

# Strategies for activation of the domestic chocolate culture and development of new chocolate market: Activation of chocolate market through fusion with Herbal Bio-industry

Hyo Jeong Kwon, Seingheon Lee, Ji Wook Jung\*

*Department of Herbal Medicinal Pharmacology, Daegu Haany University*

## ABSTRACT

The aims of this study recognize the limitations of the domestic chocolate market compared to domestic and foreign chocolate market and investigate the strategies for activation of the domestic chocolate culture and development of new chocolate market throughout pointing out the various problems. We analyzed the trends for the food market and confectionery market, main market for chocolate, and also compared domestic and foreign cases for market of chocolate as food or non-food. We sought for solutions and implications for diversification of domestic chocolate market through prospects for the future. Domestic chocolate market is not enough to be competitive compared with overseas market, yet. However, we speculated that domestic chocolate market would gradually develop through fusion with herbal bio-industry as rapid economic development. Besides, we demonstrated a few ways which derive larger development through combination of chocolate market and herbal bio-industry. For these sakes, we suggest that at first, if paradigm which is considered oriental medicinal characters and back innovative and differentiated ideas should be present, the activation of markets of chocolate and herbal bio-industry as well as the diversities of market may be obtained.

**Key words :** Domestic Chocolate Culture, Activation of Chocolate Markets, Herbal Bio-Industry

## I. 서론

고대 마야인들은 카카오를 신의 선물이라 부르며 종교의식이나 치료제로 사용하였다. 이때만 해도 초콜릿

은 특별한 힘을 가진 매우 쓴 음료수 형태였다. 또한 카카오는 멕시코 원주민들이 음료나 약용으로 귀히 여겨 화폐로도 통용됐다. 15세기 말 콜럼버스에 의해 유럽에 전해졌으며 유럽에서 초콜릿을 처음 대안 스페인 사람들의 관심은 폭증하였고 이후 초콜릿의 가치를 발견하게 되어 맛과 형태의 변화가 생겼으며 급기야 초

\* Correspondence: Department of Herbal Medicinal Pharmacology, Daegu Haany University, Gyeongbuk 712-715, Korea. Tel: +82-53-819-1337, E-mail: jwjung@dhu.ac.kr

콜릿 제조 공장까지 세우며 유럽 전역에 퍼져 나가게 되었다. 유럽 각지에서 초콜릿은 성공적으로 보급되었고 세계 각국에서 카카오나무를 재배하게 됨으로 설탕, 커피에 이어 세계 제3대 무역상품이 되었다. 초콜릿은 가공 성형이 자유로워 어떠한 것이라도 그 속에 넣을 수 있는 특성이 있어 오늘날엔 세계 각국에서 계속 신제품이 개발돼 수천 종의 초콜릿 상품이 있는 것으로 추산되고 있다.

### 1. 초콜릿의 약리적 효능

초콜릿에는 카페인, 테오브로민, 트립토판, 페닐에틸아민 등의 성분이 함유되어 있는데, 그 중 카페인이 뇌를 자극해 각성 효과를 나타낸은 널리 알려진 사실이다. 테오브로민은 폐의 평활근을 이완시켜 긴장을 풀고 편안함을 느끼도록 해준다.<sup>1)</sup> 트립토판은 세로토닌의 전구물질로써, 결핍 시 우울증을 유발할 수 있으며 트립토판에서 합성된 세로토닌이 뇌 내에서 고농도에 이르게 되면 행복감을 느끼게 된다.<sup>2)</sup> 더불어, 페닐에틸아민이라는 성분은 사랑에 빠졌을 때 뇌에서 이것의 농도가 높아지게 된다. 그래서 초콜릿을 먹었을 때 사랑에 빠졌을 때와 같은 기분을 느낄 수 있다고 한다. 또한 초콜릿의 아나다마이드는 인체에 기쁨과 행복감을 주는 호르몬인 엔돌핀의 분비를 촉진하며 생리 전 증후군을 완화시키는 기능을 한다고 보고된 바 있다.<sup>3)</sup> 많은 선행 연구에서 카카오의 폴리페놀은 활성산소의 생성을 현저하게 억제하여 *in vivo*와 *in vitro* 모두에서 뛰어난 항산화 효과를 가지고 있음이 확인되었고, 혈관 내 지질의 축적을 막아 동맥경화의 예방에 탁월한 효과가 있음이 입증되었다.<sup>4)</sup> 게다가 설탕성분이 들어간 초콜릿은 점착도가 높아 올바른 칫솔질을 하지 못할 경우 치아에 해로울 수 있는데 초콜릿에 함유된 카카오가 우식을 예방하는데, 성분 중 procyanidin oligomer는 IgA를 촉진해서 유해 미생물의 성장, 발육을 억제하여 치아 손상을 감소시킨다고 보고된 바 있다.<sup>5)</sup>

### 2. 식품시장의 동향

이전의 식품시장은 개개인에게 포만감을 주는 식욕 충족이란 의미로만 가치가 있었다. 그러나 2003년부터 해외에서 불어온 Well-Being 열풍은 우리나라에도 큰 영향을 미쳤고, 오늘날 우리나라의 식품소비시장에도 건강기능성 식품이 대두되면서 이와 관련된 제품들이 많이 나오기 시작했다. 다양한 상품에 '천연', '유기농'이라는 수식어가 붙게 되었고 식탁위의 부식에서부터 간식까지 그 영역이 확대되고 있다.

또한 이러한 시장욕구에 따라 기능성이 부가된 식품이 점차적으로 증가하기 시작하였다. 건강성을 강조한 한방적 요소들이 가미된 제품들이 출시되었고 이로써 식품시장과 한방시장 양방의 성장을 기대할 수 있었다. 이와 같이 식품시장에서 소비자들의 수요충족 요인이 맛과 형태 등의 다양한 욕구를 거쳐 건강을 우선시하는 시대로 들어서게 되었다.

### 3. 제과시장의 동향

제과 시장은 연령, 성별에 관계없이 폭넓은 소비자를 확보하고 있는 소비재 시장이며 다른 시장에 비해 경기 변동의 영향도 크지 않다. 비록 건과류의 다양한 제품출시와 출산을 감소, 또는 외국기업들과의 경쟁으로 인해 시장성장이 둔화되었지만 제품의 차별화와 웰빙바람에 힘입어 건강에 좋은 제품개발로 제과시장의 영역을 확대시키고자하는 노력을 더하는 추세이다. 2007년 제과시장에서 건과의 경우 18,970억 원으로 전년 대비 약 4% 신장하였으며, 제과 또한 9,620억 원의 규모로 소폭 증가세를 나타냈다. 건과 시장의 경우, 특히 초콜릿과 비스킷의 경우 큰 폭으로 증가한 것에 반해 스낵류의 경우 재료의 원가 증가와 그로인한 가격 상승 때문에 하락세를 나타낸 것으로 집계 됐다 <표 1>.

<표 1> 제과 품목별 시장 현황

(단위 : 억원)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
초콜릿	2,110	2,640	2,460	2,700	3,140	3,460
파 이	1,410	1,670	1,820	1,780	1,650	1,800
츄잉껌	2,430	3,340	2,670	2,440	2,460	2,440
캔디류	1,840	1,860	1,880	2,050	1,830	1,700
비스킷	4,520	5,500	5,460	5,590	5,520	5,660
스넥	6,150	3,530	3,820	3,580	3,230	3,430
기타	630	560	540	480	420	480
건과계	19,090	19,100	18,650	18,620	18,250	18,970

자료 : 한국식품정보원, 2008-2010, 「식품세계」

## II. 본론

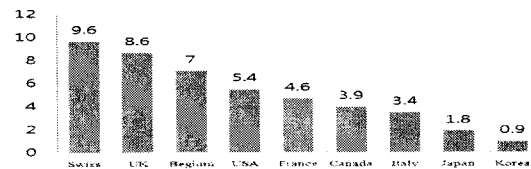
### 1. 국내 초콜릿 시장발전의 한계 및 문제제기

국내 초콜릿 시장은 꾸준한 시장 확대에도 불구하고 성장세의 둔화가 나타나기 시작하였는데, 이는 식품으로써의 초콜릿 시장이 포화되고 있음을 의미하는 것이다. 이를 극복하기 위하여 외국의 초콜릿 시장은 기호품의 차원을 넘어 화장품 및 의약품, 관광 등 경제적 가치를 갖는 하나의 문화요소로서 자리매김하고 있다. 반면에 국내 초콜릿 시장은 아직까지 식품으로써의 측면을 벗어나지 못하고 있는 실정이다. 따라서 국내 초콜릿 시장의 활성화를 위하여 다각적인 개발방향에 대한 계획수립이 요구되고 있고 한방과의 접목을 통한 하나의 가능성이 대두되고 있다.

### 2. 국외 초콜릿 시장의 동향

전체 제과시장 중 초콜릿 시장은 약 50%가 넘는 규모이다. 개인당 초콜릿 소비가 높은 국가는 주로 서유럽에 많이 집중되어 있으며 전체 유럽의 83%가 서유럽 시장이라고 한다. 이외 동유럽 국가들과 러시아 시장은 전체 시장의 16%를 차지하고 점차 시장 규모가 소폭 감소하고 있다. 그러나 새로운 시장의 진입을 기대하고 있다. 미국은 매년 약 2%의 성장을 보이며 전체 미주 대륙 시장의 63%를 미국이 차지하고 있다. 또한 라틴 아메리카

초콜릿 시장의 66%를 브라질이 차지하고 있다. 아시아 중 가장 큰 시장은 일본으로 아시아 전체 초콜릿 시장의 70%를 차지하고 있고 일본 초콜릿 시장을 주도하고 있다. 중국 초콜릿 시장은 매년 26% 성장세로 꾸준한 증가를 보이고 있다. 성장 잠재성이 가장 뚜렷한 지역으로 경제력의 상승에 힘입고 있으며 젊은 층에서 외국 제품을 선호하는 경향이 두드러져 중국 시장에 외국 기업의 진입이 매우 활발하게 이루어지고 있다. 또한 국제제과협회에 의하면 2002-2003년 기준으로 연간 1인당 초콜릿 소비량을 살펴보면 스위스와 영국 등 유럽 국가들이 높은 순위를 차지하고 있으며 그 외 미국 5.4kg, 일본 1.8kg로 우리나라의 소비량과 비교하여 대체로 높은 소비율을 보이고 있다.<그림 1> 이는 외국 시장에 비해 소비시장의 규모가 협소한 데에 그 이유를 들 수 있다. 한편으로는 아직 시장의 개발 가능성이 남아있는 것에 대한 반증이라고 하겠다.<sup>6)</sup>



자료 : 국제제과협회(한국 카카오·초콜릿 기술협의회), 2004, 「초콜릿 시장의 규모」

<그림 1> 각국 1인당 초콜릿 소비량 (단위: kg)

### 3. 국내 초콜릿 시장의 발전사

국내에 첫 출시된 초콜릿은 1967년 해태제과에서 출시한 '나하나'이며 이후 1968년 동양제과에서 '넘버원 초콜릿', '님에게 초콜릿'을 잇따라 출시하면서 초콜릿 시장의 첫 발을 내딛었다. 순수 우리 기술의 초콜릿은 1968년 동양제과 및 해태제과에서 시작하였다. '자유시간'으로 지속적인 이익을 얻은 해태제과의 매출은 2001년부터 2005년까지 증감현상을 보였으며 2006년 1~8월까지의 매출액은 249억 원으로 새로운 제품개발의 부족으로 타사에 비해 부진을 면치 못했다. 또한 최장수 인기 기호품으로 자리 잡은 '초코파이'로 인해 매출의 큰 이득을 본 오리온제과는 1990년대 초 '투유' 제품으로 국내 초콜릿 시장에 판 초콜릿의 유행을 불러일으켰고 초코파이를 비롯한 장수 브랜드상품인 '핫브레이크'는 2002년 매출액만 110억 원을 형성하여 이러한 다양한 초콜릿 제품들로 지속적인 성장세를 보였

다. 그 결과 2006년 1~8월 매출만 414억 원을 달성했다. 크라운 제과의 대표 인기상품은 '미니셀'이며 2006년 8월까지 193억 원의 매출을 올렸다. 롯데제과는 1975년부터 초콜릿 시장에 들어섰으며 대표제품의 '가나초콜릿'은 현존하는 초콜릿 중 가장 오래된 제품으로 36년이 지난 지금까지도 여전히 출시될 만큼 매출의 가장 큰 공로제품이다. 또한 '아트라스' 'ABC초콜릿' 등을 이익률을 가세하여 롯데제과의 점유율은 전체 초콜릿 시장에서 절반 이상을 차지하며 매출은 해마다 성장하는 것으로 나타났다. 웰빙열풍에 부응하여 출시된 '드림카카오'는 효자상품으로 2006년 9월 한 달 동안 30억 원의 매출을 달성했다. 2006년 상반기(1~8월) 해태, 오리온, 크라운, 롯데제과 4사의 매출은 총 1,770억 원으로 2005년 대비 약 8.6% 이상 신장했다.

<표 2>

<표 2> 국내 제과 4대 브랜드 초콜릿 매출현황

(단위 : 억원)

		2001	2002	2003	2004	2005	2006(1-8월)
롯데	초콜릿	460	439	510	505	588	449
	초콜릿과자	728	963	958	890	897	466
	소계	1,188	1,402	1,468	1,395	1,485	915
해태	초콜릿	151	166	145	89	109	171
	초콜릿과자	287	322	363	269	258	78
	소계	438	498	508	356	367	249
오리온	초콜릿	155	128	129	206	332	225
	초콜릿과자	259	301	347	421	257	189
	소계	414	429	476	627	589	414
크라운	초콜릿	103	116	125	140	118	97
	초콜릿과자	13	3	53	65	108	96
	소계	116	119	178	205	226	193
계	초콜릿	869	849	909	940	1,147	942
	초콜릿과자	1,287	1,599	1,721	1,645	1,520	829
	총계	2,160	2,450	2,630	2,590	2,670	1,770

자료 : 한국식품포털, 2007, 「초콜릿 시장동향」

#### 4. 국내 초콜릿 시장의 현황

##### 1) 생산 및 매출현황

식품시장 속 웰빙의 개념은 초콜릿시장의 변화까지 가져왔다. 초콜릿 종류 중 카카오 함유량이 50%를 넘는 제품을 '다크 초콜릿'이라고 부르는데, 건강에 좋은 폴리페놀 성분을 많이 함유한 카카오의 약리적 효능이 증명되면서 '드립카카오'와 같은 관련제품에 대한 사람들의 관심이 증가하였고 이전의 초콜릿 시장의 상품이 화이트, 밀크 초콜릿으로 주를 이루었던 반면 다크 초콜릿이 주목을 받기 시작하였다. 초콜릿 주원료인 카카오에 대한 건강 기능이 속속 밝혀지고 있어 초콜릿의 시장 활성화의 가능성이 보이게 시작했고, 혈액순환 등 건강과 다이어트에 좋다는 입소문으로 20~30대 젊은 여성들을 중심으로 수요가 늘면서 해가 거듭할수록 다크 초콜릿 전체 판매량이 폭발적으로 증가해 제조사들의 제품 생산에 활기를 띄고 있다.

또한 2008년도 식약청 자료에 따르면 식품 생산실적 총 200위중에 초콜릿이 86위에 속하며 상위 100위권 안에 들어 높은 순위를 보였고, 그 외 초콜릿가공품이 63위, 준초콜릿이 120위, 코코아가공품이 123위, 밀크 초콜릿이 184위를 순서대로 차지하였다. 이 결과는 국내에서 출하되는 식품의 생산량과 출하액, 수출액 기준이며, 생산량에 비해 출하액이 적은 경우 재고발생이 있겠지만 시장원리에 의하여 수요와 공급에 따른 결과라는 전제를 갖고 살펴보면 초콜릿과 관련품목에 대한 소비경향 추이를 알 수 있다고 발표되었다.<표 3>

<표 3> 생산량 기준 식품순위 '코코아 가공품류 또는 초콜릿류'

순위	식품품목명	생산량(T)	국내출하액(천원)	수출액(\$)
63	초콜릿가공품	53,297	354,528,593	13,761,724
86	초콜릿	30,397	195,975,636	14,840,596
120	준초콜릿	11,659	39,285,933	351,435
123	코코아가공품	9,772	31,034,818	1,010,337
184	밀크초콜릿	1,635	20,039,557	0

자료 : 식품의약품안전청, 2008, 「식품 및 첨가물 생산실적」

##### 2) 수입 초콜릿의 현황

2004년부터 2007년까지 연도별 초콜릿의 수입은 매년 최소 6백만 달러에서 최대 천만 달러 정도로 꾸준히 증가하였으며 2006년 대비 2007년을 살펴볼 때, 금액의 증가율은 약 46%, 수입량의 증가율도 약 25%로 증가추세를 보이고 있다.<표 4> 그러나 2008년 경기 불황 때문에 초콜릿 수입의 뚜렷한 감소현상이 나타났고, 2007년 대비 2008년의 수입총량은 42,986톤에서 31,749톤으로 감소하였고 금액 또한 167,524천 달러에서 141,307천 달러의 감소현상의 추이를 보였다. 경기 침체로 인한 감소추세에도 불구하고 2009년 초콜릿 완제품 및 코코아를 합친 초콜릿류의 총 수입액은 141,307천 달러에서 142,291천 달러로 올라 약 0.7%정도 증가하였다고 관세청의 통관기획과에서 보고된 바 있다. 이는 전년 대비 연말연시의 선물용 등의 수요가 많고, 비교적 값싼 중국제품의 수입량 증가가 그 요인으로 보인다.

<표 4> 연도별 초콜릿 수입동향

(단위 : 천달러, 톤)

		2004년	2005년	2006년	'06년(1~2)	'07년(1~2)	증감률(%)
초콜릿	금액	77,540	87,426	93,241	18,666	27,280	46.2
	중량	17,933	20,669	21,415	4,085	5,127	25.5

자료 : 관세청, 2010, 「초콜릿 및 사탕 수입동향」

#### 5. 기호식품으로서의 초콜릿 시장 분석

##### 1) 국내의 사례

인체에 미치는 유익한 효과들이 밝혀지면서 이에 더 붙어 그 효능을 한층 더 향상시켜줄 수 있는 한약 등 천연물이 첨가된 초콜릿이 나오게 되었다. 관광 상품으로 잘 알려진 제주도의 '제주 감귤 초콜릿'을 비롯하여 최초 기능성 한방 초콜릿을 앞세운 '감초', 충북에 위치한 한방초콜릿의 독보적 기업 '본정' 등이 알려져 있다. 특히 본정은 전통방식을 내세워 한방 초콜릿을

용기에 보관하는 독특한 포장방식을 실시하였다. 또한 인삼초콜릿 연구소를 설립하면서 인삼부터 시작되어 홍삼, 녹차, 청매실, 오디 등을 연구하여 초콜릿과 어우러진 상품을 선보였고 한국전통식품 Best 5의 가공부분에서 동상을 수상하는 등, 한방 초콜릿을 통해 외국에 한국문화를 전파시키게 되었다. 이 같은 사례는 국내의 차별화된 특징이 될 수 있는 한방시장과 초콜릿 시장의 조화로서 초콜릿 시장발전의 긍정적인 면이라고 할 수 있다. 또 다른 사례로, 초콜릿에 함유된 신경계 관련 성분들이 스트레스를 해소하는 기능의 천연 한약 추출물과 결합하거나, 달콤한 초콜릿과 진세노사이드 성분이 함유되어 있어 건강에 좋은 홍삼의 영양이 조화로운 결합을 이룬 것이 있다. 이에 더 나아가 천연 생약 추출물을 이용해 기억력 증진과 면역력 증진을 위한 초콜릿도 개발되고 있다. 삶의 질 향상이 생활방식의 필수적인 고려사항으로 부각되면서 앞으로도 한방적 요소를 가미시킨 다양한 한방 초콜릿이 출시될 것으로 기대된다.

## 2) 국외의 사례

### (1) 새로운 맛의 초콜릿 등장

기존의 초콜릿은 카카오 버터와 카카오 매스를 주원료로 하여 만들어지며 그 사이 달콤한 가나슈가 들어가는데, 이러한 틀을 깨고 획기적인 맛으로 개발된 초콜릿이 있다. 이는 독일 북부 Osnabruck의 고급 초콜릿 제조사 Leysieffer에서 개발된 상품으로 칠리나 후추, 구운 바다소금, 레몬오일, 오렌지오일, 생강, 바닐라가 고급 블랙초콜릿에 첨가된 것이다. 이처럼 새로운 맛의 초콜릿은 시장에 출시된 이후 인기상품 목록에서 부동의 1위를 고수하고 있으며 생산량이 증가하는 추세이다.

### (2) 초콜릿과 주류와의 결합

초콜릿 전문가인 초콜리티어에게 술은 요리사의 향신료와 같은 역할을 한다. 초콜릿 반죽에 술을 첨가시켜 반죽을 부드럽게 하고 맛과 향이 한층 깊어지며 방

부제 없이도 품질을 유지시켜주는 역할을 해준다. 주로 쓰이는 술은 발효주를 증류해서 만들었으며 알코올 도수가 높은 스피리츠이다. 또한 술이 주재료가 되어 술맛을 강하게 어필하는 위스키봉봉과 꼬냑봉봉은 이미 대중에게 알려진 상태이다. 기존 제품에서는 높은 도수의 증류수를 이용한 결합이 주를 이루었고 맥주와의 새로운 조합이 시도되고 있다. 그 예로 영국의 영스 더블 초콜릿 스타우트처럼 실제로 초콜릿을 넣어 만든 맥주가 있다. 또한 샤프로 맥주와 로이즈 초콜릿이 출시한 어른들을 위한 초콜릿 술 '샤프로 초콜릿 브루어리'는 초콜릿 맥아를 포함한 흑맥주를 원료로 하여 로이즈 초콜릿에 사용되고 있는 카카오 향을 배합해 만들어졌다.

## 6. 새로운 형태의 초콜릿 시장분석

### 1) 국내의 사례

#### (1) 초콜릿을 이용한 화장품

국내 화장품 시장이 세계시장의 3%를 차지하면서 점차 발전양상을 띄기 시작했고 화장품의 개념도 아름다움을 창조해내는 개념에서 신체를 건강하게 유지시키는 개념으로 확대되었다. 단순히 보호기능의 차원을 떠나 효능이 뚜렷한 고기능성 화장품을 선호하게 된 것이다. 그런 의미에서 20~30대의 여성 소비자를 겨냥한 초콜릿 화장품이 주목을 받고 있다. 피부 노화예방에 좋다고 알려진 초콜릿이 간식으로만 여겨졌는데 이제는 미용재료가 되면서 초콜릿 테라피로 불리며 마사지부터 스파에 이르기까지 젊은 여성들에게 각광을 받고 있다. 이는 카카오의 성분인 폴리페놀이 항산화 물질로서 콜라겐, 엘라스틴 등 체내 단백질 성분이 산화되는 것을 막아주고, 또 코코아 안에 함유된 비타민 성분도 피부와 점막을 보호하여 피부세포조직의 신진대사를 활발하게 만들어 보습과 영양분을 공급해주고 코코아 알갱이는 모공을 깨끗하게 하여 피부탄력도를 증가시킨다고 보고된 바 있다. 초콜릿으로 전신 마사지를 할 수 있는 초콜릿 스파나 초콜릿팩 등이 등장한 것도 이런 이유에서다. 또한 초콜릿에 함유된 카페인

성분이 과다한 셀룰라이트를 분해하여 다이어트에도 효과가 있다고 알려져 있고, 이에 따라 초콜릿의 건강요소를 부가해 향과 피부건강을 강조한 제품의 개발이 진행 중에 있다. 특히 웰빙과 뷰티푸드에 대한 관심이 급증하면서 최근 출시되고 있는 초콜릿 화장품에는 실제 카카오 성분을 함유시켜 달콤한 초콜릿 향과 풍부한 영양을 담아내고 있다. 대표적으로 푸드 코스메틱 '스킨푸드'에서는 실제 카카오 파우더를 함유시킨 제품이 출시되었고, 에이블 C&C에서도 카카오 성분을 이용하여 각질제거나 피부탄력 개선용 제품을 출시하였다. 또한 엘리샤코이는 카카오의 폴리페놀 성분과 녹차의 성분들로 마스크를 출시한 바 있다. 그러나 외국에 비해 아직 우리나라에서는 초콜릿 함유 제품이 개발된 화장품의 사례가 상당히 적고 연구개발 또한 매우 미비한 것이 현실이다. 이미 초콜릿 스파로 유명해진 일본에서는 제약회사에서 나온 세안제를 비롯해 기초화장품의 형태까지 개발되었다. 또한 이미 우리나라보다 더 많은 효능을 밝혀낸 유럽에서는 카카오에 대한 효과의 다양성을 지속적으로 연구하면서 새로운 작용들을 밝혀내고 있다. 특히 카카오버터는 약품에도 쓰이며 연고제나 좌약의 부형제로 이용되기도 한다.<sup>7)</sup>

## (2) 초콜릿 박물관 및 전시회 등

제주 서귀포시에 위치한 제주초콜릿박물관은 제주의 자연과 어우러진 소박한 규모의 국내 유일 초콜릿 박물관으로서 독일 쾰른의 초콜릿박물관에 이어 세계에서 두 번째 규모이다. 초콜릿 생산기계를 통한 공정 과정을 살펴볼 수 있고, 관련 책자와 초콜릿에 대한 역사나 문화에 대한 자료를 구할 수 있다. 또한 초콜릿의 발전과 전개, 종류, 이벤트 등을 상영하는 프로그램이 있으며, 가장 특별한 점은 실제로 작동하는 샌프란시스코 스타일의 '트롤리버스'이며 이 때문에 온라인 관광 포털인 버추얼투어리스트닷컴의 세계 10대 최고 초콜릿 박물관을 선정되었다. ThinkThink 미술관에서 주최하는 '초콜릿 밥상'이라는 초콜릿 전시회는 2007년 서울에서 처음으로 개최되어 2010년 대구전시

회까지 꾸준히 이어졌다. 초콜릿을 소재로 한 다양한 공예작품을 체험해볼 수 있는 공간과 초콜릿의 여러 가지 새로운 가능성을 접할 기회를 제공하고 있다. 새로운 관광 상품 개발로 이어질 여지가 충분할 것으로 사료된다.

## 2) 국외의 사례

### (1) 초콜릿 온천과 초콜릿 화장품

초콜릿의 성분 중 폴리페놀은 혈액 촉진과 노폐물 배출 효과가 있고 또 셀룰라이트 분해 작용에 의하여 다이어트에도 뛰어난 효과가 있다고 밝혀졌다. 또한 초콜릿의 카카오버터는 건조한 피부나 자극성피부를 유용하고 거품을 내는 컨디셔닝 작용을 가지므로 근육통의 치료나 완화에 매우 효과적이라고 알려져 있으며 이를 통한 초콜릿을 이용한 스파의 등장이나 화장품 개발이 활발하게 진행되고 있다. 일본의 유명 관광지인 가나가와현 하코네에 위치한 온천 테마파크에서는 초콜릿 원액을 부어 초콜릿 스파 시설을 만들어 초콜릿을 새로운 입욕 소재로 이용하고 있다.

### (2) 초콜릿 박물관

국내의 초콜릿 박물관은 제주도에 단 한곳이 설립되어 있는 것에 비하여 국외의 경우 다양한 초콜릿 박물관이 산재해 있고, 주로 유럽에 위치해 있다. 초콜릿 전문가가 아닌 일반인들에게 초콜릿에 대한 흥미를 유발하고 초콜릿의 역사, 가공법, 전시 등을 통해 관련된 지식을 습득할 수 있는 기회의 장으로서 역할을 한다. 세계 10대 유명 초콜릿박물관에 대해 한 온라인 관광업체가 선정한 표가 아래 나와 있다.<표 5>

〈표 5〉 버추얼투어리스트가 선정한 세계 10대 초콜릿박물관

순위	박물관	위치
1	켈른 초콜릿박물관	독일 쾰른
2	초콜릿의 비밀박물관	프랑스 지스폴샹
3	필립아일랜드 초콜릿팩토리	캐나다 빅토리아
4	초코스토리 초콜릿박물관	벨기에 브뤼즈
5	초콜릿박물관	스페인 바르셀로나
6	초콜릿박물관	캐나다 뉴브런스윅
7	초코스토리 초콜릿박물관	체코공화국 프라하
8	캔디 아메리카나 박물관	미국 펜실베이니아주
9	제주 초콜릿박물관	한국 제주 서귀포시
10	네슬레 초콜릿박물관	멕시코 멕시코시티

### (3) 세계 초콜릿 축제

서양에서는 초콜릿 문화가 발달하면서 다양한 초콜릿 축제가 매년 개최되고 있다. 축제에 참여한 관광객들은 이를 통해 다양하게 전시된 상품들을 자연스럽게 접할 수 있고 이를 이용한 세계 각지의 초콜릿 업체 및 수제상들은 초콜릿에 대한 관심고조 및 판매촉진 등 1석 2조 이상의 마케팅 효과를 볼 수 있다. 초콜릿 축제는 프랑스의 'Salon du Chocolat', 유럽의 'Euro Chocolate', 영국의 'Chocolate Week', 캐드베리 테마파크, 벨기에의 페트뒤쇼콜라, 초코라메 등이 있다. 개최국은 이러한 축제들로부터 관광자원으로써의 수익과 관련업계로의 영향력에 다양한 이익을 얻게 되며, 행사에 참가한 브랜드와 상인들의 매출은 한 해 총 매출의 상당 부분을 차지할 정도로 높을 것이라고 추정할 수 있다. 국내에는 아직 초콜릿 관련 축제의 실행이 부재한 실정이다. 따라서 초콜릿 문화의 성장과 더불어 그에 따라 국내 국민들이 초콜릿 산업을 하나의 문화로 받아들일 수 있는 수용적인 태도가 필요하다고 본다.

## 7. 국내 초콜릿 시장의 다양화를 위한 대응방안 및 시사점 - 한방산업과의 융합

### 1) 기호식품으로서의 초콜릿 시장 전망

최근 천연물 소재와 초콜릿을 결합시킨 상품이 주목 받고 있다. 그 예로써, 포도초콜릿을 들 수 있는데, 초콜릿에 포도 추출물을 혼합하여 안토시아닌, 폴리페놀 성분, 레스베라트롤 등 포도의 항산화 성분을 함유시킨 제품이다. 이를 통하여 기능성의 강조와 더불어 제품 차별화를 이루었다. 이미 출시된 감귤 또는 포도 등의 초콜릿을 선두로 앞으로도 많은 식품들을 이용한 기능성 초콜릿이 개발될 것으로 보인다. 또한 초콜릿 문화가 이미 발달된 유럽 국가들과 비교하여 차별성을 들 수 있는 국내의 특징적인 한방 문화를 이용해 한약재의 추출물을 첨가시킨 초콜릿의 개발 가능성이 있다. 앞서 언급한 본정의 인삼초콜릿, 홍삼초콜릿 등이 가장 좋은 예이다. 또한 기존에 초콜릿의 성분이 갖고 있는 이로운 효능과 생약의 기능적 효능이 접목되어 심미적 시너지 효과를 기대할 수 있다.

### 2) 새로운 형태의 초콜릿 시장 전망

초콜릿의 성분인 카카오를 이용한 화장품이 개발되고 있는 시점에서 한방적 요소를 더해 더 큰 효과를 불러일으키고 새로운 효능을 발견할 수 있다. 초콜릿의 폴리페놀이 피부 노화를 막아주고 수분을 공급하여 촉촉한 피부를 가꿔준다고 알려져 있다.<sup>8)</sup> 이에 한약재인 '하수오'를 조합시킨다면 활성산소를 억제하여 피부노화를 방지해주는 항산화 효능을 더욱 높일 수 있고 피부뿐만 아니라 두피나 모발의 영양까지도 얻을 수 있는 추가적인 효과를 갖게 된다.<sup>9)</sup> 이를 응용해 초콜릿과 하수오를 첨가시켜 항산화 효능으로 인한 피부관리와 모발에 영양공급을 하여 탈모 예방에 적절한 한방 초콜릿 샴푸가 등장할 것으로 기대된다. 비슷한 예로 카카오의 폴리페놀 성분으로 인한 피부보습 및 영양공급은 아토피를 완화시켜 주는데, 여기에 아토피를 치료하는데 우수한 양제근이나 황금, 상엽, 금은화, 어성초 등을 적절히 첨가시켜 아토피 증상을 치료하는데 더욱 큰 효과를 나타낼 수 있을 것으로 사료된다.



이들 소재를 응용하여 아토피성 피부염의 치료 또는 개선을 위한 기능성 용품의 개발이 초콜릿 및 한방산업의 활성화 방안으로 기대된다.<sup>10-11)</sup> 또한 일본의 초콜릿 스파 온천을 모범사례로, 미용적인 측면의 초콜릿에 한약재를 넣은 입욕제를 개발한다거나 반신욕을 통해 혈액순환을 촉진시켜 체내 지방의 연소를 돕고 몸 안의 습과 땀을 제거하여 체중을 조절하는 한약재의 효능을 합쳐 피부미용과 다이어트의 이중효과를 기대할 수 있다.

이와 같은 이유들로 향후 개발되는 초콜릿 관련 제품에는 기능성 요소를 함유시킨 한약재의 적절한 조합을 이뤄 그러한 시장이 지속적인 성장세를 탈 것으로 보인다. 지금까지 우리나라 초콜릿 시장에 대해 알아보았다. 아래 결론에서는 초콜릿과 한방시장의 활성화에 대한 구체적 전략방안을 알아보려고 한다.

### III. 결 론

지금까지 국외 및 국내의 초콜릿 시장의 발전양상과 과거에 존재하는 시장 활성화의 사례들에 대해 알아보고, 더 나아가 한방 초콜릿 시장의 발전을 위해 가능성 있는 몇몇 해결책을 살펴보았다. 따라서 식품 및 식품의 초콜릿 시장의 활성화를 위한 시도적인 해법이 요구된다는 것을 의미한다. 식품으로서의 초콜릿 시장에서 살펴보면, 외국에서 유래된 초콜릿이 국산 한약재의 소비촉진과 한국 문화를 알리는 문화상품으로서 거듭날 것이라는 기대효과에 부응하며, 이를 통하여 국내의 차별화된 초콜릿상품을 선보여 고부가 가치를 획득하고 국내 초콜릿 시장 및 한방시장의 활성화에 기여할 것으로 사료된다. 그러나 시대적 한계에 부딪혀 웰빙이란 개념이 한 시대의 유행요소로 지나가거나 식품으로서의 초콜릿 시장이 포화상태에 이른다면 더 이상의 발전과 성장을 기대할 수 없게 된다. 따라서 외국의 모범사례들을 바탕으로 국내의 초콜릿 시장 또한 다방면의 분야에서 초콜릿을 접목시켜 좀 더 차별적이고 활성화 된 전개방식이 필요하다.

그런 의미에서 본 연구는 이미 포화상태에 이른 기

호품으로써의 초콜릿 시장의 틀에서 벗어나 전통적인 초콜릿의 강국인 벨기에를 비롯한 일본의 현황을 살펴보고, 이를 바탕으로 새로운 가능성을 제시하여 시장의 다양화를 탐구하였고, 이러한 국외의 모범사례를 통하여 우리나라의 한방 시장과 초콜릿 시장의 활성화를 위한 여러 가지 해법을 나타내고 있다. 결과적으로 국내의 전통문화인 한방의 대중화와 세계화를 홍보할 수 있는 기회인 동시에 초콜릿과의 절묘한 결합을 통해 이 논문은 우리나라 초콜릿 시장의 경쟁력 획득을 통한 성장 및 발전을 위한 기초자료를 제시하는데 목적이 있다.

### 참고문헌

1. 원승희. (2005) 카페인에 의한 각성상태와 자연 각성상태의 정량뇌파상 비교. 경북대학교 대학원
2. 대한우울·조울병학회. (2004) 트립토판 가수분해 효소 및 세로토닌-2A 수용체 유전자 다형성과 정서기질의 관련성
3. 고영주. (2009) 초콜릿학교. 문학동네
4. Arai Soichi. (2007) 기능성 식품과학. 동경농업대학
5. 식품의약품안전청. (2003) 건강기능식품의 원료 및 성분의 DB 구축 p99
6. 이만중. (2006) 제과산업에 있어서 초콜릿 산업의 현황과 전망. 롯데중앙연구소
7. 김주덕. (2007) 카카오 초콜릿을 이용한 화장품 개발. 숙명여자대학교
8. 한국산업식품공학회. (2007) 카카오 초콜릿을 이용한 화장품 개발 p5-8.
9. 이현정. (2009) 산약과 하수오의 일반성분 및 항산화 작용에 관한 연구. 대구한의대학교
10. 강신정. (2009) 한방소재 화장품의 아토피 피부염 개선 효과. 한국산학기술학회
11. 황창하. (2007) 어성초복합방이 NC/Nga mouse 아토피 병태 모델의 관련 면역 세포 및 IgE 생성에 미치는 영향. 대전대학교 대학원