

Vol. 30

# aT | FOCUS

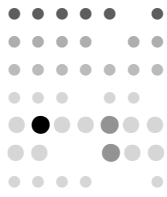
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corp

## 선택이 아닌 필수, 할랄(Halal): 2조 달러 이슬람 할랄시장

1. 이슬람 할랄(Halal) 시장이란? / 4
  2. 할랄(Halal) 식품의 구분 / 5
  3. 할랄(Halal) 시장 현황 / 7
  4. 인도네시아 할랄시장 / 10
  5. 말레이시아 할랄시장 / 12
  6. 할랄시장 진출 현황 / 15
  7. 할랄시장 진출의 문제점 및 애로사항 / 17
  8. 성공적인 할랄시장 진출을 위한 방안 / 19
- \* 할랄인증 지원사업 안내







# 선택이 아닌 필수 ‘할랄(Halal)’ : 2조 달러 이슬람 할랄시장

\* 작성자 : 식품수출정보팀, 자카르타 aT센터



Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

최근 유럽에서는 할랄(Halal)이 유행하고 있다. 할랄이란 아랍어로 ‘신이 허락한’이라는 의미로 까다로운 검열과 인증절차를 거치기 때문에 깨끗하고 안전하며 친환경적이라는 인식이 확대되어 비(非)무슬림에게도 호응을 얻고 있다.

이슬람에서는 단순히 먹고 마시는 식품뿐만 아니라 의·식·주 전반에 걸쳐 해야 할 일(허용되는 것 : Halal)과 해서는 안 되는 일(금지되는 것 : Haram)을 규정하고 있다. 이슬람은 기독교, 불교와 더불어 세계 3대 종교이며 약 20억, 전 세계 인구의 29%를 차지하고 있다. 구매력을 갖춘 이슬람권 소비자가 많아지면서 할랄 시장은 매년 20%씩 성장하고 있으며, 과거 식품분야에만 한정되어 있던 할랄 산업은 의약품, 화장품, 관광, 금융, 물류 등 서비스 영역까지 확대되고 있다.

세계 인구의 29%를 차지하는 무슬림을 감안한다면 이제 Halal은 단순히 종교의 문제가 아니다. 무역대국으로 나아가기 위해서는 할랄은 피할 수 없는 선택이자 비즈니스이다. 이러한 이유로 다국적 기업들은 이미 할랄 시장에 뛰어들었으며, 중동, 북아프리카, 동남아시아 시장에서는 할랄 제품이나 아니냐가 성공의 잣대로 부상하고 있다.

그러나 아직 할랄 시장은 우리나라에서 두각을 나타내지 못하고 있다. 이슬람 시장이 미개척 분야이며 생소하기 때문이다. 비록 지금은 할랄 시장에 대한 인식이 부족하지만 우리에게 익숙하고 가까운 동남아시아 시장부터 겨냥해 할랄시장에 관심을 기울인다면 향후 우리 농식품이 이슬람 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있게 될 것이다.

## 1. 이슬람 할랄(Halal) 시장이란?

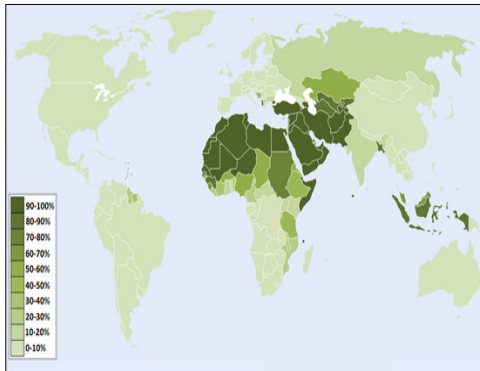
### 이슬람(Islam)이란?

- 이슬람이란 아랍의 예언자 무함마드가 610년에 제창한 일신교로 유일한 신 알라에 절대적으로 복종하는 것을 의미함
- 기독교, 불교와 더불어 세계 3대 종교
- 서아시아, 아프리카, 인도대륙, 동남아시아를 중심으로 현재 세계 인구의 29%인 약 20억의 신자가 있음(<http://www.muslimpopulation.com/>)

### 무슬림(Muslim)이란?

- 이슬람 신자를 의미, '절대적으로 복종하는 자'라는 뜻
- 무슬림 수가 가장 많은 국가는 인도네시아이고, 지역적으로는 인도반도(파키스탄, 인도, 방글라데시)에 가장 많이 분포

【 세계 무슬림 인구수(2011) 】



대륙	전체인구수 (백만 명)	무슬림 비율(%)	무슬림인구 (백만 명)
아프리카	1051.4	52.39%	554.32
아시아	4239.1	32%	1356.28
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
총계	7009.75	28.73%	1977.24

\* 출처 : <http://www.muslimpopulation.com/>

- 높은 출산율, 향상된 건강상태와 경제력, 늘어난 기대 수명 등이 무슬림 인구가 빠르게 증가한 요인으로 파악됨
  - 다산을 미덕으로 여기는 문화로 인해 출산율이 높음
  - 1990-2010년 사이, 세계 무슬림 인구는 평균 2.2% 증가했고, 2010-2030년의 기간에는 1.5% 증가할 것으로 전망됨

## ◆ 허용된 좋은 것만 먹도록 하라 : 꾸란(Quran) 2장 168절

- 이슬람에서는 단순히 먹고 마시는 식품뿐만 아니라 의·식·주 전반에 걸쳐 해야 할 일(허용되는 것 : Halal)과 해서는 안 되는 일(금지되는 것 : Haram)을 규정하고 있음
- 할랄(Halal) : 아랍어로 신이 허용한 것
  - 음식, 음료뿐만 아니라 음식과 음료를 이루는 기초원료, 부자재 등 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품을 총칭
- 하람(Haram) : 이슬람에서 금기된 것
- 마쉬부흐(Mashbooh) : 허용(Halal)인지 금기(Haram)된 것인지 불명확한 것

## 2. 할랄(Halal)식품의 구분

### ◆ 할랄식품, 즉 허용된 좋은 것(Halalan Tayeeban)은 다음과 같이 분류하여 할랄과 하람으로 정의될 수 있음

- 정확한 이슬람식 도살방식 \* 에 의해 준비된 모든 육상동물은 할랄(Halal)이지만 아래의 항목은 제외

#### 〈 이슬람식 도살방법 〉

- 할랄로 규정된 동물에 한함
  - 초식동물과 조류, 바다에서 생산되는 생선이나 해산물은 대부분 깨끗한 식품으로 분류하여 허용(단, 물 또는 육지에 사는 악어, 개구리, 거북이는 하람)
- 정신적으로 완전한 성인 무슬림에 의해 도살되어야 함
- 위대하신 하나님의 이름으로 도살되어야 함
- 도살되는 동물의 고통을 최소화하기 위하여 빠르고 신속하게 도살이 이루어 져야함. 이때 예리한 칼로 목의 핏줄을 잘라 체내에 있는 피가 완전히 제거되어야 함

- 개, 돼지와 그것들의 부산물 및 성분
- 송곳니를 가진 야수(호랑이, 사자 등) 또는 해로운 동물(쥐, 전갈 등)

- 날카로운 발톱을 가진 동물(독수리, 송골매 등)
- 메뚜기를 제외한 모든 곤충
- 피는 허용된 동물의 것이든 또는 허용되지 않은 동물의 것이든 상관없이 하람
- 알코올과 정신을 흐리게 하는 모든 물질(마약류)은 금기사항으로 규정

〈 무슬림의 커피문화 〉

오늘날 우리에게 익숙한 커피는 아라비아 반도 예멘 역의 아랍인들이 예배를 드리기 전, 경건한 의식의 일부분(명상 중 잠을 쫓기 위해)으로 마신 커피에서 비롯되었다. 꾸란(Quran)에서는 “술은 이로움보다 해로움이 더 많고, 술을 마시고 예배하는 것은 마귀 행위의 죄악이다. 술을 마시는 것 자체가 알라에 대한 불경이다.”라고 명문화 되어 있다. 알코올을 엄금하는 이슬람의 계율 때문에 술을 대신할 음료가 필요했는데 그것이 곧 커피였으며 선술집과 같은 사교장소를 대신한 곳도 커피점으로 어느새 커피는 중동 문화의 빠질 수 없는 일부가 되었다.

● 할랄과 하람의 대전제 P.I.H

- P(독), I(취), H(위험) 기준에 따라 할랄과 하람으로 구분할 수 있음. 이 세가지 요소를 모두 피할 수 있다면 Halal
  - P(Poisonous) : 독(毒)이 있느냐
  - I(Intoxicate) : 취(醉)하게 혼미하게 하느냐
  - H(Hazardous) : 위험(危險)하냐

● 이스티할라(Istihalah)

- 기초 원료로부터 변화와 변형을 통해서 제조되는 다양한 형태의 제품을 허용과 금기 차원에서 규정할 때 그 허용의 한계를 ‘이스티할라’라고 함
  - Istihalah Sahih(허용되는 변화) : 자연적인 과정을 거쳐 변형되는 것으로 원래 성질이 하람(Haram)이었다고 해도 변화 과정을 통해 할랄이 되는 것  
(예) 알코올이 숙성되어 식초가 되는 경우
  - Istihalah Fasidah(허용되지 않는 변화) : 성질은 변화를 가져왔지만, 할랄로 인정할 수 없는 경우  
(예) 돼지 창자에서 추출되어 만들어진 콜라겐, 돼지가죽과 뼈를 이용한 젤라틴 등

### 3. 할랄(Halal) 시장 현황

#### ● 종교가 아닌 비즈니스 ‘할랄(Halal)’

- World Halal Forum 조사에 따르면 2009년 기준 전세계 할랄식품 시장규모는 6천억 달러이며 의약품, 화장품 등 모든 분야를 포함하면 그 규모는 2조 달러에 달할 것으로 추정
  - 과거 식품분야에만 한정되어 있던 할랄 산업은 의약품, 화장품, 관광, 금융, 물류 등 서비스 영역까지 확대되고 있음
- 2025년이면 무슬림이 세계 인구의 30%로 성장할 것으로 예상됨. 따라서 할랄시장 진출은 우리에게 피할 수 없는 선택
  - 이슬람교를 믿는 무슬림은 140여 개국에 흩어져 살고 있으며, 이중 아랍연맹 소속 22개국을 포함, 이슬람회의기구 가입 회원국만 해도 57개국에 달함
  - 급속한 인구증가율, 구매력을 갖춘 이슬람권 소비자가 많아지면서 할랄 시장은 매년 20%씩 성장

#### ● 문화적 지리적으로 분산되어 있지만 종교를 바탕으로 동질성이 강한 거대시장 형성

- 각국 경제수준과 정치적 성향에 따라 사회적 분위기 차이는 있지만 종교적, 문화적 동질감이 강해 라이프 스타일, 소비행태는 유사
- 중동 국가에 거주하는 무슬림은 할랄인증 여부를 엄격하게 적용. 말레이시아 등 선진 이슬람 국가는 합리적인 기준에서 적용는 반면 북아프리카, 방글라데시 등 일부 빈민 무슬림 지역은 상대적으로 느슨한 기준이 적용됨

#### ● 젊고 유능한 무슬림 인구 증가, 지갑 여는 무슬림

- 기존 선진국들이 경기 침체를 겪은 반면, 오일 머니를 쌓아두고 있는 중동은 상대적으로 경기침체에서 자유로움
- 왕성한 소비성향으로 고성장이 예상됨

- 무슬림은 금욕주의적 이미지가 강하지만 ‘알라가 창조한 모든 것을 누릴 권리가 있다’는 종교원리로 인해 의외로 소비에는 관대
- 의식주와 관련된 기본욕구 충족에 매우 긍정적이며 특히 프리미엄 제품 구입에 적극적임

## ◆ 할랄식품, 깨끗하고 안전한 식품이라는 인식확대

- 음식에 대한 까다로운 검열이 非무슬림에게도 호응을 얻음
  - 식품안전성에 대한 인식이 높아짐에 따라 소비자들이 일반적으로 할랄 제품을 성분, 안전, 위생 기준 측면에서 엄격한 검사와 표준 관리 절차를 거친 믿을수 있는 식품으로 인정함
  - 네덜란드의 식품회사 마르하바의 소비자 25%는 비무슬림인 것으로 나타남
- 할랄 식품 규정으로 수출품의 원료, 성분 등이 변경되는 경우도 있음
  - 네덜란드 식품업체 마르하바는 돼지나 소의 피부 등에서 추출한 젤라틴이 들어 있지 않은 과자
  - 이탈리아 치즈업체 베로니아는 알코올 성분이 없는 버팔로 모차렐라 치즈를 개발

## ◆ 커져가는 할랄시장

- 호주, 브라질 등 낙농국가나 무슬림 거주인구가 많은 독일, 네덜란드, 프랑스 등 유럽 국가들은 할랄 산업에 적극 대처, 할랄 제품의 주요 수출국가로 부상중
  - 네덜란드에서는 친환경, 친동물 바람이 일고 있으며 이로 인해 Halal에 대한 관심이 증가
  - 프랑스 유통업체 오샤은 전국 47개 대형마트 중 23곳에 할랄 식품을 비치
- 특히 일본은 230개의 업체가 할랄제품 도입에 적극적이며 일부는 말레이시아에 현지공장을 설립하여 할랄 식재료, 식품, 어육 가공제품 생산

## ◆ 식품분야에만 한정되어 있던 할랄 산업은 최근 여러분야로 그 영역이 확대됨

- 화장품 : 할랄 화장품은 중동, 유럽, 동남아시아 등지에서 동물성 성분이 들어가지 않은 내추럴 오가닉 제품으로 여겨져 큰 호응을 얻고 있음



- **관광** : 비행기에서부터 투숙 호텔에 이르기까지 무슬림의 편의를 최대한 고려한 관광상품이 시행중
  - 세계 최대 항공식품 납품업체인 스위스의 게이트그룹은 할랄 기내식을 제공하기 위해 런던 히드로공항에 300만달러 규모 설비를 마련함
- **물류** : 할랄 제품은 비할랄 제품과 섞이거나 같은 곳에 보관, 운송, 제조되어서는 안되며, 제조과정 중 비할랄 제품에 사용된 장비는 사용할 수 없기 때문에 최근 할랄 제품만 독점적으로 유통하는 물류산업이 말레이시아 등을 중심으로 성장하고 있음
- **금융** : 샤리아에 의한 이자 금지 율법을 따르는 금융상품 개발
  - 이슬람 금융은 샤리아를 준수하는데, 샤리아에서는 금전대여에 따른 이자 수취 금지, 이익 및 손실을 공유하는 파트너십 등의 원칙을 이행한 금융거래만 통용됨



[Halal 제품으로 유명한 Colgate 치약]



[Halal 인증받은 화장품]



[이슬람권 금융서비스 사업을 위해 설립]

## ◆ 다국적 기업의 할랄 시장 진출

- 네슬레, P&G, 맥도널드 등 다국적 기업이 경쟁적으로 식품, 화장품 등 할랄산업에 진출
- 다국적 기업들은 커져가는 할랄 시장에서의 주도권을 잡기 위해 인증을 서둘러 획득하고 있으며, 급격히 늘어나고 있는 유럽 내 무슬림 수요층을 겨냥
- 이슬람국 수출은 물론이고, 유럽내수 시장도 적극 공략중
  - KFC는 영국에 할랄버거 매장 100여개 운영, 네슬레는 80년대부터 할랄 전담분야를 만들어 현재 대표적인 할랄 인증 기업



할랄인증 선두업체, 네슬레(Nestle')



스위스 네슬레는 1980년대부터 할랄 전담 분야를 만들어 현재 전 세계 85개 공장, 154개 제품이 할랄 인증을 받음. 말레이시아, 인도네시아, 터키를 무슬림 3대 핵심시장으로 선정하고, 말레이시아를 할랄식품의 연구 및 생산거점화 하였음. 이러한 노력의 결과로 말레이시아 국왕으로부터 Halal Journal Award 수상하였음. 네슬레의 할랄제품 판매 성장은 연간 50%이며 200%의 성장을 기록도 가능하다고 봄. 앞으로도 할랄제품의 공급을 대폭 확대하고 유럽 내수시장도 진출, 할랄인증의 선두업체가 됨

4. 인도네시아 할랄시장

◆ 단일 시장 기준 세계 1위 할랄시장, 인도네시아

- 인구의 약 88% 가량이 무슬림
  - 인도네시아의 할랄 식품 시장규모는 785억 달러로 세계 최대 시장이며 할랄 인증 식품 수는 약 13,000여 개
  - 전 세계 무슬림인구의 약 12%가 인도네시아인인 점을 고려, 단일 시장 기준 인도네시아의 할랄 시장 규모는 세계 1위로 추정됨

## ◆ 시장동향

- 중산층 확대로 시장규모 급증
  - GDP가 급성장 하면서 중산층의 비율이 1990년 5.8%에서 2008년 39.9%로 대폭 증가하면서 국민들의 씬씀이도 커짐. HSBC에 따르면 지난 2008년부터 인도네시아의 구매력 성장속도는 다른 아시아 국가를 압도함
- 식품위생과 안전에 대한 의식 제고
  - 중국 멜라민 파동 이후, 식품위생과 안전에 대한 의식이 높아져 수입식품 구매가 많아지고 있음. 따라서 안전성과 품질 수준이 높은 우리 식품기업에는 좋은 기회가 됨

## ◆ 시장특성

- 인도네시아에서 HALAL 인증은 매우 중요함. 식탁도 코란이 지배하기 때문에 매우 엄격히 관리하며, 국내산 식품에는 반드시 할랄인증 표기가 되어있음
- 수입시 대부분의 제품에 대해 할랄인증은 권고사항으로 의무사항은 아니나 유제품 등은 법률상 의무적으로 요구
  - 따라서 한국 우유·조제분유·햄 등 육류제품 수출이 전무
  - 육류제품 외 수입식품도 할랄인증 마크가 없으면 대체로 구매를 꺼려함
    - 인구의 80% 이상이 무슬림이기 때문에 인도네시아 및 그 주변국 업체들은 제품 생산시 포장지에 할랄마크를 인쇄하여 소비자가 안심하고 구매할 수 있도록 표시함
  - 식품에 할랄 인증이 인쇄되어 있으면 나라 혹은 인증기관에 상관없이 안심하고 구매함

## ◆ 세계적으로 인정받는 인도네시아 할랄인증

- 인도네시아 할랄 시장 공략을 위해 세계 각국에서 인도네시아 할랄 인증을 따르는 추세
  - LPPOM-MUI는 'World Halal Council'의 의장국 역할 수행 중

- 전국 28개 지사를 보유한 LPPOM-MUI는 1995년 설립되었으며 이슬람율법에 따라 음식, 약품 그리고 화장품에 관한 정책·규제·가이드를 관할



- 인도네시아 할랄 인증은 비정부기관인 'Indonesia Council of Ulama(MUI: Majelis Ulama Indonesia)' 부속기관인 LPPOM(Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika)-MUI에서 발급

#### 가짜 할랄 라벨을 조심하라

- LPPOM-MUI(Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) 의장, Lukmanul Hakim은 경쟁력 있는 할랄 인증기관을 통하지 않고 할랄인증을 부착하여 판매하는 상품, 즉 가짜 할랄이 많다고 발표함.
- BPOM(식약청)에 제품등록을 한 업체 중에서도 가짜 할랄을 부착한 제품이 40~50%에 달함
- 이러한 가짜 할랄은 작은 가게뿐만 아니라 대형 몰 등에서도 적발되고 있으며 가짜 할랄 적발시 가볍게는 벌금형이지만, 크게는 구형에 처함  
출처 : PusatHalal, Indonesia (2012. 8)

## 5. 말레이시아 할랄시장

- ◆ 말레이시아 국제무역산업부(MITI)는 할랄 식품(무슬림의 소비에 맞는 식품)의 세계 시장 규모를 연간 미화 5600억 달러로 추산했음

- 말레이시아는 국제적, 다종교적 성격에도 불구하고 세계의 할랄 식품 허브로 널리 인정받고 있음
  - 말레이시아의 할랄 시장은 단순히 인구 2800만, 60%의 무슬림을 위한 종교산업이 아니라 대내외적으로 고유한 경쟁력이 되어가고 있음
  - 이는 비무슬림 사이에서도 성분, 안전, 위생 등의 측면에서 엄격한 검사와 표준 관리절차를 거친 안전한 제품으로 인정받아 할랄 식품 수요가 많기 때문임

- 할랄 식품 산업의 잠재력을 인식한 말레이시아 정부는 할랄 식품의 주요 생산자가 되고 할랄 식품에 관한 마케팅, 증명, 참고의 선구자가 되어 세계 할랄의 허브가 되는 것을 목표로 하고 있음
- 정부가 역점 사업으로 말레이시아를 국제 할랄 허브로 발전시키려고 하므로 할랄 식품 산업의 전망은 밝음

### ◆ 시장동향 및 특성

- 식품에 대한 할랄 기준이 육류 제품에서 비육류 제품으로 확대되고 있음
  - 할랄 인증을 받은 제품은 시장 가치가 상승. 따라서 대부분의 판매업자, 요식업자, 식품 제조업자는 비육류 식품과 재료에 대해서도 할랄 증명서를 요구하는 추세임
- 말레이시아의 경우 국가인증기관인 JAKIM 할랄인증 외에는 국민들 사이에서 외면 받는 분위기임
  - TV광고 등을 통해 JAKIM 할랄인증 만이 정통하다고 소비자에게 알리고 있고, 실제로 인증절차도 다른 나라에 비해 복잡하고 까다로움
- 생활 수준과 교육 수준이 높아짐에 따라 해가 갈수록 소비자들의 장보기 방식과 식생활이 현격하게 변화하고 있으며 할랄에 대한 수요도 급격히 증가

### ◆ 이슬람 관련 사업의 전 세계적 주도권을 획득하기 위한 말레이시아의 노력

- 이슬람과 관련된 산업 중 말레이시아가 할랄산업의 허브로 발돋움하기 위해 국가적 차원에서 노력하고 있음
  - 여타 국가의 할랄인증기관들이 NGO나 민간협회임에 비해 말레이시아 할랄인증 기관은 정부기관임인 것이 특징임
- 이슬람 개발부(JAKIM)의 인증을 거치지 않은 할랄식품 유통 금지 : 할랄법(Halal Act)
  - 말레이시아는 2012년부터 할랄법(Halal Act)을 시행, 2013년 1월 1일부터 말레이시아 내에서 유통되는 식품, 화장품 등의 제품에 부착되는 할랄인증은 이슬람 개발부 JAKIM 또는 JAKIM 공인한 세계 31개국 57개 할랄인증 기관에서 발급한 인증을 인정하고 있음. 이 외의 기타 할랄로고를 부착하거나 무단으로 할랄표시를 할 경우 벌금형 등 처벌을 받게 됨

- 또한 이 법에 따라 2013년부터는 할랄인증을 받지 못한 제품은 인증제품과 따로 진열·판매해야 함. 따라서 말레이시아 정부에서 인증하는 공인 할랄인증이 없을 경우 말레이시아 시장 진출이 어려움

● 할랄시장 산업 육성을 위한 정부의 노력 : 할랄산업개발공사(HDC)

- 2006년 할랄산업 개발공사(HDC, Halal Industry Development Corporation)를 설립해 할랄인증, 할랄산업 홍보, 할랄인증 관련 교육을 진행해 나가고 할랄산업 육성을 위해 할랄산업 단지인 Halal Park도 운영 중임
- 할랄산업 정보 전파 및 홍보를 위해 Global Halal Support Center를 운영. 이곳에서는 이슬람 율법 노하우, 할랄 증명서에 관한 정보, 능력 개발, 사업 기회와 인센티브 등의 정보를 제공 중임

◆ 최고수준의 할랄인증기관, JAKIM

● JAKIM : 말레이시아의 할랄인증 정부기관인 이슬람개발부

- JAKIM(The Department of Islamic Development)은 말레이시아 유일의 할랄인증기관임

● JAKIM은 다른 나라에 비해 복잡하고 까다로운 인증절차를 거치기 때문에 국제적으로 인지도를 갖추고 있으며, 전세계 할랄 생산자들이 간절하게 원하는 증명서 중 하나임

- 식품관련 말레이시아 할랄인증 기준은 MS1500:2004으로 이는 Good Manufacturing Practice, Good Hygiene Practices, Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)를 포함하고 있어 기본적으로 식품의 안정성을 보장할 수 있음



- 말레이시아 표준 할랄식품은 국제식품규격위원회(Codex Alimentarius Commission)에서 할랄 식품 증명에 관해 세계 최고의 실례로 인용되고 있음

- JAKIM 할랄 인증이 갖는 가장 큰 장점은 상호주의로 인해 말레이시아에서 할랄 인증을 받으면 JAKIM이 공인한 할랄 인증 기관이 있는 국가로의 수출이 가능하다는 점임
  - 따라서 동남아 뿐만 아니라 중동에도 진출할 수 있는 좋은 계기가 될 수 있음

## 6. 할랄 시장 진출 현황

### ◆ 경쟁국의 할랄 시장 진출 현황

- 말레이시아, 싱가포르 등의 동남아 제품들은 이미 할랄 인증을 획득하여 무슬림이 안심하고 구입할 수 있어 시장점유율이 높음
- 일본, 미국, 유럽 등지에서 직수입되는 제품들은 한국산과 마찬가지로 할랄인증이 거의 없는 실정이나 동남아시아에 생산공장을 둔 다국적 기업들은 모든 제품에 할랄인증을 부착하여 판매하고 있음
- 태국은 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 등 주요 할랄시장과 인접하여 큰 할랄시장임
  - 할랄 인증 식품 생산 세계 5위, ASEAN국가 내 할랄 식품 수출 국가 1위임. 2011년 태국의 할랄 식품 수출은 전년 대비 30% 증가한 약 130억 바트(4억 3천만 달러)로 빠른 증가세를 보이고 있음
  - 태국의 할랄 식품 생산은 이슬람 법도를 엄격히 준수하며, 제품 제조 시설 및 원료, 저장, 직원 관리 및 운송 등 모든 과정이 이슬람 중앙 행정청에 의해 관리되고 있음
- 브라질은 할랄 도축 시설을 완비해 사우디아라비아에서 소비하는 닭의 대부분을 공급하고 있고, 호주는 세계에서 할랄 양을 가장 많이 수출하는 나라로 떠올랐음. 네덜란드는 할랄 상품을 보관하는 공간 주변에는 아예 돼지고기와 알코올 성분을 찾아볼 수 없게 한 ‘할랄 창고’도 만들어 할랄 상품의 허브로 자리잡기 위해 노력하고 있음

### 유럽 할랄식품 유통의 관문인 로테르담 ‘할랄 창고’

2006년부터 로테르담 항은 말레이시아 쿠알라룸푸르로부터 정식 할랄 인증을 받은 할랄식품 냉동저장창고를 운영 중임. 이는 유럽에서 첫 번째로 인증된 창고로, 인도네시아와 말레이시아로부터 수입된 할랄식품이 다시 유럽 전역으로 유통되는 관문 역할을 하고 있음

로테르담의 할랄 창고로 들어온 제품은 하람(Haram: 금지된 음식)제품과 엄격히 분리돼 냉동상태로 보관되며, 이슬람 식법 규정을 전문적으로 훈련받은 인력에 의해 음식의 이동·보관하는 과정 모두가 관리됨

할랄 무역회사 DagangHalal에 자료에 따르면 로테르담 항의 Halal distripark에서 생산되는 할랄식품이 유럽에서만 약 3000만 명에게 제공됨

### ◆ 우리 기업의 할랄인증을 위한 노력

- 크라운제과는 국내 제과업계 최초로 ‘싱가포르 MUIS 할랄’ 취득. 싱가포르 MUIS 할랄은 말레이시아 JAKIM, 인도네시아 MUI과 함께 가장 공신력 있는 세계 3대 할랄 인증 기관 중 최고 권위를 가짐
- 햇반과 하선정김치 등 43개 제품에 대해 말레이시아 공식 할랄 인증기관인 자킴(JAKIM) 인증을 받은 CJ제일제당은 1년여를 준비해 결실을 이룸
- 풀무원의 라면도 현재 자킴 할랄 인증 절차를 밟고 있는데 국내용과는 전혀 다른 스프 제작 방식으로 이슬람 수출 제품을 준비중
- 아워홈, 무슬림에게 한식 전파하기 위해 농식품부와 손잡고 2년간 제품 개발
  - 국·탕, 김치, 김, 면, 떡, 어묵, 장류, 두부 등의 한식에 대한 할랄 인증을 집중적으로 연구 중



## 7. 할랄시장 진출의 문제점 및 애로사항

### ◆ 이슬람국으로 수출시 할랄 인증은 필수인가?

- 인증 자체가 통관의 필수요건은 아님
  - 할랄인증은 무슬림 시장의 핵심 고객에게 어필하기 위한 필수요건이기는 하지만, 인증 자체가 통관의 필수요건은 아님. 국교가 이슬람이라 하더라도 비무슬림이 거주하고 있으므로 비할랄 제품에 대한 통관 자체를 금지하지는 않음. 따라서 할랄인증이 없어도 이슬람국가로의 수출은 가능
- 주력시장에 접근하기 위한 수단으로의 할랄인증
  - 할랄인증이 없다면 대부분의 고객인 무슬림에게 외면당해 결국 일부 교민 또는 소수 외국인 등 비무슬림을 대상으로 한 제한적 시장이 되기 때문
  - 실제로 이슬람국 주력 시장에 접근하기 힘들며, 할랄인증을 받은 제품을 신뢰하기 때문에 마케팅을 수행하는 데 더 유리함
  - 그러므로 수출시장 확대를 위해서는 공신력 있는 인증기관으로부터 할랄 인증을 받아 수출하는 것이 바람직함

### ◆ 이슬람국가로 수출시 모든 제품에 할랄인증을 받아야 하는가?

- 할랄 인증을 취득하면 자사 제품에 대해 경쟁력을 확보할 수 있음
  - 할랄인증이 없더라도 시장은 개척할 수 있음. 또한 차류, 주스류, 김 등 식물성 제품은 할랄인증이 없어도 무슬림들이 이 제품을 소비하는 데 큰 저항감은 없음
  - 그러나 할랄인증을 취득하는 것이 자사 제품에 가치를 더할 수 있으며 경쟁업체 대비 경쟁력을 확보할 수 있음. 최근 조사에 따르면 소비자들은 할랄인증을 받은 제품과 받지 않은 제품 중 선택을 해야 한다면 할랄인증을 받은 제품을 고를 것이라고 함

어디에서 할랄 인증을 받아야 하는가?

- 전세계적으로 인증된 국제기준 및 기관은 없음
- 공신력 있는 기관으로부터 할랄인증을 받거나 수출 대상국가의 보건의료당국에서 해주는 인증이 가장 확실
- 세계 여러 국가 및 기관의 할랄인증 마크

			
싱가포르	태국	호주	인도
			
일본	필리핀	이탈리아	네덜란드

할랄인증을 받을 때 주의할 점은?

- 제품 제작에 쓰이는 원재료가 할랄인증을 받아야 하는 점이 제품 할랄인증의 주요 애로사항임
  - 사용되는 모든 원료가 할랄인증을 받아야 하는데 하람과 관련이 없어도 할랄인증을 받을 것을 요구함. 원재료가 수입품일 경우 수입된 원재료는 JAKIM이 인정한 할랄인증 기구로부터 인증을 받아야 함. 원재료가 할랄인증을 받지 못한 경우에는 원료 공급선을 할랄인증을 받은 제조업체로 바꾸어야 하는 번거로움이 있음

- 식품 원료의 재료가 되는 1차 원재료까지 철저히 점검하는 데다 알코올의 경우 제조장비 소독제라 할지라도 일체 사용이 금지되는 등 그 절차가 매우 까다로워 철저한 준비를 마치고도 실사과정에서 인증에 실패하는 기업들이 많음

## 8. 성공적인 할랄시장 진출을 위한 방안

### ◆ 종교적·문화적 독특성에 대한 이해를 바탕으로 적극적인 ‘할랄’ 비즈니스 전개 필요

- 무슬림 소비자들의 종교적·문화적 차이에 대한 이해가 마케팅 전략 구축의 기본
- 할랄산업에 대한 국가적 관심도를 높여야함
  - 내수시장이 포화상태에 이르렀다는 점을 감안하면 본격적인 글로벌 시장 진출을 위해서는 할랄인증은 필수
  - 국내 할랄인증 기관인 한국이슬람사원은 단순 인증 발급에 그치며 체계적인 정보 수집 및 전파, 산업 개발 등에 대한 한계가 있음
  - 무슬림 문화권 사람들이 한국식당을 꺼리는 이유 중의 하나가 돼지 고기를 구운 불판을 쇠고기와 같이 사용한다는 것으로 무슬림에게는 참예한 문제
  - 무슬림 문화, 종교, 가치관을 존중하는 기업 이미지 구축 작업도 병행하여 할랄, 무슬림에 대한 이해와 관심을 높여야 함

### ◆ 이슬람 소비자의 3대 소비 키워드 : 할랄·절제·합리적인 가격

- 이슬람에서는 다른 사람을 속이거나 착취하는 이윤추구행위를 엄격하게 금하고 있기 때문에 제품 가격에 있어서도 과도한 마진이 붙는 제품을 꺼림
  - 품질에 비해 가격이 과도하게 책정된 제품은 구매가 금지된 ‘하람’제품으로 인식되어 소비자로부터 외면을 받음
- 제품의 원료나 품질이 소비자의 상식에 맞게 책정돼야 하므로 중저가의 실용적인 상품들이 선호되고 있음

## ◆ 동남아 등 기 진출 지역을 교두보로 중동시장 진출 확대 도모

- 동남아시아는 한류열풍으로 직·간접적으로 접해본 한국음식에 대한 호기심과 선호도로 한국식품 수입품목이 다양하게 늘어가고 있음
  - 과거에는 주로 교민을 상대로 했지만 최근 동남아권에 한류가 불면서 한국 식품에 코리아 프리미엄이 생겼음  
(예) 한국 라면은 말레이시아 제품보다 4~5배나 더 비싸지만 한류로 인해 판매량이 꾸준히 늘어나고 있음
  - 2800만 말레이시아 인구 중 중상류층 30%만을 타깃으로 해도 엄청나게 큰 시장
  - 기존에 널리 알려진 품목으로 현지인 시장 확대 가능성이 높은 라면, 스낵 등에 대한 할랄인증 획득 필요
- 말레이시아, 인도네시아는 한국 농식품의 주요 수출대상국으로 일반 식품 외에 할랄식품 시장 개척시 수출확대 견인 가능
  - 한류 열기가 거센 말레이시아나 인도네시아의 할랄 식품 구매 인구만 2억 명을 넘김
  - 한국 농식품 수출규모 및 순위 : 인도네시아 (151.9백만불, 10위), 말레이시아 (79.2백만불, 18위)
- 특히 무슬림 국가를 타깃으로 세계 시장 진출을 노리는 한국 기업에게 말레이시아는 할랄시장 확대를 위한 이상적인 국가임
  - 말레이시아의 할랄로고는 세계적으로 인정되며, 많은 국가가 말레이시아의 할랄 인증을 인정
  - 일본 유산균 음료기업인 야쿠르트사는 말레이시아와 인도네시아 할랄인증 취득을 통해 11개 무슬림 국가로 시장을 확대

## ◆ 적극적인 판촉과 마케팅 활동 전개

- 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 백화점 등을 활용한 판촉과 마케팅 활동은 브랜드와 제품에 대한 대중의 인식을 높일 수 있으므로 현지 시장에 새로운 브랜드를 출시할 때 매우 중요함

한국식품을 현지에 알리는 데 애를 먹고 있던 말레이시아 KMT 이마태오 대표는 2002년 쿠알라룸푸르 이세탄백화점에서 코리안푸드 행사를 열었다. 한상(韓商)에 호의적이지 않은 중국계 말레이시아인, 화상(華商)이 장악하고 있던 유통시장에서 살아남기 위해선 남들이 안 하는 걸 해야 한다는 절박감 때문이었다. “낯선 한국인이 끓여주는 색다른 한국 라면에 말레이시아인들이 호기심 반, 기대 반으로 줄을 서기 시작했습니다. 끓이고 또 끓였습니다. 행사용으로 준비해간 라면 수십 박스가 얼마 안가 동이 났죠. 하지만 행사를 멈출 수 없었어요. 회사서 물건을 가져오려면 시간이 걸리고, 급한 김에 매장에 납품했던 라면을 되사서 끓였습니다. 행사 2주 동안 이 백화점에서만 8000만 원 매출을 올렸습니다. 그 때 회사 전체 매출이 8000만 원이었는데...”

KMT는 처음에는 일부 교민을 대상으로 시작했지만, 현재 말레이시아인을 대상으로 사업영역을 확대해나가고 있다. (중략)

- 말레이시아 KTM 교역 대표 인터뷰 중 (머니투데이/ 2012. 6)

● 식품박람회 참가를 통한 신규 고객 유치 및 제품홍보도 필요함

- 대표적인 박람회는 말레이시아 국제할랄전시회(MIHAS). MIHAS는 할랄시장에 관심있는 기업가들이 인정한 전시회로 매년 2분기에 쿠알라룸푸르에서 개최되며 말레이시아 대외무역개발공사(MATRADE)의 후원 하에 조직되어 국제무역산업부(MITI)가 주관하고 있음(www.mihass.com.my)

◆ 마케팅 수단으로의 할랄인증

- 할랄인증은 수출을 위한 필수요소는 아니지만 수출국 주력시장 공략을 위한 필요요소임
  - 할랄인증을 공식적으로 받았다고 해서 대중들이 이 사실을 모두 인지하고 있는 것은 아니므로, 인증마크나 홍보에 신경을 쓸 필요가 있음
- 따라서 ‘할랄’인증을 받은 후에 제품 포장에 할랄인증 마크를 붙이거나, 프랜차이즈 점의 경우 할랄제품임을 홍보할 필요가 있음

### 〈 Breadtalk 〉

인도네시아에 진출해 선풍적인 인기를 얻고 있는 싱가포르계 제과점 체인인 'Breadtalk'도 LPPOM-MUI로부터 '할랄'인증을 받아놓고도 인증마크를 가게에 게시하지 않아, 한동안은 이슬람 고객들로부터 외면을 받기도 했음



## ◆ 적극적인 무슬림 시장 공략을 위해 민관이 함께 노력해야함

- 국가적 차원에서 할랄식품 산업 육성 및 수출산업 동력화 추진 필요
  - 한국은 아직 할랄산업에 대한 국가적 관심도가 낮으며 이슬람 단체에서도 단순 인증에 머무는 수준이며 대기업에 비해 중소기업체들은 막대한 비용과 까다로운 절차로 여전히 할랄인증을 받기 어려운 상황
  - 할랄시장 수출확대를 위해 체계적인 연구 및 제품개발과 할랄인증 획득, 홍보 및 마케팅 등에 대한 지원이 필요함
  - 우리나라는 아직까지 독자적 할랄 인증시스템 구축이 어려운 만큼 이미 인증시스템을 구비한 공신력 있는 할랄 인증 국가와의 협력을 꾀하는 것이 필요함

## aT 수출농식품 할랄 인증 지원 사업

### ◆ 사업내용

- 지원대상 : 농식품 수출업체
  - \* 지자체, 중소기업청 등 유관기관으로부터 지원받은 건에 대해서는 지원불가
  - \* 단, 독점규제 및 공정거래에 관한법률 제14조에 따른 상호출자제한기업집단의 경우 지원 제외
- 대상 인증제도 : 할랄인증제도
- 대상품목 : 농식품 부류 전반(수산물, 임산물, 연초류 제외)
- 신청기간 : 연중 상시 신청가능
- 지원내용
  - 지원기준 : 해외 인증 취득 및 연장에 소요되는 비용의 70%
  - 지원범위 : 관납료(심사비, 등록비 등), 제품 시험비용, 대리인(대행사)수수료
  - 지원한도 : 업체당 20백만원 이내
- 지원절차
  - (수출업체) aT 『수출지원시스템』을 통해 지원 신청서 제출
  - (aT지사) 지원요건 확인 후 지원 승인 통보
  - (수출업체) aT 관할지사로 해외 인증 획득 후 관련 증빙 등 제출
  - (aT지사) 증빙 검토 후 지원
- 제출서류 : 해외인증제도 등록 지원신청서(붙임 15), 해외 인증등록 지원 신청 세 부내역서(붙임 17), 인증서 사본, 관련 증빙서 사본, 사업자 등록 및 통장 사본
  - \* 수출물류비 지원업체의 경우 사업자등록 및 통장사본은 제출 생략가능
- 현재 한국이슬람교중앙회(KFM)에서도 할랄증명서를 발급하고 있으나, 말레이시아 등 일부 정부로부터 공인을 받지 못하고 있으므로 전 세계 무슬림국가에서 인정되는 말레이시아 현지 할랄증명서 취득이 권고됨

### ◆ 해외 발급기관(예시)

국 가	발급기관	홈페이지
인도네시아	The Assesment Institute for Foods, Drugs and Cosmetics Council of Ulama(LPPOM-MUI)	<a href="http://www.halalmui.org/">http://www.halalmui.org/</a>
말레이시아	Ministry of Islamic Development, JAKIM	<a href="http://www.islam.gov.my/en">http://www.islam.gov.my/en</a>





## aT Focus

2011. 1. 28 창간

발 행 처 : 한국농수산식품유통공사

발 행 일 : 2013년 6월

주 소 : 서울시 서초구 강남대로 27 aT센터

문 의 처 : 한국농수산식품유통공사 식품수출정보팀

02)6300-1393, 1408

info1@kati.net

본 자료는 KATI([www.kati.net](http://www.kati.net))자료실/발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.