

인도네시아 할랄인증 의무화가 한국식품 수출에 미치는 영향분석을 통한 수출확대방안 모색

2023년 7월

 한국농수산물유통공사
아세안지역본부 자카르타지사

||| 목 차 |||

I. 할랄인증 제도

1. 할랄인증제도	1
(1) 할랄이란	1
(2) 할랄인증기관 및 역할	9
(3) 할랄인증 제도 및 방법	14
2. 할랄인증 의무화	21
(1) 할랄인증 의무화 동향	21
(2) 교차 인증 및 동향	23
(3) 한국 할랄인증기관 (KMF) 할랄인증 방법	25

II. 할랄시장 및 유통현황

1. 할랄시장	29
(1) 종교별 인구분포도 및 종교별 소비자 특성	29
(2) 할랄식품 시장규모 및 동향	33
2. 할랄식품 유통현황	38
(1) 할랄 및 비할랄 식품의 유통현황	38
(2) 현지 주요 할랄 수입식품 및 로컬식품	39
(3) 한국 할랄 및 비할랄식품 유통현황	42

III. 할랄인증 의무화 영향

1. 수출업체 애로사항	46
2. 수입업체 및 유통업체 애로사항	48

IV. 진출전략

1. SWOT	51
2. 5P	53
3. 한국식품과 경쟁이 가능한 일본, 미국, 유럽, 프리미엄 수입식품과의 비교 분석 및 제언 ..	57

I. 할랄인증 제도

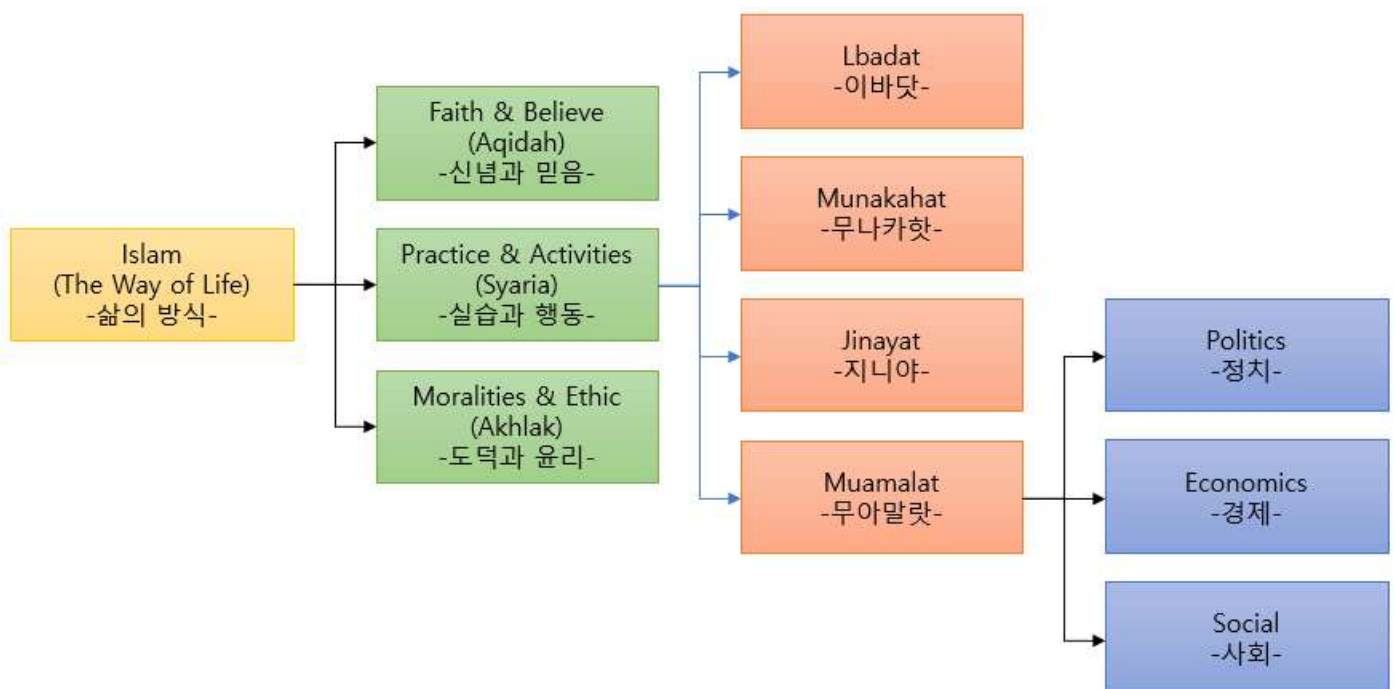
1. 할랄인증 제도

(1) 할랄이란

□ 할랄 의미

- 할랄(Halal)은 아랍어로 ‘샤리아(이슬람법)에 의해 허용된다’라는 뜻으로 무슬림들의 삶 전반에 걸쳐 허용, 합법적인 것을 포괄하는 의미 가지고 있으며, 할랄식품(Halal Food)이란 이슬람 율법에 따라 무슬림들이 먹어도 되는 식품을 뜻함
- 샤리아(Sharia)는 관계, 비즈니스, 가족, 사회, 경제 및 정치를 포함하여 무슬림 생활의 모든 측면을 규제하는 이슬람 법체계이며 법적 및 의식적 규범을 모두 포괄하는 샤리아(Sharia)는 이바닷(Ibadat), 무나카하트(Munakahat), 지나야(Jinnayat), 무아말랏(Muamalat) 등으로 구분됨

<이슬람법 샤리아>



이슬람의 기본원칙 및 행동강령과 같은 지침	
아끼다(Aqidah)	이슬람의 다섯 기둥과 여섯 믿음
샤리아(Syaria)	무슬림의 일상 생활에 대한 기준
악흐락(Akhlak)	다른 인간과 상식에 대한 행동 기준

샤리아(Sharia)의 구분	
이바닷(Ibadah)	종교의식의 방법을 다룸
무나카हत(Munakahat)	결혼의 자격을 다룸
지나야(Jinayat)	범죄 및 처벌 관련된 규범
무아말랏(Muamalat)	정치, 경제 및 사회 이슈와 관련된 것을 다룸

* 출처: MUI, JAKIM 2022

○ 샤리아법에 따르면, 무슬림들에게 허용되거나 금기시되는 관습 또는 행동 지침이 포함되어 있으며, “할랄“이란 허용된 행동, “하람“은 금지된 행동을 뜻함

할랄 (Al-Halal)	이슬람 율법인 샤리아법(성경, 꾸란, 무함마드의 하디스와 파트와, 경전의 해석)에 따라 합법적인 것으로 제약이 없이 허용되고 허용하는 행위를 가리킴
하람 (Al-Haram)	이슬람교의 신이 절대적으로 금한 것으로 연루되거나 이것을 행하는 자에게 다음 생에서 알라의 벌을 받으며 이생에서도 그에 상응하는 벌을 받음




우유


생선


벌꿀


채소,과일



※ 할랄이 아닌 모든 식품


알코올성 음료


돼지고기


피와 그 부산물


파충류,양서류

할랄(Halal) 식품	하람(Haram) 식품
- 신선농산물, 유제품, 생선 - 밀, 쌀, 호밀 등 곡물류 - 이슬람율법에 따라 도축된 육류 (소, 양, 산양, 낙타, 사슴, 닭, 오리 등)	- 돼지고기와 그 부산물 - 술 등 알코올 - 피와 그 부산물 - 파충류와 곤충류 - 동물의 사체, 도축 전에 죽은 동물 - 이슬람율법에 따라 도축되지 않은 할랄동물

* 출처: 할랄시장 식품분야 진출전략 교육, 2021

- 샤리아법은 이슬람 경전인 코란(Quran)과 순나 및 하디스(Sunnah & Hadith)에 근거하고 있으므로 이 경전은 특정 제품이나 성분이 할랄인지를 판단할 때 근거가 됨
- 같은 경전으로 해결할 수 없는 문제가 발생하면 학자들의 합의나 그와 유사한 사례로 해결하고 있으며 그 근거가 되는 이슬람 경전이 이즈마(Ijma)와 키야스(Qiyas)임

<이슬람법 샤리아>

이슬람 경전	
코란(Quran)	무슬림은 술을 마실 수 없고 개나 돼지를 먹을 수 없다고 규정되어 있음
순나 & 하디스 (Sunnah & Hadith)	선지자 무함마드는 컵에서 음식이나 음료수를 입으로 불어내는 것을 금하였음
이즈마(Ijma)	1995년 말레이시아 이슬람 학자들의 합의에 따라 흡연을 금지함
키야스(Qiyas)	1970년대 개발된 마약류(엑스터시와 코카인)의 특성을 술과 비교한 결과 인간에게 더 많은 해를 끼친다는 것을 발견해 투여를 금지함

* 출처: Whyislam, 2021

□ 할랄 정책

- 인도네시아 정부는 국내 할랄 경제 발전을 위해 다양한 노력을 기울이고 있으며, 2019년 이슬람 최고기관인 인도네시아 ulama협의회(MUI)의 Ma' aruf Amin 회장이 인도네시아 부통령으로 임명되면서 인도네시아 경제에서 할랄의 중요성을 다시 한번 입증하였음
- 인도네시아 정부는 부통령의 주도로 2019년 '2019-2024 인도네시아 이슬람 경제 마스터 플랜'을 발표하고 정부 차원에서 할랄 경제 육성을 위한 로드맵을 제시하고 정책적 지원을 강화하였음

<할랄 경제 육성을 위한 로드맵>

반영된 정책목표
인도네시아 내 할랄 벨류체인 강화
인도네시아 내 샤리아 율법에 따른 금융 활동 확대
할랄 제품 생산 및 서비스 제공에 종사하는 중소기업 육성
디지털 경제와 핀테크를 활용한 할랄 경제의 대중화

* 출처 : '인도네시아 샤리아 경제 마스터플랜 2019~2024'보고서 2019

- 인도네시아는 제품의 국제경쟁력 강화를 위해 Born to Be 프로그램을 통해 수출특화 할랄 식음료 제품 개발을 위한 R&D 예산을 증액하였으며, GMP, GHP, HACCP 등 국제 인증 취득을 위한 전문가 지도 및 비용지원을 확대하기로 함
- 인도네시아 정부는 매년 증가하는 할랄인증 수요와 할랄 의무화 정착을 위해 여러 정책과 목표를 제시하고 있으며 2024년에 세계 할랄 산업의 중심이 되겠다는 목표를 가지고 인도네시아 내에 할랄 제품을 위한 할랄 산업단지를 설립하고 있음
- 인도네시아 산업부 할랄 산업단지 건설을 담당하고 있는 Mr. Juandi Marki 센터장의 인터뷰에 의하면, 할랄 산업단지에 진출한 기업들은 기존 산업단지보다 할랄과 관련된 모든 측면에서 이점을 누릴 것이며, 관련된 부처 간의 협의를 통해 신속한 할랄 인허가 및 세제 혜택 등의 유형 및 무형적인 혜택을 받을 것으로 전망됨
- 첫 번째로 개발된 Kawasan Modern Cikande 할랄 산업단지 경우, 해당 단지 경영진은 MUI 및 할랄인증청(BPJPH) 그리고 할랄 관련 연구소 등의 적극적인 지원을 받고 있음
- 이로 인해 해당 산업단지에 입주한 기업들은 할랄인증 취득이 원활하게 이루어지고 있으며, 인도네시아 산업부는 2022년 5월 기준 자카르타 인근의 Modern Cikande 산업단지를 포함 총 3곳 운영 중임
- 인도네시아 산업부는 최소 7개 지역의 할랄 전용 산업단지를 개발할 계획이며, 이러한 노력으로 인도네시아 정부는 할랄 산업을 선도하는 나라로써 지위를 더욱 강화할 계획

<인도네시아의 할랄 전용 산업단지 진행 현황>



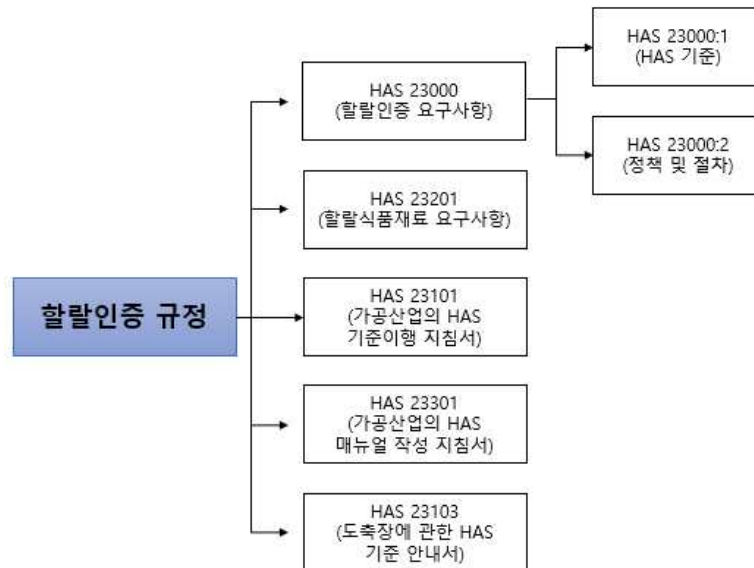
* 출처 : 인도네시아 산업부, 2021

- 기존 산업단지 내의 기업이 할랄인증 취득을 위해서는 산업용수에 대한 할랄성 입증도 해야 하는 등 까다로운 절차가 있지만, 인도네시아 정부는 인증이 된 할랄 전용 산업단지에 관하여 차별성을 두기 위해서 인증 절차 간소화 등 여러 지원책을 마련하고 있음
- 인도네시아의 할랄 전용 산업단지에 관한 로드맵에 따르면, 기존 자유 경제 구역 및 산업 단지의 세금 할인을 부여하는 것 외에도 할랄 산업단지가 생산한 제품의 수출도 증가할 것으로 전망됨

할랄보증시스템(HAS)

- 인도네시아 할랄인증의 기초가 되는 할랄보증시스템(HAS)과 관련된 기타 운영 규정 및 지침은 다음과 같음

<할랄인증 규정, HAS 예시>



* 출처: FHAS 23016, HAS 23202 등

- 할랄보증시스템인 HAS(Halal Assurance System)는 규정뿐만 아니라 할랄인증기간 동안 생산된 제품의 지속 가능성을 유지하기 위해 재료, 제품, 생산 과정, 인력 및 절차를 관리 할 목적으로 시행, 수립 및 유지 관리되는 통합 할랄 보증 시스템임
- 할랄인증청(BPJPH)에 할랄인증 기능이 이전되었지만 할랄성 유지 및 할랄인증 검사 기준은 기존의 LPPOM MUI 할랄인증 기준인 할랄보증시스템(HAS)을 그대로 활용하고 있음
- 할랄인증을 취득하고 싶은 업체는 HAS 23000:1에서 지정된 할랄보증시스템을 시행하는 것 외에도 기업은 HAS 23000:2에 지정된 할랄인증 정책 및 절차도 준수해야 함
- 할랄보증시스템 기준(HAS 23000:1)은 할랄식품을 생산 및 유지할 수 있는 HAS 매뉴얼을 마련하여 운영 표준을 지시함

<할랄보증시스템(HAS) 기준>

번호	HAS 23000:1
1	할랄 정책(Halal Policy)
2	할랄 관리팀(Halal Management Team)
3	훈련 및 교육(Training & Education)
4	재료(Material)
5	제품(Product)
6	생산 시설(Production Facility)
7	핵심 활동에 관한 서면 절차(Written Procedures for Critical Activities)
8	이력 관리(Traceability)
9	할랄 부적합 제품의 취급(The Product Handling for Product that not meet Criteria)
10	내부 감사(Internal Audit)
11	경영진의 검토(Management Review)

* 출처: Halalmui.org 2022

- 인도네시아 할랄 정책 및 절차인 HAS 23000:2는 할랄인증 프로세스가 필요한 회사 또는 업체를 위한 지침에 포함되어 있으며, 할랄인증을 취득하려는 회사는 지침에 설명된 할랄 인증 정책 및 절차를 따라야 함

<HAS 23000:2 정책 및 절차>

기준	주요 내용
정책	제품의 할랄 유지를 위해 LPPOM MUI에서 규정하고 시행하는 기본원칙
절차	기업과 업체가 할랄인증을 받기 위해 따라야 하는 일련의 단계
범위	식당 및 연회서비스, 도축장, 가공산업(식품, 의약품, 화장품) 및 서비스(유통, 창고, 운송, 소매) 등
내용	등록, 인증수수료, 서류검증, 심사실시, 사후심사, 시험실분석, 할랄인증서 발급, 제품/설비 개발, 할랄인증서 갱신, 인증자료집행 등

* 출처: LPPOM MUI, 2021

- 업체의 할랄보증시스템(HAS) 시행은 할랄 생산의 지속 가능성을 보장하는 할랄인증 프로세스의 요구사항으로서 인증을 신청한 후 심사·실사의 대상임으로 사전에 HAS 매뉴얼 마련 및 준비하는 것을 추천함
- 할랄보증시스템(HAS) 절차, 작업 지침, 양식 및 문서는 다른 시스템과 통합을 할 수 있지만, 독립적으로 시행되는 매뉴얼로 사용해야 함
- 할랄보증시스템 기준에 대한 대상, 범위 및 HAS 시행의 주요 원칙은 다음과 같음

구분	주요 내용
범위	도축장, 가공산업(식품, 화장품, 의약품), 식당 및 연회서비스, 서비스업체(유통, 소매, 운송, 창고 등) 모든 범주의 업체들 포함
대상	HAS을 수립 혹은 시행하고자 하는 업체, 할랄인증 절차에서 HAS을 요구하는 인증기관, 정부, 대중 등의 기타 이해관계자
주목적	제품의 할랄성(Halalness) 보장
원칙	정직, 신뢰, 절대성, 참여적 개입

* 출처 : LPPOM MUI 2022

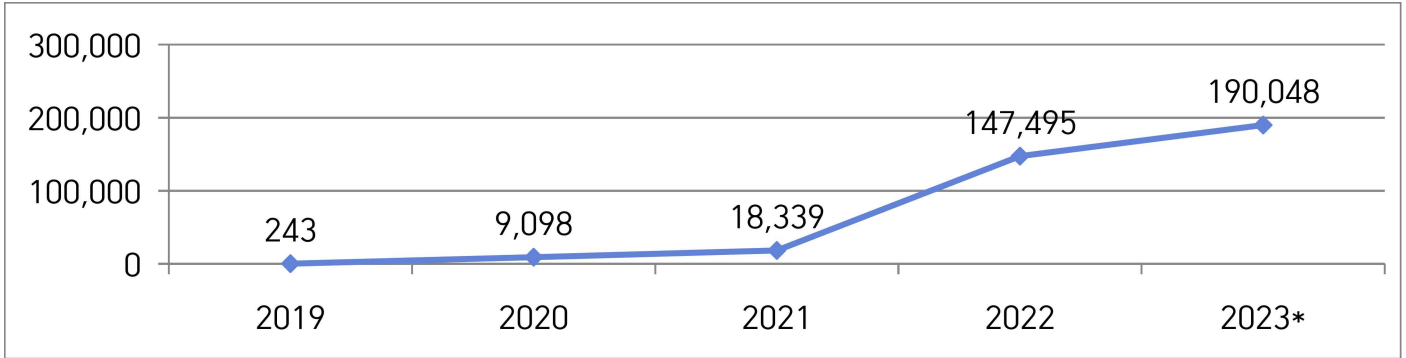
- 인도네시아로 수출하는 업체는 할랄보증시스템(HAS) 매뉴얼이 등록 서류에 첨부이 되어 있어야 하며, 할랄보증시스템(HAS) 시행과 그에 관련된 변화가 있는 경우에는 HAS 매뉴얼과 관련된 서류를 갱신하고, 할랄검사기관(LPH)에 개정된 HAS 매뉴얼을 제출해야 함

할랄인증 동향 및 시장현황

- 할랄인증청(BPJPH)에 따르면 2022년 대한민국은 말레이시아를 제치고 인도네시아 할랄인증을 신청한 국가 2위를 기록
- 인도네시아 할랄인증 등록 추이 표에 따르면 2019년에 인도네시아 할랄인증청(BPJPH) 등록 건수는 243건이었으나, 2022년에는 147,495개를 기록하였으며, 2023년에는 190,048건 등록이 될 것으로 전망
- 2022년부터 인도네시아 할랄인증서 등록 및 신청이 급격하게 증가하였으며 가장 많은 할랄 신청 및 등록된 제품은 스낵류(62,850건)로 이후 베이커리 제품(54,544건), 가공 음료(31,914건) 순임

<인도네시아 할랄인증 등록건 수>

(단위 : 건)



* 출처 : BPJPH (<http://olap.halal.go.id/>) 2023, 2023* 전망치

- 전 세계 57개 이슬람 국가로 구성된 국제기구인 이슬람협력기구(OIC)에 따르면, 인도네시아의 국내 할랄 시장은 2025년까지 연평균 약 14.96% 성장할 것으로 전망하였으며, 할랄 제품에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 전망함
- 인도네시아 할랄인증은 식품, 화장품, 의약품 등의 소비재뿐만 아니라 시설, 금융, 제조 공장 등에서도 할랄인증을 받고 있으며, 할랄이 전체 경제활동에서 차지하는 비중이 큼
- 인도네시아의 중요성은 할랄 제품의 세계 무역에도 반영되고 있음. 2022년 발표된 '글로벌 이슬람 경제 보고서 2022(Global Islamic Economy Report 2022)'에 따르면 인도네시아는 2020년에 연간 약 211억 달러 규모의 할랄 제품을 수입했으며, 연간 85억 달러 규모의 할랄 제품을 수출해 세계 5대 할랄 제품 교역국임

<인도네시아 주요 산업의 글로벌 할랄 순위>

Top 15 Global Islamic Economy Indicator Score Rank

1. Malaysia
2. Saudi Arabia
3. UAE
4. Indonesia
5. Jordan
6. Bahrain
7. Kuwait
8. Pakistan
9. Iran
10. Qatar
11. Oman
12. Turkey
13. Nigeria
14. Sri Lanka
15. Singapore

Top 10 Indicator Score Rank By Sector

HALAL FOOD

1. Malaysia
2. Singapore
3. UAE
4. Indonesia
5. Turkey
6. Iran
7. South Africa
8. Pakistan
9. Brunei
10. Russia

MODEST FASHION

1. UAE
2. Turkey
3. Indonesia
4. Malaysia
5. Spain
6. Italy
7. Bangladesh
8. Canada
9. France
10. Iran

ISLAMIC FINANCE

1. Malaysia
2. Saudi Arabia
3. UAE
4. Jordan
5. Bahrain
6. Indonesia
7. Kuwait
8. Pakistan
9. Qatar
10. Nigeria

PHARMA & COSMETICS

1. Malaysia
2. UAE
3. Singapore
4. Iran
5. Egypt
6. Indonesia
7. France
8. South Africa
9. Turkey
10. Tunisia

MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL

1. Malaysia
2. UAE
3. Turkey
4. Thailand
5. Tunisia
6. Indonesia
7. Azerbaijan
8. Jordan
9. Singapore
10. Albania

MEDIA & RECREATION

1. UAE
2. Malaysia
3. Singapore
4. United Kingdom
5. Indonesia
6. Brunei
7. Bahrain
8. Lebanon
9. Kuwait
10. Netherlands

* 출처: Global Islamic Economy Report 2020/2021

- 이슬람협력기구(Organization of Islamic Cooperation)가 규모와 중요도를 기준으로 선정한 2020년부터 2021년까지 세계 할랄 관련 주요 M&A 71건 중 인도네시아는 20건으로 세계 2위를 기록하였음
- 2021년 발표된 글로벌 이슬람 경제 지표(GEI)에 따르면, 인도네시아는 식음료 및 패션 부문에서 성장세를 보이며 터키를 제치고 전체 4위를 기록하였음

(2) 할랄인증 기관 및 역할

□ 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)

- 인도네시아의 할랄인증은 2019년 이전에는 “인도네시아 ulama 협의회 식품 화장품 의약품 검사 기관(LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia)” 에서 담당하였음
- LPPOM MUI는 인도네시아 이슬람 종교 지도자들로 구성된 인도네시아 ulama 협의회(MUI)에 속해있으며, 인도네시아의 무슬림들 사이에서 높은 신뢰도를 보유하고 있음
- 단, 인도네시아 정부는 기존의 체계가 상업적 이익 추구에 노출되어 있고, 객관적이지 않다는 비판을 받아 2019년 10월에 할랄인증기관인 “할랄제품보장실시기관(BPJPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 이하 할랄인증청)” 로 이관

<인도네시아 구 할랄인증기관과 현 할랄인증기관>

인도네시아 (구) 할랄인증기관	▪ 2019년 이전까지 인도네시아 할랄인증은 인도네시아 ulama 협의회(MUI, Majelis Ulama Indonesia)에서 진행되었음 ▪ LPPOM MUI는 식품 및 음료 제품에 대한 할랄인증, 제조공장 및 레스토랑에 대한 할랄인증, 그리고 할랄인증과 관련된 다양한 서비스를 제공함 ▪ LPPOM MUI는 식품 및 음료 제품에 대한 할랄인증을 위해 일련의 절차를 따랐으며, 식품 및 음료 제조사는 LPPOM MUI에 할랄인증을 요청, LPPOM MUI는 제품의 성분 및 제조과정에 대한 검토를 진행하고 현장 심사를 시행하여 해당 제품이 할랄 규정에 부합하는지를 판단을 했었음
인도네시아 (현) 할랄인증기관	▪ 인도네시아 종교부에서 할랄인증청(BPJPH)이라는 새로운 할랄인증기관을 설립하여, 2019년 발효된 "할랄 제품 보장법"에 따라 이전에 할랄인증을 담당했던 LPPOM MUI¹⁾는 할랄검사기관(LPH)의 역할로 변경되었음 ▪ 인증신청 접수 및 최종인증서를 발급해주는 절차는 BPJPH에서 관리하고 있으며, LPPOM MUI는 할랄검사를 실시하고 MUI는 윤리적으로 문제가 없는지 심사

* 출처 : Peraturan Pemerintah No.39, 2021

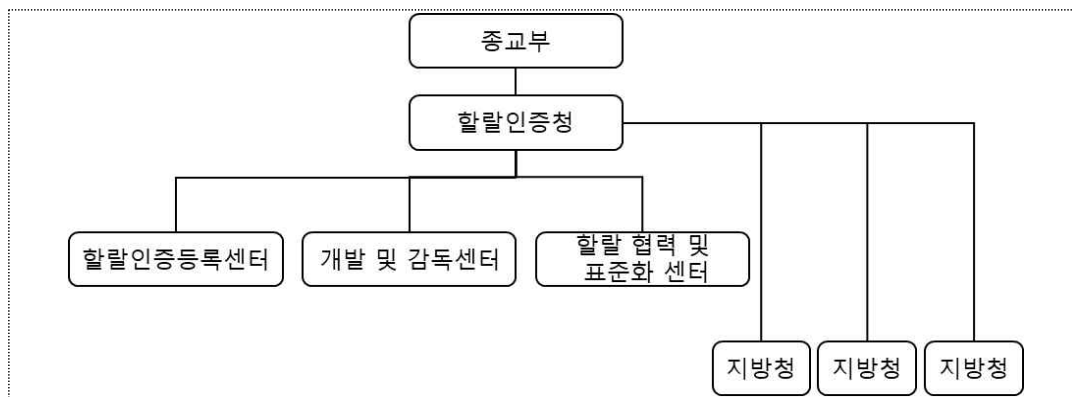
1) 할랄검사기관(LPH) 3개 기관 중 하나 - LPPOM MUI, SUKOFINDO, SURVEY INDONESIA

<할랄인증청(BPJPH) 기능 및 역할 요약분>

기능	▪ 할랄 제품 보장 정책 수립 ▪ 할랄 제품 보장 규정, 표준, 절차 확립 ▪ 할랄인증발급 및 취소 ▪ 할랄인증 관련 공청회, 홍보, 교육	▪ 할랄 검사기관(LPH) 등록 ▪ 할랄감사관 등록 ▪ 할랄감사관 양성 ▪ 할랄 제품 보장에 관한 감독
역할	▪ 할랄 제품의 제조, 가공, 저장, 운송, 유통 등 모든 단계에서의 인증을 담당하고 있으며, 인도네시아에서 할랄인증신청 접수 및 인증서 발급 관리를 담당함	

* 출처 : 인도네시아 산업부 2021

< 할랄인증청 조직도 >



□ 할랄인증 관련 기관

- 할랄 신청 및 발급을 진행하는 할랄인증청(BPJPH) 기관 외에 인도네시아 할랄인증 관련 기관은 LPPOM MUI, SUCOFINDO, SURVEY INDOESIA가 있음
- 할랄검사기관(LPH, Lembaga Pemeriksa Halal)은 한국에서 할랄검사기관 혹은 할랄심사기관으로 불리고 있으며, LPPOM MUI를 포함하여 SUCOFINDO, SURVEY INDOESIA가 할랄 심사/테스트를 수행하는 기관으로 선정되어 있음
- 할랄검사기관(LPH)은 제품에 관한 심사 및 테스트를 진행하고 그 결과를 MUI에 제출, 할랄검사기관(LPH)이 보내준 심사 결과를 바탕으로 MUI는 할랄 파트와(Fatwa)의 결과에 따라 제품의 할랄성(Halalness)을 결정하며, 결과에 따라 할랄인증청(BPJPH)은 최종 할랄인증서 및 라벨을 발급함

<할랄인증 절차 요약>

할랄인증 절차 (요약분)	1. 할랄인증 신청서 및 제반 서류 작성 후 할랄인증청(BPJPH)에 제출 2. 할랄인증청(BPJPH)은 할랄 검사기관(LPH)에 심사요청 3. 할랄검사기관(LPH) 심사 수행 및 검사 후 결과보고서 작성 4. 할랄검사기관(LPH)은 결과를 할랄인증청(BPJPH)에 전달 5. 할랄인증청(BPJPH)은 MUI에 심사 결과와 함께 할랄 파트와(Fatwa)에게 윤리적 검토 요청 6. MUI 검토 결과 문제없을 시 할랄인증청(BPJPH)에서 할랄인증서 발급
---------------	--

* 출처 : 인도네시아 산업부 2021

- 인도네시아 할랄인증에는 할랄인증청(BPJPH), 할랄검사기관(LPH), 인도네시아 올라마 협의회(MUI) 등의 기관들이 참여하며, 이를 통해 심사 결과가 할랄 규정에 부적합한 것으로 판정되었을 때 할랄인증청(BPJPH)은 할랄 신청을 기각함
- 파트와(Fatwa)는 ‘무프티’라고 부르는 이슬람에서 자격을 갖춘 법학자가 이슬람 율법에 대해 내린 공식 판결 또는 해석을 말하고 있으며, 제품의 할랄성(Halalness) 결정이란, 제품이 이슬람 율법에 따라 소유하거나 행하는 것에 허용되는지(halal) 또는 금지되는지(haram) 확인하는 것을 뜻함
- 인도네시아 올라마 협의회(MUI, Majelis Ulama Indonesia)는 인도네시아에서 가장 중요한 이슬람 종교단체 중 하나로 MUI는 이슬람법과 실천, 할랄식품 및 제품 인증 등과 같은 다양한 이슬람 관련 문제에 대한 자문과 지도를 제공하며, 이슬람 교육과 연구를 촉진하고 있음
- 인도네시아 올라마 협의회(MUI)는 인도네시아 정부와 밀접한 협력 관계를 유지하고 있으며, 이슬람 문제를 다루는 정책 결정에 대한 자문을 제공하고 있고, 할랄검사기관(LPH)에 의한 평가 및 결과를 바탕으로 파트와(Fatwa)에 저촉되지 않는지 판단
- MUI 파트와 위원회는 LPPOM MUI와 같은 검사기관(LPH)의 평가 결과에 따라 파트와 또는 샤리아를 발행하는 MUI 위원회 중 하나이며 할랄인증 프로세스에서 마지막 평가를 담당하고 있음

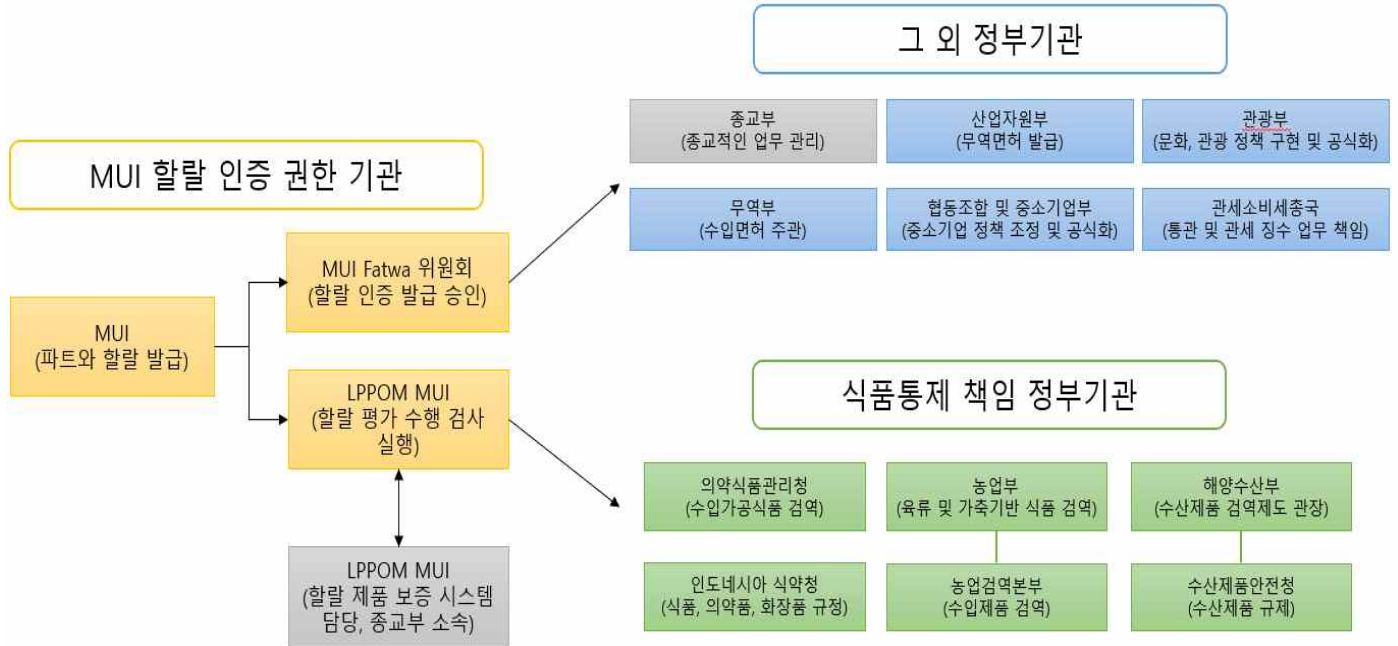
<MUI, MUI Fatwa 위원회 역할>

인도네시아 올라마 협의회 (MUI)	▪ 인도네시아 올라마 협의회(MUI, Majelis Ulama Indonesia)는 인도네시아 최대 종교 단체로 이슬람 권위자들이 모인 이슬람 법률, 식품 및 은행 업무 등에서 이슬람 규범을 지키기 위한 가이드라인을 제공하는 기관임 ▪ 이슬람 법률에 대한 대중 교육, 이슬람 은행 및 금융 제도, 할랄식품 및 제품에 대한 인증 기준 등 다양한 분야에서 권위를 가지고 있음 ▪ 할랄검사기관 중 하나인 LPPOM-MUI의 설립 및 운영을 주도하며, 인도네시아 정부와 국제 이슬람 기구와 협력하여 이슬람 법률 및 관련 분야에서의 발전과 개선을 추진하고 있음
MUI 파트와 위원회 (MUI Fatwa)	▪ 인도네시아 올라마 협의회(MUI)에서 설립된 위원회로, 이슬람 규범과 법률에 대한 의문 사항에 대해 권위 있는 해석과 결정을 내리는 기구임 ▪ 이 위원회는 인도네시아의 이슬람 법과 규범을 해석하고, 이슬람과 관련된 사안에 대해 조언을 제공하고 있음 ▪ 특히, MUI 파트와 위원회는 할랄식품 및 음료에 대한 인증 절차와 인증 기준, 할랄 인증서 발급 및 감사에 관한 문제에 대해 의견을 제시하고, 이를 인도네시아의 할랄 검사기관들이 적용할 수 있도록 가이드라인을 제시함

* 출처 : KOHAS, 2022

- 할랄인증청(BPJPH)과 LPPOM MUI 등 할랄검사기관(LPH) 외에도 식품 관리를 담당하는 정부 기관들이 있으며, 할랄인증 관련 기관과 협력하는 정부 기관들은 다음과 같음

<인도네시아 할랄인증 및 정부 기관>



기관	임무
종교부 (Ministry of Religious Affairs)	- 인도네시아의 종교적인 업무 관리 - 할랄인증청(BPJPH)도 종교부 산하 기관임
산업자원부 (Ministry of Industry)	- 정부의 산업분야 업무 수행 - 무역면허(SIUP) 발급
관광부 (Ministry of Tourism)	문화, 관광 정책의 구현 및 공식화
무역부 (Ministry of Trade)	- 무역 업무 관할 및 각종 수입 인증, 라벨링 등 담당 - 원산지 규정 관련 규정발표 관할
국제무역협력국 (Directorate General of International Trade Cooperation)	소규모 산업 및 무역 관리
협동조합 및 중소기업부 (Ministry of Cooperative and SEMs)	협동조합과 중소기업 정책의 조정 및 공식화
관세소비세충국 (Directorate General of Customs and Excise)	- 통관업무 및 관련법규의 시행 - 수입 물품에 대한 관세 및 기타 세금의 징수 업무 책임

* 출처 : 농림축산식품부 2022

<인도네시아 기관 정리>

분류	기관	역할
할랄인증	MUI	- 인도네시아 최대 무슬림 단체
	MUI Fatwa 위원회	- 윤리위원회를 통해 할랄인증 승인
	LPPOM-MUI	- 할랄인증 기술적 검사 시행
	BPJPH	- 할랄인증서 발급 등 할랄 제품보장 업무 전반
식품 수입	산업부	- 정부의 산업 분야 업무 수행 및 무역면허(SIUP) 발급
	무역부	- 무역 업무 관할 및 각종 수입 인증, 수입허가 등 담당
	↳국제무역협력국	- 소규모 산업 및 무역 관리
	관세소비세총국	- 관세, 기타 세금 징수, 통관업무 및 관련 법규 시행 - 수입신고 및 첨부문서 심사, 수입 제품 승인
식품 통제	식약청	- 식품, 화장품, 의약품, 건강기능식품 규정
	농업부	- 농산물, 육류 및 가축 관련 식품 검역 담당
	↳농업검역본부	- 수입 식품 검역
	해양수산부	- 수산 제품 검역 제도 관장

* 주 : ↳ (하위 기관)을 의미

<인도네시아 주요 인증 및 인허가 기관 예시>

기관	임무
농업부 MoA (Ministry of Agriculture)	인도네시아로 수입되는 육류, 축산 및 농산물 관련 식품에 대해 농업부는 식품 위생 및 검역을 담당함
농업검역본부 IAAQ (The Agency for Agriculture Quarantine)	2001년에 설립되어 농업부 산하 단체로 인도네시아 출입국 검역소에서 검역을 수행하고 있으며, 식품 안전 및 지속 가능성을 개선하고 농업 무역/마케팅 활동을 촉진하기 위해 농업 비즈니스 프로그램을 지원함
해양수산부 DKP (Ministry of Marine Affairs and Fisheries)	수산물 관할부서로서 산하 검역, 품질관리, 수산물안전 기관을 통해 인도네시아 수산물의 검역체계를 관리함
수산제품 검역검사청 (Fish Quarantine and Inspection Agency)	어류의 품질 및 건강, 수출 및 수입에 관련된 모든 수산 제품의 안전을 책임지는 공식 인도네시아 정부 기관임

(3) 할랄인증 제도 및 방법

□ 할랄식품의 정의 및 인증 범위

- 할랄(Halal)은 이슬람 식품 규정에 따라 허용되는 음식을 뜻하며, 하람(Haram)은 이슬람 식품 규정에 따라 금지되는 음식을 뜻함
- 할랄식품은 이슬람 율법에 따라 도축된 동물이나 식물, 그리고 동물성 원료가 사용되지 않은 음식을 말하며, 하람식품은 도살 방식이나 사용된 원료가 이슬람의 규정에 위배되거나, 도덕, 건강에 문제가 있는 음식을 뜻하고 있음

<할랄식품과 하람식품>

동물	할랄 : 이슬람 기준으로 도살한 동물 ▪ 가축류 (예시 : 소, 양, 닭, 염소, 낙타 등) ▪ 비포식성 야생동물 (예시 : 사슴), ▪ 비포식성 야생조류 (예시 : 비둘기), 수생동물(인체 유해한 것 제거 시)
	하람 : 이슬람 기준을 따르지 않고 도살한 동물 ▪ 개, 돼지, 포식성 조류 ▪ 사고 및 스스로 죽은 동물 ▪ 송곳니 동물 (예시 : 곰, 코끼리, 호랑이, 독수리, 올빼미 등) ▪ 물 및 육지 둘 다 사는 동물 (예시 : 악어, 거북이, 바다사자 등) ▪ 건강에 위험하거나 독성이 있는 동물 (예시 : 복어 등)
식물	할랄 : 유해 물질을 포함하지 않는 모든 식물
	하람 : 독성이 있는 식물 (예시 : 독버섯 등)
기타	할랄 : 중독성, 인체에 유해하지 않은 것을 포함한 모든 음료
	하람 : 식품첨가제 중 인간에게 해가 되거나 하람 동식물에서 추출된 것 ▪ 더러운 곤충 (예시 : 파리, 바퀴벌레 등) ▪ 살육을 금지하는 곤충 (예시 : 개미, 거미, 꿀벌 등) ▪ 알코올 성분이 함유된 것 (예시 : 술, 와인 등)

* 출처: 'Indonesia Halal Report 2021/2022'

- 할랄식품인 ‘허용된 먹거리’는 양, 닭, 낙타, 오리 등의 가축, 벌꿀, 생선, 밀, 쌀, 호밀, 우유, 신선한 야채 및 과일 등이 있으며, 각종 콩류, 곡물류, 견과류도 해당함
- 단, 어류일 경우에는 이슬람 정파마다 할랄의 범위가 다르며 정통 수니파는 모든 어류를 할랄로 허용하고 있지만, 일부 시아파는 새우와 비늘이 있는 어류만 할랄로 간주하고 있음
- 하람(Haram)’은 ‘금지된 것’을 뜻하며 돼지고기와 그 부산물, 육식 동물, 동물 사체, 도축 전에 죽은 동물, 파충류, 곤충, 개, 고양이, 술과 알코올성 음료는 이슬람교 경전 ‘쿠란’의 가르침에 따라 ‘금지된 식품’으로서 기피되고 있음

□ 수입식품에 대한 할랄인증 의무화 여부

- 인도네시아 정부는 2014년 제33호 법령에 따라 할랄인증 의무화를 발표하였고, 2019년 10월 17일부터 할랄인증 의무화가 시행되었지만, 5년간의 계도기간을 거쳐 식품의 경우 2024년 10월 17일부터 적용이 됨
- 이 법률은 할랄제품보장법(UU 33/2014 Jaminan Produk Halal)으로 부르고 있으며, 인도네시아에서 유통되는 모든 식품, 음료, 의약품, 화학제품, 생물학적 제품, 유전 공학 제품, 착용 및 중고(used) 등 모든 식품 및 소비재에 할랄인증을 요구하고, 인증되지 않은 제품들을 할랄 제품으로 판매하는 것을 금지하는 법안이 추가되어 있음
- 2023년 현재 인도네시아에서 할랄 의무화가 유예되어, 할랄인증을 받지 않은 식품도 제약 없이 수입될 수 있으나, 2024년 10월 17일 이후에는 할랄 및 비할랄 제품 별도 표기를 해야 수입할 수 있음
- ※ 할랄인증을 받지 않았다고 해서 수입이 불가능한 것은 아니며, 'NON-HALAL' 또는 식약청 (BPOM)에서 정하는 바에 따라 별도의 라벨링을 하고 수출 가능
- 인도네시아 소비자 중 87%가 무슬림인 점을 고려했을 때 비할랄 제품이라고 표시되는 것은 제품 경쟁력에서 큰 타격을 입고 주류시장 확대에 어려움이 있을 것으로 전망됨

□ 할랄인증 규정 주요 내용

- 인도네시아 할랄인증 규정은 할랄인증을 의무화하겠다는 의지를 강하게 보여주고 있으며, 2014년 10월에 발표했던 할랄 제품 포장법에서도 그 취지를 확인할 수 있음
- 인도네시아 할랄 제품보장에 관한 규정 및 주요 내용은 2014년 33호 법률로 68조로 구성되어 있음

<인도네시아 할랄 제품 보장에 관한 2014년 33호 법률 원본>

 LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA No.295, 2014 PERINDUSTRIAN, Produk Halal, Jaminan, Bahan, Proses, (Penjelasan Dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604) UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA, Menimbang : a. bahwa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamalkan negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu; b. bahwa untuk menjamin setiap pemeluk agama untuk beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat; c. bahwa produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya; d. bahwa pengaturan mengenai kehalalan suatu produk pada saat ini belum menjamin kepastian hukum dan perlu diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan;	2014, No.295 18 Pasal 66 Pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku, semua Peraturan Perundang-undangan yang mengatur mengenai JPH dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini. Pasal 67 (1) Kewajiban bersertifikat halal bagi Produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 mulai berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan. (2) Sebelum kewajiban bersertifikat halal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku, jenis Produk yang bersertifikat halal diatur secara bertahap. (3) Ketentuan mengenai jenis Produk yang bersertifikat halal secara bertahap sebagaimana diatur pada ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah. Pasal 68 Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-Undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia. Disahkan di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 2014 PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA, DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO Diundangkan di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 2014 MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA, AMIR SYAMSUDIN
--	---

* 출처 : LEMBARAN NEGARAREPUBLIK INDONESIA, No. 295

- 이후 인도네시아 할랄 제품 보장법 2014년 33호에 대한 정부령 2019년 31호가 발표되었으며 2019년 31호 주요 내용은 비할랄 라벨링 관리 감독 강화, 할랄인증 등록 개념 변경, 할랄과 비할랄 제품의 매대 구분 등 인도네시아 할랄 보장법의 개정법 및 시행령의 주요 내용이 명시되었음
- 할랄 제품보장에 관한 2014년 제33호 법률 시행 규정에 대한 인도네시아 공화국 정부 규정 2019년 31호가 2019년 5월 3일에 공포되었으며, 84조까지 내용이 추가되었음
- 인도네시아 할랄 제품 보장법은 2019년 31호 발표 이후, 2021년 39호 및 2022년 40호 규정이 발표되었으며, 2022년 40호 경우 2022년 2월 14일에 발표되었음
- 인도네시아 할랄 제품보장에 관한 2014년 33호 법률 시행 규정 및 2019년 31호 주요 내용은 다음과 같음

<인도네시아 정부 규정 2021년 39호 주요 내용>

접수 방식	▪ BPJPH의 할랄인증신청 사이트를 통해 할랄인증 직접 신청이 가능해졌음
라벨 부착 의무	▪ 할랄인증을 받은 제품들은 할랄 라벨을 의무적으로 부착해야 하며, 하람인 원료로 생산한 제품들은 의무적으로 제품에 비할랄 정보를 부착해야 함
할랄인증서 유효기간	▪ 2021년 6월 1일 자로부터 할랄인증청(BPJPH) 할랄인증서 유효기간은 4년으로 변경됨. MUI 구 할랄인증서의 유효기간은 2년이었음
웹사이트	▪ 할랄인증 신청 사이트 링크 : https://ptsp.halal.go.id/ ▪ 할랄인증 접수 및 인증서 발행 링크 : https://ptsp.halal.go.id/ ▪ 할랄인증 심사와 현장 심사 링크 : https://www.e-lppommui.org/

- 2019년 인증 프로세스의 개편 이후, 각 기관 간의 작업 조정 속도는 더뎠지만, 인도네시아 정부 규정 2021년 39호(Peraturan Pemerintah No.39, 2021)를 통해 할랄인증의 프로세스 정비가 완료되었음
- 인도네시아 정부 규정으로 2022년 40호 규정은 2022년 2월 14일부터 실행되어 인도네시아 할랄인증발급 절차에 대한 시스템 정비와 체계화가 진행되었음
- BPJPH에서 총괄 관리와 운영 내용이 추가되었으며 BPJPH는 할랄검사기관(LPH)의 심사 기간만 관리하였지만 2022년 40호 규정 이후 BPJPH는 업무 일정까지 관리하게 되었음
- 인도네시아 할랄인증청은 새로운 할랄인증 로고를 발표하여 2022년 3월 1일부터 새로운 할랄 로고가 사용됨. 새로운 할랄 로고가 발표되었지만, 옛 MUI의 할랄인증 유효기간이 남아있는 경우 기존 로고는 유효기간까지 사용할 수 있으며, BPJPH의 할랄인증 유효기간 만료 3개월 전에 재신청을 해야 함
- 2022년 3월 1일부터 시행된 신규 할랄 로고는 산의 형태인 문자 Ha, 아랍 서예 형태로 Lam Alif 및 Lam 문자로 구성되어 있으며, 로고의 의미는 높은 지식과 나이가 삶에서 중요한 역할을 함을 나타냄. 창조주와 가까워지는 것을 잊지 말아야 한다는 메시지를 전하고 있으며, 로고의 보라색은 믿음, 내면과 외면의 조화, 상상력의 힘을 나타내고, 지혜, 안정, 고요함을 상징하고 있음

- 로고에 있는 수르잔 문양은 깊은 철학적 의미를 담고 있으며, 수르잔 셔츠 목에 달린 6개의 단추는 믿음의 기둥을 상징하고 있으며, 수르잔 또는 줄무늬 모티프는 명확한 구별 또는 구분자를 나타내고 있음

<인도네시아 신규 할랄인증 로고>

변경 전	변경 후
	
- 2021년 39호 규정 - MUI 할랄 로고는 2026년 2월까지 사용 가능	- 2022년 40호 BPJPH 규정에서 할랄 로고 소개 - 2022년 3월 1일부터 새로운 로고 적용

* 출처 : BPJPH (<https://bpjph.halal.go.id/>) 2023

- 제품 포장과 관련된 할랄 라벨링 규정의 경우 할랄 제품은 반드시 ‘할랄(Halal)’ 라벨을 부착해야 하며, 비할랄(Non-halal) 제품과 ‘할랄(Halal)’ 제품이 명확하게 구분될 수 있도록 라벨이 쉽게 지워지지 않는 곳 혹은 쉽게 떨어지지 않는 곳에 부착해야 하고 눈에 잘 띄는 곳에 있어야 함

<할랄 제품 보장법 제정안에 관한 주요 내용 요약>

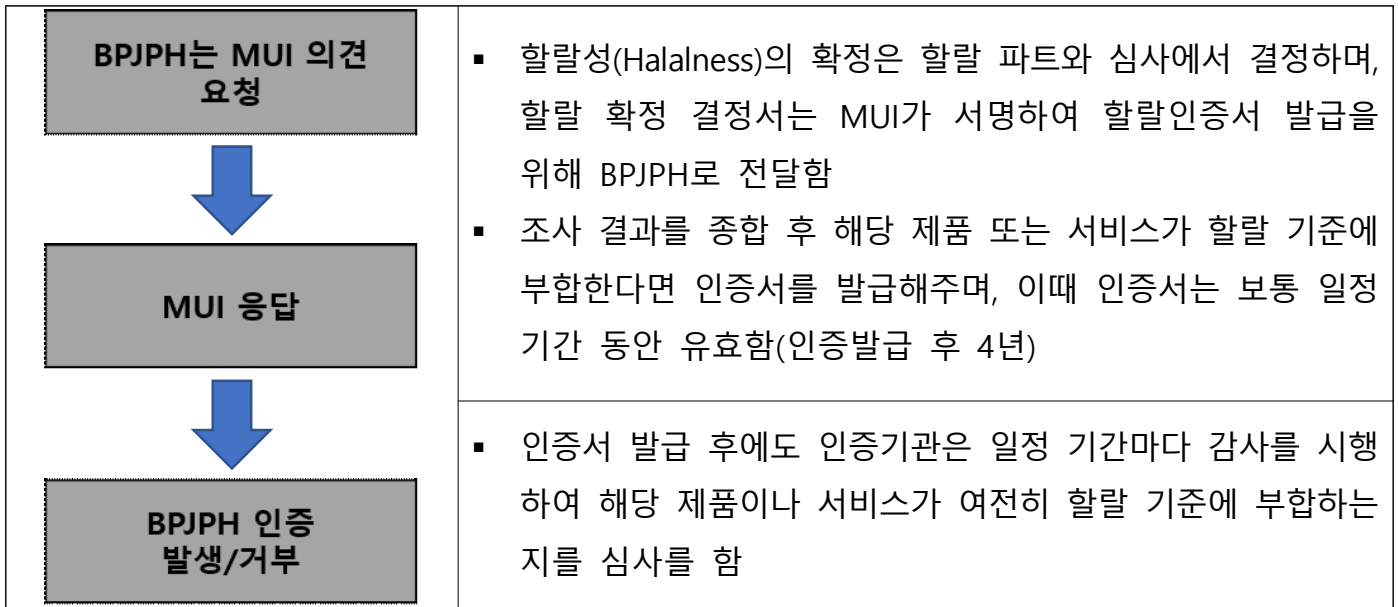
구분	변경 전	변경 후
할랄인증 범위	▪ 가공산업(식음료, 화장품, 의약품), 도축장, 식당 및 연회 서비스, 서비스 업체(유통, 운송, 창고, 소매) 등	▪ 식음료, 화장품, 의약품, 화학제품, 생물학 및 유전자 변형 제품까지 할랄/비할랄 제품인지 심사를 진행함
인증기관	▪ MUI에서 진행	▪ BPJPH에서 진행
심사기관	▪ LPPOM MUI	▪ LPPOM MUI, SUKOFINDO, SURVEY INDOESIA
할랄인증	▪ 취득 권고사항(수입식품 포함) ▪ 할랄인증 의무, 축산법 2009년 18호에 의거	▪ 취득 의무사항 (인증 미취득 시 별도 표기 필요)
라벨	▪ 할랄 제품에 할랄 라벨 부착	▪ 할랄 제품에 할랄 라벨 부착 ▪ 비할랄 제품의 경우 Non - Halal 또는 별도 라벨 부착 의무화
		

* 출처 : 한국식품연구원, Unix custom, shopee 2022

- 비(非)이슬람 국가인 대한민국과 같은 국가에서 이슬람 국가로 식품을 수출하기 위해서는 ‘할랄인증’을 받아야 현지 소비자들이 안전한 제품으로 인식하며, 할랄인증을 받기 위해서는 식품의 종류뿐만 아니라 조리 과정도 중요함
- 할랄 재료를 사용하는 제품이어도 조리 과정에서 돼지고기나 금지된 음식(하람재료)과 동일 시설에서 제조 시 할랄에 포함이 안 되며, 하람재료 및 완제품과 철저히 분리하여 가공부터 포장, 보관 및 운송 등 유통과정 전반에 걸쳐 철저하게 취급되어야 함

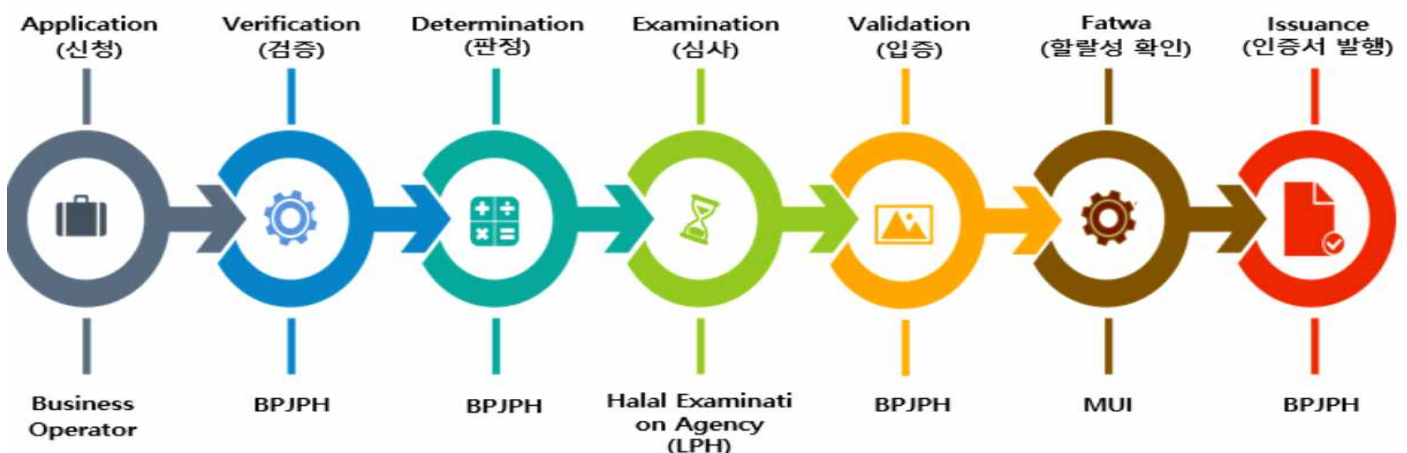
할랄인증 절차

절차	내용
BPJPH에 신청서 제출	BPJPH에 할랄인증을 위한 신청서 및 제반 서류를 제출해야 함. 해당 신청서에는 인증을 받을 제품 또는 서비스에 대한 정보와 제조 공정, 재료, 원산지, 유통 등에 대한 정보가 포함되어 있어야 함
BPJPH는 LPH에 검사 요청	- 추가로 대표자명 및 기본정보, 제품의 종류, 목록, 원료 및 제조과정 내용이 담긴 서류를 첨부하여 제출해야 함 - 할랄인증 접수와 인증서의 발행, 할랄인증 심사와 현장 심사 신청 사이트는 하단 사이트 참고 https://ptsp.halal.go.id/ (접수, 인증서) https://e-lppommui.org/ (현장 심사 및 검사)
할랄 감시관에 의한 평가	할랄 제품을 일관성 있게 생산하겠다는 회사 최고 경영진의 의지, 정책 개발을 인증하는 문서화, 돼지 및 돼지 파생물 등 금지 원료를 원료로 사용하지 않는다는 확인 등 규정이 포함된 서류들을 제출
생산 장소 방문	서류 제출 후 BPJPH는 LPPOM MUI 등 할랄검사기관(LPH)에 심사 요청, LPH는 제출된 신청서를 검토하고, 제품 또는 서비스의 제조 공정 및 재료, 원산지, 유통 등에 대한 정보를 확인하기 위해 현장 조사를 진행함
실험실 분석 (필요 시)	- 현장 심사의 경우 할랄검사기관은 해당 기업의 공장이나 생산 시설을 현장 심사하며, 심사는 원재료, 생산 과정, 물류 등을 검토하여 할랄 요건을 충족하는지 확인함 - COVID-19로 인한 펜데믹 중 온라인 심사로 진행이 되었으나 2023년 6월부터 현장 심사가 재개되었음 - 현장 심사 완료 후 심사 결과 BPJPH에 보고, BPJPH는 MUI에 이슬람 율법에 저촉되는 부분이 없는지 확인 요청
BPJPH에 보고	



* 출처 : BPJPH (<https://bpjph.halal.go.id/>), LPPOM MUI (<https://e-lppommui.org/>) 2023

<BPJPH에서 발표한 인도네시아 할랄인증 절차>



* 출처 : BPJPH 홈페이지에서 제공되는 인도네시아 할랄인증신청법 자료, 2023

□ 할랄인증 신청서류

- 인도네시아 할랄의 경우 BPJPH의 할랄 접수 사이트(<https://ptsp.halal.go.id/>)에서 아이디 개설 후 신청이 가능하며, 해외 심사 지정 기관인 LPPOM MUI, Sucofindo Indonesia 및 Surveyor Indonesia 등과 같은 심사기관들을 통하여 BPJPH에 접수 처리, 신청, 심사 등 가이드 및 도움을 받을 수 있음
- 할랄인증 신청서(Formulir Permohonan Sertifikasi Halal)는 LPPOM MUI의 웹사이트에서 다운로드 가능하며, 제품 사양서(Product Specification Sheet)는 제품의 성분, 원산지, 생산 공정 등에 대한 자세한 설명이 포함되어 있어야 함

- 샘플 제품의 경우 제품의 출하 전 샘플을 제출해야 하며, 샘플은 제품 포장재와 라벨과 함께 제출되어야하며 제품 포장재와 라벨에 대한 설명이 필요함
- 또한, 신청서, 신청한 제품 및 제조사의 관련 서류뿐만 아니라 할랄 담당자가 받은 교육 훈련의 근거, 할랄 운영 매뉴얼 서류의 부합 상황을 평가 및 검토가 진행됨
- 온라인 시스템에서 신청자가 LPH 3곳 (LPPOM MUI, SUCOFINDO, SURVEY INDOESIA) 중에서 1곳을 심사기관으로 신청할 수 있음
- 인도네시아 할랄인증을 받기 위해 준비해야 하는 자료들은 제조사업자의 영문 사업자 등록증, 제조사의 평면도의 준비가 필요하며, 할랄 담당팀 배정 및 정보, 사내에 사용되는 세제 및 소독제 등의 자료 준비도 필요함

<BPJPH 신청 준비 서류 예시>

1. Application Letter (할랄인증 신청서)
2. Registration Form (할랄인증 등록 제품 현황-포맷 사용)
3. Copy of Business License (제조사의 사업자 등록증 사본)
4. Copy of Halal Supervisor determination letter (신청 위임장, 할랄 담당자의 여권 사본, 이력서)
5. Name and type of product (인증 대상 제품 목록 및 할랄인증 품목 유형)
6. List of products and materials (인증 대상 재료 목록 및 현황)
7. Products manufacturing process (인증 대상의 제조 공정도)
8. Halal Assurance System Document (할랄 보증 시스템의 매뉴얼)
9. 연장 시 이전 인증서 사본, 기 인도네시아 등록 제품 경우 허가서 사본

<LPH 심사 준비 예시>

1. BPJPH에 신청한 자료와 인증을 요청하는 제품의 정보 관련 사항을 LPPOM MUI Cerol (<https://e-lppommui.org>)의 사이트에 입력 및 자료 제출 필요
2. 인증 심사 대상 제품의 재료, 원료 관련 서류를 구비하여 할랄성 근거 자료로 제출 필요
(유효 할랄인증서, 공정도, SPEC, animal free statement 등 재료의 특성에 따른 추가자료 요구 증빙 준비)
3. 제조 시설의 생산설비, 창고시설, 세척실 등의 제조 시설을 할랄 시설로 구비
(교차 설비 공간 혹은 공용 공간의 경우 비 할랄 제품과의 교차 오염 방지 절차 구비)
4. 외부 및 내부 교육의 이행 실적과 근거 준비

* 출처 : BPJPH (<https://bpjph.halal.go.id/>), 2022

2. 할랄인증 의무화

(1) 할랄인증 의무화 동향

□ 인도네시아 정부 할랄인증 의무화 준비상황 등

- 인도네시아 정부는 국내에서 판매되는 모든 제품과 서비스에 대해 할랄(Halal) 라벨링을 의무화할 목표를 가지고 있으며, 현재 인도네시아 현지에서는 샴푸, 치약, 화장품, 식품, 음료, 의약품, 화학제품 등과 관련된 모든 제품과 서비스는 할랄인증을 받는 추세임
- 할랄인증은 인도네시아 정부가 이슬람 경제 성장을 위해 주력하고 있는 부문 중 하나로, 할랄인증 의무화를 적극적으로 추진하고 있으며, 할랄인증 의무화를 통해 인증절차의 투명성 제고와 정부의 안정적인 수입 확보를 목표로 하고 있음
- 이러한 목표는 인도네시아 정부가 발표한 “10개년 이슬람 금융 마스터플랜(10-year Islamic Finance Masterplan)” 달성을 위한 목표들에서 확인할 수 있음
- Islamic Economy의 인도네시아 할랄 시장 보고서(Indonesia Halal Report 2021.2022) 따르면 인도네시아 정부는 2024년 10월부터 식품 분야를 시작으로 인도네시아에서 판매되는 상품에 할랄인증을 의무화를 위해 할랄 산업단지를 조성하는 등 다양한 금융·비금융전적 지원을 통해 국가 할랄 경제 육성에 앞장서고 있음
- 2014년 9월 25일 할랄 제품보장에 관한 법이 의회를 통과하였으며, 2019년부터는 제품 및 품목별로 할랄인증 여부 표시가 필수적으로 표기되어야 했으나, 정부의 제도 미비에 따라 향후 5년 연기되었으며 식품과 음료의 경우 2024년인 10월 17일부터 할랄인증 의무화가 시행될 전망이다

<할랄 의무화에 관한 LPPOM MUI 뉴스 기사>



Certificate” organized by LPPOM MUI in the Food Ingredients Asia (FIA) event at JIEXPO Jakarta on 7 September 2022.

Companies in halal certification face two main problems. First, halal certification is a form of company compliance with regulations. The Indonesian government has begun to enforce mandatory regulations for halal certification. This regulation is stated in Act Number 33 of 2014 concerning the Halal Product Assurance Act (UU JPH) and its derivative regulations.

The mandatory halal certification period has come into the transition period. Muslich explained that there is a mandatory transition period for halal products based on product categories, including:

1. Food and Beverages: 17/10/2019 – 17/10/2024

2. Herb and Supplement: 17/10/2021 – 17/10/2026

3. OTC Drugs and Limited OTC Drugs: 17/10/2021 – 17/10/2029

Jakarta (9/3). A lot of homework must be done to fulfill the mandatory requirements for halal food certification by 2024. Data from the Ministry of Economy shows that many of around 46 million food and beverage business actors still need to be halal-certified.

“As business actors, if we miss the deadline (October 17, 2024), we are worried whether there will be immediate sanctions. There has been no other policy from the government. We are worried that there will be games on the field, businesses will be raided or confiscated, factories will be closed, and this is so vile,” said Deputy Chairperson for Foreign Cooperation of GAPMMI, Lena Prawira, in the webinar Preparation for the Processed Food Industry Facing Halal Obligation October 17, 2024, which will be held on March 8 2023.

Lena added it's not that business actors don't want to certify halal, but the situation is still challenging. “We expect that there will be a breakthrough from BPJPH and the government so that when this deadline applies, BPJPH can provide halal certificates or assist in the halal certification process for all business actors,” he added.

* 출처 : LPPOM MUI 홈페이지, 2023

- 식품과 음료를 제외한 화장품 및 의약품 등의 경우 2026년 10월 17일부터 의무화될 예정이며, 2024년 10월 17일부터 슈퍼마켓 등 유통매장에는 할랄 매대와 비할랄 매대로 할랄 인증제품을 분리하여 판매될 전망이다
- 추가적인 인도네시아 정부의 할랄인증 의무화에 대한 정보는 MUI 및 BPJPH 등 공식 기관의 발표 및 보도자료를 통해 확인하는 것을 추천함
- 2023년 4월 기준으로 할랄인증은 아직 의무화되어 있지 않았지만, 인도네시아 정부는 이번 규정을 통해 할랄인증발급 횟수를 증가시켜 수입 수요에 대응할 계획임
- 인도네시아 정부는 할랄인증 의무화에 대한 이행을 위해 기업들에게 충분한 기간을 제공하고 있으며, 현재 인도네시아 내에서는 할랄인증을 위한 인프라 및 시스템 구축이 활발히 이루어지고 있음

<인도네시아 정부 할랄인증 의무화 정책>

할랄인증 심사기준 표준화
▪ 인도네시아 정부는 할랄인증 심사기준을 표준화하여 투명하고 공정한 할랄인증 시스템을 구축하고 있음. 이를 위해 BPJPH에서는 할랄인증에 필요한 기준과 절차를 규정하는 세부 규정을 발표하였으며, 기업들은 이를 따라 심사를 받게 됨
국제 할랄인증 기준 수용
▪ 인도네시아 정부는 국제 할랄인증 기준을 수용하여 인도네시아의 할랄인증 시장을 보다 국제적인 수준으로 발전시키고자 다른 국가와 협력하여 할랄인증 시장을 보다 표준화된 방향으로 이끌어 나갈 계획이며, 상호인정(MRA)을 통해 국제 협력을 강화해 나갈 계획임

* 출처 : Halal Focus, 2021

- 유효기간 동안 할랄인증을 받지 않은 제품은 인도네시아로 수출할 수 있지만 2018년 인도네시아 식약청(BPOM) 규정 31호의 라벨링 규정을 엄격히 준수해야 함
- 예시로 돼지원료를 함유한 건강식품 및 의약품은 흰색 바탕 위 검은색 상자 안에 검은색으로 “돼지 함유” 라고 표시하고, 식품은 빨간색 글씨 표시해야 하며, ‘non-halal’ (비할랄) 제품은 ‘non-halal’ 라벨의 부착이 의무화되었음
- 인도네시아 현지 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등의 유통채널의 경우 비할랄 제품들은 소비자들에게 잘 보이는 매장 앞 진열 라인에서 제외되고 있으며, 비할랄 구역(존재 시)에 전시되고 있음

- 또한, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 인도네시아 유통매장들은 2024년 10월 17일부터 할랄 매대와 비할랄 매대를 구분하여 판매될 전망이다
- 할랄인증을 받지 않은 제품들은 비할랄 구역에 전시되지 않지만, 할랄인증 표기의 의무화로 인하여 여러 식당, 매장 및 마켓 등 할랄인증을 받은 제품들을 선호하며 인도네시아 바이어 역시 할랄인증을 요구하고 있음

(2) 교차인증 및 동향

□ 교차인증(=상호인정)의 의미와 동향

- 할랄 교차인증이란, 다른 국가의 할랄인증기관이 발급한 인증서를 인도네시아의 할랄인증기관이 인정하는 것을 뜻하며, 국가별로 할랄인증 기준이나 절차가 다를 수 있으므로 교차인증을 위해서는 신중한 검토와 협의 후 결정됨
- 기존에 LPPOM MUI는 도축, 원재료 및 향신료 등에 한해서 여러 국가의 할랄인증기관과 교차인정을 시행하였으며, 완제품의 경우 해당 사항이 아니었음
- 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)은 상호인정(MRA)을 통해 해외 할랄인증 기관의 할랄인증을 인정하고 국제협력을 확대해 나갈 계획이며, 현재 상호인정 신청을 접수중에 있음
 - * 한국은 KMF(한국이슬람중앙회), KHA(할랄인증원) 2개 기관이 신청, 현재 검토 진행 중
- 인니 정부는 상호인정 관련 그간 각국의 미온적 반응을 목격함에 따라, 각국 정부의 부담을 완화하기 위해 아래와 같이 상호인정 절차를 간소화하기로 결정

<당초> ▲ 상호인정을 위한 Umbrella MoU가 필수적인 바, 양국 간 <할랄인증 협력 MoU> 신규 체결 필요 ▲ 각국 정부가 자국 내 특정 단체를 해외할랄인증기관으로 지정 및 인니 측에 통보해주어야 할랄인증청 - 해당단체 간 상호인정협정 체결이 가능

<변경> ▲ Umbrella MoU(신규 MoU) 체결 불필요 (기존의 경제/문화의 MoU로 같음) ▲ 기존 MoU만 제출되면, 각국 내 희망단체들이 자국 정부를 거치지 않고 할랄인증청에 직접 온라인으로 신청해도 할랄인증청 - 희망단체 간 상호인정협정 체결이 가능

=> ('22.6월) 우리 정부 기존 MOU 제출을 통해 상호인정 사전 조건 해소

- 할랄인증청(BPJPH) 해외 상호인정기관에서 인증서가 발급된 할랄상품은 할랄인증청(BPJPH)에 할랄인증을 받을 필요가 없음. 다만, 해당 인증서는 상품이 인도네시아 내 유통되기 전 할랄인증청(BPJPH)에 사전 등록해야 함
 - 해당 해외할랄인증기관의 로고를 부착한 상태로 수입 및 유통 가능
 - 할랄인증청(BPJPH)과 상호인정을 받지 않은 해외 할랄인증기관의 인증 제품은 동법에 따라 할랄인증청(BPJPH)의 할랄인증 필요

□ 해외 할랄인증기관의 인정 기준 및 절차

○ 할랄인증청(BPJPH) 상호인정(MRA) 신청 해외 할랄인증기관 필수 요건은 아래와 같음

1. 할랄인증기관(Halal Certification Body) 프로필
=> 원산국, 기관명, 기관 분류, 주소, 대표자, 연락처, 담당자, 이메일
2. 인도네시아 종교부/할랄인증청(BPJPH)과의 협력 신청(연장) 요청서
3. 조직도
4. 샤리아(Syariah) 위원, 이슬람 학자(Ulama) 목록
5. 할랄제품 인증 절차(감사 메카니즘 포함)
6. 할랄 적정성/승인 평가와 역량을 바탕으로 한 할랄 심사 대상 제품 범위(제품 및 서비스 분류)
7. 인도네시아 올라마 협의회(MUI)와 협력 증빙
8. 사무실 소유 또는 임대 증빙
9. 유효기간이 남아있는 할랄인증서 발급 목록
10. 주재국 표준 기관의 승인 증빙(ISO 17065 및 샤리아 기준)
11. 국제 인증서(SMIIC/IHAV 등), 소유 시 제출
12. ISO 17025에 의거 승인된 실험실 협력 증빙, 에탄올(Ethanol) 함유량 및 DNA 검사 기기 소유 증빙
13. 주재국 인도네시아 대사관 추천서
14. 할랄인증 제품 정보
15. 유효기간 만료된 협력 증빙 서류
16. 주재국 발행 할랄인증기관 사업자등록증
17. 인도네시아 주재 한국 대사관 추천서/안내서

* 출처 : BPJPH, 2021

(3) 한국할랄인증기관(KMF) 할랄인증 방법

□ KMF(한국이슬람중앙회) 소개

- KMF(한국이슬람중앙회)는 1994년에 설립되었으며 한국의 이슬람 종교단체로 산하에 할랄 위원회를 두고 있으며 국내 기업의 할랄인증 업무를 수행 및 지원해주고 있음
- KMF(한국이슬람중앙회)는 말레이시아(JAKIM), 싱가포르(MUIS) 외에도 태국(CICOT), 대만 (THIDA), 미국(IFANCA)과 상호인정 협정을 맺었으며, (사)한국할랄수출협회 및 한국식품연구원 (KFRI)와 MOU를 체결하였음

<KMF(한국이슬람중앙회) 소개>

KMF 로고	연혁
	▪ 1994 – 대한민국 최초 할랄인증 시작 ▪ 2012 – KMF 임직원 전원 HDC 할랄 교육 이수, 할랄세미나 개최 ▪ 2013 – 말레이시아 JAKIM 상호인정기관 등록, 싱가포르 MUIS 상호인정기관 등록 ▪ 2015 – 대만 THIDA 상호인정기관 등록, 한국식품연구원(KFRI) 기술 및 업무협력 MOU 체결 ▪ 2017 – 한국할랄수출협회 MOU, FANCA 상호인정에 대한 MOU 체결 ▪ 2019 – JAKIM 트레이너 방한 KMF 할랄 심사원 역량, 강화 교육 실시, 월드 베스트 할랄 브랜드 어워즈 수상, 블록체인 기반 할랄인증 통합정보관리시스템 도입, 태국 CICOT 상호 인정 MRA 체결
	▪ 주소: 서울 용산구 우사단로 10길 39 ▪ 연락처/팩스 : 02-793-6908 / 02-798-9782 ▪ 홈페이지: www.koreaislam.org

* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

- KMF는 말레이시아 JAKIM, 사우디아라비아 SASO 등 세계적으로 인정받는 할랄인증기관 과도 교류하며, 다양한 국제회의 및 학술 발표를 통해 할랄에 대한 정보를 공유하고 있음
- 할랄인증기관은 직접 할랄인증을 해줄 수 있는 기관으로 할랄인증 대행 컨설팅회사와 차이점이 있으며, KMF는 국내 할랄인증기관 중 유일하게 JAKIM으로부터의 교육과정을 수료하였으며, JAKIM의 인증 심사관으로서의 역할도 수행하고 있음
- 최근 KMF 홈페이지에 올라온 상호인정 해외 인증기관들은 다음과 같음

<KMF 할랄위원회 상호인정 해외인증기관>

상호인정 해외인증기관			
			
말레이시아 JAKIM	싱가포르 MUIS	대만 THIDA	태국 CICOT
			
미국 IFANCA	중국 ARA	칠레 H.C.C.C	필리핀 IDCP

* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

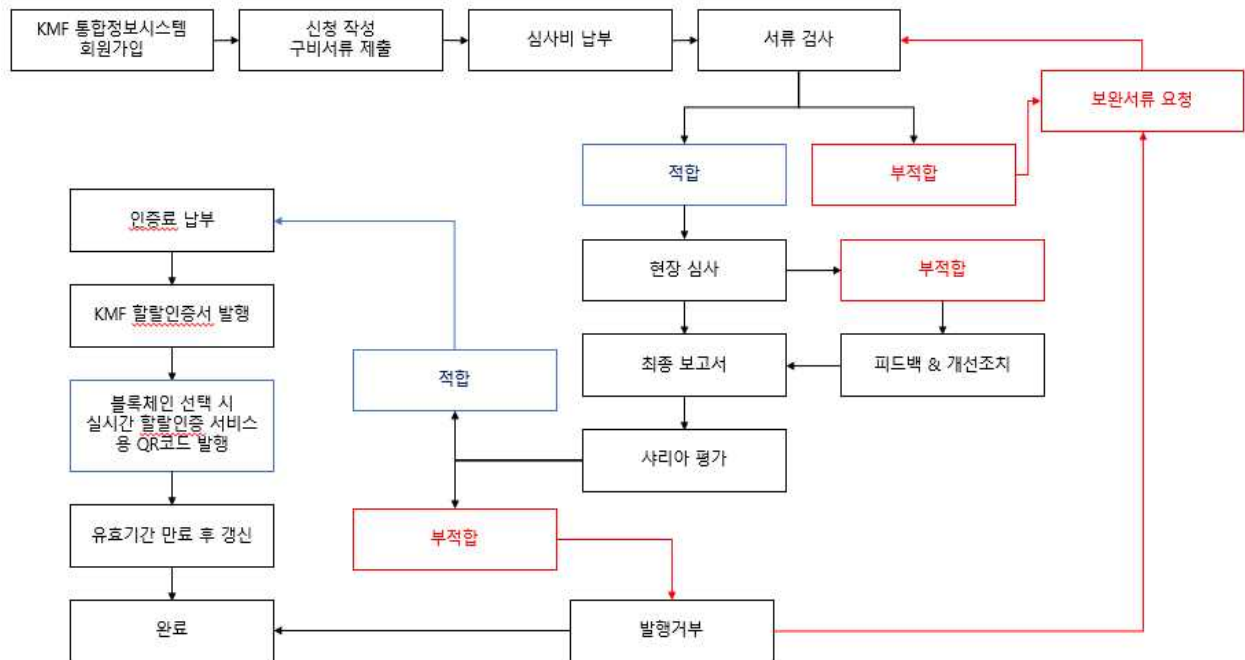
□ 인증절차 및 비용

- KMF의 홈페이지(<http://kmfhalal.org/cert>)를 확인하면 KMF 할랄인증 신청 구비서류 목록을 확인할 수 있으며, 신청 제품 유형에 맞게 서류 준비하여 제출해야 함
- 추가적인 컨설팅비 및 비용이 발생할 수 있으며, KMF 할랄인증신청은 공식 홈페이지에서 회원 가입 후 신청할 수 있음
- KMF 할랄인증을 받기 위한 절차와 비용은 다음과 같음

<KMF 인증 절차>

신청서 제출	▪ KMF 할랄인증을 받기 위해서는 먼저 신청서를 작성하여 KMF에 제출해야 하며, 신청서는 KMF 홈페이지에서 다운로드 가능함
시설 검사	▪ KMF는 신청한 기업의 시설을 검사하여 할랄인증 가능 여부를 판단
원재료 및 제품 검사	▪ KMF는 제품 생산에 사용되는 원재료와 제품을 검사하여 할랄인증 가능 여부를 판단
인증서 발급	▪ 검사를 통해 KMF에서 제품에 대한 할랄인증 가능 여부 판단 후 인증서가 발급됨. 인증서 유효기간은 2년임
모니터링	▪ KMF는 인증을 받은 기업의 제품 생산 과정을 일정한 간격으로 모니터링하여 인증 유효성을 유지해야 함

<KMF 인증 절차>



* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

<KMF 신규 인증 비용>

서류심사비	품목당 100,000원
현장 심사비 (공장별 부과)	- 서울 300,000원 - 경기 400,000원 - 충청 500,000원 - 강원, 영남, 호남 600,000원 - 제주 및 도서지역 800,000원
할랄인증료	- 기존 할랄인증 : 품목당 600,000원 - 블록체인 실시간 할랄인증 (QR코드발행) : 품목당 1,100,000원

<그 외 추가 비용 예시>

인증서 재발행/추가 발행 비용	건당 30,000원 - 판매사 추가 기입 요청 시 - 제품 분리 발행 요청 시 - 기타사유로 인한 재발행 요청 시 - 지면 인증서 발행 요청 시 - 인증서 원본 우편 발송 요청 시 (인증서 원본은 PDF 파일로 인정서 발행 안내 메일과 함께 발송 및 통합정보관리 시스템에서 다운로드 가능함)
------------------------	--

* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

□ 필요서류

○ KMF 할랄인증 진행 시 필요한 구비서류는 다음과 같음

<KMF 인증에 필요한 자료>

▪ 제품 설명서 또는 사양서 ▪ 원산지 증명서 ▪ 성분표 ▪ 생산공장의 인허가증명서	▪ 원료 구입 시 할랄성(Halalness) 증명서 ▪ 생산 과정 도표 ▪ 할랄인증 신청서
--	--

* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

○ 이 외에도 제품 종류나 상황에 따라 추가적인 구비서류가 요구될 수 있으며, 구비서류에 대한 자세한 정보는 KMF 할랄인증 담당자나 홈페이지에서 확인하실 수 있음

<KMF 인증에 필요한 외 자료 예시>

▪ 사업자등록증 ▪ 기타 인증서 사본 및 시험서 (예시 ISO/IEC 17025) ▪ HAS 관리기준서 및 할랄 방침 ▪ 할랄 실무자 교육 수료증	▪ 사용된 도구/장비 목록 ▪ 위생 관련 세척 관리기준서 및 사용된 세제, 세정제 등 세척 관련 제품들의 MSDS 자료 ▪ 방충방서 보고서 및 사용된 약품 MSDS 자료
---	--

* 출처 : KMF할랄위원회 공식 홈페이지 (<http://kmfhalal.org/>), 2022

Ⅱ. 할랄 시장 및 유통현황

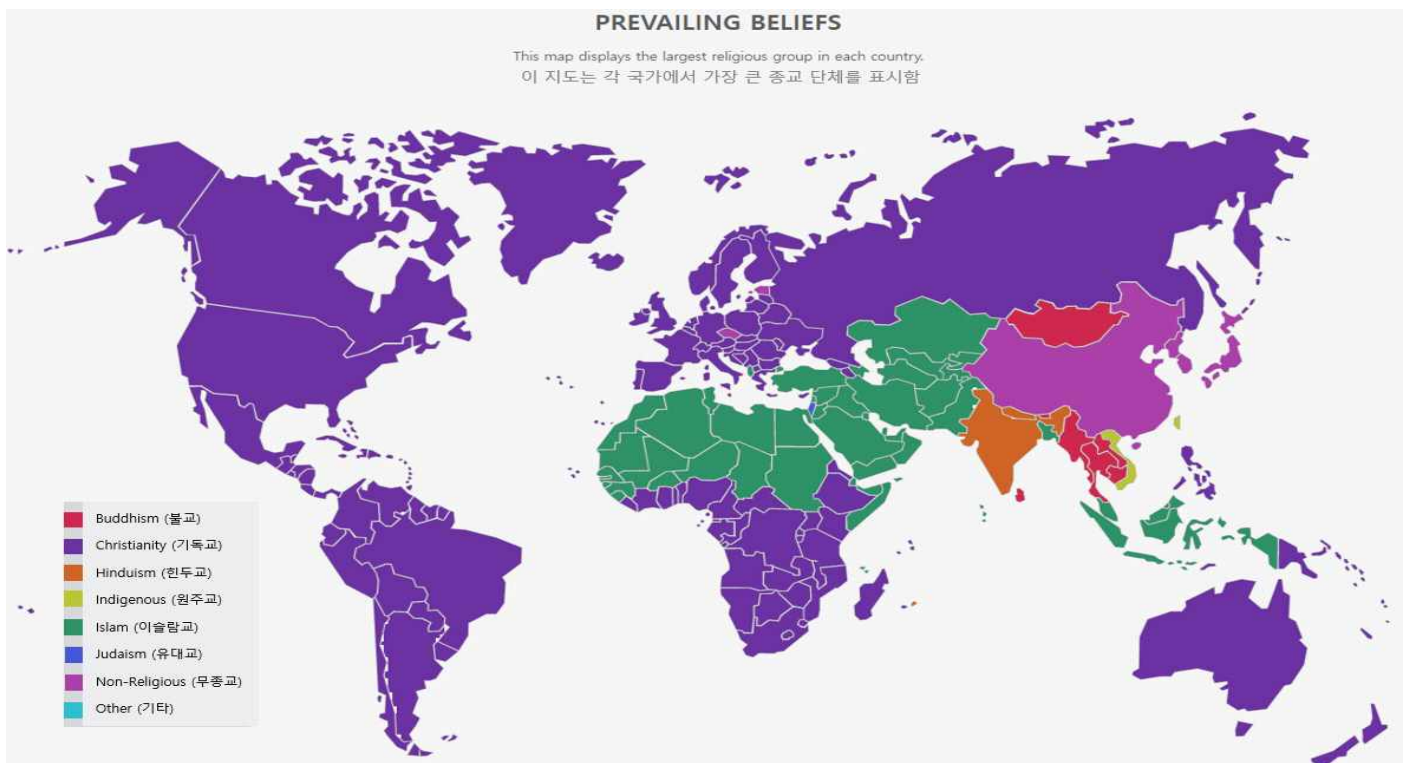
1. 할랄 시장

(1) 종교별 인구분포 및 종교별 소비자 특성

□ 종교별 인구분포

- 여론 및 인구 통계학적 추세에 대한 정보를 제공하는 Pew Research Center에 따르면 2020년 세계 인구는 77억 9천만 명이며, 그중 기독교가 전체 인구의 31.11%, 23억 8,200만 명으로 1위를 차지했으며, 2위는 이슬람교 24.9%로 19억 7천만 명, 3위가 무교(무신론자) 15.58%로 11억 9,300만 명, 4위가 힌두교 15.16%로 11억 6,100만 명, 5위가 불교 5.06%로 5억 6백만 명으로 추정
- 이 인구 조사는 230개 이상의 국가와 영토에 대한 포괄적인 인구 통계학적 연구 및 500개 이상의 인구 조사, 설문조사 및 인구 등록 자료를 분석하여 얻은 추정치에 기반하고 있음

<전세계 종교 분포도>



* 출처 : PBS Learning Media, 2021

- TimesPrayer 자료에 따르면 2023년 5월 24일 기준으로 현재 전 세계 무슬림 인구수는 20억 931만 명으로 전 세계 인구의 24%를 차지하고 있음
- 인도네시아 경우 인구수가 가장 많은 국가 중 하나로 세계 4위를 기록하고 있으며, 2023년 4월 기준 인도네시아의 인구수는 약 2억 73만 명으로, 세계에서 가장 많은 무슬림 인구를 가지고 있는 국가로서 전 세계 무슬림 인구의 약 13%를 보유하고 있음

<2023년 무슬림 인구 비율 국가 순위(TOP 10)>

(단위 : 명, %)

순위	국가	무슬림 인구	전체 인구	무슬림 인구 비율
1	인도네시아	241,458,869	277,538,930	87.0
2	파키스탄	232,065,056	240,481,924	96.5
3	인도	220,012,401	1,428,651,957	15.4
4	방글라데시	157,045,471	172,957,567	90.8
5	나이지리아	114,359,632	223,795,757	51.1
6	이집트	107,419,349	112,717,050	95.3
7	이란	88,282,474	89,174,216	99.0
8	터키	84,101,080	85,817,429	98.0
9	에티오피아	45,420,823	126,520,397	35.9
10	이라크	45,048,134	45,503,166	99.0

* 출처 : timesprayer (<https://timesprayer.com/en/muslim-population/>), 2023

- 인도네시아 국민의 종교 분포 비율은 2023년 기준으로 이슬람교가 약 87.0%, 개신교가 7%, 가톨릭교 3%, 힌두교 2%, 불교 0.72%, 유교 0.05%, 기타 종교 0.13% 순임
- 인구 중 이슬람교 인구가 큰 비율을 차지하는 인도네시아는 정부 차원에서 무슬림들에게 안전한 먹거리를 제공하고 할랄 산업을 발전시키기 위해 정부 주도의 할랄인증과 정책, 할랄 산업단지 건설 등을 추진해 대표적인 이슬람 국가로 지위를 유지하고 있음
- 할랄푸드에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 전망되며, COVID-19 이후 할랄식품은 특히 비무슬림 국가를 중심으로 건강과 위생적인 측면에서 소비자들에게도 주목을 받고 있음
- 할랄식품은 무슬림뿐만 아니라 그 외에도 유대교, 힌두교, 바하이교 등 일부 종교에서도 선호되고 있으며, 할랄식품은 종교적인 이유로 섭취하는 경우가 많지만, 종교 이외의 이유로 선호하는 소비자들도 있음
- 할랄식품을 동물 복지나 건강 등의 이유로 선택하는 소비자들도 있으며, 할랄식품은 식품 안전성과 품질을 보장하기 위한 검증과정을 거치므로 식품을 더욱 안전하게 섭취하고자 하는 소비자들에게 높은 선호도를 받고 있음
- 인도네시아에는 건강, 위생 및 종교 이유로 할랄 제품들을 선호하고 있는 소비자들도 있지만, 종교별 소비자 특성에 따라 비할랄 제품을 선호하는 소비자들도 존재함

□ 종교별 소비자 특성

- 종교는 소비자의 식품 선택과 섭취 습관에 큰 영향을 미치고 있으며, 종교적 식습관은 종교의 예식과 규정, 음식 규제 및 기타 요인에 기초되고 있음
- 할랄식품은 이슬람교 식품 규정에 따라 생산되어야 하며, 규정에 따라 적절한 인증을 받아야 하는 등 종교적 소비자 식습관은 식품 생산과 유통에도 영향을 미치고 있으며, 이러한 종교별 소비자 특성으로 인해 일부 소비자들이 특정 제품이나 브랜드를 선택하거나 피하는 데 영향을 미치기도 함
- 각 종교별 소비자 식습관은 교리와 문화적 배경 등에 따라 다양하게 나타나고 있으며, 일반적으로 이슬람교와 유대교는 식이 제한을 두고 있고, 기독교와 불교는 따로 식이 제한이 되어있지 않음. 힌두교는 종교적으로는 식이 제한이 없지만, 다양한 문화적 요소에 의한 식습관이 형성되어 있음

<각 종교별 소비자 식습관>

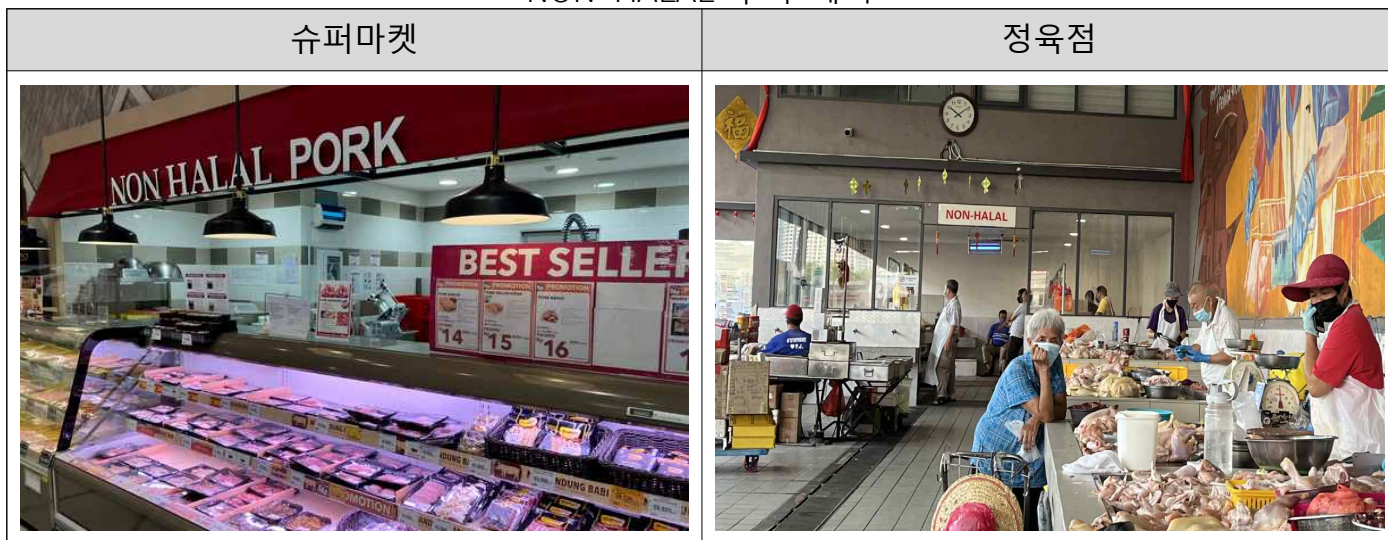
종교	소비자 식습관
이슬람교	▪ 이슬람교에서는 할랄식품을 섭취하며, 돼지고기, 알코올, 유제품 중 돼지가 들어간 것, 유기농 동물에서 얻은 검은색 동물이 들어간 것 등을 피하며, 종교적인 행사를 통해 식습관을 유지하고 있음
유대교	▪ 유대교에서는 코셔(Kosher) 식품을 섭취하며, 할랄식품과 유사하게 돼지고기를 피하며, 양고기와 우유를 같이 사용하는 것, 육류와 유제품, 기타 여러 가지 식품에 관한 규정이 있음
기독교	▪ 기독교는 종교적으로는 식이 제한을 두지 않지만, 각 나라의 문화적 배경에 따라 다양한 식습관이 나타나고 있음
불교	▪ 불교에서는 종교적으로는 식이 제한을 두지 않지만, 일부 지역에서는 채식주의가 일반적이며, 법요(법률)에 따라 과일, 채소 등 일부 음식에 대한 제한을 두기도 함
힌두교	▪ 힌두교는 종교적으로는 식이 제한을 두지 않지만, 다양한 문화적 배경으로 인해 채식주의가 일반적이며, 소고기를 섭취하지 않는 경우도 있음

* 출처 : PBS Learning Media, 2022

- 할랄식품의 경우 무슬림 인구가 약 87%인 인도네시아에서는 할랄인증 여부를 확인하고 구매하는 소비자가 많으며, 비무슬림 소비자들도 할랄인증 식품은 깨끗한 환경에서 가공되어 안심하고 먹을 수 있다고 믿고 있음

- 인도네시아의 식품 시장은 할랄인증에 많은 중점을 두고 있으며, 기본적으로 레스토랑, 가공식품 등에 대해 비할랄인증 식품보다는 할랄인증을 받은 식품에 선호도가 높고, 알코올 음료보다 커피 또는 차를 선호하고 있음
- 인도네시아 무슬림 소비자들은 할랄 로고가 있는 제품을 구매하는 것에 선호도가 높지만, 비 무슬림들은 돼지고기와 비할랄 음식에 대한 혐오감이 있는 것은 아니므로 시장과 슈퍼마켓의 돼지고기 가게는 일반 할랄 상점과 구분되어 있고, 대형 슈퍼마켓과 슈퍼마켓에서는 돼지고기 이외의 비할랄 음식도 따로 판매되고 있음

<NON-HALAL 구역 예시>



* 출처 : Pig&Pork, KATI

- 일부 지역 무슬림들은 육류를 아예 섭취하지 않는 경우도 있지만, 인도네시아의 경우 할랄인증을 받은 닭고기가 무슬림 소비자들 사이에서 가장 인기가 높으며 오리, 거위, 소고기, 양고기, 염소 등 비 금기 육류의 소비도 늘고 있음
- 할랄식품의 범위는 육가공품에서 유제품, 과자, 빵 등으로 광범위하게 확장되고 있으며 할랄인증서는 식품 관련 산업 종사자들에게 식품의 안전과 위생을 보장하기 위한 기본 자격증 중 하나로 통용되고 있음

(2) 할랄식품 시장규모 및 동향

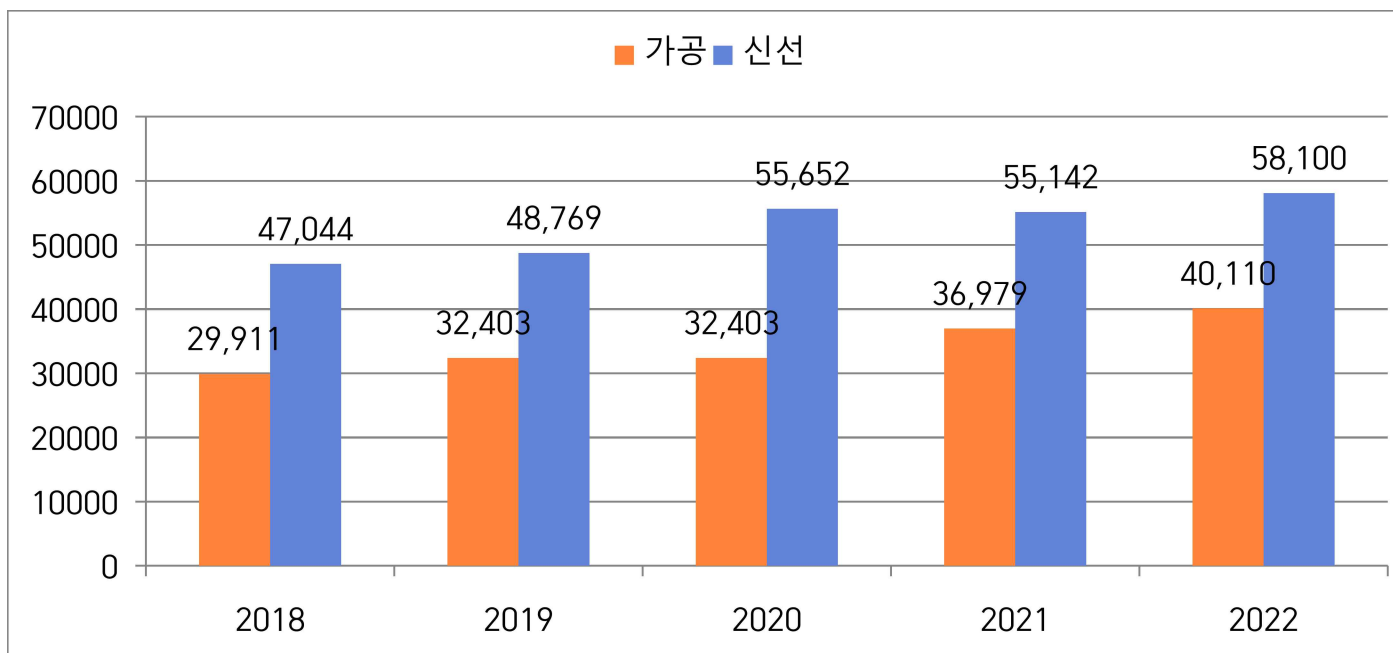
□ 인도네시아 전체 식품 시장 규모

- 2023년 유로모니터(Euromonitor) 자료에 따르면 2022년 기준 인도네시아의 전체 식품 시장 규모는 전년 대비 8% 증가한 982억 1,130만 달러를 기록
- 2022년 인도네시아 신선식품 시장규모는 581억 90만 달러로 전체 시장의 약 60%를 차지하고 있으며, 2018년부터 5년간 연평균 성장률은 5.4%를 기록함
- 2022년 인도네시아 가공식품 시장규모는 401억 1,040만 달러로 작년 대비해 약 8.5% 증가했으며, 2018년부터 5년간 연평균 성장률은 7.6%를 기록함

<인도네시아 전체 식품 시장 규모>

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	연평균 성장률
전체 식품시장 규모	76,956.8	81,173.1	88,632.6	91,309.2	98,211.3	6.3%
신선식품 시장 규모	47,044.9	48,769.2	55,652.9	55,142.1	58,100.9	5.4%
가공식품 시장 규모	29,911.9	32,403.9	32,979.7	36,167.2	40,110.4	7.6%



* 출처 : 유로모니터(Euro monitor), 2023 / 음료, 재료, 기타 제외

- 인도네시아 전체 신선식품 시장에서 가장 큰 비율을 차지하는 식품은 과일로 184억 6,500만 달러이며, 31%를 차지함
- 2위는 해산물로 166억 2,710만 달러로 27%를 차지했으며, 3위는 채소로 11%인 63억 4,760만 달러 규모임
- 육류는 2022년 기준 전년 대비 10% 증가한 62억 7,430만 달러로 2018년부터 2022년까지 연평균 11.4%의 높은 성장률을 보이고 있음

<인도네시아 신선식품 시장 규모>

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	연평균 성장률
전체 신선식품 시장 규모	47,044.9	48,769.2	55,652.9	55,142.1	58,100.9	5.4%
과일	15,307.7	15,368.2	15,985.0	17,752.2	18,465.0	4.8%
해산물	13,095.7	14,148.9	17,378.8	15,659.7	16,627.1	6.2%
채소	5,485.4	5,127.8	5,978.3	6,112.6	6,347.6	3.7%
육류	4,080.2	4,695.7	6,484.4	5,684.9	6,274.3	11.4%
견과류	3,910.2	4,171.4	4,102.4	4,430.0	4,741.3	4.9%
녹말뿌리	3,311.9	3,390.2	3,677.5	3,599.2	3,705.5	2.8%
설탕 및 감미료	963.2	912.2	949.7	870.9	871.9	△2.5%
달걀	697.8	760.4	857.6	793.6	822.3	4.2%
두류 (콩과식물)	192.8	194.3	239.2	238.9	246.1	6.3%

* 출처 : 유로모니터(Euro monitor), 2023 / 음료, 재료, 기타 제외

- 가공식품 중에서는 쌀, 면, 빵 등 주요식료품이 전체 가공식품 시장규모에 47%로 187억 470만 달러를 기록했으며, 유제품 및 기타는 19%인 77억 6,010만 달러로 2위를 차지함
- 간식류는 73억 달러로 18.2%, 요리 재료 및 식사류는 64억 달러로 15.8%를 차지하였지만 최근 5년간 가장 높은 연평균 성장률 13.5%를 기록함

<인도네시아 가공식품 시장규모>

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	연평균 성장률
전체 가공식품 시장규모	29,911.9	32,403.9	32,979.7	36,167.2	40,110.4	7.6%
주요식료품 (쌀, 면, 빵, 시리얼 등)	14,044.4	15,229.0	15,492.0	17,169.6	18,704.7	7.4%
유제품 및 기타	5,964.9	6,354.8	6,610.2	7,190.8	7,760.1	6.8%
간식류	6,074.5	6,726.0	6,518.4	6,854.8	7,293.1	4.7%
요리 재료 및 식사류	3,828.1	4,094.1	4,359.1	4,952.0	6,352.5	13.5%

* 출처 : 유로모니터(Euro monitor), 2023 / 음료, 재료, 기타 제외

□ 인도네시아 전체 수입 식품 시장규모

- Global Trade Atlas[GTA]의 2023년 통계에 따르면 2022년 기준 인도네시아 식품 총 수입액은 339억 9,572만 달러이었으며, 주요 수입국 중 가장 큰 규모를 차지한 국가는 중국으로 전체 수입 규모 중 12.86%를 차지한 43억 7,120만 달러를 기록함
- 미국은 2022년 인도네시아 전체 수입 식품 시장 규모 중 12.63%인 42억 9,532만 달러로 2위를 기록했으며, 3위는 호주로 12.27%인 41억 7,694만 달러를 기록하였음
- 한국은 12위로 1.15%인 3억 1,831만 달러를 기록하였음
- 인도네시아 수출입의 최대 비중을 차지하는 미국과 중국의 갈등이 지속될 것으로 예상됨에 따라 인도네시아 무역에 큰 영향을 미칠 것으로 보이며, 인도네시아의 주요 수입 식품은 곡류와 원예 작물로 일부 원예 작물은 기후조건으로 인해 국내 재배가 어려워 수입을 통해 현지 시장에 공급되고 있음
- 또한, 인도네시아 경제가 발전함에 따라 중산층이 증가하고 구매력이 높아지면서 원예 작물 중 과실류에 대한 수요가 증가하고 있음
- 인도네시아에는 밀가루 재배에 적합하지 않아 전량 수입에 의존하고 있으며, 중산층의 성장과 급속한 도시화에 따른 생활양식의 서구화로 면류, 곡물, 빵 등 밀가루 제품의 소비가 증가하면서 수입량 또한 증가하고 있음

<농식품 주요 수입국 및 품목(2020~2022)>

(단위 : 천 달러)

구분		2020	2021	2022	주요 품목 (2022 기준)
전체		22,880,875	29,635,385	33,995,716	-
1	중국	3,257,376	3,780,597	4,371,197	포도, 굴, 마늘, 신선 사과, 배,
2	미국	3,455,407	3,987,738	4,295,320	기타 대두, 우유 및 크림, 뼈 없는 쇠고기
3	호주	1,971,880	3,995,755	4,176,935	사탕수수, 우유 및 크림, 뼈 없는 쇠고기
4	브라질	2,054,773	2,156,353	3,474,781	커피, 기타 대두, 사탕수수, 밀과 메슬린
5	인도	1,147,684	2,351,407	2,660,961	땅콩, 고추, 사탕수수, 밀과 메슬린
6	아르헨티나	1,722,007	1,990,386	2,343,930	면, 새우, 치즈, 옥수수, 기타 대두
7	태국	1,383,042	1,282,485	2,284,850	쌀, 코코아, 신선 과일, 사탕수수
8	캐나다	996,284	1,139,132	1,327,033	게, 감자, 기타 대두, 밀 및 메슬린,
9	뉴질랜드	691,682	871,109	1,263,669	버터, 치즈, 식용유, 우유 및 크림
10	말레이시아	655,036	846,784	930,967	코코아, 기타 대두, 기타 조제 식료품
12	한국	209,860	285,375	318,314	면류, 음료, 커피조제품, 김, 참치

* 출처 : Global Trade Atlas[GTA], KATI 2023

할랄식품 시장규모 및 현지 할랄식품 소비 동향

- 미국 할랄 산업 개발 및 진흥 기구(Halal Industry Development Corporation)의 '세계 할랄 경제 보고서(World Halal Economy Report)'에 따르면 현재 할랄식품 시장규모는 매년 증가하고 있으며, 2021년 기준으로 전 세계 할랄 시장규모는 약 2조 달러에 달한다고 함
- 또한, 이전보다 할랄식품을 선호하는 소비자가 늘어남에 따라 시장 수요가 높아지고 있는 것으로 전망했으며, 특히 그 중 인도네시아, 말레이시아, 사우디아라비아, 터키 등 이슬람 국가에서는 할랄식품 시장이 가장 큰 비중을 차지하고 있음
- Statista의 자료에 따르면 식품, 제약, 패션, 여행, 화장품, 미디어/레크리에이션 등 다양한 분야가 포함된 할랄 시장규모가 2021년 2조 달러를 기록, 2025년에는 2조 8천억 달러를 기록할 것으로 전망하였음
- 2022년 발표된 '글로벌 이슬람 경제 보고서 2022(Global Islamic Economy Report 2022)'에 따르면 인도네시아는 2020년에 연간 약 211억 달러 규모의 할랄 제품을 수입했으며, 연간 85억 달러 규모의 할랄 제품을 수출해 세계 5대 할랄 제품 교역국임

- 미국의 조사기관인 EMR(Expert Market Research) 조사에 의하면 전세계 할랄 시장은 매년 약 10%~15% 이상 성장하고 있으며, 무슬림 인구 증가, 소득 증가, 건강식품 및 유통 채널 개선 등의 요인들로 추정되고 있음
- 인도네시아 현지 소비자들은 주로 쌀, 곡류, 콩, 고구마, 바나나 등의 주요 식료품과 닭고기, 소고기 등의 육류 제품을 많이 섭취하고 있으며, 인도네시아는 18,000개의 섬으로 이루어진 나라로 다양한 해산물의 생산이 있어 해산물도 많이 소비되고 있음
- 현재 젊은 소비자들 경우 Statista 자료에 의하면 음료, 유제품, 가공식품, 베이커리 식품, 파스타 및 면류 등 순으로 선호도가 높음
- 우유, 치즈, 요거트 등 유제품은 이전에는 선호되지 않았지만, 소득수준이 높아지고 입맛이 서구화되면서 선호하는 소비자들이 증가하였음
- 소고기 및 우유 같은 경우 인도네시아는 지리적으로 호주와 가까워 대부분 호주에서 수입하고 있지만, 그 외 음료, 라면, 과자류 등 한국 가공식품들도 인도네시아에 큰 인지도를 가지고 있음
- 단, 인도네시아는 이슬람국가로, 알코올과 돼지고기는 금기시되어 있으며, 할랄인증을 받은 제품에 대한 수요가 높아 할랄인증이 없는 제품보다는 할랄인증을 받은 제품을 선호하고 있음
- ResearchGate의 연구 자료에 따르면 가공식품의 경우 인도네시아 현지인들은 일반적으로 단맛, 짭짤한 맛, 매운맛 등 자극적인 맛을 좋아하여 조미료를 많이 사용하는 음식을 선호한다고 하며, 커피믹스, 차, 초코우유 등 설탕이 많이 들어간 음료를 선호하고 있음
- 또한, 인도네시아 소비자들은 간식 먹기를 좋아하며, 식사 시간이 아니더라도 와룽이라는 작은 길거리 식당에서 간단하게 조리된 음식을 즐겨 먹고 있음

<인도네시아 와룽 예시>



* 출처 : Warung Makan Bu Rus, Minsik Shin

- 그 외 COVID-19의 영향으로 온라인 쇼핑을 사용하는 소비자들이 증가하면서 온라인 할랄 식품 시장 또한 같이 성장하는 추세임
- 특히 인도네시아의 바쁜 현대인들 사이에서 온라인 배달 서비스 O2O(Online to Offline)인 Go-jek이나 HappyFresh의 서비스를 통해 음식 배달을 사용하는 소비자들이 많아지면서 외식시장도 계속해서 성장세를 보이고 있음
- 인도네시아 JAKPAT의 “인도네시아 모바일 습관” 설문조사에 따르면 인도네시아 음식 배달 서비스 이용률은 전체 인터넷 사용 인구의 약 41%로 응답자의 약 70% 이상이 COVID-19 동안 평소보다 인터넷을 통한 배달 서비스에 더 많은 비용을 지출하고 있다고 답했으며, 주 응답자들은 젊은 소비자들이었음

2. 할랄식품 유통현황

(1) 할랄 및 비할랄 식품의 유통현황

□ 인니 할랄식품 및 비할랄 식품 유통현황

- 인도네시아 식품 유통채널은 크게 2개로 전통적 유통채널과 현대적 유통채널로 구분할 수 있으며, 전통적 유통채널은 재래시장인 파사르(Pasar), 소규모 상점인 와룽(Warung), 길거리 상점인 까끼리마(KakiLima)로 구분되며, 현대적 유통채널은 하이퍼마켓(Hypermarket), 슈퍼마켓(Supermarket), 미니마켓(Minimarket)으로 구분됨

빠사르(재래시장)	와룽(Warung)	까끼리마(KakiLima)
		

* 출처 : 농식품수출정보[KATI], 2022

- 전통적 유통채널의 경우 보통 도축장이나 농장에서 생산된 할랄식품을 판매자와 직접적으로 거래하거나 도매상을 통해 가공식품을 공급받아 판매하고 있으며, 대부분 현지 생산된 저가 제품을 활용하고 있어 국내 생산된 할랄식품을 유통하고 있음

- 인도네시아의 전통시장인 파사르(Pasar) 경우 야채, 과일 등 신선식품들을 포함하여 할랄 육류들을 판매하고 있으며, 와룽(Warung)은 작은 상점과 포장마차에서 조리하여 식품을 팔거나 의류, 화장품 등을 판매하고 있고, 까끼리마(KakiLima)는 길거리 음식 포장마차로 구성되어 있음
- 현대적 유통채널의 경우 수입 식품에 대한 수요가 증가함에 따라 비할랄 식품도 일부 판매되고 있으며, 가공식품의 경우 할랄, 비할랄 매대가 명확하게 구분되어 있지는 않지만 돼지고기, 알코올 음료의 경우에는 별도 NON HALAL 코너에서 구분 판매되고 있음
- 다만, 할랄인증 의무화법이 발효되면서 로컬 편의점은 할랄인증 제품만 입점이 가능한 상황이며, 지방 대형 유통매장에서도 할랄 여부에 따라 입점 여부가 정해지는 경우가 많아지고 있음
- Euromonitor 자료에 따르면, 구매력이 있는 소득계층이 증가함에 따라 현대식 유통채널도 확장되고 있지만, 2020년부터 2022년까지 인도네시아 식품 유통채널별 시장 점유율 중 가장 높은 채널은 전통시장으로 약 80% 점유율을 차지하고 있음

(2) 현지 주요 할랄 수입식품 및 로컬식품

□ 인니 현지에서 유통되는 주요 로컬 할랄식품

- 인도네시아 현지인들이 주로 사용하는 온라인 사이트인 Tokopedia, shopee의 제품 인기 순위와 Halal food detail Top 30 제품 자료에 의하면 2023년 4월 기준으로 인도네시아 현지에서 유통되는 주요 로컬 할랄식품들 및 인도네시아로 수입되는 주요 수입 할랄 제품들은 다음과 같음

<주요 로컬 할랄식품>

(단위 : 루피아)

제품명	사진	규격			설명
		가격	중량	10g당 가격	
Kapal Api		27,760	380g	730	인도네시아 인기 커피제품
Teh Sosro		3,249	350ml	93	인도네시아 인기 차 음료
아쿠아 (Aqua)		1,604	330ml	47	인도네시아에서 가장 많이 판매되는 물
팝미 (Popmie)		5,100	75g	680	인도네시아 인기 컵라면

Cokelat		30,000	85g	3,529	nDalem 제품으로 프리미엄 초콜릿임. 퓨어 다크 초콜릿 100%, 코코넛 설탕이 함유된 다크 초콜릿 80% 등과 같은 여러 변형이 있음
Sagu Bakar		25,000	100g	2,500	CV De'Harvest Jaya 제품으로 코코넛 및 야자 설탕으로 만든 북 술라웨시의 전통 과자 케이크임
Abon Kandas Sarai Ikan Gabus		62,000	70g	8,857	MEFs 제품으로 레몬그라스 삼발과 함께 구운 코르크 생선임
Go Health Guys VCO		58,000	600g	967	Live Volcanic Tm 제품으로 VCO 코코넛 오일은 제품으로 한국과 호주에 수출되었던 프리미엄 제품임
Nasi Liwet Instan		30,900	500g	618	CV Seribusatu 제품은 즉석 현미밥 제품으로 미국과 두바이에도 수출이 되고 있음
Moringa Sasambodom		75,000	100g	7,500	TEH AHAIB 제품으로 티백과 teh tubruk 또는 가루 차 형태로 제품들이 출시되고 있음

* 출처 : Halal food detail, Tokopedia, shopee, (2023.06.01. 기준 100루피아=8.82원), 2023

□ 인니 현지에서 유통되는 주요 수입 할랄식품

- 라면, 음료, 과자류 등 다양한 제품이 할랄인증을 받아 인도네시아에 유통되고 있으나 비할랄 수입식품이 다수를 차지

<주요 수입 할랄식품>

(단위 : 루피아)

제품명	사진	규격			설명
		가격	중량	10g당 가격	
Classic Bag		102,600	1000g	1,026	Nestle 브랜드 제품 중 하나로 2014년에는 JAKIM 인증을 받았음
3 in 1 hot chocolate drink.		75,000	510g	1,470	Cadbury의 제품으로 우유 크림과 풍부한 코코아 음료를 동시에 느낄 수 있는 핫 초코 음료로 물에 타먹는 제품임
Cup Noodle		7,200	100g	720	Nissin은 1958년 설립된 일본의 대형 인스턴트 라면 브랜드로 2016년까지 누적 400억 인분의 매출 달성했음
ABC Ayam Bawang		5,550	100g	550	Mi ABC 제품들은 인도네시아에서도 인스턴트 컵라면 쇠고기 맛, 닭고기 맛 등 여러 가지 맛으로 출시되고 있음
Tao Kae Noi		22,850	150g	1,523	Tao Kae Noi는 태국의 바삭한 해초 스낵 제품으로 Taokaenoi Food & Marketing PLC에서 제조 및 판매되고 있음

Nori CRISPY SEAWEED SPICY		76,000	300g	2,533	Seleco 스낵은 해초에 매운맛, 고소한 맛 등을 참가한 제품임
Yellow Ube		27,000	330g	810	Whole Chips은 꿀, 고구마칩으로 만들어진 제품으로 살사와 과카몰리를 곁들여 먹기도 함

* 출처 : Halal food detail, Tokopedia, shopee, (2023.06.01. 기준 100루피아=8.82원), 2023

(3) 한국 할랄 및 비할랄 식품 유통현황

☐ 한국 할랄 및 비할랄 식품 유통현황

- 인도네시아에서 한국 농식품은 주로 현대적 유통채널과 온라인 채널에서 판매되고 있으며, 가격경쟁력 문제로 전통적 유통채널에서는 한국식품을 찾아보기 힘들
- 한국에서 수출되는 할랄식품의 경우 라면, 과자류, 음료, 차류, 김치 및 장류 등이 있으며, 일부 라면, 음료 제품의 경우 현지 최대 편의점을 통해 지방 소도시까지 입점 판매되고 있음
- 현재는 인도네시아 할랄인증청(BPJPH) 상호인정(MRA)이 되고 있지 않아 기존 할랄인증인 MUI(인니 ulama 협의회) 할랄인증이나 현재 할랄인증인 BPJPH(할랄인증청) 할랄인증을 직접 받은 제품들만 할랄 제품으로 유통되고 있음

☐ 인니 현지에서 유통되는 한국 할랄식품

- 인도네시아로 수출되고 있는 제품들은 한류로 인해 인기 순위가 자주 변경되고 있지만, 한국 라면과 음료의 경우 크게 변동이 없는 것으로 확인됨
- 인도네시아 현지인들이 주로 사용하는 유통채널 중 하나인 Tokopedia, shopee의 주 구매 내용과 Halal food detail 인기 투표 자료에 의하면 2023년 4월 기준 인도네시아 현지에서 유통되는 주요 한국 할랄식품은 다음과 같음

<한국 할랄식품>

(단위 : 루피아)

제품명	사진	규격			설명
		가격	중량	10g(ml)당 가격	
SHIN RAMYUN NOODLE SOUP		17,000	120g	1,133	한국 대표 라면으로 인식되고 있으며 2011년에 인도네시아 할랄인증을 받았음
Samyang hot chicken ramen		23,000	140g	1,642	인도네시아 최고 인기 한국 식품으로 2017년에 인도네시아 할랄인증을 받았음
An Sung Tang Myun Noodle Soup		17,000	150g	1,133	안성탕면은 농심 제품으로 대부분의 농심 라면 제품들은 인도네시아 할랄인증을 받았음
Olatte		13,000	240ml	541	인도네시아 할랄인증을 받았으며, 로컬 편의점(인도마렛, 알파마트)에 입점되어 지방 소도시까지 판매되고 있음
Tok-Poki		29,000	140g	2,071	인니에서 가장 많이 판매되고 있는 떡볶이 제품으로 인도네시아 할랄인증 취득
Jongga Kimchi		89,000	500g	1,780	인도네시아에 판매되고 있는 유일한 한국 할랄 김치

* 출처 : Halal food detail, Tokopedia, shopee, (2023.06.01. 기준 100루피아=8.82원), 2023

□ 인니 현지에서 유통되는 한국 비할랄식품

- 비할랄 식품의 경우 주로 교민마트, 현지 대형 유통매장(슈퍼마켓, 하이퍼마켓)에서 판매되고 있으며, 온라인 쇼핑몰에서도 자유롭게 판매되고 있음

<한국 비할랄 식품>

(단위 : 루피아)

제품명	사진	규격			설명
		가격	중량	10g(ml)당 가격	
Jinro		120,000	360ml	3,333	하이트진로에서 생산하는 소주
Chamisul		120,000	360ml	3,333	하이트진로에서 생산하는 소주
Choeumchorom		120,000	360ml	3,333	롯데칠성음료에서 생산하는 소주
Hansung Yabuchobap Fried Tofu for Sushi		45,000	160g	2,813	돼지고기가 포함되어 따로 비할랄 식품으로 판매되고 있으며, 인도네시아에 서는 주로 한국인이 구매
OTTOGI JAPCHAE INSTANT		25,000	75g	3,333	잡채 건더기에 돼지고기가 포함되어 비할랄 제품으로 판매되고 잡채
Sajo Daerim Mul Man Du	 Mul Man Du 300gr (Non Halal)	65,000	300g	2,167	돼지고기가 19.83% 첨가하여 비할랄 제품으로 판매되고 있는 제품

제품명	사진	규격			설명
		가격	중량	10g(ml)당 가격	
SPAM CLASSIC Korea / Pork Luncheon Meat Korea		79,000	200g	3,950	한국 드라마, 영화 등으로 인하여 온라인을 통해 수입된 제품이 유통되고 있음
Ottogi Jin Ramen Hot Cup Bowl		14,000	65g	2,154	라면을 만드는 과정에서 돼지고기 재료와 접촉 가능성이 있어 비할랄 라면으로 판매되고 있음
OTTOGI CHEESE RAMEN ORIGINAL		11,000	111g	991	라면을 만드는 과정에서 돼지고기 재료와 접촉 가능성이 있어 비할랄 라면으로 판매되고 있음
Lotte Chilsung Cider		7,900	250ml	3,160	음료를 만드는 과정에서 돼지고기 재료와 접촉 가능성이 있어 비할랄 라면으로 판매되고 있음
Lotte Milkis Soda		9,900	250ml	3,960	음료를 만드는 과정에서 돼지고기 재료와 접촉 가능성이 있어 비할랄 라면으로 판매되고 있음

* 출처 : Halal food detail, Tokopedia, shopee, (2023.06.01. 기준 100루피아=8.82원) 2023

Ⅲ. 할랄인증 의무화 영향

1. 수출업체 애로사항

□ 수출업체 인증 애로사항

- 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)과 검사기관(LPH)들은 인도네시아 인구의 약 87% 이상을 차지하는 무슬림들이 할랄 제품을 안전하게 소비할 수 있도록 보장해야 하는 만큼 엄격한 검사를 진행하고 있음
- 할랄제품 보장법 2014년 33호, 시행규정 2019년 31호에 의거 2024년 10월 17일부터 할랄 인증이 의무화 됨에 따라 수출업체들은 할랄인증에 대한 비용 및 노력에 대한 부담 가중
 - ※ 할랄인증을 받지 않았다고 해서 수입이 불가능한 것은 아니며, 'NON-HALAL' 또는 식약청 (BPOM)에서 정하는 바에 따라 별도의 라벨링을 하고 수출 가능
- 수출업체의 경우 할랄인증 의무화로 인하여 생기는 애로사항은 다음과 같음

<수출업체 인증 애로사항>

추가 비용 부담	▪ 제품의 할랄인증 비용에 대한 부담뿐만 아니라 할랄 제품 개발로 인한 추가 비용이 발생할 수 있음. 예시로 할랄인증을 받기 위한 재료 변경, 제조 시설의 분리 등 추가적인 시설 및 연구개발 투자가 필요할 수 있음
시간과 노력의 증대	▪ 할랄인증을 받기 위해서는 제품의 제조과정을 철저히 관리하고, 인증 기관의 심사를 거쳐야 하며, 이에 따라, 시간과 노력이 더 필요할 수 있음
인증 기준의 다양성	▪ 여러 개의 할랄인증기관이 존재하는 만큼, 기관마다 인증 기준이 다를 수 있으며, 각 국가의 할랄인증, 교차인증 등에 따라 별도 인증을 받기 위해서는 다양한 기준을 충족해야 함
인증 획득의 어려움	▪ 할랄인증은 제품에 대한 높은 수준의 품질과 안전성을 보장하기 위한 과정임. 따라서, 인증을 받기 위해서는 많은 시간과 비용이 필요하며, 인증을 받지 못하면 제품이 인도네시아 시장진출 및 확대하는데 애로
인증 취득 후 유지보수	▪ 인증을 받은 후에도 제품의 품질과 안전성을 유지하기 위해서는 추가적인 관리와 유지보수가 필요함. 이에 따라, 인증 취득 후에도 비용이 추가될 수 있음

- 검사기관(LPH)의 심사 비용과 할랄인증청(BPJPH)의 인증서 발급 비용을 취합하여 심사 업무 개시 이전에 납부하도록 되어있으며, 검사관들의 항공료, 체류비 등도 부담해야 함
- 한국소재 인도네시아 할랄인증 전문 컨설팅 기관에 의하면 2022년 기준 인도네시아 할랄인증의 총 소요 비용은 약 1,000만 원~2,000만 원으로 추정됨
- 인도네시아 할랄검사기관 LPPOM MUI에 따르면, 해외에 소재한 회사의 경우 제품 1종, 공장 1개 신청에 약 90일이 소요된다고 함

<인도네시아 할랄인증 소요 기간>

※ 인증 단계별 소요기간 : 21일 ~ 41일 * 서류 및 할랄제품공정에 문제가 없는 경우

- [할랄인증청(BPJPH)] 할랄인증신청서 서류 확인 : 1일
- [신청업체] 서류 확인 후 할랄검사기관(LPH) 선택 : 1일(1일 연장 가능)
- [할랄검사기관(LPH)] 구비서류 유효성 심사 및 제품 할랄검사 및 평가 : 15일(15일 연장 가능)
 - 구비서류에 추가서류가 필요한 경우 할랄인증청을 통해 신청자에게 추가서류 요청, 신청자는 요청을 받은 후 5일 이내에 할랄검사기관에 제출
 - 제품검사는 사업장에서 대면 검사로 실시되며, 비상사태(코로나 등)가 발생한 경우 온라인으로 실시 가능
- [인도네시아 울라마 위원회(MUI)] 파트와 회의 할랄 결정 : 3일(3일 연장 가능)
- [할랄인증청(BPJPH)] 할랄인증서 발급 : 1일

* 출처 : BPJPH (www.halal.go.id), 2023

- 할랄검사기관 LPPOM MUI에 따르면 해외기업은 인도네시아 기업보다 15일 정도 더 소요 됨. 모든 절차가 문제없이 진행될 때 기간을 뜻하며, 서류 준비 및 검토, 보완 수정 등으로 인하여 제품에 따라 약 3개월~6개월 정도 소요됨
- 2024년 10월 17일부터 모든 식품과 음료에 대해 할랄인증 여부를 표기해야 하는 만큼, 무슬림 인구가 전체 인구의 87%인 인도네시아 시장 확대를 위해서는 할랄인증이 필수이므로 수출기업에게 할랄인증을 위한 제조설비 등 발생하는 비용 증가는 부담이 될 수밖에 없음
- Quora에 따르면 현재 인도네시아의 일부 현대적 유통채널인 하이퍼마켓(Hypermarket), 슈퍼마켓(Supermarket), 미니마켓(Minimarket)에서 할랄 제품을 따로 전시하거나 할랄인증이 없는 제품들을 따로 분류하는 등 할랄 의무화를 미리 준비하는 유통채널들도 증가하고 있음

2. 수입업체 및 유통업체 애로사항

□ 수입업체 및 유통업체 애로사항

- 수입업체들은 기존에 수입 유통 중이던 제품에 할랄인증이 없다면 인도네시아 시장에서 경쟁력이 떨어질 가능성이 있으므로, 할랄인증서를 취득한 제품들을 수입하기 위해 수출/제조기업과의 협의 및 필요시 추가 비용 투자가 필요함
- 2024년 10월 이후 인도네시아에서는 할랄 제품과 비할랄 제품을 분리하여 진열, 판매해야 하므로 유통 비용에도 부담이 발생
- 할랄인증의 경우 제품의 생산부터 유통까지의 모든 단계에서 검토 및 인증을 받아야 하므로, 유통과정에서 추가적인 비용이 발생할 수 있음
- 할랄인증을 받지 못한 제품과 교차오염을 방지하기 위해 보다 엄격한 통제가 있을 수 있으며 생산자부터 유통업체까지 제품의 모든 단계에서 인증을 받아야 하므로 추가 비용 발생 문제 및 인증 발급의 지체 등의 어려움이 있을 수 있음

□ 주요 수입업체 할랄인증 제품 할랄인증 전후 효과

- 인도네시아에서 할랄인증을 받는 것은 인도네시아 시장에서 제품 품질에 대한 경쟁력을 확보하고, 할랄식품 시장에서의 수요를 충족시키기 위해서 중요한 과정임
- 할랄인증을 받은 제품들은 할랄인증이 없는 제품과 비교 시 할랄인증을 받은 제품들이 안전하다는 인식과 함께 선호되고 있음
- 소비자들이 할랄인증을 받은 제품에 관심이 있는 이유는 종교적인 이유도 크지만 인도네시아 정부의 규제를 준수하는 것이므로, 인도네시아 시장의 유통과정까지 확인을 할 수 있는 부분도 있어 소비자들이 안심하고 제품을 구입할 수 있기 때문임
- 인도네시아 시장은 무슬림 비율이 높은 만큼 할랄인증을 받지 못한 제품은 할랄 제품들보다 경쟁력이 떨어질 수밖에 없으며, 인도네시아의 경제가 성장함에 따라 할랄인증을 받은 제품에 관한 수요 역시 성장할 전망임
- 한국할랄인증원의 조사에 따르면 무슬림들이 식품을 구매할 때 할랄 마크를 확인하는 비율은 약 89.1%이며 제품 또는 식당에 할랄 마크가 부착되어 있으면 신뢰를 할 수 있다고 응답한 소비자는 약 88.6%로 나타남
- 가격보다 할랄인증이 더 중요하다고 응답한 비율은 80.3%였으며, 할랄 마크가 있는 식품은 이슬람 단체의 승인을 받은 제품으로써 안전한 제조과정을 걸친 제품으로 신뢰도가 높다고 80.6%의 소비자가 응답하였음

- 인도네시아 외 다수 이슬람 국가들도 할랄인증을 받은 제품은 소비자들에게 선호도가 높고, 안전한 제품으로 인식되고 있어 이슬람 국가에 있는 유통업체들은 할랄인증을 제품 등의 홍보에 활용하고 있으며 비할랄 제품은 별도의 공간에서 판매하고 있음

<할랄인증 홍보 매장 예시>



* 출처 : KATI, 인도네시아 심층조사 보고서, 구글사진 2022

□ 한국 할랄식품에 대한 소비자 반응

- 인도네시아의 주 소비자들은 이슬람 문화와 종교로 인하여 할랄식품에 대해 호의적이며, 선호하고 있지만, 일부 무슬림 소비자들은 할랄 여부와 무관하게 한국 문화와 식품에 대한 호기심으로 구매하는 경우가 많음
- 국제무역통상연구원, 농림축산식품부 등 여러 조사기관의 조사에 의하면 2021년부터 2023년, 인도네시아 현지인들이 주로 사용하는 온라인 채널인 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram), 쇼피(Shopee) 등에서 한국 식품에 관한 댓글 및 소비자들의 반응 결과는 매우 호의적인 것으로 나타남
- 인도네시아 소비자들에게 한국 식품은 많은 관심과 호감도를 받고 있으며, ‘처음보는 한국 식품을 본다면’이라는 앙케이트에 “할랄 제품이라면 무조건 도전”, “매운 음식은 잘 못 먹어서, 맵지 않으면 꼭 도전해보고 싶다.”, “먹는 모습을 인스타에 올리면 인기스타” 등 한국 식품에 관해 높은 호기심을 보이고 있음
- 이는 COVID-19로 인하여 자택에서 보내는 시간이 길어져 K-POP, 드라마, 영화 등 한국 문화를 접하는 젊은 층들의 증가로 한국 문화를 즐기는 현지인들이 늘었기 때문임

- 단, 호감도가 높은 제품이라 할지라도 할랄인증 여부, 하람(돼지고기, 알코올 등) 성분 포함 여부 등은 명확하게 표시를 하고, 제품의 할랄성을 유지할 필요가 있음
- 2001년 일본의 대표 종합식품업체인 아지노모토가 할랄인증 조미료 원료를 바꾼 이후 공장 검사에서 돼지 채장 성분이 발견되어 인도네시아 소비자들은 대국민 ‘사기극’ 이라고 분노했던 사건으로 인기 제품으로써 지위를 상실한 사례가 있음
- 또한, 2017년 6월 인도네시아에 판매되던 한국 라면 4종에서 돼지 유전자(DNA)가 발견되어 판매 중단 조치가 내려져 한국 식품에 대한 신뢰도를 잃은 사례가 있음
 - 2017년 삼양 불닭볶음면 할랄인증을 통해서 동 사건을 정면 돌파할 수 있었으며, 라면 수출이 ‘17년 14백만불, ‘18년 18백만불, ‘19년 22백만불로 급격히 증가하는데 영향을 미침
- Quora에서 진행한 ‘할랄 제품 구입시 주요 구매요인’ 의 설문 조사에 의하면 “제품이 안전하다는 보장성”, “신뢰할 수 있는 브랜드” 가 큰 비중을 이룸
- 현재 인도네시아로 수출되는 대부분의 주요 한국 라면 제품들은 할랄인증을 받아 수출되고 있으며, 비할랄 제품들 중 일부는 돼지 경고 문구를 표시하여 판매하고 있음

<인도네시아 할랄 소비자를 타겟으로 출시된 제품>

VEGAN 인증 만두	할랄인증 라면	할랄인증ノン알콜 소주
		

* 출처 : Shopee, Tokopedia, 2022

Ⅳ. 진출전략

1. SWOT 분석

□ 인도네시아로 수출하는 한국 농식품 SWOT

전략방향	세부 전략
Strength (강점)	• 현지 소비자들은 한국 농식품의 신선도, 품질, 디자인을 높게 평가하고 있음 • 한류를 통해 한식 및 한국산 식품들을 찾는 인도네시아 현지인들이 늘고 있음 • 트렌디한 제품을 찾는 젊은 인도네시아 소비자들 사이에서 한국 제품에 대한 수요가 높아지고 있음 • 미국, 유럽 등 경쟁국보다 지리적 위치가 가까워 물류비를 절감할 수 있어 제품 가격 경쟁력에서 상대적으로 유리함
Weakness (약점)	• 인도네시아에는 무슬림 소비자 비중이 높지만 한국 농식품 중 무슬림 고객을 위한 할랄인증을 취득한 제품은 많지 않음 • 한류 열풍의 영향으로 한국 제품에 대한 선호도는 높으나 일부 브랜드를 제외하고는 인도네시아 내에서 브랜드 인지도가 낮고 현지 마케팅이 미흡함 • 한국 농식품의 가격대는 인도네시아에서 생산되는 로컬 제품보다 높음
Opportunity (기회)	• 건강식에 관심이 많은 중장년층과 고소득층을 중심으로 COVID-19 이후 신선한 제철 과일, 채소, 유기농산물 등 고품질 식품에 대한 수요가 증가하였음 • 프리미엄 수입 농산물을 자주 구입하는 초고소득층의 증가로 한국 농산물에 관한 수요가 증가하고 있음 • 인도네시아는 스마트폰 보급률과 SNS 이용률이 높으며, SNS를 통한 온라인 바이럴 마케팅으로 한국 농산물에 대한 정보가 전파되고 있음 • 한류열풍으로 한국 식품 또한 인기를 끌고 있으며, 인도네시아에 긍정적인 한류 이미지 및 한국 제품을 좋아하는 소비자들이 지속적으로 증가하고 있음
Threat (위협)	• 인도네시아는 저소득층 비중이 높고, 가격에 민감한 소비자들은 주로 온라인 플랫폼을 통해 저가 상품을 구매하고 있음 • 인도네시아 할랄의 의무화 진행으로 할랄인증 비용 발생과 인증 취득까지 시간이 소요됨 • 할랄인증, SNI 인증 등을 포함, 언어적인 불편함과 종교적 문제로 인하여 거래 혹은 수출이 원활하지 않을 수 있음

□ SWOT 분석에 따른 전략 방향 제시

전략방향	세부 전략
SO 전략 (역량 확대)	• 한류를 활용한 한국 식품 홍보 및 할랄식품으로 시장 다각화 • 인도네시아 인구 중 대다수를 차지하는 젊은 소비자 및 무슬림 소비자 공략 • 온라인 전자상거래 시장의 급속한 성장으로 온라인 마케팅 전략 수립 • 한식 레시피 및 한식 문화 전파로 고정고객 확보 • 수입품 및 인도네시아 로컬 생산 제품과 한국 제품의 차별화된 품질과 맛을 강조
ST 전략 (강점 활용)	• 인도네시아 소비자 계층별로 세분된 상품 프로모션 전략을 수립하고 세분된 다수의 소비자 계층을 기반으로 타겟팅 진행 • 인도네시아 소비자의 소득이 증가함에 따라 수입 브랜드에 대한 선호도가 높은 중산층 및 고소득층을 대상으로 한 마케팅 전략 • 인도네시아 소비자를 프로파일링하여 대상 그룹별로 세분화된 유통채널 파악 및 채널 특성에 맞춘 현지화로 진입 • 한국 정부 지원사업, 해외규격인증 지원사업 등을 활용하여 할랄인증 진행
WO 전략 (기회 포착)	• 한국 상품에 관한 관심을 높이고 한류 이미지를 통해 상품의 맛과 매력 및 안전함을 홍보할 수 있는 판촉전 및 이벤트 진행 • 인도네시아의 보호무역주의 정책으로 높은 수입 장벽 돌파를 위한 비관세장벽 대응과 제품의 현지화 통하여 소비시장의 집중 공략 • 할랄 식재료가 들어간 한식 레시피의 개발 및 홍보 • 비건 식품 등의 건강식품, 유기농 식품 등 고품질 제품 입점 • 점차 늘어나고 있는 가정간편식, 한식당, 유튜브, 온라인 APP 등 다양한 마케팅 채널을 통해 많은 한국 식품과 제품 홍보 및 입점
WT 전략 (위협 대응)	• 가격과 품질의 프리미엄을 강조하는 합리적인 가격 정책이 필요, 소포장을 통한 가격 경쟁력 제고 • 불완전한 물류 및 유통 인프라로 인해 현지 진출한 우리 기업의 네트워크 채널을 활용한 사업협력 및 확장 모색 • 인도네시아 할랄인증 의무화에 대비한 사전 인증 진행으로 인도네시아 및 세계 할랄 소비국가로의 시장다각화 • SNS, 유튜브 사용에 익숙한 젊은 소비자를 타겟으로 한 바이럴 마케팅 진행

2. 5P 분석

□ 인도네시아로 수출하는 한국 농식품 5P 분석

전략방향	세부 전략
제품 (Product)	■ 인도네시아 할랄인증 의무화 => 무슬림 소비자의 수요가 많아 할랄 제품이나 식습관을 고려한 제품 개발이 중요한 과제이며, 2024년 10월부터는 할랄인증이 의무화될 전망이다
	■ 인도네시아 소비자 맞춤형 상품 개발 => 인도네시아는 인구가 많고 소비계층이 다양한 특징을 가지고 있으므로 연령과 소득수준을 고려한 소비자 맞춤형 상품 개발을 통해 시장에서의 경쟁력을 강화가 필요함
	■ 한류 현상과 소포장 제품 개발 => 한류의 영향으로 한식을 찾는 현지인들의 수요가 늘어나고 있으나, 한국 제품은 가격 경쟁력이 약하며, 가격 경쟁력을 높이기 위해 소포장 저가 제품 개발이 필요 => 섬이 많고 이동거리가 긴 인도네시아 유통구조에 적합한 한국 상품의 개발과 홍보, 한국산 농식품의 차별화 전략이 필요함
	■ 신제품과 소비자의 호기심 유발 => 인도네시아 소비자들은 새로운 포장, 맛, 형태 등의 신제품에 대해 호기심이 많으므로, 이러한 소비자 특성을 고려하여 제품 개발과 마케팅 전략을 수립하는 것이 필요함
	■ 한국 제품의 이미지 개선을 위한 방안 => 제품 인지도와 함께 한국 제품임을 부각할 수 있도록 패키지에 한글 표기하는 것을 추천

전략방향	세부 전략
유통경로 (Place)	■ 한국식품의 유통채널 다양화 => 인도네시아의 한국식품 유통 채널은 대형마트, 프랜차이즈 편의점, 아시안 식품점, 종합 전자상거래 플랫폼 등 4대 채널로 나누어지며, 각 채널 별로 장단점을 가지고 있음 => 한국식품의 종류와 제조사의 역량에 따라 직접 진출도 가능하지만, 초기 시장 진출에는 인도네시아 현지의 수입업체를 통한 협력이 효과적임
	■ 온라인과 오프라인 시장의 동시 진출 => 온라인을 통해 상품성 테스트 및 제품의 인지도를 확보한 후 오프라인 시장에 진출하는 것이 일반적인 진입방법으로, 우선 온라인 채널을 통해 시장 반응을 확인하는 것을 추천함 => SNS와 전자상거래 플랫폼을 통해 인기를 얻은 후 오프라인 유통시장에 진출. Shopee, Lazada, Tokopedia 등이 인도네시아에서 인지도가 높고 제품의 판매와 마케팅이 가능하므로 적극 이용하는 것이 좋음
	■ 할랄 제품의 중요성과 할랄 물류 산업의 부상 => 할랄 제품은 비할랄 제품과 혼합하거나 같은 장소에서 제조, 보관, 운송할 수 없음 => 이에 따라 할랄식품 시장의 성장과 함께 할랄 제품을 전용 보관 및 운송하는 할랄 물류 산업이 부상하고 있음
	■ 대도시 중심 유통망과 온라인 판매 채널의 제한 => 인도네시아 전체 인구의 약 55.3%가 도시에 거주하고 있으며, 소매시장은 대도시를 중심으로 발전하고 있음. 이로 인해 대도시 외 지역 유통시장 확대는 제한적임 => 따라서 시장 진출 초기에는 대도시 중심의 유통망을 구축하고, 한국 농산물이나 한국 식품에 호의적인 롯데마트, GS 등 국내 유통업체와의 협력 기회를 잡는 것이 유리함 => 인도네시아의 편의점 시장이 점점 확대됨에 따라 한식 문화와 함께 한국산 농식품을 취급하는 편의점이 증가할 것으로 전망됨

전략방향	세부 전략
판매촉진 (Promotion)	■ 키워드 파악 => 인도네시아 시장에서의 식품 홍보에는 다양한 키워드가 사용되고 있음 => 이 중 주요한 키워드로는 한류, 한류드라마, 소셜미디어, 인플루언서, 유통업체 주최 이벤트, 할랄푸드 등이며 이러한 키워드들은 인도네시아 소비자들의 관심사와 구매 동향을 반영하고 있음
	■ 한류 마케팅 => COVID-19로 인해 자택에서 보내는 시간이 증가함에 따라 TV 드라마 및 유튜브 시청 시간이 증가하고, 한국 농식품에 대한 한류의 영향력이 더욱 확대됨 => 한국 드라마에 등장한 PPL 제품은 인도네시아인들의 호기심과 구매 욕구를 자극하는 좋은 마케팅 채널이지만 K-Drama, K-Pop 스타를 광고모델로 발탁하거나 PPL 간접광고는 초기 비용이 많이 소요됨
	■ 인플루언서 활용 => 인도네시아 소비자들은 소셜미디어에 게재되는 브랜드나 기업의 광고뿐만 아니라 인터넷 유명인과 인플루언서가 게재하는 상품 리뷰와 광고를 통해 상품 정보를 얻는 경우가 많음 => 따라서, 인도네시아의 인기 인플루언서들과 협업을 통해 제품의 인지도와 신뢰도를 높일 수 있도록 제품을 런칭하고 상품을 리뷰한다면 광고 효과가 매우 좋을 것으로 전망됨
	■ 초기 비용을 줄이기 위한 소셜미디어 홍보 => 소셜 미디어나 마이크로 인플루언서를 활용하여 홍보 시, 지속적인 한국산 농식품의 반복 구입을 유도할 수 있음. 요리 레시피를 비교하고 홍보하는 것이 유효함 => 이를 통해 제품의 특징과 맛을 강조하고, 단순 한국산 농식품의 소비 이외에 한국 문화를 경험하고 공유함으로써 소비자들의 호기심과 구매 욕구를 자극할 수 있음
	■ 온라인 쇼핑과 프로모션 활용 => 전자상거래 프로모션과 할인, 빠른 배송, 편리성 등의 이유로 온라인 쇼핑이 점차 확대되고 있음 => 따라서, 온라인 채널에서의 식품 판매 시 상품 할인, 반복 구매 시 할인, 무료배송 등의 프로모션을 적절히 활용하여 소비자들의 구매 욕구를 높일 필요가 있음

전략방향	세부 전략
가격 (Price)	■ 가격경쟁력과 차별화 전략 => 인도네시아 소비자들은 제품 구매 시 가격을 최우선으로 생각하므로 합리적인 가격 정책이 중요하며 가격이 높은 경우에는 제품의 차별화를 강조할 필요가 있음 => 경쟁력 있는 가격 정책과 함께 제품의 고유한 가치와 맛을 유지하여 프리미엄 제품으로 인식되도록 해야 함. 또한, 제품을 소분 포장하여 가격에 따른 심리적 저항선을 낮추어 신규 소비자 및 1인 가구 소비자의 구매를 유도할 필요가 있음
	■ 포장과 스토리텔링 전략 => 인도네시아 소비자들은 한국 제품의 고급스러운 포장과 품질, 맛을 중요시함. 따라서, 한국 제품을 차별화할 수 있는 포장 디자인과 스토리텔링을 활용하여 소비자들에게 제품의 특별함과 매력을 전달해야 함 => 선물 포장이나 K팝과 연관된 스토리텔링을 통해 소비자들의 호감도와 선호도를 높일 수 있음
	■ 가격에 대한 소비자 반응과 소비자 피드백 분석 => 실시간 SNS 트렌드 및 소비자 피드백을 분석함으로써 소비자의 수요에 대응해야함 => 시장진입 초기에는 할인 활동을 통해 가격 경쟁력을 강조하여 소비자들의 관심을 끌 수 있지만 지속적인 유통을 위해서 소비자 피드백을 반영하여 제품의 개선과 개발에 노력해야함

전략방향	세부 전략
소비자 (People)	■ SNS를 자주 이용하는 소비자 => 인도네시아의 젊은 소비자들은 SNS를 적극적으로 이용하며 제품 정보와 리뷰를 확인하고 구매를 결정하는 경향이 있음 => 약 2억 7천만 명이 넘는 총인구 중 50% 이상이 SNS를 활용하는 만큼, 온라인 미디어와 SNS 마케팅은 인도네시아 시장에서 매우 중요한 역할을 하고 있음
	■ 소비자 그룹별 구매기준 => 인도네시아 현지인들은 교육 수준과 생활 수준에 따라 해외 수입식품의 구매 기준이 다름 => 고소득층은 건강과 영양에 관한 관심이 높으며, 이를 고려한 제품에 대한 구매 욕구가 있음 => 중저소득층은 온라인 할인 등을 통해 저렴한 상품을 선호하며, 재래시장이나 와룽(Warung)과 같은 노점상에서 음식을 구매하는 경향이 있음 => 이에 따라 타겟 소비자 그룹의 구매력과 구매 경로를 분석하여 제품을 개발하고 마케팅 전략을 수립해야 함
	■ 한류를 즐기는 젊은 소비자 타겟 => 한국 제품들의 주요 소비자는 한국 문화를 즐기며 트렌디한 제품을 추구하는 젊은 소비자들임 => 이러한 소비자들의 그룹 구매력과 구매 경로를 분석하여, 그들의 취향과 요구에 맞는 제품을 개발하고 마케팅 전략을 구성해야 함

3. 한국식품과 경쟁이 가능한 일본, 미국, 유럽 프리미엄 수입식품과의 비교 분석 및 제언

□ 일본 프리미엄 수입식품과의 비교 분석

- 자국내 내수시장의 축소로 일찍이 인도네시아, 말레이시아를 포함한 동남아 시장의 진출을 모색한 일본의 경우, 인도네시아 할랄인증 및 말레이시아의 할랄인증에 대해 적극적으로 대응 중임
- 일본은 230개 기업이 할랄 제품을 적극적으로 도입하고 있으며, 니신, 아지노모토, 롯데 등 인도네시아에 현지 공장을 설립하여 할랄식품을 생산 유통하고 있음
- 일본은 고품질의 식재료와 정교한 조리 기술로 유명하며, 한국식품과 비교 시 깔끔하고 섬세한 맛과 음식의 모양새가 강조된다는 공통점이 있음. 젊은 소비자들의 반응 역시 일본 식품의 화려하고 다양한 가공식품과 이목을 잡는 패키징을 선호하고 있으나, 한국 식품은 일본 음식 대비 강한 매운맛과 발효 음식 등의 독특한 특징이 강조되고 있음. 이를 바탕으로, 한국식품은 일본 식품과는 다른 특색을 가지고 있으므로 일본 할랄식품과의 차별성을 강조할 필요가 있음

<일본의 자국내 할랄 시장 현황>

일본	▪ 일본 내 비건 제품이나 할랄 음식이 많지 않지만, 주요 식품회사들은 식물성 원료로 만든 제품을 생산·판매하는 등 식물성 식품 시장에 주목하고 있음 ▪ 팬데믹 이후 건강에 대한 인식이 높아지고, 환경 문제에 대한 관심이 높아짐에 따라 식물성 단백질 섭취를 적극적으로 시도하는 소비자가 늘고 있음. 또한, 채식주의자를 위한 비건 식품이나 무슬림을 위한 할랄인증 식품이 늘고 있음 ▪ 일본의 대체 육류의 경우 일본농물협회종합연구소에 따르면 대체 육류 시장은 2019년 15억 엔에서 2022년에는 25억 엔, 2025년에는 40억 엔으로 성장할 것으로 전망하고 있음 ▪ 제품 개발 시 계란, 유제품 알레르기가 있는 사람도 문제없이 섭취할 수 있는 비건 및 할랄 제품을 참고하고 한국 고유의 풍미를 지닌 식물성 식품을 개발한다면 인도네시아의 할랄 소비자들을 포함하여 일본 소비자들까지 관심을 끌 것으로 전망됨
----	---

* 출처 : aT 지구촌리포트 120호, 2022

- 일본의 프리미엄 식품 중, 육우의 경우 인도네시아 정부로부터 꽃등심, 안심 등의 고급 부위로 수입이 제한되고 있어 와규에 대해 할랄인증을 취득 후 해당 부위를 중심으로 유통되고 있음. 타 부위에 대한 수입제한에 대해 일본 정부 기관을 통해 지속적으로 해제를 요청하고 있으나 장기화되고 있어 현재는 고급 부위 위주로 유통되고 있음
- 건강기능식품의 경우, 전공정에 대한 심사, 원재료에 대한 할랄성 인증 등으로 인하여 인증 취득의 장벽이 높아, 자국내에서 생산한 원료를 할랄인증 취득 후 인도네시아, 혹은 말레이시아의 제휴공장에 수출, 이후 할랄인증을 받은 생산공장에서 제품을 생산
- 유제품의 경우 첨가물의 할랄인증에 대한 어려움으로 인해, 대체 가능한 성분은 해외에서 할랄 원재료를 조달, 생산하고 있으나 이 경우 제조 원가의 상승을 피할 수는 없지만 향후 중동을 포함한 이슬람 시장 진출을 위한 장기적인 전략으로 생산하고 있음
- 쌀의 경우, 쌀은 할랄식품으로 할랄인증의 취득이 필요 없으나, 제품의 신뢰성 제고 및 가치 상승을 위해 인도네시아 할랄인증을 취득, 현지 생산을 통해 유통하고 있음
- 그 외, 조미료의 경우 원재료를 수출, 인도네시아의 현지 생산공장에서 제품을 생산, 인증을 취득하여 유통하고 있음

<인도네시아에 진출해있는 일본 식품>

		
인도네시아 할랄을 취득한 와규	원료 수출 후, 말레이시아 공장에서 생산	할랄인증 취득으로 제품 신뢰성 제고

- 일본은 인도네시아 할랄인증 취득을 통한 수출확대, 원재료 교차인증이 가능한 국가에서 할랄제품을 생산하여 인도네시아로 우회 진출, 원재료의 대체, 할랄심사 대응을 위한 시설 투자를 통한 공정 분리, 할랄성의 지속적인 관리를 위한 부서 신설과 직원의 교육 시행 등으로 할랄인증 의무화에 대비하고 있음

□ 미국 프리미엄 수입식품과의 비교 분석

- 인도네시아는 미국으로부터 곡물류를 포함한 주요 식량을 수입하고 있으며 2022년 인도네시아 내 미국 수입식품 규모는 약 42억 9,532만 달러였음
- 제조 및 유통과정이 깨끗하고 건강한 음식을 찾는 소비자들이 증가함에 따라 식품 제조과정부터 유통과정까지 심사를 받는 할랄식품 시장이 크게 성장하고 있으며, Technavio 조사에 의하면 미국 할랄식품 시장은 2026년 약 93억 달러에 이를것으로 전망됨
- 미국의 무슬림 인구가 증가함에 따라 Islamic Services of America (ISA), Muslim Consumer Group (MCG), Halal Food Standards Alliance of America (HFSAA), Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA) 등과 같은 미국 할랄 기관이 할랄인증을 주도하고 있으며, 미국 정부는 종교 문제에 관여하지 않으므로 USDA와 같은 정부기관에서는 할랄 또는 코셔 식품을 인증하지 않고 있음
- 미국 정부 차원에서도 인도네시아의 할랄인증에 대해 특별한 대응책을 마련하거나 규정을 준비 중인 것은 없으나, 민간기업에서는 성장하는 이슬람 시장으로의 진출을 위해 할랄 인증을 준비하거나 취득 중임

<미국의 자국내 할랄시장 현황>

미국	▪ 미국에서 할랄식품은 단순히 무슬림의 종교적 접근이 아닌 위생적이고 안전한 차세대 '건강식품'으로 주목받고 있음 ▪ 무슬림의 미국 인구 비율은 약 1%에 불과하나 가장 빠르게 증가하는 비기독교 인구이며 2050년까지 약 800만 명에 이를 것으로 전망됨. 미국은 다양한 종교와 문화가 공존하는 다민족 국가로서, 할랄인증 제품은 무슬림뿐만 아니라 다른 종교나 식이 요구사항을 갖는 소비자들에게도 선택 기준이 되고 있음 ▪ 미국 소비자들은 할랄인증제품 구매 시, 제품의 신뢰성과 품질을 중요하게 여기는 만큼 할랄인증 식품은 제품이 식품 안전 기준을 충족하고 신뢰할 수 있는 인증 기구의 검증을 거친 것으로 인식되고 있음. 또한, 할랄인증 식품은 건강하고 자연적인 성분, 영양에 가치를 두고 있는 최근 식품 트렌드와 일치하며 소비자들에게 인기를 얻고 있음 ▪ 미국의 할랄 및 코셔 식품 시장의 시장 확대는 무슬림 소비자들뿐만 아니라 건강 및 자연식품을 좋아하는 소비자들에게도 선호될 것으로 전망됨
----	--

* 출처 : aT 지구촌리포트 120호, 2022

- 미국 기업 제품들은 주로 곡물, 가공식품 등이 인도네시아로 수출되고 있으며, 대체육의 경우 인도네시아 대체육 시장에서 2021년부터 매년 TOP 3위 안에 미국이 포함되고 있음
- 할랄인증을 받는 미국 대기업들은 매년 증가 추세에 있으며 대형 카페테리아나 대기업 프랜차이즈인 켄터키 프라이드 치킨, 서브웨이, 맥도날드, 치즈케이크 팩토리과 같은 글로벌 체인들도 할랄인증을 받아 인도네시아에서 운영 중임
- 대기업들 위주로 이집트, 사우디아라비아, 오만, 카타르, 아랍에미리트, 파키스탄, 인도네시아, 말레이시아 등 이슬람 국가로 수출되는 식품에 전략적으로 할랄인증을 받고 있으며, 자국 내에서 판매하는 기업들은 미국에 있는 ISA, IFANCA와 같은 할랄인증을 받고 있음
- 미국 기업인 Cargill(카길), PepsiCo(펩시코), General Mills(제너럴밀즈)는 인도네시아 할랄인증을 받아 인도네시아로 수출하고 있으며, Cargill(카길)은 미국의 다국적 식품 및 농업 기업으로 곡식을 원재료로 생산된 식품을 인도네시아에서 생산 및 유통하고 있음
- PepsiCo(펩시코)는 음료 및 스낵 제조업체로, 일부 음료 및 제품들을 인도네시아 내에서 생산, 할랄인증을 취득하여 유통하고 있으며, General Mills(제너럴밀즈)는 미국의 식품 제조업체로, 일부 시리얼 제품들과 식품들이 인도네시아의 할랄인증을 받아 인도네시아로 수출하고 있음

<인도네시아에 진출해있는 미국 식품>

		
할랄인증을 통한 대체육 신시장 개척	원재료 대체로 할랄인증 획득	할랄인증 취득으로 신뢰도 제고

□ 유럽 프리미엄 수입식품과의 비교 분석

- 유럽은 세계에서 가장 큰 식품시장 중 하나로, 프리미엄 식품 시장이 크게 발전되어 있으며, 유럽의 소비자들은 건강, 안전, 신선도 및 원료의 윤리성을 중요시함
- 네덜란드의 경우 환경 및 동물 친화적인 트렌드가 대두되고 있으며 할랄푸드에 관한 관심이 높아지고 있으며 프랑스의 소매업체 Auchan(오상)은 전국 47개 하이퍼마켓 중 23개에서 할랄식품을 제공하고 있음
- 이러한 소비자 수요에 대응코자 제조업체들은 환경친화적인 생산 방법을 채택하고 윤리적인 원료를 사용하는 것을 강조하고 있으며, 유럽의 경우 지역적인 다양성이 크게 반영되어 지역별로 고유한 프리미엄 식품이 존재함
- 프랑스의 경우 샴페인이나 이탈리아의 올리브 오일 등의 프리미엄 식품이 있으며, 유럽의 프리미엄 식품 시장은 지속 성장하는 중인 만큼 유럽 소비자들은 더 높은 가치와 품질을 요구하고 있으며 인도네시아를 포함해 독일, 네덜란드, 프랑스 등 무슬림 거주인구가 많은 유럽 나라도 할랄 제품의 주요 수출국이 되고 있음

<유럽의 자국내 할랄 시장 현황>

유럽	▪ 유럽의 할랄 시장은 지속적으로 성장하는 추세이나 유럽 할랄 시장은 초기 단계로 여러 기업에서 할랄 관련 제품을 생산하고 있으며 아직 시장 독점은 형성되지 않은 상태임 ▪ 유럽에서는 할랄과 비건 인증은 모두 다른 기준에서 출발하지만, 재료부터 최종 생산 과정까지 엄격하게 검증되고 신뢰할 수 있는 방식으로 생산한다는 점에서, 비무슬림이어도 할랄식품을 찾는 소비자들이 증가하고 있음 ▪ 할랄 및 비건 식품은 가격보다 깨끗하고 올바른 공정으로 생산되었는지를 중요시하므로 기준을 철저히 준수하여 생산되었다는 기업 신뢰도의 구축이 필요함. 현재 한국산 고기는 유럽에 수출되지 않고, 할랄인증의 경우에서도 육류에 관해서는 매우 까다로움 ▪ 유럽에서는 육류의 경우 도살 방법에 대한 논란과 규제가 많아 할랄인증을 받기 어려운 시장임을 고려했을 때 육류 이외의 제품으로 진출방안을 모색하는 것을 추천함
----	---

* 출처 : aT 지구촌리포트 120호, 2022

- 유럽에서도 할랄인증에 대한 요구가 증가하고 있으며, 다양한 유럽 국가에서는 이슬람 식품 시장에 진출하거나 이슬람 소비자를 대상으로 하는 제품을 출시하기 위해 할랄인증을 고려하는 기업들도 증가하고 있음
- 유럽 연합(EU)은 식품 표준 및 규정을 관리하기 위해 유럽 식품 안전청(EFSA)를 포함한 다양한 기관과 협력하고 있고, 할랄인증은 개별 국가나 유럽 각국에서의 규제와 관리하에 있으며, 각 국가에서는 독자적인 인증기관이 할랄인증을 제공하고 있음
- 할랄인증을 받기 위해서는 유럽의 특정 국가에서 요구하는 규정과 절차를 준수해야 하며, 영국에서는 할랄인증을 받기 위해 Halal Food Authority(HFA)와 같은 기관과 협력할 수 있음. 이와 마찬가지로, 프랑스, 독일, 네덜란드 등의 유럽 국가에서도 독자적인 할랄 인증기관이 활동하고 있음
- 유럽 연합(EU)은 국제 시장의 요구사항을 고려하여 식품 표준과 규정을 관리하고 있으며, 유럽 기업들은 인도네시아 할랄인증의 정책과 할랄인증 요구사항을 적절하게 수용하기 위해 할랄인증을 받은 도살장, 원재료를 곡식류로 변경하는 조치를 하고 있음
- 예시로 KFC는 영국에서 100여 개의 할랄 버거 전문점을 운영하고 있으며, 네슬레는 1980년대부터 할랄식품 시장 진출을 위해 할랄성에 맞는 원재료를 사용하여 신제품을 지속적으로 출시, 대표적인 할랄 기업으로 자리를 잡고 있음
- 이처럼 유럽의 글로벌 선도 기업들은 빠르게 확대되고 있는 유럽의 무슬림 소비자 수요를 바탕으로 인도네시아를 포함한 동남아시아, 중동 할랄 시장에서 선도적인 위치를 차지하기 위해 노력하고 있음

<인도네시아에 진출해있는 유럽 식품>

		
말레이시아 할랄 취득 말레이시아 현지 생산 제품	원재료 대체로 할랄인증 획득	인니 할랄인증 취득으로 브랜드 이미지 제고

□ 제 언

- 인도네시아에서는 한류의 영향과 한국 제품의 고급스러운 이미지로 선호도는 높으나, 경쟁국인 일본, 미국, 유럽의 제품과의 차별화를 위해 한국 전통의 맛을 유지하고 그에 맞는 제품을 개발하는 등 다양한 제품 개발 전략이 필요하며, 이를 위해 현지 식습관과 문화, 소비자 취향의 파악이 필요함
- 기존 인도네시아에 진출한 제품의 경우, 신할랄 로고로의 변경 혹은 재심사 진행, 하람 성분 포함 표시 등 할랄인증 의무화 대응이 필요함
- 할랄인증 미취득 제품의 경우 완제품은 원료, 공정, 출하단계까지의 할랄성 인증 및 비용과 시간이 많이 소요됨. OEM, ODM 생산으로 할랄인증 취득이 어려운 중소기업의 경우, 원재료를 수출, 현지의 할랄생산공장에서 최종 완제품 생산을 통해 우회 진출하는 방안이 있음
- 식품의 할랄인증 취득은 무슬림이 안심하고 먹을 수 있는 식품임을 인정하는 것이며, 곧바로 인도네시아 시장에서 판매증가로 이어지는 것이 아님을 충분히 인지하고, 자사 제품의 철저한 시장성 조사와 판매전략을 충분히 검토한 후 진출 이후 지속적인 마케팅을 진행할 것을 제언함

<비교 제언>

인증 획득	▪ 자사 제품의 현지 주요 소비자 타겟층에 대한 이해와 수요 분석을 통해 할랄인증의 취득 필요성을 검토 ▪ 신뢰할 수 있는 공식 인증기관, 전문 인허가 컨설팅기관과의 협업이 필요 ▪ 원활한 인증 취득을 위해 원재료 및 시설에 대한 사항을 사전에 전문기관과 확인하여 철저한 준비 후 진행이 필요
원료 조달	▪ 외부에서 조달하는 원료에 대해서도 할랄성 입증이 필요함 ▪ 원료 대체가 필요할 경우, 전문기관과의 협업을 통해 사입처 발굴을 진행하거나, 혹은 원료 조정이 필요함 ▪ 원료를 조달하는 사입처와 동시에 할랄인증을 진행한 사례가 있음
생산 시설	▪ 할랄식품 생산을 위한 설비, 보관창고는 하람식품과의 분리가 필요하므로 시설확충에 대해 비용이 발생할 수 있음. 이 경우, 정부기관 및 유관기관의 보조금 및 지원사업을 활용하여 기업 부담을 절감하는 방안이 있음 ▪ 인증 획득 후, 지속적인 할랄성 확보를 위해 관리부서 및 종업원의 교육, 제조공정의 검사체계를 내부적으로 구축할 필요가 있음
현지 대응	▪ 현지 식문화 변화 및 소비자 수요에 대해 지속적인 파악을 위해 신뢰성 높은 전문 기관, 전문 컨설팅 기관과의 CO-WORK을 통해 현지 시장 정보를 꾸준히 확인할 필요가 있음 ▪ 현지 진출 이후, 중장기적인 판매전략 수립과 마케팅 활동은 필수적임