

## 인도네시아, 할랄 화장품 시장 호황 이끈다

인도네시아의 할랄 제품 수출은 작년에 급증했고, 새로운 규정이 국내 브랜드에 추가적인 지원을 제공할 것으로 예상된다고 자카르타포스트가 15일 보도했다.

디디 수메디 무역부 국가수출개발국장은 지난해 12월 19일 무역부 웹사이트를 통해 2023년 1월부터 10월까지 수출액이 656조 루피아에 달했다고 밝혔다.

인도네시아 정부는 무슬림 인구가 가장 많은 인도네시아의 할랄 경제에 대한 잠재력을 오랫동안 높이 평가해 왔다.

아이르랑가 하르파르토 경제조정장관은 지난 2월, 국내 화장품 산업이 2022년 913개 기업에서 2023년 1,010개로 성장했다고 밝혔다.

경제조정장관실 데이터에 따르면 2023년 1월부터 11월까지 향수, 에센셜 오일 및 기타 화장품의 누적 수출액은 7억 7,080만 달러에 달했다. 정부 데이터에 따르면 대부분의 수출은 태국, 베트남, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀을 포함한 역내 국가로 이루어졌다.

최신 인도네시아 할랄경제 보고서에 따르면 국내 할랄 화장품 부문의 시장 가치는 2022년에 41억 9천만 달러에 달하며 연간 8%의 성장률로 전체 경제를 능가할 것으로 추정했다.

글로벌 할랄 화장품 산업도 큰 성장세를 보이고 있다. 세계 이슬람 경제 현황(SGIE) 보고서는 2022년 무슬림의 화장품 지출을 840억 달러로 추산하고 2027년에는 1,290억 달러로 증가할 것으로 전망하고 있다.

화장품 브랜드 매드 포 메이크업(Mad for Makeup)의 창립자인 셸리 메셀라 오슬란은 화장품 제조업체가 고객과의 신뢰를 구축하기 위해서는 제품에 대한 할랄 인증을 획득하는 것이 매우 중요하다고 말했다.

올해 10월부터 화장품을 포함한 모든 국내 생산 제품에 대해 할랄 인증을 의무화한 정부 규정이 국내 할랄 산업, 특히 할랄 화장품의 확장에 기여했다고 덧붙였다.

인도네시아의 할랄 화장품은 말레이시아에서 상당한 시장 견인력을 확보할 수 있다고 그녀는 덧붙였다. 이웃 국가인 말레이시아의 무슬림은 인구의 63.5%를 차지한다.

설리는 동남아시아 시장 사람들의 피부색이 인구통계학적으로 상당히 유사하다는 점이 매드포 메이크업을 싱가포르와 말레이시아로 확장하기로 한 결정에 영향을 미쳤다고 설명했다.

지난 1월 템포(Temp) 보도에 따르면, 동부 자바의 시도아르조에서 제품을 생산하는 현지 브랜드 아자린(Azarine)은 2024년에 말레이시아에 232억 5천만 루피아 상당의 화장품 수출을 목표로 하고 있다.

설리는 할랄 인증이 무슬림 시장 부문뿐만 아니라 구매 제품에 특정 성분을 배제하고 싶어하는 많은 비무슬림에게도 어필할 수 있다고 언급했다.

현지 화장품 브랜드 듀 잇(Dew It)의 소유자인 레이첼 나타니도 이에 동의하며, 화학 성분이 적은 제품에 대한 여러 시장과 고객의 강력한 수요를 강조했다.

레이첼은 듀 잇이 2023년 말부터 싱가포르와 인도에 수출을 시작했으며, 연말까지 인도와 싱가포르에 3천 개의 제품을 선적했다고 밝혔다. 그녀는 현재 호주에도 자외선 차단제 제품 수출을 준비 중이라고 밝혔다.

그녀는 인도의 경우 할랄 제품이 높은 평가를 받고 있는데, 이는 무슬림 인구가 많고 할랄이 깨끗한 아름다움의 상징이라는 인식이 있기 때문인 것 같다고 덧붙였다.

설리는 현지 전자상거래 플랫폼인 소시올라(Sociolla)가 인도네시아를 비롯한 동남아시아 국가의 뷰티 제품 시장에 미친 긍정적인 영향을 강조했다, 레이첼은 소시올라가 수입 라이선스와 창고를 보유하고 있어 인도네시아 상품 수출을 용이하게 해준다는 점에 주목했다.

설리는 소시올라를 이용하면 서류를 제출하고 전자상거래 창고로 상품을 보내면 판매 및 수출 프로세스가 더 쉬워진다고 말했다.

소시올라는 베트남을 비롯한 다른 동남아시아 국가로 사업을 확장하며 인도네시아 화장품 시장과 동남아시아 지역을 연결하는 역량을 입증했다.

그러나 설리는 할랄 라벨만으로는 현지 브랜드의 시장 진출을 확대하기에는 충분하지 않다고 주장했다. 입소문을 증폭시켜 궁극적으로 인도네시아 브랜드 확장에 기여할 수 있는 커뮤니티를 육성하는 것이 중요하다고 강조했다.

샤리아 경제 전문가인 무함마드 시아끼르 술라는 인도네시아 화장품 생산업체의 해외 진출을 돕기 위한 정부 인센티브의 필요성을 강조했다.

무함마드는 전반적으로 인도네시아에는 화장품을 위한 충분한 자원이 있으며, 단순한 수입국이 되지 않도록 이러한 자원에 더 중점을 두어야 한다고 말하며 할랄 경제가 더 발전할 여지가 있다고 덧붙였다.

또한 인도네시아의 화장품과 패션 생산업체들이 아직 실행 가능한 국제 시장을 찾지 못했다고 지적했다.

다양한 할랄 제품을 수출하는 것은 좋은 출발이었지만 인도네시아 생산자들은 특히 자본과 마케팅 측면에서 많은 장애물에 직면했다.

할랄과 관련이 있는 젊은 기업가들은 은행과 같은 금융 기관과 거래하는 데 익숙하지 않기 때문에 아직 은행 업무에 익숙하지 않으며, 샤리아 बैं킹이 할랄 제품 수출 확대에 상당한 자원을 제공할 수 있는 만큼 지원이 필요한 분야라고 말했다.

그는 특히 대기업이 사업 자본의 주요 수혜자가 되는 경향이 있기 때문에 젊은 기업가들이 자본을 확보하고 사업 성장을 촉진하기 위해 은행 서비스를 활용하는 것이 중요하다는 점을 강조하는 것이 중요하다고 말했다.