

西獨에서의 Health foods ②

—Reformhaus를 중심으로—

劉 太 鍾

(高麗大 教授)

西獨의 Health foods 需要動向

1. Reformhaus의 製品構成

Reformhaus의 販賣品目은 Reformhaus製品과 Diet 食品이다.

Reform製品이란 食品에만 한정되어 있는 것이 아니고 健康과 關聯된 厨房用品이나 健康선달과 같은 健康器具類, 담 흡수를 잘하는 속內衣類, 化粧品과 浴劑(목욕할 때 목욕물에

그림 1. Reformhaus의 製品構成

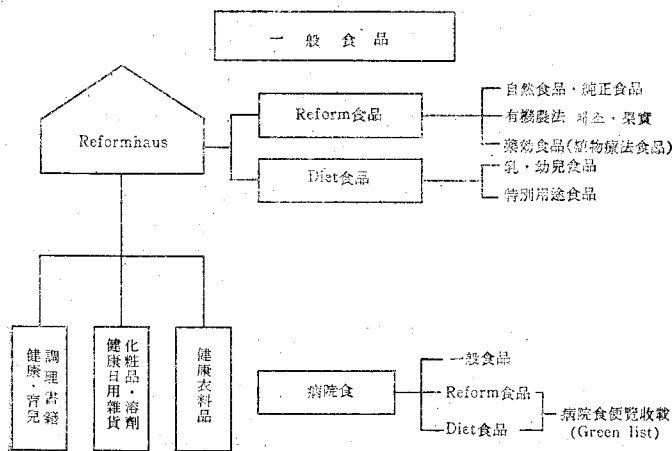


표 1. Reformhaus의 賣場 面積比

1. Reform食品(主·副食, 調味料, 嗜好品)	45%
2. Diet食品	20%
3. 治療用食品(藥草주우스, 天然비타민)	15%
4. 厨房用品(Juicer, 채소切斷機)	3%
5. 日用雜貨, 衣服(건강선달, 內衣)	5%
6. 化粧品, 浴劑	10%
7. 健康·營養·育兒에 關한 書籍	2%

다서 皮膚를 保護하는 것으로 生藥製品이나 海藻製品 등이 있다), 健康·育兒·營養 등에 關한 書籍등 多樣하다.

그 製品構成과 賣場面積比는 그림 1 및 표 1과 같다.

이 賣場面積比와 賣上構成比는 거의 같다고 한다.

Reform食品은 reform 總賣上의 約 45%를 차지하며 高賣上 品目的의 主宗은 主食이다. 즉 빵, 小麥 flake, Oat meal, 麵類 등이다.

그 다음은 天然果汁, 채소주우스, 벌꿀, 植物油, 植物性 Margarine, 잼, 마아마레이드, 채소병

조림, 各種수우프, 香辛料 등의 調味料이다.

農藥殺虫劑를 사용하지 않은 채소와 과일도 진열되고 있다.

Diet食品은 Reform總賣上의 約 20%를 차지하는데 그 中 50%는 乳·幼兒用食品이다. 40%가량이 糖尿病患者用食品을 中心으로 하는 患者用 食品이고 나머지 10%가 強壯食品이다.

患者用食品에는 患者가 아니라도 特殊狀態에 있다고 볼 수 있는 妊産婦, 老人, 스포츠맨用的 食品이 包含되어 있는 것은 흥미있는 일이 아닐 수 없다.

患者用食品으로 잘 팔리고 있는 것은 糖尿病患者用的 甘味料·젤·마아마레이드, 초코레이크, 쿠키와 各種 大豆蛋白食品, 減鹽療法에 쓰이는 各種 無鹽食品과 소금 代替品 등이 라고 한다.

그밖에 Diet食品으로는 心臟·循環器疾患用食品, 肝臟疾患用食品, 胃·腸·胆囊疾患用食品 등이 있다.

強壯食品은 手術後나 病後 體力回復을 도와주는 것, 또는 健康한 사람이라도 보다 나은 體力을 얻기 위해 사용되는 것으로 藥草의 混合에키스가 많다.

다음으로 15%의 賣上을 차지하고 있는 治療用食品은 특별한 藥効를 期待하며 쓰이는 것으로 食品과 醫藥品의 境界에 있는 製品이다.

이들 一部 Diet의 許可를 얻어 Diet Corner에 陳列되고 있는 것도 있으나 대부분은 오랜 경험으로 民間藥으로 사용되어온 藥草類이다.

그 제품에는 한가지 藥草만을 사용한 경우와 십여종을 혼합해서 제조한 것등 종류가 많다.

대개는 주우스나 시럽形인데 Tea bag에 든 것, 목이 아픈 사람을 위한 bon-bon이나 便秘끼가 있는 사람을 위한 시럽등 그 종류가

많고 多樣하다.

特定한 疾患을 가지고 있는 사람이 먹거나 마셔도 그 疾患에 害를 끼치지 않는 食品, 예를 들면 Caffein이 안들어 있는 植物의 茶 등은 醫藥分業이 確立되고 있는 Apotheke라는 藥局에도 陳列販賣되고 있다. 이 Apotheke에는 생마늘을 주렁주렁 매달아 팔고 있는 것도 우리에게 낯설은 일이다.

最近 Reformhaus에서 증가하고 있는 것이 天然비타민·미네랄 關連製品이다.

複合비타민 錠劑나 Capsule로도 판매되고 있는 것은 우리나라와 아주 다른 點이다. 天然칼슘이 들어있는 bon-bon, 小兒用 天然비타민·미네랄이 含有된 시럽, 貧血女性用 天然鐵分이 든 시럽 등도 人氣있는 製品이다.

이들 食品外에도 Reform賣上의 約 20%를 차지하는 것이 健康에 關連된 日用雜貨, 化粧品, 浴劑, 圖書 등이다. 이 化粧品이나 浴劑도 전혀 化學合成品을 안 쓴 天然原料를 사용한 製品인데 점차 그 人氣가 上昇中이라고 한다.

Reformhaus에서 取扱하고 있는 全製品數는 同種類似品을 하나 하나 세면 2,000~4,000品目에 이른다. 한집의 Reformhaus는 최소한 70~80社 以上の Maker製品을 取扱하고 있으며 되도록 同種類似品을 피하고 최소 한도의 Maker로 줄여도 35~40社의 製品을 取扱해야 대중 消費者의 要望에 應할 수 있다고 한다.

食品은 嗜好性이 強해 같은 種類의 것이라도 消費者의 口味가 다르기 때문에 여러가지 구색을 갖추어야 한다고 한다.

2. Reformhaus의 經營과 店內의 layout

Reformhaus의 精確한 賣上을 알기는 어려

우나 Diet食品의 賣上高로 逆算해 보면 年間 約 2,000億원이 넘는 것으로 推算된다. Diet食品의 賣上高는 2億마르크 정도라고 한다.

Reform製品 Maker에서 나오는 製品이라도 Label을 바꾸어 一般食品店이나 슈퍼, 藥局 또는 호텔·레스토랑에서도 판매되고 있는 것이 적지 않다.

Reformhaus의 立地條件은 특별하게 없으나 보통 최저 8,000명에서 15,000명의 人口가 있는 곳이 아니면 經營이 不可能하다고 한다.

München에는 20,000명에 한집꼴로 Reformhaus가 있는 것으로 알려져 있다. Reform食品만으로 生活하고 있는 사람은 西獨人口의 約 2%라고 하며, 定期的으로 購入하고 있는 사람은 約 20%, 때때로 購入하는 사람까지 합하면 全人口의 約 30%에 이른다고 한다.

Reformhaus의 顧客은 固定化되는 경향이 있으므로 人口가 문제되는 것이다.

新興衛星都市에 Reformhaus開店이 늘어난다고 하는데, 固定손님만으로 經營이 제대로 되려면 독일처럼 歷史가 있는 나라에서도 2年間的 努力이 필요하다고 한다. 즉 店主의 信賴性이 經營에 크게 영향을 끼치기 때문이다.

Reformhaus의 營業資格의 1項에 보면 身心이 健康해야 한다고 되어 있는데 經營者가 病弱해서는 消費者에게 說得力이 적을 것은 당연하다.

가게의 크기는 大體로 60m² 가량인데 그 中 營業면적은 50~60%이고, 나머지는 倉庫, 事務室, 店員休憩室 등으로 사용되고 있다.

在庫는 1個月分을 理想目標로 하고 있으며 빠른 것은 月 4回나 回轉하는 製品이 있다고 한다.

治療用食品은 回轉이 늦은 경향이 있다고 한다.

Reformhaus 從業員의 1人當 年間賣上高는

最低가 1,000~1,500만원 이상이어야 한다고 한다.

店舖를 양도하는 경우의 査定基準은 1個月 賣上額이 權利讓渡金에 해당한다고 한다.

Reformhaus의 純利益은 보통 8%前後라고 알려져 있다.

仕込原價率은 65~70%, 經營자의 給料를 포함한 人件費 約 12%, 店舖賃賃料 3~5%, 税金 3.8%, 借入金利子 0.4%, 廣告費(店內裝飾費) 1.1%, 事務用消耗品 3.4% 등이라고 한다.

München所在의 店內 layout를 보기로 들면 그림 2와 같다.

3. Reform食品, Diet食品의 流通 Channel

西獨에 있는 Reform食品, Diet食品의 大部分이 專業 Maker인 것은 하나의 特色이라 볼 수 있다.

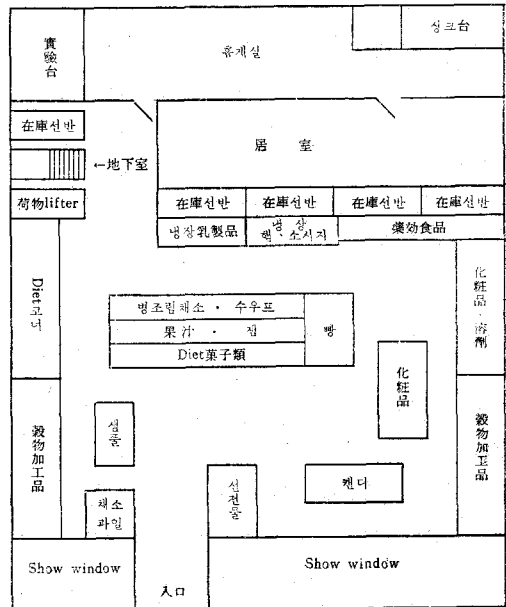


그림 2. Reformhaus layout

어느 Reform專業 Maker는 一般食品 Maker가 食品添加物을 안쓰는 Reform食品을 製造하는 것은 지킬博士와 하이드氏가 같다고 고집고 있다.

兼業을 하고 있는 Maker가 적지 않은데 그 理由의 하나는 大量生産하기 어려운 製品이 많은 것도 하나의 原因이 되고 있는 듯하다.

Reform食品과 Diet食品의 라디오나 TV등 매스컴活動이 거의 없다는 것도 特色이다.

이들 製品이 매스컴을 통해서 팔 성질의 것이 아니라는 것이다. 어디까지나 指導者의 손으로 販賣되어야 한다는 政策이 철저하기 때문이라고 한다.

PR은 주로 Maker의 팜플렛과 協會가 出版하는 綜合雜誌를 Reformhaus 店頭에서 消費者에게 뿌리는 정도에 지나지 않는다.

Reform경영 성공의 열쇠는 밝고 침착한 가계의 무우드, 店主·店員의 信賴性, 製品의 陳列기술, 쇼윈도우의 活用과 말이라고 한다.

Reform食品의 流通 Channel은 표 2와 같다.

표 2. Reform食品 流通 Channel

	資 格	製 品 數	都 賣
Reformhaus	有	多	無
Drogerie	無	中	有
Apotheke	藥 師	少	有
一般食品店	無	中	有
通信販賣	無	少	有
驛 賣 店	無	少	有
輸 出			

Reformhaus에는 Maker에서 매개 直送하며 都賣는 하지 않는다. Maker가 먼 곳에 있는 것이면 Depo를 만들어 都賣 비슷한 業務를 하기도 한다. 이 Depo는 Maker가 100%出資를 하는 경우도 있으나 運送會社와 共同出資를 하기도 한다.

Reformhaus에서 파는 것과 그밖의 곳에서

파는 것은 Label의 design과 記載內容이 다르다. 그 理由는 Reformhaus는 協會費를 지불하며 maker도 協會費를 지불하는데 Neuform 協會의 合格 Mark를 얻어 Label에 表示하면, 다시 Maker는 Neuform協會에 3%를 지불해야 하기 때문이다. 따라서 같은 것이라도 一般食品店에서 파는 것보다 Reformhaus에서 파는 것이 價格이 비싸기 때문에 Label을 똑 같게 할 수가 없는 것이다.

消費者 中에는 一般食品店에서 구입하는 경우도 있으나 Reformhaus에 오는 사람은 指導를 받으러 오기 때문에 相談料가 포함되고 있다고 理解하고 있다는 것이다.

그러나 店主나 店員이 항상 공부를 하지 않을 수 없다.

우리나라의 경우

솔직히 말해서 우리나라엔 아직 健康食品이 公的으로 인정받고 商品化되어 있지 않다.

자칫 잘못하다가는 食品衛生法上으로 過大 廣告에 물리기 쉽기 때문이다. 그러나 오랜 歷史를 통해서 우리나라엔 수많은 健康食品과 民間療法에 쓰인 食品이 많다. 그러한 藥効食品에 대해 體系化가 안되어 있는데 藥食同源이란 次元에서 하루 빨리 公的으로 다루어져야 할 것이다.

健康의 維持, 病的 豫防을 위해선 衣·食·住 生活를 바르게 管理하는 일이 醫藥品の 應用以前에 있어야 할 重要한 일이다. 그런데도 우리나라엔 지금 國民에게 그것을 종합적으로 指導하는 곳이 없는 실정이다.

健康食品은 어디까지나 健全한 身心을 만드는 극히 一部에 지나지 않다는 것을 理解하고 시작해야 한다.

지금 우리 周圍에는 不良, 不正食品이 범람하다 보니 미처 이 方面에 대한 생각을 할 겨

들이 없었다고도 볼 수 있다.

사람이 病에 걸렸을 때 人間本來의 自然治癒力을 補充한다는 見地에선 醫藥品과 食品이 同格이라는 것을 자주 잇는 경향이 있다.

西獨에선 病院食 Menu를 作成하는데 알맞은 食品을 每年 1回 審議會에서 심사하여 合格한 食品을 Green list라는 病院食便覽에 수록하고 있다. 여기에 수록되는 食品은 Diet用뿐 아니라 一般食品도 포함되며 適應別, Maker 別로 ABC順으로 찾아볼 수 있게 되어 있다.

앞으로 우리나라도 豫防醫學的 見地에서 健康食品에 대한 指導啓蒙이 필요하리라 믿는다 Health Foods가 産業化되려면 다음과 같은

것이 課題가 될 것이다.

- ① 汚染되지 않은 品質이 좋은 原料의 確保 (契約栽培, 自家農場, 輸入)
- ② 加工法의 研究(食品工學, 工場設備)
- ③ 製品의 多樣化
- ④ 製品의 規格化
- ⑤ 品質維持
- ⑥ 食事 System의 確立(醫師, 營養士와의 제휴)
- ⑦ 關係機關의 協助
- ⑧ Maker間의 交流
- ⑨ 消費者啓蒙운동
- ⑩ 海外動向把握과 協調



◎ 건조과실(乾燥果實)의 슈가링(Sugaring of Dried Fruits): 貯藏중의 乾燥果實의 惡變質의 하나이다.

건조된 자두와 무화과에서 가장 많이 이 현상이 나타난다.

설탕과 같은 물질이 표면 혹은 表皮의 밑에 나타난다. 이것은 포도당과 과당으로 되어 있으며, 단 微量의 구연산·능금산·리진·아스파르트산 등을 함유한다. 건조된 자두의 표피 밑에 나타날 때에는 Red Sugar라고 불린다.

◎ 누룩(麴子 Mould Bran): 수분을 흡수시킨 밀기울에 곰팡이를 생육시켜 만든 곰팡이 Amylase製品이며, 누달분해酵素源으로 사용된다. 밀이 부족한 곳에서는 보리·옥수수·콩·팥·귀리·호밀을 섞어 만들기도 한다. 누룩은 원료인 밀의 粉碎度에 따라 크게 粉麵과 粗麵으로 나뉜다. 粉麵은

밀을 빻은 가루로 만든 것으로 밀기울이 섞이지 않은 순 밀가루만으로 만든 것을 白麵이라 하며, 이들 粉麵은 주로 藥酒 양조용으로 쓰인다. 粗麵은 거칠게 분쇄한 밀로 만든 것으로 주로 濁酒·燒酒용으로 쓰이고 있다.

◎ 동결우유(凍結牛乳: Frozen or Fresh Milk): 우유를 살균한 후 超音波(500만 Cycle/sec)로 5분간 처리하여 -12°C로 얼린 것이다. 1년간 저장되며, 용해한 경우 처음 우유와 별다른 차이가 없다.

◎ 로우프(Rope): Bacillus Mesentericus와 Bacillus Subtilis형의 세균은 밀이나 밀가루에 흔히 존재한다. 이들 세균은 芽胞를 만들고, 구워진 빵 속에도 생존하게 된다. 적당한 수분과 온도하에서 芽胞는 發芽하여 세균의 덩치가 빵에 로우프 모양의 실로 변하게 하는 끈기있는 노랑무늬로 변한다.

로우프 모양의 빵이란 말이 여기에서 비롯되었으며, 이 세균의 생육은 酸性物質로 沮害

된다. 우유와 탄산 음료에서도 이 현상이 일어난다.

◎ 알긴산 염류(Alginates): 알긴산의 염류이다. 유리산 또는 Ca염으로 海藻類에 존재한다. 알긴산은 Mannouron酸을 단위로 하는 多糖類다. 알긴酸의 Fe, Mg, 암모늄 등의 鹽類는 끈기있는 용액을 만들고, 많은 물을 유지할 수 있으므로 아이스크림·人造아이스크림·人工젤리 등의 增粘劑·乳化劑·Gel化劑·安定劑로 有用하다.

알긴酸의 Propylglycol Ester는 "Mannucol ester"라는 商品名으로 사용되고 있다.

◎ 칼슘인비(Calcium-Phosphorus Ratio): 初期의 研究에서 食物 중의 磷의 칼슘에 대한 비가 높으면, 칼슘이 小腸에서의 吸收가 妨害되어 佝僂病에 걸리기 쉽다고 생각되었다. Ca:P비가 1:2와 2:1 사이에서 最大의 吸收가 이루어진다고 생각되었으나, 現在로서는 이것은 믿을 만한 것이 못된다.