

Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corp.

aT | Focus

Vol. 20



농수산물 수출확대를 위한
세계 코셔(Kosher)시장 현황과 수출마케팅 활용

1. 코셔(Kosher)란?
2. 코셔(Kosher) 식품시장 현황
3. 코셔 인증 방법
4. 코셔 인증의 중요성
5. 코셔인증식품의 시장진출전략

* 부록 : 1. 세계 코셔 박람회 Koshertest 2012안내
2. 이슬람 할랄 시장

2012
08

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
농수산물기업지원센터 식품수출정보팀

농수산물식품 수출확대를 위한

세계 코셔(Kosher)시장 현황과 수출마케팅 활용

1. 코셔(Kosher)란?	3
2. 코셔(Kosher) 식품시장 현황	5
3. 코셔 인증 방법	8
4. 코셔 인증의 중요성	12
5. 코셔인증식품의 시장진출전략	15

〈 부록 〉

1. 세계 코셔 박람회 Kosherfest 2012 안내	23
2. 이슬람 할랄 시장	25

요 약

- 우리 농수산물식품의 수출시장 확대를 위해서는 신시장 개척이 필요한데 대안으로 무슬림, 유대인 시장이 주목받고 있음. 현지시장공략에 필요한 ‘할랄(Halal)’, ‘코셔(Kosher)’ 등 국제식품인증을 통한 마케팅의 필요성이 더욱 커지고 있음
 - 특히 유럽, 미주 등의 주류시장 진입을 위해서는 코셔(Kosher) 인증 제도를 적극 활용하는 것이 상대적으로 미약한 한국식품의 신뢰성 향상에 기여
 - * ‘코셔 인증’은 유대인의 종교적 배타적 식습관에서 유래되었으나 현재는 일반 소비자가 웰빙, 안전, 고품질이라는 인식의 보편화, 브랜드화 되어 있음
- 특정 해외시장 진출을 위해서는 목표 국가(지역)의 민족적, 문화적, 종교적 특성의 이해와 고려는 필수적 또는 절대적 요소로 작용함
 - 유대인의 유대율법에 의한 코셔, 무슬림의 이슬람법에 의한 할랄 등 엄격한 규정을 두고 고유의 생활방식을 고수하고 있음
 - * 이슬람이란 ‘절대 순종한다.’는 뜻이며, 이슬람신도를 가리키는 무슬림(Moslem)이라는 용어는 ‘절대 순종하는 이’라는 의미를 지님
- 최근 코셔는 유대교법에 국한되지 않고 미국, 캐나다, 서유럽 등 기독교사회에서 범용적으로 ‘깨끗하고, 안전한 식품’에 대한 인증제도로 자리매김 하고 있어 활용도가 높은 추세임
 - 코셔는 영국, 미국, 프랑스 등 주요 서구권 식품시장에서 시중유통 제품의 약 40%를 차지할 만큼 거대한 시장임(세계 코셔시장 규모 : 약 2,500억 달러)
 - * 특히, 대형 유통업체들의 구매 선호도가 높아 식품수출시 유리한 고지를 선점
 - 유대인 뿐 만 아니라, 무슬림과 채식주의자, 웰빙 소비자들을 주요 고객으로 아우르는 식품시장을 가지고 있음
 - * 코셔 인증마크가 유기농 마크보다 인지도가 좋게 조사될 만큼 신뢰도 양호
- 코셔 율법은 이슬람의 할랄보다 엄격한 상위개념이기 때문에 유대인들이 할랄을 못 먹더라도 무슬림들은 코셔를 먹을 수 있음. 즉, 약 20억명에 달하는 무슬림 인구가 코셔식품의 잠재 소비자 및 시장이 될 것으로 예상됨. 따라서 우리 농수산물식품의 다양한 코셔상품 개발을 통한 수출마케팅에 적극 활용함이 바람직함

세계 코셔(Kosher)시장 현황과 수출마케팅 활용

소비자의 건강에 대한 관심과 식품의 안전도에 대한 경각심이 고조되며 유기농 식품·자연식 등의 각종 건강식품이 인기를 끌고 있는 가운데 그 대안으로 코셔식품에 대한 관심이 지속적으로 높아지고 있음 내수시장이 포화상태에 이르면서 해외시장공략에 필요한 ‘할랄(Halal)’, ‘코셔(Kosher)’ 등 국제식품인증을 활용한 마케팅의 필요성이 더욱 커지고 있음. 특히 유럽, 미주 등의 한인시장이 아닌 주류시장 진입을 위해서는 코셔(Kosher)인증 제도를 적극 활용하는 것이 상대적으로 미약한 한국식품의 신뢰도 향상을 통한 수출확대에 도움이 될 것으로 예상됨

1 코셔(Kosher)란?

■ 유대율법

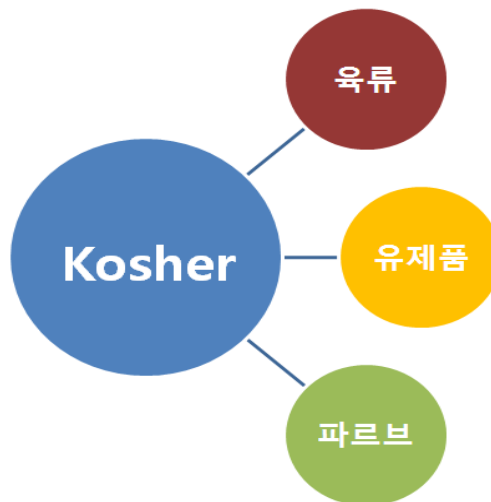
- 유대율법 : 유대교리에 따른 민족의 생활과 행위의 규범으로써, 유대인들은 어디에 정착하든 자신들만의 생활방식을 고수함. 율법은 총 613가지가 있음
- 대표적으로 연중 내내 절기를 지키고, 제 7일을 안식일로 지켜 노동을 금하며, 음식은 허락된 것(코셔, Kosher)만 먹고, 옷도 두 가지 이상의 재료가 섞인 혼합물로 만든 것을 입지 않는 등이 있음

■ 코셔(Kosher)

- 코셔(Kosher)는 카쉬루트(Kashrut)의 영어식 단어로써 ‘(먹기에)합당한, 적당한’을 의미
- 코셔법은 성결의식 외에도 위생과 건강유지가 목적임
- 식사에 관한 유대율법이며, 이슬람식의 ‘할랄(Halal)’과 유사함
- 유대인들의 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품으로써 이슬람 ‘할랄’보다 처리방식이 더 복잡하고 엄격한 상위개념

- 유대교법에 국한되지 않고 미국, 캐나다, 서유럽 등 기독교사회에서 범용적으로 “깨끗하고, 안전한 식품”에 대한 인증제도로 자리매김하고 있음

■ 코셔(Kosher)의 분류



- 육류(Meat)
 - 발굽이 갈라지고, 되새김질을 하는 짐승만을 섭취(예 : 소, 염소, 양 등)
 - 닭, 칠면조, 오리, 거위 등 가금류는 코셔(먹기에 적당한)인 반면, 돼지, 낙타, 토끼 등은 비(非)코셔로 섭취 불가
 - 위의 코셔 가축과 가금류는 전문도살자(shochet)에 의해 도살 및 소금에 절여 피를 제거해야 하며, 모든 육식동물, 육식조류 및 그 부산물은 코셔가 아님 (즉, 식용으로 적합하지 않음)
- 유제품(Dairy)
 - 식용으로 허용된 동물의 우유 및 유제품(치즈, 크림, 버터 등) 포함
 - 육류와 유제품은 동시에 섭취불가(최소 6시간의 간격을 두고 섭취)
- 파르브(parve)
 - 고기와 유제품 성분을 포함하지 않은 식품(중성상태)
 - 어류는 비늘과 지느러미가 달린 것만 섭취
 - 채소는 씨를 맺는 것이면 모두 가능 이외에도 수백 가지의 규율이 존재함
- 코셔라이징(Kosherizing)
 - 주방용기, 오븐, 썬크대 등을 코셔(음식조리에 적합한 주방기구)로 만드는 과정
 - * 비코셔(non-kosher)주방기구로 만드는 것도 가능하나 심사원인 랍비(rabbi)의 정밀한 심사를 받아야 하며, 사용 정도에 따라 코셔라이징 여부가 결정됨

● 패스오버(Passover, 유월절)

- 유대민족이 이집트의 속박으로부터 벗어난 것을 기념하기 위한 8일간의 축제기간
- 기간에 한해 독특한 코셔규정(적합한 음식규정)이 존재
- Kosher passover 인증제품은 최상의 적합한 중요 식품으로 인식

2

코셔(Kosher)식품 시장현황

■ 코셔(Kosher)식품 시장현황

- 코셔율법은 이슬람의 할랄보다 엄격한 상위개념이기 때문에 유대인들이 할랄을 못 먹더라도 무슬림들은 코셔를 먹을 수 있음. 즉, 약 20억 명에 달하는 무슬림인구가 코셔식품의 잠재소비자 및 시장이 될 것으로 예상됨

주요 국가별 유대인 인구현황, 2010

(단위 : 천명)

순위	국 가	유대인 인구	총 유대인 인구 비율	
			세 계	
			%	누적 %
1	이스라엘	5,704	42.5	42.5
2	미 국	5,275	39.3	81.8
3	프랑스	484	3.6	85.4
4	캐나다	375	2.8	88.2
5	영국	292	2.2	90.3
6	러시아	205	1.5	91.9
7	아르헨티나	182	1.4	93.2
8	독일	119	0.9	94.1
9	호주	108	0.8	94.9
10	브라질	96	0.7	95.6

출처 : World Jewish Population, 2010

대륙별 무슬림 인구현황, 2011

(단위 : 백만명)

대륙별 인구	총인구	무슬림 비율(%)	무슬림 인구
아프리카	1,051.4	52.39	554.32
아시아	4,239.1	32	1,356.28
유럽	740.01	7.6	56.04
북아메리카	346.2	2.2	7.61
남아메리카	595.9	0.41	2.45
오세아니아	37.14	1.5	0.54
합 계	7,009.75	28.73	1,977.24

출처 : Muslim Population Worldwide Data

● 세계 코셔시장 규모(추정) : 약 2,500억 달러

* 세계 유대인 인구는 1,300~1,400만명으로 추산되나 현재 코셔 상품이 유대인 이외 일반소비자까지 보편화, 브랜드화 되어 있어 시장규모가 큼

● 미국 코셔 음식 시장 규모

- 코셔 식품 시장 규모 : USD 125억불
- 코셔 식재료로 만들어진 생식품 시장 규모 : USD 3,050억불
- 미국 내 에서 판매되는 코셔 식재료 시장규모 : USD 3,700억불
- 엄격한 코셔 기준 혹은 45% 정도의 코셔 기준으로 가공된 코셔 육류의 추정 판매 금액 : USD 550백만불
- 2005년에서 2008년 사이 연간 평균 성장률 : 15%
- 2008년 6월에서 2011년 1월까지 성장률 : 10%
- 2012년 현재까지 연평균 12.5%의 높은 신장률을 보이고 있으며, 코셔 (Kosher)인증상품만 취급하는 전용 슈퍼마켓도 형성될 정도로 보편화 되어있는 추세
- 연간 유월절 기간에 발생하는 매출규모는 총 매출액의 40%에 해당함
- 코셔 제품의 매출은 2003~2008년 사이 64% 증가했고, 2013년 미국 내 코셔 시장은 130억불이 될 것으로 예상됨

* 통계상 미국인구의 2%미만이 유대인이지만, 이슬람교도(인구의 0.6%)나 제 7 안식교인(인구의 0.5%) 및 웰빙을 선호하는 소비자들에 의해 구매되는 코셔제품이 상당수를 차지해 시장규모는 더욱 커질 것으로 추정됨

미국 내 코셔식품의 소매상황(현행가), 2003~2013

	시장규모 (십억불)	증가율(%)	Index (2003=100)	Index (2008=100)
2003	7.6	—	100	61
2004	8.3	8.6	109	66
2005	9.4	13.9	124	75
2006	10	6.4	132	80
2007	11.5	15	151	92
2008 (est)	12.5	8.7	164	100
2009 (fore)	12.5	-0.2	164	100
2010 (fore)	12.8	2.8	169	103
2011 (fore)	13.4	4.4	176	107
2012 (fore)	14.3	6.7	188	114
2013 (fore)	15.3	7.2	202	123

출처 : Mintel/Lubicom/Kosher Today

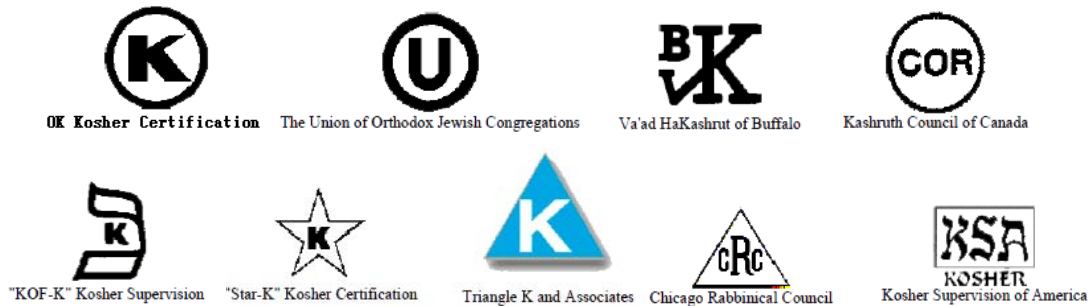
- 캐나다의 경우 2008년까지 10년간 코셔인증 취득 업체가 50%이상 증가
- 북미지역 코셔 인증기관인 The Orthodox Union이 관리하고 있는 북미지역 내 코셔 인증업체는 약 2,500개, 전 세계적으로 6,000여 개의 업체가 인증을 받아 북미지역에 수출하는 것으로 조사됨
- 영국의 경우 식품시장의 40%정도를 코셔식품이 차지함
 - 테스코, 세인즈버리 등 대형 슈퍼마켓에 진열돼 있는 제품의 30~40% 가량은 코셔 인증제품임
 - 대형 슈퍼마켓들은 자체적으로 구매물량의 최대 40%까지를 코셔제품으로 두는 정책을 취함
 - 유럽코셔인증기관(KLBD : Kashrut London Beth Din)에 따르면, 영국의 코셔인구는 약 10만명, 코셔를 철저히 지키지는 않지만 가능한 코셔 제품을 구매하는 ‘정기적 코셔’ 인구는 약 140만명 정도로 추산
- 미국, 영국의 경우 슈퍼마켓에 진열된 식품의 약 1/3이 코셔인증을 취득한 제품이라는 통계가 있을 정도로 선진국에서는 보편화된 식품인증
- 유대인들의 인구수는 극소수이지만, 전 세계에 걸쳐 형성된 유대민족 네트워크를 바탕으로 시장을 형성함

■ 코셔(Kosher)인증

- 코셔인증은 유태인 율법에 따라 정결한 환경에서 조리된 음식 또는 식품에 주어지는 인증
- 유기농 인증과 달리 코셔인증을 하는 기관은 다수이며 기관별로 다른 인증마크를 사용
- 코셔인증은 최종제품에만 국한된 인증이 아닌 원재료와 가공 절차에 이르는 식품제조 전체 공정을 포괄함
- 인증기간은 1년으로 매년 엄격한 기준에 따라 점검을 받아 자격을 갱신해야 함
- 세계의 다양한 회사들이 코셔인증을 받아 마케팅에 활용함
 - 세계 최대 식품첨가제, 감미료 회사인 다니스코(Danisco)는 향후 미국을 비롯한 비유대권 국가의 코셔식품 수요가 급증할 것으로 예상, 설비 투자를 확대하고 있음
- 인증기관
 - 전 세계적으로 300~500여개의 코셔 인증기관이 존재하며, 각각의 웹사이트를 통해 정보와 자료를 제공하고 있음
 - 세계적인 인지도를 갖고 있는 업체는 다음과 같음

- ◆ Orthodox Union
- ◆ OK Kosher Certification
- ◆ Triangle K and Associates
- ◆ KLBD - Kashrut London Beth Din
- ◆ KOF-K Kosher Supervision
- ◆ KIR
- ◆ Star-K Kosher Certification
- ◆ TKS
- ◆ Chicago Rabbinical Council

대표 코셔 인증마크



코셔(Kosher) 인증절차

- 기관별로 다른 방식의 인증절차를 요구하며, 비용도 심사원인 랍비(rabbi)의 서비스 제공량에 따라 상이함
- 제품의 인증절차는 신속하지만 포괄적이며 대체적으로 다음과 같은 절차를 따름

1. 신청서 작성 : 인증기관의 웹사이트 내 신청양식을 입수해 작성
2. 서류 검토 : 과정 중 문제될 소지가 있는지 여부 확인(신청서 근거로 인증가능성 검토)
3. 문제 영역 발견 시 심사원인 랍비(rabbi)를 보내 현장 감사 실시
 - 신청서에 기재된 주요 재료 및 저장 식재료 일치여부
 - 공장 및 현장 상태 청결, 생산방법 등이 중요
 - 비코셔(non-kosher) 재료의 존재여부 파악 및 잠재적 오염원인 판단·지적
 - * 인증받을 제품의 ingredient list에 나와 있는 원료성분 중 코셔인증에 적합/부적합 원료를 파악
 - * 부적합 원료는 코셔원료로 대체하거나 다른 대체원료를 사용해야함.
 - 예) 돼지고기 등을 원료로 한 젤라틴이나 그 밖의 돼지고기 추출물은 어떠한 경우에도 인증 받을 제품에 포함될 수 없음
4. 보고서 제출 : 지적사항 미처리 시 해결을 위한 도움 제공
5. 요구조건 충족 후 계약서 우편 발송
6. 계약서 서명 및 인증비 수령 후 코셔 인증서 발송
 - 인증비는 행정비, 착수비, 여행경비(필요시), 감독비 등 포함
7. 인증대상에 해당하는 제품/업소가 인증서에 명시되어 있고, 이를 통해 인증제품에 코셔인증 마크를 부착할 수 있는 권리 생성
 - * 일부 인증대상에 따라 계약상의 전문가가 정기적으로 업소를 감독하고, 심사원인 랍비(rabbi)가 매년 감사를 한다는 항목이 추가되기도 함
 - * 품목별로 절차가 상이하지 않으며 인증 받을 상품 특성에 따라 현장심사 시 원료가 서류상에 제시한 내용과 부합되는지를 상세하게 조사
 - * 생산과정을 점검하여 생산 시 인체에 해로운 공정이나 코셔에서 인정하지 않은 원재료가 포함될 가능성이 있는지를 검사

● OU(Orthodox Union)

- OU(Orthodox Union) 코셔 인증절차

- * OU(Orthodox Union) 코셔마크 신청서 작성 및 제출
- * 심사팀(랍비(Rabbi))이 직접 생산시설 방문 후 심사 실시
(검사는 대략 2일 소요, 출장비용은 신청업체가 전액 부담)
- * 약 3주 후 승인여부 통보

- 인증기관 연락처

- * 주 소 : 11 Broadway, New York, NY 10004
- * 전 화 : +1 212 613 8241
- * 웹사이트 : <http://www.ou.org>

- 검사로

- * 회사규모, 제품 종류 등에 따라 큰 차이가 있으나, 평균 USD 5,000~7,000불 소요

[OU 코셔 인증마크와 인증서]



● OK Kosher Certification

- OK Kosher Certification 인증절차



출처 : OK Kosher 한국지사 홈페이지

- * 신청서 접수 후 코셔인증 전문가의 방문검사가 이루어지고, 제출된 보고서를 바탕으로 인증서 발행 여부를 결정
- * 검사는 대략 1일 소요, 약 2주 후 승인여부 통보
- 신청서 접수 시 구비서류(추가서류로 선택적 제출가능)
 - * 회사소개서(사업자등록증)
 - * 인증받을 제품의 원료에 대한 시험성적서
 - * 명세서(specification)
 - * 생산 공정도(production flow chart)
 - * 공장 배치도(Factory Lay-out)
- 인증기관 연락처
 - * 주 소 : 391 Troy Avenue - Brooklyn, New York 11213 (본사)
 - * 전 화 : +1 718 756 7500
 - * 팩 스 : +1 718 756 7503
 - * 웹사이트 : <http://ok.org/>
 - * 주 소 : 경기도 고양시 일산동구 백석2동 1330 브라운스톤 오피스텔102동1402호 (한국지사)
 - * 전 화 : +82 031 815 8710
 - * 팩 스 : +82 031 815 8711
 - * E-Mail : simon@okkosher.co.kr
 - * 웹사이트 : www.okkosher.co.kr
- 검사료
 - * 신청서 내용에 근거하여 인증에 필요한 비용견적이 제시되며, 회사의 인증범위 등 사정에 따라 상이하나, 평균 USD 5,000불 내외
(국내공장 방문검사 시 랍비의 숙박비 및 내륙이동 비용은 신청업체가 별도부담)

OK Kosher 인증마크와 인증서



출처 : <http://ok.org/kfgProducts.asp?ir=&V=Post+Foods+LLC%2E>

■ 코셔는 수출을 위한 필수사항이 아니기 때문에 아직 국내에는 많이 알려지지 않음

● ‘12년 현재 코셔에 대한 한국기업의 인식이 낮은 편이나, 코셔시장의 규모 및 잠재적 성장에 대한 기대가 높아짐에 따라 대기업을 중심으로 인증을 획득했거나 인증심사를 진행하고 있음

● 대상 청정원, 천일염 브랜드 ‘신안섬 보배’

- 제품은 우수하지만 인지도가 낮은 국내산 천일염을 해외 주류시장에 홍보하기 위해 한계가 있어 업계 최초로 최상급의 Kosher Passover(OK Kosher) 인증마크를 획득(2011. 07)

- 인증과정

1. 미국의 본사로 신청서(기본 신청양식, 회사소개, 인증받고자 하는 품목에 대한 정보) 접수 (OK Kosher의 경우 국내에 에이전시가 있어 에이전시를 통해 인증획득)
2. 심사원인 랍비(rabbi)가 공장실사를 통해 코셔인증을 받을 수 있는지, 유대율법에 문제가 되는 것은 없는지 여부 확인
3. 해당 실사보고서 본사 제출
4. 이상유무 파악 후 최종적으로 코셔승인
 - * 코셔는 1년을 기준으로 인증자격을 갱신해야하며, 청정원의 경우 갱신을 통해 현재 2년째 코셔인증 자격을 유지하고 있음

- ‘11년 국내 매출 100억(전년대비 50% 증가)

- ‘11년 해외 매출 5억(전년대비 45% 증가)

- ‘11년, 5억원 수출에 이어 2015년, 30억원 수출을 목표로 해외 수출에 박차를 가할 계획

청정원, ‘신안섬 보배’ 코셔 인증제품



● 고려인삼공사, 후코에이드&후코이단-100

- 미국 및 북미 지역으로 수출 시 원료 수입처에서 코셔 인증을 요구하는 경우에 대비하기 위해 인증 획득
- 인증과정

1. 미국의 Star-K Kosher Certification에 코셔 인증을 의뢰
2. 원료에 사용되는 원초(원료)의 생산과정, 보관방법 등 광범위한 내용을 영문으로 작성·발송
3. 서류검토 후 심사원인 랍비(rabbi) 파견·현장 실사
 - * 현장 실사에서 시설(위생기준 적합여부), 용매 사용의 종류, 주변환경(오염원)등을 중점적으로 심사 후, 공정의 전 과정을 검사
 - * 공정검사 시 단일 원료를 생산하지 않고 여러 종류의 원료를 생산하는 경우, 같은 과정의 검사를 실시
 - * 인증 검사 시 필요한 모든 구입서류 및 공정도는 영문으로 작성 후 비치해야 함
 - * 외부에서 사입되는 원료는 근거서류 및 기록대장을 비치해야 함

- 국내 최초로 후코이단 원료 코셔 인증 획득(2011. 07)
- 인증 후 후코이단 시장에서 메인 업체를 유지하고 있음

고려인삼공사 코셔 인증제품과 CJ ‘오천년의 신비’ 인증제품



● CJ 천일염 브랜드 ‘오천년의 신비’

- 국산 천일염에 대한 인지도가 미미한 상황에서, 글로벌 시장의 주요 유통 경로에 진출하기 위해서는 코셔 인증이 필수라고 판단하여 인증 획득(OU, Orthodox Union)(2012.03)
- 중국 상하이 3대 백화점으로 꼽히는 IFC, 팔백반(八佰伴), 구광 백화점(久光百货)의 식품코너에 입점(2012. 05)
 - * 소금 산업이 국영화된 중국시장 내 해외 브랜드의 현지 공략이라는 점에서 입점의 의미가 큼
- 영국 Tesco 입점(2012. 07)
 - * 유럽권 및 북미 시장에서 코셔인증은 보편화되었기 때문에 차별화 포인트가 될 수 없지만, 해외 바이어(Buyer)에게 제품의 품질을 보장하고, 입점 상담 시 유리하게 작용하는 도구가 됨

● ‘할랄’은 이슬람권 국가 수출을 위해 필수적인 인증임

- 롯데제과, 베트남 현지공장에 할랄 전용생산라인 구축, 아시아지역(말레이시아 인도네시아 등)에 초코파이 수출
- 농심 : 주력제품인 신라면 / 대상 : 종가집김치 / 남양유업 : 초코우유

■ 종교적 이유뿐 만 아니라, 코셔는 건강에 최적인 식사법으로 코셔 식사법이 가장 과학적으로 섭취에 안전하고 건강한 식단이라는 인식이 형성되어 비종교인들에게도 인기가 높음

● 자연계 먹이사슬의 최종단계인 동·식물은 코셔 금지대상

예) 어패류는 자연계의 청소부 역할을 해 체내 오염물질 축적으로 먹이사슬의 최종단계인 인간에 병을 유발할 수 있음

■ 코셔는 영국, 미국, 프랑스 등 주요 서구권 식품시장에서 시중 유통제품의 약 40%를 차지할 만큼 거대한 시장임

● 특히, 대형 유통업체들이 약 40%를 구매하는 정책을 실시하고 있기 때문에, 코셔 인증획득을 통해 식품수출의 유리한 고지를 선점할 수 있음

* 영국 대형슈퍼마켓 진열식품 40%는 코셔 인증된 제품임

■ 코셔 인증마크가 유기농 마크보다 인지도가 좋게 조사될 만큼 코셔 식품에 대한 신뢰가 급증하고 있음

■ 유대인 뿐 만 아니라, 무슬림과 채식주의자, 웰빙 소비자들을 주요 고객으로 아우르는 식품시장을 가지고 있음

■ 한식세계화를 위한 코셔인증을 이용하면 기존의 웰빙 건강이미지 상승 효과로 수요저변 확대에 기여할 전망

● 최근 한류열풍으로 인해, 한식을 보는 세계인의 인식이 많이 좋아지는 추세임

- 대부분의 서양인들의 한식에 대한 인식은 ‘한식 = 웰빙’ 건강 음식
- 즉, 서양인들이 웰빙 건강 음식의 최고봉으로 여기는 코셔의 이미지와 융합(코셔=웰빙=한식)해 새로운 시너지 효과를 창출할 수 있을 것이라 기대

5

코셔(Kosher)인증 식품의 시장진출전략

진출 성공 사례분석

- 세계적 브랜드인 코카콜라, 네슬레, P&G 등이 OU코셔마크를 제품 라벨에 사용
 - 이를 통해, 웰빙식품이라는 인식제고 및 매출증대효과
- 국내기업의 경우 대상 청정원, 고려인삼공사, CJ, 샘표식품 등이 코셔인증을 취득하거나 취득 중에 있으며, 수출확대를 위해 코셔 인증을 이용한 글로벌 수출전략을 시행하고 있음
- Post®
 - 2012년 기준, 60여 년간 OK Kosher로부터 마크를 제품라벨에 사용함으로써 코셔 시장을 적극적으로 공략, 코셔식품 글로벌 선두기업으로 자리매김
 - Post사는 비코셔(non-kosher) 제품용기에 코셔제품을 담아 판매함으로써 코셔 소비자에게 혼란을 주는 실수가 있기도 했으나
 - 손실에도 불구하고 전체 캠페인을 중단, OK Kosher와 협력함으로써 현재 64종류의 시리얼을 생산·수출하고 있음



● Twin Marquis

- 중국 식품업체인 Twin Marquis사는 OU로부터 코셔인증을 받아 미 주류 시장에 진출
- 자사의 주력상품인 국수, 야채 만두, 중국빵 등의 매출증대 효과를 누림

● Loblaw

- 캐나다 최대 식품유통업체인 Loblaw사는 2007년, 온타리오 및 퀘벡주 주요시의 다운타운 지역을 중심으로 코셔식품 코너를 오픈
- 매출이 두 자릿수 이상 증가한 것으로 나타남
 - * 매출의 상당 부분이 유대인인 아닌 일반 소비자로부터 발생한 것으로 추정

■ 진출 실패 사례분석

● ConAgra Foods, Inc.

- 가공식품과 냉동식품을 주력으로 생산하는 미국의 식품기업 'ConAgra Foods, Inc.'의 자사 브랜드인 Hebrew National은 OK Kosher로부터 코셔 인증을 받음
 - * Hebrew National은 미국의 대표적인 코셔핫도그 및 소세지 생산 브랜드
- 1965년, "We answer to a higher authority" 라는 슬로건을 내세운 광고 캠페인을 통해 대중에게 자사 제품의 품질을 알리는 계기가 됨

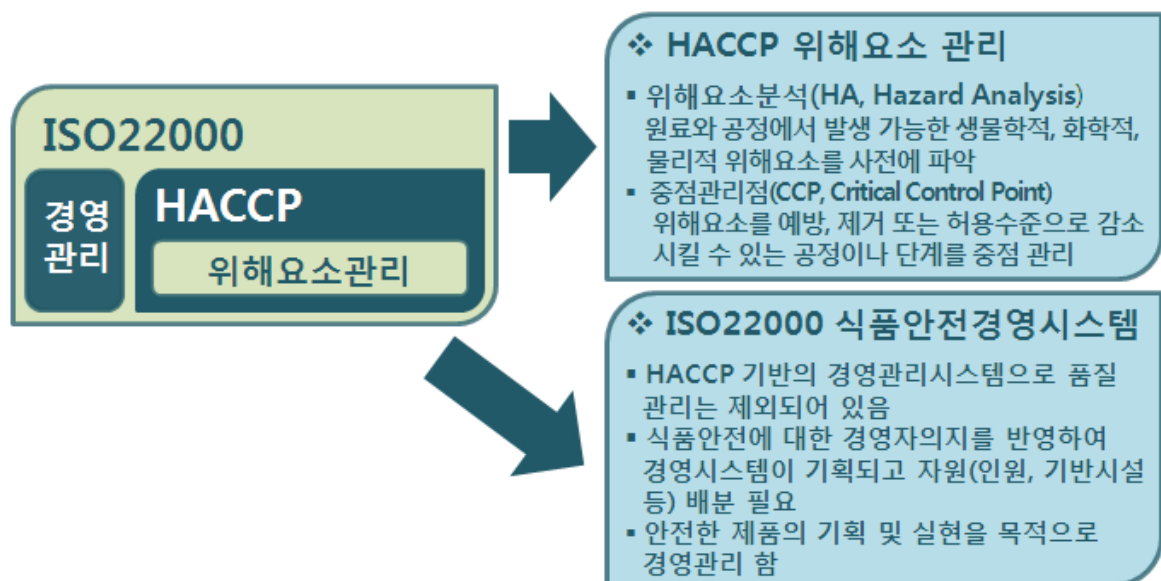


- 2009년 통계에 따르면, 3/4분기 600백만 명의 비유대인들이 코셔핫도그를 선호하는 것으로 나타남
- 그러나 2012년 6월, 육류 공장에서 심각한 위반이 발견돼 코셔 제품 허위광고를 했다는 이유로 소송을 당함

- 한국의 수출업체인 A사도 KLBD(Kashrut London Beth Din)를 통해 코셔인증을 받으려다 제조공정을 상당부분 손봐야한다는 결과가 나오자, 인증절차 없이 무단으로 인증마크를 사용해 수출하다가 적발당해 이스라엘당국의 소송을 당함

■ 시장 진출전략 및 마케팅 시사점 / 유망품목

- 코서는 할랄처럼 종교적인 이유보다 ‘안전한, 웰빙 제품’으로 인식돼 유럽권과 북미지역에서 일반화 돼 있으며, 코서마크만 붙어있으면 ‘안심하고 먹을 수 있는 것’이라는 인식이 통용되고 있음
 - 현재 할랄 시장에는 인증이 없으면 진입이 어려운 경향이 있는 반면, 코서는 유대인 뿐만 아니라 그 외 일반인에게도 보편화, 브랜드화 되어 있어 상품 마케팅에 매우 중요하게 작용함
- 코서제품은 가격대가 높게 형성됐으나, 엄격한 처리과정에 기인한 식품의 품질에 대한 인지도가 확산돼 특정 소비층을 넘어 일반 소비자에게까지 구매욕을 자극하며 그 소비량이 급격히 증가하고 있는 추세
 - 상대적으로 선진국 시장에서 인지도가 낮은 한국식품에 신사업·신시장을 개척할 수 있는 기회가 되므로 식품수출 업체 역시 코서를 신성장분야로 인식하고 관련제품 개발에 노력해야 함
- 코서인증은 HACCP, ISO22000, 할랄 인증제도보다 준비기간도 길고 비용도 많이 들지만, 일단 인증을 획득하면 그것 자체로 큰 경쟁력이 되기 때문에 많은 기업들의 인증 획득 노력이 필요



- 구미선진시장에 진입할 수 있는 품질과 신뢰의 보증서를 자사제품에 달고 현지 마케팅을 진행하는 것으로 미국, EU 등 FTA 발효, 한류열풍 등에 따른 수출기회를 활용

- 구미와 유럽 선진국 시장의 수출가능성 및 시장확보를 효율적으로 달성하기 위해서는 코셔인증 획득이 유효함

* 국내 제품의 해외수출 시 해당국의 위생·안전수준을 만족시켜야 하는데 코셔처럼 엄격한 국제인증을 획득하는 경우, 검역과정에 도움을 받기도 함

● 국가적 차원에서 코셔식품 산업 육성 및 수출산업 지원

- 구미선진시장을 중심으로 코셔에 대한 인식 및 소비가 높아짐에 따라 코셔시장을 신성장 시장으로 인식하고, 다양한 생산·마케팅 활동을 하는 다국적 기업들이 증가하고 있음

* 서구사회에서의 코셔인증 제품은 건강하고 안전하며 깨끗한 “청결식품”으로 인식되고 있으며 상대적으로 높은 가격에 판매되고 있어 한국식품의 현지시장개척에 매우 유용한 도구가 될 수 있음

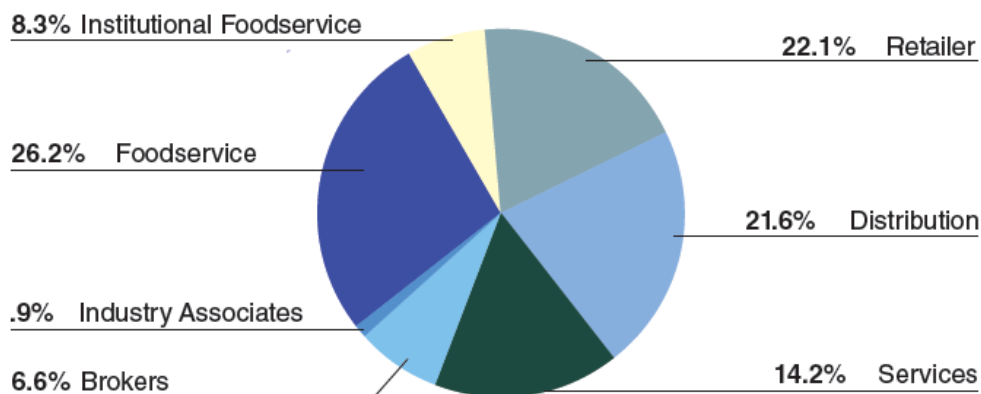
- 한국은 아직 코셔산업에 대한 국가적 관심 및 이해가 부족하기 때문에 국가적 차원에서 제품개발, 코셔인증 획득, 기업 마케팅 등에 대한 지원 여부를 검토할 필요가 있음

● 코셔페스트(Kosherfest) 등 관련 행사를 통한 적극적인 마케팅 활용

- 코셔 페스트(Kosherfest) : 세계 코셔식품 박람회
- 수 천 가지에 달하는 코셔인증 제품 및 서비스를 선보일 뿐 아니라 코셔 산업에 대한 통찰, 교육도 함 진행
- 코셔인증 제품을 홍보할 수 있는 기회가 됨

* 80%의 코셔페스트(Kosherfest) 참가자들이 식품 구매와 관련되어 있음
92%의 참가자들이 박람회를 통해 새로운 회사 및 제품을 인식
83%의 참가자들이 박람회 참석의 결과로 제품 구매를 결정

2011 코셔페스트(Kosherfest) 참가자 종사 산업구성



2010 코셔페스트(Kosherfest)



- 연락처

Christine Salmon(Account Executive)

전 화 : +1 207 842 1234

E-Mail : csalmon@divcom.com

- 전시 정보

* 박람회 일정 : 2012. 11. 13 ~ 2012. 11. 14

* 장 소 : Meadowlands Exhibition Center(Secaucus, New Jersey)

- 박람회 참가업체 등록

* 신청서 작성 후 Fax나 E-mail을 통해 접수

* 2012년 7월 6일 이전 : 부스 이용료의 50% Deposit 지불 후 접수 (추후 잔액 지불)

* 2012년 7월 6일 이후 : 부스 이용료의 100% 지불 후 접수

(부스 이용에 대한 상세 이용료 안내는 부록 참고)

- 방문객 등록

* 코셔페스트(Kosherfest)사이트 내 절차를 통해 등록

(<http://www.kosherfest.com/attend>)

* 2012년 11월 12일 이전 : USD 60불

* 2012년 11월 12일 이후 : USD 80불

- 2011 New Product Awards

매년 코셔페스트가 열리기 전, 그해의 산업을 선도한 새로운 코셔식품을 선정
(전체식품 중 1개, 식품별 각각 1개씩 제품을 선정)

2011 New Product Awards, 선정 제품 중 일부



Best Overall New Product
Tishbi Passion Fruit and Strawberry Champagne Preserves
Fruit of the Land
Booth #645-A



Best New Beverage
Sparkling Ayala's Herbal Water
Herbal Water - Sterling Sales
Booth #146



Best New Bread, Grain, Cereal, or Cracker
Sliced Artisan Slider Rolls
Tribeca Oven, Inc.
Booth #638



Best New Dips, Spreads, Salsas
Sabra Guacamole
Sabra
Booth #311

● 코셔시장 진출 유망품목

- 면류 및 스낵류 : 특정 지역에 특화된 제품이 아니라 국제적으로 보편화된 품목이기 때문에 거부감이 적어 다양한 수요를 충족시킬 수 있음
 - * 돼지고기 등 비코셔(non-kosher)항목에 유의하여 제조
- 건강식품 : 인삼, 홍삼 등 한국의 전통 건강식품에 대한 좋은 인식이 형성되어 있기 때문에 현지 시장 진출이 용이할 것으로 예상됨
- 전통 발효식품 : 한류영향 및 건강식으로 미국, 캐나다 등에서 인기를 끌고 있는 김치류, 된장, 고추장 등
 - * 보편적인 식품이 아니기 때문에 현지시장에 적합한 맛과 형태로 고객화해야 함 (Passover 기간에는 발효식품 섭취가 금지되기 때문에 유의하여 접근할 필요가 있음)
- 지역 특산품 : 조미김, 미역 등 해조류, 천일염 등
 - * 명품으로 손꼽히는 프랑스의 '계랑드 소금'처럼 인지도를 높이기 위해 현재 CJ, 대상 등 국내 대기업을 위주로 코셔인증을 받아 본격적으로 수출확대 전략을 펼칠 계획



부록

1. 세계 코셔 박람회 Kosherfest 2012 안내
2. 이슬람 할랄 시장

1 세계 코셔 박람회 Kosherfest 2012 안내

(미국 New Jersey, Secaucus /Meadowlands Exhibition Center /11.13~14)

2012 SHOW SCHEDULE

Tuesday, November 13

8:00am - 5:00pm

Visitor Registration Open

9:00am - 9:45am

Keynote Address: State of the Kosher Food Industry

Presented by: Menachem Lubinsky, Kosherfest Founder and President & CEO of LUBICOM Marketing

Room C/D; Admission is included with your registration to Kosherfest

10:00am

Kosherfest Opening Ceremony & Ribbon Cutting

Join the Kosherfest team and our special guests as we officially open the 27th edition of the world's largest kosher food and products trade show.

Exhibit Hall Entrance

10:00am - 5:00pm

Exhibit Hall Open

10:00am - 5:00pm

Kosherfest New Product Showcase

Front of the exhibit hall

Wednesday, November 14

9:00am - 3:00pm

Visitor Registration Open

10:00am - 4:00pm

Exhibit Hall Open

10:00am - 4:00pm

Kosherfest New Product Showcase

Registration Lobby

11:00am - 12:30pm

4th Annual Kosherfest Culinary Competition

Front of the Exhibit Hall

Produced in partnership with The Center for Kosher Culinary Arts



THE BUSINESS OF KOSHER FOOD & BEVERAGE

2012 Exhibit Space Application
November 13 & 14, 2012 ~ Meadowlands Exposition Center
Secaucus, New Jersey USA

1

Company Name: _____
Street/PO Box: _____
City: _____ State/Province: _____
Zip/Postal Code: _____ Country: _____
Telephone: _____ Fax: _____
Website: _____

Person in Charge of Exhibit: _____
Contact Email: _____

What do you plan to exhibit?
(Please list your product or service) _____

BILLING ADDRESS (if different from above)

Company Name: _____
Street/PO Box: _____
City: _____ State/Province: _____
Country: _____ Zip/Postal Code: _____

2

DEPOSIT

A deposit equaling 50% of the total cost of exhibit space must accompany this application. The balance must be paid by July 6, 2012. Applications received on or after July 6, 2012 must be accompanied by full payment. If deposit is not received with the signed application agreement and you cancel, the cancellation policy is still applicable and cancellation fees must be paid immediately upon cancellation.

CANCELLATION POLICY

Diversified Business Communications (DBC) must receive all cancellations in writing. Written notice of cancellation may be provided by mail, fax or e-mail to Diversified Business Communications, PO Box 7437, 121 Free Street, Portland, ME 04112-7437. Cancellations received by DBC on or before July 6, 2012, shall be subject to a cancellation fee equal to 50% of the total cost of space cancelled. Cancellations received by DBC after July 6, 2012, are subject to a cancellation fee equal to 100% of the total cost of space cancelled. If space is reduced, the net reduction of space will be treated as a cancellation of that space. The Exhibitor acknowledges and agrees that DBC shall be entitled to retain the payments described above with respect to any cancellation by the Exhibitor. All outstanding cancellation fees are payable immediately upon cancellation.

3

PAYMENT TERMS

- 1.) 50% deposit due with contract
- 2.) 50% due on or before July 6, 2012

PAYMENT METHOD ~ ALL PAYMENTS MUST BE IN U.S. DOLLARS

☐ **Check or Money Order:** DRAWN on a USA Bank and in US DOLLARS ONLY

Made payable to Kosherfest

P.O. Box 3421 ~ Boston, MA USA 02241-3421

☐ **Wire Transfer:** Bank of America - 100 Federal St, Boston, MA 02110 USA

Swift: BOFAUS33N

ABA#: 026009593

Acct #: 000055160762

Beneficiary: Diversified Business Communications

Ref Code: KF2012

REMITTANCE CHECKLIST

- ☐ Booth Deposit
- ☐ Completed & signed contract (retain copy for your records)
- ☐ Co-Exhibitor Application (if applicable)

4

EXHIBITOR BOOTH RATE

Standard Rates

Cost per Square Foot (100 - 599 sf)\$29.50
Cost per Square Foot (600 sf +)\$28.50

Booth Pkg Includes:

- Back (8' high) and side (3' high) rail, draped
- Booth identification sign (7" x 44"), Table, 2 chairs, and wastebasket
- 10' x 10' booth carpeting
- Refrigerator and freezer storage
- Free listing in the Kosherfest™ Show Directory & Website
- Free Publicity

CO-EXHIBITOR RATE (Please fill out and mail in co-exhibitor form)

Cost per Co-Exhibitor\$200.00

Co-exhibitor fee is applicable for exhibitors who wish to have more than one company per 100 sf. Price includes one additional listing in the Show Program, five additional exhibitor badges and a company sign. Maximum of two companies per 10 x 10 booth. Additional co-exhibitors must be identified and listed on the co-exhibitor form and are subject to approval by Organizers at their sole discretion.

5

BOOTH PREFERENCES

We do not wish to be located adjacent or directly across from these companies:

List company name(s) _____

1st 2nd 3rd 4th

Standard (100-599 sf) _____ x \$29.50/sf = Total \$ _____

Standard (600+ sf) _____ x \$28.50/sf = Total \$ _____

Co-Exhibitor Fee _____ x \$200/co-exh = Total \$ _____

Corner Fee _____ x \$250/corner = Total \$ _____

Total Booth Costs _____ = **Total \$** _____

Payment included _____ = **Total \$** _____

6

AUTHORIZATION

We agree to abide by all Conditions, Rules and Regulations Governing Kosherfest included with this application. We understand that acceptance of this application by show management constitutes a legal and binding contract. **"The undersigned has read the 'Terms & Conditions' as contained on the website:**

http://exhibitor.kosherfest.com/CUSTOM/pdfs/KF2012_TermsConditions.pdf "

Contract must be signed & sent with deposit to secure booth.

Signature: _____

Print Name: _____

Certification Agency (circle one): STAR-K KOF-K CRC OU OK Other: _____

7

INTEREST IN OTHER SERVICES?

- ☐ Sponsorships
- ☐ Advertisements
- ☐ Web advertising
- ☐ Advertising in KosherToday
- ☐ Attending the conference

8

SHOW ADMINISTRATION USE ONLY

Booth Assigned _____ Dimensions _____ Corner _____

Rate Code _____ Square Feet _____

2 이슬람 할랄 시장

■ ‘할랄’ 개요

- 무슬림 국가에서는 일상생활에서 투자, 경영에 이르기까지 다양한 영역에서 해야 할 일과 해서는 안되는 일을 규정
 - 식품 또한 여러 가지 제한을 두고 있는데 개인이 이들 식품을 모두 알 수 없기 때문에 각국 이슬람 교단에서 율법에 저촉되지 않는 식품 목록을 만들어 신도들에게 알리며 이들 식품을 할랄식품이라고 함
- ‘할랄’은 이슬람법에 따라 ‘허용된 것’을 의미
 - 할랄은 다시 파르드(반드시 해야 할 의무), 만두브(하도록 권장되는 것), 무바흐(법과 무관한 행위) 등으로 세분화됨
 - * 파르드 : 예배, 단식, 성지순례 등 / 만두브 : 우무라(자발적 예배), 단식 등 / 무바흐 : TV 시청, 외식 등
- ‘하람’은 ‘금지된 것’의 의미
 - 하람은 ‘마크르후(피해야 할 것)’, 하람(금지된 것)으로 나뉨
 - * 마크르후 : 흡연, 게으름, 이혼 등 / 하람 : 무함마드의 초상화, 조각 만들기, 술과 돼지고기 섭취 등

할랄 식품과 하람 식품

할랄식품	하람식품
■ 우유(소, 낙타, 산양의 젖) ■ 벌꿀 ■ 생선 ■ 취하는 성분이 없는 식물 ■ 신선한 야채(신선한 상태로 냉동한 야채). ■ 땅콩, 캐슈넛, 헤이즐넛, 호두 등의 견과류와 콩류 ■ 신선한 과일, 말린 과일 (대추야자, 포도, 올리브, 석류 등) ■ 밀, 쌀, 호밀, 보리, 귀리 등 곡물류 ■ 소, 양, 산양, 낙타, 사슴, 고라니, 닭, 오리 등 동물 (반드시 이슬람식 도살방법인 자비하-zabihah에 따라야 함)	■ 돼지고기와 그 부산물 ■ 피와 그 부산물 ■ 육식동물 ■ 파충류와 곤충류 ■ 동물의 사체, 도살 전에 죽은 동물 ■ 포도주, 에틸알콜, 화주 등의 술과 알코올성 음료 ■ 그 밖의 할랄인지 하람인지 분간하기 어려운 의심스러운 식품 ■ 이슬람법에 따라 도살되지 않은 할랄동물 (자비하 수순에 따르지 않은 고기)

■ 세계 할랄식품 시장규모

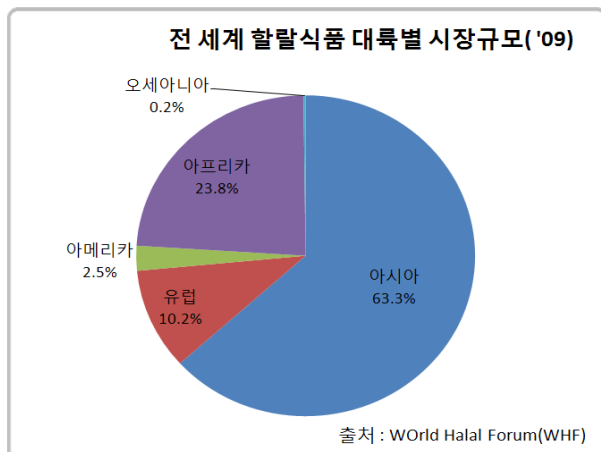
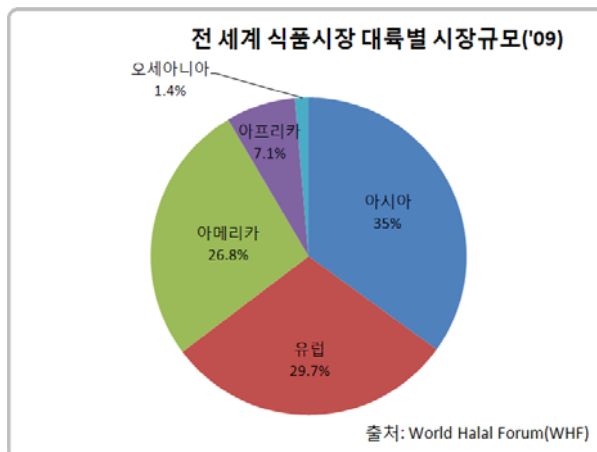
- 전 세계 할랄식품 산업의 시장규모는 6,500억 달러를 넘어서는 것으로 추산 (World Halal Forum)
- 할랄식품 시장규모 : ('04) 2,872억 달러 → ('05) 5,961 → ('09) 6,345 → ('10) 6,515 (추정치)
- '09년 기준 세계 식품시장규모는 3조 9,922억 달러이며 이중 할랄식품 시장규모는 6,345억 달러로 약 16%를 점유

할랄식품의 세계시장 규모

국가 / 년도	2004	2005	2009	2010(p)
시장규모 (US\$billion)	587.2	596.1	634.5	651.5
1. 아프리카	136.9	139.5	150.3	153.4
2. 아시아	369.6	375.8	400.1	416.1
GCC국가	38.4	39.5	43.8	44.7
인도네시아	72.9	73.9	77.6	78.5
중국	18.5	18.9	20.8	21.2
인도	21.8	22.1	23.6	24.0
말레이시아	6.6	6.9	8.2	8.4
3. 유럽	64.3	64.4	66.6	67.0
프랑스	16.4	16.5	17.4	17.6
러시아	20.7	20.8	21.7	21.9
영국	3.4	3.5	4.1	4.2
4. 호주	1.1	1.1	1.5	1.6
5. 아메리카	15.3	15.5	16.1	16.2
미국	12.3	12.5	12.9	13.1
캐나다	1.4	1.5	1.8	1.9

자료 : World Halal Forum(WHF)

주 : GCC(걸프협력회의) : 사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인(6개국)



■ 먹는 것이 허용된 동물도 ‘신의 이름으로’ 도축하지 않은 고기는 먹을 수 없도록 규정

- 할랄식품 : 채소, 과일, 곡류 등 비 육류성 식품, 해산물. 육류의 경우 양, 소, 닭 등 허용된 고기로 할랄에서 규정한 방법으로 도축된 것에 한함 (*가공식품은 돼지, 알코올 성분이 없어야 함)
- 하람식품 : 돼지고기 및 이와 관련된 음식, 피와 이와 관련된 부산물, 육식 동물의 고기, 파충류 및 곤충
 - 허용된 육류이나 도살 전에 코란의 기도문을 암송하고 지정한 순서 및 메카 방향으로 도살하지 않은 고기, 다른 신의 이름으로 도살한 고기, 죽은 동물, 알코올 성분이 있어 사람들을 취하게 만드는 것은 금지되는 식품임

■ 음식에 관한 무슬림의 기본철학은 알라를 경배할 수 있도록 건강한 신체를 보전하기 위한 것으로 할랄식품과 하람식품을 엄격히 구분

- 따라서 무슬림 소비자를 대상으로 수출하기 위해 식품을 할랄식품 규정에 맞게 원료와 성분을 변경하는 경우도 발생
 - 예) 한국의 주요 수출품목인 쇠고기 분말스프 함유 라면, 돼지의 젤라틴 함유 초코파이, 요거트 등이 원재료를 변경



한국기업은 ‘10년말 현재 한국 이슬람중앙회로부터 87개사가 할랄 인증을 취득하였음

- 한국 이슬람 교단에서 먹어도 좋은 ‘한국 과자’의 목록을 공지한 바 있음 (‘10년초)
- 크라운제과의 ‘국희땅콩샌드’, 오리온의 ‘도도한 나초’, 롯데제과의 ‘꼬깔콘 고소한 맛’ 등
- 이전에도 해태제과의 ‘아이비’크래커, 롯데제과의 ‘빼빼로’ 시리즈, 오리온의 ‘오! 감자’, 크라운의 ‘콘칩’ 등이 할랄식품으로 인정 받았으며 수입 크래커에 대해서도 소개
- 이슬람교중앙회가 후보 지면을 할애해 해당과자를 홍보했던 것은 국내 제과 업체들이 돼지가죽에서 뽑아낸 젤라틴을 과자류와 유제품에 널리 사용하고 있기 때문.
따라서 젤라틴이 들어 있는 빙그레 ‘요플레’와 오리온 ‘초코파이’가 대표적인 금기 식품



Nestle'의 성공사례

- 1992년부터 할랄제품 개발정책을 수립하여 무슬림 시장을 적극적으로 공략, 할랄식품 글로벌 선두기업으로 자리매김
 - * AOA Zone(아시아, 오세아니아, 아프리카권) 인구의 30%를 무슬림으로 파악하고 미래 성장전략의 핵심으로 인식
- 전 세계 456개 생산시설 중 85개 공장의 154개 제품 라인이 할랄식품으로 공인 받았으며, 유럽에서도 19개 생산공장이 공인
- 또한 네슬레 말레이시아의 경우, 매출의 1/4이 이슬람율법(샤리아)을 준수한 할랄제품 수출(40여 개국)로 이루어지고 있으며, 말레이시아에서 개발된 네슬레의 할랄 기준은 세계적으로 인정받고 있음
- 아울러 검증된 할랄 노하우를 말레이시아로부터 전 세계에 전파하고 있음

※ 할랄식품 시장에 대한 보다 자세한 내용은 KATI.net(농수산물무역정보)/발간책자(aT Focus‘11.2월호)를 참조해 주시기 바랍니다.



본 코셔시장 보고서와 관련하여 도움을 주신데
감사드립니다.

① OK Kosher 한국지사

이용선 지사장

전 화 : 031- 815-8710

휴대전화 : 010-9852-8717

이메일 : simon@okkosher.co.kr

주 소 : [410-907]경기도 고양시 일산동구 백석2동 1330

브라운스톤 102-1402 OK Kosher한국지사

② Kosherfest

Christina Salmon

이메일 : CSalmon@Divacom.com