



할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구



2024. 1

수행기관 : 한국산업개발연구원

한우지조금관리위원회

주 의

본 연구결과는 연구진의 의견 및 주장이며 한우자조금의 공식입장과는 다를 수 있음.

제 출 문

한우자조금관리위원회 위원장 귀하

본 보고서를 “할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구”의 최종보고서로 제출합니다.

2024년 1월

한국산업개발연구원
원 장 백 훈

참여연구원

책임연구원	서효동	본부장
연구원	최현장	연구실장
	강제현	연구위원
	도길현	선임연구원
연구보조원	최현우	주임연구원
	신혜송	연구원

요 약 문

- 최근 우리나라뿐만 아니라 일본, 미국, 유럽 등 전세계적으로 이슬람교도인 무슬림 인구 증대에 따른 “할랄(Halal)“식사법이 주목을 받고 있음.
 - 할랄제품과 서비스는 무슬림 사이에서 수용 가능성이 높고 일반 소비자 또한 비건 및 할랄제품을 찾고 있기 때문에 글로벌 시장에서 할랄제품의 지속적 확대가 예상됨.
- 우리나라도 2016년 10월부터 말레이시아와의 검역 협상을 시작으로 한우고기를 수출하기 위해 지속적으로 노력해왔으며, 2023년 3월 말레이시아 할랄인증 기관인 자킴(JAKIM, 말레이시아 이슬람개발부)이 국내 할랄전용 도축장을 최종 승인하면서 한우고기 수출길이 열리게 됨.
- 그러나 우리나라 한우산업은 ①내수 시장에 민감하고 의존적, ②비선호 부위·등급 판매 부진으로 지속적 적자 야기, ③수출 실적 미미, 쇠고기 시장 개방 선제적 대응 어려움, ④구제역 발생 등 수출 등의 위협적 요인 및 한계점이 존재함으로 이에 따른 선제적 대비가 필요한 실정임.
 - 하지만 현재 국내에서는 할랄 관련 부분은 모두 수출시장에 집중되어 있으며, 수출 관련 자료만 존재하는 실정임.
- 따라서 본 연구에서는 국내 할랄인증 한우에 정책 수립에 필요한 기초자료를 제공함에 그 목적을 설정함.
- 연구 주요 진행 방법은 국내 할랄 수입제품의 유통 및 판매 현황 실태조사와 할랄 수입쇠고기 대체 의향 조사 등의 설문조사를 병행하였으며, 주요 사례를 분석하여 국내 시장의 할랄인증 한우고기 판매 방안 및 정부 지원 방안 등을 제시함.

- 도축장 및 인증건수 실태조사 분석 결과, 현재 우리나라에는 쇠고기 도축장만이 인증을 받은 것으로 확인됨.
 - 닭고기 및 양고기 할랄인증 도축장은 없으며,
 - 국내 할랄인증 취득업체 수 추정 분석 결과 총 531건의 할랄인증 취득이 조사되었으며, 취득업체수는 약 357개로 추정됨.
- 주요 유통채널 분석 결과, 수입회사를 중심으로 도매상, 소매점으로 전통적 방식과 온라인 판매가 추가된 구조로 형성되어 있음.
 - 오프라인 시장 규모가 70%, 온라인이 30% 수준으로 조사되었으며,
 - 오프라인은 도매상에서 할랄전문매장과 대형마트를 중심으로 판매가 이루어지고 있으며, 온라인은 다수의 온라인판매점을 통해 중계 판매되고 있음.
- 또한 주요 해외사례를 분석한 결과,
 - 캐나다는 할랄 소비자의 할랄 관련 신뢰성 확보를 위해 2016년부터 음식 포장지, 라벨, 광고 자료에 할랄 표시와 관련해 인증기관 명칭 또는 담당자 이름 표기를 제도적으로 의무적 규제사항으로 규정하였고, 그 외 지속적인 할랄 모니터링을 기반으로 할랄 신뢰성 향상을 위해 신속히 대응할 수 있는 할랄 관리 및 감독기관을 지정 및 운영하고 있음.
 - 일본은 할랄 대응 제품 생산을 활발히 진행하고 있으며, 2013년 10월에 할랄 코이쿠치 간장을 출시하고, 호텔들은 무슬림 직원 채용과 기도실 마련 등의 다양한 노력을 통해 할랄 메뉴를 제공하고 있음.
- 국내 할랄 한우고기 수요 추정은 낙관적, 보수적 시나리오를 구분하여 분석함.
 - 보수적 시나리오는 OIC 회원국 국적의 국내 체류 외국인의 소비량을 합산한 결과에 국내 쇠고기 시장 점유율 중 한우, 육우를 구분하여 제시하였으며,
 - 낙관적 시나리오는 OIC 회원국과 비OIC 회원국 국적 외국인 모두를 포함한 국내 체류 외국인의 소비량을 합산한 결과에 국내 쇠고기 시장 점유율 중 한우, 육우를 구분하여 제시함.
 - 분석 결과(국내시장 한우고기 평균 32% 점유율 가정), 낙관적 시나리오의 경우 연간 약 2,496두, 보수적 시나리오의 경우 연간 약 769두 수준으로 국내 할랄 한우고기 수요가 발생할 것으로 분석됨.

- 설문조사 분석 결과를 중요사항만 재정리하면,
 - 다수의 거주 무슬림 및 방문 무슬림들 중 약 92% 수준이 ‘국내 할랄 인증 식품 및 식당 등의 할랄 신뢰를 할 수 없다’ 는 것으로 분석되었으며,
 - ‘반드시 할랄인증 구매 제품’ 은 육류와 육가공품이 약 평균 85% 수준으로 나타남.
 - 또한 거주 무슬림을 대상으로 ‘KMF 인증 제품 구매 경험’ 을 물어본 결과, KMF 인증 존재를 모르거나 제품 구매가 어려워서라도 응답한 경우가 약 90.8% 수준으로 전혀 존재하는지도 몰랐다고 응답한 경우도 약 58.4%로 나타남.
 - 그 외 대국민을 대상으로 ‘할랄인증 한우고기 대체 가능성’ 분석 결과, 대체 가능하다고 응답한 경우가 약 70% 수준이었으며, ‘종교적 문제가 고려될 수 있는지’ 에 대한 응답의 경우에는 86.8%가 고려 대상이 아니라고 응답함.

- 위와 같은 결과를 바탕으로 국내 할랄인증 한우고기 국내 유통 방안은 아래와 같음.
 - 대표상권(공항 및 이태원 등)을 중심으로 할랄전문식당 및 할랄 한우고기 전문 식당 시범사업을 실시하고,
 - 정육부위(비선호부위) 판매를 위한 인바운드 시장에 다양한 밀키트상품(Ex. 불고기, 카레, 도시락 등)을 개발하여 시범사업으로 운영할 필요가 있음,
 - 또한 고소득 무슬림들이 방한할 때 성형 패키지 상품과 관련 업계의 연계를 통해 국내 할랄 한우고기를 체험하고 귀국 후 자국에서 할랄 한우고기를 소비할 수 있도록 체험의 기회를 제공하도록 함.
 - 그 외 주요 해외사례와 같이 기도실 및 관련 용품 제공할 필요성도 있으며, 사전적 관련 메뉴 등 공개, 할랄인증기관 통일 및 모니터링을 강화하기 위한 별도의 기관 및 모니터링 협의체를 구축할 필요성도 있음.
 - 본 연구 보고서에서 제시된 사례와 같이 이미 국내 시장에 허위 할랄인증 제품이 등장하였기 때문에 관련 모니터링 준비가 시급히 이루어질 필요가 있음,
 - 마지막으로 판매 대상에 따른 등급별 구분 및 한우 등급 품질 균일화가 필요함.
 - 대국민을 대상으로 할 것인지, 거주 및 방한 무슬림을 대상으로 할 것인지, 호텔 및 공항, 성형 패키지 상품과 연계한 방안 무슬림을 대상으로 할 것인지에 따른 등급별 구분이 반드시 필요하며, 기존 홍콩 수출시 문제가 된 한우고기 등급별 제품 균일화도 반드시 고려되어야 함.

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구
최종보고서

수행기관 : 한국산업개발연구원

한우자조금관리위원회

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구 최종보고서

목 차

요약문

제1장 연구개요	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
제2절 연구의 범위	4
제3절 연구 추진 절차	5
제2장 국내 할랄인증 현황 및 유통실태 분석	7
제1절 국내 할랄인증 현황 분석	9
1. 할랄인증	9
2. 국내 할랄 관련 제도	12
3. 국내 할랄인증 현황	22
4. 할랄인증 국내 축산물 및 가공식품 유통실태 분석	43
제2절 국내 할랄 쇠고기 수요 및 생산가격 추정	84
1. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정	84
2. 국내 할랄 한우고기 수요 및 가격 추정 분석결과	35
제3장 소비자 의향 조사	36
제1절 조사 개요	6
제2절 조사 결과	6
1. 무슬림 설문조사	6
2. 내국인 설문조사	9

제4장 결론 및 정책적 제언	11
제1절 결론	103
제2절 정책적 제언	104
1. 할랄인증 한우고기 국내 유통 방안	104
2. 법·제도적 정부 차원의 지원 사항	107
 제5장 부록	 111
1. 국가별 수요추정 결과 : OIC 회원국	3
2. 국가별 수요추정 결과 : 비 OIC 회원국	3
3. OIC 회원국 국가별 무슬림 인구 비중	2
4. 비 OIC 회원국 국가별 무슬림 인구 비중	2
5. 국내 할랄식품 전문매장 및 판매점 조사 사진	51
6. 거주 무슬림용 설문조사지	3
7. 비거주 무슬림용 설문조사지	4
8. 내국인용 설문조사지	11
9. 일본 할랄식품 시장의 현황 및 과제	8
10. 2014년도 일본 할랄식품 실태조사	3
11. 일본 할랄인증 식품 유통	8

표 목 차

표 I-1. 내용적 범위	4
표 II-1. 말레이시아 할랄인증 표준	01
표 II-2. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 신청 대상	1 1
표 II-3. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 필요서류	1 1
표 II-4. 인도네시아 할랄인증 표준	3 1
표 II-5. HAS 주요 요구 기준 (HAS 23000:1)	3 1
표 II-6. HAS 기준 (HAS 23000:1) 관련 요구 서류	4 1
표 II-7. 아랍에미리트 할랄인증 표준	6 1
표 II-8. KMF 할랄인증비용	8 1
표 II-9. 국내 할랄인증 교차인정 기관	0 2
표 II-10. 국가표준 「할랄 식품에 대한 일반 요구사항」 주요 내용	2 2
표 II-11. 해외 할랄인증 기관 현황	3 2
표 II-12. 국내 업체 할랄인증 취득 건수	4 2
표 II-13. 국내업체 할랄인증 취득 현황 조사방법	5 2
표 II-14. 국내업체 할랄인증 복수 취득 현황	5 2
표 II-15. 전화 인터뷰 업체 정보	6 2
표 II-16. 전화 인터뷰 업체 제품 정보	7 2
표 II-17. 전화 인터뷰 업체 판매 현황	7 2
표 II-18. JAKIM 할랄 도축장 유지비용 계상 항목	8 2
표 II-19. 말레이시아 JAKIM 할랄 도축 필요 인력 및 요건	9 2
표 II-20. 말레이시아 JAKIM 할랄 도축 최소 인력 기준	0 3
표 II-21. JAKIM 할랄인증 유지비 추정 1안(할랄 도축원 인건비 포함)	2 3
표 II-22. JAKIM 할랄인증 유지비 추정 2안(할랄 도축원 인건비 미포함)	3 3

표 II-23. 할랄인증 식품 수입 경로 : 항공	43
표 II-24. 할랄인증 식품 수입 경로 : 항만	43
표 II-25. 대형마트 할랄인증 제품 조사대상	63
표 II-26. 중소형 슈퍼마켓 할랄인증 제품 조사대상	73
표 II-27. 편의점 할랄인증 제품 조사대상	83
표 II-28. 할랄전문매장 할랄인증 제품 조사대상	93
표 II-29. 캐나다 할랄인증 기관과 절차	54
표 II-30. 캐나다 할랄 주요 업체 브랜드 및 상품	74
표 II-31. 체류 외국인 유형	84
표 II-32. 외국인 입국비자 유형	94
표 II-33. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 대안	05
표 II-34. 국내 할랄 쇠고기 수요추정 결과	15
표 II-35. 한우 도축 및 가공처리 단계별 중량변화	25
표 II-36. 국내 쇠고기 수급 현황(2018~2022년)	35
표 II-37. 국내 할랄 한우고기 수요 추정	45
표 II-38. 국내 할랄 한우고기 수요 추정(한우 두수 환산)	45
표 II-39. 국내 쇠고기 도소매 유통비용	65
표 II-40. 할랄인증 한우고기 도소매가격 비교	75
표 II-41. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 1안(1)	85
표 II-42. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 1안(2)	95
표 II-43. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 2안(1)	06
표 II-44. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 2안(2)	16
표 III-1. 설문조사 개요	56
표 III-2. 거주 무슬림 식품 구매 빈도	66
표 III-3. 거주 무슬림 주요 식품 구매처	76
표 III-4. 거주 무슬림의 품목별 주요 구입처	76
표 III-5. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험	86

표 III-6. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품	8· 6
표 III-7. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처	9· 6
표 III-8. 할랄식품 구매 관련 태도	07
표 III-9. 평소 할랄여부를 중요하게 확인하는 품목	1· 7
표 III-10. 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견	27
표 III-11. 거주 무슬림 평소 외식 빈도	37
표 III-12. 방문 무슬림 한국 내 외식 경험	47
표 III-13. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 만족도	4· 7
표 III-14. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유	5· 7
표 III-15. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당	6· 7
표 III-16. 관심 있는 한식 메뉴 유형	77
표 III-17. 거주 무슬림 권역별 관심 있는 한식 유형	8· 7
표 III-18. 방문 무슬림 권역별 관심 있는 한식 유형	8· 7
표 III-19. 국내 음식점 관련 인식	97
표 III-20. KMF 할랄식당 인증제 인지도	9· 7
표 III-21. 무슬림 식당 친화 등급제 인지도	0 8
표 III-22. 할랄인증 및 무슬림 식당 친화 등급제 식당에 대한 신뢰도	0· 8
표 III-23. 무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보	1· 8
표 III-24. 할랄식당 인증 관련 의견	28
표 III-25. 할랄인증제도에 대한 인지도	3 8
표 III-26. 식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부 확인 주요 품목	4· 8
표 III-27. 할랄식품구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견(1)	5· 8
표 III-28. 할랄식품구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견(2)	5· 8
표 III-29. 개별 할랄인증제에 대한 인지도	6 8
표 III-30. 거주 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 인지도	7· 8
표 III-31. 방문 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 인지도	7· 8
표 III-32. 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도	8 8

표 III-33. 거주 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도	9	8
표 III-34. 방문 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도	9	8
표 III-35. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증제품 구매 경험	0	9
표 III-36. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유	0	9
표 III-37. 거주 무슬림 연간 외식 식당 지출비용 추정 결과	1	9
표 III-38. 거주 무슬림 연간 식품 구입비용 추정 결과	1	9
표 III-39. 거주 무슬림 월간 식품 구입비 추정 결과	2	9
표 III-40. 국내 육류 할랄시장 규모 추정 결과	2	9
표 III-41. 응답자 특성	3	
표 III-42. 월 평균 가구소득 중 외식 비용 비율	6	9
표 III-43. 외식 비용 중 소고기 지출 비용 비율	7	9
표 III-44. 할랄인증 한우고기 인지 연부	8	9
표 III-45. 향후 구매 시 할랄인증 한우고기 대체 가능성	9	9
표 III-46. 종교적 문제 발생 가능성	0	

그림 목 차

그림 I-1. 연구추진절차	5
그림 II-1. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 절차	2· 1
그림 II-2. 인도네시아 MUI 할랄인증 절차	4· 1
그림 II-3. 아랍에미리트 ESMA 할랄인증 절차	7· 1
그림 II-4. KMF 할랄인증 절차	9 1
그림 II-5. 할랄인증 식품 유통 채널	5 3
그림 II-6. 할랄전문매장 육류 제품 판매 현황	0· 4
그림 II-7. 할랄전문매장 기타 제품 판매 현황	1· 4
그림 II-8. 할랄전문매장 온라인 판매 물품	2· 4
그림 II-9. 캐나다 주요 종교별 신자 비중	4 4
그림 III-1. 거주 무슬림 식품 구매 빈도	6 6
그림 III-2. 거주 무슬림 주요 식품 구매처	7 6
그림 III-3. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품	8· 6
그림 III-4. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처	9· 6
그림 III-5. 할랄식품 구매 관련 태도	0 7
그림 III-6. 평소 할랄여부를 중요하게 확인하는 품목	1· 7
그림 III-7. 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견	2 7
그림 III-8. 거주 무슬림 평소 외식 빈도	3 7
그림 III-9. 방문 무슬림 한국 내 외식 경험	4 7
그림 III-10. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유	5· 7
그림 III-11. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당	6· 7
그림 III-12. 관심 있는 한식 메뉴 유형	7 7
그림 III-13. KMF 할랄식당 인증제 인지도	9· 7

그림 III-14. 무슬림 식당 친화 등급제 인지도	0·8
그림 III-15. 무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보	1·8
그림 III-16. 할랄식당 인증 관련 의견	2·8
그림 III-17. 할랄인증제도에 대한 인지도	3·8
그림 III-18. 식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부 확인 주요 품목	4·8
그림 III-19. 개별 할랄인증제에 대한 인지도	6·8
그림 III-20. 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도	8·8
그림 III-21. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유	0·9
그림 III-22. 성별	4
그림 III-23. 연령	4
그림 III-24. 종교	5
그림 III-25. 월 평균 가구소득	59
그림 III-26. 월 평균 가구소득 중 외식 비용 비율	6·9
그림 III-27. 외식 비용 중 소고기 지출 비용 비율	7·9
그림 III-28. 할랄인증 한우고기 인지 여부	8·9
그림 III-29. 향후 구매 시 할랄인증 한우고기 대체 가능성	9·9
그림 III-30. 종교적 문제 발생 가능성	0

한우 자조금관리위원회

제1장 연구개요

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구 최종보고서

제1절 연구 배경 및 목적

□ 연구의 명칭

- 국내 할랄인증 한우고기 국내 유통방안 연구

□ 연구의 배경 및 목적

- 국내 무슬림 인구는 2018년 기준 26만 명으로 추산되고 있으나 국내에는 할랄도축장이 부재하여 국내 무슬림 할랄식육 소비량 전체를 수입에 의존하고 있는 상황임.
- 한편 최근 홍콩, 도쿄 등 주요 국제도시에는 할랄축산, 할랄식품에 대한 시장 형성, 다문화 포용 국제 트렌드를 반영하고 있어 우리나라 또한 이러한 트렌드에 대응한 할랄식품 확보가 필요함.
- 그러나 국내의 한우산업은 ① 내수 시장에 민감하고 의존적, ② 비선호 부위·등급 판매 부진으로 지속적 적자 야기, ③ 수출 실적 미미, 쇠고기 시장 개방 선제적 대응 어려움 등의 한계점이 있음.
- 또한 국내 한우 수출은 2개국을 대상으로 연간 50톤/년 수출 실적 보유하고 있으며, 홍콩 외 국가 수출 실적이 부진함.
- 이러한 수출 부진의 문제로 인해 국내 할랄인증 한우고기는 구제역 발생 등 수출시장에 대한 위협적 요소 발생 가능하며, 이러한 문제로 인해 발생할 수 있는 수출 중단 사태에 대한 선제적 대비가 필요함.
- 그러나 국내 할랄인증 한우에 대한 시장 규모 및 유통, 판매 등의 관련 자료는 전무한 상태로 이로 인한 유사시 대응력 저하가 우려되어 국내 할랄 식품 및 할랄인증 한우에 대한 시장 현황에 대한 체계적인 조사, 연구가 이루어질 필요가 있음.

제2절 연구의 범위

□ 시·공간적 범위

- 시간적 범위 : 2023년
- 공간적 범위 : 대한민국 전역

□ 내용적 범위

| 표 I-1. 내용적 범위

구분	내용
국내 할랄 도축장 실태조사 및 할랄 수입쇠고기 대체 의향 조사	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국내 할랄 도축장 실태조사 <ul style="list-style-type: none"> - 도축장 인증 유지비용 분석 - 국내 할랄 도축장 한우고기 유통 및 판매 구조 분석 ▪ (설문조사)할랄 수입쇠고기 대체 의향 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 구매형태(식품 구매 빈도, 국내 거주 무슬림 주요 식품 구매처, 외식 빈도 등) - 할랄식품 구매 관련 태도, 할랄여부 중요 확인 품목 - 할랄인증 한우고기 구매 및 소비 의향 조사 - 할랄인증 한우고기에 대한 인식과 신뢰성 조사 등
국내 할랄 쇠고기 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국내 할랄 수입업체 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 수입량, 판매처, 판매가격 등 분석 - 유통 시 제품 이슈 사례 ▪ 국내 할랄 쇠고기 유통, 판매 현황 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 수입단계부터 소비자 판매까지 전단계 유통 구조 분석
국내 할랄인증 한우고기 국내 유통방안	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 주요 사례 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 등 주요 사례 분석을 통한 벤치마킹 ▪ 정부 차원의 지원 방안 제시 ▪ 국내 유통을 위한 관련 정보 및 절차 등 마련

제3절 연구 추진 절차

- 본 연구는 국내 할랄 쇠고기 시장의 현황·여건을 분석하고 경쟁국 전략 분석을 수행하며, 실태조사를 통한 국내 할랄인증 쇠고기의 경쟁력 및 매력도 분석을 바탕으로 국내 소비자 실태 및 유통실태를 파악하여 국내 할랄인증 한우고기의 유통방안을 도출하고자 함.

| 그림 I-1. 연구추진절차



한우지조금관리위원회

제2장 국내 할랄인증 현황 및 유통실태 분석

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구 최종보고서

제1절 국내 할랄인증 현황 분석

- 본 연구는 할랄과 할랄인증에 대한 정의, 정책 및 제도의 변화 등에 대한 이해가 사전적으로 반드시 수반될 필요가 있음.
 - 아직 국내에는 할랄 및 할랄인증에 대한 정확한 인지를 하고 있지 못한 부분을 감안하고 연구 전반에 대한 이해도 향상, 연구 목적을 중심으로 반드시 필요하다고 해당되는 부분만 검토 후 요약하여 제시함.

1. 할랄인증

가. 할랄인증¹⁾

- 할랄인증은 과거 생산자가 직접 자신의 제품이 할랄임을 선언하는 방식이었으나, 무슬림국가와 비무슬림국가 간 무역이 증대되면서 무슬림 국가들이 할랄임을 입증할 것을 요구함에 따라 보다 객관적으로 제3의 기관, 특히 수출 대상국가의 인증기관에서 인증하는 방식으로 변화됨.
 - 할랄식품으로 인정받기 위해서는 사용하는 모든 재료의 생산에서부터 유통까지 이슬람율법에 따라야하기 때문에 대부분의 이슬람 문화권에서는 할랄식품을 포함한 할랄인증 제도를 도입하여 소비자의 선택에 도움을 주고 있음.
- 할랄인증은 이슬람 율법인 샤리아 해석에 대한 국가와 종파 간 견해차와 식문화에 대한 지역별 다양한 관습 때문에 현재까지 국제적으로 통합된 기준이 없음.
 - 하지만, 할랄인증은 비할랄 재료의 포함 여부, 할랄방식으로 도축되지 않은 육류 및 그 성분의 함유 여부, 그리고 제조 과정에서 비할랄 식품과의 교차오염 여부 등이 검증된 증거로 볼 수 있음.
 - 할랄인증은 절차가 복잡하고 국가 혹은 기관별 표준이 다르다는 애로사항이 존재하지만, 일반적으로 서류심사 및 현장실사 후 샤리아위원회 승인 단계를 거쳐 할랄인증서를 발급하는 것이 공통적인 절차라 할 수 있음.

1) 해외식품인증 정보포털, <https://www.foodcerti.or.kr/>

나. 국가별 할랄인증 표준

□ 말레이시아

- 말레이시아는 말레이시아 표준부에서 말레이시아표준법(Standards of Malaysia Act 1996)에 근거하여 국가인증 기준을 정하며, 실제 인증업무는 JAKIM의 Halal Management Division(할랄관리부)에서 전담함.
 - JAKIM은 말레이시아 정부 총리실에 소속된 기관으로, 말레이시아의 할랄로고 개발과 할랄인증 시스템을 총괄하는 주체이며 2012년부터 유일한 말레이시아 할랄인증기관으로 지정되어 운영됨.
 - 또한 말레이시아 자국 및 수출시장에 대한 할랄인증서를 발급하는 역할뿐만 아니라, 모니터링 및 할랄지침을 효과적으로 시행하고 있음
- JAKIM의 할랄인증은 국내 및 해외에서 구분되어 자국내 할랄인증은 식품, 화장품, 의약품 등 다양한 분야의 제품과 서비스에 걸쳐 이뤄지고 있으며, 해외인증은 주로 식품 및 화장품 분야에 국한되어 있음.
 - 말레이시아 표준부는 국제표준화기구와 동일한 정책을 사용하며 할랄식품의 제조 및 취급에 있어 식품산업에 대한 실질적인 지침을 제공함.

| 표 II-1. 말레이시아 할랄인증 표준

할랄인증 기준	할랄인증 주요 내용
MS 1500:2019	할랄 식품: 생산·준비·취급 및 저장에 관한 일반지침(3차 개정)
MS 2594:2015	식수처리에 사용되는 할랄 화학제품
MS 2400-1:2019 Part 1	할랄-토이반(Toyyiban)보증체계-운송망 서비스(1차 개정)
MS 2400-1:2019 Part 2	할랄-토이반(Toyyiban)보증체계-창고·보관 및 관련 활동(1차 개정)
MS 2400-1:2019 Part 3	할랄-토이반(Toyyiban)보증체계-소매업(1차 개정)
MS 1900:2014	이슬람 율법 기반의 품질관리 시스템
MS 2393:2013	이슬람 및 할랄 원칙
MS 2565:2014	할랄포장
MS 2424:2012	건강 보조제를 포함한 의약품 제조, 취급 기준
MS 2200-1:2008 Part 1	이슬람 소비자 제품
MS 2610:2015	할랄 관광 및 서비스 제공 시 관리지침
MS 2300:2009	이슬람 관점에서 요구하는 조직 설립 및 관리 시스템 기준

표 II-2. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 신청 대상

구분	JAKIM 할랄인증 대상
할랄인증서 신청 가능 유형	제조업체 및 생산자
	유통업체 및 무역업체
	하도급 업체
	포장재
	음식점 및 레스토랑
	도축장

- JAKIM 할랄인증은 업체 유형에 따라 제조 및 생산, 유통, 도급, 포장, 음식점, 도축장에 이르는 식품 생산 전 주기에 대해 인증서 신청이 가능하며, 온라인 신청 후 현장심사 및 패넬미팅을 통해 인증이 이루어짐.

표 II-3. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 필요서류

JAKIM 할랄인증 신청 필요서류	
회사 프로필	성분의 할랄상태에 대한 할랄인증서 또는 중요 성분에 대한 제품사양
회사/사업자 등록증	포장재 종류
인증 대상 제품/메뉴의 명칭 및 설명	제조공정 및 절차
사용된 성분	HACCP, ISO, GHP, GMP, TQM 등과 같은 타 인증서
제조업체, 성분 공급 업체 명칭 및 주소	현장 또는 공장 위치도

- JAKIM 할랄인증 주요 절차는 아래 그림과 같음.
 - 온라인 신청을 바탕으로, 지원서류를 검토한 후 적합한 경우에 한하여 현장 심사를 수행
 - 현장 심사 결과 및 테스트 결과를 바탕으로 인증 여부 최종 결정
 - 결정에 따른 할랄 인증서를 발급하는 순으로 진행됨.

| 그림 II-1. 말레이시아 JAKIM 할랄인증 절차



□ 인도네시아

- 인도네시아 할랄인증은 인도네시아 식품, 의약품, 화장품 평가기관인 LPPOM MUI(Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) 규정과 할랄보장시스템인 HAS(Hala Assurance System)를 기본 조건으로 함
 - 인도네시아 할랄인증 업무를 총괄하는 BPJPH(Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)가 2019년 10월 출범했지만, 새롭게 제정된 할랄인증 표준이 없기 때문에 현재까지는 MUI의 할랄인증 표준을 사용하고 있음

| 표 II-4. 인도네시아 할랄인증 표준

할랄인증 기준	할랄인증 주요 내용
HAS 23000	할랄인증 요구사항
HAS 23000:1	할랄보장시스템(HAS) 기준
HAS 23000:2	정책 및 절차
HAS 23201	할랄식품 원료 요구사항
HAS 23101	가공산업의 할랄보장시스템 기준이행 지침서
HAS 23301	가공산업의 할랄보장시스템 매뉴얼
HAS 23103	도축장에 관한 할랄보장시스템 기준 안내서
HAS 23106	물류 기준지침 이행서
HAS 23202	할랄의약품 재료 기준 이행 지침서

- 인도네시아 할랄인증 표준 중 HAS 23000은 할랄인증 요구사항을 다루며, HAS 23000: 1과 HAS 23000: 2로 구성되어 HAS 23000: 1은 할랄보장시스템, HAS 23000:2는 할랄인증 정책 및 절차를 다룸.

| 표 II-5. HAS 주요 요구 기준 (HAS 23000:1)

구분	주요 기준
1	할랄 정책(Halal Policy)
2	할랄 관리팀(Halal Management Team)
3	훈련 및 교육(Training & Education)
4	재료(Material)
5	제품(Product)
6	생산시설(Production Facility)
7	핵심활동에 관한 서면절차(Written Procedures for Critical Activities)
8	이력관리(Traceability)
9	할랄 부적합 제품의 취급(The Product Handling for Product that not meet Criteria)
10	내부 감사(Internal Audit)
11	경영진의 검토(Management Review)

| 그림 II-2. 인도네시아 MUI 할랄인증 절차



| 표 II-6. HAS 기준 (HAS 23000:1) 관련 요구 서류

구분	사전 심사 활동	제출 요구 서류
첫 방문 시	<ul style="list-style-type: none"> 요구사항 설명 시설의 돼지성분 미사용 확인 	<ul style="list-style-type: none"> 사전심사 신청서 재료목록 제품 목록과 재료 대 제품의 매트릭스
추가 컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> 근거서류의 적합성 확인 HAS 매뉴얼 설정 안내 	<ul style="list-style-type: none"> 할랄인증 제품의 생산 프로세스 흐름도 시설의 돼지성분 미사용에 대한 진술서 시설주소(및 HAS 시행의 기본 정보) 기타문서

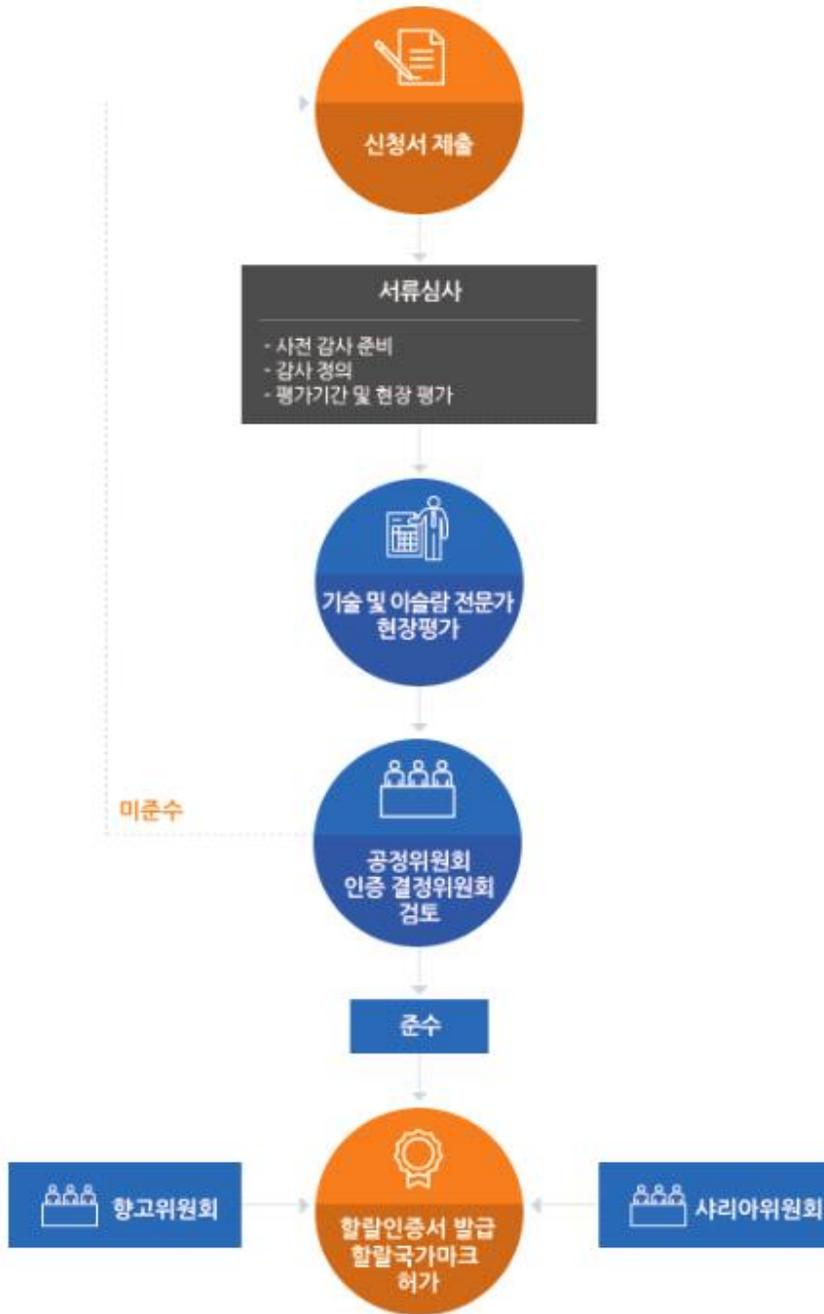
□ 아랍에미리트(UAE)

- 아랍에미리트 연합(UAE)에서 판매되거나 수입되는 모든 현지생산 제품 및 수입품이 UAE ESMA(Emirates Authority for Standardization & Metrology)가 승인한 공식 표준을 준수해야 함.
- ESMA(Emirates Authority for Standardization and Metrology)는 UAE 연방법(법률 No.28/2001)에 따라 설립된 국가표준기관(National Standards Body, NSB)으로서, UAE의 품질, 측정 및 표준에 대해 유일한 권한을 보유하고 있으며 이 기관은 국가의 표준화 및 메트로 로직시스템을 효과적으로 관리하여 국가의 산업 및 무역의 품질 향상을 지원함.
- ESMA는 품질 인프라를 책임지고 인증제도를 관리하는 감독기관으로서, 표준 공표 및 승인, 제품 및 서비스 적합성 검증 감독, 할랄 마크 및 인증의 상호인정 협약, 그리고 할랄인증 관장 등의 업무를 전문적으로 수행하고 있음.
- UAE는 2014년 내각령 제10호인 “할랄 제품 규제에 관한 UAE 규정“을 채택하여 이 법안을 시행 중이며, 해당 법안은 모든 할랄 제품 뿐만 아니라 제품과 관련된 생산 시스템 및 서비스에 적용되고, 이 규정은 Cabinet Resolution No.(10/2014) UAE Regulations for Control on Halal products에 따라 진행됨.
- 해당 법안에 따라 UAE에서 할랄 요구사항을 준수하는 제품은 ESMA가 승인한 할랄인증기관으로부터 인정받은 할랄인증기관의 할랄인증을 획득해야 하며, 해당 제품은 할랄국가마크(Halal National Mark)를 제품 라벨에 사용할 수 있음.
 - 할랄국가마크는 필수사항은 아니며, ESMA의 등록 요구사항이 만족되고 등록 비용을 납부한 경우에만 사용 가능함.
- 이러한 규정에 따라 UAE에서 판매되거나 수입되는 제품은 정확한 제품 표시 및 인증 획득이 필요하며, 이를 통해 시장 진입 및 소비자 신뢰를 확보할 수 있음.

표 II-7. 아랍에미리트 할랄인증 표준

할랄인증 기준	할랄인증 주요 내용
UAE.S 2055-1	Halal products - Part 1: General Requirements for Halal Food
	할랄제품 - 파트 1: 할랄식품에 대한 일반 요구사항
UAE.S 2055-2	Halal products - Part 2: General requirements for Halal certification bodies
	할랄제품 - 파트 2: 할랄인증기관에 대한 일반 요구사항
UAE.S 2055-3	Halal products - Part3: General requirements for Halal accreditation bodies accrediting Halal certification bodies
	할랄제품 - 파트 3: 할랄인증기관을 승인하는 할랄인증기관의 요구사항
UAE.S 2055-4	Halal products - Part 4: Requirements for cosmetics and personal care
	할랄제품 - 파트 4: 화장품 및 퍼스널케어에 대한 요구사항
UAE.S 993	Animal slaughtering requirements according to Islamic rules
	이슬람법에 따른 동물 도축 요구사항
UAE.S/ GSO 9	Labeling of prepackaged food stuffs
	포장된 식품의 라벨링
UAE.S GSO 21	Hygienic Regulations for Food Plants and Their Personnel
	식품 기반시설 및 직원에 대한 위생 규칙
UAE.S GSO 1694	General principles of food hygiene
	식품위생의 일반원칙
UAE.S/GSO CAC RCP 58	Code of hygienic practice for meat
	육류를 위한 위생실습 계획
UAE.S GSO OIML R87	Food safety management system-Requirements for any organization in the food chain
	식품안전관리시스템-식품 사슬의 모든 조직에 대한 요구사항
UAE.S GSO 815	Code of hygienic practice for preparation, transportation, handling and storing of fresh meat
	신선육류의 준비, 운송, 취급 및 저장을 위한 위생 실천 강령
UAE.S GSO 713	Hygienic Regulations for food plants and their personnel
	식품 공장 및 직원에 대한 위생 규정

| 그림 II-3. 아랍에미리트 ESMA 할랄인증 절차



□ 국내 할랄인증 기관 현황

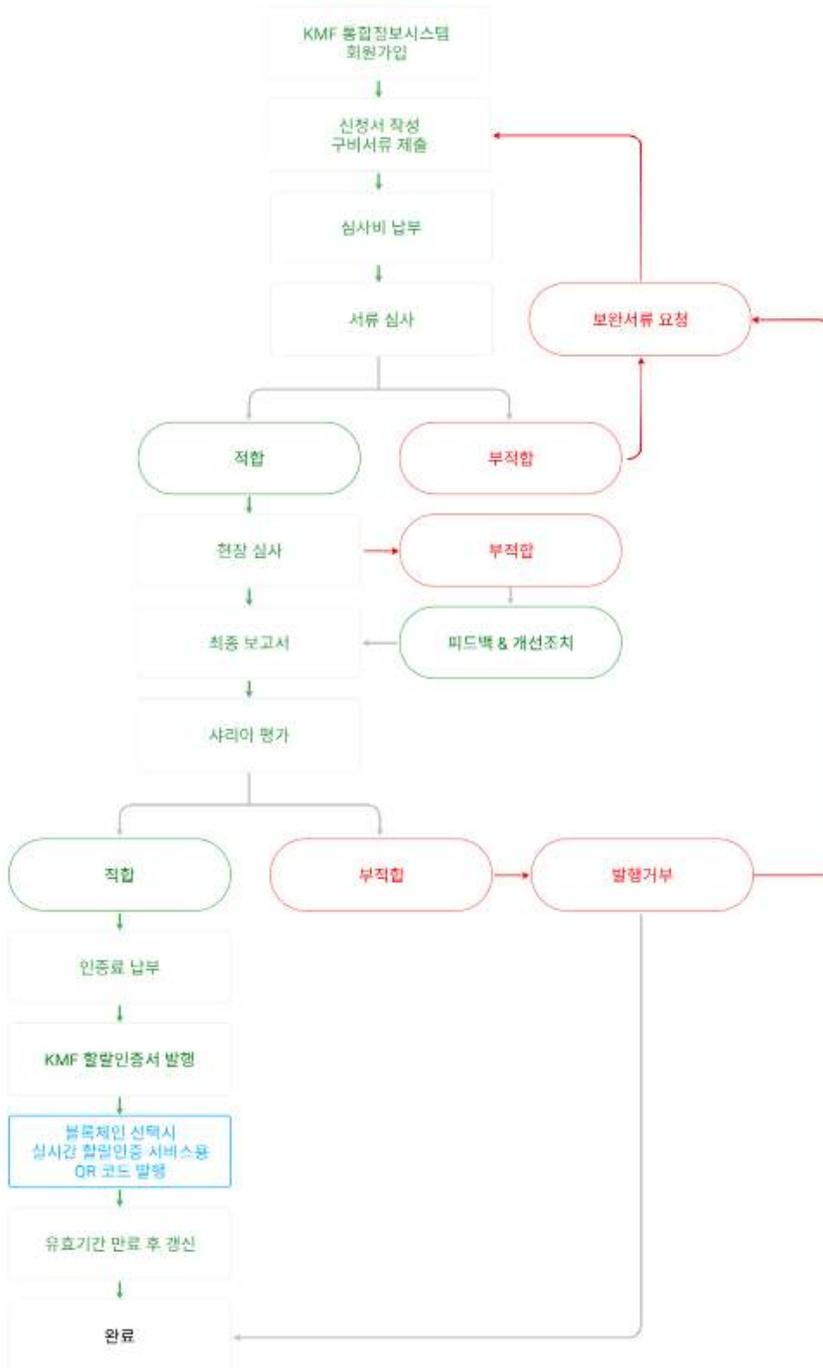
- 2023년 11월 말 기준, 국내 할랄인증기관은 민간기관으로, (재)한국이슬람교, 한국할랄인증원, (사)할랄협회, (주)세종할랄인증원, (주)국제할랄인증지원센터의 5개 기관이 있음.
- KMF 할랄위원회는 (재)한국이슬람교에서 운영하는 위원회로, 1994년부터 할랄인증업무를 수행하여 말레이시아 JAKIM, 싱가포르 MUIS, 대만 THIDA, 태국 CICOT, 미국 IFANCA와 상호인정 협정을 맺음.
- KMF 할랄인증은 1년 인증과 3년 인증 두 가지 유형으로 구분되며, 유형에 따라 심사비 및 인증료가 달리 책정됨.

| 표 II-8. KMF 할랄인증비용

구분	1년 인증	3년 인증
서류심사비	품목당 10만원	품목당 30만원
현장심사비 (공장별 부과)	서울 30만원 경기 40만원 충청 50만원 강원, 영남, 호남 60만원 제주 및 도서지역 80만원	서울 90만원 경기 120만원 충청 150만원 강원, 영남, 호남 180만원 제주 및 도서지역 240만원
할랄인증료	기존 할랄인증 : 품목당 60만원 블록체인 실시간 할랄인증(QR코드발행) : 품목당 110만원	기존 할랄인증 : 품목당 180만원 블록체인 실시간 할랄인증(QR코드발행) : 품목당 330만원
인증서 재발행/추가발행비용	건당 3만원 ▪ 판매사 추가가입 요청 시 ▪ 제품 분리 발행 요청 시 ▪ 기타 사유로 인한 재발행 요청 시 ▪ 지면 인증서 발행 요청 시	

- 할랄인증 절차는 인증기관별로 차이가 있으나 일반적으로 신청→서류심사→현장심사→인증의 절차를 따름.

| 그림 II-4. KMF 할랄인증 절차



- 할랄 교차인정은 자국 할랄인증에 대한 상대국 인증과 상응하는 협약을 의미하며, 이를 통해 제품의 통관 및 유통이 용이하게 이루어질 수 있음.
- 이와 같은 교차인정은 ISO, CODEX와 같이 국제적으로 통용되는 표준의 부재로 국가별 기관별 인증기준이 상이하여 발생하는 문제 등을 완화할 수 있음.
 - 국제적 표준 부재: ISO, CODEX와 같은 국제적으로 통용되는 할랄인증 표준이 없어 국가별 및 기관별 인증기준이 상이
 - 높은 비용 및 시간 소요: 수출대상 국가별로 인증을 취득해야 하므로 높은 비용과 시간이 소요
 - 인증 미인정 문제 : 일부 국가에서 국내 할랄인증기관의 인증을 인정하지 않는 경우가 발생
- 국내 인증기관 중 교차인정을 제공하는 인증기관은 (재)한국이슬람교, 한국 할랄인증원 두 곳으로, 말레이시아 JAKIM(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia), 싱가포르 MUIS(Majlis Ugama Islam Singapura), 대만 THIDA(Taiwan Halal Integrity Development Association), 태국 CICOT(The Central Islamic Council of Thailand) 등의 교차인정이 가능함²⁾.

표 II-9. 국내 할랄인증 교차인정 기관

구분	국가	교차인정현황	국내 인증기관
JAKIM	말레이시아	2013.7.1	(재)한국이슬람교(KMF)
MUIS	싱가포르	2013.12.8	
THIDA	대만	2015.3.28	
CICOT	태국	2019.12.21	
JAKIM	말레이시아	2020.1.	한국할랄인증원(KHA)
CICOT	태국	2019.12.	

2) 해외식품인증 정보포털, <https://www.foodcerti.or.kr/>

2. 국내 할랄 관련 제도

- 우리나라는 국내 할랄인증기관이 활용할 수 있도록 주요 이슬람 국가의 할랄 표준을 참조하여 2016년 10월 13일 한국산업표준인 「할랄식품의 생산, 제조·가공, 취급, 보관 및 유통에 관한 지침」을 제정함.
 - 이후 2021년 12월 31일 국제표준부합화에 의한 개정을 통해 「할랄 식품에 대한 일반 요구사항」으로 개정
- 「할랄 식품에 대한 일반 요구사항」은 이슬람 율법에 기반하여 할랄식품 및 그 제품의 1차 생산에서부터 소비에 이르기까지의 식품 및 그 성분재료의 생산, 가공, 배송, 보관 및 취급을 포함하는 식품사슬의 모든단계(원재료에서부터 최종제품까지)에서 준수해야 하는 기본적인 요구사항에 대해 규정함.
- 「할랄 식품에 대한 일반 요구사항」은 육류, 수산물, 유제품, 곡물, 가공식품, 효소 및 식품첨가물, 향신료 및 조미료, 물 등 대부분의 식품을 다루고 있음.
- 해당 제품에 대한 요구사항은 식품의 출처와 도축규정에 해당되며, 도축규정은 도축 동물, 도축인, 도축용 기구, 도축장, 도축방법 및 절차에 이르는 모든 사항을 다루고 있음.
- 또한 가공, 보관, 진열, 서비스, 운송 등에 대한 내용도 다루고 있으며 주로 비할랄 요소와의 격리 및 비할랄 요소 불포함에 대한 내용과 위생관리 등의 내용임.
- 그 외 사항은 할랄식품의 시험 및 검사방법의 확인과 이력관리, 포장재 및 식별 가능한 표시 등에 대한 내용을 다룸.

표 II-10. 국가표준 「할랄 식품에 대한 일반 요구사항」 주요 내용

구분	내용	
대상	식육 및 식육가공품	
	유 및 유 가공품	
	알 및 알 가공품	
	곡류 및 곡류 가공품	
	식물성 및 동물성 유지	
	과채류 및 과채류 가공품	
	당류 및 과자류	
	음료류(비알코올음료류)	
	꿀 및 양봉 가공품	
	영양 보조식품	비타민, 무기질, 아미노산 등
	유전자 변형식품	유전자변형생물체(GMOs)로부터 얻는 제품 또는 부산물
	식품첨가물	직간접적으로 식품에 효과를 나타내거나 식품 구성성분 등
	효소류	자연적으로 생성되는 단백질 또는 복합단백질 등(렌넷 등)
	미생물 포장재	효모, 세균, 진균류, 프로바이오틱 등
	요구사항	식품의 출처
식품가공 기계류, 도구, 생산라인 보관, 진열, 서비스 및 운송 위생, 소독관리 및 식품안전	도축규정	도축 대상 동물의 요구사항 도축인 도축용 기구 및 도구 도축장 기절(Stunning) 도축 절차
타당성 확인 및 검증	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 비할랄 요소 미포함 ▪ 비할랄 재료에 오염되지 않은 설비 이용 ▪ 처리, 가공, 포장, 보관, 운송 과정에서 비할랄과 격리 ▪ 비할랄 가공구역과 근무자 분리 ▪ Codex 권장 위생관리 실행규약 및 요구사항 준수 	
식별 및 이력추적관리	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 시험 및 검사방법의 타당성 검증 ▪ 공정의 타당성 확인과 제품 검증 	
시판을 위한 표현	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 이력추적관리가 요구사항인 경우 해당 제품의 이력 관리 필요 ▪ 포장 규정을 추종하는 포장재 사용 ▪ 비할랄 제품과 차별화 식별가능한 표시 	
법률적 요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국가에서 현재 시행 중인 모든 해당 법률적 요구사항 준수 	

3. 국내 할랄인증 현황

가. 국내 도축장 할랄인증 실태조사

- 도축장 할랄인증 실태조사 결과 현재 국내는 쇠고기 도축장만이 인증을 받은 것으로 확인됨.
 - (쇠고기) 강원도 홍천에 위치한 (주)한다운에프에스엘이 2022년 JAKIM 인증을 받음.
 - 한다운FSL의 경우 인증 취득당시 국내 도축장 인증이 가능한 해외 할랄인증기관(Foreign Halal Certification Body, FHCB)의 부재로 말레이시아 JAKIM 인증을 직접 취득함.
 - (닭고기) 국내 할랄인증 도축장 없음
 - 기존 할랄인증 도계장인 자연일가가 정다운과 합병하면서 (주)정다운자연일가로 바뀐 후 현재는 파주 도계 사업 철수
 - (양고기) 국내 할랄인증 도축장 없음

나. 할랄인증 취득업체 현황조사

1) 국내 할랄인증 취득업체 수 추정

- 국내 발급업무 담당기관과 에이전트 및 할랄인증기관 분석을 통해 국내 할랄인증 취득업체 수를 조사함.
- 해외 할랄인증 기관은 총 6개로, JAKIM(말레이시아), LPPOM MUI(인도네시아), IFANCA(미국), ESMA 계열(UAE), AHIK(카자흐스탄), APHC(홍콩)이 있으며, 각 인증 기관에 따라 국내 에이전트는 상이하게 나타남.

| 표 II-11. 해외 할랄인증 기관 현황

구분	국가	에이전트
JAKIM	말레이시아	컨설팅기관 다수 존재
LPPOM MUI	인도네시아	인니할랄코리아, VDF코리아
IFANCA	미국	펜타글로벌
ESMA 계열	UAE	해외인증센터
AHIK	카자흐스탄	한국할랄산업연구원
APHC	홍콩	해외인증센터

- 국내 할랄인증 취득업체 수 추정 결과 총 531건의 할랄인증 취득이 조사되었으며, 취득업체수는 약 357개로 추정됨.
 - KMF 218건, JAKIM 43건, LPPOM MUI는 에이전트에 따라 60건과 33건, WAREES 43건, APHC 13건, ESMA(RACS) 6건, ESMA GULFTIC 2건, ESMA JIT 1건, KHA 32건, IFANCA 43건, KOHAS 37건으로 총 531건임.
 - 국내 업체 할랄인증 취득 현황은 할랄인증 기관이나 에이전트를 통해 정보를 확보하는 것이 가장 효과적이나, 인증기관과 업체간 정보보호 약정으로 업체명이 비공개되어 어려움이 존재함.
 - 해외 할랄인증 기관들은 국내에 자사나 에이전트를 두고 있는 경우도 존재하지만 대다수가 컨설팅 업체에 취득 관련 자문과 대행업무를 위탁함.
 - 따라서 본 연구에서는 할랄인증 기관에 인증현황 공개 데이터 및 직접 접촉하여 협조를 요청하거나, 인증기관 에이전트 및 컨설팅 업체를 통해 정보공개 협조 요청 및 정보수집을 진행함.

표 II-12. 국내 업체 할랄인증 취득 건수

구분		인증서 발급건수	조사방법
KMF		218	인증기관 협조
JAKIM		43	홈페이지 공개 데이터
LPPOM MUI		60	에이전트(인니할랄코리아)
LPPOM MUI		33	에이전트(VDF코리아)
WAREES		43	에이전트(해외인증센터)
APHC		13	에이전트(해외인증센터)
ESMA	RACS	6	에이전트(해외인증센터)
	GULFTIC	2	
	JIT	1	
KHA		32	인증기관 협조
IFANCA		43	에이전트(펜타글로벌)
KOHAS		37	인증기관 협조
합계		531	

주. 조사기간(2023.10~11월말 기준)

표 II-13. 국내업체 할랄인증 취득 현황 조사방법

구분	조사방법
할랄인증기관	홈페이지 인증현황 공개시 데이터 활용 및 인증기관 직접 접촉 협조 요청
국내 에이전트	해외 인증기관 국내 에이전트에게 정보공개 협조 요청
컨설팅 업체	해외 할랄인증 컨설팅 기관을 통한 정보수집

- 본 연구에서 할랄인증 업체 데이터 분석을 위해 다각도로 관련 정보를 확보하기 위해 노력하였지만 국내 업체 다수가 직접 해외인증 기관을 통해 할랄인증을 취득한 경우가 다수로 관련 사항의 정확한 확인 여부는 한계성을 나타냄.
- 또한 하나의 국내업체가 다수의 할랄인증을 취득한 경우 중복조사되어 있는 점을 고려하여 자체적 검토를 재분석함.
 - 재분석 결과, 다수의 업체가 2개 이상의 인증을 취득하여 복수인증 건수는 144개, 복수인증 업체는 50개로 조사됨.
- 즉 할랄인증 총 취득건수 531건에서 업체 미확인건수 80건, 복수인증 취득 건수 144건을 제외하면 총 357개 건의 할랄인증을 취득한 것으로 추정됨.

표 II-14. 국내업체 할랄인증 복수 취득 현황

구분	건수
국내 총 할랄인증 취득건수 추정 결과(A)	531건
업체 미확인 건수(B)	80건
복수 인증 취득건수(C)	144건
복수취득 업체(D)	50업체
총취득건수 (E=A-B-C+D)	357건

2) 전화인터뷰 조사결과

- 할랄인증 취득 업체의 제품현황과 판매현황 조사를 위해 전화인터뷰를 통한 인터뷰를 수행, 국내외 41개 판매경험이 있는 할랄인증 취득 업체를 대상으로 조사함.
 - 인터뷰 대상 업체 중 국내 판매 실적은 필수적이며 해외 판매경험이 있는 업체를 함께 조사하였음.
 - 해외 판매 경험은 있지만 국내 판매 실적이 없는 업체는 인터뷰 대상에서 제외함.
 - 주요 인터뷰 내용은 판매경험, 주요 판매제품군, 인증 여부, 인증 갱신여부 등임.

□ 판매 경험

- 총 41개 업체 중 국내 판매 경험만 있는 업체가 17개, 국내 및 해외 모두 판매 경험이 있는 업체는 24개로 조사됨.
 - 본사 소재지는 대부분 서울, 충북이며 사업자 소재지는 충북, 경남, 전북 등으로 나타남.

| 표 II-15. 전화 인터뷰 업체 정보

구분	국내 판매 경험	국내 및 해외 판매 경험	소계
응답 수	17	24	41
본사 소재지	충북	서울	서울
사업자 소재지	충북	경남, 전북	

□ 주요 판매 제품군

- 국내 및 해외 판매경험 업체는 대부분 식품첨가물(63%)이며, 국내 판매경험 업체는 기타식품(29%), 조미식품(26%), 식품첨가물(13%)로 나타남.
 - 전량 내수 품목은 총 5개로, 조미식품 3개, 기타식품 1개, 가공육 및 포장육 1개로 조사됨.
 - 제품용도 중 최종소비용 비율은 국내판매업체가 40%, 국내 및 해외판매 업체는 25%로, 국내 판매업체의 최종소비용 제품 비중이 높게 나타남.

□ 인증 여부 및 갱신 여부

- 국내 판매업체의 최다 인증기관은 KMF이며, 국내 및 해외 판매업체의 경우 MUI가 78.6%로 나타남.

- 전체 41개 업체 중 85.4%인 35개 업체가 할랄인증을 갱신할 계획으로 조사됨.
 - 국내 판매만 하는 업체 : 17개 업체 중 17개 모두 할랄인증 갱신 계획
 - 국내 및 해외 판매 병행 업체 : 24개 중 18개 업체인 75%, 할랄인증 갱신 계획
- 할랄인증 취득업체의 주요 생산방식은 국내 판매 업체와 국내 및 해외판매 업체 모두 주문생산위탁 방식인 ODM(Original Development Manufacturing)으로 나타남.

표 II-16. 전화 인터뷰 업체 제품 정보

구분	국내 판매 경험	국내 및 해외 판매 경험	소계
할랄인증 제품 수	62	393	455
품목군	기타식품(29%) 조미식품(26%) 식품첨가물(13%)	식품첨가물(63%)	식품첨가물(38%) 기타식품류(28%)
제품용도(최종소비용)	40%	25%	-
최다 인증기관	KMF	MUI(78.6%)	-
갱신계획	100%	75%	85.4%
생산방식	ODM(주문생산위탁)	ODM	ODM(100%)

□ 주요 판매 방식

- 할랄인증 취득 업체의 제품 판매방식은 국내의 경우 할랄마트, 대형마트, 온라인으로 유통되며, 국내 판매업체의 경우 할랄마트가 40%, 국내 및 해외 판매업체의 경우 대형마트가 40%, 온라인이 40%로 조사됨.
- 무로고 생산판매 비중은 국내 판매업체의 경우 일반용으로 59%, 국내 및 해외 판매업체의 경우 70% 수준으로 나타남.
- 제품 판매 중 할랄제품의 판매 비중은 국내 판매업체의 경우 25%, 국내 및 해외 판매업체의 경우 21.6% 수준으로 조사됨.

표 II-17. 전화 인터뷰 업체 판매 현황

구분	국내 판매 경험	국내 및 해외 판매 경험	소계
국내 판로	할랄마트(40%)	대형마트(40%) 온라인(40%)	-
무로고 생산판매	59%(일반용)	70%	-
할랄제품 판매비중	25%	21.6%	-

다. 할랄 도축장 인증 유지비용 계상항목 검토

- 할랄 도축장 유지비용은 JAKIM 도축장을 기준으로 산정하였으며, 도축장 유지에 필요한 비용은 크게 인증비, 컨설팅비, 인건비, 시설비, 유통비, 기타비용 등으로 구성됨.
 - (인증비용, JAKIM) 2년, 1회 JAKIM으로부터 평가 및 재심사 필요(FHCB 통해 수행).
 - (컨설팅비, FHCB) 모든 할랄 도축장의 경우 인증 및 재인증을 위해 FHCB 컨설팅 필요
 - (할랄인증 전) 할랄 교육·훈련(전 직원), 할랄 시스템·인프라 도입 컨설팅
 - (할랄인증 시) 할랄인증 지원(서류심사, 현장심사), 할랄인증·등록, 인증서 발급
 - (할랄인증 후) 할랄 도축·생산 관리·감독, 할랄 파견인력 관리·감독(도축자, 도축관리자), 할랄 보수교육·훈련(할랄위원회, 도축자, 도축관리자)

표 II-18. JAKIM 할랄 도축장 유지비용 계상 항목

구분	내용	
인증비용	2년, 1회 JAKIM으로부터 평가 및 재심사 필요(FHCB 통해 수행).	
컨설팅비	모든 할랄 도축장의 경우 인증 및 재인증을 위해 FHCB 컨설팅 필요	
인증	인증 전	할랄 교육·훈련(전 직원), 할랄 시스템·인프라 도입 컨설팅
	인증 시	할랄인증 지원(서류심사, 현장심사), 할랄인증·등록, 인증서 발급
	인증 후	할랄 도축·생산 관리·감독, 할랄 파견인력 관리·감독(도축자, 도축관리자), 할랄 보수교육·훈련(할랄위원회, 도축자, 도축관리자)
인건비	할랄 위원회 유지비(자문비 등), 할랄 도축자·판독관·검사관·감독관 고용(인건비)	
시설비	생산 라인 투자비(별도 생산라인 구축한 경우), 스테리닝 시설 투자비, 기도실 유지비	
유통비	보관비, 운송비, 라벨링 제작비 등	
기타비용	할랄인증 도축(도계장) 장 실태조사 수행 시 조사 후 추가비용 계상	

- (인건비) 할랄위원회 유지비(자문비 등), 할랄 도축자·판독관·검사관·감독관 고용(인건비)
- (시설) 생산 라인 투자비(별도 생산라인 구축한 경우), 스테리닝 시설 투자비, 기도실 유지비
- (유통비) 보관비, 운송비, 라벨링 제작비 등
- (기타비용) 할랄인증 도축(도계)장 실태조사 수행 시 조사 후 추가비용 계상

- JAKIM 할랄 도축장의 필요인력은 할랄도축자(halal slaughterman), 할랄 판독관(muslim halal head checker), 할랄 검사관(muslim halal checker), 할랄 감독관(muslim halal supervisor)으로 구분되며, 필요인력 역할에 따라 자격요건이 충족되어야 함.
 - 할랄 도축자(halal slaughterman) : 무슬림, 감독, 교육·훈련, 자격증 소지
 - 할랄 판독관(muslim halal head checker) : 무슬림, 감독, 교육·훈련, 자격증 소지
 - 할랄 검사관(muslim halal checker) : 무슬림, 감독, 교육·훈련
 - 할랄 감독관(muslim halal supervisor) : 무슬림

| 표 II-19. 말레이시아 JAKIM 할랄 도축 필요 인력 및 요건

구분	할랄도축자 (halal slaughterman)	할랄 판독관 (muslim halal head checker)	할랄 검사관 (muslim halal checker)	할랄 감독관 (muslim halal supervisor)
관련분야 경력				
자격증 소지(registered)	●	●		
교육·훈련(trained)	●	●	●	
감독(supervised)	●	●	●	
무슬림	●	●	●	●

- 주 1. 자격증 소지 : MAIN 또는 JAIN에서 발급한 JAKIM 할랄 도축 자격증 소지를 의미함.
 2. 교육·훈련 : 할랄인증 지원기관(FHCB; Foreign Halal Certification Bodies) 혹은 JAKIM의 할랄 전문위원회(HPB)에 등록 된 교육기관에서 운영하는 교육·훈련을 의미함.
 3. 감독 : 할랄인증 지원기관(FHCB; Foreign Halal Certification Bodies)에서 감독을 받는 사람을 의미함.

자료 : JAKIM(2014), Malaysian Protocol For the Halal Meat and Poultry Productions, p.13-14.

- JAKIM 할랄인증 도축장의 최소인력 기준은 시설규모에 따라 구분되며, 시설은 소규모 시설(Small Category), 중규모 시설(Medium Category), 대규모 시설(Multinational or Large Category)로 구분함.
 - 소규모 시설 : 50두 미만 / 1일
 - 중규모 시설 : 50두 이상 100두 이하 / 1일
 - 대규모 시설 : 100두 이상 / 1일

- 도축장 시설 규모에 따라 필요 인력 또한 구분되어 할랄 도축자, 할랄 관독관, 할랄 검사관, 할랄 감독관의 수가 다르게 규정되어 있음.
 - 소규모 시설의 경우 : 할랄관독관과 할랄감독관은 요구되지 않으며 할랄도축자 2명, 할랄검사관 1명이 요구
 - 중규모 시설의 경우 : 할랄도축자는 2~4명 이상, 할랄관독관, 할랄검사관, 할랄 감독관은 각 1명 요구
 - 대규모 시설의 경우 : 할랄도축자는 5명 이상, 할랄관독관, 할랄검사관, 할랄 감독관은 각 1명 요구

| 표 II-20. 말레이시아 JAKIM 할랄 도축 최소 인력 기준

구분		사업계획상 1일 도축(도살) 규모		
		소규모 시설 (Small Category)	중규모 시설 (Medium Category)	대규모 시설 (Multinational or Large Category)
도축장 시설 규모 구분		50두 미만	50-100두 이하	100두 초과
필요인력	계	최소 3명 이상	최소 5-7명 이상	최소 8명 이상
	할랄도축자 (halal slaughterman)	2명	2-4명 이상	5명 이상
	할랄 관독관 (muslim halal head checker)	-	1명	1명
	할랄 검사관 (muslim halal checker)	1명	1명	1명
	할랄 감독관 (muslim halal supervisor)	-	1명	1명

자료 : JAKIM(2014), Malaysian Protocol For the Halal Meat and Poultry Productions, pp.13-14.
 JAKIM(2020), Manual Prosedur Pensijilan Halal Malaysia, pp.15-16.
 JAKIM(2015), Manual Procedure for Malaysia Halal Certification(3rd. rev.) 2014, pp.37-38.

라. 할랄인증 유지비 추정

- 본 연구에서는 할랄인증 유지비용 추정을 위해 JAKIM과 직접 전화인터뷰를 통해 해당 비목별 비용을 작성하여 제시함.
 - 일일 도축 규모에 따른 할랄인증 유지비용이 달리 적용된다는 점을 고려하지만, 현재 우리나라 한다운 도축장 시설 소규모에 적합한 비용을 추정하여 제시함.
- 현재 우리나라 JAKIM 할랄인증 유지비용 추정을 위해 아래와 같은 전제 조건을 가정하여 분석함.
 - (공통) 할랄인증 유지비용 계상 항목 중 인증 및 갱신비와 컨설팅비 중 신청비, 컨설팅비, 평가비는 2년에 한 번씩 발생하는 비용이며, 그 외 항목은 모두 1년에 한 번씩 발생하는 비용으로 산출함.
 - (공통) 6년간 유지비용 중 인증 및 갱신비와 컨설팅비 중 신청비, 컨설팅비, 평가비는 격년으로 발생하므로 연도별 유지비용의 차이가 있으며, 격년으로 발생하는 비용을 반영한 평균 비용을 산출하기 위하여 6년간의 총비용을 합산하여 평균치를 도출함.
 - 최근 3년간(2020년-2022년) 물가상승률(2.71%), 환율변화(1.52%), 임금상승률(1.70%) 등 반영
 - (공통) 환율변화 적용: 인증 및 갱신비 전 항목, 컨설팅비 중 출장비를 제외한 전 항목
 - (공통) 물가상승률 적용: 컨설팅비 중 출장비, 보관비, 운송비
 - (공통) 임금상승률 적용: 인건비
 - (공통) 시설 투자비의 경우 정액법을 통한 감가상각을 적용함.
 - (구분) JAKIM 할랄인증 유지비 중 할랄 도축원에 해당하는 항목은 할랄인증 도축장이 아닌 일반 도축장이더라도 일반 도축인 고용이 필요하므로, 기존 도축장에서 추가적으로 할랄인증을 받을 경우의 직접적인 비교를 위해 도축원 인건비를 제외하고 할랄인증 유지에만 필요한 비용을 계상한 유지비용 비교 또한 필요함.
 - 유지비용 1안 : 인증 및 갱신비, 컨설팅비, 할랄 검사관 인건비, 할랄 도축원 인건비, 시설투자비, 유통비, 기타비용
 - 유지비용 2안 : 인증 및 갱신비, 컨설팅비, 할랄 검사관 인건비, 시설투자비, 유통비, 기타비용
- (분석결과) 1안(할랄 도축원 인건비 포함)의 경우, 6년간 연평균 유지비용은 약 1억 6,000만원 수준으로 추정되며, 2안(할랄 도축원 인건비 제외)의 경우 6년간 연평균 유지비용은 약 9,325만원으로 추정됨.

표 II-21. JAKIM 할랄인증 유지비 추정 1안(할랄 도축원 인건비 포함)

구분	빈도	비용(원)	비고
합계		156,782,680	
인증 및 갱신비(A)		323,786	to JAKIM
도축장 인증 및 갱신 수수료	2년	27,674	도축장인증 갱신비 RM100/개소
제품 인증 및 갱신 수수료	2년	221,392	제품인증 갱신비 RM100/개, 우둔+설도 통합하여 8개 제품 인증 기준
도축장 인증서 발급비	2년	8,302	도축장 인증서 발급비 RM30/개소
제품 인증서 발급비	2년	66,418	제품 인증서 발급비 RM30/개, 8개 제품 기준
컨설팅비(B)		12,006,292	to FHCB(출장비 제외)
신청비	2년	1,383,700	신청비: application and process
교육·훈련비(정기교육)	1년	2,075,550	2500/head, 3인 기준, 정기교육 : training for management team or halal panel committee
교육·훈련비(비정기교육)	1년	415,110	500/head, 3인 기준, 비정기교육 : additional class of recognition
출장비	1년	6,748,232	한국 FHCB를 이용하지 않는 경우 가정, 한국->말레이시아, 공무원 여비기준(제1호, 라목, 다등급, 4박5일, 3인 기준) 출장비 추정
컨설팅비	2년	553,480	recognition consulting
평가비	2년	830,220	1500/head, 2인 기준, 순수 평가비, 출장비 제외, JAKIM 평가자 출장비 정부지원 가정
인건비(C)		111,820,000	
할랄 위원회 유지비	1년	48,000,000	인건비 : 48,000,000 /1인, 1인 기준(할랄 감독관 1인)
할랄 인력 인건비	1년	63,820,000	인건비 : 31,910,000/1인, 2인 기준(할랄도축원2인)
시설투자비(D)		9,466,667	
생산 라인 투자비	1년	-	사업전환(돼지->소)
스터닝 시설 투자비	1년	9,333,333	사업초기 투자비 2.8억원, 감가상각 30년
기도실 유지비	1년	133,333	사업초기 투자비 400만원, 감가상각 30년
유통비(E)		8,942,400	
보관비	1년	-	자체 보관창고 운영
운송비	1년	7,142,400	372원/Kg, 1,600Kg/월
라벨링 제작비	1년	1,800,000	150,000원/월
기타비용(F)		14,223,536	
예비비	1년	14,223,536	(B+C+D+E)*10%

- 주 1. 1일 평균 50두 이하 도축규모의 도축장을 기준으로 비용 추정
 2. 환율 : 말레이시아 링깃(276.74원 적용), US 달러(1,299.92원 적용)
 3. 평가비 : 순수 평가비만 계상, FHCB가 해외에 위치할 경우 평가를 위해 방문하는 비용 일체를 지원하여야 함.

자료: 인증 및 갱신비 : JAKIM MYS(2020), Malaysian halal management system
 컨설팅비 : JAKIM MYS(2022), DRAFT_MALAYSIA PROCEDURE FOR THE RECOGNITION OF FHCBs 2021

| 표 II-22. JAKIM 할랄인증 유지비 추정 2안(할랄 도축원 인건비 미포함)

구분	빈도	비용(원)	비고
합계		86,256,894	
인증 및 갱신비(A)			
인증 및 갱신비(A)		323,786	to JAKIM
도축장 인증 및 갱신 수수료	2년	27,674	도축장인증 갱신비 RM100/개소
제품 인증 및 갱신 수수료	2년	221,392	제품인증 갱신비 RM100/개, 우둔+설도 통합하여 8개 제품 인증 기준
도축장 인증서 발급비	2년	8,302	도축장 인증서 발급비 RM30/개소
제품 인증서 발급비	2년	66,418	제품 인증서 발급비 RM30/개, 8개 제품 기준
컨설팅비(B)			
컨설팅비(B)		12,006,292	to FHCB(출장비 제외)
신청비	2년	1,383,700	신청비: application and process
교육·훈련비(정기교육)	1년	2,075,550	2500/head, 3인 기준, 정기교육 : training for management team or halal panel committee
교육·훈련비(비정기교육)	1년	415,110	500/head, 3인 기준, 비정기교육 : additional class of recognition
출장비	1년	6,748,232	한국 FHCB를 이용하지 않는 경우 가정, 한국->말레이시아, 공무원 여비기준(제1호, 라목, 다등급, 4박5일, 3인 기준) 출장비 추정
컨설팅비	2년	553,480	recognition consulting
평가비	2년	830,220	1500/head, 2인 기준, 순수 평가비, 출장비 제외, JAKIM 평가자 출장비 정부지원 가정
인건비(C)			
인건비(C)		48,000,000	
할랄 위원회 유지비	1년	48,000,000	인건비 : 48,000,000 /1인, 1인 기준(할랄 감독관 1인)
시설투자비(D)			
시설투자비(D)		9,466,666	
생산 라인 투자비	1년	-	사업전환(돼지->소)
스터닝 시설 투자비	1년	9,333,333	사업초기 투자비 2.8억원, 감가상각 30년
기도실 유지비	1년	133,333	사업초기 투자비 400만원, 감가상각 30년
유통비(E)			
유통비(E)		8,942,400	
보관비	1년	-	자체 보관창고 운영
운송비	1년	7,142,400	372/Kg, 1,600Kg/월
라벨링 제작비	1년	1,800,000	150,000원/월
기타비용(F)			
기타비용(F)		7,841,536	
예비비	1년	7,841,536	(B+C+D+E)*10%

- 주 1. 1일 평균 50두 이하 도축규모의 도축장을 기준으로 비용 추정
 2. 환율 : 말레이시아 링깃(276.74원 적용), US 달러(1,299.92원 적용)
 3. 평가비 : 순수 평가비만 계상, FHCB가 해외에 위치할 경우 평가를 위해 방문하는 비용 일체를 지원하여야 함.

자료: 인증 및 갱신비 : JAKIM MYS(2020), Malaysian halal management system
 컨설팅비 : JAKIM MYS(2022), DRAFT_MALAYSIA PROCEDURE FOR THE RECOGNITION OF FHCBs 2021

4. 할랄인증 국내 축산물 및 가공식품 유통실태 분석

- 국내 할랄인증 축산물 및 가공식품의 유통 및 판매구조 분석을 위해 다수의 업체와 면대면 인터뷰 및 전화인터뷰를 수행함.

가. 수입 경로

- 국내 할랄인증 식품의 수입은 항공과 항만으로 구분됨.
- 항공의 경우 전체 23건 중 인천공항이 13건으로 56.5%를 차지하며 김포공항이 4건으로 17.4%, 김해공항이 3건으로 13.1%, 제주공항 및 기타공항이 각각 1건과 2건으로 조사됨.
 - 전체 물량 중, 서울·경기권이 약 74% 수준으로 나타남.

| 표 II-23. 할랄인증 식품 수입 경로 : 항공

구분	빈도	비중(복수응답)
인천공항	13	56.5%
김포공항	4	17.4%
김해공항	3	13.1%
제주공항	1	4.3%
기타공항	2	8.7%
합계	23	-

- 항만의 경우, 부산항이 전체 38건 중 25건으로 약 65.8%를 차지하고 있으며, 인천항이 9건으로 23.8%를 차지하고 있는 것으로 나타남.
 - 부산항과 인천항이 전체의 약 90% 수준으로 다수를 차지함.

| 표 II-24. 할랄인증 식품 수입 경로 : 항만

구분	빈도	비중(복수응답)
부산항	25	65.8%
인천항	9	23.8%
평택항	1	2.6%
광양항	1	2.6%
기타	2	4.6%
합계	38	-

나. 국내 유통 채널

□ 분석 방법

- 할랄인증 식품의 국내 유통 방법 및 채널 분석은 국내에서는 조사된 바가 없으므로 직접 관련 업체들을 대상으로 면대면 인터뷰 조사 및 관련 업체를 직접 방문하여 실태조사를 수행하여 결과를 제시함.

□ 분석 결과

- 국내 할랄인증 식품의 유통은 온라인 시장과 오프라인 시장을 구분되어 있음.
- (오프라인 시장) 할랄인증 식품의 유통 및 판매는 수입업체를 기준으로 도매상 및 소매점으로 구분되는 전통적인 오프라인 유통구조를 형성하고 있으며, 전체 물량 중 약 70%를 차지함.
 - 할랄인증 식품의 오프라인 유통은 수입벤더 및 수입회사에서 할랄인증 식품의 수입이 진행된 뒤 도매상에서 식육재포장의 1차 가공을 거쳐 할랄전문매장, 대형마트, 식품업체, F&B, 호텔, 백화점, 정육점 등의 소매점으로 유통되는 구조를 가짐.
- (온라인 시장) 할랄인증 식품의 온라인 유통은 전체 물량 중 약 30% 수준으로, 수입벤더 및 수입회사에서 할랄인증 식품의 수입이 진행된 뒤 도매상에서 식육재포장의 1차 가공을 거쳐 G마켓, 11번가, 할랄식품을 취급하는 쇼핑몰 등을 통해 이루어짐.

| 그림 II-5. 할랄인증 식품 유통 채널



1) 대형마트

- 할랄인증 식품의 대형마트를 통한 유통 실태조사를 위해 전국 각 지역의 대형마트인 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 코스트코를 조사하였으며, 조사원이 직접 방문하여 가공식품 판매대를 전수조사하는 방식으로 인증로고 표시 식품을 파악함.
 - 조사대상 : 인천, 대구, 대전, 부산, 광주 소재의 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 코스트코
 - 조사방법 : 조사원 직접 방문 후 가공식품 판매대의 인증로고 표시 식품 전수 조사
 - 조사기간 : 2023.11.6. ~ 2023.11.17. (총 10일간)

표 II-25. 대형마트 할랄인증 제품 조사대상

구분	이마트	롯데마트	홈플러스	코스트코
인천	연수점	부평역점	구월점	송도점
부산	해운대점	부암점	아시아드점	부산점
대구	감삼점	율하점	동촌점	유통센터점
대전	둔산점	동대전점	월평점	대전점
광주	상무점	상무점	동광주점	
기타				광명점, 천안점

- (이마트) 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견
 - 과자류가 48개로 가장 많은 인증로고를 표기하고 있으며, 면류 37개, 소스류 34개, 기타 영유아식류 24개 순으로 조사됨.
 - 할랄인증 소스는 17개로 가장 높게 나타났으며, 과자 13개, 음료 9개 순으로 조사됨.
 - 할랄인증 중에서는 태국 인증기관인 CICOT가 가장 높은 빈도로 조사됨.
 - 일부 할랄인증 및 코셔, 채식인증도 병행
- (롯데마트) 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견
 - 과자류가 31개로 가장 많은 인증로고를 표기하고 있으며, 기타 영유아식류 22개, 초콜릿(가공품) 20개 순으로 조사됨.

- 할랄인증 과자류는 26개, 소스류 13개, 음료 11개 순으로 조사됨.
- 할랄인증 중에서는 태국 인증기관인 CICOT가 가장 높은 빈도로 조사됨.
- 일부 할랄인증 및 코셔, 채식인증도 병행
- (홈플러스) 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견
 - 과자류가 54개로 가장 많은 인증로고를 표기하고 있으며, 소스 41개, 면류 33개 순으로 조사됨.
 - 할랄인증 과자류 50개, 소스류 31개, 면류 13개 순
- (코스트코) 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견
 - 과자류 가장 많은 인증로고 21개, 음료 및 초코렛(가공품) 각각 11개 순
 - 할랄인증 총 9개(캔디 2, 음료 2, 곡류/가공품 2, 빵 및 마가린, 아이스크림 각각 1)
 - JAKIM 및 MUI 인증만 판매 중

2) 중소형 슈퍼마켓

- 할랄인증 식품의 중소형 슈퍼마켓을 통한 유통 실태조사를 위해 전국 각 지역의 중소형 슈퍼마켓을 조사하였으며, 조사원이 직접 방문하여 가공식품 판매대를 전수조사하는 방식으로 인증로고 표시 식품을 파악함.
 - 조사대상 : 대구, 대전, 부산, 광주 각 1개점
 - 조사방법 : 조사원 직접 방문 후 가공식품 판매대의 인증로고 표시 식품 전수 조사
 - 조사기간 : 2023.11.6. ~ 2023.11.17. (총 10일간)

표 II-26. 중소형 슈퍼마켓 할랄인증 제품 조사대상

부산	대구	대전	광주
우리마트	대백마트	우리식자재	하나로마트

- 과자류 가장 많은 인증로고 24개, 소스류 20개, 캔디류 13개 순
- 할랄인증 과자류 20개, 캔디류 12개, 소스류 9개

- 단일 할랄인증보다 복수 로고 표시제품 다수(태국 과자 할랄-채식 로고, 이탈리아 파스타 할랄-채식 등)
- 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견

3) 편의점

- 할랄인증 식품의 편의점을 통한 유통 실태조사를 위해 전국 각 지역의 편의점을 조사하였으며, 조사원이 직접 방문하여 가공식품 판매대를 전수 조사하는 방식으로 인증로고 표시 식품을 파악함.
 - 조사대상 : 대구, 대전, 부산, 광주 각 1개점
 - 조사방법 : 조사원 직접 방문 후 가공식품 판매대의 인증로고 표시 식품 전수 조사
 - 조사기간 : 2023.11.6. ~ 2023.11.17. (총 10일간)

| 표 II-27. 편의점 할랄인증 제품 조사대상

부산	대구	대전	광주
세븐일레븐 김해점	세븐일레븐 달서구점	GS25, CU 대전역점	세븐일레븐, GS25 광주역점

- 인증로고 아이스크림/빙과류 14개, 과자류 8개, 초콜렛/캔디 각 3개
- 할랄인증 과자류 6개 집중, 초콜렛/캔디 각 3개, 면류 1개, 소스류 1개
- 단일 할랄인증만 존재, 복수 로고 인증은 전무
- 인증로고 표시된 국산제품은 전무, 모두 수입품에서만 발견

4) 할랄전문매장

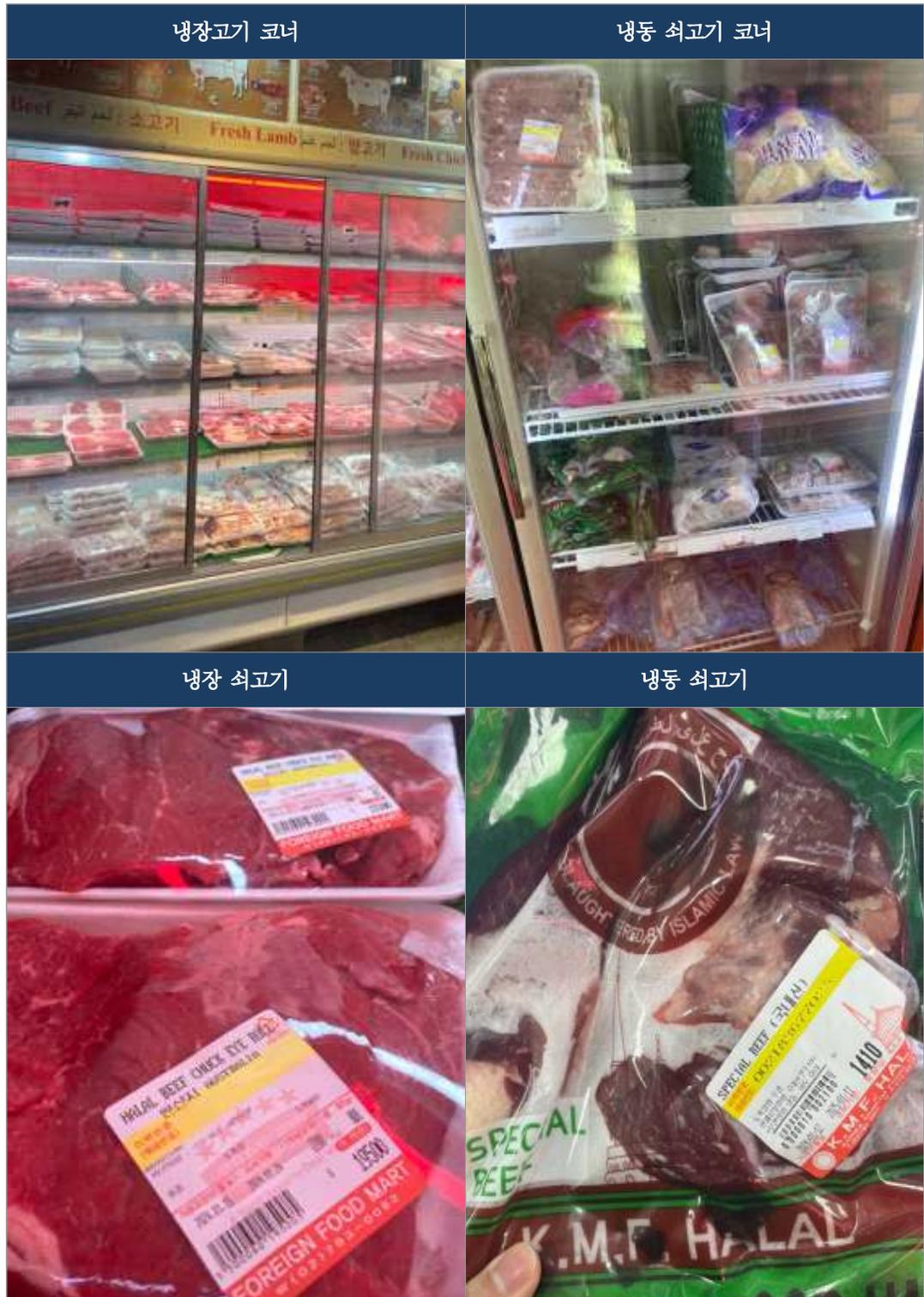
- (전용할랄마트) 국내 할랄인증 식품(축산물 등) 유통, 판매 실태조사
- 조사 대상 : 서울 4개점, 대구, 대전, 부산, 광주 각 2개점
- 조사원 직접 방문, 가공식품 판매대 전수 조사
- 인증로고 표시 식품 파악
- 조사기간 : 2023. 11. 6(월) ~ 11. 17(총 10일간)

| 표 II-28. 할랄전문매장 할랄인증 제품 조사대상

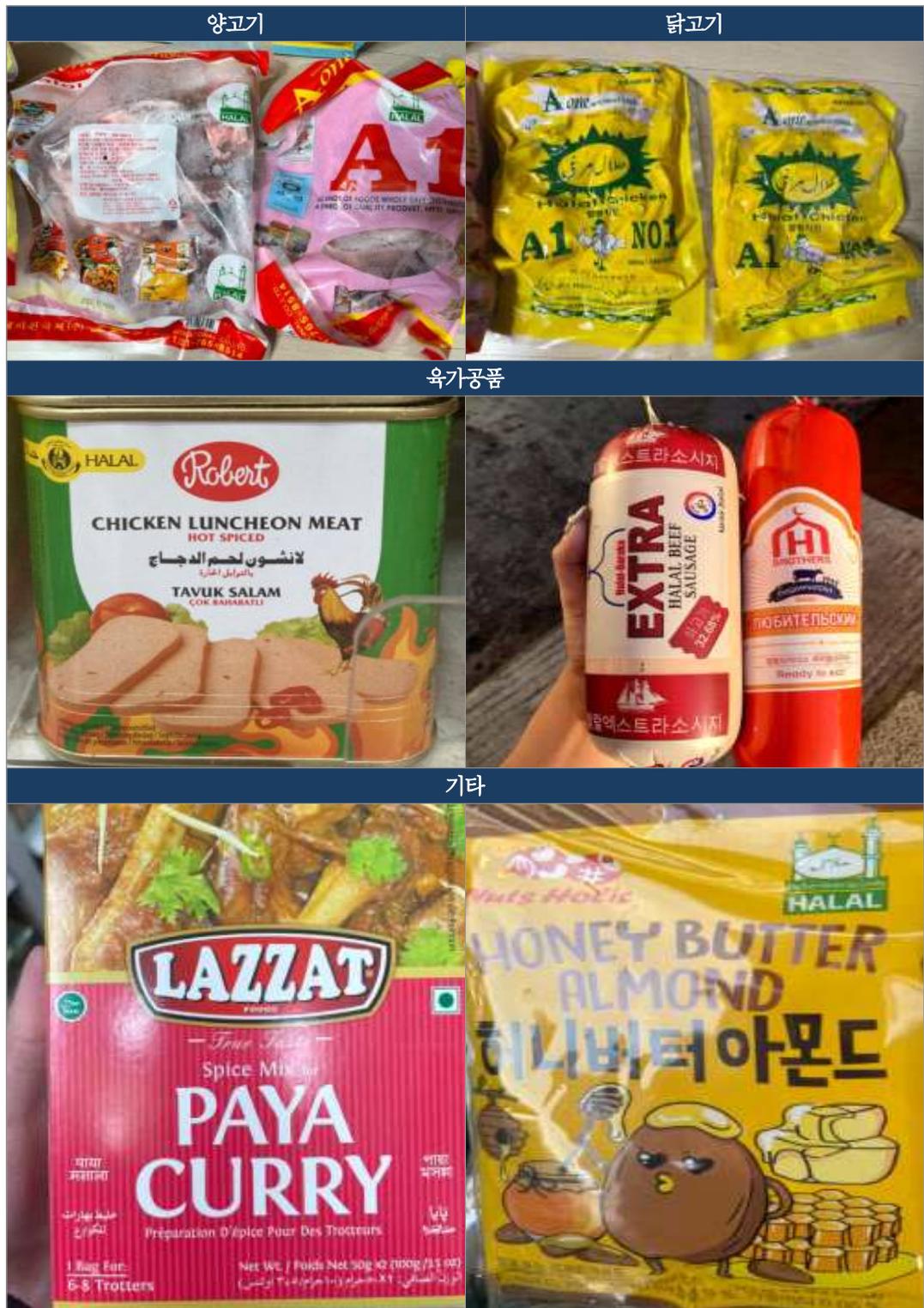
서울	부산	대구	대전	광주
Foreign Food Mart				
National Food Mart	New World Mart	New World Mart	Global Food Mart	Asia Mart
Al Baraka	Shahjan Mart	Ace Mart	World Food Mart	Foreign Mart
Zaffran Mart				

- 코셔 및 채식주의 인증보다 할랄인증이 다수 차지, 약 68.9%
- 소스류 22개, 기타 19개, 음료 및 커피 15개, 페이스트/파스타 각각 10개 등
- 다수가 필리핀 할랄인증, 모두 수입품, 최근 인도네시아 MUI 제품 수입, 복수 로고 유통
- 육류 및 육가공제품의 경우 냉장 유통 고기는 쇠고기, 양고기, 닭고기가 있으며 할랄인증 마크는 표기되어 있지 않으나 할랄 미트라는 품목명으로 판매하고 있으며,
- 냉동 유통 쇠고기의 경우 국내산으로 할랄인증을 받지 않았으나 이슬람 율법에 따라 도축되었다는 표기를 하고 판매하고 있음.

| 그림 II-6. 할랄전문매장 육류 제품 판매 현황



| 그림 II-7. 할랄전문매장 기타 제품 판매 현황



| 그림 II-8. 할랄전문매장 온라인 판매 물품

닭고기	소고기
	
기타	
	
	

다. 시사점

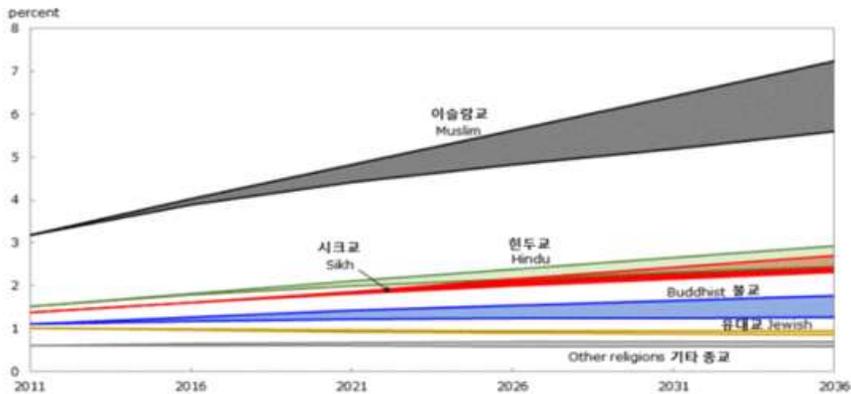
- 국내 축산물 및 가공식품 유통실태 조사 결과 국산 식품 중 할랄인증을 표시하거나 판매되는 제품은 전무한 것으로 조사됨.
 - 국내 유통되는 축산물 및 가공식품 중 할랄인증이 표시된 제품은 모두 수입품으로 조사되었으며, 국산 식품 중에서는 조사되지 않음.
 - 이와 같은 결과는 다수의 할랄인증 업체들이 할랄인증제품을 수출용으로만 인식하거나, 국내 할랄시장이 협소하다는 등의 이유로 분석됨.
- 주요 유통채널 및 실태 조사 결과, 할랄인증이 표기된 수입제품은 해당 제조국의 할랄인증기관의 할랄인증을 받는 것으로 조사됨.
 - 태국산 소스는 태국 할랄인증기관 CICOT, 말레이시아산 과자는 JAKIM, 독일 잼은 Halal Control 등 수입제품 제조국의 할랄인증 기관의 인증을 받음.
 - 다수 국가는 할랄과 코셔 종교적 소비 이외 채식주의 마크 활용, 채식주의 소비 타겟 전략
- 국내에 유통되는 할랄인증 수입제품은 국내 거주 소비자를 대상으로 판매하기보다는 생산자들이 자신들의 제품을 국경 넘어 확산하는 과정으로 다양한 소비자의 니즈를 충족시키고, 판매전략의 일환으로 확장성을 높이는 수단으로 인식하고 있음.
- 즉 현재 국내 할랄인증 제품은 인바운드 시장과 아웃바운드 시장을 구분한 전략적 접근이 필요할 것으로 판단됨.
 - 인바운드 시장은 현재 할랄인증 수입제품을 대처하는 시장과 미래 잠재적 고객 확보 전략으로 방향성을 장기적으로 설정하여 향후 무슬림 관광객 및 거주자가 자국으로 귀환한 경우 우리나라 할랄인증 제품을 구매할 수 있도록 전략적 접근이 반드시 필요함.
 - 아웃바운드 시장은 지속적인 홍보를 통하여 우리나라 할랄인증 제품에 대한 우수성과 신뢰감을 형성할 수 있도록 하며, 다양한 무슬림 국가에 수출시장의 다변화 전략을 통해 할랄에 대한 우리나라 제품에 대한 인식 변화를 유도할 수 있도록 함.

[참고. 캐나다 현황 및 주요 시사점]

□ 캐나다 할랄시장 규모와 전망

- 캐나다 할랄식품 시장 규모는 현재 10억 캐나다 달러 이상으로 추산되며 매년 빠르게 성장하고 있음.³⁾
- 2021년 캐나다 무슬림 인구는 140만6000명으로 전체인구인 3800만 명 중 3.7%를 차지했으며, 이슬람교는 캐나다 내 가장 빠르게 성장하고 있는 종교로, 1996년 전체인구의 1.1%를 차지했던 것에 비해 3배 이상 증가한 수치임.
 - 캐나다 통계청에 따르면 캐나다 내 무슬림 인구는 빠르게 증가해 2036년에는 최대 273만 명으로 늘어날 것으로 예측하고 있음.

| 그림 II-9. 캐나다 주요 종교별 신자 비중



자료 : 캐나다 통계청 2022

- 할랄푸드에 대한 일반 소비자의 관심도 높아지는 추세이며, 주요 이유로는 할랄인증 받은 육류의 가축 과정이나 도축 방식이 비할랄 제품보다 청결하고, 비교적 높은 비용임에도 효율적이게 소비할 수 있다는 생각 때문임.

□ 캐나다 할랄인증기관과 소비자 트렌드

- 캐나다 통계청에 의하면 무슬림 인구 3.7% 가운데 종교가 매우 중요한 삶의 요소라고 응답한 사람이 82%로 나타남.
 - 이들은 식품 구입 시 비종교인보다 더욱 신중하고 꼼꼼하게 제품을 탐색하고 고르는 것으로 판단될 수 있음.

- Tree of Life사에 따르면, 할랄 소비자가 제품 구입 시 가장 중요하게 생각하는 요소는 유기농 여부, 가격, 가용성, 재료의 신선도와 품질로 나타났음.
 - 할랄 소비자는 제품의 포장 모양은 비교적 덜 중요하게 여겨지지만, 포장지에는 반드시 할랄인증 마크가 있어야 함을 의미하며,
 - 캐나다 할랄 식료품 소비자의 30%만이 주요 식품 회사가 할랄 제품 요구사항을 잘 충족하고 있다고 작성되어 있음.
 - 소비자의 이러한 염려를 반영해 캐나다 정부는 2016년부터 음식 포장지, 라벨, 광고 자료에 할랄 표시와 관련해 인증기관 명칭 또는 담당자 이름 표기를 규제화하고 있음.

표 II-29. 캐나다 할랄인증 기관과 절차

구분	캐나다 할랄 푸드 인증기관 (Canadian Halal Food Certifying Agency)	할랄 몬트리올 인증 기관 (Halal Montreal Certification Authority)	캐나다 할랄 모니터링 기관 (Halal Monitoring Authority: HMA Canada)
마크			
대상	식료품점, 공급업체, 가공업체, 도축장, 식당 등	제조업체, 판매·유통업체, 가공업체 등	도축장, 가공업체, 공급업체, 식당, 정육점 등
절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. 식재료 반입, 분할, 가공, 포장, 보관 절차의 평가 2. 육류, 원료, 첨가제 감사와 현장 평가 3. 하람* 예방 절차(Haram Preventive Procedures)를 적용해 식자재나 공정 과정의 오염 가능성 판단 4. 감사 과정에 필요한 문서 작성 5. 할랄인증서, 제품 리스트, 추후 감사 스케줄표 제공 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 신청서 접수 2. 비용과 인증절차 안내 3. 재료와 식품 검사 4. 감사 5. 청구서 발급 6. 인증서 발급 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 신청서 접수 2. 1차 감사 3. 감사 보고서 접수 4. 인증서 비용 협의 5. 식재료 검사 6. 계약서 작성 7. 인증서 발급
비용 및 획득 소요기간	업체/품목별 상이하므로 개별 문의 필요		

자료 : 캐나다 각 인증 기관 웹사이트

□ 캐나다 현지 주요 브랜드 및 식당

- 할랄 식품과 비할랄 식품을 동일 라인에서 생산하면 할랄인증을 받을수 없어 할랄식품용 별도 브랜드를 설립해 전문 할랄식품 생산라인을 운영 하고 있는 기업도 존재함.
 - 주요 업체로는 크게 5개 업체로 구분되며, Maple Lodge Farms, Maple Leaf, Crescent Premium Foods, The Halal Guys, Paramount Fine Foods 임.
- **(Maple Lodge Farms)** 캐나다 최대 육류 가공업체 중 하나로 1990년에는 100% 할랄인증을 받은 제품라인을 선보였고 2003년에는 자비하 할랄 (Zabiha Halal)이라는 브랜드를 론칭함.
 - 해당 업체의 육류는 CHFCA(Canadian Halal Food Certifying Agency)와 IHLA (International Halal Integrity Alliance), HMO(Halal Monitoring Organization) 3개의 기관에서 할랄인증을 받았으며, 현재 캐나다 할랄 시장 점유율 1위를 차지하고 있음.
- **(Maple Leaf)** 캐나다 최대 가공육 및 가공류 생산업체로 100년이 넘는 역사를 가지고 있으며, 가공류를 주로 취급하는 미나(Mina)라는 할랄 브랜드를 론칭했고 모든 육류는 HMA의 인증을 받아 판매 중임.
 - ‘Zabeeha by Hand’ 라는 문구를 로고에 넣음으로써 손으로 도살된 육류를 선호하는 소비자에게 인기가 있고 공기 냉각, 냉동, 완조리, 런치 키트, 팔라펠 닭고기를 판매 중에 있음.
- **(Crescent Premium Foods)** 포장된 할랄 음식과 육류 판매업체로 100% 손으로 도살된 육류만 취급하며, 최근에는 식품 트렌드에 맞춰 케이지 프리(cage-free) 유기농 닭고기 제품을 추가함.
- **(The Halal Guys)** 미국에서 시작해 캐나다 진출에 성공한 북미 최대 규모의 길거리 음식 콘셉트의 할랄 프랜차이즈 음식점으로 캘거리를 포함해 토론토에 있는 2개 지점까지 현재 캐나다 내 3개 지점을 오픈함.
 - CEO인 아메드 아불엘네인(Ahmed Abouelenein)은 현지 언론사와의 인터뷰에서 향후 10년 동안 캐나다에 50~100개의 지점 오픈을 염두에 두고 있다고 언급함.

- (Paramount Fine Foods) 미시사가 온타리오를 시작으로 현재는 캐나다 전 지역에 70개 이상의 프랜차이즈 지점을 운영 중인 할랄 음식점으로, 2021년 8월에는 몬트리올에 새 지점을, 6월에는 Rabba Grill & Kitchen 이라는 프랜차이즈 식당과 고급 정육점을 미시사와 리치몬드힐 지역에 오픈함.

| 표 II-30. 캐나다 할랄 주요 업체 브랜드 및 상품

Maple Lodge Farms	Maple Leaf	Crescent Premium Foods
		

□ 캐나다 주요 시사점

- (제도적 명시화) 캐나다 정부는 할랄 소비자의 할랄 관련 신뢰성 확보를 위해 2016년부터 음식 포장지, 라벨, 광고 자료에 할랄 표시와 관련해 인증 기관 명칭 또는 담당자 이름 표기를 규제화하고 있지만 현재 우리나라 내수시장 판매에 있어서는 법적 또는 제도적으로 의무적 규제사항이 아님.
 - 본 연구뿐만 아니라 몇몇 연구 설문조사 결과에서도 다수의 할랄소비자들이 우리나라 할랄식품에 대해 신뢰할 수 없다고 응답하는 비중이 매우 높게 나타나고 있으며,
 - 반드시 우리나라에서도 관련 부분의 제도화를 검토할 필요가 있음.
- (관리, 감독기관 필요) 현재 우리나라는 인증기관만 존재하며, 캐나다와 같은 할랄 모니터링 기관은 존재하지 않음.
 - 본 연구를 수행하면서 일부 상품은 다수의 판매점에 제품을 판매하고 있지만 인증을 확보한 것처럼 포장을 해서 판매하는 경우도 존재하고 있음.
 - 지속적인 인증받은 업체 및 시장 모니터링을 통해 신뢰성을 저하할 수 있는 상품 및 업체에 대해 신속히 대응할 수 있는 기관이 필요할 것으로 판단됨.

3) KeHE Distributor Tree of Life, 연구보고서 2022년

제2절 국내 할랄 쇠고기 수요 및 생산가격 추정

1. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정

가. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 분석방법

- 현재 국내에는 관련 연구가 진행된 바가 없으며 관련 기초자료 또한 정확히 구분되어 있지 않음으로, 본 연구에서는 신뢰가능한 통계청 자료와 정확한 수요 추정을 위해 다소 보수적 접근으로 체류기간에 따른 거주/비거주, 비자유형별로 세분화하여 분석함.
- 또한 국내 할랄 쇠고기 수요 추정은 국내 체류 중인 무슬림 인구 및 체류 기간에 대한 추정 결과와 국가별 쇠고기 소비량을 통해 아래와 같은 수식을 통해 국내 할랄 쇠고기 시장 규모를 추정함.

$$C_{hb} = \sum \left\{ (N_{rf} \times P_{mp} \times C_b) + (N_{ef1} \times P_{mp} \times C_b \left(\frac{3}{12}\right)) + (N_{ef2} \times P_{mp} \times C_b \left(\frac{5}{365}\right)) \right\}$$

C_{hb} : 국내 할랄 쇠고기 소비량

P_{mp} : 국가별 무슬림 인구 비중

C_b : 국가별 쇠고기 소비량

N_{rf} : 국가별 등록외국인 수

N_{ef1} : 국가별 단기체류외국인(T-1비자, 기타 제외) 수

N_{ef2} : 국가별 단기체류외국인 중 B형 및 T-1 비자, 기타형으로 입국한 외국인 수

- (거주, 방문 외국인) 국내 체류 중인 무슬림 인구는 거주 중인 외국인과 방문 중인 외국인으로 구분하여 추정하며, 거주 외국인은 등록외국인 통계자료를 활용하고 방문 중인 외국인은 단기체류 비자 통계자료를 활용함.
 - 거주 외국인 : 국가별 등록 외국인 수 통계자료
 - 방문 외국인 : 비자 유형 및 체류기간에 따른 1유형과 2유형으로 구분

표 II-31. 체류 외국인 유형

구분	거주 외국인	방문 외국인	
		1유형	2유형
비자 유형	-	A, C, D, E, F, G, H	B, T-1, 기타
체류 기간	365일/년	3개월/년	5일/년
통계자료	등록외국인 수	단기체류외국인 수	단기체류외국인 수

- (국가별 입국자수) 등록외국인 및 단기체류외국인 통계(법무부)를 활용
 - (등록외국인) 국내에 1년(365일)을 체류하는 것으로 가정
 - (단기체류외국인) 단기체류 외국인의 경우 단기체류 비자 A형 및 C~H형 비자는 단기체류외국인①로 분류, B형 및 T-1, 기타의 경우 단기체류 외국인②로 분류
 - (단기체류 외국인①) 평균 3개월/년 체류하는 것으로 가정
 - (단기체류 외국인②) 평균 5일/년 체류하는 것으로 가정

표 II-32. 외국인 입국비자 유형

구분	유형	구분	유형
A-1	외교	E-1	교수
A-2	공무	E-2	회화강사
B-1	사증면제	E-3	연구
B-2	관광통과	E-6	예술홍행
C-1	일시취재	E-7	특정활동
C-3	단기방문	E-8	계절근로
C-4	단기취업	E-9	비전문취업
D-1	문화예술	E-10	선원취업
D-2	유학	F-1	방문동거
D-3	기술연수	F-2	거주
D-4	일반연수	F-3	동반
D-5	취재	F-4	재외동포
D-6	종교	F-5	영주
D-7	주재	F-6	결혼이민
D-8	기업투자	G-1	기타
D-9	무역경영	H-1	관광취업
D-10	구직	H-2	방문취업
-	-	T-1	관광상륙

- 위와 같이 국내 체류 외국인 수를 국가별로 분류하여 조사하였으며, 국가별 국내 체류 외국인 수에 국가별 무슬림 인구 비율을 곱해 국내 체류 무슬림 인구 추정이 가능함.
 - World Population Review(2023)의 국가별 무슬림 인구 통계자료(2022년 기준) 활용
- 또한 1인당 쇠고기 소비량은 국가별 쇠고기 소비량 통계자료를 통해, 국가별 입국자수, 국가별 무슬림 인구 비율, 국가별 쇠고기 소비량을 곱해 국내 할랄 쇠고기 시장 규모를 추정함.

- 즉 국가별 국내 거주 무슬림 쇠고기 소비량 추정 결과를 통해 국내 할랄 쇠고기 수요를 추정 가능하며, 보수적 대안과 낙관적 대안으로 그 결과를 산출함.
- 본 연구에서는 과대 수요 추정에 따른 결과의 신뢰성 문제가 제기될 수 있기에 최대한 보수적인 관점에서 접근하였으며, 향후 해당 결과가 정책적 기초자료로 활용 및 신뢰성 확보 등을 위해 최대한 객관적인 현실적 수요를 추정하기 위해 노력함.⁴⁾
 - (보수적 대안) OIC 회원국만 대상(비 OIC 회원국 제외)으로 국내 할랄 쇠고기 소비량 수요 추정
 - OIC 회원국은 대부분 이슬람교가 국교로 채택되었거나, 자국 내 할랄 축산물만 유통 가능한 국가임.
 - OIC 회원국의 무슬림 인구 비율은 75%로, 비 OIC 회원국의 무슬림 인구비율인 10%에 비해 매우 높으나 연간 1인당 쇠고기 평균 소비량은 7.9kg/년으로 비 OIC 회원국의 11.6kg/년에 비해 비교적 낮은 특성이 있음.
 - (낙관적 대안) 무슬림 보유국 대상(OIC 회원국 및 비 OIC 회원국)으로 국내 할랄 쇠고기 소비량 수요 추정

표 II-33. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 대안

구분	보수적 대안	낙관적 대안
OIC 회원국	OIC 회원국적 거주 외국인 쇠고기 소비량 (A)	OIC 회원국적 거주 외국인 쇠고기 소비량 (A)
	OIC 회원국적 단기체류 외국인① 쇠고기 소비량 (B)	OIC 회원국적 단기체류 외국인① 쇠고기 소비량 (B)
	OIC 회원국적 단기체류 외국인② 쇠고기 소비량 (C)	OIC 회원국적 단기체류 외국인② 쇠고기 소비량 (C)
비 OIC 회원국	-	비OIC 회원국적 거주 외국인 쇠고기 소비량 (D)
	-	비OIC 회원국적 단기체류 외국인① 쇠고기 소비량 (E)
	-	비OIC 회원국적 단기체류 외국인② 쇠고기 소비량 (F)
국내 할랄쇠고기 소비량	A+B+C	A+B+C+D+E+F

4) 이슬람협력기구(OIC, Organization of Islamic Cooperation)를 이하 OIC 회원국으로 표기, 비이슬람협력기구를 이하 비 OIC 회원국으로 표기

나. 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 분석결과

- (수요추정 결과) 국내 할랄 쇠고기 수요는 아래와 같음.
 - 보수적 대안의 경우, 연간 1,825,027kg으로 추정
 - 낙관적 대안의 경우, 연간 2,387,011kg으로 추정

| 표 II-34. 국내 할랄 쇠고기 수요추정 결과

구분		무슬림 보유국 합계	OIC 회원국	비 OIC 회원국
국가수(개국)		159	52	107
국내등록외국인(명)		941,774	146,988	794,786
국내단기체류외국인①(명)		171,147	22,172	148,975
국내단기체류외국인②(명)		374,383.00	13,353.00	361,030.00
평균 1인당 쇠고기 소비량(kg/년)		10.4	7.9	11.6
평균 무슬림 인구 비중(%)		31	75	10
국내 할랄 쇠고기 소비량 추정	국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A](kg)	2,309,203	1,769,623	539,581
	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	72,004	54,292	17,712
	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	5,803	1,111	4,691
	[A+B+C](kg)	2,387,011	1,825,027	561,984

주. OIC의 57개 회원국 중 우리나라 입국자 기록이 전무한 5개 국가 제외됨.

- 보수적 대안은 OIC 회원국 국적의 국내 체류 외국인의 소비량을 합산한 결과로,
 - 국내 등록외국인 소비량 1,769,623kg/년, 국내 단기체류 외국인① 소비량 54,292kg/년, 국내 단기체류 외국인② 1,111kg/년으로 추정됨.
- 낙관적 대안은 OIC 회원국과 비OIC 회원국 국적 외국인 모두를 포함한 국내 체류 외국인의 소비량을 합산한 결과로,
 - 국내 등록 외국인 2,309,203kg/년, 국내 단기체류 외국인① 소비량 72,004kg/년, 국내 단기체류 외국인② 5,803kg/년으로 추정됨.

- 이를 국내 총 한육우 연간 생산량과 비교할 경우, 2021년 총 국내 한육우 생산량 약 264,000톤 대비 보수적 대안의 경우 약 1,825톤으로 약 0.7% 수준으로 나타나며, 낙관적 대안의 경우 약 2,387톤으로 약 0.9% 수준임.
- 위와 같은 Kg 단위를 이해하기 쉽게 두수 단위로 재분석 한 결과, 보수적 대안은 연간 7,800두/년, 낙관적 대안은 연간 10,201두/년으로 산출됨.
 - 한우 도체 수율에 따라 거래정육 중 소분할 기준인 233.99kg으로 산출
 - 보수적 대안 연간 소비량은 1,825,027kg으로 추정되어 한우 1마리당 거래정육 233.99kg로 나눈 결과 한우 두수는 약 7,800두로 추정됨.
 - 낙관적 대안의 경우 연간 2,387,011kg으로 추정되어 한우 1마리당 거래정육 233.99kg로 나눈 결과 한우 두수는 약 10,201두로 추정됨.

표 II-35. 한우 도축 및 가공처리 단계별 중량변화

구분		체중(kg)
도착체중		696.06
절식체중		681.62
온도체중		425.23
냉도체중		418.41
냉각감량		6.82
정육중	(대분할)	364.25
정육중	(소분할)	302.28
거래정육중	(대분할)	267.86
거래정육중	(소분할)	233.99
뼈		66.24
체지방	(소분할)	118.18

자료 : 농촌진흥청 국립축산과학원(2020), 소도체수율.

- 또한 반드시 향후 국내 무슬림 입국자 통계를 추가로 분석하여 관련 수요 추정을 재검토할 필요가 있음.
 - 본 수요추정은 2022년 12월 말까지 자료를 바탕으로 수행함으로 코로나19(2019~2021년)기간이 포함되어 있기에 입국자 통계가 다소 축소되었을 수 있음.
 - 향후 국내 무슬림 입국자 증가 여부에 따른 수요치가 변동할 가능성이 매우 높음에 따른 관련 수요 추정이 반드시 수반될 필요가 있음.

2. 국내 할랄 한우고기 수요 및 가격 추정 분석결과

가. 국내 할랄 한우고기 수요 추정

- 본 연구에서는 국내 할랄 한우고기 시장 수요 분석을 위해, 앞에서 분석된 국내 할랄 쇠고기 시장 규모 추정 결과를 재분석하여 국내 할랄 한우고기 시장 규모를 추정함.
 - 현재 우리나라는 할랄 수입쇠고기에 대해 의무적으로 할랄과 비할랄을 구분해서 통계로 작성하고 있지 않으며, 수입국 역시 우리나라에 수출시 관련 실적을 구분하여 작성하지 않고 있음.
 - 따라서 현 단계에서는 별도로 구분하기보다 현 수입육들과 한우고기의 국내시장 점유율을 구분하고 그 비율을 적용하여 추정함이 바람직할 것으로 판단됨.
 - 즉, 앞서 도출한 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 결과(낙관적 대안 : 2,387,011kg/년, 보수적 대안 : 연간 1,825,027kg/년)에 한우고기의 국내 쇠고기 시장 점유율을 곱하여 국내 할랄 한우고기 수요를 추정함.

□ 분석 결과

- 최근 5개년(2018~2022년) 평균 국내 쇠고기 시장 공급량은 695천 톤으로 나타났으며, 이 중 한우고기가 차지하는 비중은 32%로 나타남.
 - 국내 할랄 쇠고기 수요 추정 결과에 한우고기의 국내 쇠고기 시장 점유율을 1안(22%), 2안(32%), 3안(42%)으로 구분하여 적용하고자 함.
 - 또한 본 연구에서는 보수적 접근으로 국내 총 공급 쇠고기 물량 중 국내 생산을 한우과 육우로 추가로 구분하여 각 대안별로 추정치를 도출함.

표 II-36. 국내 쇠고기 수급 현황(2018~2022년)

연도	수요 (천 톤)	공급 (천 톤)	생산			수입
			한우	육우		
2018	652	652	237	205	32	416
2019	672	672	245	215	30	427
2020	668	668	249	216	33	420
2021	717	717	264	228	36	453
2022	767	767	290	251	39	477
평균	695	695	257	223	34	438
비율	-	100%	37%	32%	5%	63%

자료 : 한우자조금관리위원회 홈페이지 참고.

- 국내 할랄 한우고기 수요 추정 분석 결과,
 - 낙관적 대안의 경우 1안 401,506kg/년, 2안 584,009kg/년, 3안 766,511kg/년으로 추정되며,
 - 보수적 대안의 경우 1안 123,636kg/년, 2안 179,835kg/년, 3안 236,033kg/년으로 추정됨.

| 표 II-37. 국내 할랄 한우고기 수요 추정

구분	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정 결과(kg)	국내 할랄 한우고기 소비량 추정 결과(kg)		
		1안 : 22%	2안 : 32%	3안 : 42%
낙관적 대안	2,387,011	401,506	584,009	766,511
보수적 대안	1,825,027	123,636	179,835	236,033

- 두수로 환산할 경우,
 - 낙관적 대안의 경우 1안 1,716두/년, 2안 2,496두/년, 3안 3,276두/년으로 추정 되었으며,
 - 보수적 대안의 경우 1안 528두/년, 2안 769두/년, 3안 1,009두/년으로 산출됨.

| 표 II-38. 국내 할랄 한우고기 수요 추정(한우 두수 환산)

구분	한우 두수 환산(두)		
	1안	2안	3안
낙관적 대안	1,716	2,496	3,276
보수적 대안	528	769	1,009

주. 한우 도체 수출에 따라 거래정육 중 소분할 기준인 233.99kg으로 산출함.

나. 국내 할랄 한우고기 가격 분석방법

- 국내 할랄 한우고기 가격 추정을 위해 한우고기 생산가격과 유통비용을 고려한 분석을 수행하며, 생산가격은 기존 생산가격과 할랄인증 유지비용을 고려하여 산출하고 유통비용은 도소매 마진을 고려하여 가격을 추정함.
- 국내 할랄 한우고기 생산가격은 한우 부분육별 경락가격에 kg 당 JAKIM 인증 유지비를 합산하여 산출함.
 - JAKIM 인증 한우고기 생산가격
= (한우 부분육별 경락가격) + (kg당 JAKIM 인증 한우고기 인증 유지비)
 - (경락가격) 축산물품질평가원 부분육 경락가격 정보 활용
 - (조회기간) 2021.01.01~2023.12.15.
 - (도매시장) 전국
 - (한우성별) 전체
- 한우고기 할랄인증 유지비용을 kg당 비용으로 환산할 경우, JAKIM 인증 한우고기 인증 유지비용은 (1안) 122원/kg, (2안) 71원/kg으로 추정됨.
 - (생산량) 일간 도축두수 20두 가정
= 20두 × 234Kg(정육량) × 280일(연간영업일) = 1,310,400Kg
 - (연평균 할랄인증 유지비 1안) 연평균 159,848,823원/1,310,400kg = 122원/kg
 - (연평균 할랄인증 유지비 2안) 연평균 93,254,204원/1,310,400kg = 71원/kg
- 국내 할랄 한우고기 도매 및 소매 유통가격은 국내 할랄 한우고기 생산 가격에 도매 및 소매 유통비용을 적용하여 추정함.
 - (도소매가격 추정 방안) JAKIM 인증 한우고기 정육가격 기준 유통비용을 적용하여 JAKIM 인증 한우고기 도소매 가격 추정
 - (국내 쇠고기 도소매 유통비용) 축산물품질평가원 2019~2021년 축산물유통정보조사 결과 활용
 - (도매가격 추정 방안) JAKIM 인증 한우고기 도매가격
= JAKIM 인증 한우고기 정육가격 + 국내 도매 유통비용
 - (소매가격 추정 방안) JAKIM 인증 한우고기 소매가격
= JAKIM 인증 한우고기 도매가격 + 국내 소매 유통비용

표 II-39. 국내 쇠고기 도소매 유통비용

구분	2019	2020	2021	평균
출하 유통 비용률	1.6%	1.5%	1.5%	1.52%
도매 유통 비용률	7.5%	9.4%	10.5%	9.13%
소매 유통 비용률	39.4%	37.3%	36.1%	37.60%
계	48.50%	48.20%	48.10%	48.27%

자료 : 축산물품질평가원(각년도), 축산물유통정보조사.

- JAKIM 인증 한우고기에서 활용한 정육가격은 출하유통비용이 포함된 가격이므로, JAKIM 인증 한우고기 생산가격 산출을 위해 정육가격에서 출하유통비용을 제외한 값에 JAKIM 인증 비용을 더한 값이 JAKIM 인증 생산가격이 됨.
 - JAKIM 인증 한우고기 정육가격 = (한우 부분육별 경락가격) - (출하유통비용) + (kg당 JAKIM 인증 한우고기 인증 유지비)
- 따라서 JAKIM 인증 한우고기 도소매 유통가격은 JAKIM 인증 한우고기 정육가격에 출하유통비용, 도매유통비용, 소매유통비용을 적용한 값으로, 이와 같이 추정된 JAKIM 인증 한우고기 유통가격을 통해 기존 한우고기와 비교 가능함.
 - JAKIM 인증 한우고기 유통가격
 - JAKIM 인증 한우고기 도매가격 = {(한우 부분육별 정육가격-출하 유통 비용) + (kg당 JAKIM 인증 한우고기 인증 유지비)}×(출하유통비용률+도매유통비용률)
 - JAKIM 인증 한우고기 소매가격 = {(한우 부분육별 정육가격-출하 유통 비용) + (kg당 JAKIM 인증 한우고기 인증 유지비)}×(출하유통비용률+도매유통비용률+소매유통비용률)
- 위와 같이 방법을 통해 JAKIM 인증 한우고기 정육가격 및 유통가격을 추정할 경우 일반 한우고기 정육가격에 일반 도축원 인건비가 포함되어 있으므로, 할랄인증 도축장 인증비용 추정방안 중 할랄 도축원 인건비를 포함한 1안은 도축원 인건비가 중복 계상될 가능성이 있으나, 할랄 도축원 인건비를 제외한 2안은 중복 계상되지 않음.
 - 할랄인증 도축장의 경우 도축원의 역할은 일반 도축장과 달리 도살의 역할도 포함되므로 이에 따라 할랄 도축원 인건비를 제외한 2안의 경우 추가적인 비용이 발생할 가능성을 고려할 필요가 있음.

- JAKIM 인증 한우고기 정육가격은 등급에 따라, 부위에 따라 차이가 있으나 1++등급 기준 kg당 평균 정육가격은 1안의 경우 47,501원 2안의 경우 47,450원으로 일반 한우고기 정육가격에 비해 각각 kg당 122원, 71원 높은 가격임.
- JAKIM 인증 한우고기 도매유통가격은 1++등급 기준 kg당 평균 도매유통가격은 1안의 경우 52,568원이며 2안의 경우 52,512원으로 일반 한우고기 유통가격에 비해 각각 kg당 135원, 79원 높은 가격임.
- JAKIM 인증 한우고기 소매유통가격은 1++등급 기준 kg당 평균 소매유통가격은 1안의 경우 70,428원이며 2안의 경우 2안의 경우 70,353원으로 일반 한우고기 유통가격에 비해 각각 kg당 181원, 105원 높은 가격임.
- 최종 분석 결과, JAKIM 인증 한우고기의 평균 정육가격 및 유통가격을 두당 가격으로 환산할 경우, 아래와 같은 결과로 도출됨.
 - 정육량 234kg 기준 적용
 - 도매가격 : 할랄인증 유지비용 1안의 경우 두당 31,590원, 할랄인증 유지비용 2안의 경우 두당 18,392원 인상되며,
 - 소매가격 : 할랄인증 유지비용 1안의 경우 두당 42,331원, 할랄인증 유지비용 2안의 경우 두당 23,570원 인상되는 것으로 추정됨.

표 II-40. 할랄인증 한우고기 도소매가격 비교

(단위 : 원)

구분	등급	kg 당 도매가격	kg 당 소매가격
일반한우 평균정육가격 (A)	01. 1++등급	52,433	70,248
	02. 1+등급	47,151	63,170
	03. 1등급	42,641	57,129
	04. 2등급	36,447	48,830
	05. 3등급	22,709	30,425
할랄인증 유지비용 1안 (B)	01. 1++등급	52,568	70,428
	02. 1+등급	47,286	63,351
	03. 1등급	42,776	57,310
	04. 2등급	36,582	49,011
	05. 3등급	22,844	30,606
가격 차이(B-A)		135.0	180.9
할랄인증 유지비용 2안 (C)	01. 1++등급	52,512	70,353
	02. 1+등급	47,229	63,276
	03. 1등급	42,720	57,234
	04. 2등급	36,525	48,935
	05. 3등급	22,788	30,530
가격 차이(C-A)		78.6	105.3

다. (최종)국내 할랄 한우고기 부위별, 등급별 생산 및 유통가격 추정결과

| 표 II-41. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 1안(1)

부위	등급	부분육 경락가격	JAKIM 인증 한우고기	
			도매가격	소매가격
1. 안심	1++등급	100,795	109,997	147,369
	1+등급	91,358	99,711	133,589
	1등급	84,284	92,001	123,259
	2등급	76,279	83,276	111,569
	3등급	47,670	52,093	69,792
2. 등심	1++등급	86,748	94,686	126,857
	1+등급	73,826	80,602	107,987
	1등급	64,534	70,474	94,418
	2등급	49,531	54,122	72,510
	3등급	23,051	25,260	33,842
3. 채끝	1++등급	97,312	106,201	142,283
	1+등급	81,448	88,910	119,117
	1등급	69,993	76,424	102,390
	2등급	50,853	55,562	74,440
	3등급	24,744	27,105	36,314
4. 목심	1++등급	22,404	24,554	32,897
	1+등급	20,947	22,966	30,769
	1등급	19,694	21,601	28,940
	2등급	18,614	20,423	27,362
	3등급	14,348	15,774	21,133
5. 갈비	1++등급	19,132	20,988	28,119
	1+등급	18,403	20,193	27,054
	1등급	17,123	18,798	25,185
	2등급	15,105	16,599	22,238
	3등급	10,891	12,006	16,085

| 표 II-42. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 1안(2)

부위	등급	부분육 경락가격	JAKIM 인증 한우고기	
			도매가격	소매가격
6. 양지	1++등급	46,537	50,858	68,138
	1+등급	43,882	47,964	64,261
	1등급	39,691	43,396	58,141
	2등급	33,754	36,925	49,471
	3등급	18,617	20,427	27,367
7. 사태	1++등급	21,402	23,462	31,434
	1+등급	20,782	22,786	30,528
	1등급	19,845	21,765	29,160
	2등급	18,822	20,650	27,666
	3등급	14,924	16,401	21,974
8. 앞다리	1++등급	32,127	35,152	47,095
	1+등급	29,371	32,148	43,071
	1등급	26,442	28,956	38,793
	2등급	23,932	26,220	35,128
	3등급	16,804	18,451	24,719
9. 우둔	1++등급	27,901	30,546	40,924
	1+등급	27,311	29,903	40,062
	1등급	26,246	28,742	38,507
	2등급	25,689	28,135	37,694
	3등급	20,949	22,968	30,772
10. 설도	1++등급	26,699	29,236	39,169
	1+등급	25,264	27,672	37,073
	1등급	23,369	25,606	34,306
	2등급	21,810	23,907	32,029
	3등급	16,352	17,958	24,059

표 II-43. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 2안(1)

부위	등급	부분육 경락가격	JAKIM 인증 한우고기	
			도매가격	소매가격
2. 안심	1++등급	100,795	109,940	147,294
	1+등급	91,358	99,655	133,513
	1등급	84,284	91,944	123,183
	2등급	76,279	83,219	111,494
	3등급	47,670	52,037	69,717
2. 등심	1++등급	86,748	94,630	126,781
	1+등급	73,826	80,546	107,912
	1등급	64,534	70,418	94,343
	2등급	49,531	54,065	72,434
	3등급	23,051	25,203	33,766
3. 채끝	1++등급	97,312	106,144	142,208
	1+등급	81,448	88,853	119,042
	1등급	69,993	76,368	102,314
	2등급	50,853	55,506	74,365
	3등급	24,744	27,048	36,238
4. 목심	1++등급	22,404	24,498	32,821
	1+등급	20,947	22,910	30,694
	1등급	19,694	21,544	28,864
	2등급	18,614	20,367	27,287
	3등급	14,348	15,717	21,057
5. 갈비	1++등급	19,132	20,932	28,043
	1+등급	18,403	20,137	26,979
	1등급	17,123	18,742	25,110
	2등급	15,105	16,542	22,163
	3등급	10,891	11,949	16,009

표 II-44. 할랄(JAKIM)도축 한우고기 유통가격 추정 2안(2)

부위	등급	부분육 경락가격	JAKIM 인증 한우고기	
			도매가격	소매가격
6. 양지	1++등급	46,537	50,802	68,062
	1+등급	43,882	47,908	64,185
	1등급	39,691	43,340	58,065
	2등급	33,754	36,869	49,395
	3등급	18,617	20,370	27,291
7. 사태	1++등급	21,402	23,406	31,358
	1+등급	20,782	22,730	30,453
	1등급	19,845	21,709	29,084
	2등급	18,822	20,594	27,591
	3등급	14,924	16,345	21,898
8. 앞다리	1++등급	32,127	35,096	47,020
	1+등급	29,371	32,092	42,995
	1등급	26,442	28,899	38,718
	2등급	23,932	26,163	35,053
	3등급	16,804	18,394	24,644
9. 우둔	1++등급	27,901	30,489	40,848
	1+등급	27,311	29,846	39,987
	1등급	26,246	28,686	38,432
	2등급	25,689	28,078	37,618
	3등급	20,949	22,912	30,697
10. 설도	1++등급	26,699	29,179	39,093
	1+등급	25,264	27,615	36,998
	1등급	23,369	25,550	34,230
	2등급	21,810	23,850	31,954
	3등급	16,352	17,902	23,984

한우지조금관리위원회

제3장 소비자 의향 조사

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구 최종보고서

제1절 조사 개요

□ 무슬림 설문조사 개요

- 조사 대상 : 거주 무슬림(한국 1년 이상 거주) 및 방문 무슬림
- 조사 방식 : 조사원 면대면 방식
- 조사 부수 : 총 500부
- 유효 부수 : 총 300부(유효샘플 241부, 일부 보정 59부), 미응답 및 부분응답 제외
- 조사 기간 : 2023. 10. 16. ~ 11. 30.(총 45일간)
- 조사 방법
 - (거주 무슬림) 이태원, 한남동, 이마트 용산역, 할랄가이즈 이태원점/강남점 일원
 - (방문 무슬림) 인천공항, 명동, 연세대, 경희대, 강남, 이태원, 할랄가이즈 이태원점/강남점 일원

| 표 III-1. 설문조사 개요

구분	내용
조사 대상	거주 무슬림(한국 1년 이상 거주) 및 방문 무슬림
조사 방식	조사원 면대면 방식
조사 부수	▪ 총 500부
유효 부수	▪ 총 300부(유효샘플 241부, 일부 보정 59부), 미응답 및 부분응답 제외
조사 기간	2023. 10. 16. ~ 11. 30.(총 45일간)
조사 방법	▪ (거주 무슬림) 이태원, 한남동, 이마트 용산역, 할랄가이즈 이태원점/강남점 일원 ▪ (방한 무슬림) 인천공항, 명동, 연세대, 경희대, 강남, 이태원, 할랄가이즈 이태원점/강남점 일원

□ 내국인 설문조사 개요

- 조사 대상 : 20세 이상 내국인
- 조사 방식 : 조사원 면대면 방식
- 조사 부수 : 총 550부
- 유효 부수 : 총 515부(유효샘플 487부, 일부 보정 28부), 미응답 및 부분응답 제외
- 조사 기간 : 2023. 12. 26. ~ 2024. 1. 9.(총 10일간)

제2절 조사 결과

1. 무슬림 설문조사

가. 할랄식품 구매 및 소비 실태

1) 할랄식품 구매 행태 일반

□ 거주 무슬림 식품 구매 빈도

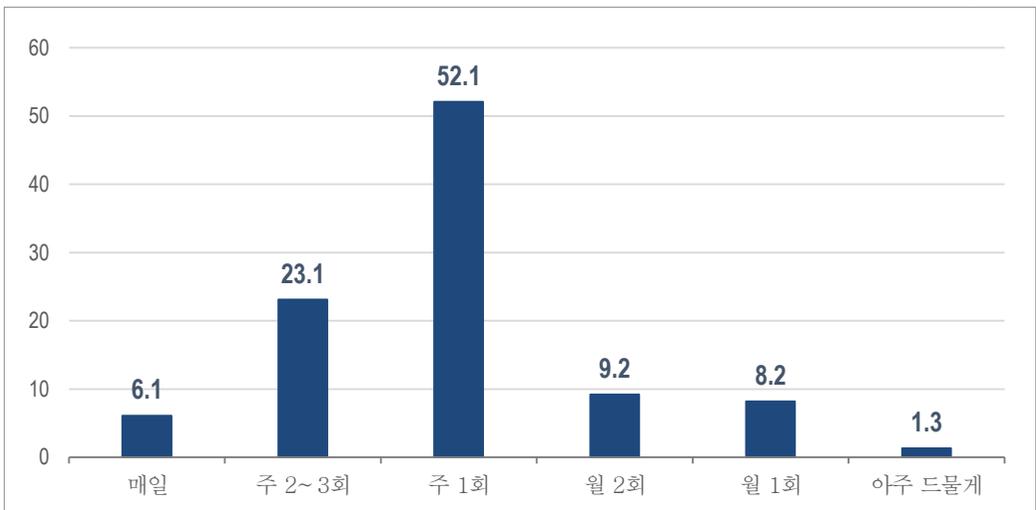
- 국내 거주 무슬림의 식품 구매 빈도는 주 1회가 52.1%로 가장 높게 나타났으며, 주 2~3회(23.1%), 월 2회(9.2%), 월 1회(8.2%), 매일(6.1%), 아주 드물게(1.3%) 순으로 높게 나타남.

| 표 III-2. 거주 무슬림 식품 구매 빈도

항목	비중(%)	항목	비중(%)
매일	6.1	월 2회	9.2
주 2~3회	23.1	월 1회	8.2
주 1회	52.1	아주 드물게	1.3
합계			100.0

| 그림 III-1. 거주 무슬림 식품 구매 빈도

(단위 : %)



□ 거주 무슬림 식품 구매처

- 국내 거주 무슬림의 주요 식품 구매처는 할랄식품전문매장(46.9%), 대형할인마트(25.7%), 중소형슈퍼마켓(10.1%), 통신구매(9.4%) 등으로 나타남.
 - 품목별로는 육류(90.9%), 육가공품(86.3%), 양념류(64.8%)가 할랄식품전문매장에서 구매하는 비중이 높은 것으로 조사됨.

표 III-3. 거주 무슬림 주요 식품 구매처

항목	비중(%)	항목	비중(%)
할랄식품전문매장	46.9	재래시장	1.6
대형할인마트	25.7	백화점	0.8
중소형슈퍼마켓	10.1	통신구매(마스크지드 3% 포함)	9.4
편의점	5.5	합계	100.0

그림 III-2. 거주 무슬림 주요 식품 구매처

(단위 : %)

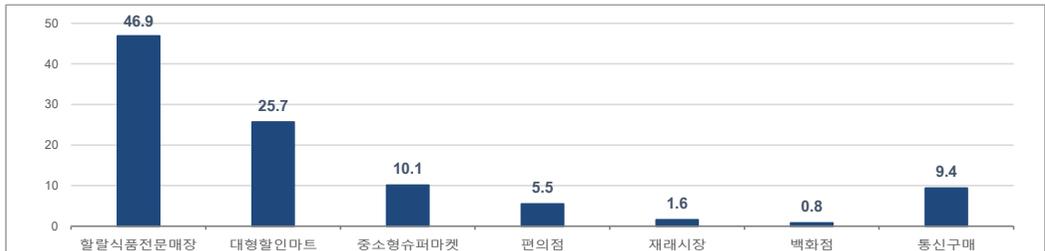


표 III-4. 거주 무슬림의 품목별 주요 구입처

(단위 : %)

항목	비중(%)							
	할랄 전문	대형 할인	중소형 슈퍼	편의점	재래 시장	백화점	통신 구매	합계
곡류	28.3	30.9	23.2	5.8	1.8	1.1	8.9	100.0
곡물가공품	32.2	33.1	22.1	3.2	1.1	1.1	7.2	100.0
채소/과일	7.2	38.9	36.7	10.2	2.3	0.8	3.9	100.0
채소/과일가공품	15.3	35.1	33.2	9.8	2.1	1.2	3.3	100.0
육류	90.9	5.1	2.1	0	0.5	0.9	0.5	100.0
육가공품	86.3	6.9	1.2	0	0.4	1.2	4	100.0
수산물	30.4	35.9	31.1	0	0.4	2.2	0	100.0
수산가공품	28.4	33.8	32.1	1.2	1.2	1.7	1.6	100.0
계란류	9.4	44.3	38.1	4.3	1.2	1.1	1.6	100.0
우유 및 유가공품	32.1	29.2	30.1	4.9	0.5	1	2.2	100.0
빵/과자류	23.1	34.6	24.9	5.6	1.2	2.1	8.5	100.0
음료류	26.1	36.8	24.9	8.9	1.6	1.2	0.5	100.0
양념류	64.8	15.5	10.5	1	0	1	7.2	100.0

□ 방문 무슬림 식품 구매 경험 및 구매 식품

- 방문 무슬림의 73.6%가 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험이 있는 것으로 나타났으며, 주요 구매 식품은 빵/과자류(75.9%), 음료류(70.9%) 등으로 나타남.

| 표 III-5. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 식품 구매 경험

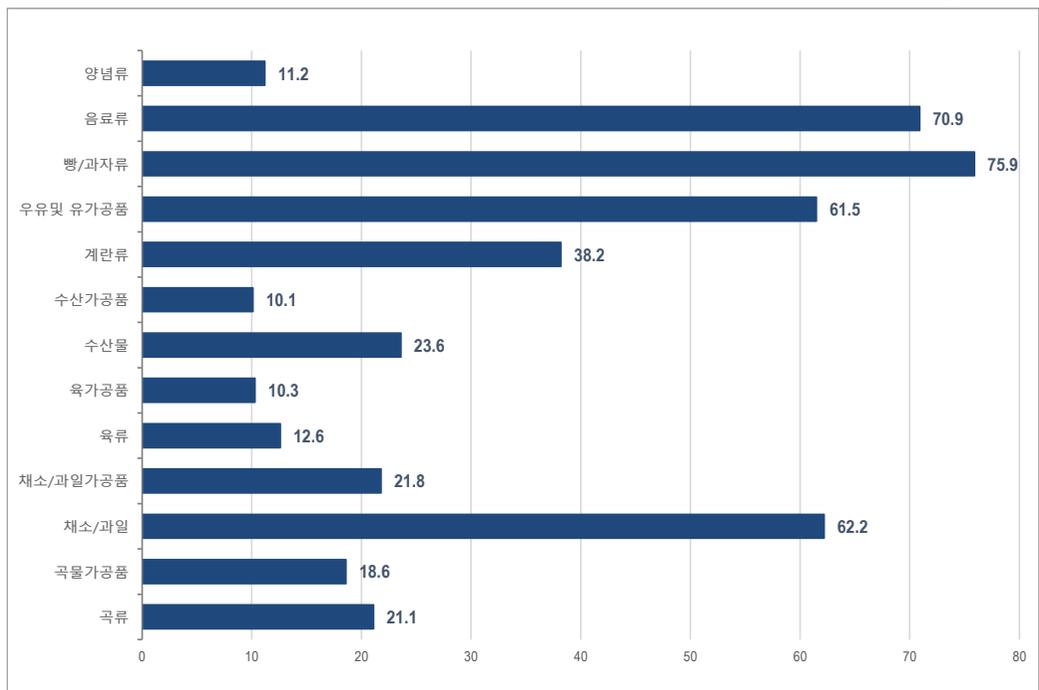
항목	비중(%)	항목	비중(%)
있다	73.6	없다	26.4

| 표 III-6. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품

항목	비중(%, 중복응답)	항목	비중(%, 중복응답)
곡류	21.1	수산가공품	10.1
곡물가공품	18.6	계란류	38.2
채소/과일	62.2	우유 및 유가공품	61.5
채소/과일가공품	21.8	빵/과자류	75.9
육류	12.6	음료류	70.9
육가공품	10.3	양념류	11.2
수산물	23.6		

| 그림 III-3. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 구매 식품

(단위 : %)



□ 방문 무슬림 식품 구입처

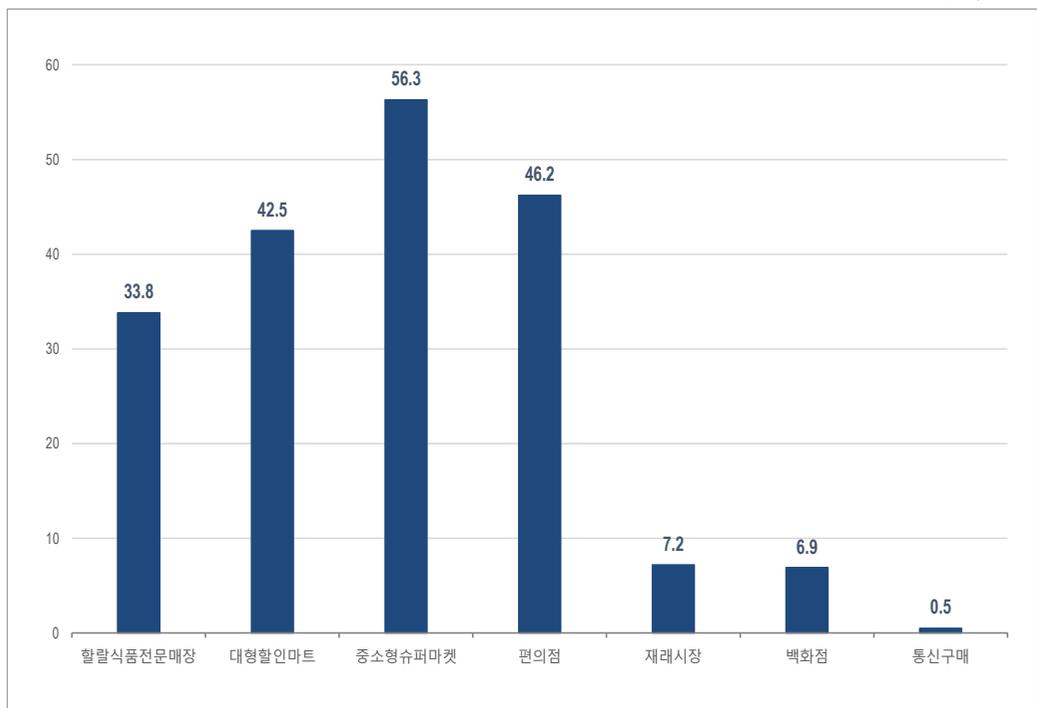
- 방문 무슬림의 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처는 중소형슈퍼마켓(56.3%), 편의점(46.2%), 대형할인마트(42.5%), 할랄식품전문매장(33.8%) 등으로 나타남.
 - 국내 거주 무슬림의 주요 식품 구매처는 할랄식품전문매장(46.9%), 대형할인마트(25.7%), 중소형슈퍼마켓(10.1%), 통신구매(9.4%) 등의 순으로 높게 나타남.

| 표 III-7. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처

항목	비중(%), 중복응답
할랄식품전문매장	33.8
대형할인마트	42.5
중소형슈퍼마켓	56.3
편의점	46.2
재래시장	7.2
백화점	6.9
통신구매	0.5

| 그림 III-4. 방문 무슬림 한국 방문 기간 중 주요 식품 구입처

(단위 : %)



2) 할랄식품 구매 행태 및 인식

□ 할랄식품 구매 태도

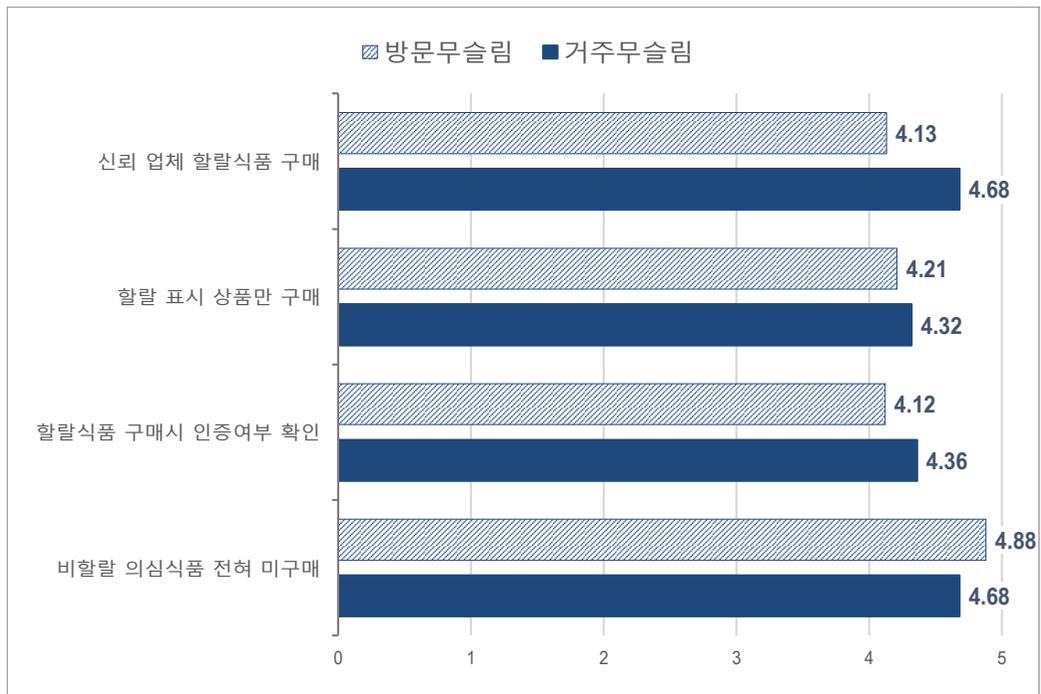
- 거주 무슬림과 방문 무슬림의 할랄식품 구매 관련 태도는 유사한 수준임.
 - 신뢰할 수 있는 업체에서 할랄식품을 구매하며, 비할랄로 의심되는 식품의 경우 전혀 구매하지 않는 것으로 나타남. 또한 할랄식품 구매 시 할랄인증 여부를 확인하며, 할랄 표시 상품만 구매하는 것으로 조사됨.
 - 할랄식품 구매 시 할랄인증 여부를 확인하는 경향은 거주 무슬림(4.36점)이 방문 무슬림(4.12점)에 비하여 다소 높은 것으로 나타남.

| 표 III-8. 할랄식품 구매 관련 태도

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
비할랄 의심식품 전혀 미구매	4.68	4.88
할랄식품 구매시 인증여부 확인	4.36	4.12
할랄 표시 상품만 구매	4.32	4.21
신뢰 업체 할랄식품 구매	4.68	4.13

| 그림 III-5. 할랄식품 구매 관련 태도

(단위 : 점)



□ 할랄여부 중요 확인 품목

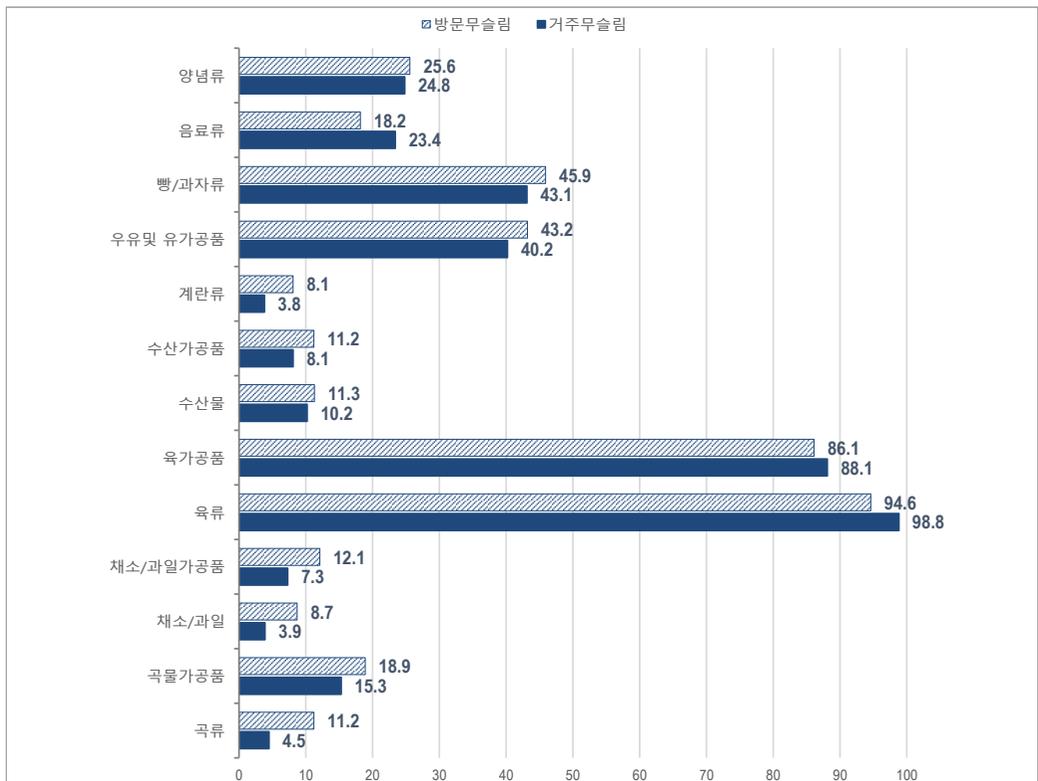
- 평소 식품 구매 시 할랄여부를 중요하게 확인하는 품목은 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 육류, 육가공품 비중이 높은 것으로 조사됨.
 - 육류는 거주 무슬림(98.8%), 방문 무슬림(94.6%) 대부분이 할랄 여부를 중요하게 확인함.

표 III-9. 평소 할랄여부를 중요하게 확인하는 품목

항목	비중(%)		항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림		거주 무슬림	방문 무슬림
곡류	4.5	11.2	수산가공품	8.1	11.2
곡물가공품	15.3	18.9	계란류	3.8	8.1
채소/과일	3.9	8.7	우유및 유가공품	40.2	43.2
채소/과일가공품	7.3	12.1	빵/과자류	43.1	45.9
육류	98.8	94.6	음료류	23.4	18.2
육가공품	88.1	86.1	양념류	24.8	25.6
수산물	10.2	11.3	평균	28.6	30.4

그림 III-6. 평소 할랄여부를 중요하게 확인하는 품목

(단위 : %)



□ 국내 유통·판매 할랄식품 의견

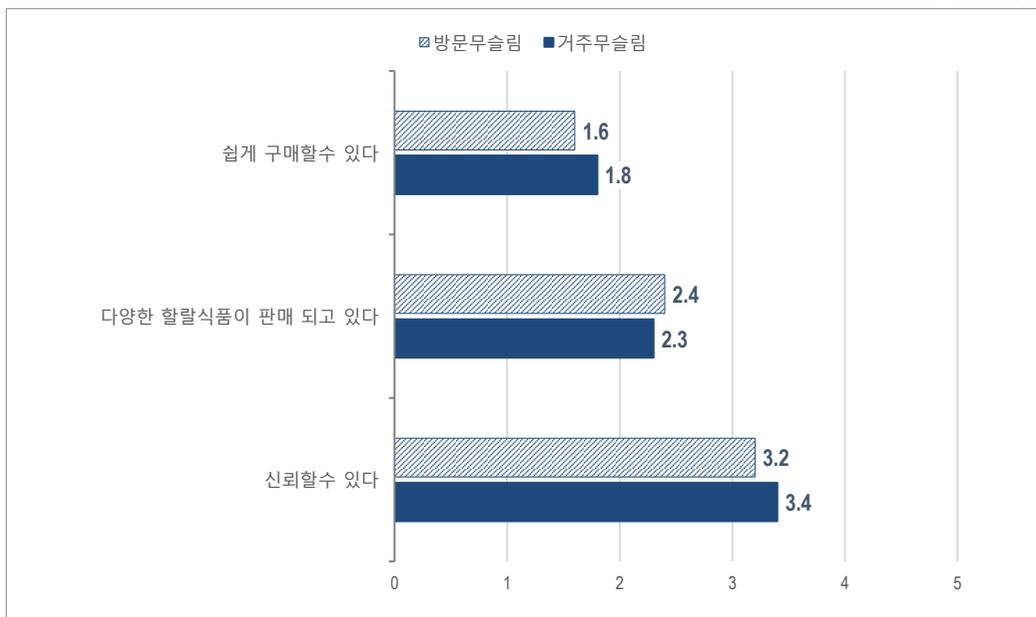
- 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대하여 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 어느 정도 신뢰할 수 있다고 응답하였으나 국내 유통·판매되는 할랄식품의 다양성 및 구매 편리성에 대해서는 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 부정적으로 응답함.
 - 국내 유통·판매되는 할랄식품의 신뢰 수준과 구매 편리성은 거주 무슬림(각 3.4점, 1.8점)이 방문 무슬림(각 3.2점, 1.6점)에 비하여 다소 높은 수준으로 나타났으며,
 - 국내 유통·판매되는 할랄식품의 다양성은 방문 무슬림(2.4점)과 거주 무슬림(2.3점)이 유사한 수준으로 나타남.

표 III-10. 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
신뢰할 수 있다	3.4	3.2
다양한 할랄식품이 판매되고 있다	2.3	2.4
쉽게 구매할 수 있다	1.8	1.6

그림 III-7. 국내 유통·판매되는 할랄식품에 대한 의견

(단위 : 점)



나. 할랄식품 외식 소비 실태

1) 외식 빈도 및 경험

□ 거주 무슬림 외식 빈도

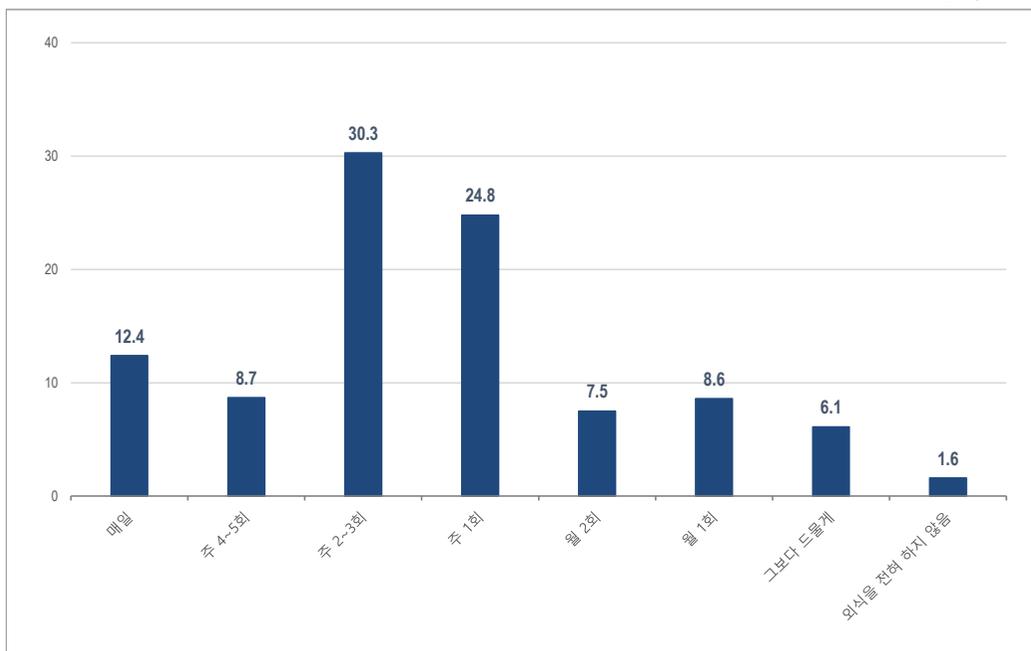
- 거주 무슬림의 평소 외식 빈도는 주 2~3회가 30.3%로 가장 높게 나타났으며, 주 1회(24.8%), 매일(12.4%), 주 4~5회(8.7%), 월 1회(8.6%), 월 2회(7.5%), 그보다 드물게(6.1%), 외식을 전혀 하지 않음(1.6%) 순으로 높게 나타남.

| 표 III-11. 거주 무슬림 평소 외식 빈도

항목	비중(%)	항목	비중(%)
매일	12.4	월 2회	7.5
주 4~5회	8.7	월 1회	8.6
주 2~3회	30.3	그보다 드물게	6.1
주 1회	24.8	외식을 전혀 하지 않음	1.6
합계			100.0

| 그림 III-8. 거주 무슬림 평소 외식 빈도

(단위 : %)



□ 방문 무슬림 한국 외식 경험

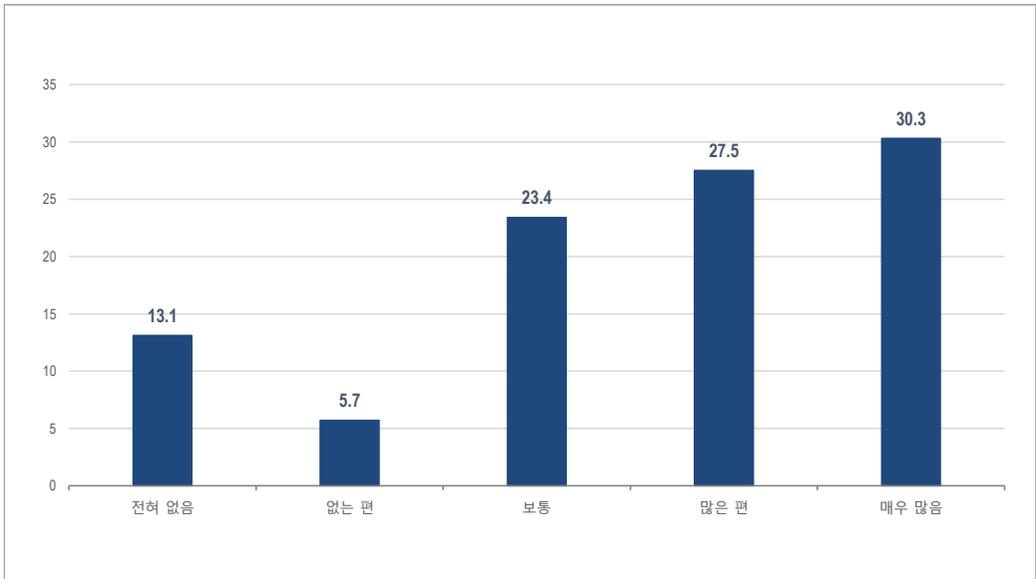
- 방문 무슬림의 한국 내 외식 경험은 매우 많음(30.3%), 많은 편(27.5%), 보통(23.4%)으로 비교적 많은 것으로 나타났으며, 외식 경험이 있는 방문 무슬림의 63.5%가 한국 내 이용 음식점에 대하여 매우 만족함(10.4%), 만족하는 편(53.1%)으로 응답함.

| 표 III-12. 방문 무슬림 한국 내 외식 경험

항목	비중(%)	항목	비중(%)
전혀 없음	13.1	많은 편	27.5
없는 편	5.7	매우 많음	30.3
보통	23.4	합계	100.0

| 그림 III-9. 방문 무슬림 한국 내 외식 경험

(단위 : %)



| 표 III-13. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 만족도

항목	응답자수(명)	비중(%)
전혀 만족 안 함	2	2.1
만족하지 않는 편	7	7.3
보통	26	27.1
만족하는 편	51	53.1
매우 만족함	10	10.4
합계	96	100.0

□ 방문 무슬림 한국 이용 음식점 불만족 이유

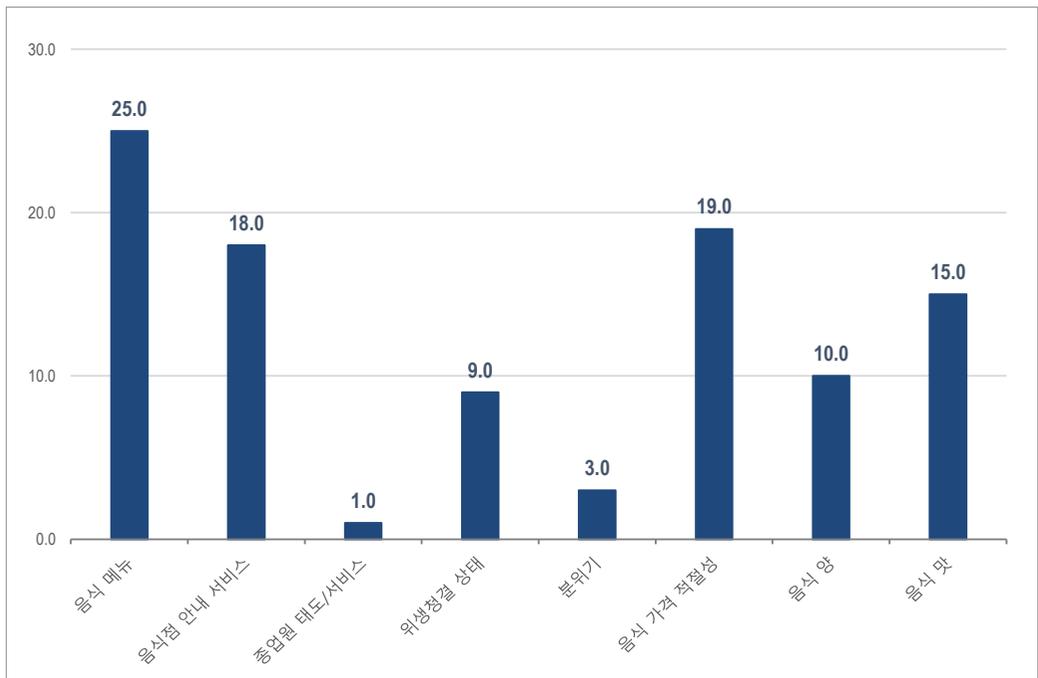
- 방문 무슬림의 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유는 음식 메뉴(25.0%), 음식 가격 적절성(19.0%), 음식점 안내 서비스(18.0%), 음식 맛(15.0%) 등의 순으로 높게 나타남.

| 표 III-14. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유

항목	비중(%)
음식 메뉴	25.0
음식점 안내 서비스	18.0
종업원 태도/서비스	1.0
위생청결 상태	9.0
분위기	3.0
음식 가격 적절성	19.0
음식 양	10.0
음식 맛	15.0
합계	100.0

| 그림 III-10. 방문 무슬림 한국 내 이용 음식점 불만족 주요 이유

(단위 : %)



2) 이용 식당 및 관심 메뉴

□ 외식 및 한국 방문 시 이용 식당

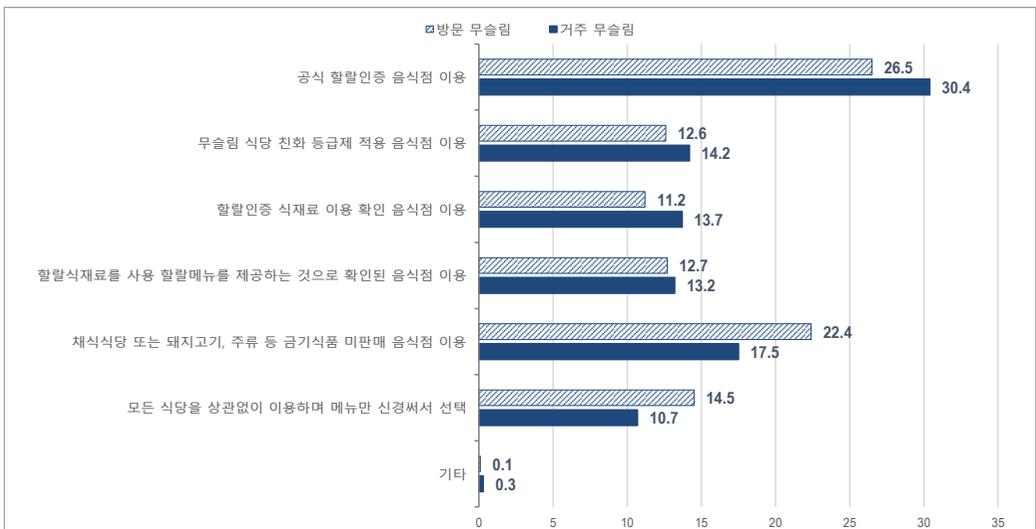
- 거주 무슬림, 방문 무슬림은 한국 외식 및 방문 시 공식 할랄인증 음식점을 이용(거주 30.4%, 방문 26.5%)하거나 채식식당 또는 돼지고기, 주류 등 금기식품 미판매 음식점 이용(거주 17.5%, 방문 22.4%)하는 경우가 많은 것으로 나타남.
 - 그 외에는 무슬림 식당 친화 등급제 적용 음식점 이용(거주 14.2%, 방문 12.6%), 할랄인증 식재료 이용 확인 음식점 이용(거주 13.7%, 방문 11.2%), 할랄식 재료를 사용 할랄메뉴를 제공하는 것으로 확인된 음식점 이용(거주 13.2%, 방문 12.7%) 등으로 나타남.

| 표 III-15. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
기타	0.3	0.1
모든 식당을 상관없이 이용하며 메뉴만 신경써서 선택	10.7	14.5
채식식당 또는 돼지고기, 주류 등 금기식품 미판매 음식점 이용	17.5	22.4
할랄식 재료를 사용 할랄메뉴를 제공하는 것으로 확인된 음식점 이용	13.2	12.7
할랄인증 식재료 이용 확인 음식점 이용	13.7	11.2
무슬림 식당 친화 등급제 적용 음식점 이용	14.2	12.6
공식 할랄인증 음식점 이용	30.4	26.5
합계	100.0	100.0

| 그림 III-11. 평소 외식 및 한국 방문 시 이용 식당

(단위 : %)



□ 관심 있는 한식 유형

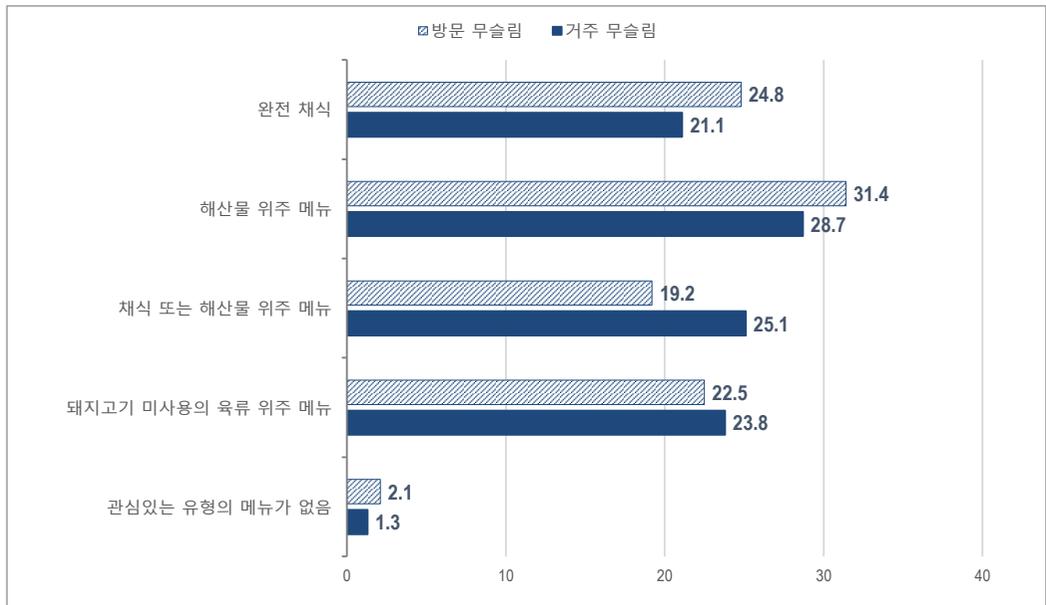
- 관심 있는 한식 메뉴 유형은 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 해산물 위주 메뉴(거주 28.7%, 방문 31.4%)가 가장 높게 나타남.
 - 거주 무슬림은 해산물 위주 메뉴(28.7%), 채식 또는 해산물 위주 메뉴(25.1%), 돼지고기 미사용의 육류 위주 메뉴(23.8%), 완전 채식(21.1%), 관심있는 유형의 메뉴가 없음(1.3%), 순으로 높게 나타남.
 - 방문 무슬림은 해산물 위주 메뉴(31.4%), 완전 채식(24.8%), 돼지고기 미사용의 육류 위주 메뉴(22.5%), 채식 또는 해산물 위주 메뉴(19.2%), 관심있는 유형의 메뉴가 없음(2.1%), 순으로 높게 나타남.

| 표 III-16. 관심 있는 한식 메뉴 유형

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
관심있는 유형의 메뉴가 없음	1.3	2.1
돼지고기 미사용의 육류 위주 메뉴	23.8	22.5
채식 또는 해산물 위주 메뉴	25.1	19.2
해산물 위주 메뉴	28.7	31.4
완전 채식	21.1	24.8
합계	100.0	100.0

| 그림 III-12. 관심 있는 한식 메뉴 유형

(단위 : %)



□ 권역별 관심 있는 한식 유형

- 거주 무슬림 중 아시아/오세아니아 권역 무슬림은 해산물 위주 메뉴(34.8%), 돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴(25.2%), 아프리카 권역 무슬림은 해산물 위주 메뉴(38.5%), 완전 채식(31.3%), 중동 권역 무슬림은 해산물 위주 메뉴(28.9%), 완전 채식(26.7%), 북남미/유럽 권역 무슬림은 채식 또는 해산물 위주 메뉴(27.6%)에 관심이 있는 것으로 나타남.

표 III-17. 거주 무슬림 권역별 관심 있는 한식 유형

항목	비중(%)			
	아시아/오세아니아	아프리카	중동	북남미/유럽
돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴	25.2	15.8	24.4	17.2
채식 또는 해산물 위주 메뉴	15.7	14.2	15.6	27.6
해산물 위주 메뉴	34.8	38.5	28.9	31
완전 채식	22.4	31.3	26.7	17.2
기타	1.9	0.2	4.4	6.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

- 방문 무슬림 중 아시아/오세아니아 권역 무슬림은 해산물 위주 메뉴(32.5%), 아프리카 권역 무슬림은 해산물 위주 메뉴(31.6%), 돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴(26.2%), 중동 권역 무슬림은 채식 또는 해산물 위주 메뉴(30.1%), 해산물 위주 메뉴(28.3%), 북남미/유럽 권역 무슬림은 돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴(37.4%)에 관심이 있는 것으로 나타남.

표 III-18. 방문 무슬림 권역별 관심 있는 한식 유형

항목	비중(%)			
	아시아/오세아니아	아프리카	중동	북남미/유럽
돼지고기 미사용 육류 위주 메뉴	23.8	26.2	19.2	37.4
채식 또는 해산물 위주 메뉴	23.7	20.4	30.1	24.5
해산물 위주 메뉴	32.5	31.6	28.3	16.8
완전 채식	17.2	20.7	22.4	21.3
기타	2.8	1.1	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

3) 국내 음식점 인식

- 국내 음식점에 대한 인식은 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 긍정적으로 인식하지 않는 것으로 나타남.
 - 특히 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않은 것으로 응답하였는데 외식 기회가 많은 거주 무슬림(3.78점)은 방문 무슬림(3.35점)에 비하여 더욱 어려움을 느끼는 것으로 나타남.

| 표 III-19. 국내 음식점 관련 인식

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
국내 할랄식당에 대한 정보가 충분히 제공된다	2.37	2.21
국내 음식점은 할랄메뉴가 다양하다	2.24	2.33
국내에는 할랄식당이 충분하다	2.16	2.05
국내에서 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않다	3.78	3.35

4) 할랄식당 인증제도 인식

□ KMF 할랄식당 인증제 인지도

- KMF 할랄식당 인증제에 대하여 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 이용경험이 있는 비중이 높지 않은 것(거주 24.9%, 방문 8.3%)으로 나타났으며, 거주 무슬림의 48.6%, 방문 무슬림의 74.3%가 KMF 할랄식당 인증제에 대하여 전혀 모른다고 응답함.

| 표 III-20. KMF 할랄식당 인증제 인지도

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
전혀 모름	48.6	74.3
들어본 적 있음	26.5	17.4
들어보았으며 이용경험도 있음	24.9	8.3
합계	100.0	100.0

| 그림 III-13. KMF 할랄식당 인증제 인지도

(단위 : %)



□ **무슬림 식당 친화 등급제 인지도**

○ 무슬림 식당 친화 등급제에 대하여 거주 무슬림(68.1%), 방문 무슬림(78.7%) 모두 인지도가 낮은 것으로 나타났으며, 낮은 인지도로 인하여 무슬림 식당 친화 등급제가 적용된 식당을 이용한 경험이 있다고 응답한 무슬림의 비중도 낮게 나타남.

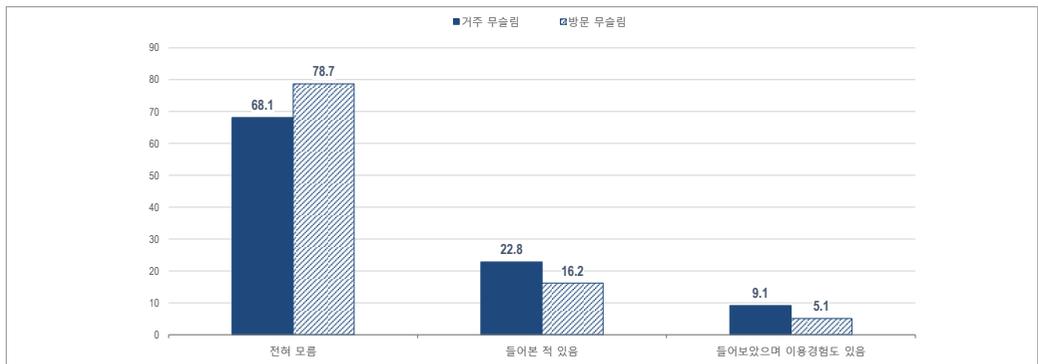
- 거주 무슬림의 9.1%, 방문 무슬림의 5.1%가 무슬림 식당 친화 등급제에 대하여 들어보았으며, 이용경험도 있다고 응답하였음.

| 표 III-21. 무슬림 식당 친화 등급제 인지도

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
전혀 모름	68.1	78.7
들어본 적 있음	22.8	16.2
들어보았으며 이용경험도 있음	9.1	5.1
합계	100.0	100.0

| 그림 III-14. 무슬림 식당 친화 등급제 인지도

(단위 : %)



□ **할랄인증 및 무슬림 식당 친화 등급제 식당 신뢰도**

○ 할랄인증 국내 식당에 대한 신뢰도는 거주 무슬림 3.84점, 방문 무슬림 3.53점으로 나타났으며, 무슬림 식당 친화 등급제 식당에 대한 신뢰도는 거주 무슬림 3.68점, 방문 무슬림 3.37점으로 나타남.

| 표 III-22. 할랄인증 및 무슬림 식당 친화 등급제 식당에 대한 신뢰도

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증 국내 식당	3.84	3.53
무슬림 식당 친화 등급제 식당	3.68	3.37

□ **무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보**

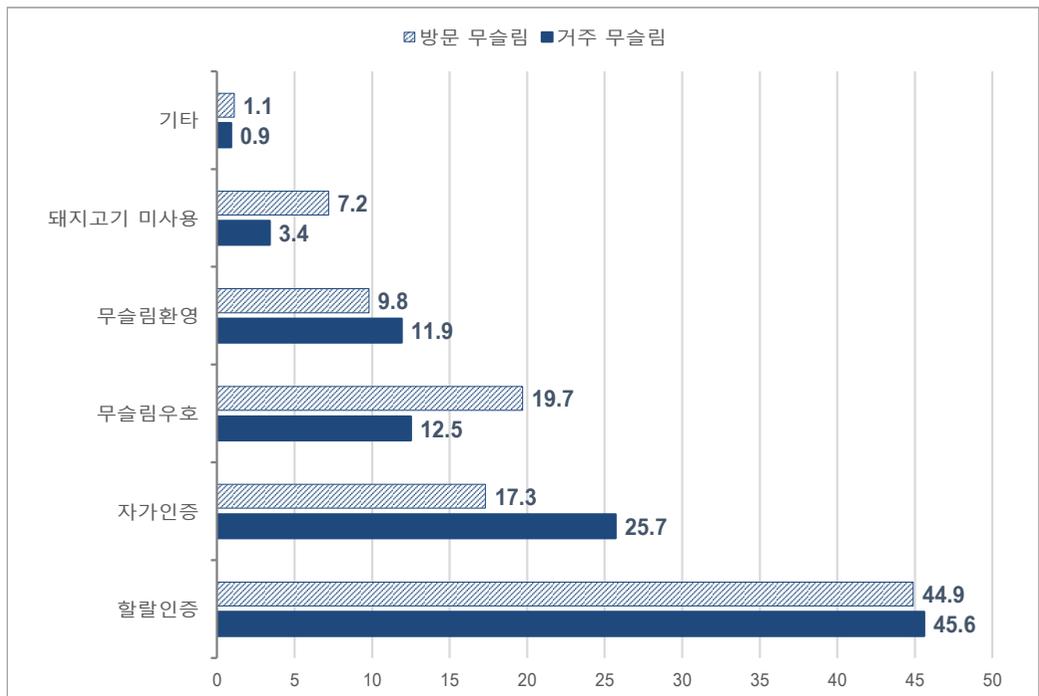
- 무슬림 식당 친화 등급 5개 중에서 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 할랄 인증에 대한 관심이 가장 높은 것으로 나타남.
 - 거주 무슬림은 할랄인증(45.6%), 자가인증(25.7%), 무슬림우호(12.5%), 순으로 높게 응답하였으며, 방문 무슬림은 할랄인증(44.9%), 무슬림우호(19.7%), 자가인증(17.3%), 순으로 높게 응답함.

| 표 III-23. 무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증	45.6	44.9
자가인증	25.7	17.3
무슬림우호	12.5	19.7
무슬림환영	11.9	9.8
돼지고기 미사용	3.4	7.2
기타	0.9	1.1
합계	100.0	100.0

| 그림 III-15. 무슬림 식당 친화 등급 중 관심 유형 식당 정보

(단위 : %)



□ 할랄식당 인증 관련 의견

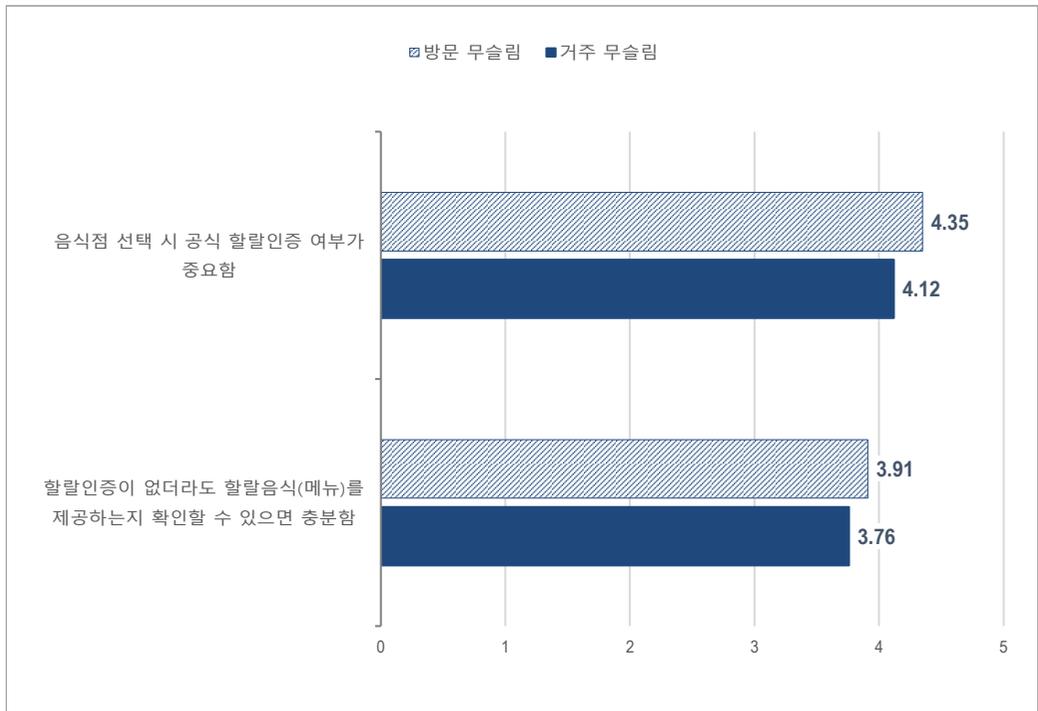
- 거주 무슬림, 방문 무슬림은 음식점 선택 시 공식 할랄인증 여부가 중요하다고 응답함. 하지만 할랄인증이 없더라도 할랄음식(메뉴)를 제공하는지 확인할 수 있으면 충분하다고 인식하고 있음.
 - 방문 무슬림은 거주 무슬림에 비하여 음식점 선택 시 공식 할랄인증 여부가 중요하다고 인식하고 있음.

| 표 III-24. 할랄식당 인증 관련 의견

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증이 없더라도 할랄음식(메뉴)를 제공하는지 확인할 수 있으면 충분함	3.76	3.91
음식점 선택 시 공식 할랄인증 여부가 중요함	4.12	4.35

| 그림 III-16. 할랄식당 인증 관련 의견

(단위 : 점)



다. 할랄식품 인증에 대한 인식과 평가

1) 할랄인증 인식 일반

□ 할랄인증제도 인지도

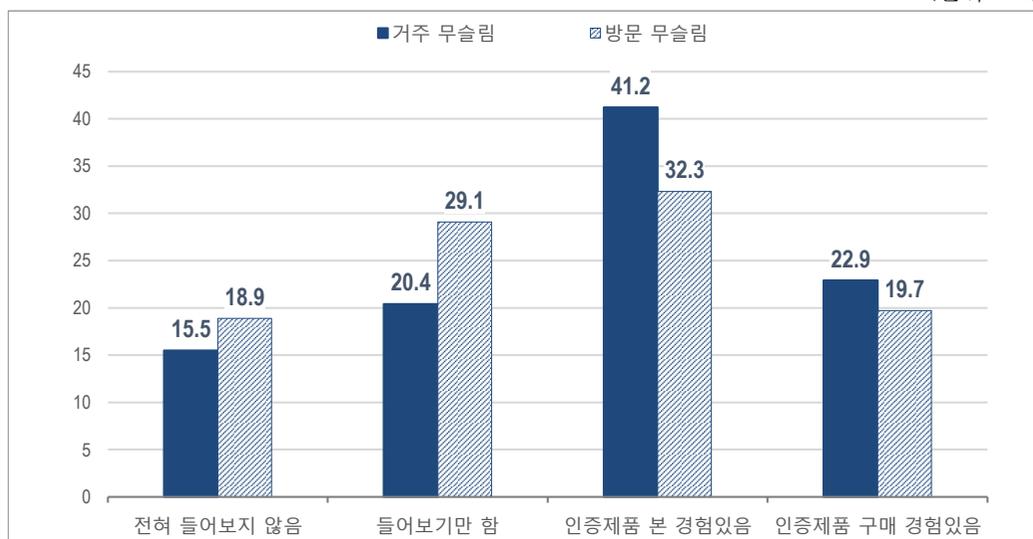
- 거주 무슬림, 방문 무슬림의 대부분이 할랄인증제도에 대하여 인지하고 있는 것으로 나타났으며, 거주 무슬림은 인증제품을 본 경험과 구매한 경험이 높은 것으로 조사됨.
 - 할랄인증제품을 본 경험이 있거나 구매한 경험이 있는 거주 무슬림 비중은 64.1%, 방문 무슬림 비중은 52.0%인 것으로 나타남.
 - 할랄인증제도에 대하여 전혀 들어보지 않은 거주 무슬림 비중은 15.5%, 방문 무슬림 비중은 18.9%로 나타남.

표 III-25. 할랄인증제도에 대한 인지도

항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
전혀 들어보지 않음	15.5	18.9
들어보기만 함	20.4	29.1
인증제품 본 경험있음	41.2	32.3
인증제품 구매 경험있음	22.9	19.7
합계	100.0	100.0

그림 III-17. 할랄인증제도에 대한 인지도

(단위 : %)



□ 공식 할랄인증 확인 주요 품목

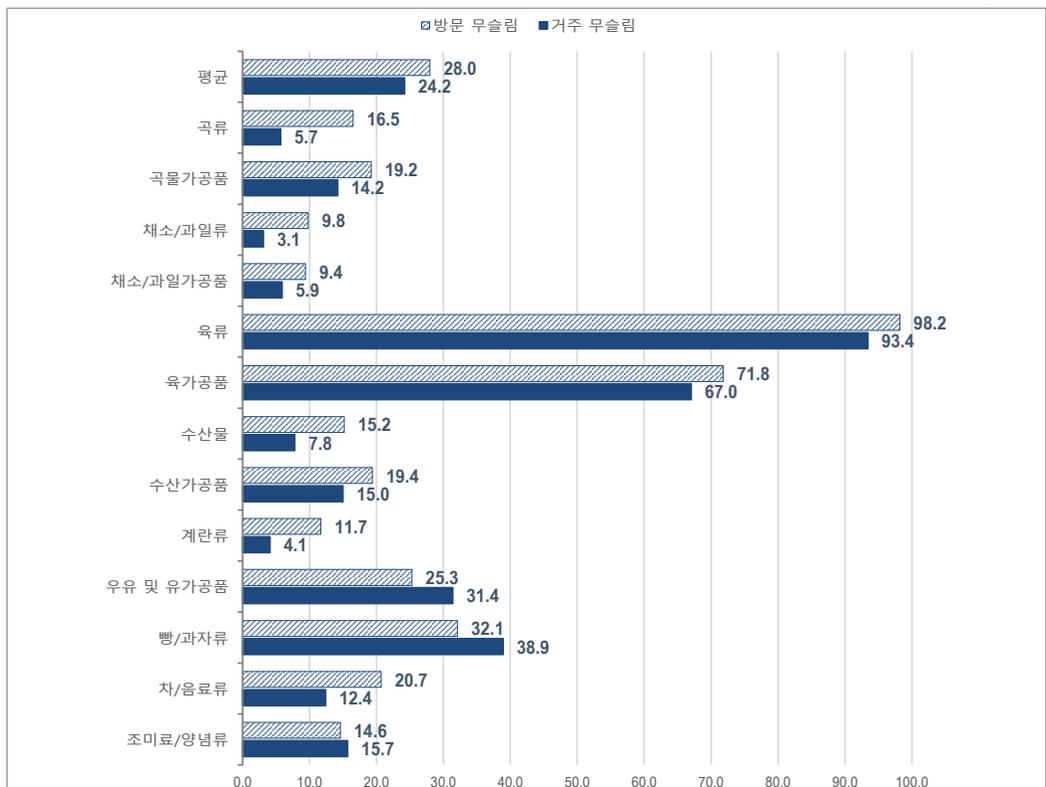
- 식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부를 확인하는 품목은 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 육류(거주 93.4%, 방문 98.2%), 육가공품(거주 67.0%, 방문 71.8%)인 것으로 나타남.

| 표 III-26. 식품 구매 시 공식적인 할랄인증 여부 확인 주요 품목

항목	비중(%)		항목	비중(%)	
	거주 무슬림	방문 무슬림		거주 무슬림	방문 무슬림
조미료/양념류	15.7	14.6	육가공품	67.0	71.8
차/음료류	12.4	20.7	육류	93.4	98.2
빵/과자류	38.9	32.1	채소/과일가공품	5.9	9.4
우유 및 유가공품	31.4	25.3	채소/과일류	3.1	9.8
계란류	4.1	11.7	곡물가공품	14.2	19.2
수산가공품	15.0	19.4	곡류	5.7	16.5
수산물	7.8	15.2	평균	24.2	28.0

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

(단위 : %)



□ 식품구매 시 할랄인증 의견

- 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 식품구매 시 할랄식품 여부 또는 공식 할랄인증 여부를 중요하게 생각하고 있는 것으로 응답하였으며, 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품 여부를 확인할 수 있으면 충분하다고 인식하는 경우도 높은 것으로 나타남.

| 표 III-27. 할랄식품구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견(1)

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
식품구매 시 할랄식품여부가 중요함	4.72	4.72
식품구매 시 공식 할랄인증 여부가 중요함	4.31	4.38
식품구매 시 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품 여부를 확인할 수 있으면 충분함	3.85	3.91

- 거주 무슬림, 방문 무슬림의 할랄인증 기관 및 식품 신뢰도는 높은 수준으로 나타남.
 - 거주 무슬림은 수입산 할랄인증 식품의 신뢰도가 한국산 할랄인증 식품의 신뢰도보다 높은 것으로 나타났으며, 방문 무슬림은 자국산 할랄인증 식품의 신뢰도가 수입산 할랄인증 식품의 신뢰도보다 높은 것으로 나타남.
- 거주 무슬림, 방문 무슬림은 한국 내에서 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 없으며, 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있지 않다고 응답하였음. 방문 무슬림은 자국 내 할랄인증 제품 접근성 및 다양성에 대하여 긍정적으로 평가한 반면 한국 내에서는 낮은 수준으로 평가함.

| 표 III-28. 할랄식품구매 시 할랄인증 관련 사항에 대한 의견(2)

항목	점수(점)	
	거주 무슬림	방문 무슬림
할랄인증 기관은 대체로 신뢰할 수 있다	3.94	4.02
할랄인증 식품은 안심하고 소비할 수 있다	3.65	3.58
한국산(자국산) 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다	3.68(한국산)	4.48(자국산)
수입산 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다	3.81(한국산 외)	3.65(수입산)
한국(자국) 내 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다	2.68	2.33(한국 내)
		4.81(자국 내)
한국(자국) 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다	2.76	2.38(한국 내)
		1.61(자국 내)

2) 국가별 할랄인증제도 인식

□ 개별 할랄인증제 인지도

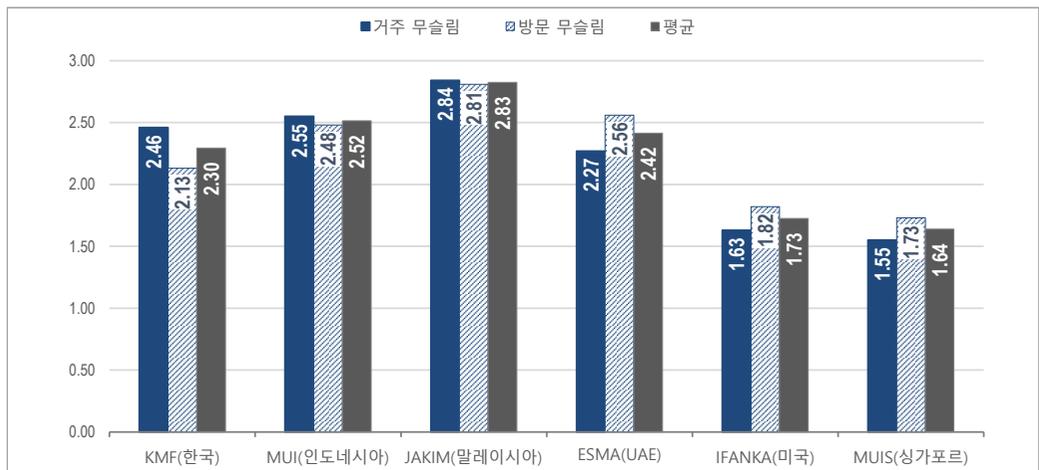
- 개별 할랄인증제에 대한 평균 인지도는 JAKIM(말레이시아)가 2.83점으로 가장 높게 나타났으며, MUI(인도네시아) 2.52점, ESMA(UAE) 2.42점, KMF(한국) 2.30점, IFANKA(미국) 1.73점, MUIS(싱가포르) 1.64점 순으로 높게 나타남.
- 거주 무슬림의 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 JAKIM(말레이시아)가 2.84점으로 가장 높게 나타났으며, MUI(인도네시아) 2.55점, KMF(한국) 2.46점, ESMA(UAE) 2.27점, IFANKA(미국) 1.63점, MUIS(싱가포르) 1.55점 순으로 높게 나타남.
- 거주 무슬림의 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 JAKIM(말레이시아)가 2.81점으로 가장 높게 나타났으며, ESMA(UAE) 2.56점, MUI(인도네시아) 2.48점, KMF(한국) 2.13점, IFANKA(미국) 1.82점, MUIS(싱가포르) 1.73점 순으로 높게 나타남.

표 III-29. 개별 할랄인증제에 대한 인지도

항목	점수(점)		
	거주 무슬림	방문 무슬림	평균
KMF(한국)	2.46	2.13	2.30
MUI(인도네시아)	2.55	2.48	2.52
JAKIM(말레이시아)	2.84	2.81	2.83
ESMA(UAE)	2.27	2.56	2.42
IFANKA(미국)	1.63	1.82	1.73
MUIS(싱가포르)	1.55	1.73	1.64
평균	2.22	2.26	2.24

그림 III-19. 개별 할랄인증제에 대한 인지도

(단위 : 점)



□ 권역별 개별 할랄인증제 인지도

- 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 권역별로 차이가 있는 것으로 나타남. JAKIM(말레이시아)은 권역별 인지도 차이가 크지 않으나 그 외에는 권역에 따라 인지도 차이가 있는 것으로 나타남.
 - 거주 무슬림은 모든 권역에서 JAKIM(말레이시아) 인지도가 평균 이상으로 나타났으며, 국내에 거주하고 있기 때문에 KMF(한국) 인지도가 높게 나타남. 또한 아프리카, 중동 권역 거주 무슬림은 ESMA(UAE) 인지도가 평균 이상으로 나타남.
 - 방문 무슬림은 모든 권역에서 JAKIM(말레이시아) 인지도가 평균 이상으로 나타났으며, KMF(한국) 인지도는 거주 무슬림에 비하여 낮은 수준으로 나타남. JAKIM(말레이시아) 외에도 아시아/오세아니아 방문 무슬림은 MUJ(인도네시아), ESMA(UAE) 인지도가 높게 나타남.

| 표 III-30. 거주 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 인지도

항목	비중(%), 중복응답						평균
	KMF (한국)	MUJ (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	
아시아 /오세아니아	76.5	71.8	74.3	56.4	34.5	42.8	59.4
아프리카	34.8	24.6	46.2	51.7	23.1	20.6	33.5
중동	43.4	51.0	56.1	69.7	36.2	21.3	46.3
북남미/유럽	54.3	61.2	60.5	38.4	53.6	39.1	51.2

| 표 III-31. 방문 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 인지도

항목	비중(%), 중복응답						평균
	KMF (한국)	MUJ (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	
아시아 /오세아니아	43.3	83.1	87.2	71.5	53.8	34.7	62.3
아프리카	47.4	48.7	46.7	32.3	41.6	28.9	40.9
중동	28.1	32.6	50.8	75.4	30.1	24.2	40.2
북남미/유럽	31.9	48.5	62.9	80.0	59.7	50.6	55.6

□ 개별 할랄인증제 신뢰도

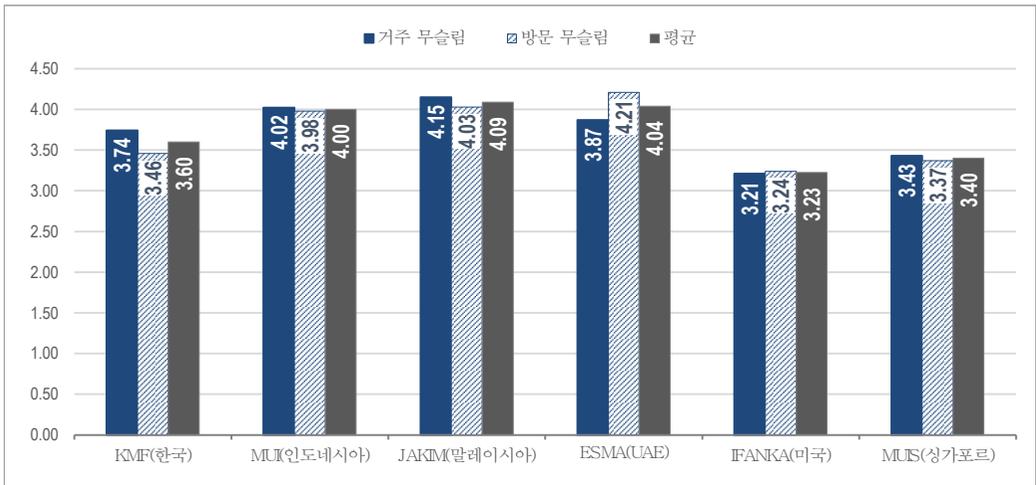
- 개별 할랄인증제에 대한 평균 신뢰도는 JAKIM(말레이시아)가 4.09점으로 가장 높게 나타났으며, ESMA(UAE) 4.04점, MUI(인도네시아) 4.00점, KMF(한국) 3.60점, MUIS(싱가포르) 3.40점, IFANKA(미국) 3.23점 순으로 높게 나타남.
- 거주 무슬림의 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 JAKIM(말레이시아)가 4.15점으로 가장 높게 나타났으며, MUI(인도네시아) 4.02점, ESMA(UAE) 3.87점, KMF(한국) 3.74점, MUIS(싱가포르) 3.43점, IFANKA(미국) 3.21점 순으로 높게 나타남.
- 거주 무슬림의 개별 할랄인증제에 대한 인지도는 ESMA(UAE)가 4.21점으로 가장 높게 나타났으며, JAKIM(말레이시아) 4.03점, MUI(인도네시아) 3.98점, KMF(한국) 3.46점, MUIS(싱가포르) 3.37점, IFANKA(미국) 3.24점 순으로 높게 나타남.

표 III-32. 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도

항목	점수(점)		
	거주 무슬림	방문 무슬림	평균
KMF(한국)	3.74	3.46	3.60
MUI(인도네시아)	4.02	3.98	4.00
JAKIM(말레이시아)	4.15	4.03	4.09
ESMA(UAE)	3.87	4.21	4.04
IFANKA(미국)	3.21	3.24	3.23
MUIS(싱가포르)	3.43	3.37	3.40
평균	3.74	3.72	3.73

그림 III-20. 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도

(단위 : 점)



□ 권역별 개별 할랄인증제 신뢰도

- 권역별 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도는 유사한 수준으로 나타났으며, 거주 무슬림, 방문 무슬림 모두 무슬림 국가인 JAKIM(말레이시아), MUI(인도네시아), ESMA(UAE)에 대한 신뢰도가 평균 이상으로 나타남.
 - 아시아/오세아니아 권역 거주 무슬림(59.8%), 방문 무슬림(62.2%)은 할랄인증제에 대한 신뢰도가 평균적으로 높게 나타났으며 북남미/유럽 권역 거주 무슬림(25.9%), 방문 무슬림(55.0%)은 할랄인증제 대한 신뢰도가 평균적으로 낮게 나타남.
 - 거주 무슬림 중 아시아/오세아니아 권역 출신의 경우, 타 권역 출신에 비하여 KMF(한국)에 대한 신뢰도(68.5%)가 높게 나타났으며, 방문 무슬림 중 아프리카 권역 출신의 경우, 타 권역 출신에 비하여 KMF(한국)에 대한 신뢰도(73.0%)가 높게 나타남.

표 III-33. 거주 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도

항목	비중(%), 중복응답						평균
	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	
아시아 /오세아니아	68.5	72.3	75.8	61.5	39.4	41.5	59.8
아프리카	31.4	58.1	62.4	57.4	26.2	33.8	44.9
중동	43.6	65.7	72.5	78.6	32.2	24.3	52.8
북남미/유럽	30.8	31.5	32.0	29.6	20.4	11.4	25.9

표 III-34. 방문 무슬림 출신권역별 개별 할랄인증제에 대한 신뢰도

항목	비중(%), 중복응답						평균
	KMF (한국)	MUI (인도네시아)	JAKIM (말레이시아)	ESMA (UAE)	IFANKA (미국)	MUIS (싱가포르)	
아시아 /오세아니아	42.1	81.5	85.2	71.1	43.9	49.3	62.2
아프리카	73.0	73.8	74.5	66.6	41.8	34.7	60.7
중동	46.3	61.3	60.4	80.2	46.4	39.9	55.8
북남미/유럽	31.6	59.7	71.6	73.5	51.2	42.1	55.0

3) KMF 할랄인증제품 구매 경험

□ 거주 무슬림의 KMF 할랄인증제품 구매 경험

- 거주 무슬림의 41.8%가 KMF 할랄인증제품을 구매한 경험이 있는 것으로 나타남. KMF 할랄인증제품을 구매한 경험이 없는 거주 무슬림의 주요 비구매 이유는 KMF인증이 존재하는지 몰라서(58.4%), KMF인증 제품을 구하기 어려워서(32.5%)가 높게 나타남.

| 표 III-35. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증제품 구매 경험

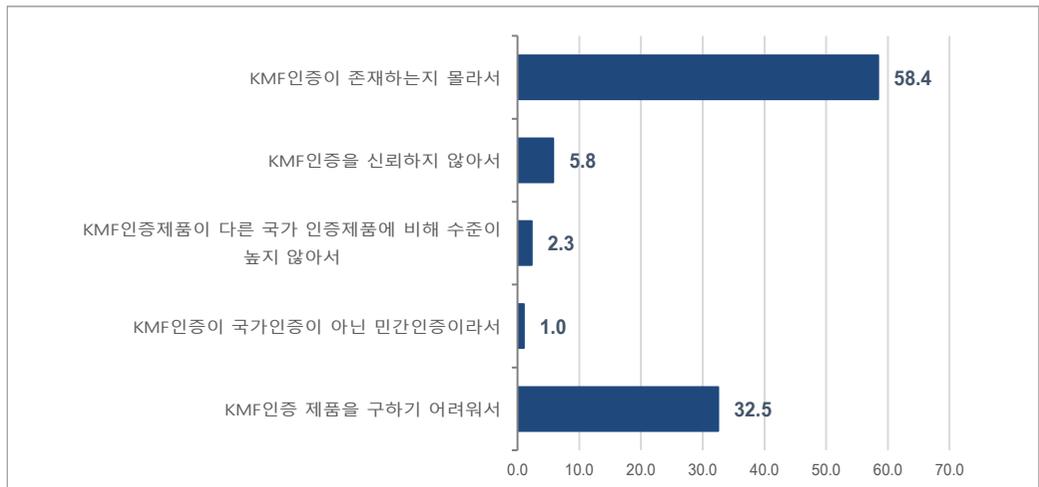
항목	비중(%)
구매경험 있음	41.8
구매경험 없음	58.2
합계	100.0

| 표 III-36. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유

항목	비중(%)
KMF인증 제품을 구하기 어려워서	32.5
KMF인증이 국가인증이 아닌 민간인증이라서	1.0
KMF인증제품이 다른 국가 인증제품에 비해 수준이 낮아서	2.3
KMF인증을 신뢰하지 않아서	5.8
KMF인증이 존재하는지 몰라서	58.4
합계	100.0

| 그림 III-21. 거주 무슬림의 KMF 할랄인증 제품 비구매 이유

(단위 : %)



라. 유통채널별 할랄식품 규모 추정

1) 거주 무슬림 연간 외식/식품 구입비 추정 결과

□ 외식비

- 거주 무슬림의 연간 외식 식당 지출비용은 약 2,880억 원으로 추정됨.
 - 설문 응답 결과, 평균 1주일 이용 2.48회, 1회 지출 평균 비용 15,154원
 - 중위수 및 최빈값 10,000원

표 III-37. 거주 무슬림 연간 외식 식당 지출비용 추정 결과

구분	내용
무슬림 소비자 1인당 연간 식당 지출비용(A)	15,154원*2.48회 / (7일*365일) = 1,959,629원
국내 거주 무슬림 인구(2022년 기준)(B)	146,988명
총 국내 거주 무슬림 연간 외식비(C=A*B)	288,041,901,256원(2,880억원)

□ 식품 구입비

- 거주 무슬림의 연간 식품 구입비용은 약 4,433억 원으로 추정되었으며, 가공식품 구입비용은 1,206억 원으로 추정됨.
 - 설문 응답 결과, 월 지출 평균 비용 251,320원
 - (중위수 및 최빈값 100,000원)
 - 가공식품 구입비율 범위의 중앙값을 각 범위의 비중을 가중치로, 산출한 가중 평균값 적용 (=27.2%)

표 III-38. 거주 무슬림 연간 식품 구입비용 추정 결과

구분	내용
무슬림 소비자 1인당 연간 식품구입 지출비용(A)	251,320원*12개월= 3,015,840원/연간
국내 거주 무슬림 인구(2022년 기준)(B)	146,988명
총 국내 거주 무슬림 연간 식품구입비(C=A*B)	443,292,289,920원(4,433억원)
총 국내 거주 무슬림 연간 가공식품 구입비(D=C*가중평균값)	120,575,502,8587원(1,206억원)

2) 국내 거주 무슬림 유통채널별 식품 구입비 및 구매 품목

- 설문조사 결과를 바탕으로 추정한 국내 거주 무슬림의 월간 식품구입비는 251,320원으로 나타남.

표 III-39. 거주 무슬림 월간 식품 구입비 추정 결과

순위	유통채널	월식품구입비(원)	비중(%)	구입품목
1	할랄식품전문매장	117,869	46.9	육류, 쌀, 밀가루
2	대형마트	64,589	25.7	과자, 과일, 야채
3	중소형슈퍼마켓	25,383	10.1	유제품, 계란, 과자
4	편의점	13,823	5.5	음료, 과자
5	재래시장	4,021	1.6	과일, 야채
6	백화점	2,011	0.8	과일, 야채
7	온라인구매	16,084	6.4	쌀, 밀가루
8	마스지드	7,540	3.0	육류
합계		251,320	100.0	-

- 설문조사 결과를 바탕으로 추정한 국내 육류 할랄시장의 규모는 연간 약 756억 원(낙관)으로 나타남.

- (마스지드월 구입비용 + 할랄식품전문매장 월 육류 구매비용) * 12개월 * 거주 무슬림 인구

- 할랄식품전문매장 월 육류 구매비용은 매장 담당자 의견 적용(일반적 약 30% 육류 비중)

= (7,540 + (117,869 * 30%)) * 12 * 146,988명 = 약 756억 원

→ (비관 10% 육류 비중 적용) = 약 341억 원

(중립 20% 육류 비중 적용) = 약 549억 원

• C.F : 1등급 한우출하 가격 약 700만 원, 비관 7,800두(약 546억 원), 낙관 10,201두 (약 714억 원)

표 III-40. 국내 육류 할랄시장 규모 추정 결과

구분	내용
낙관 (30% 육류 비중 적용)	756억 원
중립 (20% 육류 비중 적용)	549억 원
비관 (10% 육류 비중 적용)	341억 원

2. 내국인 설문조사

가. 응답자 특성

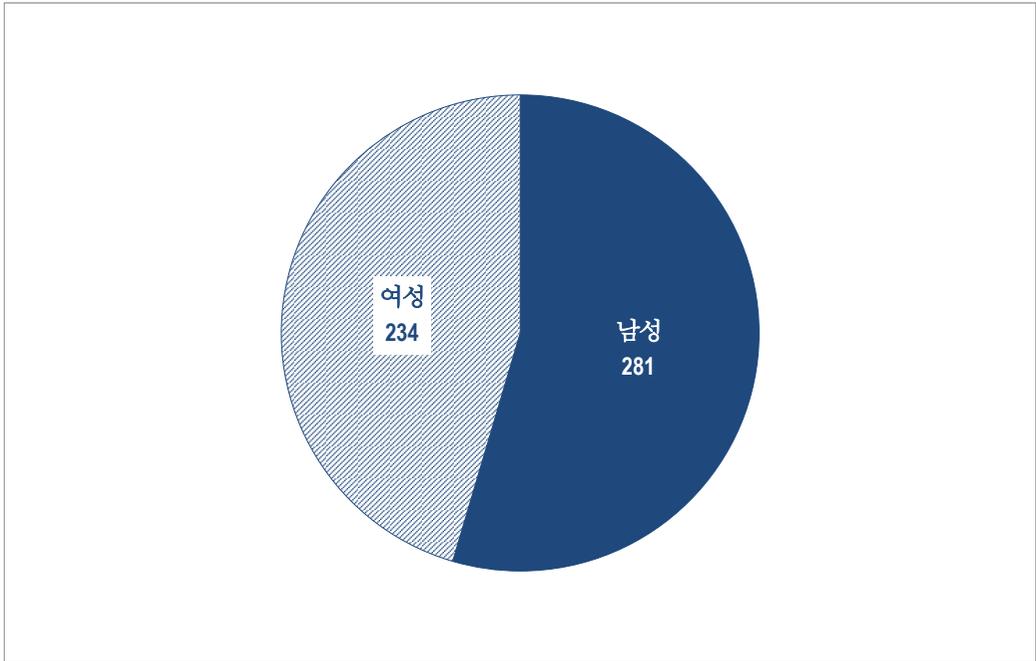
- (성별) 남성 281명(54.6%), 여성 234명(45.4%)
- (연령) 20~29세 122명(11.8%), 30~39세 122명(11.8%), 40~49세 100명(9.7%), 50~59세 123명(11.9%), 60세 이상 48명(4.7%)
- (종교) 불교 172명(33.4%), 기독교 175명(34.0%), 천주교 86명(16.7%), 기타 82명(15.9%)
- (월 평균 가구소득) 299만 원 이하 93명(18.1%), 300~499만 원 112명(21.7%), 500~799만 원 113명(21.9%), 800~999만 원 109명(21.2%), 1,000만 원 이상 88명(17.1%)

| 표 III-41. 응답자 특성

구분		응답자 수(명)	비중(%)
성별	남성	281	54.6
	여성	234	45.4
	합계	515	100.0
연령	20~29세	122	11.8
	30~39세	122	11.8
	40~49세	100	9.7
	50~59세	123	11.9
	60세 이상	48	4.7
	합계	515	100.0
종교	불교	172	33.4
	기독교	175	34.0
	천주교	86	16.7
	통일교	0	0.0
	기타	82	15.9
	합계	515	100.0
월 평균 가구소득	299만 원 이하	93	18.1
	300~499만 원	112	21.7
	500~799만 원	113	21.9
	800~999만 원	109	21.2
	1,000만 원 이상	88	17.1
	합계	515	100.0

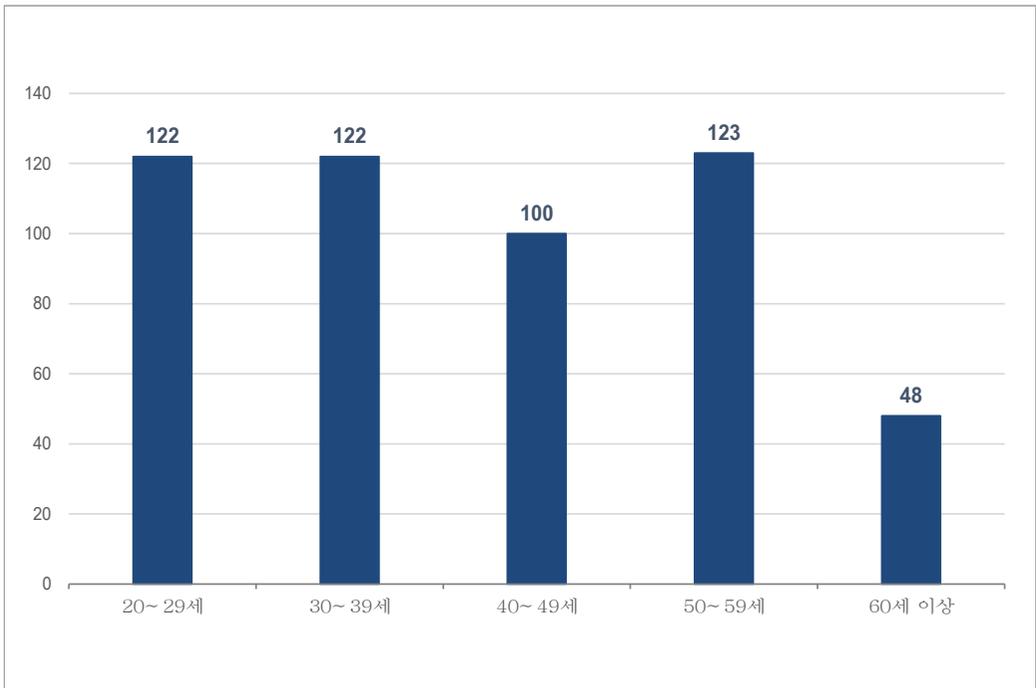
| 그림 III-22. 성별

(단위 : 명)



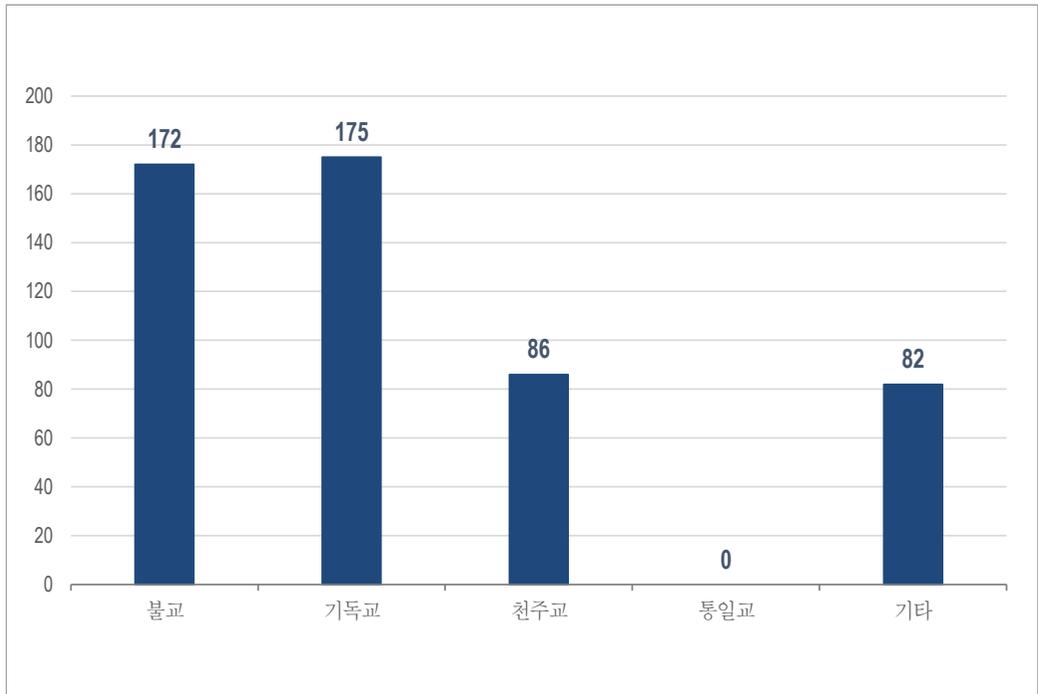
| 그림 III-23. 연령

(단위 : 명)



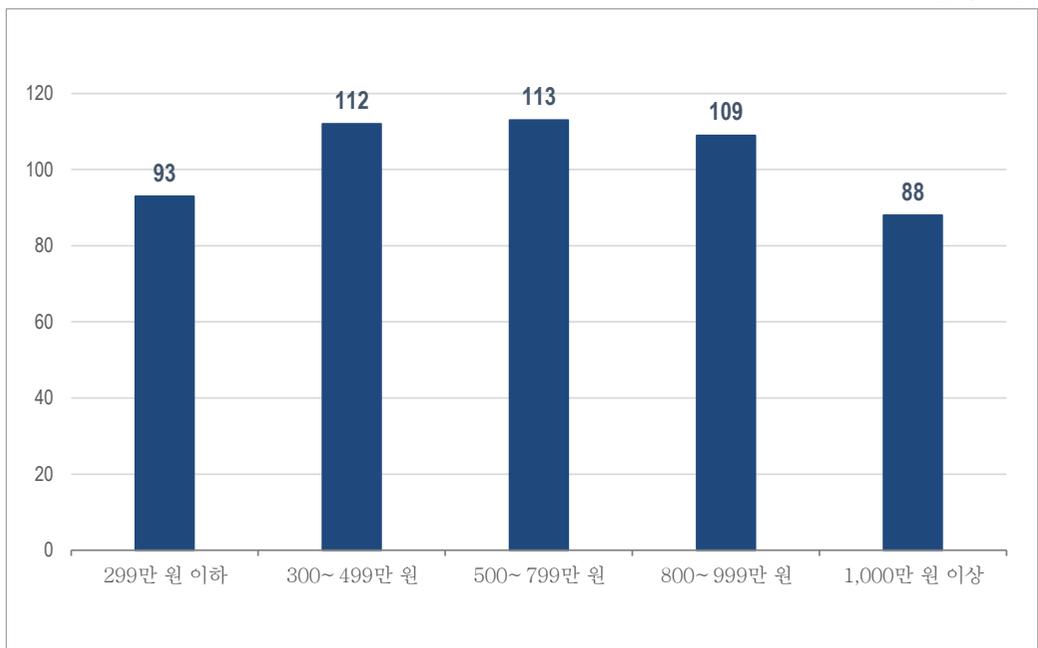
| 그림 III-24. 종교

(단위 : 명)



| 그림 III-25. 월 평균 가구소득

(단위 : 명)



나. 외식 및 소고기 지출

□ 외식 비용

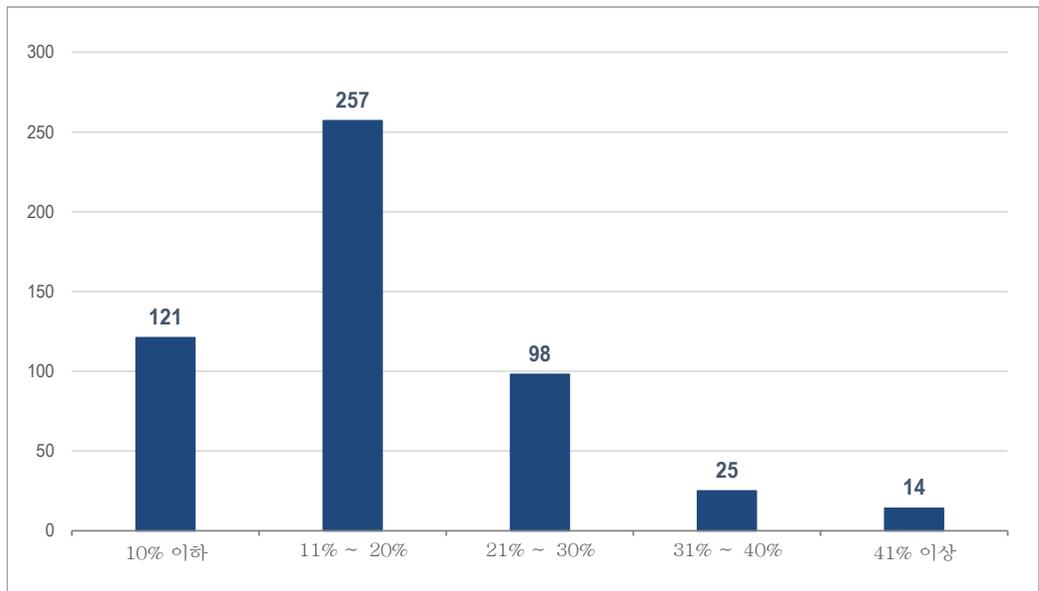
- 월 평균 가구소득 중 외식 비용이 차지하는 비율은 11% ~ 20%가 257명(49.9%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 10% 이하 121명(23.5%), 21% ~ 30% 98명(19.0%), 31% ~ 40% 25명(4.9%), 41% 이상 14명(2.7%) 순으로 높게 나타남.

| 표 III-42. 월 평균 가구소득 중 외식 비용 비율

구분	응답자 수(명)	비중(%)
10% 이하	121	23.5
11% ~ 20%	257	49.9
21% ~ 30%	98	19.0
31% ~ 40%	25	4.9
41% 이상	14	2.7
합계	515	100.0

| 그림 III-26. 월 평균 가구소득 중 외식 비용 비율

(단위 : 명)



□ 소고기 지출 비용

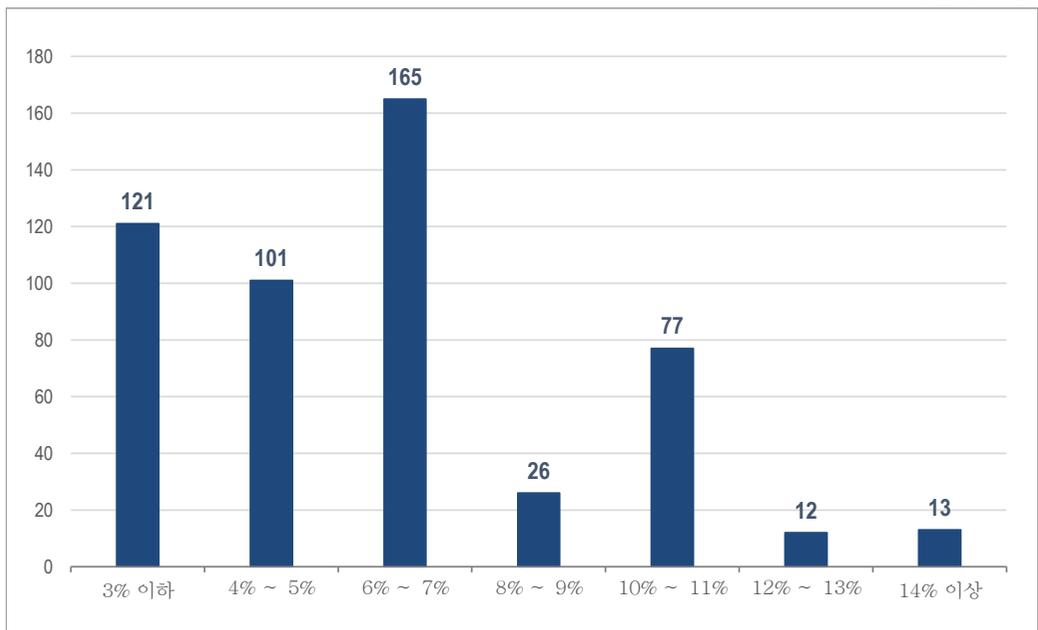
- 외식 비용 중 소고기 지출 비용이 차지하는 비율은 6% ~ 7%가 165명 (32.0%)로 가장 높게 나타났으며, 3% 이하 121명(23.5%), 4% ~ 5% 101명 (19.6%), 10% ~ 11% 77명(15.0%), 8% ~ 9% 26명(5.0%), 14% 이상 13명(2.5%), 12% ~ 13% 12명(2.3%) 순으로 높게 나타남.

| 표 III-43. 외식 비용 중 소고기 지출 비용 비율

구분	응답자 수(명)	비중(%)
3% 이하	121	23.5
4% ~ 5%	101	19.6
6% ~ 7%	165	32.0
8% ~ 9%	26	5.0
10% ~ 11%	77	15.0
12% ~ 13%	12	2.3
14% 이상	13	2.5
합계	515	100.0

| 그림 III-27. 외식 비용 중 소고기 지출 비용 비율

(단위 : 명)



다. 할랄인증 한우고기

□ 할랄인증 한우고기 인지 여부

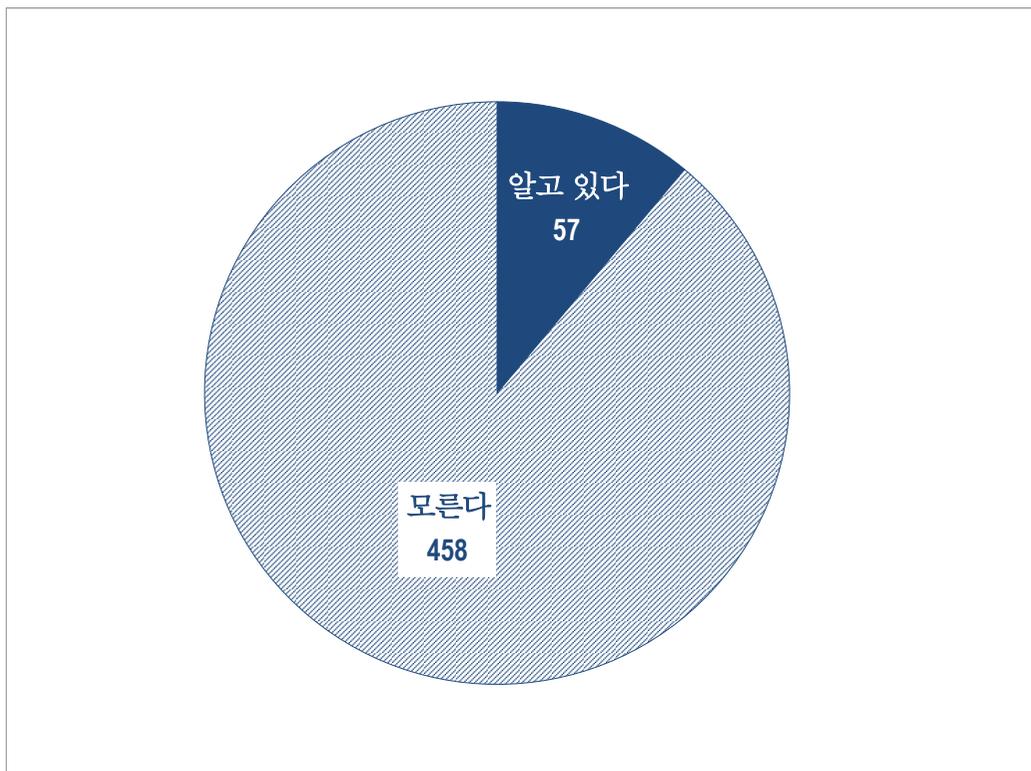
- 할랄인증 한우고기 인지 여부에 대하여 모른다고 응답한 내국인은 458명(88.9%)으로 나타났으며, 알고 있다고 응답한 내국인은 57명(11.1%)에 불과한 것으로 나타남.

| 표 III-44. 할랄인증 한우고기 인지 여부

구분	응답자 수(명)	비중(%)
알고 있다	57	11.1
모른다	458	88.9
합계	515	100.0

| 그림 III-28. 할랄인증 한우고기 인지 여부

(단위 : 명)



□ 할랄인증 한우고기 대체 가능성

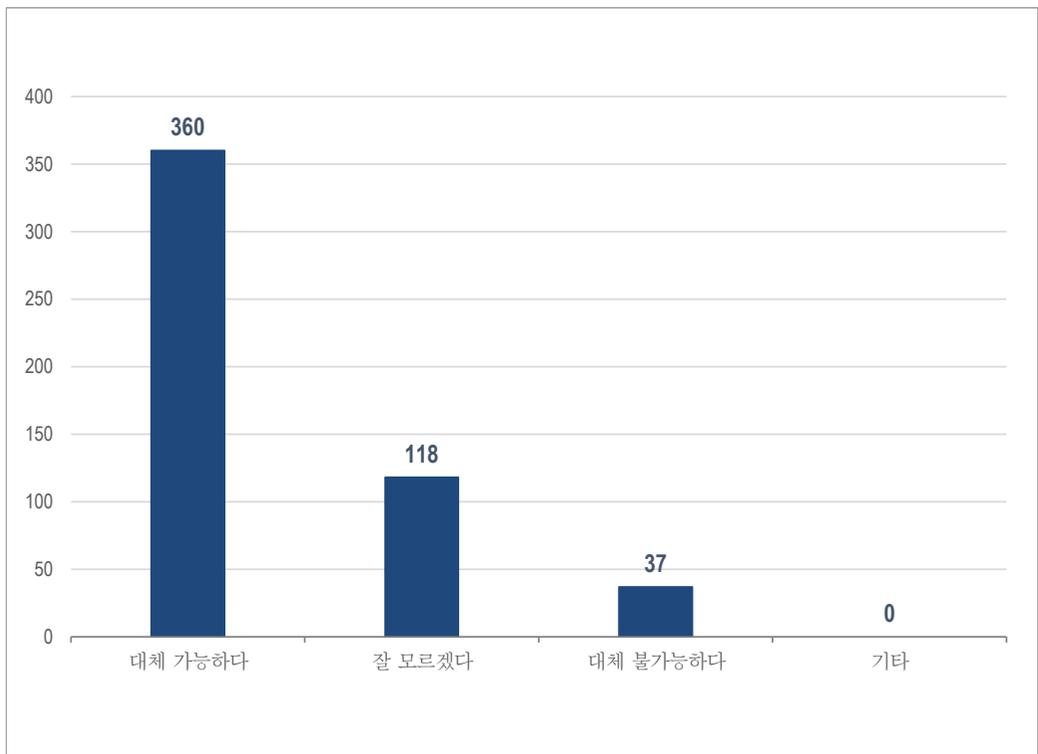
- 할랄인증 한우고기 대체 가능성에 대하여 긍정적으로 응답한 내국인은 360명(69.9%)으로 나타났으며, 유보적인 응답자는 118명(22.9%), 부정적인 응답자는 37명(7.2%), 기타 응답자는 0명(0.0%)으로 나타남.

| 표 III-45. 향후 구매 시 할랄인증 한우고기 대체 가능성

구분	응답자 수(명)	비중(%)
대체 가능하다	360	69.9
잘 모르겠다	118	22.9
대체 불가능하다	37	7.2
기타	0	0.0
합계	515	100.0

| 그림 III-29. 향후 구매 시 할랄인증 한우고기 대체 가능성

(단위 : 명)



□ 종교적 문제 발생 가능성

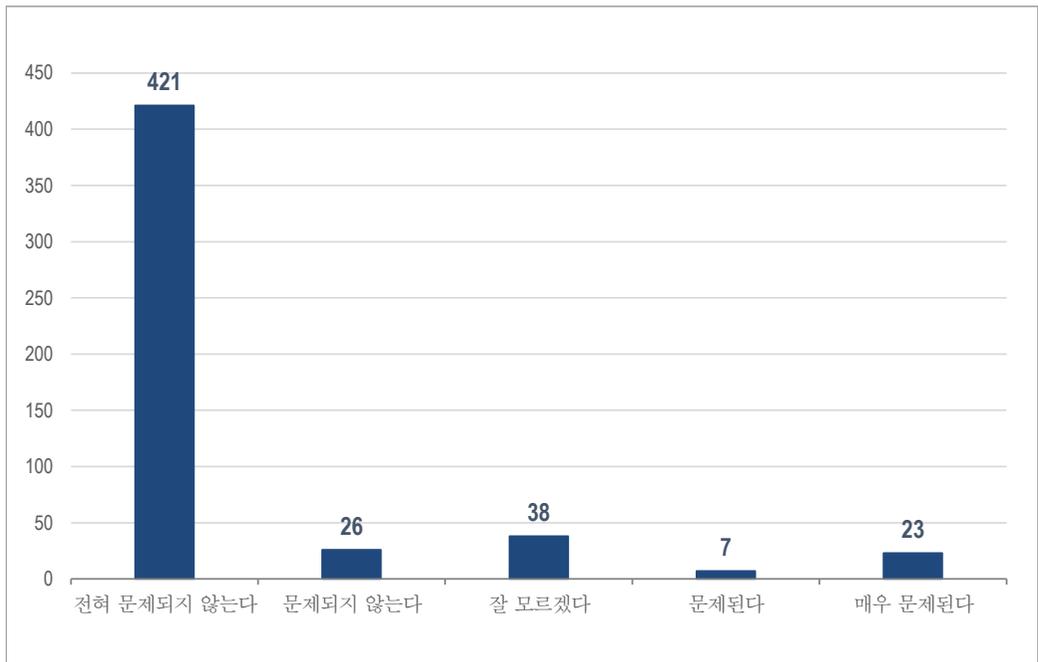
- 할랄인증 한우고기 대체 시 종교적 문제 발생 가능성에 대하여 전혀 문제되지 않는다 또는 문제되지 않는다고 응답한 내국인은 447명(86.8%)로 나타났으며, 잘 모르겠다고 응답한 내국인은 38명(7.4%), 문제된다 또는 매우 문제된다고 응답한 내국인은 30명(5.8%)으로 나타남.

| 표 III-46. 종교적 문제 발생 가능성

구분	응답자 수(명)	비중(%)
전혀 문제되지 않는다	421	81.7
문제되지 않는다	26	5.0
잘 모르겠다	38	7.4
문제된다	7	1.4
매우 문제된다	23	4.5
합계	515	100.0

| 그림 III-30. 종교적 문제 발생 가능성

(단위 : 명)



제4장 결론 및 정책적 제언

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구 최종보고서

제1절 결론

- 본 연구에서는 현 할랄식품 인증을 확보한 현황 및 관련 업체들의 실태와 인터뷰를 수행하였으며, 주요 판매점들을 대상으로 실태 및 인터뷰를 진행하였음.
- 또한 거주 무슬림 및 방한 무슬림을 대상으로 우리나라 할랄식품 전반에 대한 구매 및 소비실태, 외식소비 실태, 할랄식품 인증에 대한 인식과 평가 등을 수행하였으며, 대국민을 대상으로 외식 및 소비 지출, 할랄인증 한우 고기에 대한 인지 여부, 대체 가능성 등을 분석하였음.
- 또한 국내 할랄 유통 및 판매구조를 분석한 결과, 국산 식품 중 할랄을 표시, 판매되는 제품은 전무한 것으로 나타났음.
 - 다수 업체들은 할랄인증제품을 수출용으로만 인식, 내수 할랄시장 협소 등 이유로 소외
- 주요 유통채널 분석 결과, 수입회사를 중심으로 도매상, 소매점으로 전통적 방식과 온라인 판매가 추가된 구조로 형성되어 있음.
 - 오프라인 시장 규모가 70%, 온라인이 30% 수준으로 조사되었으며,
 - 오프라인은 도매상에서 할랄전문매장과 대형마트를 중심으로 판매가 이루어지고 있으며, 온라인은 다수의 온라인판매점을 통해 중계 판매되고 있음.
- 마지막으로 국내 할랄한우 판매를 위한 시장 수요 규모 분석을 추정된 결과, 연간 약 800~2,500두 시장은 형성 가능한 것으로 추정됨.
 - 국내 거주 및 방한 무슬림 소비 시장 : 약 2,800두~4,100두 시장 존재 가능성
 - 대국민 대상 소비 시장 : 보수적 판매, 연간 약 32만두 시장 존재 가능성
 - 국내 시장 한우고기 평균 점유율 적용(32%) : 800~2,500두 시장 존재 가능성
 - 향후 관련 사항은 더욱더 정확한 수요조사를 통해 분석될 필요가 있으며, 현 단계에서는 설문조사 결과 및 수요추정치를 적용하여 도출한 결과임.

제2절 정책적 제언

1. 할랄인증 한우고기 국내 유통 방안

□ 대표상권 시범운영 사업

- (공항) 할랄전문식당 시범사업 운영
 - 사업방식 : 협단체 직영 또는 민간 운영, 국토부 및 문체부 협의를 통한 사업 추진
 - 사업 장점 : 우리나라에도 안전한 할랄식당 존재 및 할랄 식품 판매점 정보 제공 역할
 - 사업한계점 : 현재 탑승동 3층 니맛 운영(아워홈), 협의를 통한 메뉴 다각화 필요 (현재 카레 중심), 사업 위치 다소 부적절(1 또는 2여객터미널)
- (이태원) 할랄 한우고기 전문 식당 시범사업 운영
 - 사업방식 : 협단체 직영 또는 민간 운영
 - 사업 장점 : 할랄 한우고기 구이 문화 전파, 한우 우수성, 할랄인증 안심먹거리 신뢰성 향상
 - 사업한계점 : 다소 높은 판매단가, 유통비용 및 판매마진 최소화 필요

□ 정육(비선호부위) 할랄 한우고기 메뉴 다각화를 통한 인바운드 시장 진입 필요

- (온라인) 할랄인증 한우불고기 밀키트상품 출시(불고기, 카레 등)
 - 사업방식 : 대기업 및 현재 할랄인증 제조업체와 협의를 통한 상품 개발
 - 사업 장점 : 정육(비선호부위) 판매, 소포장 및 대형마트 중심 판매, 유학생 및 거주 무슬림, 내국인을 대상으로 판매하여 할랄한우 판매 다각화 가능
 - 사업한계점 : 소비기한 등의 관련 재고 발생, 적정 판매 단가 설정 필요

- (대학교, 병원 등 도시락 오프라인) 할랄도시락 시범사업 운영
 - 사업방식 : 국공립대학 수요 조사를 통한 생활협동조합 방식의 할랄도시락 제공, 민간위탁 운영 사업
 - 사업목적 : 한우 등 우리나라 식재료 우수성, 할랄인증 안심먹거리 신뢰성 향상
 - 사업한계점 : 다소 높은 판매단가, 수요가 충분하지 않을 경우 사업 실효성 문제 발생

□ 호스피탈리티 업계와 연계를 통한 할랄 한우고기 체험 기회 제공

- 본 사업은 국내에서 할랄 한우고기를 체험하고 귀국 후 자국에서 할랄 한우고기를 소비할 수 있도록 관련 유통방안을 제시함.
 - 특히 일부 방문 무슬림 중 고소득층으로 국내 성형 등 병원 및 패키지 상품을 통해 입국하는 방문 무슬림을 대상으로 할랄 한우고기를 우리나라에 거주하는 동안 체험할 기회를 제공하며, 향후 자국에서도 할랄 한우고기를 찾도록 유도하기 위한 방안임.
 - 따라서, 주요 관광업체 및 호텔과 연계를 통해 사전적으로 할랄 한우고기 체험 기회에 대한 정보를 제공하고 방문 프로그램의 하나로 제시될 수 있도록 함.
- 코로나 이후 우리나라의 의료 서비스를 찾는 고소득 무슬림 방문객이 늘어나면서 병원, 호텔, 여행사 등의 호스피탈리티업계에 관련 연계가 필요함.
 - 특히 여행사의 경우, 2018년 원월드투어 업체는 세계 최초 이슬람월드(DMDI)로부터 할랄인증 확보, 2023년 11월 (주)대형홀딩스와 (주)포시즌관광은 인도네시아 할랄 여행 사업 공동 추진을 위한 포괄적 업무 협약 체결을 통한 할랄 여행 및 쇼핑 등 부가사업 공동 추진 중임.
 - 호텔의 경우, 일부 호텔에서는 기도실 및 관련 용품 제공하고 있으며, 할랄 푸드 제공 레스토랑을 사전적으로 관련 정보를 제공하고 있음.
 - 메이필드호텔은 2018년 할랄 인증을 확보받은 ‘낙원’ 매장을 운영하고 있으며, 할랄 메뉴판을 별도로 제작, 소불고기, 전복비빔밥, 해물된장찌개, 해물과전 총 4가지 할랄 음식을 제공하고 있음.

성급	업체명	기도실					할랄푸드	
		기도실 여부	운영 시간	남녀 구분	기도 용품	세족 시설	할랄푸드제공 레스토랑	사전 주문
등급 없음	강남아르누보	O	상시	X	X	O	X	-
5성	그랜드인터컨티 넬탈 서울	X	-	X	O	X	그랜드키친	필요
5성	노보텔서울 동대문	O	상시	X	O	O	X	-
5성	메이필드 호텔서울	X	-	X	O	X	낙원	필요
등급 없음	몬드리안 이태원	X	-	X	X	X	클레오	필요
5성	조선포텔 (웨스틴조선)	X	-	X	O	X	X	-
등급 없음	이태원G 게스트하우스	O	9시~ 22시	X	O	X	X	-
5성	인터컨티넬탈 코엑스	X	-	X	O	X	아시안라이브	필요
5성	콘래드 서울	X	-	X	O	O	제스트, 37그릴&바, 아트리오	필요
5성	파크하얏트 서울	X	-	X	O	X	코너스톤, 룸서비스	X
5성	포시즌스서울	X	-	X	O	X	X	-
등급 없음	플레이저 센트럴 서울	O	상시	X	O	O	사전 주문시 할랄음식 제공	-
5성	플라자(더플라자)	X	-	X	O	X	주원	필요

자료 : 서울특별시관광협회(23, 11월말 기준)

- (여행사, 호텔, 의료 전용 패키지 상품) (가칭)할랄 3H 미인 사업
 - 사업방식 : 여행사(Holiday), 호텔(Hotel), 의료기관(Health) 연계 패키지 전용 상품
 - 사업목적 : 한국에 거주하는 기간 동안 할랄 전용 의식주 제공, 한국 할랄 한우 및 식료품 등 체험 기회 제공, 향후 귀국 후 우리나라 할랄 한우고기 및 제품 판매 확대

2. 법·제도적 정부 차원의 지원 사항

□ 홍보 활동 강화 및 지속성 필요

- 중장기적 접근, KMF 인지도 및 할랄인지도 등에서 매우 취약하며, 실지 설문조사 결과, 관련 할랄에 대한 대국민 인지도가 매우 낮으며, 방한 무슬림 및 일부 거주 무슬림의 경우도 할랄 판매점에 대해 관련 정보가 부족하다고 다수가 응답함.
- 대국민, 거주 및 방한 무슬림을 대상으로 할랄 판매점에 대한 홍보를 통한 종교적 문제로 인해 발생 가능한 문제를 원천적으로 해소할 수 있도록 함.
 - 홍보 방식 : 공항, 이태원 등 관광홍보관 등에서 관련 프로셔 및 정보 제공, 어플리케이션 개발을 통한 관련 정보 제공(위치, 메뉴, 인증 등)
 - 업무 주체 : 농림부 주관으로 문화체육관광부와 협의를 통해 관련 홍보 사업 추진 필요

□ 국내 할랄 한우고기 물류비 지원 사업(안)

- 지원 품목 : 할랄도축을 통한 축산물
- 지원 내용 : 연간 국내 물류비의 10% 지원(부가세 제외, 업체당 최대 5백만원)
- 지원 제한 : 법인 기관, 소기업
- 주요 서류 : 물류비 정산 내역 리스트, 우대사항 입증 서류(지역사회공헌 활동, 홈페이지 등 홍보물 보유, 지역주민 고용 등), 사업자등록증 등
- 지원 목적 : 물류지원을 통한 운송부담 해소로 참여기업 내수시장 경쟁력 도모

□ 국내 할랄인증기관 통일

- 현재 우리나라에 할랄인증기관이 서서히 난립하는 양상을 보이고 있으며, 인증기관간의 상호 교류가 충분히 이루어져 협단체와 업체간의 제휴가 원활하도록 함이 주요 목적임에도 불구하고 거의 상호 교류가 충분히 이루어지고 있지 않음.

- 따라서 농림부가 주도하여 통일된 인증기관 지정을 통해 단순한 인증기관의 틀을 넘어 전국 어디에서라도 식재조달이 유연하게 할 수 있도록 함.
- 이를 통해 식재 조달 비용 하락, 높은 할랄 메뉴의 고객 단가도 하락할 수 있도록 함이 바람직할 것으로 판단됨.

□ 단속 및 모니터링 실시 및 강화 필요

- 캐나다에서는 감독 및 모니터링 기관을 별도로 설립하여 운영하고 있으며, 할랄 소비자들이 할랄 식품에 대한 신뢰성을 높이기 위해 지속적으로 감독과 모니터링을 실시하고 있음.
- 이에 따라 우리나라 역시 단속 및 모니터링 실시가 반드시 필요하며, 이미 현재 우리나라에 할랄미인증 업체가 인증받은 것처럼 포장을 통해 판매가 이루어지고 있음.
- 즉, 농림부, 한우자조금위원회, 한우협회를 중심으로 모니터링 협의체를 구축할 필요가 있으며, 주요 할랄쇠고기 판매점을 주기적 점검 필요할 필요가 있음.

[현재 할랄 미인증 업체 판매 현황]



□ 국내 할랄 한우고기 등급제 구분 제품 판로 설정

- 인바운드 시장에 국내 할랄 한우고기 판매를 위해서는 할랄 소비자 타겟팅 구분을 통한 객단가 조정 핵심 사항으로 판단됨.
- 대국민, 거주 및 방한 무슬림 구분과 판매 장소에 따른 등급별 제품 판매가 필요함.
 - 대국민 : 1등급 할랄도축 한우고기 판매
 - 거주 및 방한 무슬림 : 1등급 및 2등급 또는 육우 판매
 - 호텔 및 공항 : 1+ 및 1등급 판매
- 본 연구에서는 등급제 구분 제품 판로 설정을 제시하지만 향후 부처 및 협단체, 관련 업체들과 협의를 통해 제품 품질의 안정성과 균일화를 확보함이 반드시 필요함.

한우지조금관리위원회

부록

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구

2024

한우자조금관리위원회 | HANWOO BOARD

할랄인증 한우고기 국내 유통 방안 연구
최종보고서

1. 국가별 수요추정 결과 : OIC 회원국

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	[A+B+C](kg)
Africa	Comoros	코모로	2	1	-	3.7	98.3	7	1	-	8
	Djibouti	지부티	1	2	1	5.7	97	6	3	0	8
	Mozambique	모잠비크	48	8	1	0.8	18.9	7	0	0	7
	Uganda	우간다	551	57	2	4.2	14	326	8	0	334
	Cameroon	카메룬	826	34	18	4.2	30	1,038	11	0	1,049
	Chad	차드	11	-	-	27.3	58	174	-	-	174
	Gabon	가봉	81	10	1	4.3	10	35	1	0	36
	Algeria	알제리	451	34	13	3.5	99	1,576	30	1	1,606
	Libya	리비아	677	168	12	4.5	97	2,942	183	1	3,125
	Morocco	모로코	1,487	64	207	7.8	99	11,424	123	22	11,568
	Sudan	수단	294	50	2	7.7	94.5	2,131	91	0	2,222
	Tunisia	튀니지	338	4	107	4.4	89	1,318	4	6	1,328
	Egypt	이집트	2,514	196	200	6.3	94.7	14,910	291	16	15,217
	Burkina Faso	부르키나파소	42	5	2	5	63.2	133	4	0	137
	Gambia	감비아	-	-	-	4.1	94.6	-	-	-	-
	Guinea	기니	255	7	3	7.7	89.1	1,754	12	0	1,766
	Guinea-Bissau	기니비사우	14	2	2	3.7	46.1	24	1	0	25
	Ivory Coast	코트디부아르	183	36	6	1.5	42.9	115	6	0	121
	Mali	말리	235	23	4	2.6	95	578	14	0	593
	Mauritania	모리타니	12	4	-	6.9	99.9	83	7	-	90
Niger	니제르	7	1	1	2.8	98.3	19	1	0	20	
Nigeria	나이지리아	2,522	356	36	1.6	48.5	1,920	68	0	1,989	
Senegal	세네갈	317	17	4	6	97.2	1,849	25	0	1,874	
Sierra Leone	시에라리온	84	9	3	1.6	78.6	104	3	0	106	
Togo	토고	39	1	4	0.7	21.7	6	0	0	6	

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			[A+B+C](kg)
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	
Europe	Albania	알바니아	23	1	30	13.9	58.8	188	2	3	193
Asia	Kyrgyzstan	키르기즈	5,525	960	17	15.7	90	77,820	3,380	3	81,203
	Tajikistan	타지키스탄	797	854	6	21.7	97	16,790	4,498	2	21,289
	Turkmenistan	투르크메니스탄	240	61	1	26.5	93	5,914	376	0	6,290
	Uzbekistan	우즈베키스탄	49,149	5,173	236	30.4	87.9	1,314,204	34,580	86	1,348,871
	Afghanistan	아프가니스탄	832	66	10	3	99.7	2,489	49	0	2,538
	Brunei	브루나이	120	11	203	-	78.8	-	-	-	-
	Indonesia	인도네시아	40,291	9,786	529	2.7	85.8	93,706	5,690	17	99,412
	Malaysia	말레이시아	3,612	80	5,833	7.4	61.3	16,363	91	362	16,815
	Bangladesh	방글라데시	17,539	1,860	2,529	1.3	91.3	20,332	539	40	20,911
	Maldives	몰디브	3	-	-	9.3	100	28	-	-	28
	Pakistan	파키스탄	11,806	1,162	1,492	9.7	96.5	110,123	2,710	191	113,023
	Iran	이란	1,286	635	110	4.4	99.4	5,599	691	7	6,297
	Azerbaijan	아제르바이잔	287	31	2	12.9	97.3	3,600	97	0	3,697
	Bahrain	바레인	14	-	5	14.4	73.7	148	-	1	149
	Iraq	이라크	433	177	9	3.6	98	1,545	158	0	1,703
	Jordan	요르단	481	119	2	7.5	97.2	3,516	217	0	3,733
	Kuwait	쿠웨이트	52	6	40	13.1	74.6	507	15	5	527
	Lebanon	레바논	35	12	2	12.5	67.8	298	26	0	323
	Oman	오만	69	4	15	11.4	52.4	411	6	1	418
	Palestine	팔레스타인	75	11	-	-	89.9	-	-	-	-
Qatar	카타르	42	9	35	13.7	63.9	367	20	4	391	
Turkey	튀르키예	2,772	55	1,088	17.3	98.1	47,145	234	253	47,633	
UAE	아랍에미리트연합	502	10	523	18.4	65.5	6,052	30	86	6,168	
Yemen	예멘	-	-	-	3	99.1	-	-	-	-	
south america	Guyana	가이아나	11	-	1	3.5	7.4	3	-	0	3
	Suriname	수리남	1	-	6	4.8	14.3	1	-	0	1

2. 국가별 수요추정 결과 : 비 OIC 회원국

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	[A+B+C](kg)
Africa	Burundi	부룬디	208	6	1	1.2	10	25	0	0	25
	Eritrea	에리트레아	13	2	1	-	51.7	-	-	-	-
	Ethiopia	에티오피아	1,117	38	12	3.4	31.3	1,203	10	0	1,213
	Kenya	케냐	458	66	6	4.7	11.4	246	9	0	254
	Madagascar	마다가스카르	26	7	1	1.2	10	3	0	0	3
	Malawi	말라위	40	3	2	3.1	20	24	0	0	25
	Mauritius	모리셔스	19	-	21	6.3	17.3	21	-	0	21
	Rwanda	르완다	320	54	1	2.7	4.8	42	2	0	43
	Somalia	소말리아	25	1	3	-	99.8	-	-	-	-
	Tanzania	탄자니아	454	18	1	8	35.8	1,298	13	0	1,311
	Zambia	잠비아	90	12	2	10.3	1	9	0	0	10
	Zimbabwe	짐바브웨	106	13	11	43.8	0.7	33	1	0	34
	Angola	앙골라	148	7	3	3.6	0.3	2	0	0	2
	Central African Republic	중앙아프리카공화국	10	3	1	18.9	15	28	2	0	31
	Congo	콩고	25	10	1	2.5	15	9	1	0	10
	Equatorial Guinea	적도기니	8	2	-	-	10	-	-	-	-
	Republic of the Congo	콩고민주공화국	278	17	2	0.3	2	2	0	0	2
	South Sudan	남수단	-	-	-	11.8	20	-	-	-	-
	Botswana	보츠와나	18	1	5	12.4	0.4	1	0	0	1
	Eswatini	에스와티니	12	2	4	15.8	2	4	0	0	4
Lesotho	레소토	5	1	-	2.8	0.2	0	0	-	0	
Namibia	나미비아	2	-	-	8.6	0.4	0	-	-	0	
South Africa	남아프리카공화국	3,335	113	329	17.4	1.8	1,059	9	1	1,069	
Benin	베냉	16	2	8	2.5	27.7	11	0	0	12	
Ghana	가나	1,163	295	16	1.6	19.9	368	23	0	391	
Liberia	라이베리아	472	22	36	0.7	20	68	1	0	69	

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			[A+B+C](kg)
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	
Asia	Kazakhstan	카자흐스탄	17,239	743	12,621	27.1	70.2	328,200	3,536	3,292	335,028
	China	중국	181,571	50,467	14,859	7.7	3.6	50,266	3,493	56	53,815
	Hong Kong	홍콩	2,126	60	6,513	32.9	4.1	2,871	20	120	3,012
	Japan	일본	26,656	2,246	17,151	9.5	0.2	381	8	3	393
	Mongolia	몽골	27,884	24,111	1,043	26.5	4.8	35,704	7,718	18	43,440
	North Korea	북한	-	-	-	0.8	0	-	-	-	-
	Taiwan	타이완	17,683	468	7,197	8.2	0.3	361	2	2	365
	Cambodia	캄보디아	45,231	3,874	128	4.1	2	3,736	80	0	3,816
	Myanmar	미얀마	30,805	2,224	246	2.6	4.3	3,444	62	0	3,507
	Philippines	필리핀	43,020	12,659	1,761	3.6	11	17,099	1,258	10	18,366
	Singapore	싱가포르	799	103	10,136	-	15.6	-	-	-	-
	Thailand	타이	33,775	2,849	165,049	1.5	5.2	2,547	54	170	2,771
	Vietnam	베트남	196,883	36,915	1,208	5.2	0.1	1,020	48	0	1,068
	Bhutan	부탄	42	6	-	5.4	0.3	1	0	-	1
	India	인도	12,267	1,931	219	2.3	14.6	4,030	159	1	4,189
	Nepal	네팔	44,755	2,791	319	6.3	4.4	12,403	193	1	12,598
	Sri Lanka	스리랑카	22,282	2,392	238	1.3	9.7	2,723	73	0	2,797
	Georgia	조지아	91	25	6	6.3	10.7	62	4	0	66
	Israel	이스라엘	200	21	78	32	18	1,151	30	6	1,187
Saudi Arabia	사우디아라비아	925	25	149	5.9	92.2	5,063	34	11	5,109	
Syria	시리아	1,617	48	25	3	83.3	4,015	30	1	4,046	

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	[A+B+C](kg)
Europe	Belarus	벨라루스	-	-	-	18.4	1.1	-	-	-	-
	Bulgaria	불가리아	130	1	41	3.8	12.2	61	0	0	61
	Czech Republic	체코	190	12	68	11	0.2	4	0	0	4
	Hungary	헝가리	204	11	74	5.8	0.6	7	0	0	7
	Moldova	몰도바	48	10	1	3.2	0.4	1	0	0	1
	Poland	폴란드	512	28	195	1.7	0	0	0	0	0
	Romania	루마니아	266	15	104	5.1	1	14	0	0	14
	Russia	러시아	13,969	1,035	10,370	13.3	10.9	20,236	375	206	20,816
	Slovakia	슬로바키아	72	2	32	6.6	0.2	1	0	0	1
	Ukraine	우크라이나	3,191	216	65	6.3	1	196	3	0	200
	Cyprus	키프로스	14	-	13	7.2	25	25	-	0	25
	Denmark	덴마크	345	17	159	23.7	5.4	441	5	3	449
	Estonia	에스토니아	42	8	34	9.6	0.1	0	0	0	1
	Finland	핀란드	251	3	141	19.2	1.8	89	0	1	90
	Ireland	아일랜드	644	9	138	19.5	1.4	175	1	1	176
	Latvia	라트비아	78	6	18	5	0.1	0	0	0	0
	Lithuania	리투아니아	116	1	41	5.4	0.1	1	0	0	1
	Norway	노르웨이	285	4	167	19.2	3.3	180	1	1	182
	Sweden	스웨덴	576	20	282	21.6	6.9	854	7	6	867
	United Kingdom	영국	5,125	103	1,999	18	3.2	2,980	15	16	3,011

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	[A+B+C](kg)
Europe	Bosnia and Herzegovina	보스니아-헤르체고비나	10	-	5	14.2	50.8	72	-	0	73
	Croatia	크로아티아	91	3	45	13.3	1.5	18	0	0	18
	Greece	그리스	219	7	146	14.5	2.9	92	1	1	94
	Italy	이탈리아	1,051	39	619	16	4.8	806	7	7	820
	Malta	몰타	8	-	15	17.4	2.6	4	-	0	4
	Montenegro	몬테네그로	11	-	5	12.5	20	28	-	0	28
	North Macedonia	북마케도니아	14	1	-	8.4	33.3	39	1	-	40
	Portugal	포르투갈	177	13	101	21.5	0.6	24	0	0	25
	Serbia	세비아	-	-	-	9.2	1.7	-	-	-	-
	Slovenia	슬로베니아	51	2	22	12.1	3.6	22	0	0	22
	Spain	스페인	1,101	30	473	12.7	2.5	353	2	2	357
	Austria	오스트리아	256	18	144	14.2	8	291	5	2	298
	Belgium	벨기에	459	25	197	13.2	7.6	462	6	3	471
	France	프랑스	4,852	246	1,874	23	8.5	9,534	121	50	9,706
	Germany	독일	3,187	130	1,793	14	5.5	2,479	25	19	2,523
	Luxembourg	룩셈부르크	30	1	15	30.7	2.3	22	0	0	22
	Netherlands	네덜란드	806	28	532	16.7	2.2	298	3	3	303
Switzerland	스위스	346	14	346	19.8	5.2	354	4	5	363	
Oceania	Australia	오스트레일리아	1,819	156	11,136	26.3	3.2	1,514	32	127	1,673
	New Zealand	뉴질랜드	706	69	2,677	17.6	0.8	105	3	5	113
	Fiji	피지	44	5	20	3.6	6.3	10	0	0	10
	Papua New Guinea	파푸아뉴기니	6	9	3	1	0	0	0	0	0

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문)	국내 등록 외국인 (명)	국내 단기체류 외국인① (명)	국내 단기체류 외국인② (명)	평균 1인당 쇠고기 소비량 (kg/년)	국가별 무슬림 인구 비중 (%)	국내 할랄 쇠고기 소비량 추정			
								국내 등록외국인 할랄 쇠고기 소비량 추정[A] (kg)	국내 단기체류 외국인① 할랄 쇠고기 소비량 추정[B](kg)	국내 단기체류 외국인② 할랄 쇠고기 소비량 추정[C](kg)	[A+B+C](kg)
North America	Cuba	쿠바	35	7	2	4.1	0.1	0	0	0	0
	Dominican Republic	도미니카공화국	69	3	44	6.2	0	0	0	0	0
	Haiti	아이티	188	3	10	4.3	0.1	0	0	0	0
	Jamaica	자메이카	37	-	20	7.3	0.2	1	-	0	1
	Trinidad and Tobago	트리니다드토바고	21	2	6	6.5	5.8	8	0	0	8
	El Salvador	엘살바도르	64	-	14	10.6	0.3	2	-	0	2
	Guatemala	과테말라	78	17	38	11.2	0	0	0	0	0
	Honduras	온두라스	46	7	28	6.6	0.3	1	0	0	1
	Mexico	멕시코	855	24	528	15.3	-	-	-	-	-
	Panama	파나마	75	3	14	14.2	0.6	6	0	0	6
	Canada	캐나다	4,349	169	5,675	25.9	4.9	5,514	54	99	5,667
United States	미국	31,000	1,406	79,720	37.8	1.1	12,307	140	434	12,880	
South America	Argentina	아르헨티나	204	111	213	48.5	0.9	88	12	1	101
	Bolivia	볼리비아	69	22	5	21.5	0	0	0	0	0
	Brazil	브라질	1,244	187	813	34.7	0.7	306	12	3	320
	Chile	칠레	238	42	138	33.3	0	2	0	0	2
	Colombia	콜롬비아	527	16	179	13.8	0.2	15	0	0	15
	Venezuela	베네수엘라	166	6	60	13	0.4	9	0	0	9

3. OIC 회원국 국가별 무슬림 인구 비중

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문, 법무부기준)	인구 (천명)	무슬림 인구 (천명)	무슬림 인구 비중(%)
Africa	Comoros	코모로	852	807	98.3
	Djibouti	지부티	1,136	857	97
	Mozambique	모잠비크	33,897	5,838	18.9
	Uganda	우간다	48,582	5,435	14
	Cameroon	카메룬	28,647	7,692	30
	Chad	차드	18,279	9,183	58
	Gabon	가봉	2,437	212	10
	Algeria	알제리	45,606	43,737	99
	Libya	리비아	6,888	6,552	97
	Morocco	모로코	37,840	36,371	99
	Sudan	수단	48,109	38,586	94.5
	Tunisia	튀니지	12,458	10,190	89
	Egypt	이집트	112,717	90,000	94.7
	Burkina Faso	부르키나파소	23,251	13,514	63.2
	Gambia	감비아	2,773	2,283	94.6
	Guinea	기니	14,191	10,563	89.1
	Guinea-Bissau	기니비사우	2,151	911	46.1
	Ivory Coast	코트디부아르	28,873	11,266	42.9
	Mali	말리	23,294	17,508	95
	Mauritania	모리타니	4,863	4,157	99.9
	Niger	니제르	27,203	21,102	98.3
	Nigeria	나이지리아	223,805	97,000	48.5
	Senegal	세네갈	17,763	17,421	97.2
Sierra Leone	시에라리온	8,791	6,068	78.6	
Togo	토고	9,054	1,593	21.7	
Europe	Albania	알바니아	2,832	1,798	58.8

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문, 법무부기준)	인구 (천명)	무슬림 인구 (천명)	무슬림 인구 비중(%)
Asia	Kyrgyzstan	키르기즈	6,735	5,850	90
	Tajikistan	타지키스탄	10,144	9,253	97
	Turkmenistan	투르크메니스탄	6,516	5,610	93
	Uzbekistan	우즈베키스탄	35,164	29,920	87.9
	Afghanistan	아프가니스탄	42,240	37,025	99.7
	Brunei	브루나이	453	355	78.8
	Indonesia	인도네시아	277,534	236,000	85.8
	Malaysia	말레이시아	34,309	20,064	61.3
	Bangladesh	방글라데시	172,954	150,800	91.3
	Maldives	몰디브	521	375	100
	Pakistan	파키스탄	240,486	240,760	96.5
	Iran	이란	89,173	82,500	99.4
	Azerbaijan	아제르바이잔	10,413	10,074	97.3
	Bahrain	바레인	1,486	1,063	73.7
	Iraq	이라크	45,505	39,653	98
	Jordan	요르단	11,337	10,166	97.2
	Kuwait	쿠웨이트	4,310	2,176	74.6
	Lebanon	레바논	5,354	3,567	67.8
	Oman	오만	4,644	2,427	52.4
	Palestine	팔레스타인	5,371	4,298	89.9
	Qatar	카타르	2,716	1,567	63.9
	Turkey	튀르키예	85,816	84,400	98.1
United Arab Emirates	아랍에미리트연합	9,517	6,252	65.5	
Yemen	예멘	34,450	26,784	99.1	
South America	Guyana	가이아나	814	55	7.4
	Suriname	수리남	623	86	14.3

4. 비 OIC 회원국 국가별 무슬림 인구 비중

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문, 법무부기준)	인구 (천명)	무슬림 인구 (천명)	무슬림 인구 비중(%)
Africa	Burundi	부룬디	13,239	1,184	10
	Eritrea	에리트레아	3,749	3,100	51.7
	Ethiopia	에티오피아	126,527	34,703	31.3
	Kenya	케냐	55,101	5,500	11.4
	Madagascar	마다가스카르	30,326	2,568	10
	Malawi	말라위	20,932	3,969	20
	Mauritius	모리셔스	1,301	236	17.3
	Rwanda	르완다	14,095	576	4.8
	Somalia	소말리아	18,143	10,978	99.8
	Tanzania	탄자니아	67,438	19,427	35.8
	Zambia	잠비아	20,570	169	1
	Zimbabwe	짐바브웨	16,665	100	0.7
	Angola	앙골라	36,684	90	0.3
	Central African Republic	중앙아프리카공화국	5,742	862	15
	Congo	콩고	102,263	12,792	15
	Equatorial Guinea	적도기니	1,715	80	10
	Republic of the Congo	콩고민주공화국	6,107	108	2
	South Sudan	남수단	11,089	2,465	20
	Botswana	보츠와나	2,675	9	0.4
	Eswatini	에스와티니	1,211	6	2
Lesotho	레소토	2,330	3	0.2	
Namibia	나미비아	2,604	10	0.4	
South Africa	남아프리카공화국	60,414	1,050	1.8	
Benin	베냉	13,713	3,141	27.7	
Ghana	가나	34,122	6,442	19.9	
Liberia	라이베리아	5,418	962	20	
Asia	Kazakhstan	카자흐스탄	19,607	13,159	70.2
	China	중국	1,425,671	50,000	3.6
	Hong Kong	홍콩	7,492	296	4.1
	Japan	일본	123,295	185	0.2
	Mongolia	몽골	3,447	150	4.8
	Taiwan	타이완	23,923	60	0.3
	Cambodia	캄보디아	16,945	311	2
	Myanmar	미얀마	54,578	2,392	4.3
	Philippines	필리핀	117,337	12,000	11
	Singapore	싱가포르	6,015	915	15.6
	Thailand	타이	71,801	3,640	5.2
	Vietnam	베트남	98,859	96	0.1

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문, 법무부기준)	인구 (천명)	무슬림 인구 (천명)	무슬림 인구 비중(%)
Asia	Bhutan	부탄	787	2	0.3
	India	인도	1,428,628	200,000	14.6
	Nepal	네팔	30,897	1,293	4.4
	Sri Lanka	스리랑카	21,894	2,105	9.7
	Georgia	조지아	3,728	527	10.7
	Israel	이스라엘	9,175	1,516	18
	Saudi Arabia	사우디아라비아	36,947	31,535	92.2
	Syria	시리아	23,227	15,000	83.3
Oceania	Australia	오스트레일리아	26,439	813	3.2
	New Zealand	뉴질랜드	5,228	41	0.8
	Fiji	피지	936	58	6.3
	Papua New Guinea	파푸아뉴기니	10,330	2	0
Europe	Belarus	벨라루스	9,498	100	1.1
	Bulgaria	불가리아	6,688	861	12.2
	Czech Republic	체코	10,495	20	0.2
	Hungary	헝가리	10,156	60	0.6
	Moldova	몰도바	3,436	15	0.4
	Poland	폴란드	41,026	7	0
	Romania	루마니아	19,893	200	1
	Russia	러시아	144,444	16,000	10.9
	Slovakia	슬로바키아	5,795	11	0.2
	Ukraine	우크라이나	36,745	410	1
	Cyprus	키프로스	1,260	275	25
	Denmark	덴마크	5,911	314	5.4
	Estonia	에스토니아	1,323	2	0.1
	Finland	핀란드	5,545	102	1.8
	Ireland	아일랜드	5,057	71	1.4
	Latvia	라트비아	1,830	2	0.1
	Lithuania	리투아니아	2,718	3	0.1
	Norway	노르웨이	5,474	176	3.3
Sweden	스웨덴	10,612	700	6.9	
United Kingdom	영국	67,737	2,130	3.2	

지역	국가명 (영문)	국가명 (국문, 법무부기준)	인구 (천명)	무슬림 인구 (천명)	무슬림 인구 비중(%)
Europe	Bosnia and Herzegovina	보스니아-헤르체고비나	3,211	1,955	50.8
	Croatia	크로아티아	4,009	64	1.5
	Greece	그리스	10,341	313	2.9
	Italy	이탈리아	58,871	2,988	4.8
	Malta	몰타	535	12	2.6
	Montenegro	몬테네그로	626	123	20
	North Macedonia	북마케도니아	2,086	706	33.3
	Portugal	포르투갈	10,248	65	0.6
	Serbia	세비아	7,149	121	1.7
	Slovenia	슬로베니아	2,120	74	3.6
	Spain	스페인	47,520	1,180	2.5
	Austria	오스트리아	8,959	720	8
	Belgium	벨기에	11,686	879	7.6
	France	프랑스	64,757	5,720	8.5
	Germany	독일	83,295	4,600	5.5
	Luxembourg	룩셈부르크	655	15	2.3
	Netherlands	네덜란드	17,618	387	2.2
Switzerland	스위스	8,797	440	5.2	
North America	Cuba	쿠바	11,194	11	0.1
	Dominican Republic	도미니카공화국	11,333	2	0
	Haiti	아이티	11,725	5	0.1
	Jamaica	자메이카	2,826	6	0.2
	Trinidad and Tobago	트리니다드토바고	1,535	78	5.8
	El Salvador	엘살바도르	6,365	18	0.3
	Guatemala	과테말라	18,092	1	0
	Honduras	온두라스	10,594	30	0.3
	Mexico	멕시코	128,456	6	-
	Panama	파나마	4,468	25	0.6
	Canada	캐나다	38,781	1,776	4.9
United States	미국	339,997	3,450	1.1	
South America	Argentina	아르헨티나	45,774	400	0.9
	Bolivia	볼리비아	12,389	2	0
	Brazil	브라질	216,422	1,500	0.7
	Chile	칠레	19,630	4	0
	Colombia	콜롬비아	52,085	96	0.2
	Venezuela	베네수엘라	28,838	125	0.4

5. 국내 할랄식품 전문매장 및 판매점 조사 사진









SAMOSA

INGREDIENTS:
 Filling: Potato, Onion, Salt, Citric Acid, Coriander, Canola Oil & other Spices
 Pastry: Wheat Flour, Canola Oil & Salt.

INGRÉDIENTS:
 Farce: Pomme de terre, Oignon, Sel, Acide Citrique, Coriandre, Huile de Canola Et épices
 La pâtisserie: Farine de Blé, H₂O, Canola et Sel.

INGREDIENSER:
 Fyll: Poteter, lötz, Salt, Siron Syre, Korander, Canola Olje (Vegetabilsk) Og Andre Krydder.
 Deig: Hveteemel, Canola Olje (Vegetabilsk) Og Salt.

Directions: (Do not thaw)
 Deep Fry in medium heated (350°F) oil for 4 to 5 minutes or until samosas are medium brown.

Direction: (ne degelez pas)
 Grande friture - Faites frire les samosas dans de l'huile moyennement chaude (350°F) pendant 4 à 5 minutes, ou jusqu'à ce qu'ils soient moyennement dorés.

Täbretning: Ikke tin isholdet!
 Steking: stek i middels oppvarmet Olje (350°F) for 4 til 5 minutter til belegg er gyldenbrunt.

Do not re-freeze once thawed.
 NET WEIGHT: 500gms (18 oz)
 STORAGE: Keep frozen at -18°C/0°F.

8 494559 00007 5

Contact us at: info@mcchan.net
 Produced by: Golden Harvest Foods (Pvt.) Limited



에 오징어, 조개 등의 해산물을 넣고 끓이시면 한국식 해물탕을 만드실 수 있습니다.
 더 관련 정보와 다른 조리법 및 다른 제품 안내는 curryhut.co.kr을 방문해 주시기 바랍니다.
 동은 땅콩, 대두, 밀, 새우, 토마토를 사용한 제품과 제조시설에서 제조하고 있습니다.
 식품 신고번호: 국번없이 1399

Sugar, salt, soybean oil, lemongrass (13%), ...
 ulator (citric acid), soy sauce (water, soybea
 r, wheat flour), hydrolysed protein from soy, maize
 d maltodextrin (potato), chilli pepper (4%), galangal,
 nces, lime juice, colour (paprika oleoresin)

Manufactured for:
 The Gourmet (CPL) Pte Ltd
 Licence from Heinz ASEAN Pte Ltd,
 son Road, #02-00,
 e 068898
 ontact: AHG@kraftheinz.com

of Thailand
 -2-02646
 way from direct sunlight and
 a cool dry place.

AHBEK-062
 14 07 2024

BEST BEFORE



6. 거주 무슬림용 설문조사지

국내 거주 무슬림용	For Muslims living in Korea
본 조사는 「통계법」 제30조, 제31조 규정에 의거, 통계목적 이외 다른 용도로는 사용되지 않습니다.	ID <input style="width: 20px; height: 15px;" type="text"/>
<p>「할랄인증 한우고기 유통방안 연구」 용역 〈Research on the distribution of halal-certified Korean beef〉 Project 국내 할랄식품 구매 및 소비 실태 조사 Survey on the purchase and consumption of halal food in Korea</p>	
<p>안녕하십니까?</p> <p>본 설문조사는 「할랄인증 한우고기 유통방안 연구」 용역의 수행을 위해 한우자조금관리위원회에서 의뢰하고 한국산업개발연구원에서 실시하는 조사입니다. 본 조사의 결과는 국내 할랄식품 생산 및 유통 현황, 국내 할랄 식품 소비 특성 등 향후 할랄 인증 한우고기의 국내 유통 방안 수립에 적극 활용될 예정입니다.</p> <p>할랄 인증 한우고기 유통방안 도출을 위해 국내에 거주 중인 무슬림 및 관광을 목적으로 국내에 체류 중인 무슬림을 대상으로 국내 할랄 식품의 구매, 소비에 대한 접근성, 과정, 특성 등 실제 생활에서 할랄 식품 소비에 대한 의견을 할랄 인증 한우고기 유통방안에 반영하고자 하오니 많은 참여와 성실한 답변을 부탁드립니다.</p> <p>본 조사를 통해 수집된 개인정보는 비밀로 취급되며, 조사내용 또한 조사의 목적 외의 용도로는 사용되지 않을 것을 알려드립니다. 바쁘시더라도 지역의 발전과 도민의 권익 보호를 위하여 귀중한 의견을 주시면 대단히 감사하겠습니다.</p> <p style="text-align: center;">2023년 10월</p> <p style="text-align: center;">한국산업개발연구원장</p>	

- 조사주관 : 한우자조금관리위원회
- 수행기관 : 한국산업개발연구원
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 면대면 조사
- 조사기간 : 2023.10.16.~2023.11.30.
- 조사책임 : 한국산업개발연구원 경영기술정보본부 서효동 본부장(Tel. 02-2023-9750)

I. 일반사항

성명		국적		거주목적	
----	--	----	--	------	--

II. 식품 구매 행태 일반

[문1.] 귀하는 얼마나 자주 식품을 구매하십니까? How often do you buy food?

- ① 매일 Every day
- ② 주 2~3회 2~3 times a week
- ③ 주 1회 1 time per week
- ④ 월 2회 Twice a month
- ⑤ 월 1회 1 time per month
- ⑥ 아주 드물게 Very rarely

[문2.] 귀하는 주로 어디에서 식품을 구매하십니까? Where do you usually buy your food?

- ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store
- ② 대형 할인마트 Large discount mart
- ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets
- ④ 편의점 convenience store
- ⑤ 재래시장 Wet Markets
- ⑥ 백화점 department store
- ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매 (internet, telephone, etc)
- ⑧ 기타 etc (_____)

[문3.] 곡류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까? When it comes to cereals, where do you usually buy food?

- ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store
- ② 대형 할인마트 Large discount mart
- ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets
- ④ 편의점 convenience store
- ⑤ 재래시장 Wet Markets
- ⑥ 백화점 department store
- ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매 (internet, telephone, etc)
- ⑧ 기타 etc (_____)

[문4.] 곡물가공품의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까? Where do you usually buy food?

- ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store
- ② 대형 할인마트 Large discount mart
- ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets
- ④ 편의점 convenience store
- ⑤ 재래시장 Wet Markets
- ⑥ 백화점 department store
- ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매 (internet, telephone, etc)
- ⑧ 기타 etc (_____)

[문5.] 채소/과일의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to vegetables/fruits, where do you usually buy food?

- | | |
|--|---|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
Purchasing telecommunications (internet, telephone, etc.) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문6.] 채소/과일 가공품의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to processed vegetables/fruits, where do you usually buy food?

- | | |
|--|---|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
Purchasing telecommunications (internet, telephone, etc.) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문7.] 육류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to meat, where do you usually buy your food?

- | | |
|--|---|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
Purchasing telecommunications (internet, telephone, etc.) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문8.] 육가공품의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to meat products, where do you usually buy food?

- | | |
|--|---|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
Purchasing telecommunications (internet, telephone, etc.) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문9.] 수산물의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to seafood, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문10.] 수산물 가공품의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to processed seafood, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문11.] 계란류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to eggs, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문12.] 우유 및 유가공품의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to milk and dairy products, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문13.] 빵/과자류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to bread and confectionery, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문14.] 음료류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to beverages, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

[문15.] 양념류의 경우 주로 어디에서 식품을 구매하십니까?
When it comes to condiments, where do you usually buy food?

- | | |
|--|--|
| ① 할랄식품전문매장 Halal Food Specialty Store | ⑤ 재래시장 Wet Markets |
| ② 대형 할인마트 Large discount mart | ⑥ 백화점 department store |
| ③ 중소형 슈퍼마켓 Small & medium-sized supermarkets | ⑦ 통신(인터넷, 전화 등) 구매
(internet, telephone, etc) |
| ④ 편의점 convenience store | ⑧ 기타 etc. (_____) |

Ⅲ. 할랄식품 구매 행태 및 인식

[문16.] 할랄식품 구매 시에는 어떤 것을 고려하십니까?

What do you consider when purchasing halal food?

[문16-1] 비할랄 의심식품은 전혀 구매하지 않는다.

I don't buy any suspected non-halal foods.

[문16-2] 할랄식품 구매 시 인증여부를 꼭 확인한다.

When purchasing halal food, be sure to check whether it is certified.

[문16-3] 할랄 표시 상품만 구매한다.

Buy only halal-labeled products.

[문16-4] 신뢰 업체의 할랄 식품만 구매한다.

Only buy halal food from trusted companies.

매우 않음	중요하지 않음	보통 이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

매우 않음	중요하지 않음	보통 이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

매우 않음	중요하지 않음	보통 이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

매우 않음	중요하지 않음	보통 이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문17.] 할랄 식품 구매 시 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목은 주로 어떤 품목입니까?

When purchasing halal food, what are the main items that are important to check whether they are halal?

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ① 곡류 Grains | ⑧ 수산가공품 Processed marine products |
| ② 곡물가공품 Processed grain products | ⑨ 계란류 Eggs |
| ③ 채소/과일 Vegetables/Fruits | ⑩ 우유 및 유가공품 Milk & Dairy Products |
| ④ 채소/과일 가공품 Processed vegetables and fruits | ⑪ 빵/과자류 Bread/Confectionery |
| ⑤ 육류 Meat | ⑫ 음료류 Beverages |
| ⑥ 육가공품 Meat products | ⑬ 양념류 Condiments |
| ⑦ 수산물 Aquatic products | ⑭ 기타 etc (_____) |

[문18.] 월간 할랄 식품 구매 비용은 얼마나 됩니까? (_____ 원)
 How much does it cost to buy halal food monthly?

[문19.] 한국 내 할랄 식품은 다양하게 판매되고 있다고 생각하십니까?

Do you think halal food is sold in a variety of ways in Korea?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문20.] 한국 내 유통 및 판매되는 할랄 식품은 쉽게 구매할 수 있었습니까?

Was it easy to purchase halal food distributed and sold in Korea?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문21.] 한국 내 유통 및 판매되는 할랄 식품을 신뢰하고 있습니까?

Do you trust halal food distributed and sold in Korea?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

IV. 외식 빈도 및 경험

[문22.] 귀하는 얼마나 자주 외식을 하십니까? How often do you eat out

- ① 매일 Every day
- ② 주 4~5회 4-5 times a week
- ③ 주 2~3회 2-3 times a week
- ④ 주 1회 1 time per week
- ⑤ 월 2회 Twice a month
- ⑥ 월 1회 1 time per month
- ⑦ 드물게 infrequently
- ⑧ 전혀 하지 않음. Not at all.

[문23.] 1회 외식비용은 얼마나 됩니까? (_____ 원)
How much does it cost to eat out once?

[문24.] 평소 외식할 때 주로 방문하는 식당은 어떤 식당입니까?
What kind of restaurant do you usually visit when you go out to eat?

- ① 공식 할랄인증 음식점 Official Halal Certified Restaurants
- ② 무슬림 식당 친화 등급제 적용 음식점 Muslim-friendly restaurants
- ③ 할랄 식재료를 사용한 할랄메뉴를 제공하는 것으로 확인된 음식점
Restaurants that have been confirmed to offer halal menus using halal ingredients
- ④ 채식주의당 또는 돼지고기, 주류 등 금기식품 미판매 음식점
Vegetarian restaurants or restaurants that do not sell prohibited foods such as pork and alcoholic beverages
- ⑤ 상관없이 이용하며 메뉴만 신경써서 선택 Use it regardless, just choose the menu
- ⑥ 기타 etc (_____)

[문25.] 평소 관심 있는 한식 메뉴는 어떤 음식입니까?
What kind of Korean food are you usually interested in?

- ① 완전 채식 Vegan
- ② 해산물 위주 메뉴 Seafood-based menu
- ③ 채식 또는 해산물 위주 메뉴 Vegan & Seafood-based menu
- ④ 돼지고기 미사용의 육류 위주 메뉴 Meat-based menu without pork
- ⑤ 관심있는 유형의 메뉴가 없음. None of the types of menus you are interested in.

V. 국내 음식점 관련 인식

[문26.] 한국 할랄음식점에 대해 말씀해주세요.

Please tell us about halal restaurants in Korea

[문26-1] 한국 할랄 식당에 대한 정보가 충분히 제공된다.

Plenty of information about halal restaurants in Korea is provided.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문26-2] 한국 음식점은 할랄 메뉴가 다양하다
Korean restaurants have a wide variety of halal menus

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문26-3] 한국에는 할랄 식당이 충분하다.

There are enough halal restaurants in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문26-4] 한국에서 종교적 제약으로 외식을 하는 것이 쉽지 않다.

It is not easy to eat out in Korea due to religious restrictions.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문27.] 한국 KMF 할랄 식당 인증제에 대해 알고 계십니까?

Do you know about the KMF Halal Restaurant Certification System in Korea?

- ① 전혀 들어보지 않음. Never heard of
- ② 들어보기만 함. Just listen
- ③ 인증제품 구매 경험 있음. Experience in purchasing certified products.

[문28.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제에 대해 알고 계십니까?

Do you know about the Muslim restaurant-friendly rating system in Korea?

- ① 전혀 들어보지 않음. Never heard of
- ② 들어보기만 함. Just listen
- ③ 인증제품 구매 경험 있음. Experience in purchasing certified products.

[문29.] 할랄 인증 국내 식당은 신뢰하십니까?
Do you trust halal-certified domestic restaurants?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문30.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제 식당은
신뢰하십니까?
Do you trust Korean Muslim restaurant-friendly
rating system?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문31.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제 식당 중 관심 정보의 유형은 어떤 것
입니까? What types of information are of interest among the
Muslim restaurant-friendly restaurants in your country

- ① 할랄 인증 Halal Certification
- ② 자가 인증 Self-certification
- ③ 무슬림 우호 Muslim Friendship
- ④ 무슬림 환영 Muslims Welcome
- ⑤ 돼지고기 미사용 Pork Free
- ⑥ 기타 etc (_____)

[문32.] 할랄식당 선택 시 아래 항목은 얼마나 중요하다고 판단하십니까?
How important do you think the following items are when choosing a
halal restaurant?

[문32-1] 할랄인증이 없더라도 할랄음식(메뉴)
를 제공하는 지 확인할 수 있으면 충분함.
Even if you don't have halal certification,
it's enough to check if you provide halal
food (menu).

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문32-2] 음식점 선택 시 공식 할랄 인증 여부
가 중요함.
When choosing a restaurant, it is important
to have official halal certification.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

VI. 할랄인증제도에 대한 의견

[문33.] 한국의 할랄인증제도에 대해 알고 계십니까?

Do you know about Korea's Halal Certification System?

- ① 전혀 들어보지 않음. Never heard of
- ② 들어보기만 함. Just listen
- ③ 인증제품 본 경험 있음. I have experience in certified products.
- ④ 인증제품 구매 경험 있음. Experience in purchasing certified products.

[문34.] 식품 구매 시 공식적인 할랄 인증 여부를 확인하는 품목은 주로 어떤 품목입니까?

When purchasing food, what are the main items that are checked for official halal certification?

- ① 곡류 Grains
- ② 곡물가공품 Processed grain products
- ③ 채소/과일 Vegetables/Fruits
- ④ 채소/과일 가공품 Processed vegetables and fruits
- ⑤ 육류 Meat
- ⑥ 육가공품 Meat products
- ⑦ 수산물 Aquatic products
- ⑧ 수산가공품 Processed marine products
- ⑨ 계란류 Eggs
- ⑩ 우유 및 유가공품 Milk & Dairy Products
- ⑪ 빵/과자류 Bread/Confectionery
- ⑫ 음료류 Beverages
- ⑬ 양념류 Condiments
- ⑭ 기타 etc (_____)

[문35.] 할랄식품 선택 시 아래 항목은 얼마나 중요하다고 판단하십니까?
How important do you think the following items are when choosing halal food?

[문35-1] 식품구매 시 할랄식품 여부가 중요함.

When purchasing food, it is important to have halal food

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문35-2] 식품구매 시 공식 할랄인증 여부가 중요함.

When purchasing food, it is important to have official halal certification.

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문35-2] 식품구매 시 공식 할랄인증이 아니라도 할랄식품 여부를 확인할 있으면 충분함.

When purchasing food, even if it is not official halal certification, it is enough to check whether it is halal food.

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36.] 한국 할랄식품과 할랄식품 시장은 어떻게 평가하고 계십니까?
How do you assess the Korean halal food and halal food market?

[문36-1] 할랄인증기관은 대체로 신뢰할 수 있다.
Halal certification bodies are generally trustworthy.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-2] 할랄인증 식품은 안심하고 소비할 수 있다.
Halal-certified foods can be consumed with confidence.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-3] 한국산(자국산) 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다.
Halal-certified food from Korea is reliable.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-4] 수입산 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다.
Imported halal-certified food is reliable.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-5] 한국 내 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다.
You can easily purchase halal-certified products in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-6] 자국 내 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다.
You can easily buy halal-certified products in your country.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-7] 한국 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다.
A variety of halal-certified products are sold in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문36-8] 자국 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다.
A variety of halal-certified products are sold in the country

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문37.] 아래 항목의 할랄 인증은 얼마나 신뢰하십니까?

How much do you trust the Halal certification of the items below?

① KMF(한국)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

② MUJ(인도네시아)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

③ JAKIM(말레이시아)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

④ ESMA(UAE)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

⑤ IFANKA(미국)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

⑥ MUIS(싱가포르)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문38.] KMF 할랄 인증 제품을 구매한 경험이 있습니까?

Have you ever purchased KMF Halal certified products?

① 있다 yes

② 없다 no

[문39.] 구매경험이 없다면 그 이유는 무엇입니까? If not, why?

- ① KMF인증 제품을 구하기 어려워서 It's hard to get KMF-certified products.
- ② KMF인증이 국가인증이 아닌 민간인증이라서
KMF certification is not a national certification, but a private certification.
- ③ KMF인증제품이 다른 국가 인증제품에 비해 수준이 높지 않아서 KMF-certified products are not of a higher level than other national certified products.
- ④ KMF인증을 신뢰하지 않아서 I don't trust KMF certification.
- ⑤ KMF인증이 존재하는지 몰라서 I don't know if KMF certification exists.

수고 많으셨습니다.
조사에 참여해 주셔서 감사드립니다.

7. 비거주 무슬림용 설문조사지

비거주 무슬림용		For Non-Resident Muslims			
본 조사는 「통계법」 제30조, 제31조 규정에 의거, 통계목적 이외 다른 용도로는 사용되지 않습니다.	ID				
「할랄인증 한우고기 유통방안 연구」 영역 <Research on the distribution of halal-certified Korean beef> Project 국내 할랄식품 구매 및 소비 실태 조사 Survey on the purchase and consumption of halal food in Korea					
<p>안녕하십니까?</p> <p>본 설문조사는 '할랄인증 한우고기 유통방안 연구' 영역의 수행을 위해 한우자조금관리위원회에서 의뢰하고 한국산업개발연구원에서 실시하는 조사입니다. 본 조사의 결과는 국내 할랄식품 생산 및 유통 현황, 국내 할랄 식품 소비 특성 등 향후 할랄 인증 한우고기의 국내 유통 방안 수립에 적극 활용될 예정입니다.</p> <p>할랄 인증 한우고기 유통방안 도출을 위해 국내에 거주 중인 무슬림 및 관광을 목적으로 국내에 체류 중인 무슬림을 대상으로 국내 할랄 식품의 구매, 소비에 대한 접근성, 과정, 특성 등 실제 생활에서 할랄 식품 소비에 대한 의견을 할랄 인증 한우고기 유통방안에 반영하고자 하오니 많은 참여와 성실한 답변을 부탁드립니다.</p> <p>본 조사를 통해 수집된 개인정보는 비밀로 취급되며, 조사내용 또한 조사의 목적 외의 용도로는 사용되지 않을 것을 알려드립니다. 바쁘시더라도 지역의 발전과 도민의 권익 보호를 위하여 귀중한 의견을 주시면 대단히 감사하겠습니다.</p> <p style="text-align: center;">2023년 10월</p> <p style="text-align: center;">한국산업개발연구원장</p>					
<input type="checkbox"/> 조사주관 : 한우자조금관리위원회 <input type="checkbox"/> 수행기관 : 한국산업개발연구원 <input type="checkbox"/> 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 면대면 조사 <input type="checkbox"/> 조사기간 : 2023.10.16.~2023.11.30. <input type="checkbox"/> 조사책임 : 한국산업개발연구원 서효동 본부장(Tel. 02-2023-9750)					

III. 할랄식품 구매 행태 및 인식

[문4.] 할랄식품 구매 시에는 어떤 것을 고려하십니까? What do you consider when purchasing halal food?

[문16-1] 비할랄 의심식품은 전혀 구매하지 않는다. I don't buy any suspected non-halal foods.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-2] 할랄식품 구매 시 인증여부를 꼭 확인한다. When purchasing halal food, be sure to check whether it is certified.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-3] 할랄 표시 상품만 구매한다. Buy only halal-labeled products.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-4] 신뢰 업체의 할랄 식품만 구매한다. Only buy halal food from trusted companies.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문5.] 할랄 식품 구매 시 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목은 주로 어떤 품목입니까? When purchasing halal food, what are the main items that are important to check whether they are halal?

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ① 곡류 Grains | ⑧ 수산가공품 Processed marine products |
| ② 곡물가공품 Processed grain products | ⑨ 계란류 Eggs |
| ③ 채소/과일 Vegetables/Fruits | ⑩ 우유 및 유가공품 Milk & Dairy Products |
| ④ 채소/과일 가공품 Processed vegetables and fruits | ⑪ 빵/과자류 Bread/Confectionery |
| ⑤ 육류 Meat | ⑫ 음료류 Beverages |
| ⑥ 육가공품 Meat products | ⑬ 양념류 Condiments |
| ⑦ 수산물 Aquatic products | ⑭ 기타 etc. (_____) |

Ⅲ. 할랄식품 구매 행태 및 인식

[문4.] 할랄식품 구매 시에는 어떤 것을 고려하십니까? What do you consider when purchasing halal food?

[문16-1] 비할랄 의심식품은 전혀 구매하지 않는다. I don't buy any suspected non-halal foods.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-2] 할랄식품 구매 시 인증여부를 꼭 확인한다. When purchasing halal food, be sure to check whether it is certified.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-3] 할랄 표시 상품만 구매한다. Buy only halal-labeled products.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문16-4] 신뢰 업체의 할랄 식품만 구매한다. Only buy halal food from trusted companies.

매우 중요하지 않음	중요하지 않음	보통이다	중요	매우 중요
1	2	3	4	5

[문5.] 할랄 식품 구매 시 할랄 여부를 중요하게 확인하는 품목은 주로 어떤 품목입니까? When purchasing halal food, what are the main items that are important to check whether they are halal?

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ① 곡류 Grains | ⑧ 수산가공품 Processed marine products |
| ② 곡물가공품 Processed grain products | ⑨ 계란류 Eggs |
| ③ 채소/과일 Vegetables/Fruits | ⑩ 우유 및 유가공품 Milk & Dairy Products |
| ④ 채소/과일 가공품 Processed vegetables and fruits | ⑪ 빵/과자류 Bread/Confectionery |
| ⑤ 육류 Meat | ⑫ 음료류 Beverages |
| ⑥ 육가공품 Meat products | ⑬ 양념류 Condiments |
| ⑦ 수산물 Aquatic products | ⑭ 기타 etc. (_____) |

[문11.] 만족하지 못하셨다면 그 이유는 무엇입니까? If so, why?

- ① 음식 메뉴 Food Menu
- ② 음식점 안내 서비스 Restaurant Concierge Service
- ③ 종업원 태도/서비스 Employee Attitude/Service
- ④ 위생/청결 상태 Hygiene/Cleanliness
- ⑤ 분위기 atmosphere
- ⑥ 음식 가격 적절성 Food price adequacy
- ⑦ 음식 양 Food Quantity
- ⑧ 음식 맛 Food Taste

[문12.] 외식할 때 방문하는 식당은 어떤 식당입니까? What kind of restaurant do you visit when you eat out?

- ① 공식 할랄인증 음식점 Official Halal Certified Restaurants
- ② 무슬림 식당 친화 등급제 적용 음식점 Muslim-friendly restaurants
- ③ 할랄 식재료를 사용한 할랄메뉴를 제공하는 것으로 확인된 음식점
Restaurants that have been confirmed to offer halal menus using halal ingredients
- ④ 채식식당 또는 돼지고기, 주류 등 금기식품 미판매 음식점
Vegetarian restaurants or restaurants that do not sell prohibited foods such as pork and alcoholic beverages
- ⑤ 모든 식당을 상관없이 이용하며 메뉴만 신경써서 선택
Use all the restaurants regardless of the menu and choose only the menu
- ⑥ 기타 etc (_____)

[문13.] 평소 관심 있는 한식 메뉴는 어떤 음식입니까? What kind of Korean food are you usually interested in?

- ① 완전 채식 Vegan
- ② 해산물 위주 메뉴 Seafood-based menu
- ③ 채식 또는 해산물 위주 메뉴 Vegan & Seafood-based menu
- ④ 돼지고기 미사용의 육류 위주 메뉴 Meat-based menu without pork
- ⑤ 관심있는 유형의 메뉴가 없음. None of the types of menus you are interested in.

V. 국내 음식점 관련 인식

[문14.] 한국 할랄음식점에 대해 말씀해주시요. Please tell us about halal restaurants in Korea.

[문14-1] 한국 할랄 식당에 대한 정보가 충분히 제공된다.

Plenty of information about halal restaurants in Korea is provided.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문14-2] 한국 음식점은 할랄 메뉴가 다양하다
Korean restaurants have a wide variety of halal menus

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문14-3] 한국에는 할랄 식당이 충분하다.
There are enough halal restaurants in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문14-4] 한국에서 종교적 제약으로 외식을 하는
것이 쉽지 않다.
It is not easy to eat out in Korea due to religious restrictions.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문15.] 한국 KMF 할랄 식당 인증제에 대해 알고 계십니까? Do you know about the KMF Halal Restaurant Certification System in Korea?

- ① 전혀 모른다. I have no idea.
- ② 들어본 적 있다. I've heard of it.
- ③ 들어본 적 있으며 이용해 본적도 있다. I've heard of it and used it.

[문16.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제에 대해 알고 계십니까? Do you know about the Muslim restaurant-friendly rating system in Korea?

- ① 전혀 모른다. I have no idea.
- ② 들어본 적 있다. I've heard of it.
- ③ 들어본 적 있으며 이용해 본적도 있다. I've heard of it and used it.

[문17.] 할랄 인증 국내 식당은 신뢰하십니까?
Do you trust halal-certified domestic restaurants?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문18.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제 식당은
신뢰하십니까? Do you trust Korean
Muslim restaurant-friendly rating
system?

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문19.] 한국 무슬림 식당 친화 등급제 식당 중 관심 정보의 유형은 어떤 것
 입니까? What types of information are of interest among the
 Muslim restaurant-friendly restaurants in your country?

- ① 할랄 인증 Halal Certification
- ② 자가 인증 Self-certification
- ③ 무슬림 우호 Muslim Friendship
- ④ 무슬림 환영 Muslims Welcome
- ⑤ 돼지고기 미사용 Pork Free
- ⑥ 기타 etc (_____)

[문20.] 할랄식당 선택 시 아래 항목은 얼마나 중요하다고 판단하십니까?
 How important do you think the following items are when
 choosing a halal restaurant?

[문20-1] 할랄인증이 없더라도 할랄음식(메뉴)를
 제공하는 지 확인할 수 있으면 충분함.
 Even if you don't have halal
 certification, it's enough to check if
 you provide halal food (menu).

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문20-2] 음식점 선택 시 공식 할랄 인증 여부가
 중요함. When choosing a restaurant,
 it is important to have official halal
 certification.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

VI. 할랄인증제도에 대한 의견

[문21.] 한국의 할랄인증제도에 대해 알고 계십니까? Do you know about Korea's Halal Certification System?

- ① 전혀 들어보지 않음. Never heard of
- ② 들어보기만 함. Just listen
- ③ 인증제품 본 경험 있음. I have experience in certified products.
- ④ 인증제품 구매 경험 있음. Experience in purchasing certified products.

[문22.] 식품 구매 시 공식적인 할랄 인증 여부를 확인하는 품목은 주로 어떤 품목 입니까? What are the main items that are checked for official halal certification when purchasing food?

- ① 곡류 Grains
- ② 곡물가공품 Processed grain products
- ③ 채소/과일 Vegetables/Fruits
- ④ 채소/과일 가공품 Processed vegetables and fruits
- ⑤ 육류 Meat
- ⑥ 육가공품 Meat products
- ⑦ 수산물 Aquatic products
- ⑧ 수산가공품 Processed marine products
- ⑨ 계란류 Eggs
- ⑩ 우유 및 유가공품 Milk & Dairy Products
- ⑪ 빵/과자류 Bread/Confectionery
- ⑫ 음료류 Beverages
- ⑬ 양념류 Condiments
- ⑭ 기타 etc. (_____)

[문23.] 할랄식품 선택 시 아래 항목은 얼마나 중요하다고 판단하십니까? How important do you think the following items are when choosing halal food?

[문23-1] 식품구매 시 할랄식품 여부가 중요함.
When purchasing food, it is important to have halal food

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문23-2] 식품구매 시 공식 할랄인증 여부가 중요함.
When purchasing food, it is important to have official halal certification

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문23-2] 식품구매 시 공식 할랄인증이 아니더라도 할랄식품 여부를 확인할 있으면 충분함.
When purchasing food, even if it is not official halal certification, it is enough to check whether it is halal food.

전혀 아니다	아니다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24.] 한국 할랄식품과 할랄식품 시장은 어떻게 평가하고 계십니까? How do you assess the Korean halal food and halal food market?

[문24-1] 할랄인증기관은 대체로 신뢰할 수 있다. Halal certification bodies are generally trustworthy

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-2] 할랄인증 식품은 안심하고 소비할 수 있다. Halal-certified foods can be consumed with confidence.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-3] 한국산(자국산) 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다. Halal-certified food from Korea is reliable.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-4] 수입산 할랄인증 식품은 신뢰할 수 있다. Imported halal-certified food is reliable.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-5] 한국 내 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다. You can easily purchase halal-certified products in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-6] 자국 내 할랄인증 제품을 쉽게 구입할 수 있다. You can easily buy halal-certified products in your country.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-7] 한국 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다. A variety of halal-certified products are sold in Korea.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문24-8] 자국 내에서 다양한 할랄인증 제품이 판매되고 있다. A variety of halal-certified products are sold in the country.

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[문25.] 아래 항목의 할랄 인증은 얼마나 신뢰하십니까?

① KMF(한국)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

② MUI(인도네시아)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

③ JAKIM(말레이시아)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

④ ESMA(UAE)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

⑤ IFANKA(미국)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

⑥ MUIS(싱가포르)

전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

8. 내국인용 설문조사지

내국인용

본 조사는 「통계법」 제30조, 제31조 규정에 의거,
통계목적 이외 다른 용도로는 사용되지 않습니다.

ID

「할랄인증 한우고기 유통방안 연구」 용역 국내 할랄식품 구매 및 소비 실태 조사

안녕하십니까?

본 설문조사는 '할랄인증 한우고기 유통방안 연구' 용역의 수행을 위해 한우자조금관리위원회에서 의뢰하고 한국산업개발연구원에서 실시하는 조사입니다. 국내 할랄식품 생산 및 유통 현황, 국내 할랄 식품 소비 특성 등 본 조사의 결과는 향후 할랄 인증 한우고기의 국내 유통 방안 수립에 적극 활용될 예정입니다.

할랄 인증 한우고기 유통방안 도출을 위해 내국인을 대상으로 실제 생활에서 할랄 쇠고기 관련 인식도 및 접근성에 대한 의견을 본 연구에 반영하고자 하오니 많은 참여와 성실한 답변을 부탁드립니다.

본 조사를 통해 수집된 개인정보는 비밀로 취급되며, 조사내용 또한 조사의 목적 외의 용도로는 사용되지 않을 것을 알려드립니다. 바쁘시더라도 지역의 발전과 도민의 권익 보호를 위하여 귀중한 의견을 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2023년 12월

한국산업개발연구원장

- 조사주관 : 한우자조금관리위원회
- 수행기관 : 한국산업개발연구원
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 면대면 조사
- 조사기간 : 2023.12.26.~2024.1.9.
- 조사책임 : 한국산업개발연구원 경영기술정보본부 서효동 본부장(Tel. 02-2023-9750)

I. 일반사항

성명		성별	
----	--	----	--

[문1.] 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20~29세
- ② 30~39세
- ③ 40~49세
- ④ 50~59세
- ⑤ 60세 이상

[문2.] 귀하의 종교는 어떻게 되십니까?

- ① 불교
- ② 기독교
- ③ 천주교
- ④ 통일교
- ⑤ 기타 (_____)

[문3.] 귀하의 월평균 가구소득은 얼마나 되십니까?

- ① 299만 원 이하
- ② 300~499만 원 이하
- ③ 500~799만 원 이하
- ④ 800~999만 원 이하
- ⑤ 1,000만 원 이상

II. 외식 및 소고기 지출

[문4.] 귀하의 가구 소득 중 외식 비용은 얼마나 차지합니까?

- ① 10% 이하
- ② 11~20%
- ③ 21~30%
- ④ 31~40%
- ⑤ 41% 이상

[문5.] 소고기 구입비용은 외식 비용 중 얼마나 차지합니까?

- ① 3% 이하
- ② 4~5%
- ③ 6~7%
- ④ 8~9%
- ⑤ 10~11%
- ⑥ 12~13%
- ⑦ 14% 이상

Ⅲ. 할랄인증 한우고기

[문6.] 할랄인증 한우고기를 알고 계십니까?

- ① 알고 있다
- ② 모른다

[문7.] 향후 한우고기 구입 시 할랄인증 한우고기로 대체 가능하십니까?

- ① 대체 가능하다
- ② 잘 모르겠다
- ③ 대체 불가능하다
- ④ 기타 (_____)

[문8.] 할랄인증 한우고기 구입 시 종교적 차원에서 문제가 발생할 가능성이 있습니까?

- ① 전혀 문제되지 않는다.
- ② 문제되지 않는다.
- ③ 잘 모르겠다.
- ④ 문제된다.
- ⑤ 매우 문제된다.

수고 많으셨습니다.
조사에 참여해 주셔서 감사드립니다.

9. 일본 할랄식품 시장의 현황 및 과제

- 이슬람 교도는 전 세계적으로 약 16억 명으로 추산되며, 이 중 약 20만 명이 일본에 거주하고 있음. 이슬람 인구는 현재 10억 명 이상으로, 이 중에서도 인도네시아가 가장 많은 인구를 보유하고 있음. 이와 관련하여 일본은 인도네시아와의 우호적인 관계를 유지하고 있으며, 중산층의 소득 상승으로 인한 여행 수요가 증가하고 있어 일본을 방문하는 이슬람 관광객 수도 예상대로 늘어나고 있음.
- 일본 할랄 식품 시장은 현재 약 1,200억 원으로 추산되며, 이후에도 지속적으로 성장할 것으로 전망됨. 이는 이슬람 인구의 증가뿐만 아니라 일반 소비자들도 건강식품으로서의 할랄 제품에 대한 수요가 증가하고 있기 때문임.
- 외식 산업에서는 할랄 인증을 받은 가게와 메뉴를 제공하는 업체가 늘어나고 있음. 특히 돼지고기 사용이 엄격히 금지되며, 보이지 않는 가공 식품에도 돼지의 콜라겐이나 지방을 사용할 수 없음. 이외의 고기도 일부 고객들이 주저하는 경향이 있으므로, 주로 채소와 생선을 중심으로 한 메뉴가 주목 받고 있음.
- 식품 제조업에서는 중소기업들이 할랄 대응 제품 생산을 활발히 진행하고 있음. 예를 들어, 치바 간장 주식회사는 2013년 10월에 할랄 코이쿠치 간장을 출시하였고, 이 제품은 할랄 인증 규정에 따라 알코올 함량을 1% 이하로 조절되었음.
- 호텔 업계에서는 대형 호텔은 할랄 대응에 대한 움직임이 미흡한 반면, 중소 규모의 호텔은 노력하고 있음. 예를 들어, “사쿠라 호텔 하타가야”는 무슬림 직원 채용과 기도실 마련 등의 노력을 통해 할랄 메뉴를 제공하고 있음.
- 할랄 식품에 대한 인식과 공급 확대가 필요하며, 이를 위해 국내 인증 기관의 통일이 요구되고 있음. 이는 비용 절감과 소비자들에게 더 나은 혜택을 제공할 수 있을 것으로 기대됨.

神田外語大学紀要第 29 号
抜刷 2017 年

The Journal of Kanda University of International Studies Vol. 29 (2017)

我が国におけるハラール食品市場の現状と課題

鶴岡公幸

我が国におけるハラール食品市場の現状と課題

鶴岡 公幸

1. 概要

イスラム教徒は世界約 16 億人、日本国内には留学生、企業研修生を含め約 20 万人と言われている。このうち 6 割にあたる 10 億人以上がアジア地域に住んでいる。イスラム教徒の世界的な人口の伸びは世界人口の伸び 1.4 倍を上回り、2030 年には約 22 億人、2050 年には 1.7 倍の約 28 億人に増え世界人口の 4 分の 1 以上を占めることが予想される。中でも最大のイスラム人口を抱えるインドネシアでは人口の約 2 億 5 千万人の約 9 割をイスラム教徒が占めかつ平均年齢が 30 歳前後で市場が若く経済成長が期待できる。同国は親日国であり、中間層の所得上昇に伴って日本への来訪者数が今後増えることが予想され、HIS など大手旅行代理店も同国からの訪日客獲得に力を入れている。このような状況にもかかわらず、東京五輪を 4 年後に控え観光立国を目指す我が国においては、イスラム教徒に対する食品インフラの整備は不十分であり、多様な食習慣への対応が求められている。国内のハラール¹食品市場規模は 1200 億と推定されており今後さらに拡大すると思われる。このような背景の中で本研究は我が国におけるハラール食品市場の現状と課題について考察する。なお国内向けのハラールとイスラム諸国向けのハラールがあり、これらは区別されるが、本稿では前者、つまりインバウンド（訪日）及び在日のイスラム教徒に向けた対応に絞り論を進めていく。我が国の食品市場でハラーム²対象は主として、豚肉とアルコールが挙げられるが、アルコールの禁

¹ イスラムの教えで「許されている」という意味のアラビア語がハラール（ハラル）【アラビア語: حلال Halal】。具体的にはイスラム教で許される行為や食べ物のこと。ハラールとハラルは発音による表記の違いである。アラビア語では「ハラール」、マレーシアで使うマレー語では「ハラル」と発音する。

² ハラールとは反対に「禁じられている」と言う意味の言葉が「ハラーム（ハラム）」。具体的にはイス

令は豚肉に比較すると緩い。

2. 我が国の現状

我が国において「ハラール」が注目されるようになったのは、「日・ASEAN 友好協力 40 周年」に合せて 2013 年 7 月から東南アジア 5 カ国（タイ、マレーシア、ベトナム、フィリピン、インドネシア）の観光ビザの発給要件が緩和され、インドネシア、マレーシアなどイスラム教徒の多い国々からの観光客が急増したことからである。観光庁では「ムスリムおもてなしガイド」を作成しホテル、レストラン等を対象に基本的な情報提供と対応指針を示している。一方、国内にはハラール認証機関が数十団体あり、認証基準、認証費用もまちまちで、百万を超える場合もあれば、その十分の一くらいもあり、統一されていない。一般社団法人ハラール・ジャパン協会によれば、現在、日本で生産されているハラール認証製品やムスリム対応サービスは次のようなものがある。

表 1：国内における主なハラール認証製品

醤油、味噌、塩、マヨネーズ、かつお節、海苔、緑茶、鶏肉（国産）、牛肉（和牛・国産）、和菓子（あられ、まんじゅうなど）、洋菓子（カステラ、チーズケーキ、ゼリーなど）、飲料（ジュース）

小麦粉、カレー粉、お米、米加工品（米粉パンなど）、大豆加工品、ラーメン、うどん、そうめん、レトルトカレー、食パン、菓子パン、ジャム、ゼラチン、有機酸（食品添加物）、香料、健康食品

出典：一般社団法人ハラール・ジャパン協会 HP 他参照

ラム教で許されない行為や食べ物のこと。ハラーム対象になるのは食材以外にも、食肉解体処理方法（シャリーア）、加工・取扱い・流通、保管・陳列・提供、衛生・公衆衛生・食品安全、包装・表示と多岐に渡るが本稿では食材に焦点を絞る。食材については、豚、アルコール、犬、所定の方法で食肉解体処理されなかった動物、牙を持った動物、肉食性鳥類、ワニ、カメ、カエル、遺伝子組み換え生物が対象となる。

3. 食品製造業の動向

食品製造業では大企業よりも、融通が利き小ロットの生産が可能な中小零細企業を中心にハラール対応製品を製造する動きがある。千葉県香取市にある「ちば醤油株式会社」は2013年10月に「ハラールこいくち醤油」(1リットル540円、税込)をはじめた。NPO法人日本アジアハラール協会(NAHA)のハラール認証規定に従って発酵の過程で生じるアルコールの含有量を1%以内にした。主な販売対象はホテル、旅館、レストラン、弁当屋などである。小杉商品(三重県桑名市)は、ハラール認証を取得した「ハラールおちびさん納豆」を発売した。イスラム教徒の訪日客が利用するレストランや宿泊施設での需要を見込む。納豆についてタレもハラール認証を受けたものを使用している。

4. 外食産業の動向

外食産業におけるハラール対応には、ハラール認証店とムスリム向けメニュー提供店に分類される。豚肉の使用は固く禁止されているが、豚はベーコン、ソーセージ、ハムなどの食肉加工食品のみならず、パン、ビスケット、ケーキなど一見関係がなさそうに見える加工食品にも豚を原材料とするゼラチンや脂肪分が使用されていることが多い。豚肉以外の肉類も厳格なイスラム教徒は日本国内で食することを躊躇する傾向がある。食肉処理方法に関して疑念があるからである。一方、魚料理は食べられる種類が多い。よって、外食メニューの基本構成は野菜と魚を中心に考えるのが無難であろう。中でも和食は豚肉の使用頻度はあまり高くないので、中華料理や洋食よりは対応しやすいかもしれない。問題は和食のベースとなる醤油、味噌、みりん、酒といった調味料におけるアルコールの含有量である。自前で食材を製造・販売している外食店は成功している一方、食材を外部から調達している店舗は調達コストがかかり、経営が厳しいところが多い。ロイヤルホールディングスやグルメ杵屋は機内食向け、がんこフードサービスは味や調理法をハラール対応にした天ぷらや寿司を扱う店舗を増やす。「ラーメンとん太」

や「喜多方らーめん会津屋」などを展開する株式会社秀穂（千葉市）は2015年8月、同社的那須工場でハラール認証を取得しラーメンの原材料の商品化を始め、「ハラール認証食材」を使ったラーメン事業を今春から本格的に開始している。浅草雷門の近くにある「世界カフェ」はハラールメニューを提供している。大豆で作られたソイミートのあっさり塩焼きそばはその例だ。世界カフェは2014年11月に開店した。浅草は都内でもっとも外国人観光客が訪問する場所の一つだが、安心して泊まれる場所がない、乳製品と肉料理は一緒に食べないなど食に関しては滞在中の苦勞が多い。浅草にあるラーメン店成田屋では、豚肉ではなく鶏肉のチャーシューを使用しているが、味は全く遜色なく、ハラールメニューであることを感じさせない。同店では京都でもラーメン店を経営している。栃木県佐野市になるラーメン店「日光軒」（五箇大也代表）では、ムスリム対応のラーメン、餃子を提供し好評だ。

5. 流通小売業の動向

我が国の流通小売業はハラール対応が全体的には遅れている。例外的な存在として「業務スーパー」はハラール商品に力を入れており、商品一覧をホームページで確認できる。量販店ではイオンとその系列店がハラール商品に前向きに取り組んでいる。マレーシアなど多くのアジア諸国に進出しており、アジア諸国からの研修生を受け入れていることにも関連があるだろう。イオンは2016年4月5日より関東地区の28店舗でハラール商品を販売している。トップバリュー16商品がその対象である。また2016年7月27日より、首都圏約600店舗あるイオングループのミニスーパー「まいばすけっと」の104店で販売スタートさせ、全体の約20%の店舗でのトライアル販売を開始した。イオントップバリューのハラール商品は約20点ある。チョコレートミルク、チョコレートアーモンド、キューブスープベースのトムヤム味、インスタントヌードル カレー味、野菜味に、はちみつ、スパゲティー、マカロニなどである。またイオン幕張新都心店には、イオン本社のある

る海浜幕張駅に近く、のフラグシップであることもあり、イスラム教徒用の礼拝室が用意されている。その他では、富山県にある三井アウトレットパーク（北陸小矢部）では礼拝スペースがある。LAOX 秋葉原本店では、2015年3月からハラール食品コーナーを設置している。一方、在日イスラム教徒を対象とした小規模な店舗は新大久保、御徒町、浅草及びムスリム人口が集中するエリアに点在しており首都圏を中心に国内100店舗以上ある。利用者の多くがパキスタン、バングラディッシュ出身者など、在日のムスリム教徒で日本人顧客は少ない。一方、コンビニエンスストアの組織的な対応は今のところみられない。

6. 大学の取組み

国公立大学の大学生協でイスラム教徒の留学生のための「ハラールメニュー」の提供が増えてきている。北海道大学、東北大学、山形大学、埼玉大学、東京大学、東京工業大学、電気通信大学、山梨大学、名古屋大学、名古屋工業大学、三重大学、金沢大学、富山大学、京都大学、岡山大学、広島大学、鳥取大学、高知大学、九州大学、長崎大学、静岡県立大学などがその例だ。宇都宮大学でもイスラム教徒の留学生が約50名在籍している工学部のある陽東キャンパスの生協食堂で「ハラール食」の提供をはじめた。一方、私立大学でも早稲田大学、立命館大学、同志社大学、国際大学、立命館アジア太平洋大学など留学生が多い大学ではハラール対応メニューが学内の生協で提供されている。上智大学ではハラール弁当販売、神田外語大学（千葉市）の学内にあるアジアレストラン「食神」では、NAHA（日本アジアハラール協会）より「ムスリムフレンドリー・ハラール認証」を取得しハラール餃子、ハラールカレーなどのメニューを提供している。豚肉を使用しない他、醤油の代わりにダシを使う、揚げ物は植物油を使う、みりんは使わないなど、徹底管理を行っている。食器や調理器具なども、ハラールメニュー専用の物を使用し食材の保管、保存も分別管理している。また「食神」ではイフター

ル³のイベントを昨年から開催している。

7. ホテルの対応

大手ホテルチェーンではハラール対応が現状では組織的な動きは見られない。一方、中規模ホテルの中でムスリム客を対象に取り組んでいる。都内にある「さくらホテル幡ヶ谷」ではハラールメニューの提供のみならず³、ムスリムのスタッフの採用、お祈り部屋が設置されている。観光客の多い京都にある「新阪急ホテル」にある「美濃吉・京都新阪急ホテル店」でも、鴨肉や生麩などを使用したイスラム教徒向けにハラール御前を提供している。幕張メッセに多くの外国人が訪れる千葉市海浜幕張にある「ホテルスプリング幕張」でもハラール対応すべく同ホテル内の和食、洋食、中華の各レストランでハラールメニューを提供している。豚肉、アルコールを料理に使用しないことはもちろん、調理場をハラールと一般に分け、包丁、まな板、鍋釜類、食器類を分ける状態にしている。札幌にある「アートホテルズ札幌」でも顧客からの要望があれば、ハラール対応したハンバーガーをホテル内のレストランで提供している。著者は牛肉をパテに使用したチーズバーガーを試食した。ポテトとサラダバー付¥1,580 で値段は高めだがジューシーな味わいでハラールを意識せずとも美味しく味わうことができた。今後、外国人客（特にムスリム教徒）の多い観光地のホテル、旅館などでも同様な対応が増えてくることが予想される。

8. その他企業の動向

株式会社コシダカが運営するカラオケ本舗まねきねこ四谷三丁目店は、日本初のハラール認証を受けたカラオケ店である。2014年12月にマレーシアハラールコーポレーション（MHC）から認証を受け、礼拝スペースを確保すると共に、多くの

³ イフタールは、イスラム教の断食月（ラマダン）に間、日没後にとる食事。

我が国におけるハラール食品市場の現状と課題

ハラールメニューを提供している。ハンバーグ、ピザ、カレー、ラーメン、ポテトフライ、唐揚げ、餃子、チキンナゲット、おつまみソーセージ（チキン使用）など食べやすくかつ他店ではあまり食べられないメニューを提供している。開店から半年が経って以降、在日イスラム教徒の間で口コミを通して広がり毎月 100 名以上の来客がある。顧客サービスにおいては、インドネシア人の従業員を採用したことも効果があったという。最近では海外を含めメディア取材が多くなったという。顧客の 8 割以上がインドネシア人で、しかも女性が多い。ほぼ毎月、季節に合わせた交流イベントを開催しており、都内のイスラム教徒の社交場としての役割を果たしている。今後の課題は、四谷三丁目店以外のまねきねこの店舗でのハラール対応の普及である。店長はもちろんアルバイトを含めた店員の理解が成功の鍵を握っていると同店店長で営業統括本部の山谷大樹氏は語っている。

企業の社員食堂の中で農機メーカーのヤンマーは、東南アジアでの事業拡大とムスリム社員への配慮から 2016 年 3 月より大阪本社の社員食堂でハラールメニューを提供しはじめた。東京急行電鉄は子会社、東急グルメフロントが訪日客の沿線への誘致を強化すべく、「ハラール認証」を取得した食品の販売事業に参入している。ホテル、レストラン、飲食店を主な顧客としてハラール食品を販売、輸出する。日本通運は国内トラック輸送について「ハラール認証」を 2016 年 2 月下旬取得した。またそれに先立ち東京食品ターミナル事業所（東京・大田区）の倉庫内のスペースや業務手順を対象に日本ハラール協会から 1 月下旬に認証を受けている。イスラム圏での和食人気に対応し、国産食材の輸出を増やすインフラを整備している。

9. 提案

以上述べてきた国内におけるハラール対応の状況を踏まえ、ハラール食品を我が国で普及する上で以下 3 点を提案したい。

9. 1 ムスリムフレンドリーな食環境の整備

スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど流通小売業においては、ムスリム教徒でも安心して買い物ができるようにハラールコーナーを設定することを提案したい。外食・中食においては、寿司店に「わさび抜きメニュー」があるように、ハラーム食品を使用しないで作る「ハラールメニュー」や「ハラール弁当」の提供などムスリムフレンドリーな対応から始めることが望ましい。ハラール食品とは、特殊な宗教を信じている特別な食べ物ではなく、食材(豚)と調味料(醤油、みりん、酒などアルコール含有物)に制約があるだけで、普通の食事であることを理解する必要がある。むしろハラールは身体に優しい健康食と位置づけることで、一般客も手に取りやすくなるだろう。ハラール認証を受けたメニューは、一般の食事と同様に十分楽しむことができるものだ。食品は原材料の確保から最終商品になるまでの調理・加工の流れがあるので、サプライチェーン全体の中で何をどのように調達、管理しているかトレーサビリティを明らかにすることがハラール食品の普及に今後には必要となるだろう。この意味ではオーガニック食材と似ている。外食では成分表示を明記することにより、ムスリム本人が判断できる情報を提供してあげることがムスリムフレンドリーな対応と言える。

9. 2 ハラール教育の実施

国内ではイスラム教は遠い国の宗教であり、戒律が厳しすぎるイメージと共にISなどテロリストとの関連でネガティブに捉えられがちである。我が国におけるムスリムを理解するための教育が他の先進国と比較しても不十分である。例えば、豚をタブー視し禁忌することは日本人からすると合理性に欠けていると考えられる。しかしこの背景には、当時の衛生面への危惧(豚肉は十分加熱しないと食中毒を起こす危険性が高い)、家畜としての複合価値がないこと(牛やヤギは乳を出し、鶏は卵を産むが、豚は食肉としてしか活用できない)、繁殖力が強く食べては寝て交尾を繰り返す豚の生活パターンは厳しい気候条件の中でストイックな

謝辞

本稿作成にあたっては、株式会社コシダカ営業統括本部・まねきねこ四谷三丁目店店長、山岡大樹氏、アートホテルズ札幌料飲課シニアスタッフ、石崎由香さんのご協力を頂いた。ここに謝意を表す。

表 2 : 我が国における主なハラール認証機関

宗教法人 日本ムスリム協会 東京都 渋谷区代々木 2-26-5 パロール代々木 1004 号 1952 年設立、1968 年 6 月に宗教法人として認可 http://jmaweb.net/
NPO 法人 日本ハラール協会 大阪市平野区西脇 1-1-2 ミヤコ三愛ビル 2010 年 3 月発足 (2010 年 12 月法人化) http://www.jhalal.com/
NPO 法人 日本アジアハラール協会 千葉県千葉市花見川区幕張本郷 2-18-1-202 2013 年設立 http://web.nipponasia-halal.org/
宗教法人 日本イスラム文化センター / マスジド大塚 東京都豊島区南大塚 3-42-7 1994 年 2 月 17 日創設、1997 年 JIT は宗教法人日本イスラーム文化センター 東京支部として登録される。 http://www.islam.or.jp/
イスラミックセンター・ジャパン 1968 年創設、1975 年宗教法人として認可 東京都世田谷区大原 1-16-11 http://islamcenter.or.jp/
マレーシア ハラル コーポレーション株式会社 東京都新宿区四谷 4-32-1 吉岡ビル 3F http://mhalal.jp/
京都ハラール評議会 京都市上京区宮垣町 92-1F 2012 年設立 http://www.halal-kyoto.net/

出典：一般社団法人ハラール・ジャパン協会 HP より引用

参考文献

- 国土交通省観光庁 (2015) 『ムスリムおもてなしガイドブック』
- 佐々木良昭 (2014) 『ハラールマーケット最前線』、実業之日本社
- 茂野綾美 (2011) 「日系企業によるハラール市場開拓に向けて」 NRI knowledge Insight p1-p.2, 2011年1月号
- 富沢寿勇 (2016) 「食をめぐる異なる価値との共生—グローバル化の中のハラールとローカリティ—」 多文化社会研究 2, pp.29-48, 2016
- 日経 MJ (流通新聞) (2015) 「ロイヤル、ハラール対応工場1日稼働 ホテル向け 外販視野」 15 ページ 2015年6月29日
- 日経産業新聞 (2016) 「ハラール物流 国内でも認証」 日経産業新聞 14 ページ、2016年3月4日
- # 「日本海水 塩6製品、ハラール認証取得 国内食品メーカー向け」 014 ページ、2015年4月8日
- 日本経済新聞 (2016) 「ハラール認証ラーメン 秀徳、工場に専用設備」 地方経済版 千葉、2月4日
- # 「東京の倉庫 ハラール認証」 朝刊 09 ページ、2月8日
- # 「ムスリム客 富山に誘え」 地方経済版 北陸、1月9日
- # (2015) 「ハラール食品販売に参入 東急電鉄子会社 ホテル・飲食店向け」 地方経済面 東京、12月5日
- # 「宇都宮大、学食で「ハラール食」」 朝刊 29 ページ、10月28日
- # 「イスラム客和食に誘う」 地方経済面 近畿 B 2015年4月16日
- # 「納豆、ハラール対応 小杉食品、工場が認証取得」 地方経済面 中部 2015年9月5日
- # 「かつお節にハラール認証 福島鯉、イスラム圏を開拓」 地方経済面 京都・滋賀 2015年4月15日

我が国におけるハラール食品市場の現状と課題

樋口直人・丹野清人 (2000) 『食文化の越境とハラール食品産業の形成—在日ムスリム移民を事例として—』徳島大学社会科学研究所 2000

毎日新聞「雑記帳：札幌市中央区の「アートホテルズ札幌」が・・・」北海道朝刊 29 ページ 社会面 2016 年 8 月 11 日、毎日新聞社

「ムスリム：進む企業内対応 社員にハラールフード、礼拝堂整備 東南アジアと関係強化で」大阪朝刊 7 ページ 経済面 2016 年 7 月 26 日

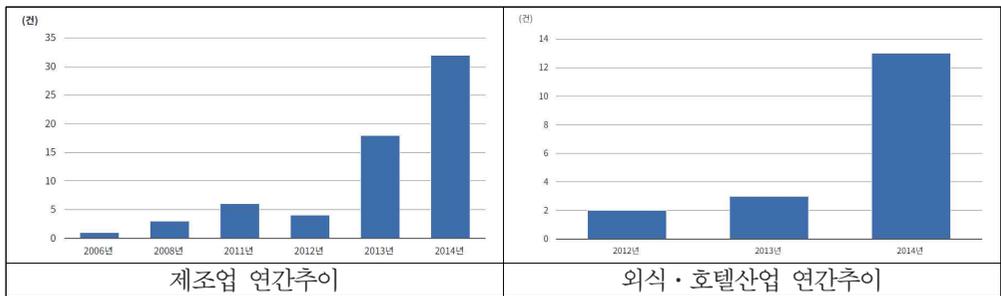
一般社団法人ハラール・ジャパン協会 HP <http://www.halal.or.jp/>

10. 2014년도 일본 할랄식품 실태조사

□ 국내 실태조사

○ 일본 식품업체의 할랄 인증 취득 추이는 증가

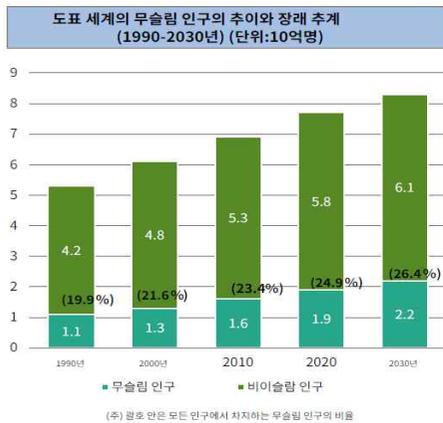
- (제조업, 품목별) 총 80건, 가공식품 16건, 조미료 15건, 음료 11건, 과자 9건 등
- (제조업, 지역별) 총 80건, 도쿄도 19건, 아이치현 6건, 시즈오카현, 오사카부, 후쿠오카현 5건 등
- (외식·호텔 산업) 총 26건, 분야별 레스토랑 15건, 호텔 9건 등
지역별 도쿄도 7건, 지바현 6건, 오사카부 4건 등
- (일본기업 해외공장 제조 품목별) 총 36건, 가공식품 9건, 조미료 7건, 음료 6건 등
- (일본기업 해외공장 제조 인증기관별) 총 44건, MUI 20건, JAKIM 12건, CICOT 5건 등



□ 해외 실태조사

○ 무슬림 인구 수 2030년 22억명, 전체 인구의 26.4% 차지 추정

- 전세계 인구에서 무슬림 비율 아시아 59.2%, 중동·북아프리카 20.1% 등 차지



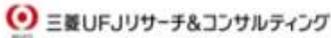
지역	2010년		2030년	
	무슬림 인구	세계 인구에서 차지하는 이슬람교도 합(%)	무슬림 인구	세계 인구에서 차지하는 무슬림 비율(%)
세계 전체	1,619,314		2,190,154	
아시아 대양주	1,005,507	62.1	1,295,625	59.2
중동·북아프리카	321,869	19.9	439,453	20.1
서브 사하라 아프리카	242,544	15.0	385,939	17.6
유럽	44,138	2.7	58,209	2.7
미주	5,256	0.3	10,927	0.5

순위	2010년	2030년
1	인도네시아 204,847	파키스탄 256,117
2	파키스탄 178,097	인도네시아 238,833
3	인도 177,286	인도 236,182
4	방글라데시 148,607	방글라데시 187,506
5	이집트 80,024	나이지리아 116,832
6	나이지리아 75,728	이집트 105,065
7	이란 74,819	이란 89,626
8	터키 74,660	터키 89,127
9	알제리 34,780	아프가니스탄 50,527
10	모로코 32,381	이라크 48,350

最終報告書

平成26年度ハラール食品に係る実態調査事業

2015年1月



【お問い合わせ先】

農林水産省食料産業局企画課

TEL:03-6744-2065

目次

はじめに	2
1. 国内実態調査	3
1.1. 日本の食品業者のハラール認証取得状況	4
1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況	9
2. 海外実態調査	11
2.1. ハラール食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)	12
2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)	26
Appendix	28
世界のハラール食品市場の実態調査	29
世界のハラール市場	32

はじめに

調査の背景・目的

- 我が国の農林水産物・食品の輸出拡大にとって、世界の人口の約4分の1弱を占めるイスラム圏は重要な市場であるとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック等に向けて今後更なる増加が見込まれるイスラム教徒(以下、ムスリム)観光客に配慮した食品等の提供は大きな課題である
- 一方で、日本国内における農林水産物・食品に対するハラール認証の件数は徐々に増加しているものの、ハラール認証は、民間の認証であることから、食品産業におけるハラール認証に係る実態が把握できていない状況となっている
- このため、本事業では国内食品産業におけるハラール認証の現状、世界のハラール食品(ハラール認証機関から認証を取得した農林水産物・食品をいう。以下同じ。)市場等について基礎データを収集・整理し、その実態を把握した上で今後の施策に反映していくことを目的に調査を実施するものである

調査手法

- 文献、新聞、各種調査結果、各機関のウェブサイト等の公開情報を基に取りまとめるとともに、一部ヒアリングによって情報を補足した

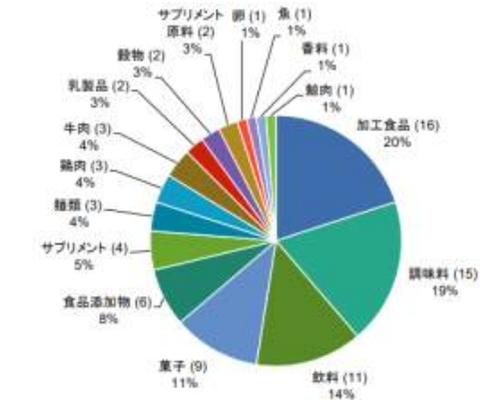
1. 国内実態調査

1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、品目別)

■ 国内ハラール認証機関でハラール認証を取得した日本の食品業者(製造業)の品目別分布は以下の通りとなっている

製造業(品目別)

品目名	件数
加工食品	16
調味料	15
飲料	11
菓子	9
食品添加物	6
サプリメント	4
麺類	3
鶏肉	3
牛肉	3
乳製品	2
穀物	2
サプリメント原料	2
卵	1
魚	1
香料	1
鯨肉	1
合計	80



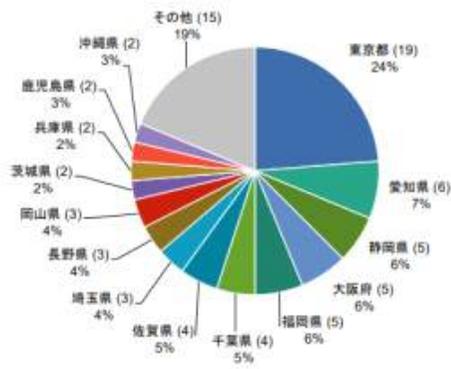
(注) 括弧内は件数

1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、地域別)

■ 国内ハラール認証機関の認証を取得した日本の食品業者(製造業)の都道府県別分布は以下の通りとなっている

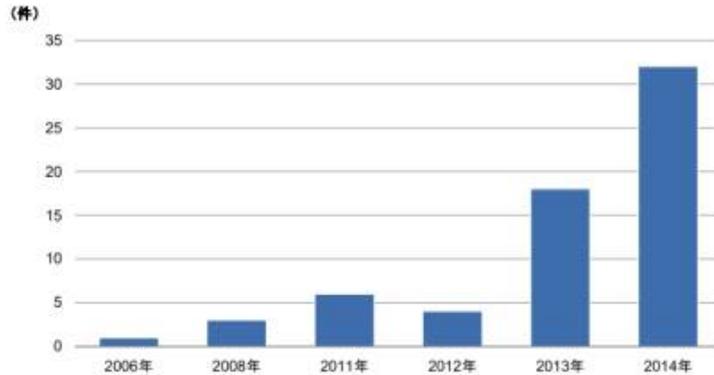
製造業(都道府県別)^{1,2}

都道府県名	件数
東京都	19
愛知県	6
静岡県	5
大阪府	5
福岡県	5
千葉県	4
佐賀県	4
埼玉県	3
長野県	3
岡山県	3
茨城県	2
兵庫県	2
鹿児島県	2
沖縄県	2
その他	15
合計	80



1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(製造業、年推移)

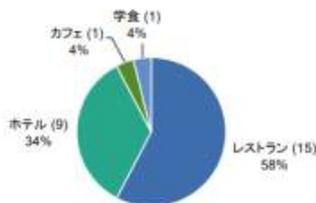
■ 国内ハラール認証機関の認証を取得した日本の食品業者(製造業)数の推移は以下の通りとなっている



1.1.日本の食品業者のハラール認証取得状況(外食・ホテル産業、分野別、地域別)

■ 外食・ホテル産業で国内ハラール認証機関の認証を取得した企業の分野別分布は以下の通りとなっている

分野名	件数
レストラン	15
ホテル	9
カフェ	1
学食	1
合計	26



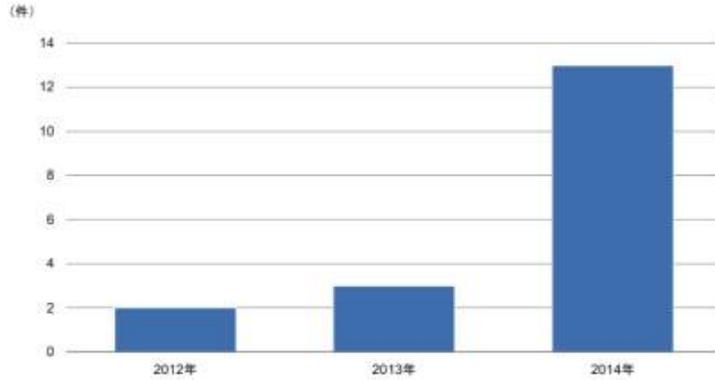
■ 外食・ホテル産業で国内ハラール認証機関の認証を取得した企業の都道府県別分布は以下の通りとなっている

都道府県名	件数	都道府県名	件数
東京都	7	茨城県	1
千葉県	6	埼玉県	1
京都府	3	岐阜県	1
大阪府	4	福岡県	1
北海道	1	沖縄県	1
合計	26		



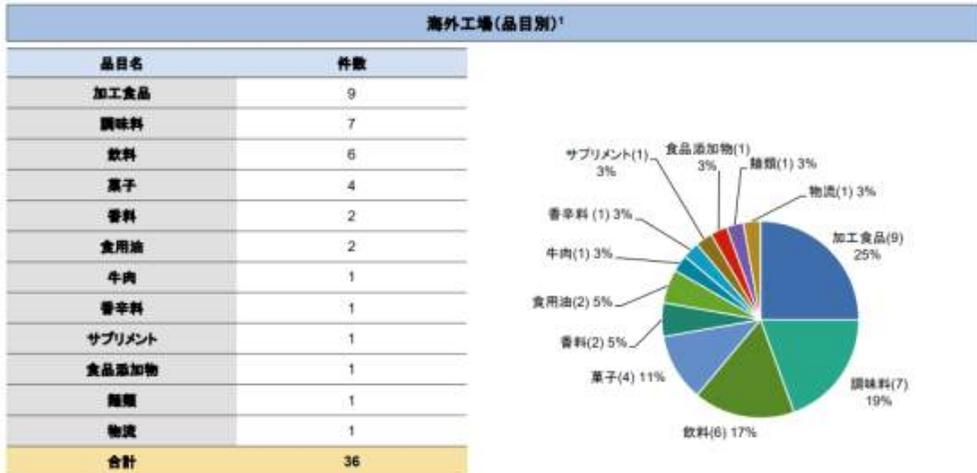
1.1. 日本の食品業者のハラール認証取得状況(外食・ホテル産業、認証機関別、年推移)

■ 日本の外食・ホテル産業で国内ハラール認証機関の認証を取得した年の推移は以下の通りとなっている



1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況

■ 海外工場で製造・加工した食品で海外のハラール認証を取得した品目別分布は以下の通りとなっている



1.2. 日本企業が海外工場で製造・加工した食品に係るハラール認証取得状況

■ 海外工場で製造・加工した製品で、海外のハラール認証を取得したケースの認証機関別分布は以下の通りとなっている

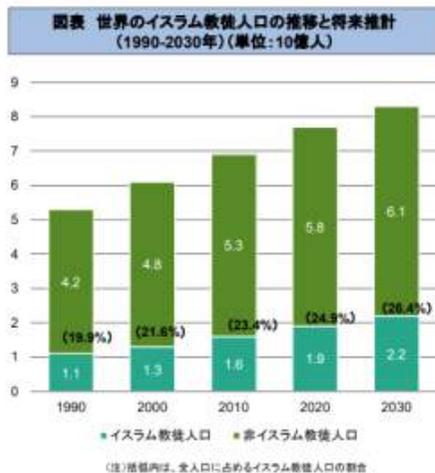


2. 海外実態調査

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

■ イスラム教徒人口の推移と将来推計(世界全体・国別)

- イスラム教徒人口数は、2030年には22億人、全人口の26.4%を占めると推計されている
- イスラム教徒が多い国の上位10カ国の多くがアジア地域となっている



図表 地域別のイスラム教徒人口の推移と将来推計(1990-2030年)(単位:千人)

地域	2010年		2030年	
	イスラム教徒人口	世界人口に占める割合 (%)	イスラム教徒人口	世界人口に占める割合 (%)
世界全体	1,619,314		2,190,154	
アジア大洋州	1,005,507	62.1	1,295,625	59.2
中東・北アフリカ	321,869	19.9	439,453	20.1
サブサハラアフリカ	242,544	15.0	385,939	17.6
欧州	44,138	2.7	58,209	2.7
米州	5,256	0.3	10,927	0.5

図表 イスラム教徒数が多い上位10カ国と将来推計(2010と2030年)(単位:千人)

順位	国名	2010年	2030年
1	インドネシア	204,847	256,117
2	パキスタン	178,097	238,833
3	インド	177,286	236,182
4	バングラデシュ	148,607	187,506
5	エジプト	80,024	116,832
6	ナイジェリア	75,728	105,065
7	イラン	74,819	89,626
8	トルコ	74,660	89,127
9	アルジェリア	34,780	50,527
10	モロッコ	32,381	48,350

Mitsubishi UFJ Research and Consulting (出所) Pew Research Center (2011) The Future of the Global Muslim Population (http://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/)

12

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

- 本事業では、ASEANとGCCの16カ国のハラル食品市場の実態調査を、文献調査、ウェブ調査、統計データを活用しておおよそ作成した後、現地にヒアリングが必要なものに関しては、電話やメールでのインタビューを通じてできる限り情報を入手した
- 市場規模および貿易額データの推計にあたっては推計方法を明示する。本事業ではASEANとGCCの16ヶ国について貿易額の推計を行ったが、本事業での推計方法を当てはめることで他の国や地域の貿易額の推計も可能となる
- 世界のハラル食品市場については、食品のみを対象にしたSungkar and Hashim (2009)のデータと食品と非アルコール飲料を対象としたDinar Standard and Thomson Reuters (2013, 2014)のデータを挙げる

図表 世界のハラル食品市場規模(2005-2010年)(単位:10億ドル)

地域名/年	2005	2009	2010(推定)	2010年成長率
世界全体	596.1	634.5	651.5	2.7%
アフリカ	139.5	150.3	153.4	2.1%
アジア	375.8	400.1	416.1	4.0%
欧州	64.4	66.6	67.0	0.6%
北米	15.5	16.1	16.2	0.6%
豪州(大洋州)	1.1	1.5	1.6	6.7%

(出所) Sungkar, Irfan and Darhim Hashim (2009), The Global Halal Food Market and Updates on Global Halal Standards (http://www.halainc.org/images/Research%20Material/Presentations/GLOBAL%20HALAL%20STANDARDS.pdf).

Mitsubishi UFJ Research and Consulting

13

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施(全世界、各地域)

図表 世界のハラル食品・非アルコール飲料市場規模(2012、2013年)(単位:10億ドル)

地域名/年	2012	2013	前年比増減率
世界全体	1,088	1,292	18.6%
中東・北アフリカ(その他)	237	319	34.6%
東アジア	229	226	-1.3%
南アジア	177	212	19.8%
中央アジア	137	204	48.9%
サブサハラアフリカ	120	114	-5.0%
中東・北アフリカ(GCC諸国)	85	93	9.4%
西欧	45	49	8.9%
東欧	40	54	35.0%
北米	15	16	6.7%
中南米	2	3	50.0%
豪州	2	2	0.0%

(出所) Dinar Standard and Thomson Reuters (2013, 2014), State of the Global Islamic Economy (2013 Report), (2014 Report) より作成。2013年値は次のウェブサイトからダウンロード可能
(<http://www.dinarstandard.com/food-beverage-islam-report-2013/>)

(注) 1. 四捨五入により各地域の和と世界全体の値が異なる

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 各国のハラル食品市場規模の推計方法

- 本調査ではハラル食品市場規模を下記の3通りの方法によって推計することとする
 - ① 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品支出 (Consumer Expenditure on Food)
 - ② 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品および非アルコール飲料支出 (Consumer Expenditure on Food and Non-Alcoholic Beverages)
 - ③ 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品および非アルコール飲料支出 (実質) (Real Expenditure per Capita, Food and Non-Alcoholic beverages)
- ムスリム人口は、いずれもピュー・リサーチセンター (Pew Research Center) が2011年に公表した報告書のデータのうち、2010年のムスリム人口の値を採用。
Pew Research Centre (2011), *The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030*
(出所: <http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>)
- ①の一人当たり食品支出および②の一人当たり食品・非アルコール飲料支出のデータはEuromonitorに依拠した
- ③の一人当たり食品・非アルコール飲料支出(実質)のデータは、2014年に世界銀行が公表した世界の購買力平価と実質支出報告書(以下、ICP報告書)に依拠した
World Bank (2014), *Purchasing Power Parities and Real Expenditures of World Economics: a comprehensive report of the 2011 International Comparison Program (Volume 1)* (出所: <http://go.worldbank.org/2NLE82X9P0>)
- 同じ一人当たり食品・非アルコール飲料支出に基づく算出方法であっても、依拠するデータが異なると市場規模の値も変化する。本調査ではEuromonitorとICP報告書の2つのデータに基づいて市場規模を推計したが、ハラル認証済みの食品を捕捉したデータが存在せず、推計に頼らざるを得ないことから、依拠するデータの差によって市場規模の推計値が異なり得ることに留意する必要がある

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法① ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品支出
 ● 一人当たり食品支出はEuromonitorのデータに依拠

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口 (万人)	一人当たり食品支出(ドル)				各国ハラル食品市場規模(100万ドル)			
		2010	2005	2009	2010	2013	2005	2009	2010
1 インドネシア	20,485	248.8	411.9	522.3	608.7	50,967	84,378	106,993	124,692
2 カンボジア	24	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 シンガポール	72	616.6	1,022.4	1,086.2	1,315.0	588	736	782	947
4 タイ	395	313.8	523.3	625.6	733.5	1,240	2,067	2,471	2,897
5 フィリピン	474	342.0	543.7	599.5	816.6	1,621	2,577	2,842	3,871
6 ブルネイ	21	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
7 ベトナム	16	156.2	284.8	286.7	389.8	25	46	46	62
8 マレーシア	1,714	528.6	749.5	861.5	1,083.4	9,060	12,846	14,766	18,741
9 ミャンマー	19	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
10 ラオス	0	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
11 サウジアラビア	2,540	804.7	1,349.8	1,404.4	1,649.9	20,512	34,406	35,798	42,056
12 UAE	358	3,844.0	2,126.8	2,558.4	2,883.9	13,762	7,614	9,159	10,324
13 バーレーン	66	1,075.5	1,113.2	1,185.2	1,434.3	710	735	782	947
14 オマーン	255	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
15 カタール	117	895.4	1,257.8	1,264.6	1,389.7	1,048	1,471	1,480	1,603
16 クウェート	264	1,602.1	1,623.9	1,331.0	1,337.1	4,230	4,287	3,514	3,530

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030およびEuromonitorに基づきMJRC推計

Mitsubishi UFJ Research and Consulting

16

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法② ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品と非アルコール飲料に対する支出
 ● 一人当たり食品と非アルコール飲料支出はEuromonitorのデータに依拠

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口 (万人)	一人当たり食品・非アルコール飲料支出(ドル)				各国ハラル食品・非アルコール飲料市場規模(100万ドル)			
		2010	2005	2009	2010	2013	2005	2009	2010
1 インドネシア	20,485	266.3	438.9	560.2	652.8	54,552	89,909	114,757	133,726
2 カンボジア	24	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 シンガポール	72	866.3	1,089.6	1,158.7	1,407.0	624	785	834	1,013
4 タイ	395	370.2	603.2	719.9	850.8	1,462	2,383	2,844	3,361
5 フィリピン	474	364.2	579.5	639.0	870.9	1,726	2,747	3,029	4,128
6 ブルネイ	21	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
7 ベトナム	16	168.6	307.5	309.8	421.2	27	49	50	67
8 マレーシア	1,714	564.5	801.8	921.9	1,171.8	9,676	13,743	15,801	20,081
9 ミャンマー	19	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
10 ラオス	0	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
11 サウジアラビア	2,540	871.0	1,470.7	1,532.8	1,809.7	22,202	37,488	39,071	46,129
12 UAE	358	4,240.7	2,354.9	2,835.4	3,201.2	15,182	8,431	10,151	11,460
13 バーレーン	66	1,172.7	1,215.2	1,294.1	1,586.9	774	802	854	1,034
14 オマーン	255	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
15 カタール	117	961.6	1,352.3	1,359.3	1,472.6	1,125	1,582	1,590	1,723
16 クウェート	264	1,715.6	1,741.1	1,427.6	1,435.2	4,529	4,597	3,769	3,789

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030およびEuromonitorに基づきMJRC推計

Mitsubishi UFJ Research and Consulting

17

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法③ ハラル食品市場規模 = 各国のムスリム人口 × 一人当たり食品と非アルコール飲料に対する支出
 - 一人当たり食品と非アルコール飲料支出はICP Reportのデータに依据(実質値)

図表 ムスリム人口、ハラル食品市場規模(推計値)

	ムスリム人口(万人)	一人当たり食品・非アルコール飲料支出 (ドル)		各国ハラル食品・非アルコール飲料市場規模 (100万ドル)
		2010	2011	2011
1 インドネシア	20,485		1,102	225,681
2 カンボジア	24		606	145
3 シンガポール	72		1,263	909
4 タイ	395		1,308	5,158
5 フィリピン	474		1,175	5,570
6 ブルネイ	21		2,160	454
7 ベトナム	16		438	70
8 マレーシア	1,714		1,225	20,997
9 ミャンマー	19		592	112
10 ラオス	0		576	0
11 サウジアラビア	2,549		1,726	44,006
12 UAE	358		2,735	9,790
13 バーレーン	66		1,780	1,175
14 オマーン	255		1,866	4,758
15 カタール	117		1,927	2,255
16 クウェート	264		2,637	6,962

(出所) Pew Research Center (2011), The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030, および World Bank (2014), Purchasing Power Parities and Real Expenditures of World Economies: a comprehensive report of the 2011 International Comparison Program (Volume 1)に基づくMURC推計

Mitsubishi UFJ Research and Consulting

18

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

■ 各国のハラル食品貿易額の算出方法

- 本調査ではハラル食品の貿易額を下記の4通りの方法によって推計することとする。ただし、ハラル認証を取得した食品のみを抽出して貿易額を推計することは困難であるため、本調査では特定の食品をハラル食品とみなして貿易額の推計を行うこととする
 - ① ハラル食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品
 - ② ハラル食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 調整食品類
 - ③ ハラル食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 調整食品類 + 飲料(アルコール飲料を除く)
 - ④ ハラル食品 = 食肉・食肉加工品・その他畜産品 + 加工食品(アルコール飲料を除く)
- 先行調査においてハラル食品貿易額を推計するに当たっては、ハラル食品を食肉のみとしたり、食肉および加工食品としたりと複数の推計方法が存在する。そのため、本調査では上記の4通りの方法でハラル貿易額の推計を行った
 - ① GCC諸国のハラル肉輸入に関するHDCの推計方法(肉のみを対象)に基づく(HDC(n.d.))『ハラル市場とその展望』
 - ② 韓国ハラル産業研究院の推計方法(「畜産物および加工品」と「調整食品類」をハラル関連食品と推定)に基づく(李海昌(2014)「対イスラム市場輸出拡大を官民で(韓国)」『ジェトロセンサー』2014年10月号、29頁)
 - ③ ②に非アルコール飲料を追加
 - ④ マレーシアのハラル製品輸出に関するHDCの推計方法(Food & Beverageをハラル関連食品と推定)に基づく(HDCウェブサイト(http://www.hdcglobal.com/publisher/bi_haial_export))。ただし、魚類や野菜等をFoodに含めると本来ハラルとは関係のない品目が多数含まれてしまうため、下記の豚肉・その関連製品、アルコール飲料とあわせて推計の対象から外している。
- 各品目の貿易額の推計に当たっては、UN Comtradeの統一システム分類(Harmonized Commodity Description Coding System: HS)のデータを用いた

● 明確に非ハラルと考えられる豚肉や豚肉由来の製品、アルコール飲料は除外した(158-159ページの表参照)

Mitsubishi UFJ Research and Consulting

19

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法① ハラル食品=食肉・食肉加工品・その他畜産品
 * HS分類: 02-(0203+020630+020641+020649+020910+021011+021012+021019)+0407+0408

図表 ハラル関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラル関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラル関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)
ASEAN 諸国	1 インドネシア	261,241	22,604
	2 カンボジア	2,773	13
	3 シンガポール	662,208	68,517
	4 タイ	130,924	443,860
	5 フィリピン	348,009	25,468
	6 ブルネイ	29,587	165
	7 ベトナム(2012)	135,188	8,915
	8 マレーシア	771,030	169,793
	9 ミャンマー(2010)	11	15,546
	10 ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11 サウジアラビア	2,845,181	166,021
	12 UAE(2011)	1,405,761	43,446
	13 バーレーン(2011)	204,201	2,089
	14 オマーン	376,569	44,132
	15 カタール(2012)	409,978	4,238
	16 クウェート(輸入:2008, 輸出:2009)	355,764	3,083

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

- 推計方法② ハラル食品=食肉・食肉加工品・その他畜産品+調整食品類
 * HS分類: 推計方法①+21

図表 ハラル関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラル関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラル関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)
ASEAN 諸国	1 インドネシア	1,012,135	686,718
	2 カンボジア	37,387	14
	3 シンガポール	1,453,211	1,455,843
	4 タイ	1,113,511	2,329,612
	5 フィリピン	1,161,493	120,349
	6 ブルネイ	66,759	378
	7 ベトナム(2012)	466,954	237,821
	8 マレーシア	1,710,223	1,393,332
	9 ミャンマー(2010)	25,055	16,906
	10 ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11 サウジアラビア	4,350,308	219,030
	12 UAE(2011)	2,031,349	365,477
	13 バーレーン(2011)	272,918	132,026
	14 オマーン	460,294	117,146
	15 カタール(2012)	545,054	7,973
	16 クウェート(輸入:2008, 輸出:2009)	508,520	5,851

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

- 推計方法③ ハラール食品=食肉・食肉加工品・その他畜産品+調整食品類+飲料(アルコール飲料を除く)
 * HS分類: 推計方法①+21+2201+2202

図表 ハラール関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラール関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラール関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	1,098,699	750,145
	2	カンボジア	59,689	7,926
	3	シンガポール	1,946,682	1,739,031
	4	タイ	1,171,340	3,926,809
	5	フィリピン	1,186,725	138,854
	6	ブルネイ	115,177	2,176
	7	ベトナム(2012)	487,947	310,874
	8	マレーシア	1,814,649	1,761,357
	9	ミャンマー(2010)	25,677	16,910
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	4,907,156	637,602
	12	UAE(2011)	2,405,533	683,969
	13	バーレーン(2011)	321,308	151,606
	14	オマーン	529,930	124,630
	15	カタール(2012)	654,543	10,450
	16	クウェート(輸入:2008, 輸出:2009)	596,956	18,611

2.1.ハラール食品市場の実態調査の実施

- 推計方法④ ハラール食品=食肉・食肉加工品・その他畜産品+加工食品(アルコール飲料を除く)
 * HS分類: 推計方法①+17+18+19+2101+2102+2103+2104+2106+2201+2202

図表 ハラール関連食品貿易額(推計値)

No.	国名	ハラール関連食品の輸入(2013) 額(1,000ドル)	ハラール関連食品の輸出(2013) 額(1,000ドル)	
ASEAN 諸国	1	インドネシア	3,621,554	2,766,401
	2	カンボジア	127,890	61,287
	3	シンガポール	3,275,477	4,088,350
	4	タイ	2,161,745	8,210,863
	5	フィリピン	1,768,789	689,387
	6	ブルネイ	196,926	5,282
	7	ベトナム(2012)	1,325,956	893,394
	8	マレーシア	4,685,244	4,424,740
	9	ミャンマー(2010)	41,904	26,679
	10	ラオス	n.a.	n.a.
GCC 加盟国	11	サウジアラビア	7,605,214	1,385,955
	12	UAE(2011)	3,701,367	1,862,146
	13	バーレーン(2011)	489,466	169,598
	14	オマーン	828,016	269,786
	15	カタール(2012)	914,326	11,195
	16	クウェート(輸入:2008, 輸出:2009)	952,089	41,194

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

図表 HS分類	
統計番号	品名
02	肉及び食用のくず肉
02.01	牛の肉(生鮮のもの及び冷蔵したものに属する。)
02.02	牛の肉(冷凍したものに属する。)
02.03	豚の肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
02.04	羊又はやぎの肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
02.05	馬、ろ馬、ら馬又はヒニーの肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
02.06	食用のくず肉(牛、豚、羊、やぎ、馬、ろ馬、ら馬又はヒニーのもので、生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
0206.10	— 牛のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに属する。)
	— 牛のもの(冷凍したものに属する。)
0206.21	— 羊
0206.22	— 豚
0206.29	— その他のもの
0206.30	— 豚のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに属する。)
	— 豚のもの(冷凍したものに属する。)
0206.41	— 羊
0206.49	— その他のもの
0206.60	— その他のもの(生鮮のもの及び冷蔵したものに属する。)
0206.90	— その他のもの(冷凍したものに属する。)
02.07	肉及び食用のくず肉で、第01.05項の家禽の肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
02.08	その他の肉及び食用のくず肉(生鮮のもの及び冷蔵し又は冷凍したものに属する。)
02.09	家禽の肉及び食用のくず肉(生鮮のもの及び冷蔵し、冷凍し、塩漬し、燻製し、塩水漬けし、乾燥し又はくん製したものに属する。)
0209.10	— 豚のもの
0209.90	— その他のもの
02.10	肉及び食用のくず肉(塩漬し、塩水漬けし、乾燥し又はくん製したものに属する。)
	及び肉又はくず肉の食用の粉及びペースト
0210.11	— 食用のもの(肉及び食用のくず肉を分割したものを分製したものに属する。)
0210.12	— ばら肉及びそれを分製したもの
0210.19	— その他のもの
0210.20	— 牛の肉
	— その他のもの(肉又はくず肉の食用の粉及びペーストを含む。)
0210.91	— 豚のもの
0210.92	— くらげのもの、海牛目のもの及び海鞘目下のもの
0210.93	— 両生類のもの
0210.99	— その他のもの

Mitsubishi UFJ Research and Consulting (注)1. ハイライト: 明白に非ハラルなもの

24

2.1. ハラル食品市場の実態調査の実施

図表 HS分類	
統計番号	品名
04.07	製付きの魚卵(生鮮のもの及び保存に適する処理又は加熱による調理をしたものに属する。)
04.08	製付きでない魚卵及び卵黄(生鮮のもの及び乾燥、蒸気又は水蒸気による調理、成型、冷凍その他保存に適する処理をしたものに属するものとし、砂糖その他の甘味料を加えてあるかないかを問わない。)
17	糖類及び砂糖菓子
18	ココア及びその調製品
19	穀物、穀粉、でん粉又はミルクの調製品及びベーカリー製品
21	各種の調製食品
21.01	コーヒー、茶又はマテのエキス、エッセンス及び濃縮物並びにこれらをもととした調製品、コーヒー、茶又はマテをもととした調製品並びにチョコレートその他のコーヒー代用物(いつたものに属する。)
	並びにそのエキス、エッセンス及び濃縮物
21.02	鮮魚(清性のものであるかないかを問わない。)
	及びその他の単細胞微生物(生きていないもの)に属するものとし、第30.02項のワクチンを除く。)
	並びに調製したベーキングパウダー
21.03	ソース、ソース用の調製品、混合調味料、マスタードの粒及びペースト並びに調製したマスタード
21.04	スープ、ブロス、スープ用又はブロス用の調製品及び肉質混合調製食品
21.06	調製食品(他の項に該当するものを除く。)
22.01	水(天然又は人工の鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものを除く。)、氷及び雪
22.02	水(鉱水及び炭酸水を含むものとし、砂糖その他の甘味料又は香味料を加えたものに属する。)
	その他のアルコールを含有しない飲料(第20.09項の菓実又は野菜のジュースを除く。)
22.03	ビール
22.04	ぶどう酒(醸造ぶどう酒を含むものとし、生鮮のぶどうから製造したものに属する。)
	及びぶどう搾汁(第20.09項のものを除く。)
22.05	ベルセツトその他のぶどう酒(生鮮のぶどうから製造したもので、醸造又は発酵性物質により香味を付けたものに属する。)
22.06	その他の発酵酒(例えば、りんご酒、なし酒及びブドウ)並びに蒸餾酒とアルコールを含有しない飲料との混合液及び発酵酒の混合物(他の項に該当するものを除く。)
22.07	エチルアルコール(濃縮させていないものでアルコール分が40%以上のものに属する。)
	及び炭性アルコール(アルコール分がいかなる濃度でもなく、)
22.08	エチルアルコール(濃縮させていないものでアルコール分が20%未満のものに属する。)
	及び蒸餾酒、リキュールその他のアルコール飲料
22.09	食酢及び酢酸から得た食酢代用物

Mitsubishi UFJ Research and Consulting (注)1. ハイライト: 明白に非ハラルなもの

25

2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)

■ 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)は、下記の通り

No.	国名	ハラール認証機関と認証状況			相互認証先(JAKIMとMUIのみ)
		機関名	コンタクト先	企業数	
ASEAN諸国	1 インドネシア	The Indonesian Council of Ulama (MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika)	Tel: +62-21-361-8880 Fax: +62-21-391-8918 URL: www.muhi.or.id	約1,000 (2013年)	JAKIM
	2 カンボジア	設立が検討されている段階	n.a.	n.a.	n.a.
	3 シンガポール	Islamic Religious Council of Singapore (MUIS)	Tel: +65-6733-1700 Fax: +65-6733-4723 URL: www.muis.gov.sg	約200 (2010年)	JAKIM LPPOM MUI(牛乳のみ、食品加工品を除く)
	4 タイ	The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)	Tel: +66-2498-4114 Fax: +66-2498-4241 URL: www.cicot.or.th	約3,500 (2012年)	JAKIM LPPOM MUI(肉牛、食品加工)
	5 フィリピン	Islamic Da'wah Council of The Philippines (IDCP)	Tel: +63-2-245-8488 Fax: +63-2-241-5142 URL: www.idcp-ph.org	n.a.	JAKIM
		National Commission on Muslim Filipinos (NCMF)	Tel: +63-2-852-6486 Fax: +63-2-852-4873	n.a.	JAKIM
		Office Muslim Affairs (OMA)	Tel: +63-2-952-6486 Fax: +63-2-952-4887 URL: www.oma.gov.ph	n.a.	LPPOM MUI(肉牛)
	6 ブルネイ	Islamic Religious Council Lembaga Mengkaji dan Promosi Islam Halal, Regeran Kawalan Makanan Halal, Jabatan Hal Ethical Syariah	Tel: +673-2242263 Fax: +673-2223108	n.a.	JAKIM
	7 ベトナム	Halal Certification Agency Vietnam	Tel: +84-4-6288-3741 Fax: +84-4-6287-1236	n.a.	JAKIM
	8 マレーシア	Department of Islamic Development Malaysia or JAKIM	Tel: +60-3-8986-4000 Fax: +60-3-8986-2238 URL: www.hal-halalan.gov.my	約5,046 (2013年)	LPPOM MUI(肉牛のみと牛、食品加工及び畜産)
9 ミャンマー	Myanmar Halal Certification Committee	Tel: +95-9-252888 Fax: +95-9-583388	n.a.	n.a.	
10 ラオス	The Islamic Association in LAO PDR verbande jama masjid Vientiane, 01000, Lao PDR	Tel: 855-202558-13302 Email: abah33302@yahoo.com	n.a.	n.a.	

2.2. 国別のハラール認証機関及びその認証状況(認証を取得した企業数及び食品の品目数)

■ GCC諸国においては、国固有のハラール認証機関が存在するわけではなく、農林水産、規格、食品安全性、衛生といった担当省がハラール性に関する検査や輸出許認可等を担当している

No.	国名	ハラール認証機関と認証状況			相互認証先(JAKIMとMUIのみ)
		機関名	コンタクト先	企業数	
GCC諸国	11 サウジアラビア	Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO)	Tel: +966 11 4520000 Fax: +966 11 4520183 URL: http://www.saso.gov.sa/en/	n.a.	
	12 アラブ首長国連邦(UAE)	Agricultural and Animal Affairs, The Ministry of Environment & Water of the United Arab Emirates	Tel: Call Center 8003050 Email: foodaff@moenv.gov.ae URL: http://www.moenv.gov.ae/en/our-services/animal-affairs/inspection-المشاوراة البيطرية - المصحة البيطرية المشاوراة البيطرية - المصحة البيطرية	JAKIM	
		Gulf Hotel Center	Tel: +971 6 54 54 54 1 Fax: +971 6 54 54 54 2 Email: contact@gulfhotel.com URL: http://gulfhotel.com/v	n.a.	
	13 バーレーン	Ministry of Health, Agriculture Department	n.a.	n.a.	
14 オマーン	Quality Control Department, Ministry of Commerce & Industry	Tel: +968-2477-6853 URL: http://www.mocoman.gov.om/lang/en-US#	n.a.		
15 カタール	Qatar Supreme Council of Health, Department of Health Outlets and Food Control	Tel: +974-440-7021 Fax: +974-440-7082	n.a.		
16 クウェート	Ministry of Commerce and Industry, Public Authority of Industry, Kuwait	Tel: +965-2630-2001	n.a.		

Appendix

Appendix

世界のハラール食品市場の実態調査1

■ ASEAN諸国のハラール情報を取りまとめると以下の通りとなっている

	マレーシア	インドネシア	タイ	シンガポール
ムスリム人口 (割合割合+全人口)	約1014万人 (約95%+全人口2945万人)	約2億人 (約80%+全人口2億4000万人)	約300万人 (約5%+全人口6000万人)	約50~70万人 (約15%+全人口518万人)
ハラール認証機関 及び関連機関	マレーシアイスラム開発局(JAKIM) ハラール産業開発公社(HDC)	インドネシアウラマー協議会(MUI) LPPOM(検査機関、ロゴ認証機関)	タイイスラム中央委員会(DICOT) タイハラール基準局(HI)	シンガポールイスラム評議会(MUIS)
規格及び 特徴	<ul style="list-style-type: none"> 唯一の政府機関による認証制度 MS1500-2004/2009にて工業規格化されており、システム化されている 医薬品や化粧品、物産にもハラール規格が定められている 	<ul style="list-style-type: none"> ハラール食品及びハラール包装・ロゴに関するJF Food Regulation ITP 302にて規定 	<ul style="list-style-type: none"> 食品に関してはThe Agricultural Standard TAS 8405-2007にて、ハラール全般に関してJICCCのNATIONAL HALAL STANDARD: General Guidelines on Halal Products TMS 24000: 2552にて規格化 	<ul style="list-style-type: none"> 食品関連企業の事業内容により、7種類の認証システムを規定(国内の加工食品や国内の食品処理場、レストラン、調理場、賣場に対する認定、海外で認証取得した食品を輸入する業者に対する認定)
注意点	<ul style="list-style-type: none"> マレーシアに生産拠点、支店、代理店、エージェント等を持たない外資系企業の所有する第三工場への認証は原則として認められていない 		<ul style="list-style-type: none"> タイに生産拠点、支店、代理店、エージェント等を持たない外資系企業の所有する第三工場への認証は原則として認められていない 	
認証取得企業数	約3,646社 (2013年)	約3,000社 (2013年)	約3,500社 (2012年)	約2,650施設 (2010年)
有効期間	2年	2年	1年	1年または2年
メリット	<ul style="list-style-type: none"> 政府がハラール産業の推進・誘致に力を入れている ハラール認証に対して信頼性が高く、中東等海外でも評価が高い 親日的、日本食品への信頼が高い 都市部を中心に、外資系総合スーパー(General Merchandise Store: GMS)等、近代的な小売流通業が浸透している 	<ul style="list-style-type: none"> 国内市場としての市場規模の大きさ 日系企業の進出も多い 都市部を中心に、外資系GMS等、近代的な小売流通業が浸透している 	<ul style="list-style-type: none"> 食品産業のグローバル拠点としてのメリットが多い(ハラール食品輸出国の世界第7位) 日系企業の進出も多い 都市部を中心に、外資系GMS等、近代的な小売流通業が浸透している 親日的、日本食の人気が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の所得水準がASEANでも最も高い 日系企業の進出も多い 一部の業種を除き、外資規制がない
デメリット		<ul style="list-style-type: none"> 地方では特にインフラの整備がまだ不十分 外資系企業によるハラール産業進出へのインセンティブや支援が十分ではない 	<ul style="list-style-type: none"> タイ国全体で見るとムスリム人口が少ない タイ投資委員会(The Thai Board of Investment: BOI)によるセクター等は開業され、部外は高まりつつあるものの、外資系企業によるハラール産業進出へのインセンティブや支援が十分ではない 	<ul style="list-style-type: none"> 人口が少ない 参入企業が多く、熾烈な競争

世界のハラール食品市場の実態調査2

■ ASEAN諸国のハラール情報を取りまとめた以下の通りとなっている。

国名	特徴	想定される活用方法
マレーシア	<ul style="list-style-type: none"> 情報開示が進んでおり、非ムスリムにも比較的わかりやすい制度 政府系機関による認証であるため、海外市場においても高い認知度や信頼性 政府がハラール・ハブを目指しており、各種バックアップを提供 	海外輸出も見込めた生産拠点として活用
インドネシア	<ul style="list-style-type: none"> 人口2.4億人のうち、ムスリムが8割を占める 1人当たりGDPが3,000ドルを超え、急速な内需拡大が期待される 第三国の工場に対しても審査員を派遣し、MUIのハラール認証を付与することがある 	インドネシア国内市場をターゲットとした認証取得が有効
タイ	<ul style="list-style-type: none"> 日系や外資を含む世界の食品工場が集積しており、サプライヤー等のアクセスが容易 非イスラム国のハラール認証であるため、相対的に柔軟性の高い認証体制と言われている タイの国内市場のみならず東南アジアの貿易拠点・ハブとして中東や他の東南アジア地域への市場も見込める 	産業集積が進んでいるため、サプライヤー選択が容易で、高度化された製品の生産に適切
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> 国内販売よりも、東南アジアの貿易拠点・ハブとして中東や他の東南アジア地域への市場も見込める GCCとのFTA発効により、今後は中東市場への輸出拠点としての活用も有望 	付加価値の高い製品を高価値品として少量輸出
フィリピン	<ul style="list-style-type: none"> 人口の9割以上がクリス教のため、ハラール産業展開の動きは少ないが、現在ミンダナオに10億ペソ(約23.6億円)のハラールパーク設立を計画し、国内でのハラール市場の拡大が期待される 	
ブルネイ	<ul style="list-style-type: none"> 王族がハラール産業のバックアップを行い、ハラール認証機関と商社のタイアップでの産業展開を行っている 	
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> 特にハラール産業の振興に力を入れているわけではないが、ASEANの周辺国の所得増加によりムスリムの観光客への対応を行っている施設・レストランは増加している 	
カンボジア	<ul style="list-style-type: none"> 設立を検討中 	
ラオス	n.a.	
ミャンマー	n.a.	

世界のハラール食品市場の実態調査3

GCC加盟国におけるハラール市場

- ムスリムが多数派の国々のうち、特にGCC加盟国(サウジアラビア、アラブ首長国連邦、クウェート、カタール、バーレーン及びオマーン)は従来から食肉及び食肉加工品を輸入している。GCC加盟国の食品市場規模は447億米ドルで、そのうち9割を輸入に依存しているほか、GCC諸国は国際貿易にも開放的となっている
- GCC加盟国の中でもアラブ首長国連邦(UAE)やサウジアラビアは市場として有望視されている。サウジアラビアは人口2,500万人と、GCCでは最大の人口を抱えており、「マッカ(メッカ)」と「メディナ」というイスラムの二大聖地を抱えるため、最も成長が激しいとされている

国名	特徴
サウジアラビア	<ul style="list-style-type: none"> ■ ムスリム人口約2900万人(全人口の97%、2009年)、600万人の外国人労働者を抱える ■ 100万ドルを超える資産を保有する富裕層が約9万人存在、15歳未満の若年層が人口の4割を占める
UAE	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総人口は約507万人とされているが、このうち自国民の比率は約18.2%にとどまり、残りの8割以上をインド・パキスタン、中東・中東諸国、フィリピンなどの外国人が占める ■ 手厚い福祉政策の恩恵を受けた自国民、外国人労働者(中間層)、旅行者が消費を牽引している ■ ドバイは外国人観光客や労働者、観光客誘致の目的もあり、特別のライセンスを得た事業者が一部の定められた地域でアルコール類や豚肉製品も提供する一方、シャルジャは最も規律が厳しとされている ■ 食肉及び食肉加工品については、UAE政府が指定した上乗車や食肉施設で加工されなければならないとされており、その他の食品は全て登録制である。なお、UAE国内の市場は均一ではない。例えば、2次都市とされるドバイとアブダビでも市場特性は大きく異なる。ドバイはアブダビと比較して旅行者の来訪者が多く、大型ショッピングモールの数も多数あるため、消費市場としては大きい
バーレーン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の輸入依存度が高い ■ 地理的に他のGCC諸国へのアクセスが良いことから、食品加工企業の進出先として注目されている
オマーン	<ul style="list-style-type: none"> ■ 他のGCC諸国よりは安いものの食料の80%を輸入に頼る ■ 中央年齢(median age)が20歳程度と若年層が多く、若者が好む加工食品やファーストフードに商機があるとされる ■ オマーン国内で販売される外国製品はGCC諸国に適合していることが求められる。食品規格規制は湾岸標準規格(GSO)に基づいて定められたGCC統一食品規格に基づく。ハラールについては、GSO983/1999、GSO1931/2009、GSO2055/2010に準拠している
カタール	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の90%を輸入に頼る ■ 食肉の中ではラム、マン、ヤギ肉を好む ■ 人口190万人のうち外国人労働者が75%を占める。さらに2022年のFIFAワールドカップ等に伴うインフラ開発により、外国人労働者の増加が見込まれる ■ 天然ガスは世界最大の埋蔵量を誇り、現在では世界最大の液化天然ガス(LNG)輸出国、LNG輸出を原動力とする経済成長により、1999年から2019年でGDPが20倍以上拡大した。それに伴い食料支出も拡大 ■ 牛乳・豚肉加工品を含む全ての食肉の輸出には、輸出国の衛生証明書と輸出国認証のイスラミックセンター発行のハラールと高認証が必要
クウェート	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の90%を輸入に頼る ■ 全てのアルコール飲料およびその製造に使用される材料の持ち込み、豚、豚肉および豚肉・豚産製品の輸入は禁止されている ■ 2012年に豚肉由来成分が混入したホットドッグがアラビアから輸入され、クウェート国内のレストランで提供される事件が発生した

世界のハラール市場:北米・南米

北米地域

- 米国のムスリムは約260万人で、2030年までに620万人に増加すると予想されている。米国においてはハラール食品よりもユダヤ教徒のために生産されたコーシャ製品の方が手に入りやすいため、ムスリムはコーシャの製品を購入することが多いと言われている。米国のハラール認証団体であるイスラム食品栄養委員会 (Islamic Food and Nutrition Council of America: IFANCA) の推計によると、米国のムスリムの食品市場規模は約200億米ドルに上るものの、ハラール食品の入手が困難なために大部分がコーシャ食品に代替されているとしている。2010年の統計によれば、米国のムスリムは、年間25億米ドルのコーシャ製品の売り上げのうち、約25~30%を購入していると言われている。ハラール市場は主にニューヨーク、ニュージャージー、ロングアイランド、ロサンゼルス、シカゴ、ヒューストン、デトロイト等の大都市近郊に存在している
- カナダのムスリムの多くも移民が多い。2010年の94万人のムスリム人口は、2030年には3倍の270万人になると予想されている。カナダのハラール食品市場は10億米ドルを超えるとみられ、この数字は年々増加していると言われている

南米地域

- 2010年の中南米諸国のムスリムは170万人で、2030年には200万人に増加すると予想されている。最もムスリム人口が多いのはアルゼンチンの100万人で、ブラジル(20万人)、メキシコ(11万人)と続く。トムソン・ロイター等の報告書では、ハラール食品市場上位20カ国に中南米諸国は入っていない
- ブラジルは、世界の鶏肉の一大生産地であり、また世界最大の鶏肉輸出国である(重量ベース、FAOSTAT)。OIC諸国に対する世界第2位の食肉輸出国であり、特にGCC諸国に対する鶏肉の最大の輸出国となっている。ブラジル国内ではサンパウロ州、パラナ州、マトグロッソ州、リオグランデ・ド・スル州にムスリムの多くが居住する。近年は健康や高品質製品に関心を持つ消費者がハラール食品を購入するケースが増えつつあり、ハラールを取得した工場は国内に300以上あるとされるが、ハラール製品のほとんどは輸出向けである。ブラジルの主要なハラール認証団体として、CIBAL Halal (Central Islâmica Brasileira de Alimentos Halal)、FAMBRAS (Federation of Muslim Associations of Brazil) 等がある

(出所) 森下・武井(2014)『ハラール認証取得ガイドブック』東洋経済新報社、35-36頁、Dine Standard and Thomson Reuters (2013)、State of the Global Islamic Economy (2013 Report)、pp.57-58、およびThe Brazil Businessウェブサイト(<http://thebrazilbusiness.com/article/halal-food-market-in-brazil/>)より作成

世界のハラール市場:欧州

欧州

- 2010年の欧州のムスリム数は4,300万人と推定され、人口増加率も高い。欧州のムスリム人口は全体の人口の約6%に相当し、2030年にはこの割合が32.5%に増加すると予測されている。特に、高い購買力を持つ若年/高学歴世代が多いとされている。欧州全土におけるハラール食品市場の規模は、670億米ドルに達すると推定される(2010年)
- ロシアには2010年で約1,600~2,500万のムスリムが居住し、ハラール食品市場規模は219億米ドルに上るとされる。ほとんどのハラール市場はモスクワ周辺に存在し、旧ソビエト時代の中央アジア諸国のムスリム移民がハラール食品の消費者となっている
- フランスには2009年のムスリムは約470万人が居住し、多くがアルジェリア、モロッコ、チュニジア、トルコなどからの移民で構成されている。フランスのムスリム向けの市場規模は174億米ドルと推計されている。フランスのムスリムの3~4割はパリ近郊に居住しているといわれ、かつてはマイナーな食品であったハラール対応商品も、現在では大手スーパーでも普通に取扱われている
- フランスはEUでの農産物輸出1位の産を長年保持する農業大国であり、フランス産の農産物・農産加工物の12%は中東に輸出されている。GCC諸国においては、農産物・農産加工物の輸入の半数をフランスから輸入している(2011年/2012年)。フランスにおいては、ハラール市場は年間7~10%の成長を遂げていると言われている
- 英国はムスリム人口287万人(2010年)で、主にインド、パキスタンからの移民で構成されている。特にロンドンとバーミンガムに居住しているムスリムが多く、これらの都市においては、テスコやカルフル、Sainsburyなどの大手スーパーでもハラール食品が店頭に並んでいる

世界のハラール市場:トルコ

トルコ

- 人口の9割以上をムスリムが占めるイスラム国であるが、世俗主義を採用し、イスラム教を国教とはしていない
- トルコ国内には、政府系認証機関であるTSE(トルコ規格院)やGIMDES等4-5の認証機関がある。そのうちの1つであるヘラルデル(HELALDER、健康安全ハラール協会)は東京にコンタクトオフィスを有する(パハール社が監査機関(audit body)となっている)
- 政府系認証機関であるTSEがハラール認証を行うことに対しては、政教分離の観点から批判する意見も多い。4-5の認証機関があるのは、それぞれイスラム教の中でも微妙に宗派を異にするため。GIMDESも特定宗派に偏っている
- トルコのハラール認証の歴史はここ10-15年程度であり、ムスリムが多い国であるため、市場に出回っている製品は表示がなくてもハラール対応がされているという前提だった。しかし近年、マーガリンに豚肉由来材料が入っていた等の問題が明るみとなり、食の安全・安心という観点からハラールの必要性が認識されるようになった
- 基本的には、トルコに食品を輸出するためにはトルコのハラール認証が必要という暗黙的ルールがある(明示はされていない)。特に、肉類には厳格な審査が要求される。マレーシアがJAKIMの認証が世界で最も信頼性があるとPRするのと同様に、トルコ政府も自国の認証が最も優れているとする立場を取っている
- 前述のパハール社の場合、ハイリスクな製品に関しては、ヘラルデルから監査員が来日して審査する。それ以外のローリスク製品は日本の監査員が審査し、審査レポートをヘラルデルに提出し、ヘラルデルからの指摘事項を企業に伝える。ローリスク製品についてはヘラルデルから審査員が来日して審査することはない
- ハラール取得までの期間は半年程度。ヘラルデルのハラール認証は1年ごとに更新する
- パハール社の場合、ハラール取得費用は認証取得目的によって異なるので明示できない。ある企業の例では日本国内の他社の認証取得費用の半額程度であった模様

世界のハラール市場:アフリカ

アフリカ

- ムスリム人口は約2.5億人存在すると推計されている(2009年)が、統計によっては5億人を超えるとも推計されている。特にナイジェリア(7,800万人)、スーダン(3,000万人)、エチオピア(2,800万人)に多くムスリムが居住している(エジプト、モロッコ、アルジェリア等中東とアフリカ地域の区別によってもムスリム人口は異なる)。東アフリカ共同体(EAC)には、5,000万人のムスリムが居住していると言われている。アフリカのムスリム教徒は、インドやパキスタンなど南インドからの移民に多い
- アフリカ諸国のハラール認証機関は、NGOや民間企業の形態を取っていることが多い。また、アフリカ全体および各地域での共通のハラール認証も存在していない
- ムスリム人口は100万人前後と多くないものの、産業化が進んでいる南アフリカには、The South African National Halal Authority (SANHA)(ヨハネスブルク)、Islamic Council of South Africa (ICSA) (ヨハネスブルク、ダーバン) Muslim Judicial Council Halal Trust, South Africa(ケープタウン)、National Independent Halal Trust, South Africa(レナシア)といった複数の認証団体が存在している。中でもSANHAとICSAは世界ハラールカウンシル(the World Halal Council)に加盟しており、南アフリカのハラール認証機関として積極的に情報発信や啓蒙活動を行っている。また、SANHAは近年、近隣のザンビア、ナミビア、ボツワナ、モザンビークといった国々のハラール認証機関を設立する準備をしているとされている
- 今後アフリカ各国の経済発展が進み、また人口成長率の高いムスリムの購買力が高まることにより、アフリカのハラール市場も大きな伸びを見せると期待されている

世界のハラール市場: 中国

中国

- 中国では、イスラム教を信仰する少数民族は約10あり、合計するとムスリム人口は2,300万人と推計される。主に新疆や寧夏回族自治区に在住しているが、最多の人口を持つ回族の多くはもとも13世紀に西アジアから移住し、一部は漢民族などと混血しながら、少数民族社会を形成し、現在はほぼ中国全土に分布している。長い歴史の中から、中国のハラール食品には多種多様な種類があり、食油、肉製品、乳製品、菓子類、砂糖、缶詰、調味料、豆製品、小麦粉、添加物、健康食品、冷凍食品等が含まれている
- 中国でハラールは「清真」と呼ばれる。広大な国土を持つ中国では、地域により自然環境や特産物、生活環境や食文化の相違がある。ハラール食品についても同様に、各地域の食文化やハラールの解釈、タブーとされる行為も若干異なるという。ハラール食品の種類も豊富であり、食油、肉製品、乳製品、菓子類、砂糖、缶詰、調味料、豆製品、小麦粉、添加物、健康食品、冷凍食品等が含まれている。また、長い歴史のなかで、非イスラム教の飲食文化の影響も受けている。「2012年中国飲食産業市場調査報告」によると、ハラール食品・ハラール用品・ハラール飲食店を営んでいる企業及び個人事業主が12万社以上あり、そのうち、専門的にハラール食品を生産・販売している企業が6,000社以上あるとしている。中国各地のハラール飲食店や商品は、ムスリムだけでなく、漢民族等の他宗教の消費者にも利用されている。非ムスリムの消費者の中にも、ハラール認証を受けている商品はトレーサビリティ等の観点から、品質的に安心と好意的に受け止める人も少なくない
- 中国においては統一されたハラール認証規格はなく、国内市場向けの認証は、通常各地域のイスラム協会(宗教団体)が認証している。また、地方政府によっては、「清真」と表示できる商品の生産加工工程について、条例を公布し規格化しているところもある。例えば、寧夏回族自治区においては2002年に「寧夏回族自治区清真食品管理条例」が発行された(2011年更新)。2009年に、地方規格として「DB64/T543-2009寧夏清真食品認証規格」が正式的に発行され、ハラール食品などの輸出のための参考基準を提供した。なお、輸出向けのハラール食品を生産する企業を認証する主要な認証機関には中国イスラム協会がある
- WHCの推計によると、中国国内のハラール食品市場規模は約12億米ドルによる。中国国内にのみならず、世界のムスリムの消費市場拡大による輸出促進を見込み、中国政府はハラールパークの設立や規格統一に向けた準備を始めている



11. 일본 할랄인증 식품 유통

□ OIC57 국가로 일본산 식품 수출

- 이슬람 시장은 젊은 세대가 많아 성장이 기대됨
- OIC57 국가로의 수출은 354억엔 중 23개 국가가 99% 차지
- 할랄 인증이 필요한 식품은 소수, 인증제도는 국가별로 다름
- 수출 중심은 동남아시아와 중동의 이슬람 국가
- 이슬람 국가로의 수출은 아시아와 아프리카의 절반을 차지
- 이슬람 주요 23국가 중 태국 다음으로 수출액이 높음
- 아시아가 주요 수출지역

□ UAE용 수출이 위생허가를 받은 도축장

- 일본에는 UAE 수출을 위한 도축장으로 총 6개 운영 중임.
- 위생검열은 신규와 기존 도축장에 대해 기후변화 환경성 담당관의 현지 검열을 실시하며, 가공식품공장과 닭고기 축장도 이에 포함됨.
- 열처리 생산시설 뿐만 아니라 운반수단에 대해서도 검열을 수행하며, 이는 할랄 허가와 동일한 수준임.

도도부현명	도축장명	육류센터명
홋카이도	주식회사 홋카이도 축산 공사 기타미 공장 기타 미지구 종합 식육 유통 센터	←
오사카부	하즈노 시립 남식 미트 센터	시바 미트 패커 주식회사
효고현	미타 육류 센터	←
도쿠시마현	도쿠시마 시립 육류 센터	주식회사 후지미츠 하세가와
구마모토현	주식회사 구마모토 중앙 식육 센터	주식회사 스키모토 본점
구마모토현(P)	전국 개척 농업 협동조합 연합회인 길식 고기 센터	젠카이미트 주식회사

출처 : 후생노동성



ハラール認証食品の流通について

2022年2月10日

JAIいちかわ エグゼクティブ・アドバイザー 中野純二



Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

目次

- ▶ はじめに
- ▶ 1. OIC57か国への日本産食品の輸出（イスラム諸国市場の魅力）
- ▶ 2. ハラール食品の概念（ハラール/ノン・ハラール食品の市場）
- ▶ 3. 中東GCCの輸入規制（GCCの規制概要）
- ▶ （参考）牛肉の輸入事情（ハラール食品の具体事例）

Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

はじめに

- ▶ 日本食の中東市場開拓
- ▶ 市場開拓に必要なマインド
- ▶ 連携の枠組みと日本食の学校
- ▶ 先輩企業

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

1. OIC57か国への日本産食品の輸出

○イスラム市場の魅力は若い世代が多く、今後も市場の伸びが期待できる。
 ○2010年の22億円からコロナ禍前の2019年382億円までの伸びは17倍以上。
 ○2020年はコロナ禍の影響もあり、OIC全体への輸出額は2019年比93%、354億円の輸出実績。うち、1億円以上の輸出のある23か国中、13か国は対前年比100%を上回る好調な輸出結果。

国名(2020年)	農林水産物輸出額(千円) 2020年	農林水産物輸出額(千円) 2019年	増減率(20/19)	農林水産物輸出額(千円) 2010年	増減率(19/10)
マレーシア	12,197,272	10,600,270	115.1%	688,018	1540.7%
インドネシア	7,844,069	6,913,949	113.5%	501,854	1377.7%
アラブ首長国連邦	3,383,820	3,459,517	101.6%	212,140	1630.8%
エジプト	2,826,111	3,037,705	86.5%	241,260	1259.1%
ナイジェリア	2,000,816	5,943,331	33.7%	0	-
サウジアラビア	1,716,151	1,872,301	91.7%	162,306	1153.0%
オマーン	652,094	930,950	70.0%	35,528	2520.3%
カタール	501,088	519,953	96.4%	6,714	7744.3%
モリタニア	422,331	414,973	101.8%	0	-
バングラデシュ	412,498	342,830	120.3%	23,626	1451.1%
コートジボワール	410,231	105,691	388.1%	20,739	509.6%
クウェート	379,687	305,703	124.2%	18,463	1655.8%
カタール	378,345	522,279	72.4%	15,007	3480.2%
トルコ	263,478	164,491	160.2%	78,555	209.4%
ペナン	241,106	63,387	380.1%	0	-
タジキスタン	215,695	348,882	61.8%	0	-
ブルキナファソ	175,317	325,096	52.3%	0	-
トーゴ	169,452	169,174	100.2%	0	-
セネガル	156,890	116,550	134.6%	0	-
バーレーン	116,908	163,260	90.0%	9,630	1695.3%
パキスタン	116,292	67,455	172.4%	49,203	137.1%
レバノン	107,335	309,379	34.7%	62,870	492.1%
ガンビア	106,551	0	-	0	-
上位23か国計	34,823,549	-	-	-	-
OIC57か国合計	35,356,749	38,152,919	92.7%	2,188,889	1743.0%

出所：財務省貿易統計を農林水産省で加工

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

OIC57か国への日本産食品の輸出(品目別)

○OIC57か国への輸出は354億円。うち、1億円以上の輸出がある23か国への輸出額が全体の99%を占めている。

○ハラール認証の必要な肉類等の食品は少数。認証制度は国により異なる制度を運用。

○輸出の中心は東南アジアと中東のイスラム諸国。ハラムのアルコール飲料も健闘。

順位	国名	農林水産物輸出額(千円) 2020年	上位3品目
1	マレーシア	12,197,278	1.アルコール飲料, 2.いわし(生鮮・冷蔵・冷凍), 3.小麦粉
2	インドネシア	7,844,069	1.かつお・まぐろ類(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.養殖用魚, 3.種用の種等
3	アラブ首長国連邦	3,583,820	1.清涼飲料水, 2.牛肉, 3.ソース混合調味料
4	エジプト	2,626,114	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.種用の種等, 3.いわし(生鮮・冷蔵・冷凍)
5	ナイジェリア	2,000,816	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.ソース混合調味料, 3.きのこ類(はたらけ属除く)
6	サウジアラビア	1,716,151	1.魚等缶詰, 2.米菓(あられ・せんべい), 3.練り製品
7	オマーン	652,094	1.ソース混合調味料, 2.清涼飲料水, 3.木製建築具及び建築用木工品
8	カタール	501,088	1.アルコール飲料, 2.緑茶, 3.酵母
9	モリタニア	422,334	不明
10	パングラダジュ	412,498	1.配合飼料, 2.牛肉, 3.種用の種等
11	コートボワール	410,231	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.ぶり(生鮮・冷蔵・冷凍), 3.にしん(生鮮・冷蔵・冷凍)
12	クウェート	379,687	1.清涼飲料水, 2.ソース混合調味料, 3.練り製品
13	カタール	378,345	1.清涼飲料水, 2.ソース混合調味料, 3.牛肉
14	トルコ	263,478	1.植物の液汁エキス, 2.配合飼料, 3.種用の種等
15	ペナン	241,106	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.ぶり(生鮮・冷蔵・冷凍)
16	タジキスタン	215,695	1.牛肉, 2.鶏肉
17	ブルキナファソ	175,317	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍)
18	トーゴ	169,452	1.さば(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.ぶり(生鮮・冷蔵・冷凍)
19	セネガル	156,890	1.ぶり(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.いわし(生鮮・冷蔵・冷凍), 3.木製建築具及び建築用木工品
20	バーレーン	146,908	1.ぶり(生鮮・冷蔵・冷凍), 2.清涼飲料水, 3.ソース混合調味料
21	パキスタン	116,292	1.種用の種等, 2.その他の木製品(衣類用ハンガー除く), 3.菓子(米菓を除く)
22	レバノン	107,335	1.練り製品, 2.キャビア及びその代用品, 3.ソース混合調味料
23	ガンビア	106,551	1.米(運動米を除く)
	上位23か国計	34,823,549	98.5%
	OIC57か国合計	35,356,749	

出所: 財務省貿易統計を農林水産省で加工

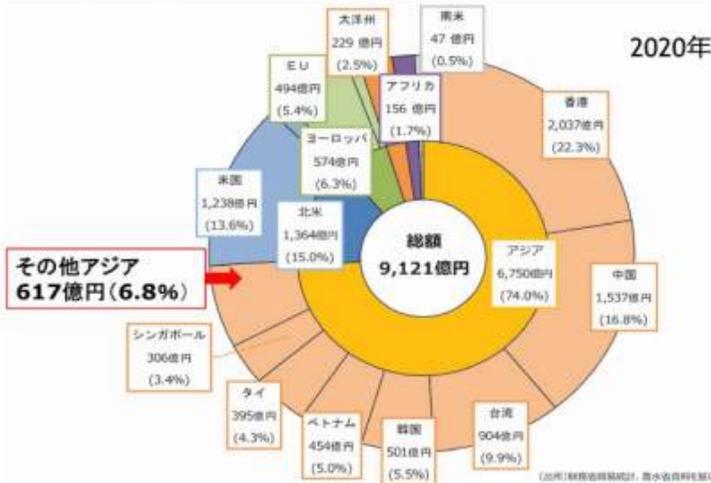
Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

輸出全体の中のイスラム市場の位置づけ

○イスラム諸国への輸出354億円は、その他アジアの617億円+アフリカ156億円の約半分を占める位置。

○イスラム主要23か国は、輸出額規模7位のタイに次ぐ位置。

○イスラム主要23か国への輸出額の6割はアジアが占めている。



Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

2. ハラル食品の概念



ハラール認証証明書が必要なものは、肉と肉関連製品のみで、あとは輸入時のサンプル検査で食品衛生基準等に合格すれば輸入が可能。ハラールマークも肉やその他の食品への貼付は義務づけられておらず、輸入許可の条件では無い。

出所：ジェットロ資料

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

GCC諸国の人口構成と多様な食ニーズ

- 通称、ボーク・ライセンスは首長国政府で取得（1年更新）
- アルコール飲料の輸入・販売はサウジ、クウェートを除いて可能だが、政府系企業等が独占。
- GCCでは、外国人人口比率が比較的高いが、ほとんどはムスリムの労働者であり、ハラム食市場は限定的。
- ムスリムの若年層比率は高く、アルコール系にチャレンジする若者は居るが、豚系は敬遠。
- サウジ、クウェートはハラム市場は無いが、今後、アルコールの市場開放が期待される。

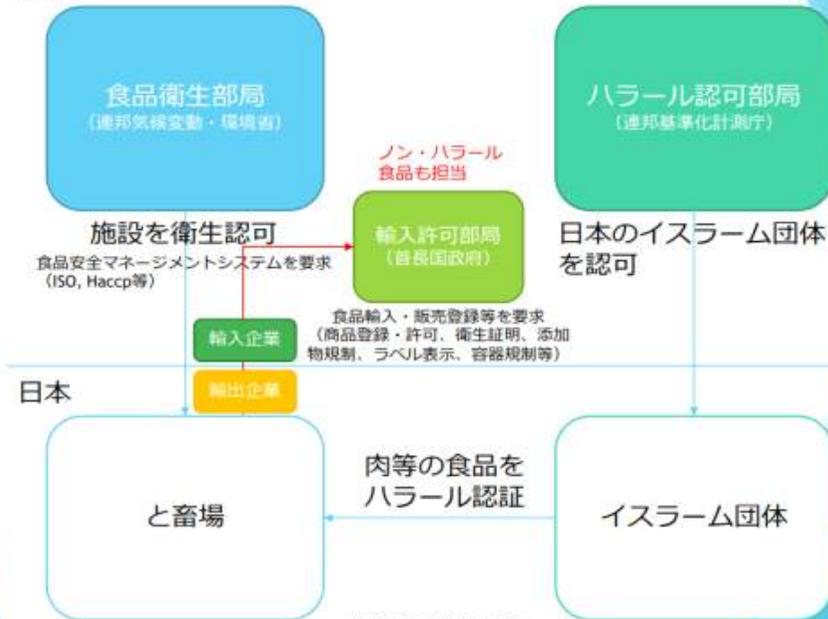
国名	人口(万人) (外国人含む)	若年層比率 (24歳以下)	外国人比率	ムスリム人口比率 (外国人含む)	ハラム 食品市場
サウジアラビア	3,478	40%	38%	ほぼ100%	無し
アラブ首長国連邦	986	22%	88%	76%	有り
クウェート	303	39%	70%	77%	無し
カタール	248	25%	88%	78%	有り
オマーン	369	47%	46%	86%	有り
バーレーン	153	34%	54%	70%	有り
GCC計	5,537				

出所：CIA, The World Factbook

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

Halal認可 (Accreditation)、認証 (Certification) & 食品衛生 (Hygiene) (UAEの事例)

UAE

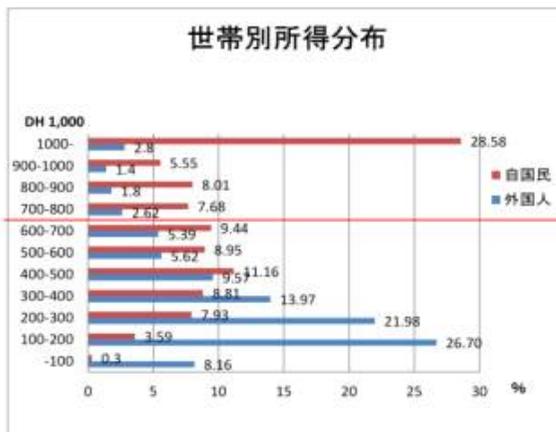


Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

出所：ジェットロ資料を基に改定

UAEの世帯別所得構成 (推計)

- ハラール食のターゲットは高所得層の自国民
- ノン・ハラール食のターゲットは高所得層の欧米人+日本人
- 世帯収入70万DH=2,000万円以上の層 (価格の高い輸入食品が買える層と仮定) は自国民で約50% (ムスリム)、外国人で約9% (高所得層のうち、1割がムスリムと推定)



出所：ドバイ統計センター世帯別支出・収入調査を基にジェットロ推計(2014/15年)

Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

3. 中東GCCの輸入規制

中東でビジネスを円滑に行うためには、「シャリーア（イスラム法）」の知識と理解が必須。
これは、アラブ社会の中に入って学ばないと得られないことも多い。

OGCCやUAEの規制のベースはCodex規制で、Codexに規制項目が無い場合はEU規制が適用される。

○規制内容は全て販売されている。

○ハラール規制の総論はUAE.S 2055-1

○出典はクルアーン、ハディース

○肉類のハラール規制はUAE.S 993

○ハラールと畜が認められている人はアブラハムの宗教教徒（ユダヤ教徒、キリスト教徒、イスラム教徒）で、日本神道仏教徒等の教徒は認められない。

UAE STANDARD

UAE.S 2055-1:2015

Annex 1 - Classification of Non-Halal Animals

Species/Animals	Non-Halal
	The animals that may not be slaughtered according to Islamic Rules, the slaughtered animals of polytheists, irreligious, seculars, atheists, Magis, apostates and other disbelievers other than Christians and Jews, dead animals, suffocated animals, fatally beaten animals (Mawjuzat), falling animals (Matarudak), hunted animals (Nawvuhak), animals eaten by beast of prey and animals on whose slaughtering the name of Allah is not mentioned, the animals slaughtered on idols, the animals slaughtered not in approach of Allah, or the animals contaminated with prohibited animals of harm, if eaten.
	Pigs, domestic donkeys, mules, elephants, monkeys, dogs, foxes, cats and the like.
	Predators such as fanged beasts of prey and the like such as lion, cheetahs, bears, except for hyenas.
	Birds of prey with sharp claws used for attacking and the like such as eagles, falcons, hawks, sparrows, peregrines, kites and owls.
	Rodents, reptiles, pests and the like such as mice, rats, centipedes, serpents, snakes, monitors, lizards, geckos, chameleons, hedgehogs, martins, bats, squirrels, polecats, moles and Coleoptera (except for dateb lizards and jerboas).
	Scorpions and all types of insects, worms and animals prohibited to be killed by Rules and the like such as ants, bees, woodpeckers and wasps, except for locusts and unavoidable bee parts falling in honey.
	Odious creatures and the like such as shells, larva and other similar animals.
	Animals fed with unclean items, unless they are confined and fed with permissible feeding according to Islamic Rules for at least three days.
Aquatic	Toxicant or harmful species, unless toxicant or harmful substances are removed during preparation.
Flammation:	Plants, their products and their toxicant, harmful or narcotic derivatives, unless toxicant or harmful substances are removed during preparation.
Beverages:	Intoxicating beverages or those containing alcoholic, narcotic, calming, toxicant or harmful substances.
GMF:	All foods produced by genetic modification from a prohibited specie or more than one species, of them one specie is prohibited.
Blood and Blood Derivatives from a Human or Animal Origin:	Blood and all its derivatives are prohibited and all body liquids from a human or animal origin such as vomiting and urine.
Food Additives:	All toxicant, harmful or calming food additives, products and their products and derivatives or derived from non-Halal materials.
Enzymes:	All enzymes derived from non-Halal sources.
Microorganisms:	All microorganisms such as germs, fungi, toxicant and harmful yeast produced on non-Halal environments or using non-Halal ingredients.

出所：UAE連邦政府 ESMA資料(UAE.S 2055-1)抜粋

Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

(参考) 牛肉の輸入事情

○中東と東南アジアではハラールの概念は同じでも、規制制度が異なる。ハラールマークの扱いは東南アジアの市場とは異なる。

○中東はハラール認証が必要な肉類等は、食品衛生と同じく、国境での輸入規制の対象となる。

○中東のハラール規制制度はGCC各国は同じだが、各国と二国間交渉を経なければ実質輸出が出来ない。

(GCC内で、二国間交渉を経ないで再輸出出来る国もある)

○UAE連邦政府（ドバイ首長国政府が中心）がGCCをリードして規制を作成。（UAE、サウジ、カタールが主要メンバーで規制を検討）



Copyright©2022 JA-Ichikawa All rights reserved

牛肉のGCC輸入状況

GCCの牛肉の輸入価格の状況(2020年)

国名	輸入品目	牛肉の輸入価格(圓/kg)										上位10ヵ国 の割合	上位10ヵ国 の割合	平均 単価	輸入額 計	
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位					
アラブ首長国 連邦(UAE)	生豚+冷凍	パキスタン	オーストラリア	ブラジル	ニュージーランド	アメリカ	インド	南アフリカ	コロンビア	カナダ	オランダ	合計	278,227	95.47%	1,500	280,721
	冷凍	ブラジル	インド	アメリカ	オーストラリア	パキスタン	サウジアラビア	南アフリカ	オランダ	パラグアイ	日本	合計	251,227	97.81%	5,200	256,577
バーレーン	生豚+冷凍	パキスタン	ニュージーランド	インド	オーストラリア	アメリカ	南アフリカ	ブラジル	エジプト	アイスランド	オランダ	合計	27,868	95.57%	131	27,889
	冷凍	インド	アメリカ	ブラジル	サウジアラビア	オーストラリア	パラグアイ	クウェート	ニュージーランド	南アフリカ	オランダ	合計	30,495	95.56%	214	30,709
クウェート	生豚+冷凍	パキスタン	オーストラリア	南アフリカ	スウェーデン	イギリス	ニュージーランド	ルーマニア	インド	サウジアラビア	エジプト	合計	148,834	97.54%	2,776	151,610
	冷凍	パラグアイ	インド	アメリカ	オーストラリア	サウジアラビア	南アフリカ	ブラジル	ヨルダン	UAE	ウルグアイ	合計	74,824	97.37%	2,099	76,923
オマーン	生豚+冷凍	ニュージーランド	パキスタン	オーストラリア	インド	アメリカ	ブラジル	オランダ	南アフリカ	タンザニア	エジプト	合計	13,070	95.77%	45	13,115
	冷凍	インド	アメリカ	ブラジル	ニュージーランド	オーストラリア	パキスタン	サウジアラビア	トルコ	ヨルダン	ウクライナ	合計	41,237	95.82%	70	41,407
カタール	生豚+冷凍	オーストラリア	パキスタン	ブラジル	南アフリカ	アメリカ	ニュージーランド	インド	オランダ	スウェーデン	アイスランド	合計	90,091	95.23%	1,001	91,132
	冷凍	インド	ブラジル	アメリカ	ヨルダン	クウェート	オーストラリア	ポーランド	パラグアイ	スペイン	ニュージーランド	合計	48,423	95.18%	859	49,282
サウジアラビア	生豚+冷凍	ブラジル	パキスタン	オーストラリア	エチオピア	インド	ケニア	ロシア産肉	スウェーデン	ニュージーランド	コロンビア	合計	240,518	97.36%	6,313	247,031
	冷凍	ブラジル	インド	オーストラリア	カナダ	オランダ	アメリカ	ニュージーランド	ロシア産肉	ヨルダン	ポーランド	合計	281,871	95.88%	5,511	287,182
												合計	522,188	97.97%	12,624	534,712

出所: JTC (Trade Map)
注: 上記表中、上位が輸入先国名、下段が輸入数量

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

UAE向け輸出が衛生認可されたと畜場

- UAEへの衛生認可された日本のと畜場は5つある。
(UAE連邦気候変動環境省HPで公表) 厚労省のHPには、さらに1と畜場が記載されている。
- 新規と畜場の衛生査察には、連邦気候変動環境省の担当官の現地査察が行われる。加工食品工場の場合も査察の対象になることがある。
- 鶏肉の場合は、加熱処理肉が対象となるが、と畜施設及び加熱処理施設運搬手段の全ての衛生査察が必要。ハラール認可も同様。

都道府県名	と畜場名	食肉センター名
北海道	株式会社北海道畜産公社北見工場北見地区総合食肉流通センター	←
大阪府	羽曳野市立南食ミートセンター	殖生ミートパッカー株式会社
兵庫県	三田食肉センター	←
徳島県	徳島市立食肉センター	株式会社フジミツハセガワ
熊本県	株式会社熊本中央食肉センター	株式会社杉本店
熊本県 (P)	全国開拓農業協同組合連合会人吉食肉センター	ゼンカイミート株式会社

出所: 厚生労働省

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

ハラール認可が可能なイスラーム団体

- 日本にある主なハラール認証団体。各国の認可を受けているが、日本国内の公的な基準は無い。
- UAEのハラールの所管は、Ministry of Industry and Advanced Technology傘下のESMA(Emirates Authority for Standardization and Metrology)
- UAEへのハラール証明書を出すことを認可された日本のイスラーム団体は4つある。
- GCC共通のハラール認可機関のGCC Accreditation Center(GAC)が認可している日本のイスラーム団体は2つある。サウジアラビアに認可・登録された日本のイスラーム団体は未だ無い。
- イスラーム団体にハラール認可を依頼するときは、その団体が保持している認証出来る内容 (Scope of Work) を確認する必要。

日本国内の認証団体名	UAE (ESMA他)	GCC (GAC)	(参考) マレーシア (JAKIM)
宗教法人日本ムスリム協会 (JMA)(拓殖大学イスラーム研究所)			○
宗教法人日本イスラーム文化センター (JIT)	○		○
NPO法人日本ハラール協会(JHA)	○	○	○
NPO法人日本アジアハラール協会(NAHA)			○
Prime Certification And Inspection Company Ltd.(PCIC)	○		
一般社団法人ムスリム・プロフェッショナル・ジャパン協会(MPJA)		○	○
一般社団法人日本ハラールユニット協会(JHUA)			○
Emirates Halal Center for Standard & Quality Certificate Corporation (EHC)	○		
一般社団法人ジャパン・ハラール・ファンデーション(JHF)			○

出所：ジェット口資料等を基に改変

Copyright©2022 JA-ichikawa All rights reserved

주 의

본 보고서에 대한 지적재산권은 한우자조금관리위원회에 있으며, 본 연구결과 및 내용의 일부 또는 전부를 인용하는 경우에는 한우자조금관리위원회 자료 인용에 대한 내용을 명기한 경우에만 사전 승인 없이 무상으로 인용할 수 있음.