

국내 할랄식품 시장 실태와 대응과제

황 윤 재 연구 위원
이 계 임 선임연구위원
김 성 우 연구 위원
최 중 우 부 연구 위원

연구 담당

황윤재	연구위원	연구 총괄
이계임	선임연구위원	제1장, 제5장 집필
김성우	연구위원	제2장, 제3장 집필
최종우	부연구위원	제2장, 제4장 집필

머 리 말

전 세계적으로 할랄식품 시장이 급속히 성장함에 따라 할랄식품에 대한 각국의 정부와 식품기업의 관심이 증가하고, 할랄식품 시장 진출을 앞다투어 도모하고 있다. 우리나라에서도 최근 할랄식품 시장에 대한 정부와 산업계의 관심이 고조되면서, 해외 할랄식품 시장에서의 경쟁력 확보를 위해 정책적·산업적인 노력을 기울이고 있다.

농림축산식품부는 2015년 3월 대통령의 중동 순방을 계기로 ‘한-UAE MOU’를 체결하였으며, 2015년 6월에는 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’을 발표하고, 세부 과제 및 사업들을 추진하고 있다.

그간 할랄식품 관련 논의와 연구의 초점은 대체로 해외시장과 수출 활성화에 맞춰져 왔다. 그러나 보다 체계적이고 활발한 해외 할랄식품 시장 진출을 위해서는 국내시장에서 국내산 할랄식품에 대한 저변 확대와 관련 산업 기반 구축이 선행될 필요가 있다.

이 연구는 국내 할랄식품 시장 현황과 국내 무슬림 소비자의 할랄식품 소비 실태와 인식을 조사하고, 국내 할랄식품 수요 충족과 시장 활성화를 위해 필요한 대응과제를 도출하기 위해 추진되었다. 이 연구 결과가 국내 할랄식품 시장 현황과 무슬림 소비자의 관련 인식을 보다 구체적으로 파악함으로써 국내 할랄식품 시장은 물론 이를 근간으로 향후 활발한 해외 할랄식품 시장 진출을 가능케 하는 정책 마련에 기여할 수 있기를 기대한다.

2015. 10.

한국농촌경제연구원장 최 세 균

요 약

이 연구는 국내 할랄식품 시장 현황과 국내 무슬림 소비자의 할랄식품 소비 실태와 인식을 조사함으로써 국내 할랄식품 시장 활성화를 위한 대응과제를 도출하는 것을 목적으로 한다. 주요 연구 내용은 국내 할랄식품 시장 현황, 국내외 할랄식품 정책과 대응 사례, 국내 할랄식품에 대한 무슬림 소비자 인식과 평가, 국내 할랄식품 시장 대응과제 등의 네 부분으로 구성되어 있다.

전 세계적으로 할랄식품 시장이 급속히 성장함에 따라 세계 각국의 정부와 식품기업들이 할랄식품 시장 진출을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있다. 우리나라의 경우에도 최근 정부와 기업 차원에서 할랄식품 시장에 주목하면서 할랄식품 시장에서의 경쟁력 확보를 위해 정책적·산업적으로 노력을 집중하고 있다. 농림축산식품부는 2015년 3월 대통령의 중동 순방을 계기로 ‘한-UAE MOU’를 체결하였으며, 2015년 6월에는 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’을 발표하였다.

최근까지 할랄식품 관련 논의와 연구의 초점은 대체로 해외시장과 수출 활성화에 맞춰져 있었다. 그러나 보다 체계적이고 활발한 해외 할랄식품 시장 진출을 위해서는 국내시장에서 국내산 할랄식품에 대한 저변 확대와 관련 산업 기반 구축이 선행될 필요가 있다.

현재 국내 155개 식품업체의 524개 품목이 KMF 할랄식품 인증을 받고 있으며, 해외 인증을 받은 업체는 약 14개 업체의 264개 품목이다. 그러나 할랄인증 받은 국내 식품제조업체의 경우 주로 이슬람권 국가 수출을 목적으로 하고 있어, 이들 업체 제품의 국내 유통·판매는 거의 이루어지고 있지 않다. 설문조사 결과 한국 내 유통·판매되는 할랄식품에 대해서는 거주 무슬림 및 방문 무슬림 모두 어느 정도 신뢰할 수 있다고 응답한 반면, 국내 판매되는 할랄식품의 다양성과 구매 용이성에 대해서는 다소 부정적으로 인식하고 있었다.

KMF 할랄식당 인증을 받은 국내 음식점은 6곳 정도에 불과하며, 할랄음식

을 제공하는 음식점들은 대체로 할랄인증을 취득하지 않고 무슬림이 이용 가능한 음식을 제공하는 경우가 대부분이다. 할랄인증 음식점의 경우 국내 할랄 식재료 생산 인프라가 취약하여 대체로 육류, 장류 등을 중심으로 식재료 공급 및 취급 과정에서 어려움이 있는 것으로 나타났다. 무슬림 소비자의 경우에도 한국 내에서 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않은 편이라고 인식하고 있었다.

국내 할랄식품 시장 활성화를 위해서 보다 종합적·체계적인 정책 추진이 필요하며, 장기적 관점에서 정책이 수립 및 운영되어야 한다. 구체적으로 국내 거주 무슬림과 방문 무슬림의 수요를 충족할 수 있는 적절한 수준의 할랄식품 공급이 필요하다. 질적인 측면에서도 수요자를 만족시키기 위해 판매·유통되는 할랄제품을 다양화할 필요가 있다.

또한 산업적·정책적 견지에서 보다 구체적인 대응책과 전략 마련을 위해 국내 할랄식품 연구 및 조사를 강화할 필요가 있으며, 국내 할랄식품 수요 제고를 통한 국내 할랄식품산업 활성화와 해외 수요 창출을 위해서 국내 할랄식품 및 인증에 대한 무슬림 수요자 인식·인지도를 제고할 필요가 있다. 할랄식품은 식품산업뿐만 아니라 외식, 관광, 의료 등 다양한 부문과 관련되어 있기 때문에 시너지 효과를 발휘하기 위해 부문별 정책 연계를 활성화할 필요가 있다.

ABSTRACT

A Study on the Domestic Market for Halal Food

This study aims to draw the tasks to vitalize the domestic halal food market by examining the current status of the market and the halal food consumption situation and perception of Muslim consumers in Korea. This research consists of four parts: the present state of the domestic halal food market; halal food policies and response cases at home and abroad; Muslim consumers' perception and evaluation of domestic halal food; and tasks of the Korean halal food market.

With the global halal food market rapidly growing, governments and food companies all over the world are making diverse efforts for the entry into the market. Recently, the Korean government and enterprises have also paid attention to the market and have focused on securing competitiveness in it in the policy and industrial aspects. The Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (MAFRA) concluded the Korea-UAE MOU with the President's tour to the Middle East in March 2015, and announced the Development and Export Vitalization Plan of the Halal Food Industry in June 2015.

Until recently, discussions and research on halal food centered on the overseas market and promotion of export. Nevertheless, for a systematic and active push into the foreign halal food market, it is first necessary to expand the base of domestic halal food in the Korean market and to establish a foundation for related industries.

Currently, 524 items of 155 food companies in Korea have received KMF halal food certification, and 264 items of about 14 firms received overseas certification. However, domestic food manufacturers with halal certification mainly aim for export to Islamic countries. Therefore, these companies' products are rarely distributed and sold at home. According to our survey results, both Muslims who live in Korea and Muslim visitors said that they have some trust in halal foods sold in Korea. Nonetheless, the respondents were somewhat negative about the variety and availability of halal food in the country.

Only six domestic restaurants received KMF halal restaurant certification, and most restaurants that provide halal food offer food that Muslims can eat,

without halal certification. The restaurants with halal certification had difficulties in supplying and handling food ingredients centered on meat and fermented food due to insufficient production infrastructures of domestic halal food ingredients. Muslim consumers also thought that eating out is not easy in Korea because of religious restrictions.

To promote the domestic halal food market, it is required to establish and implement more comprehensive and systematic policies in the long term. Halal food supply to a proper level is needed to meet demand of Muslims who live in Korea and Muslim visitors. Also, halal products should be diversified to satisfy consumers qualitatively.

In addition, it is necessary to prepare more concrete strategies by strengthening research on domestic halal food, to vitalize the domestic halal food industry by increasing demand for halal food in Korea, and to create overseas demand by improving Muslim consumers' perception and awareness of domestic halal food and certification.

Additionally, it is needed to expand opportunities for Muslims of foreign nationality living in Korea and Muslim visitors to experience Korean food in order to raise interest in and demand for Korean food products as well as Korean food. It is necessary to implement comprehensive policies linked with MAFRA's existing Korean food policy and to actively carry out cooperative projects with the Ministry of Culture, Sports and Tourism through the food-tour connection in the tourism sector for various synergy effects.

Researchers: Hwang Yunjae, Lee Kyeim, Kim Seongwoo and Choi Jongwoo

Research period: 2015. 6. ~ 2015. 10.

E-mail address: yjhwang@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

1. 연구 필요성과 목적	1
2. 선행연구 검토	3
3. 연구 내용	5
4. 연구 범위 및 방법	6

제2장 국내 할랄식품 시장 현황

1. 국내외 할랄식품 시장 동향과 국내 여건	9
2. 국내 할랄식품 인증 실태	16
3. 시사점	32

제3장 국내외 할랄식품 정책과 대응 사례

1. 국내 할랄식품 정책	35
2. 해외 주요국의 할랄 대응 사례	50
3. 시사점	62

제4장 국내 할랄식품에 대한 무슬림 소비자 인식과 평가

1. 할랄식품 구매 및 소비 실태	66
2. 할랄식품 외식 소비 실태	74
3. 할랄식품 인증에 대한 인식과 평가	83
4. 시사점	93

제5장 국내 할랄식품 시장 대응과제

1. 기본방향	95
---------------	----

2. 대응과제	96
부록 1: 거주 무슬림 설문조사 대상 현황	103
2: 방문 무슬림 설문조사 대상 현황	104
참고 문헌	105

표 차례

제2장

표 2- 1.	무슬림 관광객 입국 현황	13
표 2- 2.	주요 무슬림 국가별 방한 무슬림 관광객 현황	13
표 2- 3.	주요국별 외국인 환자 현황(2009~2014년)	14
표 2- 4.	국내 체류 무슬림 인구 현황	15
표 2- 5.	무슬림 외국인 국내 체류 현황(2013년)	15
표 2- 6.	국내외 주요 할랄인증 기관 및 유형	17
표 2- 7.	KMF 할랄식품 인증 관련 사항	19
표 2- 8.	품목별 할랄식품 주요 인증 요건	21
표 2- 9.	KMF 할랄식당 인증 관련 사항	22
표 2-10.	국내 업체 할랄식품 인증 현황	24
표 2-11.	KMF 할랄인증 획득 국내 식당	27
표 2-12.	무슬림 친화 등급제 분류	28
표 2-13.	무슬림 친화 등급제 유형별 분류(등급별)	29
표 2-14.	무슬림 친화 등급제 적용 음식점 유형별 분류(지역별)	29

제3장

표 3- 1.	할랄식품 종합지원센터 주요 기능	37
표 3- 2.	우리나라 할랄 관련 서비스 제공기관 현황	38
표 3- 3.	할랄식품 정책 추진 개요	40
표 3- 4.	할랄식품 활성화 대책 세부 추진과제	43
표 3- 5.	국내 할랄식당 인증 확대	44
표 3- 6.	무슬림 친화 등급제 분류	45
표 3- 7.	할랄인증 표시·광고 관련 규제	47

표 3- 8.	할랄식품 관련 주요 법령 개정(안) 내용	47
표 3- 9.	농림축산식품부—보건복지부 협력과제(‘할랄식품 활성화 방안’) ·	49
표 3-10.	일본 내 할랄인증기관 현황	51
표 3-11.	일본의 할랄인증 조건 및 절차	52

제4장

표 4- 1.	국내 거주 무슬림의 품목별 평소 구입여부와 주요 구입처	68
표 4- 2.	방문 무슬림의 한국 내 이용 음식점에 대한 만족도	76
표 4- 3.	외식 시 한국에서 주로 이용하는 음식점 유형	78
표 4- 4.	국가별 관심 있는 한식 유형(거주 무슬림)	79
표 4- 5.	국가별 관심 있는 한식 유형(방문 무슬림)	79
표 4- 6.	국내 음식점 관련 인식	80
표 4- 7.	할랄인증 또는 무슬림 식당 친화 등급제 식당에 대한 신뢰도	82
표 4- 8.	할랄식품 구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견	86
표 4- 9.	할랄식품 구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견	87
표 4-10.	개별 할랄인증제에 대한 인지도	88
표 4-11.	출신권역별 할랄인증제에 대한 인지도(거주 무슬림)	89
표 4-12.	출신권역별 할랄인증제에 대한 인지도(방문 무슬림)	89
표 4-13.	개별 할랄인증제에 대한 신뢰도	90
표 4-14.	출신권역별 할랄인증제에 대한 신뢰도(거주 무슬림)	91
표 4-15.	출신권역별 할랄인증제에 대한 신뢰도(방문 무슬림)	91

그림 차례

제2장

그림 2- 1. 할랄인증 절차도	18
그림 2- 2. 국내 온라인 유통 채널상의 할랄 육류 제품	26

제3장

그림 3- 1. 할랄식품 정책 비전 및 추진과제	42
----------------------------------	----

제4장

그림 4- 1. 국내 거주 무슬림의 식품 구매 빈도	66
그림 4- 2. 국내 거주 무슬림의 주요 식품 구매처	67
그림 4- 3. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험	69
그림 4- 4. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품	69
그림 4- 5. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처	70
그림 4- 6. 할랄식품 구매 관련 태도	71
그림 4- 7. 평소 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목	72
그림 4- 8. 한국 내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견	73
그림 4- 9. 거주 무슬림의 평소 외식 빈도	74
그림 4-10. 방문 무슬림의 한국 내 외식 경험	75
그림 4-11. 방문 무슬림의 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유	76
그림 4-12. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당	77
그림 4-13. 관심이 있는 한식 메뉴 유형	78
그림 4-14. KMF 할랄식당 인증제 및 무슬림 식당 친화 등급제 인지도	81
그림 4-15. 무슬림식당친화등급 중 관심 유형 식당 정보	82

그림 4-16.	할랄식당 인증 관련 의견	83
그림 4-17.	할랄인증제도에 대한 인지도	84
그림 4-18.	식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부 확인 주요 품목	85
그림 4-19.	무슬림 거주자의 KMF 할랄인증 제품 구매 경험	92
그림 4-20.	무슬림 거주자의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유	92

제 1 장

서 론

1. 연구 필요성과 목적

1.1. 연구 필요성

- 전 세계적으로 무슬림 인구 증가, 식품 안전·위생에 대한 관심 확대 등으로 할랄식품에 대한 수요가 증가하고 있음. 이에 따라 할랄식품 시장 규모도 지속적으로 확대될 것으로 전망됨. 각국 정부는 식품산업의 신성장 동력으로 할랄식품 시장의 성장 가능성에 주목하면서 할랄식품 시장 진출 확대를 위해 노력 중임.
- 우리 정부도 할랄식품을 국내 식품산업의 성장을 견인할 수 있는 원동력으로 보고 다각적인 노력을 기울이고 있음. 특히 최근 아랍에미리트(United Arab Emirates: UAE)와 할랄식품 관련 MOU를 체결하면서(2015. 3. 5.), 기존에 산발적으로 이루어지던 할랄식품 관련 정책·사업을 정비하고 새로운 정책 도입을 구체화하는 등 정부 차원의 정책적 노력을 본격화하고 있음.

- 그간 할랄식품 관련 논의와 연구의 초점은 대체로 해외 시장과 수출 활성화에 맞춰져 있었음. 그러나 보다 체계적이고 활발한 해외 할랄식품 시장 진출을 위해서는 국내 할랄식품산업 기반 구축 및 경쟁력 강화가 선행되어야 함.
 - 국내시장에서 국내산 할랄식품에 대한 저변을 확대하고 관련 산업 기반을 구축하여 이를 바탕으로 보다 안정적인 해외 수요 창출과 산업 경쟁력 강화를 도모할 필요가 있음.
- 최근 유학, 관광 및 의료 등을 목적으로 한 해외 무슬림 인구의 국내 장단기 체류 증가와 함께 국내 방문 및 거주 무슬림 인구가 증가하고 있어, 국내 식품 및 외식시장에서 차지하는 영향력이 증가할 전망이다. 식품(음식)은 해외 무슬림 인구의 국내 방문을 유인함으로써 경제적으로 부가적인 파급영향을 유발하기 위한 요소로 작용할 수 있다는 점에서도 중요함. 이에 따라 국내 방문·체류 무슬림을 대상으로 한 국내 할랄식품 판매·유통 및 외식부문에서의 보다 체계적이고 구체적인 대응책 마련이 필요한 실정임.
 - 농림축산식품부는 최근 국내 농식품 할랄인증 표시 허용 및 제품 유통 활성화, 무슬림 방문객 대상 병원·식당 등 할랄식품 공급 확대 등 국내 할랄식품 시장 대응 방안이 포함된 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책(이하 ‘할랄식품 활성화 대책’)'을 발표함.
- 국내 무슬림 대상 할랄식품 시장 대응방안 마련을 위해서 국내 할랄식품 시장 실태에 대한 검토가 필요하며, 국내 거주 및 방문 무슬림의 할랄식품 소비실태와 국내 할랄식품 시장에 대한 인식 조사가 선행되어야 함. 그러나 국내 무슬림 소비자 대상 조사는 미흡한 실정이며, 국내 할랄식품 관련 실태에 대한 조사도 제대로 이루어지고 있지 않음.

1.2. 연구 목적

- 이 연구는 국내 할랄식품 시장에 대한 실태와 국내 무슬림 소비자를 대상으로 할랄식품 소비 실태 및 관련 인식을 조사함. 이를 통해 국내 할랄식품 산업·시장 및 정책 관련 문제점과 필요사항을 점검하고, 해외 주요국 정부의 할랄식품 시장과 정책 현황 등을 검토함으로써 국내 할랄식품 시장 활성화를 위한 대응과제를 도출하는 것을 목적으로 함.

2. 선행연구 검토

- 할랄식품 관련 연구는 대체로 할랄인증에 관한 연구 또는 주요국의 할랄시장 관련 실태를 검토하는 연구가 대부분임. 그러나 할랄 관련한 연구는 비교적 최근에 추진되기 시작하여 전반적으로 미흡한 실정임.
- 할랄인증에 관한 연구는 이희열·정장호(2014), 백진경 외(2014) 등이 대표적임. 이들 연구는 주로 국내외 할랄인증제도를 비교·검토하여, 국내 할랄인증제도 개선의 필요성과 방향 및 정책적·산업적 시사점을 도출함.
 - 이희열·정장호(2014)는 국제 할랄인증 표준 제정 실태와 문제점 등을 검토하고, 국가별 상이한 인증기준이 수출국 및 수출기업에 미치는 영향을 파악하여 향후 우리나라의 정책적·산업적 대처 방향을 제시함.
 - 백진경 외(2014)는 국내 식품 기업 종사자와 할랄 담당자들을 대상으로 할랄인증제도에 대한 인식과 문제점에 대한 심층 면접을 실시하여, 식품 기업의 할랄인증 도입에 따른 장애요인을 도출함.
- 주요국의 할랄시장 관련 실태를 검토하는 연구에는 이서영(2012), 김철민(2014), 윤서영(2014), 한국농수산물유통공사(2014), 배민식·장영주(2015)

등이 있음. 이들 연구는 주로 말레이시아, 인도네시아, 중동 지역 등 해외 주요 국가(지역)의 할랄시장 현황을 검토하고 이를 통해 국내 식품기업의 해외 진출을 위한 방안을 제시하고자 함.

- 이서영(2012)은 할랄 개념의 근본인 이슬람법과 말레이시아의 사법제도 및 할랄인증제도를 살펴보고, 이슬람권 시장 진출을 위한 시사점을 도출함.
 - 김철민(2014)은 말레이시아, 인도네시아, 사우디아라비아 등 해외 주요국의 할랄식품 시장 동향을 검토함. 이 연구에서는 할랄의 개념과 할랄 인증의 요건·절차를 검토하고, 해외 할랄식품 시장 동향을 살펴보고 있으며, 이를 통해 할랄 시장 진출 확대 방안으로 할랄에 대한 이해 제고, 할랄인증 획득 확대, 할랄 시장 동향 분석, 정부의 정책적 지원 필요성 등을 제시함.
 - 윤서영(2014)은 국제 할랄 시장 동향 및 말레이시아와 UAE의 할랄 허브 전략을 살펴보고 할랄 시장 진출에 대한 시사점을 도출함.
 - 한국농수산물유통공사(2014)는 중동지역 할랄시장 현황과 할랄인증제도를 살펴보고, 한국기업의 해외 할랄시장 진출 현황을 검토함.
 - 배민식·장영주(2015)는 세계 할랄식품 시장 현황에 대한 검토를 통해 한국 농식품의 할랄시장 진출 필요성과 할랄식품 시장 진출을 위한 정책과제를 제시함.
- 대부분의 연구가 해외 할랄시장 및 할랄식품 수출 확대에 초점을 맞추고 있으며, 국내 할랄식품 시장과 국내 거주 무슬림을 대상으로 한 연구는 일부 이루어진 데 그치고 있음. 대표적인 연구로 이선영(2006), 송도영(2011) 등이 있음. 그러나 이들 연구는 국내 할랄식품 시장 관련 사항에 대해 단편적으로 다루고 있을 뿐이며, 정책적 시사점을 도출할 수 있는 보다 체계적이고 구체적인 연구는 이루어지고 있지 않음.
- 이선영(2006)은 영양 및 식생활 관점에서 이슬람교 음식 문화의 특징을 살펴보고, 설문조사를 통해 국내 거주 이슬람인의 식습관 현황을 분석함.

- 송도영(2011)은 한국 내 무슬림 대상 면접조사를 바탕으로 국내 할랄음식 공급망 현황에 대해 검토함.
- 이 밖에 할랄식품 관련 연구에는 물류적 관점에서 할랄 SCM의 개념과 미국, 호주, 뉴질랜드 등 주요국의 할랄 SCM 사례를 검토함으로써 식품산업 수출 증대 방안을 도출하는 이희열 외(2013)의 연구가 있음.
- 본 연구는 할랄식품 생산, 유통·판매, 외식 부문 등 농식품 산업 전반에 걸쳐 국내 할랄식품 시장 관련 실태를 살펴보고 국내 할랄식품 시장 및 할랄식품 인증에 대한 무슬림 소비자의 인식을 구체적으로 파악함으로써 국내시장 활성화를 위한 대응과제를 도출하고자 한다는 점에서 연구의 차별성이 있음.

3. 연구 내용

- 연구의 주요 내용은 크게 네 부분으로 구성되어 있음. 국내 할랄식품 시장 현황, 국내외 할랄식품 정책과 대응 사례, 국내 할랄식품에 대한 무슬림 소비자 인식과 평가, 국내 할랄식품 시장 대응과제 등임.
- 제2장에서는 국내외 할랄식품 시장 동향과 국내 할랄식품 시장 관련 실태를 검토함.
- 제3장에서는 국내 할랄식품 관련 정책을 농림축산식품부 정책을 중심으로 검토하고, 일본, 태국, 중국 등 해외 비무슬림 국가의 할랄식품 관련 실태와 정책 사례를 검토함.

- 제4장에서는 국내 거주 및 방문 무슬림을 대상으로 국내 할랄식품에 관한 인식과 관련 실태를 조사함.
- 제5장에서는 국내 할랄식품 시장에 관한 정책의 기본방향과 대응과제를 제시함.

4. 연구 범위 및 방법

4.1. 연구 범위

- 이 연구는 국내 할랄식품 시장 실태를 파악하고 대응과제를 도출하기 위한 연구로 할랄식품 관련한 산업 및 정책적 사항을 국내시장을 중심으로 검토함.
- 산업적 관점에서 생산, 유통 및 외식 부문에서의 할랄식품 관련 실태를 검토하였으며, 정책적 관점에서 주로 농림축산식품부를 중심으로 추진되는 할랄식품 관련 정책·사업을 검토함. 다만, 할랄식품 관련 정책의 전반적인 추진 실태를 파악하기 위해 농림축산식품부 이외에도 문화체육관광부, 식품의약품안전처, 보건복지부 등 기타 정부부처에서 추진되는 할랄식품 관련 정책 실태에 대해서도 조사함.
 - 할랄식품 정책 실태는 농림축산식품부가 2015년 6월 발표한 ‘할랄식품 산업 발전 및 수출 활성화 대책’을 중심으로 검토함.
- 해외 주요국의 할랄식품 관련 정책에서 시사점을 얻기 위해 비무슬림 국가인 일본, 태국, 중국 등을 중심으로 할랄식품 관련 실태와 주요 정책 사례를 검토함.

4.2. 연구 방법

- 국내외 할랄식품 시장 및 관련 실태, 국내 및 해외 주요국 정부의 할랄식품 시장 대응 현황과 주요 정책 사례 등을 살펴보기 위해 국내외 문헌 검토를 실시함.
- 수요자 측면에서 국내 할랄식품 시장에 대해 진단하고 평가하기 위해 무슬림 소비자 대상 설문조사를 추진함. 국내에 거주하고 있거나 방문을 목적으로 입국한 무슬림을 대상으로 식품소비행태 및 할랄식품인증에 대한 인식을 조사하기 위해 대면(면접) 조사를 실시함.
 - 무슬림 소비자 설문조사는 우리나라 또는 외국 국적을 보유한 국내 거주 무슬림 소비자 250명, 의료, 연수·유학 및 관광 등의 목적으로 국내에 입국한 외국 무슬림 소비자 120명을 대상으로 실시함.
 - 조사내용은 할랄식품 구매 및 소비 실태, 외식 소비 실태, 할랄식품인증에 대한 인식과 평가 등을 포함함.

제2 장

국내 할랄식품 시장 현황

1. 국내외 할랄식품 시장 동향과 국내 여건

1.1. 국내외 할랄식품 시장 동향

- 전 세계적인 무슬림 인구의 증가와 무슬림 국가의 풍부한 자원 기반 경제력 향상 등을 바탕으로 높은 소비 수준을 유지하는 무슬림 대상의 할랄식품 시장규모가 지속적으로 확대되고 있음.¹ 할랄식품이 엄격한 인증절차를 거쳐서 안전하고 위생적이라는 인식이 확산됨에 따라 비무슬림 소비자의 할랄식품 수요도 증가하여 할랄식품 시장 확대에 영향을 미치고 있음.
 - 세계 무슬림 인구는 2012년 18억 명에서 2030년 22억 명, 2050년에는 26억 명으로 세계인구 성장률을 크게 상회할 것으로 예상됨.²
- 세계 할랄식품 시장 규모는 1조 920억 달러(2013년 기준)로 전년 대비 10.8% 증가하였으며, 2019년에는 2조 5,390억 달러로 성장할 전망이다. 2014년

1 김은미(2015) 참조.

2 박기환(2015: 1) 참조.

- 세계 식품시장 규모는 약 5.3조 달러이며, 이 중 할랄식품 시장 규모는 6,500억 달러~1조 1,000억 달러로 전 세계 식품 시장의 약 16% 수준으로 추산됨.³
- 할랄식품 시장은 지속적으로 성장하여 세계 식품시장에서 차지하는 비중이 2019년 21.2%로 확대될 것으로 전망됨.
 - 할랄식품 시장은 세계 경기침체에도 불구하고 거의 영향을 받지 않으며 2004년부터 2010년까지 평균 12.6%의 성장률을 보임.⁴
- 할랄식품 시장이 급속히 성장함에 따라 세계 각국의 정부와 식품기업들이 할랄식품 시장 진출을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있음. 말레이시아, 인도네시아, UAE 등은 할랄식품 시장에서 주도권을 획득하기 위해 할랄인증·표시 관리를 정부 주도로 강화하는 추세임.
- 일본, 중국, 프랑스 등 선진 국가들이 할랄 사업에 관심을 집중하고 있으며, 네슬레, 코카콜라, 맥도날드 등 해외 다국적 기업들은 일찍부터 할랄 식품 시장에 진입하여 현재 세계시장의 80%를 점유하고 있음. 특히 네슬레는 80년대부터 할랄전담라인을 구축하여 할랄식품 분야에서 주요 비중을 차지하고 있음.⁵
 - 말레이시아, UAE, 인도네시아 등은 할랄인증을 정부 주도로 전환하고, 자국 내 유통되는 할랄인증 제품의 경우 자국 인증기관 또는 자국에서 인정한 해외인증 기관만 인증 표시를 허용하거나, 수입을 제한하는 조치 등을 취하고자 함.⁶
- 우리나라의 경우에도 최근 정부와 기업 차원에서 할랄식품 시장에 주목하면서 할랄식품 시장에서의 경쟁력 확보를 위해 정책적, 산업적으로 노력을 집중하고 있음.

3 김은미(2015: 13) 참조.

4 홍완수(2015: 5) 참조.

5 홍완수(2015: 6), 김은미(2015: 19) 참조.

6 농림축산식품부 웹사이트(www.mafra.go.kr, 2015. 9. 7.) 참조.

- 농림축산식품부는 2015년 UAE와의 할랄식품 관련 MOU 체결을 계기로 할랄식품 정책 추진을 본격화하고 있음. 또한 한-UAE MOU 후속조치로 2015년 6월에는 체계적으로 할랄정책을 추진하기 위해 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’을 마련함.
- 국내에서는 155개의 식품업체(524개 품목, 2015년 7월 말 기준)들이 국내 또는 해외기관으로부터 할랄인증을 받아서 해외시장 진출을 하고 있거나, 해외시장 개척을 위해 노력하고 있음.⁷

1.2. 국내 무슬림 소비 여건

- 국내 할랄식품산업 활성화를 위해서는 할랄식품에 대한 충분한 국내 수요가 창출되어야 함. 국내 할랄식품에 대한 주요 수요층인 국내 무슬림 인구가 지속적으로 증가하는 것으로 나타나고 있음.
 - 국내 무슬림 인구는 쇼핑 및 관광, 의료, 사업 등의 목적으로 주로 단기간 국내에 입국하는 방한 외래객과 우리나라 또는 해외 국적을 지니고 국내에 장기간 체류하는 거주민으로 구분하여 살펴볼 수 있음.

1.2.1. 무슬림 관광객

- 최근 무슬림 관광객은 지속적으로 증가하는 추세임. 2010년 무슬림 관광객은 38만 명 수준으로 전체 방한 관광객의 4.4%를 점유하고 있음. 방한 무슬림관광객 규모는 2010년에서 2014년간 매년 약 15~20% 수준의 증가율을 지속적으로 나타내고 있으며, 2014년 무슬림 관광객 규모는 75만 명(전체 관광객의 5.3%)에 달하고 있음<표 2-1>.

⁷ 이주명(2015) 참조.

- 국가별 무슬림 관광객 규모 추정 자료를 살펴보면, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 국가의 비중이 가장 높은 편이며, 다음으로 우즈베키스탄, 터키, 카자흐스탄의 순으로 비교적 관광객 규모가 큰 편임<표 2-2>. 사우디아라비아, UAE 등을 포함한 중동 국가의 방한 관광객 수는 상대적으로 적은 편이나, 지속적으로 증가하고 있음. 특히 중동 국가 관광객의 경우 우리나라 국내에서의 1인당 평균 지출액이 비교적 높은 것으로 나타나고 있어 관광업계에서는 향후 중요한 잠재 고객으로 보고 있음.
 - 2013년 방한 중동인의 총 지출경비 중 ‘최대금액 초과’ 비중(7.1%)이 중국(3.1%)보다 높은 것으로 나타남.⁸
- 의료 관광의 경우에도 2013년 방한 의료 관광객 중 1인당 평균 진료비가 가장 높은 나라가 UAE(1,771만 원)로 중국(181만 원)의 10배에 달하는 것으로 조사됨.⁹ 1인당 의료비 지출 수준이 높은 무슬림이 병원들의 주요 유치 대상 고객으로 부상하면서 외국인 환자 중 비중 증가 추세에 있음. 특히 우리 정부는 2011년부터 UAE와 환자 송출 협약을 맺고 있어 UAE 국적의 환자 수와 진료비가 급증하고 있음.
 - 의료부문은 환자 및 동반 가족의 동시 방한, 체류 기간 및 지출비용 규모 등으로 인해 관광 등과 연계한 2차 수요 창출 가능성이 큰 시장으로 평가되고 있음.¹⁰
 - 외국인 환자 중 중동 환자 비중은 2009년 1.0%에서 2013년에는 1.7%로 증가함.¹¹ 이 중 UAE 환자 수는 2009년 17명에서 2012년 342명, 2014년에는 2,633명으로 크게 증가함<표 2-3>.

8 문화체육관광부 웹사이트(http://www.mcst.go.kr/web/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=14093, 2015. 9. 7.) 참조

9 보건복지부 웹사이트(http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=322608&page=1, 2015. 9. 7.) 참조

10 기획재정부 웹사이트(http://www.mosf.go.kr/_upload/bbs/62/attach/20150709101954396.pdf, 2015. 9. 15.) 참조

11 보건복지부 웹사이트(http://www.mchw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&page=7&CONT_SEQ=300750&SEARCHKEY=TITLE&SEARCHVALUE=환자, 2015. 9. 15.) 참조

- UAE 의료 관광객은 2013년 1인당 평균 1,771만 원을 진료비로 지출하고 있음. 이는 진료비 지출이 두 번째로 높은 카자흐스탄(1인당 평균 456만원)보다 3.8배 이상 높은 수준임.¹²

표 2-1. 무슬림 관광객 입국 현황

단위: 명, %

구 분		2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
방한 외래객 총계		8,797,658	9,794,796	11,140,028	12,175,550	14,201,516
무슬림 외래객	총 계	384,710	468,220	541,518	642,163	751,931
	비 율	4.4%	4.8%	4.9%	5.3%	5.3%
	증가율	24.0%	21.7%	15.7%	18.6%	17.1%

자료: 문화체육관광부 웹사이트(http://www.mcst.go.kr/web/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=14099, 2015. 9. 7.).

표 2-2. 주요 무슬림 국가별 방한 무슬림 관광객 현황

단위: 명, %

국가명	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	비고 (무슬림 인구비율)
말레이시아	69,683	95,800	109,164	127,337	149,891	61.3%
인도네시아	83,048	108,541	130,143	164,973	181,663	87.2%
터키	16,287	17,263	19,251	19,659	22,337	99.8%
바레인	183	231	258	269	434	70.3%
카타르	241	392	524	602	1,025	77.5%
UAE	1,849	2,248	2,938	4,634	7,981	76.0%
오만	619	750	860	718	1,066	85.9%
쿠웨이트	667	803	856	1,217	1,917	76.7%
사우디아라비아	3,488	6,214	7,173	9,197	9,084	90.0%
우즈베키스탄	20,866	27,324	37,176	39,260	43,308	88.0%
카자흐스탄	5,207	5,912	7,749	9,237	14,795	70.2%

주 1) 무슬림 외래객은 방한 외래객 통계에 각국의 무슬림 인구비율을 적용하여 추정됨.

2) 국가별 인구비율은 「CIA World Fact Book, 2015」가 원자료임.

자료: 문화체육관광부 웹사이트(http://www.mcst.go.kr/web/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=14099, 2015. 9. 7.).

12 보건복지부 웹사이트(http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=322608&page=1, 2015. 9. 7.) 참조

표 2-3. 주요국별 외국인 환자 현황(2009~2014년)

단위: 명, %

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	전년 대비 증감률
중국	4,725	12,789	19,222	32,503	56,075	79,481	41.7
미국	13,976	21,338	27,529	30,582	32,750	35,491	8.4
러시아	1,758	5,098	9,651	16,438	24,026	31,829	32.5
일본	12,997	11,035	22,491	19,744	16,849	14,336	-14.9
몽골	850	1,860	3,266	8,407	12,034	12,803	6.4
카자흐	128	346	732	1,633	2,890	8,029	177.8
베트남	327	921	1,336	2,231	2,988	3,728	24.8
캐나다	984	1714	2,051	2756	2770	2,941	6.2
UAE	17	54	158	342	1,151	2,633	128.8
필리핀	356	957	1,178	1,787	1,848	2,032	10.0
우즈베키스탄	113	298	491	824	1,358	1,904	40.2

자료: 보건복지부 웹사이트([http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&](http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=322608&page=1)

MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=322608&page=1, 2015. 9. 7.).

1.2.2. 국내 체류 무슬림

- 우리나라 국적 또는 외국 국적을 보유하고 국내에 체류하고 있는 무슬림 인구 규모를 파악할 수 있는 정확한 통계는 실시되고 있지 않음. 이에 따라 제공되는 자료별로 추산방법 등에 따라 제시하고 있는 국내 체류 무슬림 인구 규모에는 차이가 있음. 이들 자료에서는 대체로 국내에 체류하는 무슬림 인구 규모를 10만 명~14만 명으로 보고 있음.
- 장건 외(2014)는 외국인 국적의 국내 체류 무슬림 인구가 전체 체류 외국인의 7.9%인 113,802명(2012년 기준)인 것으로 추정하였음<표 2-4>. 이 밖에 뉴스파워 자료(“한국 이슬람의 어제와 오늘 그리고 전망(5)” 2014. 6. 13일자 기사)에서는 외국 국적 무슬림이 약 14만 명 수준(2013년 12월 말 기준)인 것으로 제시하고 있음.¹³

- 한국관광공사(2014)는 국내 무슬림이 약 13만 5천 명 정도이며, 이들 중 대부분이 외국인 신자인 것으로 제시하고 있음.¹⁴ 이희수(2012)는 한국 정착 무슬림 규모를 총 14만 5천 명으로 보면서, 이 중 토착 무슬림을 3만 5천 명, 국적 취득 귀화자와 국제결혼을 통한 장기 거주자를 1만 명으로 보고 있음.¹⁵ 외국인 국적 무슬림의 경우 10만 명이라고 제시함. 법무부는 무슬림 체류인원을 약 13만 8천 명(2013년 기준)으로 집계하고 있음<표 2-5>.

표 2-4. 국내 체류 무슬림 인구 현황

단위: 명

지역	2008	2009	2010	2011	2012
전체 체류 외국인	1,158,866	1,168,477	1,261,415	1,395,077	1,445,103
체류 무슬림	86,888	85,401	95,636	108,340	113,802
전체 체류 외국인 대비 체류 무슬림 비중	7.5	7.3	7.6	7.8	7.9

자료: 장건 외(2014: 51) 참조.

표 2-5. 무슬림 외국인 국내 체류 현황(2013년)

단위: 명

권역별	외국인 체류인원			무슬림 체류인원		
	남성	여성	총계	남성	여성	총계
OIC 57개국	202,489	27,188	128,677	88,296	22,486	110,779
비OIC국	504,094	440,032	944,126	15,557	11,671	27,226
총계	605,583	467,220	1,072,803	103,850	34,157	138,005(±20)

주: OIC 국가는 이슬람이 국교이거나 주요 종교인 국가의 연합체를 말함.

자료: 법무부 통계월보(각 연도) 참조.

13 뉴스파워 웹페이지 자료(<http://www.newspower.co.kr/newnews/print.php?uid=25005>, 2015. 8. 26.) 참조.

14 한국관광공사(2014)는 ‘국내 무슬림 수는 전국적으로 약 13만 5천 명 정도가 있는 것으로 조사되었고 이들 중 대부분이 외국인 신자인 것으로 조사되었다’고 밝히고 있음.

15 이희수(2012: 753) 참조.

2. 국내 할랄식품 인증 실태

2.1. 인증제 운영 현황

- ‘할랄(Halal)’이란 허용되는(premissible)이라는 아랍어로 이슬람법(샤리아법, Islamic Shariah Law)에 의해 허가된 것을 뜻하며, 식품 이외에도 의약품, 화장품 등 모든 사항들을 포함함.¹⁶ 할랄식품은 이슬람 율법상 무슬림이 먹고 사용할 수 있도록 허용된 식품을 의미함.
 - 과일, 채소, 곡류를 포함해 식물성 음식, 해산물 등 이슬람 율법하에서 이슬람교도가 먹을 수 있도록 허용된 제품으로 육류는 이슬람식 알라의 이름으로 도살된 염소고기, 닭고기, 쇠고기 등이 포함됨.
- 할랄식품으로 인정받기 위해서는 사용하는 모든 재료의 생산에서부터 유통까지 이슬람법에 따라야 하기 때문에 대부분의 이슬람 문화권에서는 할랄식품을 포함한 할랄인증제도를 도입하여 소비자의 선택에 도움을 주고 있음.
- 현재 전 세계적으로 150~300여 개의 할랄인증기관이 운영되고 있는 것으로 추산되고 있음.¹⁷ 무슬림국가 여부에 상관없이 인증기관이 운영되고 있으며, 이들 인증기관 운영 주체는 유형별로 정부 또는 준정부기관, 비정부기구, 지역 이슬람 사원이나 이슬람 단체 등으로 다양함. 인증기준도 이슬람법 해석에 따라 국가별로 상이하며, 한 국가 내에서도 종파별, 지역별로 법 해석을 달리하는 인증기관이 존재하는 경우도 있음<표 2-6>.^{18,19}

16 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr/search/totalSearch.jsp>, 2015. 8. 18.) 참조

17 관련 문헌별로 전 세계적으로 운영되는 할랄인증기관의 수가 대체로 최소 150개부터 최대 300여 개까지로 상이하게 제시되고 있음.

18 홍완수(2015) 참조.

19 이희열·정장호(2014) 참조.

표 2-6. 국내외 주요 할랄인증 기관 및 유형

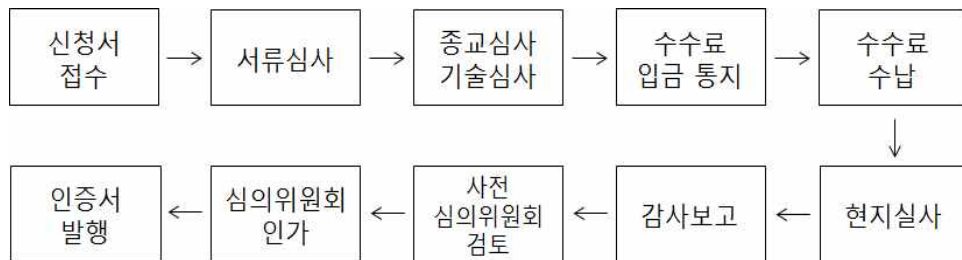
국가	인증기관	기관 성격	규제 장치		
			규제 제정	공식표준	인증주체
말레이시아	JAKIM	공공단체	있음	있음	정부
인도네시아	MUI	공공단체-민간	없음	있음	준정부
싱가포르	MUIS	공공단체	있음	있음	정부
미국	IFANCA	민간단체	없음	있음	민간
태국	CICOT	공공단체	있음	있음	민간
호주	ICCV	공공단체-민간	있음	없음	정부, 민간
브루나이	Lembaga Mengeluarkan Permit Import Halal	공공단체	있음	있음	정부
필리핀	IDCP	민간단체	없음	있음	민간
캐나다	Halal Montreal Certification Authority	민간단체	없음	없음	민간
중국	China Islamic Association	공공단체	없음	있음	정부
이탈리아	Halal International Authority	민간단체	없음	없음	민간
독일	European Inspection-and Certification Body for Halal-food	민간단체	없음	없음	민간
뉴질랜드	FIANZ	공공단체-민간	있음	없음	민간
프랑스	Ritual Association of Lyon's Great Mosque	공공단체-민간	없음	없음	민간
오스트리아	Islamic Information and Documentation Center	민간단체	없음	없음	민간

자료: 홍완수(2015: 7-8) 참조.

- 국내 할랄인증 기관은 민간 인증기관인 한국이슬람교중앙회(Korean Muslim Federation: KMF)가 유일함. 이 밖에 일부 민간기관이 해외 할랄인증 대행 업무를 하고 있음. 식품업체는 필요와 요구에 따라 국내는 물론 해외 할랄인증 기관을 통해 할랄인증을 받을 수 있음.
 - 해외 할랄인증의 경우 인증을 받고자 하는 업체가 해당 국가의 할랄인증을 직접 취득하는 것이 가능함.

- KMF는 2013년부터 말레이시아 JAKIM, 2015년부터 UAE의 ESMA와 교차인정을 받고 있음.
- 할랄인증 절차는 인증기관별로 다소 차이가 있음. 그러나 일반적으로 ‘인증 신청→할랄(현장)심사→심사보고서에 근거한 심의→인증여부 결정’의 절차를 따름<그림 2-1>.²⁰
 - 현장심사 시 종교적(이슬람율법, 무슬림 고용 여부 등), 식품영양학적, 식품위해요소(돼지고기 성분, 알코올 성분, 교차오염 등) 등을 종합적으로 확인함.

그림 2-1. 할랄인증 절차도



자료: 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr/search/totalSearch.jsp>, 2015. 8. 18.).

- KMF의 경우 할랄식품인증을 받고자 하는 업체에서 관련 서류를 구비하여 제출하면 담당자가 서류 검토와 자체 현장 실사를 실시한 후 문제가 없다고 판단될 경우 인증서를 발급해주고 있음.²¹
 - KMF 할랄식품인증 유효기간은 기본적으로 인증 발급일로부터 1년이나, 최근 KMF 할랄인증 발급 이력이 있는 업체의 경우 인증 기간을 조건부 2년 연장으로 전환하였음(2015년 6월 기준). 대상업체의 조건은 KMF 할랄교육 이수, 할랄 전용라인 구축, 무슬림 고용을 전제로 하고 있음.

²⁰ 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr/search/totalSearch.jsp>, 2015. 8. 18.) 참조.

²¹ 박기환(2015: 3) 참조.

- 일반적으로 농산물 및 수산물은 그 자체를 할랄식품으로 보는 반면, 축산물, 가공식품의 경우 농산물, 수산물에 비해 인증요건이 상대적으로 엄격한 편임. 할랄인증을 받고자 하는 업체는 제조공장에 이슬람교도인 할랄 관리자가 임명되어 있어야 함<표 2-7, 2-8>.

표 2-7. KMF 할랄식품 인증 관련 사항

구분	주요 내용
기본 제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> · 인증 신청서, 사업자 등록증, 공장 등록증, 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증), HACCP·GMP·GHP·ISO 또는 기타 인증서 사본, 제품 품목제조보고서, 시험성적서, 제품 제조공정도, 샘플(생산되는 최소단위) 및 제품 이미지 · 동물성 원료인 이슬람법에 위배되는 소재 혹은 공정 미이용 확인서 · 제조공정 중 주정 0.5% 이내 사용 시: 원료 생산품의 잔류 에탄올 분석확인서 · 제조공정 중 효소를 사용 시: 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 효소의 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서 · 할랄제품 생산에 관한 자체 규정자료, KMF 할랄 실무자 교육 수료증 · 원재료 표기 <ul style="list-style-type: none"> - 사용된 모든 원료 기재(1차, 2차 등 모든 원료) - 사용된 화학물질 모두 기재 - 반응이 완료되지 않은 경우와 인체에 유해한 화학물질인 경우, 완제품에서의 검출여부에 관한 분석 데이터 제출
인증 신청 시 제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사용소재가 할랄인증서를 가지고 있는 경우 <ul style="list-style-type: none"> · 사용원료 품목제조보고서, 사용원료 제조공정도, 소재의 할랄 인증서, 수입 신고 확인증 ■ 사용소재가 할랄인증서를 가지고 있지 않은 경우 <ul style="list-style-type: none"> · 수입 신고 확인증, 사용원료 품목제조보고서, 사용원료 제조공정도 · 제조공정 중 효소 사용 시: 사용된 효소의 유래를 확인할 수 있는 서류와 효소의 배양액에 대한 원료 리스트, 각 원료의 제조공정도, 균주기탁서 · 사용원료 시험성적서 · 납품회사의 동물성 원료 및 금지된 공정(예: 방사선 조사) 미사용 확인서 · 수입원료: 사용된 모든 원료의 각각의 수입신고 확인증 · 국산농수축산물: 원산지 확인 증명서, 농약, 중금속 시험서 · 수입 농수축산물: 원산지 확인 증명서, 농약, 중금속 시험서 · 국내 수산물 및 일본산 생산품: 방사능 확인 증명서(소금포함) · 제조 공정 중 주정 0.5% 이내 사용 시: 원료생산품의 잔류 에탄올 분석 확인서 · 동물성 유래 원료 사용 시: 할랄인증서 제출(우유, 달걀 제외)
필요시 요구 서류	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국제적으로 Non-GMO 확인서가 필요한 원료 <ul style="list-style-type: none"> · Non-GMO 확인서 <ul style="list-style-type: none"> - 국제적으로 Non-GMO 확인서 필요 원료: 텍스트린(옥수수를 원료로 사용 시 Non-GMO 확인서 필요), 오일류는 기원 원료의 유전자 분석 시험 성적서만 인정(예: 옥수수기름의 경우 옥수수를 사용한 데이터만 인정하며 옥수수기름을 사용한 데이터는 불인정) - Non-GMO 확인서 필요 품목: 옥수수, 면화, 감자, 카놀라, 대두, 사탕무, 알팔파, 쌀, 치커리, 파파야, 가지, 아마, 토마토, 밀, 멜론, 자두, 호박, 파프리카 · 잔류농약 또는 화학물 시험성적서 · 중금속 시험성적서

인증료	<ul style="list-style-type: none"> · 접수비: 1품목당 10만 원(부가세 별도) · 실사비: 지역별로 15~30만 원 <ul style="list-style-type: none"> - 제품별 공장이 상이할 경우 공장마다 실사비 별도 적용) · 인증료: 1품목당 60만 원 <ul style="list-style-type: none"> - 1품목 초과 시 2번째 품목부터 50만 원 적용
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> · 발급일로부터 1년이며 1년 단위로 갱신. 다만 KMF 할랄인증 발급 이력이 있는 업체의 경우 조건부로 2년으로 연장 <ul style="list-style-type: none"> - 대상업체: KMF 할랄인증 발급 이력이 있는 업체에 대해 KMF 할랄교육 이수, 할랄 전용라인 구축, 무슬림 고용 충족할 경우 2년 인증료 적용하여 발급 - 할랄인증 6개월 후 중간 모니터링을 행하며, 할랄 생산관리가 부적절하다고 판단될 경우 할랄인증 취소 가능 - KMF 할랄세미나 참석하여 교육을 받은 경우 중간 모니터링 대체 - 할랄인증 후 사실과 다른 것이 확인될 경우 즉시 취소 가능
주요 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> · 공장 내에 이슬람 율법에 의해 도살되지 않은 육류 및 할랄인증을 받지 않은 동물성 원료가 함께 사용되면 안 됨. · 원료입고에서부터 공장 내 생산라인(제조, 운송, 저장)은 할랄 전용이어야 하며 다른 생산라인과 분리되어 교차오염의 가능성이 없어야 함. · 식용기름은 인체에 유해하지 않은 식물성 기름과 이슬람법에 따라 사용이 가능한 동물의 기름만 인정 · 하청업체 공급 원료도 할랄제품이거나 이에 준하는 자격을 가져야 함. · 할랄 인정 동물성 원료 <ul style="list-style-type: none"> - 국내외에서 이슬람법에 따라 도살되지 않은 동물을 이용한 원료나 성분은 일체 할랄로 인정하지 않으며, 수입 동물성 원료나 성분의 경우 공인된 해외 할랄인증기관의 할랄인증서를 가진 품목에 한하여 할랄 소재로 인정 - 모든 수산물(물고기)은 처리과정 중 동물성 원료가 사용되지 않았다는 전제하에 할랄 소재로 인정함. 다만 방사능 시험성적서 제출을 요구할 수 있음.
실사방법 및 절차	<ul style="list-style-type: none"> · 회사 소개 및 제조과정 설명(프리젠테이션)-질문 및 답변 · 창고실사 · 제조과정 실사 <ul style="list-style-type: none"> - 원료 투입부터 포장단계까지 실사 · 서류 심사 <ul style="list-style-type: none"> - 제품에 사용된 원료와 제출 서류상 원료 비교 검토

주: 한국이슬람교중앙회 웹페이지에 제시된 할랄식당 인증 신청 주의 및 협조사항을 정리함.

자료: 한국이슬람교중앙회 웹페이지(<http://www.koreaislam.org>, 2015. 9. 8.).

표 2-8. 품목별 할랄식품 주요 인증 요건

구분	인증기준 주요 특징
농산물·수산물	· 농산물 및 수산물은 그 자체가 할랄식품
축산물	<ul style="list-style-type: none"> ■ 도축장 <ul style="list-style-type: none"> · 도살 관련 4인의 무슬림 종사자 요구 · 도축장의 위치는 반드시 돼지 사육장/도축장과 명백하게 분리 ■ 도축과정 <ul style="list-style-type: none"> · 도축동물의 스트레스 최소화 · 도축 담당자는 도축 전 아랍어 기도(‘신의 이름으로’) 암송 · 도축은 혈관(경정맥, 경동맥), 식도, 기도를 잘라야 함. · 도축과정은 반드시 한 번의 칼질로 신속히 이루어져야 함.
가공식품	<ul style="list-style-type: none"> · 원료: 할랄제품 <ul style="list-style-type: none"> - 주정을 제조 공정에 0.5%~1.0% 이내(국별 상이)로 사용한 경우는 완제품 · 에탄올 분석 확인 <ul style="list-style-type: none"> - 말레이시아(JAKIM) 0.5% 이내, 인도네시아(MUI) 1.0% 이내 · 모든 제조과정(생산-완제품)은 돼지고기 및 그 부산물, 알코올성분이 들어가지 않도록 철저하게 격리 · 옥수수, 감자, 카놀라, 대두 등은 Non-GMO 확인

주: 일반적인 인증 요건을 정리한 것으로, 인증 요건은 국가별 이슬람법 해석에 따라 인증기관별로 다르게 적용됨.

자료: 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr/search/totalSearch.jsp>, 2015. 8. 18.).

- KMF 할랄식당 인증도 할랄식품 인증과 유사하게 서류 제출·심사 및 현장실사 등을 거쳐서 적격여부 판단 후 인증서를 발급하고 있음. 할랄식당 인증을 받기 위해서는 경영자와 종사자 모두 무슬림이어야 하며, 사용되는 육류가 모두 할랄인증 제품이어야 하고, 주류를 판매하지 않는 등 식재료 관련 기준을 충족해야 함. KMF 할랄식당 인증 유효기간은 발급일로부터 1년이며, 인증 6개월 후 모니터링을 실시하여 인증 유지 여부를 결정함<표 2-9>.
 - 할랄인증 여부가 필수적인 육류 이외에도 모든 조리 재료가 할랄제품이거나 이에 준하는 조건을 갖춰야 함.
- 현재 국내 155개 식품업체의 524개 품목이 KMF 할랄식품 인증을 받고 있으며, 해외 인증을 받은 업체는 약 14개 업체의 264개 품목임. KMF 할랄식당 인증을 받은 국내 음식점은 6곳임.²²

표 2-9. KMF 할랄식당 인증 관련 사항

구분	주요 내용
인증 신청 시 필요사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 제출 서류 <ul style="list-style-type: none"> · 인증 신청서, 사업자 등록증, 영업 신고증, 관광시설 증명서(선택), 메뉴판과 간판 이미지, 메뉴 목록, 사용재료 목록 ■ 인증 신청서 기재사항 <ul style="list-style-type: none"> · 회사명, 주소, 식당명(이상 한글명, 영문명), 신청인 정보(담당자명, 전화번호, 이메일 등) ■ 사용재료 목록 기재사항 <ul style="list-style-type: none"> · 사용재료별 원료명, 제조회사, 제품명, 할랄마크여부 등
인증료	<ul style="list-style-type: none"> · 접수비: 10만 원 · 실사비: 지역별로 15~30만 원 · 인증료: 60만 원
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> · 발급일로부터 1년이며 1년 단위 갱신 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄인증 6개월 후 모니터링을 실시하며, 부적합 판정 시 인증 취소 - 할랄인증 후 사실과 다른 것이 확인될 경우 즉시 취소 가능
주요 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> · 할랄음식점의 경영자와 종사자는 반드시 무슬림이어야 함. · 식당 내 이슬람 율법에 의해 도살되지 않은 육류 및 이슬람 율법이 허용하지 않은 원료가 함께 사용되지 않아야 함. · 사용 원료들은 교차오염의 가능성이 없어야 함. · 주류를 판매하지 않아야 함. · 사용되는 육류는 반드시 할랄인증을 받은 제품이어야 하며, 공급업체에 대한 서류와 정보 제출 필요 · 모든 조리 재료는 할랄제품이거나 이에 준하는 조건을 갖춰야 함.

주: 한국이슬람교중앙회 웹사이트에 제시된 할랄식당 인증 신청 주의 및 협조사항을 정리함.

자료: 한국이슬람교중앙회 웹사이트(<http://www.koreaislam.org>, 2015. 9. 8.).

2.2. 할랄인증 농식품 생산 현황과 외식

2.2.1. 생산 및 유통 현황

- 국내 식품업체의 경우 주로 이슬람권 국가에 대한 수출을 목적으로 할랄인증을 추진하고 있음. 현재 KMF 할랄식품 인증을 받은 업체는 155개 업체(2015년 7월 말 기준)에 달함. 인증품목은 김치류, 제과·제빵류, 과자류, 면류, 소스류, 유제품, 음료 및 차류, 김치류, 유지류, 당류, 해조류 및 해조가공품 등으로 다양함<표 2-10>.
 - KMF 할랄식품 관련 인증은 2014년 133개 업체(404개 품목)에서 2015년 7월 말 기준 155개 업체(524개 품목)로 증가함. 완제품보다는 소재(원료) 위주의 인증이 높은 비중을 차지하고 있음.²³
 - 국내 식품업체들은 KMF(한국)뿐만 아니라, JAKIM(말레이시아), MUI(인도네시아), MUIS(싱가포르), IFANCA(미국) 등 국내외 여러 기관으로부터 인증을 받고 있음.
 - 해외인증기관 인증을 받은 업체는 약 14개 업체(264개 품목)인 것으로 나타남. 이 중 JAKIM(말레이시아) 인증 6개 업체(142개 품목), ICRIC(이슬람협력기구) 1개 업체(27개 품목), IFANCA(미국) 2개 업체(14개 품목), MUI(인도네시아) 5개 업체(81개 품목) 등임(2015년 4월 기준).^{24,25}
- 할랄인증을 받은 국내 식품제조업체의 경우 주로 이슬람권 국가 수출을 목적으로 하고 있어, 이들 업체 제품의 국내 유통·판매는 활발하게 이루어지고 있지 않음. 또한 그간 국내 식품업체들이 해외에서 할랄인증을 받는 경우

23 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr>, 2015. 9. 8.) 참조.

24 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr>, 2015. 9. 8.) 참조.

25 해외인증기관 인증 획득 업체 현황은 식품의약품안전처 자료를 바탕으로 제공되어 자료 출처가 상이한 <표 2-10>의 결과와 다소 차이가 존재함.

국내 내수상품에 이를 표기할 수 없도록 규제되어, 국내에 할랄인증 표시를 하여 제품을 판매하고자 하는 업체에 제약 요인으로 작용하였음.

- 최근 식품의약품안전처는 할랄식품 표시 및 광고에 관한 개선을 위해 「식품위생법」, 「축산물위생관리법」 등의 법 개정을 추진함.

표 2-10. 국내 업체 할랄식품 인증 현황

인증기관	업체명	인증품목	인증시기
KMF (한국)	삼양	불닭볶음면	2015
	종가집	석쇠구이김, 김치, 순쌀 떡	2015
	진주시 수출배 연구회	배	2015
	아워홈	전통 재래김	2015
	면사랑	국수	2015
	아워홈	자연드림 김치	2015
	KGC인삼공사	정관장 뿌리삼과 홍삼농축액 등 3개 품목	2014
	한일식품	본고장 우동	2014
	빙그레	아이스크림, 유음료	2013
	네네치킨	양념치킨소스, 오리엔탈 파닭소스 등 11개 품목	2013
	파리바게트	제과	2012
	만전식품	조미김, 김	2009
	농심	신라면 등 면류	
	티젠	오가닉 그린티	
	한성식품	김치	
JAKIM (말레이시아)	대상	종가집 김치	2009
		마요네즈	2010
	CJ제일제당	햇반, 조미김, 김치 등(44개 품목)	2013
	풀무원	라면(2개 품목)	2013
	남양유업	멸균초코우유 등 2개 품목	2011
	한성식품	유자차, 대추차, 알로에차, 생강차(4개 품목)	2013
	동아원	제분1등급(87개 품목)	2014
	두원농협	유자 등 4개 품목	
MUI (인도네시아)	대상	김, 옥수수유, 당면, 물엿	2012
	롯데제과	자일리톨 껌	
	오리온	초코파이	2013
	엄마손맛김치	김치	2013
	롯데리아	패스트푸드 레스토랑	
MUIS (싱가포르)	크라온제과	조리풍, 콘칩 등 과자류	2013
	삼육식품	검은 콩 칼슘 두유, 바나나 두유 등 두유류	2014
HCMC (베트남)	롯데제과	초코파이	

자료: 한국이슬람교중앙회 웹사이트(<http://www.koreaislam.org/%ec%9d%b8%ec%a6%9d-%ec%a0%9c%ed%92%88/?pageid=1>, 2015. 9. 8.), 홍완수(2015: 9-10), 한국관광공사(2014: 135) 등을 참조하여 정리함.

- 최근 국내 식품제조업체의 할랄식품 국내 판매 사례로 JAKIM 할랄인증을 받아 이슬람권 국가에 수출해 온 면류 제품을 판매해 온 풀무원이 자사 할랄인증제품의 국내 판매를 추진하는 사례가 있음.²⁶
 - 풀무원은 생라면 제품 2종에 대해 2013년 JAKIM 인증을 받고 이슬람권 국가에 수출을 해 왔으며, 최근 해당 제품을 자사 온라인몰 등에서 판매할 예정인 것으로 발표함.
- 현재 국내 무슬림 소비자들은 주로 이슬람 성전 및 거주지 주변의 슈퍼마켓 등을 통해 할랄제품을 구매하고 있음. 그러나 판매점 규모가 크지 않으며, 상품구색이 다양하지 않은 편임. 또한 국내 제품보다는 주로 해외 수입제품을 중심으로 할랄제품이 판매되고 있음.
 - 오프라인 매장에서 판매되는 할랄제품은 할랄인증 제품 또는 할랄방식에 준하여 생산·제조된 제품(할랄제품)임. 육류제품의 경우 대부분 수입에 의존하며 닭고기의 경우 일부 국내에서 도축·판매되는 사례가 있음.
- 이 밖에 온라인 식품판매 채널에서 할랄제품을 판매하는 경우가 일부 존재함. 온라인상에서 판매되는 할랄제품에는 닭·양·소 및 염소고기 등 냉동육류, 과자류, 즉석조리식품, 조미료 등 가공식품, 건강식품 등이 있음. 그러나 할랄제품을 취급하는 국내 온라인 유통업체는 많지 않으며, 다양한 제품의 판매는 이루어지고 있지 않음. 온라인에서 판매되는 할랄제품은 국내에서 할랄방식에 준하여 도축된 육류를 제외하고는 대부분 수입제품임.
 - 오프라인 매장과 동일하게 온라인을 통해 판매되는 할랄제품은 할랄인증 제품 또는 할랄방식에 준하여 생산·제조된 제품임.
- 송도영(2011)에서는 이 밖에 국내 체류 외국 국적의 무슬림이 향신료를 비롯한 양념류의 경우 국내 시장에서 입맛에 맞는 것을 구하기 어려워서 주로

26 연합뉴스 웹페이지(<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/06/16/0200000000AKR20150616138000030.HTML>, 2015. 9. 17.) 참조

해외에서 개인적으로 우편을 통해 반입하거나, 외국(자국)을 방문하고 돌아온 무슬림이 반입한 양념류 등의 식재료(보따리상 개념)를 구입하는 것으로 조사되었음.

그림 2-2. 국내 온라인 유통 채널상의 할랄 육류 제품

[수입산 할랄 냉동양고기]



[국내산 할랄 냉동닭고기]



자료: G마켓 웹페이지(www.gmarket.co.kr, 2015. 9. 24.) 참조.

2.2.2. 외식

- 최근 무슬림 관광객이 증가함에 따라 할랄음식(메뉴)을 제공하고자 하는 음식점이 증가하고 있음.²⁷ 할랄음식을 제공하는 음식점들은 KMF의 공식 할랄인증을 취득하는 경우도 있으나, 대부분 할랄인증을 취득하지 않고 무슬림이 이용 가능한 음식을 제공하는 경우가 대부분임.

²⁷ 한국관광공사(2014) 참조.

- 현재 KMF를 통해 공식적 할랄인증을 취득한 식당은 총 6개임. 이들 음식점 중에서 총 5개가 서울(이태원)에 위치하고 있으며, 기타 1개 음식점은 강원도(춘천 남이섬)에 위치하고 있음. 또한 3개 음식점이 터키음식을 제공하며, 이 밖에 아시아음식 제공 음식점이 2개, 한식 제공 음식점이 1개임<표 2-11>.

표 2-11. KMF 할랄인증 획득 국내 식당

식당명	위치	메뉴
Salam Turkish Restaurant	서울 이태원	터키음식
Kervan Turkish Restaurant	서울 이태원	터키음식
Mr. KEBAB	서울 이태원	터키음식
Dongmun Restaurant(Nami island)	춘천 남이섬	아시아음식
EID Korean Restaurant	서울 이태원	한식
Makan Restaurant	서울 이태원	아시아음식

자료: 농림축산식품부 웹사이트 참조(www.mafra.go.kr, 2015. 9. 13.).

- 한국관광공사(문화체육관광부)는 KMF 할랄음식점 인증과는 별도로 무슬림의 음식점 선택의 폭을 넓히기 위해 2014년부터 ‘무슬림 식당 친화 등급제’(이하 ‘등급제’)를 도입하였음. 등급제는 국내 음식점을 음식재료 준비와 조리 과정에서 이슬람 율법을 지킨 정도를 고려하여 5개 등급으로 분류하고 있음.
 - 한국관광공사는 무슬림들이 국내 음식점 선택의 폭을 넓히고 이슬람 율법에 어긋나지 않고 식사를 할 수 있도록 등급제를 도입하였으며, 2016년부터 본격적으로 실시할 예정임.²⁸
 - 5개 등급은 ‘할랄인증(Halal Certified)’, ‘자가인증(Self Certified)’, ‘무슬림 우호(Muslim Friendly)’, ‘무슬림 환영(Muslim Welcome)’, ‘돼지고기 미사용(Pork-Free)’ 등임.

²⁸ 한국관광공사는 2014년 12월에 ‘무슬림 음식 가이드북(Muslim Friendly Restaurant in Korea)’을 발간하면서, 시범적으로 전국 140개 식당에 대해 무슬림 친화 정도에 따라 등급을 부여한 ‘무슬림 식당 친화 등급제’를 적용하고 관련 내용을 무슬림들이 활용할 수 있도록 가이드북에 포함시킴.

표 2-12. 무슬림 친화 등급제 분류

구분	개념
할랄인증 (Halal Certified)	한국이슬람교중앙회(KMF) 공식 인증 레스토랑
자가인증 (Self Certified)	모든 메뉴가 할랄 재료를 사용하며 무슬림으로서 할랄임을 스스로 인증한 레스토랑
무슬림 우호 (Muslim Friendly)	무슬림이 운영하거나 조리하며, 일부 할랄 메뉴들을 판매하고 있으나 주류를 판매하고 있는 레스토랑
무슬림 환영 (Muslim Welcome)	한식 채식 식당 또는 돼지고기 관련 제품을 판매하고 있지 않은 레스토랑
돼지고기 미사용 (Pork-Free)	돼지고기를 판매하지 않고 있으며, 비할랄 육류를 이용하여 조리하는 레스토랑

자료: 한국관광공사(2014: 32).

- 현재 한국관광공사의 등급제에 의해 KMF 인증을 받은 음식점을 포함하여 약 140개의 국내 음식점이 무슬림이 이용 가능한 음식점으로 집계되고 있음.²⁹ ‘무슬림 식당 친화 등급제’를 받은 음식점을 분석한 결과, 등급제 적용 음식점의 경우 거의 절반 수준인 66개가 무슬림 환영(Muslim Welcome) 등급으로 분류되고 있음. KMF 공식인증(할랄인증)을 받았거나, 자가인증을 받은 레스토랑은 각각 5개, 39개 수준이었음.
 - 등급 유형별로 ‘무슬림 환영’ 음식점 비중이 전체의 47.1%로 가장 높았으며, 다음으로 자가인증(27.9%), 무슬림 우호(18.6%), 할랄인증(3.6%), 돼지고기 미사용(2.9%)순으로 나타남<표 2-13>.
- 등급제 적용 식당의 경우 서울지역에 위치하고 있는 음식점이 상대적으로 많음(63개, 전체의 45.0%)<표 2-14>. 또한 대부분 인도, 네팔, 파키스탄, 터키 및 중동지역 음식을 제공하고 있었으며, 한식 메뉴를 제공하는 음식점은 약 51개 수준이었음.
 - 지역별로 서울지역 음식점의 비중이 45.0%로 가장 높았으며, 다음으로 경기도(15.7%), 강원도(12.1%), 경상도(10.0%) 순이었음. 제주도(9.3%),

29 한국관광공사(2014) 참조.

전라도(5.0%), 충청도(2.9%)의 경우 10% 이하 수준이었음.

- 한식을 제공하는 음식점들은 주로 사찰음식, 산채정식 등 채식중심의 메뉴 또는 해물, 생선구이, 갈치요리 등의 해산물이 주류인 메뉴를 제공하고 있는 것으로 나타남.

표 2-13. 무슬림 친화 등급제 유형별 분류(등급별)

단위: 명, %

구분	할랄인증	자가인증	무슬림 우호	무슬림 환영	돼지고기 미사용	합계
규모	5 (3.6)	39 (27.9)	26 (18.6)	66 (47.1)	4 (2.9)	140 (100.0)

주: 한국관광공사(2014) 자료를 참조하여 분석함.

표 2-14. 무슬림 친화 등급제 적용 음식점 유형별 분류(지역별)

단위: 명, %

구분	서울	경기도	강원도	충청도	경상도	전라도	제주도	합계
규모	63 (45.0)	22 (15.7)	17 (12.1)	4 (2.9)	14 (10.0)	7 (5.0)	13 (9.3)	140 (100.0)

주: 한국관광공사(2014) 자료를 참조하여 분석함.

- 할랄인증 음식점의 경우 국내 할랄식재료 생산 인프라가 취약하여 대체로 식재료 공급 및 취급 과정에서 어려움이 있는 것으로 나타남.³⁰ 조사결과 특히 육류 및 장류 조달에 어려움을 느끼고 있었음.
 - 할랄의 특성상 식재료 중에서 육류에 보다 엄격하게 기준이 적용되는 경향이 있음. 이에 따라 할랄인증 음식점에서는 할랄방식으로 도축된 쇠고기, 닭고기 등의 식재료를 이용하여야 하며, 원칙적으로 돼지고기를 할랄 식품과 같이 판매하지 않아야 함.
 - 이슬람의 경우 주류 소비는 물론 유통·제조를 금하며, 이에 따라 장류의 주정 성분에 대해서도 간혹 엄격한 기준을 적용하는 경우가 있음.

30 음식점 면접조사 및 기존 문헌조사 검토 결과를 바탕으로 정리함.

- 육류의 경우 할랄인증 음식점들은 쇠고기는 국내에 할랄 도축장이 존재하지 않아 ‘할랄 한우’를 공급받아 사용하는 것이 불가능하기 때문에 주로 수입산(냉동육)을 이용하며, 닭고기는 무슬림들이 부정기적으로 도계장을 빌려서 공급받아 냉동한 닭을 이용하는 것으로 나타남.³¹
 - 면접조사 업체에서는 호주산 쇠고기를 주로 사용하고 있었으며, 닭고기의 경우 할랄닭 도계업자가 부정기적으로 할랄식으로 도계하여 냉동한 닭을 공급받고 있었음.
- 채소의 경우 대체로 할랄에 대한 규정이 엄격하지 않은 편으로 상대적으로 큰 어려움은 느끼지 않는 것으로 나타남. 그러나 장류(고추장, 된장, 간장 등)의 경우 품목의 특성상 일반적으로 주정미 어느 정도 포함되어 있어 제품 선택에 어려움을 느끼는 경우가 있었음.
- 이러한 육류 및 장류 이용에서의 어려움은 사실상 국내 한식당이 할랄인증을 받기 어려운 주요 이유로도 지적되고 있음.
 - 한국관광공사(2014)는 할랄육류의 대부분이 낮은 품질의 냉동육이어서 고급 한식당에서 사용을 꺼려하며, 한식의 가장 기본이 되는 장류의 경우 할랄인증 제품을 사용해야 하나 구입이 어렵다는 점 등으로 인해 한식당(자체인증 포함)의 할랄인증이 어렵다고 제시함.³²
- 단체급식 시장의 경우 무슬림 환자 또는 학생 등을 대상으로 일부 의료기관 및 학교 등에서 할랄메뉴 제공이 이루어지고 있음. 무슬림 환자의 경우 무슬림 의료관광객 증가와 함께 대형병원을 중심으로 일부 의료기관에서 병원

31 장건 외(2014) 참조.

32 한국관광공사(2014)는 이 밖에 자체인증을 포함하여 한식당의 할랄인증이 어려운 이유로 한식 재료 중 이슬람교에서 금하는 돼지고기 사용 비중이 높으며, 한식당 수입에서 높은 비중을 점하는 주류 판매를 중단하기 어렵다는 점을 지적하고 있음.

식단으로 할랄메뉴를 제공함. 그러나 무슬림 환자의 환자식에 대한 만족도가 높은 수준이 아니며, 또한 할랄 환자식 공급의 경우 별도 조리공간 마련의 필요성, 식재료 조달 어려움, 조리인력의 할랄(중동)음식에 대한 생소함 등으로 인해 할랄음식 제공에 어려움이 있는 것으로 지적되고 있음.

- 과도한 통역비, 진료과정에서 통역 오류, 교통서비스 불만족과 함께 환자식의 맛과 품질에 대한 불만이 중동환자들의 주요 불만사례로 지적됨.³³
 - 한국관광공사(2014)에 의하면 할랄식이 제공되는 의료기관에는 서울대학교병원, 순천향대학교병원, 서울성모병원, 우리들병원, 강남차병원, 삼성서울병원, 서울아산병원, 세브란스병원, 이대목동병원 등이 있음.
- 이 밖에 무슬림 환자 또는 직원을 대상으로 학교나 업체에서 할랄메뉴가 제공되는 사례가 제한적으로 존재함. 주요 단체급식업체인 아워홈의 경우 2015년 6월 국내 단체급식 최초 할랄인증을 획득하였음.

무슬림 유학생, 직원 대상 할랄식단 제공 사례^{34,35}

- 한양대는 2013년부터 학생식당에서 할랄음식을 판매해 옴. 2015년부터는 무슬림 학생들을 위한 전용 부엌을 서울 및 안산캠퍼스 기숙사에 설치함. 이화여대도 기도실 한쪽에 할랄음식을 조리할 수 있는 주방을 마련하였으며, 세종대, 선문대의 경우에도 2015년부터 할랄메뉴를 제공하고 있음.
- 삼성엔지니어링 사내식당은 무슬림 직원들을 위해 이슬람 율법이 정한 방식으로 조리된 할랄치킨 메뉴를 제공함.

33 기획재정부 웹사이트(http://www.mosf.go.kr/_upload/bbs/62/attach/20150709101954396.pdf, 2015. 9. 18.) 참조

34 한겨레 웹사이트(http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/691085.html, 2015. 7. 22.) 참조

35 4HIM 웹사이트(http://www.4him.or.kr/bbs/board.php?bo_table=news_asia&wr_id=474, 2015. 8. 28.) 참조

3. 시사점

- 국내외 할랄식품 시장 동향과 국내 여건, 국내 할랄식품 인증과 관련한 주요 현황 및 특징을 살펴보면 다음과 같음.
- 첫째, 할랄식품 시장의 중요성이 커지면서, 세계 각국 정부와 식품기업들이 할랄식품 시장 진출을 확대하고 있으며, 주요 무슬림 국가들이 할랄인증·표시 관리를 정부 주도로 전환하는 추세임. 이러한 움직임에 맞춰서 각국은 정부 차원에서 다양한 정책적 노력을 기울이고 있음. 우리나라는 비교적 최근부터 농림축산식품부를 중심으로 할랄식품 관련 정책 추진을 본격화함.
- 둘째, 무슬림 방한 외래객 및 국내 장기체류 거주민 증가 등의 영향으로 국내 무슬림 인구가 지속적으로 증가하는 추세임. 무슬림 방한 외래객은 75만 명(2014년) 정도로 추산되며, 방한 중 지출경비 규모가 다른 국가에 비해 큰 편이어서 경제적으로 중요한 잠재 고객으로 고려됨. 국내 체류 무슬림의 경우, 실질적인 규모에 관한 정확한 통계가 집계되고 있지 않아 제공되는 자료 별로 10만 명~14만 명 정도로 다소 상이하게 추산됨.
- 셋째, 국내 할랄인증 기관은 민간 인증기관인 KMF가 유일함. 일반적으로 축산물, 가공식품의 인증 요건이 다른 품목에 비해 엄격한 편임. 할랄식당 인증의 경우 할랄인증 여부가 필수적인 육류 이외에도 모든 조리 재료가 할랄제품이거나 이에 준하는 조건을 갖춰야 함.
 - 2015년 7월 말 기준으로 155개 업체(524개 품목)와 6개의 식당이 할랄인증을 취득함.
- 넷째, 국내 식품업체의 경우 국내 시장보다는 주로 이슬람권 국가에 대한 수출을 목적으로 할랄인증을 추진함. 이에 따라 이들 업체 제품의 국내 유통·

판매가 활발하지 않음. 국내 무슬림 소비자들은 주로 이슬람 성전 및 거주지 주변의 슈퍼마켓 등을 통해 할랄제품을 구매함. 그러나 판매점 규모가 크지 않으며, 상품구색이 다양하지 않고, 상대적으로 수입산 제품이 많은 편임.

- 다섯째, 국내에서 공식 할랄인증을 취득한 식당은 총 6개에 불과하며, 무슬림 식당 친화 등급제에 의해 분류된 국내 무슬림 이용 가능 식당은 약 140여 개임. 등급제 적용 식당의 경우 거의 절반 정도가 서울지역에 위치하며, 대부분 인도, 네팔, 파키스탄, 터키 및 중동지역 음식을 제공함. 한식 메뉴를 제공하는 음식점은 약 51개 정도이며, 주로 사찰음식, 산채정식 등 채식 중심의 메뉴 또는 해물, 생선구이, 갈치요리 등의 해산물이 주류인 메뉴를 제공함.
- 여섯째, 할랄인증 음식점의 경우 국내 할랄식재료 생산 인프라가 취약하여 대체로 식재료 공급·취급 과정에서 어려움을 겪으며, 이에 따라 할랄인증을 받기 어려운 측면이 있음. 할랄 도축장·도계장 미흡, 주정 성분이 어느 정도 포함되는 발효식품의 특성으로 인해 육류 및 장류 조달이 특히 상대적으로 어려운 것으로 나타남.
 - 할랄의 특성상 식재료 중에서 육류에 보다 엄격하게 기준이 적용되는 경향이 있음. 또한 이슬람의 경우 주류 소비는 물론 유통·제조를 금하며, 이에 따라 장류의 주정 성분에 대해서도 간혹 엄격한 기준을 적용하는 경우가 있음.

제 3 장

국내외 할랄식품 정책과 대응 사례

1. 국내 할랄식품 정책

1.1. 추진 체계

- 국내 할랄식품에 관한 정책·사업 추진체계는 정부와 민간의 2개 영역으로 구성됨. 정부 영역은 중앙행정기관 및 산하기관을 포함하며 할랄식품에 관한 정책을 수립하고 관련 사업을 추진하는 등 정책적인 측면에서 주요한 역할을 함. 이 밖에 우리나라의 경우 국내 할랄식품에 관한 인증이 민간기관에서 실시되고 있어 민간 영역도 할랄식품에 관한 정책·사업 추진체계에서 중요한 비중을 가짐.
 - 국내 할랄인증은 한국이슬람교중앙회(Korea Muslim Federation: KMF)를 통해 이루어짐.

1.1.1. 정부 영역

- 정부 차원에서는 농림축산식품부, 해양수산부, 보건복지부, 식품의약품안전처, 문화체육관광부 등의 중앙행정기관이 할랄 관련 정책·사업과 관련되어 있음.
- 이 중 농림축산식품부는 할랄식품 관련 정책의 중점 추진기관으로서 할랄식품산업 발전과 수출 활성화를 위한 정책 수립 및 추진 관련 업무를 담당함. 할랄식품 관련 정책 주무부서는 식품산업정책실 식품산업정책관의 수출진흥과임. 그러나 할랄식품정책은 식품산업, 음식 및 외식 관련 다양한 정책을 광범위하게 포함하고 있기 때문에 외식산업진흥과, 국가식품클러스터추진팀 등 식품 및 외식 관련 업무를 담당하는 개별 부서에서 추진하는 정책이 할랄식품정책과 연관되어 있음.
- 이 밖에 해양수산부는 할랄수산물, 보건복지부는 국내 의료방문객(할랄환자식), 식품의약품안전처는 할랄식품 표시·광고, 문화체육관광부는 국내 관광객 대상 할랄음식(외식) 분야에서 할랄식품과 밀접하게 관련되어 있으며, 관련 업무를 담당함.
 - 또한 농림축산식품부는 할랄도축장과 도계장 마련에 필수적인 해외穆斯林 도축인력 수급을 위해 출입국 업무 소관 부처인 법무부와 협업을 추진함.³⁶
- 정부 관련 기관은 국내외 할랄식품 관련 정책·사업의 실질적인 추진을 담당함. 농림축산식품부 관련 기관으로는 한국식품연구원, 한국농수산식품유통

36 농림축산식품부는 2015년 6월에 발표한 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’에서 국내 할랄식품 생산기반 조성을 위한 세부 추진과제로서 할랄 도축·도계장을 마련하기 위한 자금 및 인력 지원에 관한 내용을 포함함.

공사 등이 대표적임. 한국식품연구원(‘할랄식품사업단’)은 할랄식품 관련 종합적 지원, 한국농수산물유통공사는 할랄식품 수출 시장 개척 및 활성화 업무를 담당함.³⁷

- 농림축산식품부는 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책(이하 ‘할랄식품 활성화 대책’)'에 할랄식품사업단을 확대·개편하여 ‘할랄식품 종합지원센터’를 운영하는 방안을 포함함<표 3-1>.

표 3-1. 할랄식품 종합지원센터 주요 기능

구분	주요 내용
기술지원	가공식품의 성분분석 등 국내 할랄인증 기관 및 할랄인증 희망 업체에 대한 기술 지원, 할랄식품 개발 R&D 수행 등
인증표준	국내 할랄인증 표준의 제정 및 보완·관리 업무
정보관리	국내외 할랄인증 관련 정보, 할랄시장 동향, 할랄식재료 정보 등을 수집·DB화하여 제공
인력개발	인력 수요에 따라 각종 할랄 관련 교육 프로그램 기획, 운영과 할랄 전문 인력 DB를 구축하여 관리

자료: 농림축산식품부 웹사이트(<http://www.mafra.go.kr>, 2015. 9. 8.) 참조.

- 이 밖에 농림축산식품부 이외의 기타 정부 관련 기관들이 할랄식품 수출, 의료 분야, 관광 관련하여 할랄식품 관련 정책·사업의 실질적인 추진을 담당하고 있음. 대표적으로 대한무역투자진흥공사(Korea Trade-Investment Promotion Agency: KOTRA)는 수출, 보건산업진흥원은 의료, 한국관광공사는 국내 할랄음식·식당 관련한 업무를 담당함.

1.1.2. 민간 영역

- 할랄식품 인증은 할랄식품산업 발전 및 수출 활성화를 위해 중요함. 우리나라의 경우 국내 할랄식품 인증은 민간기관인 한국이슬람교중앙회(Korea

37 한국식품연구원은 2015년 3월 국내 식품산업의 세계 할랄시장 진출에 필요한 종합적인 지원대책 추진을 전담할 수 있는 전문조직으로서의 역할을 할 수 있도록 ‘할랄식품사업단’을 마련함.

Muslim Federation: KMF)에서 담당하고 있음.³⁸

- KMF는 국내 이슬람선교를 위해 1964년에 설립된 종교법인으로 선교와 함께 할랄인증 업무를 수행함.³⁹
- KMF는 식품을 포함한 다양한 제품과 식당에 대해 인증을 실시하며, 이 밖에 인증 관련 상담업무, 할랄 관련 교육 등을 실시함.

표 3-2. 우리나라 할랄 관련 서비스 제공기관 현황

기관유형	기관명	주요 지원 분야
정부 및 공공기관	농촌진흥청	· 할랄식품 개발 및 정보제공
	농수산물유통공사	· 할랄인증 비용 지원 · 국내외 할랄식품 박람회 개최 및 참가
	한국식품연구원	· 할랄식품 관련 종합적 지원 - 할랄식품사업단 설립 · 할랄식품 개발 및 인증 등 지원 - 무슬림 국가별 할랄 가이드라인 분석자료 제공, 수출용 할랄식품 개발 지원, 전통식품 할랄인증 지원 등
	국립수산물과학원	· 할랄 관련 정보제공 및 컨설팅
	산림청	· 임산물에 대한 할랄인증 지원 - 주요 할랄시장 심층 정보조사, 식품박람회 임산물 홍보관 운영 등
	중소기업청	· 할랄인증 비용 지원
	지방자치단체 (강원도청, 경남도청)	· 할랄인증 비용 지원
민간기관	한국이슬람교중앙회	· 할랄인증 및 할랄인증 상담·교육
	농협	· 할랄인증 및 수출 자금 지원
	한국할랄산업연구원	· 할랄산업 연구조사, 상담, 교육
	한국할랄수입 수출무역협회	· 해외 할랄인증 컨설팅

자료: 김은미(2015: 22)를 참조하여 정리함.

38 임팩트(2015) 참조.

39 할랄인증제도는 이슬람 국가의 정부 또는 민간기관에서 특정 제품이 이슬람법을 지켜 무슬림들에게 허용되는 제품임을 인정해주는 제도로 국가별로 정부 또는 민간 인증기관에서 실시함(임팩트, 2015).

1.2. 추진 실태

- 이 절에서는 2015년 6월 농림축산식품부가 발표한 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책(이하 ‘할랄식품 활성화 대책’)'을 중심으로 할랄식품 관련 정책 수립 현황을 검토함.⁴⁰

1.2.1. 도입 및 추진 경과

- 무슬림 인구 증가와 무슬림 국가의 경제 성장 등으로 세계 식품시장에서 할랄식품 시장의 비중이 지속적으로 증가할 것으로 전망됨에 따라 할랄식품의 산업적·정책적 중요성이 제기되어 왔음.
- 식품분야에서 할랄식품에 관한 정책적 움직임은 2015년 ‘한-UAE 할랄식품과 관련한 양국 간 교류 협력 양해각서(MOU)(이하 ‘한-UAE MOU’)'체결과 함께 본격화됨. 농림축산식품부는 2015년 3월 대통령의 중동 순방을 계기로 ‘한-UAE MOU’를 체결하였음<표 3-3>.
- 2015년 3월 할랄인증을 위한 기술지원 및 수출업체 상대 정보제공 등을 위해 한국식품연구원 내 ‘할랄식품 사업단’을 설립하였으며, 민관협력 및 의견수렴의 틀로서 수출개척협의회 산하에 관계부처 및 유관기관, 학계, 산업계 등이 참여한 ‘할랄분과위원회’를 구성함.

40 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 8.)의 ‘할랄식품 활성화 대책’을 참조하여 주요 정책 현황을 검토함.

- 2015년 3월부터 2015년 5월까지 ‘할랄분과위원회’, 지자체 및 전문가 그룹 간담회 등을 통해서 할랄식품산업 활성화 및 수출확대를 위한 폭넓은 의견을 수렴하여 8대 분야 세부 추진과제를 발굴하여 2015년 6월 할랄식품 활성화 대책을 발표함.

표 3-3. 할랄식품 정책 추진 개요

일시	추진경과
2015. 3.	<ul style="list-style-type: none"> • 대통령 중동 순방(3.1.~3.9.) 및 ‘한-UAE 할랄식품과 관련한 양국 간 교류 협력 양해각서(MOU)’ 체결
2015. 3.	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄식품사업단 구성 <ul style="list-style-type: none"> - 한국식품연구원 내 조직 - KMF의 할랄인증과 관련 기술지원 및 수출업체 상대 정보제공 등을 위해 구성
2015. 3.~ 2015. 5.	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄분과위원회 구성 및 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 범정부 수출개척협의회 산하 위원회 구성 - 1차 분과위(3.31.) 개최 이후 5월 중순까지 매주 개최(4.17.~5.15.) - 정보, 생산기반, 인력, 연구개발 등 할랄식품산업 인프라 구축 및 국내 인증기관의 역량과 공신력 강화, 방한 무슬림을 위한 할랄 음식 공급방안 등 논의
2015. 4.	<ul style="list-style-type: none"> • 농림축산식품부 내 할랄식품팀 발족 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄식품산업 관련 정책 총괄 및 유관기관과 협업체계 구축 • 농식품부와 UAE 표준측량청(ESMA) 간 협력창구 개설
2015. 4.~ 2015. 6.	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체, 전문가 그룹 간담회, 세미나 등을 통해 할랄식품산업 활성화 및 수출확대를 위한 의견 수렴 <ul style="list-style-type: none"> - 시도농정국장 회의(6.8.) - 할랄분과위를 기반으로 각 과제별 전문가 그룹 간담회(7회) - 농식품부 내 할랄TF 회의(4.15., 5.28.) - 할랄세미나 참석(4.15., 5.13.)
2015. 6.	<ul style="list-style-type: none"> • ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’ 발표 <ul style="list-style-type: none"> - 비전: 할랄식품산업 기반 구축 및 수출확대를 통한 농업의 미래 성장산업화 지원 - 추진과제: ① 할랄식품 수출 지원 ② 국내 할랄식품 공급 확대 ③ 할랄식품산업 인프라 구축 - 추진전략: ① 정부 내·정부와 민간 간 효율적 협조체계 구축 ② 선택과 집중을 통한 효과적인 할랄시장 진출 지원 ③ 할랄식품 산업의 지속 발전을 위한 산업 생태계 조성
2015. 9.	<ul style="list-style-type: none"> • 한-UAE 할랄식품 협력 MOU 이행과제 합의록 서명

자료: 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 8.) 참조하여 정리함.

- ‘할랄식품 활성화 대책’은 2015년 ‘할랄식품산업 기반 구축 및 수출확대를 통한 농업의 미래성장산업화 지원’을 비전으로 하고, ‘2017년까지 할랄시장 수출 15억 불 달성’을 목표로 하여 수립됨<그림 3-1>.
 - 세부적으로 할랄시장 수출 규모는 2014년 8.6억 달러에서 2017년 15억 달러로 확대하고, 전체 농식품 수출을 2014년 61.8억 달러에서 2017년 100억 달러로 확대하는 것을 목표로 하고 있음.
- 목표 달성을 위한 추진과제를 ‘할랄식품 수출 지원’, ‘국내 할랄식품 공급 확대’, ‘할랄식품 산업 인프라 구축’으로 구분하여 세부 사업들을 추진하도록 함.
 - 할랄식품산업 인프라 구축에 관한 과제는 정보, 생산, 인력 및 R&D 관련 내용을 담고 있음.
- ‘할랄식품 활성화 대책’과 관련하여 농림축산식품부는 2015년에는 할랄시장에 대한 농식품 수출 확대를 위해 수출기업의 당면 애로사항 해소, 수출업체 해외 할랄시장 진출 지원, 할랄 도축·도계장 수요 파악과 시설 개보수 지원, 할랄인증 표시 제품 국내 유통 허용 및 할랄식품 종합지원센터 설치를 위한 법적 근거 마련, 할랄 전문인력 육성에 중점을 두고 있음.^{41,42,43}
 - 할랄인증 표시 제품의 국내 유통 허용을 위해 「식품위생법」, 「축산물위

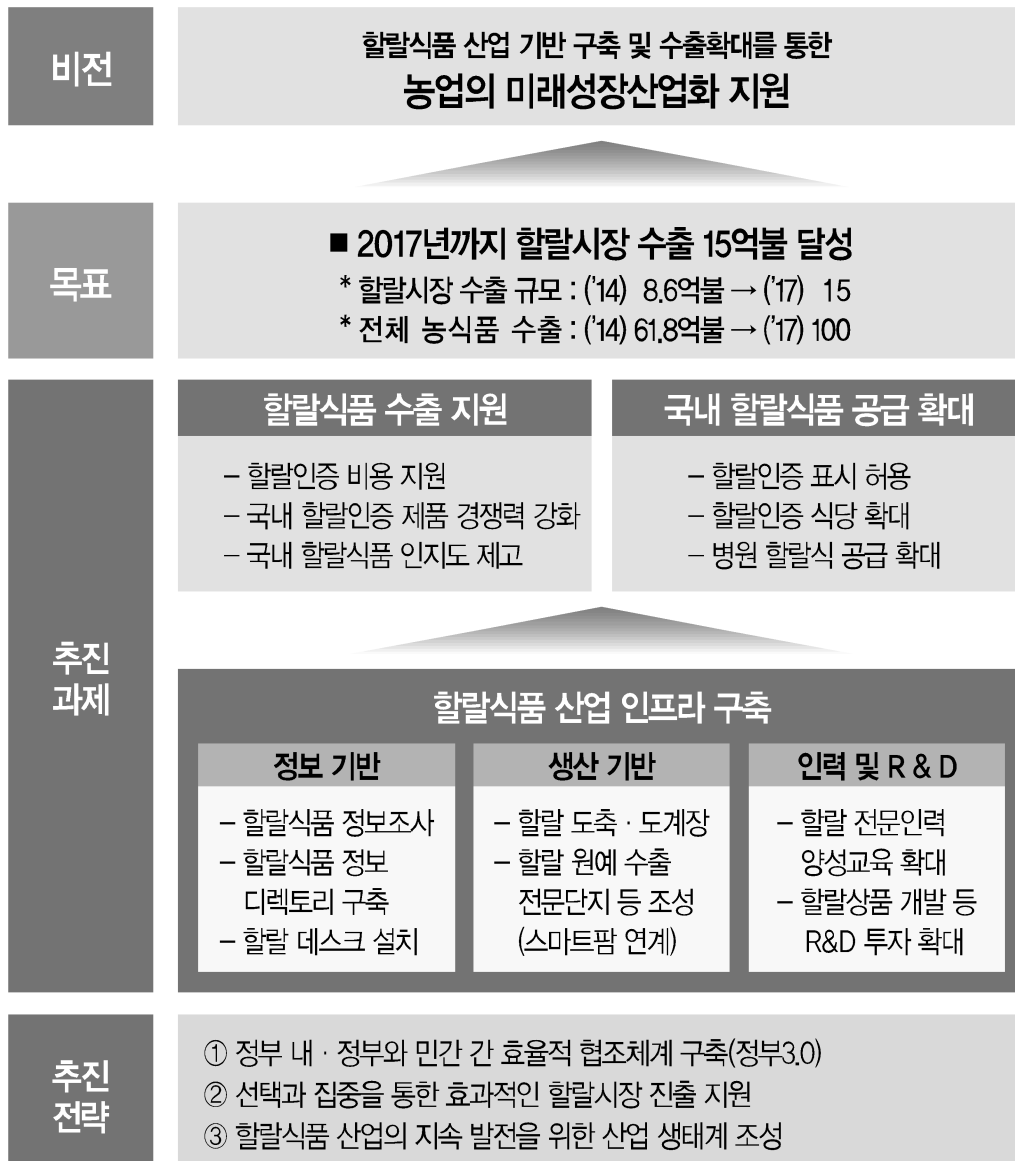
41 수출기업 당면 애로사항 해소를 위해 UAE와의 할랄식품 전문가 포럼 개최, 수출상담회 개최, 현지 판촉전 및 K-Food 페어 개최 등을 통한 해외 마케팅·홍보 활동 강화와 주요 할랄시장 4개국(말레이시아, 인도네시아, UAE, 사우디아라비아)에 대한 시장 동향, 인증 정보, 비관세 장벽, 검역 정보 등을 조사하여 수출 매뉴얼을 제작·배포할 계획임.

42 수출업체 해외 할랄시장 진출 지원을 위해 국내 할랄인증 표준을 국가 산업표준으로 등재하고, 해외인증기관과 교차인정 확대, 할랄인증 비용지원을 확대하여 수출업체의 해외 할랄시장 진출을 지원할 계획임.

43 전문인력 육성을 위해 aT유통교육원에 할랄 전문인력 강화를 개설하여 시범 운영할 계획임.

생관리법 시행규칙」 개정, 할랄식품 종합지원센터 설치 근거 마련을 위해 「식품산업진흥법」 개정을 계획하고 있음.

그림 3-1. 할랄식품 정책 비전 및 추진과제



자료: 농림축산식품부 홈페이지(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 8.) 참조.

1.2.2. 주요 정책: 농림축산식품부 중심

- 농림축산식품부 ‘할랄식품 활성화 대책’은 할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 등을 위한 다양한 국내외 대책을 포함하고 있음. 이들 대책은 할랄식품 관련 인프라 구축, 수출시장 확대, 국내 유통기반 마련, 추진체계 구축 등과 관련된 8개 부문의 18개 세부 추진과제로 구성되어 있음<표 3-4>.
- 8개 부문은 할랄식품 관련 정보기반 구축, 생산기반 조성, 전문인력 육성, 할랄식품 R&D, 국내 할랄인증 인프라 강화, 해외 마케팅, 국내 할랄식품 유통 활성화, 환자식 공급 확대 등을 포함함.

표 3-4. 할랄식품 활성화 대책 세부 추진과제

구분	세부 추진과제
정보기반 구축	수요맞춤형 할랄 관련 정보 수집
	할랄 관련 정보 디렉터리 구축
	할랄 데스크 설치 및 수출 매뉴얼 제작·배포
생산기반 조성	할랄 전용 도축장·도계장 설립
	할랄 수출전문단지 조성(스마트팜 연계)
	국가식품클러스터 내 할랄 전용 생산단지 조성
전문인력 육성	할랄식품 전문인력 양성
	인력DB-업체 간 매칭 프로그램 도입
할랄식품 R&D	
국내 할랄인증 인프라 강화	할랄식품 종합지원센터 설치
	해외 인증기관과 교차인정 확대
	할랄인증 표준 제정 등 국내 할랄인증 공신력 강화
해외 마케팅	할랄식품의 해외시장 인지도 강화
	한식 및 식문화 교류 확대
국내 할랄식품 유통 활성화	국내 할랄인증 표시 제품 유통 허용
	국내 할랄 식당 인증 확대
환자식 공급 확대	수요자 맞춤형 할랄 환자식 공급 확대
	할랄 환자식 조리사·영양사 교육

자료: 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 8.) 참조.

- ‘할랄식품 활성화 대책’의 주요 8개 부문 중에서 국내 할랄식품 시장 활성화와 직접적으로 관련된 부문은 국내 할랄식품 유통 활성화와 환자식 공급 확대 등임.
- 국내 할랄식품 유통 활성화를 위한 세부 추진과제에는 ① 국내 할랄인증 표시 제품 유통 허용 ② 국내 할랄 식당 인증 확대가 있음. 이 밖에 수요자 맞춤형 할랄 환자식 공급 확대와 할랄 환자식 조리사·영양사 교육 등 무슬림 의료관광객 대상 정책을 추진하고 있음.
 - 국내 할랄인증 표시 제품 유통 허용은 식품의약품안전처가 주무부처로서 「식품위생법 시행규칙」을 개정하여, 할랄인증 관련 조항을 신설하는 것을 추진하고 있음. 또한 국내 할랄인증 표준에 따라 인증하는 기관에 대해서만 표시를 허용하도록 고시 개정을 추진하고 있음.
 - 국내 할랄식당 인증 확대를 위해 농림축산식품부는 문화체육관광부와 연계하여 식당에 대한 할랄인증을 확대하고, 무슬림 식당 친화 등급제와 연계하여 방한 무슬림 대상 할랄음식 공급을 확대하는 방안을 추진하고 있음<표 3-5>.

표 3-5. 국내 할랄식당 인증 확대

구분	세부 추진과제
할랄인증 식당 확대 (농림축산식품부)	<ul style="list-style-type: none"> · 무슬림 관광객 선호지역, 무슬림 친화도 높은 식당 중심으로 인증 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄인증 비용(매년 20개소), 조리시설 리모델링 비용(매년 5개소) 지원 - 무슬림 관광객이 많은 지역의 한식당 대상으로 할랄인증 관련 정보·제도 기준 등 설명회 개최
무슬림 친화식당 지정 (문화체육관광부)	<ul style="list-style-type: none"> · 무슬림 친화식당 지정 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄인증 식당, 무슬림이 식사 가능한 식당을 포함하여 ‘무슬림 친화 식당 아랍어 가이드북’ 발간·배포

1.2.3. 기타 중앙행정기관 할랄식품 관련 정책 현황

가. 문화체육관광부

- 문화체육관광부의 할랄식품 관련 정책은 무슬림 관광과 연계하여 추진되고 있음. 문화체육관광부는 무슬림 관광객의 지속적인 증가에 따라 이들의 식사 수요를 충족시키기 위해 무슬림이 이용 가능한 음식점을 발굴·보급하는데 정책의 초점을 맞추고 있음.
- 2014년 12월에 한국관광공사를 통해 무슬림 식당 친화등급 분류체계(Muslim Friendly Restaurant)를 시범적으로 도입하였으며, 2016년부터는 이를 확대·적용할 계획임. 2014년 12월 현재 140개의 식당이 무슬림 식당 친화등급제 적용을 받고 있음<표 3-6>.⁴⁴
 - 무슬림 식당 친화등급은 ‘할랄인증’, ‘자가인증’, ‘무슬림 우호’, ‘무슬림 환영’, ‘돼지고기 미사용’ 등 5단계로 구분됨.

표 3-6. 무슬림 친화 등급제 분류

구분	개념
할랄인증 (Halal Certified)	한국이슬람교중앙회(KMF) 공식 인증 레스토랑
자가인증 (Self Certified)	모든 메뉴가 할랄 재료를 사용하며 무슬림으로서 할랄임을 스스로 인증한 레스토랑
무슬림 우호 (Muslim Friendly)	무슬림이 운영하거나 조리하며, 일부 할랄 메뉴들을 판매하고 있으나 주류를 판매하고 있는 레스토랑
무슬림 환영 (Muslim Welcome)	한식 채식 식당 또는 돼지고기 관련 제품을 판매하고 있지 않은 레스토랑
돼지고기 미사용 (Pork-Free)	돼지고기를 판매하지 않고 있으며, 비할랄 육류를 이용하여 조리하는 레스토랑

자료: 한국관광공사(2014).

⁴⁴ 한국관광공사(2014).

- 한국관광공사는 2015년 1월 할랄음식점, 할랄인증 식품 및 구매 정보 등을 담은 ‘무슬림 음식 가이드북’을 국문판 및 영문판으로 제작·배포하였으며, 5월에는 ‘무슬림 친화 식당 아랍어 가이드북’을 제작하였음.⁴⁵
 - 아랍어 가이드북은 2015년 5월에 UAE 두바이에서 열린 중동 지역 국제 관광 박람회(Arabian Travel Market: ATM)에서 배포함.

나. 식품의약품안전처

- 식품의약품안전처는 할랄인증 식품 표시·광고와 인증기관 지정 관련한 정책을 추진하고 있음. 최근까지 할랄인증 표시는 축산물을 제외한 일반 가공식품만 가능하고, 광고는 모든 제품이 불가능하였음. 그러나 식품의약품안전처는 근거 법령 개정을 통해 축산물을 포함한 모든 가공식품에 대한 할랄인증 표시와 광고가 가능하도록 추진 중임. 또한 사회적 관심이 증가하고 있는 할랄식품에 대한 제조·수입 관리 수단이 미비함에 따라 관련 법령 개정을 통해 할랄식품에 대한 관리의 법적 근거를 마련함.
 - 국내 할랄식품 시장을 활성화하고, 할랄식품 수요층들이 식품 구매 시 할랄표시를 통해 구매 결정을 할 수 있도록 법 개정 추진
- 기존에 정부인증 이외에 모든 인증에 대한 광고가 금지되었으나, 2015년 9월부터 해외 인증기관과 국내 민간인증기관 등이 식품의약품안전처로부터 할랄인증기관으로 인정을 받게 되면 해당 기관으로부터 받은 할랄인증의 표시·광고가 허용됨.
 - 식품에 대한 할랄인증 표시 허용을 위해 「식품위생법」 및 「축산물위생관리법」 시행규칙 개정안이 2015년 6월 입법 예고(2015. 6. 2.)<표 3-7>.

⁴⁵ 국문판 가이드북의 정식 명칭은 ‘무슬림 관광객 유치 안내서’로 발행 시점은 2014년 12월임.

- 식품의약품안전처는 이러한 할랄인증 식품 표시 허용의 후속조치로 할랄식품 인증기관을 지정하는 내용과 절차를 담은 ‘식품 등 및 축산물 인증·보증 기관 지정에 관한 규정(이하 ‘인증기관 지정 규정’)'을 마련하여 9월 16일 행정예고함.
- 인증기관 지정 규정은 심의위원회 구성 및 운영, 인증기관 지정 및 운영 기준, 인증기관 지정신청, 지정검토 및 지정·공고 등에 관한 사항을 주요 내용으로 포함하고 있음.⁴⁶

표 3-7. 할랄인증 표시·광고 관련 규제

근거법령(관련 제품)	현행		개정	
	표시	광고	표시	광고
식품위생법 시행규칙 (일반가공식품)	○	×	○	○
축산물위생관리법 시행규칙 (축산물 및 가공식품)	×	×	○	○

자료: 농림축산식품부 웹사이트(www.mafra.go.kr, 2015. 9. 29.) 참조.

표 3-8. 할랄식품 관련 주요 법령 개정(안) 내용

법령명	주요 내용
식품 위생법	<ul style="list-style-type: none"> · 인증 또는 보증 표시를 허위표시 및 과대광고의 범위에 포함하고, 신뢰성 있는 민간 또는 외국 정부인증에 대한 표시·광고 허용(안 제8조) <ul style="list-style-type: none"> - 인증 또는 보증 등에 대하여 광고는 제한하고 있으나 표시를 제한하는 규정이 없어 불합리한 면이 존재하고, 민간 또는 외국 정부인증에 대한 광고를 제한함에 따라 공신력 있는 인증에 대한 광고까지 금지하는 문제가 있음 - 허위표시 및 과대광고의 범위에 인증 또는 보증 등에 대한 표시를 추가하고, 식품의약품안전처장이 인정하는 기관의 인증인 경우에는 표시·광고를 허용함 · 할랄식품에 대한 관리의 법적근거 마련(안 제46조, 별지 제3호서식, 별지 제43호서식 및 별지 제45호서식) <ul style="list-style-type: none"> - 품목제조보고 시 및 수입신고 시 해당 식품이 할랄식품인지 여부를 기재하도록 하고, 할랄식품은 인증서 사본을 첨부하도록 함

46 식품의약품안전처 공식 블로그(<http://blog.naver.com/kfdazzang/220483902490>) 참조.

축산물 위생 관리법	<ul style="list-style-type: none"> · 민간 또는 외국 인증에 대한 표시·광고 허용(안 제52조) <ul style="list-style-type: none"> - 민간 또는 외국 인증에 대한 표시·광고를 제한함에 따라 공신력 있는 인증에 대한 표시·광고까지 금지하는 문제가 있어 식품의약품안전처장이 고시하여 정하는 기관으로부터 받은 인증의 경우에는 표시·광고를 허용함 · 인증 축산물에 대한 관리 근거 마련(안 제37조, 별지 제10호서식, 별지 제28호서식 및 별지 제29호서식) <ul style="list-style-type: none"> - 둔갑 판매 방지 등을 위해 품목제조 보고 및 수입신고 시 해당 축산물이 인증 축산물인지 여부를 기재하여 관리가 가능하도록 함
------------------	--

자료: 식품의약품안전처 웹사이트(<http://www.mfds.go.kr/index.do?mid=688>, 2015. 8. 12.) 자료를 참조하여 정리함.

다. 보건복지부

- 보건복지부의 할랄식품 관련 정책·사업은 의료부문과 연계되어 있음. 보건복지부는 2009년부터 해외 환자 유치를 본격적으로 시작하였으며, 최근에는 정부 대 정부 사업(Government to Government: G2G)의 일환으로 국제협정을 통해 자국 환자 송출에 따른 의료서비스를 제공하고 있음.
 - 보건복지부는 2011년 환자유치협약을 체결하고 UAE 국비 지원환자를 송출 받고 있음.
- UAE와의 협약 체결 이후 의료목적의 UAE 관광객이 지속적으로 증가함. 그러나 이들 의료환자가 지출하는 의료비가 상당함에도 불구하고 통역, 교통, 숙박 및 음식 등 비의료서비스에 대한 불만이 지속적으로 제기되고 있음.
 - UAE 의료 관광객은 2009년 17명에서 2013년 1,151명으로 증가하였음. UAE 환자 1인당 평균 진료비는 1,771만 원(2013년 기준)으로 해외 의료 환자 평균 진료비(186만 원)의 9.5배 이상 높은 수준임.⁴⁷

47 보건복지부 웹사이트(http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=322608&page=1, 2015. 9. 7.) 참조

- 중동환자들은 주로 중증환자로서 장기간 체류하면서 고가의 서비스와 함께 통역, 교통, 숙박 등 다양한 서비스를 이용함. 그러나 제공되는 서비스에 대한 불만이 제기되고 있음. 특히 환자식의 맛과 품질에 대한 불만이 지속적으로 제기됨.
- 보건복지부는 2015년 8월 ‘외국인 환자 유치목표 달성을 위한 방안(이하 ‘외국인 환자 유치 방안’)'을 발표하였음. ‘외국인 환자 유치 방안’에는 중동 국비환자 대상 서비스 개선 및 유치 확대기반 마련 방안이 제시되어 있으며, 음식과 관련하여 병원식에 대한 불만 개선을 위해 협약 의료기관 대상 아랍식 식단 조리법 교육 및 레시피 개발이 포함되어 있음.
 - 보건복지부는 2015년 3월에 1차 아랍식 식단 조리법 교육을 실시하였음.
- 농림축산식품부 ‘할랄식품 활성화 방안’에는 보다 구체적으로 보건복지부와 협력과제로 병원 할랄식 안정적 공급체계 구축이 포함되어 있음. 세부 추진과제에는 ① 병원협업체를 통해 병원 할랄식의 안정적 공급을 위한 협력 체계 구축 ② 할랄식 전문 조리·영양사 양성 등이 있음<표 3-9>.

표 3-9. 농림축산식품부-보건복지부 협력과제(‘할랄식품 활성화 방안’)

구분	세부 추진과제
안정적 병원 할랄식 공급 위한 협력 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ● 정보 공유 및 협력 네트워크 구축 <ul style="list-style-type: none"> - UAE 국비환자 체류 병원 할랄식 정보 공유 및 협력 네트워크 구축 (UAE 국비환자 대상 12개 의료기관)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 조리시설 구비 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄 전용 조리시설 구비 의료기관 확대 - 병원 할랄식 조리시설 요건 등에 관한 가이드라인 및 개보수 관련 컨설팅 제공
	<ul style="list-style-type: none"> ● 레시피 개발 <ul style="list-style-type: none"> - UAE 맞춤형 환자식 보완·개선
	<ul style="list-style-type: none"> ● 식재료 정보 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 국내외 할랄 식재료 DB 구축 및 제공(농림축산식품부 담당)

전문 조리· 영양사 양성	<ul style="list-style-type: none"> ● 교육 프로그램 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄식 교육 과정 정례화 운영 <ul style="list-style-type: none"> · 레시피 연구 수행기관인 영양사협회, 보건산업진흥원에서 교육 프로그램 기획 · 이슬람지역 현지 주요 병원 조리장 초청, 현지 주요 호텔과의 정기적 셰프 교류 확대 - 교육 이수자에 대한 할랄 전문 조리·영양사 교육 수료증 발급 (영양사·조리사 협회)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 조리·영양사 인력 대상 전문가 DB구축 <ul style="list-style-type: none"> - 전문인력과 병원, 식당 등과 필요 수요 매칭 * 할랄식 조리 교육 인력 지원은 농림축산식품부 담당

자료: 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 10. 6.) 참조하여 정리함.

2. 해외 주요국의 할랄 대응 사례

- 이 절에서는 기존 문헌에 대한 검토를 바탕으로 하여 일본, 중국, 태국 등 주요 비무슬림 국가 사례를 중심으로 할랄 관련 실태를 살펴봄.

2.1. 일본⁴⁸

2.1.1. 할랄식품 인증제도 현황

48 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 16.), 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.), 박기환 (2015) 등을 참조하여 정리함.

- 일본 내 할랄인증은 종교단체 및 비영리법인 등 8개 민간기관에서 담당하고 있음. 이 외에 일반 컨설팅업체들이 인증 관련 업무대행을 하고 있음. 이들 기관 중에서 타 국가의 인증기관으로부터 인정을 받은 것이 확인된 기관은 일본무슬림 협회, 일본할랄협회, 일본이슬람문화센터, 일본아시아할랄협회 등임<표 3-10>.
- 정부 혹은 정부기관에 의한 인증 및 인증대행은 이루어지고 있지 않음.
 - 말레이시아(JAKIM), 인도네시아(MUI), 싱가포르(MUIS) 등 3개국 인증 기관에서 모두 인증을 받은 기관은 일본무슬림협회와 일본할랄협회 등 2개 기관이 있음.

표 3-10. 일본 내 할랄인증기관 현황

일본 내 할랄인증기관	인도네시아 (MUI)	말레이시아 (JAKIM)	싱가포르 (MUIS)	UAE
종교법인 일본무슬림협회 (JMA)	향료, 가공식품 공인	공인	공인	-
NPO법인 일본할랄협회 (JHA)	공인신청 중	공인	공인	-
종교법인 일본이슬람문화센터	-	-	-	소고기 인증발행기관 등록
종교법인 이슬라믹센터재팬	-	-	-	소고기 인증발행기관 등록
NPO법인 일본아시아할랄협회	-	-	공인	-
일반사단법인 HDFJ	신청 중	-	-	-
말레이시아 할랄 코퍼레이션	-	신청 중	-	-
큐슈이슬람 컬처센터	도축 공인	검토 중	-	-

자료: 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

표 3-11. 일본의 할랄인증 조건 및 절차

구분	내용																							
인증 조건 (신청조건)	<ul style="list-style-type: none">· 할랄제품 생산체제 구축 및 할랄 플랜 작성· 제조·생산과정의 모든 원재료가 할랄성 확인되는 것만 사용· 할랄 서플라이체인 준수· 사내 이슬람교도, 또는 비이슬람교도라도 협회에서 제공하는 할랄 관리자 트레이닝을 수료하고 할랄 관리자로서 취업해야만 함. 인증취득으로부터 2년 이내에 이슬람교도 고용 필요· 화물송하강기, 제조라인, 품질관리, 창고, 배송 관련 HACCP, GHP, ISO9000,GMP 기준(또는 동등한 것)에 준하는 시설 구비																							
인증 절차	<ul style="list-style-type: none">① 신청서 제출② 서류심사(제조할랄성 판단)③ 계약체결④ 견적서(각 업종별 구체적인 플랜에 준한 견적)⑤ 납부⑥ 제1차 감사(회사·제조라인)⑦ 개선사항(CAP: Corrective Action Plan)⑧ 제2차감사(개선 사항에 대해 일정 기한 내에 개선을 실시한 후 재감사에 의한 감사; 2회째 감사 불합격 시 3회째 감사 실시)⑨ 인증: 할랄 심의위원회에서 심사 후, 합격 시 할랄인증서 발행																							
기타 사항	<ul style="list-style-type: none">· 할랄 로고는 시리얼 번호로 관리· 신청에서 인증까지 2~3개월 소요· 할랄 인증서는 발행일로부터 1~2년간 유효(인증별로 상이)· 할랄제품, 서비스의 신뢰성을 위해 인증취득 기업은 최저 2명 (생산라인 1명, 관리 1명)이상 할랄관리자자격을 취득한 종업원 취업 필요하며, 할랄위원회 설치 및 연 2회 이상 할랄위원회 개최 필요(인증 취득 후 2년 내 무슬림 교도 고용 필요)																							
인증소요비용 (예시)	<table><tr><th>항 목</th><th>계약 전</th><th>계약 후</th></tr><tr><td>계약료</td><td>20만 엔</td><td>-</td></tr><tr><td>갱신료(1년간)</td><td>-</td><td>10만 엔</td></tr><tr><td>증명서 발행 수수료</td><td>1만 엔</td><td>-</td></tr><tr><td>추천장(1통당)</td><td>1만 엔</td><td>1만 엔</td></tr><tr><td>ICJ 할랄·로고 발행료(스티커 1매당)</td><td>2만 엔</td><td>-</td></tr><tr><td>추가 스티커 대금</td><td>-</td><td>사전 협의 요</td></tr></table>			항 목	계약 전	계약 후	계약료	20만 엔	-	갱신료(1년간)	-	10만 엔	증명서 발행 수수료	1만 엔	-	추천장(1통당)	1만 엔	1만 엔	ICJ 할랄·로고 발행료(스티커 1매당)	2만 엔	-	추가 스티커 대금	-	사전 협의 요
항 목	계약 전	계약 후																						
계약료	20만 엔	-																						
갱신료(1년간)	-	10만 엔																						
증명서 발행 수수료	1만 엔	-																						
추천장(1통당)	1만 엔	1만 엔																						
ICJ 할랄·로고 발행료(스티커 1매당)	2만 엔	-																						
추가 스티커 대금	-	사전 협의 요																						

자료: 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

2.1.2. 할랄식품 시장 현황⁴⁹

- 일본 대기업의 할랄식품 생산은 주로 해외 현지생산 위주로 인근 국가 판매를 위해 각 해당 국가의 할랄인증을 주로 취득하고 있음. 일본 식품업체 할랄인증 취득 건수는 총 80건 정도로 2012년까지 인증 취득 건수가 많지 않았으나, 2013년 17건, 2014년 31건으로 지속적으로 증가하고 있음.⁵⁰
 - 할랄인증 취득 건수 중에서 가공식품이 전체의 20%인 16건으로 가장 많으며, 다음이 조미료(15건, 19%), 음료(11건, 14%), 과자(9건, 11%) 등의 순임.⁵¹
 - 쿠파, 아지노모토 등이 선두기업으로 현지공장에서 생산되는 가공식품, 조미료, 소스류, 음료, 과자, 향료 등의 판매를 위해 할랄인증을 획득함.⁵²
 - 일본의 해외공장 생산공장 중 약 44건의 해외 할랄에 등록 사례가 있음. MUI(인도네시아) 20개, JAKIM(말레이시아) 12개, CICOT(타이) 5개, MUIS(싱가포르) 4개, IDCP(필리핀) 1개, IFANCA(미국) 1개, HELALDER(1개) 등임.⁵³
- 일본 내 무슬림 인구는 약 20만 명이며, 연간 약 23만 명 이상의 무슬림 관광객이 방문하는 것으로 추산되고 있음. 할랄 대응을 하고 있는 레스토랑은 전국에 56개 점포(도쿄 46개 점포) 정도이며, 실제로 외식·급식부문에서 할랄인증을 취득한 경우는 26건 정도임. 일본의 외식·급식부문 할랄인증 취득은 2012년 2건에서 2013년 3건, 2014년 13건으로 증가하는 추세임.⁵⁴

49 일본의 경우 정책적으로 일본 내 무슬림에 대한 할랄 대응의 필요성이 최근 부각되어, 관련 실태에 대한 상세한 파악과 자료는 미비한 것으로 지적되고 있음.

50 박기환(2015: 8) 참조.

51 박기환(2015: 8) 참조.

52 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

53 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

54 박기환(2015: 9) 참조.

- 외식·급식부문 할랄인증 취득 업체는 유형별로 레스토랑 15건, 호텔 9건, 카페, 1건, 학교식당 1건 등이며, 지역별로 동경도 7건, 치바현 6건, 오사카부 4건, 교토부 3건 등 주로 해외유입 인구가 많은 대도시 중심임.
- 의료기관의 할랄음식 공급 사례로 현재 구체적으로 알려진 것은 1개소 정도임.⁵⁵

의료기관의 할랄식 제공 사례

- 오사카시 히가시요도가와에 위치한 요도가와 기독교병원은 2012년 7월 조리장에 말레이시아인증조직으로부터 할랄인증을 취득하였음. 전용 키친을 설치하고, 연수를 받은 조리사, 영양사 등 약 20명이 할랄식 대응을 하고 있음. 식재료달은 도쿄 레스토랑으로부터 공급받고 있음.

자료: 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

2.1.3. 정부 정책 현황⁵⁶

- 일본의 경우 정부 지원은 할랄수출 시설(식육) 장비 및 인증취득비용 등 보조금(50%) 지원 및 정보수집, 현지 상담회 등 개최 지원 형태로 이루어짐.
 - ‘강한 농업만들기 교부금’을 활용하여 수출대응형시설 정비에 대해 지원을 실시하고 있음. 구체적으로 수출업체가 할랄대응형 식육시설 정비를 하고자 할 경우 사업비에 대해 50%의 보조금을 지급하고 있음.
 - ‘수출 추진 사업자대상 대책사업’의 일환으로 인증비용과 컨설팅 비용 등 할랄인증 취득에 소요되는 비용에 대해 50%의 보조금을 지원함.

⁵⁵ 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

⁵⁶ 박기환(2015), 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

- 이 밖에 일본무역진흥기구(JETRO)가 각국의 할랄 관련 규격기준·규제 정보에 관한 정보를 수집하며, 현지 상담회 등을 개최하고 있음.

수출대응형시설 정비 지원 기업

- 식육가공회사 젠카이미트는 2014년 12월 7일 인도네시아 MUI 인증을 획득하였으며, 2014년 12월 19일 일본 최초 인도네시아 할랄인증방식으로 도축된 쇠고기 수출(1.2톤)

자료: 주일본 대한민국 대사관 웹사이트(<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>, 2015. 9. 24.) 참조.

2.2. 태국⁵⁷

2.2.1. 할랄식품 인증제도 현황

- 태국의 할랄식품 인증은 태국 이슬람중앙회(The Central Islamic Committee of Thailand)에서 주관함. 주요 인증 절차와 요건은 다음과 같음.
 - 태국은 1982년 처음으로 할랄인증 발급을 시작함. 태국 중앙이슬람위원회사무소가 할랄 감시 담당자를 지명하여 할랄로고 사용과 위반에 대하여 감시함. 인증소요기간은 제품당 평균 약 60일, 인증 절차에서 문제가 발생한 경우 60일 이상 소요됨.

⁵⁷ 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹사이트(<http://www.kati.net>, 2015. 9. 21.) 자료를 참조하여 정리함.

태국 할랄식품 인증 절차 및 요건

- 신청서 접수
 - 지방 이슬람위원회 또는 지방 위원회가 없는 경우 태국 이슬람 중앙회 사무소에 신청서 제출
- 제출서류 검사: 태국 이슬람중앙회사무소가 검사 실시
 - 이전에 할랄승인을 받은 적이 없는 신규사업자는 태국 할랄 표준협회와 공동 주최하는 할랄 교육 참석이 필요하며, 교육 수료 후, 제출된 신청서는 추가 검토를 통해 인가된 관계자에게 제출
- 실사위원회 구성
 - 승인 완료 후 태국 이슬람중앙회사무소는 분야별 전문가가 포함된 실사위원회 구성
- 현장실사 및 분석
 - 전체 제조공정, 모든 창고와 원재료 재고 등에 대한 실사를 실시하고 실사보고서와 평가 보고서 발행
 - 부적합 가능성이 있는 제품과 원재료의 표본을 수집하며, 표본은 태국 할랄표준협회로 보내지며, 이는 실험실 분석을 위해 할랄과학센터로 재전송되고 분석결과는 다시 태국 할랄표준협회로 보내짐.
 - 담당자는 실사 결과와 실험분석자료를 수집하여 승인을 위한 할랄 승인을 위해 할랄 사무 위원회에 제출
- 할랄사무위원회로부터 승인을 받은 후, 신청서는 다시 할랄 로고 사용에 대한 최종승인을 위하여 태국 중앙이슬람위원회에 제출
 - 성분이나 제품 원재료에 대한 논란이 제기될 경우, 그 결정은 할랄협의회로 이진하여 진행
- 할랄인증 발급 및 로고 사용 승인
 - 사업자는 할랄인증서를 수령하고, 할랄사용계약 체결
 - 할랄인증서 발급 단계에서 사업운영자에게 특정 코드 부여

자료: 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹사이트(<http://www.kati.net/mag/overseasMarketView.do?menuCode=705&bbsid=1&articleseq=98217&itemValue=&contValue=&sDay=&eDay=&dateType=&searchCk=1&pageIndex=1&keyword=%25ED%2595%25A0%25EB%259E%2584&sel2=all&typeGubun=&recordcountperpage=10>, 2015. 9. 21.) 자료 참조하여 정리함.

2.2.2. 할랄 시장 현황⁵⁸

- 태국의 경우 할랄식품을 수출하는 대기업은 주로 수출에 주력하고 있음. 태국은 전체 식품의 25%를 할랄제품으로 생산하며, 약 68억 달러의 할랄식품을 수출하고 있음. 현재 2,888개 업체의 64,500여 개 제품이 할랄인증을 획득하였으며, 할랄식품 인증 규모도 매년 약 20%씩 증가하는 추세임.
 - 할랄인증 업체의 70%가 식품이며, 레스토랑 13%, 도축장 3%, 할랄제품 수입업체 2% 등임. 이 밖에 화장품, 의약품 등이 있음.
- 태국 인구 중 약 10%인 6백만 명 정도가 무슬림이며 주로 말레이시아 국경과의 접경지역에 거주함. 2007년부터 무슬림 관광객이 증가하기 시작하여 2013년에는 약 2백만 명의 무슬림이 방문한 것으로 추산되고 있음. 태국 내 관광객이 소비하는 할랄식품 시장 규모는 연간 약 7억 4,540만 달러 정도인 것으로 추산되고 있음.
- 태국 대형유통업체인 Big C, Makro 등은 할랄 도축과정을 거친 가금류, 육류 등을 직접 판매함.

58 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹페이지(<http://www.kati.net/mag/overseasMarketView.do?menuCode=705&bbsid=1&articleseq=98217&itemValue=&contValue=&sDay=&eDay=&dateType=&searchCk=1&pageIndex=1&keyword=%25ED%2595%25A0%25EB%259E%2584&sel2=all&typeGubun=&recordcountperpage=10>, 2015. 9. 21.) 자료 참조하여 정리함.

2.2.3. 정부 정책 현황⁵⁹

- 태국은 할랄식품 수출을 활성화하기 위하여 정부 차원에서 다양한 정책을 실시하고 있음. 특히 태국 국내에서의 할랄식품 구매 증가를 통해 수출증대 발판을 마련하기 위한 정책도 추진하고 있음.
- 태국 정부는 2015~2020년까지 세계적인 할랄식품 생산 및 수출국이 되기 위해 약 3억 달러 규모의 정부 예산을 책정·투자할 계획임.
 - 총 60여 개의 할랄 프로젝트를 계획·시행 중으로 ① 할랄 기준 및 인증제도 발전(약 9,738만 달러) ② 할랄 제품 및 서비스 강화(약 1억 1,187만 달러) ③ 글로벌 태국 할랄식품 마케팅(약 2,837만 달러) ④ 국내 할랄산업 강화 및 과학 연구 발전(약 1,635만 달러) 등임.
 - 이 밖에 이슬람 관광객의 편의를 위해 태국 내 할랄 레스토랑 진흥 및 관광객 유치를 위해 방콕 등 주요 관광도시 공항 내 할랄 문화 홍보 등을 지원함.

태국 정부의 주요 할랄 관련 프로젝트

- 할랄 태국식품 프로모션 프로젝트
 - 태국 상무부에서 태국음식 세계화에 성공한 프로젝트 'Kitchen of the world'를 모티브로 하여 'World's Muslim Kitchen'이라는 슬로건으로 국가 내 증가하는 무슬림 거주자 및 관광객을 겨냥한 프로젝트 추진

⁵⁹ 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹페이지(<http://www.kati.net/mag/overseasMarketView.do?menuCode=705&bbsid=1&articleseq=98222&itemValue=&contValue=&sDay=&eDay=&dateType=&searchCk=1&pageIndex=1&keyword=%25ED%2595%25A0%25EB%259E%2584&sel2=all&typeGubun=&recordcountperpage=10>, 2015. 9. 21.) 자료 참조하여 정리함.

○ 국내외 할랄식품 박람회 유치 및 참여

- 국내 할랄식품 박람회 적극 유치 및 해외 할랄 국제식품 박람회에 참여하여 바이어 매칭을 통한 실질적인 사업 기회 마련
- 정부 차원에서 중소기업체 사업가·창업가들이 잠재력이 큰 할랄식품 생산을 장려할 수 있도록 교육 및 해외 박람회 초청 및 바이어 매칭 지원

○ 관련 조직·기관 설립 및 지원

- 국가 할랄협회 형성: 할랄식품 정보가 활발히 공유되고 관련 사업가들의 네트워크 조직 강화 및 태국 할랄 관련 기관 및 조직이 교류할 수 있도록 형성
- 할랄식품과학, 기술연구기관 설립, 협회, 조직, 인증기관 설립 및 지원

○ 할랄산업단지 조성 계획

- 말레이시아 국경과 가까운 남부지방에 단지 조성을 계획(27만 평방미터 면적에 원스톱서비스 할랄인증센터 및 할랄 유통발전 센터 건립)
- 무슬림 인구가 집중된 남부지방 내 국내 수요 시장 확장 및 말레이시아 수출 활성화 도모
- 국내외 태국 남부 지역 특산물로의 할랄식품에 대한 인지도 제고를 위해 자체 지역 패키징 디자인 개발 및 연말연시 선물 패키징, 이슬람 공식 행사 및 공휴일에 맞는 패키징 디자인 및 기술 개발
- 핫라인(Hot line), 온라인 웹사이트 등 물류서비스의 다양한 경로를 통해 유통 확장 개발

자료: 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹페이지(<http://www.kati.net>, 2015. 9. 21.) 참조

2.3. 중국⁶⁰

2.3.1. 할랄식품 인증제도 현황

- 중국에서 생산되는 할랄식품은 중국 내 유통 할랄식품과 수출용 할랄식품으로 구분됨. 이 중 중국 내 유통 할랄식품은 각 성별 이슬람교 협회 및 회족 민족사무행정관리부의 인증을 받아 유통됨.
- 수출용 할랄식품의 경우 주로 수출상대국의 요구에 따라 해외 인증기관을 통해 인증을 받고 있음. 중국 국가 대표부가 있는 미국의 IFANCA, 말레이시아 JAKIM들이 주로 이용되고 있음.
 - 중국 내 인증기관 중에서 국제적으로 인정을 받은 인증기관이 존재하지 않음. 중국은 자국 할랄인증기관의 국제적 인지도 제고를 위해 해외 인증기관과 합작협약을 체결하고, 수출상대국과의 할랄 교차인증을 추진하고 있으나, 아직까지 교차인증을 받고 있지는 못함.

2.3.2. 할랄식품 시장 및 정책 현황

- 중국의 무슬림 인구는 약 2,200만 명으로 추산되며, 중국 내 무슬림 인구 중

60 농림축산식품부 웹사이트(http://www.mafra.go.kr/list.jsp?newsid=155446896§ion_id=b_sec_1&listcnt=5&pageNo=1&year=&group_id=3&menu_id=1125&link_menu_id=&division=B&board_kind=C&board_skin_id=C3&parent_code=3&link_url=&depth=1, 2015. 9. 18.), KOTRA 중국지역본부 블로그(<http://todaychina.blog.me>, 2015. 9. 21.), 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹사이트(<http://www.kati.net/mag/overseasMarketView.do?menuCode=705&bbsid=1&articleseq=98164&itemValue=&contValue=&sDay=&eDay=&dateType=&searchCk=1&pageIndex=1&keyword=%25ED%2595%25A0%25EB%259E%2584&sel2=all&typeGubun=&recordcountperpage=10>, 2015. 9. 21.) 등을 참조하여 정리함.

가에 따라 할랄식품 소비도 증가하는 추세임.

- 중국 56개 민족 중 이슬람교를 믿는 민족은 회족, 위구르족 등 10개 민족임. 주로 신강위구르 자치구(약 1,130만 명), 영하자치구(220만 명), 칭하이성, 감숙성 등 중서부 내륙에 분포함.
- 중국 할랄식품 시장규모는 약 212억 달러(2010년 기준)로, 세계시장의 약 3%를 점하고 있음. 할랄식품 생산업체는 6,000여 개로 대부분 일반식품과 할랄식품을 병행하여 생산했으나, 최근 할랄식품 전문 생산업체가 증가하는 추세임.
 - 중국 할랄식품 시장 규모는 2004년 185억 달러에서 2010년 212억 달러로 증가하였음. 2006년부터 2010년 5년간 중국 내 할랄식품 생산액은 3,045억 위엔(약 500억 달러) 수준이었으며, 2011년부터 2015년까지 생산액은 5,000억 위엔(약 800억 달러)에 이를 것으로 전망되고 있음.
 - 주요 생산 품목은 유제품, 육류가공식품, 양곡, 건조채소, 견과류, 건강식품, 면류, 식품첨가제, 스낵류 등임.
- 중국에서 생산되는 할랄식품은 주로 내수용이며, JAKIM, MUI, IFANCA 등으로부터 인증을 받은 제품이 수입되고 있음. 할랄식품은 대형할인매장, 슈퍼마켓 등에서 ‘청진(清真)’으로 표기하여 일반식품과 구분하여 판매됨. 무슬림 인구가 많은 지역은 할랄 전용 정육점, 식품점 등이 분포함.
 - 주요 수입 할랄식품은 음료, 냉동제품, 약재, 면류 등이며, 수입 제품 규모는 2013년 약 200종, 2014년 1,000종이며 2015년에는 약 3,000종이 수입될 것으로 전망되고 있음.
 - 가공식품은 할랄(청진) 표시를 하고 있으나, 양곡 등 농산물의 경우 표시를 하지 않는 경우도 있음.
- 중국의 경우 중앙정부 차원에서 할랄식품과 관련한 지원은 이루어지고 있지 않으며, 무슬림 거주가 많은 자치구별로 개별적인 지원이 이루어지고 있음.

할랄 관련 주요 지원 사례(영하자치구)

- 할랄산업 발전기금을 조성해 지역 대표 할랄식품기업의 기술혁신, 인재채용, 국내외 전시회 참가, 해외 할랄식품 매장 설치 등에 지원
- ‘중국치명상표’ 등의 인증을 획득한 할랄기업에 대한 지원
 - 중국치명상표(馳名商標/ Well-known Trademark)는 중국 국가공상총국상표국에서 인증하는 상표로 대중에 대한 인지도 및 신뢰도가 높은 브랜드를 대상으로 부여(현재 1,624개 브랜드가 등록)
 - 50만~60만 위안 인센티브 지급, 할랄산업 공공서비스 플랫폼 개설비용 지원 등
- 할랄식품기업에 대해 공장부지 임대료를 최저가격에 제공하고 제품생산 업체에 세금보조 및 대출 우대(저금리 등)

자료: 한국농수산식품유통공사 농수산식품수출지원정보 웹페이지(<http://www.kati.net>, 2015. 9. 21.) 참조.

3. 시사점

- 우리나라 정부 및 일본, 중국, 태국 등 해외 주요 비무슬림 국가의 할랄식품 정책과 대응 사례의 특징 및 시사점은 다음과 같음.
- 첫째, 국내에서는 정부 영역인 농림축산식품부를 중심으로 할랄식품 관련 정책·사업이 수립·추진됨. 그러나 할랄인증이 민간기관인 KMF에서 실시되고 있어, 민간 영역의 중요성도 상당함.
 - KMF는 식품을 포함한 다양한 제품과 식당에 대해 인증을 실시하며, 이 밖에 인증 관련 상담업무, 할랄 관련 교육 등을 실시함.

- 농림축산식품부 관련 기관 중 한국식품연구원, 한국농수산식품유통공사 등이 국내외 할랄식품 관련 정책·사업의 실질적인 추진을 담당함.
- 둘째, 농림축산식품부는 할랄식품 관련 정책을 체계적·중점적으로 추진하기 위해 2015년 6월에 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책’을 수립함. 활성화 대책에서 국내 할랄식품 시장 활성화와 직접적으로 관련된 부문은 국내 할랄식품 유통 활성화와 환자식 공급 확대 등임. 일부 대책의 경우 보건복지부(무슬림의료), 식품의약품안전처(식품표시·광고), 문화체육관광부(무슬림관광) 등의 중앙행정기관과 연관되어 상호 간 협력 추진이 필요함.
- 셋째, 일본의 경우 우리나라보다 많은 8개 민간기관(종교단체 및 비영리법인 등)이 할랄인증을 담당하고 있음. 정부 지원은 할랄수출 시설(식육) 장비 및 인증취득비용 등 보조금(50%) 지원 및 정보수집, 현지 상담회 등 개최 지원의 형태로 이루어짐. 일본의 경우에도 할랄 관련 정책적 대응의 필요성이 최근 부각되어, 관련 실태에 대한 상세한 파악과 자료는 미비한 것으로 지적되고 있음. 식품기업들은 주로 해외 현지생산 위주로 인근 국가 판매를 위해 각 해당 국가의 할랄인증을 취득함.
- 넷째, 태국의 경우 할랄식품 인증은 태국 이슬람중앙회에서 주관함. 우리나라와 유사하게 할랄식품을 수출하는 대기업은 주로 수출에 주력함. 그러나 인구의 10% 정도가 무슬림이고, 무슬림 관광객의 증가로 인해 국내 할랄식품 시장 규모가 큰 편이며, 대형유통업체에서 할랄 육류를 직접 판매하기도 함. 태국 정부는 비교적 일찍부터 할랄식품 수출을 활성화하기 위하여 다양한 정책을 실시하였음. 특히 태국 국내 할랄식품 구매 증가를 통해 수출증대 발판 구축을 도모한다는 특징이 있음. 특징적인 정책 사례로 태국음식 세계화에 성공한 프로젝트인 ‘Kitchen of the world’를 모티브로 하여 ‘World’s Muslim Kitchen’이라는 슬로건으로 국가 내 증가하는 무슬림 거주자 및 관광객을 겨냥한 프로젝트가 추진되고 있음.

- 중국의 경우 중국 내 유통 할랄식품과 수출용 할랄식품으로 구분하여 할랄식품을 생산하며, 중국 내 유통 할랄식품은 각 성별 이슬람교 협회 및 회족 민족사무행정관리부의 인증을 받아 유통됨. 그러나 수출용 할랄식품의 경우 해외 인증기관을 통해 인증을 받고 있음. 무슬림 인구 비중이 높은 편이어서, 할랄식품을 대형할인매장, 슈퍼마켓 등에서 ‘청진(清真)’으로 표기하여 일반식품과 구분하여 판매하고 있음. 무슬림 인구가 많은 지역은 할랄 전용 정육점, 식품점 등이 분포함. 중국의 경우 할랄식품 관련 지원은 중앙정부가 아닌 무슬림 거주가 많은 자치구별로 이루어짐.

제 4 장

국내 할랄식품에 대한 무슬림 소비자 인식과 평가

- 이 장에서는 국내 할랄식품 이용 실태와 할랄인증제도 관련 인식을 조사하기 위해 국내 무슬림 소비자를 대상으로 설문조사를 실시함.
 - 설문조사는 ① 우리나라 국적 무슬림 소비자 또는 최소 1년 이상 국내에 체류하고 있는 외국인 무슬림 소비자(이하 ‘거주 무슬림’)와 ② 관광, 의료, 사업 등 다양한 목적으로 국내에 단기간 입국한 외국 무슬림 소비자(이하 ‘방문 무슬림’)로 구분하여 이루어짐.^{61,62}

61 거주 무슬림 대상 설문조사는 국내에 1년 이상 장기간 거주하고 있는 외국인 무슬림 또는 한국 국적의 무슬림 소비자 250명을 대상으로 수도권 지역에서 면접조사 형태로 실시함. 설문응답자는 성별로 남성 156명(62.4%), 여성 94명(37.6%), 연령별로 20대 150명(60.0%), 30대 79명(31.6%), 40대 16명(6.4%), 50대 이상 5명(2.0%)을 포함함<부록 1 참조>. 국적별로 한국 9명(3.6%), 북미·남미·유럽 10명(4.0%), 아시아·오세아니아 169명(67.6%), 아프리카 31명(12.4%), 중동 31명(12.4%)임.

62 방문 무슬림 대상 설문조사는 관광, 의료, 사업, 단기연수(교육) 등을 목적으로 국내에 입국한 외국인 120명을 대상으로 수도권 지역에서 면접조사 형태로 실시함. 설문응답자는 성별로 남성 52명(43.3%), 여성 68명(56.7%), 연령별로 20대 74명(61.7%), 30대 23명(19.2%), 40대 17명(14.2%), 50대 이상 6명(5.0%)을 포함함<부록 2 참조>. 국적별로 한국 9명(3.6%), 유럽 10명(8.3%), 아시아 50명(41.7%), 아프리카 15명(12.5%), 중동 45명(37.5%)이며, 이들의 주요 방문 목적은 관광 62명(51.7%), 사업 31명(25.8%), 의료 2명(1.7%), 교육·연수 25명(20.8%)임.

1. 할랄식품 구매 및 소비 실태

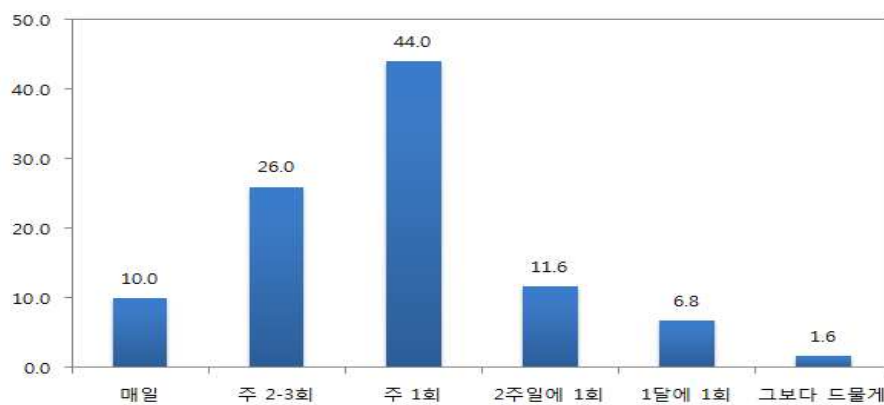
1.1. 식품 구매 행태 일반⁶³

1.1.1. 거주 무슬림

- 국내 거주 무슬림의 경우 식품 구매 빈도는 주로 주 1회(44.0%) 또는 주 2~3회(26.0%) 정도인 것으로 나타남. 이 밖에 2주일에 1회(11.6%), 매일(10.0%), 1달에 1회(6.8%) 순으로 식품을 구매하는 것으로 조사됨<그림 4-1>.

그림 4-1. 국내 거주 무슬림의 식품 구매 빈도

단위: %

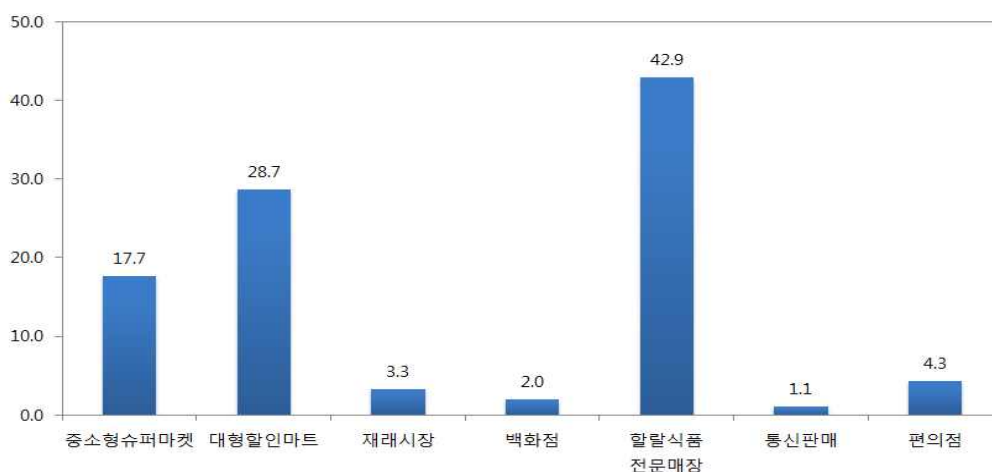


⁶³ 설문조사에서 식품은 농축수산물, 가공식품, 생수, 음료 등을 모두 포함함.

- 국내 거주 무슬림들은 대체로 할랄식품 전문매장(42.9%) 또는 대형할인마트(28.7%), 중소형 슈퍼마켓(17.7%)에서 식품을 구입하는 것으로 나타남. 그러나 품목별로 주요 식품 구매 장소에 다소 차이가 있었음<그림 4-2>.
- 곡류와 곡물가공품은 대형할인마트 또는 할랄식품 전문매장을 주로 이용한다는 비중이 대체로 높은 편이며, 육류(88.0%), 육가공품(80.6%), 조미료/양념류(51.9%) 등은 할랄식품 전문매장 이용 비중이 상당히 높은 편이었음<표 4-1>. 이 밖에 채소/과일류는 대형할인마트(38.6%)와 중소형 슈퍼마켓(34.4%), 채소/과일 가공품, 수산물, 수산가공품, 계란류, 우유 및 유가공품, 빵/과자류, 차/음료류 등은 대형할인마트 이용 비중이 대체로 높은 편이었음.
 - 곡류는 대형할인마트와 할랄식품 전문매장 이용 비중이 각각 31.8%, 30.4%이며, 곡물가공품은 34.3%, 31.2%임.
 - 채소/과일 가공품, 계란류, 우유 및 유가공품은 대형할인마트 이용 비중이 40% 내외, 수산물, 수산가공품은 35% 내외, 빵/과자류, 차/음료류는 33% 내외 수준이었음.

그림 4-2. 국내 거주 무슬림의 주요 식품 구매처

단위: %



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

표 4-1. 국내 거주 무슬림의 품목별 평소 구입여부와 주요 구입처

단위: %

	평소 구입 여부	주요 구입장소							
		중소형 슈퍼 마켓	대형 할인 마트	재래 시장	백화점	할랄 식품 전문 매장	통신 판매	편의점	합계
곡류	89.2	20.2	31.8	1.6	2.0	30.4	10.7	3.4	100.0
곡물 가공품	79.2	24.1	34.3	1.8	0.4	31.2	2.7	5.5	100.0
채소/ 과일류	94.0	34.4	38.6	11.7	2.3	8.8	0.7	3.4	100.0
채소/과일 가공품	66.0	27.5	39.9	6.9	3.2	17.2	1.6	3.7	100.0
육류	92.0	3.7	6.1	1.0	0.0	88.0	1.2	0.0	100.0
육가공품	74.4	6.6	9.6	1.0	1.0	80.6	0.8	0.5	100.0
수산물	79.2	24.2	34.1	8.5	3.1	28.3	0.4	1.3	100.0
수산 가공품	68.8	25.2	35.3	5.0	3.4	27.9	1.6	1.6	100.0
계란류	92.4	32.8	41.2	6.8	2.5	10.4	0.8	5.5	100.0
우유 및 유가공품	93.6	30.6	41.0	3.6	3.0	11.1	1.5	9.2	100.0
빵/ 과자류	90.4	26.6	33.5	3.3	2.3	24.7	0.4	9.2	100.0
차/ 음료류	90.8	26.4	32.0	3.5	2.9	24.5	0.6	10.2	100.0
조미료/ 양념류	77.2	18.4	24.4	1.2	2.3	51.9	0.0	1.9	100.0

주 1) 평소 구입한다고 응답한 품목에 대해 주요 구입장소 2곳을 순서대로 응답하도록 함.

2) 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

1.1.2. 방문 무슬림

- 방문 무슬림의 68.3%가 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험이 있는 것으로 나타남<그림 4-3>. 이들이 구입한 식품은 빵/과자류가 75.6%로 가장 비중이 높았으며, 다음으로 차/음료류(69.5%), 우유 및 유가공품(63.4%), 채소/과일류(61.0%)의 구입 비중이 비교적 높은 편이었음<그림 4-4>.

그림 4-3. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험

단위: %

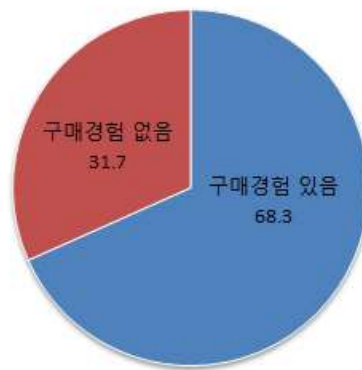
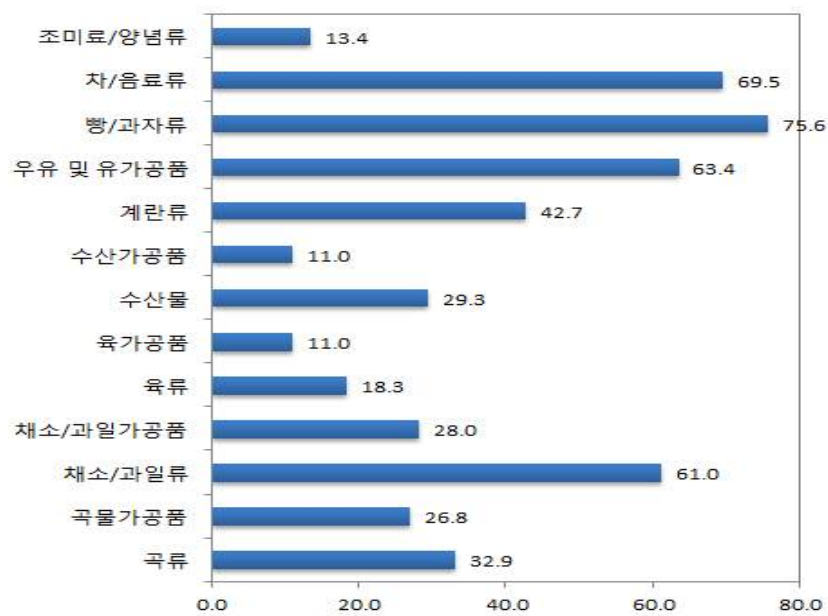


그림 4-4. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품

단위: %

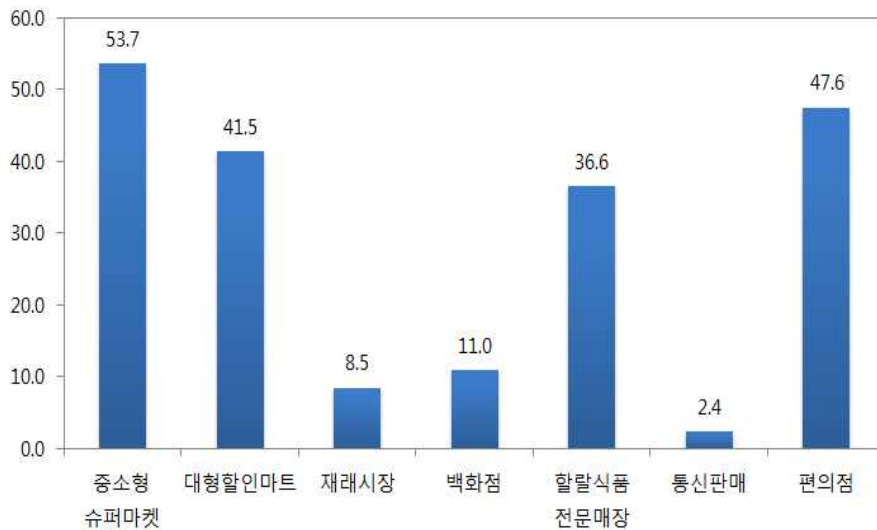


주: 중복응답 결과임.

- 방문 무슬림은 한국 방문 기간 중 중소형 슈퍼마켓(53.7%), 편의점(47.6%), 대형할인마트(41.5%), 할랄식품 전문매장(36.6%) 순으로 이용 경험이 있는 것으로 나타남<그림 4-5>.
- 거주 무슬림은 설문조사 결과 평소 대형할인마트와 할랄식품 전문매장, 중소형 슈퍼마켓 순으로 이용 비중이 높은 것으로 조사됨.

그림 4-5. 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처

단위: %



주: 중복응답 결과임.

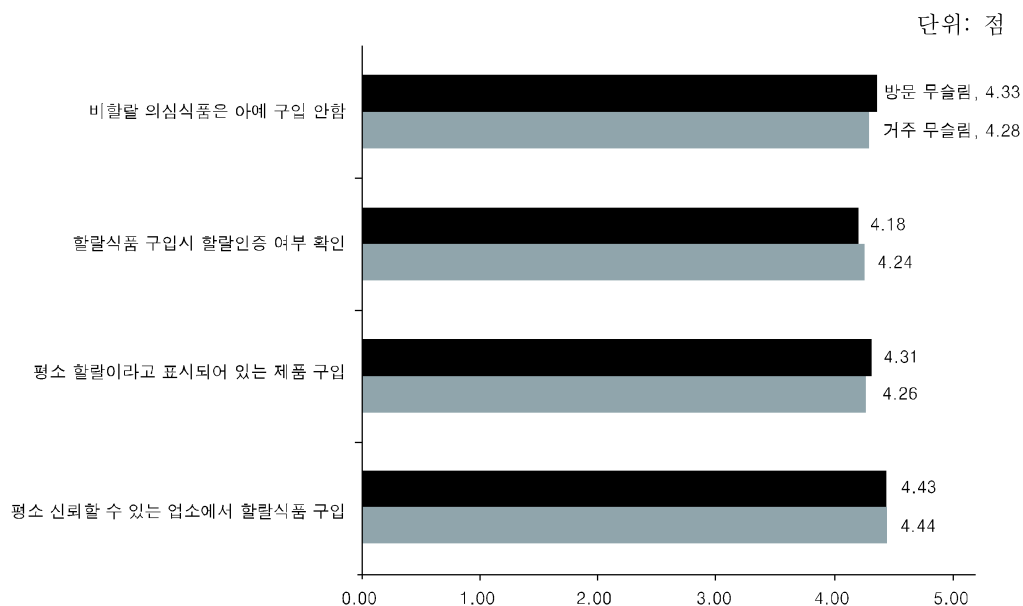
1.2. 할랄식품 구매 행태 및 인식

- 방문 무슬림과 거주 무슬림 모두 할랄식품 구매 관련 태도가 대체로 유사한 수준이었음. 무슬림의 경우 평소 신뢰할 수 있는 업소에서 할랄식품을 구입하며, 할랄식품 구매 과정에서 비할랄이 의심되는 식품은 전혀 구입하지 않는 것으로 나타남. 또한 평소 할랄이라고 표시되어 있는 제품을 구입하며,

할랄인증 여부도 확인하는 것으로 조사됨<그림 4-6>.

- 할랄식품 구매 시 할랄인증 여부를 확인하는 경향은 거주 무슬림(5점 척도 기준 평균 4.24점)이 방문 무슬림(4.18점)에 비해 상대적으로 다소 높았음.

그림 4-6. 할랄식품 구매 관련 태도



주: 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1, 그렇지 않은 편임 2, 보통 3, 그러한 편임 4, 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

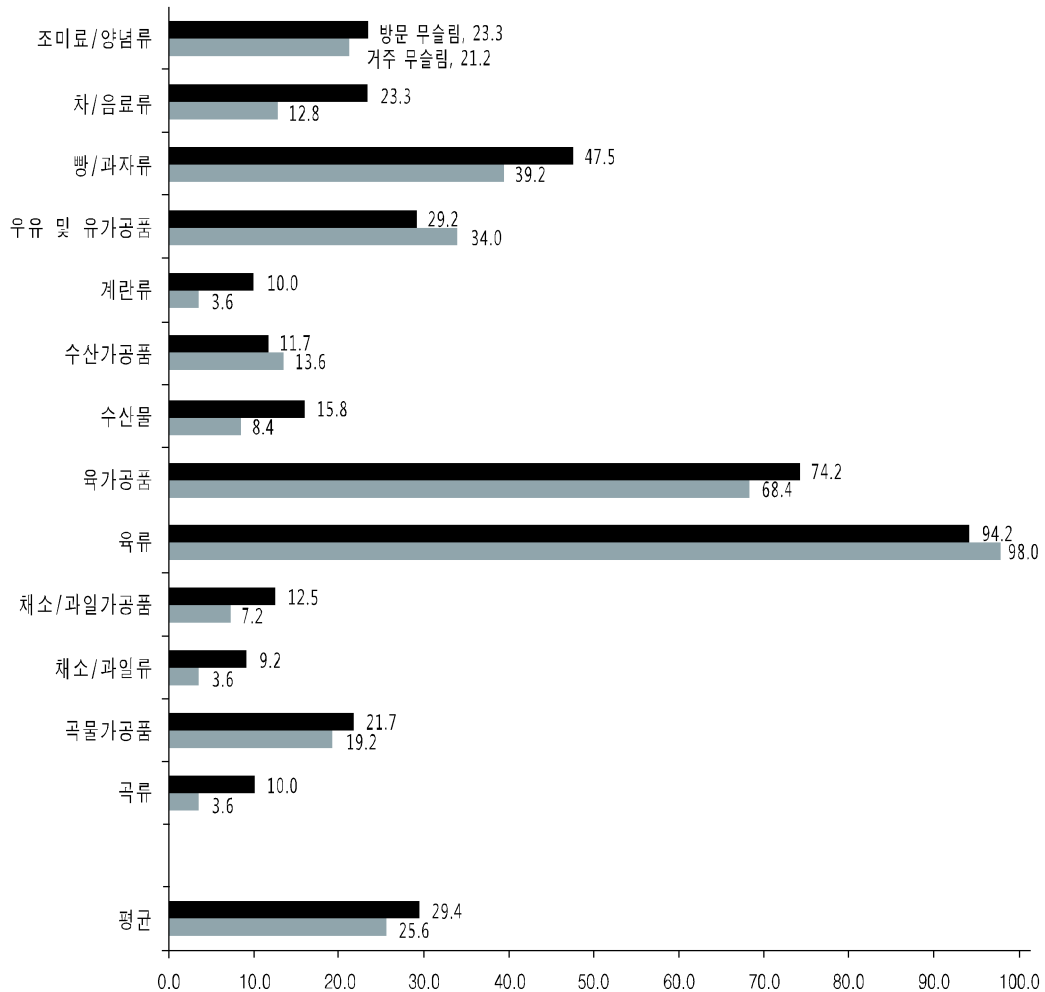
- 평소 식품 구매 과정에서 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목에 대한 설문에서, 방문 무슬림과 거주 무슬림 모두 육류, 육가공품에 대한 비중이 높게 조사됨<그림 4-7>. 특히 육류의 경우 대부분의 거주 무슬림(98.0%)과 방문 무슬림(94.2%)이 할랄 여부를 중요시하였음. 채소/과일류, 곡류, 계란류, 채소/과일가공품 등은 식품 구매 시 할랄 여부를 중요하게 확인하는 비중이 다른 품목에 비해 상대적으로 높지 않은 편이었음.
- 거주 무슬림의 경우 우유 및 유가공품(34.0%), 수산가공품(13.6%), 육류(98.0%) 등의 품목에서 상대적으로 방문 무슬림에 비해 할랄 여부를 중

요하게 확인한다는 비중이 높았음.

- 방문 무슬림의 경우 차/음료류(23.3%), 빵/과자류(47.5%), 계란류(10.0%), 수산물(15.8%), 채소/과일가공품(12.5%), 채소/과일류(9.2%), 곡물가공품(21.7%), 곡류(10.0%) 등에서 상대적으로 거주 무슬림에 비해 할랄 여부를 중요하게 확인한다는 비중이 높았음.

그림 4-7. 평소 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목

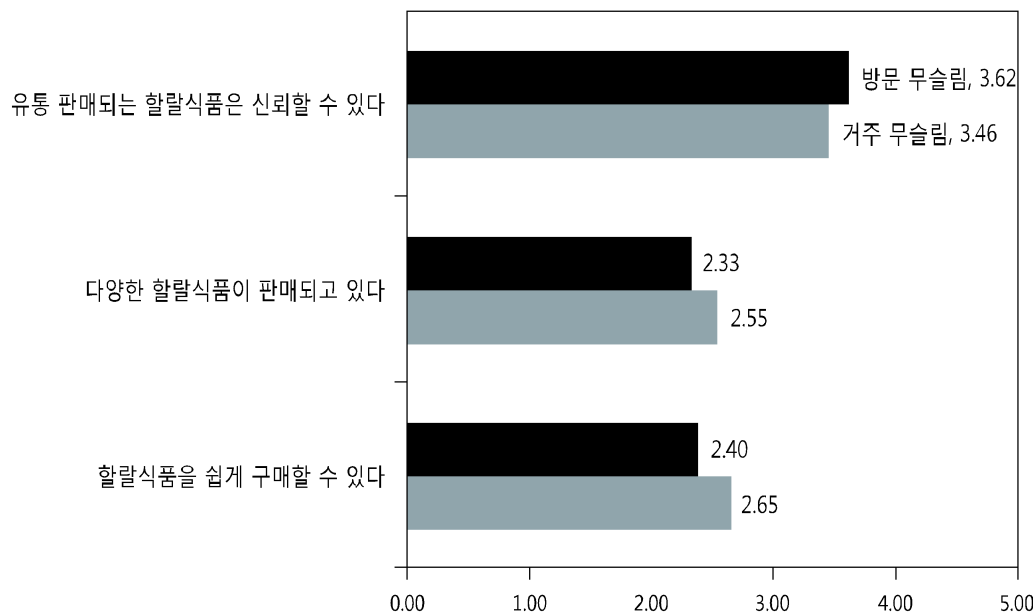
단위: %



- 한국 내 유통·판매되는 할랄식품에 대해서는 거주 무슬림 및 방문 무슬림 모두 어느 정도 신뢰할 수 있다고 응답한 반면, 국내 판매되는 할랄식품의 다양성과 할랄식품의 구매 용이성에 대해서는 거주 및 방문 무슬림 모두 부정적으로 인식하는 것으로 나타남<그림 4-8>.
 - 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 신뢰 수준은 방문 무슬림(5점 척도 기준 평균 3.62점)이 거주 무슬림(3.46점)에 비해 상대적으로 다소 높은 편이었음.
 - 국내 유통·판매되는 할랄식품의 다양성과 구매 용이성에 대해서 방문 무슬림이 각각 2.33점, 2.30점으로 거주 무슬림(각각 2.55점, 2.65점)에 비해 상대적으로 보다 부정적인 인식이 높은 것으로 나타남.

그림 4-8. 한국 내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견

단위: 점



주: 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1, 그렇지 않은 편임 2, 보통 3, 그러한 편임 4, 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

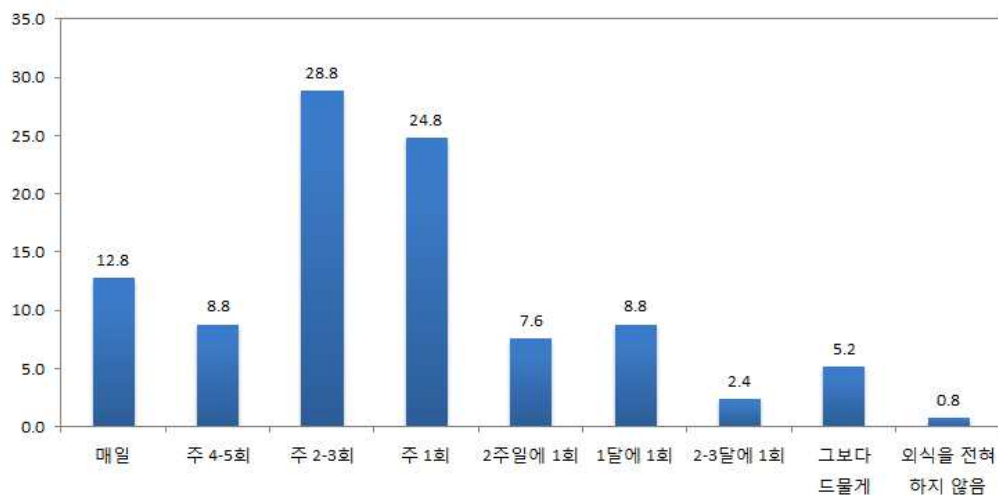
2. 할랄식품 외식 소비 실태

2.1. 외식 빈도 및 경험

- 거주 무슬림의 경우 평소 주 2~3회(28.8%) 또는 주 1회(24.8%) 정도 외식을 하는 빈도가 가장 높았음. 이 밖에 매일(12.8%), 주 4~5(8.8%), 1달에 1회(8.8%), 2주일에 1회(7.6%) 순으로 외식 빈도가 높은 것으로 나타남<그림 4-9>.
- 외식을 전혀 하지 않는 거주 무슬림 비중은 0.8%에 불과하였음.

그림 4-9. 거주 무슬림의 평소 외식 빈도

단위: %



- 방문 무슬림은 한국 방문 과정에서 57.5%는 외식 경험이 비교적 많은 편이며, 외식 경험이 거의 없는 경우는 20% 정도였음<그림 4-10>. 외식 경험이 있는 방문 무슬림의 경우 한국 내 이용 음식점에 대해 어느 정도 만족하는 것으로 나타남<표 4-2>. 한국 내 이용 음식점에 만족하지 않는 경우 주요 이유는 음식 메뉴(24.0%), 음식 가격의 적절성(20.0%), 음식점 안내 서비스(19.0%), 음식 맛(17.0%) 등이었음<그림 4-11>.
 - 외식 경험이 있는 방문 무슬림의 63.6%가 한국 내 이용 음식점에 대해 만족하는 편(52.2%)이거나 매우 만족(9.4%)한다고 응답하였음.
 - 음식 메뉴와 관련하여 음식 메뉴의 다양성 부족 또는 할랄 음식 부재가 문제라는 지적이 있었으며, 음식점 안내 서비스의 경우 메뉴판 등에서 메뉴 또는 식재료에 대한 설명이 충분치 않다는 의견이 있었음.

그림 4-10. 방문 무슬림의 한국 내 외식 경험

단위: %

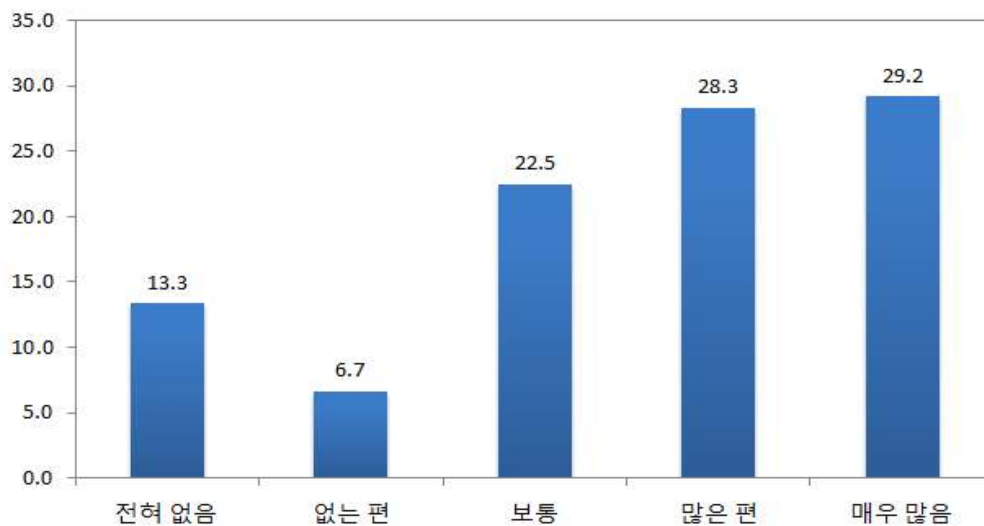


표 4-2. 방문 무슬림의 한국 내 이용 음식점에 대한 만족도

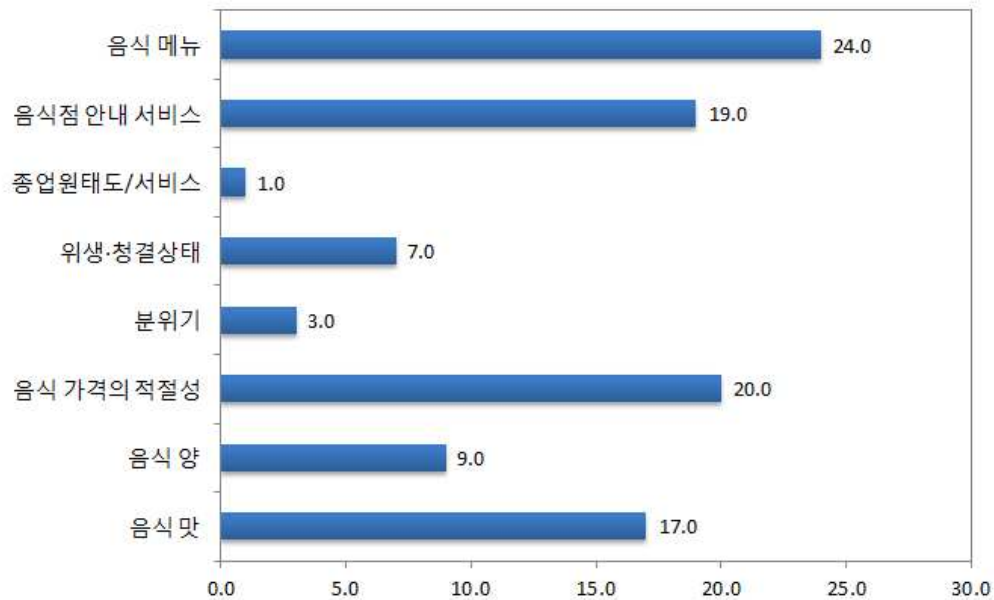
단위: 명, %

전혀 만족 안 함	만족 안 하는 편	보통	만족 하는 편	매우 만족함	합계	평균
2 (2.1)	8 (8.3)	25 (26.0)	52 (54.2)	9 (9.4)	96 (100.0)	3.60

주: 점수는 5점 척도에서 전혀 만족 안 함 1, 만족 안 하는 편 2, 보통 3, 만족하는 편 4, 매우 만족함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

그림 4-11. 방문 무슬림의 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유

단위: %



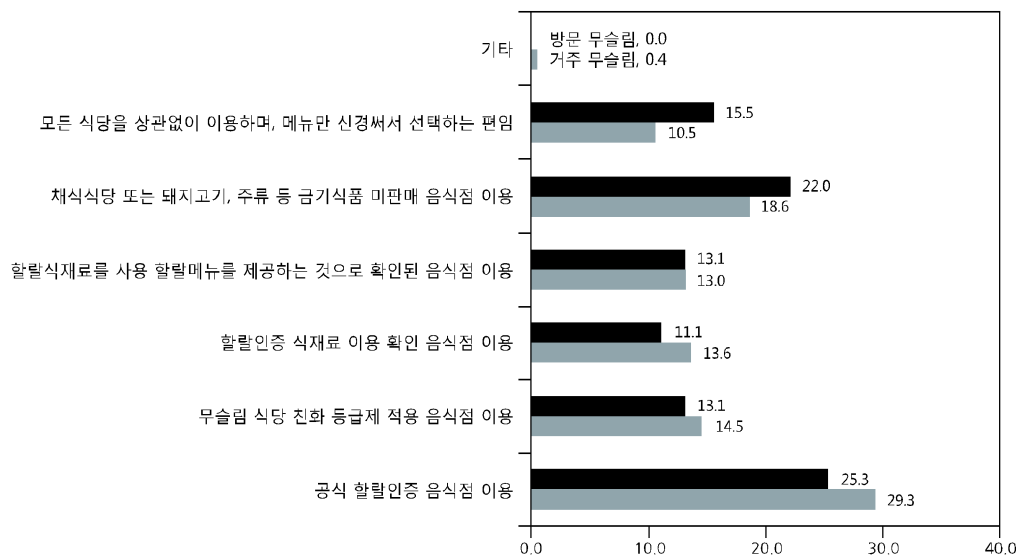
주: 한국 방문 시 외식 경험이 있으며, 한국 내 이용 음식점에 만족하지 않는 방문 무슬림 35명의 응답 결과임.

2.2. 이용 식당 및 관심 메뉴

- 거주 무슬림과 방문 무슬림 모두 한국에서 외식을 하는 경우 주로 공식 할랄 인증 음식점을 이용하거나, 채식식당 또는 돼지고기, 주류 등 금기식품을 판매하지 않는 음식점을 이용하는 것으로 조사됨<그림 4-12>.

그림 4-12. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당

단위: %



- 방문 무슬림과 거주 무슬림 등 국내에서 음식점을 이용하는 경우 주로 이용하는 음식점 유형은 한식인 것으로 나타남. 이 밖에 대체로, 인도식, 파키스탄식, 터키음식을 이용하는 비중이 높은 편이었음<표 4-3>.
- 거주 무슬림은 한식(41.1%), 인도식(20.6%), 파키스탄식(18.1%), 터키음식(8.9%) 순으로 이용 비중이 높았음. 방문 무슬림은 한식 이용 비중이 56.3%로 절반 이상이었으며, 이 밖에, 인도식(13.5%), 서양식(9.4%), 터키음식(8.3%), 파키스탄식(7.3%) 순으로 이용 비중이 높았음.

표 4-3. 외식 시 한국에서 주로 이용하는 음식점 유형

단위: %

	거주 무슬림	방문 무슬림
한식	102(41.1)	54(56.3)
인도식	51(20.6)	13(13.5)
파키스탄식	45(18.1)	7(7.3)
터키음식	22(8.9)	8(8.3)
서양식	1(0.4)	9(9.4)
일식	4(1.6)	1(1.0)
중식	3(1.2)	1(1.0)
기타	20(8.1)	3(3.1)
합계	248(100.0)	96(100.0)

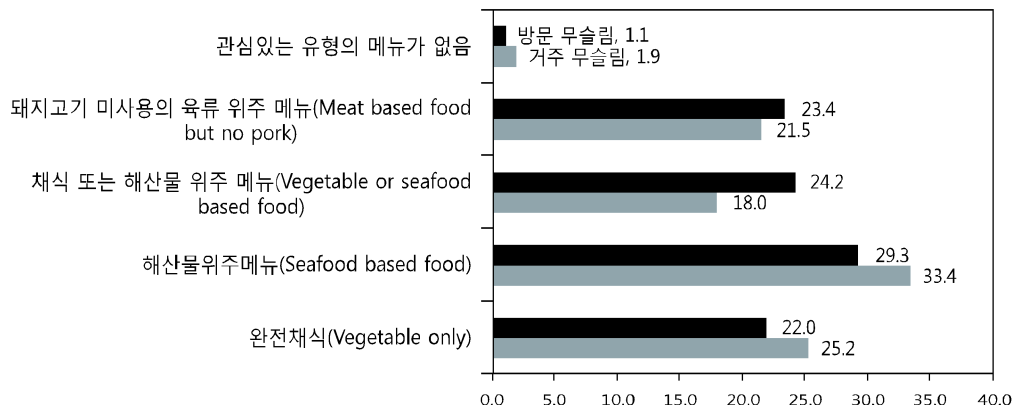
주: 거주 무슬림은 기타에 베트남식, 인도네시아식, 이집트식, 아랍식, 네팔식, 우즈베키스탄식 등, 방문 무슬림은 기타 의견에 모로코음식, 방글라데시아식 등이 포함됨.

○ 관심이 있는 한식 유형에 대한 설문에서 거주 무슬림과 방문 무슬림 모두 해산물 위주 메뉴에 대한 관심이 가장 큰 것으로 나타남<그림 4-13>.

- 거주 무슬림은 해산물 위주 메뉴(33.4%), 완전채식(25.2%), 돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴(21.5%), 채식 또는 해산물 위주 메뉴(18.0%) 순으로 관심이 있다고 응답함. 방문 무슬림의 경우 해산물 위주 메뉴(29.3%) 이외에 기타 한식 유형에 대한 관심은 23% 내외로 유사한 수준이었음.

그림 4-13. 관심이 있는 한식 메뉴 유형

단위: 점



○ 그러나 국가별로 관심이 있는 한식의 유형은 다소 차이가 있는 것으로 조사됨. 특히 국내 거주 무슬림보다 방문 무슬림이 국적별로 관심이 있는 한식의 유형에 차이가 있는 것으로 나타남<표 4-4~4-5>.

- 국내 거주 무슬림 중 아시아/오세아니아 국적 무슬림은 주로 해산물 위주 메뉴(33.5%), 아프리카는 해산물 위주(37.6%) 또는 완전채식(26.7%), 중동은 해산물 위주(28.9%) 또는 완전채식(26.7%), 북남미/유럽은 해산물 위주(31.0%), 채식/해산물 위주 메뉴(27.6%)에 관심이 있었음.
- 방문 무슬림 중 아세아/오세아니아는 주로 해산물 위주(33.1%), 아프리카는 해산물 위주(30.2%) 또는 돼지고기 미사용 육류 위주(27.9%), 중동은 채식/해산물 위주(29.6%) 또는 해산물 위주(27.4%), 북남미/유럽은 돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴(37.9%)에 관심이 있다고 응답함.

표 4-4. 국가별 관심 있는 한식 유형(거주 무슬림)

단위: %

구분	완전채식	해산물 위주 메뉴	채식 또는 해산물 위주 메뉴	돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴	기타	합계
아시아/ 오세아니아	23.9	33.5	16.3	24.7	1.5	100.0
아프리카	33.3	37.6	14.0	15.1	0.0	100.0
중동	26.7	28.9	15.6	24.4	4.4	100.0
북남미/ 유럽	17.2	31.0	27.6	17.2	6.9	100.0

주: 기타는 관심 있는 유형의 메뉴가 없는 경우 포함.

표 4-5. 국가별 관심 있는 한식 유형(방문 무슬림)

단위: %

구분	완전채식	해산물 위주 메뉴	채식 또는 해산물 위주 메뉴	돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴	기타	합계
아시아/ 오세아니아	19.6	33.1	22.3	22.3	2.7	100.0
아프리카	20.9	30.2	20.9	27.9	0.0	100.0
중동	23.0	27.4	29.6	20.0	0.0	100.0
북남미/ 유럽	20.7	17.2	24.1	37.9	0.0	100.0

주: 기타는 관심 있는 유형의 메뉴가 없는 경우 포함.

2.3. 국내 음식점 관련 인식

- 거주 및 방문 무슬림 모두 국내 음식점에 대한 전반적인 인식이 긍정적인 편이 아니었음. 무슬림의 경우 한국 내에서 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않은 편이라고 인식하였으며, 특히 평소 외식의 기회가 더 많은 거주 무슬림(5점 척도 기준 3.64점)이 방문 무슬림(3.23점)에 비해 어려움을 더 느끼는 것으로 나타남<표 4-6>.
- 이 밖에 이들은 국내에 할랄식당이 충분하지 않으며, 국내 음식점의 경우 할랄 메뉴가 다양하지 않고, 국내 할랄식당에 대한 정보도 충분히 제공되고 있지 않다고 평가하였음.
 - 거주 무슬림의 경우 국내 할랄식당의 충분성에 대해 가장 부정적이었으며(2.20점), 이 밖에 국내 할랄식당에 대한 정보 제공의 충분성(2.38점)과 할랄 메뉴 다양성(2.38점)에 대해서도 높은 평가를 하고 있지 않았음.
 - 거주 무슬림의 경우 국내 할랄식당의 충분성에 대해서 가장 부정적이었으며(2.04점), 이 밖에 할랄식당 정보 제공의 충분성(2.16점), 할랄 메뉴의 다양성(2.24점) 순으로 평가가 낮은 편이었음.

표 4-6. 국내 음식점 관련 인식

구분	단위: 점	
	거주 무슬림	방문 무슬림
국내 할랄식당에 대한 정보가 충분히 제공된다	2.38	2.16
국내 음식점은 할랄 메뉴가 다양하다	2.38	2.24
국내에는 할랄식당이 충분하다	2.20	2.04
국내에서 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않다	3.64	3.23

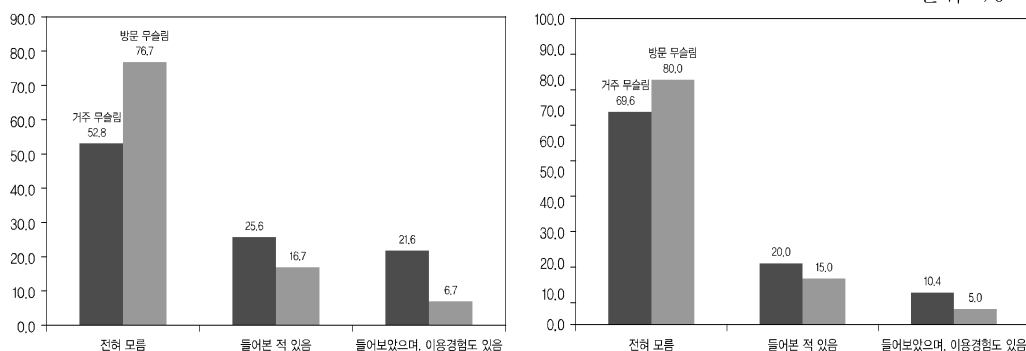
주: 기타는 관심 있는 유형의 메뉴가 없는 경우 포함.

2.4. 할랄식당 인증제도에 관한 인식

- KMF의 국내 할랄식당 인증제에 대해서는 거주 무슬림 또는 방문 무슬림 모두 인지 또는 이용 경험이 있는 비중이 높은 편이 아니었으며, 특히 방문 무슬림의 경우 76.7%가 전혀 KMF 할랄식당 인증제에 대해 인지하고 있지 못한 것으로 나타남<그림 4-14>.
 - 거주 무슬림 중 할랄인증 식당을 이용한 경험이 있는 소비자의 비중은 21.6%였으며, 방문 무슬림은 6.7%에 불과하였음.
- 무슬림 식당 친화 등급제에 대한 국내 무슬림의 인지 수준은 높지 않은 것으로 나타남. 해당 제도에 대한 낮은 인지도로 인해 무슬림 식당 친화 등급제 적용을 받고 있는 식당을 이용한 경험이 있다고 응답한 거주 또는 방문 무슬림의 비중도 작은 편이었음. 방문 무슬림의 5%, 거주 무슬림의 10.4%만이 무슬림 식당 친화 등급제 식당을 이용한 경험이 있다고 응답함.
 - 무슬림 식당 친화 등급제에 대해 최소한 들어보거나 또는 이용한 경험이 있는 소비자는 거주 무슬림은 30.4%, 방문 무슬림은 20.0% 정도였음.

그림 4-14. KMF 할랄식당 인증제 및 무슬림 식당 친화 등급제 인지도

단위: %



- 거주 및 방문 무슬림 모두 할랄인증 또는 무슬림 식당 친화 등급제 적용을 받고 있는 식당에 대해 어느 정도 신뢰하는 편이었음<표 4-7>. 무슬림 식당 친화 등급제에 비해 할랄인증 식당에 대한 신뢰도가 상대적으로 높았으며, 방문무슬림보다는 거주 무슬림이 상대적으로 신뢰수준이 높은 것으로 나타남.

표 4-7. 할랄인증 또는 무슬림 식당 친화 등급제 식당에 대한 신뢰도

단위: 점

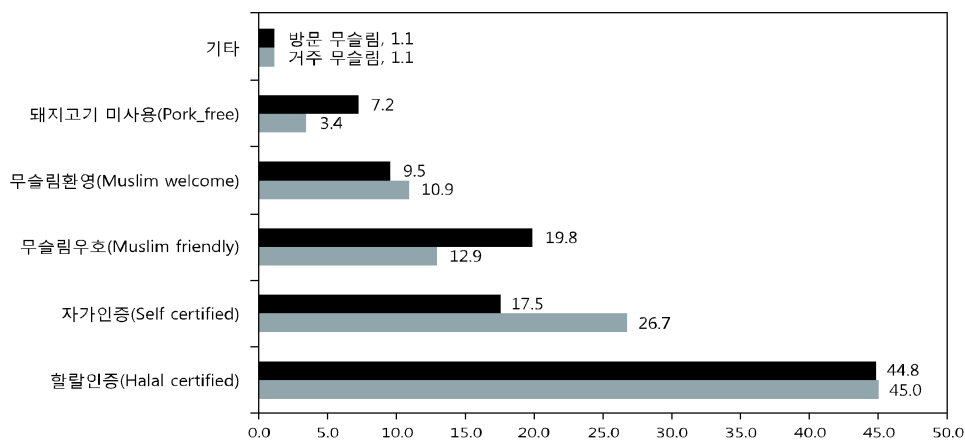
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증 국내 식당	3.76	3.55
무슬림 식당 친화 등급제 식당	3.58	3.45

주: 점수는 5점 척도에서 전혀 신뢰하지 않음 1, 신뢰하지 않은 편임 2, 보통 3, 신뢰하는 편임 4, 매우 신뢰함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

- 무슬림 식당 친화 등급 5개 중에서 거주 무슬림과 방문 무슬림 모두 할랄인증에 대해서 가장 관심이 있는 것으로 나타남. 보다 구체적으로 거주 무슬림은 주로 할랄인증(45.0%), 자가인증(26.7%)에 대해 관심이 있는 것으로 나타났으며, 방문 무슬림은 할랄인증(44.8%), 무슬림 우호(19.8%), 자가인증(17.5%) 순으로 비교적 관심이 있다고 응답하였음<그림 4-15>.

그림 4-15. 무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보

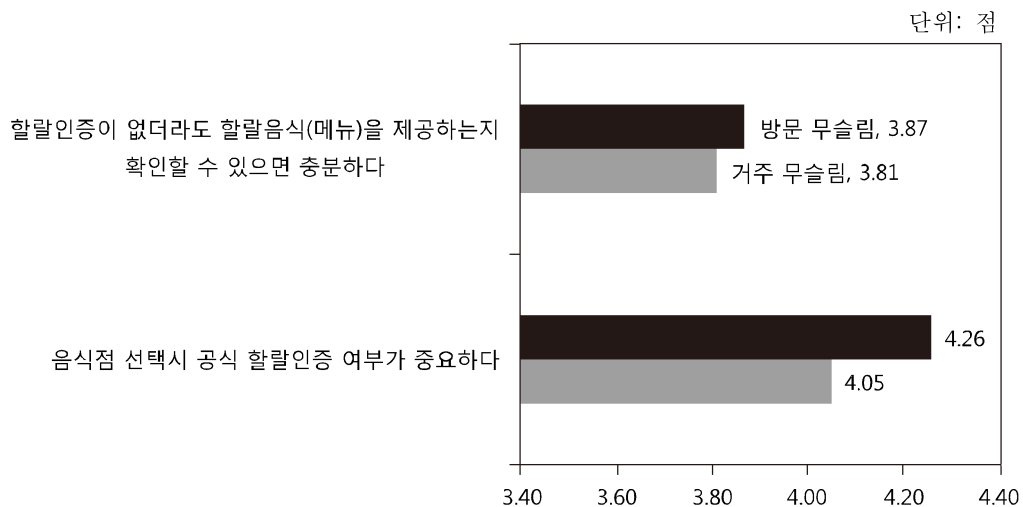
단위: 점



주: 기타는 관심 있는 식당 유형이 없음 포함.

- 국내 거주 또는 방문한 무슬림의 경우 음식점 선택 시 공식 할랄인증이 중요하긴 하지만, 할랄인증이 없더라도 할랄음식을 제공하는지 확인할 수 있으면 충분하다고 인식하였음(거주 무슬림 3.81점, 방문 무슬림 3.87점). 방문 무슬림의 경우 거주 무슬림에 비해 음식점 선택 시 공식 할랄인증 여부를 상대적으로 더 중요하다고 인식하고 있었음(5점 척도 기준 거주 무슬림 4.05점, 방문 무슬림 4.26점)<그림 4-16>.

그림 4-16. 할랄식당 인증 관련 의견



3. 할랄식품 인증에 대한 인식과 평가

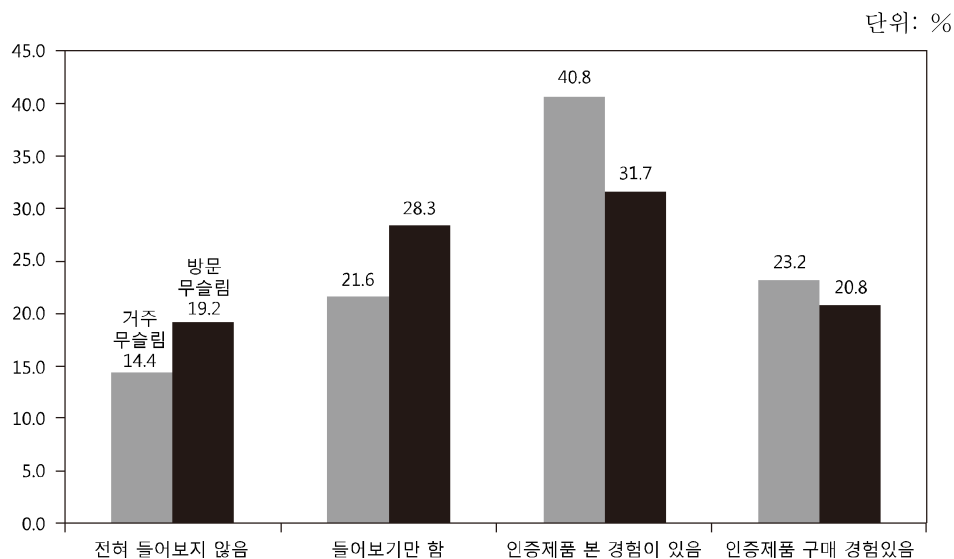
3.1. 할랄인증에 대한 인식 일반

- 대부분의 무슬림의 경우 할랄인증제도에 대해 어느 정도 인지하고 있는 것

으로 나타남. 특히 거주 무슬림의 경우 방문 무슬림에 비해 인증제품을 본 경험과 구매 경험이 대체로 높은 편이었음<그림 4-17>.

- 거주 무슬림의 경우 인증제품을 본 경험이 있거나 구매 경험이 있는 소비자가 전체의 64.0%, 방문 무슬림은 52.0%임.
- 할랄인증제도에 대해서 전혀 들어보지 않은 소비자의 비중은 거주 무슬림은 14.4%, 방문 무슬림은 19.2%임.

그림 4-17. 할랄인증제도에 대한 인지도



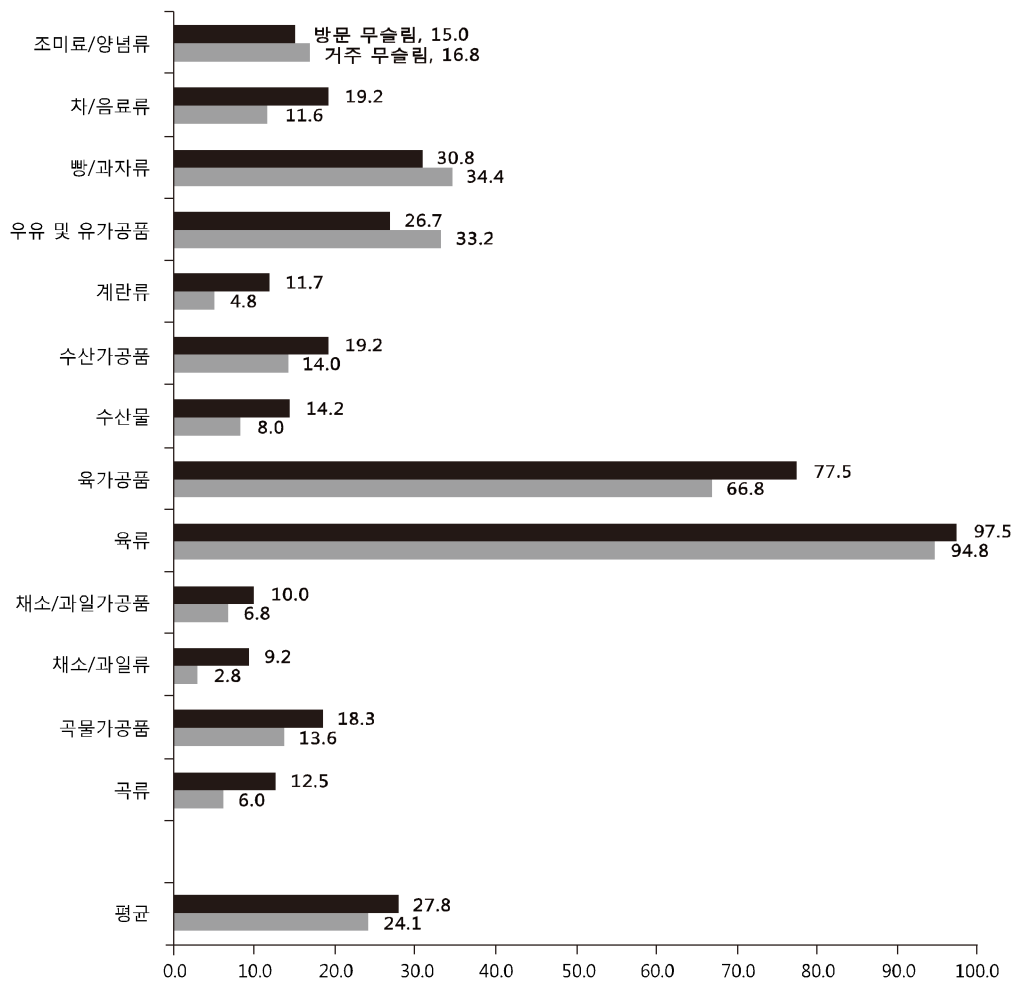
- 평소 식품 구매 과정에서 공식적인 할랄인증 여부를 확인하는 품목에 대한 설문에서, 방문 무슬림과 거주 무슬림 모두 육류, 육가공품에 대한 비중이 높게 조사됨<그림 4-18>. 특히 육류의 경우 대부분의 거주 무슬림(94.8%)과 방문 무슬림(97.5%)이 공식 할랄인증 여부를 확인하고 있었음. 채소/과일류, 곡류, 채소/과일가공품, 계란류 등은 식품 구매 시 공식 할랄인증 여부를 확인하는 비중이 다른 품목에 비해 상대적으로 높지 않은 편이었음.

- 거주 무슬림은 빵/과자류(34.4%), 우유 및 유가공품(33.2%) 등의 품목에서 상대적으로 방문 무슬림에 비해 공식 할랄인증 여부의 확인 비중이

높게 나타남. 방문 무슬림의 경우 대부분의 품목에서 거주 무슬림에 비해 상대적으로 공식 할랄인증 여부를 확인한다는 비중이 높았음.

그림 4-18. 식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부 확인 주요 품목

단위: %



주: 중복 응답 결과임.

- 대부분의 거주 및 방문 무슬림은 할랄식품 또는 공식 할랄인증 여부를 중요하게 생각하는 것으로 나타남<표 4-8>. 그러나 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품인지를 확인할 수 있으면 충분하다고 보는 인식도 상당함.

표 4-8. 할랄식품 구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견

단위: 점

	거주 무슬림	방문 무슬림
식품구매 시 할랄식품 여부가 중요하다	4.72	4.72
식품구매 시 공식 할랄인증 여부가 중요하다	4.31	4.38
식품구매 시 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품인지를 확인할 수 있으면 충분하다	3.85	3.91

주: 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1, 그렇지 않은 편임 2, 보통 3, 그러한 편임 4, 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

- 한국(자국) 내 할랄인증 제품의 구매와 관련하여 거주 무슬림은 한 국내에서 할랄인증 제품을 구매하기 어려우며(5점 척도 기준 평균 2.72점), 할랄인증 제품의 다양성이 다소 부족하다고 인식하였음(2.77점)<표 4-9>. 방문 무슬림의 경우 자국 내 할랄인증 제품 구매의 용이성(4.72점)과 다양성(4.61점)에 대해서는 매우 높게 평가하는 반면, 한국 내 할랄인증 제품 구매의 용이성(2.40점)과 다양성(2.38점)에 대해서는 낮게 평가하였음.
- 할랄인증 기관과 할랄인증 식품에 대한 신뢰 수준은 대체로 높은 편이며, 특히 방문 무슬림의 경우 거주 무슬림에 비해 할랄인증 기관을 상대적으로 보다 더 신뢰하는 것으로 나타남<표 4-9>.
 - 거주 무슬림의 경우 수입산 할랄인증 식품에 대한 신뢰도(5점 척도 기준 평균 3.78점)가 한국산(3.64점)에 비해 다소 높은 것으로 나타남.
 - 방문 무슬림의 경우 자국산 할랄인증 식품에 대한 신뢰도(4.39점)가 수입산 할랄인증 식품(3.71점)에 비해 상당히 높은 수준이었음.

표 4-9. 할랄식품 구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견

	단위: 점	
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증 기관은 대체로 신뢰할 수 있다	3.78	3.93
할랄인증 식품은 안심하고 소비할 수 있다	3.62	3.62
한국산(자국산) 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다	3.64 (한국산)	4.39 (자국산)
수입산 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다	3.78 (한국산 이외)	3.71 (수입산)
한국(자국) 내에서 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다	2.72	2.40 (한국 내)
		4.72 (자국 내)
한국(자국) 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다	2.77	2.38 (한국 내)
		4.61 (자국 내)

주: 점수는 5점 척도에서 전혀 그렇지 않음 1, 그렇지 않은 편임 2, 보통 3, 그러한 편임 4, 매우 그러함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

3.2. 국가별 할랄인증제도에 대한 인식

- 개별 할랄인증제도의 경우 거주 무슬림은 JAKIM(말레이시아, 4점 척도 기준 평균 2.67점), KMF(한국, 2.47점), MUI(인도네시아, 2.46점) 순으로 비교적 인지도가 높은 것으로 나타남. 방문 무슬림은 ESMA(UAE, 2.63점), JAKIM(2.62점), MUI(2.32점) 순으로 인지도가 높았음<표 4-10>.
- 거주 무슬림은 IFANKA(미국, 1.58점), MUIS(싱가포르, 1.64점)에 대한 인지도가 낮은 편이었으며, 방문 무슬림은 KMF(한국, 1.64점), IFANKA(미국, 1.71점), MUIS(싱가포르, 1.73점)에 대한 인지도가 상대적으로 낮은 편이었음.

표 4-10. 개별 할랄인증제에 대한 인지도

단위: 점

	거주 무슬림	방문 무슬림	평균
KMF(한국)	2.47	1.64	2.06
MUI(인도네시아)	2.46	2.43	2.45
JAKIM(말레이시아)	2.67	2.62	2.65
ESMA(UAE)	2.13	2.63	2.38
IFANKA(미국)	1.58	1.71	1.65
MUIS(싱가포르)	1.64	1.73	1.69
평균	2.16	2.13	2.14

주: 점수는 4점 척도에서 전혀 들어보지 않음 1, 들어보기만 함 2, 인증제품을 본 경험
이 있음 3, 인증제품 구매경험이 있음 4을 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

- 그러나 출신권역별로 개별 할랄인증제에 대한 인지도에는 차이가 있음. 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 출신권역과 어느 정도 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났으며, JAKIM의 경우 대체로 출신권역과 상관없이 평균적으로 인지도가 높은 편이었음<표 4-11><표 4-12>.

- 거주 무슬림의 경우 출신권역에 상관없이 대체로 JAKIM(말레이시아)에 대한 인지도는 공통적으로 평균에 비해 높은 편이었으며, 또한 한국 국적 또는 한국에 장기 거주하고 있는 특성으로 인해 KMF 인증(한국)에 대한 인지도가 상대적으로 높은 편이었음. 이 밖에 아프리카 또는 중동 국적의 거주 무슬림의 경우 ESMA(UAE)에 대한 인지도가 평균적으로 높은 편이었음.
- 방문 무슬림의 경우 거주 무슬림과 유사하게 출신권역과 상관없이 JAKIM(말레이시아)에 대한 인지도가 출신권역별 평균에 비해 높은 편이었으며, 이 밖에 아프리카 또는 유럽/북남미 국적의 경우 IFANCA(미국)에 대한 인지도가 평균에 비해 높은 편이었음. 아프리카 또는 중동 국적의 거주 무슬림과 유사하게 해당 국적의 방문 무슬림의 경우에도 ESMA(UAE)에 대한 인지도가 평균과 유사하거나 평균보다 높은 수준이었음.

표 4-11. 출신권역별 할랄인증제에 대한 인지도(거주 무슬림)

단위: %

	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	평균
아시아/ 오세아니아	78.7	73.6	76.4	57.3	36.5	43.8	61.1
아프리카	38.7	25.8	45.2	54.8	22.6	19.4	34.4
중동	48.4	51.6	54.8	67.7	35.5	22.6	46.8
유럽/북남미	60.0	60.0	60.0	40.0	50.0	40.0	51.7

주 1) 아시아/오세아니아 178명, 아프리카 31명, 중동 31명, 유럽/북미/남미 10명을 대상으로 한 중복 응답 결과임.

2) 개별 할랄인증제에 대해 최소 들어본 적이 있거나 알고 있다고 응답한 결과를 출신권역별로 집계하여 비중을 계산함.

표 4-12. 출신권역별 할랄인증제에 대한 인지도(방문 무슬림)

단위: %

	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	평균
아시아/ 오세아니아	44.0	84.0	86.0	70.0	54.0	54.0	65.3
아프리카	46.7	46.7	46.7	33.3	40.0	26.7	40.0
중동	26.7	33.3	51.1	77.8	28.9	24.4	40.4
유럽/북남미	30.0	50.0	60.0	80.0	60.0	50.0	55.0

주 1) 아시아/오세아니아 50명, 아프리카 15명, 중동 45명, 유럽/북미/남미 10명을 대상으로 한 중복 응답 결과임.

2) 개별 할랄인증제에 대해 최소 들어본 적이 있거나 알고 있다고 응답한 결과를 출신권역별로 집계하여 비중을 계산함.

- 개별 할랄인증제도에 대한 신뢰도는 거주 무슬림은 JAKIM(말레이시아, 5점 척도 기준 평균 4.09점), 방문 무슬림은 ESMA(UAE, 평균 4.16점)에 대해 가장 높은 것으로 나타남. 이 밖에 거주 무슬림은 MUI(인도네시아, 3.94점), ESMA(UAE, 3.93점), KMF(한국, 3.78점) 순으로 비교적 신뢰도가 높은 편

이었으며, 방문 무슬림은 JAKIM(4.10점), MUI(4.04점) 순으로 신뢰도가 비교적 높은 것으로 나타남<표 4-13>.

- 거주 무슬림은 IFANKA(미국, 3.12점)에 대한 신뢰도가 상대적으로 낮은 편이며, 방문 무슬림은 IFANKA(미국, 3.31점), MUIS(싱가포르, 3.34점), KMF(한국, 3.39점)에 대한 신뢰도가 상대적으로 낮은 편임.

표 4-13. 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도

단위: 점

	거주 무슬림	방문 무슬림	평균
KMF(한국)	3.78	3.39	3.59
MUI(인도네시아)	3.94	4.04	3.99
JAKIM(말레이시아)	4.09	4.10	4.10
ESMA(UAE)	3.93	4.16	4.05
IFANKA(미국)	3.12	3.31	3.22
MUIS(싱가포르)	3.30	3.34	3.32
평균	3.69	3.72	3.71

주: 점수는 5점 척도에서 전혀 신뢰하지 않음 1, 신뢰하지 않은 편임 2, 보통 3, 신뢰하는 편임 4, 매우 신뢰함 5를 항목별로 계산하여 평균한 수치임.

- 출신권역별로 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도에는 큰 차이가 없으며, 대체로 무슬림 국가인 JAKIM(말레이시아), MUI(인도네시아), ESMA(UAE)에 대한 신뢰도가 거주 무슬림과 방문 무슬림 모두 평균적으로 높은 편이었음. 거주 무슬림 또는 방문 무슬림 모두 대체로 아시아/오세아니아 국적 무슬림의 할랄인증제에 대한 신뢰도는 전반적으로 높은 편임<표 4-14><표 4-15>.
 - 거주 무슬림 중 아시아/오세아니아(67.4%)와 유럽/북남미(30.0%)의 경우 출신권역별 평균에 비해 KMF(한국)에 대한 신뢰도가 높은 것으로 응답함.
 - 방문 무슬림 중 아프리카(73.3%)의 경우 출신권역별 평균에 비해 KMF(한국)에 대한 신뢰도가 높은 것으로 응답함.

표 4-14. 출신권역별 할랄인증제에 대한 신뢰도(거주 무슬림)

단위: %

	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	평균
아시아/ 오세아니아	67.4	70.2	74.2	62.9	38.2	43.3	59.4
아프리카	32.3	58.1	61.3	58.1	25.8	32.3	44.6
중동	41.9	64.5	71.0	77.4	32.3	25.8	52.2
유럽/북남미	30.0	30.0	30.0	30.0	20.0	10.0	25.0

주: 개별 할랄인증제에 대해 최소 신뢰하는 편이거나 매우 신뢰한다고 응답한 결과를 출신권역별로 집계하여 비중을 계산함.

표 4-15. 출신권역별 할랄인증제에 대한 신뢰도(방문 무슬림)

단위: %

	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	평균
아시아/ 오세아니아	42.0	82.0	84.0	72.0	42.0	48.0	61.7
아프리카	73.3	73.3	73.3	66.7	40.0	33.3	60.0
중동	44.4	60.0	60.0	80.0	44.4	40.0	54.8
유럽/북남미	30.0	60.0	70.0	70.0	50.0	40.0	53.3

주: 개별 할랄인증제에 대해 최소 신뢰하는 편이거나 매우 신뢰한다고 응답한 결과를 출신권역별로 집계하여 비중을 계산함.

3.3. KMF 할랄인증제품 구매 경험

- 거주 무슬림의 39.6%가 KMF 할랄인증 제품을 구매한 경험이 있는 것으로 나타남<그림 4-19>. KMF 할랄인증 제품 구매 경험이 없는 거주 무슬림(60.4%)의 경우 주요 비구매 이유로 KMF 인증이 존재하는지 몰랐다는 점을 제시함(57.0%). 이 밖에 KMF 인증 제품을 구하기 어렵다는 점도 주요 이유로 지적됨(33.8%)<그림 4-20>.

- KMF 인증의 전반적인 수준과 인증 유형은 무슬림의 KMF 인증 제품

구매 결정에 크게 영향을 주지 않는 것으로 나타남. 즉 KMF 인증이 민간인증이거나(0.7%), 다른 국가 인증제품에 비해 수준이 낮거나(2.6%) 신뢰할 수 없다는(6.0%) 점은 KMF 할랄인증 제품의 주요 비구매 요인이 아니었음.

그림 4-19. 무슬림 거주자의 KMF 할랄인증 제품 구매 경험

단위: %

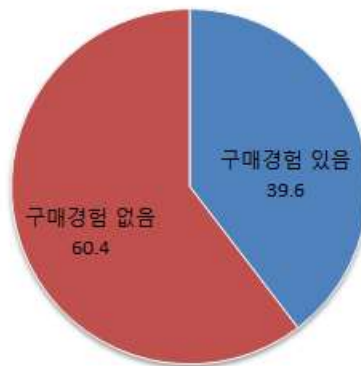
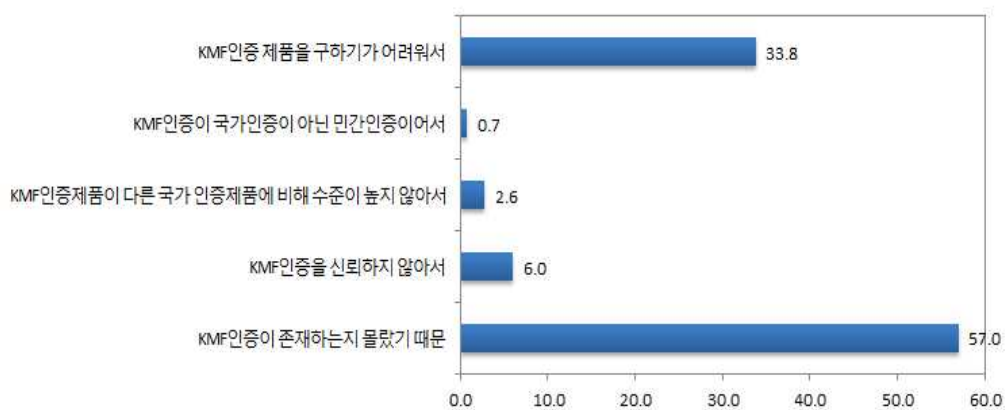


그림 4-20. 무슬림 거주자의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유

단위: %



4. 시사점

- 국내 할랄식품 이용 실태와 할랄인증제도 관련 인식을 파악하기 위해 실시한 국내 무슬림 소비자 대상 조사의 주요 내용과 시사점은 다음과 같음.
- 첫째, 국내 거주 무슬림은 대체로 할랄식품 전문매장, 대형할인마트, 중소형 슈퍼마켓에서 식품을 구입하고 있으며, 육류 및 육가공품, 조미료/양념류의 경우 할랄식품 전문매장 이용 비중이 상당히 높은 편임. 방문 무슬림의 경우 한국 방문 기간 중 비교적 접근성이 높은 중소형 슈퍼마켓, 편의점의 이용 경험이 상대적으로 높은 편임.
- 둘째, 국내 무슬림 소비자의 경우 평소 신뢰할 수 있는 업소에서 주로 할랄식품을 구입하며, 할랄표시 제품을 구입하고, 인증 여부도 중요하게 확인하는 것으로 나타남. 특히 육류 및 육가공품의 할랄 여부를 중요시함.
- 셋째, 한국 내 유통/판매되는 할랄식품에 대한 신뢰도는 높은 편이나, 할랄식품의 다양성과 구매 용이성은 상대적으로 낮게 평가함. 외식의 경우에도 전반적인 음식점 수준에는 만족하지만, 종교적 제약으로 국내에서 외식에 어려움이 있으며, 할랄식당의 충분성, 메뉴의 다양성, 정보제공의 충분성에 대해서도 상대적으로 낮게 평가함.
- 넷째, 할랄인증제도 자체에 대한 인지 수준은 높은 편임. 그러나 국가별 개별할랄인증제에 대한 인지도는 다소 차이가 있음. KMF 할랄인증제도에 대한 인지도는 한국 국적 또는 장기 거주 무슬림에서 상대적으로 높은 편임. 국내 할랄식당 인증제와 무슬림 식당 친화 등급제에 대한 인지 수준은 아직까지는 전반적으로 높지 않은 편인 것으로 나타남.
 - 개별 할랄인증제에 대한 인지도가 대체로 출신권역과 어느 정도 밀접한

관련이 있으나, JAKIM의 경우 전반적으로 인지도가 높은 편임. 개별 할랄인증제에 대한 인지도에 비해 신뢰도의 경우 출신권역별 차이가 크지 않음.

- 대부분의 무슬림 소비자들은 할랄식품 또는 공식 할랄인증 여부를 중요시하고 있으나, 식품구매 시 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품인지를 확인할 수 있으면 충분하다는 인식도 비교적 높은 편이었음. 거주 무슬림의 경우 KMF에 대한 낮은 인지도, KMF 인증 제품을 구하기 어렵다는 점 등으로 인해 KMF 할랄인증 제품의 구매 경험이 높지 않은 것으로 조사됨.

제 5 장

국내 할랄식품 시장 대응과제

1. 기본방향

1.1. 종합적·체계적 정책 추진

- 할랄식품 정책의 경우 식품산업, 관광산업, 외식업 등 다양한 산업 부문이 연결되어 있으며, 농림축산식품부를 주무부처로 하여 문화체육관광부, 식품의약품안전처 등 다수의 중앙행정기관과 정부산하 기관 및 민간기관이 관련되어 있음.
- 할랄식품 정책이 효율적으로 추진되고 정책·사업 추진을 통해 시너지를 창출하기 위해서는 관련 기관 간 협력을 강화하고 추진기관별, 정책 및 산업부문별로 종합적·체계적인 정책·사업 추진이 이루어질 필요가 있음.

1.2. 장기적 관점에서 정책 수립 및 운영

- 할랄식품 수출 활성화 및 식품산업 발전이라는 정부 정책 목표는 국내 할랄 식품 및 인증에 대한 인지도 제고, 수요 유발 및 확산·정착 단계를 거쳐 달성될 수 있음. 또한 이러한 목표 달성을 위해서 국내외 산업 인프라 구축, 장기적·지속적 홍보 전략 추진이 요구되는 등 단기적으로는 정책 추진 및 성과 달성에 어려움이 따름.
- 따라서 단기적인 성과 달성에 초점을 맞추기보다는 장기적인 관점에서 체계적으로 정책을 수립하고 운영할 필요가 있음.

2. 대응과제

2.1. 수요자를 고려한 할랄식품 공급 확대

- 현재 국내에 10여만 명의 무슬림이 거주하고 있으며, 무슬림 방한객의 규모도 지속적으로 증가하고 있음. 할랄식품은 국내 거주무슬림이 일상생활을 영위하는 데 있어서 필수적이며, 무슬림 관광객의 여행지 선정에서 중요한 요소로 작용함. 따라서 국내식품시장에서의 이들 무슬림의 할랄식품에 대한 기본 수요 충족은 중요한 과제임.
 - 2014년 무슬림 방한객 규모는 75만 명으로 추산되며, 향후 지속적으로 증가하여 2018년에는 100만 명을 넘을 것으로 전망됨.
 - 무슬림 관광객의 67%가 여행지 선정 시 할랄음식을 가장 중요하게 생각하는 요인이라고 응답한 설문조사 결과가 제시됨.⁶⁴

64 주간조선 웹페이지(<http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?ctcd=C02&nNewsNumb=002342100008>, 2015. 7. 15.) 참조.

- 국내 할랄식품 공급·수요 확대는 이를 통해 식품기업의 해외 시장 진출 확대의 기반을 구축할 수 있다는 점에서도 중요함. 할랄식품 정책 및 시장 대응이 비교적 활성화되어 있는 태국의 경우 관광객을 포함한 국내 무슬림 소비자의 국내에서의 할랄식품 구매 증가를 통해 수출 증대의 발판을 마련하는 것을 주요한 정책 방향으로 선정하고 있음.
- 우리나라의 경우 아직까지 국내 할랄식품 시장 형성은 미흡한 실정이며, 이에 따라 국내 무슬림 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 할랄식품의 공급이 충분하게 이루어지고 있지 않음. 따라서 국내 거주 무슬림과 방문 무슬림의 수요를 충족할 수 있는 적절한 수준의 할랄식품 공급이 필요함. 또한 질적인 측면에서도 수요자를 만족시키기 위해 판매·유통되는 할랄제품을 다양화할 필요가 있음. 이 밖에 할랄음식을 접하고자 하는 무슬림소비자의 다양한 수요를 충족시킬 필요가 있음.
 - 국내 할랄식품 판매처와 상품구색은 한정적이며 수입산 제품이 상대적으로 많은 편임. 할랄식당의 경우에도 공식인증식당 6개, 무슬림 이용 가능 식당이 약 140여 개 정도이며, 주로 서울에 분포함.
 - 국내 체류 무슬림 대상 설문조사 결과 무슬림 소비자들은 할랄식품의 다양성(방문 무슬림 2.33점, 거주 무슬림 2.55점)과, 판매 용이성(방문 무슬림, 2.30점, 거주 무슬림 2.65점)이 비교적 미흡하다고 평가함.
 - 외식에 설문에서도 국내에 할랄식당이 충분하지 않으며(방문 무슬림 2.04점, 거주 무슬림 2.20점), 메뉴가 다양하지 않다는 인식이 높은 편이었음(방문 무슬림 2.24점, 거주 무슬림 2.38점).
- 농림축산식품부는 2015년 6월 ‘할랄식품산업 발전 및 수출 활성화 대책(이하 ‘할랄식품 활성화 대책’)'에서 국내 할랄식품 공급 확대를 위해 국내 할랄인증 표시 제품 유통 허용, 국내 할랄식당 인증 확대, 병원 할랄식 공급 확대 등을 추진하고 있음. 병원 할랄식의 경우 레시피 개발과 조리·영양사 인력에 대한 교육 프로그램을 추진함.

- 유통 활성화와 할랄식품 R&D 정책 간 연계를 보다 활성화하여, 국내 공급 제품을 다양화할 필요가 있음. 기존의 병원할랄식 개발에 관한 정책 이외에도 일반 무슬림 소비자(관광객) 수요를 충족시키기 위한 다양한 할랄 외식메뉴의 개발과 현장 적용 방안이 마련될 필요가 있음.
 - 국내산 식재료를 활용한 할랄외식 메뉴 개발 및 보급을 추진할 필요가 있음. 또한 개발된 할랄 레시피의 원활한 현장 적용을 위해 외식부문 경영주 및 조리사 등을 대상으로 한 할랄음식 교육 프로그램 도입을 고려할 필요가 있음. 할랄음식 교육 프로그램은 할랄음식의 종교적 특성을 고려할 경우 이슬람 문화에 대한 이해가 동반될 수 있도록 문화적 요소가 결합될 필요가 있음.

2.2. 국내 할랄식품 연구 및 조사 강화

- 산업적·정책적 견지에서 보다 구체적인 할랄식품에 대한 대응책과 전략 마련을 위해서는 국내 할랄식품 관련 실태 및 현황에 대한 체계적 조사·연구가 이루어질 필요가 있음.
 - 국내 할랄시장·산업에 대한 조사는 국내 시장 대응뿐만 아니라 해외 시장 개척을 위한 정책적·산업적 대응을 위한 기초자료로서도 중요하게 활용될 수 있음.
- 그러나 현재 할랄식품 산업 및 국내외 할랄인증 관련 현황에 대한 자료는 단편적으로 집계·제공되고 있을 뿐임.
 - 예컨대 국내 채류 무슬림 규모가 자료별로 10만 명~14만 명 정도로 추산될 뿐, 정확하게 집계되고 있지 않으며, 국내 할랄식품 기업의 할랄식품 인증 및 생산 현황에 대해서도 정확한 자료가 제공되고 있지 않음.

- 국내 할랄 관련 시장·산업 현황과 무슬림 소비자 대상 할랄식품 관련 행태조사의 정기적 추진을 통해 국내 시장·산업 실태와 무슬림 소비자의 수요를 구체적으로 파악할 필요가 있음.
 - 산업실태조사: 국내 식품기업의 할랄식품 인증 및 생산·유통 실태, 할랄 원재료 이용 실태, R&D 및 정책 수요 등에 대한 조사와 통계 제공이 필요함.
 - 소비자조사: 무슬림 방문객을 포함한 국내 무슬림 소비자 대상 조사를 정기적으로 실시하여 할랄식품 수요와 국내 할랄인증제도에 대한 인식 등을 파악하고 산업 부문에서 활용할 수 있도록 할 필요가 있음.

2.3. 국내 할랄식품·인증 인식 개선 전략 마련

- 국내 할랄식품 수요 제고를 통한 국내 할랄식품산업 활성화와 해외 수요 창출을 위해서 국내 할랄식품 및 인증에 대한 무슬림 수요자 인식·인지도를 제고할 필요가 있음. 특히 무슬림소비자의 국내 할랄인증에 대한 인식 개선을 통해 국내 인증을 활성화함으로써 국내 식품제조업체의 국내 인증에 대한 수요를 확대하고, 식품업체가 해외 할랄인증 획득에 소요되는 비용·시간을 감소시킬 수 있음.
 - 국내 방문 무슬림의 경우 국내 인증기관에 대한 인지도 및 신뢰수준이 JAKIM, MUI 등 해외 주요 할랄인증에 비해 상대적으로 낮은 수준이어서 향후 해외 할랄식품 시장 진출 활성화를 위해 이에 대한 개선이 반드시 필요함.
- 정부의 할랄식품 홍보 대책은 주로 해외를 중심으로 수립·추진되고 있음. 향후 국내 무슬림 관광객의 증가에 대비하고, 국내 수요 기반 확보와 해외 수요 창출 전략 간 연계성을 통해 보다 효율적·효과적으로 정부의 정책 목표를 달성할 수 있다는 점에서 국내 거주 및 방문 무슬림을 대상으로 한 체계적이

고 종합적인 홍보 전략을 마련할 필요가 있음.

- 농림축산식품부는 한국 농식품의 할랄시장 인지도 강화를 위해 해외 시장을 중심으로 한 마케팅 방안 등을 마련하고 있음.
- 할랄식품뿐만 아니라 외식부문에서의 국내 할랄식당 인증 및 무슬림 식당 친화 등급제 등에 대한 인지도 제고 전략도 마련하여 식품(음식)과 관광의 연계를 통한 부가가치 창출의 기회로 삼을 필요가 있음. 무슬림 소비자 설문조사 결과 할랄식당 인증 및 무슬림 식당 친화등급제에 대한 인지도가 낮은 편이었음. 그러나 관련 제도에 대한 인지도가 높은 경우 신뢰 수준도 비교적 높은 편이어서, 인식 개선을 통해 할랄식당 이용과 더 나아가 무슬림 관광 활성화에도 기여할 수 있을 것으로 전망됨.
 - 설문조사 결과 거주 무슬림의 52.8%, 방문 무슬림의 경우 76.7%가 KMF 할랄식당 인증제에 대해 인식하지 못하고 있는 것으로 나타났음. 현재 시범적으로 실시되고 있는 무슬림 식당 친화 등급제의 경우에도 거주 무슬림의 69.6%, 방문 무슬림의 80.0%가 인지하고 있지 못하였음.
- 인식·인지도 개선 방안 마련과 함께 무슬림 소비자 대상 할랄식품·음식 관련 정보 제공 방법에 대한 고민도 필요함. 관련 정보 전달 방법·수단을 보다 구체화할 필요가 있음. 주요 관광도시(관광지), 공항, 이슬람성전 등 홍보대상 지역을 구체화할 필요가 있으며, 이슬람 공식행사 등을 활용하는 것을 고려해 볼 수 있음.
 - 할랄식당 관련하여 한국관광공사가 가이드북을 제작하여 온·오프라인을 통해 제공함. 그러나 무슬림 소비자 조사 결과 할랄식당 관련 정보가 충분히 제공되고 있지 않다고 평가함.
- 이 밖에 국내 일반 소비자(국민)의 할랄식품에 대한 이해 및 인식 제고를 위한 전략도 마련하여 국내 할랄식품 활성화 정책이 원활하게 추진될 수 있도록 할 필요가 있음. 즉 일반 소비자의 할랄음식에 대한 인지도·인식 개선을

위한 홍보 방안 마련을 고려할 필요가 있음.

- 국내에서 일정 규모의 할랄식품시장 형성·유지를 위해서는 할랄식품에 대한 일반 소비자의 심리적 저항감 완화와 수요 창출이 필요함.
- 최근 세계 식품시장에서는 위생 및 웰빙적인 요소에 주목하여 할랄식품에 대한 일반 소비자의 관심·수요가 증가하는 추세임.

2.4. 부문별 정책 연계 활성화

- 할랄식품은 식품산업뿐만 아니라 외식, 관광, 의료 등 다양한 부문과 관련되어 있음. 또한 농림축산식품부 이외에도 다수의 중앙행정기관과 정부산하 기관 및 민간기관에서 다양한 정책·사업을 추진함. 할랄식품 정책의 효과적 추진을 위해서는 부문별 정책 연계를 보다 활성화할 필요가 있음.
- 예컨대, 국내 할랄식품에 대한 수요 확대를 위해서 관광(음식) 부문·정책과의 연계를 고려할 필요가 있음. 국내 거주 외국 국적의 무슬림과 무슬림 방문객이 한식을 접하는 기회를 확대함으로써 우리나라 음식뿐만 아니라 할랄식품에 대한 관심과 수요 확대를 도모할 수 있음.
- 농림축산식품부의 기존 한식정책과 연계한 종합적인 정책 추진이 요구되며, 관광분야에서 음식·관광의 연계를 통해 다양한 시너지 효과가 발휘될 수 있도록 문화체육관광부와의 협력 사업을 적극적으로 추진할 필요가 있음. 특히 무슬림 소비자의 특성을 고려하여 한식정책 및 문화체육관광부 등 타 부처와의 연계사업을 보다 구체화할 필요가 있음.
 - 태국의 경우 수출 활성화를 위한 정부 식품산업 정책의 일환으로 태국음식의 세계화에 성공한 프로젝트인 ‘Kitchen of the world’를 모티브 삼아 ‘World’s Muslim Kitchen’이라는 슬로건으로 국가 내 증가하는 무슬림 거주자 및 관광객을 겨냥한 할랄태국 식품 프로모션 프로젝트를 전개함.⁶⁵

- 농림축산식품부와 문화체육관광부는 2013년에 전통음식과 문화를 연계한 음식관광 활성화 추진에 있어 상호 협력관계 구축을 통해 시너지 효과를 극대화하기 위해 MOU를 체결하고 관련 사업을 추진함.
- 예컨대 한식과 할랄음식을 결합한 음식 체험 프로그램(음식관광 상품) 개발·운영 고려, 무슬림 관광객 주요 접점 종사자를 대상으로 할랄음식 및 무슬림 관련 관광객에 대한 이해도 제고를 위한 교육 및 서비스매뉴얼 개발·보급 등 고려

65 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 웹페이지(<http://www.kati.net>, 2015. 9. 21.) 참조.

부록 1

거주 무슬림 설문조사 대상 현황

구분		명	%
계		250	100.0
성별	남자	156	62.4
	여자	94	37.6
연령	20~29세	150	60.0
	30~39세	79	31.6
	40~49세	16	6.4
	50세 이상	5	2.0
거주 기간	1~2년 미만	119	47.6
	2~4년 미만	72	28.8
	4년 이상	59	23.6
국적	한국	9	3.6
	북미/남미/유럽	10	4.0
	아시아/오세아니아	169	67.6
	아프리카	31	12.4
	중동	31	12.4
최종학력	고졸 이하	37	14.8
	대학(대학교) 재학/졸업	149	59.6
	대학원 재학 이상	64	25.6
결혼여부	미혼	159	63.6
	기혼	91	36.4
월평균 가구소득	99만 원 이하	96	38.4
	100~199만 원	70	28.0
	200~399만 원	42	16.8
	400만 원 이상	42	16.8
거주지역	서울	180	72.0
	서울 외	70	28.0

부록 2

방문 무슬림 설문조사 대상 현황

구분		명	%
계		(120)	100.0
성별	남자	(52)	43.3
	여자	(68)	56.7
연령	20~29세	(74)	61.7
	30~39세	(23)	19.2
	40~49세	(17)	14.2
	50~59세	(6)	5.0
방한 횟수	1회	(88)	73.3
	2회	(21)	17.5
	3회	(4)	3.3
	4회	(2)	1.7
	5회 이상	(5)	4.2
방한 목적	관광	(62)	51.7
	사업(출장)	(31)	25.8
	의료(진료)	(2)	1.7
	단기연수(교육)	(25)	20.8
국적	유럽	(10)	8.3
	아시아	(50)	41.7
	아프리카	(15)	12.5
	중동	(45)	37.5
최종학력	중학교 졸업 이하	(1)	0.8
	고등학교 중퇴/졸업	(6)	5.0
	대학(대학교) 재학/졸업	(96)	80.0
	대학원 재학 이상	(17)	14.2
결혼여부	미혼	(75)	62.5
	기혼	(45)	37.5
월평균 가구소득	Below \$2,500	(46)	38.3
	\$2,500~\$5,000	(31)	25.8
	\$5,000~\$7,500	(15)	12.5
	\$7,500~\$10,000	(11)	9.2
	\$10,000~\$15,000	(3)	2.5
	Over \$15,000	(10)	8.3
	응답거절	(4)	3.3

참고 문헌

- 김은미. 2015. “할랄 식품을 둘러싼 국내외 시장현황.” 『식품과학과 산업』 6월호.
- 김철민. 2014. “할랄 식품 시장동향과 진출 확대 방안.” 『NHERI 리포트』 제256호.
- 박기환. 2015. “할랄 농식품의 한·일 대응 실태와 과제.” 『농정포커스』 제104호.
- 법무부. 각 연도. 『통계월보』.
- 배민식·장영주. 2015. “세계 할랄 식품시장 최근 동향과 진출 과제.” 『이슈와 논점』 제954호. 국회입법조사처.
- 백진경 외. 2014. “할랄 인증제에 관한 전문가 심층인터뷰와 인식분석.” 『한국중동학회논총』 35(1): 197-229.
- 송도영. 2011. “한국 내 이슬람(할랄) 음식의 소비방식과 공급체계에 대한 문화적 해석.” 『한국중동학회논집』 32-1: 217-249.
- 윤서영. 2014. “국제 할랄 시장 동향 및 시사점: 말레이시아와 UAE를 중심으로.” 『KIEP 지역경제 포커스』 8(25). 대외경제정책연구원.
- 이서영. 2012. 『이슬람권 시장 진출을 위한 할랄(Halal)인증제도 연구』. 비교법제 연구 12-20-12. 한국법제연구원.
- 이선영. 2006. “국내 거주 이슬람교도의 식습관 현황.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이주명. 2015. “한국의 할랄 식품산업 현황과 발전방향.” 제1차 한-UAE 할랄식품 전문가포럼 발표자료.
- 이희수. 2012. 『이슬람과 한국문화』. 청아출판사.
- 이희열·정장호. 2014. “할랄 인증제도와 할랄 인증 강화에 따른 우리의 과제.” 『중동연구』 33(1): 101-140.
- 이희열 외. 2013. “식품산업 수출 증대를 위한 할랄 SCM 도입방안에 관한 연구.” 『호텔관광연구』 15(1): 191-213.
- 임팩트. 2015. 『할랄식품으로 주목받는 할랄산업 시장현황 및 참여업체 동향』.
- 안상돈·강병규. 2014. “수출 틈새시장으로서의 할랄 식품 시장과 축산업계 진출방안.” 『NHERI 리포트』 제241호.
- 장건 외. 2014. 『할랄경제학: 할랄닭고기 산업을 중심으로』. 에스앤아이팩토리.
- 한국관광공사. 2014. 『무슬림 관광객 유치 안내서』.
- 한국농수산물유통공사. 2014. “중동지역 할랄시장과 국내기업의 진출전략: 걸프지역을 중심으로.” 『aTget Global Export Trend』 한국편 2014 K-05.

홍완수. 2015. “할랄 식품 산업과 할랄 인증.” 『식품과학과 산업』 6월호.

기획재정부 웹사이트. <<http://www.mosf.go.kr>>.

농림축산식품부 웹사이트. <<http://www.mafra.go.kr>>.

뉴스파워 웹사이트. <<http://www.newspower.co.kr>>.

문화체육관광부 웹사이트. <<http://www.mcst.go.kr>>.

보건복지부 웹사이트. <<http://www.mw.go.kr>>.

식품의약품안전처 공식 블로그. <<http://blog.naver.com/kfdazzang>>.

식품의약품안전처 웹사이트. <<http://www.mfds.go.kr>>.

연합뉴스 웹사이트. <<http://www.yonhapnews.co.kr>>.

주간조선 웹사이트. <<http://weekly.chosun.com>>.

주일본 대한민국 대사관 웹사이트. <<http://jpn-tokyo.mofa.go.kr>>.

한겨레 웹사이트. <<http://www.hani.co.kr>>.

한국농수산식품유통공사 농수산물수출지원정보 웹사이트. <<http://www.kati.net>>.

한국이슬람교중앙회 웹사이트. <<http://www.koreaislam.org>>.

4HIM 웹사이트. <<http://www.4him.or.kr>>.

G마켓 웹사이트. <<http://www.gmarket.co.kr>>.

KOTRA 중국지역본부 블로그. <<http://todaychina.blog.me>>.

정책연구보고 P211

국내 할랄식품 시장 실태와 대응과제

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)

인 쇄 2015. 10.

발 행 2015. 10.

발행인 최세균

발행처 한국농촌경제연구원

58217 전라남도 나주시 빗가람로 601

대표전화 1833-5500 <http://www.krei.re.kr>

인 쇄 삼신인쇄

02-2285-5538

E-mail: dnv6477@korea.com

ISBN 978-89-6013-785-1 93520

- 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
 - 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
-
- 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.