

1. 무슬림 시장특성	3
2. 할랄이란?	5
3. 할랄식품 시장현황	7
4. 할랄 인증	10
5. 할랄식품 시장 진출전략	16

1. 무슬림 시장특성

- 지리적 거리에 불구하고 종교적 동질성으로 인해 인구 규모 16억 명의 거대 소비시장
 - 풍부한 자원 기반의 경제력, 급속한 인구 증가율, 왕성한 소비성향 등의 장점을 갖춰 향후 매력적인 시장으로 부상할 것으로 예상
 - 주요 거주지는 중동, 동남아, 아프리카이나 유럽, 미주지역에서도 빠른 속도로 증가하여 '25년 전 세계 인구의 30%를 차지할 것으로 예상
 - 무슬림 인구는 전 세계 인구의 약 25%로 대부분 인구 증가율이 높은 곳에 거주 (*매년 2.5% 이상 증가 추세)
 - 무슬림 인구 분포 : 아시아·태평양 61.9%, 중동·북아프리카 20.1%, 사하라 이남 아프리카 15.3%, 유럽 2.4%, 아메리카 0.3%(2009 Pew Report)

- 폐쇄적, 금욕주의적 이미지가 강하나 일부 국가는 서구문화에 대한 시장 개방성이 높은 지역이며 아랍권도 점진적 개방 추진으로 시장잠재성이 큼
 - 터키, 말레이시아, 인도네시아 등의 국가는 서구문화에 대한 개방성이 높고
 - 아랍권의 이집트, 알제리, 사우디 및 비아랍권인 이란도 점진적 개방 추진
 - 소득증가에 따라 중상위층이 확대되고 있으며 중상위층 비율은 최소 20%(이집트)에서 최대 60%(사우디아라비아)에 달함
 - 인도네시아에서는 중산층 이상을 겨냥한 스타벅스나 커피빈, 피자헛, 맥도널드 등이 성공적으로 사업전개 (*중상위층 : 연소득 5천 ~ 4만달러)

- 남성중심의 사회에서 사회활동에 제약이 많았으나 법률 개정, 개방 확대 등으로 여성의 사회진출이 늘어나면서 여성의 소비파워도 증가 추세
 - 전통적으로 남성 연장자가 구매결정권을 독점했으나 핵가족화로 여성의 의사결정권이 강화되고 있으며,

- 교육여건 향상으로 고등교육 수요 후, 교육, 의료, 서비스, 비즈니스, 정치 분야로 진출하는 여성이 늘어나고 있으며 이에 여성의 경제력 향상 및 소비권리도 확대

〈 주요국 무슬림 인구현황 〉

(단위 : 명)

구 분	무슬림 인구	무슬림 비중
바 레 인	642,000	81.2
이 집 트	78,513,000	94.6
인 도 네 시 아	202,867,000	88.2
이 스 라 엘	1,194,000	16.7
요 르 단	6,202,000	98.2
쿠 웨 이 트	2,824,000	95.0
레 바논	2,504,000	59.3
말 레 이 시 아	16,581,000	60.4
나 이 지 리 아	78,056,000	50.4
사우디아라비아	24,949,000	97.0
남 아 공	731,000	1.5
터 키	73,619,000	98.0
U A E	3,504,000	76.2

자료 : Pew Research Center

2. 할랄이란?

- 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 : 우우라(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

- 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 방향대로 도살하지 않은 고기, 다른 신의 이름으로 도살한 고기, 죽은 동물, 알코올 성분이 있어 사람들을 취하게 만드는 것은 금지되는 식품임

< 할랄 식품과 하람 식품 >

할랄식품	하람식품
<ul style="list-style-type: none"> ▣ 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) 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 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)

- 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

3. 할랄식품 시장현황

- 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)
 - 글로벌 금융위기에도 불구하고 수요가 계속적으로 증가함에 따라 전 세계 할랄식품 산업도 확대될 것으로 기대
 - 할랄산업에 대한 투자 증가로 생산업체간 경쟁도 심화될 것이며 이는 할랄상품의 생산 증가로 이어질 전망

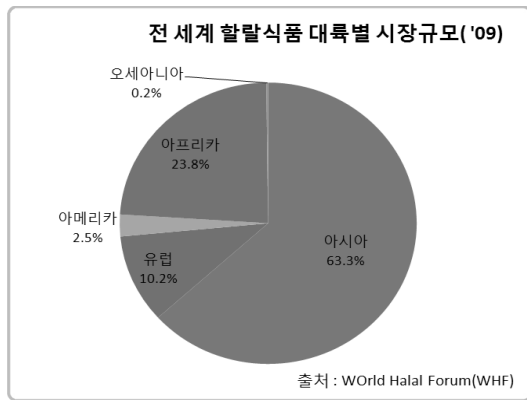
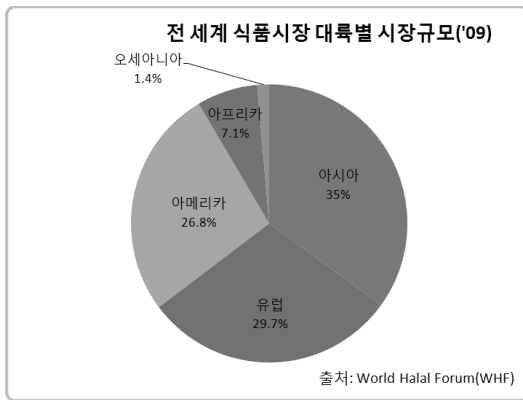
〈 할랄식품의 세계시장 규모 〉

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)

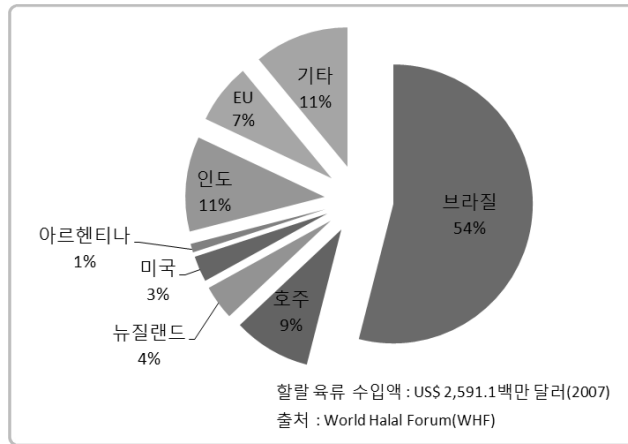
주 : GCC(걸프협력회의) : 사우디아라비아, 쿠웨이트, UAE, 카타르, 오만, 바레인(6개국)

- '09년 기준 세계 식품시장규모는 3조 9,922억 달러이며 이중 할랄식품 시장규모는 6,345억 달러로 약 16%를 점유
 - 전체 식품시장과 할랄식품 시장의 대륙별 비중은 아래 표와 같으며, 아시아 지역이 할랄식품 시장에서 차지하는 비중은 약 63%로 가장 큼



- 인도네시아의 할랄식품 시장규모는 785억 달러로 세계 최대 시장이며, 이어 GCC 국가가 447억 달러, 인도가 240억 달러, 러시아와 중국이 각기 210억 달러 규모에 달함
 - 할랄식품 산업의 주요 분야는 육류, 음료, 제과, 스낵 등으로 할랄인증을 받은 제품 및 할랄 기준을 적용한 제품이 증가 추세
 - 육류제품 : 사우디아라비아 등 할랄기준이 엄격히 준수되는 국가에서 판매되는 육류제품은 모두 할랄인증을 받은 제품이며, UAE 등의 국가에서는 할랄제품과 비할랄제품으로 명확히 구분하여 판매됨
- * 최근에는 호주, 뉴질랜드 등지에서도 무슬림 이주자 등을 통해 생산된 할랄 육류 제품이 중동지역으로 수출되고 있음

< GCC 국가의 국별 할랄 육류 수입현황('07) >



- 식품첨가물 : '97년 두바이 Jebel-Ali Free Zone에 진출한 Dow Food & Nutrition사는 '09년에 할랄인증을 받은 식품첨가제 출시
- 음료 : '02년 프랑스 Tawfik Mathlouthi사는 할랄인증을 받은 재료에서 추출한 타우린성분을 활용한 Mecca Cola(www.mecca-cola.com)를 개발 (* '03년 본사를 두바이로 이전하여 중동지역 할랄음료 시장 진출)
- 스낵 : ‘한국의 초코파이’는 무슬림 지역 수출용 제품을 별도 생산하여 포장 설명서에 할랄 관련 문구(알코올 및 돼지고기 성분 미포함)가 명시되어 있음

* 젤라틴 등 동물성 첨가제는 할랄인증을 받은 재료(아르헨티나 수입 소고기)를 사용

4. 할랄 인증

< 할랄 규격 승인기관 >

- 세계적으로 150~200여 개의 할랄 인증 기구가 있으며, 각각의 웹사이트를 통하여 이미 인증된 할랄제품에 대한 자세한 정보와 자료들을 제공하고 있음

* 주요국 할랄인증 기관 승인현황 : 말레이시아 45개, 인도네시아 40, GCC 52

- 대표적으로 할랄산업발전협회(www.hdcglobal.com)는 2006년 9월 18일 창립되었으며 할랄산업의 발전을 지원하고 있음
- 이밖에도 다음과 같은 할랄규격 승인기관들이 있음

- IFANCA - Islamic Food and Nutrition Council of America
- USA Halal Chamber of Commerce, Inc.
- HalalMonitoring Authority, Canada
- Canadian Halal Foods
- Halal Monitoring Committee, UK
- AFIC - Australia
- Halal Australia
- MUIS, Singapore
- JAKIM, Malaysia

< 할랄 인증절차 >

- 주요 국가별로 약간의 차이가 있으며, 아직까지 세계 할랄인증 표준이 없어 국제적인 인지도가 있는 할랄인증 기관의 인증을 받는 것이 유리
- 말레이시아와 인도네시아 할랄인증은 전 세계적으로 인정받고 있음
- 한국 이슬람교 중앙회 및 한국 이슬람협회에서도 할랄인증을 해주고 있으나 국제적으로 인지도가 낮아 인정하지 않는 국가가 있음

□ 말레이시아 할랄 인증 절차

- 기본 절차는 신청서 접수 후 정해진 양식에 따라 인증 비용을 지불한 뒤 검사기관의 검사가 이루어지고 최종보고서를 바탕으로 심사위원회가 인증서 발행 여부를 결정

* 외국 생산품은 '국제 신청서(International Application)' 를 작성, 제출

- 인증이 결정된 후에 할랄 로고를 제품의 포장 표면에 인쇄할 수 있도록 허용

〈 할랄 인증 절차 〉



〈 할랄 인증 로고와 인증서 〉



【인증기관 연락처】

◆ Department of Islamic Development Malaysia (JAKIM) (Halal Hub Division)

- 주소 : Ground Floor, Block 2200, Enterprise Building 3, Persiaran APEC, 63000 Cyberjaya, Selangor, Malaysia
- 전화 : +6(03) - 8315 0200
- 팩스 : +6(03) - 8318 7044
- 웹사이트 : www.islam.gov.my

【신청서 접수 시 구비서류】

- 기업/사업체 등록증
- 공장 및 창고 설비 위치도
- 주요 재료에 대한 할랄인증서 및 제품 상세 정보
- 공정 도표 및 생산절차
- 현지 당국의 생산 허가증
- 화장품 및 의약품 관련 당국의 생산 허가증(건강용품 및 화장품에 해당)
- HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM 등의 서류(해당시)

【지역별 할랄인증 검사료】

- 신청기업 출신지역이 동남아 국가 : U\$677
(*말레이시아, 브루나이, 싱가포르, 태국, 인도네시아, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 필리핀, 베트남, 동티모르)
- 신청기업 출신지역이 동남아 이외 국가 : U\$2,100

※ 신청서 다운로드

www.dvs.gov.my/c/document_library/get_file?uuid=eccc6b14-f2fc-4f84-9ab8-9b9889e76a09&groupId=28711

※ 검사료 : 한국 업체는 공장별 U\$2,100

- 생산공정에 3개의 공장을 검사해야 할 경우 : U\$2,100 x 3 = U\$6,300

* 말레이시아는 할랄인증을 계속 개발하고 있으며, 도축 과정과 이슬람 법에 규정된 과정들의 단계를 채택하여 제품의 품질과 위생시설을 관리하고 있음. 또한 ISO9000, Codex Alimentarius, QA, HACCP, Good Hygienic Practice (GHP) 및 SOPs을 채택하고 벤치마킹하여 식품제조업체가 제품의 품질에 더욱 관심을 갖도록 하고 있음

□ 인도네시아 할랄 인증 절차

- 크게 3단계로 구분 : 1단계 Pre-Audit → 2단계 Process Audit → 3단계 Post-Audit

Pre-Audit	• 신청업체의 서류 검토, Audit 일정 확정 및 공장 방문
Process Audit	• 심사위원(2명)이 제품·생산공정·공장을 심사
Post-Audit	• 6개월마다 인증업체가 LPPOM-MUI에 변경 사항 통보 * 사전통보 없이 해당업체를 방문·심사하기도 함

【인증기관 연락처】

◆ LLPOM-MUI (Secretariat Office)

- 주소 : Indonesian Ulema Council Building Jl, Proclamation No.51, Menteng Jakarta Pusat
- 전화 : +62 21 391 8890
- 팩스 : +62 21 391 8915
- 웹사이트 : www.halalmui.org

【신청서 접수 시 구비서류】

- 기업/사업체 등록증
- 공장 및 창고 설비 위치도
- 주요 재료에 대한 할랄인증서 및 제품 상세 정보
- 공정 도표 및 생산절차
- 현지 당국의 생산 허가증
- 화장품 및 의약품 관련 당국의 생산 허가증(건강용품 및 화장품에 해당)
- HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM, VHM, LPV 등의 서류(해당시)
- 신분증, 여권 사본
- 기타 사업 허가증 사본(해당시)
- 사업명과 사업 유형 정보
- 기업 지사 위치 정보
- 제품명, 메뉴명 정보
- 생산업체, 재료 공급업체 정보
- 포장 재료 정보
- 제품 프로세스 흐름도
- 사업 장소 위치 지도

※ 인도네시아의 할랄인증 식품시장 규모는 단일 시장 기준 세계 1위('10년 785억 달러)로 인구(약 2억명)의 88%가 무슬림이며, 전 세계 무슬림 인구의 약 12%가 인도네시아인

□ 국내 할랄 인증 절차

- 인증기관 : 한국 이슬람사원 (검사 및 인증 발급 업무)
- 인증절차

① 신청서 접수 : 자체 내부 공문 및 구비서류를 통해 신청

[구비서류]

- 성분분석표 또는 품목 제조 보고서(보고서내에 성분분석 내역 포함)
- 제조공정도
- 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증)
- 할랄인증 신청서 - 별도 양식 없으며, 신청자 내부 공문으로 대표적인 날인 후 신청(신청인 이름 및 연락처 기재)
- 샘플

② 서류 검토 후 현장 실사

- 한국 이슬람교 할랄 담당자를 통한 자체 실사 후 할랄인증 부여 결정
- 인증서 발급 기간은 품목에 따라 서류 접수 후 1개월~수개월 소요

③ 인증서 발급 후 인증료 납부

- 인증료는 인증서 발급 후 1품목당 30만원 / 유효기간은 1년

◆ 한국기업은 '10년말 현재 한국 이슬람중앙회로부터 87개사가 할랄인증을 취득하였음


- 한국 이슬람 교단에서 먹어도 좋은 '한국 과자'의 목록을 공지한 바 있음 ('10년 초)
- 크라운제과의 "국희땅콩샌드", 오리온의 "도도한 나초", 롯데제과의 "꼬깔콘 고소한 맛" 등
- 한국 이슬람교 중앙회가 매주 금요일에 발간하는 주보 한 면을 할애, 국산 식품들의 사진과 이름, 제품들을 한글과 영어로 소개하였음

- 이전에도 해태제과의 ‘아이비’ 크래커, 롯데제과의 ‘빼빼로’ 시리즈, 오리온의 ‘오! 감자’, 크라운의 ‘콘칩’ 등이 할랄식품으로 인정받았으며 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 ‘요플레와 오리온 초코파이가 대표적인 금기 식품

〈 할랄 인증 한국식품 예시 〉



- 할랄인증서(김치)


 اتحاد المسلمين الكوريين
 KOREA MUSLIM FEDERATION
 712-21 Hansam 2-dong, Yongsan-ku, Seoul 140-212, Korea

C.P.O. Box 2865
 TEL: 793-6008
 796-7307
 FAX: 792-9782

KMF09-44 May 25, 2009


HALAL CERTIFICATE


To whom it may concern

This is to certify that the «POGGI KIMCHI(Whole Cabbage Kimchi), MAT KIMCHI(Cut Cabbage Kimchi) which is manufactured by DABSANG FNF CORPORATION is non-alcoholic and free from HARAM elements.

Through the careful investigation by the Korea Muslim Federation on the chemical analysis, characteristics, production methods and manufacture license of the above mentioned materials from Korea Food & Drug Administration, we confirm that they are all eatable and meet the Islamic HALAL condition.
 (This certificate is effective until 31st of May 2010)
 Wassalam

Yours in Islam,


 A. Rahman Lee, Ju Ilwa
 Secretary General



5. 할랄식품 시장 진출전략

가. 진출 성공사례

□ Nestle'

- 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

* Nestle'는 말레이시아 국왕으로부터 Halal Journal Award도 수상

< Nestle' 할랄 인증 상품 >



출처 :<http://us.geocities.com/malaysiancollectibles/cansnestle.html>

나. 진출 실패사례

□ Breadtalk

- 인도네시아에 진출해 선풍적인 인기를 얻고 있는 싱가포르계 제과점 체인인 ‘Breadtalk’은 할랄인증을 받았으나 인증마크를 가게에 게시하지 않아 한동안 무슬림 고객들로부터 외면

* 인도네시아 할랄인증 기관 : LPPOM-MUI(The Assessment Institute for Foods, Drugs and Cosmetics Indonesian Council of Ulama)

- ☞ 무슬림 소비자에게 할랄인증 여부는 제품 구매의 핵심적인 기준이라 할 수 있으나 대중이 인증 여부를 모두 인지하고 있는 것은 아니므로 홍보 등을 통해 이를 적극 알릴 필요가 있음

【보톡스(Botox)】

- 무슬림 여성도 미백이나 주름방지 등에 관심이 높기 때문에 비외과적인 주사요법인 보톡스가 잘 알려져 있었고 초기 반응은 좋았음
- 그러나 제품에 돼지 관련 성분이 포함되었다는 소식이 전해지면서 할랄제품이 아니라는 인식이 급속히 확산, 제품에 대한 수요가 급감

다. 진출전략 및 마케팅 시사점 / 유망품목

□ 무슬림 소비자들의 종교적·문화적 차이에 대한 이해가 마케팅 전략 구축의 기본

- 무슬림 문화권 사람들이 한국식당을 꺼리는 이유 중의 하나가 돼지 고기를 구운 불판을 쇠고기와 같이 사용한다는 것으로 무슬림에게는 첨예한 문제

- ☞ 종교적·문화적 독특성에 대한 이해를 바탕으로 적극적인 ‘할랄’ 비즈니스 전개 필요

- 무슬림 문화, 종교, 가치관을 존중하는 기업 이미지 구축 작업도 병행

- 동남아 등 기 진출 지역을 교두보로 중동시장 등으로 진출 확대 도모
 - 특히 말레이시아, 인도네시아는 한국 농식품의 주요 수출대상국으로 일반 식품 외에 할랄식품 시장 개척시 수출확대 견인 가능

* 한국 농식품 수출규모 및 순위 : 인도네시아(93.9백만불, 13위), 말레이시아(65.9백만불, 18위)

- 무슬림 국가를 타깃으로 세계 시장 진출을 노리는 한국 기업에게 말레이시아는 할랄제품을 생산하기에 이상적인 국가임. 말레이시아는 이슬람회의기구의 회원국 중에서도 현대적이고 평화로우며 번영하는 국가로 존경받고 있으며 할랄산업을 선도하는데 유리한 지위를 점하고 있음

* 말레이시아의 할랄로고는 세계적으로 인정되며, 많은 국가가 말레이시아의 할랄인증을 인정

* 일본 유산균 음료기업인 야쿠르트사는 말레이시아와 인도네시아 할랄인증 취득을 통해 11개 무슬림 국가로 시장을 확대

- 말레이시아의 생활수준 향상으로 식품에 대한 새롭고 다양한 수요가 증가함에 따라 한국식품에 대한 관심도 늘고 있어 더 많은 품목에 대한 할랄인증 획득 및 할랄식품 마케팅 강화 필요

☞ 기존에 널리 알려진 품목으로 현지인 시장 확대 가능성이 높은 라면, 스낵 등에 대한 할랄인증 획득 긴요

□ 구전 마케팅과 SNS를 적극 활용

- 오락문화가 발달하지 않아 주로 가족이나 친구들과 대화하면서 보내는 시간이 많아 입소문의 영향력이 다른 문화권에 비해 큼
- SNS를 통한 판촉도 효과적 : 젊은이들은 휴대폰 문자메시지는 물론 최근 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜미디어를 통해 기업의 판촉 정보와 개인적인 상품평가까지 전달

□ 대형유통업체를 이용한 시장 진입

- 최근 무슬림 국가에도 대형마트, 아울렛, 쇼핑몰 등이 늘어나고 있으며, 글로벌 유통매장인 까르푸, 테스코, 오상 등은 유럽 무슬림 시장 공략을 위해 대규모 할랄식품 코너를 마련
- 민족식품(ethnic food)으로서 할랄식품에 대한 인기가 커지면서 시장 규모가 매년 12%씩 성장세 (*유럽의 할랄식품 시장규모 : 665억 달러)

공사는 '09년 4~5월 말레이시아에서 대형유통업체 연계 판촉행사시 할랄식품을 신규품목으로 중점 판촉 실시

☞ 할랄인증을 받은 유자차, 우동면, 김치 등을 신규 판매하고 이후 지속적으로 할랄식품 품목 확대 추진(알로에, 밀키스, 조미김 등)하여 '09년말까지 30만불 수출

□ 국가적 차원에서 할랄식품 산업 육성 및 수출산업 동력화 추진

- 호주, 뉴질랜드 등 낙농국가와 무슬림 거주인구가 많은 독일, 프랑스 등 유럽국가는 할랄산업에 적극 대처하여 할랄제품의 주요 수출국가로 부상

* Nestle' 등 다국적 식품기업은 할랄시장을 신성장분야로 인식, 제품 기획과 개발, 생산, 마케팅활동의 주요 목표로 설정

- 한국은 아직 할랄산업에 대한 국가적 관심도 낮으며 이슬람 단체에서도 단순 인증에 머무는 수준
 - 국내 할랄인증 기관인 한국이슬람사원은 단순 인증 발급에 그치며 체계적인 정보수집 및 전파, 산업 개발 등에 대한 관심이 적음
 - ☞ 6천억 달러 규모의 할랄식품 시장 공략을 통한 수출확대 성과 거양을 위해 체계적인 연구 및 제품개발과 할랄인증 획득, 홍보 및 마케팅 등에 대한 지원 필요

□ 무슬림 시장 진출 유망품목

- 인스턴트 식품 : 한국산 라면은 매운 맛에 거부감이 없고 향료를 많이 쓰는 무슬림 소비자의 입맛을 사로잡을 수 있음. 단, 돼지기름 및 오징어 등 이슬람 문화에서 금기시 하는 성분에 유의하여 제조

- 건강 관련 제품 : 인삼 및 한방 등 한국의 건강 관련 제품에 대한 좋은 인식이 형성되어 있어 현지 시장 진출 가능성이 높음
- 이슬람 고위층은 한국인삼의 우수성을 잘 알고 있고 한방 요법을 즐기기도 함