

할랄식품시장의 의의와 동향 *

김 철 민
(농협중앙회 연구위원)

1. 머리말

이슬람교도인 무슬림 인구의 증가로 이들의 독특한 식사법인 할랄(Halal) 이 주목받고 있다. 무슬림들은 율법에 따라 할랄 소비를 하고 있으며 먹을 수 있는 것과 먹을 수 없는 것을 엄격히 구분하고 있다. 할랄 제품과 서비스는 무슬림 사이에서 수용 가능성이 높고, 일반 소비자도 할랄 제품을 찾고 있기 때문에 글로벌 시장에서 할랄제품 시장은 확대될 것으로 예상된다.

이슬람 인구는 전통적으로 동남아시아, 중앙아시아, 중동, 북아프리카에 집중해 있었으나, 제2차 세계대전 이후 유럽과 북미로 많은 인구가 이주 및 정착하였다. 무슬림들의 인구증가율은 타종교보다 높아 1990년 전 세계 인구에서 약 20%를 차지하던 무슬림이 2030년에는 약 26% 수준으로 증가할 것으로 전망되고 있다.

할랄식품시장에 진출하기 위해서는 먼저 할랄제품의 생산과 인증과정을 알아야 한다. 할랄이 어떻게 인증되고 할랄의 준수가 소비자들에게 어떤 의미를 가지는지 파악할 필요가 있다. 할랄의 종교적 의미에 대해서 논의하고 어떤 식품이 율법을 따르는 무슬림들에게 적당한 혹은 알맞은 식품인지 파악하는 것이 필요하다.

* (cmkkrei@hanmail.net 02-2080-6920)

특히 인도네시아, 말레이시아 등 동남아권 국가들과 사우디아라비아, UAE 등 이슬람 인구가 집중된 국가들의 할랄 인증 기준과 절차 및 관련 법제에 대한 정확한 지식과 이해가 필요하다. 할랄인증 기준은 국가마다 조금씩 상이하고 민간이나 종교 기관이 인증을 하기도 하는데, 다민족·다문화적 성향을 가진 동남아 이슬람국가들이 세계 할랄산업의 발전을 주도하고 있는 추세이다. 말레이시아는 세계 할랄산업을 선도하기 위해 정부 차원의 전폭적인 지원 하에 관련 교육, R&D, 표준화 개발을 주도하고 있다. 말레이시아는 정부 기관인 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)¹⁾가 수립한 규격에 의거하여 엄격하고 까다로운 인증 절차를 거쳐 인증을 부여하고 있다. 따라서 동남아시아, 중동, 나아가 유럽의 이슬람 시장에 진출하고자 하는 기업들은 대부분 이슬람권 시장에서 통용되는 말레이시아 할랄인증 획득을 목표로 하고 있다.

본고에서는 할랄에 대한 이해의 폭을 넓히기 위하여 할랄의 배경과 개념을 알아보고 인증 과정과 절차를 소개하고자 한다. 더불어 무슬림들의 농식품 소비의 특징과 지역별 동향을 분석함으로써 우리 농식품의 수출 확대를 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 할랄이란?

2.1. 할랄(Halal)의 개념

할랄은 이슬람 율법인 샤리아(Shariah)²⁾에서 유래한다. 샤리아는 아랍어인데 이슬람 율법을 말한다. 샤리아는 무슬림들 개개인의 종교적 생활뿐만 아니라 일반적인 생활까지도 구체적으로 규제하며 공동체 구성원 모두에게 균등하게 적용되는 규범이다. 샤리아는 결혼과 가족관계, 경제, 형벌 등 세속적인 사항과 동시에 기도, 성지순례, 금식(라마단)과 같은 신앙적·도덕적 주제에 대해서도 광범위하게 다루고 있다. 샤리아는 하나의 통일된 법전으로 이루어져 있지 않으며, 종파 및 학파와 지역에 따라 달리 해석·적용된다. 이슬람교는 크게 여덟 종파로 나뉘는데 그 가운데 대다수를 차지하는

1) 말레이시아 이슬람개발부를 말레이시아어로 표현하면 Jabatan Kemajuan Islam Malaysia이며 약자로 JAKIM이고, 영어로는 Department of Islamic Development Malaysia로 표시하고 있음.

2) 샤리아(Sharia)란 아랍어로 '구멍에 물을 대는 통로' (the path to a watering hole) 또는 '진리 또는 알라에게 다가가는 길'이란 뜻으로 역사적으로는 AD 8~9세기에 걸쳐 체계화된 이슬람의 성법(聖法)이라 정의할 수 있음. 샤리아는 서구의 의미의 '법'보다는 훨씬 광범위하여 좁은 의미에서의 법 규정뿐만 아니라 의례적인 규정과 정치적 규정을 모두 동등하게 취급하고 있음. 무슬림으로서 다섯 가지 의무를 비롯해 목욕이나 참회의 방법과 같은 의례적 규범(이바다트)이 있으며, 사법적인 문제에서 도덕적인 문제까지를 대상으로 하고 있음. 예를 들어 결혼, 이혼, 비무슬림의 권리와 의무, 상속, 매매, 증언, 소송, 범죄와 형벌, 나아가 전쟁, 국제문제 등에 관한 규정이 있음. 이것을 법적 규범(무아마라트)이라고 함.

것은 10억 명 이상의 수니파(Sunnis)와 1억 명 이상의 시아파(Shias)이다. 종파 간에는 창시자인 모하메드 이후 지도자의 정통성, 꾸란(Qur'an)³⁾의 해석, 이슬람교 의식에 대한 태도 등에 차이가 있다⁴⁾.

샤리아의 법원(法源)은 꾸란(AI-Quran), 하디스(Hadith), 이주마(Ijma), 키야스(Qiyas)⁵⁾이다. 이슬람 율법의 기본 원리는 변하지 않지만 시대와 장소, 상황에 따라 해석과 적용이 변경될 수 있다. 꾸란과 순나(Sunnah)⁶⁾의 기본적 이슬람 율법에 의해서 명확히 해석되지 않는 상황이 발생하였을 때 다른 2개의 율법적 근거가 할랄·하람을 결정하는데 사용되고 있다. 첫째는 이주마(Ijma)로 의견의 일치를 뜻하며 이슬람 사회의 확장에 따라 개인적, 지역적 견해차를 줄이기 위해 도입되었다. 둘째는 키야스(Qiyas)로 앞의 세 가지 근거에 의해서도 명백하지 않을 경우에 이에 대한 유추 해석을 의미한다.

할랄은 앞에서 언급된 법원에 근거해서 정해진다. 할랄은 아랍어로 이슬람 율법에 따라 허용된 것(permissible) 또는 합법적인 것(lawful)을 의미한다. 그 반대의 개념인 하람(Haram)은 금지되는 것(prohibited) 또는 죄를 짓는 것(punishable)을 말한다. 그 중간에 의심스러운 것은 슈브하(Syubhah)라고 한다. 이슬람 율법에 따라 행해야 되고 허용되는 것이 할랄이고 금지되는 것은 하람이다.

무슬림들에게 할랄과 하람이 엄격히 구분됨에 따라 무슬림들에게 소비가 허락되는 제품과 서비스를 대상으로 할랄제품, 할랄시장이 형성되고 있다. 할랄이 적용되는 주요 분야는 의약품, 화장품, 식품 등이다. 의약품 등 보건제품, 화장품, 동물사료, 식품, 원료 및 첨가제 등이 할랄 여부 대상 상품들이다. 서비스 분야에서는 금융서비스

3) 이슬람교의 경전(經典)으로, 이슬람의 예언자 무함마드가 610년 아라비아 반도 메카 근교의 히라(Hira)산 동굴에서 천사 가브리엘을 통해 처음으로 유일신 알라의 계시를 받은 뒤부터 632년 죽을 때까지 받은 계시를 집대성한 것임.

4) 이서영, 2012, 「이슬람권 시장 진출을 위한 할랄(Halal) 인증 제도 연구」, 한국법제연구원

5) 할랄 개념에 관한 법원은 이슬람교의 성전인 꾸란(AI-Quran), 이슬람교의 예언자인 무함마드의 언행록인 하디스(Hadith), 꾸란과 하디스 교의를 해석한 키야스(Qiyas), 울라마(이슬람 학자, 종교지도자층)들이 이상적으로 합의한 이주마(Ijma)의 네 가지임. 예언자의 행동과 말 및 그가 허용한 행위들에 관한 경외 기록인 하디스도 일상생활에서 반드시 지켜야 할. 순나는 무함마드와 그의 첫 4명의 후계자(아부 바크르, 우마르, 오토만, 알리) 시대부터 이미 구속력을 갖기 시작했다고 함. 예언자 무함마드의 교우들이 전해주었다고 하는 하디스는 순나의 율법을 보다 구체화한 것임. 키야스는 동등 또는 유추라는 의미를 갖고 있으며 꾸란 및 하디스의 교의를 해석한 것으로 기존의 금지사항에서 유추하여 구체적인 금지사항을 명확하게 하고 있음. 예를 들면 기존의 금지사항인 '술(와인)은 금지된다' 를 유추하여 그것과 마찬가지로 중독성을 갖고 있는 마약, 코카인등도 금지된다. 또한 이즈마는 학자의 합의라는 의미를 갖고 있으며 울라마가 이상적으로 합의한 것을 말함. 말레이시아의 경우 전국화트와평의회(National Fatwa Council Committee of Islamic Affairs)에서 학자의 합의가 이루어지고 있음. 예를 들면 안정제로서 기능을 하는 알코올을 성분으로 하는 향료를 포함한 청량음료는 다음과 같은 조건을 충족할 경우에는 음료 목적으로 사용될 수 있음. 알코올이 와인 등을 제조하는 과정에서 만들어지지 않아야 하며 소량으로 사용되어 중독성이 없어야 함. 그리고 저수지에서 양식하는 물고기나 그와 유사한 방법으로 사육된 가축의 경우, 오염된 물에서 양식된 물고기 또는 돼지고기나 죽은 고기로 만들어진 금지된 사료를 의도적으로 사용하여 양식된 물고기와 마찬가지로 그 소비가 금지됨.

6) 순나(Sunnah)는 예언자의 일상생활과 습관에 관한 경외(經外) 기록임.

(Islamic Finance), 물류(Logistic), 관광(Travel Industry) 등이 있다. 이들 분야 전부를 할랄 산업(Halal Industry)이라고도 한다. 무슬림 인구의 증가, 이들의 경제 발전 등에 따라 할랄산업은 거대한 블루오션으로 발전할 것으로 전망되고 있다. 할랄은 세계적으로 통용되는 품질보증 시스템으로 인해 무슬림뿐만 아니라 일반인에게도 인식이 높아짐에 따라 할랄산업은 거대한 시장을 형성할 것이다.

2.2. 알랄식품

할랄을 식품에 적용하여 하람과 구분한 것이 할랄식품이다. 할랄식품의 정의는 샤리아법으로 허가되는 일정한 조건을 충족하는 식품이라고 여겨지고 있다. 먼저 음식의 섭취에서 금지되는 것(하람)은 돼지고기·개고기, 혈액, 올바른 도살 방법에 따르지 않고 죽은 동물의 고기, 카마르⁷⁾ 등이다. 이것들을 금지하는 기본적인 이유는 그것이 부정하고 해가 되는 것이기 때문이다. 이유가 명확한 것도 있으며 애매한 것도 있는데 그 몇 가지 이유는 다음과 같이 설명된다.

돼지고기는 병원성 기생충이 인간의 체내에 들어가는 매개 생물이므로, 동물의 혈액에는 유해한 세균, 대사물, 효소가 포함되기 때문이다. 도살법을 엄격히 정하는 이유는 송장 고기를 기피하는 것에서 유래한다. 죽은 동물은 그 부패 과정에서 인간에게 유해한 화학물질을 형성하기 때문이다. 알코올류는 신경계에 해를 주어 인간의 판단력에 영향을 주고 사회 문제를 일으킬 수 있기 때문이다.

금지되는 것 즉, 하람에 유래하는 파생품도 모두 금지되는 것이다. 예를 들어 돼지에 대해 돼지고기만이 금지되는 것은 아니다. 라드⁸⁾ 가죽, 내장, 혈액, 뼈, 털도 파생품으로 금지의 대상이다. 돼지 파생품으로 넓게 사용되는 것은 다음과 같다. 돈피로 제조되는 유화제, 조미료 등으로 젤라틴, 콜라겐, 내장으로부터 추출되는 효소⁹⁾ 돼지의 장을 사용한 소시지, 베이컨, 버거 등 돼지의 뼈 유래의 활성탄¹⁰⁾ 등이다.

무슬림이어도 그 가운데 많은 사람이 무엇이 할랄인지, 무엇이 하람인지를 구분할 수 없기 때문에 모르는 것은 피해야 하는 것이라고 되어 있다. 금지되는 것 즉, 하람은 그 자체가 금지되고 있는 것과 다른 이유로 금지되고 있는 것이 있다. 일반적 상황에서는 할랄로 허가되고 있지만, 다른 외적인 요인 때문에 허가되지 않는 것이다. 예를

7) 술 등의 알코올음료 또는 사람을 취하게 하는 것 등.

8) 라드는 돼지고기 지방을 녹인 것임.

9) 식품 제조 프로세스에 많이 사용.

10) 설탕의 정제 등에 사용.

들면, 소정의 방법으로 처리된 닭고기는 할랄이지만, 그 닭고기가 도난품이었을 경우에는 그 절도 행위 때문에 하람이다.

GMO, 동물사료, 호르몬 등과 같은 새로운 물질은 꾸란과 순나의 관점과 이슬람 법학자들의 견해를 더하여 논의된다. 원료, 합성물질 그리고 도축에서의 혁신과 육가공과 같은 비전통적인 것들은 무슬림 학자들에게 새로운 이슈가 되고 있다. 이들을 어게 샴리아에 적용할지는 이주마와 키야스에 의해 판단 및 결정된다.

할랄식품을 더 자세히 살펴보기 위해 말레이시아 JAKIM이 요구하는 할랄식품의 조건을 열거하면 다음과 같다.

- ① 샴리아법으로 할랄이 아닌 동물의 어떤 부분 제품을 포함하지 않고, 샴리아법에 근거하여 식육 처리되지 않은 동물의 어떠한 부분 제품을 포함하지 않는 것으로 돼지로부터 유래하는 것은 미량이어도 혼입되어서는 안 된다. 샴리아법에 근거한 식육 처리란 기관, 식도, 경동맥, 경정맥을 단 한 번에 절단하여 출혈을 촉진함으로써 동물의 죽음을 앞당기는 식육처리 행위를 말한다.
- ② 샴리아법으로 나지스(Najis)¹¹⁾로 여겨지는 것은 그 양에 관계없이 포함되지 않아야 한다. 나지스는 개, 돼지 및 그들의 새끼와 할랄이 아닌 것에 오염된 할랄 식품, 할랄이 아닌 것과 직접 접촉한 할랄 식품 그리고 분노, 혈액, 구토물, 고름, 돼지와 개의 정액 및 난자 등과 인체나 동물로부터 배설된 액체 또는 물질, 죽은 고기 또는 샴리아법에 따라 식육 처리되어 있지 않은 할랄 동물, 카마르(알코올 음료 등) 및 카마르가 포함된 식품·음료와 카마르가 혼입된 식품·음료 등이다.
- ③ 섭취하는데 적합하고 안전, 무독으로 중독성이 없고 유해하지 않은 것이 할랄이다.
- ④ 나지스에 의해서 오염된 기기를 이용해 예비 처리, 가공·제조되지 않은 것이 할랄이다.
- ⑤ 식품 또는 그 원료는 인체의 일부분 또는 그 파생품을 포함하지 않아야 한다. L-시스테인¹²⁾은 닭이나 오리의 깃털뿐만이 아니라 인간의 모발로부터 추출된 단백질을 원료로 해서 제조된다. 사람 모발 유래의 L-시스테인은 하람이며 사용해서는 안 된다고 여겨지고 있다.
- ⑥ 예비 처리, 가공, 포장, 저장, 수송 과정에서 앞에서 언급된 ①, ②, ③, ④, ⑤의 요건을 만족하지 않는 식품으로부터 물리적으로 격리되어야 한다. 이 항목은 실무에서는 매우 중요하며 전문기술자는 재료의 선택이나 제조에 있어서 세세한

11) 부정이라고 하는 의미.

12) L-시스테인은 자연계에 존재하는 필수 아미노산으로 보충제, 향료의 원료, 제빵용의 첨가제(반죽컨디셔너) 등으로 이용됨. 제빵용에서는 피자 클래스, 피타핀(중동 특유의 빵), 베이글(빵의 일종)에 잘 이용됨.

주위를 기울이지만 예비 처리, 가공, 포장, 저장, 수송 등의 공정에서는 기능자, 사무직원, 외부의 사람이 관여할 가능성이 높고 전문기술자의 눈길이 미치지 않는 것이 있기 때문이다.

위의 조건에 따라 할랄과 하람 식품이 구분된다. 식재료에 따라 육지동물과 수생동물, 식물, 버섯류와 미생물, 천연광물과 천연화학물질, 음료, 유전자조작식품으로 구분하여 할랄과 하람식품을 살펴보면 다음 <표 1>과 같다. 동물과 일부의 수생생물에서 판단이 애매한 것이 있고 종파에 따라 약간의 차이가 있음을 알 수 있다.

표 1 할랄 식품과 하람 식품의 구분

구 분	할 랄	하 랄
육지동물	소, 양, 산양, 염소, 낙타, 사슴, 고라니, 닭, 오리 등(반드시 이슬람식 도살법인 자비하 ⁴⁾ (Zabihah)에 따라야 함)	이슬람법에 따라 도살되지 않은 할랄 동물
	우유(소, 낙타, 산양의 젖)	돼지고기와 그 부산물, 관련된 식품
	하람이 아닌 동물	피와 이와 관련된 부산물
		호랑이, 곰, 코끼리, 고양이, 원숭이 등 육식동물
		독수리, 올빼미 등의 포식 조류
		쥐, 바퀴벌레, 지네, 전갈, 뱀, 말벌 등 전염병을 옮기거나 독이 있는 것
		꽃벌, 딱따구리, 이, 벼룩, 파리
		동물의 사체, 도살 전에 죽은 동물
수생동물	하람을 제외한 일반적인 수생동물은 할랄	악어, 거북이, 개구리 등의 양서류 ¹⁴⁾
	새우와 조기, 잉어 등 비늘이 있는 생선	상어, 참치, 고등어 등 비늘이 없는 생선 ¹⁵⁾
식물	유독·중독성이 없고 해롭지 않는 것	독소를 내는 것, 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것
	신선한 채소와 과일, 말린 과일 (대추야자, 포도, 올리브, 석류 등)	
	땅콩, 캐슈넛, 호두 등의 견과류와 콩류	
	쌀, 밀, 호밀, 보리, 귀리 등 곡류	
	모든 종류의 버섯류와 미생물(세균, 해조류, 곰팡이)	
음료	유독·중독성이 있는 것과 건강을 해치는 것을 제외한 모든 종류의 물과 음료	와인, 샴페인, 술과 같은 알코올성 음료
유전자조작식품	GMOs가 아닌 것	GMOs와 그 부산물
		할랄이 아닌 동물의 유전물질 유래 식품
기타	유독·중독성이 있는 것에서 만들어진 제품도 제조과정에서 독성 물질 제거된 경우	

자료: (<http://www.korex.net/halal.html>), (2014).

육지동물에서 샤리아법에 근거하여 처리되지 않은 동물과 돼지, 개 그리고 이들의 새끼 또한 호랑이, 곰, 코끼리, 고양이, 원숭이 등 사냥감을 죽이기 위해서 길고 날카로운 치아나 송곳니를 가지는 동물은 하람이다. 독수리, 올빼미 등 갈고리 모양의 날카로운 발톱이 있는 조류와 포식 조류도 하람이다. 쥐, 바퀴벌레, 지네, 전갈, 뱀, 말벌 등 병원균을 옮기는 동물이나 독을 가지는 동물도 하람이다. 꽃벌, 딱따구리 등 이슬람교에서 살해가 금지되고 있는 동물과 이, 벼룩, 파리 등 혐오감을 일으키게 하는 동물은 하람이다. 의도적으로 나지스인 사료를 계속해서 먹인 수생동물도 하람이다. 당나귀, 노새 등 샤리아법에 근거하여 먹는 것이 금지되고 있는 동물도 하람이다.

수생동물이란 물고기 등 수중에 서식하고 물 밖에서는 생존할 수 없는 동물이다. 독이 있는 것, 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것을 제외하고, 수생생물은 모두 할랄이다. 다만 다음과 같은 수생동물은 할랄이 아니다. 악어, 거북이, 개구리 등의 물과 육지의 양쪽에서 생활하는 양서류, 나지스인 장소에 서식하는 것, 의도적으로 나지스인 사료를 계속해서 투여하는 수생생물은 하람이다. 게는 원칙적으로 할랄이지만, 물과 육지 양쪽에서 생존하는 게는 할랄이 아니다.

식물은 유독성 및 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것을 제외하고 모든 종류의 식물, 식물 제품과 그 부산물, 파생품은 할랄이다. 건강에 해로운 식물로부터 제조된 제품이라도 제조과정에서 유독성이 제거된다면 할랄이다. 모든 종류의 버섯류와 미생물(세균, 해조류, 곰팡이), 그리고 그 부산물, 파생품은 독소를 내는 것, 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것을 제외하고 할랄이다. 알코올 발효되는 효모 그 자체는 할랄이다.

모든 천연광물 및 천연화학물질은 유독인 것, 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것을 제외하고 할랄이다. 천연물질은 첨가물을 넣는 등의 공정이 없으면 할랄이다.

모든 종류의 물과 음료는 유독인 것, 중독성이 있는 것, 건강을 해치는 것을 제외하고 할랄이다. 와인, 삼페인, 술과 같은 알코올성 음료는 하람이다. 알코올 관련 식품은 많지만 이것들에 대한 판단은 어렵다. 예를 들면 말레이시아의 할랄 제도 하에서는 다음과 같이 할랄을 구분하고 있다. 알코올을 미량 포함한 간장이나 식초는 일반적으로 할랄이다. 쌀과 포도로부터 만드는 식초는 할랄이 될 가능성이 있다. 그러나 술, 와인으로부터 제조되는 식초는 할랄이 아니다. 소독을 위해 공업용 에탄올을 사용하는 것

13) 자비하(Zabihah)는 이슬람식 도축법을 말하는 것으로 도축할 동물의 머리를 메카의 신전 쪽을 향해 눕힌 뒤 기도문을 외우고 “비스밀라(신의 이름으로)” 라고 외치면서 동물이 고통을 받지 않도록 목과 장맥을 단칼에 그어 몸속의 피를 전부 빼내는 도축법임.

14) 양서류는 이슬람회의기구(Organization of the Islamic Conference, OIC) 표준은 하람으로 규정하고 있는 반면에 말레이시아에서는 이에 대한 규정이 없음.

15) 시아파는 비늘이 없는 생선의 소비를 금지하나 수니파는 모든 생선의 소비를 허락하고 있음.

은 인정된다.

유전자조작생물체(Genetically Modified Organizations, GMOs)로부터 제조된 제품 또는 부산물을 포함한 식품 및 음료는 할랄이 아니다. 샤리아법으로 할랄이 아니라고 여겨지고 있는 동물의 유전물질을 이용하여 만들어진 식품 원료를 포함한 식품·음료도 할랄이 아니다. GMO를 분별할 수 없는 옥수수를 원료로 식품을 제조하는 것은 의심스러운 것(슈바하)은 피한다는 원칙에 준거하여 삼가야 하는 것이다.

3. 할랄인증 요건과 절차

3.1. 할랄인증의 의의

샤리아에서 표면적으로 할랄과 하람이 명확히 규정되고 있다. 그러나 현대에 와서 유전자조작, 첨가제와 같은 새로운 식재료의 등장, 가공과정의 복잡화와 새로운 가공 식품의 출현 등에 의해서 할랄과 하람을 일반 무슬림이 구분하기는 어렵다. 기존의 샤리아에 의해서 취급되지 않은 새로운 식품들은 전통적인 규정으로 해석되지 않을 수 있다. 이에 대한 현대적 해석으로 할랄인증제가 도입되었다. 할랄인증마크가 부착된 식품은 샤리아에 어긋나지 않은 허용되는 식품임을 무슬림들이 쉽게 알 수 있게 되었다. 말레이시아는 1994년에 할랄인증제를 도입하였다.

할랄 인증을 얻는 것은 소비자, 기업의 쌍방에 있어서 메리트가 있다고 여겨지고 있는데 소비자에게는 안전한 식품을 선택하기 위한 비용 절감이 가능하고 제조업자에게는 마케팅을 용이하게 하는 장점이 있다. 소비자에게 있어서의 메리트는 이슬람교도는 할랄식품만을 섭취할 의무를 지고 있어 무슬림 소비자는 할랄인증을 얻은 식품이 있으면 안심하고 구매·섭취할 수 있게 된다. 특히, 이슬람교 이외의 종교가 함께 있는 나라에서는 다양한 식품이 시장에 유통되고 있기 때문에 여기에 거주하는 이슬람교도에 있어서 할랄인증 마크가 있는 식품의 존재는 매우 중요하다.

할랄인증은 단순한 종교를 배경으로 하는 규격이 아닌, 제품서비스의 품질이 높고, 안전하게 이용할 수 있어 건강면에서도 우수하다는 것이 입증되도록 하고 있다. 할랄 제품은 이슬람교도 이외의 소비자도 안심하고 섭취할 수 있는 제품이 되고, 말레이시아의 경우 모든 할랄인증 신청자에게 적정제조기준(GMP), HACCP 등의 요구 기준을 만족하도록 요구하고 있다.

이슬람교도 이외의 소비자도 제품 등에 첨부된 할랄인증마크를 확인하는 것으로 그

제품이 어려운 심사 과정을 거친 고품질의 안전한 제품임을 알 수 있게 된다. 기업에 있어서의 메리트는 당연한 일이지만 할랄인증을 획득함으로써 이슬람교도 소비자가 구입하게 되어 시장이 확대되게 되는 것이다. 할랄식품은 이슬람교도 이외의 사람도 선호하기 때문에 할랄인증을 얻는 것으로 이슬람 시장을 포함한 세계의 거대한 시장을 목표로 할 수 있다.

그림 1 할랄인증마크



국제 할랄 마크



인도네시아 할랄 마크



싱가포르 할랄 마크



말레이시아 할랄 마크



태국 할랄 마크



호주 할랄 마크

자료: (goo.gl/rCLtyh).

3.2. 할랄인증 요건

할랄인증은 농장에서 식탁에 이르는 모든 재료와 과정 즉, 공급 체인(supply-chain) 전체가 할랄인 것을 요구하기 때문에 할랄인증을 얻기 위해 구비해야 할 요건은 대상에 따라 다음의 세 가지로 구분된다. 첫째는 제조회사 내의 조직·체제 등 경영자에 대한 규정이다. 둘째는 공장 등의 시설, 기계류, 식재, 식육 처리, 위생에 관한 규정으로 주로 식품의 전문 기술자에 대한 것이다. 이 가운데 위생에 관한 규정은 토이반¹⁶⁾을 기초로 하고 있다. 셋째는 저장, 수송, 진열, 판매 및 제공, 포장, 표시 등 주로 유통 담당자에 대한 규정이다.

경영자의 책임이 규정되고 있으며 제품의 할랄을 확보하기 위해서는 실무자가 개별 기술적인 대응뿐만 아니라 그것을 지지하는 조직이나 체제가 정비되고 있는 것이 중요

16) 토이반(thoyyiban)은 몸에 좋은 것(wholesome)이라는 의미임.

하다. 구체적으로 다음의 세 가지가 규정되고 있다. 첫째, 사업장 내에 이슬람교도인 할랄 관리자를 임명하든지 혹은 이슬람교도로 구성되는 위원회를 설치하는 것이 요구되고 있다. 둘째, 할랄 관리자 및 할랄위원회 구성원에게 할랄의 원칙과 그 적용에 관한 연수를 실시하는 것이 요구되고 있다. 셋째는 사내의 할랄관리제도를 시행하기 위해서 충분한 경영 자원(노동력, 설비, 자금 및 하부구조)을 투입하는 것이 요구되고 있다.

할랄인증을 얻기 위해 사용해서는 안 되는 식재와 식육처리 방법의 요건뿐만이 아니라 시설이나 기계류(장치, 도구, 기계, 가공 기구)에 대해서도 일정한 요건을 만족할 필요가 있다. 시설이란, 사전 처리, 식육 처리, 가공, 조정, 포장, 저장, 유통, 판매에 사용되는 건물 그 외의 구조물뿐만 아니라 이들이 위치하는 토지 및 인접하는 토지를 의미한다. 이러한 규격은 식품 제조공장만이 아니고 창고나 수송용 차량, 판매 시설도 대상으로 하고 있다. 그 이유는 할랄이 아닌 것과의 접촉이 공장 밖에서도 빈번히 발생하기 때문이다. 시설에 대한 일반 원칙으로서 제품의 오염을 방지하여 소기의 목적을 달성하도록 설계, 건설, 개조하지 않으면 안 된다고 설정하고 있으며 그 구체적인 준수사항을 정하고 있다.

식품의 제조, 유통, 제공에 이용되는 기기류는 식품에 직접 접하는 것이 많기 때문에 이들에 대해서도 충족해야 할 요건이 있다. 할랄식품을 가공하기 위해 사용되는 장치, 도구, 기계, 기구는 세정하기 쉽게 설계·제작되어야 한다. 기기류는 샤리아법으로 나지스라고 여겨지는 소재로 제작되지 않고 그러한 소재를 포함하지 않아야 한다.

3.3. 할랄인증 절차

할랄인증 절차는 이슬람 각국의 사정에 따라 약간의 차이가 있다. 여기서는 말레이시아를 예로 살펴보고자 한다. 대부분의 나라에서 할랄인증 과정은 책으로 자세히 기술하고 있다. 말레이시아 할랄인증 관할 관청은 이슬람개발부(JAKIM)이다. 할랄 신청은 인터넷으로 할 수 있는데, JAKIM 홈페이지에서 신청하고 홈페이지에서 할랄인증에 관한 정보도 얻을 수 있다.¹⁷⁾ 정식 서류의 신청에 앞서 사전에 할랄제도에 대해 설명하는 서비스 프로그램도 운용하고 있다.

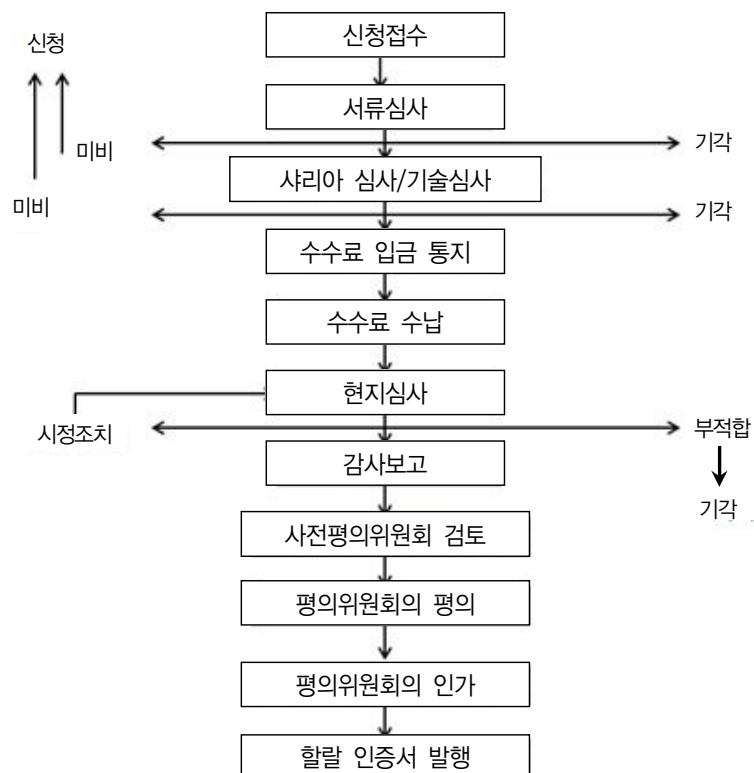
할랄인증 절차는 대략 다음과 같다. 기업의 신청→심사(종교 심사, 기술 심사, 현지 감사)→심사 보고서에 근거하는 평가→할랄인증 등의 순서로 이루어진다. 할랄인증까지의 수속은 신청서제출로 시작되고 신청서 양식은 인증을 요구하는 시설의 형태에

17) (www.halal.gov.my).

따라 세 종류가 있다. 첫째는 제품용, 즉 식품을 제조하는 공장을 대상으로 하는 신청서이다. 둘째는 식품 시설용, 즉 레스토랑을 대상으로 하는 신청서이고 셋째는 식육처리장을 대상으로 하는 신청서이다. 신청 서류에서 제품 정보의 서식은 모든 원재료를 기재하는 것을 요구하고 있으며 모든 원재료가 할랄일 필요가 있다.

신청 후의 절차는 <그림 2>와 같으며 우선 서류의 적부가 심사되고 미비점이 있는 경우에는 신청이 각하되고, 미비점이 없는 경우에는 서면에 준거하여 샤리아 심사(종교 심사), 기술심사를 한다. 여기에서도 부족한 부분이 있으면 신청은 각하되고, 없는 경우에는 수수료 납부 후 현지감사를 한다. 현지감사에서 할랄 규격에 부적합이라고 판단되면 신청은 각하되고, 시정하여 재차 현지감사를 받을 수도 있다. 다음 현지감사의 보고서가 평의회(패널 회의)에 제출되어 사전평의, 본평의의 2회의 평의를 거치고 할랄인증이 이루어진다.

그림 2 할랄인증 절차도(말레이시아 JAKIM)



자료: (www.halal.gov.my).

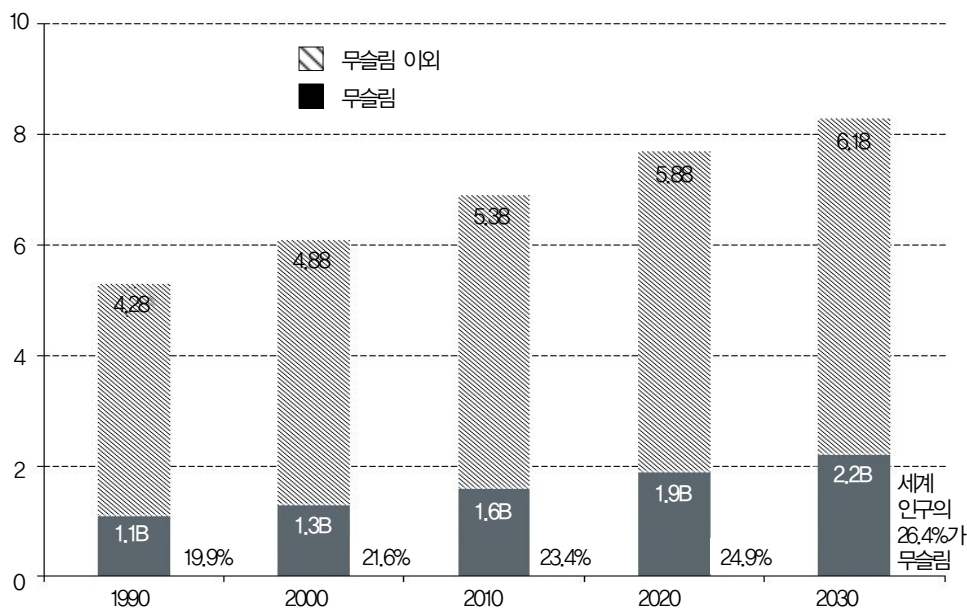
4. 알랄식품시장 동향

4.1. 무슬림 인구 추이와 전망

할랄시장의 규모를 추정하기 위해서는 기초가 되는 세계 각국의 무슬림 인구수와 그 나라의 인구에서 차지하는 무슬림 비중 등을 파악할 필요가 있다. 2011년 미국 연구기관인 퓨연구소(Pew Research Center)는 세계 무슬림 인구가 2010년에 약 16억 명, 2030년에는 약 22억 명으로 35% 증가할 것으로 추정¹⁸⁾하였다. 2020년에는 세계 인구의 4명 가운데 1명이 무슬림이며, 15년 후인 2030년에는 3명 가운데 1명으로 증가하는 것으로 예측하고 있다.

그림 2 세계 무슬림 인구 추이와 전망

단위: B = 10억 명



주: %는 무슬림 인구의 비율임

자료: Pew Research Center.

세계 전체 인구의 증가 속도보다 무슬림 인구의 증가 속도가 빠른 것도 주목되고 있다. 1990년부터 2010년까지 20년 동안 세계 무슬림 인구는 연평균 2.2%씩 증가하여

18) Pew Research Center' s Forum on Religion & Public Life, 「The Future of the Global Muslim Population」, 2011. 1.
이하 전부 무슬림 인구에 관한 서술은 이 보고서에 따른 것임.

왔다. 무슬림 인구는 앞으로 20년 동안 비무슬림의 증가율보다 약 두 배의 비율로 증가할 것으로 예측되고 있다. 2010년 현재 세계에서 무슬림이 가장 많은 국가는 인도네시아로 약 2억 명이며, 그 뒤를 이어 파키스탄, 인도가 약 1억 8,000명, 방글라데시가 약 1억 5,000명 등이고 아프리카의 비중도 높은 편이다.

일반적으로 이슬람국가의 이미지가 없는 중국이나 태국에도 일정한 비율의 무슬림이 거주하고 있다. 더욱이 ASEAN, 남부아시아, 중동 및 아프리카 등 무슬림이 많은 나라·지역의 인구와 경제가 성장하고 있다. 시장의 확대는 인구 곱하기 경제성장이라고 하는 점에서 향후 한층 더 할랄시장이 성장할 것으로 보인다.

일본에서 식품산업·식품수출의 관점에서 할랄이 주목받기 시작한 배경에는 말레이시아, 인도네시아 등 ASEAN의 무슬림이 많은 나라에서 일본식품의 인기가 많았기 때문이다. 경제성장으로 소득이 성장하고 있어 스시체인, 라면점 등 격식을 차리지 않는 형태의 누구나 드나들기 편한 점포도 증가하고 있으며 홍콩, 대만이 전인해 온 일식의 인기가, ASEAN의 화교층 등에도 파급되고 있다. 현재는 각국 내에서 상대적으로 소득이 높은 화교층이 중심이었지만, 일식에 필수인 조미료, 간장이나 식초 등이 할랄에 대응할 수 있다면 보다 넓은 층에서 일식이 받아들여질 가능성이 크다.

현재의 추세가 계속된다면 2030년에는 무슬림 거주자가 100만 명 이상인 나라가 79 개국이 될 것으로 전망되고 있다. 세계 무슬림 인구의 대부분인 약 60%는 아시아 태평양 지역에 거주하고, 약 20%는 중동과 북아프리카 지역에 살게 될 것이다. 2030년에는 파키스탄이 인도네시아를 추월하여 무슬림 인구가 가장 많은 나라가 될 것이다.

사하라이남 지역에 거주하는 무슬림 인구의 비율이 증가할 것으로 보이는데, 이집트보다 나이지리아에 더 많은 무슬림이 거주할 것으로 전망되고 있다. 유럽과 미국 대륙에서는 무슬림이 상대적으로 소수 민족을 유지할 것으로 보이지만 이 지역에서도 전체 인구에서 차지하는 무슬림 인구의 비중은 증가할 것으로 보인다. 가령 미국에서 무슬림 인구수는 2010년 260만 명에서 2030년 620만 명으로 다음 20년 동안에 두 배가 될 것으로 예측되고 있는데, 이것은 무슬림의 이민과 출산율이 평균 이상으로 높기 때문이다.

미국에서 무슬림 인구 비중은 2010년 0.8%에서 2030년에는 1.7%로 증가할 것으로 보고 있는데, 현재 미국에서 유대인이나 성공회교도가 차지하는 비율과 비슷한 수치이다. 비록 몇몇 유럽 국가는 무슬림 비중이 2030년 미국보다는 높을 것으로 예상되지만, 미국은 러시아나 프랑스를 제외한 다른 유럽 국가보다 더 많은 수의 무슬림이 거

주할 것으로 예측된다.

유럽에서 무슬림 인구의 거주 비율은 2010년 6%에서 2030년 8%로 거의 30% 성장할 것으로 전망되는데, 숫자로는 무슬림이 2010년 4,410만 명에서 2030년 5,820만 명으로 증가할 것으로 전망되고 있다. 유럽에서 가장 큰 무슬림 인구 증가¹⁹⁾는 서유럽과 북유럽에서 일어날 것이다. 그곳의 무슬림은 몇몇 국가보다 무슬림 인구의 비율이 두 자리 수 이상 높을 것이다. 영국에서 무슬림은 현재 전체 인구의 4.6%에서 2030년에 8.2%를 차지할 것으로 전망된다. 호주 인구에서 무슬림의 비율은 현재 인구의 5.7%에서 2030년 9.3%에 도달할 것으로 전망되고 있으며, 스웨덴은 4.9%에서 9.9%, 벨기에는 6.0%에서 10.2%, 프랑스는 7.5%에서 10.3%로 증가할 것으로 전망되고 있다.

무슬림 인구가 비무슬림보다 더 빠르게 성장하는 이유는 일반적으로 무슬림의 높은 출산율과 더불어 무슬림 인구 가운데 출산 황금 연령대(15~29세)의 비율이 높고 이 연령대로 새로 진입하는 비율도 높기 때문이다. 또한 대부분의 무슬림 국가들이 개선된 건강과 경제적 여건으로 인해 영유아 사망 감소율이 세계 평균치 보다 낮고, 기대수명이 저개발국보다도 무슬림 국가에서 더 빠르게 증가하고 있다.

4.2. 세계 할랄식품시장의 확대

세계 할랄식품시장은 무슬림 인구의 증가, 이들의 경제적 성장으로 계속 확대되고 있다. 일반적으로 무슬림들은 경제가 성장하고, 소득 수준이 높고, 고품질 할랄식품에 대한 소비 수준이 높은 국가들에 거주하고 있다. 그렇기 때문에 할랄식품에 대한 수요는 증가하고 있다. 또한 선진국들이 가족의 축소와 인구 감소를 경험하고 있는 반면 무슬림 국가들은 대규모 가족을 유지하고 인구가 성장하고 있다. 따라서 할랄시장의 성장을 촉진하고 있다.

할랄식품시장의 규모는 추정기관과 방법에 따라 차이가 있다. 할랄식품시장의 규모는 무슬림들의 식품소비량 전체로 보는 경우와 할랄인증 받은 식품만을 대상으로 하는 경우에 따라 달라진다. 일반적으로 할랄시장의 규모는 무슬림 인구수에 이들의 1인당 식료품비를 곱하여 산출하고 있다. 이 경우 비무슬림이 식품안전, 품질 등의 이유로 할랄식품을 소비하는 경우는 제외되는 문제가 있다.

세계할랄포럼(World Halal Forum, WHF)은 할랄식품 시장의 규모를 2004년 5,872억 달러에서 2010년 6,415억 달러로 추정하였다. WHF가 무슬림 인구수와 1인당 식료품비를

19) 주로 계속된 이민에 의해 증가할 것임.

이용하여 산출한 세계 할랄식품시장의 규모는 다음 <표 2>와 같다.

아시아는 세계에서 이슬람교도가 가장 많은 지역으로 할랄식품의 시장규모도 가장 크다. 아시아 국가의 2010년 시장규모는 4,000억 달러이다. 동남아시아는 소비시장 확대로 할랄식품의 중요한 목표시장이 되고 있다. 할랄식품 생산의 급속한 발전과 할랄 인증제의 발전 등으로 할랄식품의 중요한 시장이 되고 있는 것이다. GCC제국²⁰⁾은 특히 할랄 고기를 시작으로 하는 할랄식품의 최대 수입국 중 하나이다. 이들의 할랄식품 총 시장 규모는 2004년 384억 달러에서 꾸준히 성장하여 2009년 438억 달러, 2010년에는 447억 달러로 추정되었다.

유럽 국가의 2010년 할랄식품시장 규모는 670억 달러로 추정되었다. 유럽의 이슬람 교도는 구매력이 높고, 높은 교육을 받은 이슬람교도의 수가 증가하고 있어 유럽 시장에 있어서의 할랄식품 소비량은 견고한 성장을 보이고 있다. 호주와 미국은 할랄 고기의 주요한 수출국이다. 2010년 미국 할랄식품시장은 162억 달러로 추정되었다.

표 2 세계 할랄식품시장의 규모 추계

단위: 10억 달러

지 역	2004	2005	2009	2010
글로벌 할랄 식품 시장 규모	587.2	596.1	634.5	641.5
1. 아프리카	136.9	139.5	150.3	154.4
2. 아시안 국가	369.6	375.8	400.1	406.1
GCC 제국	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. 오스트레일리아	1.1	1.1	1.5	1.6
5. 미주	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: WHF 사무국/KasehDla 분석

20) GCC(Gulf Cooperation Council)제국: 바레인, 오만, 사우디아라비아, 쿠웨이트, 카타르, 아랍 에미리트

말레이시아의 할랄산업개발공사(Halal Industry Development Corporation, HIDC)에 의한 글로벌 규모의 할랄 제품 부류별 비중을 살펴보면 10%는 고기류이고 35%는 가공품과 비알코올음료이다. 가공품에는 쿠키, 캔디 등과 같은 넓은 범위의 제품도 포함된다. 낙농품과 신선채소 같은 나머지 범위의 제품은 비교적 낮은 비율을 차지하고 있다.

한편 톰슨로이터(Thomson Reuters)의 최근 연구는 세계 할랄식품시장이 2012년 1조 880억 달러에서 연평균 6.9% 증가하여 2018년 1조 6,260억 달러 수준으로 성장할 것으로 전망하였다. 또한 이 연구는 2012년 세계 식품 시장의 규모를 6조 5,500억 달러로 추정하고 할랄식품시장이 차지하는 비중은 16.6%로 추정하였다. 또한 2018년에 할랄식품이 세계 식품시장에서 차지하는 비중이 17.4%로 성장할 것으로 내다보았다.

톰슨로이터가 추정한 2012년 할랄시장을 지역별로 살펴보면, 중동·북아프리카지역(MENA)이 2,370억 달러로 가장 크고, 그 다음이 동아시아 2,290억 달러, 남아시아 1,770억 달러, 중앙아시아 1,370억 달러 등의 순으로 나타났다.

표 3 지역별 할랄 식품 시장의 규모(2012)

단위: 10억 달러

지 역	시장규모
MENA-Other	237
동아시아	229
남아시아	177
중앙아시아	137
사하라이남 아프리카	120
MENA-GCC	85
서유럽	45
동유럽	40
북아메리카	15
남아메리카	2
호주	2

자료: Thomson Reuters, State of the Global Islamic Economy, 2013.

국가별로 보면 할랄식품시장이 가장 큰 나라는 인도네시아로 1,970억 달러의 규모이고 터키가 1,000억 달러, 파키스탄 930억 달러, 이집트 880억 달러 등의 순이다.

표 4 국가별 할랄 식품 시장(2012)

단위: 10억 달러

지 역	시장규모
인도네시아	197
터키	100
파키스탄	93
이집트	88
이란	77
나이지리아	53
사우디아라비아	44
방글라데시	43
인도	38
러시아	34
이라크	26

자료: Thomson Reuters, State of the Global Islamic Economy, 2013.

4.3. 지역별 할랄시장 동향

우리가 보통 무슬림 국가라고 하면 중동 국가를 중심으로 생각하지만 가장 큰 무슬림 국가는 동남아시아에 있다. 무슬림이 대다수인 국가가 할랄제품의 가장 명확한 목표 시장이나 서구 국가에 살고 있는 무슬림들 또한 할랄제품에 대한 강한 수요자들이다.

4.3.1. 동남아시아

할랄 의식이 매우 높은 지역이고 일반적으로 할랄은 고기 그리고 고기 제품과 연관되어 있지만 이 지역에서는 밀가루, 버터, 소스와 우유 같은 비육류 할랄에 대한 관심이 증가하고 있다. 말레이시아와 동남아시아에는 거의 10억 무슬림인들이 거주하고 있으며 말레이시아는 무슬림 국가들 사이에서 할랄 시장의 성공적인 선도자로 인식되고 있다.

말레이시아는 국제적 할랄 허브가 되기를 열망하지만 현재는 할랄제품 지역 생산 유통 허브 역할을 하고 있다. 무슬림 인구가 많은 국가는 인도네시아, 파키스탄, 인도 그리고 방글라데시로 약 6억 4,000만 명의 무슬림 인구가 혼합되어 있다. 그럼에도 불구하고 많은 아시아 국가들은 1인당 소득이 빈약하고 세계의 다른 지역보다 식품소비율이 더 낮은 상태이다. 또한 많은 비무슬림 국가들에서도 할랄제품에 대한 강한 수요가 존재하는데, 이들 시장은 인도, 중국 그리고 필리핀을 포함하고 있다.

4.3.2. 중동과 북아프리카

중동과 북아프리카는 대부분이 무슬림으로서 4억 7,500만 명의 인구를 가지고 있는데, 최근 부의 편중 현상이 나타나고 또한 무역을 촉진하고 관광산업을 활성화하는 하부구조가 급속히 증대되고 있다. 중동국가는 할랄제품의 강한 시장으로 GCC 회원 국가들은 사우디아라비아, 쿠웨이트, 바레인, 카타르, 아랍 에미리트 그리고 오만 등의 부유한 국가들을 포함하고 있다.

이들의 연간 식품 수입은 2009년 430억 달러 이상인 것으로 보였다. 더하여 이 지역은 요구 식품의 80%를 수입하고 있다. 사우디아라비아, 아랍 에미리트연합은 이 지역에서 가장 중요한 수입 시장으로 보인다. 그러나 주요 할랄시장은 알제리, 이라크, 모로코, 이란, 이집트, 터키, 튀니지, 요르단, 예멘 그리고 시리아를 포함하고 있다.

4.3.3. 유럽과 북미

EU는 전반적으로 중요한 할랄시장으로 특히 프랑스는 주요 무슬림 국가를 제외하고 가장 큰 할랄시장이다. 유럽에서 비무슬림들은 더 안전하다는 인식 때문에 할랄 제품을 구입하고 있으며, 독일과 영국은 의미 있는 구매력을 가진 할랄시장으로서의 주요 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되고 있다. 또한 동유럽에는 실질적인 무슬림 국가가 있는데 특히 알바니아(70% 무슬림) 보스니아-헤르체코비나(60% 무슬림), 마케도니아(30% 무슬림), 러시아(19% 무슬림) 그리고 유고(19% 무슬림) 등이 그들이다. 미국과 캐나다의 북미 지역에서도 약 530만 명의 무슬림이 거주하고 있으며 앞으로 큰 할랄시장 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가되고 있다.

4.4. 주요 할랄식품 제조업체

할랄식품 주요 제조업체는 스위스의 네슬레(Nestle), UAE의 알이슬라미(AI Islami), 미국의 샤프란로드(Saffron Road), 영국의 타히라 식품(Tahira Foods) 등이 있다. 네슬레는 1980년대부터 할랄 전담 조직을 만들었고, 1992년부터 할랄제품 개발정책을 수립하여 무슬림 시장을 적극적으로 공략, 할랄식품 글로벌 선두기업으로 자리매김하고 있다.

네슬레는 세계 제일의 할랄인증을 보유한 업체로 전 세계 456개 생산시설 가운데 85개 공장의 154개 제품에 대해 할랄인증을 받았다. 1970년에 설립된 알이슬라미는 중동 지역에서 주요한 할랄식품 기업이며 이 지역에 수입되는 고기류를 감독하는 역할을 수행하고 있다.

윤리적 소비주의를 사업의 핵심으로 하는 샤프란로드(미국 기업)는 자연친화적 다민족 식품회사로 할랄식품을 공급하고 있다. 1994년 설립된 타히라는 영국의 가장 큰 할

할랄식품 공급업체로서 주요 슈퍼마켓과 소규모 할랄식품점에 할랄식품을 공급하고 있다.

프랑스 식품업체 다농은 생수 브랜드 아쿠아워터 를 할랄 기준에 따라 인도네시아 현지에서 직접 물을 공급받아 생산함으로써 원가를 낮추고 시장 확대에 성공하였다.

5. 할랄시장 진출 확대 방안

5.1. 할랄에 대한 이해 제고

할랄식품 시장에 진출하기 위해서는 먼저 할랄의 종교적 배경과 의미, 할랄인증 요건, 할랄인증 절차 등에 대한 이해가 선행되어야 한다. 할랄식품 시장은 앞으로 전 세계 인구의 30%를 차지하는 거대한 시장으로 이 시장에 효과적으로 진출하기 위해 할랄을 이해해야 한다.

할랄에 대한 철저한 이해가 있어야 할랄시장을 겨냥한 제품의 개발과 마케팅을 효율적으로 전개할 수 있다. 할랄은 또한 지역에 따라 국가에 따라 약간 다른 해석과 적용이 이루어지고 있으므로 그 나라의 할랄을 세심하게 살펴볼 필요가 있다.

5.2. 할랄인증 획득 확대

할랄시장으로의 진출을 위해서는 할랄인증이 필수적이므로 제품에 대한 할랄인증 확대 방안 마련이 필요하다. 할랄시장에 대한 규모와 수요의 분석을 통하여 할랄인증의 경제성을 분석하고 인증을 획득하기 위한 준비가 필요하다. 정부에서는 인증 소요비용의 일부를 보조하고 있다.

5.3. 할랄시장 동향 분석

할랄 국가별로 그들의 식문화, 식품의 수급 동향, 식품 정책 등에 대한 연구와 분석을 통해서 시장 확대 방안 마련에 활용하는 것이 필요하다. 국가별 할랄 식문화에 차이가 있으므로 그들이 섭취하는 식품에도 차이가 있기 때문에 식문화와 식습관에 대한 면밀한 분석이 필요하다. 식품의 수급은 국내생산과 수입에 의해 이루어지는데 각 할랄 국가의 식품 국내 생산과 산업의 현황, 그리고 이들 국가의 식품의 수입량, 수입처 등의 분석을 통해서 대응방안을 마련할 수 있다. 진출하고자 하는 할랄 국가의 식품생산정책, 식품안전정책, 소비정책 등에 대한 정보의 획득으로 적절히 대응할 수 있을 것이다.

할랄시장의 유통구조에 대한 분석과 유통구조의 변화에 대해서 주목할 필요가 있다. 할랄 국가의 유통경로, 도·소매 산업현황과 도·소매업자의 시장행위 등에 대한 분석을 통해서 효과적 시장 진입이 가능하다. 이들의 유통 정책에 대해서도 주목할 필요가 있는데 정책적으로 시장 진입을 어렵게 하는 정책은 없는지 알아야 한다. 유통 구조의 분석을 통하여 제품의 생산과 마케팅 방안이 마련될 수 있을 것이다.

5.4. 국가적 차원의 지원 방안 마련

인증 과정에 대한 정보 교류, 교육 등을 위해 워크숍 그리고 웹사이트 지원 등을 통하여 저변을 확대한다. 할랄에 대한 관심은 있으나 정보가 부족한 사람이나 기업을 위해서 다양한 정보 교류, 교육 기회를 제공할 필요가 있다. 할랄 전문 웹사이트를 개발하여 할랄인증의 상품 등록, 관련 통계 등 정보제공과 교류에 적극 활용한다.

할랄 국가 관광객 유치에 위한 지원 방안도 마련되어야 한다. 국내 관광을 위해 입국하는 할랄 국가 관광객의 수를 증가시키기 위해서는 이들이 국내에서 할랄 생활이 보장되도록 하여야 하므로 할랄식품을 판매하는 식당과 음식의 제공 방안 마련 등이 위한 정부의 적극적인 정책 및 대응 방안이 필요하다.

참고문헌

- 농수산물유통공사. 2012. 할랄식품 시장진출로 거대 무슬림시장 공략, aT Focus Vol. 02/1102, 농수산물유통공사.
- 송도영. 2011. 한국 내 이슬람(할랄) 음식의 소비방식과 공급체계에 대한 문화적 해석, 「한국중동학회논총」, 제32-1호, 한국중동학회.
- 엄익란. 2013. 이슬람 식품 시장의 할랄 인증제도 의무화에 따른 한국 기업의 대응 방안, 「한국이슬람학회논총」 제23-3집, 한국이슬람학회.
- 오명석. 2012. 이슬람적 소비의 현대적 변용과 말레이시아의 할랄 인증제, 「한국문화인류학」, 45-3, 한국문화인류학회.
- 윤서영. 2014. 국제 할랄 시장 동향 및 시사점: 말레이시아와 UAE를 중심으로, KIEP 지역경제포커스/Vol. 8 No. 25, 대외경제정책연구원.
- 이동훈. 2010. 베일에 가려진 16억 무슬림 시장 공략법, SERI경영노트 제79호, 삼성경제연구소.
- 이희열 외 2인. 2013. 식품산업 수출 증대를 위한 할랄 SCM 도입방안에 관한 연구, 「호텔관광연구」 제15권 제1호, 한국호텔관광학회.
- KOTRA. 2010. 16억 Halal시장을 잡아라 Global Business Report 10-026, KOTRA.
- 並河良一. 2011. 食品のハラール制度の技術的性格と対策, 「日本食品工学会誌」, Vol. 12, No. 4, pp. 137 - 146.
- 日本貿易振興機構(ジェトロ). 2014. 「日本産農林水産物・食品輸出に向けたハラール調査報告書」.
- PewResearchCenter. 2011. 「The Future of the Global Muslim Population Projections for 2010-2030」, FORUM ON RELIGION & PUBLIC LIFE.
- Thomson Reuters. 2013. 「State of the Global Islamic Economy」.
- World Halal Forum. 2007. 「World Halal Forum: the Executive Review 2007」, KasehDia Sdn Bhd; Kuala Lumpur.

참고사이트

- Canada Halal, <http://www.canada-halal.ca/>
- Canadian Halal Food, <http://www.canadianhalalfoods.com/>
- Halal Monitoring Authority Canada, <http://www.hmacanada.org>
- Islamic Society of North America, <http://www.isnacanada.com/index.htm>
- Halal Expo, <http://www.parishalalexp.com/>