

시중에서 유통되는 건강식품의 종류에 관한 연구 - 매스미디어와 인터넷 미디어를 중심으로 -

손숙미[†] · 박진경
가톨릭대학교 식품영양학과

A Study on the Classification of Health Food Circulated in the Market -Surveyed on Mass Media and Internet-

Sook Mee Son[†] · Jin Kyung Park
Dept. of Foods & Nutrition, The Catholic University

ABSTRACT

This study was performed to investigate the kinds and claims of health food advertised and sold through the media like printed matter, TV broadcasting or internet. It was found that fifty three percent of the health food was circulated through internet, 27% through printed matter, 9% through TV broadcasting. When the health foods was classified, the proportion of special purpose nutritious foods was 36.1%, health aid foods 33.9%, uncooked powdered foods 18.5%, functional foods for health 4.9%, Ginseng products 3.9%, and tea 0.9%. The special purpose nutritious foods was composed of 59% of nutrition supplementary foods, 24% of dietary fiber foods, 9% of weaning foods, 7% of milk formula and 2% of HCA. Vegetable extracts occupied 21.1% of health aid foods, yeast 7.5%, mushroom extracts 7.0%, chitosan 6.2%, aloe 5.3%. Dried powdered type health food occupied the highest proportion. The other type were capsule(18.8%), tablet(18.1%), and liquid type(16.4%). When the health food was classified with health claim, the proportion of 'nutrition supplementation' was the highest (23.9%), 'diet' 14.9%, 'ergogenic'(18.8%), 'promoting bowel movement' 7.8%, promoting growth 5.7%, 'regulation of blood sugar' 4.5%, 'improving of immunity'(2.4%) and anti-aging effect(2.4%).

Key Words : health food, printed matter, TV broadcasting, internet, health claim

서론

식품은 인간이 살아가는 데 있는 필수적인 것으로서 인간의 건강은 식품을 배제하고 이야기 할 수 없다. 종래의 영양학에서는 식품이 생체 구성성분을 제공하거나 생명현상을 영위하기 위한 에너지와 영양을 공급

하는 영양소로서의 기능과, 식생활을 즐기기 위한 기호로서의 기능에 역점을 두었으나, 최근에 과학기술의 발전으로 생리활성 물질을 탐색하고 분리 정제하는 것이 가능케 되어 식품의 제 3기능인 생체 조절 기능이 밝혀짐에 따라 식품의 건강 식품 혹은 기능성 식품으로서의 측면이 강조되게 되었다.

또한, 생활수준이 향상되고 수명이 길어짐에 따라 질병의 양상도 크게 변화하여 악성 신생물, 뇌혈관 질환, 고혈압, 동맥경화증 등의 만성 퇴행성 질환의 유병률이 높아지게 되었다. 이에 따라, 인간의 건강에 대한 욕구와 삶의 질에 대한 개념이 확산되면서, 건강에도

본 연구는 가톨릭 대학교 2003년 교비연구비 지원에 의하여 연구되었음.
접수일 : 2003년 12월 13일, 채택일 : 2004년 1월 18일
[†]Corresponding Author : Sook Mee Son, Department of Foods and Nutrition The Catholic University of Korea, 43-1, Yeokgok-dong, Wonmi-gu, Bucheon, 422-743, Korea
Tel : 032)340-3318, E-mail : sonsm@catholic.ac.kr

움이 되고 안전한 식품인 건강식품에 대한 소비자들의 요구가 증가하게 되었다. 건강식품이란 '식품에 통상 함유되어 있는 성분 중 인체에 좋은 부분을 적극적으로 활용하는 것을 목적으로 제조된 화학적 합성물을 함유하지 않는 식품'으로서 건강보조식품, 특수영양식품, 인삼제품, 다류 등이 여기에 포함되었고 최근에는 건강기능식품이 중요한 카테고리를 점유하게 되었다¹⁾. 식품업체에서는 이러한 소비자의 요구에 부응하여 생명공학과 생물산업신기술을 빠르게 발전시키면서 건강증진 기능을 갖는 식품의 개발과 대량 생산에 부심하고 있다.

최근에는 미디어의 발달로 인해 많은 건강식품들이 미디어를 통해 광고, 유통되고 있다. 미디어란 매체 혹은 수단이란 뜻으로 불특정 대중에게 공적, 간접적, 일방적으로 많은 사회정보와 사상을 전달하는 수단이며 대중매체는 대중을 상대로 하는 커뮤니케이션 테크놀로지로서 신문, 라디오, 영화, 잡지 등을 의미한다²⁾. 미디어는 매체의 수단에 따라 신문, 잡지, 도서 등의 인쇄매체와 TV, 라디오, 영화 등의 방송매체로 나누어진다. 최근에는 컴퓨터의 발달로 인해 인터넷 매체가 중요한 수단으로 떠올랐으며 많은 사람들은 이러한 매체들에 의해서 광고, 유통되는 건강식품에 의존하고 있다. 대중매체의 경우 그 비중이나 영향력에 대해서는 재론의 여지가 없을 만큼 막강하다. 오늘날 대중매체와의 접촉도는 매우 높으며 소비자들은 자연스럽게 대중매체가 주는 정보에 의존하게 되고 길들여지게 된다²⁾. 따라서 소비자들은 미디어에 의해서 광고, 유통되는 건강식품에 대해 효능에 대한 검증도 없이 사용하는 경우가 많다. 실제로 건강식품을 대상으로 한 조사연구에서 질환에 효과가 있다고 주장되는 220여 가지의 건강식품 중 35%인 90여 가지만 권장할 만한 혹은 suggestive한 효과가 있다고 보고되었다³⁾.

따라서 본 조사에서는 미디어를 통해 현재 팔리거나 광고되고 있는 건강식품을 살펴봄으로써 소비자들이 건강식품을 선택하는데 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

조사 대상은 다음과 같이 인터넷매체, 인쇄매체, 방

송매체 등 미디어를 대상으로 유통 판매되고 있는 건강식품의 종류에 관하여 조사하였다.

1) 인터넷에서는 <http://yahoo.com>, freechal.com, empas.com, daum.net, naver.com, everyzone.com 등의 6가지 검색 엔진을 통해 검색창에 건강 식품이라고 입력한 후 나타난 site를 인쇄한 다음 식품회사의 homepage와 인터넷몰 상의 homepage를 통해 광고, 유통되는 건강식품을 조사하였다.

2) 인쇄매체에서는 6대 일간지로는 조선일보, 동아일보, 중앙일보, 한국일보, 세계일보, 경향신문을 조사하였으며 경제신문으로는 한국경제, 매일경제를 조사하였다. 무료가판신문으로는 메트로 신문, 굿데이, 스포츠신문으로는 스포츠 투데이, 스포츠 조선, 일간스포츠를 조사했으며 전문지로는 식품을 많이 소개하고 광고하는 농민 신문을 조사하였다. 잡지로서는 여성잡지의 퀸(Queen), 여성동아, 우먼센스, 리빙센스, 주부생활을 조사했고 대한영양사협회에서 발행하는 국민영양, 한국식품영양과학회에서 발행하는 식품산업과 영양, 한국식품과학회에서 발행하는 식품과학과 산업을 조사하였다. 또한 6대일간지의 전단지, 경방필 백화점, 애경 백화점 전단지를 조사하였다.

3) 방송매체로는 공중파 방송인 SBS, MBC, KBS2에서 광고되고 있는 건강식품을 조사하였고, 우리나라 대표적인 홈쇼핑으로 CJ홈쇼핑, LG 홈쇼핑과 더불어 농수산 홈쇼핑, 현대 홈쇼핑, 씨네 홈쇼핑의 광고 방송과 상품판매 방송을 통해 유통되고 있는 건강식품을 조사하였다.

총 7명의 식품영양 전공자가 2003년 4월 29일~5월 12일에 걸쳐서 주중은 하루에 5시간, 주말은 8시간씩 조사하였으며 조사된 건강식품은 건강보조식품, 특수영양식품, 인삼제품, 다류, 건강기능성식품, 생식제품으로 분류하였다. 이때 건강보조식품, 특수영양식품, 건강기능식품은 제품에 표시된 사항대로 분류하였으며 나머지는 관찰된 제품의 형태에 따라 분류하였다. 매체별 건강식품 종류는 총 711종이었으며 중복된 종류를 조절했을 때는 총 670종이었다.

2. 통계처리

모든 통계처리는 SAS program package를 사용하였으며 빈도는 N(%)로 표현하였다.

연구 결과 및 고찰

1. 매체별 건강식품 유통 비율

본 연구에서는 미디어를 통해 유통, 판매되는 건강식품은 모두 670종이었으며, 유통되고 있는 건강식품 종류 중 인터넷을 통한 것이 전체의 53%로 가장 많았고, 두번째가 신문, 잡지, 전단지 등의 인쇄매체를 통한 것이 27%, 케이블의 TV광고·상품판매방송을 통한 것이 7%순으로서(그림 1) 본 연구에서는 인터넷을 통해 가장 많은 종류의 건강식품이 광고되고 유통 판매되고 있었다. 이는 인터넷이 현대인에게 보다 많은 양의 건강 정보를 단시간에 제공해줄 수 있으며 저렴한 가격에 on-line을 통해서 판매가 가능하기 때문으로 보인다.

그러나 인터넷에서는 현실적으로 구체적인 감시기능이 이루어지지 못하는 관계로 건강식품에 관한 정확하고 신뢰성 있는 정보를 주지 못하는 경우가 많아 인터넷을 통한 건강식품의 구입시에 오히려 건강위험상태를 유발할 수 있는 소지가 크다⁴⁾.

신문이나 잡지 등을 통한 일부 건강식품 유통, 판매의 경우 한국건강보조·특수영양식품협회, 한국식품공업협회 등의 사전심의를 통하여 식품정보에 대한 모니터링을 하고 있으나 인쇄매체에서도 건강식품의 과장광고, 소비자오도 등이 문제점으로 지적되었다⁵⁾.

케이블 TV의 광고나 상품 판매 방송을 통하여 유통되는 건강식품의 경우 케이블 TV광고를 통한 유통판매 시에는 한국자율광고심의기구에서 사전에 심의를 하고 있으나⁶⁾ 상품판매방송은 사후 심의로서 이 역시 신뢰성 있는 건강식품정보를 제고하기가 어렵다고 생각된다.

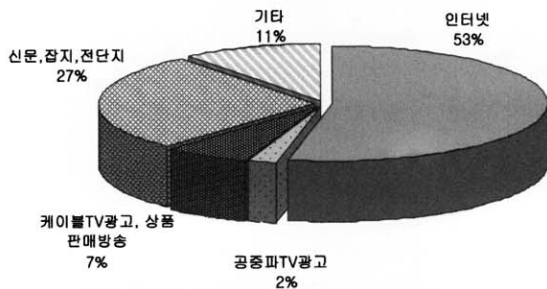


그림 1. 매체별 건강식품 유통비율 (N=670)

2. 건강식품의 분류

건강식품을 종류에 따라 분류했을 때 특수영양식품(다이어트식품10.3%포함)이 36.1%로서 가장 높았으며, 그 다음이 건강보조식품으로서 33.9%, 생식제품이 18.5%, 건강기능식품이 4.7%, 인삼제품류가 3.9%순이었다(그림 2).

특수영양식품은 식품공전상에 '영·유아, 병약자, 노약자, 비만자, 또는 임산부 등을 위한 용도에 제공할 목적으로 식품원료에 영양소를 가감시키거나 식품과 영양소를 배합하는 등의 방법으로 제조, 가공된 조제유류, 이유식류, 영양보충용식품, 특정용도식품, 식이섭유가공식품 등의 식품을 말한다.'로 정의되어 있다⁷⁾. 대부분의 다이어트 식품은 식이섭유가공품으로 되어 있었으며 전체 건강식품의 10.3%를 차지하고 있었다.

건강보조식품은 '건강 보호의 목적으로 특정성분을 원료로 하거나 식품원료에 들어있는 특정성분을 추출, 정제, 혼합 등의 방법으로 제조, 가공한 식품'⁷⁾으로서 본 연구에서는 전체 건강식품의 33.9%를 차지했다.

본 연구에서는 생식 제품을 특수가공식품으로서 별도로 분류한 결과 18.5%로서 유통되는 건강식품 중 3위를 차지하였다. 생식은 곡류, 두류, 과채류, 해조류, 버섯류 등의 식품성 원료를 가열처리 하지 않은 상태에서 건조분말화하여 혼합한 형태의 제품으로서 지난 수년간의 짧은 기간동안에 연간 2500억 규모의 식품산업으로 성장하였다. 생식은 국민의 건강증진과 식품산업의 활성화라는 두 가지를 목표로 하고 있으며⁸⁾ 생식제품 소비자의 경우 혈청지질이 낮고 식습관이 좋은 것으로 나타나는 것 등의 긍정적인 효과도 있으나⁹⁾ 아직 생식제품에 대한 제품 규격이나 내용물, 위생이나 안전성에 관한 표준화가 이루어지지 않아 문제점으로

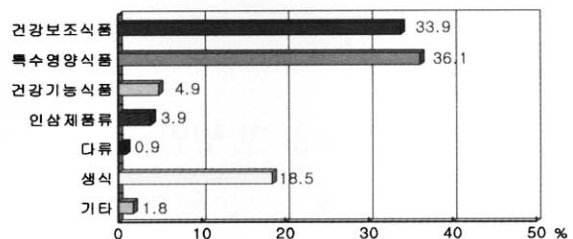


그림 2. 건강식품의 분류

지적되고 있다.

본 연구에서 조사한 건강기능식품의 경우는 4.9%에 지나지 않았다. 건강기능식품은 식품성분이 갖는 생체 방어, 생체리듬의 조절, 질병의 방지와 회복 등 생체 조절기능을 생체에 대하여 충분히 발휘 할 수 있도록 설계되고 가공된 식품으로서 건강기능식품법 제 3조에 의하면 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 정제·캡슐, 분말, 과립, 액상, 환 등의 형태로 제조·가공된 식품을 말한다¹⁰⁾. 건강기능 식품법의 경우 2002년에 공포되고 2003년 8월 27일에 시행 예정이었으나¹¹⁾, 시행 세칙마련이 연기되어 아직 정식으로 시행되지 못하고 있다. 본 연구의 경우 조사시기가 2003년 5월경으로 건강기능식품법 시행 전이므로 아직 건강기능식품이라고 표명한 건강식품의 수는 매우 적었던 것으로 생각된다. 본 조사에서 건강기능식품으로 분류된 것은 충치예방, 입냄새제거 등의 효능을 표방한 껌류와 목, 기관지를 보호하는 사탕종류와, 변비·정장 효능을 가진 음료로서, 건강기능식품으로 허가되어 식품정보나 식품 포장에 '건강기능식품'으로 표시된 것만 포함하였다.

3. 각 건강식품의 품목상의 분류

본 연구에서 건강보조식품을 다시 품목상으로 분류해 보았을 때 식물추출물이 21.1%로 가장 높았으며 효모 7.5%, 버섯가공품이 7.0%이었고, 그 다음이 키토산 (6.2%)과 알로에(5.3%)순이었다(표 1).

본 연구에서 식물추출물은 '채소, 과일, 종실, 해조류 등의 식용식물을 압착 또는 당류의 삼투압에 의해

얻은 추출물을 발효 또는 유산균이나 효모균 등을 접종, 발효하여 가공한 식품'의 범주에 드는 것¹¹⁾으로 분류되었으며 본 연구에서는 대부분이 버섯추출물, 뿌리추출물, 영지추출물, 콩추출물, 열대성약초추출물, 해조류추출물 등이 이에 해당하였다.

우리나라의 경우 1994년, 1995년까지만 해도 스쿠알렌과 정제어유가 시장 점유율의 대부분을 차지하였으나 1998년도부터는 키토산, 칼슘, 알로에, 효모 등이 다수를 차지하고 있다¹²⁾. 특히 키토산의 경우 본 연구에서도 양적인 측면으로 차이는 있으나 식물성 추출물을 제외한 효모, 버섯가공, 알로에 등과 더불어 유통되는 시판 건강식품의 많은 부분을 차지하였다.

특수영양식품을 품목별로 분류하였을 때에는 영양보충식품이 59%로 가장 많았다(그림 3). 영양보충용 식품은 '일상의 식이에서 부족한 성분을 목적으로 비타민, 무기질, 아미노산, 지방산류를 첨가하여 제조한 것'⁷⁾으로 주로 시리얼종류가 여기에 해당된다. 그 다음은 식이섬유가공식품이 24%를 차지하였는데 식이섬유가공식품은 '난소화성 성분을 분리하여 식용에 적합하도록 가공한 것'⁷⁾을 말한다. 식이섬유가공식품의 경우 대부분 다이어트식품이 이에 해당되었다. 그 다음이 조제유(7%)와 이유식류(9%) 등이었는데 조제유는 '영유아의 성장발육에 필요한 영양소를 첨가하여 모유성분과 유사하게 제조한 것'으로서 조제유는 6개월 미만의 유아들을 대상으로는 광고가 금지되어 있으므로 6개월 이상 유아들을 대상으로 한 조제유가 대부분이었으며 이유식류가 더 많았다. HCA는 hydroxycitric acid로서 citrate lyase의 작용을 억제하여 지방합성을 억제하고 식욕을 억제함으로써 체중증가를 막는다고 알려져 있으나¹³⁾ 최근 HCA를 체중감소약으로 개발하려는 노력이 중단되었는데 그 이유는 HCA가 동물실험에서

표 1. 건강보조식품의 품목상의 분류

(N=227)	
품목	N(%)
식물추출물	48(21.1)
효모	17(7.5)
버섯가공	16(7.0)
키토산	14(6.2)
알로에	12(5.3)
정제어유가공	11(4.9)
로얄젤리가공	11(4.9)
화분가공	9(4.0)
유산균가공	9(4.0)
효소식품	8(3.5)
조류식품	7(3.1)
감마리놀렌산	7(2.2)

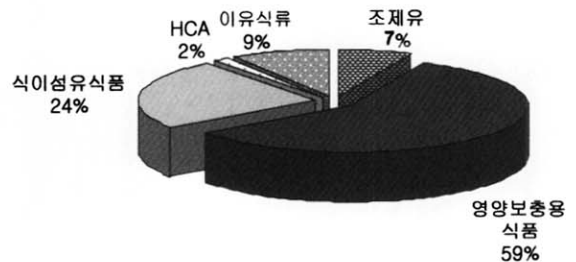


그림 3. 특수영양식품의 품목상의 분류(다이어트식품 포함) (N=242)

고환의 atrophy와 같은 독성을 가져왔기 때문이다¹⁴⁾. 따라서 HCA의 안전성에 관해서는 아직 정확하게 알려져 있지 않으나 특수영양식품의 약 2%정도로 유통되고 있었다.

인삼제품의 경우 대부분이 홍삼류로서 농축홍삼류가 38.5%로 가장 많았고 홍삼음료 19.3%, 홍삼캡셀(정)류가 15.4% 순이었으며 일반 인삼분말류는 3.8%로 낮았다(그림 4).

4. 건강식품의 가공별 유형

건강식품을 가공별 유형으로 살펴보았을 때 분말로 된 것이 34.3%로 가장 높았으며 그 다음이 캡셀 18.8%, 정제 18.1%, 액상 16.4% 순이었으며 과립의 형태는 3%로 낮았다(그림 5). 분말의 경우 급속냉동시켜서 건조시키는 동결건조방법을 한 뒤 분쇄하는 경우가 많으며 이 방법을 통해 약 97%의 영양분이 보호되고 수분복원률, 색도 등의 물성이 원물의 상태에 가장 근접된 품질을 유지하는 것으로 보고되고 있다¹⁵⁾.

5. 건강식품의 주요능별 분류

대부분의 건강식품들이 복합적인 효능을 표시하고 있었으므로 제일 먼저 표기된 효능을 주요능으로 하여 분류하였다. 건강식품을 주요능별로 분류하였을 때 영양보충이 23.9%, 다이어트 14.9%, 에너지보충(피로회복)이 8.8%, 정장작용(배변/장활성)이 7.8%였으며 그밖에 성장발달 5.7%, 혈당조절 4.5% 순이었다(표 2). 현재 우리나라 건강식품 중 건강보조식품, 특수영양식품, 인삼제품류에 대해서는 질병의 치유에 대한 표현은 불가능하고 식품위생법 시행규칙 6조 2항에서 '허위 과대의 표시' 광고로 보지 아니하는 표시 및 광고범위와

표 2. 건강식품의 주요능별 분류

(N=670)	
주요능	N(%)
영양보충	160(23.9)
다이어트	100(14.9)
에너지보충(피로회복)	59(8.8)
정장작용(배변/장활성)	52(7.8)
성장발달	38(5.7)
혈당조절	30(4.5)
신진대사	22(3.3)
소화흡수	20(3.0)
두뇌발달	17(2.5)
면역기능	16(2.4)
항산화작용(노화방지)	15(2.2)
콜레스테롤 조절	14(2.1)
피부건강	13(1.9)
혈액순환개선	11(1.6)
성기능발달,개선,정력증강	9(1.3)
혈압조절	8(1.2)
관절-	6(0.9)
간기능개선	6(0.9)
항암	6(0.9)

그 적용대상식품에 의하여 허용되고 있다. 즉 '일반적 신체기능 향상과 영양소의 역할, 식품영양학적으로 공인된 사실, 제품에 함유된 주요 영양성분의 식품영양학적 기능, 작용에 대한 표현'만 허용되고 있다^{15),16)}. 그러나 본 연구에서는 상당수의 건강보조식품들이 혈당조절(4.5%), 두뇌발달(2.5%), 면역기능 강화(2.4%), 노화방지(2.2%), 콜레스테롤 조절(2.1%) 등의 질병의 치유에 관한 표현을 하고 있었는데 주요능별로 분류했을 때는 질병의 치유에 관한 이러한 claim 비율이 낮으나 많은 건강식품에서 질병의 예방 및 치료에 관한 claim을 복합적으로 표시하고 있어 문제점으로 지적되었다.

최근 건강기능식품법이 공포되었고 시행을 위해 시

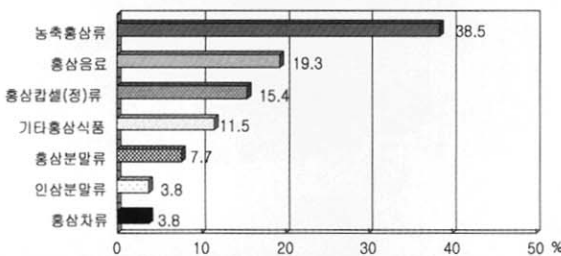


그림 4. 인삼제품의 품목상의 분류 (N=26)

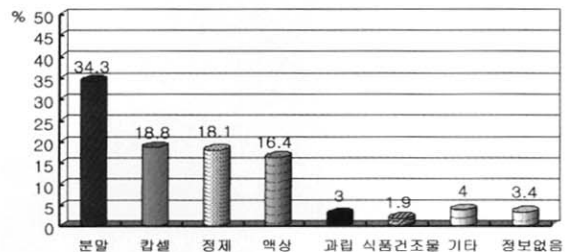


그림 5. 건강식품의 유형

행령을 마련 중에 있다. 따라서 건강기능식품법이 시행되면 위에 제시한 건강보조식품, 특수영양식품, 홍삼제품 등의 상당수가 인체실험, 동물실험, 역학조사 및 관련 문헌 등으로 식약청의 심의기준 및 방법에 따라 심의를 받으면 인체의 구조 및 기능에 대한 식품영양학적, 생리적인 기능 및 작용 등에 대해 표시가 가능할 것으로 보인다. 그러나 건강기능식품이라고 할지라도 건강기능식품법에 18조에 의하면 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고를 금하고 있다¹⁵⁾. 따라서 본 연구에서 조사된 건강식품들의 경우 대부분이 건강기능식품으로 인정 받지 못한 식품들이므로 이들이 내세우고 있는 질병관련 효능·효과 표시는 상당수 불법 행위임을 알 수가 있다. 실제로 우리나라에서 유통되는 건강식품에 대해 허용되고 있는 유용성표시도 '주요영양성분'의 명백한 정의와 '체질 개선 등의 일반적 신체적 기능'에 대한 개념, 범위가 모호하고 구체적인 표시기준이 없어 만병통치약으로 선전되고 있는 실정이다.

따라서 앞으로 건강기능식품법이 발효되면 확실한 과학적인 증거가 있는 경우에는 기능 및 작용을 표시하되 근거가 없는 경우에는 강하게 규제하는 양면작전이 필요하다고 생각된다.

결론 및 제언

본 연구에서는 인터넷 매체, 인쇄매체, 방송매체 등 매체를 중심으로 유통, 판매되고 있는 건강보조식품, 특수영양식품, 인삼제품, 다류, 건강기능식품, 생식제품을 대상으로 2003년4월 29일부터 5월 12일에 걸쳐 조사한 결과 다음과 같은 결과를 얻었다.

1. 본 연구에서는 인터넷을 통해 판매되고 있는 건강식품의 종류가 53%로 가장 많았으며 다음이 신문이나 잡지 같은 인쇄매체(27%), 케이블TV가 7%, 공중파 방송 2%순이었다.
2. 매체를 통해 유통, 판매되고 있는 건강식품 중 특수영양식품이 36.1%로 가장 많았고, 그 다음이 건강보조식품 33.9%, 생식이 18.5%, 건강기능성식품 4.9%, 인삼제품류 3.9%, 다류 0.9%순이었다.
3. 각 건강식품을 품목상으로 분류했을 때 특수영양식

품의 경우 영양보충용 식품이 59%로 가장 높았으며, 그 다음이 식이섬유가공품 24%, 이유식류 9%, 조제유 7%, HCA 2%순이었다.

건강보조식품의 경우 식물추출물이 21.1%로 가장 높았으며 그 다음이 효모 7.5%, 버섯가공품 7.0%, 키토산 6.2%, 알로에 5.3% 등이었다. 인삼제품류는 농축홍삼류가 가장 많은 38.5%, 홍삼음료 19.3%, 홍삼캡슐류 15.4%순이었다.

4. 건강식품을 유형에 따라 분류하였을 때에는 분말이 가장 많은 34.3%였으며 캡슐 18.8%, 정제 18.1%, 액상 16.4%로써 나머지 세가지 타입은 비슷한 분포를 보였다.
5. 건강식품을 효능별로 분류했을 때 영양보충용이 23.9%로 가장 높았으며 다이어트가 14.9%로 다음으로 높았다. 그 밖에도 에너지보충(피로회복)이 18.8%, 정장작용(배변/장활성)이 7.8%, 성장발달 5.7%, 혈당조절 4.5% 순이었다.

이상으로 보아 미디어를 통해 광고 유통, 판매되는 건강식품의 종류가 2주간 조사에서도 670건이나 되어 매우 많은 건강식품이 매체를 통해 유통, 판매되고 있음을 알 수 있었다. 그 중에 특수영양식품과 건강보조식품이 가장 높은 비율을 차지했으며 허용되고 있는 유용성 표시 외에 혈당조절, 두뇌발달, 면역기능, 노화방지 등 질병의 예방이나 치유에 가까운 효과, 효능을 표시하고 있어 문제점으로 지적되었다. 따라서 앞으로 건강기능식품법이 발효되면 확실한 근거가 있는 경우에만 기능 및 작용을 표시하되 근거가 없는 경우에는 강하게 규제하는 양면작전이 필요하다고 생각된다.

참고문헌

1. 이상운. 생식산업의 현황과 전망, 2003년도 한국식품영양학회 동계학술심포지엄 pp.3-9, 2003.
2. 김기태. 언론모니터 활동의 역할 및 방법론, 대한영양사협회 식품·영양모니터링교육 심포지엄 초록, pp.7-15, 1999.
3. 유태우. 영양치료의 효과의 한계 : 영양치료와 건강기능식품. 서울대학교 의과대학 가정의학교실, pp.1-10, 2003.
4. 강명희, 이선영, 강혜정. 인터넷 매체에 나타난 식품영양정보의 현황과 문제점, 식품영양정보언론모니터링 심포지엄 초록집, pp.73-115, 2003.

5. 손숙미. 인쇄매체에 나타난 식품·영양정보, 대한영양사협회 식품영양모니터링 심포지엄 초록, 1999.
6. 한국광고자율심의기구 : 광고심의현황, 광고심의 12:27-41, 2002.
7. 식품공전, 2000(9).
8. 황재관. 생식의 기능성, 2003년도 한국식품영양학회 동계 학술심포지엄 초록, pp.13-16, 2003.
9. 손숙미. 생식소비자의 영양과 건강, 2003년도 한국식품영양학회 동계학술심포지엄 초록, pp.19-27, 2003.
10. 장경원. 건강기능식품에 관한 법률, 2002년 한국영양학회 세미나 초록집, pp.1-14, 2002.
11. 이형주. 건강기능성식품의 현황과 연구, 2003년도 한국운동영양학회, 한국영양학회, 한국식품영양과학회 연합학술대회 초록집, pp.3-11, 2003.
12. 한국보건산업진흥원 : 건강기능식품 실태조사 및 분석, 한국보건산업진흥원, 2002.
13. Badmaer, V., Majeed, M., Open field, physician controlled, clinical evaluation of botanical weight loss formula, Citrin Sabinsa Corporation, Piscataway NJ, 1995.
14. Center for Science in the Public interest, Nutrition Action Jul/Aug, p5. 2003.
15. 정해량. 건강기능식품과 식품표시, 2003년도 한국운동영양학회, 한국영양학회, 한국식품영양과학회 연합학술대회초록집, pp.67-74, 2003.
16. 장순옥. 영양표시의 현황과 제도의 개선방향, 한국영양학회 식품표시를 위한 영양소기준치 설정에 관한 워크샵 초록, pp.29-39, 1998.