유통망을 보유</li> </ul>
	대원제약	극동에치팜	'21.05	141	<ul style="list-style-type: none"> <li>대원제약은 건강기능식품 OEM 기업 극동에치팜 지분 83.5%를 인수하며, 시장 진출 기회 및 사업 포트폴리오 다변화하기 위한 초석을 마련. 대원제약은 이번 인수를 계기로 건강기능식품 분야를 신성장동력으로 두고 경쟁력을 강화하며 관련 사업을 지속 확장할 계획</li> <li>- 극동에치팜은 건강기능식품 관련 특허 및 별도 생산공장을 구축하고 있는 업체</li> </ul>

Source: 각 사 공시자료, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: '업종'은 인수 기업이 속한 업종 기준

## M&A 》 국내 건강기능식품 관련 M&A 현황 (2/2)

최근 건강기능식품의 높은 성장성과 맞물려 건강기능식품·제약·식품 관련 기업은 자사와 시너지를 발휘할 수 있는 기업을 발굴해 M&A(인수·합병)를 추진하며 역량을 강화 중. 이들 기업은 M&A를 바탕으로 건기식 시장 내 비즈니스를 다각도로 확장하며 주도권을 확대하기 위해 적극적 행보를 보일 것으로 예상

업종	인수 기업	피인수 기업	시기	금액 (억원)	내용
제약·바이오	아이큐어	바이오로제트	'19.12	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>경피약물전달시스템 전문 제약사 아이큐어는 건강기능식품 OEM·ODM 기업 바이오로제트 지분 80%를 인수. 아이큐어는 바이오로제트 인수를 통해 건강기능식품 개발을 자체 진행하고 해외 시장 진출을 계획 중</li> <li>- 바이오로제트는 '86년 설립된 액상·정제·분말·젤리 등 다양한 제형의 건강기능식품을 개발·생산할 수 있는 공장을 구축해두고 있으며, 전 생산 라인에 대해 HACCP(식품안전관리인증)을 획득</li> </ul>
식품 제조업	CJ제일제당	Batavia Biosciences (네덜란드)	'21.12	2,630	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CJ제일제당은 네덜란드 바이오 위탁개발 생산 기업 바타비아 바이오사이언스(Batavia Biosciences) 지분 75.82%를 인수. 바타비아 바이오사이언스는 바이러스 백신·백터 관련 핵심 기술과 제조 역량을 보유</li> <li>· CJ제일제당은 바타비아 바이오사이언스 인수로 글로벌 유전자 치료 위탁개발 생산 시장에 진입한 가운데, 세포·유전자 신약 개발을 기반으로 식품이나 유산균 등의 건강기능식품 부문과 맞춤형 건강 제품에서 시너지 효과를 도모 가능할 것으로 기대</li> </ul>
		천렵	'21.10	983	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CJ제일제당은 생명과학정보 기업으로 인체의 미생물과 유전자를 뜻하는 마이크로바이옴을 정밀하게 분류할 수 있는 기술을 보유한 천렵 지분 43.99%를 인수.</li> <li>· CJ제일제당은 새롭게 인수한 천렵과 기존에 보유 중인 의료·제약 자원을 통합하여 '22년 1월 제약·헬스케어 전문 자회사 'CJ바이오사이언스' 출범. CJ바이오사이언스는 분석 역량과 빅데이터를 접목하여 차세대 마이크로바이옴 개발에 주력하고 향후 맞춤형 건강기능식품 분야로 확장할 계획</li> </ul>
	대한제분	헬스밸런스	'21.10	600	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 밀가루 브랜드 '곰표'로 알려진 대한제분은 사모펀드 운용사 스톤브릿지캐피탈과 컨소시엄을 구성하고 건강기능식품 기업 헬스밸런스 인수에 참여. 헬스밸런스는 홍삼 제품 관련 '천지양', 다이어트 관련 '슬림엣지' 및 '라이프에버'를 주력으로 하는 건강기능식품 기업. 대한제분은 헬스밸런스가 가진 건강기능식품 관련 제품을 통해 건기식 포트폴리오를 확장하여 관련 사업을 확대하고 수익 다변화를 목표</li> </ul>
기타	민앤지	바이오일레븐	'21.05	155	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 웹·모바일 정보 보안 인증 솔루션, 데이터를 활용한 의료 관리 솔루션 서비스를 제공하는 민앤지는 '16년 8월, 사업 다각화 목적으로 프로바이오틱스 전문 기업 바이오일레븐 지분 10.9%를 취득했으며, '21년 5월 155억 원의 자금을 투입해 총 지분율을 29.11% 확보. 민앤지는 바이오일레븐에 대한 지배력을 강화하고 사업 다각화를 통한 기업가치 증대 효과를 기대</li> <li>- 바이오일레븐은 프로바이오틱스 브랜드 '드시모네'를 보유한 기업으로 헬스케어, 신약 개발, 건강기능식품 사업 등을 전개</li> </ul>

Source: 각 사 공시자료, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: '업종'은 인수 기업이 속한 업종 기준

#### IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향

## 투자 》 국내 건강기능식품 관련 투자 현황 (1/2)

주요 투자자들은 기존 자사가 보유한 핵심 역량과 시너지를 낼 수 있는 건강기능식품 관련 기업에 관심을 보이며 관련 기업에 대한 투자 및 경영권 인수를 활발히 추진 중. 이를 통해 주력 사업 범위를 확장하거나 포트폴리오 다변화를 꾀하는 모습이 관찰됨

투자 대상	주력 분야	투자자	투자 시기	투자 금액	내용
엔라이즈 (구 승명)	건강기능식품 브랜드	CJ온스타일, 프렉시스캐피탈 파트너스	'21.11	130억 원 580억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CJ온스타일은 프렉시스캐피탈파트너스와의 전략적 협업을 통해 엔라이즈(NLIZE)의 바이아웃(Buy-out, 경영권 인수) 뒤에 전략적 투자자로 참여</li> <li>- 엔라이즈는 더리얼(The Real), 네추럴라이즈(Naturalize) 등의 건강기능식품 브랜드를 보유한 해외 OEM 네트워크 기반의 건강기능식품 브랜드 기업</li> <li>- CJ온스타일과 프렉시스캐피탈파트너스는 PB 제품을 공동 개발하는 등 상품 경쟁력을 더욱 강화하고 엔라이즈의 강점인 해외 OEM 네트워크를 활용하여 다양한 유통 채널에 입점 계획</li> </ul>
모노랩스	맞춤형 건강기능식품	이마트 TBT 카카오인베스트먼트	'20.12	77억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모노랩스는 이마트와 TBT, 카카오인베스트먼트로부터 전략적 투자를 유치. '19년 한국콜마홀딩스로부터 시드 투자 유치 후, 후속 투자로 메인스트리트 인베스트먼트, 카카오인베스트먼트, TBT, 이마트가 참여하며 총 77억 원 규모의 프리 시리즈 A 투자를 받음</li> <li>- 모노랩스는 AI 추천 개인 맞춤형 건강기능식품 구독 서비스 '아이엠(IAM)'을 론칭</li> <li>- 모노랩스는 '20년 4월 건강기능식품 소분 판매 규제 특례 대상 사업자로 선정되어 국내에서 유일하게 약국과 직영 매장을 동시에 운영 가능함. 이마트와 협력하여 성수점에 1호 매장을 오픈하였고, 신촌 독수리약국에서도 시범 운영할 예정</li> </ul>
내츄럴엔도텍	건강기능식품 원료	서흥 유한양행 유한건강생활	'20.06	240억 원 110억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 서흥, 유한양행, 유한건강생활은 내츄럴엔도텍의 경영권을 획득</li> <li>- 내츄럴엔도텍은 갱년기 증상 완화에 탁월한 효능을 보이는 백수오를 기반으로 건강기능식품을 생산하는 기업으로 '15년 가짜 백수오 논란으로 이미지 타격 받음</li> <li>- 서흥, 유한양행, 유한건강생활은 내츄럴엔도텍의 R&amp;D 기술력, 전사적 역량을 기반으로 백수오를 원료로 하여 만든 갱년기 건강기능식품을 출시할 예정</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

#### IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향

## 투자 》 국내 건강기능식품 관련 투자 현황 (2/2)

건강기능식품 시장이 확대되며 국내외 재무적 투자자(FI, Financial Investors)의 관심이 증대. 주요 재무적 투자자는 개인 맞춤형 건강기능식품 서비스를 제공하는 디지털 헬스케어 기업에도 활발한 투자를 추진하는 모습이 관찰됨

투자 대상	주력 분야	투자자	투자 시기	투자 금액	내용
퍼플랩스 헬스케어	건강기능식품 이커머스	뮤렉스파트너스 라이트하우스 콜마비엔에이치	'21.12	200억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 퍼플랩스 헬스케어는 '19년 라이트하우스, 뮤렉스파트너스, 콜마비엔에이치로부터 100억 원 규모의 시리즈 A 투자를 받았으며, '21년 12월 추가 투자 유치</li> <li>- 퍼플랩스 헬스케어는 다이어트 식품 '세리박스'와 건강기능식품 '닥터프리오'를 운영하는 디지털 헬스케어 기업으로 이번 투자를 통해 디지털 역량을 기반으로 푸드커머스 플랫폼을 론칭할 계획</li> </ul>
필라이즈	건강기능식품 플랫폼	리드로 패스트벤처스 넥스트랜스 프라이머 마일스톤벤처	'21.10	30억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 실리콘밸리 VC인 스트롱벤처스의 리드로, 패스트벤처스, 넥스트랜스, 프라이머, 마일스톤벤처파트너스 등 유수 투자자가 필라이즈 시드 투자에 참여</li> <li>- 필라이즈는 각 개인에게 맞는 건강기능식품을 검색·분석·복용할 수 있게 도와주는 영양제 분석 스타트업으로 금번 투자를 기반으로 플랫폼 출시에 박차를 가할 예정</li> </ul>
킵더허들	맞춤형 건강기능식품	중소기업진흥공단 BNK벤처투자	'21.09	25억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 킵더허들은 '21년 1월 시리즈벤처스, BNK벤처투자, 중소기업은행에서 35억 원 규모의 시리즈 A 투자를 받은 데 이어, 같은 해 9월 중소기업진흥공단과 BNK벤처투자로부터 프리 시리즈 B 투자 유치</li> <li>- 바이오 기업인 킵더허들은 '21년 고객에게 적합한 건강기능식품을 선별하여 소분 판매하는 서비스인 '핏타민'을 론칭함. 금번 투자를 통해 킵더허들은 건강기능식품 생산·유통을 뛰어넘어 디지털 헬스케어 영역으로 확장 계획</li> </ul>
케어워드	맞춤형 건강기능식품	CJ제일제당 삼성벤처투자 하나벤처스 타임와이즈 스프링캠프	'21.07	40억 원	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 케어워드는 개인 맞춤형 건강기능식품 정기배송 서비스를 제공하는 '필리'의 운영사로 CJ제일제당, 삼성벤처투자, 하나벤처스, 타임와이즈, 스프링캠프로부터 40억 원 규모 시리즈A 투자 받음</li> <li>- 필리는 개인별로 필요한 영양성분을 추천하고 맞춤형 제품을 정기배송해주는 업체. CJ제일제당은 케어워드와 업무협약을 체결하고 맞춤형 건강기능식품 관련 비즈니스 모델을 강화하며 온라인 사업 전문성을 확보해 나가는 것을 목표</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# Case Study 》 M&A를 통한 건기식 시장 내 경쟁력·지배력 강화 (1/2)

전략적 투자자는 기존 자사가 보유한 핵심 역량과 시너지를 낼 수 있는 건강기능식품 시장에 주목하고 M&A를 적극 추진 중. 이들 기업은 건강기능식품 OEM·ODM, 원료 및 기술 보유 기업 인수를 통해 주력 사업 범위를 확장하거나 포트폴리오 다변화, 신시장 개척에 나서고 있음

유형 ① 건강기능식품 시장 진출 역량 확보	유형 ② 소재·원료 확보 통한 지배력 강화	유형 ③ 맞춤형 건강기능식품 등 신시장 개척
<p>제약</p> <p>2021.05 지분율 83.5%</p> <p>건강기능식품 OEM</p> <p>대원제약 → 극동에치팜</p> <p>인수 기업 → 인수 대상 기업</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>극동에치팜은 건강기능식품 OEM 기업으로 제조 공장과 제조기술 관련 특허를 보유</li> <li>지엔엠라이프 및 에이치엘사이언스 등 주요 고객사를 확보('21년 5월 기준)</li> <li>극동에치팜 인수로 건기식 관련 제품 포트폴리오 확장을 통한 사업 다각화 추진, 자사 제품 및 영업망을 활용한 시너지 효과가 기대</li> <li>대원제약은 '17년 프로바이오틱스 유산균 '장대원'을 출시하며 건강기능식품 시장에 진출한 바 있음</li> </ul>	<p>건강기능식품 소재·기술</p> <p>2021.07 지분율 30%</p> <p>건강기능식품 소재·기술</p> <p>아미코젠 → 비피도</p> <p>인수 기업 → 인수 대상 기업</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>아미코젠은 비피도박테리움 관련 독보적 기술력을 가진 비피도 지분 인수를 통해 국내외 건강기능식품 시장 지배력 강화를 목표</li> <li>아미코젠은 양사가 가진 제품 기술력 및 유통망을 활용해 맞춤형 건강기능식품 사업과 마이크로바이옴 진단 부문에서의 입지를 강화하고 글로벌 시장 진출을 가속화할 계획</li> <li>아미코젠은 콜라겐, N-아세틸글루코사민(연골 건강, 피부 보습), 피니톨(간 건강, 다낭성난소증후군), 곡물 발효효소(소화효소, 숙취해소) 등의 소재를 보유. 비피도는 류마티스 관절염 및 프리바이오틱스 관련 특허군주 다수 보유</li> </ul>	<p>유전체 분석</p> <p>2021.07 지분율 50%</p> <p>건강기능식품 OEM·ODM</p> <p>EDGC → Natural Life Nutrition (캐나다)</p> <p>인수 기업 → 인수 대상 기업</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>이원다이애그노믹스(EDGC)는 자사의 DTC(소비자직접의뢰) 서비스를 건강기능식품 사업에 접목해 '개인별 맞춤형 건강기능식품' 신시장 개척을 목표 중이며, 점차적으로 자사 국내외 유통망을 통한 공급 확대 방안을 계획</li> <li>내추럴라이프뉴트리션은 오메가3, 프로바이오틱스, 비타민 관련 건강기능식품과 GMP(우수건강기능식품제조기준) 공장, 한국·북미 유통망을 보유</li> </ul>

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# Case Study 》 M&A를 통한 건기식 시장 내 경쟁력·지배력 강화 (2/2)

제약업계는 건강기능식품 관련 기술력·원료 측면에서 전문성을 보유하고 있어, 제약 기업이 건기식 관련 분야로 진출 시, 타 업계 대비 시장 내 안정적 입지를 확보하는 데 유리하게 작용 가능. 국내 제약 기업 휴온스는 건강기능식품 기업에 대한 M&A를 지속 추진함으로써 건기식 밸류체인 확장 및 시장 경쟁력을 강화

### 휴온스의 건강기능식품 관련 M&A 동향

- 휴온스는 '65년 광명약품공업사로 설립
- '03년 '휴온스'로 사명 변경
- 건강기능식품 분야로의 영역 확장 및 안정적 수익원 확보 위해 관련 기업 M&A를 강화

피인수 기업	시기	피인수 기업 분야
휴베나	'08.12	의료용기
KDR (현 휴온스메디케어)	'10.07	소독제
휴메딕스	'10.08	에스테틱 및 생체고분자 응용제품
청호네추럴 (현 휴온스내추럴)	'16.05	건강기능식품
바이오토피아	'16.09	바이오·건강기능식품 원료
성신비에스티 (현 휴온스네이처)	'18.06	홍삼 등 건강기능식품

“기존 전문 의약품부터 미용 성형 시장에 이르기까지 폭넓은 포트폴리오를 구축해 빠른 성장세를 이룬 휴온스는 M&A를 통해 건강기능식품 시장 진출 및 사업 영역을 넓히며 밸류체인 확장”



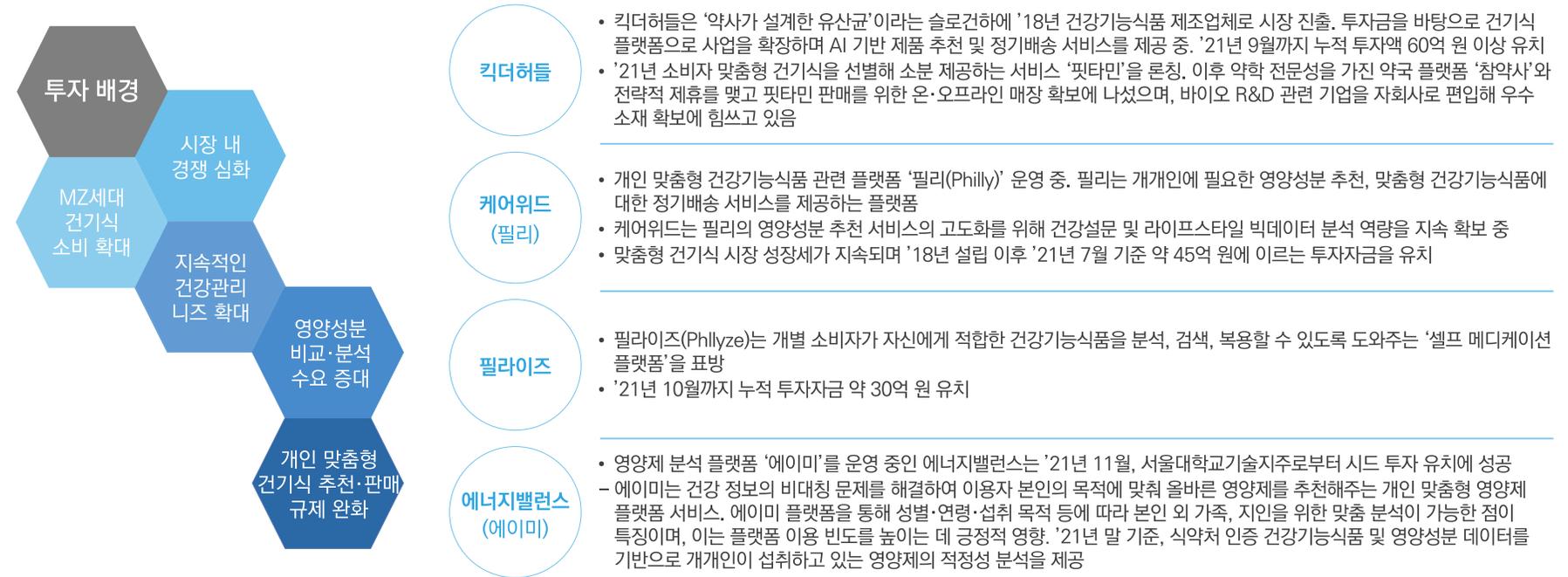
- ▶ **휴온스내추럴은 M&A로 이너뷰티 중심의 건기식 원료·제품 개발, 유통망을 확대하며 관련 사업 확장**  
 - '17년 발효허니부쉬추출물(HU-018)에 대해 개별인정 획득 후, 식물성 이너뷰티 브랜드 '이너셋 허니부쉬' 론칭. 또한 갱년기 유산균 및 항알러지 제품 등으로 사업 확장. 자사 온라인몰 '이너셋몰' 및 오프라인으로 제품 공급 확대
- ▶ **휴온스네이처는 홍삼 제품을 중심으로 국내 건강기능식품 시장에서 입지 강화 목표**  
 - '20년 온라인몰 '트리뮤몰' 구축하고 인삼·홍삼 제품 관련 국내 유통망을 확장하는 한편 자사 해외 사업 네트워크를 바탕으로 홍삼 제품의 글로벌 시장 진출 도모

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## Case Study 》 건강기능식품 관련 플랫폼에 집중되는 투자

건강기능식품 관련 소비자 니즈의 세분화로 건기식 플랫폼이 부상 중이며, 주요 투자자는 이들 플랫폼에 주목하고 투자를 집중. 주요 건강기능식품 플랫폼은 투자금을 기반으로 AI 기반 맞춤형 제품 추천 및 정기배송 서비스, 영양성분 비교·분석 등 사업 영역을 확장하며 디지털 헬스케어 커머스로 도약하고 있음

### 건강기능식품 플랫폼 투자 확대 배경 및 주요 건기식 플랫폼 현황



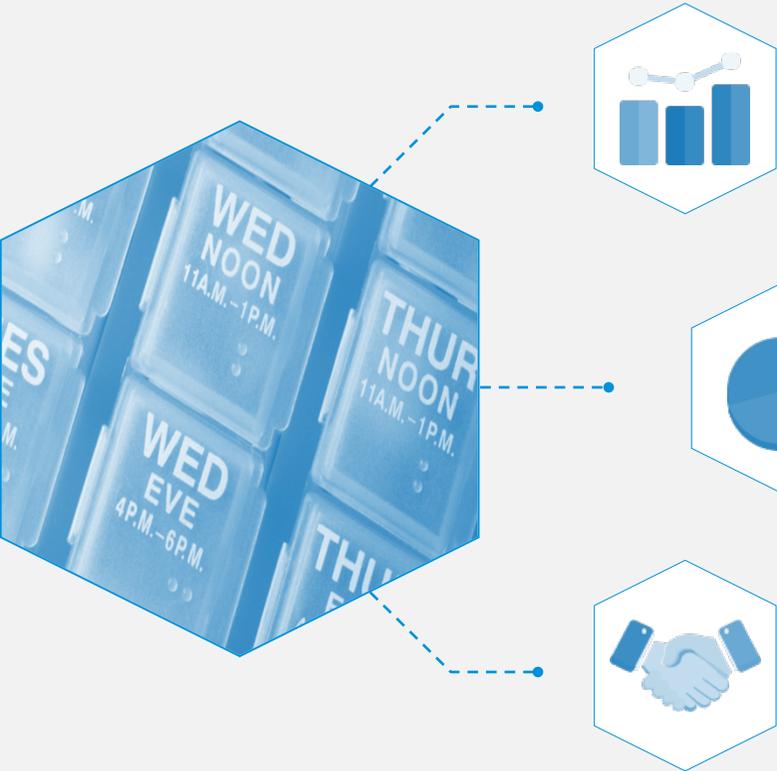
Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# Contents

	Page
I. 건강기능식품 시장 Overview	2
II. 국내 건강기능식품 시장 현황	7
III. 건강기능식품 시장 주요 이슈	14
IV. 국내 건강기능식품 관련 투자 동향	19
V. 결론 및 시사점	27

# Key Takeaways (1/2)

## 건강기능식품 시장 환경 변화



**수요 확대 및 시장 성장세 지속**

- 셀프 메디케이션 트렌드 확산, 건강·면역력 관리에 대한 소비자 관심이 증대
- 건강기능식품 판매 관련 규제가 점차 완화되면서 시장 성장세 지속 전망

**기업 간 경쟁 심화**

- 식품·제약·화장품·유통 등 다양한 산업에서 건강기능식품 시장 진출 가속화하며 경쟁 심화

**성장동력 확보 기회 모색**

- 국내 건강기능식품 기업의 해외 진출 확대
- 건강기능식품 관련 M&A 시장 활성화 예상

Source: 삼정KPMG 경제연구원

# Key Takeaways (2/2)

## 건강기능식품 시장 환경 변화에 따른 기업의 대응 전략

<p><b>건강기능식품의 제형·품목·채널 다변화 트렌드 및 소비자 니즈를 세밀하게 모니터링하고 자사만의 비즈니스 영역 구축하여 시장 선점</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 건강기능식품은 이너뷰티·건강음료 등으로 카테고리 확장, 액상형·스틱형 등 제품 형태의 다양화가 진전. 건강기능식품은 보다 보편화된 기능성 식품으로 진화되어 갈 것으로 예상되는 가운데, 국내 기업은 이 같은 시장 특성을 이해하고 자사가 보유한 역량을 바탕으로 판매 채널 및 서비스·제품 다변화 모색</li> </ul>
<p><b>신성장동력 확보 필요성 증대 ... 경쟁 우위 확보 위해 밸류체인 확장 등 지속적 노력 필요</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ‘기능성 원료 개발 - 고품질 제품 생산 - 온·오프라인 유통’에 이르는 건강기능식품 시장 밸류체인 전반에 대한 역량을 제고하며 시장 지배력을 강화해야 함</li> <li>✓ 특히 제품·원료 기술력이 시장 선점에 중요한 요소가 될 것으로 보이는 가운데, 기업들은 원료 R&amp;D(연구·개발)에 투자를 지속하고 독점적 특허 등으로 경쟁 우위 확보 가능</li> </ul>
<p><b>아시아 및 북미 지역의 건강기능식품 시장, 비교적 높은 성장 잠재력 보유 ... 해외 진출 확대 검토 가능</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 타깃 국가·권역 소비자 및 시장 환경에 대한 정확한 이해를 바탕으로 Go-to-market 전략 정교화 필요</li> <li>✓ 현지 GMP(우수건강기능식품제조기준) 인증 기준에 부합하는 건강기능식품 생산공장 보유 기업, 온·오프라인 유통망을 폭넓게 확보하고 있는 기업 등과의 업무협약 체결 혹은 M&amp;A를 통해 해외 건강기능식품 시장에서 안정적 입지 구축 가능</li> </ul>
<p><b>건강기능식품 관련 M&amp;A 시장의 활발한 흐름세가 예상됨에 따라 기업들은 시장 성숙도를 고려하여 중장기적·구조적 관점에서 전략적 M&amp;A 및 투자 추진</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ M&amp;A 니즈가 있는 기업의 경우, 건강기능식품 시장 및 M&amp;A 흐름에 대한 지속적 모니터링과 함께 M&amp;A 매물에도 예의주시하며 기회 포착</li> <li>✓ 기능성 원료·맞춤형 제품 개발 관련 기술력 보유 기업, 건기식 플랫폼 업체 등 자사와의 시너지 창출이 가능한 기업을 발굴하고, 투자 대상 기업 현황에 대한 정확한 진단을 기반으로 전략적 투자를 선행</li> </ul>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

# Business Contacts

## 건강기능식품산업 전문팀

### Deal Advisory

윤창규 부대표 T: 02-2112-0995 E: changgyuyoon@kr.kpmg.com	김형천 상무 T: 02-2112-0234 E: hyungchunkim@kr.kpmg.com	이재한 상무 T: 02-2112-7062 E: jlee66@kr.kpmg.com
--	---	---

### Audit

신장훈 유통·소비재산업 리더, 부대표 T: 02-2112-0808 E: jshin@kr.kpmg.com	한상일 부대표 T: 02-2112-0832 E: sangilhan@kr.kpmg.com	이용호 부대표 T: 02-2112-0677 E: yongholee@kr.kpmg.com	김철 전무 T: 02-2112-0242 E: cheolkim@kr.kpmg.com	이종우 전무 T: 02-2112-0648 E: jongwoolee@kr.kpmg.com
박정수 전무 T: 02-2112-0326 E: jungsoopark@kr.kpmg.com	정창길 전무 T: 02-2112-0246 E: changgiljung@kr.kpmg.com	현윤호 상무 T: 02-2112-0248 E: yhyun@kr.kpmg.com	박관종 상무 T: 02-2112-7403 E: kwanjongpark@kr.kpmg.com	정현진 상무 T: 02-2112-0827 E: hchung@kr.kpmg.com
황구철 상무 T: 02-2112-0293 E: khwang@kr.kpmg.com	김시우 상무 T: 02-2112-0893 E: siwookim@kr.kpmg.com	한진희 상무 T: 02-2112-6876 E: jinheehan@kr.kpmg.com	조일상 상무 T: 02-2112-7916 E: ijo@kr.kpmg.com	도정욱 상무 T: 02-2112-7832 E: jungwookdo@kr.kpmg.com
김수광 상무 T: 02-2112-6798 E: sukwangkim@kr.kpmg.com	김태준 상무 T: 02-2112-7013 E: tkim@kr.kpmg.com			

### kpmg.com/kr

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2022 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.