

# 인도네시아 펫푸드 시장분석

2023.10.



2023년 10월 2일자 매매기준율(하나은행) 적용  
1 USD(달러) = 1,355원, 1 IDR(루피아) = 0.09원

# [ 목 차 ]

<b>I. 시장현황</b> .....	<b>5</b>
1. 펫푸드 시장현황 .....	5
2. 펫푸드 시장규모 .....	8
3. 펫푸드 수입 현황 .....	12
<b>II. 유통 및 소비현황</b> .....	<b>15</b>
1. 주요 유통채널 .....	15
2. 제품 판매현황 .....	16
3. 소비현황 .....	26
<b>III. 정책 및 제도</b> .....	<b>30</b>
1. 정책동향 .....	30
2. 수입 제도 .....	31
<b>IV. 결론</b> .....	<b>33</b>

# 인도네시아 펫푸드 시장분석

## 1. 시장현황

- 반려동물 양육 가구는 지속적인 증가세로 '22년 기준 반려동물 수는 전년 대비 8.3% 증가한 약 3,060만 마리
  - \* 종교적 영향으로 개보다 고양이를 선호하며, 반려묘 양육 가구 비중은 2.4%, 반려견 양육 가구 비중은 0.8% 수준
  - \* 반려동물 양육자 중 69%는 고양이를 기르며, 개를 양육하는 비중은 13%
- 펫푸드 시장규모('22)는 전년 대비 40.7% 증가한 6조 4,819억 루피아(한화 약 5,698억 원)로 집계
  - \* 반려묘 펫푸드 시장은 건식사료(62.5%)와 습식사료(27%)로 구분되며, 반려견 펫푸드 시장은 건식사료(83.1%) 시장이 주를 이룸
- 펫푸드 수입액('22)은 1억 8,223만 달러(한화 약 2,469억 원)로 전년 대비 5.1% 증가, 주요 수입국은 태국(40.4%), 중국(26.9%), 프랑스(14.5%) 순
  - \* 한국산 수입액은 전년 대비 21.9% 증가한 183만 달러(한화 약 25억 원)로 전체 수입시장의 1.0% 차지

## 2. 유통 및 소비현황

- 펫푸드는 대부분(89.7%) 소매 유통채널로 유통되며, 동물병원으로의 유통 비중은 10.3%
- 펫푸드 주요 브랜드는 Royal Canin(16.6%), Whiskas(12.4%), Hill's Science Diet(9.2%), Pedigree(8.7%), Kitchen Flavor(5.8%) 등
- GAP 인증 보유 펫푸드는 꾸준한 증가세로, '22년 기준 반려견용 펫푸드의 45%, 반려묘용 펫푸드의 15%가 인증 보유
- 한국산 반려묘 펫푸드는 고가·중가·저가 제품 모두 판매되며, 반려견 펫푸드는 고가 제품 위주로 유통

- 반려동물을 가족과 같이 여기는 문화가 확산되며 가격이 비싸더라도 품질이 좋고 믿을 수 있는 펫푸드 수요 증가
  - \* 반려동물의 건강과 영양을 고려한 기능성 펫푸드도 인기를 끌고 있으며, 엄격한 품질 기준에 따라 제조되는 할랄 펫푸드는 반려동물을 소중히 여기는 무슬림 및 비무슬림 펫푸드 소비자의 요구를 충족할 수 있는 기준으로 작용

### 3. 정책 및 제도

- 인도네시아에서 유통되는 펫푸드(사료)는 정해진 기준에 따라 제조 및 유통되어야 함
- 인도네시아로 수입되는 펫푸드는 인도네시아 농업부(MOA)의 가공시설 승인 및 무역통상부(MOT)의 수입허가 필요
  - \* 펫푸드는 인도네시아 검역청(IAQA)의 수입검사 품목에 해당하며, 수출 시 수출국에서 발행한 가공증명서, 원산지증명서, 분석증명서, 위생증명서를 제출해야 함

### 4. 결론

- 반려동물 양육 규모 증가에 따라 펫푸드 시장도 성장세이나 글로벌 브랜드의 비중이 높고, 한국산 펫푸드에 대한 인지도는 높지 않은 편
  - \* 인도네시아의 한국산 펫푸드 수입 규모는 2018년 이후 연평균 32.7%로 높은 증가세를 보이고 있으나, '22년 기준 수입 비중은 1.0%에 불과
  - \* 2018년 이후 국내 펫푸드 기업의 인도네시아 시장 개척을 위한 노력이 지속되고 있으나 한국산 펫푸드 브랜드의 시장 비중은 확인되지 않음
- 시장 트렌드에 부합하는 제품 개발 및 지속적인 시장 개척 노력을 통해 인도네시아 내 한국산 펫푸드 인지도 확대 필요

# I. 시장현황

## 1. 펫푸드 시장현황

□ 2022년 인도네시아의 반려동물 수는 3,059만 5,100마리로 전년 대비 8.3% 증가

- 반려묘는 전년 대비 9.6% 증가한 480만 8,400마리로 전체 반려동물의 15.7%를 차지
- 반려견은 전년 대비 10.1% 증가한 73만 7,400마리로 전체 반려동물 중 2.4%를 차지
- 인도네시아 국교인 이슬람교에서는 개를 부정하고 불결한 동물로 인식하여 고양이를 선호하는 현상이 뚜렷이 나타남
  - 인도네시아의 이슬람교도 인구 비중은 87.0%로, 반려견을 양육하는 인구는 이슬람교도 외 인구(중국계 인도네시아인 등)인 것으로 추정

<표 I -1> 인도네시아 반려동물 수 추이(2018~2022)

(단위: 천 마리, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체 반려동물 수	22,005.1	23,090.8	25,332.2	28,262.7	30,595.1	100.0	8.3	8.6
반려묘	2,438.9	2,599.8	3,249.8	4,387.2	4,808.4	15.7	9.6	18.5
반려견	497.1	515.8	563.7	670.0	737.4	2.4	10.1	10.4
기타 반려동물	19,069.1	19,975.2	21,518.7	23,205.5	25,049.4	81.9	7.9	7.1

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

□ 2022년 반려묘 양육 가구는 2.4%, 반려견 양육 가구는 0.8% 수준으로 2018년 이후 반려묘 및 반려견 양육 가구는 지속적으로 증가

- 반려묘 양육 가구는 총 168만 3,400가구로 전년 대비 9.9% 증가, 2018년 이후 연평균 7.0%의 성장세를 보임

- 인도네시아에서 반려동물을 양육하는 전체 가정 중 반려묘 양육 가구 비중은 2.4%로 집계
- 반려견 양육 가구는 전년 대비 3.4% 증가한 56만 1,100가구로, 2018년 이후 연평균 3.4%로 성장세
- 인도네시아 반려동물 양육 가구 중 반려견 양육 가구의 비중은 0.8% 수준

<표 I -2> 인도네시아 반려동물 양육가구수 및 비중(2018~2022)

(단위: 천 가구, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
반려묘	가구 수	1,284.9	1,367.2	1,449.7	1,531.3	1,683.4	9.9	7.0
	비중	1.9	2.0	2.1	2.2	2.4	-	-
반려견	가구 수	491.8	509.7	528.1	542.9	561.1	3.4	3.4
	비중	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	-	-

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

## □ Statistat의 조사<sup>1)</sup>에 따르면 인도네시아 반려동물 양육자 중 69%는 고양이를 기르는 것으로 나타남

- 뒤이어 ‘물고기 및 해양생물(31%)’, ‘새(24%)’, ‘개(13%)’, ‘토끼(6%)’, ‘햄스터·기니피그·친칠라(3%)’ 순임
- 거북이, 쥐, 곤충, 도마뱀·카멜레온을 기르는 비중은 각 1%로 집계

<표 I -3> 인도네시아 반려동물 양육자의 반려동물 유형 비중(2022)

(단위: %)

구분	비중
고양이	69%
물고기 및 해양생물	31%
새	24%
개	13%
토끼	6%
햄스터·기니피그·친칠라	3%
거북이	1%
쥐	1%
곤충	1%
도마뱀·카멜레온	1%
기타	6%

\*주: 중복집계 결과로 각 항목의 합은 100%를 초과함

\*출처: Statista(검색일: 2023.09.29)

1) 인도네시아에서 반려동물을 기르는 16세 이상 소비자 7,015명 대상, Statista(2022.01)

□ 인도네시아 반려동물 양육자의 연령별 반려동물 유형을 살펴보면, 모든 연령대에서 고양이 양육 비율이 가장 높음

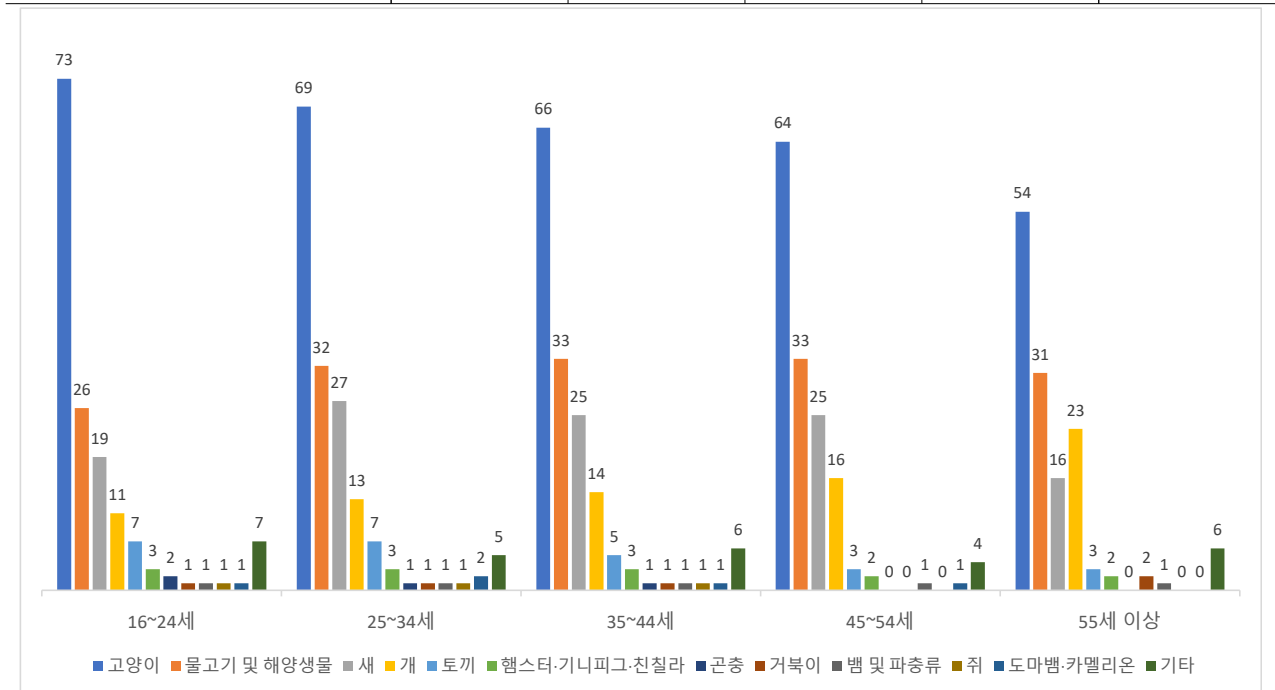
○ 55세 이상 인구를 제외한 전 연령대에서 ‘고양이’ > ‘물고기 및 해양생물’ > ‘새’ > ‘개’ 순으로 반려동물을 기르고 있는 것으로 나타남

○ 55세 이상 인구는 ‘고양이’ > ‘물고기 및 해양생물’ > ‘개’ > ‘새’ 순으로 반려견을 키우는 비중이 세 번째로 높음

<표 1-4> 인도네시아 반려동물 양육자의 연령별 반려동물 유형(2022)

(단위: %)

구분	16~24세	25~34세	35~44세	45~54세	55세 이상
고양이	73	69	66	64	54
물고기 및 해양생물	26	32	33	33	31
새	19	27	25	25	16
개	11	13	14	16	23
토끼	7	7	5	3	3
햄스터·기니피그·친칠라	3	3	3	2	2
곤충	2	1	1	0	0
거북이	1	1	1	0	2
뱀 및 파충류	1	1	1	1	1
쥐	1	1	1	0	0
도마뱀·카멜리온	1	2	1	1	0
기타	7	5	6	4	6



\*출처: Statista(검색일: 2023.09.29)

□ 인도네시아에서 반려견에 대한 사료 급여율은 높은 반면, 반려묘 사료 급여율은 낮은 편

- 2022년 반려묘 사료 급여율은 15.0%로 2018년 이후 증가세를 보이고 있으나 여전히 낮은 편에 속함
- 동년 반려견의 사료 급여율은 45.0%로 비교적 높은 편인데 이는 반려견을 양육하는 인구 특성에 기인하는 것으로 추정
  - 인도네시아에서 개의 침은 하람(금기사항)으로 분류되어 인구의 대부분을 차지하는 이슬람교도는 반려견을 양육하지 않는 특성을 보임
  - 즉 반려견 양육 인구는 비교적 선진 펫 문화에 익숙한 중국계 인도네시아인, 현지 거주 외국인 등의 위주로 구성되어 있어 반려견에 대한 사료 급여율이 높게 나타나는 것으로 분석

<표 I -5> 인도네시아 반려동물 사료 급여율(2018~2022)

구분		2018	2019	2020	2021	2022
인도네시아	반려묘	9.5	9.6	9.6	13.0	15.0
	반려견	34.5	35.4	36.0	40.0	45.0

(단위: %)

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.29)

## 2. 펫푸드 시장규모

□ 2022년 인도네시아 펫푸드 시장규모는 6조 4,819억 루피아 (한화 약 5,698억 원)로 전년 대비 40.7% 증가

- 반려묘 펫푸드 시장규모는 전년 대비 33.5% 증가한 3조 4,366억 루피아(한화 약 3,021억 원)로 전체 시장의 53.0% 차지
  - 인도네시아의 반려묘 펫푸드 시장은 2018년 이후 연평균 34.1%로 성장
- 반려견 펫푸드 시장규모는 2조 8,732억 루피아(한화 약 2,526억 원)로 전년 대비 52.4% 증가하며 전체 시장의 44.3% 차지
  - 반려견 펫푸드 시장규모는 2018년 이후 연평균 32.5%로 성장



○ 반려묘와 반려견을 제외한 기타 반려동물의 펫푸드 시장 비중은 5.4%에 불과

- 물고기 사료 시장규모는 1,136억 루피아(한화 약 100억 원)로 전년 대비 16.2% 증가하며 전체 펫푸드 시장의 1.8% 차지
- 새 사료 시장규모는 전체 시장의 0.8% 수준인 533억 루피아(한화 약 47억 원)로 전년 대비 16.1% 증가함
- 포유류 및 파충류 펫푸드 시장규모는 52억 루피아(한화 약 4억 5,708만 원)로 전년 대비 23.8% 증가하였고, 전체 시장에서 차지하는 비중은 0.1% 수준임

<표 1-6> 인도네시아 펫푸드 시장규모(2018~2022)

(단위: 10억 루피아, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체 시장규모	2,096.3	2,442.3	3,339.5	4,607.5	6,481.9	100.0	40.7	32.6
반려묘	1,064.1	1,281.4	1,841.1	2,574.4	3,436.6	53.0	33.5	34.1
반려견	931.0	1,050.3	1,371.1	1,885.2	2,873.2	44.3	52.4	32.5
물고기	67.6	73.3	84.3	97.8	113.6	1.8	16.2	13.9
새	31.1	34.4	39.6	45.9	53.3	0.8	16.1	14.4
포유류·파충류	2.6	2.8	3.4	4.2	5.2	0.1	23.8	18.9
기타 펫푸드	101.2	110.6	127.3	147.9	172.1	2.7	16.4	14.2

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

□ 코로나19의 영향으로 반려묘(2020년)와 반려견(2021년) 시장 규모는 전년 대비 크게 증가함

<표 1-7> 인도네시아 펫푸드 시장규모 전년대비 성장률(2018~2022)

(단위: %)

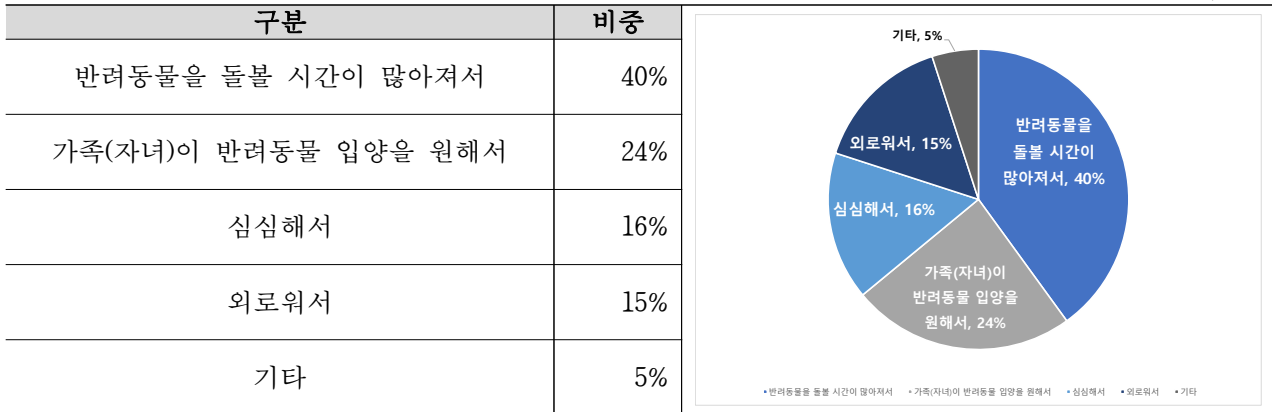
구분	2018	2019	2020	2021	2022
전체 시장규모	-	16.5	36.7	38.0	40.7
반려묘	-	20.4	43.7	39.8	33.5
반려견	-	12.8	30.5	37.5	52.4
새	-	10.6	15.1	15.9	16.1
물고기	-	8.4	15.0	16.0	16.2
포유류·파충류	-	7.7	21.4	23.5	23.8
기타 펫푸드	-	9.3	15.1	16.2	16.4

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

- 코로나19 기간 동안 반려동물을 입양한 인도네시아 반려동물 양육자의 40%는 ‘반려동물을 돌볼 시간이 많아져서’ 반려동물을 기르기 시작했다고 응답
- 뒤이어 ‘가족(자녀)이 반려동물 입양을 원해서(24%)’, ‘심심해서(16%)’, ‘외로워서(15%)’ 순으로 나타남

〈표 1-8〉 코로나19 기간 내 반려동물 입양 이유(2022)

(단위: %)



\*출처: Statista(검색일: 2023.09.29)

## 가. 반려묘 펫푸드 시장규모

- 인도네시아 반려묘 펫푸드 시장은 건식사료(65.2%)와 습식사료(27.8%)로 구분되며 2018년 이후 연평균 34.1%로 증가세
- 건식사료는 가격대에 따라 저가(20.7%), 중가(19.5%), 고가(59.8%)로 분류되며, 이 중 고가 건식사료의 시장 비중이 가장 높음
- 고가 건식사료 시장규모는 전년 대비 20.0% 증가한 1조 3,402억 루피아(한화 약 1,178억 원)로 집계되었고, 뒤이어 저가 건식사료 시장규모는 전년 대비 43.0% 증가한 4,633억 루피아(한화 약 407억 원), 중가 건식사료 시장규모는 전년 대비 33.8% 증가한 4,357억 루피아(한화 약 383억 원) 순으로 시장 형성

- 습식사료는 증가(56.4%)와 고가(43.6%) 시장으로 구분
  - 증가 습식사료 시장규모는 전년 대비 50.0% 증가한 5,394억 루피아(한화 약 474억 원), 고가 습식사료 시장규모는 전년 대비 45.0% 증가한 4,171억 루피아(한화 약 367억 원)로 집계

<표 1-9> 인도네시아 반려묘 펫푸드 제품군별 시장규모(2018~2022)

(단위: 10억 루피아, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중(22)	전년비(21/22)	연평균(18/22)
합계	1,064.1	1,281.4	1,841.1	2,574.4	3,436.6	100.0	33.5	34.1
건식사료	718.3	842.2	1,253.4	1,766.6	2,239.3	65.2 (100.0)	26.8	32.9
저가	121.6	156.9	231.4	324.0	463.3	13.5 (20.7)	43.0	39.7
중가	162.7	175.0	235.5	325.7	435.7	12.7 (19.5)	33.8	27.9
고가	434.0	510.3	786.5	1,116.9	1,340.2	39.0 (59.8)	20.0	32.6
습식사료	307.9	370.5	487.4	647.3	956.5	27.8 (100.0)	47.8	32.8
저가	-	-	-	-	-	-	-	-
중가	174.0	208.8	271.0	359.6	539.4	15.7 (56.4)	50.0	32.7
고가	133.9	161.7	216.4	287.7	417.1	12.1 (43.6)	45.0	32.9

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

## 나. 반려견 펫푸드 시장규모

□ 반려견 펫푸드 시장은 건식사료(83.1%)의 비중이 습식사료(16.0%)보다 높으며, 전체 시장규모는 2018년 이후 연평균 32.5%로 증가

- 건식사료 중 고가(75.1%) 사료 시장규모가 가장 크고, 증가(14.1%), 저가(10.8%) 순으로 구분
  - 고가 건식사료 시장규모는 전년 대비 37.9% 증가한 1조 7,941억 루피아(한화 약 1,577억 원)로 집계되었고, 증가 건식사료 시장규모는 전년 대비 16.3% 증가한 3,376억 루피아(한화 약 297억 원), 저가 건식사료 시장규모는 전년 대비 37.7% 증가한 2,572억 루피아(한화 약 226억 원)로 집계

- 습식사료는 증가(74.1%) 및 고가(25.9%) 시장으로 구분되며, 증가 사료 시장 비중이 높음
  - 증가 습식사료 시장규모는 전년 대비 25.7% 증가한 3,703억 루피아(한화 약 325억 원), 고가 습식사료 시장규모는 전년 대비 33.7% 증가한 1,187억 루피아(한화 약 104억 원)로 집계

<표 1-10> 인도네시아 반려견 펫푸드 제품군별 시장규모(2018~2022)

(단위: 10억 루피아, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
합계	931.0	1,050.3	1,371.1	1,885.2	2,873.2	100.0	52.4	32.5
건식사료	752.1	863.8	1,125.5	1,551.8	2,388.9	83.1 (100.0)	53.9	33.5
저가	71.6	90.6	126.9	172.6	257.2	9.0 (10.8)	49.0	37.7
중가	184.4	203.8	214.8	240.7	337.6	11.7 (14.1)	40.3	16.3
고가	496.1	569.4	783.9	1,138.6	1,794.1	62.4 (75.1)	57.6	37.9
습식사료	173.2	179.4	235.2	317.1	459.0	16.0 (100.0)	44.7	27.6
저가	-	-	-	-	-	-	-	-
중가	136.1	138.5	178.7	238.0	340.3	11.8 (74.1)	43.0	25.7
고가	37.1	41.0	56.5	79.1	118.7	4.1 (25.9)	50.1	33.7

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

### 3. 펫푸드 수입 현황

- 2022년 인도네시아 펫푸드 수입액은 전년 대비 5.1% 증가한 1억 8,222만 6,000달러(한화 약 2,469억 원)로 집계
  - 인도네시아 펫푸드는 주로 태국(40.4%), 중국(26.9%), 프랑스(14.5%)에서 수입
    - 태국산 펫푸드 수입액은 7,368만 6,000달러(한화 약 998억 원)로 전년 대비 4.2% 감소

- 중국산 펫푸드 수입액은 전년 대비 13.3% 증가한 4,909만 5,000달러(한화 약 665억 원)로 집계되었고, 2018년 이후 수입 규모는 연평균 56.8%의 높은 성장률 기록
- 프랑스산 펫푸드 수입액은 전년 대비 12.2% 증가한 2,642만 5,000달러(한화 약 358억 원)로, 2018년 이후 수입액은 연평균 22.4% 증가
- 한국산 펫푸드 수입액은 전년 대비 21.9% 증가한 183만 4,000달러(한화 약 25억 원)로 집계
  - 한국산 펫푸드 수입규모는 2018년 이후 연평균 32.7%로 증가하였으나, 전체 수입시장에서 차지하는 비중은 2022년 기준 1.0% 수준

<표 I -11> 인도네시아 펫푸드 수입규모(2018~2022)

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
합계	92,931	94,765	119,813	173,418	182,226	100.0	5.1	18.3
1 태국	53,799	48,950	59,780	76,884	73,686	40.4	△4.2	8.2
2 중국	8,118	14,639	22,146	43,342	49,095	26.9	13.3	56.8
3 프랑스	11,787	12,752	16,377	23,549	26,425	14.5	12.2	22.4
4 호주	4,846	5,018	5,530	9,056	8,924	4.9	△1.5	16.5
5 독일	1,733	1,801	2,413	3,660	4,867	2.7	33.0	29.5
6 브라질	3,341	2,021	3,392	4,207	3,892	2.1	△7.5	3.9
7 미국	4,538	4,469	3,694	3,997	3,880	2.1	△2.9	△3.8
8 오스트리아	732	940	1,252	2,137	3,419	1.9	60.0	47.0
9 네덜란드	154	82	137	691	1,963	1.1	184.1	89.0
10 대한민국	591	702	1,167	1,504	1,834	1.0	21.9	32.7

\*주: HS Code 2309.10(소매용 개·고양이 사료) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2022.09.29.)

## □ 2022년 인도네시아의 평균 펫푸드 수입단가는 톤 당 1,740 달러(한화 약 236만 원)로 전년 대비 14.3% 증가

- 주요 수입국 중 프랑스산 펫푸드 수입단가가 톤당 3,210 달러(한화 약 435만 원)로 가장 높음
  - 프랑스산 펫푸드 수입단가는 전년 대비 8.3% 증가, 2018년 이후 연평균 46.6%의 높은 증가율 기록

- 뒤이어 오스트리아, 호주, 미국, 브라질 순으로 평균 수입 단가가 높음
  - 오스트리아산 펫푸드 수입단가는 2,604달러(한화 약 353만 원)/톤으로 전년 대비 4.7%, 2018년 이후 연평균 52.6% 증가
  - 호주산 펫푸드 수입단가는 전년 대비 17.6% 증가한 2,570달러(한화 약 348만 원)/톤으로 집계
  - 미국산 펫푸드 수입단가는 전년 대비 8.8% 감소한 2,544달러(한화 약 345만 원)/톤으로 나타나며, 브라질산 펫푸드 수입단가는 전년 대비 12.1% 증가한 2,383달러(한화 약 323만 원)/톤으로 집계
- 한국산 펫푸드의 평균 수입단가는 2,068달러(한화 약 280만 원)/톤으로 주요 수입국 중 6위 수준
  - 2022년 기준 한국산 펫푸드 수입단가는 전년 대비 16.0% 증가하였고, 2018년 이후 연평균 6.3%의 증가율을 보임

〈표 1-12〉 인도네시아 펫푸드 수입단가(2018~2022)

(단위: 달러/톤, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
합계	1,025	1,315	1,410	1,522	1,740	14.3	14.1
1 태국	1,011	1,200	1,347	1,517	1,670	10.1	13.4
2 중국	932	894	973	1,060	1,303	22.9	8.7
3 프랑스	695	2,624	2,651	2,964	3,210	8.3	46.6
4 호주	1,847	1,829	1,888	2,185	2,570	17.6	8.6
5 독일	1,558	1,719	1,731	1,744	2,034	16.6	6.9
6 브라질	1,942	1,793	1,922	2,126	2,383	12.1	5.2
7 미국	2,058	2,311	2,438	2,791	2,544	△8.8	5.4
8 오스트리아	480	2,454	2,362	2,488	2,604	4.7	52.6
9 네덜란드	5,923	3,154	2,796	1,689	1,773	5.0	△26.0
10 대한민국	1,619	1,606	1,605	1,782	2,068	16.0	6.3

\*주: HS Code 2309.10(소매용 개·고양이 사료) 기준

\*출처: ITC Trademap(검색일: 2022.09.29.)

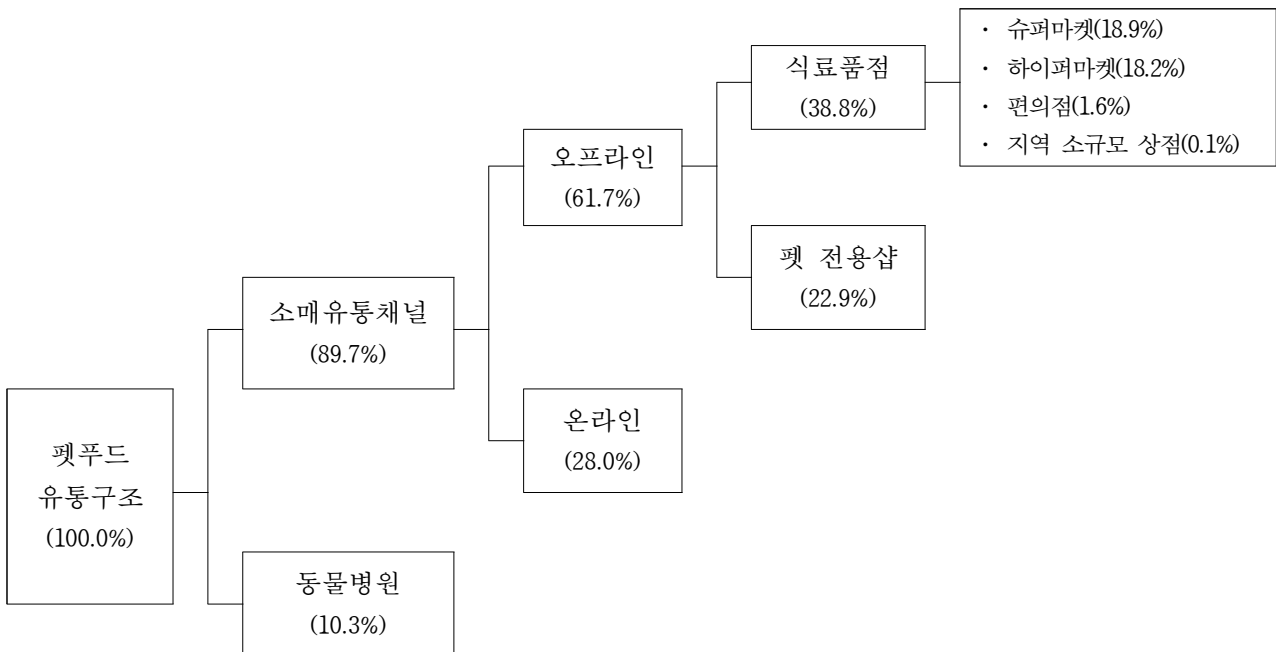
## II. 유통 및 소비현황

### 1. 주요 유통채널

□ 인도네시아에서 펫푸드는 대부분(89.7%) 소매 유통채널로 유통

- 소매 유통채널은 다시 오프라인(61.7%)과 온라인(28.0%)으로 구분
  - 오프라인 소매 유통채널 중 식료품점으로의 유통 비중은 38.8%로, 슈퍼마켓(18.9%), 하이퍼마켓(18.2%), 편의점(1.6%), 지역 내 소규모 상점(0.1%)을 통해 유통
  - 오프라인 소매 유통채널 중 펫 전용 샵을 통해 유통되는 비중은 22.9%
- 인도네시아 펫푸드의 10.3%는 동물병원을 통해 유통

<그림 II-1> 인도네시아 펫푸드 유통구조(2023)



\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

□ 2022년 인도네시아에서 유통되는 펫푸드의 최종 소비처는 B2B 거래와 B2C 판매로 분류

- B2B 거래를 위한 펫푸드 유통 비중은 98.2%로 약 16억 2,971만 달러(한화 약 2조 2,083억 원) 규모로 집계
- B2C(개별가정) 판매를 위한 펫푸드 유통 비중은 1.8%로 3억 650만 달러(한화 약 4,153억 원) 수준

<표 II-1> 인도네시아 펫푸드 소비처별 규모(2018~2022)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (2022)	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
전체	11,629.7	15,321.2	13,651.7	14,942.7	16,603.6	100.0	11.1	9.3
B2B 거래	11,414.6	15,044.9	13,403.6	14,659.6	16,297.1	98.2	11.2	9.3
B2C 판매	215.1	276.3	248.1	283.1	306.5	1.8	8.3	9.3

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

## 2. 제품 판매현황

□ 2022년 인도네시아 펫푸드 주요 브랜드는 Royal Canin(16.6%), Whiskas(12.4%), Hill's Science Diet(9.2%), Pedigree(8.7%), Kitchen Flavor(5.8%) 순으로 나타남

- 인도네시아에서 유통되는 펫푸드는 미국 브랜드의 비중이 절반(50.0%)을 차지하며, 인도네시아 브랜드의 비중은 9.8% 수준
  - 인도네시아에서도 반려동물을 가족처럼 인식하기 시작하며 브랜드 신뢰도가 높고 품질이 비교적 좋은 것으로 알려진 미국 및 글로벌 브랜드의 제품 비중이 높은 편







〈표 II-2〉 인도네시아 펫푸드 상위 10개 브랜드 시장 점유율(2018~2022)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
1 Royal Canin(미국)	12.5	13.1	15.1	17.2	16.6
2 Whiskas(미국)	11.7	11.9	11.5	11.7	12.4
3 Hill's Science Diet(미국)	20.3	19.1	16.1	12.1	9.2
4 Pedigree(미국)	9.9	9.6	8.7	8.0	8.7
5 Kitchen Flavor(인도네시아)	2.5	3.3	4.1	4.9	5.8
6 Bolt(인도네시아)	1.6	2.6	3.1	3.5	4.0
7 Pro Plan(스위스)	6.3	5.7	5.2	5.1	4.0
8 Sheba(미국)	0.6	0.9	1.2	1.6	1.8
9 Me-O(태국)	0.8	1.0	1.2	1.3	1.4
10 Equilibrio(미국)	-	0.9	1.0	1.1	1.3
기타	33.8	31.9	32.8	33.5	34.8

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.29)

〈표 II-3〉 인도네시아 펫푸드 상위 10개 브랜드 개요

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업명: Mars Inc(미국)</li> <li>· 개요: 1967년 프랑스에서 설립된 펫푸드 제조업체로 2001년 미국의 식품기업 마스(Mars Inc)에 인수됨. 반려견과 반려묘를 위주로 한 펫푸드를 수의학적 관점에서 연구 및 개발하여 제품을 생산하는 것이 특징임</li> </ul>	
Royal Canin		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업명: Mars Inc(미국)</li> <li>· 개요: 글로벌 반려묘 펫푸드 제조업체로 1936년 Kal Kan이라는 브랜드로 설립된 이후 1988년 브랜드명을 Whiskas로 변경함. 고양이용 습식/건식 펫푸드를 주요 상품으로 함</li> </ul>	
Whiskas		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업명: Colgate-Palmolive Co(미국)</li> <li>· 개요: 1970년 미국에서 설립된 펫푸드 기업으로 특정 질병이 있는 반려동물을 위한 처방 펫푸드 등도 함께 취급함</li> </ul>	
Hill's Science Diet		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: Mars Inc(미국)</li> <li>개요: 1957년 영국에서 설립된 반려견 펫푸드 제조업체로 1968년 미국 식품기업 Mars Inc에 인수됨</li> </ul>	
<p>Pedigree</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: CP Petindo(인도네시아)</li> <li>개요: 인도네시아 펫푸드 제조 및 유통업체의 반려동물 펫푸드 브랜드</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: CP Petindo(인도네시아)</li> <li>개요: 인도네시아 펫푸드 제조 및 유통업체의 반려동물 펫푸드 브랜드</li> </ul>	
<p>Bolt</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: Nestlé SA(스위스)</li> <li>개요: 글로벌 식품기업 Nestlé의 기능성 펫푸드 브랜드로 프리미엄 제품으로 유통</li> </ul>	
<p>Pro Plan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: Mars Inc(미국)</li> <li>개요: 미국 식품기업 Mars Inc의 프리미엄 반려묘 펫푸드 브랜드</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: Charoen Pokphand Group(태국)</li> <li>개요: 태국의 최대 민간기업인 Charoen Pokphand Group의 자회사 반려동물식품사업 그룹(Perfect Companion Group)의 반려묘 펫푸드 브랜드</li> </ul>	
<p>Me-O</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업명: Archer Daniels Midland Co(미국)</li> <li>개요: 미국 식품기업 Archer Daniels Midland Co의 프리미엄 펫푸드 브랜드</li> </ul>	
	<p>Equilibrio</p>	<p>Equilibrio</p>

\*출처: 각 브랜드별 홈페이지

□ 2022년 인도네시아 펫푸드 평균 가격은 1.57달러(한화 약 2,127원)로 전년 대비 3.3% 증가

○ 펫푸드 평균 가격은 2018년 이후 연평균 5.7%로 증가세

<표 II-4> 인도네시아 펫푸드 평균 가격(2018~2022)

(단위: 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
1.26	1.36	1.50	1.52	1.57	3.3	5.7

\*출처: Statista(검색일: 2023.09.29)

○ 펫푸드는 저가·중가·고가 라인으로 구분되며 가격대별 주요 브랜드 및 평균 가격은 다음과 같음

<표 II-5> 가격대별 반려묘 펫푸드 브랜드

유형	가격대	평균 가격*	브랜드 예시
반려묘 펫푸드	건식	고가 IDR 149,344/kg (한화 약 13,127원)	Royal Canin, Hill's Science Diet, Pro Plan, Kitchen Flavor, Equilibrio, ONE, Happy Cat
		중가 IDR 47,063/kg (한화 약 4,137원)	Whiskas, Friskies, Me-O, Prodiect
		저가 IDR 20,610/kg (한화 약 1,882원)	Bolt, Best in Show, Meow Mix, Vitta Maxx
	습식	고가 IDR 29,629/100g (한화 약 2,604원)	Royal Canin, Sheba, Hill's Science Diet, Fancy Feast/Gourmet, Pro Plan, Felix, Meow Mix
		중가 IDR 6,708/100g (한화 약 590원)	Whiskas, Purrfect, Prodiect, Me-O, Best in Show, Friskies
		저가 -	없음
반려견 펫푸드	건식	고가 IDR 107,929/kg (한화 약 9,487원)	Royal Canin, Kitchen Flavor, Hill's Science Diet, Orijen, Equilibrio, Pro Plan, Blackwood, BlackHawk, Happy Dog, Acana, Eukanuba,
		중가 IDR 47,368/kg (한화 약 4,164원)	Pedigree, Best in Show, Alpo
		저가 IDR 20,428/kg (한화 약 1,796원)	Bolt, ProBalance, SmartHeart, Vitta Maxx
	습식	고가 IDR 22,256/100g (한화 약 1,956원)	Hill's Science Diet, Cesar, Royal Canin
		중가 IDR 5,908/100g (한화 약 519원)	Pedigree, ProBalance, Best in Show, Alpo, Bush's
		저가 -	없음

\*주: 유형별 펫푸드의 평균 가격은 인도네시아 온라인 유통채널에서 판매되는 제품 조사에 기반(2023.09)

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.30)

□ 2022년 GAP 인증을 보유한 반려묘 펫푸드는 15.0%, 반려견 펫푸드는 45.0%로 집계

- GAP 인증을 보유한 펫푸드는 반려묘용(用)보다 반려견용에서 많은 비중을 보임
  - 이는 인도네시아 내 펫푸드 브랜드는 대부분 글로벌 브랜드의 제품이 주를 이루며, 이들 브랜드의 제품별 GAP 인증은 보편적으로 반려견에 치중되어 있어 인도네시아 반려묘 및 반려견 펫푸드의 GAP 인증 취득 비중에도 차이가 발생하는 것으로 추정
- 반려묘 및 반려견 펫푸드의 GAP 취득 비율은 2018년 이후 꾸준히 증가하는 추세
  - 반려묘용 펫푸드의 GAP 취득률은 2018년 9.5%에서 2022년 15.0%로 5.5%p 증가하였고, 반려견용 펫푸드의 GAP 취득률은 2018년 34.5%에서 2022년 45.0%로 10.5%p 증가

<표 II -6> 인도네시아 펫푸드 GAP 인증제품 비율(2018~2022)

구분		2018	2019	2020	2021	2022
반려묘	인증제품	9.5	9.6	9.6	13.0	15.0
	비인증제품	90.5	90.4	90.4	87.0	85.0
반려견	인증제품	34.5	35.4	36.0	40.0	45.0
	비인증제품	65.5	64.6	64.0	60.0	55.0

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.19)

□ 건식 반려묘 펫푸드는 성묘를 대상으로 한 제품이 주를 이루며, 습식 반려묘 펫푸드는 반려묘의 연령을 구분하지 않고 주로 유통

- (건식사료) 성묘를 대상으로 한 건식 펫푸드의 비중이 54.6%로 집계되며, 유아묘(38.0%), 노묘(4.0%), 기타(3.4%) 순
- (습식사료) 반려묘의 연령을 구분하지 않은 기타 제품의 비중이 66.4%로 나타나며, 성묘(17.9%), 유아묘(15.7%) 순

〈표 II-7〉 인도네시아 반려묘 연령대별 펫푸드 제품비중(2018~2022)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
건식사료	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
성묘	55.0	54.9	54.8	54.7	54.6
유아묘	37.5	37.7	37.8	37.9	38.0
노묘	3.5	3.7	3.8	3.8	4.0
기타	4.0	3.8	3.7	3.6	3.4
습식사료	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
성묘	17.0	17.4	17.7	17.8	17.9
유아묘	15.0	15.2	15.4	15.6	15.7
노묘	-	-	-	-	-
기타	68.0	67.4	66.9	66.6	66.4

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.30)

□ 반려견 펫푸드는 건식과 습식 모두 성견을 대상으로 한 제품이 주를 이룸

- (건식) 성견을 대상으로 한 펫푸드 비중이 55.5%로 절반 이상을 차지, 뒤이어 유아견(39.0%), 노견(4.0%), 기타(1.5%) 순
- (습식) 성견을 대상으로 한 펫푸드 비중이 48.5%로 가장 높고, 연령을 구분하지 않은 기타 펫푸드가 30.1%로 나타남
  - 유아견을 대상으로 한 펫푸드 비중은 20.2%, 노견용 습식 펫푸드 비중은 1.2% 순으로 집계

〈표 II-8〉 인도네시아 반려견 연령대별 펫푸드 제품비중(2018~2022)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
건식사료	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
성견	58.5	57.5	56.5	55.8	55.5
유아견	38.0	38.2	38.5	38.7	39.0
노견	3.0	3.3	3.5	3.8	4.0
기타	0.5	1.0	1.5	1.7	1.5
습식사료	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
성견	48.0	48.1	48.2	48.3	48.5
유아견	19.5	19.6	19.8	20.0	20.2
노견	1.5	1.4	1.4	1.3	1.2
기타	31.0	30.9	30.6	30.4	30.1

\*출처: Euromonitor(검색일: 2023.09.30)

□ 인도네시아에서 유통되는 펫푸드는 크게 습식과 건식으로 구분되며 브랜드에 따라 고가·중가·저가 제품으로 분류

<표 II-9> 인도네시아에서 유통되는 반려묘 펫푸드

제품사진			
제품명	Hills Science Diet Urinary Care C/D Hill's CD	BABYCAT WET FOOD TRAY	Makanan Kucing pro plan pouch kitten dan adult
브랜드	Hill's Science Diet	Royal Canin	Pro Plan
가격/용량	IDR 50,500/156g	IDR 36.908/100g	IDR 16,667/85g
유형/가격대	습식/고가	습식/고가	습식/고가
제품사진			
제품명	Whiskas Junior Pouch Wetfood	Makanan Basah Sachet Kucing Dewasa Meo Pouch Adult Otak-otak White Fish and Crab Stick Cat Wet Food	Makanan Basah Kucing Ori Cat Pouch All Stage WetFood
브랜드	Whiskas	Me-O	Purrrfect
가격/용량	IDR 6,450/80g	IDR 5,500/80g	IDR 4,150/80g
유형/가격대	습식/중가	습식/중가	습식/중가
제품사진			
제품명	Royal Canin Indoor 27	hill's science diet feline cat adult 7+ chicken	PROPLAN ADULT CAT CHICKEN FRESHPACK
브랜드	Royal Canin	Hill's Science Diet	Pro Plan
가격/용량	IDR 235,000/2kg	IDR 299,500/1.5kg	IDR 196.300/1.5kg
유형/가격대	건식/고가	건식/고가	건식/고가

\*출처: 인도네시아 현지 온라인 유통 플랫폼(Shopee, Lazada 등)(검색일: 2023.09.19.)

제품사진			
제품명	WHISKAS Dry Cat Food Junior	Friskies Adult Meaty Grills	ME-O MAKANAN KUCING ALL VARIAN FRESHPACK
브랜드	Whiskas	Friskies	Me-O
가격/용량	IDR 64,000/1.1kg	IDR 40,470/1.1kg	IDR 55,460/1.2kg
유형/가격대	건식/중가	건식/중가	건식/중가
제품사진			
제품명	Bolt 1kg Makanan Kucing Repack Cat Food	Best In Show Maxi Cat Sand Lemon 30L/25Kg	Vittamaxx seafood dan tuna 1kg pakan kucing
브랜드	Bolt	Best in Show	vittamaxx
가격/용량	IDR 22,000/1kg	IDR 155,750/25kg	IDR 33,600/1kg
유형/가격대	건식/저가	건식/저가	건식/저가

\*출처: 인도네시아 현지 온라인 유통 플랫폼(Shopee, Lazada, Tokopedia 등)(검색일: 2023.10.02)

### <표 II -10> 인도네시아에서 유통되는 반려견 펫푸드

제품사진			
제품명	Royal Canin Vet Skin Care / Skin Support Dog	Science Diet Adult Small Paws (small breed) and MINI Chicken	PROPLAN SENSITIVE SKIN PUPPY ALL SIZE
브랜드	Royal Canin	Hill's Science diet	Pro Plan
가격/용량	IDR 50,000/2kg	IDR 280,000/1.5kg	IDR 280,302/2.5kg
유형/가격대	건식/고가	건식/고가	건식/고가

제품사진			
제품명	Best In Show Good Dog Dry Food Lamb & Rice	ALPO BEEF ADULT	PEDIGREE Dog Dry Food Chicken
브랜드	Best in Show	Alpo	Pedigree
가격/용량	IDR 72,000/1.6kg	IDR 62,000/1.5kg	IDR 72,500/1.3kg
유형/가격대	건식/중가	건식/중가	건식/중가
제품사진			
제품명	BOLT DOG 1KG makanan anjing	ProBalance Makanan Kering Anjing 3 kg	Makanan Anak Anjing Kering SmartHeart Untuk Puppy Rasa Beef Milk kemasan
브랜드	Bolt	ProBalance	SmartHeart
가격/용량	IDR 16,020/1kg	IDR 84,900/3kg	IDR 28,100/1.5kg
유형/가격대	건식/저가	건식/저가	건식/저가
제품사진			
제품명	Science Diet ad a/d Cat Dog Anjing Kucing Makanan Basah	Royal Canin VET Gastro Intestinal Dog Canned Low Fat	Cesar premium dog food
브랜드	Hill' s science diet	Royal Canin	Cesar
가격/용량	IDR 48,000/156g	IDR 36,000/200g	IDR 18,000/100g
유형/가격대	습식/고가	습식/고가	습식/고가
제품사진			
제품명	Probalance in loaf Dogfood wetfood kaleng 400gr lamb chicken beef	pedigree makanan anjing pouch 80gr	Best In Show Good Dog Wet Food 400 gr Kaleng
브랜드	ProBalance	Pedigree	Best In Show
가격/용량	IDR 22,000/400g	IDR 5,700/80g	IDR 20,000/400g
유형/가격대	습식/중가	습식/중가	습식/중가

\*출처: 인도네시아 현지 온라인 유통 플랫폼(Shopee, Lazada, Tokopedia 등)(검색일: 2023.10.02)



<표 II-11> 인도네시아에서 유통 중인 한국산 반려묘 펫푸드

제품사진			
제품명	Home Cat 1Kg Makanan Pakan Kucing Import Korea For All Life Stage	ISKHAN PERSIAN Cat Food Grain Free Makanan Kucing Import Korea FRESHPACK 2.5 Kg	CAT'S EYE MAKANAN KUCING IMPORT KOREA KEMASAN 1.5 KG
브랜드	이즈칸 홈캣	이즈칸	캣츠아이(대한사료)
가격	IDR 136,000	IDR 265,000	IDR 167,000
유형/가격대	건식/고가	건식/고가	건식/고가
제품사진			
제품명	Makanan Kucing Catsrang All Stage 1kg	Makanan Kucing Blue Cat All Stage 1kg	Makanan Kucing Therafeed Hairball Control 7kg Grainfree Made In Korea
브랜드	캣츠랑	뉴블루캣	세라피드
가격	IDR 56,000	IDR 62,000	IDR 578,000
유형/가격대	건식/중가	건식/중가	건식/중가
제품사진			
제품명	Sajo Loveat Cat 160gr Makanan Kaleng Kucing Made in Korea	Sajo Opti-one Cat Wet Food 90gr Makanan Kaleng Kucing Made in Korea	SAJO Katsuobushi - Korea's Premium Cat Food 90g Makanan Basah Kucing
브랜드	러브앳(사조)	옵티원(사조)	사조
가격	IDR 30,000	IDR 19,500	IDR 17,000
유형/가격대	습식/중저가	습식/중저가	습식/중저가

\*출처: 인도네시아 현지 온라인 유통 플랫폼(Shopee, Lazada 등)(검색일: 2023.09.19.)

<표 II-12> 인도네시아에서 유통 중인 한국산 반려견 펫푸드

제품사진			
제품명	SAJO Korea TOPET DOG FOOD 7.2 kg KHUSUS GRAB	Iskhan Home Dog All Stages 5Kg Freshpack DogFood Made in korea	WOOFIDOO Opti-One Wet Food Dog Korea/ Makanan Basah Kaleng Can Anjing
브랜드	투펫(사조)	이즈칸 홈독	옵티원(사조)
가격	IDR 420,000	IDR 62,500	IDR 20,000
유형/가격대	건식/고가	건식/고가	건식/고가
제품사진			
제품명	Natural Core Cheese Chups - Korea Dog Snack Treats Lolipop Anjing	Signature Korea Bolo Biscuits Dog Snack Biskuit Anjing Treats	ramen anjing snack makanan anjing ramen mie instan korea
브랜드	내츄럴코어	시그니처	쓰담쓰담
가격	IDR 16,500	IDR 33,000	IDR 65,000
유형/가격대	간식	간식	간식

\*출처: 인도네시아 현지 온라인 유통 플랫폼(Shopee, Lazada 등)(검색일: 2023.09.19.)

### 3. 소비현황

□ 2022년 인도네시아의 1인당 연평균 펫푸드 소비액은 6.16 달러(한화 약 8,347원), 소비량은 3.9kg으로 집계<sup>2)</sup>

○ 1인당 연평균 펫푸드 소비액은 2018년 3.49달러(한화 약 4,729원)에서 연평균 15.3% 증가

2) 이는 인도네시아 펫푸드 소비 규모를 인구수로 나눈 수치

- 1인당 연평균 펫푸드 소비량은 2018년 2.8kg에서 연평균 8.6% 증가

〈표 II-13〉 인도네시아 1인당 연평균 펫푸드 소비 규모(2018~2022)

(단위: 달러, kg %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	전년비 (21/22)	연평균 (18/22)
1인당 연평균 소비액(\$)	3.49	4.09	4.72	5.44	6.16	13.2	15.3
1인당 연평균 소비량(kg)	2.8	3.0	3.2	3.6	3.9	8.3	8.6

\*출처: Statista(검색일: 2023.09.29)

## □ 인도네시아의 반려동물 양육 규모가 증가하며 펫푸드 시장 규모 증가세

- 도시화 및 산업화에 따른 경제성장, 1인 가구 증가 및 핵가족화, MZ세대의 주력 소비층 부상 등의 요인은 인도네시아 펫 시장의 성장 요인으로 작용
  - 또한 코로나19의 영향으로 집에서 머무는 시간이 길어지고 일상의 무료함을 달래기 위해 반려동물을 양육하는 인구가 증가
- 인도네시아 전체 반려동물 양육 인구의 펫푸드 지출액은 매월 100만 달러(한화 약 13억 5,500만 원) 규모로 추산
  - 반려동물을 양육하는 인구가 증가하며 펫푸드에 대한 지출도 증가하는 추세로 Jet Commerce의 조사에 따르면 코로나19가 본격적으로 확산된 2021년 인도네시아 펫푸드 구매량은 전년 대비 17%(9억 3,220만kg) 증가하였고, 펜데믹 기간 동안 펫푸드 판매 수준은 최대 116%까지 증가

## □ 반려동물을 가족의 일원으로 여기는 펫휴머니제이션 문화가 확산되며 펫푸드의 품질을 중시하기 시작

- 이에 가격이 비싸더라도 신뢰할 수 있는 글로벌 펫푸드 브랜드 제품을 선호하고 유기농이나 천연성분으로 만들어진 펫푸드의 수요가 증가

- 더불어 반려동물의 건강과 웰빙을 고려하는 기능성 펫푸드도 각광받기 시작
  - 반려동물의 면역체계 개선, 관절/뼈 건강, 눈 건강, 이빨 및 잇몸케어, 소화기 및 장 건강 등 필요에 따라 건강과 영양을 챙기는 기능성 펫푸드 뿐만 아니라 비만을 관리하기 위한 저칼로리 펫푸드 등이 출시

<그림 II-2> 인도네시아 기능성 펫푸드 예시

		
<p>설탕, 소금, 방부제, 인공향료를 첨가하지 않은 100% 천연성분의 반려묘 펫푸드</p>	<p>반려견의 피부와 관절 건강을 위한 성분을 함유한 펫푸드</p>	<p>소화 흡수력을 높인 단백질로 만들어진 반려견 펫푸드 오메가3 등의 영양소 함유</p>

\*출처: Mintel(검색일: 2023.09.29)

## □ 종교적 영향으로 할랄 인증을 받은 펫푸드가 출시되며 소비자의 관심을 끌

- 이슬람교를 국교로 하는 인도네시아에서는 이슬람 율법에 따라 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품을 ‘할랄(Halal)’로 구분
  - 채소, 곡류와 같은 식물성 음식과 수산물, 닭고기, 소고기 등이 허용되며, 술이나 돼지고기와 같은 음식은 섭취가 금지된 ‘하람(Haram)’으로 구분
- 반려동물을 양육하는 무슬림 인구는 자신의 자식 또는 가족과 같은 반려동물에게도 이슬람 율법에서 허용한 식품(펫푸드)을 급여하길 희망하며 ‘할랄 펫푸드’의 수요 창출

- 또한 무슬림이 반려동물에게 펫푸드를 급여할 때 손에 직접 닿을 수 있고, 펫푸드가 인간이 섭취하는 음식과 함께 보관될 가능성이 있기 때문에 펫푸드 역시 할랄이 필요하다는 의견 존재
- 2022년 1월 인도네시아 할랄 인증기관(LPPOM MUI)에 따르면 인도네시아에서 유통되는 반려묘 펫푸드 ‘Power Cat(말레이시아산)’이 인도네시아 할랄 인증을 취득하며 할랄 펫푸드 시장을 개척
- 엄격한 품질 기준에 따라 제조되는 할랄 펫푸드는 비무슬림 소비자에게도 인기를 끌고 있음
  - 소득수준 상승, 반려동물을 인생의 동반자로 여기는 인식 확산 등으로 반려동물에게 급여하는 펫푸드가 안전하다는 것을 보장받기를 원하는 소비자의 요구 증가
  - 할랄 펫푸드는 성분뿐만 아니라 제조공정 및 영양적 가치 측면에서도 엄격한 기준으로 심사되므로 소비자의 요구를 충족할 수 있는 하나의 기준으로 작용할 것으로 기대

<그림 II-3> 인도네시아 할랄 펫푸드 예시



말레이시아 반려묘 펫푸드 브랜드(Power Cat)로 인도네시아 최초로 할랄 인증(MUI) 취득

\*출처: PET FOOD Industry(검색일: 2023.10.02.)

### III. 정책 및 제도

#### 1. 정책동향

- 인도네시아에서 펫푸드(사료)는 「축산 및 동물 보건에 관한 법률<sup>3)</sup>」에 따라 ‘생존, 생산, 번식을 위해 동물에게 제공되는 가공 및 미가공 단일 또는 혼합 식품 성분’으로 정의
  - 또한 펫푸드(사료)의 성분은 ‘농업, 어업, 축산업 또는 사료로 사용하기에 적합한 기타 재료의 가공된 제품과 가공되지 않은 제품’으로 정의
  - 동 법에 따라 반려동물에게 급여하는 사료(펫푸드)는 다음과 같은 기준으로 제조되어야 함

1	사료(펫푸드) 생산자는 유해물질을 함유하고 있거나, 오염되었거나, 병원성 미생물이 함유된 것으로 의심되는 원료의 사용을 피해야 함
2	사료(펫푸드) 생산자는 원료 등에서 유래된 반려동물 사료에 존재할 수 있는 미생물을 제거하는 데 충분한 효능이 있는 방식으로 반려동물 사료를 가열하거나 건조해야 함
3	프로필렌글리콜(propylene glycol)*은 반려묘 사료에 사용할 수 없음 *중점안정제로 사용되는 물질로, 고양이가 섭취할 경우 적혈구에 이상이 생겨 용혈성 빈혈을 일으킬 수 있음

- 또한 다음의 항목에 해당하는 펫푸드는 인도네시아에서 유통될 수 없음

1	라벨이 부착되지 않은 제품
2	유통기한이 만료된 제품
3	포장이 손상되었거나 이취가 나거나 색이 변한 제품
4	등록번호가 없거나 타인의 브랜드를 사용한 위조품 및 라벨에 기재된 내용과 상이한 제품

3) Law No.18 of 2009

## 2. 수입 제도

- 인도네시아 농업부 규정(No.15/2021)에 따라 인도네시아로 수입되는 펫푸드는 인도네시아 농업부의 가공시설 승인 및 수입허가 필요
  - (가공시설 승인) 인도네시아 농업부(Ministry of Agriculture, MOA)는 자국으로 수입되는 해외 펫푸드(사료)의 가공시설을 검토 후 승인
    - 가공시설 승인은 서류검토, 현장 감사 및 평가로 이루어지며 동물건강 및 수의 공중보건 위험 분석 평가 과정을 통해 승인됨
  - (수입허가) 수입허가를 받기 위해서는 인도네시아 농업부(MOA)의 추천이 필요하며, 인도네시아 무역통상부(Ministry of Trade, MOT)에서 수입 승인
    - 인도네시아로 수출되는 펫푸드(사료)는 다음과 같은 수출 요건을 준수해야 함

1	수출 시점을 기준으로 12개월 내 구제역, 우역, 전염성 우폐염, 고전적 돼지열, 아프리카 돼지열병, 돼지 수포병 유행기록이 없는 국가
2	쇠고기 유래제품의 경우 광우병에서 자유롭거나 OIE 국제육상동물위생규약에 의거하여 일시적으로 안전하다는 조건을 충족한 국가
3	양 및 염소 유래제품은 스크래피 병에서 자유로운 국가에서 생산 및 수입되어야 함
4	가금류 유래제품은 조류 인플루엔자 및 뉴캐슬병 바이러스를 파괴하기에 충분한 열처리가 된 상태여야 함
5	건식 사료에 사용된 재료는 물질 전체에 걸쳐 최소 80℃의 열처리를 거쳐야 함
6	열처리 이후 완제품의 병원체 재오염을 방지하기 위한 예방조치 필요
7	국가기관에서 공식적으로 인가한 생산시설에서 제조되어 생산국에서도 이미 유통 및 판매 허가를 받은 인증된 제품임을 증명하는 문서 첨부

- 인도네시아 농업부에서 발행한 수입 추천서를 발행 후 3개월 내에 인도네시아 무역통상부에 제출하여 수입허가를 취득해야 하며, 농업부에서 발행한 수입 추천번호는 수출위생증명서에 기재해야 함
- 인도네시아 법률(Ministry of Trade Regulation No. 20/2021 regarding Import Policy and Arrangement)에 따라 수입허가는 1년 동안 유효하며, 농업부의 승인을 받지 않은 국가 및 기업으로부터 수출되는 펫푸드는 인도네시아로 수입될 수 없음
- 수입허가 신청 시 할랄 인증을 보유한 펫푸드의 경우 인도네시아 할랄 당국이 인정한 인증 기관에서 발행한 할랄 인증서를 첨부해야 함
- **(수입검사)** 펫푸드(반려동물용 사료)는 정부 법령(Law No.82/2000)에 따라 인도네시아 검역청(INDONESIA AGRICULTURAL QUARANTINE AGENCY, IAQA)의 검사 대상 품목에 해당
- **(제출서류)** 인도네시아로 펫푸드 수출 시 수출국에서 발행한 △가공증명서 △원산지증명서 △분석증명서 △위생 증명서를 인도네시아 농업부로 제출해야 함



## IV. 결론

- 경제성장 및 소득수준 향상, 핵가족화, 코로나19의 영향으로 반려동물 양육 규모가 증가하며 펫푸드 시장 역시 동반 성장
  - 반려동물을 가족과 같이 여기는 문화가 확산되며 사료 급여율도 증가하고 있으며, 더 나아가 펫푸드의 가격보다는 품질을 중시하는 소비 패턴 발생
  - 종교적 영향으로 반려견보다는 반려묘를 양육하는 비중이 높으나, 반려묘(15.0%) 사료 급여율은 반려견(45.0%)보다 낮음
    - 이슬람 율법상 개는 부정한 동물로 인식되어 반려견은 중국계 인도네시아인 등 비교적 선진 펫 문화에 익숙한 비무슬림 위주로 양육되어 반려견의 사료 급여율이 반려묘보다 높은 것으로 추정
  - 반려동물 펫푸드 시장은 크게 건식사료와 습식사료로 구분되며, 반려묘와 반려견용 펫푸드 모두 건식사료 시장 비중이 높음
    - 반려묘용 펫푸드는 건식(65.2%)과 습식(27.8%)으로 나뉘며, 반려견용 펫푸드는 건식(83.1%)과 습식(16.0%)으로 분류
  
- 인도네시아에서 유통되는 펫푸드는 글로벌 브랜드의 비중이 높으며, 대부분 소매 유통채널을 통해 판매
  - 가격대에 따라 고가(Royal Canin, Hill's Science Diet, Pro Plan 등), 중가(Whiskas, Me-O, Alpo, Pedigree 등), 저가(Bolt 등)로 구분되어 유통
  - 전체 유통되는 펫푸드의 98.2%('22년 기준)는 B2B로 유통되며, B2C의 비중은 1.8%에 불과
    - 즉 인도네시아에서 펫푸드의 1차 유통은 펫푸드 전문 유통업체 등 기업과의 협업을 통해 펫푸드 최종 소비채널(소매 유통채널, 동물병원 등)로 납품되는 B2B 방식이 주를 이룸

- 인도네시아에서 유통되는 펫푸드의 89.7%는 소매 유통 채널을 통하며, 나머지 10.3%는 동물병원을 통해 유통
  - 소매 유통채널로 유통되는 펫푸드는 온프라인 식료품점(슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등)(38.8%), 오프라인 펫 전용 샵(22.9%), 온라인 소매 유통채널(28.0%)로 유통

## □ 인도네시아 내 한국산 펫푸드 인지도 확대를 위한 노력 필요

- 인도네시아의 한국산 펫푸드 수입 규모는 지속적인 증가세(2018년 이후 연평균 32.7% 증가)이나, '22년 기준 한국산 펫푸드 수입 비중은 1.0%에 불과
- 한국산 반려묘 펫푸드는 고가·중가·저가 제품 모두 유통되며, 반려견 펫푸드는 주로 고가 제품 위주로 판매
- 인도네시아에서 유통되는 주요 펫푸드 브랜드 중 한국산 브랜드의 시장 비중은 확인되지 않으며, 아직까지 한국산 펫푸드에 대한 인지도가 높은 편은 아닌 것으로 나타남
  - 다만 국내 펫푸드 기업의 현지 시장 개척을 위한 노력이 지속되고 있음
    - 2018년 사조동아원은 반려묘용 습식 펫푸드(옵티원)를 국내 최초로 인도네시아에 수출하였고, 동년 대주산업(주)는 반려묘 및 반려견용 펫푸드(도그랑·캐츠랑)를, 천하제일사료 펫 사업부인 제일펫푸드는 2021년 인도네시아로 펫푸드를 수출
- 이에 현지 펫푸드 소비자의 요구 및 시장 트렌드를 반영한 제품 개발 및 지속적인 시장 개척 노력이 수반되어야 할 것으로 판단

## ※ 참고문헌 및 참고사이트

1	ITC Trademap( <a href="https://www.trademap.org/">https://www.trademap.org/</a> )
2	STATISTA( <a href="https://www.statista.com/">https://www.statista.com/</a> )
3	Euromonitor( <a href="https://www.euromonitor.com/">https://www.euromonitor.com/</a> )
4	관세법령정보포털( <a href="https://unipass.customs.go.kr/">https://unipass.customs.go.kr/</a> )
5	Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report, USDA(2023.01.06.)
6	Food and Agricultural Import Regulations and Standards Export Certificate Report, USDA(2021.01.27.)
7	Sector Trend Analysis – Pet food in Indonesia, Government of Canada(2022)
8	Functional Pet Food Market by Pet (Dog, Cat, and Others), Allied Market Research(2021.06)
9	Potential of the Pet Food Industry in Indonesia, ADCO Law(2023.04.10.)
10	Indonesia Pet Market, Pet Fair Network(2021)
11	Halal cat food makes inroads in Southeast Asia, PET FOOD INDUSTRY(2019.12.16.)
12	Everything halal: consumer goods makers exploit Indonesian push for products that satisfy Islamic law, selling ‘halal fridges’ and ‘halal cat food’ , South China Morning Post(2019.10.31.)
13	Here’ s Why Cat Foods Are Halal Certified, Halalin(2022.01.20.)
14	How Islam conquered my mother’ s fear of cats, The Guardian(2021.07.25.)
15	Opportunities in South East Asia for value for money pet food, Global PETS(2020.08.19.)
16	Indonesia Pet Care Market Size, Share, Trends Analysis & Growth 2022-2032, DIGITAL JOURNAL(2022.05.31.)
17	Pet ownership and pet food trends, Alberta(2023.08.21.)
18	천하제일사료, 반려동물 사료 인도네시아 수출, 현대축산뉴스(2021.11.01.)
19	사조동아원, 인도네시아에 습식캔 펫푸드 수출, 머니투데이(2018.08.09.)
20	대주산업(주), “도그랑 & 캐츠랑“ 인도네시아 수출, 펫저널(2018)