

□ 식초함유제품의 국내 동향

웰빙 열풍으로 인해 식초가 가지고 있는 효능에 대한 연구들이 진행함에 따라 효능이 검증되면서 식초를 이용한 제품이 늘고 있다. 특히 식초음료 시장이 가장 큰 부분을 차지하고 있다. 식초 음료가 인기를 끄는 것은 무엇보다도 식초음료는 웰빙음료라는 인식을 가지고 있기 때문으로 보인다. 실제로 식초에는 초산, 구연산 등 몸에 좋은 유기산이 다량 함유되어 있고, 특히 식초는 피로 원인 물질인 젖산을 분해하는 효과가 크기 때문에 피로를 풀어주고 잃어버린 활력을 되찾는 데 좋은 식품으로 알려져 있다. 국내 식초 음료 시장은 2005년 일본을 대상으로 하여 인기를 끌고 있는 식초 음료를 국내 소비자 입맛에 맞게 만든 ‘마시는 홍초’를 선보인 이후 급성장하기 시작했다.

제품사진	제품명 <회사명>	가격
	바나나식초 다이어트 웰빙음료 발효식초 <천년미인>	11,900
	청정원 감식초 <대상>	7,630~11,680
	마시는 사과식초 <오뚜기>	3,080~22,230
	3년 숙성 천연발효식초 선물세트 <예담초>	27,500

	<p>과인애플 식초 <보너푸드></p>	<p>7,900</p>
	<p>상황현미식초 <류충현약용버섯></p>	<p>17,960~60,620</p>
	<p>오미자 감식초 <SGU샘고을></p>	<p>13,130</p>
	<p>바나나식초 <대감식품></p>	<p>15,810</p>
	<p>홍초 바이탈플러스 <청정원></p>	<p>11,900</p>
	<p>뽕씨첼미초 <CJ제일제당(주)></p>	<p>1,740</p>

	<p>천연 발효 식초 <천등산 재래식 된장></p>	<p>19,950</p>
	<p>마시는 블루베리 감식초 <광야식품></p>	<p>5,000</p>
	<p>매원차(마시는 식초) <송광매원></p>	<p>30,170</p>
	<p>드링크 비니거 진저 <올리타리아></p>	<p>18,900</p>
 <p>마시는 오미자 식초</p>	<p>마시는 오미자초 <초산정></p>	<p>20,800</p>
	<p>내몰이 마시는 오미자초 <초이스엘></p>	<p>8,900</p>

위의 제품과 같이 식초는 다양한 과일 등을 이용하여 제품을 개발하고 있고 대부분의 상품들이 다이어트를 위한 건강식품에 초점을 맞추고 있다. 또한 식초음료는 대기업, 중소기업,

지역농가, 개인 등을 통하여 제품을 생산 및 유통하고 있는 것으로 보았을 때 개인 및 지역 농가의 식초음료가 경쟁력을 가지고 있는 것으로 판단된다.

2015년 6월 중앙일보에 따르면 메르스 예방이 초미의 관심사인 가운데 식초의 항바이러스 및 면역력 강화 효능이 재조명 받고 있다. 유통업계에 따르면 비단 음식 뿐만 아니라 식초를 활용한 다양한 헤어·스킨 미용법들이 소개되며 일명 ‘식초 뷰티’ 트렌드가 형성 중이다. 식초가 피부를 알칼리성에서 약산성으로 중화시켜 모낭충 등 균류 번식을 막고, 식초에 함유된 비타민 E성분이 피부 노화의 주범인 과산화지질의 생성을 억제해 피부 건강을 지켜 준다는 것이다. 헬스&뷰티 스토어인 올리브영은 최근 프랑스 최대 스킨케어 브랜드인 이브로쉐의 헤어식초 ‘라즈베리 린싱 비네거’를 출시해 일일 판매 매진 행진 중이다. 특히 메르스 이슈가 불거진 6월 1~14일까지 매출이 직전 2주(5월18~31일)대비 무려 368%나 증가해 미장센 헤어에센스를 제치고 헤어 제품 판매 1위를 기록했다. 올리브영 관계자는 “머리를 행구는 마지막 단계에 두피에 흘러내리도록 뿌리면 식초 성분이 모발 본연의 피부 산도(PH)를 회복시켜 준다”며 “화학성분이 아니면서도 두피와 모발 건강에 도움이 된다는 점이 어필한 것 같다”고 말했다. 식초 화장품도 인기다. 에뛰드하우스의 ‘원더포어’는 박하 성분과 식초 성분을 합친 박하초가 모공을 청결하게 만들고 과도한 피지 분비를 막아준다. 리얼뷰티의 ‘헬시 비니거 스킨토너 12가지 라인’역시 피부 산도를 약산성(PH 5.5)으로 유지시켜 각종 노폐물과 미생물 오염을 방지하며 죽은 각질관리에도 효과적이라는 게 회사 측 설명이다. 원오세븐의 ‘프리미엄 한방 발효식초 비누’는 20가지 한방 성분을 5년 숙성 발효식초와 혼합한 제품인데 모공 관리와 각질 제거, 보습 효과가 뛰어나다고 입소문이 나면서 판매가 꾸준히 늘고 있다. 원오세븐의 ‘퓨어 앤 프레셔스 코어 로즈 토너’에도 천연 발효 식초가 함유돼 살균력이 뛰어나다고 알려졌다. 생활용품 업계에선 살균과 냄새 제거에 효과가 있는 식초 섬유유연제가 주목받는다. LG생활건강이 꽃과 허브잎을 자연 발효한 꽃식초 성분을 담아 내 놓은 ‘샤프란 꽃담초 섬유탈취제’가 대표적이다. 식음료업계에서도 ‘청정원 홍초’, ‘채향원 블루베리 식초음료’등 기존 식초 음료 등을 피로 회복과 소화 촉진, 면역력 증진 성분을 강화해 새롭게 선보이고 있다. 한 유통업계 관계자는 “식초는 주변에서 흔히 구할 수 있는 식품인데다 콜레스테롤과 당뇨 감소 효과가 입증돼 건강 민간요법으로 보편화됐다”며 “최근 메르스 사태로 식초에 대한 관심이 높아져 미용 등 다른 분야로도 빠르게 확산 중”이라고 말했다

제품사진	제품명 회사명	가격
	<p>이브로셰 라즈베리 린싱 비네가 <이브로셰></p>	<p>9,900</p>
	<p>원더포어 <에뛰드하우스></p>	<p>9,230</p>
	<p>헬시 비니거 스킨토너 12가지 라인 <리얼뷰티></p>	<p>13,680</p>
	<p>프리미엄 한방 발효식초 비누 <한애가></p>	<p>14,250</p>
	<p>푸어&프레셔스 코어 로즈 토너 <107 원오세븐></p>	<p>37,050</p>
	<p>발사믹식초 비누 <치베 라보라토리></p>	<p>12,000</p>

	<p>Bamboo whitening liquid vinegar foundation</p>	<p>92,960</p>
	<p>natural bamboo vinegar Antibacterial prevent beriberi on feet Sterilization anti-itching Spray</p>	<p>37,840</p>
	<p>천연한방식초비누 <터울샘></p>	<p>12,290</p>
	<p>대나무식초 발팩 <SnazII></p>	<p>33,920</p>

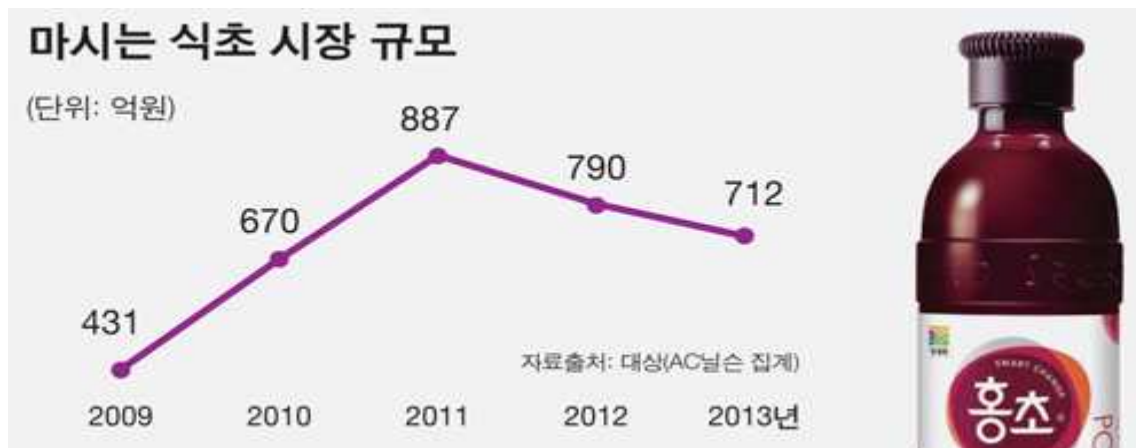
식초를 이용한 화장품 군으로는 헤어와 스킨토너의 제품군에 집중되고 있다. 또한 수제 비누가 많은 양상을 보이고 있었는데 홍콩지역에서는 대나무식초를 이용한 발팩드 및 수제비누가 주를 이루고 있었다.

식초는 세제에도 많이 사용되고 있는데 식초는 친환경세제로 알려져 있으며 식초에 베이킹 파우더, 소금물 등을 이용하여 식초세제를 제조하여 많이 사용되고 있다. 식초를 이용한 제품군은 다음과 같다.

제품사진	제품명 회사명	가격
	<p>한·입 식초살균 액체세제 <LG생활건강></p>	<p>6,500</p>
	<p>석류식초 설거지 <씨제이라이온주식회사></p>	<p>3,730</p>
	<p>순샘 셰프의 선택 와인식초 <애경></p>	<p>10,880</p>
	<p>참그린 모과식초설거지 <씨제이라이온></p>	<p>2,700</p>

2013년 09월 02일 농촌여성신문에서 음용식초의 개발과 시장동향에 대한 내용이 있다. 중국·미국·일본은 음용(飲用)식초에 관한 오래된 역사와 전통을 갖고 있다. 특히 미국의 대표식초인 사과식초는 산뜻한 맛을 강점으로 해 드레싱뿐만 아니라 드링크로도 널리 이용되고 있다. 이 같이 전통에 머무르던 음용식초는 최근 신맛과 칼로리를 줄이고, 다양한 과일성분으로 풍미를 높이면서 산업화되기 시작했다. 우리나라의 음용식초 시장은 2002년 30억 원에서 2011년 1천300억 원 규모로 연평균 52%의 높은 성장률을 보이며 폭발적으로 증가했다. 대상, 샘표, CJ 등 3개사의 음용식초 시장점유율이 90%이상을 보이는 가운데 웅진, 사조해표 등도 가세해 업체 간 경쟁이 치열해지고 있다. 대상 청정원의 ‘마시는 홍초’는 홍보모델로 걸그룹 ‘카라’를 내세워 2011년 일본시장의 점유율 1위를 기록하고 있다. 일본과 우리나라의 경우, 남성보다는 여성, 특히 건강과 다이어트 등에 대한 관심이 높은 20~40대에서 음용식초에 뜨거운 관심을 보이고 있다. 일본의 소비자들은 건강(24%), 피로회복(21%), 미용(13%), 영양밸런스(11%), 다이어트(10%)의 순으로 식초를 마시고 있다고 한다. 우리나라는 피로회복(19.6%), 다이어트(19.6%), 변비개선(18.3%), 유연성 개선(15.5%), 식중독 예방(8.2%)의 순으로 음용식초에 관심을 표명하고 있다. 우리나라는 수천 년을 이어온 발효음식문화에도 불구하고 일제시대 자가양조 금지로 전통식초가 사라졌지만, 최근 이를 복원하려는 움직임이 부상되고 있다. 현재 한국의 음용식초 개발연구를 주도하고 있는 대표주자는 천연식초학교를 운영하는 ‘구관모식초’의 구관모 대표인데, 그는 식초의 종주국으로서의 위상을 되찾기 위해 동분서주하고 있다. 그는 1994년 국내 최초로 송엽, 다슬기, 유정란, 오디, 해삼 식초를 제조했고, 3년 이상 숙성된 흑초만을 고집하는 옹고집 명인이다. 그는 전통식초와 관련된 4권의 서적을 낸 식초전문가이기도 하다. ‘초산정’의 한상준 대표는 100% 유기농 원료만을 엄선해 누룩을 직접 띄우고 2개월간 발효, 1년 이상 땅속 숙성을 거친 식초를 탄생시키고 있다. 그의 대표상품은 오크미초에 속리산에서 방사로 키운 오계(烏鷄)의 알, 우두산에서 나는 벌꿀을 넣어 ‘초밀란’이라는 최고의 보양식을 개발했다. ‘한애가’의 정옥란 대표는 전통기법을 살려 인삼마늘 식초, 고구마 식초, 사자발쑥 식초 등 현대적인 감각으로 재해석한 달인이다. 그녀는 곡물로 숙성 발효시킨 원균에 우리 땅에서 나는 한약재, 은행, 6년근 강화인삼을 넣는 프리미엄급 식초를 생산하고 있다. 정 대표는 이 식초를 제조하기 위해 강화도 마니산에서 나는 암반수만을 이용하는 등 원료 선정에 철저한 장인정신을 발휘하고 있다.

식초를 이용한 제품군에서는 식품으로 사용되는 식초, 화장품, 세제 등으로 조사를 진행하였다. 마시는 식초의 경우 2011년까지 고공행진을 이루다가 2012년부터 감소하는 추세로 조사가 되었다.



국내는 다이어트 및 웰빙에 대한 트렌드가 급격하게 변하기 때문에 먹는 식초의 경우 제품의 한계성을 지닌다. 그렇기 때문에 식초를 이용한 다양한 제품군으로 방향을 잡아야 단순 먹는식초에서 탈피하여 고부가가치 제품의 변형이 필요하다. 화장품의 경우 헤어와 스킨토너로 사용이 되고 일본 및 홍콩지역에서는 대나무식초를 이용한 제품군이 주를 이루고 있다. 식초는 천연세제로 많이 사용되고 있는데 이 식초를 이용한 주방용세제 및 세탁용으로 만들고 있어서 식초를 이용한 세제의 경우 ‘천연세제’의 인식이 강해서 ‘건강에 무해’하다는 생각을 가지고 있기 때문에 소비자의 심리 또한 식초세제를 많이 소비하는 실정이다. 이를 더 이용하여 식초를 이용한 다양한 제품군에 대한 개발이 필요하다.