

# 이슬람과 할랄 소비:

## 인도네시아 할랄제품보장법을 중심으로\*

김 형 준\*\*

### 요약

---

이 연구의 목적은 할랄 경제, 특히 할랄 소비의 대두와 전개, 제도화 과정을 인도네시아를 대상으로 하여 살펴보는 것이다. 이슬람 경제의 부상이라는 흐름 속에서 할랄 소비의 등장 및 영향력 확대 과정, 할랄 소비에 대한 일반인의 태도, 할랄을 제도화하려는 움직임의 가속화 과정이 논의될 것이다. 2절에서는 할랄 소비에 대한 국내 연구가 간략히 검토될 것이다. 3절의 주제는 이슬람 원칙에 맞추어 경제활동을 행하고자 하는 이슬람 경제의 출현 배경과 전개 양상이다. 4절과 5절의 연구대상은 소비 영역에서의 할랄 개념 적용과 확산, 제도화이다. 마지막 절의 주제는 2014년에 제정된 ‘할랄 제품보장법’과 이를 둘러싼 논란이다. 이 논의를 통해 이슬람이 현대적 소비를 추동하는 요소 중 하나로 확립되었고, 소비가 무슬림 사회에서의 이슬람화를 심화시키는 요인으로 작용하고 있다는 주장이 제기될 것이며, 할랄 소비의 제도화가 추후 어떤 방향으로 전개될 수 있을지에 대한 이해 제고에 일조할 수 있을 것이다.

**주제어:** 인도네시아, 이슬람, 하람, 할랄, 할랄제품보장법

---

\* 이 논문을 읽고 건설적인 제안을 해준 익명의 심사위원들에게 감사를 포함합니다. 이 논문은 2014년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2014S1A2A3044341).

\*\* 강원대 문화인류학과 교수, hjunkim@kangwon.ac.kr

## I. 들어가는 말

일반적으로 종교는 인간의 물질적 욕구를 부정적으로 바라본다. 대다수 종교에서 강조점은 욕망의 통제에 놓여 있어서, 성욕, 식욕, 물욕, 안락함 등을 억제하는 금욕적 삶이 중시된다. 세속적 이익의 추구가 정신적인 삶에 대비되는 것으로 여겨지기에 물질주의는 인간을 종교적 이상으로부터 유리시킨다고 간주된다. 자본주의 발전의 동인을 종교에서 찾은 막스 베버 역시 절약과 검소함에 기초한 세속적 영역에서의 금욕주의에 주목했다(Weber 2001).

금욕주의에 대한 강조가 현실 사회, 특히 자본주의화된 현대 사회에 그대로 적용되지는 않는다. 종교의 영향이 믿음의 영역으로 축소되고 있을 뿐만 아니라 종교 활동을 소비의 기회로 전환하는 경향이 나타나기 때문이다. 기독교 전통의 서구 사회에서 크리스마스가 가장 왕성한 소비 활동이 이루어지는 시기로, 힌두교권의 성스러운 디왈리(Diwali) 축제 기간이 화려로운 행사와 선물 교환으로 변모한 상황(Porter 2013, 30-32)은 소비주의적 흐름에 종교가 성공적으로 대응하지 못했음을 시사한다.

타종교와 비교할 때 이슬람과 소비의 관계는 상이한 상황에 놓인다. 수피즘(Sufism)으로 대표되는 금욕주의적 전통이 존재하지만, 일반 무슬림에게는 정당한 부의 축적이 권장되고 사치스럽지 않은 소비가 인정된다(Rodinson 1978, 12-24). 교리의 차원뿐만 아니라 현대 사회에서의 영향력이라는 측면에서도 이슬람은 타종교, 특히 기독교와 차이를 보인다.

현대사회에서 이슬람은 일상생활에 대한 지배력을 강화했다. 교리의 관습적 적용이 과거의 주도적 상황이었던 반면, 20세기 중반 이후 현재까지 이슬람권에서는 종교적 의무의 실천을 중시하고 문자 그대로

의 해석을 강조하는 변화가 나타났다. ‘이슬람 부흥’(resurgence of Islam) 혹은 ‘이슬람화’(Islamization)라 불리는 이러한 과정을 통해 이슬람은 무슬림의 삶에 보다 깊이 침투되었고 침투 범위 역시 확대되었다.

이슬람화가 소비에 미친 주요 영향은 할랄(halal)과 하람(haram)이라는 이분법적 구도의 확대적용이다. ‘허용된 것’과 ‘금지된 것’을 의미하는 할랄과 하람은 과거에도 알려져 있었지만, 그 적용 범위가 넓지 않았고 철저하게 지켜지지도 않았다. 하지만, 이슬람의 일상적 영향력이 강화되고 문자그대로의 해석이 중시되며 종교 관련 정보가 가속적으로 전파됨에 따라 할랄과 하람은 무슬림의 행동 일반, 특히 소비 행위를 규정하는 핵심 요인 중 하나로 부상했다.

할랄과 하람이 대중적 관심사로 대두하자 무슬림이 다수를 구성하는 국가의 정부 역시 대응을 시작했다. 1990년대 이후 유행한 이슬람 은행, 보험, 채권 등은 금융 분야에서의 할랄의 제도화를, 할랄인증제는 소비 영역에서의 제도화를 지원하기 위한 목적을 가졌다.

이 연구의 목적은 할랄 경제, 특히 할랄 소비의 대두와 전개, 제도화 과정을 인도네시아를 대상으로 하여 살펴보는 것이다. 이슬람 경제의 대두라는 흐름 속에서의 할랄 소비의 등장 및 영향력 확대 과정, 할랄 소비에 대한 일반인의 태도, 할랄을 제도화하려는 움직임의 가속화 과정 등이 중점적으로 논의될 것이다. 이를 통해 이슬람이 현대적 소비를 추동하는 주요 요소 중의 하나로 확립되었고, 무슬림 사회에서의 이슬람화를 심화시키는 요인으로 작용하고 있다는 주장이 제기될 것이다.

인도네시아를 연구의 대상으로 설정한 이유는 다음과 같다. 첫째, 인도네시아는 세계적으로 가장 많은 무슬림이 거주하는 지역이다. 2015년 2억 3천여 만 명에 이르는 무슬림 인구는 세계 무슬림인구의 13%를 차지한다. 둘째, 대다수 무슬림 국가와 달리 인도네시아는 서구식 자본

주의 발전을 지속적으로 추구해온 국가로서 비이슬람 국가와의 교역 과정에서 제기될 할랄 문제를 검토하기 위한 중요한 사례를 제공한다. 셋째, 이슬람권의 주변부에 위치함으로써 인도네시아에서의 이슬람화 흐름은 상대적으로 늦게 시작되었다. 그 결과 이슬람 경제 및 할랄 소비 관련 법제화 움직임이 짧은 기간 동안 집약적으로 전개되었다.

이 글의 2절에서는 할랄 소비에 대한 국내에서의 연구가 간략히 검토될 것이다. 3절의 주제는 이슬람 원칙에 맞추어 경제활동을 행하고자 하는 ‘이슬람 경제’(Islamic economy)가 인도네시아에서 출현한 배경과 전개 양상으로서, 이를 통해 경제생활에 미치는 이슬람의 중요성이 검토될 것이다. 4절과 5절의 연구대상은 소비 영역에서의 할랄 개념 적용과 확산, 제도화이다. 마지막 절의 주제는 2014년에 제정된 ‘할랄 제품보장법’이다. 법안의 내용과 이를 둘러싼 논란에 대한 분석을 통해 할랄 소비의 제도화가 추후 어떤 방향으로 전개될 수 있을지에 대한 이해를 심화시킬 수 있을 것이다.

이 글에서 이용되는 주요 자료는 문헌자료로서 할랄 관련 현지 문헌, 미디어 자료, 서베이 자료가 중점적으로 분석될 것이다. 할랄에 대한 소비자의 관심을 다루는 5절에서는 2015년 7월 한 주 동안의 인도네시아 현지 조사 과정에서 수집된 자료가 일부 이용될 것이다. 5명의 대학생과 개별 인터뷰가 한 차례 진행되었으며, 도심에 위치한 대형 마트에서 분유, 코코아를 포함한 차, 스낵 제품을 대상으로 할랄 인증 여부를 확인하였다. 인터뷰 대상자는 뚜렷한 기준 없이 지인의 소개를 통해 선정했으며, 도심의 대형 쇼핑몰 지하에 위치한 대형마트는 전국적인 체인을 가진 곳이었다.

무슬림 소비에 있어 할랄 개념이 어떻게 적용될 수 있고, 어떠한 영향을 가져올 수 있는가를 분석함으로써 이 글은 현대사회에서 이슬람이 차지하는 경제적 파급력을 검토하는 데 일조할 것이다. 또한, 무슬

림 소비자를 대상으로 한 제품생산과 판매 과정에서 고려되어야 할 요소가 무엇인가에 대한 논의를 확장시킬 수 있을 것이다.

## II. 할랄 관련 국내 연구

최근 한국 사회에서는 할랄에 대한 관심이 고조되었다. 무슬림이 다수를 구성하는 아랍 국가 그리고 서남아와 동남아의 무슬림 다수 지역과 교역을 해야 하는 한국 기업에게 있어 할랄은 심각한 문제로 받아들여졌고, 정치권에서의 할랄 논의는 대중적 관심으로 이어졌다. 학계에서도 할랄에 대한 관심이 꾸준히 증가하여 지난 5년 동안 다수의 연구 결과가 발표되었다.

할랄 관련 연구 경향 중 하나의 흐름은 종교적 차원에서의 접근으로 음식 일반에 대한 이슬람 교리(김종도·최영길 2014), 술과 돼지고기 급기의 종교적 근거(임병필 2014a; 2014b)가 검토되었다. 교리의 현실 적용 양상은 중국 무슬림의 음식 소비관행(박선주·이희수 2014), 국내 할랄 음식 소비방식(송도영 2011; 이희수·조영주 2012) 등에서 검토되었지만, 그 연구대상이 소수자로서의 무슬림이었기 때문에 무슬림 다수 지역에서 전개되는 소비 양태에 적용하기에는 한계가 있다.

학문적 관심을 받은 또 다른 연구주제는 ‘할랄인증제’이다. 무슬림이 다수를 구성하는 국가에서 소비재의 할랄 여부를 판단하는 준정부 기구가 설립되어 활동하는 상황을 고려하면 할랄인증제 운영방식은 할랄의 제도화 과정을 이해위해 검토되어야 할 주제이다. 이희열과 정장호(2014)의 연구는 이슬람 국가의 할랄 인증 과정에서 나타나는 문제점, 할랄 기준 및 검사의 표준화문제, 인증기관의 제도화 등을 검토한다. 이 연구는 이슬람 국가에서의 할랄 인증 움직임의 전개 과정과

문제점을 드러냄으로써 할랄의 제도화 과정을 밝혀주고 있지만, 일반 무슬림의 소비 생활에서 할랄이 가진 의미와 영향력에 대해서는 커다란 관심을 두지 않는다.

할랄에 대한 또 다른 연구 방향은 실용적 성격의 연구로서 할랄 개념 대두에 따른 한국 기업의 대응 방안을 검토한다. 이슬람과 할랄 인증에 대한 국내 기업체의 인식 양상(백진경 외 2014), 인증 획득을 위한 전략의 다변화, 이슬람 유통망에 대한 이해 심화(엄익란 2013), 할랄 도축시설과 원재료 확보 방안 모색(장건·조성기 2014), 국내 할랄인증기관의 육성(이희열·이선경 2013) 등이 논의되었고, ‘할랄 투어리즘’과 같이 음식 이외의 영역에서의 할랄 소비에 대해 주목할 필요성(채경연·이희열 2015) 역시 제기되었다.

할랄 경제의 중심으로 부상한 지역은 동남아시아이다. 말레이시아에서 할랄이 부각된 종교적, 종족적 상황, 할랄인증제를 둘러싼 집단 간 갈등과 경쟁, 협상 과정을 검토하면서 오명석(2012)은 할랄 소비를 이슬람적 소비의 현대적 변용 사례로 규정했다. 인도네시아를 대상으로 하여 진행된 연구는 제도적 차원에서의 분석(박지현 2016), 인증 운영주체에 대한 분석(박정훈 2016)으로 국한됨으로써, 할랄 경제가 부상하게 된 사회문화적, 종교적 맥락에 대한 연구가 상대적으로 경시되었다.

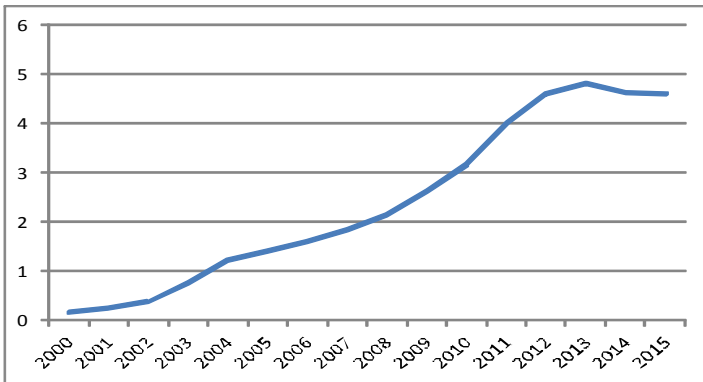
2014년 ‘할랄제품보장법’ 제정에서 나타나는 것처럼 인도네시아는 할랄 경제를 선도하고자 하는 노력을 수행하고 있으며, 인도네시아의 할랄 시장규모 역시 여타의 이슬람 국가를 능가한다. 이러한 점을 고려할 때 할랄 경제와 소비에 대한 이해를 심화시키기 위해서는 인도네시아 상황에 대한 맥락적이고 통합적인 접근이 요구된다.

### Ⅲ. 인도네시아 이슬람 경제의 부상과 발전

인도네시아에 이슬람이 도입된 지난 오백여년의 기간 동안 이슬람 변화에 있어 가장 중요한 시점 중 하나는 1970-80년대이다. 이 시기를 거치며 과거와는 차별적인 방식으로 이슬람을 실천하려는 무슬림이 급증했다. ‘이슬람부흥’(Islamic Resurgence), ‘이슬람화’(Islamization)라는 표현으로 요약되는 변화 과정을 거치며 종교적 의무를 실천하고 경전을 문자 그대로 해석하려는 대중적 움직임이 가속화되었다(김형준 2013). 이슬람부흥의 첫 단계에서 주목 받은 영역은 예배와 금식 같은 기초적인 의무였다. 이후 1980년대 중후반을 거치며 이슬람식 경제에 대한 관심이 고양되었다.

1980년대를 거치며 제기된 이슬람 경제 관련 담론은 1991년 이슬람은행의 설립을 결과했다. 곧이어 이자를 배제한 이슬람식 거래방식에 기반을 둔 이슬람 보험이 시작되었고, 증권, 채권, 전당 등의 영역으로 확대되었다. 2000년대 들어 가시화된 이슬람은행의 발전 양상을 알아 보기 위해 그 자산 추이를 살펴보면 다음과 같다.

〈그림 1〉 전체 은행 자산 대비 이슬람은행의 자산 비중(%)



출처: Ardiansyah(2016); Bank Indonesia(each year).

2000년대 이후 이슬람은행 자산이 전체 은행 자산에서 차지하는 비중은 꾸준히 증가했다. 2000년 0.17%였던 비중은 2005년 1.4%, 2010년 3.2%, 2015년 4.6%로 상승했다. 이 자료는 상이한 방식으로 해석될 수 있다. 무슬림 인구가 전체 인구의 87%임을 고려하면 이 자료는 이슬람을 경제생활의 원칙으로 수용한 인구가 다수를 차지하지 못함을 보여주는 것으로 이해될 수 있다. 지점 수가 많지 않아 이슬람은행에 대한 접근성이 떨어지고, 주거래은행 전환이 상품 선택과 같이 손쉽게 이루어질 수 없으며, 주요 이슬람 단체가 일반은행 이용을 하람으로 규정하는 행보를 취하지 않았음을 고려해보면 2000년 이후의 추이는 이슬람은행의 성공적인 시장 진입을 의미하는 것으로도 설명될 수 있다. 어느 해석을 취하든 중요한 점은 이슬람은행의 순향을 통해 자본주의적 경제활동이 이슬람식 원칙에 따라 운용될 수 있다는 인식이 확산되었다는 것이다.

금융 분야에서 시작된 이슬람식 경제 개념은 소비의 영역으로 점차 확산되었다. 소비 영역에서 할랄 문제가 대중적 이슈로 부상한 첫 시기는 시장에서 유통되는 인스턴트 라면과 분유에 돼지기름이 함유되어 있다는 폭로성 기사가 게재된 1988년이였다(Hartoyo 1988). 이 보도는 무슬림 소비자를 분노에 빠뜨렸고, 대규모 불매 운동과 시위를 촉발했다. 대중의 비판이 궁극적으로 정부를 향하게 되자, 정부는 소비재, 특히 식음료의 할랄 여부를 검증할 준정부기관의 설립을 약속했다.

돼지고기 금기는 인도네시아 무슬림에게 잘 알려져 있었고, 과거 무슬림 정체성을 구성하는 핵심 요소로 기능했다(Raffles 2010). 하지만, 돼지고기 함유 음식물에 대한 대규모 반대 시위는 전례가 없던 사건으로서 할랄 소비 발전에 있어 중요한 의미를 가졌다. 이는 1970년대부터 지속된 이슬람화의 결과로 인해 이슬람 교리를 실천하려는 무슬림 집단이 일정 규모로 성장했고, 이들에게 있어 할랄 음식 소비가 다른

종교적 의무에 비견될만한 중요한 문제로 간주되고 있음을 시사했다.

돼지기름 함유 식품에 대한 거부감 그리고 하람 제품의 폭발성은 10여년이 지난 후 재차 확인되었다. 인도네시아 조미료 시장을 장악하고 있던 아지노모토 공장에 대한 검사에서 돼지기름 성분이 검출되었기 때문이었다. 곧바로 제품이 시장에서 회수되고 공장 가동이 중단되었으며 관련 직원이 구속되었지만, 아지노모토 제품에 대한 거부감은 지속되어서 이듬해 종합조미료 분야의 아지노모토 시장점유율이 55.5%에서 5.6%로 폭락했다(김병순 2002).

돼지 성분 함유 음식물에 대한 문제 제기는 꾸준히 이어졌고, 대규모로 생산되는 제품뿐 아니라 가내수공업 제품으로도 확장되었다. 자주 소비되는 음식 중 미트볼과 유사한 박소(bakso) 성분에 대한 불신이 계속되었는데, 돼지고기, 멧돼지고기, 피 등과 같은 하람 재료를 사용하는 박소 판매상이 꾸준히 적발됨으로써<sup>1)</sup> 대중적 불신을 강화시켰다. 돼지 성분 함유 여부에 대한 관심이 고조되면서 하람 문제는 식재료 이외의 제품으로 확산되었다. 가죽으로 만든 신발이나 가방, 그리고 의약품에도 돼지 성분이 함유되어 있다는 주장이 제기되었다. 이러한 주장 중 일부가 기사를 통해 소문이 아닌 사실로 보도되자<sup>2)</sup> 하람 성분에 대한 경각심이 고양되었다.

2000년대 이후 이슬람식 경제와 소비에 대한 논의가 지속됨에 따라 할랄 소비에 대한 인지도와 공감대가 확대되었다. 이에 발맞추어 학계와 경영계에서는 이슬람법을 의미하는 ‘샤리아’(syariah) 개념이 빈번하게 논의되었고, 이는 ‘샤리아 인지적’(syariah sensitive), ‘할랄 마케팅’(halal marketing), ‘이슬람 마케팅’(Islamic marketing)과 같은 개념을 유행시켰다(전제성·김형준 2014, 79).

1) 이와 관련된 언론 보도로는 Hidayat(2012), Pratama(2013), Rohman(2015)을 참조할 것.

2) 이와 관련된 언론 보도로는 Beritasepuluh(2014), Riausky(2016), Syafaat(2013)을 참조할 것.

일부 기업체에서는 할랄 개념의 부상을 적극적으로 이용하고자 했다. 종교적 상징을 전면에 내건 할랄 화장품이 출시되어 시장 점유율을 급격하게 높였으며, 과거 존재하지 않던 이슬람식 스파, 미용식, 호텔, 주택단지 등이 출시되면서 이슬람이 마케팅 요소로 적극 활용되었다 (전제성·김형준 2014, 78-80).

이슬람을 적용한 제품이 그렇지 않은 제품과 커다란 품질상의 차이를 가지고 있지 않기 때문에 할랄 상품 중 제한된 종류만이 성공적으로 시장에 진입할 수 있었다. 그럼에도 불구하고 제품의 차이가 종교적으로 구분됨으로 인해 할랄이 인도네시아 소비자의 선택 기준 중 하나로 자리 잡게 되었다는 점은 부정될 수 없다. 이슬람의 대중적 영향력이 강화되고 있는 최근 상황을 고려할 때 소비 부문에서 할랄의 적용가능성이 확대되고 그 중요성이 높아졌다고 평가할 수 있다.

#### IV. 할랄 소비: 할랄 인증 확대

이슬람에 따르면 인간의 행동 모두는 종교적 가르침에 따라 이루어져야 한다. 교리상 인간의 행동은 몇 가지 범주로 나뉘는데, 허용된 것, 금지된 것, 인간의 선택에 맡겨진 것, 추천되는 것 등이 그것이다. 아랍어 어휘 할랄은 허용된 범주를, 하람은 금지된 범주를 일컫는다. 인간 행동의 모든 범위를 포괄함으로 인해 할랄과 하람은 삶의 모든 영역에 적용될 수 있어서, 예를 들어 배우자, 지도자, 직업, 학교 선택에도 할랄·하람의 이분법이 적용될 수 있다.

인간이 이용하는 모든 소비재의 할랄 여부가 종교적으로 명확하게 규정된 것은 아니다. 따라서 대원칙은 하람이 아닌 것을 이용해야 한다는 점이며, 이는 할랄을 정의하기 위해 하람에 대한 규정이 선행되어야

함을 의미한다.

음식과 관련되어 가장 대표적인 하람 요소는 돼지고기이다. 하지만, 이슬람법상 하람으로 분류된 대상은 훨씬 다양해서 개, 뱀, 송곳니가 있는 육식동물, 맹금류 새 등을 포함하며, 피와 사체 역시 금지된 항목에 속한다. 마약류를 제외한 식물류는 일반적으로 할랄로 규정된다.<sup>3)</sup> 알코올의 경우 직접적인 소비뿐만 아니라 그 성분이 포함된 의약품과 화장품 역시 하람에 속한다.

음식의 원재료뿐만 아니라 그것의 획득, 가공 방식 역시 할랄의 기준이 된다. 육류의 경우 가장 중시되는 측면은 도축 방식이다. 도축 방식상의 할랄 여부를 판별하는 기준을 개괄적으로 설명하면 다음과 같다: (1) 도축하는 사람의 종교가 이슬람이어야 함; (2) 도축 대상의 동물이 살아있는(건강한) 상태여야 함 (3) 도축 전 ‘알라의 이름으로’라는 아랍어 기도문이 암송되어야 함 (4) 목의 혈관, 기도, 식도를 절단한 후 완전히 피가 제거되어야 함. 이 외에도 육류의 가공, 포장, 이동, 저장 방식 역시 기준에 포함되어서, 하람 재료와 접촉이 차단된 경우에만 할랄로 인정된다.

인도네시아 정부는 1989년 ‘인도네시아 이슬람지도자 협의회’(Majlis Ulama Indonesia: 이하 MUI) 산하에 ‘식품, 약품, 화장품 검사원’(Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika: 이하 LPPOM)을 설립했으며, 검사원에서는 1994년부터 할랄인증서를 발행하고 할랄 제품을 목록화하여 발표했다. 정부에 의해 할랄 인증이 강제되지 않았지만, 대규모로 생산, 유통되는 제품의 자발적 인증 요청이 꾸준히 증가했다. 2000년대에 접어들어 이슬람식 먹거리에 대한 관심이 확대되자 대량 생산 식음료에 대한 할랄 인증이 필수 요건처럼 여겨지기 시작했다. 식음료 제품에 국한되었던 초기 인증 양상은 점차 타영

3) 하람으로 규정된 동식물에 대한 보다 자세한 설명은 까르다위(2011, 50-77)를 참조할 것.

역으로 확대되어서 음식을 판매하는 식당 역시 할랄 인증을 받기 시작했다. 이러한 움직임은 서구 기업이라는 이미지가 가져올 부정적 인식을 고려한 외국계 프랜차이즈 업계에 의해 주도되었고 이후 일반 식당으로 확산되었다.

LPPOM의 할랄 인증 경험이 축적되고 이슬람식 경제에 대한 관심이 심화되자 2001년 종교부는 ‘할랄 음식의 검사 및 인증 방식과 규정’에 대한 인도네시아 종교부의 결정(‘Departemen Agama 2001’)을 발표했다. 이 지침은 할랄 인증 검사 대상과 절차를 구체화했는데, 제품 생산 공장, 도구, 과정 및 재료, 인력 분야에서 주요 검사 기준으로 설정된 요소는 아래와 같다(6조).

〈표 1〉 2001년 종교부 발표 할랄 검사 및 인증 기준

검사 대상	주요 검사 요소
제품 생산 공장	1) 위생상태 및 나지스(najis)* 해당 여부 2) 하람 재료에 오염될 가능성
제품 생산 도구	1) 할랄 제품과 하람 제품 생산 도구의 분리 2) 위생상태 및 나지스 해당 여부
제품 생산 과정	1) 도축과정에서의 아랍어 기도문 암송 2) 도축용 기구의 날카로움 3) 혈관의 절단
제품 재료	1) 돼지, 알코올, 여타 하람으로 규정된 재료 함유 여부
제품 인력	1) 도축 관련 인력의 종교 및 종교적 이해도 2) 생산 관련 인력의 건강, 위생, 피부병 감염 등

\* 나지스: 이슬람 교리상 불결하고 부정한 상태를 지시함.

할랄 인증 신청 단계로서 회사는 할랄 생산과정을 증명할 자료, 할랄 생산 안내서, 표준화된 절차를 준비하고 이를 담당할 직원을 지정해야 했다. 이러한 준비가 끝나고 신청서가 제출되면 LPPOM 소속 감사팀이 관련 자료를 검토함과 동시에 필요하다고 판단될 경우 생산 현장을 방문하고 실험실 검사에 필요한 샘플을 수집했다.

2001년 지침 이후 할랄 인증과 관련된 제도화는 인도네시아 이슬람 경제의 발전 과정에서 나타나는 일반적인 특징, 즉, 처음에는 느슨하게 만들어진 규정이 시간이 흐름에 따라 내적으로 정교화되는 경향(전제성·김형준 2014)에 부합하도록 진행되었다. 이를 보여줄 첫 사례는 2008년에 발표된 ‘할랄확약시스템’(Sistem Jaminan Halal; Halal Assurance System)이다.

할랄확약시스템은 인증 대상 제품에 대한 일회적 검사만으로는 제품의 할랄성(性)을 보장할 수 없다는 인식에서 출발했다. 이를 타계할 방법으로 제품을 생산하는 회사 내 할랄 관리 시스템 구축의 필요성이 제기되었고 할랄 인증 혹은 재인증 과정에서 이러한 시스템의 구축 및 실행 여부가 검사되어야 한다고 생각되었다. 이를 위해 MUI에서는 할랄확약시스템의 검증 기준을 13가지 항목으로 표준화하여 제시했다 (MUI 2008, 17-31).

〈표 2〉 할랄확약시스템 매뉴얼의 항목

항목	주요 내용
1. 할랄 정책	할랄 생산에 대한 회사의 의지 선언
2. 할랄 지침	제품의 재료 및 생산과정에서 할랄과 관련된 핵심 문제
3. 할랄 관리 조직	할랄 생산 관리할 조직, 구성원의 자격조건, 업무 분장
4. 표준작업절차	전체 공정에서 할랄성(性)을 보장하기 위해 수행되어야 할 작업 절차
5. 기술적 지침	할랄제품 생산에 요구되는 기술적 측면
6. 행정체계	제품 구매, 보관, 개발, 생산, 유통 등과 관련된 행정 처리
7. 기록 및 문서화	할랄 제품 관련 자료의 수집 및 문서화
8. 사회화 프로그램	할랄 제품과 관련된 정보 제공 및 공유
9. 훈련 프로그램	모든 종업원을 대상으로 한 할랄 관련 교육
10. 내외부 소통체계	할랄과 관련된 내외부 유관 기관과의 연락망 구축
11. 내부감사체계	할랄보장시스템을 감시하고 평가할 회사 내 체계 구축
12. 교정 체계	잘못된 부분을 교정하고 기록할 체계
13. 관리 리뷰 체계	할랄확약시스템 운영의 전반을 검토할 체계 구축

할랄확약시스템 구축을 인증의 준비 단계로 규정함으로써 LPPOM의 위상은 급격히 높아졌다. 인증 신청을 위한 회사의 사전 준비 과정이 과거에는 요식적인 수준에서 검사되었다면, 새로운 제도 도입 이후 13개 항목의 적절성을 평가하는 역할이 LPPOM에 부여되었기 때문이다.

할랄 인증과정의 정교화가 LPPOM에게 있어 역할 확대를 시사한 반면, 인증 요청 회사에게 있어 이는 과도할 정도의 인력, 시간, 행정력의 투자를 의미했다. 제품 원재료의 할랄 여부 평가에 초점이 맞춰져 있던 과거와 달리 새로운 시스템 도입 이후에는 회사의 운영 방식 전체가 사전 평가의 대상에 포함되었고 원재료의 구매부터 판매에 이르기까지의 전 과정에 대한 관리와 문서화가 요구되었다. 또한, 할랄 인증 과정에서 LPPOM의 현장 조사가 필수화됨으로써 이와 관련된 인력과 비용이 추가적으로 투입되어야 했다.

제품 생산회사에 대한 감사의 체계화는 제품 성분 검사 과정에도 적용되어서, 하람 성분을 체계적으로 정리한 목록이 2008년에 만들어졌다. 여기에는 하람 가능성을 지닌 성분이 세분화되어 규정되었는데, 예를 들어 식물성 재료와 관련되어서 조차 비타민제, 에멀션화제(유화제), 포스폴리파아제(인지질을 분해하는 효소), 가수분해 과정에서의 효소 존재 여부에 대한 감사가 요구되었다.

할랄 인증절차의 정교화는 2012년 새로운 인증제도가 출현함으로써 가속화했다. 할랄확약시스템의 영어 명칭인 Halal Assurance System의 약자 'HAS'를 이용하여 HAS 23000 규정이 발표되었고 할랄확약시스템의 구성요소 및 할랄 인증과정을 상세하게 명시했다. 이와 함께 '식품제조업의 할랄확약시스템 기준'(HAS 23101), '음식점의 할랄확약시스템 기준'(HAS 23102), '도축장에 대한 할랄확약시스템 기준'(HAS 23103), '케터링의 할랄확약시스템 기준'(HAS 23104), '할랄식품 재료 요구사항'(HAS 23201)이 제정되었다.<sup>4)</sup>

새로운 시스템은 2008년 제도에 바탕을 두어 구성되었는데, 2008년의 13개 항목이 11개 항목으로 정리되었고, 원재료 및 생산 시설에 대한 기준이 세분화되었다. 예를 들어, 할랄 여부를 입증해야 하는 대상으로 규정된 원재료가 209개로 증가했고, 식품 첨가제 역시 염료, 보존제, 황산화제, 유화제, 산도조절제, 향미증진제, 항생제, 기타, 화학적 첨가제 등 9가지 범주로 구분되었다.

2012년에 제시된 인증 절차는 과거와 큰 차이를 보이지 않았다. 인증 신청은 MUI 본부의 LPPOM 뿐만 아니라 주(州)수준에 구성되어 있는 MUI 지부 산하 LPPOM를 대상으로 하여 이루어졌다. 기업체가 회사관련정보, 인증대상제품, 원재료에 대한 자료를 제출하고 비용을 지불함으로써 인증이 시작된다. 서류 심사를 통과할 경우, LPPOM의 감사팀이 생산현장을 방문하여 실사를 진행한다. 이후 필요에 따라 원재료나 제품에 대한 실험실 검사가 이루어지며, 현장 실사 및 실험 결과를 대상으로 한 최종 회의가 MUI 산하 파트와(fatwa: 종교적 결정) 위원회에 의해 주도된다. 여기에서 제반 규정을 충족한 것으로 인정될 경우 2년 유효의 할랄인증서가 발행된다.

할랄 인증에 소요되는 비용은 사업체의 규모, 원재료 종류(3개 이하 혹은 그 이상), 생산과정(기계 혹은 인력 이용) 등에 따라 차별적이며, 제조업체, 음식점, 도축장에 각기 상이한 비용이 부가된다. 하나의 예로 주로 기계화된 제조공정을 가진 제조업체의 할랄 인증 비용은 아래와 같다.

〈표 3〉 할랄 인증 비용(기계화된 제조공정 사업체) (단위: Rp)

	대규모 사업장		중규모 사업장		소규모 사업장	
원재료 수	4종 이상	3종 이하	4종 이상	3종 이하	4종 이상	3종 이하
비용	4,500,000	4,000,000	3,500,000	2,500,000	2,000,000	1,000,000

출처: <http://www.halalmuikepri.com/biaya-sertifikat/>

4) 할랄확약시스템 관련 자료는 MUI홈페이지(<http://www.halalmui.org>)에서 수집하여 정리하였음.

할랄 인증에 소요되는 공식적 비용 자체는 크지 않다. 대규모 사업장에서 생산되는 4가지 종류 이상의 원재료를 함유한 제품의 경우 450만 루피아이며, 소규모 사업장에서 3가지 원재료 이하로 만든 제품의 경우 100만 루피아로서, 한화 10만~40여만 원 수준이다. 하지만, 실제 소요되는 인증 비용은 이보다 훨씬 높다.

우선적으로 고려할 문제는 LPPOM의 현장 조사비용이다. 인증신청 기업체에서 지불해야 하는 이 비용은 숙박비, 교통비 등으로 구성되는데 그 규모가 신청비용을 상회할 가능성이 높다.<sup>5)</sup>

두 번째로 고려할 점은 <표 3>의 비용이 하나의 제품을 대상으로 한 것이라는 점이다. 일반적으로 한 사업장에서 유사한 성격을 가진 다양한 제품군이 생산되고 있음을 고려해보면, 이는 전체적인 인증 비용의 상승을 유발한다. 예를 들어 한국기업 CJ가 인증을 받은 제품 목록을 살펴보면 유사한 성격의 제품에 대한 인증이 개별적으로 이루어지고 있으며 이에 따른 비용 상승의 불가피성을 알 수 있다.<sup>6)</sup>

인증 신청에 요구되는 직접비와 함께 고려되어야 할 점은 할랄확약 시스템의 구축 및 운영비용이다. MUI의 요구 사항을 있는 그대로 지키기 위해서는 인증신청 직접비와는 비교될 수 없을 정도로 많은 비용이 소요되는데, 의무조항으로 규정된 전 직원을 대상으로 한 할랄 교육 하나만을 보더라도 추가 소요 비용의 규모를 짐작할 수 있도록 한다.

높은 비용, 까다로운 행정절차에도 불구하고 할랄 인증 수요는 꾸준히 증가했다. 관련 자료의 미비, 일관되지 않은 자료 등으로 인해 할랄 인증 추이를 살펴보기는 쉽지 않지만, 이용 가능한 인도네시아 종교부

5) 규정에 따르면 현장 실사에서 소요되는 비용은 현금이 아닌 현물 방식으로 제공되어야 한다. 현장 실사 과정에서 뇌물 공여의 가능성이 상존하는데, 171명의 회사 관계자를 대상으로 한 서베이 결과에 따르면 10% 정도의 응답자가 할랄 인증과 관련하여 뇌물 요청을 받았다고 응답했다(Afroniyati 2014, 47-48).

6) 예를 들어 CJ가 판매하는 밀가루에는 “다용도 밀가루”, “닭튀김용 밀가루”, “바나나 튀김용 밀가루”가 있었는데, 세가지 제품이 각각 할랄 인증을 받았다(MUI 2015).

자료와 신문기사를 종합하여 재구성한 할랄 인증 제품 및 제조업체 수는 아래와 같다.

〈표 4〉 할랄 인증 제조업체 및 제품 수(2005-2015)

	제조업체	제품
2005	414	969
2006	443	1,123
2007	488	1,013
2008	548	921
2009	353	470
2010	692	750
2011	623	650
2012	552	600
2013	4,523	9,721
2014	na	10,762
2015	na	11,904

출처: Kementrian Agama RI (<http://simbi.kemenag.go.id/halal/assets/collections/newsletter/files/55642c827e6ac.pdf>); Berita Prima (<http://beritaprima.com/lppom-mui-kesadaran-sertifikasi-halal-meningkat/>)

2000년대 중반 1,000여건에 이르던 할랄 인증 제품 수는 2010년을 전후하여 감소하는 추세를 보였다. 하지만, 2012년 HAS가 제정되고, 할랄 인증 의무화 법안에 대한 논의가 가속화되자 2013년부터 급증하는 양상을 보여서, 2013-15년 사이 연간 만여 건에 이르는 제품에 대한 인증이 이루어졌다. 이러한 양적 증가뿐만 아니라 인증 제품의 다양화 역시 진행되어서, 화장품과 의약품과 같이 과거에는 극히 제한적으로만 인증이 이루어진 분야에서의 인증 움직임이 가시화되었다. 화장품 분야에서의 인증 활성화를 LPPOM의 부위원장은 다음과 같이 지적했다(Beritaprima 2016).

2012년 화장품에 대한 할랄 인증 요청이 처음으로 제기되었다. 그 해 5개 업체가 만든 26개 제품이 할랄 인증을 받았다. 2016년 (5월), (할랄

인증을 획득한) 제조업체는 87개에, 할랄 인증을 획득한 제품의 (누적) 합계는 4,961 개에 이르렀다.

2014년 할랄제품보장법이 통과되자 인증 필요성에 대한 기업체의 인식이 제고되었고, 이는 식음료 이외의 제품생산업체의 관심을 고양시키는 결과를 초래했다. 특히 2010년대 할랄화장품을 표방한 회사의 급속한 성장이 나타난 화장품 업계에서는 할랄 인증에 대한 요구가 급증했다.

할랄 인증 제품이 증가하고 있음은 확실하지만, 인도네시아 전체 시장에서 그것이 차지하는 비중을 파악하기에는 어려움이 있다. 할랄 관련 기본 자료가 정기적으로 발표되지 않으며 발표된 자료 역시 비체계적이기 때문이다.

자료 부재에도 불구하고 인도네시아에서 판매되는 식음료 제품, 화장품, 의약품 중 20-30% 정도가 할랄 인증을 받았으리라는 추정치가 할랄 관련 담당자에 의해 제기되었다. 예를 들어 연도별 통계치를 통해 종교부가 내린 결론은 “2011-4년 사이 할랄 인증을 받은 제품의 비중은 26.11%이며, 같은 시기 인증을 받지 않고 판매되는 식음료 제품, 화장품, 의약품의 비중은 73.89%이다.”<sup>7)</sup> 종교부에서 제시한 주장은 이듬해 MUI 위원장에 의해서도 반복되었다. LPPOM 설립 25주년 행사에서 딘 샴수딘(Din Syamsuddin)은 할랄 인증 제품이 6만여 개에 이르지만, 이는 인도네시아에서 판매되는 전체 상품의 30%에 불과할 뿐이며 70%가 할랄 인증 없이 판매되고 있다고 주장했다(Afif 2015).

이처럼 할랄 인증 상품의 비중을 밝히기는 쉽지 않지만, 2010년대 들어, 특히 2013년 이후 할랄 인증 상품의 증가 추이는 부정될 수 없을

---

7) 이 수치는 2011년, 16.13%, 2012년, 52.17%, 2013년 27.74%, 2014년 8.39%라는 자료에 기반을 두어 산출되었다. 2011년 16.13%가 이듬해 52.17%로 급상승하고 2014년 다시 8.39%로 하락한다는 점에서 이 자료는 일관된 방식으로 수집된 통계에 기반하여 만들어졌다고 생각하기 어려운 면을 가지고 있다.

듯하다. 할랄 인증이 강제 조항이 아닌 상황에서도 신청이 증가하고 있음은 인증의 긍정적 효과가 생산자에 의해 받아들여지고 있기 때문이라 추정된다. 돼지기름 파동, 하람 성분 함유 제품에 대한 언론보도, 할랄제품보장법 등은 할랄 음식에 대한 대중적 관심을 증가시켰고, 이는 생산자에게 있어 할랄 인증의 필요성에 대한 인식을 강화하는 요인으로 작용했다.

## V. 할랄 소비: 소비자의 관심

할랄에 대한 무슬림 소비자의 높은 관심은 이들을 대상으로 한 서베이 결과에서 드러난다. MUI가 2009년과 2010년에 행한 서베이에서 응답자의 70%와 92%가 할랄 인증 식음료를 선호한다고 답했다(Zulham 2013, 4). 300여명의 대학생을 대상으로 한 연구에서는 할랄 음식만을 소비하겠다는 응답, 구매 시 할랄 인증 표기를 살펴본다는 응답, 할랄 인증이 없을 경우 구매하지 않겠다는 응답 비율 모두가 80%를 상회했다(Wajitragum 2016, 49). 이슬람 대학의 교직원을 대상으로 이루어진 서베이에서 역시 할랄 제품에 대한 높은 관심도가 나타나서, 응답자의 86%가 할랄 제품을 구매하기 위해 항상 주의한다고 답변했고 그렇지 않다는 답변은 1%에 불과했다(Mahwiyah 2010, 67).

인도네시아 무슬림 소비자의 행태를 보다 자세히 알아보기 위해 2013년 종교부 주관으로 7개 주요도시 거주자 764명을 대상으로 수행된 서베이 결과를 검토하기로 한다.

〈표 5〉 할랄에 대한 소비자의 태도(%)

질문	매우 동의함	동의함	약간 동의함	동의하지 않음	전혀 동의하지 않음
할랄이라는 확신이 들지 않으면 식음료를 구매/소비하지 않을 것이다.	51	38	9	2	0
판매되는 식음료와 식당의 음식은 할랄이 보장되어야 한다.	69	26	4	1	0
할랄이 아닌 제품에는 이를 명확하게 표시할 라벨이나 코드가 있어야 한다.	62	33	4	1	0
할랄이 아닌 음식은 우리 몸에 부정적 영향을 줄 것이다.	52	39	6	2	1
식음료 구매 전 할랄 라벨의 유무를 확인한다.	34	29	24	10	3
할랄과 관련된 정보를 찾아본다.	10	27	36	19	8

출처: Karim(2013, 58, 68, 75)

할랄 소비에 대한 태도를 묻는 첫 질문에 51%와 38%에 이르는 응답자들이 ‘매우 동의함’과 ‘동의함’을 선택함으로써 할랄 식품에 대해 긍정적인 모습을 보였다. 할랄 음식을 구매, 소비할 권리에 대해서도 이들은 높은 관심을 보여서, 시중에 유통되는 식품의 할랄성(性)이 보장되어야 하고, 할랄과 그렇지 않은 제품 사이에 뚜렷한 구분이 있어야 한다는 점에 높은 찬성 의사를 표했다.

할랄과 건강과의 관계를 묻는 네 번째 질문은 흥미로운 결과를 제공한다. 응답자의 절대 다수가 할랄이 아닌 음식이 건강에 악영향을 미칠 것이라 답변했기 때문이다. 이러한 결과는 할랄에 대한 선호도가 단순히 종교적 이유로만 국한되지 않음을 시사한다.

이슬람 내에서 종교적 교리의 근거를 찾아야 하는지의 문제는 오랫동안 논란의 대상이었다. 종교적 가르침에 대한 무조건적인 복종을 강조하는 입장이 있는 반면, 인간이 이해할 수 있는 수준에서 종교적 의

무의 근거를 밝혀보아야 한다는 입장 역시 존재한다(Hooker 2003, 232-233). 하람을 대표하는 돼지고기에 이를 적용한다면, 경전에 돼지고기 금지 명령이 제시되어 있기에 금기시해야 한다는 입장과 돼지고기가 인간에게 유익하지 않기에 금기시되었다는 입장으로 구분된다. 최근 들어 후자의 시각을 지지하는 입장이 보다 중시되는 경향이 나타났기 때문에 돼지고기 금기의 유해성을 설명할 다양한 근거가 제시되었다.

돼지고기 금기를 설명하는 과정에서 자주 등장하는 요인은 그것에 함유되어 있다는 기생충으로서, 조리되지 않은 돼지고기를 먹을 경우 기생충 감염에 따른 심각한 폐해가 결과할 수 있음이 강조된다. 그 외에도 지방함유량이 높다는 점, 돼지고기에 오줌이 함유되어 있다는 점, 지방 함유량이 높다는 점, 소화가 어렵다는 점, 바이러스를 전염시킨다는 점 등이 건강, 위생학적 문제로 지적된다.<sup>8)</sup>

돼지고기만큼이나 중요한 의미를 가진 알코올은 인간을 감정에 휩싸이게 함으로써 합리적 판단을 가로막는다는 점이 금지 이유로 거론된다. 돼지고기와 알코올의 금지 이유를 설명할 근거가 상대적으로 용이하게 제시될 수 있는 반면 다른 하람 요소를 설명할 논리는 명확하게 제시되지 않으며 단편적으로만 거론되었다. 예를 들어 피에 대한 금기를 설명하는 방식을 살펴보면 아래와 같다(Yuningsih 2010, 181-182).

이슬람에서 할랄이 아닌 음식은 그것을 섭취하는 사람의 건강에 부정적인 영향을 미친다. ... 피에는 함량이 높은 요산이 함유되어 있다. 요산은 독이 있는 화합물로서 건강에 위협적이다. 요산은 완전하지 않은 신진대사의 결과로 형성된 피 속의 노폐물이다.

하람으로 규정된 대다수 동물의 금지 이유가 건강이나 위생학적 측

8) 이와 관련되어서는 Tarbiyah(2016)을 참조할 것.

면에서 설명되지 않는 못한다. 하지만, 이것이 할랄 음식과 건강 사이의 관계를 부정하는 방향으로 나아가도록 하지는 않는다. 하람으로 규정된 이유를 충분히 이해할 정도로 생물학적, 의학적 지식이 발전하지 못했다는 식의 설명이 받아들여지기 때문이다. 앞서 지적된 돼지고기의 사례가 이를 증명한다고 여겨지는데, 현대 의학이 발전한 이후에야 기생충 문제를 인간이 알게 되었다는 것이다. 이러한 설명 방식이 채택됨으로써 명확한 의학적 근거 없이도 하람이 건강상의 부정적 영향을 미칠 수 있다는 믿음이 유지되며, 할랄은 종교적 이유와 실용적 이유 두 측면 모두에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 이해된다.<sup>9)</sup>

할랄에 대한 긍정적 태도, 할랄의 유익함에 대한 믿음은 할랄 제품에 대한 높은 선호도를 결과했다. 서베이 결과에서 보이는 흥미로운 점은 할랄에 대한 태도와 비교할 때 할랄 제품 선택의 적극성이 상대적으로 낮게 나타난다는 점이다. 예를 들어, 할랄 제품만을 소비하겠느냐는 질문에 응답자의 89%가 동의한 반면, 구체적인 행동 여부를 묻는 인증 확인의 경우 응답비율은 63%, 정보 수집의 경우 37%로 낮아졌다.

이러한 차이는 시중에서 판매되는 제품이 할랄 인증을 받았으리라는 막연한 믿음이나 기대에 기인하고 있다. 인도네시아에서 만난 5명의 인터뷰 대상자들<sup>10)</sup> 역시 이러한 태도를 드러냈는데, 제품의 생산자 및 유통자가 무슬림이기 때문에 하람 제품을 판매하지 않을 것이라고 주장했다. 긍정적 태도는 대형 마트에 대한 신뢰로 이어져서 이들은 대형 마트에서 판매되는 제품 모두가 할랄 인증을 받은 것이라고 언급했다. 하지만, 이 주장이 명확한 근거를 가지고 있지는 않아서, 이들이 대형 마트에서 판매되는 상품의 할랄 여부를 직접 확인해 본 경험은 없었

9) 할랄을 건강, 청결, 안전의 문제로 확대시키려는 이슬람 학자의 해석과 관련된 보다 자세한 논의는 오명석(2012, 48-53)을 참조할 것.

10) 5명의 인터뷰 대상자는 자카르타에 거주하는 2명의 남자대학생과 3명의 여자대학생이었고, 모두 미혼으로 20대 초반에 속했다.

다. 이처럼 뚜렷한 근거가 없음에도 불구하고 이들은 하람 제품 판매가 알려졌을 때 대형 마트가 받게 될 타격을 거론하며 자신들의 주장을 정당화하려 했다.

할랄 인증이 자율 선택이며 할랄 제품만을 판매해야 한다는 규정이 강제되지 않는다는 점을 고려할 때 인터뷰 대상자들에게서 나타나는 막연한 믿음의 근거를 확인해볼 필요가 있었다. 이에 인도네시아 수도 자카르타의 한 대형 마트를 대상으로 하여 유제품 원료가 함유되어 있을 가능성이 높은 분유 제품, 코코아를 포함한 차 제품, 스낵 제품 등 세 종류를 조사했다.<sup>11)</sup>

유아 코너에 있는 36개 분유 제품, 어린이용 코너에 있는 25개 분유 제품 모두에는 할랄 인증 표시가 있었다. 두 번째로 살펴본 12종의 코코아 제품 중 7종, 7종의 감미료(대용 설탕 제품) 중 4종, 34종의 차 중 15종에는 인증 표시가 부착되어 있었다. 또한, 수입 코코아 1종 및 차 1종에는 말레이시아의 할랄 인증 표기가 붙어 있어서, 외국의 할랄 인증 제품이 자유롭게 유통될 수 있음을 보여주었다. 차와 관련된 인증 비율이 낮은 이유는 식물을 주재료로 하고 있기 때문인 듯했다.

마지막으로 살펴본 제품은 스낵류로서 하나의 복도를 중심으로 양쪽 편 진열대 모두를 채우고 있었다. 전체 40종의 제품 중 21종에서만 할랄 인증 표시를 찾을 수 있었다. 대부분의 스낵이 기름에 튀기는 공정을 거쳐 만들어졌음을 고려할 때 이는 예상보다 훨씬 낮은 수치였다. 스낵 제품을 국내에서 제조된 것과 수입품으로 나누어 인증 여부를 확인한 결과, 국내에서 제조된 34종 중 21종에 할랄 인증 표시가 있었으며, 한국, 일본, 태국, 말레이시아에서 제조된 제품 모두에는 인증 표시가 부착되어 있지 않았다. 국내 제품 중 13종에, 수입 스낵 제품 모두에

11) 연구는 2015년 7월 마지막 주에 이틀 동안 이루어졌다. 필자는 도심에 위치한 대형 마트를 방문하여, 연구 대상으로 설정된 제품군의 진열대에 놓인 제품을 하나씩 검토하면서 할랄 인증 여부를 확인했다.

인증 표시가 없었음은 할랄 인증이 생산 및 유통업체에 의해 판매의 필수 요소로 간주되고 있지 않음을 추정할 수 있도록 한다.

할랄 인증 미부착 제품이 대형 마트에서 판매되고 있는 이유는 앞서 지적된 대로 인도네시아 무슬림 소비자들 사이에 막연한 믿음, 즉 할랄이 아닌 제품이 판매되지 않으리라는 믿음이 퍼져 있기 때문인 듯했다. 이로 인해 소비자의 태도와 행동 사이의 불일치가 일정 정도 용인될 수 있다. 즉 할랄 제품 사용 의사를 강하게 가지고 있지만 실제 구매 시 이를 적극적으로 검증하지 않아도 된다.

할랄 미인증 제품이 인증 제품과 나란히 판매되는 현재의 상황이 인도네시아에서 지속되리라고 기대될 수 없다. 2014년에 제정된 ‘할랄제품보장법’ 때문인데, 5년의 유예 기간을 거쳐 이 법안이 2019년 시행될 경우 할랄 제품 인증과 소비에 급격한 변화를 가져오리라 예상된다.

## VI. 할랄제품보장법

할랄 문제를 총괄하는 법률의 필요성은 2000년대 중반부터 이슬람 단체에 의해 제기되었고, 얼마 지나지 않아 초안이 만들어졌다. 하지만, 정당 간 견해차로 인해 법안 심의가 지연되었고, 2014년 9월 예야 ‘할랄제품보장법’이라는 이름으로<sup>12)</sup> 입법화되었다. 5년간의 유예 기간이 설정되었기 때문에 법안의 실제 발효 시기는 2019년 10월이다.

법안은 11장 68조로 구성되어 있다. 법안의 첫 부분에서 할랄제품보

---

12) 이 법의 정식 명칭은 ‘Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal’이며 다음 사이트에 제시되어 있다. <http://www.dpr.go.id/dokjdi/dokument/uu/1615.pdf>

장법의 기본취지와 목표가 제시된 후(1-4조) 법의 운영 방식과 운영 주체, 할랄 관련 규정, 기업체의 권리와 의무, 인증 획득 방식(5조-45조) 등 구체적인 인증 절차에 대한 규정이 제시된다. 또한, 국제협력(46조-48조), 감사(49-52조), 위반시 제재(53조-55조) 등과 관련된 내용이 후반부에 추가되어 있다. 전체적으로 법안은 이전에 발표된 할랄확약시스템의 내용을 따르고 있다. 하지만, 몇 가지 측면에서 과거 규정이나 기존의 할랄 관련 논의보다 훨씬 급진적인 내용을 포함하고 있기 때문에 기존 인증 체계에 심각한 변화를 가져올 수 있다.

첫 번째는 법안에서 규정하는 ‘제품’의 기준이다. 식료품, 화장품, 의약품 등이 일반적으로 거론되어 온 할랄 대상 제품군이었다면, 법안은 보다 광범위한 제품을 포괄한다. 법안 1조 1항을 보면, 제품은 ”음식, 음료, 의약품, 화장품, 화학제품, 생물학 제품, 유전공학 제품 등과 관련된 물건이나 서비스 그리고 일반인에 의해 착용되고 이용되며 효용이 있는 물건이다.” 이처럼 제품의 개념을 가장 광범위한 수준으로 정의함으로써, 이 법안은 시장에서 거래되는 모든 재화와 서비스를 적용대상에 포함시킬 수 있다. 가죽 제품을 예로 든다면, 가죽소파와 가죽점퍼처럼 가죽을 주재료로 쓰는 제품뿐만 아니라 가죽이 극히 일부 포함된 제품 역시 할랄 인증 대상으로 간주될 수 있다.

두 번째로 고려될 점은 할랄 조건을 충족하지 못하는 제품의 유통 방식이다. 법안의 26조 2항은 이와 관련하여 “제품생산자는 할랄이 아닌 제품에 그것이 할랄이 아니라는 설명을 표시해야 한다”고 규정한다. 할랄이 아님을 표시할 방법은 앞으로 제정될 시행령을 통해 구체화될 것이지만 이 조항은 커다란 파급력을 가지고 있다. 할랄 미인증 제품이 어떤 표시 없이 판매되는 현재와 달리 ‘할랄 인증을 받지 않음’과 같은 라벨이 부착될 경우 무슬림 소비자가 갖게 될 거부감의 정도가 높아질 수밖에 없기 때문이다. 따라서 판매되는 모든 제품에 인증/미인증 여부

를 표기하도록 하는 규정은 소비자 선택에 있어 현재와는 비교될 수 없을 정도의 영향력을 가져올 수 있다.

세 번째로 고려될 점은 할랄 조건의 확대적용이다. 원재료에 대한 법안의 내용은 할랄에 대한 기존 인식과 차이를 갖지 않는다. 예를 들어 동물과 관련하여 법안에서는 사체, 피, 돼지, 적법한 방식으로 도살되지 않은 동물, 그리고 MUI의 종교적 판단에 의해 하람으로 결정된 동물 등을 금지 대상으로 설정한다. 하지만, 법안은 할랄확약시스템에서 요구되었던 내용을 적극적으로 포함하여 원재료의 성격뿐만 아니라 가공 과정 전체를 할랄 인증 대상으로 포함시킨다. 법안의 24조 b항의 규정은 아래와 같다.

할랄 인증을 요청하는 사업자는 할랄 제품을 非할랄 제품과 분리하여 도축(생산), 관리, 보관, 포장, 배급, 판매, 제공할 수 있는 장소와 도구를 갖추어야 한다.

24조 규정에 따를 경우 제품의 할랄 여부는 원재료뿐만 아니라 생산, 유통, 판매 등 소비자에게 제품이 도달하기까지의 모든 과정을 통해 검증되어야 한다. 이러한 조건을 충족시키기 위한 핵심 기준은 할랄 제품과 非할랄 제품의 공간적 분리이다. 즉, 같은 장소에서 할랄과 非할랄 제품이 생산, 가공되지 않고, 유통 및 판매 과정에서도 이러한 분리가 유지될 때에만 할랄 인증이 가능하다.

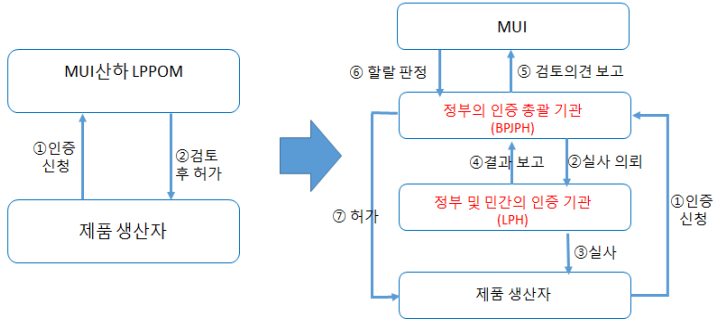
할랄 조건의 확대 적용은 할랄 인증을 지극히 까다롭게 만들 수 있다. 식당을 예로 든다면, 같은 재료라 할지라도 할랄 인증을 받은 것과 그렇지 않은 것을 주방에서 동시에 사용할 경우 인증을 통과하기는 쉽지 않다. 같은 상황이 가공과 유통 단계에도 적용될 수 있다. 동일한 공장에서 만들어지는 제품 모두가 할랄 인증 재료를 사용하지 않을 경우 인증을 통과하기는 쉽지 않다.

네 번째로 고려될 문제는 할랄 제품 생산 관리자의 종교이다. 법안의 28조 2항은 “(제품 생산자가 임명한) 할랄 제품 관리자는 다음의 조건을 충족해야 한다. a. 이슬람을 종교로 갖는다”는 내용으로 구성되어 있다. 할랄제품 관리자의 종교는 2001년의 지침서, 2008년과 2012년의 할랄확약시스템, HAS에도 제시되어 있었지만, 새 법안에서는 관리자의 종교적 정체성이 보다 더 중시되었다. 2008년 ‘할랄확약시스템’에서는 무슬림 직원이 없는 상황이 고려되며, 이 경우 할랄 관련 이슬람법에 대한 지식을 가진 비(非)무슬림을 임명할 수 있다고 규정되었다. 하지만, 이러한 예외 규정이 법안에서는 삭제되었고 무슬림 제품관리자가 의무 조항으로 설정되었다.

할랄제품 생산 회사 직원의 종교적 정체성을 규정하는 이 조항이 확대적용될 경우 심각한 문제점을 야기할 수 있다. 즉, 할랄시스템을 관리하는 책임자를 넘어서서 생산과 밀접하게 관련된 직원의 종교 역시 고려 대상이 될 수 있다. 현재까지 할랄 인증제품 생산회사 직원의 종교적 정체성을 문제시하는 주장이 이슬람 단체에 의해 제기되지 않았다. 하지만, 식재료에서 시작된 할랄 인증 과정의 강조점이 생산과정, 나아가 기업의 모든 활동으로 확장되었음을 고려하면 사업장에서 일하는 직원의 종교적 정체성이 심각한 고려 대상으로 부상할 가능성을 전적으로 배제할 수 없다.

할랄제품보장법의 내용 중 다섯 번째로 고려될 문제는 인증 주체이다. 법률 제정 이전까지 인증 주체는 MUI 산하 LPPOM이었다. 법안에서는 할랄 인증에 있어서의 MUI의 절대적 권위가 인정되지만, 인증 실행 과정에서의 MUI의 역할이 부정되었다. 2008년의 인증절차를 단순화한 후 이를 새 법안에서 제시한 절차와 비교하면 아래와 같다.

〈그림 2〉 할랄 인증 절차 비교



<그림 2>에 제시된 것처럼, 새로운 법체계 하에서 MUI는 할랄 관련 자료에 대해 검토의견을 보고받고 최종 판정을 내리는 역할을 부여받았다. 이는 MUI 산하 LPPOM의 역할이 제거되었음을 의미한다. 이 역할은 정부가 설립할 인증총괄기관(BPJPH) 그리고 정부 및 민간의 인증 실행 기관(LPH)에 이양된다.

조직상의 변화가 나타난 가장 큰 이유는 인증 절차를 수행해온 LPPOM의 불투명한 업무 수행, 특히 불투명한 회계처리였다. 인증과 관련된 수입, 지출 내역을 공개하지 않았던 점, 인증 과정에서의 뇌물 공여 요청 등에 대해 인증 신청 기업체가 불만을 제기했던 점 등으로 인해 MUI의 역할 축소를 요구하는 주장이 제기되었고, MUI가 이에 효과적으로 대응하지 못함으로써 인증과정에서 배제되게 되었다.

LPPOM 역할의 민간으로의 이행에도 불구하고 새로운 방식이 인증 과정을 효율적이고 투명하게 만들 수 있을지는 불확실하다. 새로운 절차는 최종권한을 가진 MUI와 인증을 요청하는 기업 사이에 BPJPH와 LPH를 첨가하는 형식을 취하는데, 기존의 인도네시아 행정 체계의 운용 방식을 고려해보면 인증을 둘러싼 비공식적 거래의 가능성이 증가될 수 있다.

여섯 번째로 고려될 문제는 국제적 교차 인증이다. MUI는 자체 기준을 통과한 외국 기관의 할랄 인증 결과를 인정해왔으며, 교차 인증 분야는 도축, 원재료, 첨가제 등으로 구분되었다. 외국 기관에 대한 인정은 2년마다 갱신되었는데, 2016년 교차 인증 허용 외국 기관은 19개 국가에 분포된 35개 기관이었다.

할랄제품보장법은 외국기관과의 교차인증을 인정하지만 그 구체적인 방법을 규정하지 않는다. 이는 법안 제정의 필요성을 주장하는 과정에서 제기된 인도네시아 할랄 산업의 세계화 담론에 기인한 것처럼 보인다. 할랄확약시스템을 구축하고 이를 할랄제품보장법으로 확대 적용한 동기 중 하나는 세계 할랄 제품 시장에서 인도네시아가 선도적인 역할을 수행하리라는 기대였다. 표준화된 인증 방안이 다른 무슬림 국가에 의해 받아들여질 경우 인도네시아가 세계 할랄 산업을 주도할 수 있다는 것이다.

할랄제품보장법에 구체적으로 규정되어 있지 않음으로 인해 해외 기관과의 교차인증이 어떠한 방식으로 이루어질지 불투명하다. 인도네시아 중심론이 유지될 경우 해외 기관의 인정 조건으로 할랄확약시스템 구축 검사를 요구할 수 있는데 이는 교차 인정을 실질적으로 불가능하게 만든다. 세세하게 규정된 할랄확약시스템의 규정을 인증 과정에 포함시킬 외국 기관이 많지 않으며, 규정 확인에 많은 비용과 시간이 소요되기 때문이다. 이러한 측면을 고려한다면, 할랄제품보장법은 국제적 상호 인정 가능성을 제약할 가능성을 내포하고 있다.

정리하면, 할랄제품보장법은 판매되는 모든 제품을 인증 대상에 포함시키고 동시에 할랄확약시스템에서 요구하는 엄격한 할랄 검사 기준을 법제화했다. 또한 미인증 여부를 제품에 표시하도록 함으로써 할랄과 비(非)할랄의 구분이 쉽고 명확하게 인지될 수 있도록 하며, 외국 기관과의 교차 인정을 어렵게 했다. 이러한 점을 고려해보면, 이 법안

이 국외에서 생산, 수입된 제품의 할랄 인증을 까다롭게 하고 그 유통과 소비 역시 제약할 가능성을 가지고 있다고 평가된다.

할랄제품보장법이 국회에서 통과되고 2년여의 시간이 지난 2016년 11월, 인도네시아 국민고충처리위원회(옴부스맨: Ombudsman RI)는 준비부족을 이유로 들며 이 법안의 시행 연기를 요청했다. 위원회에서 제기한 문제는 아래와 같다(Fokusislam 2016).

정부의 법안 준비 과정이 충분하지 않아서, 관련 조직 구성, 시행령 제정, 인력 등의 문제에 대한 대응이 적절하지 않다. 법안의 시행과 관련하여 할랄 인증 비용, 할랄제품평가원(BPJPH) 관련 규정 역시 준비되지 않아서 앞으로 행정적 실책이 야기될 가능성이 높다.

위원회가 지적한 조직상의 문제는 할랄제품보장법에 거론된 조직 모두를 포괄해서, BPJPH, JPH, LPH, 할랄검사실험실 등과 관련되어 구체적인 조직 구성과 운용규칙이 준비되지 않았음이 지적되었다. 조직 이외의 문제로 위원회는 관리운용규정(SOP), 등록, 검사, 증명서 발급에 있어서의 표준화된 절차 미비 및 비용 상의 불확실성을 언급했다.

국민고충처리위원회의 발표는 할랄제품보장법 시행을 위한 행정부의 준비 과정이 순조롭게 진행되고 있지 않음을 시사함으로써 법안 제정 이후 수면 아래에 내려갔던 대중적 관심을 불러일으키고 이익 집단 간의 논란을 결과했다.

법안 시행의 실무를 맡은 종교부는 시행령 제정을 위한 부처 간 협의가 순조롭게 진행되고 있어서 2017년 초 시행령 초안이 제출될 수 있으리라고 밝혔다. 하지만, 시행령 제정 과정이 순탄치 않음은 다른 부처의 우회적인 문제 제기를 통해 표현되었다. 정부 부처 중 법안에 대해 문제를 제기한 곳은 협동조합 및 중소기업성(Kementerian Koperasi dan UKM), 보건성과 식약청(BPOM)이었지만 양자의 입장에는 미묘

한 차이가 있었다.

중소기업성의 경우 실물 경제에 미칠 부정적 영향을 주로 지적했다. 법안이 식음료를 생산하는 중소기업과 소상공인에게 비용 상승 및 행정력 낭비를 가져올 것이 명백하기에 이에 대한 고려와 대책 마련을 요구했다. 중소기업성 관계자는 “모든 식음료가 할랄 인증을 받으면 좋다. 하지만, 이를 만드는 업체가 어떻게 활동하고 있으며 이들의 이윤이 어느 정도인가를 고려해야 한다. 인증을 위해 소요되는 비용이 적지 않기 때문이다”(Situmorang 2016)라고 주장하며 비용과 절차상의 어려움을 지적했고, 중소기업의 인증을 지원할 시스템의 구축을 요청했다.

식약청의 경우 할랄제품보장법으로 인해 가장 큰 변화를 겪게 된 기관이었다. 법안 제정 이전까지 유통되는 식음료와 의약품을 관리할 최종 권한을 가지고 있었던 반면, 할랄제품보장법으로 인해 이 권한을 종교부와 나누거나 종교부의 재가를 받아야 하는 상황에 처하게 되었다. 이러한 이유 때문인지, 식약청에서는 이전에는 쉽게 상상할 수 없던 방식으로 반대 입장을 표명했다. 할랄 식품 관련 세미나에 참석한 식약청 고위 관료는 할랄에 대한 의견을 다음과 같이 피력했다(Kautsar 2016).

2012년에 행해진 연구에 따르면 인도네시아 소비자 중 29퍼센트만이 할랄 라벨에 주의한다고 했다. 반면 59퍼센트는 맛과 영양분을 중시하며, 나머지는 브랜드를 중시했다. ... (이로 인해) 인도네시아의 생산자들은 할랄과 ‘타입’(thayib: 위생, 맛, 영양소) 양자의 통합에 어려움을 겪고 있다.

인용문 후반부에 제품의 맛과 영양소를 ‘타입’이라는 아랍어로 지칭함으로써 할랄 이외의 요소 역시 이슬람에서 요구되는 것임을 드러내려고 노력했음에도 불구하고 위 인용문은 기존의 할랄 관련 담론과 질적인 차이를 보이고 있다. 이슬람 단체와 종교지도자 및 학자에 의해

주도된 할랄 담론에서 할랄에 대한 무슬림의 선호가 당연시되었던 반면, 인용글에서는 할랄에 대한 낮은 소비자 선호도가 지적되었다. 식약청 관리가 자료의 출처를 구체적으로 거론하지 않았기에 그 신뢰도는 불명확했지만, 법안의 문제점을 본질적인 차원에서 제기함으로써 반대 입장을 명백히 했다.

국민고충처리위원회의 발표 이후 법안의 연기 혹은 수정을 요구하는 주장이 미디어 보도를 통해 제기되었다. 이러한 움직임을 주도한 집단은 경제관련 단체로서 인도네시아 기업인연합회(Apindo)가 법안에 대한 우려와 불만을 선도적으로 표출했다. 이 단체는 법안 시행에 따른 비용 상승과 경쟁력 저하를 주요 논거로 채택했고, 외국인 투자 감소에 따른 경제성장률 감소와 같은 거시적 문제 역시 거론했다. 이러한 논의를 확장하여 일각에서는 법안의 개정 필요성을 제기했는데, 이들이 문제 삼은 조항은 1조 1항의 인증 적용 대상이다. 기업인 연합회 회장은 “사람들이 사용하는 물건은 정말 다양하다. 의자, 컴퓨터, 자동차 등이 포함되기 때문에 (1조 1항에 따르면) 이들 제품 역시 인증을 받아야 한다”고 주장하며 이 조항이 포괄적이고 불명확하다는 문제점을 제기했다(Silitonga 2016). 기업 관련 단체에서는 할랄 인증을 강제조항이 아닌 자율적 선택으로 전환해야 한다고 주장하기까지 했다.

제약 업체는 다른 기업과 상이한 각도에서 문제에 접근했다. 인도네시아에서 생산되는 대다수 의약품의 원료가 수입품으로서 할랄 인증 여부 확인이 현실적으로 불가능하다는 것이다. 제약협회 관계자는 이를 아래와 같이 설명했다(Astuti 2016)

제약업체가 직면한 문제는 매우 복잡하다. 무엇보다 수입되는 의약품을 먼저 인증 받아야 하는데, 원재료를 인정받을 방법이 도대체 무엇인가? 자료에 따르면 제약업계에서 사용하는 원재료는 십오만 종에 이른다고 하며 이 모두를 인증 받아야 한다. 또한 우리는 약품 생산에 있

어 품질과 약효를 최우선으로 삼고 있다. 그런데 여기에 할랄 규정이 첨가된다면, 의약품 생산을 중단하라는 말이 아닌가?

기업 관계자에 따르면 제약업체가 사용하는 원재료의 95%, 화장품 업체에서 사용하는 원재료의 90%가 수입품이었다(Dinisari 2016). 이렇게 많은 원재료 모두를 인증받기가 불가능하기 때문에 의약품 생산을 포기할 수밖에 없는 상황으로 기업이 내몰리고 있다는 주장이 가능해졌다.

할랄제품보장법에 대한 우려와 불만, 나아가 개정 필요성에 대한 요구가 기업을 중심으로 분출되었지만, 이것이 주도적인 담론으로 확립되지는 못했다. 종교계를 중심으로 법안 시행 준비를 가속해야 한다는 목소리 역시 강하게 제기되었기 때문이었다. 흥미로운 점은 법안 제정이후 만들어진 할랄 관련 이익단체가 기존의 이슬람 단체와 함께 지지 의견을 제시했다는 점이다.

할랄 관련 이익단체의 주장은 법 제정 이전의 이슬람 단체와 큰 차이를 보이지 않았지만 보다 세련된 방식으로 문제에 접근하는 모습을 보였다. 종교적 의무 충족이라는 논리를 넘어서 종교적 의무 충족을 통한 소비자 권익 보호로 담론이 확장되었다. 세계 할랄 시장의 선도라는 의견은 할랄 시장이 무슬림을 넘어서 비무슬림에게로까지 확장되고 있다는 주장으로 이어졌다. 이러한 담론상의 세련화는 인도네시아 무역진흥센터 소장의 의견에 잘 드러나 있다(Budiawati 2016).

할랄 제품이 세계의 소비자에게 있어 새로운 라이프 스타일이 되었음은 확실하다. … 현재 할랄은 보편적인 개념이 되었고 삶의 일부가 되었다. … 세계에서 가장 많은 무슬림 인구를 가진 국가로서 할랄 산업이 인도네시아 경제성장의 원동력이 되어야 한다는 점은 너무나 확실하다.

이슬람 단체 역시 할랄제품보장법 시행을 위한 준비에 박차를 가할 것을 요구했다. 법안 제정에 따라 그 역할이 상대적으로 축소된 MUI조차 지지 목소리를 높였고, 엔우(NU)와 무함마디아(Muhammadiyah) 같은 대규모 이슬람 단체 역시 할랄법안 관련 세미나를 통해 할랄제품 보장법을 당연시하고 예정대로의 시행을 압박했다.

최근의 논란이 예시하듯, ‘할랄제품보장법’이 예정된 스케줄에 맞추어 시행될 수 있을지는 불명확하다. 하지만, 이슬람의 대중적 영향력이 강화되고, 이슬람 규정에 반대하는 목소리가 쉽게 표출될 수 없는 현재의 상황에서 할랄 인증에 대한 근본적 수준의 문제 제기가 이루어지는 쉽지 않다. 따라서 시행상의 어려움으로 인해 일정기간 동안의 유예 혹은 부분적 수정과 같은 변화가 가해질지라도 장기적으로 이 법안의 핵심 내용이 현실에 적용될 가능성은 매우 높다.

## VII. 맺음말

할랄제품보장법은 이슬람권 지역에서 선례를 찾기 힘든 혁신적인 입법물이다. 중동과 북아프리카, 서남아의 무슬림 다수 국가 중 이와 유사한 법안을 국가적 차원에서 제정한 경우는 없다. 할랄 경제와 관련하여 많은 관심을 받아 온 말레이시아의 경우에도, 현재까지 할랄 관련 규정이 하나의 독립된 법안으로 입법화되지는 않았다. 말레이시아에서의 할랄 관련 규제는 ‘상품표시법’(Trade Descriptions Act)의 할랄 관련 하위 규정, ‘식품법’(Food Act)의 할랄 관련 하위 규정 등에 근거하여 이루어진다(Halim & Ahmad 2014).

관습적으로 지켜온 할랄 관행을 국가적 수준의 법안으로 전환한 초유의 사례라는 이유로 인해 할랄제품보장법에는 급진적이고 배타적인

내용이 포함되어 있다. 이 법안이 원안 그대로 실행될 수 있을지는 불투명하지만, 이 법안의 핵심 내용이 장기적으로 현실에 적용될 가능성은 높다.

할랄제품보장법의 적용 가능성을 높이는 종교외적 요인 중 하나는 인도네시아 사회에서 나타나고 있는 중산층의 급격한 팽창이다. 2000년대 중반 이후 10년 이상 지속된 경제성장 과정을 통해 중산층 규모가 확대되었음은(McVey et al. 2013, 9-10) 음식물 소비에 있어 변화가 촉진될 기반이 갖추어졌음을 시사한다. 다른 식으로 표현하면, 최소한의 생계유지 충족에 만족하는 집단이 다수를 이루던 상황에서 안전하고 건강한 먹거리에 관심을 가진 집단이 대도시를 중심으로 급속히 팽창하는 상황으로의 전환이 지난 10여 년 동안 이루어져 왔다. 이슬람이 다수를 이루는 인도네시아에서 건강한 먹거리의 핵심이 할랄임을 고려한다면, 할랄 음식에 대한 선호와 할랄제품보장법 사이의 친화력이 강화될 근거는 보다 확고해졌다.

할랄 소비의 대두는 인도네시아의 이슬람화 과정을 이해하는데 있어 중요한 의미를 가진다. 이슬람화의 진행은 이슬람이라는 준거틀을 일상에 적용하려는 무슬림의 증가를 가져왔다(김형준 2013, 205). 할랄 소비가 대두되기 이전까지 이들 무슬림이 제기하는 “이것이 이슬람적인가?”라는 질문은 경제적 영역을 포괄하지 못했다. 하지만, 할랄 개념이 이슬람 담론에서 중시되고 그것의 제도화가 전개되자, 이슬람의 중요성을 경제적 영역에서 경험하고 실천한 기회가 확대되었다. 결과적으로 할랄 소비는 무슬림으로서의 자의식을 경제적 영역으로 확장 시킴으로써 일상으로의 종교적 영향력의 침투를 촉진시켰다.

할랄 소비의 출현은 현대 사회의 소비 행동에 영향 미칠 수 있는 요인에 대한 기존 논의의 확대 역시 요구한다. 생산자에게 정당한 대가가 지불되었는지의 여부, 동물 실험 과정이 적절하게 진행되었는지의 여

부가 소비자의 제품 선택에 영향을 미치는 요소로 등장한 것처럼(박미혜·강이주 2009) 무슬림에 한정될지라도 종교 교리와의 일치 여부가 소비에 영향을 미칠 수 있다는 사실은 소비에 간여하는 요인의 이슬람화가 현대 무슬림 사회에서 진행되고 있음을 시사한다.

투 고 일: 2017년 01월 15일

심 사 완 료 일: 2017년 01월 30일

계 재 확 정 일: 2017년 02월 15일

## 참고문헌

- 김병순. 2002. “대상(주)의 인도네시아 해외직접투자사업과 경영자의 역할.” 『전문경영인연구』 5(2): 1-24.
- 김종도·최영길. 2014. “신앙과 음식: 이슬람 음식법에 관한 연구: 꾸란을 중심으로.” 『한국중동학회논총』 34(4): 183-204.
- 김형준. 2013. “이슬람 부흥의 전개와 영향: 인도네시아의 사례.” 『동남아시아연구』 23(3): 181-215.
- 까르다위 유스프. 2011. 최영길 역. 『이슬람의 허용과 금기』. 서울: 세창출판사.
- 박미혜·강이주. 2009. “윤리적 소비의 개념 및 실태에 대한 고찰.” 『한국생활과학회지』 18(5): 1047-1062.
- 박선주·이희수. 2014. “음식문화를 통해 본 신장 위구르족과 한족의 문화적 접면 현상.” 『한국이슬람학회논총』 24(2): 71-112.
- 박지현. 2016. “할랄 인증의 WTO합치성: 인도네시아를 중심으로.” 『법학연구』 26(2): 223-259.
- 박정훈. 2016. “인도네시아와 말레이시아의 할랄인증제 비교 연구: 제도운영주체 결정의 정치적 요인을 중심으로.” 『아태연구』 23(3): 221-261.

- 백진경 외. 2014. “할랄 인증제에 관한 전문가 심층인터뷰와 인식분석.” 『한국중동학회논총』 35(1): 197-229.
- 송도영. 2011. “한국 내 이슬람(할랄) 음식의 소비방식과 공급체계에 대한 문화적 해석.” 『한국중동학회논총』 32(1): 217-249.
- 엄익란. 2013. “이슬람 식품 시장의 할랄 인증제도 의무화에 따른한국 기업의 대응 방안.” 『한국이슬람학회논총』 23(3): 33-56.
- 오명석. 2012. “이슬람적 소비의 현대적 변용과 말레이시아의 할랄 인증제: 음식, 이슬람법, 과학, 시장의 관계.” 『한국문화인류학』 45(3): 3-62.
- 이희수·조영주. 2012. “A Survey of Muslim Immigrants in Korea: Focussed on Adaptation to Korean Lifestyle and Religious Observation.” 『한국중동학회논총』 33(1): 133-163.
- 이희열·이선경. 2013. “한식세계화를 위한 한식의 이슬람 문화권 확산 방안 모색을 위한 탐색적 연구.” 『한국이슬람학회논총』 23(2): 115-238.
- 이희열·정장호. 2014. “할랄 인증제도와 할랄 인증 강화에 따른 우리의 과제.” 『중동연구』 33(1): 101-140.
- 임병필. 2014a. “이슬람의 돼지 금지와 샤리아의 근거.” 『한국중동학회논총』 35(2): 119-146
- 임병필. 2014b. “코란과 순나를 통해 본 샤리아의 금주 근거와 법 제정 논리.” 『중동문제연구』 13(1): 71-103.
- 장건·조성기. 2014. “국내 할랄닭고기 수급실태와 균형수급량 추계.” 『한국이슬람학회논총』 24(1): 107-136.
- 전제성·김형준. 2014. “경제 활동의 이슬람화: 인도네시아 사례연구.” 『세계지역연구논총』 32(1): 61-87.
- 채경연·이희열. 2015. “방한 이슬람 관광시장 증진을 위한 할랄 투어리즘 도입방안에 관한 연구.” 『한국의식산업학회지』 11(2): 95-103.
- Afif, Irfan. 2015. “Din Syamsuddin: Ditemukan Produk Bersertifikat Halal

Yang Mengganti Ingredientnya dengan Yang Haram.”

<http://www.halhalal.com/din-syamsuddin-ditemukan-produk-bersertifikat-halal-yang-mengganti-ingredientnya-dengan-yang-haram/>(검색일: 2016. 11. 10)

Afronyati, Lies. 2014. “Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia.” *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik* 18(1): 37-52.

Ardiansyah. 2016. “Market Share Perbankan Syariah Turun.” *Newstren*. March 20.

Astuti, Indriyani. 2016 “Implementasi Jaminan Produk Halal Bertahap.” *Media Indonesia*. November 9.

Bank Indonesia. each year. *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.

Beritaprima. 2016. “LPPOM MUI: Kesadaran Sertifikasi Halal Meningkatkan.” <http://beritaprima.com/lppom-mui-kesadaran-sertifikasi-halal-meningkat/>(검색일: 2016. 11. 10)

Beritasepuluh. 2014. “Inilah 10 Daftar Obat Mengandung Babi dan Tidak Halal di Indonesia.” <https://beritasepuluh.com/2014/05/20/inilah-daftar-obat-mengandung-g-babi-dan-tidak-halal-di-indonesia/>(검색일: 2016. 11. 10)

Budiawati, Dwi. 2016. “Produk Halal Sudah Jadi Gaya Hidup Dunia.” <http://www.dream.co.id/dinar/produk-halal-kini-jadi-gaya-hidup-dunia-161110a.html>(검색일: 2016. 12. 10).

Departemen Agama. 2001. “Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal.” Jakarta: Departemen Agama.

Dinisari, Mia Chitra. 2016. “Pengusaha Minta UU Jaminan Produk Halal

- Direvisi.” *Bisnis Indonesia*. October 06.
- Fokusislam. 2016. “Persiapan Belum Matang, Ombudsman Sarankan Pemerintah Tunda Penerapan UU Jaminan Produk Halal (JPH).” <http://fokusislam.com/5828-persiapan-belum-matang-ombudsman-sarankan-pemerintah-tunda-penerapan-uu-jaminan-produk-halal-jph.html>(검색일: 2016. 12. 10).
- Halim, Mustafa & Ahmad, Azlin. 2014. “Enforcement of Consumer Protection Law on Halal Products: Malaysian Experience.” *Asian Social Science* 10(3): 9-14.
- Hartoyo, Budiman. 1988. “Menguber Si Tangan Jail.” *Tempo*. November 26.
- Hidayat, Firman. 2012. “Kasus Bakso Babi, 7 Penggilingan Daging Diperiksa.” *Tempo*. December 18.
- Hooker, M.B. 2003. *Indoneian Islam: Social Change Through Contemporary Fatawa*. Sydney et al.: Allen & Unwin and University of Hawaii Press.
- Karim, Muchith (ed.). 2013. *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Kementerian Agama.
- Kautsar, Maulana. 2016. “Cuma 29% Orang Indonesia Peduli Label Halal...Masyaallah.” <http://www.dream.co.id/dinar/indonesia-halal-watch-dorong-masyarakat-gunakan-produk-halal-1610178.html>(검색일: 2016. 12. 10).
- Mahwiyah. 2010. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap keputusan Pembelian Konsumen: Studi Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta.” B.A. Thesis, Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Majlis Ulama Indonesia (MUI). 2008. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*. Jakarta: LPPOM, MUI.
- Majlis Ulama Indonesia (MUI). 2015. *Daftar Belanja Produk Halal: Fatwa LPPOM MUI Pusat*. Jakarta: LPPOM, MUI.

- McVey, Henry et al. 2013. "Indonesia: Transitioning Potential into Reality." *Insights: Global Macro Trends* 3(5): 3-27.
- Porter, Christopher. 2013. "The Religion of Consumption and Christian Neighbor Love." Ph. D. Diss., Loyola University.
- Pratama, Adiatmaputra. 2013. "Isu Bakso Babi Pangkas Omzet Hingga 50 Persen." *Tribun News*. January 22.
- Raffles, Thomas Stamford. 2010. *A History of Java*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Riausky. 2016. "Ada Bahan yang Terbuat dari Kulit Babi, MUI: Sepatu dan Baju Harus Punya Sertifikasi Halal." <http://riausky.com/news/detail/6800/ada-bahan-yang-terbuat-dari-kulit-babi,-mui:-sepatu-dan-baju-harus-punya-sertifikasi-halal.html>; (검색일: 2016. 11. 10).
- Rodinson, Maxime. 1978. *Islam and Capitalism*. Austin: University of Texas Press.
- Rohman, Aditya. 2015. "Polisi Ungkap Bakso Daging Celeng di Sukabumi." *Antara News*. March 25.
- Silitonga, Linda Teti. 2016. "Apindo Minta Revisi UU Jaminan Produk Halal." *Bisnis Indonesia*. November 15.
- Situmorang, Anggun. 2016. "Pro Kontra Pemberlakuan UU Jaminan Produk Halal." *Merdeka*. November 22.
- Syafaat, Ibnu. 2013. "Inilah Sebab Banyak Obat-obatan Mengandung Babi." *Hidayatullah*. December 19.
- Tarbiyah. 2016. "10 Fakta Ilmiah Kenapa Babi Haram dalam Islam." <http://www.tarbiyah.net/2016/03/10-fakta-ilmiah-kenapa-babi-haram-dalam.html>(검색일: 2016. 11. 10).
- Waijitratum, Pibool. 2016. "Design Trends of Thai Halal Products Packaging for Muslim Country: Indonesian Food Products." *Journal*

*of Economics, Business and Management* 4(1): 47-52.

Weber, Max. 2001. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*.  
Routledge.

Yuningsih, Rahmi. 2010. “Perlindungan Konsumen dari Dampak Buruk Makanan Tidak Halal bagi Kesehatan.” *Aspirasi* 1(2): 173-202.

Zulham, Zulham. 2013. “The Regulation of Halal Products to Moslem Consumer Protection in Indonesia.” Paper presented at Seminar Penyelidikan Kewangan dan Kehartaan Islam, 19-20 February 2013, Kuala Lumpur, Malaysia.

Abstract

---

## Islam and Halal Consumption: Indonesian Law of Halal Product Certification

KIM Hyung-Jun

Department of Cultural Anthropology, Kangwon National University

The purpose of this paper is to examine the emergence of halal consumption and the process of institutionalizing halal products in Indonesia. The ways halal consumption emerged in Islamic discourse, attitudes of Muslim consumers to halal products and the acceleration of institutionalizing halal certification are dealt with. In the second section, existing literatures on halal consumption are to be briefly reviewed. The topic of the next section is the emergence and actualization of Islamic economy in financial and non-financial sectors. In the fourth and fifth sections, the focus is on the expansion, application and institutionalization of halal concept in consumption. Lastly, the paper analyzes halal product certification law enacted in 2014. It will be maintained that religion has become a decisive factor in determining behaviors of Muslim consumers and that halal in consumption has accelerated the process of Islamization having taken place for the last few decades in Indonesia.

**Keywords:** Indonesia, Islam, Halal, Haram, Law of Halal Product Certification