할랄 식품을 둘러싼 국내외 시장현황

Domestic and international markets associated with Halal food

김 은 미
Kim Eun-Mi

한국식품연구원
Korea Food Research Institute

서 론

최근 풍부한 오일머니를 바탕으로 GCC (Gulf Cooperation Counci, 중동 산유국을 대표하는 걸프협력회의)는 각 정부주도로 다양한 국가경제 개발계획이 추진되고, 국민 소득도 2만 달러를 상회하여 세계 프로젝트 시장의 핵심 발주처이자 새로운 소비축으로 떠오르고 있다. 2013년 한-GCC 무역규모는 유가하락에도 현지 경제 활황에 힘입어 수출과 수입이 모두 역대 최고치를 돌파하며 1,127억 달러의 사상 최대치를 기록했다. 이에 따라 GCC는 일본과 미국을 제치고 중국에 이은 두 번째 주요 교역대상지로 중요한 역할을 하고 있지만 반면에 우리나라 원유수입의 80% 이상을 차지하고 상품교역분야에서도 아시아, 유럽지역에 이어 세 번째로 큰 교역권(연간 1,540억 달러)으로 성장해 온 지역으로 한국경제에 중요한 역할을 담당하고 있다. 현재 GCC 각 정부는 각종 인프라 건설 및 제조업 육성 정책을 활발하게 추진중이다. 우리기업은 이 지역의 건설 프로젝트를 적극적으로 수주하는 한편 현지 투자를 확대하고 상품과 서비스 수출까지 연계하는 전략이 필요한 시점이다.

이 시점에 박근혜 대통령의 중동 순방에서 논의 되었던 이슈 중 하나가 할랄이다. 할랄은 '이슬람 율법에서 허용된 것'이라는 뜻으로 할랄식품은 까다로운 검열과 인증절차를 거치기 때문에 깨끗하고 안전하며 친환경적이라는 인식이 미국이나 유럽에서는 일반인들에게도 확대되어 큰 호응을 얻고 있다. 특히 세계적으로 식품안전성에 대한 인식이 높아짐에 따라 할랄식품을 성분, 안전, 위생 기준 측면에서 엄격한 검사와 표

Corresponding Aurhor: Eun-Mi Kim
Korea Food Research Institute,
Seongnam, Gyeonggi 463-746, Korea
Tel: +82-2-970-6740
Fax: +82-31-780-9789
E-mail: kem@kfri.re.kr

준관리 절차를 거친 믿을 수 있는 식품으로 인정하는 추세이다. 따라서 할랄식품은 단순히 종교적인 문제뿐만 아니라 식품의 위생과 안전을 보증할 수 있는 또 하나의 인증수단으로서 활용되어 제품에 대한 신뢰도가 상승될 수 있다. 할랄식품시장은 20억 명에 달하는 무슬림 인구 및 할랄 식품의 안전성에 따른 선호도 증가로, '13년 전년대비 10.8% 증가한 1조 2,920억 달러 규모를 기록하였으며, 향후 지속적인 성장으로 '19년에는 2조 5,390억 달러 규모에 이를 것으로 전망되고 있다.

식품산업측면서 중동지역은 성장전망이 높은 거대한 시장이지만 중동 현지시장에 대한 정보부족과 현지 소비자의 한국식품에 대한 인식부족 등으로 우리 기업의 진출에 많은 애로가 있었다. 이미 120여 개 국내식품업체가 430여 개 품목에 대해 할랄인증을 얻어 해외 할랄시장 개척에 나섰지만 까다로운 조건들을 만족시켜 할랄인증을 취득했더라도 기업들은 국내 판매나 수출에 어려움이 많은 것으로 보고되고 있다. 실제 걸프지역에 대한 국내식품의 수출규모는 2013년 기준 2억 3000만 달러에 불과하였으며 그나마도 비(非)할랄식품인 담배와 커피가 대부분이었다. 특히 무슬림의 기호성향을 고려하지 않은 제품들을 그대로 판매하면 수출에서 성공을 거두기 어렵기 때문에 중동시장을 겨냥한 할랄식품은 개발에서 판매, 인증까지 다각적으로 검토가 필요하다.

할랄식품시장 규모와 전망

세계 식품시장의 규모는 2014년 약 5.3조 달러로 자동차 산업 1.6조, IT산업 3.5조 달러보다 큰 시장으로 2018년 6.3조를 증가할 것으로 예상되고 있으며 중국 등 아시아 시장이 빠르게 성장하는 특징을 보이고 있다. 국내식품시장은 최근 10년간 연평균제조업 6.7%, 외식업 6.2% 성장하였으며 동기간중, 농림업은 3.7%으로 상대적으로 낮은 성장률을 보였다. 2014년 수출은 중국 등 FTA 확대, 중화권, ASEAN중심 한류확산 등으로 인한 수출시장 확대, 1.3조 달러 규모의 할랄식품시장과 외식기업 해외진출 확대 등으로 62억 달러로 전년 대비 8.1% 증가하였으나 농식품 수입액이 317억불로 무역수지 255.2억 달러 적자를 보이고 있다.

세계 할랄식품시장의 규모는 2013년 기준 1조 920억달러로 전년대비 10.8% 증가하였으며 2019년에는 2조 5390억 달러까지 성장할 전망이다. 2014년 할랄 식품시장 규모는 전 세계 식품시장의 약 16% 수준인 연간 6,500억 달러~1조 1,000억 달러로 추산되며, 무역을 통해 거래되는 할랄 식품은 연간 약 3,470억 달러의 규모로 추정되고 있다. 할랄 식품시장은 계속된 성장으로 글로벌 식품시장에서 차지하는 비중이 ('12)16.6%→('19)21.2%로 점차 높아지고 있다(세계할랄시장 '13, 2조 달러 → '14, 2.19조 달러 → '19, 3.7조 달러).

무슬림은 이슬람 신자를 의미하며, 무슬림 수가 가장 많은 국가는 인도네시아이고, 지역적으로 인도반도(파키스탄, 인도, 방글라데시)에 가장 많이 분포하고 있다. 무슬림은 세계 인구의 약 29%를 차지하고 있으며, 2025년이면 무슬림이 세계 인구의 30%로 성장할 것으로 예측되고 있다. 이에 따라 할랄 상품에 대한 수요가 증가할 뿐 아니라 할랄 산업의 범위도 화장품, 개인 위생용품, 의약품, 의류와 같은 제조품에서 호텔, 관광, 물류 등 서비스 부문으로 확대될 것으로 예상된다. 또한, 무슬림은 140여 개국에 흩어져 살고 있으며, 이중 아랍연맹 소속 22개국을 포함 이슬람회의기구 가입 회원국만 해도 57개국에 달하기 때문에 동남아 이외의 국가로의 할랄 시장 진출 방안을 모색할 필요가 있다.

무슬림들이 지리적으로 떨어져 있음에도 불구하고 종교적인 동질성을 가지면서 풍부한 자원기반의 경제력, 급속한 인구 증가율, 왕성한 소비성향 등의 장점을 갖춰 앞으로 매력적인 시장을 부상할 것으로 예상되고 있다. 실제로 할랄식

표 1. 국가별 할랄 식품 시장 규모

(단위 : 10억 달러)

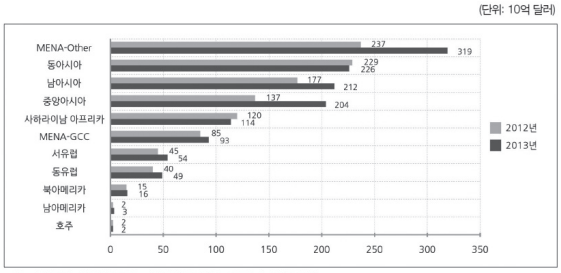
연번	2012년		2013년	
	국가	시장규모	국가	시장규모
1	인도네시아	197	인도네시아	190
2	터키	100	터키	169
3	파키스탄	93	파키스탄	108
4	이집트	88	이란	97
5	이란	77	이집트	95
6	나이지리아	53	방글라데시	60
7	사우디아라비아	44	사우디아라비아	53
8	방글라데시	43	러시아	44
9	인도	38	인도	41
10	러시아	34	나이지리아	38

자료 : Thomson Reuters. 2015. State of the Global Islamic Economy 2013, 2014-2015

품의 구매력은 무슬림을 기반으로 증가하고 있으며, 비(非)무슬림에게도 할랄식품은 까다로운 검열과 인증절차를 거치기 때문에 깨끗하고 안전하며 친환경적이라는 인식이 확대되어 큰 호응을 얻고 있다. UAE를 비롯해 GCC 국가는 열악한 기후조건으로 인해 농업 및 축산업이 발달하지 않아 일부 어업, 대추야자 수확 등을 제외하고는 대부분의 수요를 수입에 의존한다. 두바이 상공회의소에 따르면 2010년 UAE는 국내 수요의 82% 가량을 수입했으며, 이는 GCC 국가의 수입 비중 평균치인 70%를 웃도는 수치이다. 2012년 UAE 식품 소비량은 820만 MT이며, 2017년에는 1050만 MT에 달할 것으로 전망된다. 2012년 UAE의 식음료제품 거래액은 307억 달러를 기록했으며, 이 중 수입액은 193억 달러, 수출액은 115억 달러 수준이다.

전 세계 무슬림 소비자들이 식품 및 라이프스타일(패션, 여행, 화장품, 미디어, 여가, 의약품 등에 지출하는 비용은 연 평균 10.8%씩 증가하고 있는 것으로 파악되고 있으며 특히 사회적 제약이 많았던 여성의 사회진출이 늘어나면서 여성 소비파워가 증가함에 따라 관련 산업 확대가 이루어질 전망이다. 동시에 비만 인구의 증가가 사회적 이슈가 되면서 건강식단 및 다이어트에 대한 관심도 보편화됐으며, 이에 따른 웰빙 음식, 유기농 식품 시장이 확대될 것으로 기대되고 있다. 따라서 한국산 웰빙, 유기농 식품에 대한 인지도는 극히 미미하지만, UAE의 경우 식품소비가 상승세를 이어가고 있고, 최근 한국 식품의 대형 유통체인(Carrefour, Lulu 등)진출도 증가하고 있으므로 한국 기업의 진출도 유망한 시장이다.

특히, 중동지역 유기농시장 규모는 1억 1천만 달러 규모로 이미 유기농시장이 정착된 미국보다 더 큰 규모로 지속적으로 성장하고 있다. 중동유기농 시장의 대부분은 수입에 의존하기 때문에 향후 이 지역의 유기농 틈새시장 성장 가능성은 매우 크다. 유로모니터에 의하면 중동의 유기농 시장은 2009년 7천 2백만 달러 규모에서 2014년 1억 1천만 달러로 성장했다. 중동의 유기농 시장은 국가마다 다르며 이스라엘의 시장규모는 6천7 백 만달 수준으로 중동시장에서는 가장 크고, 다음으로는 아랍에미리트(1천 8백만 달러)와 이집트(9백만 달러)순서이다. 특히 아랍에미리트의 경우 인구구성면에서 젊은이들이 많고



주 : 1) MENA는 중동(Middle East)과 북아프리카(North Africa) 지역을 뜻함
2) GCC는 걸프협력회의(Gulf Cooperation Council, 이하 GCC)로 바레인, 오만, 사우디아라비아, 쿠웨이트, 카타르, 아랍에미리트 등이 회원국임
자료 : Thomson Reuters, 2015, State of the Global Islamic Economy 2013, 2014-2015.

그림 1. 지역별 할랄 식품 시장 규모

건강한 라이프스타일을 추구하기 때문에 이 시장은 향후 성장할 것으로 예측되고 있으며 '14년 아랍에미리트의 유기능 유아식품 시장 규모는 8백만 달러에 이르고 있다.

시장규모는 국가별로는 1위가 인도네시아로 1,904억 달러이며, 그 뒤를 이어 터키 1,685억 달러, 파키스탄 1,084억 달러 순으로 세계 상위의 무슬림 인구수를 보유한 인도네시아의 할랄식품 시장은 전년 대비 소폭 감소하였으나 여전히 할랄 식품 시장 규모가 가장 큰 국가로 나타났다. 터키, 이란, 방글라데시, 러시아 국가들의 시장규모가 전년과 비교하였을 때 순위가 상승하는 등 증가 추세에 있다(표 1). 말레이시아의 할랄산업은 매년 5% 성장할 것으로 추산하고 있으며, 세계 할랄식품 허브로 널리 인정받고 있으며, 무슬림뿐 아니라 비 무슬림 소비자들 사이에서도 점점 인정받고 있는 추세이다. 따라서 이들 국가로의 국내 제품 진출을 위해서는 할랄 인증이 불가피한 실정이므로, 할랄 인증에 관한 조사 및 연구가 시급하게 지원될 필요가 있다.

지역별로는 중동 및 북아프리카, 아시아지역의 할랄 식품 시장 규모가 유럽 또는 아메리카 지역에 비해 큰 것으로 조사되었다. 중동 및 북아프리카 지역은 전년과 비교하였을 때 시장규모가 크게 증가하였으며 중앙남아시아 지역의 증가세도 두드러지게 나타났다(그림 1, 표 2). 북부아프리카는 대부분의 식품을 수입에 의존하고 있는 지

표 2. 대륙별 무슬림 인구와 할랄푸드 시장 규모

지역	무슬림인구 (백만명)	연간 1인당 할랄식품 소비	할랄식품시장 규모 (백만 달러)
아시아	1,103.75	400	441,500
아프리카	462.36	250	115,590
유럽	51.46	1,250	64,325
북아메리카	7.13	1,750	12,478
남아메리카	2.41	500	1,205
오세아니아	0.5	1,500	750
합계	1,627.61		US$ 635,848

출처 : http://www.islamicpopulation.com, Pop.Data-2009 CAI World Factbook

역으로서, 할랄푸드 제품을 위한 중요한 시장이다. 이 지역은 점점 높아지는 교육수준과 증가하고 있는 소득으로 인하여 더욱 더 다양한 제품에 대한 수요가 요구되고 있다. 이집트는 7천만 명 이상의 무슬림으로 북아프리카 최대의 할랄시장이다. 사하라 이남의 아프리카 인구 중 29.6%가 무슬림이며, 이중 나이지리아는 이 지역에서 가장 큰 인구로서 가장 큰 소비시장을 가지고 있다. 이 지역은 일반적으로 낮은 소득으로 인하여 낮은 구매력을 가지고 있으나 남부 사하라 지역은 지속적인 성장이 예상되며, 할랄푸드 제품의 중요한 시장이 될 것으로 예상된다.

현재까지 할랄식품 성장의 최대 공헌자는 인도네시아, 중국, 인도 말레이시아와 사우디아라비아, 아랍에미레이트, 오만, 카타르, 바레인, 쿠웨이트를 포함한 걸프연합(GCC)으로 이들 국가들은 할랄푸드 시장 성장의 견고한 기반을 제공하였다. 할랄식품의 공급은 주로 아시아에서 이루어지고 있으며, 말레이시아가 할랄 식품의 최대 수출국으로서 2013년 98억 달러를 수출하였고, 태국과 인도네시아가 새로운 수출국가로 부상하고 있다. 2014년 기준, 할랄 관련 시장에 대한 한국 농식품 수출액은 약 6.8억 불이며, GCC 3.3억불(UAE 3억불), 인도네시아 1.8억불, 말레이시아 0.9억불, 태국 0.8억불 순으로 수출하고 있으며, 2017년에는 12.3억

표 3 . 중동 권역별 시장별 특징

틈새시장	주력시장
◆사회는 안정적이나 시장크기가 작고 재정이 취약하여 직접적인 교역의 확대보다는 틈생의 수용 공략과 변화에 대응이 필요한 시장 ◆모로코, 레바논, 튀니지 등	◆가파른 경제성장세를 시현하면서 사회적으로 안정된 싯방으로 우리나라의 중동교역의 상당부분을 차지하는 중요시장 ◆GCC, 터키, 이스라엘 등
◆사회변혁 진행중 ◆전반적인 사회, 경제 매력도는 낮은 수준이나 인구 및 성장잠재력이 높아 전략적 접근필요 ◆알제리, 이집트, 요르단, 리비아, 이란, 예맨 등 사회변혁이 빠른 국가들	◆건실한 재정과 큰인구로 경제성이 높으나 안정성이 부족하여 시장기회 선점을 통해 진출이 필요한 시장 ◆전략시장에서 주력시장으로 진화하는 과정에서 경제매력도가 사회매력도에 비해 빠르게 진행 ◆이라크 등
전략시장	기회시장

불 규모로 증가할 것으로 예상하고 있다. 주로 담배, 커피, 과자, 라면 등 가공제품 위주이며, 169개의 외식브랜드 점포가 진출했다.

중동지역 할랄시장의 특징

중동지역은 열악한 환경적 요인으로 식품의 자체 생산량이 낮아 식품 수입수요가 꾸준한 시장이다. 유통비용 및 물류시간 개선을 통해 제품 수출판로를 확보한다면 안정적이 공급망으로 발전할 수 있다. 특히 KOTRA의 세계시장 진출전략 설명회자료를 보면 중동지역 권역별, 시장별로 특징에 따라 진출전략을 다르게 접근해야 할 것으로 조사되었다(표 3, 표 4).

전반적인 할랄시장 무슬림 소비자 성향은 보수적인 무슬림부터 자유주의까지 다양하게 존재하는 것으로 알려져 있다. 보수적인 무슬림은 일상생활에서 이슬람의 교리를 철저히 신봉하는 보수적인 사람들로, 할랄식품에 대한 충성도가 가장 높은 소비자로 설명할 수 있지만 할랄식품 구매시 대체적으로 비중동국가 무슬림은 할랄인증과 마크표시에 민감한 반응을 보이는 반면, 중동국가 무슬림은 오히려 그에 대해 덜 까다로운 태도를 나타내고 있다. 중동국가 무슬림은 자국 내에서 유통되는 모든 제품이 모두 할랄일 것이라는 인식을 갖고 있기 때문에 중동의 할랄시장 개척이 오히려 부진한 편으로 해석된다.

할랄시장의 동력은 신세대 무슬림 소비자로 무슬림이라는 자부심과 함께 세계화된 서구의 자본주의 시장에 깊숙이 들어가 종교성과 신념을 더 경쟁력 있는 문화상품으로 재생산하는 생산자와 동시에 소비자 역활을 담당하고 있다. 과거 무슬림 소비자들은 서구브랜드 또는 이를 이슬람의 가치로 포장한 제품을 소비했으나 신세대

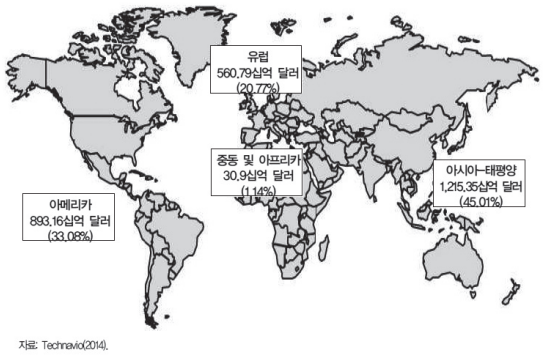
표 4. 2015년 대중동 진출전략

주목할 시장		
3대 중형시장	터 키	한-터키 FTA
	이집트	엘시시 대통령 집권 이후 정치사회 안정, GCC의 전폭적 지원
	이 란	핵협상 타결 후 경제개발 가속화 가능성
GCC	사우디 UAE 쿠웨이트 카타르	유가하락에도 축적된 국부펀드를 활용한 프로적트 및 사회 인프라 개발 지속 추진
마그레브	알제리	경제개발계획에 따른 산업화 지속추진 민생안전을 위한 시회인프라 확충

참고 : 2015 KOTRA 세계시장 진출전략 설명회 자료

무슬림들은 자본주의의 경영방식을 이슬람의 가치에 도입해 할랄시장을 개척하는 생산자로 부상하고 있다.

동시에 여성의 고등교육기관 진학률이 높아지면서 노동시장 진출이 늘고 있는 상황이다. 2012년을 기준으로 중동과 아프리카 지역 여성의 연간 가처분 소득은 남성에 비해 67.4% 낮은 실정이고 특히 걸프협력국의 1인당 연간 가처분 소득의 경우 여성은 4004달러, 남성은 1만 7021달러로 남성이 여성보다 세 배 가량 많다. 그러나 이슬람 문화정서상 여성은 자신의 수입을 단독으로 관리할 수 있으며 그 결과 여성의 실질적인 가처분 소득은 훨씬 높아진다. 향후 걸프지역 여성의 노동시장 참여로 인해 여성의 가사노동을 대체할 외식업, 조리와 반조리 식품, 배달업에 대한 소비가 늘어날 것으로 예측되고 있다.



참고 : 이동소 2014, 농촌경제연구원

그림 2. 지역별 외식시장 규모와 차지 비중(2013년 기준)

할랄외식산업 규모 및 전망

세계 외식시장은 인구학적 요인의 변화와 건강에 대한 관심증대, 건강한 삶의 추구 등의 영향으로 꾸준히 성장세를 보일것으로 예상된다. 시장조사기관 테크나비오(TechNavio)社의 보고에 의하면 2013년 기준 세계 외식시장 매출액은 2조 7천억 달러로, 2014-2018년까지 5.78%의 연평균 성장율을 기록하여 2018년 3초 5,576억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다.

지역별로는 2013년 기준 아시아-태평양 지역 세계 외식시장의 45.0%를 차지하고 그 뒤로 아메리카 지역, 유럽지역, 중동 및 아프리카 지역 순이지만 외식산업측면에서 성숙단계로 접어든 유럽 및 북미지역은 저성장 선진시장, 막대한 인구와 높은 경제성장률을 기록하고 있는 인도, 중국 등 기록하고 있는 고성장 신흥시장으로 양분할 수 있다.

표 5. 아시아 · 태평양 지역의 외식시장 규모 전망(2014-2018년)

단위 : 십억달러, %

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
매출액	1,215.35	1,295.80	1,387.56	1,491.25	1609.86	1744.25
성장률	6.08	6.62	7.08	7.47	7.95	8.35

자료 : 한식재단(2013)

표 6. 중동 및 아프리카 지역의 외식시장 규모(2014-2018년)

단위 : 십억달러, %

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
매출액	30.9	32.5	34.5	36.9	39.5	42.6
성장률	4.75	5.18	6.15	6.96	7.05	7.85

자료 : 한식재단(2013)

표 7. 할랄식품을 둘러싼 국가별 현황

- 일본은 230개의 업체가 할랄제품 도입에 적극적이며 3곳의 업체는 말레이시아 현지에 공장을 설립해 할랄 식재료, 식품, 어육가공제품을 생산할 예정이다.
- 사우디아라비아에서 소비되는 닭고기 대부분은 브라질산으로 브라질 공급업자들은 정교한 할랄 도축시설을 갖추고서 시장 선점하고 있다.
- 네덜란드 로테르담은 돼지고기, 알코올류와 완전히 분리된 최대 규모의 할랄전용 창고를 운영하여 무슬림 고객을 유치하고 있으며 인도네시아 정부는 도축과정이 할랄 규정에 맞지 않는다는 이유로 뉴질랜드산 쇠고기 수입금지 조치한 바있다('09).
- 필리핀 무역산업부(DTI)가 2011년 하반기부터 할랄식품에 대한 국가표준(Philippine National Standard)작업을 역점사업으로 추진하고 있으며, 이를 위해 Halal Trade Development Program을 마련하였다.
- 태국은 비록 불교국가이지만 할랄제품에 대한 시장점유율이 브라질(10.2%), 미국, 인도, 러시아에 이어 다섯 번째인 5.3%를 기록하고 있다(Kurokawa). 2003년 세계적 수준의 할랄 연구소인 Halal Scient Center(HSC-CU)를 Chulalongkorn University에 설립하고 세계최초로 할랄식품에 대하여 연구하였으며 각각의 할랄표준을 가지고 있어 태국무슬림 국가들로부터 좋은 평가를 받고 있다. 특히 할랄제품에 대한 물류에 관심을 가지고 인증된 할랄제품의 제조와 마케팅을 one-stop 서비스로 제공할 수 있는 "The Halal Super Highway and Holistic Center"를 건설, 할랄제품 수출입의 국제적 허브를 구축하고 있다.
- 프랑스의 할랄시장은 경제력을 가진 북아프리카 이민자 2-3세대들의 정착에 의해 연간 약 15% 정도 성장하고 있으며 2012년 할랄식품시장은 550억 유로 규모이다. 프랑스에는 EU국가 중 가장 많은 약 7백만 명의 무슬림 커뮤니티가 있으며, 할랄식품에 대한 요구는 꾸준히 증가하고 있으며 주요 수퍼마켓인 Carrefour 또는 Albert Heijn에서도 할랄미트를 포함한 할랄제품들을 판매하기 시작하고 파리 시내에는 400개 이상의 할랄제품으로 요리를 하는 식당들이 운영되고 있다.

중동 및 아프리카 지역시장은 2013년 외식시장 규모가 309억 달러로, 전체시장의 1.14%에 불과하다. 그러나 향후 아시아-태평양 다음으로 높은 연평균 6.63%의 성장률을 기록할 것으로 보이며, 2018년에는 426억 달러에 이를 것으로 예상된다. 중동 및 아프리카 지역은 산업 발전초기단계로, 타지역과 비교해서 시장규모가 매우 적은 편이다. 그러나 가처분 소득의 증가와 환대산업의 성장, 레스토랑 부부분의 성장 등으로 외식산업이 빠르게 성장할 것으로 기대된다.

한국을 방문한 무슬림 관광객은 2013년 62만 5000여 명, 2014년 73만 명(전체 관광객 1420만 명)으로 2018년에는 100만 명을 돌파할 것으로 예상된다. 관광공사 연구결과 무슬림 관광객이 여행지를 선정할 때 "가장 중요하게 생각하는 것이 할랄 음식(67%)"에 대한 조사결과가 있으나 국내 관련자는 이에대한 인식조차 제대로 되지 않는 수준이다. 국내 입점한 수많은 할랄 음식들은 주로 터키, 인도, 파키스탄 등의 외국 음식이 대부분 전국 약 50여 개의 할랄한식당이 있으나 한국이슬람교중앙회의 인증을 받은 한식당은 이슬람 식당을 포함해 국내 6개 음식점으로, 삼계탕 메뉴 등을 제공하는 용산구에 있는 한식당 '이드(EID)'는 한식당 최초로 할랄인증을 받은 식당이다.

국내산 할랄식품의 수출확대를 위해서는 기본적인 내수기반을 확보하는 것도 매우 중요한 과제다. 국내에서 할랄인증을 받은 식품에 대한 할랄인증표시를 허용하면서 국내에 거주하는 15만 명의 무슬림과 매년 한국을 방문하는 75만 명의 무슬림 관광객을 대상으로 우리 식재료를 기반으로 하는 할랄식당 또는 무슬림 친화식당 이용기회를 확대해 우리 식품에 대한 인식을 제고하는 노력을 병행함으로써 국내 농식품산업의 수출산업화가 실현될 수 있을 것이다.

표 8. 할랄식품을 둘러싼 국내외 업체현황

- 할랄시장의 선두업체 맥도날드(McDonald)는 말레이시아의 모든 점포에 할랄기준을 충 족시키고 있으며, 말레이시아에서 가장 성공 적인 패스트푸드점으로 자리잡고 있으며 KFC는 영국에서 100여 개의 할랄 버거 전문매장을 운영중에 있다.
- 네슬레는 1992년부터 할랄 시장의 잠재성을 알고, 할랄식품개발 시작하여 전 세계 85개 공장과 154개 식품이 할랄 인증을 받은 실정이다. 네슬레 말레이사아의 경우 매출액 ¼이 할랄 제품 40개의 수출에서 창출되었고 할랄 식품 판매 증가율이 연평균 50%에 달할 것으로 기대하고 분유, 수프, 사탕 등을 할랄용으로 기획중에 있다.
- 대상 FNF는 2009년 종가집 김치에 대해 인증을 받았다. 2009년 인도네시아와 말레이사에 12만 달러 수출실적으로 달성했고, 2010년에는 UAE(아랍에미리트)까지 수출국을 더해 총 39만 달러를 수출했다. 2015년에는 41만 달러를 수출한 것으로 추정되고 있다.
- ㈜농심은 채식주의자를 위한 라면을 개발해 할랄 인증을 받아 UAE, 인도네시아 등에 수출하고 있으며(KMF 한국 이슬람교 중앙회 인증), '14 지난 4월 주요 수출제품인 컵라면 7종, 봉지 1종 등 8품목에 대해 이슬람 국가 수출을 염두에 두고 할랄인증을 획득.하였으며 인도네시아, 사우디아라비아, 베트남, 파키스탄, 카타르, 영국, UAE, 필리핀 등 8개국에 수출하고 있으며 올해 실적은 37만달러 정도이다.
- 남양유업은 '14 10월 국내 유가공업체 중 최초로 수출용 멸균초코우유 에 대해말레이시아 정부기관인 JAKIM으로부터 할랄 인증을 획득하였다. 이제품은 급식용으로 말레이시아에 수출될 예정이며 일반우유 및 분유, 커피 등으로 제품군을 넓혀간다는 계획이다.
- 오리온제과는 국내에 유통되는 오리온제과의 초코파이는 돼지에서 추출한 젤라틴이 이용되지만, 무슬림 국가에 수출되는 제품은 소 성분의 젤라틴을 사용하고 있다.
- 교촌치킨은 미국에서 소스 3종류에 대해 할랄인증을 받았으며 풀무원은 2013년 생라면 "자연은 맛있다"로 말레이시아 정부가 발급하는 할랄인증 'JAKIM'을 받고 이슬람시장에 진출하였다.

할랄식품을 둘러싼 국내외 현황

할랄인증 제품의 높은 잠재성은 무슬림이 아닌 사람들을 대상으로 한 시장으로 안전하고 윤리적인 제품을 찾는 사람들이며, 유럽의 할랄푸드 시장의 대중화를 선도하고 있는 나라는 러시아와 프랑스, 영국이다. 호주를 포함한 오세아니아 지역은 2009년과 2010년 사이 이 지역의 할랄푸드 시장 성장률이 33.3%에 달하는 것으로 조사되었다. 특히 할랄식품의 성장가능성을 보고 일본, 중국, 러시아, 프랑스 등 많은 국가들이 할랄사업에 관심을 집중하고 있으며 미국과 캐나다, 호주, 브라질 등은 무슬림 국가가 아님에도 불구하고 할랄시장에 대한 관심과 관련제품의 수출은 매우 높은 편이다(표 7).

현재 알찍 할랄시장에 뛰어든 다국적 기업들이 전세계 할랄 식품시장의 80%를 점하고 있으며 대표적인 브랜드로 네슬레, 코카콜라, 맥도날드, 버거킹 등이 있다(표 8).

국내식품업체 120여 개가 430여 개 품목에 대해 할랄인증을 얻어 해외 할랄시장 개척에 나서고 있으며 식품업체 중 할랄 인증에 가장 적극적인 곳은 대상 FNF, ㈜농심, 남양유업 등이다(표 8).

할랄인증제도 및 인증기관동향

할랄 인증 자체가 무슬림 국가에 대한 통관 필수 요건은 아니나 무슬림 국가의 핵심 소비자들에게 어필하기 위한 좋은 유인책이라는 점에서 인증 취득에 대한 관심이 요구된다. 국교가 이슬람이라 하더라도 다른 종교를 가진 사람들이 다수 거주하고 있어 비할랄제품에 대한 수입 통제는 없으나, 할랄 인증이 없으면 소비층이 제한

표 9. 대표적 할랄인증기관

- 전세계 최고 수준으로 인정받는 말레이시아 할랄인증인 MS1500:2009는 말레이시아표준부(Department of Standard)에 의해 개발된 할랄제품의 생산, 취급, 보관기준에 대한 ISO인증이며 GMP와 GHP와 같은 국제기준을 따른다. 식품, 의약품, 화장품, 식당, 호텔 등 거의 전 분야에 걸쳐 할랄인증을 실시하고 있지만 해외인증은 식품, 화장품에만 한정되어 있다.
- 말레이시아의 JAKIM(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)은 국가 할랄 표준(MS 1500)을 설정하여 할랄식품을 생산, 유통 및 판매하는데 필요한 기본적인 요건을 제공하고 있으며, 유일하게 할랄 인증을 정부차원에서 적극적으로 후원하고 장려하는 국가이다.
- 인도네시아는 단일국가규모로 가장 큰 이슬람시장으로 MUI(Majelis Ulama Indone-sia) 인증을 통해 'HALAL' 마크를 반드시 표기하도록 하고 있으며, 할랄보장시스템(HAS)에 따라 심사가 이루어진다.
- 아랍아미레이트연합의 표준측량청은 할랄 식품에 대한 UAE Scheme을 설정하여 할랄로 표기하는 모든 식품 및 그것의 원재료 및 식품첨가물 또는 서비스 및 생산 체계에 적용하고 있다.

될 수도 있다. 전 세계적으로 약 300여 개의 할랄 인증기구가 있는데, 현재까지 모든 무슬림 국가에 통용되는 표준 할랄 인증 기준안에 대한 국제적 체계가 구축되어 있지 않아 각 무슬림 국가마다 상이한 기준안으로 할랄 인증제도를 시행하고 있다.

이슬람 협력기구(Organisation of Islamic Cooperation, OIC)가 세계적으로 통용되는 할랄 공통 표준 인증을 만들기 위해 노력하고 있으나, 회원국인 여러 무슬림 국가들의 할랄 주도권 쟁탈전으로 어려움을 겪고 있다. 아시아의 경우 4개국(말레이시아, 인도네시아, 브루나이, 싱가포르) 간에 각국의 할랄인증을 상호 받아들이는 협정이 체결되어 있으나, 4개국의 할랄 제도도 상호 간에 다른 부분이 있기 때문에 아시아할랄위원회가 구성되어 제도의 정합성을 갖기 위한 논의가 이루어지고 있다.

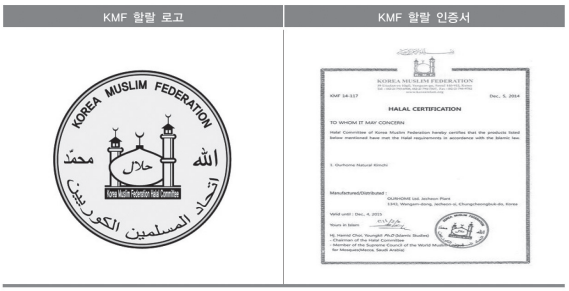
세계의 다양한 인증기관 중에서도 공신력 있는 인증기관으로 인정받고 있는 기관은 Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (말레이시아 이슬람개발국, 이하 JAKIM), Majelis Ulama Indonesia (인도네시아 율법학자위원회, 이하 MUI), Majelis Ulama Islam Singapura (싱가포르 이슬람종교위원회, 이하 MUIS) 등이다(표 9).

이들 국가의 인증은 체계적인 인증 기준을 가지고 있고 다수의 국가들과 교차 인증을 허용하고 있다는 점에서 할랄 인증과 관련해 공신력을 인정받고 있다. 할랄 인증 대상 품목은 식음료부터 화장품, 기능식품 등으로 다양하며, 이들 소비재들에 대한 할랄 인증을 받을 수 있다(표 10).

표 10. 할랄 인증 대상 품목

식품/음료수	농,축,해산물류	제약/화장품	원재료
장, 소스류	우,계육/가공	비타민	당, 염류
생수, 음료	유제품	건강식품	향신료, 색소
냉동식품	소시지류	스킨케어	밀가루
가공식품	어묵류	염색제품	조미료
제과,제빵	캔 가공류	색조화장품	용매제
전통식품	과일가공품	식용류	

자료 : aT. 2011.11 무슬림 식품 시장을 진출을 위한 할랄 식품 조사 p.6



자료: 한국이슬람교중앙연합회 홈페이지 www.koreaislam.org(2015.05, 검색 기준)
이코노믹 리뷰 - 아워홈, 김치 할랄 인증, 이슬람권 수출길 '활짝'

그림 3. KMF 할랄 로고 및 인증서

UAE는 2014년 자체 할랄식품 인증기준을 정립하고, 걸프 6개국의 할랄 인증기준 통일을 주도하고 있으며, 나아가 전 세계 47개 무슬림 회원국 기구(OIC)의 할랄식품 인증 표준을 주도하고 있어, 할랄식품 시장 진출 확대를 위한 이들의 인증기준 등의 정보 획득이 필요하다.

국내 할랄인증기관은 한국이슬람교중앙회(KFM) 국내유일의 할랄 식품 인증기관으로, 1964년 설립된 국내 유일의 이슬람 선교기구이며 1980년대부터 할랄 인증을 시작했다(그림 3). 한국이슬람교중앙회(KMF)는 2010년부터 체계적인 할랄 인증을 위해 부속기구로 할랄 위원회를 구성했으며, 싱가포르의 MUIS와는 2011년도, 말레이시아 JAKIM과는 2013년도에 교차인증을 체결하였다. 현재 인도네시아 MUI와는 협의 중이며, 2015년 하반기에 체결될 예정이다. KFM 할랄인증은 2011년도 127개 업체의 약 220여개 상품이 받았으며 주로 식품품목을 대상으로 하고, 기타 화장품이나 의약품에 대한 국내 인증은 미비한 상태이다.

한국이슬람교중앙회(KMF)의 할랄인증은 국제적 인지도가 높은 JAKIM이나 MUI의 인증과 비교해 보면 좀 더 신속하고 저렴하다고 볼 수 있으나 인증 절차에 대해서는 다소 차이점이 있으며, 국제적으로 인지도가 낮아 인정하지 않는 수입 국가 및 업체가 발생하는 한계점이 있다. 따라서 국내 업체의 무슬림국가 진출을 위해서는 진출 국가에서 요구하는 할랄 인증의 표준 및 인증제도별 생산 가이드라인을 개발하여 국가 및 기구별 할랄 인증제도에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있는 체계구축이 필요하다.

할랄 식품 시장에 대한 관심이 고조되면서, 우리나라에서도 정부 관련 기관, 전문 기관 등에서 인증관련 비용, 컨설팅, 정보지원 등 여러 분야에 대한 지원이 다양한 기관에서 할랄인증 관련 서비스를 제공하고 있다(표 8).

국내식품의 할랄인증 적용의 문제점

할랄은 이슬람의 경전인 코란(Quran)과 모하메드의 언행록인 하디스(Hadith)에 기록된 순나(Sunna) 등 샤리아 법원에 할랄에 관한 포괄적 정의는 있으나 이슬람 법학파 및 지역관습에 따라 할랄 기준이 상이하여 현재 전 세계 약 200여개 이상의 개별 국가 또는 민간인증기관이 별도의 할랄 인증기준을 수립하여 자체 기준으로 할랄 인증을 진행하고 있다. 또한 종래에 존재하지 않았던 새로운 기술이나 원료에 대하여 할랄 여부가 애매한 경우도 발생하고 있어 현대 이슬람법

〈 예시 1 〉

◈ 알코올의 경우 : 샤피학파(Shafi'i madhab)는 알코올을 포함하고 있는 어떤 것이든 불결(impure)한것으로 간주하고 허가가 되지 않는다. 반면 하나피학파(Hanafi madhab)의 견해는 천연 바닐라와 같이 천연 향료에 포함되어 있는 알코올은 제조된 것도 아니고 취하게 만드는 경향이 있는 것이 아니기 때문에 순수한 것으로 간주한다.

◈ 젤라틴의 경우 : 젤라틴은 돼지 또는 이슬람 율법에 따라 도축되지 않은 양 또는 소와 같이 섭취가 허가되지 않은 동물로부터 추출된 경우 명확하게 금지되고 있으나, 하나피 학자(Hanafi madhab)들은 새로운 물질로 분자수준에서 변환된 어떤 불결한 것은 순수하게 될 수 있다는 원칙에 따라 허가될 수 있다.

표 11. 우리나라의 할랄 관련 서비스 제공 기관 현황

기관유형	기관명	기관기능	지원분야	지원내용
행정기관	농촌진흥청	농업과학기술 연구개발	할랄식품 개발 및 정보제공	◈ 할랄 식품 연구개발 특별팀이 발족 - 할랄 식품 원료 생산의 지침 제시 - 각 나라의 인증 기준 분석 - 할랄 기준에 맞는 한식 요리법 제공
	산림청	산림의 보호 육성	임산물에 대한 할랄 인증 지원	◈ 임산물 할랄 인증 지원 ◈ 주요 할랄시장 심층 정보조사 ◈ 인도네시아 식품박람회 임산물 홍보관 운영, 마켓 테스트 지원
	중소기업청	중소기업 사무 관장	할랄 인증 비용 지원	◈ 해외규격인증 획득비용을 정부출연금 한도기준 및 매출규모구분에 따라 50~70%(일반규격인증 최대 30백 만원, 고부가가치 인증 최대 50백 만원까지 지원) 비율로 차등지원
	강원도청	지자체	할랄 인증 비용 지원	◈ 기업당 9.5백만원 이내(소요경비 80%)까지 지원 -소요경비 : 인증비용+시험비용+컨설팅 비용
	경남도청	지자체	할랄 인증 비용 지원	◈ 20억원을 들여 오는 2019년까지 200개의 할랄 인증 기업을 육성 계획 - 업체당 3백 만원의 인증 비용 지원 예정
정부기관	국립수산과학원	해양수산과학 연구기관	할랄 관련 정보제공 및 컨설팅	◈ 국가별 수산물 및 수산식품의 할랄 인증 정보 제공 ◈ 할랄 인증용 원료 및 제품의 시험분석 ◈ 수입국 맞춤형 할랄 수산식품의 개발 ◈ 수산식품의 수출시장 개척을 위한 정보제공 및 컨설팅
공공기관	농수산물 유통공사(aT)	유통·수출 지원	할랄 인증 비용 지원	◈ 국내외 할랄 인증 취득 및 연장에 소요되는 비용의 90%(자부담 10%) 지원 - 심사비, 등록비, 제품시업비용, 대행사 수수료(30% 한도) 등 - 지원한도 20백 만원
	한국식품연구원	식품관련 연구개발	할랄 식품 개발 및 인증 지원	◈ 할랄 식품 사업단 설립 ◈ 수출용 할랄 식품 개발 지원 ◈ 무슬림 국가별 할랄 가이드라인 분석자료 제공 ◈ 전통식품의 할랄 인증 지원
	농협	협동조합	할랄 수출 관련 지원	◈ 할랄 인증과 신규 수출을 위해 총 100억 원의 무이자 자금 지원 계획
	한국할랄산업 연구원	할랄 산업의 연구, 조사, 컨설팅, 교육	할랄 인증 상담	◈ 할랄 인증 관련 상담 서비스 제공
기타	한국할랄수입 수출무역협회	정보제공 및 컨설팅	할랄 인증 컨설팅	◈ 말레이시아 JAKIM, 인도네이사 MUI의 할랄 인증 컨설팅 서비스를 제공 ◈ 해외 바이어 매칭 + 할랄 인증 획득 지원 프로그램 운영(컨설팅 비용 지원)
	부산테크노파크	창업 지원·육성	할랄 인증 및 마케팅 비용 지원	◈ 할랄 인증 관련 수수료 및 컨설팅 지원(최대 15백 만원 지원) ◈ 할랄 마케팅 지원(최대 4.25백 만원 지원) - 출장, 프로모션, 수출 컨설팅 비용 지원 등

참고 : 각기관홈페이지

〈예시 2〉

◆ 대부분의 이슬람 국가에서 할랄 도축을 위해서 반드시 무슬림에 의해 도축이 되어야 한다고 되어 있으나, 사우디와 아랍에미리트의 경우 도축자가 반드시 무슬림이어야 한다는 규정과 관련하여, 불가피할 경우(People of the Book) 기독교인 또는 유대인에 의한 도축도 허용하고 있으며, 다만 "알라는 위대하다"라고 외우면서 도축하여야 한다고 언급하고 있으나 사실상 허용한 적은 없다.

◆ 일반적으로 이슬람은 가축을 기절시키지 않은 상태에서 날카로운 칼을 이용하여 동물을 죽이는 방식을 이용하고 있지만 대부분의 국가에서는 동물을 도축하기 위하여 도축 전 동물을 기절시키는 방식을 이용하고 있으며, 도계 시 기계식 도계를 인정할 것인가에 대한 사항에 대해서도 국가별로 인정의 범위가 다르다.

에서는 이슬람법 전문가의 견해인 파트와(fatwa)의 역할이 커지고 있는 등 할랄의 기준과 관련하여서는 지역과 학파 등에 따라 해석이 다르기 때문에 할랄 인증기준도 각기 상이하게 이루어지고 있다.

할랄식품과 관련하여 불결한 방법으로 길러진 짐승의 우유를 먹는 것과 이에 대한 예외규정, 금지된 음식으로 완전히 합의되었지만 예외적으로 먹을 수 있는 경우에 대한 입장과 그 허용 조건, 이슬람식 도축의 근거규범과 방법, 종교의식에 사용된 짐승의 처리 등과 같이 법원에 명시되어 있지 않은 사항들에 관련하여서는 해당지역 또는 학파의 입장을 별도로 조사·분석하여 적용하여야 한다. 아울러 유전자가 조작된 식품(GMO)과 같이 기존에는 존재하지 않았던 새로운 형태의 음식이나 효소, 비타민 등과 같이 전통적인 방식이 아닌 다른 방식으로 생산┌섭취되는 식품들에 대한 각 지역 및 학파의 입장을 병행 조사하여야 한다(예시 1).

할랄 인증을 위한 검사절차 및 규정도 각국마다 상이하며 도축의 절차, 각국의 위생규정, 할랄 검사에 대한 기준이 다를 수 있다(예시 2).

이와 같이 할랄 인증 및 표준 기준은 국가마다 기술적인 부분과 법 해석에 차이가 있으므로, 할랄에 대한 국제표준을 이끌고 있는 말레이시아, UAE, 인도네시아 등 이슬람 주요 국가/국제기구별 할랄 인증제도 및 관련표준에 관한 조사분석을 실시하고, 상이한 기준 등에 대한 정보를 제공함으로써 수출업체가 비즈니즈 대상 지역에 따라 이를 확인하고 활용할 수 있도록 할 필요가 있다.

할랄인증은 확정된 규정에 따른 준수여부만 심사하는 다른 시스템인증과는 달리, 포괄적 가이드라인을 근거로 실무적인 사안을 해석하는 과정을 거치게 되어 다수의 사안들이 논란의 대상이 되며, 계속 발전하는 과학기술로 인해 새로운 성분이나 기술적 요건에 대한 적합한 해석이 요구됨에 따라 지속적인 연구, 전문적인 분석 및 검토가 필요하다

한국의 할랄인증기관인 KMF는 이슬람 선교를 목적으로 설립된 종교 재단법인에 속해 있으며, 독자적인 할랄인증을 수행하고 있으나 인원 및 조직의 한계로 인해 급변하는 산업환경에 따른 대응력이 저조한 실정이며 공신력이 낮은 수준이다. 현재 전 세계적으로 권위를 인정받고 있는 국가의 경우 대부분 인증기관 뿐만 아니라 할랄에 대하여 전문적으로 연구하고 제품을 검사할 수 있는 전문 연구소와 연계되어 있다. 이에 할랄제품에 대한 전문적 연구를 수행하는 연구기관의 설립이 필요하고, 할랄 전문적 연구자를 육성하여 인증기관, 연구기관, 전문가들이 협력을 강화할 필요가 있다.

또한, 전 세계적으로 공인된 국제 할랄 표준이 없는 상황이며, 할랄식품 수출을 위해서는 할랄 수입국가가 인정하는 자국의 인증을 획득해야 하는 어려움이 있어 식품기업 측면에서는 할랄 인증에 관한 국가별 정보 파악의 어려움 및 수출국가별 인증획득에 따른 비용 등 할랄 인증 도입

의 장애요소가 발생하고 있다. 이에 주요 수출국가별 가이드라인을 개발하여 정보를 제공하고, 중장기적으로 국내의 할랄인증기관이 세계적으로 공신력을 가질 수 있도록 지원하여 외국의 인증기관과의 교차인정을 확대할 수 있도록 지원할 필요성이 있다.

다국적 기업들은 커져가는 할랄 시장에서의 주도권을 잡기 위해 인증을 서둘러 획득하고 있으며, 급격히 늘어나고 있는 아시아 및 아랍권 이외의 국가에 있는 무슬림 수요층을 겨냥하고 있다. 최근에는 말레이시아, UAE를 중심으로 할랄 국제표준에 관한 연구가 이루어지고 있음에 따라, 우리나라도 할랄인증의 국제적 표준화 연구에 함께 지속적으로 동참하고, 다양한 할랄분야의 연구를 통하여 할랄 표준 주도국의 일원이 되어 우리나라의 할랄제품에 대한 인지도를 향상시키고, 신뢰구축 및 교류를 활성화해야 할 것이다. 이를 통해 이슬람 국가에서의 할랄 분야연구에 대한 국제적 지위를 확고히 하고, 우리 농수산물을 이용한 식품의 수출 증대에 기여할 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 2014 해외한식당 현황조사(일본, 오세아니아, 중동, 아프리카 권역), 한식재단 (2014)
2. 2015 KOTRA 세계시장 진출전략 설명회, 설명회자료 15-001, 산업통상자원부, p163- 200 (2015)
3. aT, 2014. 중동지역 할랄시장과 국내기업의 진출전략: 걸프지역을 중심으로. p.18-19
4. Halal Food Asia. http://www.halalfoodasia.net/ (2012)
5. http://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/(2015.05. 검색 기준)
6. Thomson Reuters. 2015. State of the Global Islamic Economy 2014-2015, p.22-25
7. 김명호, 한식 기반의 맞춤형 할랄식품으로 중동 노린다, 나라경제, 6: p12-13 (2015)
8. 김철민, 할랄식품시장의 의의와 동향, 세계농업(75): 1-20 (2015)
9. 농림·식품분야의 新ICT융합전략, 정보화정책연구보고서, 한국정보화진흥원, 4: 1-9 (2014)
10. 농림축산식품부, "중동 할랄 식품시장에 우리 농식품 본격 수출 계기 마련" (2015)
11. 농수산식품수출지원정보. 인도네시아 · 말레이시아 · 싱가포르 (2014)
12. 문윤홍, '1조달러 세계 할랄시장' 개척 부진의 원인과 대책, 매일종교신문 (2015.0423)
13. 위키백과 http://ko.wikipedia.org
14. 윤서영, 국제 할랄 시장 동향 및 시사점: 말레이시아와 UAE를 중심으로, KIEP지역경제포커스 8(25): 3-10 (2014)
15. 의료관광객을 위한 병원문화 및 대표음식 매뉴얼(중동, 러시아, 몽골, 동남아지역), 한국관광공사, P18-58 (2010)
16. 이권형, 손성현, 박재은, 중동지역 산업 및 금융환경의 변화와 한·중동 금융협력 방안, KIEP 대외경제정책연구원, 2-3p (2014)
17. 이동소, 세계외식산업의 현황과 전망, 세계농업, 168호: p1-18 (2014)
18. 이은미, 고유가시대, 중동 산유국의 부상과 우리의 시장진출기회, 한국무역협회보고서 1-20p (2012)
19. 이혜은, 박현빈, 코셔인증제도의 개념과 시장 동향, 세계농업, 75: p13-16 (2015)
20. 이희열, 정장호, "할랄 인증제도와 할랄 인증 강화에 따른 우리의 과제", 중동연구, 33(1): p101~140 (2014)
21. 정윤서, 동남아시아 허브로 발전하는 말레이시아, 코트라 해외시장정보 (2013)
22. 조계완 김미영, 할랄'이 뭐길래?…식품업계, 때 아닌 '이슬람 율법' 열공, 한겨레디지털, (2014.04.13)
23. 중동지역 할랄시장과 국내기업의 진출전략, aT webzine (2014.11.21.)
24. 한국관광공사. 동남아 무슬림 관광시장 마케팅조사-말레이시아, 인도네시아를 중심으로 (2013)
25. 한국관광공사. 무슬림 관광객 유치 안내서 (2014)
26. 한국무역협회. 할랄 인증을 활용한 수출확대 방안 p.17-20 (2014)
27. 한국무역협회. 할랄 인증을 활용한 수출확대 방안 p.24 (2014)
28. 한국이슬람교중앙연합회 www.koreaislam.org
29. 할랄식품의 시장동향과 수산물 수출활용방향, 해외시장정보 이슈분석보고서, 한국해양수산개발원, (1): 1-41 (2015)
30. 해외인증정보시스템 www.certinfo.or.kr