

일본단신뉴스	일본의 할랄 인증 도입 현황	2014.12.26
도쿄aT센터		

일본 국내에서 펼쳐지는 할랄 비즈니스가 전환기를 맞이하고 있다. 할랄인증 취득을 위해 농림수산성, 경제산업성, JETRO, 지방 은행, 지자체 등이 주최하는 세미나 및 연수에서 지식을 심화시켜 온 기업이 자사에 최적한 대처가 원지 선별하는 움직임이 나타나기 시작하였다. 할랄인증 취득 기업의 판로 확대 노력과 이슬람 국가의 반응 등 최신 동향을 소개한다.

■ 급속한 할랄의 보급과 낮은 이해도

- '할랄'라는 말이 일본에서 쓰게 된 것은 최근이다. 8년전에 신주쿠의 대형 서점에서 '이슬람'과 '할랄'을 키워드로 모두의 문헌을 조사한 결과, 발견 된 자료는 2 페이지 만이었으며 그 책도 이슬람 국가의 생활을 소개 한 전문 서적으로 할랄을 이해하기에는 부족한 내용이었다고 한다. 현재 인터넷에서 할랄에 관한 일본어 정보는 백만 단위에 이르고 서적도 다수 발간되고 있다.
- 이 급격한 변화 속에서 할랄 인증을 취득해야할지 제자리걸음을 하는 기업도 많다.
- 할랄 인증을 실시하는 단체는 세계에 약 2000개, 일본에는 약 20의 인증단체가 있다.
- 할랄 재팬 협회에 따르면, 인증 제품 중에서는 과자와 업무용 제품 호조이며 일본 인기 관광지 아사쿠사에서는 센베이류, 간사이 공항에서 나가사키 카스테라 등이 선물용으로 인기를 끌고 있다고 한다. 업무용은 할랄 간장이나 할랄 된장, 할랄 치킨 등이 호텔과 외식 산업에의 출하량이 증가하고 있다.
- 동 협회에는 식품제조업체를 비롯해 화장품 업체, 호텔, 외식 업체, 급식 업체 등 다양한 업체에서의 문의가 있으나, 할랄 인증을 이해하지 않고 사업을 시작하면 판매처가 없는 인증 상품이 탄생하게 된다.
- 따라서 협회는 연간 약 100회의 세미나를 전국에서 개최하고 할랄에 관한 지식부터 응용까지 소개하고 있다.

- 정부는 할랄을 어필 한 수출 추진을 모색하고 있으며, 2020년 도쿄 올림픽에 향해 할랄 인증은 꾸준히 증가 할 전망이나 인증 = 팔리는 상품이 아니라는 것을 이해할 필요도 있다고 말한다.

■ 일본 기업의 중동 진출 사례

- 유기농 식품 · 자연 식품의 개발 · 도매 전문업체 ‘무소’는 중동을 겨냥한 사업으로, 11월 24일 ~ 26일 UAE 아부다비에서 개최 된 종합 식품 음료 박람회 “Sial Middle East2014”에 출전하였다.
- 무소의 현지 파트너 회사 ‘본사이 그룹’과의 공동 출전으로 무소 할랄 제품인 카스테라, 센베이, OSUYA 긴자의 디저트 식초 시리즈, 식초 소프트크림, 츠지리헤이 본점의 말차, 녹차, 녹차 크런치 등을 소개 했다.
- 내방객은 UAE, 사우디아라비아, 쿠웨이트, 오만, 인도가 많아 이슬람 국가의 유력 바이어와 만날 기회라고 평가한다.
- UAE는 부유층이 많아, 세계 각국의 유명 레스토랑 체인점의 진출이나 패스트푸드, 과자의 과식 등으로 인구의 4%가 당뇨병 또는 그 예방 군이며, 사회 문제화 하고 있다. 또한 인구의 35%가 비만이며, 건강에 대한 의식이 낮다.
- 일반 슈퍼마켓이나 유기농 슈퍼에서는 ‘당뇨병 대책 상품’ ‘설탕 미사용’라는 분류를 크게 전개하기 시작했고 일본 기업은 일식 = 건강, 저 칼로리라는 이미지를 강점한 마케팅이 중요하다고 한다.



할랄 굴 카스테라를 소개하는 무소
사장과 본사이 그룹 사장



할랄 센베이

■ 할랄 마켓 페어 개최

- ‘15 년 4 월에 개최되는 “제2회 할랄 마켓 페어 2015”에서는 바레인의 경제 개발위원회의 협력으로 현지의 유력 바이어를 초청하여 일본산 식품의 홍보를 진행한다.
- MENA (중동 · 북아프리카 시장) 지역은 수입 제품에 대한 수요가 확대되고, 특히 가공 식품 분야는 수입상품에의 의존율이 높다. 이 지역 전체 인구는 약 4억 4000만명이며 2020년에는 2조달러 시장이 될 것으로 추산되고 있다.
- 주변 국가에 대한 시장 접근의 좋은 바레인과 UAE를 시장 진출의 중계 지점으로 양국에서 일본 산 식품의 보급 · 확대를 노린다.
- 또한 바레인은 법인세, 개인 소득세, 자본 이득에 대한 과세 등이 0 %이기 때문에, 외자가 진출하기 쉬운 나라이기도하다. 해외 자본의 유치와 현지 진출 기업의 확대에도 주력하고 있기 때문에 추후 일본과 바레인 간의 긴밀한 연계가 실시 될 전망이다.

■ 주목은 받는 일본의 무슬림 시장

- 일본에서의 할랄 비즈니스에 이슬람 당사국도 움직이기 시작했다.
- 예를 들어 터키는 인구의 99 %가 무슬림이기 때문에, 국내에서 생산하는 제품은 원래 할랄 제품이며, 인증 마크의 필요성이 없었다. 그러나 터키에서 일본으로 수출하는 경우야 말로 인증 마크를 붙일 필요가 있다는 생각도 나타나기 시작하였다.
- 일본 국내에서는 무슬림 투어 등 무슬림 관광객을 대상으로 한 시장이 확대 되고 있으며, 터키의 사례를 포함한 해외 시장에서 일본 시장에 대한 주목도도 높아질 전망이다.

<자료원> 일본식량신문 ‘14.12.19